

网络经济观察搜索引擎产业将会逐渐细分 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E7_BB_8F_E6_c40_63351.htm 国内的专业搜索引擎已经成功地依靠竞价排名盈利，门户网站则尝试发展特色搜索引擎，以开辟另一片天地。今后，搜索的领域会逐渐细分，充分利用搜索背后的海量信息将是商机所在。今年8月，百度公司在纳斯达克成功上市，刷新了中国概念股的纳市传奇，也演绎出又一场苦尽甘来的“中国故事”。搜索引擎和搜索经济在国内变得炙手可热起来。1998年，斯坦福大学两位博士生创立Google公司，随之开创了互联网的新时代。搜索引擎为网民提供了获取信息的新途径，也营造出全新的网络商机。

竞价排名：搜索引擎的主要盈利模式 目前，竞价排名仍然是搜索引擎最核心的盈利模式，据悉这一业务已经占到百度总收入的80%。据百度公司公关经理陈名春介绍，竞价排名服务是一种按效果付费的网络推广方式，由百度在国内率先推出。企业在以1500元底金加600元年费购买该项业务后，通过注册一定数量的关键词，其推广信息就会率先出现在网民相应的搜索结果中。每吸引一个潜在用户点击企业网页，企业将为此支付最低0.3元钱的费用。所谓“竞价”、“排名”，就是说同样的关键词，企业愿意为用户点击一次的出价越高，排名就会越往前。在这个平台上，中小企业和大企业可以同台竞技，因此这种网络推广方式更受中小企业的青睐。应该说，竞价排名有非常巨大的市场空间。中国有1亿网民，目前竞价排名的渗透率尚不足10%。在中国2000多万家中小企业中，已经有近一半企业开始进行网络推广。清华大

学经济管理学院姜旭平教授说，“搜索经济流行的关键是因为它为企业网络营销提供了一个平台，越来越多的企业认识到这个平台能够成为驱动经济发展的动力。搜索引擎的竞价排名仍然是目前唯一的消费者主动寻找企业信息的网络营销方式。” Google在全球平均每10次点击就能达成一次业务，这一点百度目前还达不到。姜旭平教授分析，点击率和业务达成率的转换率不高是目前搜索引擎竞价排名所面临的主要问题，这个问题不解决，这种新的网络营销方式可能就不会有很好的前景和市场。搜索引擎不仅自己要提供竞价排名，而且一定要帮企业做好竞价排名。由于竞价排名的技术非常简单，一夜之间大家都能模仿，因此，搜索引擎所提供的网络营销服务成为其在行业竞争中取胜的关键。谁为企业提供的服务好，谁就能占领这个市场。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