

# 2017-2022年中国搜索引擎行业发展现状分析及投资方法研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国搜索引擎行业发展现状分析及投资方法研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/293925293925.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

### 1.搜索引擎介绍

搜索引擎是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上采集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将检索的相关信息展示给用户的系统。搜索引擎是工作于互联网上的一门检索技术，它旨在提高人们获取搜集信息的速度，为人们提供更好的网络使用环境。从功能和原理上搜索引擎大致被分为全文搜索引擎、元搜索引擎、垂直搜索引擎和目录搜索引擎等四大类。

全文搜索引擎是当前应用最为普遍的主流搜索引擎，国内外知名的有baidu，Google，Bing等。全文搜索引擎的工作原理是分词程序将爬虫程序从互联网上抓取的文章中的内容预处理后进行分词，然后计算机索引程序扫描分好的词，对每一个词建立倒排索引，并将该词在文章中出现的位置以及次数记录在数据库中，当用户检索程序在用户提交检索请求时根据数据库中事先建立的索引进行检索，并将检索结果反馈给用户。全文搜索引擎数据库的容量极大，检索的范围很广，易用性较强，然而由于知识来源较为广泛，导致重复的内容过多且繁杂，更新不够迅速。

元搜索引擎就是通过一个统一的用户界面帮助用户在多个搜索引擎中选择和利用合适的搜索引擎来实现检索操作，是对分布于网络中的多种检索工具的全局控制机制。

目前国内外有诸如360综合搜索、InfoSpace等。元搜索引擎可以充分集中各搜索引擎的优势有效地扩大了搜索引擎的检索广度和提高了检索结果的准确率。元搜索引擎是基于多个搜索引擎上的二次整合，它没有数据库，因此相同的检索请求会导致重复检索。

垂直搜索引擎是针对某一个行业进行搜索的专业搜索引擎，是搜索引擎的细分和延伸，是对网页库中的某类专门的信息进行一次整合，定向分字段抽取需要的数据进行处理后再返回给用户。垂直搜索引擎是在特定的搜索领域来满足特定的搜索需求如火车票搜索、视频搜索等，其检索范围小而且是基于结构化数据和元数据的搜索，检索结果准确度高，检索时间短，所需耗费的成本低。

目录搜索引擎是以人工方式或半自动方式搜集信息，由编辑员查看信息之后，人工形成信息摘要，并将信息置于事先确定的分类框架中。信息大多面向网站，提供目录浏览服务和直接检索服务。它有别于其他的各类搜索引擎。

图：搜索引擎

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2010-2015年我国搜索引擎市场规模（单位：亿元）

资料来源：公开资料，中国报告网整理

## 2.搜索引擎所用主要技术

搜索引擎工作流程主要有数据采集、数据预处理、数据处理、结果展示等阶段。在各工作阶段分别使用了网络爬虫、中文分词、大数据处理、数据挖掘等技术。

网络爬虫也被称为蜘蛛或者网络机器人，它是搜索引擎抓取系统的重要组成部分。网络爬虫根据相应的规则，以某些站点作为起始站点通过各页面上的超链接遍历整个互联网，利用URL引用根据广度优先遍历策略从一个html文档爬行到另一个html文档来抓取信息。

中文分词是中文搜索引擎中一个相当关键的技术，在创建索引之前需要将中文内容合理的进行分词。中文分词是文本挖掘的基础，对于输入的一段中文，成功的进行中文分词，可以达到电脑自动识别语句含义的效果。

大数据处理技术是通过运用大数据处理计算框架，对数据进行分布式计算。由于互联网数据量相当庞大，需要利用大数据处理技术来提高数据处理的效率。在搜索引擎中，大数据处理技术主要用来执行对网页重要度进行打分等数据计算。

数据挖掘就是从海量的数据中采用自动或半自动的建模算法，寻找隐藏在数据中的信息，是从数据库中发现知识的过程。数据挖掘一般和计算机科学相关，并通过机器学习、模式识别、统计学等方法来实现知识挖掘。在搜索引擎中主要是进行文本挖掘，搜索文本信息需要理解人类的自然语言，文本挖掘指从大量文本数据中抽取隐含的、未知的、可能有用的信息。

## 3.搜索引擎以及搜索引擎技术发展趋势

### 3.1搜索引擎的发展趋势

随着移动业务、科技的发展和人们生活方式的改变，在未来搜索引擎将会发生明显的变化。

#### 3.1.1知识图谱搜索

知识图谱是显示知识发展进程与结构关系的一系列各种不同的图形，用可视化技术描述知识资源及其载体，挖掘、分析、构建、绘制和显示知识及它们之间的相互联系。当用户发起一个搜索请求后，除了显示用户搜索的结果，其他与之相关的重要信息也将以发散图表的形式呈现出来。这一功能将在满足用户信息检索的同时，可以更好的理解用户所需要的内容。

### 3.1.2 个性化搜索

搜索引擎技术的通用性决定了它的普适性，从而忽略了搜索用户个体之间的差异。个性化的搜索技术可以根据不同背景、不同目的和不同时期的查询请求为不同用户提供有针对性的个性化的搜索服务。个性化搜索通过采集以及分析不同的用户数据信息来学习不同用户的行为和爱好，从而实现对不同用户进行差异化信息检索的目的。

### 3.1.3 多媒体搜索

当前搜索引擎主要是基于文字进行搜索的，而图片、音频和视频等多媒体搜索比纯文本搜索要复杂得多，目前主流技术是通过对他们的描述文字进行解析来搜索，所以本质上来说还是基于文字的搜索，然而多媒体的描述文字经常与多媒体资料不匹配的问题导致多媒体搜索结果具有高度的不确定性，搜索结果极易受描述文字的干扰。未来的多媒体搜索技术将会通过对多媒体资料内容进行深度解析来弥补这一缺点。

### 3.1.4 跨语言搜索

语言已经成为限制不同语言的人们在互联网上进行文化交流和科技交流最大的障碍，因此跨语言搜索必将成为未来搜索引擎必备的一个功能。目前跨语言搜索共有机器翻译、双语词典查询和双语预料挖掘等三种方法。通过跨语言搜索能让更多的人能够共享异域文化与先进的科学技术。

## 3.2 搜索引擎技术的发展趋势

### 3.2.1 信息抓取的数量和速度

互联网是一个实时变化的拓扑信息网络，每时每刻都会有大量的网页被创建、更新。搜索引擎为了向用户展现最新的互联网信息，需要频繁的去抓取互联网上最近更新的网页内

容。在搜索引擎的抓取策略中，搜索引擎会频繁的优先抓取高权重的网络站点，而对于低权重的网络站点，通常以一个相对较低的频率去抓取，这将导致不能及时的抓取低权重站点的数据信息，从而影响检索结果的准确性，搜索引擎需要兼顾低权重站点。

### 3.2.2海量数据存储

互联网每天都会新产生大量的数据，如何存储从互联网上挖掘出来的海量数据将会给搜索引擎的服务端带来极大的挑战。现有的分布式存储技术在一定程度上解决了当前的数据存储问题，然而在未来数据量的增长速度将远超现在，而且未来数据的类型也将越来越多样化，如何有效的组织和存储海量的、多样化的数据将会是未来搜索引擎的一个发展热点。

### 3.2.3判断用户意图及智能化发展

在搜索过程中，用户所提交的搜索关键词也许并不一定能准确表达他想要搜索的内容，搜索引擎通过利用人工智能技术合理的分析判断用户的真正意图可以实现更加专业、更加准确有效的信息检索，从而使用户使用搜索引擎更加方便，进而可以极大地提高用户的满意度。

## 4.搜索引擎技术当前问题解决方法

### 4.1解决方法

对于网页时效性问题可以将权重高的网络站点和权重低的网络站点分开处理，对高权重和低权重的站点内容分别以合适的高频率进行抓取，并将抓取的结果置于缓存中，索引程序对缓存中的数据进行处理，这样可以使得高权重与低权重站点抓取并行处理，数据抓取与索引建立并行执行。通过优化数据的存储结构，采用数据块的模式借助于散列表连接的存储模式可在一定程度上解决大数据存储问题。通过加强反作弊技术，将先进的数据挖掘技术与神经网络加速器硬件相结合可大幅度提高检索结果的可靠性。

中国报告网发布的《2017-2022年中国搜索引擎行业发展现状分析及投资方法研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争

和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

## 目录

### 第一章搜索引擎行业发展综述

#### 第一节搜索引擎简介

- 一、搜索引擎的定义
- 二、搜索引擎的分类
- 三、两种搜索引擎介绍
- 四、搜索引擎的工作原理
- 五、优秀搜索引擎应具备的主要特点

#### 第二节搜索引擎的发展及作用

- 一、搜索引擎的发展史
- 二、搜索引擎的技术发展
- 三、搜索引擎的主要商务模式
- 四、搜索引擎的作用
- 五、搜索引擎对经济软实力起较大推动作用

### 第二章搜索引擎行业市场环境及影响分析

#### 第一节搜索引擎行业政治法律环境

- 一、行业主要政策法规
- 二、政策环境对行业的影响

#### 第二节行业经济环境分析

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

#### 第三节行业社会环境分析

- 一、搜索引擎产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

#### 第四节行业技术环境分析

- 一、行业主要技术发展趋势
- 二、技术环境对行业的影响

### 第三章国际搜索引擎行业发展分析及经验借鉴

#### 第一节全球搜索引擎市场总体情况分析

- 一、全球搜索引擎市场增长情况
- 二、全球搜索引擎市场发展主要特点
- 三、搜索市场呈出的主要规律
- 四、搜索引擎竞价排名商业模式分析

#### 第二节全球主要国家（地区）市场分析

##### 一、美国

- 1、美国消费者浏览网站使用搜索引擎情况
- 2、美国搜索引擎市场主要排名
- 3、美国搜索引擎市场情况

##### 二、其他国家

- 1、百度与谷歌争夺日本搜索市场
- 2、英国搜索市场发展状况

### 第四章我国搜索引擎行业运行现状分析

#### 第一节中国搜索引擎市场发展概况

- 一、中国搜索引擎市场步入快速发展阶段
- 二、中国搜索引擎市场发展特点
- 三、中国超过美国成全球最大搜索市场
- 四、农村市场成搜索引擎新增长点
- 五、搜索引擎出现创新商业模式
- 六、市场出现搜索引擎导航
- 七、搜索引擎市场运营商与渠道商利益的争夺

#### 第二节中国搜索引擎用户分析

- 一、搜索引擎用户规模与结构特征分析
- 二、搜索用户的品牌选择
- 三、搜索用户对品牌选择的原因及忠诚度分析
- 四、搜索用户的搜索特点
- 五、搜索用户对广告的区分情况

#### 第三节搜索引擎市场竞争分析

- 一、中国搜索引擎市场的竞争格局
- 二、中国搜索引擎市场竞争激烈
- 三、中国搜索引擎市场酝酿新格局

四、核心技术成为搜索引擎竞争的关键

五、搜索引擎竞争走向多元创新时代

六、中国搜索引擎市场将迈入品牌竞争时代

第四节搜索引擎广告分析

一、搜索引擎成广告投放重要平台

二、搜索引擎广告面临的问题及对策分析

三、搜索引擎广告的发展困惑及其前景分析

四、未来搜索引擎将主导网络广告模式

第五节搜索引擎营销分析

一、搜索引擎营销的目标层次原理

二、搜索引擎营销将引领网络新经济时代

三、搜索引擎营销运用解析

四、搜索营销迈向“个性化”时代

五、搜索引擎营销将走向效果营销

第六节搜索引擎市场存在问题及发展对策

一、搜索引擎市场发展中面临的难题

二、搜索引擎隐藏的问题及发展对策

三、搜索引擎企业发展建议

四、搜索引擎应从“信息搜索”转向“知识搜索”

五、搜索引擎优化的主要规则

第五章我国搜索引擎细分市场分析及预测

第一节垂直搜索发展分析

一、垂直搜索发展概述

1、垂直搜索的基本概念及技术

2、垂直搜索引擎发展的理由

3、垂直搜索引擎分类统计

4、优秀的垂直搜索引擎

二、垂直搜索发展分析

1、垂直搜索市场生存空间分析

2、垂直搜索市场已成兵家必争之地

3、垂直搜索引擎技术正式踏入项目外包领域

4、垂直搜索网站步入调整期

三、各种垂直搜索发展分析

1、视频搜索市场拥有巨大发展潜力

- 2、各地区网民使用新闻搜索情况
- 3、我国购物搜索引擎市场快速增长
- 4、生活搜索成中国网络的主流应用
- 5、旅游垂直搜索发展分析
- 6、未来三年商业搜索引擎主要发展趋势
- 四、垂直搜索面临的问题及对策、前景分析
  - 1、垂直搜索模式存在的问题分析
  - 2、垂直搜索引擎的突破与创新
  - 3、垂直搜索引擎的发展方向
  - 4、垂直搜索发展出路探析
  - 5、中国垂直搜索发展前景分析
  - 6、垂直搜索盈利前景分析
- 第二节无线搜索行业分析
  - 一、无线搜索发展分析
    - 1、全球无线搜索业发展概况
    - 2、中国无线搜索行业发展概况
    - 3、中国无线搜索业发展特点与产业链构成
    - 4、中国无线搜索行业发展现状分析
    - 5、无线搜索市场快速发展
  - 二、无线搜索市场竞争分析
    - 1、互联网巨头纷纷布局“无线搜索”
    - 2、互联网搜索巨头与新兴公司的较量
    - 3、WAP门户与专业搜索引擎的较量
  - 三、无线搜索发展面临的问题及对策
    - 1、无线搜索面临的三大难题
    - 2、无线搜索广告模式尚不成熟
    - 3、无线搜索行业发展建议
  - 四、无线搜索投资及前景趋势分析
    - 1、初创型企业在无线搜索中的投资机会
    - 2、无线搜索的资金门槛
    - 3、我国无线搜索行业主要发展趋势
    - 4、G时代手机电视和无线搜索将成两大热点
    - 5、无线搜索市场前景展望

## 第六章搜索引擎行业竞争形势

## 第一节行业总体市场竞争状况分析

### 一、搜索引擎行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

### 二、搜索引擎行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

### 三、搜索引擎行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

### 四、搜索引擎行业SWOT分析

- 1、搜索引擎行业优势分析
- 2、搜索引擎行业劣势分析
- 3、搜索引擎行业机会分析
- 4、搜索引擎行业威胁分析

## 第二节中国搜索引擎行业竞争格局综述

### 一、搜索引擎行业竞争概况

- 1、中国搜索引擎行业品牌竞争格局
- 2、搜索引擎业未来竞争格局和特点
- 3、搜索引擎市场进入及竞争对手分析

### 二、中国搜索引擎行业竞争力分析

- 1、我国搜索引擎行业竞争力剖析
- 2、我国搜索引擎企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内搜索引擎企业竞争能力提升途径

### 三、中国搜索引擎产品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价

- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议
- 四、搜索引擎行业主要企业竞争力分析
  - 1、重点企业资产总计对比分析
  - 2、重点企业从业人员对比分析
  - 3、重点企业营业收入对比分析
  - 4、重点企业利润总额对比分析
  - 5、重点企业综合竞争力对比分析
- 第三节搜索引擎行业竞争格局分析
  - 一、国内外搜索引擎竞争分析
  - 二、我国搜索引擎市场竞争分析
  - 三、我国搜索引擎市场集中度分析
  - 四、国内主要搜索引擎企业动向
  - 五、国内搜索引擎企业拟在建项目分析
- 第四节搜索引擎行业并购重组分析
  - 一、行业并购重组现状及其重要影响
  - 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
  - 三、本土企业投资兼并与重组分析
  - 四、企业升级途径及并购重组风险分析
  - 五、行业投资兼并与重组趋势分析

## 第七章搜索引擎行业领先企业经营形势分析

### 第一节中国搜索引擎企业总体发展状况分析

- 一、搜索引擎企业主要类型
- 二、搜索引擎企业资本运作分析
- 三、搜索引擎企业创新及品牌建设
- 四、搜索引擎企业国际竞争力分析
- 五、搜索引擎行业企业排名分析

### 第二节中国领先搜索引擎企业经营形势分析

#### 一、百度

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 二、搜狗

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 三、搜搜

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 四、谷歌

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 五、雅虎

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 六、360搜索

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 七、有道

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 八、即刻

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 九、中搜

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 十、必应

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 十一、新浪爱问

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第八章搜索引擎行业前景及投资价值

#### 第一节搜索引擎行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十二五”期间搜索引擎行业运行情况
- 二、“十二五”期间搜索引擎行业发展成果
- 三、搜索引擎行业“十三五”发展方向预测

#### 第二节搜索引擎市场发展前景

- 一、搜索引擎市场发展潜力
- 二、搜索引擎市场发展前景展望
- 三、搜索引擎细分行业发展前景分析

#### 第三节搜索引擎市场发展趋势预测

##### 一、搜索引擎行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

##### 二、搜索引擎市场规模预测

- 1、搜索引擎行业市场容量预测
- 2、搜索引擎行业销售收入预测
- 三、搜索引擎行业应用趋势预测

##### 四、细分市场发展趋势预测

#### 第四节中国搜索引擎行业供需预测

一、中国搜索引擎行业供给预测

二、中国搜索引擎行业需求预测

三、中国搜索引擎行业供需平衡预测

第五节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节搜索引擎行业投资特性分析

一、搜索引擎行业进入壁垒分析

二、搜索引擎行业盈利因素分析

三、搜索引擎行业盈利模式分析

第七节搜索引擎行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节搜索引擎行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第九章搜索引擎行业投资机会与风险防范

第一节搜索引擎行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、搜索引擎行业投资现状分析

第二节搜索引擎行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

#### 四、搜索引擎行业投资机遇

##### 第三节搜索引擎行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

##### 第四节中国搜索引擎行业投资建议

一、搜索引擎行业未来发展方向

二、搜索引擎行业主要投资建议

三、中国搜索引擎企业融资分析

#### 第十章搜索引擎行业发展战略研究

##### 第一节搜索引擎行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

##### 第二节对我国搜索引擎品牌的战略思考

一、搜索引擎品牌的重要性

二、搜索引擎实施品牌战略的意义

三、搜索引擎企业品牌的现状分析

四、我国搜索引擎企业的品牌战略

五、搜索引擎品牌战略管理的策略

##### 第三节搜索引擎经营策略分析

一、搜索引擎市场细分策略

二、搜索引擎市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、搜索引擎新产品差异化战略

##### 第四节搜索引擎行业投资战略研究

一、搜索引擎行业投资战略

二、细分行业投资战略

第十一章研究结论及发展建议

第一节搜索引擎行业研究结论及建议

第二节搜索引擎子行业研究结论及建议

第三节搜索引擎行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：全球搜索引擎市场规模及增长

图表：美国各年龄段消费者浏览网站的主要驱动因素

图表：美国搜索引擎请求量情况

图表：美国网民使用单词个数搜索情况

图表：日本十大搜索服务提供商排行

图表：亚太国家/地区搜索量排行

图表：搜索引擎市场营收份额

图表：中美日三国搜索引擎市场规模对比

图表：中国搜索引擎市场规模及增长

图表：中国网页搜索请求量规模

图表：中国网页搜索请求量市场份额

( GYZJY )

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/293925293925.html>