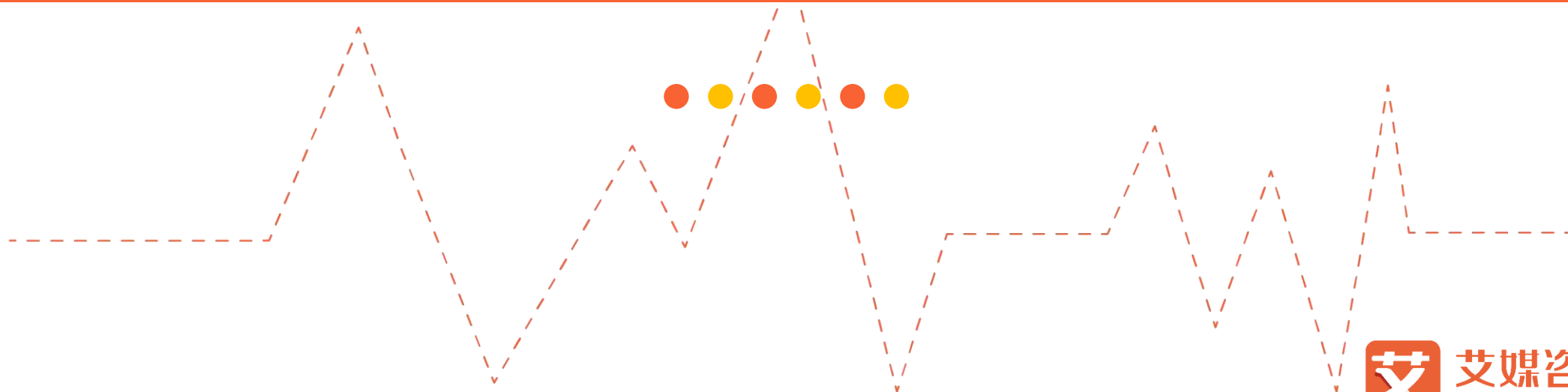


2018Q3

中国移动搜索市场监测报告

2018Q3 China Mobile Search Market Research Report



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互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，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、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 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research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

2018Q3中国移动搜索市场动态

2018年第三季度，移动搜索公司纷纷在净化内容、吸引流量方面发力，实现搜索引擎流量与内容行业创作“共赢”。搜索引擎信息竞价排名模式使虚假广告横行，移动搜索公司受舆论危机，各移动搜索公司发力内容生态建设，百度搜索上新搜索算法。搜狗搜索推出搜狗号，360搜索上线图刻，对标微信公众号，保证平台内容监管与优质内容生产。百度搜索上线智能小程序，对标微信小程序，利用搜索流量抢占社交流量，精准连接用户全域引流。

1. 百度上线智能小程序，重新定义搜索

2018年7月4日，百度智能小程序正式上线。9月25日，百度宣布智能小程序开放申请。智能小程序为百度搜索带来无限想象空间的动态创造力节点，用户成为节点的深度交互参与者。智能小程序+信息流，搜索框的入口价值变得更加立体化、纵深化、一站式。智能小程序依托以百度APP为代表的全域流量，通过百度AI开放式赋能，精准连接用户。

2. 百度搜索发布“细雨算法”、“飓风算法”，加强平台监管

2018年7月中旬，百度发布“细雨算法”。百度官方发布声明即将于9月下旬推出飓风算法2.0版本。新出算法将更加严厉的打击采集站点，清除低质量垃圾站点，给原创内容站点更多的展示和流量。百度搜索引擎更新速度由半年缩短至两个月，从技术层面加强平台内容管理。

2018Q3中国移动搜索市场动态

3. 360搜索上线“图刻”，区块链技术护航内容创作

2018年7月30日，360搜索上线原创图片认证平台“图刻”，宣告首次进军区块链领域。依托360区块链强大的技术能力与360搜索的品牌，“图刻”为广大内容创作者推出区块链版权认证、品牌流量收益、全网版权保护三大核心功能，并打通360十大产品体系，帮助原创作者获得流量分成收益，实现搜索引擎流量与内容行业创作“共赢”，助力原创价值传播。

4. 搜狗正式推出搜狗号，深耕内容生态领域

2018年9月13日，搜狗宣布入局内容生态领域，正式推出内容开放平台——搜狗号，目前已开通个人、媒体、国家机构、企业、其他机构五种类型账号的入驻通道，搜狗号帮助内容创作者实现内容高曝光和精准传播，同时为互联网用户个性化推荐信息流内容，提升碎片化阅读的价值。搜狗号还将逐步上线收益中心，上线广告分成、流量分成，为优质原创作者提供更优质多样的服务及相关补贴。

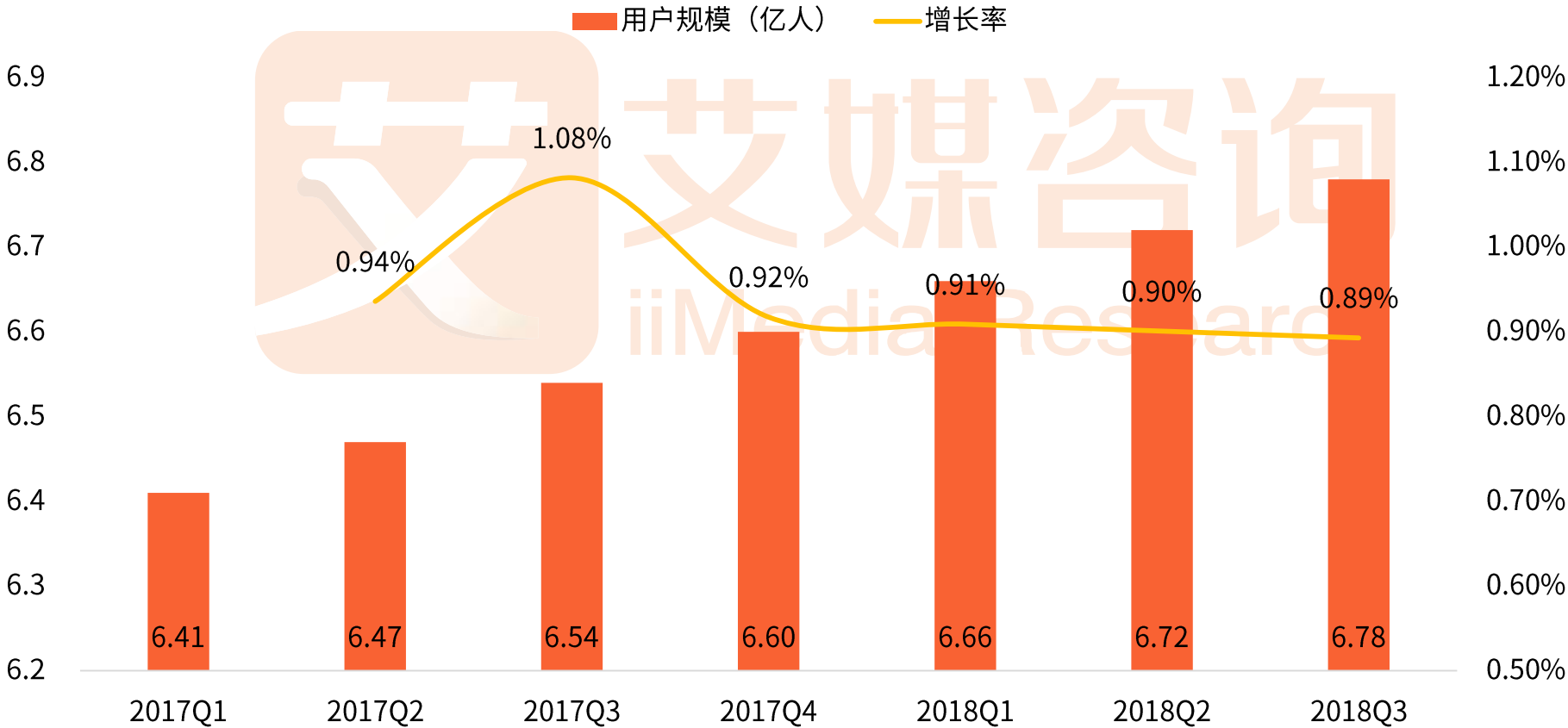
5. 虚假广告横行，百度、神马舆论危机不断

2018年9月20日，聚投诉向神马搜索和UC浏览器发函，就推广信息核实机制、涉骗推广商家情况、投诉处理方案等问题，请其回应。9月8日，百度搜索的医疗竞价排名又被央视曝光。付费广告放任虚假数字加密货币投资信息流窜，移动搜索因虚假广告舆论危机不断。

2018Q3中国移动搜索用户达6.78亿人

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第三季度中国移动搜索用户规模增至6.78亿人，增长率为0.89%。

2017Q1-2018Q3中国移动搜索用户规模及增长率

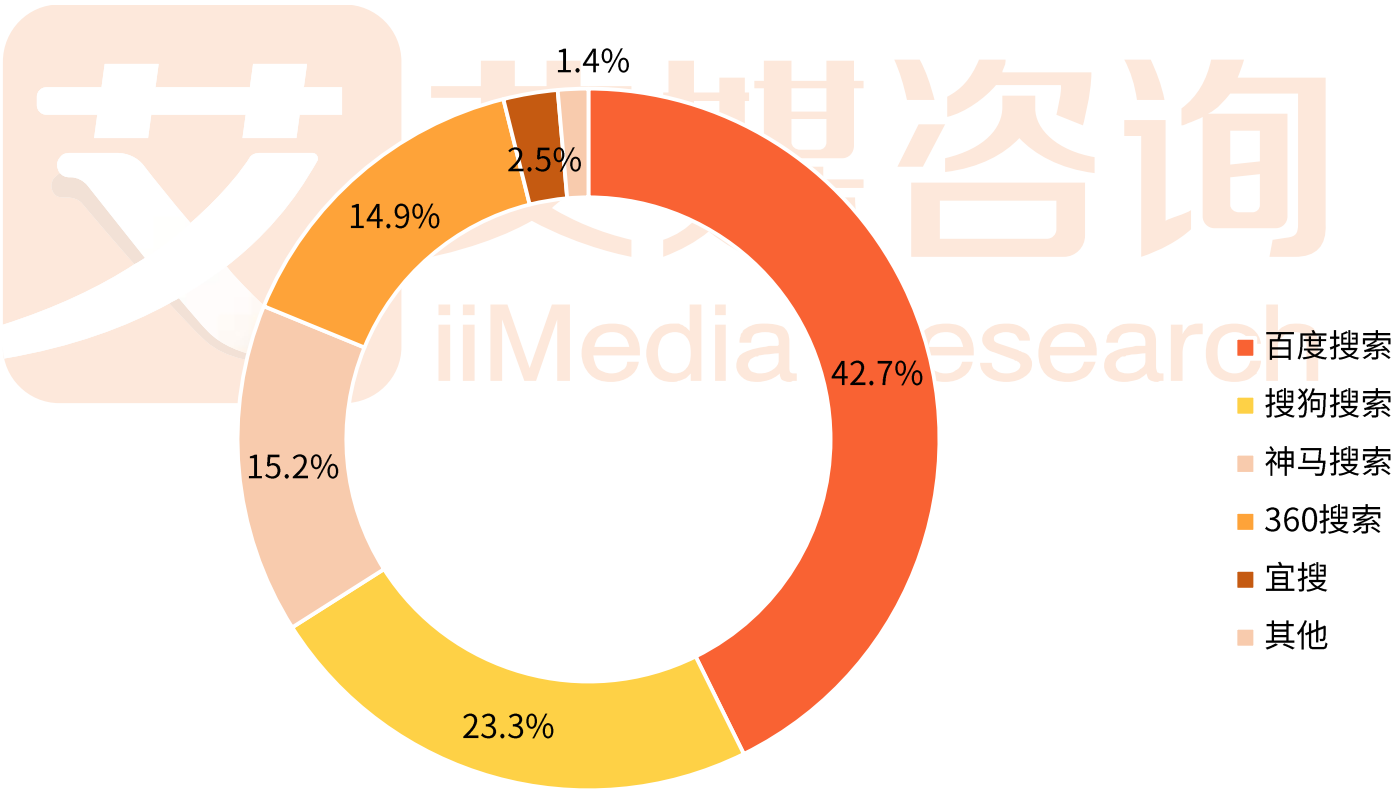


数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统（bjx.iimedia.cn）

百度搜索、搜狗搜索居用户首选品牌前两位

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第三季度，在中国移动搜索用户首选品牌使用占比中，百度搜索占比42.7%行业第一，搜狗搜索以23.3%的占比紧随其后。

2018Q3中国移动搜索用户首选品牌使用分布



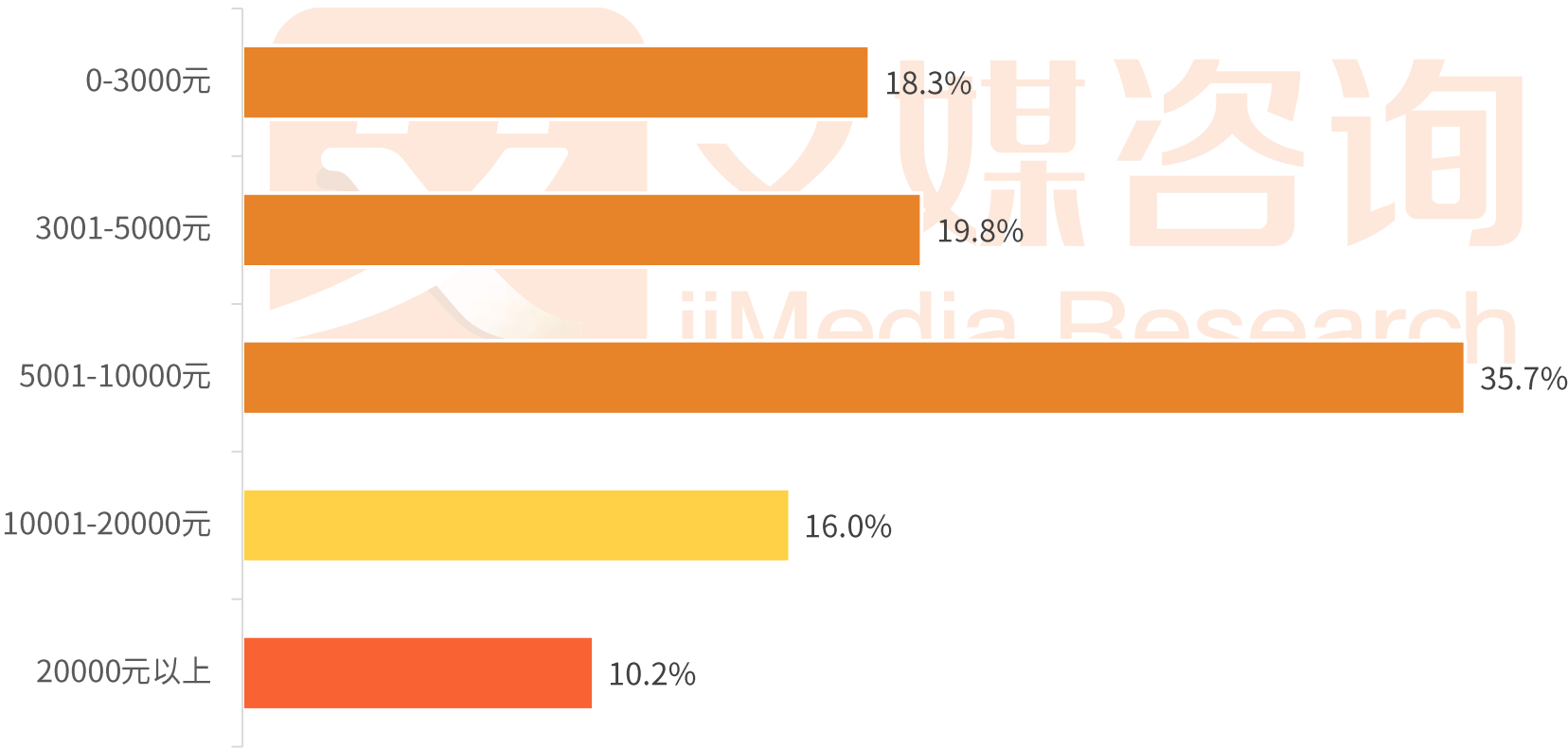
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

收入5000元以上用户占比超六成



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第三季度，61.9%的中国移动搜索用户月收入在5000元以上，中国移动搜索用户收入偏中高水平。

2018Q3中国移动搜索用户月收入分布

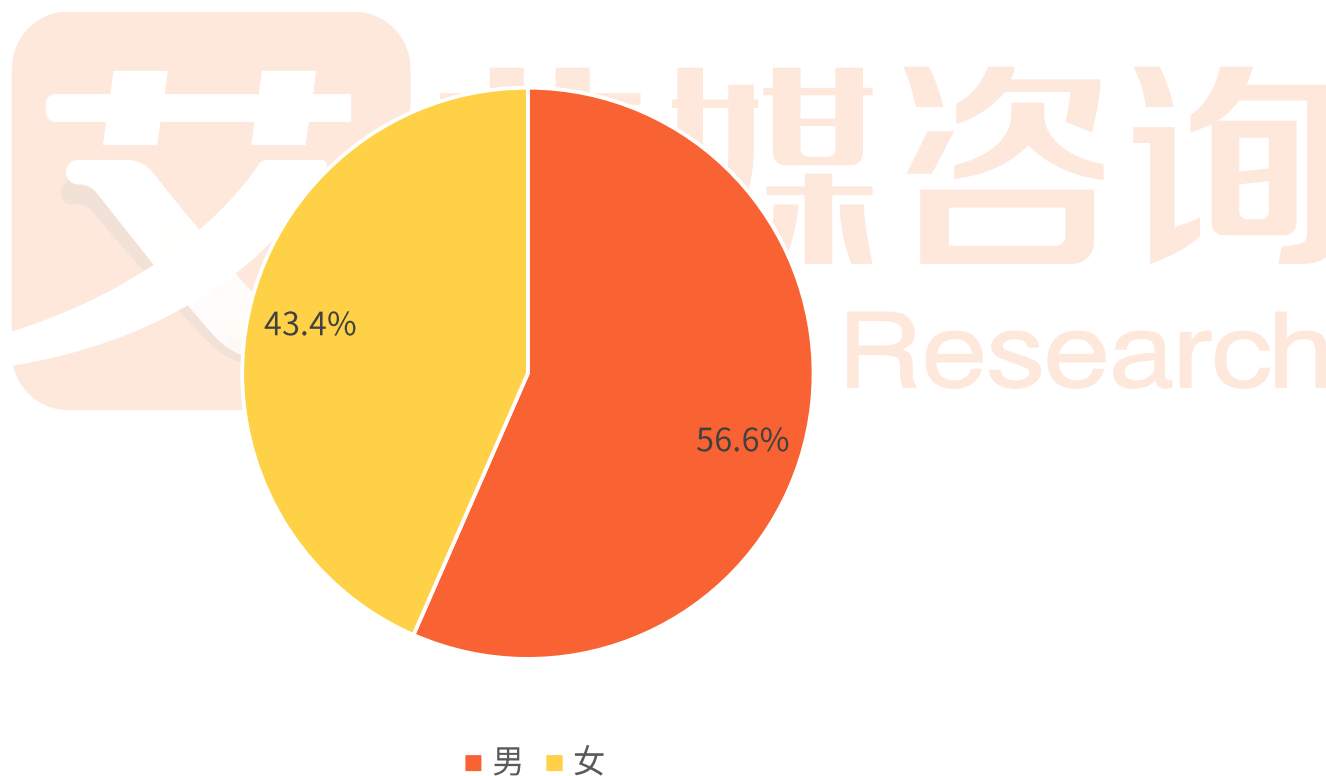


数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统（bjx.iimedia.cn）

中国移动搜索用户男性用户较多

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第三季度，中国移动搜索用户男性占比56.6%，女性占比43.4%，总体男性用户较多。

2018Q3中国移动搜索用户性别分布

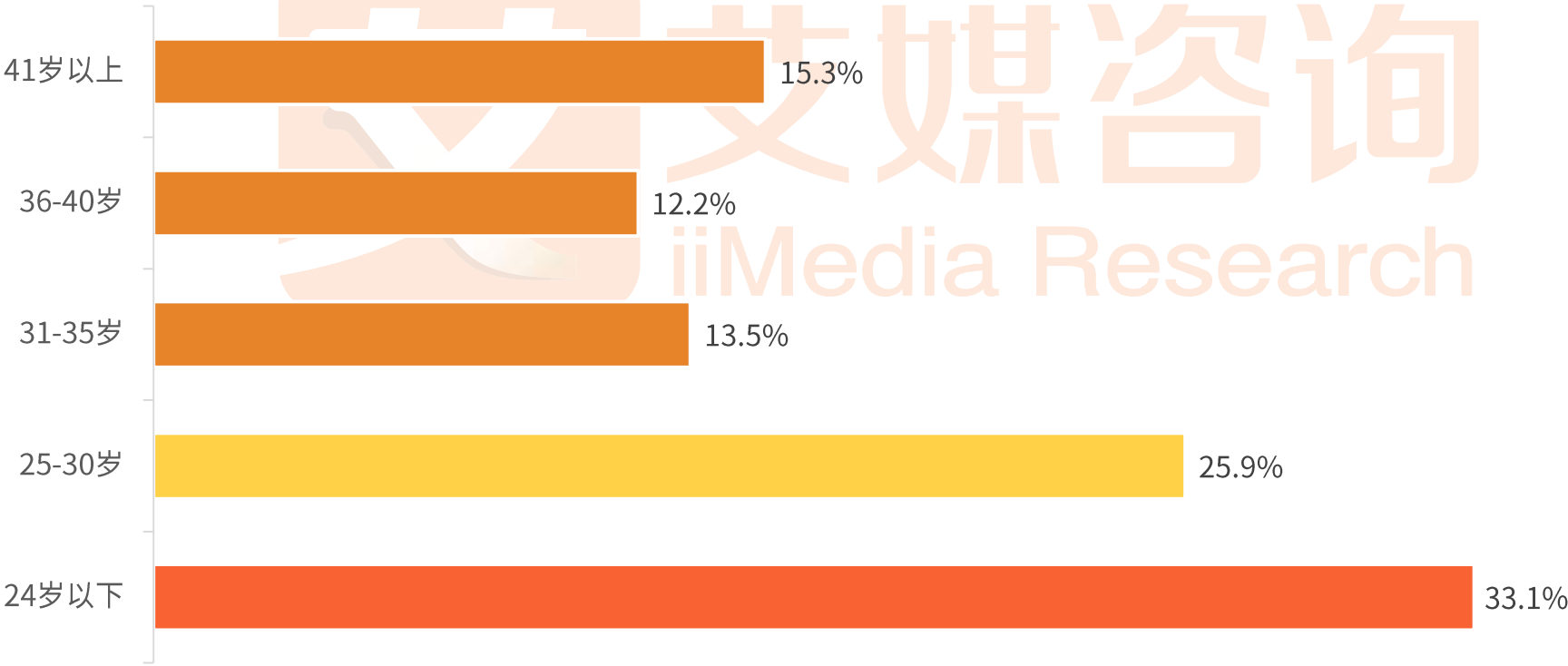


数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统（bjx.iimedia.cn）

六成中国移动搜索用户年龄在30岁及以下

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第三季度，59.0%的中国移动搜索用户年龄在30岁及以下。艾媒咨询分析师认为，中国移动搜索年轻用户群体占比高，移动搜索平台可在内容建设与引流方面与年轻人兴趣爱好相结合，开发更精细化的体验。

2018Q3中国移动搜索用户年龄分布



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统（bjx.iimedia.cn）

中国移动搜索未来发展趋势

1. 逐步完善“公众号”和“小程序”布局，抢占社交流量

社交流量强大背景下，搜索流量也开始展示无限潜力。对标微信公众号，百度推出熊掌号，搜狗推出搜狗号。对标微信小程序，百度推出智能小程序。移动搜索企业纷纷推出或加强“公众号”、“小程序”布局，抢占社交流量。艾媒咨询分析师认为，目前社交布局搜索发展疲软，而搜索引擎不占据手机内存，且操作简单，布局“公众号”、“小程序”等具有明显优势，未来移动搜索具有很大发展潜力。

2. 注重用户评价，打造良好内容生态

目前多数移动搜索采用竞价广告的商业模式难以保障内容质量，虚假广告、舆论危机导致移动搜索信用度下降。内容建设是长远用户粘性的前提。百度为此推出的无广告搜索引擎“简单搜索”以改善用户体验取得了一定成效。艾媒咨询分析师认为，未来移动搜索平台将进一步加强技术投入，继续加强搜索算法，力促人工智能发展。同时引入内容创作者，鼓励维护原创内容生产，打造良好内容生态，实现后续引流、创收。而早期成长起来的实力强大的搜索公司也将可能继续推出无广告搜索引擎，以改善用户对品牌形象的认知。

中国移动搜索未来发展趋势

3.广告盈利模式仍是主流，搜索领域后起之秀更可能创新商业模式

广告盈利模式能够短时有效创造巨大收益，是搜索公司最主要收入来源，未来搜索领域巨头将继续在广告和内容的矛盾之间权衡前行，广告依旧是现有搜索巨头难以割舍的创收主流。艾媒咨询分析师认为，相对于谨慎且对广告盈利模式依赖度较高的现有搜索巨头而言，新崛起的搜索企业更可能进行商业模式的创新，有效把握新用户群体需求，从用户社群、内容付费等实现商业模式的创新。

4.搜索引擎设计与功能转变，贴合新一代用户需求

95后、00后等年轻新一代逐渐成为搜索引擎主要用户群体，搜索引擎根据新用户群体消费偏好和消费特征在设计界面改进，在功能板块更新都需要重新考量。艾媒咨询分析师认为，目前搜索引擎巨头或者将来搜索领域后起之秀都将在设计、功能、内容等进行创新以更加切合新时代用户需求，增强未来用户群体粘性。

5.搜索领域技术突破，垂直领域搜索或成未来发展新黑马

移动搜索领域巨头目前以综合搜索为主，搜索特定领域内容较为零散，深度和精度有待提高，用户搜索效率仍较低。艾媒咨询分析师认为，未来垂直领域搜索具有较大发展空间，如聚焦游戏娱乐、视频等的垂直领域搜索引擎将有效解决用户定向搜索需求，凭借其专业性及高效率开拓搜索新领域，但垂直搜索领域仍需要大量资金投入方能实现技术突破。

关于艾媒咨询



iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。每天，全球超过100家主流媒体，1500家（个）自媒体、大V使用艾媒数据和分析师观点，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

POIIMedia(艾媒舆情)

大数据舆情监控系统

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DatallMedia(艾媒北极星)

移动应用运营监测

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia(草莓派)

用户感知与体验监测

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SoicaliiMedia

微信微博媒体监测

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingiiMedia(艾媒金榜)

权威消费品牌评价监测

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia

移动广告效果监测

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由艾媒大数据监测系统、行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: xxx@iimedia.cn

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑



全球领先的移动互联网产品对标分析平台



扫描二维码查看更多数据

咨询

网址: <http://bjx.iimedia.cn>

邮箱: alex@iimedia.cn

涵盖数十个领域，三百个细分行业，监测超过3万款APP

全功能版：提供APP下载、活跃、留存、渠道分发及转化等全维度数据，可进行APP 用户分析、运营分析、质量分析、竞争分析等

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

<http://report.iimedia.cn> 一键定制



因为专注，所以专业！

Since 2007, we focus on New Economy!



全球领先的新经济行业大数据挖掘与咨询



iiMedia Research