



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国搜索引擎行业市场调查及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2010年中国搜索引擎行业市场调查及投资预测报告》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/122098.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 搜索引擎概述

一、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

二、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 2009-2010年中国搜索引擎行业运行环境

一、2009-2010年中国经济发展环境

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (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、2009-2010年中国搜索引擎行业政策环境

- (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

三、2009-2010年中国搜索引擎行业社会环境

第三章 2009-2010年全球搜索引擎行业发展状况

一、2009-2010年全球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

二、2009-2010年全球主要国家搜索引擎行业

(一) 美国搜索引擎市场主要排名

(二) 日本搜索引擎市场格局

(三) 英国搜索市场发展状况

三、2009-2010年全球搜索引擎行业市场竞争力

第四章 2009-2010年中国搜索引擎行业运行形势

一、2009-2010年中国搜索引擎行业发展综述

(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

(六) 市场出现搜索引擎导航

(七) 搜索引擎市场运营商与渠道商利益的争夺

二、2009-2010年中国搜索引擎行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 2009-2010年中国搜索引擎行业市场运行

一、2009-2010年中国搜索引擎用户

(一) 搜索引擎用户规模与结构特征

(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

(四) 搜索用户的搜索特点

(五) 搜索用户对广告的区别情况

二、2009-2010年中国搜索引擎广告

(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

(三) 搜索引擎广告的发展困惑及其前景

(四) 未来搜索引擎将主导网络广告模式

三、2009-2010年中国搜索引擎营销

(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

(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 2009-2010年中国垂直搜索发展态势

一、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

二、2009-2010年中国垂直搜索发展

(一) 垂直搜索市场生存空间

(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

三、2009-2010年中国各种垂直搜索发展

(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

(六) 未来三年商业搜索引擎主要发展趋势

四、2009-2010年中国垂直搜索面临的问题

(一) 垂直搜索模式存在的问题

(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

第七章 2009-2010年中国无线搜索行业运行走势

一、2009-2010年中国无线搜索发展

- (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

二、2009-2010年中国3g时代无线搜索市场探析

三、2009-2010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

第八章 2009-2010年中国搜索引擎行业市场竞争格局

一、2009-2010年中国搜索引擎市场竞争

- (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

二、2009-2010年中国无线搜索市场竞争

- (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

三、2009-2010年中国搜索引擎企业提升竞争力策略

第九章 中国主要搜索引擎运营商

一、百度 (Baidu)

- (一) 公司概况
- (二) 2009-2010年百度经营状况
- (三) 百度在亚太地区搜索市场份额紧逼谷歌
- (四) 百度竞争力

二、谷歌 (Google)

- (一) 公司概况
- (二) 2009-2010年谷歌经营状况
- (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

三、雅虎 (Yahoo)

- (一) 公司概况
- (二) 雅虎的搜索业务
- (三) 2009-2010年雅虎经营状况
- (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

四、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

五、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

第十章 2009-2012年中国搜索引擎行业发展及投资

一、2009-2012年中国搜索引擎市场前景趋势

- (一) 全球搜索引擎市场将不断扩大
- (二) 2009-2012年北美搜索引擎广告费用增长预测
- (三) 2009年中国搜索市场展望
- (四) 搜索产业市场预测

二、2009-2012年中国无线搜索产业预测

- (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

三、2009-2012年中国搜索引擎行业投资

- (一) 中国搜索引擎行业投资环境

(二) 中国搜索引擎行业投资机会

(三) 中国搜索引擎行业投资风险

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

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/122098.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提供专业投资咨询报告、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。