



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国移动搜索行业市场分 析及发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国移动搜索行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10105.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2008年中国移动搜索行业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国移动搜索行业发展政策环境分析

三、2008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

第二章 移动搜索相关概述

一、移动搜索的定义及特征分析

- (一) 移动搜索的定义
- (二) 移动搜索的特征

二、移动搜索的分类

- (一) 按搜索方式分类
- (二) 按搜索内容分类
- (三) 按照搜索引擎分类

三、主要的移动搜索服务

- (一) 本地搜索
- (二) 图片搜索
- (三) AQA应答搜索
- (四) 曲名搜索

四、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，用户可以不受时间、地点、固定终端的限制
- (二) 互联网搜索往往得到的是海量信息结果
- (三) 移动搜索可以结合个人偏好进行分析筛选，为用户提供最为符合个人需求的搜索功能
- (四) 移动搜索页面设置同互联网页面设置也有很大差别

第三章 2008年全球移动搜索行业发展态势分析

一、2008年全球移动搜索市场综述

(一) 全球移动搜索市场的现状分析

(二) 全球移动搜索市场发展规模及趋势分析

二、2008年美国移动搜索行业发展现状分析

三、2008年欧洲移动搜索行业发展现状研究

(一) 英国

(二) 芬兰

(三) 瑞典

四、2008年韩国移动搜索行业发展状况分析

五、2008年日本移动搜索行业运行现状分析

第四章 2008年中国移动搜索行业发展概况分析

一、2008年中国移动搜索市场发展现状分析

(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

二、2008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

三、2008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

四、2008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

第五章 2008年中国移动搜索主要方式发展概况分析

一、wap搜索

(一) 要求终端支持无线上网

(二) 百度、Google、中国移动

二、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"

三、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 2008年中国移动搜索行业市场调研分析

一、2008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

二、2008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

三、2008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

第七章 2008年中国移动搜索行业竞争态势分析

一、2008年中国移动搜索行业竞争状况分析

- (一) 第一梯队——少数几大引擎为主导
- (二) 第二梯队——以垂直搜索引擎为主

二、2008年中国移动搜索行业竞争手段分析

(一) 用户维度的竞争分析

(二) 品牌维度的竞争分析

(三) 收入维度的竞争分析

(四) 技术维度的竞争分析

(五) 资本维度的竞争分析

三、2008年中国移动搜索服务商竞争力的取得途径分析

(一) 对用户需求的满足

(二) 对产品技术的创新

四、2008年中国搜索引擎市场厂商竞争方向的差异分析

(一) 合作营销推广

(二) 产品创新

第八章 2008年中国主流移动搜索服务提供商发展状况分析

一、百度

(一) 百度概述

(二) 百度运营策略分析

二、Google

(一) Google概述

(二) Google运营策略分析

三、宜搜

(一) 宜搜概况

(二) 宜搜运营策略分析

四、易查

(一) 易查概述

(二) 易查运营策略分析

五、明复

(一) 明复概况

(二) 明复运营策略分析

六、新浪爱问

(一) 新浪爱问概况

(二) 新浪爱问运营策略分析

七、悠悠村

(一) 悠悠村概况

(二) 悠悠村运营策略分析

八、儒豹

(一) 儒豹概况

(二) 儒豹运营策略分析

第九章 2008年中国移动搜索运营策略分析

一、2008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) 2009-2012年中国移动通信移动搜索业务发展趋势分析

二、2008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) 2009-2012年中国联通移动搜索业务发展前景分析

第十章 2009-2012年中国移动搜索行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国移动搜索行业发展的优势分析

(一) 移动终端的方便性

(二) 搜索市场的广阔性

二、2009-2012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

三、2009-2012年中国移动搜索发展过程中应注意问题分析

(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

(五) 研究用户心理，推广品牌创新

四、2009-2012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
- 五、2009-2012年中国移动搜索市场规模预测分析
- (一) 中国移动搜索市场用户规模预测分析
 - (二) 中国移动搜索市场收入规模预测分析
- 六、2009-2012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
- 七、2009-2012年中国移动搜索行业投资分析
- (一) 中国移动搜索行业投资环境分析
 - (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
- 八、2009-2012年中国移动搜索发展策略分析
- (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
 - (五) 研究用户心理,推广品牌创新
 - (六) 关注用户隐私

图表目录(部分):

图表:2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表:2008年前三季度中国三大产业结构

图表:2003-2008年中国工业增加值增长率

图表:2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表:2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表:2008年1-9月中国外贸增长情况

图表:2008年1-9月份我国部分行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10105.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。