2019苏宁易购

主站搜索APP竞品分析

消费者研发中心 搜索研发中心 体验设计部

2019苏宁搜索竞品分析主要内容

Table of Contents

1

目的

竞品分析的目的。两个月更新一次竞品分析，及时监控竞品优化，保证苏宁搜索体验优化

2

选择合适的竞品

针对不同的目的，选择适合的竞品。搜索主站对比分析主要选择核心竞争对手，不同品类的结果页可重新选择垂直类竞品。

3

用户分析

重点分析行业现状，以及苏宁和各竞品的北极星目标和主要目标群体。

2019苏宁搜索竞品分析主要内容

Table of Contents

4 **现状分析**

根据苏宁搜索的整体数据看现状，行业现状，跟竞争对手现状的初步对比。

5 **核心功能分析**

搜索核心功能和核心的界面罗列，通过主要功能分析结合目前的功能数据，进行SWTO分析并得出结论

6 **优化建议**

通过整体和核心功能架构的分析，给出2019年主站搜索的优化建议。

竞品分析的目的

通过竞品分析，把握竞品优势，寻找自身产品不足和优点，对搜索产品进行体验升级。

淘宝-移动生活社区

综合网购零售平台

4.6 ★★★★★

版本8.4.0

理想生活上天猫

全球消费者挚爱的品质购物之城

4.7 ★★★★★

版本8.4.0

挑好物，上京东

专业综合网上购物商城

4.0 ★★★★☆

版本7.3.6

上网上街上苏宁

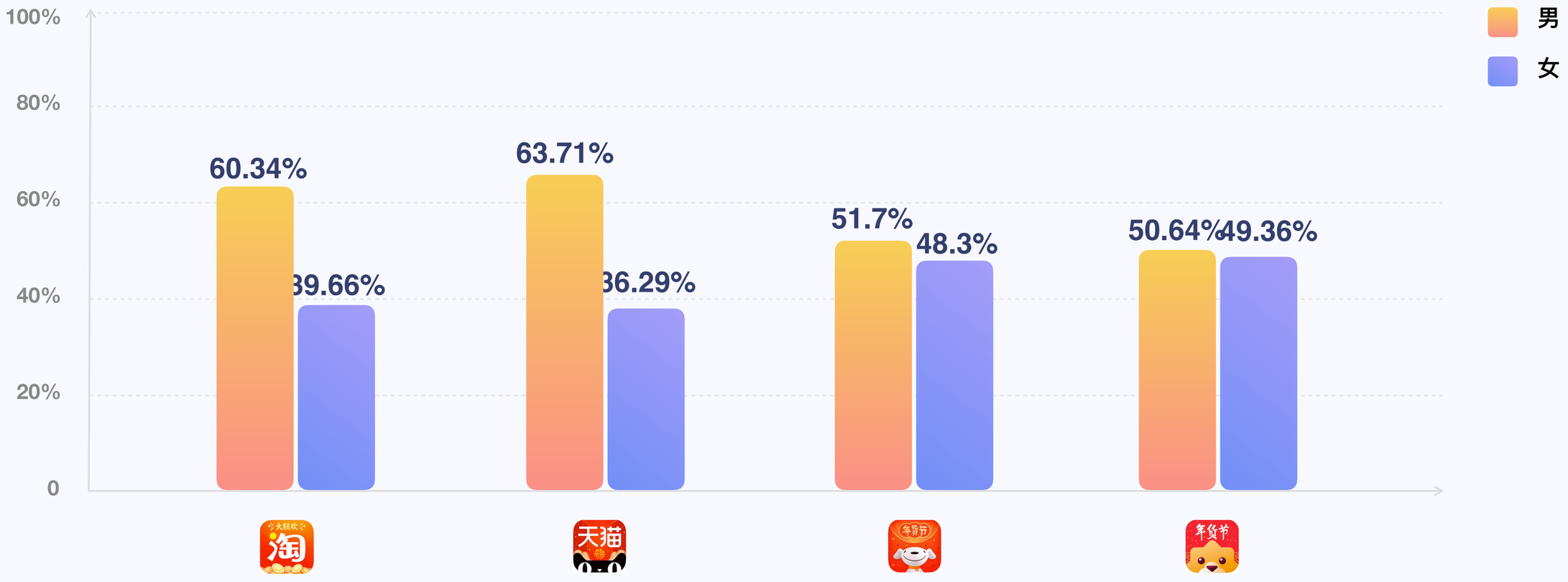
综合网上购物平台

4.9 ★★★★★

版本7.4.2

用户男女比例

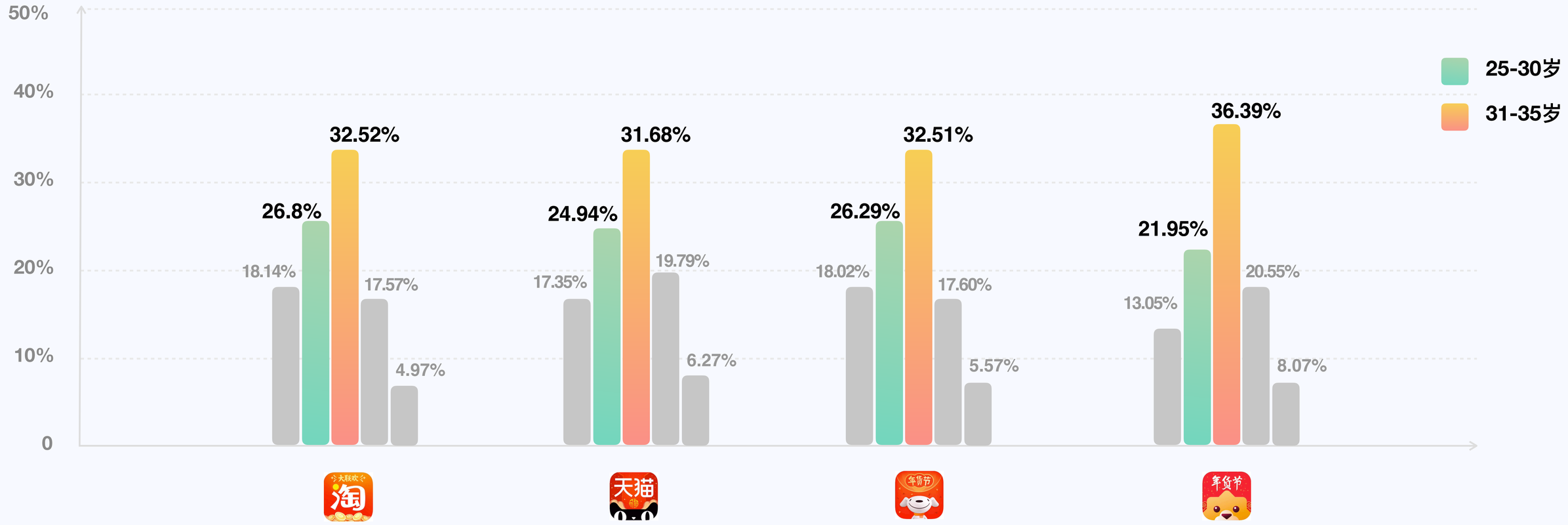
淘宝和天猫都是女性用户为主，京东和苏宁男女比例趋于平等。
相比较而言淘宝天猫界面更活泼更女性化，京东苏宁界面风格更中性。



数据来源：艾瑞指数 2019/01/31

用户年龄占比

四大电商平台的用户年龄层集中在25~35岁之间，年龄分布比较一致。
说明用户偏年轻化，用户比较容易接受变化，产品可以更活泼。



数据来源：艾瑞指数 2019/01/31

苏宁在安卓系统购物类排名

	应用	排名	类别	昨日新增下载量	最后更新	公司名称
1	京东 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	1	购物	360328	2019-01-31	北京京东世纪贸易有限公司
2	手机淘宝 淘宝（中国）软件有限公司	2	购物	673434	2019-01-31	淘宝（中国）软件有限公司
3	拼多多 上海寻梦信息技术有限公司	3	购物	970785	2019-01-31	上海寻梦信息技术有限公司
5	唯品会 广州品唯软件有限公司	5	购物	162335	2019-01-31	唯品会（中国）有限公司
6	天猫 浙江天猫技术有限公司	6	购物	52864	2019-01-31	淘宝（中国）软件有限公司
8	蘑菇街 杭州卷瓜网络有限公司	8	购物	73731	2019-01-31	杭州卷瓜网络有限公司
14	苏宁易购 江苏苏宁易购电子商务有限公司	14	购物	29416	2019-01-31	北京红孩子互联科技有限公司

数据来源：https://www.qimai.cn/rank/index/brand/free/device/iphone/country/cn/genre/6024/date/2019-01-31

APP Store 购物类综合排名

苏宁在电商整体排名居中，Iphone排名优于安卓。

	应用	总榜排名	应用/游戏	分类排名	关键词覆盖	最新版本	公司名称
1	淘宝 - 移动生活... Taobao (China) Software CO.,LTD	34 ▼3	30 应用 ▼2	1 购物	2514	2019-01-24	淘宝（中国）软件有限公司
2	京东-挑好物，上... Beijing Jingdong Century Trading Co., Ltd.	50 ▼1	41 应用 ▼1	2 购物	5222	2019-01-23	北京京东世纪贸易有限公司
3	拼多多 - 3亿人都... 上海寻梦信息技术有限公司	59 ▼1	50 应用 ▼1	3 购物 ▲1	6092	2019-01-29	上海寻梦信息技术有限公司
4	闲鱼 - 闲置二手... Taobao (China) Software CO.,LTD	61 ▼7	52 应用 ▼7	4 购物 ▼1	9642	2019-01-28	淘宝（中国）软件有限公司
5	苏宁易购-上网上... Suning Commerce Group Co.,Ltd.	85 ▼23	71 应用 ▼18	5 购物	9890	2019-01-09	苏宁易购集团股份有限公司

数据来源：https://www.qimai.cn/rank/index/brand/free/device/iphone/country/cn/genre/6024/date/2019-01-31

易购APP用户评价分析

从IOS的评价综合来看，主要的低评分都要来自于对售后客服、商品、购物退换等方面，对于页面体验设计也有一些评价值得参考及时优化。

没有适配X
弹窗太多
APP结构换的频繁
界面设计太乱
搜索不好
很卡
人工智能客服太差
优惠券过期不提醒

数据来源：IOS app store数据截取2018年11月-2019年1月

没适配iPhone max 17 小时前
★☆☆☆☆ jstx678
到现在都还没适配iPhone max 的

购物不会选苏宁了 太麻烦 优惠券基本都... 周四
★☆☆☆☆ g g y y y y y
不会选择苏宁了 一次购物就够了 优惠券等于没有 找不到可以用券的商品 骗人啊

卡得要死 1月23日
★☆☆☆☆ shxjkxxhnzmxd
真的辣鸡。动不动就卡。点个客服转半天也转不出来。

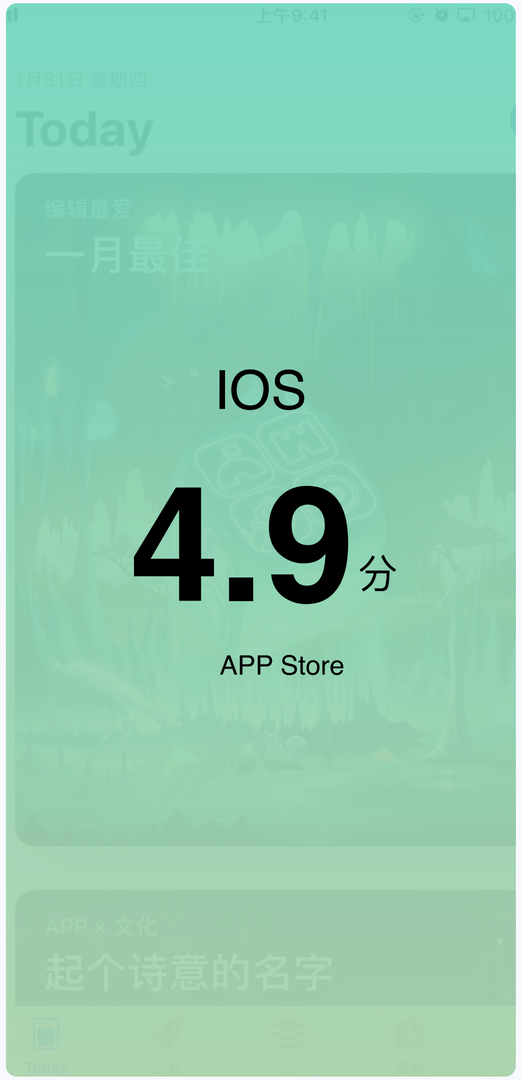
界面华而不实，让人眼花缭乱 1月23日
★☆☆☆☆ 清水无间
界面个人中心根本没有，满屏无处不在的商品推销，给人一种硬生生的推广感觉，到最后也看不到什么吸引人的地方，真不知道这个软件制作团队是不是农村集市逛多了

弹窗多到爆炸 1月10日
★☆☆☆☆ 一个用户2019

易购APP整体评价

苏宁易购APP在安卓和IOS系统上评分差距较大

安卓评分明显低于IOS，安卓在整体的体验上亟待提升



数据来源：友盟+数据智能平台2019/01/04

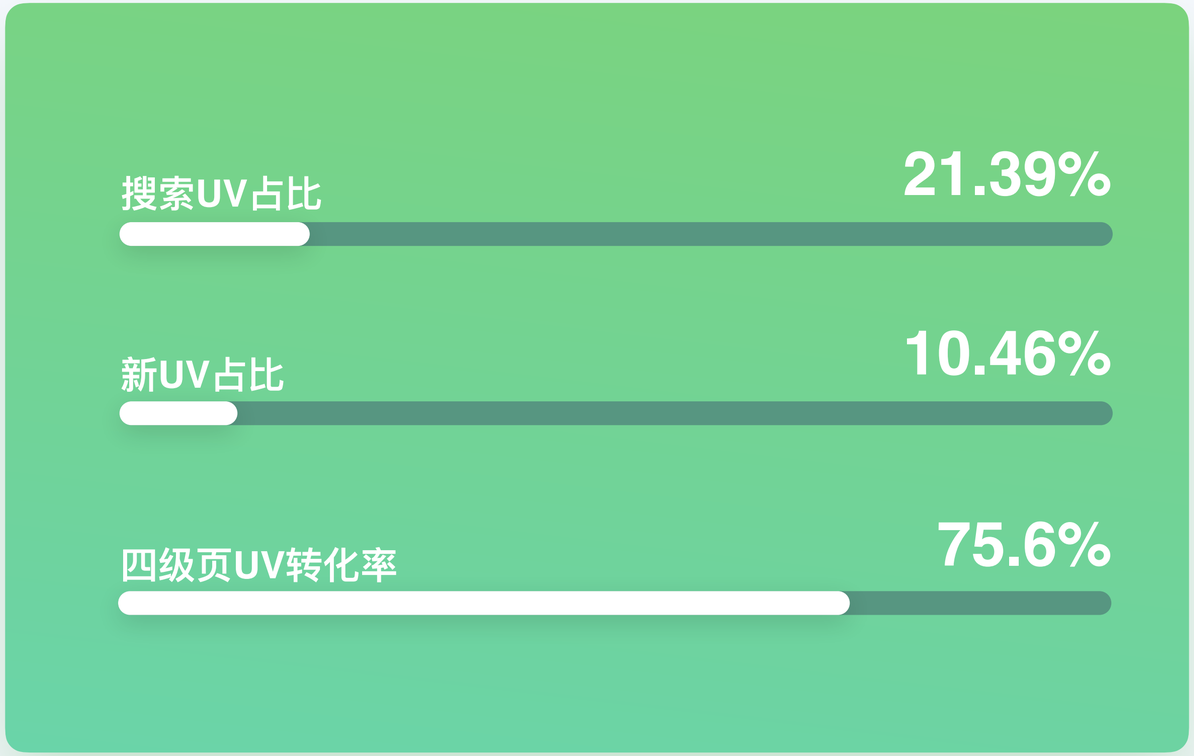
易购搜索页整体数据分析

搜索UV站易购APP整体UV的21.39%

搜索是流量抵达四级页的核心路径之一

目前搜索四级页的UV转化率趋于稳定

比2018年增长了4.32%

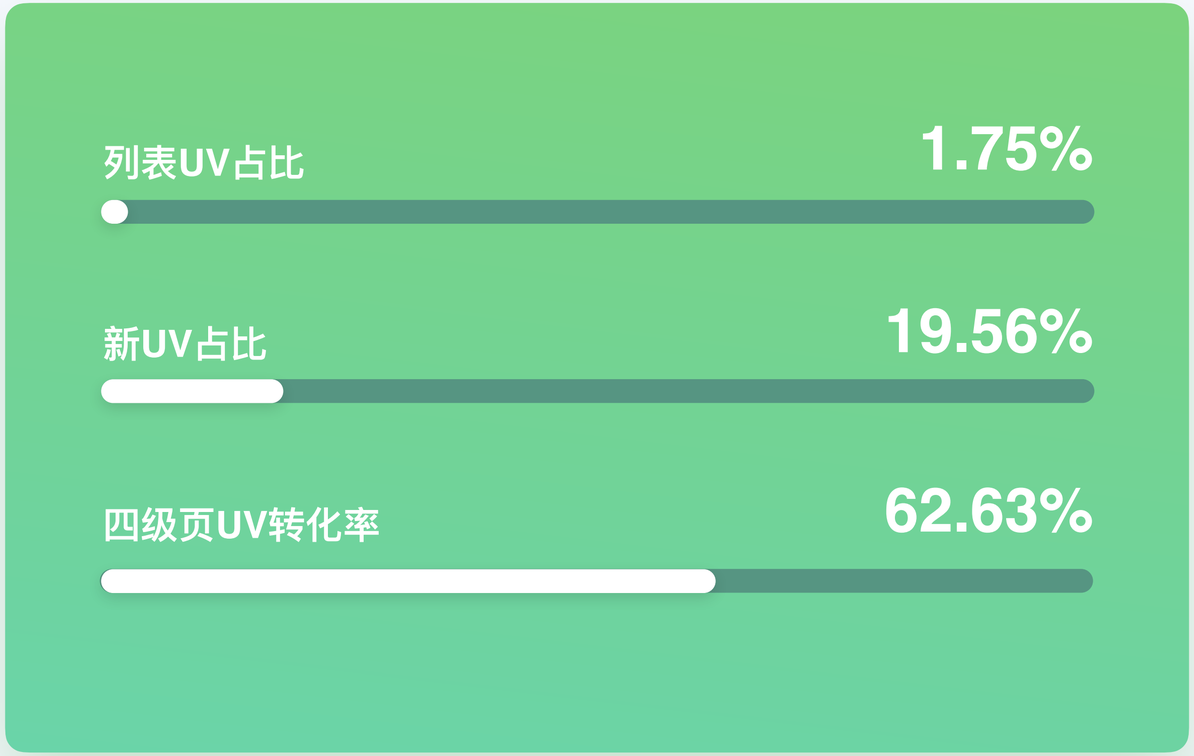


数据来源：2018/12/1至2019/1/1搜索数据中心

易购列表页整体数据分析

列表页UV比搜索低很多，新用户占比较高，说明新用户会在列表页中寻找商品

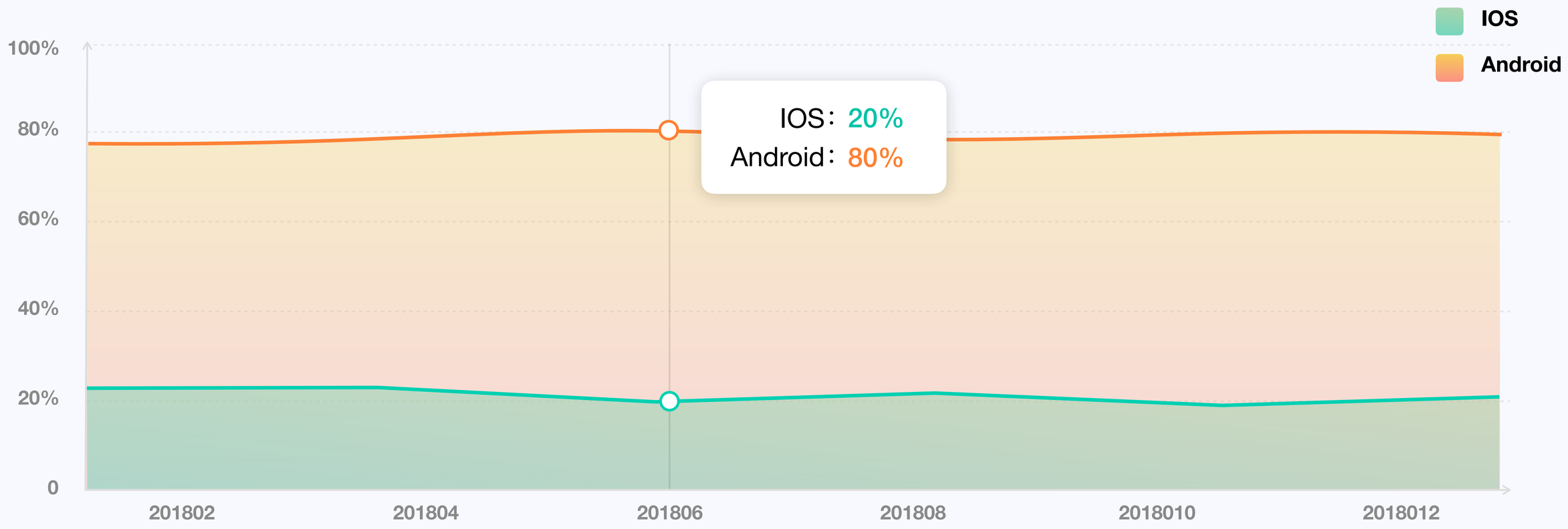
列表页的四级页转化率较低，有较大的提升空间。



数据来源：2018/12/1至2019/1/1搜索数据中心

手机设备总量趋势

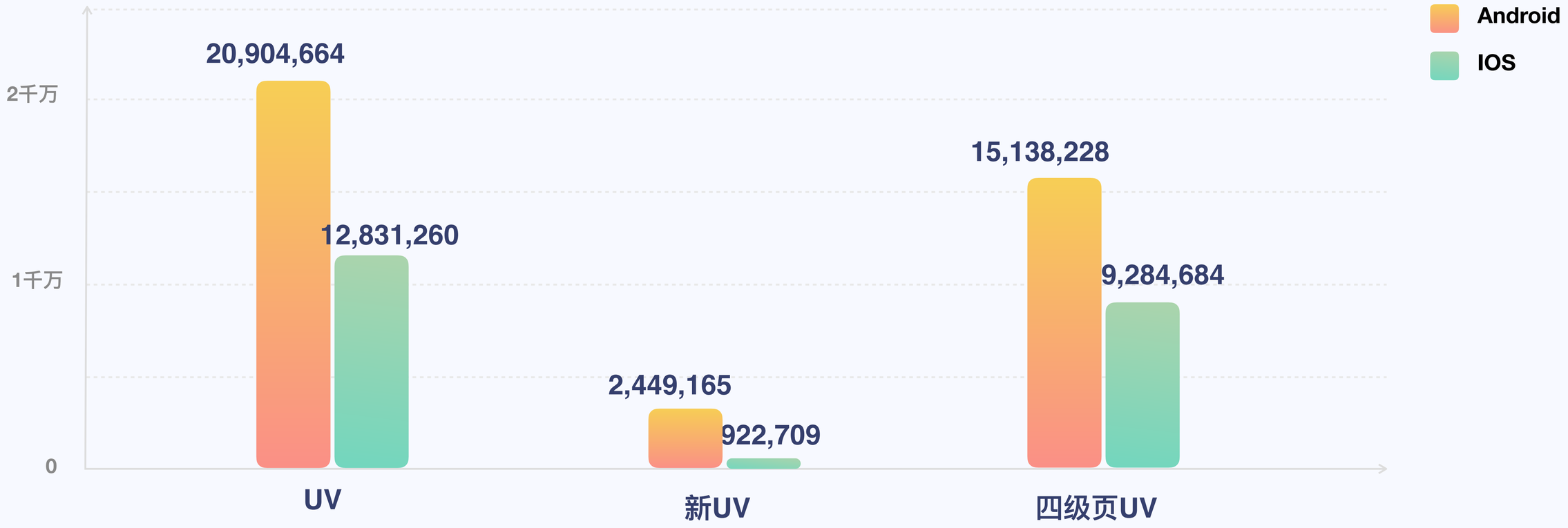
安卓的用户量明显比IOS高很多，要注重安卓的APP体验设计。



数据来源：友盟+数据智能平台2019/01/04

易购搜索IOS和Android数据对比

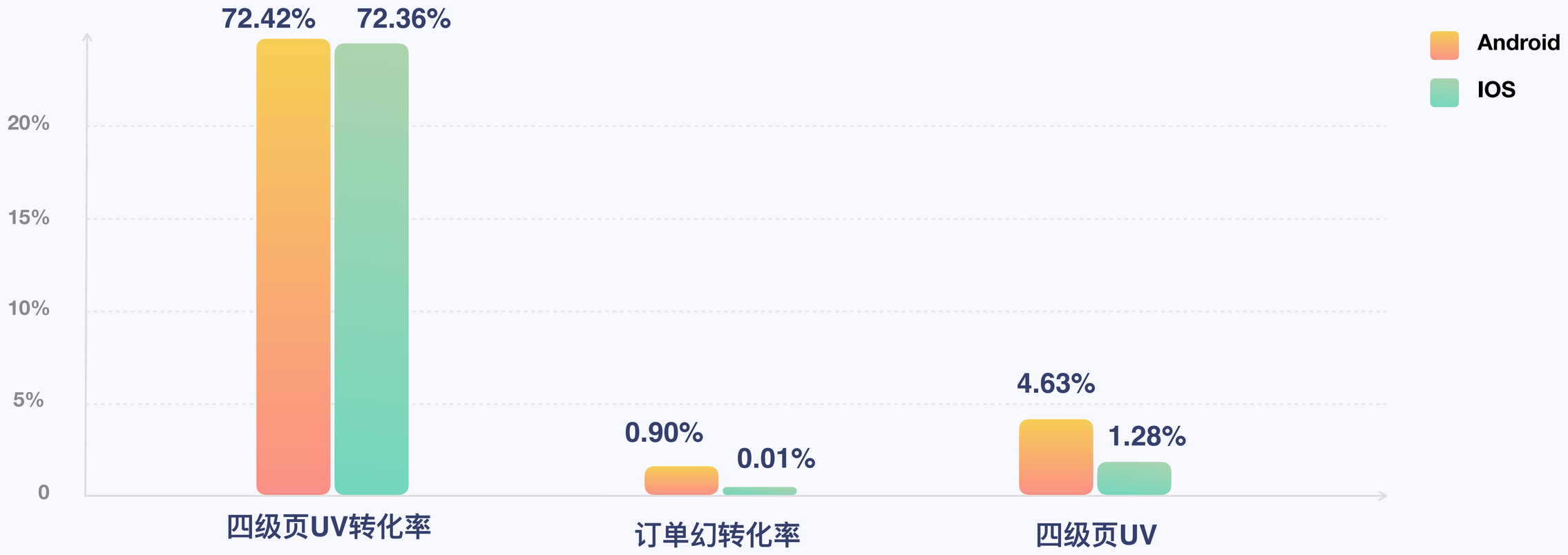
安卓的UV是IOS的两倍左右，新UV也远高于IOS。
更需要关注安卓的用户体验。



数据来源：2019/11/15至2019/2/13搜索数据中心

易购搜索IOS和Android数据对比

安卓和IOS的四级页转化率持平，但是订单转化率和购物车uv都是IOS偏低。



数据来源：2019/11/15至2019/2/13搜索数据中心

易购搜索现状总结分析

用户对于易购的综合评价不高，安卓和IOS两极分化，需提升安卓用户体验。

四级页和购物车的转化率来看，每年略有提升，趋于稳定，需要有所突破。

1

易购app在市场中排名中上，不够优秀。

2

用户的问题主要集中在产品和客服

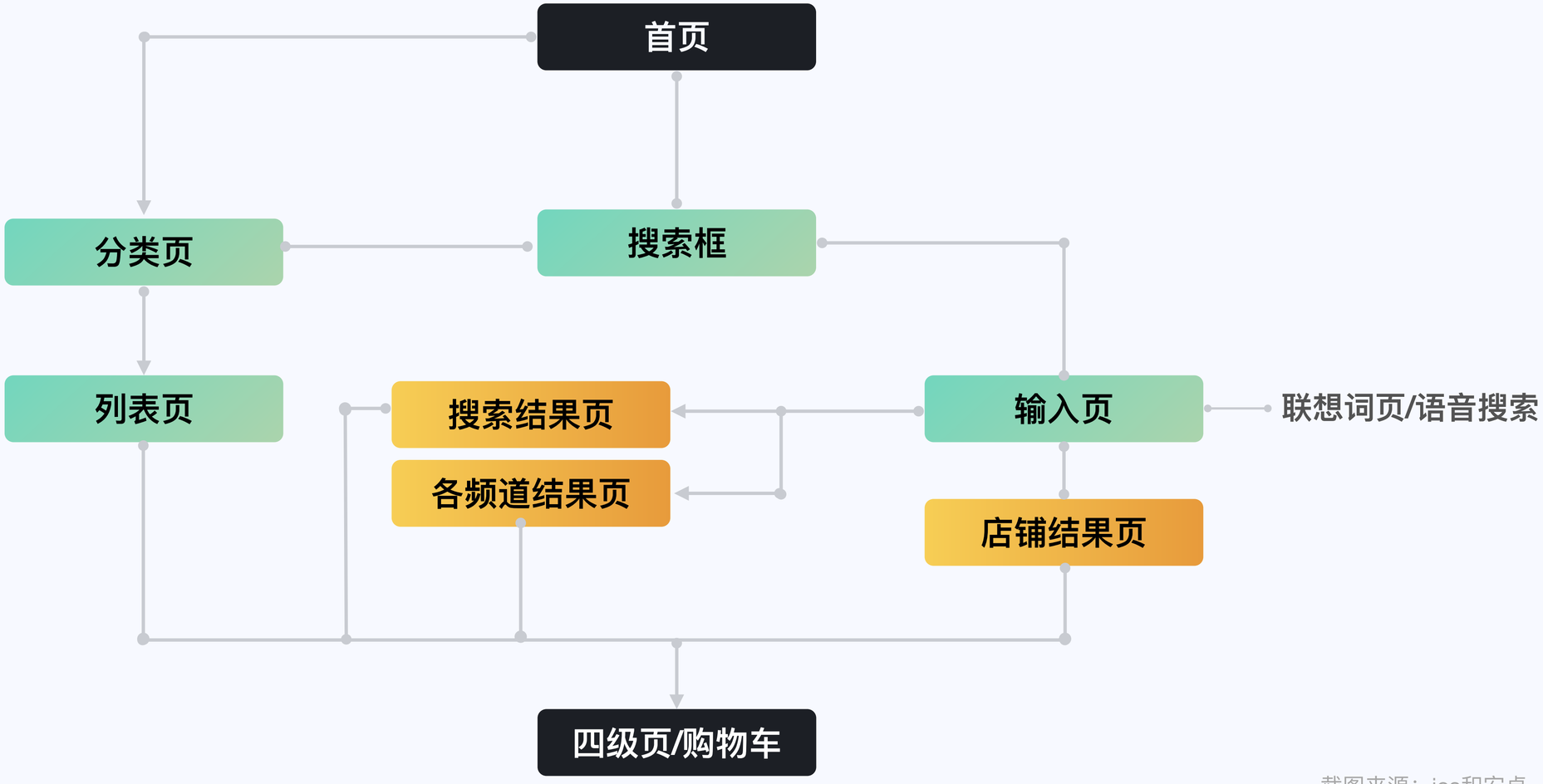
3

安卓体验明显低于IOS，但是安卓占比远超IOS,必须注重安卓的体验。

4

从数据来看，比较稳定，需寻求突破。

搜索链路的核心页面



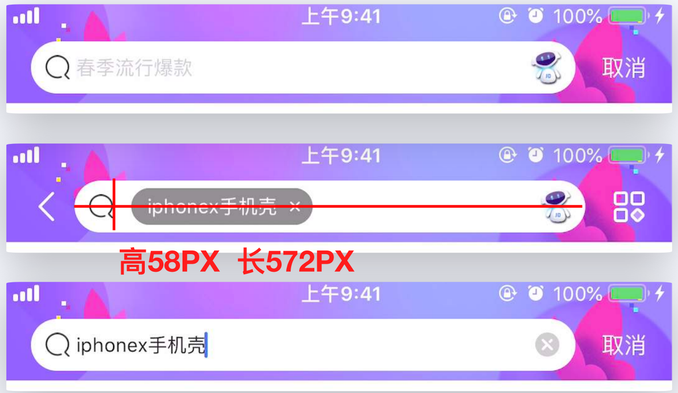
截图来源：ios和安卓

首页搜索框对比分析

各电商平台首页搜索框内容差别不大，淘宝将热搜词放出来，增强用户搜索的选择。

截图来源：ios和安卓

结果页搜索框对比分析



淘宝、天猫、苏宁都是强调拍照购，京东强调智能助手。

淘宝在搜索页放出了功能入口。方便用户操作。

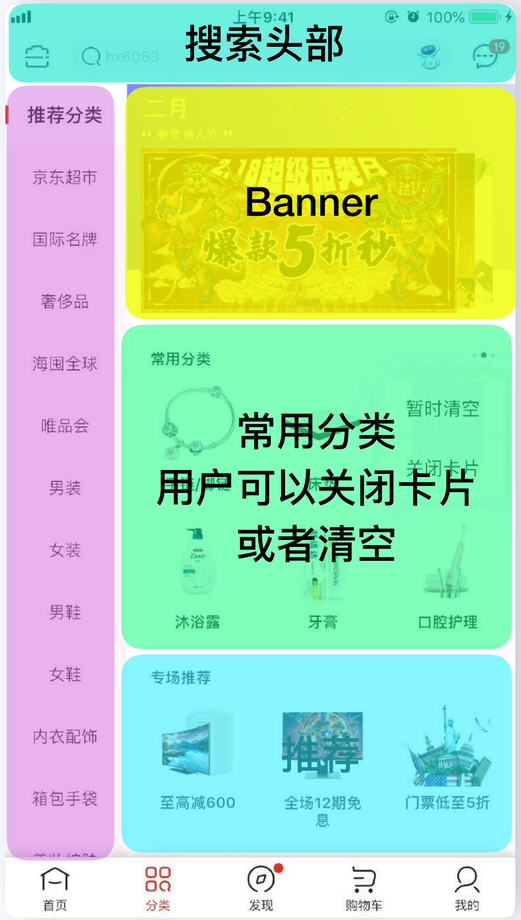
其他的交互和样式差别不明显，苏宁的样式在强背景下，搜索框被弱化了。

截图来源：ios

分类页对比分析

1、各分类页结构类似，没有太大区别；分类个数：苏宁易购38个，京东41个，淘宝26个，天猫29个。

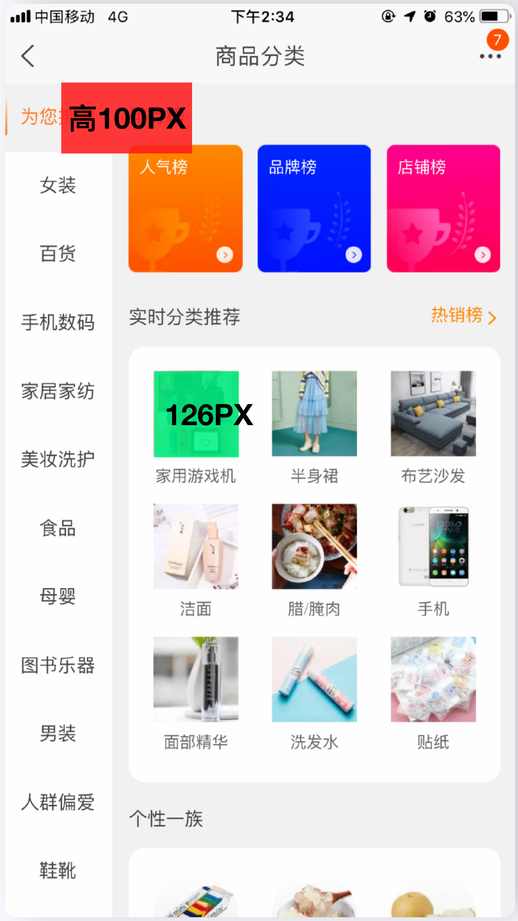
2、目前各平台分类页都开始简化，淘宝以排行榜为特色，京东有常用卡片。

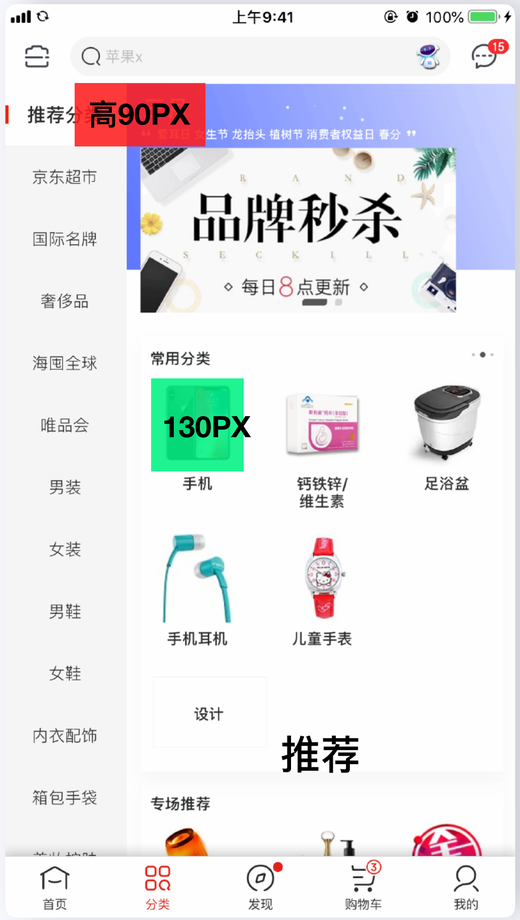


分类页对比分析

1、首屏展示淘宝12个分类，天猫10个分类，京东12个，苏宁11个分类。

2、商品图片对比的话，苏宁图片偏小，且不够精致！





分类页对比分析

淘宝的分类页模块比较丰富，个性化内容较多，值得借鉴。

每个分类下都会有分类推荐模块

个性化的为您推荐模块

具有淘宝特色的分类

加载样式

截图来源：ios 8P

分类页数据分析

1、用户点击最多的分类依次是1手机相机、2食品酒水、3大家电

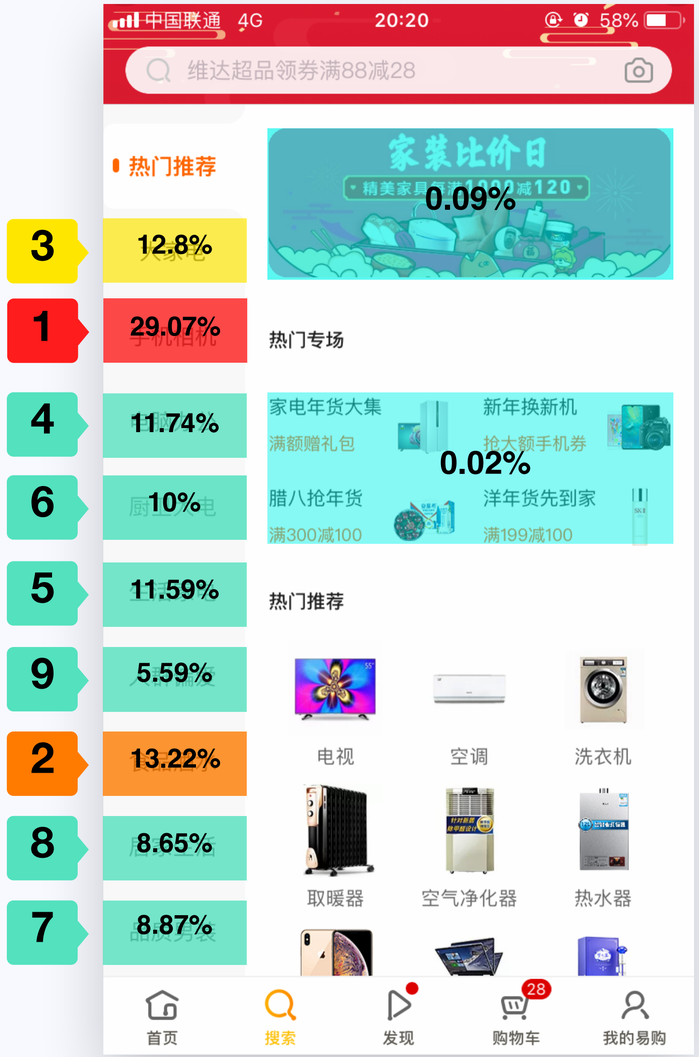
2、广告位的UV点击占比很低，这么重要的位置说明用户并不在意广告。

3、热销榜和频道入口的UV点击占比都很低，并不是用户关注的重点。

主要结论：

更多的新用户愿意通过分类查找商品。分类不宜过多用户会造成选择困难。

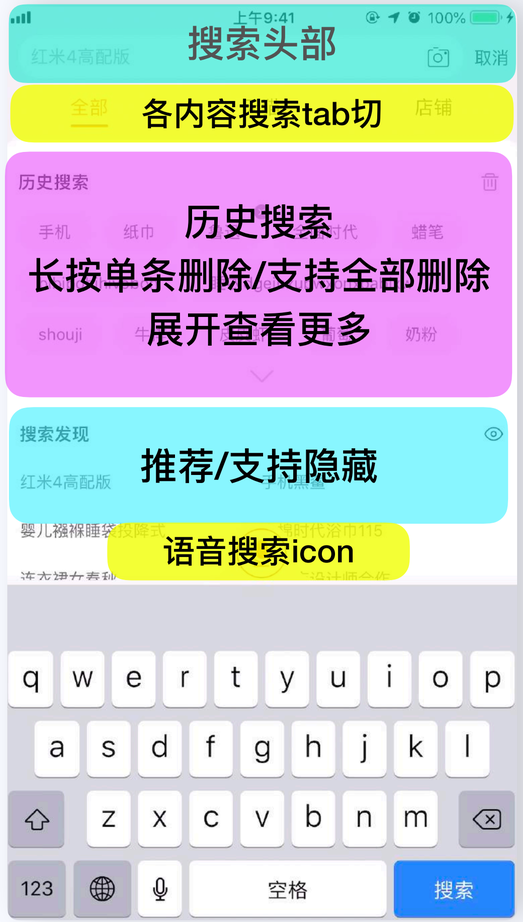
用户更关注自己，需将个性化内容强化。



数据来源：2018/12/1至2019/1/1搜索数据中心

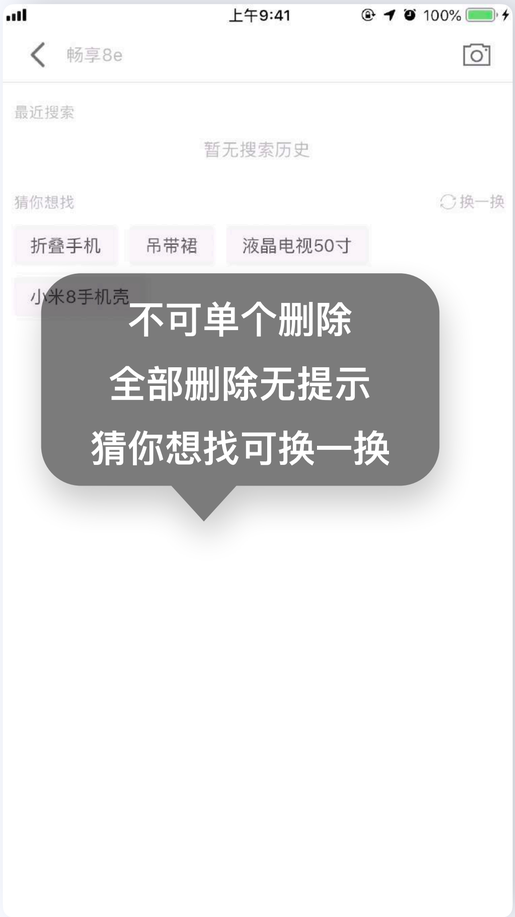
输入页对比分析

1、输入页内容结构类似，竞品app都以词条平铺方式方式，优势明显
2、以用户为中心，建议历史词放在上方。



输入页对比分析

竞品功能基本一致，热门搜索建议添加换一换或可隐藏。



联想词页对比分析

1、输入中联想词页交互，京东和苏宁一致，天猫淘宝一致。对比无明显优势
2、样式上，联想词部分跟搜索词没有区分。

语音搜索对比分析

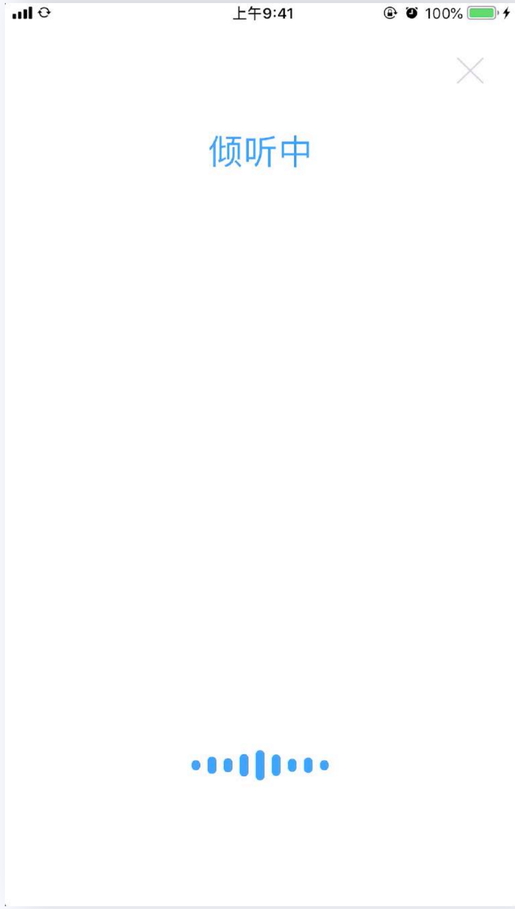
1、交互，淘宝点击进入语音界面，淘宝、天猫、苏宁长按开始。
2、淘宝和京东有语音提示并有语音动效，苏宁动效幅度小，无音波感。识别后有两个提示干扰用户。

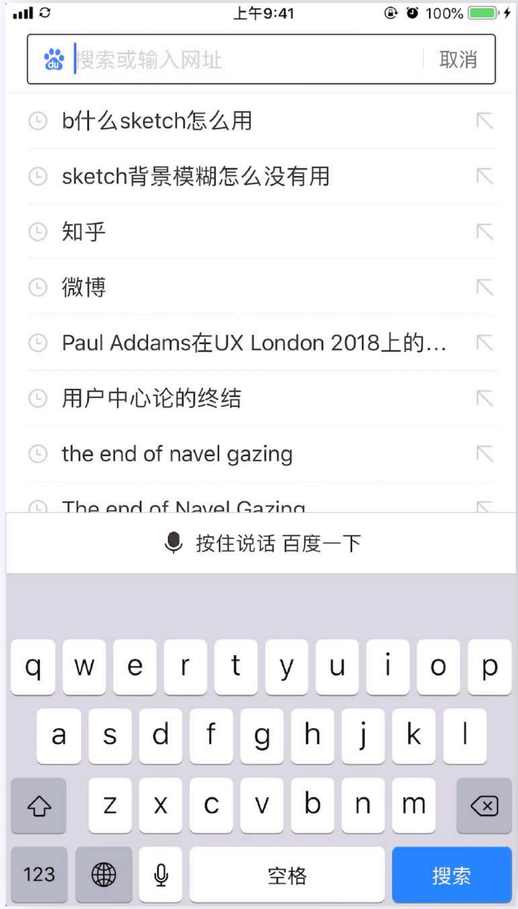
语音搜索对比分析

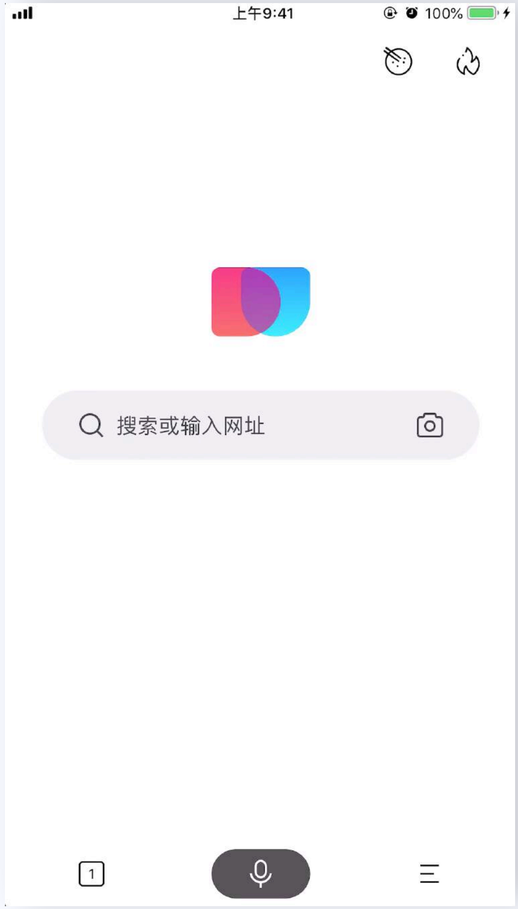
未识别的状态，样式都差不多，细节上看，淘宝的提示更加人性化，提示词汇也偏向自然语言。信息层级明显。

语音搜索对比分析

借鉴一些内容搜索app







百度

输入页数据分析

1、安卓用户习惯使用自带的返回按钮，有19.93%的安卓手机不支持键盘搜索按钮。

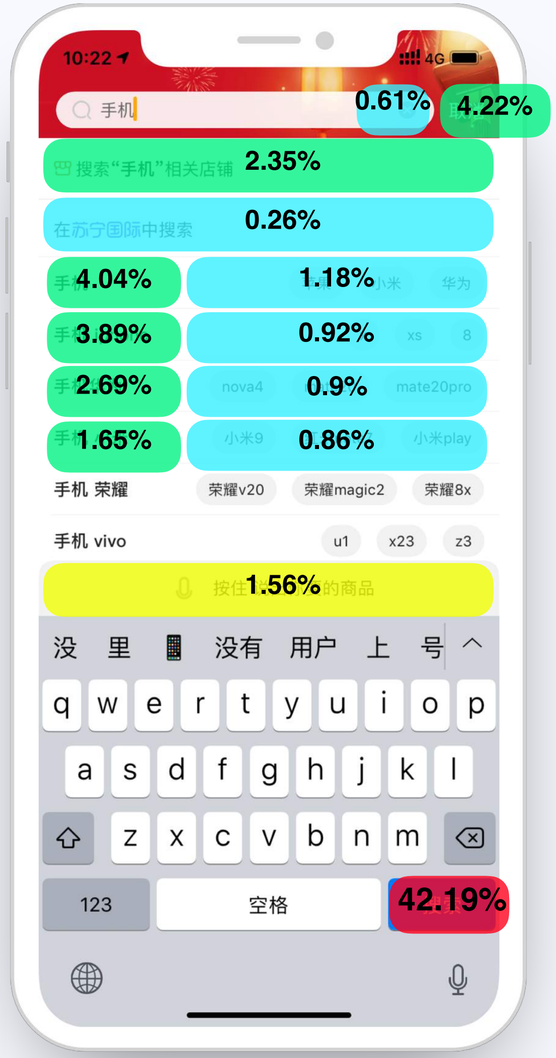
2、热门搜索的点击明显低于最近搜索，用户会主动忽略广告推荐词。

3、输入联想词点击依次递减，推荐比较精准。用户对于各频道内搜索的需求比较少。

主要结论：

1、从用户角度考虑，建议最近搜索词放在热门上方。

2、样式建议参考竞品将单行样式换成平铺词块。



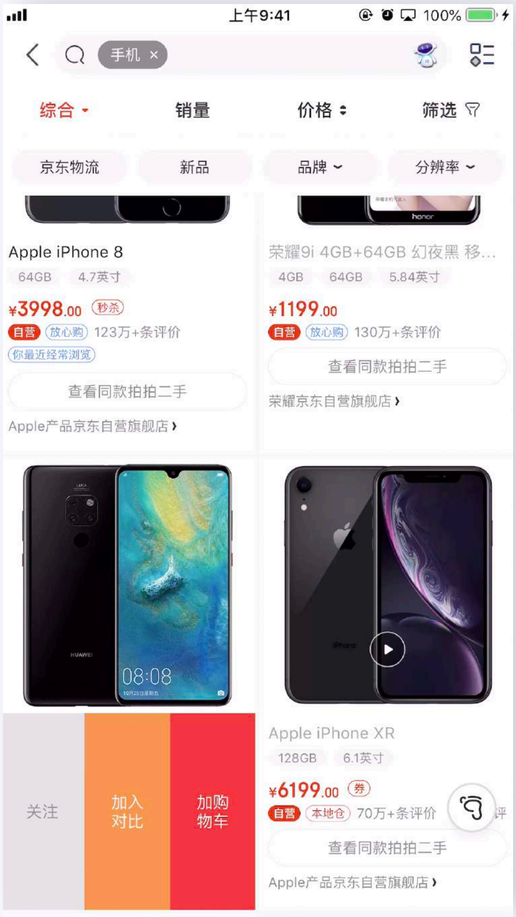
主站搜索页对比分析-手机

从页面结构上看，并没有太大差别，苏宁信息全面，信息层级不是很清晰。

主站搜索页对比分析-手机

列表浏览的交互基本类似，各竞品没有特别优势，京东和苏宁的工具内容太多。视觉上看苏宁工具箱层级不明显。

主站搜索页对比分析-手机大图



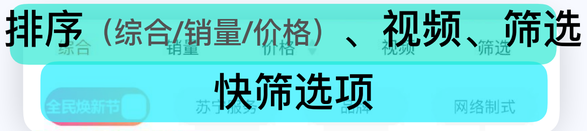
目前天猫已经去掉大小图切换，不同品类固定展示模式。

淘宝、京东、苏宁保留列表大图的切换。

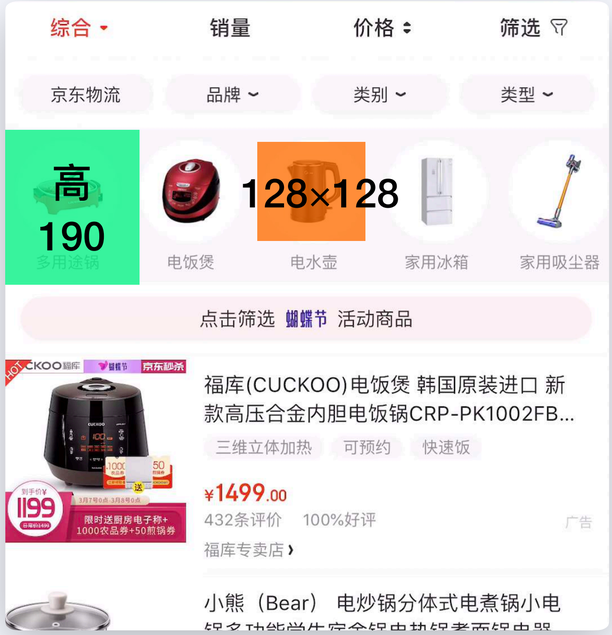
苏宁大图模式，浏览后返回有相似推荐，从数据来用户点击较少，可能推荐并不精准。

主站搜索页对比分析-筛选

从竞品来看，第一层级是确定按钮，明显苏宁比较弱。排序和快筛的层级不明显，快筛展开的区分比较弱，选中后和选中前区分不明显。



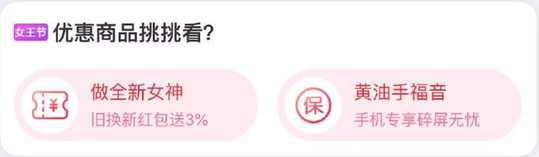
主站搜索页对比分析-类目墙



样式差别不大，京东的高度更矮，图片更大，有优势。

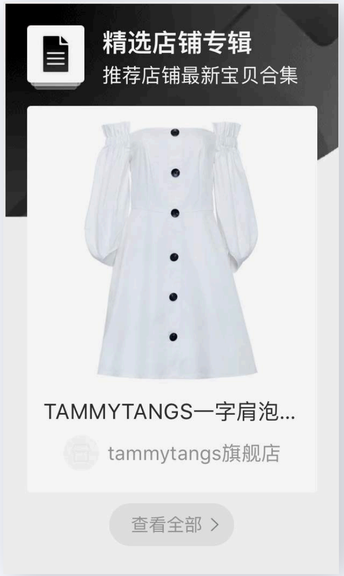
主站搜索页对比分析-内容

淘宝的内容比较丰富，样式也多变，给用户更多的选择引导。



截图来源：ios

主站搜索页对比分析-内容



天猫的内容同样比较丰富，样式上比较统一，符合品牌定位。

主站搜索页对比分析-内容

京东的样式较统一，以广告、精选、软文为主。

苏宁的内容丰富度差一点。

整体来看，淘宝和天猫的内容比较丰富，在搜索中的经验、推荐比较丰富，京东和苏宁都比较少，淘宝针对服装有专门的搭配组合推荐等，比较定制化。

截图来源：ios

主站搜索页坑位对比分析-隐藏功能

主站搜索页坑位对比分析-隐藏功能2

微交互比较有趣，吸引用户尝试。卡片切换查看图片，内容：图片+标题+关注+加购

苏宁没有动效展示，目前线上也没有打开入口。主要还是内容无法支撑。

搜索页跳转四级页对比分析

跳转的微动效相比较各竞品，京东有优势。苏宁的标题变色有点突兀。

搜索页加购微动效对比分析

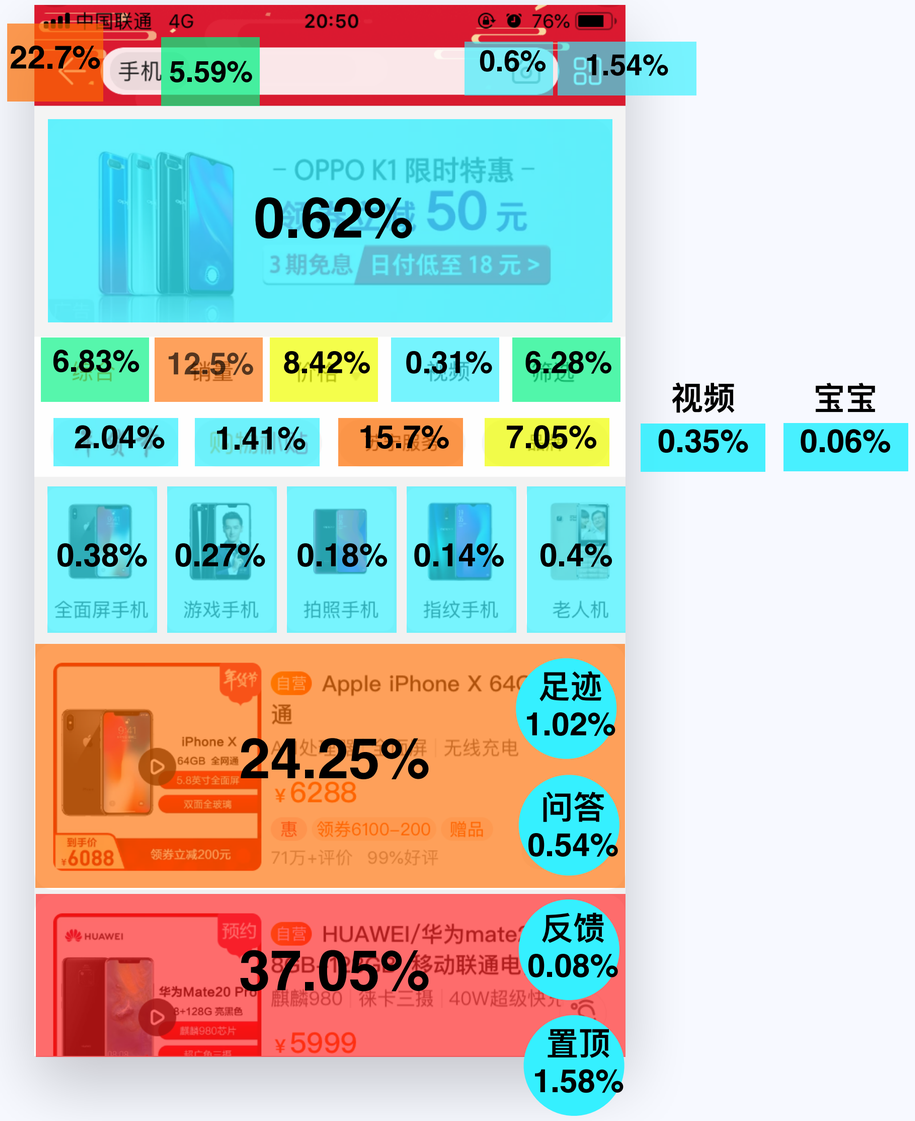
淘宝天猫架构无特殊样式，京东的抛物线动效和加购比较流畅，苏宁动画过于匀速，不够明显。

主站搜索页数据分析

1、搜索结果页中用户更多的浏览第二行商品，第三行商品行同样高于第一行之后依次递减。

2、大多数用户更在乎是否苏宁自营和销量其次是价格和品牌，有22.7%用户离开返回上级页面。

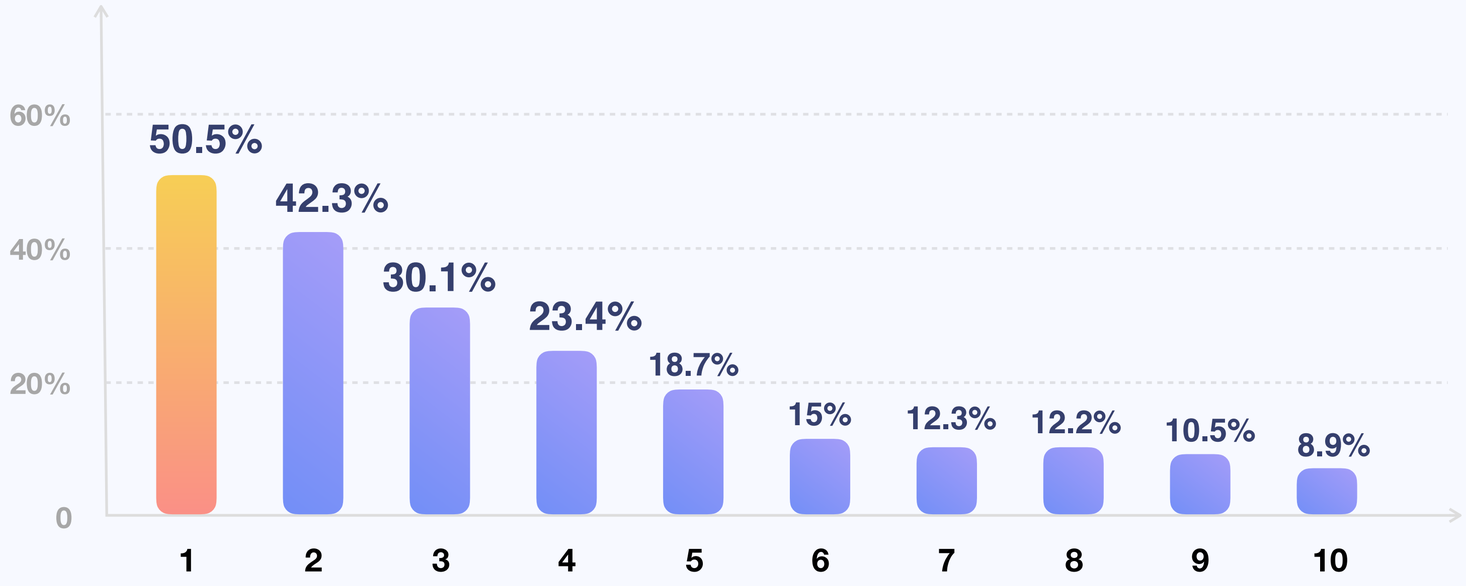
3、结果页横通广告与类目墙点击率整体过低，位置共占比首屏接近二分之一，点击率最高商品行在首屏没有完全显示,建议优化类目墙。

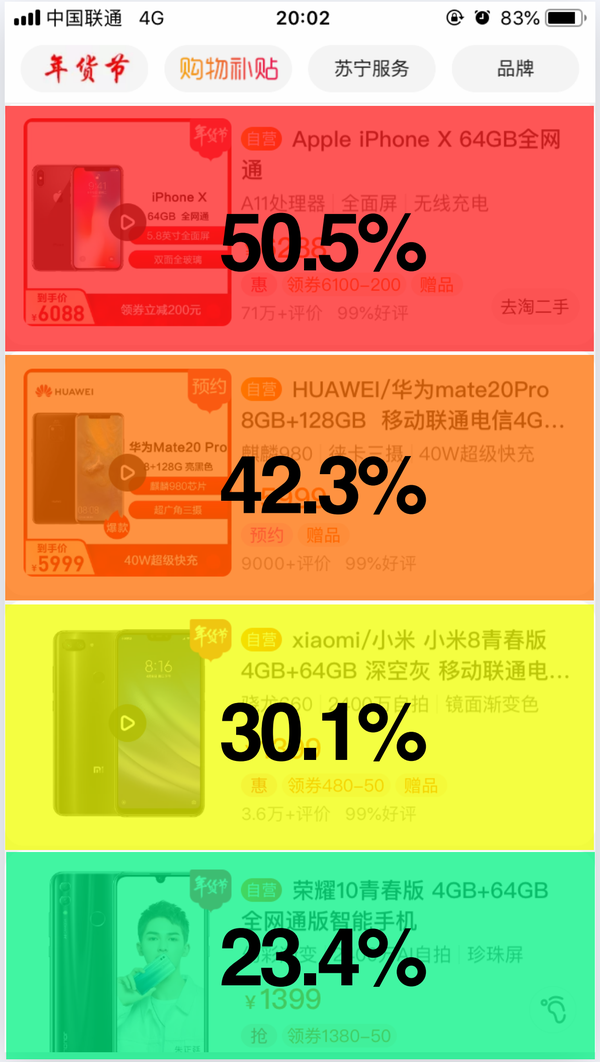


pv:264143714 uv:40523988

主站搜索页数据分析

搜索结果页1号坑位商品曝光UV转化率最高约50.5%，
数据中得知商品行位置越靠前曝光率越高

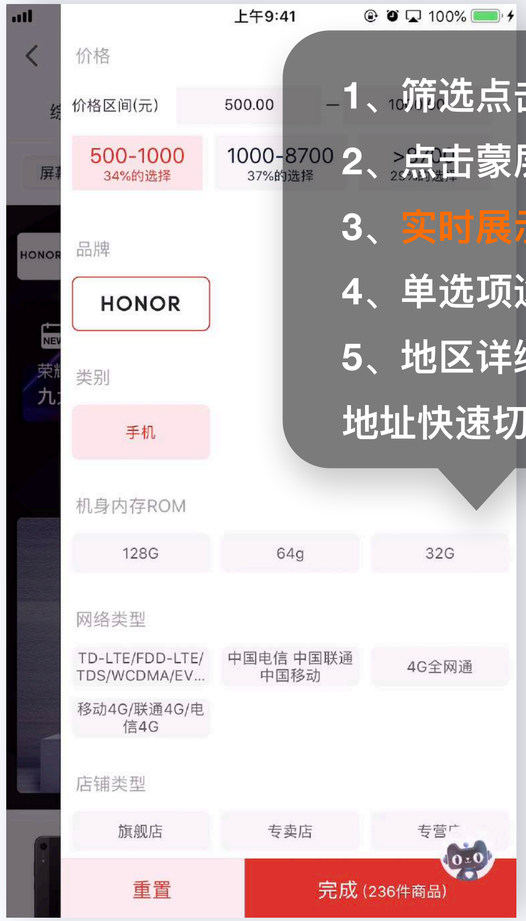




pv:264143714 uv:40523988

主站搜索页对比分析-高筛

1、筛选点击后商品实时刷新
2、点击蒙层确定默认选中筛选
3、首屏属性展开，其余收起
4、单选项选择后其他选项隐藏



1、筛选点击后商品实时刷新
2、点击蒙层确定默认选中筛选
3、实时展示筛选结果商品数量
4、单选项选择后其他选项隐藏
5、地区详细到省市区，取收获地址快速切换

主站搜索页对比分析-高筛

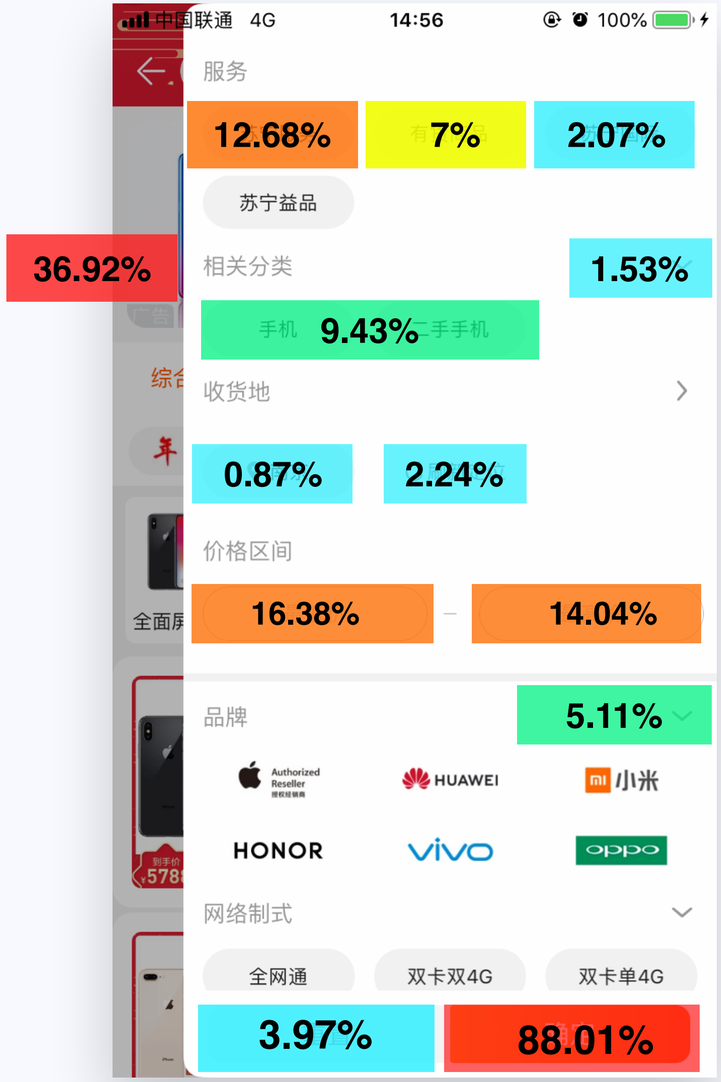
竞品都实现了实时刷新，价格的推荐比较普及，
地区的选择也比较智能，苏宁高筛部分待优化。

主站搜索页对比分析-高筛

1、6.28%的用户进入高筛界面，说明只有少部分用户会进行高级筛选的需求。

2、用户主要还是对自营和价格进行详细筛选操作。

3、对于用户的详细属性词选择，没有详细的数据。



pv:744 uv:374

主站搜索页坑位对比分析-手机

淘宝

图片+爆炸贴夸张
⇩
标签+标题
⇩
价格、商品标签
⇩
核心参数、买过的店/店铺、付款数、城市

天猫

灰底图+较少爆炸贴
⇩
精简标题、参数
⇩
价格、商品标签
⇩
上市时间、月销、旗舰店

京东

图片/视频+爆炸贴合理
⇩
精选标签+标题
⇩
价格、自营促销
⇩
核心参数、二手、旗舰店、评价数+好评

主要结论：1、淘宝的图片过于丰富，大众群体适用，天猫和京东偏高端用户，图片简化。

2、淘宝和京东商品内容丰富，天猫比较精简。京东内容层级较乱、商品坑位高度较高。

主站搜索页坑位对比分析-手机

图片/视频+爆炸贴夸张

⇩

标签+标题（部分精简）

⇩

价格、商品标签

⇩

核心参数、好评+好评率、二手

1、信息层级多少对比：

京东＞淘宝＞苏宁＞天猫，苏宁信息展示合理，只是有的内容没维护全，会显得很空。

2、图片大小对比：

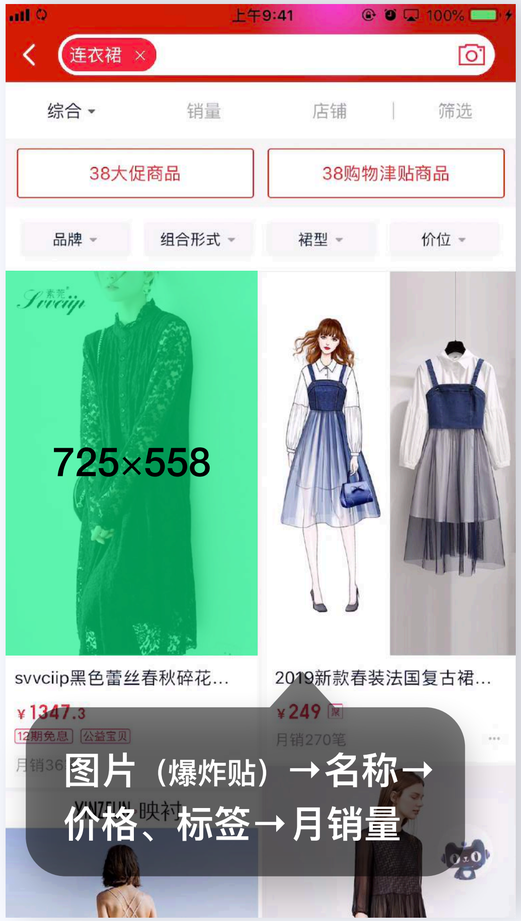
淘宝＞苏宁＞京东＞天猫，在个电商中图片层级都是最高的，苏宁大小占比合理。

3、图片精致程度对比：

天猫＞京东＞苏宁＞淘宝，天猫是高端商品商城，即便是大促期间的爆炸贴也是极少的，京东爆炸贴的设计和图片占比还算合理，苏宁的爆炸贴页面氛围比较重，建议分重点大促和非重点促销，保证品牌调性。

主站搜索页对比分析-服装

都是大图展示，苏宁信息较少，内容不丰富。



搜索页品类对比分析-图书

苏宁和京东一致目前来看有优势，但是苏宁内容运营的有点乱

搜索页品类对比分析-大家电

大家电各平台都详细的展示了卖点和参数，方便用户选择，苏宁灰底色不明显。

搜索页品类对比分析-美妆

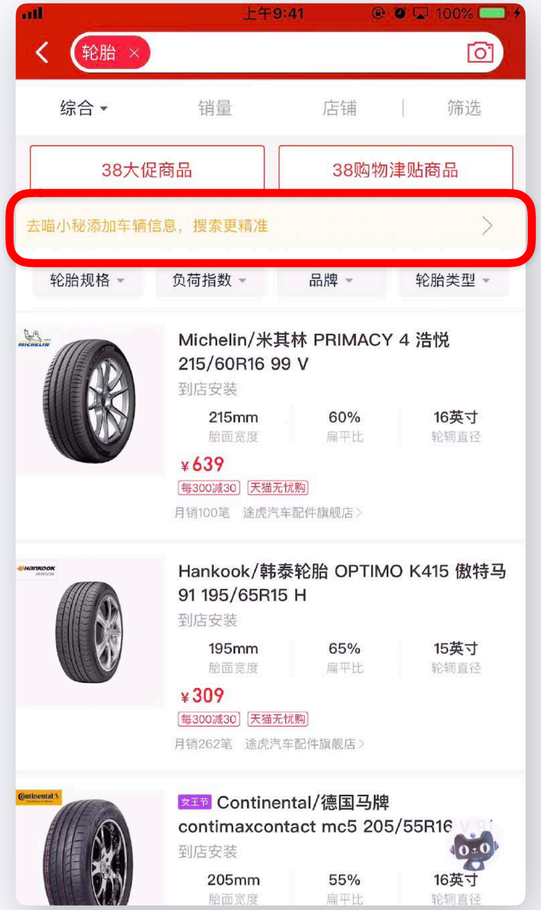
美妆没有明显差异，只是配不同的参数核心词，苏宁内容维护不丰富。

搜索页品类对比分析-母婴

苏宁和京东都有我的宝宝，苏宁样式无优势，可以优化。

搜索页品类对比分析-汽车配件

天猫淘宝都有匹配车信息，搜索更加准确。京东的核心参数完善，相比较而言苏宁的信息不够丰富，没有太多优势。



主站搜索页对比分析-超市

超市类商品，天猫默认大图并展示核心参数，京东参数也比较合理，并且有攻略软文，苏宁参数也有但是内容并不优质。

搜索页品类对比分析-生鲜

各平台坑位内容和结构差不多，苏宁依然存在内容不丰富的问题。

搜索页品类全分析

品类	差异	优化建议
手机	1、差异不明显，都强调核心参数。 2、天猫内容精简，层级清晰	1、优化各层级关系 2、标题精简、核心参数卖点需维护精准
大家电	1、都强调核心参数，样式上苏宁和天猫比较一致 2、其他竞品都有店铺入口	无
服装	1、都是默认大图展示，以瀑布流为主 2、天猫、淘宝图片更优质 3、苏宁内容信息不够丰富	1、优化图片，丰富信息 2、增加更多可以逛的元素，引导用户
图书	1、苏宁和京东一致。内容比较丰富	苏宁的内容维护质量有待提高
美妆	1、无明显差异 2、天猫有肤质的录入，方便定制搜索内容	美妆更多的是关注评价，这点可以参考小红书
母婴	1、苏宁和京东都有我的宝宝信息录入，苏宁样式弱	优化我的宝宝样式，突出这块的内容，鼓励用户录入
超市	1、天猫京东信息全面，并且有经验推文入口	优化内容信息，可为用户提供经验参考
汽车配件	1、竞品信息比较全面 2、天猫淘宝都有爱车信息录入	1、丰富内容信息 2、可加入爱车信息的录入
生鲜	1、竞品都可以直接加入购物车 2、天猫的参数信息详细精准	1、参数提取要够精准 2、建议加入购物车放出

搜索店铺页对比分析

交互上：天猫和淘宝强调店铺（多产品多选择）京东和苏宁弱化（自营为主），主要跟产品定位有关系。苏宁关注点击后没有样式反馈，不合理。

搜索店铺页对比分析

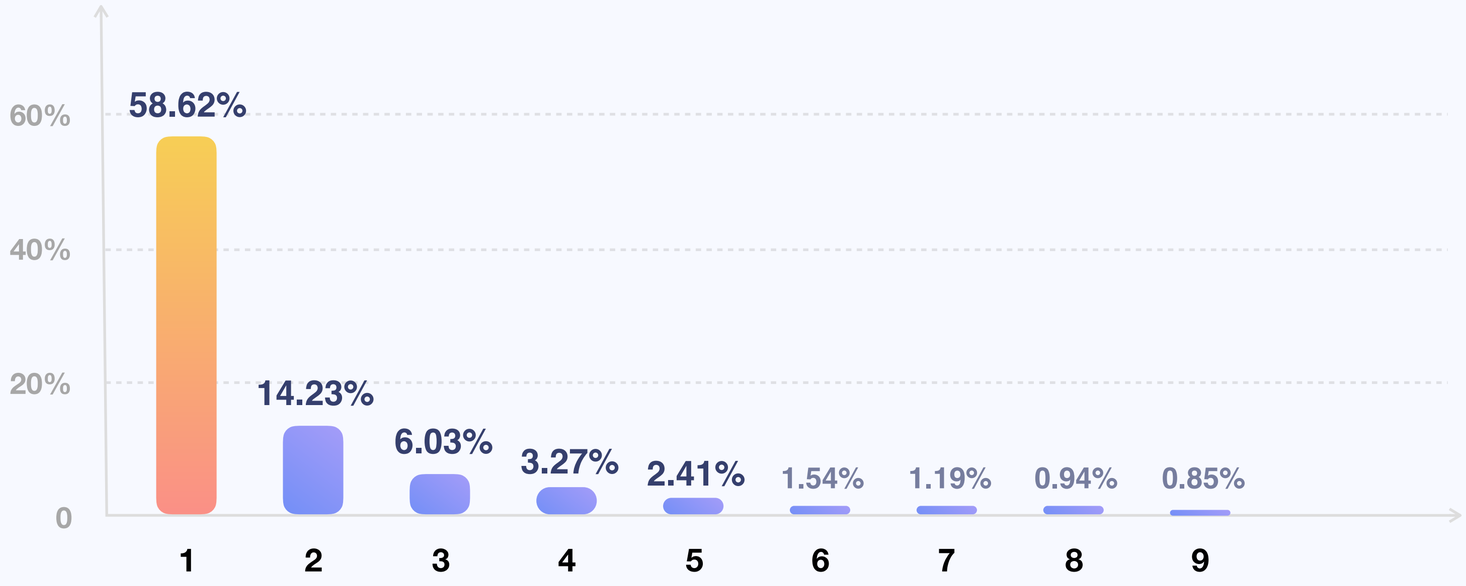
内容上，我们的店铺信息比较多，没有主要功能，关注店铺是否有必要？
商品图片相对较小和店铺自营、进入店铺层级拉不开。看起来没有重点。

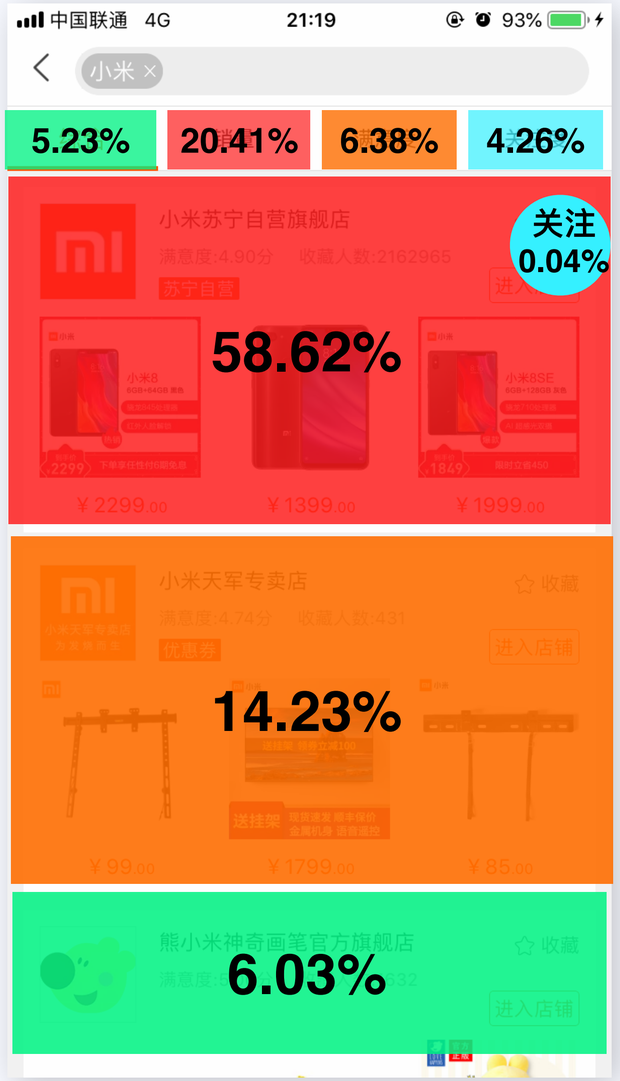
搜索店铺页对比分析

店铺搜索结果页综合排序第一行店铺点击率最高

超过半数用户能进入到店铺想目标商户

用户更关心的是店铺销量





pv:1886731 uv:953588

主站搜索页对比分析-搜索无结果

无搜索结果页，苏宁有情感化设计，有足迹和反馈，比较合理。建议可以加换个词搜搜模块，方便用户快捷操作。

主站搜索页对比分析-筛选无结果

筛选无结果样式，苏宁提示文案过长，且图片不够精致。

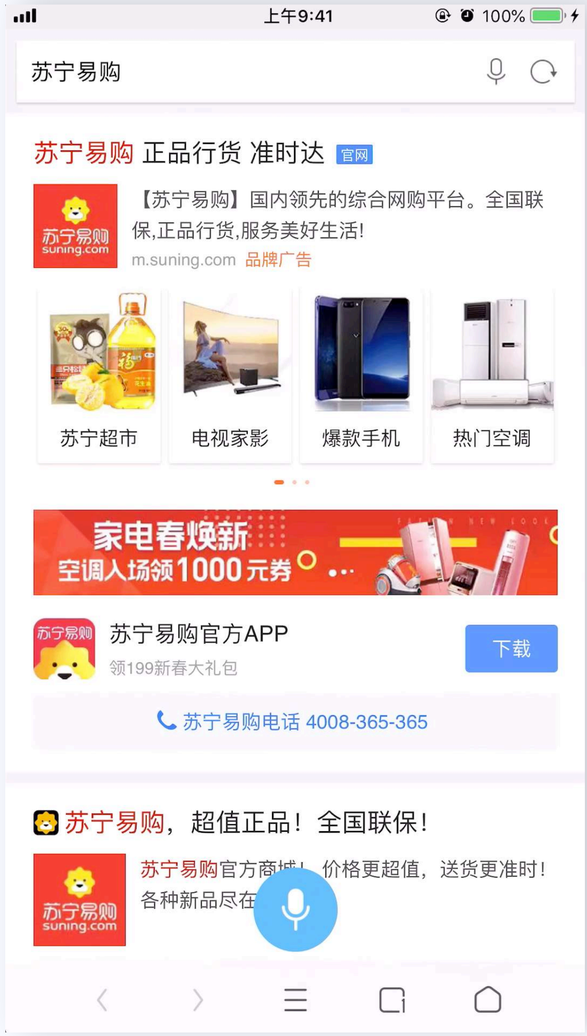
主站搜索页对比分析-无网络

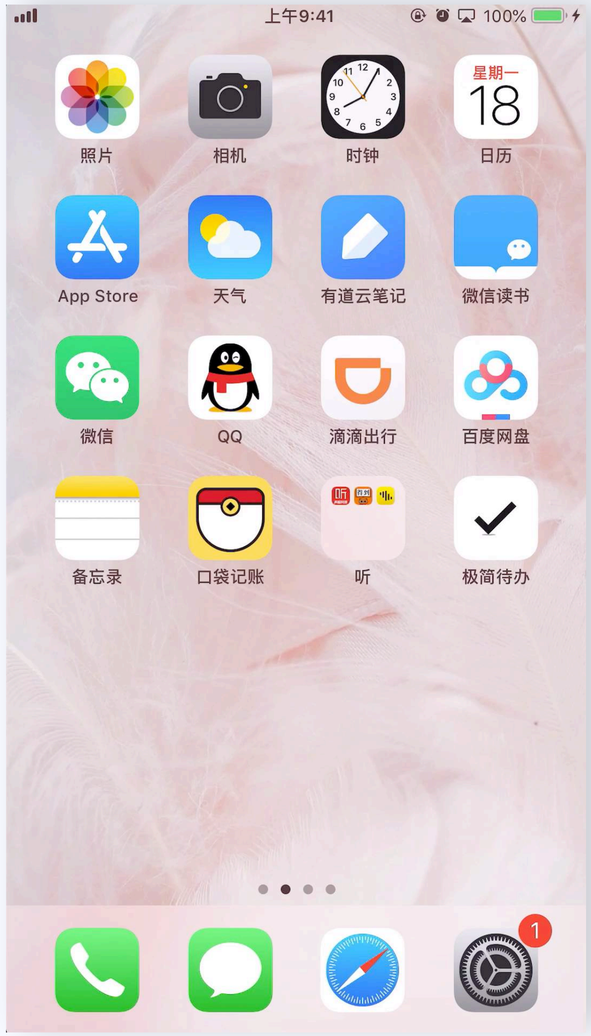
没有网络的页面对比，苏宁情感化设计有优势，但整体界面不够和谐。

页面	优化
搜索框	是否增加功能入口：搜索页搜索框建议加入功能入口，方便在搜索页及时查看消息等其他功能。
	大促时搜索框不明显：大促的背景比较夸张时候，搜索框被弱化了，不够清晰。
分类页	分类数偏多：目前分类38个，偏多，数据来看用户主要集中点击热门分类。
	图片优化：图片小于所有竞品，并且不够精致。
	加强定制化：缺少更多给用户定制化的内容，无平台特色。
输入页	最近搜索位置：用户更关注最近搜索，建议最近搜索在热门搜索上方
	最近搜索和热搜样式：历史词单词一行占用空间，建议平铺
	联想词的区分：输入词和联想词需要有区分
语音搜索	语音动效和样式：动效的流畅性需要加强，语音的音波样式需加强
	减少推荐词干扰：去掉给用户优化的语音词，减少到一个精准词
	给用户提示：在用户第一次使用给予引导提示，词汇更偏向自然语言为佳
搜索页	页面信息层级：竞品页面结构类似，层级类似，工具箱跟内容区域没有好的分区。
	快筛区域交互：快筛有多个选项应该有下拉按钮，从竞品来看，层级区分不够明显。确认重置也相对减弱了。
	搜索页内容：竞品的内容更加丰富，给用户更多选择，苏宁内容过于单一，样式也不出彩。
	隐藏功能：给高手用户的隐藏功能，天猫淘宝都比较出众，建议苏宁可以对标进行优化。

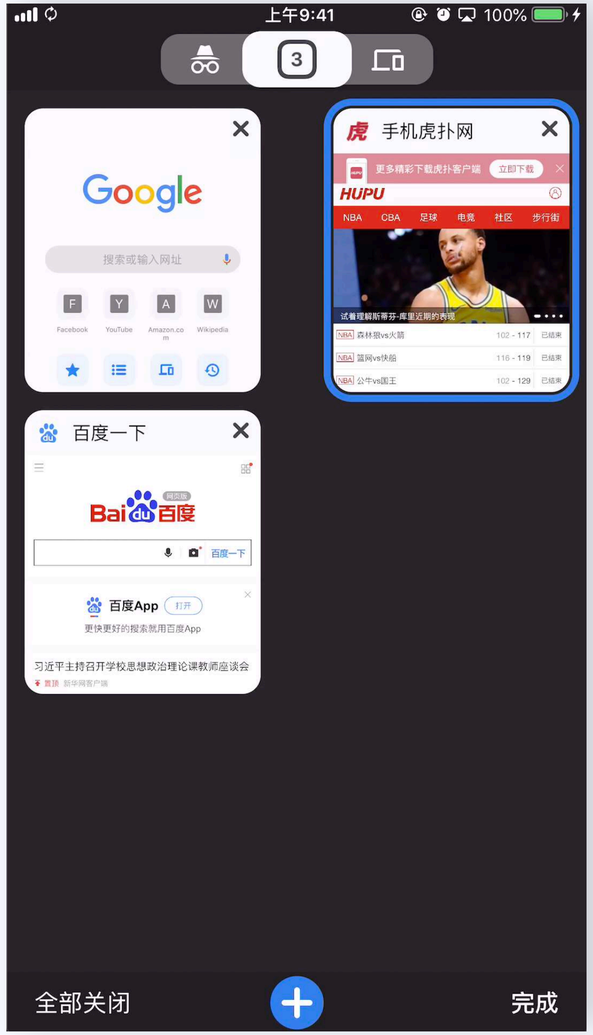
页面	优化
搜索页	跳转四级页：可以进行跳转动画的优化，具有层次感，可参考京东。浏览后的颜色比较突兀可重新定义。
	加购动效：苏宁的加购动效不明显，速度的流畅变化也不如京东。
	类目墙：竞品中高度适中，有压缩空间。类目墙的用户点击不好，1是用户只关注商品，2可能类目分类不满足用户需求
高筛	详细地址代替地区：竞品实现地址连动收货地，可以快速切换，值得借鉴
	实时展示筛选结果数：可以在筛选过少的情况下给用户一个预期。数量过多用户也可以进一步进行筛选，值得优化
店铺结果页	信息层级：对比来看，苏宁信息展示多，层级不明显。
	关注是否需要：点击来看关注的用户很少，大多数关注商品和入口。另外苏宁关注没有交互变化有bug，建议去掉关注。
	样式需调整：商品图片和价格分开增加了高度，图片也偏小，自营、关注、店铺、入口之间的层级不明显。
品类差异页面	品类差异：目前主要的区别主要集中在：数码、大家电、服装、超市、美妆上，但是竞品间差异不大，需要对垂直类商品做详细分析。
信息提示页面	提示界面需进行统一：目前来看页面存在不统一性，但是搜索当然希望用户尽量减少无商品提示，走入死胡同。尽量引导和指导用户继续搜索。
其他问题	苏宁头部进行大促氛围设计后，就一直处于被维护状态，没有见到正常界面样式，过多的促销会导致审美疲劳，市区品牌自己的色调定位
商品图片	促销活动一直比较多，爆炸贴的设计对于商品图片质量有很大的影响，建议区分重点大促，避免用户一直处于比较花哨的界面中。

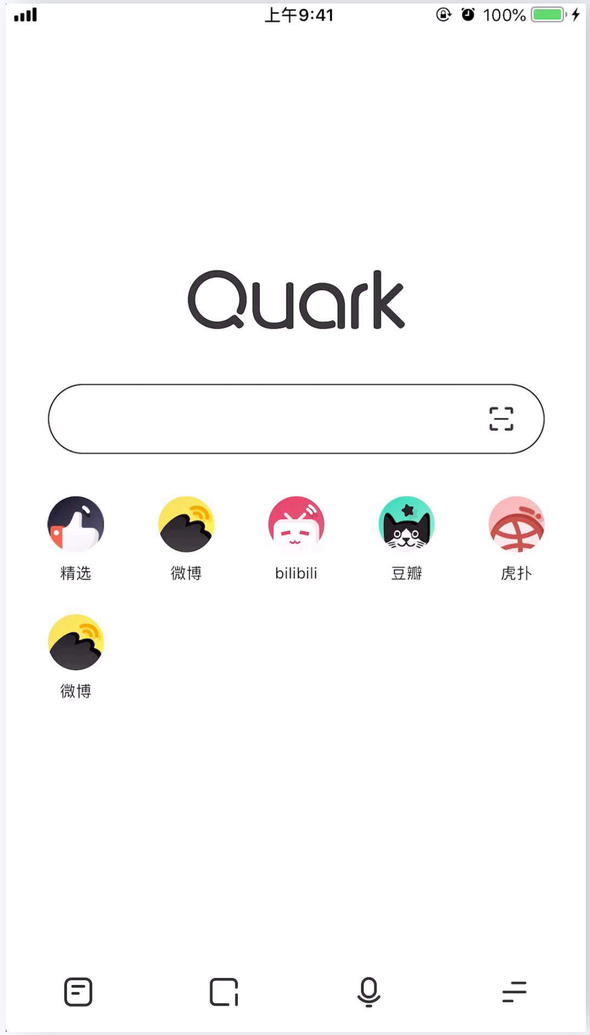
上午9:41
100%
苏宁易购
苏宁易购 正品行货 准时达 官网
【苏宁易购】国内领先的综合网购平台。全国联保,正品行货,服务美好生活!
m.suning.com 品牌广告
苏宁拼购
苏宁拼购
厨房卫浴
电脑办公
家居家装
家电春焕新
空调入场领1000元券
苏宁易购官方APP
领199新春大礼包
下载
苏宁易购电话 4008-365-365
苏宁易购，超值正品！全国联保！
苏宁易购官方商城！价格更超值，送货更准时！
各种新品尽在


上午9:41
100%
苏宁易购
苏宁易购 正品行货 准时达 官网
【苏宁易购】国内领先的综合网购平台。全国联保,正品行货,服务美好生活!
m.suning.com 品牌广告
苏宁超市
电视家影
爆款手机
热门空调
家电春焕新
空调入场领1000元券
苏宁易购官方APP
领199新春大礼包
下载
苏宁易购电话 4008-365-365
苏宁易购，超值正品！全国联保！
苏宁易购官方商城！价格更超值，送货更准时！
各种新品尽在


上午9:41
100%
照片
相机
时钟
星期一
18
日历
App Store
天气
有道云笔记
微信读书
微信
QQ
滴滴出行
百度网盘
备忘录
口袋记账
听
极简待办

上午9:41
100%
苏宁易购 - 百度
苏宁易购 - 百度
一款手机按2000元单价销售，利润为售价的25%。若...
2018
公务员考试
省考
省份地区
资讯类别
立即获取
今日推荐
两次上岸老司机，带你了解如何备战公考?
01-12
30岁，第一次省考，不到40天学习，一举上岸!
01-28


上午9:41
100%
3
Google
搜索或输入网址
手机虎扑网
HUPU
NBA
CBA
足球
电竞
社区
步行街
百度一下
百度App
更快更好的搜索就用百度App
习近平主持召开学校思想政治理论课教师座谈会
全部关闭
完成


上午9:41
100%
Quark
精选
微博
bilibili
豆瓣
虎扑
微博

THANKS!

-搜索研发中心 体验设计部 -