
2019 年 中国网民搜索引擎使用情况 研究报告 (2019年10月)

内容简介

搜索引擎是一类基础的互联网应用，在网民的日常信息获取活动中占据着十分重要的地位。在 PC 互联网时代，搜索引擎一直是网民使用各类互联网服务的主要入口，而在移动互联网时代，由于受到手机端各类垂直应用的分流影响，搜索引擎在网民日常生活中的重要性有所下降。为更好地了解当前搜索引擎用户使用习惯和行业发展现状，CNNIC 于 2019 年 6 月开展了针对中国网民搜索引擎使用情况的专项调查，并撰写了《2019 年中国网民搜索引擎使用情况研究报告》。本次报告对中国网民的搜索引擎使用行为，搜索引擎用户属性、满意度和信任度，以及搜索广告接受程度等进行了全面展示，以反映国内搜索引擎业务的发展现状。

欢迎扫描二维码，关注 CNNIC 互联网发展研究官方微信。



报告下载 <http://research.cnnic.cn/>

互联网报告.中国

报告咨询

联系方式：孟女士 010-58813326

联系邮箱：cnnic-survey@cnnic.cn

中国互联网络信息中心（CNNIC）

目 录

报告摘要	1
第一章 搜索引擎用户规模与属性	3
一、 搜索引擎用户规模	3
二、 搜索引擎用户属性	5
(一) 性别结构	5
(二) 年龄结构	5
(三) 学历结构	6
(四) 收入结构	7
(五) 城乡结构	8
第二章 搜索引擎市场整体发展情况	9
一、 搜索引擎用户使用设备	9
二、 搜索引擎服务使用场景	9
三、 搜索引擎用户使用体验	10
四、 搜索引擎用户满意度	11
五、 搜索引擎用户信任度	11
六、 搜索引擎品牌综合渗透率	12
七、 搜索引擎广告认知与辨识情况	13
第三章 用户手机端搜索引擎使用情况	15
一、 手机端搜索引擎入口	15
二、 手机端搜索输入方式	16
三、 手机端搜索引擎品牌渗透率与首选率	17
四、 手机端浏览器使用情况	18
五、 手机端搜索引擎信息流服务使用情况	19
第四章 用户 PC 端搜索引擎使用情况	21

一、	PC 端搜索引擎入口	21
二、	PC 端搜索引擎品牌渗透率与首选率	22
调查方法		24
版权声明		25
免责声明		25

图 目 录

图 1 搜索引擎用户规模及使用率.....	3
图 2 2014 年-2018 年新增搜索用户与新增网民比例	4
图 3 手机搜索引擎用户规模及使用率.....	4
图 4 搜索引擎用户性别结构.....	5
图 5 搜索引擎用户年龄结构.....	6
图 6 搜索引擎用户学历结构.....	7
图 7 搜索引擎用户收入结构.....	8
图 8 搜索引擎用户城乡结构.....	8
图 9 搜索引擎用户使用设备.....	9
图 10 搜索引擎服务在各类场景下的使用率.....	10
图 11 搜索引擎用户使用体验.....	11
图 12 搜索引擎用户满意度.....	11
图 13 搜索引擎用户信任度.....	12
图 14 各品牌在搜索引擎用户中的渗透率.....	12
图 15 用户对搜索引擎广告的认知度.....	13
图 16 用户对搜索引擎广告的辨识度.....	14
图 17 各类手机端搜索引擎入口在用户中的渗透率.....	15
图 18 各类手机端搜索引擎入口在用户中的首选率.....	16
图 19 手机端搜索输入方式.....	16
图 20 手机端各品牌搜索引擎渗透率.....	17
图 21 手机端各品牌搜索引擎首选率.....	18
图 22 手机端各类浏览器渗透率.....	18
图 23 用户通过微信搜索商品或服务的比例.....	19
图 24 用户对手机端搜索引擎信息流内容的关注比例.....	19
图 25 各类 PC 端搜索引擎入口在用户中的渗透率.....	21
图 26 各类 PC 端搜索引擎入口在用户中的首选率.....	21
图 27 PC 端各品牌搜索引擎渗透率.....	22
图 28 PC 端各品牌搜索引擎首选率.....	23

报告摘要

- ◇ 截至 2019 年 6 月，我国搜索引擎用户规模达 6.95 亿，较 2018 年底增加 1338 万；搜索引擎使用率为 81.3%，较 2018 年底下降 0.9 个百分点。
- ◇ 数据显示，97.1%的搜索引擎用户通过手机使用该服务，而通过台式电脑或笔记本电脑使用该服务的用户比例仅为 65.0%。
- ◇ 数据显示，用户在工作、学习场景下使用搜索引擎的比例最高，达到 76.5%；其次为查询医疗/法律等专业知识场景，使用率为 70.5%。
- ◇ 数据显示，搜索引擎用户中 77.3%的用户可以通过该服务找到自己所需的信息，而 18.7%的用户认为很难找到自己所需的信息。
- ◇ 数据显示，84.9%的搜索引擎用户对该服务表示满意，仅有 15.1%的用户认为不满意或没有想过这个问题。
- ◇ 数据显示，71.5%的搜索引擎用户对该服务提供的搜索结果表示信任，不信任或没有想过这个问题的用户占比为 28.5%。
- ◇ 数据显示，在使用搜索引擎时意识到结果中含有广告的用户占比达到 94.1%，仅有 5.9%的用户没有意识到搜索结果中包含广告。
- ◇ 数据显示，88.3%的用户可以在使用搜索引擎时对广告和自然搜索结果进行辨别，仅有 11.7%的用户表示不能辨识搜索广告。
- ◇ 数据显示，在手机端通过浏览器类应用使用搜索引擎的用户比例最高，达到 74.1%；使用手机自带浏览器登陆搜索引擎的用户占比排名第二，为 72.1%；使用搜索引擎类手机应用的用户比例为 66.8%。
- ◇ 数据显示，用户在使用搜索引擎时，通过输入文字进行搜索的比例最高，达 96.6%；其次为上传图片进行搜索，使用率为 40.6%；使用语音进行搜索的比例最低，为 26.6%。
- ◇ 数据显示，60.9%的用户会关注手机端搜索引擎上的信息流服务¹。
- ◇ 数据显示，在 PC 端通过浏览器登陆搜索引擎网站的用户比例最高，达到 90.4%；通过导航网站上的搜索引擎使用该服务的用户相对较少，为 56.1%。

¹ 信息流服务：此处主要指出现在手机端搜索引擎首页的文字、图片或视频内容。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21878

