

# 2011-2015年中国搜索引擎 行业分析与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国搜索引擎行业分析与投资前景评估报告》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/Z227198A72.html>

报告价格：印刷版：RMB 6800 电子版：RMB 7000 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。

智研数据研究中心发布的《2011-2015年中国搜索引擎行业分析与投资前景评估报告》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。

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。

### 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 2011年世界搜索引擎产业发展状况分析

#### 第一节 2011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2011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 2011年世界搜索引擎产业市场竞争力分析

第三章 2011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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节2011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2011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2011年中国搜索引擎产业运行形势分析

第一节2011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2011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2011年中国搜索引擎产业市场运行动态分析

第一节2011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别情况

第二节2011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2011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2011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2011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2011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2011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 2011年中国无线搜索行业运行走势分析

第一节2011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2011年中国3g时代无线搜索市场探析

第三节2011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2011年中国搜索引擎产业市场竞争格局分析

### 第一节2011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2011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2011年中国搜索引擎企业提升竞争力策略分析

## 第九章2011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 2011-2015年中国搜索引擎产业发展趋势预测分析

第一节2011-2015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2011-2015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2011-2015年中国搜索引擎产业盈利预测分析

第十一章2011-2015年中国搜索引擎产业投资机会与风险分析

第一节2011-2015年中国搜索引擎产业投资环境分析

第二节2011-2015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2011-2015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 研究中心专家建议

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：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011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：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011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：2011-2015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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/Z227198A72.html>