



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国搜索引擎市场 及投资机会研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国搜索引擎市场及投资机会研究年度报告》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/42632.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 】

报告推荐

全球搜索引擎市场规模增长非常迅速，搜索引擎已成为互联网经济的重要组成部分。中国搜索引擎市场也同样增长迅猛，被誉为中国互联网产业的“第四桶金”。预计未来3年中国搜索引擎市场将保持40%左右的高速增长速度发展。这是互联网领域又一个蕴藏无穷潜力的市场。

毋庸置疑，搜索引擎市场的迅速崛起不仅让主流厂商、同时也让无数投资者对这个市场刮目相看。大批投资者把目光聚集在搜索引擎市场的未来前景上。这个市场的潜在需求到底有多大？对于新进入者还有没有生存和发展的机会？现在的运营模式有哪些？盈利模式和盈利状况的具体情形怎样？一系列的问题摆在各类企业面前。

《2005-2006年中国搜索引擎市场及投资机会研究年度报告》，试图为那些被中国搜索引擎市场一系列问题困扰的企业和投资者提供深入细致的分析和理性判断。在该报告准备过程中，总共历时4个月收集资料，走访了主流厂商和业界专家，从市场现状、运营模式、盈利模式和盈利状况、主流厂商竞争力评价、用户消费行为分析及产业生命周期等角度，全面透视了中国搜索引擎市场，为企业和投资者提供了市场竞争和市场进入等方面的科学合理的策略建议。

帮助搜索引擎企业把握市场发展趋势，抓住转瞬即逝的机会，帮助投资者恰当选择切入点，成功进入中国市场并顺利开展业务，这是本报告的主要写作目的。

报告亮点

* 通过详实的数据和可靠的调研信息，全面剖析中国搜索引擎市场发展状况，深入分析搜索引擎用户消费行为，帮助企业全面了解中国搜索引擎市场应用现状及发展空间。

* 对目前中国搜索引擎市场盈利模式和盈利状况进行详细分析，为市场进入者把握市场切

入点提供策略支持，为主要市场竞争者选择未来业务发展重点和恰当模式提供参考。

* 对目前中国搜索引擎市场竞争格局进行分析，评估主要竞争者的综合竞争力，并在细致描述市场潜力的基础上，分析影响市场发展的内外部因素，预测市场未来发展趋势，为市场竞争者制定正确的战略决策提供支持和借鉴。

【 目录 】

研究对象 1

主要结论 1

一、2005年全球搜索引擎市场现状与特点 3

(一) 发展现状与特点 3

1、市场规模与增长 3

2、市场特点 5

(二) 重点国家和地区发展概要 7

1、美国：依然占据搜索引擎市场领头羊地位 7

2、日本：国际搜索巨头占有绝对技术优势 8

3、欧洲：竞争异常激烈 9

二、中国搜索引擎市场现状 10

(一) 市场现状与特点 10

1、规模与增长 10

2、特点 11

(二) 市场结构 13

1、产品结构 13

2、区域结构 14

3、品牌结构 17

4、渠道结构 18

三、2005年中国搜索引擎市场重点企业市场竞争力评价 20

(一) 重点企业市场竞争力状况 20

- 1、Google 20
- 2、雅虎中国 21
- 3、百度 23
- 4、中国搜索 25
- 5、新浪/爱问 26
- 6、搜狐/搜狗 28

(二) 重点企业竞争力综合评价 30

- 1、重点企业经营状况评价 30
- 2、重点企业经营模式对比分析 33
- 3、重点企业SWOT分析 35

四、2006 - 2010年中国搜索引擎市场用户消费行为分析 36

(一) 个人用户 36

- 1、用户的基本属性分析 36
- 2、用户的消费习惯分析 40
- 3、潜在用户需求分析 45

(二) 企业用户 45

- 1、用户的基本属性分析 45
- 2、用户的消费习惯分析 47
- 3、潜在用户需求分析 48

五、2006 - 2010年中国搜索引擎市场发展趋势分析及预测 49

(一) 发展趋势 49

- 1、产业政策日趋完善 49
- 2、第三代搜索技术迅猛发展 49
- 3、渠道日渐成熟规范 50
- 4、产品体系更加完整丰富 51
- 5、电子商务搜索成为热点 51

(二) 市场预测 52

- 1、规模预测 52
- 2、结构预测 53

六、中国搜索引擎市场投资机会分析 55

(一) 盈利模式和盈利状况 55

- 1、固定排名 55
- 2、竞价排名 55
- 3、技术授权 58
- 4、IE地址栏搜索 58
- 5、关键词广告 59

(二) 投资价值评估 60

- 1、指标体系 60
- 2、投资价值评估 60
- 1、竞价排名 61
- 2、桌面搜索 62
- 3、本地搜索 62
- 4、多媒体搜索 63
- 5、商业搜索 64

七、建议 65

(一) 对企业 65

- 1、加强技术研发 65
- 2、规范营销渠道 66
- 3、融合应用与商业模式创新 66

(二) 对投资者 67

报告说明 68

表目录

表1 重点企业经营模式对比 34

表2 重点企业SWOT分析 35

表3 第三代搜索技术的研发方向 50

表4 竞价排名与固定排名的特征比较 56

表5 搜索引擎产业投资价值评估指标 60

表6 中国搜索引擎产业投资价值评价 61

表7 各公司本地搜索总体比较 63

图目录

图1 2002 - 2005年全球搜索引擎市场规模 3

图2 2004 - 2005年Google、Yahoo及MSN市场份额变化对比图 4

图3 2005年Google、Yahoo和MSN图片搜索业务增长情况 4

图4 2004年全球搜索引擎市场格局 5

图5 2005年全球搜索引擎市场格局 6

图6 2004 - 2005年美国搜索引擎市场格局 8

图7 2003 - 2005年中国搜索引擎市场规模 10

图8 2004 - 2005年中国搜索引擎市场份额变化 12

图9 2005年搜索引擎市场产品结构 14

图10 影响搜索引擎区域结构的因素 15

图11 2005年搜索引擎个人用户规模排名前10位的省份 16

图12 2005年Google和百度的用户区域结构 16

图13 2005年中国搜索引擎市场品牌结构 17

图14 全国代理与区域代理的特征比较 19

图15 Google在华渠道构架 30

图16 2004 - 2005年百度营业收入情况 31

图17 2004 - 2005年新浪、搜狐、网易在搜索引擎市场的份额 32

图18 搜索引擎用户性别分布 37

图19 搜索引擎用户年龄分布 37

图20 搜索引擎用户的职业分布 38

图21 搜索引擎用户学历分布 39

图22 搜索引擎用户收入分布 39

图23 2005年中国搜索引擎市场用户份额 40

图24 用户选择特定搜索引擎的重要原因 41

图25 用户使用搜索引擎搜索主要内容排名 42

图26 用户使用搜索引擎频率 43

图27 用户首选音乐搜索引擎 43

图28 用户首选图片搜索引擎 44

图29 用户首选新闻搜索引擎 45

图30 搜索引擎企业用户规模结构 46

图31 2004 - 2005年搜索引擎企业用户的性质构成 46

图32 2005年搜索引擎服务使用率 47

图33 2005年中小企业搜索引擎营销平均投入情况 48

图34 搜索引擎产品体系拓展趋势 51

图35 2006 - 2010年中国搜索引擎市场规模预测 52

图36 2006 - 2010年中国搜索引擎个人用户规模预测 53

图37 中国搜索引擎市场竞争结构趋势 54

图38 未来搜索引擎技术发展趋势 66

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42632.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。