

# 中国搜索引擎 京沪穗用户调查报告2007

---

北京正望咨询有限公司

China IntelliConsulting Corporation

2007年9月



# 北京正望咨询有限公司

- 北京正望咨询有限公司专注于中国互联网服务领域，秉着严谨的科学精神、公正客观的原则立场、细致务实的工作态度，为从业者、投资者、政府相关部门及行业协会提供市场调查、行业研究与战略咨询服务。
- 正望咨询密切关注中国互联网市场的发展状态与发展趋势，捕捉市场热点问题，开展市场调研工作，定期或不定期发布市场调查报告，帮助从业者和投资者准确及时作出决策。正望咨询的市场调查工作采用严谨科学的调查方法，以最接近市场真实状况的调查手段设计调查方案、采集样本、处理数据、归纳调查结论、撰写调查报告。
- 正望咨询利用科学的市场调研手段，帮助互联网企业制订企业发展战略、市场营销战略和投资兼并战略。



# 调查结果与调查结论简报

---

**吕伯望**

首席分析师

**北京正望咨询有限公司**

China IntelliConsulting Corporation

<http://www.iaskchina.cn>

[peter@iaskchina.cn](mailto:peter@iaskchina.cn)

2007年9月



# 调查方法

---

- 调查目标城市为北京、上海和广州
- 采用计算机辅助电话访问（CATI）的方式进行
- 采用严格的随机抽样方式
- 每个城市成功样本量为1000个，满足在置信度为95%时，单个城市估计的最大允许绝对误差小于3%，三个城市总体估计的最大允许绝对误差小于2%。

# 搜索引擎市场份额



# 常用搜索引擎数量及分布

常用搜索引擎的个数：

	北京	上海	广州	总体
1个	66.8%	63.4%	62.5%	64.3%
2个	27.2%	31.2%	31.3%	29.8%
3个及以上	6.0%	5.4%	6.2%	5.9%

常用的搜索引擎：

	北京	上海	广州	总体
百度	85.9%	77.9%	83.3%	82.3%
Google	32.6%	47.2%	38.8%	39.6%
雅虎*	6.5%	6.3%	6.8%	6.5%
搜狗	7.2%	4.2%	4.7%	5.4%

常用搜索引擎指的是基本上每周都会使用的搜索引擎

\*雅虎包括3721的用户数据



# 品牌认知度（主动提及率）

	2007.09				2007.03
	北京	上海	广州	总体	
百度	88.7%	85.9%	82.9%	86.0%	81.7%
Google	58.4%	74.3%	58.6%	64.1%	*61.5%
谷歌*	4.3%	4.3%	4.5%	4.4%	-
<b>Google+谷歌</b>	<b>62.0%</b>	<b>76.7%</b>	<b>61.7%</b>	<b>67.1%</b>	<b>61.5%</b>
雅虎	21.4%	23.2%	24.6%	23.0%	28.9%
3721网络实名	1.2%	1.0%	0.8%	1.0%	3.0%
搜狗	31.9%	25.0%	23.8%	27.1%	32.7%
搜搜	5.0%	4.2%	6.7%	5.2%	4.6%
爱问	14.1%	9.9%	5.3%	10.1%	12.4%
网易搜索	1.9%	3.0%	4.7%	3.1%	4.1%
MSN搜索（Live搜索）	1.0%	1.4%	0.8%	1.1%	1.5%

\*2007年3月份调查没有区分Google和谷歌



# 品牌认知度（提示前 vs. 提示后）

	2007.09		2007.03	
	提示前	提示后	提示前	提示后
百度	86.0%	99.7%	81.7%	99.6%
Google	64.1%	94.3%	*61.5%	*91.4%
谷歌	4.4%	61.2%	-	-
<b>Google+谷歌</b>	<b>67.1%</b>	<b>94.9%</b>	<b>61.5%</b>	<b>91.4%</b>
雅虎	23.0%	97.7%	28.9%	97.8%
3721网络实名	1.0%	61.4%	3.0%	62.7%
搜狗	27.1%	91.8%	32.7%	90.7%
搜搜	5.2%	58.7%	4.6%	48.7%
爱问	10.1%	31.6%	12.4%	33.8%
网易搜索	3.1%	77.9%	4.1%	79.9%
MSN搜索	1.1%	58.6%	1.5%	56.9%

\*2007年3月份调查没有区分Google和谷歌



# 首选搜索引擎市场份额

	北京	上海	广州	三地总体
百度	74.0%	63.7%	71.0%	69.5%
Google/谷歌	17.9%	29.4%	21.2%	23.0%
雅虎*	2.0%	2.2%	2.9%	2.3%
搜狗	2.6%	1.5%	1.3%	1.8%
其他	3.4%	3.2%	3.5%	3.4%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

\*雅虎搜索的用户数据包括3721用户在内，但3721用户只占雅虎用户总数的11.3%



# 一年来的市场份额变动状况

	2006.09	2007.03	2007.09	相对于 一年前	相对于 半年前
百度	61.9%	69.0%	69.5%	▲7.6	▲0.5
Google/谷歌	24.1%	21.6%	23.0%	▼1.1	▲1.4
雅虎*	5.2%	3.2%	2.3%	▼2.9	▼0.9
搜狗	3.2%	2.0%	1.8%	▼1.4	▼0.2
其他	5.6%	4.2%	3.4%	▼2.2	▼0.8
合计	100.0%	100.0%	100.0%		

相对于半年前和一年前的数据为▲增加或▼减少的百分点



# 以任意一天中搜索引擎使用情况定义的市场份额

	北京	上海	广州	三地总体
百度	66.0%	58.3%	61.1%	61.8%
Google/谷歌	21.4%	31.9%	27.6%	26.9%
雅虎*	2.6%	2.7%	3.1%	2.8%
搜狗	3.5%	1.3%	1.8%	2.2%
其他	6.4%	5.8%	6.5%	6.3%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



# 搜索引擎用户特征对比

## 百度 vs. Google

以下分析如非特别说明，均采用首选搜索引擎的定义，即百度用户指的是只使用百度或者首选百度的用户，Google用户指的是只使用Google或者首选Google的用户，以此类推。



# 性别与学生用户比例

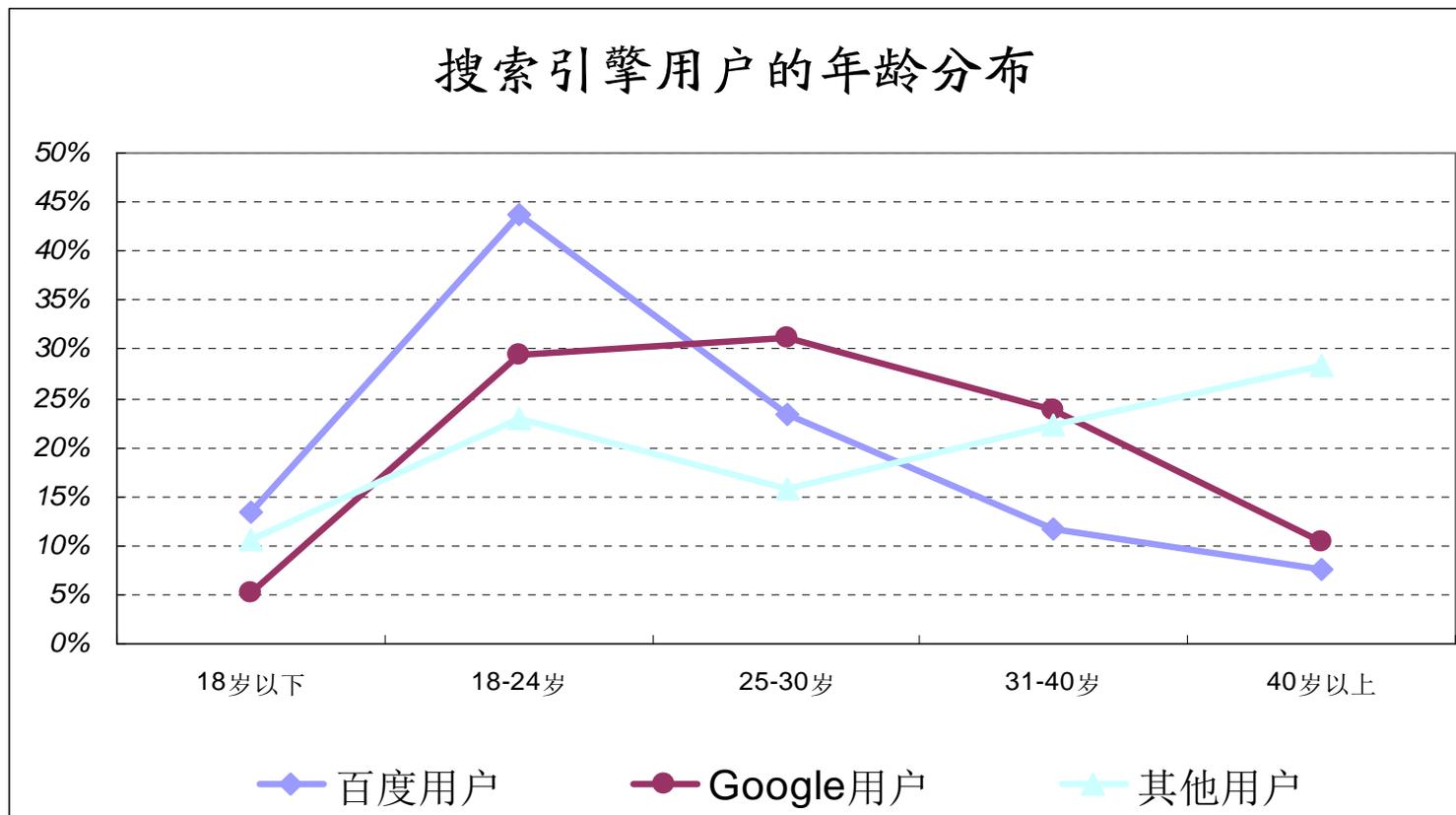
	百度用户	Google用户	其他用户	用户总体
男	57.7%	59.4%	51.4%	57.6%
女	42.3%	40.6%	48.6%	42.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	百度用户	Google用户	其他用户	用户总体
学生用户比例	38.1%	21.8%	17.5%	32.8%



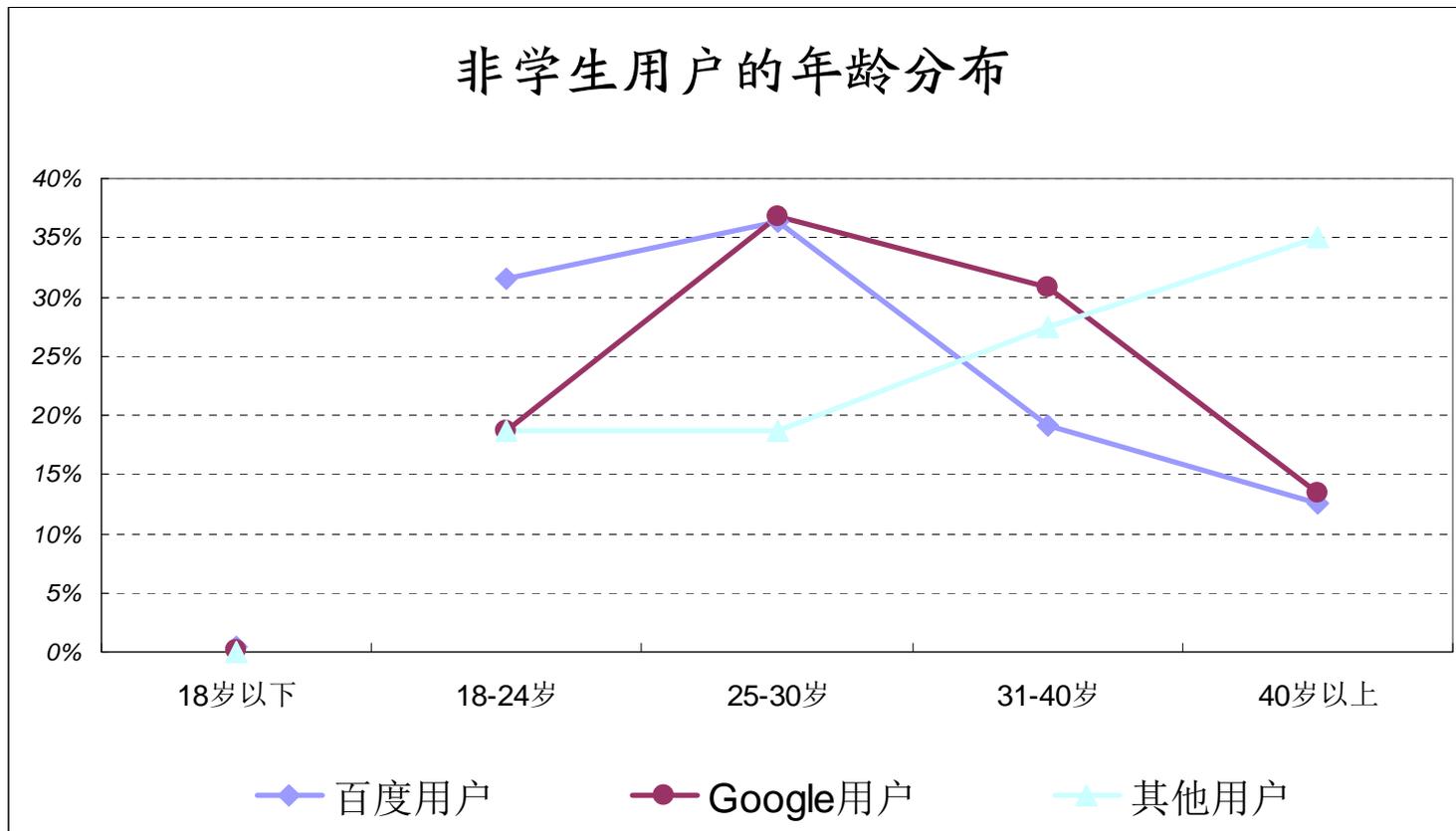
# 年龄

	百度用户	Google用户	用户总体
平均年龄	25.5	29.1	26.9



# 非学生 用户年龄

	百度用户	Google用户	非学生总体
平均年龄	29.7	31.8	31.0



# 学生用户

	百度用户	Google用户	其他用户	学生用户总体
小学生	1.7%	1.4%	2.7%	1.7%
中学生（包括中专生）	43.0%	28.6%	64.9%	41.6%
大学生（包括大专生）	50.2%	54.3%	32.4%	50.1%
研究生（包括博士生）	5.1%	15.7%	0.0%	6.5%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



# 非学生用户的受教育程度

	百度用户	Google用户	其他用户	非学生用户总体
高中及以下	23.8%	9.3%	36.5%	21.1%
大专	36.0%	26.9%	30.0%	33.0%
大本	34.6%	45.1%	29.4%	36.9%
硕士及以上	5.6%	18.8%	4.1%	9.0%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



# 高端用户

高端用户定义——同时满足如下三个条件的非学生用户：

- 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元及以上

条件项	≥25岁	≥大学本科	≥3000元	高端用户
在非学生用户中 所占比例	72.6%	45.9%	47.3%	28.3%



# 高端用户中的市场份额

---

	2006.09	2007.03	2007.09
百度	43.7%	51.5%	53.4%
Google	45.2%	41.9%	39.6%
其他	11.1%	6.6%	7.1%
合计	100.0%	100.0%	100.0%



# 搜索引擎用户评价

---



# 搜索引擎重要性评价

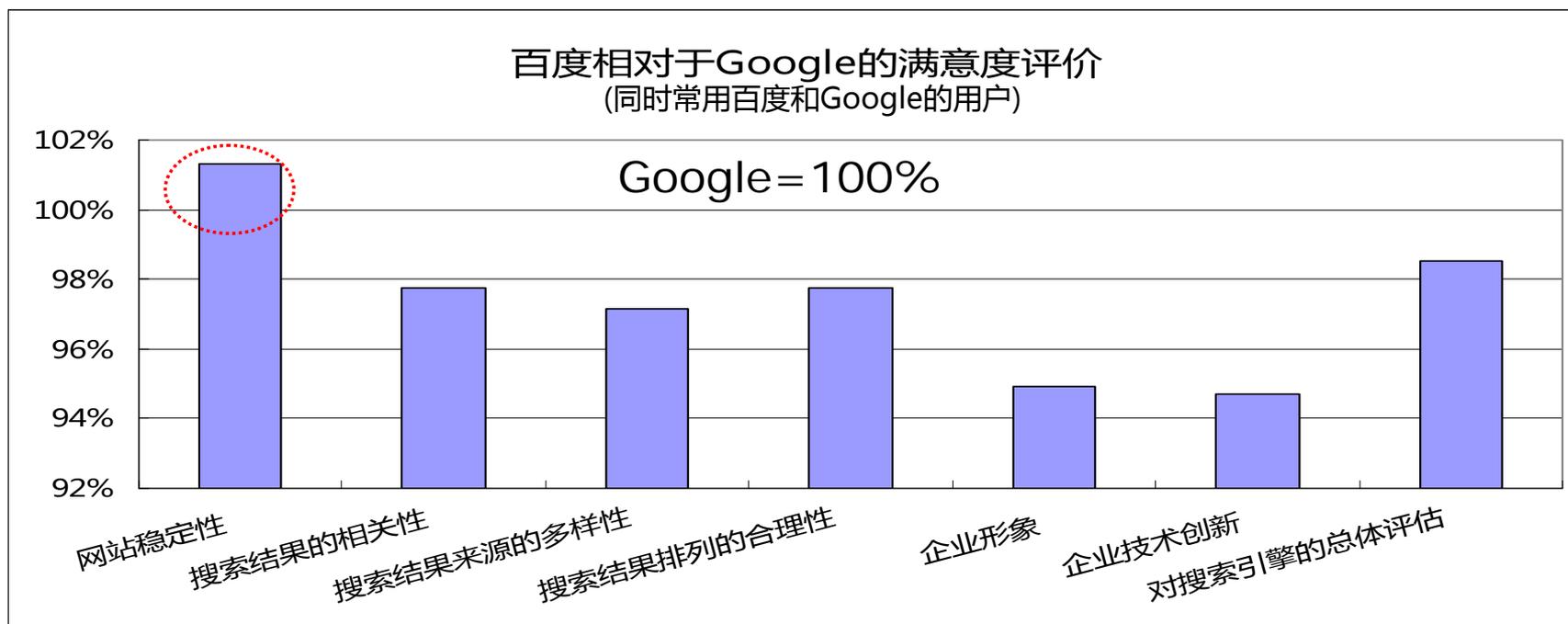
按10分制打分，1分为重要性最低，10分为重要性最高，  
以下是用户打分平均值：

	按首选搜索引擎分		按用户搜索使用频度分			用户总体
	百度用户	Google用户	很频繁	比较频繁	一般	
2007.09	7.92	8.12	8.69	8.21	7.28	7.94
2007.03	7.72	8.11	8.47	7.96	7.29	7.74



# 对不同搜索引擎网站满意度评价

	网站稳定性	搜索结果相关性	搜索结果来源多样性	搜索结果排列合理性	企业形象	企业技术创新	总体评估
首选百度用户	8.04	7.56	7.63	7.26	7.86	7.24	7.90
首选Google用户	7.91	7.70	7.84	7.44	8.06	7.65	7.95



# 不同用户对搜索引擎网站满意度评价

	对百度的评价		对Google的评价	
	首选百度用户	非首选百度用户	首选Google用户	非首选Google用户
网站稳定性	8.12	7.60	8.12	7.61
搜索结果的相关性	7.64	7.12	7.85	7.48
搜索结果来源的多样性	7.70	7.27	7.97	7.64
搜索结果排列的合理性	7.28	7.14	7.55	7.28
企业形象	7.91	7.56	8.15	7.92
企业技术创新	7.25	7.16	7.74	7.51
对搜索引擎的总体评估	7.97	7.51	8.15	7.65



# Google 中国的变化

---



# 对今年来Google中国变化的评价

	首选Google用户	非首选Google用户	总体
没感觉到有多少变化	41.5%	41.6%	41.5%
总体上很好	28.2%	18.8%	24.3%
有好有坏，好的占多数	14.7%	12.8%	13.9%
好坏参半	5.9%	5.3%	5.6%
不好的占多数	0.3%	1.5%	0.8%
总体上很不好	0.2%	0.6%	0.4%
我不作评价	9.3%	19.4%	13.5%
合计	100.0%	100.0%	100.0%

注：访问对象限定为目前常用（基本上每周都会使用）Google的受访者，占京沪穗搜索引擎用户总体的39.6%



# Google中国的变化体现在：

( 多选结果 )	首选Google用户	非首选Google用户	总体
网站变稳定了	3.7%	1.6%	3.0%
中文产品/频道增加了	12.5%	10.1%	11.6%
中文搜索功能改善了/更好用了	50.1%	48.8%	49.6%
在中国市场的宣传推广加强了	3.8%	2.1%	3.2%
给我的感觉更舒服了	9.1%	9.4%	9.2%
网站变得不稳定了	0.7%	1.1%	0.9%
增加了许多无用的功能和产品	1.9%	1.6%	1.8%
中文搜索功能变差了/更不好用了	5.7%	6.5%	6.0%
在中国市场的宣传推广变差了	0.0%	0.0%	0.0%
给我的感觉更差了	1.2%	1.1%	1.2%
其他	2.5%	3.3%	2.8%
具体说不清楚	26.2%	25.9%	26.1%

注：访问对象限定为前题感觉到Google中国变化的受访者



# 京沪穗网民 经常访问的网站



# 不以搜索为目的经常访问的网站

	北京	上海	广州	总体
新浪	49.6%	35.6%	20.6%	36.2%
搜狐*	36.7%	19.3%	12.4%	23.4%
网易	13.8%	12.8%	28.5%	17.7%
雅虎中国	10.6%	9.1%	6.4%	8.8%
QQ.com	6.1%	6.1%	10.8%	7.5%
百度**	5.8%	5.3%	6.3%	5.8%
MSN	3.0%	4.2%	2.2%	3.2%
淘宝	2.1%	2.9%	1.6%	2.2%
Tom在线	1.7%	0.8%	1.5%	1.3%
Google/谷歌	0.9%	0.5%	1.3%	0.9%

- 搜狐是搜狐（20.0%）、17173.com（2.3%）、ChinaRen（1.8%）和焦点网（0.1%）去重后汇总的数据
- 百度是百度（4.3%）和Hao123（1.5%）去重汇总后的数据



## 经常访问的网站——半年内的变化

名次	网站	2007.03	2007.09	和半年前相比
1	新浪	34.5%	36.2%	▲1.7
2	搜狐*	26.1%	23.4%	▼2.7
3	网易	20.1%	17.7%	▼2.4
4	雅虎中国	10.8%	8.8%	▼2.0
5	QQ.com	7.2%	7.5%	▲0.3
6	百度**	5.0%	5.8%	▲0.8
7	MSN	3.2%	3.2%	-
8	淘宝	2.0%	2.2%	▲0.2
9	Tom在线	1.8%	1.3%	▼0.5
10	Google/谷歌	1.0%	0.9%	▼0.1

注：和半年前相比的数据为▲增加或▼减少的百分点



# 报告主要结论



# 搜索引擎市场集中化

- 搜索引擎市场更趋集中，百度市场份额持续增加，Google触底反弹，已接近其去年同期的市场份额
  - 搜索引擎市场百度与Google合计占有92.4%的首选搜索引擎用户，半年前和一年前则分别为90.6%和85.9%
- 雅虎和搜狗的市场份额都在过去的一年中大幅下滑，但搜狗市场份额的下滑是在2006年9月至2007年3月这上半年发生的，而雅虎市场份额的下滑则是在2007年3至9月这最近的半年里发生的
- 百度在北京和广州的市场份额持续走高，已经分别达到74%和71%的高度
- 上海则仍然是Google相对而言比较坚固的堡垒，Google市场份额反弹的势头也最高
- 百度在高端用户市场中取胜，并继续蚕食Google高端市场上的边缘用户



---

# 更多调查结果与调查结论

详见 **《2007年CIC中國搜索引擎市場調查報告》**

吕伯望

首席分析师

**北京正望咨询有限公司**

China IntelliConsulting Corporation

[peter@iaskchina.cn](mailto:peter@iaskchina.cn)

Tel: (010)8256-2129

<http://www.iaskchina.cn>

2007年9月

