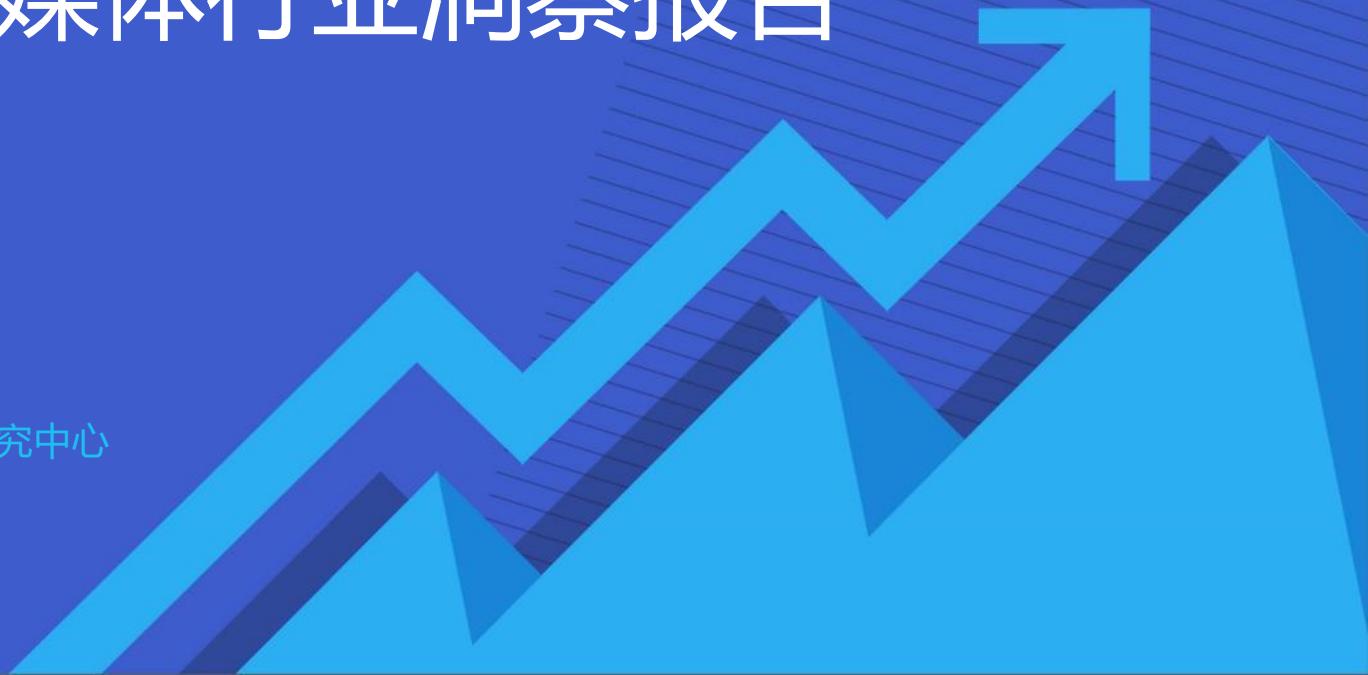




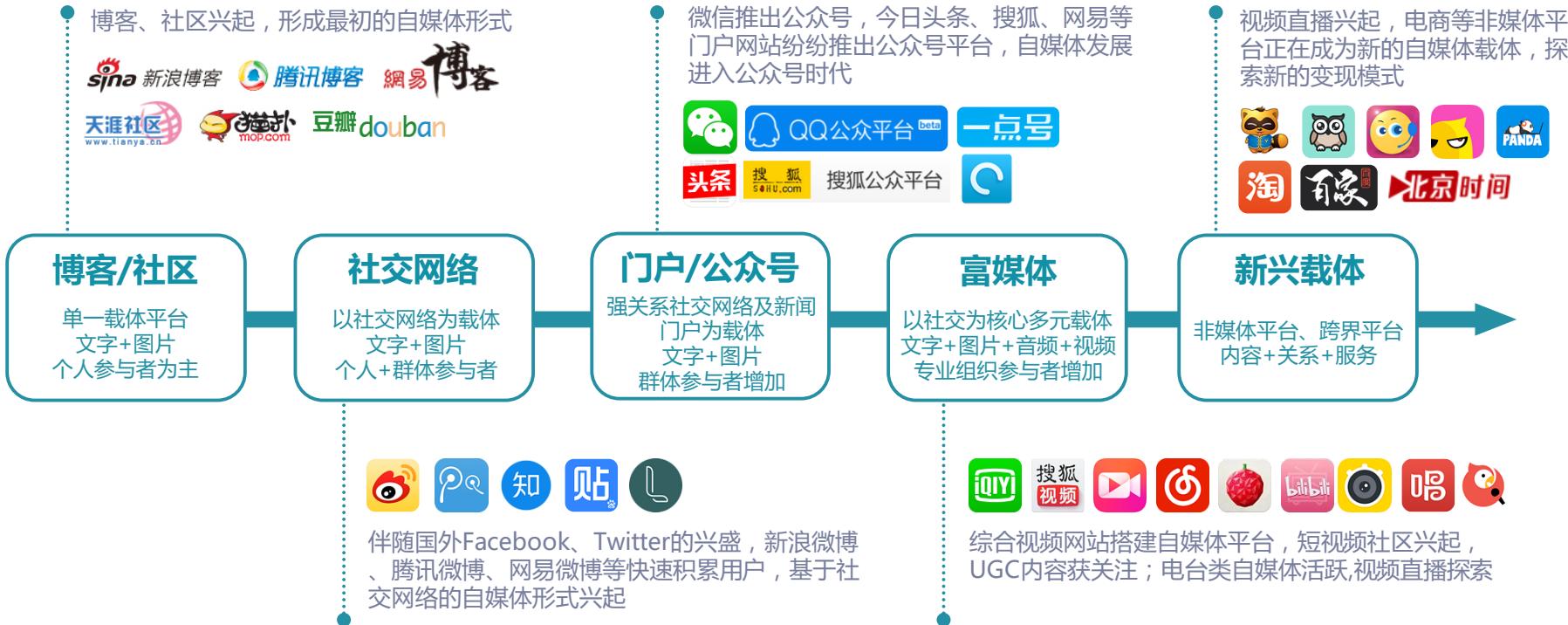
2016 自媒体行业洞察报告

/ 行业报告 /

TalkingData移动数据研究中心
2016年6月



自媒体行业演进：社交为核心的富媒体时代，新兴载体出现



注释：以上仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

自媒体参与者规模：主流平台账号数量增长迅速



微信公众平台

- 账号数量：近**2000万**（截止2016年6月）
- 账号增长趋势：每日认证公众号**1万+**
- 活跃账号数：约**280万**
- 受众基础：微信WeChat合并活跃用户数达**7.62亿**（截止2016年3月）



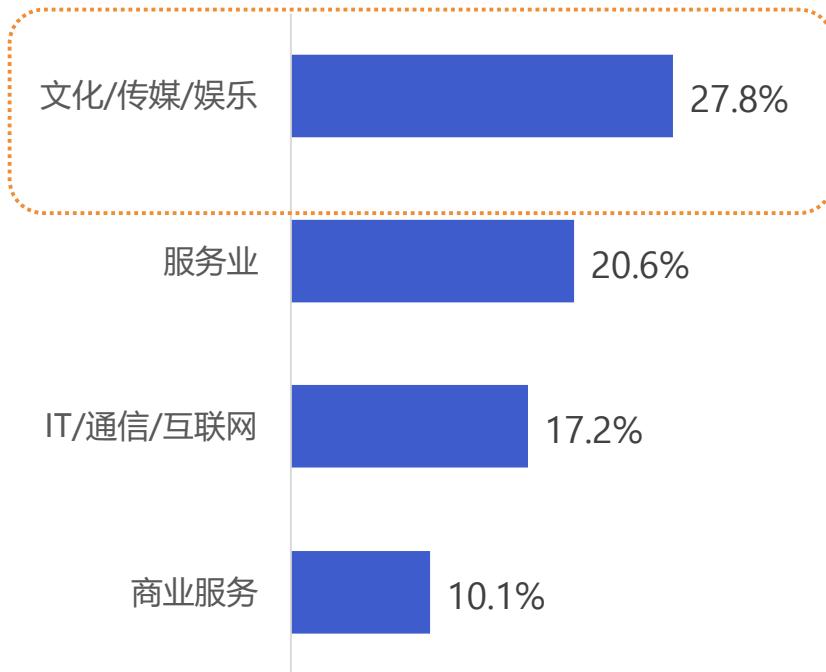
今日头条-头条号

- 账号数量：**12万+**（截止2016年5月，2015年9月数据为3.5万+）
- 账号增长趋势：月增幅超过**30%**
- 阅读量：日均**7亿**次阅读，占今日头条总阅读量的70%以上

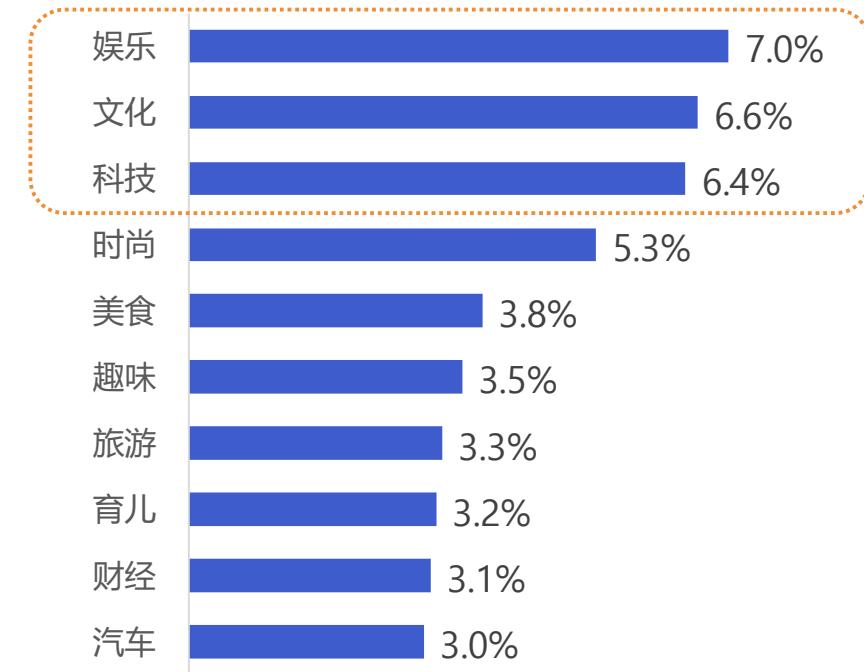
数据来源：1、腾讯数据来自企业访谈及公开数据整理；2、头条号数据由今日头条提供，数据截止2016年5月。

自媒体运营者：文化、娱乐行业的参与者更多

微信公众号-账号行业分布TOP5



头条号-账号行业分布TOP10

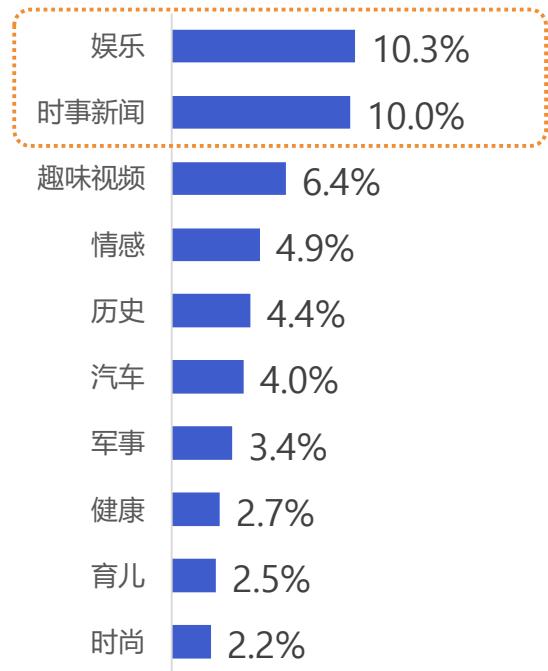


数据来源：1、企鹅智库《2016年“微信”影响力报告》；2、头条号数据由今日头条提供，2016年5月数据；

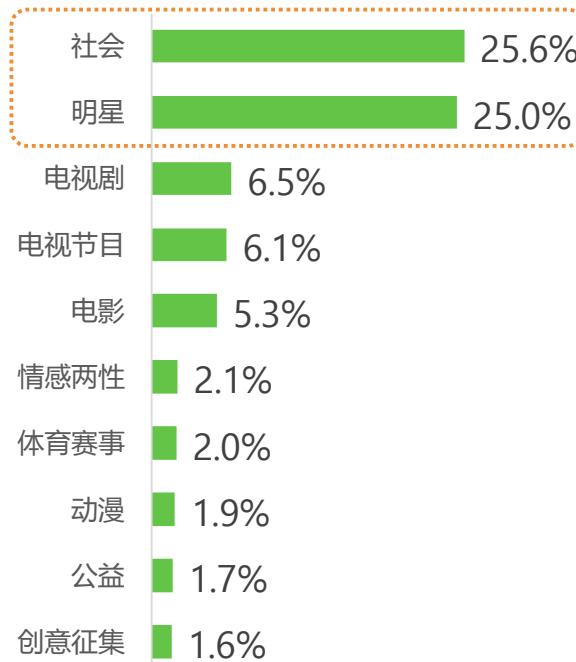
自媒体内容热度：娱乐与时事新闻类内容的关注度高

从主流自媒体平台用户关注的内容类型来看，娱乐、时事类内容的热度相对更高。

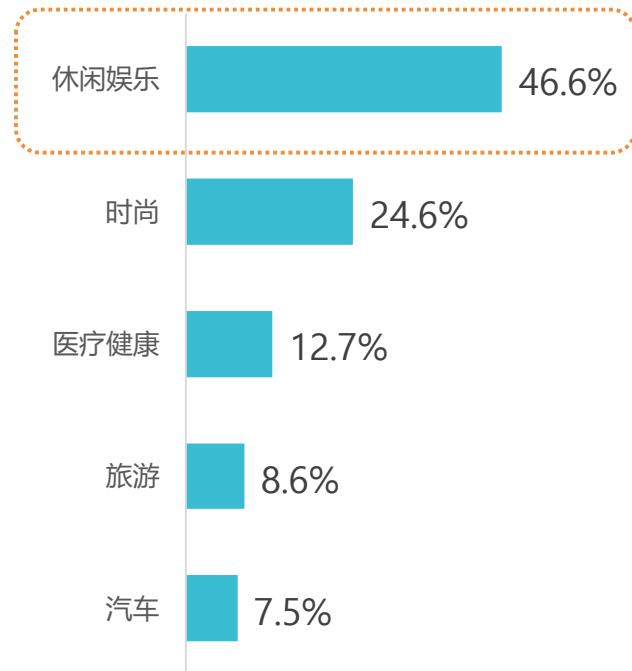
头条号-内容关注度TOP10



微博-用户关注内容类型TOP10



微信公众号-各行业内容阅读量TOP5



数据来源：1、头条号数据由今日头条提供；2、新浪微博数据中心《2015年微博用户发展报告》；3、很快《2016年Q1微信公众号数据洞察季度报告》，根据TOP5行业总阅读量计算比例。

自媒体内容趋势：发布与阅读趋于集中，PGC提升内容质量

公众号发布量呈下降趋势，但用户阅读量不降反增，阅读更加集中；更多PGC的参与将带动自媒体内容走向精品化。

2016年Q1 微信公众号文章发布量趋势



2016年Q1 微信公众号文章阅读量趋势



阅读
习惯

内容
生产

内容
精品化

UGC

PGC

- 专业组织
- 专业技术
- 专业垂直领域
- 特定受众
- 更高变现潜力

数据来源：很快《2016Q1自媒体微信公众号数据洞察报告》

自媒体价值：资本市场关注度高，进入价值爆发期



2014年8月-2016年3月
自媒体融资项目数量



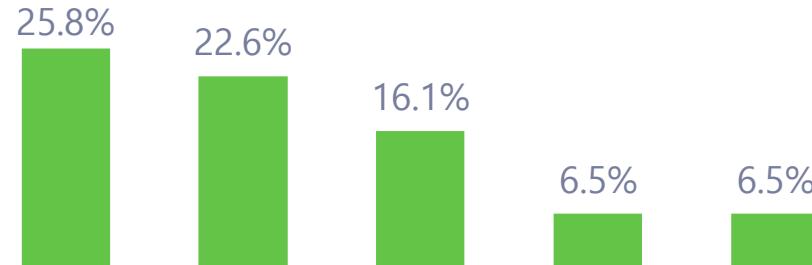
融资额千万元以上
项目数量



估值亿元以上
项目数量

数据来源：公开信息整理

2014年8月-2016年3月 自媒体融资项目类型分布TOP5



典型融资项目



文化



自媒体载体：移动端自媒体平台的分类及典型代表

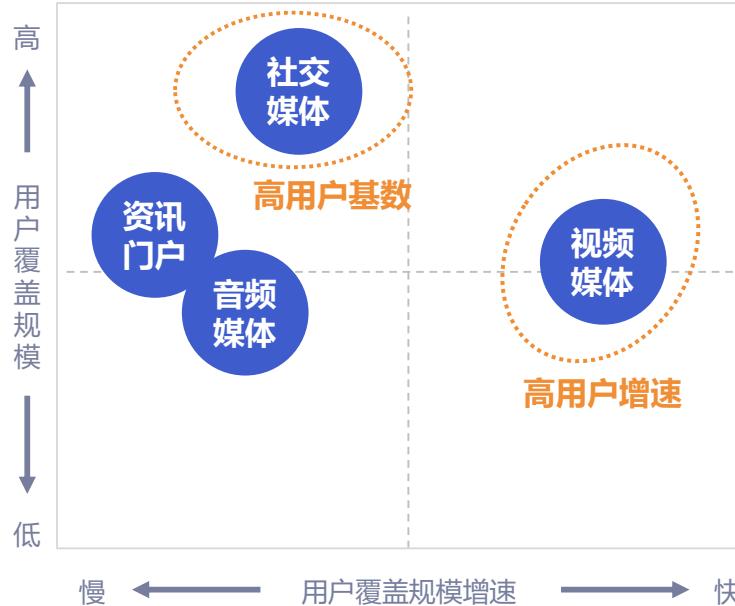


注释：以上仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

载体平台分析：社交媒体，用户规模与活跃度双高

社交媒体占据最大流量入口，用户规模领先；视频媒体用户增速最快；资讯门户满足刚需，用户的安装使用率高。

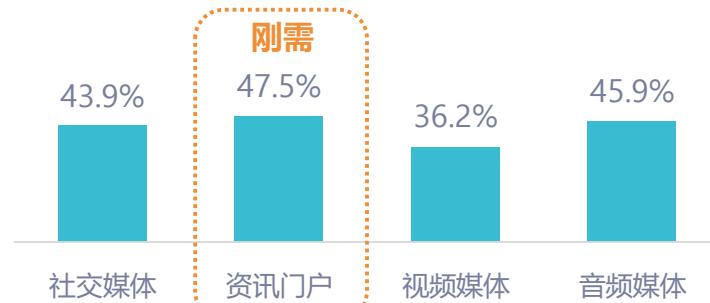
移动端自媒体载体平台用户覆盖规模与增速矩阵



移动端自媒体载体平台用户月平均活跃次数



移动端自媒体载体平台用户安装使用率



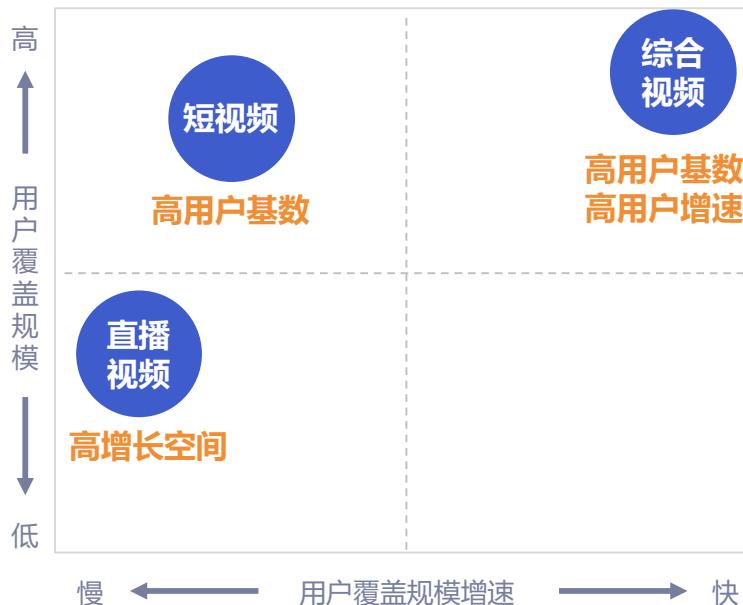
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台2016年4月数据

注释：1、以上数据选取每类载体TOP10应用进行计算；2、应用安装使用率=应用月度用户活跃量/用户覆盖量*100%，计算TOP10平均值。

载体平台分析：视频直播，用户表现与市场期待仍有距离

直播视频受追捧，但其用户覆盖规模及增速不及短视频与综合视频，从用户需求来看，直播视频的安装使用率较高，用户使用较有目的性。

移动端视频类载体平台用户覆盖规模与增速矩阵



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台2016年4月数据

注释：1、以上数据选取每类载体TOP10应用进行计算；2、应用安装使用率=应用月度用户活跃量/用户覆盖量*100%，计算TOP10平均值。

移动端视频类载体平台用户月平均活跃次数

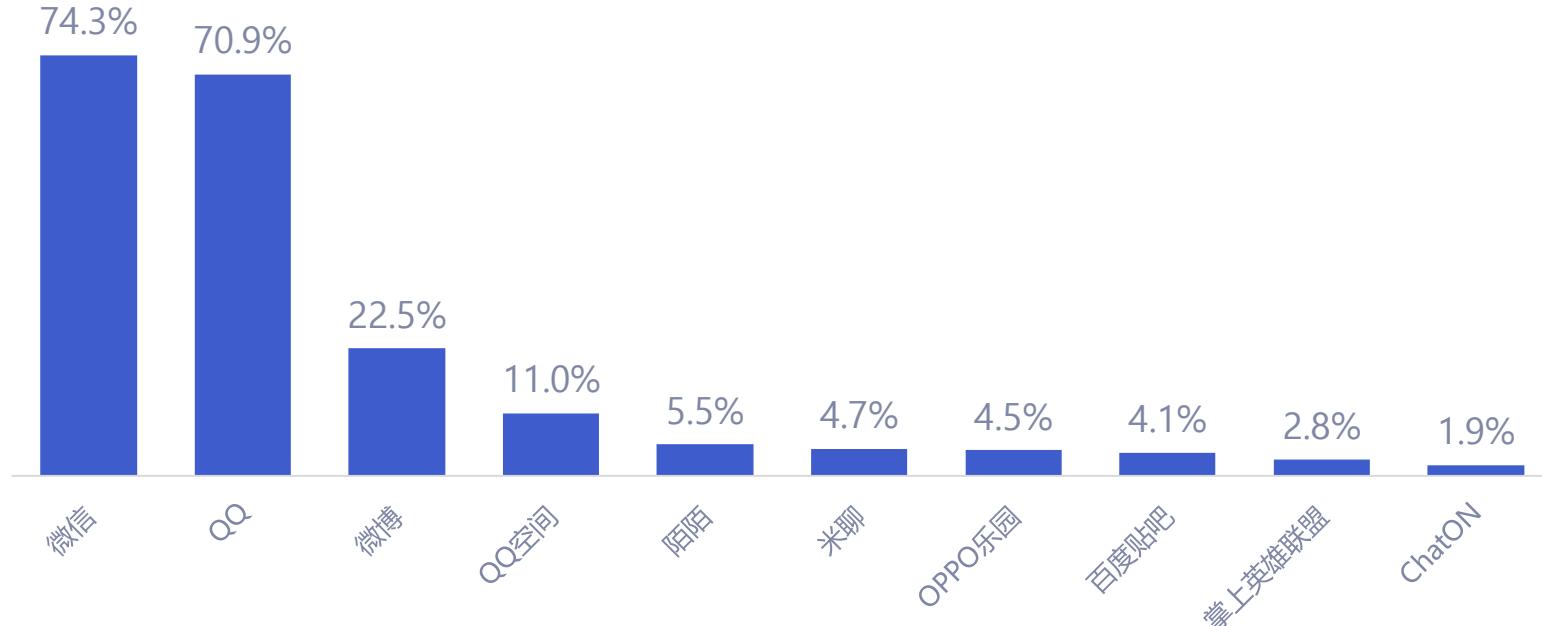


移动端视频类载体平台用户安装使用率



载体平台用户覆盖排名：社交类TOP10

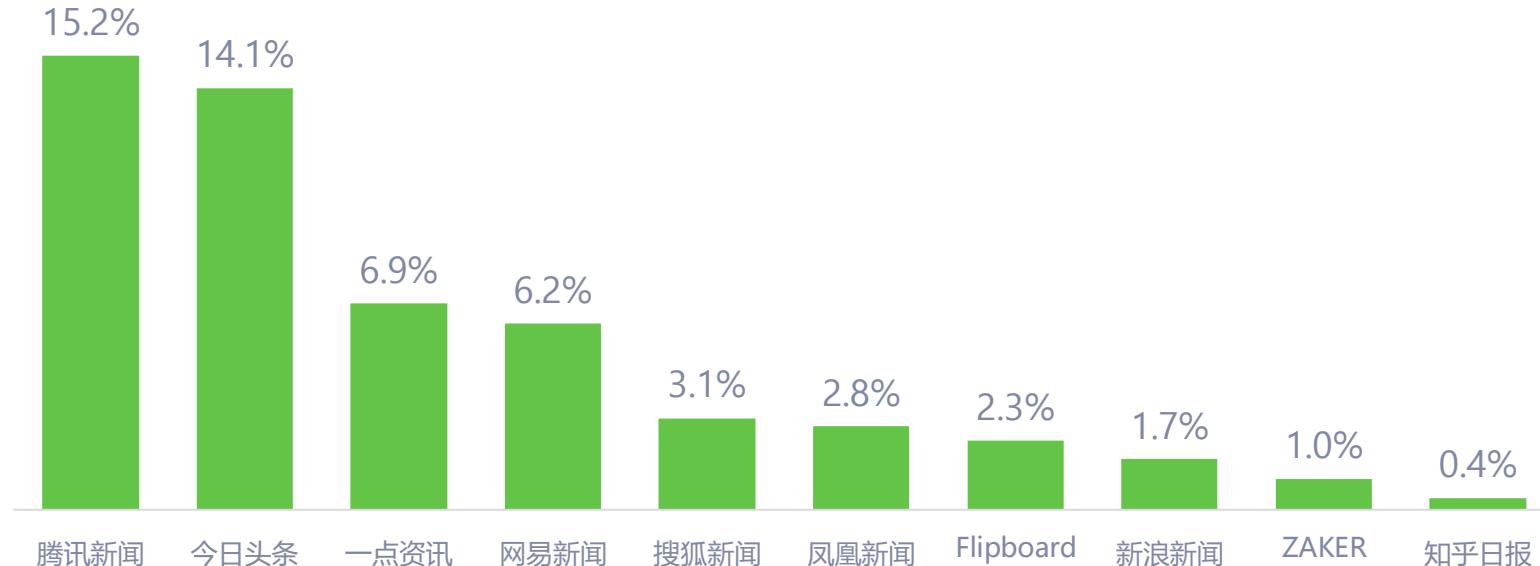
2016年5月 移动端社交类自媒体平台用户覆盖率TOP10



数据来源 : TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

载体平台用户覆盖排名：资讯门户类TOP10

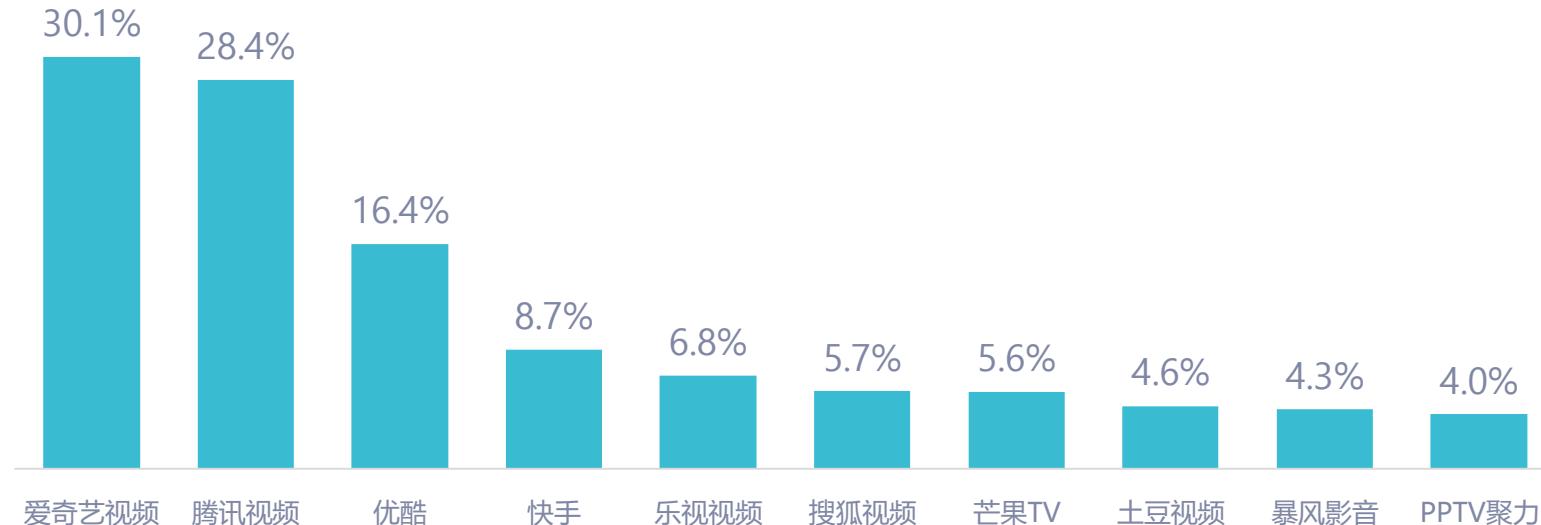
2016年5月 移动端资讯门户类自媒体平台用户覆盖率TOP10



数据来源 : TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

载体平台用户覆盖排名：视频媒体类TOP10

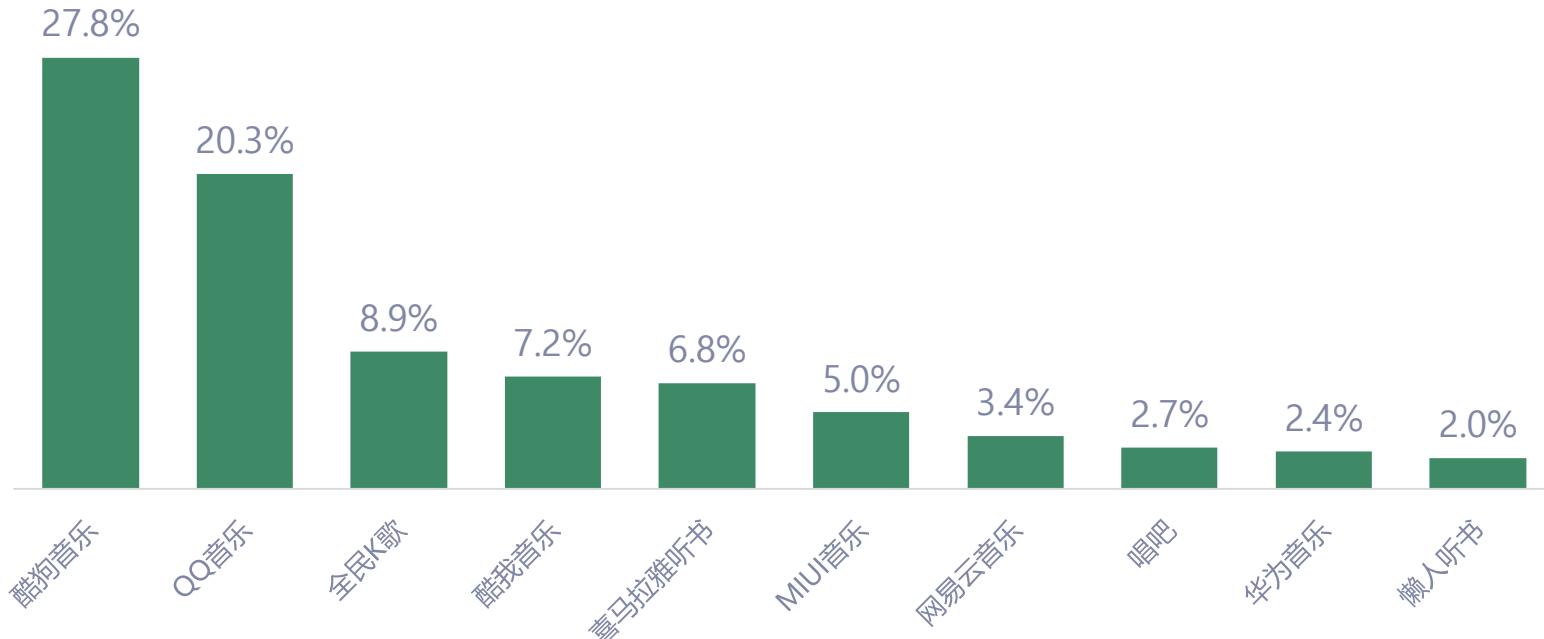
2016年5月 移动端视频媒体类自媒体平台用户覆盖率TOP10



数据来源 : TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

载体平台用户覆盖排名：音频媒体类TOP10

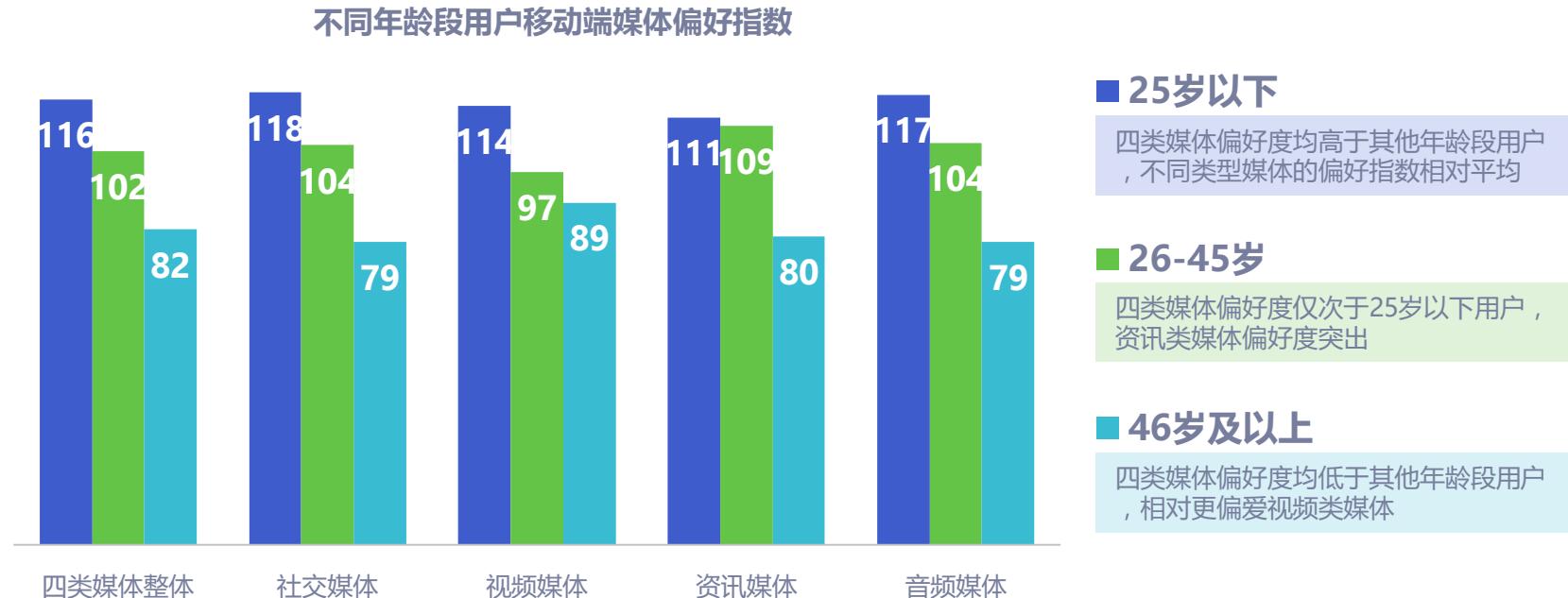
2016年5月 移动端音频媒体类自媒体平台用户覆盖率TOP10



数据来源 : TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据 音乐播放器除外

自媒体用户：年轻用户对各类媒体的依赖度更高

不同年龄段用户的触媒习惯不同，对自媒体平台的选择也将存在差异。年轻用户对各类媒体的依赖度较年长用户都高，也将是自媒体的主要受众；26-45岁用户偏好资讯媒体，46岁及以上用户更偏爱视频媒体。



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台2016年5月数据

自媒体用户：各年龄段用户的社交媒体偏好差异明显

年轻用户更偏爱贴吧、知乎、掌上英雄联盟等基于共同兴趣爱好的社交圈子，年长用户则偏好微信、陌陌、QQ等强关系型社交应用。

25岁以下人群社交应用偏好

排名	应用	社交指数
1	 百度贴吧	147
2	 QQ空间	141
3	 掌上英雄联盟	132
4	 知乎	129
5	 豆瓣	128

26-45岁人群社交应用偏好

排名	应用	社交指数
1	 陌陌	110
2	 新浪微博	110
3	 豆瓣	109
4	 腾讯微博	109
5	 内涵段子	108

46岁及以上人群社交应用偏好

排名	应用	社交指数
1	 QQ	99
2	 微信	82
3	 新浪微博	76
4	 内涵段子	75
5	 腾讯微博	70

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台2016年5月数据

注：社交指数=某年龄段人群某款社交应用关联度/三个年龄段人群该款社交应用关联度的均值*100，其中100为基准值，高于100表示高于三个年龄段人群均值，低于100表示低于均值；统计范围为各年龄段人群TOP100媒体类关联应用中的社交媒体应用。

自媒体用户：各年龄段用户视频媒体偏好特征突出

年轻用户对直播视频、短视频的偏好度较高，更偏爱二次元、游戏内容；年长用户则更偏爱综合视频及短视频媒体。

25岁以下人群视频应用偏好

排名	应用	偏好指数
1	哔哩哔哩动画	140
2	映客	139
3	小咖秀	133
4	美拍	132
5	战旗TV	132

26-45岁人群视频应用偏好

排名	应用	偏好指数
1	小影	121
2	直播吧	111
3	爱奇艺PPS	110
4	YY	109
5	美拍	109

46岁及以上人群视频应用偏好

排名	应用	偏好指数
1	美拍	132
2	秒拍	131
3	快手	127
4	YY	125
5	土豆视频	120

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台2016年5月数据

注：社交指数=某年龄段人群某款视频应用关联度/三个年龄段人群该款视频应用关联度的均值*100，其中100为基准值，高于100表示高于三个年龄段人群均值，低于100表示低于均值；统计范围为各年龄段人群TOP100媒体类关联应用中的视频媒体应用。

自媒体用户：三类典型自媒体平台用户画像分析

选择移动端的三类典型自媒体平台，对其用户进行深入洞察，不同平台类型的受众呈现显著特征差异。



社交媒体用户



男女相对最**平均**

36岁以上用户**比例高**

已婚人士占7成

下午与晚间的活跃度高

偏爱使用**社交 理财 办公 教育 图片**应用

母婴 汽车 家居 金融等品类的线下消费倾向高



资讯门户用户



男性比例最高为**58.3%**

26-35岁用户比例三组中**最高**

已婚人士比例最高为**72.2%**

早晨通勤时段的活跃度相对更高

偏爱使用**旅游 出行 生活 网购**应用
餐饮 珠宝手表 运动健康等品类线下消费倾向高



真人直播用户



男性比例较高为**57.5%**

35岁及以下年轻用户比例**最高**

未婚人士占比**高于其他**两组

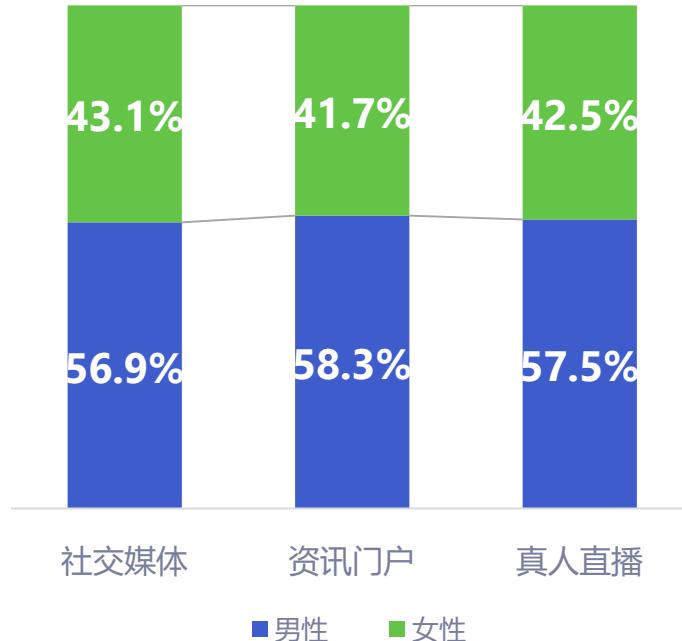
凌晨时段的活跃度高于其他

偏爱使用**视频 音乐 汽车服务**应用
服饰 休闲娱乐 生活服务等品类线下消费倾向更高

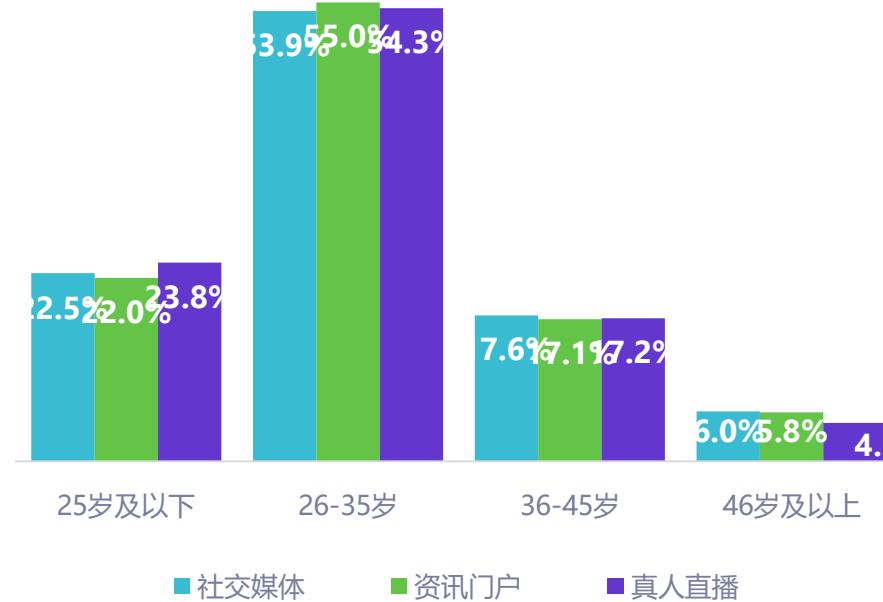
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 选择各类媒体TOP10应用的用户进行用户洞察研究。

用户属性：资讯门户男性用户更多，真人直播年轻用户比例更高

2016年5月 移动端自媒体受众性别结构



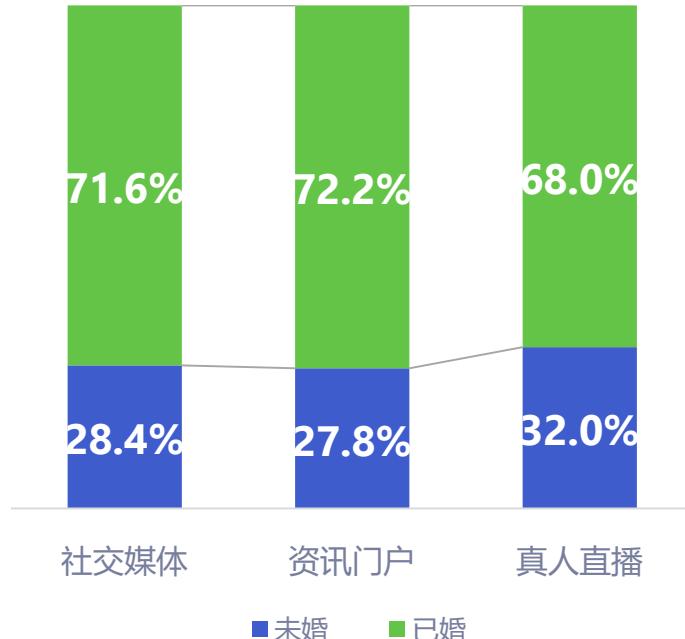
2016年5月 移动端自媒体受众年龄结构



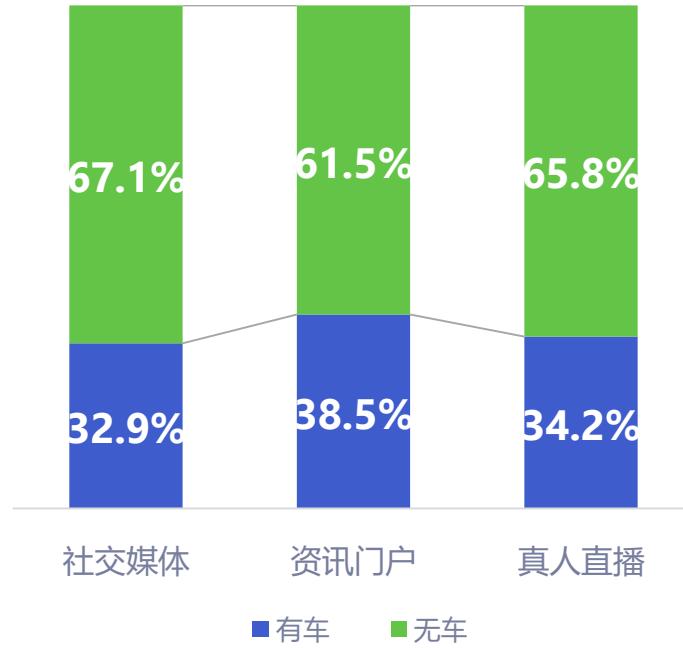
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

用户属性：资讯门户用户更多已婚人群，且有车用户比例也更高

2016年5月 移动端自媒体受众婚姻状况

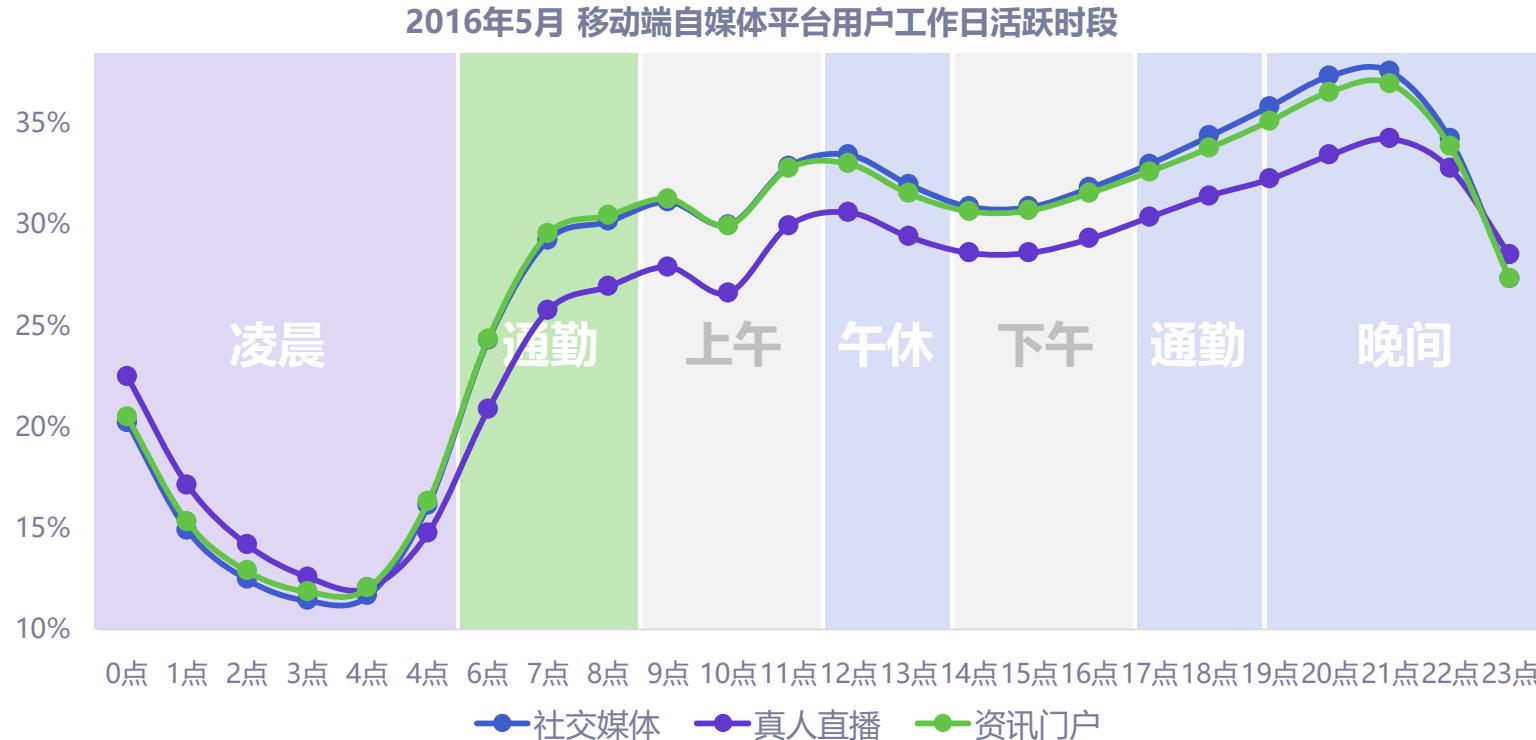


2016年5月 移动端自媒体受众汽车拥有状况



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

活跃时段：真人直播凌晨活跃度高，社交媒体晚间更活跃

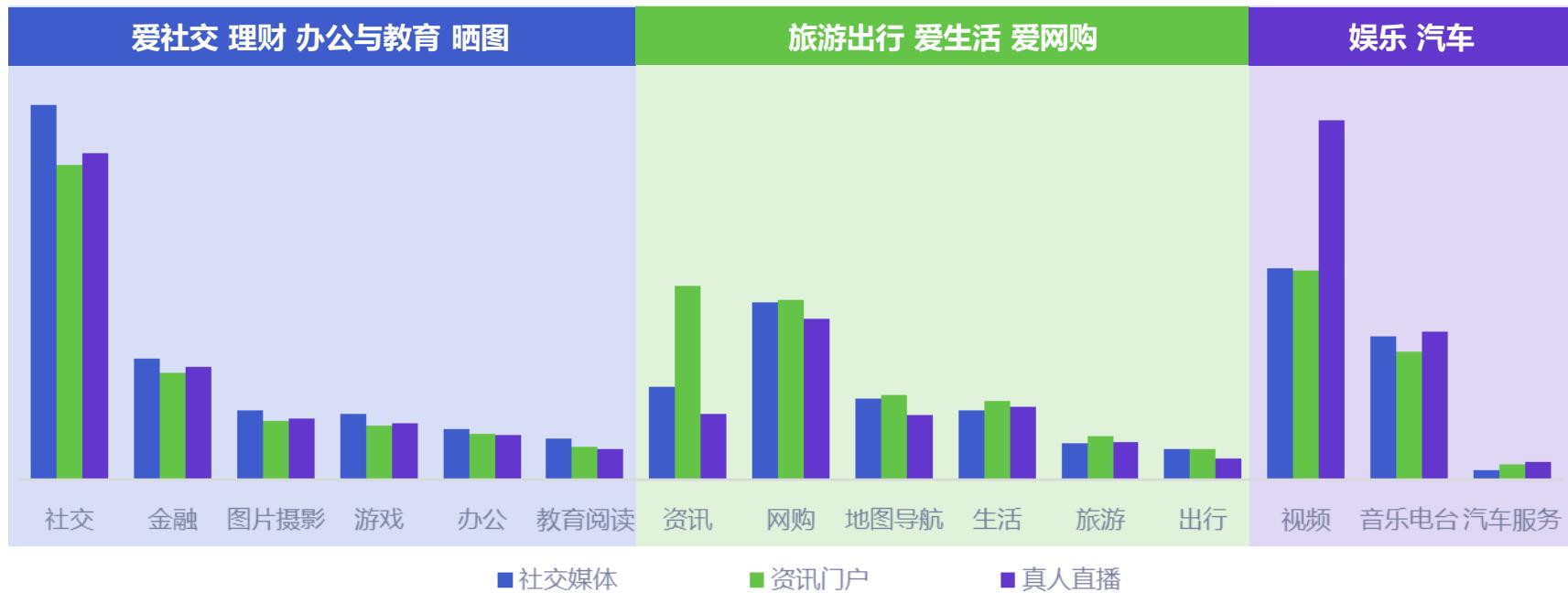


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：各时段用户活跃比例=该时段活跃用户数/全体活跃用户总数*100%

应用偏好：社交用户爱晒图、资讯用户更商旅、直播用户娱乐属性突出

2016年5月 移动端自媒体平台用户不同类型应用偏好度



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：应用偏好度为不同人群对各类应用的关联度倾向指数。

消费偏好：三类载体用户的线下消费偏好特征突出

社交媒体

母婴 汽车 家居 金融

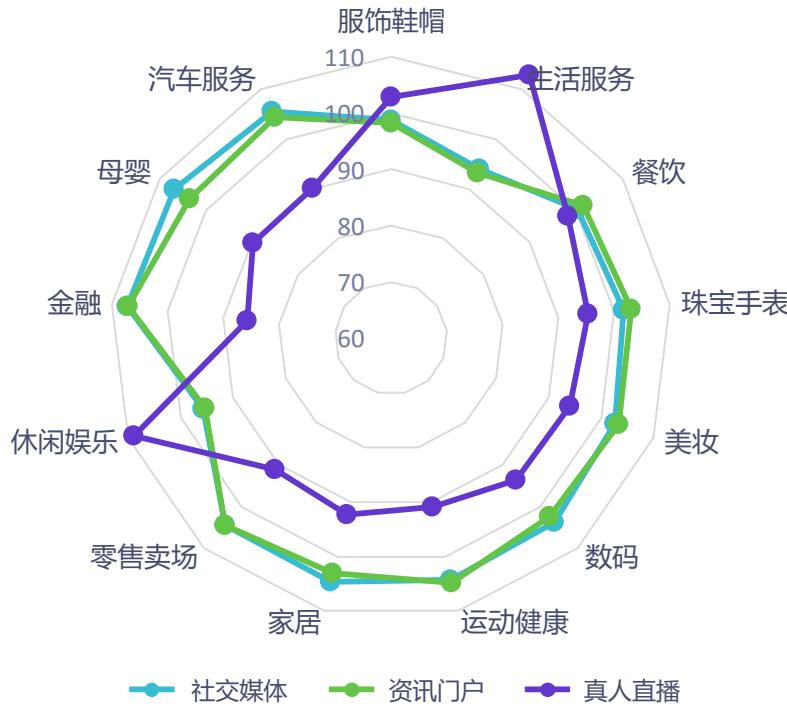
资讯门户

餐饮 珠宝手表 运动健康

真人直播

服饰 休闲娱乐 生活服务

2016年5月 移动端自媒体受众 线下消费品类偏好指数



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

报告说明

● 数据来源

- ✓ TalkingData移动数据研究中心数据来自TalkingData App Analytics、TalkingData Game Analytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成。
 - ✓ 头条号数据由今日头条提供
 - ✓ 公开信息收集整理
-

● 数据周期

- ✓ 人群洞察数据：2016年5月
 - ✓ 应用榜单数据：2016年5月
-

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率：当月安装有某款应用的设备数量占当月监测移动设备总数的比例
- ✓ 用户活跃率：当月使用过某款应用的设备数量占当月监测移动设备总数的比例

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ TalkingData（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，TalkingData逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过32亿独立智能设备，服务超过12万款移动应用，以及10万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

ABOUT WeMedia

关于WeMedia

- ▶ **WeMedia**新媒体集团，由国内最早的自媒体联盟**WeMedia**、知名微信运营商岩浆互动和老牌科技媒体BiaNews三家企业合并成立于2014年4月，集团旗下拥有十余家互联网新媒体公司。2015年06月与华扬联众在杭州联合成立City-WeMedia。2015年12月荣获上市公司美盛文化创意股份有限公司6000万元A轮融资，2016年02月**WeMedia**苏州南方总部成立。2016年5月由**WeMedia**天使孵化的“易赞”自媒体平台获得千万融资，2016年5月**WeMedia**旗下自有自媒体『电影头条』获寺库和金种子500万投资。
- ▶ **WeMedia**新媒体集团拥有自营媒体账号200多个，涵盖科技网络、生活、时尚、娱乐、汽车、财经、文学等领域，总计拥有用户超3000万人，辐射影响逾海内外逾6000万主流用户。
- ▶ **WeMedia**新媒体集团发起成立的**WeMedia**自媒体联盟，是当前中国最大的自媒体联盟。已签约各行业精英自媒体近500人，覆盖逾6000万用户。集团已为超过500家客户提供精准、有效的自媒体传播和一站式线上线下整合营销服务，其中包括阿里巴巴、腾讯、百度、劳斯莱斯、乐视、特斯拉等国内外知名企业。

观数据星象 解移动风云

移动观象台



www.talkingdata.com

扫二维码立即访问

The image displays the TalkingData mobile data analysis platform. The central feature is a large circular chart titled '中国移动智能手机用户数(设备)' (Number of China Mobile Smart Phone Users (Devices)) with the value '2,896,533,23'. Below this chart is a bar chart showing device usage rates for various models. To the right, there is a map showing user location data across a city area. At the bottom left, there is a section for '热门应用' (Hot Applications) displaying icons for WeChat, QQ, and other popular apps.



Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯
www.talkingdata.com

