

# 2020-2026年中国搜索引擎 行业发展趋势与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国搜索引擎行业发展趋势与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202008/179585.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

在2018上半年中国搜索引擎用户规模及占比情况中，数据显示，2018上半年中国搜索引擎用户规模为65688万人，与2017年末相比增长1731万人，占整体网民比例达到81.9%。2012-2018年上半年中国搜索用户规模走势2012-2018年上半年中国搜索用户占整体网民比例走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国搜索引擎行业发展趋势与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了搜索引擎相关概念及发展环境，接着分析了中国搜索引擎规模及消费需求，然后对中国搜索引擎市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国搜索引擎面临的机遇及发展前景。您若想对中国搜索引擎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。

报告目录：

### 第一章搜索引擎概述

#### 1.1 搜索引擎简介

##### 1.1.1 搜索引擎的定义

##### 1.1.2 搜索引擎的分类

##### 1.1.3 两种搜索引擎介绍

##### 1.1.4 搜索引擎的工作原理

##### 1.1.5 优秀搜索引擎应具备的主要特点

#### 1.2 搜索引擎的发展及作用

##### 1.2.1 搜索引擎的发展史

##### 1.2.2 搜索引擎的技术发展

##### 1.2.3 搜索引擎的主要商务模式

##### 1.2.4 搜索引擎的作用

##### 1.2.5 搜索引擎对经济软实力起较大推动作用

### 第二章2015-2018年世界搜索引擎所属行业市场分析

#### 2.1 2015-2018年世界搜索引擎市场发展现状

- 2.1.1 全球搜索引擎市场增长情况
- 2.1.2 全球搜索引擎市场发展主要特点
- 2.1.3 搜索市场呈出的主要规律
- 2.1.4 搜索引擎竞价排名商业模式分析
- 2.2 美国
  - 2.2.1 美国消费者浏览网站使用搜索引擎情况
  - 2.2.2 美国搜索引擎市场主要排名
  - 2.2.3 美国搜索引擎市场情况
- 2.3 其他国家
  - 2.3.1 日本搜索引擎市场格局分析
  - 2.3.2 百度与谷歌争夺日本搜索市场
  - 2.3.3 英国搜索市场发展状况

### 第三章2015-2018年中国搜索引擎所属行业市场分析

- 3.1 2015-2018年中国搜索引擎市场发展概况
    - 3.1.1 中国搜索引擎市场步入快速发展阶段
    - 3.1.2 中国搜索引擎市场发展特点
    - 3.1.3 中国超过美国成全球最大搜索市场
    - 3.1.4 农村市场成搜索引擎新增长点
    - 3.1.5 搜索引擎出现创新商业模式
    - 3.1.6 市场出现搜索引擎导航
    - 3.1.7 搜索引擎市场运营商与渠道商利益的争夺
  - 3.2 2015-2018年中国搜索引擎市场发展状况
    - 3.2.1 2016中国搜索引擎市场发展状况
    - 3.2.2 2017我国搜索引擎市场发展分析
    - 3.2.3 2018年中国搜索引擎市场运行分析
  - 3.3 2015-2018年中国搜索引擎用户分析
- 2018上半年中国手机搜索用户规模为63740万人，与2017年末相比增长1342万人，占手机网民的80.9%。2012-2018年上半年中国手机搜索用户规模走势2012-2018年上半年中国手机搜索用户规模占整体手机网民比例走势
- 3.3.1 搜索引擎用户规模与结构特征分析
  - 3.3.2 搜索用户的品牌选择

- 3.3.3 搜索用户对品牌选择的原因及忠诚度分析
- 3.3.4 搜索用户的搜索特点
- 3.3.5 搜索用户对广告的区别情况
- 3.4 2015-2018年搜索引擎市场竞争分析
  - 3.4.1 中国搜索引擎市场的竞争格局
  - 3.4.2 中国搜索引擎市场竞争激烈
  - 3.4.3 中国搜索引擎市场酝酿新格局
  - 3.4.4 核心技术成为搜索引擎竞争的关键
  - 3.4.5 搜索引擎竞争走向多元创新时代
  - 3.4.6 中国搜索引擎市场将迈入品牌竞争时代
- 3.5 2015-2018年搜索引擎广告分析
  - 3.5.1 搜索引擎成广告投放重要平台
  - 3.5.2 搜索引擎广告面临的问题及对策分析
  - 3.5.3 搜索引擎广告的发展困惑及其前景分析
  - 3.5.4 未来搜索引擎将主导网络广告模式
- 3.6 2015-2018年搜索引擎营销分析
  - 3.6.1 搜索引擎营销的目标层次原理
  - 3.6.2 搜索引擎营销将引领网络新经济时代
  - 3.6.3 搜索引擎营销运用解析
  - 3.6.4 搜索营销迈向“个性化”时代
  - 3.6.5 搜索引擎营销将走向效果营销
- 3.7 搜索引擎市场存在问题及发展对策
  - 3.7.1 搜索引擎市场发展中的难题
  - 3.7.2 搜索引擎隐藏的问题及发展对策
  - 3.7.3 搜索引擎企业发展建议
  - 3.7.4 搜索引擎应从“信息搜索”转向“知识搜索”
  - 3.7.5 搜索引擎优化的主要规则

#### 第四章2015-2018年垂直搜索所属行业发展分析

- 4.1 垂直搜索发展概述
  - 4.1.1 垂直搜索的基本概念及技术
  - 4.1.2 垂直搜索引擎发展的理由

- 4.1.3 垂直搜索引擎分类统计
- 4.1.4 优秀的垂直搜索引擎
- 4.2 2015-2018年垂直搜索发展现状
  - 4.2.1 垂直搜索市场生存空间分析
  - 4.2.2 垂直搜索市场已成兵家必争之地
  - 4.2.3 垂直搜索引擎技术正式踏入项目外包领域
  - 4.2.4 垂直搜索网站步入调整期
- 4.3 2015-2018年各种垂直搜索发展分析
  - 4.3.1 视频搜索市场拥有巨大发展潜力
  - 4.3.2 各地区网民使用新闻搜索情况
  - 4.3.3 我国购物搜索引擎市场快速增长
  - 4.3.4 生活搜索成中国网络的主流应用
  - 4.3.5 旅游垂直搜索发展分析
  - 4.3.6 未来三年商业搜索引擎主要发展趋势
- 4.4 垂直搜索面临的问题及对策、前景分析
  - 4.4.1 垂直搜索模式存在的问题分析
  - 4.4.2 垂直搜索引擎的突破与创新
  - 4.4.3 垂直搜索引擎的发展方向
  - 4.4.4 垂直搜索发展出路探析
  - 4.4.5 中国垂直搜索发展前景分析
  - 4.4.6 垂直搜索盈利前景分析

## 第五章2015-2018年无线搜索所属行业分析

- 5.1 2015-2018年无线搜索发展分析
  - 5.1.1 全球无线搜索业发展概况
  - 5.1.2 中国无线搜索行业发展概况
  - 5.1.3 中国无线搜索业发展特点与产业链构成
  - 5.1.4 中国无线搜索行业发展现状分析
  - 5.1.5 无线搜索市场快速发展
- 5.2 2015-2018年无线搜索市场竞争分析
  - 5.2.1 互联网巨头纷纷布局“无线搜索”
  - 5.2.2 互联网搜索巨头与新兴公司的较量

- 5.2.3 WAP门户与专业搜索引擎的较量
- 5.3 无线搜索发展面临的问题及对策
  - 5.3.1 无线搜索面临的三大难题
  - 5.3.2 无线搜索广告模式尚不成熟
  - 5.3.3 无线搜索行业发展建议
- 5.4 无线搜索投资及前景趋势分析
  - 5.4.1 初创型企业在无线搜索中的投资机会
  - 5.4.2 无线搜索的资金门槛
  - 5.4.3 我国无线搜索行业主要发展趋势
  - 5.4.4 3G时代手机电视和无线搜索将成两大热点
  - 5.4.5 无线搜索市场前景展望

## 第六章主要搜索引擎运营商分析

- 6.1 百度 (Baidu)
  - 6.1.1 公司简介
  - 6.1.2 百度经营状况分析
- 6.2 谷歌 (Google)
  - 6.2.1 公司简介
  - 6.2.2 谷歌经营状况分析
  - 6.2.5 谷歌中文搜索所采取的整合策略
  - 6.2.6 谷歌在搜索方面的四个创新
- 6.3 雅虎 (Yahoo)
  - 6.3.1 公司简介
  - 6.3.2 雅虎的搜索业务
  - 6.3.3 雅虎经营状况分析
- 6.4 搜狐搜狗 (Sogou)
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 搜狗发展态势良好
  - 6.4.3 搜狗“桌面战略”的创新营销分析
- 6.5 新浪爱问 (iAsk)
  - 6.5.1 公司简介
  - 6.5.2 新浪爱问的主要特点

### 6.5.3 新浪搜索战略的调整

## 6.6 360搜索

### 6.6.1 公司简介

### 6.6.2 360搜索的主要特点

### 6.6.3 360搜索战略解析

## 第七章搜索引擎市场投资及前景分析

### 7.1 搜索引擎市场投资机会分析

#### 7.1.1 新生代搜索引擎受风投青睐

#### 7.1.2 搜索引擎面临较大商机

#### 7.1.3 无线搜索成为投资热点

### 7.2 搜索引擎市场投资风险分析

#### 7.2.1 进入和退出壁垒

#### 7.2.2 技术风险

#### 7.2.3 市场风险

#### 7.2.4 政策风险

#### 7.2.5 竞争风险

### 7.3 搜索引擎市场前景趋势分析

#### 7.3.1 全球搜索引擎市场将不断扩大

#### 7.3.2 北美搜索引擎广告费用增长预测

#### 7.3.3 中国搜索市场展望

#### 7.3.4 2020-2026年中国搜索引擎行业预测

#### 7.3.5 搜索市场未来发展趋势

附录：

附录：互联网搜索引擎服务商抵制不良信息自律规范

部分图表目录：

图表：全球搜索引擎市场规模及增长

图表：美国各年龄段消费者浏览网站的主要驱动因素

图表：美国搜索引擎请求量情况

图表：美国网民使用单词个数搜索情况

图表：日本十大搜索服务提供商排行



图表：亚太国家/地区搜索量排行

图表：搜索引擎市场营收份额

图表：中美日三国搜索引擎市场规模对比

图表：中国搜索引擎市场规模及增长

图表：中国网页搜索请求量规模

图表：中国网页搜索请求量市场份额

图表：中国搜索引擎用户经常搜索的内容

图表：搜索引擎用户规模

图表：搜索用户性别结构对比

图表：搜索用户的年龄结构

图表：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：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：网民在网络上搜索的内容

图表：搜索引擎用户输入关键词类型

图表：搜索引擎用户查找商品时关键词选择

图表：搜索引擎用户应对搜索失败的行为选择

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179585.html>