

中国网络招聘行业发展简版报告

iResearch China Online Recruiting Research Report

2007-2008 年

报告目录

I. 第七届中国网民网络消费行为大调研背景.....	2
II. 研究方法	4
III. 研究背景	5
IV. 报告摘要	6
1. 概念定义与分类	7
1.1 网络招聘的定义	7
1.2 网络招聘网站的分类	8
2. 中国网络招聘市场规模分析	9
2.1 中国网络招聘市场规模及预测	9
2.2 主要网络招聘运营商市场份额	10
3. 中国网络招聘用户访问情况分析	11
3.1 用户各月月度覆盖数	11
3.2 用户月度访问次数	12
4. 中国网络招聘市场竞争格局分析	13
4.1 中国网络招聘网站阵营分析	13
4.2 三大招聘网站详细职位数量对比分析	14
5. 企业用户及个人用户分析	15
5.1 企业用户使用行为分析	15
5.1.1 网络招聘已成为企业用户最常使用招聘方式	15
5.1.2 企业对使用过的招聘网站满意度情况	16
5.2 个人用户使用行为分析	17
5.2.1 用户获取招聘信息的渠道分析	17
5.2.2 三大招聘网站市场渗透率最高	18
5.2.3 用户最希望招聘网站提供的服务	19
附录 1: 正式版报告目录	20
附录 2: 正式版报告图表目录	22
法律声明	24

I. 第七届中国网民网络消费行为大调研背景

艾瑞市场咨询有限公司 (www.iResearch.com.cn) 自2003年连续成功地举行了6届大型的中国网民网络消费行为调查后, 于2007年10月至12月期间再次针对中国网民的网络习惯及消费行为进行调查。

一、调查领域划分

艾瑞咨询专注对网络经济的研究, 其中涵盖网络广告、电子商务、网络服务、搜索引擎、网络游戏、移动增值、数字娱乐等主要板块, 本次大调研挑出十七个细分行业进行市场和用户研究, 并在2008年第一季度推出相应报告。此外, 非大调研涵盖的其他热点领域研究报告也会在2008年后三个季度内陆续推出。

二、研究主要内容

- 行业市场规模和行业增长潜力
- 行业产业链划分及发展特点
- 行业主要明星企业运营特色
- 行业相关企业竞争力对比分析
- 行业现行发展中面对的主要问题解析
- 网络用户的使用习惯和消费情况
- 网络用户对企业的态度或满意度
- 网络用户对相关服务的需求程度
- 潜在用户群、忠实用户群各类特点

三、研究报告成果

本次调研共推出十七个细分行业报告——

- ◇ 《2007-2008 年中国网络广告行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国 B2B 电子商务行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国网络购物行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国搜索引擎行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国网上银行行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国电子支付行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国网上旅行预定行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国网络游戏行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国即时通讯行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国电子邮箱行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国 web2.0 及社区行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国网络教育行业发展报告》

- ◇ 《2007-2008 年中国网上招聘行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国数字出版行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国网络交友行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国域名主机行业发展报告》
- ◇ 《2007-2008 年中国移动增值行业发展报告》

II. 研究方法

报告数据的收集和分析主要采用iUserSurvey在线问卷调查方法，结合对相关运营商和渠道商进行深入访谈和研究而获得。iUserSurvey是艾瑞公司专为网络媒体用户调研而开发的市场调研平台。

(一) 艾瑞网络调研（网络用户）说明

1. 调研方法

依据统计学理论和国际惯例，本次调查主要采用了计算机网上联机调查方法进行，问卷放置在 iResearch 的网站上（调查链接：<http://www.iclick.cn/survey/7/>），于 2007 年 10 月 21 日--12 月 31 日期间通过在中国 58 家主流网站相关频道投放网幅广告和文字链广告，由用户主动参与填写问卷的方式来获取信息。本次调研回收调查问卷超过 11 万份，经处理排除无效问卷，并根据网民的性别和年龄进行配比加权，最终分析样本数为 7 万。

2. 关于网民男女性别/区域配额

根据 CNNIC 于 2008 年 1 月公布的网民性别分布和年龄分布进行配比加权。

(二) 艾瑞网络调研（行业研究）说明

行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- ：
- 结合艾瑞咨询网络广告监测系统iAdTracker和网民网络行为连续性研究系统iUserTracker分析
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - 政府数据与信息
 - 相关的经济数据
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点

III. 研究背景

越来越多的企业和网民开始通过互联网完成招聘过程，网络招聘的优势逐渐显露出来，网络招聘形式得到更多企业和网民的认可。网络招聘市场呈现出以综合门户类招聘网站为主的各种网络招聘形式共存的局面。

面对传统互联网媒体的招聘方式投资回报率逐渐降低，前景的诱惑网络招聘市场吸引了众多传统媒体纷纷转型，资本的推波助澜使网络招聘市场在更加烽烟四起，在主流招聘网站纷纷都握有大量资金同时，地方性、行业性、搜索性等模式也开始备受资本青睐，可以说 2007 年将是招聘网站的资本运作年。

据估计，目前中国网络招聘企业数量已经达到 2000 家，服务创新已经成为企业生存的一项重要指标。艾瑞预测 2008 年网络招聘市场即将迎来洗牌期，资金链短缺，服务单一的企业将遭市场淘汰，发展较好，服务结构完善众多小企业将走向与大企业合作和被收购。

艾瑞市场咨询推出的此份“2007-2008 年中国网络招聘市场研究报告”，是基于大范围的专家访谈和调研数据，对网络招聘市场进行了深入剖析，并为产业未来发展方向做出了预测和判断。希望能为中国网络招聘产业的健康发展起到积极推动作用。

IV. 报告摘要

(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%。

1.概念定义与分类

1.1 网络招聘的定义

➤ 招聘网站

集合网络媒体、传统媒体及先进的信息技术，以网络为媒介资源的招聘广告发布及其他人力资源服务系统。

➤ 网络招聘用户规模

指在过去一年内至少有一次通过网络途径获知招聘需求信息，或通过网络发布个人求职信息经历的个人用户。

➤ 企业雇主规模

指过去一年使用过网络招聘运营商的在线招聘服务，企业雇主数不含重复使用雇主，即不含一年内重复使用一家或多家网络招聘企业的数量。

➤ 网络招聘市场规模

企业和个人为网络招聘相关服务支出的费用总额，不包括招聘运营商的报纸、猎头、培训和举办招聘会等线下业务收入。

本报告研究范畴：

本报告主要针对中国人才网站进行分析，包括人才网站的外部环境，影响因素，发展阶段，商业模式、面临的问题以及发展趋势等，并就部分人才网站的运营模式进行详细分析。本报告研究中国大陆地区的网络情况，不包括香港、澳门、台湾地区。

1.2 网络招聘网站的分类

综合门户类招聘网站是目前国内最为主流的招聘网站商业模式,其鼻祖为全球最大的网络招聘服务商 Monster, Monster 已在全球 26 个国家设立了分公司或办事处,使用 22 种当地语言开设网站。在中国以前程无忧、中华英才网和智联招聘综合性服务网站为主,与此同时,庞大的发展空间也衍生众多新模式。

中国网络招聘网站的分类

类别	特点	商业模式	典型企业
搜索类	依托于搜索引擎的求职招聘系统,通过一站式来搜索企业个人求职信息。与传统的搜索引擎相比,求职搜索结果更为精确。	网络广告 竞价排名	搜视网 深度搜索 职友集 淘视网
行业类	每一个行业是一个细分市场,通过将主流的网络招聘的商业模式应用在行业中,整合业内资源,提供更加具有针对性和专业化的服务	网络广告 招聘会 猎头服务	数字英才网 博思人才网 塑料制造人才网 华人螺丝网
SNS 类	通过社交类网站建立的人脉关系,朋友推荐方式获取工作信息	网络广告 高级会员 线下活动	天际网 联络家 XING
地方性	专注于地方的招聘市场,主要提供本省或本市的招聘服务,市场竞争力较低。	网络广告 人才市场 报纸招聘	上海招聘网、思博招聘网、我的工作网、易才网、天府人才网
综合类	服务范围广、服务类型齐全、用户基础庞大、成立时间早、资金丰厚,市场竞争力强。	猎头服务 网络广告 培训服务 报纸服务 校园招聘服务	中华英才网 前程无忧 智联招聘 中国人才热线
©2008.iResearch Inc.		www.iresearch.com.cn	

2. 中国网络招聘市场规模分析

2.1 中国网络招聘市场规模及预测

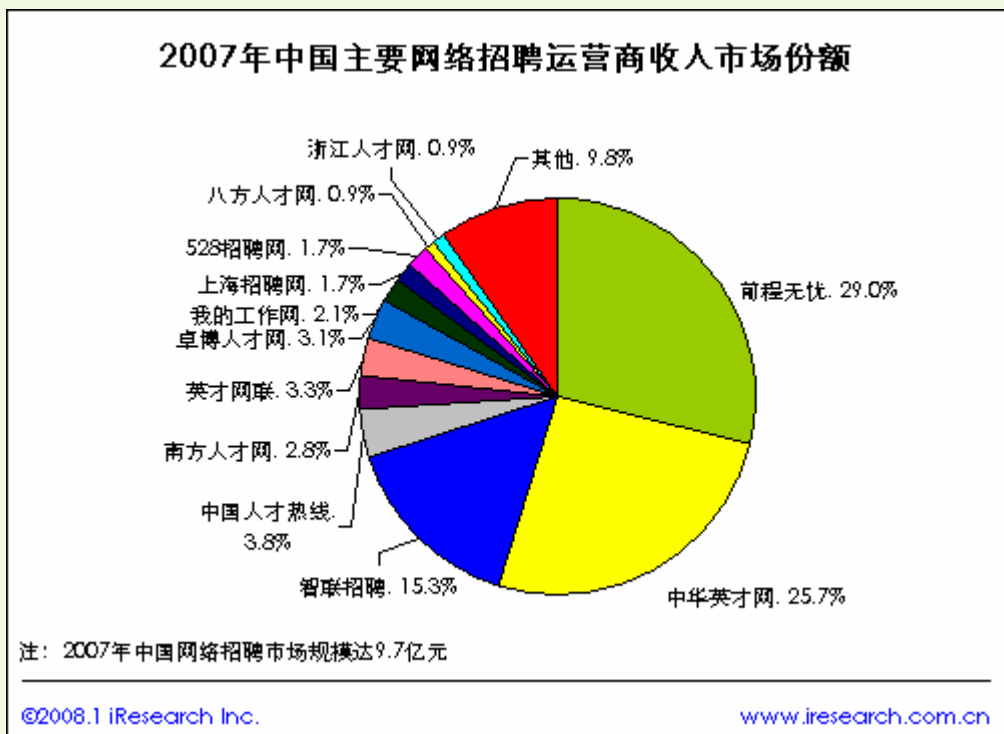
iResearch 艾瑞咨询分析认为，未来几年内中国网络招聘市场规模仍将继续增长，2007 年中国网络招聘市场规模为 9.7 亿人民币，艾瑞咨询预计，今后几年中国网络招聘市场规模仍呈现快速增长趋势，到 2011 年中国网上网络招聘市场规模将达到 26.3 亿，环比增长 27.7%。



2.2 主要网络招聘运营商市场份额

2007 年前程无忧、中华英才网和智联招聘网络招聘收入位居市场前三甲，分别达到 29%、25.7%和 15.3%，三大招聘网站占总比例 70%。地方性招聘网站，如：上海招聘网，卓博人才网等网络招聘收入也有所增长，但增长幅度有限。

艾瑞咨询分析认为，中国网络招聘激烈的市场竞争态势促使网络招聘网站提供服务更专业化、更具针对性，商业模式多元化。

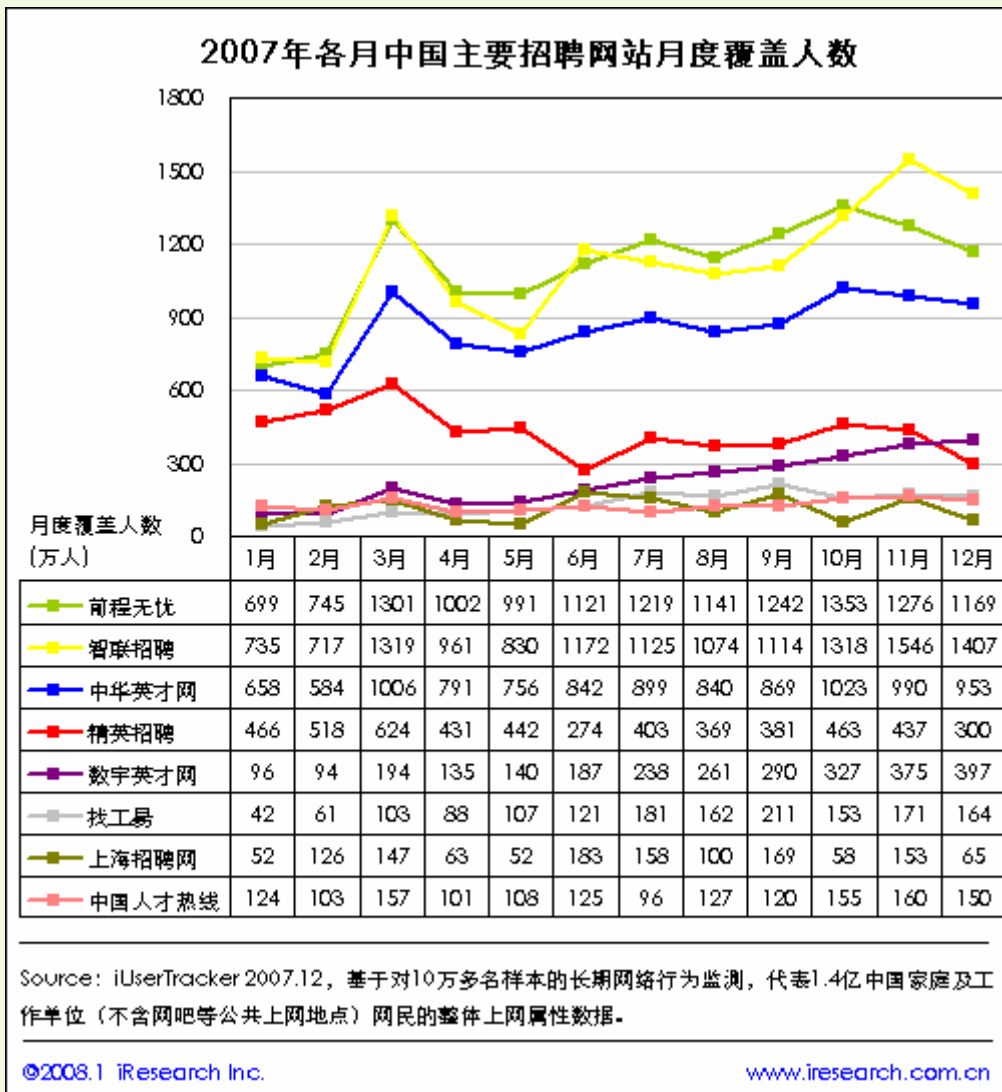


3.中国网络招聘用户访问情况分析

3.1 用户各月月度覆盖数

随着网民对网络招聘形式认可度不断提高，通过网络求职已经日渐成熟，用户规模迅速壮大，2007年各月中国网络招聘用户覆盖数均在3000万人。

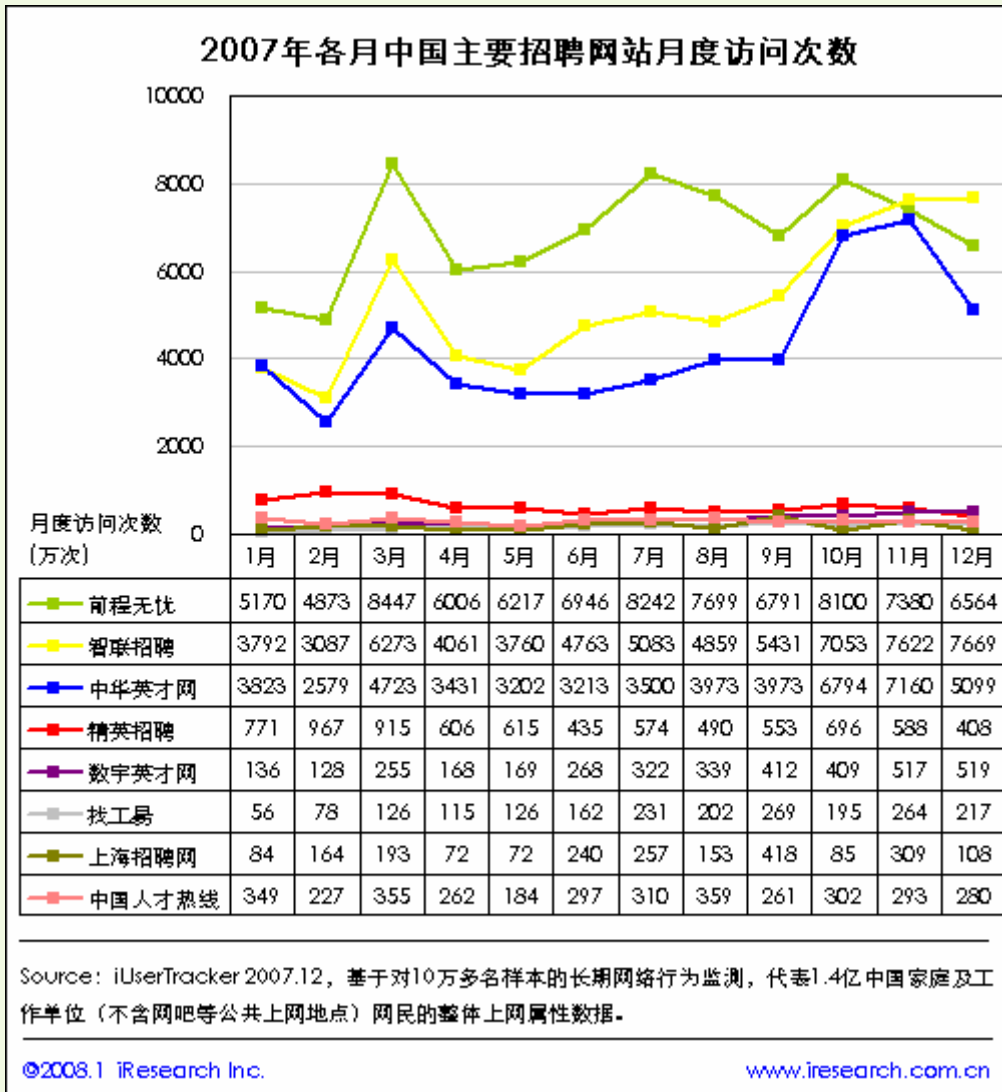
艾瑞咨询分析认为，随着越来越多企业重视人力资源管理，明确人才战略资源对企业实现目标的重要性，人力资源部门已经成为企业重要部门，伴随着“金九银十”人才市场热季的到来，员工因为薪酬福利、晋升、绩效评价等方面原因离职增多，网络招聘迎来新的高峰期，7-11月网络招聘网站用户覆盖数迅速增多。



3.2 用户月度访问次数

2007 年 4-5 月招聘淡季各网站整体用户覆盖数都有所回落，随着 9 月招聘旺季的到来，各网站用户覆盖数都有明显增长，其中前程无忧用户覆盖数位居首位，达 1241.5 万人。智联招聘凭借大规模广告营销活动，成效明显，在 2007 年 6 月用户覆盖一度超越前程无忧位居首位，且在第三季度各月与前程无忧保持着较小的差距。

地方性招聘网站用户覆盖数还较低，用户覆盖数均在 300 万以下，地方招聘网站未来的发展之路任重道远。



4.中国网络招聘市场竞争格局分析

4.1 中国网络招聘网站阵营分析

中国网络招聘产业市场规模和发展空间都很大，发展的宏观环境有利，即将迎来其高速发展的黄金期。以前程无忧、中华英才网和智联招聘为代表的大型综合人才网站在竞争中仍处于优势地位，地方和行业网络招聘市场竞争格局尚未明晰，以英才网联为代表的专注于行业细分市场的人才网站凭借细分类服务脱颖而出，但目前发展有待市场进一步考验，地方性的招聘网站特别是联合地方政府招聘公司发展势头也不容小觑。而新的模式在互联网 2.0(web2.0)新理念以及垂直化、社区类以及搜索类发展都较为缓慢。

中国网络招聘市场第一阵营为具有全国性影响力的大型综合人才网站；第二阵营为具有区域或行业影响力的人才网站，包括南方人才网、卓博等立足地方向外拓展的人才网，站此外，该类公司资金链较好。以及地方和行业人才网站的代表——上海招聘网和英才网旗下的建筑英才网；其他人才网站可列入第三阵营，影响力较弱或限于某一城市。而值得注意的是，一些新模式的网络招聘网站已经开始展露头角，例如垂直职业搜索和 web2.0 架构的网站，基本国内和国外在同步发展，而国外这些网站已经获得了总计数千万美元的投资，这些新的模式将冲击现有格局，但短期内不会有大的改变。

中国网络招聘网站阵营分析

阵营	划分标准	代表企业	网站域名
第一阵营	年营业收入超过 1 亿元	前程无忧	51job.com
		中华英才网	Chinahr.com
		智联招聘	Zhaopin.com
第二阵营	地方性招聘网站和行业招聘网站，年营业收入在 1 亿元以下 1000 万元以上	中国人才热线	cjol.com
		卓博人才网	jobcn.com
		精英招聘网	1010job.com
		数字英才网	01hr.com
		南方人才网	job168.com
		英才网联	800hr.com
		528 招聘网	528.com.cn
		上海招聘网	shjob.cn
		我的工作网……	Myjob.com.cn
第三阵营	年营业收入少于 1000 万元	浙江人才网，天府人才网等众多中小型网络招聘网站	——

©2008.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

4.2 三大招聘网站详细职位数量对比分析

2007 年三大招聘网站企业求职信息量重点城市对比

	前程无忧	智联招聘	中华英才网
上海市	248444	66942	98631
北京市	179354	116414	169586
天津	10214	8605	14064
浙江省	45529	9411	20485
江苏省	49327	18771	38485
广东省	165656	28245	67996
山东省	18365	13923	11902
辽宁省	21757	13286	11412
湖北省	23900	11108	9585
四川省	22827	7302	13267
全国总量	878034	341421	586721

从统计数量来看，三大招聘网站中，前程无忧提供职位数量最高，全国总量接近 88 万，其中在上海、北京和广东等网络较为发达城市领先优势明显。中华英才网提供职位数据居三大招聘网站第二位，在江苏和天津地区也有一定领先优势。智联招聘企业提供职位数相对较低，全国提供职位数超过 34 万，但在广东和湖北省所提供职位数要超中华英才网。

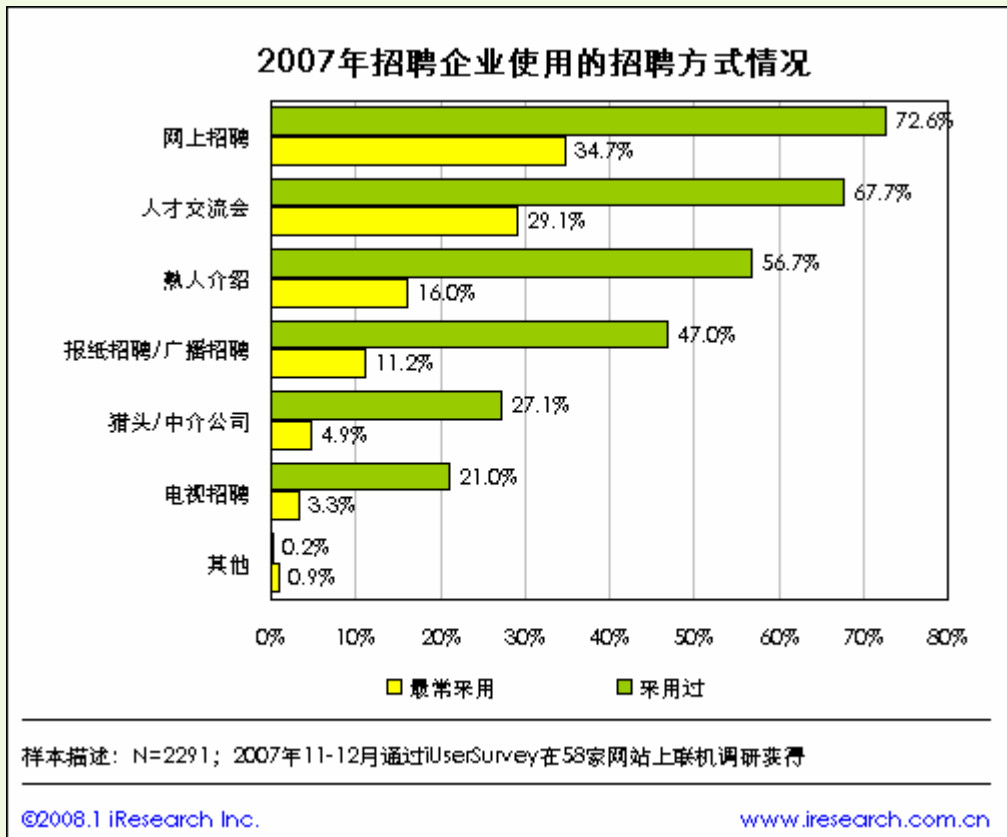
艾瑞咨询分析，拥有企业发布的求职职位数量的多少，将同企业的营业收入产生必然联系，且在独立雇主的数量上也将具有较大领先优势，通过三大招聘所提供的职位数可以看出，前程无忧要遥遥领先中华英才网和智联招聘。

5.企业用户及个人用户分析

5.1 企业用户使用行为分析

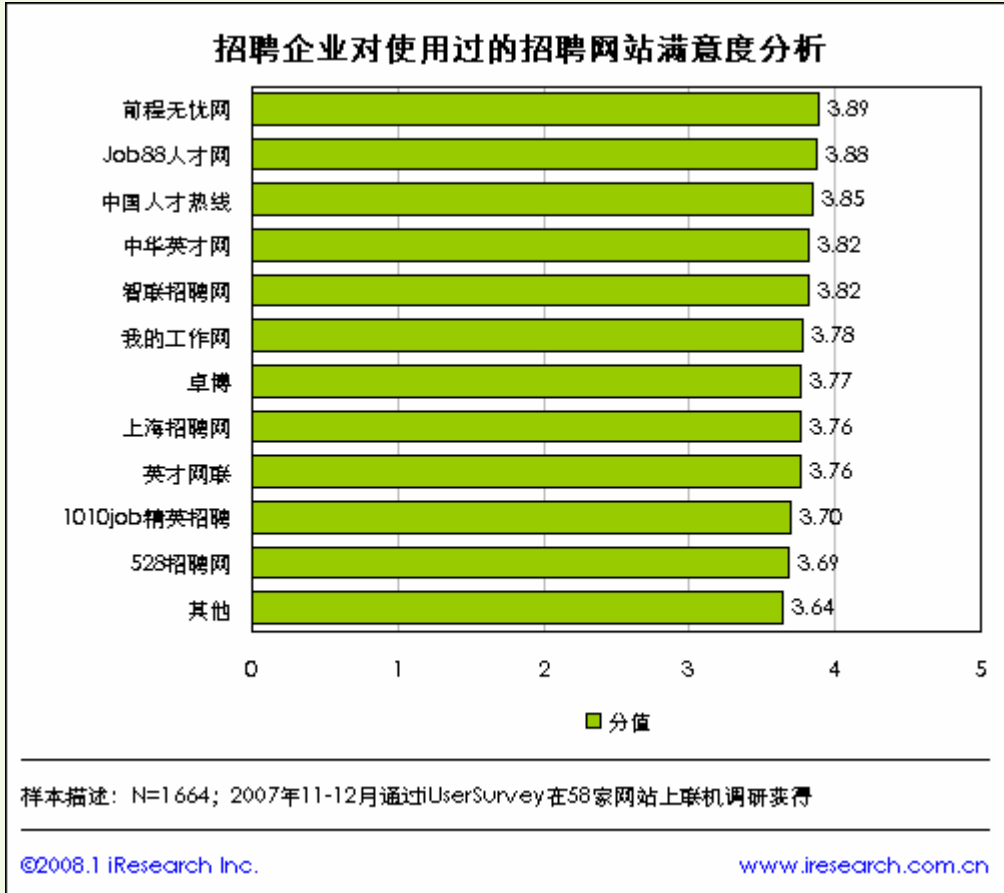
5.1.1 网络招聘已成为企业用户最常使用招聘方式

- 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%。
- 艾瑞咨询分析认为，网络招聘免费浏览申请、快捷搜索职位、便于互动等优势将吸引了大量的招聘企业加入。随着未来使用网络招聘企业逐渐递增，中国网络招聘市场发展前景值得期待。



5.1.2 企业对使用过的招聘网站满意度情况

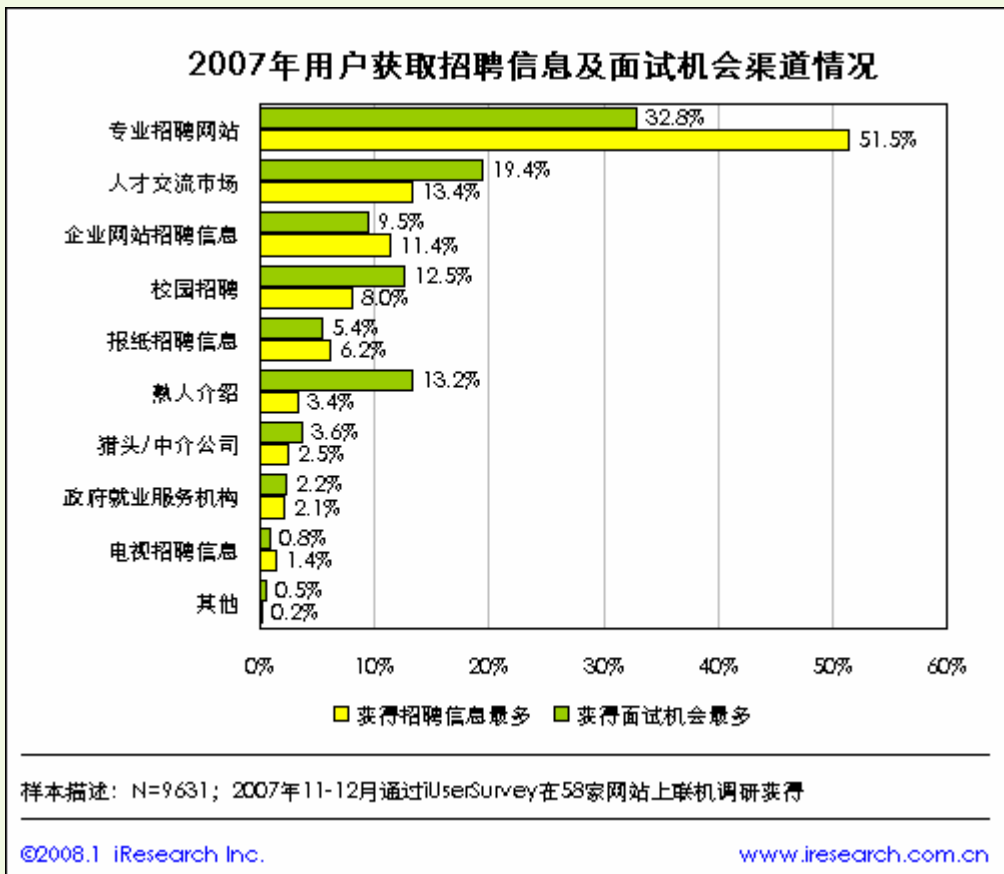
- 招聘企业对使用过的招聘网站基本满意居多，其中，前程无忧企业雇主满意度最高，达到 3.89 分。
- 具有一定地域竞争优势的企业用户满意也较高，job88 人才网和中国人才热线用户满意度已经超越中华英才网和智联招聘网。



5.2 个人用户使用行为分析

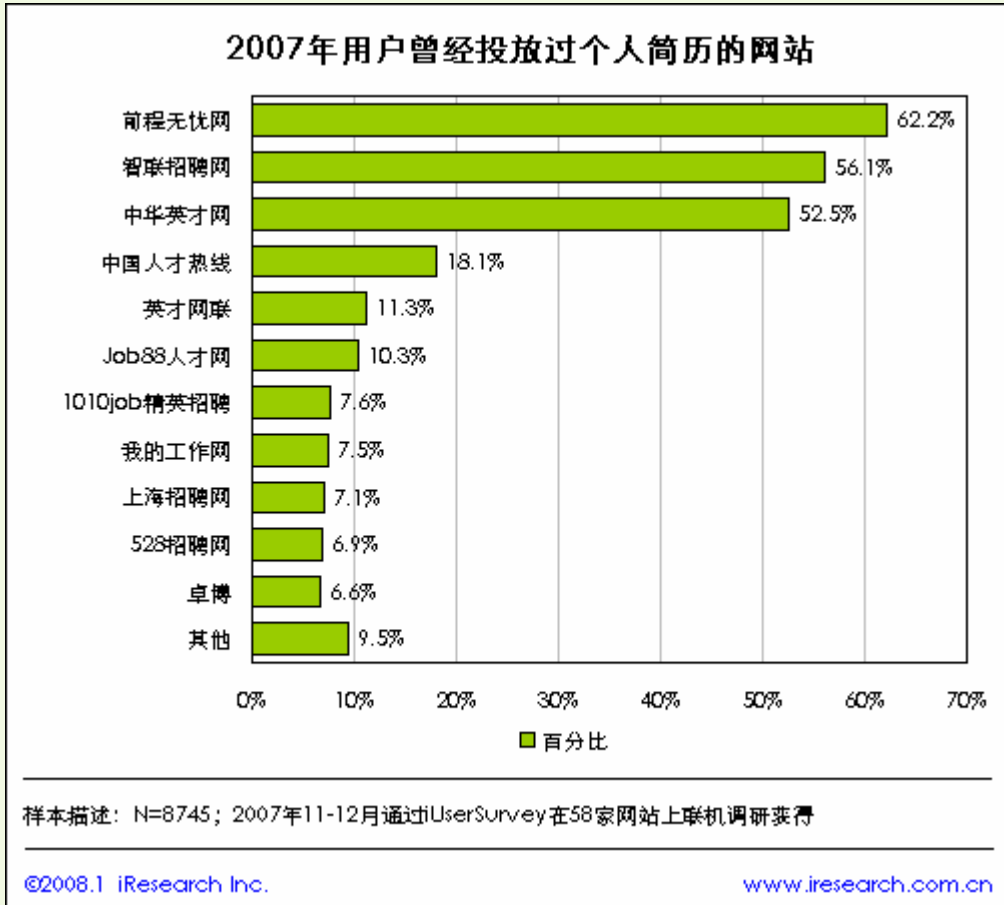
5.2.1 用户获取招聘信息的渠道分析

- 专业招聘网站服务优势较为明显,用户使用专业招聘网站获取招聘信息和面试机会占比例都是最高,分别占 51.5%和 32.8%。
- 人才交流市场、报纸招聘和熟人介绍等传统招聘方式在获取面试机会较高,但获取信息有限。



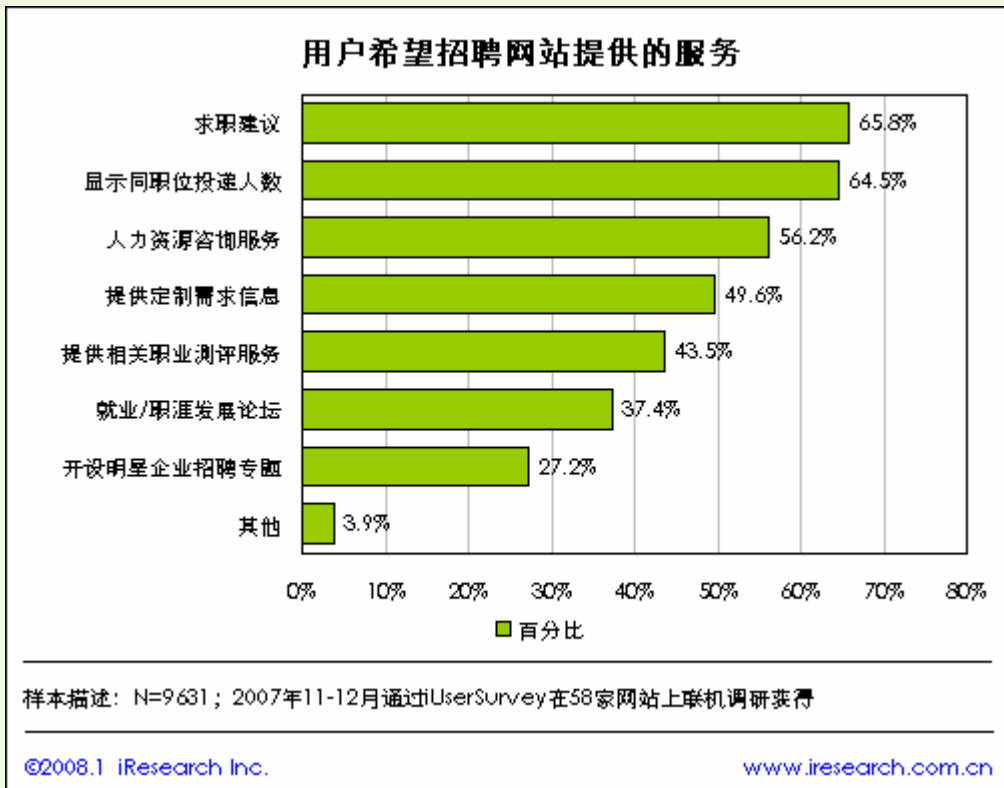
5.2.2 三大招聘网站市场渗透率最高

- 三大综合招聘网站市场渗透率要遥遥领先其他招聘网站,三大招聘网站中前程无忧最高占 62.2%, 其次是智联招聘和中华英才网, 分别占 56.1%和 52.5%。
- 地方性招聘网站市场占有率还较低, 其中, 中国人才热线位居地方招聘网站位居首位占 18.1%。
- 三大招聘网站凭借优质的招聘服务以及庞大信息量得到用户青睐,但细分和专业服务也逐渐得到用户认可。



5.2.3 用户最希望招聘网站提供的服务

- 对于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%。
- 用户对网站提供的人力资源咨询服务、提供定制需求信息和提供相关职业测评服务需求也较大，占比均超过 40%。



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) 艾瑞网络调研（网络用户）说明
Page7	(二) 艾瑞网络调研（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	4.3.1 SNS 类招聘模式服务特点
Page33	4.3.2 SNS 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 9-4 2007 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 9-7 104 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 1-4-1 2006Q3 -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 5-52007 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

法律声明

本报告为艾瑞咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍:

艾瑞咨询集团: <http://www.iresearch.com.cn>

公司资讯网站:

艾瑞网: <http://www.iresearch.cn>

网络媒体排名: <http://www.iwebchoice.com>

网络广告推荐: <http://www.iadchoice.com>

报告购买/定制调查:

艾瑞市场咨询有限公司 上海

地址: 上海市徐汇区南丹东路 300 弄 9 号亚都商务楼 1008 室, 200030

电话: 021-51082699 - 业务部

艾瑞市场咨询有限公司 北京

地址: 北京市朝阳区建国路 88 号 SOHO 现代城 C 座 1509 室, 100022

电话: 010-51283899 - 868 或 821

报告总顾问:

杨伟庆 iResearch 总裁

Email: henry@iresearch.com.cn