

# 2012-2016年中国移动搜索 行业市场分析与调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国移动搜索行业市场分析与调查报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tongxun1202/Z651043GOD.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-02-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国移动搜索行业市场分析与调查报告》共十二章。首先介绍了移动搜索相关概述、中国移动搜索市场运行环境等，接着分析了中国移动搜索市场发展的现状，然后介绍了中国移动搜索重点区域市场运行形势。随后，报告对中国移动搜索重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动搜索行业发展趋势与投资预测。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。

通过《2012-2016年中国移动搜索行业市场分析与调查报告》，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。

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。目前，国内在中国移动及SP大力扶持下的移动增值业务市场近来也出现高速增长态势，移动和互联网融合的发展趋势注定了移动搜索是未来的发展方向，而新的搜索平台的出现必然在业内又激起一场新的战争。

## 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 全球移动搜索行业运行态势分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2012-2016年球移动搜索新趋势分析

## 第三章 中国移动搜索行业运行环境分析

### 第一节 国内移动搜索经济环境分析

- 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、2012年中国移动搜索经济发展预测分析

### 第二节 中国移动搜索行业政策环境分析

## 第四章 中国移动搜索行业运行新形势分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 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 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 中国移动搜索行业市场调研分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 中国移动搜索竞争态势分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 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 中国移动搜索运营策略分析

#### 第一节 2010-2011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、2012-2016年中国移动通信移动搜索业务发展趋势分析

#### 第二节 2010-2011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、2012-2016年中国联通移动搜索业务发展前景分析

### 第十一章 2012-2016年中国移动搜索行业前景预测分析



## 第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国移动搜索市场规模预测分析

一、2012-2016年中国移动搜索市场用户规模预测分析

二、2012-2016年中国移动搜索市场收入规模预测分析

## 第四节 2012-2016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 2012-2016年中国移动搜索行业投资前景预测分析

### 第一节 2012-2016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 2012-2016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（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：移动搜索的分类

图表：移动搜索与互联网搜索的区别

图表：移动电话用户规模

图表：移动通信市场收入率

图表：移动增值业务收入

图表：移动增值业务用户

图表：2010-2011年移动搜索用户使用行为

图表：2010-2011年中国各类移动搜索用户使用行为

图表：2010-2011年中国移动运营业绩

图表：2010-2011年中国移动移动搜索业务运营

图表：2010-2011年中国联通运营业绩

图表：2010-2011年中国联通移动搜索业务运营

图表：中国移动电话用户发展现状及趋势预测

图表：中国移动通信市场规模与预测

图表：中国移动增值用户发展规模与预测

图表：中国移动增值业务市场规模与预测

图表：移动搜索内容细分比例

图表：中国WAP用户规模与预测

图表：中国免费WAP站点规模与预测

图表：中国WAP市场规模与预测

图表：移动搜索产业链

图表：中国移动搜索用户规模与预测

图表：中国移动搜索服务提供商收入规模与预测

图表：略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1202/Z651043GOD.html>