

内容生态搜索趋势研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

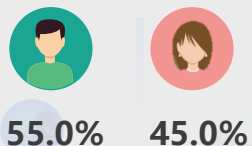
2020年12月

样本说明&研究方法论

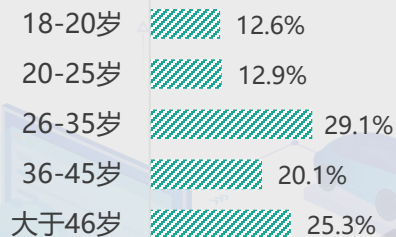
本次调研，样本量N=2,005份，采用极光轻推送调研平台，Online执行完成

样本说明

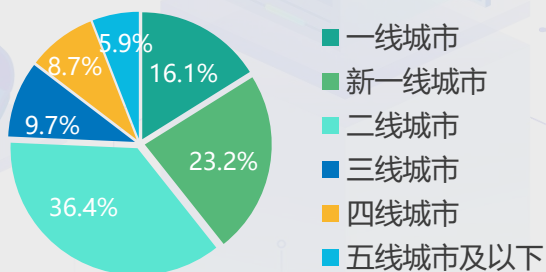
性别分布



年龄分布

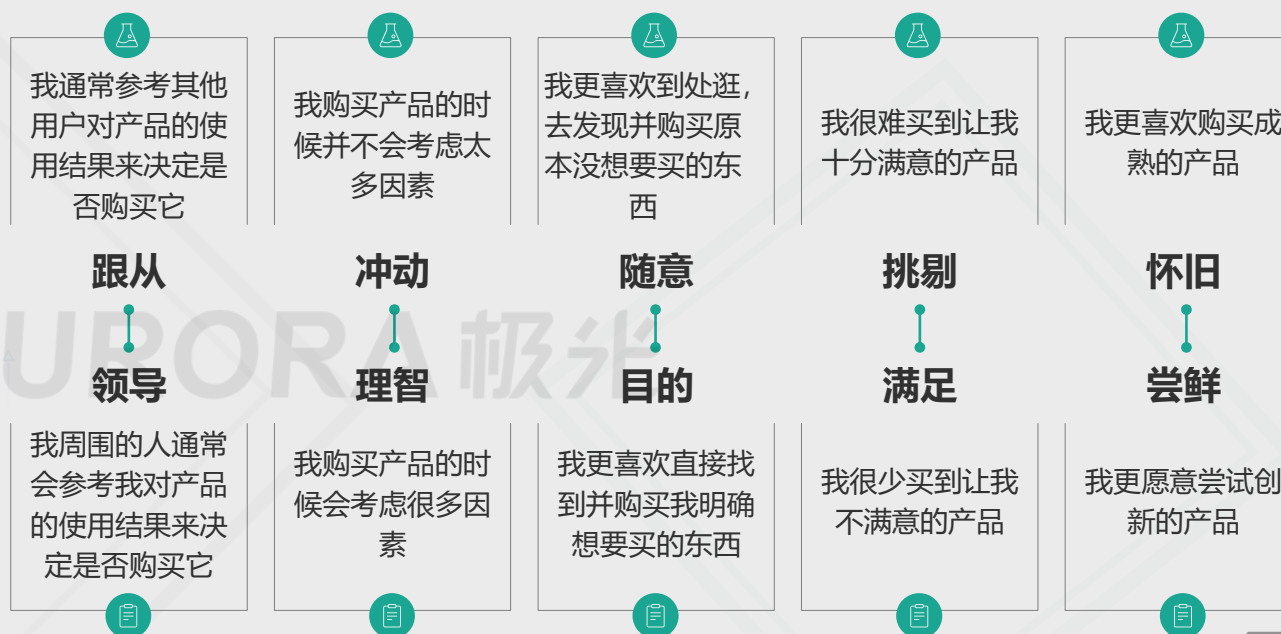


城市线分布



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

采用极光多维性格模型，探究不同搜索用户性格特征的差异



目录

CONTENTS

01

搜索行业的发展 **04**

- 1.1 搜索行业的进化
- 1.2 不同内容生态搜索的特点
- 1.3 内容生态搜索的价值

02

内容生态搜索—代表案例研究 **24**

- 2.1 内容生态搜索代表举例
- 2.2 案例分析—抖音
- 2.3 案例分析—今日头条

03

用户路径价值分析 **47**

PART 01

搜索行业的发展

- 搜索行业的进化

- 不同内容生态搜索的特点

- 内容生态搜索的价值



搜索行业变迁，但搜索的目的始终是内容

随着移动互联网发展，信息环境、用户需求发生变化，但用户搜索的本质仍是对内容的获取



移动互联网时代，内容从制作方式到传播路径都发生了巨大的变化，在内容极大丰富的当下，**我们发现，现在的搜索用户，有一些新的变化**

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

发现1

用户不仅在一个平台搜索，按内容需求选择平台

- 根据极光调研数据，用户平均每天使用3.84个平台进行查找/搜索信息
- 41.7%的用户表示，会根据不同的搜索需求和内容需求选择适合的搜索平台

近七成的用户每天进行查找/搜索的app数量 ≥ 3 个，
强搜索习惯逐步形成

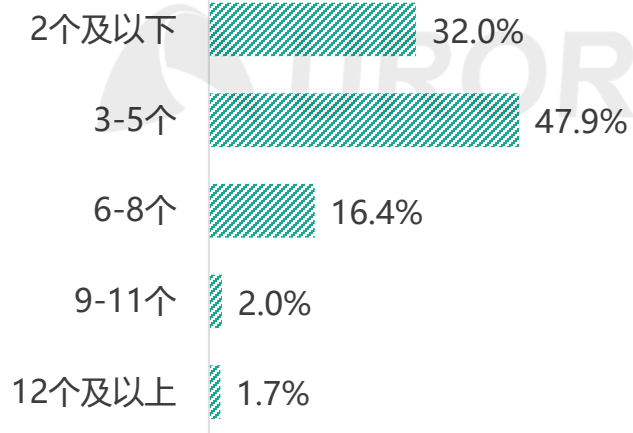
根据需求不同，用户会选择不同类型的平台进行搜索

用户搜索平台使用数量（个/天）

用户平均每天使用

3.84个平台

进行查找/搜索信息



41.7%

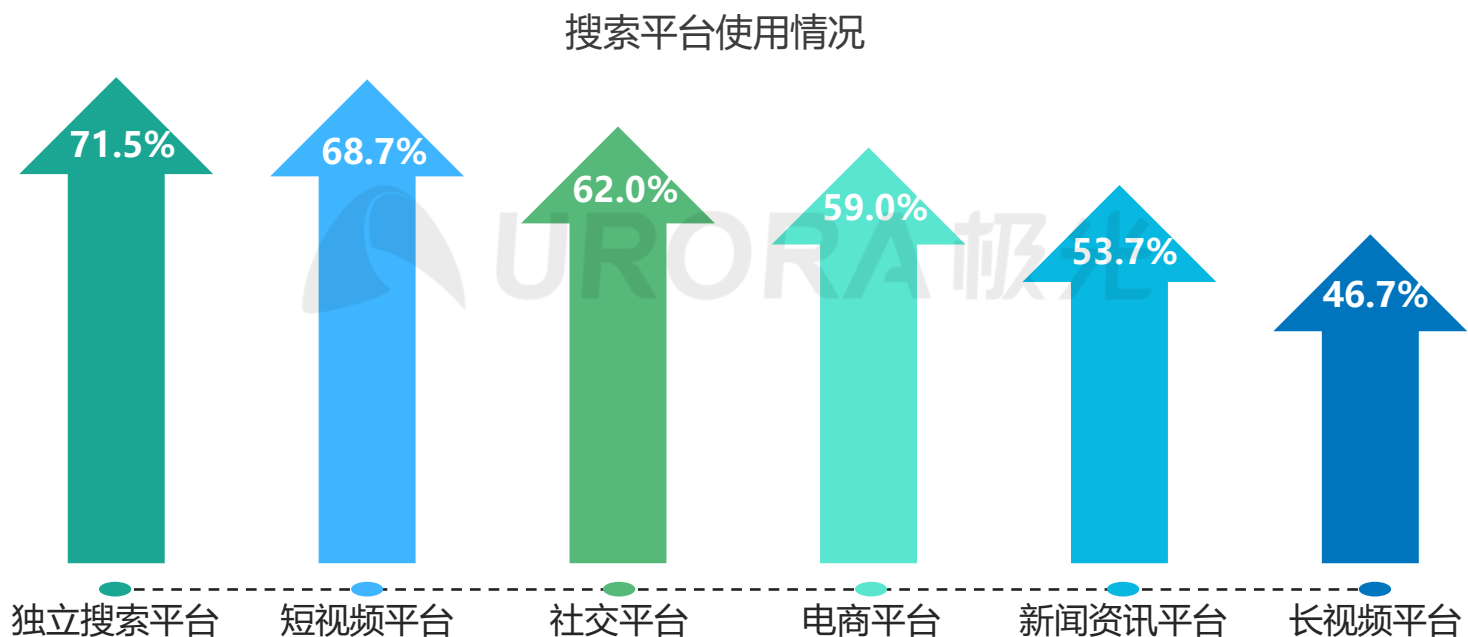
不同的搜索需求，通过
不同的app进行搜索

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

内容场景下，用户搜索需求旺盛

- 根据极光调研数据，独立搜索平台的优势仍然存在，以71.5%的使用率位居榜首；短视频平台表现亮眼，68.7%的用户会通过短视频平台进行搜索，成为使用率第二位的搜索平台

除了独立搜索平台，用户会通过多种内容型平台进行搜索，尤其是短视频平台



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

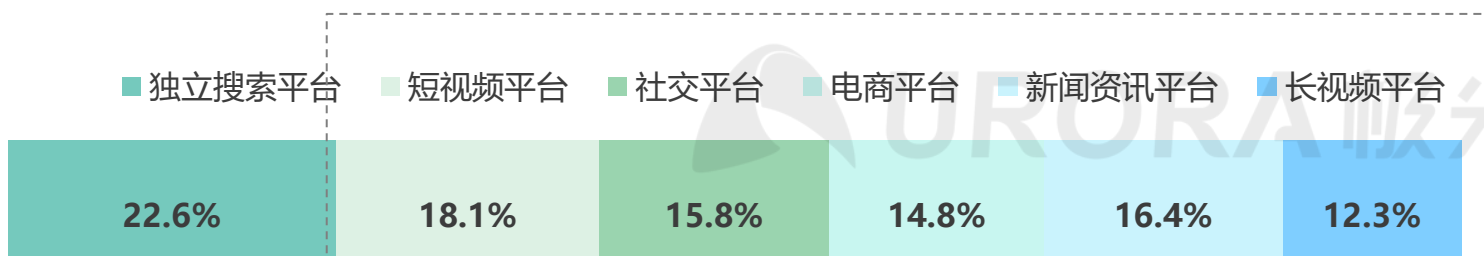
发现3

在非独立搜索平台，“随看随搜”已经成为常态

- 根据极光调研数据发现，用户的所有搜索行为中，有77.4%的搜索会发生在内容型平台；90.5%的用户在社交、短视频、长视频、电商购物、新闻资讯等平台，有过随看随搜的经历

用户搜索行为向内容平台迁移

用户全部搜索行为，在不同平台的权重占比



“随看随搜”更符合用户习惯



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22023

