



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

2015年中国移动资讯市场研究报告

2015 China Mobile Information Market Research Report
(内部精简版)

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。

- 通过对行业专家、移动资讯服务提供商与相关用户进行深度访谈，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和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 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

01

概念及分类

02

2015年中国移动资讯市场动态

03

2015年中国移动资讯行业及用户行为分析

04

中国移动资讯行业应用对比

05

中国移动资讯行业发展趋势

概念定义

● 资讯

资讯是用户因为及时地获得并利用而能够在相对短的时间内给自己带来价值的信息。资讯有时效性和地域性，它必须被消费者利用，并且“提供 - 使用（阅读或利用） - 反馈”之间能够形成一个长期稳定的C S链，具有这些特点才可以称之为资讯。

● 移动资讯

移动资讯是指用户利用其移动终端（通常是手机）获得资讯信息，通常包括社会、娱乐、军事、财经、科技、体育、健康、国际、两性等覆盖方方面面的内容，用户阅读使用后或可对其评论、对他人观点进行评述、与网友交流看法，形成一定的反馈。

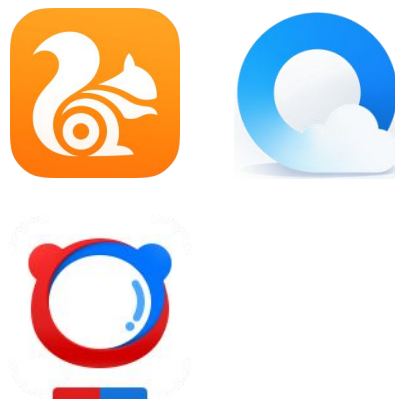
分类

新闻客户端



手机网民获取资讯最“传统”的方式，通过客户端内资讯信息的聚合带给客户多样的资讯信息。

浏览器



手机网民可通过利用浏览器搜索功能查找指定资讯信息，或可通过浏览器的资讯版块直接快速获取资讯。

微信



手机网民通过订阅微信公众服务号获取服务号内提供的资讯信息，相对于前二者，微信对资讯信息的整合能力较弱。

微博



通过用户关注的其他微博用户所发送的微博获取资讯，热门微博、热门话题的阅读也可获取时下较为新鲜的资讯信息，社交性更强。

目录

01

概念及分类

02

2015年中国移动资讯市场动态

03

2015年中国移动资讯行业及用户行为分析

04

中国移动资讯行业应用对比

05

中国移动资讯行业发展趋势

2015年中国移动资讯市场动态

● 网易与微软合作开发智能新闻产品

2015年8月，微软与网易共同宣布，微软第三代人工智能机器人小冰将和网易新闻客户端进行合作，共同开发基于大数据、人工智能技术以及情感计算的新闻产品。机器人小冰的视觉技能和声音技能，将使得客户端的人机交互体验得到全面提升。

● UC推出第三代浏览器，个性化信息精准推荐

2015年8月，UC推出第三代浏览器，以大数据为中心，基于用户的喜好和习惯匹配个性化信息，进行精准推荐，让信息更精准连接到人，实现从用户主动寻找信息的“人连接信息”模式，向信息主动精准找到人的“信息连接人”模式转变。

● 腾讯新闻客户端加入城市服务行列

2015年7月，腾讯新闻客户端民生页卡正式上线，此举意味着，腾讯新闻客户端也智慧升级加入了城市服务行列。手机QQ同步推出城市服务功能，而此前，微信早已布局城市服务，广州、深圳、佛山、武汉和上海等城市先后接入微信城市服务入口。

2015年中国移动资讯市场动态

● 新浪“精读”解救深度阅读

新浪新闻客户端在2015年5月推出“精读”产品，提供深层次资讯以及完整全面的新闻。新浪“精读”在页面中加入文字、图片、视频、超链接、微博等五大要素，来满足人们的阅读需求，从而集中用户的注意力，使深度阅读成为可能。

● QQ浏览器增加“微信热文”板块

2015年4月，QQ浏览器5.8版本新增了“微信热文”板块，借助与微信平台的数据打通，聚合最新、最热的来自公众号的内容，类似“今日头条”的兴趣推荐，内容频道包括搞笑、科技、财经、两性等。

● 搜狐新闻客户端上线“微头条”

2015年1月，搜狐新闻客户端宣布上线微头条，添加支持“微信搜索”的功能。用户无需登录微博微信，也无需订阅账号，就可以直接在搜狐新闻上搜索微信微博上的热点文章，搜狐新闻客户端或借力微信资源抢占市场份额。

目录

01

概念及分类

02

2015年中国移动资讯市场动态

03

2015年中国移动资讯行业及用户行为分析

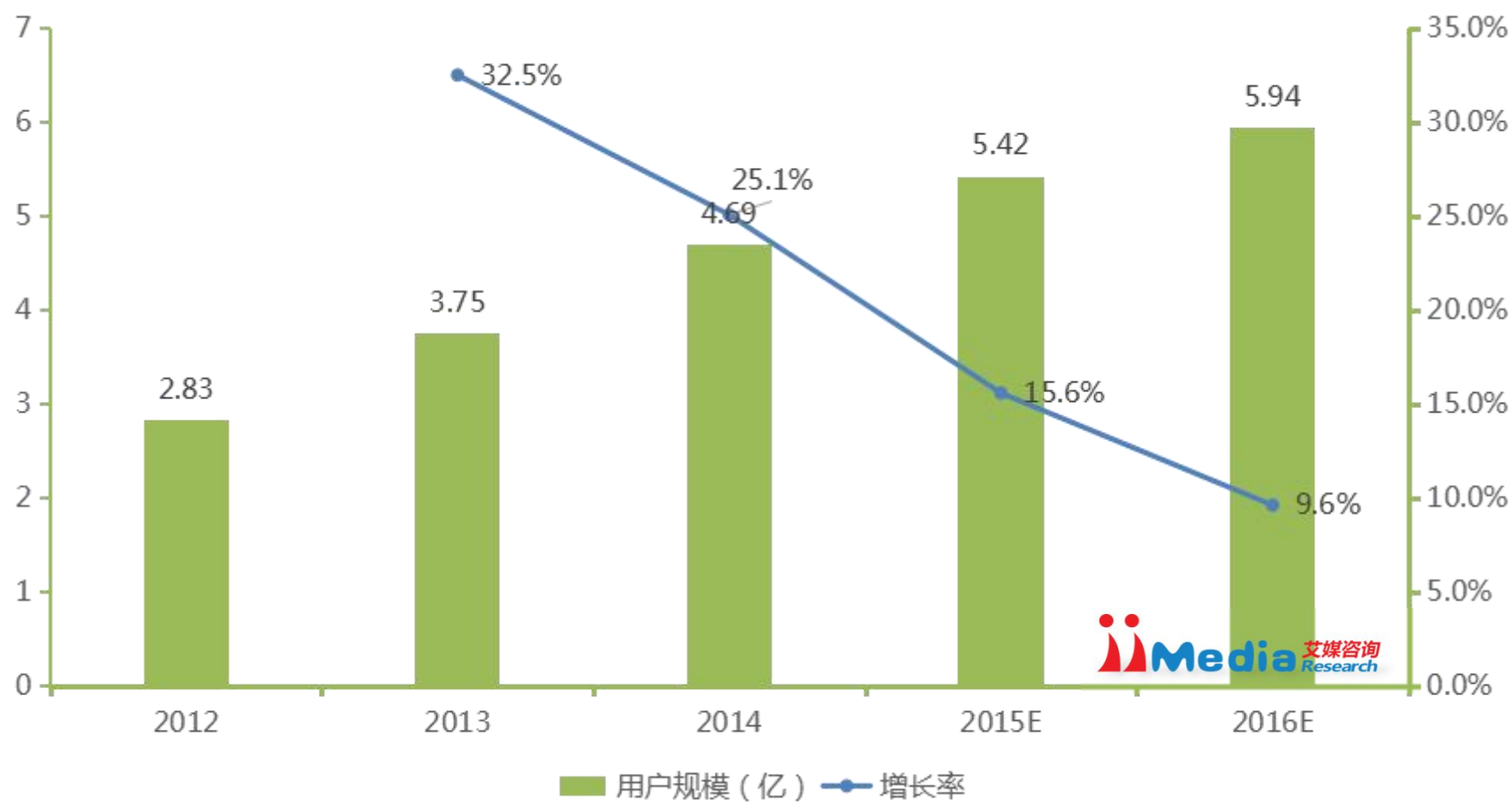
04

中国移动资讯行业应用对比

05

中国移动资讯行业发展趋势

2012-2016年中国移动资讯用户规模及预测

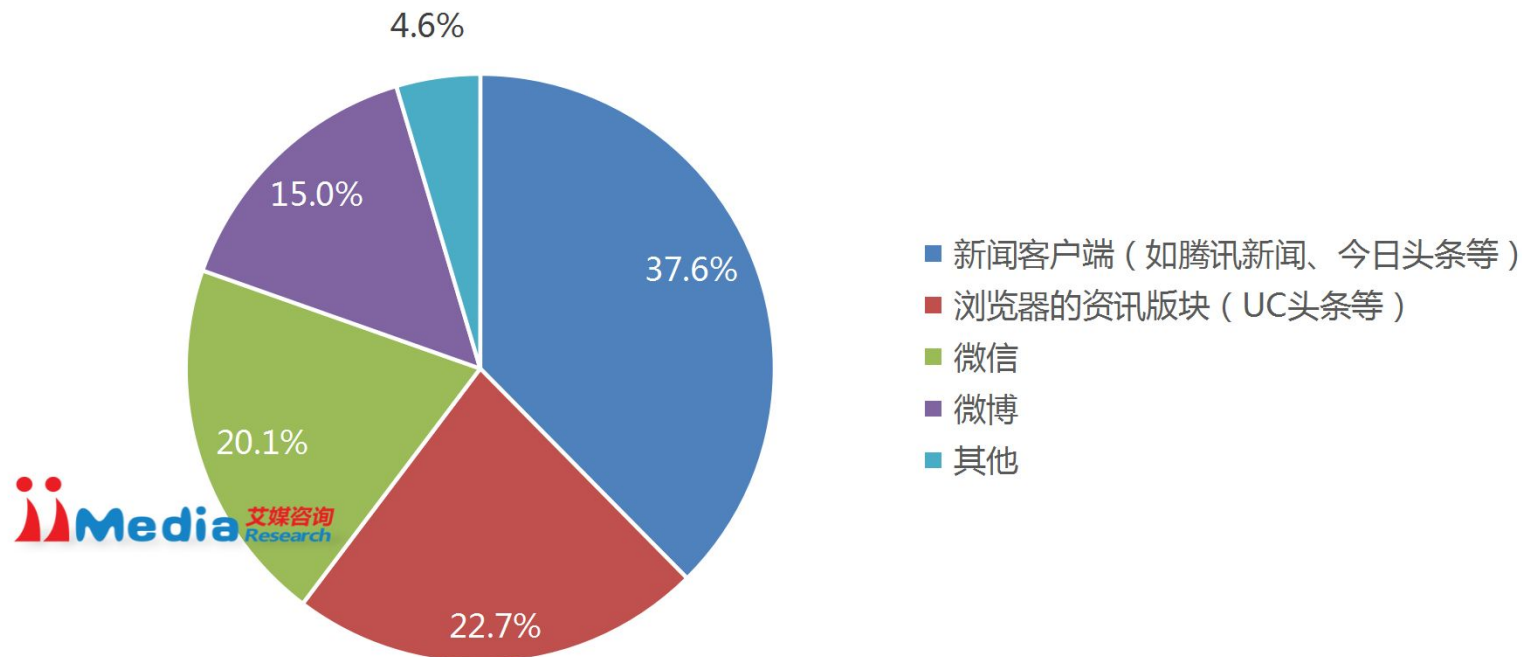


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年，中国移动资讯用户规模将达到5.42亿人，同比增长15.6%，预计2016年用户规模将达到5.94亿人。艾媒咨询分析认为，常规获取资讯方式已基本确定，中国移动资讯市场已基本完成用户普及，随着手机红利的消失，移动资讯用户增长趋势放缓。

数据来源：iiMedia Research

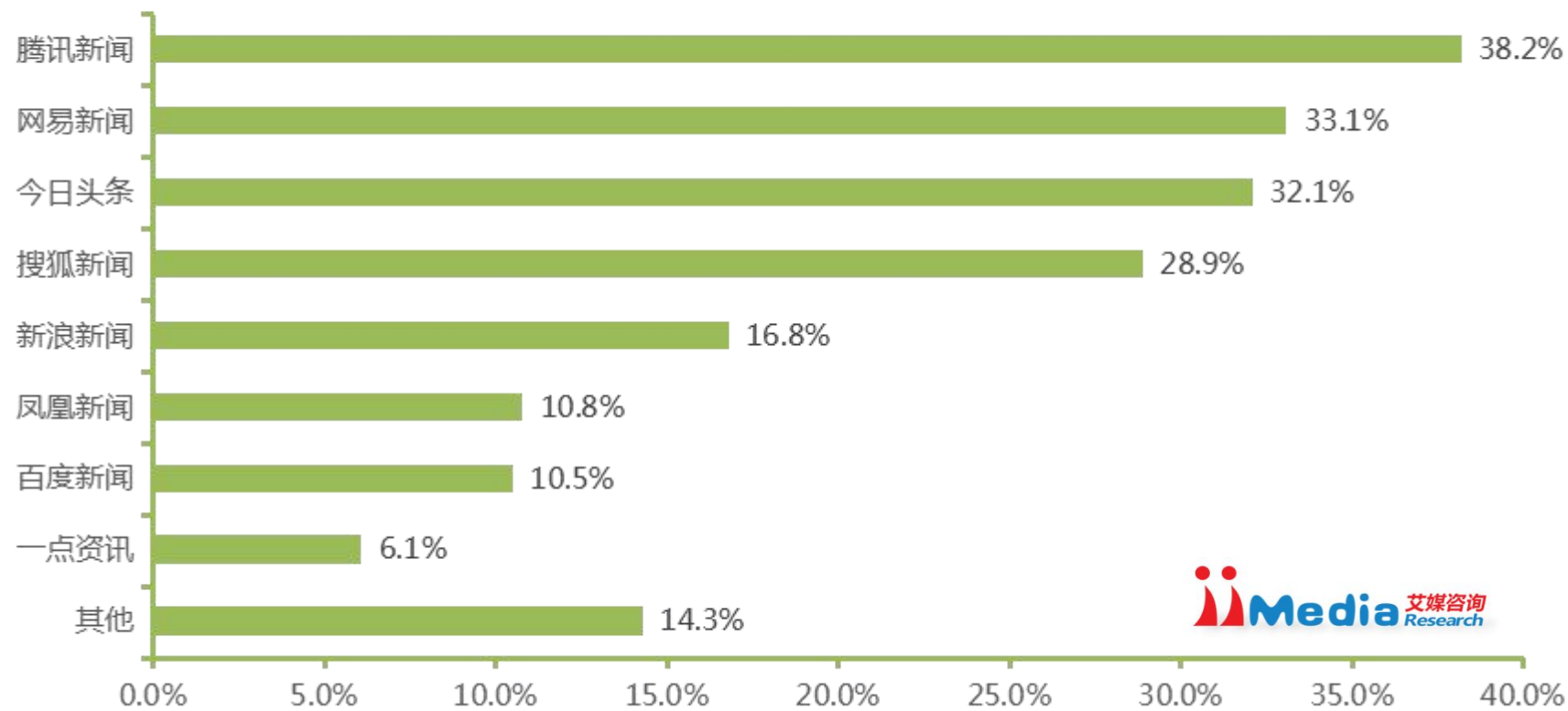
Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国手机网民获取资讯首选方式占比



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2015年，新闻客户端、手机浏览器、微博、微信成为手机网民首选获取资讯的最主要渠道：手机新闻客户端渠道占比37.6%，手机浏览器渠道为22.7%；社交渠道方面，微信为20.1%，微博占15.0%。艾媒咨询分析认为，新闻客户端作为“传统”的获取资讯的方式，占比优势明显，随着浏览器加入资讯版块，使用浏览器获取资讯的用户比例有较明显的增长。

2015年中国手机新闻客户端活跃用户分布



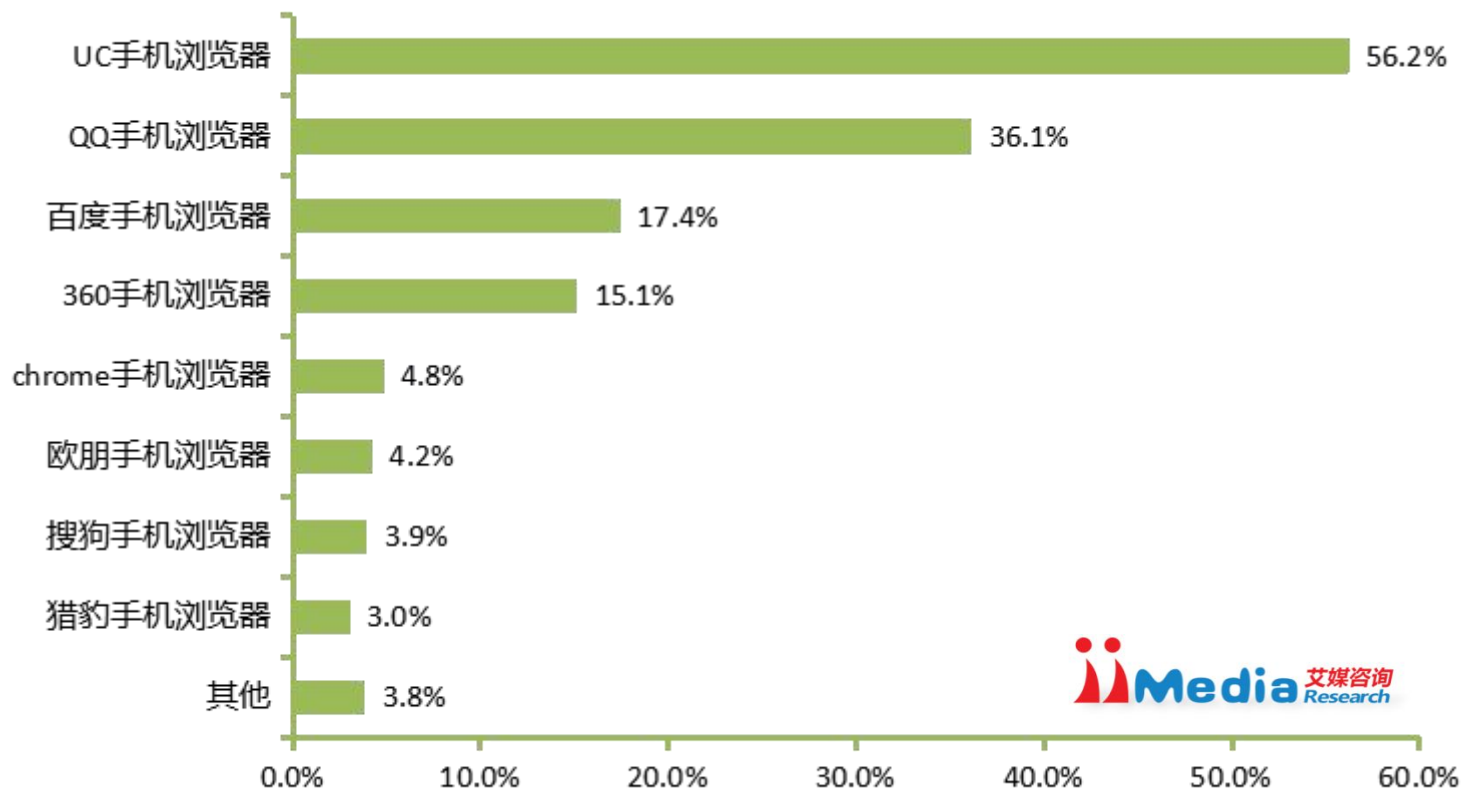
注：一个用户或使用多个新闻客户端

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，对于2015年手机新闻客户端活跃用户占比，凭借腾讯在社交产品积累庞大用户的优势，腾讯新闻在活跃用户占比上排名第一，占比38.2%；网易新闻客户端以及今日头条以较小差距分列二三位，分别占比33.1%和32.1%。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国手机浏览器活跃用户分布



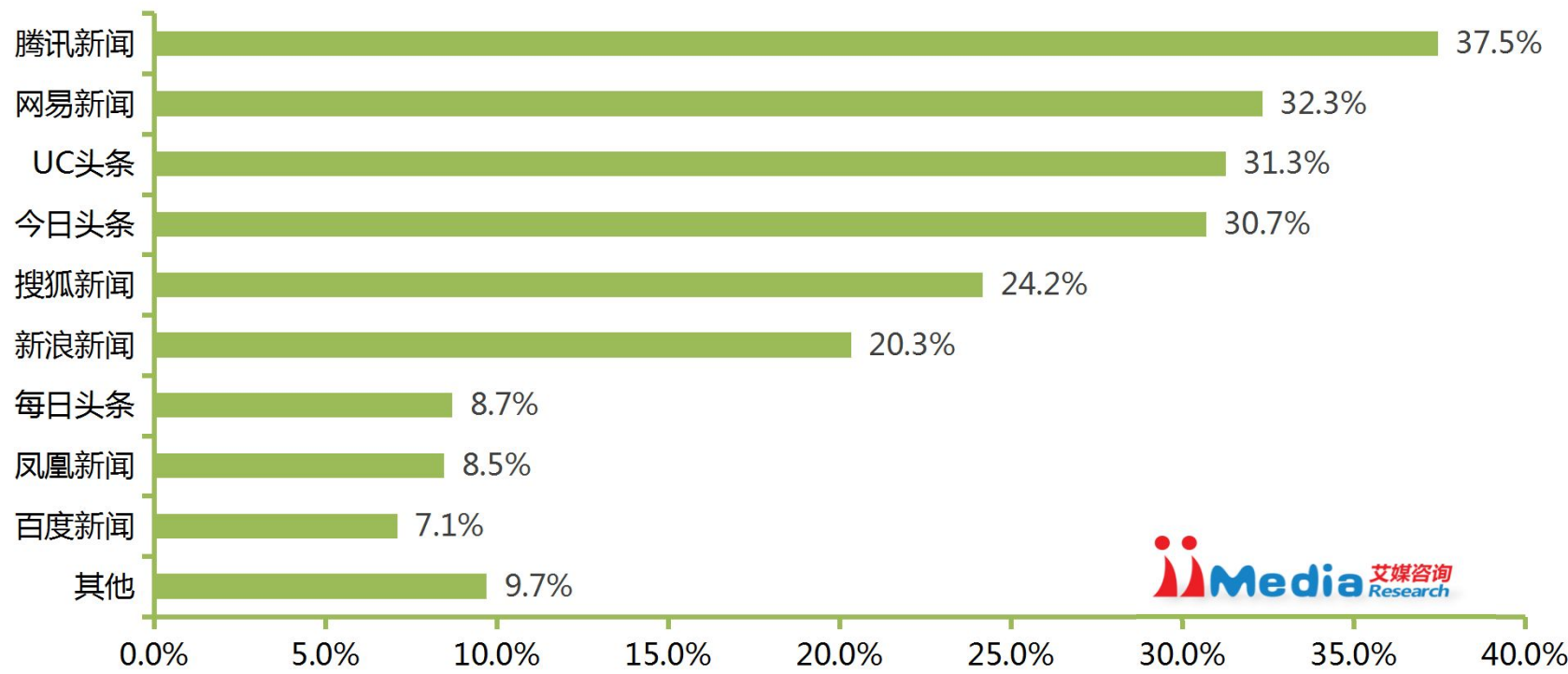
注：一个用户或使用多个手机浏览器

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年中国第三方手机浏览器活跃用户分布方面，UC手机浏览器以56.2%的占比排名第一，巨头优势明显；QQ手机浏览器、百度手机浏览器以36.1%和17.4%的占比分别排名二、三位。艾媒咨询分析认为，UC手机浏览器仍然保持中国第三方手机浏览器市场的领先地位。当前市场格局基本稳定，各手机浏览器厂商也开始逐渐着手于精细化，个性化道路的开发，来进一步巩固市场的地位。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国移动资讯行业活跃用户分布



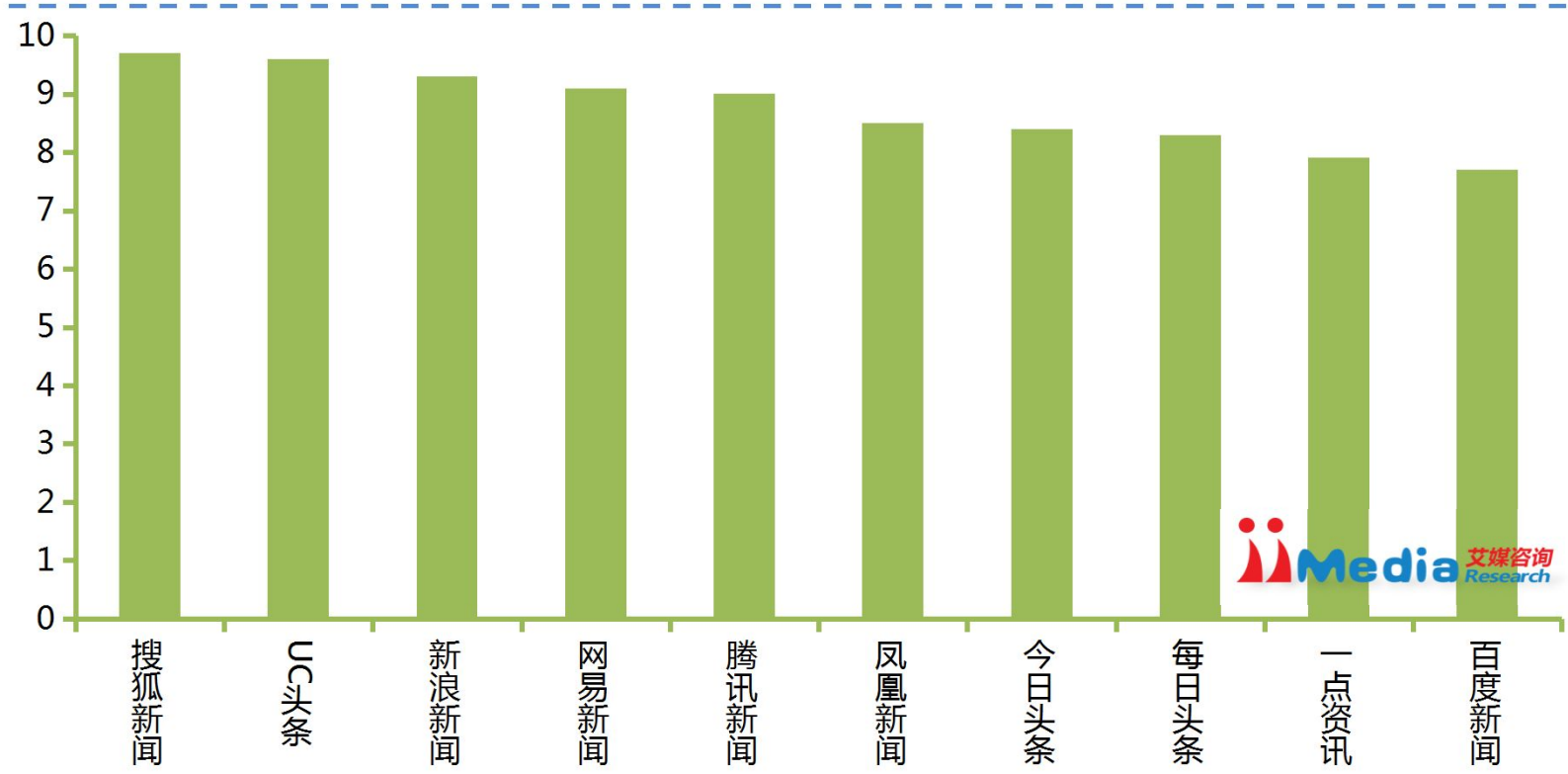
注：一个用户或使用多个移动资讯类应用；UC头条为UC浏览器信息流资讯版块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年中国移动资讯行业活跃用户分布方面，腾讯新闻以37.5%的占比排名第一；网易新闻和UC头条以32.3%和31.3%的占比分别排名二、三位。艾媒咨询分析认为，移动资讯行业活跃用户以新闻客户端活跃用户为主，新闻客户端是“传统”意义上的移动资讯行业构成者。随着浏览器加入资讯版块，新闻客户端或将受到一定的冲击，对移动资讯行业格局造成影响。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年移动资讯类应用推送用户好感度对比



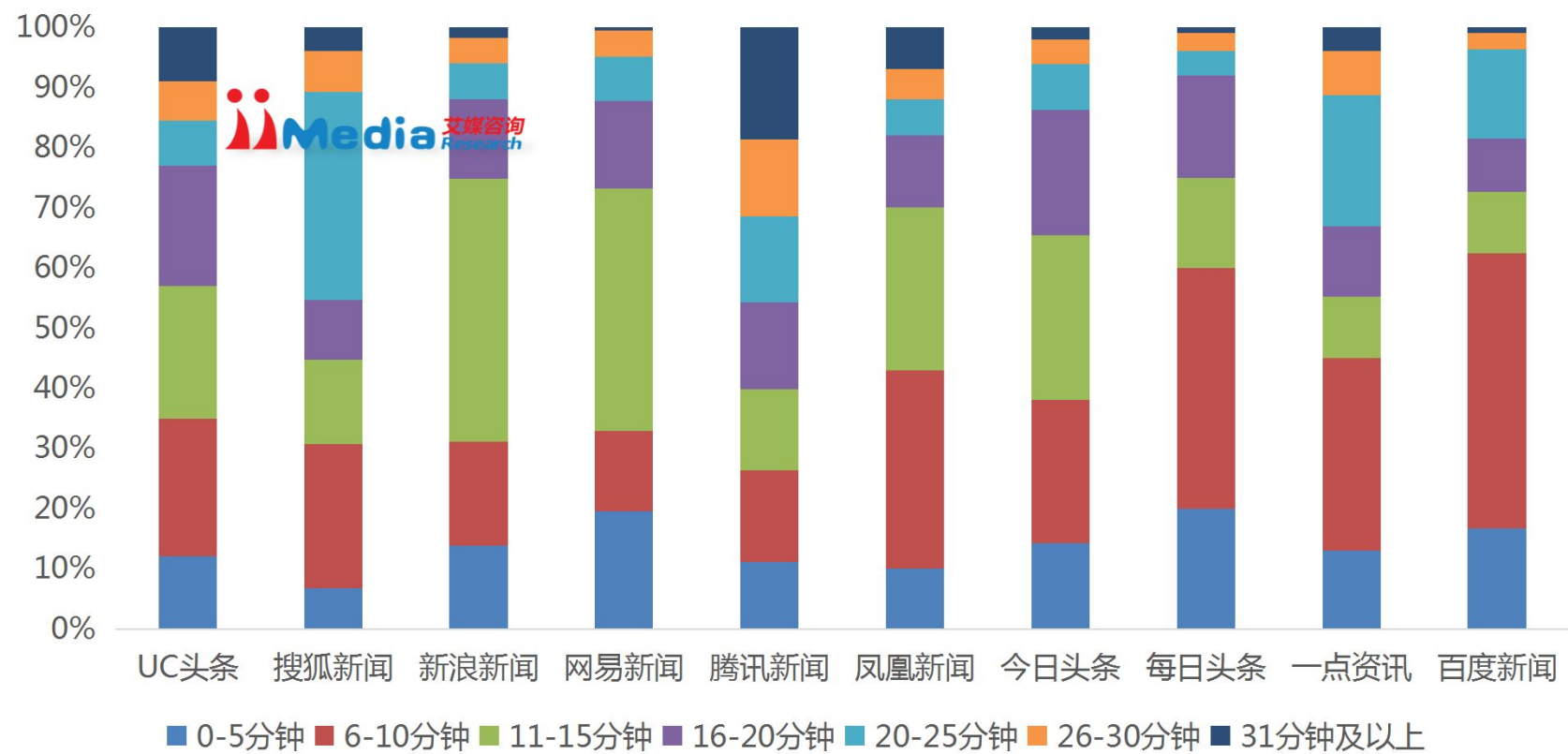
注：UC头条为UC浏览器信息流资讯版块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在推送的用户好感度方面，搜狐新闻、UC头条、新浪新闻占据前三位，网易新闻、腾讯新闻位列四五。艾媒咨询分析认为，对于用户来说，推送符合自己的兴趣是增加好感度的重要因素，UC头条依托淘宝、阿里妈妈及阿里巴巴移动事业群等数据库，运用Online learning 技术，实时追踪兴趣迁移，优势较为显著，而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。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年移动资讯类应用浏览时长分布



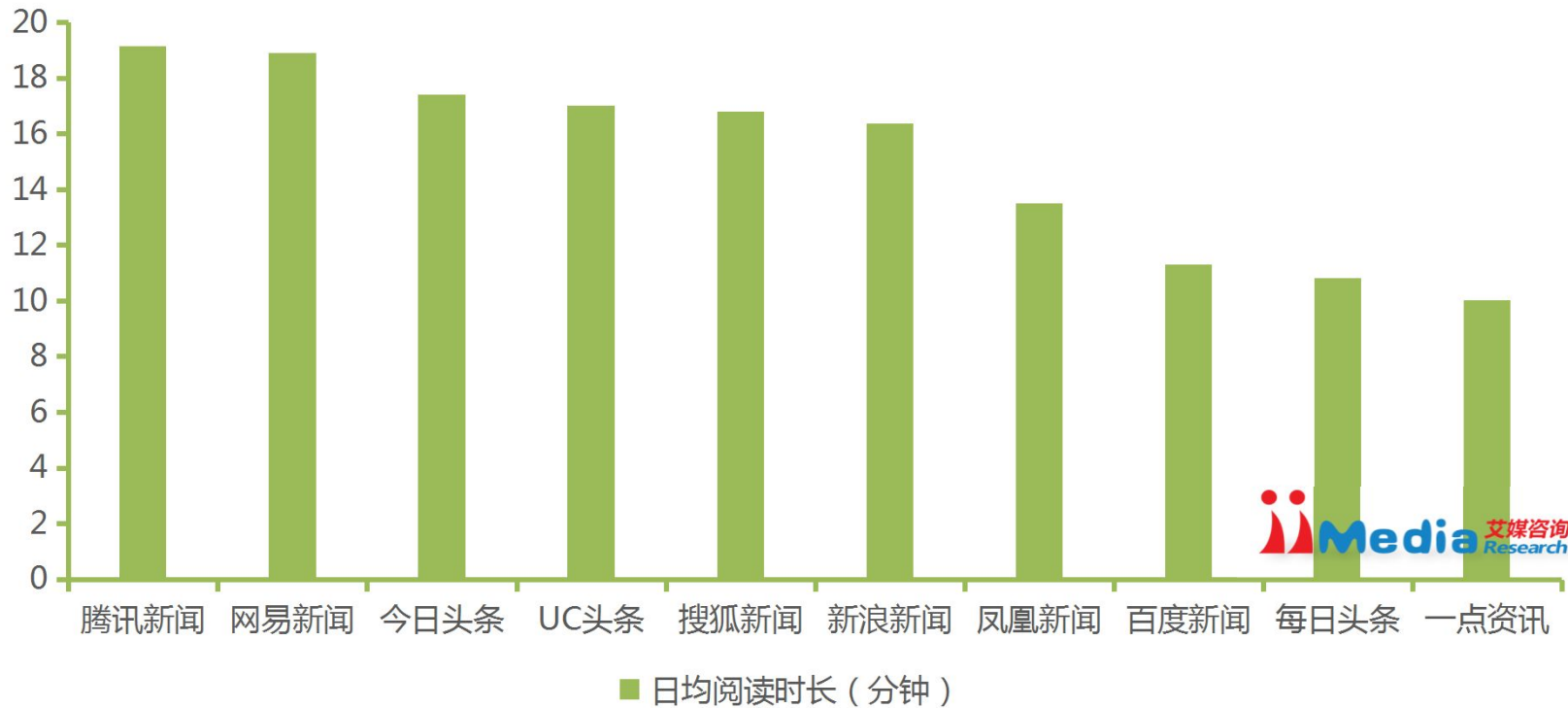
注：UC头条为UC浏览器信息流资讯版块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在日均浏览时长方面，总体上，新闻客户端在日均浏览时长方面优势大于浏览器的资讯版块。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年移动资讯类应用日均阅读时长对比



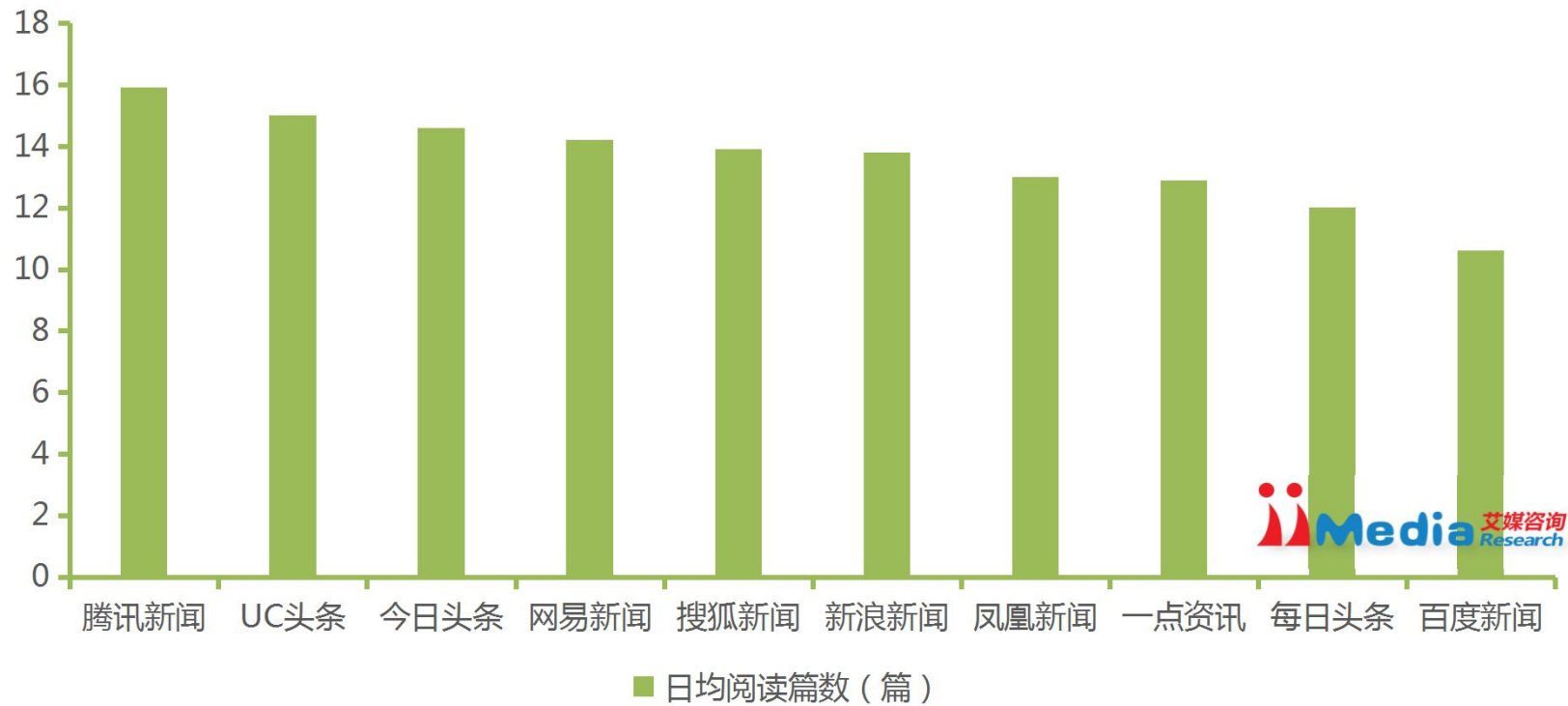
注：UC头条为UC浏览器信息流资讯版块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在日均阅读时长方面，腾讯新闻阅读时长最高，网易新闻客户端、今日头条、UC头条分列二三四位。

数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

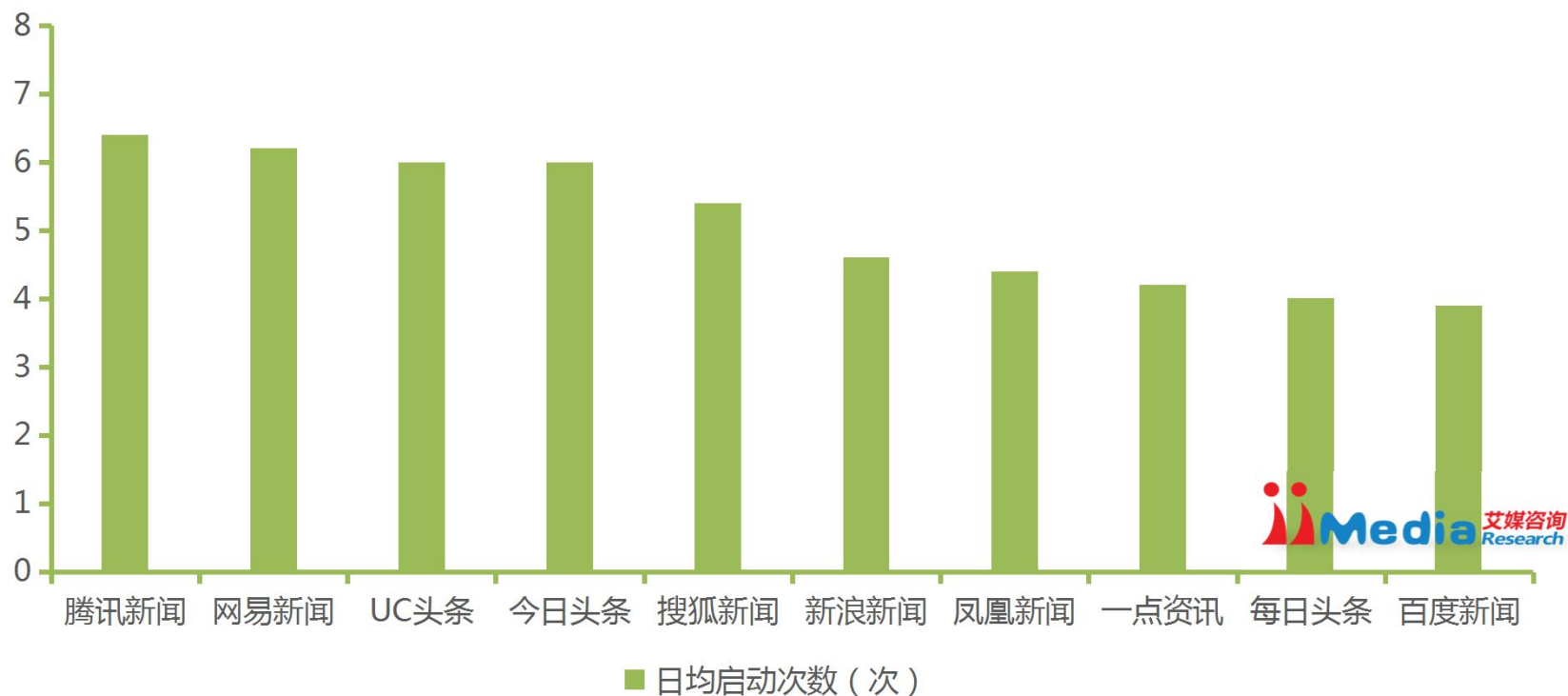
2015年移动资讯类应用资讯日均阅读篇数对比



注：UC头条为UC浏览器信息流资讯版块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在日均阅读篇数方面，腾讯新闻客户端排名第一，UC头条排名第二，今日头条、网易新闻客户端分列三四位。

2015年移动资讯类应用日均启动次数对比



注：UC头条为UC浏览器信息流资讯版块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块

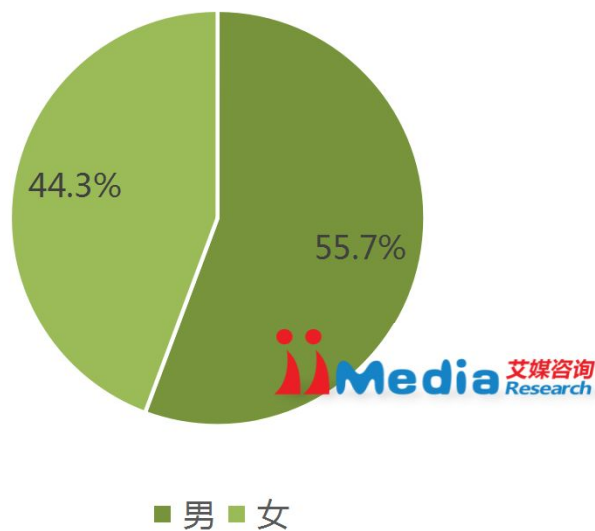
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在日均启动次数方面，腾讯新闻客户端仍然具有一定优势，排名第一；网易新闻客户端排名第二；今日头条和UC头条并列第三。

数据来源：iiMedia Research

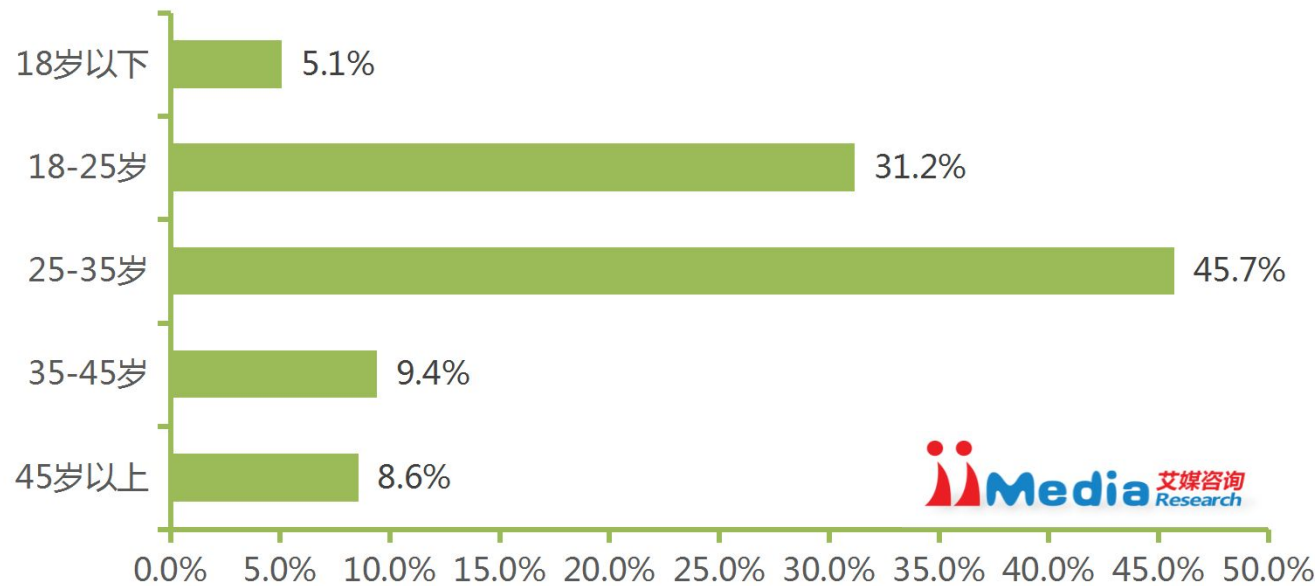
Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2015年中国移动资讯行业用户属性

2015中国移动资讯行业用户性别分布

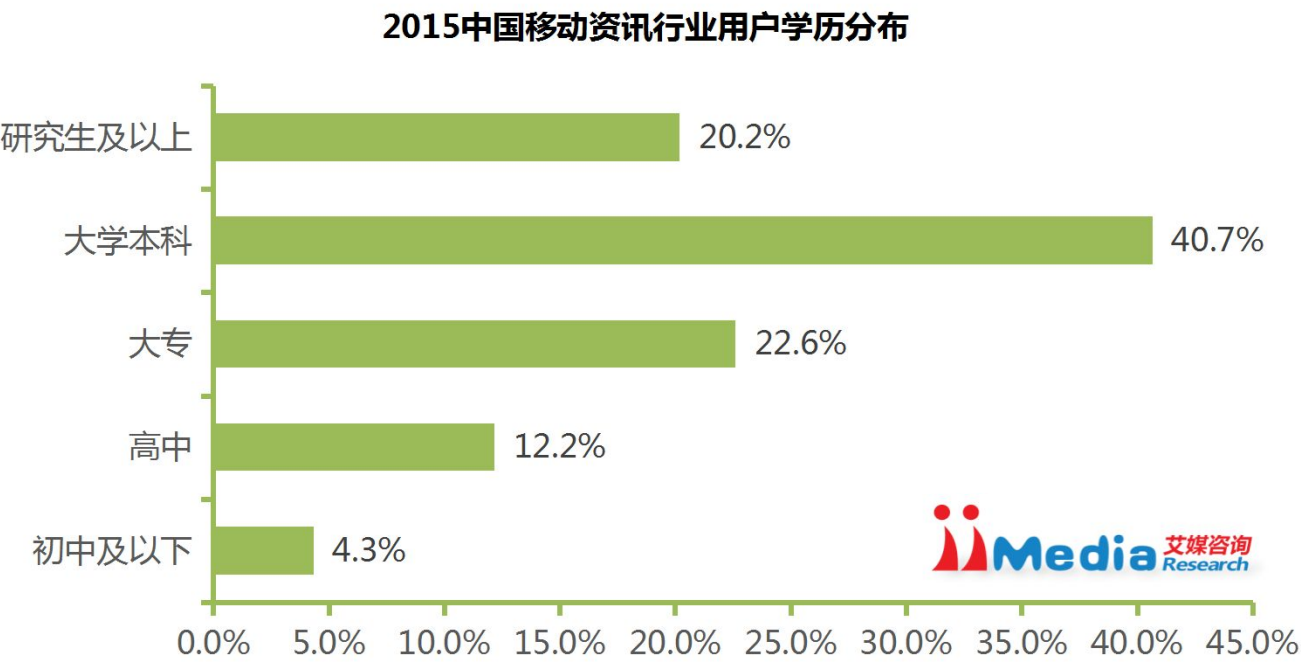


2015中国移动资讯行业用户年龄分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，55.7%的中国移动资讯类应用用户为男性，女性用户占比为44.3%。在用户年龄分布方面，25~35岁的用户占比最高，为45.7%；18~25岁的用户占比则为31.2%。

2015年中国移动资讯行业用户属性



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，40.7%的中国移动资讯类应用用户学历为本科，研究生及以上学历用户占比为20.2%，学历为大专的用户占比22.6%，高中学历用户占比12.2%，初中及以下用户占比最少，为4.3%。

目录

01

概念及分类

02

2015年中国移动资讯市场动态

03

2015年中国移动资讯行业及用户行为分析

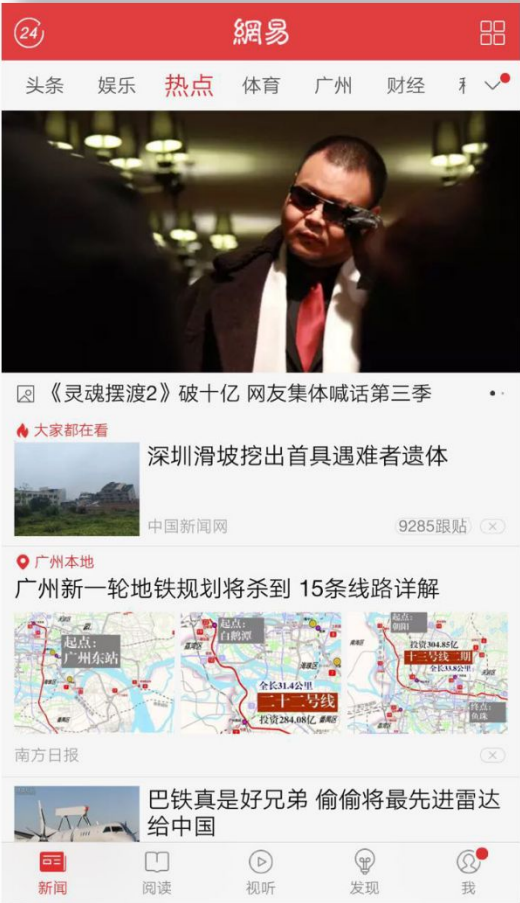
04

中国移动资讯行业应用对比

05

中国移动资讯行业发展趋势

中国移动资讯行业应用对比



- ★网易新闻客户端在内容、产品、商业化等多个维度持续创新。
- ★先后推出40余档精品原创栏目，利用多媒体展现形式，引领H5新闻报道热潮。
- ★为广大网友提供自由表达的平台，形成独具特色的“跟贴文化”。
- ★网易新闻客户端从页面布局到功能，不断优化用户的使用体验，这也是其用户满意度较高的原因。

网易新闻客户端

中国移动资讯行业应用对比



今日头条

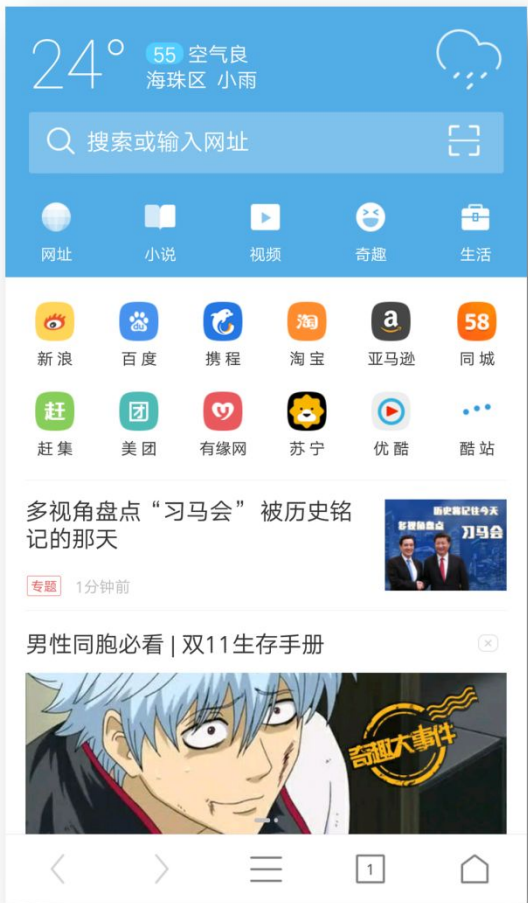


☆今日头条属于聚合类资讯APP，它并不生产内容，只是新闻的“搬运工”，主要是为手机用户个性化推荐当日最新资讯。

☆通过支持微信、微博、QQ、人人网等多个社交平台登录，从而可以搜集到用户各个方面的账户信息，进而实现精准化的推荐。同时通过搜索关键词和记忆用户的阅读轨迹，多方位分析用户的阅读喜好，精准推送。

☆强化社交关系链，推出了好友动态、话题发起/围观、线上线下活动等多个互动功能。

中国移动资讯行业应用对比



UC浏览器是首款基于大数据分析用户兴趣，融入信息流式交互体验，为用户提供个性化阅读体验的手机浏览器，具有资讯阅读、小说阅读、视频播放、网站导航、搜索、下载、个人数据管理等功能。

通过观察新版UC浏览器首页，手机浏览器传统特有的站点导航被折叠，让位于信息流呈现方式的全新首页。UC融合了阿里巴巴旗下大数据分析平台，利用先进的Online Learnig技术，根据用户当前时刻的兴趣特征完成内容推荐，在海量的优质内容库里实时检索排序用户当下所感兴趣的内容，实现千人千面的个性化推荐。

UC手机浏览器

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

目录

01

概念及分类

02

2015年中国移动资讯市场动态

03

2015年中国移动资讯行业及用户行为分析

04

中国移动资讯行业应用对比

05

中国移动资讯行业发展趋势

中国移动资讯行业发展趋势

随着手机网民获取新闻资讯方式的渠道越趋多元化，即时性、碎片化的资讯阅读方式渐渐获得手机网民的青睐，手机浏览器正在成为用户满足自我个性化资讯阅读的重要选择。部分手机浏览器厂商已开始尝试信息流的资讯推送，并致力于提供丰富且精准个性化的内容，如UC浏览器推出的UC头条，利用自身大数据实现信息连接到人的精准配送。手机浏览器信息流的新转变，对当前移动新闻资讯分发服务商极具“威胁性”，市场现存格局未来也有望被“强势”打破。

2015年以来，部分新闻客户端对自身提供的资讯内容进行优化，进行精读资讯推送。优质内容的提供对于促使用户的深度阅读有较大帮助，同时也使得自身在行业竞争中有更大的优势。内容优质化，对增强平台粘性有直接影响，也有利于“付费阅读”盈利模式的发展。

手机浏览器信息流创新将冲击移动新闻资讯分发格局

个性化定制服务成趋势

优质内容的提供成为提升竞争力的关键

移动互联网信息发展下，手机网民对信息的需求使得越来越多的应用加入了移动资讯的功能，渠道的多样性使得用户有了更多的选择，如何保持用户粘性成了行业中各生产者的思考问题。使用微信作为获取资讯的方式的用户比例增长较快，说明了用户对于自己订阅的内容兴趣更大，个性化的服务对于增长市场份额有明显的推动作用。因此，包括无论是新闻客户端如今日头条、一点资讯，还是浏览器如UC、QQ等厂商，都开始逐渐根据用户兴趣进行推荐，试图以高质量的个性化服务来吸引新用户。

深度调研，披露“互联网+”权威数据与鲜活案例！
七大行业、精选案例，5000万量级大数据专业剖析！



互联网+

颠覆还是被颠覆

主编 张毅



微信直接购买



互联网+纸书

支付宝直接购买

“互联网+” 高端俱乐部创势会CEO会员指定用书！
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人
联合发起！

● 重干货！

深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据

● 讲实战！

专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



艾媒北极星统计分析平台是中国专业、权威、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS、Windows等主流移动平台。

艾媒北极星通过专业的技术手段助力移动应用开发商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与开放平台数据无缝对接，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/>

合作咨询：whd@iimedia.cn

数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



艾媒咨询集团 (IiMedia Research Group) 旗下的艾媒无线广告监测系统 (Adiimedia.com) 是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询whd@iimedia.cn

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。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网(www.iimedia.cn)、魔部网 (www.moobuu.com)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：[http:// www.adiimedia.com](http://www.adiimedia.com)

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 (中国香港) 出品



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

*Since 2010 ,
We focus on mobile Internet !*