

2020-2025年中国移动搜索行业市场深度分析及行业发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国移动搜索行业市场深度分析及行业发展趋势报告》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/detail/494260.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

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。

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2020-2025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2020-2025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、2020-2025年中国联通移动搜索业务发展前景分析

第十一章2020-2025年中国移动搜索行业投资前景预测分析

第一节 2020-2025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2020-2025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 2020-2025年中国移动搜索行业前景预测分析

第一节 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025年中国移动搜索市场规模预测分析

一、2020-2025年中国移动搜索市场用户规模预测分析

二、2020-2025年中国移动搜索市场收入规模预测分析

第四节 2020-2025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

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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/494260.html>