

2016Q3中国移动资讯 市场研究报告

2016Q3 China Mobile Information Market
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



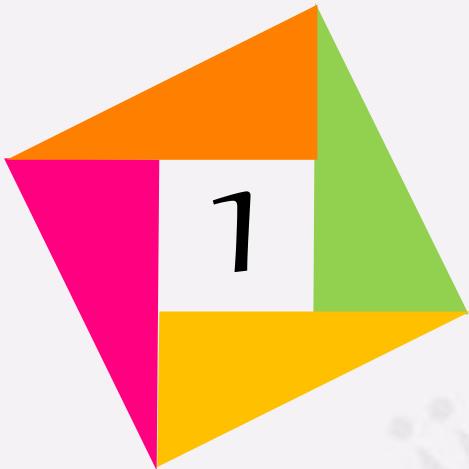
研究方法

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10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿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 / 2016Q3中国移动资讯市场概况**
- 2 / 2016Q3中国移动资讯内容载体分析**
- 3 / 2016Q3中国移动资讯平台案例分析**
- 4 / 2016年中国移动资讯行业发展趋势预测**



PART ONE

2016Q3中国移动 资讯市场概况

聚焦行业热点

腾讯新闻：里约奥运进入全民直播时代

2016年7月，腾讯宣布获得2016年里约奥运会赛事在中国大陆地区网络播映权益。腾讯选择采用赛事转播+赛程直播并行的双轨战术，既保证精彩赛事不间断，也同时提供多维观看角度。腾讯新闻联合腾讯体育派出逾百人直播团，包括一线采访团队、主播和网红。三方协同合作，通过直播方式为观众提供快速、全面的里约奥运资讯。

网易“天网计划”直播战略发布

2016年8月，网易新闻在北京举行直播战略发布会，正式发布网易直播“天网计划”。一方面，网易新闻将投入优质内容生产，通过布局全球特派员形成全球化全天候的直播响应机制；另一方面，以网易号为基础，打造直播PGC内容，并针对合作PGC伙伴推出“TOP100伙伴计划”。力图为用户带来覆盖面广、内容丰富、高质量的直播资讯。

UC订阅号正式升级UC云观·媒体服务平台

2016年8月，UC在京召开“全新UC，与媒共舞”战略升级发布会，预示着“UC浏览器”正式升级为“UC”，并向“大数据新型媒体平台”全面升级。除此之外，UC订阅号官网升级为UC云观·媒体服务平台，“UC云观”主要由两部分构成，第一部分为对外展示，也称“数读舆情”；第二部分为后台媒体服务，主要包括从内容创作、多维分析、前瞻趋势和高阶服务这四个方面为“订阅号”、“机构媒体”提供服务。

聚焦行业热点

搜狐新闻发力资讯直播

2016年7月欧洲杯和8月奥运会期间，搜狐以“移动端”为主战场进行了全面布局，派出大量资深体育记者奔赴赛场进行赛事报道，进行全平台、跨渠道传播。同时，搜狐新闻开始尝试在直播过程中采用全景式直播、人工智能互动、VR等技术创新直播形式。9月，搜狐新闻全程直播G20峰会，吸引大量用户同时在线观看。

京东与今日头条达成全面战略合作

2016年9月，今日头条和京东宣布达成全面战略合作，共同推出“京条计划”。此计划主要涵盖三个方面：首先，京东将在今日头条上开设一级购物入口“京东特卖”；其次，今日头条将帮助京东和京东平台上的商家推动精准的广告投放；第三，双方将共同开展基于兴趣阅读的电商合作，通过导购、分佣等模式，帮助更多的头条号变现。

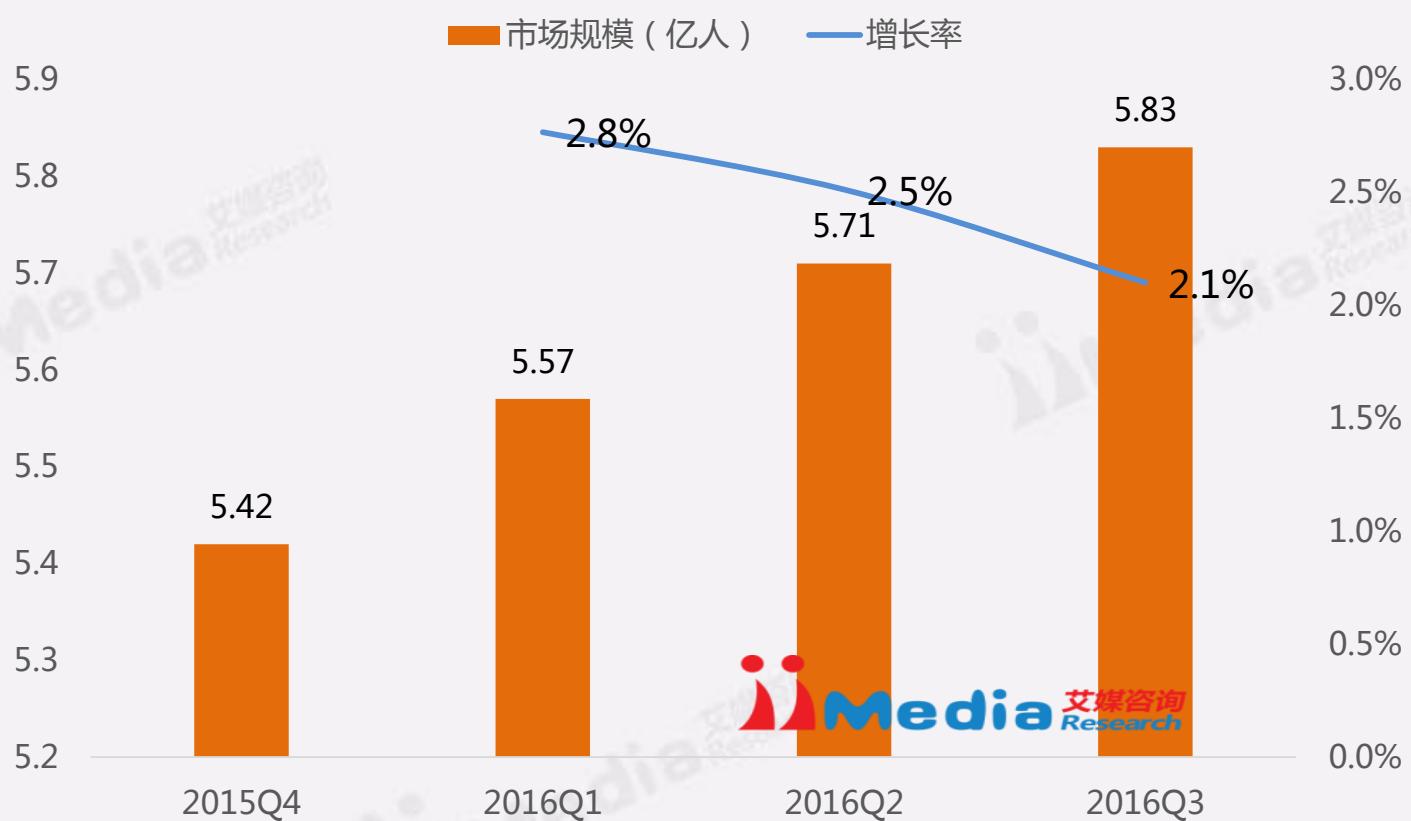
UC头条、合一集团、新浪微博成立视频文娱大联盟

2016年9月，“为合而来”第二届互联网文化娱乐开放生态大会上，UC/UC头条、合一集团、新浪微博三家共同宣布成立“视频文娱大联盟”。这一联盟将依托三大平台的优质内容、社会化传播、大数据算法推荐等能力，打通账号、内容、算法、关系互动等，提升用户体验。大联盟还将面向头部内容、自制合制内容、PGC等方面，提供从联合投资、联合出品、到联合宣发、联合营销的整合的产品协同。

2016Q3中国移动资讯行业市场规模

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年以来，中国移动资讯行业用户增长速度逐渐放缓，2016第三季度中国移动资讯用户为5.83亿人。相对于第二季度用户增长速度为2.1%。艾媒咨询分析师认为，中国移动资讯行业已进入发展新阶段，对于资讯平台而言，在吸引新用户的基础上，如何优化资讯阅读体验，提供高质量资讯内容，探索优化商业模式，提升用户留存和商业转化率将成为攻坚重点。

2015Q4-2016Q3中国移动资讯用户规模

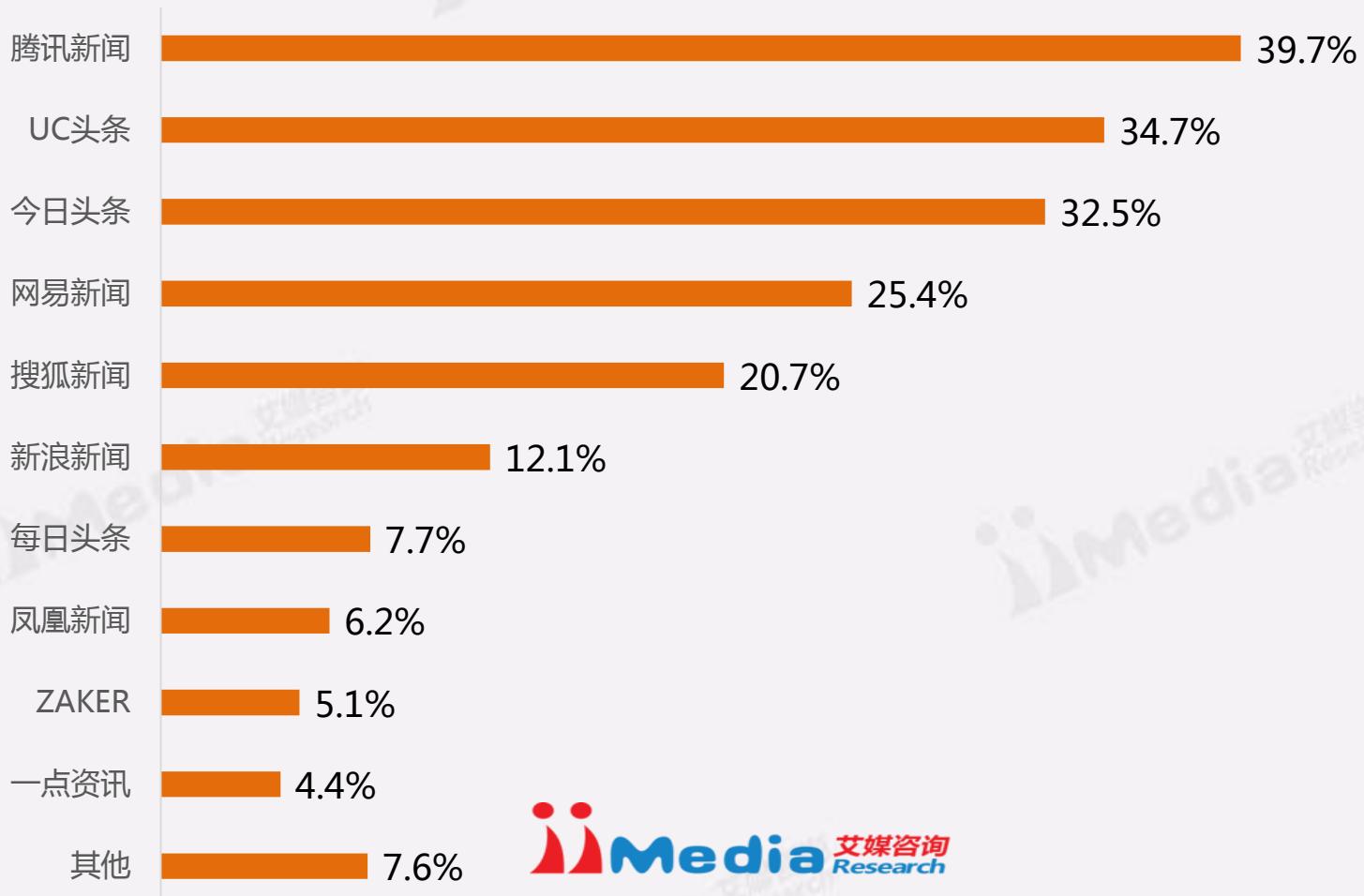


数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

2016Q3中国移动资讯活跃用户分布

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016第三季度中国移动资讯应用活跃用户排行榜上，腾讯新闻以39.7%继续保持第一位，领先行业其他平台；UC头条与今日头条分别以34.7%和32.5%紧随其后。艾媒咨询分析师认为，资金、技术、内容等综合实力的强弱将决定平台能否持续发力，在激烈的行业竞争中进一步提升自身地位。

2016Q3中国移动资讯活跃用户分布

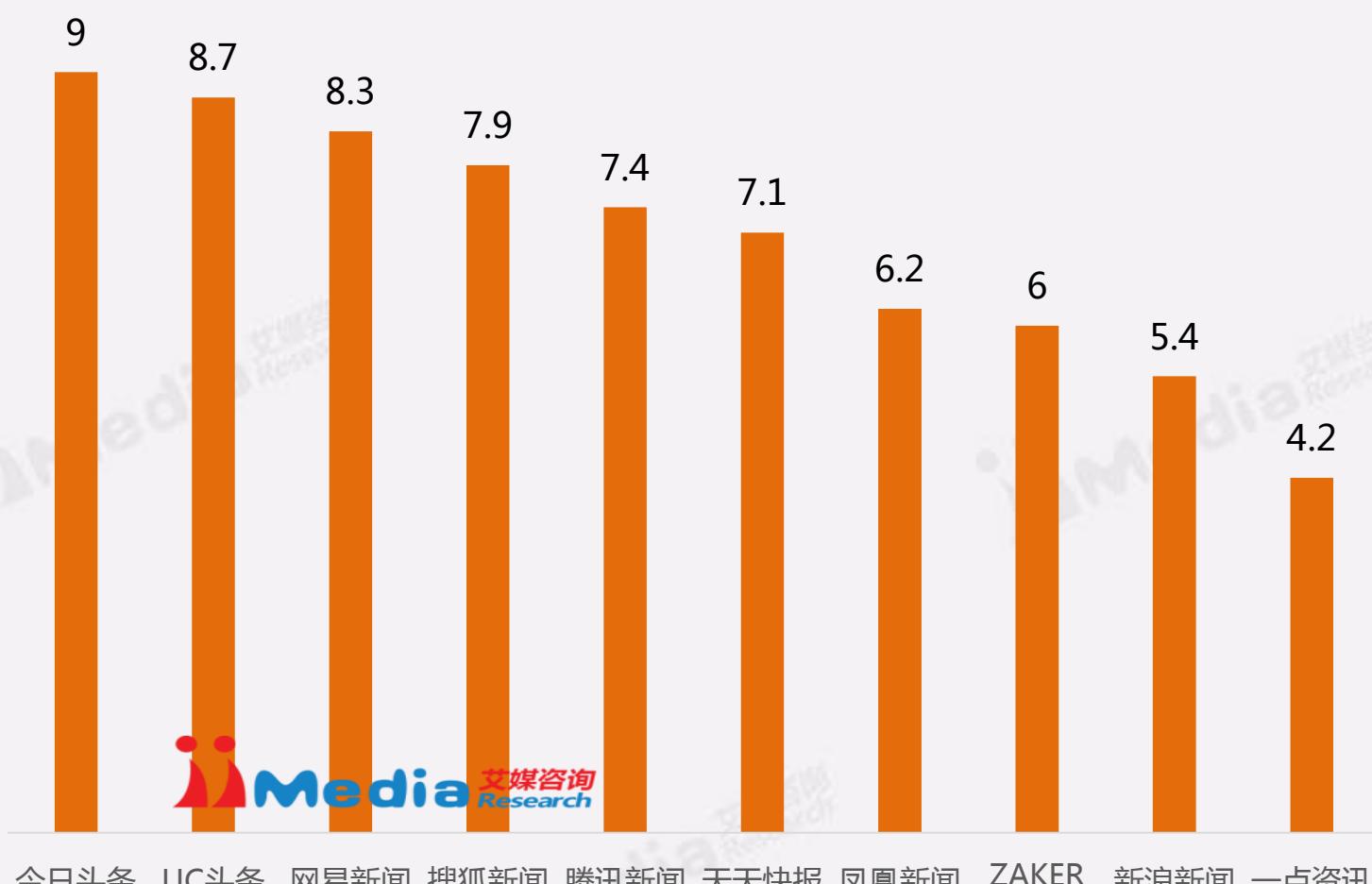


注：一个用户或使用多个移动资讯类应用；UC头条为UC头条独立APP和UC信息流板块；每日头条为QQ浏览器的资讯版块。

2016Q3中国移动资讯平台用户粘性指数排行

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016第三季度中国移动资讯平台用户粘性指数排行榜上，今日头条居于第一，基于用户兴趣的“千人千面”个性化新闻推荐及“越用越智能”的渐优型用户体验，或是其夺得首位的原因。UC头条以及网易新闻紧随其后。作为腾讯旗下主打个性化、年轻化的资讯平台，天天快报表现良好，但尚有巨大上升空间。

2016Q3中国移动资讯平台用户粘性指数排行



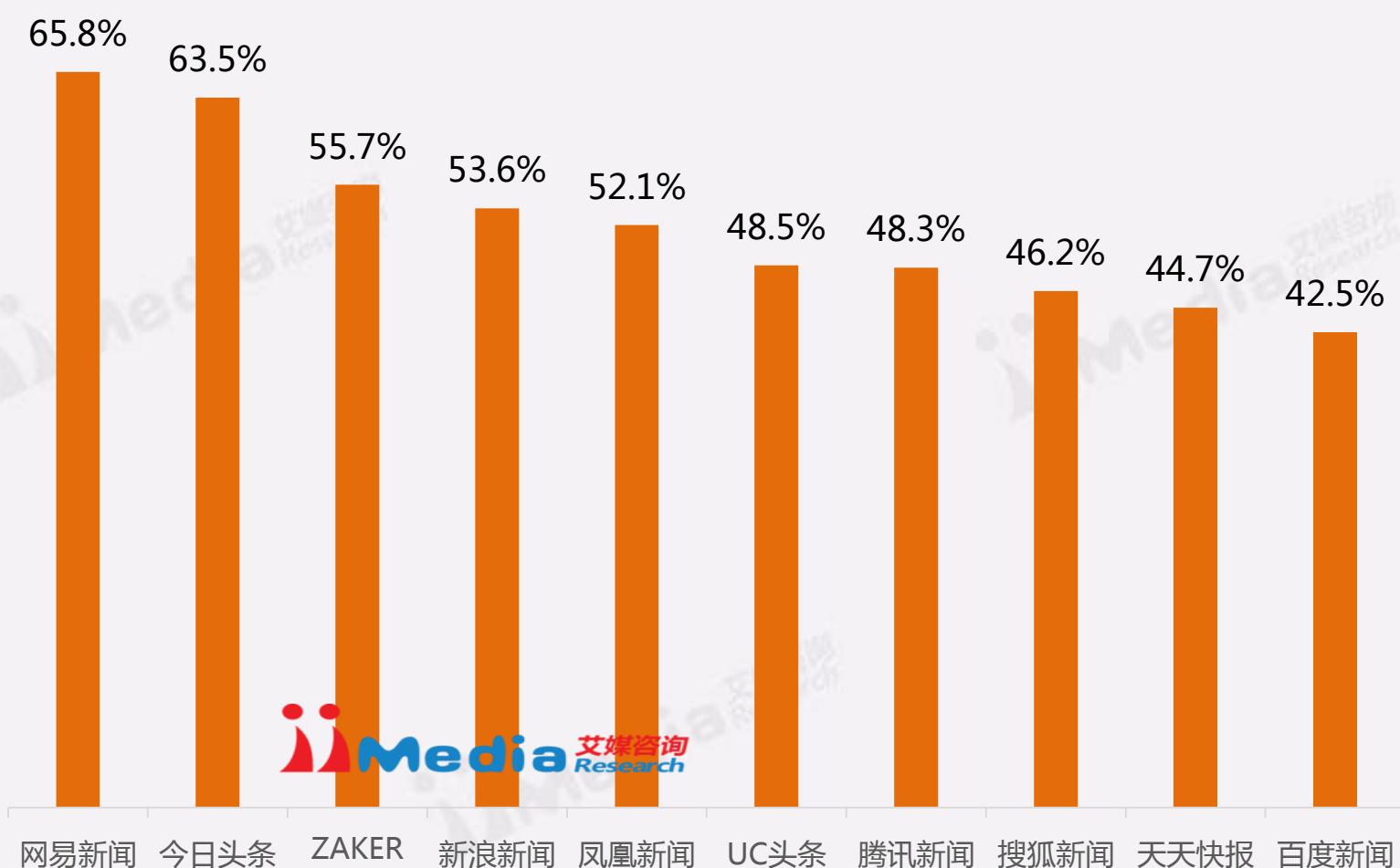
注：移动资讯平台用户粘性指数根据用户日均浏览量、日均启动次数、日均浏览时长综合评分所得。

数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

2016Q3中国移动资讯平台白领群体知名度

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016第三季度中国移动资讯平台白领群体知名度调查中，网易新闻以65.8%继续保持第一位，今日头条凭借优异的算法推荐居于第二位。在白领群体中，网易新闻和今日头条逐渐与其他平台拉开差距。此外，ZAKER、新浪新闻和凤凰新闻在推荐、引流、内容等方面各有优势，竞争激烈。

2016上半年中国移动资讯平台白领群体知名度调查

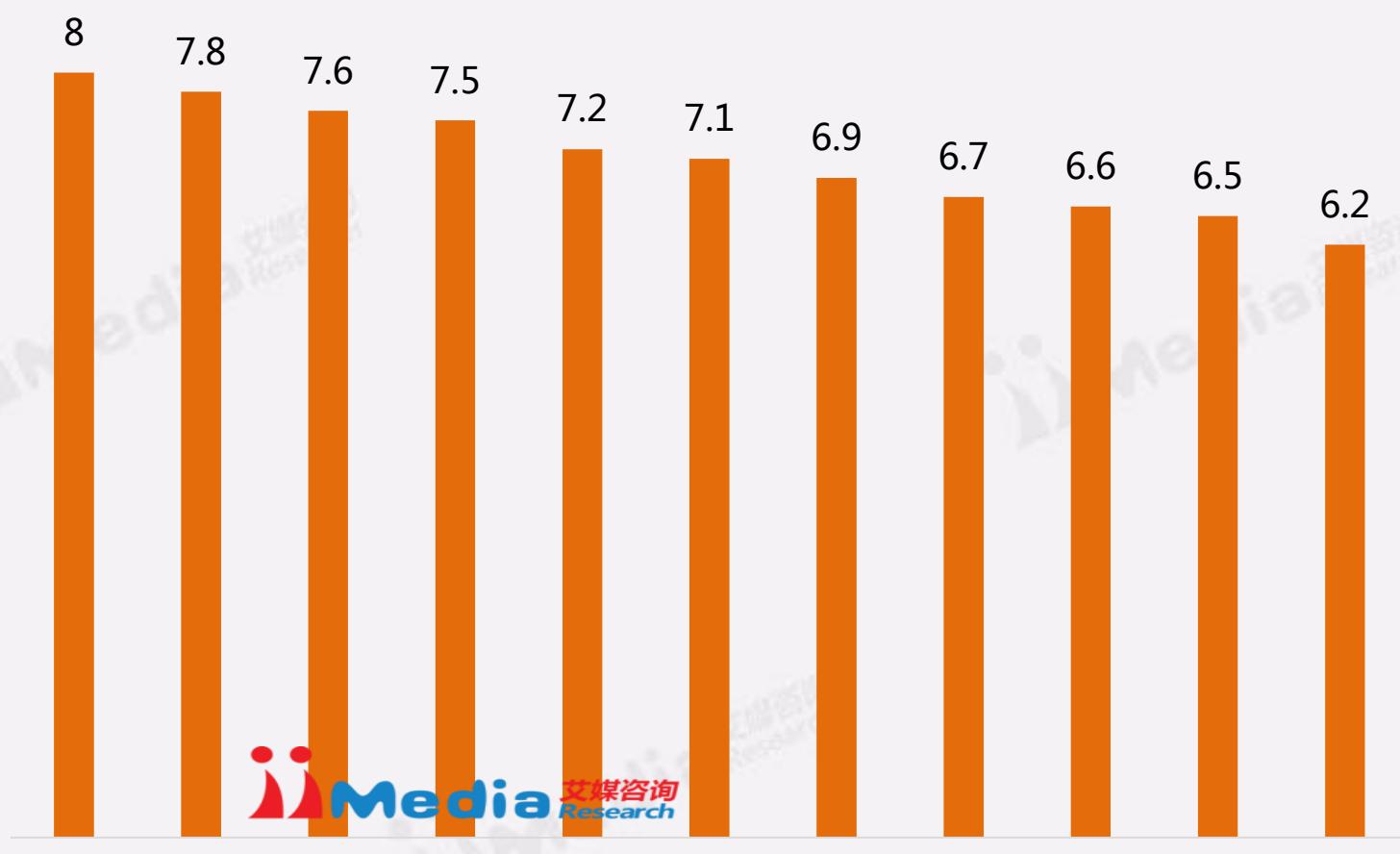


数据来源：iiMedia Research

2016Q3中国移动资讯平台白领群体满意度

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016第三季度中国移动资讯平台白领群体满意度调查中，网易新闻继续保持第一位，ZAKER紧随其后，UC头条和今日头条也表现不俗。艾媒咨询分析师认为，网易新闻多年秉持做“有态度”的新闻，且已形成较好的跟帖讨论机制。ZAKER打造资讯轻社区的路线也深入人心。较为活跃的资讯讨论氛围或是提升白领群体满意度的重要方面。

2016Q3中国移动资讯平台白领群体满意度



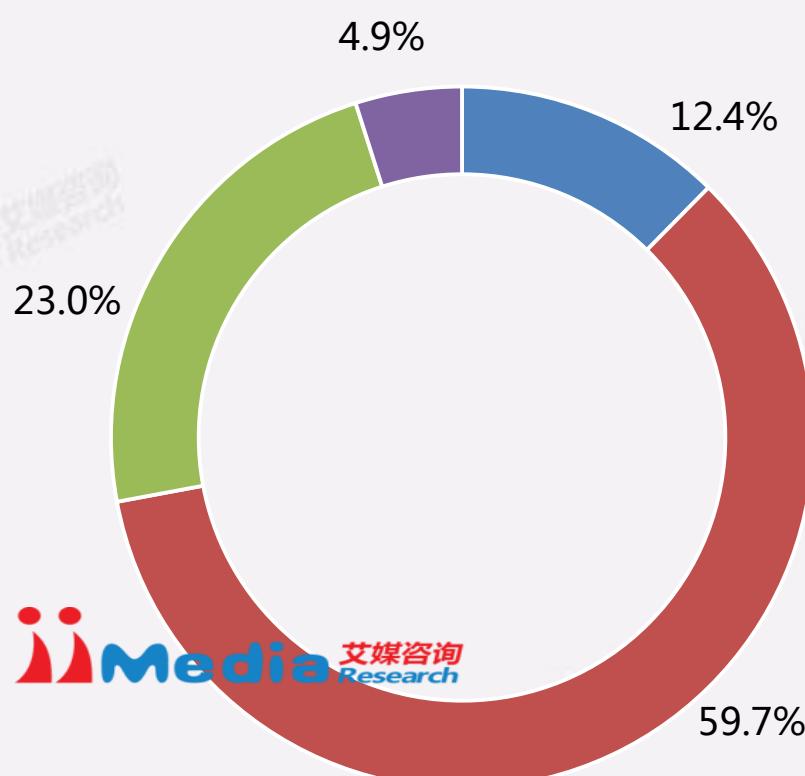
网易新闻 ZAKER UC头条 今日头条 凤凰新闻 新浪新闻 腾讯新闻 天天快报 搜狐新闻 一点资讯 百度新闻

2016Q3中国移动资讯用户阅读习惯分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，约60%的用户保持每天1-2次的资讯类应用打开频率，23.0%的用户每天打开此类应用3-10次。艾媒咨询分析师认为，用户阅读移动资讯的习惯基本养成，在对移动资讯平台提出更优用户体验、更高质量资讯内容要求的同时，也为平台探索新的商业模式提供了可能。

2016Q3中国移动资讯用户应用使用频率分布

■ 一周一次 ■ 每天1-2次 ■ 每天3-10次 ■ 每天10次以上



2016Q3中国移动资讯用户阅读习惯分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016第三季度，78.0%的中国移动资讯用户每次打开相关应用阅读时长落在6-20分钟区间内，11.9%的移动资讯用户每天阅读资讯时长为21至30分钟。艾媒咨询分析师认为，切合用户习惯，在较短的时间内给予用户感兴趣、高质量的信息，对移动资讯平台进行内容长度、内容质量的把控能力提出更高要求。

2016Q3中国移动资讯用户每次阅读资讯时长



iiMedia 艾媒咨询
Research



PART TWO

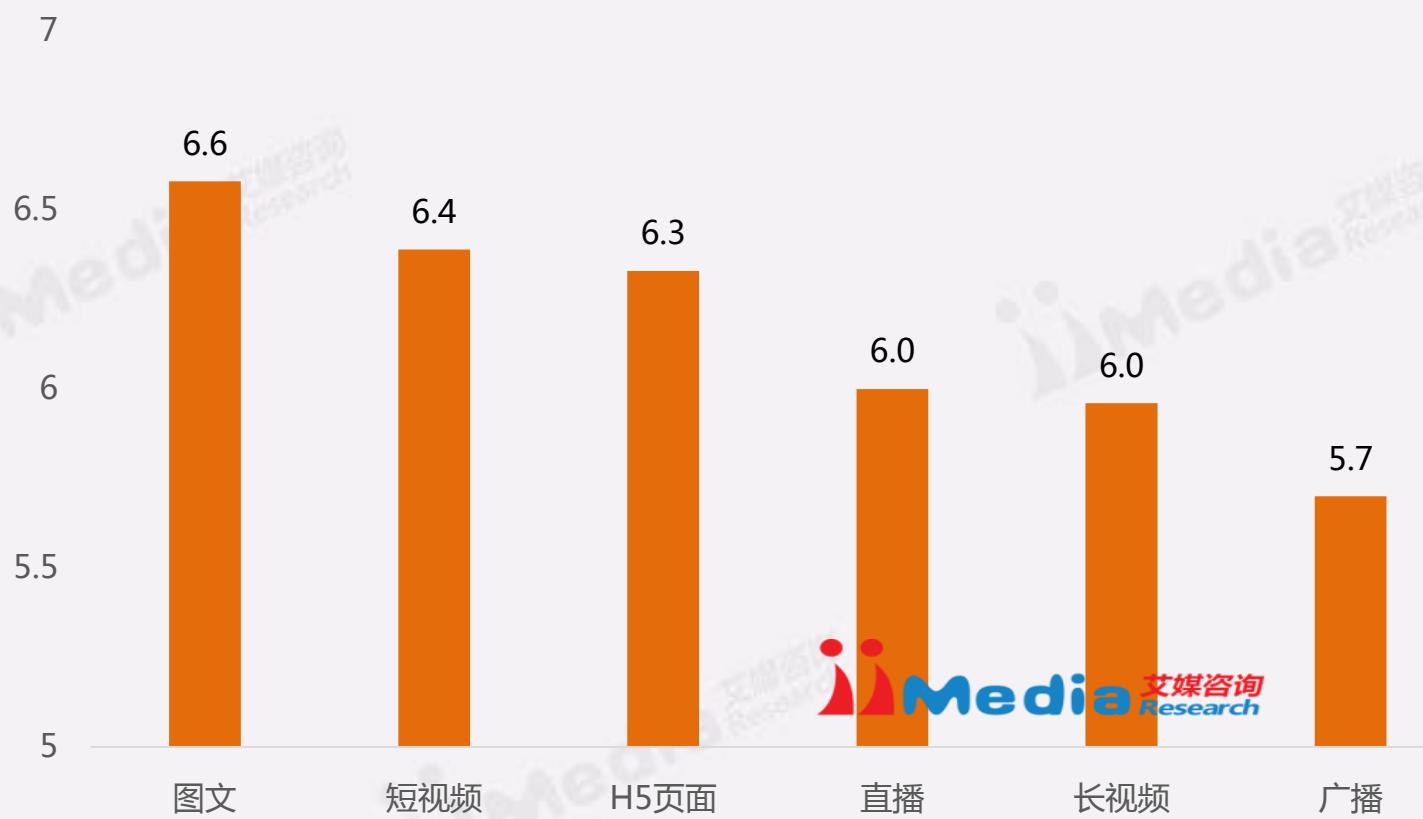
2016Q3中国移动资讯

内容载体分析

2016Q3中国移动资讯用户对内容载体偏好情况

iiMedia Research (艾媒咨询) 显示，图文结合形式用户最为习惯，长度在5分钟之内的**短视频**已得到移动资讯用户较高认可，**直播**认可程度相对长视频和广播有一定优势，但还有进一步上升的空间。另外，用户对于多载体集合的**H5页面**认同度高于直播、略低于短视频。艾媒咨询分析师认为，H5页面具有较好集合性，综合运用文字、图片、声音、视频等方式表现资讯内容，对用户产生多方面感官刺激。

2016Q3中国移动资讯用户对内容载体偏好情况

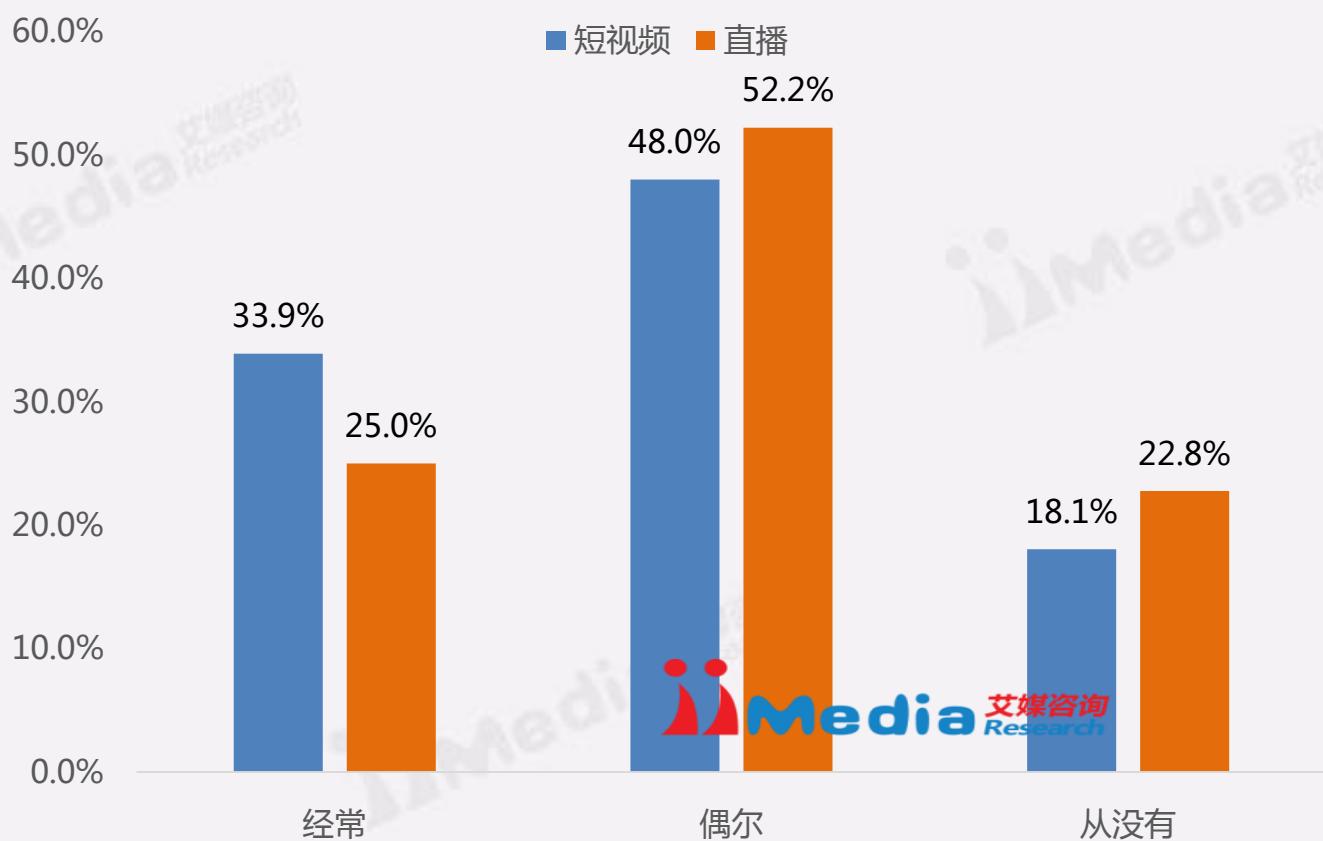


短视频、直播接受度有待提升

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，约有1/5用户从未通过短视频、直播方式获取资讯，约1/2用户偶尔使用短视频、直播方式获取移动资讯。艾媒咨询分析师认为，通过短视频、直播方式获取移动资讯的**用户习惯尚待进一步培养**，移动资讯平台需要从营销和内容两方面扩大短视频、直播作为内容载体的知名度、认可度。

经常通过短视频获取资讯的用户比例相对于直播高8.9%，具有微弱优势，但随着各移动资讯平台在短视频、直播方面的分别发力，两者地位还有较大变化空间。

2016Q3中国移动资讯用户通过短视频、直播 方式获取资讯的频率

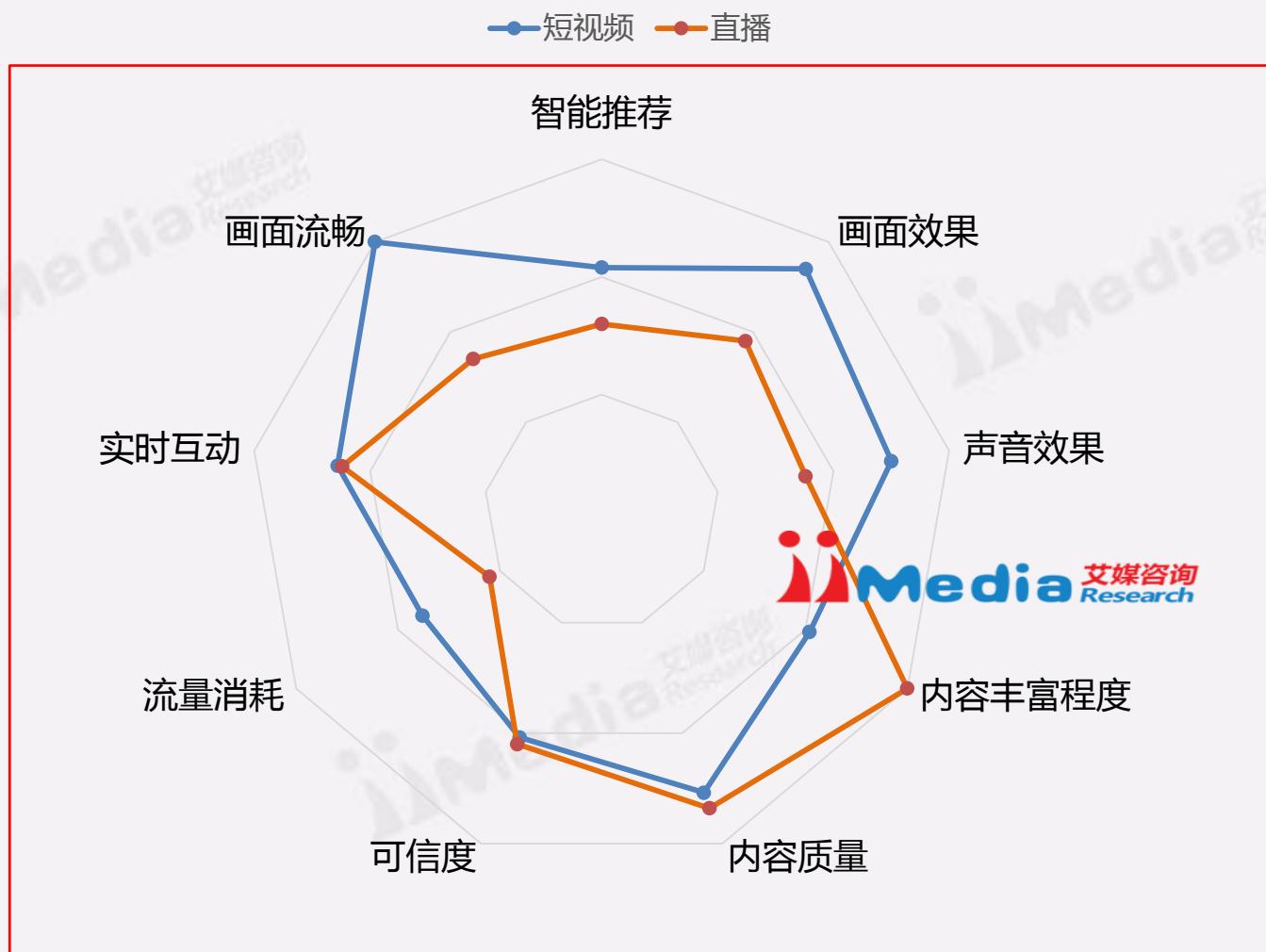


短视频、直播优势与用户痛点

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，短视频作为移动资讯内容载体，整体接受程度高于直播。2016第三季度，移动资讯用户认为**短视频**在画面流畅度、画面和声音效果方面表现优于直播。**直播**仅在内容丰富程度一项相较于短视频得到较高认可，这或许与直播技术不断优化、直播门槛不断降低、普通用户参与度高以及大量UGC内容的涌入有关。

双方在**流量消耗**项目得分都较低，相较于短视频，直播对于WiFi具有更强依赖性。此外，资讯平台对于短视频、直播的**智能推荐**尚需要进一步优化。

2016Q3中国移动资讯用户对短视频、直播 使用评价对比





PART THREE

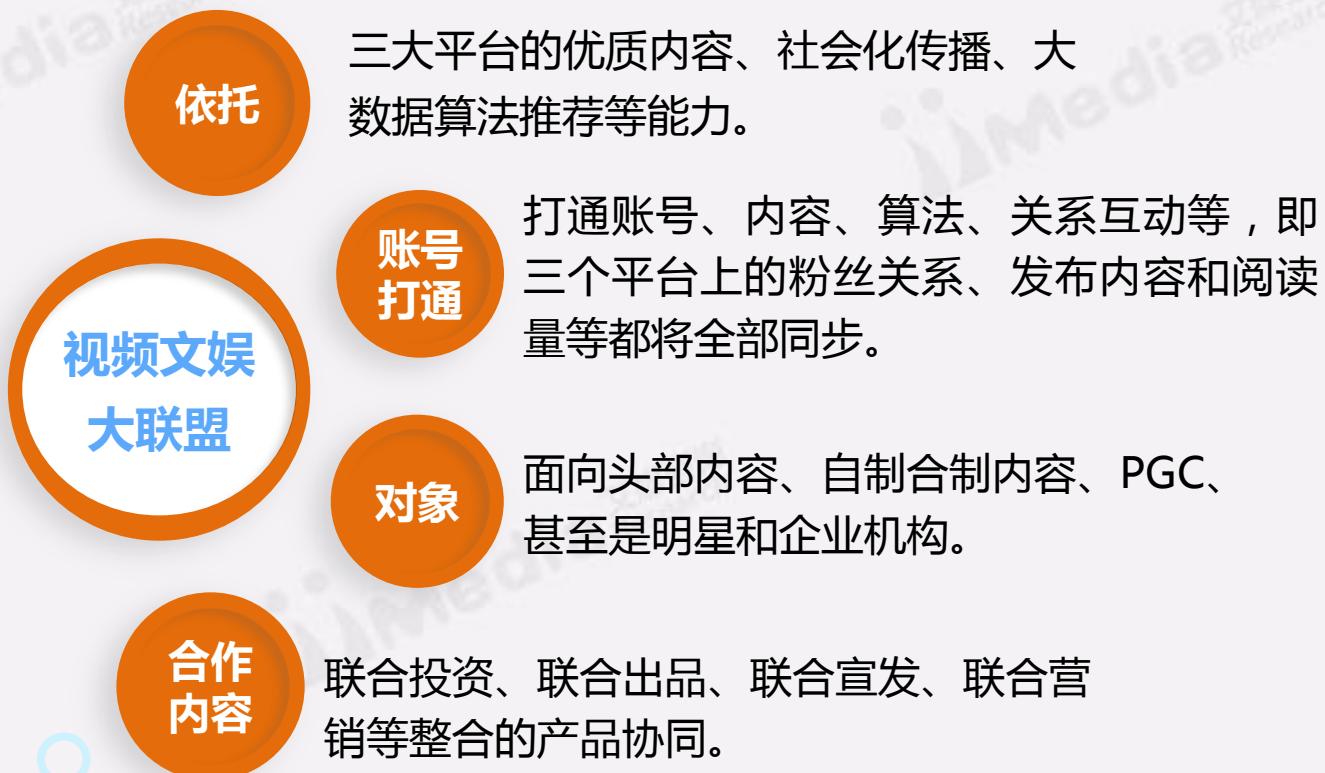
2016Q3中国移动资讯

平台案例分析

UC头条：多方发力全面布局



艾媒咨询分析师认为，UC头条作为新产品，宏观层次的平台布局和微观层次的产品打磨是目前UC头条的重点。平台布局层面，成功与新浪微博、合一影业建立合作关系。产品层面，一方面为内容生产者提供数据、内容等方面的指引，另一方面不断提升用户体验。



UC头条：多方发力全面布局



产品层面，UC头条一方面为内容生产者提供数据、内容等方面的指引，另一方面不断优化栏目分类和内容载体，提升用户体验

◆ “UC云观·媒体服务平台”



面向“订阅号”、“机构媒体”；
提供舆情分析数据；
内容创作、多维分析、前瞻趋势和高阶服务。

◆ “今日”频道提升好感度



专题式资讯呈现方式；
与当日相关的日签、历史、冷知识和热点；
设计感强，风格复古容易让用户产生好感；
每次5分钟左右的内容切合用户碎片化阅读习惯。

◆ 语音播报优化内容载体



每天上午8点-11点；
由主播讲述24小时内热点新闻；
语音形式解放双手、双眼，切合上班族和中老年用户需求；
无广告内容，信息质量较高。

腾讯新闻：资讯直播初露锋芒



艾媒咨询分析师认为，作为传统媒体平台，深厚的积累是腾讯新闻的优势，稳健的发展战略布局推动其健康发展。2016年第三季度，腾讯新闻在前期“芒种计划”基础上，进一步推动促成“企鹅区域生活圈”，移动资讯地域化迈向成熟。此外，平台积累也为其迅速进入直播领域打下基础。

作为多年媒体平台所积累的内容策划、节目制作人才和经验。

腾讯互娱平台各板块协同合作

“芒种计划”在推动腾讯资讯网络体系中优质内容快速分发的同时，也推动了优质内容产出。

平台底蕴

“芒种
计划”

企鹅区域
生活圈

成功完成一系列大事件直播，平台PGC直播内容生产能力获得移动资讯用户认可。

企鹅生活圈——腾讯区域自媒体联盟的成立，将促进腾讯以地域为基础的个性化内容产出及分发，进一步提升个性化程度。在移动资讯地域化方面迈出重要一步。

今日头条：内容与商业同步并进



艾媒咨询分析师认为，10亿元补贴短视频创作者将在短期内推动短视频创作量、质上的提高；探索更为合适的商业模式对于内容创作者而言更具持续性，也更有利于平台的平稳长远发展。两者的后续影响还有待进一步观察。

布局短视频 优化内容呈现



- 2016年9月，今日头条CEO张一鸣宣布，在未来12个月，今日头条至少投入10亿元人民币补贴给头条号上的短视频创作者，同时给予每一条优质原创短视频至少10万次加权推荐。
- 短视频与直播是一起做，还是二选一，已成为资讯平台的艰难抉择。今日头条定位于用户创作、分发、讨论内容的平台，更侧重于利用其个性化分发技术将优质新闻、社交直播视频进行精准化推送，支撑长尾分发。



“京条计划” 优化商业模式

- 今日头条用户将在阅读场景中直接享受到京东提供的电商服务，而无需跳出今日头条APP。对于今日头条而言，“京条计划”将海量的消费流量和阅读流量汇聚到一起，消解了阅读场景和消费场景之间原有的隔阂。为更多生产内容的自媒体人提供以内容为入口，以及通过电商变现的可能性。

网易新闻：打造泛资讯直播平台



艾媒咨询分析师认为，网易新闻“天网计划”一方面通过“网易直播计划”在全国、全球招募媒体人，扩大咨询直播覆盖面。另一方面通过“直播PGC计划”吸引自媒体、机构账号入驻，推动PGC内容生产，推动优质直播内容的生产。优质内容生产者已成为各移动资讯平台争夺的焦点。



天网特派员
启动针对全球各地迅速响应网易直播的“全球特派员”计划。国内，通过网易新闻站点，把特派员延伸到三线城市，在世界范围内，招募全球媒体人加入网易直播。

网易号直播陆续在全国各省市落地，网易新闻为网易号匹配了直播功能，未来由各区域媒体、自媒体、企事业单位及个人组成的网易号阵容也将成为直播PGC的重要组成部分。

TOP100计划

“TOP100伙伴计划”将精选流量最高、社会影响力最大的100家直播PGC生产者，共同构建全新的优质直播内容生态。网易新闻将严控入口，对100家直播PGC生产者奉行高扶持、高回报政策，实现网易新闻和合作伙伴从内容到商业化的共赢。

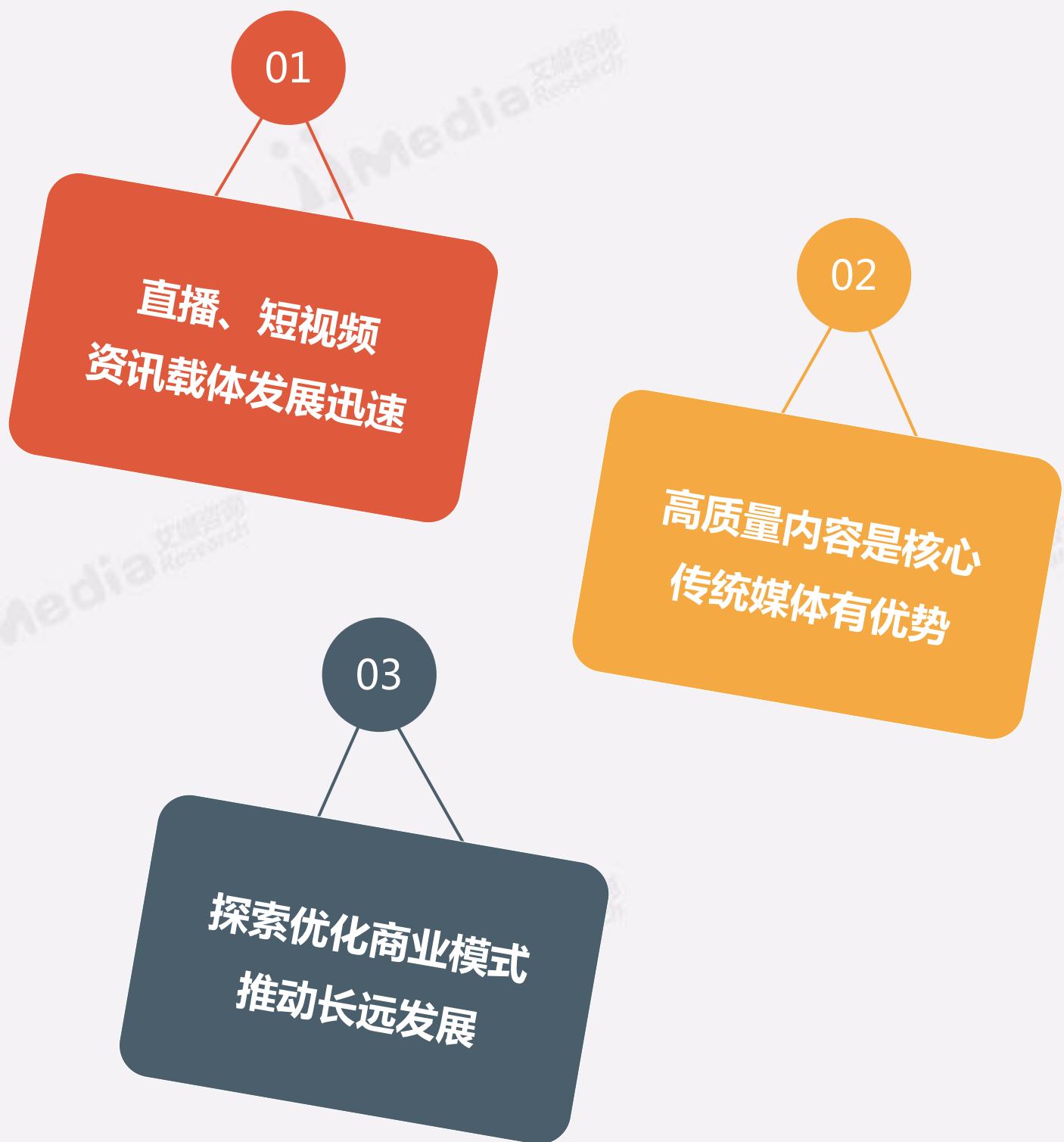


PART FOUR

2016年中国移动资讯行业 发展趋势预测

2016年中国移动资讯行业发展趋势预测

艾媒咨询分析师认为，直播和短视频仍然是各移动资讯平台未来一段段时间内发力的重点。大量直播、短视频UGC内容涌入的同时，推动优质内容生产成为确保平台长期发展的核心。关注优质内容生产的同时，优化内容推送方式，探索变现方式的重要性将逐渐凸显。



直播、短视频资讯载体迅速发展

直播和短视频作为新的创业、投资风口，也给予快速发展的移动资讯行业新启示。两者作为新的新闻资讯内容载体，在资讯行业中得到快速应用。

资讯
直播

今日头条：APP内嵌火山直播，为传统媒体提供直播解决方案，直播进入主信息流；
网易新闻、腾讯新闻等均将“直播”设置为一级入口。
网易新闻：快播涉黄案宣判、美国大选；
搜狐新闻：2016杭州G20峰会；
UC头条：奥运宝贝嗨；
腾讯新闻：里约奥运、“天宫二号”发射；
今日头条：papi酱广告拍卖、抗战胜利70周年国庆阅兵。

短视频
资讯

新浪新闻、腾讯新闻、网易新闻：“视频”栏目；
今日头条、UC头条、1点资讯：一级“视频”入口。
UC头条：与优酷围绕多个IP展开合作，如《微微一笑很倾城》，提供精准流量计用户覆盖，以资讯方式落地剧集宣传。
今日头条：短视频内容创作、分发是其现阶段发力重点。

艾媒咨询分析师认为，不同移动资讯平台出于战略、资本等方面考虑，在两者重视程度有所侧重，但直播和短视频无疑是接下来各平台战略布局的重点，并长期影响不同平台内容丰富程度和内容质量。

高质量内容是核心 传统媒体有优势

资讯直播、资讯短视频的兴起也带来内容质量良莠不齐的问题，推动UGC内容走向高质量，以及PGC内容的生产，成为影响平台长远发展的重点。

01

优质内容生产布局

网易：“天网计划” - “网易号”、“TOP100计划”；

今日头条：10亿元补贴短视频创作者、“前人万元计划”；

1点资讯：为自媒体用户开通收益功能；

腾讯新闻：“芒种计划”。

02

传统媒体优势点

传统媒体在PGC方面具有长期的人才和经验积累；

尤其大事件直播方面，具有相对更完善的技术和更强的深度挖掘能力；

直播相对而言减少传统电视台审核、人员编制掣肘。

艾媒咨询分析师认为，2016年以来移动资讯市场人口红利逐渐消失，移动资讯行业从增量走向存量阶段，各平台之间的比拼逐渐内化为高质量内容打造、内容精准分发。传统媒体人才、经验方面的优势初步凸显，PGC内容生产质量高，在此基础扩大、提升UGC内容数量和质量无疑将有利于传统媒体进一步扩大优势。

探索优化商业模式 推动长远发展

移动资讯市场以内容为核心，优化内容载体，优化资讯分发方式的形式基本形成，在已有的广告盈利模式基础上，探索新的商业模式，期望达到平台、用户及商业合作伙伴的多赢，将决定移动资讯平台未来发展。

1

广告个性化

根据用户特征、环境特征、文章特征等数据，进行组合推荐，逐步推进广告的个性化推荐。

2

广告信息化

广告信息化是未来发展趋势，广告作为有价值的商业信息得到推广，视频广告的地位将逐步提升。

3

内容电商+流量入口

以“京条计划”为代表，将阅读流量与电商流量结合，移动资讯平台与商家可开展基于兴趣阅读的电商合作，通过导购、分佣等模式帮助内容创作者实现内容变现。

艾媒咨询分析师认为，大量活跃用户带来的阅读流量；创作者源源不断生产内容，个性化推荐技术的逐步优化是移动资讯平台商业化的基础。未来商业模式依然围绕这两部分展开，在流量+电商模式基础上，内容变现也成为可能，大量活跃用户也为移动资讯平台推进社群电商打下基础。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、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。



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

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。

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

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。



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!



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