



上海社会科学院
世界经济研究所

The Institute of World Economy
Shanghai Academy of Social Sciences

 搜索

学科重点

- ▲ 世界经济研究
- ▲ 中国国际地位报告
- ▲ 经济强国研究
- ▲ 新开放观研究

权威报告

- ◆ 国际组织
- ◆ 中国政府
- ◆ 各国政府
- ◆ 研究机构
- ◆ 专家报告

学科资源

- ▶ 科研成果
- ▶ 承担课题
- ▶ 学术活动
- ▶ 获奖情况

站点工具

- 联系我们
- 关于网站

观察:微软、雅虎合并将对Google造成什么影响?

作者:李一静 时间:2007-6-28 16:36:54 阅读:212

或许微软同雅虎进行商业合作并不足以动摇Google的现有地位,但是一旦两者合并意向趋于成熟,将会对Google的消费者调查和在线广告市场造成极大的冲击,这点不得不引起Google的重视。

据澳大利亚媒体报道,《Yankee Group》的分析师Jennifer Simpson认为,Google一直以来致力于为消费者和广告商们提供优质的技术支持,并且取得了很好的业绩,同时着力强调了Google对YouTube和网络广告公司DoubleClick的收购。

他说,如果一旦微软和雅虎正式宣布合并,Google的共同创始人Sergey Brin和Larry Page很可能就会为改进现有技术平台而彻夜难眠了,尽管到目前为止Google的市场地位还是不容动摇的。

上周五报纸有报道指出,微软已经同雅虎展开了新一轮的商业对话,虽然在此之前雅虎对于微软的此类要求予以拒绝。据《华尔街日报》称,两家公司已经进入了谈判初期阶段,就其合并事宜或采取其他的商业合作形式来发挥各自专长进行磋商。

《ClickZ Network and Search Engine Watch》总编Rebecca Lieb说,微软已经受到了Google新一轮的商务合作通信工具的竞争威胁,同时也受到在同Google竞标DoubleClick时败北的影响。

她说,微软并不是那种左右逢源的公司,收购雅虎可能有助于缓解其未能成功收购DoubleClick的损失。

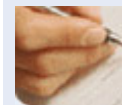
Lieb说,“对微软来说,在DoubleClick收购案中败北



投稿注册

用户

密码



管理登陆

用户

密码



友情链接

- 中国社会科学院世界经济与政治研究所
- 复旦大学世界经济研究所
- 上海社会科学院欧洲研究中心
- 华师大商学院金融系
- 国研网
- 中国经济信息网
- 中国经济学教育科研网
- 中评网
- 北大中国经济研究中心
- 南开大学经济学院
- 上海对外贸易学院
- 上海WTO事务咨询中心
- 联合国贸发会议
- 世界银行
- 美国经济研究局
- 国际货币基金组织
- 亚洲开发银行

无疑是个巨大的打击，我曾就此事同了解内幕的相关人员谈过，得知此事着实是高级管理层的一大痛处。”

微软急于收购DoubleClick，以便其可以同Google在快速增长的在线广告领域展开竞争。

Lieb认为，“在线广告确实是历史上增长最快的传媒。十年间创造了数十亿美元的业绩，连电视广告都没有如此快捷的增长速度。”

Lieb强调说，关于微软和雅虎的合作讨论目前为止还仅仅是猜测。但是其合作无疑是具有相当大意义的，因为这势必会导致相关销售价格的下调。

Lieb同时指出，除此之外，微软和雅虎在其相异产品的合并过程中势必会遇到很多的技术难题，这将限制其同Google竞争的能力。“我认为Google对此并不担心，它的市场地位相对更高。即使微软和雅虎在今时今日合并，其实力也不足以同Google形成竞争。”

虽然在广告界的规模并不是主要因素，但是微软实时搜索和Yahoo!的合并势必同Google构成搜索市场的竞争。

广告商最为关注的还是搜索的可靠性，所以微软同雅虎合并后，还需要用事实证明其可以帮助广告商有效搜索其潜在客户群。

Simpson说，Google和联合后的微软-雅虎公司可能存在竞争的另外一个领域就是通过网上商业公司所提供的门户主页服务的范围方面。微软和雅虎虽然已经各自具有提供这些服务的能力，但是当网上商业公司开始制作自己的门户主页时，他们在这方面的市场就会下降。

Google并未涉足该领域，但是一旦微软和雅虎进行联合并且为ISPs提供极具吸引力的时候可能就会考虑进军该领域。“这些的确会成为Google所担心的问题。”

来源：赛迪网

[返回](#)

版权申明 免责声明 隐私保护

2005年 上海社会科学院世界经济研究所版权所有