

2011-2015年中国移动搜索 行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国移动搜索行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tongxun1105/F643827Y8Z.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-05-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国移动搜索行业深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了移动搜索相关概述、中国移动搜索行业运行环境等，接着分析了中国移动搜索行业运行的现状，然后介绍了中国移动搜索竞争态势。随后，报告对中国移动搜索做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动搜索行业前景与投资预测。您若想对移动搜索产业有个系统的了解或者想投资移动搜索行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

移动搜索是指以移动设备为终端，进行对普遍互联网的搜索，从而实现高速、准确的获取信息资源。随着科技的高速发展，信息的迅速膨胀，手机已经成为了信息传递的主要设备之一。尤其是近年来手机技术的不断完善和功能的增加，利用手机上网也以成为一种获取信息资源的主流方式。

第一章 移动搜索相关概述

第一节 移动搜索阐述

一、移动搜索的特征

二、移动搜索服务范围

1、本地搜索

2、图片搜索

3、AQA应答搜索

4、曲名搜索

三、移动搜索的分类

1、按搜索方式分类

2、按搜索内容分类

3、按照搜索引擎分类

第二节 移动搜索与互联网搜索的区别分析

一、移动搜索的自由度更大

二、互联网搜索往往得到的是海量信息结果

三、移动搜索可设立筛选结果更精准

四、移动搜索页面设置同互联网页面设置也有很大差别

第二章 2010-2011年全球移动搜索行业运行态势分析

第一节 2010-2011年全球移动搜索业运行环境分析

- 一、全球经济环境及影响分析
- 二、全球手机行业对移动搜索业影响分析

第二节 2010-2011年全球移动搜索运行总况

- 一、全球移动搜索市场随着3G时代的到来快速增长
- 二、从全球范围来看移动搜索具有广阔的应用前景
- 三、移动搜索的运营商分析
- 四、全球移动搜索市场发展规模分析

第三节 2010-2011年全球部分国家及地区移动搜索动态分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国
- 四、欧洲

第四节 2011-2015年全球移动搜索新趋势探析

第三章 2010-2011年中国移动搜索行业运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国移动搜索行业政策环境分析

第三节 2010-2011年中国移动搜索行业发展社会环境分析

- 一、互联网搜索飞速发展
- 二、移动电话用户规模持续增长
- 三、移动通信市场收入率创新高
- 四、移动增值业务用户发展迅速
- 五、移动增值业务收入快速增加

第四节 2010-2011年中国移动搜索行业技术环境分析

第四章 2010-2011年中国移动搜索行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国移动通信通信行业现状分析

一、移动电话用户发展状况

二、移动增值业务收入发展状况

第二节 2010-2011年中国移动搜索市场现状综述

一、中国移动搜索市场用户规模分析

二、中国移动搜索市场收入规模分析

第三节 2010-2011年中国移动搜索产业链及商业模式分析

一、中国移动搜索产业链构成

二、中国移动搜索商业模式分析

第四节 2010-2011年中国移动搜索行业主要收入来源分析

一、移动用户的消费

二、企业广告的支出

第五节 2010-2011年中国移动搜索服务提供商的收入来源分析

一、向个人用户收取的信息服务费

二、从企业用户收取的广告宣传费

三、通过搜索定制增值业务后与CP、运营商分得的利润

第六节 2011-2015年中国移动搜索关键问题分析

一、准确把握用户需求

二、加大移动搜索研发力度

三、丰富准确的内容库

四、培养用户使用习惯

五、商务模式不成熟

第五章 2010-2011年中国移动搜索主要方式分析

第一节 wap搜索

一、要求终端支持无线上网

二、百度、Google、中国移动

第二节 短信搜索

一、业务开展门槛较低

二、服务内容包括铃声、图片、生活信息

三、“小灵通搜索”、“灵通知道”

第三节 语音搜索

- 一、不受终端限制
- 二、主要提供商旅及本地生活实用信息
- 三、中国电信的118114号码百事通、中国网通的116114、中国移动的12580

第六章 2010-2011年中国移动搜索细分市场运行分析

第一节 地图黄页搜索市场分析

- 一、地图黄页搜索市场发展现状
- 二、地图黄页搜索市场发展存在的主要问题
- 三、地图黄页搜索市场发展趋势预测

第二节 音乐搜索市场分析

- 一、音乐搜索市场发展现状
- 二、音乐搜索市场发展存在的主要问题
- 三、音乐搜索市场发展趋势预测

第三节 图片搜索市场分析

- 一、图片搜索市场发展现状
- 二、图片搜索市场发展存在的主要问题
- 三、图片搜索市场发展趋势预测

第四节 游戏搜索市场分析

- 一、游戏搜索市场发展现状
- 二、游戏搜索市场发展存在的主要问题
- 三、游戏搜索市场发展趋势预测

第七章 2010-2011年中国移动搜索行业市场调研分析

第一节 2010-2011年中国移动搜索用户属性概况分析

- 一、移动搜索用户的性别比例
- 二、移动搜索用户年龄层次分布
- 三、移动搜索用户的学历层次分布
- 四、移动搜索用户的收入及职业分布
- 五、移动搜索用户使用各类移动增值业务的情况

第二节 2010-2011年移动搜索用户使用行为研究

- 一、用户了解移动搜索业务的途径
- 二、用户使用移动搜索的时段

- 三、用户使用移动搜索服务的频率
- 四、用户对移动搜索服务的内容需求
- 五、用户对移动搜索服务的期望

第三节 2010-2011年中国各类移动搜索用户使用行为研究

- 一、不同收入层次用户了解移动搜索的途径
- 二、不同收入层次用户使用移动搜索的时段
- 三、不同学历层次用户使用移动搜索的频率
- 四、不同用户群体经常使用移动搜索查询的信息种类

第八章 2010-2011年中国移动搜索竞争态势分析

第一节 2010-2011年中国移动搜索竞争总况

- 一、移动搜索竞争进入白热化阶段
- 二、移动搜索市场话语权争夺
- 三、搜索巨头的移动布局竞争与合作的二重唱

第二节 2010-2011年中国移动搜索服务商竞争分析

- 一、中国移动搜索服务商竞争力体现
- 二、中国移动搜索服务商竞争力排行

第三节 2010-2011年中国移动搜索竞争策略分析

- 一、技术战略
- 二、差异化竞争决胜负

第九章 2010-2011年中国主流移动搜索服务提供商发展状况分析

第一节 百度

- 一、百度概述
- 二、百度运营策略与盈利模式
- 三、百度移动搜索SWOT分析

第二节 Google

- 三、Google概述
- 二、Google运营策略与盈利模式
- 三、Google中国移动搜索SWOT分析

第三节 宜搜

- 一、宜搜概况

二、运营策略与盈利模式

三、宜搜移动搜索SWOT分析

第四节 易查

一、易查概述

二、易查运营策略与盈利模式

三、易查SWOT分析

第五节 明复

一、明复概况

二、运营策略与盈利模式

三、明复移动搜索SWOT分析

第六节 新浪爱问

一、新浪爱问概况

二、运营策略及盈利模式

三、新浪爱问移动搜索SWOT分析

第七节 悠悠村

一、悠悠村概况

二、运营策略及盈利模式

三、悠悠村移动搜索SWOT分析

第八节 儒豹

一、儒豹概况

二、运营策略及盈利模式

三、儒豹移动搜索SWOT分析

第十章 2010-2011年中国移动搜索运营策略分析

第一节 2010-2011年中国移动移动搜索业务运营策略分析

一、运营业绩分析

二、移动搜索业务运营分析

三、2011-2015年中国移动通信移动搜索业务发展趋势分析

第二节 2010-2011年中国联通移动搜索业务分析

一、运营业绩分析

二、移动搜索业务运营分析

三、2011-2015年中国联通移动搜索业务发展前景分析

第十一章 2011-2015年中国移动搜索行业前景预测分析

第一节 2011-2015年中国移动搜索行业发展的优势分析

一、移动终端的方便性

二、搜索市场的广阔性

第二节 2011-2015年中国移动搜索行业发展的劣势分析

一、盈利模式的模糊性

二、信息资源的局限性

三、技术发展的制约性

第三节 2011-2015年中国移动搜索市场规模预测分析

一、2011-2015年中国移动搜索市场用户规模预测分析

二、2011-2015年中国移动搜索市场收入规模预测分析

第四节 2011-2015年中国移动搜索产业战略分析

一、细分发展时期，调整收费方式

二、完善搜索渠道，丰富信息资源

三、加速技术发展，提高搜索效率

四、形成规模效应，促进产业发展

五、研究用户心理，推广品牌创新

第十二章 2011-2015年中国移动搜索行业投资前景预测分析

第一节 2011-2015年中国移动搜索行业投资机会研究

一、中国移动搜索行业市场环境及盈利空间研究

二、中国移动搜索行业投资机会分析

三、中国移动搜索行业投资风险分析

第二节 2011-2015年中国移动搜索发展方向研究分析

一、与互联网相结合

二、搜索网站与手机厂商合作

三、与手机应用相结合

第三节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：移动搜索的分类

图表：移动搜索与互联网搜索的区别

图表：中国GDP增长状况

图表：中国城镇家庭居民可支配收入及恩格尔系数

图表：移动电话用户规模

图表：移动通信市场收入率

图表：移动增值业务收入

图表：移动增值业务用户

图表：2010-2011年移动搜索用户使用行为

图表：2010-2011年中国各类移动搜索用户使用行为

图表：2010-2011年中国移动运营业绩

图表：2010-2011年中国移动移动搜索业务运营

图表：2010-2011年中国联通运营业绩

图表：2010-2011年中国联通移动搜索业务运营

图表：中国移动电话用户发展现状及趋势预测

图表：中国移动通信市场规模与预测

图表：中国移动增值用户发展规模与预测

图表：中国移动增值业务市场规模与预测

图表：移动搜索内容细分比例

图表：中国WAP用户规模与预测

图表：中国免费WAP站点规模与预测

图表：中国WAP市场规模与预测

图表：移动搜索产业链

图表：中国移动搜索用户规模与预测

图表：中国移动搜索服务提供商收入规模与预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1105/F643827Y8Z.html>