

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

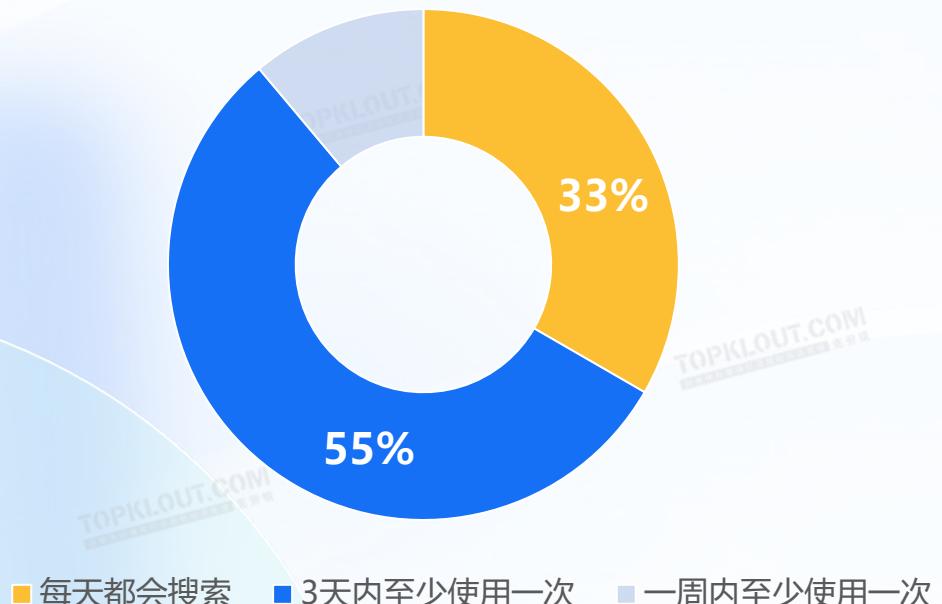
- 搜索引擎
- 社交平台
- AI工具

01

● 搜索功能深度渗透网民日常生活，三成用户每日搜索

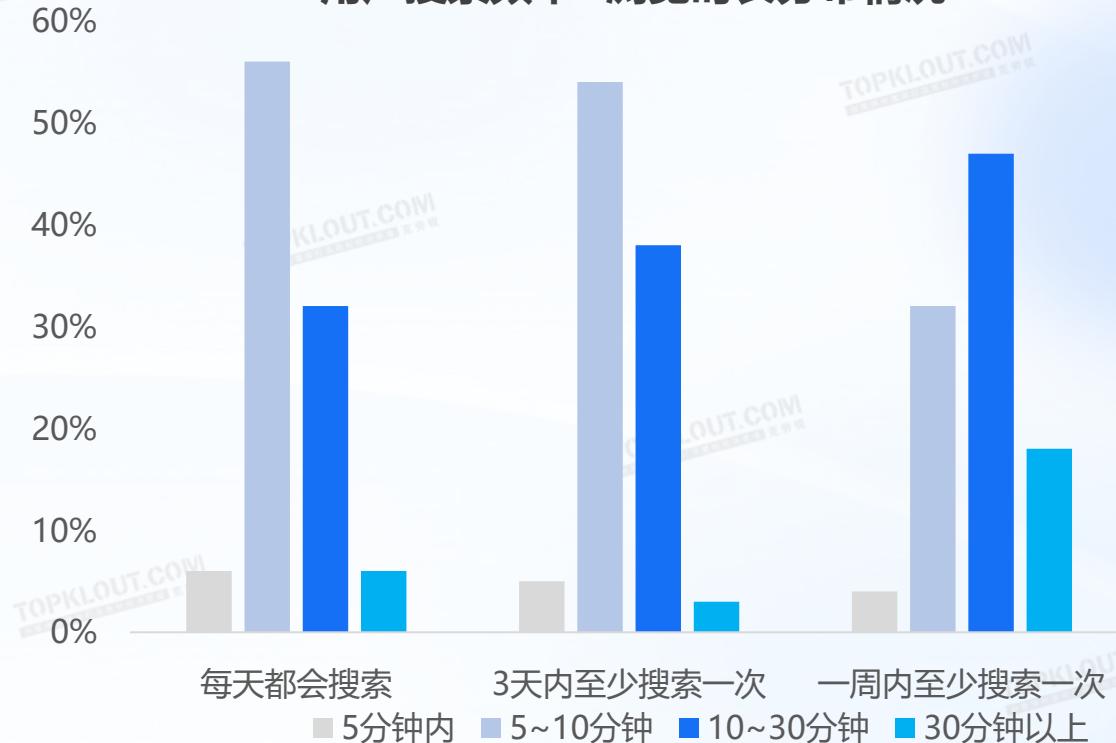
在网上搜索已然成为网民日常习惯之一，**近9成**用户**3天内有搜索行为**，其中更有**33%**用户**每天都会进行搜索**。搜索频次高的网民每次搜索后浏览结果时长多在30分钟以内，低频搜索用户深入搜索比例较高。

用户搜索频率选择分布情况



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

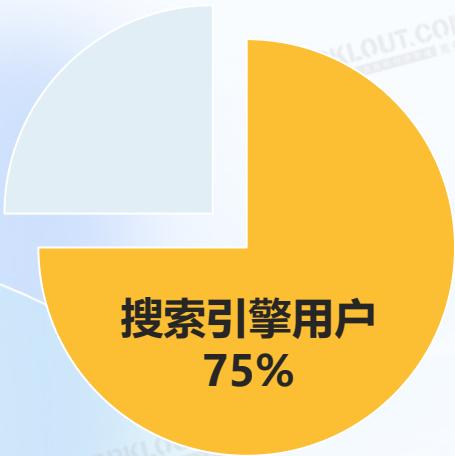


● 搜索引擎：用户基础坚实，渗透率高，但传统搜索方式下使用场景局限

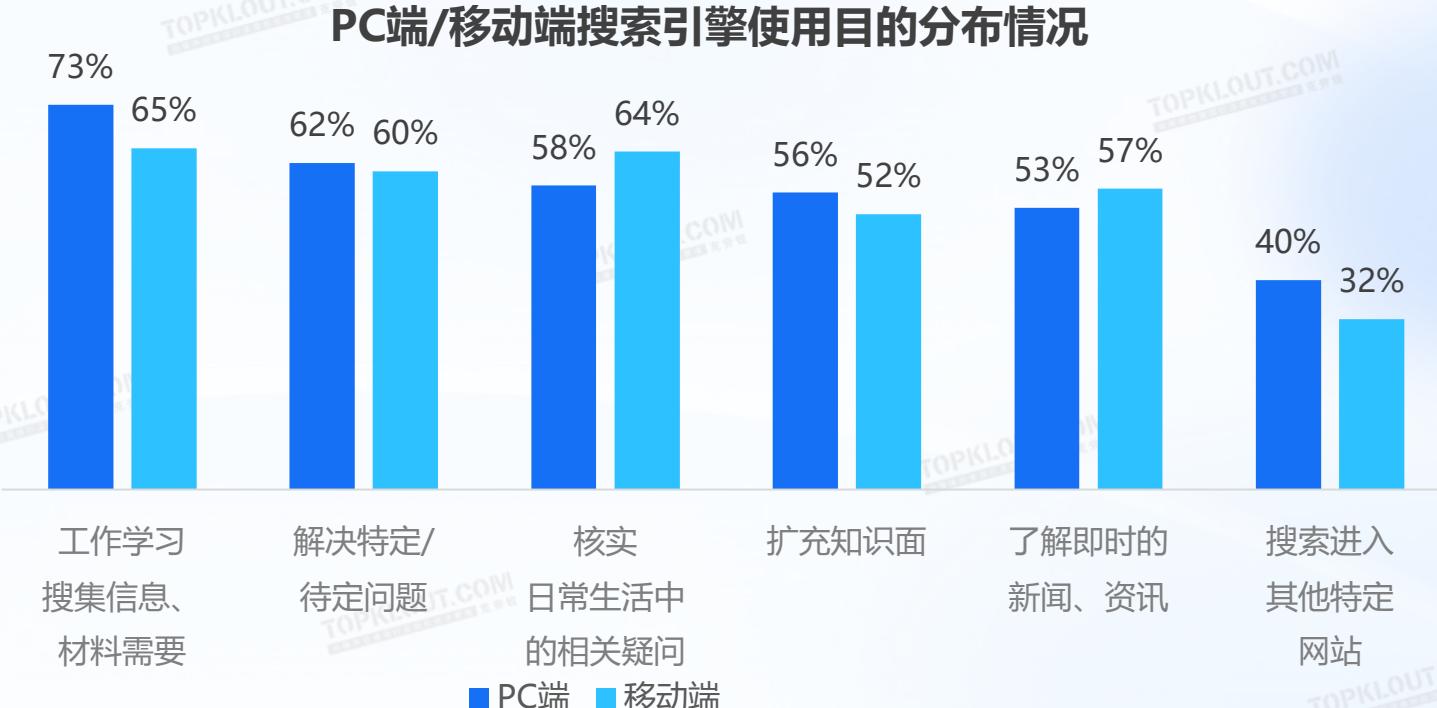
截至2024年6月，我国搜索引擎用户规模达到**8.24亿人**，占总体网民中**75%**

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

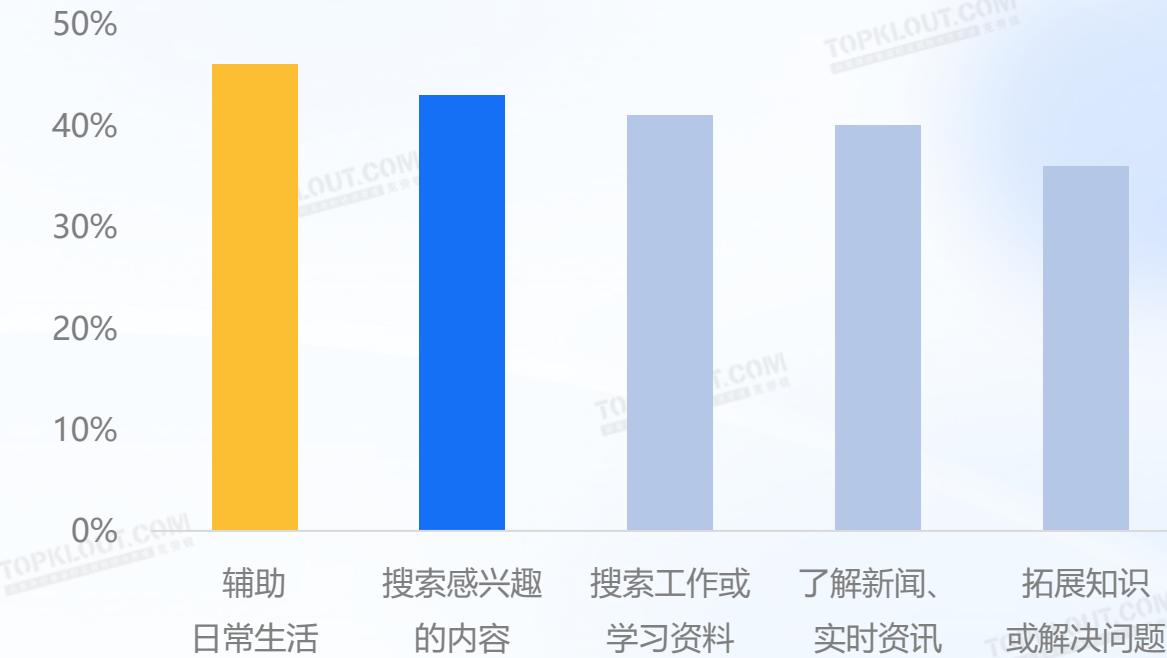
每天有 **80%** 用户在抖音进行搜索

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



数据说明：周天财经；小红书十大搜索趋势洞察；2024小红书搜索推广白皮书；2023巨量引擎搜索价值报告；抖音电商营销观察；克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 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%	

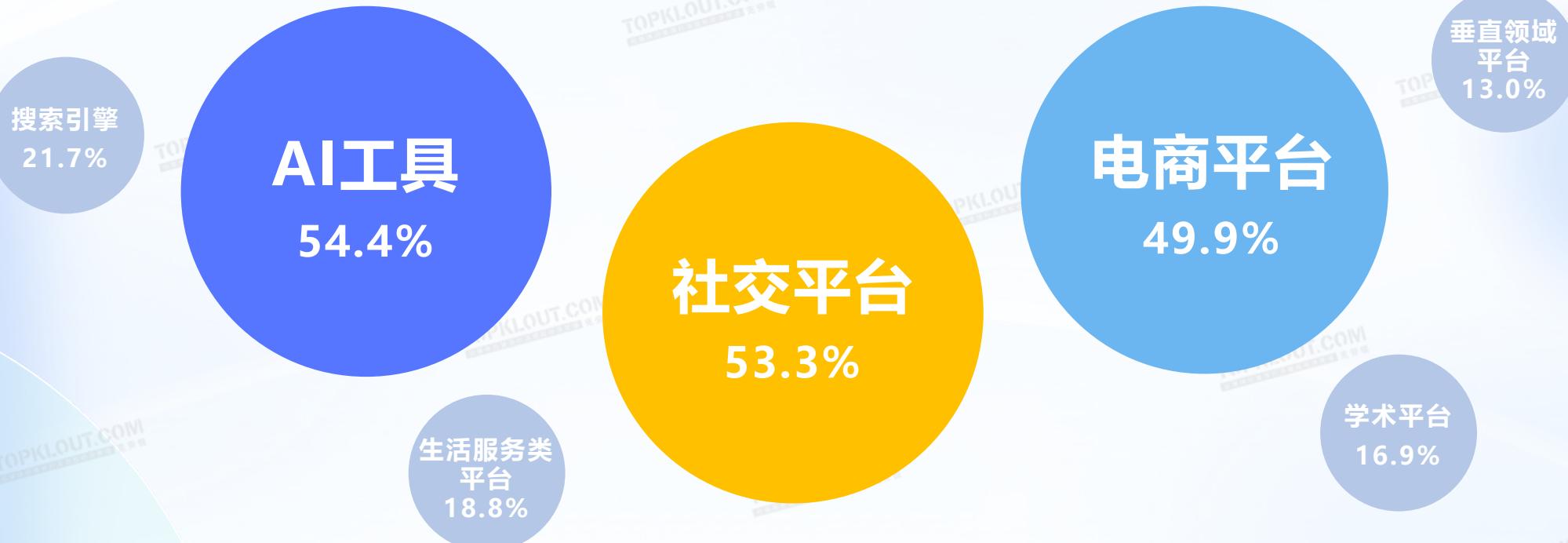


数据说明：量子位智库；公众号@AI产品榜 aicpb.com；克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 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	★★★	★★★★☆	★★★★★

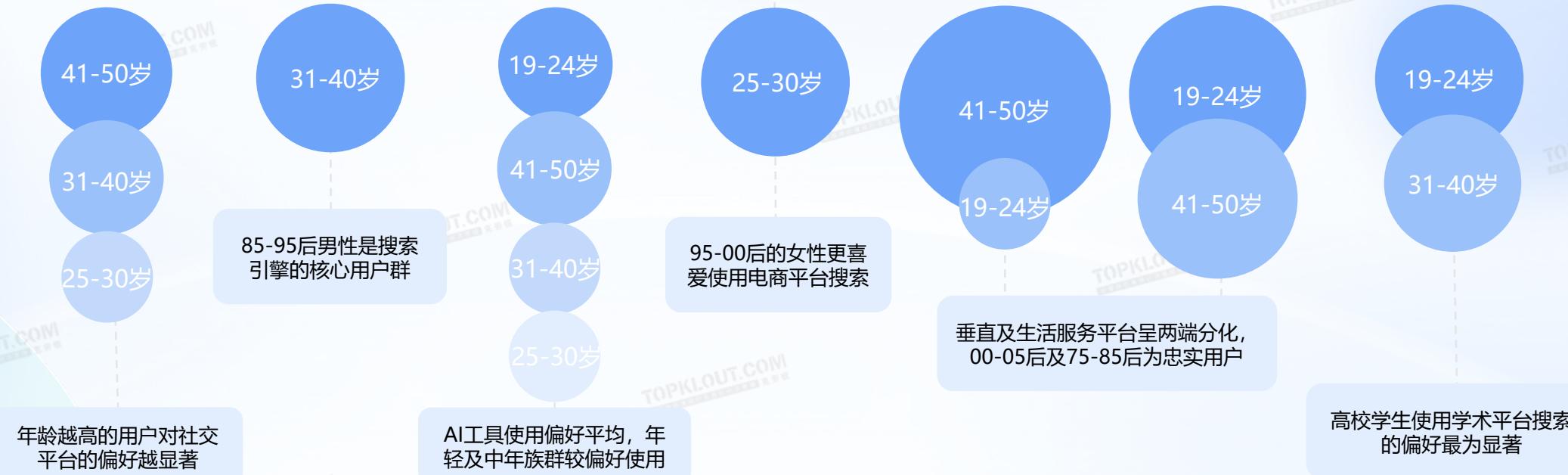
数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

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



● 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

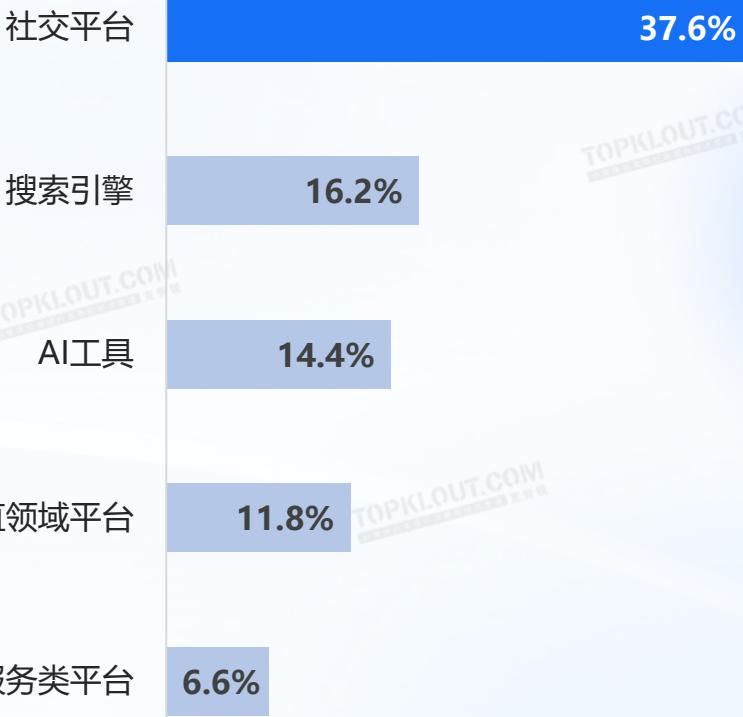
46.3% 想了解网上对ta的评价或看法

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

热搜个数 134 | 讨论量 5636.1 万 | 阅读量 98 亿
 热讨论量 ▲ 15% | 阅读量 ▼ 0%

热搜合集 >

24小时热搜
 1 杨紫素色牡丹妆造 TOP45 >

神秘观众 🏷️ 🎬 杨紫超话
 2小时前 微博电视团成员 已编辑

#杨紫素色牡丹妆造# 杨紫素色牡丹妆造，这一套就很展现出杨紫的美貌啊！五官好精致 @杨紫《国色芳华》每一套造型都好美，看得出来服装组真的很用心！紫妹也超养眼的~



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

喜欢

50%

平和

23%

期待

12%

其他

15%

· 喜欢 50% 许多观众对杨紫在《国色芳华》中的表现赞不绝口，认为她的演技精湛，尤其是...

· 平和 23% 部分网友对杨紫的演技持肯定态度，即使没有特别的个人好感，也认可她的表现...



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 😂

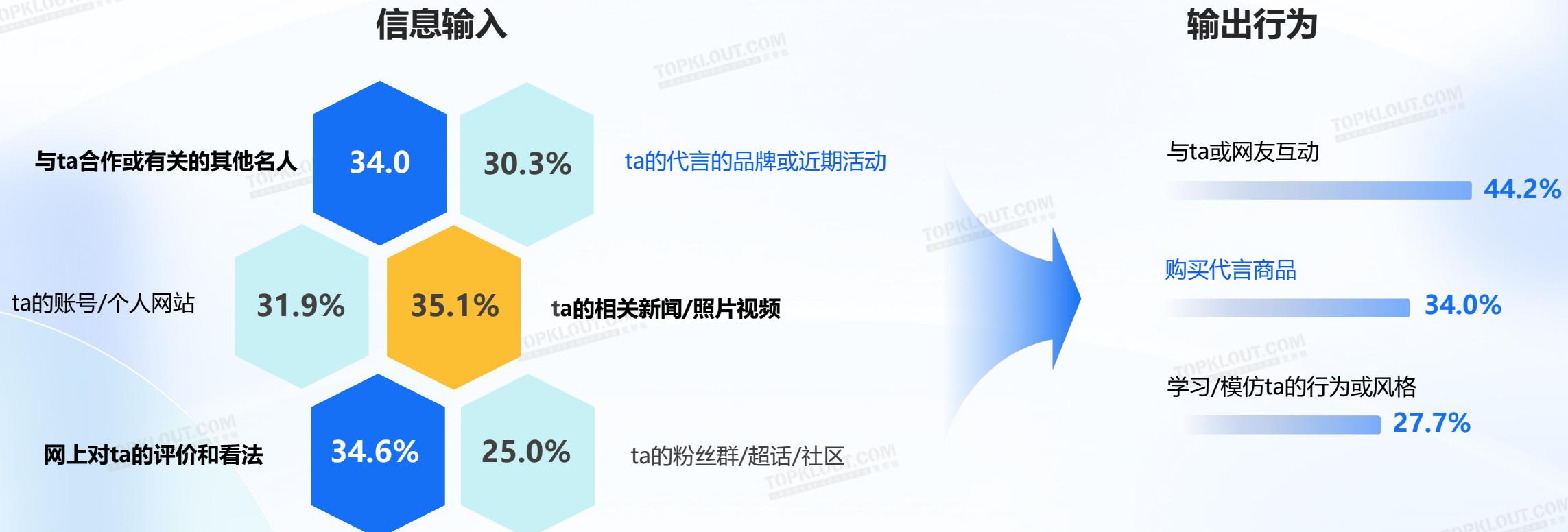
糖·很甜 3天前 · 评论来自视频 >

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



● 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 26.2%

AI工具 18.8%

社交平台 15.6%

垂直领域平台 9.6%

生活服务类平台 9.4%

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，可信度强

● 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%**

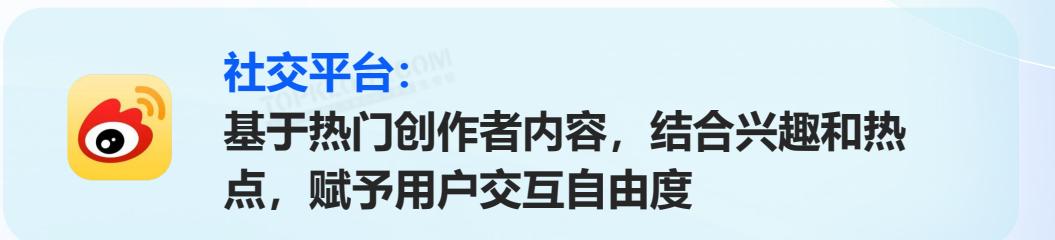
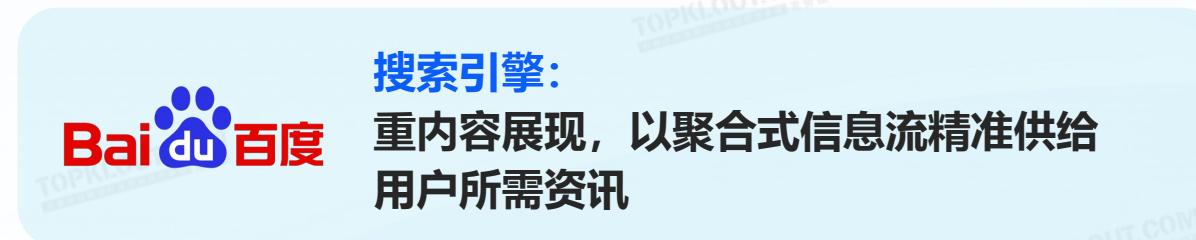


搜索后行为分布

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



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		

数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

02-03

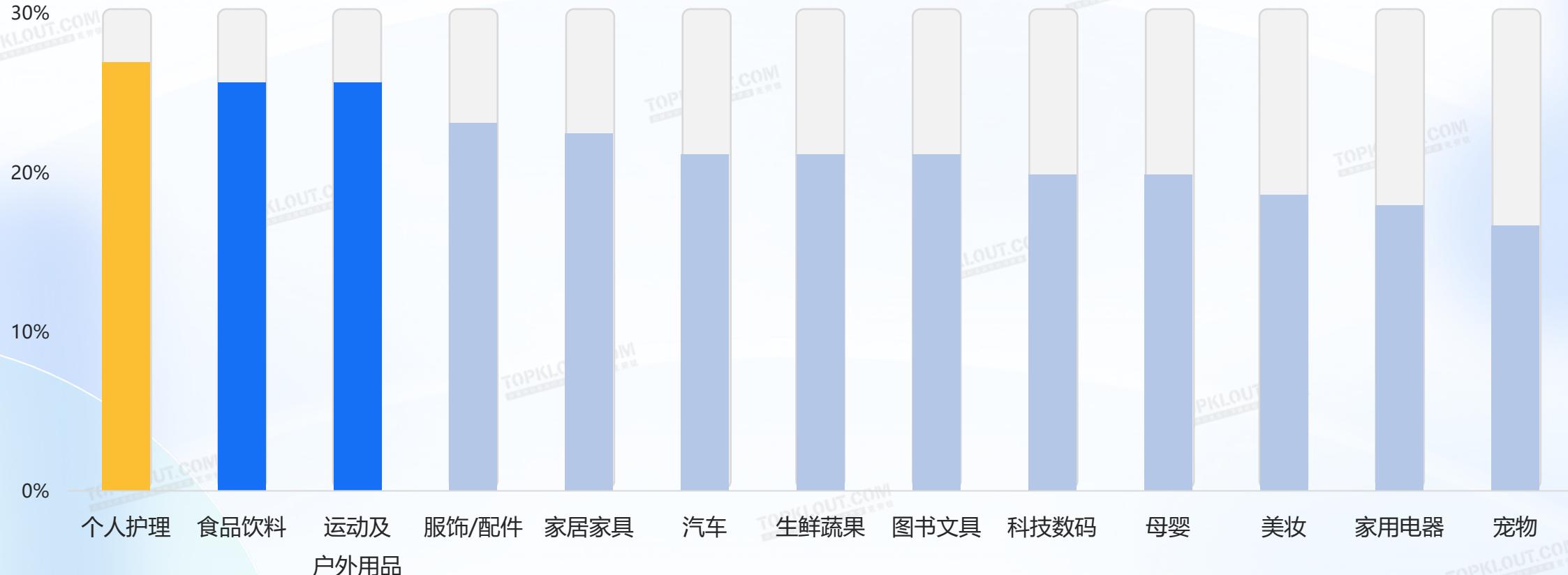
搜索商品

借助AI助手解决信息过载
社交平台满足真实性需求



● 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

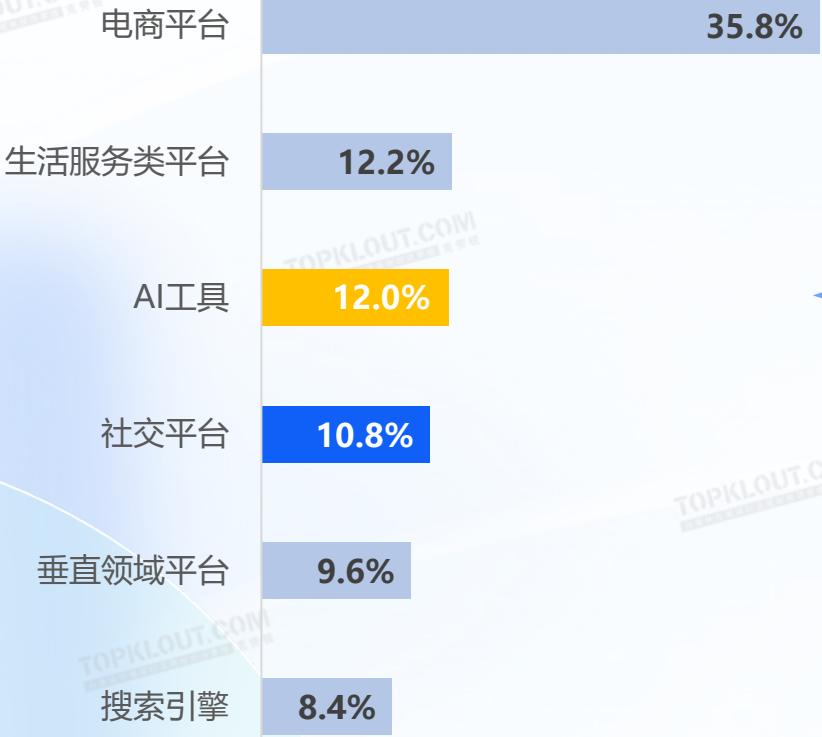


数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

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



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

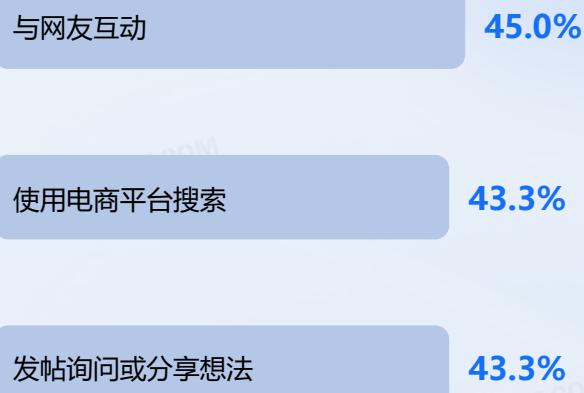
搜索后浏览内容分布



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

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



文心一言

- 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：

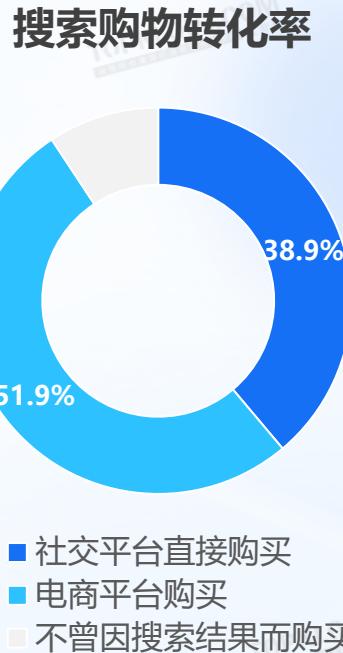
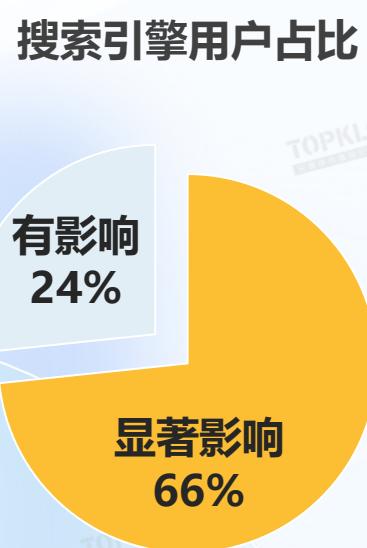


联动母公司旗下视频网站（抖音/好看视频），提供使用体验及测评等视频

- 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



数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506；2024小红书搜索推广白皮书

02-04

搜索热梗

搜索驱动输出
助推热梗再传播



● 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

想利用热梗制作内容

56.5%

了解当下流行

36.8%

获取相关搞笑内容

39.4%



34.2%

想搜搜是什么意思

数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

搜索热梗最常使用平台

AI工具

20.6%

社交平台

18.0%

搜索引擎

12.6%

生活服务类平台

10.4%

垂直领域平台

10.2%

● 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

热梗的应用场景
45.6%

热梗的由来
及背景
71.8%

热梗
意思解释
42.7%

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

二创、
改编内容
44.4%

热梗
原始片段
50.0%

热梗的
由来及背景
36.7%

数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 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

与网友互动、评论
利用热梗制作内
容，发布到社交平
台

转发或与他人讨论

52.3%

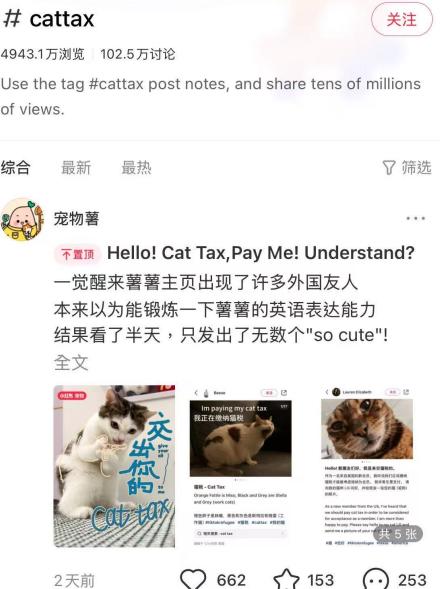
50.3%

43.0%

38.9%

数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

小红书机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



超级小華
Hi China ! 这是我缴纳猫税，请欣赏 ❤

小红书的朋友们大家好！
我是喜欢中国的中国原住民 🇨🇳。这是我的两只小猫们，非常可爱捏。please enjoy!



02-05

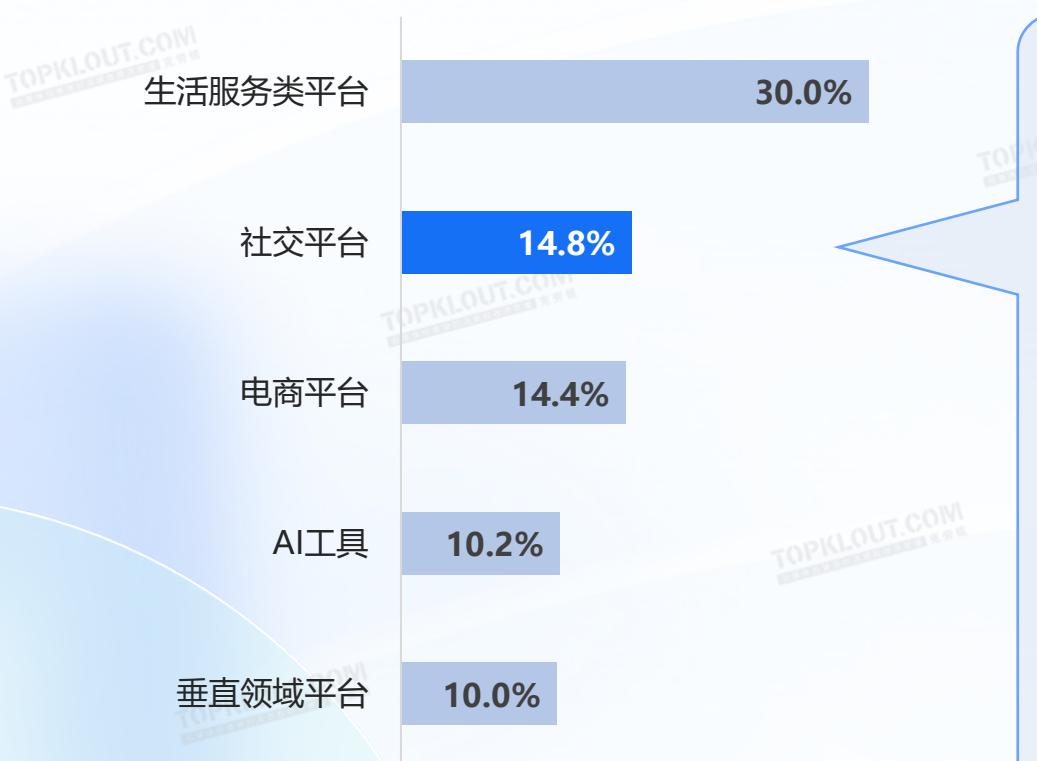
搜索地点

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

生活服务平台

便民服务&基本信息

体验分享

情感交流



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



社交平台

基本信息

旅游攻略

探店分享

情感交流

个人生活



数据说明：克劳锐指数研究院用户搜索行为调研，N=506

● 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

39.2% 拟定出行计划/攻略



27.0%
查看详细攻略



—图看懂➡北京故宫及周边景点游玩路线 ✓ 故宫...
多米游记 2024-03-24 ❤ 2990



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...
小鹿妈游记 2024-12-27 ❤ 161



28.4%
查看体验分享



下午去故宫劝退
小学丽丽老师 2024-11-24 ❤ 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

< Q 希尔顿酒店自助餐 X 搜索

综合 团购 视频 直播 用户 商店 口

全部 抖音团购 早餐 团购套餐 北京 石家庄

北京希尔顿酒店 豪华型 希尔顿旗下

4.3 推荐 “自助餐食材新鲜,适合置办酒席”

近三里屯 朝阳区

北京市豪华酒店收藏榜第10名 租车服务

近三里屯 朝阳区

抖音支付再减10元

抖音支付再减10元

抖音支付再减10元

抖音支付再减10元

【新春特惠】位上 【新春特惠】位上 【新春特惠】位上 【新春特惠】位上

半只芝士焗小青... 半只芝士焗小青... 半只芝士焗小青... 半只芝

¥188 ¥598 3.2折 ¥268 ¥598 4.5折 ¥458 ¥716 6.4折 ¥109

北京通州北投希尔顿... 豪华型 希尔顿旗下

4.1 推荐 “装修好,服务热情,设施齐全”

近果园环岛·北京工业大学通州校区 通州区

查看更多优惠 >

自动推荐最近地点及网友评价

团购优惠吸引下单



小红书

TOPKLOUT.COM

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

TOPKLOUT.COM

搜索趋势分析

03



● 搜索问题：劣质信息泛滥，用户需要具备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

- 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
- 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助手升级产品——
AI搜正式上线

2025.1



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

Baidu search results for "冰川为什么是蓝色的". The top result is an AI-generated summary titled "光的散射和吸收现象" which explains the blue color of ice due to Rayleigh scattering. Below it is a snippet from a scientific article about ice formation.

360 search results for "宇宙的边界在哪里". The top result is an AI-generated summary titled "关于宇宙的边界" which discusses the lack of consensus among scientists. It includes two numbered points and a "展开" (Expand) button.

● 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

- THE BOX朝外年轻力中心：2023年9月正式开业的商场，定位是面向00后为代表的年轻消费者，各大潮牌进驻，拍照打卡无敌！
- 朝阳大悦城：这里正在举办“大唐国风”主题市集，可以体验浓厚的国风文化。
- 北投奥园1314：这里举办有朝外12号市场活动，可以体验丰富的市集乐趣。
- 超级合生汇：位于昌平区，这里举办有超级合生汇·年货市集活动，可以沉浸式购物，吃喝玩乐打卡一体化。
- 合生汇：这里举办有主题周·嘿粉儿快闪活动，可以体验嘿粉儿家族全员带来的乐趣。

● 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

A blue circle labeled "搜索" (Search) has a light blue arrow pointing to a larger blue circle labeled "信息" (Information).

**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

A blue circle labeled "搜索" (Search) has a light blue arrow pointing to a larger blue circle labeled "决策结果" (Decision Result).

决策结果

CITATION DESCRIPTION

引用说明

克劳锐指数研究院

报告获取途径

- 1、克劳锐所出品的原创报告均于克劳锐官方微信号原始首发，若想第一时间获取，请关注克劳锐官方微信号。
- 2、克劳锐出品的原创报告均可在官网下载获取。

报告引用授权途径

登录克劳锐官方网站 (<http://www.topklout.com>) 填写引用报告相关信息

报告及相关文章链接转载途径

关注克劳锐官方微信公众号，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



官方微信

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。

THANKS

克劳锐出品 2025年3月