

# 百度头条业务战变公关战 剑走偏锋源自发展焦虑

□本报记者 周静

“百条大战”持续升级，不但添加了互联网企业竞争的话题性，也将信息流大战带进了公众视野。据报道，1月29日晚间，今日头条发布声明称，将起诉百度，原因是其利用垄断优势进行“不正当竞争”的行为。近日，北京市海淀区人民法院正式受理了此案。百度和今日头条已经是当之无愧的信息流广告的双寡头，双方的摩擦归根到底还是出于竞争的需要，但值得注意的是，恶性竞争对企业发展和行业发展都毫无帮助，如何打造优质内容，为用户带来更好的阅读体验，这才是企业应该关注的问题。

## “百条大战”的相互交锋

近段时间，百度和今日头条的交锋逐渐白热化。1月29日，今日头条表示将起诉百度，原因是百度利用垄断优势对其开展不正当竞争。今日头条在声明中指出，接到用户举报，在百度搜索“今日头条”相关内容，排名第一的搜索结果，是百度“百家号”于2017年12月中旬发布的关于今日头条被要求整改的相关文章；排名第二的搜索结果，的确是“今日头条官网”，却用红字标出警告：“提醒：该页面因服务不稳定可能无法正常访问”。今日头条方面还提出6大证据，并将其交由公证处公证处理。1月30日，百度回应此问题并表示，企业自身的发展遭遇困境、陷入焦虑，不应该通过公关战和诉讼战等不当方式转嫁；不仅如此，百度态度非常强硬，1月31日，百度官方公众号“这届百度公关”发布文章《让人哭笑不得的这届同行》，声称“尔要战，便战”。

事实上，百度和今日头条的纷争并不是今年才开始的，2017年下半年开始，双方的口水战就接连不断。值得注意的是，双方的关系也曾一度经历了“蜜月期”。有知情人士表示，2017年年初，百度和今日头条曾打算开展合作，然而在谈判最后环节因股权占比问题无法达成协议，此次合作不了了之；2017年起，百度转变战略，发力信息流业务，这一举动与今日头条产生了直接竞争；2017

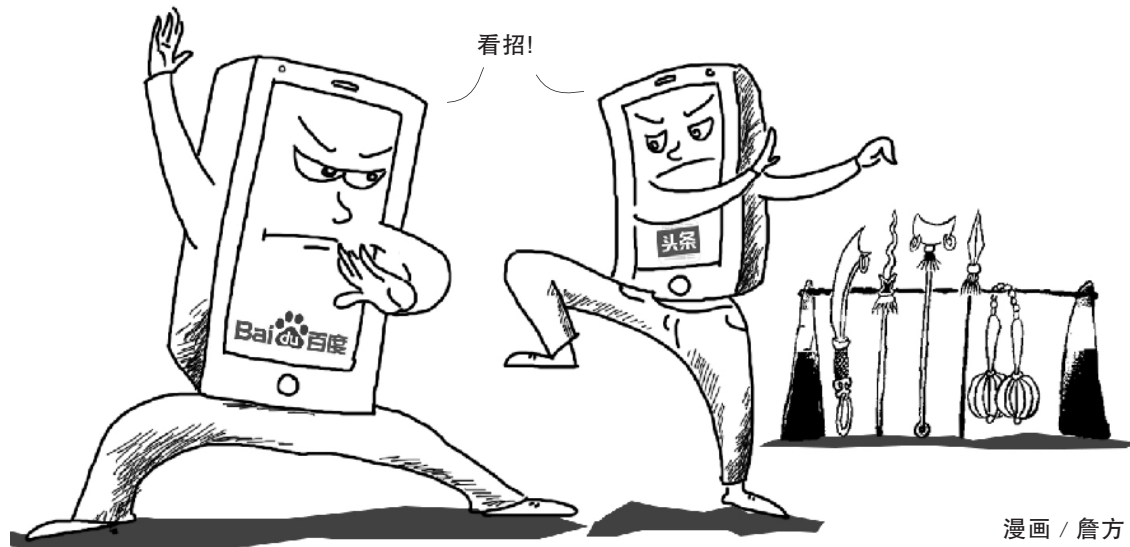
年8月，今日头条创始人张一鸣公开否认了百度对今日头条的收购；2017年双方的摩擦不断，2018年1月，有消息曝出，百度有一个专门的“打头办”（打击今日头条办公室），来应对和今日头条的竞争。

## 业务竞争变了味

百度和今日头条开战的实质是信息流广告的争夺，这一连串的口水战其实就是变了味的业务竞争。百度业务的大本营是搜索引擎，而广告营销是百度重要的收入来源，但随着竞争形态的日益深入，以及互联网的飞速发展，这已无法满足百度的发展需求，更重要的是，今日头条、信息流形态的出现对百度的广告收入产生了影响。随后，百度转变战略，2017年初，李彦宏在百度内部邮件中将“内容分发”放在首位，重点提了信息流相关内容，有观点认为，此举就是对标今日头条。

信息流广告到底有多重要？根据艾瑞发布的《2017年中国信息流广告用户洞察报告》显示，预计2017年信息流广告市场规模达到557亿元，占整体网络广告市场的14.3%，未来三年内仍将保持50%以上速率增长。快速增长的信息流广告领域是一块巨大的金矿，百度和今日头条都不想放过。有媒体报道，今日头条已经依靠信息流广告营收超过了百亿，且消息称，今日头条内部人士告诉第一财经记者，头条今年的广告任务是“冲500亿元，保300亿”。

今日头条为何对百度的态度如此激烈？要知道，今日头条依靠智能推荐技术做内容分发发家，并在五年内使得公司估值超过百亿级美金，而且今日头条有着极高的用户黏性，日活用户量极高。但事实上，繁荣之下多有隐忧，今日头条并不是稳坐钓鱼台，百度已经成为其重要的竞争对手，二者在信息流广告方面双寡头的局面已经显现。据悉，虽然百度在2016年年中才推出了信息流业务，但凭借其庞大的客户量和搜索优势，2017年其资讯流广告收入已从Q1每日



漫画 / 詹方

1000万增长到Q2的每日3000万，环比增长了300%。

## 优质内容才是关键

公说公有理婆说婆有理，很显然，双方的业务战已经变成了公关战，但是这样的战争最后又能带来什么样的结果呢？双方的互怼看似是在为业务而战，但最后只是徒增笑料，对行业发展和企业自身并不会带来更理想的升级。

双方的大战关键点，一方面是争夺流量和用户，希望能从对方口中“夺食”，扩大自身优势；另一方面则是技术竞争，靠口水战赢不了天下，依靠智能推荐算法是双方的有力武器。不仅如此，为了给用户提供多样化体验，双方还在短视频、自媒体上不断发力。

两个互联网公司在技术和理念上的碰撞，如果是良性竞争，那将有可能迸发出更多创新火花，推动企业朝着更好的方向发展，为客户提供更多优质服务和内容，并推动行业朝向智能化、多样化的方向前行。但如果这样的摩擦变为恶性竞争，一味的双方互踩，那就显得太过狭隘，且浪费了宝贵的发展时间。毕竟不管是百度还是今日头条，本身都有很多问题亟待解决，比如此前百度有过的竞价排名黑历史，今日头条涉嫌发布低俗内容遭整治等等。

如何将痛点变为亮点，这应该是企业发展过程中更应该考虑的问题，时间不等人，发展更不等人，互联网时代从来不缺逆袭的黑马。

## 声音

### ●独立互联网分析师付亮：

“自媒体聚合是今日头条的生命，也是百度内容的重要支撑，百度既做内容，也做搜索，在搜索影响力下降、百度搜索质量下降且偏重于自生产内容时，矛盾出来了。”

### ●资深互联网观察家丁道师：

“过去搜索引擎是互联网最主要的入口，而现在内容分发平台是互联网的重要入口之一，百度和今日头条分别占据两个时代的一个重要的位置，入口发生了巨变双方必然掐架，所以说这次的不正当竞争，只是一个幌子，最核心的问题还在于入口之争。谁掌握互联网的入口就掌握了未来。”

### ●宁夏诚托律师事务所梁正大：

新修改的《反不正当竞争法》明确增加了利用网络从事生产经营活动的经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。“关键的因素就是看今日头条在百度搜索引擎中搜索结果是百度公司利用技术手段，通过影响或故意等方式导致今日头条搜索得到结果是负面的，还是没有利用技术手段或其他故意等方法来影响搜索结果。如果百度公司不存在利用技术手段，通过影响或故意等方式妨碍、破坏今日头条等其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行行为的话，不正当竞争行为就不能成立，反之，则构成不正当竞争行为，依法应当承担立即停止不正当竞争行为、消除影响、赔礼道歉和赔偿损失等责任。”

### ●北京市京都律师事务所律师常莎：

今日头条诉百度的主要依据为《反不正当竞争法》第八条：经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。因此，如果今日头条起诉状所说属实，百度确实存在恶意显示今日头条不稳定的情况可能被认定为不正当竞争。但是如果百度只是针对之前今日头条在整改时网络的不稳定而在下面加上这一提醒语，无主观恶意，则可能并不构成不正当竞争。具体情况如何以及百度是否构成不正当竞争，给今日头条带来损失仅凭现有资料无法断定，需要看接下来双方提供的资料。

(本报综合)