



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国搜索引擎市场用户（ 广告主）调研报告

# 一、调研说明

《2007年中国搜索引擎市场用户（广告主）调研报告》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/42233.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](mailto: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

### 研究范畴

本报告涉及的关键字为：新媒体 - 搜索引擎

本报告涉及的产品和服务主要包括：搜索引擎广告服务。

本报告涉及的厂商主要包括：谷歌、百度、中搜、阿里巴巴、中国雅虎、新浪、搜狐（搜狗）、腾讯、网易、Tom等。

本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

### 研究方法

本次调查分为访问员电话调研、线上企业调研、分析师电话访谈、分析师深度访谈四个部分。对于回收的数据通过SPSS进行数据分析处理，并在此基础上撰写研究报告，涉及企业8500余家，回收总问卷量1372份，并经过剔除不完整问卷、严格的逻辑、加权配比处理，最终获得有效问卷量683份。

### 访问员电话调研

抽样总体为7500家企业。包括：易观国际已有的企业数据库，以及2007上半年年百度、Google、中国雅虎系、搜狗等10余家搜索引擎广告服务提供商重点行业客户。

具体抽样方法如下：

第一，易观国际搜索引擎客户研究分析师项目组定性分析2007年上半年中国搜索引擎广告地区发展情况，结合易观国际历年搜索引擎客户研究样本分布特征，并确定重点地区（北京、广东、上海、浙江、江苏等）抽样权重。

第二，易观国际搜索引擎客户研究分析师项目组定性分析2007年上半年中国搜索引擎营销推广客户所属行业发展情况，结合易观国际历年搜索引擎客户研究样本分布特征，并确定重点行业（IT产品、IT零售、房地产业、汽车零售业、旅游服务业、金融业、教育培训业、网络服务业、快速消费品业等）抽样权重。

第三，结合地区权重、行业权重确定地区行业交叉权重，并基于已选定总体库进行PPS抽样，共抽取样本1365份。

第四，根据抽取的企业名单，由严格筛选并经过专业培训的访问员电话调研，在电话调查阶段，访问员要核对企业数据的正确性；获得企业的企业规模、企业性质、行业性质等基本信息，并按照分类代码将访问结果进行归类。

第五，访问员电话调研回收总问卷量473份，访谈问卷由分析师进行筛选，对填写不完整、逻辑不符等各类无效问卷进行严格剔除，并根据分析师定性分析结果对数据库进行样本加权处理，最终获得电话调研有效问卷349份。

#### 线上企业调研

易观国际于2007年9月7日~10月7日进行2007上半年中国搜索引擎客户线上调研。

具体方法是将调研问卷投放在易观国际网站上，同时对所有易观国际企业数据库发送调研EDM，并在门户网站、专业网站等广告主较集中的百余家网站设置调研链接进行联合推介，由企业用户主动参与填写问卷的方式获取信息。

共回收总问卷量899份，首先剔除无效问卷，再根据分析师定性分析结果对数据库进行样本加权处理，最终获得线上企业调研有效问卷量为334份

#### 分析师电话调研

分析师按照客户规模随机抽样已回收有效问卷（包括线上、线下）25份，进行电话调研，核实最终问卷有效率。

分析师对访问员未访问成功地各行业各地区典型企业进行调研，分析师除需要从备选企业获得问卷已有问题的信息，还要获得该行业该地区搜索引擎营销的发展状况。共调研10家企业。

## 分析师深度访谈

主要针对北京地区搜索引擎客户。分析师根据电话访谈阶段获得的数据，筛选重点企业的被访问者，预约到指定地点对被访者进行深度访谈。访问地点通常设在被访者的办公室，或其公司附近的咖啡厅等地。共深度访谈10家。

## 【 目录 】

### 1行业概况 1

#### 1.1搜索引擎产业图景 1

#### 1.2购买关键词基本渠道 4

#### 1.3关键词选择发展趋势 5

### 2研究内容 6

#### 2.1 定义 6

#### 2.2 内容 7

### 3 客户分析 8

#### 3.1搜索引擎客户基本特征分析 8

##### 3.1.1基本结论 8

##### 3.1.2地区分布 9

##### 3.1.3规模分布 10

##### 3.1.4 行业分布 12

#### 3.2搜索引擎客户使用行为分析 13

##### 3.2.1 接触和购买渠道分析 13

##### 3.2.2 购买行为分析 24

##### 3.2.3 购买行为分析 33

### 3.2.4 未来决策预期 39

附录：易观国际企业用户研究方法说明 46

1 受访对象所属部门分布 46

2 样本说明 47

### 图目录

图1-1 2006上半年—2007上半年中国搜索引擎市场规模 1

图1-2 2007年上半年中国搜索引擎市场主要厂商市场份额 2

图1-3 2006年上半年中国搜索引擎市场主要厂商市场份额 3

图1-4 中国搜索引擎市场广告主购买关键词基本渠道 4

图1-5 中国搜索引擎市场关键词选择发展趋势 5

图1-6 2007中国搜索引擎客户调研内容 7

图3-1 客户地区分布 9

图3-2 客户规模分布 10

图3-3 不同地区客户规模分布 11

图3-4 客户行业分布 12

图3-5 客户投放费用最高的服务商份额 14

图3-6 客户对投放费用最高的服务商满意度统计 15

图3-7 客户对投放费用最高的服务商效果认可度统计 15

图3-8 客户选用其他服务商进行搜索引擎推广统计 16

图3-9 客户购买方式统计 17

图3-10 直销购买满意度 18

图3-11 代理渠道购买满意度 18

图3-12 网上直接购买满意度 19

图3-13 不同规模客户购买方式统计 19

图3-14 不同地区客户购买方式统计 20

图3-15 不同行业客户购买方式统计 21

图3-16 搜索引擎服务商网上直接销售客户量统计 22

图3-17 搜索引擎服务商直销客户量统计 23

图3-18 客户购买关键词数量统计 25

图3-19 不同规模客户购买关键词数量统计 25

图3-20	客户在产品/服务营销推广方面支出统计	26
图3-21	客户使用搜索引擎进行推广的费用统计	27
图3-22	客户搜索引擎营销支出与总营销支出交叉分析	28
图3-23	客户推广方式统计	29
图3-24	不同规模客户推广方式统计	30
图3-25	不同地区客户推广方式统计	31
图3-26	不同行业客户推广方式统计	32
图3-27	客户选用搜索引擎服务商时比较注重的因素统计	34
图3-28	客户选择搜索引擎进行推广的原因统计	35
图3-29	客户使用搜索引擎的推广目的统计	36
图3-30	客户对搜索结果排名关注度统计	37
图3-31	客户认可的推广效果判断标准统计	38
图3-32	2007上半年较2006同期支付费用同比变化统计	40
图3-33	客户支付费用上升幅度统计	40
图3-34	客户支付费用下降幅度统计	41
图3-35	2007下半年客户采用搜索引擎进行推广的情况统计	42
图3-36	2007下半年客户推广费用增投幅度统计	42
图3-37	2007下半年客户推广费用减投幅度统计	43
图3-38	2007下半年客户不再使用搜索引擎营销的原因统计	43
图3-39	2007下半年不同规模客户推广预期统计	44
图3-40	2007下半年不同行业客户搜索引擎推广预期统计	45
图 附1-1	受访对象所属部门分布	46

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42233.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。