

2016-2022年中国搜索引擎 行业分析与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国搜索引擎行业分析与未来发展趋势报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/R43802P9M0.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

搜索引擎是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。搜索引擎包括全文索引、目录索引、元搜索引擎、垂直搜索引擎、集合式搜索引擎、门户搜索引擎与免费链接列表等。搜索引擎是互联网的产物，随着互联网的发展搜索引擎也在逐代的更新。分别经过了第一代搜索引擎、第二代搜索引擎、第三代搜索引擎。在技术方面也是在逐步的升级，更加的完善、更加的贴近用户的需求、更加的快速、处理的数据量也是越来的越大，进入快速增长阶段。

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%。

搜索引擎由信息服务向生态化平台的转型持续推进。各大搜索平台融合语音识别、图像识别、人工智能、机器学习等多种先进技术，依托基础搜索业务，打通地图、购物、本地生活服务、新闻、社交等多种内容的搜索服务，通过对用户行为大数据的深入挖掘，实现搜索产品创新与用户体验完善，为网民和企业提供更好的服务，并因此在流量、营收、电商化交易规模等不同方面实现新增长、新突破。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国搜索引擎行业分析与未来发展趋势报告》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研究分析。它是业内企业、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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 搜索引擎产业环境透视

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、搜索引擎的工作原理
- 四、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

第一节 搜索引擎行业政治法律环境

- 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

- 一、宏观经济形势分析
- 二、行业对宏观经济环境的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 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

- 一、行业主要技术发展趋势
- 二、技术环境对行业的影响

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、百度与谷歌争夺日本搜索市场
- 2、英国搜索市场发展状况

第二部分 搜索引擎行业深度分析

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

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别情况

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的难题

二、搜索引擎和滥用市场支配地位

三、搜索引擎隐藏的问题及发展对策

四、搜索引擎中潜藏的安全问题

五、搜索引擎企业发展建议

六、搜索引擎应从“信息搜索”转向“知识搜索”

七、搜索引擎优化的主要规则

八、SEO优化的发展趋势

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、垂直搜索引擎技术正式踏入项目外包领域

3、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

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

五、综合搜索引擎与垂直搜索引擎的比较

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、无线搜索市场格局

3、无线搜索用户行业分析

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

第三部分 搜索引擎行业竞争格局分析

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、 搜索引擎行业竞争结构分析

- 1、 现有企业间竞争
- 2、 潜在进入者分析
- 3、 替代品威胁分析
- 4、 供应商议价能力
- 5、 客户议价能力
- 6、 竞争结构特点总结

二、 搜索引擎行业企业间竞争格局分析

- 1、 不同地域企业竞争格局
- 2、 不同规模企业竞争格局
- 3、 不同所有制企业竞争格局

三、 搜索引擎行业集中度分析

- 1、 市场集中度分析
- 2、 企业集中度分析
- 3、 各子行业集中度
- 4、 集中度变化趋势

四、 搜索引擎行业SWOT分析

- 1、 搜索引擎行业优势分析
- 2、 搜索引擎行业劣势分析
- 3、 搜索引擎行业机会分析
- 4、 搜索引擎行业威胁分析

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、搜索引擎市场竞争对手分析

二、中国搜索引擎行业竞争力分析

1、我国搜索引擎行业竞争力剖析

2、民企与外企比较分析

三、中国搜索引擎产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

四、搜索引擎行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

第三节 搜索引擎行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业并购重组风险分析

五、阿里巴巴收购雅虎案例

六、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 2015年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

第二节 中国领先搜索引擎企业经营形势分析

一、百度

1、企业发展概况分析

2、企业经营业绩分析

3、企业竞争优势分析

二、搜狗

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

三、谷歌

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

四、雅虎

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

五、360搜索

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

六、有道

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

七、即刻

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

八、中搜

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

九、必应

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

十、新浪爱问

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营业绩分析
- 3、企业竞争优劣势分析

第四部分 搜索引擎行业发展前景展望

第八章 2016-2022年搜索引擎行业前景及投资价值

第一节 搜索引擎行业五年规划现状及未来预测

- 一、"十二五"期间搜索引擎行业运行情况
- 二、搜索引擎行业"十三五"发展方向预测
- 三、"十三五"期间旅游搜索引擎发展分析

第二节 2016-2022年搜索引擎市场发展前景

- 一、2016-2022年搜索引擎市场发展潜力
- 二、2016-2022年搜索引擎细分行业发展前景分析

第三节 2016-2022年搜索引擎市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年搜索引擎行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

- 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

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 二、企业区域市场拓展的趋势
- 三、搜索引擎发展趋势思考

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、搜索引擎行业盈利模式分析

第六节 搜索引擎到人工智能的演进

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、行业融资情况分析

四、搜索引擎行业投资案例分析

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、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、资金短缺风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、产品经营风险及防范

六、管理风险及防范

七、进入、退出风险分析

八、市场竞争风险及防范

九、营销风险及防范

第五部分 搜索引擎行业发展战略研究

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、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 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

五、对重点客户的营销策略

第四节 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

第五节 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年细分行业投资战略

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

图表目录：

图表：互联网搜索引擎行业相关法律

图表：2011-2015年中国GDP变动轨迹

图表：2011-2015年中国固定资产投资历史变动轨迹

图表：2011-2015年中国CPI波动情况

图表：2011-2015年中国PPI波动情况

图表：2011-2015年全国居民人均可支配收入情况

图表：2015年全国居民人均消费支出及其构成

图表：主要搜索引擎特性对比

图表：英国市场搜索引擎名称

图表：2013-2015年中国搜索引擎市场销售规模分析

图表：2014-2015年搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：综合搜索引擎品牌渗透率

图表：手机端综合搜索引擎品牌渗透率

图表：搜索引擎营销过程中的五要素

图表：搜索引擎营销发展现状

图表：国内优秀垂直搜索引擎名单

图表：国外优秀垂直搜索引擎

图表：2014-2015年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

图表：中国无线搜索市场特点

图表：中国无线搜索产业链

图表：2012-2017年中国无线搜索市场规模

图表：2014年中国无线搜索流量市场份额

图表：2014年中国用户对无线搜索产品的认知度

图表：2014年中国无线搜索品牌用户满意度

图表：2014年用户平均使用无线搜索时间分布

图表：2014年用户进行无线搜索方式分布

图表：2014年用户使用无线搜索内容分布

图表：2014年影响用户无线搜索的因素分析

图表：2015年中国搜索引擎企业排名

图表：2015年移动端搜索引擎行业市场集中度分析

图表：2015年中国搜索引擎企业收入份额

图表：2015年全球搜索引擎企业排名

图表：搜索引擎企业核心竞争力指标体系

图表：企业各指标权重计算

图表：2015年搜索引擎行业三大企业资产总计对比分析

图表：2015年搜索引擎行业三大企业从业人员对比分析

图表：2015年搜索引擎行业三大企业营业收入对比分析

图表：2015年搜索引擎行业三大企业利润总额对比分析

图表：2015年百度公司资产负债表

图表：2015年百度公司综合损益表
图表：2015年百度公司现金流量表
图表：2011-2015年搜狗公司营业收入增长分析
图表：2014-2015年移动搜索端流量和收入占比分析
图表：2014-2015年搜狗公司利润收入分析
图表：2015年盈利能力对比
图表：2015年总利润对比
图表：2015年谷歌公司资产负债表
图表：2015年谷歌公司综合损益表
图表：2015年谷歌公司现金流量表
图表：2015年雅虎公司资产负债表
图表：2015年雅虎公司综合损益表
图表：2015年雅虎公司现金流量表
图表：2015年奇虎360公司资产负债表
图表：2015年奇虎360公司综合损益表
图表：2015年奇虎360公司现金流量表
图表：2015年新浪公司资产负债表
图表：2015年新浪公司综合损益表
图表：2015年新浪公司现金流量表
图表：2014-2015年搜索引擎市场规模分析
图表：2015年搜索引擎运营商收入份额（含海外收入未含渠道收入）
图表：2015年搜索引擎运营商收入份额（含海外收入含渠道收入）
图表：2015年搜索引擎运营商收入份额（未含海外收入未含渠道收入）
图表：2016-2022年中国搜索引擎行业市场销售规模预测
图表：区域发展战略咨询流程图
图表：区域SWOT战略分析图
图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/R43802P9M0.html>