



网分析 使用指导手册

本手册专门针对网分析（www.wangfenxi.com）用户编辑使用。
任何单位或个人未经许可，不得擅自用作其他用途，否则将被视为侵权行为受到法律追究。



最新修订日期：2008.11.12




实时网站流量统计与分析 - 网分析使用指导手册

www.wangfenxi.com | 2008 Amazingsoft All Right Reserved

目录

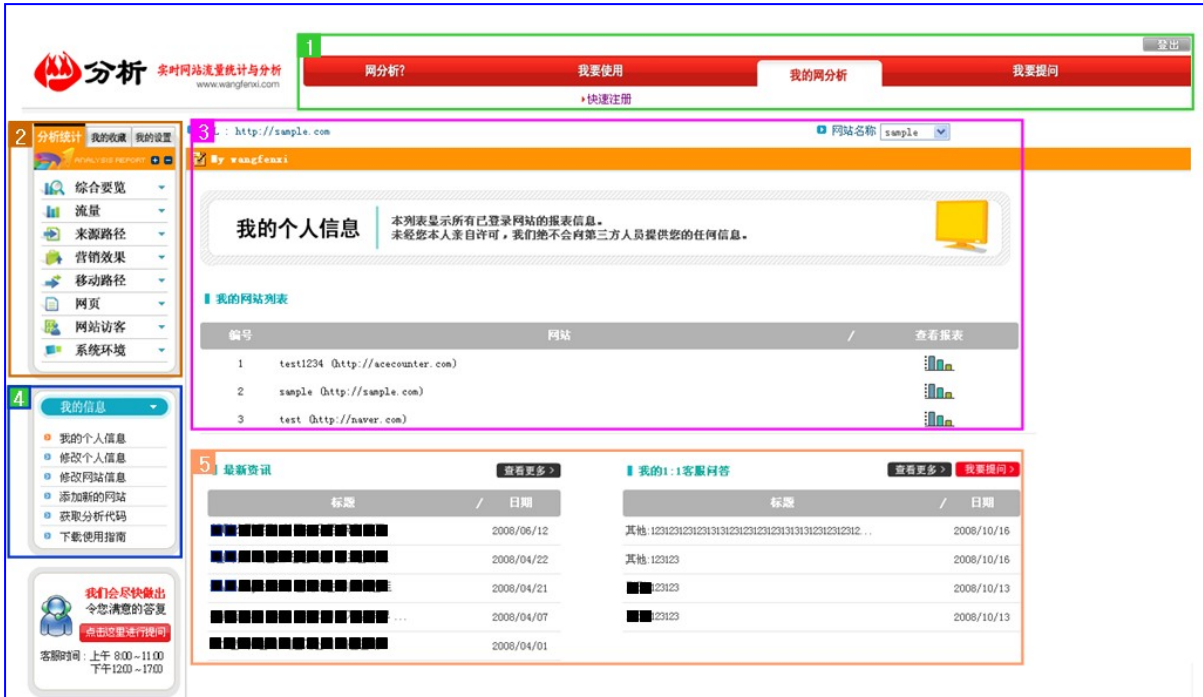
I. 统计界面简介	
服务公告	3
要览页面	4
统计页面	5
II. 网分析统计介绍	
主要统计分析要览	8
流量要览	9
页面访问量	
访问总数	
回访次数	
独立访客数	
初访次数	
来源路径要览	18
搜索引擎详细信息	
关键词详细信息	
流量来源	
来源站点	
来源站点域名详情	
来源页面URL	
网络邮件	
BBS/博客	
来源域名类型	
来源域名所属国家	
营销效果要览	28
网络推广活动	
关键词广告	
CPC关键词广告媒体	
CPC关键词广告IP 	
横幅广告	
移动路径要览 	38
访客最常移动的路径	
版块间移动路径	

路径深度	
网页要览.....	42
人气访问页面	
人气访问目录	
页面刷新次数	
入口页 	
离开页 	
版块页面访问量 	
出错页面 	
访客统计要览.....	51
最近访客	
访问次数分布 	
回访访客情况 	
访客来源地区	
访客来源公司/机关	
访客使用语言	
时区	
网络服务供应商	
系统环境要览	59
浏览器	
操作系统	
CPU	
显示器分辨率	
屏幕颜色	
Cookie使用情况	
Javascript的使用情况	

 : 最近新升级过的统计项目。

I. 统计界面介绍

1.1 默认报表首页



1. 网分析网站导航 :	显示 www.wangfenxi.com 内的菜单名称，点击可移动到相关网页。
2. 	在该模块内您可选择统计分析项目 只要您点击菜单名称(“流量”，“来源路径”，“访客”等等)，就会显示相关统计项目( : 浏览所有统计项目  : 隐藏所有统计项目)
3. 	使用各统计页面(右上角)的  我的收藏  搜索引擎详细信息   可以添加、删除或显示统计报表。
4. 	显示为某些报表提供的附加设置项目。 详情请参阅“我的设置”中的帮助。
3. 我的网站列表	显示用户网站URL，点击“查看报表”图标可进入该网站的报表画面。
4. 我的信息	可修改用户信息及下载分析代码。
5. 最新资讯及1:1客服问答	显示与服务内容相关的最新资讯、您提出的问题以及我们的答复。

I. 统计界面介绍

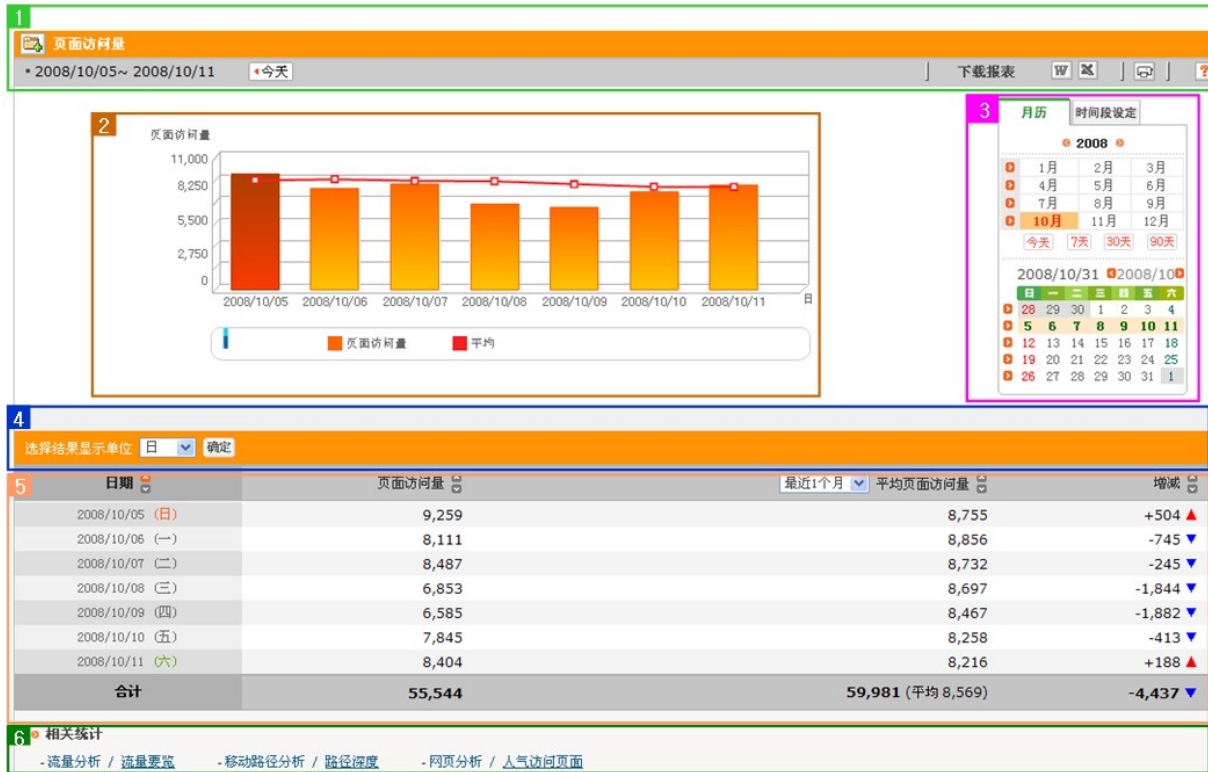
1.2 综合要览



1. 显示统计时间段	显示当前统计项目标题，以及统计基准日期与统计时间段。
2. 图像显示区域	显示相关统计数据的图像，网分析主要使用饼图和柱形图来显示周/月间统计数据（在移动路径统计中显示数据，不显示图像）。
3. 设置基准日	 <p>请单击日历选择基准日后，再设置您希望看到数据的星期数。</p>
4. 数据显示区域	显示各统计结果排名的前3-5位。若未设置或没有统计结果，则显示“无相关数据”。

I. 统计界面介绍

1.3 统计报表 - 页面访问量



1. 显示时间段	显示当前统计要览标题，以及您选定的统计报表时间段。
获取该报表	单击   图标后，您可下载所需要的统计时间段内的统计报表。  打印页面：您也可以打印当前显示的统计页面。
	在使用网分析时，点击此“帮助”按钮，会弹出一个窗口显示各种供您参考的帮助方式。
2. 图像显示区域	显示相关统计数据的图像，网分析使用饼图和柱形图来显示指定时间段的统计数据。
3. 月历/时间段设置	 <p>该截图展示了网分析中的月历和日期选择功能。左侧是2008年的月历，10月被选中。右侧是日期选择窗口，显示了从2008/10/05到2008/10/11的日期范围，并提供了“今天”、“7天”、“30天”、“90天”等快捷选项。下方还显示了具体的日期选择表格，其中10月10日和11日被选中。</p>
4. 选项	提供统计内容或时间段搜索并显示相应统计的结果。
5. 数据区域	显示数据的区域。单击某统计项右侧的+/-键后，统计结果将以被选项目为基准重新排序（升序/降序）。 没有统计数据时，则显示“无相关数据”。
6. 相关统计	该区域可让您方便地移动到与当前统计报表相关的其他统计页面上去。

II. 网分析的统计分析详解

2.1 综合要览

显示所有主要统计数据的主要览。

这样，您可迅速把握主要统计结果。该统计页面是您网站运营管理的重要参考内容。

通过参阅该页面，您能够对流量动向、来源情况、网络营销效果和网站内容优劣有一个全面了解。

■ 流量现况

▶ 日均/周均页面访问量	从基准日算起的(1周/4周)时间段内，页面访问量的平均值。
▶ 日均/周均访客数	从基准日算起的(1周/4周)时间段内，访客数的平均值。
▶ 主要访问地区	显示指定时间段内拥有最多访客的若干省市。 [访客统计 > 各地区访客]
▶ 主要访问公司/机关	显示指定时间段内拥有最多访客的公司/机关。 [访客统计 > 公司/机关访客]

■ 主要来源路径

▶ 搜索引擎	[来源路径统计 > 搜索引擎详细信息] => 显示排名前3位的搜索引擎
▶ 关键词	[来源路径统计 > 关键词详细信息] => 显示排名前3位的关键词
▶ 来源站点域名	[来源路径统计 > 来源URL详细信息] 显示除去地址栏输入、收藏夹导出、关键词广告链接和横幅广告链接之外的外部来源站点域名数据。

■ 主要网络营销效果

▶ 人气搜索广告种类	[营销成果分析 > 搜索关键词广告] => 排名前3位广告渠道 (例: 百度/google/雅虎等)
▶ 人气搜索关键词	[营销成果分析 > 搜索关键词广告] => 排名前3位的广告关键词
▶ 转化次数较多的关键词	[营销成果分析 > 搜索关键词广告] => 转化次数排名前3位的关键词

■ 主要内容情况

▶ 日均路径深度	平均每位访客浏览的网页数 => 页面访问量 / 访问总数
▶ 日访问次数最多的路径深度	[移动路径统计 > 访问路径深度] => 访客分布最密集的范围
▶ 人气访问页面	[网页统计 > 人气访问页面] => 排名前3位的网页
▶ 访客经常访问的版块	[网页统计 > 各版块页面访问量] => 排名前3位的版块 高级设置 > 必须先对您网站内的版块进行定义。
▶ 主要入口页	[网页统计 > 入口页] => 排名前3位的入口页

2.2 流量要览

流量统计是指对访问您网站的访客访问情况做的统计。统计结果中包含了所有最重要的相关数据，制成报表的形式供您参考。

说明

- 通过选定基准日和周数，您可以看到1周或4周内的具体情况。
- 数据均以图像和表格形式显示。
- 流量要览报表中主要包括以下几项内容。

▶ 日（周）均页面访问量	从基准日算起的(1周/4周)时间段内，页面访问量的平均值。 选择1周将显示日均值，选择4周则将显示每周平均值。
▶ 日（周）均访客数	从基准日算起的(1周/4周)时间段内，访客的平均值。 选择1周将显示日均值，选择4周则将显示每周平均值。
▶ 单日页面访问量	显示指定日当天的页面访问量。
▶ 单日访问次数	显示指定日当天的访问次数。
<p>▶ 页面访问量和访问次数，每次访问时页面平均访问量</p> <p>: 时间上可选择从基准日算起的1周或4周。选择1周将显示包括基准日在内的日均值，选择4周则将显示包括基准日在内的每周平均值。</p>	

■ 流量走势 - 最近3个月

▶ 页面访问量、访问次数的最多日和最少日统计	为您显示最近3个月内，页面访问量和访问次数的最多日和最少日是哪一天。
-------------------------------	------------------------------------

小贴士

- 基准日的正确设置很重要。通过改变不同的基准日期，对于网络广告投放前后的页面访问量和访问次数，您可获得一个非常直观的比较。这对于您正确把握和调整市场营销战略将起到非常重要的作用。

2.2.1 页面访问量

统计所有访客的页面访问量(page view: 访客浏览的页面总数)。

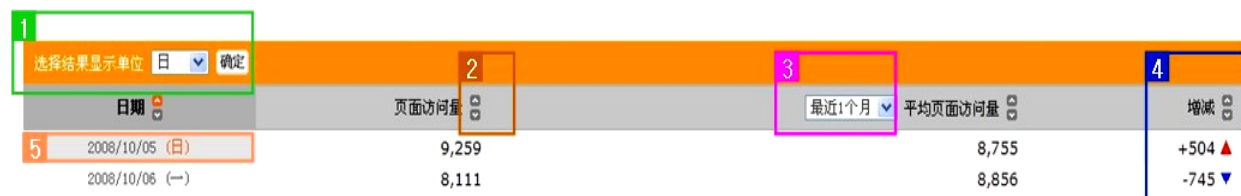
例如, 一名访客按照 [主页 > 常见问题页 > 公司介绍页] 顺序浏览了您网站的话, 发生的页面访问量即为 3 (页)。也就是说, 访客访问一个网站时打开过的网页数之和就是页面访问量。

▶ 图像



- 页面访问量的数据结果以柱形图显示, 指定时间段的均值则以折线显示。其中, 数值最高的页面访问量以显著颜色标出。把鼠标移至某时间段的橙色柱形图部分, 会立即向您显示该时间段的页面访问量数值。

▶ **自定义** => 以下自定义项在**流量统计**中重复多次出现, 故只在此加以介绍, 请您谅解。



1. 数据显示单位

- 在您选定的时间段内, 您可再选择以小时、日、周、月或季度为单位进行统计。
- 若您想选择该数据显示单位内的时间单位, 那么您最多只能选定 10 天作为您的统计时间段。

2. **排序**: 单击数据显示区域内显示的项目名(如“页面访问”)右边的上下翻动按钮, 您可对当前数据进行重新排序。

3. **平均**: 选择时间段(最近 1 个月/3 个月/1 周/3 周)后, 显示该时间段内的平均值。

4. **增减**: 通过当前时间单位内的数值(例如上面的“6493”)与平均值(例如上面的“8556”)相减, 会显示比该均值“增加”▲了或是“减少”▼了多少。

5. 点击左边的日期, 会立即显示该日期下的具体时间分布。

例 点击“2008/1 季度” → 2008/01 月, 2008/02 月, 2008/03 月 → 您可查询该季度内的每月数据

点击“2008/01月” → 2008/01/01（周二） ~ 2008/01/31（周四） ⇒ 您可查询该月内的每日数据

点击“2008/第4周” → 2008/01/20（周日） ~ 2008/01/26（周六） ⇒ 您可查询该周内的每月数据

点击“2008/01/10（周四）” → 2008/01/10 00点 ~ 2008/01/10 23点 ⇒ 您可查询该日内的每小时数据

▶ 小贴士

- 页面访问量的统计价值在于能够体现出访客的流量动向和走势，所以您可把访问次数与之进行比较。比较结果若页面访问量高于访问次数，则说明您的网站设计合理，内容足够吸引人，大多数访客在您网站停留时间都较长。若贵网站为购物网站，则说明您网站内有一定数量的人气商品吸引着访客，您的销售额应该会与页面访问量成正比。
- 页面访问量剧减或显示无相关数据的话，说明您的网站在重新规划或修改时，先前嵌入的统计代码已被删除。

▶ 数据收集与统计标准

- 若您希望您网站的页面访问量都被统计到，则需要您在您网站的所有网页内嵌入统计代码。
若您仅在您网站的主页（首页）或部分网页内嵌入了统计代码，则只有这些网页的访问次数数据被收集，与访客实际发生的页面访问量会存在一定差距。因此，为了得到更精确的统计结果，我们建议您在您网站的所有网页内嵌入统计代码。
- 访问您网站时，访客刷新网页的次数也被计入页面访问量。当然，网分析也单独列出了访客刷新网页的次数，您可参阅 [网页统计 > 页面刷新次数]。
- 按照国际标准，网分析以收集到的被浏览页面的数量为依据来计算页面访问量，所以，访客访问您网站时遇到重新导向（redirection，也就是 A 页面自动跳转到 B 页面）时，页面访问数也计为 2，n 次跳转则页面访问量也计为 n。

▶ 相关统计

- 流量统计 / 流量要览
- 移动路径统计 / 访问路径深度
- 网页统计 / 人气访问页面
- 网页统计 / 入口页

2.2.2 访问次数

统计网站访问次数。由于访问总数中包括了回访，故同一访客一天内访问多次，也都将被计入访问次数。换句话说，访问总数把在一个标准统计时间段内的初访和回访都算在内。您也可单独看到这两种访问形式的相关数据。

▣ 图像

- 访问总数的数据结果以柱型图显示，指定时间段的均值则以折线显示。其中，数值最高的访问总数以显著颜色标出。把鼠标移至某时间段的橙色柱形图部分，会立即向您显示该时间段的访问次数值。
- 单击凡例（如下）中的“初访”或“回访”，会显示相关数据的图像。



▣ 自定义项 => 与页面访问量的自定义项相同。

- 在您选定时间段内，您可选择按照哪种时间单位（小时，日，周，月，季度）显示相应的访问总数、初访、回访、平均值和增减值。

▣ 小贴士

- 对于网站访客流量情况的统计价值在于能够体现出访客的流量动向和走势，所以您可将页面访问量与之进行比较。比较结果若页面访问量越高，则说明您的网站设计合理，内容足够吸引人，大多数访客在您网站停留时间都较长。
- 网分析把访问总数还分成了初访和回访两个数据显示，方便您比较不同种类的访客情况。
- 有了网分析，您可以方便地查询到每小时、每天、每周、每月及每一季度的数据，还可以通过数据图表清楚、快速地把流量和访客相对集中的时间段。

▣ 数据收集与统计标准

- 若您希望您网站的页面访问量都被统计到，则需要您在您网站的所有网页内嵌入统计代码。

若您仅在您网站的主页（首页）或部分网页内嵌入了统计代码，则只有这些网页的访问次数数据被收集，与访客实际发生的页面访问量会存在一定差距。因此，为了得到更精确的统计结果，我们建议您在您网站的所有网页内嵌入统计代码。

- 访问您网站时，访客刷新网页的次数也被计入页面访问量。当然，网分析也单独列出了访客刷新网页的次数，您可参阅 [网页统计 > 页面刷新次数]。

访问次数是按照**标准统计时间段 (Session, 也被称为“时域”)**内的访客访问次数来测定的。只要访客在访问您网站某一页（无论是不是您网站的首页）和接着打开后一页之间的时间间隔在 30 分钟以内，我们就把该次访问视作一次访问。反之，两页之间的浏览间隔超过 30 分钟，则视作发生了两次访问。标准统计时间段（也就是 30 分钟）是按照国际惯例制定的时间标准，在 30 分钟规定内发生的若干个连续网页的访问都被视作一次访问来统计。

- 访问总数和独立访客数 (Unique Visitors) 是两个不同的概念。同一名访客访问您网站 n 次，则访问次数计作 n，

独立访客数仍为1。初访是指之前没有访问记录（即未装Cookie）的首次访问。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 流量统计 / 独立访问次数
- 访客统计 / 最近访客

2.2.3 回访次数

对于您网站的回访次数进行的统计。回访是指之前至少访问过您网站一次的访问。用回访次数去除以访问总数，可得出您网站的再访问率。

▣ 图像

- 回访次数的统计结果以柱型图显示，指定时间段的均值则以折线显示。其中，数值最高的回访次数以显著颜色标出。把鼠标移至某时间段的橙色柱形图部分，会立即向您显示该时间段的回访次数值。
- 单击凡例中的“初访”或“回访”，会显示相关数据的图像。

▣ 自定义项 => 与页面访问量的自定义项相同。

- 在您选定时间段内，您可选择按照哪种时间单位（小时，日，周，月，季度）显示相应的访问总数、回访次数、回访率、平均值和增减值。

- $\text{回访率}(\%) = \text{回访} / \text{访问总数} * 100\%$

▣ 小贴士

- 一般来说，再次访客总是比初次访客忠诚度高一些，所以再次访客数值越大，说明您网站的地位或销售额提升得越高。
- **回访次数增长原因**：在您网站中，拥有吸引访客回头再看的内容，或者您使用了正确的宣传方式吸引访客回访（如Newsletter、促销活动广告等）。
- **回访次数减少原因**：访问您网站时，访客等待网页打开的时间太长；在您网站中，缺乏足够吸引访客回头再看的内容；或者由于网站设计原因，访客在您网站里很难找到他们想要的内容…等等都可能成为回访次数减少原因。

▣ 数据收集与统计标准

- 回访是指在所有访问中，通过Cookie有访问记录的回访。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 流量统计 / 独立访问次数
- 访客统计 / 最近访客

2.2.4 独立访问次数

对包含在访问总数中的独立访问次数进行的统计。网分析能提供 1 小时基准、1 天基准及 1 个月基准的独立访问次数。在该基准时间段内，若同一 IP 地址的访客访问了您网站 n 次，则访问总数计为 n，而独立访问次数仅为 1。各基准时间段（1 小时、1 天及 1 个月）内的独立访问次数值各不相同。

▶ 图像

- 独立访问次数的统计结果以柱型图显示，指定时间段的均值则以折线显示。其中，数值最高的独立访问次数以显著颜色标出。把鼠标移至某时间段的橙色柱形图部分，会立即向您显示该时间段的独立访问次数值。

▶ 自定义项 => 与页面访问量的自定义项相同。



- 使用蓝色长条上端的快速标签，您能看到 1 小时基准、1 天基准及 1 个月基准的独立访问次数数据。

*** 1 小时基准:** 统计 X 点 00 分 - 59 分 59 秒之间的独立访问次数。同一 IP 地址的访客即使在该小时内访问您网站 n 次，独立访问次数也只在 1 次。

例如，一名访客在今天下午 1:30 访问了您网站，则 1 点的独立访问次数增加 1。若使用同一个 IP 地址的该名访客下午 1:50 回访了您网站，因为是在 1 小时内发生的第 2 次访问，所以只被计为增加了 1 次回访，不计入独立访问次数。但是在下午 2:15，该名访客又访问了您网站，则 14 点独立访问次数可增加 1。简单地说，同一名访客在一个小时段内的初访可以被计入独立访问次数，但在该小时段内发生的其他访问都只能被计入回访次数。

*** 1 天基准:** 统计每天 00 点 - 23 点 59 分 59 秒之间的独立访问次数。同一 IP 地址的访客即使在当天访问您网站 n 次，独立访问次数也只在 1 次。

例如，一名访客在 3 月 14 日下午 1:30 分首次访问了您网站，则 3 月 14 日独立访问次数增加 1。若使用同一个 IP 地址的该名访客当天下午 5:50 分回访了您网站，因为是在同 1 天内发生的第 2 次访问，所以只被计为增加了 1 次回访，不计入独立访问次数。但是在 3 月 20 日下午 1:40 分，该名访客又访问了您网站，则 20 号独立访问次数可增加 1。简单地说，同一名访客在一天内的初访可以被计入独立访问次数，但在当天内发生的其他访问都只能被计入回访次数。

*** 1 个月基准:** 统计每月 1 号至当月最后一天 23 点 59 分 59 秒之间的独立访问次数。同一 IP 地址的访客即使在当月访问您网站 n 次，独立访问次数也只在 1 次。

例如，一名访客在 3 月 14 日下午 1:30 分首次访问了您网站，则 3 月独立访问次数增加 1。若使用同一个 IP 地址的该名访客 3 月 22 日下午 5:50 分回访了您网站，因为是在同 1 月内发生的第 2 次访问，所以只被计为增加了 1 次回访，不计入独立访问次数。但是在 4 月 1 日下午 1:40 分，该名访客又访问了您网站，则 4 月独立访问次数

可增加 1。简单地说，同一名访客在一个日历月内的初访可以被计入独立访问次数，但在当月内发生的其他访问都只能被计入回访次数。

▣ 小贴士

- 独立访客数的统计时间基准分为 1 小时、1 天及 1 个月 3 种。时间基准越短，被计为独立访问的数值越大。下图显示了 3 月 18 日某一 IP 地址访客的独立访问情况，可作为参考。

访问日期(3/01~3/31)	1小时基准	1天基准	1个月基准
3月 18日 下午 1:10	▲1	▲1	▲1
3月 18日 下午 7:10	▲1	0	0
3月 25日 下午 2:25	▲1	▲1	0
合计	▲3	▲2	▲1

▣ 数据收集与统计标准

- 访客的相关统计根据 IP 和 Cookie 信息分为独立访问和回访两种。
- 每月数据都根据当月的实际自然日数据合计而成，没有经过任何估算或加工。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 流量统计 / 独立访问次数
- 访客统计 / 最近访客

2.2.5 初访次数

对包含在访问总数中的首次访问进行的统计。即，之前该访客从未访问过您网站，这次是第一次访问的访问次数。

▣ 图像

- 初访次数的统计结果以柱型图显示，指定时间段的均值则以折线显示。其中，数值最高的初访次数以显著颜色标出。把鼠标移至某时间段的橙色柱形图部分，会立即向您显示该时间段的初访次数值。

- ▣ 自定义项 => 与页面访问量的自定义项相同。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 流量统计 / 访问总数
- 访客统计 / 最近访客

2.3 来源路径要览

来源路径统计是指对于访客通过哪种途径来访问您网站进行的统计。

通过网分析提供给您的数据报表，您可以对主要来源路径情况(搜索引擎、关键词及来源站点域名等)有一个全面的了解。

说明

- 通过设置基准日和周数，您可以清楚地看到从基准日算起的(1周/4周)时间段内，各种来源的增减走势。
- 统计结果均以图表形式显示。
- 网分析为您主要统计下列项目。

■ 人气关键词	[来源路径统计 > 关键词详情] 显示与搜索引擎无关，来源数和来源比例(%)排名前5位的关键词。其中，来源比例是指，这前5个关键词中的某一关键词来源数占有所有5个关键词来源数的比例。
■ 推荐数最多的搜索引擎	[来源路径统计 > 搜索引擎详情] 显示搜索引擎中，推荐数最多的前5位搜索引擎的推荐数和推荐率(%)。其中，推荐率是指，这前5个搜索引擎中的某一搜索引擎推荐数占有所有5个搜索引擎推荐数的比例。
■ 推荐数最多的搜索引擎走势	显示搜索引擎中，推荐数最多的前几位搜索引擎的某一时间段内推荐数走势。推荐数走势以折线显示，通过设置基准日和周数，您可以清楚地看到从基准日算起的(1周/4周)时间段内，各搜索引擎来源数的增减走势。

小贴士

- 通过访客的来源情况统计，您可大致了解大部分访客的访问目的。来源统计是网站运营时必不可少的参数。只要了解了主要搜索引擎和关键词的情况，就等于把握住了最近阶段的访客走势。这样，您就可以有的放矢地展开您的营销战略了。

2.3.1 搜索引擎详细信息

对各搜索引擎的推荐数进行的统计，以此来判断大多数访客是通过哪几个搜索引擎来访问您网站的。另外，展开各搜索引擎的下拉菜单（下图中的“5”），您还可以看到大多数访客是通过该搜索引擎输入了哪个关键词来访问您网站的。

▶ 图像

- 搜索引擎统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个搜索引擎，以及其余搜索引擎的推荐数。其中，其余搜索引擎的推荐数一律归为“其他”。

▶ 自定义项

搜索引擎/关键词	推荐数	推荐率	走势
1. 百度	83,152	53.82 %	
2. 谷歌中国	45,850	29.68 %	
3. 搜狗	21,371	13.83 %	

1. **搜索搜索引擎 / 关键词**：输入某一搜索引擎名后单击“搜索”按钮，会显示该搜索引擎的统计结果。输入某一单词（或直接输入关键词）后单击“搜索”按钮，则会显示包含被输入单词的关键词统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个搜索引擎的统计结果，若需要查询其他更多搜索引擎的情况，您可在此栏自由调整搜索引擎的查询数。
3. **新上榜**：在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的关键词所属的搜索引擎旁边会显示 **new** 图标，单击 **+** 按钮，您可了解到哪些关键词首次被访客点击而成为推荐关键词。
4. 单击搜索引擎名称右边的 **+** 按钮，您可查询到各搜索引擎的每个关键词的推荐数情况。
5. **(查看走势)**：您可了解到目前设置时间段/最近 1 周/最近 1 个月内的各搜索引擎(百度、Google 和雅虎)推荐数发展走势。一旦设置好某个搜索引擎的走势统计自定义项，您的设置将立刻适用于其他搜索引擎。
6. 统计各搜索引擎的推荐数和推荐率(%)。

▶ 数据收集与统计标准

- 访客通过搜索引擎的目录进入您网站时，结果将显示为“没有相关关键词”。

▶ 相关统计

- 来源路径统计 / 搜索引擎/关键词
- 来源路径统计 / 关键词详情
- 营销成果分析 / 搜索关键词广告


2.3.2 关键词详细信息

对各关键词的推荐数进行的统计，以此来判断大多数访客是通过哪几个关键词来访问您网站的。另外，展开各关键词的下拉菜单，您还可以看到大多数访客是通过哪个搜索引擎输入了该关键词来访问您网站的。

▣ 图像

- 关键词统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个关键词，以及其余关键词的推荐数。其中，其余关键词的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项

1. **搜索引擎 / 关键词搜索**：输入某一搜索引擎名后单击“搜索”按钮，会显示该搜索引擎的统计结果。输入某一单词（或直接输入关键词）后单击“搜索”按钮，则会显示包含被输入单词的关键词统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个搜索引擎的统计结果，若需要查询其他更多搜索引擎的情况，您可在此栏自由调整搜索引擎的查询数。
3. **快速标签**：您可选择某个或全部搜索引擎(百度、Google 和雅虎等 3 个)进行查询。若想查询除此 3 个搜索门户以外的搜索引擎推荐数，请点击“其他”标签。
4. **新上榜**：在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的关键词所属的搜索引擎旁边会显示 **new** 图标，单击 **+** 按钮，您可了解到哪些搜索引擎存在首次被访客点击的新推荐关键词。
5. 单击关键词名称右边的 **+** 按钮，您可查询到各搜索引擎的推荐数情况。
6.  **(查看走势)**：您可了解到目前设置时间段/最近 1 周/最近 1 个月内的各关键词推荐数发展走势。一旦设置好某个关键词的走势统计自定义项，您的设置将立刻适用于其他关键词。
7. 统计各关键词的推荐数和推荐率(%)。

▣ 数据收集与统计标准

- 访客通过搜索引擎的目录进入您网站时，结果将显示为“无相关关键词”。

▣ 相关统计

- 来源路径统计 / 搜索引擎/关键词 - 来源路径统计 / 搜索引擎详情 - 营销成果分析 / 搜索关键词广告


2.3.3 流量来源

来源站点域名统计是对访客的访问路径进行的统计。以此来判断未通过其他网站，而直接访问您网站(Bookmark，即包括了收藏夹访问和地址栏直接输入网址的访问两种直接访问方式)的访客有多少。此外，您还可了解到哪些网站为您带来了最多的访客。在该统计页面中，为了让您一目了然，网分析显示.com、.cn或.com.cn这样的笼统的来源站点域名。

▣ 图像

- 来源站点域名统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的6个网站域名，以及其余网站的推荐数。其中，其余网站的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项

1. **搜索**: 输入某一完整网址或部分网址字母后单击“搜索”按钮，则会显示包含被输入字母的相关网址统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询10个网址的统计结果，若需要查询其他更多网址的情况，您可在此栏自由调整搜索引擎的查询数。
3. **新上榜**: 在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的网站名旁边会显示NEW图标。
4.  **(查看走势)**: 您可了解到目前设置时间段/最近1周/最近1个月内的各来源站点推荐数发展走势。一旦设置好某个站点的走势统计自定义项，您的设置将立刻适用于其他站点。
5. 统计各站点的推荐数和推荐率(%)。

▣ 数据收集与统计标准

- 若您想要获得更详细的详细域名数据，请参阅来源站点域名详情统计，若您想了解来源网站的链接页域名的话，请参阅来源页面URL。

▣ 相关统计

- 来源路径统计 / 来源站点域名详情 - 来源路径统计 / 来源页面URL - 营销成果分析/搜索关键词广告

2.3.4 来源站点域名详情

来源站点域名详情统计也是对访客的访问路径进行的统计。以此来判断未通过其他网站，而直接访问您网站(Bookmark)的访客有多少。此外，您还可了解到哪些网站为您带来了最多的访客。与先前的来源站点域名统计不同的是，网分析向您显示具体的来源站点域名。

▣ 图像

- 来源站点域名详情统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个详细域名，以及其余网站的推荐数。其中，其余网站的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项 => 与来源站点域名的自定义项相同。

▣ 相关统计

- 来源路径统计 / 来源站点域名
- 来源路径统计 / 来源页面URL
- 营销成果分析/搜索关键词广告

2.3.5 来源页面URL

来源页面 URL 统计是对访客的访问路径进行的另一项统计。为了使您可查看到来源页面，网分析显示该页面的具体 URL（即网址）。另外，网分析还会显示各页面的推荐数，让您清楚地了解到访客主要是通过哪个网站的哪个页面来到您网站的。

例如，若访客通过点击

http://search.cn.yahoo.com/search?ei=gbk&fr=fp-tab-web-ycn&pid=ysearch&source=yahoo_yhp_0706_search_button&p=%CD%F8%D5%BE%C1%F7%C1%BF%CD%B3%BC%C6

进入您网站的话，统计结果将如下显示：

- ▣ 来源站点域名：cn.yahoo.com
- ▣ 来源站点域名详情：search.cn.yahoo.com
- ▣ 来源页面 URL：

search.cn.yahoo.com/search?ei=gbk&fr=fp-tab-web-ycn&pid=ysearch&source=yahoo_yhp_0706_search_button&p=%CD%F8%D5%BE%C1%F7%C1%BF%CD%B3%BC%C6

▣ 图像

- 来源页面 URL 统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个详细网址，以及其余网址的推荐数。其中，其余网址的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项 => 与来源站点域名的自定义项相同。

▣ 数据收集与统计标准

- 一般来说，来源页面网址名比较长，不可能在您的统计画面撒谎那个全部显示。您只需把鼠标拖到某一页面网址上，就会显示出该页面的完整网址了。

▣ 相关统计

- 来源路径统计 / 来源站点域名
- 来源路径统计 / 来源页面URL
- 营销效果统计 / 搜索关键词广告

2.3.6 网络邮件

若您网站提供定期给您的会员发送电子会员期刊的服务，那么网分析能帮您统计出您的访客主要适用哪些网站的邮箱（如 163、126、hotmail、gmail、yahoo 邮箱等）来打开会员期刊后访问您的网站。由此，您可以判断是否需要在某些主要的邮箱服务网站上做广告了。

▣ 图像

- 网络邮件统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个邮箱服务提供商名，以及其余提供商的推荐数。其中，其余提供商的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项 => 与来源站点域名的自定义项相同。

▣ 数据收集与统计标准

- 网分析能收集到的统计数据仅限于点击会员期刊中的链接，回访了您网站的访客情况。使用 Outlook 直接点击会员期刊的链接进入您网站的访问不被计入网络邮件统计对象。
- 若访客通过点击电子会员期刊(newsletter)进入了您网站的某一页面，但是该页面中未被嵌入网分析的统计脚本，则统计数据无法被记录。

▣ 相关统计

- 来源路径统计 / 来源站点域名
- 来源路径统计 / 来源页面URL
- 来源路径统计 / 来源页面URL

[参考] 目前网分析收录的邮箱服务提供商网站（按照拼音/英文首字母从左到右、从上到下排列。数字排在最后）

Gmail	Hotmail	QQ 邮箱	新浪邮箱	搜狗邮箱
搜狐邮箱	TOM 邮箱	网易 Yeah.net 邮箱	雅虎邮箱	亿邮邮箱
21CN 邮箱	126 邮箱	139 邮箱	163 邮箱	188 财富邮
263 邮箱				

2.3.7 BBS/博客

对有过推荐的论坛（即 bbs）或博客进行的统计。这样，您可以知道有多少访客通过论坛或博客留言中的链接进入您网站。

▣ 图像

- 论坛统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个论坛名，以及其余论坛的推荐数。其中，其余论坛的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项 => 与来源站点域名的自定义项相同。

▣ 数据收集与统计标准

- 若您在某些论坛做过宣传的话，通过网分析，您可了解到宣传效果如何。一般来说，在论坛宣传您网站并不需要任何的广告费用支出，在知名的相关论坛上宣传您网站，还很有可能给您带来比较客观的访问流量和收益。
- 网分析从您的来源网址数据库中专门抽取论坛和博客的相关信息进行了统计。

▣ 相关统计

- 来源路径统计 / 来源站点域名 - 来源路径统计 / 来源页面URL - 来源路径统计 / 来源页面URL

[参考] 网分析收录的 BBS 及博客统计名单

BBS

天涯社区
百度贴吧
猫扑论坛
QQ 论坛
西陆社区
搜狐社区
中华网论坛
新浪论坛
赛我网秀宝 BBS
西祠胡同
铁血社区

博客

博客网
新浪博客

网易博客
百度空间
QQ 空间
中国博客网
搜狐博客
和讯博客
Live Space
博客大巴
Tom 博客

2.3.8 来源域名类型

对来源域名的用途进行的分类统计。例如，如果来源域名的后缀是edu.cn，就说明一部分访客是通过学校或教育机构来访问您网站的。

▶ **图像** => 饼图（自动链接到关键词/搜索引擎统计的饼图上）

▶ 自定义项

1. 默认情况下，您可以查询 10 种域名的统计结果，若需要查询其他种类余名的情况，您可在此栏自由调整域名的查询种类数。
2. 按不同用途类型统计各种域名的推荐数和推荐比例(%)。

▶ 数据收集与统计标准

– 以来源站点域名的相关数据为准来进行统计。横幅广告（Banner Ad.）、关键词广告和访客对您网站的直接访问（Bookmark, 即包括了收藏夹访问和地址栏直接输入网址的访问两种直接访问方式）。

2.3.9 来源域名所属国家

只要是域名，都有管理该域名的国家。例如，后缀为.cn 的域名就属于中国域名，.uk 和.kr 则分别属于英国和韩国域名。网分析可以对推荐访客访问您网站的不同国家的网站域名进行分类统计。有了此项统计功能，相信对您有的放矢地展开海外营销战略会有极大的帮助。

▶ **图像** => 饼图(自动链接到来源站点域名的饼图上)

▶ 自定义项

1. 默认情况下，您可以查询 10 个国家的统计结果，若需要查询其他更多国家的情况，您可在此栏自由调整国家的查询数。
2. 按不同国家统计该国家域名所属网站的推荐数和推荐比例(%)。

▶ 数据收集与统计标准

- 以来源站点域名的相关数据为准来进行统计。横幅广告 (Banner Ad.)、关键词广告和访客对您网站的直接访问 (Bookmark, 即包括了收藏夹访问和地址栏直接输入网址的访问两种直接访问方式)。后缀是 com、net 和 org 的域名全部归入国际域名菜单中。

2.4 营销成果要览

通过网分析提供的营销成果分析功能，您可以在进行网络营销（投放搜索引擎广告/网站广告）活动时，有一个关于访问流量和来源情况的重要参考。在该统计页面中，您可以一目了然地看到关键词广告、横幅广告等网络广告的投放效果。

说明

- 通过选定基准日和周数，您可以看到1周或4周内的具体情况。
- 统计数据主要以图表形式显示。
- 报表中统计的内容如下：

■ 访客经常访问的广告（最多的5个）	对推荐数最多的前5个关键词广告或横幅广告进行的统计。 统计结果分别显示该5个广告的推荐数及其所占的推荐比例(%)。
■ 转化率高的广告（最高的5个）	通过用转化次数除以推荐数得到转化率的值，网分析自动排列出转化率最高的前5个关键词广告或横幅广告，统计结果分别显示该5个广告的转化次数及转化

	率(%)。
■ 人气关键词广告种类	对推荐数最多的前5个关键词广告进行的统计。统计结果分别显示该5个关键词的推荐数及其所占的推荐比例(%)。
■ 人气关键词广告类型	对推荐数最多的前5个关键词广告类型进行的统计。统计结果分别显示该5个关键词广告类型的推荐数及其所占的推荐比例(注:这里是对关键词广告类型做的统计,不是针对某一个关键词)。

小贴士

- 通过网分析的该项统计功能,您可以大致把握各种网络广告的投放效果。另外,网分析还显示主要网络广告的最新1周/4周等时间段内的投放效果比较结果。例如,您可同时比较百度(竞价排名) - “送花”和Google(赞助商链接) - “送花”这两种不同关键词广告的推荐数及转化次数。
- 在绝大多数情况下,搜索引擎营销作为电子商务活动的第一步,对于网站运营的成败起着至关重要的作用。网分析为您提供精确的网络广告来源统计,使您制定出最有效的网络营销战略。


2.4.1 网络推广活动


对在高级设置中输入的各种类型的网络广告效果进行的统计。当您投放了很多类型的网络广告,网分析为您一一梳理这些广告类型的统计结果。


▣ 图像

- 网络广告类型统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的6种网络广告类型,以及其余网络广告类型的推荐数。其中,其余网络广告类型的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项

1. **搜索** : 显示包含被输入字母或汉字的相关广告类型统计结果。
2. 默认情况下,您可以查询10种网络广告的统计结果,若需要查询其他更多网络广告的情况,您可在此栏自由调整网络广告类型的查询数。
3. **新上榜**: 在您选定的统计时间段以前,推荐数尚为“0”的广告类型名旁边会显示图标。

单击(展开按钮),您可以了解到具体哪些网络广告是新推荐来源。

4. 单击网络广告类型名左边的,您还可查询到各广告的推荐数。

5. 本页面对于各种类型的网络广告推荐数、净推荐数、再次推荐数、推荐率(%)、转化次数以及转化率(%)等进行统计。

▣ 小贴士

- 当您同时投放了很多类型的网络广告，那您是不是就需要比较一下，到底哪种网络广告的效果较好？现在有了网分析，他将帮您一一显示关键词广告、横幅广告等网络广告类型的相关统计数据。
- 有了网分析的帮助，您可以清楚地了解到大部分访客是通过哪种网络广告的推荐来到您网站的，以及这些广告的投放效果与成本的比值是多少。

▣ 数据收集与统计标准

- 只有在高级设置中设置了网络广告类型，您才可以看到该项统计结果。若您未设置，结果将显示为“无相关数据”。
- **设置网络广告类型：**在**高级设置**中，您可以填入搜索关键词广告、横幅广告等网络广告类型。您可获得最多 5 种网络广告类型的统计结果。

▣ 相关统计

- 营销成果分析 / 搜索关键词广告
- 营销成果分析 / 横幅广告

2.4.2 关键词广告

对关键词广告的种类和各关键词的推荐情况进行的统计。若您不同搜索引擎投放了同一个关键词，或是在同一个搜索引擎上投放了若干个关键词，您就可以通过该页面直接比较它们的相关数据。


▣ 图像


- 关键词广告统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个关键词，以及其余关键词的推荐数。其中，其余关键词的推荐数一律归为“其他”。

自定义项

关键词/广告种类	推荐数	推荐率	转换数	转换率	走势 ROI
1. 诺基亚手机	134,223	87.91 %	-	-	 


1. 关键词/广告位置

关键词：选择某一特定关键词，您可了解投放该关键词的效果如何。若您在不同广告位置（例如，百度-竞价排名，百度-火爆地带，Google-AdWords）投放了同一个关键词，单击按钮后，您可了解到各关键词广告投放位置的相关数据。


广告位置：点选“广告位置”，您可清楚地了解到哪个广告位置最有效。若您在同一个搜索引擎上投放了若干个关键词（例如，百度-“女装”、“PP衣服”、“韩版女装”），单击按钮后，您可了解到各关键词的相关数据。

2. 关键词：输入字母或汉字后，网分析显示包含着些字母或汉字的广告数据结果。

3. 默认情况下，您可以查询 10 个关键词广告的结果，若需要查询其他更多关键词广告的情况，您可在此栏自由调整关键词广告的查询数。

4. 新上榜：在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的关键词广告名旁边会显示图标。

5. 选项：显示与搜索关键词广告统计相关的高级设置并可以修改。

6.  (查看走势)：您可了解到目前设置时间段/最近 1 周/最近 1 个月内的各关键词和各种类型的广告推荐数发展走势。一旦设置好某个关键词或某种类型的广告的走势统计自定义项，您的设置将立刻适用于其他关键词或某种类型的广告。

7.  (ROI，即投资回报率计算)：单击此按钮，您可计算出某一个广告的投资回报率。

小贴士

- 在您为选择哪种网络广告而烦恼时，有了网分析，您可以通过该统计页面知道哪个投放广告最有效（可参考各广告的访问次数和购买率），从而选择正确的广告类型，把广告费用花在刀刃上。当然，不是说最有效的广告就是好的，如果广告代价太高，您应根据统计数据选择其他广告。

数据收集与统计标准

- 在高级设置设置搜索关键词广告后，您就可以使用该项统计功能。若未设置任何关键词，结果将显示为“无相关数据”。

- 设置关键词广告：若您在搜索引擎上投放了关键词广告，那么您必须在高级设置中登录所有的关键词。具体的操作流程是，在高级设置中输入您投放的所有关键词后，会自动生成各关键词的 URL 代码。复制该代码后，请在登录

某一搜索引擎投放该关键词时，在搜索结果链接地址栏内粘贴该 URL 代码。最后您试着点击一次搜索引擎的该关键词广告，如果链接的地址就是您复制粘贴的 URL 地址，网分析就能为您收集统计数据了。

▣ 相关统计

– 来源路径统计 / 关键词详情 – 来源路径统计 / 搜索引擎详情 – 营销成果分析 / 网络广告类型统计

2.4.3 CPC关键词广告媒体

CPC(Cost Per Click)关键词广告就是每次点击您都得付钱的广告。您可能在许多网络媒体上都投放了 CPC 广告，通过该统计页面，您能够了解到各关键词在各广告媒体上的推荐次数（即被点击次数）。单击快速标签(百度 + Google + 雅虎)，您可马上了解到各广告媒体的相关数据。

▣ 图像

– CPC 关键词广告统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 个 CPC 关键词广告，以及其余 CPC 关键词广告的推荐数。其中，其余关键词广告的推荐数一律归为“其他”。

▣ 自定义项



1. 自定义项(关键词/广告媒体)

■ **关键词:** 通过该功能，您可了解到哪些 CPC 关键词广告最有效。若您在同一个搜索引擎上投放了若干个 CPC 关键词广告，单击 按钮后，您可了解到各 CPC 关键词广告的相关数据。

■ **广告媒体:** 通过该功能，您可了解到哪些 CPC 关键词广告媒体最有效，单击 按钮后，您可了解到该媒体中被投放的各 CPC 关键词广告的相关数据。

2. **关键词:** 网分析向您显示包含输入单词的广告数据。

3. 默认情况下，您可以查询 10 个关键词广告的结果，若需要查询其他更多关键词广告的情况，您可在此栏自由调整关键词广告的查询数。

4. **新推荐 CPC 关键词广告:** 在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的 CPC 关键词广告名旁边会显示 图标。

▣ 相关统计

2.4.4 CPC 关键词广告IP

对于通过点击CPC(Cost Per Click)关键词广告访问您网站的IP进行的统计。

▶ 图像


- 在CPC关键词广告IP统计页面上不提供图像。

▶ 自定义项



IP	广告媒体	关键字	访问时间(北京时间)
1. 211.209.157.226	百度	7日游	2008-10-11 23:45:22

1. **标准时间**: 您可自由选择北京时间或太平洋标准时间。

2. **显示形式**: 单击按钮, 您可查看到不同类型的IP数据的详细情况。

- **[*] 各时间段IP数据**: 显示每个时间段的IP数据。
- **[A] 型**: 按A.*.*.*, 即第1串数字(即第1个字节)相同的IP数据分类显示。
- **[B] 型**: 按A.B.*.*, 即第1串数字(即第1个字节)和第2串数字(即第2个字节)都相同的IP数据分类显示。
- **[C] 型**: 按A.B.C.*, 即第1串数字(即第1个字节)、第2串数字(即第2个字节)及第3串数字(即第3个字节)都相同的IP数据分类显示。
- **[D] 型**: A.B.C.D, 即显示每个IP的点击数。

3. **IP搜索**: 输入某一IP, 您可以查到该IP地址的点击数据。

▶ 小贴士

- 在之前的各时间段IP数据报表中, 不能显示出重复访问的IP数据。而在该报表中追加了[A]~[D]4种类型的IP数据显示方式, 帮助您确认不同类型IP的点击数。

▶ 数据收集与统计标准

- 设置关键词广告: 若您在搜索引擎上投放了关键词广告, 那么您必须在高级设置中登录所有的关键词。具体的操作流程是, 在高级设置中输入您投放的所有关键词后, 会自动生成各关键词的URL代码。复制该代码后, 请在登录

某一搜索引擎投放该关键词时，在搜索结果链接地址栏内粘贴该 URL 代码。最后您试着点击一次搜索引擎的该关键词广告，如果链接的地址就是您复制粘贴的 URL 地址，网分析就能为您收集统计数据了。

2.4.5 横幅广告



对于您投放的横幅广告(图像、Flash)或文本广告的效果进行的统计。您可以自由设置促销活动名称和横幅广告名称。

▶ 图像


– 横幅广告统计结果以饼图形式显示。结果分别显示推荐数最多的 6 种横幅广告类型，以及其余横幅广告的推荐数。其中，其余横幅广告的推荐数一律归为“其他”。

▶ 自定义项

1. 促销活动/横幅广告自定义选项

- **查看促销活动**：若您在一个促销活动中投放了若干个横幅广告，请单击  按钮，确认哪些横幅广告最有效。
- **查看横幅广告**：若您在若干项促销活动中投放了统一个横幅广告，请单击  按钮，确认哪些促销活动最有效。

2. 默认情况下，您可以查询 10 个项目的统计结果，若需要查询其他项目的情况，您可在此栏自由调整查询数。

3. **新推荐横幅广告**：在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的横幅广告名旁边会显示  图标。

4. 统计结果显示各横幅广告的推荐数、推荐率(%)、转化数以及转化率。

▶ 数据收集与统计标准

– 在高级设置中，您必须先设置横幅广告的相关数据后，才能使用此项统计服务。

– **设置横幅广告相关数据**：若您在搜索引擎上投放了横幅广告，那么您必须在高级设置中登录所有的横幅广告。具体的操作流程是，在高级设置中输入您投放的所有横幅广告名后，会自动生成各横幅广告的 URL 代码。复制该代码后，请在登录某一广告媒体投放该广告时，在广告链接地址栏内粘贴该 URL 代码。最后您试着点击一次投放在广告媒体的该广告，如果链接的地址就是您复制粘贴的 URL 地址，网分析就能为您收集统计数据了。未设置时，结果将显示“无相关数据”，文本广告和图像广告的相关数据会在来源页面 URL 中显示，而 Flash 广告则在 Bookmark（即收藏夹或直接输入地址）的统计数据中出现。

▣ 相关统计

- 营销成果分析 / 网络广告类型统计

2.5 移动路径要览

移动路径统计是对于访客访问您网站时，依次浏览了哪些页面、目录或版块所进行的统计。有了网分析，您对访客的主要移动路径及他们在您网站内的活动情况将会有直观的了解。

说明

- 通过设置基准日和周数，您可以清楚地看到从基准日算起的(1周/4周)时间段内，各种来源的增减走势。
- 移动路径统计结果均以图表形式显示。
- 网分析为您主要统计下列项目。

<p>■ 访问次数较高的路径深度</p>	<p>对在页面路径深度统计数据中访问次数较高的路径深度进行的统计。</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 选择时间段为从基准日算起的1周：显示这1周中的各天内，走每条访问路径的访客访问次数，其中访问次数最多的路径深度用显著颜色标出。 ▶ 选择时间段为从基准日算起的4周：显示这4周中的各周内，走每条访问路径的访客访问次数，其中访问次数最多的路径深度用显著颜色标出。
<p>■ 访客经常访问的移动路径</p>	<p>[移动路径统计 > 访客最常移动的路径]</p> <p>对移动路径中访客最常访问（即访问次数最多）的前3位移动路径进行的统计。</p>
<p>■ 访客经常访问的版块路径</p>	<p>[移动路径统计 > 版块间移动路径]</p> <p>对版块间移动路径中访客最常访问的前3位版块间移动路径进行的统计。</p>

小贴士

- 若访客的移动路径比较长，则说明您网站的内容足够丰富，或者展示的商品足够吸引人。反之，则说明您还需要为自己的网站添加实质性内容或更改商品排列和内容，当然也有可能您的网站布局不够合理，访客在您网站里找不到他们想要了解的内容。

2.5.1 访客最常移动的路径

对于在访客访问您网站时，依次浏览了哪些网页进行的统计。按照访问者数的多少，网分析依次显示相应的移动路径。代表各网页的图标颜色各不相同，点击某一个图标，可以为您链接到该图标所代表的网页上去。

图像：在图像区域中，显示代表各网页的图标及该网页的URL。

网页目录

	帮助首页		特价商品-7
	网站首页		特价商品-5
	商品展示主页		特价商品-17
	首页-弹出窗口		特价商品-15
	商品-列表 (B)		商品-查询
	特价商品-19		优惠活动-15
	商品-11		优惠活动-27
	商品-列表 (A)		商品-购物车
	商品-详情		优惠活动10
	留言板-常见问题2		优惠活动63

自定义项

1	2	3	4
搜索	选择网页类型	搜索	URL 前100项排名
			确定
页面移动路径	访客数	所占比例 (%)	详细信息
1. 商品展示主页	625	17.66 %	
2. 商品-列表 (B)	582	16.44 %	
3. 首页-弹出窗口 帮助首页 网站首页	304	8.59 %	




1. **搜索：**在移动路径数据中，您可以通过下列4种搜索标准来查询到您需要的路径信息。

- 所有路径：显示所有包含了您搜索的网页在内的移动路径数据。
- 开始路径：显示所有包含了您搜索的网页在内，且该网页正好是该移动路径之起始页的移动路径数据。
- 结束路径：显示所有包含了您搜索的网页在内，且该网页正好是该移动路径之离开页的移动路径数据。
- 中间路径：显示所有包含了您搜索的网页在内，且该网页正好是该移动路径之中间页（即，既不是起始页也不是离开页的中间页）的移动路径数据。

2. 您可自由选择以图标或URL形式显示网页移动路径。

3. 默认情况下，您可以查询访问次数最多的10个移动路径的统计结果，若需要查询其他移动路径的情况，您可在此栏自由调整查询数。

4. 设置:

- 单击各移动路径左边的  按钮，或者单击  (“查看详情”) 按钮，该移动路径会以 URL 形式显示。
- 若访客在访问时看了某一网页两次，则结果显示为  ⁽²⁾。
- 显示各网页移动路径的被访问次数和比例。

▣ 小贴士

- 若访客的移动路径比较长，则说明您网站的内容足够丰富，或者展示的商品足够吸引人。反之，则说明您还需要为自己的网站添加实质性内容或更改商品排列和内容，当然也有可能您的网站布局不够合理，访客在您网站里找不到他们想要了解的内容，您需要改善您网站的布局。
- 在[高级设置 > 设置网页名称]中输入您网站的部分网页名称后，数据结果中会显示这些网页的被输入名称（如“主页”、“会员登录页”等），未被输入名称的网页则显示网页文件名(如index.html、default.html等)。

▣ 相关统计

- 移动路径统计 / 访问路径深度 - 移动路径统计 / 版块间移动路径

2.5.2 版块间移动路径

对于在访客访问您网站时，依次浏览了哪些版块进行的统计。代表各版块的图标颜色各不相同。

▣ **图像**：在图像区域中，显示代表各版块的图标及该版块的名称。

▣ 自定义项




1. **搜索**：在移动路径数据中，您可通过下列 4 种搜索标准来查询到您需要的路径信息。

- **所有路径**：显示所有包含了您搜索的版块在内的移动路径数据。
- **开始路径**：显示所有包含了您搜索的版块在内，且该版块正好是该移动路径之起始版块的移动路径数据。
- **结束路径**：显示所有包含了您搜索的版块在内，且该网页正好是该移动路径之结束版块的移动路径数据。
- **中间路径**：显示所有包含了您搜索的版块在内，且该网页正好是该移动路径之中间版块（即，既不是起始版块也不是结束版块的中间版块）的移动路径数据。

2. 您可自由选择以图标或版块名称形式显示版块移动路径。

3. 默认情况下，您可以查询访问次数最多的 10 个版块移动路径的统计结果，若需要查询其他版块移动路径的情况，您可在此栏自由调整查询数。

4. 设置：

- 单击各移动路径左边的  按钮，或者单击  （“查看详情”）按钮，该移动路径会以版块名称形式显示。
- 若访客在访问时看了某一版块两次，则结果显示为  ⁽²⁾。
- 显示各版块移动路径的被访问次数和比例。

▣ 小贴士

- 版块间移动路径的统计是指访客在访问您网站时，把他们访问过的网页归成一个个版块（版块是由您自己来设置的），再来对版块的移动路径进行的统计。这样有助于您直观地了解到访客在访问您网站时，主要浏览了哪些类型的网页。

▣ 数据收集与统计标准

- 在[高级设置 > 设置版块]中输入您网站的部分版块名称后，数据结果中会显示这些版块的被输入名称（如“公司介绍和产品介绍”、“女性服装”、“结算与付款”等）。

▣ 相关统计

- 移动路径统计 / 访问路径深度
- 移动路径统计 / 访客最常移动的路径

2.5.3 访问路径深度

是指对访客在访问您网站时访问的网页数进行的统计。访客访问的网页数按照 1 页、2~4 页、5~9 页、10~20 页及 21 页以上来区分，并显示相应的访客数和所占的比例。

▣ 图像

- 访问路径深度统计结果以饼图形式显示。

▣ 小贴士

- 大多数访客访问的路径越深（即在您网站中访问的网页数越多），则说明您网站的内容足够丰富，或者展示的商品足够吸引人。反之，则说明您还需要为自己的网站添加实质性内容或更改商品排列和内容，当然也有可能您的网站布局不够合理，访客在您网站里找不到他们想要了解的内容，您需要改善您网站的布局。

- 如果把您运营一个网站比作一次考试，那么访客的访问路径深度就像一张成绩通知单，直接显示了您网站运营成果的优劣。如果您的“成绩”不太理想，请考量一下您网站的布局是否合理，内容是否足够丰富，网页界面是否足够吸引人… 等方面。

▣ 相关统计

- 移动路径统计 / 访客最常移动的路径

2.5.4 网页要览

对您网站内各网页的访问情况进行的统计。

说明

- 通过设置基准日和周数，您可以清楚地看到从基准日算起的(1周/4周)时间段内，各种来源的增减走势。
- 移动路径统计结果均以图表形式显示。
- 网分析为您主要统计下列项目。

■ 人气访问页面	[网页统计 > 人气访问页面] 在您选定的时间内，对于页面访问量排名前5位的网页进行的统计。
■ 人气访问目录	[网页统计 > 人气访问目录] 在您选定的时间内，对于页面访问量排名前5位的目录进行的统计。（* 在一个目录内，所有网页的页面访问量的总合计为该目录的页面访问量。）
■ 主要入口页	[网页统计 > 主要入口页] 对于在访客访问您网站的所有入口页中，页面访问量排名前5位的入口页进行的统计。
■ 访客经常刷新的网页	[网页统计 > 访客经常刷新的网页] 在您选定的时间内，对于页面刷新次数排名前5位的网页进行的统计。

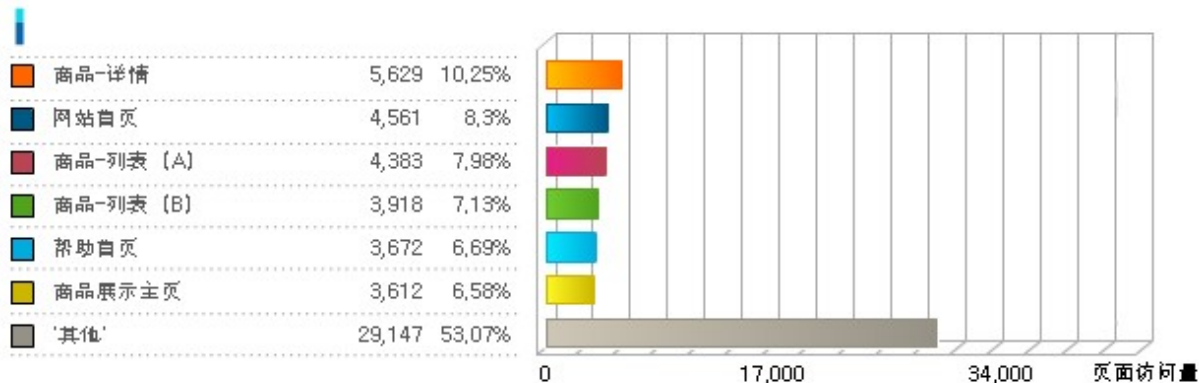
小贴士

- 通过对人气访问页面/目录进行的统计，您可以了解哪些网页/目录比较有人气；通过对主要入口页的统计，您则可以了解到，除您网站主页之外的哪些页面比较有人气，从而在今后投放关键词广告时，可以直接把链接设置到该页面上。
- 一旦访客点击某个关键词或广告进入您网站，发现他们看到的第一页（也就是入口页，但不一定是主页）并不是他们希望获得的信息页面，那么访客将极可能立刻离开您网站。所以，入口页的设置很重要，网分析对于主要入口页的统计将对您如何正确设置入口页有很大帮助。
- 另外，通过刷新次数频繁的网页统计，您可确认网站内部结构及网页建设上是否有什么问题。

2.5.5 人气访问页面


对所有网页中，访客访问数最多的网页依次进行排列的统计。在高级设置的“设置网页名称”中输入过的网页如果出现在此排行榜上，则结果会共同显示该网页的名称和URL。

▶ 图像



人气访问页面统计结果以条形图形式显示。结果分别显示页面访问量最多的 6 个网页，以及其余网页的页面访问量。其中，其余网页的页面访问量一律归为“其他”。

▶ 自定义项

- 搜索网页：**显示包含被输入字母和数字的相关网页 URL 统计结果。
- 默认情况下，您可以查询 10 个网页的统计结果，若需要查询其他更多网页的情况，您可在此栏自由调整网页的查询数。
- 新上榜：**在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的网页名旁边会显示 **NEW** 图标。
- 单击  按钮，可以为您链接到高级设置中的“设定网页名称”或“设定动态网页”选项页面。

▶ 小贴士

您网站中的某个网页访问量(Pageview)越多，代表该网页受访客的瞩目程度越高。一般来说，一个网站的主页总是访问量最高的网页。当然如果有意外发生，也就是说有另外一个网页比您网站的主页访问量还多，那么您可以考虑在做网络广告时，把该页作为链接页来设置。

▶ 数据收集与统计标准

为了能把所有的网页访问量尽收眼底，您必须事先在您网站的每个网页中都嵌入我们提供给您统计脚本（即代码）。若您仅在您网站的主页和其他特定的几个网页中嵌入过统计脚本的话，网分析只能提供给您这些被嵌入脚本的网页访问量，统计数据结果就相对不准确了。我们推荐您在所有网页中都嵌入我们提供的统计脚本。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 网页统计 / 页面刷新次数
- 网页统计 / 入口页

2.5.6 人气访问目录

对您网站的网页所属的各目录中，所有网页的页面访问量和访问总数进行的统计。在该页面，您还可以了解到每次访问的平均页面访问量数据。

▣ 图像

- 访客经常访问的目录统计结果以条形图形式显示。结果分别显示页面访问量最多的 6 个目录，以及其余目录的页面访问量。其中，其余目录的页面访问量一律归为“其他”。

▣ 自定义项

1. **搜索目录**：显示包含被输入字母和数字的相关目录统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个目录的统计结果，若需要查询其他更多目录的情况，您可在此栏自由调整目录的查询数。
3. **新上榜**：在您选定的统计时间段以前，推荐数尚为“0”的目录名旁边会显示 **NEW** 图标。

▣ 小贴士

- 目录指的是网站内部构成的固有的网页分类族群，若您想对若干个分散的网页进行版块后的数据统计，请在“版块间页面访问量”页面进行设置。
- 若没有任何分类目录，统计结果将仅显示页面访问量。

▣ 数据收集与统计标准

- 和“人气访问页面”统计页面一样，网分析只能提供给您被嵌入脚本的网页访问量统计结果。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 网页统计 / 各版块页面访问量



2.5.7 页面刷新次数

对访问您网站的访客刷新网页的次数进行的统计。某一网页被刷新次数特别多时，表明该页面有错误或者链接速度过慢。

▣ 图像

- 各页面刷新次数统计结果以条形图形式显示。结果分别显示被刷新次数最多的 6 个网页，以及其余网页的被刷新次数。其中，其余以及其余网页的被刷新次数一律归为“其他”。统计结果显示各网页的被刷新次数和所占比例。

▣ 自定义项

1. **搜索网页**：显示包含被输入字母或数字的相关网页统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个网页的统计结果，若需要查询其他更多网页的情况，您可在此栏自由调整网页的查询数。
3. **新上榜**：在您选定的统计时间段以前，刷新次数尚为“0”的网页名旁边会显示 **new** 图标。
4. 单击  按钮，可以为您链接到高级设置中的“设定网页名称”或“设定动态网页”选项页面。
5.  (**查看走势**)：您可了解到目前设置时间段/最近 1 周/最近 1 个月内的各页面刷新数增建走势。一旦设置好某个网页的走势统计自定义项，您的设置将立刻适用于其他网页。

▣ 数据收集与统计标准

- 对于访客刷新某网页的次数统计是指，网分析通过访客电脑中的 Cookie，来统计是否有相邻的两次以上重复出现被访问记录的来源站点 URL 和访问页 URL，如果有，就把相邻重复出现的次数计为该网页刷新数。

▣ 相关统计

- 流量统计 / 页面访问量
- 网页统计 / 人气访问页面


2.5.8 入口页

对于访客进入您网站看到的第一个页面进行的统计。结果将显示访客访问时，每个网页作为入口网页的次数。

▣ 图像

- 入口页统计结果以条形图形式显示。结果分别显示被作为入口页次数最多的 6 个网页，以及其余网页的被作为入口页次数。其中，其余网页的被作为入口页次数一律归为“其他”。统计结果显示各网页的被作为入口页次数和所占比例。

▣ 自定义项

1. **搜索网页**：显示含有被输入字母或数字的 URL 的相关网页统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个网页的统计结果，若需要查询其他更多网页的情况，您可在此栏自由调整网页的查询数。
3. **新上榜**：在您选定的统计时间段以前，被作为入口页次数尚为“0”的网页名旁边会显示 **new** 图标。
4. 单击  按钮，可以为您链接到高级设置中的“设定网页名称”或“设定动态网页”选项页面。

▣ 小贴士

- 之前您或许认为，来访问您网站的访客首先会看到的页面只可能是网站主页（index 页面）。但事实上，如果您网站里的 A 页面上有非常值得人浏览的内容，那么很多网站或网页会把访客链接到 A 页来（或者访问过的访客直接把该页添加到他们的收藏夹内）。这样，自然使 A 页成了您网站内，被作为入口页次数最多的网页。或者正是搜索引擎的自然搜索把您网站的 B 页排在了某个搜索结果的前几位，那么访客也会通过搜索点击进入 B 页开始浏览您网站。所以，通过网分析的这项功能，您可以对入口网页有一个正确的认识和选择，让更多的访客能链接到他们想要看到的入口页来访问您网站。

▣ 数据收集与统计标准

- 访客在访问您网站时，访问的第一个页面均被计为入口页。当然，访问两个页面之间的时间间隔必须是在一个标准统计时间段(Session)内。

▣ 相关统计

- 网页统计 / 人气访问页面
- 网页统计 / 离开页

2.5.9 离开页

对于访客进入您网站看到的最后一个页面进行的统计。结果将显示访客访问时，每个网页作为结束网页的次数。

▣ 图像

- 离开页(结束页)统计结果以条形图形式显示。结果分别显示被作为离开页次数最多的 6 个网页，以及其余网页的被作为离开页次数。其中，其余网页的被作为离开页次数一律归为“其他”。统计结果显示各网页的被作为离开页次数和所占比例。

▣ 自定义项

1. **搜索网页：**显示含有被输入字母或数字的 URL 的相关网页统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个网页的统计结果，若需要查询其他更多网页的情况，您可在此栏自由调整网页的查询数。
3. **新上榜：**在您选定的统计时间段以前，被作为离开页次数尚为“0”的网页名旁边会显示 **new** 图标。

▣ 小贴士

- 某一页面作为离开页的次数较多，表明访客对于该页的内容有不满，或表明该页有可能是出错页面。我们建议您把该项统计结果和人气访问页面统计结果进行比较，这对于您的网站运营会有所帮助。
- 若主页作为离开页的次数非常多的话，则表明进入您网站后只看了主页就离开的访客数也非常多。这里提到的“仅浏览 1 页就离开的访客数”您可以在[移动路径统计>访问路径深度]中确认。这时候，如果在“页面刷新次数”统计结果中，您网站主页的被刷新次数很高的话，则表明访客只访问了主页就离开的主要原因在于，此主页为出错页面或者内容上有问题。

▣ 数据收集与统计标准

- 访客通过外向链接或关闭浏览器窗口离开您网站的行动，称为访客对网页间移动(Navigation)的终止。在该行动中，访客(在 Session 内)访问的最后一个网页就被称为离开页。按照国际统计标准，作为离开页，从访客访问该网页后的 30 分钟(即一个标准统计时间)内不能有任何其他的行动(如移动、外向或内向链接等)，否则不能被称为是“离开页”。

▣ 相关统计

- 网页统计 / 人气访问页面
- 网页统计 / 入口页

2.5.10 版块页面访问量

在高级设置的“设置网页版块”中完成设置后，对您网站中各网页版块的页面访问量进行的统计。

▶ 图像

- 统计结果以饼图形式显示。结果分别显示页面访问量最多的 6 个版块，以及其余版块的页面访问量。其余版块的页面访问量一律归为“其他”。统计结果显示各版块的页面访问量和所占比例。

▶ 自定义项

- 统计结果显示各版块名、它们的页面访问量以及所占的比例。
- 如果您还设置了细分版块，单击+按钮，您也可以看到各细分版块的页面访问量以及所占的比例。

▶ 小贴士

- “访客经常访问的目录”统计的是目录，也就是网站内部构成的固有的网页分类族群，若您想对若干个分散的网页进行版块后的数据统计，请先在高级设置的“设置网页版块”中设置完毕后查看本页面的统计结果。

▶ 数据收集与统计标准

- 若您未在[高级设置 > 设置网页版块]中输入任何信息，统计结果将显示为“无相关数据”。

▶ 相关统计

- 网页统计 / 人气访问页面
- 网页统计 / 访客经常访问的目录

2.5.11 出错页面

访客在您网站内浏览网页时，对于他们浏览到的出错页面进行的统计。另外，网分析还能提供访客到达出错页面前浏览的前一个网页的统计，帮助您更快地找到页面出错的原因。

▶ 自定义项

1. **搜索网页**：显示含有被输入字母或数字的 URL 的相关网页统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个网页的统计结果，若需要查询其他更多网页的情况，您可在此栏自由调整网页的查询数。
3. **新上榜**：在您选定的统计时间段以前，页面出错次数尚为“0”的网页名旁边会显示 **new** 图标。

▣ 小贴士

– 毋庸多言，出错页面显示的次数较多，决不是一件好事。访客极有可能因为看到某一页面显示为出错页面，而马上放弃对于您整个网站的访问。那您即便有再好的内容、再合理的网站构造，和再大力的广告宣传，也不能给您带来较大的收益。

▣ 数据收集与统计标准

被要求打开的网页由于某种原因而不能被打开时，会显示代表相应错误原因的错误代码(404、402、500)。这样的网页通常被叫做出错页面。出错代码主要有以下几类（如果您需要更多出错代码，请用搜索引擎查询“HTTP 错误”）：

- 404：文件或目录未找到（即链接指向的网页不存在）。
- 401：访问被拒绝。
- 403：访客没有访问权限而被禁止访问。
- 500：由于服务器内部错误导致网页无法显示。
- 501：标题值指定的配置没有执行。

📄 网分析进行出错页面统计前的必要设置

– 您必须确认每一个出错页面都被事先嵌入了网分析的统计代码。

显示代码如下：

```
<!--Wangfenxi ERRPAGE START -->  
<script language=' javascript'>  
var PL_ERR=' err' ;  
</script>  
<!-- Wangfenxi ERRPAGE END -->
```

▣ 相关统计

– 网页统计 / 人气访问页面

2.6 访客要览

对访客的访问类型进行的归类统计。网分析将显示最近访客的IP情况、访问次数，访问来自的地区、公司/机关，访客使用的语言以及回访的情况等统计结果。该页面显示所有主要统计数据要览，这样，您可迅速把握主要统计结果。

说明

- 通过选定基准日和周数，您可以看到1周或4周内的具体情况。
- 统计数据主要以图表形式显示。
- 报表中统计的内容如下：

■ 访问主要来源地区	通过识别访客的IP地址来统计访客的来源地区，结果显示主要访问来源地区。
■ 访问主要来源公司/机关	通过识别访客的IP地址来统计访客的主要来源公司或机关。
■ 网站初访/ 回访	显示访客的初访与再次访问之间的比例。
■ 主要访问次数	显示访客的访问次数分布情况。

小贴士

- 访客统计通过识别访客的IP地址来进行统计，结果显示访客的IP、来源出处和访问时间等相关数据。访问来源的地区对于您开展各地区的特色化营销战略将会有极大的帮助。另外，访客使用的语言和来源时区等统计数据，也会在运营您网站时成为极其重要的参照数据。

2.6.1 最近访客

统计结果显示最近一段时间内访问过您网站的访客IP、来源出处和访问时间等相关数据。另外，网分析还显示每秒平均有多少访客来访问您网站的统计数据。

▶ **图像 =>** 最近访客的统计数据要览在上方图像区域显示。

- | | |
|---|------------------------|
| 1. 每秒平均访客数(00 点 00 分~10 时 54 分): 0.00 名 | => 选定时间段内的访客总数除以时间(秒)。 |
| 2. 同时最多访客数: 2 名 | => 显示访问时间完全相同的最多访客数。 |
| 3. 日期: 2008-10-8 | => 显示同时最多访客在线的日期。 |
| 4. 时间: 02:03:09 | => 显示同时最多访客在线的具体时间。 |

▶ **自定义项**

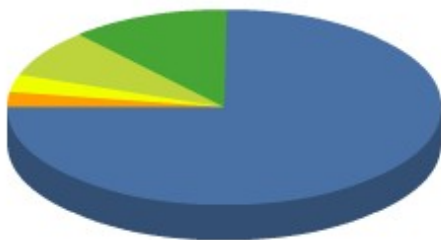
1		2					
搜索IP		搜索时间段		00	00	~ 24	00 确定
IP	推荐站点来源	访问日期					
221.147.37.133	* Bookmark	2008-10-28 17:04:19					
221.147.37.133	* Bookmark	2008-10-28 17:04:19					

1. **搜索 IP**: 显示含有被输入数字的相关 IP 统计结果。
2. 默认情况下, 您可以查询 10 名访客的统计结果, 若需要查询其他更多访客的情况, 您可在此栏自由调整访客的查询数。但是, 最近访客 IP 最多被保留了 100 个记录。所以您即使把查询数改为 200 或 300, 也无法查询到多于 100 名的访客情况。

2.6.2 访问次数分布

以访客的访问纪录为基准, 对他们的访问次数进行的归类统计。

▣ 图像



1次访问	4,961	74.8%
2次访问	786	11.85%
3~5次访问	525	7.92%
10次以上访问	192	2.9%
6~9次访问	168	2.53%

- 按不同访问次数区分的统计结果以饼图形式显示。访问次数共分为 5 种类型, 即 1 次、2 次、3-5 次、6-9 次、及 10 次以上的访问。统计结果显示相应的访客数和它们所占的比例。

▣ 数据收集与统计标准

- 1 次访问是指初访您网站的访客, 对于回访客分成 2 次、3-5 次、6-9 次、及 10 次以上的访问来分别统计。通过本页面, 您可以了解到访客通常访问您网站大约几次。

▣ 小贴士

- 访客的回访是一个重要的参数, 代表了他们对您网站的忠诚度, 回访次数越高, 忠诚度也就越高, 证明您网站的内容丰富、构造合理。
- 您也可以把时间段设置为 1 天以上, 统计结果将显示这段时间内的**日均**(并非该时间段内的总和)数据合计。

2.6.3 回访访客情况

以访客的访问纪录为基准，对他们初访与回访之间的间隔进行的归类统计。

▣ 图像

- 访客的回访问隔统计结果以饼图形式显示。结果分别显示回访数最多的 6 个间隔，以及其余间隔的回访数。其中，其余间隔的回访数一律归为“其他”。

▣ 数据收集与统计标准

- “今日初访”是指初访您网站访客，对于回访客的回访问隔共分为今日回访、1 天后回访、2~7 天后回访、8~15 天后回访、16~30 天后回访、1~3 个月后回访，以及 3 个月以后回访等 7 种类型来分别统计相应的回访次数和所占比例。

▣ 小贴士

- 如果把之前的“按不同访问次数区分的统计”，比喻成对于每位顾客光顾您店面的次数进行的统计的话，“回访的访客”统计的则是这些顾客光顾您店面的频度，是一天，10 天，还是 1 个月 1 次…


2.6.4 访客来源地区


以访客的访问记录为基准，对他们来自哪个省市进行的归类统计。

▣ 图像

- 访客来源地区的统计结果以饼图形式显示。结果分别显示访问次数最多的 6 个地区，以及其余地区的访问次数。其中，其余地区的访问次数一律归为“其他”。

▣ 自定义项

1. **搜索**：显示含有被输入文字的省市名及其统计结果。
2. 默认情况下，您可以查询 10 个地区的统计结果，若需要查询其他更多地区的情况，您可在此栏自由调整地区的查询数。
3. **新地区**：在您选定的统计时间段以前，来自该地区的访客访问数尚为“0”的地区名旁边会显示图标。

4.  (查看走势): 您可了解到目前设置时间段/最近 1 周/最近 1 个月内, 来自各地区的访客访问数增减走势。统计结果显示一旦设置好某个地区的走势统计自定义项, 您的设置将立刻适用于其他地区。

▣ 小贴士

- 在本统计页面上, 您可以了解到全国的各地区统计数据。这项数据对于您展开地方特色化营销战略(如房地产广告)有着至关重要的意义。



2.6.5 访客来源公司/机关

与访客来源地区的统计方式相同, 本页面统计也是以访客的访问记录为基准, 对他们来自哪个公司或机关进行的归类统计。

▣ 图像

- 访客来源公司/机关的统计结果以饼图形式显示。结果分别显示访问次数最多的 6 个公司或机关, 以及其余公司或机关的访问次数。其中, 其余公司或机关的访问次数一律归为“其他”。

▣ 自定义项

1. **搜索:** 显示含有被输入文字的公司或机关名及其统计结果。
2. 默认情况下, 您可以查询 10 个公司或机关的统计结果, 若需要查询其他更多公司或机关的情况, 您可在此栏自由调整查询数。
3. **新上榜:** 在您选定的统计时间段以前, 来自该公司或机关的访客访问数尚为“0”的名称旁边会显示  图标。
4.  (查看走势): 您可了解到目前设置时间段/最近 1 周/最近 1 个月内, 来自各公司或机关的访客访问数增减走势。统计结果显示一旦设置好某个公司或机关的走势统计自定义项, 您的设置将立刻适用于其他公司或机关。

▣ 数据收集与统计标准

- **无法识别的国内 IP:** 在中国国内使用的 IP, 但无相关公司或机关信息。
- **不详:** 无法获取 IP 信息。
- **其他:** 访问次数最高的 100 个公司或机关之外的来源数据合计。

2.6.6 访客使用语言

对于访客使用哪种语言进行的统计。若您的网站有多国语言版本，或者受众是面向全球的话，您就可以通过该项统计，了解到大多数访客是使用哪些语言浏览您的网页了。

▶ 图像

- 访客使用语言的统计结果以饼图形式显示。结果分别显示访问次数最多的6种语言，以及使用其余种类语言的访客访问次数。其中，其余使用其余种类语言的访客访问次数一律归为“其他”。

▶ 小贴士

- 若访客中有很大一部分使用外语访问您网站，那么您可以考虑在您网站上增加多国语言版本了。

▶ 数据收集与统计标准

- 以访客使用的浏览器支持的语言版本为基准来统计。

2.6.7 时区

对于访客来自哪些时区进行的统计。按国际惯例，网分析使用了格林尼治时间(Greenwich Meridian Time)作为标准时间。

▶ 图像



- 统计结果中，各时区的访客数以柱形图显示。

▶ **数据收集与统计标准：统计结果显示来自各时区的访客数及所占的比例。**

1. [GMT-12] 埃尼威托克，夸贾林
2. [GMT-11] 中途岛，萨摩亚
3. [GMT-10] 夏威夷
4. [GMT-9] 阿拉斯加
5. [GMT-8] 太平洋标准时间（美国/加拿大），提华纳
6. [GMT-7] 山区标准时间（美国/加拿大）
7. [GMT-6] 中部标准时间（美国/加拿大），亚利桑那，墨西哥城
8. [GMT-5] 东部标准时间（美国/加拿大），波哥大，利马，印地安纳（东）
9. [GMT-4] 大西洋标准时间（加拿大），圣地亚哥，加拉加斯，拉巴斯
10. [GMT-3] 巴西，布宜诺斯艾利斯，格林兰，乔治城
11. [GMT-2] 中部-大西洋
12. [GMT-1] 亚速群岛，佛德角
13. [GMT 0] 格林尼治标准时间（都柏林，里斯本，伦敦，卡萨布兰卡）
14. [GMT+1] 布达佩斯，布拉格，哥本哈根，马德里，巴黎，罗马
15. [GMT+2] 雅典，伊斯坦布尔，耶路撒冷，开罗，赫尔辛基，明斯克
16. [GMT+3] 莫斯科，圣彼得堡，巴格达，科威特
17. [GMT+4] 巴库，第比利斯，埃里温，阿布扎比，马斯喀特
18. [GMT+5] 加尔各答，新德里，孟买，金奈，塔什干，卡拉奇
19. [GMT+6] 达卡，阿斯塔纳，阿拉木图，诺沃西比克
20. [GMT+7] 曼谷，河内，雅加达，克拉斯诺亚斯克
21. [GMT+8] **北京、上海、香港、深圳、广州、重庆、台北、新加坡**
22. [GMT+9] 首尔，东京，大阪，札幌，雅库茨克
23. [GMT+10] 悉尼，墨尔本，海参崴，关岛
24. [GMT+11] 马加丹，索罗门群岛，新喀里多尼亚
25. [GMT+12] 惠灵顿，奥克兰，斐济，堪察加半岛

▶ **小贴士**

- 若您网站是面向全球访客的国际性网站，那么您可以通过本页面的统计结果，了解到来自哪个时区的访客访问数较多，并一次来制定针对这些时区访客的营销战略。

▶ **数据收集与统计标准**

- 以访客的电脑内设置的时区(时区) 为基准来提取相关数据。

2.6.8 网络服务供应商

对访客使用的因特网服务供应商（即电信公司，简称 **ISP**，**Internet service provider**）进行的归类统计。

▣ 图像

- 网络服务供应商的统计结果以饼图形式显示。结果分别显示访问次数最多的 6 个 ISP，以及使用其余 ISP 的访客访问次数。其中，其余 ISP 的访客访问次数一律归为“其他”。

▣ 小贴士

- 了解到访客主要使用哪个电信公司的服务，有助于您展开特定组群的营销活动。特别是提供图像、音乐和影像资料下载，或者提供流媒体服务的网站，就更需要知道访问自己网站的访客使用的是哪个电信公司的服务，从而尽力完善自己在这些电信公司的 CDN(Content Delivery Network; 内容分发网络)服务，为访客带来更安定、更快速的下载和视听服务。

▣ 数据收集与统计标准

- **无法识别的国内 IP**: 在中国国内使用的 IP，但无相关电信公司的信息。
- **不详**: 无法获取 IP 信息。
- **其他**: 访问次数最高的 100 家电信公司（理论上存在，实际上不可能达到 100 家之多）之外的数据合计。

2.7 系统环境要览

对于访客使用的电脑情况进行的统计。统计结果显示浏览器的类型和版本、操作系统(98、2000、XP等)及显示器分辨率等电脑情况。

说明

- 通过选定基准日和周数，您可以看到1周或4周内的具体情况。
- 统计数据主要以图表形式显示。
- 报表中统计的内容如下：

■ 主要使用的浏览器	一般来说，大部分访客使用的浏览器是IE，统计结果显示访客的IE版本及其他浏览器的使用比例。
■ 主要操作系统	操作系统主要分为Windows和Linux两种，统计结果显示各种操作系统的使用比例。
■ 主要显示器分辨率	对显示器分辨率的统计在设计您网站的界面时会称为重要参考。

小贴士

- 有了网分析的统计数据，您可以根据访客使用的电脑情况来优化自己的网站。“优化”指的是对您网站的结构、设计和界面等进行再设计和再构筑，以达到最适合访客访问的目的。

2.7.1 浏览器

对访客主要使用的浏览器类型和版本进行的统计。有了网分析，您可根据访客使用的浏览器类型和版本来优化自己的网站，即对您网站的结构、设计和界面等进行再设计和再构筑，以达到最适合访客访问的目的。

▶ 图像

- 访客使用的浏览器的统计结果以饼图形式显示。结果分别显示访问次数最多的6种浏览器，以及使用其余浏览器的访客访问次数。其中，其余浏览器的访客访问次数一律归为“其他”。

▶ 数据收集与统计标准

- 在网分析提供的统计代码中已经包含了浏览器名称和版本等相关信息的统计代码，在本统计页面将直接反映出数据结果。

2.7.2 操作系统

对访客主要使用的操作系统进行的统计。有了网分析，您可根据访客使用的操作系统来优化自己的服务，让所有的访客都能下载您网站提供的程序或内容。

- ▶ 图像，数据收集与统计标准=> 与浏览器统计标准相同。

2.7.3 CPU

对访客使用的电脑CPU进行的统计。通过CPU统计，您可以大致知道访客的电脑配置。

- ▶ 图像，数据收集与统计标准=> 与浏览器统计标准相同。

2.7.4 显示器分辨率

对访客使用的显示器分辨率进行的统计。这也是您优化网站的一个重要参数。若您网站是按照800*600的分辨率设计的，但统计结果显示，大多数访客使用的是1024*768的分辨率，那么今后在重新建设网站时，您可以针对分辨率重新设计。

2.7.5 屏幕颜色

对访客使用的显示器颜色进行的统计。制作网页时，图像色彩一般为256种色彩以下为宜。色彩运用再多，访客使用的像色跟不上的话，也是徒劳。

▶ 图像，数据收集与统计标准 => 与浏览器统计标准相同。

2.7.6 Cookie的使用

目前大部分浏览器都有一个让使用者选择使用 Cookie 的选项。通过该统计页面，您可知道访客选择了允许使用还是不允许使用 Cookie。网分析通常通过 Cookie 统计访客的信息，但若访客选择不使用 Cookie，网分析通过识别他们的 IP，照样能够提供者写访客的统计结果。

▶ 图像，数据收集与统计标准=> 与浏览器统计标准相同。

2.7.7 Javascript的使用

对访客使用的浏览器是否允许使用统计脚本（Javascript）分辨率进行的统计。

若多数访客使用的浏览器不允许使用 Javascript，那您在网站上做好不要使用 Javascript。

▶ 图像，数据收集与统计标准=> 与浏览器统计标准相同。

谢谢！

如有任何问题，请随时向我们询问：support@wangfenxi.com