

2017Q1手机新闻客户端市场研究报告

2017Q1 China Mobile News Client Market
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与手机新闻客户端用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询Research@iimedia.cn](#)。

目录

1 2017Q1中国手机新闻客户端市场概况

2 2017Q1中国手机新闻客户端用户市场概况

3 2017Q1中国手机新闻客户端市场案例分析

4 中国手机新闻客户端行业发展趋势预测



PART ONE

2017Q1中国手机新闻客户端市场概况

聚焦行业热点

腾讯新闻：芒种计划再斥重金，12亿打造2.0平台

2016年3月，腾讯宣布启动“芒种计划”，打造媒体共赢生态圈，2亿元资金补贴成为该计划最大的亮点。2017年2月腾讯再展“锋芒”，宣布推出芒种计划2.0，再支持12亿元给坚守原创、深耕内容的自媒体创作者，12亿包括10亿元现金补贴和首期2亿元的内容投资资金，其中10亿现金补贴将集中在原创和短视频内容创作者上，用来鼓励优质和原创内容、短视频与直播类内容生产。

凤凰新闻客户端实施千人千面，头条流融入推荐流

凤凰新闻客户端目标客户定位在“精英文化的推广者、现代知识的传播者、社会文明的布道者、时代思想的宣誓者”等高品位，高文化水平的用户群体，凤凰新闻客户端发布的资讯相较其他平台水分更小，且因为观点独特，内容深邃成为抢手的稀缺产品。对于2017年初提出的自媒体战略，凤凰一点号针对保障自媒体人的权益建立了一套数据结算模型，核心点是不仅仅看重点击率，对转发、停留时长等指标同样重视，有效防止内容劣质的标题党只利用点击率赚取利益。

百家号100亿广告分成，创新利用稀缺指数

百家号发力内容分发，计划在2017年累计向内容生产者提供广告分成。百度方称，“百亿分润”计划中的100亿分润将完全分配给百家号作者，此计划将是目前国内最大的内容变现规模。另外，百家号应用大数据发现，虽然数万网民参与内容创作，但是与网民内容阅读、搜索需求相比，依然有很多内容呈现出稀缺状态，尤其是优质内容稀缺程度较高。为了更好地指导百家号作者进行内容创作，百家号首次发布了内容创作风向标：内容稀缺指数。

聚焦行业热点

凤凰新闻客户端、一点牵线五大平台战略合作，共筑生态新矩阵

2017年2月18日，由**凤凰新闻客户端、一点资讯**主办的“传递·2017自媒体盛典”在北京凤凰中心召开。传统媒体与新媒体巨头就自媒体方向意见达成了共识。会上，凤凰新闻客户端、一点资讯发布“2017自媒体战略”，宣布将与视觉中国、秒拍、小咖秀、一直播、美摄五大业内领先平台达成战略合作，实现产品后台的全面打通。

今日头条斩获“视听许可证”，与中超、新华社抱团

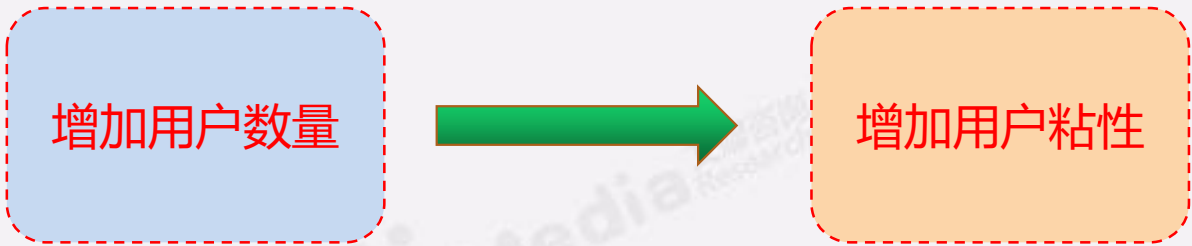
2017年初，“梨视频”因未取得互联网新闻信息服务资质擅自从事互联网新闻信息服务被有关部门勒令整改。今日头条也曾因未取得相关资质备受质疑。2016年，**今日头条**收购运城阳光文化传媒有限公司，曲线斩获广电总局和工信部颁布的《信息网络传播视听节目许可证》。2017年初，今日头条正式宣布拿下中超联赛短视频版权，成为2017-2020赛季中超联赛短视频合作方。2017年初，新华网宣布与今日头条在两会期间开展深度合作，互借优势，扩大两会用户覆盖度，方便手机新闻客户端用户获取两会“一手信息”。

阿里UC投入3000万美元布局东南亚

继腾讯全资收购泰国最大门户网站 Sanook Online后，阿里旗下的**UC头条**近日也宣布了他们在东南亚地区的内容新战略，各平台海外争夺战打响。阿里巴巴移动事业群旗下的媒体公司 UC头条于2017年初宣布，未来两年内准备投入 3000 万美元，扶持东南亚地区自媒体内容的生产。UC 手机浏览器在东南亚市场上 6 年来的扩张积累使得目前UC 手机浏览器在东南亚已经有超2亿的月活用户，其旗下的应用商店也已经是印尼地区最大的应用商店。

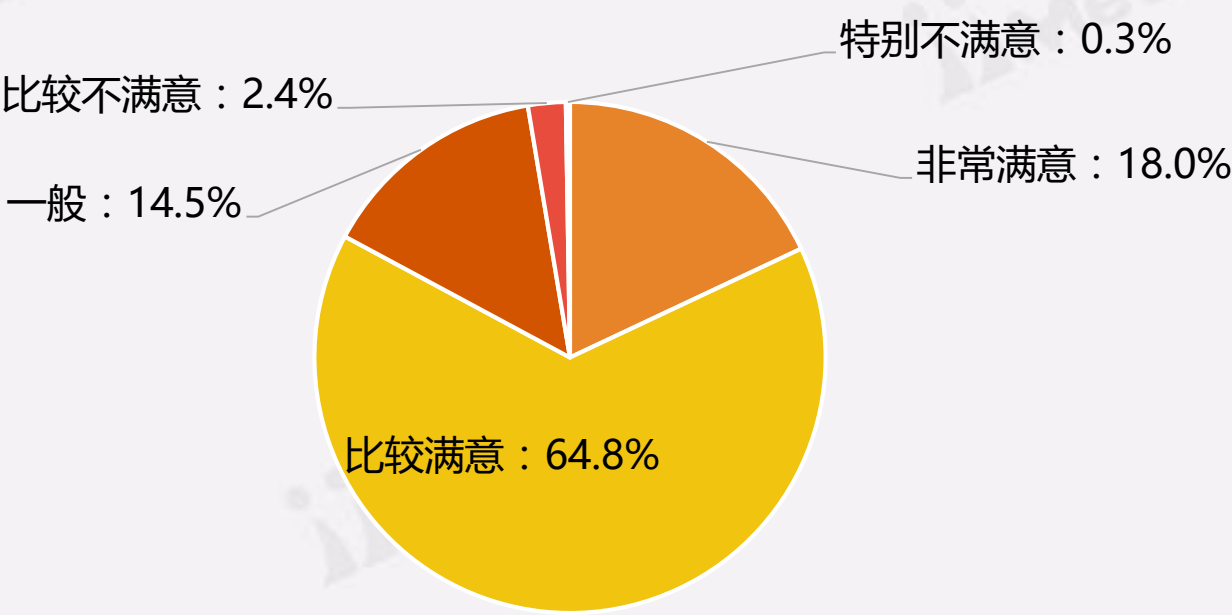
2017Q1中国手机新闻客户端市场概况

2016年以来，中国手机新闻客户端用户规模增速缓慢，艾媒咨询数据显示，2017Q1手机手机新闻客户端用户渗透率已超过八成，用户规模进入存量阶段。各大平台已将重心从争夺客户流量转移到优化用户体验，增加用户的粘性。



2017Q1手机新闻客户端市场整体满意度较高，iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，82.8%的用户表示自己对于手机新闻客户端平台满意（非常满意或者比较满意）

2017Q1中国手机新闻客户端用户满意度



手机新闻客户端市场规模和增长率

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，中国手机新闻客户端市场用户规模已经实现从2015年第四季度的5.31亿到2017年第一季度的6.05亿的增长。对于增速来说，2016年第二季度至今，虽然市场规模还在不断扩大，但是增长率却逐渐降低，增速减缓。这意味着新增用户红利渐消，用户数量接近于饱和状态。

2015Q4-2017Q1中国手机新闻客户端市场用户规模



中国手机新闻客户端活跃用户分布

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2017年第一季度，腾讯新闻以41.6%的活跃用户占比领跑中国手机新闻客户端市场，而今日头条则以36.1%紧随其后。艾媒咨询分析师认为，以腾讯新闻、今日头条为代表的头部新闻客户端由于之前用户基础较其他客户端更强，所以这个季度仍然领先于其他客户端。自媒体内容强化被划为这阶段的重点后，客户端通过改善内容会有机会获得更多用户青睐。

2017Q1中国手机新闻客户端活跃用户分布TOP5

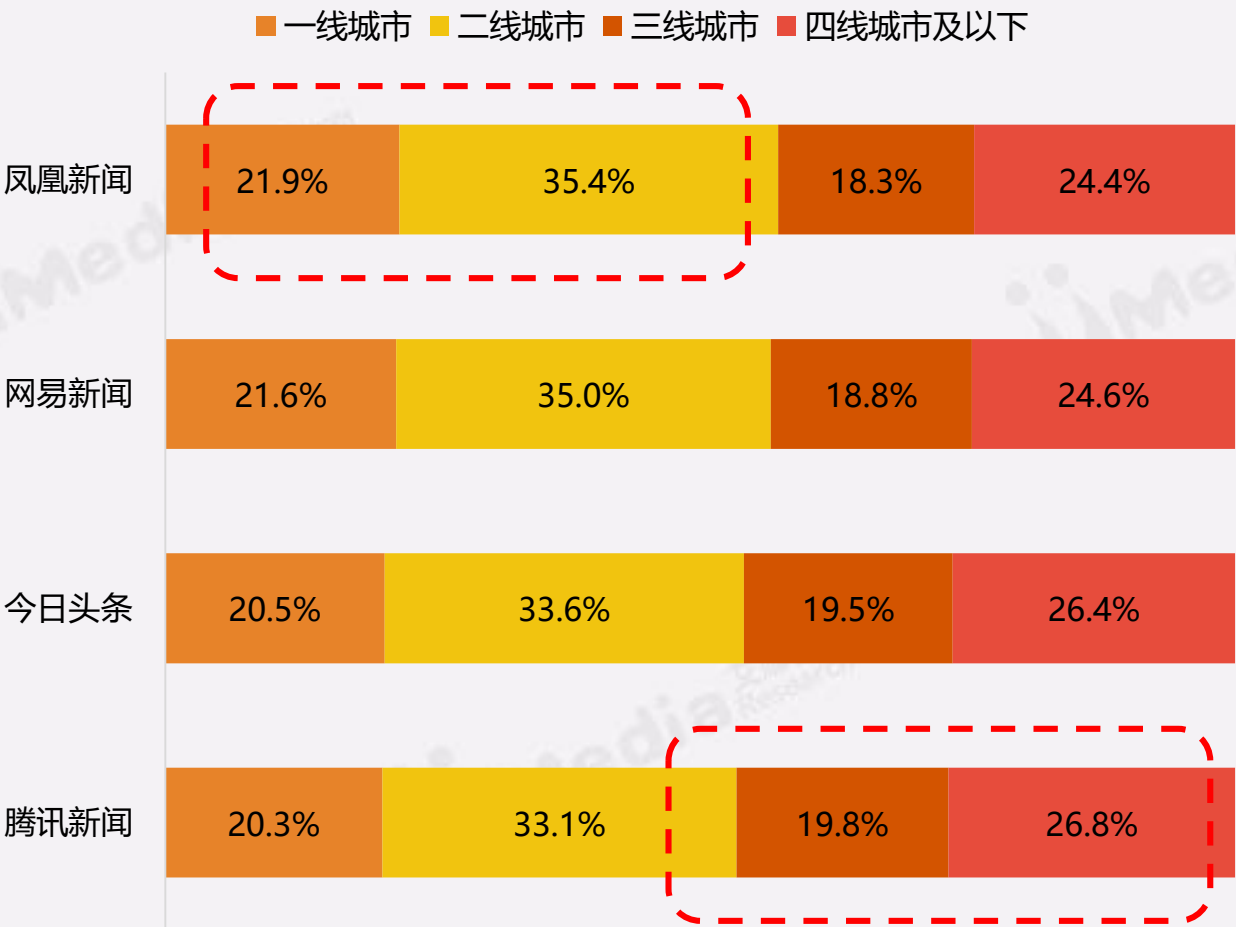


新闻客户端平台活跃用户各线城市分布

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，凤凰新闻客户端相较其他平台，其一二线城市活跃用户占比最高，其活跃用户在一二线城市占比分别为21.9%和35.4%。而腾讯新闻则在三线、四线及以下城市占比中领先其他手机新闻客户端平台，其活跃用户在三、四线城市占比分别为19.8%和26.8%。

艾媒咨询分析师认为，凤凰新闻客户端致力打造高端人群资讯服务定位，从而为其在一二线城市的市场树立良好的品牌效应，从而在一二线城市用户群中获得肯定。而相对的，腾讯新闻则得益于其在社交资源的庞大积累以及宣传分发的优势，在三线、四线及以下用户群中获得较高的转化。

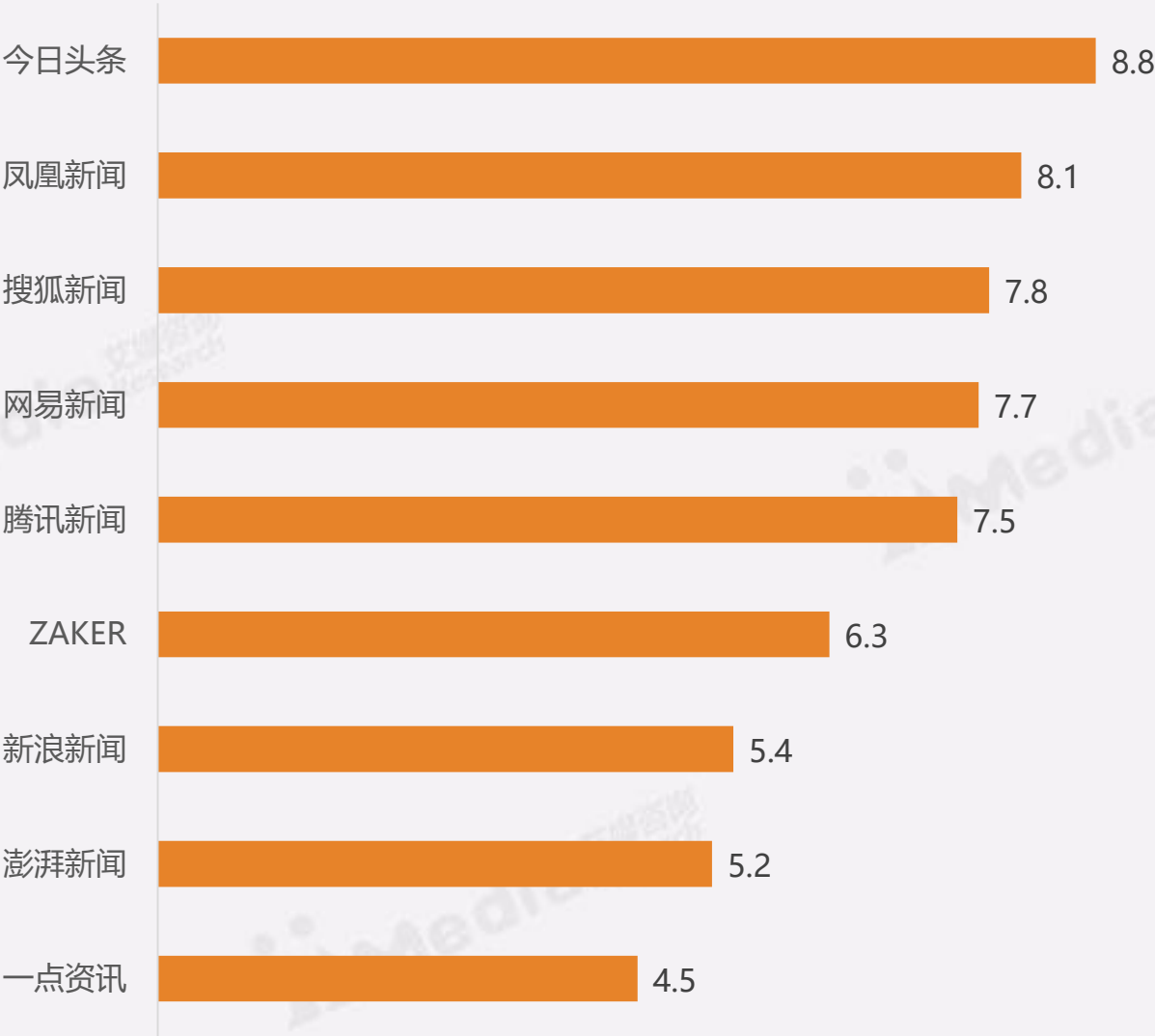
2017Q1中国典型手机新闻客户端平台活跃用户
各线城市分布占比



中国手机新闻客户端用户粘性指数

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2017年第一季度粘性指数今日头条以8.8居于榜首，凤凰新闻客户端以8.1的指数位列第二。与吸引用户下载软件的瞬时性不同，保持用户粘性是一个持续长久的工作。艾媒咨询分析师认为，今日头条和凤凰新闻客户端拥有较高的用户粘性指数，和后期服务的维持不无关系。凤凰新闻客户端定位明确，高品味、文化程度较高的用户与凤凰新闻客户端平台观点独到、深刻的特点相契合，成为凤凰新闻客户端稳定的用户群体。

2017Q1中国手机新闻客户端用户粘性指数排行

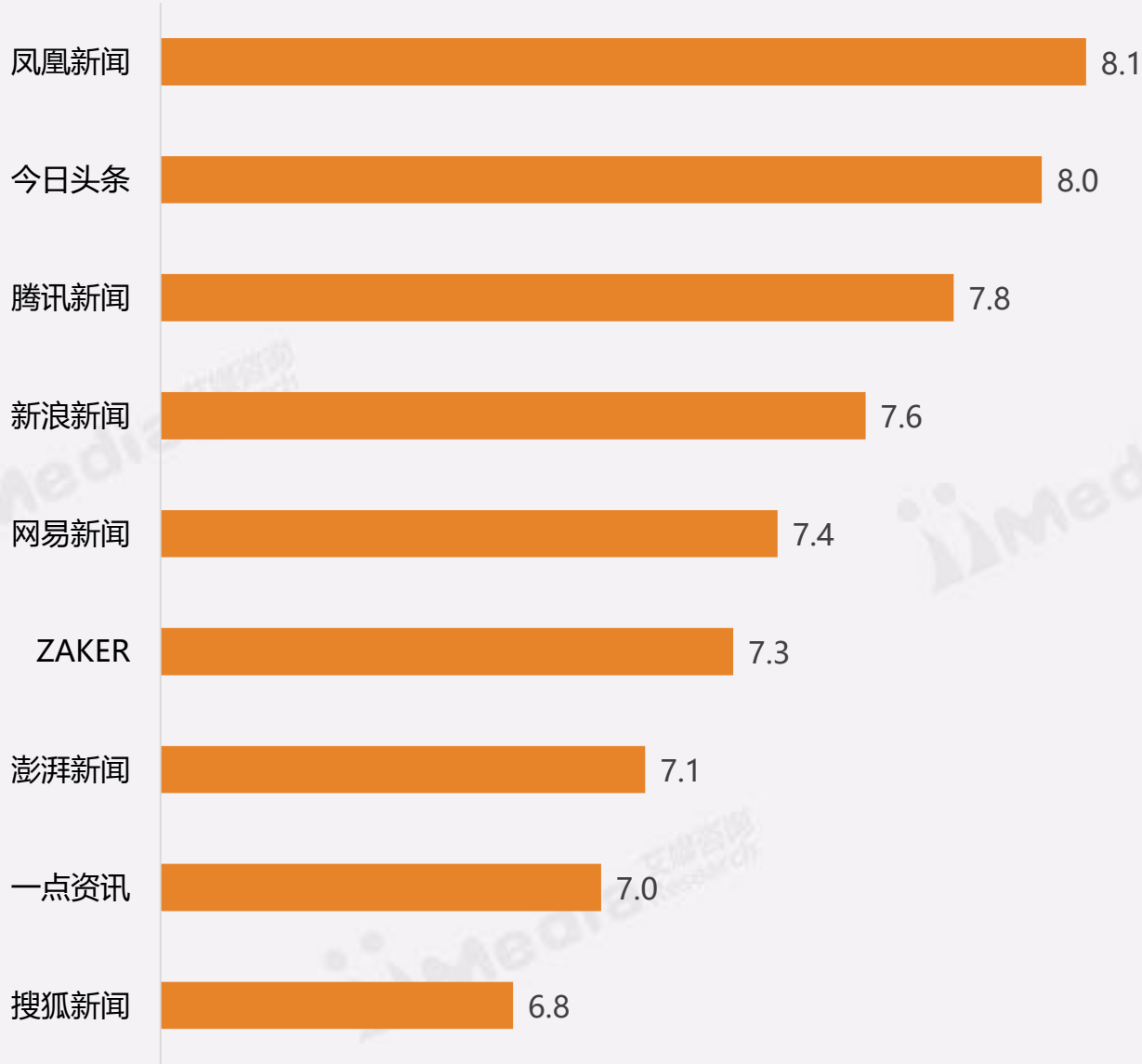


中国手机新闻客户端用户满意度排行

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2017Q1，凤凰新闻客户端在用户满意度方面领跑手机新闻客户端。今日头条和腾讯新闻紧随其后。

艾媒咨询分析师认为，与上一季度相比，各平台满意度浮动不大，头部三个平台在满意度方面均有微小的上涨。尤其是凤凰新闻客户端和腾讯新闻等逐渐在内容丰富度和形式多样化上发力，也已初见成效。

2017Q1中国手机新闻客户端用户满意度排行

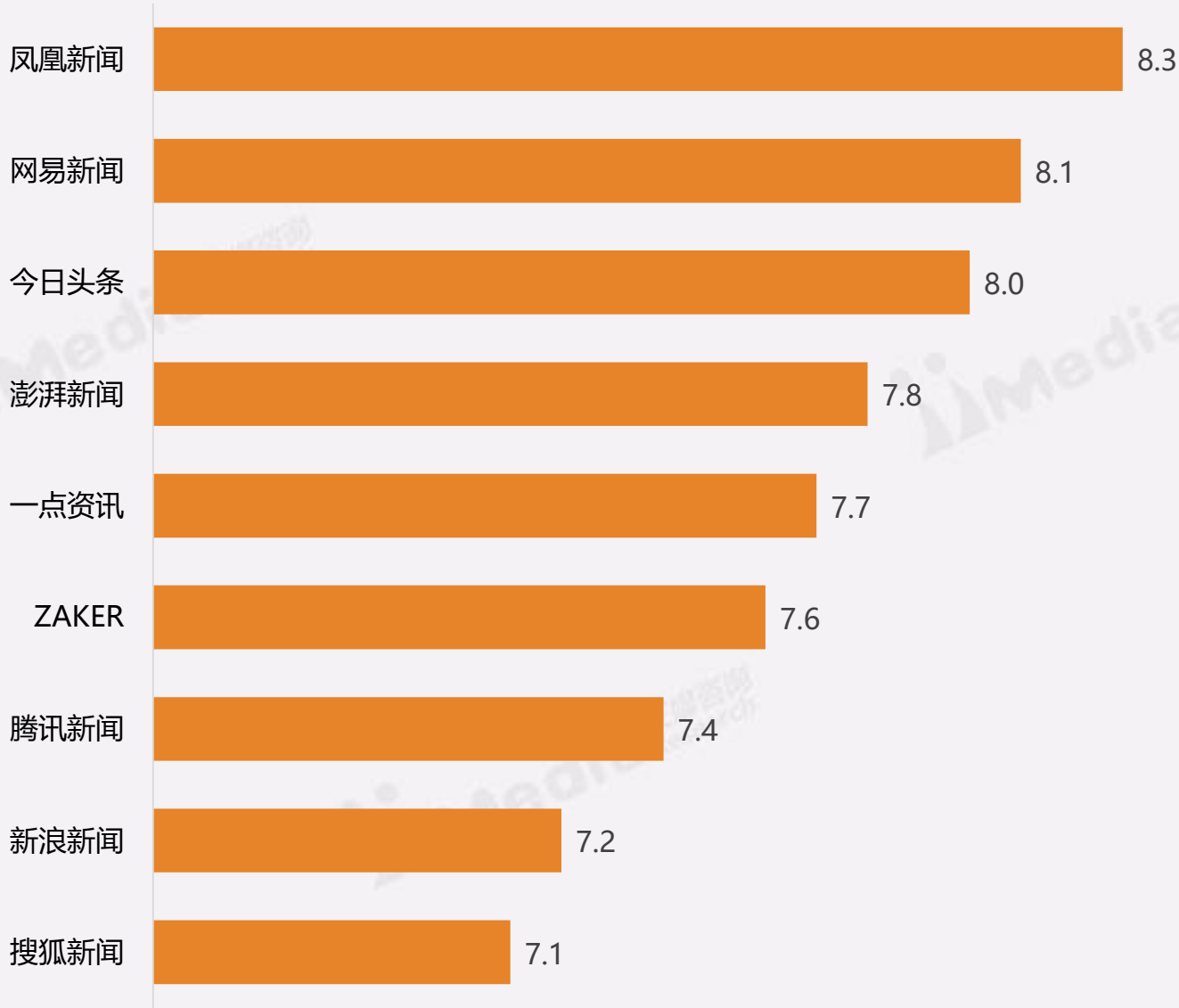


手机新闻客户端一二线城市用户满意度

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，从一二线城市手机新闻客户端用户对于客户端满意度来看，凤凰新闻客户端用户满意度最高，网易新闻和今日头条排名二、三位。澎湃新闻和一点资讯在一二线用户中表现较全国范围更加出色。

艾媒咨询分析师认为，一、二线城市用户对于资讯的质量要求更加挑剔，在内容形式、内容类型的丰富度上需求更多。而凤凰新闻客户端，澎湃新闻等长期注重资源原创性以及独家内容挖掘的平台，其内容产出在一、二线城市用户中形成较好的口碑，获得该部分用户的长期认可。

2017Q1中国手机新闻客户端一二线城市用户满意度排行



数据来源：iiMedia Research



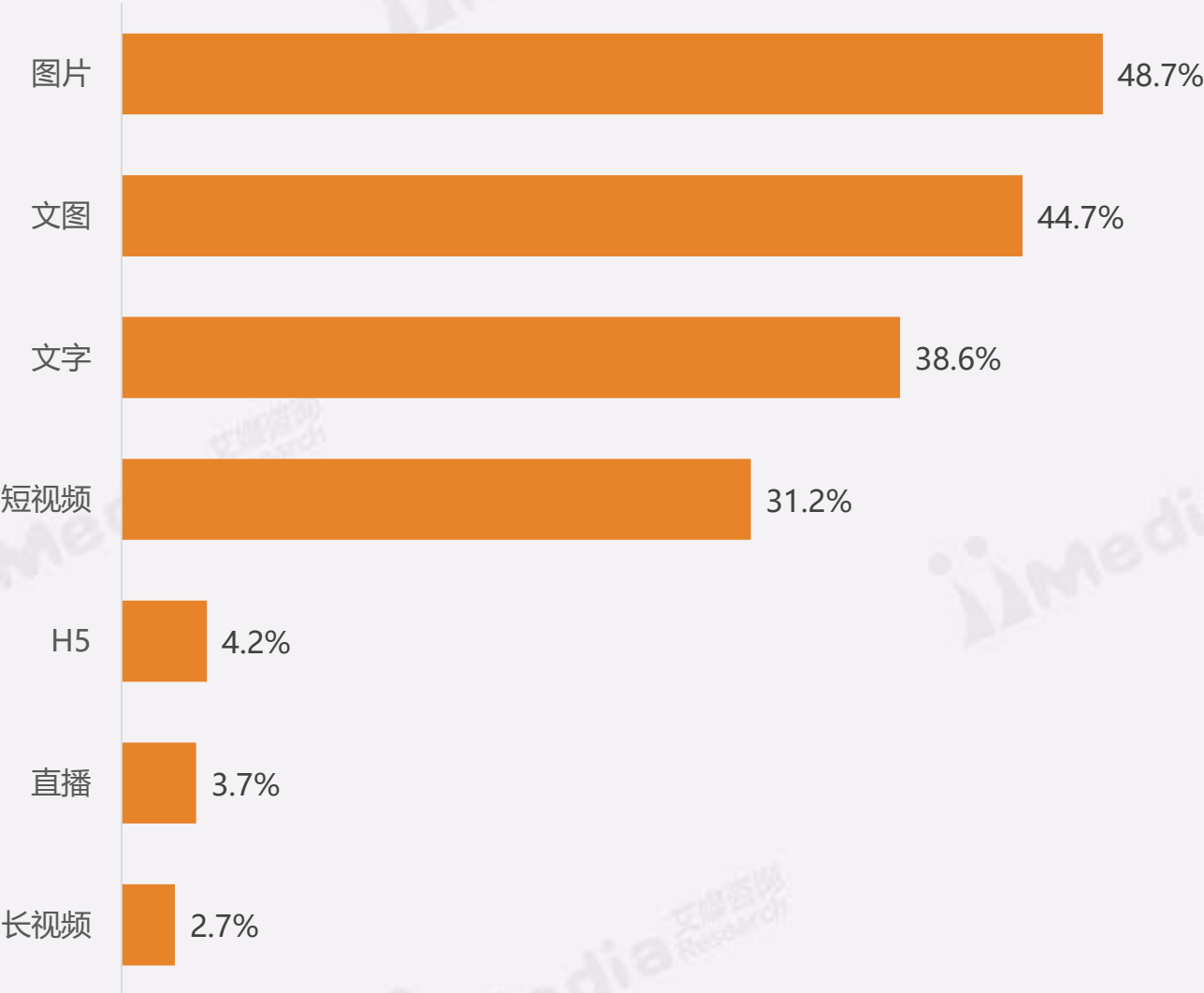
PART TWO

2017Q1中国手机新闻 客户端用户市场概况

图文优势依旧，短视频逐渐被接受

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在资讯载体偏好方面，传统的图片和文字模式依然被大多数用户青睐，而短视频载体已占有三成用户市场。艾媒咨询分析师认为，短视频因其表现形式多元，信息量大而不太要求大量时间的特点，接下来仍有发展空间，会逐渐被更多用户接受。

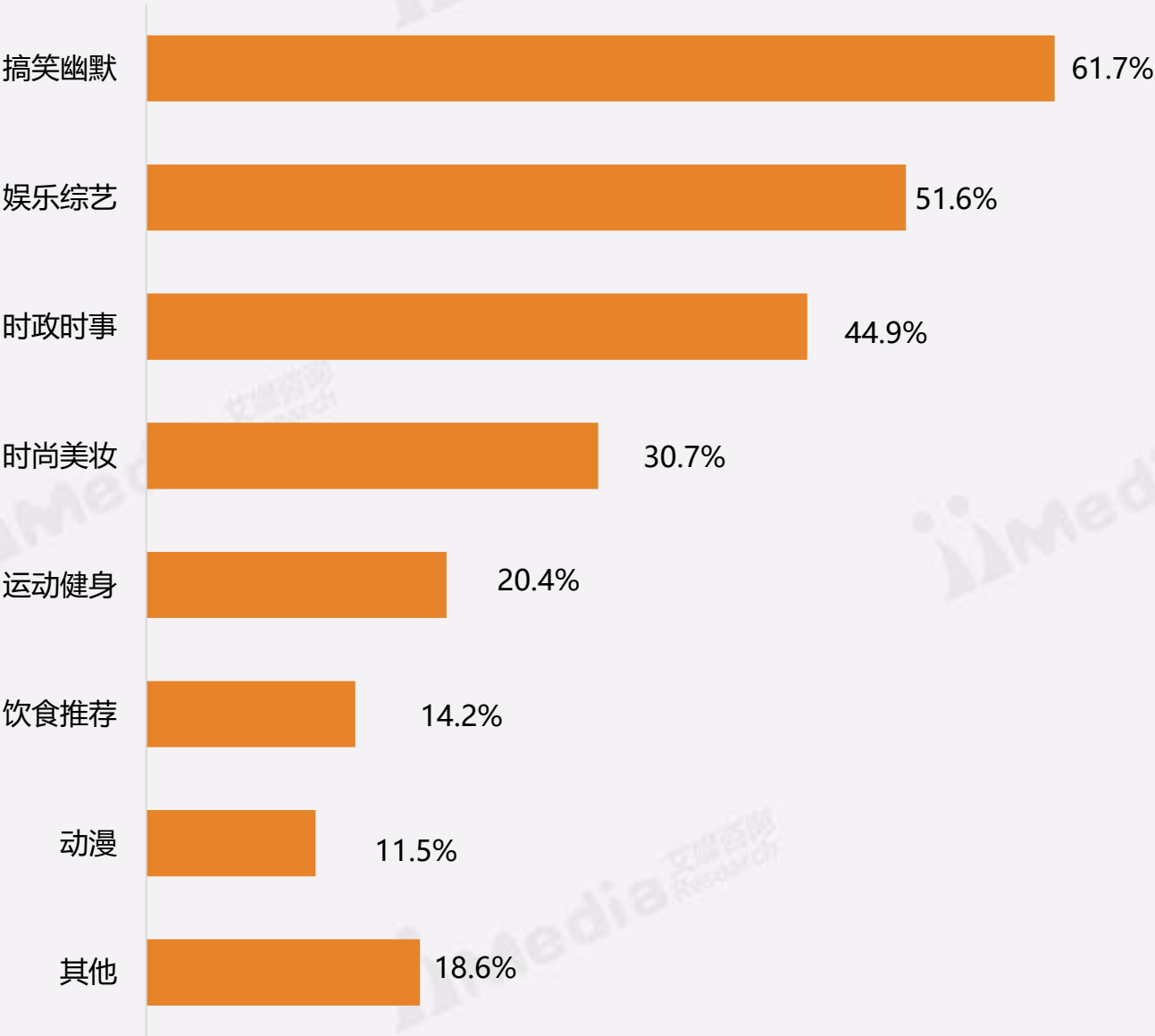
2017Q1中国手机新闻客户端用户对信息载体偏好分布



休闲幽默类资讯吸引最多用户

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超过五成的用户偏爱幽默和综艺类资讯，44.9%的用户关心时政时事。艾媒咨询分析师认为，搞笑幽默以及娱乐综艺视频类型之所以用户认可程度较高，与大众在繁忙生活中的休闲需求，以及碎片化阅读习惯不无关系。而时政时事类资讯呈现形式多样，能够更好满足大众用户对新闻资讯内容丰富度提升的需求。

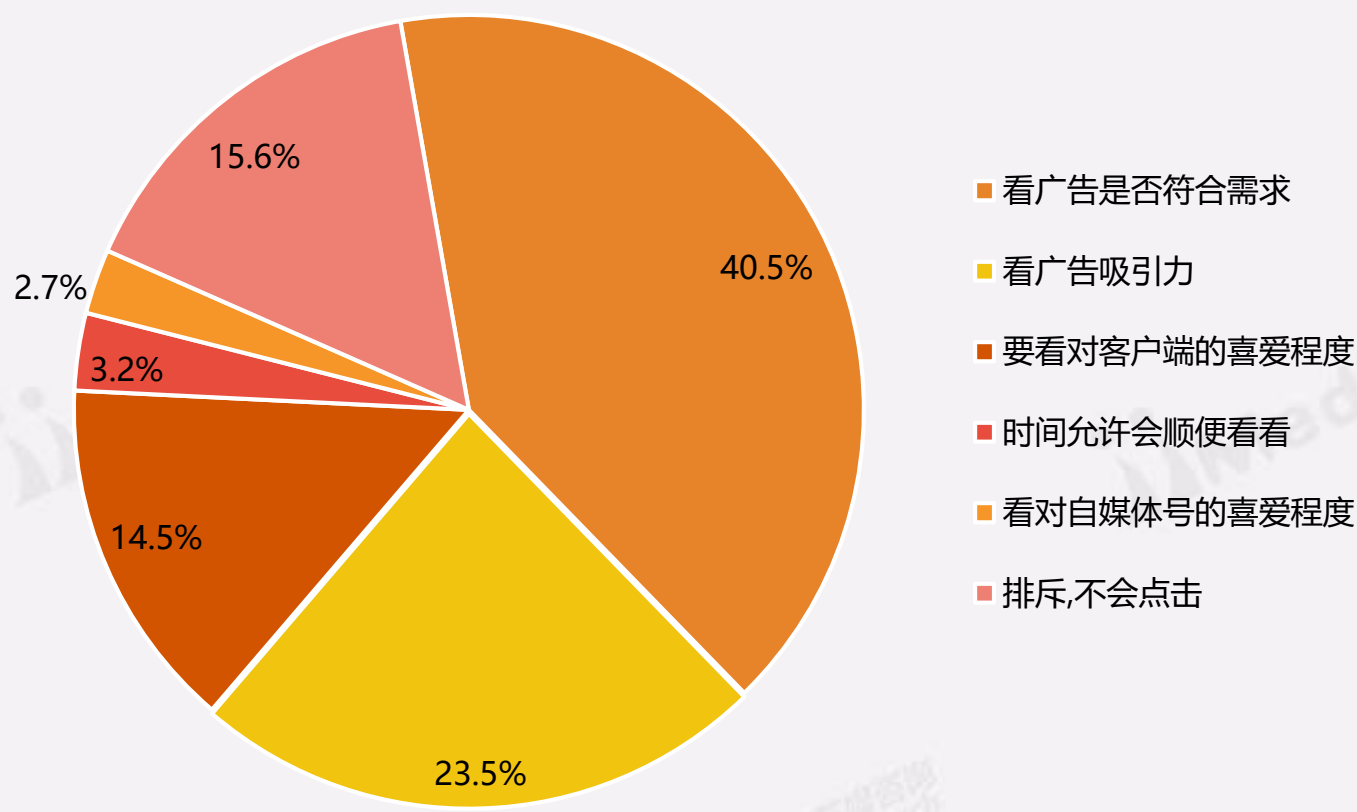
2017Q1中国手机新闻客户端用户对短视频资讯类别偏好分布



需求导向，吸引力加分

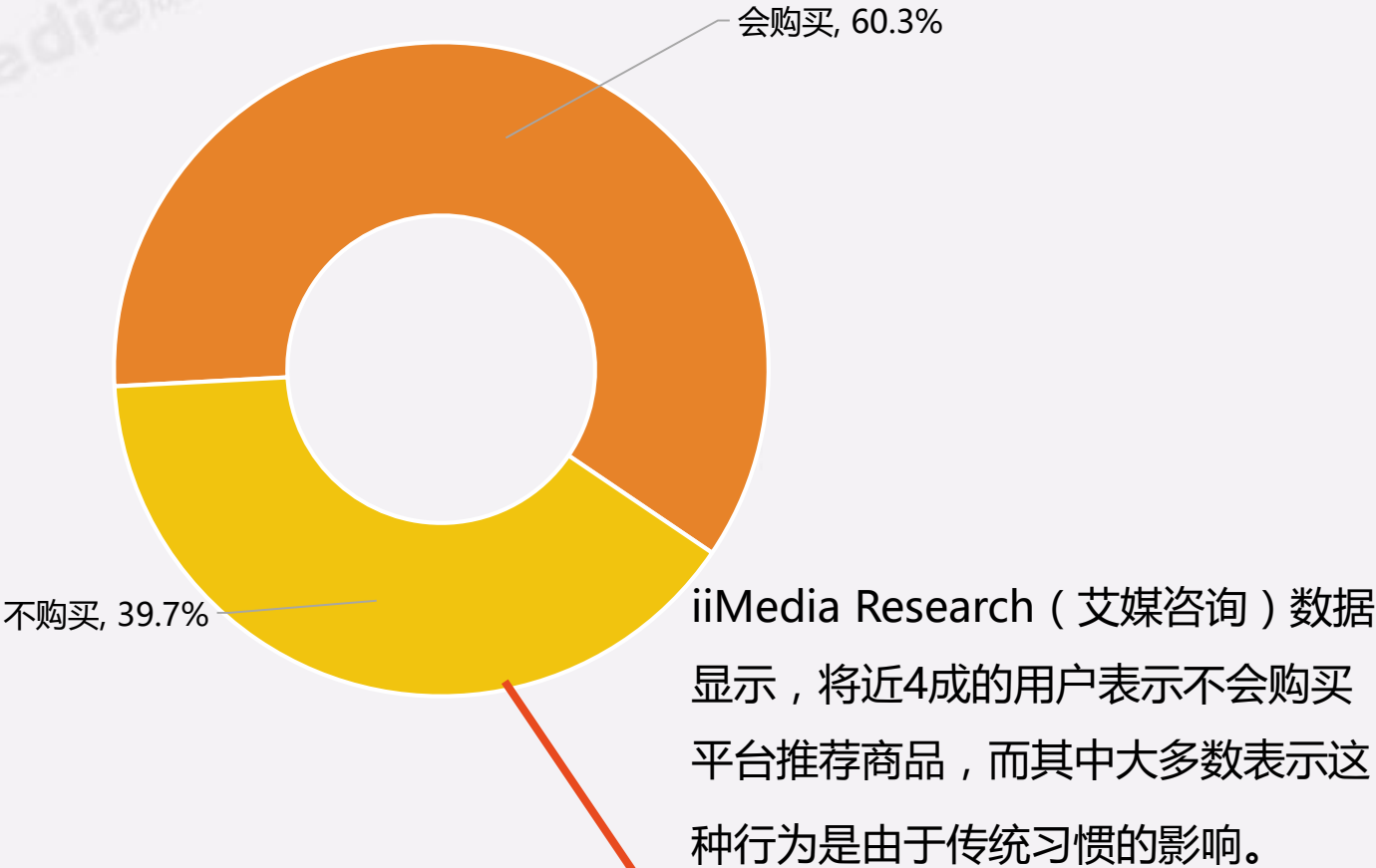
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，除一小部分用户对于平台内广告持非常排斥态度以外，大部分客户会根据喜好不定期点击广告，其中，广告符合需求和广告吸引力程度成为客户选择是否点击广告的最大因素，占比分别为40.5%以及23.5%。另外，对于平台的喜爱也会对是否点击广告产生影响。

2017Q1中国手机新闻客户端用户点击广告驱使因素

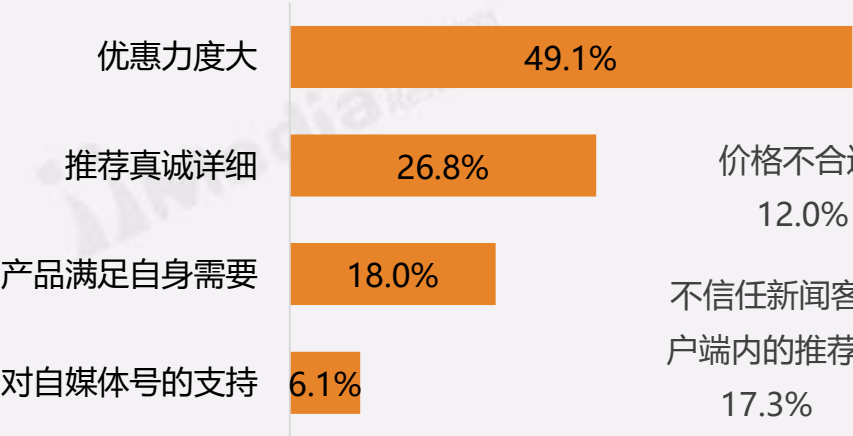


用户习惯仍是用户购买平台商品的阻碍

2017Q1手机新闻客户端用户购买应用内推荐产品的频率

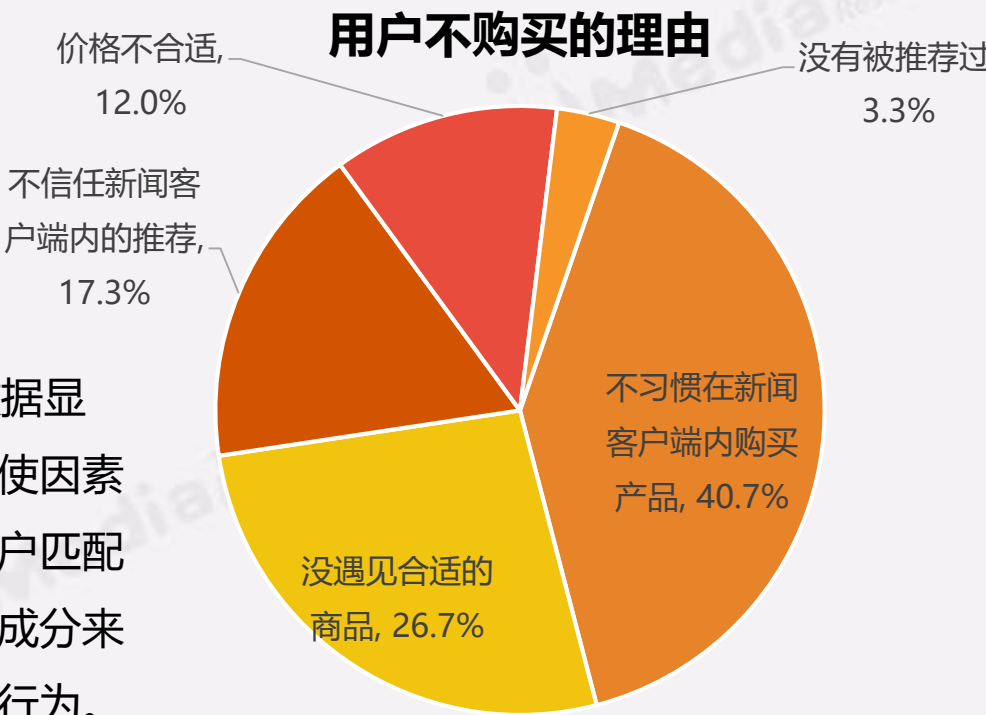


用户购买驱使因素



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 购买平台内推荐物品的首要驱使因素是优惠力度, 另外, 提高商品和用户匹配度, 提高商品质量和减少广告夸大成分来提高信任度也能够促成用户的购买行为。

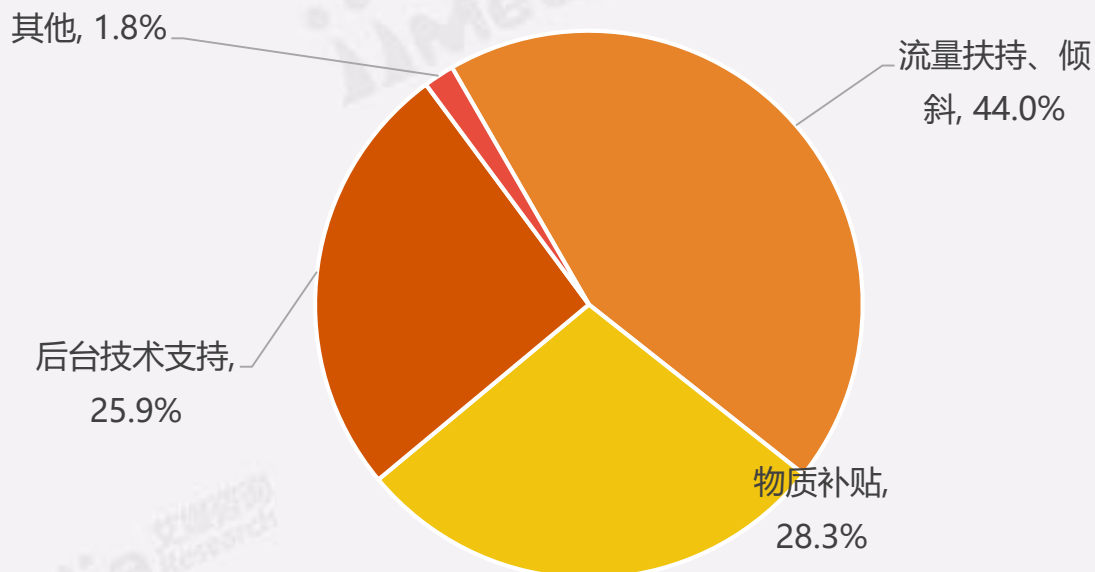
用户不购买的理由



流量、物质、技术——自媒体人的心声

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超四成自媒体人期待平台能给自己带来流量方面的支持，物质和后台技术的支持也同样很吸引自媒体人。

2017Q1中国手机新闻客户端自媒体作者对于支持方向的期待

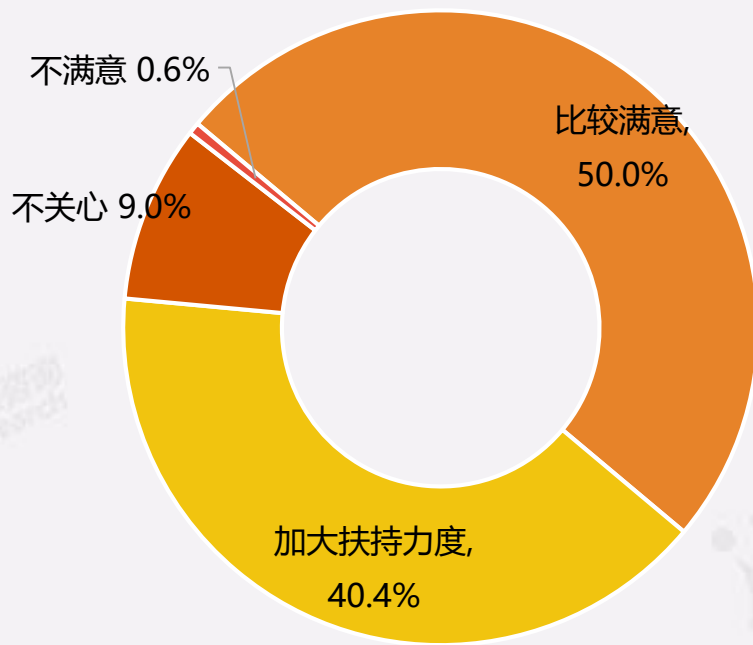


艾媒咨询分析师认为，优质的自媒体人大多有传统媒体行业的经历，由于这类群体庞大，传统媒体没办法给予其期望的利润，导致其纷纷“自立门户”，投靠平台。然而，由于没有技术经验，这些自媒体人很关注平台给予的支持和流量，同时自然而然会关注物质上的补贴。

支持力度加大将会鼓励自媒体人

支持力度方面，除近一成的人表示经营自媒体完全是因为自己的兴趣而对于补贴方面不太关心以外，大多数自媒体人对于补贴比较关注。其中，一半自媒体人对支持现状表示满意，四成自媒体人认为更丰富的支持会鼓励自己产出增量。

自媒体平台作者对于平台支持力度的观点



而针对支持，艾媒咨询分析师认为，自媒体人可以转换一下思路，从单纯指望平台加大扶持力度变为“薄利多收”。现在各平台内容并未联通，内容方面存在壁垒。在平台允许的情况下自媒体人可以“广撒网”，将自己的作品投到多个平台上。



PART THREE

2017Q1中国手机新闻客户端 户端市场案例分析

多平台合作：聚力打造生态新矩阵

由凤凰新闻客户端和一点资讯发布的“2017自媒体战略”可以给用户带来更丰富的体验。凤凰一点号凭借与五大平台的战略合作，形成庞大的“图片+短视频+直播”的移动内容生态新矩阵，可以为自媒体人创作提供更多便利。



- 视觉中国**
凤凰新闻客户端、一点资讯联合视觉中国，免费向头部自媒体人开放图片、视频、音乐素材等内容资源。
- 一下科技**
“一下科技”将旗下部分短视频产品内容共享给凤凰新闻客户端、一点资讯。
- 美摄**
美摄和凤凰新闻客户端、一点资讯打造战略合作平台。一点资讯成为目前业内唯一一家可以实现短视频自媒体在平台内即可完成从制作到分享的移动内容聚合平台。

自媒体战略合作

凤凰新闻客户端：打通内容和技术



1 凤凰新闻 客户端

凤凰一点成为现实

凤凰号与一点号后台打通后，在进行传播推广时，统一使用“凤凰一点号”的品牌名称。两者的合作不仅仅是内容的优质和载体丰富的融合，对于合作之前业内的问题和合作之后可能出现的问题，凤凰新闻客户端也拟定出系统的方案。

- 在保障原创方面，凤凰新闻客户端表示，在平台内只有原创内容，才能进入4级以上的优质账号体系。
- 在自媒体人鼓励机制方面，凤凰新闻客户端采取“白名单”、“打赏”等方法对自媒体人进行一定程度的补贴。
- 针对行业内“标题党”点击率高对于优质作品评定的影响，凤凰一点号建立了一套数据结算模型，核心点是不仅仅看重点击率，对转发、停留时长等指标同样重视。

目前行业内部用户增量普遍减缓，而用户依赖度和用户迁移门槛不是很高，平台用户容易遭到流失。手机新闻客户端类产品的可替代性比较高，大约每12个月左右市场的行情会发生一次大的市场份额洗牌。继续增加客户的粘性成为各平台下一阶段的重点之一。

凤凰新闻客户端一直以来的目标用户定位在高品位、高质量用户群体，包括与华为高端产品Mate9、P10独家预装的合作，都是凤凰新闻客户端在打通跨类产品垂直目标客户输送渠道的一次尝试，同时进一步巩固凤凰新闻客户端在高端人群中的品牌塑造。

2 凤凰新闻 客户端

用户粘性和增量为下阶段重点之一

百家号：多举并施



“**百亿分润**”计划发力内容分发，计划在2017年累计向内容生产者提供**100亿**广告分成。个人和机构都可以成为百家号作者，**百亿分润**计划中的100亿分润将完全分配给百家号作者。

“ 百亿分润 ”计划

百家号还首次发布了**内容生产风向标**，据百家号**内容稀缺指数**可显示出一些内容趋于饱和，而另一些内容是现在用户搜索、浏览需求量大，但是内容库相对稀缺的内容。相关领域作者在百家号生产相应内容将会更容易获得关注和高效变现。

内容生产风向标

整合百度产品

百度将以全新的百家号为内容生产平台，整合贴吧、知道、百科、爱奇艺等百度系产品的原创能力，构建**全网最大的内容生产基地**，为网友提供更丰富的内容服务

原创保护

在打击劣质内容、扶植优质内容方面，百家号打造出一套严格有效的原创保护机制。凭借强大的机器识别技术，百家号能够识别原创优质以及垂直领域的专业内容，并择优分发，充分保障平台的内容质量；同时，百家号还具备强大的**反作弊技术**，能够规范平台作者行为，打击劣质内容。

腾讯新闻：再次撒种芒种计划



芒种计划播种一年，据腾讯公开数据显示，企鹅号的数量和平台中内容品类数量都有明显的增长，腾讯新闻因此获得了更多的客户流量和好感。艾媒咨询分析师认为，芒种计划是对自媒体原创的一个激励。未来一年，腾讯新闻再斥巨资打造芒种计划2.0，这无疑是自媒体的福音，也从侧面印证了芒种计划可操作性。

据腾讯公开数据显示，企鹅号的数量从最初的1.3万个增长至目前的20万个；平台中的内容品类从140个增长到2000个；短视频播放量也从0.78亿增加到20亿。

2016年3月，腾讯宣布启动“芒种计划”，打造媒体共赢生态圈，2亿元资金补贴成为该计划最大的亮点。

芒种计划
1.0

芒种计划
2.0

成果

2017年2月，腾讯再展“锋芒”，宣布推出芒种计划2.0，再支持12亿元给坚守原创、深耕内容的自媒体创作者12亿包括10亿元现金补贴和首期2亿元的内容投资资金。



PART FOUR

中国手机新闻客户端行业 发展趋势预测

中国手机新闻客户端行业发展趋势预测

艾媒咨询分析师认为，现在用户数量已经趋于稳定，未来不会出现较大增长，各平台未来将着力于从载体多样化、内容方面入手，提升用户体验，增加用户粘性。

一方面，各平台将进行资源共享，传统的图文和热门的短视频结合，进行视觉体验升级；另一方面，各平台已经并且会持续斥巨资于自媒体原创，鼓励更多优质内容产出。而未来传统媒体很可能自立门户，摆脱现有平台对自身的桎梏。

自媒体人
迎来春天

合作成为
大趋势

传统媒
体自立
门户

算法新
思路出
现

短视频仍是
热点

合作成为大趋势

同领域

- 2017年2月18日，一点资讯和凤凰新闻客户端携手五大平台启动“2017自媒体战略”，平台内部分资源共享。
- 2017年初，新华网在两会期间与今日头条合作。

分析：此举能使各平台在较低成本下进行内容“扩容”，着力于图文的平台和具有短视频优势的平台合作，能带给用户更丰富的体验。短视频作为近期热门的载体，能够帮助传统载体方式平台增加客户流量；然而由于技术原因，短视频推送算法并不成熟，这要借力图文的优势，两者相得益彰。

- 今日头条和京东商品的“京条计划”。
- 今日头条收购运城阳光文化传媒有限公司，斩获视听证。
- 今日头条获中超联赛短视频版权
- 一点资讯联合小米和OPPO，在新手机内预装“一点资讯APP”，内置浏览器的信息流也由一点资讯提供。

跨领域

分析：跨领域合作可以帮助各手机新闻客户端实现变现，又可以帮助电商等平台提高曝光度。互利共赢。

在客户存量争夺战中，资金制约了各平台开拓新领域。艾媒咨询分析师认为，针对自身的长处和需求选择合适的平台合作，不失为在成本较低的情况下防止客户流失的策略。

自媒体人迎来春天

虽然上传资讯者众多，但由于平台间抄袭、虚假信息等现象严重，真正优质的原创内容成为稀缺资源。而内容是各大用户选择平台时重要的依据点，为增加客户粘性，各平台斥巨资鼓励自媒体人进行原创。不仅如此，各平台还纷纷出台相关政策和措施抵制虚假抄袭现象，维护自媒体人的权益，自媒体人或将迎来春天。

目前出台计划



腾讯新闻出台“芒种计划2.0”，再投12亿支持原创。



阿里UC推出“W+”量子计划，预计投入10亿元人民币扶持自媒体人。



百家号推出“百亿分润”计划，计划在2017年累计向内容生产者提供100亿广告分成。

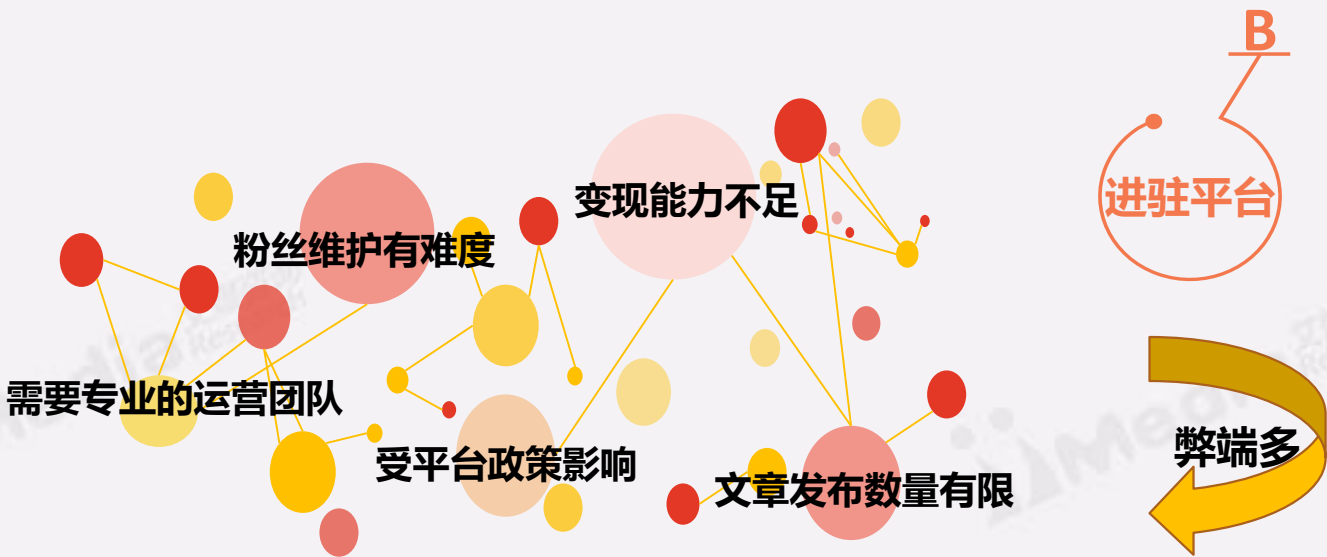
平台间内容抄袭使得平台内容不能满足用户的需求，而目前由于自媒体利润较低，且原创权益得不到保证，优质的自媒体成为稀缺资源。在用户存量拉锯战中，各大平台关注点从仅从形式出发向深层次的内容方面转移，投入资金于鼓励自媒体发展的项目中。

传统媒体自立门户

手机新闻客户端的蓬勃发展给传统媒体带来了不小的冲击，人才流失和用户减少成为传统媒体的“心病”，传统媒体已经进入转型期，目前大多数媒体选择进驻平台，少量媒体选择自建App，艾媒咨询分析师认为，传统媒体自建APP是以后的潮流。

A
传统方式

艾媒咨询分析师指出：传统纸质媒体以文字传播为主，在新闻报道的表达上存在主观性，与客观事实存在误差。其次，传统纸质媒体篇幅有限，内容提供量和审核权均不在自身，运营模式上会受到一定限制，对于信息大爆发时代的用户来说，不足以满足用户对资讯的大量需求。



C
自建APP

优势

受众广泛
可操作性强
时空约束少
形式多样化

VS

主要问题

需要专业技术支持
开发运营成本高
信息来源单一
用户体验欠佳

短视频仍是热点

短视频的热度从2016年延续到2017年，一方面它能给用户带来更多更丰富的信息，另一方面它也不像传统长视频一样具有耗时太长的缺陷。未来传统平台会加快和拥有丰富短视频资源的平台合作。创作角度来说，较大的需求量会催生视频技术的成熟，未来短视频制作程序会得到简化，短视频制作周期变短和上传门槛降低将成为现实。

算法新思路出现

当前用户大数据已普遍应用于资讯推送中，用户在信息个性化体验上得到有效优化。但传统的推荐算法通常只根据个人阅读历史进行信息筛选，有呈现维度单一、信息推荐丰富度受限等弊病，同时当前手机新闻客户端市场在该算法上已逐渐同质化。随着人工智能的进一步发展，算法大数据应用将与用户社交网络产生交集，用户群体之间的关系会作为新的切入点用于优化推荐算法。未来，思路的创新或将会和技术提升共同作为算法优化的思路应用于资讯领域，用户资讯获取体验将得到显著提升。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。

舆情预警分析引擎

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注， 所以专业！

Since 2010, we focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构