

洞察网络 Internet Insight



# 中国搜索引擎行业研究项目

**DCCI**

DCCI互联网数据中心

DCCI Data Center of China Internet

中国互联网监测研究权威机构&数据平台



**Part 1 : 项目背景-需求与项目目的**

**Part 2 : 项目关键发现与解读**

**Part 3 : 搜索引擎价值链分析与解读**

**Part 4 : 中国搜索引擎市场主要运营商及特征分析**

**Part 5 : 中搜搜索引擎用户行为和态度分析**

**Part 6 : 搜索引擎发展方向展望**

## 项目背景-需求与项目目的 ( Key Point )

### 研究背景

- 搜索作为互联网的主要入口之一，各互联网公司都在积极地争夺。目前网络上存在百度，谷歌，360，中搜等众多搜索引擎，百度处于领先地位，但其他的搜索引擎也有各自的特点与优势，能够满足不同人士的需求。中搜作为全球领先的新一代中文搜索引擎，依托第三代搜索引擎和个性化微件技术，实现了人类知识与检索技术的融合，创造了第三代开放的搜索引擎平台。

### 项目需求详解

- 中国搜索引擎行业发展现状
- 中国搜索引擎服务供应商特征分析
- 中搜搜索引擎的用户行为特征研究
- 中国搜索引擎行业发展趋势展望

### 研究目的

- 搜索引擎行业价值链分析研究
- 中国搜索引擎行业发展的格局与趋势
- 中搜搜索引擎用户行为和态度分析
- 中国搜索引擎行业发展趋势展望



**Part 1 : 项目背景-需求与项目目的**

**Part 2 : 项目关键发现与解读**

**Part 3 : 搜索引擎价值链分析与解读**

**Part 4 : 中国搜索引擎市场主要运营商及特征分析**

**Part 5 : 中搜搜索引擎用户行为和态度分析**

**Part 6 : 搜索引擎发展方向展望**



**主要发现：中国搜索引擎竞争激烈，开始进入军备竞赛期**

## **Part 1：中国搜索引擎市场发展现状与趋向预判**

**主要发现1**：12年搜索引擎企业纷纷加大投入与推广，主要的推广方式是依托自己的优势产品进行捆绑式推广，取到了良好的效果。

**主要发现2**：搜索引擎已经是网民上网的必备工具，网民通过搜索来获取需要的信息，同时随着互联网技术的发展，各种新式的搜索方式与技术层出不穷，极大地满足了网民的不同需求。垂直类和社区类搜索正在迅猛发展。

**主要发现3**：从用户角度来说，用户对搜索的要求也日益提升，更加精准化和可定制化是用户对搜索引擎的进一步要求

**主要发现4**：移动搜索发展迅猛，新技术给用户提供了不用于PC端搜索的体验。



**主要发现：中搜搜索的下一代搜索引擎顺应搜索引擎发展潮流**

## **Part 2：中搜搜索引擎用户的行为态度分析**

**主要发现1：**中搜搜索引擎的用户结构明确-高收入和高消费的人群，用户人群有着较强的商业价值。

**主要发现2：**中搜搜索不断进行技术创新，其第三代搜索引擎和个性化微件技术得到了用户的认可。

**主要发现3：**用户对中搜搜索引擎的品牌印象是全面的、准确的、专业的。



**Part 1 : 项目背景-需求与项目目的**

**Part 2 : 项目关键发现与解读**

**Part 3 : 搜索引擎价值链分析与解读**

**Part 4 : 中国搜索引擎市场主要运营商及特征分析**

**Part 5 : 中搜搜索引擎用户行为和态度分析**

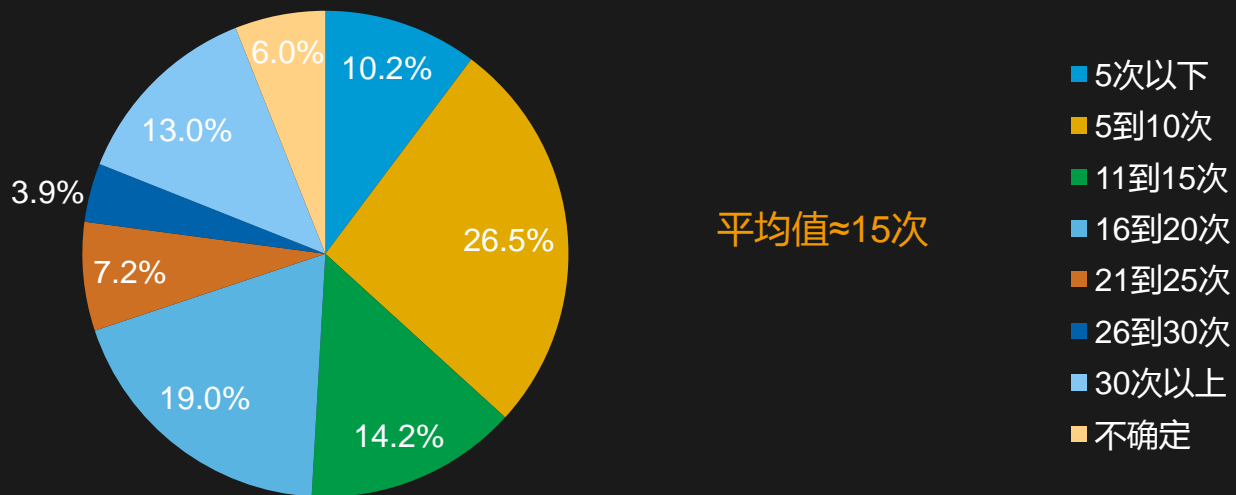
**Part 6 : 搜索引擎发展方向展望**



## 每天至少使用5次搜索引擎的网民达90%，网民生活已离不开搜索引擎

□ 对于互联网用户来说，搜索引擎已经成为生活的一部分，每天使用搜索引擎的平均次数为15次

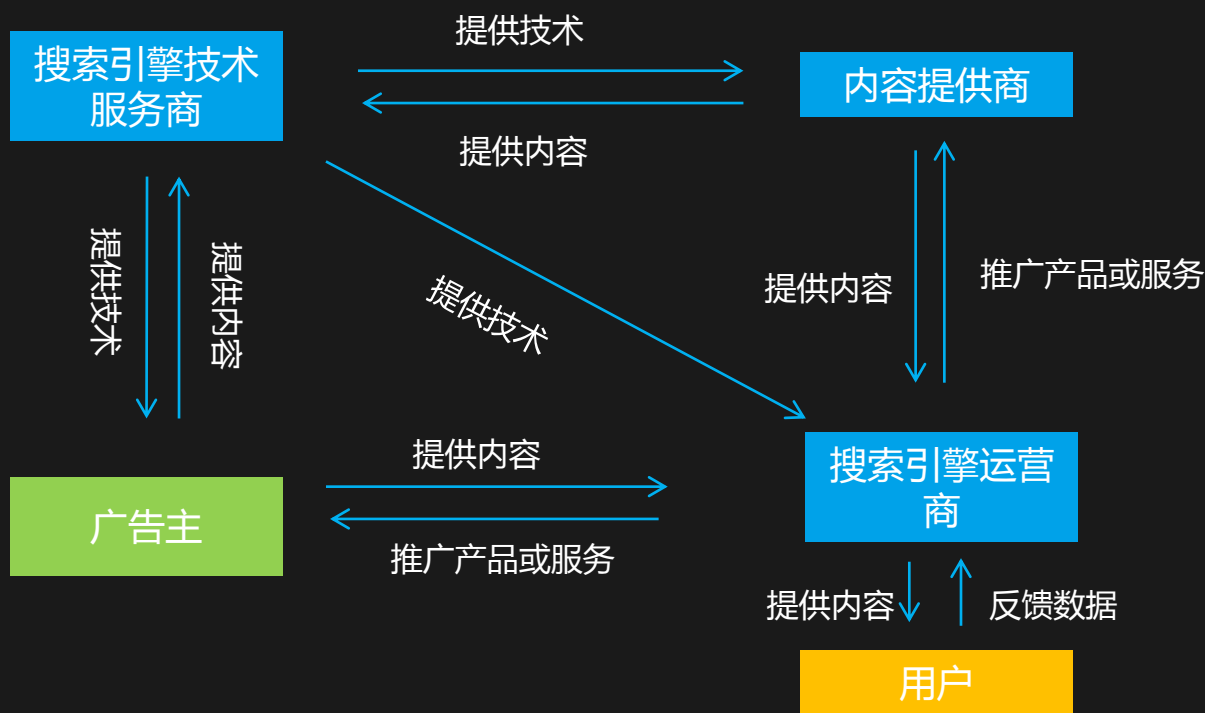
### 每天使用搜索引擎的次数





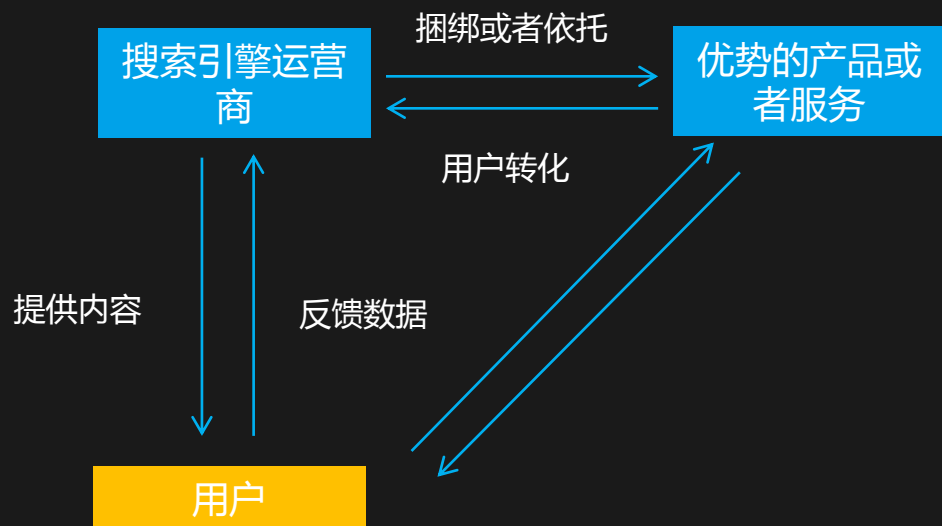
## 搜索引擎的产业链已经比较完整，短时间不会有大的突破

- 搜索引擎以搜索引擎技术服务商为基础，通过搜索运营商把门户网站以及其他的网络信息与用户连接起来，主要通过广告主获取盈利。目前主要的技术服务商是google与百度，其他的搜索引擎更多的是扮演搜索引擎运营商的角色
- 搜索的核心技术目前只有少数公司能够掌握，而且短时间不会有大的突破，因此大部分搜索引擎更多的是在用户体验和广告主方面进行技术微创新
- 搜索引擎产业是一个技术型产业，搜索技术和用户体验还是会成为竞争的最重要手段



## 类捆绑式推广已经成为目前搜索引擎的主要营销手段

- 通过捆绑或者依托优势产品进行推广是现在搜索引擎的主要推广方式。一些搜索引擎以此作为突破口并且取得了一定的效果，但是这种推广手段具有一定的局限性和不可持续性，一旦相关产品和或者服务失去优势，对应的搜索引擎份额可能会迅速下降
- 作为互联网入口之一的浏览器会在未来的搜索引擎竞争中起到至关重要的作用



- 百度的hao123导航
- 360搜索依托360相关产品
- 搜狗搜索依托搜狗输入法
- 搜搜依托QQ相关产品
- 一淘依托淘宝
- ...

## 搜索引擎的收入主要来自广告收入，但商业模式面临挑战

- 搜索引擎的商务模式都是在搜索结果页面放置广告，一是关键词广告，如Google推出AdWords，通过用户的点击向广告主收费；二是竞价排序，根据广告主的付费多少排列结果。目前的搜索企业为了提升效率一般成立广告联盟，如Google的AdSense和百度的百度联盟，以便给广告主提供更全面的服务





**Part 1 : 项目背景-需求与项目目的**

**Part 2 : 项目关键发现与解读**

**Part 3 : 搜索引擎价值链分析与解读**

**Part 4 : 中国搜索引擎市场主要运营商及特征分析**

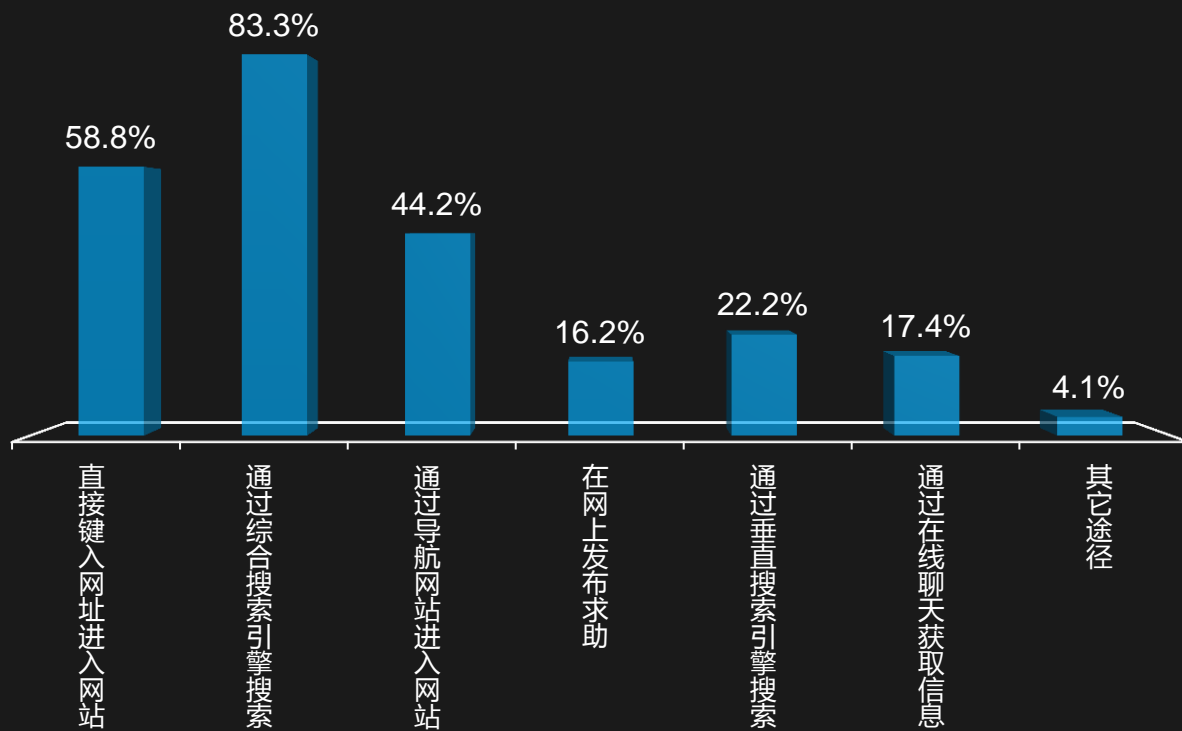
**Part 5 : 中搜搜索引擎用户行为和态度分析**

**Part 6 : 搜索引擎发展方向展望**

## 搜索引擎仍然是互联网pc端的主要入口

网民还是更多利用综合搜索来得到信息，但仍有58.8%的网民选择直接键入网址进入网站来得到信息

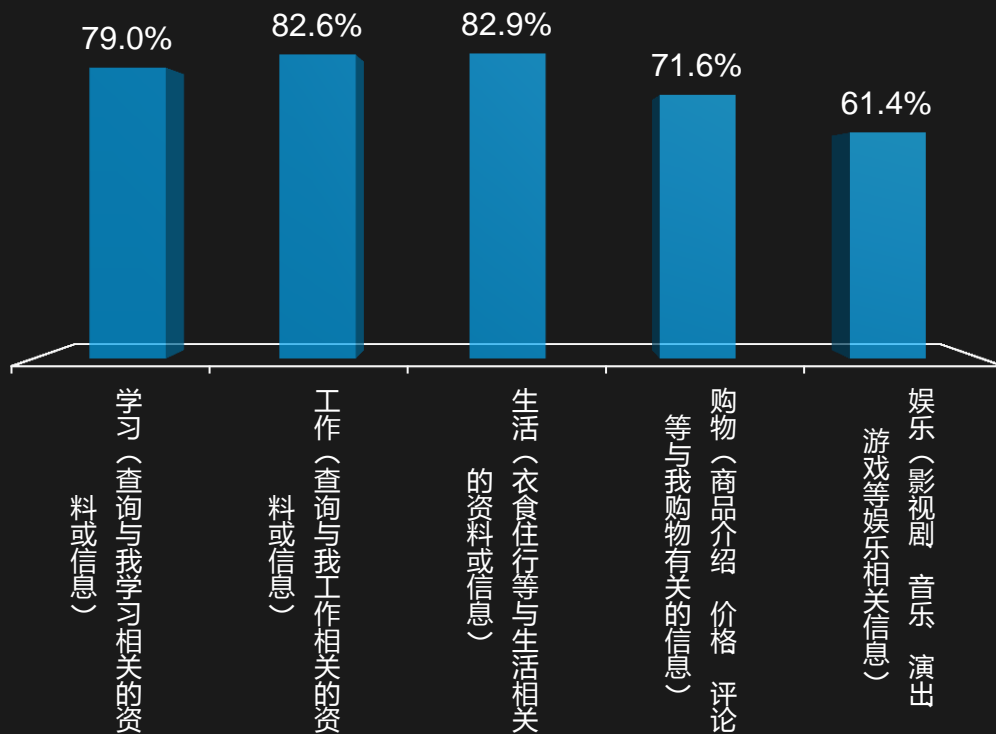
网民如何在互联网得到信息



## 网民通过搜索引擎搜索的内容主要集中在工作和生活方面

- 网民在pc端使用搜索引擎搜索的内容更多地集中在生活与学习上，搜索引擎是人们解决问题和获得衣食住行信息的最重要工具，而娱乐内容的搜索正在降低，用户娱乐行为已经向移动端转移

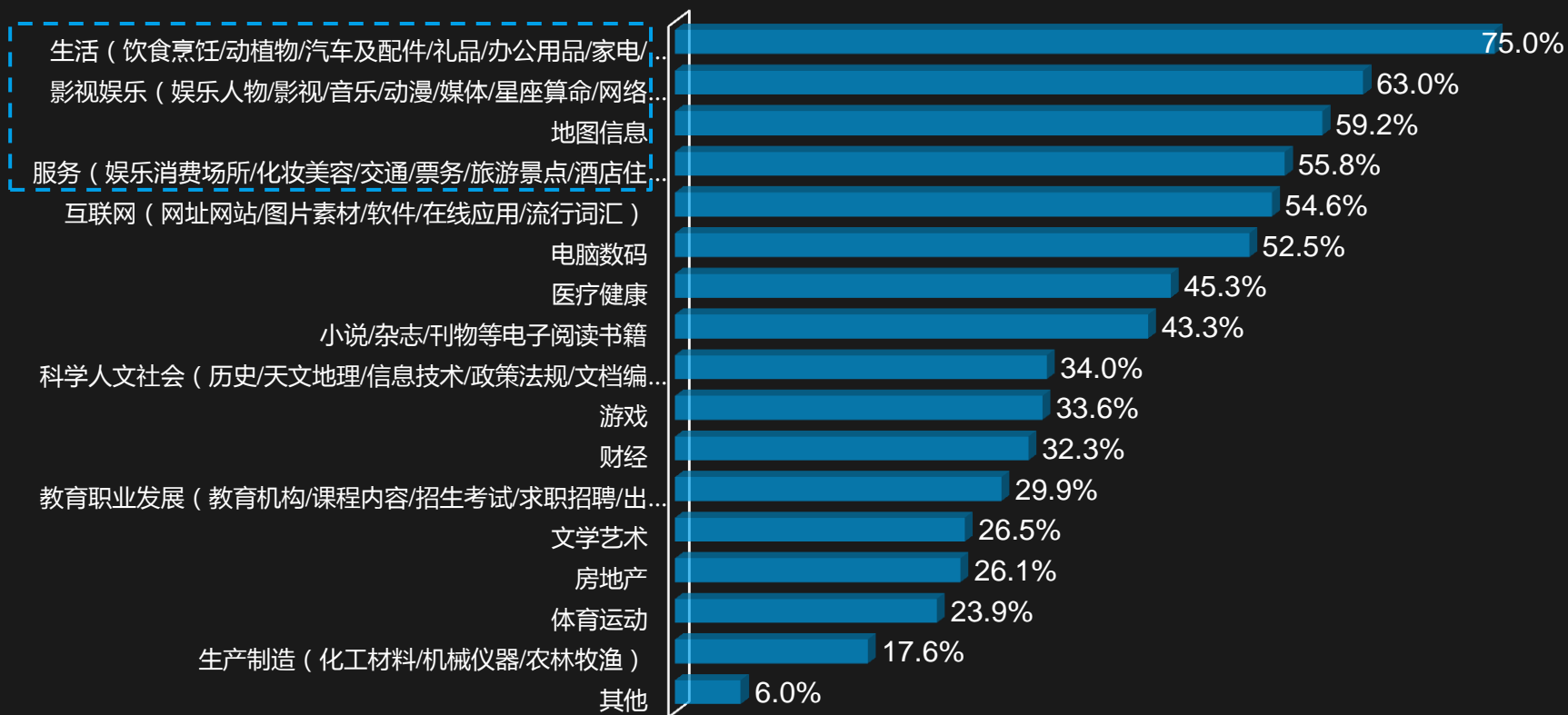
### 网民通过搜索引擎搜索哪方面的内容



## 网民搜索的更多的搜索生活和服务方面的信息

□ 贴近生活的服务和实用性信息是用户搜索的主要信息，搜索引擎越来越贴近人们的生活

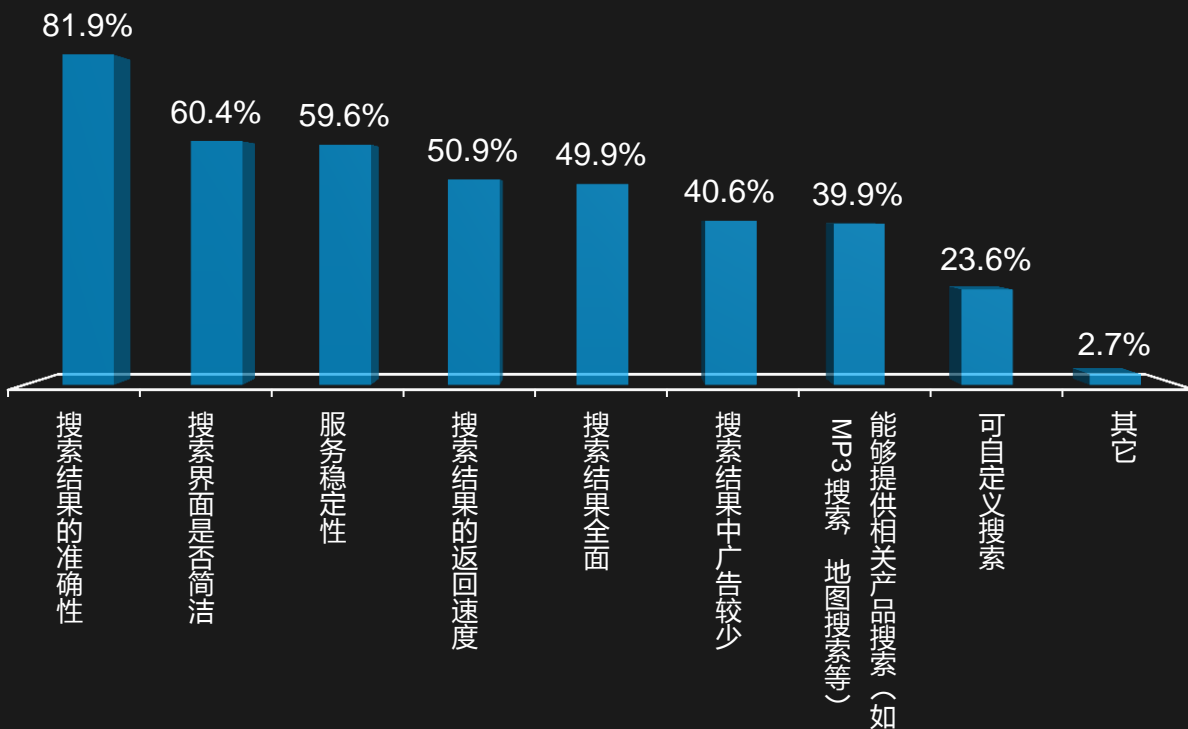
### 网民主要搜索的信息



## 准确性是网民对搜索的第一诉求

- 随着信息爆炸和网络冗沉信息的增多，网民对搜索的要求也日益提高，准确性是网民对搜索的第一诉求，而搜索界面的简洁性和搜索的稳定性也成为网民重视的因素

### 网民更关注搜索引擎搜索的哪些方面

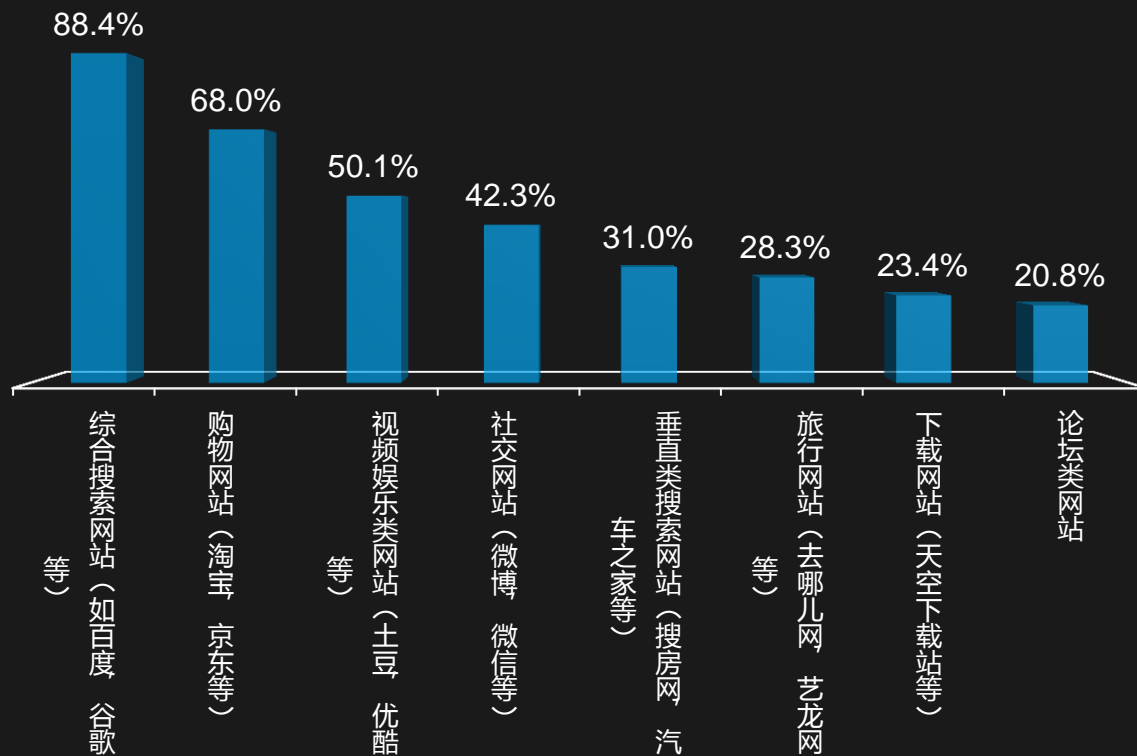




## 在搜索类网站中，综合类搜索网站仍高达九成

综合搜索仍是网民进行搜索最多的网站，购物类网站也成为网民搜索的主要网站之一，有68%的人经常在购物网站进行搜索，而在社交网站，网民的搜索行为并不强烈

### 网民经常进行搜索的网站





## 2012年是搜索竞争元年，2013年搜索竞争将更趋激烈

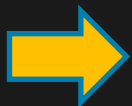
- 2012年对于各大搜索运营商来说是一个重要的年份，奇虎、阿里巴巴等公司都顺利推出了自己的搜索引擎，百度、搜狗等老牌搜索营收创新高，即刻、中搜、盘古、云云等搜索运营商也纷纷优化其搜索产品，进行了技术创新和技术升级



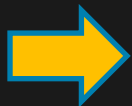
中国搜索引擎进入发展爆发期，呈现出群雄逐鹿的现状



中国搜索的竞争由简单的“网页端”竞争逐渐转变为“产品端”的竞争



用户对搜索的要求更加精确化，垂直化，综合化



移动搜索成为搜索发展的另一个增长点



移动搜索的格局仍显模糊，存在变现困难的问题

## 目前国内搜索引擎可以分为四大集团

### 领军者



百度搜索处在领先的位置，但是面临跟随者强有力的挑战

### 跟随者



360搜索+



360、Google、搜狗、搜搜等跟随者正在努力追赶百度，特别是360一推出就获得了10%的市场份额

### 其他搜索



Jike即刻

这些搜索引擎都有自己独特的优势，目前应该进一步扩大影响力

### 垂直搜索



淘宝搜索以及云云搜索等垂直化搜索也加入搜索行业的竞争行列



## 2012年国内搜索引擎的竞争进入白热化

### 总体状况

- 百度2012年开始把重心转向移动互联网，在巩固PC端搜索领先的优势以外，在移动端已经开始布局。百度在2012年还优化了百度的算法，进一步提升自己在搜索领域的技术领先地位
- 360、搜狗、搜搜等搜索引擎利用自身的优势产品开始进行大规模的推广。360依托安全产品和360浏览器短短几个月就攫取了10%的市场份额，而搜狗搜索向搜狗输入法和搜狗浏览器的用户进行渗透，搜搜依托腾讯产品也在稳步的提升自己的市场份额
- Google和bing在中国仍水土不服，Google的使用体验仍然存在问题，而bing的本地化仍显不足
- 中搜2012年稳扎稳打，不断进行技术创新，推进第三代搜索引擎技术，提升用户搜索体验
- 一淘开始抢夺百度广告收入，阿里集团在2013年推出了阿里云搜索，开始进入搜索领域
- 号称国家搜索的即刻搜索，虽然技术不错，但目前遇到发展的瓶颈，下一步的发展动向值得关注

## 百度搜索在PC端和移动端双管齐下



### PC端搜索

- ✓ 百度在Pc端将继续保持其优势
- ✓ 百度应优化其搜索算法
- ✓ 百度将面临其他竞争产品的挑战
- ✓ 百度需保持在广告收入方面的高增长以及领先地位

### 移动端搜索

- ✓ 百度已布局移动搜索，已经推出多款了app，并在其中内置了百度搜索
- ✓ 百度在移动端优势不明显
- ✓ 百度将面临竞争产品的强有力挑战
- ✓ 百度在移动互联网更加依赖于其他移动应用

# 360搜索正在利用360系列产品网络迅速推广，面临商业化难题



奇虎360正在利用优势产品所聚拢的庞大用户群，迅速的推广其搜索产品

## 搜狗搜索稳步发展，搜搜搜索不温不火



- 搜狗搜索作为搜狗“三级火箭”战略中的一级，占搜狗2012年全年营收中74%。截至2012年12月，搜狗用户超过4亿，日活跃用户1.88亿、周活跃用户2.85亿，搜狗输入法的渗透率已经达到80%， “三级火箭”之间的互相渗透取得了良好的效果
- 收入方面依靠搜索流量增长以及货币化能力改善的推动而带来的点击付费服务收入的增长，以及搜狗导航网址站的在线推广服务收入的增长，2012年第四季度搜索及其他业务收入为3900万美元，较2011年同期增长68%，较上一季度增长10%
- 目前搜狗输入法也加入搜索功能，使用户在输入的同时就能直通搜索



- 搜搜搜索作为腾讯旗下的搜索产品，目前已经通过QQ聊天助手嵌入到QQ产品中，但是表现不温不火
- 2013年腾讯将加大对搜搜的业务投入，以应对到来的搜索大战

## 中搜以第三代引擎技术和个性化微件技术继续发力搜索市场

- 中搜搜索引擎依托第三代引擎技术和微件技术，提出众包的理念，并开放了起云服务平台。通过云平台提供与电子商务、搜索相关的应用，与传统产业的信息化需求紧密结合，使传统企业逾越技术鸿沟，轻松实现电子商务的构架、管理与运维

**第三代搜索引擎技术**，是中搜从2002年开始至今一直在不断研发的新一代搜索技术，为满足人们对全面、准确的检索要求而不停的探索，通过开放搜索后台把人类知识融入搜索结果，使得所有网民均有机会参与到搜索结果的构筑中。

基于与多方知识合作的开放理念，深入行业领域的数据挖掘，为用户呈现一个多维的、专业的、开放的，以门户方式展现的检索结果。同时，第三代搜索引擎首次定义搜索结果标准，即CIVIA标准(全面、准确、智能、互动、美观)，引导新一代搜索浪潮。



**微件 (Widget)** 是满足用户的个性需求的最好载体，它通常来自特定主题最好的提供者，具有权威、全面、及时、互动的特点。

中搜采用以微件技术 (Widget) 为基础的个性化技术，将与电子商务相关的各种应用程序制作成微件，用户通过调用微件的方式，在即便不懂技术的情况下，也可实现大型商务类网站的快速构筑。





**Part 1 : 项目背景-需求与项目目的**

**Part 2 : 项目关键发现与解读**

**Part 3 : 搜索引擎价值链分析与解读**

**Part 4 : 中国搜索引擎市场主要运营商及特征分析**

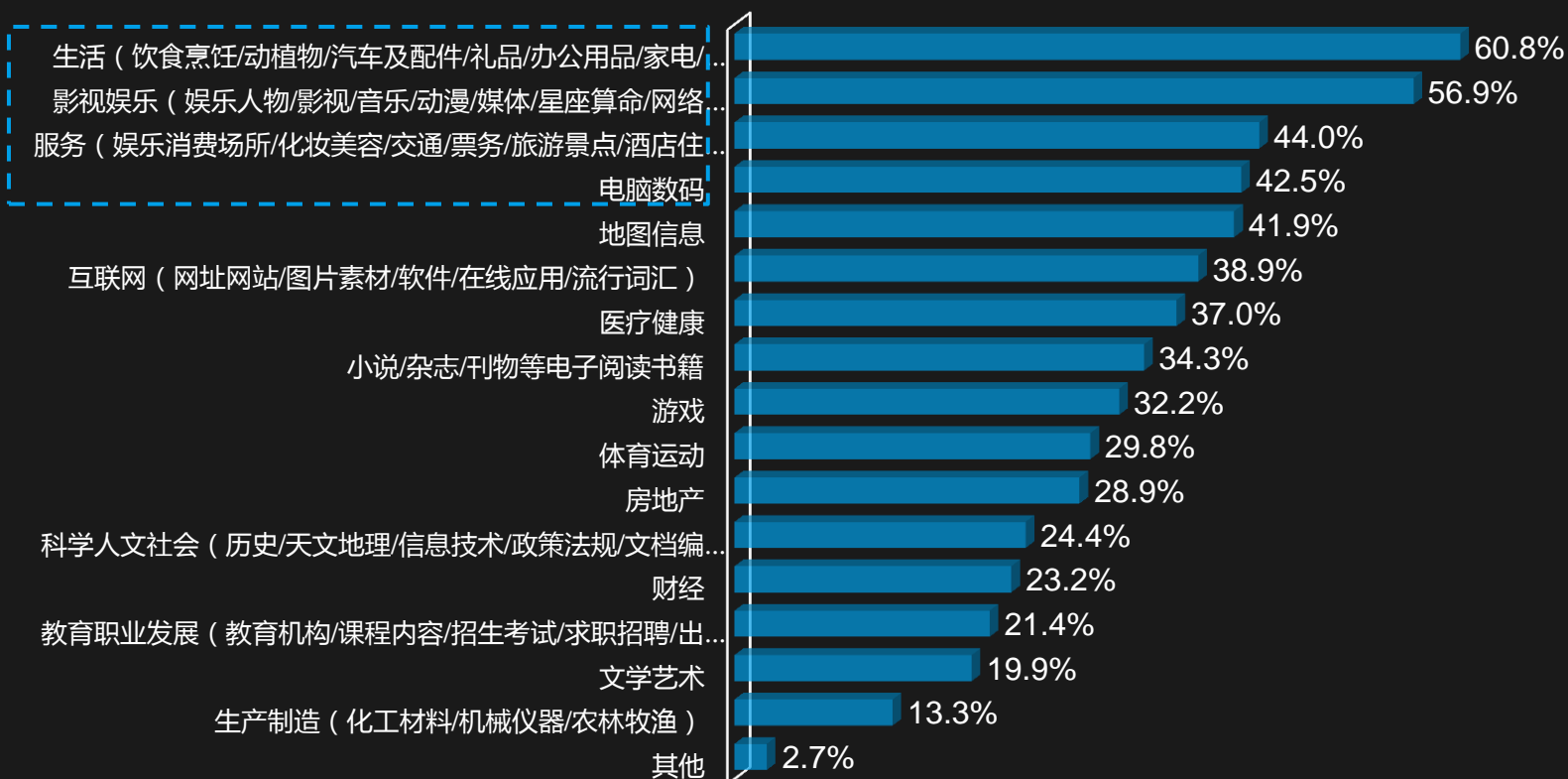
**Part 5 : 中搜搜索引擎用户行为和态度分析**

**Part 6 : 搜索引擎发展方向展望**

## 中搜搜索用户更多的搜索生活和服务方面的信息

□ 中搜搜索引擎用户搜索的主要是生活娱乐以及服务方面的信息，说明中搜搜索引擎更贴近用户的的生活，有比较强的商业价值

### 中搜搜索用户主要搜索的信息

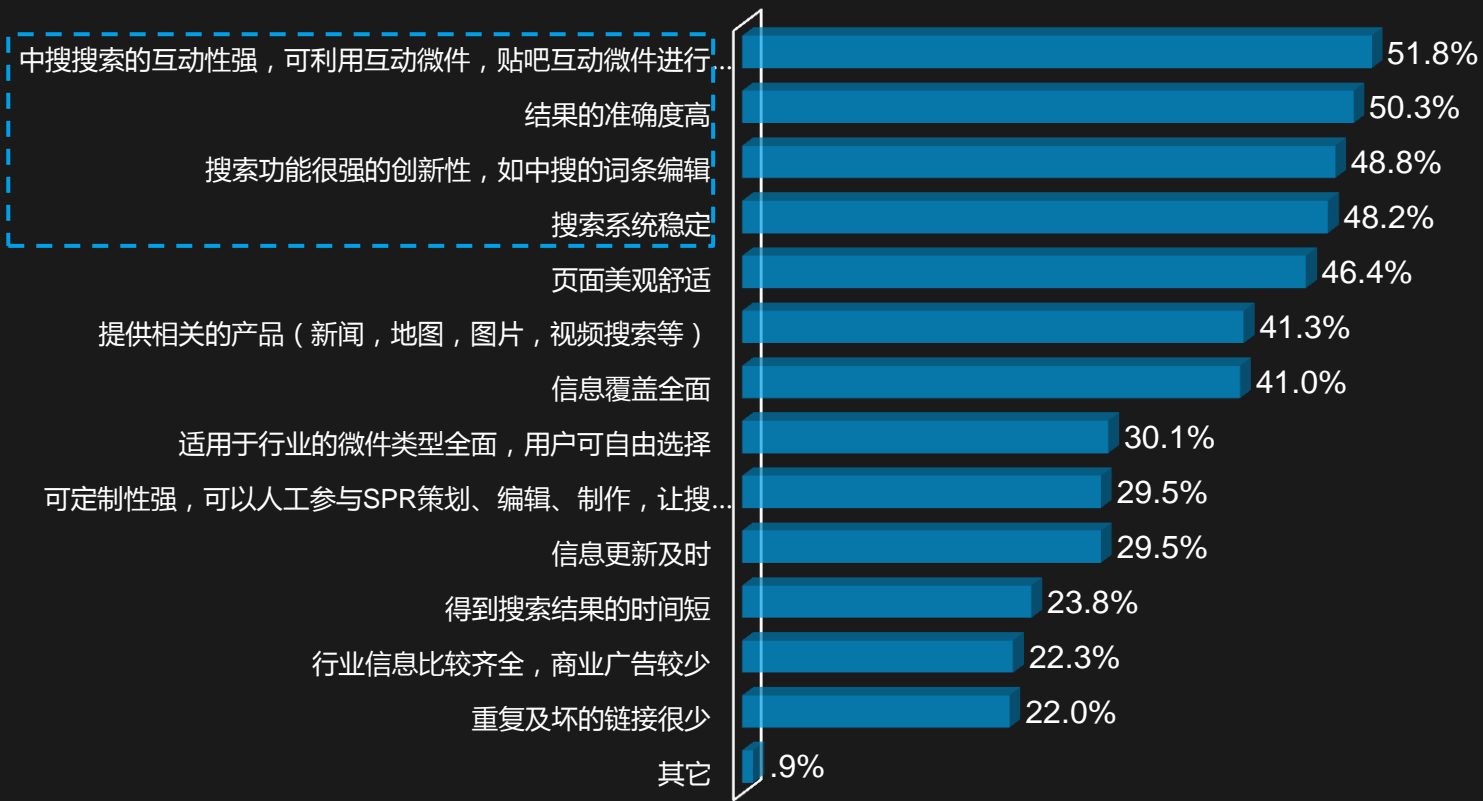




## 中搜的互动微件和词条编辑功能已经得到用户的认可

□ 中搜搜索引擎微件技术得到用户的认可，用户可利用互动微件，贴吧互动微件进行评论、留言等功能，从被动的使用搜索到主动的参与搜索

### 用户使用中搜的主要原因



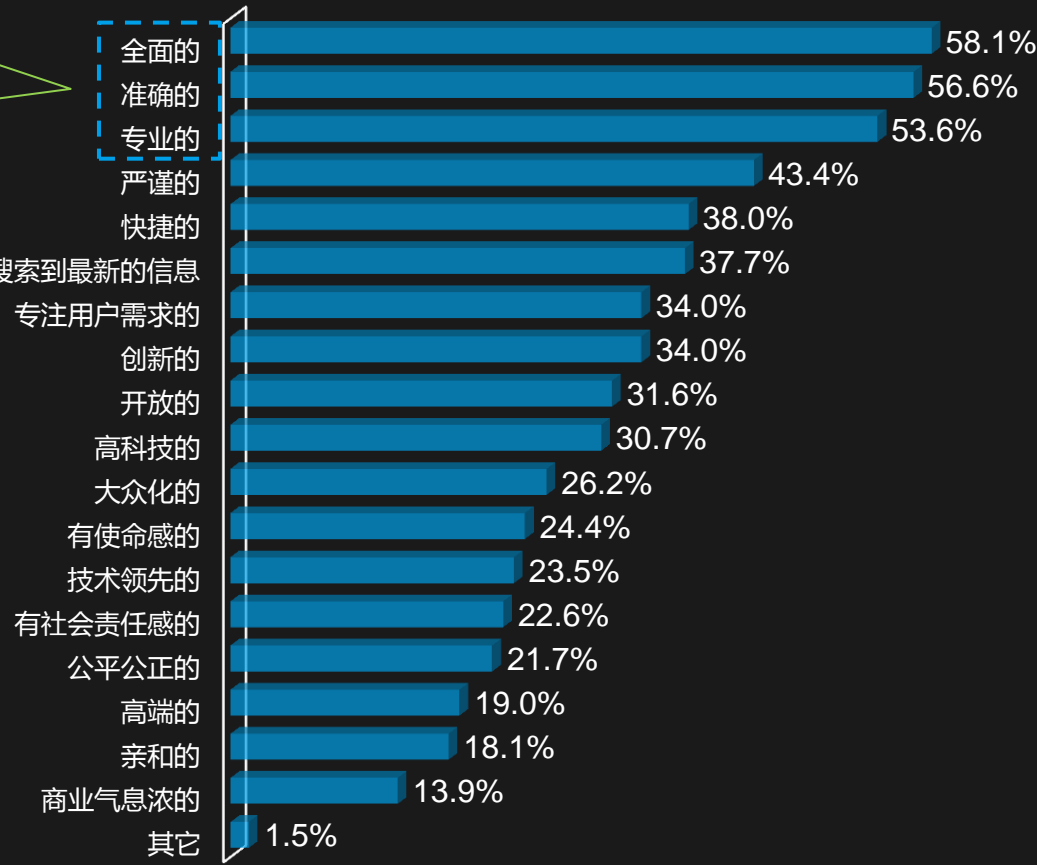


# 用户对中搜的品牌印象是全面的、准确的和专业的

□ 中搜搜索的第三代引擎技术在全面性、准确性和专业性方面得到用户的认可

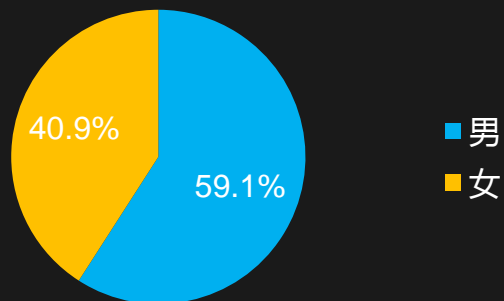
### 用户对中搜搜索引擎的品牌印象

体现了中搜的第三代搜索引擎技术的优点

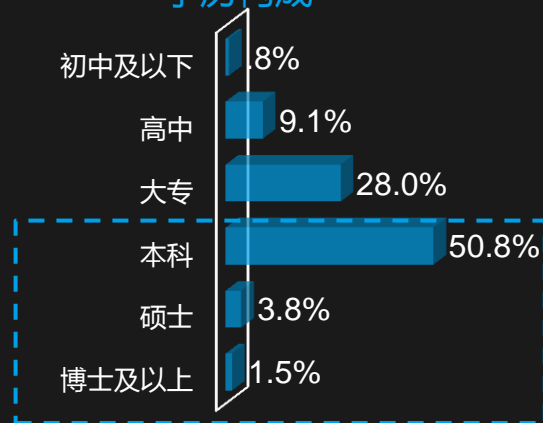


# 中搜搜索引擎人群细分

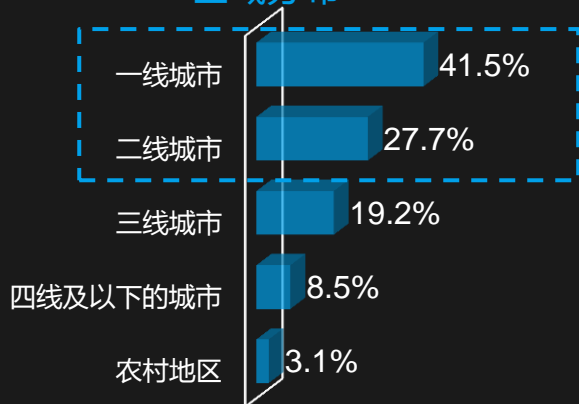
## 性别比例



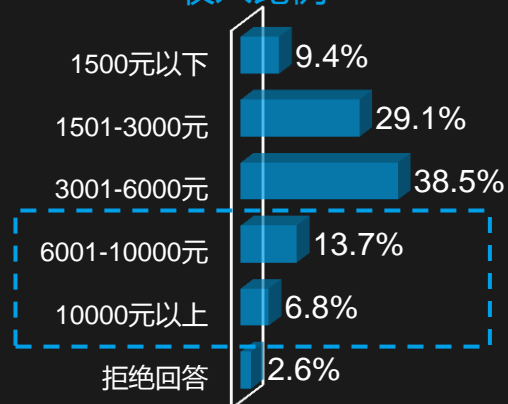
## 学历构成



## 区域分布



## 收入比例





**Part 1 : 项目背景-需求与项目目的**

**Part 2 : 项目关键发现与解读**

**Part 3 : 搜索引擎价值链分析与解读**

**Part 4 : 中国搜索引擎市场主要运营商及特征分析**

**Part 5 : 中搜搜索引擎用户行为和态度分析**

**Part 6 : 搜索引擎发展方向展望**

## 趋势1：信息爆炸倒逼搜索技术大升级

日益激增的庞大信息进入互联网，而这些信息都将被搜索引擎所检索，怎么从更大的信息量中找到用户需要的信息是搜索引擎要解决的首要问题

- 自人类有史以来至今我们所产生的信息量为5艾字节（50亿GB），
- 过去3年产生的数据量比以往4万年的数据量还要多；
- 2010年，全球数据量已达1.2ZB,到2020年将暴增30倍达35ZB；
- 2011年，中国互联网行业持有数据总量达到1.9EB(1EB艾字节相当于10亿GB)；
- 2011年，全球被创建和复制数据总量为1.8ZB(1.8万亿GB)；
- 2013年，我们生成这样规模的信息量只需10分钟；
- 2015年，全球被创建和复制数据总量将增长到8.2EB以上；
- 2020年，全球电子设备存储的数据将暴增30倍，达到35ZB

...



# 趋势2：人们开始喜欢一站式搜索-聚合搜索

搜索结果聚合了网页、地图、视频、音乐、新闻、APP等多平台资源，实现了一站式综合搜索，信息丰富化的同时降低了用户搜索成本

中搜综合  
综合 网页 资讯 图片 论坛 更多  
天安门 搜索 三八妇女节  
热门搜索: 先看病后付费 流动人口落户 婴儿抚养费 城管欺负商贩 王祖贤被复出 香港警察司令  
本结果合作优化方: 徐生林

### 景点档案

天安门: 天安门始建于明永乐十五年(公元1417年), 最初名叫“承天门”, 寓“承天启运”、“受命于天”之意, 是紫禁城的正门。当年承天门遗址有如今天天安门这么壮丽, 而只是一座三层楼式的木牌楼, 牌楼正中悬挂“承天之门”匾额。此楼于公元1491年毁于大火, 1485年予以重建, 明末时又毁于兵火, 直到清顺治八年(公元1651年)重修, 才大体成为今天的样式, 并改名为“天安门”。天安门总高33.7米, 最

### 景点资讯

#### 两会看两会:这算是天安门广场的“骑警”吗

《燕子看两会》这算是天安门广场的“骑警”吗?真正的“铁骑”啊!任你拍, 随你拍, 怎么拍, 都不笑不动! (偷笑) 本台记者王燕 (... [详细])

- 我省代表团代表满面春风走过天安门广场 08:28
- “两会”期间的天安门广场 07:28
- 两会期间的天安门广场 03-04
- 畅游天安门广场 03-04
- 人大举行预备会议 代表抵达天安门广场 03-04
- 消防形象大使韩红天安门慰问执勤消防官兵 03-04
- 天安门广场上的靓丽身影 03-04

### 游记分享

- 李思:越堵车的城市越适合建综合体 17:22
- 习近平印象 16:33
- 警车护航生命通道紧急救助临产孕妇 16:00
- 【两会图刊】镜头中的“最佳拍档” 15:53
- 人民大会堂最大的画《荷风盛世》:崔如琢8天完成 15:36
- 用三年的青春换来的澳洲留学经历 无比珍贵 15:16

### 图片搜索

### 传统文化

- 燕京八景:指北京旧时的八个景观, 包括前门箭楼(西土城)、卢沟晓月(卢沟桥)、金台夕照(金台路)、琼岛春荫(北海公园)、居庸叠翠(八达岭)、大渡秋帆(中南海)、玉泉趵突(玉泉山)和西山晴雪(香山、八大处)。北京地区八景的说法最早见金代古籍《明昌遗事》, 此后历代方志包括《宛陵杂记》、《明》、《增补市志》、《清》等对燕京八景

## 天安门

### 天安门 百度百科

天安门坐落在北京市市中心, 故宫的南端, 与天安门广场隔长安街相望, 是明清两代北京皇城的正门。设计者为明代的御用建筑匠师蒯祥。天安门始建于...  
其他含义: [2009年叶大鹰执导电影](#)  
baike.baidu.com/view/2394.htm 2013-3-7

### 天安门 百度图片 - 举图图片

image.baidu.com - 查看全部1,950,000张图片

### 在北京市搜索天安门 百度地图

- 天安门广场 - (010)63095745  
西城区景山前街4号
- 天安门  
北京市东城区
- 天安门城楼 - (010)63095630  
东长安街
- 天安门东地铁站  
途经地铁: 地铁1号线
- 天安门西地铁站  
途经地铁: 地铁1号线

[查看全部110条结果>>>](#)  
map.baidu.com/

### 天安门的最新相关信息

- 92岁“红袖标”老太:我要保卫天安门 - 中国... 农民日报 17分钟前  
建国后的重大事件, 几乎从未缺席。在位于天安门南侧的大栅栏地区, 是有名的“老红袖标”。(来源: 搜狐) 更多稿件来源: 台湾网 责...  
揭秘雷峰塔摩托军天安门泄气留影始末图 扬子晚报网 1天前  
拍客:天安门广场的震撼 默哀后万人爱国... 优酷视频 9小时前  
北京市公安局天安门分局:两会安保侧记 中国网 1天前

### 天安门旅游攻略 百度旅游



## 趋势3：搜索开始渗透到产品内部，产品即搜索，搜索即产品

搜索进入产品的内部，用户在使用产品的时能更快速有效的进行搜索，提高搜索的效率



## 趋势4：社会化搜索将逐渐兴起

随着微博，微信等社交网络平台的兴起，社会化搜索成为人们的新的搜索需求，社交网络平台强调用户之间的联系和交互，这对传统的搜索技术提出了新的挑战



## 趋势5：移动搜索让人兴奋

移动互联网的迅速兴起让移动搜索也变得炙手可热，移动端的语音、二维码等技术让移动搜索变得更加让人期待



# DCCI

## 关于DCCI互联网数据中心

**DCCI互联网数据中心**（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，www.dcci.com.cn），中国互联网监测研究权威机构&数据平台。

DCCI是互联网及互动营销之测量、分析、优化服务提供者。以Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，进行网站、用户、广告、品牌的实时监测、动态测量。在测量数据基础上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调研手段，为企业互联网和互动营销相关决策提供全面深入的数据测量、分析研究、决策优化、效能提升服务。

作为公共数据平台，DCCI互联网数据中心负责实施每年一度规模最大的中国互联网调查，实施中国互联网市场数据发布（年度、半年、季度、月度），定期向各方披露总体市场、细分领域的调查数据、监测研究成果。过去数年来得到国内外机构、媒体、企业的广泛引用，成为帮助有关各方优化决策的数据服务专家。依托调研软件的10余万客户端Panel样本，DCCI对中国市场网站媒介、受众消费、访问行为等长期进行连续监测；依托专业研究团队和业界专家团体，DCCI对中国互联网50多个细分领域相关企业长期进行连续性的跟踪研究。每年一度的《中国互联网调查年度报告》、《中国网络广告市场年度报告》、《中国网络媒介监测报告》、《中国互联网用户调查报告》、《中国市场品牌传播监测报告》等已经成为相关领域的核心市场报告。

DCCI互联网数据中心面向互联网企业、广告营销服务商、各行各业企业广告等3类对象，重点提供四个方面的监测研究服务和产品，帮助互联网企业完成重大决策、优化网站产品服务，帮助广告主和营销代理服务商洞察市场、优化媒介计划、评估广告效果、改善营销ROI、提升商务效能。

**1.第三方测评服务：**Admeasure广告营销效果追踪监测与测评，Netmeasure网站流量测评认证分析。

**2.监测研究数据产品：**Netmonitor网络监测数据中心，Netbrand品牌口碑监测系统，Netguide市场情报管理系统，Netuser用户调研社区，Admonitor网络广告投放监测系统，Netdata数据搜索引擎。

**3.定制调查研究分析服务：**分为产业&市场、网站&媒体、用户&受众、广告&营销、品牌&产品等五个方面，重点面向移动互联网、社会化网络、网络视频、电子商务、互动营销等关键领域。

**4.交流活动：**每年一度的Adworld互动营销世界、Mworld移动互联网世界、Eworld电子商务世界，是中国在相关领域最具规模和影响力的标志性年度交流盛典。



洞察网络 Internet Insight

**DCCI**

DCCI互联网数据中心

微博：[weibo.com/dcci](http://weibo.com/dcci)

Website：[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)

Email：[dcci@dcci.com.cn](mailto:dcci@dcci.com.cn)