

2013-2018年中国搜索引擎 市场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

《2013-2018年中国搜索引擎市场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/chuanmei1306/C44775DU4R.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-06-20

【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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国搜索引擎市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国搜索引擎行业的概念，接着分析了中国搜索引擎行业发展环境，然后对中国搜索引擎行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国搜索引擎行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国搜索引擎行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2018年中国搜索引擎市场深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

搜索引擎指自动从因特网搜集信息，经过一定整理以后，提供给用户进行查询的系统。因特网上的信息浩瀚万千，而且毫无秩序，所有的信息像汪洋上的一个个小岛，网页链接是这些小岛之间纵横交错的桥梁，而搜索引擎，则为用户绘制一幅一目了然的信息地图，供用户随时查阅。

第一章 搜索引擎产业概述

第一节 搜索引擎简介

- 一、两种搜索引擎介绍
- 二、搜索引擎的工作原理
- 三、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 2012-2013年世界搜索引擎产业发展状况分析

第一节 2012-2013年世界搜索引擎市场发展概况

- 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

五、几个国际著名搜索引擎现状

第二节2012-2013年世界主要国家搜索引擎产业分析

一、美国搜索引擎市场主要排名

二、日本搜索引擎市场格局分析

三、英国搜索市场发展状况

第三节 2012-2013年世界搜索引擎产业市场竞争力分析

第三章 2012-2013年中国搜索引擎产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2012-2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节2012-2013年中国搜索引擎产业政策环境分析

一、互联网搜索引擎服务商抵制不良信息自律规范

二、互联网政策解读

三、其它相关政策影响分析

第三节2012-2013年中国搜索引擎产业社会环境分析

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章2012-2013年中国搜索引擎产业运行形势分析

第一节2012-2013年中国搜索引擎产业发展综述

一、中国搜索引擎市场步入快速发展阶段

二、2010年我国搜索引擎市场过百亿

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、中国搜索引擎SEM服务商进入技术时代

第二节2012-2013年中国搜索引擎产业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、搜索引擎企业发展建议

三、搜索引擎应从“信息搜索”转向“知识搜索”

四、搜索引擎优化的主要规则

第五章2012-2013年中国搜索引擎产业市场运行动态分析

第一节2012-2013年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

第二节2012-2013年中国搜索引擎广告分析

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

第三节2012-2013年中国搜索引擎营销分析

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、金融危机下中小企业掀起新一轮搜索引擎营销热潮

四、搜索引擎营销运用解析

五、搜索营销迈向“个性化”时代

六、搜索引擎营销将走向效果营销

第六章2012-2013年中国垂直搜索发展态势分析

第一节 垂直搜索发展概述

一、垂直搜索的基本概念及技术

二、垂直搜索引擎发展的理由

三、垂直搜索引擎分类统计

四、优秀的垂直搜索引擎

第二节2012-2013年中国垂直搜索发展分析

一、垂直搜索市场生存空间分析

二、垂直搜索市场已成兵家必争之地

三、垂直搜索引擎技术正式踏入项目外包领域

四、垂直搜索网站步入调整期

第三节2012-2013年中国各种垂直搜索发展分析

一、视频搜索市场拥有巨大发展潜力

二、各地区网民使用新闻搜索情况

三、我国购物搜索引擎市场快速增长

四、生活搜索成中国网络的主流应用

五、旅游垂直搜索发展分析

六、未来三年商业搜索引擎主要发展趋势

第四节2012-2013年中国垂直搜索面临的问题分析

一、垂直搜索模式存在的问题分析

二、垂直搜索引擎的发展方向

三、垂直搜索发展出路探析

四、垂直搜索盈利前景分析

第七章 2012-2013年中国无线搜索行业运行走势分析

第一节2012-2013年中国无线搜索发展分析

一、全球无线搜索业发展概况

二、中国无线搜索业发展特点与产业链构成

三、无线搜索市场快速发展

第二节2012-2013年中国3g时代无线搜索市场探析

第三节2012-2013年中国无线搜索发展面临的问题及对策

一、无线搜索面临的三大难题

二、无线搜索广告模式尚不成熟

三、无线搜索行业发展建议

四、无线搜索投资及前景趋势分析

第八章2012-2013年中国搜索引擎产业市场竞争格局分析

第一节2012-2013年中国搜索引擎市场竞争分析

- 一、中国搜索引擎市场竞争激烈
- 二、中国搜索引擎市场酝酿新格局
- 三、核心技术成为搜索引擎竞争的关键
- 四、搜索引擎竞争走向多元创新时代
- 五、中国搜索引擎市场将迈入品牌竞争时代

第二节2012-2013年中国无线搜索市场竞争分析

- 一、互联网巨头纷纷布局“无线搜索”;
- 二、互联网搜索巨头与新兴公司的较量
- 三、WAP门户与专业搜索引擎的较量

第三节2012-2013年中国搜索引擎企业提升竞争力策略分析

第九章2012-2013年中国主要搜索引擎运营商竞争分析（企业可自选）

第一节 百度（Baidu）

- 一、公司概况
- 二、2011年百度经营状况分析
- 三、百度在亚太地区搜索市场份额紧逼谷歌
- 四、百度竞争力分析

第二节 谷歌（Google）

- 一、公司概况
- 二、2011年谷歌经营状况分析
- 三、谷歌中文搜索所采取的整合策略
- 四、谷歌在搜索方面的四个创新

第三节 雅虎（Yahoo）

- 一、公司概况
- 二、雅虎的搜索业务
- 三、2011年雅虎经营状况分析
- 四、雅虎推出搜索竞价新举措
- 五、雅虎将坚持发展搜索引擎业务

第四节 搜狐搜狗（Sogou）

- 一、公司概况

二、搜狗发展态势良好

三、搜狗“桌面战略”的创新营销分析

第五节 新浪爱问（iAsk）

一、公司概况

二、新浪爱问的主要特点

三、新浪搜索战略的调整

第六节 略……

第十章 2013-2018年中国搜索引擎产业发展趋势预测分析

第一节 2013-2018年中国搜索引擎市场前景趋势分析

一、全球搜索引擎市场将不断扩大

二、北美搜索引擎广告费用增长预测

三、中国搜索市场展望

四、搜索产业市场预测

第二节 2013-2018年中国无线搜索产业预测分析

一、初创型企业在无线搜索中的投资机会

二、无线搜索的资金门槛

三、我国无线搜索行业主要发展趋势

四、3G时代手机电视和无线搜索将成两大热点

第三节 2013-2018年中国搜索引擎产业盈利预测分析

第十一章 2013-2018年中国搜索引擎产业投资机会与风险分析

第一节 2013-2018年中国搜索引擎产业投资环境分析

第二节 2013-2018年中国搜索引擎产业投资机会分析

一、新生代搜索引擎受风投青睐

二、金融危机下搜索领域仍是投资热点

三、搜索引擎面临较大商机

四、搜索引擎存在的投资风险

第三节 2013-2018年中国搜索引擎产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术风险分析

三、政策性风险分析

四、进入退出风险分析

第四节 博思数据专家建议

图表目录：（部分）

图表：全球搜索引擎市场增长情况

图表：美国搜索引擎市场主要排名

图表：2009-2013年国内生产总值

图表：2009-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2009-2013年年末国家外汇储备

图表：2009-2013年财政收入

图表：2009-2013年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2007年搜索引擎市场营收份额

图表：2005-2007年中美日三国搜索引擎市场规模对比

图表：2002-2008年中国搜索引擎市场规模及增长

图表：2007和2008年中国网页搜索请求量规模

图表：2007和2008年中国网页搜索请求量市场份额

图表：2008年中国搜索引擎用户经常搜索的内容

图表：2007-2008年搜索引擎用户规模

图表：2007-2008年搜索用户性别结构对比

图表：搜索用户的年龄结构

图表：2008年与2007年搜索用户的年龄分布比较

图表：非学生用户的学历结构

图表：2008年与2007年非学生用户的学历分布比较

图表：学生用户的分布结构

图表：搜索用户的职业结构

图表：搜索用户的收入结构

图表：搜索用户的搜索依赖度

图表：搜索用户提供搜索需求的界面

图表：搜索引擎用户的选择搜索品牌的认知情况

图表：全国范围内搜索用户的搜索引擎首选

图表：影响用户首选搜索品牌的因素

图表：各大搜索的首选品牌忠诚度

图表：2009-2013年北美搜索引擎广告费用增长预测

图表：2009年中国搜索市场展望

图表：2013-2018年中国搜索引擎产业盈利预测分析

图表：略

更多图表见报告正文

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/chuanmei1306/C44775DU4R.html>