



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国移动搜索市场 供需预测与投资战略研究报告

一、调研说明

《2013-2017年中国移动搜索市场供需预测与投资战略研究报告》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/225898.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

移动搜索是指以移动设备为终端，进行对普遍互联网的搜索，从而实现高速、准确的获取信息资源。随着科技的高速发展，信息的迅速膨胀，手机已经成为了信息传递的主要设备之一。尤其是近年来手机技术的不断完善和功能的增加，利用手机上网也以成为一种获取信息资源的主流方式。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国移动搜索市场供需预测与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了移动搜索相关概述、中国移动搜索行业运行环境等，接着分析了中国移动搜索行业运行的现状，然后介绍了中国移动搜索竞争态势。随后，报告对中国主流移动搜索服务提供商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动搜索行业前景。您若想对移动搜索产业有个系统的了解或者想投资移动搜索行业，本报告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家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 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

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 2012年全球移动搜索行业运行态势分析

第一节 2012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 2012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 2012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 2013-2017年球移动搜索新趋势探析

第三章 2012年中国移动搜索行业运行环境解析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国移动搜索行业政策环境分析

第三节 2012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 2012年中国移动搜索社会环境分析

第四章 2012年中国移动搜索行业运行新形势分析

第一节 2012年中国移动通信行业现状分析

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 2012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 2012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 2012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 2012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 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

第五章 2012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 2012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 2012年中国移动搜索行业市场调研分析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012年中国移动搜索竞争态势分析

第一节 2012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 2012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 2013-2017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 2012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 2012年中国移动搜索运营策略分析

第一节 2012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、2013-2017年中国移动通信移动搜索业务发展趋势分析

第二节 2012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、2013-2017年中国联通移动搜索业务发展前景分析

第十一章 2013-2017年中国移动搜索行业前景预测分析

第一节 2013-2017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

第二节 2013-2017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 2013-2017年中国移动搜索市场规模预测分析

一、2013-2017年中国移动搜索市场用户规模预测分析

二、2013-2017年中国移动搜索市场收入规模预测分析

第四节 2013-2017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

五、研究用户心理，推广品牌创新

第十二章 2013-2017年中国移动搜索行业投资前景预测分析

第一节 2013-2017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 2013-2017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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2013年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国移动搜索市场供需预测与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/225898.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。