消费者在线化趋势与重点行业探讨

与中国企业同舟共度—**百度共度计划**

主播人：百度营销中心高级商业分析师 高玉兰

直播时间：2020年2月11日 20：00-21：00

目　录

Part 1：消费者在线化趋势

Part 2：百度用户重点行业需求洞察

教育培训

书籍文档

健康行业

商品行业

影视动漫

游戏行业

信心比黄金更宝贵

以美国10年期国债收益率的变化看疫情对资本市场的影响：

历史上各种疫情对资本市场的影响都是**相对短暂**的。

资本是经济发展的方向标，经济影响也是相对短暂的。

Past large-scale viral outbreaks suggest a large duration rally on news, followed by sharp bounce back

Historical 10y UST yield change, indexed to start* of viral outbreaks

SARS: 2/11/2003, H1N1: 6/11/2009, H7N9: 3/31/2013, Ebola: 9/30/2014

Source: Goldman Sachs Global Investment Research

疫期消费者行为变化将成为以后的长期习惯，线上加速线下替代

终于到了啥也不干在家躺着就能给社会做贡献的时候了！珍惜吧！

Today

行为心理学研究表明：
21天以上的重复会形成习惯；
90天的重复会形成稳定的习惯。

2003年“非典疫情”，
在线购物爆发，满足了人们自我隔离后的物质需求。

新型冠状病毒疫情下，
新泛娱乐满足**精神需求**：包含影、视、音、游，也包含阅读、学习等自我提升，以及各类健康管理项目；
物质满足“**生鲜**”化：海鲜、蔬菜、肉、水果等在线需求旺盛。

After

数据来源：勾正数据，第一财经等公开资料整理

牛顿与伦敦大瘟疫—“家里蹲”科研成果

全民宅家带给我们新的商业思考与启示.....

启示1：消费者从围观者转身参与者

亿人通过直播 “监工” 火神山医院

现场观看武汉红十字会仓库直播，一路追踪真相

商业启示

视频、直播、AR / VR**真实再现**产品与服务将越来越多深入消费者的认知

营销形式

从

“图文美化”

转型

“视频真实”

视频 / 直播 / AR / VR

启示2：顾客忠诚转身忠粉

“一定要谨防【超级传播者】，说明本次疫情的扩散，不再取决于多少个感染个体（*流量思维*），而是取决于有多少个强势个体（*留量思维*）！”

世界卫生组织关于”超级传播者“的定义：那些把病毒传染给十人以上的人

商业启示

品牌传播不只取决于你有多少消费者，更取决于你有多少个“忠粉”

营销传播

从

“广流量曝光”

重视

“建设私域留量”

打造品牌私域阵地
给忠粉安个家

启示3：群体效应超越个体理性 / 感性

疫期断货潮、限购潮

商业启示

疫期恐慌、焦虑情绪集中，人们开始争抢每一类带给**安全感**的产品，群体效应碾压个人对产品功能的理性思考

营销沟通

从

“产品卖点”

强调

“情绪安抚”

日常人的七情六欲

营销启示小结

营销启示

营销**传播**

从“广流量曝光”

重视 “**建设私域留量**”

营销**形式**

从“图文美化”

转型 “**视频真实**”

营销**沟通**

从“产品卖点”

强调 “**情绪安抚**”

目　录

Part 1：消费者在线化趋势

Part 2：百度用户重点在线需求洞察

教育培训

书籍文档

健康行业

商品行业

影视动漫

游戏行业

非常时期用户需求变化：宅家生活带来教育、健康、文娱等类目在线信息服务需求增长

【用户主动搜索流量分布和变化】

新闻文娱、健康、教育培训等主动搜索需求急剧上升

【信息流资讯流量分布和变化】

打发时间释放压力，大家更热衷消费搞笑、母婴育儿、游戏、美食等内容

数据来源：百度搜索大数据及百度APP数据，2020年1月；2019年1月

文娱、商品、健康类流量利用不足，教育培训类流量可通过私域建设提升效率

一级行业流量增长及利用率分布

数据来源：百度商业搜索大数据，2020年1月；2019年1月

流量处于价值洼地，重点行业抓住时间窗口

春节期间及节后，各流量位整体CPC明显低于平时（尤其是好看视频CPC处于竞争洼地），竞争环境较为宽松，利于低成本获客对应线下行业，要引导客户抓住暂时被压抑的需求，鼓励客户积极蓄能，做好基础建设，同时关注市场变化。

数据周期：22019年12月1日-2020年2月2日

重点行业百度大数据分析方法论

WHY	WHO	WHERE	WHAT	WHEN
行业大势分析	**人群属性**	**线上**	**关注点**	**时段**
• 总：整体规模及趋势 • 子：子行业规模及趋势 来源：搜索大数据，百度指数	• 年龄 • 省份 • 城市 来源：百度观星盘	• 搜索点击流向 来源：搜索大数据，除小程序	• 需求关注点 来源：搜索大数据	• 搜索时段：淡旺季/日时段 • 资讯浏览时段：日 • 视频观看时段：日 来源：搜索/信息流/视频大数据

重点分析行业

教育培训	书籍文档	健康行业	商品行业	影视动漫	游戏行业

教育培训

总流量趋势：疫期加速在线教育培训需求反弹增长

日常高峰期集中在暑期前后（6月-7月）、秋季开学季到年底（9月-12月）；
疫期流量逆势上扬，同比增长32%。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年2月

细分行业流量趋势：K12和外语需求逆势增长最快，是教育培训领域的两大主体需求

在教育培训的细分行业中，K12和外语分列前二，尤其是K12需求遥遥领先；
从不同时期看，高等教育需求在6月达到显著高峰期。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

K12-人群：一线城市更重视；家长为小学生和中学生操碎了心

从地域分布看，以二线城市和四线城市居多，一线城市TGI最高，更重视教育；
从年龄分布看，25-34岁人群最多，18-24岁和35-44岁偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

K12-人群：山东、河南、河北、湖南等高考大省名不虚传，K12需求旺盛

K12教育与高考大省强相关，省份流量占比和TGI均高的山东、河南、河北、北京等均体现出旺盛的K12需求。

K12分省人群分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月；暂不放台湾地区的数据

K12-人群：省会及区域中心城市更关注K12，从小励志做经济发展的栋梁

从K12需求最高的TOP60城市人群分布看，省会及区域中心城市等经济发达城市多K12的需求更旺盛，比如北京、上海、杭州、武汉、青岛等城市

K12行业分城市流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月

K12-TOP10点击去向：百度平台应答了最多的知识获取诉求

从点击去向看，百度平台（百度图片、百度汉语、百度识图、百度知道、百家号等）为K12人群应答了最多的知识诉求，是人们进一步获取丰富知识的主体。

教育培训-K12行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月3日-2月2日

外语-人群：作为第二语言，外语是人生通行证，需求广泛分布在不同地域 / 年龄人群

从地域分布看，以二线城市和四线城市居多，但一线城市需求最显著；
从年龄分布看，占比和TGI都高的是24岁以下求学期和35-44岁职业发展高峰期。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

外语-人群：沿海省份及首都用户最开放，对外语交流需求最强

从省份流量占比和TGI偏好看，沿海省份和首都等更注重外语培训，比如江苏、山东、浙江、北京和上海。

外语行业分省流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月；暂不放台湾地区的数据

外语-人群：省会及沿海城市对外语交流需求最强

从城市流量占比和TGI看，省会及沿海城市对外语培训需求更突出，比如北京、上海、深圳、成都、广州、青岛等。

外语行业分城市流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月

外语-TOP10点击去向：百度平台（百度翻译 / 知道 / 百科）应答用户最多的翻译服务和知识学习

从TOP点击去向看，用户需求主要有两大类：翻译服务和知识学习。
翻译类服务百度翻译、谷歌翻译和有道分列第一、第二、第五；
知识学习主要通过百度知道和百度百科获取。

教育培训外语行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

书籍文档

总体流量趋势：线上阅读平稳增长，暑期需求最旺盛；疫期需求猛增

书籍文档行业流量整体呈现稳步提升的趋势，并在暑期达到需求顶峰；
疫期需求上扬同比增长22%。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

细分行业流量趋势：小说阅读最主流，宅在家、宅在车里填充碎片时间的重要乐趣

书籍文档细分需求流量趋势可见：小说占据主体，其次是文档资料和漫画；
小说和漫画呈现相同的趋势，均在暑期需求最旺盛且疫期需求提升，人群较接近；
文档资料是大学生和职场白领获取专业知识的重要来源，在暑期处于需求低谷期。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

小说-人群：大学生消遣时间；职场人士释放工作压力

从地域分布看，二、四线城市需求更大，一、二线城市偏好更显著；
从年龄分布看，18-44岁用户需求大，18-24岁和35-44岁用户偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

小说-人群：沿海等经济越发达的省份小说需求越旺盛

从省份流量占比和TGI看：沿海等经济越发达生活节奏越快的地区，小说需求更旺盛，比如江苏、浙江、山东、广东等

小说行业分省流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月；暂不放台湾地区的数据

人群画像-小说：省会城市需求大，沿海城市偏好显著

从人群TOP60城市占比看，省会城市的小说需求最旺盛，比如北京、上海、成都、重庆、杭州、武汉等；
从区域人群偏好看，台州、湖州、扬州、绍兴、烟台等沿海城市显著偏好小说阅读。

小说行业分城市流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月

小说-TOP10点击去向：各类小说阅读平台满足用户小说阅读需求

从点击去向分析：小说需求由各类小说阅读平台满足，TOP3平台为笔趣阁、阅扑小说和起点中文网。

书籍文档-小说行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

健康行业

总体流量趋势：没有什么能够阻挡人们对健康的重视

健康行业流量呈现稳步提升的趋势，疫期同比增长32%。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

细分行业流量趋势：疾病知识最刚需；母婴医疗、保健养生等升级类需求突出

在健康细分需求中，疾病知识是保障健康的底线且最刚需，分月大幅增长；
母婴医疗和保健养生分列第二、第三，属于健康升级类需求，具有弹性。

健康细分行业分月流量趋势

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

疾病知识-人群：大城市的一老一小更偏好在线获取信息与方案

从地域分布看，二、四线城市需求更大，一、二线城市看病难，在线偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户需求大，18-24岁生活经验少和55岁以上用户身体健康状况更复杂从而偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

疾病知识-人群：华东、华中和华北等人口密集区域最关注自己的健康

从省份人群占比和TGI看、华东、华中和华北等人口密集区域疾病知识需求更旺盛，比如山东、河南、北京等。

疾病知识行业分省流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月；暂不放台湾地区的数据

疾病知识-人群：直辖市及省会城市健康需求最集中

从用户TOP城市分布看，受疫情特殊影响，武汉健康类需求增长最快；
主要人群仍集中在北京、上海、重庆、杭州等大城市。

疾病知识行业分城市流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月

疾病知识-TOP10点击去向：百度抗击肺炎频道与百科等充分满足用户近期及日常健康各方面需求

从点击去向分析：百度抗击肺炎频道与百度百科集合疫期最关注的内容充分满足用户需求，包括疫情实时报告、百度辟谣、百度疫情寻人、新型肺炎讲解及预防等内容。

健康-疾病知识行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

商品行业

总体流量趋势：假期和电商节是释放商品需求的传统旺季

商品流量整体呈现分月逐步提升的趋势，下半年需求持续旺盛且在11月达到巅峰；
疫期需求同比增长7%。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

细分行业流量趋势：3C需求最旺，宅在家家居生活品 / 生鲜水果 / 酒类需求攀升

通过细分行业分月流量趋势可看出：3C行业稳居第一，尤其在下半年需求持续旺盛；
家居生活品在疫期宅在家时需求大幅度提升，排名第二；酒类及食品饮料在疫期需求也快速提升。

商品二级行业分月流量趋势

疫情爆发期陡变

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

家居生活-人群：老幼生活质量是永恒的主题

从地域分布看，二、四线城市对家居生活类商品需求更大，一、二线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户对家居生活类商品需求占比超8成，18-24岁和55岁以上用户偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

家居生活-人群：中部和东部区域更关注家居生活质量

从省份人群占比和TGI看，人口大省及发达地区对家居生活类商品需求更突出，比如山东、四川、北京、上海等；

家居生活各省流量分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；暂未分析台湾地区的数据；

家居生活-人群：关注无锡、常州、唐山、济宁等中小城市的家居生活需求崛起

从人群占比top60的城市看，北京、上海、重庆、成都、武汉等城市对家居生活类商品的需求都很突出。

家居生活各城市流量分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；

家居生活-TOP10点击去向：百度百科、百家号和百度知道等内容矩阵充分满足家居生活品质需求

从点击去向分析：家居商品类需求快速增长，百度百科、百家号、百度知道和百度问医生等核心内容矩阵充分满足用户的需求。

家居生活行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

生鲜水果-人群：合格的吃货从尝鲜开始

从地域分布看，二线城市对生鲜水果类商品需求最大，一、三线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户对生鲜水果类商品需求高，18-24岁和45岁以上用户偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

生鲜水果-人群：吃喝不分家，美酒配美食

从各省份人群占比和TGI看，山东、河南、河北、辽宁、北京等省对生鲜水果类商品需求更大，同时偏好更强。

生鲜水果各省流量分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；暂未分析台湾地区的数据；

生鲜水果-人群：吃喝不分家，美酒配美食

从人群占比top60各城市看，北京、郑州、上海、沈阳、青岛等城市对生鲜水果类商品的需求更突出。

生鲜水果各城市流量分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；

生鲜水果-TOP10点击去向：百度百科、百度号和百度知道等内容矩阵满足生鲜水果知识类需求

从点击去向分析：生鲜水果知识类需求快速增长，用户关注生鲜水果的防护作用和健康吃法。百度百科、百家号和百度知道等内容矩阵充分满足用户需求。

生鲜水果行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

影视动漫

总体流量趋势：空闲是激发用户需求的关键时刻

影视动漫行业呈现周期性提升的趋势，出现三个传统需求旺盛期：春节、暑假、国庆；
疫期需求达到顶峰，同比增长27%。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

细分行业流量趋势：电影、电视剧和影视寻址&app成为TOP3需求

在影视动漫细分行业中，电影、电视剧和影视寻址&app是TOP3需求；
除综艺外，其他行业需求旺盛期均在春节、暑假和国庆节；而综艺需求旺盛期在春节和9月开学季。

影视动漫细分行业分月流量趋势

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

电视剧-人群：追剧更受大学生欢迎

从地域分布看，二、四线城市需求更大，一、二线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户需求大，18-24岁和35-44岁用户偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

电视剧-人群：华东、华中和华北人群最爱追剧

从省份人群占比和TGI看：华东、华中和华北地区最喜欢追剧，比如山东、河南、河北、江苏等

电视剧行业分省流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月；暂不放台湾地区的数据

电视剧-人群：省会城市、山东 / 河北城市电视剧需求更旺盛

从TOP60城市人群占比和TGI看，北京、上海、天津、杭州、武汉等追剧热情最高。

电视剧行业分城市流量分析

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；2019年1月

电视剧-TOP10点击去向：用户追剧需求由影视官网及视频平台满足，知识需求则由知识平台满足

从点击去向分析：电视剧行业需求分成两类，追剧需求由影视官网和视频平台满足，比如爱奇艺、yse影视、优酷视频等；知识类需求则由百度百科等平台满足。

电视剧行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

游戏行业

总体流量趋势：寒暑假需求旺盛，疫期需求大幅度提升

游戏行业因学生放假在家，寒暑假需求旺盛并在暑期达到需求巅峰；
疫期游戏需求大幅度提升，同比增长29%。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

细分行业流量趋势：手游、网游、单机游戏流量高增速快，是游戏的三大核心行业

手游、网游和单机游戏是游戏的三大核心，流量高增速快；
同时这三个行业呈现出相同的流量趋势，寒暑假迎来需求高峰，疫期需求大幅度增长。

数据来源：百度搜索大数据，2019年1月-2020年1月

网游-人群：一二线城市更爱玩；18-24岁大学生为核心人群

从地域分布看，二、四线城市对网游需求更大，一、二线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户对网游需求占比超9成，24岁以下用户偏好最高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

网游-人群：江苏、浙江和山东等沿海地区是网游行业重点市场

网游各省人群分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；暂未分析台湾地区的数据；

网游-人群：北京、上海、成都和重庆等直辖市和省会城市对网游的需求更突出

网游分城市人群分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；暂未分析台湾地区的数据；

网游-TOP10点击去向：游戏知识平台、游戏分发平台和游戏官网满足用户网游需求

从点击去向分析：网络游戏需求由游戏知识平台、游戏分发平台和游戏官网满足；游戏知识平台包括百度百科、精英玩家俱乐部等，游戏分发平台包括游久网、腾讯游戏等；游戏官网包括英雄联盟、穿越火线等

网游行业近期TOP10点击去向分布

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

手游-人群：三线城市更偏好；18-24岁大学生更爱玩

从地域分布看，二、四线城市对手游需求更大，三线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户对手游需求占比超9成，18-24岁下和35-44岁用户偏好更高。

用户地域分布（2020年1月）

用户年龄分布（2020年1月）

占比　TGI

数据来源：观星盘，百度APP消费者用户画像，2020年1月

手游-人群：浙江、山东和河南等沿海和华中地区手游需求更旺盛

手游分省人群分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；暂未分析台湾地区的数据；

手游-人群：上海、重庆、成都和武汉等省会城市是手游行业核心城市

手游分城市人群分布

数据来源：百度搜索大数据，2020年1月；暂未分析台湾地区的数据；

手游-TOP10点击去向：游戏分发平台和游戏官网满足用户手游需求

从点击去向分析：游戏需求主要由游戏分发平台和游戏官网满足，游戏分发平台包括4399、九游等；游戏官网包括香肠派对、王者荣耀等

数据来源：百度搜索点击大数据，2020年1月3日-2月2日

回顾&总结

	教育培训	商品	书籍	影视	游戏	健康
WHY 行业大势	**K12** **外语**	**3C** **家居生活** **生鲜水果**	**小说**	**电影** **电视剧**	**手游** **网游**	疾病知识
WHO 人群属性	一二线偏好更高 **K12：高考大省需求突出；** **外语：沿海省份需求突出**	家居一二线偏好更高，生鲜一三线偏好更强，酒类三线偏好更强。关注**中小城市的家居生活需求崛起**	一二线偏好更高，**沿海省份及经济发达省份、沿海城市及省会城市需求突出**	一二线偏好更高；地域热度上影视不分家； **大城市年轻人更爱观影**	一二线偏好更高；**18-24岁学生更爱玩**，上海、重庆、成都、武汉等城市是手游行业核心城市	一二线偏好更高；华东、华中、华北人口密集省份、直辖市和省会城市需求突出
WHERE 线上点击	百度翻译、百度百科、百度图片、百度汉语等**百度知识内容平台** **建设私域阵地**	百度百科、百家号、百度知道等**百度平台，购物平台，官网等，建设内容与商铺私域阵地**	**各类小说平台**（笔趣阁、阅扑小说、起点中文网等）及**百度知识内容平台**（百度文库等）	**视频播放平台、影视官网**、豆瓣、百度百科及百家号等**百度知识内容平台**	**游戏知识平台**（百度百科、精英玩家俱乐部等），**游戏分发平台、游戏官网**	**百度抗击肺炎频道、百度百科**等集成疫期最受关注的内容，关切用户需求
WHEN 淡旺季	**暑期、秋季学期到年底为需求旺季，**疫期需求同比增长16%	流量逐步提升，**假期和电商节**为需求旺季，疫期需求同比增长7%	**暑期**为需求旺季，疫期需求同比增长22%	流量周期性增长，**春节、暑期、国庆**为需求旺季，疫期需求同比增长27%	**寒暑假期间**为需求旺季，疫期同比增长29%	健康保障刚需大幅增长，健康保障升级流量呈现弹性，疫期同比增长32%
	教育行业解决方案	**电商行业解决方案**	**APP下载解决方案**		**游戏行业解决方案**	

1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研

2. 直播录像回放和材料获取，请登录营销中心内训平台获取(yingxiao.baidu.com)

Bai du 营销

感谢观看

与中国企业同舟共度—**百度共度计划**