

需求变迁下的搜索变化

— 用户搜索行为盘点

● 搜索引擎 ● 社交平台 ● AI工具



克劳锐出品 2025年3月

2025

● 研究说明

研究内容

- 选取搜索引擎、社交平台、AI工具三个用户常用搜索平台进行用户搜索行为调研，涵盖五种搜索内容（搜人、时事、购物、热梗、地点），分析用户搜索不同内容时的平台倾向、使用习惯及搜后行为。结合部分行业公开数据，对网民搜索行为进行剖析及趋势洞察。

数据说明

- 调研方式及样本量：克劳锐线上调研，N=506
- 调研数据收集周期：2025年1月4日-2025年1月11日
- 其他数据：网上公开数据

● 核心观点

市场

搜索引擎流量减退，**AI工具、社交平台强势崛起**

大盘

AI搜索、社交平台使用率均超50%，用户生活决策优选使用

用户行为

AI工具跃升**搜索购物第三入口**，AI搜后转**社交平台二次验证**，双向驱动促购物决策落地

用户行为

搜索地点后用户**发散式浏览结果**，**多元信息触达推动平台长时停留**

产品

基础信息供给无法满足，**直接答案获取**成为新趋势，AI赋能平台转型**智囊决策支持**

目录

01

三类平台搜索概况

整体搜索行为
搜索引擎概况
社交平台概况
AI工具概况

02

用户搜索行为调研

搜人物
搜时事
搜购物
搜热梗
搜地点

03

搜索趋势分析

搜索问题
产品趋势
决策转向

三类平台搜索概况

● 搜索引擎

● 社交平台

● AI工具

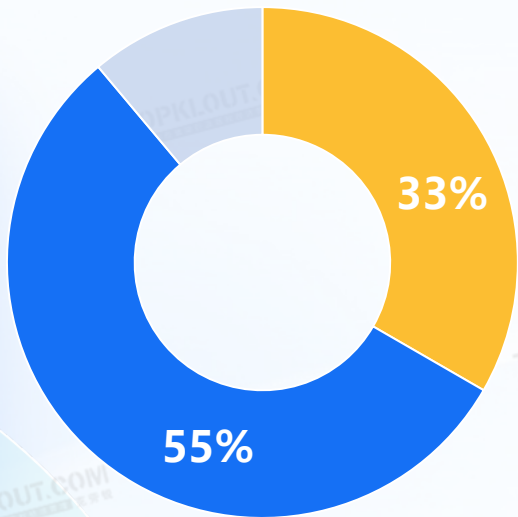


01

● 搜索功能深度渗透网民日常生活，三成用户每日搜索

在网上搜索已然成为网民日常习惯之一，**近9成**用户**3天内有搜索行为**，其中更有**33%**用户**每天都会进行搜索**
搜索频次高的网民每次搜索后浏览结果时长多在30分钟以内，低频搜索用户深入搜索比例较高

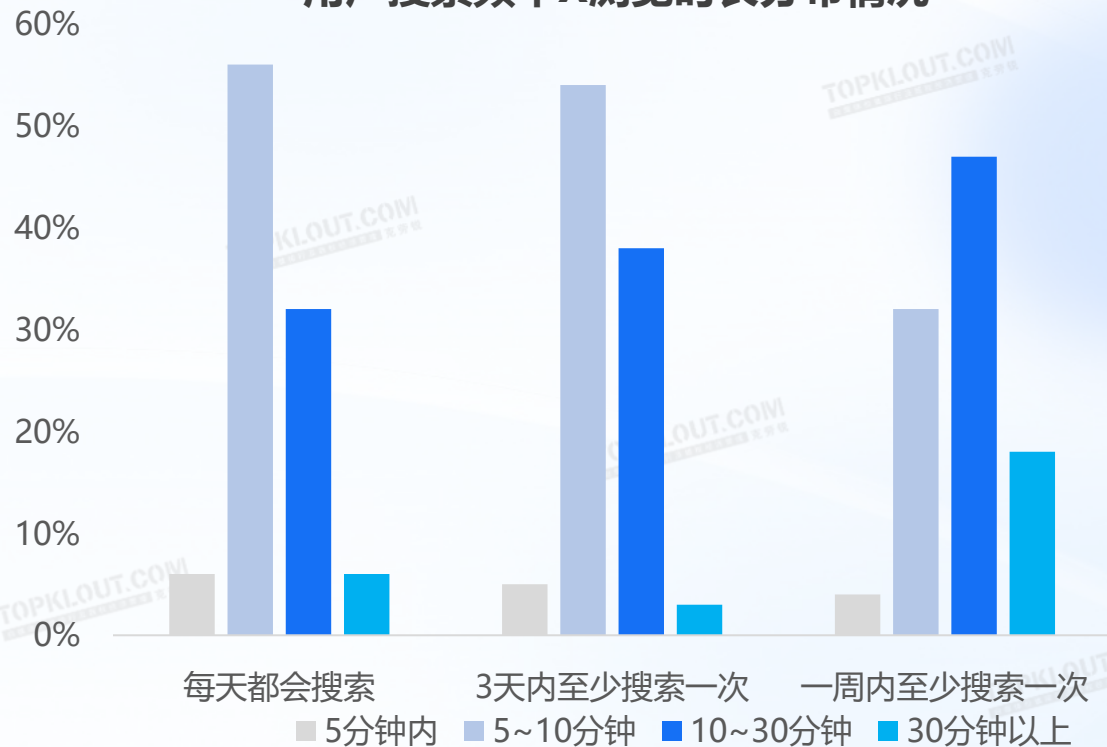
用户搜索频率选择分布情况



■ 每天都会搜索 ■ 3天内至少使用一次 ■ 一周内至少使用一次

数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

用户搜索频率X浏览时长分布情况

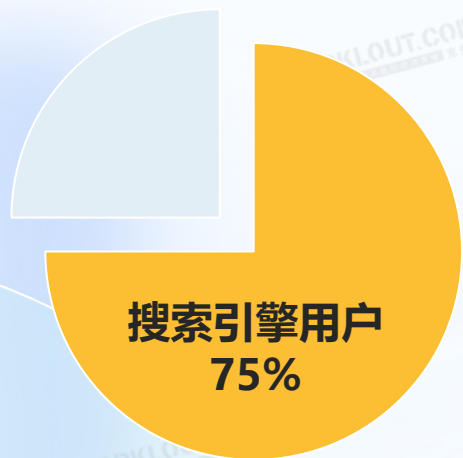


● 搜索引擎：用户基础坚实，渗透率高，但传统搜索方式下使用场景局限

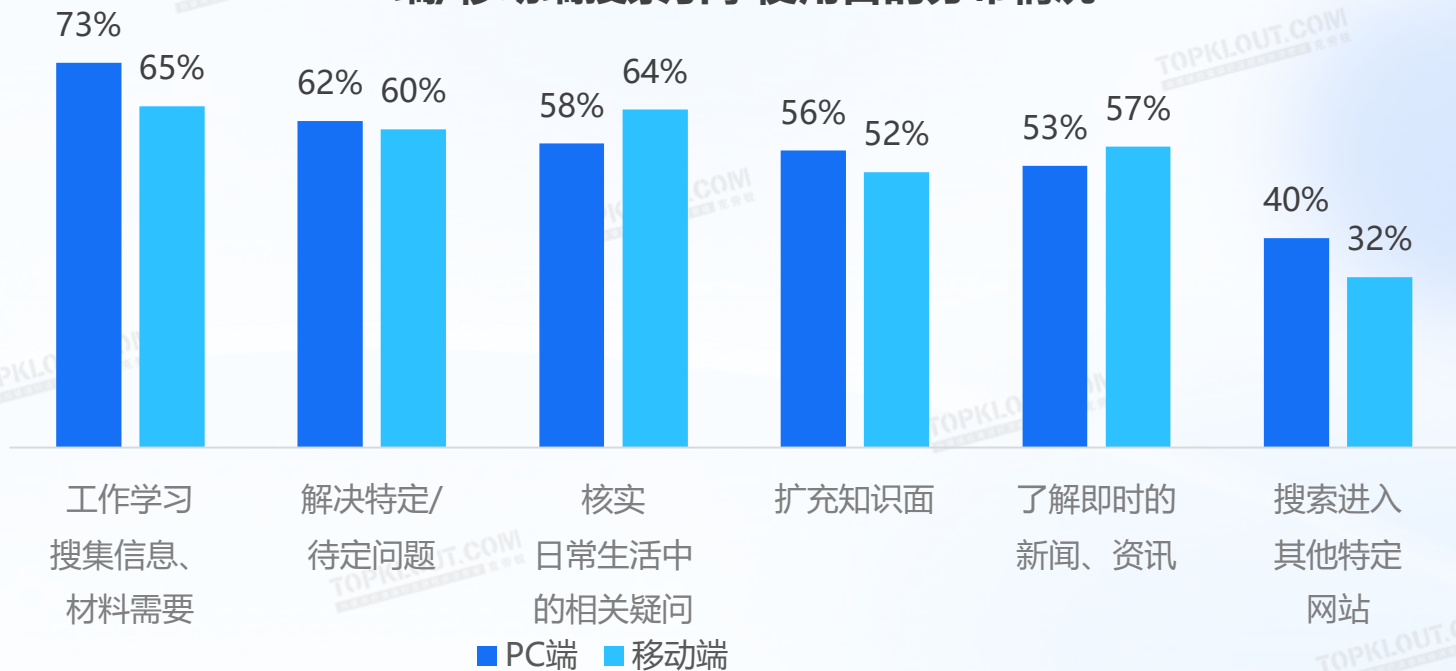
截至2024年6月，我国搜索引擎用户规模达到**8.24亿人**，占总体网民中**75%**

据CTR2023年中国搜索引擎行业报告，用户使用搜索引擎目的主要以**搜集工作学习信息**和**解决/核实问题**为主

搜索引擎用户占比



PC端/移动端搜索引擎使用目的分布情况



数据说明：中国互联网络信息中心 中国互联网络发展状况统计报告；CTR 2023年中国搜索引擎行业研究报告

● 社交平台：搜索量增长迅速，抢占搜索引擎用户份额

据周天财经报道，2024年百度的日均搜索量约为10亿次，而小红书的日均搜索量达到**6亿次**左右，自2023年起已成长2倍且达到百度的一半以上，增速惊人

社交平台跃居用户生活决策首选，融休闲、娱乐、工作、学习于一体，**全面渗透用户生活各领域**



用户日均搜索量 **6次**

1/3 用户打开小红书第一件事是搜索

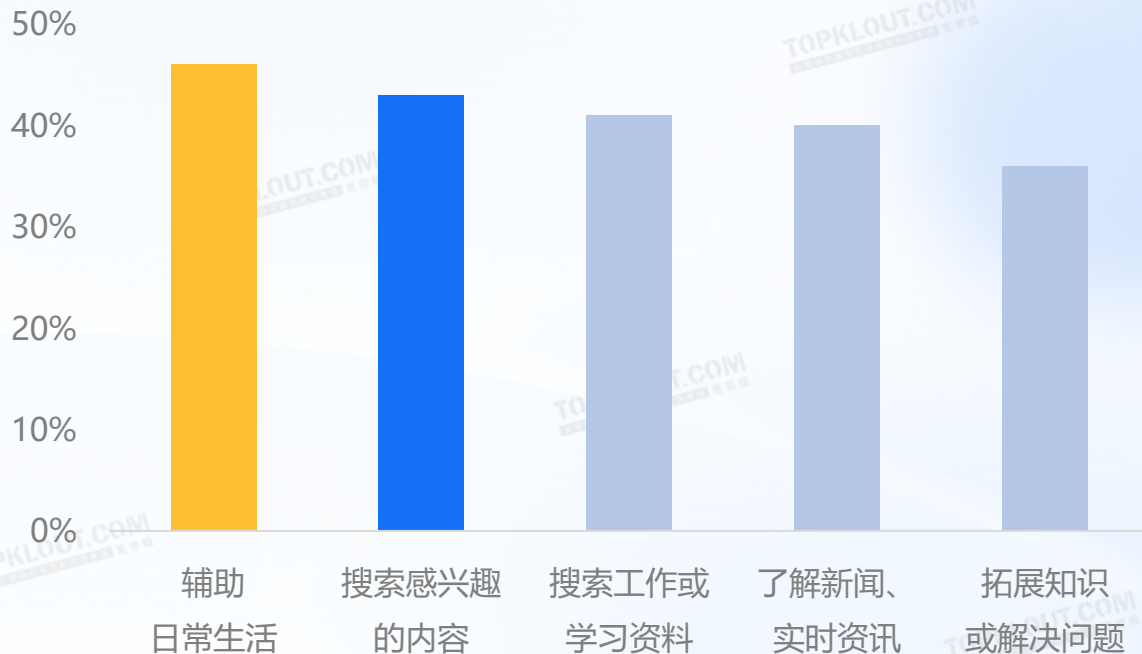


每天有 **80%** 用户在抖音进行搜索

57% 用户打开APP30秒后发起搜索

搜索问题/感兴趣的内容/商品信息/新知最常用平台

社交平台搜索功能使用场景用户选择分布

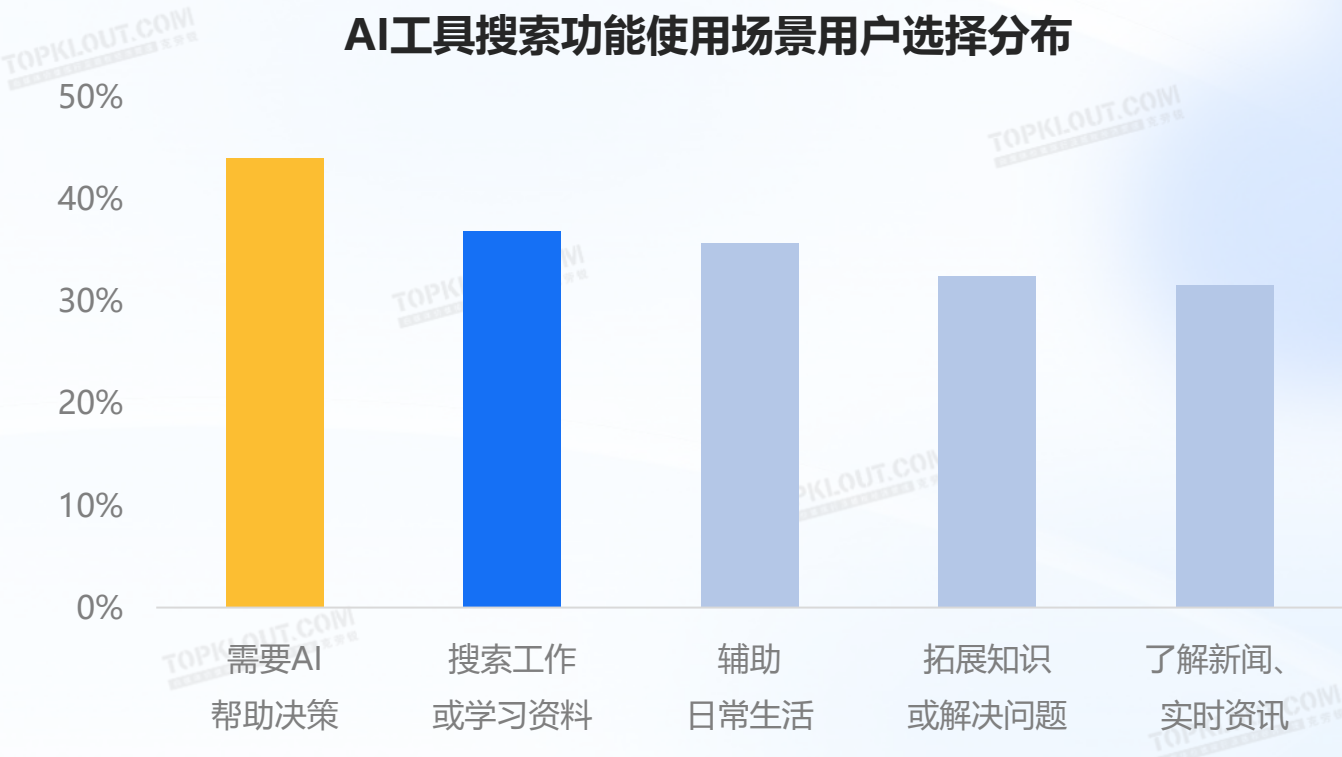


● AI工具：用户规模增长迅速，网民使用习惯逐渐形成，成为有力决策助手

根据量子位智库数据，豆包APP2024年累计用户规模超过1.6亿，AI产品榜国内排名第一，12月月活用户超过7000万
排名第二的Kimi智能助手12月月活用户1669万，对比11月成长30%

AI产品国内总榜（APP）			
APP	12月月活用户	11月月活用户	成长
 豆包	7116万	5998万	18.64%
 Kimi智能助手	1669万	1282万	30.13%
 文小言	1347万	1299万	3.69%

AI工具搜索功能使用场景用户选择分布

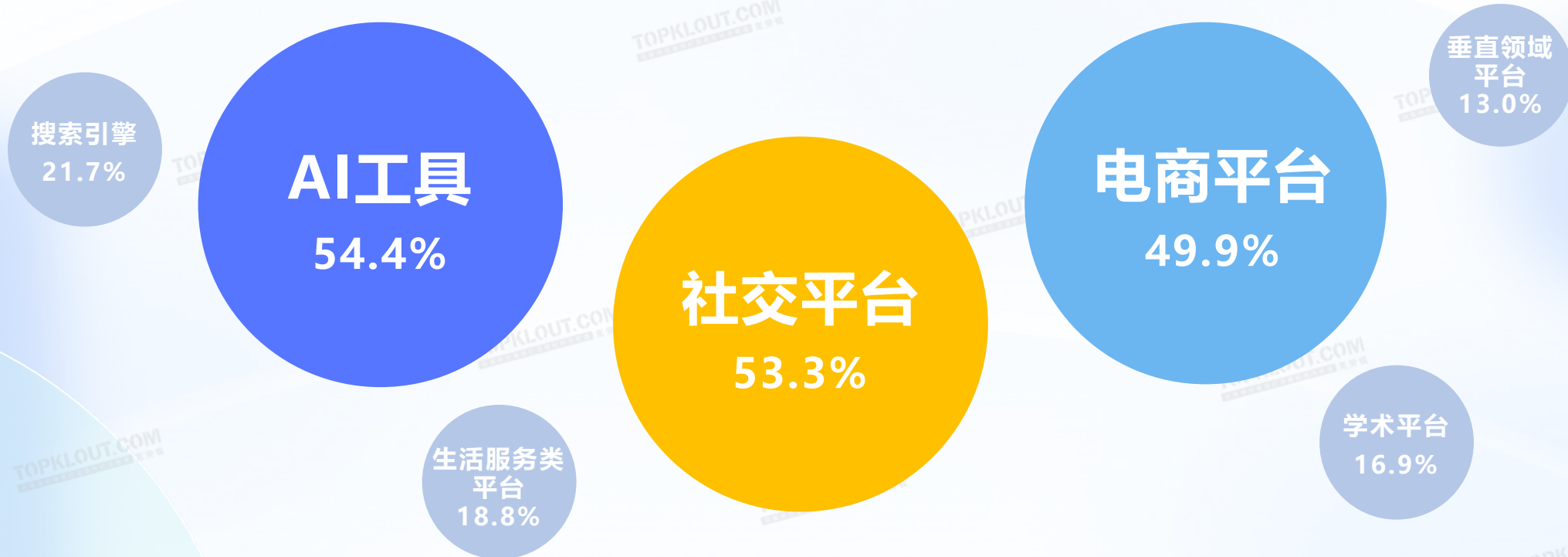


数据说明：量子位智库；公众号@AI产品榜 aicpb.com；克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● AI工具及社交平台吸引搜索引擎用户迁移，成为Top2搜索平台

用户高频使用搜索平台分布情况

过半数受访者经常使用AI工具及社交平台进行搜索



数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 搜索引擎稳扎稳打，社交平台及AI工具势头迅猛

	搜索引擎	社交平台	AI工具
平台优点	内容多样，干扰信息少，内容真实	内容多样，互动性好，内容真实	内容详细深入，总结功能好，信息全面
内容形式	文字为主	视频及图文为主	文字为主
使用场景	搜索工作学习信息、核实疑问	辅助日常生活、搜索娱乐性内容	AI辅助决策、搜索工作学习信息
使用驱动	追求搜索信息源丰富，结果全面	追求与他人互动及多样内容类型	使用AI协助对比及分析，节省用户筛选及总结信息时间
适合搜索内容	需要来自多个信息源的内容时，适合使用搜索引擎	适合搜索关注他人反应，或需要丰富视觉信息的内容	适合搜索信息繁琐、需要大量时间筛选/总结的内容
使用热度	★★☆	★★★★☆	★★★★★
发展潜力	★★★	★★★★☆	★★★★★

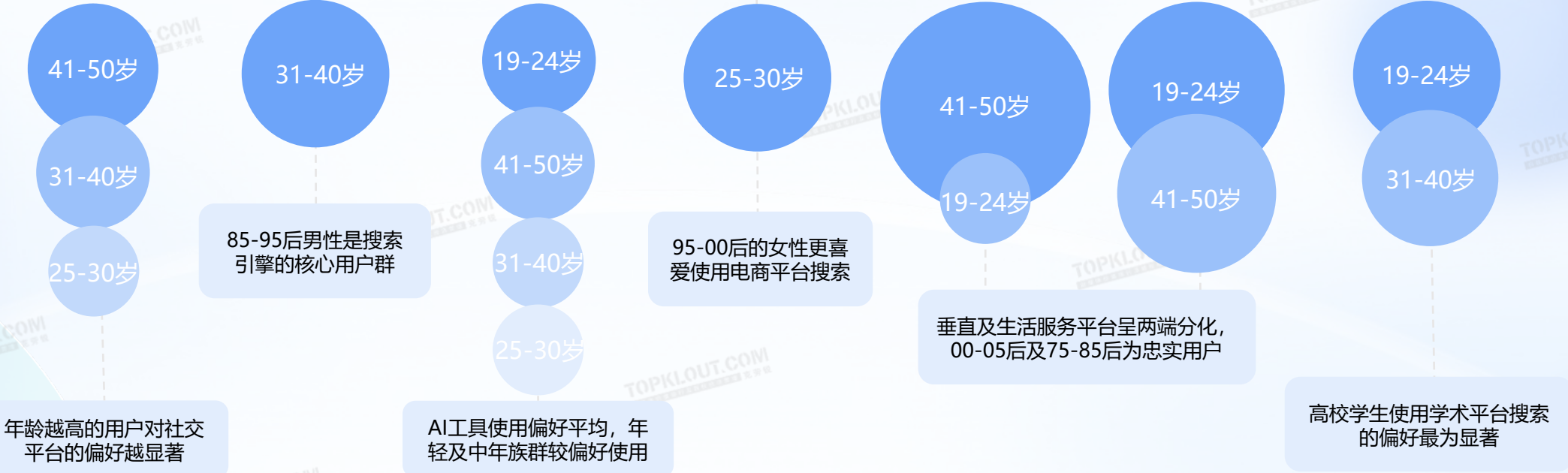
数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

备注：星级评分仅为克劳锐对各类平台发展现状的研究评价，不代表平台官方立场，不代表市场真实水平

● 社交平台及AI工具受全年龄段女性喜爱，85-95后男性主导搜索引擎基本盘

不同人群各平台使用TGI指数表现

	社交平台	搜索引擎	AI工具	电商平台	垂直领域平台	生活服务类平台	学术平台
男	97	117	93	95	106	101	121
女	103	83	107	105	94	99	80



数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506；图中气泡大小表示TGI大小，各年龄中仅选取TGI≥100人群展示

用户搜索行为调研

● 人物 ● 时事 ● 购物 ● 热梗 ● 地点



02

02-01

搜索人物

了解舆论驱动搜索行为

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

UT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐



● 用户搜人常用社交平台，以便快速了解人物“风评”及最新动态

人物搜索驱动

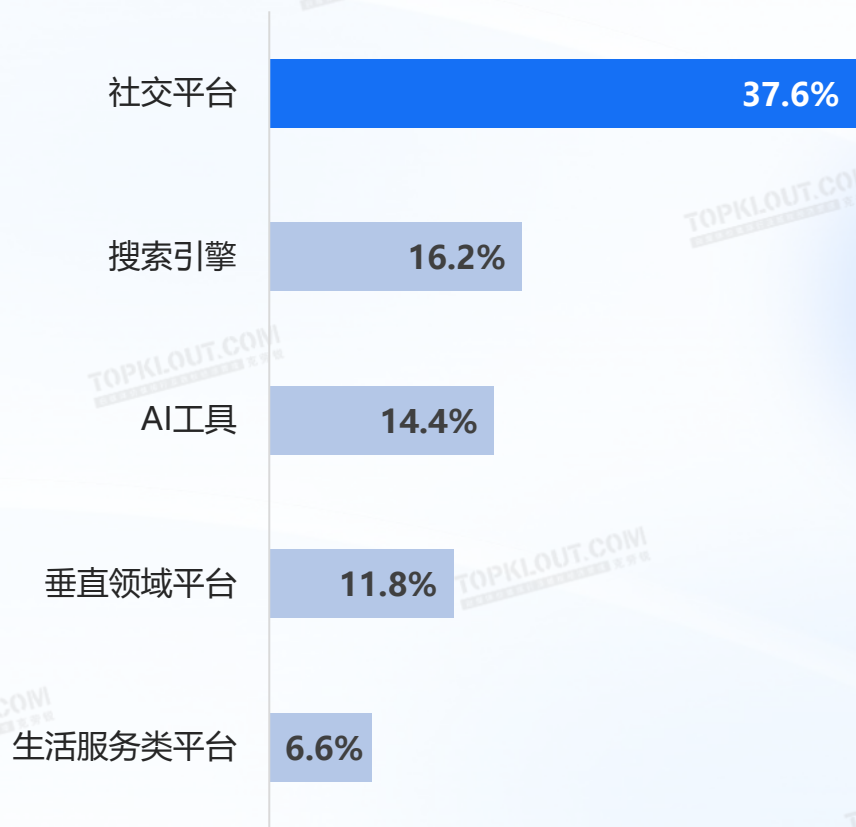
46.3% 想了解网上对ta的评价或看法

41.6% 查看ta的最新动态或作品

38.7% 查看与ta相关的事件或新闻

用户搜索特定人物的主要目的为**了解网友评价**及查看**具时效性的信息**，社交平台凭借强互动氛围，完美契合用户需求

搜索名人/网红/KOL最常使用平台



● 社交平台用话题引领用户情感表达，热门评论辅助用户迅速了解人物轮廓



微博

提供搜索人物相关热点以及其当前热度，汇总全站博文，洞悉大众对人物的情感倾向

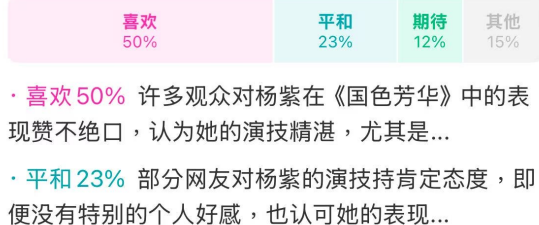


微博智搜

29分钟前 参考搜索到的829篇博文生成总结

杨紫近期活跃在多个平台上，除了主演的历史题材电视剧《国色芳华》热播外，她还参加了微博之夜等活动，展示了多种不同的形象。近期动态《国色芳华》热播 杨紫主演的电视剧《国色芳华》自2025年1月7日播出以...[全文](#)

大众看法



抖音

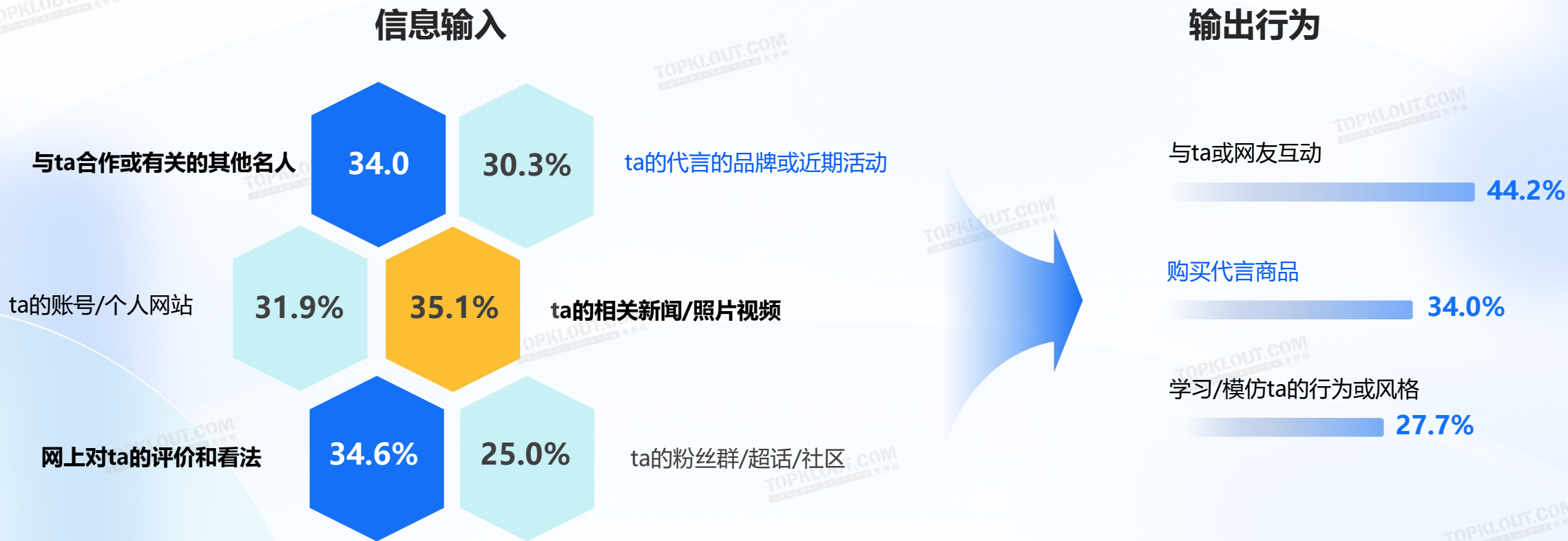
在搜索人物首屏展示相关视频下的热门评论，辅助用户快速获取舆论看法

热门讨论

- PP8D 3天前 · 评论来自视频 > 6916
杨紫穿戏服去的，好勇敢啊，这是真爱剧了，她的剧粉爽了吧
- 屋顶橙子味 3天前 · 评论来自视频 > 1884
好像说杨紫本来推了微博之夜，因为剧宣，来了🥹
- 昼 3天前 · 评论来自视频 > 723
内个说一下哈，杨紫说的是“你是？”，意思是有些工作人员没认出来哈😂
- 糖·很甜 3天前 · 评论来自视频 > 516

● 用户搜人后关注点扩散至合作品牌，品借人的影响力强化认知、促进转化

用户搜索焦点从人物本身延展至其关系网与合作品牌，**34%**用户搜索后**购买人物代言商品**
构建与人物多维链接，有助于**增强品牌认知，促进产品购买**



数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

02-02

搜索时事

搜事首重内容多样，行为围绕日常生活

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

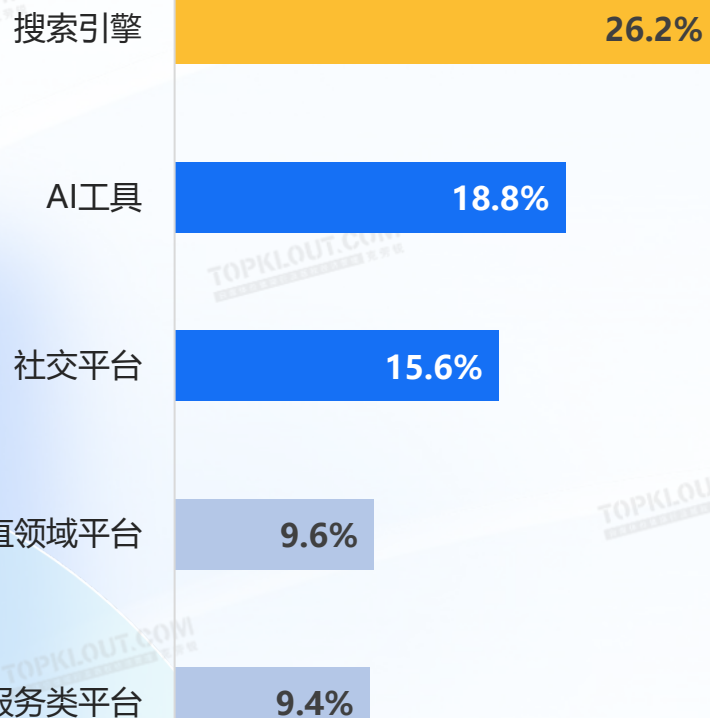
TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

UT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

● 用户搜事需求内容丰富、精准，搜索引擎助力精准捕捉核心信息成首选

搜索新闻/实时资讯/热点事件最常使用平台



搜索引擎使用原因

31.0% 内容多样

搜索引擎汇聚全网资讯，跨越单一站点，内容多样且丰富

31.0% 干扰信息少

搜索引擎界面简洁，精准推送资讯，减轻用户筛选负担，认知更轻松

30.2% 内容真实

搜索引擎主要提供来自官方渠道的新闻及资讯，可信度高

● 用户搜事需求内容丰富、精准，搜索引擎助力精准捕捉核心信息成首选



事件搜索驱动

首位搜索驱动为对**日常生活**的关切，如天气资讯、民生快讯等

获取日常生活相关信息 43.9%

了解事件最新发展 42.8%

想知道大家最近在讨论什么 39.9%

追踪特定领域的热点或趋势 39.6%



搜索后浏览内容偏好

搜索后用户更关注事件发生后个人如何应对，偏好浏览**相关实用信息**

与事件相关的实用信息 51.9%

事件的时间轴梳理 42.8%

事件延伸的社会议题 42.0%



搜索后行为分布

近半数用户搜索后持续**关注后续**，依据事件发展及变化调整个人生活

将网页加入书签，关注后续发展 49.6%

转发或与他人讨论 40.5%

与网友互动 38.9%

使用AI功能查看内容汇总 37.4%

聚合信息流和创作者内容呈现存在第一性差异，搜索引擎能快速满足信息需求



搜索引擎：

重内容展现，以聚合式信息流精准供给用户所需资讯

北京限号查询

综合 笔记 视频 图片

北京限行规则

切换城市

本地车 外地车

今日限行尾号(周一)
07:00-20:00
2 和 7

明日限行尾号(周二)
07:00-20:00
3 和 8

本周尾号限行 (2025年1月20日-2025年1月26日)

周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
2,7	3,8	4,9	5,0	1,6	不限	不限

限行时间：2024年12月30日至2025年03月30日，工作日 07:00-20:00 (节假日除外)

油价调整

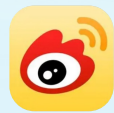
综合 笔记 视频 图片

全部 最新消息 日期时间一览表 最新价格 最新

权威 行业数据中心

下轮调整:2月6日(周四)

调整月份	上半月调整日	下半月调整日
2025年01月	1月2日	1月16日
2025年02月	2月6日	2月19日
2025年03月	3月5日	3月19日
2025年04月	4月2日	4月30日
2025年05月	无调整日	5月19日



社交平台：

基于热门创作者内容，结合兴趣和热点，赋予用户交互自由度

北京限号查询

综合 实时 用户 关注 视频 图片

逗斗车 24-1-1 原创汽车自媒体...

北京新一轮的尾号限行，相关朋友注意查收~

1月1日起 (星期一)
北京市机动车尾号
限行轮换

限行时间:7时至20时
限行范围:五环路以内道路 (不含五环路)

2024年01月01日至2024年03月31日

转发 8 13

同作者的其他微博

劳东燕 2004 清华大学 已编辑

12月30号北京限行的车牌号轮换，而我不知道12月底就换号通行，所以导致当天收到两个罚单，应该是上下班路上被抓拍到。虽然处罚不重，一次罚一

油价调整

综合 实时 用户 关注 视频 图片

钱江晚报 1-2 钱江晚报官方... 已编辑

【#新年第一个工作日油价要涨#，加满1箱油多花2.5元】在连续三次油价调整搁浅后，今天也就是2025年第一个工作日24时，国内油价将压线上调。过去的两个多月时间，国际油价一直处于弱平衡状态。一方面，欧佩克延长石油减产协议，中东、俄乌等地缘紧张局势持续均对油价形成支撑。但另一方面，全球经济复苏 ... 全文

71.87

油价调整走势图

33 76 319

同作者的其他微博

02-03

搜索商品

借助AI助手解决信息过载
社交平台满足真实性需求

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

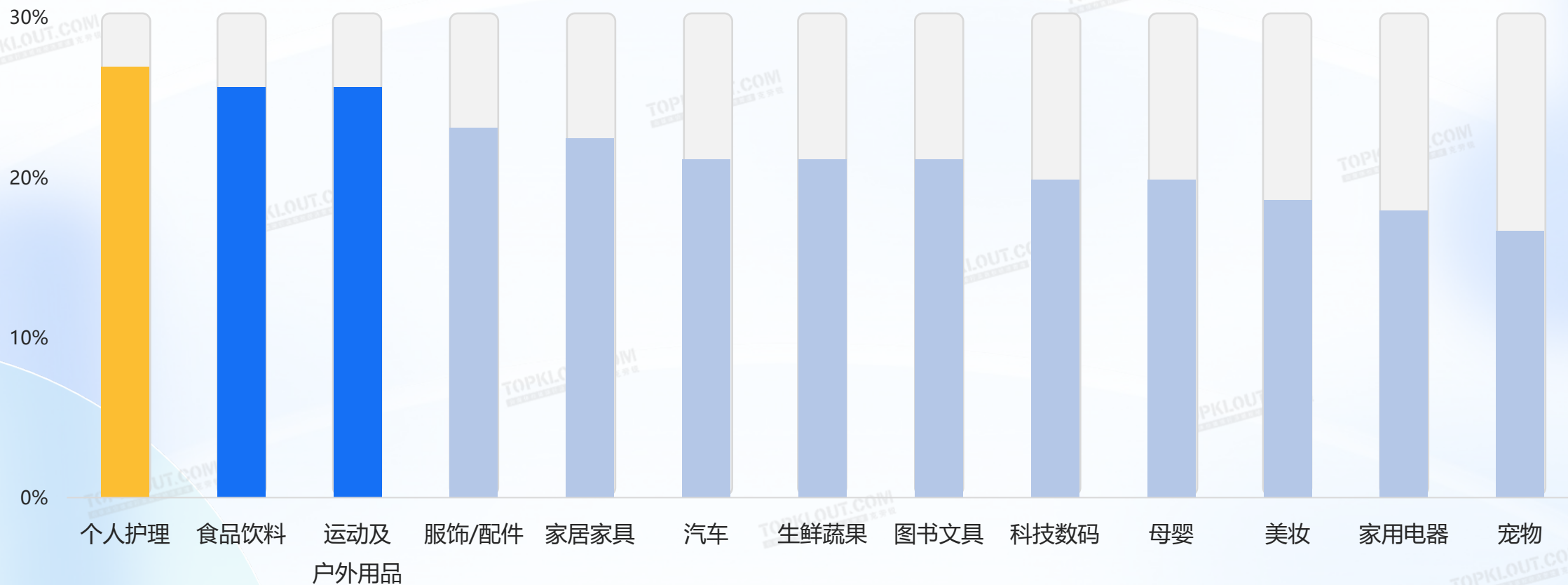
TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑价值社群及品牌传播营销 克劳锐

● 用户关注度Top3品类为个人护理、食品饮料及运动户外用品

搜索品类分布情况

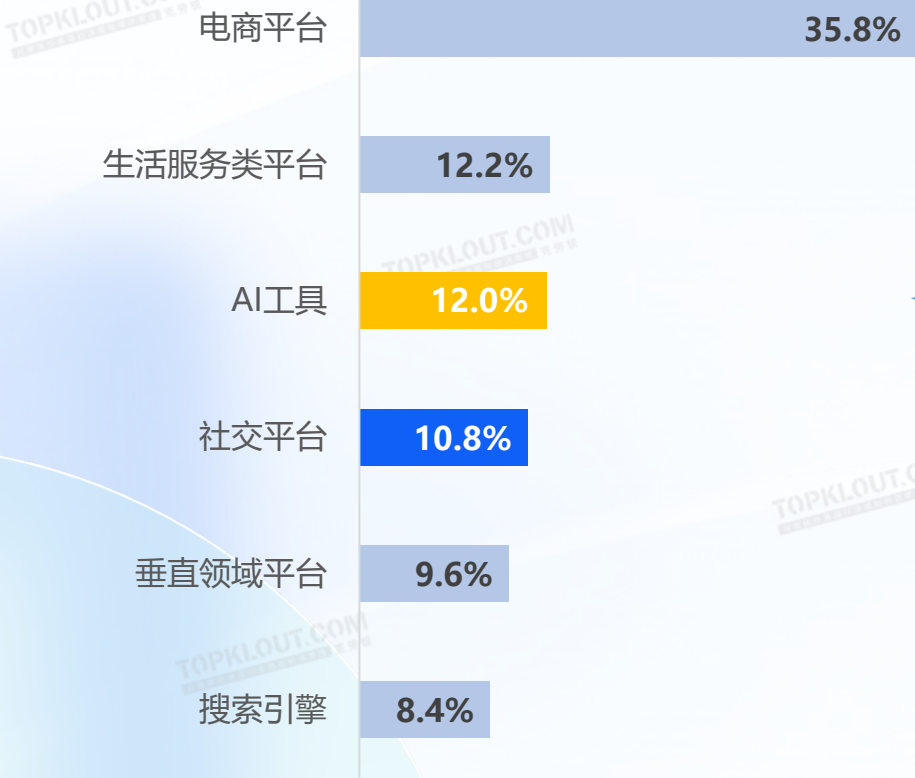


数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 当用户面临信息过载，AI工具凭信息整合力强势崛起，跃升商品搜索第三大入口

搜索商品信息/消费者评价或促销活动

最常使用平台



数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

AI工具使用原因

37.0% 内容全面详细

AI工具革新商品信息获取方式，透过简单搜索便可对产品建立全面认知，适合搜索参数多、规格复杂的商品

31.6% 总结功能好

速汇全网资讯精华，节省用户筛选无关信息的时间

30.1% 时效性强

无需筛选，AI工具自动提供最新内容

29.5% 准确性高

AI工具可透过评估资料来源可靠性、检查支持证据及逻辑、交叉验证等方式来确保答案准确性

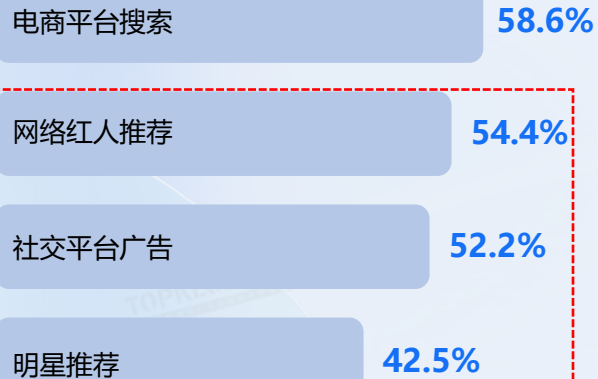
● 用户搜事需求内容丰富、精准，搜索引擎助力精准捕捉核心信息成首选



种草阶段

社交平台种草效应显著，
触发用户消费决策评估行为

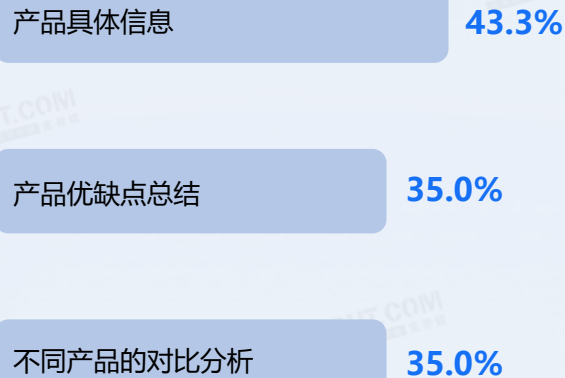
种草主要来源分布



初步搜索

使用AI工具进行初步搜索，产品具体
信息和产品间对比分析为核心需求

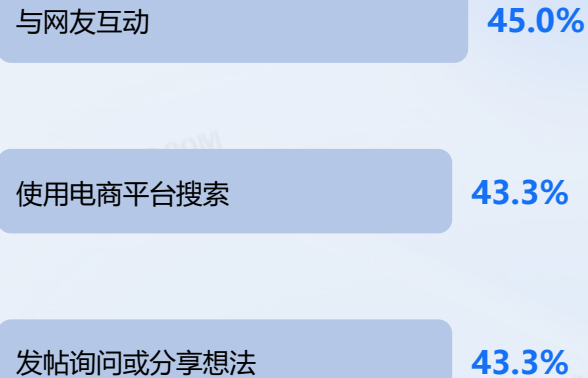
搜索后浏览内容分布



深度搜索

决策后期用户行为分化，锁定具体产品后
用户回到社交平台再次求证并寻求互动，
或跳转电商平台搜索商品

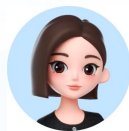
搜索后行为选择分布



● 为响应用户需求，AI工具联动社交平台，全方位、多途径、高效率提供信息

透过快速总结多篇测评文章的内容，AI工具可以提供商品各层面的对比，协助消费者挑选最适合的产品

除了文字内容外，豆包、文心一言等AI工具提供社交平台相关视频，多维展现产品风貌，让用户了解产品每一面



豆包

快速总结商品信息



文心一言

充电技术

- vivo X200：支持 90W 有线快充，实测完全充满电需要 43 分钟。
- vivo X200 Pro：支持 90W 有线快充和 30W 无线充电，实测完全充满电需要 50 分钟。

相关视频



- 价格：vivo X200的价格根据配置不同有所差异。具体价格如下：12GB+256GB版售价为4299元；12GB+512GB版售价为4699元；16GB+512GB版售价为4999元；16GB+1TB版售价为5499元。
- 颜色：vivo X200提供了宝石蓝、钛色、白月光和辰夜黑四种机身颜色供消费者选择。

总的来说，vivo X200是一款配置高端、功能全面的智能手机，无论是性能、影像还是续航方面都表现出色。同时，其独特的公里级无网通信技术也为用户带来了更加便捷和安全的通信体验。

以下是vivo x200相关的视频，提供了该手机的外观设计、屏幕特性、性能表现、拍照功能等方面的详细介绍，可供参考：



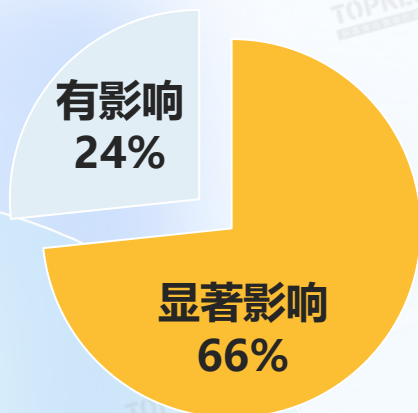
联动母公司旗下视频网站（抖音/好看视频），提供使用体验及测评等视频

● 消费者决策受社交平台影响显著，真实内容用户下单更放心

在消费决策后期，当用户回到社交平台后，**9成**用户认为在小红书搜索到的内容**对他们的消费决策有影响**，平台的高**真实、高相关性**更贴近用户日常生活，有效推动消费决策

超过**90%**的受访者表示**曾因搜索内容而决定购买产品**，其中多数消费者习惯使用电商平台下单

搜索引擎用户占比



产品对比和测评内容

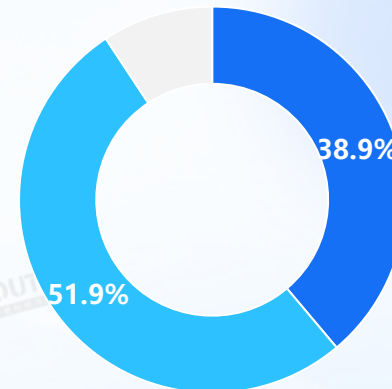


用户使用反馈



搜索购物转化率

真实内容
加速消费决策



- 社交平台直接购买
- 电商平台购买
- 不曾因搜索结果而购买

02-04

搜索热梗

搜索驱动输出
助推热梗再传播

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

TOPKLOUT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

UT.COM
口碑传播社群及品牌传播营销 克劳锐

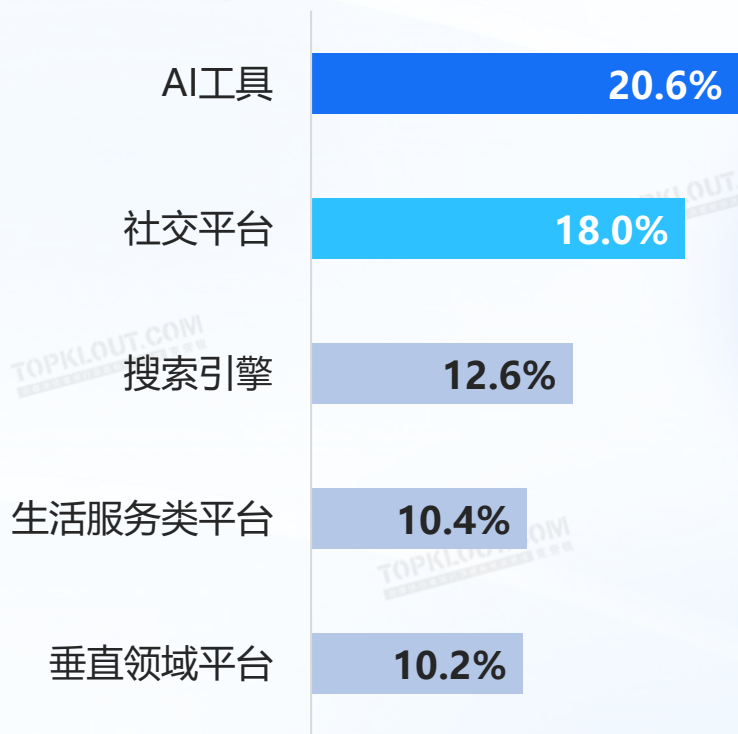


● 信息获取及娱乐需求驱动用户热梗搜索，AI工具及社交平台协同满足用户需求

热梗搜索驱动



搜索热梗最常使用平台

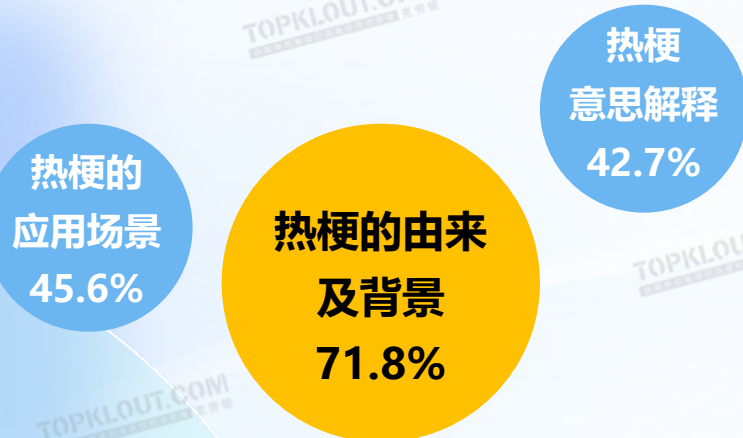


数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 用户以AI工具学习热梗新知，依托社交平台满足娱乐需求，实现双向内容消费

AI工具用户关注热梗背景信息溯源 流行脉络及应用场景解析

使用**AI工具**搜索热梗搜索结果内容偏好



社交平台用户更期望看到丰富的内容形式 凸显深度互动需求

使用**社交平台**搜索热梗搜索结果内容偏好



● 搜索激发用户多元输出，互动区助力热梗再传播，激活内容生态

热梗搜索后行为

关注/收藏话题标签
或帖子

52.3%

与网友互动、评论

50.3%

利用热梗制作内
容，发布到社交平
台

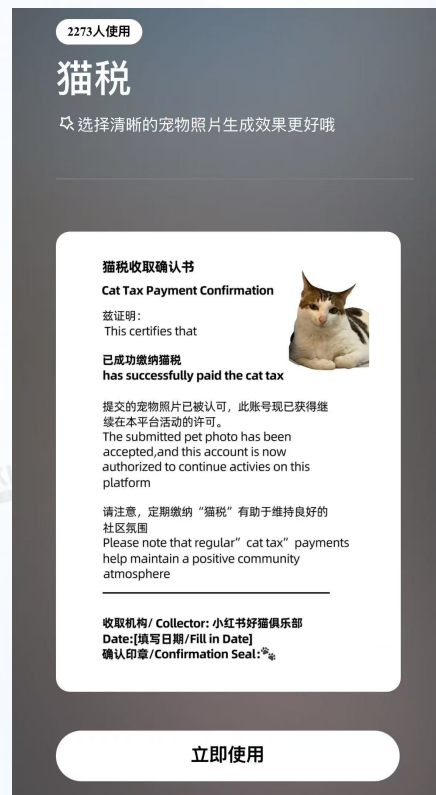
43.0%

转发或与他人讨论

38.9%

数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

小红书镜构支持一键生成表情包，当TikTok难民涌入小红书，平台趁势推出“猫税”表情包，激发用户创作热情



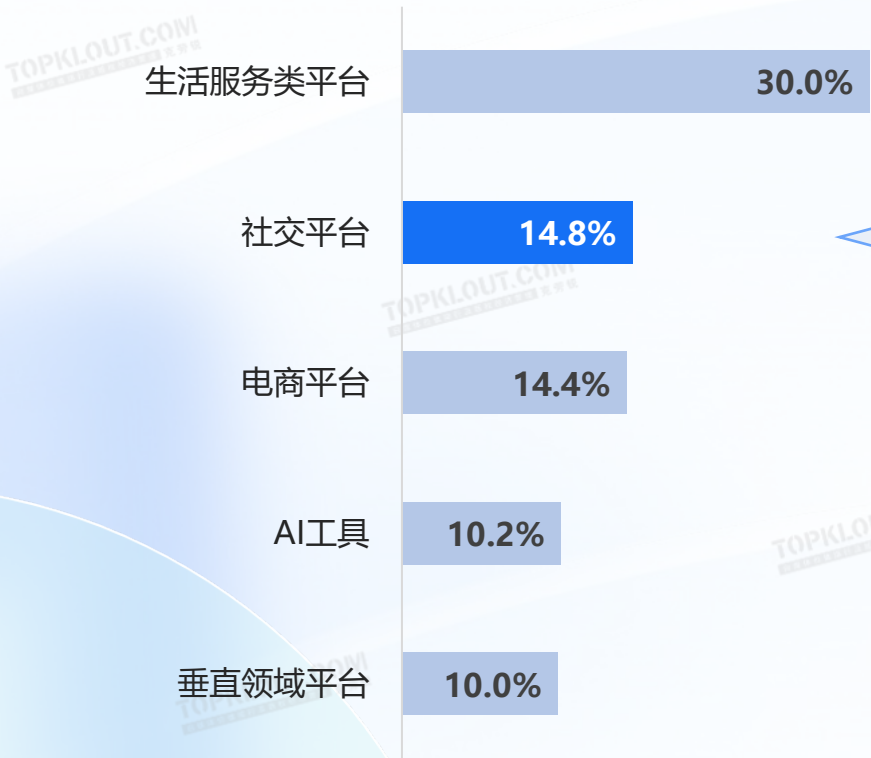
02-05

搜索地点

用户搜地后行为深度延展
长时停留发散浏览多维内容

● 用户搜地首选生活服务平台，社交平台凭多样性及互动性出圈，成搜地信息补充渠道

搜索特定地点最常使用平台



社交平台使用原因

33.3% 内容多样

社交平台上涵盖介绍、攻略及体验分享，助用户全面洞悉所搜之地的魅力

32.5% 互动性好

与网友互动获取第一手资料或最本地的旅游建议

31.0% 内容真实

社交平台素人分享日常，真实触动人心，相较于搜索引擎与AI助手，更添一抹温馨人情味。

● 用户搜地首选生活服务平台，社交平台凭多样性及互动性出圈，成搜地信息补充渠道

分层式生态：



搜索首屏聚焦商户信息，以**结构化数据**为主，笔记分享注重图文用户体验，以**内容分层**精准供给信息

多元化生态：



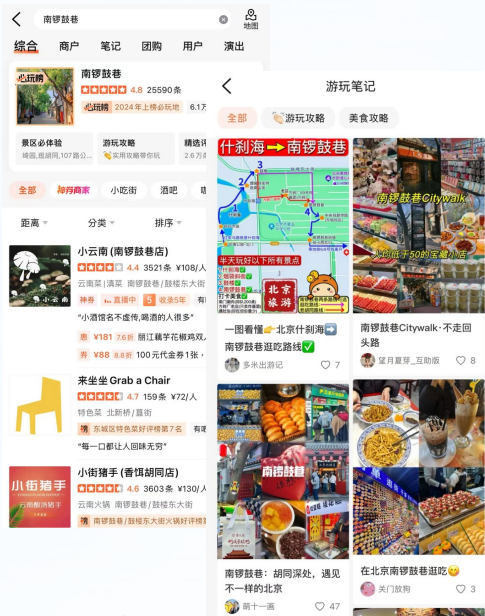
视频及图文并重，**内容维度发散**，构建”**专业内容+生活化分享**“内容矩阵，满足用户信息刚需并以生活化内容增强社区氛围

生活服务平台

便民服务&基本信息

体验分享

情感交流



社交平台

基本信息

旅游攻略

探店分享

情感交流

个人生活



● 搜索前期社交平台泛搜，后期生活服务平台精搜，用户双轨生态获取地点信息

	社交平台	生活服务平台
平台特色	多元化生态： 提供用户体验、生活分享等多样性内容	分层式生态： 上层聚焦商户提供便民生活服务，下落用户体验
内容形式	视频、图文齐放	图文为主，视频为辅
主要内容类型	内容多样， 包含探店分享、出行建议、个人旅游vlog等	探店相关为主， 包含地点基本信息、用户评价等

适合**前期泛搜**，发散式查询大范围内地点及周遭相关，平台个性推送**多元内容**，助力构建**出行计划框架**

适合**后期精搜**，确定目的地后查看**地点基本信息**，**补充出行细节**

● 用户搜地后行为深度延展，长时停留发散浏览多维内容



搜索行为指向

[查看基本信息](#)

32.4%

27.0%

[查看详细攻略](#)

一图看懂👉北京故宫及周边景点游玩路线✅ 故宫...

 多米出游记
2024-09-24

👍 299



！故宫2024最新攻略！
看完少走40分钟弯路！...

37.8%

查看周边设施



最近总有姐妹私信我 →
来故宫玩吃什么 其实故...

小鹿妈出游记
2024-12-27

161



在北京，吃四季民福都点什么菜 四季民福真的很好...



28.4%

[查看体验分享](#)

100



故宫替大家试过了，不要买下午票了 11-3月要去北...

 小学丽丽老师  195

● 社交平台深度融合本地服务，锁定用户搜索需求，实现留存转化



抖音

自动推荐最近地点
及网友评价

团购优惠吸引下单



小红书

提供多种标签
用户可快速浏览
周遭地点

以地图形式呈现
收藏地点,
距离一目了然



搜索趋势分析



03

● 搜索问题：劣质信息泛滥，用户需要具辨别力及思考力的搜索工具助力决策

【搜索两大问题】

01 信息杂乱零碎

用户往往需要在不同平台/网页/帖子间来回浏览、筛选无关资讯，才能获取信息全貌

1. **社交平台**：测评帖、心得、照片分享等不同内容混杂在搜索结果中
2. **AI工具**：呈现总结性信息，界面简洁，一目了然



02 假消息多

1. 伪装成一般评论的暗广充斥在社交平台中，一不小心就容易上当
2. 各平台上充斥营销号、广告、假新闻，缺少足够时间辨别信息可信度的情况下，用户容易受假消息误导



● 回应用户需求，搜索引擎加入智能搜索入口，AI赋能重塑用户搜索习惯



百度AI助手上线

2024.4



11月访问量**615万**
推出百度搜索AI探索版

2024.11

AI搜⁺

AI助手升级产品——
AI搜正式上线

2025.1



360搜索



360AI搜索

测试版上线



360AI搜索

11月访问量**2.82亿**
AI产品榜国内**Top 1**
AI产品榜全球**Top 5**



纳米AI搜索

新AI搜索引擎上线
首日访问量**超100万**

● AI摘要成为用户触达信息重要入口，智能算法驱动搜索引擎进化

20% 以上的百度搜索页面
包含AI生成结果

27.6% 搜索引擎用户
搜索后首先查看AI总结结果

25.9% 搜索引擎用户
使用原因为其“总结功能好”



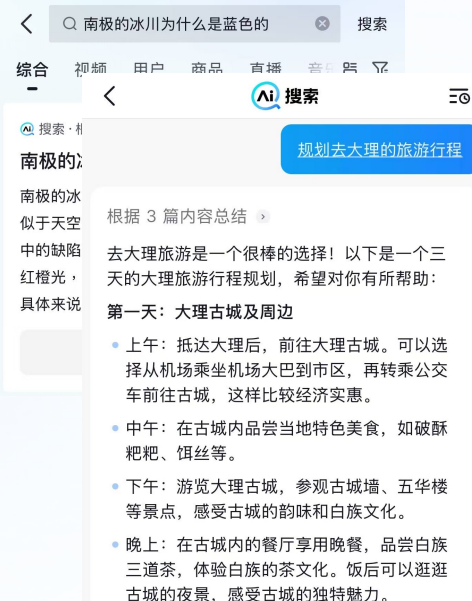
数据说明：百度2024第三季度业绩会；克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 社交平台融合AI，智能化引领用户决策

社交平台APP内嵌**AI搜索**，融合海量用户笔记与智能技术，满足用户对**真实性及互动性**的需求的同时，提供**更简洁、精确**的搜索结果，解决用户搜索困境，优化体验



抖音



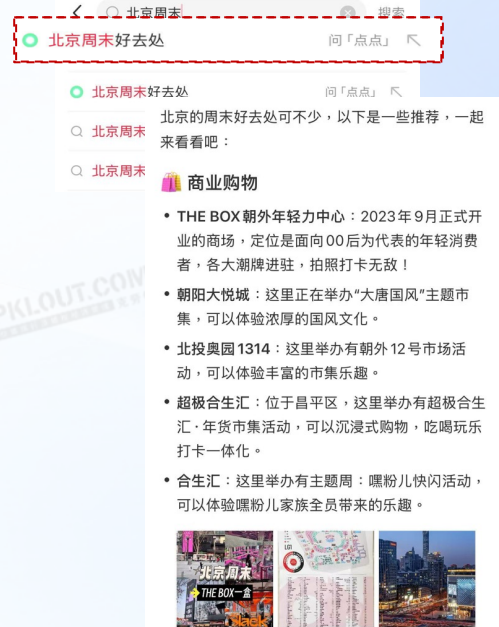
搜索问题后自动触发AI总结，也可透过搜索页面右下方入口进入



小红书

除了正在内测阶段的搜索智能助手“搜搜薯”外，小红书即将在站内结合主打生活场景的AI搜索产品“点点”，在搜索框输入关键词即可“问点点”

点点结合小红书全站资源，通过站内图文或视频笔记辅助用户



- 用户搜索偏好由信息获取转向智能决策，搜索平台角色升级为思考和决策引领者

打造“第二大脑式”搜索体验成为用户留存关键

信息消费时代

信息缺口催生搜索需求，
获取目标信息后用户**自行决策**

搜索

信息



劣质信息
过载

智能引领时代

用户将**思考与决策权**逐步转移至搜索平台，
搜索内容由关键词转换为**任务交付**
搜索行为从参考信息获取向**直接答案索取**转变

搜索

决策结果

克劳锐指数研究院

关注克劳锐官方微信公众账号，并在后台进行转载留言

LEGAL STATEMENT

法律声明

克劳锐指数研究院

版权声明

本数据报告为克劳锐制作完成，报告页面中所有的内容，包括但不限于文字、图片、图表、标识、商标等均属克劳锐所有，并受相关商标及著作权的法律保护，部分文字和图片来源于公共信息，所有权归原著者所有。

未经本公司（克劳锐）书面授权，任何组织和个人不得以任何形式复制、转载、修改、重制本报告部分或全部内容。任何未经授权使用本报告的相关商业行为，都将违反《中华人民共和国著作权法》及相关法律、公约的规定，属于侵犯克劳锐版权的行为。一经发现，克劳锐将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

免责条款

本报告行业数据及相关市场监测主要来源于公司研究人员案头研究、行业访谈、市场调查、及其他研究方法与克劳锐监测产品数据、统计预测模型结合所得；受调研方法、调研范围、调研样本的限制，该报告中所涉及数据仅代表调研时间内调研对象的基本情况，仅服务于本报告撰写周期内的调研目的，所涉及的企业数据、样本分析结果仅为市场和用户提供基本参考，克劳锐对该报告的数据和观点不承担法律责任。

克劳锐 立足数据 服务自媒体生态

全球领先自媒体价值排行及版权经济管理机构

提供专业自媒体大数据价值评估体系、多维度商业价值判定、深度行业观察报告及高效的版权经济管理等一站式综合服务。



克劳锐小助手联系方式



克劳锐官方微信



克劳锐指数小程序

克劳锐官网（获取更多报告）：www.topklout.com
克劳锐指数研究院邮箱（报告合作需求）：research@topklout.com
更多需求请联系克劳锐小助手！

克劳锐核心业务

自媒体价值排行

自媒体榜单覆盖28大垂直行业，品牌榜单覆盖8大行业，合作榜单20多家企业单位。

行业洞察报告

行业报告年产出百余份，为新媒体从业者梳理行业规则、树立行业标杆。成为自媒体人生存发展必备的参考资料。

版权经济管理

上千位自媒体人版权签约，成功为自媒体人提供版权监测，维权诉讼，版权交易等全方位服务。

新媒体生态圈活动

新媒体行业峰会论坛，从自媒体人到品牌，全力搭建新媒体商业交流及资讯探讨平台。

自媒体“奥斯卡” TOPKLOUT AWARDS

一年一度新媒体界颁奖盛典，千人峰会荟聚内容行业TOP人物，百大奖项见证自媒体人年度荣耀。

克劳锐出品

2025年3月