

2021年中国搜索引擎行业分析报告- 行业运营态势与未来规划分析

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国搜索引擎行业分析报告-行业运营态势与未来规划分析》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/556940556940.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: 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

近日，中国企业数据搜索引擎开创者「北极数据」完成2000万元pre-A轮融资，本轮融资由绿洲资本领投，老股东梅花创投和盈动资本跟投。在数字化的大背景下，随着企业业务逐步纷繁复杂，初步完成信息化阶段时，这也意味着数据量陡然增大——由此，企业如何存储、管理、应用数据，便催生出巨大的大数据市场，从传统的数据仓库负责存储需求，到近年来做数据挖掘和分析的BI、数据中台等，都能为企业的高效决策提供支持。

搜索引擎是指根据用户需求与一定算法，运用特定策略从互联网检索出制定信息反馈给用户的一门检索技术。而搜索方式作为搜索引擎中最为重要的一个环节，大致可分为四种：全文搜索引擎、元搜索引擎、垂直搜索引擎和目录搜索引擎，它们各有特点并适用于不同的搜索环境。我国搜索方式及具体内容

方式

具体内容

全文搜索引擎

一般网络用户适用于全文搜索引擎，搜索方式方便、简捷，并容易获得所有相关信息。但搜索到的信息过于庞杂，因此用户需要逐一浏览并甄别出所需信息。尤其在用户没有明确检索意图情况下，这种搜索方式非常有效

元搜索引擎

适用于广泛、准确地收集信息。不同的全文搜索引擎由于其性能和信息反馈能力差异，导致其各有利弊。元搜索引擎的出现恰恰解决了这个问题，有利于各基本搜索引擎间的优势互补

垂直搜索引擎

适用于有明确搜索意图情况下进行检索。例如，用户购买机票、火车票、汽车票时，或想要浏览网络视频资源时。都可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

目录搜索引擎

是网站内部常用的检索方式。本搜索方式旨在对网站内信息整合处理并分目最呈现给用户，但其缺点在于用户需预先了解本网站的内容，并熟悉其主要模块构成

资料来源：观研天下整理

目前，我国搜索引擎市场自2015年后处于迎来稳定发展阶段，行业发展增速逐步下降。根据数据显示，2019年我国搜索引擎市场规模达1087.04亿元，同比增长10.15%，有小幅回升。

2014-2019年我国搜索引擎市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

近几年，我国搜索引擎用户规模逐年递增。根据数据显示，截至2020年12月我国搜索

引擎用户规模达7.7亿，占网民整体的77.8%。2020年12月搜索引擎用户较2020年3月增长1962万，与2019年相比则增长了2.62%。

2016-2020年我国搜索引擎用户规模及网民比例 数据来源：观研天下整理

目前，我国搜索引擎终端主要以手机为主。根据数据显示，2020年我国手机搜索引擎用户规模达7.68亿，较2019年增长2301万，占手机网民的77.9%，与搜索引擎整体用户规模的比重达到99.82%。

2016-2020年我国手机搜索引擎用户规模及占比 数据来源：观研天下整理

从我国搜索引擎市场的竞争格局来看，截止至2020年6月我国百度凭借66.15%的市场份额，位于搜索引擎市场领先地位；搜狗以22.06%的市场份额，位居第二；好搜市场份额为3.4%。

截止至2020年6月我国搜索引擎市场份额分布情况 数据来源：观研天下整理

独立搜索是全网内容入口，主要承担引导流量和营收功能，为其他业务发展提供流量和资金支持，2019年独立搜索平台以71.5%的使用率位居榜首。短视频平台表现亮眼，有68.7%的用户会通过短视频平台进行搜索，成为使用率第二位的搜索平台。

2019年我国搜索平台使用情况分析 数据来源：观研天下整理

社交、短视频、长视频、电商购物、新闻资讯等平台属于内容型平台，用户的所有搜索行为中，有77.4%的搜索会发生在内容型平台。用户全部搜索行为在不同平台权重占比情况
数据来源：观研天下整理

搜索市场竞争趋于激烈，推动搜索业务功能和定位呈现差异化趋势。一是市场参与者持续加大竞争力度，例如腾讯全资收购搜狗，头条搜索整合字节跳动多款新闻、视频产品，全面布局搜索广告市场；二是搜索业态多元化,在各企业生态布局中发挥不同功能。在独立搜索中，百度收入的主要来源仍是关键字广告；搜狗的搜索业务收入占比长期超过90%；而应用内搜索更多面向生态体系内部，将内容和服务进行连接形成闭环，带来大数据沉淀等多种增益。如微信搜一搜主要作为微信的内建服务，为用户提供社交、购物、本地生活服务的连接，产生的广告收入占比还较低,未来商业化方向也会与传统综合搜索引擎有所不同。

搜索引擎行业发展趋势

趋势

主要内容

市场参与者持续加大竞争力度

2020年9月，腾讯全资收购搜狗。为微信内容生态引入外部互联网资源。提升腾讯在搜索领

域的竞争力：11月，头条擅索整合字节跳动多款新闻，视频产品。全面布局搜索广告市场。未来，搜索服务将在技术研发、产品形式、用户体验方面出现更多的创新。

搜索业态多元化，在各企业生态布局中发挥不同功能

在独立搜索中，百度收入的主要来源仍是关键字广告；搜狗的搜索业务收入占比长期超过90%。在应用内搜索中，微信搜一搜主要作为微信的内建服务，用户提供社交、购物。本地生活服务的连接，产生的广告收入占比还较低，未来商业化方向也公与传统综合搜索引擎有所不同。资料来源：观研天下整理（TJL）

观研报告网发布的《2021年中国搜索引擎行业分析报告-行业运营态势与未来规划分析》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。

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 2017-2021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、搜索引擎行业基本情况介绍

三、搜索引擎行业发展特点分析

四、搜索引擎行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、搜索引擎行业需求主体分析

第二节 中国搜索引擎行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、搜索引擎行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国搜索引擎行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2021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 2021-2026年世界搜索引擎行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球搜索引擎行业市场规模预测

第三章 中国搜索引擎产业发展环境分析

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 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

第三节 中国搜索引擎产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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

第三节 中国搜索引擎行业供应情况分析

第四节 中国搜索引擎行业需求情况分析

第五节 我国搜索引擎行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国搜索引擎行业供需平衡分析

第七节 中国搜索引擎行业发展趋势分析

第五章 中国搜索引擎所属行业运行数据监测

第一节 中国搜索引擎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

第六章 2017-2021年中国搜索引擎市场格局分析

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情况分析

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

第五节 中国搜索引擎行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国搜索引擎行业需求特点与动态分析

第一节 中国搜索引擎行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国搜索引擎行业价格影响因素

二、中国搜索引擎行业平均价格走势预测

三、中国搜索引擎行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021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布

第二节 中国华东地区搜索引擎市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区搜索引擎市场规模分析

四、华东地区搜索引擎市场规模预测

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、华中地区搜索引擎市场规模分析

四、华中地区搜索引擎市场规模预测

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、华南地区搜索引擎市场规模分析

四、华南地区搜索引擎市场规模预测

第九章 2017-2021年中国搜索引擎行业竞争情况

第一节 中国搜索引擎行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国搜索引擎行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国搜索引擎行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

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

第五节 企业

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

第十一章 2021-2026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 中国搜索引擎行业市场发展预测

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

一、中国搜索引擎行业毛利润同比增速预测

二、中国搜索引擎行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国搜索引擎行业投资风险与营销分析

第一节 搜索引擎行业投资风险分析

一、搜索引擎行业政策风险分析

二、搜索引擎行业技术风险分析

三、搜索引擎行业竞争风险分析

四、搜索引擎行业其他风险分析

第二节 搜索引擎行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国搜索引擎行业发展战略及规划建议

第一节 中国搜索引擎行业品牌战略分析

一、搜索引擎企业品牌的重要性

二、搜索引擎企业实施品牌战略的意义

三、搜索引擎企业品牌的现状分析

四、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

第二节 中国搜索引擎行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国搜索引擎行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国搜索引擎行业发展策略及投资建议

第一节 中国搜索引擎行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国搜索引擎行业营销渠道策略

- 一、搜索引擎行业渠道选择策略
- 二、搜索引擎行业营销策略

第三节 中国搜索引擎行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国搜索引擎行业重点投资区域分析
- 二、中国搜索引擎行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/556940556940.html>