|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 傳統廣告 | 網路廣告 |
| 發布方式 | 電視、報紙、雜誌、廣播、看板  (單向傳播) | 网幅廣告、電子郵件廣告、富媒體廣告、關鍵字廣告  (雙向傳播、精準投放) |
| 計價標準 | 時間計價  空間計價  (較固定) | 依版面大小  點擊次數(Cost per click, CPC)  (差異較大) |
| 效果評估 | 回流率  (大約估計) | 觀看次數 |
| 覆蓋範圍 | 地域性  (小) | 全球性  (大) |