

The logo for iResearch, featuring a lowercase 'i' in a blue square followed by the word 'Research' in a blue sans-serif font, all contained within a yellow trapezoidal shape that tapers to the right.

# China Online Advertising Research Report

---

## 中国网络广告年度报告 2005 年市场份额版

艾瑞市场咨询有限公司  
iResearch Consulting Group

---

版权声明：该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归艾瑞市场咨询有限公司所有。其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。艾瑞公司取得数据的途径来源于公开的资料，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络艾瑞公司。

## 目 录

I. 研究背景.....	2
II. 报告相关定义.....	3
III. 研究方法.....	4
1. 中国网络营销市场现状.....	5
1.1. 中国网络营销市场规模.....	5
1.2. 中国网络营销细分市场规模及所占比重.....	6
1.3. 中国网络营销市场细分广告类型比重.....	8
1.4. 中国主要网络媒体占网络营销市场比重.....	9
1.5. 中国网络营销产业规模.....	11
1.6. 中国网络营销产业组成.....	12
2. 中国网络广告市场现状.....	13
2.1. 中国网络广告市场规模及增长率.....	13
2.2. 中国网络广告市场占整体广告市场的比重.....	14
2.3. 中国网络广告渠道代理商净收入及增长率.....	17
2.4. 2005 年经营规模前 20 位网络广告渠道代理商.....	18
3. 中国网络广告细分市场规模.....	19
3.1. 按网络广告表现形式细分市场规模.....	19
3.2. 不同广告经营形式分类市场规模.....	20
4. 中国网络广告主及市场集中度分析.....	21
4.1. 中国网络广告主数量.....	21
4.2. 2005 年中国主要门户网站占网络广告市场比重.....	23
4.3. 中国网络媒体 TOP5、TOP20 占市场比重.....	26
5. 中国网络广告细分行业规模.....	27
5.1. 2005 年投放费用前 20 家广告主.....	27
5.2. 细分产品网络广告支出.....	28
法律声明：.....	29

## I. 研究背景

艾瑞市场咨询有限公司 ( www.iresearch.com.cn ) 自2003年连续成功地举行了两届大型的中国网民网络消费行为调查之后, 于2005年11月至12月期间再次针对中国网民的网络习惯及消费行为进行调查, 调查围绕以下二十个相关行业的模块进行行业研究和用户研究, 并撰写相关报告:

网络游戏	休闲游戏	网络广告	搜索引擎
网络安全	在线影视	网络接入	网上银行
B2B 电子商务	B2C 电子商务	C2C 电子商务	数字杂志
网上证券	网上支付	网上旅行	网上招聘
即时通讯	电子邮箱	网络教育	网络社区

iUserSurvey 是艾瑞公司专为网络媒体用户调研而开发的市场调研平台。依据统计学理论和国际惯例, 本次用户调研通过 iUserSurvey 调研平台, 在全国 51 家主流网站通过联机调查的方法, 历时 1 个月, 参与调查的网民超过 5 万人, 并经处理排除无效问卷最终获得超过 7 万份有效问卷。在此基础上结合 iResearch 已有的长期性和连续性的跟踪研究, 以及对相关企业的行业调查来深入研究, 主要针对各行业以下方面进行深入的了解:

- 主要行业市场规模和行业增长潜力
- 主要行业的产业链发展特点
- 主要行业明星企业经营模式状况
- 主要行业相关企业策略和推广
- 网络用户的使用习惯和消费情况
- 网络用户对企业的态度或满意度
- 网络用户对相关服务的需求程度
- 潜在用户群、忠实用户群各类特点
- 主要行业现行发展中将面对的问题

本次调查将会推出一系列的研究报告, 主要包括——

- ◇ 《2005 年中国网络游戏研究报告》
- ◇ 《2005 年中国休闲类网络游戏研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网络广告研究报告》
- ◇ 《2005 年中国即时通讯研究报告》
- ◇ 《2005 年中国搜索引擎研究报告》

- ◇ 《2005 年中国电子邮箱研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网络安全研究报告》
- ◇ 《2005 年中国在线影视研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网络社区研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网络教育研究报告》
- ◇ 《2005 年中国 C2C 电子商务研究报告》
- ◇ 《2005 年中国 B2C 电子商务研究报告》
- ◇ 《2005 年中国 B2B 电子商务研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网上旅行预订（订房订票）研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网上证券研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网上银行研究报告》
- ◇ 《2005 年中国电子支付研究报告》
- ◇ 《2005 年中国网上招聘研究报告》
- ◇ 《2005 年中国数字杂志研究报告》

除此之外，艾瑞在前两届调研的基础上增加了网民品牌及消费研究调查，艾瑞根据此次网民品牌消费研究的调研数据，还将出版系列专题研究报告。

## II. 报告相关定义

**网络广告用户：**指在过去 12 个月中曾经浏览过网络广告的用户。

**网络广告主：**根据 iAdTracker 监测中国大陆超过 100 家主流网络媒体获得。

**网络广告市场规模：**指网络媒体收入与其他媒体类型广告收入规模，不包含搜索引擎收入，不包含网络广告渠道代理商收入。其中，其他媒体类型广告收入指电子邮件、网络软件、网络游戏、数字杂志等形式的广告收入。

**网络广告产业规模：**指网络媒体收入与其他媒体类型广告收入规模以及网络广告渠道代理商收入，不包含搜索引擎收入。其中，其他媒体类型广告收入指电子邮件、网络软件、网络游戏、数字杂志等形式的广告收入。

**网络营销市场规模：**指网络广告和搜索引擎收入规模，不包含渠道代理商收入。

**网络营销产业规模：**指网络广告和搜索引擎以及渠道代理商收入规模。

### III. 研究方法

报告数据收集和分析主要采用了iUserSurvey的在线问卷调查方法，以及对相关运营商和渠道商进行深入访谈和研究获得。

#### (一) 艾瑞网络调研（网络用户）说明

##### 1. 调研方法

依据统计学理论和国际惯例，本次调查主要采用了计算机网上联机的调查方法进行，通过在中国 51 家主要网站（门户网站和垂直网站）的相关频道投放网幅广告和文字链接广告，将问卷放置（调查链接：<http://survey.iclick.cn/survey5/user.asp>）在 iResearch 的网站上，于 2005 年 11 月 1 日---11 月 31 日期间由用户主动参与填写问卷的方式来获取信息，共收到调查问卷超过 15 万份，经处理排除无效问卷，并根据网民的性别比例和地域比例进行配额，对最终的样本问卷进行随机抽样，获得 71396 份样本。本次调查最小误差为  $\pm 5\%$ ，置信度为 95%。

##### 2. 关于网民男女性别/区域配额

根据 CNNIC 于 2005 年 7 月公布的网民性别比例（男：女=6：4）和地域比例进行样本配额，并对问卷进行随机抽样。

#### (二) 艾瑞网络调研（行业研究）说明

行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

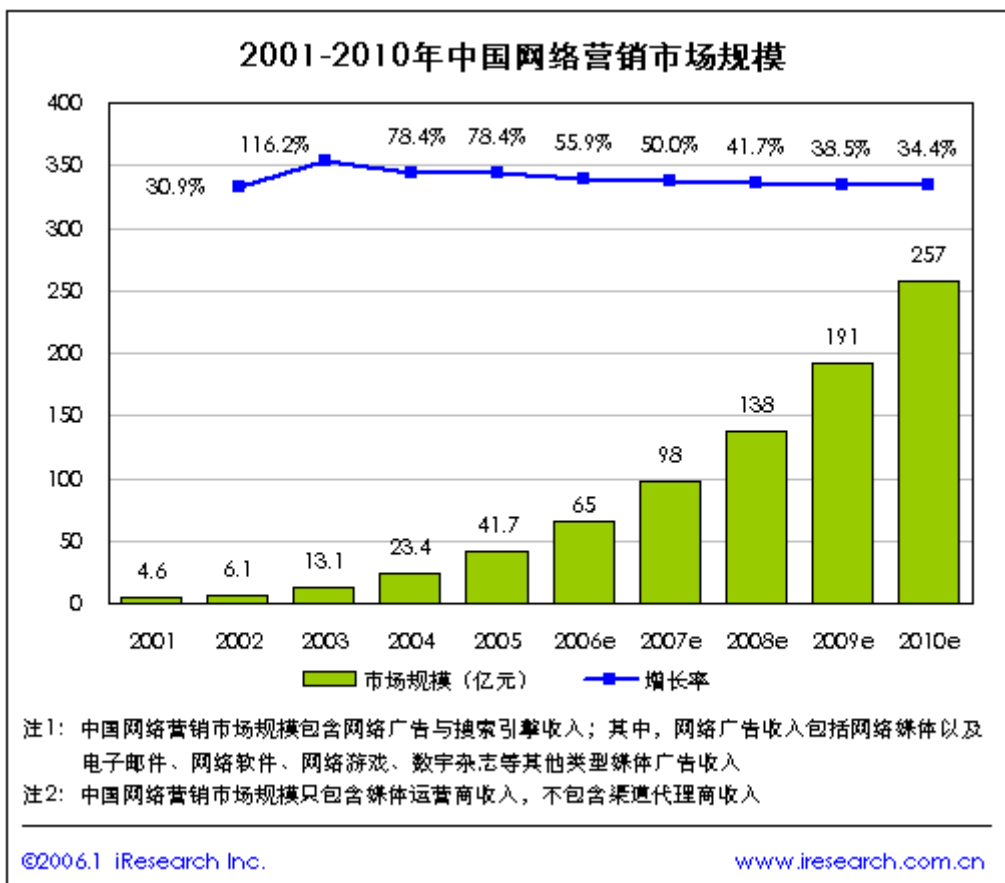
- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
  - ✓ 政府数据与信息
  - ✓ 相关的经济数据
  - ✓ 行业公开信息
  - ✓ 企业年报、季报
  - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

## 1. 中国网络营销市场现状

### 1.1. 中国网络营销市场规模

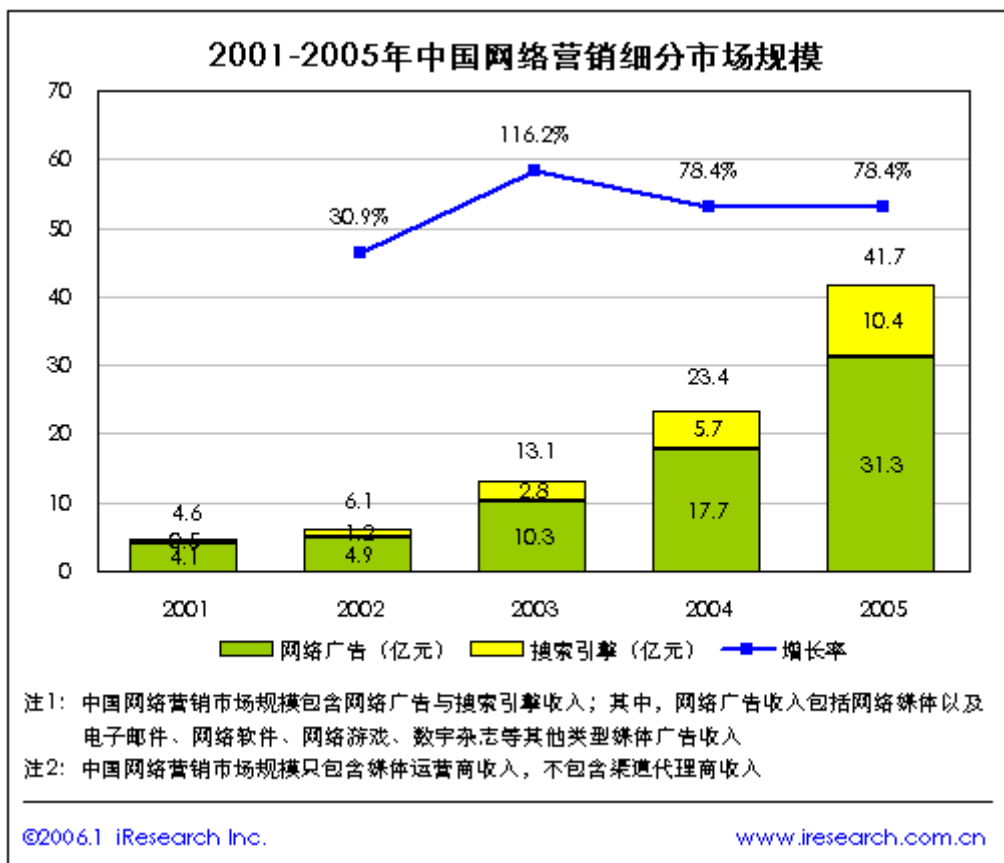
根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年中国网络营销市场规模（不含渠道代理商收入）为 41.7 亿元，比 2004 年的 23.4 亿元增长了 78.4%，是 2001 年网络营销市场规模的 9 倍。

根据 iResearch 的研究预测，2006 年中国网络营销市场规模（不含渠道代理商收入）将达到 65 亿元，比 2005 年增长 55.9%；中国网络营销市场将继续保持高速发展，到 2010 年时，中国网络营销市场规模（不含渠道代理商）有望达到 257 亿。

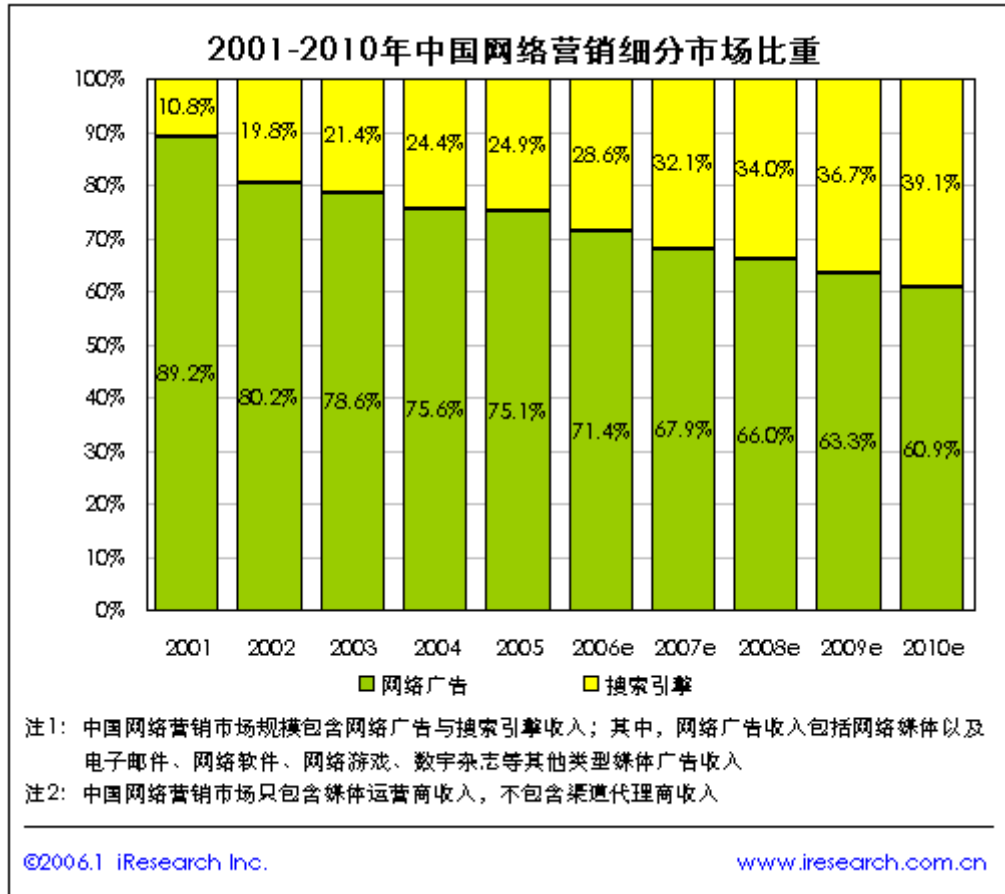


## 1.2. 中国网络营销细分市场规模及所占比重

根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年中国网络营销细分市场（不含渠道代理商收入）中，网络广告占 31.3 亿元，搜索引擎占 10.4 亿元；中国网络营销各细分市场均保持快速增长。



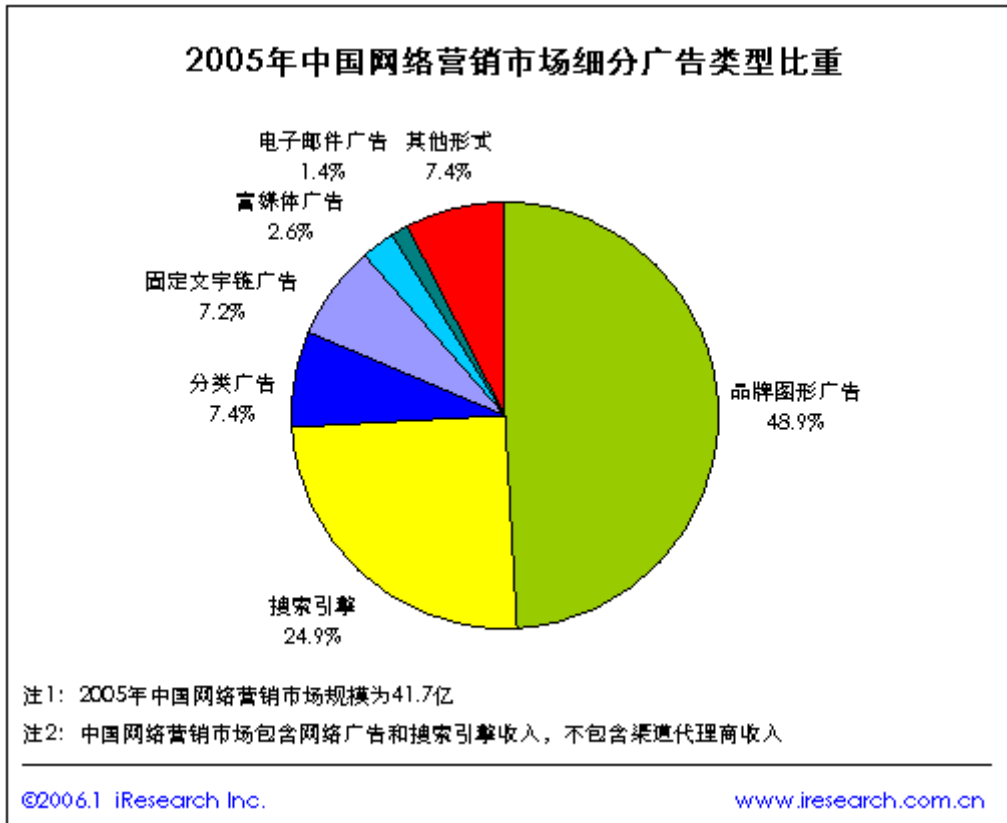
2005年中国网络营销市场（不包含渠道代理商收入）各部分比重中，网络广告收入占75.1%，搜索引擎占24.9%。随着中国网络营销市场的发展，网络广告市场份额将有所下降，搜索引擎市场份额还将持续提高。





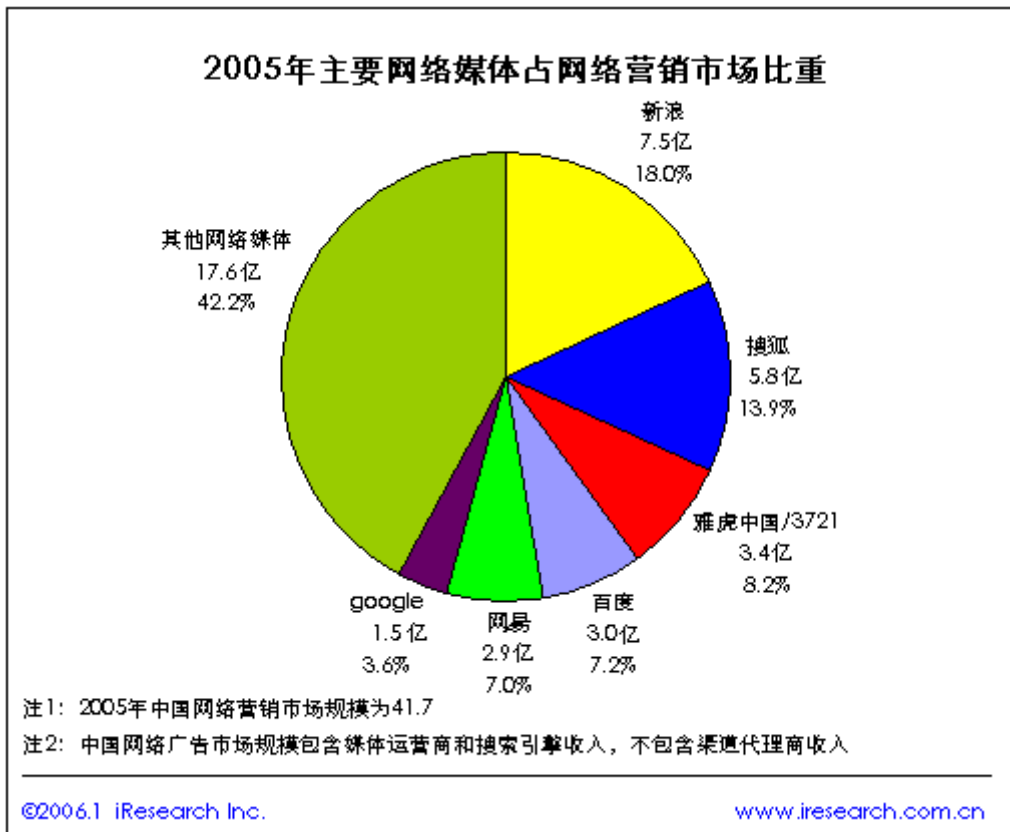
### 1.3. 中国网络营销市场细分广告类型比重

iResearch 对中国网络营销市场调研数据显示,2005年中国网络营销市场规模为41.7亿元,其中,品牌图形类广告占整个网络营销市场比例为48.9%,其次为搜索引擎广告,占网络营销市场的24.9%,分类广告占7.4%,固定文字链广告占7.2%,富媒体广告占2.6%,电子邮件广告占1.4%。

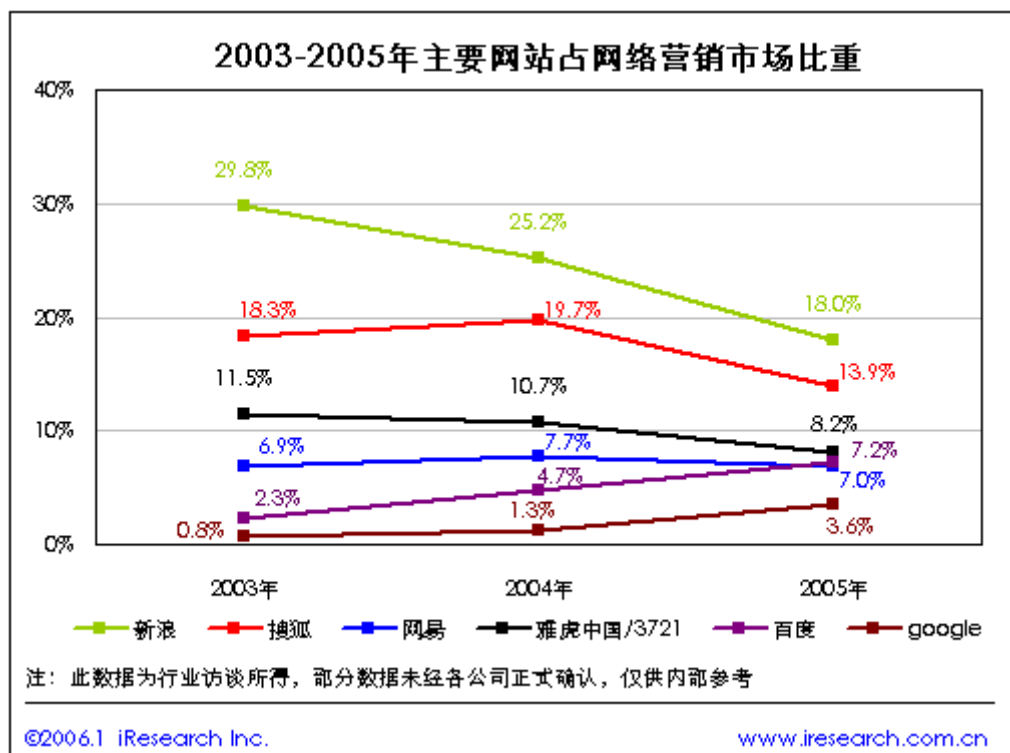


#### 1.4. 中国主要网络媒体占网络营销市场比重

根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年中国网络营销市场规模为 41.7 亿元，新浪以 7.5 亿网络营销收入占中国网络营销市场比重为 18.0%，搜狐以 5.8 亿网络营销收入占 13.9%，雅虎中国/3721 以 3.4 亿网络营销收入占 8.2%，百度以 3 亿网络营销收入占 7.2%，网易以 2.9 亿网络营销收入占 7.0%，Google 以 1.5 亿网络营销收入占 3.6%。中国主要网络媒体收入累计占整个网络营销市场比例近六成。



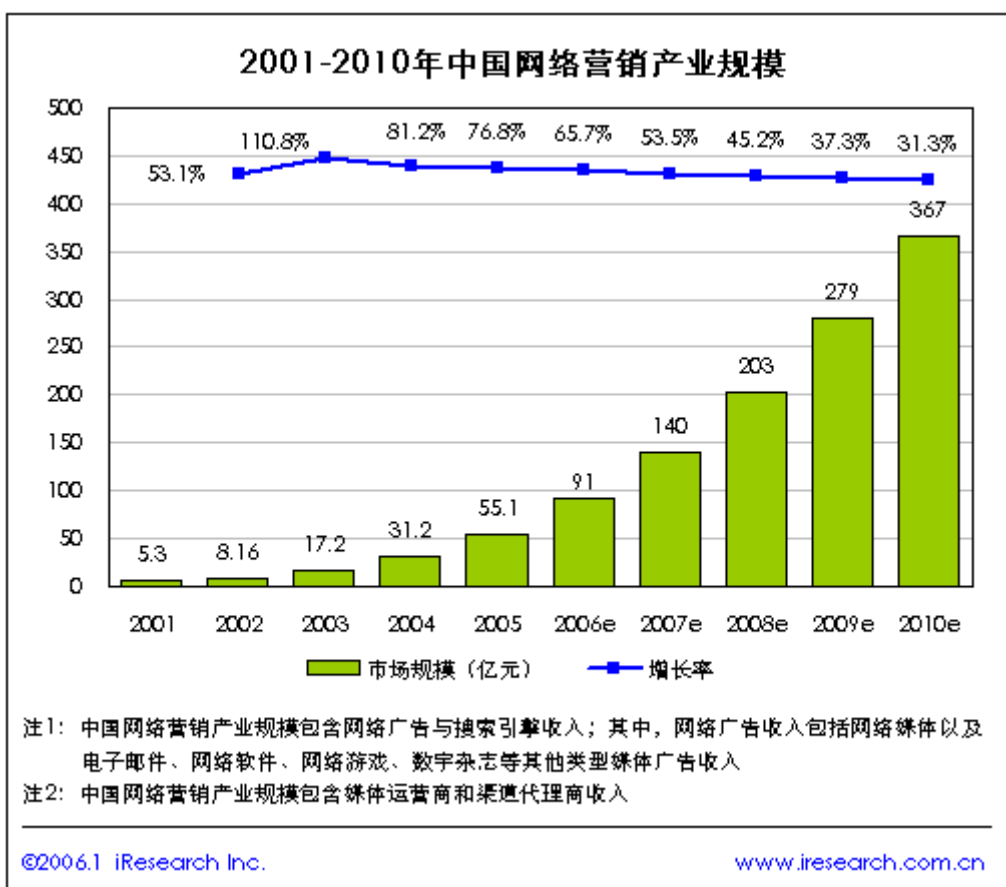
2003-2005 年间,以新浪、搜狐为代表的传统门户网站占网络营销市场比重呈下降趋势,以百度、google 为代表的搜索引擎占网络营销市场比重上升趋势明显,主要搜索引擎企业在中国网络营销市场实现高速发展。



### 1.5. 中国网络营销产业规模

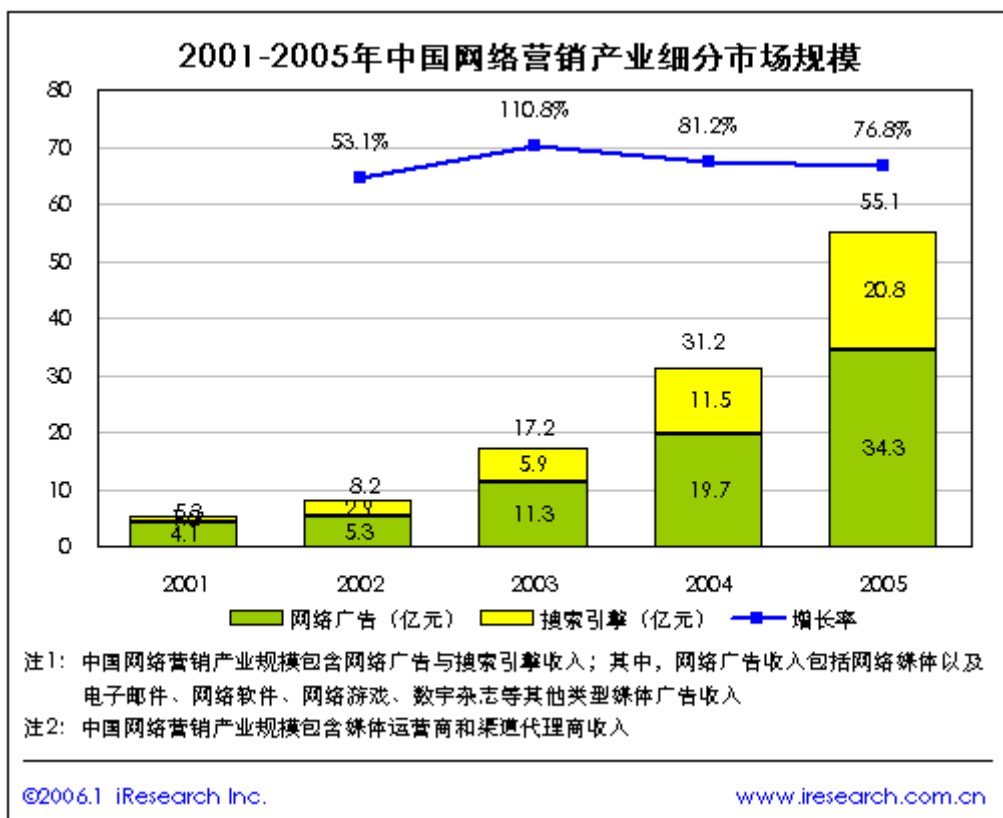
根据 iResearch 的调研数据显示,2005 年中国网络营销产业规模(含渠道代理商收入)为 55.1 亿元,比 2004 年的 31.2 亿元增长 76.8%,是 2001 年中国网络营销产业规模(含渠道代理商收入)的 10 倍。

根据 iResearch 的研究预测,2006 年中国网络营销产业规模(含渠道代理商收入)将达到 91 亿元,比 2005 年增长 65.7%;而到 2010 年时,中国网络营销产业规模(含渠道代理商收入)有望达到 367 亿元。



## 1.6. 中国网络营销产业组成

根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年中国网络营销产业（包含渠道代理商收入）组成中，网络广告占 34.3 亿元，搜索引擎占 20.8 亿元。

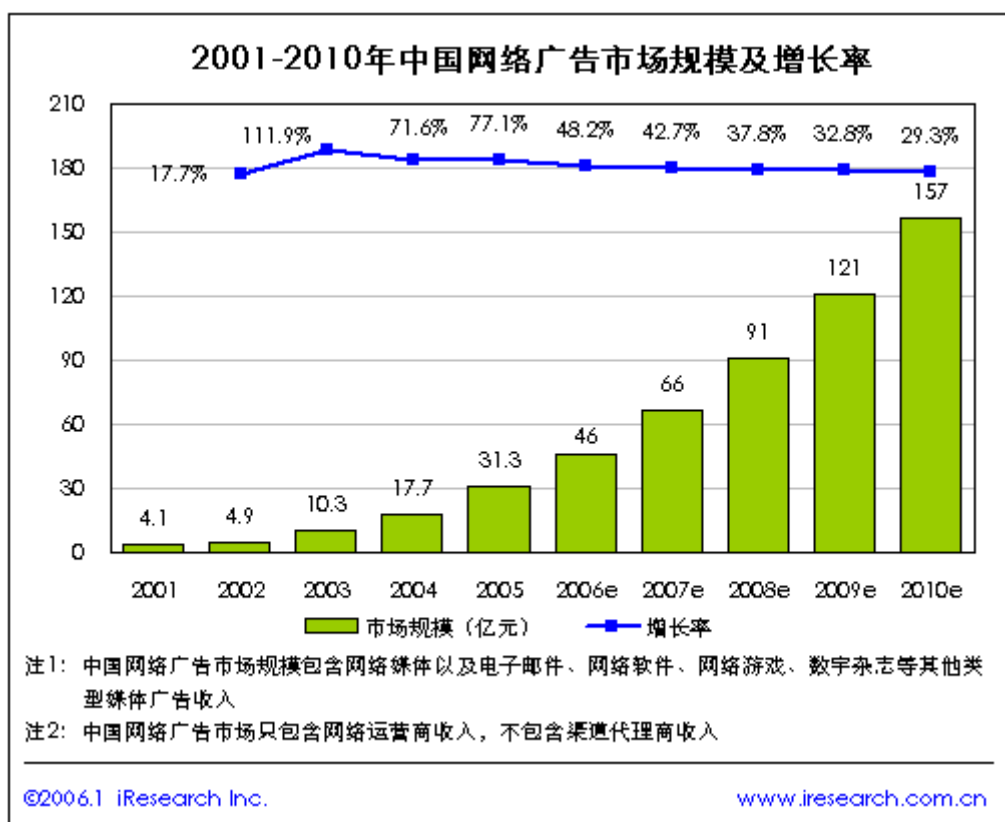


## 2. 中国网络广告市场现状

### 2.1. 中国网络广告市场规模及增长率

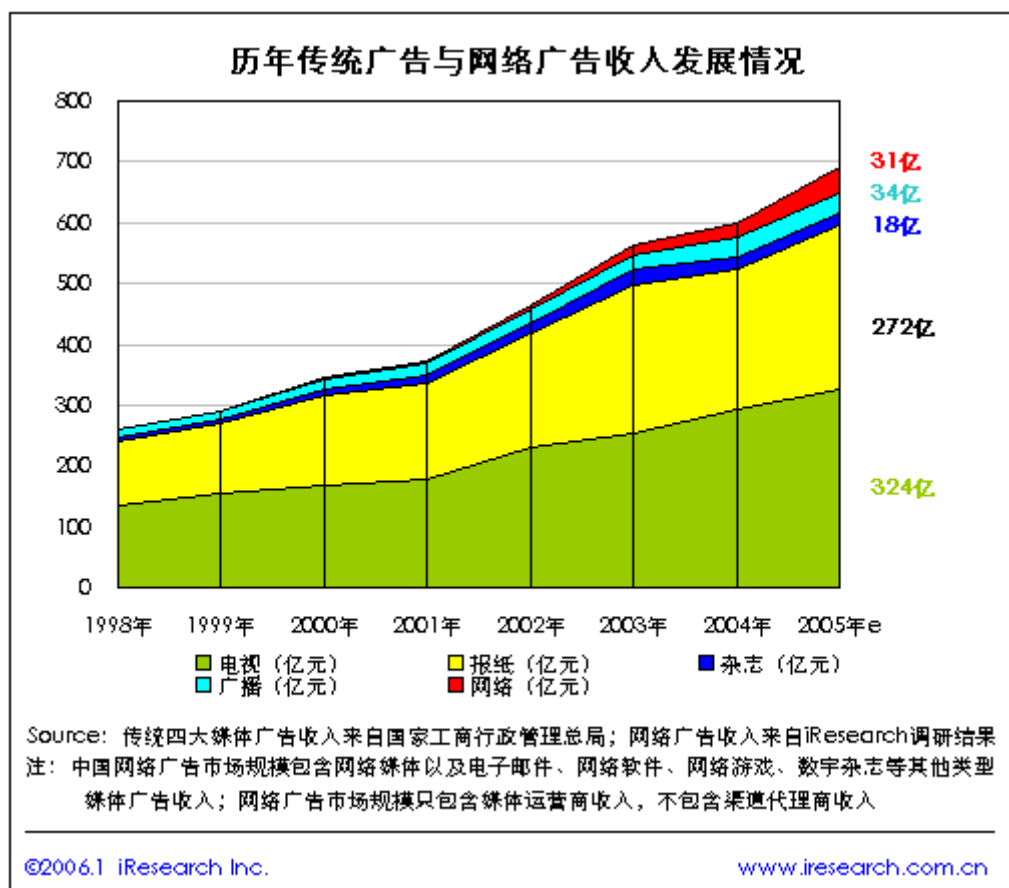
根据 iResearch 的调研数据显示, 2005 年中国网络广告市场规模为 31.3 亿元, 比 2004 年增长 77.1%, 是 2001 年的 7.6 倍。

根据 iResearch 的研究预测, 2006 年中国网络广告市场规模( 不包含渠道代理商收入) 将达到 46 亿元, 比 2005 年增长 48.2%; 至 2010 年, 中国网络广告市场规模( 不含渠道代理商收入) 预计将达到 157 亿元。

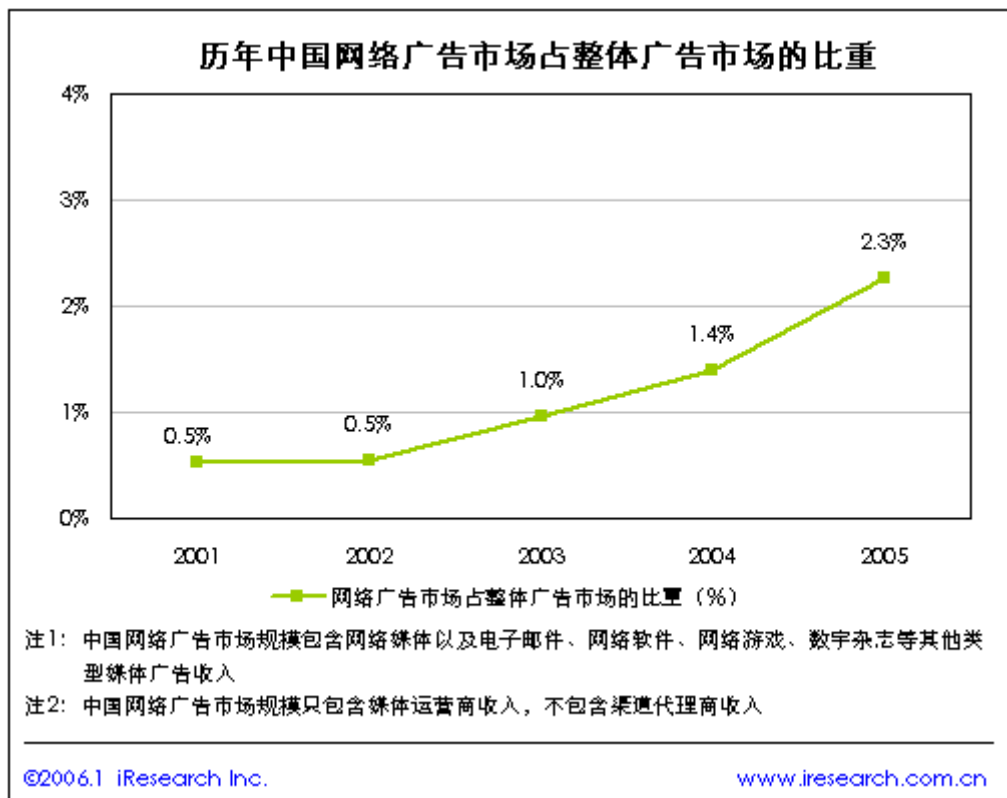


## 2.2. 中国网络广告市场占整体广告市场的比重

根据 iResearch 的调研数据显示,2005 年网络广告市场规模(不包含渠道代理商收入)为 31.3 亿,超过杂志广告收入 18 亿元,接近广播广告收入 34 亿。

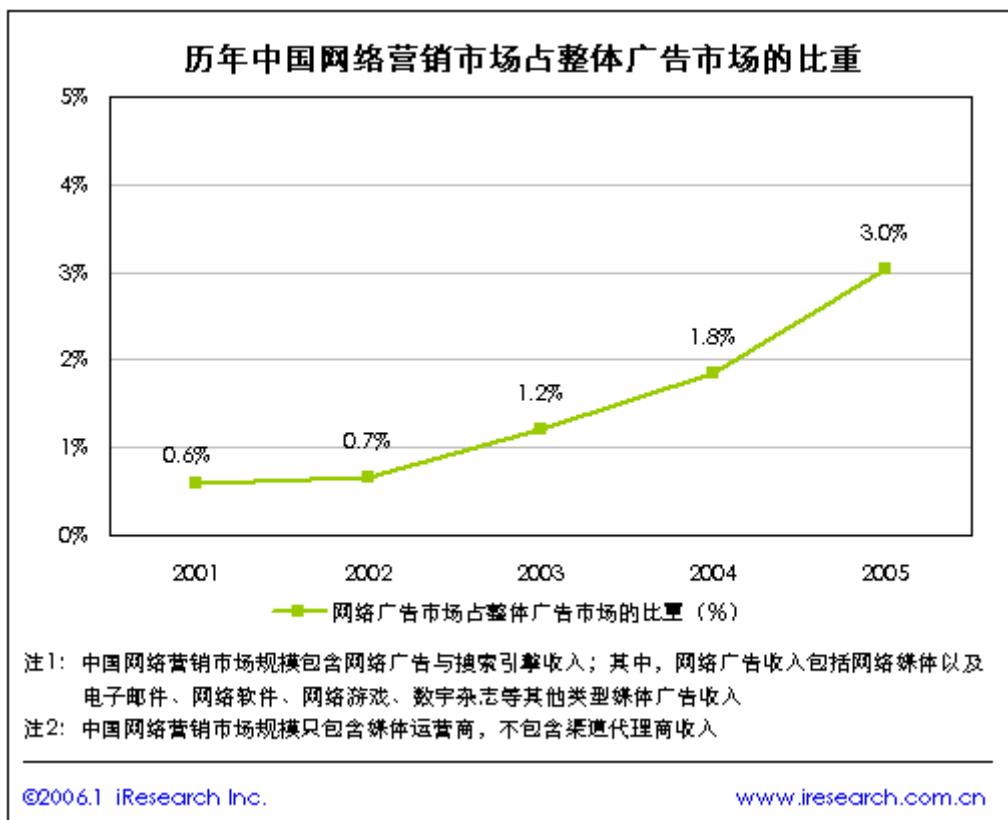


根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年网络广告市场规模（不包含搜索引擎收入，不包含渠道代理商收入）为 31.3 亿元，占整体广告市场的比重由 2001 年的 0.5% 迅速攀升至 2005 年的 2.3%。



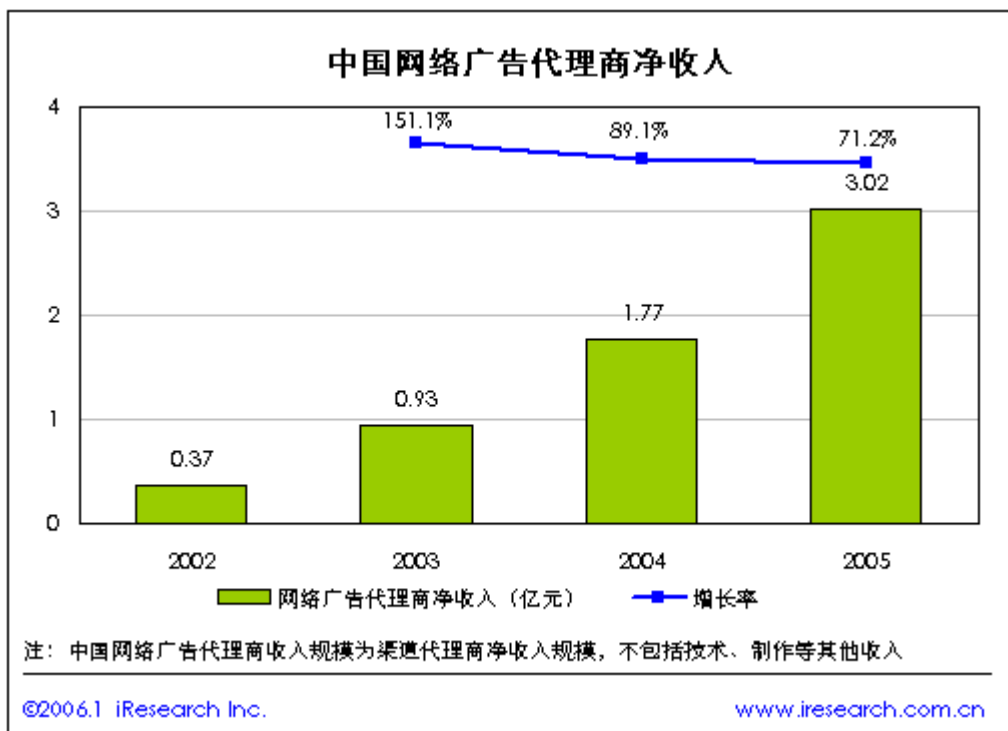


根据 iResearch 的调研数据显示,2005 年网络营销市场规模(包含网络广告与搜索引擎收入,不包含渠道代理商收入)为 41.7 亿元,占整体广告市场的比重为 3.0%,比 2004 年的 1.8%上升了 1.2 个百分点,中国网络营销市场高速发展。



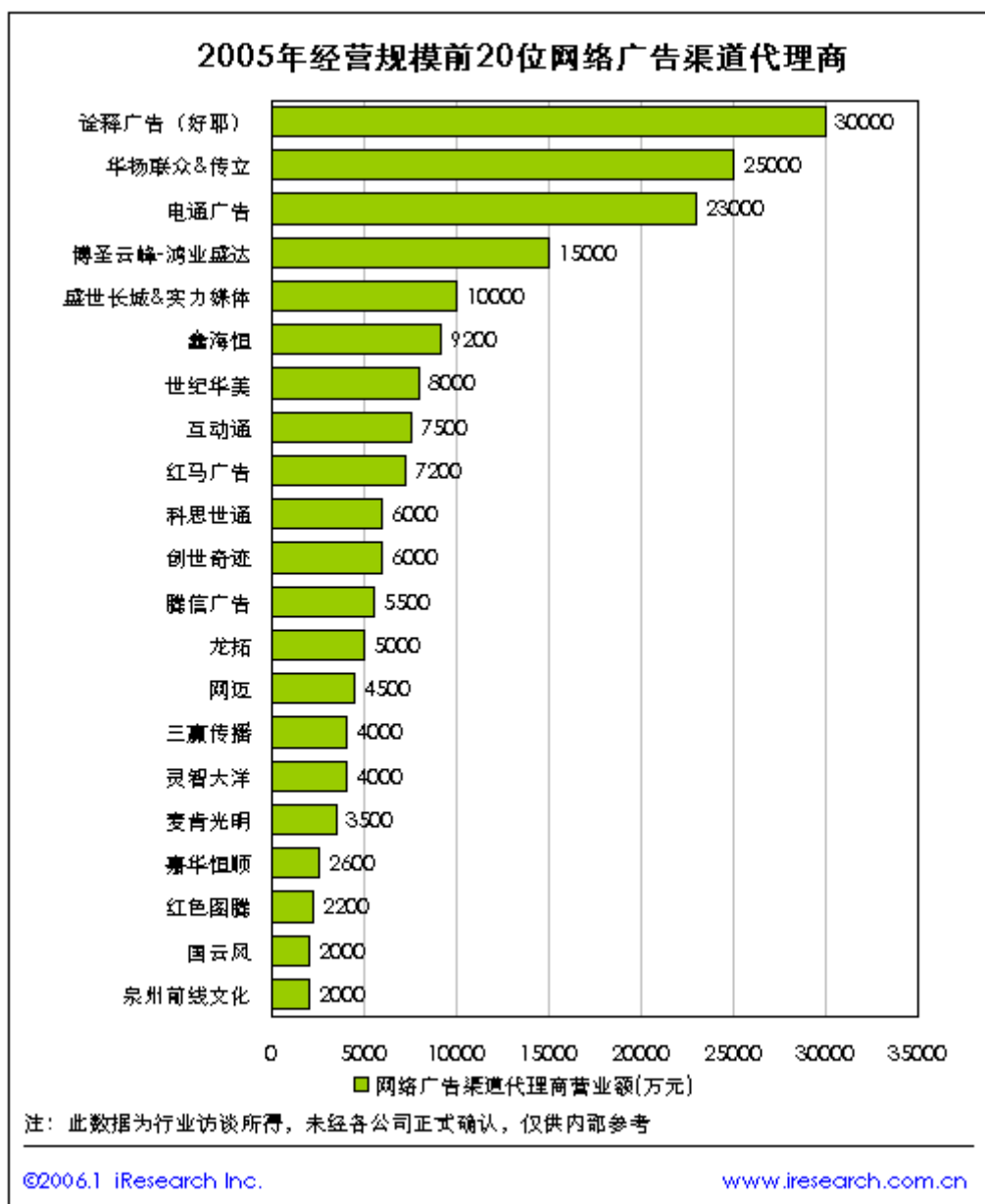
### 2.3. 中国网络广告渠道代理商净收入及增长率

根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年中国网络广告渠道代理商净收入为 3.02 亿元，比 2004 年的 1.77 亿元增长了 71.2%，是 2002 年网络广告渠道代理商收入的 8 倍。



#### 2.4. 2005 年经营规模前 20 位网络广告渠道代理商

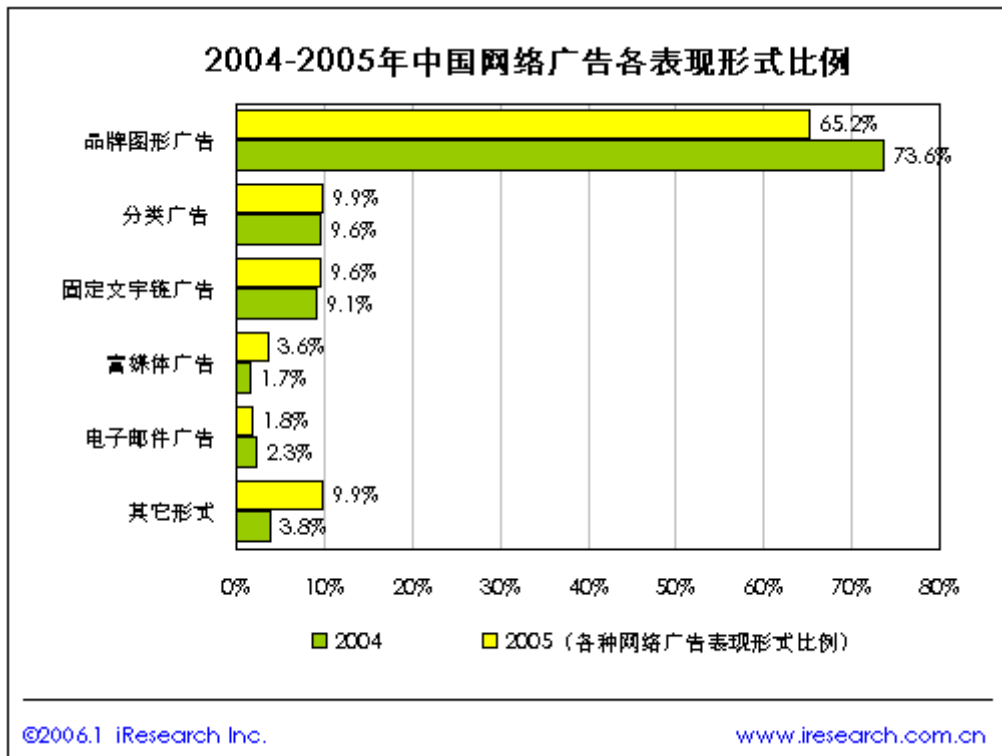
网络广告渠道代理商在 2005 年中快速发展，诠释广告（好耶）、华扬联众&传立、电通广告三家网络广告渠道代理商以较大优势继续位列前三甲。



### 3. 中国网络广告细分市场规模

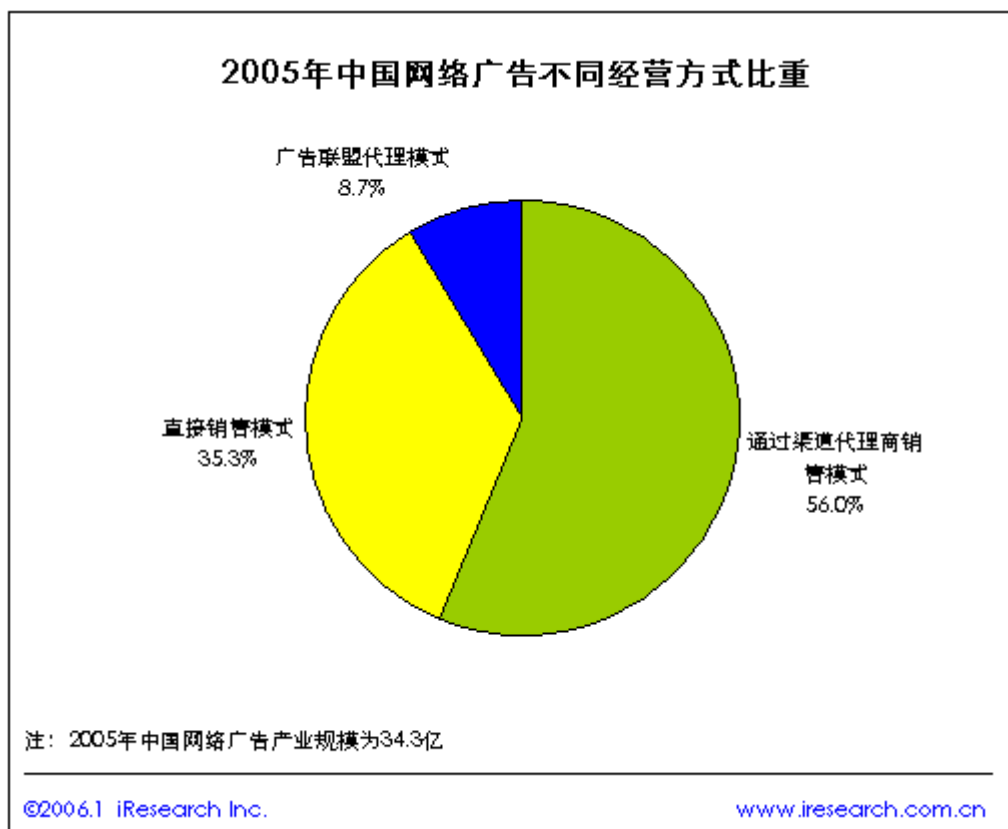
#### 3.1. 按网络广告表现形式细分市场规模

根据 iResearch 对中国网络广告表现形式的调研数据显示，在 2005 年 31.3 亿元网络广告市场规模中，品牌图形类广告所占比例为 65.2%，比 2004 年的 73.6% 下降超过 8 个百分点；富媒体广告市场份额翻番，从 2004 年的 1.7% 上升为 2005 年的 3.6%。



### 3.2. 不同广告经营形式分类市场规模

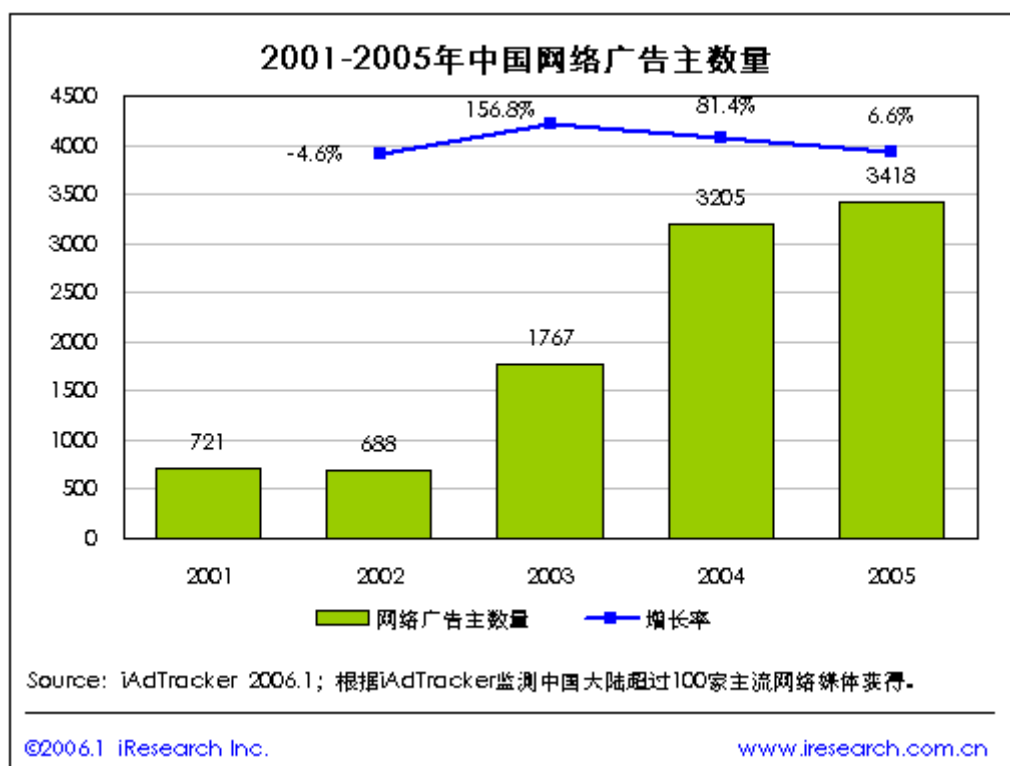
根据 iResearch 对中国网络广告经营方式调研数据显示,2005 年中国网络广告产业规模为 34.3 亿元;其中,通过渠道代理商销售的广告比重占 56.0%,直接销售模式的比重为 35.3%,通过广告联盟代理的比重为 8.7%。



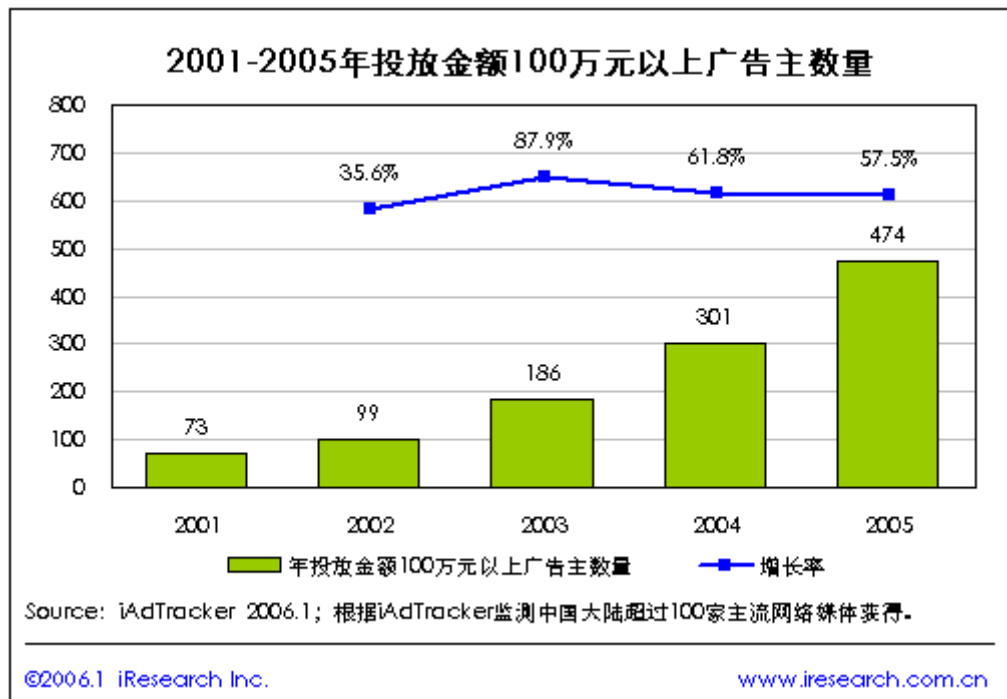
#### 4. 中国网络广告主及市场集中度分析

##### 4.1. 中国网络广告主数量

根据 iAdTracker 的监测数据显示，2005 年中国网络广告主数量为 3418 家，比 2004 年的 3205 家增加 213 家，增长 6.6%。中国网络广告主数量增长趋缓，将保持稳定增长。

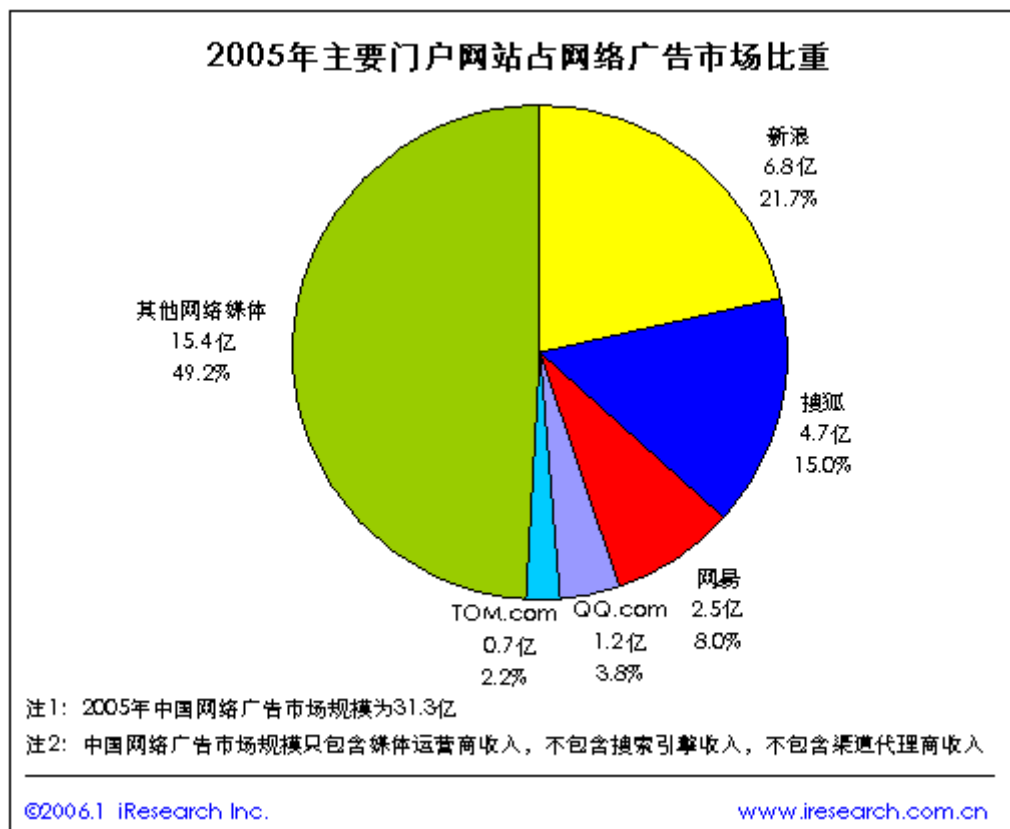


根据 iAdTracker 的监测数据显示，2005 年投放金额在 100 万元以上的广告主数量为 474 家，比 2004 年的 301 家增加 173 家，增长 57.5%。2005 年，在中国网络广告主数量增长趋缓的情况下，广告主预算增长明显。



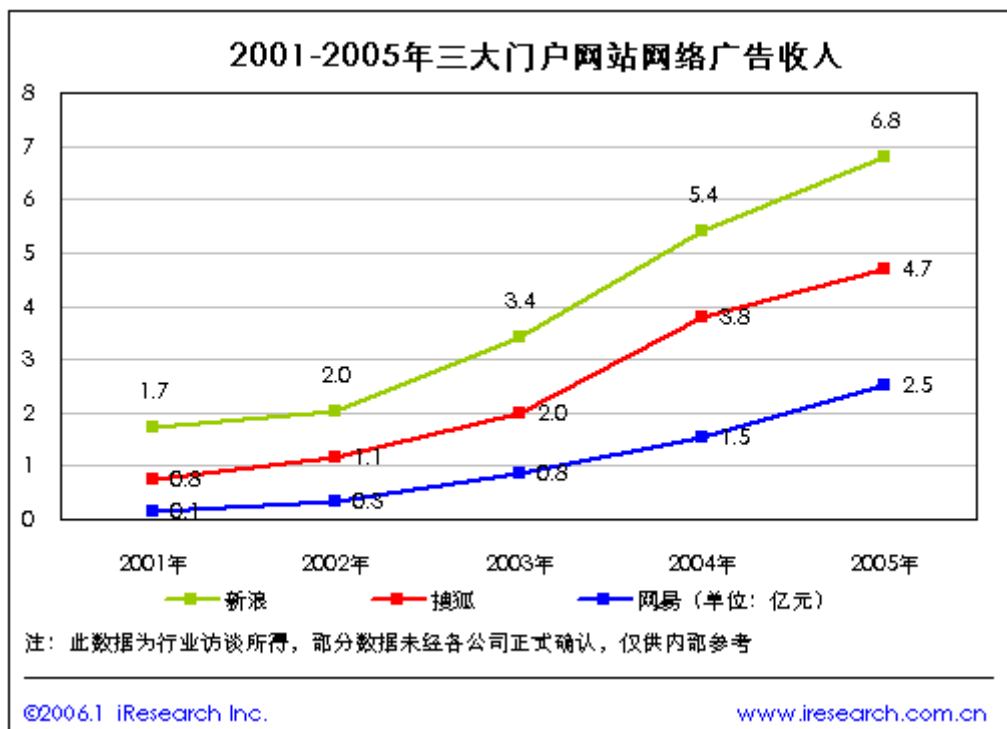
#### 4.2. 2005 年中国主要门户网站占网络广告市场比重

根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年新浪以 6.8 亿网络广告收入占中国网络广告市场比重为 21.7%，搜狐以 4.7 亿以占 15.0%，网易以 2.5 亿占 8.0%，QQ.com 以 1.2 亿占 3.8%，TOM.com 以 0.7 亿占 2.2%。中国主要门户网站累计占网络广告市场比重超过 50%。

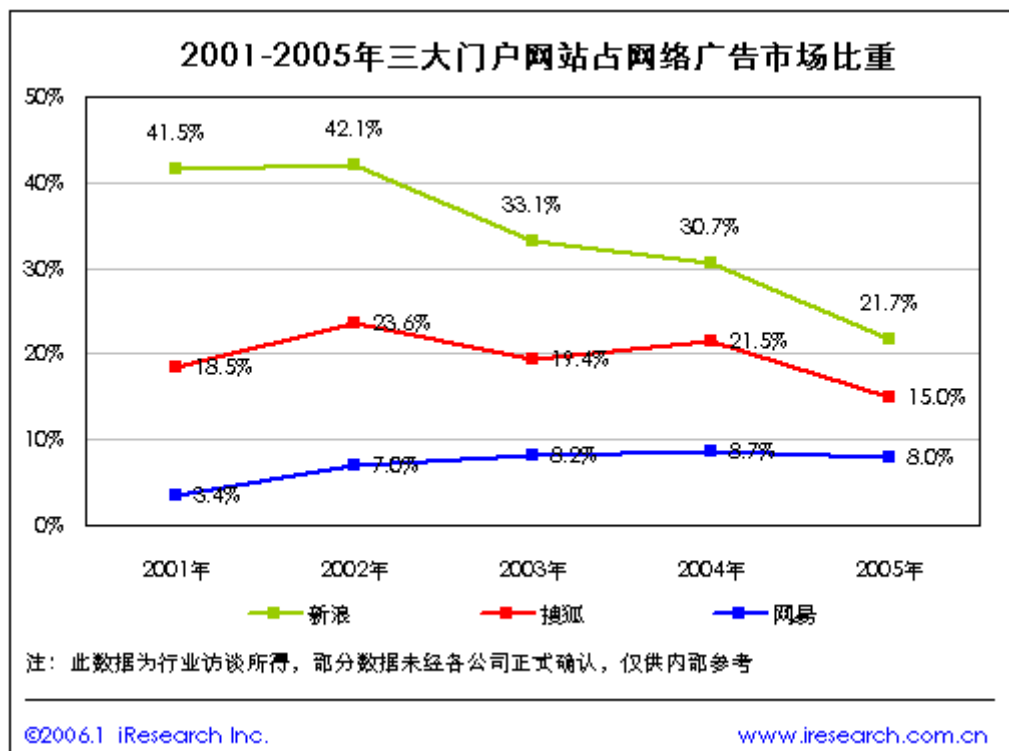




2001-2005 年间，新浪、搜狐、网易三大门户网站网络广告收入正处于上升通道中，网络广告收入成为门户网站稳定的收入来源；从网络广告收入格局来看，新浪的网络广告收入位列第一，与随后的搜狐、网易在网络广告收入上保持一定领先优势。

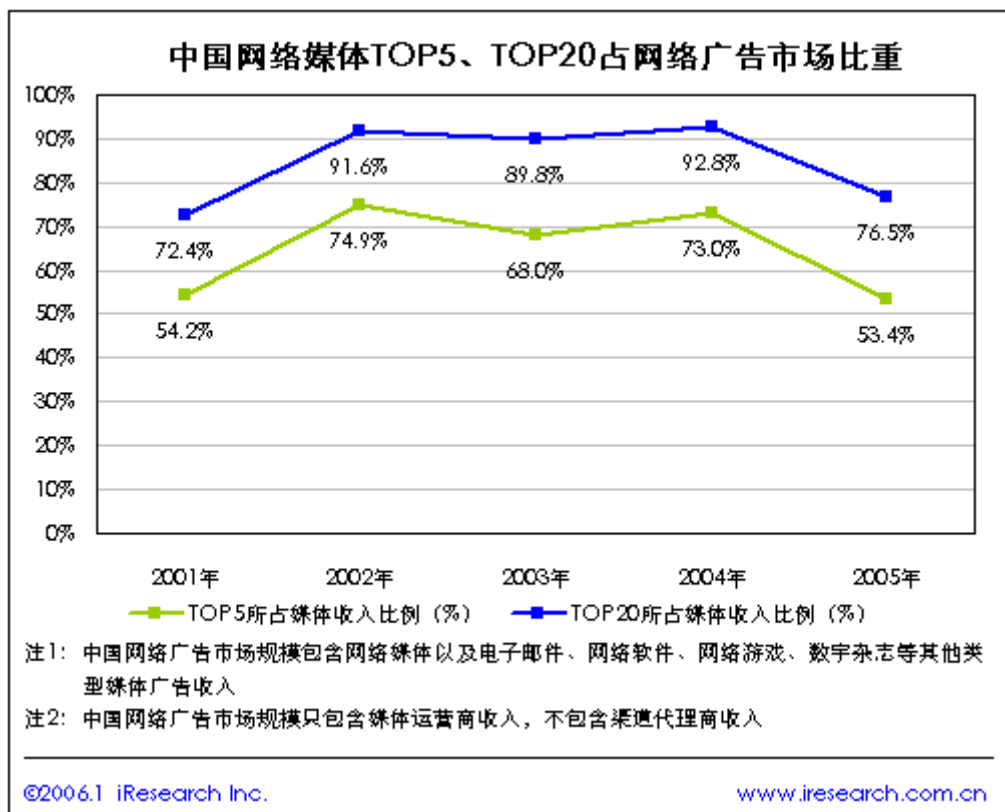


2001-2005 年间,三大门户网站占网络广告市场比重则处于下降通道中,随着整个互联网业网络广告市场的发展,三大门户网站所占网络广告比重下降明显。



#### 4.3. 中国网络媒体 TOP5、TOP20 占市场比重

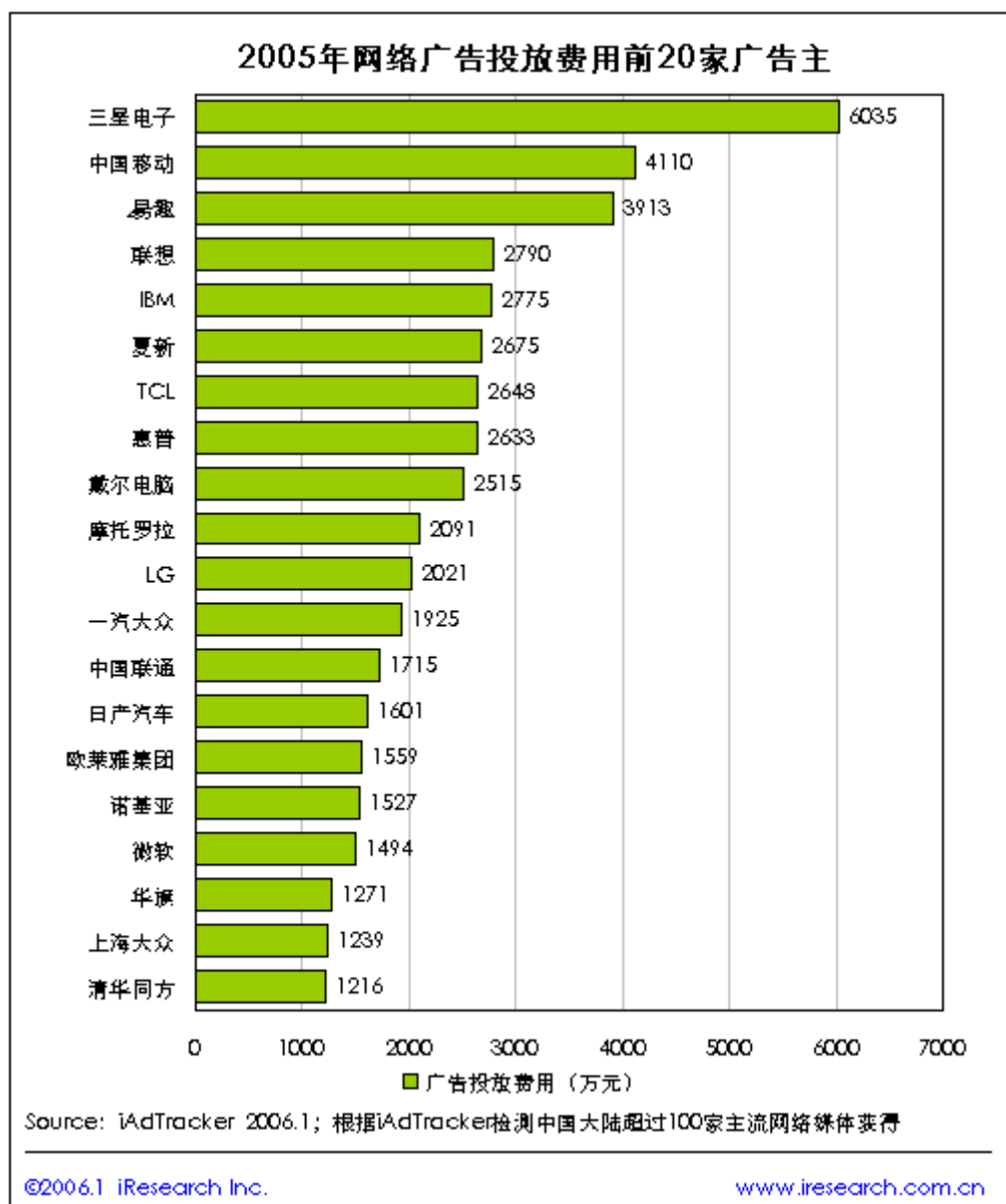
根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年中国网络媒体前五位收入所占网络广告比重为 53.4%，比 2004 年的 73.0% 大幅下降近 20 个百分点；2005 年中国网络媒体前二十位网络媒体所占比重为 76.5%，比 2004 年的 92.8% 下降 21 个百分点，市场集中度开始下降。



## 5. 中国网络广告细分行业规模

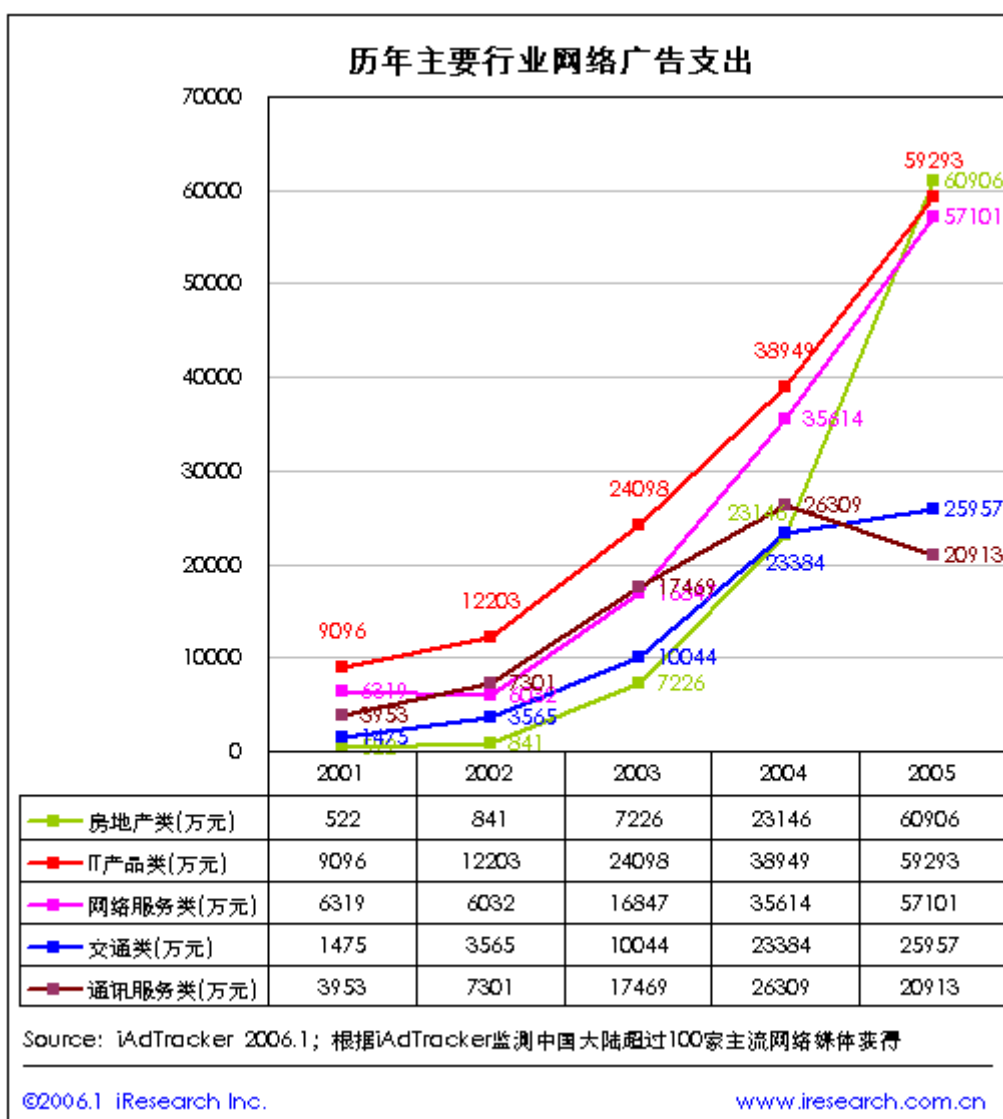
### 5.1. 2005 年投放费用前 20 家广告主

根据 iAdTracker 监测，2005 年网络广告投放费用最多的广告主是三星电子，共投放网络广告费用 6035 万元，其次是中国移动和易趣，分别投放网络广告费用 4110 万元和 3913 万元。



## 5.2. 细分产品网络广告支出

根据 iResearch 的调研数据显示，2005 年房地产、IT 产品、网络服务、交通以及通讯服务类产品的网络广告投放量位居行业前五位。其中，房地产类网络广告支出比例排名第一，其支出比例自 2002 年以来的 522 万元直线上升至 2005 年的 60906 万元；2005 年 IT 产品类与网络服务类网络广告支出比例分别为 59293 万元和 57101 万元，位列第二、三位；交通类和通讯服务类的网络广告支出比例分别达 25957 万元和 20913 万元。



**法律声明：**

本报告为艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给艾瑞会员下载，作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

**公司网站/免费资讯：**

中文研究网站：<http://www.iresearch.com.cn>

英文研究网站：<http://english.iresearch.com.cn>

**公司收费服务：**

中国网民调查：<http://www.iusersurvey.com>

网络广告监测：<http://www.iadtracker.com>

**公司其他子网站：**

网络媒体排名：<http://www.iwebchoice.com>

网络广告推荐：<http://www.iadchoice.com>

**报告购买/定制调查：**

艾瑞市场咨询有限公司 上海

地址：上海市徐汇区南丹东路 300 弄 9 号亚都商务楼 1008 室，200030

电话：021-54592025，34241076 -业务部

艾瑞市场咨询有限公司 北京

地址：北京市朝阳区建国路 88 号 SOHO 现代城 C 座 1509 室，100022

电话：010-85804143，85806810 -业务部

**报告总顾问：**

杨伟庆 iResearch 总裁

Email: [henry@iresearch.com.cn](mailto:henry@iresearch.com.cn)