



TalkingData
移动 · 数据 · 价值

WeMedia 

2016年度 自媒体行业发展报告

TalkingData移动数据研究中心
//////////////////// 2016年11月

目录

CONTENTS

Part 01

自媒体行业发展概况

Part 02

自媒体用户偏好分析

Part 03

自媒体行业热点分析

Part 04

自媒体发展趋势分析

Part 01

自媒体行业发展概况



行业概况：PEST分析

自媒体行业政策监管和行业自律逐步完善，行业发展稳健；资本市场高度关注，行业蓬勃发展

政策(Politics)

- **政策监管出台**：2016年9月1日《互联网广告管理暂行办法》正式生效，对自媒体发布商业广告进行了规范，要求显著标明“广告”
- **行业自律和监督完善**：2016年10月27日，全国首个官方指导下的省级自媒体联盟:上海自媒体联盟正式成立

社会(Society)

- **用户体量大，人人即媒体**：随着移动互联网的高速发展，自媒体用户不断增加，人人都是自媒体

经济(Economy)

- **资本市场强势关注**：2016年开始自媒体受到资本市场的高度关注，以papi酱为代表的自媒体拿到高额融资

技术(Technology)

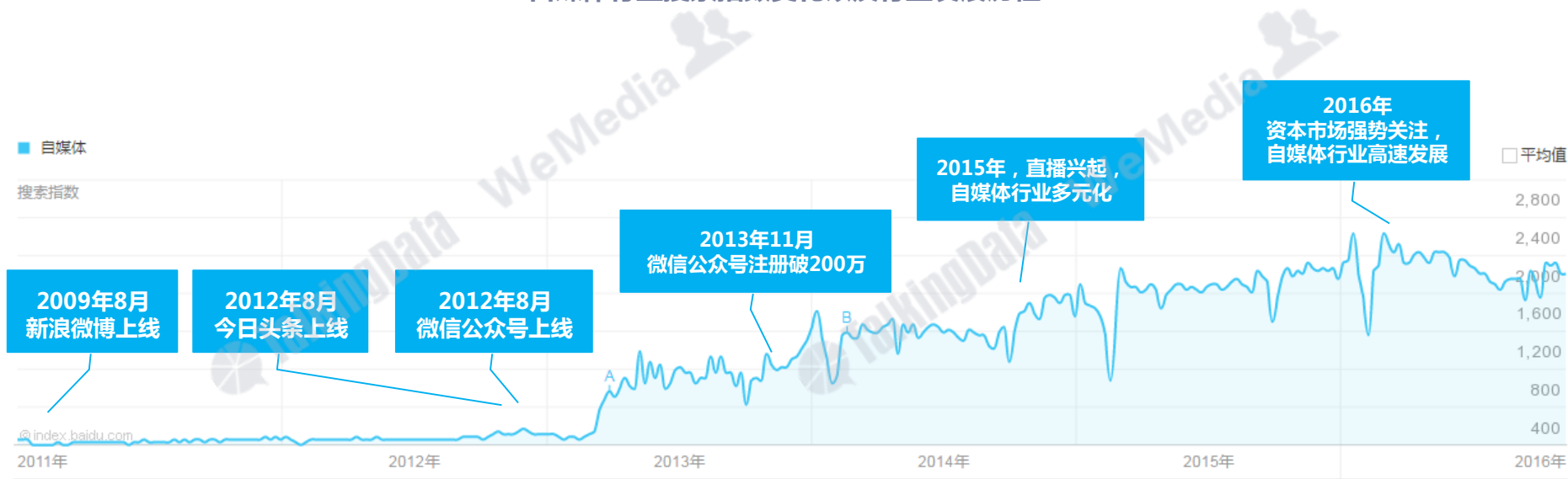
- **自媒体平台不断发展**：以微信、微博为代表的自媒体平台发展不断完善
- **自媒体内容形式多元化发展**：从纯文字到图文并茂，从视频到真人直播，内容形式趋于多样化



行业历程：自媒体行业进入高速发展阶段

自媒体行业经历了博客、微博、微信公众号到真人直播等形式的多元化发展历程，2016年自媒体行业受到资本市场强势关注，进入高速发展阶段

自媒体行业搜索指数变化以及行业发展历程



数据来源：百度指数和公开资料整理

行业规模：自媒体用户规模不断扩大

主流平台账号数量增长迅速，微信公众平台账号数量达到2300万以上，今日头条头条号平台账号数量达到35万以上



微信公众平台

- 账号数量：2300万+（截止2016年11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）



头条号

今日头条-头条号

- 今日头条头条号平台账号数量：35万+（截止2016年10月，2016年5月数据为12万+）
- 头条号自媒体总数：27万+
- 头条号日均内容发布量19万+
- 头条号日均内容阅读/播放量：21亿+

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10月底。

行业演进：社交为核心的富媒体时代，新兴载体出现

自媒体行业新平台类型不断出现，直播平台发展方兴未艾



注释：以上仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

行业图谱：自媒体平台图谱

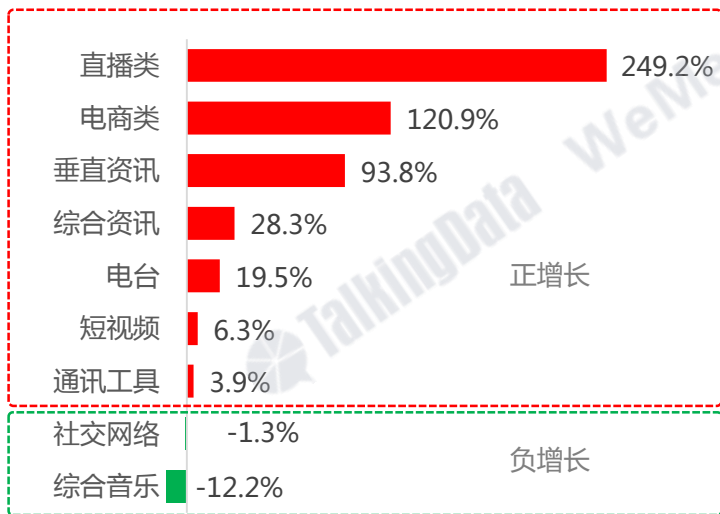


注释：以上仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

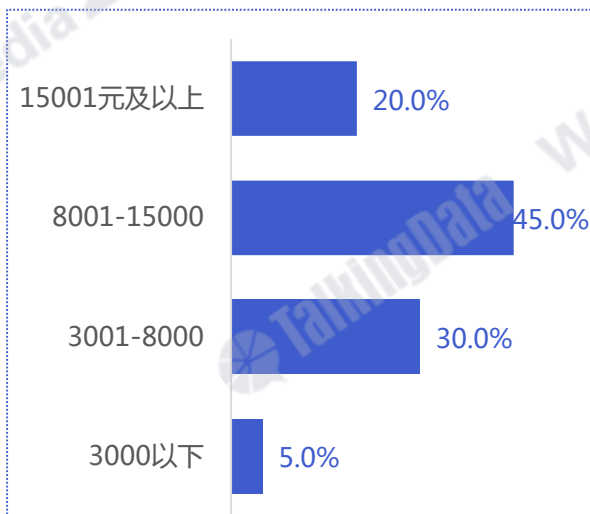
行业发展：新平台类型崛起，直播受到用户亲睐

自媒体平台发展：新平台类型崛起，直播在用户覆盖率增速方面表现强劲；而电商、资讯和短视频等领域也有不同程度的增长；直播网站主播收入较高，吸引了越来越多的主播参与，表明用户付费意愿高，直播类平台受到用户亲睐

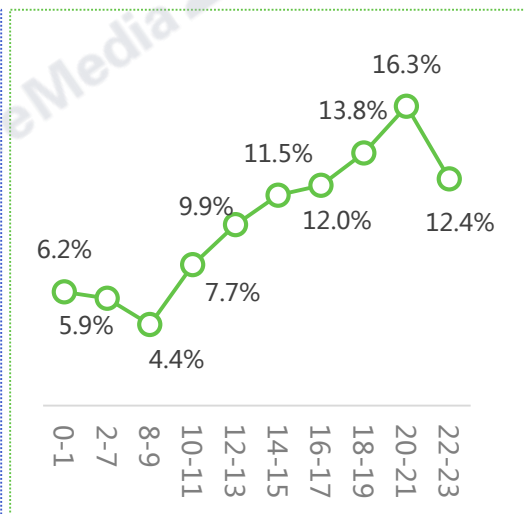
2016年11月对比1月 不同平台用户覆盖率增速



2016年 直播网站主播月均收入占比



2016年 直播网站主播活跃时段

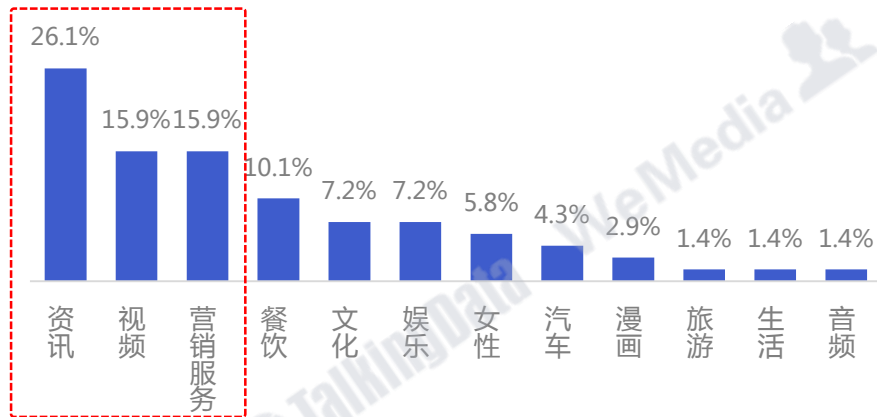


数据来源：左起图一来源TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据；图二和图三数据为花椒直播提供
注释：不同平台选择根据该细分领域TOP10的应用进行计算，其中电商类平台应用较少仅统计TOP5

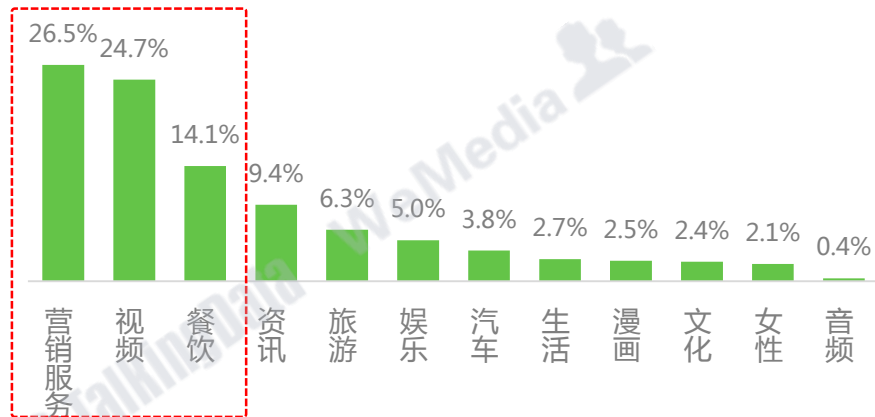
行业融资：资讯、视频和营销服务类自媒体受资本追捧

自媒体行业受到资本青睐，从融资笔数来看，资讯、视频和营销服务较多；从融资金额来看，营销服务、视频和餐饮较大

不同类型自媒体投融资笔数占比



不同类型自媒体投融资金额占比



融资时间	2015.10	2015.12	2015.9	2016.6	2016.9	2016.11	2015.12	2015.10	2015.6	2015.7
公司	罗辑思维	WeMedia	老家山西	餐饮老板内参	WeMedia	引爆点	潮生活	新榜	一条视频	餐饮老板内参
分类	视频	营销服务	旅游	餐饮	营销服务	营销服务	生活	营销服务	视频	餐饮
金额（万）	10000	6000	5000	5000	4000	3000	2150	2020	2000	2000

自媒体融资
项目数量



自媒体融资
金额超千万



数据来源：公开资料收集和整理

注释：融资统计时间从2015年1月起至2016年11月，融资金额按照人民币计算。

行业布局：新闻资讯提供商开始积极布局自媒体

以资讯行业为例，今日头条在2014年推出头条号，为今日头条提供海量优质内容，也为内容创作者提供平台；百度在2013年上线百度百家，网易推出了网易号，凤凰新闻和一点资讯则将凤凰号和一点号打通



头条号

- 2014年推出
- 头条号为今日头条提供海量优质内容
- 今日头条通过智能推荐引擎来分发



百度

百度百家

- 2013年12月上线
- 是百度新闻原创栏目
- 借助百度个性化新闻推荐功能，用互联网模式建立自媒体生态链



网易

网易号

- 2016年4月上线
- 是网易打造的自媒体内容分发和品牌助推平台
- 网易号实现了自媒体直播功能



凤凰新闻
+
一点资讯

凤凰号+一点号

- 2016年11月凤凰号和一点号内容互通
- 以一点的技术和凤凰的分发标准打造内容分发平台

注释：来源公开资料收集和整理，以上仅为举例，不包含所有参与者，排名不分先后

发展案例：自媒体跨界越来越多

自媒体跨界案例：双十一期间电商+直播新玩法



娱乐化+内容化导购

- 10月24日20时，“双11”直播电商节目《九牛与二虎》在天猫直播开播
- 10月24日到双11，天猫直播平台中直播总数超过**6万场**，超过**600个品牌**，近**200位明星**和**300位网红**将参与直播

淘宝



京东

加强用户参与感+名人效应



- 11月10日，京东邀请了**40余位明星**在京东APP开启连续12小时的明星表演与京东送货直播秀
- 京东**刘强东亲自上阵**，直播下厨做饭，吸引用户和消费者的关注



Part 02

自媒体用户偏好分析

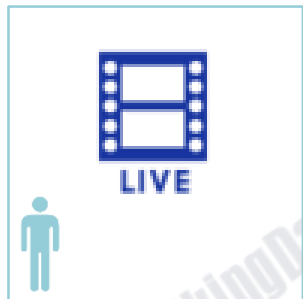


The background features a dark blue gradient with large, faint concentric circles on the left side. A horizontal dashed blue line with dots at both ends passes behind the title. In the bottom right corner, there is a blue line graph with four data points, each connected to the x-axis by a vertical dashed line.

用户画像：用户选择

根据用户的应用使用来定义相关自媒体用户，具体应用选择如下：

直播自媒体用户



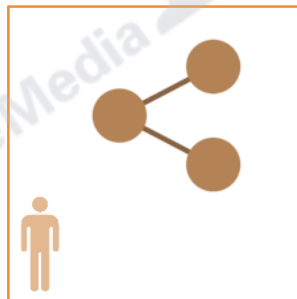
使用直播类相关应用

音频自媒体用户



使用FM、KTV类相关应用

传统自媒体用户

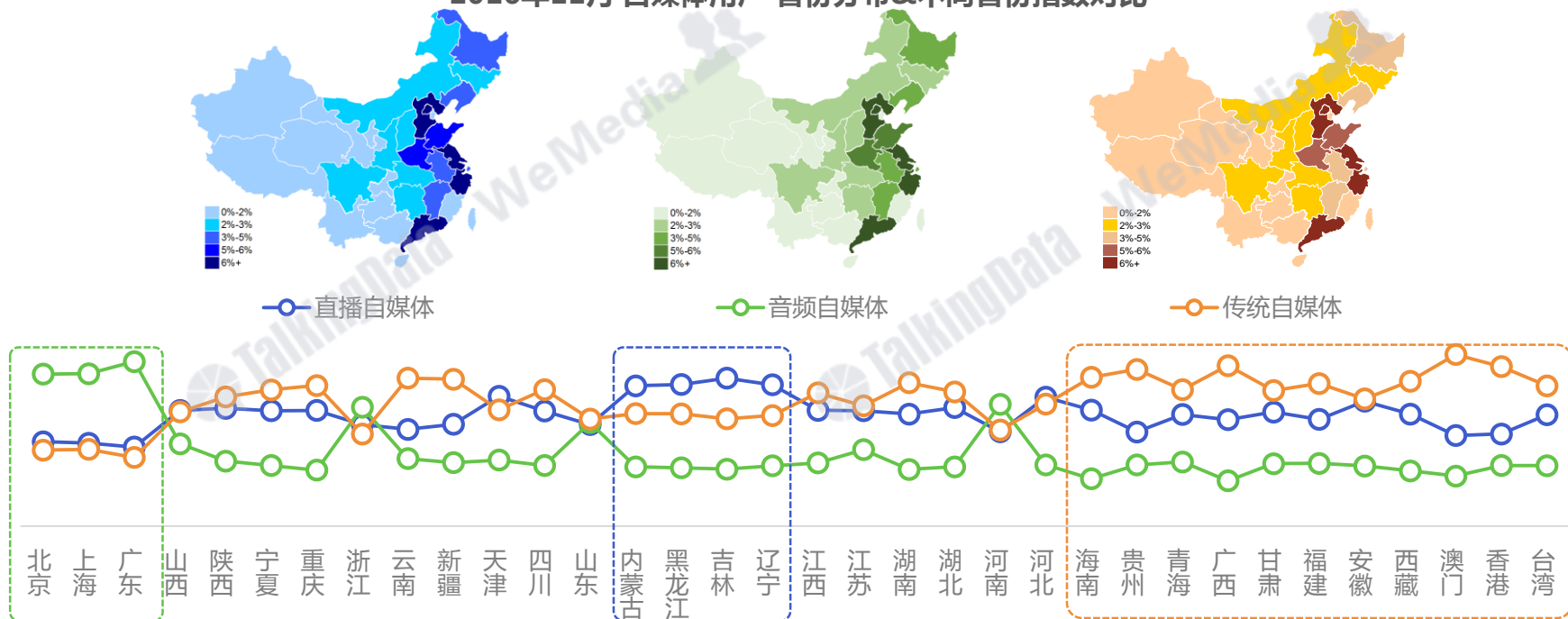


使用传统社交类相关应用

地域分布：东北用户爱直播、一线地区用户爱听音乐

不同自媒体用户地域分布以东部经济较发达地区为主，三个不同自媒体人群地域分布呈现明显差异：东北用户爱直播、一线地区用户爱听音乐、而云贵高原、新疆和西藏等地用户更亲睐传统自媒体

2016年11月 自媒体用户 省份分布&不同省份指数对比



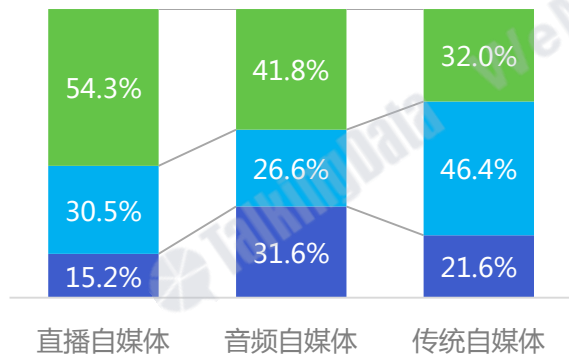
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

注释：省份指数=不同人群省份分布占比/三个人群省份分布占比的均值*100，其中100为基准值，高于100表示优势数据

城市变迁：直播自媒体在三线及以下城市渗透率高

不同自媒体用户城市级别分布差异明显：直播自媒体用户多分布在三线及以下城市、传统自媒体则在二线城市优势明显。但是对比年初，直播自媒体在一线城市占比升高，而传统自媒体在二线和三线及以下城市不断渗透

2016年11月 自媒体用户城市分布



对比2016年1月增幅	直播自媒体	音频自媒体	传统自媒体
■ 三线及以下城市	-2.5%	67.0%	26.6%
■ 二线城市	-15.4%	-17.4%	32.7%
■ 一线城市	12.3%	-14.5%	-33.3%

人口属性：自媒体用户以男性为主

不同自媒体用户性别比例中：直播自媒体用户男性占比56.9%，音频自媒体用户男性占比55.4%，传统自媒体用户男性比例占比54.9%；对比三个不同人群，直播偏男性化，而音频和传统自媒体偏女性化



56.9%

55.4%

54.9%

自媒体类型	男性TGI	女性TGI
直播自媒体	102	97
音频自媒体	99	101
传统自媒体	99	102

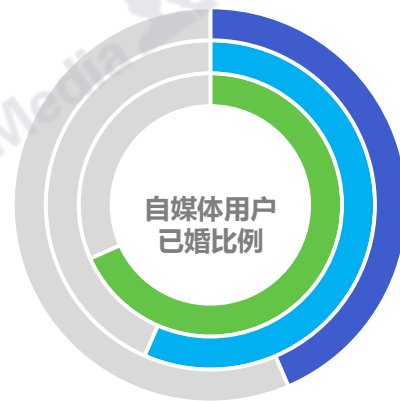
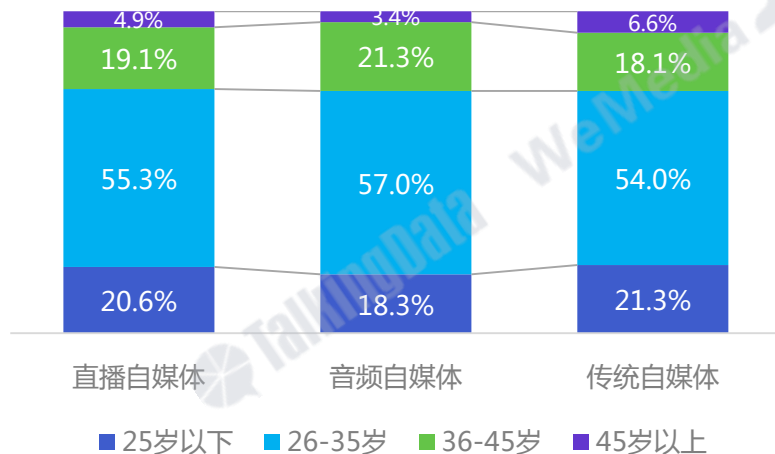
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 安卓平台数据

注释：TGI=不同人群性别占比/三个不同人群性别占比的均值*100，其中100为基准值，高于100表示优势数据

人口属性：年轻人爱直播，中年人偏好传统自媒体

不同自媒体用户年龄比例中：35岁以下用户占主流，相对来说35岁以下的年轻人更爱直播，而45岁以上的中年人更偏好传统自媒体；车辆和婚姻情况中：音频自媒体用户多为已婚有车，家庭属性明显

自媒体用户年龄

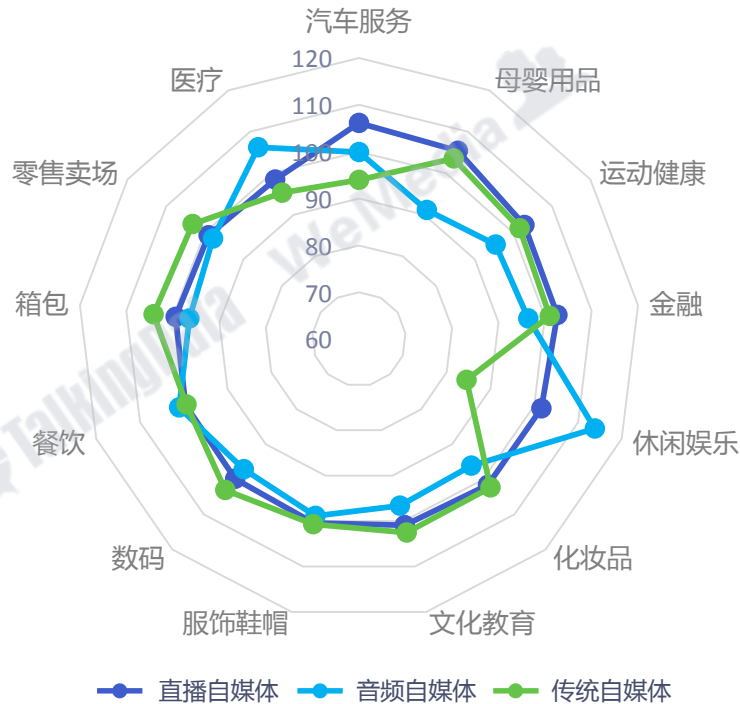


■ 直播自媒体 ■ 音频自媒体 ■ 传统自媒体

消费偏好：不同类型自媒体用户的线下消费偏好差异明显

不同自媒体用户线下消费偏好指数中：直播自媒体用户偏好汽车服务、母婴和运动健康等；音频自媒体用户偏好休闲娱乐等；传统自媒体用户偏好箱包、母婴等

2016年11月 自媒体用户 线下消费品类偏好指数



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

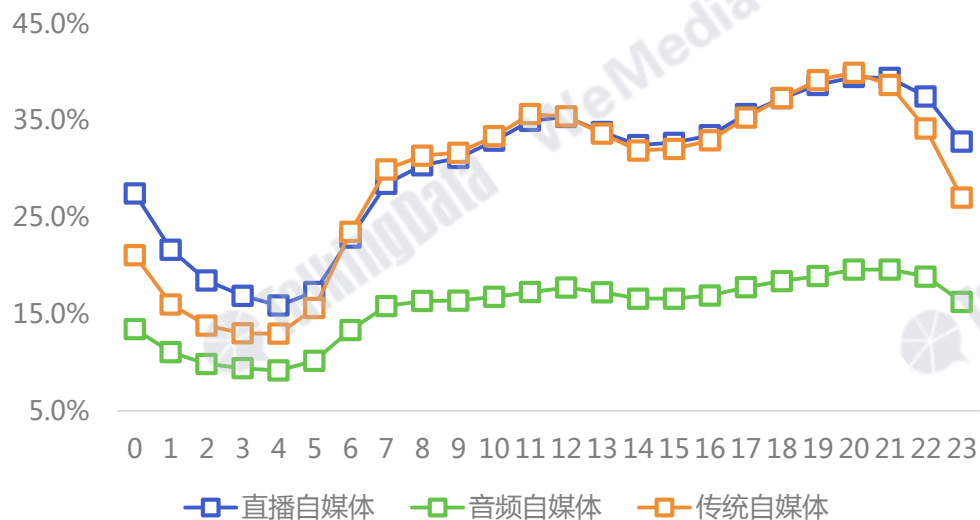
注释：1. 线下消费品类偏好=不同人群消费偏好占比/三个人群消费偏好占比的均值*100，其中100为基准值，高于100表示优势数据

2. 线下消费偏好的数据根据标签筛选，具体指当前统计周期内在线下光顾过该品类店铺的设备数占总体的比例

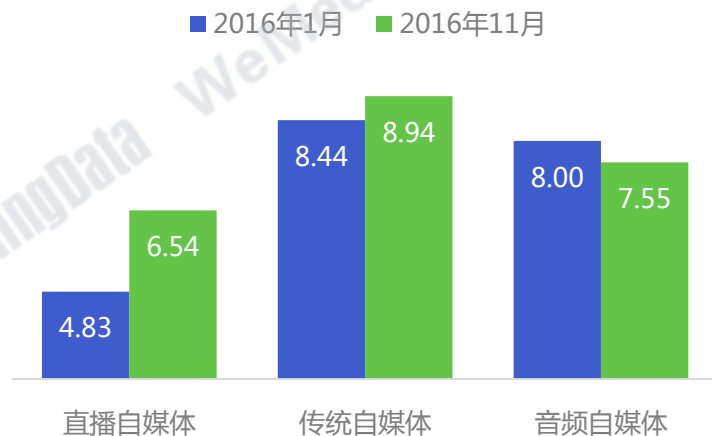
用户行为：直播活跃度较高且活跃次数增幅明显

直播在凌晨较活跃，音频活跃度相对较低；活跃次数方面直播增长明显，而音频自媒体活跃次数对比年初略有下降

自媒体用户活跃时段对比（%）



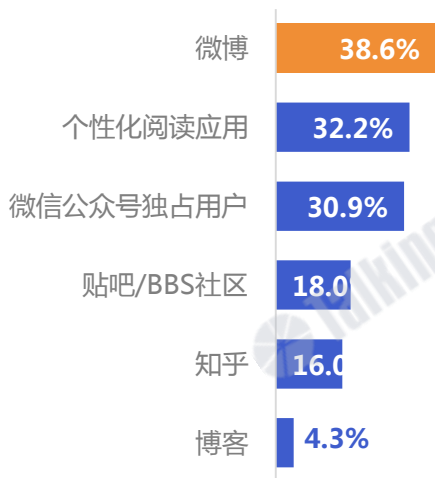
自媒体用户周人均活跃次数对比（次）



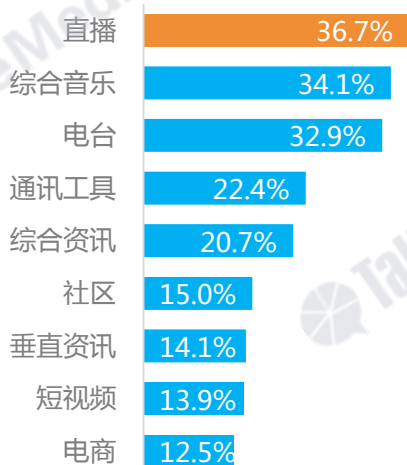
媒介偏好：微信公众号、微博和直播等媒介受用户欢迎

微信公众号用户在除了微信公众号之外对微博和个性化阅读应用关注度较高；直播类应用使用率最高，可见直播类媒介受用户欢迎，而直播类应用中，垂直直播视频和真人视频均有相应的典型应用

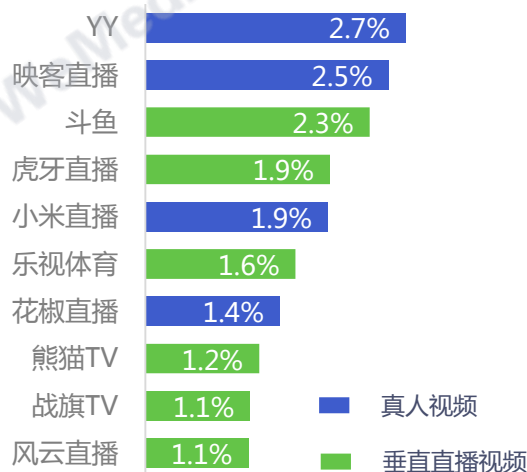
2016年11月 微信公众号用户
的关注点



2016年11月 移动媒体类应用
使用率变化



2016年10月 直播类应用
覆盖率TOP10



数据来源：从左起，图一来源企鹅智库调研报告《自媒体读者行为洞察报告》、图二、图三来源TalkingData 移动数据研究中心；
注：使用率=活跃率/覆盖率*100%

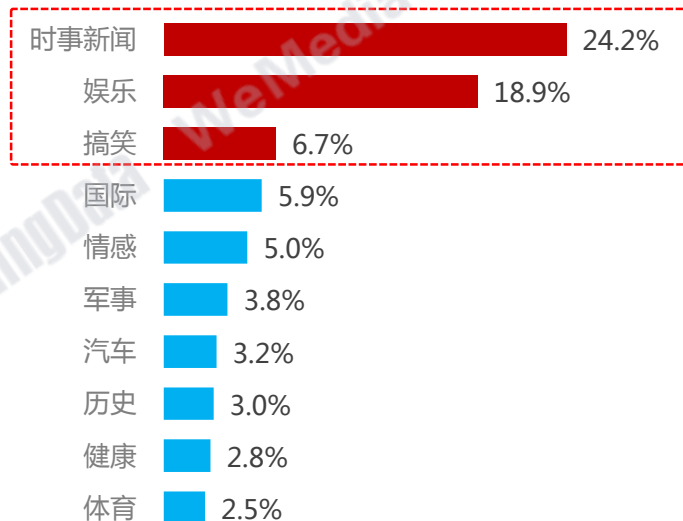
内容偏好：时事新闻、娱乐和搞笑幽默类的内容受到用户欢迎

不论是微信公众平台还是今日头条，新闻资讯（时事新闻）、娱乐和搞笑幽默都是阅读量较高的内容类型，表明用户在内容选择上倾向性明显：获取资讯和娱乐是最主要的自媒体内容偏好

2016年11月 微信公众号阅读量TOP10及分类

公众号名称	阅读量	类型
人民日报		新闻资讯
央视新闻		新闻资讯
FM93交通之声		新闻资讯
央视财经		新闻资讯
美美家族		娱乐影视
任真天		搞笑幽默
卡娃微卡		情感心理
十点读书		文学艺术
大吡花		搞笑幽默
冷笑话精选		搞笑幽默

2016年10月 今日头条不同内容类型阅读量排名

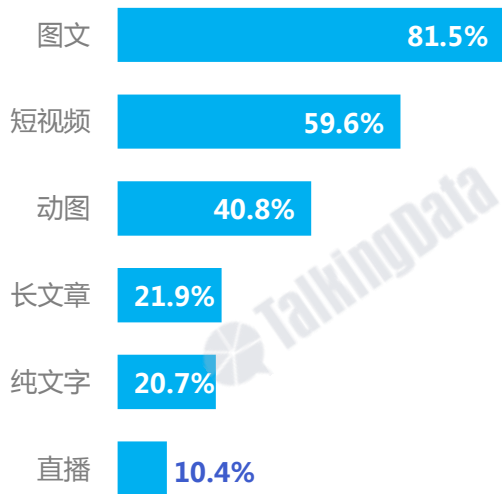


数据来源：左起，图一来源易赞公众号排名数据；图二来源于今日头条，统计周期为2016年10月

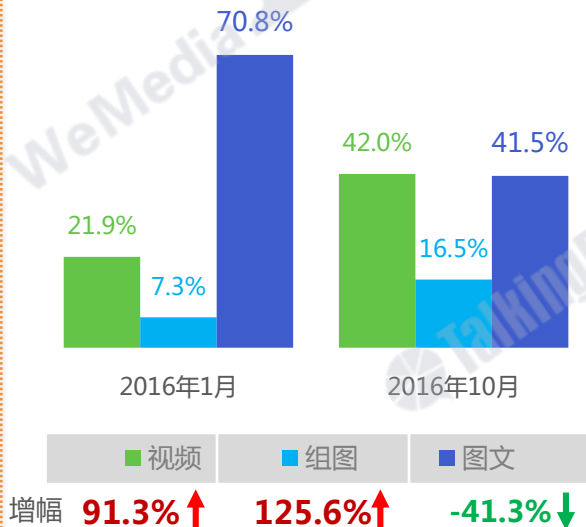
内容形式：图文依然是最主要的内容形式，但短视频异军突起

从微博、今日头条和微信朋友圈内容偏好和阅读量来看，图文依然是自媒体最主要的内容形式，但短视频异军突起，成为较受用户欢迎的内容形式之一

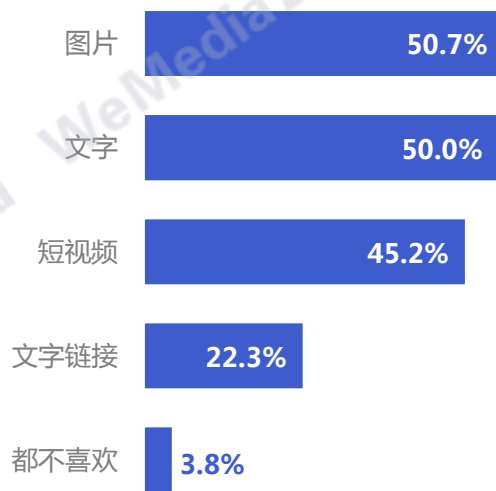
2016年 微博内容形式偏好



2016年 今日头条内容阅读量占比 (%)



2016年 微信朋友圈内容形式偏好



数据来源：从左起，图一来源企鹅智库调研报告《2016微博用户研究》；图二来源今日头条；图三来源企鹅智库《2016年微信影响力报告》

内容形式：内容形式变化直接影响平台的内容布局

以微博和今日头条为例，微博与微念科技合作，计划投入10亿资源用于短视频的传播；今日头条宣布将拿出10亿元补贴短视频创作者，助力短视频爆发



短视频网红电商

- 短视频已经成为微博最为看重的内容形式
- 2017年微博计划投入10亿资源用于增加短视频的传播
- 并推出原创保护机制鼓励原创作者



短视频+搭建生态环境

- 今日头条宣布将拿出10亿元补贴短视频创作者，助力短视频爆发
- 头条号创作者还将能方便快捷地使用东方IC打造的过亿级正版图片库

Part 03

自媒体行业热点分析



网络热词：‘蓝瘦香菇’——自媒体让一夜爆红成为可能

事件起因：10月12日一个广西的用户录制短视频表达失恋的苦闷，这则视频被放上网络后引起网友追捧，该用户相继开通微博，然后继续上传一则新的蓝瘦香菇唱歌视频，持续火爆，‘一直播’平台随后跟进邀他做直播，引千万网友围观

传播途径：用户→朋友→朋友圈→微博→直播平台→大众化媒体

传播效果：蓝瘦香菇成为网络红人，开始做直播，微博粉丝达到30多万

‘蓝瘦香菇’ 百度指数



‘蓝瘦香菇’ 不同平台搜索量



微博搜索量
10611万



百度搜索量
2850万



微信搜索量
4.59万

‘蓝瘦香菇’ 后续传播效果



韦勇蓝瘦香菇哥 + 关注

广西 <http://weibo.com/u/5631313922>

‘蓝瘦香菇’视频当事人

关注 19 | 粉丝 32万 | 微博 18

粉丝增多、开始直播



数据来源：公开资料收集和整理

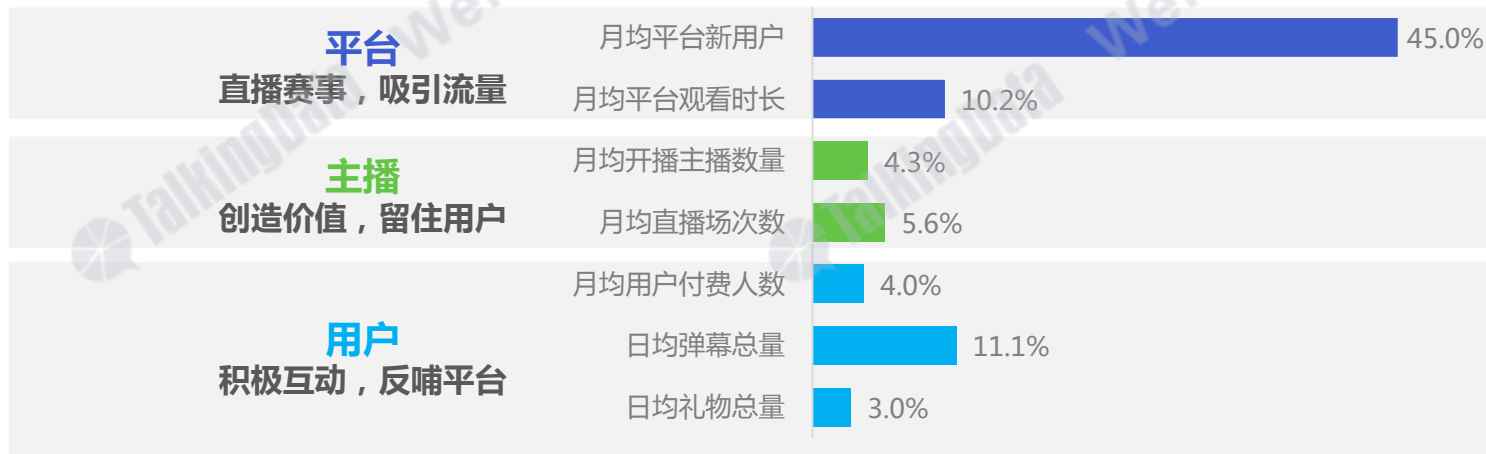
注释：1.微信搜索量通过搜狗搜索入口；2.统计时间截止2016年11月10日

热点事件：S6赛事期间直播平台表现强劲

热点事件：2016英雄联盟全球总决赛（简称S6），它是一场由16支战队参加，为期五周的以《英雄联盟》为项目的国际电子竞技赛事，直播平台虎牙对赛事进行了直播

传播效果：S6直播期间对比直播之前，直播平台的新用户增幅达到45%，不管是平台黏性、主播数量还是用户互动性都有较明显的提升，可见热点事件对于直播平台的活跃度呈积极正相关

2016年 S6期间直播平台各项指标增长幅度（%）



数据来源：由虎牙直播提供

社会热点：不同社会热点在平台上表现均较优，但时事热点互动性更强

时事热点：美国大选从开始就吸引了大众的目光，相关新闻资讯阅读量达到8.61亿，用户互动热情也很高，总评论达139.7万

生活热点：双十一俨然成为一个大型促销节日，文章总量超过美国大选，相关新闻资讯阅读量达到4.28亿，总评论量62.6万

传播效果：时事热点和生活热点均引起了用户的高度关注，但从互动（章均评论）情况来看，时事热点互动性更强



时事热点：美国大选

- 文章总量：**49106**篇
- 总阅读量：**8.61**亿
- 总评论量：**139.7**万
- 统计时间：09.01-11.15



生活热点：'双11'

- 文章总量：**56942**篇
- 总阅读量：**4.28**亿
- 总评论量：**62.6**万
- 统计时间：10.01-11.15

Part 04

自媒体发展趋势分析



趋势一：自媒体产业链逐渐完善，自媒体交易平台和联盟持续融资，优质自媒体不断涌现，竞争者增多，资源较分散

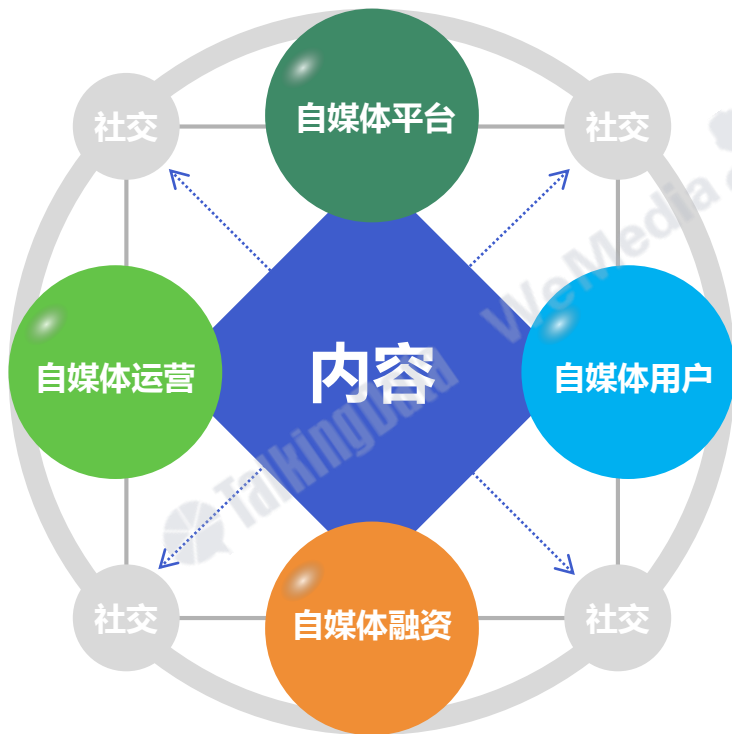


自媒体交易平台&自媒体联盟融资统计

时间	公司	金额
2015年4月	熊猫自媒体联盟	1000万
2015年10月	新榜	2020万
2015年12月	WeMedia	6000万
2016年5月	新榜	未透露
2016年5月	今日排行榜	数千万
2016年9月	WeMedia	4000万
2016年9月	社群科技	2000万
2016年10月	一道	未透露
2016年11月	引爆点	3000万
2016年11月	鼠鼠文化	1000万

数据来源：公开资料收集和整理

趋势二：自媒体平台不断演变，用户习惯逐渐迁徙，运营者持续适应变化，资本追逐自媒体热点，但核心总是以内容为主



内容

内容一直是自媒体的核心，是用户最核心的关注点，也是自媒体营销中最应该关注的环节

平台

自媒体平台不断演变，从文字→图文→音频/FM→视频→直播等，不断满足用户的需求

用户

用户关注点一直在变化，从文字到直播，关注的内容趋于多元化

运营

自媒体运营不断公司化，个人运营、小作坊形式逐渐减少，公司化运营走上正轨

融资

从年初至今，自媒体融资案例和金额不断扩大，越来越多优质内容将更容易拿到融资

趋势三：自媒体行业发展面临多重挑战：内容同质化问题、自媒体追逐热点容易导致用户审美疲劳、平台红利开始衰退、商业模式简单等等



趋势四：自媒体行业发展同样面临多重机会，未来行业将进一步细分，垂直领域机会依然存在，持续性、规模化的内容生产成为关键



01 自媒体行业随着用户关注点的细化会逐渐细分，在一些独特的垂直领域依然有很大的发展机会

02 自媒体行业归根结底是创意的摇篮，通过创造性的内容将用户凝结成一个社群，独特的创意依然会吸引到足够的用户

03 持续性、规模化的内容才能真正吸引到用户关注，所以拥有规模化生产内容的能力即拥有长远发展的机会

04 自媒体是媒体，所以在未来大部分自媒体会回归媒体本身，即内容媒体；也有少部分会持续发展，转向电商、视频、社区等，形成巨头

05 自媒体行业想真正做大，需要超越内容媒体本身，在商业模式上积极探索，比如打造IP、垂直电商等

06 任何行业发展都离不开人才，有了资本对自媒体行业的看好，吸引人才不再困难重重

报告说明

● 数据来源

- ✓ 1、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。
 - ✓ 2、公开信息收集整理
 - ✓ 3、外部合作数据
-

● 数据周期

- ✓ 人群洞察数据：2016年11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



花椒直播

花椒直播，中国最大的具有强明星属性的移动社交直播平台，聚焦90、95后生活，每天实时进行互动和分享。



虎牙直播

虎牙直播作为中国领先的互动直播平台，以游戏直播为主，涵盖泛娱乐直播，为用户提供超清、极速、流畅的直播观看体验。



今日头条

今日头条

今日头条是一款基于数据挖掘技术的个性化推荐引擎产品，它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。

关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年，致力于用数据改变企业做决策的方式，改善人类自身和环境。目前已完成C轮融资，是中国最大的第三方数据服务的领导厂商，在全球开设多个分支机构。
- ▶ 融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业的咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。
- ▶ 目前，TalkingData智能数据平台覆盖超过6.5亿/月活跃独立智能设备，客户既包括像Google、腾讯、滴滴出行等互联网企业，也包括中国银联、招商银行、欧时力、碧桂园等传统行业巨头。

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。



扫一扫立即访问

移动观象台

纵览行业，数据解析移动趋势





TalkingData

移动 · 数据 · 价值



扫一扫立即访问



应用排名

洞悉市场动态，提供最新Android应用排行，针对单款应用绘制人群画像



公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行



终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析



市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度



人迹地图

挖掘用户行为轨迹，分类解析品牌受众群体，提供可视化数据解读



Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com

