

2019-2025年中国移动搜索 行业分析与发展趋势研究报告

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

《2019-2025年中国移动搜索行业分析与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/tongxun/X0504328P5.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

报告目录：

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a

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 2015-2017年全球移动搜索行业运行态势分析

第一节 2015-2017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、全球手机手业对移动搜索业影响分析

第二节 2015-2017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 2015-2017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2019-2025年全球移动搜索新趋势探析

第三章2015-2017年中国移动搜索行业运行环境解析

第一节2015-2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2015-2017年中国移动搜索行业政策环境分析

第三节2015-2017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2015-2017年中国移动搜索行业技术环境分析

第五节2015-2017年中国移动搜索社会环境分析

一、中国人口规模及结构分析

二、中国手机、网络、电脑普及应用状况

第四章2015-2017年中国移动搜索行业运行新形势分析

第一节2015-2017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2015-2017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2015-2017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2015-2017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2015-2017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2019-2025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2015-2017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2015-2017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2015-2017年中国移动搜索行业市场调研分析

第一节2015-2017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2015-2017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2015-2017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2015-2017年中国移动搜索竞争态势分析

第一节2015-2017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2015-2017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2015-2017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2015-2017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

- 一、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2015-2017年中国移动搜索运营策略分析

第一节2015-2017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、2017年中国移动通信移动搜索业务发展趋势分析

第二节2015-2017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、2019-2025年中国联通移动搜索业务发展前景分析

第十一章2019-2025年中国移动搜索行业投资前景预测分析

第一节2019-2025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2019-2025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

第三节权威投资建议

第十二章2019-2025年中国移动搜索行业前景预测分析

第一节2019-2025年中国移动搜索行业发展的优势分析（ZY LII）

一、移动终端的方便性

二、搜索市场的广阔性

第二节2019-2025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2019-2025年中国移动搜索市场规模预测分析

一、2019-2025年中国移动搜索市场用户规模预测分析

二、2019-2025年中国移动搜索市场收入规模预测分析

第四节2019-2025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（ZY LII）

五、研究用户心理，推广品牌创新

图表目录：部分

图表2014-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表2017年中国三产业增加值结构图

图表2008-2017年中国CPI、PPI月度走势图

图表2014-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2014-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表2000-2017年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表2014-2017年中国工业增加值增长趋势图

图表2014-2017年我国社会固定资产投资额走势图

图表2014-2017年我国城乡固定资产投资额对比图

图表2014-2017年我国财政收入支出走势图

图表2015-2017年人民币兑美元汇率中间价

图表2017年人民币汇率中间价对照表

图表2015-2017年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表2015-2017年中国货币供应量的增速走势图

图表2001-2017年中国外汇储备走势图

图表2014-2017年中国外汇储备及增速变化图

图表2017年中国人民币利率调整表

图表2007-2017年央行历次调整利率时间及幅度表

图表我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表2014-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表2014-2017年我国货物进出口总额走势图

图表2014-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表2014-2017年中国就业人数走势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/X0504328P5.html>