

# 2021-2027年中国移动搜索 市场深度分析与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国移动搜索市场深度分析与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202107/228724.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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，利用手机上网也已成为一种获取信息资源的主流方式。2013年1月，TechWeb发布结果显示，百度移动搜索跻身2012年度最受欢迎十大移动应用。其实移动搜索还只是WEB搜索的延续，没有突破性的技术和应用！

移动搜索是基于移动网络的搜索技术的总称，用户可以通过SMS(ShortMessageService短信息)、WAP(WirelessApplicationProtocol无线应用协议)、IVR(InteractiveVoiceResponse互动式语音应答)等多种接入方式进行搜索，获取互联网信息、移动增值服务及本地信息等信息服务内容。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国移动搜索市场深度分析与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国移动搜索行业市场发展环境、移动搜索整体运行态势等，接着分析了中国移动搜索行业市场运行的现状，然后介绍了移动搜索市场竞争格局。随后，报告对移动搜索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发展趋势与投资预测。您若对移动搜索产业有个系统的了解或者想投资中国移动搜索行业，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2015-2019年全球移动搜索行业运行态势分析

### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2021-2027年球移动搜索新趋势探析

## 第三章2015-2019年中国移动搜索行业运行环境解析

### 第一节2015-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

## 第二节2015-2019年中国移动搜索行业政策环境分析

## 第三节2015-2019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2015-2019年中国移动搜索行业技术环境分析

## 第五节2015-2019年中国移动搜索社会环境分析

### 一、中国人口规模及结构分析

### 二、中国手机、网络、电脑普及应用状况

## 第四章2015-2019年中国移动搜索行业运行新形势分析

### 第一节2015-2019年中国移动通信通信行业现状分析

#### 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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2021-2027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2015-2019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2015-2019年中国移动搜索所属行业细分市场运行分析

### 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2015-2019年中国移动搜索行业市场调研分析

### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国移动搜索竞争态势分析

### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国移动搜索运营策略分析

### 第一节2015-2019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、 2019年中国移动通信移动搜索业务发展趋势分析

### 第二节2015-2019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、 2021-2027年中国联通移动搜索业务发展前景分析

## 第十一章2021-2027年中国移动搜索行业投资前景预测分析

### 第一节2021-2027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2021-2027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

### 第三节投资建议

## 第十二章2021-2027年中国移动搜索行业前景预测分析

### 第一节2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国移动搜索市场规模预测分析

##### 一、2021-2027年中国移动搜索市场用户规模预测分析

##### 二、2021-2027年中国移动搜索市场收入规模预测分析

#### 第四节2021-2027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

#### 部分图表目录：

图表：2015-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2015-2019年我国总人口数量增长趋势图

图表：2019年人口数量及其构成

图表：2015-2019年中国城镇化率走势图

图表：2015-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

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：中国GDP增长状况

图表：中国城镇家庭居民可支配收入及恩格尔系数

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：2015-2019年移动搜索用户使用行为

图表：2015-2019年中国各类移动搜索用户使用行为

图表：2015-2019年中国移动运营业绩

图表：2015-2019年中国移动移动搜索业务运营

图表：2015-2019年中国联通运营业绩

图表：2015-2019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

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228724.html>