



China Online Marketing Research Report

中国企业网络营销研究报告 2004 年

上海艾瑞市场咨询有限公司
Shanghai iResearch Co., Ltd.

版权声明：该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归中国互联网协会和上海艾瑞市场咨询有限公司共同所有。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. 概念定义	2
II. 研究方法	2
一.主要网络营销行业情况	3
1.中国中小企业数量变化	3
2.网络广告行业情况.....	4
2.1.网络广告市场规模	4
2.2. 中国企业网络广告年平均投入	5
3.搜索引擎行业情况.....	6
3.1.搜索引擎市场规模	6
3.2.中国企业搜索引擎年平均投入	7
4.E-mail 营销行业情况.....	8
二.企业网络营销现状	9
1.企业用户网络营销使用比例	9
2.进行过网络营销企业规模情况.....	10
3.进行过网络营销活动企业行业分布	11
4.进行过网络营销企业地区分布.....	12
5.企业网络营销活动使用情况	13
6.企业认为最好的网络营销活动.....	14
7.企业对网络营销活动的满意程度.....	15
8.网络营销服务商的服务方式	16
9.网络营销的优势	17
10.网络营销的不足之处	18
11.企业进行网络营销活动时间	19
12.近一年企业进行网络营销活动的花费.....	20
13.企业未来一年网络营销活动预算变化情况	21

I. 概念定义

1、调研总体定义描述

- iResearch 根据用户所在地区将其分为华北、华东、华南、西南、西北、东北、华中以及中心城市、一级城市和二级城市

华北：北京、天津、河北、山西、内蒙古、山东

华东：上海、浙江、江苏、安徽

华南：广东、福建、广西、海南

西南：四川、重庆、云南、贵州、西藏

西北：陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆

东北：吉林、辽宁、黑龙江

华中：湖南、湖北、江西、河南

中心城市：北京/上海/广州

一级城市：北京/上海/天津/重庆/广州/深圳/杭州/哈尔滨/长春/沈阳/大连/石家庄/太原/济南/青岛/南京/合肥/福州/厦门/成都/昆明/贵阳/西安/兰州/长沙/武汉/南昌/郑州/南宁

其他地区：除一级城市以外的其他城市或其他地区，包括县、镇和农村

II. 研究方法

报告数据收集和分析主要通过2004年3月iUserSurvey对中国网络用户E-mail调研获得。

本次调查主要采用Email问卷调查的方式进行，经过处理排除无效问卷共获得了3879份有效问卷：

1.1 Email问卷调查

于2004年3月对iResearch的iUserSurvey网民样本数据库（关于iUserSurvey详见：http://www.iresearch.com.cn/iusersurvey/service_intro.asp）采用Email的方式发送问卷，并由用户主动参与填写问卷的方式来获取信息，经处理排除无效问卷，获得280份样本。

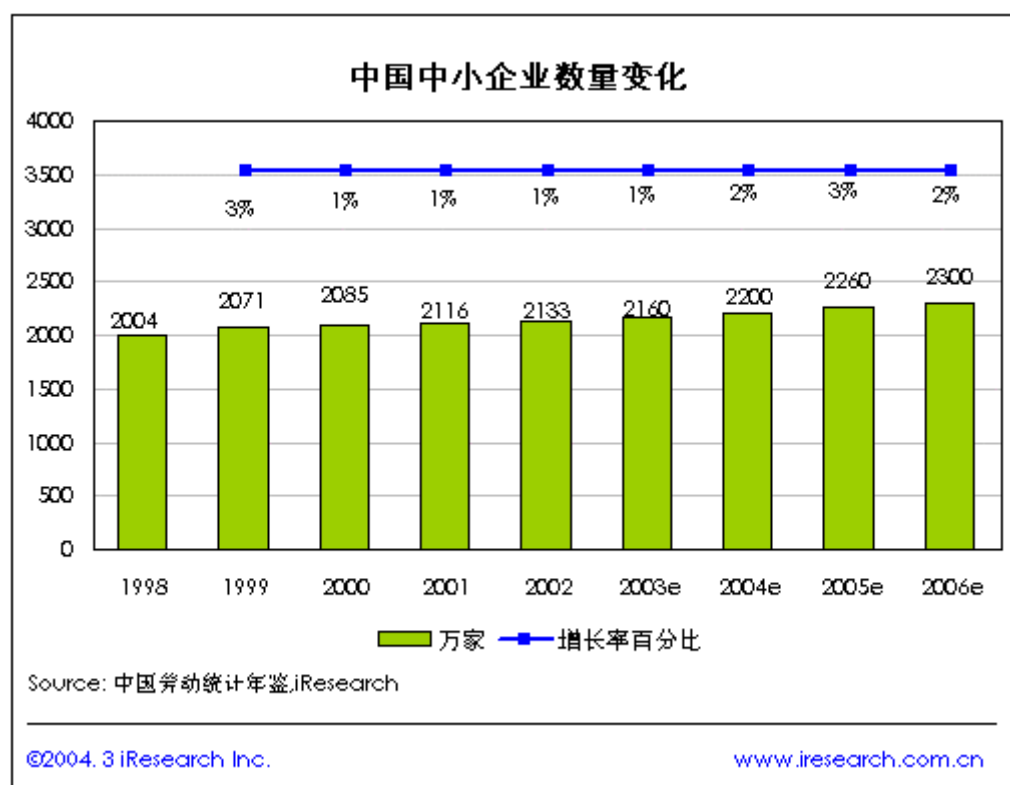
1.2 关于无效问卷的定义

- 问卷回答中逻辑明显不合理的情况作为无效问卷处理
- 根据用户填写问卷的个人信息，重复用户问卷作为无效问卷处理

一.主要网络营销行业情况

1.中国中小企业数量变化

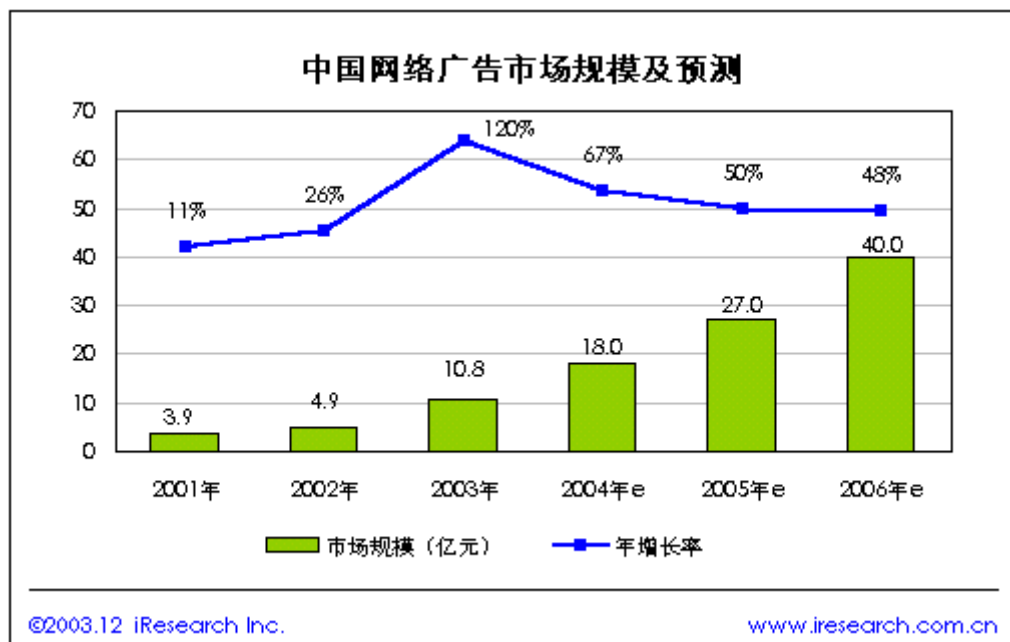
来自中国劳动统计年鉴数据,2003年中国中小企业达到2160万家,2004年将达到2200万家,到2006年中国中小企业将达到2300万家。



2.网络广告行业情况

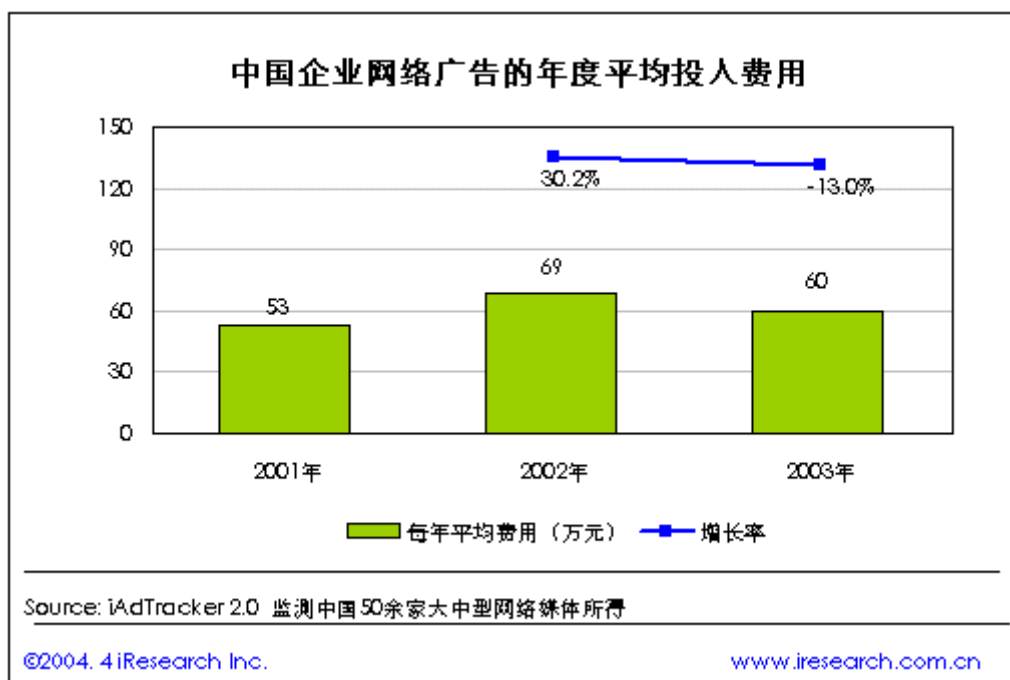
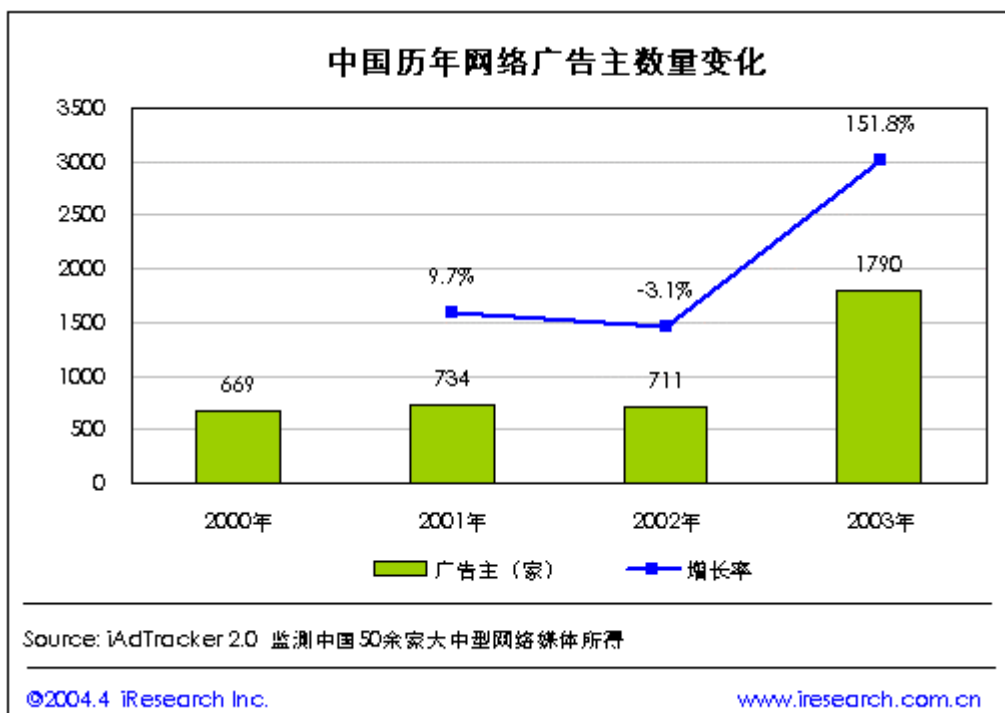
2.1.网络广告市场规模

2003年上半年,突如其来的SARS给中国带来的不仅有恐惧和灾难,越来越多在SARS期间呆在家中上网的网民,也给网络媒体带来了更大的发展机遇。户外活动不能搞,户外广告看得人少,那些拿着大量广告预算的广告经理开始把预算更多地给了这个新兴的媒体--网络。据iResearch统计,2003年中国网络广告市场达到了10.8亿人民币,比2002年的4.9亿翻了一番还要多,并在今后3年中以平均55%的增长率继续发展。



2.2. 中国企业网络广告年平均投入

据艾瑞统计，2000-2003年中国网络广告主数量分别是669、734、711和1790家，2001年-2003年中国企业网络广告年均投入分别是53、69和60万元。

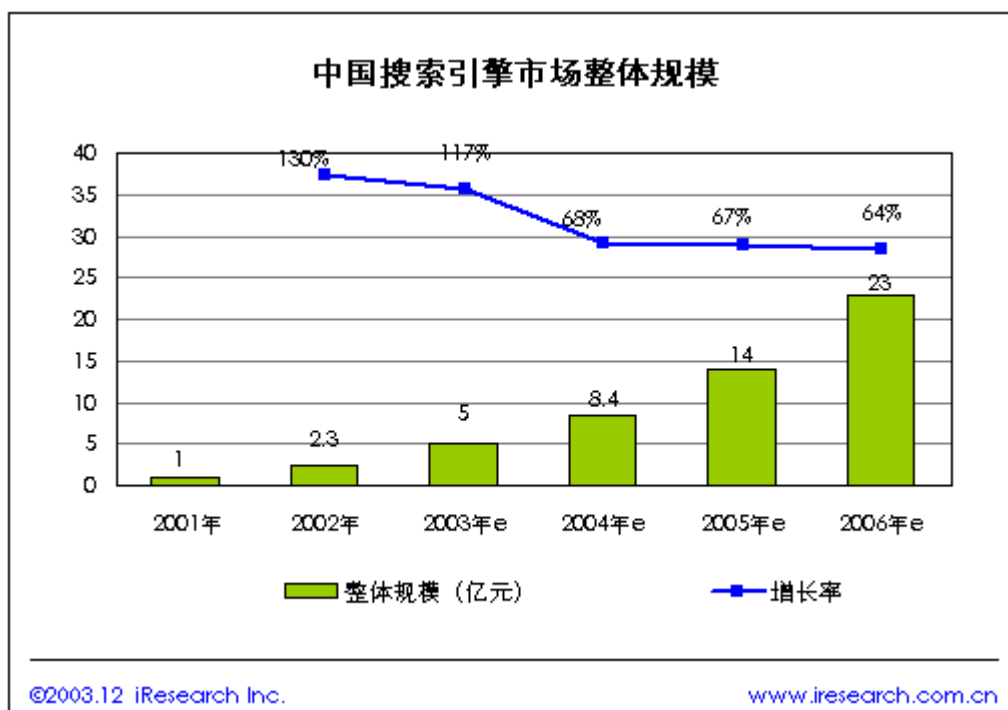


3.搜索引擎行业情况

3.1.搜索引擎市场规模

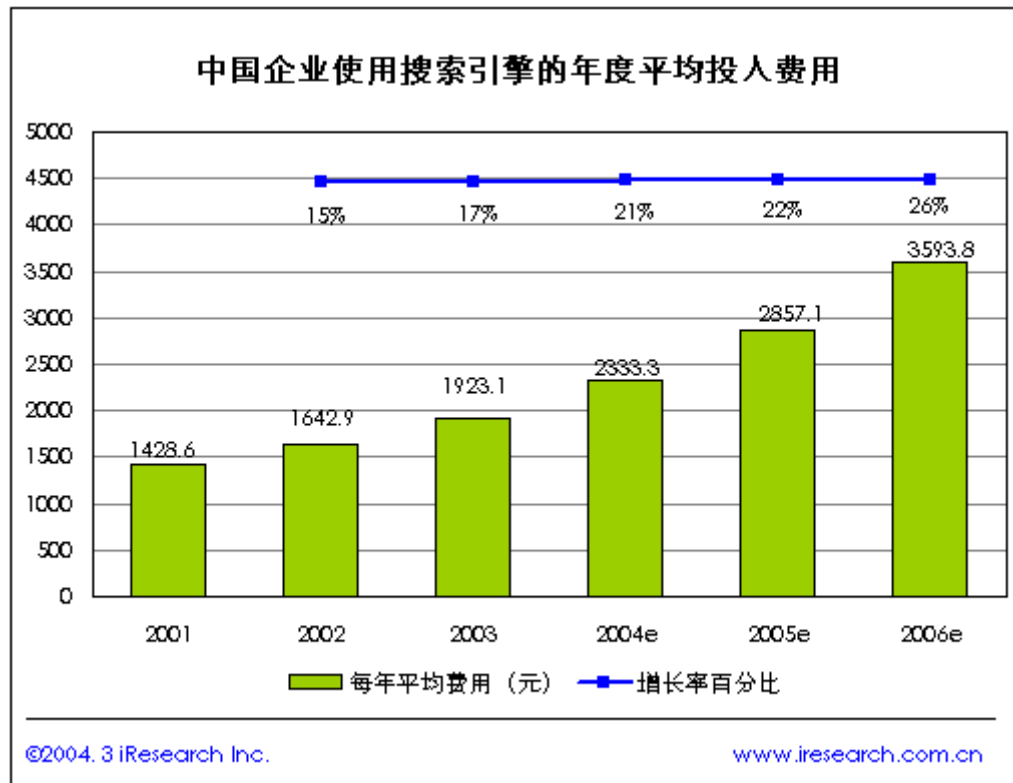
搜索引擎作为连接互联网的一座桥梁,越来越受到人们的重视,也逐渐成为继广告、短信、邮箱后的又一收入增长点。互联网根据艾瑞市场咨询iResearch统计,中国的搜索引擎市场2003年达到了5亿元人民币,比2002年的2.3亿一年增长了117%,显示了搜索引擎市场的强劲增长。iResearch研究的搜索引擎市场包括IE地址栏搜索、网站登陆/固定排名、竞价排名等多种收入模块,具体收入中包含运营商及代理商的收入。

根据iResearch估计,今后三年内中国搜索引擎市场将每年增长60%至70%之间,2004年中国搜索引擎市场可达8.4亿元,2006年更可达23亿元。



3.2. 中国企业搜索引擎年平均投入

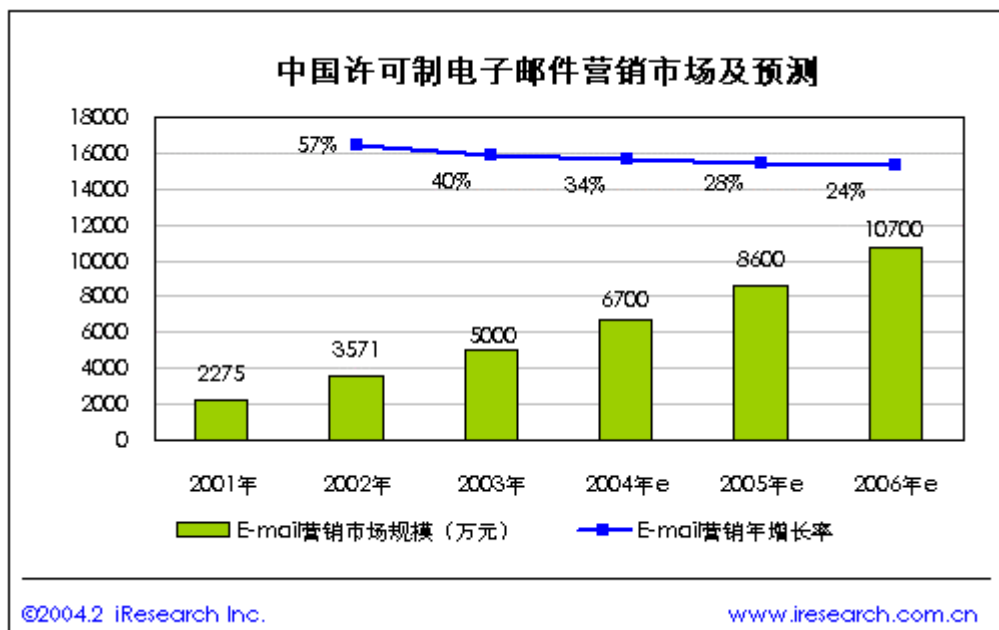
2003年中国企业搜索引擎的年平均投入为1923.1元，2004年年平均投入为2333.3元，到2006年中国企业搜索引擎的年平均投入将达到3593.8元。



4.E-mail 营销行业情况

Quiris 于 2002 年 10 月份的一项调查表明,56%的被调查者认为高质量的许可制 E-mail 营销活动对于企业品牌有正面影响。67%的被调查者反映,他们对于自己信任的公司开展的 Email 营销活动有良好印象,58%的用户表示,经常打开这些公司发来的 E-mail,54%的用户对于这些公司的信任要高于其竞争者。该研究表明,利用 E-mail 沟通顾客关系并让顾客保持满意,对增加销售有直接的促进作用。

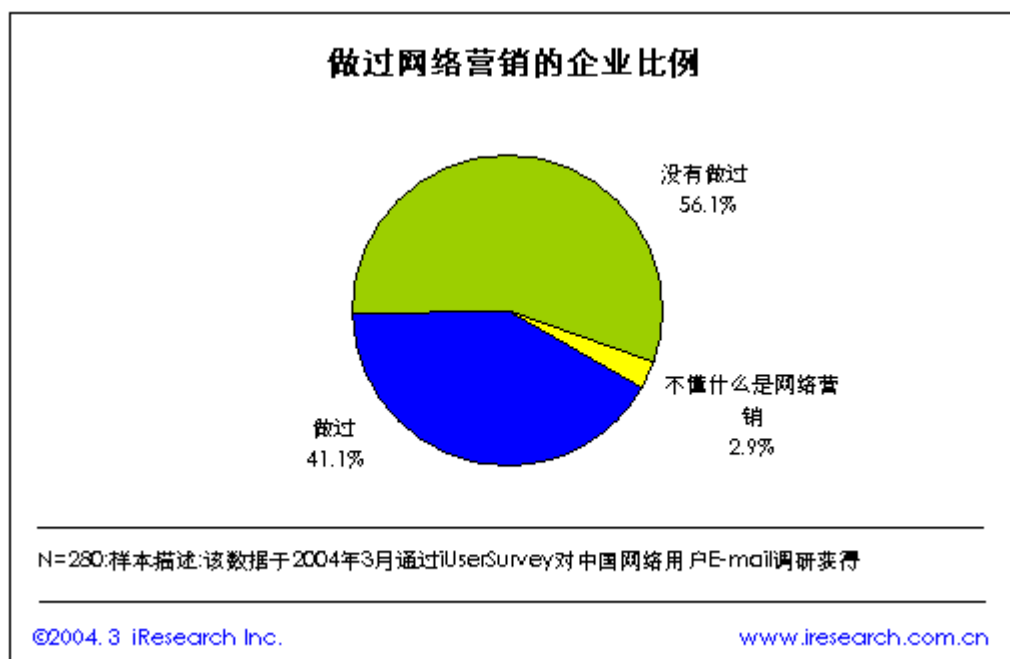
根据 iResearch 统计,2003 年中国许可制 E-mail 营销市场有 5000 万元规模,2004 年将会有 6700 万元,2005 年、2006 年将分别达到 8600 万元和 10700 万元。



二.企业网络营销现状

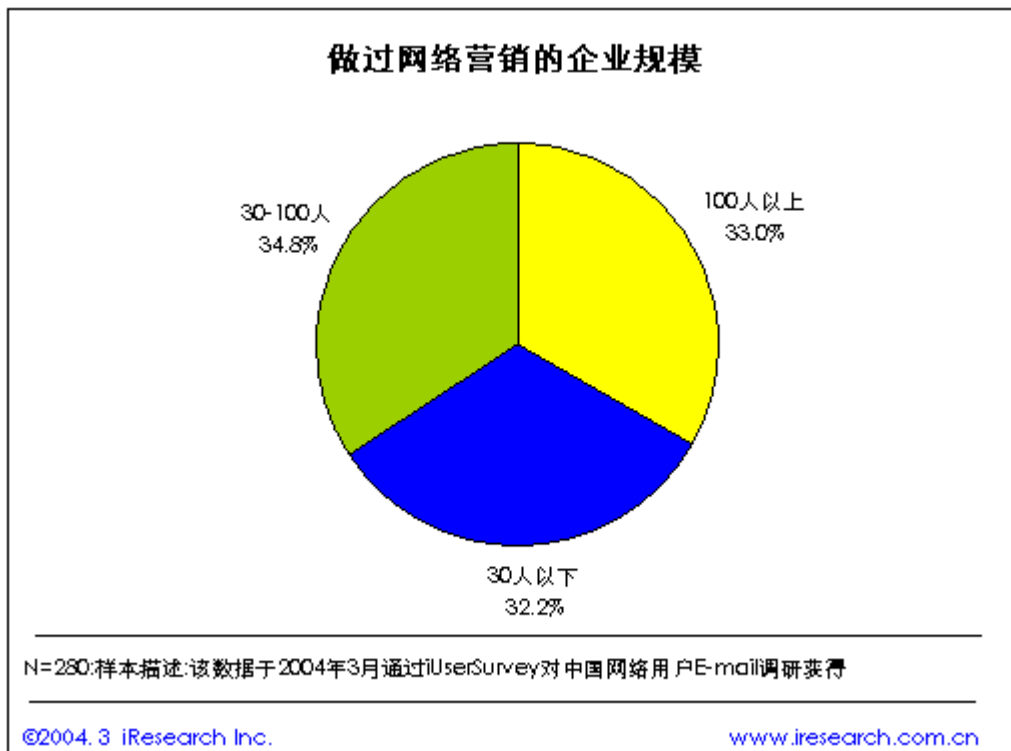
1.企业用户网络营销使用比例

有 56.1%的企业表示从没做过网络营销活动，有 41.1%的企业用户表示曾采用过网络营销方式，有 2.9%的企业用户不懂网络营销是什么。



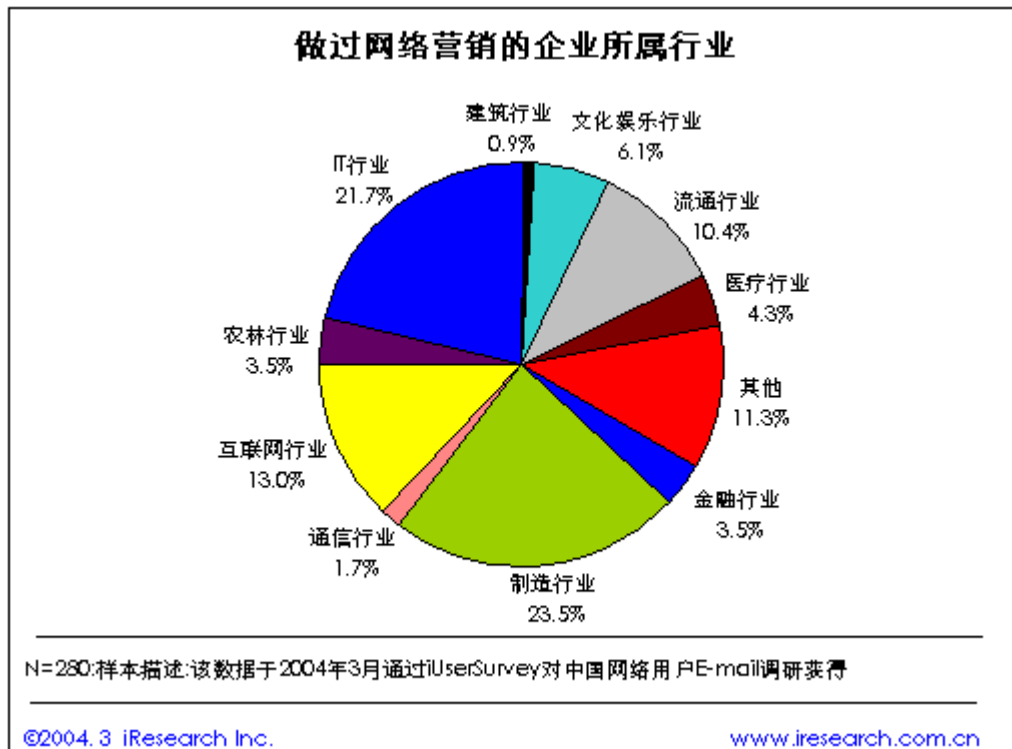
2.进行过网络营销企业规模情况

进行过网络营销的企业有 34.8%的是 30-100 人规模的公司,有 33%的企业是 100 人以上的企业,有 32.2%的企业是 30 人以下的公司。



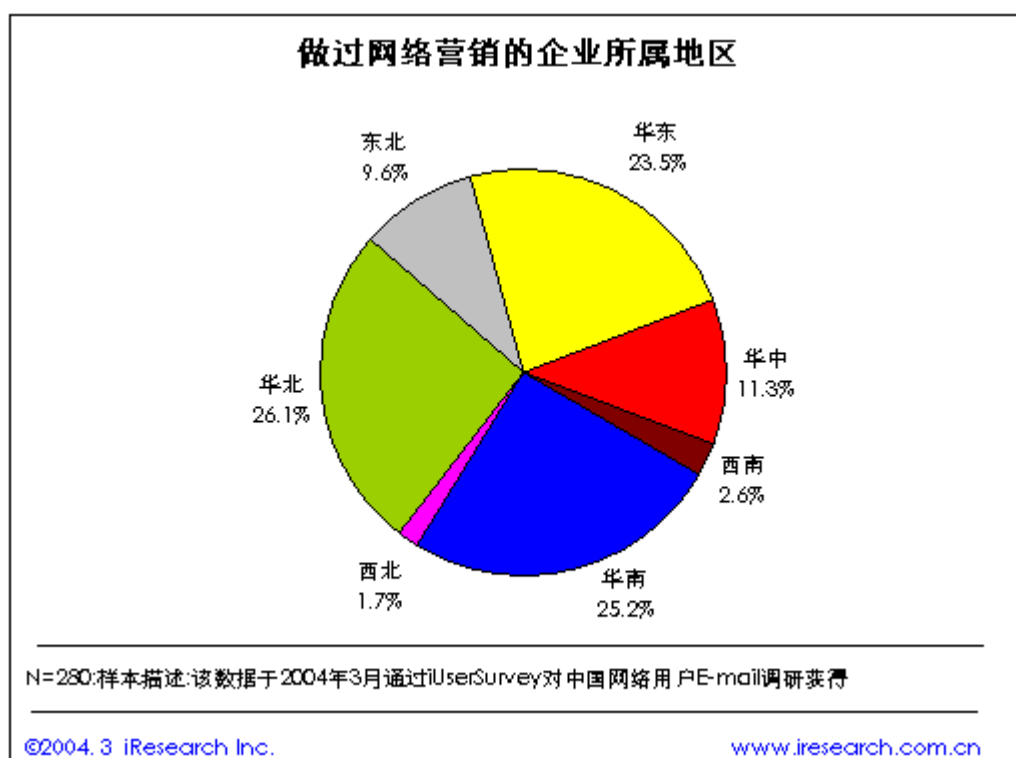
3.进行过网络营销活动企业行业分布

在进行过网络营销活动的企业行业分布中，采用网络营销的制造行业企业比例最大，其次是IT行业和互联网行业。



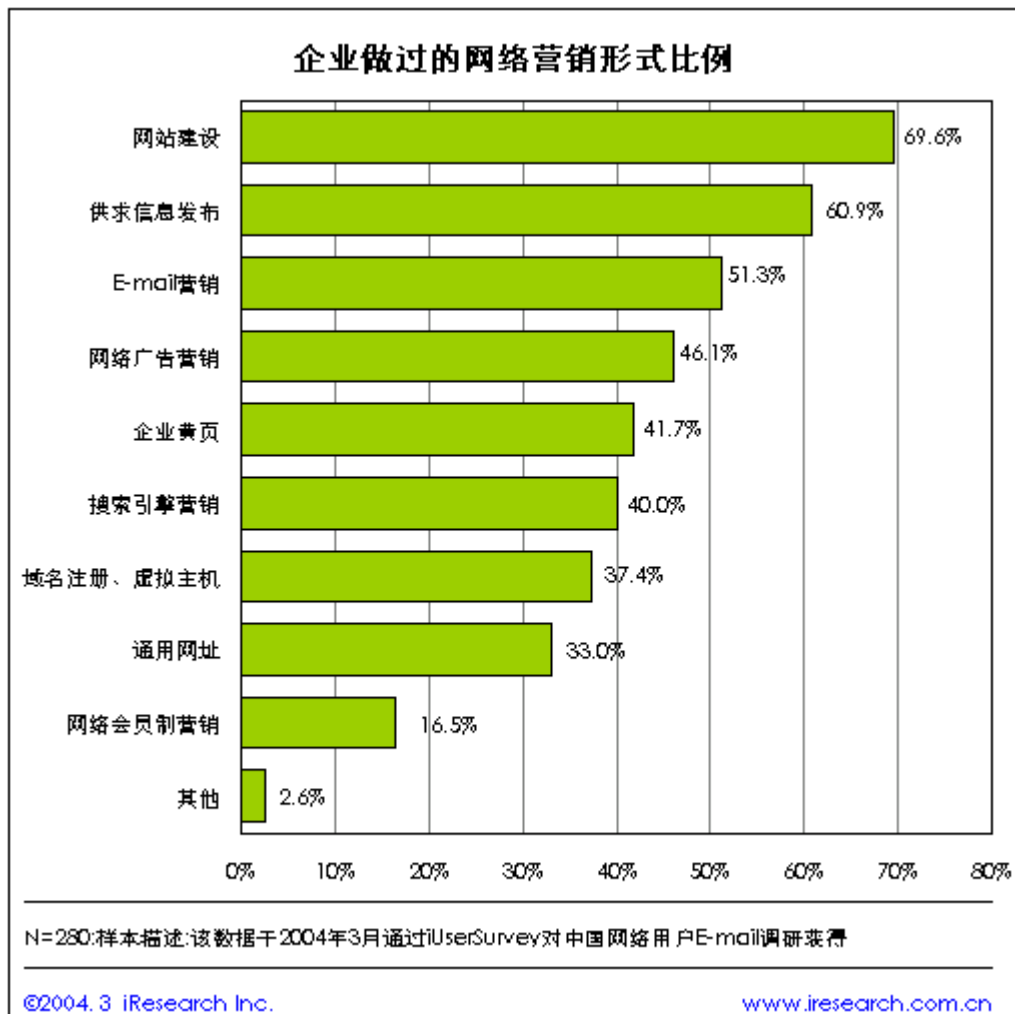
4.进行过网络营销企业地区分布

从地区分布上看，华北的企业采用网络营销最多，其次是华南和华东的企业。



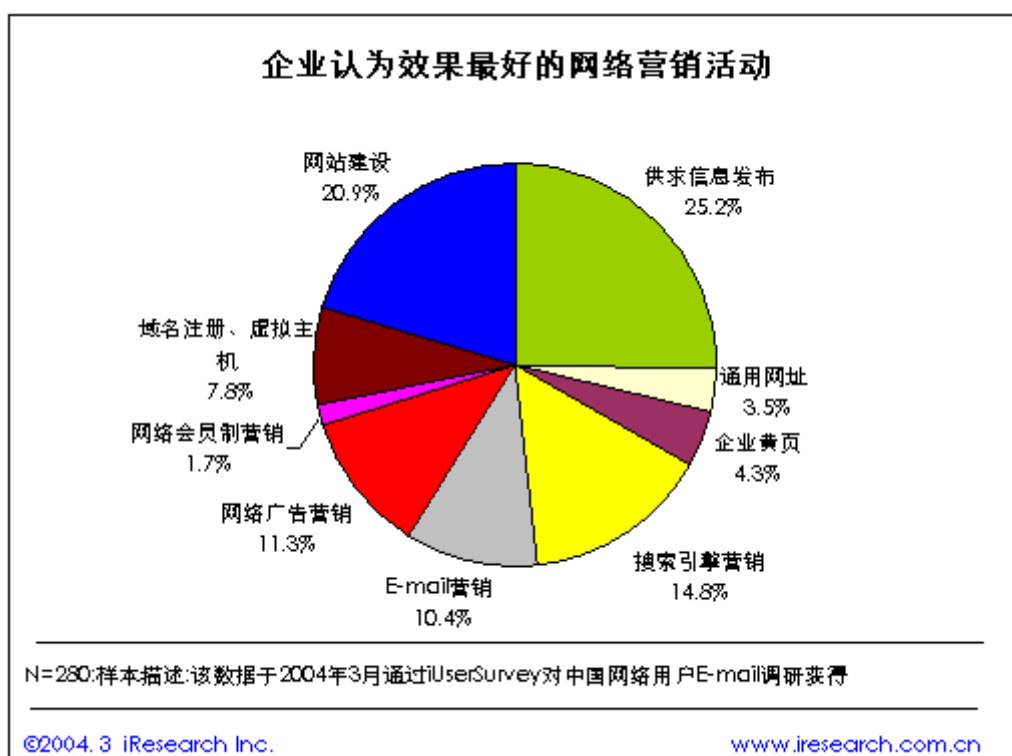
5.企业网络营销活动使用情况

在企业所采用的网络营销形式上看，企业最多采用的是网站建设，占69.6%，其次是采用供求信息发布，占60.9%，E-mail营销占51.3%，列第三。



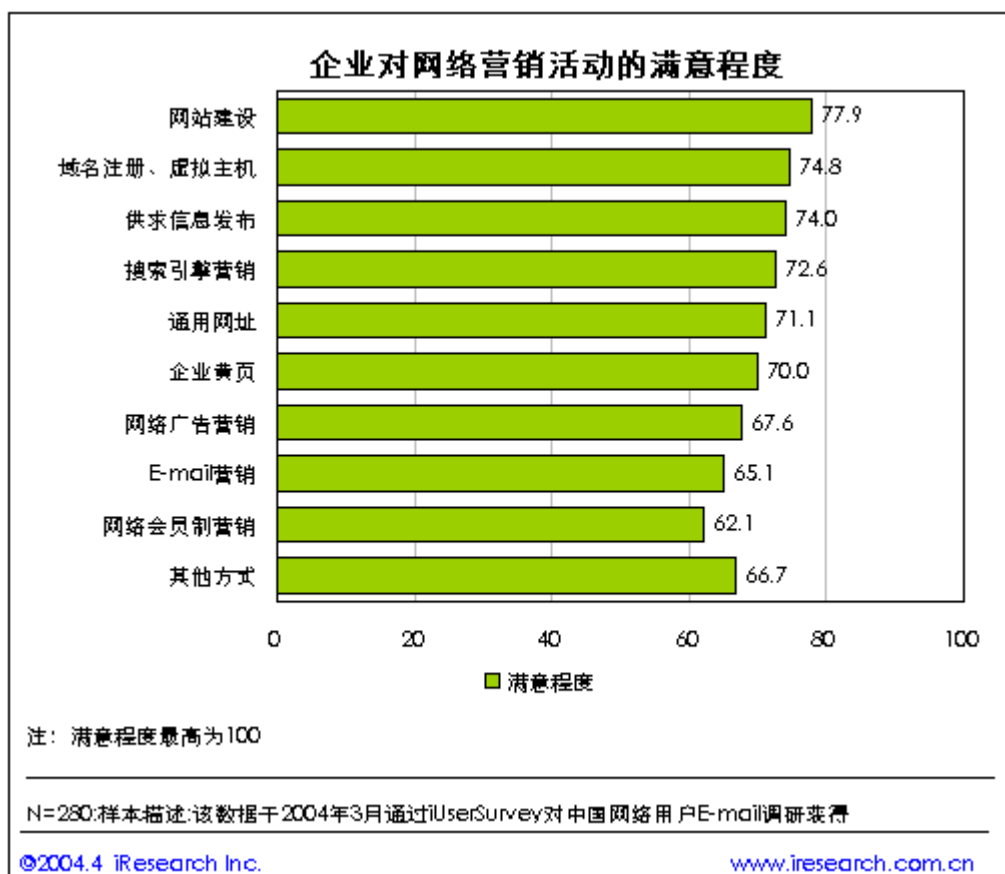
6. 企业认为最好的网络营销活动

企业认为效果最好的网络营销活动是供求信息发布，占 25.2%，其次是网站建设和搜索引擎营销，分别占 20.9% 和 14.8%。



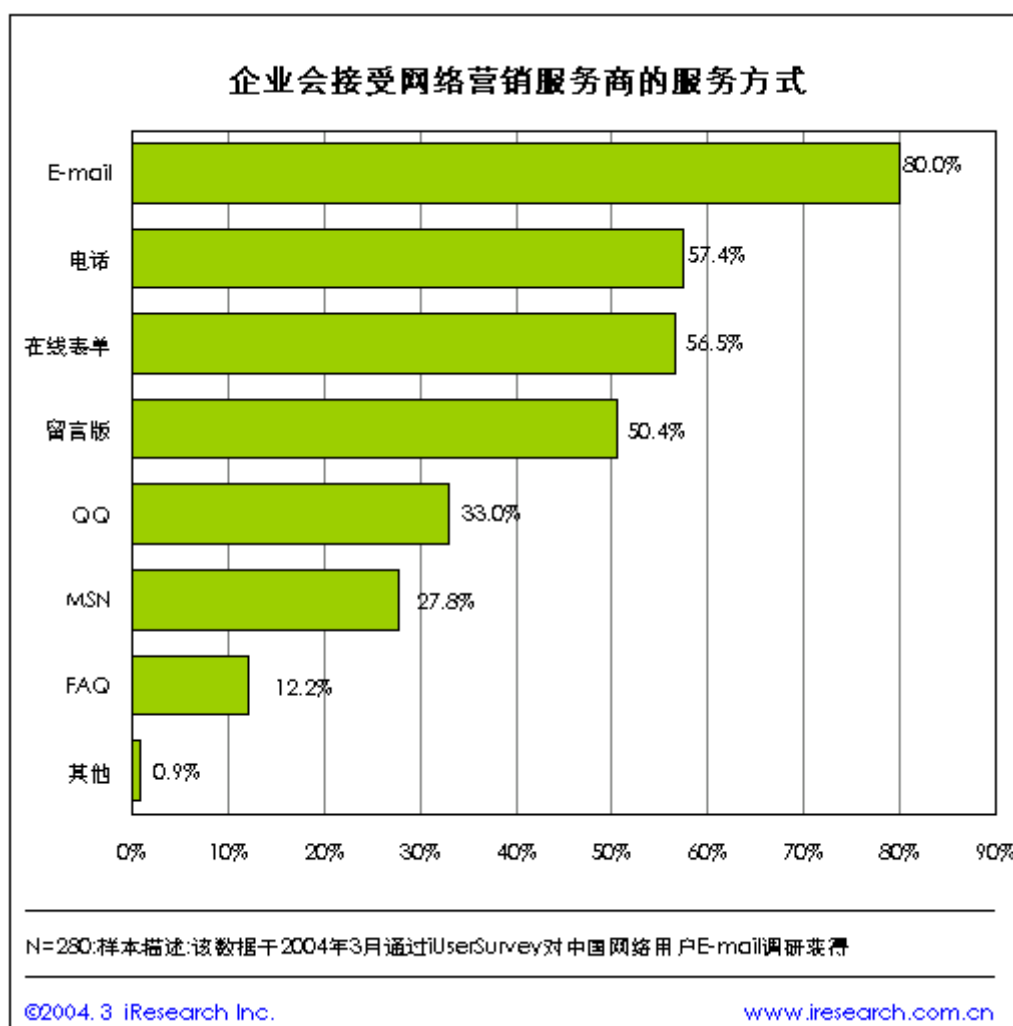
7.企业对网络营销活动的满意程度

企业最满意的网络营销活动是网站建设，其次是域名建设、虚拟主机和供求信息发布。



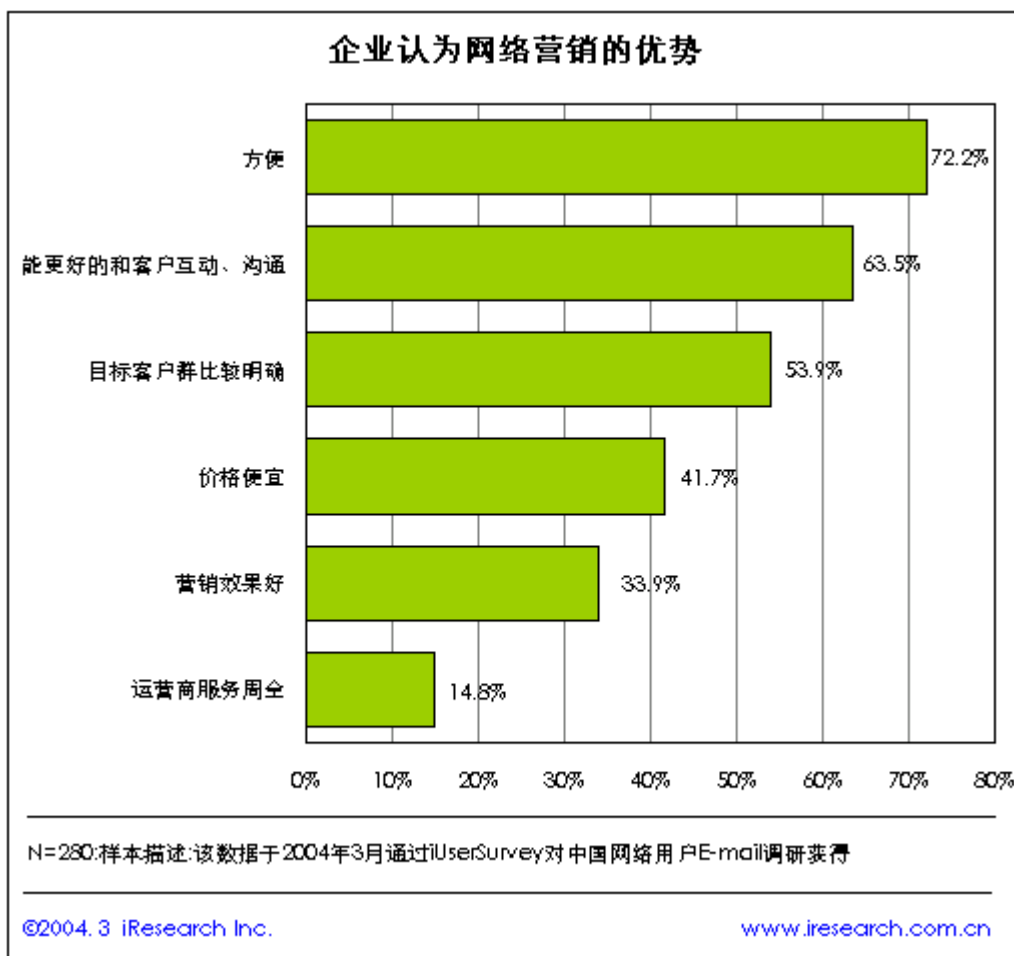
8. 网络营销服务商的服务方式

企业最能接受的网络营销商服务方式是 E-mail、电话和在线表单。



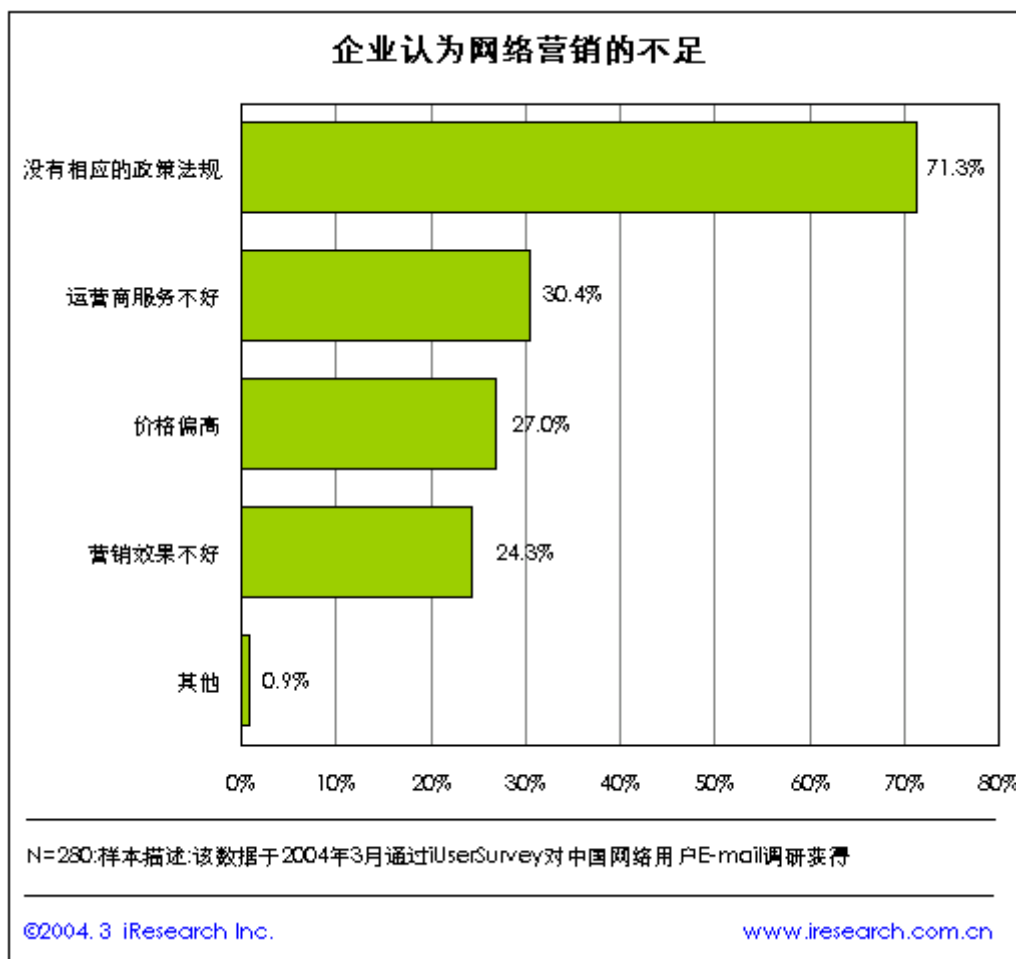
9. 网络营销的优势

有 72.2%的企业用户认为网络营销的方便性是网络营销的最大优势,其次也有 63.5%和 53.9%的企业用户认为能更好的和客户互动、沟通以及目标客户群比较明确是网络营销的主要优势。



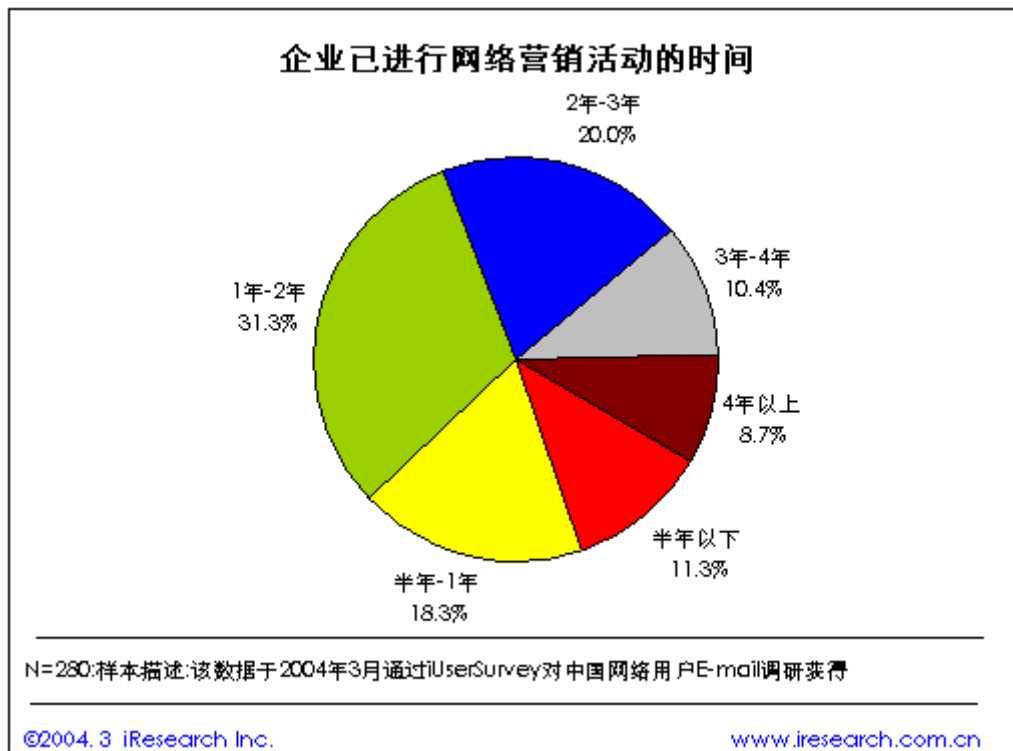
10. 网络营销的不足之处

有 71.3%的企业用户认为网络营销没有相应的政策法规相加以约束是当今网络营销的最大弊端，其次是运营商服务不好和网络营销价格偏高。



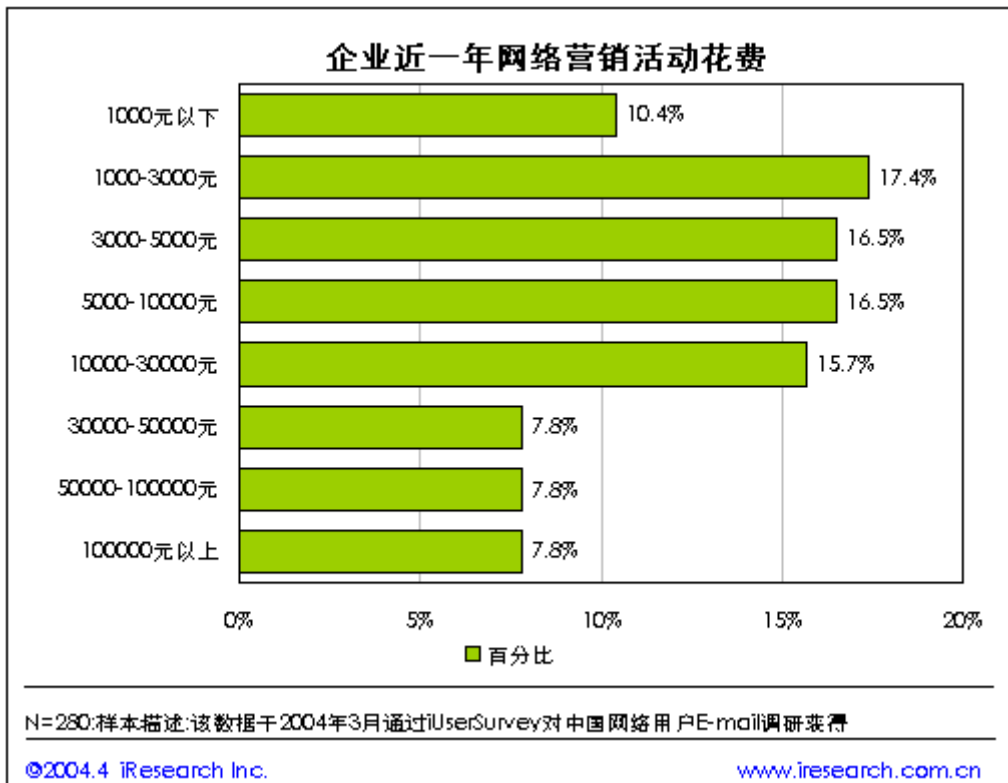
11. 企业进行网络营销活动时间

从企业进行网络营销的时间来看，大半的企业采用网络营销活动在2年以下，其间1-2年间的企业比例最多。



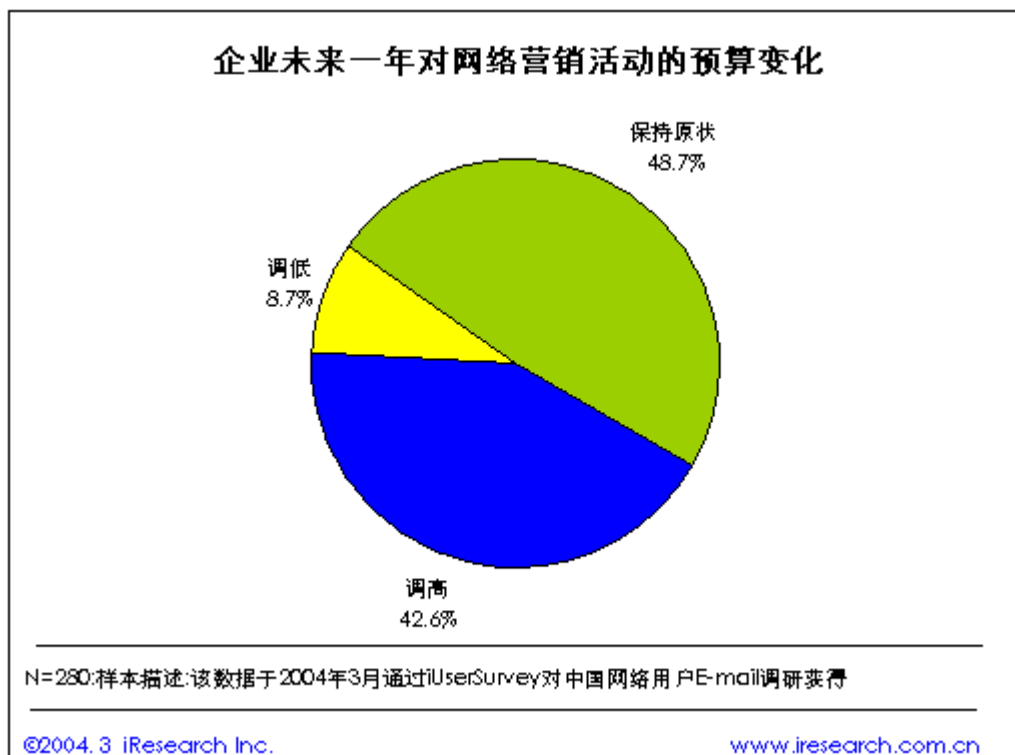
12.近一年企业进行网络营销活动的花费

从数据上看，大部分企业近一年在网络营销上的花费在 1000-30000 元之间，期间近一年花费在 1000-3000 元在网络营销活动上的企业用户比例最高。



13.企业未来一年网络营销活动预算变化情况

有 48.7%的企业用户表示在未来的一年将不变动网络营销的预算,有 42.6%的企业用户表示要将网络营销预算调高,这些数字表明企业对网络营销的效果表示满意,愿意在将来更多的使用网络营销对企业产品进行有效的宣传。



法律声明：

1.本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司（以下简称艾瑞公司）在发布的免费研究报告，本报告为免费性质，仅用于艾瑞网站会员参考。任何公司或个人，不得将该报告中数据结果的全部或部分内容在未经艾瑞公司书面许可情况下，作为参考之外的其他任何用途，否则将承担由此所带来的法律责任和法律问题。艾瑞公司保留追诉当事人法律责任的权利。

2.本报告中的相关文字、数据、图表来源于艾瑞公司的调研，或者引用第三方公开及许可引用的资料。艾瑞公司的调研采用艾瑞公司员工内部决定的调研方法，不同的调研方法可能造成误差，有时并不代表真实情况，所以艾瑞公司的研究仅用于决策参考，而不用于任何其他用途。本报告中如果引用第三方的数据，则第三方的数据解释权归第三方所有，艾瑞公司不对第三方的资料造成的问题承担任何责任。

公司联系方式：

上海艾瑞市场咨询有限公司
地址：上海市紫阳路 80 号 210 室
邮编：200030
电话：(021)64381678，64699956
传真：(021)64699956
网站：www.iresearch.com.cn

报告顾问/业务联系：

杨伟庆
电话: (021) 64381678
Email: henry@iresearch.com.cn