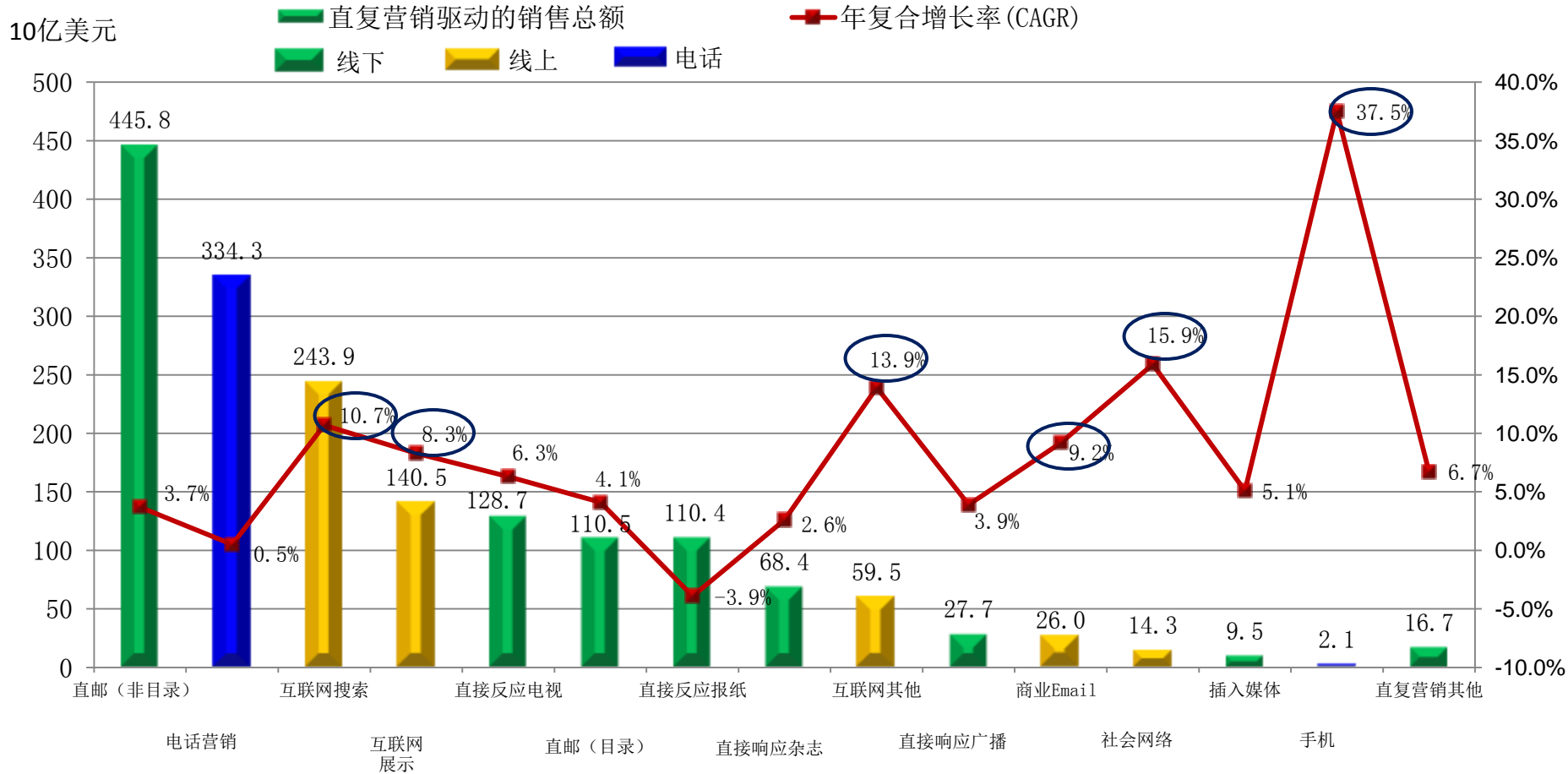


# 2009—2014美国直复营销驱动的销售总额

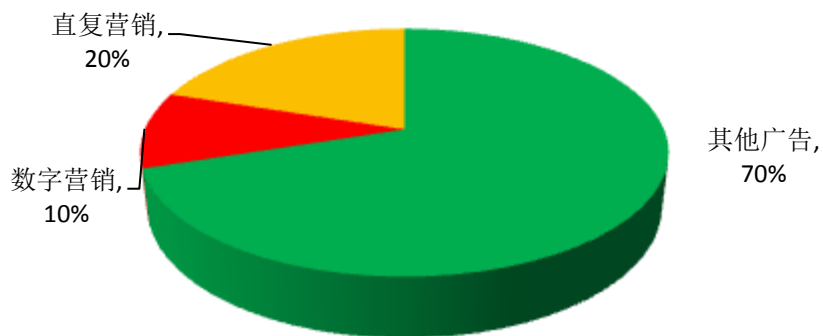


- 2009美国直复营销驱动的销售总额达到1.738万亿美元，到2014年预计平均每年以5.1%速度增长。
- 直邮（非目录），电话营销和互联网搜索仍然是最重要的3个直复营销工具，但是，手机+在线营销工具预计会以>8%的复合年均增长率增长。
- 2009年，直复营销已占美国整个广告花费的54.3%，并预计在今后5年内继续保持53%以上份额。

来源：2009-2010直复营销的力量，直复营销协会

# 2010年直复营销和数字营销市场趋势 (1/2)

## 全球广告市场

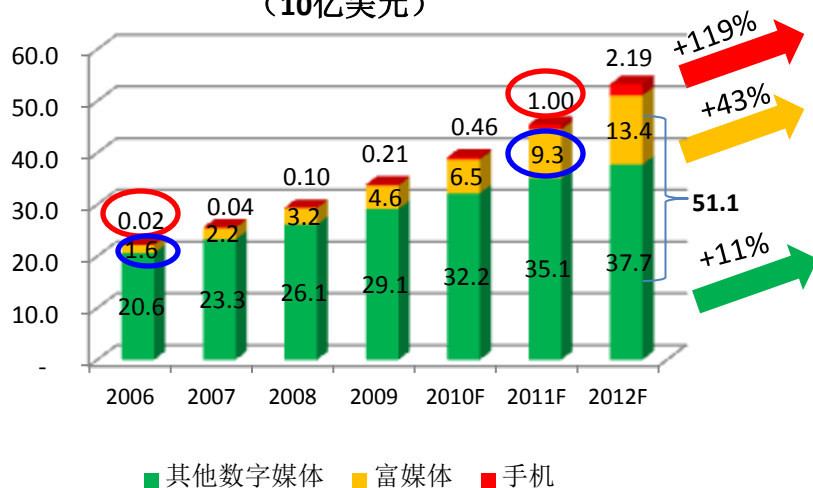


- 在全球，广告营销预算大约10%用在数字营销上，20%用在直复营销上。在欧洲，大约30%的广告预算用在直复营销上。

- IDC预测，在2007年255亿美元的基础上，2012年数字广告市场将达到511亿美元。

- 在未来4年里，数字营销广告市场将由原来的第5位上升到第2位，仅次于第1位的直复营销市场。

## 全球数字广告市场趋势 (10亿美元)

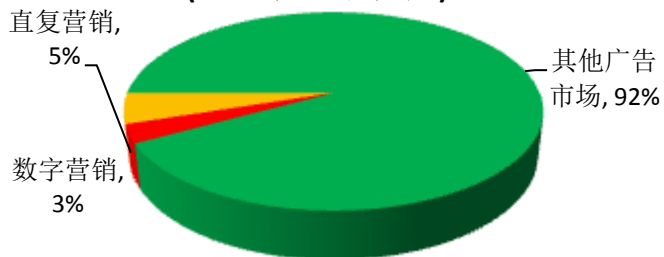


- IDC预测，数字广告市场中的富媒体的市场份额，将从2006年的7%上升到2011年的21%。广告市场从电视广告、广播广告向互联网视频广告转变，已经成为一种不可逆转的趋势。

- IDC预测，手机广告市场将从2006年的2000万美元，上升2011年的10亿美元，成为数字广告市场的一个重要市场。

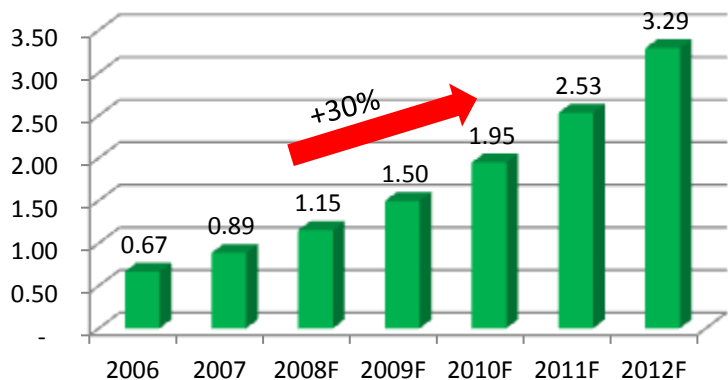
# 2010年直复营销和数字营销市场趋势 (2/2)

## 中国广告市场 (2007年286亿美元)



- 据统计，2007年整个中国广告市场达到286亿美元，其中直复营销占5%，数字营销占3%。

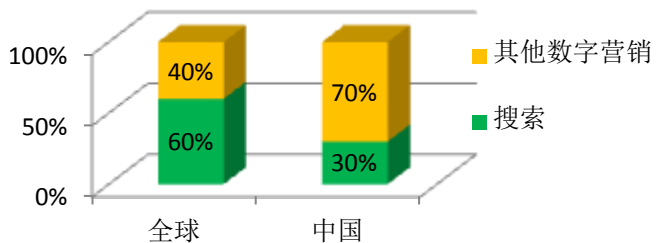
## 中国数字营销市场趋势 (15亿美元2010F)



- 据iResearch调查，中国数字营销市场在2006年达到6.7亿美元，比2005年增长了48.9%。iResearch预测，在2007年中国数字营销市场将达到8.9一美元，然后以30%速度增长。

- 在2008年，中国互联网口碑营销市场将超过1430万美元。

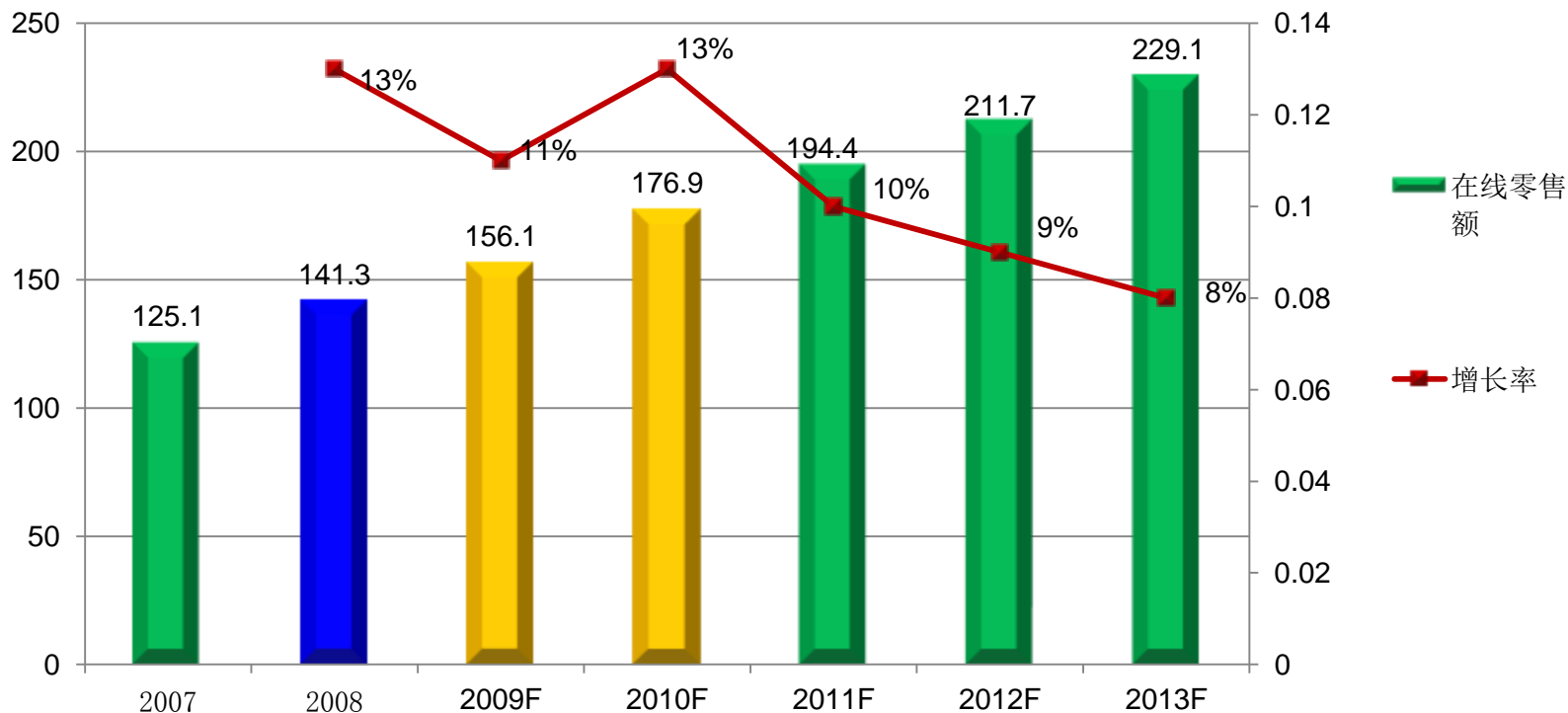
## 数字营销市场分布 (2007年比较)



- 据美国互动广告官方报告，2007年搜索广告市场占整个数字广告市场的60%，其他数字广告只占40%，而中国正好相反，70%用于其他数字广告市场。

# Forrester预计：未来5年美国在线零售高速增长

10亿美元



占美国总零售比例

5%

5%

6%

6%

7%

8%

8%

- 在线零售市场将从2008年的1413亿美元发展到2012年的2291亿美元，未来5年的每年平均增量率在8%以上。
- 美国在线零售市场占美国总零售市场的份额，将从2008年的5%上升到2013年的8%。

来源：Forrester研究互联网购物模型，2008美国  
注：零售不包括汽车，旅游，和处方药。

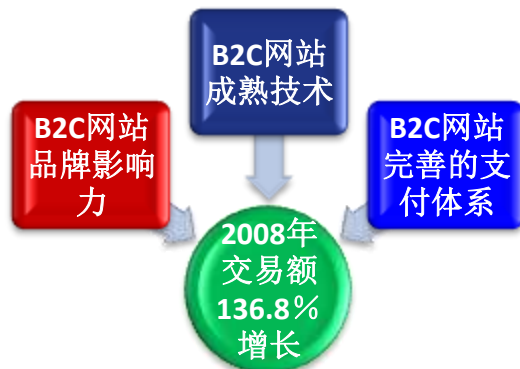
# 新头功努力的崛起 B2C和C2C 网店

## 1. 为什么要开展网购业务



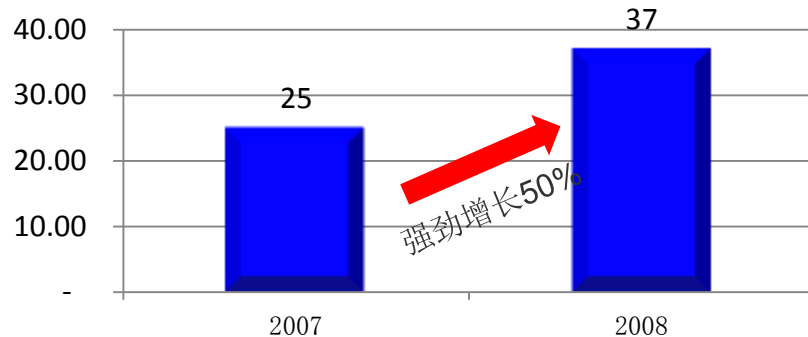
在这场“一个网站”VS“6000个专卖店”的对决中，“一个网站”胜出。

## 2. 中国网购市场飞速增长



2008年中国时尚商品（含化妆品）网购交易额增长136.8%，达到274.6亿元。09年有望实现接近100%的增长。

年销售额（亿元）



化妆品巨头玫琳凯大打电子商务互动营销牌，2008年销售额强劲增长50%，惊人地达到37亿元。

互联网上销售收入前三位的行业



2009网购占零售比例

