

为什么百度要给百家号引流

产品名称	为什么百度要给百家号引流
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

百度为什么要这么做？

从业绩上看，2018年的百度没有任何污点。公司前三季度营收750亿元，净利润也同比大涨80%达到了254.92亿元。

在新年内部信上，百度创始人李彦宏称：2018年公司的营收正式突破了1000亿元，那个能够做出好产品、受用户喜爱的百度又回来了。

很显然，李彦宏口中的那个百度，并没有回来。否则，一篇《搜索引擎百度已死》绝不会引起这么大的共鸣。

无独有偶，就在这篇文章刷屏的时候，百度的股价出现了6.4%的剧烈跌幅。客观来说，这个跌幅跟文章本身没有关系，更多的是受中概股暴跌和花旗调低百度目标价位的影响。但是不可否认的是，这两年的百度，始终都很焦虑。

焦虑什么呢？

根据《移动互联网2018年度大数据》显示，布局资讯、短视频和美颜美拍等多领域的字节跳动，目前其国内APP拥有的去重MAU达到了5.98亿，占全网比达到了52.93%。

表面上看，两家公司不存在直接的竞争关系。但是在这背后，却是移动互联网时代下对流量的争夺。谁取得了流量，谁就拥有了广告商。

在移动互联网时代之前，百度的搜索引擎可以躺着赚钱。但是，随着百度错过了第一波移动互联网红利，巨头百度的压力也越来越大了。

以今日头条为例，2016年的广告收入只有60亿元，但是到了2017年暴增至了150亿元。到了2018年，外界估计的数字在300亿元左右。也就是说，如果再加上抖音的180亿元广告收入，那么字节跳动的总广告收入将近500亿元。

这对于百度来说，能不慌了吗？

商业驱动，这是百度一贯的逻辑

从用户的角度来说，作为搜索引擎的百度严重影响到了获取有效信息的体验，这也是外界吐槽最多的地方。

但是，从商业的角度来说，这确实百度一贯的做法。

最具代表性的，就是几年之前的魏则西事件。由于百度词条的医疗竞价排名机制，最终让患有晚期滑膜肉瘤的魏则西不到两年的时间就去世了。

还有同样闹得沸沸扬扬的血友病吧事件。

尽管最后百度终止了病种类贴吧商业合作，但反映出来的就是，百度就是一家利益驱动的公司。

当然，追求商业变现本身无可厚非。但是，如果硬是不要脸的说“那个受用户喜爱的百度又回来了”，我实在不敢苟同。

以百度APP为例。

打开百度APP，原本“搜索”的框是放在最显要位置的。但是现在，停留在页面最显眼位置的，是百家号的文章和广告。

而“搜索或输入网址”，则被可怜的安放在了最上面。

这还不是重点。重点是在这个百度APP里，与“百度”放在并列栏的有“好看视频”、“小游戏”和“我的”。如果再点开“我的”，扑面而来的是一种眼花缭乱的感觉。不仅有京东、携程、优信、苏宁易购这样的第三方链接，还有“度小满钱包”、“小度在家”、“百度小程序”这样的自家链接。

换句话说，如今的百度已经不再那么纯粹了，俨然成了“百度+好看视频+百度钱包+百度小游戏”的组合产品。

这样的操作，自然可以创造最高的商业价值，可是用户体验呢？

一旦丢掉用户体验

百度你什么都不是

谁也不能否认，百度真的很成功。

在地位上，百度与腾讯、阿里巴巴并称为BAT，并且还排在三家巨头的最前面；从市值上来看，最高近1000亿美元的市值足矣让其他互联网公司汗颜；从影响力来看，“百度”两个字早就被签上了某种符号，“百度一下，你就知道”已经渗透到生活的各个层面。

但是，即便如此，人们对他却越来越不满。

2018年8月，微信成为了国内互联网史上首个日活用户达到10亿的超级APP。前不久，张小龙在一次内部演讲上这样说到：

“对于微信这款软件，每天都有5亿人在吐槽，有1亿人在教他怎么做产品。”

但是，谁也不能否认，微信是迄今为止最为成功的APP。抛开功能不说，单就说产品的页面，微信真的把“简单”做到了哲学的高度。

所谓没有对比就没有伤害，看看微信的页面再看看百度APP的，谁的心里都有一杆秤。甚至于说，比竞争对手支付宝还更加的简单。

要知道，这是一款拥有10亿用户的APP！

所以，对于百度来说，问题的重点不在于百度是否涉嫌故意将搜索结果一半以上指向百度自家产品，而是应该好好的思考一下，百度真的是“商业利益”优先，还是“用户体验”优先。