

未来媒体与广告营销发展趋势

“内容付费” 时代到来

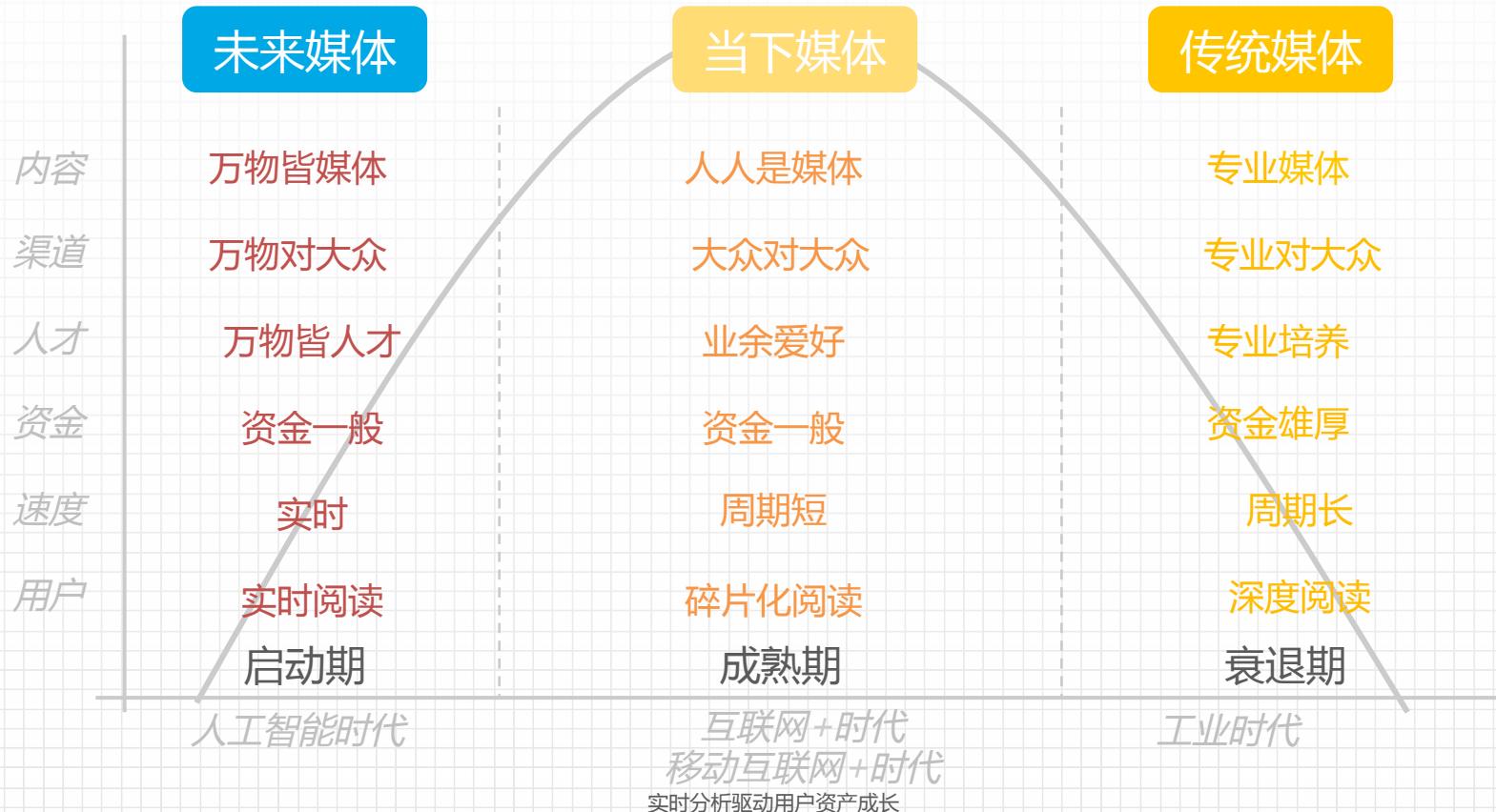
Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



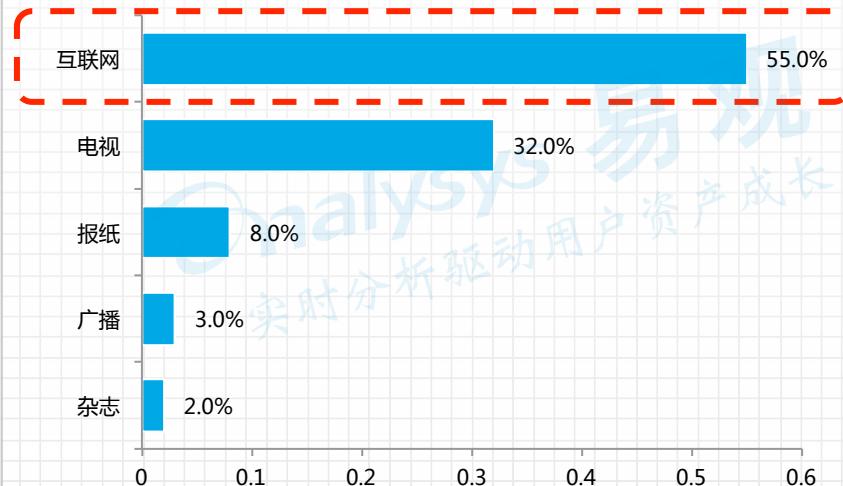
我们将进入“万物皆媒体”的时代，无关形式，我们要的是内容！



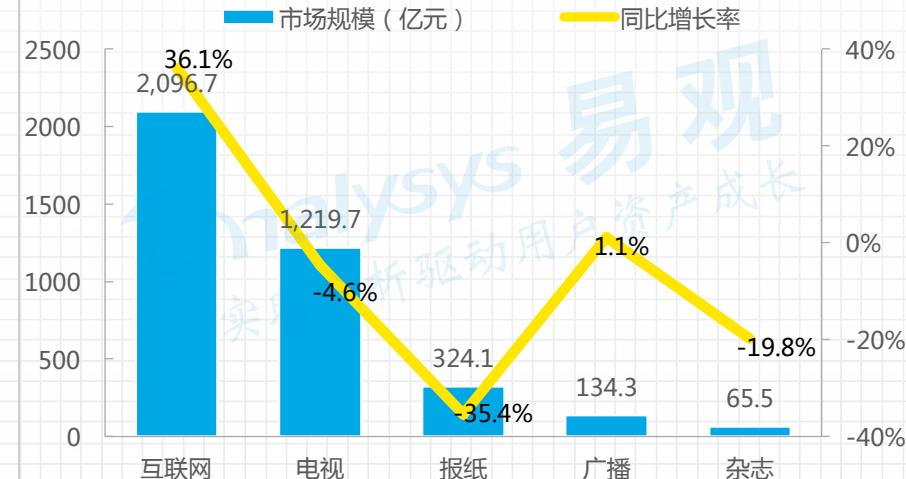
2015年中国广告市场互联网占比达55%

数据显示，2015年中国广告市场各渠道中，互联网广告占比超过一半达到55%，而传统媒体广告包括电视、报纸、广播和杂志占比总和为45%，可以看到，在互联网媒体的冲击下，传统媒体正在坠落。另外，从2015年各渠道市场增速来看，互联网广告市场规模增速高达36.1%，而传统媒体中，报纸市场规模增速为-35.4%，杂志为-19.8%，电视为-4.6%。

2015年中国广告市场各渠道细分市场占比



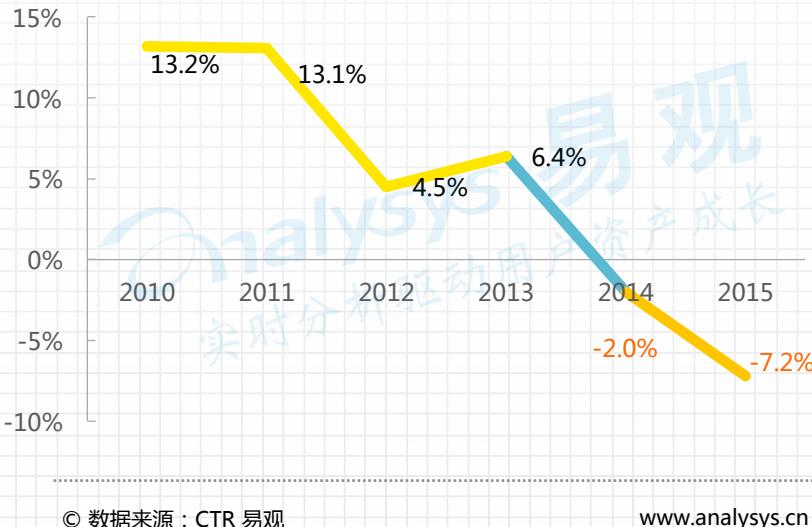
2015年中国广告市场各渠道细分市场规模及同比增长率



2015年中国传统媒体广告收入增速为-7.2%

数据显示，2014中国传统媒体广告收入增速为-2.0%，更在2015年达到-7.2%。2014年被称为“媒体融合元年”，上线“两微一端”成为传统媒体发展融合路径。截至2014年底，全国省级电视台中有34家设立微信公众号，162家报纸设立微信公众号，128家党报独立推出APP产品。同时可以看到，政务媒体纷纷开通微博和微信公众号。

2010-2015年中国传统媒体广告收入增速



截至2014年底传统媒体设立微信公众号与APP产品数据统计



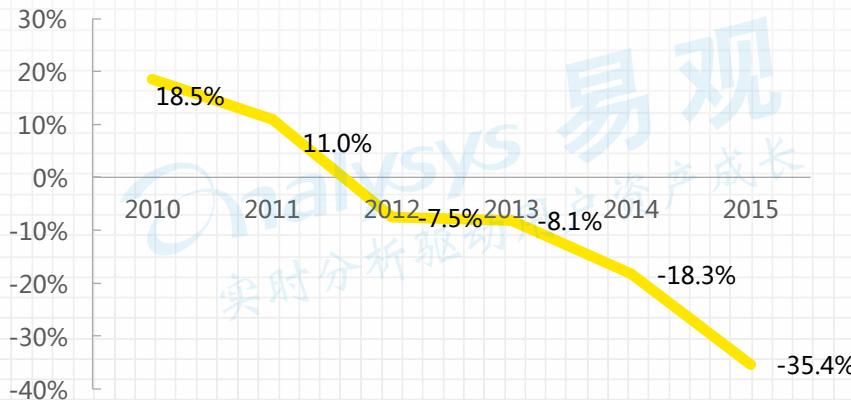
截至2014年底政务媒体开通微博与微信公众号数据统计



2015H2中国报纸整体销量环比下滑27.3%

数据显示，2012年中国报纸广告市场增速已为负值（-7.5%），到2015年增速为-35.4%。中国报纸要么“死”，要么转型线上运营。在销量方面也是急速下滑，2015H2中国报纸整体平均销量为1527.1份/摊，环比下滑27.3%。

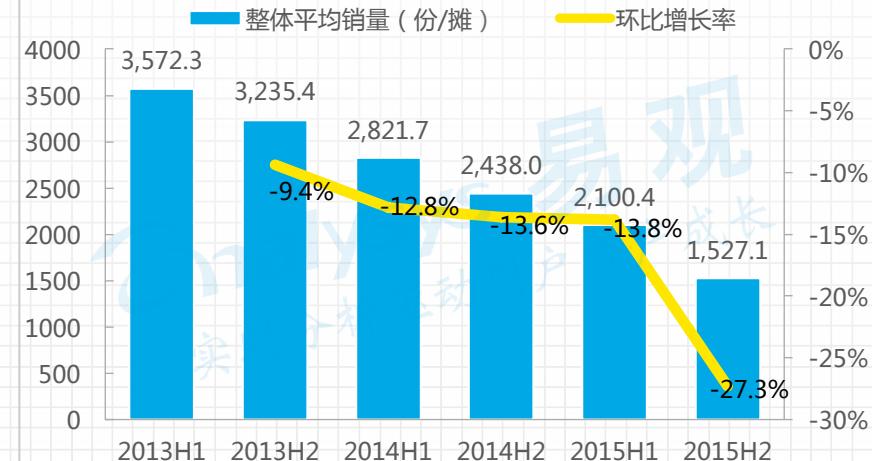
2010-2015年中国报纸广告市场增速



© 数据来源：社科院 CTR 易观

www.analysys.cn

2013H1-2015H2年中国报纸整体平均销量及环比增长率



© 数据来源：社科院 易观

www.analysys.cn

2014年中国杂志发行总印数同比下滑5.4%

数据显示，2013年中国杂志广告市场增速已为负值（-6.6%），到2015年增速为-19.8%。杂志与报纸一样，寻求线上运营转型。销量方面也在下滑，2014年中国杂志发行总印数为30.9亿册，同比下滑5.4%。

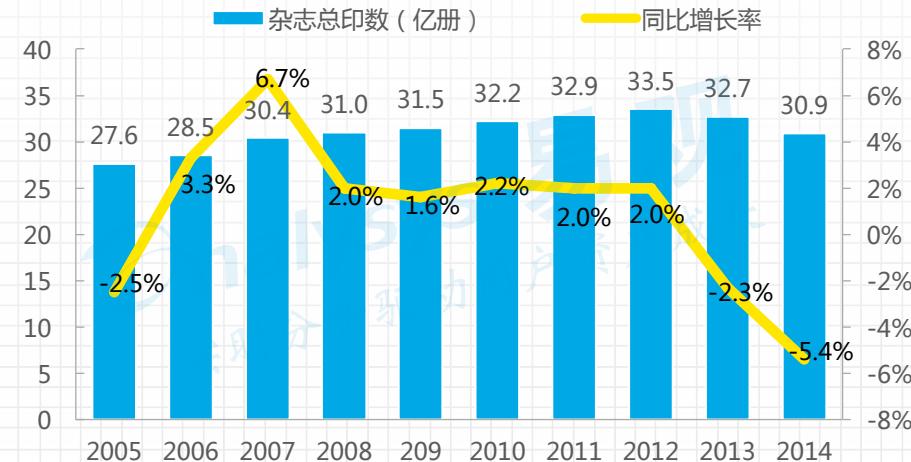
2010-2015年中国杂志广告市场增速



© 数据来源：CTR 易观

www.analysys.cn

2005-2014年中国杂志发行总印数及同比增长率



© 数据来源：wind 国际统计局 易观

www.analysys.cn

2014年和2015年报纸和杂志大量宣布“死亡”

在已经宣布休/停刊的报纸和杂志中，绝大部分的原因要么是亏损关闭，要么是转型线上运营。可以看到，2014年和2015年大量的报纸和杂志宣布“死亡”。

休/停刊报纸名称	休/停刊时间	原因
生活新报	2015年7月1日	经营不善
杂文报	2014年12月5日	转型《杂文月刊》
计算机世界	2014年6月	转型线上运营
上海商报	2015年10月1日	
新闻晚报	2014年1月1日	
天天新报	2014年5月1日	
房地产时报	2014年8月1日	
中国包装报	2014年5月21日	连年亏损
今日早报	2015年12月31日	停刊
都市周报	2016年1月1日	转型线上运营
长株潭报（原为湖南经济报）	2015年9月21日	划转至湖南日报报业集团
九江晨报	2016年1月1日	转型微博微信
竞报	2014年4月25日	
前进报		
战友报		
人民军队		
前卫报		
人民前线		
战士报		
战旗报	2016年1月15日	历史使命完成

来源：易观2016

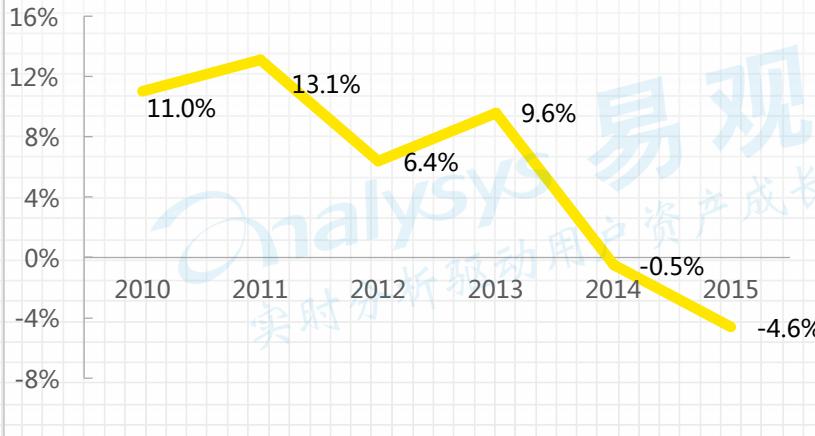
休/停刊杂志名称	休/停刊时间	原因
壹读	2014年12月1日	转型需要
钱经	2014年1月1日	
oggi今日风采	2014年10月1日	
风尚周报	2014年1月25日	
他生活	2013年7月12日	
外滩画报	2016年	转型线上运营
瑞丽时尚先锋	2016年1月1日	
ilock	2016年	
时尚新娘	2016年2月1日	
上海壹周	2015年11月1日	
都市主妇	2015年1月	
数字通讯	2014年7月1日	亏损
读者原创版	2015年1月1日	合同原因
动感驾驭	2014年6月1日	
电脑乐园游戏攻略	2014年12月1日	转入APP
程序员	2015年1月1日	
科技新时代	2014年10月	
新科幻	2015年1月1日	经营不善
教育与出版	2015年1月	教育与出版
yes !	2014年8月1日	推出电子版

来源：易观2016

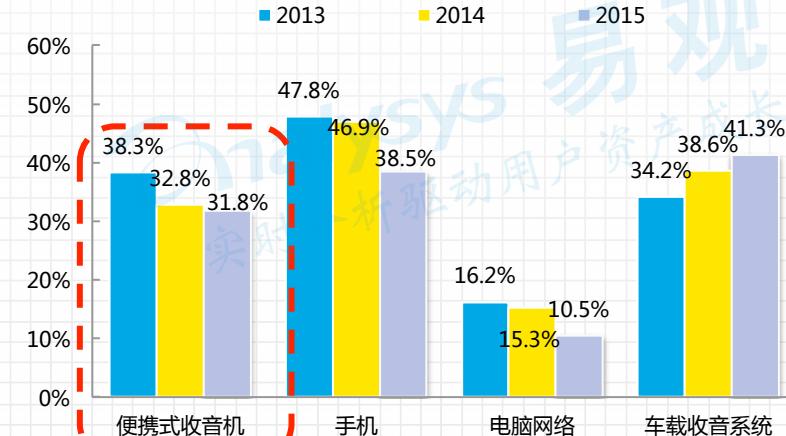
电视广告大幅下滑；仅剩1/3听众使用便携式收音机

数据显示，2014年中国电视广告刊例花费增速为负值（-0.5%），2015年增速达到-4.6%。2014年央视广告收入被百度超过是一个标志，电视广告收入将逐步被互联网广告分割。另外，2015年在广播听众使用收听工具偏好中，便携式收音机只剩31.8%，越来越多的听众使用车载收音系统。

2010-2015年中国电视广告刊例花费增速



2013-2015年中国广播听众使用收听工具偏好



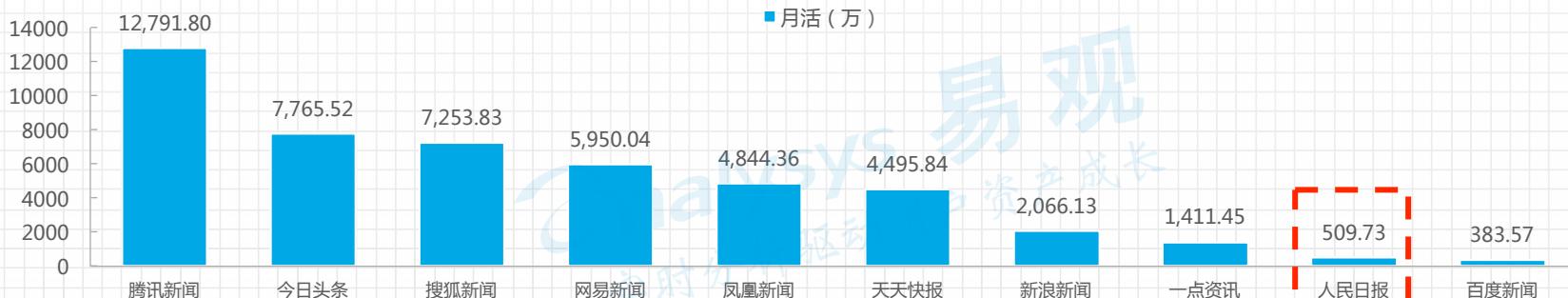
© 数据来源：CTR 易观

www.analysys.cn

“内容致胜、渠道融合”是传统媒体的突围策略



2016年6月新闻资讯类APP排行TOP10



“内容致胜、渠道融合”是传统媒体的突围策略

芒果TV

内容定位

独播策略
自制内容
开放平台

热门综艺：《我是歌手》、《我们来了》等

网综IP：《完美假期》、《超级女声》等

网剧IP：《半妖倾城》、《十年一品温如言》等

1-2亿元内容孵化基金，与200家公司合作

手机
高性价比手机
优质内容资源
免流量体验

电视
互联网&盒子的
OS系统MUI

目标受众

2016年6月综合视频类APP排行TOP10

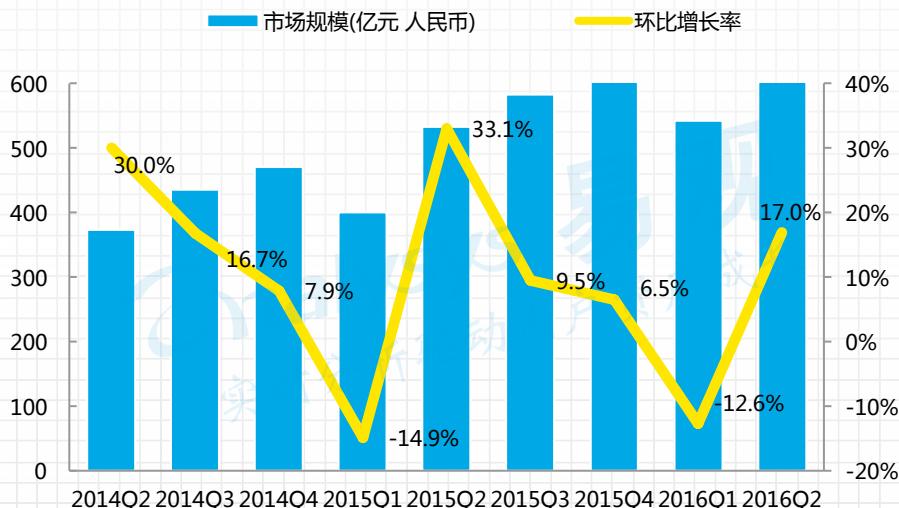
■ 月活 (万)



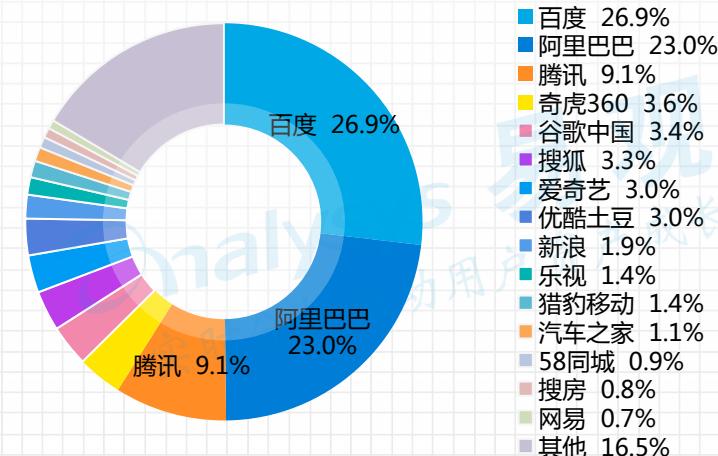
BAT占据中国互联网广告市场近60%份额

数据显示，2016H1中国互联网广告市场规模达1177亿元，其中Q2市场规模为634.6亿元，环比增长率为17%。2016Q2中国互联网市场收入份额中，BAT占据前三名，百度占据26.9%，阿里巴巴占据23%，腾讯占据9.1%。

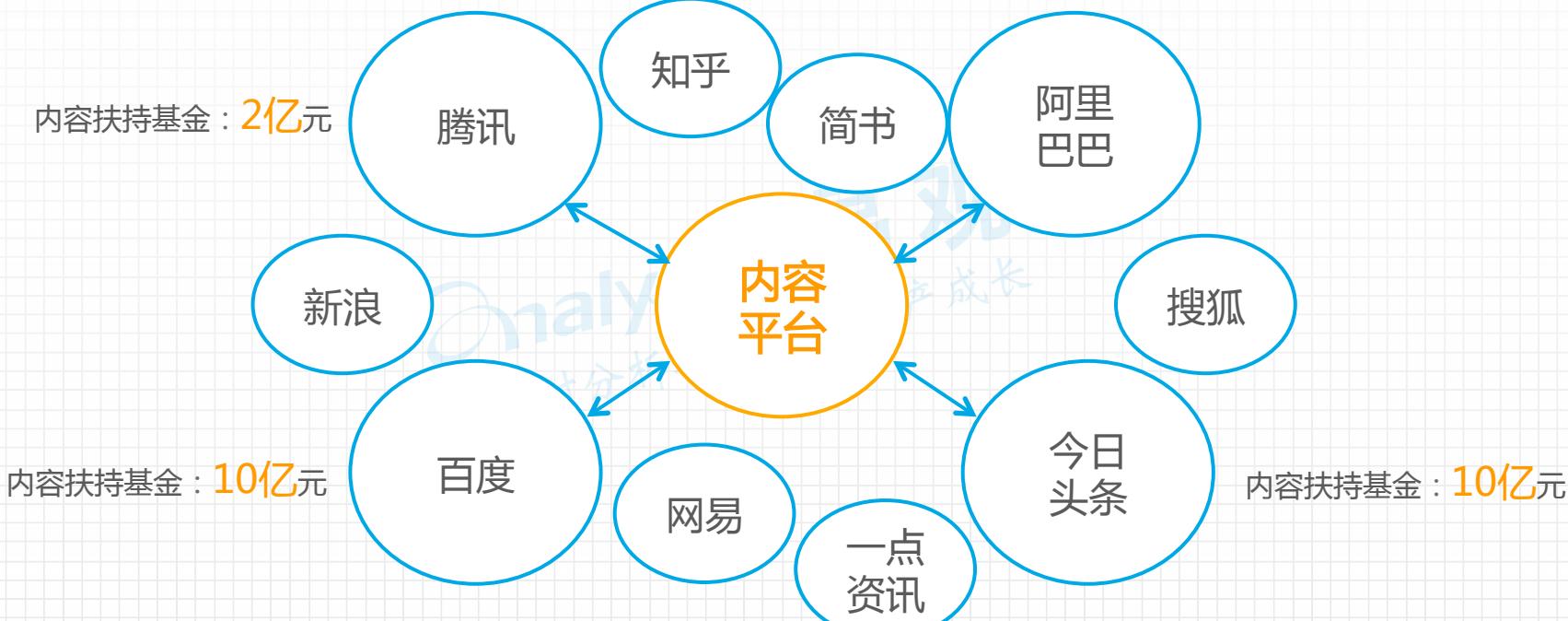
2014Q2-2016Q2中国互联网广告运营商市场规模



2016Q2中国互联网广告运营商市场收入份额



BAT之外各大互联网公司纷纷“占位”内容平台



资讯

腾讯网
腾讯新闻
财新传媒

搜索

QQ浏览器
腾讯云搜
搜狗
搜搜

音乐

QQ音乐
被窝音乐
喜马拉雅

VR/AR

Tencent VR、DK、CV
Tencent VR SDK及开
发者支持计划
赞那度、Altspace VR

AI

ScaledInference
碳云智能
Skymind
腾讯AI实验室
腾信优图

无人机

空影YING

视频

企鹅影业、腾讯影业
微影时代、腾讯视频
华谊兄弟、引力影视
柠萌影业、爱拍原创
耀客传媒、新丽传媒
中国网络电视台

阅读

阅文集团
QQ阅读
创世中文网
起点中文网
云起书院

智能家居

路宝盒子、车联APP
滴滴快的、四维图新
Future Mobility
蔚来汽车
与富士康、和谐汽车
合作的和谐富腾

大数据

腾讯文智、Diffbot
腾讯大数据

机器人

Dreamwriter
微宝、小微

智能驾驶

优必选科技
欢网科技
T60超级电视
OTT电视盒子
MiniStation
TOS系统
全民WiFi
微信硬件平台
QQ物联

报纸/杂志

浙报传媒
南华早报
天下网商
商业评论

资讯

今日头条、无界新闻
虎嗅、36氪
新片场、一淘网
21世纪传媒、封面传媒
猎云网、第一财经、体育疯

搜索

神马搜索
淘淘搜
UC

VR/AR

Magic Leap
VR实验室
优土推出VR版

AI

阿里绿网

无人机

优土与大疆合作

视频

优酷土豆、阿里影业（文化中国）
华谊兄弟、光线传媒、博纳影业
V电影、芭乐、向上影业、AcFun

音乐

虾米网
天天动听
阿里音乐

智能家居

天猫魔盒、智能电视、YunOS系统
极有家、阿里智能（物联平台）
微鲸科技、华数传媒

大数据

数加

阅读

阿里文学
淘宝阅读
书旗小说
UC书城

智能驾驶

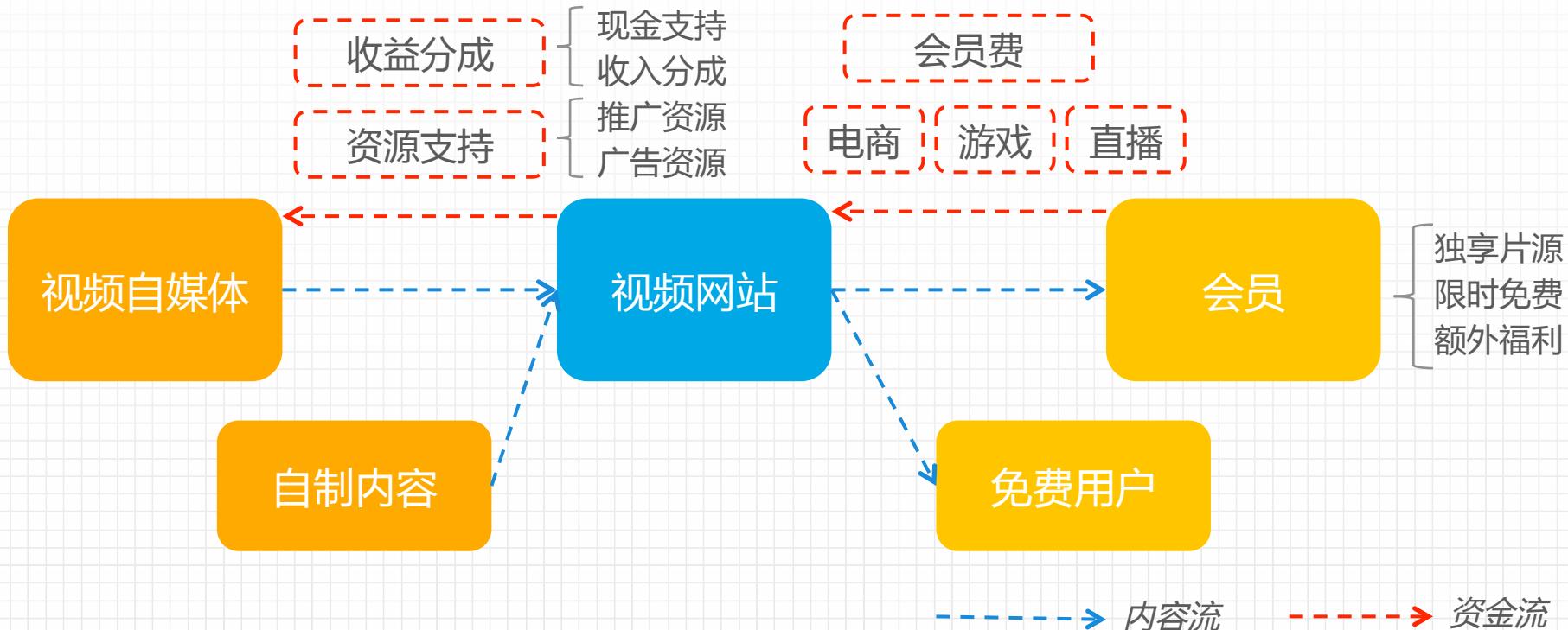
高德、滴滴快的
汽车生活、车来了
接我云班车、Lyft
与上汽合资互联网
汽车

机器人

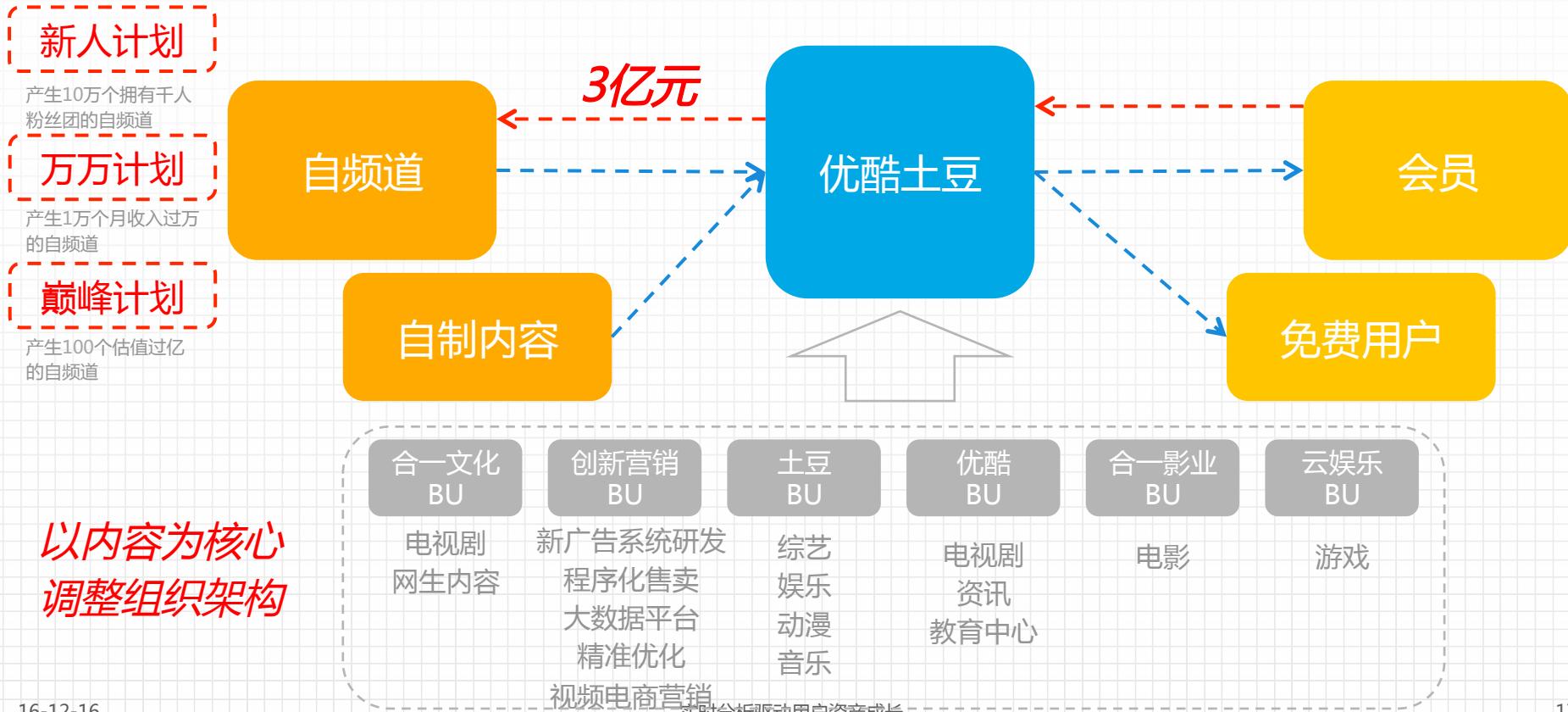
SBRH
阿里小蜜
智能机器人客服
ET机器人



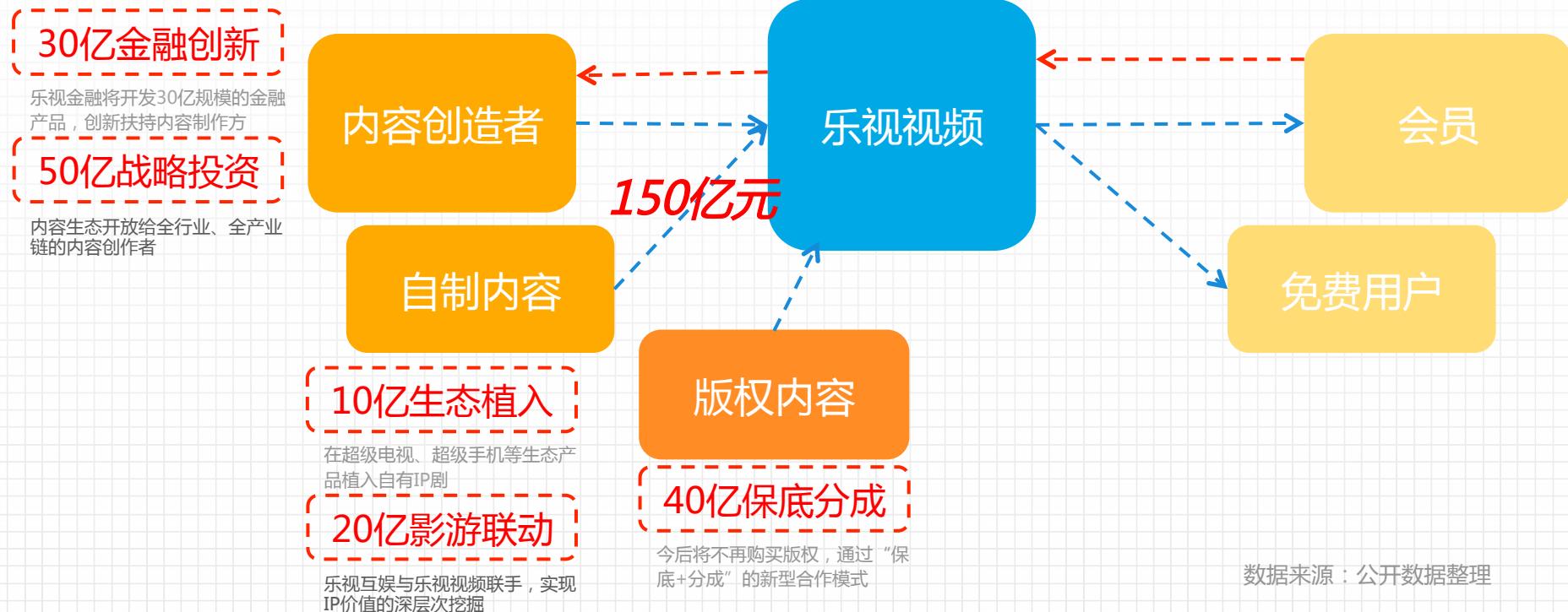
视频网站从内容免费进化到内容收费，并实现多样化盈利



优酷土豆以内容为核心调整组织架构并发布自频道战略发力内容



乐视视频投入150亿重点发力内容端，将不再购买版权

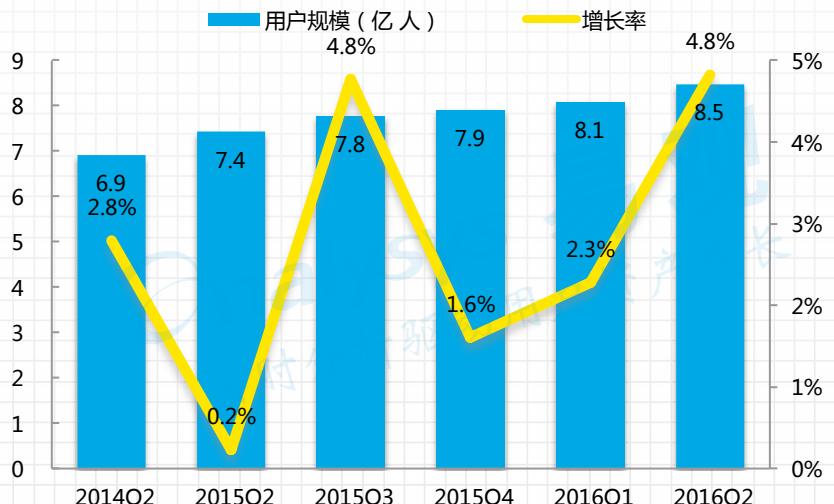


数据来源：公开数据整理

2016Q2中国移动互联网用户规模达到8.5亿；市场规模达12943.5亿元

数据显示，2016Q2中国移动互联网市场用户规模为8.5亿，环比增长4.8%。2016Q2中国移动互联网市场规模为12943.5亿元，环比增长19.8%。

2015Q2-2016Q2中国移动互联网市场用户规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015Q2-2016Q2中国移动互联网市场规模

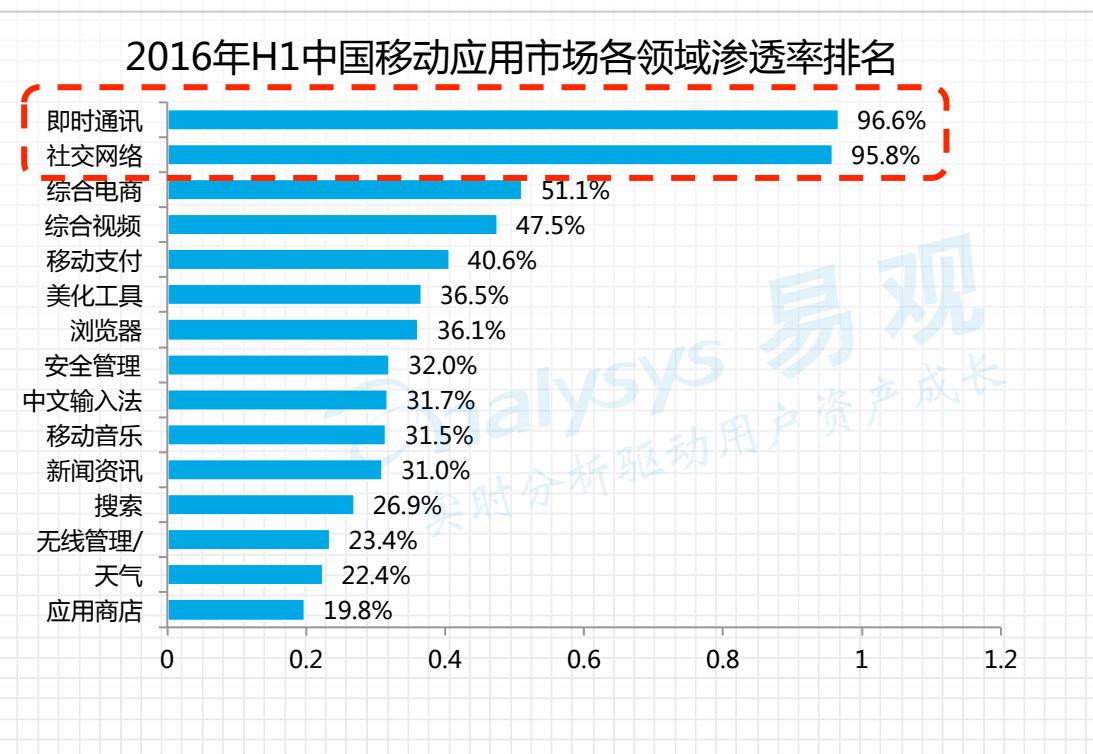


说明：历史数据经验证后进行矫正。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

即时通讯和社交网络渗透率超过95%

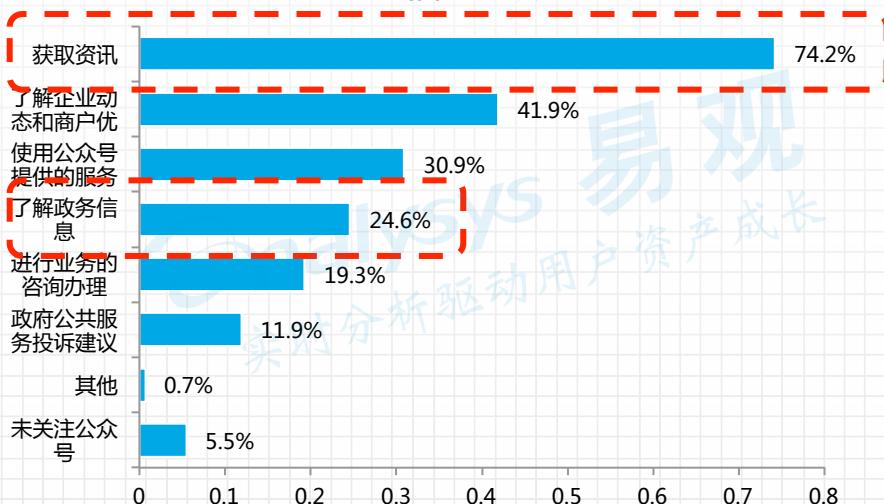


移动端新媒体包含即时通讯、社交网络、新闻资讯、综合视频、移动电台、娱乐直播、移动游戏、移动阅读、移动音乐。可以看到，即时通讯渗透率高达96.6%，社交网络渗透率高达95.8%，其他如综合视频、移动音乐和新闻资讯渗透率也较高。

用户关注微信和微博的主要目的是获取资讯

数据显示，在用户关注微信公众号的主要目的中，获取资讯这一目的占比最高，高达74.2%。另外，还有24.6%关注微信公众号是为了了解政务信息。而用户在新浪微博里主要关注的账号/内容是名人明星（63.1%）、生活兴趣（58.2%）和新闻媒体（54.9%）。名人明星除了关注他们本身的生活状态和兴趣外，主要还是热点新闻事件。

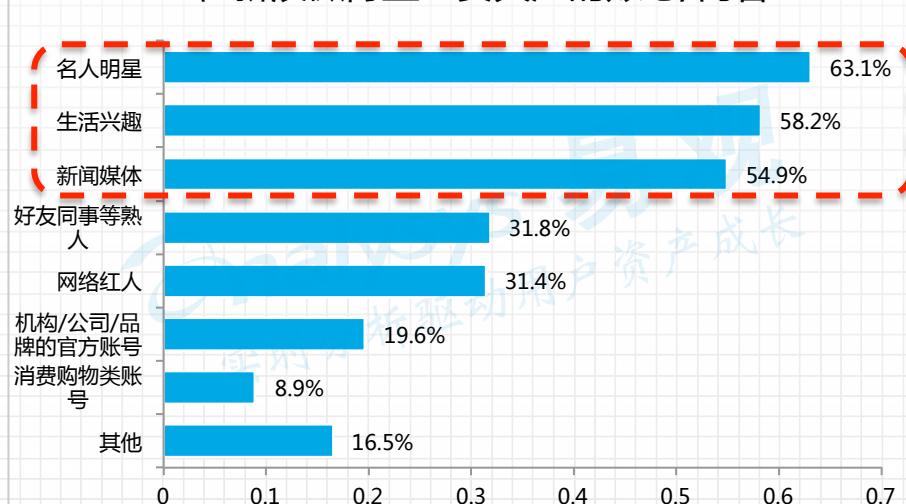
用户关注微信公众账号的主要目的



© 数据来源：公开数据 易观

www.analysys.cn

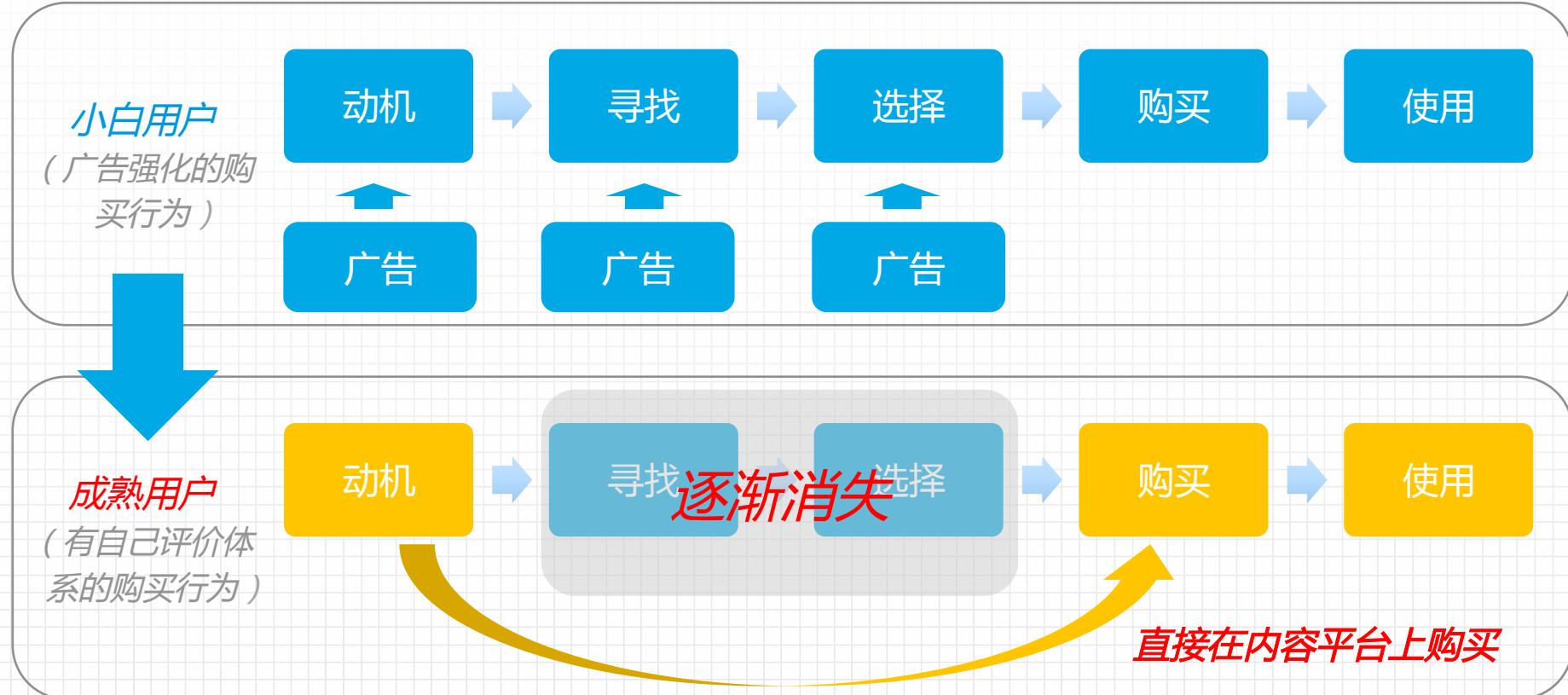
在新浪微博里主要关注的账号/内容



© 数据来源：公开数据 易观

www.analysys.cn

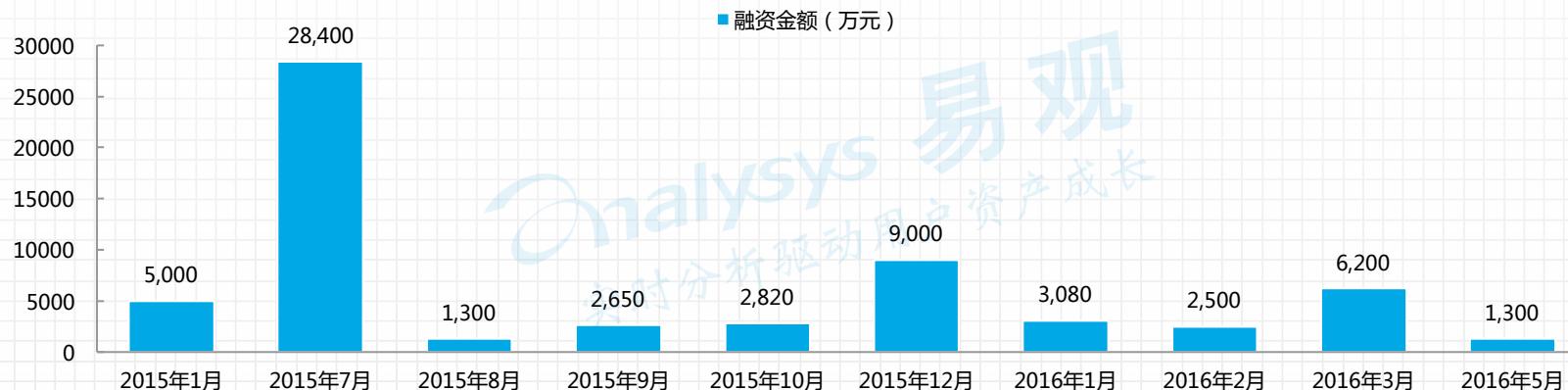
数字消费者从小白用户成长为成熟用户，” 听从 “KOL和网红，内容本身将变成营销



微信自媒体融资热潮不减，内容创业者迎来春天

可以看到，微信自媒体融资热潮不断，除了已公布明确融资金额的还有未公开融资金额的如罗辑思维和大象公会等。另外还有不少对外公布百万级或千万级的融资金额也不在少数。从2015年开始，自媒体成为融资热点，内容创业者迎来春天。

2015年1月-2016年5月微信自媒体融资数据统计

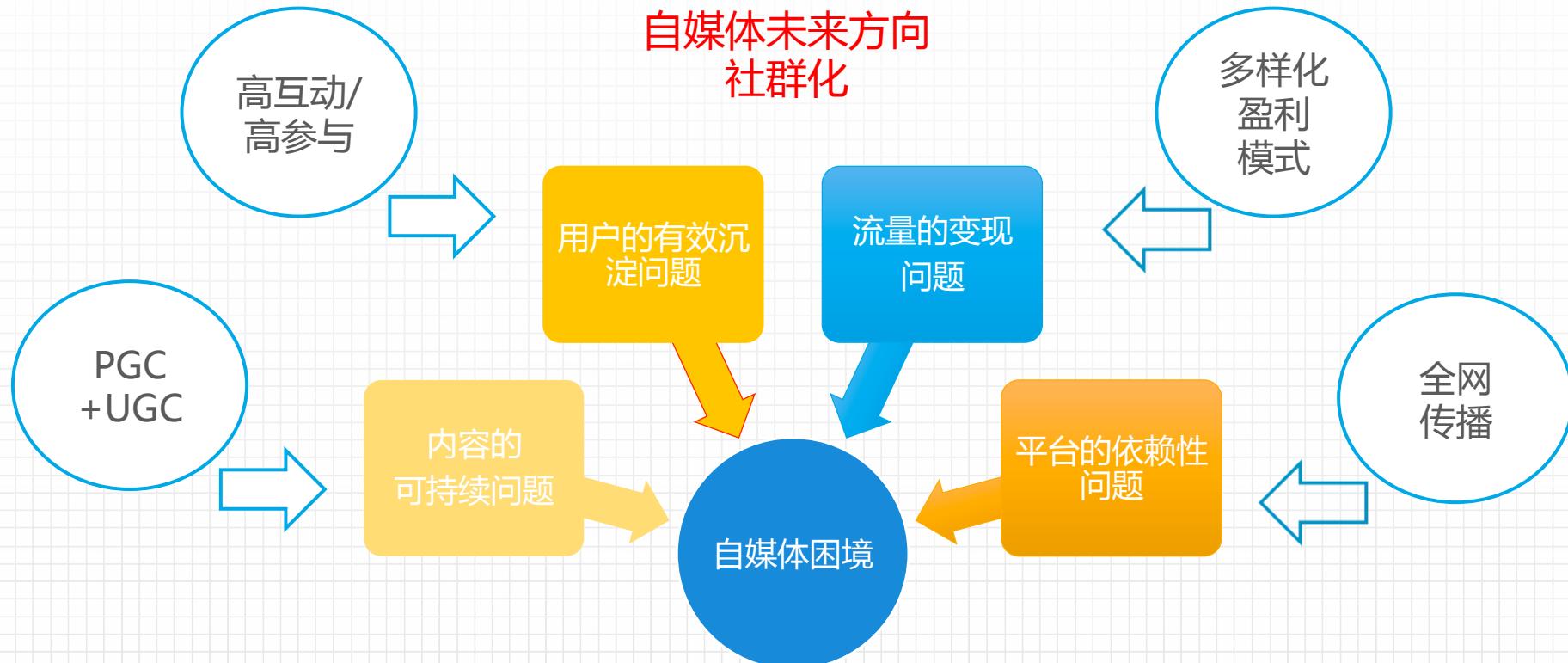


说明：该数据只统计了公布明确金额的融资，且美元兑人民币按照1：6.6汇率核算

© 数据来源：公开数据整理 易观

www.analysys.cn

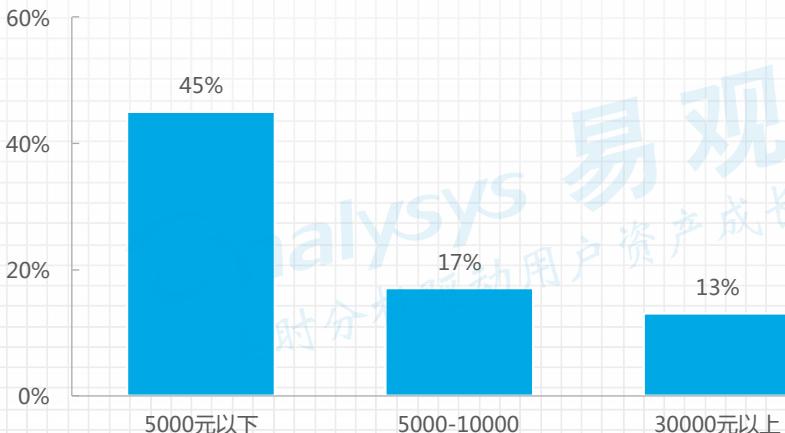
自媒体发展面临4大困境，未来方向是社群化



网红经济的火爆并非人人都能分得一杯羹

数据显示，只有在主流直播平台TOP1000主播中，只有13%的主播月收入能超过3万，大量的火红主播收入实际上非常低，45%的主播月收入在5000元以下。网红主播也形成了“赢家通吃”的局面，马太效应显现，排名前1%的主播收入占平台上所有主播收入的80%，排名前5%的主播收入占平台上所有主播收入的93%。

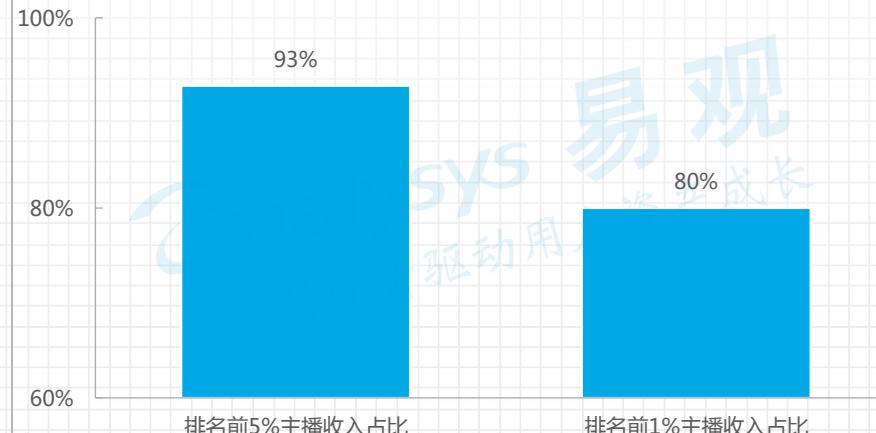
主流直播平台各自TOP1000主播月收入统计



© 数据来源：《中国网络主播生态调查报告》易观

www.analysys.cn

网红主播“赢家通吃”生态



© 数据来源：《中国网络主播生态调查报告》易观

www.analysys.cn

广告主从“为流量付费”变成“为内容付费”，实现精准投放

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



需求方平台



广告交易平台



供应方平台



数据提供方



数据管理平台



广告监测



程序化创意



广告验证



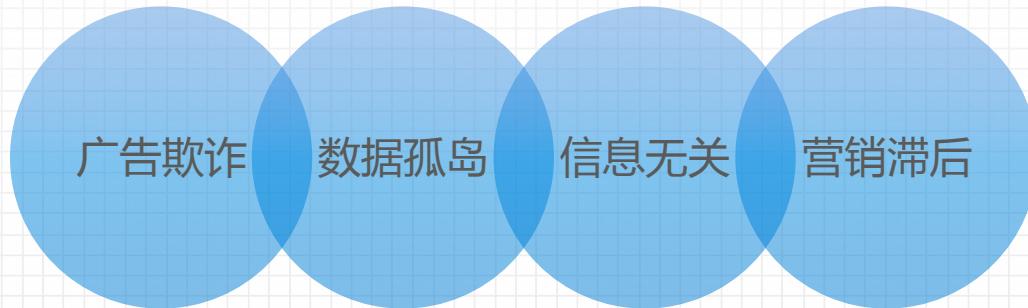
内容平台倒逼产业链上游回归“用户核心”本质



内容平台
 (根据用户细分
 做精准投放)



目前程序化购买广告存在的问题

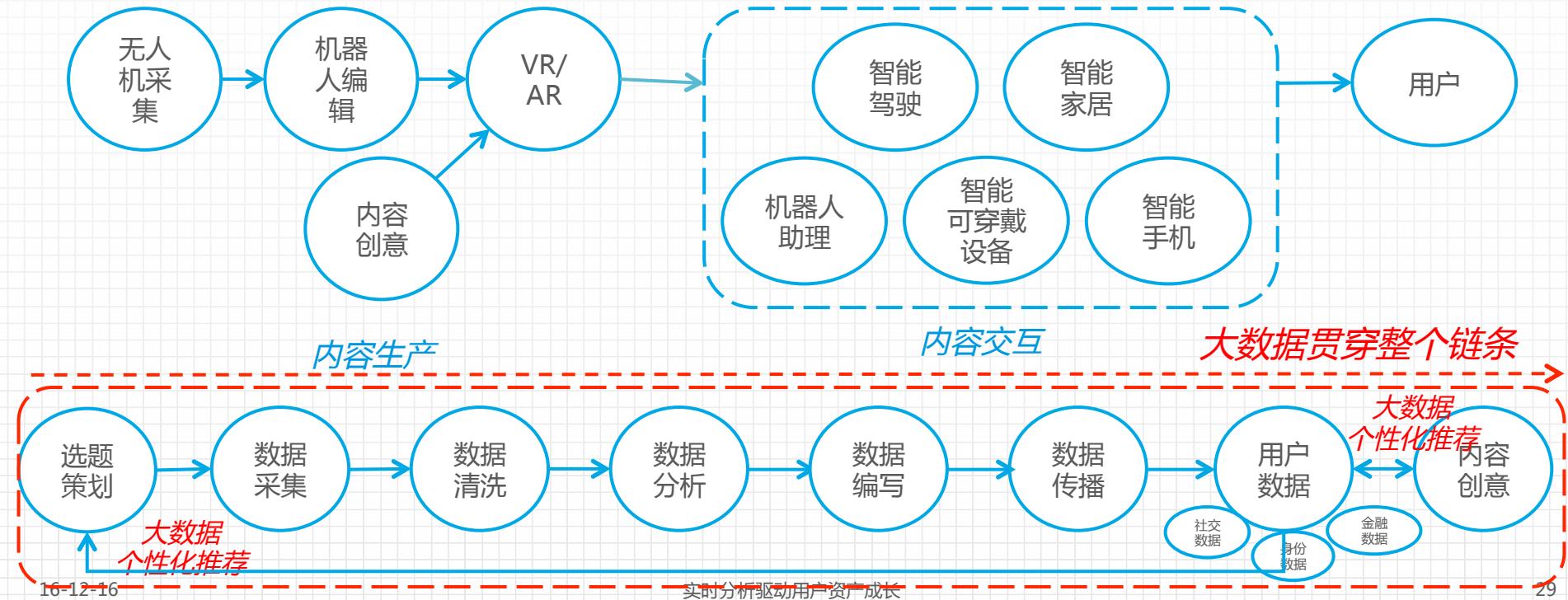


实现精准投放的程序化营销

- 程序化营销从内容出发，贴合用户，有效防止广告流量欺诈；
- 程序化营销打破数据孤岛，精准有效识别每一个用户；
- 程序化营销从用户每个场景需求出发，做到提前精准预测用户相关需求。

人工智能时代到来，从内容生产到内容交互都发生变革

随着人工智能时代的到来，万物都会成为屏幕。内容的生产会发生极大的颠覆，新闻会从无人机采集开始、到机器人编辑，通过VR/AR技术，在所有的屏幕上产生交互，包括智能驾驶、智能家居、机器人助力、智能可穿戴设备和智能手机一切终端设备。而大数据会贯穿整个链条，如无人机根据大数据预测进行采集，机器人根据大数据分析进行编辑，在所有的终端设备上通过大数据分析推送给用户。同样的，内容创造者也是通过大数据分析创造内容，通过相应的智能终端设备推送给用户。



无人机从采集、演播到互动均有渗透，未来将全面覆盖



无人机采集

突发新闻
灾难
战区
重大事故
抗议
山火
...



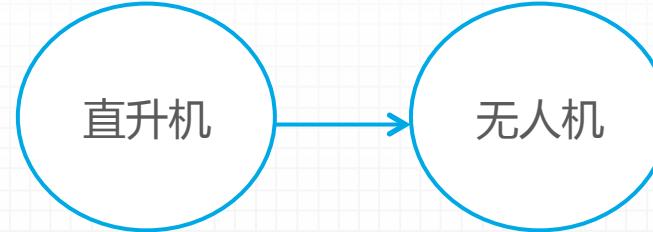
虚拟演播

高清
稳定
视野大
上帝视角
...



实时互动

用户实时需求
内容实时匹配
内容实时变更
...



直升机

租赁费用
飞行员费用
燃油费
维修费等

售价约1000美元左右

无人机采集的成本大幅降低



2015年1月，
CNN与FAA签署无人机协议

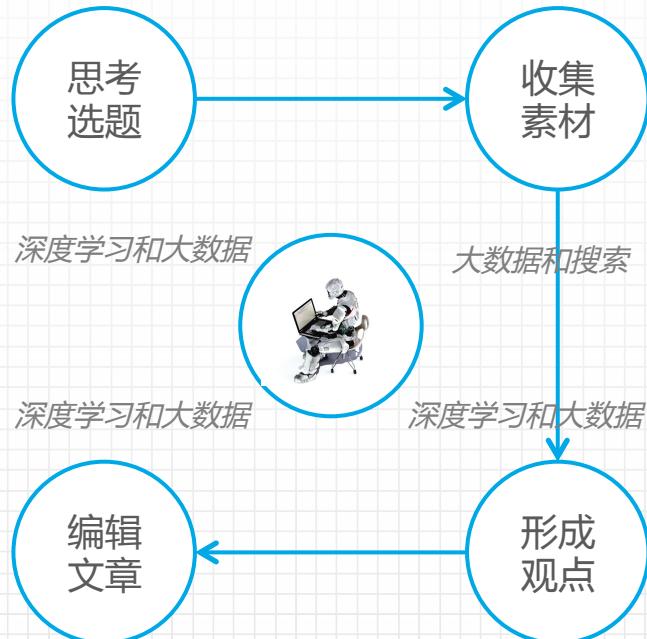
包括华盛顿邮报
在内的十家传媒
机构也将测试无
人机采集新闻的
可行性

2015年6月，
新华网开设无
人机频道

《奔跑吧，兄弟》、
《爸爸去哪儿》等综艺
节目航拍

机器人新闻的不断演化推进，新闻写作机器人独立完成新闻采写

1622年，托马斯·根斯夫特成为新闻史上第一位“编辑”。	2012年，《华盛顿邮报》利用机器人“吐真者”(truth teller)核实新闻准确性。	2014年3月17日，《洛杉矶时报》最快发布机器人写作的突发新闻报道洛杉矶地震。	2014年4月，《卫报》每期发布由机器人写成的新闻进行纸媒体测试计划。	2014年7月，美联社全面利用新闻机器人写作公司财报等新闻。	2015年9月，腾讯财经发布国内第一篇由机器人自动写成的新闻。	2016年8月，美联社使用11台机器人遥控相机拍摄里约奥运会。
			《纽约时报》机器人“花开”辅助人工编辑。			



游戏



VR游戏

- 沉浸体验
- 场景化
- 动作冒险类游戏
- 行为模拟类游戏
- 角色扮演类
- 迷你歌剧

赛事演出直播



VR全景直播

- 数字互动环境成像
- 360度全景无死角
- 立体声环绕
- 2015年，NextVR直播金州勇士队对新奥尔良鹈鹕队的比赛
- 2016年，腾讯视频VR直播BIGNANG演唱会

影视电影



VR电影

- 360度全景拍摄，一镜到底
- 3D实时声场技术
- 计算机图形技术
- 人机接口技术
- VR设备的显示、算法、交互技术
- 科幻、灾难片
- 悬疑片
- 惊悚片
- 巨鳄片

出版



VR图书

- 立体生动
- 实时互动
- 工程建筑
- 生物医疗
- 冒险

2016年物联网市场规模将达到近万亿，万物皆屏

易观数据显示，2016年中国智能家居市场规模超过千亿达到1121.9亿元，增长率为33.6%。2016年中国物联网市场规模将达到9689亿元，接近万亿市场规模。物联网即是人与人、人与物、物与物都实现互联互通，一切物体都可以发送和接收信息。物联网的到来使得万物皆屏实现。

2016-2018年中国智能家居市场规模预测

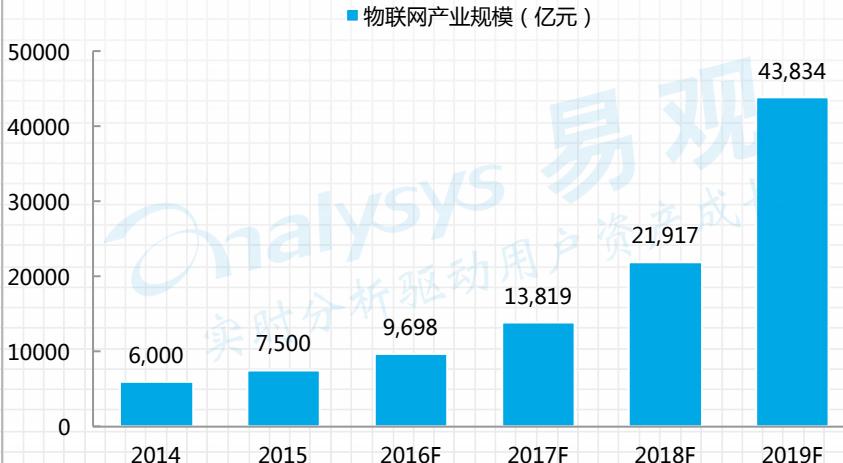


说明：易观结合行业资料、企业访谈及易观估算模型为预测值

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2014-2020年中国物联网市场规模预测



© 数据来源：工信部 易观

www.analysys.cn

万物皆屏

智能驾驶、可穿戴设备、智能家居、个人助理机器人、机器人、物联网，无终端限制，并各终端之间可实现无缝交互。

体验变革

虚拟现实、增强现实等沉浸体验、场景变革



实时交互

实时推送、实时反馈、实时交互、实时讨论

私人订制

个性化信息、社群化组织

实时分析驱动用户资产成长



- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅