

# 市场停滞 360 搜索商业化压力骤增

本报记者 郭奎涛

日前,关于360搜索的市场份额出现了两个相差不大的报告,一家机构声称已经下降到了8.7%,另一家机构则指出正在提升到10.52%。考虑到360搜索在上线短短三天之内就达到了10%,分析认为,360搜索的市场份额增长出现停滞已是不争的事实。

艾媒咨询CEO张毅接受记者采访时认为,360搜索依靠其安全产品和市场营销收获很大,但是相比百度在搜索引擎技术方面的劣势依然存在,而在百度已经视为战略重心的移动端,宜搜、百度和搜搜相继站稳了脚跟,360搜索想要进入发展可能更加困难。

## 市场陷入停滞

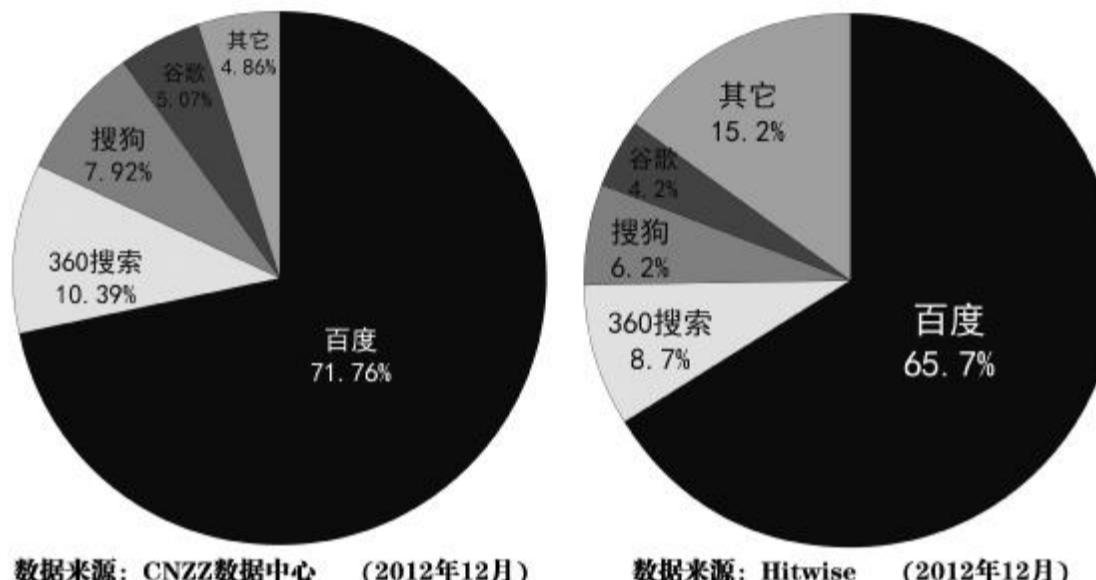
近日,互联网数据服务机构Hitwise发布的报告表明,截至2012年12月,与2012年9月相比,百度访问量份额上升了7.7%,为65.7%;360搜索虽然稳居第二位,访问量份额却下降了0.7%,为8.7%。

但是,360相关人士引用另一家市场研究机构CNZZ的统计数据,声称360搜索自上线后流量份额稳步提升,2012年12月市场占有率达到10.52%。

360总裁齐向东在接受《中国企业报》记者采访时表示,360搜索的商业化正是在一定的市场份额基础上很自然地开展的,大量的用户和流量自然会吸引商家和广告主前来寻求合作,公司从来不会拿盈利对发展战略提条件。

据悉,360搜索的商业化动作频频,包括在一二线城市招募渠道代理和笼络网站站长,跟谷歌在广告系统和流量方面的合作也不胫而走。记者还注意到,360搜索也开始尝试在搜索结果中列出推广链接。

齐向东证实了报道的360搜索商业化的相关举措,但是拒绝透露



数据来源:CNZZ数据中心 (2012年12月)

数据来源:Hitwise (2012年12月)

记者观察到,360搜索陆续接入了其它垂直搜索引擎,例如在地图领域与高德地图合作,在音乐搜索方面整合了酷我、酷狗、虾米等音乐网站,在视频网站方面也汇集了优酷、土豆、搜狐视频、爱奇艺、PPTV、迅雷看看等。

## 技术短板救赎

“360搜索在初期的成功,在于360安全软件、浏览器等产品的巨大装机量以及周鸿祎对于网络营销的熟练运用,但是,在搜索方面的专业技术上,百度十多年积累的优势是毋庸置疑的。”张毅告诉《中国企业报》记者。

根据早前媒体的报道,360的搜索团队包括一个半年前收购的创业公司,该公司的创始人曾经是百度凤巢系统的架构师,同时还兼具谷歌的工作背景。在关于360搜索的一次会议上,齐向东没有对于360搜索团队作出说明。

张毅分析认为,引入谷歌作为战略合作伙伴也能帮助360搜索为用户和广告主带来信心,360搜索与谷歌的合作除了广告系统之外,搜索技术上的合作可能也是重点。

根据中国互联网信息中心(CNNIC)相关数据统计,目前,中国网民有5.64亿,手机用户有4.2亿,手机网民作为第一大上网群体的地位更加巩固,仅2012上半年,搜索引擎在网民中的渗透率已经达到79.7%。

艾媒咨询发布的一份2012年三季度中国手机搜索市场监测报告显示,专注移动端并且在移动端耕耘多年的宜搜占比34.8%,百度则以34.1%的比例紧随其后,腾讯搜搜也迅速上升到了27.1%。

不过,360搜索也并非没有意识到移动搜索的重要性。周鸿祎坦承,“我觉得移动可能才是颠覆传统搜索的机会。”早前,360手机浏览器iPhone版已经将360搜索设为默认搜索引擎,随后,域名名为m.so.com的360手机搜索悄然上线。

“宜搜的优势在于对手机搜索用户习惯的充分了解,百度主要是靠PC端的品牌和转化,而腾讯搜搜主要依靠手机腾讯网、手机QQ浏览器等移动产品的带动。”张毅分析认为,三家已经牢牢在移动市场站稳了脚跟,360搜索想要介入可能更加辛苦,反观PC端百度一家独大的局面则给了360搜索更多的机会。

住房和城乡建设部政策研究中心主任秦虹近日公开表示,房地产行业走到现阶段,城市差异性开始体现。她认为,未来一定要看这个城市人口积聚的速度和规模,关注人口就是关注需求,而脱离了人口需求的市场,本身就已经蕴含了巨大的风险。而这,显然是对很多类似这几个城市的二三线城市在进行城市规划和房地产开发时的忠告。

## (上接第十版)

“当一个地区所在的楼市价格与当地居民的收入、生活水平差距太大的时候,(楼市)泡沫就一定会破灭,仅仅依靠旅游置房的理念及外来投资,很明显就会出现后力不足,就会出问题。”来自中信建设证券(深圳)营业部的投资顾问李练宾如是说。

事实上,现在海南的房地产泡沫

和当年海南存在很多共性,最明显的是缺乏需求。所谓的需求,业内普遍认为,是要有支付能力的才叫需求,否则不能算需求。从现在的远远高于其他国家省份的收入房价比来看,海南楼市的需求显然是不足的。

值得关注的是,与“楼市崩盘”紧密联系在一起的并非只有海南,温州、鄂尔多斯、贵州、邯郸、惠州等一

中国在线短租市场2012年交易规模预计为4.899亿元人民币,而在2014年这个数字将会是28.874亿元

## 在线短租或面临并购浪潮

本报记者 彭涵

2013年1月11日,蚂蚁短租CEO翟光龙在投资圈的访谈中,用三个字描述了中国在线短租业目前的状态:极早期。这一点也得到了他的对手、小猪短租联合创始人陈驰的肯定——在接受《中国企业报》记者采访时,陈驰表示,中国在线短租企业在运营上的探索,可能还需要4到5年的时间。虽然前面的路还很长,但资本似乎已按捺不住:本月6日,这两家企业同时宣布获得了千万美元的融资。

这并非不可理解。此前,易观网发布《中国在线短租市场研究报告》称,预计中国在线短租市场2012年交易规模将达到4.899亿元人民币,而在2014年这个数字将会是28.874亿元——该报告面世时,小猪短租甚至都还没诞生,而现在它的月订单量已经保持在300%的增长速度。“中国短租市场现在就是,谁先觉醒、谁先进入,谁就有更多机会!”中国移动互联应用协会秘书长杨晓明向记者表示。

华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱指出,短租已经成为继高端酒店、经济型酒店后中国住宿业的第三次浪潮。“酒店人必须重视短租的兴起。”他在自己的微博上强调。

虽然很多酒店人认为短租抢的是经济型酒店、青年旅社乃至招待所的饭碗——单看价格可能确实如此,比如小猪短租的单日租金在100元至150元之间——但赵焕焱认为,中高端酒店并未“置身事外”。“在家庭度假领域,短租可以为家庭两代人度假旅游提供远比酒店合理的房间、价格、私密度——他们可以自己动手烹饪、享受家庭的温情,这是酒店难以提供的。”赵焕焱认为,目前受短租冲击最大的应是度假型酒店。“与途家较早签订托管合作的7000套房中有一半在三亚,这些短租房上线后经常满房,而三亚酒店业在2012年开始出现颓势。”

虽然如此,部分在线短租企业目前还不愿戴上“酒店挑战者”的帽子。“短期内蚂蚁还不会和酒店有直接竞争关系,因为相对传统OTA或酒店业来说,在线短租业务现在做的还是一个增量市场。”翟光龙表示。

虽然模式新鲜,也有相当诱人的前景,但眼下在线短租企业却有个共同的特点:不愿多谈自己目前的盈利性。有一个问题不回避,那就是大家都知道市场成熟后很美好,但你能活到那一天吗?

“短租市场刚刚兴起,行业相关法律法规还没有出台;而且房东的诚信、接待能力、沟通能力、对互联网的应用能力等需要逐步成熟。”赵焕焱告诉记者,“由于在线短租还涉及物业管理方、房东、网站等多个环节,所以在社会诚信系统还未完善的情况下,安全也是个大考验。”

这些难题,国内在线短租企业都看在眼里,但它们理解与探索的方向各有不同。“小猪目前的重点是放在‘种子’房东的经营上,坚持小而美。”陈驰表示,他希望房源要往个人供给的方向下沉,凸显融入社交元素后的“人情味”。

“与别家相比,我们更注重信用体系的建设,因为蚂蚁短租认为,信用体系是决定短租平台活力与发展的关键要素。”翟光龙告诉记者,蚂蚁是在房源上“跑马圈地”的代表,显然这是一家想在“质和量”之间寻求某种平衡的企业。

“短租市场其实是旅游市场发展的一个缩影,现在旅游往精细化、个性化发展,对住宿这样一个重要环节当然有新的要求。”杨晓明告诉记者,“中国的在线短租形式更多样,市场区隔更细腻。”这似乎意味着,目前的所有探索无所谓对错,因为一切都还在路上。

但该来的终究会来。“不出意外的话,2013年8月,国内在线短租领域会有收购案出现。”杨晓明告诉记者,“在快鱼吃慢鱼的时代,如果无法快速的成长,就1+1来变大!”杨晓明没有透露收购双方更多的信息。

搜 狐  
SOHU.COM  
酒评网  
JIU.SOHU.COM

挖掘对企业有价值的信息

成为广大酒友的消费指导

全面真实的数据

全媒体 / 全球化 / 全产业链  
迅速 深度 引领