



传媒互联网行业事件影响点评： 快手搜索高调亮相 发布品牌 SLOGAN 及品牌广告



事件：

9月27日，快手搜索发布首支 TVC 及品牌 slogan “用生活回答每一种生活”，以及最新数据，重点强调用户生活上的联系，深耕私域流量及用户联系，用快手平台本身的多元化生活内容拓展新的商业可能性。

评论：

1、快手搜索发布品牌 slogan 及 TVC，日均搜索达 3 亿次快手发布品牌 slogan 及 TVC 的同时，快手搜索也公布了自身新的数据，截止 8 月，快手搜索日均搜索 3 亿次，对电商和商业化的贡献尤为明显。电商搜索方面，快手搜索相关电商的搜索量得到大比例提升，环比提升超过 30%，环比提升最高的三个类别分别为奢侈品、虚拟产品和食品，在快手重点强调电商“信任关系”的同时帮助电商业务获得较高提升。

2、搜索广告与短视频产品形态结合紧密，未来进一步开放搜索场景今年 4 月至 9 月，快手搜索广告日均消耗提升 260%，广告日均覆盖搜索占比增长 150%，规模和收入均有较大提升。搜索广告的产品形式可以以较低的用户体验成本帮助平台获得较高的收入，快手搜索今年的重点是打造商业化产品和服务，同时广告平台进一步开放搜索场景，通过提升自身的广告展示率和广告商进驻数等，全面建立自身平台的新广告体系，为快手生态带来广告业务的增量。

3、信任为基的快手搜索业务有望加速电商及整体商业化进程 2020 年

以来，随着互联网内容平台用户增长趋势放缓，各大巨头相继加强商业化变现进度，纷纷加大搜索业务的布局。阿里在今年重新加码搜索，将夸克升级为智能搜索业务部，重点强调视频搜索的新需求。9月24日，搜狗发布公告宣布与腾讯完成合并，搜狗原有的搜索、AI、输入法等业务和浏览器、阅读等产品将会与腾讯 PCG 团队产品并轨、团队合一。而快手搜索业务的独特之处在于基于快手短视频独特的社区信任文化，信任关系是快手平台的基础，搜索建立在平台内容多元化发展到较高程度之上，而搜索产生的连接又促进内容的多元化和信任关系的深化，未来有望深化公司商业化进程。

风险提示：互联网行业监管风险、互通互联趋势下业务发展格局改变风险、搜索引擎市场竞争加剧风险

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_27267

