



Internet Guide 2007

中国互联网调查报告

目 录

I 总体概述

1 调研背景

2 调研目的

3 调研对象

4 调研流程

- 4.1 总体流程
- 4.2 流程描述

5 调研方法

- 5.1 调查方法
 - 5.1.1 联机调查
 - 5.1.1.1 流程与方法
 - 5.1.1.2 问卷生成体系
 - 5.1.1.3 投放控制体系
 - 5.1.1.4 样本筛选体系
 - 5.1.1.5 数据处理体系
 - 5.1.1.6 有效性检验
 - 5.1.2 一对一企业电话访问调查
 - 5.1.2.1 流程与方法
 - 5.1.2.2 问卷生成体系
 - 5.1.2.3 投放控制体系
 - 5.1.2.4 样本筛选体系
 - 5.1.2.5 信息处理体系
 - 5.1.3 一对一企业当面访问调查
 - 5.1.3.1 流程与方法
 - 5.1.3.2 问卷生成体系
 - 5.1.3.3 投放控制体系
 - 5.1.3.4 样本筛选体系
 - 5.1.3.5 信息处理体系
 - 5.1.4 专家研讨
 - 5.1.4.1 流程与方法
 - 5.1.4.2 研讨主题设计
 - 5.1.4.3 研讨质量控制
 - 5.1.4.4 研讨成果采集
- 5.2 数据统计方法
 - 5.2.1 总体流程

- 5.2.2 描述统计
- 5.2.3 统计校验
- 5.2.4 交叉分析
- 5.2.5 多选项统计
- 5.2.6 因子分析
- 5.2.7 聚类分析
- 5.3 行业研究方法
 - 5.3.1 行业环境研究方法
 - 5.3.1.1 宏观环境分析
 - 5.3.1.2 微观环境分析
 - 5.3.2 竞争分析方法
 - 5.3.2.1 竞争格局分析方法
 - 5.3.2.2 行业进入与退出壁垒分析
 - 5.3.3 市场规模研究方法
 - 5.3.3.1 总体流程
 - 5.3.3.2 数据信息采集
 - 5.3.3.3 数据信息处理
 - 5.3.3.4 数据信息校验
- 5.4 行业预测方法
 - 5.4.1.1 行业预测流程
 - 5.4.1.2 相关分析
 - 5.4.1.3 时间序列模型
 - 5.4.1.4 回归分析模型
 - 5.4.1.5 用户研究模型
 - 5.4.2 用户行为路径分析方法
 - 5.4.3 用户市场细分聚类方法
- 5.5 其它调研方法说明

6 调查样本基本特征

- 6.1 样本特征总体描述
 - 6.1.1 年龄划分
 - 6.1.2 教育程度划分
 - 6.1.3 月收入划分
 - 6.1.4 地区划分
- 6.2 样本各项特征构成比较分析
 - 6.2.1 样本年龄构成比较分析
 - 6.2.2 样本教育程度构成比较分析
 - 6.2.3 样本所在行业构成比较分析
 - 6.2.4 样本公司职位构成比较分析
 - 6.2.5 样本每月收入构成比较分析
 - 6.2.6 样本地区构成比较分析
 - 6.2.7 样本网龄构成比较分析
 - 6.2.8 样本日均上网时间构成比较分析
 - 6.2.9 样本月均互联网消费构成比较分析

7 互联网用户特征与行为

- 7.1 样本收入、消费特征与其它特征交叉比较分析
 - 7.1.1 不同年龄段互联网用户月收入比较分析
 - 7.1.2 不同受教育程度互联网用户月收入比较分析
 - 7.1.3 不同行业互联网用户月收入比较分析

- 7.1.4 不同地区互联网用户月收入比较分析
- 7.1.5 不同日均上网时间互联网用户月收入比较分析
- 7.1.6 不同网龄互联网用户月收入比较分析
- 7.1.7 不同性别互联网用户月均互联网消费比较分析
- 7.1.8 不同年龄段互联网用户月均互联网消费比较分析
- 7.1.9 不同受教育程度互联网用户月均互联网消费比较
- 7.1.10 不同行业互联网用户月均互联网消费比较
- 7.1.11 不同职业（位）互联网用户月均互联网消费比较分析
- 7.1.12 不同日均上网时间互联网用户月均互联网消费比较分析
- 7.1.13 不同地区互联网用户月均互联网消费比较
- 7.1.14 不同网龄互联网用户月均互联网消费比较分析
- 7.2 样本按地域与其它特征交叉比较分析（地域：西北 西南 东北 华南 华东 华北）
 - 7.2.1 不同地域互联网用户性别分布分析
 - 7.2.2 不同地域互联网用户年龄分布分析
 - 7.2.3 不同地域互联网用户婚姻状况比较分析
 - 7.2.4 不同地域互联网用户教育程度比较分析
 - 7.2.5 不同地域互联网用户所在行业比较分析
 - 7.2.6 不同地域互联网用户职业（位）比较分析
 - 7.2.7 不同地域互联网用户月收入比较分析
 - 7.2.8 不同地域互联网用户网龄比较分析
 - 7.2.9 不同地域互联网用户收入状况分析
 - 7.2.10 不同地域互联网用户日均上网时长比较分析
 - 7.2.11 不同地域互联网用户月均互联网消费比较分析
- 7.3 样本中三高互联网用户（高收入 高学历 高消费人群）与其它特征交叉比较分析
 - 7.3.1 三高互联网用户性别分布分析
 - 7.3.2 三高互联网用户年龄分布分析
 - 7.3.3 三高互联网用户婚姻状况比较分析
 - 7.3.4 三高互联网用户所在行业比较分析
 - 7.3.5 三高互联网用户地域分布分析
 - 7.3.6 三高互联网用户网龄比较分析

8 中国互联网发展状况总体概述

- 8.1 互联网 50 细分领域市场规模
- 8.2 互联网 50 细分领域市场增长率
- 8.3 互联网 50 细分领域市场集中度
- 8.4 互联网 50 细分领域用户到达率
- 8.5 互联网用户总体规模及增长预测
- 8.6 互联网 50 细分领域用户规模
- 8.7 互联网用户总体消费规模及预测
- 8.8 互联网域名数量与结构
- 8.9 互联网网站数量与结构

II 报告正文

1 综合门户

1.1 市场数据

- 1.1.1 行业集中度
- 1.1.2 用户到达率
 - 1.1.2.1 综合门户总体用户到达率

-
- 1.1.2.2 不同综合门户用户到达率
 - 1.1.3 用户到达规模
 - 1.1.4 用户规模预测
 - 1.1.5 用户忠诚度分析
 - 1.2 数据挖掘与分析
 - 1.2.1 综合门户用户占有率排名比较分析
 - 1.2.2 综合门户用户行为分析
 - 1.2.2.1 不同综合门户用户性别构成比较分析
 - 1.2.2.2 不同综合门户用户年龄构成比较分析
 - 1.2.2.3 不同综合门户用户婚姻状况构成比较分析
 - 1.2.2.4 不同综合门户用户教育程度构成比较分析
 - 1.2.2.5 不同综合门户用户行业构成比较分析
 - 1.2.2.6 不同综合门户用户职位构成比较分析
 - 1.2.2.7 不同综合门户用户收入构成比较分析
 - 1.2.2.8 不同综合门户用户地区构成比较分析
 - 1.2.2.9 不同综合门户用户网龄构成比较分析
 - 1.2.2.10 不同综合门户用户日均上网时间构成比较分析
 - 1.2.2.11 不同综合门户用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 1.2.3 综合门户三高用户行为分析
 - 1.2.3.1 不同综合门户三高用户性别构成比较分析
 - 1.2.3.2 不同综合门户三高用户年龄构成比较分析
 - 1.2.3.3 不同综合门户三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 1.2.3.4 不同综合门户三高用户行业构成比较分析
 - 1.2.3.5 不同综合门户三高用户职业（位）构成比较分析
 - 1.2.3.6 不同综合门户三高用户地区构成比较分析
 - 1.2.3.7 不同综合门户三高用户网龄构成比较分析
 - 1.2.3.8 不同综合门户三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 1.2.4 综合门户高度相关领域交叉比较分析
 - 1.2.4.1 不同综合门户用户常用搜索引擎构成比较分析
 - 1.2.4.2 不同综合门户用户常用即时通讯工具构成比较分析
 - 1.2.4.3 不同综合门户用户常用新闻网站构成比较分析
 - 1.2.4.4 不同综合门户用户常用博客网站构成比较分析
 - 1.2.4.5 不同综合门户用户常用个人门户/空间构成比较分析
 - 1.2.4.6 不同综合门户用户常用社区/BBS 网站构成比较分析
 - 1.2.4.7 不同综合门户用户常用威客网站构成比较分析
 - 1.2.4.8 不同综合门户用户常用交友网站构成比较分析
 - 1.2.4.9 不同综合门户用户常用播客/视频分享网站构成比较分析
 - 1.2.4.10 不同综合门户用户常用视频点播/直播网站构成比较分析
 - 1.2.4.11 不同综合门户用户常用视频搜索网站构成比较分析
 - 1.2.4.12 不同综合门户用户常用图片/摄影/相册服务构成比较分析
 - 1.2.4.13 不同综合门户用户常用动漫卡通网站构成比较分析
 - 1.2.4.14 不同综合门户用户常用网络游戏运营商构成比较分析
 - 1.2.4.15 不同综合门户用户常用游戏资讯网站构成比较分析

- 1.2.4.16 不同综合门户用户常用音乐网站构成比较分析
- 1.2.4.17 不同综合门户用户常用财经网站构成比较分析
- 1.2.4.18 不同综合门户用户常用汽车网站构成比较分析
- 1.2.4.19 不同综合门户用户常用房地产网站构成比较分析
- 1.2.4.20 不同综合门户用户常用教育培训网站构成比较分析
- 1.2.4.21 不同综合门户用户常用人才招聘网站构成比较分析
- 1.2.4.22 不同综合门户用户常用信息科技网站构成比较分析
- 1.2.4.23 不同综合门户用户常用女性网站构成比较分析
- 1.2.4.24 不同综合门户用户常用娱乐网站构成比较分析
- 1.2.4.25 不同综合门户用户常用体育运动网站构成比较分析
- 1.2.4.26 不同综合门户用户常用文学网站构成比较分析
- 1.2.4.27 不同综合门户用户常用地图服务构成比较分析
- 1.2.4.28 不同综合门户用户常用生活服务网站构成比较分析
- 1.2.4.29 不同综合门户用户常用本地门户构成比较分析
- 1.2.4.30 不同综合门户用户常用分类信息网站构成比较分析
- 1.2.4.31 不同综合门户用户常用网上黄页构成比较分析
- 1.2.4.32 不同综合门户用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
- 1.2.4.33 不同综合门户用户常用电子邮件构成比较分析
- 1.2.4.34 不同综合门户用户常用网址导航网站构成比较分析
- 1.3 规模、格局与趋势
 - 1.3.1 市场规模及增长率
 - 1.3.2 竞争格局
 - 1.3.3 发展趋势
- 1.4 发展疑问与提示
 - 1.4.1 发展疑问
 - 1.4.2 发展提示
- 1.5 典型案例分析
 - 1.5.1 BRAND 案例
 - 1.5.2 INNOVATOR 案例
- 2 搜索引擎
 - 2.1 市场数据
 - 2.1.1 行业集中度
 - 2.1.2 用户到达率
 - 2.1.2.1 搜索引擎总体用户到达率
 - 2.1.2.2 不同搜索引擎用户到达率
 - 2.1.3 用户到达规模
 - 2.1.4 用户规模预测
 - 2.1.5 用户忠诚度分析
 - 2.2 数据挖掘与分析
 - 2.2.1 搜索引擎用户占有率排名比较分析
 - 2.2.2 搜索引擎用户行为分析

- 2.2.2.1 不同搜索引擎用户性别构成比较分析
- 2.2.2.2 不同搜索引擎用户年龄构成比较分析
- 2.2.2.3 不同搜索引擎用户婚姻状况构成比较分析
- 2.2.2.4 不同搜索引擎用户教育程度构成比较分析
- 2.2.2.5 不同搜索引擎用户行业构成比较分析
- 2.2.2.6 不同搜索引擎用户职位构成比较分析
- 2.2.2.7 不同搜索引擎用户收入构成比较分析
- 2.2.2.8 不同搜索引擎用户地区构成比较分析
- 2.2.2.9 不同搜索引擎用户网龄构成比较分析
- 2.2.2.10 不同搜索引擎用户日均上网时间构成比较分析
- 2.2.2.11 不同搜索引擎用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 2.2.3 搜索引擎三高用户行为分析
 - 2.2.3.1 不同搜索引擎三高用户性别构成比较分析
 - 2.2.3.2 不同搜索引擎三高用户年龄构成比较分析
 - 2.2.3.3 不同搜索引擎三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 2.2.3.4 不同搜索引擎三高用户行业构成比较分析
 - 2.2.3.5 不同搜索引擎三高用户职业（位）构成比较分析
 - 2.2.3.6 不同搜索引擎三高用户地区构成比较分析
 - 2.2.3.7 不同搜索引擎三高用户网龄构成比较分析
 - 2.2.3.8 不同搜索引擎三高用户日均上网时间构成比较分析
- 2.2.4 搜索引擎高度相关领域交叉比较分析
 - 2.2.4.1 不同搜索引擎用户常用即时通讯软件构成比较分析
 - 2.2.4.2 不同搜索引擎用户常用新闻网站构成比较分析
 - 2.2.4.3 不同搜索引擎用户常用个人门户/空间构成比较分析
 - 2.2.4.4 不同搜索引擎用户常用社区/BBS 网站构成比较分析
 - 2.2.4.5 不同搜索引擎用户常用威客网站构成比较分析
 - 2.2.4.6 不同搜索引擎用户常用播客/视频分享网站构成比较分析
 - 2.2.4.7 不同搜索引擎用户常用视频点播/直播网站构成比较分析
 - 2.2.4.8 不同搜索引擎用户常用视频搜索网站构成比较分析
 - 2.2.4.9 不同搜索引擎用户常用图片/摄影/相册服务构成比较分析
 - 2.2.4.10 不同搜索引擎用户常用动漫卡通网站构成比较分析
 - 2.2.4.11 不同搜索引擎用户常用音乐网站构成比较分析
 - 2.2.4.12 不同搜索引擎用户常用音频/音乐搜索网站构成比较分析
 - 2.2.4.13 不同搜索引擎用户常用地图构成比较分析
 - 2.2.4.14 不同搜索引擎用户常用网上黄页构成比较分析
 - 2.2.4.15 不同搜索引擎用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 2.2.4.16 不同搜索引擎用户常用电子邮件构成比较分析
 - 2.2.4.17 不同搜索引擎用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 2.2.4.18 不同搜索引擎用户常用软件下载网站构成比较分析
 - 2.2.4.19 不同搜索引擎用户常用软件下载工具构成比较分析
- 2.3 规模、格局与趋势
 - 2.3.1 市场规模及增长率
 - 2.3.2 竞争格局

- 2.3.3 发展趋势
- 2.4 发展疑问与提示
 - 2.4.1 发展疑问
 - 2.4.2 发展提示
- 2.5 典型案例分析
 - 2.5.1 BRAND 案例
 - 2.5.2 INNOVATOR 案例
- 3 即时通讯
 - 3.1 市场数据
 - 3.1.1 行业集中度
 - 3.1.2 用户到达率
 - 3.1.2.1 即时通讯总体用户到达率
 - 3.1.2.2 不同即时通讯用户到达率
 - 3.1.3 用户到达规模
 - 3.1.4 用户规模预测
 - 3.1.5 用户忠诚度分析
 - 3.2 数据挖掘与分析
 - 3.2.1 即时通讯用户占有率排名比较分析
 - 3.2.2 即时通讯用户行为分析
 - 3.2.2.1 不同即时通讯用户性别构成比较分析
 - 3.2.2.2 不同即时通讯用户年龄构成比较分析
 - 3.2.2.3 不同即时通讯用户婚姻状况构成比较分析
 - 3.2.2.4 不同即时通讯用户教育程度构成比较分析
 - 3.2.2.5 不同即时通讯用户行业构成比较分析
 - 3.2.2.6 不同即时通讯用户职位构成比较分析
 - 3.2.2.7 不同即时通讯用户收入构成比较分析
 - 3.2.2.8 不同即时通讯用户地区构成比较分析
 - 3.2.2.9 不同即时通讯用户网龄构成比较分析
 - 3.2.2.10 不同即时通讯用户日均上网时间构成比较分析
 - 3.2.2.11 不同即时通讯用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 3.2.3 即时通讯三高用户行为分析
 - 3.2.3.1 不同即时通讯三高用户性别构成比较分析
 - 3.2.3.2 不同即时通讯三高用户年龄构成比较分析
 - 3.2.3.3 不同即时通讯三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 3.2.3.4 不同即时通讯三高用户行业构成比较分析
 - 3.2.3.5 不同即时通讯三高用户职业（位）构成比较分析
 - 3.2.3.6 不同即时通讯三高用户地区构成比较分析
 - 3.2.3.7 不同即时通讯三高用户网龄构成比较分析
 - 3.2.3.8 不同即时通讯三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 3.2.4 即时通讯高度相关领域交叉比较分析
 - 3.2.4.1 不同即时通讯工具用户常用综合门户网站构成比较分析

- 3.2.4.2 不同即时通讯工具用户常用搜索引擎构成比较分析
- 3.2.4.3 不同即时通讯工具用户常用新闻网站构成比较分析
- 3.2.4.4 不同即时通讯工具用户常用博客网站构成比较分析
- 3.2.4.5 不同即时通讯工具用户常用个人门户/空间网站构成比较分析
- 3.2.4.6 不同即时通讯工具用户常用社区/BBS 网站构成比较分析
- 3.2.4.7 不同即时通讯工具用户常用交友网站构成比较分析
- 3.2.4.8 不同即时通讯工具用户常用片/摄影/相册网站构成比较分析
- 3.2.4.9 不同即时通讯工具用户常用动漫卡通网站构成比较分析
- 3.2.4.10 不同即时通讯工具用户常用的网络游戏运营商构成比较分析
- 3.2.4.11 不同即时通讯工具用户常用游戏资讯网站构成比较分析
- 3.2.4.12 不同即时通讯工具用户常用音乐网站构成比较分析
- 3.2.4.13 不同即时通讯工具用户常用音频/音乐搜索网站构成比较分析
- 3.2.4.14 不同即时通讯工具用户常用 B2B 综合电子商务构成比较分析
- 3.2.4.15 不同即时通讯工具用户常用 B2C 网上购物网站构成比较分析
- 3.2.4.16 不同即时通讯工具用户常用 C2C 网上购物网站构成比较分析
- 3.2.4.17 不同即时通讯工具用户常用电子支付网站构成比较分析
- 3.2.4.18 不同即时通讯工具用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
- 3.2.4.19 不同即时通讯工具用户常用电子邮件构成比较分析
- 3.3 规模、格局与趋势
 - 3.3.1 市场规模及增长率
 - 3.3.2 竞争格局
 - 3.3.3 发展趋势
- 3.4 发展疑问与提示
 - 3.4.1 发展疑问
 - 3.4.2 发展提示
- 3.5 典型案例分析
 - 3.5.1 BRAND 案例
 - 3.5.2 INNOVATOR 案例
- 4 新闻
 - 4.1 市场数据
 - 4.1.1 行业集中度
 - 4.1.2 用户到达率
 - 4.1.2.1 新闻网站总体用户到达率
 - 4.1.2.2 不同新闻网站用户到达率
 - 4.1.3 用户到达规模
 - 4.1.4 用户规模预测
 - 4.1.5 用户忠诚度分析
 - 4.2 数据挖掘与分析
 - 4.2.1 新闻网站用户占有率排名比较分析
 - 4.2.2 新闻网站用户行为分析
 - 4.2.2.1 不同新闻网站用户性别构成比较分析

- 4.2.2.2 不同新闻网站用户年龄构成比较分析
- 4.2.2.3 不同新闻网站用户婚姻状况构成比较分析
- 4.2.2.4 不同新闻网站用户教育程度构成比较分析
- 4.2.2.5 不同新闻网站用户行业构成比较分析
- 4.2.2.6 不同新闻网站用户职位构成比较分析
- 4.2.2.7 不同新闻网站用户收入构成比较分析
- 4.2.2.8 不同新闻网站用户地区构成比较分析
- 4.2.2.9 不同新闻网站用户网龄构成比较分析
- 4.2.2.10 不同新闻网站用户日均上网时间构成比较分析
- 4.2.2.11 不同新闻网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 4.2.3 新闻网站三高用户行为分析
 - 4.2.3.1 不同新闻网站三高用户性别构成比较分析
 - 4.2.3.2 不同新闻网站三高用户年龄构成比较分析
 - 4.2.3.3 不同新闻网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 4.2.3.4 不同新闻网站三高用户行业构成比较分析
 - 4.2.3.5 不同新闻网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 4.2.3.6 不同新闻网站三高用户地区构成比较分析
 - 4.2.3.7 不同新闻网站三高用户网龄构成比较分析
 - 4.2.3.8 不同新闻网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 4.2.4 新闻网站高度相关领域交叉比较分析
 - 4.2.4.1 不同新闻网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 4.2.4.2 不同新闻网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 4.2.4.3 不同新闻网站用户常用数字杂志网站构成比较分析
 - 4.2.4.4 不同新闻网站用户常用片/摄影/相册网站构成比较分析
 - 4.2.4.5 不同新闻网站用户常用财经网站构成比较分析
 - 4.2.4.6 不同新闻网站用户常用汽车网站构成比较分析
 - 4.2.4.7 不同新闻网站用户常用房地产网站构成比较分析
 - 4.2.4.8 不同新闻网站用户常用教育网站构成比较分析
 - 4.2.4.9 不同新闻网站用户常用娱乐网站构成比较分析
 - 4.2.4.10 不同新闻网站用户常用体育运动网站构成比较分析
 - 4.2.4.11 不同新闻网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 4.2.4.12 不同新闻网站用户常用网址导航网站构成比较分析
- 4.3 规模、格局与趋势
 - 4.3.1 市场规模及增长率
 - 4.3.2 竞争格局
 - 4.3.3 发展趋势
- 4.4 发展疑问与提示
 - 4.4.1 发展疑问
 - 4.4.2 发展提示
- 4.5 典型案例分析
 - 4.5.1 BRAND 案例
 - 4.5.2 INNOVATOR 案例

5 博客

5.1 市场数据

- 5.1.1 行业集中度
- 5.1.2 用户到达率
- 5.1.3 博客网站用户到达率
- 5.1.4 不同博客网站用户到达率
- 5.1.5 用户到达规模
- 5.1.6 用户规模预测
- 5.1.7 用户忠诚度分析

5.2 数据挖掘与分析

- 5.2.1 博客网站用户占有率排名比较分析
- 5.2.2 博客网站用户行为分析
 - 5.2.2.1 不同博客网站用户性别构成比较分析
 - 5.2.2.2 不同博客网站用户年龄构成比较分析
 - 5.2.2.3 不同博客网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 5.2.2.4 不同博客网站用户教育程度构成比较分析
 - 5.2.2.5 不同博客网站用户行业构成比较分析
 - 5.2.2.6 不同博客网站用户职位构成比较分析
 - 5.2.2.7 不同博客网站用户收入构成比较分析
 - 5.2.2.8 不同博客网站用户地区构成比较分析
 - 5.2.2.9 不同博客网站用户网龄构成比较分析
 - 5.2.2.10 不同博客网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 5.2.2.11 不同博客网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 5.2.3 博客网站三高用户行为分析
 - 5.2.3.1 不同博客网站三高用户性别构成比较分析
 - 5.2.3.2 不同博客网站三高用户年龄构成比较分析
 - 5.2.3.3 不同博客网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 5.2.3.4 不同博客网站三高用户行业构成比较分析
 - 5.2.3.5 不同博客网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 5.2.3.6 不同博客网站三高用户地区构成比较分析
 - 5.2.3.7 不同博客网站三高用户网龄构成比较分析
 - 5.2.3.8 不同博客网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 5.2.4 博客网站高度相关领域交叉比较分析
 - 5.2.4.1 不同博客网站用户常用综合门户比较分析
 - 5.2.4.2 不同博客网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 5.2.4.3 不同博客网站用户常用即时通讯比较分析
 - 5.2.4.4 不同博客网站用户常用新闻网站比较分析
 - 5.2.4.5 不同博客网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 5.2.4.6 不同博客网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 5.2.4.7 不同博客网站用户常用交友网站比较分析
 - 5.2.4.8 不同博客网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 5.2.4.9 不同博客网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 5.2.4.10 不同博客网站用户常用数字杂志网站比较分析

- 5.2.4.11 不同博客网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
- 5.2.4.12 不同博客网站用户常用动漫卡通网站比较分析
- 5.2.4.13 不同博客网站用户常用音乐网站比较分析
- 5.2.4.14 不同博客网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
- 5.2.4.15 不同博客网站用户常用 B2C 电子商务比较分析
- 5.2.4.16 不同博客网站用户常用 C2C 电子商务比较分析
- 5.2.4.17 不同博客网站用户常用电子支付比较分析
- 5.2.4.18 不同博客网站用户常用网上银行比较分析
- 5.2.4.19 不同博客网站用户常用人才招聘网站比较分析
- 5.2.4.20 不同博客网站用户常用娱乐网站比较分析
- 5.2.4.21 不同博客网站用户常用文学网站比较分析
- 5.2.4.22 不同博客网站用户常用地图服务比较分析
- 5.2.4.23 不同博客网站用户常用生活服务网站比较分析
- 5.2.4.24 不同博客网站用户常用本地门户网站比较分析
- 5.2.4.25 不同博客网站用户常用分类信息网站比较分析
- 5.2.4.26 不同博客网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 5.2.4.27 不同博客网站用户常用电子邮件服务商比较分析
- 5.2.4.28 不同博客网站用户常用网址导航比较分析
- 5.2.4.29 不同博客网站用户常用下载工具比较分析
- 5.3 规模、格局与趋势
 - 5.3.1 市场规模及增长率
 - 5.3.2 竞争格局
 - 5.3.3 发展趋势
- 5.4 发展疑问与提示
 - 5.4.1 发展疑问
 - 5.4.2 发展提示
- 5.5 典型案例分析
 - 5.5.1 TOP 案例:
 - 5.5.2 INNOVATOR 案例:
- 6 个人门户/空间
 - 6.1 市场数据
 - 6.1.1 行业集中度
 - 6.1.2 用户到达率
 - 6.1.3 个人门户/空间用户到达率
 - 6.1.4 不同个人门户/空间用户到达率
 - 6.1.5 用户到达规模
 - 6.1.6 用户规模预测
 - 6.1.7 用户忠诚度分析
 - 6.2 数据挖掘与分析
 - 6.2.1 个人门户/空间用户占有率排名比较分析
 - 6.2.2 个人门户/空间用户行为分析
 - 6.2.2.1 不同个人门户/空间用户性别构成比较分析
 - 6.2.2.2 不同个人门户/空间用户年龄构成比较分析

- 6.2.2.3 不同个人门户/空间用户婚姻状况构成比较分析
- 6.2.2.4 不同个人门户/空间用户教育程度构成比较分析
- 6.2.2.5 不同个人门户/空间用户行业构成比较分析
- 6.2.2.6 不同个人门户/空间用户职位构成比较分析
- 6.2.2.7 不同个人门户/空间用户收入构成比较分析
- 6.2.2.8 不同个人门户/空间用户地区构成比较分析
- 6.2.2.9 不同个人门户/空间用户网龄构成比较分析
- 6.2.2.10 不同个人门户/空间用户日均上网时间构成比较分析
- 6.2.2.11 不同个人门户/空间用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 6.2.3 个人门户/空间三高用户行为分析
 - 6.2.3.1 不同个人门户/空间三高用户性别构成比较分析
 - 6.2.3.2 不同个人门户/空间三高用户年龄构成比较分析
 - 6.2.3.3 不同个人门户/空间三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 6.2.3.4 不同个人门户/空间三高用户行业构成比较分析
 - 6.2.3.5 不同个人门户/空间三高用户职业（位）构成比较分析
 - 6.2.3.6 不同个人门户/空间三高用户地区构成比较分析
 - 6.2.3.7 不同个人门户/空间三高用户网龄构成比较分析
 - 6.2.3.8 不同个人门户/空间三高用户日均上网时间构成比较分析
- 6.2.4 个人门户/空间高度相关领域交叉比较分析
 - 6.2.4.1 不同个人门户/空间用户常用综合门户比较分析
 - 6.2.4.2 不同个人门户/空间用户常用搜索引擎比较分析
 - 6.2.4.3 不同个人门户/空间用户常用即时通讯比较分析
 - 6.2.4.4 不同个人门户/空间客网站用户常用新闻网站比较分析
 - 6.2.4.5 不同个人门户/空间用户常用博客网站比较分析
 - 6.2.4.6 不同个人门户/空间用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 6.2.4.7 不同个人门户/空间用户常用交友网站比较分析
 - 6.2.4.8 不同个人门户/空间用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 6.2.4.9 不同个人门户/空间用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 6.2.4.10 不同个人门户/空间用户常用数字杂志网站比较分析
 - 6.2.4.11 不同个人门户/空间用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 6.2.4.12 不同个人门户/空间用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 6.2.4.13 不同个人门户/空间用户常用音乐网站比较分析
 - 6.2.4.14 不同个人门户/空间用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
 - 6.2.4.15 不同个人门户/空间用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 6.2.4.16 不同个人门户/空间用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 6.2.4.17 不同个人门户/空间用户常用电子支付比较分析
 - 6.2.4.18 不同个人门户/空间用户常用网上银行比较分析
 - 6.2.4.19 不同个人门户/空间用户常用财经网站比较分析
 - 6.2.4.20 不同个人门户/空间用户常用健康网站比较分析
 - 6.2.4.21 不同个人门户/空间用户常用教育培训网站比较分析
 - 6.2.4.22 不同个人门户/空间用户常用人才招聘网站比较分析
 - 6.2.4.23 不同个人门户/空间用户常用信息科技网站比较分析
 - 6.2.4.24 不同个人门户/空间用户常用网络安全网站比较分析

- 6.2.4.25 不同个人门户/空间用户常用女性网站比较分析
- 6.2.4.26 不同个人门户/空间用户常用体育运动网站比较分析
- 6.2.4.27 不同个人门户/空间用户常用文学网站比较分析
- 6.2.4.28 不同个人门户/空间用户常用地图服务比较分析
- 6.2.4.29 不同个人门户/空间用户常用生活服务网站比较分析
- 6.2.4.30 不同个人门户/空间用户常用本地门户网站比较分析
- 6.2.4.31 不同个人门户/空间用户常用分类信息网站比较分析
- 6.2.4.32 不同个人门户/空间用户常浏览网络广告途径比较分析
- 6.2.4.33 不同个人门户/空间用户常用电子邮件服务商比较分析
- 6.2.4.34 不同个人门户/空间用户常用网址导航比较分析
- 6.2.4.35 不同个人门户/空间用户常用软件下载网站比较分析
- 6.2.4.36 不同个人门户/空间用户常用下载工具比较分析
- 6.3 规模、格局与趋势
 - 6.3.1 市场规模及增长率
 - 6.3.2 竞争格局
 - 6.3.3 发展趋势
- 6.4 发展疑问与提示
 - 6.4.1 发展疑问
 - 6.4.2 发展提示
- 6.5 典型案例分析
 - 6.5.1 TOP 案例:
 - 6.5.2 INNOVATOR 案例:
- 7 社区/BBS
 - 7.1 市场数据
 - 7.1.1 行业集中度
 - 7.1.2 用户到达率
 - 7.1.3 社区/BBS 用户到达率
 - 7.1.4 不同社区/BBS 用户到达率
 - 7.1.5 用户到达规模
 - 7.1.6 用户规模预测
 - 7.1.7 用户忠诚度分析
 - 7.2 数据挖掘与分析
 - 7.2.1 社区/BBS 用户占有率排名比较分析
 - 7.2.2 社区/BBS 用户行为分析
 - 7.2.2.1 不同社区/BBS 用户性别构成比较分析
 - 7.2.2.2 不同社区/BBS 用户年龄构成比较分析
 - 7.2.2.3 不同社区/BBS 用户婚姻状况构成比较分析
 - 7.2.2.4 不同社区/BBS 用户教育程度构成比较分析
 - 7.2.2.5 不同社区/BBS 用户行业构成比较分析
 - 7.2.2.6 不同社区/BBS 用户职位构成比较分析
 - 7.2.2.7 不同社区/BBS 用户收入构成比较分析
 - 7.2.2.8 不同社区/BBS 用户地区构成比较分析
 - 7.2.2.9 不同社区/BBS 用户网龄构成比较分析

- 7.2.2.10 不同社区/BBS 用户日均上网时间构成比较分析
- 7.2.2.11 不同社区/BBS 用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 7.2.3 社区/BBS 三高用户行为分析
 - 7.2.3.1 不同社区/BBS 三高用户性别构成比较分析
 - 7.2.3.2 不同社区/BBS 三高用户年龄构成比较分析
 - 7.2.3.3 不同社区/BBS 三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 7.2.3.4 不同社区/BBS 三高用户行业构成比较分析
 - 7.2.3.5 不同社区/BBS 三高用户职业（位）构成比较分析
 - 7.2.3.6 不同社区/BBS 三高用户地区构成比较分析
 - 7.2.3.7 不同社区/BBS 三高用户网龄构成比较分析
 - 7.2.3.8 不同社区/BBS 三高用户日均上网时间构成比较分析
- 7.2.4 社区/BBS 高度相关领域交叉比较分析
 - 7.2.4.1 不同社区/BBS 网站用户常用综合门户比较分析
 - 7.2.4.2 不同社区/BBS 网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 7.2.4.3 不同社区/BBS 网站用户常用即时通讯比较分析
 - 7.2.4.4 不同社区/BBS 客网站用户常用新闻网站比较分析
 - 7.2.4.5 不同社区/BBS 网站用户常用博客网站比较分析
 - 7.2.4.6 不同社区/BBS 网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 7.2.4.7 不同社区/BBS 网站用户常用交友网站比较分析
 - 7.2.4.8 不同社区/BBS 网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 7.2.4.9 不同社区/BBS 网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 7.2.4.10 不同社区/BBS 网站用户常用数字杂志网站比较分析
 - 7.2.4.11 不同社区/BBS 网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 7.2.4.12 不同社区/BBS 网站用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 7.2.4.13 不同社区/BBS 网站用户常用音乐网站比较分析
 - 7.2.4.14 不同社区/BBS 网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
 - 7.2.4.15 不同社区/BBS 网站用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 7.2.4.16 不同社区/BBS 网站用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 7.2.4.17 不同社区/BBS 网站用户常用电子支付比较分析
 - 7.2.4.18 不同社区/BBS 网站用户常用网上银行比较分析
 - 7.2.4.19 不同社区/BBS 网站用户常用生活服务网站比较分析
 - 7.2.4.20 不同社区/BBS 网站用户常用本地门户网站比较分析
 - 7.2.4.21 不同社区/BBS 网站用户常用分类信息网站比较分析
 - 7.2.4.22 不同社区/BBS 网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 7.2.4.23 不同社区/BBS 网站用户常用电子邮件服务商比较分析
 - 7.2.4.24 不同社区/BBS 网站用户常用网址导航比较分析
- 7.3 规模、格局与趋势
 - 7.3.1 市场规模及增长率
 - 7.3.2 竞争格局
 - 7.3.3 发展趋势
- 7.4 发展疑问与提示
 - 7.4.1 发展疑问
 - 7.4.2 发展提示

- 7.5 典型案例分析
 - 7.5.1 TOP 案例:
 - 7.5.2 INNOVATOR 案例:
- 8 威客
 - 8.1 市场数据
 - 8.1.1 行业集中度
 - 8.1.2 用户到达率
 - 8.1.3 威客网站用户到达率
 - 8.1.4 不同威客网站用户到达率
 - 8.1.5 用户到达规模
 - 8.1.6 用户规模预测
 - 8.1.7 用户忠诚度分析
 - 8.2 数据挖掘与分析
 - 8.2.1 威客网站用户占有率排名比较分析
 - 8.2.2 威客网站用户行为分析
 - 8.2.2.1 不同威客网站用户性别构成比较分析
 - 8.2.2.2 不同威客网站用户年龄构成比较分析
 - 8.2.2.3 不同威客网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 8.2.2.4 不同威客网站用户教育程度构成比较分析
 - 8.2.2.5 不同威客网站用户行业构成比较分析
 - 8.2.2.6 不同威客网站用户职位构成比较分析
 - 8.2.2.7 不同威客网站用户收入构成比较分析
 - 8.2.2.8 不同威客网站用户地区构成比较分析
 - 8.2.2.9 不同威客网站用户网龄构成比较分析
 - 8.2.2.10 不同威客网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 8.2.2.11 不同威客网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 8.2.3 威客网站三高用户行为分析
 - 8.2.3.1 不同威客网站三高用户性别构成比较分析
 - 8.2.3.2 不同威客网站三高用户年龄构成比较分析
 - 8.2.3.3 不同威客网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 8.2.3.4 不同威客网站三高用户行业构成比较分析
 - 8.2.3.5 不同威客网站三高用户职业(位)构成比较分析
 - 8.2.3.6 不同威客网站三高用户地区构成比较分析
 - 8.2.3.7 不同威客网站三高用户网龄构成比较分析
 - 8.2.3.8 不同威客网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 8.2.4 威客网站高度相关领域交叉比较分析
 - 8.2.4.1 不同威客网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 8.2.4.2 不同威客网站用户常用即时通讯比较分析
 - 8.2.4.3 不同威客网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 8.2.4.4 不同威客网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 8.2.4.5 不同威客网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 8.2.4.6 不同威客网站用户常用 B2B 电子商务网站比较分析
 - 8.2.4.7 不同威客网站用户常用 B2C 电子商务比较分析

- 8.2.4.8 不同威客网站用户常用 C2C 电子商务比较分析
- 8.2.4.9 不同威客网站用户常用电子支付比较分析
- 8.2.4.10 不同威客网站用户常用网上银行比较分析
- 8.2.4.11 不同威客网站用户常用人才招聘网站比较分析
- 8.2.4.12 不同威客网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 8.2.4.13 不同威客网站用户常用电子邮件服务商比较分析
- 8.2.4.14 不同威客网站用户常用下载工具比较分析
- 8.3 规模、格局与趋势
 - 8.3.1 市场规模及增长率
 - 8.3.2 竞争格局
 - 8.3.3 发展趋势
- 8.4 发展疑问与提示
 - 8.4.1 发展疑问
 - 8.4.2 发展提示
- 8.5 典型案例分析
 - 8.5.1 TOP 案例:
 - 8.5.2 INNOVATOR 案例:
- 9 交友
 - 9.1 市场数据
 - 9.1.1 行业集中度
 - 9.1.2 用户到达率
 - 9.1.3 交友网站用户到达率
 - 9.1.4 不同交友网站用户到达率
 - 9.1.5 用户到达规模
 - 9.1.6 用户规模预测
 - 9.1.7 用户忠诚度分析
 - 9.2 数据挖掘与分析
 - 9.2.1 交友网站用户占有率排名比较分析
 - 9.2.2 交友网站用户行为分析
 - 9.2.2.1 不同交友网站用户性别构成比较分析
 - 9.2.2.2 不同交友网站用户年龄构成比较分析
 - 9.2.2.3 不同交友网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 9.2.2.4 不同交友网站用户教育程度构成比较分析
 - 9.2.2.5 不同交友网站用户行业构成比较分析
 - 9.2.2.6 不同交友网站用户职位构成比较分析
 - 9.2.2.7 不同交友网站用户收入构成比较分析
 - 9.2.2.8 不同交友网站用户地区构成比较分析
 - 9.2.2.9 不同交友网站用户网龄构成比较分析
 - 9.2.2.10 不同交友网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 9.2.2.11 不同交友网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 9.2.3 交友网站三高用户行为分析
 - 9.2.3.1 不同交友网站三高用户性别构成比较分析
 - 9.2.3.2 不同交友网站三高用户年龄构成比较分析

- 9.2.3.3 不同交友网站三高用户婚姻状况构成比较分析
- 9.2.3.4 不同交友网站三高用户行业构成比较分析
- 9.2.3.5 不同交友网站三高用户职业（位）构成比较分析
- 9.2.3.6 不同交友网站三高用户地区构成比较分析
- 9.2.3.7 不同交友网站三高用户网龄构成比较分析
- 9.2.3.8 不同交友网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 9.2.4 交友网站高度相关领域交叉比较分析
 - 9.2.4.1 不同交友网站用户常用综合门户比较分析
 - 9.2.4.2 不同交友网站用户常用即时通讯比较分析
 - 9.2.4.3 不同交友网站用户常用新闻网站比较分析
 - 9.2.4.4 不同交友网站用户常用博客网站比较分析
 - 9.2.4.5 不同交友网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 9.2.4.6 不同交友网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 9.2.4.7 不同交友网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 9.2.4.8 不同交友网站用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 9.2.4.9 不同交友网站用户常用音乐网站比较分析
 - 9.2.4.10 不同交友网站用户常用体育运动网站比较分析
 - 9.2.4.11 不同交友网站用户常用文学网站比较分析
 - 9.2.4.12 不同交友网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 9.2.4.13 不同交友网站用户常用电子邮件服务商比较分析
- 9.3 规模、格局与趋势
 - 9.3.1 市场规模及增长率
 - 9.3.2 竞争格局
 - 9.3.3 发展趋势
- 9.4 发展疑问与提示
 - 9.4.1 发展疑问
 - 9.4.2 发展提示
- 9.5 典型案例分析
 - 9.5.1 TOP 案例：
 - 9.5.2 INNOVATOR 案例：
- 10 播客/视频分享
 - 10.1 市场数据
 - 10.1.1 行业集中度
 - 10.1.2 用户到达率
 - 10.1.3 播客/视频分享网站用户到达率
 - 10.1.4 不同播客/视频分享网站用户到达率
 - 10.1.5 用户到达规模
 - 10.1.6 用户规模预测
 - 10.1.7 用户忠诚度分析
 - 10.2 数据挖掘与分析
 - 10.2.1 播客/视频分享网站用户占有率排名比较分析
 - 10.2.2 播客/视频分享网站用户行为分析
 - 10.2.2.1 不同播客/视频分享网站用户性别构成比较分析

- 10.2.2.2 不同播客/视频分享网站用户年龄构成比较分析
- 10.2.2.3 不同播客/视频分享网站用户婚姻状况构成比较分析
- 10.2.2.4 不同播客/视频分享网站用户教育程度构成比较分析
- 10.2.2.5 不同播客/视频分享网站用户行业构成比较分析
- 10.2.2.6 不同播客/视频分享网站用户职位构成比较分析
- 10.2.2.7 不同播客/视频分享网站用户收入构成比较分析
- 10.2.2.8 不同播客/视频分享网站用户地区构成比较分析
- 10.2.2.9 不同播客/视频分享网站用户网龄构成比较分析
- 10.2.2.10 不同播客/视频分享网站用户日均上网时间构成比较分析
- 10.2.2.11 不同播客/视频分享网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 10.2.3 播客/视频分享网站三高用户行为分析
 - 10.2.3.1 不同播客/视频分享网站三高用户性别构成比较分析
 - 10.2.3.2 不同播客/视频分享网站三高用户年龄构成比较分析
 - 10.2.3.3 不同播客/视频分享网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 10.2.3.4 不同播客/视频分享网站三高用户行业构成比较分析
 - 10.2.3.5 不同播客/视频分享网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 10.2.3.6 不同播客/视频分享网站三高用户地区构成比较分析
 - 10.2.3.7 不同播客/视频分享网站三高用户网龄构成比较分析
 - 10.2.3.8 不同播客/视频分享网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 10.2.4 播客/视频分享网站高度相关领域交叉比较分析
 - 10.2.4.1 不同播客/视频分享网站用户常用综合门户比较分析
 - 10.2.4.2 不同播客/视频分享网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 10.2.4.3 不同播客/视频分享网站用户常用即时通讯比较分析
 - 10.2.4.4 不同播客/视频分享网站用户常用博客网站比较分析
 - 10.2.4.5 不同播客/视频分享网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 10.2.4.6 不同播客/视频分享网站用户常用交友网站比较分析
 - 10.2.4.7 不同播客/视频分享网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 10.2.4.8 不同播客/视频分享网站用户常用视频搜索网站比较分析
 - 10.2.4.9 不同播客/视频分享网站用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 10.2.4.10 不同播客/视频分享网站用户常用音乐网站比较分析
 - 10.2.4.11 不同播客/视频分享网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
 - 10.2.4.12 不同播客/视频分享网站用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 10.2.4.13 不同播客/视频分享网站用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 10.2.4.14 不同播客/视频分享网站用户常用电子支付比较分析
 - 10.2.4.15 不同播客/视频分享网站用户常用网上银行比较分析
 - 10.2.4.16 不同播客/视频分享网站用户常用教育培训网站比较分析
 - 10.2.4.17 不同播客/视频分享网站用户常用信息科技网站比较分析
 - 10.2.4.18 不同播客/视频分享网站用户常用女性网站比较分析
 - 10.2.4.19 不同播客/视频分享网站用户常用娱乐网站比较分析
 - 10.2.4.20 不同播客/视频分享网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 10.2.4.21 不同播客/视频分享网站用户常用下载工具比较分析
- 10.3 规模、格局与趋势
 - 10.3.1 市场规模及增长率

- 10.3.2 竞争格局
- 10.3.3 发展趋势
- 10.4 发展疑问与提示
 - 10.4.1 发展疑问
 - 10.4.2 发展提示
- 10.5 典型案例分析
 - 10.5.1 TOP 案例:
 - 10.5.2 INNOVATOR 案例:
- 11 视频点播/直播
 - 11.1 市场数据
 - 11.1.1 行业集中度
 - 11.1.2 用户到达率
 - 11.1.3 视频点播/直播网站用户到达率
 - 11.1.4 不同视频点播/直播网站用户到达率
 - 11.1.5 用户到达规模
 - 11.1.6 用户规模预测
 - 11.1.7 用户忠诚度分析
 - 11.2 数据挖掘与分析
 - 11.2.1 视频点播/直播网站用户占有率排名比较分析
 - 11.2.2 视频点播/直播网站用户行为分析
 - 11.2.2.1 不同视频点播/直播网站用户性别构成比较分析
 - 11.2.2.2 不同视频点播/直播网站用户年龄构成比较分析
 - 11.2.2.3 不同视频点播/直播网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 11.2.2.4 不同视频点播/直播网站用户教育程度构成比较分析
 - 11.2.2.5 不同视频点播/直播网站用户行业构成比较分析
 - 11.2.2.6 不同视频点播/直播网站用户职位构成比较分析
 - 11.2.2.7 不同视频点播/直播网站用户收入构成比较分析
 - 11.2.2.8 不同视频点播/直播网站用户地区构成比较分析
 - 11.2.2.9 不同视频点播/直播网站用户网龄构成比较分析
 - 11.2.2.10 不同视频点播/直播网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 11.2.2.11 不同视频点播/直播网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 11.2.3 视频点播/直播网站三高用户行为分析
 - 11.2.3.1 不同视频点播/直播网站三高用户性别构成比较分析
 - 11.2.3.2 不同视频点播/直播网站三高用户年龄构成比较分析
 - 11.2.3.3 不同视频点播/直播网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 11.2.3.4 不同视频点播/直播网站三高用户行业构成比较分析
 - 11.2.3.5 不同视频点播/直播网站三高用户职业(位)构成比较分析
 - 11.2.3.6 不同视频点播/直播网站三高用户地区构成比较分析
 - 11.2.3.7 不同视频点播/直播网站三高用户网龄构成比较分析
 - 11.2.3.8 不同视频点播/直播网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 11.2.4 视频点播/直播网站高度相关领域交叉比较分析
 - 11.2.4.1 不同视频点播/直播网站用户常用综合门户比较分析
 - 11.2.4.2 不同视频点播/直播网站用户常用搜索引擎比较分析

- 11.2.4.3 不同视频点播/直播网站用户常用即时通讯比较分析
- 11.2.4.4 不同视频点播/直播客网站用户常用新闻网站比较分析
- 11.2.4.5 不同视频点播/直播网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
- 11.2.4.6 不同视频点播/直播网站用户常用视频搜索网站比较分析
- 11.2.4.7 不同视频点播/直播网站用户常用动漫卡通网站比较分析
- 11.2.4.8 不同视频点播/直播网站用户常用音乐网站比较分析
- 11.2.4.9 不同视频点播/直播网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
- 11.2.4.10 不同视频点播/直播网站用户常用教育培训网站比较分析
- 11.2.4.11 不同视频点播/直播网站用户常用体育运动网站比较分析
- 11.2.4.12 不同视频点播/直播网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 11.2.4.13 不同视频点播/直播网站用户常用软件下载网站比较分析
- 11.2.4.14 不同视频点播/直播网站用户常用下载工具比较分析
- 11.3 规模、格局与趋势
 - 11.3.1 市场规模及增长率
 - 11.3.2 竞争格局
 - 11.3.3 发展趋势
- 11.4 发展疑问与提示
 - 11.4.1 发展疑问
 - 11.4.2 发展提示
- 11.5 典型案例分析
 - 11.5.1 TOP 案例:
 - 11.5.2 INNOVATOR 案例:
- 12 视频搜索
 - 12.1 市场数据
 - 12.1.1 行业集中度
 - 12.1.2 用户到达率
 - 12.1.3 视频搜索网站用户到达率
 - 12.1.4 不同视频搜索网站用户到达率
 - 12.1.5 用户到达规模
 - 12.1.6 用户规模预测
 - 12.1.7 用户忠诚度分析
 - 12.2 数据挖掘与分析
 - 12.2.1 视频搜索网站用户占有率排名比较分析
 - 12.2.2 视频搜索网站用户行为分析
 - 12.2.2.1 不同视频搜索网站用户性别构成比较分析
 - 12.2.2.2 不同视频搜索网站用户年龄构成比较分析
 - 12.2.2.3 不同视频搜索网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 12.2.2.4 不同视频搜索网站用户教育程度构成比较分析
 - 12.2.2.5 不同视频搜索网站用户行业构成比较分析
 - 12.2.2.6 不同视频搜索网站用户职位构成比较分析
 - 12.2.2.7 不同视频搜索网站用户收入构成比较分析
 - 12.2.2.8 不同视频搜索网站用户地区构成比较分析
 - 12.2.2.9 不同视频搜索网站用户网龄构成比较分析

- 12.2.2.10 不同视频搜索网站用户日均上网时间构成比较分析
- 12.2.2.11 不同视频搜索网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 12.2.3 视频搜索网站三高用户行为分析
 - 12.2.3.1 不同视频搜索网站三高用户性别构成比较分析
 - 12.2.3.2 不同视频搜索网站三高用户年龄构成比较分析
 - 12.2.3.3 不同视频搜索网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 12.2.3.4 不同视频搜索网站三高用户行业构成比较分析
 - 12.2.3.5 不同视频搜索网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 12.2.3.6 不同视频搜索网站三高用户地区构成比较分析
 - 12.2.3.7 不同视频搜索网站三高用户网龄构成比较分析
 - 12.2.3.8 不同视频搜索网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 12.2.4 视频搜索网站高度相关领域交叉比较分析
 - 12.2.4.1 不同视频搜索网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 12.2.4.2 不同视频搜索网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 12.2.4.3 不同视频搜索网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 12.2.4.4 不同视频搜索网站用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 12.2.4.5 不同视频搜索网站用户常用音乐网站比较分析
 - 12.2.4.6 不同视频搜索网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
 - 12.2.4.7 不同视频搜索网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 12.3 规模、格局与趋势
 - 12.3.1 市场规模及增长率
 - 12.3.2 竞争格局
 - 12.3.3 发展趋势
- 12.4 发展疑问与提示
 - 12.4.1 发展疑问
 - 12.4.2 发展提示
- 12.5 典型案例分析
 - 12.5.1 TOP 案例：
 - 12.5.2 INNOVATOR 案例：
- 13 数字杂志
 - 13.1 市场数据
 - 13.1.1 行业集中度
 - 13.1.2 用户到达率
 - 13.1.3 数字杂志网站用户到达率
 - 13.1.4 不同数字杂志网站用户到达率
 - 13.1.5 用户到达规模
 - 13.1.6 用户规模预测
 - 13.1.7 用户忠诚度分析
 - 13.2 数据挖掘与分析
 - 13.2.1 数字杂志网站用户占有率排名比较分析
 - 13.2.2 数字杂志网站用户行为分析
 - 13.2.2.1 不同数字杂志网站用户性别构成比较分析
 - 13.2.2.2 不同数字杂志网站用户年龄构成比较分析

- 13.2.2.3 不同数字杂志网站用户婚姻状况构成比较分析
- 13.2.2.4 不同数字杂志网站用户教育程度构成比较分析
- 13.2.2.5 不同数字杂志网站用户行业构成比较分析
- 13.2.2.6 不同数字杂志网站用户职位构成比较分析
- 13.2.2.7 不同数字杂志网站用户收入构成比较分析
- 13.2.2.8 不同数字杂志网站用户地区构成比较分析
- 13.2.2.9 不同数字杂志网站用户网龄构成比较分析
- 13.2.2.10 不同数字杂志网站用户日均上网时间构成比较分析
- 13.2.2.11 不同数字杂志网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 13.2.3 数字杂志网站三高用户行为分析
 - 13.2.3.1 不同数字杂志网站三高用户性别构成比较分析
 - 13.2.3.2 不同数字杂志网站三高用户年龄构成比较分析
 - 13.2.3.3 不同数字杂志网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 13.2.3.4 不同数字杂志网站三高用户行业构成比较分析
 - 13.2.3.5 不同数字杂志网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 13.2.3.6 不同数字杂志网站三高用户地区构成比较分析
 - 13.2.3.7 不同数字杂志网站三高用户网龄构成比较分析
 - 13.2.3.8 不同数字杂志网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 13.2.4 数字杂志网站高度相关领域交叉比较分析
 - 13.2.4.1 不同数字杂志网站用户常用综合门户比较分析
 - 13.2.4.2 不同数字杂志网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 13.2.4.3 不同数字杂志网站用户常用即时通讯比较分析
 - 13.2.4.4 不同数字杂志网站用户常用新闻网站比较分析
 - 13.2.4.5 不同数字杂志网站用户常用博客网站比较分析
 - 13.2.4.6 不同数字杂志网站用户常用音乐网站比较分析
 - 13.2.4.7 不同数字杂志网站用户常用财经网站比较分析
 - 13.2.4.8 不同数字杂志网站用户常用健康网站比较分析
 - 13.2.4.9 不同数字杂志网站用户常用女性网站比较分析
 - 13.2.4.10 不同数字杂志网站用户常用体育运动网站比较分析
 - 13.2.4.11 不同数字杂志网站用户常用文学网站比较分析
 - 13.2.4.12 不同数字杂志网站用户常用地图服务比较分析
 - 13.2.4.13 不同数字杂志网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 13.2.4.14 不同数字杂志网站用户常用下载工具比较分析
- 13.3 规模、格局与趋势
 - 13.3.1 市场规模及增长率
 - 13.3.2 竞争格局
 - 13.3.3 发展趋势
- 13.4 发展疑问与提示
 - 13.4.1 发展疑问
 - 13.4.2 发展提示
- 13.5 典型案例分析
 - 13.5.1 TOP 案例：
 - 13.5.2 INNOVATOR 案例：

- 14 图片/摄影/相册
 - 14.1 市场数据
 - 14.1.1 行业集中度
 - 14.1.2 用户到达率
 - 14.1.3 图片/摄影/相册网站用户到达率
 - 14.1.4 不同图片/摄影/相册网站用户到达率
 - 14.1.5 用户到达规模
 - 14.1.6 用户规模预测
 - 14.1.7 用户忠诚度分析
 - 14.2 数据挖掘与分析
 - 14.2.1 图片/摄影/相册网站用户占有率排名比较分析
 - 14.2.2 图片/摄影/相册网站用户行为分析
 - 14.2.2.1 不同图片/摄影/相册网站用户性别构成比较分析
 - 14.2.2.2 不同图片/摄影/相册网站用户年龄构成比较分析
 - 14.2.2.3 不同图片/摄影/相册网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 14.2.2.4 不同图片/摄影/相册网站用户教育程度构成比较分析
 - 14.2.2.5 不同图片/摄影/相册网站用户行业构成比较分析
 - 14.2.2.6 不同图片/摄影/相册网站用户职位构成比较分析
 - 14.2.2.7 不同图片/摄影/相册网站用户收入构成比较分析
 - 14.2.2.8 不同图片/摄影/相册网站用户地区构成比较分析
 - 14.2.2.9 不同图片/摄影/相册网站用户网龄构成比较分析
 - 14.2.2.10 不同图片/摄影/相册网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 14.2.2.11 不同图片/摄影/相册网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 14.2.3 图片/摄影/相册网站三高用户行为分析
 - 14.2.3.1 不同图片/摄影/相册网站三高用户性别构成比较分析
 - 14.2.3.2 不同图片/摄影/相册网站三高用户年龄构成比较分析
 - 14.2.3.3 不同图片/摄影/相册网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 14.2.3.4 不同图片/摄影/相册网站三高用户行业构成比较分析
 - 14.2.3.5 不同图片/摄影/相册网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 14.2.3.6 不同图片/摄影/相册网站三高用户地区构成比较分析
 - 14.2.3.7 不同图片/摄影/相册网站三高用户网龄构成比较分析
 - 14.2.3.8 不同图片/摄影/相册网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 14.2.4 图片/摄影/相册网站高度相关领域交叉比较分析
 - 14.2.4.1 不同图片/摄影/相册网站用户常用综合门户比较分析
 - 14.2.4.2 不同图片/摄影/相册网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 14.2.4.3 不同图片/摄影/相册网站用户常用博客网站比较分析
 - 14.2.4.4 不同图片/摄影/相册网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 14.2.4.5 不同图片/摄影/相册网站用户常用交友网站比较分析
 - 14.2.4.6 不同图片/摄影/相册网站用户常用音乐网站比较分析
 - 14.2.4.7 不同图片/摄影/相册网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 14.3 规模、格局与趋势
 - 14.3.1 市场规模及增长率
 - 14.3.2 竞争格局

- 14.3.3 发展趋势
- 14.4 发展疑问与提示
 - 14.4.1 发展疑问
 - 14.4.2 发展提示
- 14.5 典型案例分析
 - 14.5.1 TOP 案例:
 - 14.5.2 INNOVATOR 案例:
- 15 动漫卡通
 - 15.1 市场数据
 - 15.1.1 行业集中度
 - 15.1.2 用户到达率
 - 15.1.3 动漫卡通网站用户到达率
 - 15.1.4 不同动漫卡通网站用户到达率
 - 15.1.5 用户到达规模
 - 15.1.6 用户规模预测
 - 15.1.7 用户忠诚度分析
 - 15.2 数据挖掘与分析
 - 15.2.1 动漫卡通网站用户占有率排名比较分析
 - 15.2.2 动漫卡通网站用户行为分析
 - 15.2.2.1 不同动漫卡通网站用户性别构成比较分析
 - 15.2.2.2 不同动漫卡通网站用户年龄构成比较分析
 - 15.2.2.3 不同动漫卡通网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 15.2.2.4 不同动漫卡通网站用户教育程度构成比较分析
 - 15.2.2.5 不同动漫卡通网站用户行业构成比较分析
 - 15.2.2.6 不同动漫卡通网站用户职位构成比较分析
 - 15.2.2.7 不同动漫卡通网站用户收入构成比较分析
 - 15.2.2.8 不同动漫卡通网站用户地区构成比较分析
 - 15.2.2.9 不同动漫卡通网站用户网龄构成比较分析
 - 15.2.2.10 不同动漫卡通网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 15.2.2.11 不同动漫卡通网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 15.2.3 动漫卡通网站三高用户行为分析
 - 15.2.3.1 不同动漫卡通网站三高用户性别构成比较分析
 - 15.2.3.2 不同动漫卡通网站三高用户年龄构成比较分析
 - 15.2.3.3 不同动漫卡通网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 15.2.3.4 不同动漫卡通网站三高用户行业构成比较分析
 - 15.2.3.5 不同动漫卡通网站三高用户职业(位)构成比较分析
 - 15.2.3.6 不同动漫卡通网站三高用户地区构成比较分析
 - 15.2.3.7 不同动漫卡通网站三高用户网龄构成比较分析
 - 15.2.3.8 不同动漫卡通网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 15.2.4 动漫卡通网站高度相关领域交叉比较分析
 - 15.2.4.1 不同动漫卡通网站用户常用综合门户比较分析
 - 15.2.4.2 不同动漫卡通网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 15.2.4.3 不同动漫卡通网站用户常用新闻网站比较分析

- 15.2.4.4 不同动漫卡通网站用户常用博客网站比较分析
- 15.2.4.5 不同动漫卡通网站用户常用个人门户/空间比较分析
- 15.2.4.6 不同动漫卡通网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
- 15.2.4.7 不同动漫卡通网站用户常用交友网站比较分析
- 15.2.4.8 不同动漫卡通网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
- 15.2.4.9 不同动漫卡通网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
- 15.2.4.10 不同动漫卡通网站用户常用视频搜索网站比较分析
- 15.2.4.11 不同动漫卡通网站用户常用娱乐网站比较分析
- 15.2.4.12 不同动漫卡通网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 15.2.4.13 不同动漫卡通网站用户常用下载工具比较分析
- 15.3 规模、格局与趋势
 - 15.3.1 市场规模及增长率
 - 15.3.2 竞争格局
 - 15.3.3 发展趋势
- 15.4 发展疑问与提示
 - 15.4.1 发展疑问
 - 15.4.2 发展提示
- 15.5 典型案例分析
 - 15.5.1 TOP 案例:
 - 15.5.2 INNOVATOR 案例:
- 16 网络游戏
 - 16.1 市场数据
 - 16.1.1 行业集中度
 - 16.1.2 用户到达率
 - 16.1.3 网络游戏运营商用户到达率
 - 16.1.4 不同网络游戏运营商用户到达率
 - 16.1.5 用户到达规模
 - 16.1.6 用户规模预测
 - 16.1.7 用户忠诚度分析
 - 16.2 数据挖掘与分析
 - 16.2.1 网络游戏运营商用户占有率排名比较分析
 - 16.2.2 网络游戏运营商用户行为分析
 - 16.2.2.1 不同网络游戏运营商用户性别构成比较分析
 - 16.2.2.2 不同网络游戏运营商用户年龄构成比较分析
 - 16.2.2.3 不同网络游戏运营商用户婚姻状况构成比较分析
 - 16.2.2.4 不同网络游戏运营商用户教育程度构成比较分析
 - 16.2.2.5 不同网络游戏运营商用户行业构成比较分析
 - 16.2.2.6 不同网络游戏运营商用户职位构成比较分析
 - 16.2.2.7 不同网络游戏运营商用户收入构成比较分析
 - 16.2.2.8 不同网络游戏运营商用户地区构成比较分析
 - 16.2.2.9 不同网络游戏运营商用户网龄构成比较分析
 - 16.2.2.10 不同网络游戏运营商用户日均上网时间构成比较分析
 - 16.2.2.11 不同网络游戏运营商用户月均互联网消费程度构成比较分析

- 16.2.3 网络游戏运营商三高用户行为分析
 - 16.2.3.1 不同网络游戏运营商三高用户性别构成比较分析
 - 16.2.3.2 不同网络游戏运营商三高用户年龄构成比较分析
 - 16.2.3.3 不同网络游戏运营商三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 16.2.3.4 不同网络游戏运营商三高用户行业构成比较分析
 - 16.2.3.5 不同网络游戏运营商三高用户职业（位）构成比较分析
 - 16.2.3.6 不同网络游戏运营商三高用户地区构成比较分析
 - 16.2.3.7 不同网络游戏运营商三高用户网龄构成比较分析
 - 16.2.3.8 不同网络游戏运营商三高用户日均上网时间构成比较分析
- 16.2.4 网络游戏运营商高度相关领域交叉比较分析
 - 16.2.4.1 不同网络游戏运营商用户常用综合门户比较分析
 - 16.2.4.2 不同网络游戏运营商用户常用搜索引擎比较分析
 - 16.2.4.3 不同网络游戏运营商用户常用即时通讯比较分析
 - 16.2.4.4 不同网络游戏运营商用户常用新闻网站比较分析
 - 16.2.4.5 不同网络游戏运营商用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 16.2.4.6 不同网络游戏运营商用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 16.2.4.7 不同网络游戏运营商用户常用游戏资讯网站比较分析
 - 16.2.4.8 不同网络游戏运营商用户常用音乐网站比较分析
 - 16.2.4.9 不同网络游戏运营商用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 16.2.4.10 不同网络游戏运营商用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 16.2.4.11 不同网络游戏运营商用户常用电子支付比较分析
 - 16.2.4.12 不同网络游戏运营商用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 16.2.4.13 不同网络游戏运营商用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 16.2.4.14 不同网络游戏运营商用户常用网址导航比较分析
 - 16.2.4.15 不同网络游戏运营商用户常用软件下载网站比较分析
 - 16.2.4.16 不同网络游戏运营商用户常用下载工具比较分析
- 16.3 规模、格局与趋势
 - 16.3.1 市场规模及增长率
 - 16.3.2 竞争格局
 - 16.3.3 发展趋势
- 16.4 发展疑问与提示
 - 16.4.1 发展疑问
 - 16.4.2 发展提示
- 16.5 典型案例分析
 - 16.5.1 TOP 案例：
 - 16.5.2 INNOVATOR 案例：
- 17 游戏资讯
 - 17.1 市场数据
 - 17.1.1 行业集中度
 - 17.1.2 用户到达率
 - 17.1.3 游戏资讯网站用户到达率
 - 17.1.4 不同游戏资讯网站用户到达率
 - 17.1.5 用户到达规模

- 17.1.6 用户规模预测
- 17.1.7 用户忠诚度分析
- 17.2 数据挖掘与分析
 - 17.2.1 游戏资讯网站用户占有率排名比较分析
 - 17.2.2 游戏资讯网站用户行为分析
 - 17.2.2.1 不同游戏资讯网站用户性别构成比较分析
 - 17.2.2.2 不同游戏资讯网站用户年龄构成比较分析
 - 17.2.2.3 不同游戏资讯网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 17.2.2.4 不同游戏资讯网站用户教育程度构成比较分析
 - 17.2.2.5 不同游戏资讯网站用户行业构成比较分析
 - 17.2.2.6 不同游戏资讯网站用户职位构成比较分析
 - 17.2.2.7 不同游戏资讯网站用户收入构成比较分析
 - 17.2.2.8 不同游戏资讯网站用户地区构成比较分析
 - 17.2.2.9 不同游戏资讯网站用户网龄构成比较分析
 - 17.2.2.10 不同游戏资讯网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 17.2.2.11 不同游戏资讯网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 17.2.3 游戏资讯网站三高用户行为分析
 - 17.2.3.1 不同游戏资讯网站三高用户性别构成比较分析
 - 17.2.3.2 不同游戏资讯网站三高用户年龄构成比较分析
 - 17.2.3.3 不同游戏资讯网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 17.2.3.4 不同游戏资讯网站三高用户行业构成比较分析
 - 17.2.3.5 不同游戏资讯网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 17.2.3.6 不同游戏资讯网站三高用户地区构成比较分析
 - 17.2.3.7 不同游戏资讯网站三高用户网龄构成比较分析
 - 17.2.3.8 不同游戏资讯网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 17.2.4 游戏资讯网站高度相关领域交叉比较分析
 - 17.2.4.1 不同游戏资讯网站用户常用综合门户比较分析
 - 17.2.4.2 不同游戏资讯网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 17.2.4.3 不同游戏资讯网站用户常用即时通讯比较分析
 - 17.2.4.4 不同游戏资讯网站用户常用新闻网站比较分析
 - 17.2.4.5 不同游戏资讯网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 17.2.4.6 不同游戏资讯网站用户常用交友网站比较分析
 - 17.2.4.7 不同游戏资讯网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 17.2.4.8 不同游戏资讯网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 17.2.4.9 不同游戏资讯网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 17.2.4.10 不同游戏资讯网站用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 17.2.4.11 不同游戏资讯网站用户常用网络游戏运营商比较分析
 - 17.2.4.12 不同游戏资讯网站用户常用音乐网站比较分析
 - 17.2.4.13 不同游戏资讯网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 17.2.4.14 不同游戏资讯网站用户常用软件下载网站比较分析
 - 17.2.4.15 不同游戏资讯网站用户常用下载工具比较分析
- 17.3 规模、格局与趋势
 - 17.3.1 市场规模及增长率

- 17.3.2 竞争格局
- 17.3.3 发展趋势
- 17.4 发展疑问与提示
 - 17.4.1 发展疑问
 - 17.4.2 发展提示
- 17.5 典型案例分析
 - 17.5.1 TOP 案例:
 - 17.5.2 INNOVATOR 案例:
- 18 音乐
 - 18.1 市场数据
 - 18.1.1 行业集中度
 - 18.1.2 用户到达率
 - 18.1.3 音乐网站用户到达率
 - 18.1.4 不同音乐网站用户到达率
 - 18.1.5 用户到达规模
 - 18.1.6 用户规模预测
 - 18.1.7 用户忠诚度分析
 - 18.2 数据挖掘与分析
 - 18.2.1 音乐网站用户占有率排名比较分析
 - 18.2.2 音乐网站用户行为分析
 - 18.2.2.1 不同音乐网站用户性别构成比较分析
 - 18.2.2.2 不同音乐网站用户年龄构成比较分析
 - 18.2.2.3 不同音乐网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 18.2.2.4 不同音乐网站用户教育程度构成比较分析
 - 18.2.2.5 不同音乐网站用户行业构成比较分析
 - 18.2.2.6 不同音乐网站用户职位构成比较分析
 - 18.2.2.7 不同音乐网站用户收入构成比较分析
 - 18.2.2.8 不同音乐网站用户地区构成比较分析
 - 18.2.2.9 不同音乐网站用户网龄构成比较分析
 - 18.2.2.10 不同音乐网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 18.2.2.11 不同音乐网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 18.2.3 音乐网站三高用户行为分析
 - 18.2.3.1 不同音乐网站三高用户性别构成比较分析
 - 18.2.3.2 不同音乐网站三高用户年龄构成比较分析
 - 18.2.3.3 不同音乐网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 18.2.3.4 不同音乐网站三高用户行业构成比较分析
 - 18.2.3.5 不同音乐网站三高用户职业(位)构成比较分析
 - 18.2.3.6 不同音乐网站三高用户地区构成比较分析
 - 18.2.3.7 不同音乐网站三高用户网龄构成比较分析
 - 18.2.3.8 不同音乐网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 18.2.4 音乐网站高度相关领域交叉比较分析
 - 18.2.4.1 不同音乐网站用户常用综合门户比较分析
 - 18.2.4.2 不同音乐网站用户常用搜索引擎比较分析

- 18.2.4.3 不同音乐网站用户常用即时通讯比较分析
- 18.2.4.4 不同音乐网站用户常用博客网站比较分析
- 18.2.4.5 不同音乐网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
- 18.2.4.6 不同音乐网站用户常用交友网站比较分析
- 18.2.4.7 不同音乐网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
- 18.2.4.8 不同音乐网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
- 18.2.4.9 不同音乐网站用户常用数字杂志网站比较分析
- 18.2.4.10 不同音乐网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
- 18.2.4.11 不同音乐网站用户常用动漫卡通网站比较分析
- 18.2.4.12 不同音乐网站用户常用网络游戏网站比较分析
- 18.2.4.13 不同音乐网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
- 18.2.4.14 不同音乐网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 18.2.4.15 不同音乐网站用户常用网址导航比较分析
- 18.2.4.16 不同音乐网站用户常用软件下载网站比较分析
- 18.2.4.17 不同音乐网站用户常用下载工具比较分析
- 18.3 规模、格局与趋势
 - 18.3.1 市场规模及增长率
 - 18.3.2 竞争格局
 - 18.3.3 发展趋势
- 18.4 发展疑问与提示
 - 18.4.1 发展疑问
 - 18.4.2 发展提示
- 18.5 典型案例分析
 - 18.5.1 TOP 案例:
 - 18.5.2 INNOVATOR 案例:
- 19 音频/音乐搜索
 - 19.1 市场数据
 - 19.1.1 行业集中度
 - 19.1.2 用户到达率
 - 19.1.3 音频/音乐搜索网站用户到达率
 - 19.1.4 不同音频/音乐搜索网站用户到达率
 - 19.1.5 用户到达规模
 - 19.1.6 用户规模预测
 - 19.1.7 用户忠诚度分析
 - 19.2 数据挖掘与分析
 - 19.2.1 音频/音乐搜索网站用户占有率排名比较分析
 - 19.2.2 音频/音乐搜索网站用户行为分析
 - 19.2.2.1 不同音频/音乐搜索网站用户性别构成比较分析
 - 19.2.2.2 不同音频/音乐搜索网站用户年龄构成比较分析
 - 19.2.2.3 不同音频/音乐搜索网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 19.2.2.4 不同音频/音乐搜索网站用户教育程度构成比较分析
 - 19.2.2.5 不同音频/音乐搜索网站用户行业构成比较分析
 - 19.2.2.6 不同音频/音乐搜索网站用户职位构成比较分析

- 19.2.2.7 不同音频/音乐搜索网站用户收入构成比较分析
- 19.2.2.8 不同音频/音乐搜索网站用户地区构成比较分析
- 19.2.2.9 不同音频/音乐搜索网站用户网龄构成比较分析
- 19.2.2.10 不同音频/音乐搜索网站用户日均上网时间构成比较分析
- 19.2.2.11 不同音频/音乐搜索网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 19.2.3 音频/音乐搜索网站三高用户行为分析
 - 19.2.3.1 不同音频/音乐搜索网站三高用户性别构成比较分析
 - 19.2.3.2 不同音频/音乐搜索网站三高用户年龄构成比较分析
 - 19.2.3.3 不同音频/音乐搜索网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 19.2.3.4 不同音频/音乐搜索网站三高用户行业构成比较分析
 - 19.2.3.5 不同音频/音乐搜索网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 19.2.3.6 不同音频/音乐搜索网站三高用户地区构成比较分析
 - 19.2.3.7 不同音频/音乐搜索网站三高用户网龄构成比较分析
 - 19.2.3.8 不同音频/音乐搜索网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 19.2.4 音频/音乐搜索网站高度相关领域交叉比较分析
 - 19.2.4.1 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 19.2.4.2 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用博客网站比较分析
 - 19.2.4.3 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 19.2.4.4 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用视频搜索网站比较分析
 - 19.2.4.5 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用音乐网站比较分析
 - 19.2.4.6 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 19.2.4.7 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用网址导航比较分析
 - 19.2.4.8 不同音频/音频/音乐搜索网站用户常用软件下载网站比较分析
 - 19.2.4.9 不同音频/音频/音频/音乐搜索网站用户常用下载工具比较分析
- 19.3 规模、格局与趋势
 - 19.3.1 市场规模及增长率
 - 19.3.2 竞争格局
 - 19.3.3 发展趋势
- 19.4 发展疑问与提示
 - 19.4.1 发展疑问
 - 19.4.2 发展提示
- 19.5 典型案例分析
 - 19.5.1 TOP 案例:
 - 19.5.2 INNOVATOR 案例:
- 20 B2B 综合电子商务
 - 20.1 市场数据
 - 20.1.1 行业集中度
 - 20.1.2 用户到达率
 - 20.1.3 B2B 综合电子商务用户到达率
 - 20.1.4 不同 B2B 综合电子商务用户到达率
 - 20.1.5 用户到达规模
 - 20.1.6 用户规模预测
 - 20.1.7 用户忠诚度分析

20.2 数据挖掘与分析

20.2.1 B2B 综合电子商务用户占有率排名比较分析

20.2.2 B2B 综合电子商务用户行为分析

20.2.2.1 不同 B2B 综合电子商务用户性别构成比较分析

20.2.2.2 不同 B2B 综合电子商务用户年龄构成比较分析

20.2.2.3 不同 B2B 综合电子商务用户婚姻状况构成比较分析

20.2.2.4 不同 B2B 综合电子商务用户教育程度构成比较分析

20.2.2.5 不同 B2B 综合电子商务用户行业构成比较分析

20.2.2.6 不同 B2B 综合电子商务用户职位构成比较分析

20.2.2.7 不同 B2B 综合电子商务用户收入构成比较分析

20.2.2.8 不同 B2B 综合电子商务用户地区构成比较分析

20.2.2.9 不同 B2B 综合电子商务用户网龄构成比较分析

20.2.2.10 不同 B2B 综合电子商务用户日均上网时间构成比较分析

20.2.2.11 不同 B2B 综合电子商务用户月均互联网消费程度构成比较分析

20.2.3 B2B 综合电子商务三高用户行为分析

20.2.3.1 不同 B2B 综合电子商务三高用户性别构成比较分析

20.2.3.2 不同 B2B 综合电子商务三高用户年龄构成比较分析

20.2.3.3 不同 B2B 综合电子商务三高用户婚姻状况构成比较分析

20.2.3.4 不同 B2B 综合电子商务三高用户行业构成比较分析

20.2.3.5 不同 B2B 综合电子商务三高用户职业（位）构成比较分析

20.2.3.6 不同 B2B 综合电子商务三高用户地区构成比较分析

20.2.3.7 不同 B2B 综合电子商务三高用户网龄构成比较分析

20.2.3.8 不同 B2B 综合电子商务三高用户日均上网时间构成比较分析

20.2.4 B2B 综合电子商务高度相关领域交叉比较分析

20.2.4.1 不同 B2B 综合电子商务用户常用搜索引擎比较分析

20.2.4.2 不同 B2B 综合电子商务用户常用即时通讯比较分析

20.2.4.3 不同 B2B 综合电子商务用户常用威客网站比较分析

20.2.4.4 不同 B2B 综合电子商务用户常用播客/视频分享网站比较分析

20.2.4.5 不同 B2B 综合电子商务用户常用数字杂志网站比较分析

20.2.4.6 不同 B2B 综合电子商务用户常用图片/摄影/相册网站比较分析

20.2.4.7 不同 B2B 综合电子商务用户常用 B2C 电子商务比较分析

20.2.4.8 不同 B2B 综合电子商务用户常用 C2C 电子商务比较分析

20.2.4.9 不同 B2B 综合电子商务用户常用电子支付比较分析

20.2.4.10 不同 B2B 综合电子商务用户常用网上银行比较分析

20.2.4.11 不同 B2B 综合电子商务用户常用财经网站比较分析

20.2.4.12 不同 B2B 综合电子商务用户常用汽车网站比较分析

20.2.4.13 不同 B2B 综合电子商务用户常用房地产网站比较分析

20.2.4.14 不同 B2B 综合电子商务用户常用旅行预定网站比较分析

20.2.4.15 不同 B2B 综合电子商务用户常用健康网站比较分析

20.2.4.16 不同 B2B 综合电子商务用户常用教育培训网站比较分析

20.2.4.17 不同 B2B 综合电子商务用户常用信息科技网站比较分析

20.2.4.18 不同 B2B 综合电子商务用户常用网络安全网站比较分析

20.2.4.19 不同 B2B 综合电子商务用户常浏览网络广告途径比较分析

- 20.2.4.20 不同 B2B 综合电子商务用户常用 IP 电话服务商比较分析
- 20.2.4.21 不同 B2B 综合电子商务用户常用网址导航比较分析
- 20.2.4.22 不同 B2B 综合电子商务用户常用网络接入服务商比较分析
- 20.2.4.23 不同 B2B 综合电子商务用户常用域名主机服务商比较分析
- 20.3 规模、格局与趋势
 - 20.3.1 市场规模及增长率
 - 20.3.2 竞争格局
 - 20.3.3 发展趋势
- 20.4 发展疑问与提示
 - 20.4.1 发展疑问
 - 20.4.2 发展提示
- 20.5 典型案例分析
 - 20.5.1 TOP 案例:
 - 20.5.2 INNOVATOR 案例:
- 21 B2C 电子商务
 - 21.1 市场数据
 - 21.1.1 行业集中度
 - 21.1.2 用户到达率
 - 21.1.3 B2C 电子商务用户到达率
 - 21.1.4 不同 B2C 电子商务用户到达率
 - 21.1.5 用户到达规模
 - 21.1.6 用户规模预测
 - 21.1.7 用户忠诚度分析
 - 21.2 数据挖掘与分析
 - 21.2.1 B2C 电子商务用户占有率排名比较分析
 - 21.2.2 B2C 电子商务用户行为分析
 - 21.2.2.1 不同 B2C 电子商务用户性别构成比较分析
 - 21.2.2.2 不同 B2C 电子商务用户年龄构成比较分析
 - 21.2.2.3 不同 B2C 电子商务用户婚姻状况构成比较分析
 - 21.2.2.4 不同 B2C 电子商务用户教育程度构成比较分析
 - 21.2.2.5 不同 B2C 电子商务用户行业构成比较分析
 - 21.2.2.6 不同 B2C 电子商务用户职位构成比较分析
 - 21.2.2.7 不同 B2C 电子商务用户收入构成比较分析
 - 21.2.2.8 不同 B2C 电子商务用户地区构成比较分析
 - 21.2.2.9 不同 B2C 电子商务用户网龄构成比较分析
 - 21.2.2.10 不同 B2C 电子商务用户日均上网时间构成比较分析
 - 21.2.2.11 不同 B2C 电子商务用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 21.2.3 B2C 电子商务三高用户行为分析
 - 21.2.3.1 不同 B2C 电子商务三高用户性别构成比较分析
 - 21.2.3.2 不同 B2C 电子商务三高用户年龄构成比较分析
 - 21.2.3.3 不同 B2C 电子商务三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 21.2.3.4 不同 B2C 电子商务三高用户行业构成比较分析
 - 21.2.3.5 不同 B2C 电子商务三高用户职业（位）构成比较分析

- 21.2.3.6 不同 B2C 电子商务三高用户地区构成比较分析
- 21.2.3.7 不同 B2C 电子商务三高用户网龄构成比较分析
- 21.2.3.8 不同 B2C 电子商务三高用户日均上网时间构成比较分析
- 21.2.4 B2C 电子商务高度相关领域交叉比较分析
 - 21.2.4.1 不同 B2C 电子商务用户常用搜索引擎比较分析
 - 21.2.4.2 不同 B2C 电子商务用户常用即时通讯比较分析
 - 21.2.4.3 不同 B2C 电子商务用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 21.2.4.4 不同 B2C 电子商务用户常用威客网站比较分析
 - 21.2.4.5 不同 B2C 电子商务用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 21.2.4.6 不同 B2C 电子商务用户常用数字杂志网站比较分析
 - 21.2.4.7 不同 B2C 电子商务用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 21.2.4.8 不同 B2C 电子商务用户常用 B2B 电子商务网站比较分析
 - 21.2.4.9 不同 B2C 电子商务用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 21.2.4.10 不同 B2C 电子商务用户常用电子支付比较分析
 - 21.2.4.11 不同 B2C 电子商务用户常用网上银行比较分析
 - 21.2.4.12 不同 B2C 电子商务用户常用财经网站比较分析
 - 21.2.4.13 不同 B2C 电子商务用户常用汽车网站比较分析
 - 21.2.4.14 不同 B2C 电子商务用户常用房地产网站比较分析
 - 21.2.4.15 不同 B2C 电子商务用户常用旅行预定网站比较分析
 - 21.2.4.16 不同 B2C 电子商务用户常用健康网站比较分析
 - 21.2.4.17 不同 B2C 电子商务用户常用教育培训网站比较分析
 - 21.2.4.18 不同 B2C 电子商务用户常用信息科技网站比较分析
 - 21.2.4.19 不同 B2C 电子商务用户常用网络安全网站比较分析
 - 21.2.4.20 不同 B2C 电子商务用户常用女性网站比较分析
 - 21.2.4.21 不同 B2C 电子商务用户常用娱乐网站比较分析
 - 21.2.4.22 不同 B2C 电子商务用户常用体育运动网站比较分析
 - 21.2.4.23 不同 B2C 电子商务用户常用文学网站比较分析
 - 21.2.4.24 不同 B2C 电子商务用户常用地图服务比较分析
 - 21.2.4.25 不同 B2C 电子商务用户常用生活服务网站比较分析
 - 21.2.4.26 不同 B2C 电子商务用户常用本地门户网站比较分析
 - 21.2.4.27 不同 B2C 电子商务用户常用分类信息网站比较分析
 - 21.2.4.28 不同 B2C 电子商务用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 21.2.4.29 不同 B2C 电子商务用户常用电子邮件服务商比较分析
 - 21.2.4.30 不同 B2C 电子商务用户常用 IP 电话服务商比较分析
 - 21.2.4.31 不同 B2C 电子商务用户常用网址导航比较分析
 - 21.2.4.32 不同 B2C 电子商务用户常用网络接入服务商比较分析
 - 21.2.4.33 不同 B2C 电子商务用户常用域名主机服务商比较分析
- 21.3 规模、格局与趋势
 - 21.3.1 市场规模及增长率
 - 21.3.2 竞争格局
 - 21.3.3 发展趋势
- 21.4 发展疑问与提示
 - 21.4.1 发展疑问

- 21.4.2 发展提示
- 21.5 典型案例分析
 - 21.5.1 TOP 案例:
 - 21.5.2 INNOVATOR 案例:
- 22 C2C 电子商务
 - 22.1 市场数据
 - 22.1.1 行业集中度
 - 22.1.2 用户到达率
 - 22.1.3 C2C 电子商务用户到达率
 - 22.1.4 不同 C2C 电子商务用户到达率
 - 22.1.5 用户到达规模
 - 22.1.6 用户规模预测
 - 22.1.7 用户忠诚度分析
 - 22.2 数据挖掘与分析
 - 22.2.1 C2C 电子商务用户占有率排名比较分析
 - 22.2.2 C2C 电子商务用户行为分析
 - 22.2.2.1 不同 C2C 电子商务用户性别构成比较分析
 - 22.2.2.2 不同 C2C 电子商务用户年龄构成比较分析
 - 22.2.2.3 不同 C2C 电子商务用户婚姻状况构成比较分析
 - 22.2.2.4 不同 C2C 电子商务用户教育程度构成比较分析
 - 22.2.2.5 不同 C2C 电子商务用户行业构成比较分析
 - 22.2.2.6 不同 C2C 电子商务用户职位构成比较分析
 - 22.2.2.7 不同 C2C 电子商务用户收入构成比较分析
 - 22.2.2.8 不同 C2C 电子商务用户地区构成比较分析
 - 22.2.2.9 不同 C2C 电子商务用户网龄构成比较分析
 - 22.2.2.10 不同 C2C 电子商务用户日均上网时间构成比较分析
 - 22.2.2.11 不同 C2C 电子商务用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 22.2.3 C2C 电子商务三高用户行为分析
 - 22.2.3.1 不同 C2C 电子商务三高用户性别构成比较分析
 - 22.2.3.2 不同 C2C 电子商务三高用户年龄构成比较分析
 - 22.2.3.3 不同 C2C 电子商务三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 22.2.3.4 不同 C2C 电子商务三高用户行业构成比较分析
 - 22.2.3.5 不同 C2C 电子商务三高用户职业(位)构成比较分析
 - 22.2.3.6 不同 C2C 电子商务三高用户地区构成比较分析
 - 22.2.3.7 不同 C2C 电子商务三高用户网龄构成比较分析
 - 22.2.3.8 不同 C2C 电子商务三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 22.2.4 C2C 电子商务高度相关领域交叉比较分析
 - 22.2.4.1 不同 C2C 电子商务用户常用搜索引擎比较分析
 - 22.2.4.2 不同 C2C 电子商务用户常用即时通讯比较分析
 - 22.2.4.3 不同 C2C 电子商务用户常用新闻网站比较分析
 - 22.2.4.4 不同 C2C 电子商务用户常用博客网站比较分析
 - 22.2.4.5 不同 C2C 电子商务用户常用个人门户/空间比较分析
 - 22.2.4.6 不同 C2C 电子商务用户常用社区/BBS 网站比较分析

- 22.2.4.7 不同 C2C 电子商务用户常用威客网站比较分析
- 22.2.4.8 不同 C2C 电子商务用户常用播客/视频分享网站比较分析
- 22.2.4.9 不同 C2C 电子商务用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
- 22.2.4.10 不同 C2C 电子商务用户常用 B2B 电子商务网站比较分析
- 22.2.4.11 不同 C2C 电子商务用户常用 B2C 电子商务比较分析
- 22.2.4.12 不同 C2C 电子商务用户常用电子支付比较分析
- 22.2.4.13 不同 C2C 电子商务用户常用网上银行比较分析
- 22.2.4.14 不同 C2C 电子商务用户常用财经网站比较分析
- 22.2.4.15 不同 C2C 电子商务用户常用汽车网站比较分析
- 22.2.4.16 不同 C2C 电子商务用户常用房地产网站比较分析
- 22.2.4.17 不同 C2C 电子商务用户常用旅行预定网站比较分析
- 22.2.4.18 不同 C2C 电子商务用户常用健康网站比较分析
- 22.2.4.19 不同 C2C 电子商务用户常用教育培训网站比较分析
- 22.2.4.20 不同 C2C 电子商务用户常用信息科技网站比较分析
- 22.2.4.21 不同 C2C 电子商务用户常用女性网站比较分析
- 22.2.4.22 不同 C2C 电子商务用户常用娱乐网站比较分析
- 22.2.4.23 不同 C2C 电子商务用户常用体育运动网站比较分析
- 22.2.4.24 不同 C2C 电子商务用户常用文学网站比较分析
- 22.2.4.25 不同 C2C 电子商务用户常用生活服务网站比较分析
- 22.2.4.26 不同 C2C 电子商务用户常用本地门户网站比较分析
- 22.2.4.27 不同 C2C 电子商务用户常用分类信息网站比较分析
- 22.2.4.28 不同 C2C 电子商务用户常浏览网络广告途径比较分析
- 22.2.4.29 不同 C2C 电子商务用户常用电子邮件服务商比较分析
- 22.2.4.30 不同 C2C 电子商务用户常用网址导航比较分析
- 22.2.4.31 不同 C2C 电子商务用户常用软件下载网站比较分析
- 22.2.4.32 不同 C2C 电子商务用户常用下载工具比较分析
- 22.3 规模、格局与趋势
 - 22.3.1 市场规模及增长率
 - 22.3.2 竞争格局
 - 22.3.3 发展趋势
- 22.4 发展疑问与提示
 - 22.4.1 发展疑问
 - 22.4.2 发展提示
- 22.5 典型案例分析
 - 22.5.1 TOP 案例:
 - 22.5.2 INNOVATOR 案例:
- 23 电子支付
 - 23.1 市场数据
 - 23.1.1 行业集中度
 - 23.1.2 用户到达率
 - 23.1.3 电子支付用户到达率
 - 23.1.4 不同电子支付用户到达率
 - 23.1.5 用户到达规模

- 23.1.6 用户规模预测
- 23.1.7 用户忠诚度分析
- 23.2 数据挖掘与分析
 - 23.2.1 电子支付用户占有率排名比较分析
 - 23.2.2 电子支付用户行为分析
 - 23.2.2.1 不同电子支付用户性别构成比较分析
 - 23.2.2.2 不同电子支付用户年龄构成比较分析
 - 23.2.2.3 不同电子支付用户婚姻状况构成比较分析
 - 23.2.2.4 不同电子支付用户教育程度构成比较分析
 - 23.2.2.5 不同电子支付用户行业构成比较分析
 - 23.2.2.6 不同电子支付用户职位构成比较分析
 - 23.2.2.7 不同电子支付用户收入构成比较分析
 - 23.2.2.8 不同电子支付用户地区构成比较分析
 - 23.2.2.9 不同电子支付用户网龄构成比较分析
 - 23.2.2.10 不同电子支付用户日均上网时间构成比较分析
 - 23.2.2.11 不同电子支付用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 23.2.3 电子支付三高用户行为分析
 - 23.2.3.1 不同电子支付三高用户性别构成比较分析
 - 23.2.3.2 不同电子支付三高用户年龄构成比较分析
 - 23.2.3.3 不同电子支付三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 23.2.3.4 不同电子支付三高用户行业构成比较分析
 - 23.2.3.5 不同电子支付三高用户职业（位）构成比较分析
 - 23.2.3.6 不同电子支付三高用户地区构成比较分析
 - 23.2.3.7 不同电子支付三高用户网龄构成比较分析
 - 23.2.3.8 不同电子支付三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 23.2.4 电子支付高度相关领域交叉比较分析
 - 23.2.4.1 不同电子支付用户常用即时通讯比较分析
 - 23.2.4.2 不同电子支付用户常用个人门户/空间比较分析
 - 23.2.4.3 不同电子支付用户常用威客网站比较分析
 - 23.2.4.4 不同电子支付用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 23.2.4.5 不同电子支付用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 23.2.4.6 不同电子支付用户常用数字杂志网站比较分析
 - 23.2.4.7 不同电子支付用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 23.2.4.8 不同电子支付用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 23.2.4.9 不同电子支付用户常用网络游戏网站比较分析
 - 23.2.4.10 不同电子支付用户常用音乐网站比较分析
 - 23.2.4.11 不同电子支付用户常用 B2B 电子商务网站比较分析
 - 23.2.4.12 不同电子支付用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 23.2.4.13 不同电子支付用户常用网上银行比较分析
 - 23.2.4.14 不同电子支付用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 23.2.4.15 不同电子支付用户常用 IP 电话服务商比较分析
 - 23.2.4.16 不同电子支付用户常用网络接入服务商比较分析
 - 23.2.4.17 不同电子支付用户常用域名主机服务商比较分析

- 23.3 规模、格局与趋势
 - 23.3.1 市场规模及增长率
 - 23.3.2 竞争格局
 - 23.3.3 发展趋势
- 23.4 发展疑问与提示
 - 23.4.1 发展疑问
 - 23.4.2 发展提示
- 23.5 典型案例分析
 - 23.5.1 TOP 案例:
 - 23.5.2 INNOVATOR 案例:
- 24 网上银行
 - 24.1 市场数据
 - 24.1.1 行业集中度
 - 24.1.2 用户到达率
 - 24.1.3 网上银行用户到达率
 - 24.1.4 不同网上银行用户到达率
 - 24.1.5 用户到达规模
 - 24.1.6 用户规模预测
 - 24.1.7 用户忠诚度分析
 - 24.2 数据挖掘与分析
 - 24.2.1 网上银行用户占有率排名比较分析
 - 24.2.2 网上银行用户行为分析
 - 24.2.2.1 不同网上银行用户性别构成比较分析
 - 24.2.2.2 不同网上银行用户年龄构成比较分析
 - 24.2.2.3 不同网上银行用户婚姻状况构成比较分析
 - 24.2.2.4 不同网上银行用户教育程度构成比较分析
 - 24.2.2.5 不同网上银行用户行业构成比较分析
 - 24.2.2.6 不同网上银行用户职位构成比较分析
 - 24.2.2.7 不同网上银行用户收入构成比较分析
 - 24.2.2.8 不同网上银行用户地区构成比较分析
 - 24.2.2.9 不同网上银行用户网龄构成比较分析
 - 24.2.2.10 不同网上银行用户日均上网时间构成比较分析
 - 24.2.2.11 不同网上银行用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 24.2.3 网上银行三高用户行为分析
 - 24.2.3.1 不同网上银行三高用户性别构成比较分析
 - 24.2.3.2 不同网上银行三高用户年龄构成比较分析
 - 24.2.3.3 不同网上银行三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 24.2.3.4 不同网上银行三高用户行业构成比较分析
 - 24.2.3.5 不同网上银行三高用户职业(位)构成比较分析
 - 24.2.3.6 不同网上银行三高用户地区构成比较分析
 - 24.2.3.7 不同网上银行三高用户网龄构成比较分析
 - 24.2.3.8 不同网上银行三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 24.2.4 网上银行高度相关领域交叉比较分析

- 24.2.4.1 不同网上银行用户常用个人门户/空间比较分析
- 24.2.4.2 不同网上银行用户常用威客网站比较分析
- 24.2.4.3 不同网上银行用户常用网络游戏网站比较分析
- 24.2.4.4 不同网上银行用户常用 B2B 电子商务网站比较分析
- 24.2.4.5 不同网上银行用户常用 B2C 电子商务比较分析
- 24.2.4.6 不同网上银行用户常用 C2C 电子商务比较分析
- 24.2.4.7 不同网上银行用户常用电子支付比较分析
- 24.2.4.8 不同网上银行用户常用财经网站比较分析
- 24.2.4.9 不同网上银行用户常浏览网络广告途径比较分析
- 24.2.4.10 不同网上银行用户常用 IP 电话服务商比较分析
- 24.2.4.11 不同网上银行用户常用网络接入服务商比较分析
- 24.2.4.12 不同网上银行用户常用域名主机服务商比较分析
- 24.3 规模、格局与趋势
 - 24.3.1 市场规模及增长率
 - 24.3.2 竞争格局
 - 24.3.3 发展趋势
- 24.4 发展疑问与提示
 - 24.4.1 发展疑问
 - 24.4.2 发展提示
- 24.5 典型案例分析
 - 24.5.1 TOP 案例:
 - 24.5.2 INNOVATOR 案例:
- 25 财经
 - 25.1 市场数据
 - 25.1.1 行业集中度
 - 25.1.2 用户到达率
 - 25.1.2.1 财经网站总体用户到达率
 - 25.1.2.2 不同财经网站用户到达率
 - 25.1.3 用户到达规模
 - 25.1.4 用户规模预测
 - 25.1.5 用户忠诚度分析
 - 25.2 数据挖掘与分析
 - 25.2.1 财经网站用户占有率排名比较分析
 - 25.2.2 财经网站用户行为分析
 - 25.2.2.1 不同财经网站用户性别构成比较分析
 - 25.2.2.2 不同财经网站用户年龄构成比较分析
 - 25.2.2.3 不同财经网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 25.2.2.4 不同财经网站用户教育程度构成比较分析
 - 25.2.2.5 不同财经网站用户行业构成比较分析
 - 25.2.2.6 不同财经网站用户职位构成比较分析
 - 25.2.2.7 不同财经网站用户收入构成比较分析
 - 25.2.2.8 不同财经网站用户地区构成比较分析

-
- 25.2.2.9 不同财经网站用户网龄构成比较分析
 - 25.2.2.10 不同财经网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 25.2.2.11 不同财经网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 25.2.3 财经网站三高用户行为分析
 - 25.2.3.1 不同财经网站三高用户性别构成比较分析
 - 25.2.3.2 不同财经网站三高用户年龄构成比较分析
 - 25.2.3.3 不同财经网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 25.2.3.4 不同财经网站三高用户行业构成比较分析
 - 25.2.3.5 不同财经网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 25.2.3.6 不同财经网站三高用户地区构成比较分析
 - 25.2.3.7 不同财经网站三高用户网龄构成比较分析
 - 25.2.3.8 不同财经网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 25.2.4 财经网站高度相关领域交叉比较分析
 - 25.2.4.1 不同财经网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 25.2.4.2 不同财经网站用户常用新闻网站构成比较分析
 - 25.2.4.3 不同财经网站用户常用博客网站构成比较分析
 - 25.2.4.4 不同财经网站用户常用个人门户/空间构成比较分析
 - 25.2.4.5 不同财经网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 25.2.4.6 不同财经网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 25.2.4.7 不同财经网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 25.2.4.8 不同财经网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 25.3 规模、格局与趋势
 - 25.3.1 市场规模及增长率
 - 25.3.2 竞争格局
 - 25.3.3 发展趋势
 - 25.4 发展疑问与提示
 - 25.4.1 发展疑问
 - 25.4.2 发展提示
 - 25.5 典型案例分析
 - 25.5.1 BRAND 案例
 - 25.5.2 INNOVATOR 案例
- ## 26 汽车
- 26.1 市场数据
 - 26.1.1 行业集中度
 - 26.1.2 用户到达率
 - 26.1.2.1 汽车网站总体用户到达率
 - 26.1.2.2 不同汽车网站用户到达率
 - 26.1.3 用户到达规模
 - 26.1.4 用户规模预测
 - 26.1.5 用户忠诚度分析
 - 26.2 数据挖掘与分析

- 26.2.1 汽车网站用户占有率排名比较分析
- 26.2.2 汽车网站用户行为分析
 - 26.2.2.1 不同汽车网站用户性别构成比较分析
 - 26.2.2.2 不同汽车网站用户年龄构成比较分析
 - 26.2.2.3 不同汽车网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 26.2.2.4 不同汽车网站用户教育程度构成比较分析
 - 26.2.2.5 不同汽车网站用户行业构成比较分析
 - 26.2.2.6 不同汽车网站用户职位构成比较分析
 - 26.2.2.7 不同汽车网站用户收入构成比较分析
 - 26.2.2.8 不同汽车网站用户地区构成比较分析
 - 26.2.2.9 不同汽车网站用户网龄构成比较分析
 - 26.2.2.10 不同汽车网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 26.2.2.11 不同汽车网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 26.2.3 汽车网站三高用户行为分析
 - 26.2.3.1 不同汽车网站三高用户性别构成比较分析
 - 26.2.3.2 不同汽车网站三高用户年龄构成比较分析
 - 26.2.3.3 不同汽车网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 26.2.3.4 不同汽车网站三高用户行业构成比较分析
 - 26.2.3.5 不同汽车网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 26.2.3.6 不同汽车网站三高用户地区构成比较分析
 - 26.2.3.7 不同汽车网站三高用户网龄构成比较分析
 - 26.2.3.8 不同汽车网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 26.2.4 汽车网站高度相关领域交叉比较分析
 - 26.2.4.1 不同汽车网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 26.2.4.2 不同汽车网站用户常用新闻网站构成比较分析
 - 26.2.4.3 不同汽车网站用户常用博客网站构成比较分析
 - 26.2.4.4 不同汽车网站用户常用个人门户/空间构成比较分析
 - 26.2.4.5 不同汽车网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 26.2.4.6 不同汽车网站用户常用旅行预订网站构成比较分析
 - 26.2.4.7 不同汽车网站用户常用地服务网站构成比较分析
 - 26.2.4.8 不同汽车网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 26.2.4.9 不同汽车网站用户常用分类信息网站构成比较分析
 - 26.2.4.10 不同汽车网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 26.2.4.11 不同汽车网站用户常用网址导航网站构成比较分析
- 26.3 规模、格局与趋势
 - 26.3.1 市场规模及增长率
 - 26.3.2 竞争格局
 - 26.3.3 发展趋势
- 26.4 发展疑问与提示
 - 26.4.1 发展疑问
 - 26.4.2 发展提示
- 26.5 典型案例分析
 - 26.5.1 BRAND 案例

26.5.2 INNOVATOR 案例

27 房地产

27.1 市场数据

27.1.1 行业集中度

27.1.2 用户到达率

27.1.2.1 房地产网站总体用户到达率

27.1.2.2 不同房地产网站用户到达率

27.1.3 用户到达规模

27.1.4 用户规模预测

27.1.5 用户忠诚度分析

27.2 数据挖掘与分析

27.2.1 房地产网站用户占有率排名比较分析

27.2.2 房地产网站用户行为分析

27.2.2.1 不同房地产网站用户性别构成比较分析

27.2.2.2 不同房地产网站用户年龄构成比较分析

27.2.2.3 不同房地产网站用户婚姻状况构成比较分析

27.2.2.4 不同房地产网站用户教育程度构成比较分析

27.2.2.5 不同房地产网站用户行业构成比较分析

27.2.2.6 不同房地产网站用户职位构成比较分析

27.2.2.7 不同房地产网站用户收入构成比较分析

27.2.2.8 不同房地产网站用户地区构成比较分析

27.2.2.9 不同房地产网站用户网龄构成比较分析

27.2.2.10 不同房地产网站用户日均上网时间构成比较分析

27.2.2.11 不同房地产网站用户月均互联网消费程度构成比较分析

27.2.3 房地产网站三高用户行为分析

27.2.3.1 不同房地产网站三高用户性别构成比较分析

27.2.3.2 不同房地产网站三高用户年龄构成比较分析

27.2.3.3 不同房地产网站三高用户婚姻状况构成比较分析

27.2.3.4 不同房地产网站三高用户行业构成比较分析

27.2.3.5 不同房地产网站三高用户职业（位）构成比较分析

27.2.3.6 不同房地产网站三高用户地区构成比较分析

27.2.3.7 不同房地产网站三高用户网龄构成比较分析

27.2.3.8 不同房地产网站三高用户日均上网时间构成比较分析

27.2.4 房地产网站高度相关领域交叉比较分析

27.2.4.1 不同房地产网站用户常用综合门户网站构成比较分析

27.2.4.2 不同房地产网站用户常用搜索引擎网站构成比较分析

27.2.4.3 不同房地产网站用户常用新闻网站构成比较分析

27.2.4.4 不同房地产网站用户常用博客网站构成比较分析

27.2.4.5 不同房地产网站用户常用社区/BBS 网站构成比较分析

27.2.4.6 不同房地产网站用户常用地服务网站构成比较分析

27.2.4.7 不同房地产网站用户常用本地门户构成比较分析

-
- 27.2.4.8 不同房地产网站用户常用分类信息网站构成比较分析
 - 27.2.4.9 不同房地产网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 27.2.4.10 不同房地产网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 27.3 规模、格局与趋势
 - 27.3.1 市场规模及增长率
 - 27.3.2 竞争格局
 - 27.3.3 发展趋势
 - 27.4 发展疑问与提示
 - 27.4.1 发展疑问
 - 27.4.2 发展提示
 - 27.5 典型案例分析
 - 27.5.1 BRAND 案例
 - 27.5.2 INNOVATOR 案例
 - 28 旅行预订
 - 28.1 市场数据
 - 28.1.1 行业集中度
 - 28.1.2 用户到达率
 - 28.1.2.1 旅行预订网站总体用户到达率
 - 28.1.2.2 不同旅行预订网站用户到达率
 - 28.1.3 用户到达规模
 - 28.1.4 用户规模预测
 - 28.1.5 用户忠诚度分析
 - 28.2 数据挖掘与分析
 - 28.2.1 旅行预订网站用户占有率排名比较分析
 - 28.2.2 旅行预订网站用户行为分析
 - 28.2.2.1 不同旅行预订网站用户性别构成比较分析
 - 28.2.2.2 不同旅行预订网站用户年龄构成比较分析
 - 28.2.2.3 不同旅行预订网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 28.2.2.4 不同旅行预订网站用户教育程度构成比较分析
 - 28.2.2.5 不同旅行预订网站用户行业构成比较分析
 - 28.2.2.6 不同旅行预订网站用户职位构成比较分析
 - 28.2.2.7 不同旅行预订网站用户收入构成比较分析
 - 28.2.2.8 不同旅行预订网站用户地区构成比较分析
 - 28.2.2.9 不同旅行预订网站用户网龄构成比较分析
 - 28.2.2.10 不同旅行预订网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 28.2.2.11 不同旅行预订网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 28.2.3 旅行预订网站三高用户行为分析
 - 28.2.3.1 不同旅行预订网站三高用户性别构成比较分析
 - 28.2.3.2 不同旅行预订网站三高用户年龄构成比较分析
 - 28.2.3.3 不同旅行预订网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 28.2.3.4 不同旅行预订网站三高用户行业构成比较分析

- 28.2.3.5 不同旅行预订网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 28.2.3.6 不同旅行预订网站三高用户地区构成比较分析
 - 28.2.3.7 不同旅行预订网站三高用户网龄构成比较分析
 - 28.2.3.8 不同旅行预订网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 28.2.4 旅行预订网站高度相关领域交叉比较分析
 - 28.2.4.1 不同旅行预订网站用户常用搜索引擎构成比较分析
 - 28.2.4.2 不同旅行预订网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 28.2.4.3 不同旅行预订网站用户常用图片/摄影/相册构成比较分析
 - 28.2.4.4 不同旅行预订网站用户常用地图服务构成比较分析
 - 28.2.4.5 不同旅行预订网站用户常用生活服务网站构成比较分析
 - 28.2.4.6 不同旅行预订网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 28.2.4.7 不同旅行预订网站用户常用分类信息构成比较分析
 - 28.2.4.8 不同旅行预订网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 28.2.4.9 不同旅行预订网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 28.3 规模、格局与趋势
 - 28.3.1 市场规模及增长率
 - 28.3.2 竞争格局
 - 28.3.3 发展趋势
 - 28.4 发展疑问与提示
 - 28.4.1 发展疑问
 - 28.4.2 发展提示
 - 28.5 典型案例分析
 - 28.5.1 BRAND 案例
 - 28.5.2 INNOVATOR 案例
- 29 健康
- 29.1 市场数据
 - 29.1.1 行业集中度
 - 29.1.2 用户到达率
 - 29.1.2.1 健康网站总体用户到达率
 - 29.1.2.2 不同健康网站用户到达率
 - 29.1.3 用户到达规模
 - 29.1.4 用户规模预测
 - 29.1.5 用户忠诚度分析
 - 29.2 数据挖掘与分析
 - 29.2.1 健康网站用户占有率排名比较分析
 - 29.2.2 健康网站用户行为分析
 - 29.2.2.1 不同健康网站用户性别构成比较分析
 - 29.2.2.2 不同健康网站用户年龄构成比较分析
 - 29.2.2.3 不同健康网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 29.2.2.4 不同健康网站用户教育程度构成比较分析
 - 29.2.2.5 不同健康网站用户行业构成比较分析

- 29.2.2.6 不同健康网站用户职位构成比较分析
 - 29.2.2.7 不同健康网站用户收入构成比较分析
 - 29.2.2.8 不同健康网站用户地区构成比较分析
 - 29.2.2.9 不同健康网站用户网龄构成比较分析
 - 29.2.2.10 不同健康网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 29.2.2.11 不同健康网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 29.2.3 健康网站三高用户行为分析
 - 29.2.3.1 不同健康网站三高用户性别构成比较分析
 - 29.2.3.2 不同健康网站三高用户年龄构成比较分析
 - 29.2.3.3 不同健康网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 29.2.3.4 不同健康网站三高用户行业构成比较分析
 - 29.2.3.5 不同健康网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 29.2.3.6 不同健康网站三高用户地区构成比较分析
 - 29.2.3.7 不同健康网站三高用户网龄构成比较分析
 - 29.2.3.8 不同健康网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 29.2.4 健康网站高度相关领域交叉比较分析
 - 29.2.4.1 不同健康网站用户常用综合门户网站构成比较分析
 - 29.2.4.2 不同健康网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 29.2.4.3 不同健康网站用户常用体育运动网站构成比较分析
 - 29.2.4.4 不同健康网站用户常用生活服务网站构成比较分析
 - 29.2.4.5 不同健康网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 29.2.4.6 不同健康网站用户常用分类信息网站构成比较分析
 - 29.2.4.7 不同健康网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 29.2.4.8 不同健康网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 29.3 规模、格局与趋势
 - 29.3.1 市场规模及增长率
 - 29.3.2 竞争格局
 - 29.3.3 发展趋势
 - 29.4 发展疑问与提示
 - 29.4.1 发展疑问
 - 29.4.2 发展提示
 - 29.5 典型案例分析
 - 29.5.1 BRAND 案例
 - 29.5.2 INNOVATOR 案例
- ## 30 教育
- 30.1 市场数据
 - 30.1.1 行业集中度
 - 30.1.2 用户到达率
 - 30.1.2.1 教育网站总体用户到达率
 - 30.1.2.2 不同教育网站用户到达率
 - 30.1.3 用户到达规模

- 30.1.4 用户规模预测
- 30.1.5 用户忠诚度分析
- 30.2 数据挖掘与分析
 - 30.2.1 教育网站用户占有率排名比较分析
 - 30.2.2 教育网站用户行为分析
 - 30.2.2.1 不同教育网站用户性别构成比较分析
 - 30.2.2.2 不同教育网站用户年龄构成比较分析
 - 30.2.2.3 不同教育网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 30.2.2.4 不同教育网站用户教育程度构成比较分析
 - 30.2.2.5 不同教育网站用户行业构成比较分析
 - 30.2.2.6 不同教育网站用户职位构成比较分析
 - 30.2.2.7 不同教育网站用户收入构成比较分析
 - 30.2.2.8 不同教育网站用户地区构成比较分析
 - 30.2.2.9 不同教育网站用户网龄构成比较分析
 - 30.2.2.10 不同教育网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 30.2.2.11 不同教育网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 30.2.3 教育网站三高用户行为分析
 - 30.2.3.1 不同教育网站三高用户性别构成比较分析
 - 30.2.3.2 不同教育网站三高用户年龄构成比较分析
 - 30.2.3.3 不同教育网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 30.2.3.4 不同教育网站三高用户行业构成比较分析
 - 30.2.3.5 不同教育网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 30.2.3.6 不同教育网站三高用户地区构成比较分析
 - 30.2.3.7 不同教育网站三高用户网龄构成比较分析
 - 30.2.3.8 不同教育网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 30.2.4 教育网站高度相关领域交叉比较分析
 - 30.2.4.1 不同教育网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 30.2.4.2 不同教育网站用户常用搜索引擎构成比较分析
 - 30.2.4.3 不同教育网站用户常用新闻网站构成比较分析
 - 30.2.4.4 不同教育网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 30.2.4.5 不同教育网站用户常用生活服务网站构成比较分析
 - 30.2.4.6 不同教育网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 30.2.4.7 不同教育网站用户常用分类信息网站构成比较分析
 - 30.2.4.8 不同教育网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 30.2.4.9 不同教育网站用户常用网址导航网站构成比较分析
- 30.3 规模、格局与趋势
 - 30.3.1 市场规模及增长率
 - 30.3.2 竞争格局
 - 30.3.3 发展趋势
- 30.4 发展疑问与提示
 - 30.4.1 发展疑问
 - 30.4.2 发展提示
- 30.5 典型案例分析

- 30.5.1 BRAND 案例
- 30.5.2 INNOVATOR 案例

31 人才招聘

31.1 市场数据

- 31.1.1 行业集中度
- 31.1.2 用户到达率
 - 31.1.2.1 人才招聘网站总体用户到达率
 - 31.1.2.2 不同人才招聘网站用户到达率
- 31.1.3 用户到达规模
- 31.1.4 用户规模预测
- 31.1.5 用户忠诚度分析

31.2 数据挖掘与分析

- 31.2.1 人才招聘网站用户占有率排名比较分析
- 31.2.2 人才招聘网站用户行为分析
 - 31.2.2.1 不同人才招聘网站用户性别构成比较分析
 - 31.2.2.2 不同人才招聘网站用户年龄构成比较分析
 - 31.2.2.3 不同人才招聘网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 31.2.2.4 不同人才招聘网站用户教育程度构成比较分析
 - 31.2.2.5 不同人才招聘网站用户行业构成比较分析
 - 31.2.2.6 不同人才招聘网站用户职位构成比较分析
 - 31.2.2.7 不同人才招聘网站用户收入构成比较分析
 - 31.2.2.8 不同人才招聘网站用户地区构成比较分析
 - 31.2.2.9 不同人才招聘网站用户网龄构成比较分析
 - 31.2.2.10 不同人才招聘网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 31.2.2.11 不同人才招聘网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 31.2.3 人才招聘网站三高用户行为分析
 - 31.2.3.1 不同人才招聘网站三高用户性别构成比较分析
 - 31.2.3.2 不同人才招聘网站三高用户年龄构成比较分析
 - 31.2.3.3 不同人才招聘网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 31.2.3.4 不同人才招聘网站三高用户行业构成比较分析
 - 31.2.3.5 不同人才招聘网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 31.2.3.6 不同人才招聘网站三高用户地区构成比较分析
 - 31.2.3.7 不同人才招聘网站三高用户网龄构成比较分析
 - 31.2.3.8 不同人才招聘网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 31.2.4 人才招聘网站高度相关领域交叉比较分析
 - 31.2.4.1 不同人才招聘网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 31.2.4.2 不同人才招聘网站用户常用搜索引擎构成比较分析
 - 31.2.4.3 不同人才招聘网站用户常用社区/BBS 服务构成比较分析
 - 31.2.4.4 不同人才招聘网站用户常用生活服务网站构成比较分析
 - 31.2.4.5 不同人才招聘网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 31.2.4.6 不同人才招聘网站用户常用分类信息网站构成比较分析

-
- 31.2.4.7 不同人才招聘网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 31.2.4.8 不同人才招聘网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 31.3 规模、格局与趋势
 - 31.3.1 市场规模及增长率
 - 31.3.2 竞争格局
 - 31.3.3 发展趋势
 - 31.4 发展疑问与提示
 - 31.4.1 发展疑问
 - 31.4.2 发展提示
 - 31.5 典型案例分析
 - 31.5.1 BRAND 案例
 - 31.5.2 INNOVATOR 案例
 - 32 信息科技
 - 32.1 市场数据
 - 32.1.1 行业集中度
 - 32.1.2 用户到达率
 - 32.1.2.1 信息科技网站总体用户到达率
 - 32.1.2.2 不同信息科技网站用户到达率
 - 32.1.3 用户到达规模
 - 32.1.4 用户规模预测
 - 32.1.5 用户忠诚度分析
 - 32.2 数据挖掘与分析
 - 32.2.1 信息科技网站用户占有率排名比较分析
 - 32.2.2 信息科技网站用户行为分析
 - 32.2.2.1 不同信息科技网站用户性别构成比较分析
 - 32.2.2.2 不同信息科技网站用户年龄构成比较分析
 - 32.2.2.3 不同信息科技网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 32.2.2.4 不同信息科技网站用户教育程度构成比较分析
 - 32.2.2.5 不同信息科技网站用户行业构成比较分析
 - 32.2.2.6 不同信息科技网站用户职位构成比较分析
 - 32.2.2.7 不同信息科技网站用户收入构成比较分析
 - 32.2.2.8 不同信息科技网站用户地区构成比较分析
 - 32.2.2.9 不同信息科技网站用户网龄构成比较分析
 - 32.2.2.10 不同信息科技网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 32.2.2.11 不同信息科技网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 32.2.3 信息科技网站三高用户行为分析
 - 32.2.3.1 不同信息科技网站三高用户性别构成比较分析
 - 32.2.3.2 不同信息科技网站三高用户年龄构成比较分析
 - 32.2.3.3 不同信息科技网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 32.2.3.4 不同信息科技网站三高用户行业构成比较分析
 - 32.2.3.5 不同信息科技网站三高用户职业（位）构成比较分析

- 32.2.3.6 不同信息科技网站三高用户地区构成比较分析
 - 32.2.3.7 不同信息科技网站三高用户网龄构成比较分析
 - 32.2.3.8 不同信息科技网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 32.2.4 信息科技网站高度相关领域交叉比较分析
 - 32.2.4.1 不同信息科技网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 32.2.4.2 不同信息科技网站用户常用新闻网站构成比较分析
 - 32.2.4.3 不同信息科技网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 32.2.4.4 不同信息科技网站用户常用 B2B 综合电子商务构成比较分析
 - 32.2.4.5 不同信息科技网站用户常用 B2C 网上购物网站构成比较分析
 - 32.2.4.6 不同信息科技网站用户常用 C2C 网上购物网站构成比较分析
 - 32.2.4.7 不同信息科技网站用户常用网络安全服务构成比较分析
 - 32.2.4.8 不同信息科技网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 32.2.4.9 不同信息科技网站用户常用分类信息网站构成比较分析
 - 32.2.4.10 不同信息科技网站用户对不同网站广告深刻程度比较分析
 - 32.2.4.11 不同信息科技网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 32.2.4.12 不同信息科技网站用户常用软件下载网站构成比较分析
 - 32.3 规模、格局与趋势
 - 32.3.1 市场规模及增长率
 - 32.3.2 竞争格局
 - 32.3.3 发展趋势
 - 32.4 发展疑问与提示
 - 32.4.1 发展疑问
 - 32.4.2 发展提示
 - 32.5 典型案例分析
 - 32.5.1 BRAND 案例
 - 32.5.2 INNOVATOR 案例
- ## 33 网络安全
- 33.1 市场数据
 - 33.1.1 行业集中度
 - 33.1.2 用户到达率
 - 33.1.2.1 网络安全服务总体用户到达率
 - 33.1.2.2 不同网络安全服务用户到达率
 - 33.1.3 用户到达规模
 - 33.1.4 用户规模预测
 - 33.1.5 用户忠诚度分析
 - 33.2 数据挖掘与分析
 - 33.2.1 网络安全服务用户占有率排名比较分析
 - 33.2.2 网络安全服务用户行为分析
 - 33.2.2.1 不同网络安全服务用户性别构成比较分析
 - 33.2.2.2 不同网络安全服务用户年龄构成比较分析
 - 33.2.2.3 不同网络安全服务用户婚姻状况构成比较分析

- 33.2.2.4 不同网络安全服务用户教育程度构成比较分析
- 33.2.2.5 不同网络安全服务用户行业构成比较分析
- 33.2.2.6 不同网络安全服务用户职位构成比较分析
- 33.2.2.7 不同网络安全服务用户收入构成比较分析
- 33.2.2.8 不同网络安全服务用户地区构成比较分析
- 33.2.2.9 不同网络安全服务用户网龄构成比较分析
- 33.2.2.10 不同网络安全服务用户日均上网时间构成比较分析
- 33.2.2.11 不同网络安全服务用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 33.2.3 网络安全服务三高用户行为分析
 - 33.2.3.1 不同网络安全服务三高用户性别构成比较分析
 - 33.2.3.2 不同网络安全服务三高用户年龄构成比较分析
 - 33.2.3.3 不同网络安全服务三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 33.2.3.4 不同网络安全服务三高用户行业构成比较分析
 - 33.2.3.5 不同网络安全服务三高用户职业（位）构成比较分析
 - 33.2.3.6 不同网络安全服务三高用户地区构成比较分析
 - 33.2.3.7 不同网络安全服务三高用户网龄构成比较分析
 - 33.2.3.8 不同网络安全服务三高用户日均上网时间构成比较分析
- 33.2.4 网络安全服务高度相关领域交叉比较分析
 - 33.2.4.1 不同网络安全服务用户常用电子支付构成比较分析
 - 33.2.4.2 不同网络安全服务用户常用信息科技网站构成比较分析
 - 33.2.4.3 不同网络安全服务用户常用电子邮件构成比较分析
 - 33.2.4.4 不同网络安全服务用户常用软件下载网站构成比较分析
 - 33.2.4.5 不同网络安全服务用户常用软件下载工具构成比较分析
- 33.3 规模、格局与趋势
 - 33.3.1 市场规模及增长率
 - 33.3.2 竞争格局
 - 33.3.3 发展趋势
- 33.4 发展疑问与提示
 - 33.4.1 发展疑问
 - 33.4.2 发展提示
- 33.5 典型案例分析
 - 33.5.1 BRAND 案例
 - 33.5.2 INNOVATOR 案例
- 34 女性
 - 34.1 市场数据
 - 34.1.1 行业集中度
 - 34.1.2 用户到达率
 - 34.1.3 女性网站用户到达率
 - 34.1.4 不同女性网站用户到达率
 - 34.1.5 用户到达规模
 - 34.1.6 用户规模预测
 - 34.1.7 用户忠诚度分析
 - 34.2 数据挖掘与分析

- 34.2.1 女性网站用户占有率排名比较分析
- 34.2.2 女性网站用户行为分析
 - 34.2.2.1 不同女性网站用户性别构成比较分析
 - 34.2.2.2 不同女性网站用户年龄构成比较分析
 - 34.2.2.3 不同女性网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 34.2.2.4 不同女性网站用户教育程度构成比较分析
 - 34.2.2.5 不同女性网站用户行业构成比较分析
 - 34.2.2.6 不同女性网站用户职位构成比较分析
 - 34.2.2.7 不同女性网站用户收入构成比较分析
 - 34.2.2.8 不同女性网站用户地区构成比较分析
 - 34.2.2.9 不同女性网站用户网龄构成比较分析
 - 34.2.2.10 不同女性网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 34.2.2.11 不同女性网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 34.2.3 女性网站三高用户行为分析
 - 34.2.3.1 不同女性网站三高用户性别构成比较分析
 - 34.2.3.2 不同女性网站三高用户年龄构成比较分析
 - 34.2.3.3 不同女性网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 34.2.3.4 不同女性网站三高用户行业构成比较分析
 - 34.2.3.5 不同女性网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 34.2.3.6 不同女性网站三高用户地区构成比较分析
 - 34.2.3.7 不同女性网站三高用户网龄构成比较分析
 - 34.2.3.8 不同女性网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 34.2.4 女性网站高度相关领域交叉比较分析
 - 34.2.4.1 不同女性网站用户常用综合门户比较分析
 - 34.2.4.2 不同女性网站用户常用新闻网站比较分析
 - 34.2.4.3 不同女性网站用户常用博客网站比较分析
 - 34.2.4.4 不同女性网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 34.2.4.5 不同女性网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 34.2.4.6 不同女性网站用户常用交友网站比较分析
 - 34.2.4.7 不同女性网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 34.2.4.8 不同女性网站用户常用数字杂志网站比较分析
 - 34.2.4.9 不同女性网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 34.2.4.10 不同女性网站用户常用音乐网站比较分析
 - 34.2.4.11 不同女性网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
 - 34.2.4.12 不同女性网站用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 34.2.4.13 不同女性网站用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 34.2.4.14 不同女性网站用户常用电子支付比较分析
 - 34.2.4.15 不同女性网站用户常用健康网站比较分析
 - 34.2.4.16 不同女性网站用户常用娱乐网站比较分析
 - 34.2.4.17 不同女性网站用户常用体育运动网站比较分析
 - 34.2.4.18 不同女性网站用户常用文学网站比较分析
 - 34.2.4.19 不同女性网站用户常用地图服务比较分析
 - 34.2.4.20 不同女性网站用户常用生活服务网站比较分析

- 34.2.4.21 不同女性网站用户常用本地门户网站比较分析
- 34.2.4.22 不同女性网站用户常用分类信息网站比较分析
- 34.2.4.23 不同女性网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 34.2.4.24 不同女性网站用户常用电子邮件服务商比较分析
- 34.2.4.25 不同女性网站用户常用网址导航比较分析
- 34.3 规模、格局与趋势
 - 34.3.1 市场规模及增长率
 - 34.3.2 竞争格局
 - 34.3.3 发展趋势
- 34.4 发展疑问与提示
 - 34.4.1 发展疑问
 - 34.4.2 发展提示
- 34.5 典型案例分析
 - 34.5.1 TOP 案例:
 - 34.5.2 INNOVATOR 案例:
- 35 娱乐
 - 35.1 市场数据
 - 35.1.1 行业集中度
 - 35.1.2 用户到达率
 - 35.1.3 娱乐网站用户到达率
 - 35.1.4 不同娱乐网站用户到达率
 - 35.1.5 用户到达规模
 - 35.1.6 用户规模预测
 - 35.1.7 用户忠诚度分析
 - 35.2 数据挖掘与分析
 - 35.2.1 娱乐网站用户占有率排名比较分析
 - 35.2.2 娱乐网站用户行为分析
 - 35.2.2.1 不同娱乐网站用户性别构成比较分析
 - 35.2.2.2 不同娱乐网站用户年龄构成比较分析
 - 35.2.2.3 不同娱乐网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 35.2.2.4 不同娱乐网站用户教育程度构成比较分析
 - 35.2.2.5 不同娱乐网站用户行业构成比较分析
 - 35.2.2.6 不同娱乐网站用户职位构成比较分析
 - 35.2.2.7 不同娱乐网站用户收入构成比较分析
 - 35.2.2.8 不同娱乐网站用户地区构成比较分析
 - 35.2.2.9 不同娱乐网站用户网龄构成比较分析
 - 35.2.2.10 不同娱乐网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 35.2.2.11 不同娱乐网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 35.2.3 娱乐网站三高用户行为分析
 - 35.2.3.1 不同娱乐网站三高用户性别构成比较分析
 - 35.2.3.2 不同娱乐网站三高用户年龄构成比较分析
 - 35.2.3.3 不同娱乐网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 35.2.3.4 不同娱乐网站三高用户行业构成比较分析

- 35.2.3.5 不同娱乐网站三高用户职业（位）构成比较分析
- 35.2.3.6 不同娱乐网站三高用户地区构成比较分析
- 35.2.3.7 不同娱乐网站三高用户网龄构成比较分析
- 35.2.3.8 不同娱乐网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 35.2.4 娱乐网站高度相关领域交叉比较分析
 - 35.2.4.1 不同娱乐网站用户常用综合门户比较分析
 - 35.2.4.2 不同娱乐网站用户常用新闻网站比较分析
 - 35.2.4.3 不同娱乐网站用户常用博客网站比较分析
 - 35.2.4.4 不同娱乐网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 35.2.4.5 不同娱乐网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 35.2.4.6 不同娱乐网站用户常用交友网站比较分析
 - 35.2.4.7 不同娱乐网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 35.2.4.8 不同娱乐网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 35.2.4.9 不同娱乐网站用户常用音乐网站比较分析
 - 35.2.4.10 不同娱乐网站用户常用音频/音乐搜索网站比较分析
 - 35.2.4.11 不同娱乐网站用户常用女性网站比较分析
 - 35.2.4.12 不同娱乐网站用户常用文学网站比较分析
 - 35.2.4.13 不同娱乐网站用户常用生活服务网站比较分析
 - 35.2.4.14 不同娱乐网站用户常用本地门户网站比较分析
 - 35.2.4.15 不同娱乐网站用户常用分类信息网站比较分析
 - 35.2.4.16 不同娱乐网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 35.2.4.17 不同娱乐网站用户常用电子邮件服务商比较分析
 - 35.2.4.18 不同娱乐网站用户常用网址导航比较分析
- 35.3 规模、格局与趋势
 - 35.3.1 市场规模及增长率
 - 35.3.2 竞争格局
 - 35.3.3 发展趋势
- 35.4 发展疑问与提示
 - 35.4.1 发展疑问
 - 35.4.2 发展提示
- 35.5 典型案例分析
 - 35.5.1 TOP 案例：
 - 35.5.2 INNOVATOR 案例：
- 36 体育运动
 - 36.1 市场数据
 - 36.1.1 行业集中度
 - 36.1.2 用户到达率
 - 36.1.3 体育运动网站用户到达率
 - 36.1.4 不同体育运动网站用户到达率
 - 36.1.5 用户到达规模
 - 36.1.6 用户规模预测
 - 36.1.7 用户忠诚度分析
 - 36.2 数据挖掘与分析

- 36.2.1 体育运动网站用户占有率排名比较分析
- 36.2.2 体育运动网站用户行为分析
 - 36.2.2.1 不同体育运动网站用户性别构成比较分析
 - 36.2.2.2 不同体育运动网站用户年龄构成比较分析
 - 36.2.2.3 不同体育运动网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 36.2.2.4 不同体育运动网站用户教育程度构成比较分析
 - 36.2.2.5 不同体育运动网站用户行业构成比较分析
 - 36.2.2.6 不同体育运动网站用户职位构成比较分析
 - 36.2.2.7 不同体育运动网站用户收入构成比较分析
 - 36.2.2.8 不同体育运动网站用户地区构成比较分析
 - 36.2.2.9 不同体育运动网站用户网龄构成比较分析
 - 36.2.2.10 不同体育运动网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 36.2.2.11 不同体育运动网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 36.2.3 体育运动网站三高用户行为分析
 - 36.2.3.1 不同体育运动网站三高用户性别构成比较分析
 - 36.2.3.2 不同体育运动网站三高用户年龄构成比较分析
 - 36.2.3.3 不同体育运动网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 36.2.3.4 不同体育运动网站三高用户行业构成比较分析
 - 36.2.3.5 不同体育运动网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 36.2.3.6 不同体育运动网站三高用户地区构成比较分析
 - 36.2.3.7 不同体育运动网站三高用户网龄构成比较分析
 - 36.2.3.8 不同体育运动网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 36.2.4 体育运动网站高度相关领域交叉比较分析
 - 36.2.4.1 不同体育运动网站用户常用综合门户比较分析
 - 36.2.4.2 不同体育运动网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 36.2.4.3 不同体育运动网站用户常用新闻网站比较分析
 - 36.2.4.4 不同体育运动网站用户常用博客网站比较分析
 - 36.2.4.5 不同体育运动网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 36.2.4.6 不同体育运动网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 36.2.4.7 不同体育运动网站用户常用交友网站比较分析
 - 36.2.4.8 不同体育运动网站用户常用播客/视频分享网站比较分析
 - 36.2.4.9 不同体育运动网站用户常用视频点播/直播网站比较分析
 - 36.2.4.10 不同体育运动网站用户常用视频搜索网站比较分析
 - 36.2.4.11 不同体育运动网站用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 36.2.4.12 不同体育运动网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 36.3 规模、格局与趋势
 - 36.3.1 市场规模及增长率
 - 36.3.2 竞争格局
 - 36.3.3 发展趋势
- 36.4 发展疑问与提示
 - 36.4.1 发展疑问
 - 36.4.2 发展提示
- 36.5 典型案例分析

- 36.5.1 TOP 案例:
- 36.5.2 INNOVATOR 案例:
- 37 文学
 - 37.1 市场数据
 - 37.1.1 行业集中度
 - 37.1.2 用户到达率
 - 37.1.3 文学网站用户到达率
 - 37.1.4 不同文学网站用户到达率
 - 37.1.5 用户到达规模
 - 37.1.6 用户规模预测
 - 37.1.7 用户忠诚度分析
 - 37.2 数据挖掘与分析
 - 37.2.1 文学网站用户占有率排名比较分析
 - 37.2.2 文学网站用户行为分析
 - 37.2.2.1 不同文学网站用户性别构成比较分析
 - 37.2.2.2 不同文学网站用户年龄构成比较分析
 - 37.2.2.3 不同文学网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 37.2.2.4 不同文学网站用户教育程度构成比较分析
 - 37.2.2.5 不同文学网站用户行业构成比较分析
 - 37.2.2.6 不同文学网站用户职位构成比较分析
 - 37.2.2.7 不同文学网站用户收入构成比较分析
 - 37.2.2.8 不同文学网站用户地区构成比较分析
 - 37.2.2.9 不同文学网站用户网龄构成比较分析
 - 37.2.2.10 不同文学网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 37.2.2.11 不同文学网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 37.2.3 文学网站三高用户行为分析
 - 37.2.3.1 不同文学网站三高用户性别构成比较分析
 - 37.2.3.2 不同文学网站三高用户年龄构成比较分析
 - 37.2.3.3 不同文学网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 37.2.3.4 不同文学网站三高用户行业构成比较分析
 - 37.2.3.5 不同文学网站三高用户职业(位)构成比较分析
 - 37.2.3.6 不同文学网站三高用户地区构成比较分析
 - 37.2.3.7 不同文学网站三高用户网龄构成比较分析
 - 37.2.3.8 不同文学网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 37.2.4 文学网站高度相关领域交叉比较分析
 - 37.2.4.1 不同文学网站用户常用综合门户比较分析
 - 37.2.4.2 不同文学网站用户常用博客网站比较分析
 - 37.2.4.3 不同文学网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 37.2.4.4 不同文学网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 37.2.4.5 不同文学网站用户常用交友网站比较分析
 - 37.2.4.6 不同文学网站用户常用数字杂志网站比较分析
 - 37.2.4.7 不同文学网站用户常用动漫卡通网站比较分析
 - 37.2.4.8 不同文学网站用户常用网络游戏网站比较分析

- 37.2.4.9 不同文学网站用户常用游戏资讯网站比较分析
- 37.2.4.10 不同文学网站用户常浏览网络广告途径比较分析
- 37.2.4.11 不同文学网站用户常用网址导航比较分析
- 37.3 规模、格局与趋势
 - 37.3.1 市场规模及增长率
 - 37.3.2 竞争格局
 - 37.3.3 发展趋势
- 37.4 发展疑问与提示
 - 37.4.1 发展疑问
 - 37.4.2 发展提示
- 37.5 典型案例分析
 - 37.5.1 TOP 案例:
 - 37.5.2 INNOVATOR 案例:
- 38 地图服务
 - 38.1 市场数据
 - 38.1.1 行业集中度
 - 38.1.2 用户到达率
 - 38.1.3 地图服务用户到达率
 - 38.1.4 不同地图服务用户到达率
 - 38.1.5 用户到达规模
 - 38.1.6 用户规模预测
 - 38.1.7 用户忠诚度分析
 - 38.2 数据挖掘与分析
 - 38.2.1 地图服务用户占有率排名比较分析
 - 38.2.2 地图服务用户行为分析
 - 38.2.2.1 不同地图服务用户性别构成比较分析
 - 38.2.2.2 不同地图服务用户年龄构成比较分析
 - 38.2.2.3 不同地图服务用户婚姻状况构成比较分析
 - 38.2.2.4 不同地图服务用户教育程度构成比较分析
 - 38.2.2.5 不同地图服务用户行业构成比较分析
 - 38.2.2.6 不同地图服务用户职位构成比较分析
 - 38.2.2.7 不同地图服务用户收入构成比较分析
 - 38.2.2.8 不同地图服务用户地区构成比较分析
 - 38.2.2.9 不同地图服务用户网龄构成比较分析
 - 38.2.2.10 不同地图服务用户日均上网时间构成比较分析
 - 38.2.2.11 不同地图服务用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 38.2.3 地图服务三高用户行为分析
 - 38.2.3.1 不同地图服务三高用户性别构成比较分析
 - 38.2.3.2 不同地图服务三高用户年龄构成比较分析
 - 38.2.3.3 不同地图服务三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 38.2.3.4 不同地图服务三高用户行业构成比较分析
 - 38.2.3.5 不同地图服务三高用户职业（位）构成比较分析
 - 38.2.3.6 不同地图服务三高用户地区构成比较分析

- 38.2.3.7 不同地图服务三高用户网龄构成比较分析
- 38.2.3.8 不同地图服务三高用户日均上网时间构成比较分析
- 38.2.4 地图服务高度相关领域交叉比较分析
 - 38.2.4.1 不同地图服务用户常用综合门户比较分析
 - 38.2.4.2 不同地图服务用户常用搜索引擎比较分析
 - 38.2.4.3 不同地图服务用户常用交友网站比较分析
 - 38.2.4.4 不同地图服务用户常用图片/摄影/相册网站比较分析
 - 38.2.4.5 不同地图服务用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 38.2.4.6 不同地图服务用户常用旅行预定网站比较分析
 - 38.2.4.7 不同地图服务用户常用生活服务网站比较分析
 - 38.2.4.8 不同地图服务用户常用网上黄页网站比较分析
 - 38.2.4.9 不同地图服务用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 38.2.4.10 不同地图服务用户常用网址导航比较分析
- 38.3 规模、格局与趋势
 - 38.3.1 市场规模及增长率
 - 38.3.2 竞争格局
 - 38.3.3 发展趋势
- 38.4 发展疑问与提示
 - 38.4.1 发展疑问
 - 38.4.2 发展提示
- 38.5 典型案例分析
 - 38.5.1 TOP 案例:
 - 38.5.2 INNOVATOR 案例:
- 39 生活服务
 - 39.1 市场数据
 - 39.1.1 行业集中度
 - 39.1.2 用户到达率
 - 39.1.3 生活服务网站用户到达率
 - 39.1.4 不同生活服务网站用户到达率
 - 39.1.5 用户到达规模
 - 39.1.6 用户规模预测
 - 39.1.7 用户忠诚度分析
 - 39.2 数据挖掘与分析
 - 39.2.1 生活服务网站用户占有率排名比较分析
 - 39.2.2 生活服务网站用户行为分析
 - 39.2.2.1 不同生活服务网站用户性别构成比较分析
 - 39.2.2.2 不同生活服务网站用户年龄构成比较分析
 - 39.2.2.3 不同生活服务网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 39.2.2.4 不同生活服务网站用户教育程度构成比较分析
 - 39.2.2.5 不同生活服务网站用户行业构成比较分析
 - 39.2.2.6 不同生活服务网站用户职位构成比较分析
 - 39.2.2.7 不同生活服务网站用户收入构成比较分析
 - 39.2.2.8 不同生活服务网站用户地区构成比较分析

- 39.2.2.9 不同生活服务网站用户网龄构成比较分析
- 39.2.2.10 不同生活服务网站用户日均上网时间构成比较分析
- 39.2.2.11 不同生活服务网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 39.2.3 生活服务网站三高用户行为分析
 - 39.2.3.1 不同生活服务网站三高用户性别构成比较分析
 - 39.2.3.2 不同生活服务网站三高用户年龄构成比较分析
 - 39.2.3.3 不同生活服务网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 39.2.3.4 不同生活服务网站三高用户行业构成比较分析
 - 39.2.3.5 不同生活服务网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 39.2.3.6 不同生活服务网站三高用户地区构成比较分析
 - 39.2.3.7 不同生活服务网站三高用户网龄构成比较分析
 - 39.2.3.8 不同生活服务网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 39.2.4 生活服务网站高度相关领域交叉比较分析
 - 39.2.4.1 不同生活服务网站用户常用综合门户比较分析
 - 39.2.4.2 不同生活服务网站用户常用搜索引擎比较分析
 - 39.2.4.3 不同生活服务网站用户常用新闻网站比较分析
 - 39.2.4.4 不同生活服务网站用户常用博客网站比较分析
 - 39.2.4.5 不同生活服务网站用户常用个人门户/空间比较分析
 - 39.2.4.6 不同生活服务网站用户常用社区/BBS 网站比较分析
 - 39.2.4.7 不同生活服务网站用户常用 B2C 电子商务比较分析
 - 39.2.4.8 不同生活服务网站用户常用 C2C 电子商务比较分析
 - 39.2.4.9 不同生活服务网站用户常用电子支付比较分析
 - 39.2.4.10 不同生活服务网站用户常用网上银行比较分析
 - 39.2.4.11 不同生活服务网站用户常用人才招聘网站比较分析
 - 39.2.4.12 不同生活服务网站用户常用信息科技网站比较分析
 - 39.2.4.13 不同生活服务网站用户常用女性网站比较分析
 - 39.2.4.14 不同生活服务网站用户常用娱乐网站比较分析
 - 39.2.4.15 不同生活服务网站用户常用体育运动网站比较分析
 - 39.2.4.16 不同生活服务网站用户常用文学网站比较分析
 - 39.2.4.17 不同生活服务网站用户常用地图服务比较分析
 - 39.2.4.18 不同生活服务网站用户常用本地门户网站比较分析
 - 39.2.4.19 不同生活服务网站用户常用分类信息网站比较分析
 - 39.2.4.20 不同生活服务网站用户常用网上黄页网站比较分析
 - 39.2.4.21 不同生活服务网站用户常浏览网络广告途径比较分析
 - 39.2.4.22 不同生活服务网站用户常用电子邮件服务商比较分析
 - 39.2.4.23 不同生活服务网站用户常用 IP 电话服务商比较分析
 - 39.2.4.24 不同生活服务网站用户常用网址导航比较分析
 - 39.2.4.25 不同生活服务网站用户常用网络接入服务商比较分析
 - 39.2.4.26 不同生活服务网站用户常用域名主机服务商比较分析
- 39.3 规模、格局与趋势
 - 39.3.1 市场规模及增长率
 - 39.3.2 竞争格局
 - 39.3.3 发展趋势

- 39.4 发展疑问与提示
 - 39.4.1 发展疑问
 - 39.4.2 发展提示
- 39.5 典型案例分析
 - 39.5.1 TOP 案例:
 - 39.5.2 INNOVATOR 案例:
- 40 本地门户
- 40.1 市场数据
 - 40.1.1 行业集中度
 - 40.1.2 用户到达率
 - 40.1.2.1 本地门户网站总体用户到达率
 - 40.1.2.2 不同本地门户网站用户到达率
 - 40.1.3 用户到达规模
 - 40.1.4 用户规模预测
 - 40.1.5 用户忠诚度分析
- 40.2 数据挖掘与分析
 - 40.2.1 本地门户网站用户占有率排名比较分析
 - 40.2.2 本地门户网站用户行为分析
 - 40.2.2.1 不同本地门户网站用户性别构成比较分析
 - 40.2.2.2 不同本地门户网站用户年龄构成比较分析
 - 40.2.2.3 不同本地门户网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 40.2.2.4 不同本地门户网站用户教育程度构成比较分析
 - 40.2.2.5 不同本地门户网站用户行业构成比较分析
 - 40.2.2.6 不同本地门户网站用户职位构成比较分析
 - 40.2.2.7 不同本地门户网站用户收入构成比较分析
 - 40.2.2.8 不同本地门户网站用户地区构成比较分析
 - 40.2.2.9 不同本地门户网站用户网龄构成比较分析
 - 40.2.2.10 不同本地门户网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 40.2.2.11 不同本地门户网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 40.2.3 本地门户网站三高用户行为分析
 - 40.2.3.1 不同本地门户网站三高用户性别构成比较分析
 - 40.2.3.2 不同本地门户网站三高用户年龄构成比较分析
 - 40.2.3.3 不同本地门户网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 40.2.3.4 不同本地门户网站三高用户行业构成比较分析
 - 40.2.3.5 不同本地门户网站三高用户职业(位)构成比较分析
 - 40.2.3.6 不同本地门户网站三高用户地区构成比较分析
 - 40.2.3.7 不同本地门户网站三高用户网龄构成比较分析
 - 40.2.3.8 不同本地门户网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 40.2.4 本地门户网站高度相关领域交叉比较分析
 - 40.2.4.1 不同本地门户网站用户常用综合门户构成比较分析
 - 40.2.4.2 不同本地门户网站用户常用新闻网站构成比较分析
 - 40.2.4.3 不同本地门户网站用户常用社区/BBS 构成比较分析

- 40.2.4.4 不同本地门户网站用户常用交友网站构成比较分析
- 40.2.4.5 不同本地门户网站用户常用 B2B 综合电子商务构成比较分析
- 40.2.4.6 不同本地门户网站用户常用 B2C 网上购物网站构成比较分析
- 40.2.4.7 不同本地门户网站用户常用 C2C 网上购物网站构成比较分析
- 40.2.4.8 不同本地门户网站用户常用财经网站构成比较分析
- 40.2.4.9 不同本地门户网站用户常用汽车网站构成比较分析
- 40.2.4.10 不同本地门户网站用户常用房地产网站构成比较分析
- 40.2.4.11 不同本地门户网站用户常用旅行预订网站构成比较分析
- 40.2.4.12 不同本地门户网站用户常用健康网站构成比较分析
- 40.2.4.13 不同本地门户网站用户常用教育网站构成比较分析
- 40.2.4.14 不同本地门户网站用户常用人才招聘网站构成比较分析
- 40.2.4.15 不同本地门户网站用户常用体育运动网站构成比较分析
- 40.2.4.16 不同本地门户网站用户常用地服务网站构成比较分析
- 40.2.4.17 不同本地门户网站用户常用生活服务网站构成比较分析
- 40.2.4.18 不同本地门户网站用户常用分类信息网站构成比较分析
- 40.2.4.19 不同本地门户用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
- 40.2.4.20 不同本地门户网站用户常用网址导航网站构成比较分析
- 40.3 规模、格局与趋势
 - 40.3.1 市场规模及增长率
 - 40.3.2 竞争格局
 - 40.3.3 发展趋势
- 40.4 发展疑问与提示
 - 40.4.1 发展疑问
 - 40.4.2 发展提示
- 40.5 典型案例分析
 - 40.5.1 BRAND 案例
 - 40.5.2 INNOVATOR 案例
- 41 分类信息
 - 41.1 市场数据
 - 41.1.1 行业集中度
 - 41.1.2 用户到达率
 - 41.1.2.1 分类信息网站总体用户到达率
 - 41.1.2.2 不同分类信息网站用户到达率
 - 41.1.3 用户到达规模
 - 41.1.4 用户规模预测
 - 41.1.5 用户忠诚度分析
 - 41.2 数据挖掘与分析
 - 41.2.1 分类信息网站用户占有率排名比较分析
 - 41.2.2 分类信息网站用户行为分析
 - 41.2.2.1 不同分类信息网站用户性别构成比较分析
 - 41.2.2.2 不同分类信息网站用户年龄构成比较分析

- 41.2.2.3 不同分类信息网站用户婚姻状况构成比较分析
- 41.2.2.4 不同分类信息网站用户教育程度构成比较分析
- 41.2.2.5 不同分类信息网站用户行业构成比较分析
- 41.2.2.6 不同分类信息网站用户职位构成比较分析
- 41.2.2.7 不同分类信息网站用户收入构成比较分析
- 41.2.2.8 不同分类信息网站用户地区构成比较分析
- 41.2.2.9 不同分类信息网站用户网龄构成比较分析
- 41.2.2.10 不同分类信息网站用户日均上网时间构成比较分析
- 41.2.2.11 不同分类信息网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 41.2.3 分类信息网站三高用户行为分析
 - 41.2.3.1 不同分类信息网站三高用户性别构成比较分析
 - 41.2.3.2 不同分类信息网站三高用户年龄构成比较分析
 - 41.2.3.3 不同分类信息网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 41.2.3.4 不同分类信息网站三高用户行业构成比较分析
 - 41.2.3.5 不同分类信息网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 41.2.3.6 不同分类信息网站三高用户地区构成比较分析
 - 41.2.3.7 不同分类信息网站三高用户网龄构成比较分析
 - 41.2.3.8 不同分类信息网站三高用户日均上网时间构成比较分析
- 41.2.4 分类信息网站高度相关领域交叉比较分析
 - 41.2.4.1 不同分类信息网站用户常用搜索引擎构成比较分析
 - 41.2.4.2 不同分类信息网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
 - 41.2.4.3 不同分类信息网站用户常用交友网站构成比较分析
 - 41.2.4.4 不同分类信息网站用户常用汽车网站构成比较分析
 - 41.2.4.5 不同分类信息网站用户常用房地产网站构成比较分析
 - 41.2.4.6 不同分类信息网站用户常用旅行预订网站构成比较分析
 - 41.2.4.7 不同分类信息网站用户常用健康网站构成比较分析
 - 41.2.4.8 不同分类信息网站用户常用教育网站构成比较分析
 - 41.2.4.9 不同分类信息网站用户常用人才招聘网站构成比较分析
 - 41.2.4.10 不同分类信息网站用户常用生活服务网站构成比较分析
 - 41.2.4.11 不同分类信息网站用户常用本地门户构成比较分析
 - 41.2.4.12 不同分类信息用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 41.2.4.13 不同分类信息网站用户常用网址导航网站构成比较分析
- 41.3 规模、格局与趋势
 - 41.3.1 市场规模及增长率
 - 41.3.2 竞争格局
 - 41.3.3 发展趋势
- 41.4 发展疑问与提示
 - 41.4.1 发展疑问
 - 41.4.2 发展提示
- 41.5 典型案例分析
 - 41.5.1 BRAND 案例
 - 41.5.2 INNOVATOR 案例

42 网上黄页

42.1 市场数据

42.1.1 行业集中度

42.1.2 用户到达率

42.1.2.1 网上黄页网站总体用户到达率

42.1.2.2 不同网上黄页网站用户到达率

42.1.3 用户到达规模

42.1.4 用户规模预测

42.1.5 用户忠诚度分析

42.2 数据挖掘与分析

42.2.1 网上黄页网站用户占有率排名比较分析

42.2.2 网上黄页网站用户行为分析

42.2.2.1 不同网上黄页网站用户性别构成比较分析

42.2.2.2 不同网上黄页网站用户年龄构成比较分析

42.2.2.3 不同网上黄页网站用户婚姻状况构成比较分析

42.2.2.4 不同网上黄页网站用户教育程度构成比较分析

42.2.2.5 不同网上黄页网站用户行业构成比较分析

42.2.2.6 不同网上黄页网站用户职位构成比较分析

42.2.2.7 不同网上黄页网站用户收入构成比较分析

42.2.2.8 不同网上黄页网站用户地区构成比较分析

42.2.2.9 不同网上黄页网站用户网龄构成比较分析

42.2.2.10 不同网上黄页网站用户日均上网时间构成比较分析

42.2.2.11 不同网上黄页网站用户月均互联网消费程度构成比较分析

42.2.3 网上黄页网站三高用户行为分析

42.2.3.1 不同网上黄页网站三高用户性别构成比较分析

42.2.3.2 不同网上黄页网站三高用户年龄构成比较分析

42.2.3.3 不同网上黄页网站三高用户婚姻状况构成比较分析

42.2.3.4 不同网上黄页网站三高用户行业构成比较分析

42.2.3.5 不同网上黄页网站三高用户职业（位）构成比较分析

42.2.3.6 不同网上黄页网站三高用户地区构成比较分析

42.2.3.7 不同网上黄页网站三高用户网龄构成比较分析

42.2.3.8 不同网上黄页网站三高用户日均上网时间构成比较分析

42.2.4 网上黄页网站高度相关领域交叉比较分析

42.2.4.1 不同网上黄页网站用户常用综合门户网站构成比较分析

42.2.4.2 不同网上黄页网站用户常用搜索引擎构成比较分析

42.2.4.3 不同网上黄页网站用户常用即时通讯软件构成比较分析

42.2.4.4 不同网上黄页网站用户常用 B2B 综合电子商务构成比较分析

42.2.4.5 不同网上黄页网站用户常用 IP 电话构成比较分析

42.2.4.6 不同网上黄页网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析

42.3 规模、格局与趋势

42.3.1 市场规模及增长率

42.3.2 竞争格局

- 42.3.3 发展趋势
- 42.4 发展疑问与提示
 - 42.4.1 发展疑问
 - 42.4.2 发展提示
- 42.5 典型案例分析
 - 42.5.1 BRAND 案例
 - 42.5.2 INNOVATOR 案例
- 43 网络广告
 - 43.1 市场数据
 - 43.1.1 行业集中度
 - 43.1.2 用户到达率
 - 43.1.2.1 网络广告总体用户到达率
 - 43.1.2.2 不同类型网络广告用户到达率
 - 43.1.3 用户到达规模
 - 43.1.4 用户规模预测
 - 43.2 数据挖掘与分析
 - 43.2.1 互联网用户日常浏览的网络广告类型比较分析
 - 43.2.2 网络广告受众行为分析
 - 43.2.2.1 不同类型网络广告受众性别构成比较分析
 - 43.2.2.2 不同类型网络广告受众年龄构成比较分析
 - 43.2.2.3 不同类型网络广告受众婚姻状况构成比较分析
 - 43.2.2.4 不同类型网络广告受众教育程度构成比较分析
 - 43.2.2.5 不同类型网络广告受众行业构成比较分析
 - 43.2.2.6 不同类型网络广告受众职位构成比较分析
 - 43.2.2.7 不同类型网络广告受众收入构成比较分析
 - 43.2.2.8 不同类型网络广告受众地区构成比较分析
 - 43.2.2.9 不同类型网络广告受众网龄构成比较分析
 - 43.2.2.10 不同类型网络广告受众日均上网时间构成比较分析
 - 43.2.2.11 不同类型网络广告受众月均互联网消费程度构成比较分析
 - 43.2.3 网络广告三高受众行为分析
 - 43.2.3.1 不同类型网络广告三高受众性别构成比较分析
 - 43.2.3.2 不同类型网络广告三高受众年龄构成比较分析
 - 43.2.3.3 不同类型网络广告三高受众婚姻状况构成比较分析
 - 43.2.3.4 不同类型网络广告三高受众行业构成比较分析
 - 43.2.3.5 不同类型网络广告三高受众职业（位）构成比较分析
 - 43.2.3.6 不同类型网络广告三高受众地区构成比较分析
 - 43.2.3.7 不同类型网络广告三高受众网龄构成比较分析
 - 43.2.3.8 不同类型网络广告三高受众日均上网时间构成比较分析
 - 43.2.4 网络广告高度相关领域交叉比较分析
 - 43.2.4.1 综合门户广告受众日常使用的综合门户排名比较分析
 - 43.2.4.2 搜索引擎广告受众日常使用的搜索引擎排名比较分析

- 43.2.4.3 即时通讯广告受众日常使用的即时通讯排名比较分析
- 43.2.4.4 新闻网站广告受众日常使用的新闻网站排名比较分析
- 43.2.4.5 博客网站广告受众日常使用的博客网站排名比较分析
- 43.2.4.6 社区/BBS 广告受众日常使用的社区/BBS 排名比较分析
- 43.2.4.7 交友网站广告受众日常使用的交友网站排名比较分析
- 43.2.4.8 娱乐视频类广告受众日常使用的娱乐网站排名比较分析
- 43.2.4.9 娱乐视频类广告受众日常使用的播客/视频分享网站比较分析
- 43.2.4.10 娱乐视频类广告受众日常使用的视频点播/直播网站比较分析
- 43.2.4.11 音乐网站广告受众日常使用的音乐网站排名比较分析
- 43.2.4.12 电子商务网站广告受众日常使用的 B2B 综合电子商务比较分析
- 43.2.4.13 电子商务网站广告受众日常使用的 B2C 网上购物比较分析
- 43.2.4.14 电子商务网站广告受众日常使用的 C2C 网上购物比较分析
- 43.2.4.15 财经网站广告受众日常使用的财经网站排名比较分析
- 43.2.4.16 汽车网站广告受众日常使用的汽车网站排名比较分析
- 43.2.4.17 房地产网站广告受众日常使用的房地产网站排名比较分析
- 43.2.4.18 旅行预订网站广告受众日常使用的旅行预订网站比较分析
- 43.2.4.19 健康网站广告受众日常使用的健康网站排名比较分析
- 43.2.4.20 教育网站广告受众日常使用的教育网站排名比较分析
- 43.2.4.21 人才招聘网站广告受众日常使用的人才招聘网站比较分析
- 43.2.4.22 信息科技网站广告受众日常使用的信息科技网站比较分析
- 43.2.4.23 女性网站广告受众日常使用的女性网站排名比较分析
- 43.2.4.24 体育网站广告受众日常使用的体育网站排名比较分析
- 43.2.4.25 文学网站广告受众日常使用的文学网站排名比较分析
- 43.2.4.26 地图服务广告受众日常使用的地图服务比较分析
- 43.2.4.27 生活服务网站广告受众日常使用的生活服务网站比较分析
- 43.2.4.28 本地门户广告受众日常使用的本地门户网站排名比较分析
- 43.2.4.29 分类信息广告受众日常使用的分类信息网站排名比较分析
- 43.2.4.30 网上黄页广告受众日常使用的网上黄页排名比较分析
- 43.2.4.31 电子邮件广告受众日常使用的电子邮件排名比较分析
- 43.2.4.32 ADSL 等接入广告受众日常使用的网络接入排名比较分析
- 43.3 规模、格局与趋势
 - 43.3.1 市场规模及增长率
 - 43.3.2 竞争格局
 - 43.3.3 发展趋势
- 43.4 发展疑问与提示
 - 43.4.1 发展疑问
 - 43.4.2 发展提示
- 43.5 典型案例分析
 - 43.5.1 BRAND 案例
 - 43.5.2 INNOVATOR 案例

44 电子邮件

44.1 市场数据

44.1.1 行业集中度

44.1.2 用户到达率

44.1.2.1 电子邮件总体用户到达率

44.1.2.2 不同电子邮件用户到达率

44.1.3 用户到达规模

44.1.4 用户规模预测

44.1.5 用户忠诚度分析

44.2 数据挖掘与分析

44.2.1 电子邮件用户占有率排名比较分析

44.2.2 电子邮件用户行为分析

44.2.2.1 不同电子邮件用户性别构成比较分析

44.2.2.2 不同电子邮件用户年龄构成比较分析

44.2.2.3 不同电子邮件用户婚姻状况构成比较分析

44.2.2.4 不同电子邮件用户教育程度构成比较分析

44.2.2.5 不同电子邮件用户行业构成比较分析

44.2.2.6 不同电子邮件用户职位构成比较分析

44.2.2.7 不同电子邮件用户收入构成比较分析

44.2.2.8 不同电子邮件用户地区构成比较分析

44.2.2.9 不同电子邮件用户网龄构成比较分析

44.2.2.10 不同电子邮件用户日均上网时间构成比较分析

44.2.2.11 不同电子邮件用户月均互联网消费程度构成比较分析

44.2.3 电子邮件三高用户行为分析

44.2.3.1 不同电子邮件三高用户性别构成比较分析

44.2.3.2 不同电子邮件三高用户年龄构成比较分析

44.2.3.3 不同电子邮件三高用户婚姻状况构成比较分析

44.2.3.4 不同电子邮件三高用户行业构成比较分析

44.2.3.5 不同电子邮件三高用户职业（位）构成比较分析

44.2.3.6 不同电子邮件三高用户地区构成比较分析

44.2.3.7 不同电子邮件三高用户网龄构成比较分析

44.2.3.8 不同电子邮件三高用户日均上网时间构成比较分析

44.2.4 电子邮件高度相关领域交叉比较分析

44.2.4.1 不同电子邮件用户常用综合门户构成比较分析

44.2.4.2 不同电子邮件用户常用网络安全服务构成比较分析

44.2.4.3 不同电子邮件用户常用 IP 电话服务构成比较分析

44.2.4.4 不同电子邮件用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析

44.3 规模、格局与趋势

44.3.1 市场规模及增长率

44.3.2 竞争格局

44.3.3 发展趋势

44.4 发展疑问与提示

44.4.1 发展疑问

44.4.2 发展提示

44.5 典型案例分析

- 44.5.1 BRAND 案例
- 44.5.2 INNOVATOR 案例

45 IP 电话

45.1 市场数据

- 45.1.1 行业集中度
- 45.1.2 用户到达率
 - 45.1.2.1 IP 电话总体用户到达率
 - 45.1.2.2 不同 IP 电话用户到达率
- 45.1.3 用户到达规模
- 45.1.4 用户规模预测
- 45.1.5 用户忠诚度分析

45.2 数据挖掘与分析

- 45.2.1 IP 电话用户占有率排名比较分析
- 45.2.2 IP 电话用户行为分析
 - 45.2.2.1 不同 IP 电话用户性别构成比较分析
 - 45.2.2.2 不同 IP 电话用户年龄构成比较分析
 - 45.2.2.3 不同 IP 电话用户婚姻状况构成比较分析
 - 45.2.2.4 不同 IP 电话用户教育程度构成比较分析
 - 45.2.2.5 不同 IP 电话用户行业构成比较分析
 - 45.2.2.6 不同 IP 电话用户职位构成比较分析
 - 45.2.2.7 不同 IP 电话用户收入构成比较分析
 - 45.2.2.8 不同 IP 电话用户地区构成比较分析
 - 45.2.2.9 不同 IP 电话用户网龄构成比较分析
 - 45.2.2.10 不同 IP 电话用户日均上网时间构成比较分析
 - 45.2.2.11 不同 IP 电话用户月均互联网消费程度构成比较分析

45.2.3 IP 电话三高用户行为分析

- 45.2.3.1 不同 IP 电话三高用户性别构成比较分析
- 45.2.3.2 不同 IP 电话三高用户年龄构成比较分析
- 45.2.3.3 不同 IP 电话三高用户婚姻状况构成比较分析
- 45.2.3.4 不同 IP 电话三高用户行业构成比较分析
- 45.2.3.5 不同 IP 电话三高用户职业（位）构成比较分析
- 45.2.3.6 不同 IP 电话三高用户地区构成比较分析
- 45.2.3.7 不同 IP 电话三高用户网龄构成比较分析
- 45.2.3.8 不同 IP 电话三高用户日均上网时间构成比较分析

45.2.4 IP 电话高度相关领域交叉比较分析

- 45.2.4.1 不同 IP 电话用户常用即时通讯工具构成比较分析
- 45.2.4.2 不同 IP 电话用户常用网络接入服务构成比较分析

45.3 规模、格局与趋势

- 45.3.1 市场规模及增长率
- 45.3.2 竞争格局

- 45.3.3 发展趋势
- 45.4 发展疑问与提示
 - 45.4.1 发展疑问
 - 45.4.2 发展提示
- 45.5 典型案例分析
 - 45.5.1 BRAND 案例
 - 45.5.2 INNOVATOR 案例
- 46 网址导航
 - 46.1 市场数据
 - 46.1.1 行业集中度
 - 46.1.2 用户到达率
 - 46.1.2.1 网址导航网站总体用户到达率
 - 46.1.2.2 不同网址导航网站用户到达率
 - 46.1.3 用户到达规模
 - 46.1.4 用户规模预测
 - 46.1.5 用户忠诚度分析
 - 46.2 数据挖掘与分析
 - 46.2.1 网址导航网站用户占有率排名比较分析
 - 46.2.2 网址导航网站用户行为分析
 - 46.2.2.1 不同网址导航网站用户性别构成比较分析
 - 46.2.2.2 不同网址导航网站用户年龄构成比较分析
 - 46.2.2.3 不同网址导航网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 46.2.2.4 不同网址导航网站用户教育程度构成比较分析
 - 46.2.2.5 不同网址导航网站用户行业构成比较分析
 - 46.2.2.6 不同网址导航网站用户职位构成比较分析
 - 46.2.2.7 不同网址导航网站用户收入构成比较分析
 - 46.2.2.8 不同网址导航网站用户地区构成比较分析
 - 46.2.2.9 不同网址导航网站用户网龄构成比较分析
 - 46.2.2.10 不同网址导航网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 46.2.2.11 不同网址导航网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 46.2.3 网址导航网站三高用户行为分析
 - 46.2.3.1 不同网址导航网站三高用户性别构成比较分析
 - 46.2.3.2 不同网址导航网站三高用户年龄构成比较分析
 - 46.2.3.3 不同网址导航网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 46.2.3.4 不同网址导航网站三高用户行业构成比较分析
 - 46.2.3.5 不同网址导航网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 46.2.3.6 不同网址导航网站三高用户地区构成比较分析
 - 46.2.3.7 不同网址导航网站三高用户网龄构成比较分析
 - 46.2.3.8 不同网址导航网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 46.2.4 网址导航网站高度相关领域交叉比较分析
 - 46.2.4.1 不同网址导航网站用户常用综合门户构成比较分析

- 46.2.4.2 不同网址导航网站用户常用搜索引擎构成比较分析
- 46.2.4.3 不同网址导航网站用户常用新闻网站构成比较分析
- 46.2.4.4 不同网址导航网站用户常用博客网站构成比较分析
- 46.2.4.5 不同网址导航网站用户常用社区/BBS 构成比较分析
- 46.2.4.6 不同网址导航网站用户常用威客网站构成比较分析
- 46.2.4.7 不同网址导航网站用户常用交友网站构成比较分析
- 46.2.4.8 不同网址导航网站用户常用播客/视频分享构成比较分析
- 46.2.4.9 不同网址导航网站用户常用视频点播/直播网站构成比较分析
- 46.2.4.10 不同网址导航网站用户常用视频搜索网站构成比较分析
- 46.2.4.11 不同网址导航网站用户常用数字杂志网站构成比较分析
- 46.2.4.12 不同网址导航网站用户常用片/摄影/相册网站构成比较分析
- 46.2.4.13 不同网址导航网站用户常用动漫卡通网站构成比较分析
- 46.2.4.14 不同网址导航网站用户常用网络游戏运营服务构成比较分析
- 46.2.4.15 不同网址导航网站用户常用游戏资讯网站构成比较分析
- 46.2.4.16 不同网址导航网站用户常用音乐网站构成比较分析
- 46.2.4.17 不同网址导航网站用户常用音频/音乐搜索网站构成比较分析
- 46.2.4.18 不同网址导航网站用户常用 B2B 综合电子商务构成比较分析
- 46.2.4.19 不同网址导航网站用户常用 B2C 网上购物网站构成比较分析
- 46.2.4.20 不同网址导航网站用户常用 C2C 网上购物网站构成比较分析
- 46.2.4.21 不同网址导航网站用户常用网上银行构成比较分析
- 46.2.4.22 不同网址导航网站用户常用财经网站构成比较分析
- 46.2.4.23 不同网址导航网站用户常用汽车网站构成比较分析
- 46.2.4.24 不同网址导航网站用户常用房地产网站构成比较分析
- 46.2.4.25 不同网址导航网站用户常用旅行预订网站构成比较分析
- 46.2.4.26 不同网址导航网站用户常用健康网站构成比较分析
- 46.2.4.27 不同网址导航网站用户常用教育培训网站构成比较分析
- 46.2.4.28 不同网址导航网站用户常用人才招聘网站构成比较分析
- 46.2.4.29 不同网址导航网站用户常用信息科技网站构成比较分析
- 46.2.4.30 不同网址导航网站用户常用网络安全服务构成比较分析
- 46.2.4.31 不同网址导航网站用户常用女性网站构成比较分析
- 46.2.4.32 不同网址导航网站用户常用娱乐网站构成比较分析
- 46.2.4.33 不同网址导航网站用户常用体育运动网站构成比较分析
- 46.2.4.34 不同网址导航网站用户常用文学网站构成比较分析
- 46.2.4.35 不同网址导航网站用户常用地服务网站构成比较分析
- 46.2.4.36 不同网址导航网站用户常用生活服务网站构成比较分析
- 46.2.4.37 不同网址导航网站用户常用本地门户网站构成比较分析
- 46.2.4.38 不同网址导航网站用户对不同网站广告深刻程度比较分析
- 46.2.4.39 不同网址导航网站用户常用电子邮件服务构成比较分析
- 46.2.4.40 不同网址导航网站用户常用域名主机服务构成比较分析
- 46.2.4.41 不同网址导航网站用户常用软件下载网站构成比较分析
- 46.2.4.42 不同网址导航网站用户常用下载工具构成比较分析

46.3 规模、格局与趋势

46.3.1 市场规模及增长率

- 46.3.2 竞争格局
- 46.3.3 发展趋势
- 46.4 发展疑问与提示
 - 46.4.1 发展疑问
 - 46.4.2 发展提示
- 46.5 典型案例分析
 - 46.5.1 BRAND 案例
 - 46.5.2 INNOVATOR 案例
- 47 网络接入
 - 47.1 市场数据
 - 47.1.1 行业集中度
 - 47.1.2 用户到达率
 - 47.1.2.1 网络接入服务总体用户到达率
 - 47.1.2.2 不同网络接入服务用户到达率
 - 47.1.3 用户到达规模
 - 47.1.4 用户规模预测
 - 47.1.5 用户忠诚度分析
 - 47.2 数据挖掘与分析
 - 47.2.1 网络接入服务用户占有率排名比较分析
 - 47.2.2 网络接入服务用户行为分析
 - 47.2.2.1 不同网络接入服务用户性别构成比较分析
 - 47.2.2.2 不同网络接入服务用户年龄构成比较分析
 - 47.2.2.3 不同网络接入服务用户婚姻状况构成比较分析
 - 47.2.2.4 不同网络接入服务用户教育程度构成比较分析
 - 47.2.2.5 不同网络接入服务用户行业构成比较分析
 - 47.2.2.6 不同网络接入服务用户职位构成比较分析
 - 47.2.2.7 不同网络接入服务用户收入构成比较分析
 - 47.2.2.8 不同网络接入服务用户地区构成比较分析
 - 47.2.2.9 不同网络接入服务用户网龄构成比较分析
 - 47.2.2.10 不同网络接入服务用户日均上网时间构成比较分析
 - 47.2.2.11 不同网络接入服务用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 47.2.3 网络接入服务三高用户行为分析
 - 47.2.3.1 不同网络接入服务三高用户性别构成比较分析
 - 47.2.3.2 不同网络接入服务三高用户年龄构成比较分析
 - 47.2.3.3 不同网络接入服务三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 47.2.3.4 不同网络接入服务三高用户行业构成比较分析
 - 47.2.3.5 不同网络接入服务三高用户职业（位）构成比较分析
 - 47.2.3.6 不同网络接入服务三高用户地区构成比较分析
 - 47.2.3.7 不同网络接入服务三高用户网龄构成比较分析
 - 47.2.3.8 不同网络接入服务三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 47.2.4 网络接入服务高度相关领域交叉比较分析

- 47.2.4.1 不同网络接入服务用户常用播客/视频分享网站构成比较分析
- 47.2.4.2 不同网络接入服务用户常用视频点播/直播网站构成比较分析
- 47.2.4.3 不同网络接入服务用户常用视频搜索网站构成比较分析
- 47.2.4.4 不同网络接入服务用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
- 47.2.4.5 不同网络接入服务用户常用 IP 电话服务构成比较分析
- 47.3 规模、格局与趋势
 - 47.3.1 市场规模及增长率
 - 47.3.2 竞争格局
 - 47.3.3 发展趋势
- 47.4 发展疑问与提示
 - 47.4.1 发展疑问
 - 47.4.2 发展提示
- 47.5 典型案例分析
 - 47.5.1 BRAND 案例
 - 47.5.2 INNOVATOR 案例
- 48 域名主机服务
 - 48.1 市场数据
 - 48.1.1 行业集中度
 - 48.1.2 用户到达率
 - 48.1.2.1 域名主机服务总体用户到达率
 - 48.1.2.2 不同域名主机服务用户到达率
 - 48.1.3 用户到达规模
 - 48.1.4 用户规模预测
 - 48.1.5 用户忠诚度分析
 - 48.2 数据挖掘与分析
 - 48.2.1 域名主机服务用户占有率排名比较分析
 - 48.2.2 域名主机服务用户行为分析
 - 48.2.2.1 不同域名主机服务用户性别构成比较分析
 - 48.2.2.2 不同域名主机服务用户年龄构成比较分析
 - 48.2.2.3 不同域名主机服务用户婚姻状况构成比较分析
 - 48.2.2.4 不同域名主机服务用户教育程度构成比较分析
 - 48.2.2.5 不同域名主机服务用户行业构成比较分析
 - 48.2.2.6 不同域名主机服务用户职位构成比较分析
 - 48.2.2.7 不同域名主机服务用户收入构成比较分析
 - 48.2.2.8 不同域名主机服务用户地区构成比较分析
 - 48.2.2.9 不同域名主机服务用户网龄构成比较分析
 - 48.2.2.10 不同域名主机服务用户日均上网时间构成比较分析
 - 48.2.2.11 不同域名主机服务用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 48.2.3 域名主机服务三高用户行为分析
 - 48.2.3.1 不同域名主机服务三高用户性别构成比较分析
 - 48.2.3.2 不同域名主机服务三高用户年龄构成比较分析

- 48.2.3.3 不同域名主机服务三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 48.2.3.4 不同域名主机服务三高用户行业构成比较分析
 - 48.2.3.5 不同域名主机服务三高用户职业（位）构成比较分析
 - 48.2.3.6 不同域名主机服务三高用户地区构成比较分析
 - 48.2.3.7 不同域名主机服务三高用户网龄构成比较分析
 - 48.2.3.8 不同域名主机服务三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 48.2.4 域名主机服务高度相关领域交叉比较分析
 - 48.2.4.1 不同域名主机用户常用 B2B 综合电子商务网站构成比较分析
 - 48.2.4.2 不同域名主机用户常用网络安全服务构成比较分析
 - 48.2.4.3 不同域名主机用户常用网上黄页服务构成比较分析
 - 48.2.4.4 不同域名主机用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 48.2.4.5 不同域名主机用户常用电子邮件服务构成比较分析
 - 48.3 规模、格局与趋势
 - 48.3.1 市场规模及增长率
 - 48.3.2 竞争格局
 - 48.3.3 发展趋势
 - 48.4 发展疑问与提示
 - 48.4.1 发展疑问
 - 48.4.2 发展提示
 - 48.5 典型案例分析
 - 48.5.1 BRAND 案例
 - 48.5.2 INNOVATOR 案例
- 49 软件下载
- 49.1 市场数据
 - 49.1.1 行业集中度
 - 49.1.2 用户到达率
 - 49.1.2.1 软件下载网站总体用户到达率
 - 49.1.2.2 不同软件下载网站用户到达率
 - 49.1.3 用户到达规模
 - 49.1.4 用户规模预测
 - 49.1.5 用户忠诚度分析
 - 49.2 数据挖掘与分析
 - 49.2.1 软件下载网站用户占有率排名比较分析
 - 49.2.2 软件下载网站用户行为分析
 - 49.2.2.1 不同软件下载网站用户性别构成比较分析
 - 49.2.2.2 不同软件下载网站用户年龄构成比较分析
 - 49.2.2.3 不同软件下载网站用户婚姻状况构成比较分析
 - 49.2.2.4 不同软件下载网站用户教育程度构成比较分析
 - 49.2.2.5 不同软件下载网站用户行业构成比较分析
 - 49.2.2.6 不同软件下载网站用户职位构成比较分析
 - 49.2.2.7 不同软件下载网站用户收入构成比较分析

- 49.2.2.8 不同软件下载网站用户地区构成比较分析
 - 49.2.2.9 不同软件下载网站用户网龄构成比较分析
 - 49.2.2.10 不同软件下载网站用户日均上网时间构成比较分析
 - 49.2.2.11 不同软件下载网站用户月均互联网消费程度构成比较分析
 - 49.2.3 软件下载网站三高用户行为分析
 - 49.2.3.1 不同软件下载网站三高用户性别构成比较分析
 - 49.2.3.2 不同软件下载网站三高用户年龄构成比较分析
 - 49.2.3.3 不同软件下载网站三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 49.2.3.4 不同软件下载网站三高用户行业构成比较分析
 - 49.2.3.5 不同软件下载网站三高用户职业（位）构成比较分析
 - 49.2.3.6 不同软件下载网站三高用户地区构成比较分析
 - 49.2.3.7 不同软件下载网站三高用户网龄构成比较分析
 - 49.2.3.8 不同软件下载网站三高用户日均上网时间构成比较分析
 - 49.2.4 软件下载网站高度相关领域交叉比较分析
 - 49.2.4.1 不同软件下载网站用户常用搜索引擎构成比较分析
 - 49.2.4.2 不同软件下载网站用户常用信息科技网站构成比较分析
 - 49.2.4.3 不同软件下载网站用户常用网络安全服务构成比较分析
 - 49.2.4.4 不同软件下载网站用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 49.2.4.5 不同软件下载网站用户常用网址导航网站构成比较分析
 - 49.2.4.6 不同软件下载网站用户常用软件下载工具构成比较分析
 - 49.3 规模、格局与趋势
 - 49.3.1 市场规模及增长率
 - 49.3.2 竞争格局
 - 49.3.3 发展趋势
 - 49.4 发展疑问与提示
 - 49.4.1 发展疑问
 - 49.4.2 发展提示
 - 49.5 典型案例分析
 - 49.5.1 BRAND 案例
 - 49.5.2 INNOVATOR 案例
- 50 下载工具
- 50.1 市场数据
 - 50.1.1 行业集中度
 - 50.1.2 用户到达率
 - 50.1.2.1 软件下载工具总体用户到达率
 - 50.1.2.2 不同软件下载工具用户到达率
 - 50.1.3 用户到达规模
 - 50.1.4 用户规模预测
 - 50.1.5 用户忠诚度分析
 - 50.2 数据挖掘与分析
 - 50.2.1 软件下载工具用户占有率排名比较分析

- 50.2.2 软件下载工具用户行为分析
 - 50.2.2.1 不同软件下载工具用户性别构成比较分析
 - 50.2.2.2 不同软件下载工具用户年龄构成比较分析
 - 50.2.2.3 不同软件下载工具用户婚姻状况构成比较分析
 - 50.2.2.4 不同软件下载工具用户教育程度构成比较分析
 - 50.2.2.5 不同软件下载工具用户行业构成比较分析
 - 50.2.2.6 不同软件下载工具用户职位构成比较分析
 - 50.2.2.7 不同软件下载工具用户收入构成比较分析
 - 50.2.2.8 不同软件下载工具用户地区构成比较分析
 - 50.2.2.9 不同软件下载工具用户网龄构成比较分析
 - 50.2.2.10 不同软件下载工具用户日均上网时间构成比较分析
 - 50.2.2.11 不同软件下载工具用户月均互联网消费程度构成比较分析
- 50.2.3 软件下载工具三高用户行为分析
 - 50.2.3.1 不同软件下载工具三高用户性别构成比较分析
 - 50.2.3.2 不同软件下载工具三高用户年龄构成比较分析
 - 50.2.3.3 不同软件下载工具三高用户婚姻状况构成比较分析
 - 50.2.3.4 不同软件下载工具三高用户行业构成比较分析
 - 50.2.3.5 不同软件下载工具三高用户职业（位）构成比较分析
 - 50.2.3.6 不同软件下载工具三高用户地区构成比较分析
 - 50.2.3.7 不同软件下载工具三高用户网龄构成比较分析
 - 50.2.3.8 不同软件下载工具三高用户日均上网时间构成比较分析
- 50.2.4 软件下载工具高度相关领域交叉比较分析
 - 50.2.4.1 不同软件下载工具用户常用播客/视频分享网站构成比较分析
 - 50.2.4.2 不同软件下载工具用户常用视频点播/直播网站构成比较分析
 - 50.2.4.3 不同软件下载工具用户常用视频搜索网站构成比较分析
 - 50.2.4.4 不同软件下载工具用户常用音乐网站构成比较分析
 - 50.2.4.5 不同软件下载工具用户常用音乐/音频搜索网站构成比较分析
 - 50.2.4.6 不同软件下载工具用户常用信息科技网站构成比较分析
 - 50.2.4.7 不同软件下载工具用户常用网络安全服务构成比较分析
 - 50.2.4.8 不同软件下载工具用户对不同网站广告深刻程度构成比较分析
 - 50.2.4.9 不同软件下载工具用户常用软件下载网站构成比较分析
- 50.3 规模、格局与趋势
 - 50.3.1 市场规模及增长率
 - 50.3.2 竞争格局
 - 50.3.3 发展趋势
- 50.4 发展疑问与提示
 - 50.4.1 发展疑问
 - 50.4.2 发展提示
- 50.5 典型案例分析
 - 50.5.1 BRAND 案例
 - 50.5.2 INNOVATOR 案例