

目录

目录

图表目录

表格目录

版权声明

免责声明

搜索引擎调查方法说明

报告相关术语说明

报告摘要

第一章 搜索引擎用户特征概况

一、 搜索用户的基本属性

1. 调研样本的区域分布

2. 性别与年龄

3. 搜索用户的学历分布

4. 搜索用户的收入分布情况

二、 搜索引擎用户上网特征概述

1. 中国网民开始使用搜索的时间分布

2. 网民使用搜索引擎的频率

3. 搜索用户的每周上网时间

4. 搜索用户搜索时选择的方式

第二章 搜索用户的搜索选择

一、 用户首选使用的搜索引擎

1、 全国搜索用户的首选

2、 不同城市级别网民首选搜索用户的差距

3、 不同区域内网民首选搜索品牌

4、 京、沪、广三地首选搜索品牌

5、 不同搜索依赖程度的网民在首选搜索品牌上的差异

6、 登录搜索主页进行搜索的用户首选搜索品牌

7、 高端用户的首选搜索品牌

二、 用户的二选搜索品牌

1、 全国搜索用户的二选品牌

2、 不同的首选品牌背后的二选品牌分布

3、 不同城市级别用户的二选品牌分布

4、 不同区域内二选品牌的分布

5、 京、沪、广三地用户的二选品牌分布

三、 搜索品牌认知度

1. 全国用户对搜索品牌的认知情况

2. 不同级别的城市用户对搜索品牌的认知情况

3. 各大区域内搜索品牌的认知度

4. 京、沪、广三地的搜索品牌非提示认知度

5. 网民对搜索品牌的认知途径分布

6. 不同首选搜索品牌的认知途径分析

第三章 搜索用户的获得与流失

- 一、 用户选择首选搜索品牌的原因分析
 1. 搜索用户选择首选品牌的原因分析
 2. 各搜索品牌作为首选时体验因素所占的比重
 3. 各搜索品牌作为首选时习惯因素所占的比重
 4. 各品牌为首选时推广宣传因素所占的比重
 5. 各品牌为首选时增值服务（功能服务）因素所占的比重
 - 二、 半年内首选搜索用户的新增与流失情况
 1. 各搜索品牌首选用户的忠诚度情况
 2. 首选用户的流失率与新增率
 3. 百度首选用户新增的来源及流失去向
 4. 谷歌首选用户新增的来源及流失去向
 5. 雅虎首选用户新增的来源及流失去向
 6. 搜狐搜狗新增首选用户的来源及流失去向
 - 三、 用户更换首选搜索引擎的原因分析
 1. 全国用户集中体现的首选更换原因
 2. 百度首选用户流失原因
 3. 谷歌首选用户流失原因
 4. 雅虎首选用户流失原因
 5. 搜狐首选用户流失原因
 - 四、 不同使用经验用户的首选搜索品牌情况
 1. 2007 年新增搜索用户的首选品牌情况
 2. 不同使用经验用户的首选品牌差异
 - 五、 搜索与其他功能之间的关系
 1. 百度用户的功能选择
 2. 谷歌用户的功能选择
 3. 雅虎用户的功能选择
- #### 第四章 搜索用户的使用习惯
- 一、 用户搜索的内容分析
 1. 国内网民搜索内容
 2. 不同城市级别网民搜索内容
 3. 京、广、沪三地网民搜索内容
 4. 不同首选搜索的用户搜索内容册差异
 - 二、 搜索得不到理想结果时的做法
 1. 总体用户的搜索不到理想结果时的做法
 2. 不同城市级别的用户在搜索不到理想结果时的做法
 3. 京、沪、广三地用户在搜索不到理想结果时的做法
 4. 首选搜索不同的用户在搜索不到理想结果时的做法
 - 三、 用户对待首选与二选搜索引擎的态度
 1. 总体用户对待首选与二选搜索引擎的态度
 2. 首选搜索不同的用户对待首选与二选搜索引擎的态度
 3. 不同级别城市的用户对待首选与二选搜索引擎的态度
 4. 不同区域的用户对待首选与二选搜索引擎的态度
 5. 不同区域的用户对待首选与二选搜索引擎的态度
 - 四、 用户自评对搜索的依赖度

1. 总体用户自评对搜索的依赖度
2. 各级城市用户自评对搜索的依赖度
3. 不同区域用户自评对搜索的依赖度
4. 京、沪、广用户自评对搜索的依赖度
5. 不同首选搜索品牌的用户自评对搜索的依赖度

第五章 主要搜索引擎的首选用户特征对比

- 一、 搜索用户的性别分布
- 二、 搜索用户的学历分布
- 三、 搜索用户的年龄分布
- 四、 搜索用户的收入分布

第六章 搜索用户竞价排名认知情况

- 一、 搜索用户对搜索结果排列规则的认知度
 1. 用户对结果排列规则的整体认知度
 2. 首选不同品牌的用户对结果排列规则的整体认知度
- 二、 搜索用户对广告的区分能力
 1. 全国搜索用户对广告的区分能力
 2. 不同搜索引擎的首选用户对广告的区分能力
 3. 不同级别城市中的用户对广告的区分能力
 4. 不同区域的用户对广告的区分能力
- 三、 搜索用户对广告的点击行为
 1. 全国用户的广告平均点击情况
 2. 不同搜索引擎的首选用户的广告点击情况
 3. 不同城市级别用户的广告点击情况
 4. 不同区域用户的广告点击情况
 5. 京、沪、广用户的广告点击情况