



2016上半年中国移动资讯市场研究报告

2016 H1 China Mobile Information Market Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

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、相关企业与移动资讯用户进行深度访谈，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：截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿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whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

目录

- 1 / 2016上半年中国移动资讯市场概况
- 2 / 移动资讯获取渠道分析
- 3 / 移动资讯平台个性化服务专题解析
- 4 / 2016年中国移动资讯行业趋势预测

2016上半年中国移动资讯市场概况





聚焦行业热点

01

搜狐新闻首次邀请明星代言，强势发力广告大战

3月16日，搜狐首次使用明星代言，邀请人气明星王凯、赵丽颖、大鹏、于莎莎代言，利用明星的知名度形成粉丝效应，提升品牌关注度和影响力。这轮广告投放在全国范围内覆盖了所有主流城市，通过大规模广告投放，强势推广搜狐新闻客户端。艾媒咨询分析师认为，行业竞争激烈，各大厂商纷纷加大营销力度，抢占市场。广告大战、红包大战把竞争推向高潮。

02

网易新闻本地战略升级，实现资讯多场景触达

5月，网易新闻推出今年首个本地化品牌形象广告，提出“来网易新闻南京频道，让生活更来丝”的品牌主张，围绕网易号×直播升级本地化战略向用户传输品牌理念，提升用户的本地新闻阅读和生活资讯服务体验，增强本地用户的认同感。艾媒咨询分析师认为，在获取各类资讯信息成为大众刚需的时代，本地化资讯更能满足用户需求，增强用户粘性。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



聚焦行业热点

03

微信“朋友圈热文”正式上线，进一步打开内容分发渠道

6月15日，微信正式上线“朋友圈热文”新功能，开启“中心化”之路，朋友圈热文功能的推出解决了微信分散化流量的痛点，也为开拓了优质内容分发的渠道，强化了优质内容分发，对于优质的微信公众号运营者来说，或将会迎来巨大红利期。艾媒咨询分析师认为，微信作为用户活跃度最高的社交平台，拓宽优质内容分发渠道，将会给优质内容提供者注入新的动力。

04

一点资讯携手OPPO，软硬结合强势争夺市场份额

7月，一点资讯与手机生产商OPPO战略合作协议完成交割，一点资讯将全面覆盖OPPO预装应用及浏览器等内容入口。OPPO将为一点资讯带来广泛的用户覆盖率，一点资讯也将借助OPPO丰富的用户数据完成用户画像，实现海量资讯的个性化精准推送，为OPPO手机用户带来更快捷且个性化的阅读体验。艾媒咨询分析师认为，在激烈的内容竞争中，各资讯平台纷纷把策略转向跨界合作，结合软硬实力争取更大的市场份额。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



聚焦行业热点

05

ZAKER融合区域传统媒体，打造资讯整合传播渠道

ZAKER与多家区域主流媒体进行深度合作，并于7月8日获得广东南方媒体融合发展投资基金注资。合作媒体进驻ZAKER，凭借内容生产以及区域资源优势，运营ZAKER当地频道；ZAKER提供移动互联网技术开发及支持，打造全国多区域内容、营销联动的平台。在八一建军节期间，ZAKER与合作媒体结合多地线上、线下资源合力打造了“老魏叔”系列报道这一现象级传播事件。艾媒咨询分析师认为，ZAKER通过聚合不同类型的媒体合作伙伴，既为资讯多点触达用户创造机会，也丰富了资讯本身的表现形式，从而提升了对用户的吸引力。

06

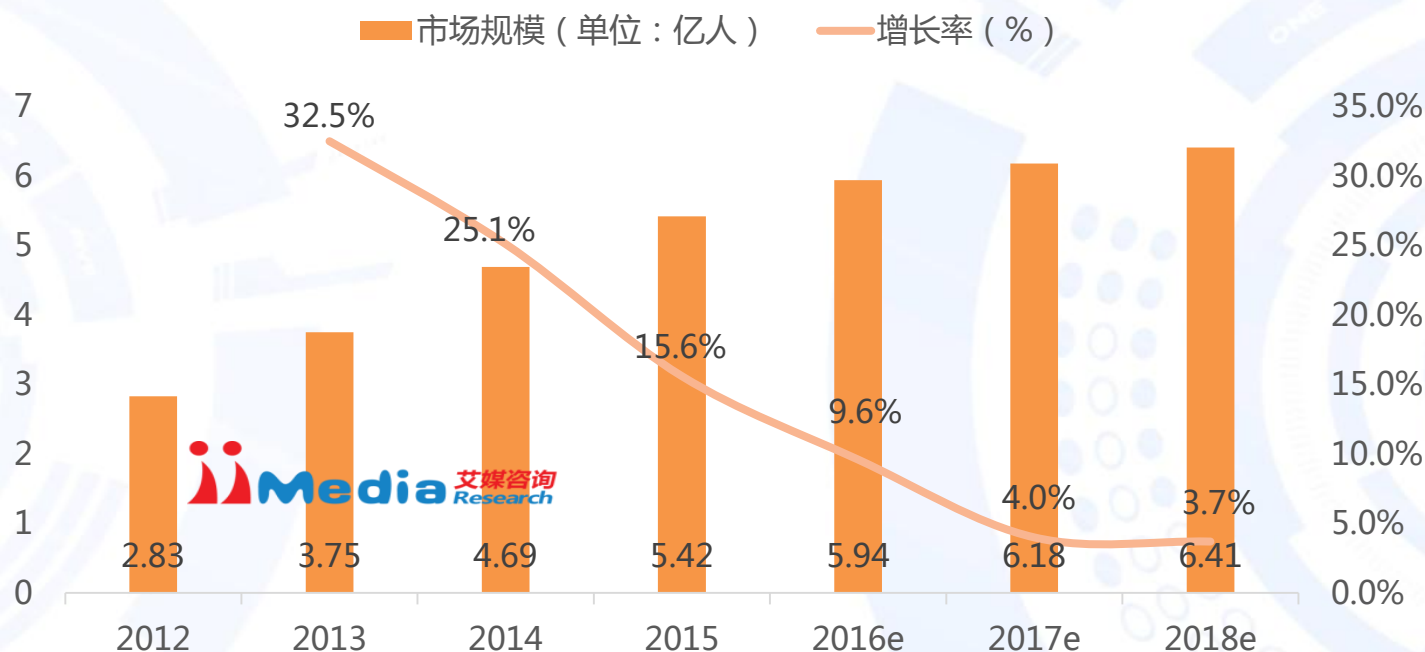
奥运资讯战，UC开启原创短视频实力圈粉模式

奥运期间，阿里旗下的个性化资讯推荐平台UC头条借奥运之势，推出多种形式的原创短视频吸引用户的关注，以立体且个性化的方式为用户呈现奥运看点。UC头条为奥运会量身打造的一档直播节目《奥运宝贝嗨直播》，直播奥运健儿以及场馆内外奇闻异事，用差异化的内容和方式为UC头条实现圈粉目的。艾媒咨询分析师认为，在资讯平台功能同质化较为严重的情况下，创造优质内容成为移动资讯平台新的竞争点，且在直播市场火热期以直播等短视频形式呈现将更能吸引用户的关注。

移动资讯市场持续发力，用户规模整体保持稳定增长态势

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国移动资讯用户规模预计将达5.94亿人。艾媒咨询分析师认为，移动互联网大潮助推资讯成为大众刚需，移动资讯市场持续发力，用户规模将持续增长，但随着移动互联网渗透率水平提高，市场趋于成熟，用户增长率呈现下降趋势。预计2018年，中国移动资讯用户规模将达6.41亿人。

2012-2018中国移动资讯用户规模及预测



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



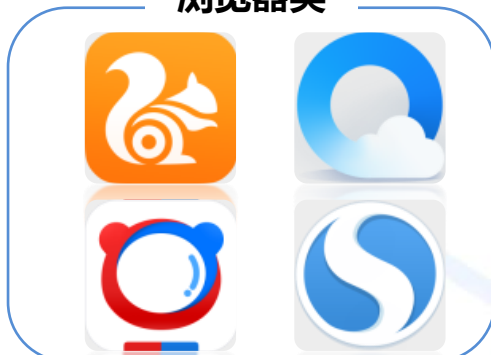
移动资讯市场格局

门户类



发力早，用户体量大

浏览器类



搜索与信息推荐结合，向内容变革

传统媒体类



聚焦时政，权威性严肃性为主体

聚合类



数据支撑，个性化自动推荐

垂直类



针对特定领域及行业，满足特定资讯需求

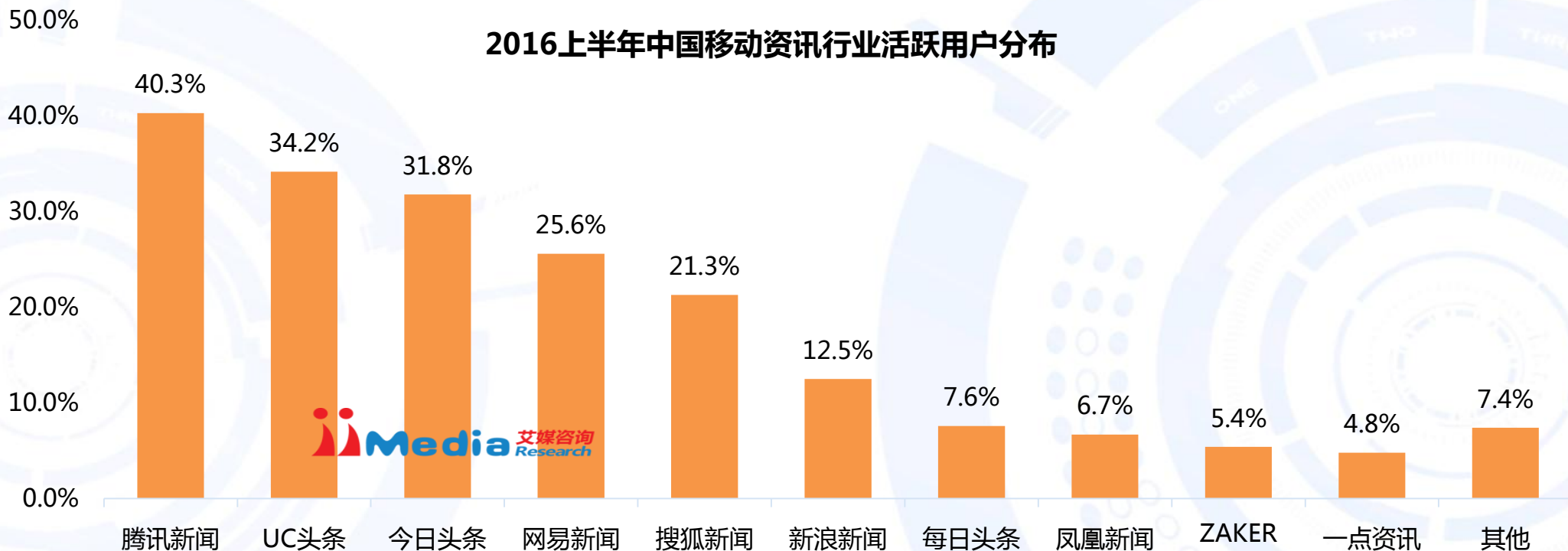
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

腾讯新闻位列行业第一，UC头条紧随其后

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016上半年中国移动资讯活跃用户排行榜上，传统新闻客户端腾讯新闻以40.3%的占比位列第一，领先行业其他平台；浏览器类UC头条与聚合类今日头条紧随其后，占比分别为34.2%和31.8%。艾媒咨询分析师认为，腾讯新闻由传统门户成功转型，有稳固的用户基础，在用户竞争中表现得较强势。



注：一个用户或使用多个移动资讯类应用；UC头条为UC头条独立APP和UC信息流板块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

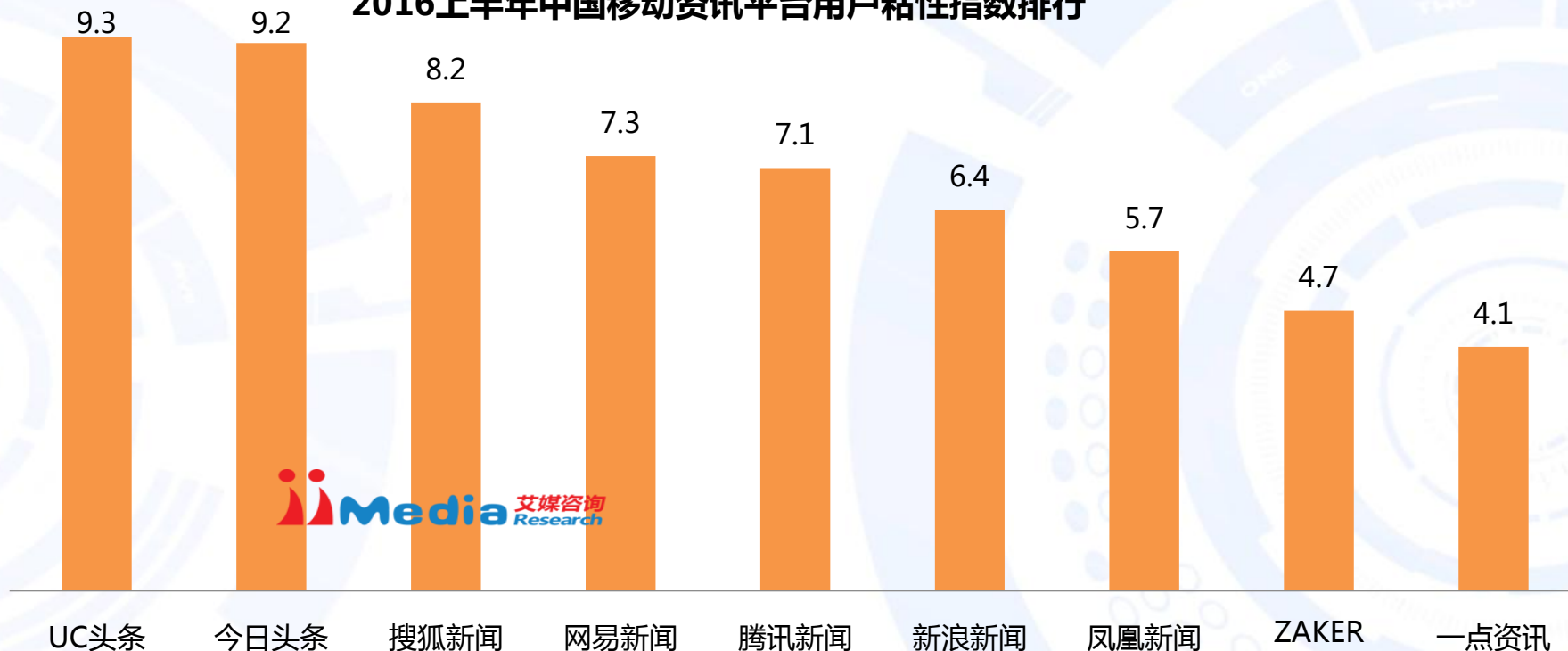
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



UC头条位列移动资讯用户粘性指数首位

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2016上半年中国移动资讯平台用户粘性指数方面, UC头条用户粘性指数达9.3, 排行首位; 今日头条和搜狐新闻分列第二和第三。艾媒咨询分析师认为, UC头条依托手机浏览器的大数据资源, 推出个性化资讯服务, 满足用户在碎片化的时间内快速阅读感兴趣资讯的需求。随着大数据技术逐渐成熟, 个性化功能优化力度加强, 用户好感度和用户粘性不断提升。

2016上半年中国移动资讯平台用户粘性指数排行



注: 移动资讯平台用户粘性指数根据用户日均浏览量、日均启动次数、日均浏览时长综合评分所得。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research; 艾媒北极星 (截止2016年8月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测)

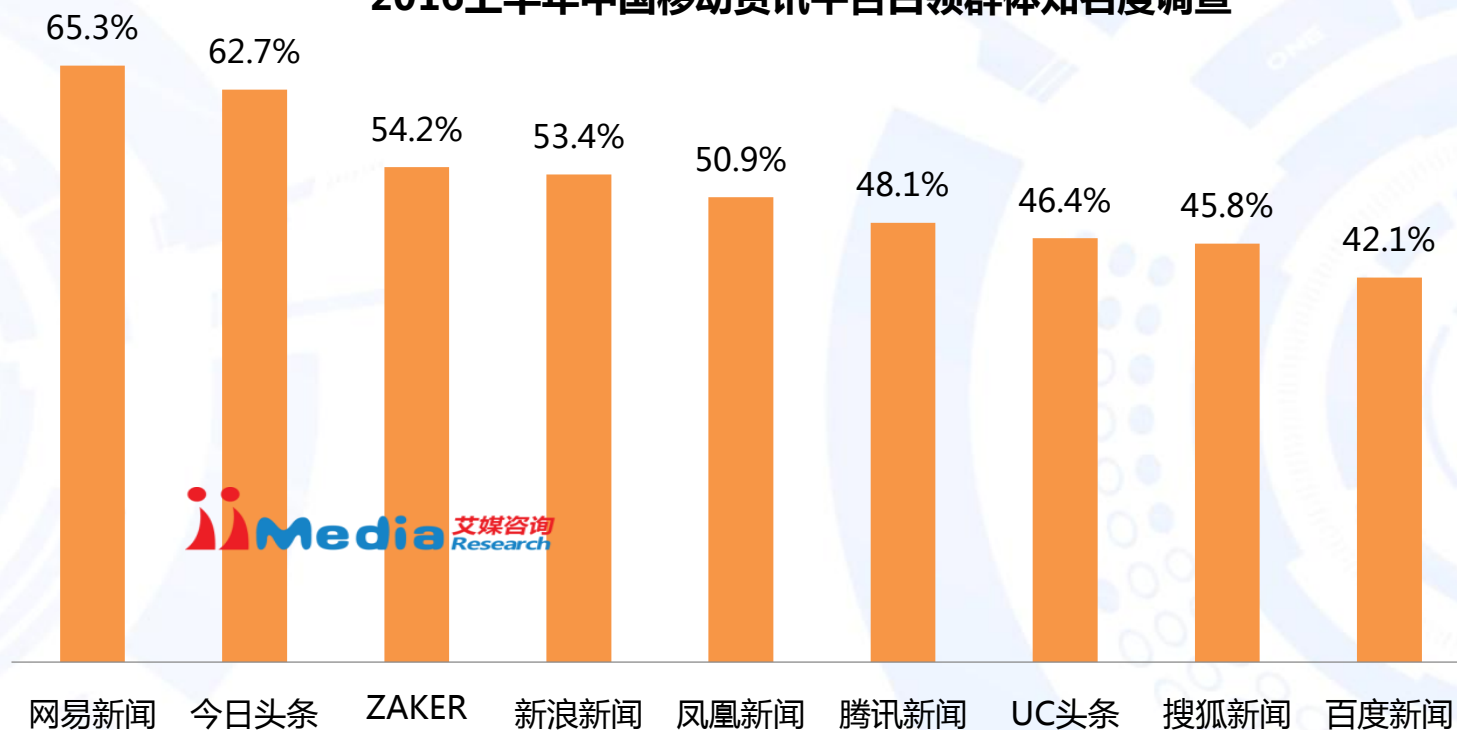
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



今日头条上涨势头迅猛

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2016上半年中国移动资讯平台白领群体知名度调查方面, 网易新闻、今日头条、ZAKER排名前三, 新浪新闻位列第四。艾媒咨询分析师认为, 网易新闻因其体验流畅、新闻快速、评论犀利而备受白领群体推崇, 在白领群体中知名度较高。而今日头条则凭借近一年的迅猛发展势头, 在白领群体中知名度排名蹿升。随着ZAKER订阅和推荐功能不断优化, 在白领群体中的认知度和好感度也在不断提升。

2016上半年中国移动资讯平台白领群体知名度调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research

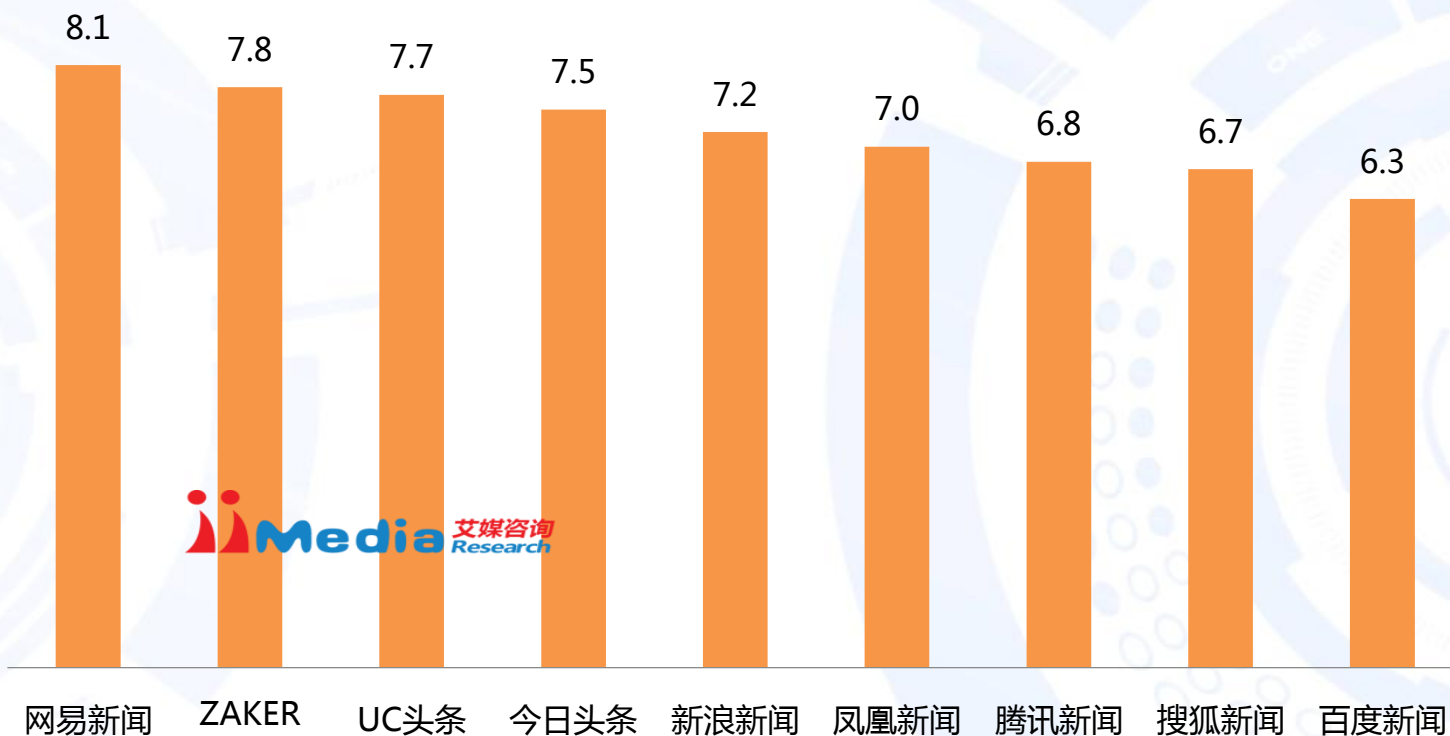
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



网易新闻、ZAKER位列白领群体用户满意度前两位

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2016上半年移动资讯平台白领群体用户满意度调查中, 网易新闻的用户满意度居首位, ZAKER、UC头条分列二三名。艾媒咨询分析师认为, 网易新闻提倡做“有态度”的新闻, 在内容的质量上严格把关, 其跟帖模式在都市白领群体中认可度较高。近年来ZAKER也不断发力, 凭借本地化和个性化资讯服务的特色获得了大批白领用户青睐。

2016上半年中国移动资讯平台白领群体用户满意度



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



综合类移动资讯仍是主流，垂直类或将成下一阶段爆发点

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，综合类移动资讯平台仍是主流，垂直类移动资讯平台占比较少，两者比例为4比1。艾媒咨询分析师认为，综合类移动资讯平台经过多年的用户积累，影响力较大。但随着移动资讯市场竞争进入白热化阶段，垂直类移动资讯市场的争夺战或将打响。

2016中国手机网民偏爱的新闻资讯平台类型分布

综合类移动资讯平台

4

:

垂直类移动资讯平台

1



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



移动资讯细分市场或将成为中小资讯厂商的机会

垂直化细分移动资讯在特定领域的内容上更专业更有深度，相比大众爆发式信息来说，更能满足不同用户群体在某一领域的阅读需求。在各大流量巨头纷纷抢占移动资讯市场情况下，中小资讯平台看准移动资讯细分市场重点发力。



综合类移动资讯平台特点

VS



垂直类移动资讯平台特点

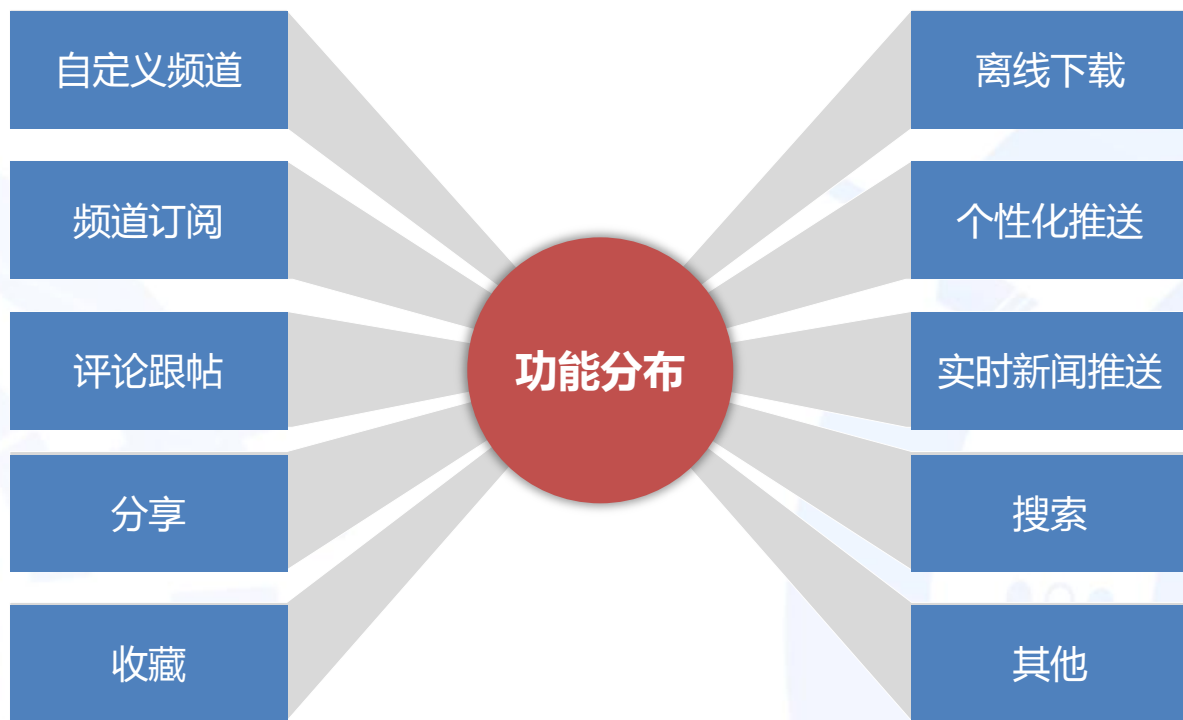
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



移动资讯平台重点发力个性化与互动分享功能

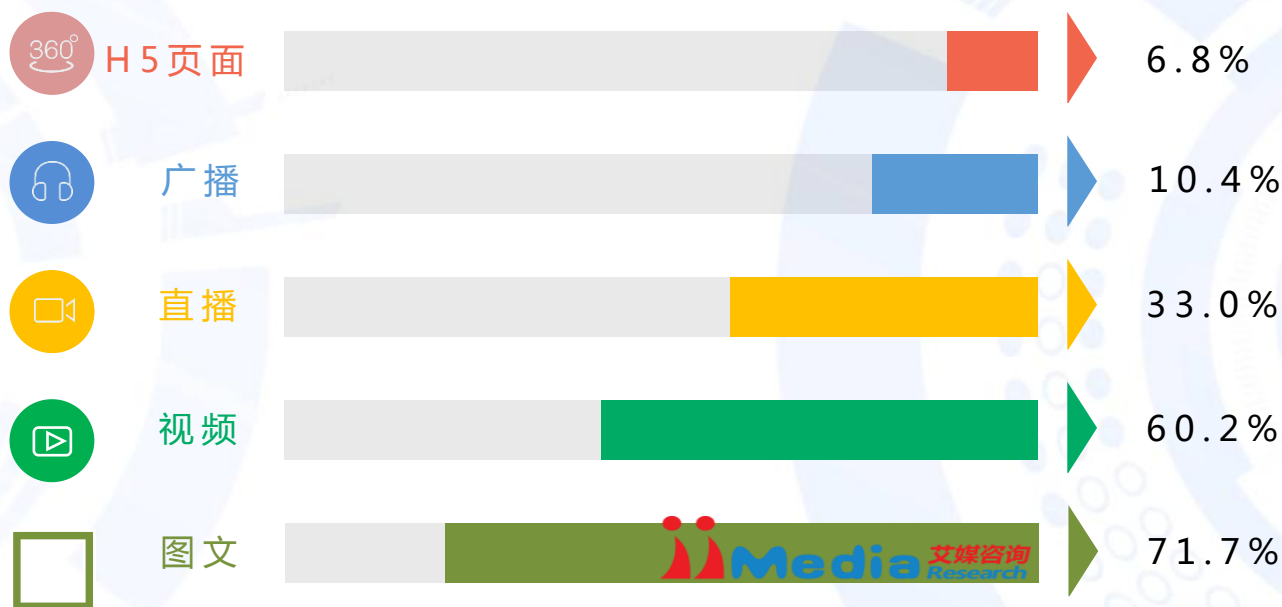


移动资讯产品市场竞争激烈，在功能上愈加强调提升用户体验感以获取更高评价，实现用户积累。随着用户需求走向多元化，实现用户信息获取的个性化以及互动分享成为各大平台重点发力的方向。

用户偏好的新闻呈现形式排行：图文位列第一

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在新闻资讯展示形式方面，图文形式最受用户青睐，以71.7%的占比拔得头筹；视频和直播形式分别以60.2%和33.0%的比例分列第二第三。艾媒咨询分析师认为，目前直播市场发展势头增猛，市场占有率逐渐提高，用户对于直播的接受度和认可度提升，未来直播模式或将成为主流推广的资讯展现形式。

2016上半年中国手机网民偏好的新闻呈现形式分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

移动资讯获取渠道分析

The background features a light blue, stylized graphic of concentric circles and segments, resembling a gear or a data visualization. A large, solid blue triangle points to the right, positioned on the right side of the slide. A horizontal line extends from the left edge of the slide, ending at the base of the triangle.



新闻资讯三大获取渠道对比



新闻客户端

- 界面设计适合浏览新闻
- 拓展性和灵活性较好
- 互动性和分享性较好，用户粘性强
- 但占内存，抢占资源，浏览的内容有限，不能跨客户端浏览其他新闻



浏览器

- 通用不受限，可浏览多个客户端新闻，资讯内容较丰富
- 大量手机浏览器开始转型，设立独立的资讯版块，进军资讯市场
- 依托大数据优势，个性推荐更精准



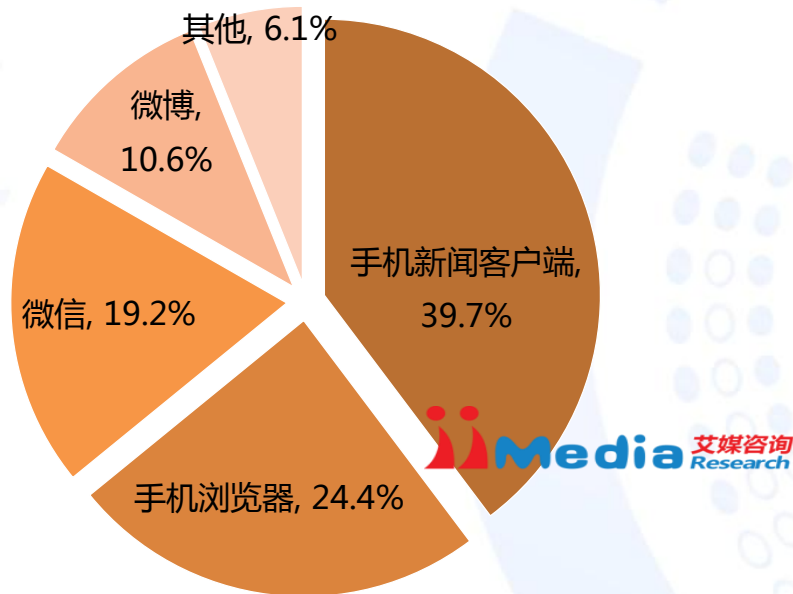
社会化媒体

- 用户活跃度较高，可时随地获取新闻资讯
- 互动性和用户粘性较强
- 高速度信息传播
- 承载的信息量相对较少

新闻客户端优势不减，高居资讯获取渠道首位

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，随着移动互联网的发展，用户获取资讯的渠道被颠覆，但新闻客户端作为“传统”的资讯平台优势依旧，以39.7%的占比高居首位，成为用户首选的新闻资讯获取渠道。浏览器作为工具类也开始向内容方向变革，加入新闻资讯版块，与新闻客户端竞争移动资讯市场，占比24.4%，位列第二。社交媒体凭借较强的分享性和用户粘性，通过微信公众号平台和微博推送新闻资讯，也成功分获移动资讯市场一杯羹。

2016上半年中国手机网民获取新闻资讯的渠道分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

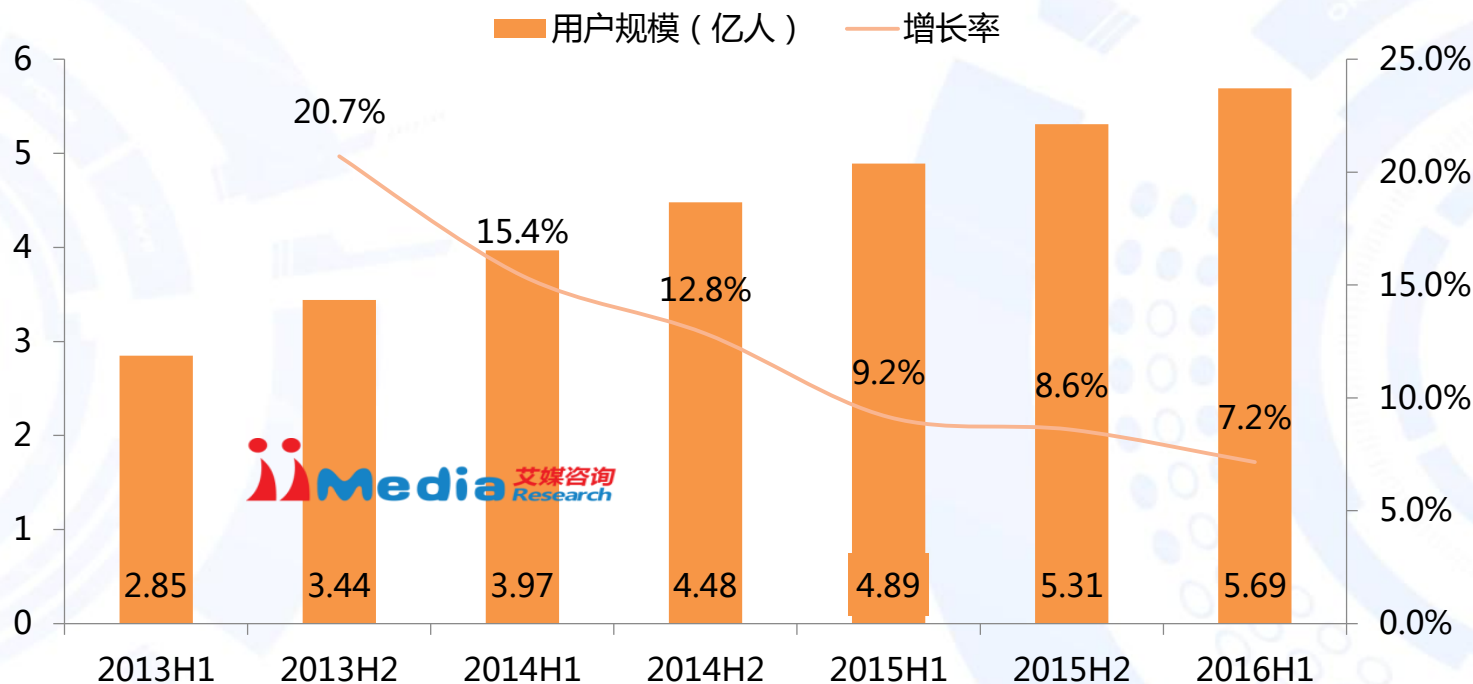
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

2016年上半年中国手机新闻客户端用户规模达5.69亿

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，新闻客户端作为“传统”的新闻资讯获取渠道，吸纳用户的能力仍具先发优势。艾媒咨询分析师认为，手机新闻客户端市场持续发力，功能与展现形式不断优化，用户粘性越来越强，新闻客户端的潜在市场不断被挖掘，未来仍将保持稳定增长的趋势。截止2016上半年，中国手机新闻客户端的用户规模达到了5.69亿人。

2013-2016H1中国手机新闻客户端用户规模



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

新闻客户端寻求差异化提高用户关注度

手机新闻客户端作为“传统”的新闻资讯获取渠道，快速、便捷的产品特性获得用户普遍认可。但是在信息泛滥时代，各种资讯产品铺天盖地不断衍生，新势力发力势头增猛，渠道获取格局随时会发生变化。新闻客户端经过同质化竞争后，开始寻求差异化，以独特的特性吸引用户，优化用户体验，提高用户关注度和用户粘性。

几大新闻客户端特色对比

新闻客户端	口号	特色
今日头条	 你关心的才是头条	兴趣媒体，个性化推荐
腾讯新闻	 事实派	主推图片和视频内容频道，聚合主流媒体强资讯
ZAKER	 传递价值资讯	个性化定制，本地化资讯服务，社区兴趣互动
搜狐新闻	 搜狐新闻先知道	首创直播间模式
凤凰新闻	 就做不同	两会频道
网易新闻	 有态度	交互设计，无跟贴不新闻



浏览器成功转型，位居资讯获取渠道排名第二

移动互联网浪潮下，流量入口增多，浏览器作为入口的功能弱化，地位下降，在内容为王的时代，只有增加内容才能提高用户粘性。浏览器跨入移动资讯市场竞争，由工具转型为内容与工具结合，既提供传统的搜索功能，又可以基于浏览器大数据优势实现新闻信息的精准个性化推荐。目前浏览器成功占据资讯获取渠道第二的位置。

手机浏览器转型变革



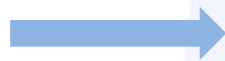
网络入口



搜索入口



信息聚合、推荐 + 搜索



案例

搜狗浏览器首屏下部是新闻推荐

百度浏览器新增娱乐资讯社区

UC浏览器信息资讯版块UC头条

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

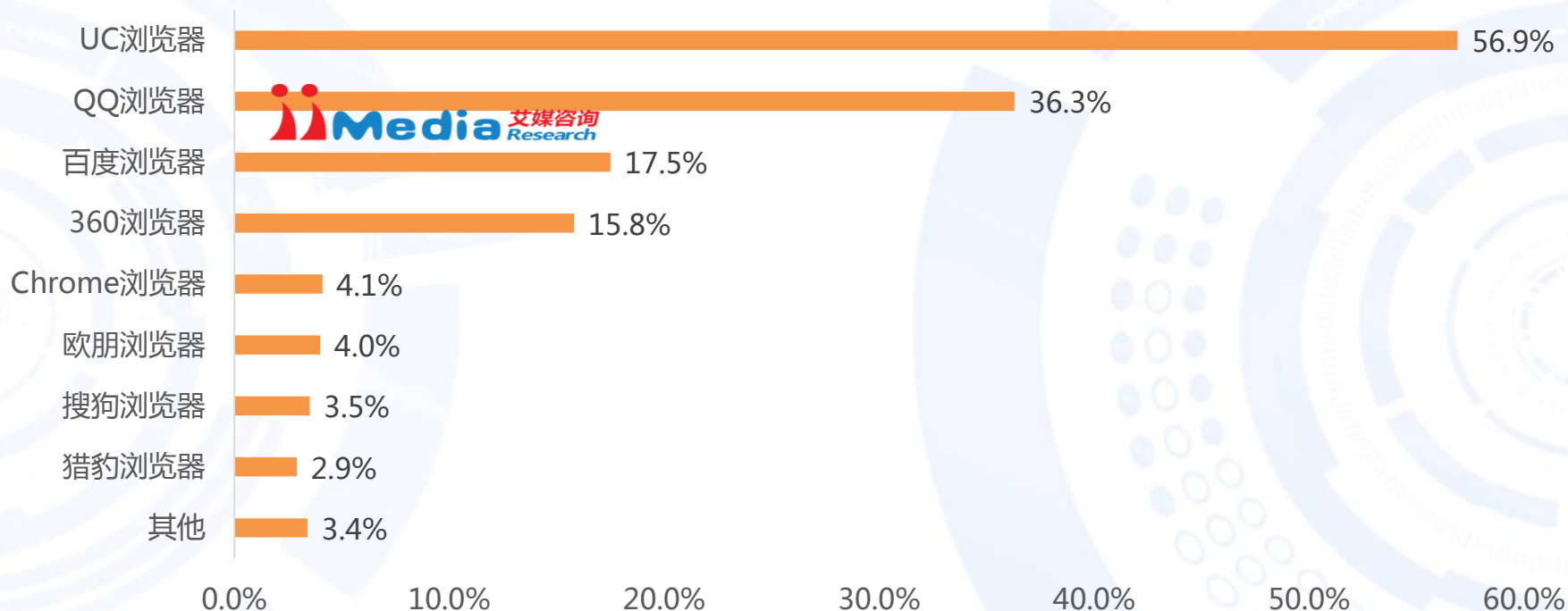
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



浏览器类资讯获取渠道：UC浏览器排名第一

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，56.9%的手机浏览器用户偏好使用UC浏览器，QQ浏览器以36.3%的比例紧随其后，百度浏览器位列第三，占比17.5%。艾媒咨询分析师认为，部分手机浏览器先后推出资讯版块，以信息流的形式为用户推送新闻资讯，并基于浏览器强大的算法系统和搜索功能精确定位用户阅读偏好，精准推送用户所需信息。

2016上半年中国手机浏览器应用活跃用户分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

社交媒体作为资讯分发渠道信息来源优势明显

社交媒体用户活跃度较高，且随着大量自媒体的出现，社交媒体作为分发渠道的优势更加明显。在社交媒体渠道，微信、微博资讯分发表现较佳，占据移动资讯社交渠道大头。艾媒咨询分析师认为，社交媒体内容多元化，但内容的质量不一，劣质内容影响用户阅读体验。未来社交媒体在资讯分发上应加强信息筛选，严格把控资讯信息质量，为用户提供优质内容。



社交媒体分发资讯整体模式

微信分发资讯的重要平台集中在微信公众号上，提供订阅阅读功能。随着越来越多内容商进驻微信公众号，内容多元化、可读性有效提高、质量得到有效。另外，“朋友圈热文”的推出，将进一步拓展微信社交平台资讯分发渠道。未来微信作为资讯分发渠道的竞争力将进一步提升。

微信



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动资讯平台个性化服务专题解析





用户获取信息的方式由主动搜索到个性化推荐

用户信息获取方式发展轨迹



门户

综合性门户网站主要以新闻信息和娱乐资讯为主，涵盖生活方方面面的信息资讯，信息量大，内容丰富，用户可以自由地浏览多样化的新闻资讯，门户网站信息齐全的特点吸引了庞大的用户群体关注。中国传统的门户网站主要有新浪、网易、搜狐、腾讯等。

1

搜索

用户获取信息的方式大多以主动搜索方式呈现。搜索引擎是用户获取新闻资讯的重要平台，提供强大的内容搜索功能，用户可以通过百科、问答等方式主动搜索相关资讯。

2

推荐

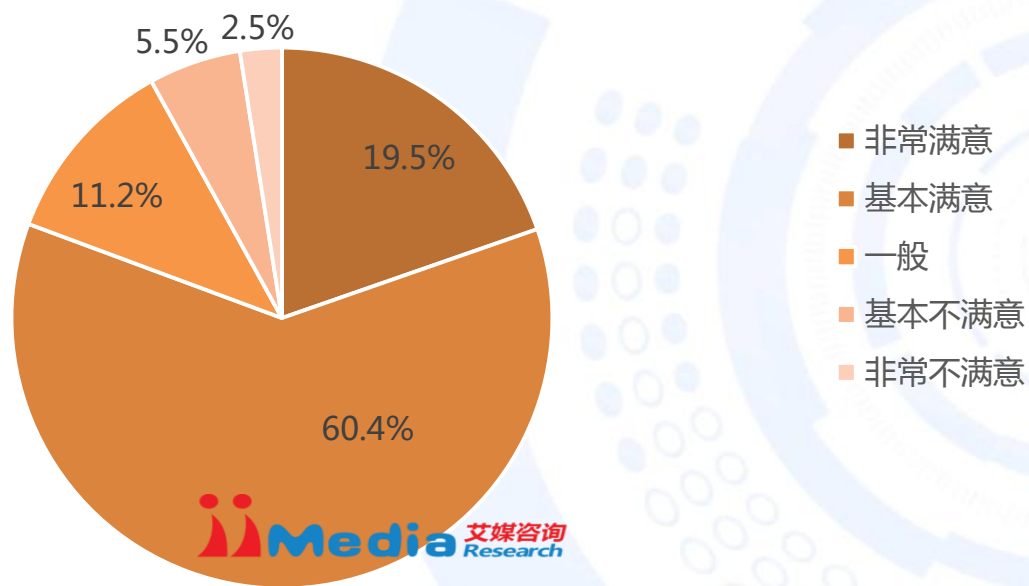
移动互联网下，资讯传播的速度和途径均发生变革。用户对获取信息的效率和个性化要求提高，主动获取的优势逐渐减弱。个性化定向推荐满足用户对资讯的需求，提升用户体验。

3

超六成用户基本满意于当前资讯获取方式

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，大部分用户对目前新闻资讯获取方式持满意态度，超过六成的用户基本满意目前的新闻资讯获取方式，19.5%的用户表示对新闻资讯获取方式非常满意，只有8%的用户不满意当前资讯获取方式。艾媒咨询分析师认为，个性化推送新闻资讯的方式满足用户多元化需求，用户可以及时获取感兴趣资讯，用户体验感极佳，好感度也相应提升。

2016上半年中国手机网民当前新闻资讯获取方式满意度调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

个性化资讯推荐浏览方式渐成主流

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在手机网民偏爱的新闻资讯浏览方式对比中, 个性化资讯推荐浏览方式渐成主流, 与偏爱传统资讯呈现浏览方式的用户比例为3:1。艾媒咨询分析师认为, 当下处于信息爆炸时代, 大众用户急需提高资讯浏览效率, 而个性化资讯推荐浏览方式针对特定用户的特定需求, 精准分发用户感兴趣的新闻资讯, 满足用户高效阅读需求, 已逐渐成为用户资讯浏览的主要方式。

2016上半年中国手机网民偏爱的新闻资讯浏览方式对比

个性化资讯推荐浏览

传统资讯呈现浏览方式

3

:

1



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源: iiMedia Research

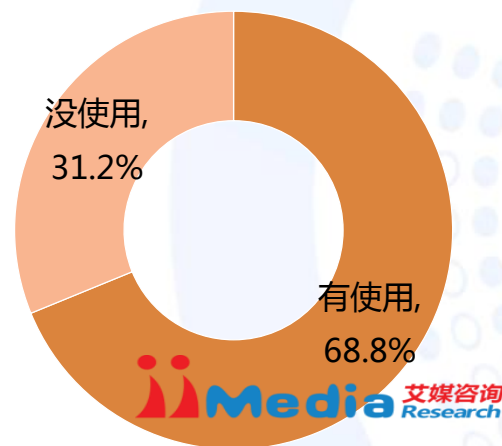
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

培养用户自主订阅习惯，提高个性化推荐的认可度

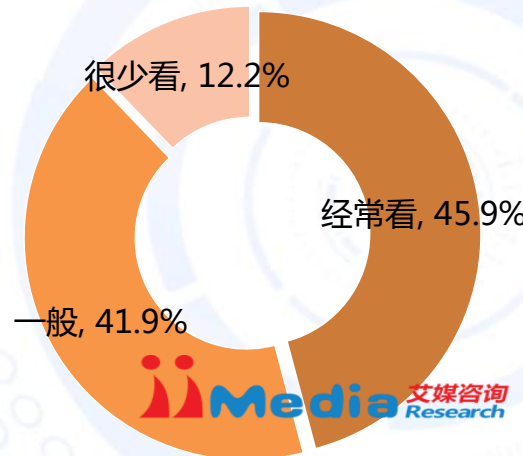
个性化在移动资讯行业的应用主要体现在主动获取和被动接纳两方面，主动获取主要体现在平台提供的订阅功能上，被动接纳体现在平台的个性化推荐功能。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，近七成的用户使用过资讯平台的订阅功能，而对平台推荐的内容接受程度也较高，只有12.2%的用户很少阅读推荐的资讯。艾媒咨询分析师认为，资讯平台的个性化功能不断优化，用户使用订阅功能的习惯逐渐在培养，对推荐内容的满意度也逐步提高。



2016上半年中国手机网民移动资讯平台订阅功能使用情况



2016上半年中国手机网民移动资讯用户对订阅内容的阅读情况



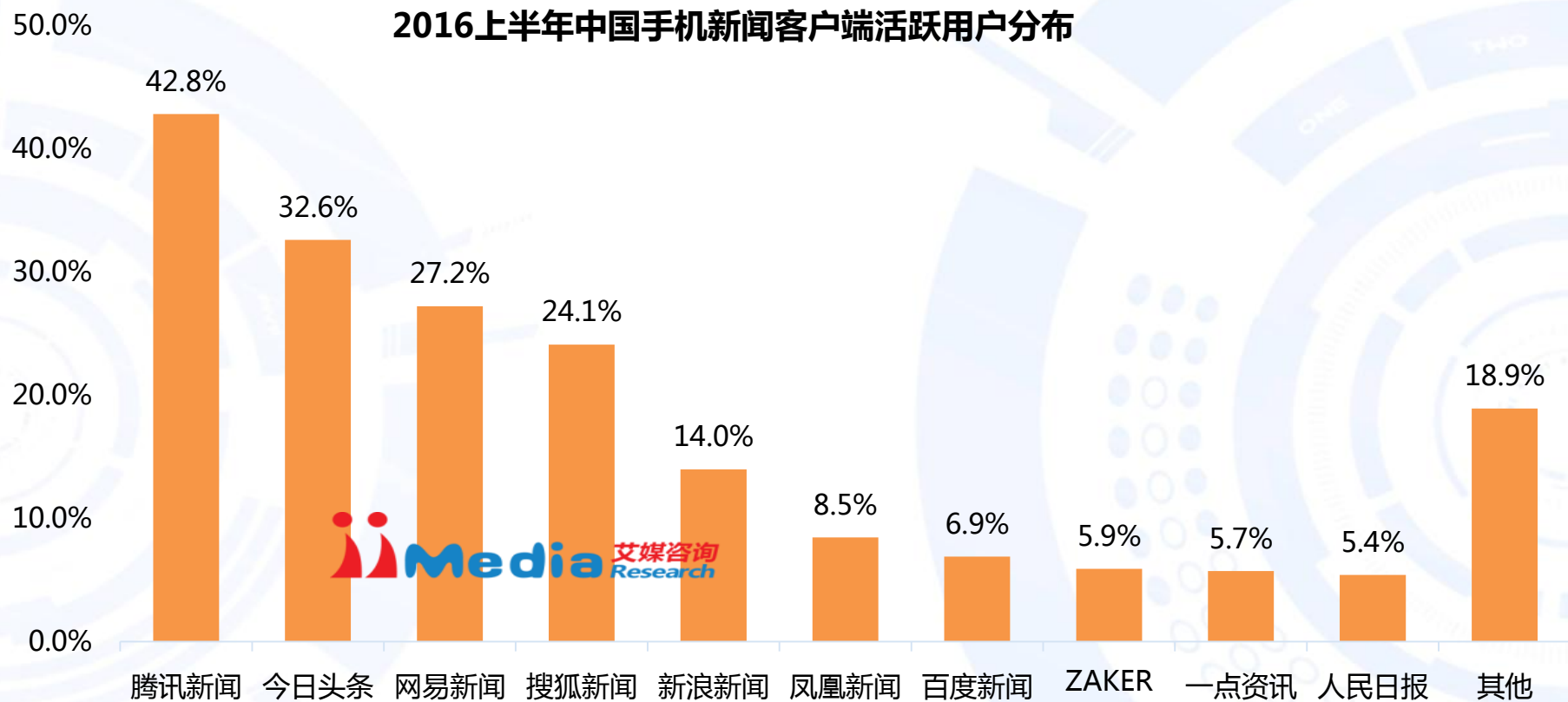
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

腾讯新闻、今日头条领跑新闻客户端活跃用户分布

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016上半年中国新闻客户端活跃用户分布排行, 腾讯新闻、今日头条以及网易新闻分列前三位, 占比分别为42.8%、32.6%以及27.2%。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

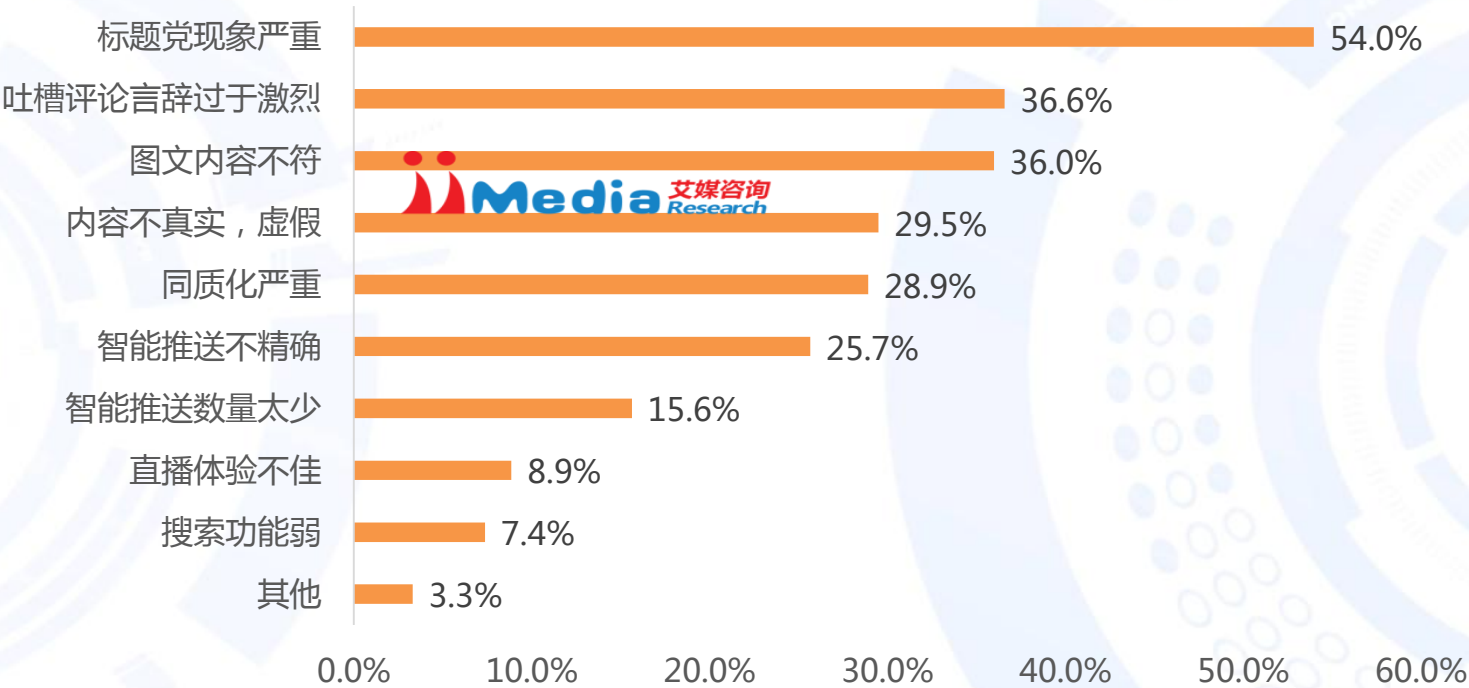
数据来源: iiMedia Research; 艾媒北极星 (截止2016年8月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测)

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

个性化推送趋于成熟，用户认可度提升

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，54.0%的用户表示目前移动资讯市场上最严重的问题是标题党过于严重，36.6%的用户认为新闻资讯平台上吐槽评论的言辞过于激烈，36.0%的用户觉得图文与内容相关性不大。艾媒咨询分析师认为，目前移动资讯平台在个性化推荐功能上逐渐完善，普遍得到用户认可。用户当前主要诉求点大多集中于内容的粗劣，未来移动资讯平台除了要严格把控平台内容，同时抓紧扩展自身内容生态也将成为移动资讯平台发展的关键因素。

2016上半年中国移动资讯市场普遍存在的问题分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

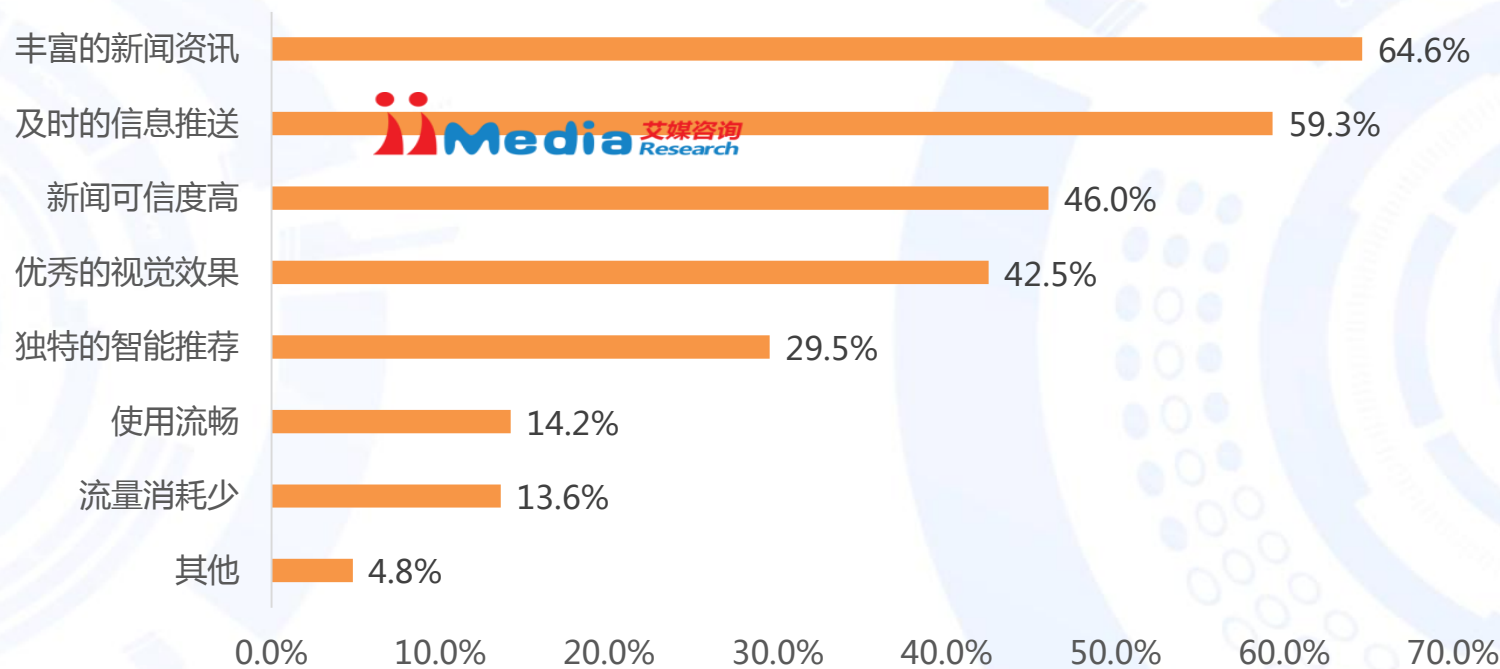
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

移动资讯个性化为基础，内容为本质

虽然个性化资讯服务趋于用户认可度普遍提高，但仍无法与新闻资讯的深度与广度较量。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，新闻资讯的丰富度、信息推送的及时度、新闻可信度成为用户选择移动资讯平台时优先考虑的因素，比例分别为64.6%、59.3%、46.0%。而独特的智能推荐占比不到三成。艾媒咨询分析师认为，尽管移动资讯平台功能不断完善，但不管功能、内容来源和形式如何变化，用户最大的关注点仍集中于内容的质量和丰富程度上。个性化为基础，内容才是本质。

2016上半年中国手机网民选择移动资讯平台考虑的因素分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

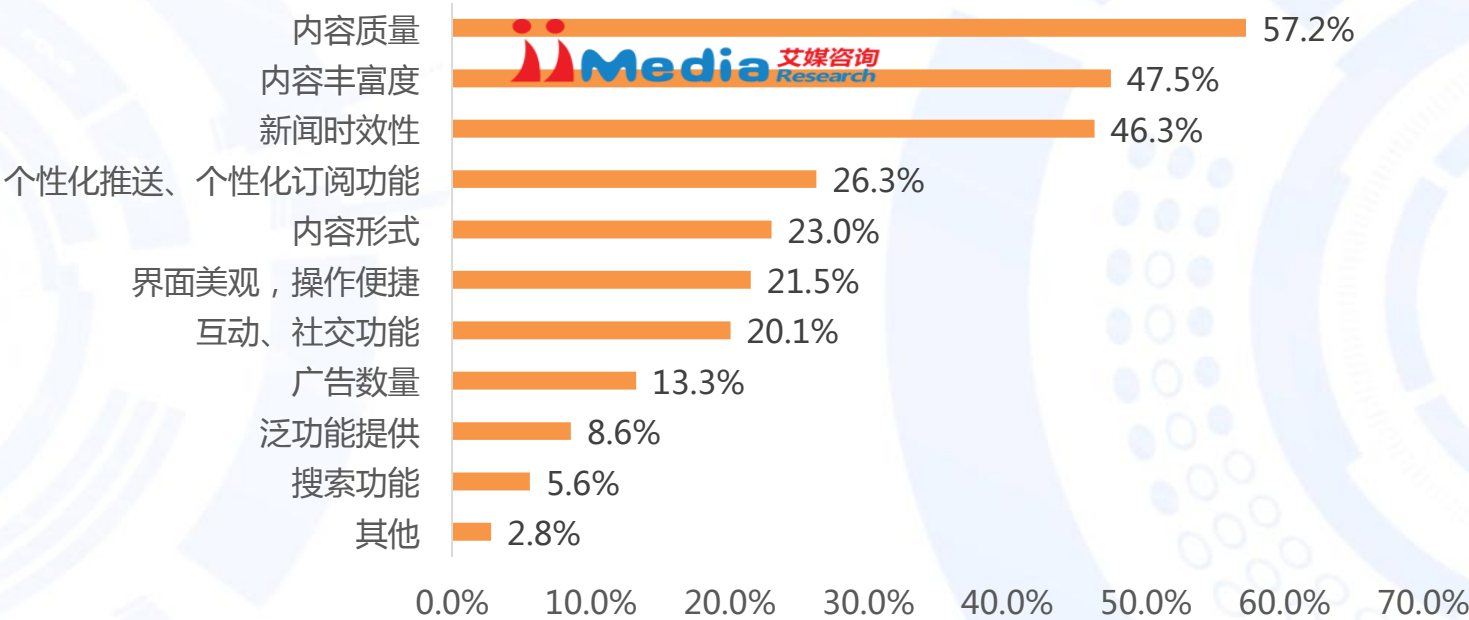
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



移动资讯着力打造优质内容，提升用户阅读体验

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，内容质量、内容丰富度、以及新闻时效性是用户最期待优化的功能，占比分别为57.2%、47.5%、46.3%。个性化推送及个性化订阅功能的优化占比超过两成。艾媒咨询分析师认为，尽管个性化资讯服务的认可度提升，但移动资讯市场内容为王趋势仍不变，内容质量才是平台的核心竞争力。未来移动资讯平台将重点发力新闻资讯的广度和深度，打造优质内容抢占市场。

2016上半年中国移动资讯平台需要优化的功能分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



移动资讯个性化服务案例介绍——UC头条

UC头条是UC浏览器推出的新闻资讯聚合产品，以阿里大数据为依托，实现千人千面精准推送，UC头条将新闻资讯、自媒体创作完美融合，以UC大流量优势，盘活阿里系商业资源，让内容出现在合适的读者和商业机会面前，且更精准更有针对性。艾媒咨询分析师认为，UC头条凭借第三方浏览器用户积累和数据，精准定位用户感兴趣的资讯，及时提供深度的个性化资讯服务，在市场竞争中有较强的优势，未来依托数据挖掘用户兴趣也将成为移动资讯行业发展的趋势。

- ◆ 2015年8月上线
- ◆ 2016年8月独立APP正式发布
- ◆ 截止目前，月活用户过亿

最新动态——UC浏览器更名UC，升级定位为内容平台

8月23日，UC浏览器正式更名UC，并升级定位为大数据新型媒体平台。UC从工具类升级为优质资讯内容平台，并且凭借阿里的大数据优势，打响一场信息精准分发战。艾媒咨询分析师认为，在内容为王的时代，UC重新定义平台的属性，借助大数据分析助推内容的生产和分发，将在用户争夺战中加大胜算砝码。

UC头条个性化推荐流程



实时追踪用户兴趣迁移

根据用户兴趣特征从海量的优质内容中检索出用户感兴趣的资讯，完成内容推荐

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



移动资讯个性化服务案例介绍——ZAKER

ZAKER是国内最早进入移动互联网领域的资讯平台之一。ZAKER将线上、线下海量资讯进行一站式聚合，按照用户偏好进行推送，量身定制个性化阅读。除资讯聚合、发布以外，ZAKER通过“玩乐”等版块，“Z访谈”等栏目，以及区域媒体融合战略，突出客户端的兴趣聚合，社区互动，本地生活服务、O2O场景连接，通过资讯与营销的整合传播，实现多点式触达。



ZAKER以优质内容为基础，向大众传递有价值的资讯，经过几年的用户积累，品牌影响力持续走高，获得大众和市场的认可。艾媒咨询分析师认为，ZAKER以用户大数据为基础，通过个性化定制与精准推送双管齐下，满足用户更全面的资讯需求。**同时，ZAKER推出本地化一站式生活资讯服务，将线上渠道与线下渠道进行有机结合，满足了用户在不同场景下的资讯需求。在信息爆炸时代，实现场景化个性资讯推荐服务或将是移动资讯全新的分发模式。**

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



移动资讯个性化服务案例介绍——今日头条

“今日头条”于2012年8月上线，是一款基于数据挖掘技术的个性化推荐引擎产品，为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与信息的新型服务，与传统的新闻客户端相比，被称为“兴趣媒体”。艾媒咨询分析师认为，目前移动资讯产品越来越多，信息超载，用户选择过多无所适从，而基于数据定位目标受众的阅读兴趣实现个性化推荐的优势愈加凸显。

根据阅读行为优化用户画像，优化信息推荐

根据用户后续阅读行为调整优化用户画像，用户阅读得越多，推荐得更精准

抓取用户兴趣特征数据

根据社交平台公开的用户信息，初步了解用户的阅读兴趣。

04

形成用户画像，展示个性化信息

根据用户阅读环境、阅读停留时间等用户行为描绘用户画像，并针对性推荐用户可能感兴趣的资讯。

03

通过社交平台登陆账号

用户通过微信、微博、人人网、QQ等社交平台登陆今日头条账号。

02

01



“你关心的才是头条”

本意就是根据用户的独特喜好，从海量数据中挑选出用户真正关注的内容，节省用户时间，满足用户阅读需求，优化阅读体验。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016年中国移动资讯行业趋势预测





未来发展趋势预测

01

提供优质丰富的资讯内容成移动资讯平台发力的重点

内容是提高用户粘性的关键，而在目前的移动资讯市场中，社会和娱乐内容偏多，其他类型的资讯内容占比不多。内容同质化现象较普遍。而在移动互联网时代，用户对于移动资讯的需求多元化特性愈加凸显。艾媒咨询分析师认为，在激烈的移动资讯市场争夺战中，抓住用户口味，提供有深度有内涵的优质资讯内容，将是赢得用户跑马圈地争夺大战的关键。

02

垂直类移动资讯或将成下一阶段爆发点

随着综合类移动资讯用户红利渐趋见顶，移动资讯的细分市场将迎来新的发展机遇。突破大而全的资讯规则，进发科技、军事、历史等细分的领域，提供有深度、专业的具体行业资讯，满足特定用户不同领域的信息资讯需求。在移动互联网巨头和传统媒体进攻势头增猛的情况下，开发移动资讯细分市场将是中小移动资讯厂商的重要商家。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



未来发展趋势预测

03

依托大数据的个性化内容推荐服务将成为竞争的焦点

新媒体时代信息泛滥，用户获取资讯阅读的渠道和产品日趋多元化，把握用户兴趣，洞察用户偏好，依托新媒体大数据的支持，将优质的资讯内容精准推送给用户，既是移动资讯发展的痛点，也是目前市场竞争的焦点。但目前推荐的内容五花八门，优质的内容推荐较少，比例走的趋势明显，因此把握个性推荐的“度”，实现更精准更专业推荐，培养用户个性化订阅和阅读的习惯，将是移动资讯市场努力的方向。

04

移动资讯跨界合作动作明显，市场格局未定

激烈的市场竞争使厂商不断寻找新的突破口以从对方的饭碗中争夺用户资源。除了行业联手外，移动资讯市场纷纷实施跨界与手机厂商战略，如UC等厂商则通过资讯平台内容内置到手机浏览器的方式，既可以给移动资讯厂商带来广告收入，同时开启移动移动资讯市场竞争新模式。而ZAKER等厂商开始尝试与多地线下传统媒体进行融合战略合作，尝试打造线上、线下整合营销传播，以及多地媒体互动平台。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



北极星应用统计分析平台是在广东省政府的支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先的第三方数据研究机构艾媒咨询独家开发，系统通过科学客观的数据跟踪，创新反作弊算法，结合用户行为大数据分析，为客户提供一套的数字营销全流程服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效地监测、评估和优化数据、利用数据分析提升营销效果和投资回报。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

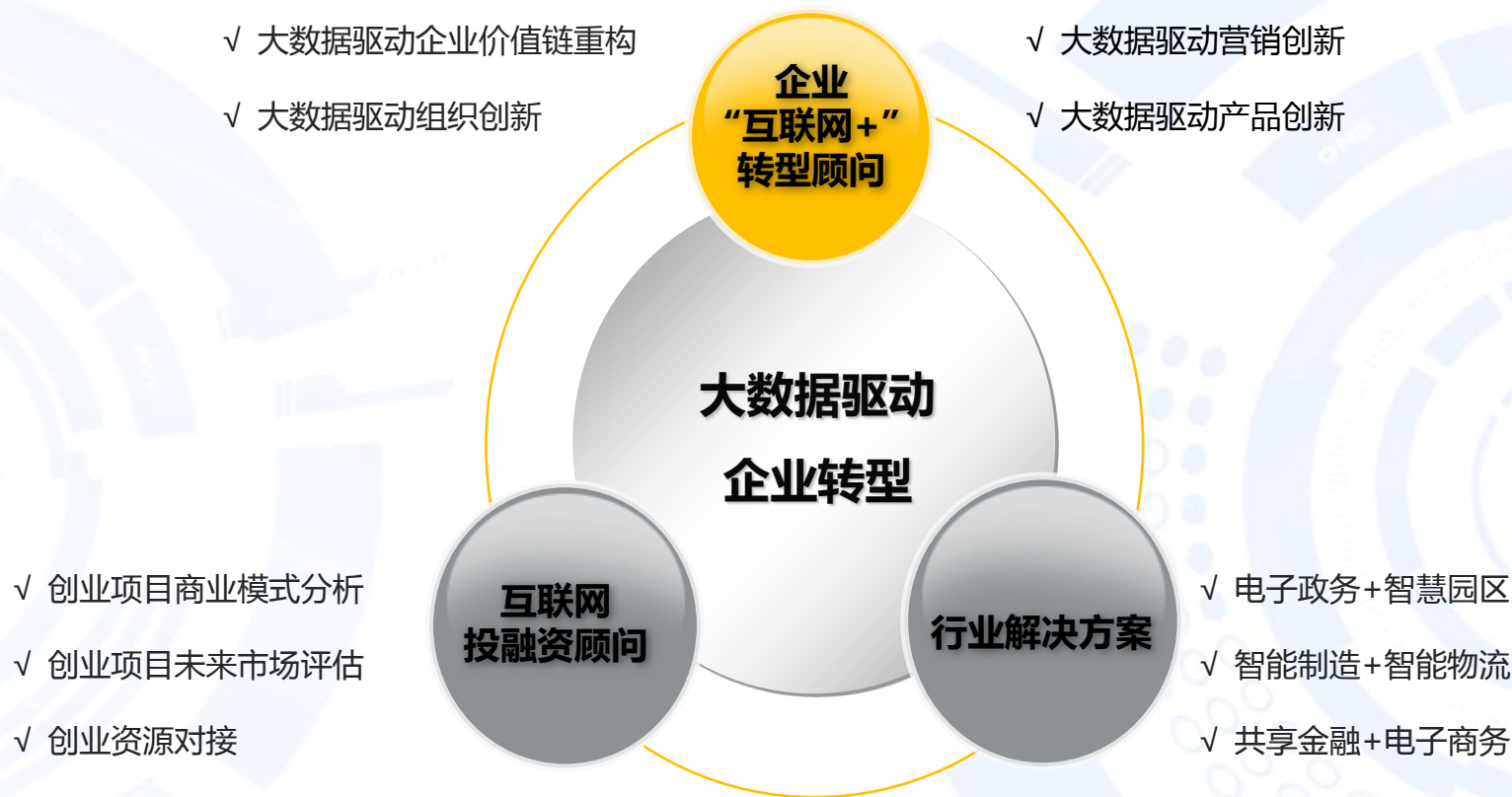
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

艾媒 • 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，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 !

全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group