

Push & News

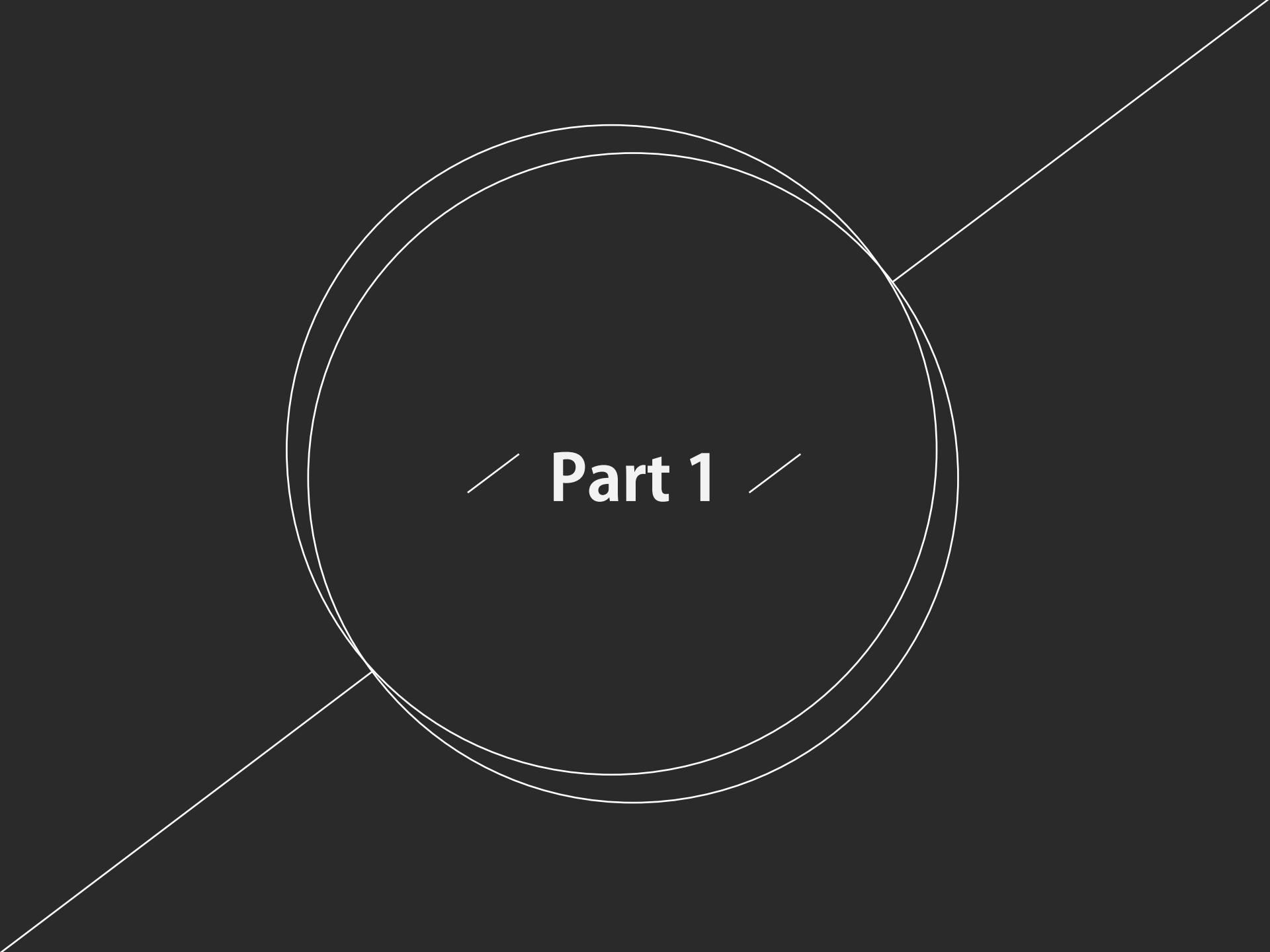
移动资讯应用推送报告



- 信息资讯随着自媒体的繁荣而不断丰富，内容吸引流量的属性、高速增长的资讯获取需求让互联网巨头们纷纷加入内容分发领域，希冀通过内容留住用户。
- 用户在手机应用中消费内容，活跃用户量、用户使用时长等实际反映了这些提供内容的应用是否成功留住用户，是否占据了用户的时间，也就能判断是否具有更多想象力。
- 抢占用户注意力成为激活用户的重要手段，也意味着推送、通知、提醒（下文统称推送）成为了应用们的重要战场。
- 但是，用户感知中的什么类的应用推送最多？用户如何选择接收或不接收推送？哪些类型的资讯推送最容易被用户点击？我们将这一系列重要的问题放进了调查问卷，并得到了4601位用户的回答。

核心发现

- 超过 $1/3$ 用户估算自己收到了超20条推送、近 $1/4$ 用户收到超30条推送，越年轻的用户反而接收的推送数量更少；
- $2/3$ 的用户认为自己经常收到的推送类型是私人/群消息和新闻资讯推送。约85%的24岁以下用户认为自己常收到私人/群消息，而只有约45%的大于40岁的用户这样认为；
- 近 70% 的用户认为自己不被收到的新闻资讯相关推送数量困扰（合适或过少），第一时间知晓重大事件成为用户接收新闻资讯相关推送的最重要的原因；
- $3/4$ 的用户一定或者大多数情况下会打开收到的新闻资讯相关推送，突发性、爆炸性资讯最容易被打开；
- 超过 50% 用户更愿意点击提示带图或视频的推送，不到2成的用户表达了想法的意愿，其中年轻人更会因为流量的原因而不点击。
- 超过 96% 的用户一般情况下（都会、大多数时候会、有时会）会在点击推送后继续留在应用内浏览其他内容。



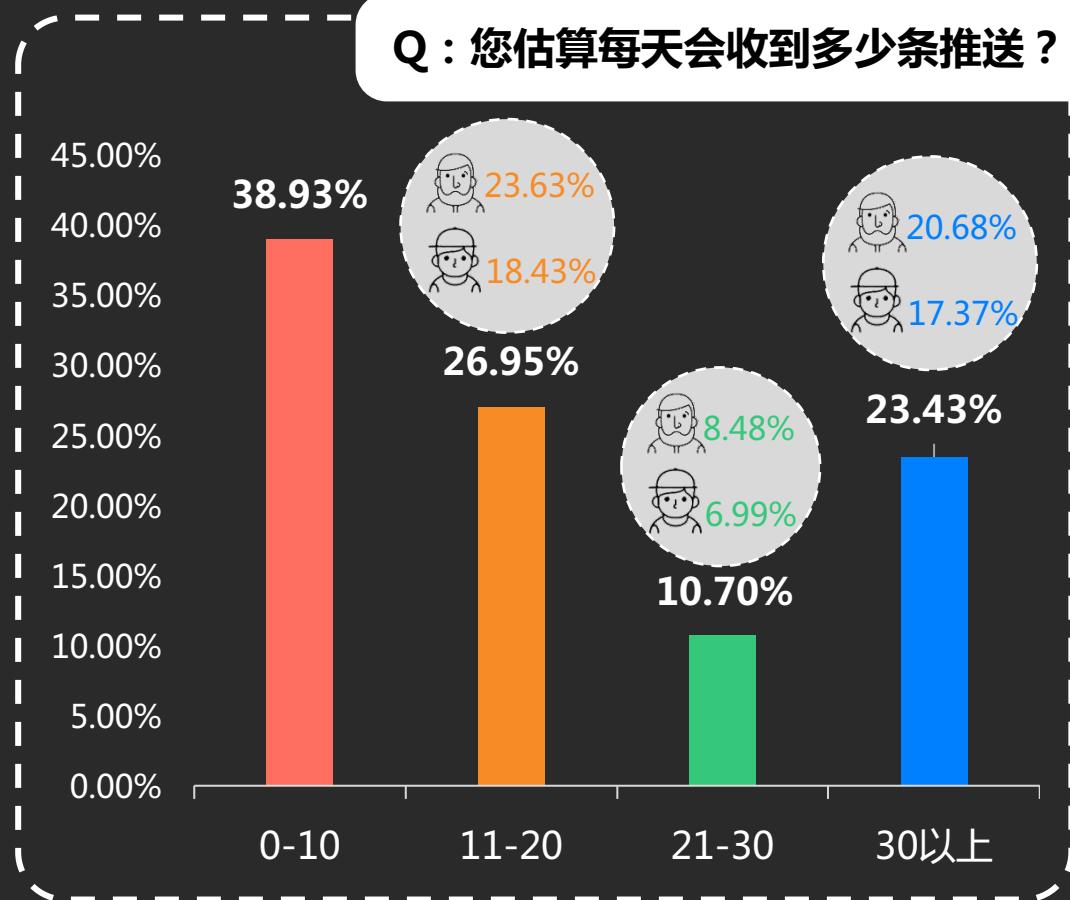
Part 1

用户收到推送的数量

34% vs 15%

- ▶ 超过 1/3 用户估算自己每天收到超过20条推送。对比美国、德国、英国的用户，每天收到超过20条推送的比例分别为 20%、15%、15%。

Q : 您估算每天会收到多少条推送？

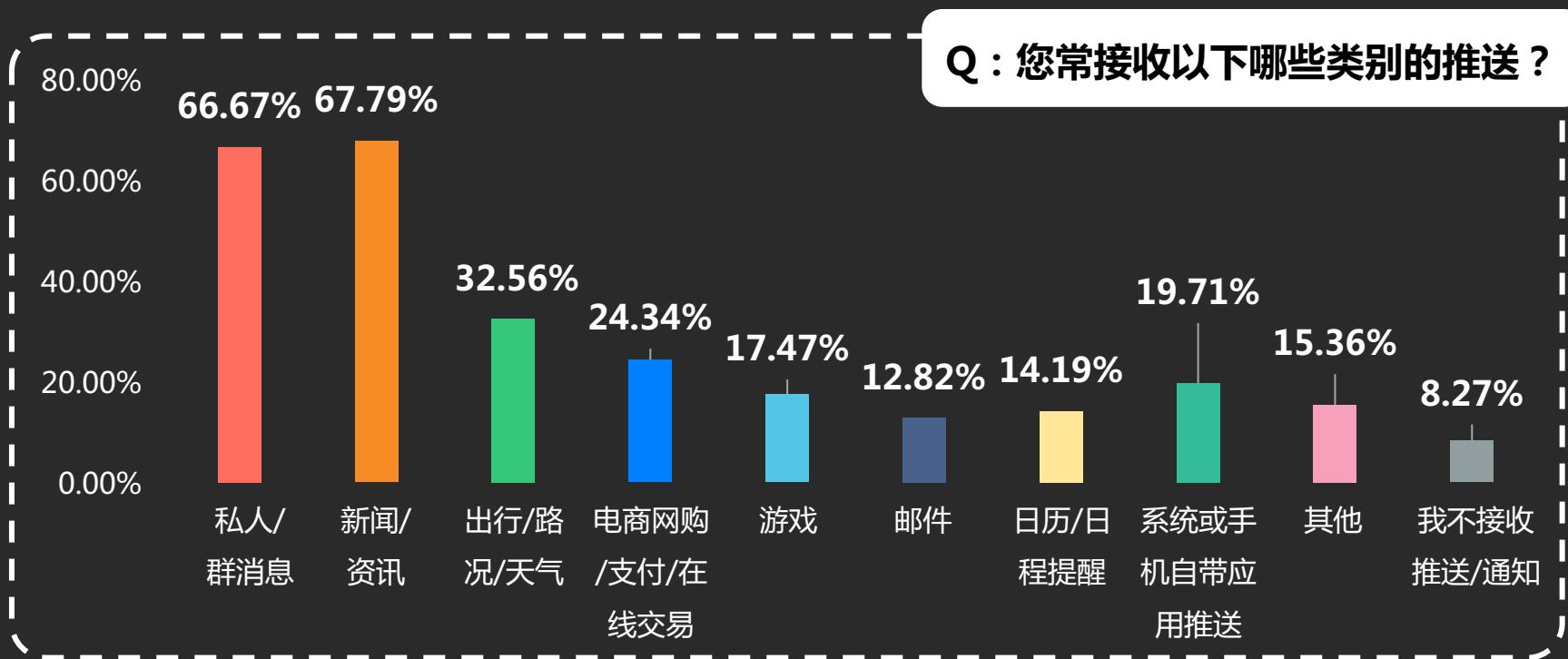


- ▶ 在不同年龄段对比中，海外年轻用户（18~24）每天收到的推送数量远多于中老年用户（45+），这一情况也与我们的调查结果相反，国内中老年用户（41+）接收了比年轻人更多的推送。

* 国外数据源自路透社报告《News Alerts and the Battle for the Lockscreen》

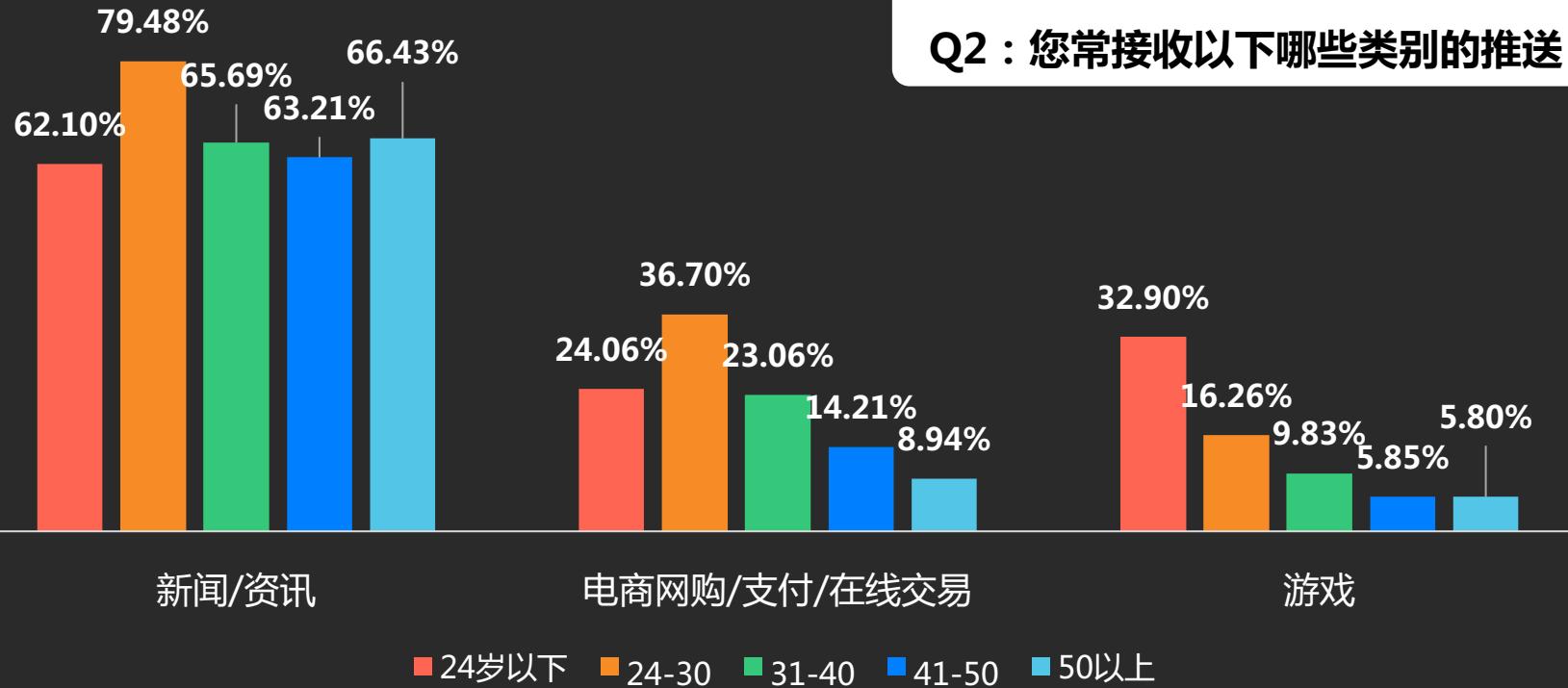
用户常收到什么类的推送

- ▶ 超过 2/3 的用户常收到新闻资讯类、私人或群消息类的推送。即时通讯、浏览新闻资讯是大多数用户的重要需求。
- ▶ 对比路透社的调查结果，海外用户非常依赖日程提醒、邮件等类型的推送；国内用户更多收到出行/天气和系统或手机自带应用的推送。



* 国外数据源自路透社报告《News Alerts and the Battle for the Lockscreen》

不同年龄段用户收到推送类型的区别



Q1：您的年龄是？

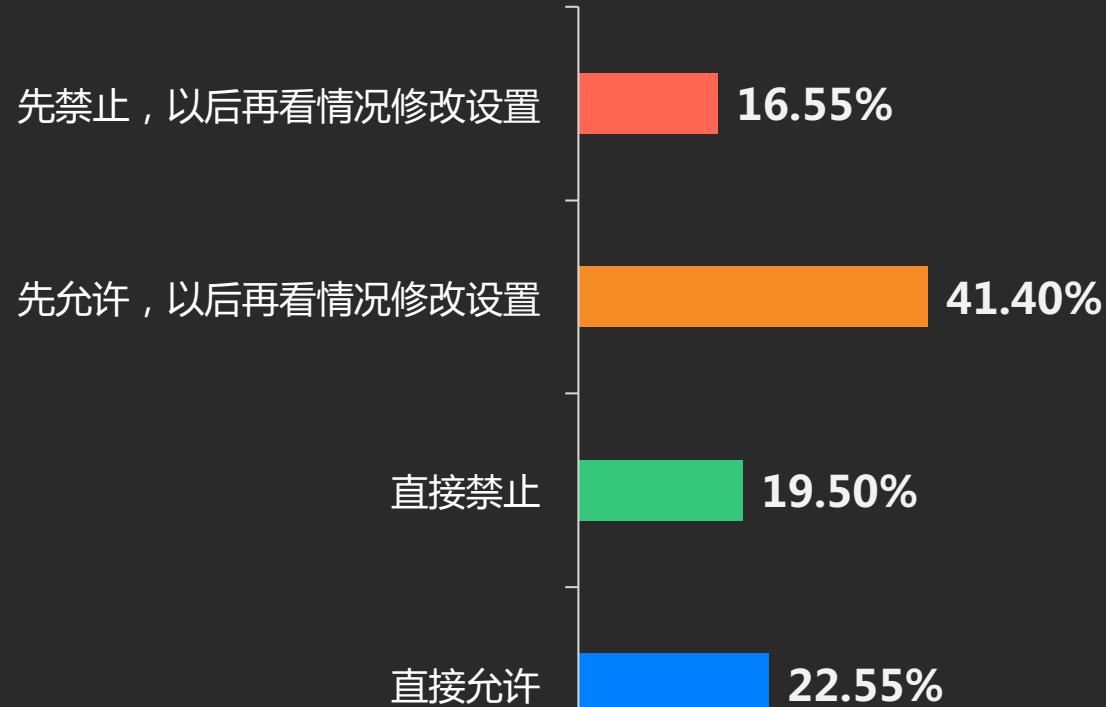
Q2：您常接收以下哪些类别的推送？

- ▶ 新闻资讯类推送在不同年龄段用户中都有着接近 2/3 的渗透率。
- ▶ 电商类推送在青年人群体 (<40) 中更常见，游戏类推送则明显在低于24岁的用户群体中更为流行。

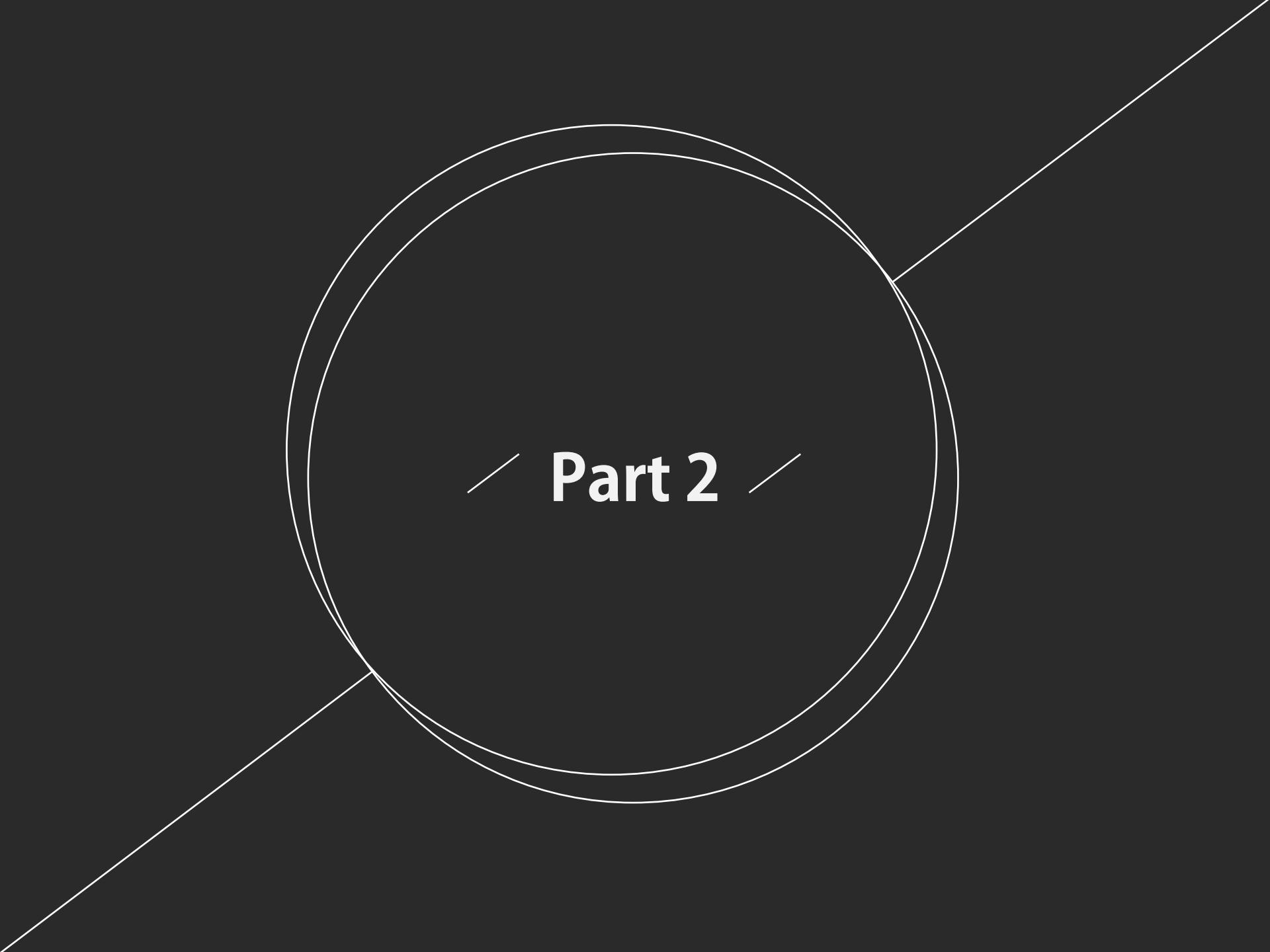
下载新应用后，用户被问到是否接收新的推送时的选择

- ▶ 接近 2/3 用户对新应用的推送比较宽容，选择了允许。
- ▶ 对比路透社的调查，美国、德国、英国的用户显得更希望“掌控”自己的手机，不被应用推送打扰。

Q：下载一个新的应用后，它会提醒您是否接收新的推送，此时您的选择是？



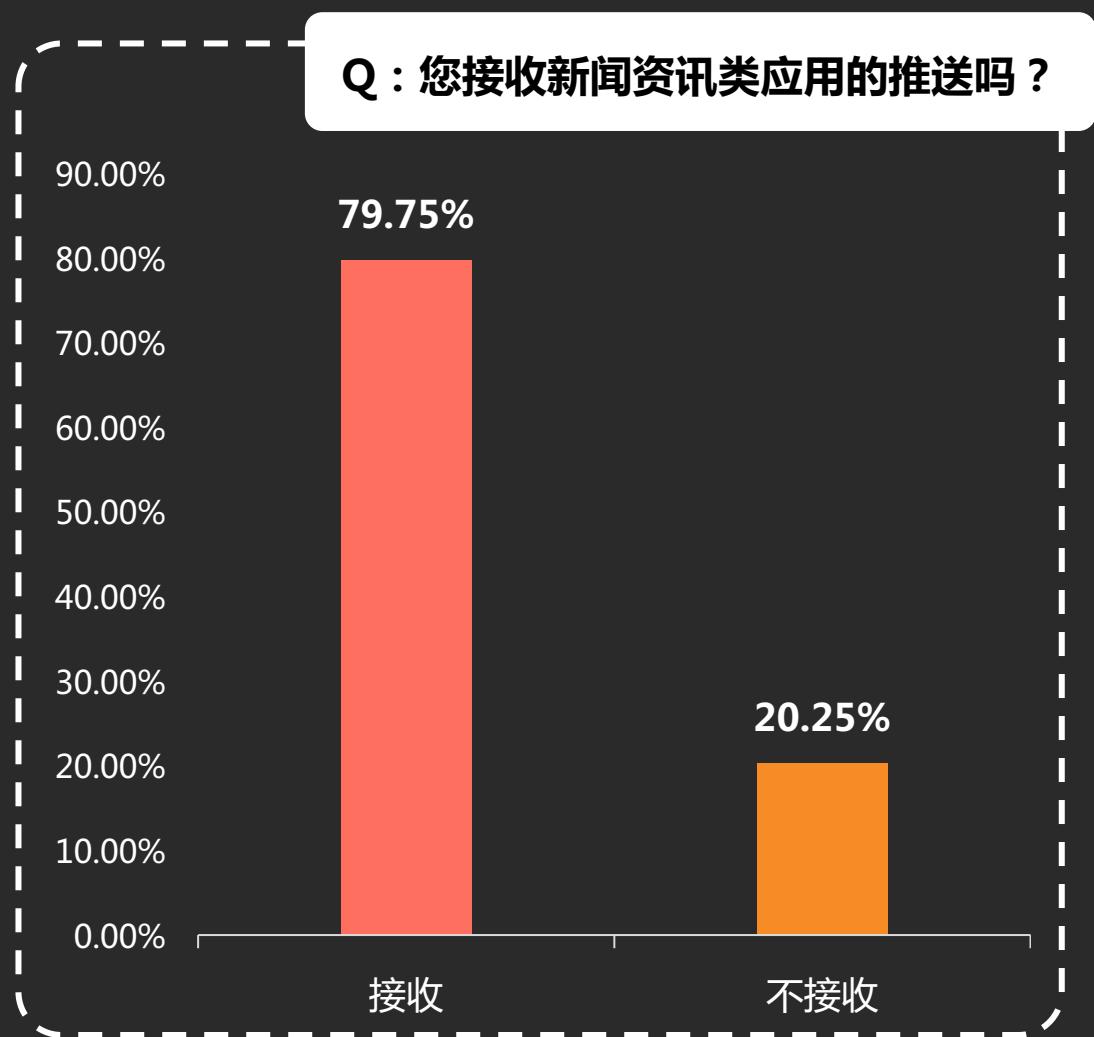
* 国外数据源自路透社报告《News Alerts and the Battle for the Lockscreen》



Part 2

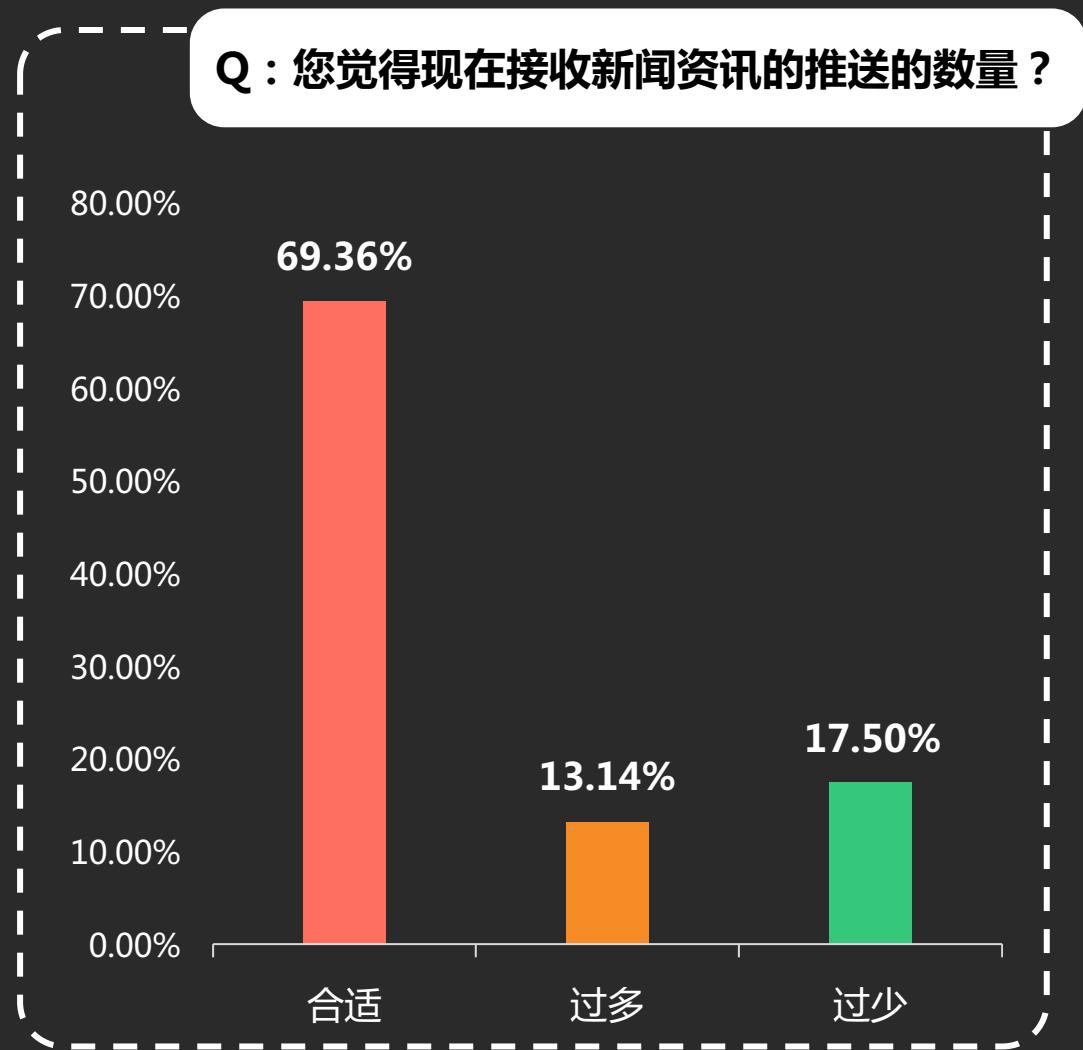
用户接收新闻资讯类推送的比例

- ▶ 大约 **80%** 的用户接收新闻资讯推送。
- ▶ 安卓手机用户比苹果手机用户更乐于接收；男性比女性更乐于接收；年长用户比年轻用户更乐于接收。



用户认为自己接收的新闻资讯类推送数量如何

▶ 近 **70%** 的用户对
接收新闻资讯类推送的数量感到
满意。



用户接收新闻资讯类推送的原因

Q : 接收新闻资讯的推送是因为 ?

第一时间得知重大事件 76.79%

有我感兴趣的资讯时能够及时了解 58.66%

能意外发现一些有兴趣的讯息 41.02%

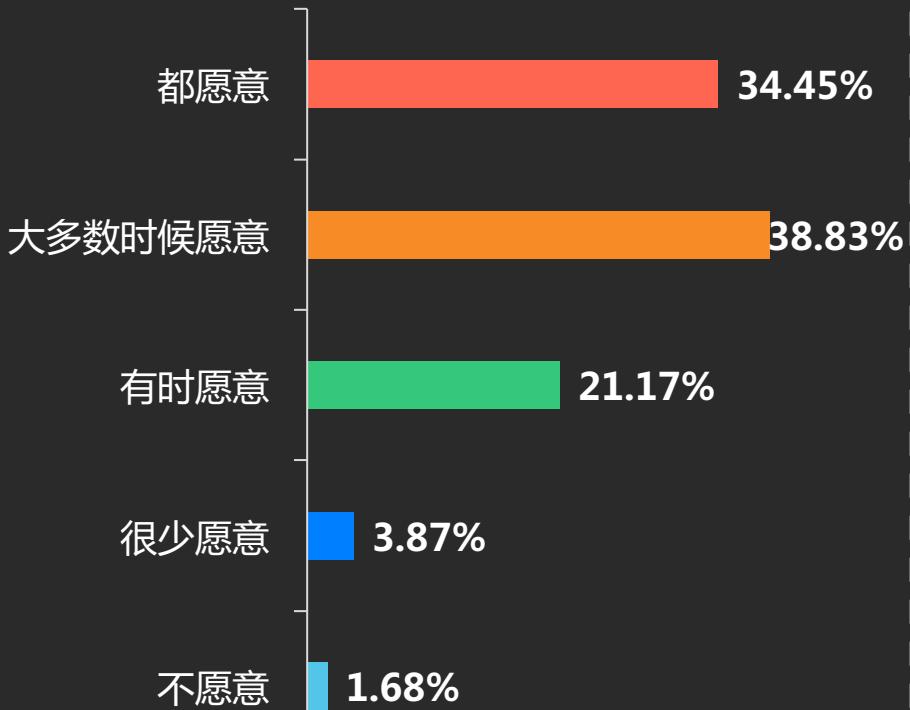
得知一些可以作为谈资的讯息 17.24%

其他 6.77%

用户打开新闻资讯类推送的意愿

- ▶ 新闻资讯类推送吸引近 **75%** 的用户点击，仅不及2%的用户不愿意打开。
- ▶ 可以判断，新闻资讯类推送是拉动用户活跃的重要方式。

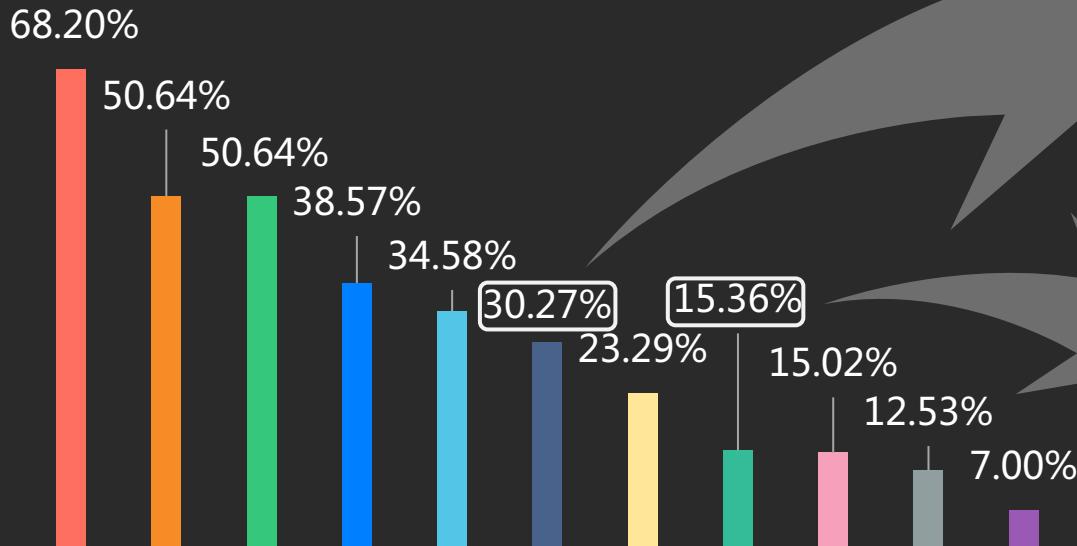
Q : 您愿意点击打开接收到的新闻资讯的推送吗 ?



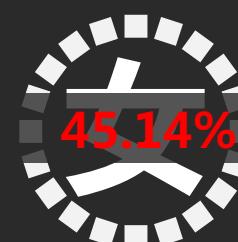
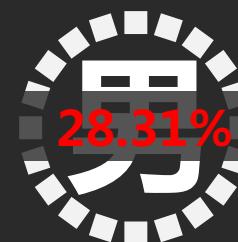
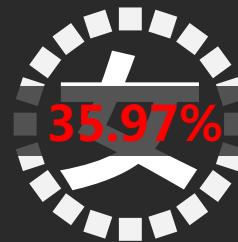
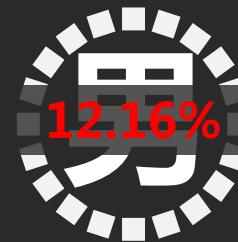
用户更常打开什么题材的新闻资讯推送

Q : 您会点击打开哪一类新闻资讯的推送 ?

- | | |
|--------------|-------------|
| ■ 突发的爆炸性新闻资讯 | ■ 全球热点新闻资讯 |
| ■ 本地热点新闻资讯 | ■ 军事类新闻资讯 |
| ■ 政治外交类新闻资讯 | ■ 生活休闲类新闻资讯 |
| ■ 科技类新闻资讯 | ■ 娱乐类新闻资讯 |
| ■ 财经类新闻资讯 | ■ 体育类新闻资讯 |
| ■ 其他 | |

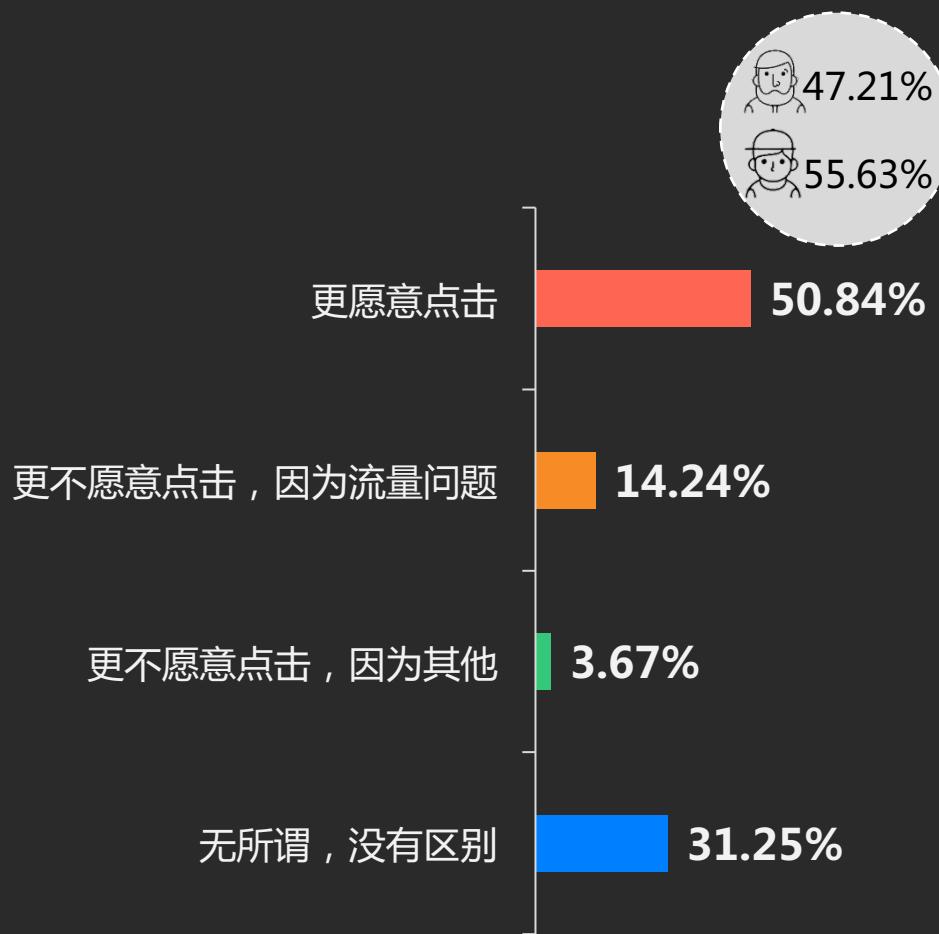


- 突发性新闻、全球或本地热点新闻是最受用户关注的题材。
- 女性更乐于打开娱乐类、生活休闲类的新闻资讯推送。



用户如何对待说明含图或视频的新闻资讯推送

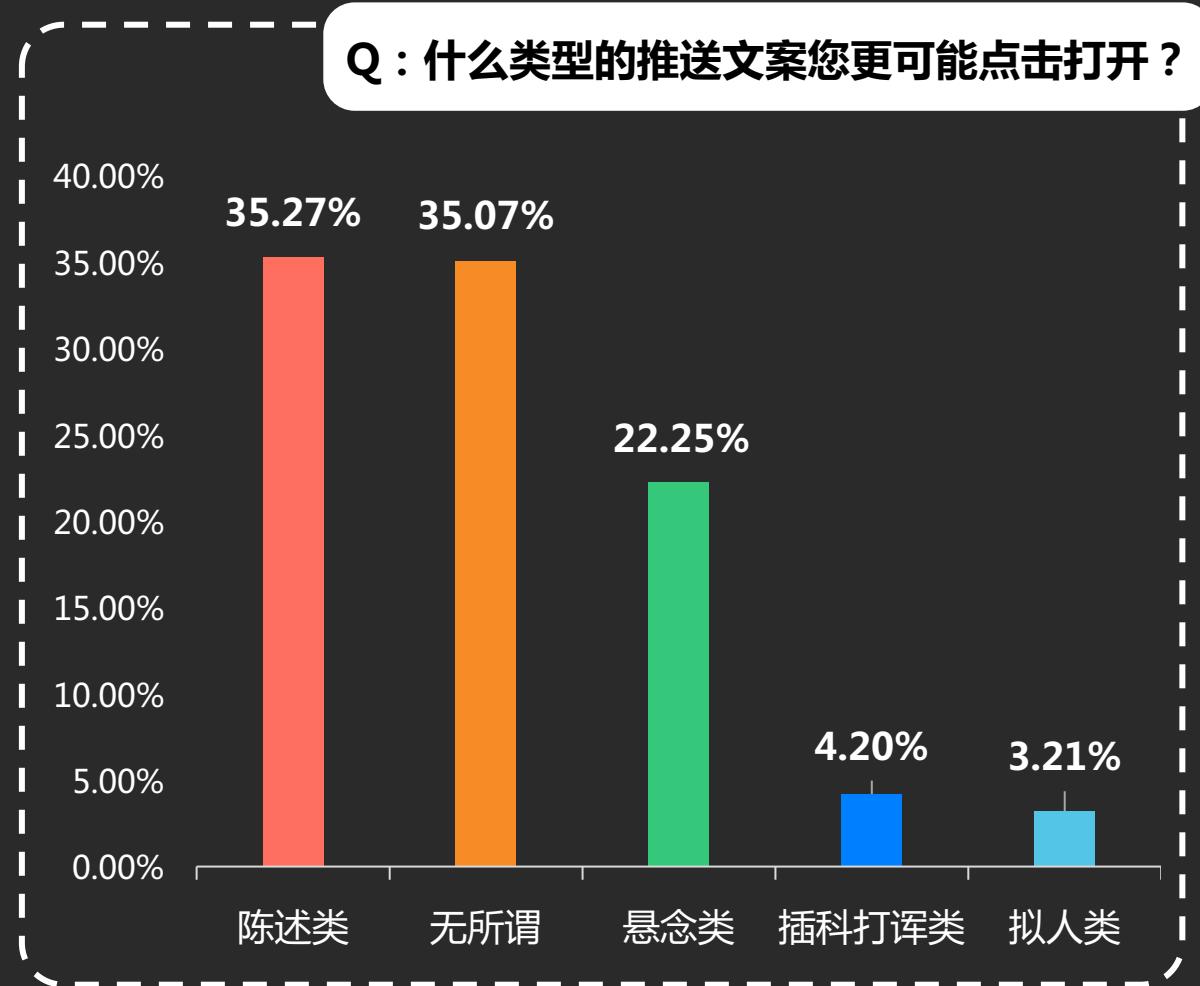
Q：如果推送中提示有图或有视频，您会？



- 当新闻资讯的推送文案中表明包含图或者视频时，超过5成用户更有意愿点击，仅不到2成的用户会更不愿点击。其中，年长用户比年轻用户更愿点击，而更多年轻用户因为流量原因会谨慎考虑点击带图或视频的推送。
- 这正好符合当前用户对短视频和图片消费需求不断提升的趋势。2016全年，今日头条全平台视频日均播放量增长605%，组图类资讯日均阅读量增长581%。

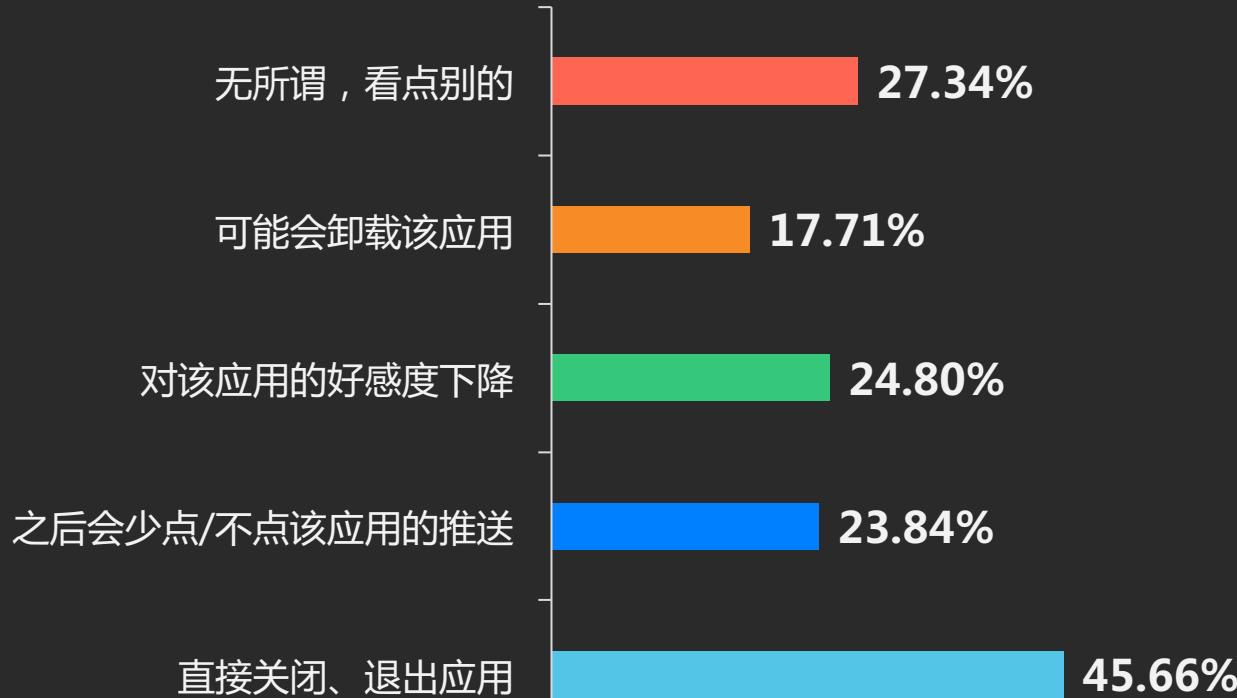
什么风格的推送文案更容易被用户点击？

- ▶ 文案风格会影响近7成用户的点击行为，35%的用户更乐于点击陈述类的推送，20%用户更偏好悬念类的推送。



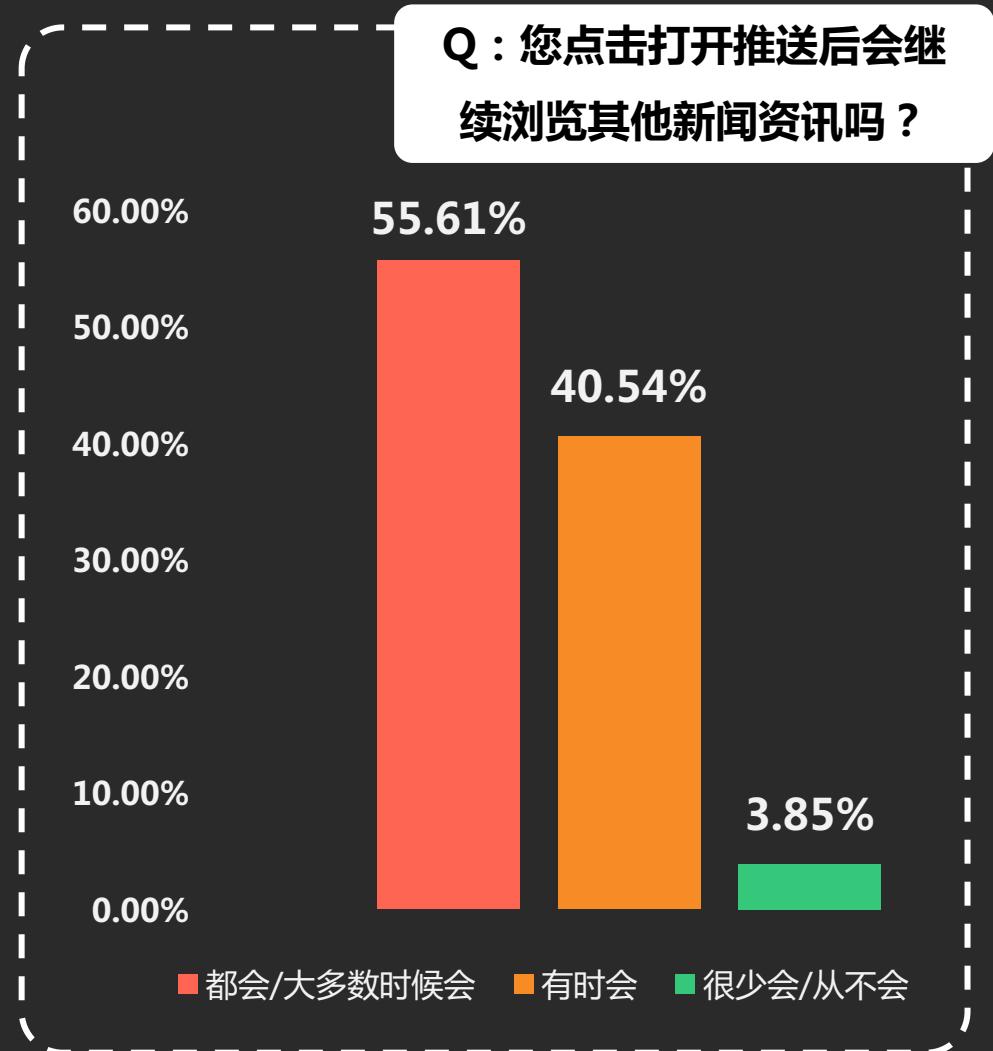
用户如何对待“标题党”式推送？

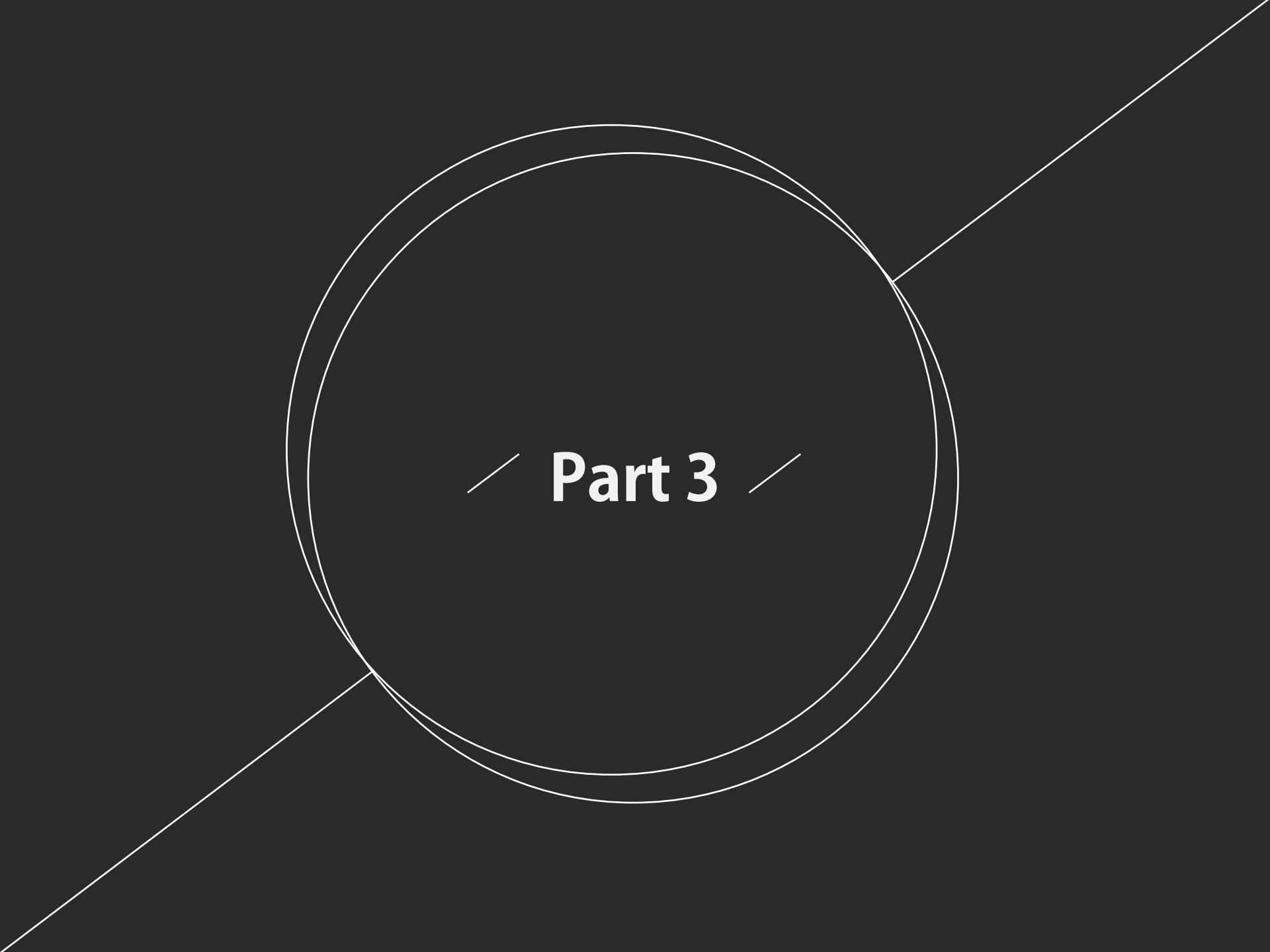
Q：打开推送后，若推文玩“标题党”与文案不符，让人失望，您会？



用户点击推送后会继续停留在应用内浏览资讯吗？

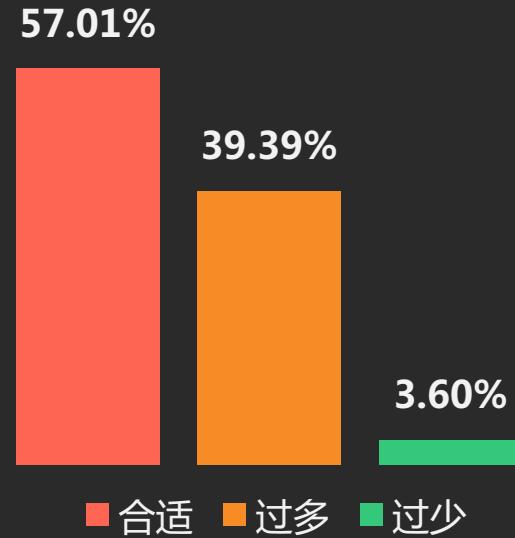
- ▶ **96%** 的用户在点击新闻资讯推送后大概率会继续浏览其他资讯，仅有不到 4% 的用户很少或者不会继续浏览资讯。



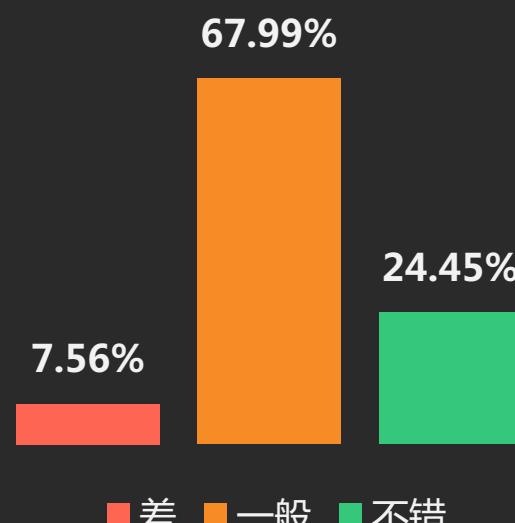


Part 3

安卓手机用户如何看待系统推送或手机自带应用推送？



■ 合适 ■ 过多 ■ 过少



■ 差 ■ 一般 ■ 不错

Q1：您觉得系统或手机自带应用的推送的数量？

Q2：您觉得系统或手机自带应用的推送的质量？

- 在选择常收到的推送类别时，1/4安卓用户选择了系统或手机自带应用的推送一项。
- 近4成用户认为这类推送过多，接近7成用户认为这类的推送质量一般。

- 本报告《新闻资讯应用推送报告》（以下简称“本报告”）由今日头条算数中心（以下简称“算数中心”）制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法律法规保护。除注明的引用第三方数据及公开信息，本报告所有版权归今日头条算数中心所有。
- 算数中心分析团队于2017年2月投放调查问卷，并收回4601份有效样本。本报告涉及到的相关数据经过按照CNNIC与2017年1月发布的《2016移动资讯行业细分报告》的总体用户画像抽样处理。
- 本报告不代表今日头条的官方立场。算数中心对本报告引用第三方数据及公开信息的真实性、准确性、完整性不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。
- 算数中心致力于更及时、更全面、更深度的阅读数据挖掘和数据应用创新。未经允许，不得对本报告进行加工或改造。如有转载或引用，需及时与我们联系并注明出处【今日头条算数中心】。
- 特此声明。

更多相关报告

1

在《2016短视频行业发展研究报告》中，算数中心梳理了自在线视频业诞生以来到移动互联网爆发时期，短视频行业的关注重点和发展脉络。同时，在基于对过去十余年发展的总结上，重点统计整理了当前短视频产业的现状、短视频在主要分发渠道中的生存状况。最后，结合参考海外重量级短视频玩家的发展历程和增长手段，归纳总结了国内短视频行业未来发展的数个趋势和核心要点。



2017.01

《2016短视频行业发展研究报告》

2

基于技术和内容载体的变革，智能手机和高速网络的普及，行业蛋糕继续变大，移动资讯领域和内容创业都在2016年迎来了大爆发。智能算法分发的出现，用户对视频内容消费行为的培养为凝聚在内容链条上的媒体从业者、内容创业者和资本带来了全新的想象空间。



2017.01

《2016移动资讯行业细分报告》



关于我们

今日头条算数中心

依靠今日头条海量用户每天数以百亿次级的阅读行为产生的数据，测量每一则资讯的传播力，描绘每一个用户更精准的画像，洞悉用户阅读行为下更深层的动机，致力于更广更深的阅读数据挖掘，用数据服务各个行业。

电邮：datadance@bytedance.com

地址：北京海淀区北三环西路中航广场

