

2016Q4中国手机新闻 客户端市场研究报告

2016Q4 China Mobile News App Market
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



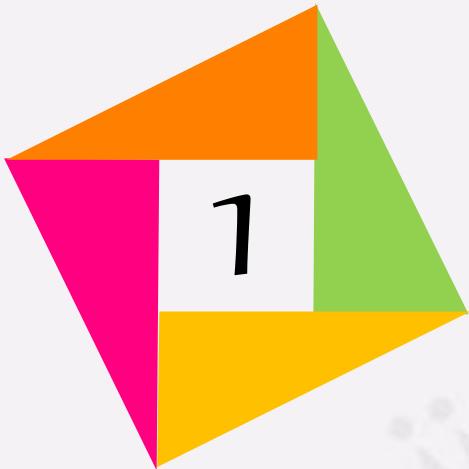
研究方法

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、相关企业与移动新闻客户端用户进行深度访谈，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12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿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 2016Q4中国手机新闻客户端市场发展概况
- 2 2016Q4中国手机新闻客户端内容分发分析
- 3 2016Q4中国手机新闻客户端市场案例分析
- 4 中国手机新闻客户端市场发展趋势解读



PART ONE

2016Q4中国手机新闻 客户端市场发展概况

聚焦行业热点

今日头条推动用户展开社交互动

2016年10月，今日头条更新版本，增加“上头条”功能，开放支持非头条号用户在今日头条发布文章权限；同时改版个人主页，标注关注、粉丝、动态、访问量等信息。另外，赵丽颖、柳岩、陈伟霆、Angelababy等相继入驻今日头条，提升品牌知名度的同时，推动应用内用户社交互动生态建设。

凤凰新闻客户端更新 整合旗下平台内容

2016年10月，凤凰新闻客户端上线新版本，新版本在打造资讯智能推荐基础上，强调编辑精选和用户订阅两方面权重，打造混合智能推荐。在内容上，新版本打通凤凰卫视、凤凰资讯、凤凰FM、凤凰号等凤凰旗下所有平台，进一步提升平台内容丰富程度。并整合凤凰卫视、凤凰FM，上线车载功能，意图提升用户交通时段阅读体验。

网易新闻携手卫龙 打造品牌营销新玩法

2016年12月，网易新闻先是与零食品牌卫龙展开微博互怼，为网易一年一度的有态度任务盛典造势。随后，网易新闻为卫龙颁发“永不过气红人奖”。双十二当天，卫龙推出商品“网易有态度超新星辣条礼包”。艾媒咨询分析师认为，网易新闻抓住卫龙用户群体年轻化特点，通过颁奖、定制产品销售等方式，完成链条化品牌营销，方式新颖，并有利于实现高效的用户触达。

腾讯新闻《听我说》 探索直播新内容

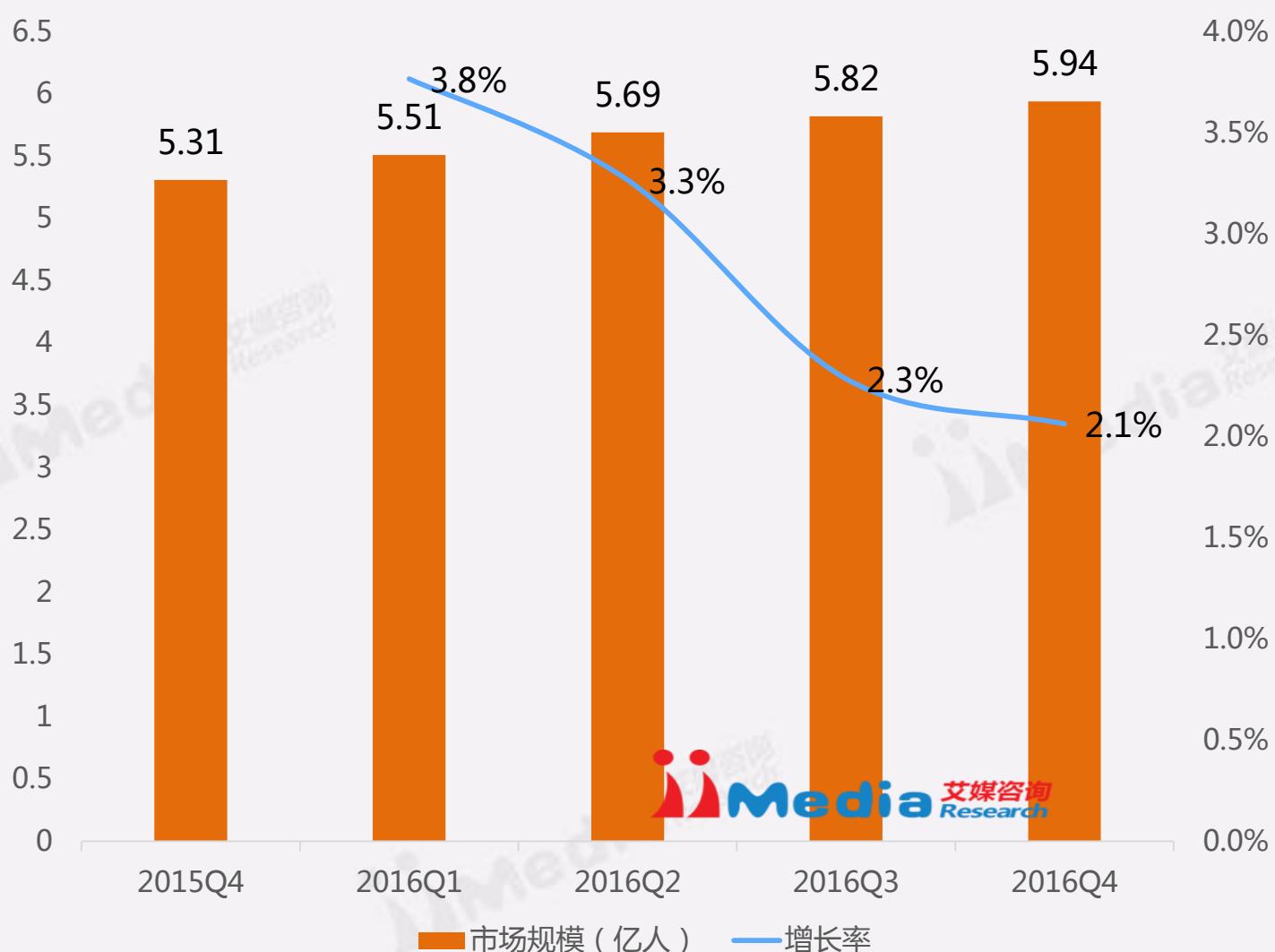
2016年12月，腾讯新闻上线《听我说》节目，尝试以当事人直播的形式对外发声。艾媒咨询分析师认为，自媒体发展推动UGC内容产生，大V、段子手等对于事件发展、民众看法有较强引导作用。腾讯新闻引导当事人以直播方式进行主动发声，为公众提供来自当事人角度的经历与思考，有利于促进良性沟通、推动探索真相。

2016Q4中国手机新闻客户端用户规模

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，进入2016年，中国手机新闻客户端用户规模增速逐渐放缓，第四季度增速降至2.1%。

用户规模基本保持稳定，中国手机新闻客户端市场逐渐从粗放式扩张走向精细化运营，从增量阶段走向存量阶段，此阶段重点转向优化用户体验，提升用户粘性。

2015Q4-2016Q4中国手机新闻客户端用户规模

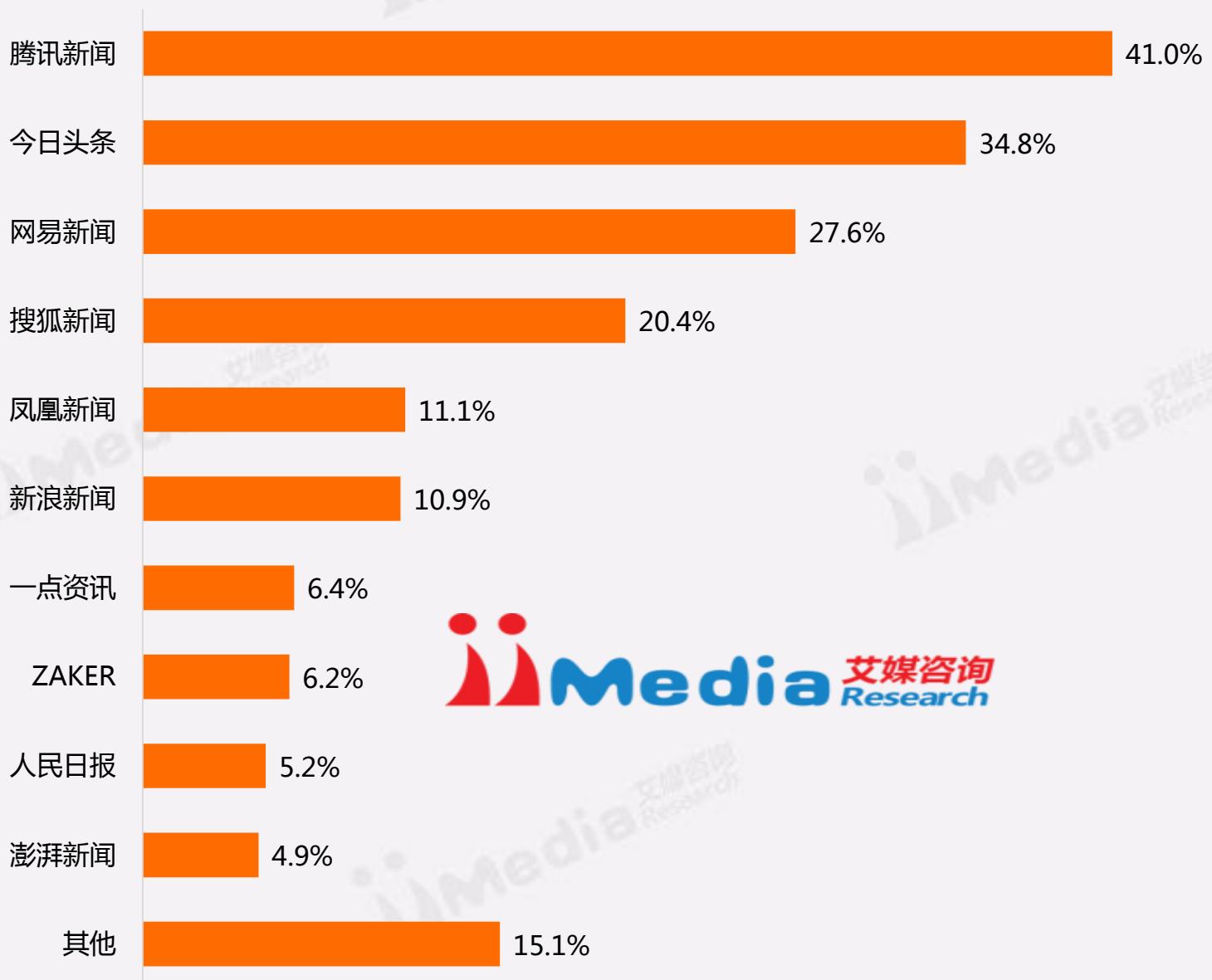


数据来源：艾媒北极星（截止2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测）

腾讯新闻、今日头条等头部优势明显

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，腾讯新闻以41.0%的占比继续领跑手机新闻客户端活跃用户分布排行。今日头条以34.8%紧随其后。艾媒咨询分析师认为，随着移动新闻市场走向存量阶段，腾讯新闻、今日头条等头部新闻客户端优势逐渐扩大，第二梯队压力明显增加。

2016Q4中国手机新闻客户端活跃用户分布



数据来源：艾媒北极星（截止2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测）

腾讯新闻12月活跃用户数居首位

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年12月，在中国手机新闻客户端活跃用户数排行中，腾讯新闻以1.76亿居首位，今日头条12月活跃用户数为1.44亿，排名第二。

2016年12月中国手机新闻客户端活跃用户数排行



注：本次统计排行只针对行业内部分手机新闻客户端应用。

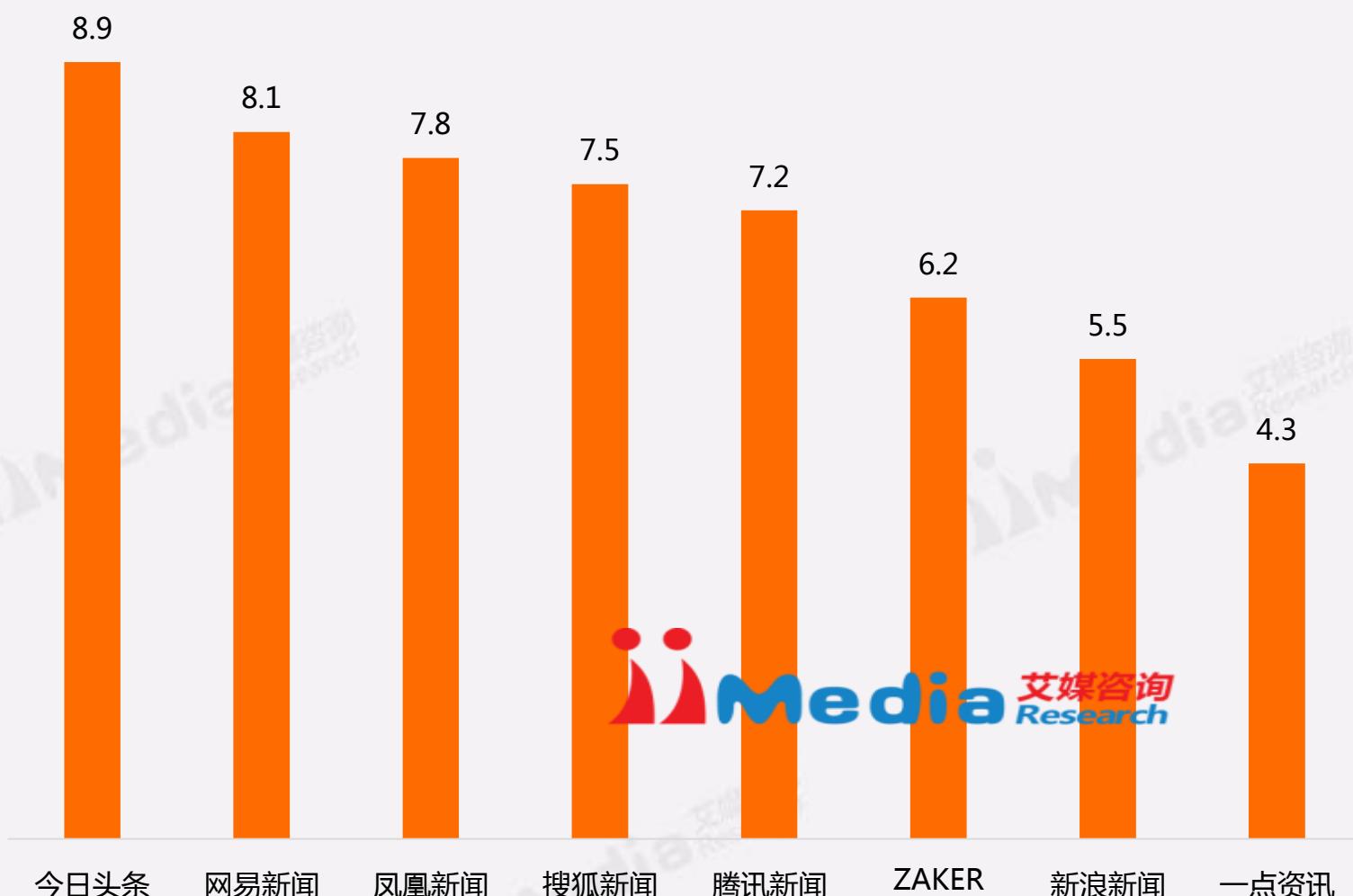


数据来源：艾媒北极星（截止2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测）

今日头条粘性居首位

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，今日头条用户粘度仍居中国手机新闻客户端首位。发力直播的网易新闻表现强劲，用户粘度升至第二位，ZAKER用户粘度也有所增长，两者用户粘度较好的变化趋势或与资讯交流社区建设有关。

2016Q4中国手机新闻客户端用户粘性指数排行对比



注：新闻客户端用户粘性指数根据应用用户日均浏览量、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12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测）



PART TWO

2016Q4中国手机新闻

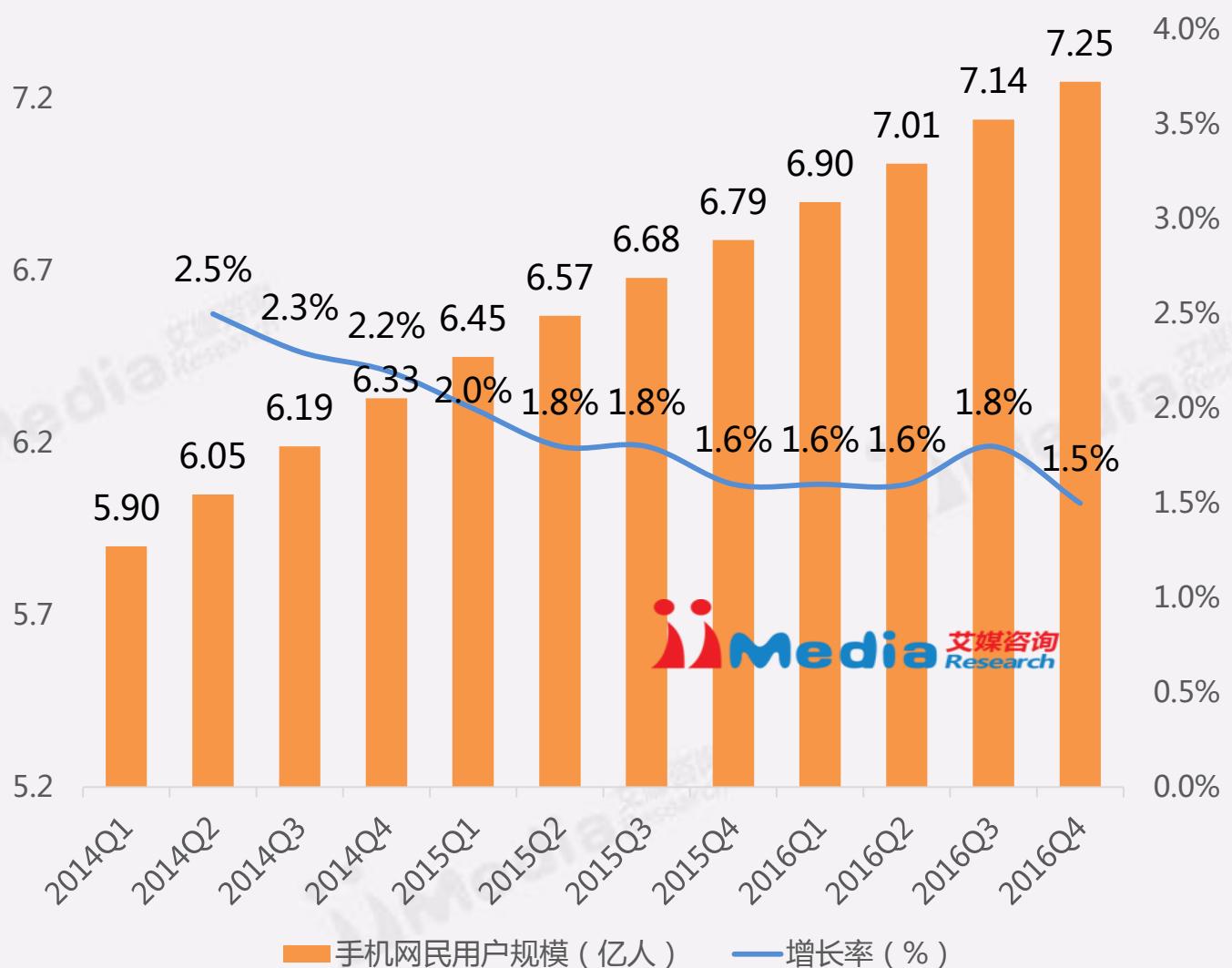
客户端用户行为分析

从增量阶段走向存量阶段

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，进入2016年，中国手机网民规模增速维持在2.0%以下，中国手机网民数量基本稳定。

同时，新闻客户端用户规模增速也逐步放缓，2016年第四季度增速降至1.5%。中国新闻客户端市场人口红利逐渐消失，用户数量、用户粘度等方面居于前列的平台或将继续扩大优势。

2014Q1-2016Q4中国手机网民规模

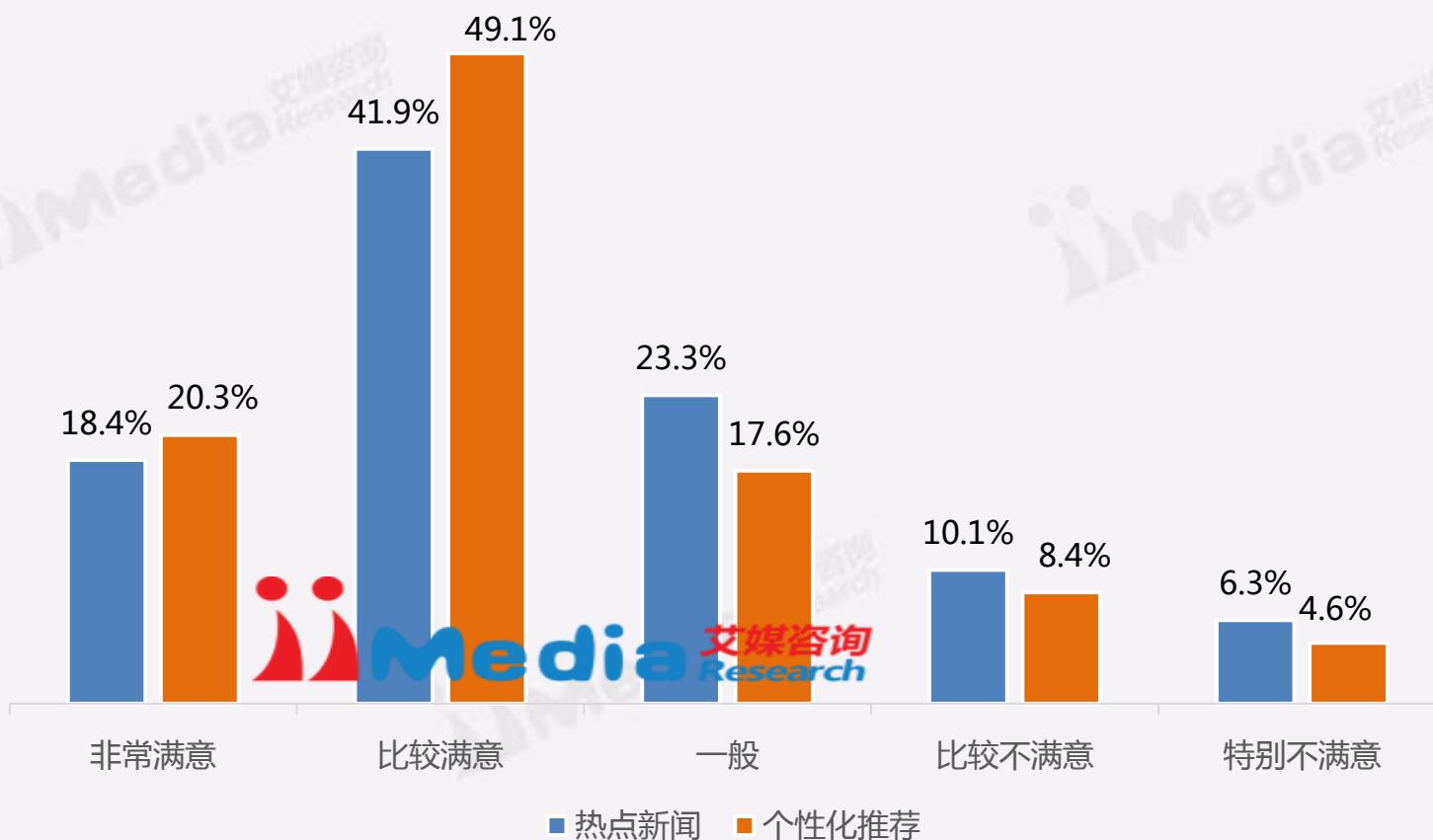


数据来源：艾媒北极星（截止2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测）

留存用户对个性化推荐满意度较高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，用户对于所使用新闻客户端内热点新闻更新、推荐及个性化推荐功能满意度均比较高，对于个性推荐内容表示非常满意和比较满意的用户占比达到69.4%，对于热点新闻表示非常满意和比较满意的用户占比为60.3%。对两者表示不满的用户占比均较低。艾媒咨询分析师认为，热点新闻、个性推荐是新闻客户端两种重要的内容推荐表现方式。尤其对于个性化推荐方式的崛起，大大节省用户在筛选查找资讯的时间成本，为用户提供更好的阅读体验，进一步提升手机新闻客户端的用户黏性。

2016Q4中国手机新闻客户端对热点新闻及个性化推荐满意度调查



数据来源：iiMedia Research

iiMedia 艾媒咨询
Research

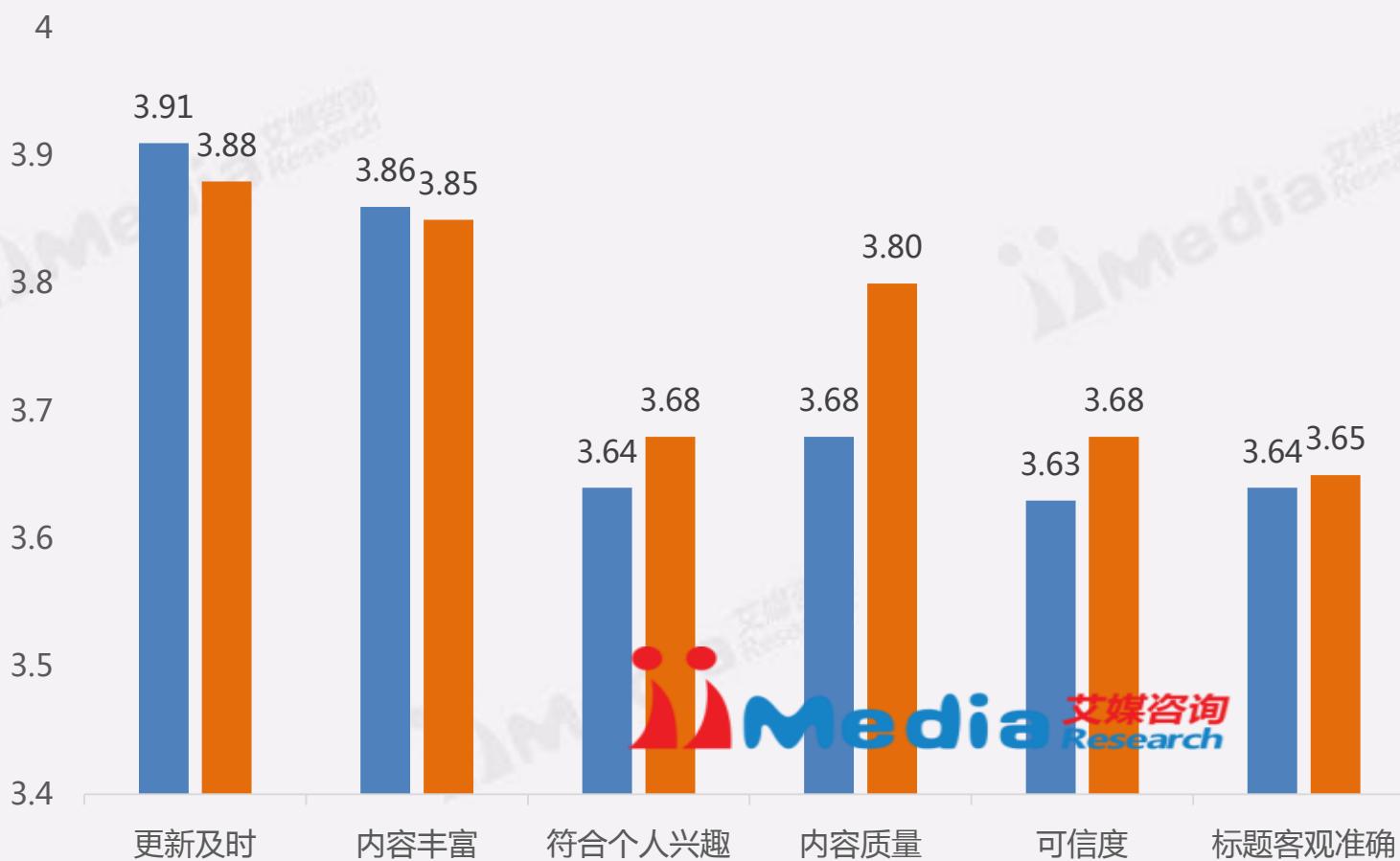
用户认可精准推荐内容质量

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，新闻客户端热点新闻、个性推荐各方面表现不均衡。用户对两者更新速度认可度最高，其次为内容丰富程度。两者在标题客观准确、可信度、符合个人兴趣三个方面得分相对较低。标题党、不实新闻仍是新闻客户端用户两个痛点，用户对精准推荐抱有更高期待。其中个性推荐在内容质量方面得分远高于热点新闻，艾媒咨询分析师认为，此项或反映出新闻创作者侧重于追求热点新闻报道速度，缺乏严格质量控制有一定关系。

2016Q4中国手机新闻客户端用户对热点新闻

及个性推荐细分项体验评分

■ 热点新闻 ■ 个性推荐 注：满分均为5分

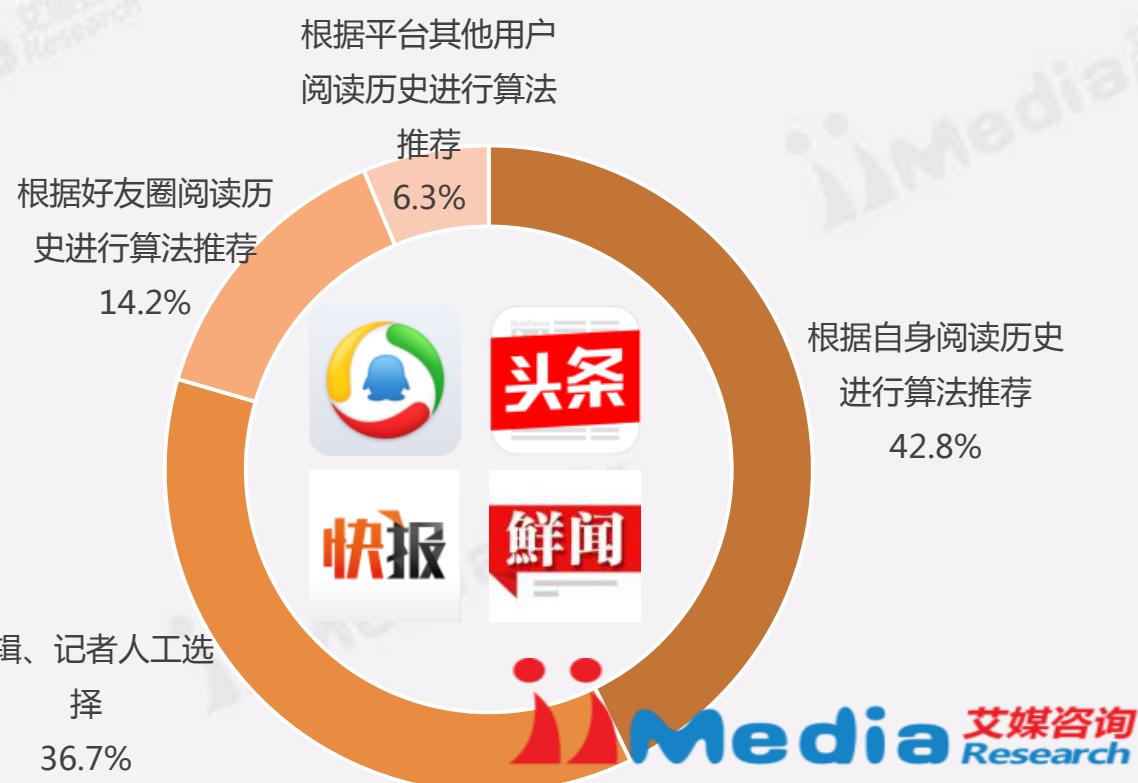


算法推荐资讯获用户认可

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，42.8% 用户希望手机新闻客户端根据自身阅读历史进行算法推荐，甚至超过了对人工编辑分发的满意度。36.7% 的中国手机新闻客户端用户则选择编辑、记者对新闻资讯内容进行人工选择。选择根据好友圈阅读历史进行算法推荐、根据平台其他用户阅读历史进行算法推荐的用户所占比例较低。

艾媒咨询分析师认为，用户对机器算法的内容分发方式已具有较高认可度。对于专业人士内容把控能力的认可或是用户选择编辑、记者人工进行资讯编辑、分发的原因。相对于平台内关注度高的热点信息，新闻客户端用户对符合个人兴趣的新闻资讯需求度、关注度更高。

2016Q4中国手机新闻客户端用户偏好资讯编辑分发形式情况调查

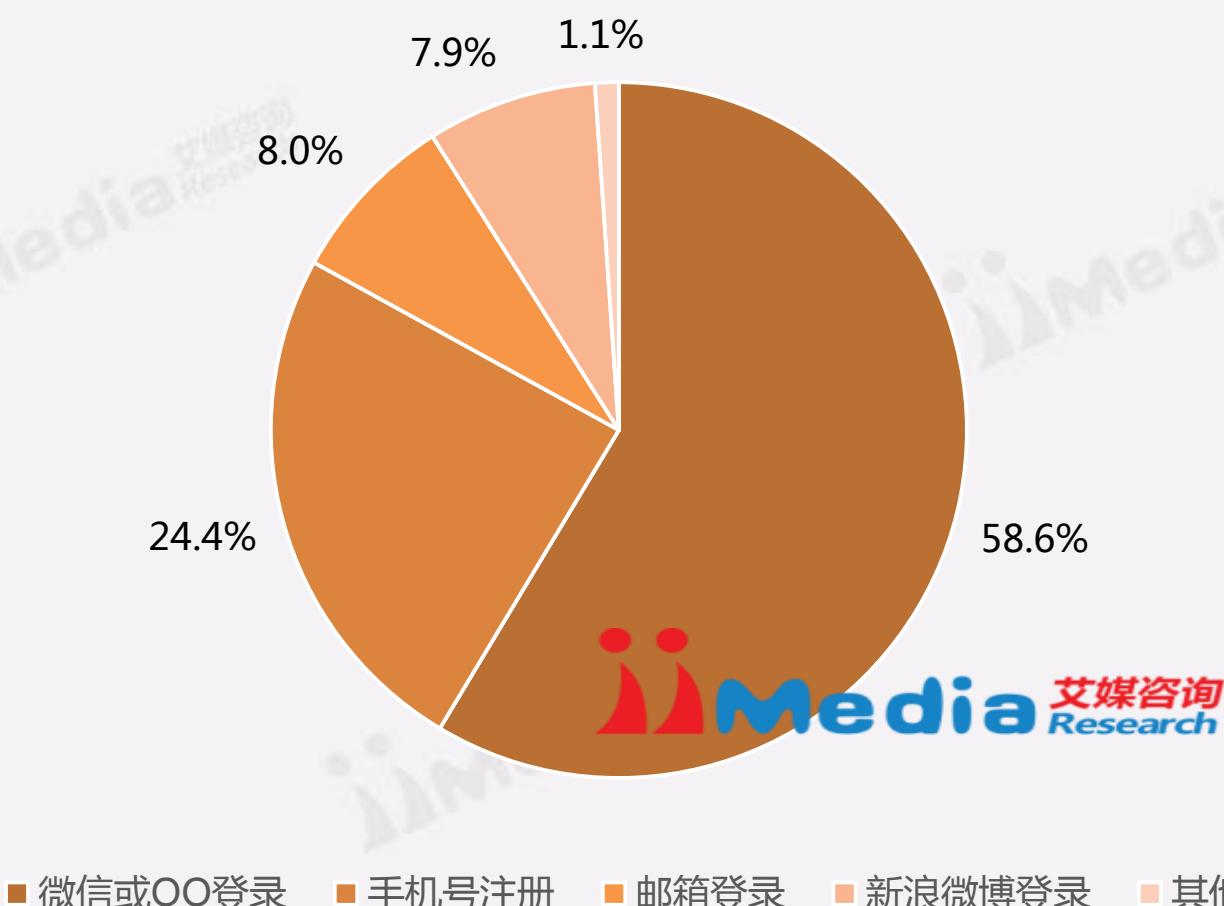


近六成登录用户选择通过微信或QQ登录新闻客户端

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 , 2016 年第四季度 , 在手机新闻客户端登录用户中 , 58.6% 选择通过微信或 QQ 方式登录新闻客户端 , 手机号码注册登录方式居于第二位 , 占比为 24.4% , 此外 , 选择采用邮箱登录和新浪微博登录的用户占比均在 8% 左右。

艾媒咨询分析师认为 , 新闻客户端提升微信或 QQ 方式登录用户开放性资料分析质量 , 有利于提升资讯推荐个性化水平 , 赢得用户好感 , 降低用户流失率。此外 , 新浪微博登录方式占比较低或与多数新闻客户端未接入新浪微博登录接口有关。 UC 头条与新浪微博进行账号和数据打通或有一定流量导入作用。

2016Q4 中国手机新闻客户端登录用户登录方式分布

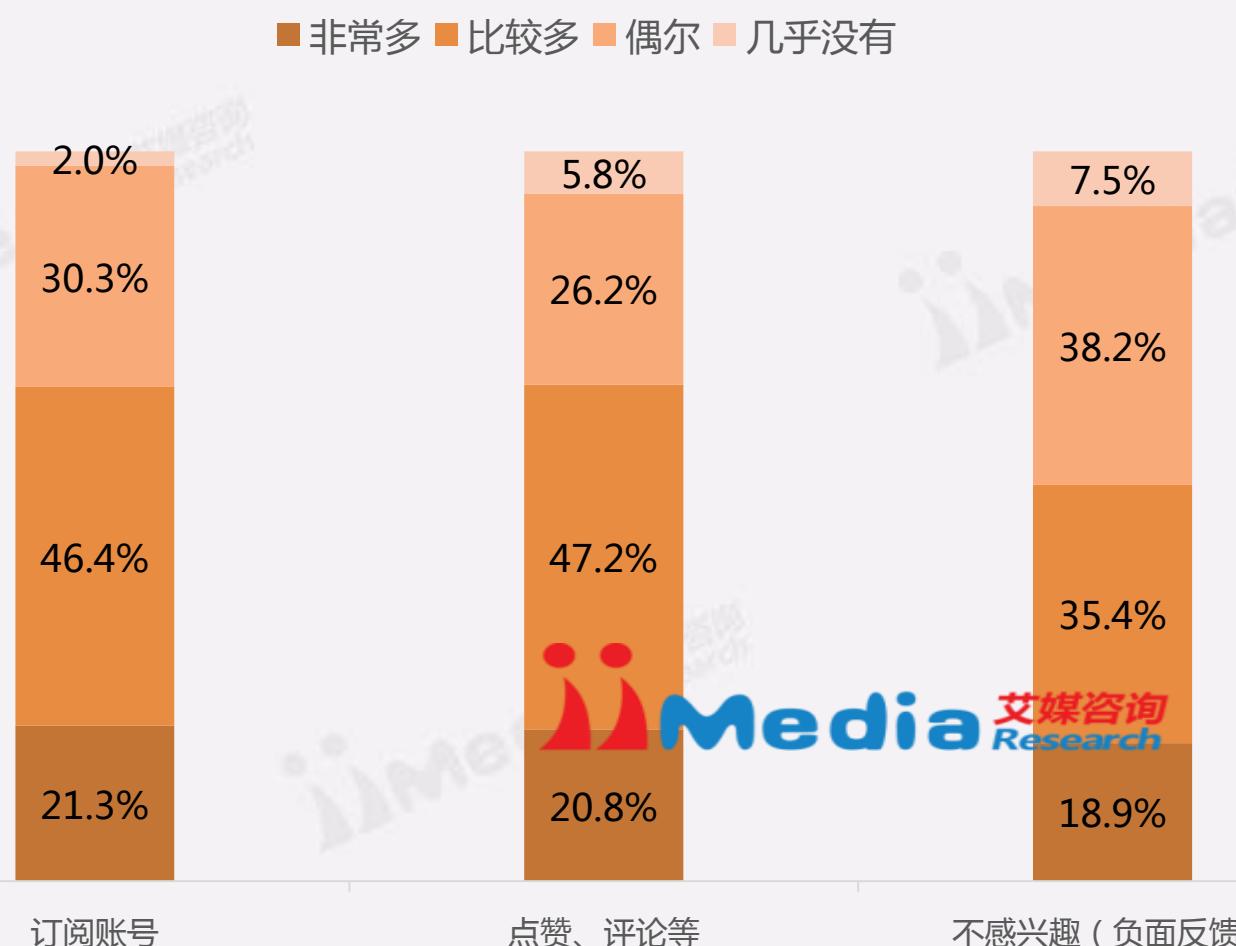


用户负面反馈习惯初步养成

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，新闻客户端用户资讯阅读正向反馈习惯已基本养成，46.4%的用户表示有较多订阅感兴趣的标签、内容创作者的行为。47.2%的用户有较多点赞、评论等行为。18.9%用户有非常多反馈不感兴趣内容的行为，此比例略低于订阅和点赞评论等。仅35.4%用户有较多反馈不感兴趣内容的行为，相比订阅行为低11.0%，相比点赞评论行为等低11.8%。

艾媒咨询分析师认为，新闻客户端用户负面反馈习惯初步养成，但尚有提升空间。细化负面反馈分类，优化负面反馈算法，或有利于提升用户负面反馈参与度，增进资讯推荐水平，优化用户体验。

2016Q4中国手机新闻客户端用户资讯阅读行为分布

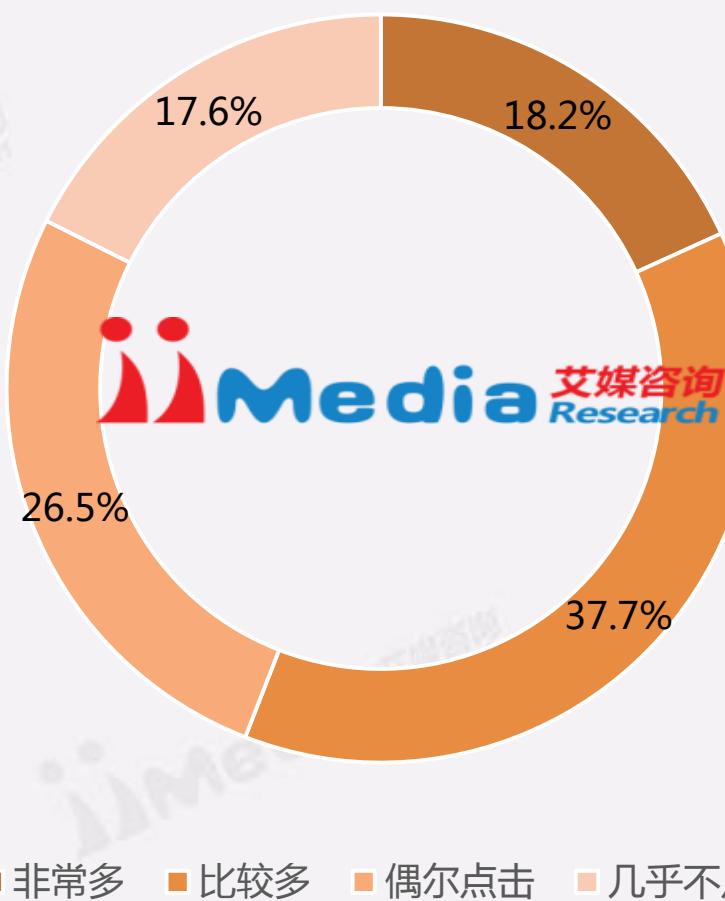


新闻客户端内广告转化率潜力巨大

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年第四季度，18.2%的用户具有非常多广告点击行为，37.7%用户有比较多广告点击行为，两者总和达55.9%，17.6%的用户表示几乎从不点击广告。

艾媒咨询分析师认为，针对用户需求进行广告精准投放有利于提升广告点击率和转化率。此外，提升广告内容质量，推动广告内容化，有利于减少用户对广告的负面情绪，增进用户对广告的接受度。

2016Q4中国手机新闻客户端用户
广告点击行为分布





PART THREE

2016Q4中国新闻 客户端市场案例分析

主要的资讯编辑及推荐机制

传统纸质媒体阶段和新闻门户网站阶段，新闻编辑、分发的控制权主要掌握在专业记者和编辑手中。随着自媒体的兴起和移动新闻客户端的产生发展，UGC内容增多，个性化新闻资讯重要性逐渐显现，产生依赖用户个人阅读情况、依赖平台内其他用户阅读情况、依赖用户好友圈阅读情况的多种推荐算法。

艾媒咨询分析师认为，目前新闻客户端市场中，运用机器算法进行资讯内容推荐的重要性逐渐凸显。探索优化内容推荐机制，提升个性化推荐质量有利于各平台提升用户满意度和忠诚度。



通过算法依赖用户过往阅读情况

根据过往阅读情况已成为移动资讯个性化推荐最主要的方式之一，可细化为以下几个方面：一是账号同步带来用户行为数据同步；其次是用户在平台内阅读正向反馈行为；第三是用户在平台内阅读的负向反馈行为。

艾媒咨询分析师认为，基于此方式的资讯推荐算法，随着用户行为增多，资讯个性化推荐愈加精准，但或将使用户阅读内容愈发狭窄。

○ 用户在其他平台行为数据

账号登录，如分析新浪微博账号登录用户兴趣标签；
商业合作打通数据体系，如UC头条与优酷土豆合作，实现账号互通。



○ 平台内正向反馈行为

主动订阅：感兴趣的标签、创作者账号等；
平台内搜索行为；
内容反馈：点击、点赞、评论等。

○ 平台内负向反馈行为

不感兴趣：来源、关键词等。



新闻客户端战事升级：内容载体

2016年以来手机网民规模和手机新闻客户端用户规模增速持续放缓，人口红利逐渐消失，新闻客户端需要寻找新的内容增长点。直播风口之下，多个新闻客户端平台发力直播，完善内容呈现方式。今日头条则率先在短视频领域发力。



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016Q4中国手机网民增速为1.5%，新闻客户端用户增速降至2.1%。



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016Q3中国移动资讯用户中33.9%的用户经常通过短视频方式获取资讯，25.0%用户经常通过直播方式获取资讯。两者具有一定用户基础，尚有巨大发展空间。

今日头条、腾讯新闻、网易新闻等纷纷发力直播；今日头条与央视深度合作直播阅兵；腾讯新闻直播里约奥运会、“天宫二号”发射；网易新闻打造“天网计划”。

今日头条率先发力短视频领域，继“千人万元”计划后，今日头条发布消息称将拿出10亿元补贴短视频作者。



短视频

艾媒咨询分析师认为，引入直播和短视频形式，丰富了已有的文、图、文图结合等内容表现方式。资讯直播相对短视频获得更多平台关注和资源倾斜。在此环境下，今日头条兼顾直播同时，集中发力短视频，或将在较短时间内在短视频资讯领域建立起优势地位。

新闻客户端战事升级

艾媒咨询分析师认为，2016年以来用户已逐步度过初期产品尝试、选择阶段，用户对于所选用产品忠诚基本形成。新闻客户端市场竞争升级，人才与品牌推广之间的争夺愈发明显。根据自身情况引进优质人才，提升团队竞争力，保持并扩大优势，成为各平台共同选择。进行品牌推广，打造产品差异化特色也成为平台发展重点。

柳甄加入今日头条

今日头条官方透露：“柳甄近期将加入公司管理团队，希望一起把头条打造成全球领先的互联网科技公司。”并未对外透露柳甄的具体职务。从愿景来看，柳甄或将助力今日头条全球化拓展业务。



UC内容官 推广兴趣阅读

UC头条邀请蔡康永、陈鲁豫、张召忠、吴晓波、同道大叔等话题人物担任UC“内容官”，登陆UC头条开屏界面，推动UC头条“从兴趣发现乐趣”的兴趣化阅读主张。

移动资讯行业原创保护势在必行

移动互联网发展，各新闻客户端平台崛起，大量优质内容是其存在与发展的基础，无权转载及抄袭问题突出，各平台针对此情况均推出相应办法。艾媒咨询分析师认为，保护原创是互联网发展的必然要求，目前保护手段以人工审核为主，人力、时间成本高，尚不够完善。移动资讯原创保护未来发展还有待于技术、制度、素质提升等多方面共同作用。



“网络原创保护险”

腾讯企鹅媒体平台联合中国平安，主办“网络原创保护计划”，发布“网络原创保护险”。



三种情况各有对策

头条号抄袭头条号：

系统自动识别，抄袭者不会获得推荐量，原创作者还可在后台一键查删抄袭文章；

其他平台作者抄袭头条号：

已签约原创保护功能的头条号作者，可授权第三方维权机构维权骑士代理维权；

头条号作者抄袭其他平台作者：

收到原文作者举报后，头条号工作人员平均会在一个小时内核实并处理侵权文章，并对抄袭者进行处罚。



PART FOUR

中国新闻客户端 市场发展趋势解读

中国新闻客户端市场发展趋势解读

市场竞争精细化白热化

2016年以来，中国手机网民规模突破7亿，手机网民增速放缓，接近1.0%。第四季度，中国新闻客户端用户规模达到5.94亿，增速降至2.1%。人口红利阶段基本结束，新闻客户端市场从增量阶段走向存量阶段，竞争从粗放走向精细。艾媒咨询分析师认为，新闻客户端市场竞争愈发白热化，头部平台或将继续扩大优势，第二阵营压力大。各平台将在内容数量、质量、精准推荐方面持续发力。此外，进行品牌建设，探索优化商业模式，也成为各平台确立自身特色、追求长远发展的必然要求。

内容分发方式有待进一步优化

切合个体兴趣要求，进行个性化资讯推荐，是个性化新闻客户端平台的中心。这要求各平台能够深入了解个体资讯阅读习惯，挖掘个体资讯要求，内容分发也成为各平台竞争的核心。海量内容之下，单纯人工分发已不可能，机器算法占据至关重要的位置。机器算法与人工编辑如何权衡也成为各平台要面临的问题。艾媒咨询分析师认为，机器算法在新闻客户端内容分发中的重要性将愈加凸显，随着人工智能和机器学习的进一步发展，机器算法或将完全代替人工编辑。

优质人才成为竞争焦点

艾媒咨询分析师认为，内容丰富程度与内容质量是新闻客户端发展的基础，智能精准的内容分发是新闻客户端发展的核心竞争力，而具有特色的品牌建设和健康的商业模式，是新闻客户端长期良性发展的保障。现阶段重点依然围绕内容质量和内容分发展开，对于优质UGC内容创作者的竞争尚未结束，对于高素质内容控制、算法精通人才的竞争也将逐渐展开。



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，报告版权归艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；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