

2016Q3中国移动搜索 市场报告

2016Q3 China Mobile Search Engine
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



研究方法

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8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿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

2016Q3中国移动搜索应用行业现状

2

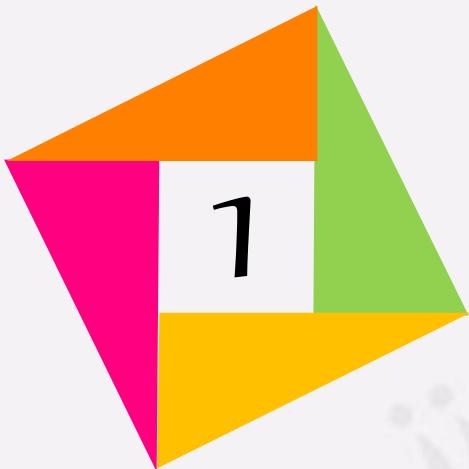
2016Q3中国移动搜索行业动态分析

3

2016Q3中国移动搜索用户分析

4

2016中国移动搜索应用发展趋势分析



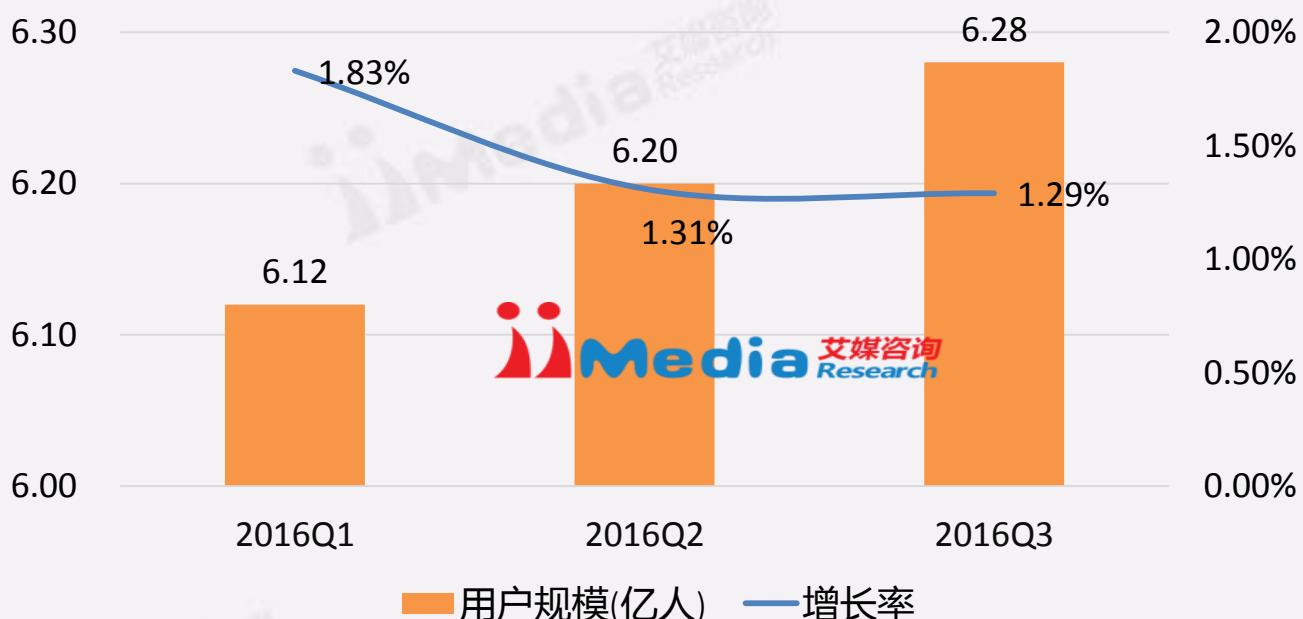
PART ONE

2016Q3中国移动搜索 应用行业分析

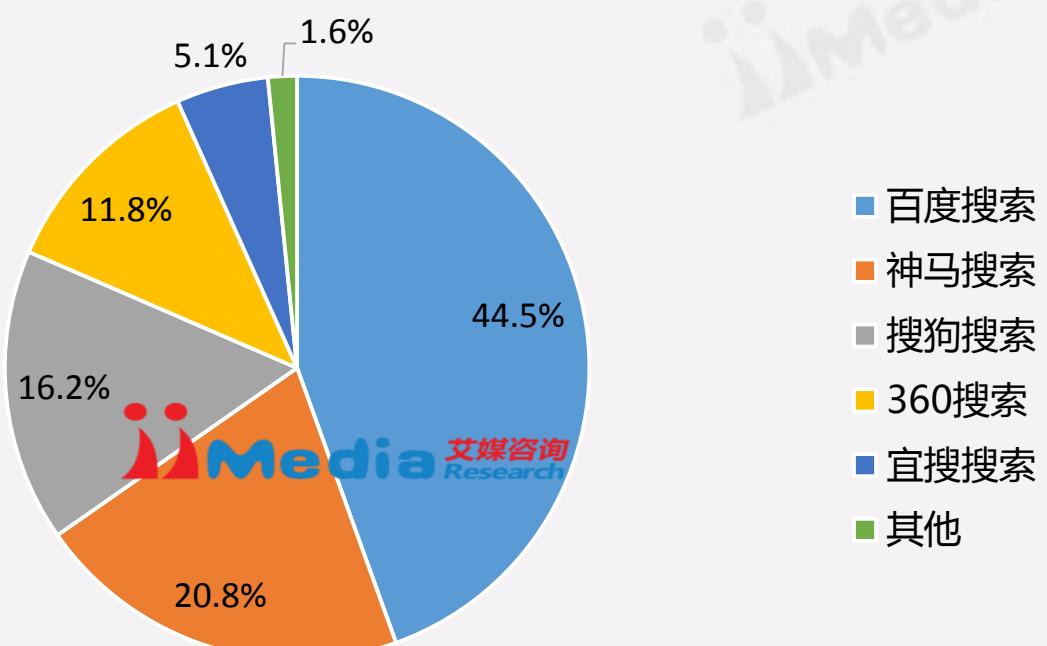
移动搜索用户增长率放缓，品牌格局维持稳定

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第三季度移动搜索用户规模达到6.28亿人，比上季度增长1.29%，增速放慢。用户品牌使用调查方面，百度仍以明显的优势领先于其他品牌，占比为44.5%。神马位居第二，占比20.8%。搜狗、360搜索紧随其后，占比分别为16.2%和11.8%。与上半年情况相比，品牌排名前三维持稳定。

2016Q3移动搜索用户规模及增长率



2016Q3中国移动搜索用户品牌使用调查





PART TWO

2016Q3中国移动搜索 应用动态分析

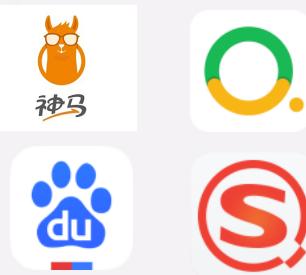
垂直应用添加搜索，搜索引擎覆盖垂直频道

艾媒咨询分析师认为，目前垂直类应用新增搜索功能，移动搜索引擎则不断接入新的垂直频道，两者在搜索方面的交叉覆盖已经形成。如，搜狗输入法最近推出快速分享功能，在输入过程中使用智能唤起、主动搜索以及长按候选词等选项，无需切换浏览器页面即可完成信息搜索和好友分享。

浏览器搜索



移动搜索品牌



流量大，功能全，服务品类多

搜索范围广，信息源多

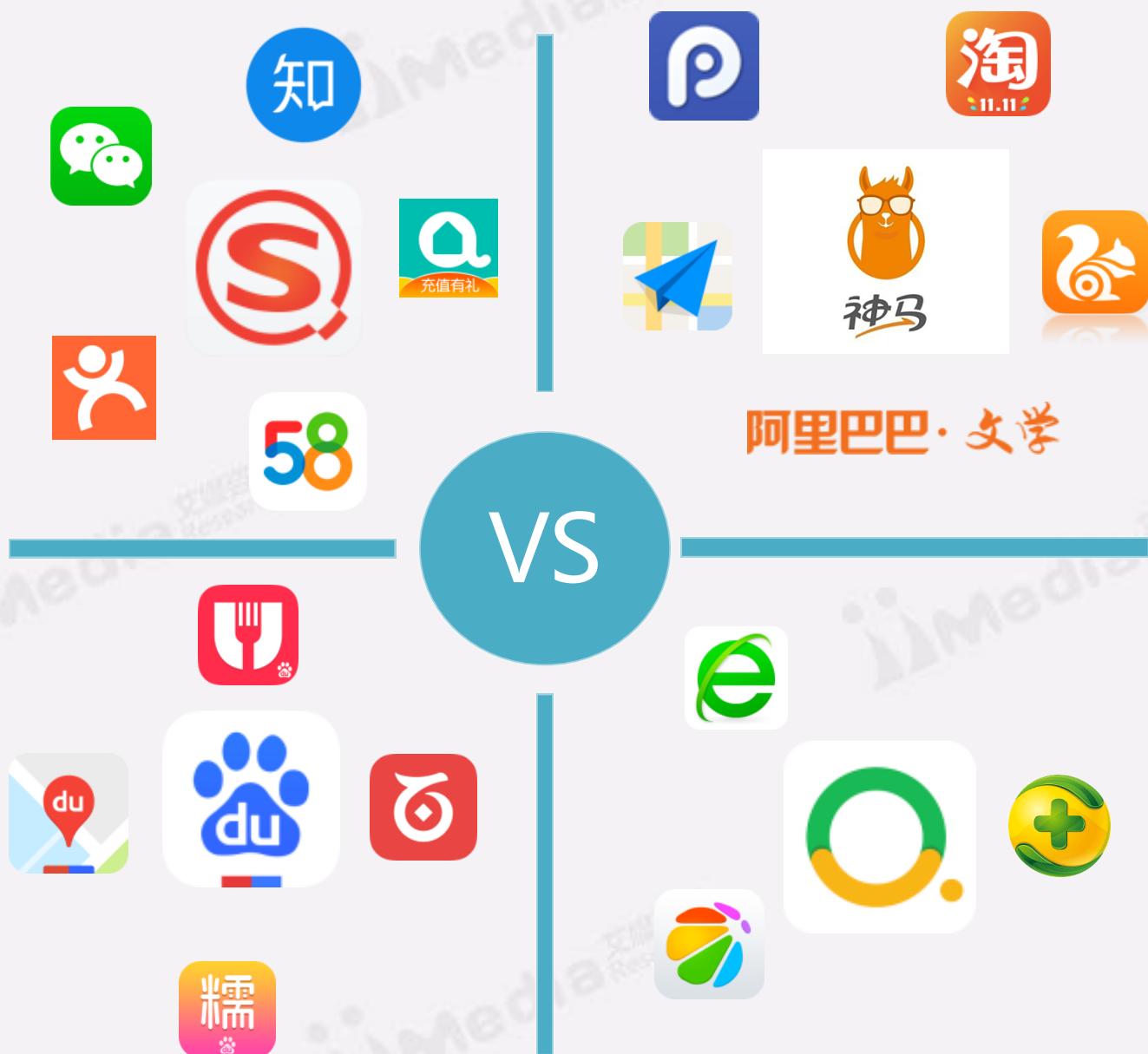
垂直类应用



满足各种精细化搜索需求

依托平台矩阵，完善内容服务生态

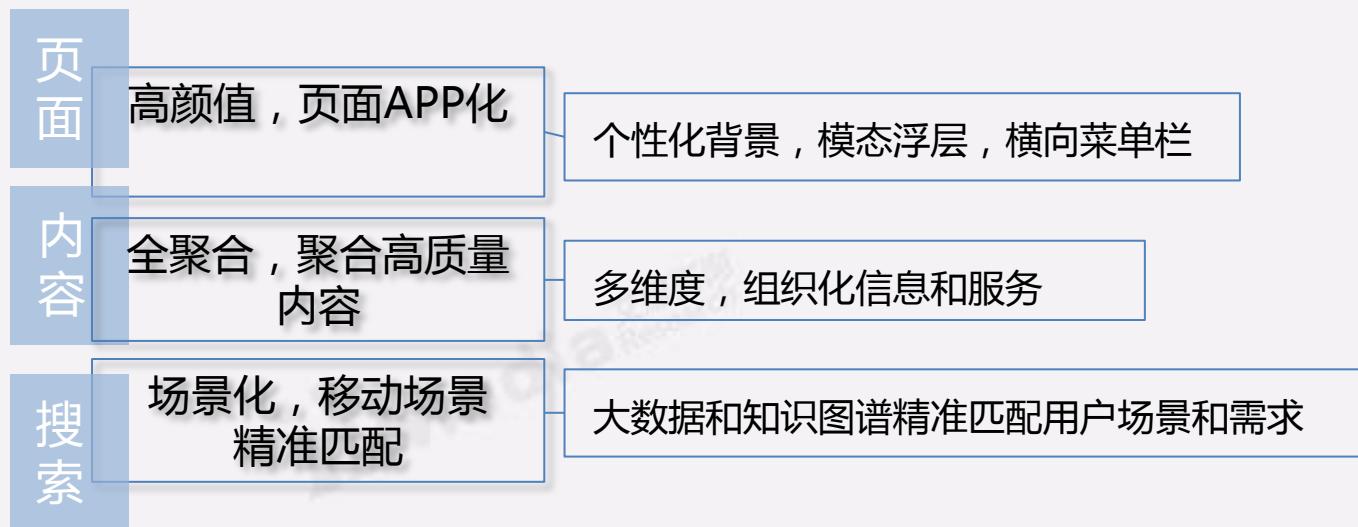
艾媒咨询分析师认为，各移动搜索应用背靠大平台资源，通过信息共享和流量导入，由此形成矩阵效应。作为搜狗公司最大的股东，腾讯公司向搜狗搜索开放微信公众号资源，成就了搜狗“微信头条”推荐阅读功能。神马搜索凭借UC的强大流量及阿里矩阵的全域支持继续完善搜索市场布局。百度搜索依靠自家百度糯米，百度地图和百度钱包等完成了信息服务支付的闭环。



探索移动搜索新模式

蓝光模式—搜索结果App化

神马搜索推出移动搜索交互产品蓝光模式，在欧洲杯，NBA比赛和奥运会期间，蓝光模式页面为用户带来了不一样的资讯阅读体验。



智能唤起+快速分享



搜狗搜索推出的“快速分享”功能把搜索嵌入日常对话当中，能够根据用户聊天情景进行智能感应和搜索，并在同一页面完成分享。



人机交互搜索

借助百度大脑人工智能技术引擎，将语音识别，图像识别，自然语言处理能力相结合，百度的人工智能助理“度秘”下的人机交互搜索打破了传统键盘输入的制约。

移动搜索场景化，互动化中寻突破

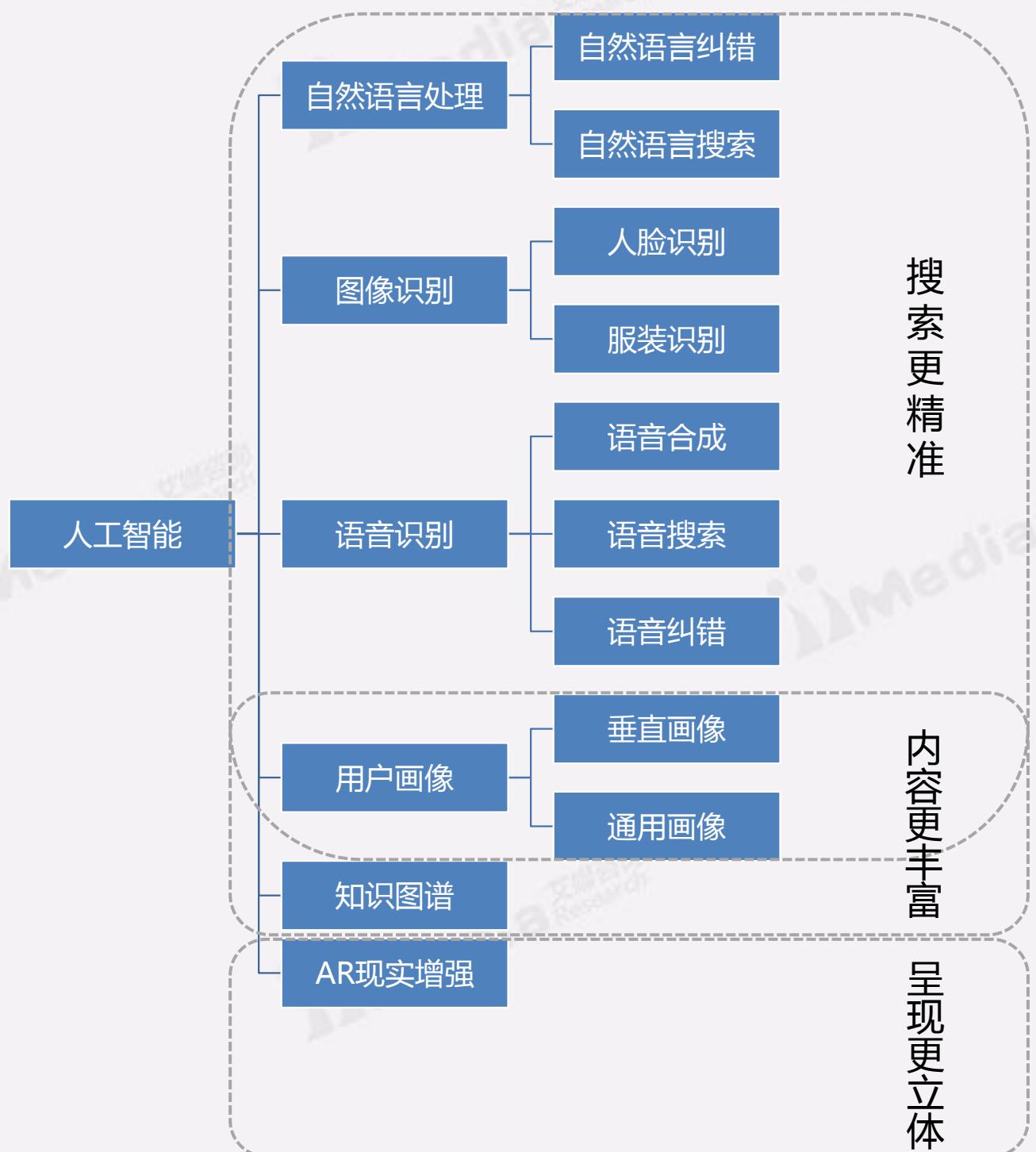
艾媒咨询分析师认为，在用户需求精细化，消费升级的现今，移动搜索应用开发的功能与产品渐趋场景化。如搜狗搜索推出的“拍照购物”，瞄准用户在街上，电视和广告牌看到喜欢的服装，想要进一步了解服装品牌和定价甚至完成购物的需求。对于想要在网上初步了解个人病症的需求，搜狗还提供“舌相诊断”，用户上传舌相照片和输入身体症状后即可得到诊断结果和医疗建议。



互动化尝试也是打开了移动搜索又一新思路。欧洲杯期间，神马搜索推出“神小马讲欧洲杯”，以交互和讲段子的形式推送新闻内容和体育资讯。对比起传统的单方面接受信息，与搜索引擎互动交流的玩法更能引起用户好奇心和兴趣。

人工智能增强搜索体验

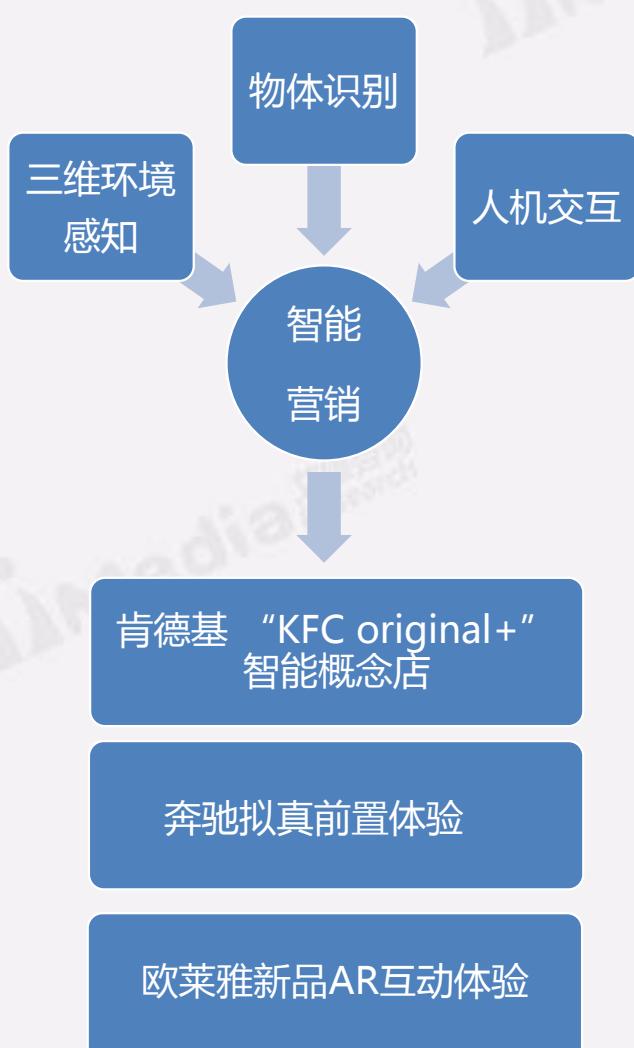
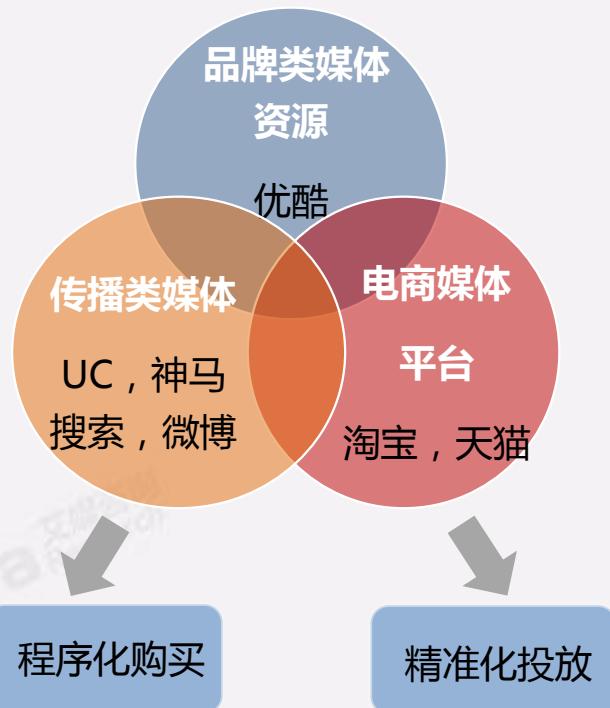
艾媒咨询分析师认为，无论是搜狗的“知音”语音搜索，还是基于人工智能算法、庞大的数据和计算能力的“百度大脑”，人工智能都在提高搜索结果精确度，改善用户搜索体验，创新搜索形式和信息展现方式上都显示出了巨大的潜力。其中，自然语言处理，用户画像，图像识别和语音识别技术使得搜索过程更方便，而知识图谱能为用户提供更优质全面的信息，AR现实增强则让信息呈现方式更立体生动。



从数据营销到智能营销

阿里媒体矩阵助力数据营销

阿里移动事业群打造媒体矩阵，上线汇川广告平台，打通了神马搜索，UC和PP助手，通过数据的汇聚和统一管理释放营销潜力，更好地变现流量。

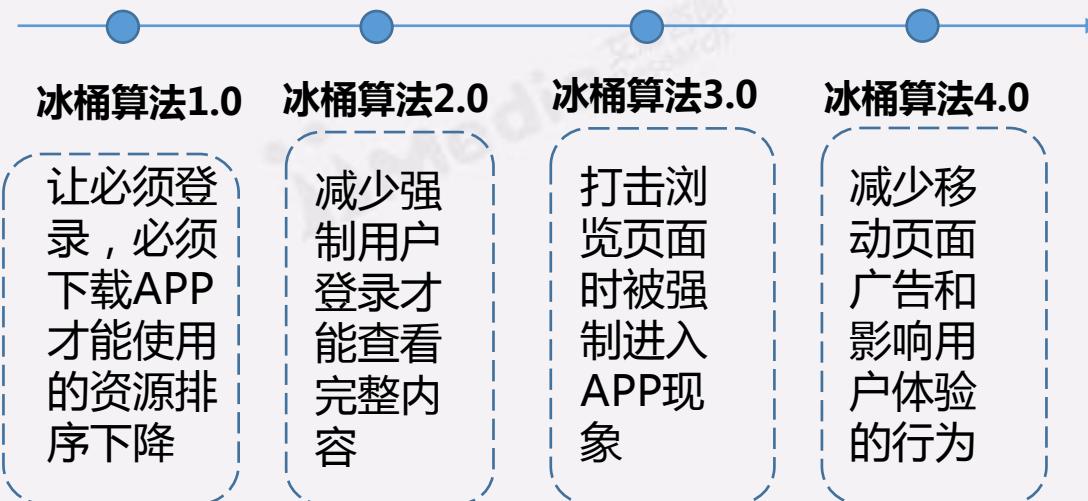


百度智能技术开创AR 互动营销

百度借助在人工智能的技术优势，创新品牌营销，以AR形式呈现广告信息，给受众带来更自然、直观的产品浏览体验。其中与梅赛德斯奔驰合作推出的智能拟真前置体验是国内搜索引擎第一款AR互动广告。

百度更新冰桶算法，大力整治移动互联网乱象

艾媒咨询分析师认为，百度加大整治违规广告的力度，是对用户体验关注的回归，力图重建消费者的信任。随着国家对互联网搜索信息管理力度加大，百度相继发布了3.0、4.0版本冰桶算法，重点打击如捆绑APP下载和广告遮盖浏览内容等干扰用户体验的设置。



在保障用户安全，广告内容过滤审核中百度还引入了人工智能。无论是人工智能算法对虚假广告特征库不断深度学习，还是基于海量数据分析广告主和广告画像，监测广告投放后的用户行为，都提高了虚假广告的预判的精准度和智能化。



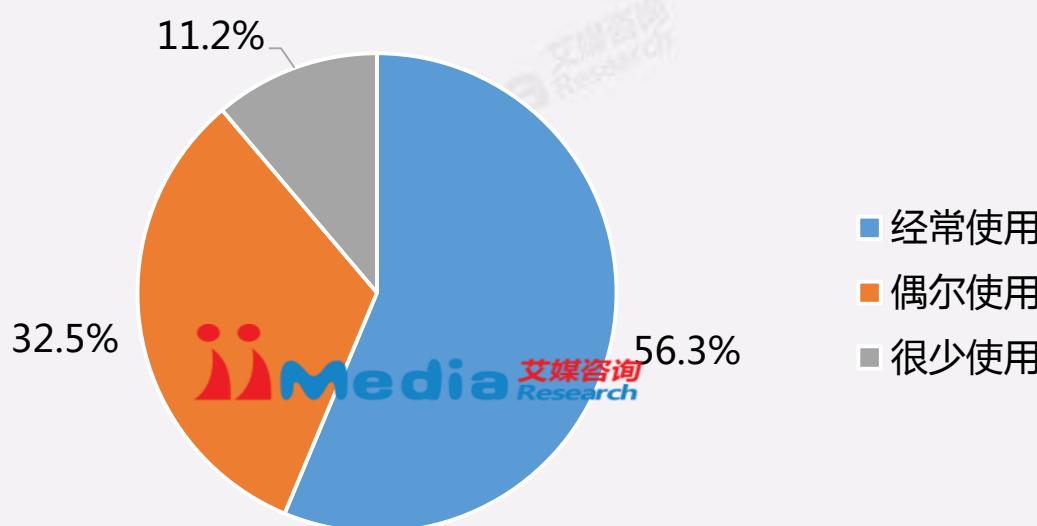
PART THREE

2016Q3中国移动搜索 应用用户分析

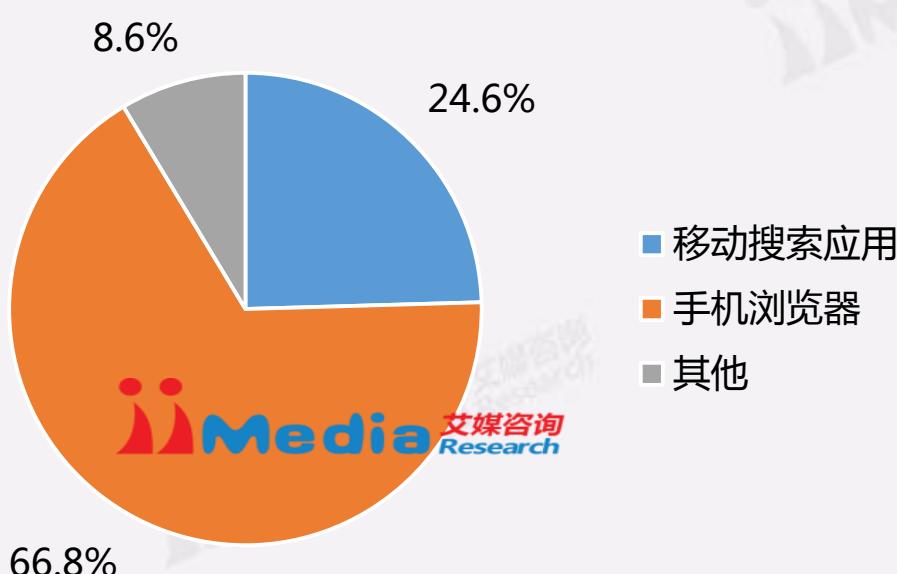
超五成用户经常使用移动搜索应用

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示: 2016年第三季度 , 56.3%的移动终端用户经常使用移动搜索应用 , 32.5%的用户偶尔使用移动搜索应用。移动搜索入口选择中 , 24.5%的用户使用移动搜索应用 , 66.8%的用户选择手机浏览器 , 选择移动搜索引擎用户比例略微上升。

2016Q3中国使用移动搜索应用用户使用频率



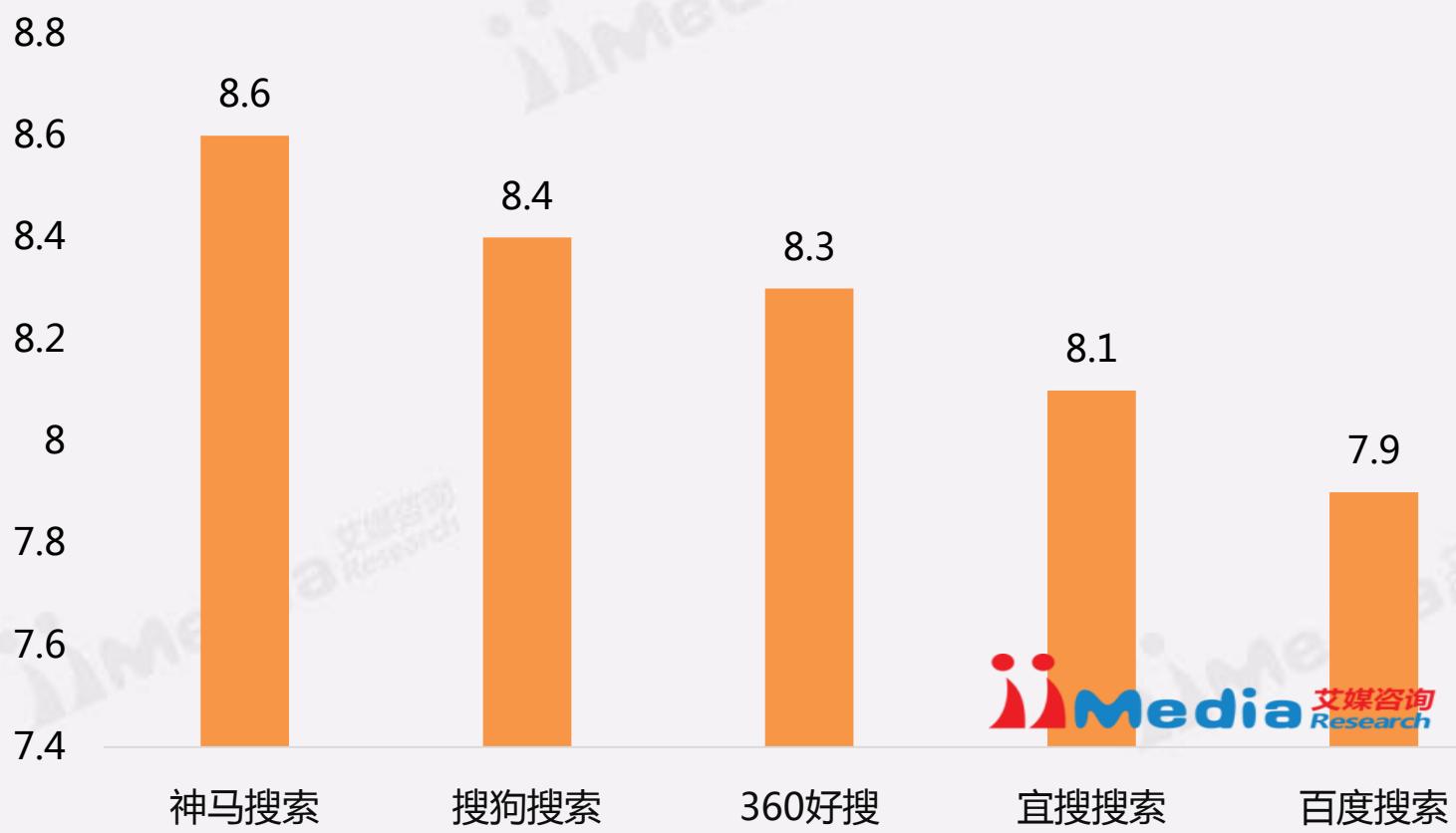
2016Q3中国用户移动搜索入口选择



移动搜索引擎用户满意度整体水平较高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 : 2016 年第三季度神马搜索的用户满意度评分为 8.6 分 , 领先于其它搜索引擎 , 搜狗、 360 好搜紧随其后 , 差距不大。用户满意度整体保持稳定。

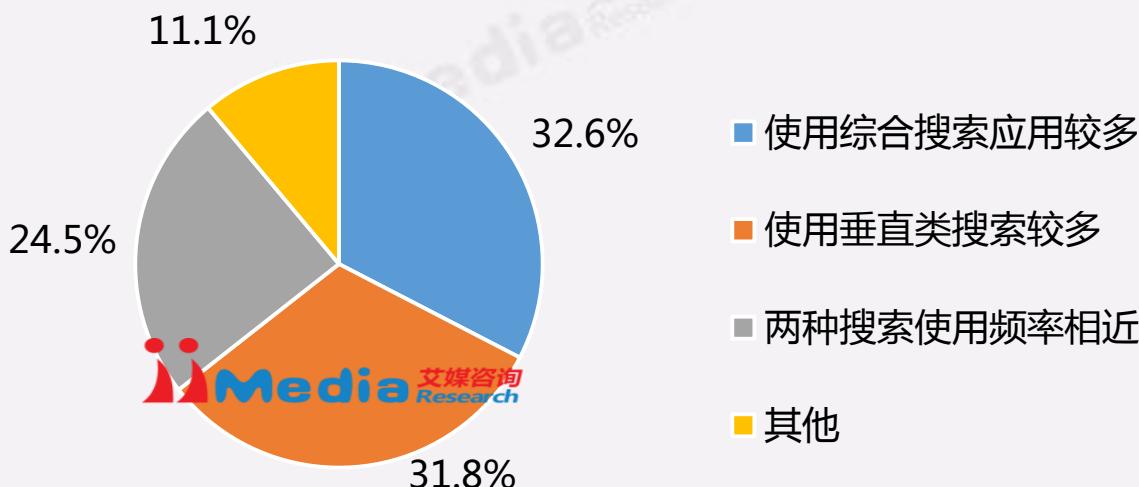
2016Q3 中国移动搜索用户满意度排行



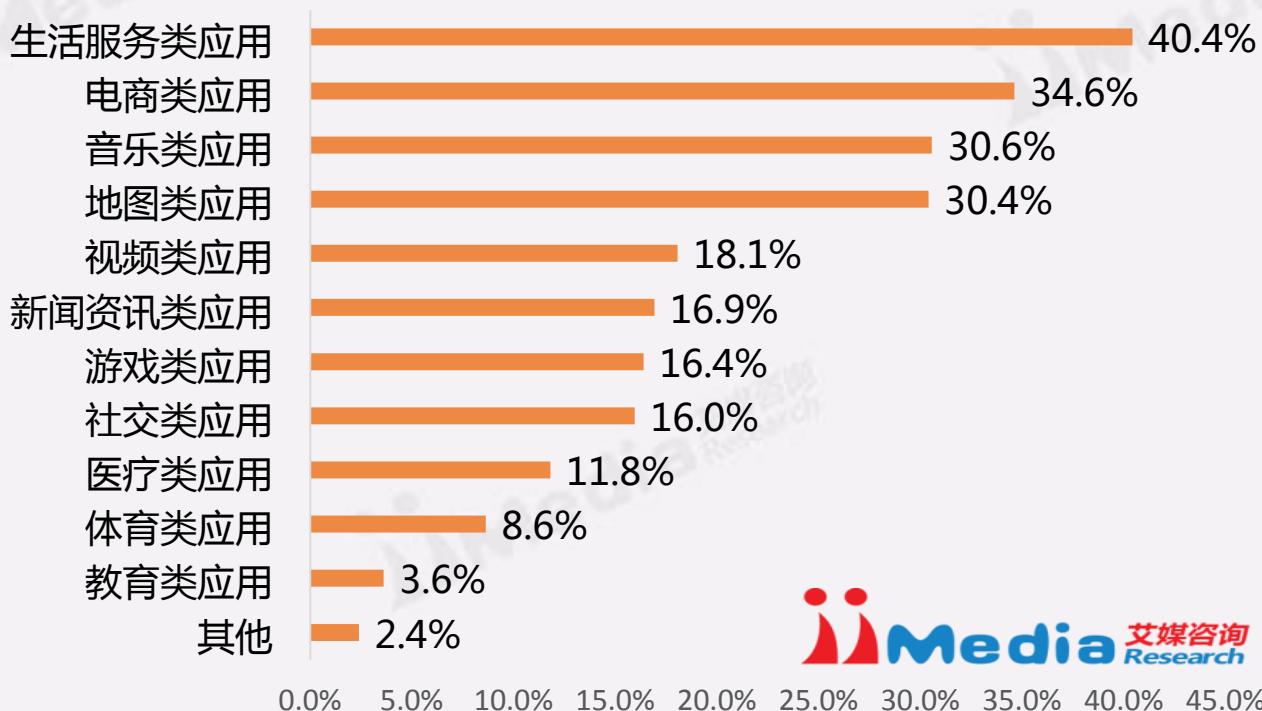
垂直类应用搜索和综合类搜索应用使用情况分布

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示：2016年第三季度，32.6%的用户使用综合应用较多，31.8%的用户使用垂直类应用较多，两者比例相差很小。在垂直应用中，40.4%的用户使用生活服务类应用搜索信息，其次是电商类应用（34.6%）和音乐类应用（30.6%）。艾媒咨询分析师认为，移动搜索添加更多生活服务内容将更好满足用户需求。

2016Q3中国综合搜索应用和垂直类搜索使用情况



2016Q3中国用户垂直类应用搜索使用情况分布



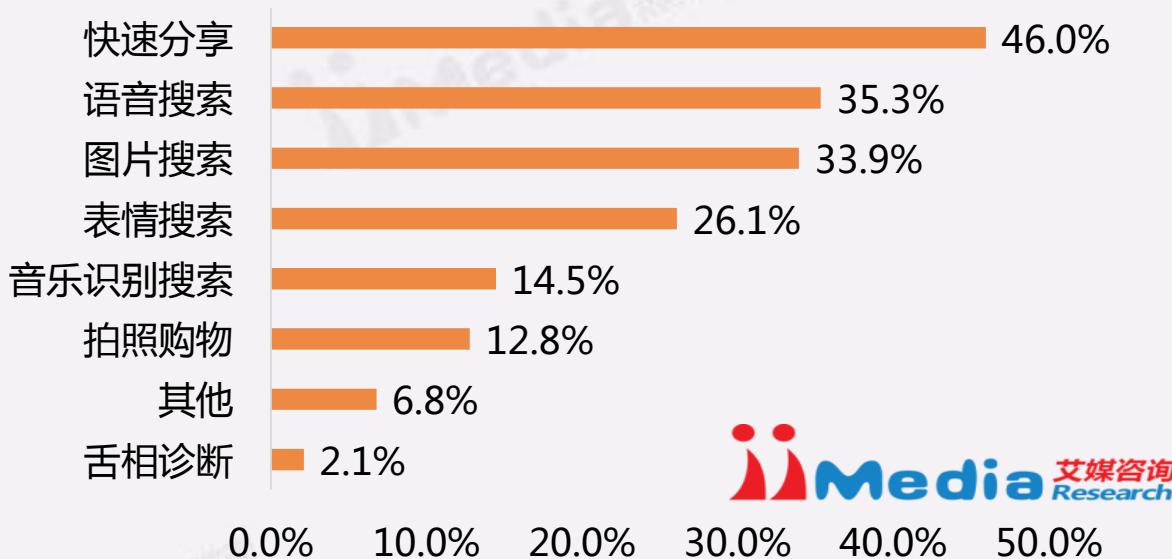
iiMedia 艾媒咨询
Research

iiMedia 艾媒咨询
Research

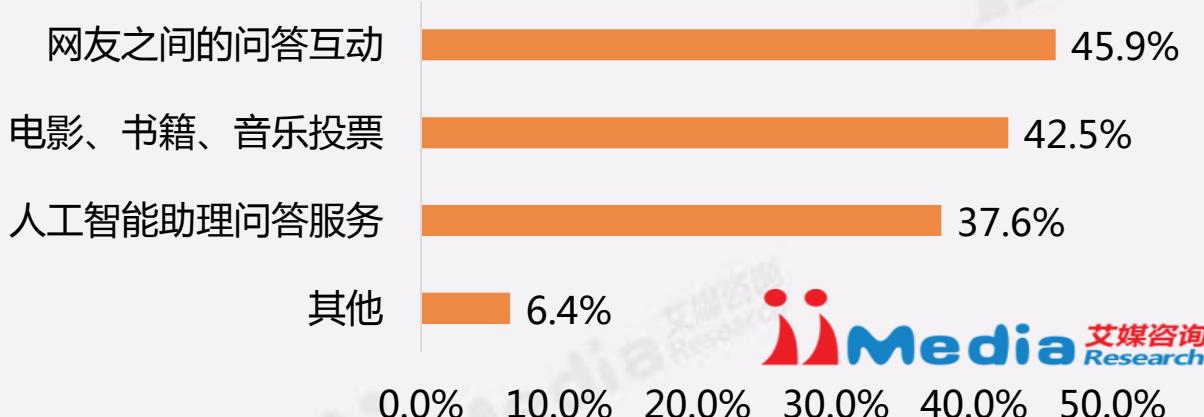
用户期待多种搜索互动方式

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示：46.0%的用户对快速分享功能感兴趣，35.3%和33.9%的用户分别对语音搜索和图片搜索感兴趣。在互动化功能方面，45.9%的用户都希望能增加网友互动问答功能，42.5%的用户期待可以在搜索时对音乐电影等大众娱乐产品进行投票。艾媒咨询分析师认为，用户喜欢多种不同的移动搜索功能和互动形式，移动搜索提升功能多样性将成为未来增强用户粘性关键。

2016Q3中国用户感兴趣的移动搜索功能分布



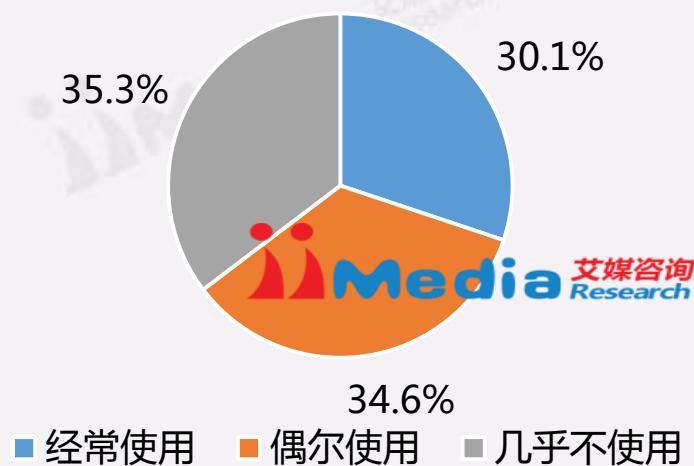
2016Q3中国用户希望新增的移动搜索互动功能



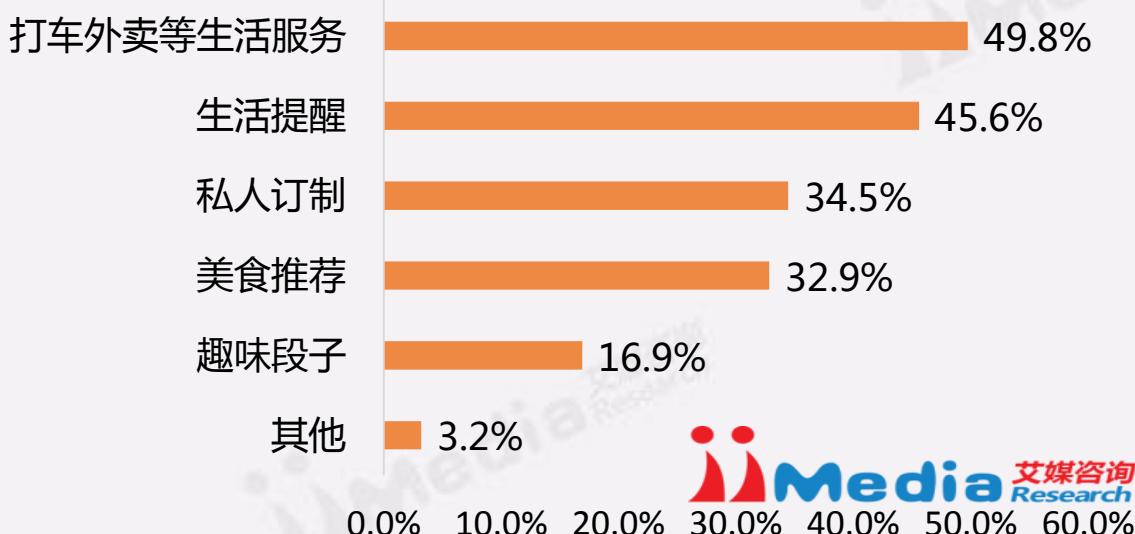
用户使用智能助理习惯有待养成

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示：35.3%的用户在进行移动搜索时几乎不使用智能助理，34.5%的用户会偶尔使用智能助理。在使用智能助理时，49.8%的用户会偏向使用打车点外卖等服务功能，45.6%的用户会使用生活提醒功能。艾媒咨询分析师认为，智能助理可开发的市场潜力较大，用户使用习惯有待养成。

2016Q3中国用户使用移动智能助理情况分布



2016Q3中国用户常用智能助理功能分布





PART FOUR

2016中国移动搜索应用发展 趋势分析

2016Q3移动搜索行业发展趋势

审视产品定位，避免同质化

在生态上，构建内容生态和服务生态，完善生活服务链；技术上发展语音识别，图像识别，推荐个性化搜索结果，这些都是几大搜索应用大力发展的方向。艾媒咨询分析师认为，要在渐趋同质化的局面中突围而出，各家应用需要有更加明晰和独特的产品定位，这考验应用开发商的创新力，消费者洞察力和资源整合能力。

引入优质内容，回归搜索本质需求

艾媒咨询分析师认为，搜索行业在不断探索新技术，新功能的同时需要关照用户最深层次的需求，即对优质，精准和专业内容的需求。接入优质内容平台，获取更多专业信息，利用算法提高搜索结果准确性，都是改善用户体验最基础、也最重要的前提。

聚合各大垂直平台，完善平台式生态圈

在信息的全面化和结构化，服务的多样化上，移动搜索应用拥有垂直应用所无法比拟的优势，而不断增多的垂直应用也使用户的精力和时间愈加碎片化。艾媒咨询分析师认为，移动搜索可以通过打通更多的应用，接驳更多的服务和信息窗口，尤其是新闻资讯，力争完成从工具应用到平台式生态圈的转型，从垂直应用中夺回流量失地。

2016Q3移动搜索行业发展趋势

平衡用户体验和流量变现

艾媒咨询分析师认为，大力整治广告乱象过后，推广信息过多仍是用户搜索普遍反映的问题，这最终很可能导致用户用脚投票，转向其他更少广告的搜索方式。搜索应用需要探索用户搜索体验和流量变现之间的平衡点，尝试创新营销模式，运用AR和VR技术制作趣味性、参与式的广告，使产品信息自然地融入场景中，增强用户体验。

互动搜索新玩法抢占年轻市场

如今年轻的数字原生代追求新鲜好玩的产品，他们更加青睐于创新的、有趣的获取信息方式。艾媒咨询分析师认为，要想赢得更多年轻用户的市场，各大应用商可以开创更多新玩法吸引眼球，添加如网友互动问答、电影音乐明星投票和游戏等互动方式。

整合人工智能科技，智能助理成下一竞争关口

在各公司纷纷布局AI技术的当下，差异化的关键在于如何综合多项人工智能技术，为用户提供更贴心的生活服务。艾媒咨询分析师认为，下一步，以语音交互为入口、拥有海量数据和强大计算能力、将个性化的信息与服务以互动的形式地送达用户的智能助理，将成为最大看点。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、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。



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn

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。



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。



因为专注，
所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构