

中国移动综合资讯市场年度分析2018

分析方法和分析范畴



分析方法及分析范畴

- 本内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 本内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状、趋势和规律，以及厂商的发展现状。
- 本分析内容研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



易观干帆A3算法升级说明

- 易观干帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观干帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
- 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；
- 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；
- 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整；

目录

01 中国移动综合资讯市场背景分析

02 中国移动综合资讯市场现状分析

03 中国移动综合资讯市场热点分析

04 中国移动综合资讯市场厂商分析

05 中国移动综合资讯市场用户分析

06 中国移动综合资讯市场价值分析

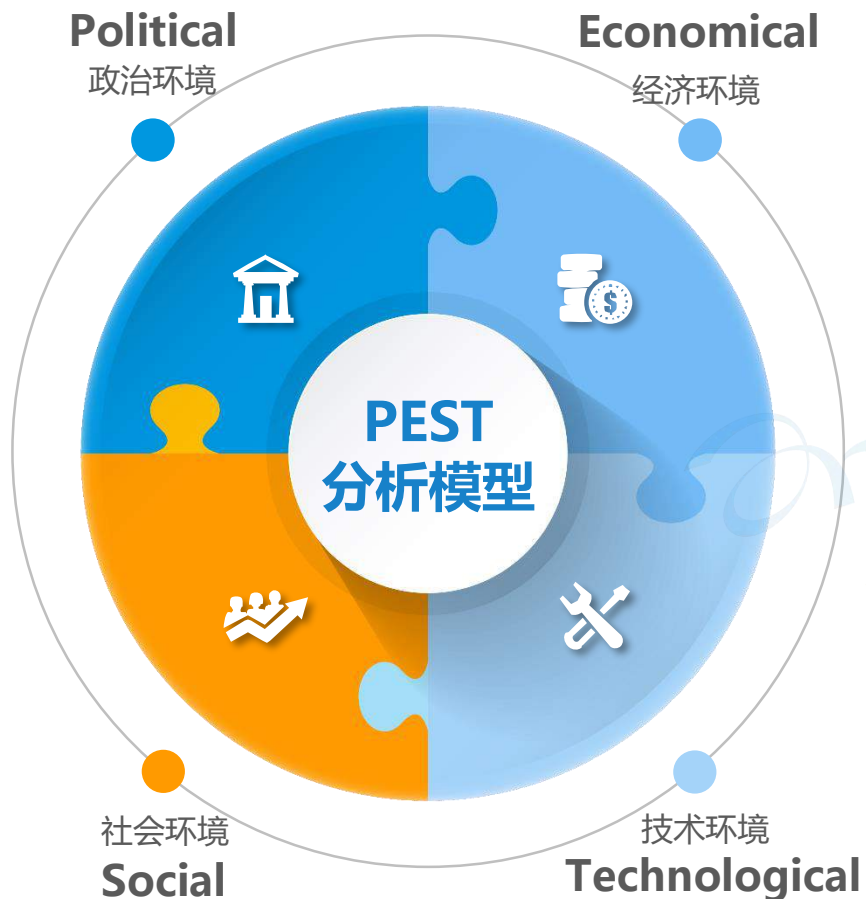
07 中国移动综合资讯市场趋势分析



中国移动综合资讯市场背景分析

NO

行业管理政策日趋规范、完善，中国移动综合资讯市场发展迅速



P

新媒体法规日趋完善

管理机构对互联网信息服务相关资质的核发和审查日益严格；中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。

S

根据易观数据，2016年中国移动互联网用户已经达到8.3亿，移动端已经成为用户获取资讯的重要渠道。随着经济社会的发展，信息透明化进程持续前进，公民意识增强，资讯获取需求度提高。

移动端成为获取资讯的主要手段

E

精神消费升级

中国宏观经济经过多年的高速发展，正处于调整转型阶段，从基础消费向精神消费升级转变。随着90、00后开始进入社会，年轻群体消费观念已经发生改变，更加注重生活、消费质量。

T

在硬件设备技术的持续进步下，移动端设备快速普及，为移动资讯的发展奠定基础。算法分发下的资讯获取方式不断提升用户使用体验。以短视频为首的新内容形式持续扩充资讯富媒体化内涵。

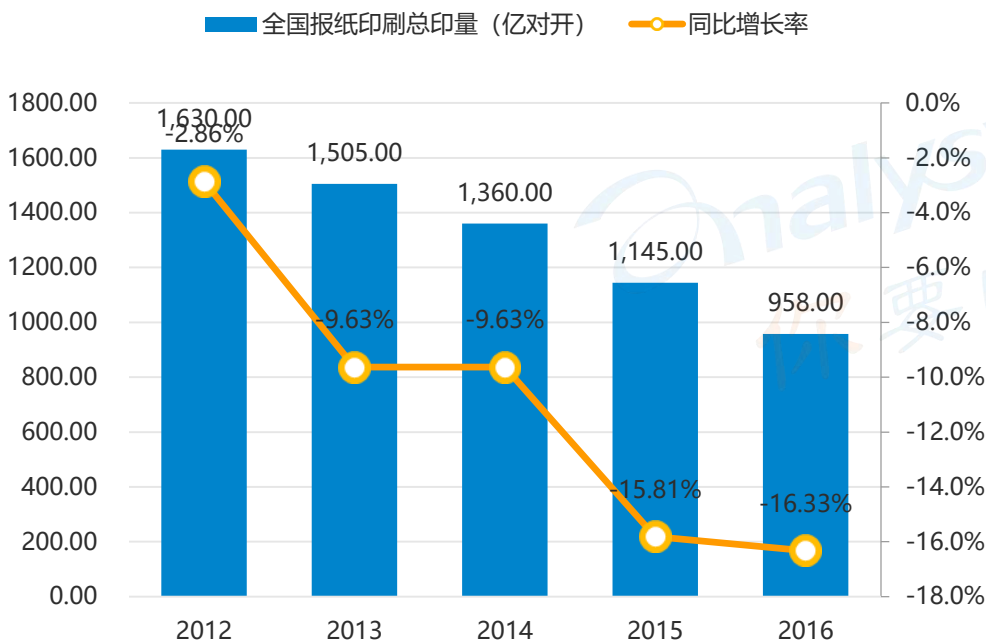
技术一直提供源源不断的发展动力



报纸、杂志等传统媒体快速衰落，市场价值和营销价值逐年递减

- 在 Internet 高速发展的情况下，受众偏好发生了巨大的改变，传统媒体加速衰落，受众面持续收窄；报纸印刷量已经连续五年下滑，市场价值和营销价值不断递减，很难满足广告主的日益提升营销转化需求。

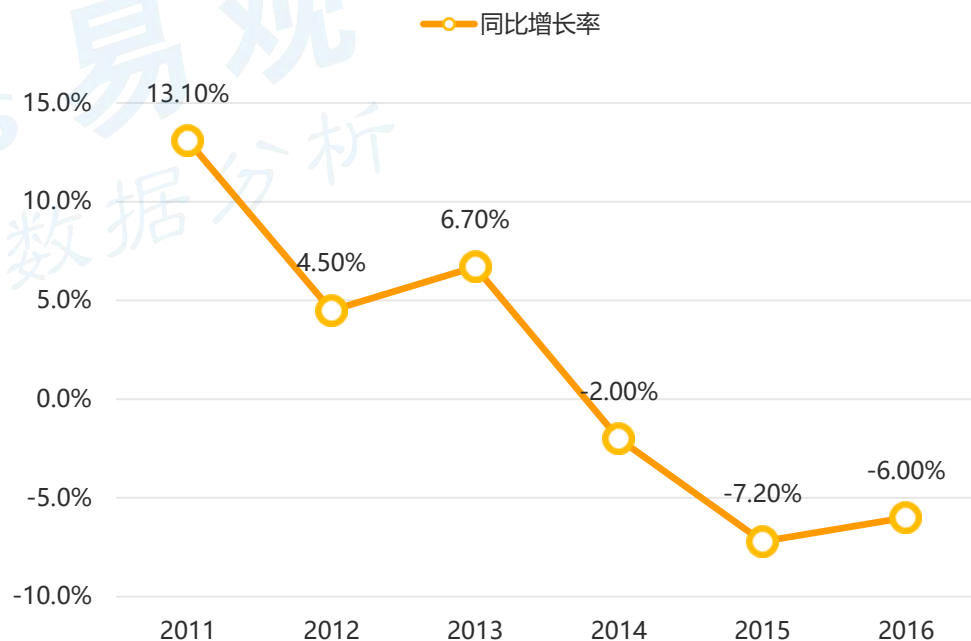
2012-2016年度全国报纸印刷量



© Analysys 易观·中国报业协会

www.analysys.cn

2011-2016年传统广告刊例花费同比增幅



© Analysys 易观·CTR

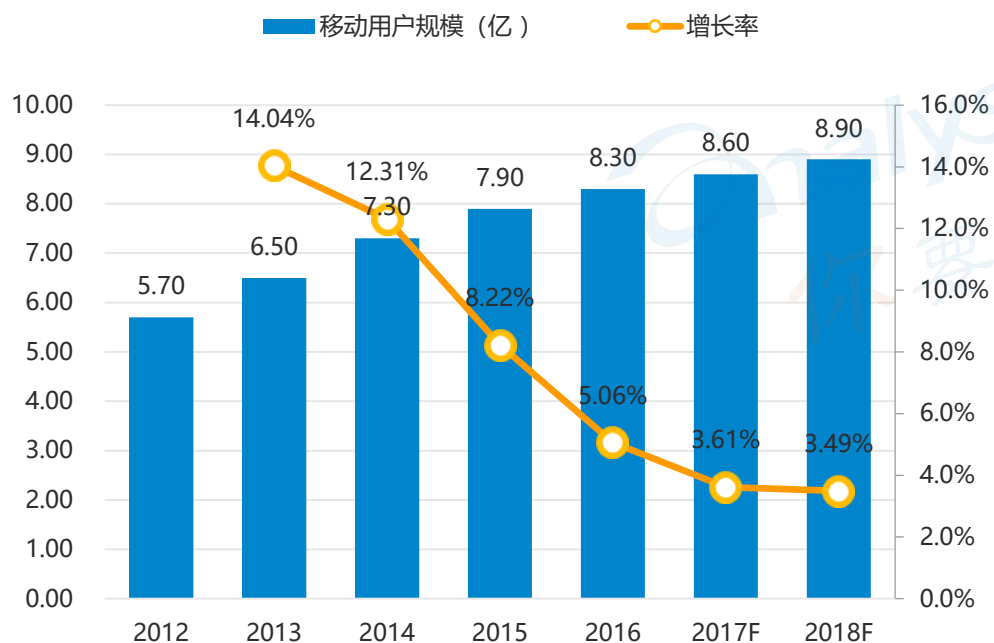
www.analysys.cn



中国移动互联网快速发展，预计2018年移动互联网用户数将达到8.9亿

- 目前中国移动互联网发展迅速，2016年移动用户规模已经达到8.3亿人次，预计2018年将接近9亿规模；与此同时则是移动互联网市场的快速扩张，根据易观预测，2018年移动互联网市场将达到7.7万亿人民币。

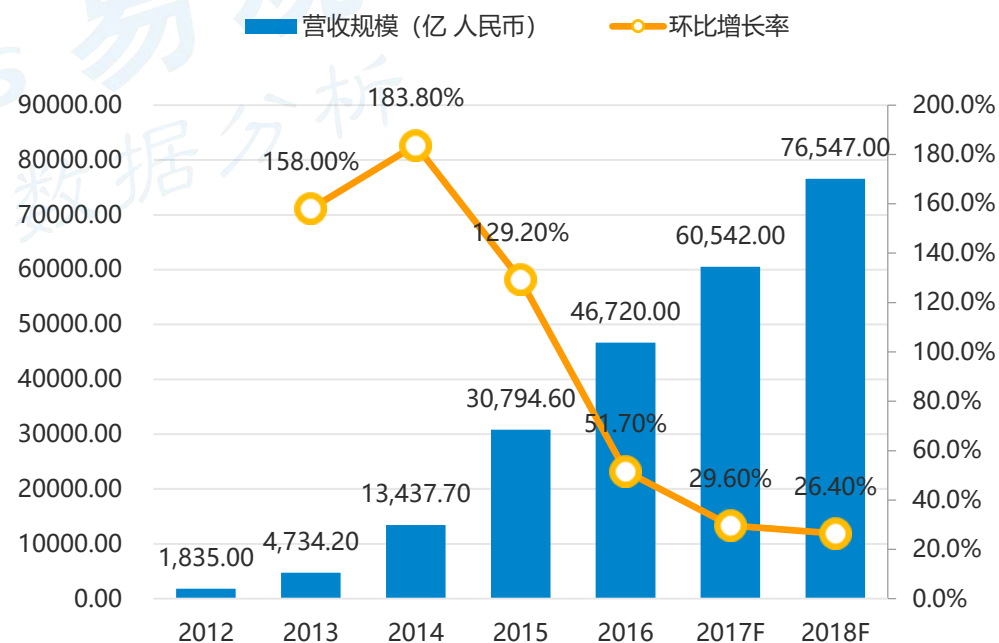
2012-2018年全国移动用户规模预测



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2012-2018年中国移动互联网市场规模



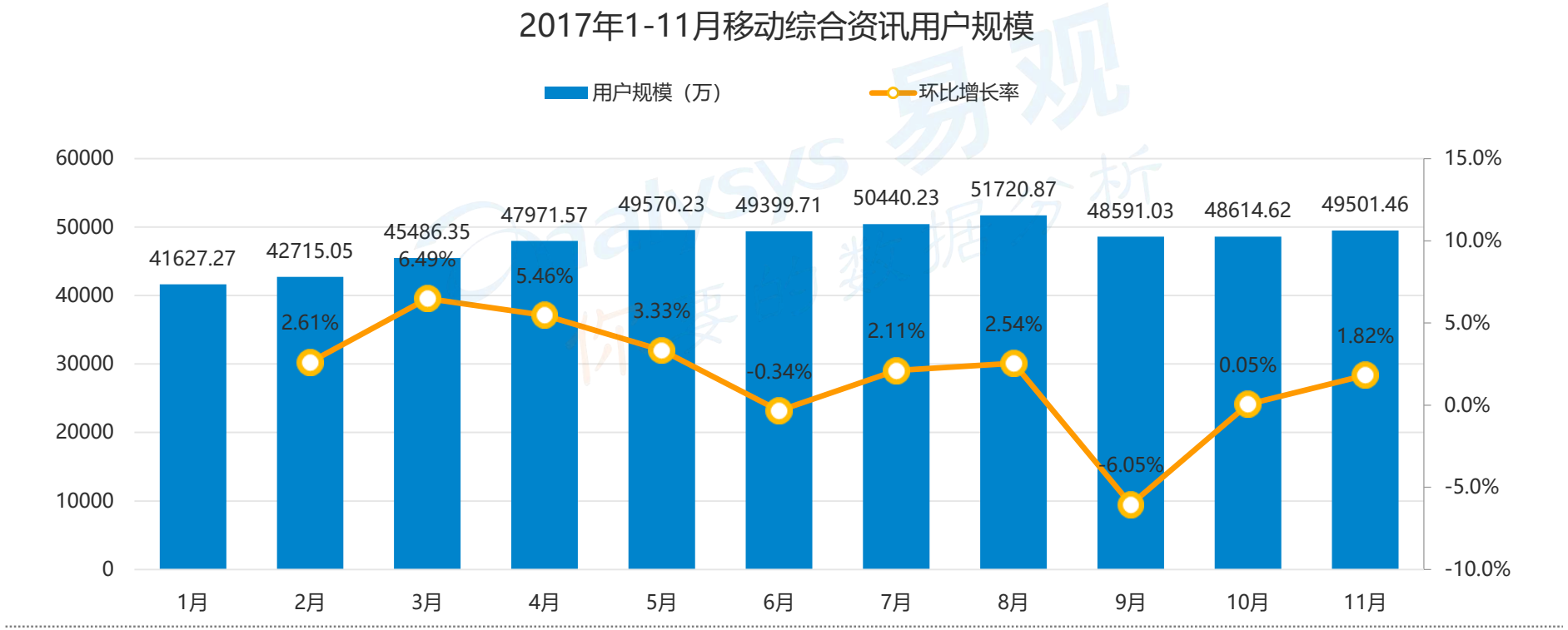
© Analysys 易观

www.analysys.cn



中国移动综合资讯市场用户规模保持稳定增长，保持5亿左右的用户规模

- 受众持续向移动端转移，目前移动媒体已经成为用户获取各类资讯的主要渠道，尤其在90、00年龄段用户占据垄断位置。
- 根据易观千帆数据·A3数据，相较2017年年初，目前移动综合资讯用户已经增长18.92%；在8月用户规模突破5亿之后基本保持在5亿的体量上下波动。

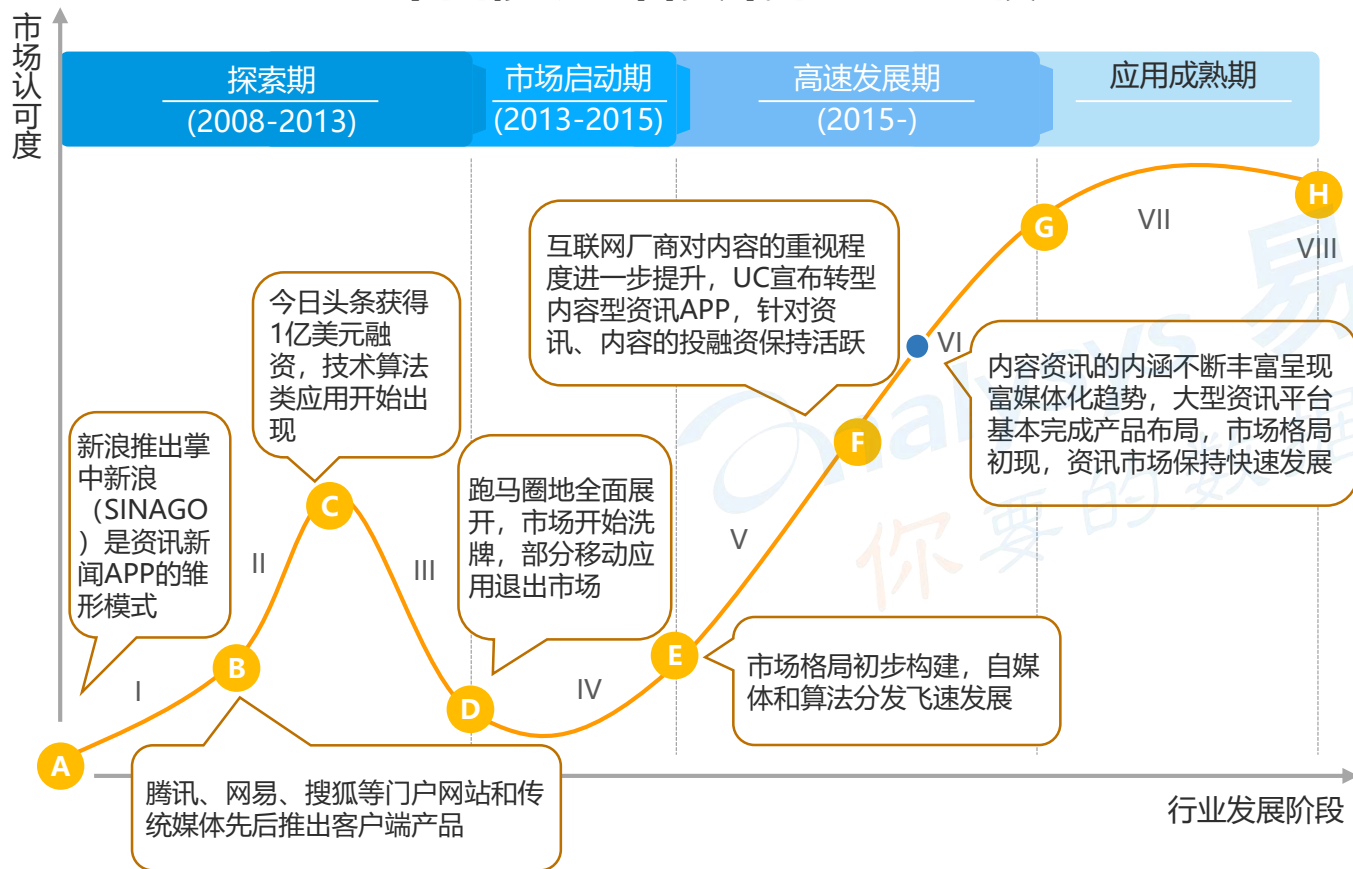


© Analysys 易观·易观千帆·A3 www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

中国移动综合资讯市场正处于高速发展期

2017中国移动综合资讯市场AMC模型



©Analysys 易观

www.analysys.cn

- 移动综合资讯市场起步较早，在门户网站时代，领先厂商就开始尝试推出移动端新闻产品。
- 在移动综合资讯发展初期，门户网站凭借PC端用户积累，取得先发优势，但是随着技术的发展和内容生产方的演变，市场格局发生了巨大变化。
- 首先是今日头条凭借算法优势以个性化精准推荐为武器，后发先至，迅速抢占了市场技术高地；同时自媒体开始呈现爆发性发展，传统的内容生产市场开始重大变革，以微信公众号为代表的自媒体开始抢占市场。
- 在竞争激烈的移动资讯市场中，资讯明显呈现富媒体化，大型互联网厂商基本完成布局，市场格局初现，整个市场正处于快速发展中。



中国移动综合资讯市场现状分析

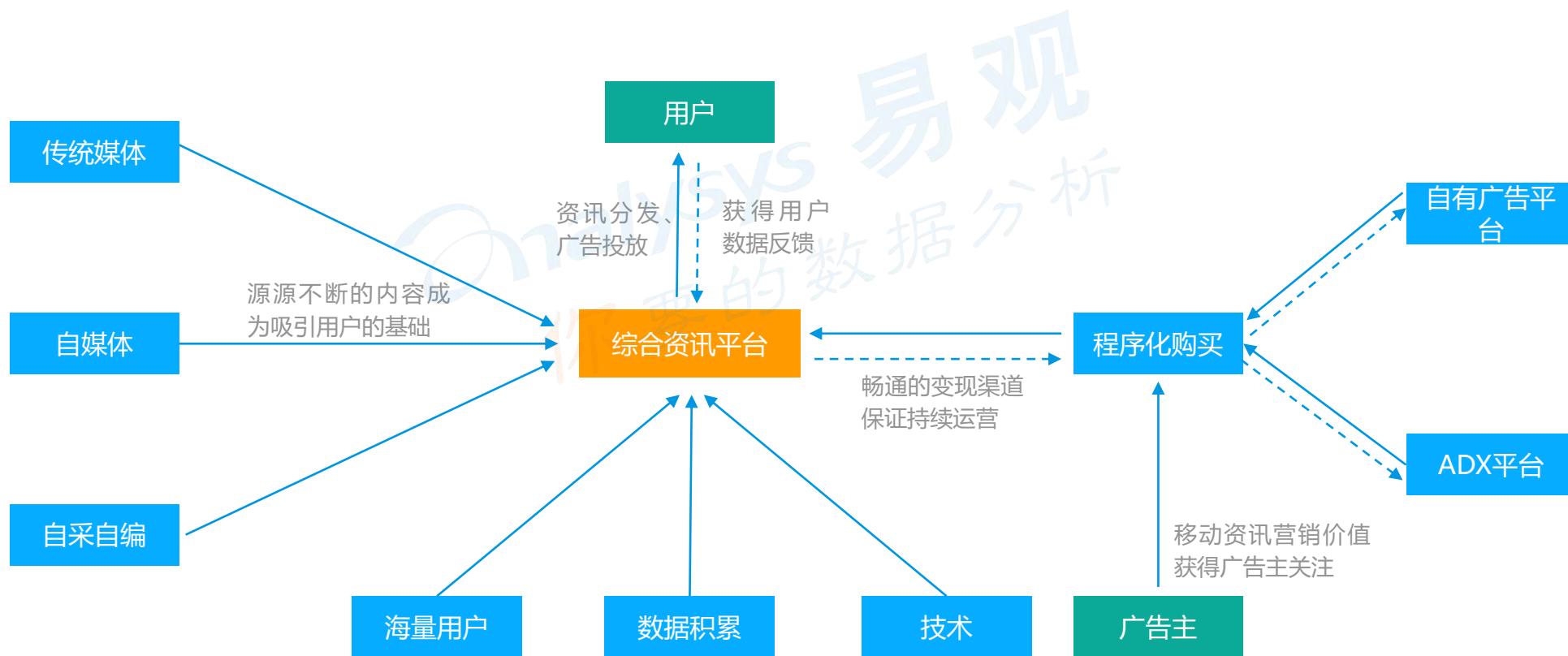
NO

中国移动资讯市场产业图谱：产业链成熟，变现渠道稳定



移动综合资讯平台依靠技术、数据提升用户体验，成为上下游中转站

- 移动综合资讯平台位于整个产业的中枢位置，聚合、生产内容；为广告主提供投放平台，并依靠数据、技术对内容进行分类推送，为用户提供资讯服务。另一方面，移动综合资讯平台收集、分析用户数据并反馈至产业链其他部分，不断提升用户使用体验。



传统新闻媒体不在孤军奋战，新生内容产生方不断加入，内容团队持续扩容

传统媒体时代

A

◆ 报纸、电视台、杂志社是内容生产的主要参与者

传统媒体时代，新闻资讯内容生产主要由报纸、杂志、电视台、通讯社垄断，以自采自发方式为主，读者投稿作为补充，产业链较短，内容经过相关管理部门的层层审核后发布，兼具内容生产+媒体平台属性，是社会舆论的主要控制者。

网络媒体出现

B

◆ 门户网站时代，集成传统媒体内容，网络媒体开始发声

随着四大门户网站格局的确立，内容生产团队开始得到扩充，门户网站首先将传统媒体内容集成，发挥网络新闻媒体平台作用，另一方面凭借自身记者、编辑团队，发布资讯内容。

自媒体时代

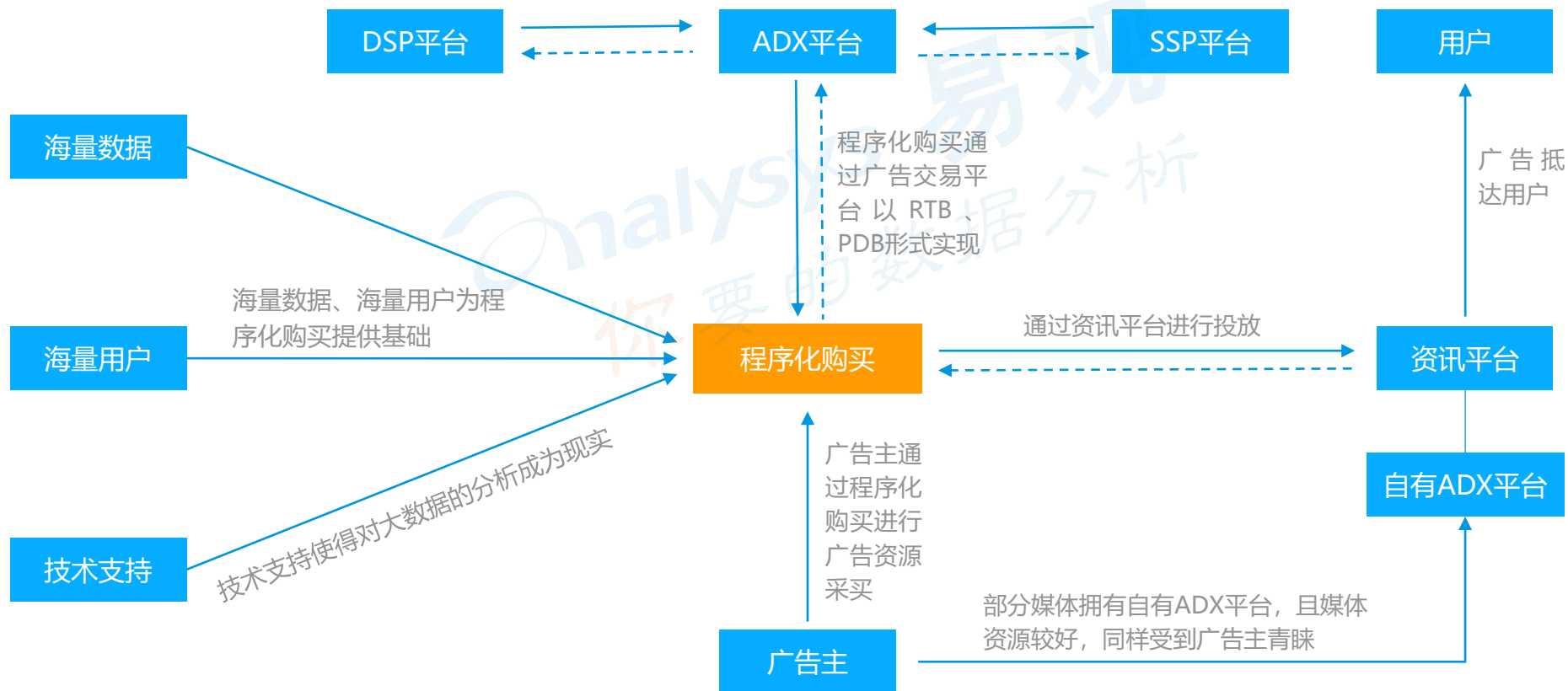
C

◆ UGC内容凭借移动平台开始爆发

在受众转移到移动媒体的形势下，内容生产者阵营发展变革性变化，大量自媒体涌现，不同于传统媒体的专业性和严肃性，很多自媒体来源于草根阶层，所生产内容也突破过去新闻资讯的条框，生产内容呈现几何级增长，自媒体时代正式来临，海量的内容也为算法分发的快速发展奠定了基础。

广告代理厂商凭借程序化技术紧跟媒体变化趋势，充分发挥移动综合资讯流量价值

- 面对移动综合资讯平台巨大的营销价值，广告代理商凭借程序化购买方式提高广告投放效率、再造流量价值，尤其是长尾流量的投放价值，2017年中国移动综合资讯用户已经接近5亿，在资讯展现形式和展现内容变速变化的形势下，其营销价值依然还有巨大潜力。

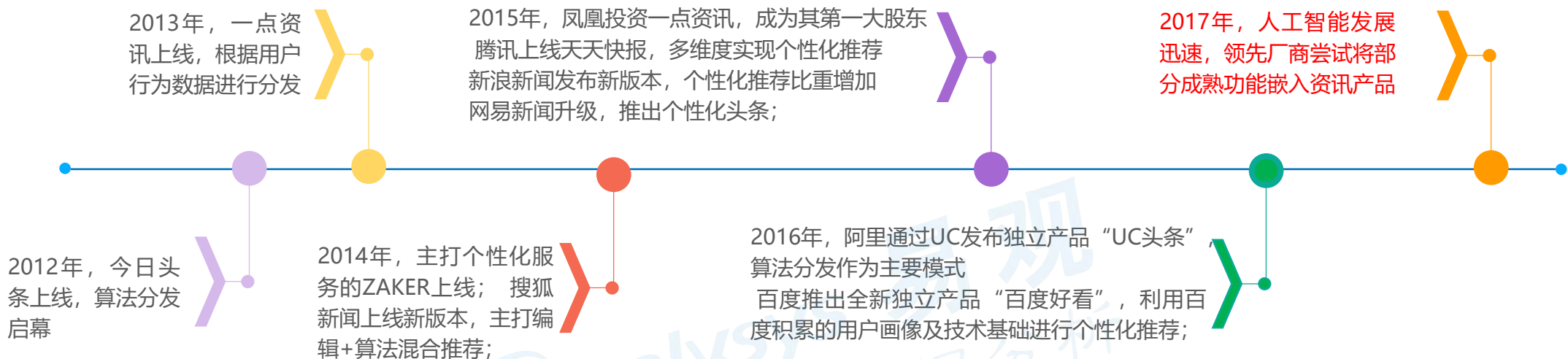


中国移动资讯市场马太效应明显，头部资讯厂商占据绝对市场份额



- 目前移动综合资讯市场竞争激烈，马太效应明显，头部厂商占据大部分市场份额。
- 在各个细分资讯领域，头部厂商阵营基本形成，各领域领先厂商依靠技术、数据、内容、用户等优势占领市场。
- 在资讯聚合平台领域，今日头条依靠算法优势一骑绝尘。
- 网络媒体领域，各大门户网站厂商整体实力雄厚，在整个资讯领域都占有显著优势。
- 传统媒体移动资讯领域，央视新闻、人民日报依靠重大时政事件报道、优质原创内容保持较强舆论影响力。

：算法分发已经成为业界共识，个性化推荐成为吸引用户利器



编辑推荐
+
垂直频道

优点：内容分类清晰，用户可以快速找到所需资讯。

缺点：无法精准匹配用户需求，依靠编辑推荐进行推送，广度、深度不够

发展：领先厂商意识到算法分发的优势，开始以垂直频道+算法推荐模式

优点：根据用户偏好进行推送，千人千面，用户体验好

缺点：算法下信息推送会导致信息孤岛；大量低俗内容、标题党疯狂推送

现状：今日头条坚持不生产内容的信息平台定位；百度结合自身搜索优势推出搜索+算法模式

算法推荐



中国移动综合资讯市场热点分析

NIC

行业内领先厂商对内容的投入热情不减，优质自媒体受到市场热捧

- 内容依旧是资讯厂商所关注的重点，尤其是自媒体时代，用户早已习惯海量资讯内容的体验环境，领先厂商继续保持对自媒体的大力扶持、投入，从内容保护到广告变现，都在为自媒体创作者提供良好的生存环境。

芒种2.0



- 腾讯将提供12亿元的资金扶持，其中包括10亿元的现金补贴和首期2亿的内容投资资金，扶持内容创业者；同时发布多项内容工具，从工具、粉丝、运营三大维度为自媒体提供服务。

大鱼计划



- 大鱼计划由大鱼奖金、广告分成、大鱼合伙人三部分组成，采用分级激励方式。同时打通与淘宝的渠道连接，通过大鱼号，内容即可多点分发到UC、UC头条、优酷、土豆、淘宝、神马搜索、豌豆荚等多个阿里大文娱平台的分发渠道。

星图计划



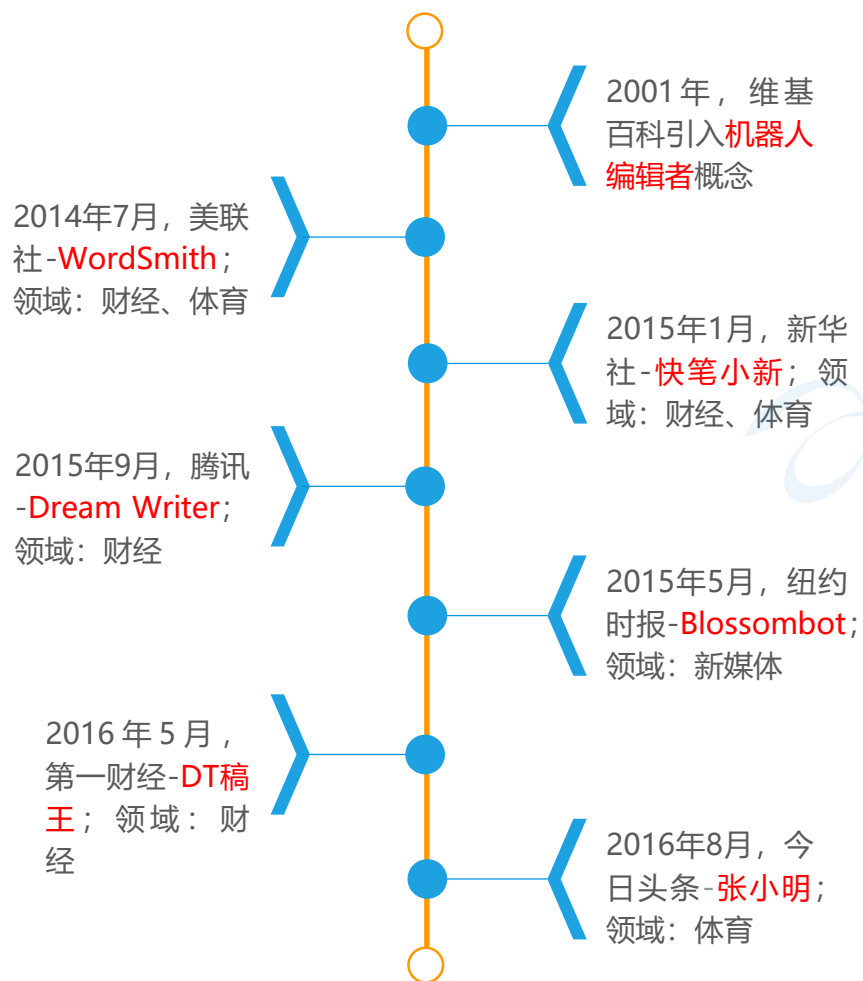
- 从原创保护、产品功能、商业变现、影响力榜单/奖项、品牌推广等多个维度，建立健康、优质的内容生态，帮助内容生产者打造、扩大自身影响力，获得更高的品牌溢价。

媒体合伙人2.0

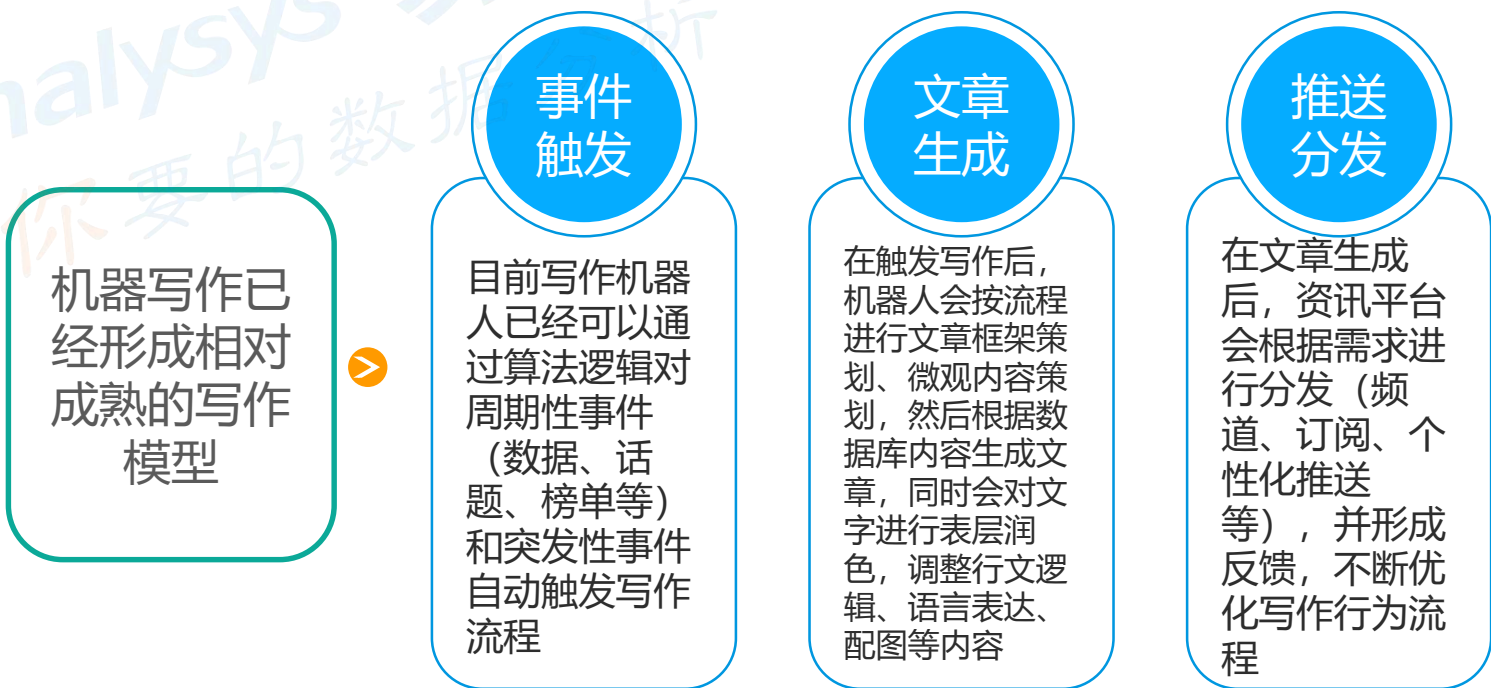


- 从智能分发、原创保护、流量补贴、平台功能、粉丝转化、大数据挖掘、品牌推广、商业化变现等多个维度同内容创作者展开全面合作，专注图文、直播、短视频等多个重要产品为核心的全内容生态。

技术推动作用不断凸显，机器写作开始普及，资讯时效性和展示效果日益优化

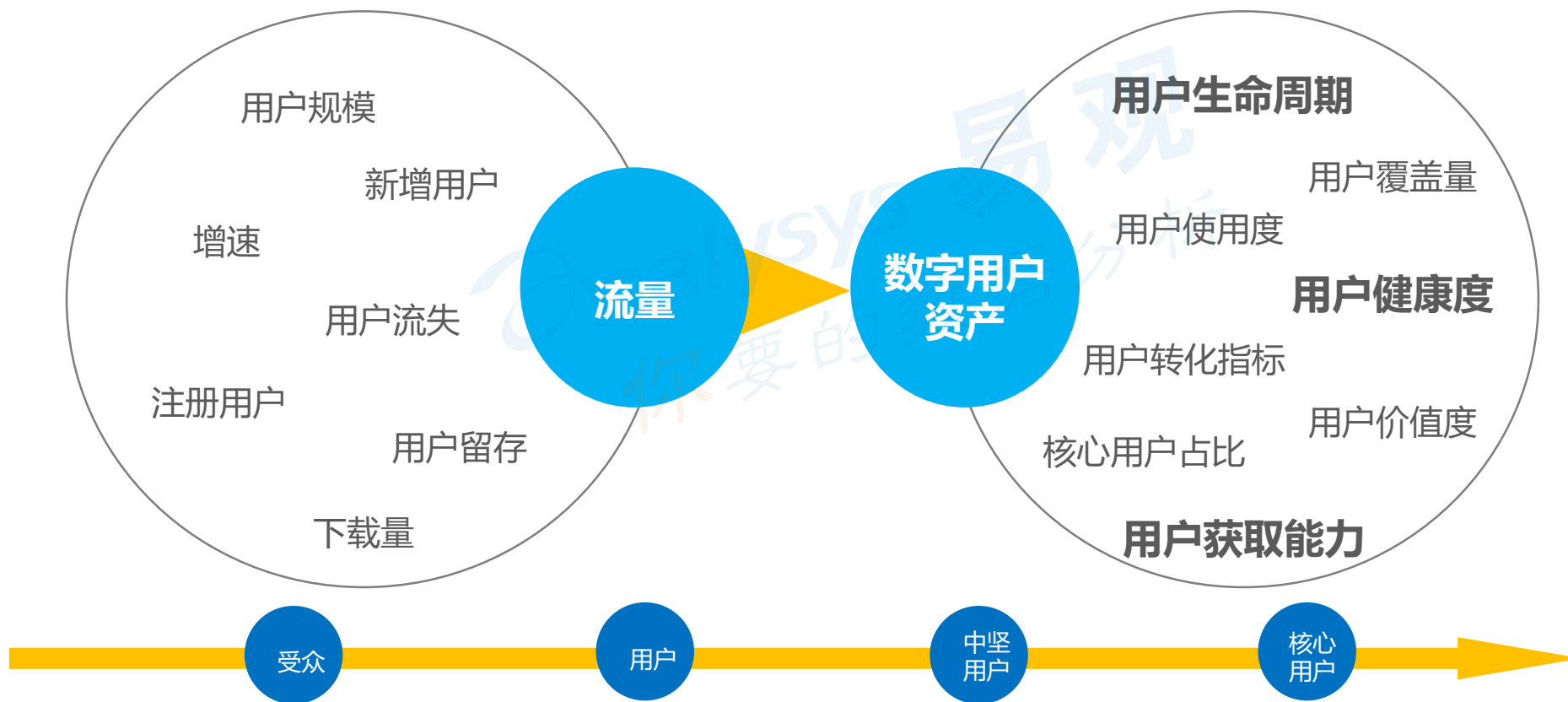


- 在技术的高速发展下，机器写作已经开始普及，自2001年维基百科引入机器编辑者的概念，至今写作机器人已经取得了长足的发展，虽然基于数据的积累和算法逻辑的欠缺，写作机器人目前主要集中在财经、体育领域，但是已经展现出了相比人工编辑的巨大优势，而且，写作机器人并不是对记者的代替，而是最佳助手的角色。



流量概念开始淡化，移动资讯企业开始强调用户数字资产

- 在移动互联网人口红利接近耗尽的今天，移动资讯平台用户规模难以取得爆发性增长，厂商开始转向对用户的精耕细作，挖掘数字用户资产价值。



资讯市场广告变现形式不断优化，信息流广告异军突起，受到广告主青睐

- 广告是移动资讯的主要变现手段之一，随着大数据的积累和算法分发的快速发展，信息流广告凭借更优的展示效果和广告转化率，市场份额快速增长，受到广告主的青睐。

展示效果

与传统的banner广告相比，信息流广告拥有更可靠的展示效果。广告主投放的广告将出现在资讯流中，以文字信息和图片的形式呈现，与原有内容融合在一起出现，在用户视觉焦点中，不容易被忽略，对用户的打扰性较低。

转化率

信息流广告植入在用户视觉焦点的内容中，不容易像传统banner广告被用户所忽视；更可靠的广告展示形式也为其带来了更好的点击率和更高的流量变现效率。就业界的水平而言，信息流广告的流量变现效率是传统PC端banner的10倍左右。

投放方式

主要以CPC、CPM为主，其中CPC起竞价价格在0.1-0.5元之间，CPM价格范围在1.5-8元内，根据媒体不同价格差别较大。CPE（按参与计费）计费方式目前采用较少，目前仅微博粉丝通开通。

信息流广告的快速发展和资讯市场乃至整个移动互联网广告市场展现形式不断优化的缩影，在流量人口红利基本消失殆尽的今天，对用户的精耕细作时代来临，在内容、阅读体验等关键环节，都影响着用户的留存率，而为了保证用户体验，必然面对着广告位的压缩，如何持续的创新广告形式以保证变现渠道的畅通以及在用户体验和广告收益之间保持平衡，都是值得移动资讯厂商深度思考的重要问题。



中国移动综合资讯市场厂商分析

NO.1

今日头条：以个性化推荐起家，抢占短视频内容新风口

2012年8月，今日头条正式上线，基于数据挖掘技术为用户提供个性化推荐资讯服务

2013年9月，今日头条用户突破5000万

2014年今日头条推出自媒体入驻平台-头条号，并开启广告系统。

2015年今日头条推出“千人万元计划”，以补贴+分发+孵化的模式吸引内容生产者入驻

2016年，今日头条成立2亿人民币规模的内容创业投资基金，同时启动旗下孵化空间“头条号创作空间”。同年加大短视频投入，以10亿补贴短视频创作者。

2017年，今日头条继续抢占短视频内容市场，再次投入10亿补贴独立孵化的UGC短视频平台-火山小视频

- 今日头条是北京字节跳动科技有限公司资讯分发产品，于2012年上线，基于用户偏好以个性化推荐方式为用户提供资讯，从此，资讯市场从编辑推荐时代开始进入机器推荐时代。
- 凭借算法优势，今日头条发展迅速，后发先至，目前占据市场领先地位，优势明显。
- 在不断强化算法优势的前提下，今日头条面对自媒体时代推出“头条号”吸引自媒体用户进驻，同时积极占领内容新入口-短视频领域；目前今日头条开始进军海外市场，通过收购、投资国外短视频平台等方式。
- 截止2017年10月，今日头条“头条号”总数超过110万，其中自媒体账号数量达90万，媒体头条号总数超5500个，国家机构及其他组织总数超70000个。

今日头条融资事件

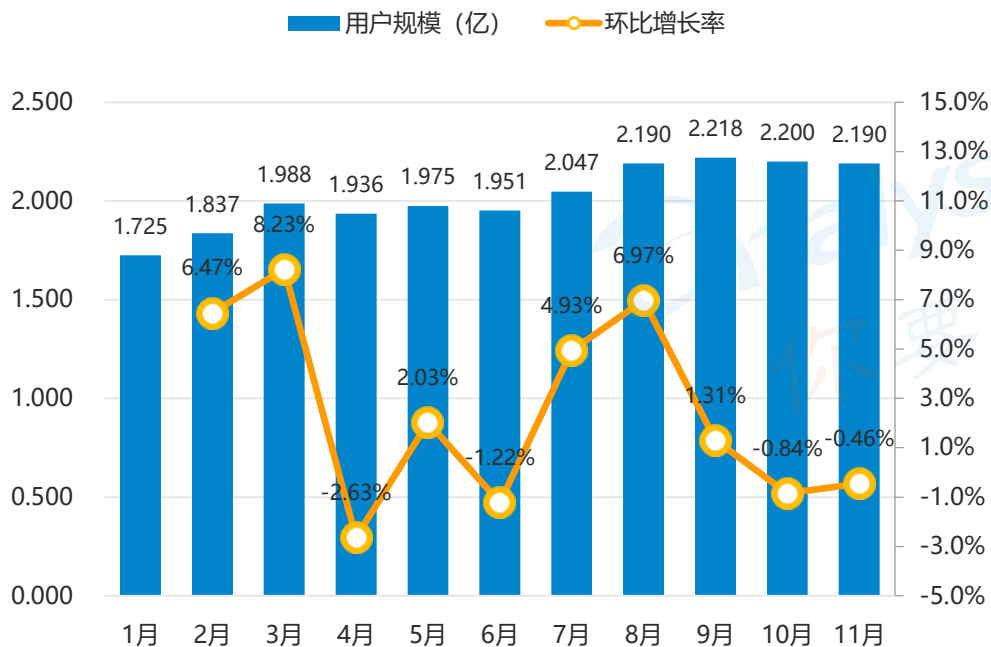
轮次	金额	投资方	时间
A轮	500万美元	SIG海纳亚洲	2012.7
B轮	千万美元	DST/Yuri Milner	2013.9
C轮	1亿美元	红杉资本、微博	2014.6
D轮	10亿美元	红杉资本、建银国际	2017.4

今日头条：以个性化推荐起家，抢占短视频内容新风口

2017年11月今日头条关键数据

月活跃用户	2.19亿	人均单日启动次数	7.92次	人均单日使用时长	83.52	行业安装独占率	17.48%	次月留存率	61.25%
-------	-------	----------	-------	----------	-------	---------	--------	-------	--------

2017年1-11月今日头条用户规模



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

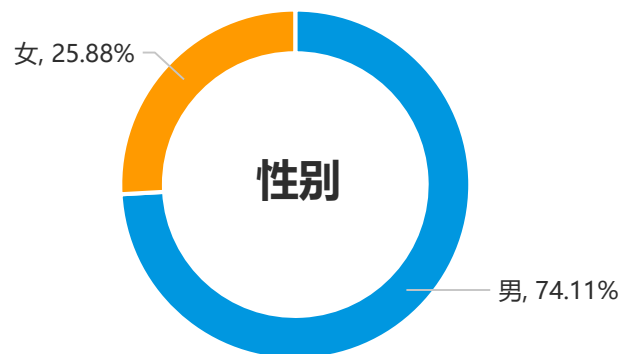
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

- 今日头条凭借算法优势在曾经网络媒体APP占据领先的恶劣环境下后发先至，在竞争激烈的资讯市场占据领先地位，与腾讯新闻并驾齐驱。
- 根据易观千帆·A3数据，今日头条11月活跃用户2.19亿，相比上月略有下滑，但在用户粘性上，仍保持稳定增长，月人均启动次数131.8次，上涨4.77%；月人均使用时长23.16小时，增长6.03%。
- 在内容布局方面，今日头条继续扩大短视频和新闻产品矩阵，并大力开发海外市场，11月今日头条收购了猎豹旗下新闻聚合平台News Republic以及直播平台Live.me；随后以10亿美元价格收购海外音乐短视频平台Musical.ly。
- 鉴于海外用户的较强消费能力和目前市场的开发程度，海外市场或将成为未来今日头条营收的重要助力。

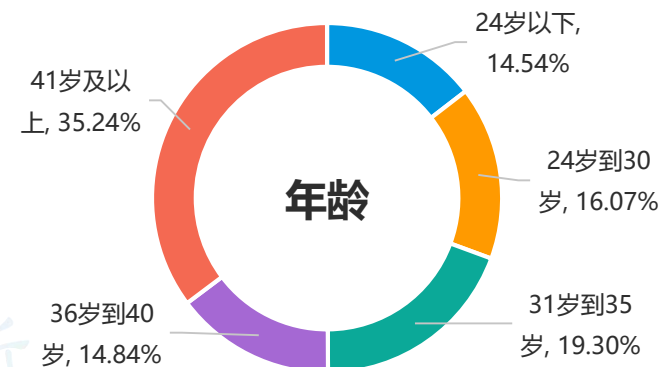
今日头条用户画像：一线城市中青年男性，中等消费能力

今日头条用户属性分布

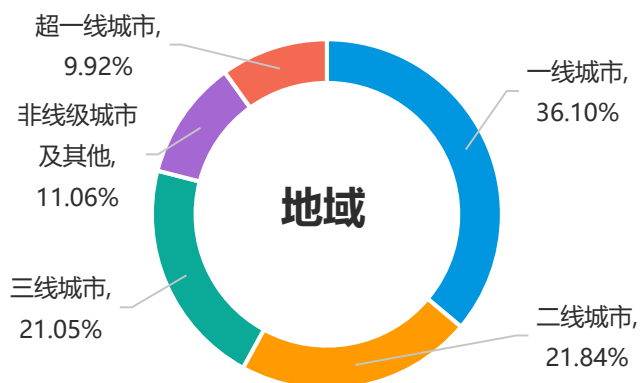
用户性别分布情况



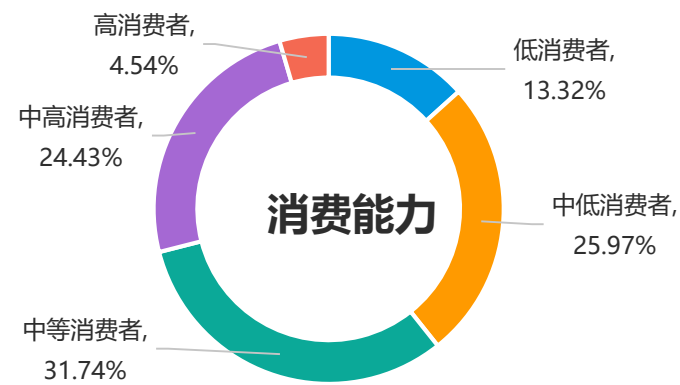
用户年龄分布情况



用户地域分布情况

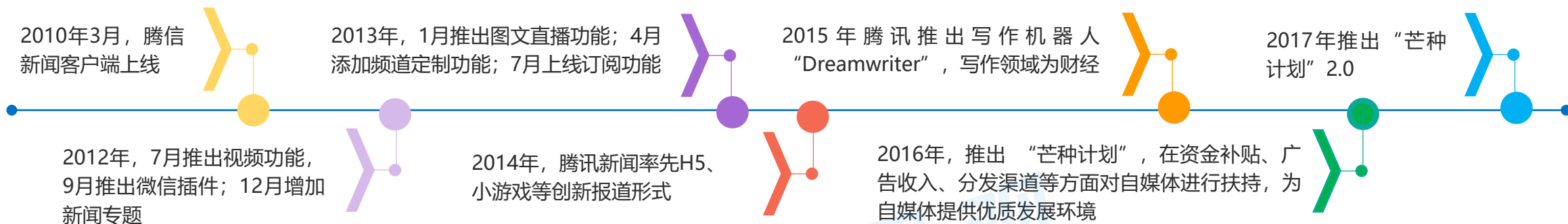


用户消费情况

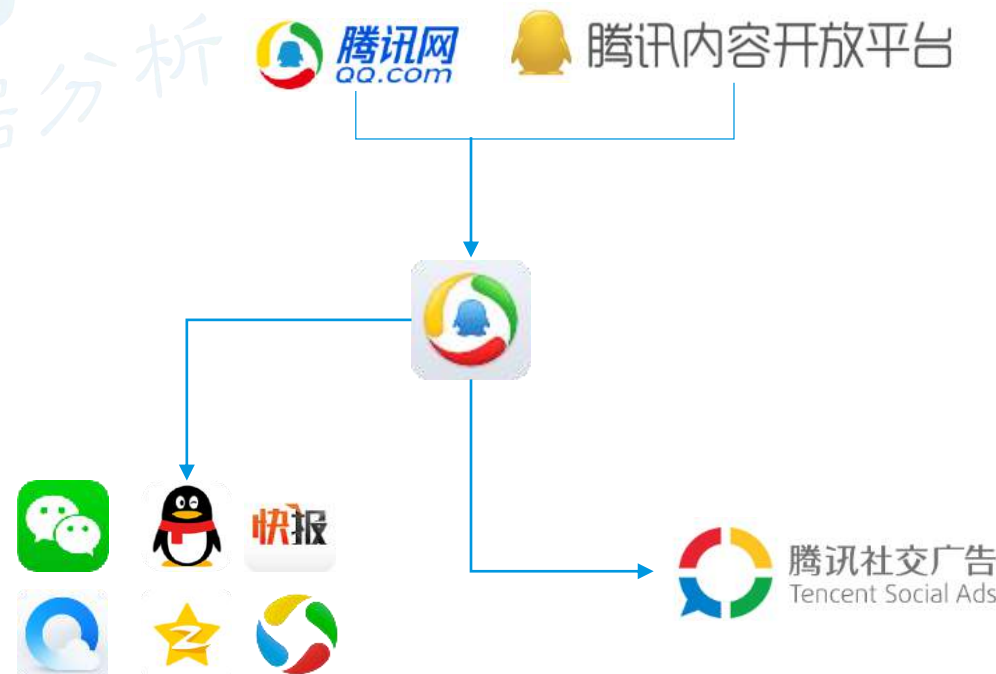


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

腾讯新闻：背靠腾讯集团，拥有海量用户分发优势



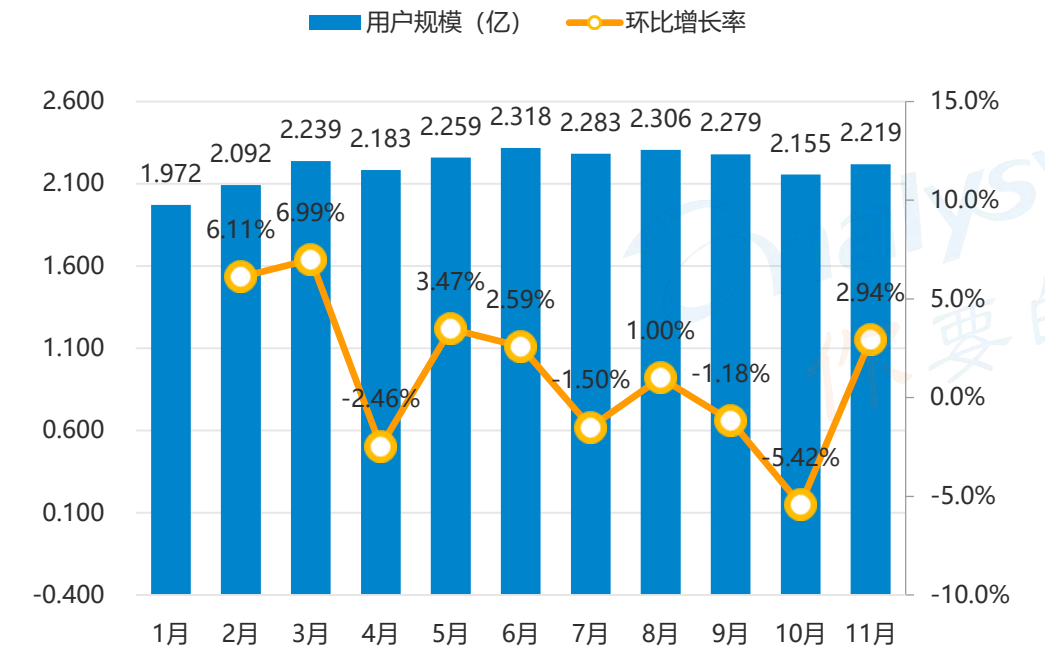
- 腾讯新闻是腾讯旗下新闻资讯类APP，以新闻“事实派”为品牌理念；腾讯曾经的四大门户网站之一，拥有深厚的用户支持和专业采编新闻团队，以“聚合+原创”的内容生产方式为用户提供资讯。
- 腾讯新闻应用最早是以网站补充的角色出现，但是随着用户向移动端的持续迁移，同时在技术持续发展下，腾讯新闻APP已经成为腾讯内容平台的重要组成部分。
- 目前腾讯新闻采用“算法+频道”的内容推送模式，将用户偏好和垂直频道内容结合，为用户提供内容。
- 在变现方面，腾讯新闻依靠“腾讯社交广告平台（广点通）”为平台，为广告主提供移动端信息流广告投放，在海量用户的支持下，可提供网页推广、移动应用推广和电商推广等服务。



腾讯新闻： 背靠腾讯集团， 拥有海量用户分发优势

2017年11月腾讯新闻关键数据									
月活跃用户	2.219亿	人均单日启动次数	3.72次	人均单日使用时长	32.32分钟	行业安装独占率	19.29%	次月留存率	71..3%

2017年1-11月腾讯新闻用户规模



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

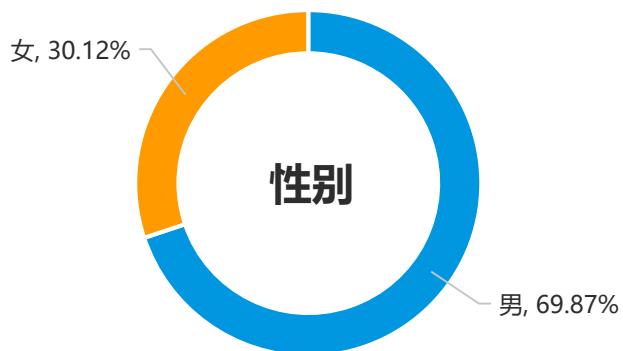
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

- 根据易观千帆·A3数据，腾讯新闻11月活跃用户2.219亿，在移动综合资讯领域和网络媒体领域都占据第一位置，用户规模基本稳定在2.2-2.3亿。
- 在最关键的内容领域，腾讯继续开放深度开放内容生态平台，为内容创作厂商提供全面开放环境。
- **升级企鹅号**：升级版企鹅号将作为大内容开放战略、内容扶持、最新分成策略、MCN计划、内容版权联盟等内容的核心平台。
- **百亿计划**：100亿流量支持、100亿产业资源、100亿资金扶持。
- **MCN**：企鹅号将以垂直化和区域化为基本思路，通过内容分成、流量资源、产品特权、投资支持、品牌支持等多维度支持，构成体系化的MCN扶持计划。
- **芒种2.0**：腾讯将提供12亿元的资金扶持，其中包括10亿元的现金补贴和首期2亿的内容投资资金，扶持内容创业者；同时发布多项内容工具，从工具、粉丝、运营三大维度为自媒体提供服务。

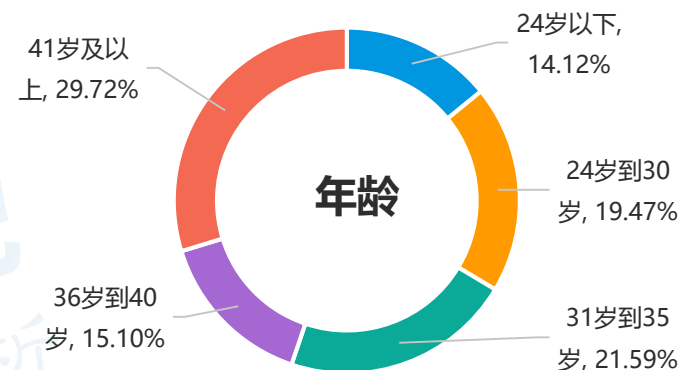
腾讯新闻用户画像：一线城市中年男性用户，中高等消费能力

腾讯新闻用户属性分布

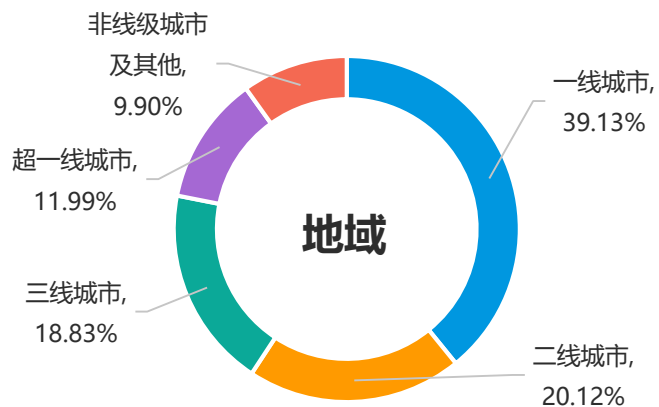
用户性别分布情况



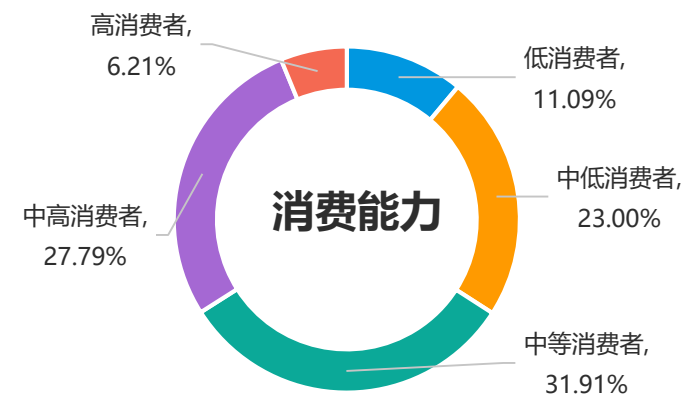
用户年龄分布情况



用户地域分布情况

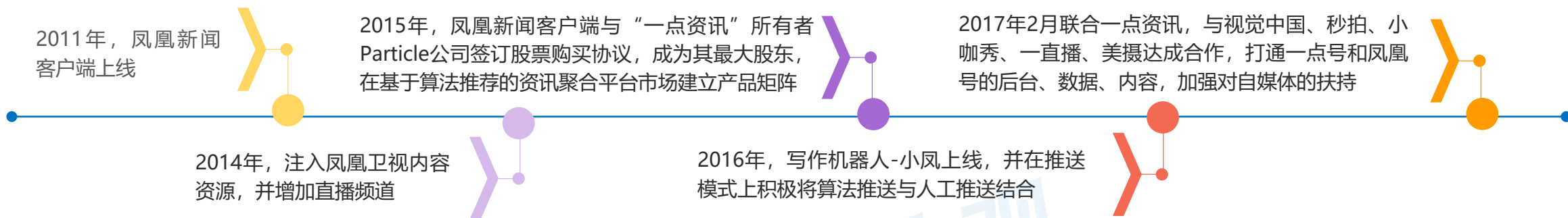


用户消费情况

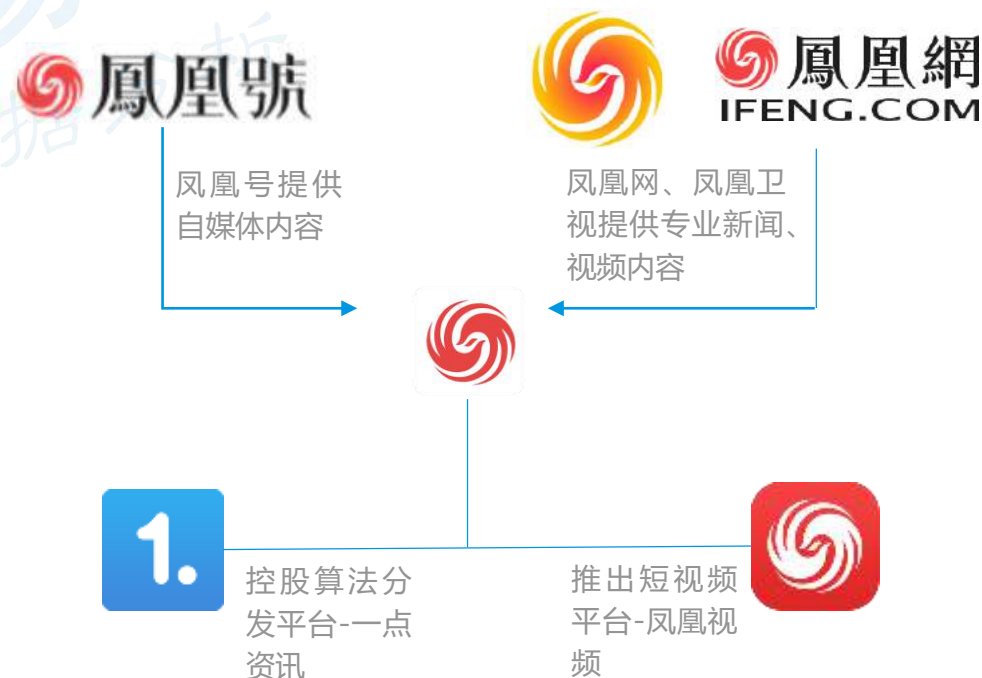


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

凤凰新闻客户端：资讯产品矩阵完整，转型发展成效显著



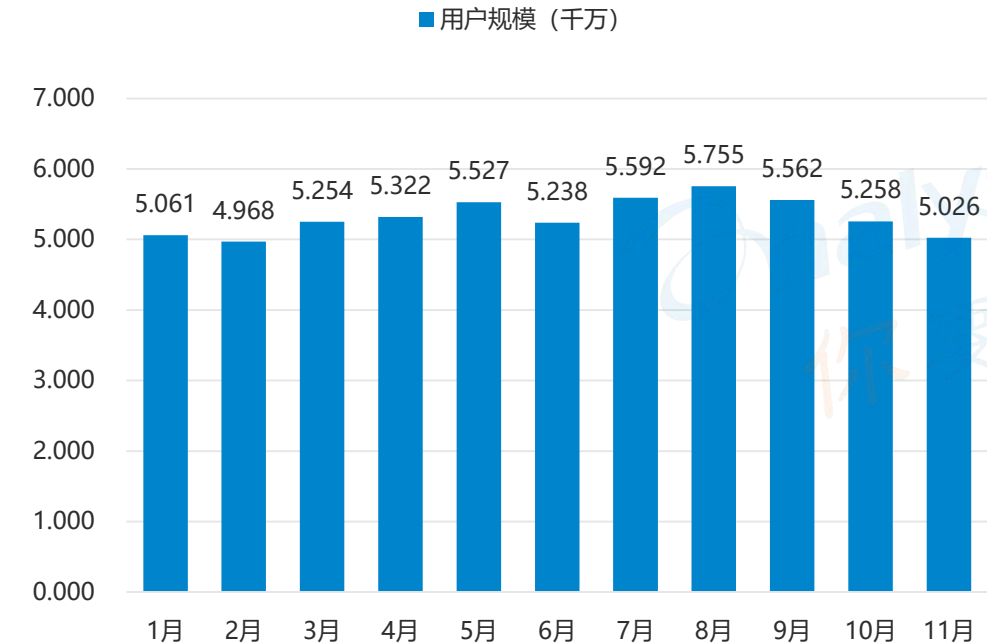
- 凤凰新闻客户端是凤凰新媒体旗下移动端新闻资讯应用，作为凤凰卫视集团的一员，在内容和资本上均具优势。
- 凤凰卫视、凤凰网在新闻和电视节目等方面实力雄厚，曾推出多档深度节目和有影响力的新闻报道，记者、编辑以及电视编排团队经验丰富，专业性强。
- 在自媒体和算法分发领域，凤凰新闻客户端以自媒体平台-凤凰号为自媒体创作者提供平台，控股一点资讯，在算法分发领域占领市场，同时打通凤凰号、一点号，挖掘两者的联合优势。
- 对新兴内容表现形式，凤凰新闻客户端推出凤凰视频，专注于短视频市场；在直播方面，升级直播品牌，推出风直播；并在客户端为短视频、直播专门设置了栏目和接口。
- 目前，凤凰新闻客户端在移动资讯内容市场已经建立完整产品矩阵，涵盖新媒体所有主要内容形式，综合实力雄厚。



凤凰新闻客户端：资讯产品矩阵完整，转型发展成效显著

2017年11月凤凰新闻客户端关键数据									
月活跃用户	5026万	人均单日启动次数	4.77次	人均单日使用时长	37.07分钟	行业安装独占率	0.6%	次月留存率	58.25%

2017年1-11月凤凰新闻客户端用户规模



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

- 根据易观千帆·A3数据，凤凰新闻客户端11月活跃用户5026万，用户规模基本保持稳定。
- 在用户粘性上，凤凰新闻客户端增长较好，11月人均启动次数42.8次，环比上涨16.8%；人均使用时长5.55小时，增长24.65%。
- 凤凰新闻客户端积极拥抱算法分发推送模式，将编辑人工推送和算法结合，一方面避免编辑人工推送的以编辑偏好为中心的僵硬模式，同时可以有效缓解算法所导致的信息孤岛局面。
- 作为从传统媒体时代一直都走到今天的媒体平台，凤凰新闻客户端始终跟随时代变化，积极转型以适应技术的发展变化，且转型成效已经显现。
- 根据凤凰新媒体2017年Q3财报，第三季度总营收为4.256亿元人民币，同比增长18.2%；归属于凤凰新媒体的净利润为人民币3290万元，同比增加3.8%。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

凤凰新闻客户端用户特征分析：依靠优质内容，用户粘性领先

- 得益于专业的内容生产团队和积极拥抱市场新风向的发展模式，凤凰新闻客户端在新闻内容的深度和专业性方面优势明显，根据易观千帆·A3数据，凤凰新闻客户端在月度人均启动次数和人均使用市场方面均保持领先地位。

2017年11月网络媒体人均启动次数TOP 5



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

2017年11月网络媒体人均单日使用时长TOP 5

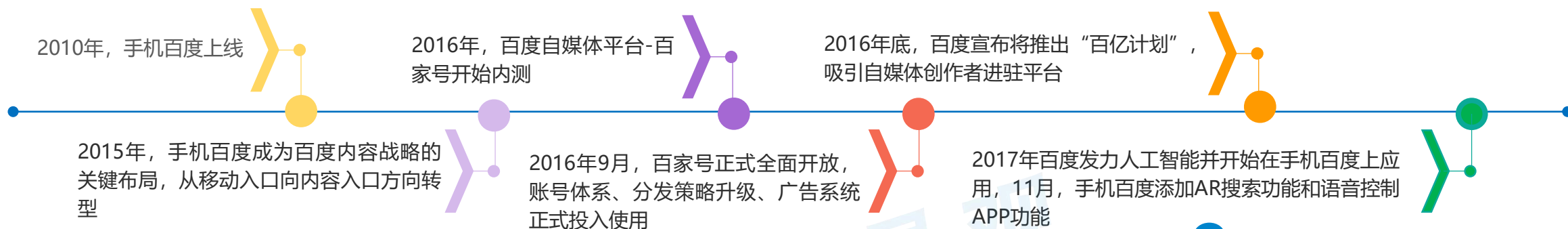


© Analysys 易观·易观千帆·A3

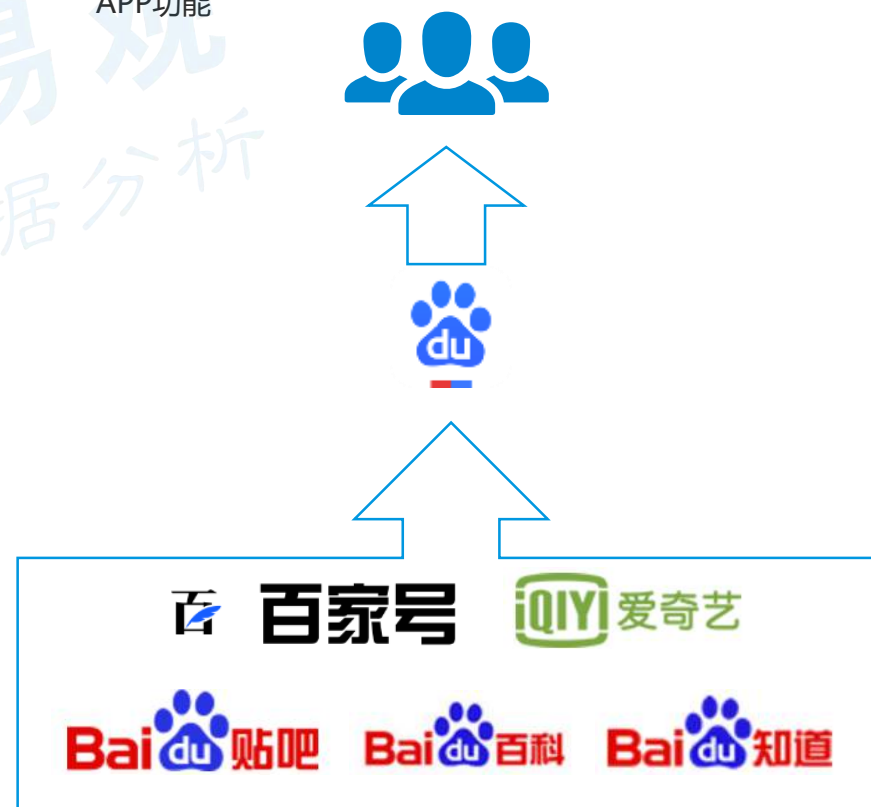
www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

手机百度：借助人工智能优势进入竞争激烈的资讯领域



- 百度在移动端内容发力略晚，直到2015年底才将手机百度作为移动端内容的主要阵地。
- 手机百度凭借搜索优势结合算法推送，目前在内容资讯市场发展较快，一方面，基于百度得人工智能支持，在算法推荐上，技术具有领先优势；同时在自媒体平台-百家号以及其他百度旗下内容生产平台的支持下，手机百度内容丰富。
- 为了继续巩固内容基础，百度发布“百度写作大脑”计划，包括写作机器人和写作指导等辅助内容创业者的功能。

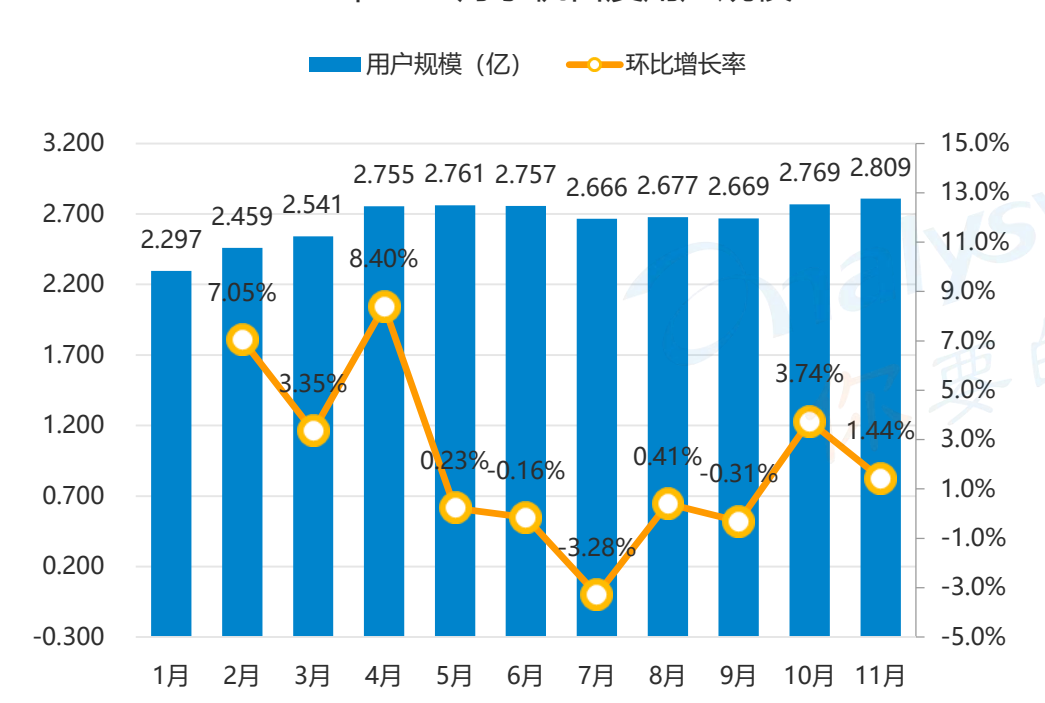


手机百度：借助人工智能优势进入竞争激烈的资讯领域

2017年11月手机百度关键数据

月活跃用户	2.809亿	人均单日启动次数	5.96次	人均单日使用时长	50.26分钟	行业安装独占率	--	次月留存率	65.12%
-------	--------	----------	-------	----------	---------	---------	----	-------	--------

2017年1-11月手机百度用户规模



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

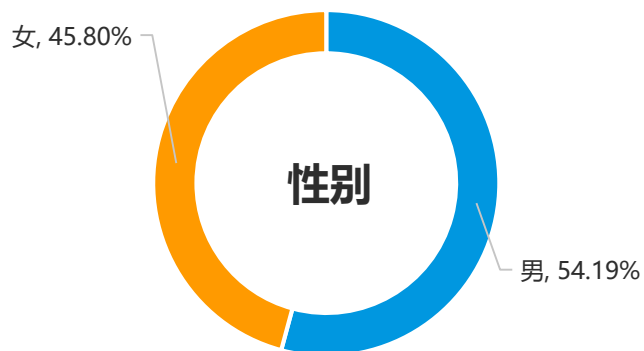
- 根据易观千帆·A3数据，手机百度11月活跃用户2.809亿，环比增长1.44%，启动次数1,957,985.52万次，增长1.15%；使用时长275,343.55万小时，增长0.97%，运行情况良好。
- 目前百度将全部精力投入人工智能领域，在2017年宣布开放人工智能开发平台以期在未来市场发展中取得技术领先优势，与此同时，百度也在尝试将人工智能的部分成果投入资讯产品，积极推进其商业化进程。
- 首先是计算机语言识别功能的嵌入，手机百度目前可以通过语音进行大部分功能的操作和实现
- 同时，AI的发展对算法推荐也具有重要意义，人工智能可以持续改进算法机制的缺陷并提高效率，保证向用户推送信息的精准性和体验感。
- 在AI赋能下的手机百度目前正在争夺资讯市场份额，对领先厂商形成较大威胁。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

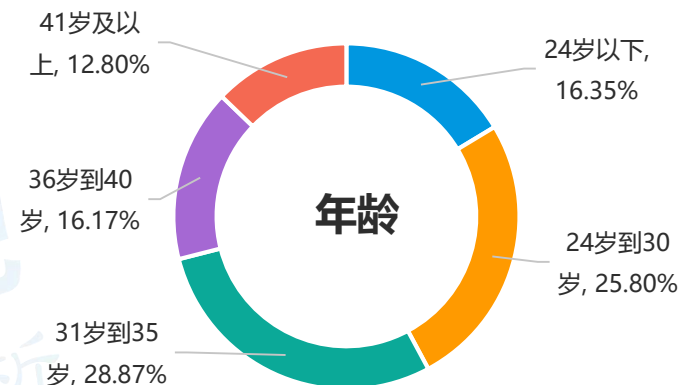
手机百度用户画像：一线城市用户，中等消费能力

手机百度用户属性分布

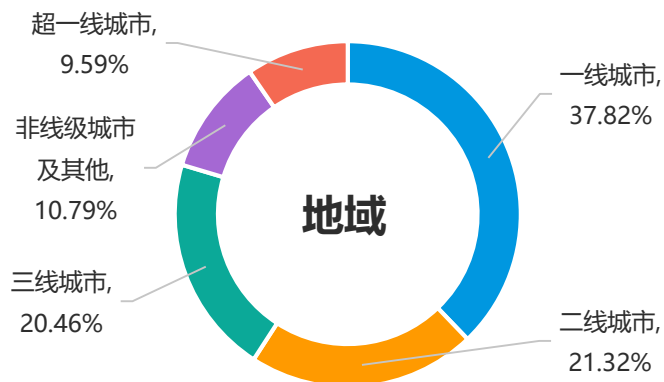
用户性别分布情况



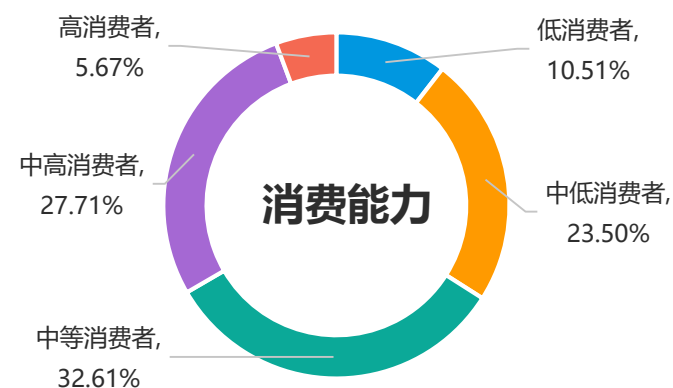
用户年龄分布情况



用户地域分布情况

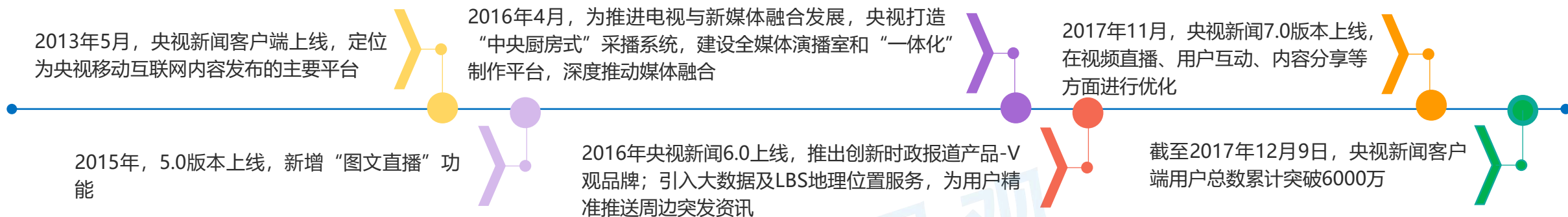


用户消费情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

央视新闻：依托优质原创内容，打造国家级新媒体影响力平台



央视新闻

发展：“央视新闻”客户端已经发展为新媒体领域主流媒体，在传播力、影响力、内容生产力等方面占据领先，其原创栏目“V观”已经成长为十亿级别转载阅读量的现象级产品；

优势：央视的强力原创内容支持；遍布国内外记者站支持；在时事政治、重大事件、政府发布方面的公信力、权威性；经验丰富的专业采编团队，在深度报道内容上优势明显；

未来：在原创内容上拥有明显优势的央视新闻市场潜力巨大，一方面源于用户对内容消费的认可度提高和目前市场上优质内容的供不应求；另一方面是版权保护相关法律法规的完善和推进传统媒体和新媒体融合发展的政策支持；

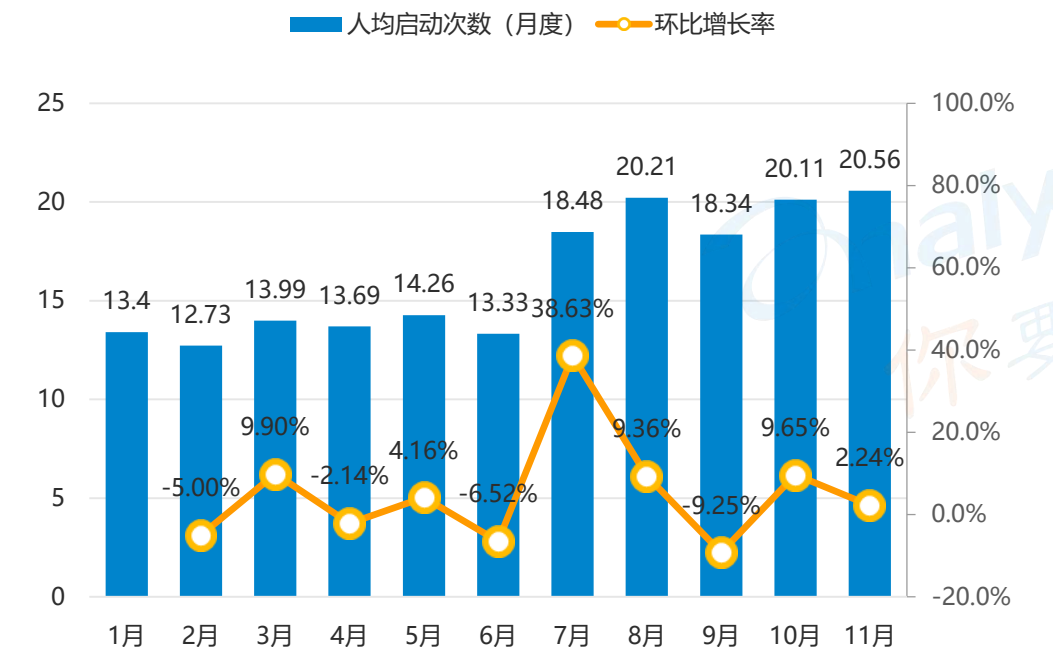


- 央视新闻客户端与央视新闻微博、微信公众号以及央视移动新闻网共同组成央视新闻新媒体矩阵，形成多方位产品布局；目前央视新闻客户端已经发展为中央电视台在新媒体领域的强势品牌和舆论风向引导者，在**新闻移动直播**领域，其重大政治新闻报道影响力引领全网，尤其是2017年十九大、朱日和阅兵等大事件独家直播报道，触达用户突破一亿级别，观看人数均在千万人次以上。

央视新闻：依托优质原创内容，打造国家级新媒体影响力平台

- 根据易观千帆·A3数据，11月央视新闻活跃用户153.09万，月人均启动次数20.56次，环比增长2.24%；人均使用时长3.37小时，增长2.14%，在优质原创内容的支持下，央视新闻用户粘性持续加强。

2017年1-11月央视新闻人均启动次数



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

- 在传统媒体移动资讯领域，央视新闻凭借移动新闻直播和权威原创新闻，在使用时长方面占据第一位置且优势明显；根据易观千帆·A3数据，2017年11月央视新闻月使用时长516.4万小时，优势明显。

2017年11月传统媒体移动资讯领域使用时长TOP 5



© Analysys 易观·易观千帆·A3

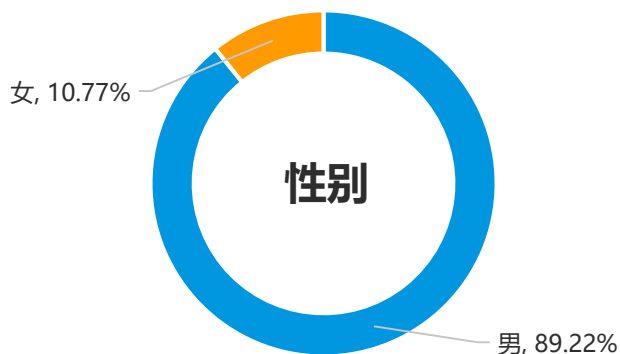
www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

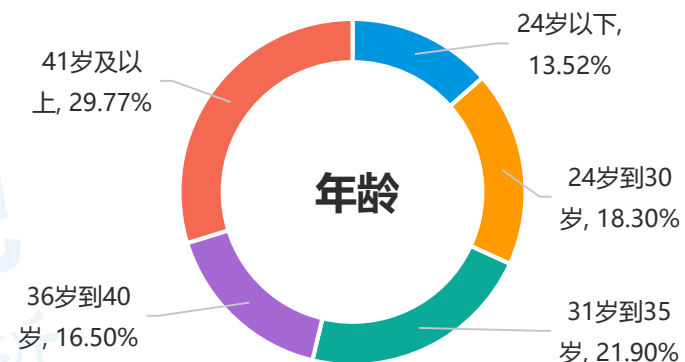
央视新闻用户画像：一线城市中年男性，中高消费能力

央视新闻用户属性分布

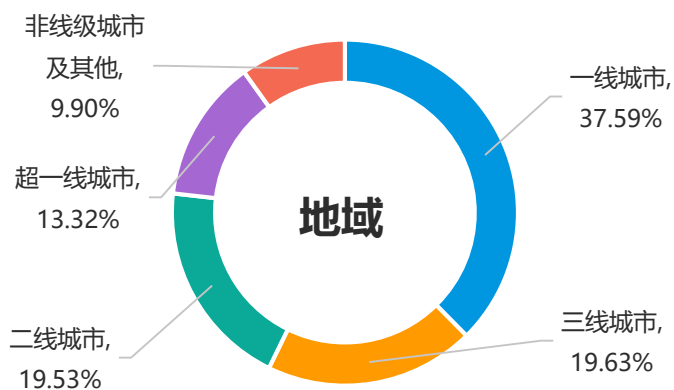
用户性别分布情况



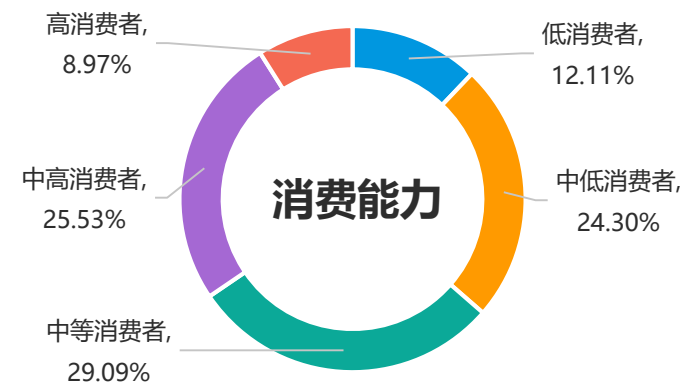
用户年龄分布情况



用户地域分布情况

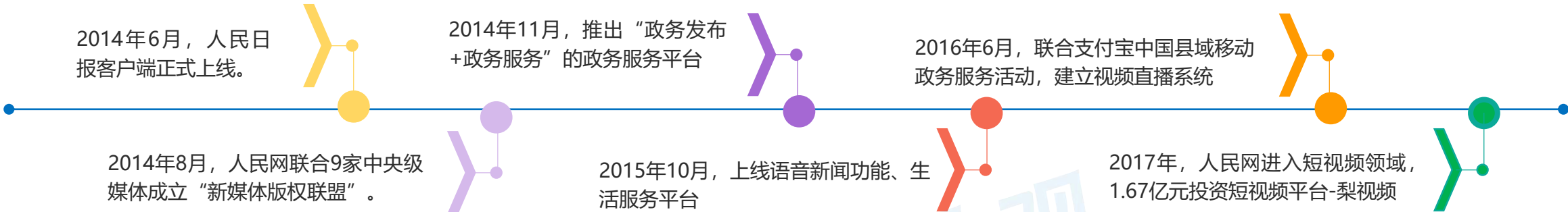


用户消费情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

人民日报：立足党刊定位，拓展新兴媒体市场



- 人民日报新闻客户端是人民日报社旗下新闻资讯产品，以“自采自编”模式进行新闻内容生产，以频道分类形式为用户提供资讯服务。
- 人民日报以人民网为切口进入互联网资讯市场，作为国内中央级媒体积极拥抱互联网的典型厂商，人民网目前在移动端传统媒体领域持续保持领先。
- 人民日报作为中央级别媒体，在新闻内容的权威性、专业性以及政府机构宣传上拥有独特优势，依托于经验丰富、遍布国内外的记者、编辑队伍，内容生产团队实力雄厚，同时面对富媒体化的资讯发展现状，人民日报开始进入短视频内容市场，11月入股短视频平台厂商-梨视频。



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

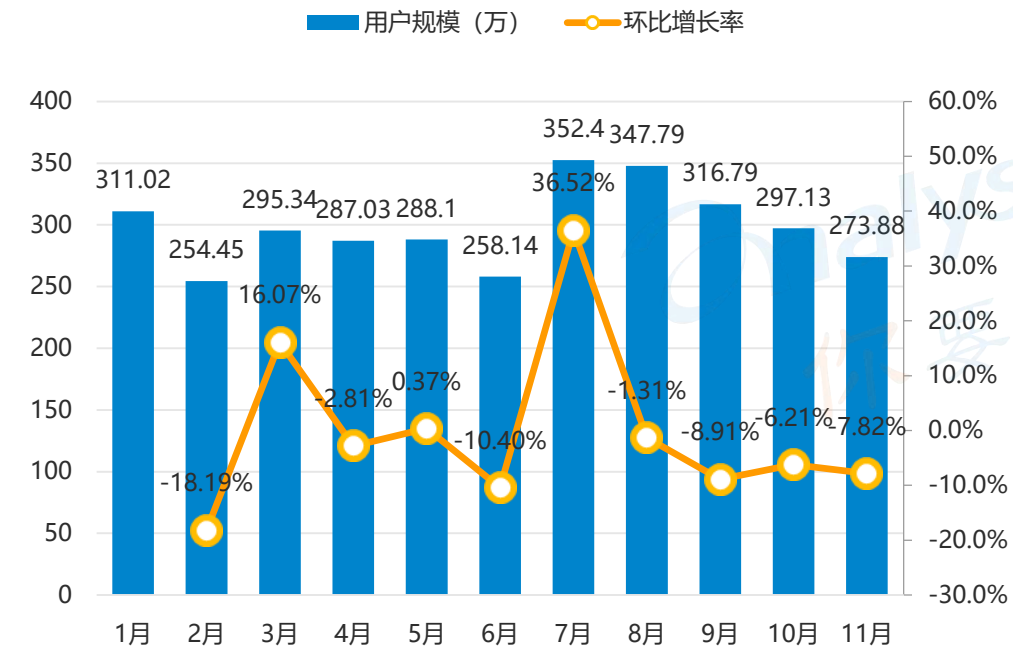
数据分析驱动业务升级

人民日报：立足党刊定位，拓展新兴媒体市场

2017年11月人民日报关键数据

月活跃用户	273.88万	人均单日启动次数	2.53次	人均单日使用时长	15.47分钟	行业安装独占率	--	次月留存率	39.56%
-------	---------	----------	-------	----------	---------	---------	----	-------	--------

2017年1-11月人民日报用户规模



© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

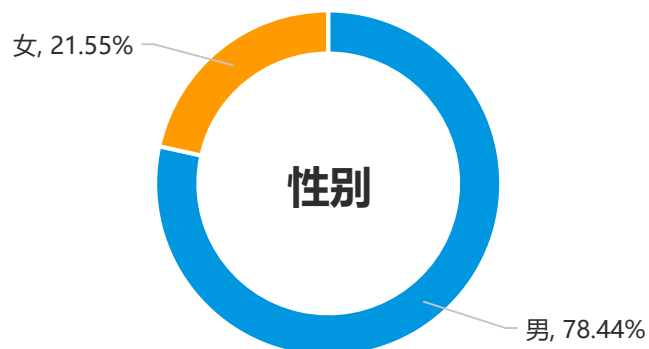
- 根据易观千帆·A3数据，11月人民日报用户活跃规模继续下滑，环比下降7.82%至273.88万人次；月人均单日启动次数4.77次；月人均单日使用时长0.49小时。
- 人民日报新闻客户端依靠人民日报社、人民网、以及其他社办报刊的支持，在新闻内容生产上优势明显，作为中央媒体，传播渠道和传播影响力在资讯市场值得关注，但在目前移动端的用户使用时间碎片化、资讯内容娱乐化的趋势下，在面向大众的传播影响力和使用体验上与市场上领先企业差距明显。
- 同时在人民日报传统强项-政务服务平台方面，今日头条、腾讯等厂商均已涉足，都对人民日报形成威胁。
- 人民日报目前采用“实时热点+垂直频道”的资讯展现模式，并且尚未接入自媒体内容，主要内容均以自采自编和转载为主。
- 在目前竞争激烈的互联网资讯市场，人民日报需要进行深入转型及时满足受众需求。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

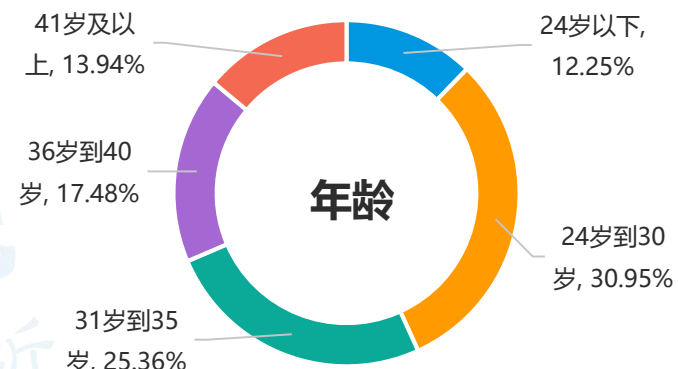
人民日报用户画像：一线城市中高消费能力的青年男性群体

人民日报用户属性分布

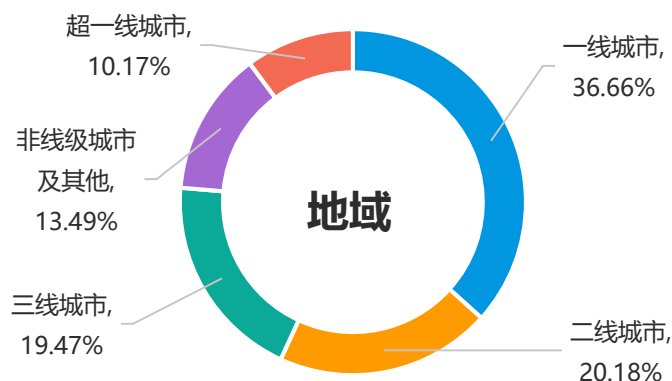
用户性别分布情况



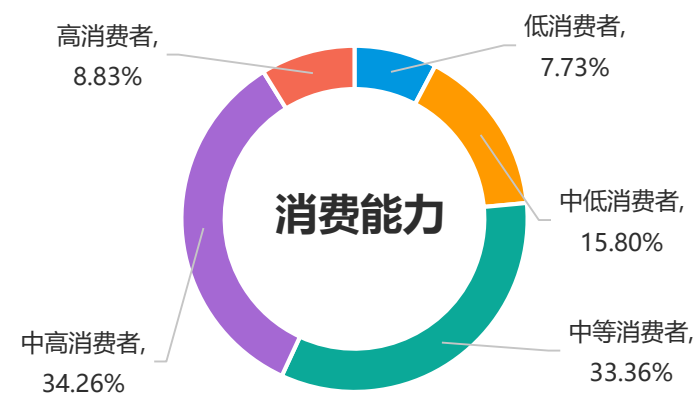
用户年龄分布情况



用户地域分布情况



用户消费情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

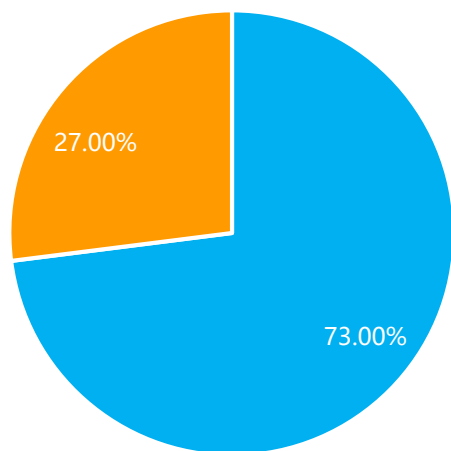


中国移动综合资讯市场用户分析

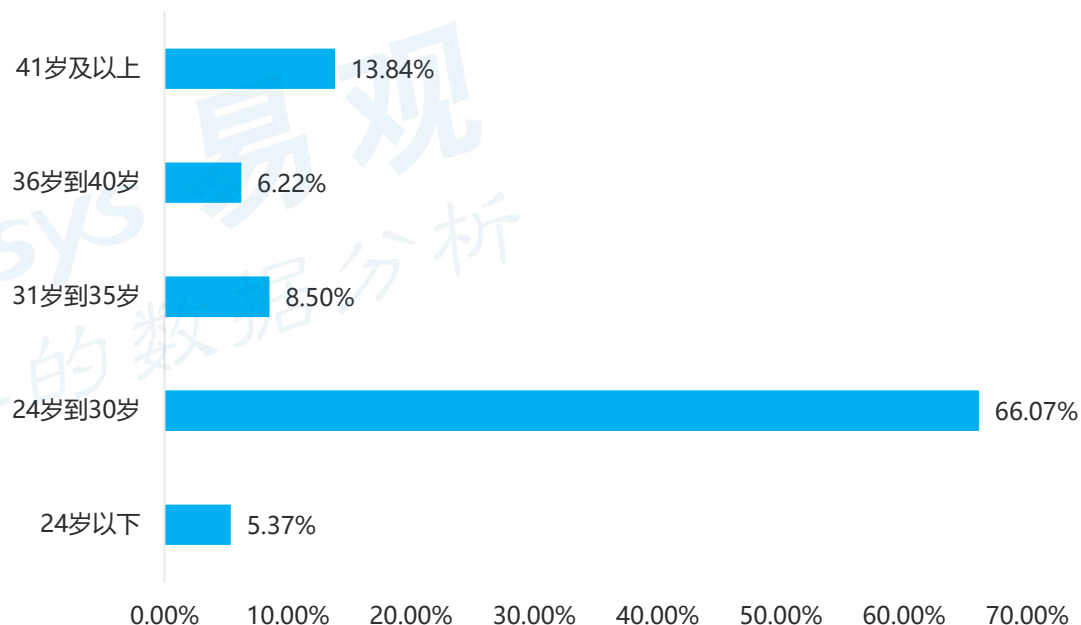
NIO

综合资讯用户以男性为主，24-30岁之间用户占比接近7成

2017年移动综合资讯性别分布情况



2017年移动综合资讯年龄分布情况



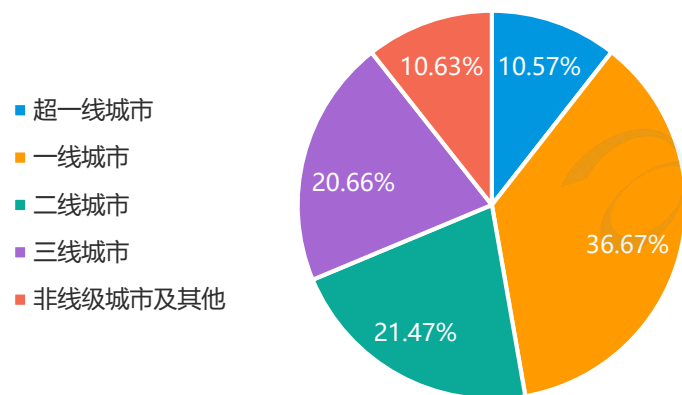
© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

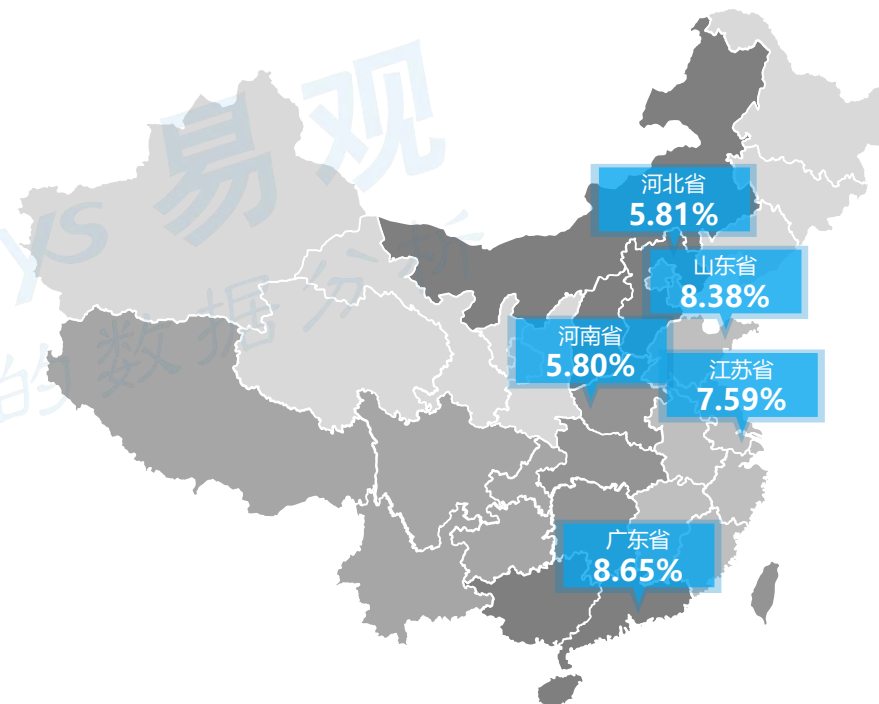
用户主要分布在一线城市，广东用户位列第一

移动综合资讯用户地域分布



© Analysys 易观·易观千帆·A3

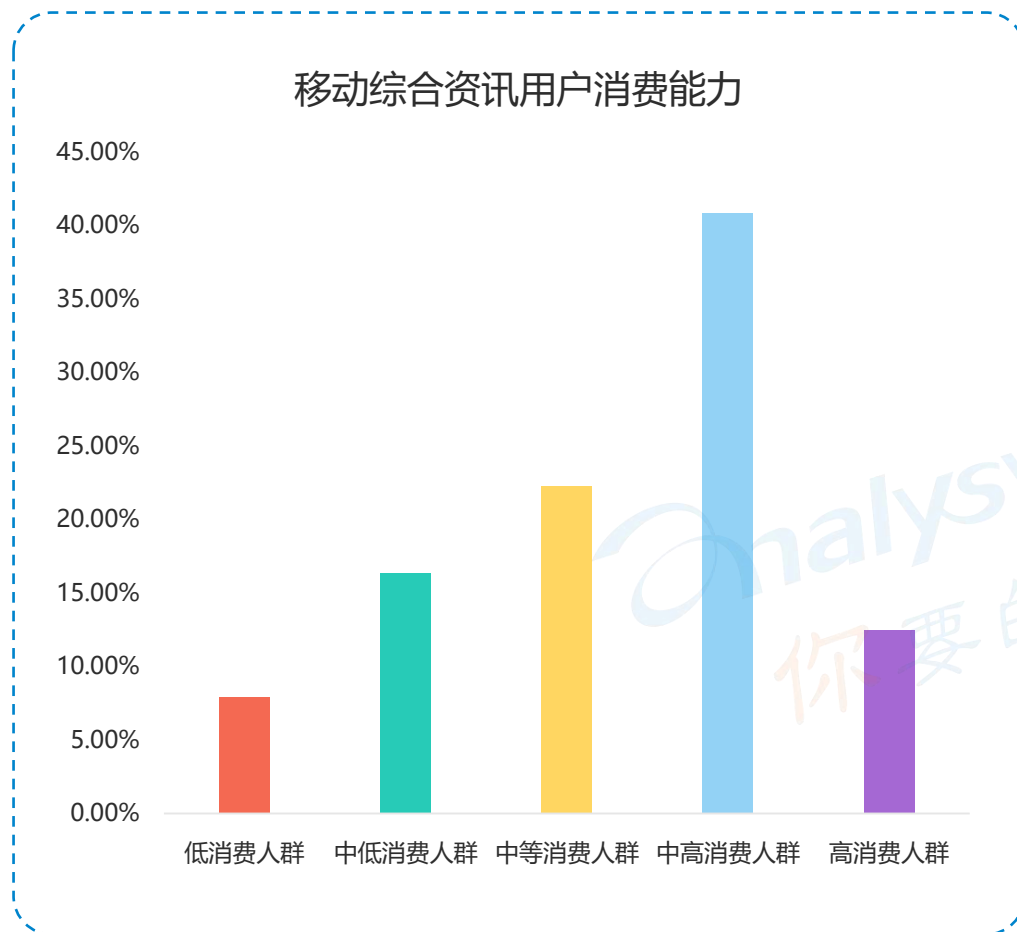
中国移动综合资讯用户省份分布TOP 5



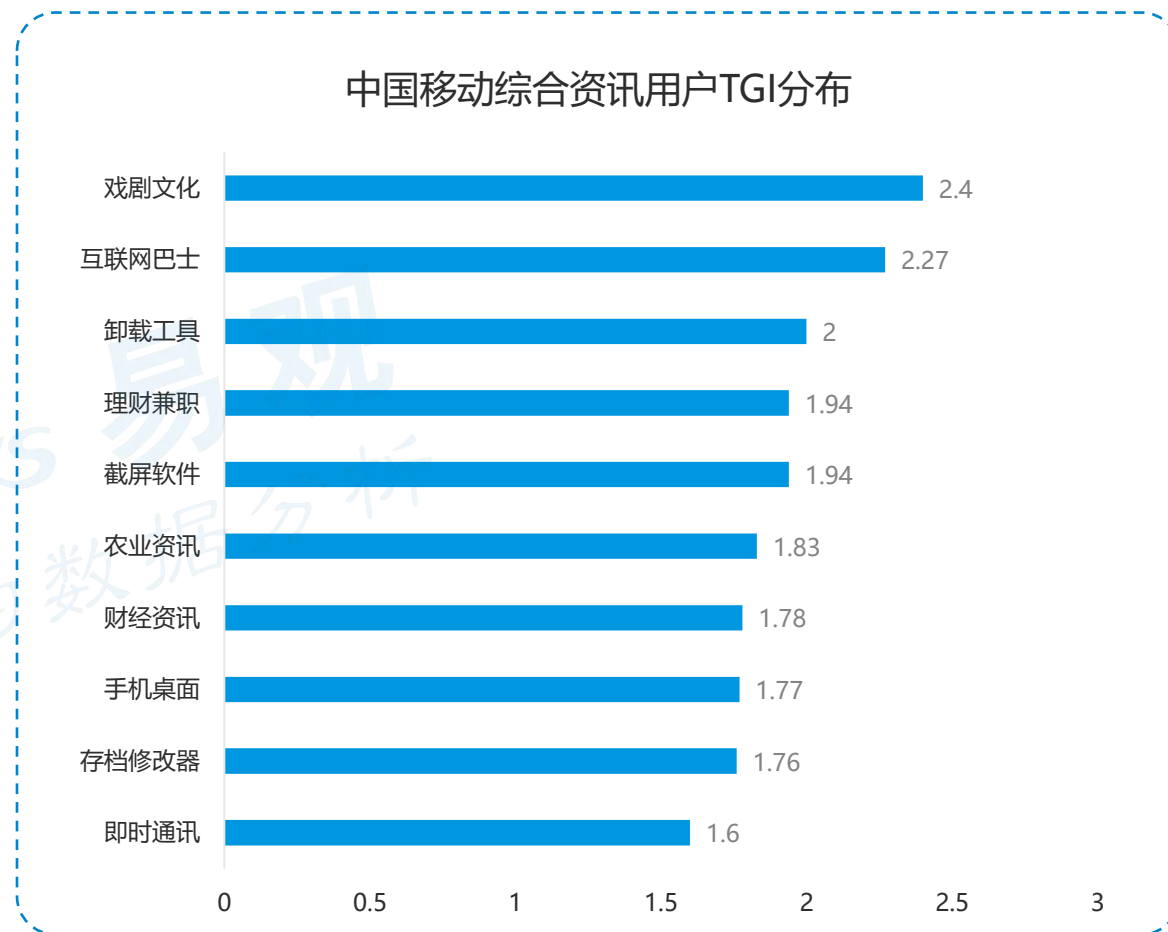
www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

综合资讯用户以中高消费能力为主，偏好戏剧文化、互联网出行、理财



© Analysys 易观·易观千帆·A3



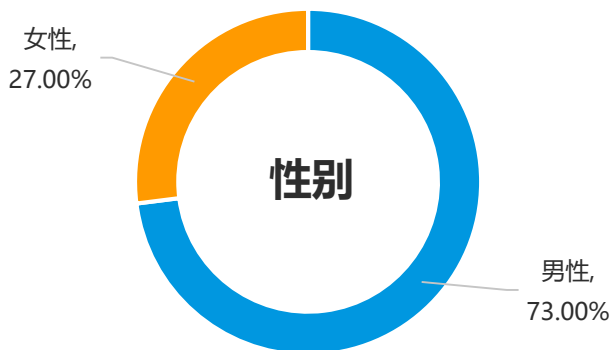
www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

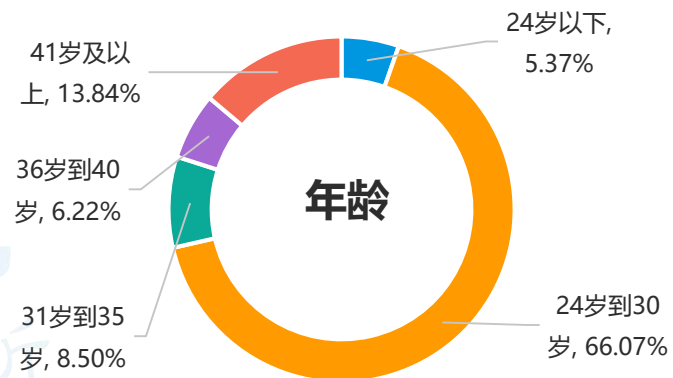
移动综合资讯用户画像：一线城市青年男性，偏好艺术、出行、理财

移动综合资讯用户画像

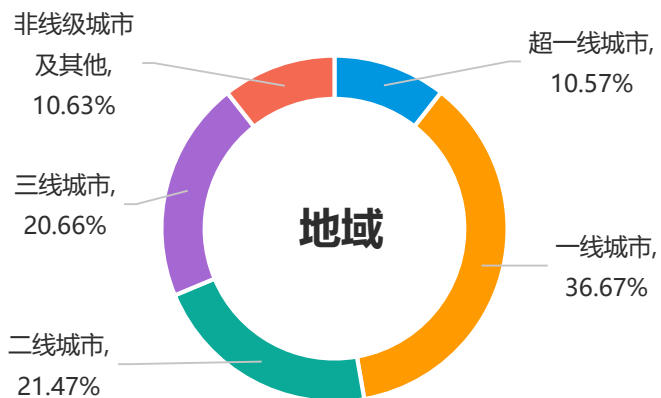
用户性别分布情况



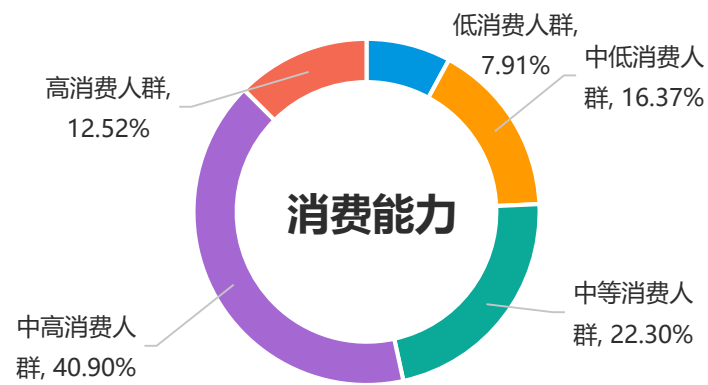
用户年龄分布情况



用户地域分布情况



用户消费情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



中国移动综合资讯市场价值分析

NO

媒体价值：移动资讯平台已经成为用户获取信息的重要渠道

- 在技术的推动下，用户获取资讯的渠道和模式已经发生显著变化，从传统的电视、报纸到门户网站；再到移动端，新媒体已经成为大部分用户获得资讯的首选模式，在移动互联网的高速发展下，随着政府信息发布向移动端的转移，未来移动资讯平台将成为最主要媒体渠道。

电视曾经为用户获取资讯的最权威渠道，现在的中央电视台依然是很多人了解国家大事的首选，主要以中老年用户为主



报纸、刊物在2012年开始加速衰落，订阅量快速下滑，目前主要用户大型国企、政府部门、事业单位，媒体影响力下滑明显。

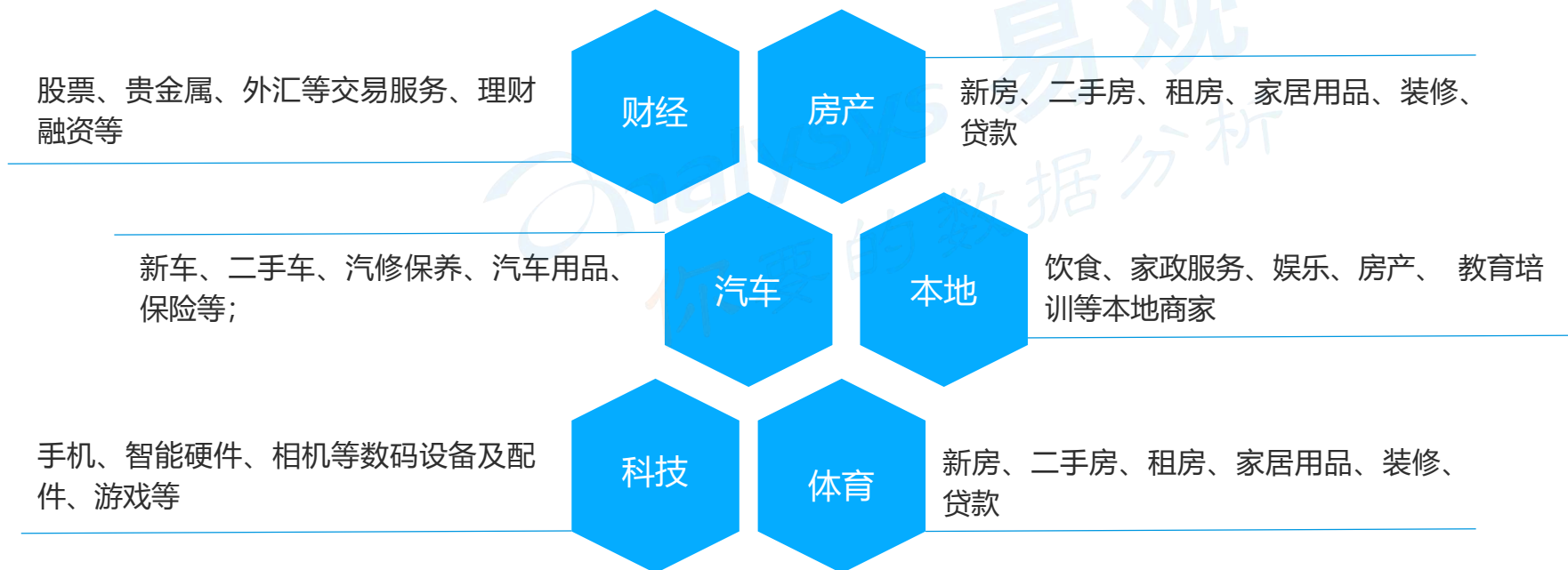
网络媒体在门户网站时代凭借快速的资讯获取模式和不同于传统媒体的传播方式，对传统媒体形成巨大冲击，目前仍然是用户获取新闻资讯的首选



随着移动端用户规模快速增加，更加快捷的获取模式和更加丰富内容体验更能满足用户需求，尤其是年轻用户，80/90/00出生的用户已经习惯通过手机获取所需内容

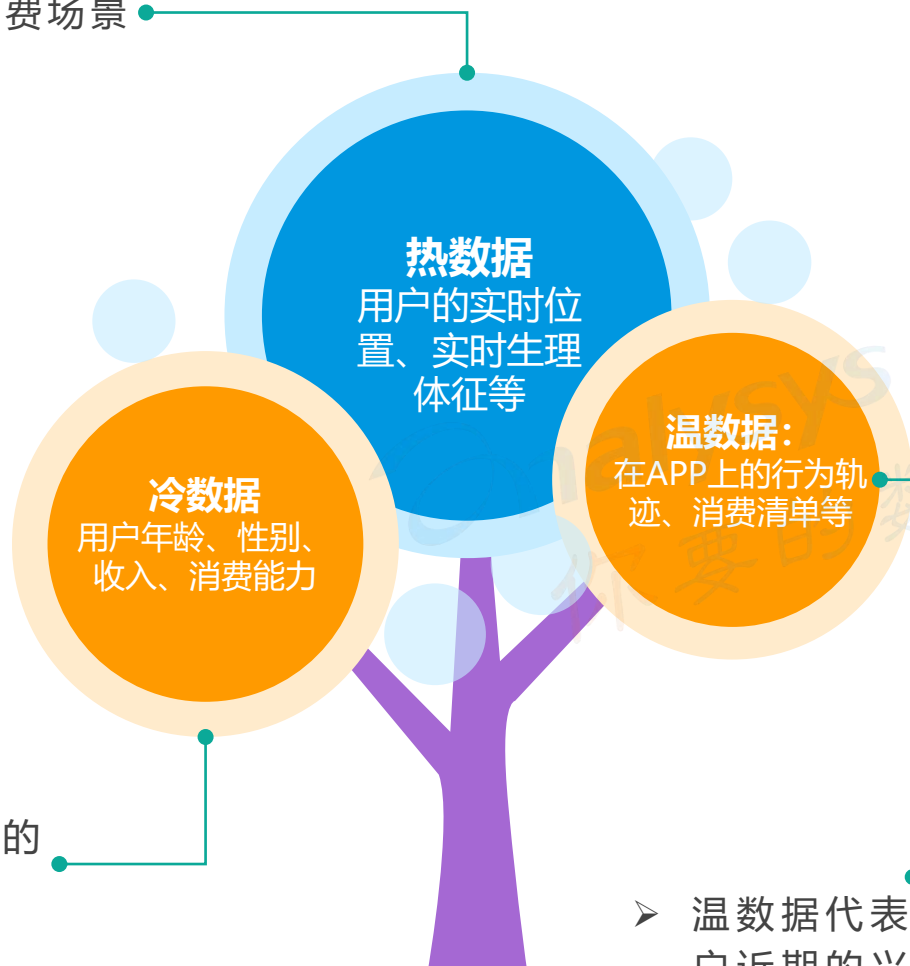
营销价值：综合资讯应用的频道机制是天生的细分工具

- 绝大部分的综合资讯应用都拥有垂直频道机制，垂直频道按照内容所归属的相关领域进行细分，垂直频道有利于综合资讯应用的内容展示及划分，也是用户直接找到目标内容或兴趣领域的重要渠道。对广告主而言，垂直频道机制是进行市场细分、寻找目标受众的高效工具，选择相关的垂直频道进行广告营销活动，能够快速匹配目标受众，在内容有效露出的基础上，提高点击率、转化率等效果，是综合资讯应用营销价值的重要体现。



营销价值：海量用户数据持续推动精准营销发展

- 热数据代表用户目前所处的消费场景和消费意愿



- 冷数据代表用户的稳定特征标签

- 温数据代表用户近期的兴趣点

- 随着技术的发展和数据的积累，用户数据的分析不仅仅是用户画像的呈现，而是对用户的全方位的解析，尤其是在人工智能的快速发展之下，计算机对用户的各种体征识别技术不断进步，对用户的实时偏好分析就成为现实。
- 当今的广告主对投放效果和投放精度要求不断提高，TA浓度的重视度不断提高，在这样的背景下，对5亿移动综合资讯用户数据的精细收集和深度分析将推动精准营销的持续进步。



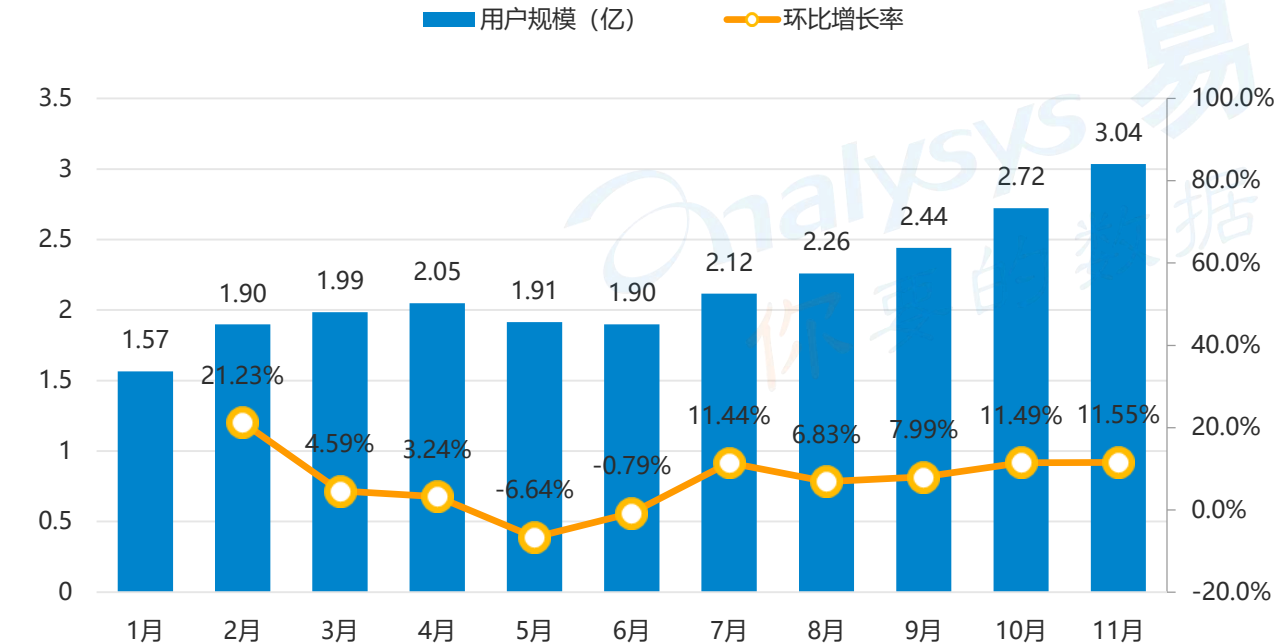
中国移动综合资讯市场发展趋势

NIC

短视频和直播的快速崛起，推动资讯富媒体化成为趋势

- 资讯展现形式日益富媒体化，2016年直播成为风口，2017年短视频迎来爆发，根据易观千帆·A3数据，截至2017年11月，短视频综合平台用户已经突破3亿人次，资讯视频化时代即将来临。

2017年1-11月短视频综合平台用户规模



- 在技术的不断进步下，资讯的展示方式不断丰富，除了近两年异常火热的直播、短视频，AR、VR等技术都在持续推动资讯的富媒体化。
- 未来的移动资讯市场，资讯的视频化趋势已经确定，领先厂商也纷纷投入大量资金进行收购或培育短视频平台以期在未来能紧跟内容市场发展趋势。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

高品质内容供不应求，版权意识、法规更加完善，未来内容价值不断攀升

当前内容市场现状



内容为王

移动资讯时代，内容为王依旧是主旋律，尤其在流量人口红利消耗殆尽的今天，内容是保持用户留存和粘性的核心工具，厂商对内容的投入热情不减。



优质内容供不应求

目前的内容市场创业者众多，自媒体蓬勃生长，但是内容质量参差不齐，标题党、低俗、色情等内容毒品层出不穷，优质内容始终供不应求。



版权保护仍显滞后

与内容市场的蓬勃发展相反，国内的内容版权保护明显滞后，长期的版权免费意识短期难以改变，同时过高的维权成本和法律政策的不完善也在一直制约对内容版权的保护。

发展

移动资讯市场的健康发展离不开优质内容的支撑，在海量的自媒体内容环境下，优质内容的生产和保护是市场进步的基础。

价值

考虑到目前资讯市场对内容的渴求以及未来对版权的相关保护法律将持续完善，内容的价值仍将不断攀升。

保护

面对侵权泛滥的现状，内容生产方、平台等多方机构已经开始通过市场手段应对。

第三方服务商合作

多家自媒体平台选择和第三方专业版权服务商进行版权保护合作

加强原创保护投入

今日头条、UC、微信等资讯平台先后开放原创保护功能，并逐渐囊括平台外部侵权

社会自发组建维权组织

2016年9月，阅文集团等公司联合发起成立“中国网络文学版权保护联盟”并发布《中国网络文学版权联盟自律公约》

自媒体上升渠道收窄，机构化、专业化、产业化成为未来发展方向

咪蒙：2015年成立，一年时间共发文337篇，其中334篇斩获10w+阅读量，积累600万粉丝



同道大叔：从2014年7月在微博开始发布一系列星座吐槽漫画而走红。各平台粉丝总计超过3000万人



罗振宇：与申音合作打造知识型视频脱口秀《罗辑思维》，在优酷、喜马拉雅等平台播放超过10亿人次



papi酱：2015年10月开始创作短视频并上传互联网，2016年3月获得1200万融资，估值1.2亿人民币

机构化

未来单打独斗的个人自媒体数量将急剧减少，企业组织的自媒体将成为主流

专业化

越来越多的各领域专业人士涌入自媒体领域，内容的专业性和深度将显著提高

产业化

自媒体时代的来临对内容行业进行了改头换面的改造，自媒体未来将产业化运营

数据分析驱动业务升级

■ 易观千帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用