



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/69073.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

2007-2008年中国网络招聘市场分析及发展趋势研究报告

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、市场分析及发展趋势研究报告成果

Page7——II. 研究方法

Page7——（一）网络调研（网络用户）说明

Page7——（二）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1-4-4 2007年中国招聘市场各细分招聘服务市场规模
Page23	——图2-1 2005-2011年全球网络招聘市场规模及预测
Page24	——图2-2 2005-2011年美国网络招聘与出版物广告市场规模
Page25	——图2-3 2007年中美网络服务用户使用率
Page34	——图5-1 2005-2011年中国网络招聘个人用户及网民规模
Page35	——图5-2 2005-2011年中国网络招聘企业雇主数量及预测
Page36	——图5-3 2005-2011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5-5 2007年中国主要招聘运营商收入市场份额
Page40	——图6-1-1 2007年各月中国主要招聘网站用户月度覆盖数
Page41	——图6-1-2 2006Q4-2007Q4中国主要招聘网站用户总访问次数
Page42	——图6-1-3 2006Q4-2007Q4中国网络招聘网站各季度总浏览页面
Page43	——图6-1-4 2006Q4-2007Q4中国网络招聘网站各季度总有效浏览时间
Page44	——图6-2-1 2007年各月中国主要招聘网站用户月度访问次数
Page45	——图6-2-2 2007年中国主要招聘网站用户月度浏览页面
Page46	——图6-2-3 2007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9-1 2006Q3-2007Q3前程无忧各业务营收情况
Page66	——图9-2 2006年台湾104人力银行各业务收入情况
Page69	——图10-1-1 2007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

B005

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69073.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。