

2016-2022年中国搜索引擎产业现状深度调研及十三五产业投资评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国搜索引擎产业现状深度调研及十三五产业投资评估报告》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/jisuanji/244061244061.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

搜索引擎（Search Engine）是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序搜集互联网上的信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务的系统。搜索引擎经过几年的发展和摸索，越来越贴近人们的需求，搜索引擎的技术也得到了很大的发展。

截至2015年12月，我国搜索引擎用户规模达5.66亿，使用率为82.3%，用户规模较2014年底增长4400万，增长率为8.4%；手机搜索用户数达4.78亿，使用率为77.1%，用户规模较2014年底增长4870万，增长率为11.3%。搜索引擎是基础互联网应用，使用率仅次于即时通信；手机搜索在手机互联网应用中位列第三，使用率低于手机即时通信和手机网络新闻。

2015年，移动搜索市场快速增长的态势得以延续。其一，移动搜索用户数量增速仍快于领域整体；其二，来自移动端的搜索流量全面超越PC端，2015年第三季度企业财报显示，百度有超过2/3的搜索流量来自移动端，搜狗搜索移动端流量也超过了PC端；其三，移动营收在整体营收增长中的贡献越来越大，财报显示，百度移动营收在总营收中的占比从一季度的50%增至三季度的54%，搜狗移动搜索营收占比也从一季度的22%增至三季度的30%。

2016年第1季度中国搜索引擎运营商市场规模为178.2亿元人民币，相较于2015年第4季度减少17%，同比增长16.7%。2016年第1季度，在未含渠道收入的中国搜索引擎运营商市场收入份额中，百度占到80.07%，谷歌中国为10.04%，搜狗为6.29%，其他为3.6%。

2016年是中国搜索引擎市场转型的关键时期，搜索的边界进一步模糊，市场各参与方基于大搜索的生态建设将推动行业变革和发展。搜索对于垂直领域资源的整合，将进一步改变市场中已有的商业模式，搜索引擎对用户的服务将更加完善。同时搜索引擎积极向移动端转型，目前已经取得的较好的成绩。

伴随用户对于产品的体验需求进一步提升，搜索引擎对服务能力延展仍有较大发展空间，通过提供差异化的内容和服务，提升用户粘性将成为搜索引擎行业竞争重点。目前搜索引擎市场对于垂直领域的整合处于“开荒期”，随着各垂直领域的价值被进一步开发，搜索引擎厂商之间将面临资源整合的直接争夺。

《2016-2022年中国搜索引擎产业现状深度调研及十三五产业投资评估报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

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（PEST）

第一节 搜索引擎行业政治法律环境（P）

- 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（E）

- 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（S）

- 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（T）

- 一、主要技术组成
- 二、技术发展历程
- 三、技术发展趋势

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、日本搜索市场
- 2、英国搜索市场

第二部分 行业深度分析

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
- 第三部分 市场全景调研
- 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、无线搜索市场前景展望

第四部分 竞争格局分析

第六章 2016-2022年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、“互联网+”时代传统企业竞争优势的重构

二、搜索引擎行业企业间竞争格局分析

三、搜索引擎行业集中度分析

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

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

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、国内巨头企业国际竞争力比较

第二节 中国领先搜索引擎企业经营形势分析

一、百度搜索

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营业绩分析

4、企业经济指标分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

二、好搜

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营业绩分析

4、企业经济指标分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

三、搜狗搜索

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营业绩分析

4、企业经济指标分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

四、微软必应

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业最新发展动向
- 5、必应借助Windows10提高市场份额

五、Google中国搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营业绩分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

六、神马搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营业绩分析
- 4、企业运营能力分析

七、雅虎中国搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营业绩分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

八、网易有道搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营业绩分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势劣势分析
- 7、企业最新发展动向

九、中国搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营业绩分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

十、宜搜搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营业绩分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第八章 2016-2022年搜索引擎行业前景及投资价值

第一节 搜索引擎行业未来前景预测

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

第三节 2016-2022年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、2016年搜索引擎推广趋势预测分析
- 二、2016-2022年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、2016-2022年搜索引擎行业应用趋势预测

第四节 2016-2022年中国搜索引擎行业供需预测

第五节 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

第九章 2016-2022年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 2016-2022年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 2016-2022年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、关联产业风险及防范

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

第六部分 发展战略研究

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、2016-2022年搜索引擎行业投资战略

二、2016-2022年移动互联网投资战略

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：搜索引擎行业生命周期

图表：2013-2015年全球搜索引擎行业市场规模

图表：2013-2015年中国搜索引擎行业市场规模

图表：2013-2015年搜索引擎行业重要数据指标比较

图表：2013-2015年中国搜索引擎市场占全球份额比较

图表：2015年谷歌公司广告营收分析

图表：2015年百度公司网络营销营收分析

图表：2015年百度活跃网络营销客户数量

图表：2013-2015年搜索引擎推广业务销售收入

图表：2013-2015年搜索引擎行业利润总额

图表：2013-2015年搜索引擎行业资产总计

图表：2013-2015年搜索引擎行业负债总计

图表：2013-2015年搜索引擎行业竞争力分析

图表：2013-2015年搜索引擎行业主营业务收入

图表：2013-2015年搜索引擎行业成本费用利润率分析

图表：2013-2015年搜索引擎行业总资产利润率分析

图表：2013-2015年搜索引擎行业需求分析

图表：2013-2015年搜索引擎行业集中度

图表：2016-2022年中国搜索引擎行业供给预测

图表：2016-2022年中国搜索引擎行业需求预测

图表详见正文 (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/244061244061.html>