



洞察网络 Internet Insight

2011上半年 中国网络团购用户调查报告

DCCI

DCCI互联网数据中心

DCCI Data Center of China Internet

中国互联网监测研究权威机构&数据平台

目录 Content



1. 互联网用户整体团购接触程度



2. 国内主流团购网站用户使用与满意度



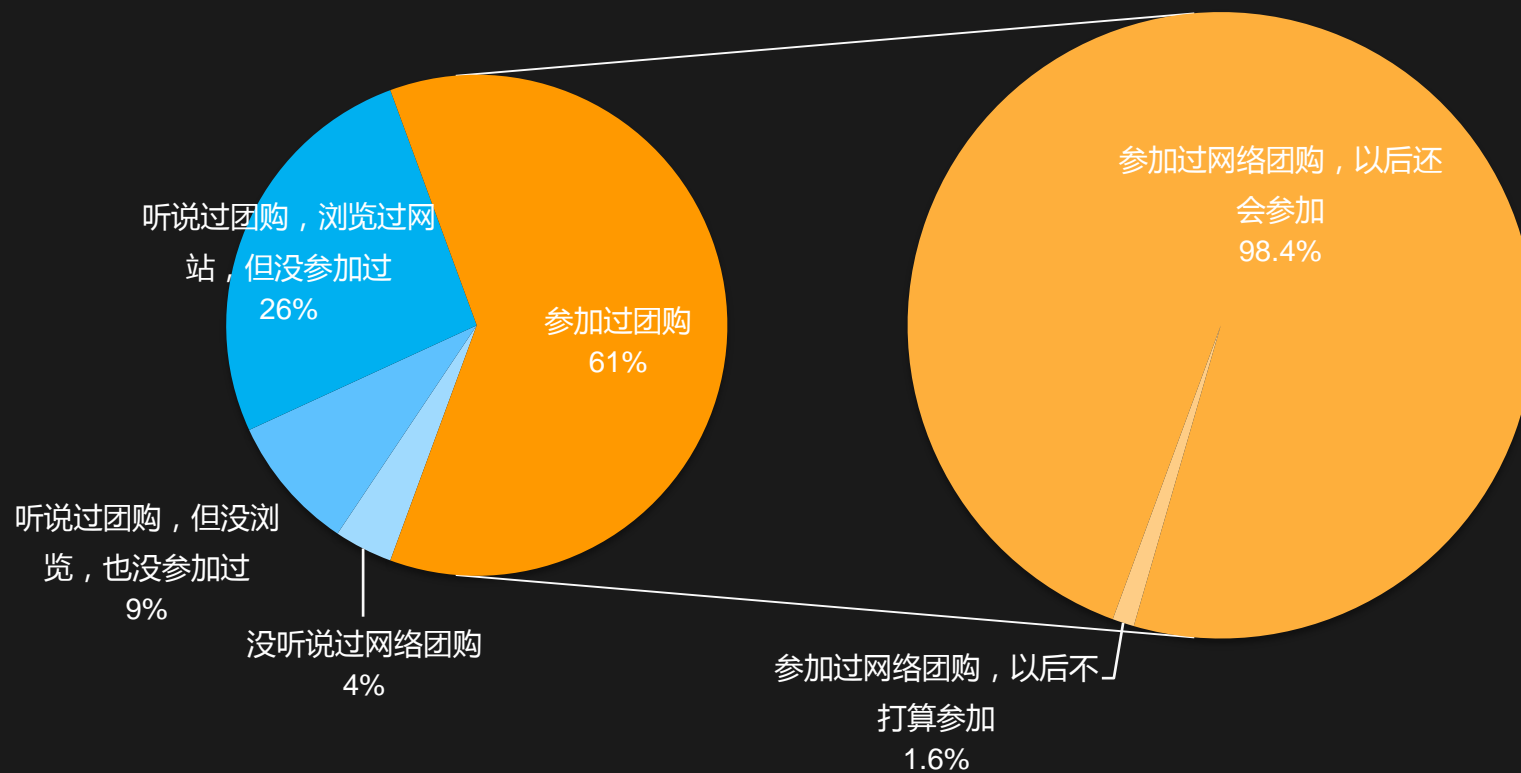
3. 团购用户购买与投诉影响因素



4. 团购网站品牌营销渠道分析

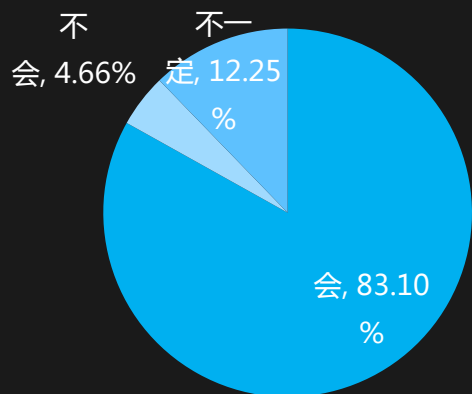
参与团购的用户比例过半且继续购买力强

不同团购程度的互联网用户比例

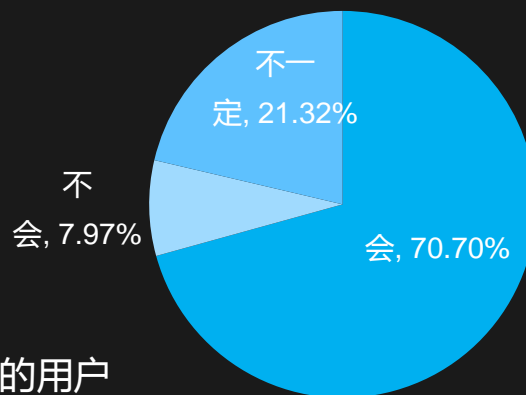


多数未参加团购的用户都愿意尝试团购

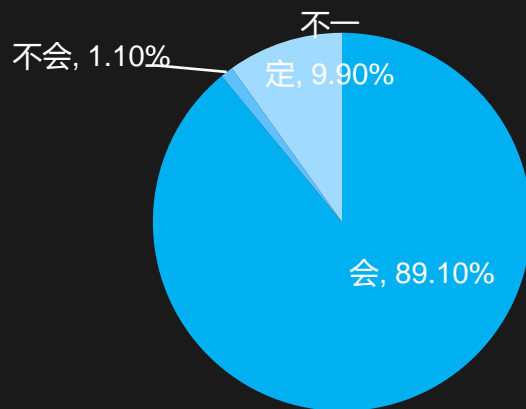
未听说团购的用户



只听说团购的用户



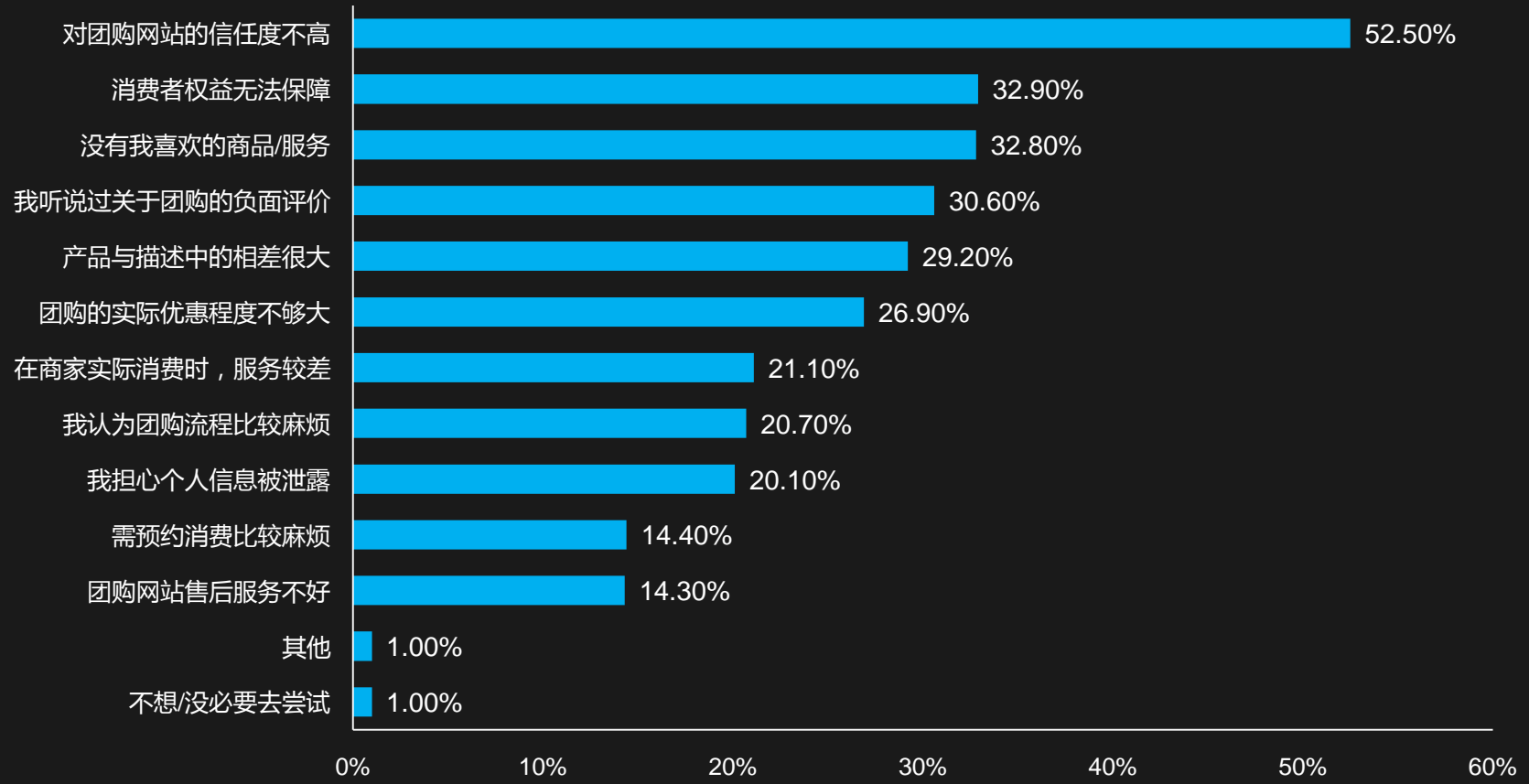
只浏览过团购网站的用户





对团购网站的信任度不高阻碍只浏览过团购网站用户尝试团购

只浏览过团购网站的用户不一定尝试团购的原因



目录 Content



1. 互联网用户整体团购接触程度



2. 国内主流团购网站用户使用与满意度



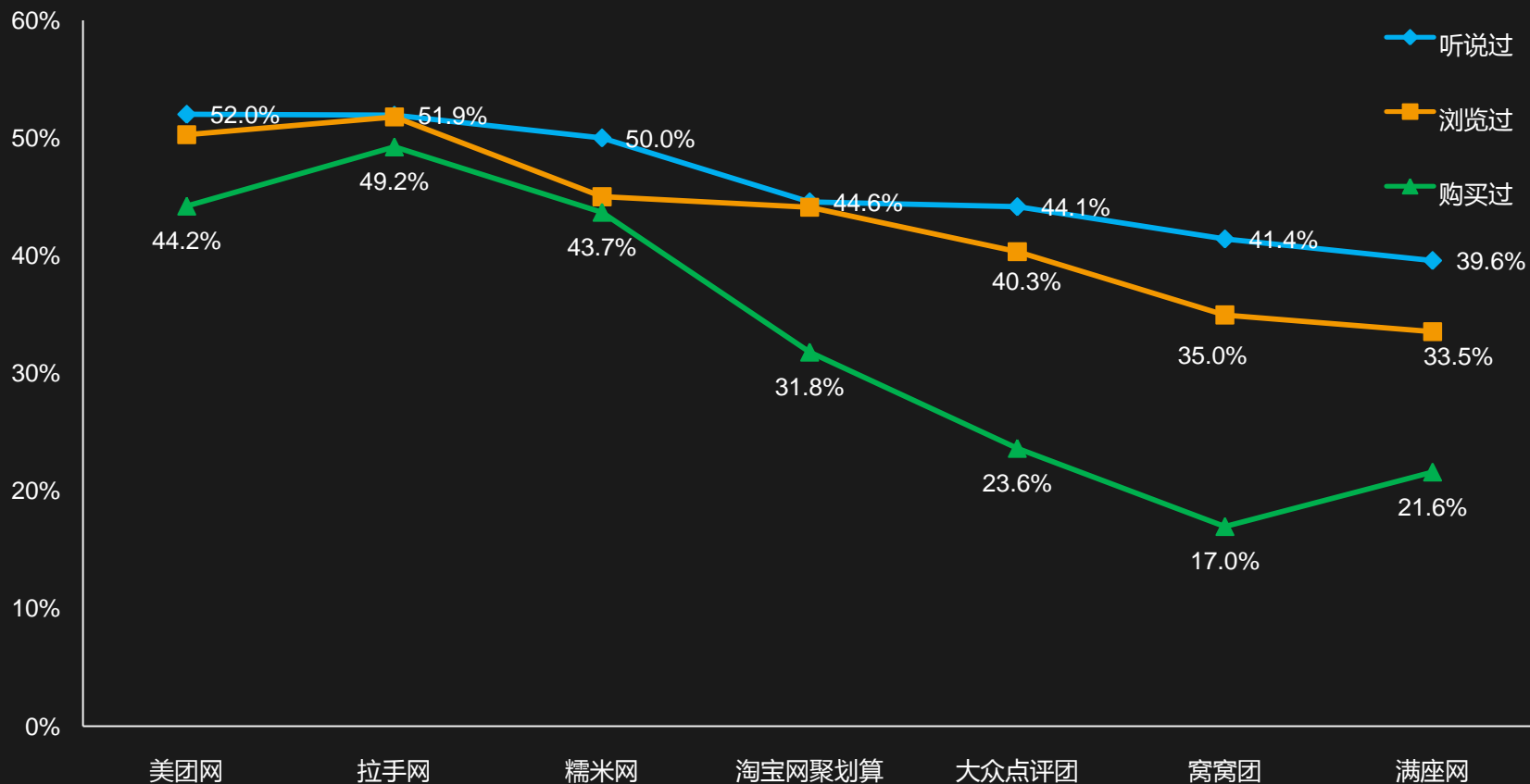
3. 团购用户购买与投诉影响因素



4. 团购网站品牌营销渠道分析

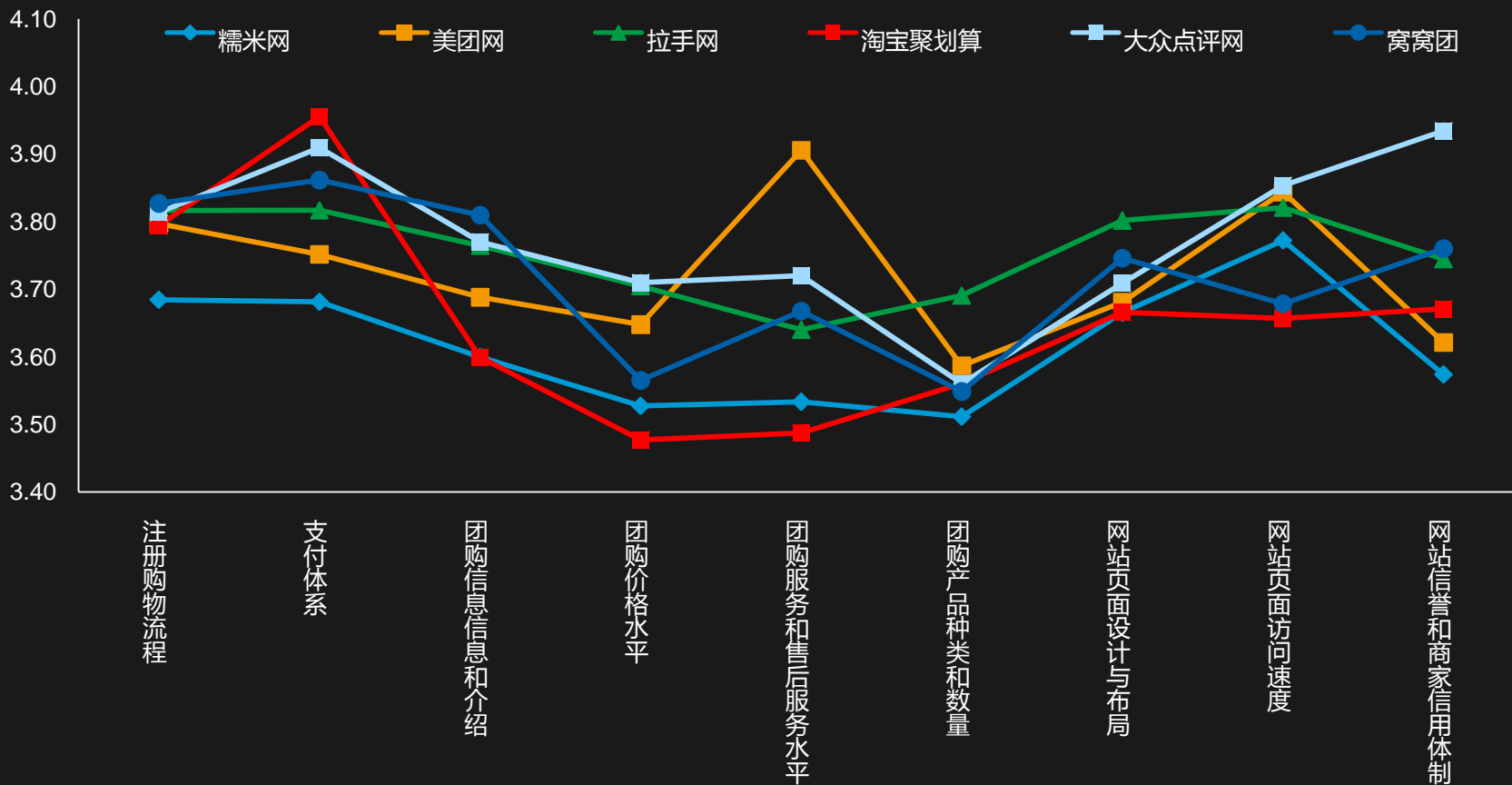
团购用户对主流网站听说、浏览、购买程度统计

团购用户对主流团购网站的接触程度



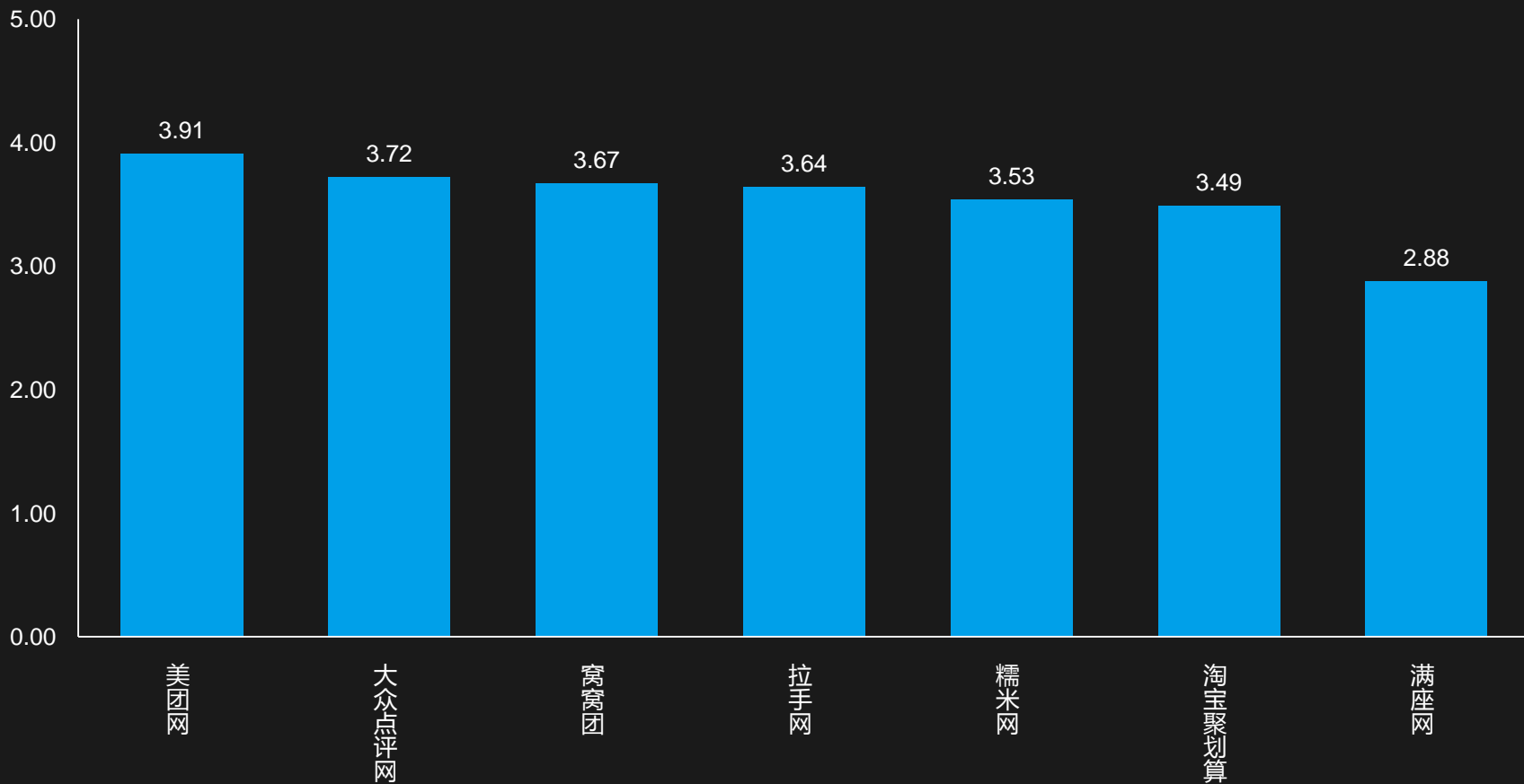
团购用户对主流团购网站细项满意度统计

参与过团购的用户对主流团购网站的满意度



网站团购服务和售后服务的表现成为影响用户选择的重要因素

主流团购网站团购服务和售后服务水平的用户满意度



目录 Content



1. 互联网用户整体团购接触程度



2. 国内主流团购网站用户使用与满意度



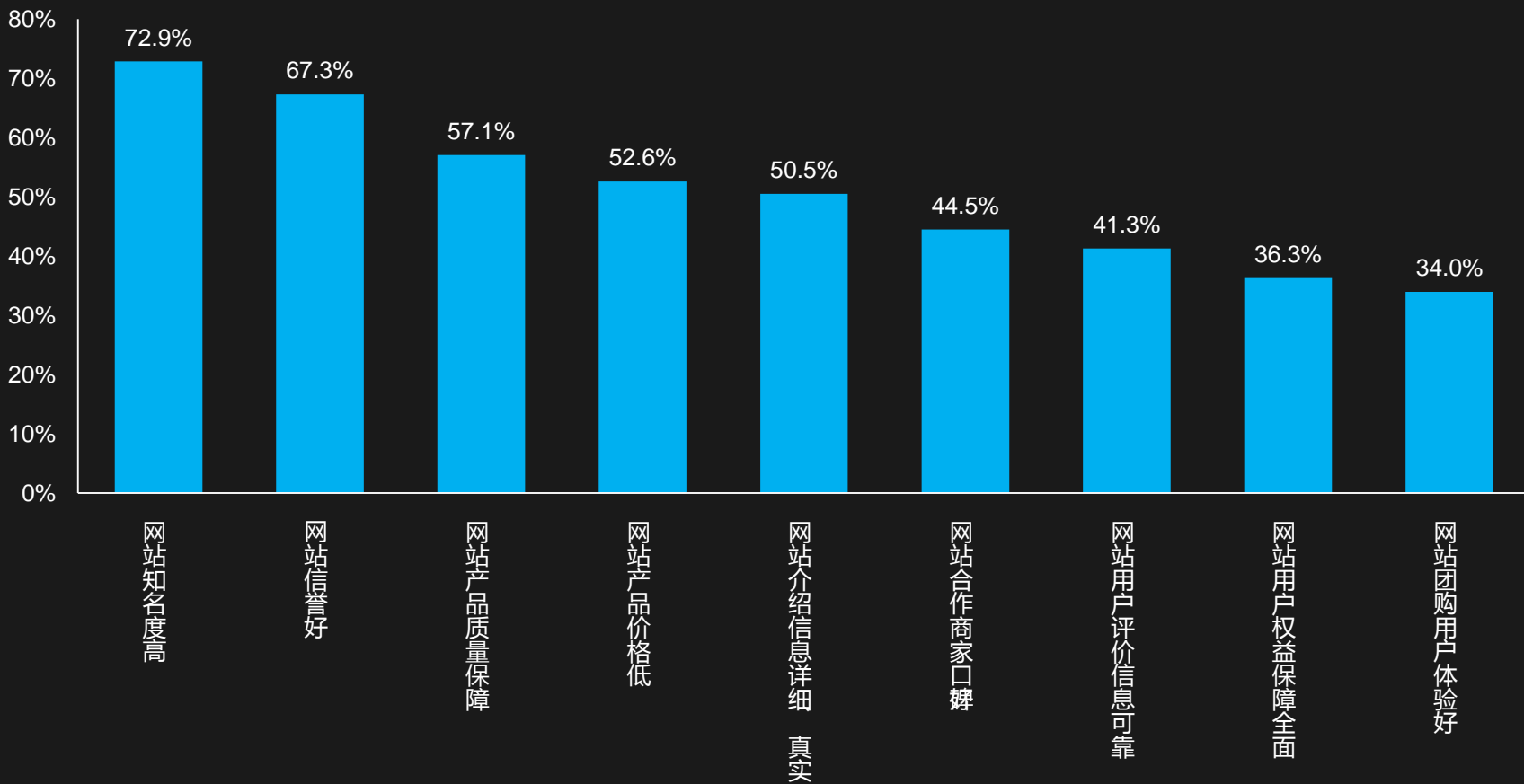
3. 团购用户购买与投诉影响因素



4. 团购网站品牌营销渠道分析

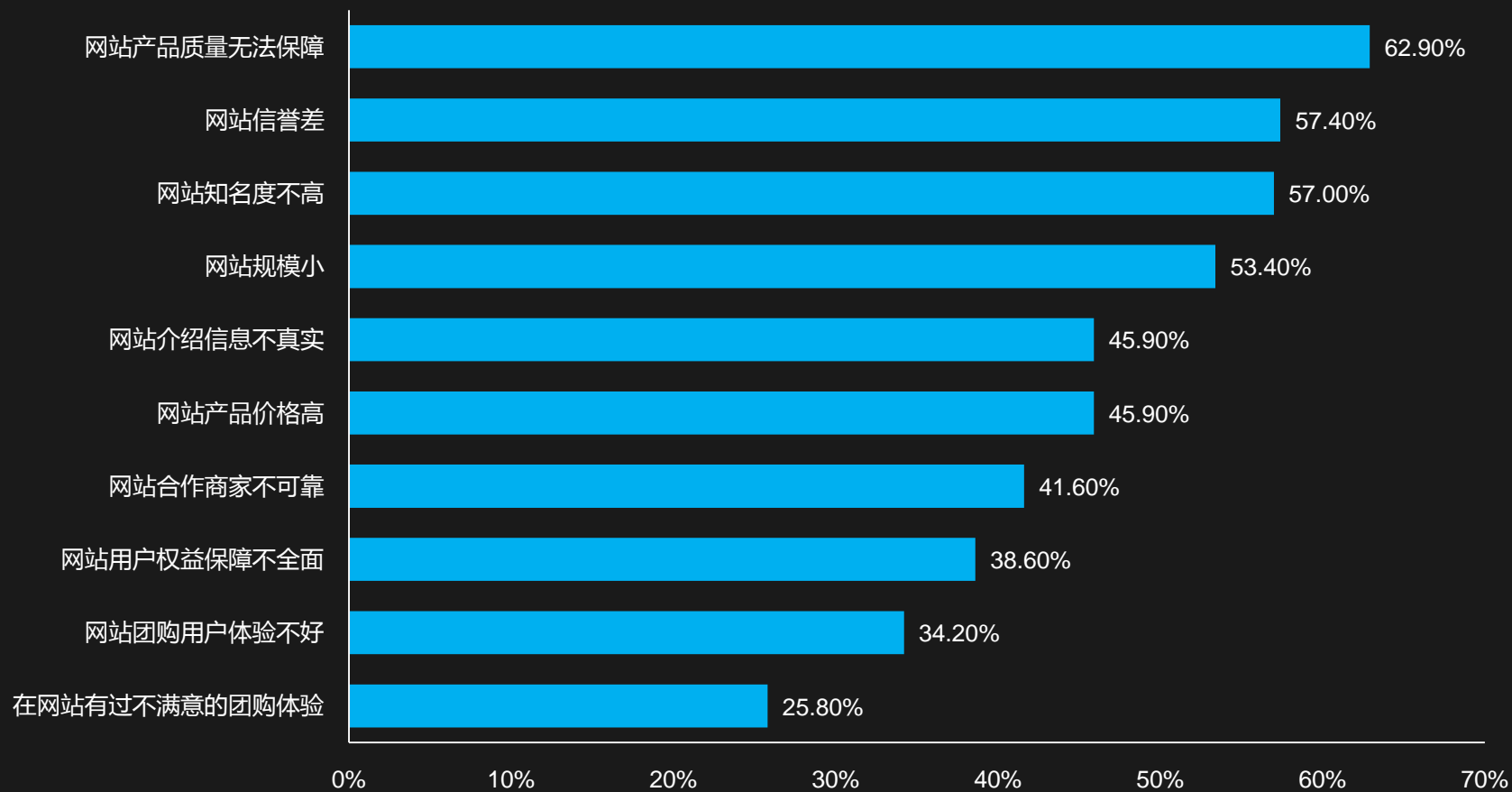
网站的知名度、信誉、产品质量是用户选择网站的主要原因

团购用户选择团购网站的原因



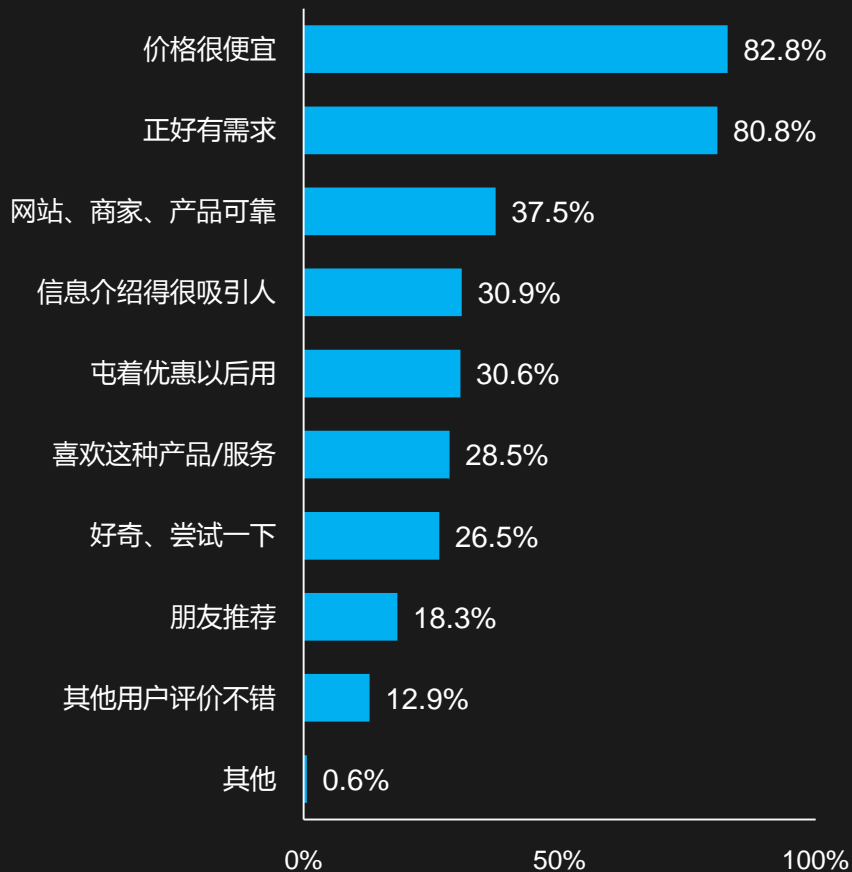
产品质量、网站知名度和信誉是影响用户选择团购网站的重要因素

团购用户不选择某个团购网站的原因

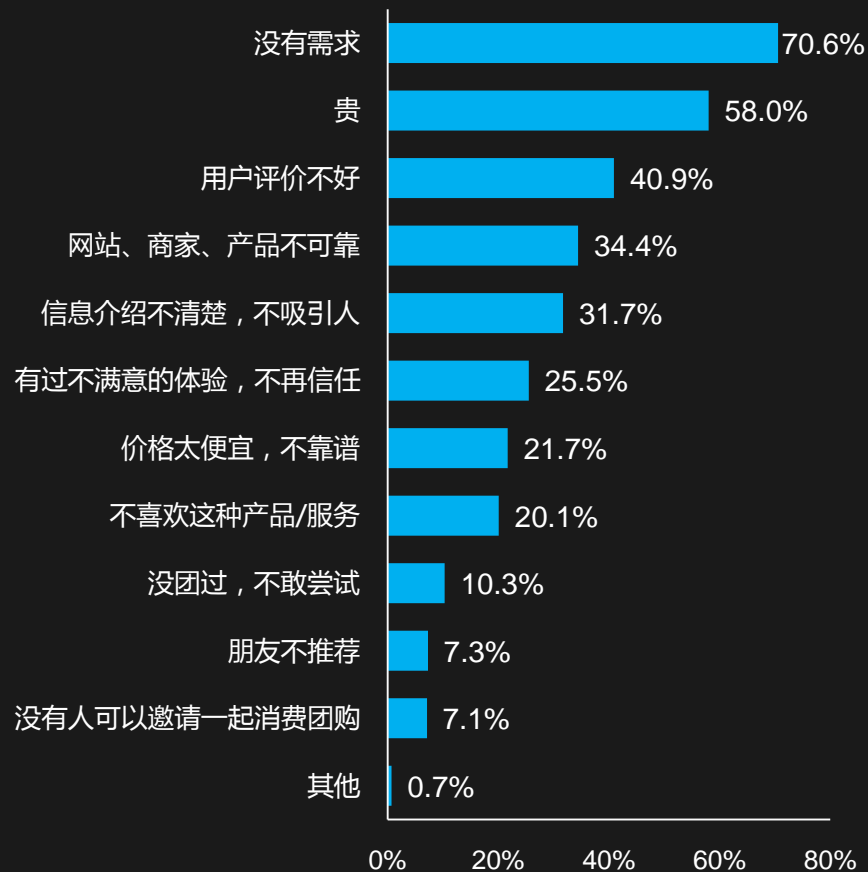


商品价格和用户需求是影响用户进行团购的最重要因素

用户选择团购产品的原因

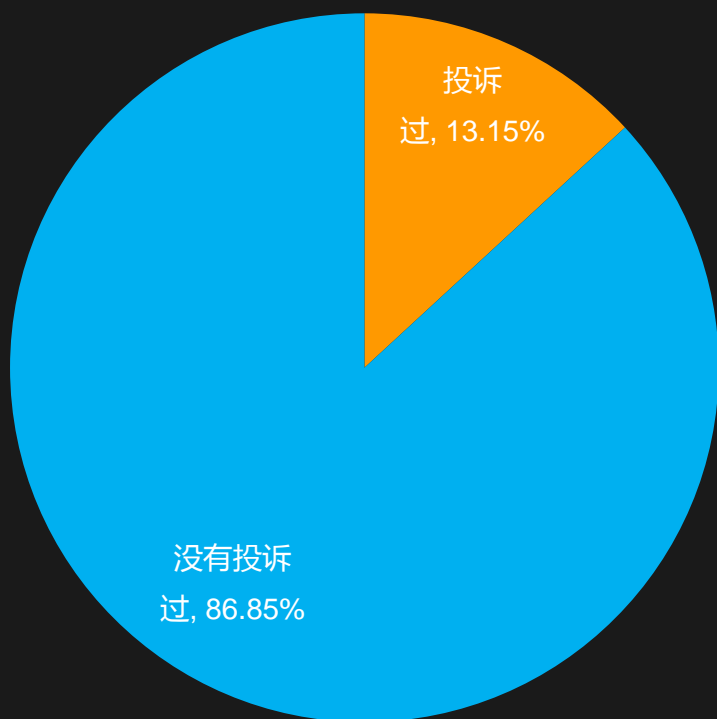


阻碍用户团购某产品的因素

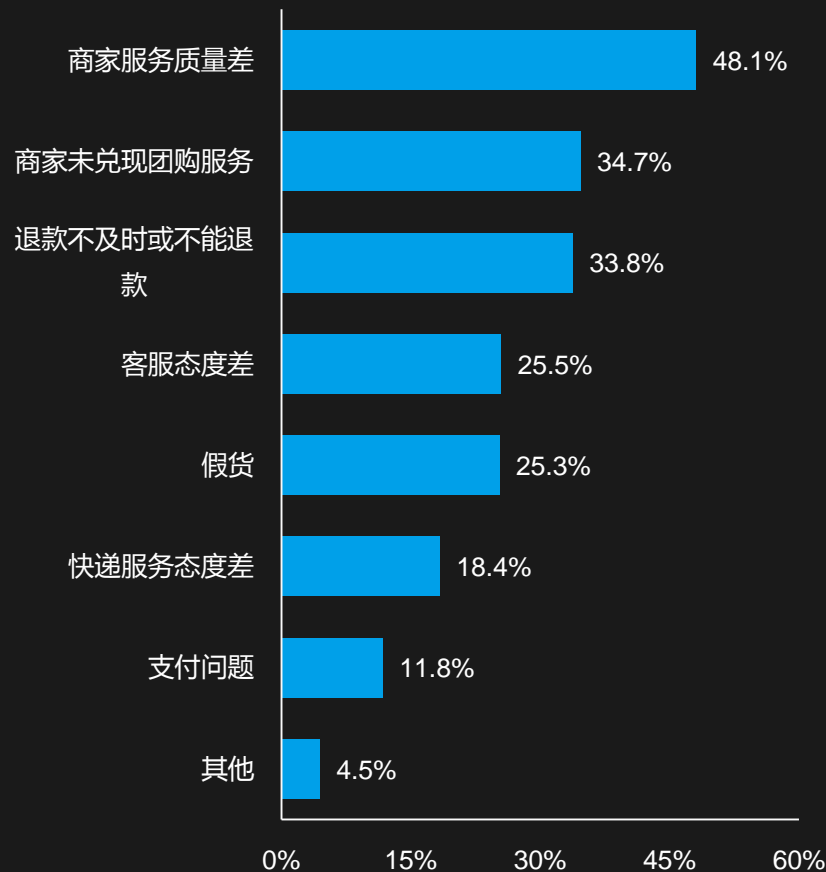


用户投诉比例较低，投诉原因主要是服务质量和态度差

团购用户中投诉过的比例统计



团购用户投诉的原因



目录 Content




1. 互联网用户整体团购接触程度



2. 国内主流团购网站用户使用与满意度



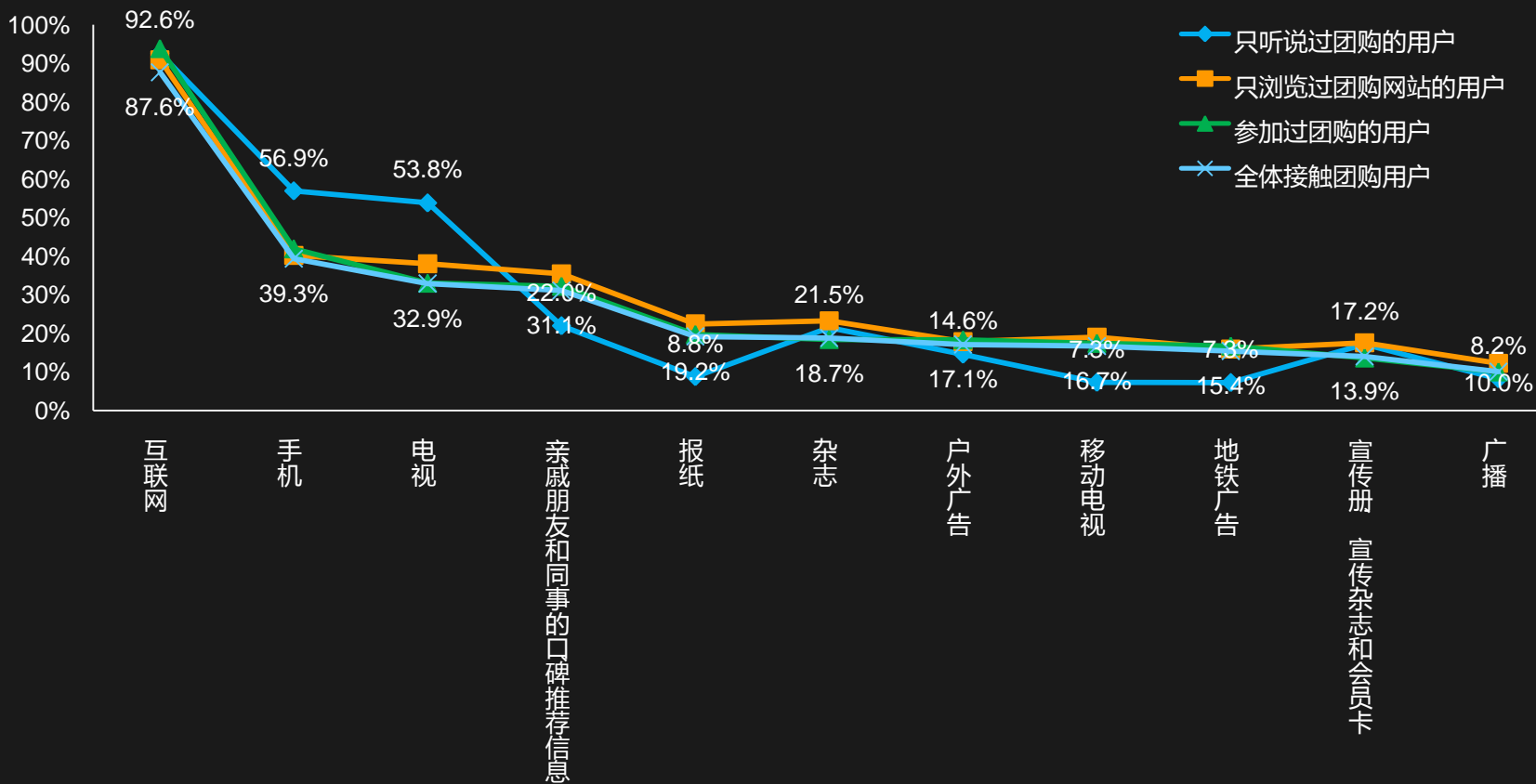
3. 团购用户购买与投诉影响因素



4. 团购网站品牌营销渠道分析

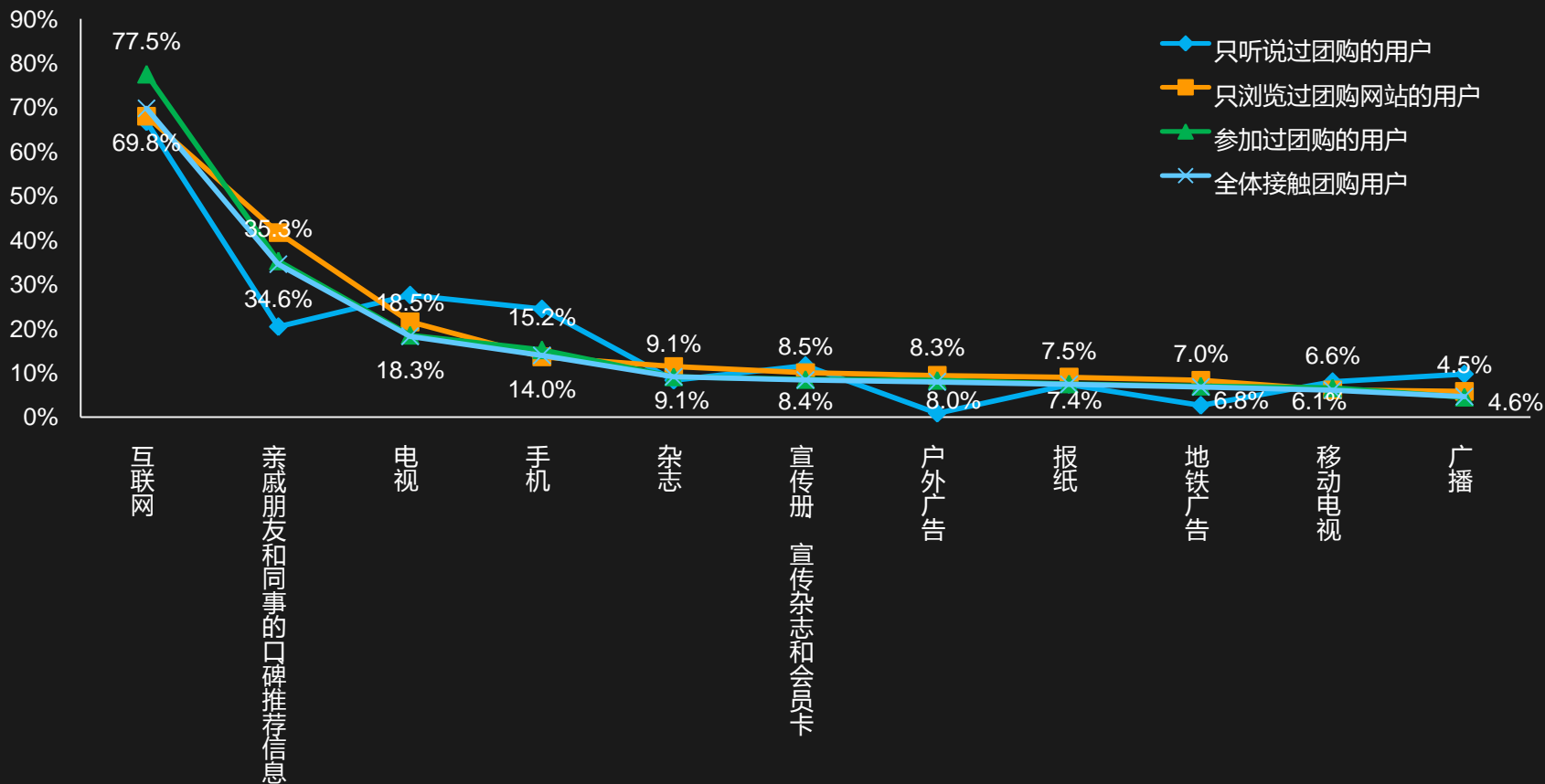
互联网、手机、电视成为三大用户接触媒介

不同用户经常接触的媒介类型



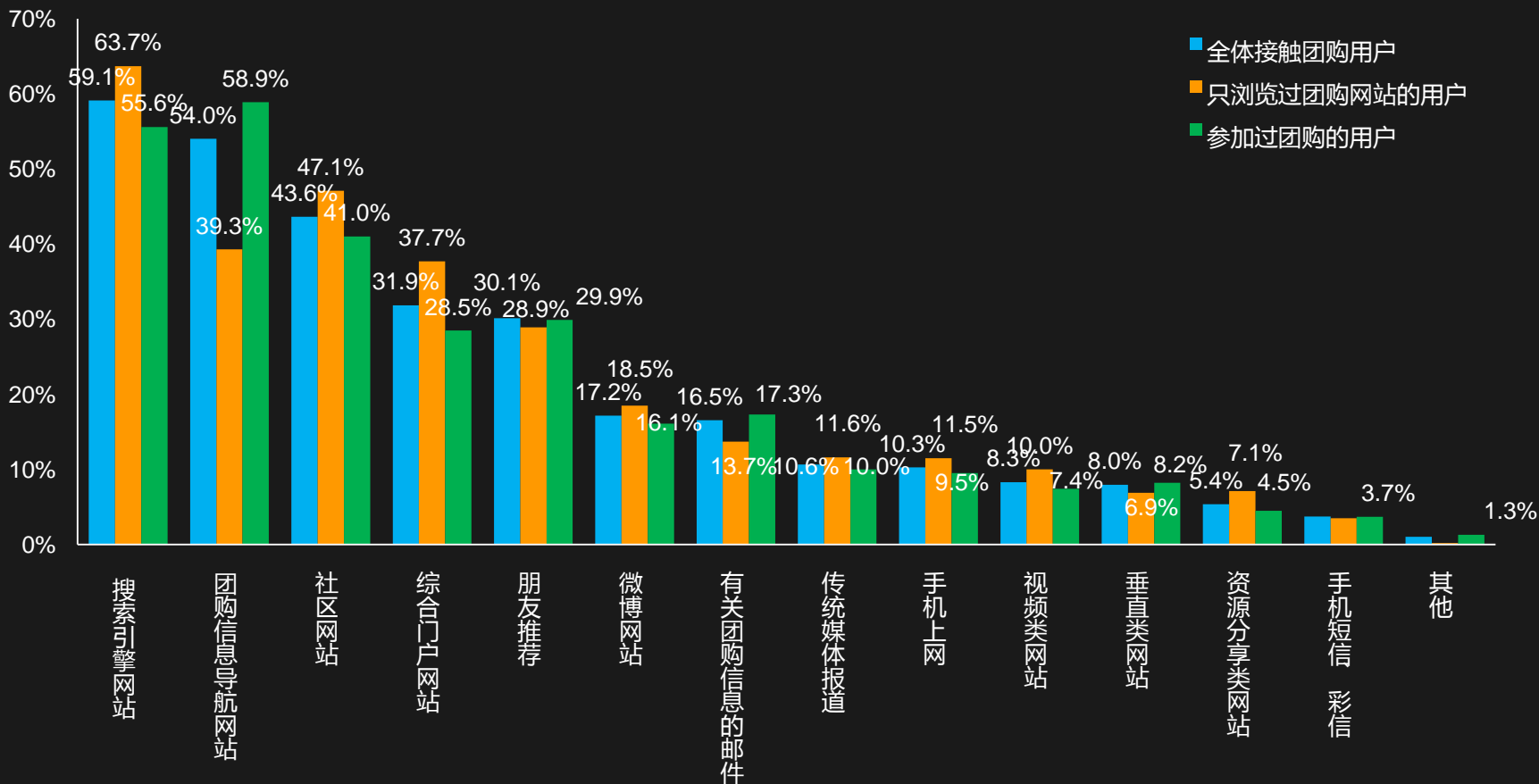
互联网与口碑均为影响用户购买行为的媒介

不同用户认为影响其购买行为的媒介类型



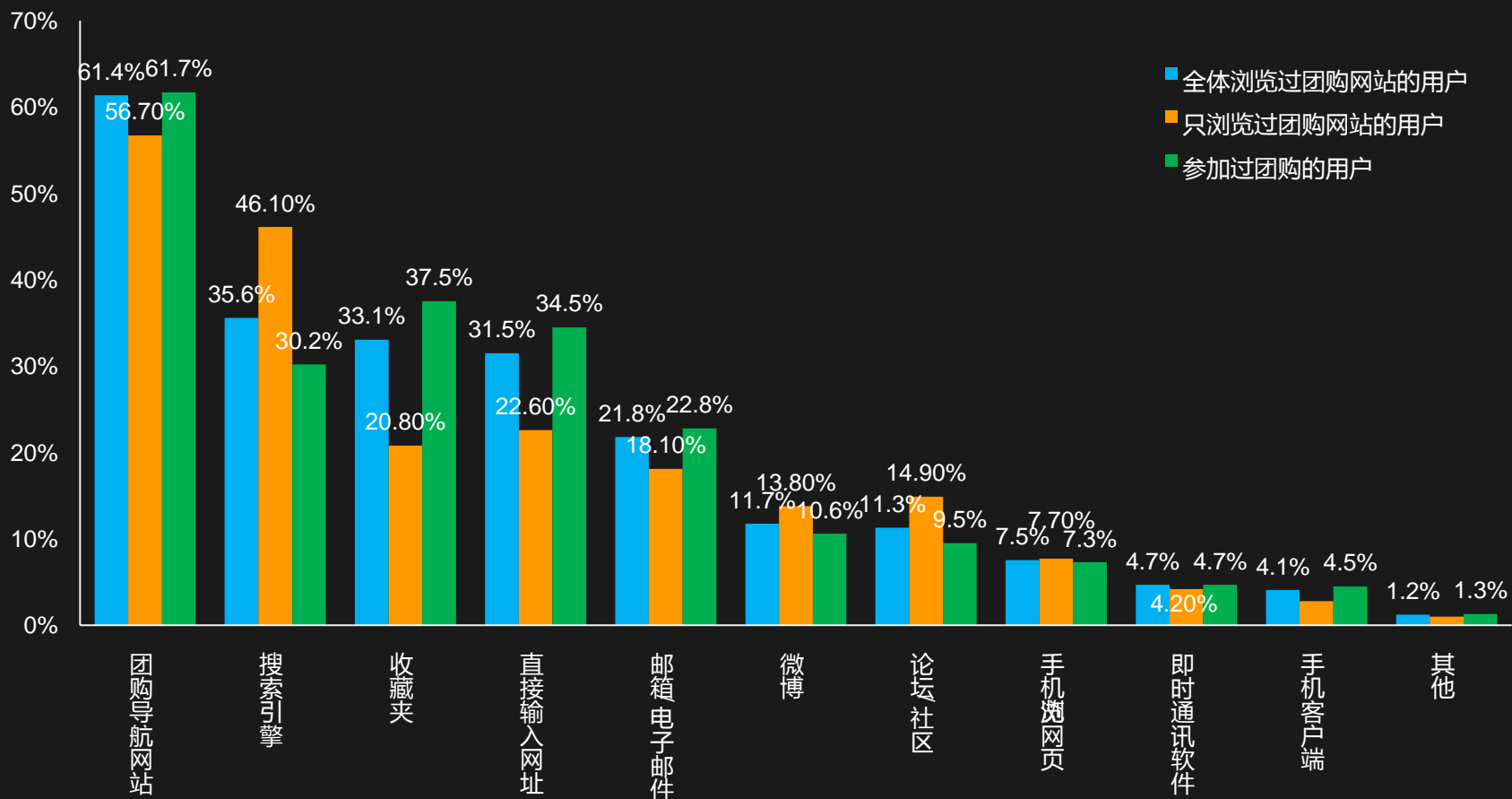
搜索引擎与团购导航成为用户了解团购信息的重要渠道

不同用户了解团购网站信息的渠道



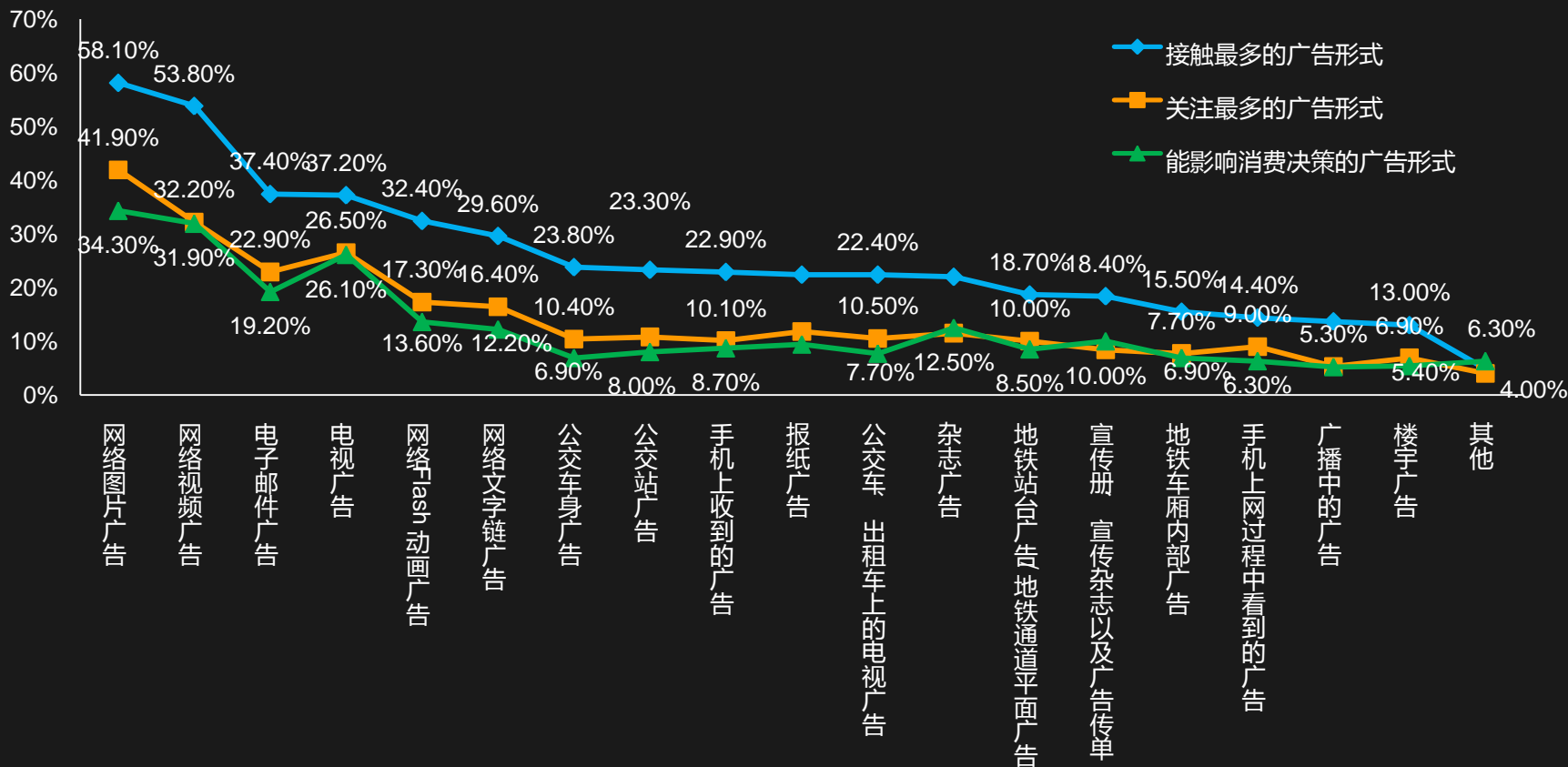
六成左右的用户通过团购导航网站进入团购网站

用户浏览团购网站的入口



网络图片广告对参与过团购的用户影响也比较大

参与过团购的用户对团购广告的接触情况





DCCI互联网数据中心（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，www.dcci.com.cn），中国互联网监测研究权威机构&数据平台，独立第三方，互联网、互动营销之测量、分析、优化服务提供者。以Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，进行网站、用户、广告、品牌的实时监测、动态测量。在测量数据基础之上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调研手段，为企业互联网和互动营销相关决策提供全面深入的数据测量、分析研究、决策优化、效能提升服务。

作为公共数据平台，DCCI互联网数据中心负责实施每年一度规模最大的中国互联网调查，实施中国互联网市场数据发布（年度、半年、季度、月度），定期向各方披露总体市场、细分领域的调查数据、监测研究成果。过去数年来得到国内外机构、媒体、企业的广泛引用，成为帮助有关各方优化决策的数据服务专家。依托调研软件的10余万客户端Panel样本，DCCI对中国市场网站媒介、受众消费、访问行为等长期进行连续监测；依托专业研究团队和业界专家团体，DCCI对中国互联网50多个细分领域相关企业长期进行连续性的跟踪研究。每年一度的《中国互联网调查年度报告》、《中国网络广告市场年度报告》、《中国网络媒介监测报告》、《中国互联网用户调查报告》、《中国市场品牌传播监测报告》等已经成为相关领域的核心市场报告。

DCCI互联网数据中心面向互联网企业、广告营销服务商、各行各业企业广告等3类对象，重点提供四个方面的监测研究服务和产品：

- 1.第三方测评服务：**Admeasure广告营销效果追踪监测与测评，Netmeasure网站媒介流量测评认证与分析。
- 2.监测研究数据产品：**Netmonitor网络监测数据中心，Nebrand品牌口碑监测系统，Netguide市场情报管理系统，Admonitor广告投放监测系统，Netuser用户调研社区，Netdata数据搜索引擎。
- 3.定制调查研究分析服务：**分为产业&市场、网站&媒体、用户&受众、广告&营销、品牌&产品等五个方面。
- 4.交流活动：**每年一度的Adworld互动营销世界，中国该领域最具规模和影响力的标志性年度交流盛典。

上述四个方面的产品和服务，帮助互联网企业完成重大决策、优化网站产品服务，帮助广告主和营销代理服务商洞察市场、优化媒介计划、评估广告效果、改善营销ROI、提升商务效能。



洞察网络 Internet Insight

DCCI

DCCI互联网数据中心

更多信息请访问DCCI官网：www.dcci.com.cn

微博：t.sina.com.cn/dcci

地址：北京市朝阳区东三环中路39号建外SOHO16号楼502室

Tel:0086-10-51281006 51281009

Fax:0086-10-59457008

Email：dcci@dcci.com.cn

Website：www.dcci.com.cn

Postcode：100020