

2021-2026年中国搜索引擎市场竞争格局及投资战略 规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国搜索引擎市场竞争格局及投资战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/other/690153.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

所谓搜索引擎，就是根据用户需求与一定算法，运用特定策略从互联网检索出制定信息反馈给用户的一门检索技术。搜索引擎依托于多种技术，如网络爬虫技术、检索排序技术、网页处理技术、大数据处理技术、自然语言处理技术等，为信息检索用户提供快速、高相关性的信息服务。搜索引擎技术的核心模块一般包括爬虫、索引、检索和排序等，同时可添加其他一系列辅助模块，以为用户创造更好的网络使用环境。

国内搜索引擎融合了语音识别、图像识别、人工智能、机器学习等多种先进技术，经过一段时间的高速发展期后，国内搜索引擎行业迎来稳定发展。2015-2020年，中国搜索引擎市场规模从707.5亿元增长到1204.6亿元，年复合增长率11.23%。

2015-2020年中国搜索引擎行业市场规模

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。

报告目录：

第一章 搜索引擎概述

1.1搜索引擎简介

1.1.1搜索引擎的定义

1.1.2搜索引擎的分类

1.1.3两种搜索引擎介绍

1.1.4搜索引擎的工作原理

1.1.5优秀搜索引擎应具备的主要特点

1.2搜索引擎的发展及作用

1.2.1搜索引擎的发展史

1.2.2搜索引擎的技术发展

1.2.3搜索引擎的主要商务模式

1.2.4搜索引擎的作用

1.2.5搜索引擎对经济软实力起较大推动作用

第二章 2016-2020年世界搜索引擎所属行业市场分析

2.1 2016-2020年世界搜索引擎市场发展现状

2.1.1全球搜索引擎市场增长情况

2.1.2全球搜索引擎市场发展主要特点

2.1.3搜索市场呈出的主要规律

2.1.4搜索引擎竞价排名商业模式分析

2.2美国

2.2.1美国消费者浏览网站使用搜索引擎情况

2.2.2美国搜索引擎市场主要排名

2.2.3美国搜索引擎市场情况

2.3其他国家

2.3.1日本搜索引擎市场格局分析

2.3.2百度与谷歌争夺日本搜索市场

2.3.3英国搜索市场发展状况

第三章 2016-2020年中国搜索引擎所属行业市场分析

3.1 2016-2020年中国搜索引擎市场发展概况

3.1.1中国搜索引擎市场步入快速发展阶段

3.1.2中国搜索引擎市场发展特点

3.1.3中国超过美国成全球最大搜索市场

3.1.4农村市场成搜索引擎新增长点

3.1.5搜索引擎出现创新商业模式

3.1.6市场出现搜索引擎导航

3.1.7搜索引擎市场运营商与渠道商利益的争夺

3.2 2016-2020年中国搜索引擎市场发展状况

3.2.1 2019中国搜索引擎市场发展状况

3.2.2 2019我国搜索引擎市场发展分析

3.2.3 2020年中国搜索引擎市场运行分析

3.3 2016-2020年中国搜索引擎用户分析

3.3.1搜索引擎用户规模与结构特征分析

3.3.2搜索用户的品牌选择

3.3.3搜索用户对品牌选择的原因及忠诚度分析

3.3.4搜索用户的搜索特点

3.3.5搜索用户对广告的区分情况

3.4 2016-2020年搜索引擎市场竞争分析

3.4.1中国搜索引擎市场的竞争格局

国内搜索引擎全平台市场上，百度搜索任占据大部分市场份额，2019年6月占72.7%的市场份额，其后稳定在65%-70%波动。截止2020年12月，国内搜索引擎市场份额方面，百度搜索排行第一，达66.87%，远超位列第二的搜狗搜索，百度与搜狗市场份额合计91.41%，形成了搜索引擎行业的双寡头格局。

2020年12月中国搜索引擎行业市场份额结构

- 3.4.2中国搜索引擎市场竞争激烈
- 3.4.3中国搜索引擎市场酝酿新格局
- 3.4.4核心技术成为搜索引擎竞争的关键
- 3.4.5搜索引擎竞争走向多元创新时代
- 3.4.6中国搜索引擎市场将迈入品牌竞争时代
- 3.5 2016-2020年搜索引擎广告分析
 - 3.5.1搜索引擎成广告投放重要平台
 - 3.5.2搜索引擎广告面临的问题及对策分析
 - 3.5.3搜索引擎广告的发展困惑及其前景分析
 - 3.5.4未来搜索引擎将主导网络广告模式
- 3.6 2016-2020年搜索引擎营销分析
 - 3.6.1搜索引擎营销的目标层次原理
 - 3.6.2搜索引擎营销将引领网络新经济时代
 - 3.6.3搜索引擎营销运用解析
 - 3.6.4搜索营销迈向“个性化”时代
 - 3.6.5搜索引擎营销将走向效果营销
- 3.7搜索引擎市场存在问题及发展对策
 - 3.7.1搜索引擎市场发展中面临的难题
 - 3.7.2搜索引擎隐藏的问题及发展对策
 - 3.7.3搜索引擎企业发展建议
 - 3.7.4搜索引擎应从“信息搜索”转向“知识搜索”
 - 3.7.5搜索引擎优化的主要规则
- 第四章 2016-2020年垂直搜索所属行业发展分析
 - 4.1垂直搜索发展概述
 - 4.1.1垂直搜索的基本概念及技术
 - 4.1.2垂直搜索引擎发展的理由
 - 4.1.3垂直搜索引擎分类统计
 - 4.1.4优秀的垂直搜索引擎
 - 4.2 2016-2020年垂直搜索发展现状
 - 4.2.1垂直搜索市场生存空间分析
 - 4.2.2垂直搜索市场已成兵家必争之地
 - 4.2.3垂直搜索引擎技术正式踏入项目外包领域
 - 4.2.4垂直搜索网站步入调整期
 - 4.3 2016-2020年各种垂直搜索发展分析

4.3.1 视频搜索市场拥有巨大发展潜力

4.3.2 各地区网民使用新闻搜索情况

4.3.3 我国购物搜索引擎市场快速增长

4.3.4 生活搜索成中国网络的主流应用

4.3.5 旅游垂直搜索发展分析

4.3.6 未来三年商业搜索引擎主要发展趋势

4.4 垂直搜索面临的问题及对策、前景分析

4.4.1 垂直搜索模式存在的问题分析

4.4.2 垂直搜索引擎的突破与创新

4.4.3 垂直搜索引擎的发展方向

4.4.4 垂直搜索发展出路探析

4.4.5 中国垂直搜索发展前景分析

4.4.6 垂直搜索盈利前景分析

第五章 2016-2020年无线搜索所属行业分析

5.1 2016-2020年无线搜索发展分析

5.1.1 全球无线搜索业发展概况

5.1.2 中国无线搜索行业发展概况

5.1.3 中国无线搜索业发展特点与产业链构成

5.1.4 中国无线搜索行业发展现状分析

5.1.5 无线搜索市场快速发展

5.2 2016-2020年无线搜索市场竞争分析

5.2.1 互联网巨头纷纷布局“无线搜索”

5.2.2 互联网搜索巨头与新兴公司的较量

5.2.3 WAP门户与专业搜索引擎的较量

5.3 无线搜索发展面临的问题及对策

5.3.1 无线搜索面临的三大难题

5.3.2 无线搜索广告模式尚不成熟

5.3.3 无线搜索行业发展建议

5.4 无线搜索投资及前景趋势分析

5.4.1 初创型企业在无线搜索中的投资机会

5.4.2 无线搜索的资金门槛

5.4.3 我国无线搜索行业主要发展趋势

5.4.4 3G时代手机电视和无线搜索将成两大热点

5.4.5 无线搜索市场前景展望

第六章 主要搜索引擎运营商分析

6.1 百度 (Baidu)

6.1.1 公司简介

6.1.2 百度经营状况分析

6.2 谷歌 (Google)

6.2.1 公司简介

6.2.2 谷歌经营状况分析

6.2.5 谷歌中文搜索所采取的整合策略

6.2.6 谷歌在搜索方面的四个创新

6.3 雅虎 (Yahoo)

6.3.1 公司简介

6.3.2 雅虎的搜索业务

6.3.3 雅虎经营状况分析

6.4 搜狐搜狗 (Sogou)

6.4.1 公司简介

6.4.2 搜狗发展态势良好

6.4.3 搜狗“桌面战略”的创新营销分析

6.5 新浪爱问 (iAsk)

6.5.1 公司简介

6.5.2 新浪爱问的主要特点

6.5.3 新浪搜索战略的调整

6.6 360搜索

6.6.1 公司简介

6.6.2 360搜索的主要特点

6.6.3 360搜索战略解析

第七章 搜索引擎市场投资及前景分析

7.1 搜索引擎市场投资机会分析(AK HDF)

7.1.1 新生代搜索引擎受风投青睐

7.1.2 搜索引擎面临较大商机

7.1.3 无线搜索成为投资热点

7.2 搜索引擎市场投资风险分析

7.2.1 进入和退出壁垒

7.2.2 技术风险

7.2.3 市场风险

7.2.4 政策风险

7.2.5 竞争风险

7.3搜索引擎市场前景趋势分析

7.3.1全球搜索引擎市场将不断扩大

7.3.2北美搜索引擎广告费用增长预测

7.3.3中国搜索市场展望

7.3.4 2021-2026年中国搜索引擎行业预测

7.3.5搜索市场未来发展趋势

图表目录：

图表：全球搜索引擎市场规模及增长

图表：美国各年龄段消费者浏览网站的主要驱动因素

图表：美国搜索引擎请求量情况

图表：美国网民使用单词个数搜索情况

图表：日本十大搜索服务提供商排行

图表：亚太国家/地区搜索量排行

图表：搜索引擎市场营收份额

图表：中美日三国搜索引擎市场规模对比

图表：中国搜索引擎市场规模及增长

图表：中国网页搜索请求量规模

图表：中国网页搜索请求量市场份额

图表：中国搜索引擎用户经常搜索的内容

图表：搜索引擎用户规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/690153.html>