

中国搜索引擎市场稳中有变 PDF转换可能丢失图片或格式，  
建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E6\\_90\\_9C\\_E7\\_c40\\_62754.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E6_90_9C_E7_c40_62754.htm) 2006年4月26日，国内知名的市场研究和管理咨询机构赛迪顾问股份有限公司(CCID CONSULTING，股票代码：HK8235)发布了《2006年第一季度中国搜索引擎市场分析报告》。报告显示，2006年第一季度，中国搜索引擎市场延续了2005年光芒四射的表现，众多企业相继扑入搜索领域，中国搜索引擎市场规模继续保持高速增长趋势，同比增长43.0%，达到2.19亿元人民币。2006年第一季度，搜索引擎个人用户规模增长速度保持上升趋势，占网民的比例高达80.4%。搜索引擎已经成为网民日常生活中不可缺少的工具，在网民的学习、工作、生活、娱乐中扮演着重要的角色。中小企业依然是搜索引擎营销的消费主力，平均投入资金较2005第四季度增长了38.1%。市场竞争者数量剧增，竞争格局相对稳定。随着搜索市场的升温，搜索引擎领域的竞争者数量剧增，竞争异常激烈。2006年1月，腾讯发布独立搜索平台搜搜搜索；3月，微软推出搜索引擎Windows Live Search的beta版；4月，Google中国正式更名为“谷歌”，显示了Google对中国市场的重视程度和进一步推行本土化战略的决心；而奇虎、博搜等新一代互联网搜索模式则揭开了垂直搜索市场的一角。

图1 2003Q1-2006Q1年中国搜索引擎市场规模

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)