

iResearch艾瑞咨询

2010年第一季度搜索引擎核心数据发布

新竞争形势下的搜索引擎市场

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - 政府数据与信息
 - 相关的经济数据
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点

注：此次发布数据为根据监测方法预估数据，待各企业财报数据发布后将在季度报告中发布实际监测数据。

目 录

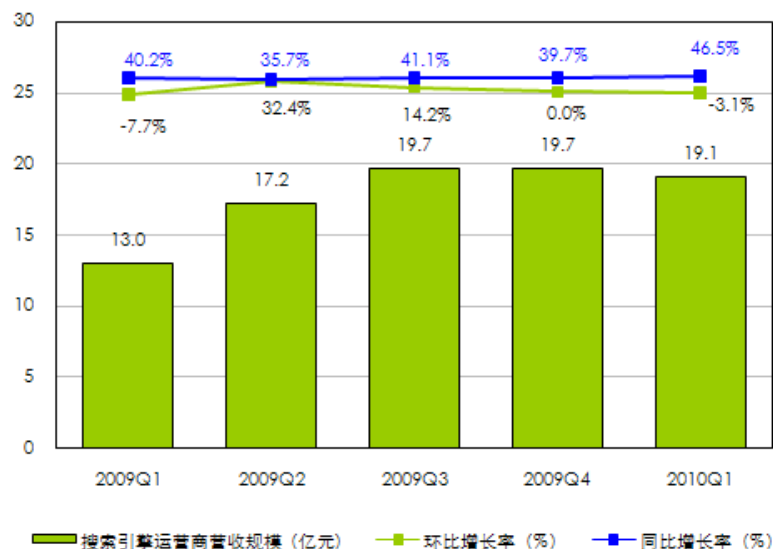
- 2010年第一季度中国搜索引擎行业核心观点
- 2010年第一季度中国搜索引擎市场监测数据
 - 2010年第一季度中国搜索引擎市场营收规模监测数据
 - 2010年第一季度中国搜索引擎市场请求量规模监测数据
 - 2010年第一季度中国搜索引擎市场访问次数监测数据
 - 2010年第一季度中国搜索引擎市场竞争状况监测数据
- 2010年第一季度中国搜索引擎行业热点分析

- 受春节假期因素影响，一季度网页请求量规模季度性下降
- 搜索广告占整体网络广告比例略有上升，效果营销更受青睐
- 季度性常规因素及谷歌偶发事件共同拉低市场营收规模
- 各搜索品牌访次涨跌互现，知识搜索获用户青睐
- 市场集中度呈“两面性”：营收市场集中度有所上升；请求量集中度有所下降

季度性常规因素及偶发事件共同拉低市场

- 2010Q1中国搜索引擎市场规模为19.1亿元，同比增长46.5%，环比下降3.1%；环比下降原因在于春节假期及谷歌事件的共同影响
- 搜索引擎占网络广告市场规模比例为30.0%，上升1.7个百分点

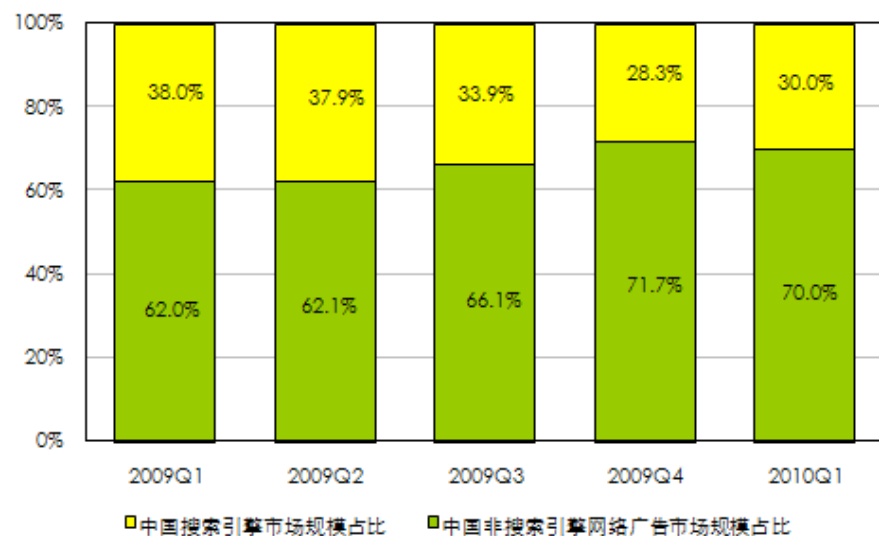
2009Q1-2010Q1中国搜索引擎市场规模



注：搜索引擎市场规模为搜索引擎运营商营收总和，不包括搜索引擎渠道代理商营收。

Source:根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考，部分数据将在艾瑞2010Q1季度报告中调整修正。

2009Q1-2010Q1中国搜索引擎市场规模占网络广告市场总规模比重增长情况

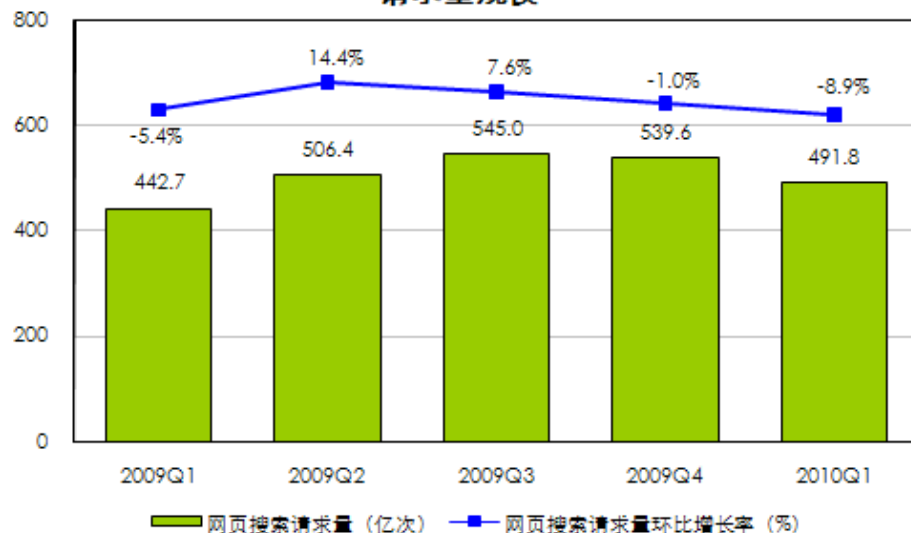


Source:根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考，部分数据将在艾瑞2010Q1季度报告中调整修正。

请求量规模季度性下降

- 2010Q1中国网页搜索请求量规模达491.8亿次，环比下降8.9%
- 百度谷歌请求量份额之和为93.7%，市场仍呈现寡头垄断特征

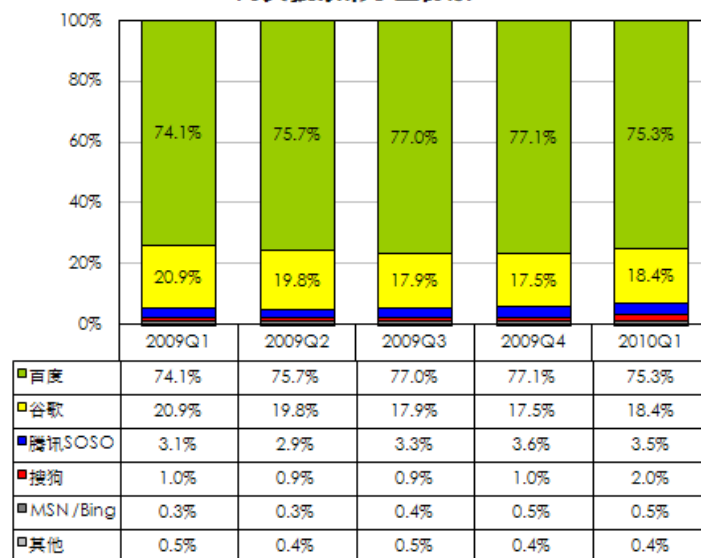
iUserTracker-2009Q1-2010Q1中国网页搜索
请求量规模



注：搜索请求量指用户在使用搜索引擎进行查询时输入关键词的搜索请求次数，而用户在搜索结果页面中的多页查看不计入搜索请求量中，以上数据只为网页搜索请求量，不包括图片、音乐、社区等搜索服务的请求量。

Source: iUserTracker. 家庭办公版2010.3，基于对20万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

iUserTracker-2009Q1-2010Q1中国
网页搜索请求量份额



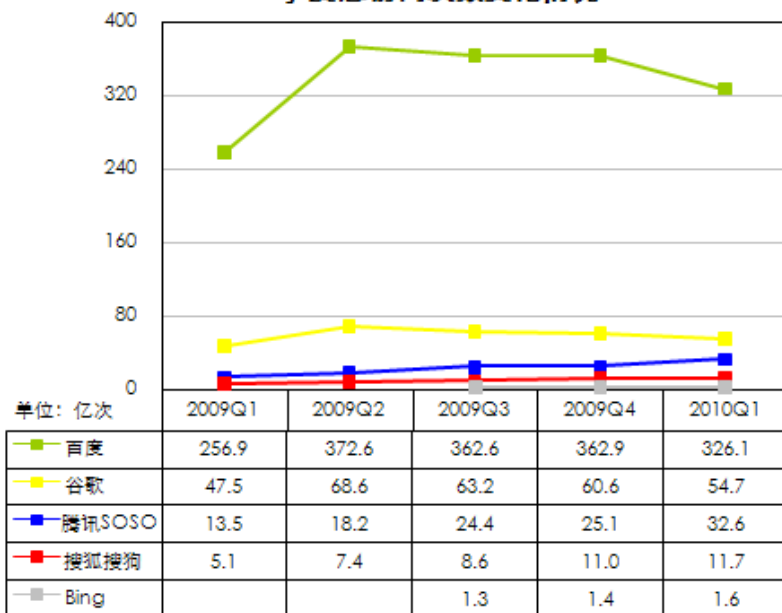
注：搜索请求量指用户在使用搜索引擎进行查询时输入关键词的搜索请求次数，而用户在搜索结果页面中的多页查看不计入搜索请求量中，以上数据只为网页搜索请求量，不包括图片、音乐、社区等搜索服务的请求量。

Source: iUserTracker. 家庭办公版2010.3，基于对20万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

各品牌访次涨跌互现，知识搜索获用户青睐 Research 艾瑞咨询集团

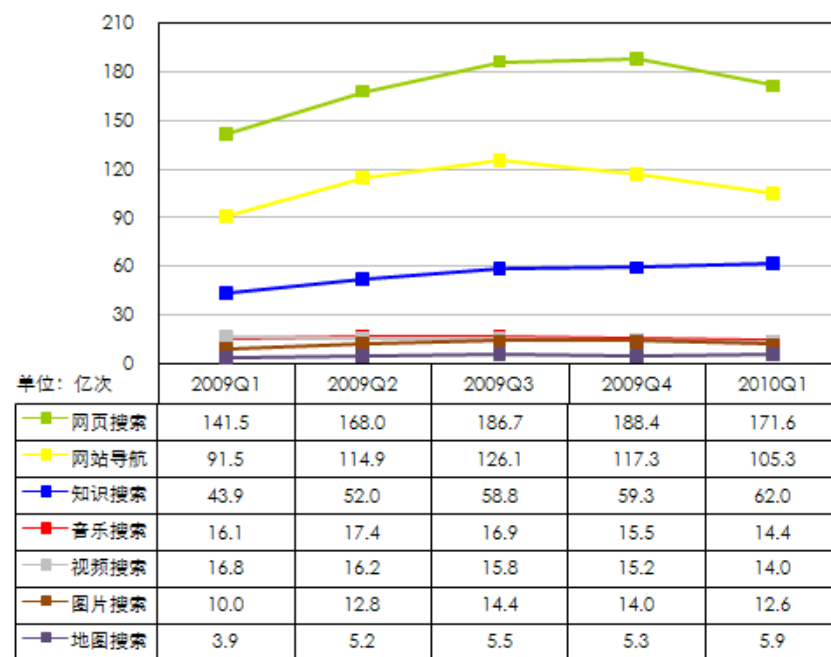
- 2010Q1一、二阵营访次涨跌互现，二线阵营运营商均有所上涨
- 2010Q1知识搜索服务获用户青睐，季度访次达62.0亿次，环比上升4.5%

iUserTracker-2009Q1-2010Q1中国各主要品牌搜索引擎
季度总访问次数变化情况



Source: iUserTracker. 家庭办公版2010.3, 基于对20万名家庭及办公 (不含公共上网地点) 样本网络行为的长期监测数据获得。

iUserTracker-2009Q1-2010Q1中国各类搜索服务季度总
访问次数变化情况

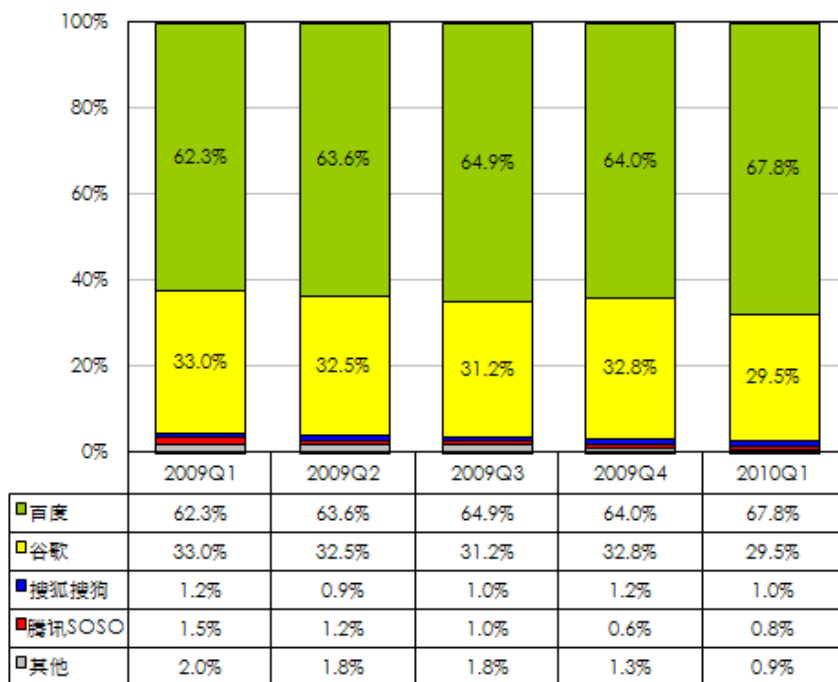


Source: iUserTracker. 家庭办公版2010.3, 基于对20万名家庭及办公 (不含公共上网地点) 样本网络行为的长期监测数据获得。

竞争状况：市场集中度呈“两面性”

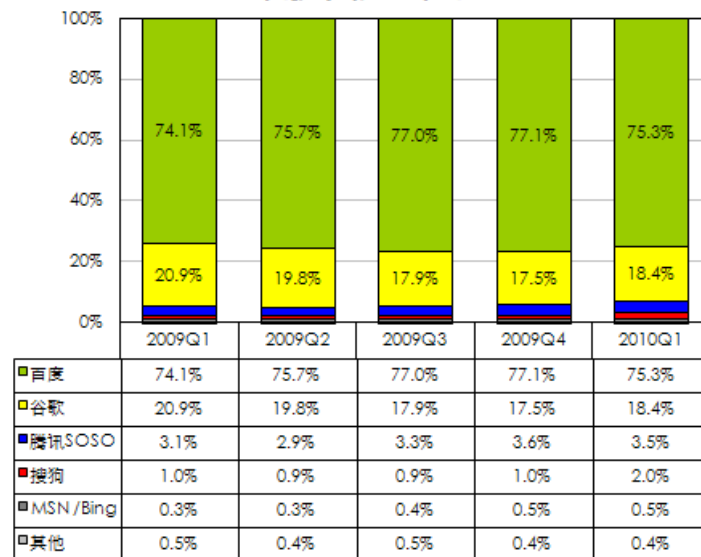
- 营收方面：百度+谷歌份额之和为97.3%，较2009Q4上升0.5个百分点
- 请求量方面：百度+谷歌份额之和为93.7%，较2009Q4下降0.9个百分点

2009Q1-2010Q1中国主要搜索引擎运营商营收份额



Source:根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算,仅供参考。部分数据将在艾瑞2010Q1季度报告中调整修正。

iUserTracker-2009Q1-2010Q1中国
网页搜索请求量份额



注:搜索请求量指用户在使用搜索引擎进行查询时输入关键词的搜索请求次数,而用户在搜索结果页面中的多页查看不计入搜索请求量中,以上数据只为网页搜索请求量,不包括图片、音乐、社区等搜索服务的请求量。

Source: iUserTracker. 家庭办公版 2010.3, 基于对20万名家庭及办公(不含公共上网地点)样本网络行为的长期监测数据获得。

热点分析：中国搜索引擎市场新竞争

- 在Q1季度末，谷歌事件给中国搜索引擎市场竞争带来了想象空间，市场也将更具变数。艾瑞认为真正理解用户需求并细分进行产品创新，并针对广告主开发更具针对性和高效的营销工作，是各搜索厂商竞争的关键
- 除通用搜索外，垂直搜索也成为Q1新亮点，如淘宝、去哪儿等“垂直领域”的搜索服务，获得了用户的认可，并分流了一部分通用搜索的流量。艾瑞认为未来搜索竞争的格局不仅仅局限在已有的传统搜索厂商，购物网站、旅行预订企业、浏览器厂商等掌握流量资源优势的企业也将成为新进入并有力竞争者

即将发布：2010年Q1季度报告

- 2010年第一季度中国网络经济市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络广告市场监测报告
- 2010年第一季度中国搜索引擎市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络购物市场监测报告
- 2010年第一季度中国B2B电子商务市场监测报告
- 2010年第一季度中国网上支付市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络游戏市场监测报告
- 2010年第一季度中国网上旅行预订市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络招聘市场监测报告
- 2010年第一季度中国移动互联网市场监测报告
- 2010年第一季度中国网络视频市场监测报告



共同开拓网络经济， 艾瑞与您同在！

报告购买和咨询：

报告咨询 北京 010-51283899-209

报告销售 北京 010-51283899-825

报告销售 上海 021-51082699-829

报告销售 广州 020-38010229-210

www.iresearch.com.cn