



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国网络招聘市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007-2008年中国网络招聘市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/41167.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

（一）行业部分

2007年中国网络招聘市场规模达到9.7亿元

随着招聘企业雇主和用户快速增长，中国网络招聘市场规模呈现快速增长趋势，2007年中国网络招聘市场规模达到9.7亿元，环比增长27.6%。艾瑞咨询预测，随着网络招聘法律法规、技术环境的不断成熟，市场规模有望持续增长，到2011年将达到26.3亿元。

网络招聘市场高度集中、竞争激烈

目前我国网络招聘服务前三大招聘公司占据70%以上以上份额，市场集中度极高，但面对中国网络招聘市场的巨大潜力，外资纷纷在此跑马圈地。美国Monster结盟中华英才网，日本Recruit入股了51job，Seek收购智联招聘股权，爱尔兰Keyland进军各大地方性招聘网站，台湾最大的招聘网站104人力银行进入上海市场等，可见，中国网络招聘市场进入非常激烈的竞争时期。

多种网络招聘模式共存，综合类招聘站点是主流

巨大的市场前景激发广大从业者的热情，更加细化的招聘网站更是层出不穷。但综合类门户网站，凭借着凭借起点高、涉入行业早和准确定位，以经济发达的一线城市为起点，占据网络招聘市场的70%左右的市场份额，市场领先地位其他网站暂时无法撼动。

结合线下，发挥多种渠道优势势在必行

网络招聘市场由于技术性门槛较低，各招聘网站的竞争将主要集中在为企业主提供高质量的人力资源整合服务，扩大市场占有率和影响力将以对服务进行优化为基础。网络招聘市场将与传统招聘渠道进行更紧密的融合，特别是一些地方招聘网站，线上线下结合，发挥各种渠道的优势为企业主提供全面的招聘服务将是网络招聘市场发展的趋势。

（二）用户部分

企业用户

2007年招聘企业采用过和最常使用的招聘方式网络招聘超过人才交流会、报纸等传统招聘方式位居首位，分别占34.7%和72.6%。企业用户在选择招聘网站是较为看重企业规模、网站用户规模和应聘人员的年龄等个人情况。

调查显示，企业用户对人员培训需求也较大，占44.8%，此外，对人力资源相关调研服务和人事外包服务也有一定需求，分别占34%和21.4%。认为网络招聘服务不成熟是企业用户不使用网络招聘首要原因占49.4%。

个人用户

同企业用户一样，用户在选择的招聘网站中大多倾向于综合性的招聘网站，其中使用过前程无忧等综合性招聘网站占89.6%，最常使用占66.3%。

在求职过程中，用户对招聘网站提供的求职建议和显示同职位投递人数用户需求较为强劲，分别达到65.8%和64.5%。面试技巧掌握不够和不清楚自己的生涯方向是用户求职两大难题，分别占30.4%和7.5%。

【 目录 】

附录1：正式版报告目录

Page5——I. 第七届中国网民网络消费行为大调研背景

Page5——一、调查领域划分

Page5——二、研究主要内容

Page5——三、研究报告成果

Page7——II. 研究方法

Page7——（一）机构网络调研（网络用户）说明

Page7——（二）机构网络调研（行业研究）说明

Page8——III. 行业研究背景

Page9——IV. 报告摘要

Page9——（一）行业部分

Page9——（二）用户部分

Page10——1.概念定义与分类

Page10——1.1网络招聘的定义

Page11——1.2网络招聘网站的分类

Page12——1.3企业招聘渠道及特点

Page14——1.4典型招聘形式发展状况

Page14——1.4.1猎头服务

Page16——1.4.2报纸招聘服务

Page18——1.4.3人才市场招聘会

Page22——1.4.4 中国招聘市场各细分服务的市场规模

Page23——2.国外网络招聘市场发展

Page23——2.1全球网络招聘市场规模

Page24——2.2美国网络招聘和报纸招聘发展

Page25——2.3中美网络招聘服务应用的差异

Page26——3.中国网络招聘市场发展现状分析

Page26——3.1市场已进入洗牌期

Page27——3.2网络招聘PEST分析

Page27——3.2.1政治环境分析

Page27——3.2.2经济环境分析

Page28——3.3.3社会环境分析

Page29——3.3.4技术环境分析

Page30——4.新商业模式分析

Page30——4.1搜索类招聘模式

Page30——4.1.1搜索类招聘网站发展特点

Page31——4.1.2搜索招聘网站发展中问题

Page32——4.2行业类招聘模式

Page32——4.2.1行业类招聘网站发展特点

Page32——4.2.2行业类招聘网站发展问题

Page33——4.3 SNS类招聘模式

Page33——SNS类招聘模式的产业链

Page33——4.3.1SNS类招聘模式服务特点

Page33——4.3.2SNS类招聘模式发展问题

Page34——5.中国网络招聘市场规模分析

Page34——5.1中国网络招聘用户占网民比重

Page35——5.2中国网络招聘企业雇主数量

Page36——5.3中国网络招聘市场规模及预测

Page38——5.4主要网络招聘运营商市场份额

Page40——6.1中国网络招聘服务市场整体情况

Page40——6.1.1用户各月月度覆盖数

Page41——6.1.2用户各季度访问次数

Page42——6.1.3用户各季度浏览页面

Page43——6.1.4用户各季度浏览时间

Page44——6.2用户月度访问市场份额

Page44——6.2.1用户月度访问次数

Page45——6.2.3用户月度浏览页面

Page46——6.2.4.用户月度浏览时间

Page47——7.中国网络招聘市场竞争格局分析

Page47——7.1中国网络招聘网站阵营分析

Page48——7.2中国招聘市场资本竞争态势

Page49——7.3主要企业竞争力评估分析

Page49——7.3.1 竞争力评估指标与评级说明

Page53——7.3.2主要招聘网站运营排名分析

Page54——8.中国网络招聘市场发展趋势分析

Page55——9.代表企业分析

Page55——9.1前程无忧

Page58——9.2中华英才网

Page61——9.3智联招聘

Page63——9.4三大招聘网站详细职位数量对比分析

Page65——9.5南方人才网

Page66——9.6104人力银行

Page68——9.7中国人才热线

Page69——10.企业用户及个人用户分析

Page69——10.1企业用户使用行为分析

Page69——10.1.1网络招聘已成为企业用户最常使用招聘方式

Page70——10.1.2招聘企业不使用网络招聘的原因

Page71——10.1.3综合性招聘网站是企业用户招募人员的首选

Page72——10.1.4网络招聘方式占企业整体招聘的花费情况

Page73——10.1.5招聘网站的知名度是招聘企业最为看重的因素

Page74——10.1.6 2007年企业使用过的招聘网站情况

Page75——10.1.7企业对使用过的招聘网站满意度情况

Page76——10.1.8企业对人员培训的服务需求较大

Page77——10.2个人用户使用行为分析

Page77——10.2.1用户获取招聘信息的渠道分析

Page78——10.2.2用户使用网络招聘网站的类型分布

Page79——10.2.3获取招聘信息是用户使用招聘网站首要目的

Page81——10.2.5三大招聘网站市场渗透率最高

Page82——10.2.6招聘网站服务满意度有待进一步提高

Page83——10.2.7用户最希望招聘网站提供的服务

Page84——10.2.8福利待遇用户最为看重

Page85——10.2.9超过9成用户认为找工作自我探索重要

Page86——10.2.10超过5成用户认为找工作专业技能最重要

Page87——10.2.11面试技巧不够好是求职者首要困扰

Page88——10.2.12用户换工作的频率

Page89——10.2.13用户找工作时间同理想找工作时间差异较小

Page90	——10.2.14用户未来最想从事的工作
Page91	——10.2.15网络招聘“安全性”亟待解决
Page92	——10.3用户属性部分
Page93	——法律声明

附录2：正式版报告图表目录

Page11	——表1-1中国网络招聘网站的分类
Page13	——表1-2主要招聘渠道优缺点
Page16	——表1-3中国报纸招聘广告特征
Page47	——表7-1中国网络招聘网站阵营分析
Page48	——表7-2中国网络招聘企业融资情况
Page53	——表7-3中国主要招聘网站运营排名分析
Page51	——表7-3-1中国招聘网站外部指标分析
Page51	——表7-3-2中国主要招聘网站外部指标的10分制转换
Page52	——表7-3-3中国主要招聘网站内部指标分析
Page57	——表9-1前程无忧SWOT分析
Page60	——表9-2中华英才网SWOT分析
Page62	——表9-3智联招聘SWOT分析
Page63	——表9-42007年三大招聘网站企业求职信息量重点城市对比
Page64	——表9-5上海招聘网SWOT分析
Page65	——表9-6南方人才网SWOT分析
Page67	——表9-7104人力银行SWOT分析
Page68	——表9-8中国人才热线SWOT分析
Page92	——表10-1中国求职网络网民属性结构
Page19	——图1-4-12006Q3 -2007Q4中国人才市场招聘单位数量
Page20	——图1-4-2 2006Q3-2007Q4中国部分城市人才市场供求信息对比
Page21	——图1-4-3 2000-2007年中国大学生毕业人数情况
Page22	——图1-4-42007年中国招聘市场各细分招聘服务市场规模
Page23	——图2-12005-2011年全球网络招聘市场规模及预测
Page24	——图2-22005-2011年美国网络招聘与出版物广告市场规模
Page25	——图2-32007年中美网络服务用户使用率
Page34	——图5-12005-2011年中国网络招聘个人用户及网民规模

Page35	——图5-22005-2011年中国网络招聘企业雇主数量及预测
Page36	——图5-32005-2011年中国网络招聘市场规模及预测
Page37	——图5-4中国网络招聘占整个招聘市场规模比重
Page38	——图5-52007年中国主要招聘运营商收入市场份额
Page40	——图6-1-12007年各月中国主要招聘网站用户月度覆盖数
Page41	——图6-1-22006Q4-2007Q4中国主要招聘网站用户总访问次数
Page42	——图6-1-32006Q4-2007Q4中国网络招聘网站各季度总浏览页面
Page43	——图6-1-42006Q4-2007Q4中国网络招聘网站各季度总有效浏览时间
Page44	——图6-2-12007年各月中国主要招聘网站用户月度访问次数
Page45	——图6-2-22007年中国主要招聘网站用户月度浏览页面
Page46	——图6-2-32007年各月中国主要招聘网站用户月度有效浏览时间
Page53	——图7-1中国主要网络招聘网站竞争力分析
Page55	——图9-12006Q3-2007Q3前程无忧各业务营收情况
Page66	——图9-22006年台湾104人力银行各业务收入情况
Page69	——图10-1-12007年招聘企业使用的招聘方式情况
Page70	——图10-1-2招聘企业不使用网络招聘的原因
Page71	——图10-1-3招聘企业未来打算选择网络招聘的类型
Page77	——图10-2-1用户获取招聘信息及面试机会渠道分析
Page78	——图10-2-2用户使用网络招聘网站的类型
Page79	——图10-2-3用户经常使用的招聘网站服务情况
Page80	——图10-2-4用户对投放后无回复简历看法
Page81	——图10-2-5用户曾经投放过个人简历的网站
Page82	——图10-2-6用户对使用过的招聘网站满意度分析
Page83	——图10-2-7用户希望招聘网站提供的服务
Page84	——图10-2-8用户求职时最看重招聘公司的因素分析
Page85	——图10-2-9用户认为兴趣、专长等自我探索对找工作的重要性分析
Page86	——图10-2-10专业技能、兴趣等自我探索对找份合适工作重要性
Page87	——图10-2-11用户求职过程中感到最困扰的问题
Page88	——图10-2-12用户换工作的频率
Page89	——图10-2-13用户找份新工作所花时间
Page90	——图10-2-14用户未来最想从事的工作
Page91	——图10-2-15用户不使用网络招聘的原因

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41167.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。