

行业新闻中国网站世界杯广告突破1.5亿 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E8_A1_8C_E4_B8_9A_E6_96_B0_E9_c40_63137.htm 2002年世界杯网络广告收入还只是2000万元人民币，四年后这个数字已经增长了57倍。市场研究公司AC尼尔森公布的数字显示，今年世界杯期间，中国互联网广告市场容量将突破1.5亿元。“如果把世界杯网络广告收入比成一个蛋糕的话，搜狐拿到的是一半以上。”世界杯过后，搜狐董事局主席兼CEO张朝阳如是说，根据搜狐方面公布的数字，世界杯期间公司的网络广告收入已达5000万元人民币，而与搜狐的结论有出入的是，新浪内部透露给记者的数字为世界杯期间广告收入达7000万，并再创新高。而与新浪、搜狐争抢总收入冠军不同的是，以无线增值为主要收入来源的TOM在线则强调自己世界杯期间的投入产出比为1：4，远远高过对手，与新浪、搜狐高价竞购网络视频播放权相比，TOM在线选择的是另外一条路，此前TOM在线曾投入三千万元和《体坛周刊》进行合作，同时花费500万元签下著名足球评论员黄健翔，而在世界杯期间，这两大卖点也让它吸引了千万元的广告。而在黄健翔“解说门”事件发生后，“黄健翔疯狂解说之机主接电话”彩铃等无线产品也迅速风行一时，使得与黄健翔签约的TOM在线开始忙着打“侵权”。与此同时，上线仅半年、并握有世界杯国际足联在国内首次网络官方授权的新传集团也表示，在此次世界杯期间拿到了1000万的广告收入，而根据其统计，世界杯期间的网络广告收入超1亿元人民币这虽然不及新传为购买版权而付出的费用，但对于上线仅半年、并有相当经济实力的新

传来说，品牌推广以及500多万注册用户也许是更为重要的收获。而从目前四家网站公布的情况看，其广告收入总和就已经达到了1.4亿元人民币。世界杯各网站收入一览表(单位：人民币)

网站名称	网络广告收入	无线收入
新浪	7000万元	
搜狐	5000万元	
TOM 在线	1000万元	3000万元
新传	1000万元	

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