

# 2017年中国自媒体从业人员生存状况调查报告

2017 China We-Media Professionals Status of  
Subsistence 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、相关企业与自媒体平台用户进行深度访谈，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：截至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 / 2016年中国自媒体人发展现状

## 2 / 2016年中国自媒体人生存状态调查

## 3 / 2017年中国自媒体人发展趋势



## PART ONE

# 2016年中国自媒体人 发展现状

# 自媒体人概念介绍

自媒体作为一个多样化的载体传播平台，而自媒体的内容产出源——自媒体人作为私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，从独特的视觉向社会人群传播新型媒体信息。



# 自媒体综合竞争力评价指标维度

艾媒咨询分析师认为，自媒体的综合竞争力可从四方面评价：品牌流量价值、营销转化能力、发展潜力指数和运营创新能力。而粉丝总数、评论量、点赞数、粉丝增长趋势等维度是最直观的评判指标，可全面考察自媒体人内容生产、粉丝运营等方面的综合实力。



# 第三方数据监测平台揭示真实市场

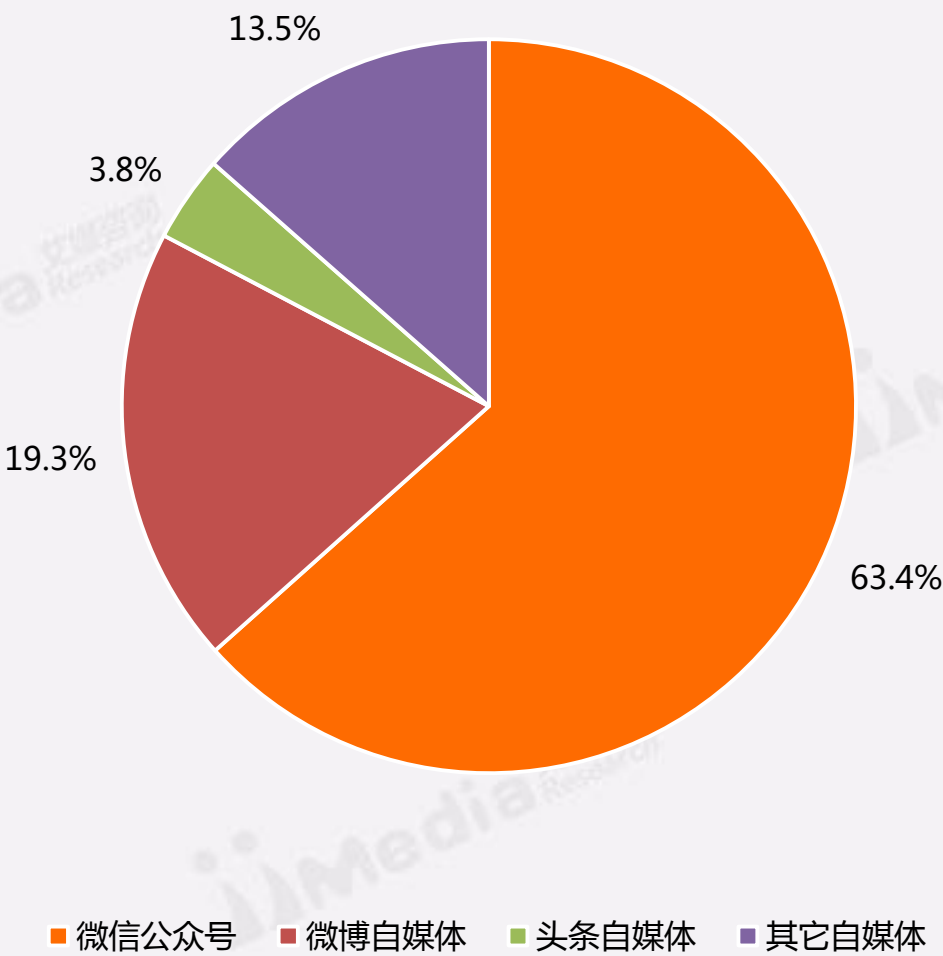
从流量为王到内容创业进入红利期，各种数据指标成为重要评价指标，第三方数据监测平台能够客观公正地提供真实市场数据，给投资人、自媒体人等作参考。艾媒咨询分析师认为，完善自媒体综合竞争力监测系统是每个自媒体人成长发展的必经之路，针对数据反馈作出及时运营策略调整能够大大提高综合竞争力。



# 微信成为自媒体人活跃地

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，各大自媒体平台中，微信公众号市场份额占比遥遥领先，为63.4%，微博自媒体平台成为用户传播第二渠道选择，其占比为19.3%。艾媒咨询分析师认为，微信公众号这种相对封闭的生态，要求自媒体人在内容创作上不断创新以提高竞争能力。

2016年中国自媒体平台市场份额占比分布

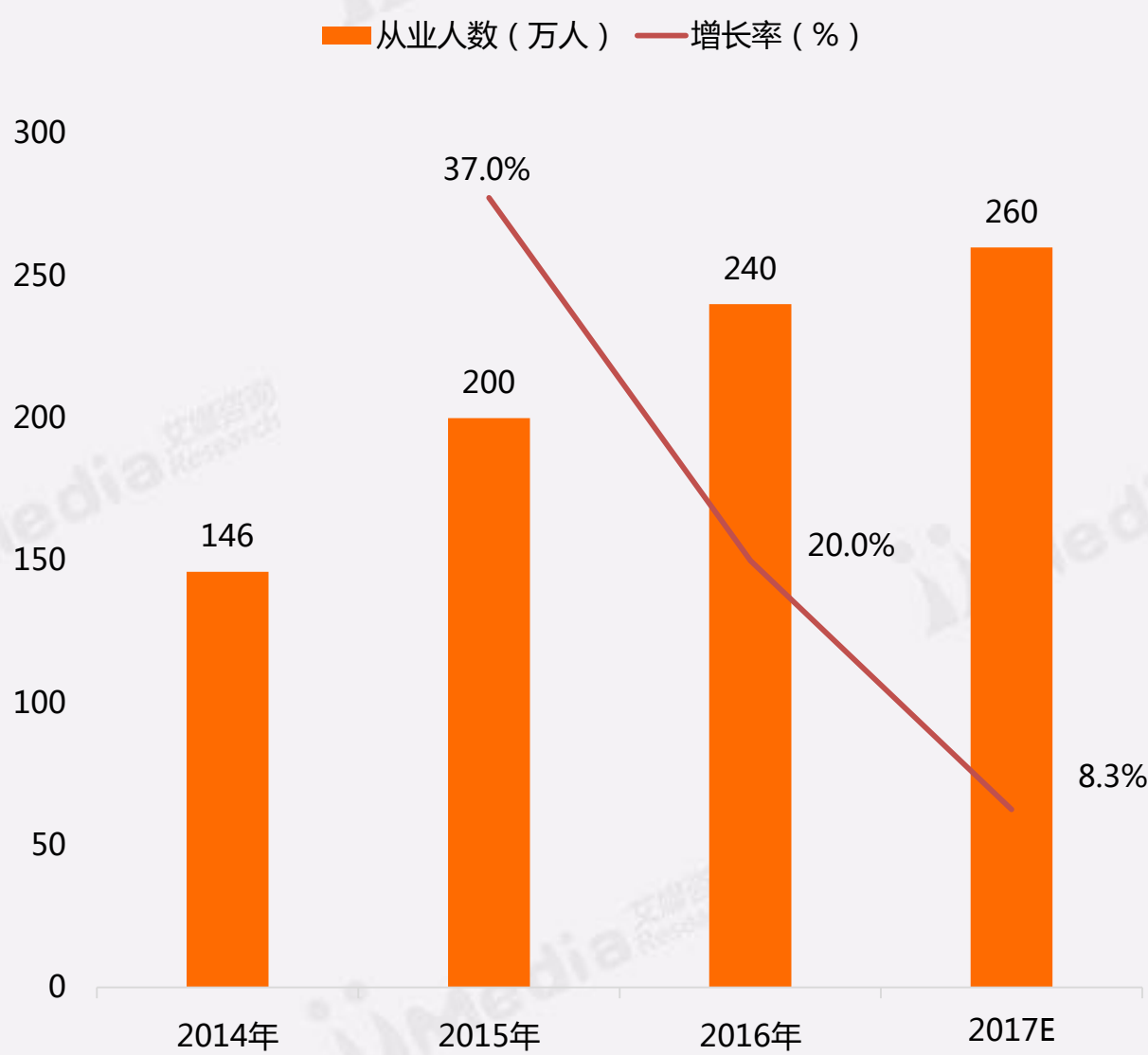




# 中国自媒体人数量增长放缓

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2014至2015年自媒体人数量增涨迅速达37%, 2015年至2016年间自媒体人仍在增长当中, 但增长速率大大放缓。艾媒咨询分析师认为, 经过前两年的市场筛选与淘汰, 自媒体行业中能够长期坚持内容更新与运营推广的自媒体人规模增速不高。

2014-2017年中国自媒体人数量及预测





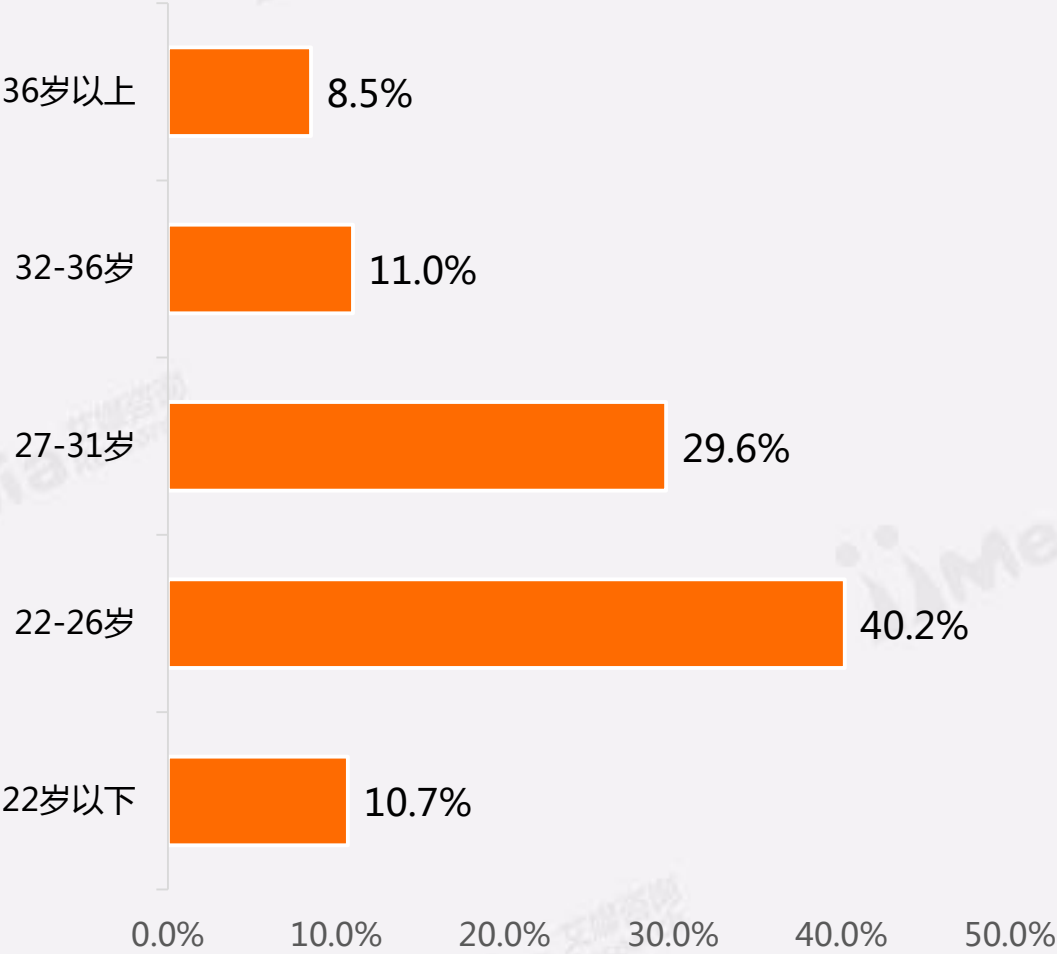
## PART TWO

# 2016年中国自媒体人 生存现状

# 大部分中国自媒体人是85后

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，大部分自媒体人在30岁以下，而超过五成自媒体人年龄在26岁及以下。艾媒咨询分析师认为，自媒体人有着相对自由的工作内容、工作时间等，不论兼职或是全职都吸引着大量刚毕业的年轻人入行尝试。

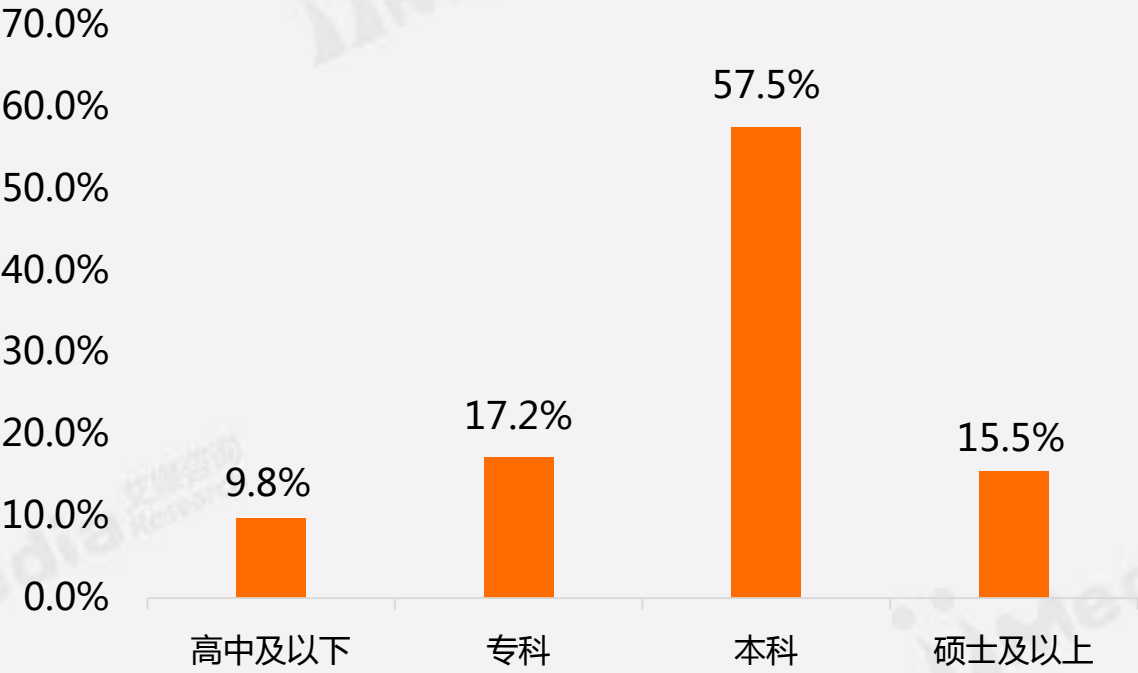
2016年中国自媒体人年龄分布调查



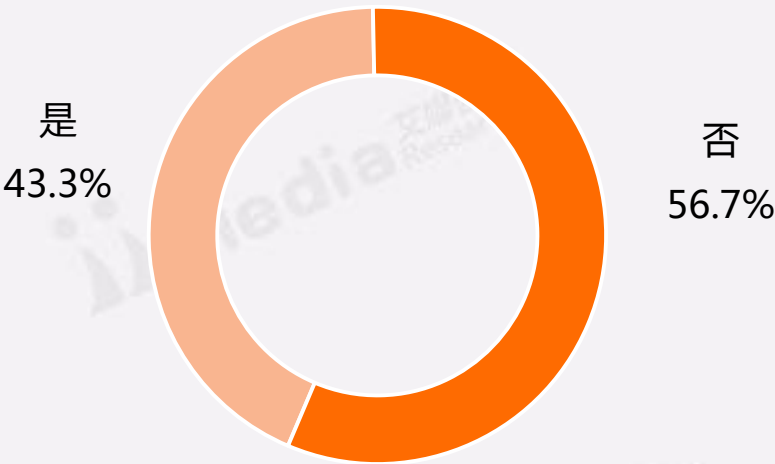
# 自媒体人多数接受过高等教育

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，近八成自媒体人学历为专科和本科生，而超过半数自媒体人所在行业领域与其专业背景不匹配。艾媒咨询分析师认为，专业是否对口对自媒体人产出内容影响不大，行业准入门槛较低，具有稳定良好的文化教育即可满足工作要求。

### 2016年中国自媒体人学历情况调查



### 2016年中国自媒体人所在行业领域与其专业背景匹配度调查

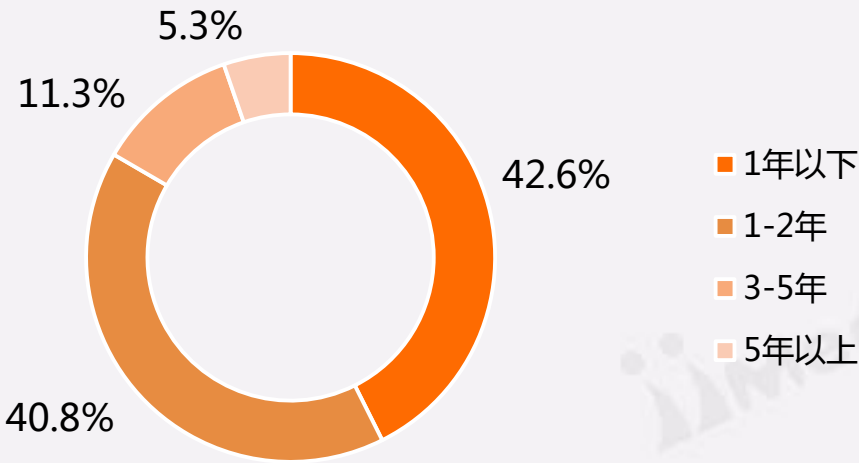


# 大部分自媒体人为兼职

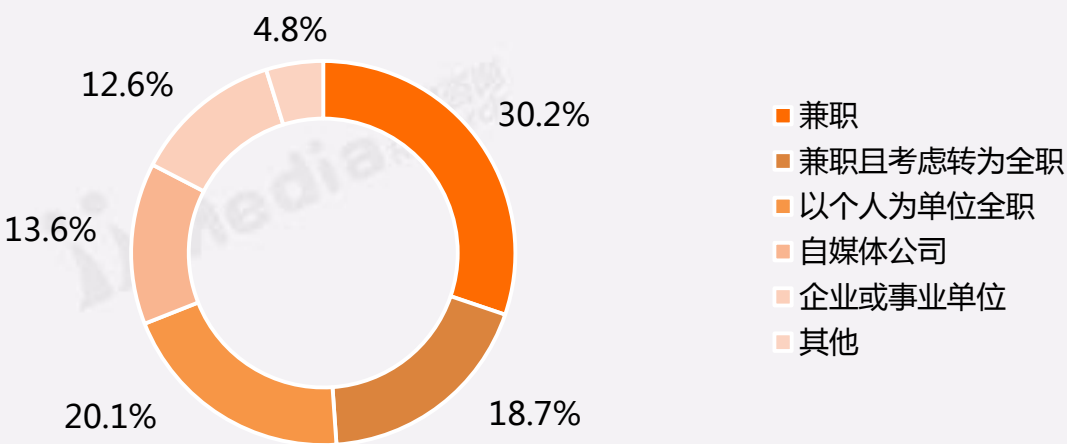
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超过八成自媒体人从事自媒体年限低于两年，其中刚入行一年以内的自媒体人占比四成以上。工作属性分布上，接近五成自媒体为兼职运营，其中两成自媒体人有转为全职自媒体人的意向。

艾媒咨询分析师认为，在近几年自媒体行业热潮推动下，“新鲜血液”持续涌入自媒体行业，其中全职和兼职自媒体人各占一半。而自媒体运营更多需要运营者长时间的连续投入，未来更多兼职人员将逐渐转向全职，行业整体发展前景良好。

2016年中国自媒体人从事自媒体时长情况调查



2016年中国自媒体人从事自媒体工作属性调查

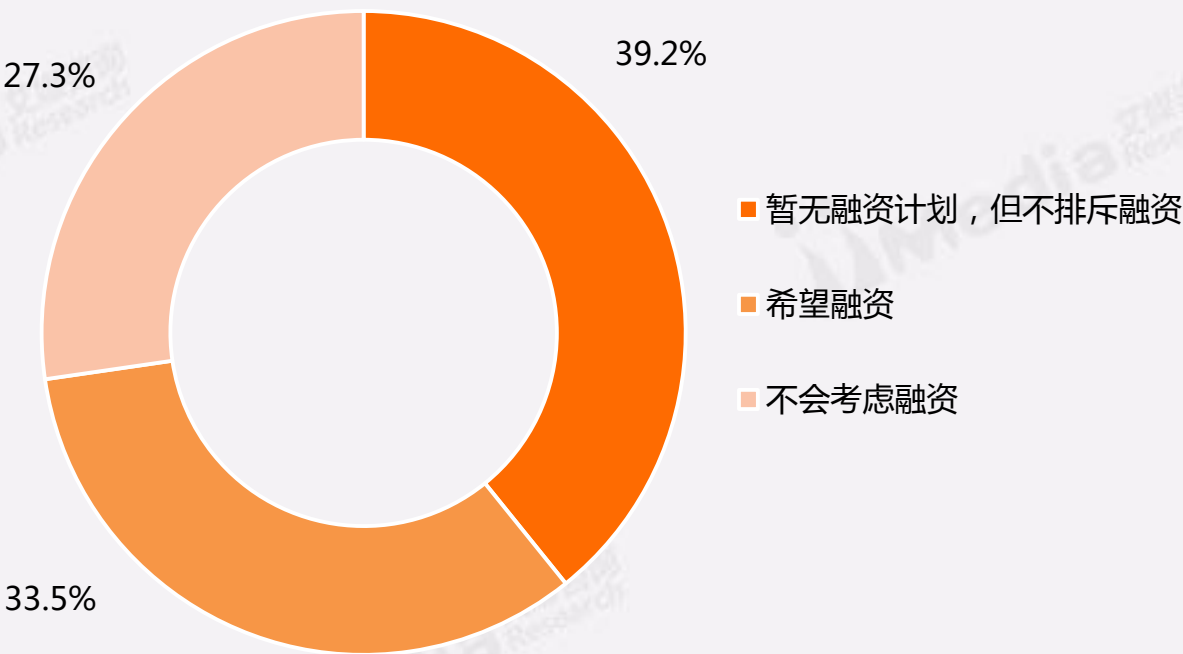


# 中国自媒体人对融资持开放态度

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 39.2%的自媒体人虽然暂无融资计划, 但不会拒绝融资机会, 33.5%的自媒体人希望获取融资。

艾媒咨询分析师认为, 经过一定时间的粉丝积累和方向调整, 大部分自媒体都愿意接受融资, 借着资本注入加速媒体自身发展。但另一方面, 暂无融资计划和不考虑融资的受访者占比接近七成, 这与目前大量自媒体人的兼职属性不无关系。

2016年中国自媒体融资计划调查

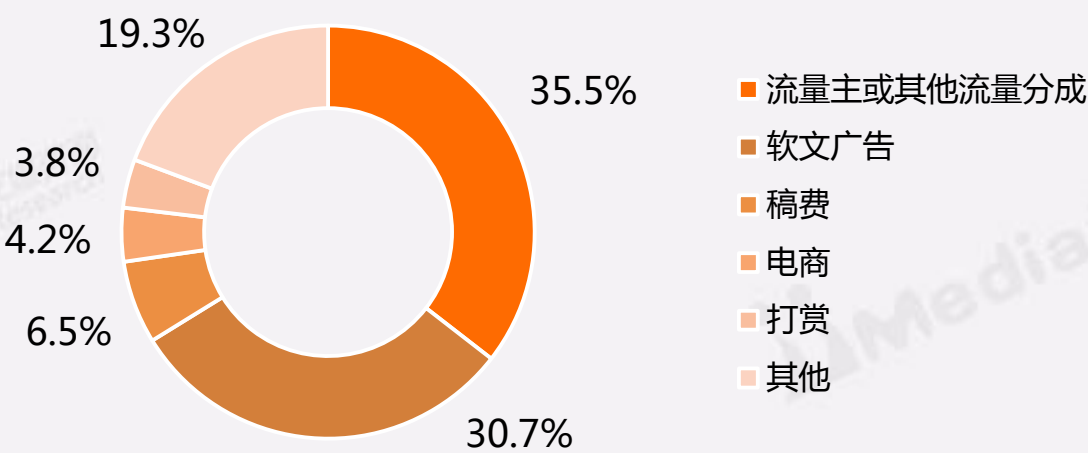


# 自媒体盈利依赖用户流量

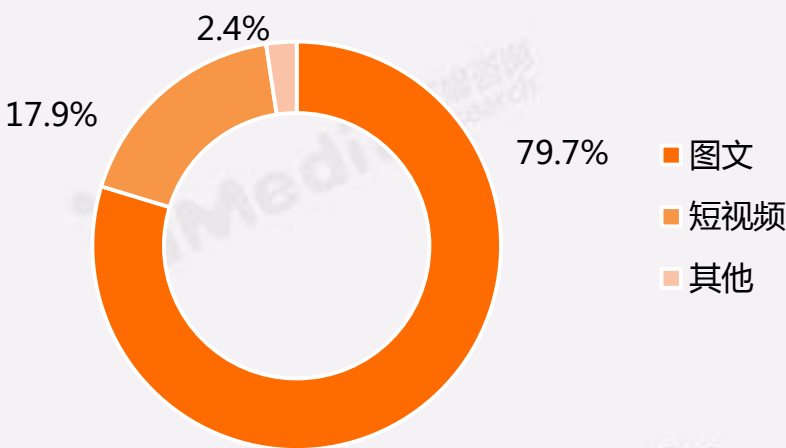
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 35.5%的自媒体主要通过流量主及其他流量分成进行盈利, 30.7%的自媒体盈利主要来源为软文广告。其中近八成自媒体内容呈现形式为图文。

艾媒咨询分析师认为, 两项主要收入来源都主要取决于内容质量和活跃粉丝数量, 在产出优质内容的同时与粉丝良好互动是自媒体人提高收入的关键, 随着创作内容形式多样化, 从文字到图文, 音频到短视频的不断延伸, 自媒体人可以尝试多种内容载体, 发掘适合自己的模式。

2016年中国自媒体人主要收入来源调查



2016年中国自媒体内容主要呈现形式调查

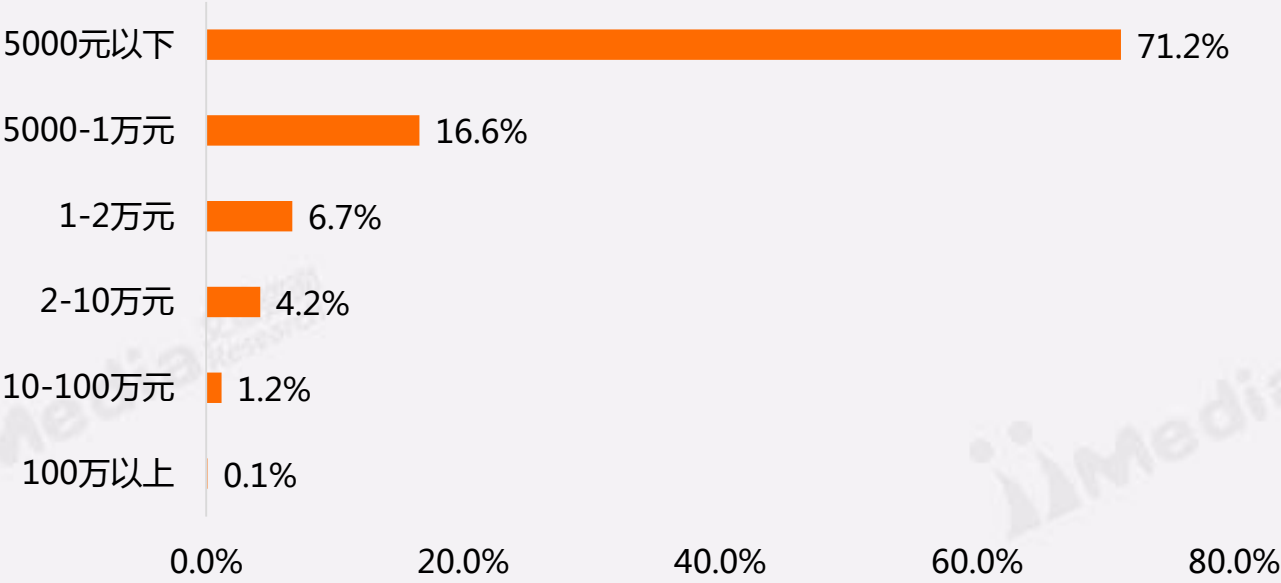


# 中国自媒体人普遍营收不高

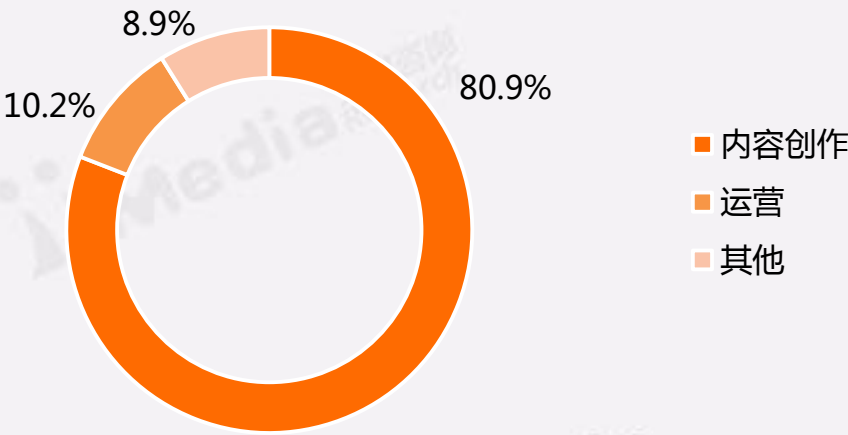
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超过七成自媒体人月营收在5000元以下，仅一成自媒体人月营收超过1万元。而80.9%自媒体人表示寻找素材、写文章、排版等内容创作是自媒体每天主要工作内容。

艾媒咨询分析师认为，目前大部分自媒体人营收不高仅可作为一项补充收入，而寻找变现模式与内容创作一样重要，大部分时间花在内容上能够通过优质内容吸引用户，但运营粉丝用户才是变现中的重要环节。

2016年中国自媒体人从事自媒体月营收情况调查



2016年中国自媒体人每天主要工作内容调查





# 内容产出是困扰自媒体人的首要因素

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在自媒体工作中，46.1%的自媒体人认为最烦恼的是持续产出高质量内容，24.9%的自媒体人经常忧愁于如何收获粉丝。

艾媒咨询分析师认为，内容是决定自媒体发展的基础，在内容同质化的环境下，产出独特内容对自媒体人的能力要求较高，而粉丝数量则能很大程度上影响自媒体的盈利情况，如何获取并维持用户流量需要自媒体人花费较大心力。

## 2016年中国自媒体人首要忧虑因素



持续产出内容 46.1%



增加粉丝 24.9%

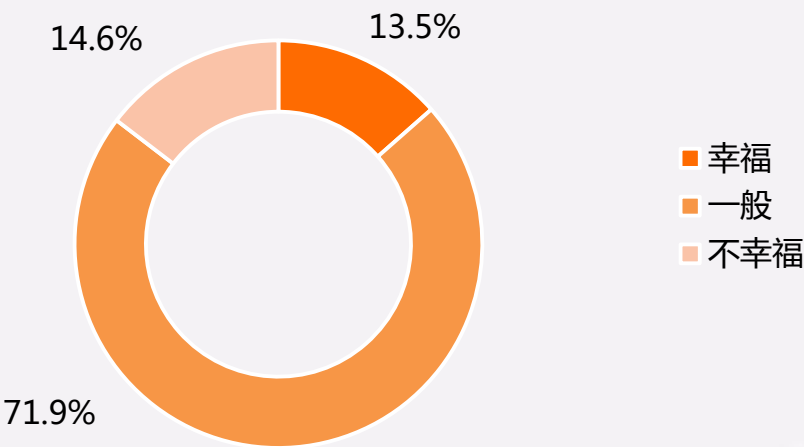


规划商业路径 23.5%

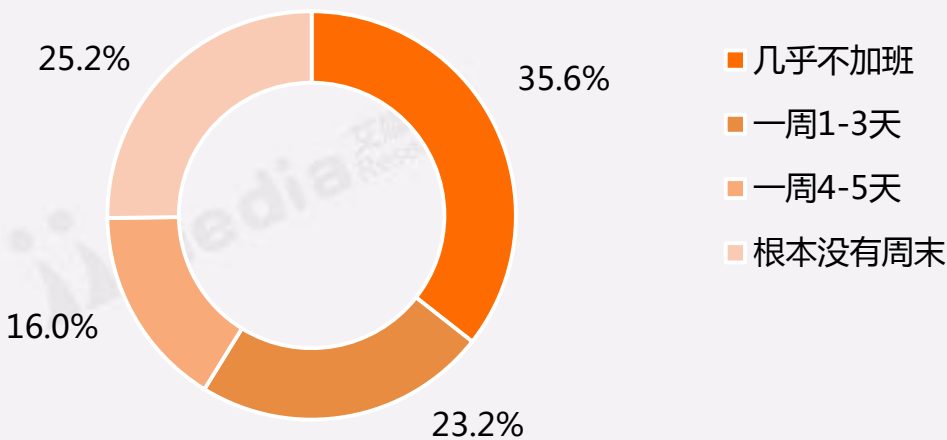
# 自媒体人暂无明显幸福程度偏向

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，仅13.5%自媒体人为自己从事自媒体运营而感到幸福，71.9%的自媒体人觉得生活暂时没有幸福或不幸福的偏向。而加班情况方面，仅35.6%的自媒体人表示几乎不加班，更有25.2%的自媒体人表示周末也总是要加班。艾媒咨询分析师认为，幸福度来源于现状与期望的相符程度，经常加班以及薪酬并不高的工作环境是“不幸福”的重要原因。

2016年中国自媒体人幸福度调查



2016年中国自媒体人加班情况调查





## PART THREE

# 2017年中国自媒体人 发展趋势

# 2017年中国自媒体人发展趋势



# 2017年中国自媒体人发展趋势

## 载体多样性

### 内容载体紧随科技发展

科技发展一直推动信息媒体载体的革新，从纸张到电子，从文字到短视频，媒体载体丰富同时影响着媒体内容创新性变化。

### VR技术增强信息体验

持续火热的VR技术能够提供浸沉式的信息体验，搜狐视频自媒体VR全景频道在三个月内发布视频数量超过1000部，月均观看次数达300万。VR自媒体生态环境日渐成熟，将带来更丰富的体验。

### 自媒体人技术能力要求提高

随着单纯的文字、声音内容产出已经跟不上时代发展，短视频的火爆使视频剪辑技术人员需求骤然提升，自媒体人需要紧贴时代步伐拓展多样化技能，提高竞争力。

# 2017年中国自媒体人发展趋势

## 内容多样性

### 内容仍然流量是入口

内容仍是吸引粉丝的第一入口，  
发掘内容多样性能够拓展受众面，  
提高增粉等可能性。

### 自媒体人知识面拓展

在紧贴时事节奏的同时，自媒体人  
需要不断拓展或深化自己的知识面，  
产出更加有营养的优质内容。

### 垂直细分领域得到重视

自媒体内容将继续垂直细分，集中小众爱好者的自  
媒体或能在内容同质化环境下突出重围，内容创业  
者也可以从侧面进场，避开已有大类内容，从细分  
类做起。

# 2017年中国自媒体人发展趋势

## 知识付费时代

### 版权意识增强

随着淘宝打假，音乐正版收听等规范化的社会生活渐渐普及，知识付费也开始得到重视。

### 知识收费形式多样化

移动支付快速发展，增加打赏模式、付费问答等内容收费形式，未来将会有更多不同的知识收费类型，而收费标准也将会随着市场火热后规范下来。

### 自媒体人对版权保护亟待加强

随着自媒体数量规模的增长，以转载甚至抄袭为主的不良内容生产方式也在阻碍着中国自媒体的发展。自媒体人需加强版权意识，并勇于利用法律手段维护自己的权益。



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](mailto:mwj@iimedia.cn)



# 微畅联盟

微畅联盟（简称微畅）是中国领先的社会化媒体聚合交易平台，专业致力于帮助广告主和媒体主提供高效的社会化精准营销，依托 ADiiMedia 第三方广告监测系统，践行“精准投放”的广告价值服务理念，为广告主提供更具价值的一站式智能化的大数据解决方案。

10000+

意见领袖

300万+

社会化媒体资源

26万+

品牌客户



## ◆ 精选优质的社会化媒体资源

覆盖过亿用户，与上千个广告主保持着深入合作。

## ◆ 精准媒体智能投放

超过六年的社会化营销经验，精准媒介策略

## ◆ 全渠道覆盖

国内外知名网站、微博、微信、以及直播平台等组成新媒体联盟，无处不达

# 法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于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