

学校编码: 10384

学号: 17920061151548



分类号_____密级_____

UDC_____

厦门大学

硕士学位论文

我国搜索引擎市场发展研究

The Study on The Development of The Search Engine Market in China

马莉婷

指导教师姓名: 彭丽芳 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2009 年 2 月

论文答辩日期: 2009 年 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

2009 年 2 月

我国搜索引擎市场发展研究

马莉婷

指导教师: 彭丽芳 教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要

在全球化和信息化的大背景下，世界互联网产业飞速发展。当前，搜索引擎已经成为“技术改变商业”的一个典型案例，与此同时，搜索引擎也在改变着自身，如今搜索引擎的应用已经形成了一个新的媒体平台。伴随着搜索引擎的发展，其主要盈利模式渐趋明朗，并呈日益多元化的趋势。但是，搜索引擎市场在发展的同时也给经济、法律、管理等领域带来了新的课题，产生了侵犯个人隐私、侵犯著作权、网络欺诈等不容忽视的社会问题。

本文从对我国搜索引擎市场的发展现状、盈利模式、市场规律、市场格局的分析入手，运用 SWOT 分析法对我国搜索引擎市场的内部和外部影响因素进行分析，并提出我国搜索引擎市场的未来发展建议：规范搜索引擎市场，建立公证客观的市场秩序；进一步完善市场细分，满足用户的个性化需求；创新盈利模式；搜索引擎企业应整合发展；大力培养、引进搜索引擎人才；完善搜索引擎市场的法律监管。同时对我国搜索引擎市场的发展趋势进行了分析，提出整合搜索、社区搜索和移动搜索将成为我国搜索引擎市场的发展趋势。本文希望通过对我国搜索引擎市场的研究分析，为我国搜索引擎市场的健康、稳定、持续发展提供有价值的参考建议。

本文分为六章，第一章说明本文的研究背景及意义并界定相关概念，同时阐述了搜索引擎相关文献的研究现状及本文涉及的相关理论；第二章介绍我国搜索引擎市场概况；第三章对我国搜索引擎市场的盈利模式、市场规律、市场格局进行分析，并运用 SWOT 分析法对我国搜索引擎市场的内部和外部影响因素进行分析；第四章提出我国搜索引擎市场的未来发展建议；第五章对我国搜索引擎市场的发展趋势进行分析，提出整合搜索、社区搜索、移动搜索将成为我国搜索引擎市场的发展趋势；第六章是结语，对本文提出的一些观点进行总结并说明未来的研究方向。

关键词：搜索引擎；盈利模式；发展趋势

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

In the globalization and informationization background, the internet industry has been developing rapidly. At present, search engine has become a typical case of “changing business with technology”. At the same time, it has been changing itself. Now the application of search engine has formed a new media platform. During the process, its profit model has become clear and diversified. But search engine market in China also brings about new issues to the economy, law, management and other problems that couldn't be neglected, for instance, infringing upon personal privacy, infringement of copyright and internet fraud.

This paper obtains from analysis of development situation, profit model, discipline and configuration of the search engine market in China. With SWOT method, the internal environment and external environment of the search engine market in China were analyzed systematically. And on the basis of the analysis, puts forwards the future development suggestions of the search engine market in China: standardizing search engine market, establishing notary objective market order; further perfecting market segmentation, satisfying customers' demands; innovating profit model; search engine enterprises should integrate development; vigorously developing and introducing the talents of search engine; improving the legal supervision of the search engine market in China. Analyze development trend of the search engine market in China, and puts forward that integrated search, community search and mobile search will become the development trend of the search engine market in China. This paper presents the hope that through the study of the search engine market in China, some suggestions given by this paper could help the search engine market in China develop in a healthy, steady and sustained way.

This paper is composed by six chapters. The first chapter summarizes the background and significance of the study, the related conceptions of search engine, research status of related literature on search engine and relevant theories summary. The second chapter analyzes the general situation of the search engine market in China. Development situation, profit model, discipline and configuration of the search engine market in China are detailed analyzed in the third chapter. Also the third chapter employs the SWOT method to analyze the internal and external factors

that would affect the search engine market in China. The fourth chapter puts forwards the future development suggestions of the search engine market in China. The fifth chapter puts forward the development trend of the search engine market in China: integrated search, community search, mobile search. The sixth chapter is the conclusion including the contribution and the future research direction.

Keywords: Search engine; Profit model; Development trend

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论	1
第一节 研究背景及意义	1
第二节 相关概念界定	1
第三节 搜索引擎相关文献的研究现状	2
第四节 本文涉及的相关理论综述	4
第二章 我国搜索引擎市场概况	7
第一节 搜索引擎简介	7
第二节 搜索引擎发展史	10
第三节 我国搜索引擎市场的发展现状	11
第三章 我国搜索引擎市场分析	17
第一节 我国搜索引擎市场盈利模式分析	17
第二节 我国搜索引擎市场规律分析	21
第三节 我国搜索引擎市场格局分析	21
第四节 我国搜索引擎市场 SWOT 分析	30
第四章 我国搜索引擎市场未来发展建议	42
第一节 规范搜索引擎市场，建立公证客观的市场秩序	42
第二节 进一步完善市场细分，满足用户的个性化需求	43
第三节 创新盈利模式	45
第四节 搜索引擎企业应整合发展	47
第五节 大力培养、引进搜索引擎人才	49
第六节 完善搜索引擎市场的法律监管	49

第五章 我国搜索引擎市场发展趋势	54
第一节 整合搜索	54
第二节 社区搜索	55
第三节 移动搜索	57
第六章 结语	60
参考文献	61
致 谢	64

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

Chapter 1	Introduction.....	1
Segment 1	Studying Background and Significance.....	1
Segment 2	Related Concepts Definition.....	1
Segment 3	Research Status of Related Literature on Search Engine.....	2
Segment 4	Relevant Theories Summary.....	4
Chapter 2	General Situation of The Search Engine Market in China.....	7
Segment 1	Introduction of Search Engine.....	7
Segment 2	Development History of Search Engine.....	10
Segment 3	Development Situation of The Search Engine Market in China...	11
Chapter 3	Analysis of The Search Engine Market in China... 	17
Segment 1	Profit Model Analysis of The Search Engine Market in China...	17
Segment 2	Discipline Analysis of The Search Engine Market in China.....	21
Segment 3	Configuration Analysis of The Search Engine Market in China.....	24
Segment 4	SWOT Analysis of The Search Engine Market in China.....	30
Chapter 4	Future Development Suggestions of The Search Engine Market in China.....	42
Segment 1	Standardizing Search Engine Market, Establishing Notary Objective Market Order.....	42
Segment 2	Further Perfecting Market Segmentation, Satisfying Customers' Demands.....	43
Segment 3	Innovating Profit Model.....	45
Segment 4	Search Engine Enterprises Should Integrate Development.....	47
Segment 5	Vigorously Developing and Introducing the Talents of Search Engine.....	49
Segment 6	Improving the Legal Supervision of Search Engine Market.....	50

Chapter 5	Development Trend of The Search Engine Market in China.....	54
Segment 1	Integrated Search.....	54
Segment 2	Community Search.....	55
Segment 3	Mobile Search.....	57
Chapter 6	Conclusion.....	60
	References.....	61
	Acknowledgement.....	64

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

2006 年我国搜索引擎市场规模为 13.9 亿人民币，2007 年我国搜索引擎市场规模为 29.0 亿人民币，相比 2006 年同比增长 108.3%。^①2008 年我国搜索引擎市场规模为 50.2 亿人民币，相比 2007 年同比增长 73.1%。^②

我国搜索引擎市场经历了成长期、变革期，2009 年即将步入成熟期。艾瑞咨询对 2009 年我国搜索引擎市场发展持较为乐观的态度，预计整体市场还将保持 50% 的年同比增长率，市场前景、盈利前景仍然非常看好。

搜索引擎已被业界公认为继广告、网络游戏、无线增值之后互联网的“第四桶金”。近几年海外搜索巨头纷纷进入中国市场，我国搜索引擎市场也呈现出风起云涌之势。各大搜索引擎不仅注重吸取海外发展过程中的经验教训，更注重结合中国本土的特点争夺庞大的国内搜索引擎市场。

而我国搜索引擎市场在发展的同时也给经济、法律、管理等领域带来了新的课题，侵犯个人隐私、侵犯著作权及网络欺诈等事件频频发生。

针对国内这一现状，本文以我国搜索引擎市场为研究对象，同时借鉴参考大量权威研究咨询机构的调研报告和权威数据，试图通过对我国搜索引擎市场的研究分析，为我国搜索引擎市场的健康、稳定、持续发展提供有价值的参考建议。

第二节 相关概念界定

一、搜索引擎

搜索引擎是根据一定的策略、运用特定的计算机程序搜集互联网上的信息，

^①艾瑞咨询：2007 年搜索引擎市场规模翻番达 29 亿元，2008 年 1 月 28 日，
<http://news.iresearch.cn/viewpoints/75959.shtml>

^②艾瑞咨询：2008 年搜索引擎年度数据发布，2009 年 1 月 5 日，
<http://news.iresearch.cn/Zt/89427.shtml>

在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务的系统。

二、搜索引擎用户

搜索引擎用户指每周至少使用一次搜索引擎的网民。

三、人肉搜索

人肉搜索即将传统的网络信息搜索转变为人找人、人问人的关系型网络社区活动，一人提问、八方回应。

四、整合搜索

整合搜索即依托搜索技术和信息聚合技术，在用户进行网页搜索得到的结果中，整合融入其他类型的搜索结果，一并提供给用户使用。

五、社区搜索

社区搜索即通过挖掘在线社区的潜力，鼓励用户发挥集体力量，改变人们在线寻找信息的方式。

六、移动搜索

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（Short Message Service 短信息）、WAP（Wireless Application Protocol 无线应用协议）、IVR（Interactive Voice Response 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。

第三节 搜索引擎相关文献的研究现状

一、有关我国互联网及搜索引擎市场发展状况方面的研究

从各大调研机构发布的调查报告来看，艾瑞咨询于 2008 年 12 月发布的《08 年我国搜索引擎市场突破 50 亿，增长未能翻番》，艾瑞咨询于 2009 年 1 月发布的《2008 年中国搜索引擎年度数据发布》及中国互联网络信息中心于 2009 年 1 月发布的《第 23 次中国互联网络发展状况统计报告》揭示我国网民人数为 2.98 亿，居世界首位，2008 年我国搜索引擎市场规模达到 50.2 亿人民币，我国搜索引擎市场继续为百度、谷歌、雅虎占据前三甲。

从发表于期刊的文章来看，周洪美发表于《成功营销》(2008 第 11 期)的《2008 年搜索引擎市场调查》及陈婧、杨漳红、郑娟发表于《科技创业月刊》(2008

年第4期)的《论网络搜索市场现状与发展》均认为为了能在激烈的市场竞争中占得一席之地,许多搜索网站采用了联盟战略,同时由于联盟热潮的席卷,我国搜索引擎市场已形成垄断态势。

蒋明全发表于《首都信息化》(2004年第6期)的《国内搜索市场忧思录》及戴逸飞发表于《商场现代化》(2005年第2期)的《搜索引擎的隐忧》均认为我国搜索引擎市场发展过程中存在渠道混乱、诚信缺乏、法律问题错综复杂等问题。

二、有关我国搜索引擎市场盈利模式方面的研究

焦玉英、金世发发表于《情报理论与实践》(2006年第5期)的《搜索引擎的发展及盈利模式研究》,硕士学位论文《国内搜索引擎盈利模式研究》(华东师范大学闫兵,2007年4月)及硕士学位论文《搜索引擎传播与盈利模式研究》(四川大学黄薇,2006年4月)对搜索引擎的发展过程以及其现有的各种盈利模式进行了系统梳理,认为搜索引擎的收益并非来自使用它的用户,其主要收益来自其他的网络公司和一些希望借搜索引擎推广自己产品的企业,并认为收费搜索将成为未来的发展趋势,同时搜索引擎应该创新盈利模式。

三、有关我国搜索引擎市场发展趋势方面的研究

艾瑞咨询于2008年12月发布的《08年我国搜索引擎市场突破50亿,增长未能翻番》及危贵川发表于《电子商务》(2009年2月)的《我国搜索引擎市场回顾与展望》均认为虽然全球金融危机对我国搜索引擎市场的发展存在不利影响,但随着国家加大投资、拉动内需、促进出口等一系列经济促进措施的深入实施,中国互联网经济将从中受益,保持较为稳定的增长态势,因而从整体上来看不会影响到我国搜索引擎市场的基本面。2009年我国搜索引擎市场发展形势仍然较为乐观,预计整体市场还将保持50%的年同比增长率。

周琦钰发表于《湖南第一师范学报》(2006年6月)的《搜索引擎的发展概况与趋势》,余少云发表于《福建电脑》(2006年第6期)的《搜索引擎的发展趋势》,包红霞发表于《软件导刊》(2007年第21期)的《搜索引擎发展趋势》,及张永祥发表于《图书馆工作》(2008年第1期)的《目前中文搜索引擎现状及未来发展研究》均认为我国搜索引擎市场将朝着个性化、专业化、多媒体化、智能化的方向发展。

第四节 本文涉及的相关理论综述

一、网络效应

当某消费者购买或使用某种特定的产品或服务时，他会首先考虑是否存在或存在多少消费者购买或使用此类产品或服务。消费者消费某些产品所获得的效用也会随着购买这种产品的其他消费者的数量增加而不断增加。针对这种现象，克兹与夏皮罗（Katz与Shapiro，1985）等西方经济学家提出了“网络效应”，也称为“网络的外部性”，它广泛存在于网络产品的需求方的规模经济中。也就是说，网络效应是通过其他人购买或使用某种产品或服务而授予此产品或服务的消费者的利益。

但网络效应并不总是正的，因为消费者也可能增加外部成本。S.J.Liebowits指出网络效应也可能是负的，即超过一定点，网络规模的扩大会降低网络用户的效用。例如由于互联网的拥堵造成部分用户无法快速获取网络信息的情形就属于负网络效应的表现。

网络效应是市场动态和竞争战略的基础，当两个或更多的公司争夺正网络效应很大的市场时，正网络效应使强者更强、弱者更弱，从而引起极端的結果：只有一家公司主宰市场，成为赢家。

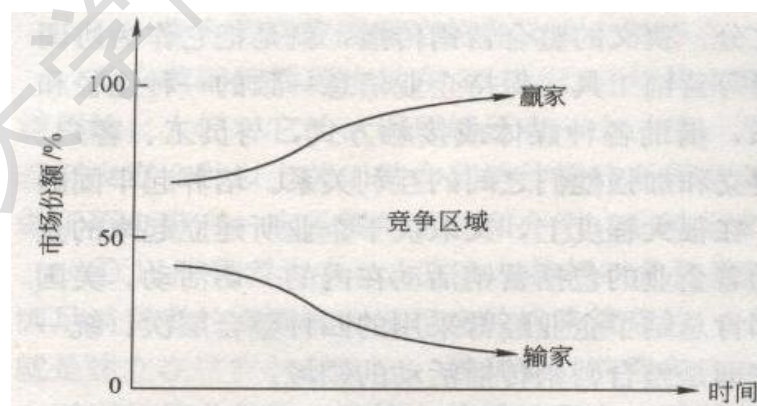


图1:正网络效应

当网络效应在已有的网络中不断增加用户的效用时，正网络效应又将迅速扩大网络的影响力，从而扩大规模。正网络效应是形容在网络经济中，各个公司在有限的时间内获得虚拟的市场垄断地位的现象。图1显示了一个赢家通吃的

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库