



# 2016上半年中国移动搜索市场研究报告

2016 H1 China Mobile Search Market Research Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与移动搜索用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年6月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.23亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。



# 目录

1 / 2016上半年中国移动搜索市场现状

2 / 2016上半年用户搜索需求及行为分析

3 / 2016中国移动搜索发展趋势分析

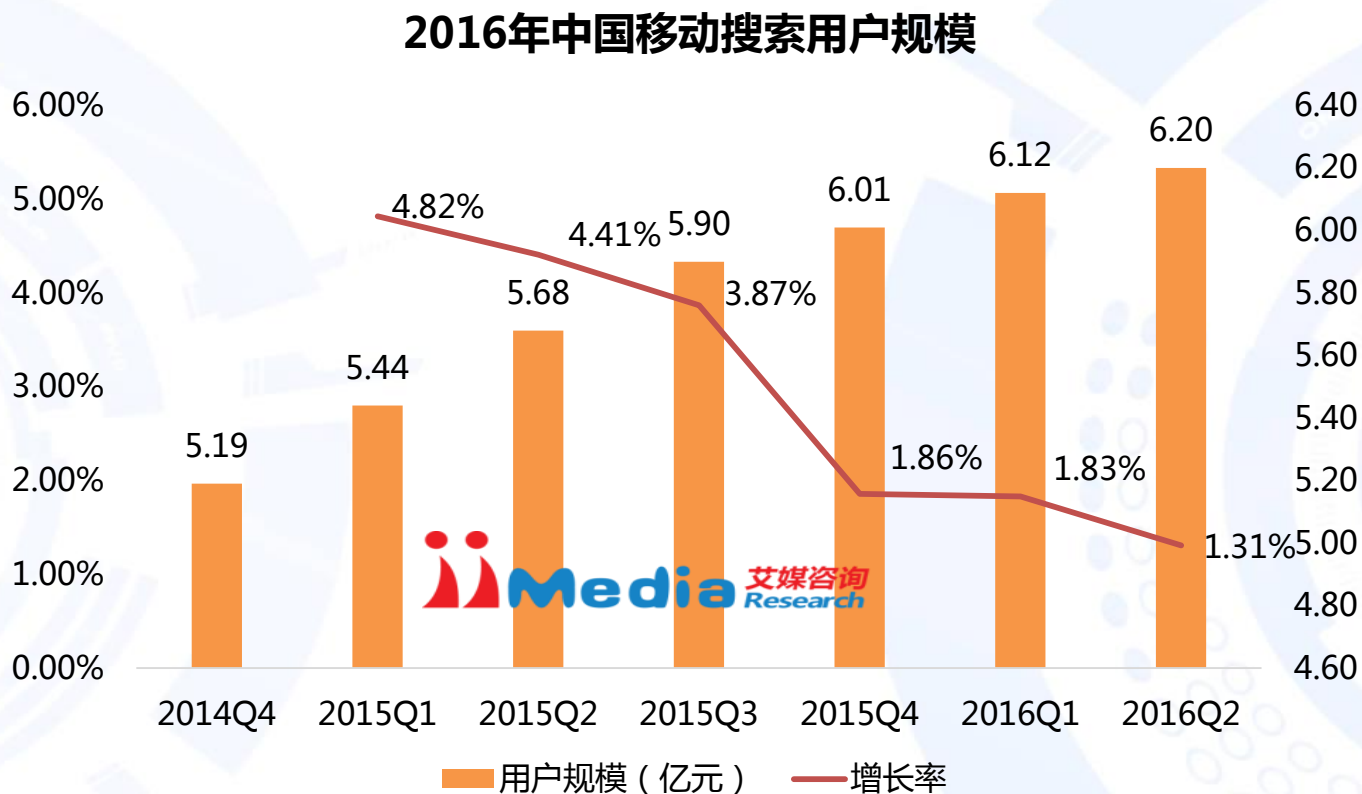
# 2016上半年中国移动搜索市场现状

---



# 2016年中国移动搜索用户规模

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 截至2016年Q2, 中国移动搜索用户规模达到6.20亿, 增长速度有所减缓。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

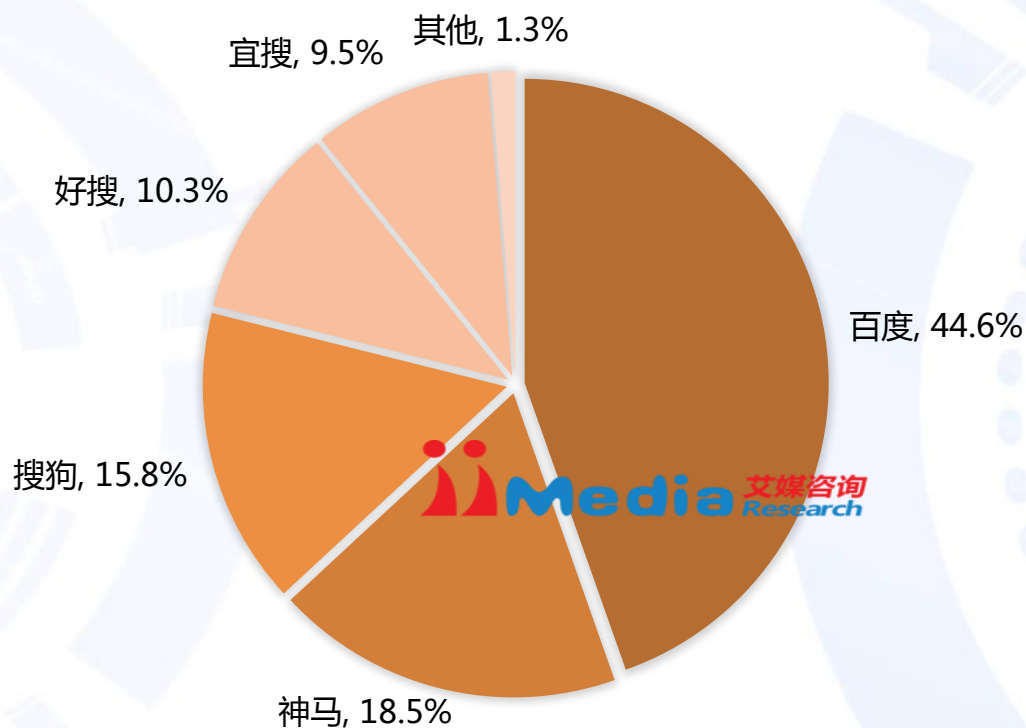
数据来源: iiMedia Research; 艾媒北极星 (截止2016年6月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对6.23亿独立装机覆盖用户行为监测)

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 百度继续保持领先；神马第二，搜狗紧随其后

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在2016上半年内，百度仍以明显的优势领先于其他品牌，占比为44.6%。神马异军突起，位居第二，占比18.5%。搜狗、好搜紧随其后，占比分别为15.8%和10.3%。

## 2016上半年中国移动搜索用户品牌使用调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年6月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.23亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



# 国家对互联网信息搜索管理力度加大

2016年6月25日，国家互联网信息办公室发布《互联网信息服务搜索管理规定》，艾媒分析师认为新规监管力度的加强将促使搜索引擎回归搜索本质，过于依赖搜索结果显示竞价排名，而缺乏后续用户消费转化的搜索引擎将难以维持有效竞争力。

## 执行意义

- 首次对付费搜索引擎信息服务的规范。
- 对之前魏则西事件等舆论关切的有力回应。
- 对长期以来存在的竞价排名等搜索引擎乱象起到了很好的约束作用。

## 监管升级将促使行业转变：

- 加大创新力度，通过智能搜索等新技术手段增加市场竞争力。
- 移动搜索营销模式的更新。利用移动搜索平台自身大数据优势，更新营销模式，实现精准营销，有效地提高用户转化率。

# 智能搜索 “群雄纷争”

01

## 个性化精准定制

- 大数据深度分析技术

移动搜索引擎利用机器学习技术、数据挖掘技术等大数据分析技术提高用户体验。

- 人工智能算法

智能信息检索技术、智能控制技术、符号计算技术、自然语言理解技术、计算机视觉技术等智能科学技术得到更加普遍的应用。

- 搜索内容差异化竞争，如搜狗“社交搜索”

搜索内容资源整合也成为了众多搜索企业形成产品差异化的武器，优质的搜索结果可以增加用户粘性。

- LBS

基于位置的服务模式的个人应用领域发展不断完善。

02

## 语音图像识别技术

- 语音识别功能不断完善
- 图像识别精确度不断提高
- 动态图像识别技术发展迅速

03

## 搜索结果展示创新

- 动图展示
- 搜索结果中直接展示APP中相关的内容

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved



# 搜索行业已进入3.0时代，垂直搜索发展迅猛

## 1.0时代-

代表：传统网页搜索

- 关键字搜索
- 文字+超链接结果展示

## 2.0时代-

代表：框计算

- 精准识别分析
- 用户需求资源快对接整合
- 精准匹配
- 调度快

## 3.0时代 -

代表：移动搜索客户端

**垂直搜索发展迅猛：**

- 场景化
- 高质量
- 时效性
- 个性化

搜索结果也将基于搜索位置、搜索偏好、以及个人的社交网络信息等等；本地附近的搜索结果为主。



# 国内垂直搜索市场很大，技术仍存在上升空间

## 需求上升

### • 需求日益个性化

通用搜索的资源太多，死链接多，耗用户时间和精力。

### • 结果精确要求高

垂直搜索的搜索结果更深入，更有针对性。

### • 搜索速度要求快

范围更小，搜索速度更快。

## 发展瓶颈

### • 知识、技术储备较薄弱

知识储备相对于国外薄弱，与国外相比技术上存在差异。

### • 技术能力不足

机器学习方面能力不足，一定程度上阻碍了国内垂直搜索引擎技术的发展。

### • 文化差异困境

因为中文单词的特殊性，面临中文分词等技术难题。

# 垂直搜索入口发展情况

为满足特定人群搜索需求的产品及服务，垂直搜索应运而生。国内搜索引擎在搜索行业垂直差异化的发展迅猛，购物、生活、出行、娱乐等流量入口纷纷构建自身的垂直搜索引擎，用户的场景化搜索习惯也促进了垂直引擎高速发展。

- 淘宝
- 天猫
- 京东商城
- 苏宁易购
- .....

## 购物

## 生活

- 美团
- 百度糯米
- 大众点评
- .....

- 搜狗明医
- 谷歌将推出移动端医疗搜索
- .....

## 医疗搜索

## 出行

- 携程
- 去哪儿
- 滴滴出行
- 优步
- .....

- 新浪微博
- 腾讯视频
- 网易云音乐
- 360影视
- .....

## 娱乐

# 2016上半年用户搜索需求及行为分析

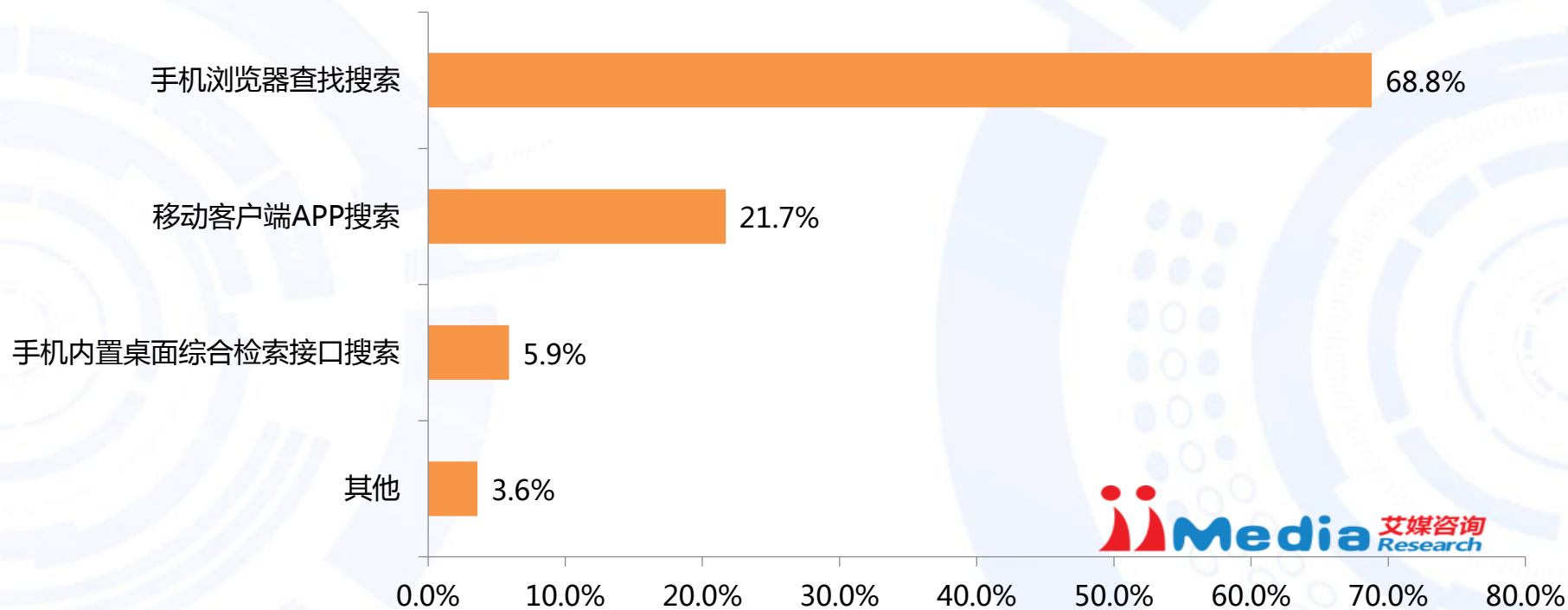
---



# 移动搜索入口选择——浏览器及搜索类APP排名前二

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 68.8%的手机用户选择用浏览器搜索信息, 21.7%的手机用户会选择移动客户端APP所需信息, 相比之下, 使用手机内置桌面综合检索接口搜索的用户占比很少, 为5.9%。浏览器仍是移动搜索引擎的主要流量入口。

2016上半年中国手机用户移动搜索入口选择



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

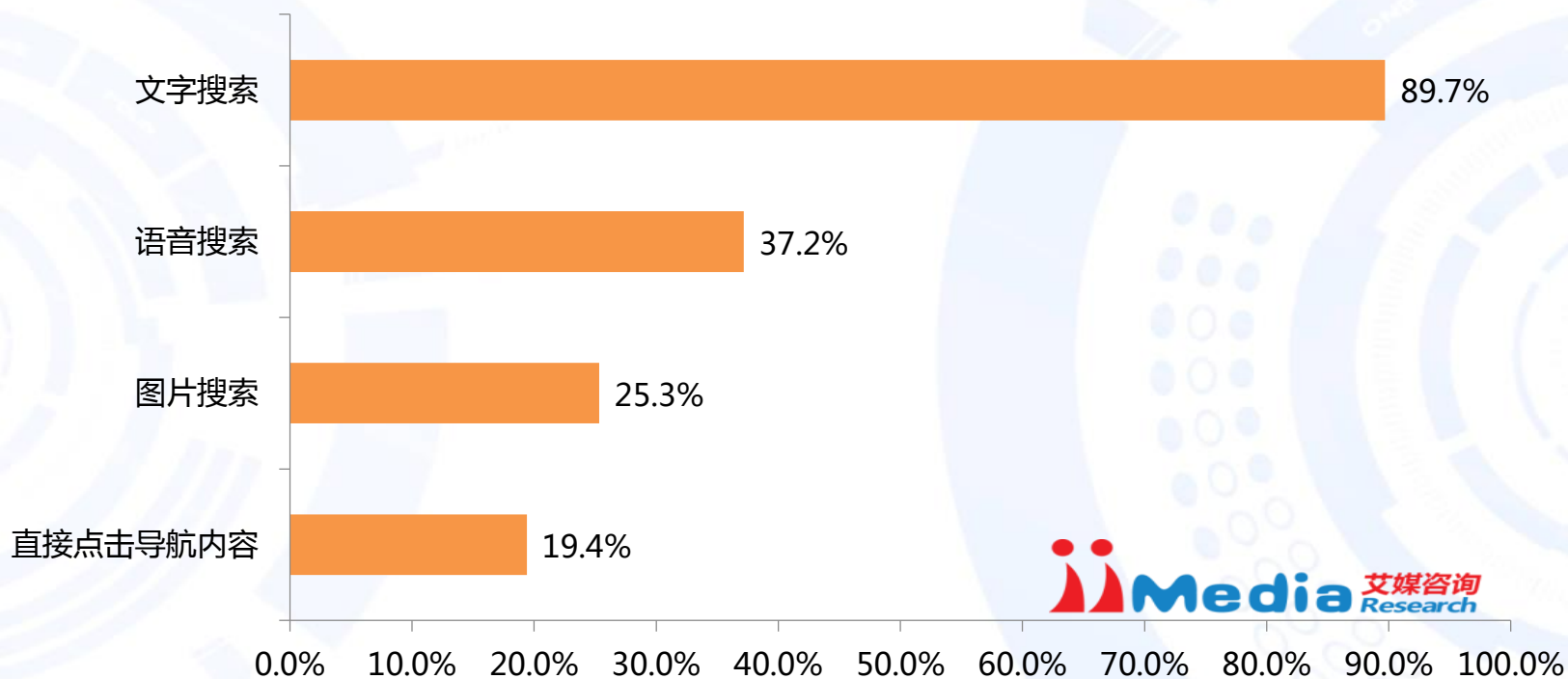
数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 开发语音搜索功能是移动搜索产品的努力方向之一

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 89.7%的用户偏好使用文字来进行搜索, 而偏好使用语音进行搜索的用户占比为 37.2%, 位居第二, 艾媒咨询分析师认为用户对语音搜索的偏好是各大移动搜索引擎开发语音搜索功能的一大动力。

## 2016上半年中国手机用户偏好的移动搜索方式调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research; 艾媒北极星 (截止2016年6月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对6.23亿独立装机覆盖用户行为监测)

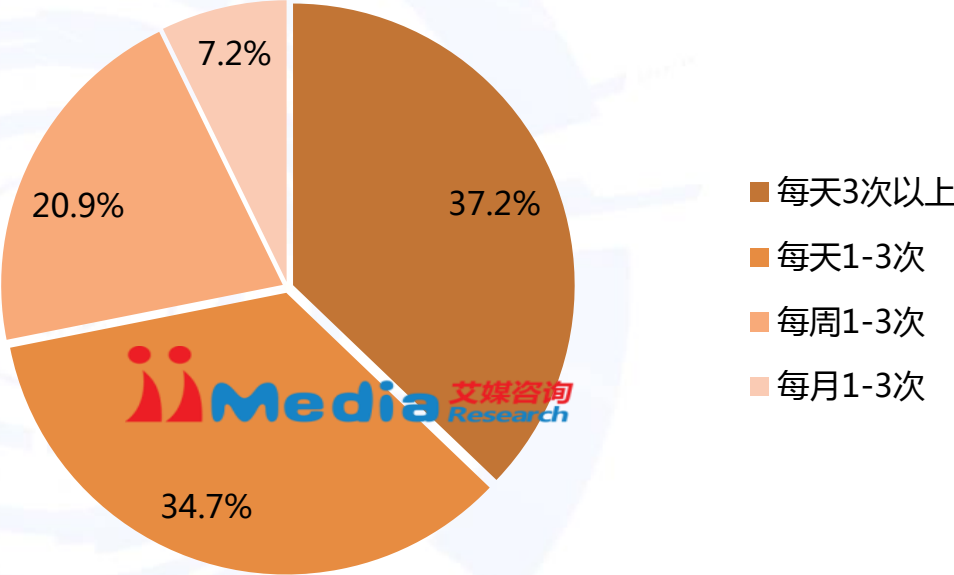
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



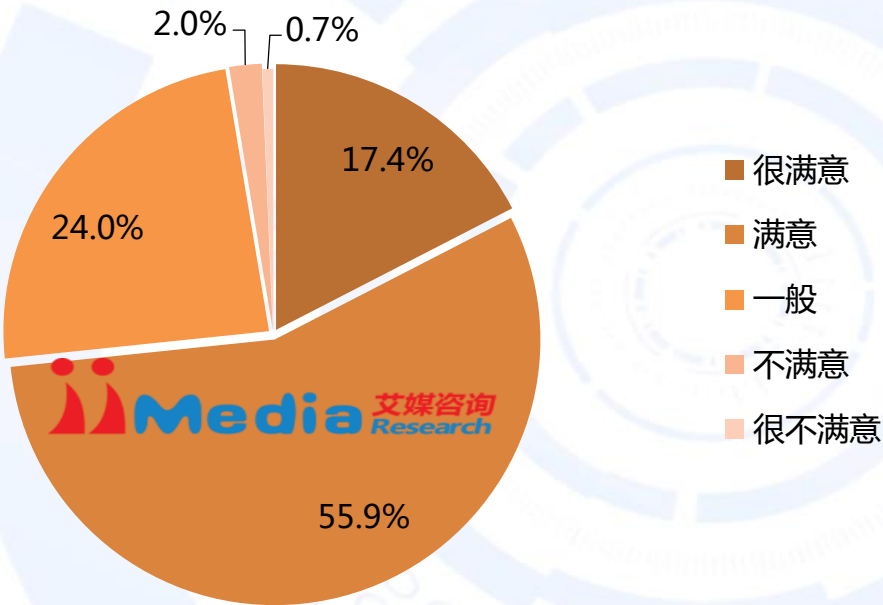
# 超七成用户对使用的移动搜索引擎表示很满意

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 约37.2%的手机用户每天会使用3次以上移动搜索, 约34.7%的手机用户每天会使用1-3次移动搜索。17.4%用户对使用的移动搜索引擎表示很满意, 过半用户表示满意, 只有不到1.0%的用户对使用过的移动搜索引擎表示很不满意。

2016H1中国手机用户使用移动搜索频率分布



2016H1中国手机用户移动搜索引擎满意度调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

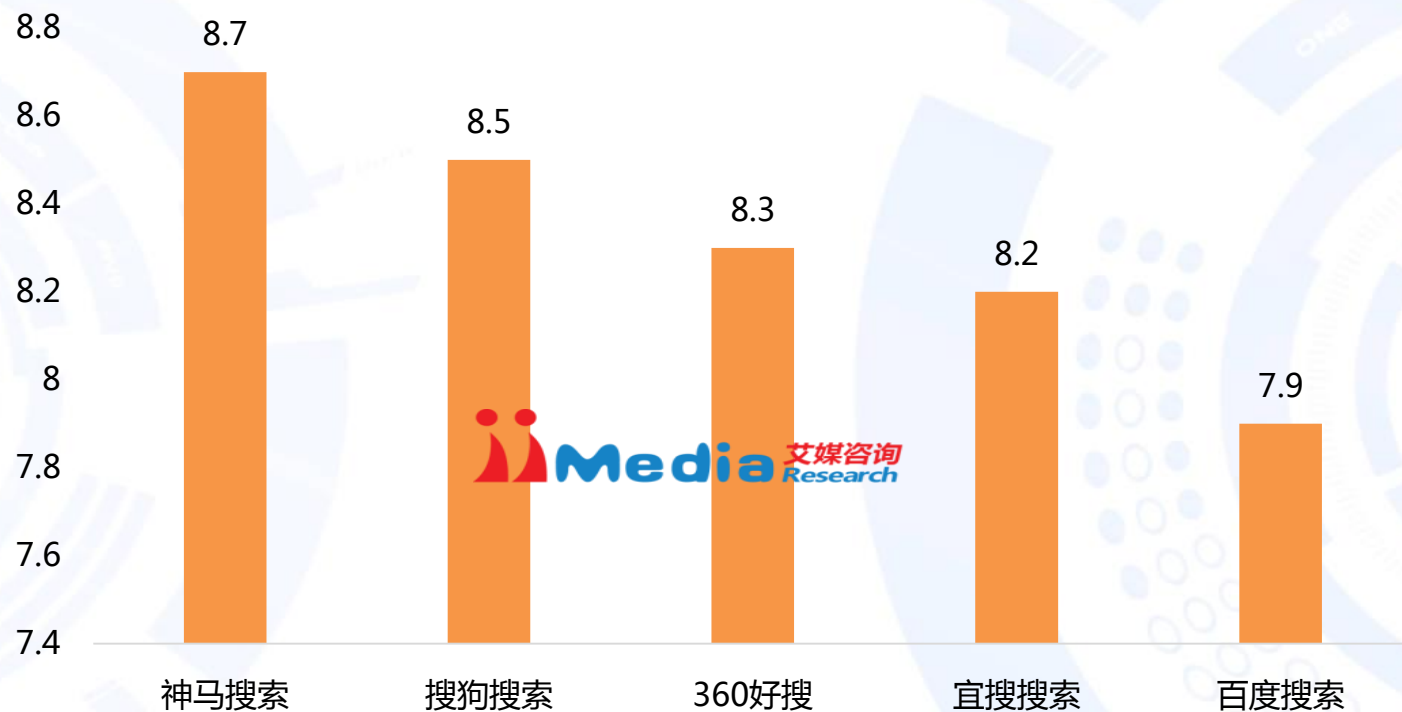
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 2016上半年中国移动搜索用户满意度情况

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016上半年神马搜索的用户满意度评分为8.7分, 领先于其它的APP, 搜狗、360好搜紧随其后, 差距不大。而百度搜索或因用户不满其付费推广广告以及近期曝光的一系列负面消息导致其满意度有所下滑。

## 2016上半年中国移动搜索用户满意度排行



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

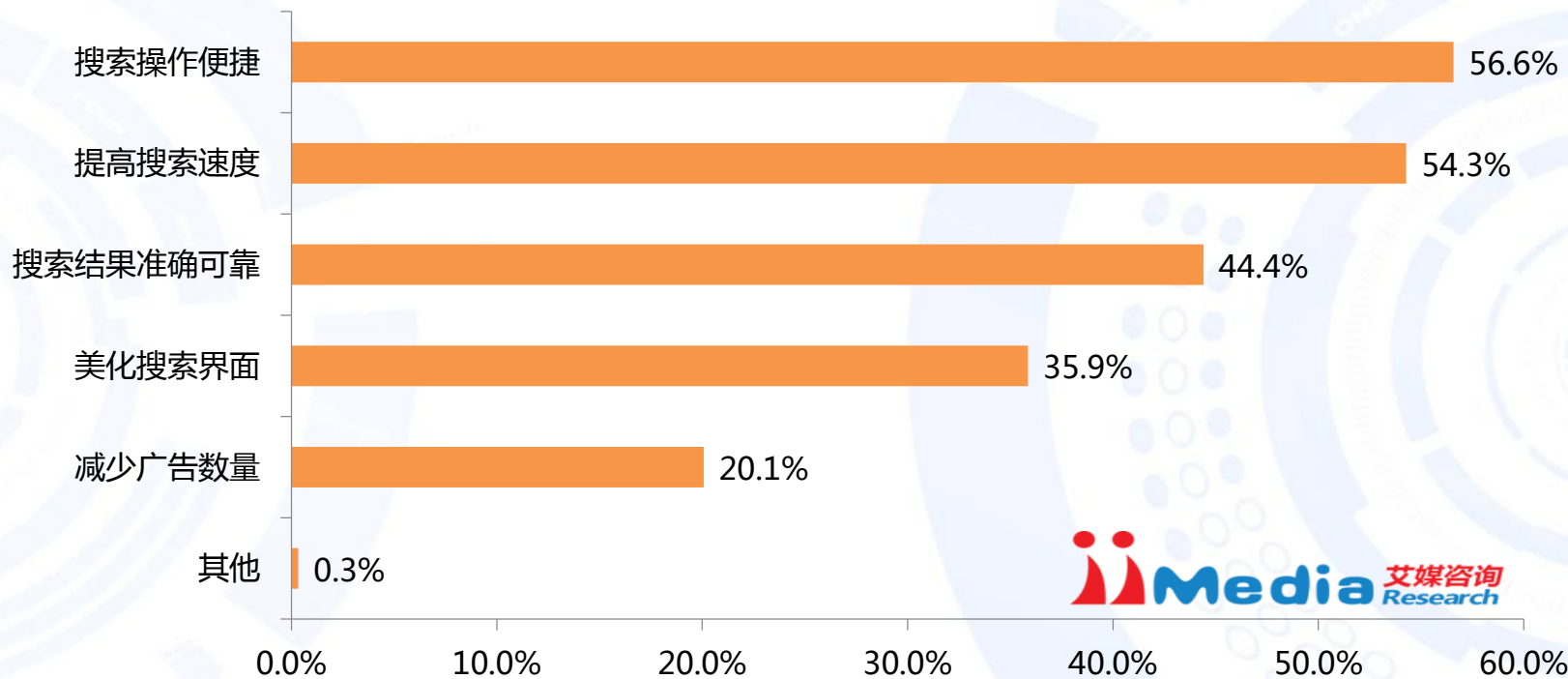
数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 过半用户期望提升移动搜索引擎速度和操作便捷度

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 56.6%的用户希望移动搜索引擎在操作便捷程度上有所提升, 54.3%的用户希望搜索的速度有所提升, 20.1%的用户希望搜索引擎可以减少广告数量。艾媒咨询分析师认为移动搜索引擎在产品功能优化方面仍有进一步提升空间, 同时仍需保持广告数量与用户体验感之间的平衡。

2016上半年中国手机用户移动搜索期望调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

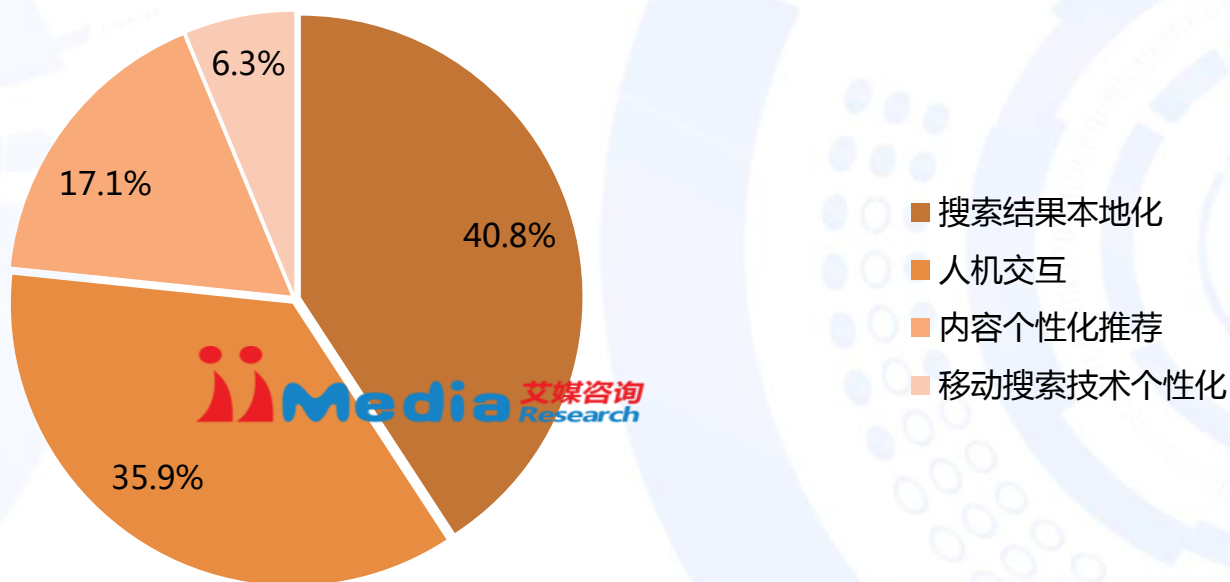
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 超四成用户希望搜索结果本地化

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 40.8%用户认为搜索结果本地化是提升移动搜索个性化的最好解决方法, 另外有35.9%的用户认为人机交互是主要的解决途径。艾媒咨询分析师认为, 随着用户对于移动搜索工具个性化功能的需求增加, 移动搜索厂商应着力提升产品个性化功能, 随着搜索本地化功能的日趋完善, 下一重点目标将是提升搜索引擎的人机交互功能。

2016H1中国手机用户移动搜索期望的个性化功能分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research

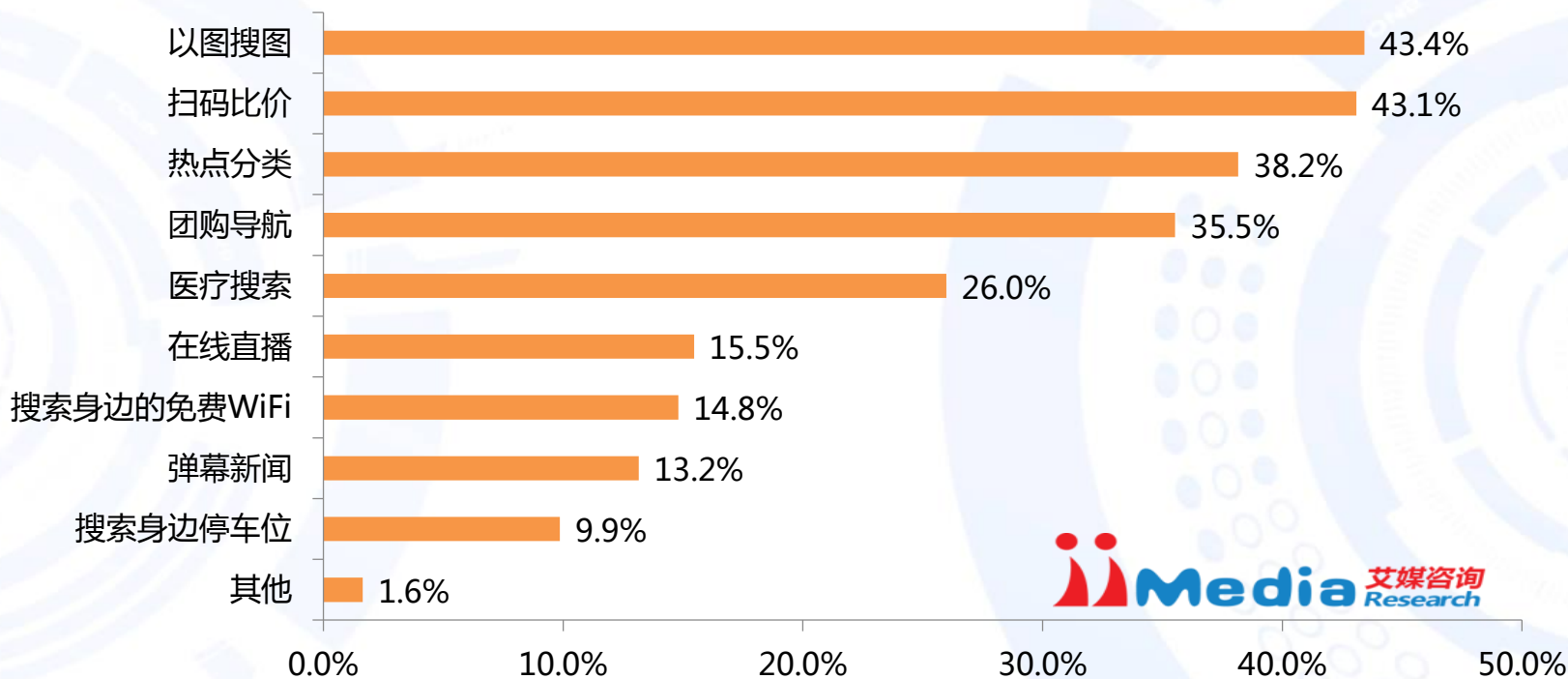
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved



# 以图搜图、扫码比价成热门移动搜索衍生功能

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 以图搜图和扫码比价是移动搜索用户最希望引入的两个功能, 分别占比43.4%和43.1%, 而用户对于搜索身边停车位这一功能的引入需求较低, 比例为9.9%。艾媒咨询分析师认为, 衍生功能的引入、丰富以及优化将成为未来移动搜索引擎, 尤其是垂直移动搜索引擎提升用户粘性的重要发力点。

## 2016H1中国手机用户希望移动搜索引入功能分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research

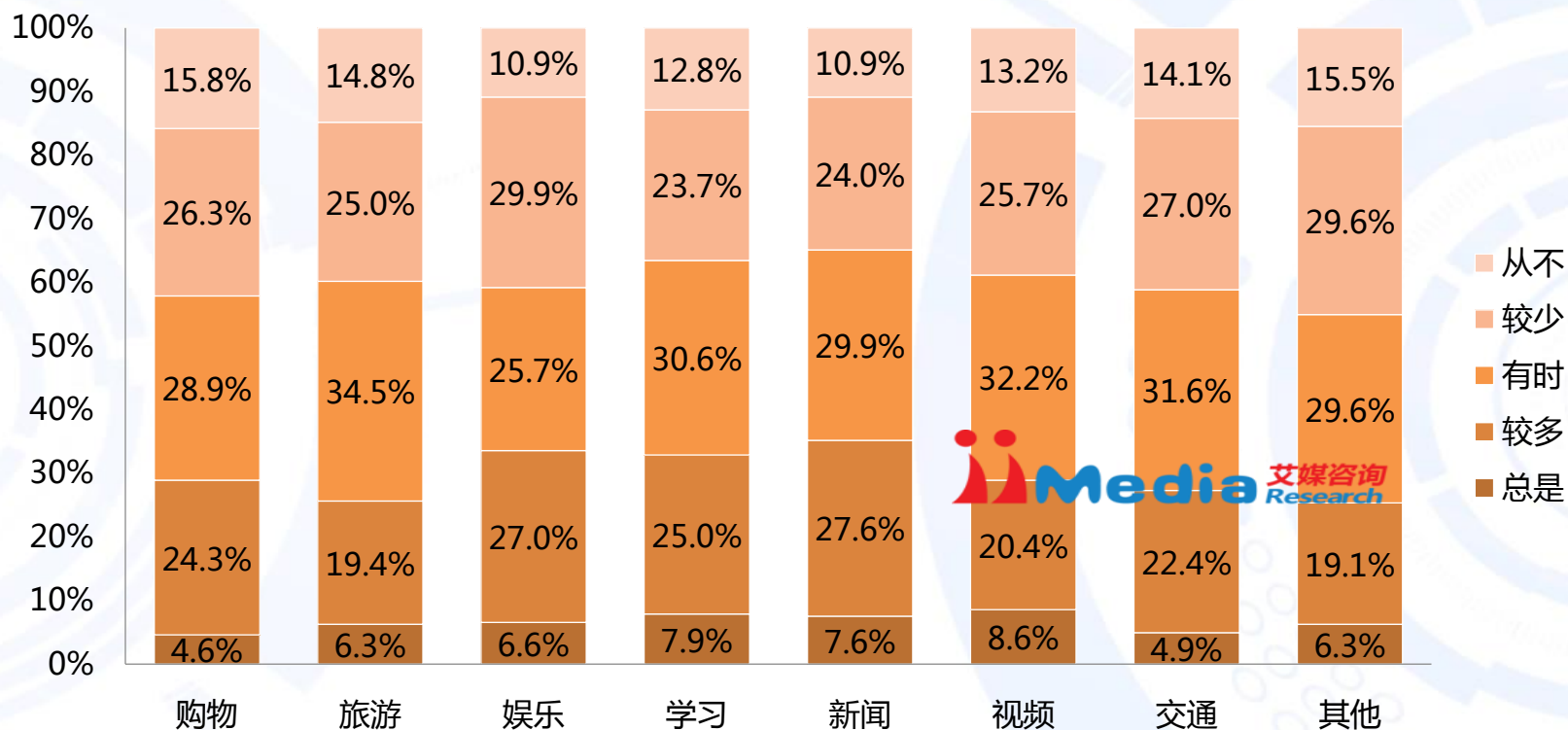
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved



# 百度移动搜索：用户偏好搜新闻和娱乐

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，使用移动端百度搜索的用户中，较多搜索新闻的比例为27.6%，较多搜索娱乐的比例为27.0%，占比较多，而使用移动端百度搜索用户中较多搜索旅游内容的比例为19.4%，占比较少。

## 2016上半年中国手机用户百度搜索内容分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

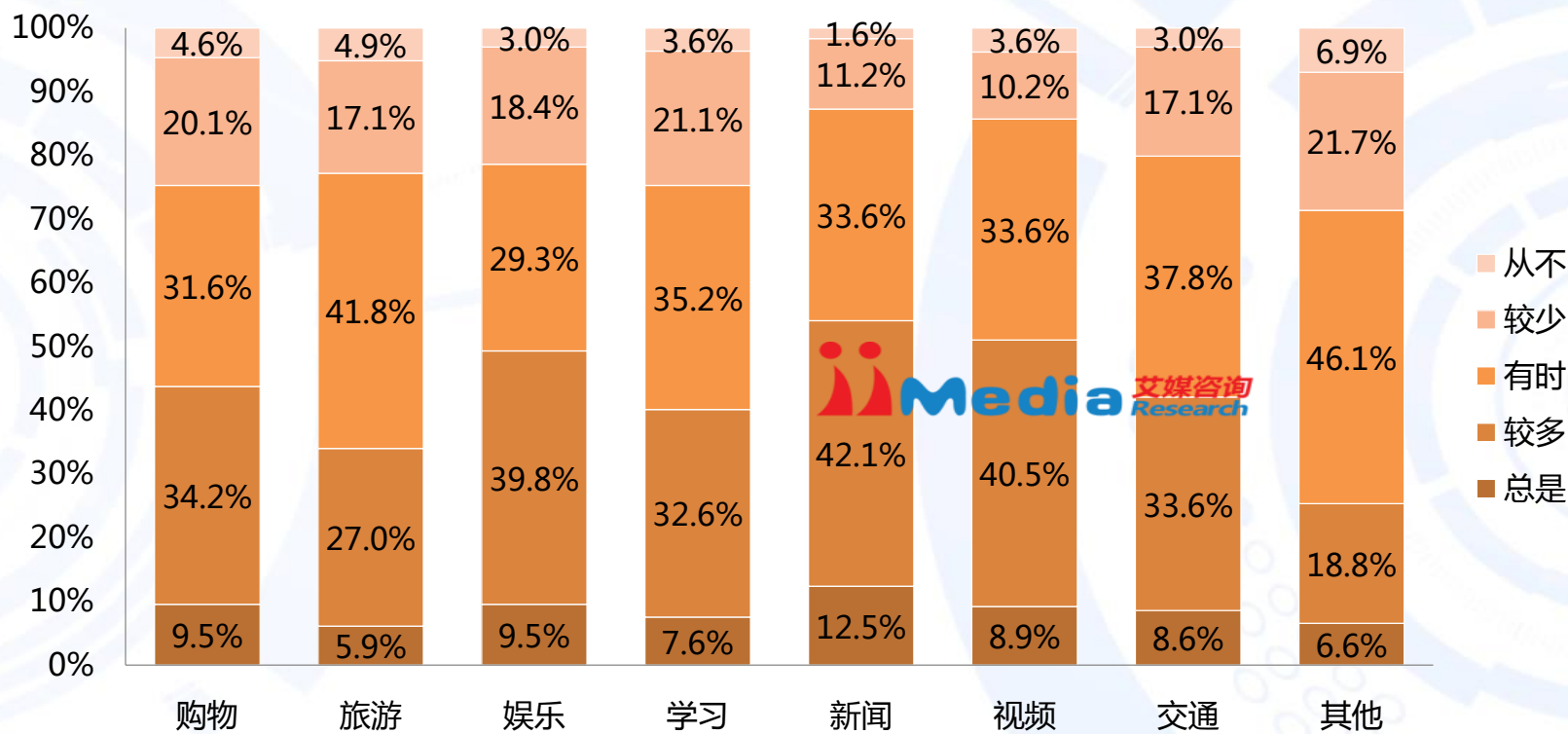
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



# 搜狗移动搜索：用户偏好新闻和视频

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，使用搜狗搜索移动端的用户中搜索新闻和视频的比例较高，分别为42.1%和40.5%，同时有41.8%的用户较少使用搜狗搜索移动端查找旅游内容。

2016上半年中国手机用户搜狗搜索内容分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

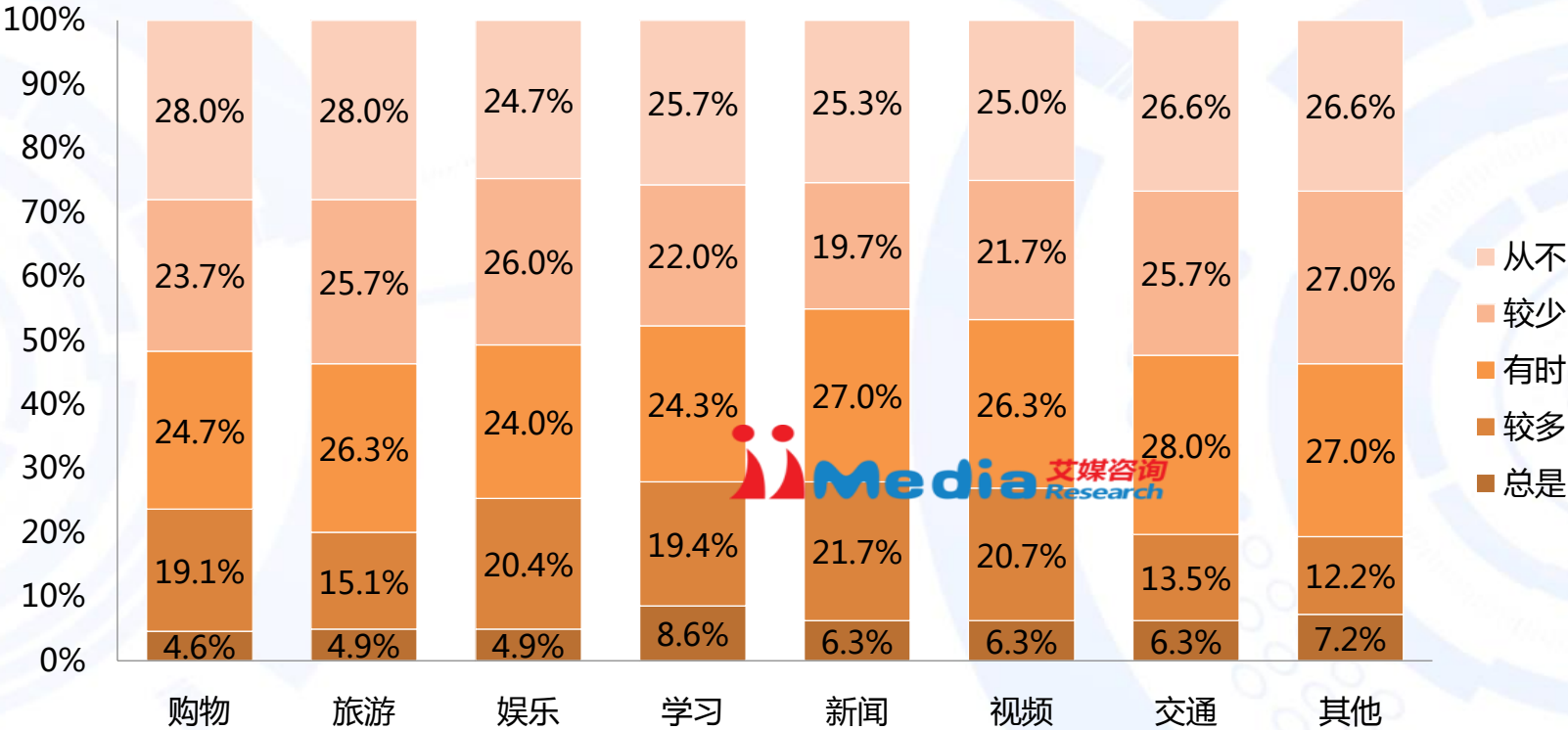
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

# 神马移动搜索：用户偏好娱乐内容最多

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，使用神马搜索的用户中，较多搜索新闻和视频的用户比例分别为21.7%和20.7%，较多搜索交通的用户占比较小，为13.5%。从数据上看，神马搜索用户搜索娱乐内容的比例最高，为75.3%。

2016上半年中国手机用户神马搜索内容分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

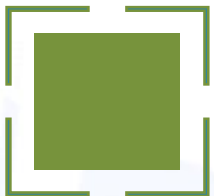
# 2016年中国移动搜索发展趋势分析

---





# 2016年中国移动搜索发展趋势分析



## 智能语音和人机交互等智能搜索模式将成为主流

“智能搜索”功能将搜索技术和资源进行了智能整合，为用户提供便捷的使用体验。新的智能搜索不追求PC搜索一样的大而全，而是从语音识别、图像搜索、人脸识别、LBS等方面提升服务的精准度，催生出效率更高的全新搜索交互方式。



## 个性化、趣味化、服务化和场景化将成为搜索产品的差异化

百度移动搜索的用户偏好新闻和娱乐，搜狗移动搜索的用户偏好新闻和视频，神马搜索的用户娱乐搜索为主，说明每个搜索引擎都努力在细分市场中实现产品差异化。但移动搜索产品同质化现象仍然十分严重，例如360搜索推出的良医、百度的医疗搜索均被爆料雷同。移动搜索产品需要从个性化、趣味化、服务化和场景化几个方面对产品做出改良，这样才可以在激烈的移动搜索市场中占据优势。



# 2016年中国移动搜索发展趋势分析



## 多元化

搜索方式多元化，语音识别、图像搜索、人脸识别、LBS更加受到搜索提供商的青睐。垂直搜索多元化，目前行业搜索、购物搜索等垂直搜索具有巨大的用户需求，未来各垂直领域搜索将逐渐向一站式交易平台发展。搜索结果多元化，伴随着智能化搜索，移动搜索引擎供应商会更加重视创新技术，愈发考验搜索服务商的综合资源能力。



## 搜索结果个性化，生活化

个性化成为用户选择搜索引擎的产品的重要影响因素，用户使用记录呈现用户个人偏好信息，大数据分析提供个性化需求日益显著。用户特性要求搜索结果更富个性。





# 2016年中国移动搜索发展趋势分析



## 搜索引擎向服务型转型

为了满足用户需求，搜索引擎逐渐向服务型企业转型，尽力整合互联网及传统企业，整合线上、线下资源，例如餐饮、医疗、旅游、金融等资源，吸引更多线下商家入驻，设计的服务范围不断扩大，打造更加完备的搜索生态，提升用户粘性。



## 仍作为有效的移动营销渠道

作为集聚海量用户的流量入口，搜索引擎的营销效果已经过时间的检验并被业界认可，特别伴随着垂直搜索的快速发展，用户粘性或将进一步提高，因此未来移动搜索引擎仍将是品牌类广告主与效果类广告主的重要投放渠道。





北极星应用统计分析平台是在广东省政府的支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[wj@iimedia.cn](mailto:wj@iimedia.cn)



艾媒咨询集团（iiMedia Research Group）旗下的艾媒无线广告监测系统（Adiimedia.com）是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

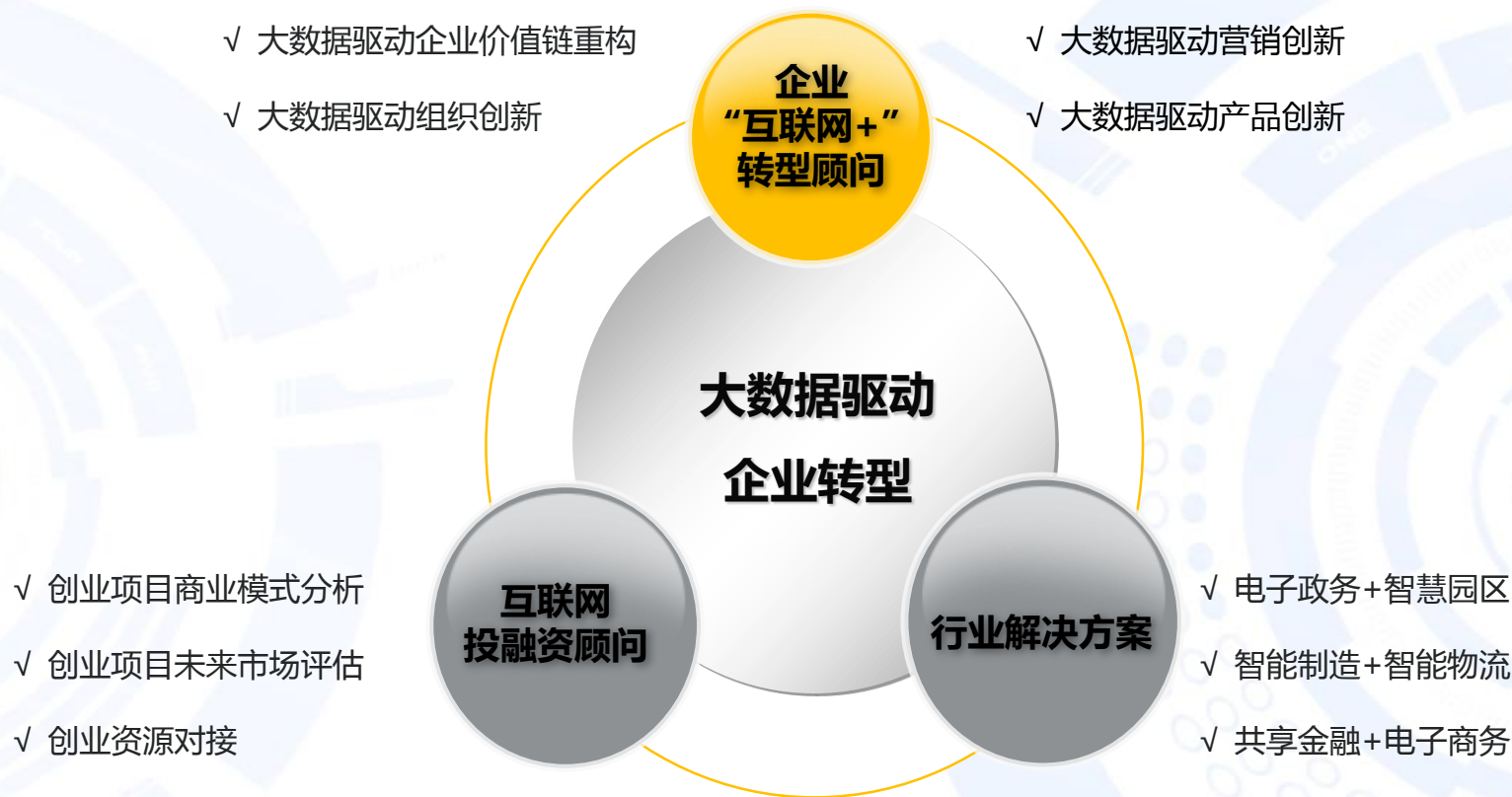
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

# 艾媒 • 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

**艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构**

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



# 因为专注，所以专业！

*Since 2010 , We focus on mobile Internet !*

全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构



**艾媒咨询集团**  
iiMedia Research Group