

CNNIC

中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

2006年中国搜索引擎市场 调查报告

CNNIC信息服务部 孙秀秀
2006年9月

CNNIC

中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

调查方法介绍

调查方法



调查范围



调查方式

调查时间

8月

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

调查方法

样本量：每个城市1500个

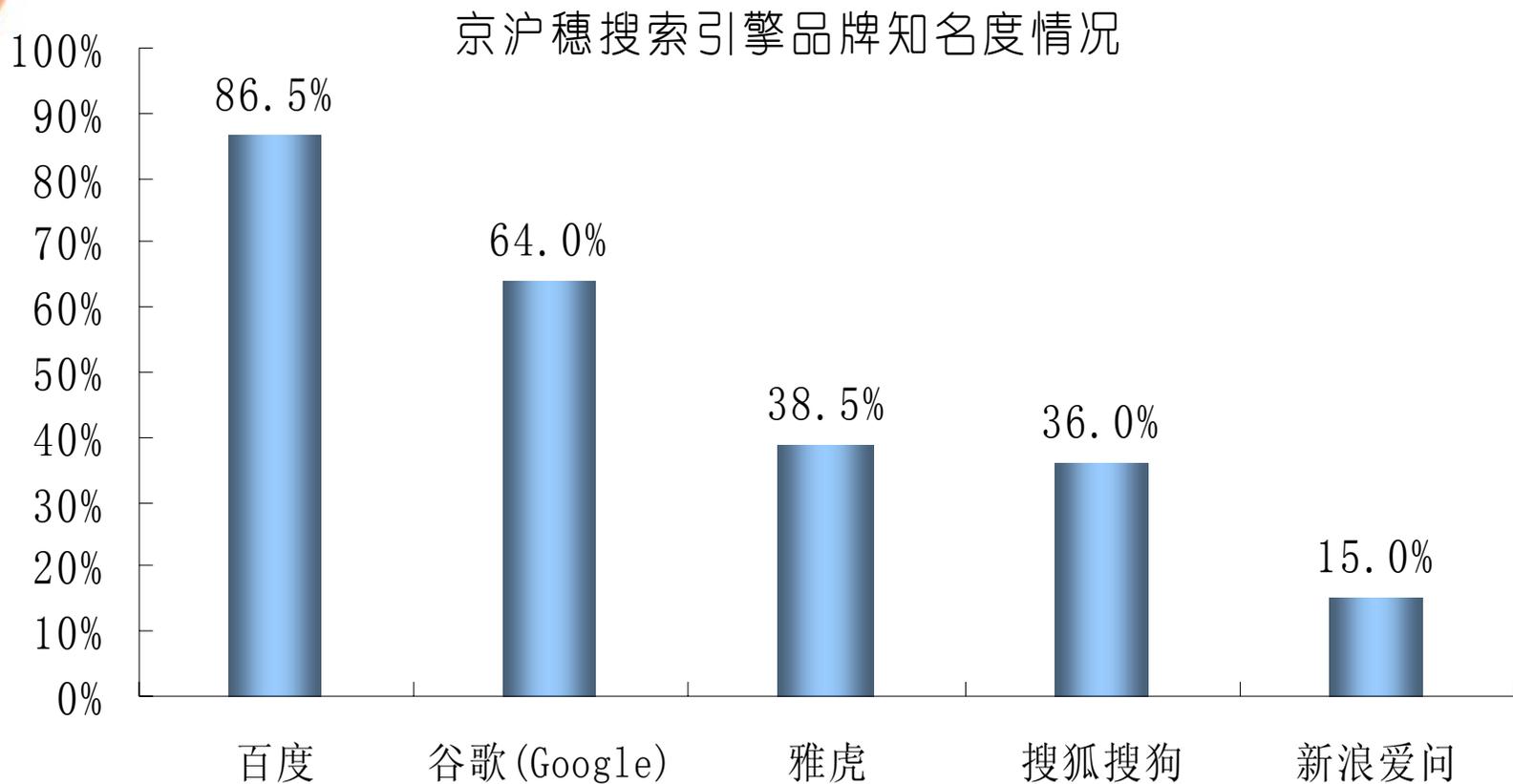
共4500个样本

主要市场份额数据误差小于2%

主要结论

- I. 搜索引擎市场份额
- II. 用户体验
- III. 用户特征
- IV. 其他

您听说过哪些搜索引擎品牌？



CNNIC

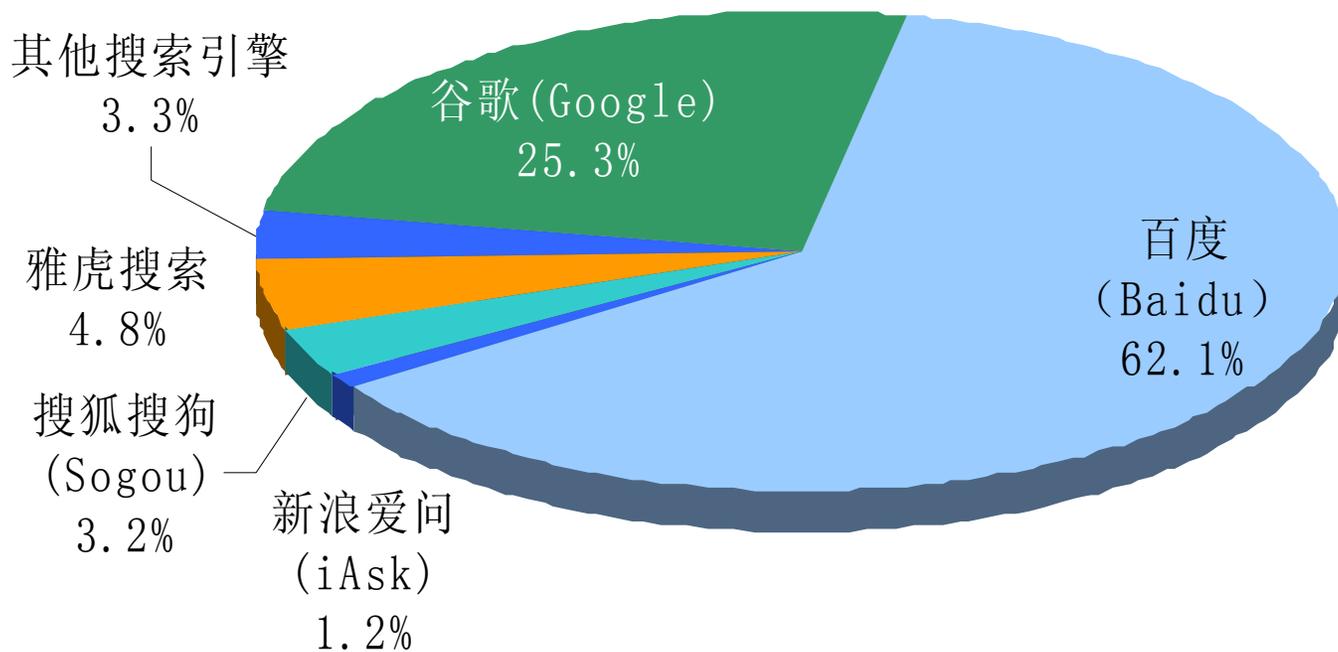
www.cnnic.cn

注：雅虎搜索包括雅虎、原一搜和3721用户

 百度Google知名度最高，有超过1/3的用户听说过雅虎或搜狐搜狗。

用户首选的搜索引擎

京沪穗搜索引擎用户的首选搜索引擎



CNNIC

www.cnnic.cn

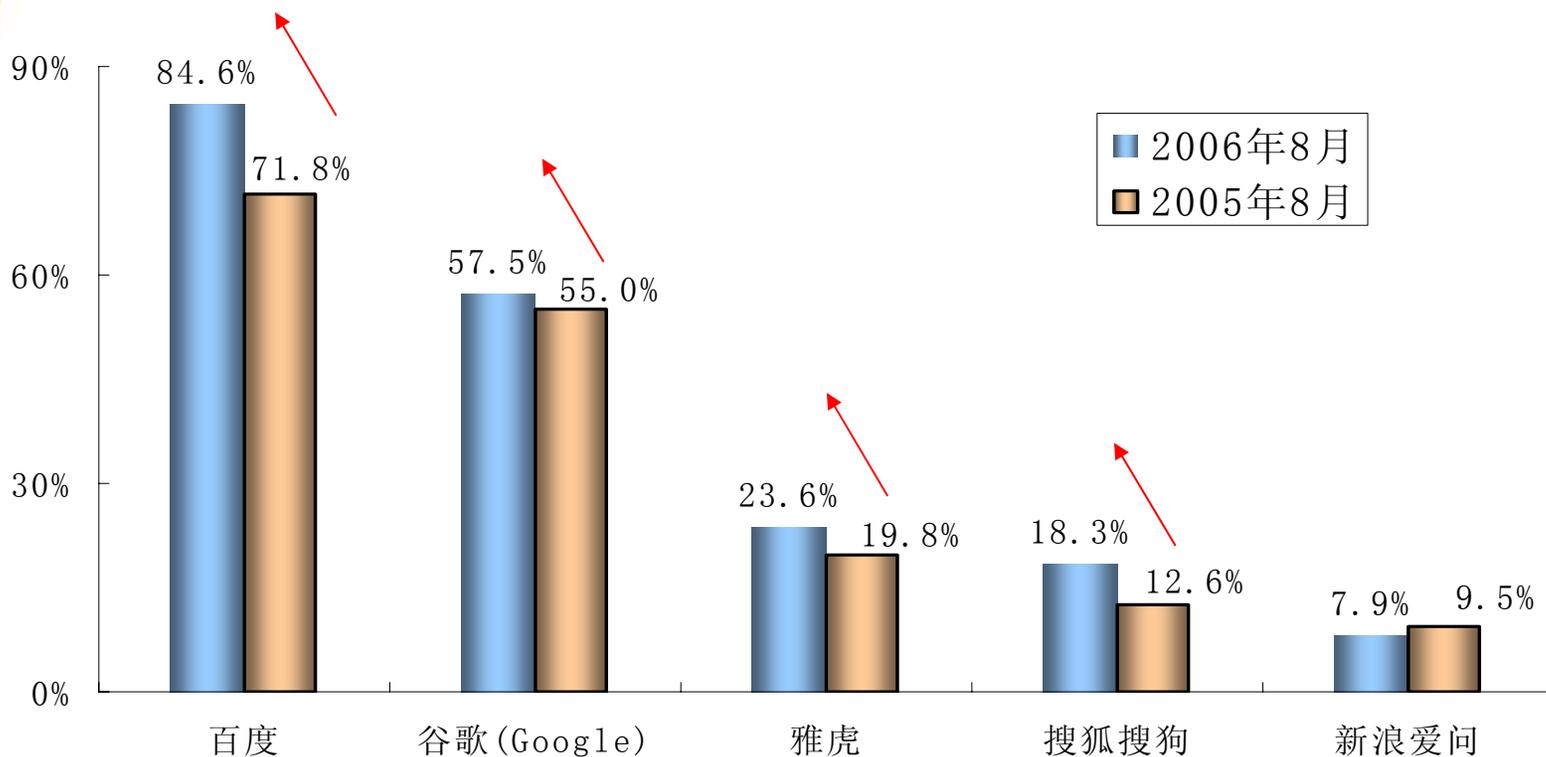
✍ 百度首选市场份额增加了14.2个百分点，
✍ 谷歌 (Google) 首选市场份额减少了8个百分点。

分城市用户首选的搜索引擎

	北京	上海	广州
百度 (Baidu)	66.1%	58.9%	61.3%
谷歌 (Google)	21.5%	30.5%	23.9%
雅虎 (Yahoo!)	3.5%	4.3%	6.5%
搜狗 (Sogou)	4.1%	2.8%	2.9%
新浪爱问 (iAsk)	2.4%	0.7%	0.6%
其他搜索引擎	2.3%	2.8%	4.8%
合计	100.0%	100.0%	100.0%

用户选择的所有搜索引擎

京沪穗用户首选、二三选搜索引擎汇总及和去年对比



CNNIC

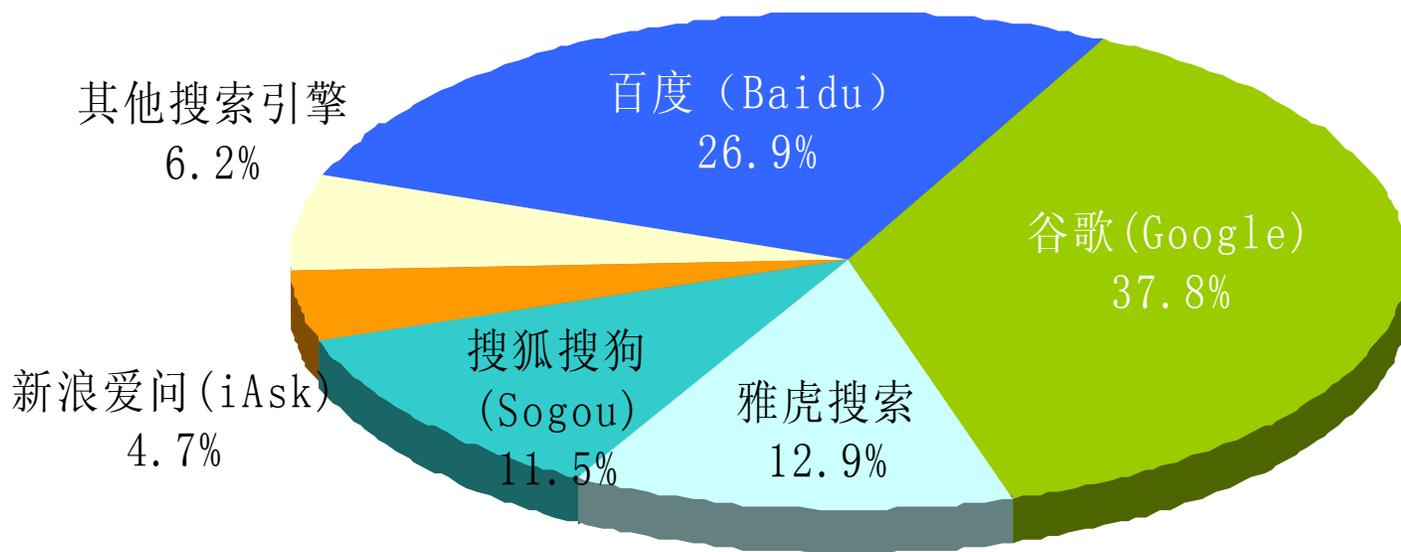
www.cnnic.cn

注：这里用用户首选、二选和三选搜索引擎近似代替用户使用的所有搜索引擎

✍️ 四大搜索引擎的绝对用户比例都在增加

用户第二选择的搜索引擎

京沪穗用户第二选择的搜索引擎



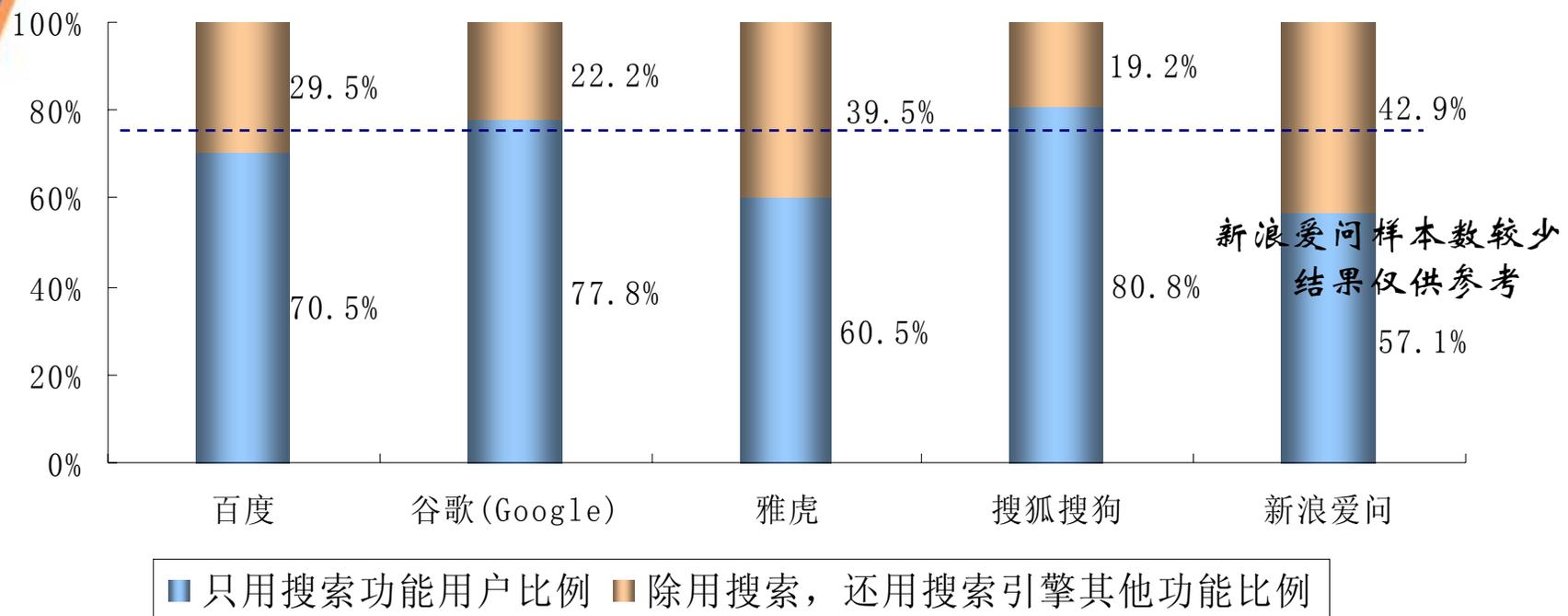
CNNIC

www.cnnic.cn

 用户第二选择的搜索引擎中，Google的市场份额超过了百度，其他三大搜索引擎市场份额都翻了一倍。

只使用首选搜索引擎的搜索功能、 不使用其他功能的用户比例

只使用首选引擎的搜索功能，不使用其他功能的用户比例



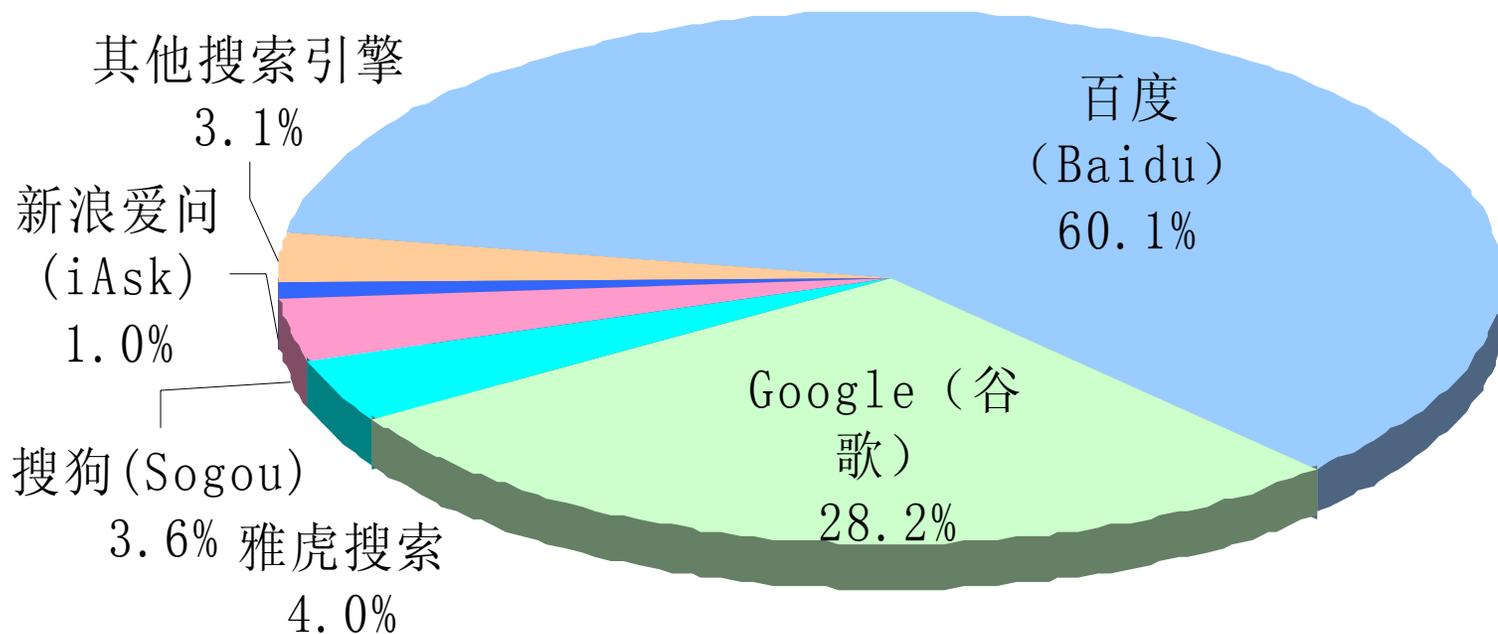
CNNIC

www.cnnic.cn

全体用户中有72.8%的人只用首选搜索引擎的搜索功能。首选雅虎用户“搜索纯度”最低，首选搜狗用户“搜索纯度”最高。

只使用首选搜索功能、不使用其他功能的用户首选市场份额

只用搜索功能，不用其他功能的用户首选的搜索引擎

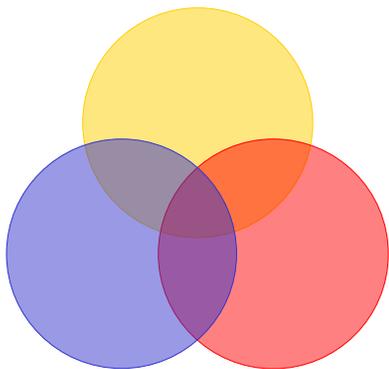


高端用户

- 👉 年龄在**25岁**及以上
- 👉 学历在**大学本科**及以上
- 👉 个人月收入在**3000元**以上
- 👉 非学生用户

符合以上条件的搜索引擎用户：
占全部用户的**11.2%**
占非学生用户的**19.3%**

个人月收入

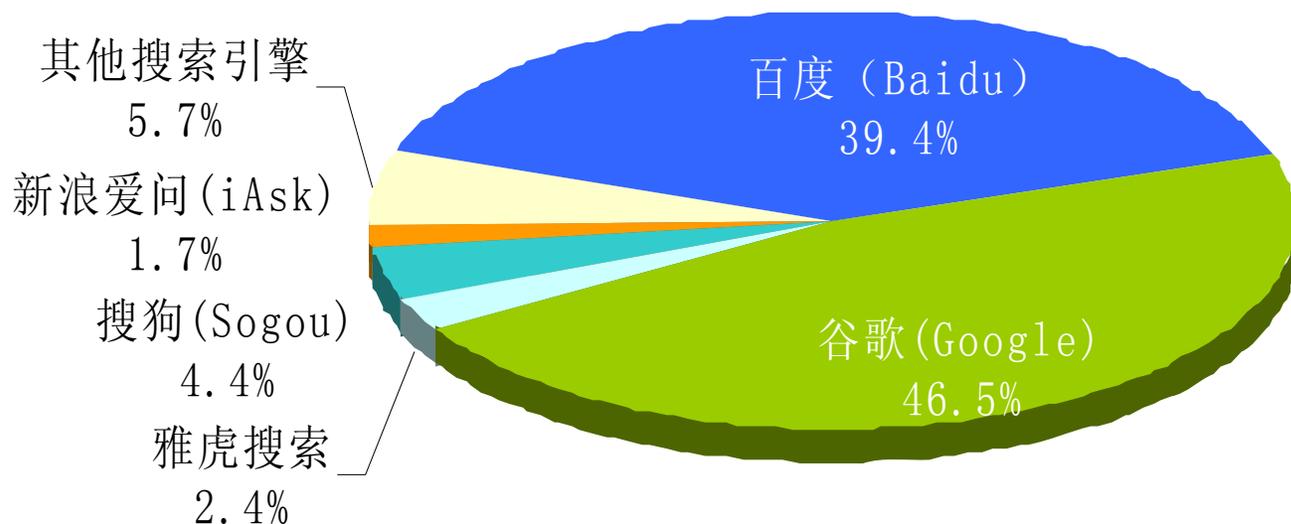


年龄

学历

高端用户首选市场份额

京沪穗高端用户首选搜索引擎



CNNIC

www.cnnic.cn

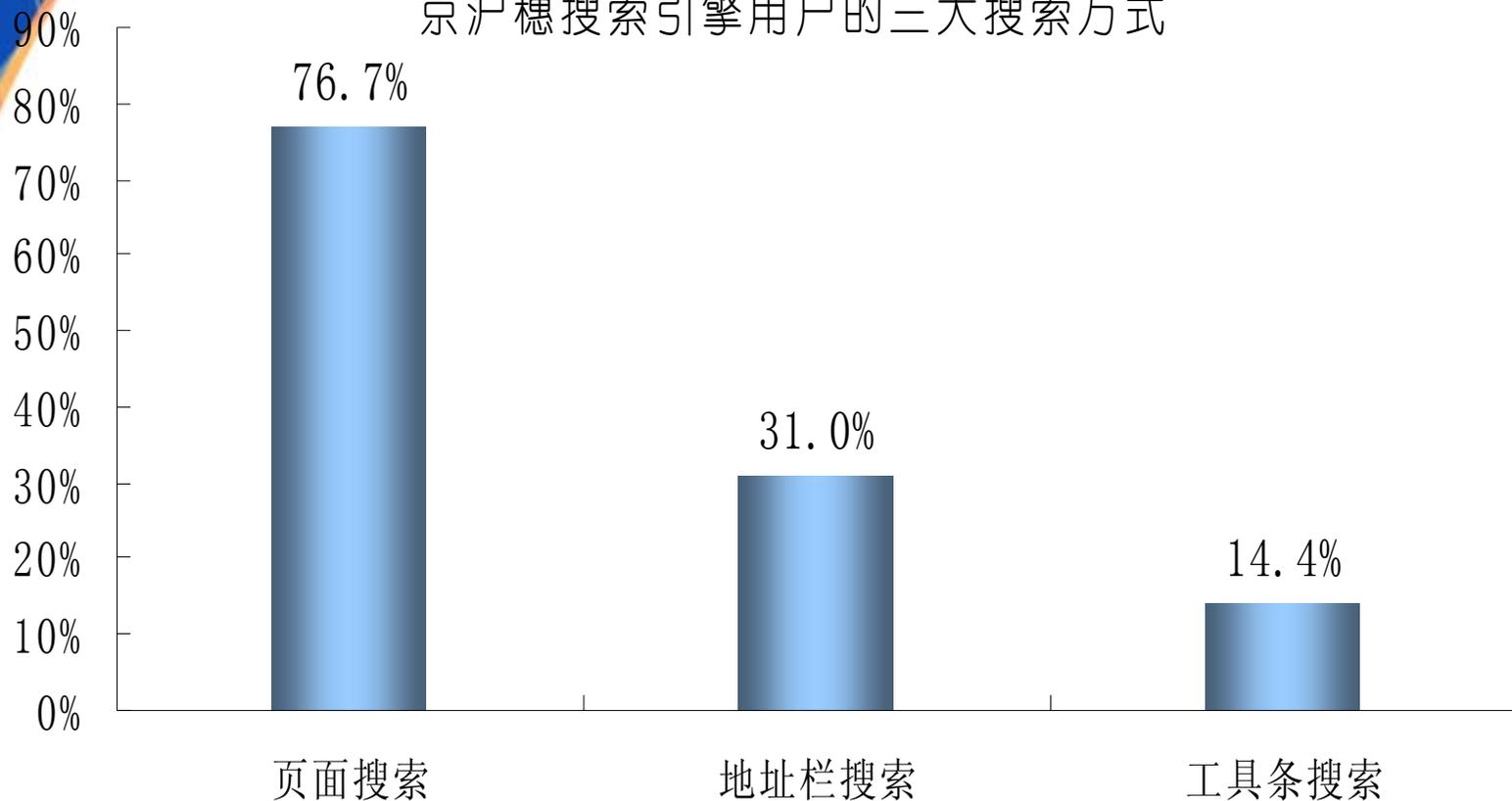
 高端用户中Google首选市场份额超过了百度。和去年同期对比，谷歌 (Google) 下降了10.1个百分点，百度上升了11.1个百分点。

主要结论

- I. 搜索引擎市场份额
- II. 用户体验
- III. 用户特征
- IV. 其他

用户三大搜索方式

京沪穗搜索引擎用户的三大搜索方式



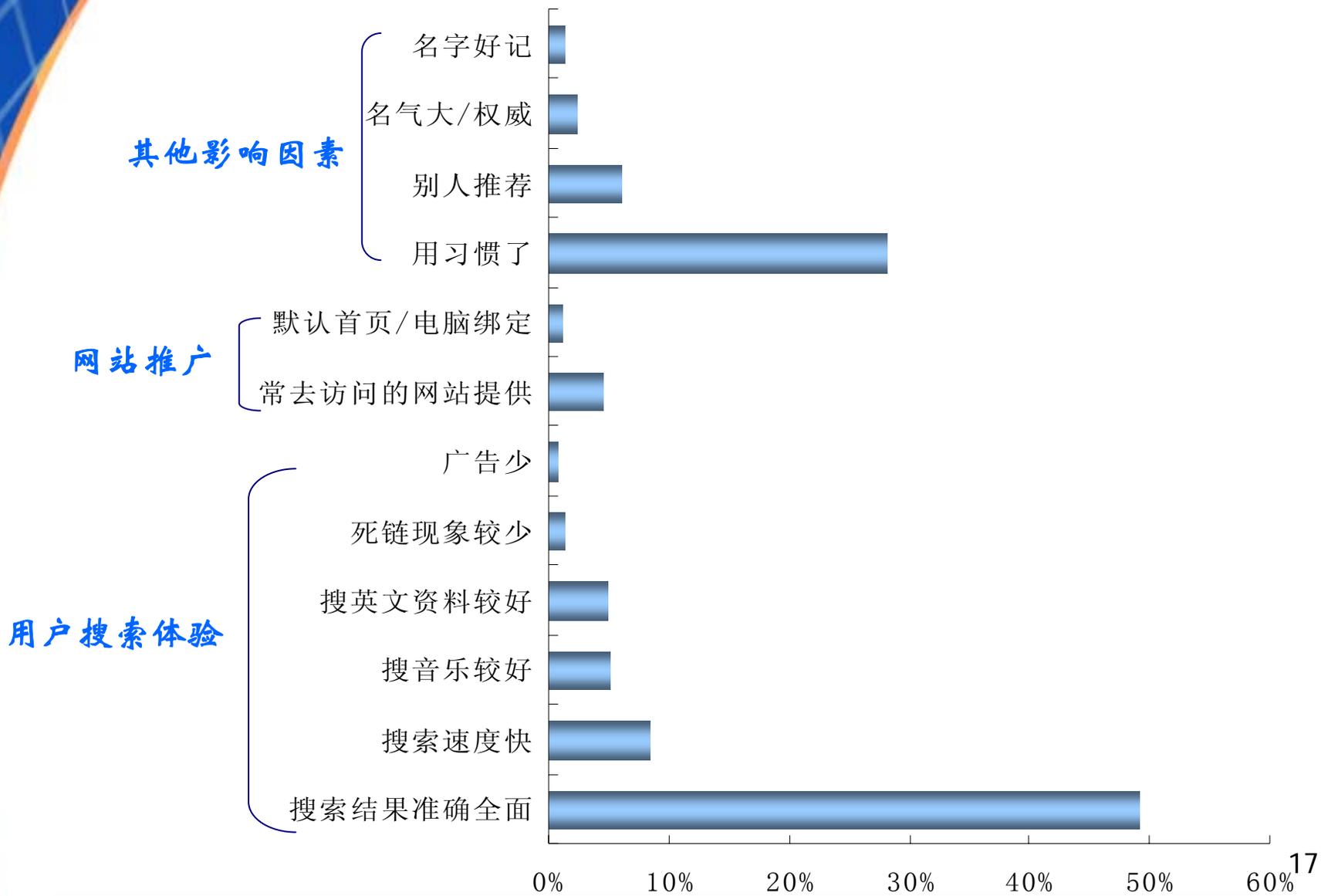
CNNIC

www.cnnic.cn

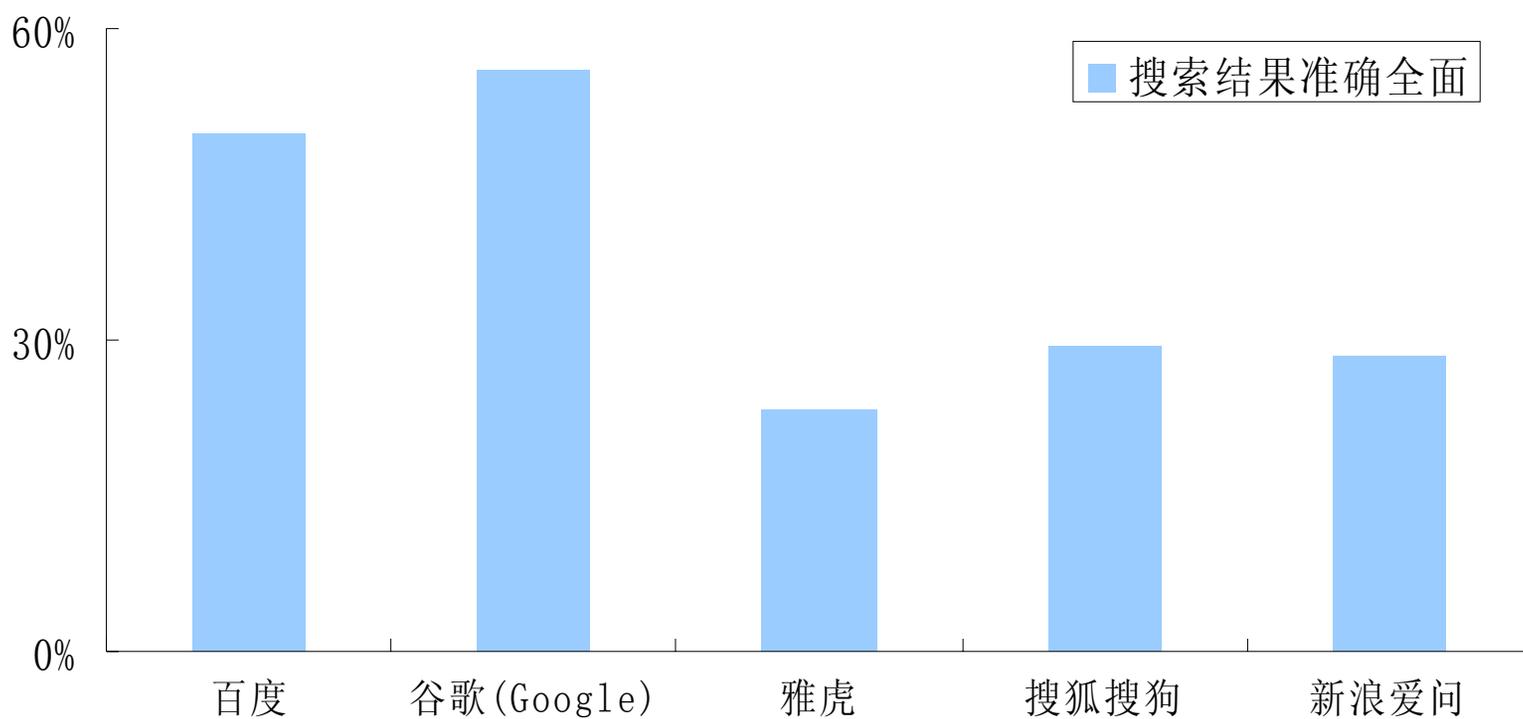
 只用页面搜索的比例是57%

选择首选搜索引擎的十二个原因

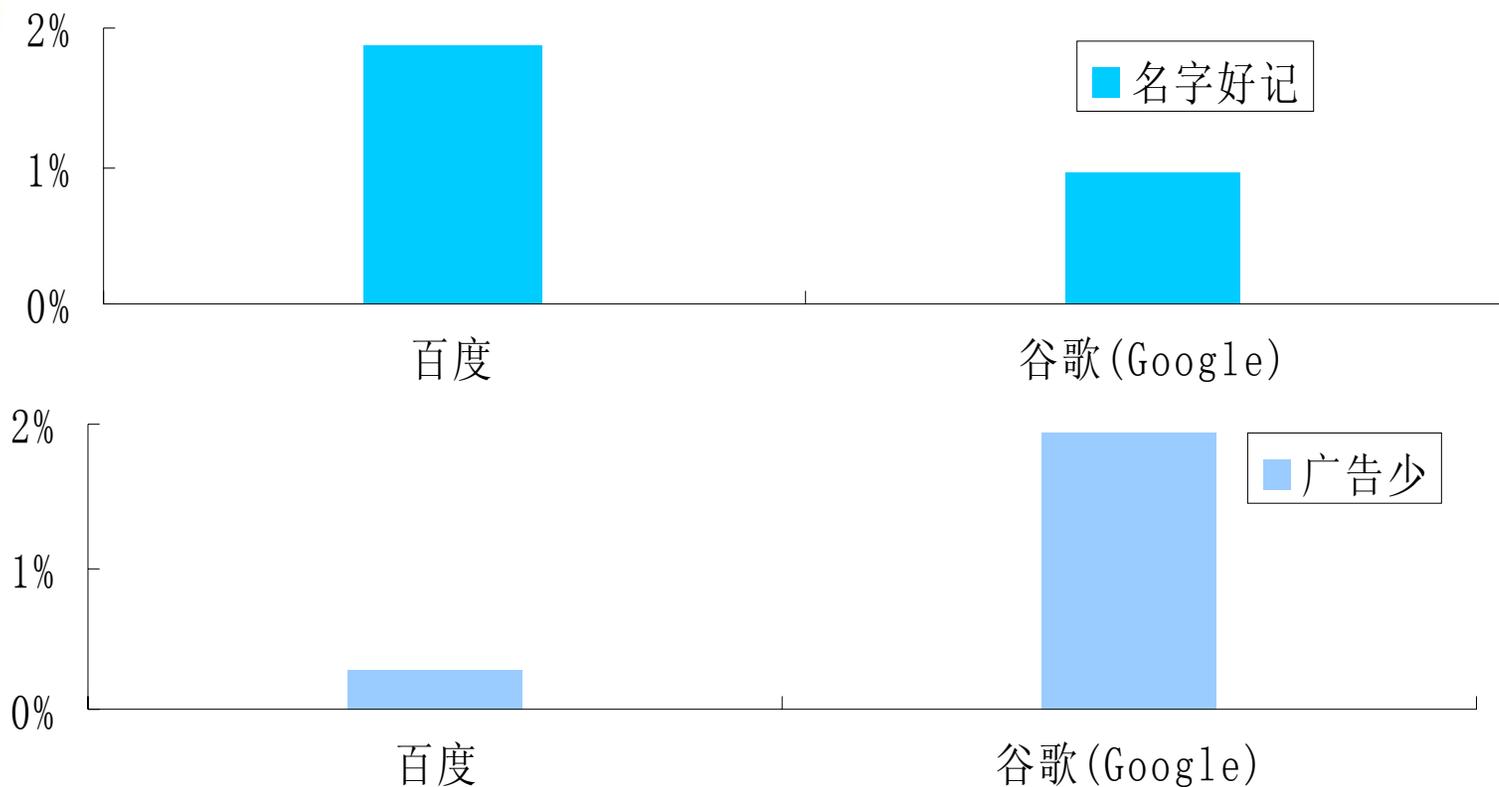
用户首选搜索引擎的十二个原因



选择首选搜索引擎的主要原因之一

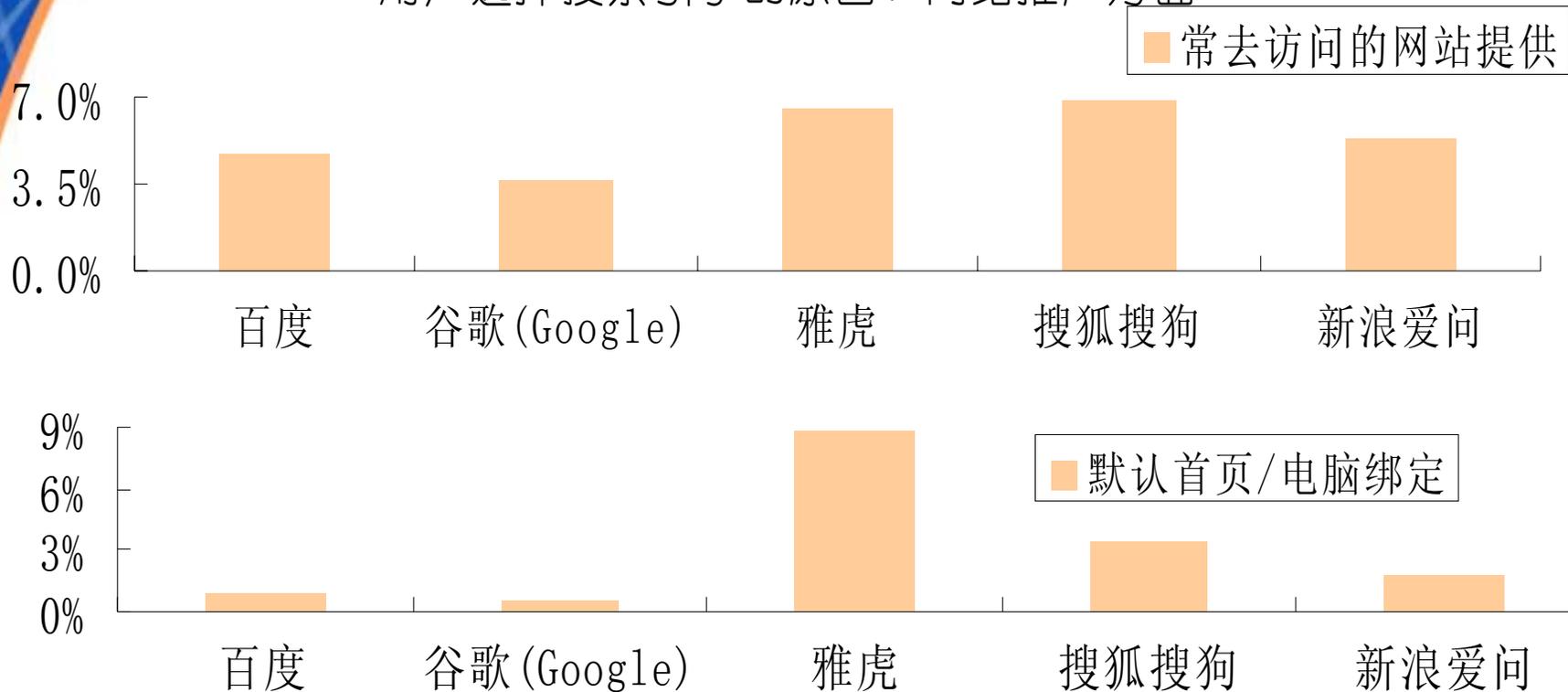


用户偏爱百度和谷歌(Google)的两点原因



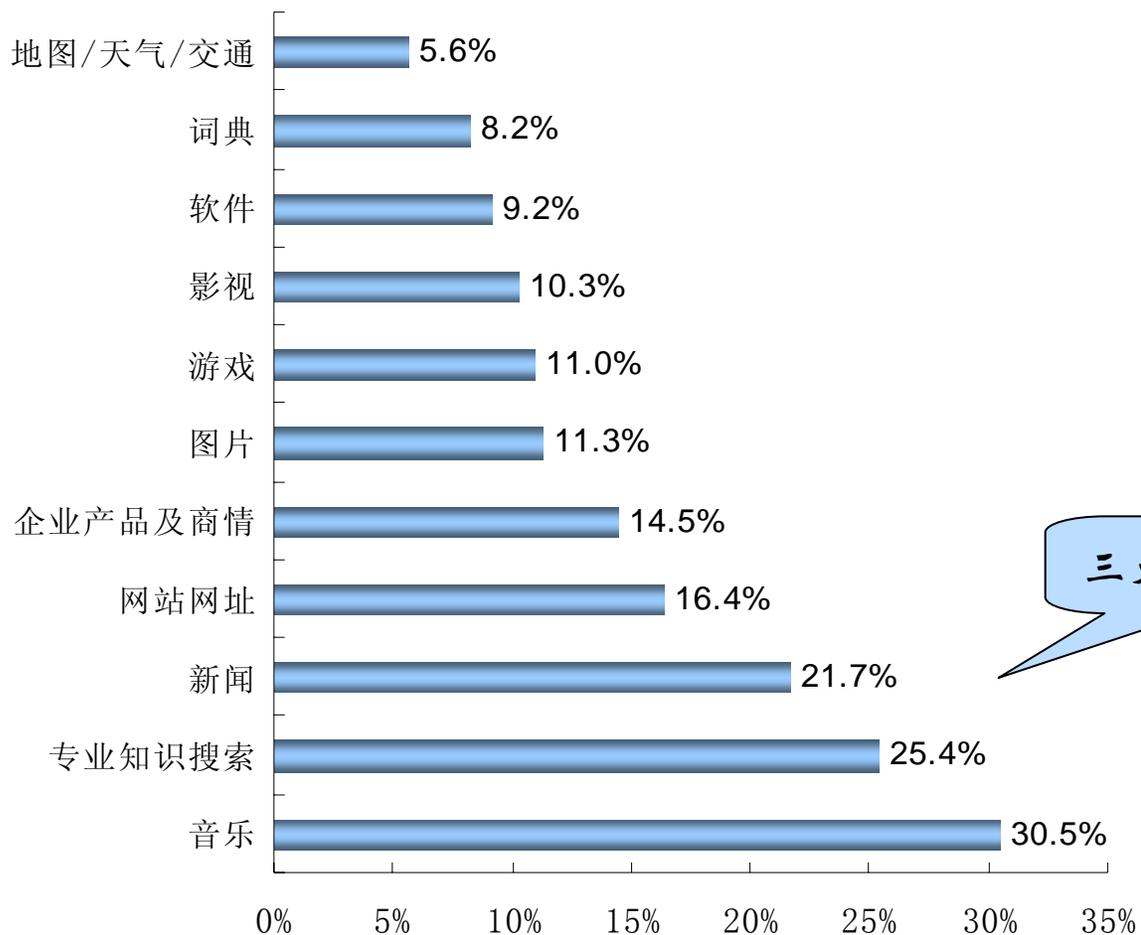
用户偏爱雅虎、搜狗和爱问的两点原因

用户选择搜索引擎的原因：网站推广方面



主要搜索内容

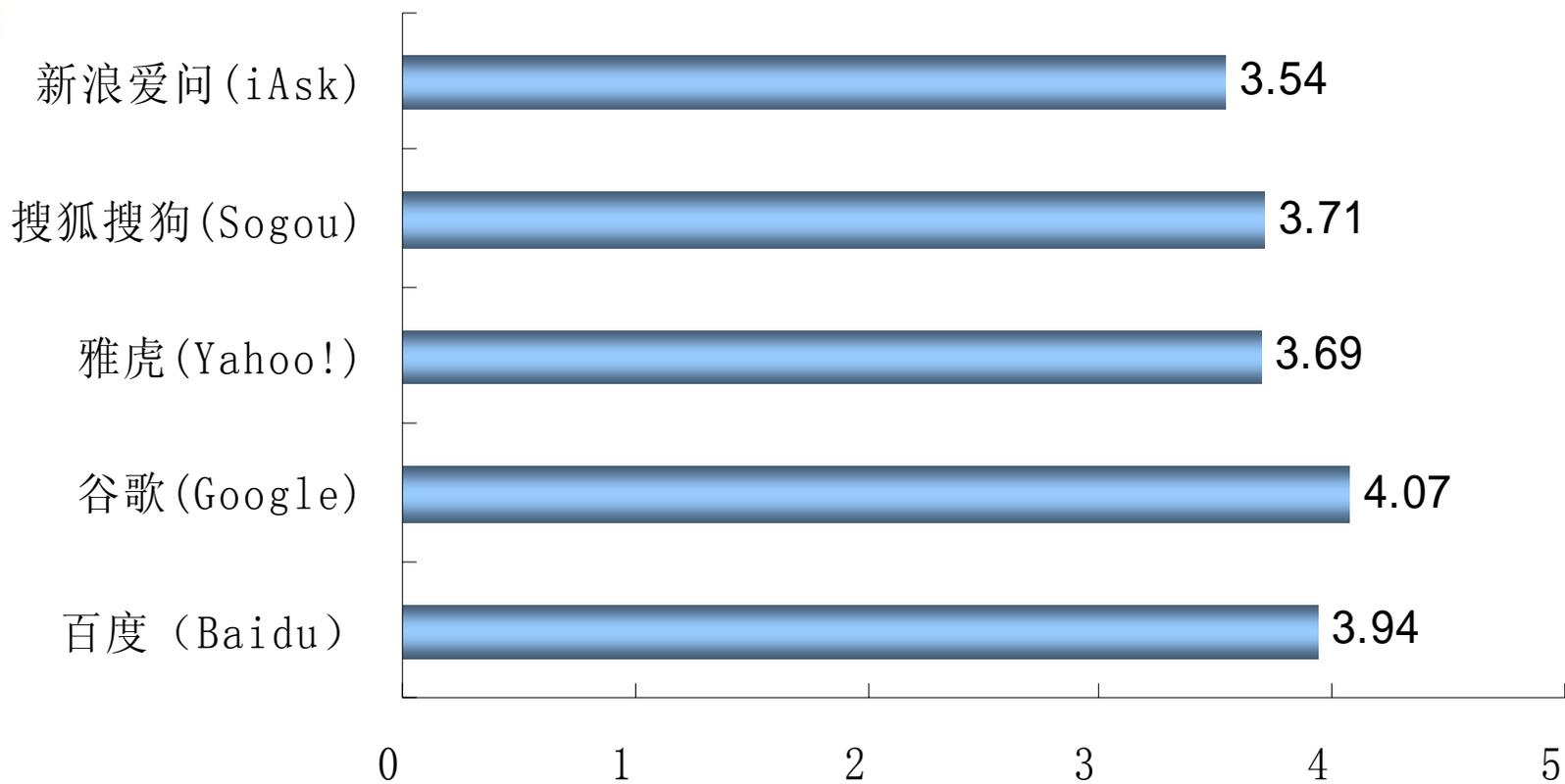
京沪穗用户搜索的主要内容



三大搜索内容

搜索引擎重要性评价

各搜索引擎用户对搜索引擎工具重要性的看法



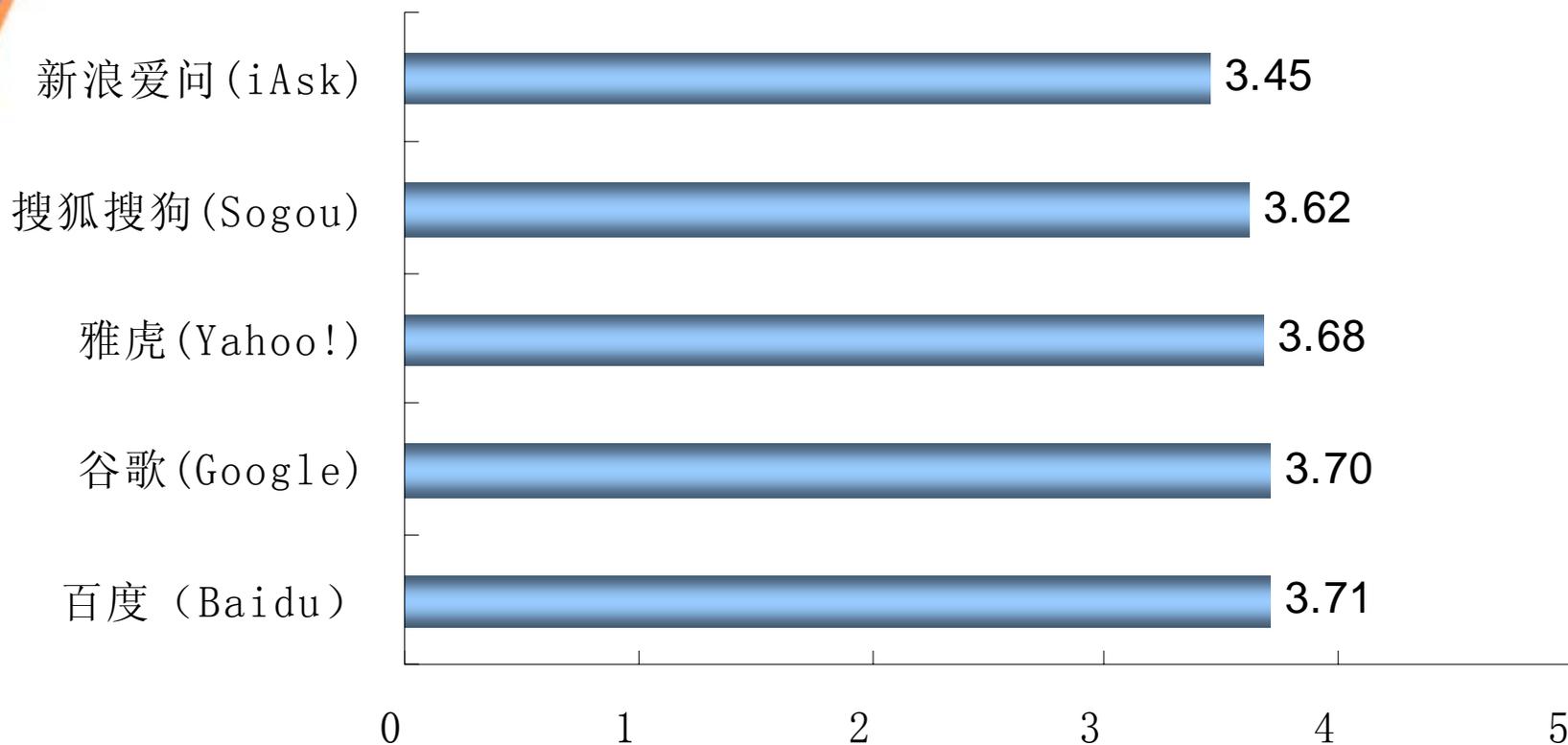
CNNIC

www.cnnic.cn

✍️ 首选Google的用户认为搜索引擎工具较为重要。

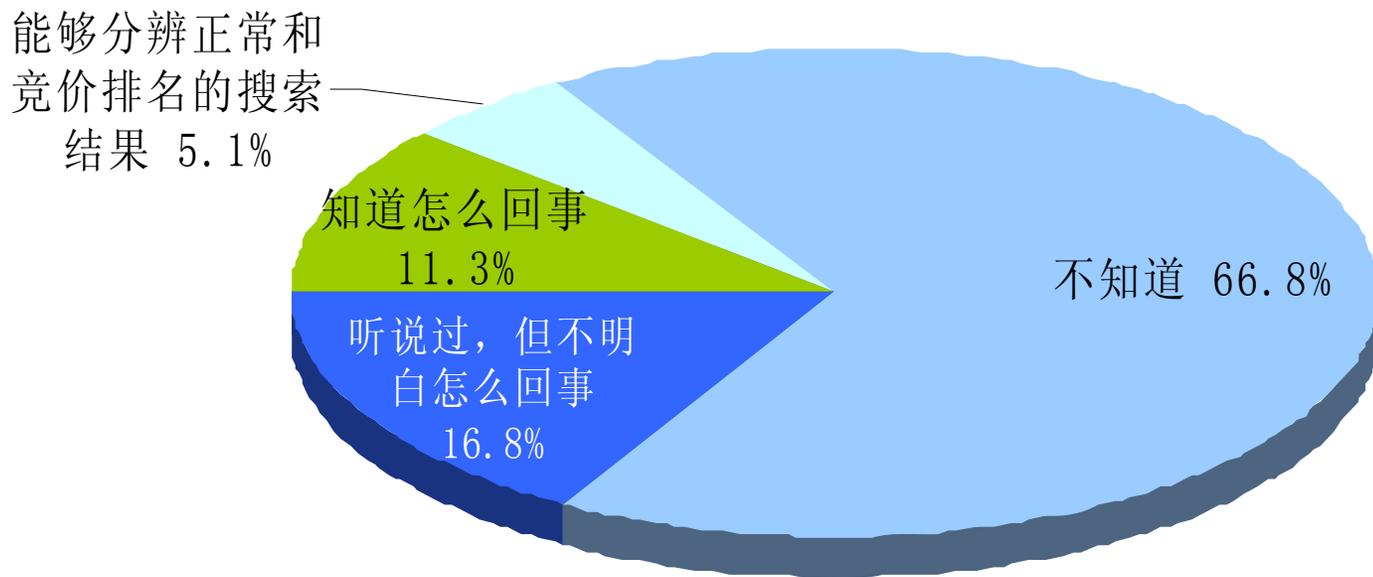
搜索引擎满意度评价

各搜索引擎用户对搜索引擎工具满意度的看法



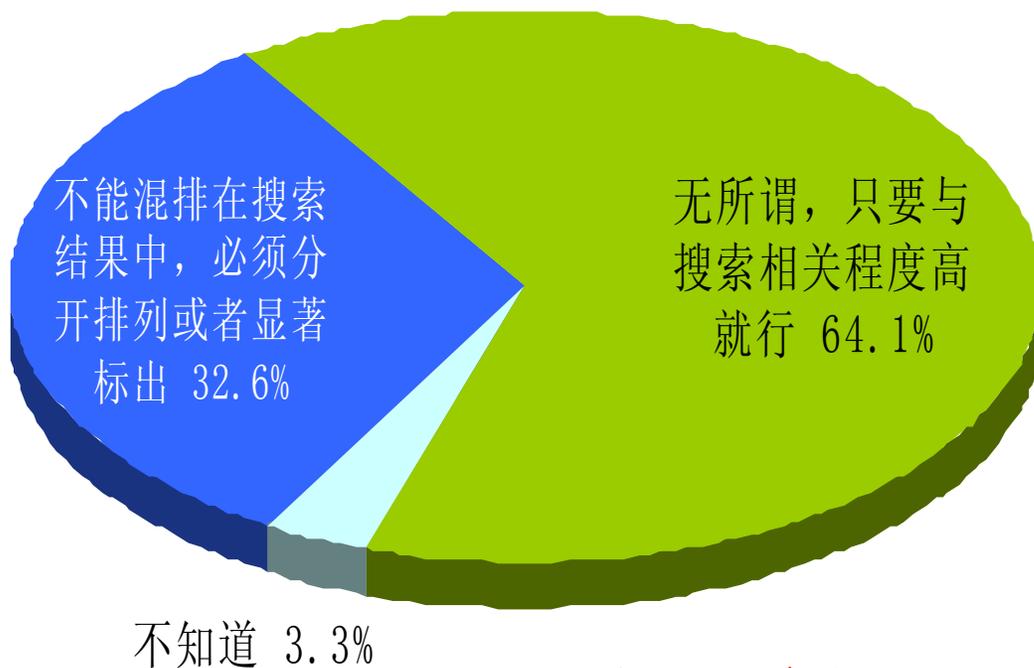
竞价排名认知情况

京沪穗用户对竞价排名的认知度



听说过竞价排名的用户对竞价排名搜索结果的想法

京沪穗用户对竞价排名搜索结果的想法



注：上图中听说过竞价排名的用户才回答此题

CNNIC

www.cnnic.cn

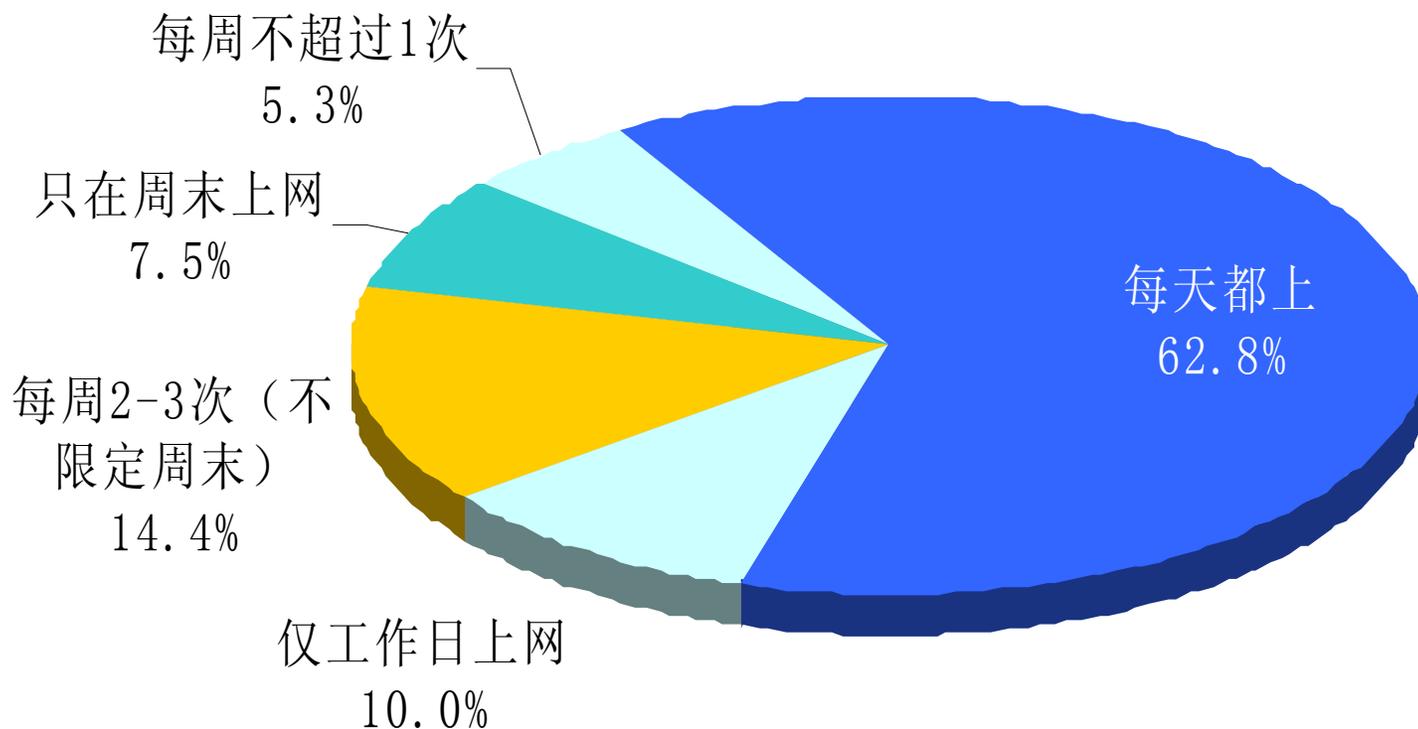
接近2/3知道竞价排名的用户不在乎如何排列竞价排名搜索结果。全体用户中有10%左右的人对如何排列结果比较在意。

主要结论

- I. 搜索引擎市场份额
- II. 用户体验
- III. 用户特征
- IV. 其他

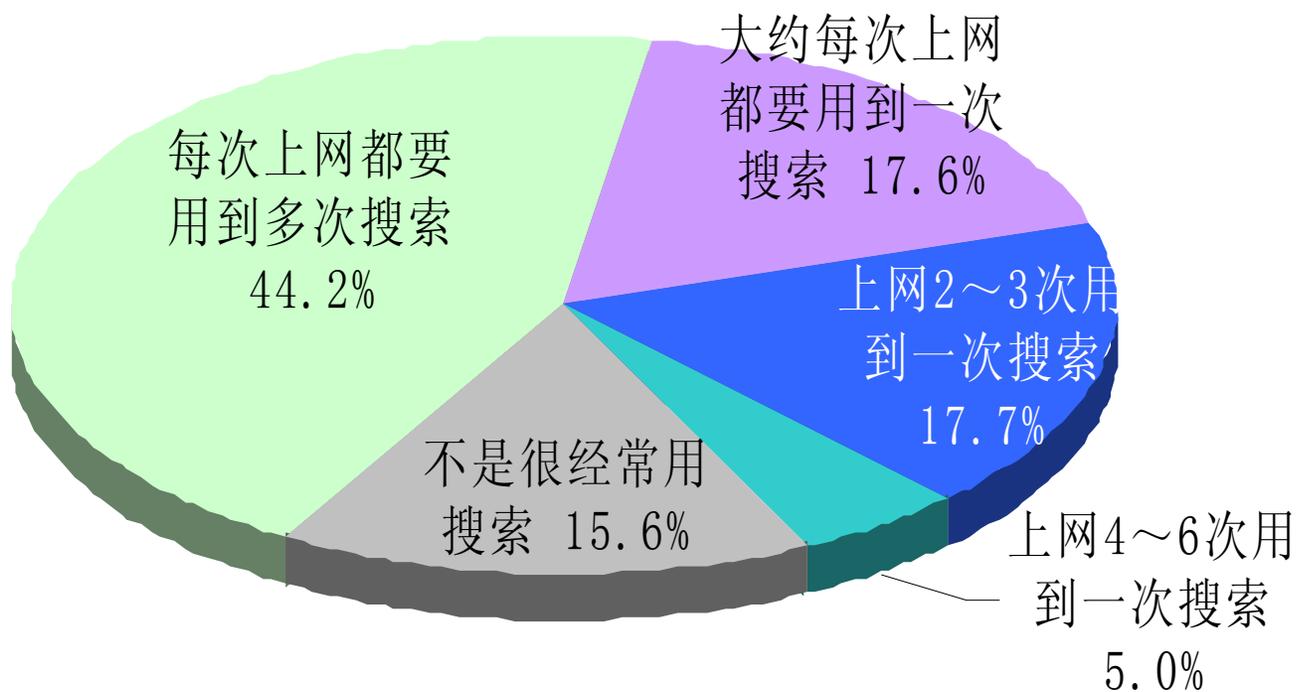
用户上网频率

京沪穗搜索引擎用户上网频率

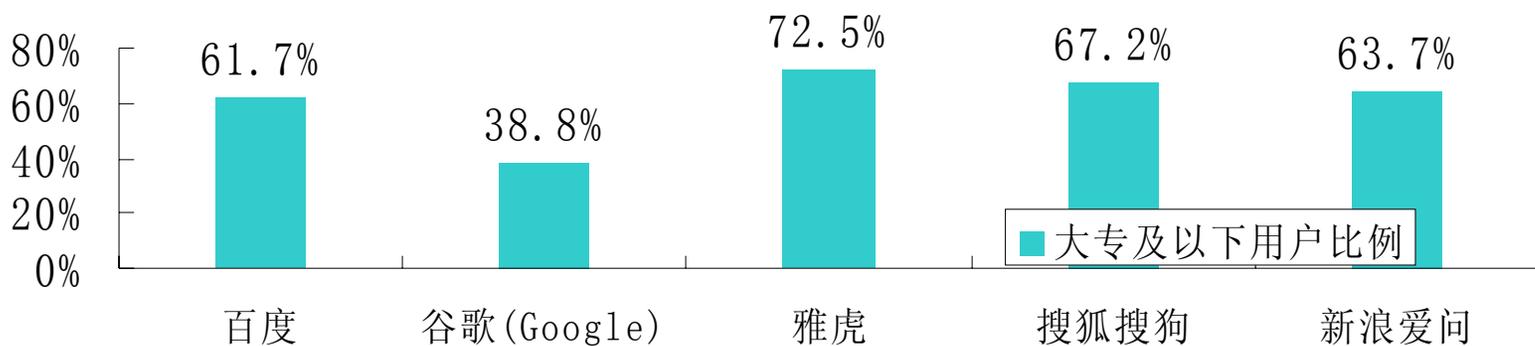
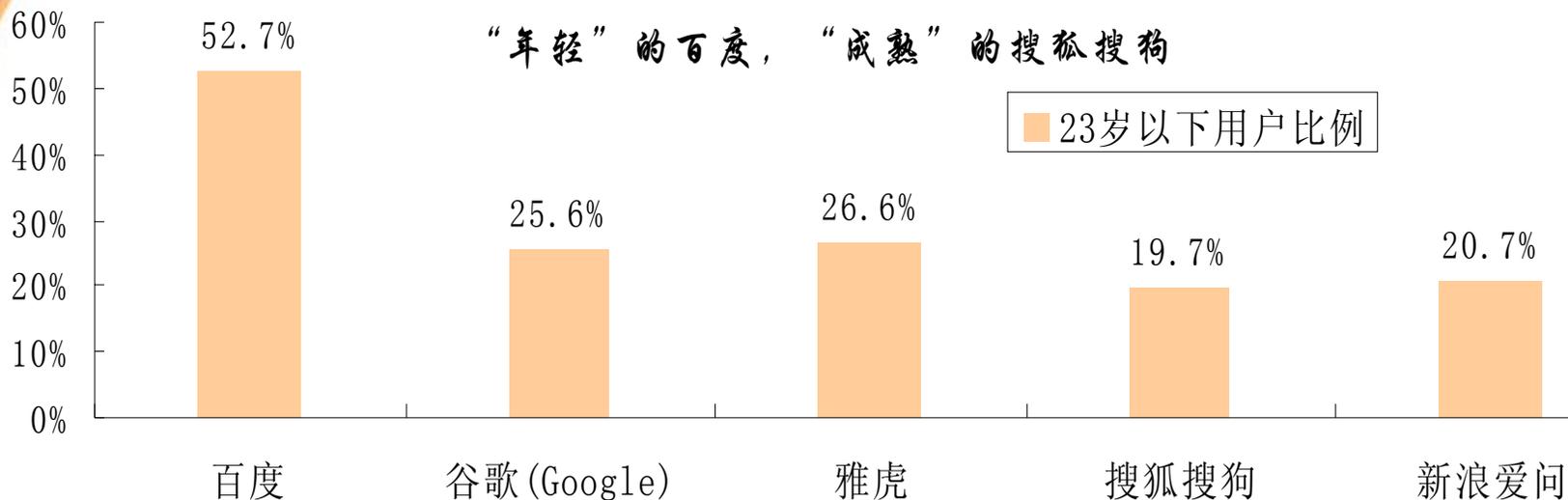


用户搜索频率

京沪穗搜索引擎用户的搜索频率

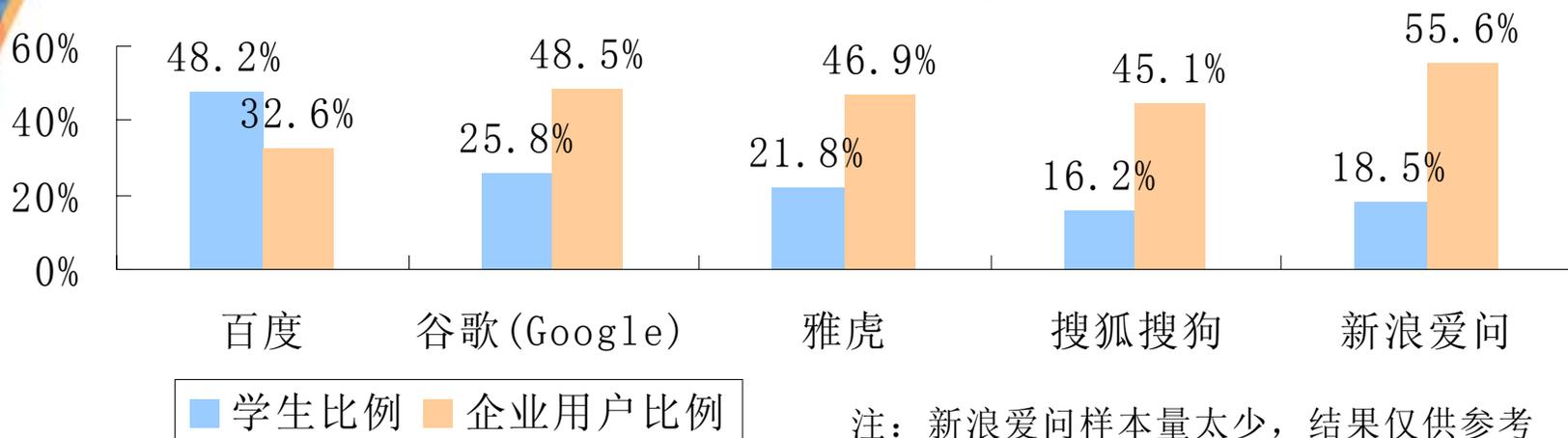


各搜索引擎用户年龄和学历

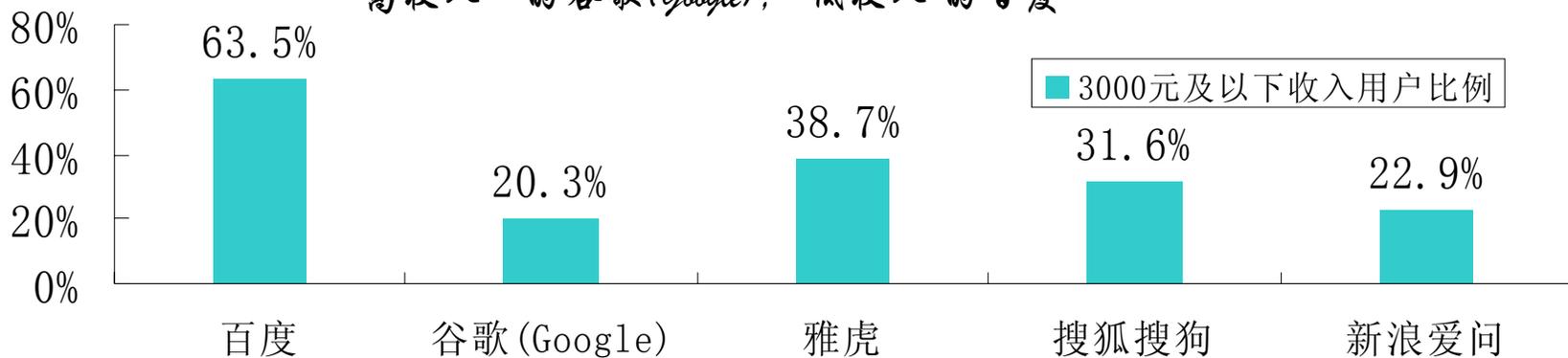


各搜索引擎用户职业和收入

“学生”的百度，“白领”的谷歌(Google)



“高收入”的谷歌(Google)，“低收入”的百度

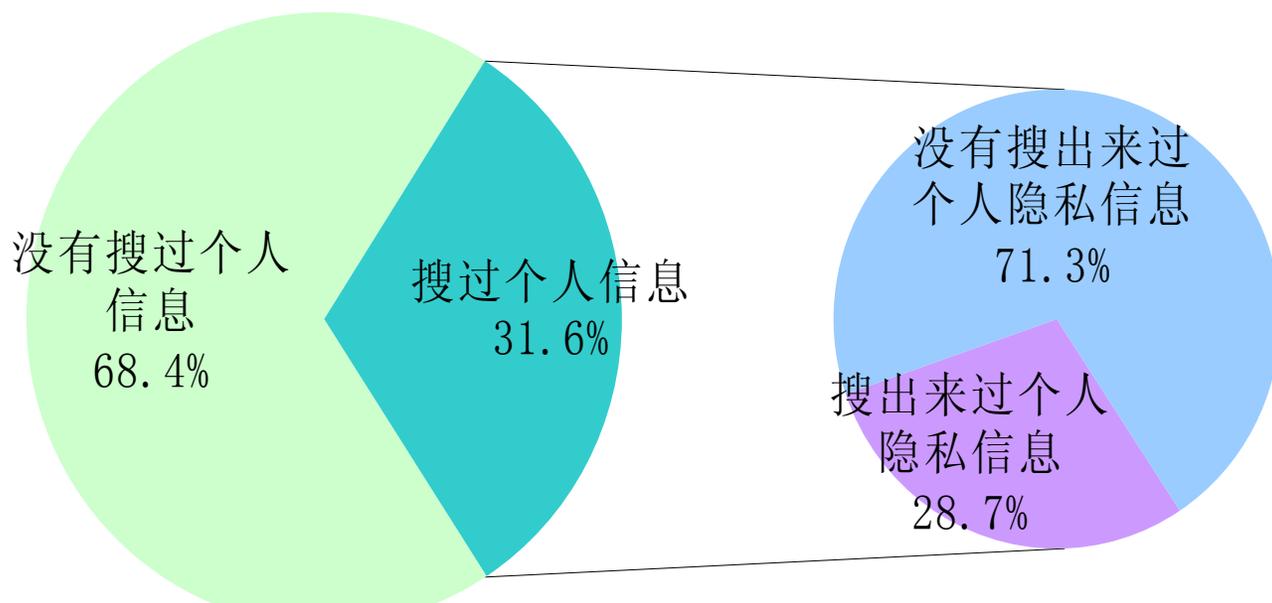


主要结论

- I. 搜索引擎市场份额
- II. 用户体验
- III. 用户特征
- IV. 其他

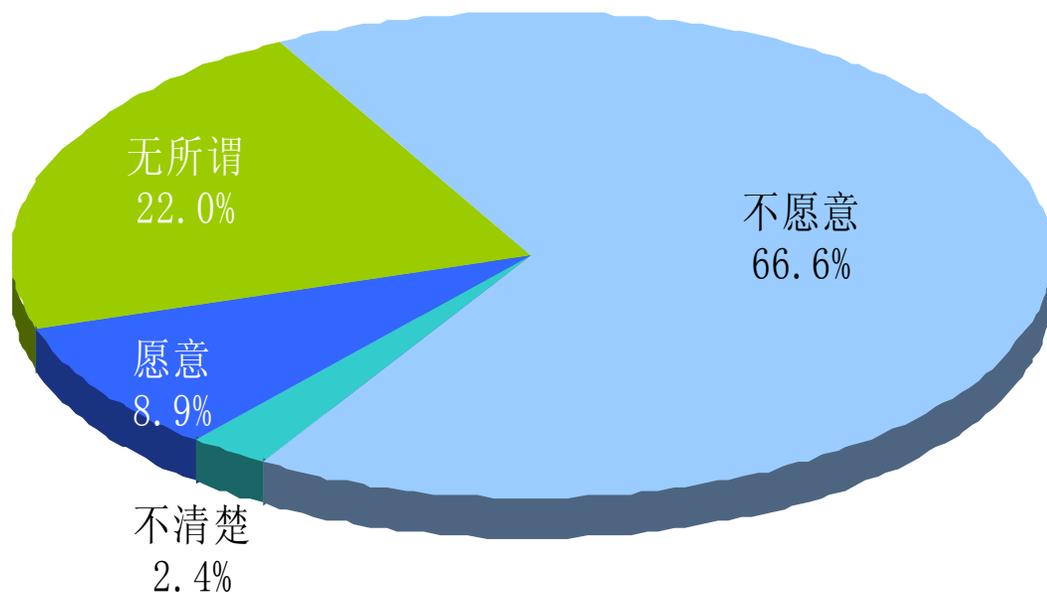
您用自己的名字搜索过吗？

您用自己的名字搜索过吗？



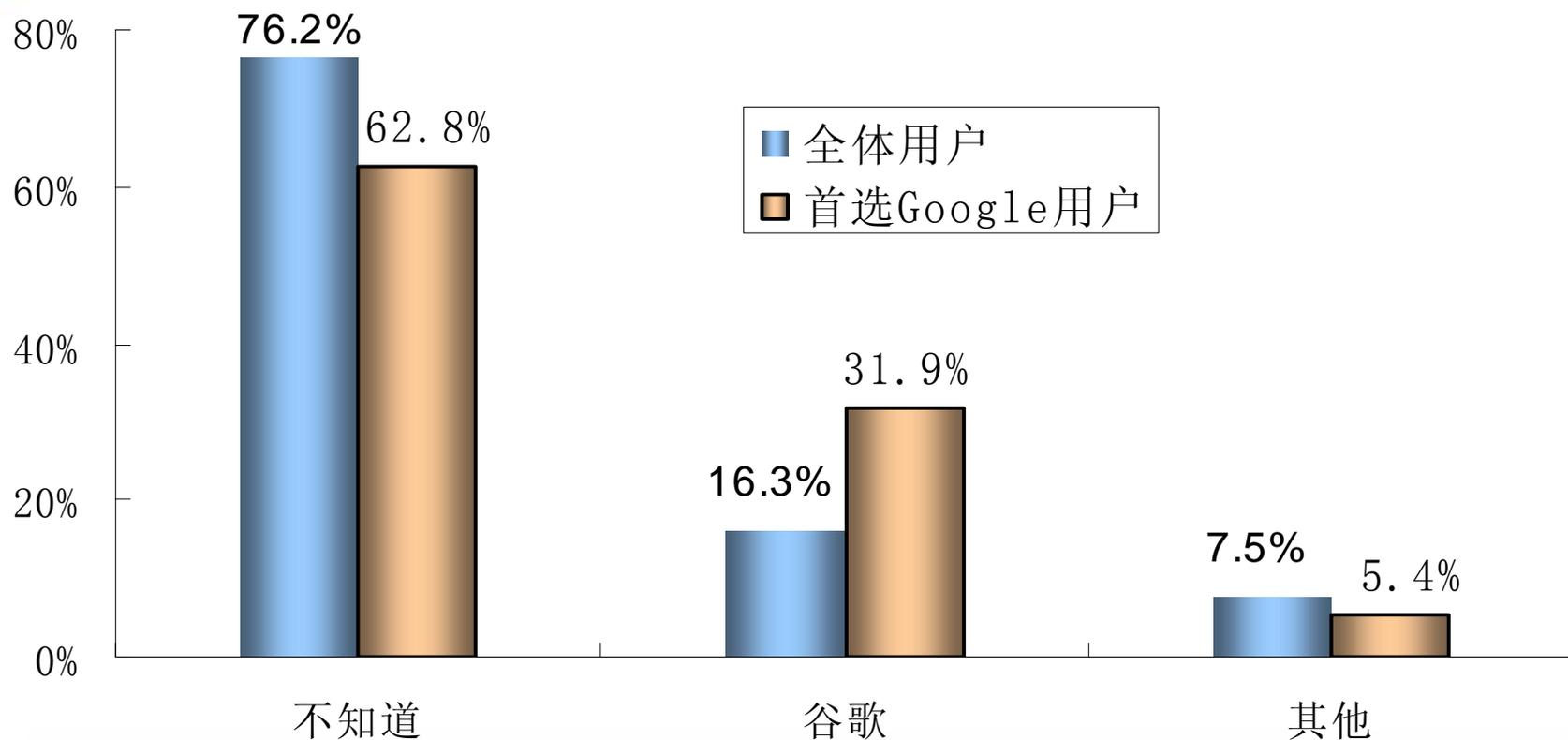
您愿意搜索引擎公司保留您的搜索记录吗？

您愿意搜索引擎公司保留您的搜索记录吗？



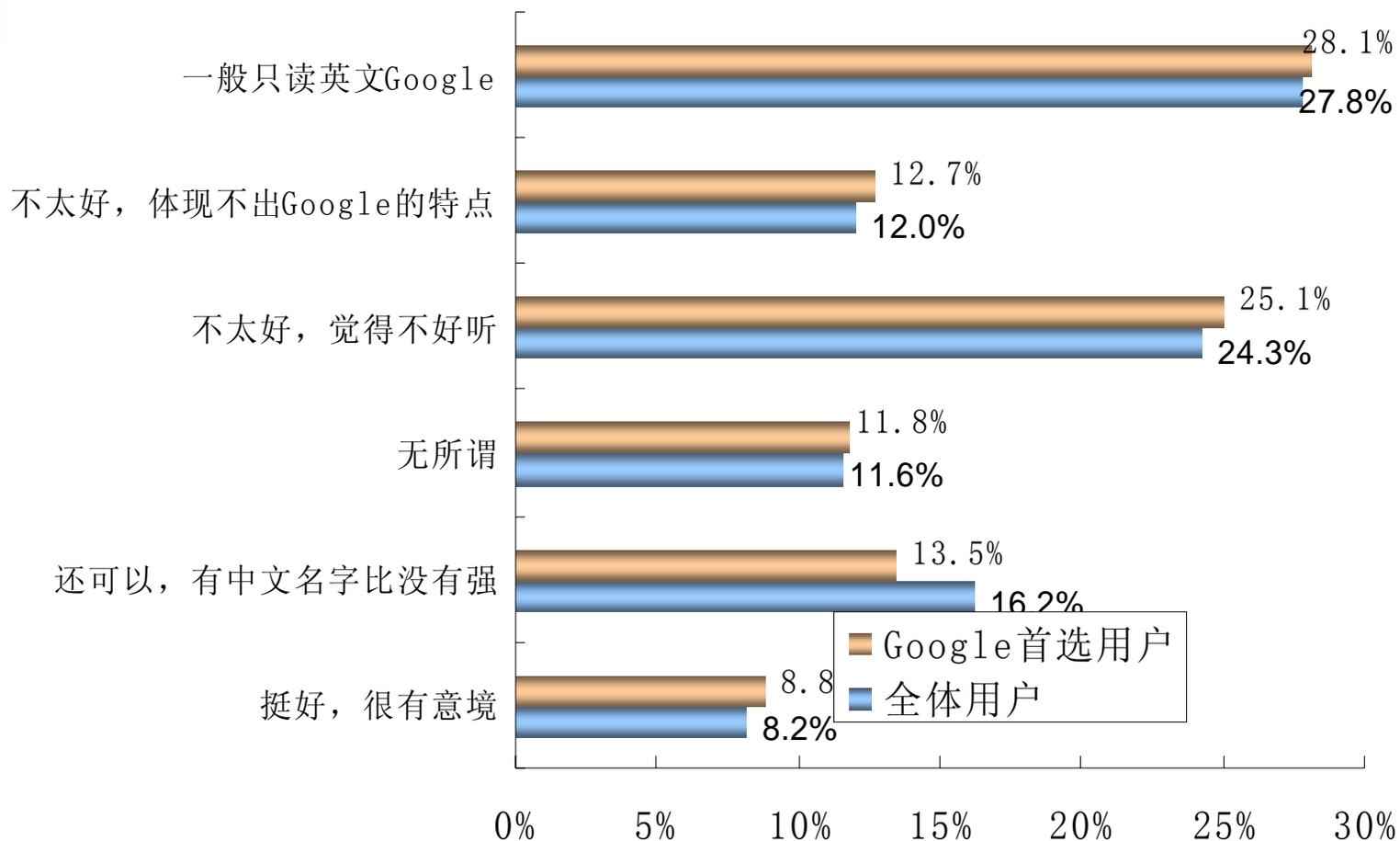
您知道Google的中文名字是什么吗?

全体用户和Google首选用户是否知道Google的中文名字



您觉得谷歌这个名字好吗？

全体用户和Google首选用户对Google中文名字谷歌的看法



注：知道谷歌的用户才回答此题



谢谢！