



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年第3季度中国搜索引擎市场季度监测

一、调研说明

《2006年第3季度中国搜索引擎市场季度监测》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/42418.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

【 描述 】

关键发现

"2006年3季度，不计算渠道的收入，搜索引擎市场规模达到4.16亿元，增长10.67%，与2季度的24.03%的增速相比，增速放缓。其中搜索引擎网站和搜索引擎联盟的市场规模为分别为3.57亿和0.59亿，分别占搜索引擎市场的85.81%和 14.12%。搜索引擎的渠道覆盖主要集中在华北（以北京为主）、华东（以上海、浙江为主）、华南（以广州、深圳为主）。

3季度，百度仍保持第一的排名，收入达到2.37亿元，比2季度增长25.4%，超过了Google中国和雅虎中国的搜索引擎广告收入之和，其市场份额从2季度的50.3%进一步上升到第3季度的56.98%。Google为0.68亿，雅虎中国为0.54亿。百度在7月份推出“精准广告”等新产品和服务推动了它的搜索引擎业务，提升了百度在广告主中的知名度。中搜与上季度相比，三季度主要的营销策略和措施是定向广告，该策略增加了中小企业客户。随着消费者市场的细分化，“广而告知”的广告形式，越来越不能满足消费者和广告主的需求，针对性强、目标性强的广告模式将成为广告营销的趋势。

【 目录 】

Table of Contents

0 研究定义

1 关键发现

2 市场规模

3 市场份额

4 渠道结构

5 厂商市场活动跟踪

List of Tables

2-1 2006Q3搜索引擎市场规模（按展现平台划分）

2-2 2006Q3搜索引擎市场规模（按收入分配方式划分）

2-3 2006Q3搜索引擎市场规模（按广告形式划分）

2-4 2006Q3搜索引擎广告主数量与增长率

2-5 2006Q3搜索引擎广告主每季度平均支出

3-1 2006Q3搜索引擎厂商收入排名（单位：亿元）

3-2 2006Q3搜索引擎厂商收入比例（单位：%）

3-3 2006Q3搜索引擎广告主数量排名（单位：万）

3-4 搜索引擎广告主每季度支出排名（单位：万元）

4-1 搜索引擎厂商网站联盟收入比例

4-2 Google 渠道集中度

4-3 百度渠道集中度

4-4 Yahoo中国搜索引擎渠道集中度

4-5 搜索引擎渠道区域分布

5-1 厂商市场活动跟踪

List of Figures

2-1 2006Q3搜索引擎市场规模（按展现平台划分）（单位：亿元）

2-2 2006Q3搜索引擎市场规模（按销售方式划分）（单位：亿元）

2-3 2006Q3搜索引擎市场规模（按广告形式划分）（单位：亿元）

2-4 2006Q3 搜索引擎 广告主数量（单位：万）

2-5 2006Q3搜索引擎 广告主每季度平均支出

3-1 2006Q3搜索引擎厂商收入排名（单位：亿元）

3-2 2006Q3搜索引擎厂商收入增长率（单位：%）

3-3 2006Q3搜索引擎厂商收入比例（单位：%）

3-4 2006Q3搜索引擎厂商广告主数量排名（单位：万）

3-5 2006Q3搜索引擎厂商广告主每季度支出排名（单位：万元）

4-1 2006Q3搜索引擎厂商网站联盟收入比例

4-2 2006Q3 Google渠道集中度

4-3 2006Q3百度渠道集中度

4-4 2006Q3 Yahoo中国搜索引擎渠道集中度4-5 2006Q3搜索引擎渠道区域分布

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42418.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。