

# 中国搜索引擎行业发展深度研究与投资趋势分析 报告（2022-2029年）

## 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《中国搜索引擎行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2022-2029年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600885.html>

报告价格：电子版：8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版：8500

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

搜索引擎是根据用户需求与一定算法，运用特定策略从互联网检索出指定信息反馈给用户的一门检索技术。搜索引擎依托于多种技术，如网络爬虫技术、检索排序技术、网页处理技术、大数据处理技术、自然语言处理技术等，为信息检索用户提供快速、高相关性的信息服务。根据不同技术特点和工作方式，搜索引擎产品可分为全文索引型、目录索引型、元数据索引型、垂直索引型和互动式索引型五大类。

**搜索引擎分类**

**类型**

**内容**

**全文索引型**

从互联网提取各个网站的信息(以网页的文字为主)，建立起数据库，并能检索与用户查询条件相匹配的记录，按一定的排列顺序返回结果；代表有百度、谷歌

**目录索引型**

完全不需要依靠关键词（Keywords）查询，只是按照分类目录找到所需要的信息；代表有新浪、搜狐、雅虎

**元数据索引型**

接受用户查询请求后，同时在多个搜索引擎上搜索，并将结果返回给用户；代表有360

**垂直索引型**

适用于有明确搜索意图情况下进行检索，如购买机票、火车票、汽车票或浏览网络视频资源时，以直接选用行业内专用搜索引擎，以准确、迅速获得相关信息

**互动式索引型**

在用户输入一个查询词时，尝试理解用户可能的查询意图，智能展开多组相关的主题，引导用户更快速准确定位自己所关注的内容，代表有搜狗

资料来源：观研天下整理

**一、市场现状**

**1、用户规模**

搜索引擎是互联网的主要入口，已成为信息传播的主要途径和众多网民获取信息服务的便捷工具。经过20年左右的发展，搜索引擎产品架构和算法技术得以成型和成熟，尤其是在5G技术的商业化进程推进下，数据爆发式增长，给搜索引擎带来新的经济增长点。

2017-2021年我国搜索引擎用户规模呈稳中上涨趋势，用户人数从63956万人增至82844万人，年均复合增长率为6.68%。2020年国内搜索引擎用户规模比2019年增长缓慢，增长率下跌到2.65；2021年用户规模增长幅度提高到7.6%，但未达到疫情前水平。

数据来源：CNNIC、观研天下整理

搜索引擎使用率方面，截至2020年底我国搜索引擎使用率下滑幅度明显，跌破80%，较2019年降低了5.2%。理应在搜索引擎总用户不断增长的前提下，其搜索服务并不会减少，而2020年使用率下降的主要原因是随着搜索方式及场景多元化，通用搜索引擎与移动应用搜索之间相互竞争，APP的兴起使得搜索场景被引流至移动应用平台内。具体表现在看娱乐八卦去微博、美妆穿搭去小红书等；可喜的是2021年受益于垂直搜索市场的发展，搜索引擎整体使用率得到恢复为80.3%，较上年同比增长了2.5个百分点。

数据来源：CNNIC、观研天下整理

## 2、市场规模

我国搜索引擎市场规模和搜索用户规模有着一致的变化趋势，近年来我国搜索引擎市场规模逐年攀升，现已达到千亿级。随着引擎行业的迅速发展与商业化落地，其搜索内容生产丰富化、领域广化，推动用户规模剧增；以及搜索引擎的捆绑形式愈发多样，广告营销促进引擎市场整体规模保持优质提高。当人口红利见底后，智能搜索便是搜索引擎的一个重点方向，未来我国搜索引擎市场规模增长维持稳健，市场规模进一步扩大。

数据来源：公开资料整理

## 二、竞争现状

### 1、主流品牌

目前国内外主流搜索引擎有百度、谷歌、必应、搜狗等，它们均支持以语音或图片形式进行搜索，但具体搜索栏又有区别，各自形成特色和竞争壁垒。

主流搜索引擎比较

类型

内容

功能分析

百度

全球领先的中文搜索引擎

支持以图片的形式进行搜索，搜索栏下有较其他三个搜索系统更加全面的搜索分类，可以进行针对性的搜索；搜索系统还提供了搜索工具

Google

世界上最大的搜索引擎之一

支持语音搜索，搜索栏下有和Bing类似的搜索分类选项；搜索工具除了时间筛选外，还可以设置搜索词类型

Bing

全球领先的搜索引擎之一

支持语音搜索，搜索栏下有粗略的搜索分类，如网页，图片，视频，地图等；提供了设置时间的搜索工具，便于用户寻找需要的信息；国内国际版可切换

搜狗

全球首个第三代互动式中文搜索引擎，是中国第二大搜索引擎

支持语音搜索，搜索栏下有和百度一样的繁多的搜索分类；相较于其他搜索引擎，搜狗的时间筛选不能自定义时间，十分不方便

资料来源：观研天下整理

## 2、竞争格局

放眼国外搜索引擎产品，2019-2022年第一季谷歌与必应引擎产品在我国的市场份额均仅有百分之几，不过必应市场份额逐年递增，从2.34%增至5.65%。尽管谷歌在国内份额跌破5%；但在全球独占鳌头，近年来市场份额遥遥领先，均高于90%，几乎处于垄断地位。

聚焦国内搜索引擎产品，百度搜索市场份额持续增长，至2022年第一季度达到84.21%，是国内第一大搜索引擎。搜狗搜索是我国第二大搜索引擎，但市场份额远低于百度，2019-2021年的市场份额均不高于20%；2021年由于搜狗被腾讯收购，其搜索业务及入口收缩导致市占率断崖式下滑到13.0%，2022年第一季度市占率也仅有4.15%。

2019-2022年Q1主流搜索引擎国内外市场份额情况

搜索引擎

2019年

2020年

2021年

2022年Q1

平均

百度

国内

69.46%

70.12%

78.26%

84.21%

75.51%

国外

0.99%

1.16%

1.46%

1.27%

1.22%

Bing

国内

2.34%

2.43%

3.08%

5.65%

3.38%

国外

2.44%

2.69%

2.57%

2.98%

2.67%

Google

国内

2.76%

2.92%

2.21%

2.58%

2.62%

国外

92.63%

92.08%

92.01%

91.82%

92.14%

搜狗

国内

13.83%

17.84%

13.03%

4.15%

12.21%

国外

0.19%  
0.29%  
0.24%  
0.06%  
0.20%

#### 数据来源：公开资料整理

从2021年我国总搜索引擎市场份额情况来看，超过90%的市场份额由国内搜索产品组成，比如百度以78.3%的比例稳固行业头部，其次是搜狗13.0%、好搜1.79%、神马1.35%紧随其后；而国外搜索引擎产品在我国的总市占率不及10%，其中必应、谷歌的市场份额分别为3.09%、2.22%。

#### 数据来源：观研天下整理

一方面就国内电脑端搜索引擎平台竞争市场而言，行业形成了百度、搜狗双寡头格局。搜狗搜索以38.92%的市场份额占据第一，百度以0.84%之差位于第二，错失了以往的宝座，两者市场份额超过70%。不过其他国内引擎玩家并非无用武之地，比如好搜市占率也有4.97%。

#### 数据来源：StatCounter、观研天下整理

另一方面从移动端搜索引擎平台市场来看，百度仍旧是用户最常使用的移动端搜索引擎工具，市场占比达到94.18%；百度将众多资源如百度小程序、百家号、好看视频等整合到移动生态市场，使得移动流量超过电脑端，百度成功转型为移动搜索引擎产品，这也是百度搜索在桌面引擎市场屈居第二的缘故。其他引擎产品在百度搜索面前处于小巫见大巫的尴尬局面。

#### 数据来源：StatCounter、观研天下整理（PY）

观研报告网发布的《中国搜索引擎行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询

机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022年中国搜索引擎行业发展概述

#### 第一节 搜索引擎行业发展情况概述

##### 一、搜索引擎行业相关定义

##### 二、搜索引擎特点分析

##### 三、搜索引擎行业基本情况介绍

##### 四、搜索引擎行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售/服务模式

##### 五、搜索引擎行业需求主体分析

#### 第二节 中国搜索引擎行业生命周期分析

##### 一、搜索引擎行业生命周期理论概述

##### 二、搜索引擎行业所属的生命周期分析

#### 第三节 搜索引擎行业经济指标分析

##### 一、搜索引擎行业的赢利性分析

##### 二、搜索引擎行业的经济周期分析

##### 三、搜索引擎行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2018-2022年全球搜索引擎行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球搜索引擎行业发展历程回顾

#### 第二节 全球搜索引擎行业市场规模与区域分布情况

### 第三节 亚洲搜索引擎行业地区市场分析

- 一、亚洲搜索引擎行业市场现状分析
- 二、亚洲搜索引擎行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲搜索引擎行业市场前景分析

### 第四节 北美搜索引擎行业地区市场分析

- 一、北美搜索引擎行业市场现状分析
- 二、北美搜索引擎行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美搜索引擎行业市场前景分析

### 第五节 欧洲搜索引擎行业地区市场分析

- 一、欧洲搜索引擎行业市场现状分析
- 二、欧洲搜索引擎行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲搜索引擎行业市场前景分析

### 第六节 2022-2029年世界搜索引擎行业分布走势预测

### 第七节 2022-2029年全球搜索引擎行业市场规模预测

## 第三章 中国搜索引擎行业产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 我国宏观经济环境对搜索引擎行业的影响分析

### 第三节 中国搜索引擎行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

### 第四节 政策环境对搜索引擎行业的影响分析

### 第五节 中国搜索引擎行业产业社会环境分析

## 第四章 中国搜索引擎行业运行情况

### 第一节 中国搜索引擎行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

### 第二节中国搜索引擎行业市场规模分析

#### 一、影响中国搜索引擎行业市场规模的因素

#### 二、中国搜索引擎行业市场规模

#### 三、中国搜索引擎行业市场规模解析

### 第三节中国搜索引擎行业供应情况分析

#### 一、中国搜索引擎行业供应规模

#### 二、中国搜索引擎行业供应特点

### 第四节中国搜索引擎行业需求情况分析

#### 一、中国搜索引擎行业需求规模

#### 二、中国搜索引擎行业需求特点

### 第五节中国搜索引擎行业供需平衡分析

## 第五章 中国搜索引擎行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国搜索引擎行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、搜索引擎行业产业链图解

### 第二节中国搜索引擎行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对搜索引擎行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对搜索引擎行业的影响分析

### 第三节我国搜索引擎行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国搜索引擎行业市场竞争分析

### 第一节中国搜索引擎行业竞争现状分析

#### 一、中国搜索引擎行业竞争格局分析

#### 二、中国搜索引擎行业主要品牌分析

### 第二节中国搜索引擎行业集中度分析

#### 一、中国搜索引擎行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国搜索引擎行业市场集中度分析

### 第三节中国搜索引擎行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2018-2022年中国搜索引擎行业模型分析

### 第一节中国搜索引擎行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国搜索引擎行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国搜索引擎行业SWOT分析结论

### 第三节中国搜索引擎行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2018-2022年中国搜索引擎行业需求特点与动态分析

### 第一节中国搜索引擎行业市场动态情况

### 第二节中国搜索引擎行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

第三节搜索引擎行业成本结构分析

第四节搜索引擎行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国搜索引擎行业价格现状分析

第六节中国搜索引擎行业平均价格走势预测

一、中国搜索引擎行业平均价格趋势分析

二、中国搜索引擎行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国搜索引擎行业所属行业运行数据监测

第一节中国搜索引擎行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国搜索引擎行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国搜索引擎行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

### 第十章 2018-2022年中国搜索引擎行业区域市场现状分析

第一节中国搜索引擎行业区域市场规模分析

一、影响搜索引擎行业区域市场分布的因素

二、中国搜索引擎行业区域市场分布

第二节中国华东地区搜索引擎行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区搜索引擎行业市场分析

- (1) 华东地区搜索引擎行业市场规模
- (2) 华南地区搜索引擎行业市场现状
- (3) 华东地区搜索引擎行业市场规模预测

#### 第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区搜索引擎行业市场分析
  - (1) 华中地区搜索引擎行业市场规模
  - (2) 华中地区搜索引擎行业市场现状
  - (3) 华中地区搜索引擎行业市场规模预测

#### 第四节华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区搜索引擎行业市场分析
  - (1) 华南地区搜索引擎行业市场规模
  - (2) 华南地区搜索引擎行业市场现状
  - (3) 华南地区搜索引擎行业市场规模预测

#### 第五节华北地区搜索引擎行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区搜索引擎行业市场分析
  - (1) 华北地区搜索引擎行业市场规模
  - (2) 华北地区搜索引擎行业市场现状
  - (3) 华北地区搜索引擎行业市场规模预测

#### 第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区搜索引擎行业市场分析
  - (1) 东北地区搜索引擎行业市场规模
  - (2) 东北地区搜索引擎行业市场现状
  - (3) 东北地区搜索引擎行业市场规模预测

#### 第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区搜索引擎行业市场分析

- (1) 西南地区搜索引擎行业市场规模
- (2) 西南地区搜索引擎行业市场现状
- (3) 西南地区搜索引擎行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区搜索引擎行业市场分析
  - (1) 西北地区搜索引擎行业市场规模
  - (2) 西北地区搜索引擎行业市场现状
  - (3) 西北地区搜索引擎行业市场规模预测

# 第十一章 搜索引擎行业企业分析（随数据更新有调整）

## 第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

## 第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

## 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

## 第十二章 2022-2029年中国搜索引擎行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国搜索引擎行业未来发展前景分析

一、搜索引擎行业国内投资环境分析

二、中国搜索引擎行业市场机会分析

三、中国搜索引擎行业投资增速预测

### 第二节 中国搜索引擎行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国搜索引擎行业规模发展预测

一、中国搜索引擎行业市场规模预测

二、中国搜索引擎行业市场规模增速预测

三、中国搜索引擎行业产值规模预测

四、中国搜索引擎行业产值增速预测

五、中国搜索引擎行业供需情况预测

### 第四节 中国搜索引擎行业盈利走势预测

## 第十三章 2022-2029年中国搜索引擎行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 中国搜索引擎行业进入壁垒分析

一、搜索引擎行业资金壁垒分析

二、搜索引擎行业技术壁垒分析

三、搜索引擎行业人才壁垒分析

四、搜索引擎行业品牌壁垒分析

五、搜索引擎行业其他壁垒分析

## 第二节搜索引擎行业风险分析

- 一、 搜索引擎行业宏观环境风险
- 二、 搜索引擎行业技术风险
- 三、 搜索引擎行业竞争风险
- 四、 搜索引擎行业其他风险

## 第三节中国搜索引擎行业存在的问题

## 第四节中国搜索引擎行业解决问题的策略分析

# 第十四章 2022-2029年中国搜索引擎行业研究结论及投资建议

## 第一节观研天下中国搜索引擎行业研究综述

- 一、 行业投资价值
- 二、 行业风险评估

## 第二节中国搜索引擎行业进入策略分析

- 一、 目标客户群体
- 二、 细分市场选择
- 三、 区域市场的选择

## 第三节 搜索引擎行业营销策略分析

- 一、 搜索引擎行业产品策略
- 二、 搜索引擎行业定价策略
- 三、 搜索引擎行业渠道策略
- 四、 搜索引擎行业促销策略

## 第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600885.html>