

“谷歌退出中国”事件影响分析报告（简版）

（文/中国电子商务研究中心搜索引擎分析师 卜梓琴）

一、事件概述：

2010年1月12日，谷歌高级副总裁、公司发展兼首席法律顾问大卫-多姆德(David Drummond)在博客中撰写了“A new approach to China”一文，文中提及谷歌考虑退出中国，这消息在业界引起了重大影响。

为此，中国电子商务研究中心搜索引擎与网络营销分析师卜梓琴撰文对该事件做研究分析。以下为《“谷歌退出中国”事件影响分析报告》（简版）部分摘要。

二、对谷歌自身影响分析

- (1) 在中国搜索市场，谷歌在中国的份额约30%，甚至有些研究表明已达到40%，只居百度之下，在中国行业地位非常高；据CNNIC发布的报告，截至2009年12月30日底我国网民达3.84亿，手机网民达2.33亿，此外不断尝试“线上”战略进行网络营销的企业数目也在不断增长，所以中国市场潜力巨大；若谷歌放弃已经占领的搜索市场份额十分可惜，若退出后再进入，相对难度系数就会提高。
- (2) 谷歌产品涉及浏览器、操作系统等多种，若谷歌其他业务继续进行，退出中国的搜索市场后其他业务会受一定影响。除非谷歌已经找到创新并能对人类生活产生重大影响的新技术或新方式以及比较成熟的推广方案，不然谷歌在中国退出搜索市场而布局其他领域，不论从现在市场份额、潜力以及整个互联网行业竞争度，其优势不如已经比较领先的搜索领域。
- (3) 谷歌若退出中国的“退出方案”相对比较棘手，可能会面临诉讼等，直接或间接对其他国家客户可能也会产生“心理阴影”。
- (4) “谷歌考虑退出中国”消息发布后，谷歌在盘后交易中股价挫跌，直接影响谷歌目前的海外市值，但谷歌目前的举动受到全世界关注，展示其全世界IT互联网巨头地位以及重大影响力。

三、对谷歌客户影响分析

据中国电子商务研究中心调查数据显示：目前，Google（谷歌）在中国有中企动力、中资源、上海火速、广东时代赢客、北京紫博蓝、北京品众互动、杭州网通互联、苏州寰宇、郑州易赛诺、成都盘古、河北正日商务、济南搜索在线、江苏福网、扬州鼎捷、金华国盛互联、武汉龙腾、上海天擎、南京网赢、西安为华、温州中资富投、重庆智佳科技、广东天拓、天津互联在线、青岛爱搜、厦门亿资和宁波虎翼等二十六家授权代理商渠道商和包括阿里巴巴在内的数万家大中小企业客户，这些渠道商与企业“在“飞天横祸”中急需另谋出路，有些对谷歌依存度高的企业，或将造成巨大损失，而其他还未成为搜索引擎客户的企业选择范围的缩小。

此外，众多中小网站流量会急剧下降，其谷歌广告联盟营收遭受巨大的打击，部分中小网站站长将蒙受损失。

四、对搜索引擎市场影响分析

- (1) 谷歌退出后的市场份额被争夺，百度、腾讯搜搜、搜狐搜狗、网易有道、新浪爱问、微软 bing 等多家搜索引擎进一步搜揽、竞争谷歌客户、员工、渠道等优质资源。
- (2) 中国搜索市场几乎被百度与谷歌占领，“谷歌中国或退出”消息发布后，百度股价上涨，原先的市场平衡存在被打破的风险。
- (3) 谷歌是以技术创新为核心的高端互联网企业，已经从搜索向操作系统、浏览器等其他技术高端不断拓展衍生，直接或间接促进着中国企业尤其是互联网企业不断去拓展思路与技术创新，此前除百度外，国内其他搜索引擎表现均未超过谷歌，谷歌若退出，对中国互联网企业的“鞭策作用”消失，不利于中国互联网的发展。

五、对网民影响分析

中国网民尤其热衷谷歌技术、谷歌产品以及谷歌企业形象，作为中国网民重要的搜索工具之一，若谷歌撤出，中国部分网民会感到不便，心理也会“受伤”。

六、其他影响分析

- (1) 谷歌在布局中国市场时遇到较高的公共关系阻力、内部沟通障碍等问题，这为其他企业尤其是跨国企业布局中国“本土化”战略提供借鉴意义；
- (2) 中国企业布局全球战略的氛围紧张；
- (3) 中国互联网企业尤其是中国互联网企业，需不断提高自主创新能力，掌握核心技术，从本质（技术核心）上把握主动权与主握权。
- (4) 谷歌退出中国事件在国内外以及其他领域，一定程度上引起包括互联网巨头雅虎在内的“连锁反应”。

七、谷歌入华盘点：

- (1) 2000 年，谷歌开发其主站 Google.com 的中文界面。
- (2) 2005 年 7 月，微软前高管李开复加盟谷歌，主管中国业务。微软以不正当竞争为由起诉谷歌，双方于当年 12 月庭外和解。
- (3) 2005 年 8 月，谷歌在中国推 Adwords 服务
- (4) 2006 年 1 月，谷歌推出中国搜索引擎 Google.cn
- (5) 2006 年 4 月 Google 中文名“谷歌”发布
- (6) 2007 年 1 月 谷歌与中国移动合作，开始移动搜索本地化
- (7) 2007 年 3 月 谷歌与互联网协会主办“Internet+互联网世纪论坛”，进入中国首次业界大会
- (8) 2007 年 4 月 谷歌推出首款输入法——谷歌拼音
- (9) 2007 年 5 月 谷歌发布生活搜索
- (10) 2007 年 6 月 谷歌组建中国工程院
- (11) 2007 年 8 月 谷歌首次与合作伙伴共同发布“天涯问答”和“天涯来吧”
- (12) 2007 年 9 月 谷歌取得 ICP 牌照
- (13) 2007 年 10 月 谷歌推出中国版手机地图
- (14) 2007 年 10 月 谷歌简网址 G.cn 上线
- (15) 2008 年 3 月 谷歌中国主页首次改版
- (16) 2008 年 5 月 谷歌收购 256.com

- (17) 2008年8月,谷歌与巨鲸音乐合作推音乐搜索推出在中国的免费音乐下载服务,与市场占有率领先的竞争对手百度抗衡。
- (18) 2008年9月 谷歌发布浏览器 Chrome 支持中文
- (19) 2008年11月 谷歌中国正式发布 iGoogle 个性首页
- (20) 2009年6月,央视连续曝光谷歌涉黄
- (21) 2009年9月,李开复从谷歌中国辞职,创办自己的风险投资公司。谷歌委任刘允接管李开复的商业和运营职责。
- (22) 2009年10月,一些中国作家与行业组织指责谷歌数字图书馆收录其作品为侵权行为,并表示可能起诉谷歌,持续至今谈判无果。
- (23) 2010年1月,谷歌宣布不再接受对其中国搜索引擎的审查,有可能撤出中国市场。

八、关于我们:

1、中国电子商务研究中心: 本报告编制机构中国电子商务研究中心,是我国最早创办、也是目前唯一一家以专注研究与传播电子商务、搜索引擎、网络营销、中小企业等为己任的第三方机构。通过在线平台(b2b.toocle.com),研究中心日均发布各类行业动态稿件、分析研究文章与行业报告数百篇,每日吸引了来自全球的百余万电子商务相关用户群体访问。经三年多积累,目前已发展成为我国电子商务领域最具影响力的专业研究机构和新兴传播平台。

2、联系分析师: 卜梓琴: 互联网分析师; 重点研究分析搜索引擎、网络营销、网络广告、网络推广、搜索引擎优化等互联网应用领域 TEL: 0571-85337326; E-mail: bzq1@netsun.com; MSN: zjyhsdf2163.com; 详情访问研究中心网站: b2b.toocle.com。

3、相关报告:

- [《“百度被黑”事件分析与对策研究报告》\(点击下载报告全文\) new](#)
- [《我国境内资本市场媒体宣传功能研究报告》\(点击下载报告简版\) new](#)
- [《2010 中国电子商务 100 位 CEO 调查报告》\(点击下载报告全文\) new](#)
- [《1997-2009: 中国电子商务十二年调查报告》\(点击下载报告全文\) new](#)
- [《中国互联网外资控制调查报告\(2009 版\)》\(点击下载报告全文\) new](#)
- [《金银岛网交所“仓单交易”B2B 模式案例分析》\(点击下载报告全文\)](#)
- [《中国制造网综合型外贸 B2B 平台模式案例研究》\(点击下载报告全文\)](#)
- 《2009 年我国中小企业金融服务需求调查报告》(即将发布,敬请关注)
- 《2009 年全球买家网络采购调查报告》(即将发布,敬请关注)
- 《2009-2010 中国中小企业电子商务应用调查报告》(即将发布,敬请关注)
- 《中国纺织服装企业电子商务应用调查报告》(即将发布,敬请关注)
- 《中国电子商务与会展业融合调研报告》(即将发布,敬请关注)
- 《中国 B2C 电子商务物流系统建设研究报告》(即将发布,敬请关注)
- 《中国电子商务之都 B2C 产业发展研究报告》(即将发布,敬请关注)
- 《2009 中国中小企业搜索引擎应用调查报告》(即将发布,敬请关注)
- 《2009 互联网大事与大势年度盘点报告》(即将发布,敬请关注)
- 《2009-2010 年度中国城市白领网购成瘾调查报告》(即将发布,敬请关注)

报告发布: 中国电子商务研究中心
发布时间: 2010 年 1 月 18 日