

电子商务考试技术辅导之网络广告综述三 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_62131.htm 第三章 我国网络广告业发展的现状分析 我国网民的数目，1994年是1万人，1995年是8万人，1996年是20万人，1997年是67万人，1998年是210万，1999年是890万人，2000年的预测是将近2000万人，2001年是4000万人左右，2002年是6000万人左右。数量庞大的网民构成了一个规模可观的受众群体，使网络广告业有了赖以发展的基础。1997年我国网络广告业实现了零的突破，第一个商业性的网络广告出现在1997年3月，传播网站是 Chinabyte，广告主是IBM（一说为Intel），广告表现形式为468×60像素的动画旗帜广告。Intel和IBM是国内最早在互联网上投放广告的广告主。我国网络广告一直到1998年初才稍有规模，因此其真正的历史也只有两年。值得注意的是，刚刚萌芽的网络广告形成了广告业前所未有的高峰，成为1999年末的一个业界焦点，京、沪、穗三地网络投放总量为3169万元；而从全国范围来看，据专业人士统计，网络广告的收入已达1亿元。总结网络广告业过去两年的发展历程，我们有以下正面的发现：网络广告正在被越来越多的广告主和广告代理商认可，广告主的范围已经慢慢走出电信和电脑行业。我国网络广告业1999年的营业额是1998年的三倍；新的网络广告形式开始出现，在网站的良好配合下，提高了网络广告的效果，增强了广告主在网上做广告的信心。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com