



2018 新浪媒体白皮书

新浪数据中心 | 2018



目录页

Contents
Page

01 媒体行业发展概况

02 新浪媒体生态

03 媒体合作项目分析

04 媒体发展趋势分析

CNNIC第41次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2017年12月，中国网民规模来到7.72亿，互联网普及率为55.8%；手机网民规模高达7.53亿，国民正全面进入到移动互联网时代。

互联网激活了个人价值，并将一个个单独的个体连接起来，形成广泛的人际关系网络，可以及时分享、随时表达，也因此全面颠覆了传统媒体传播的构造、规则与逻辑，以人为本的传播新规则形成。在这样的发展态势之下，传统电视、报纸、广播等媒体的经营、发展受到冲击，用户、广告等均出现流失。另一方面，随着消费升级和文化需求的上升，用户对于文化消费品的需求却更为旺盛。传统媒体因此亟需全面转型升级以满足用户日益增长的内容需求。

以新浪为代表的一批新媒体具有信息传播速度快、平台开放性高和内容分发渠道广等传统媒体所不具有的特点，符合当下用户日益增长的多元化需求。因而，跨界融合、“互联网+”、资源整合这些新时代传媒关键词，成为传统媒体当下发展的有益探索以及必然趋势。传统主流媒体和媒体人，要积极主动运用互联网思维，以“互联网+”推动媒体深度融合。

未来，中国将加速迈入智能互联新时代，网络直播与短视频行业新形态频出，移动化、视频化、社交化趋势更加显著，传统媒体与互联网新媒体的融合也将步入系统性创新时期，传媒产业将呈现更为繁荣的态势。

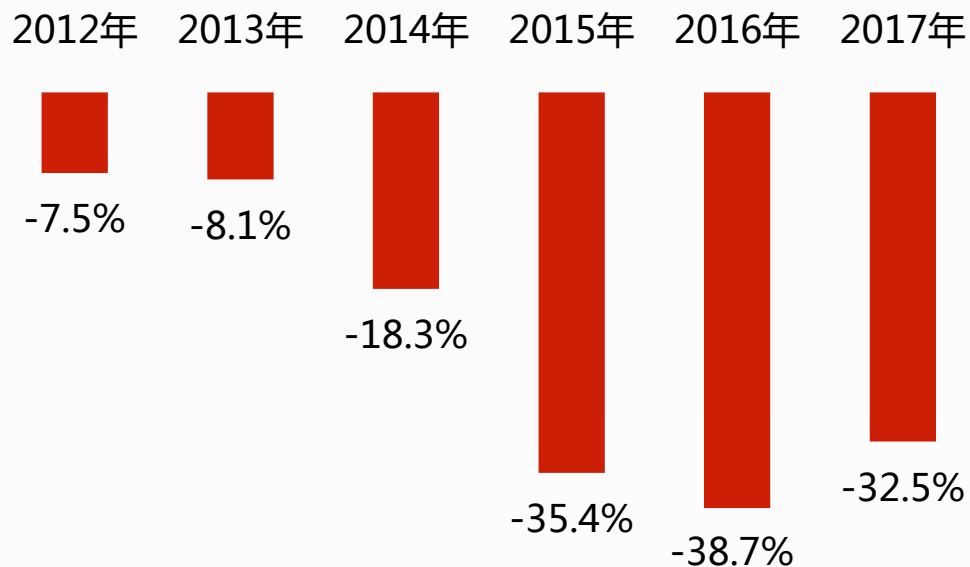
传统渠道现状—报纸



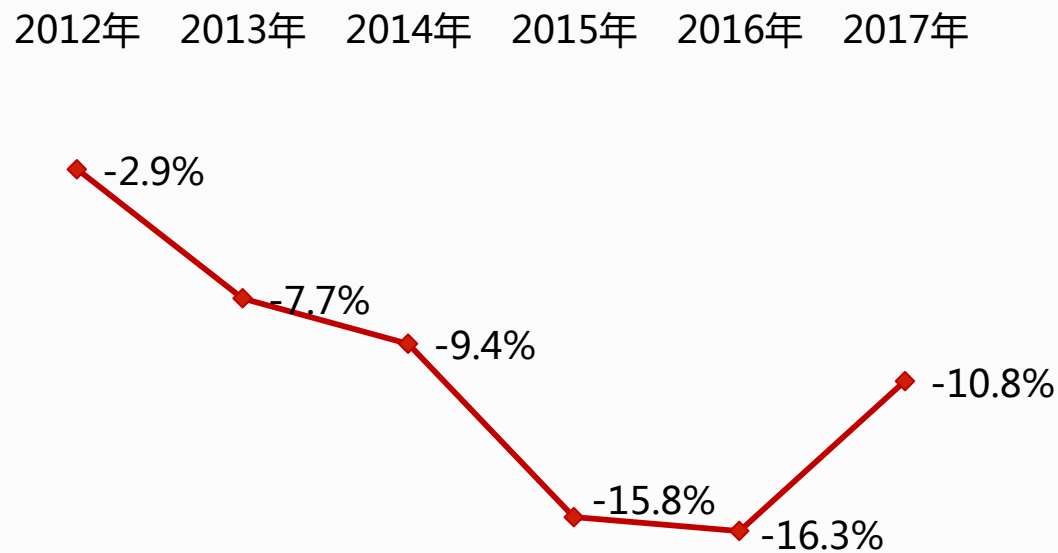
纸媒萎缩，广告刊例、印刷总量持续下滑

自2012年起，纸媒进入漫长的衰落期，广告刊例和印刷总量持续下降。2015-2017年，报纸广告刊例降幅在30%以上，印刷总量降幅在10%以上。此外，休刊潮愈演愈烈，截止2017年，已有40多家报纸宣布停刊。

2012-2017年报纸广告刊例降幅



2012-2017年报纸印刷总量降幅



数据来源：中国报业协会印刷工作委员会
全国报纸印刷量的调查统计

数据来源：CTR媒介智讯

传统渠道现状—报纸

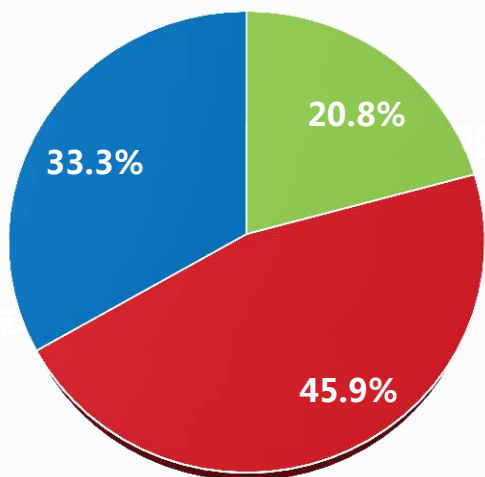


新闻客户端阅读报纸内容已成为用户最主要的浏览方式

用户阅读报纸内容的形式发生巨大变化，46%的用户是通过新闻客户端，仅有21%的还在使用纸质报纸；同时，用户阅读纸质报纸频次也较低，每月低于三天的用户占比超过四成。

阅读报纸内容主要方式

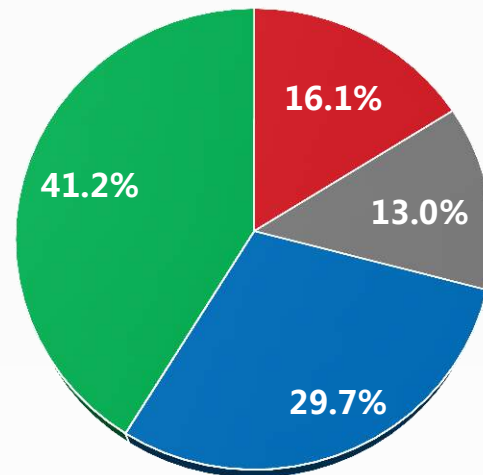
■ 电子版 ■ 新闻客户端 ■ 纸质



6-请问最近一个月，您阅读报纸内容的主要方式是？ 有效回答 base=1457

阅读纸质报纸频次

■ 几乎每天 ■ 每周3-5天
■ 每周1-2天 ■ 一个月1-3天



5-请问最近一个月，您阅读报纸内容的频次是多少？ 有效回答 base=486

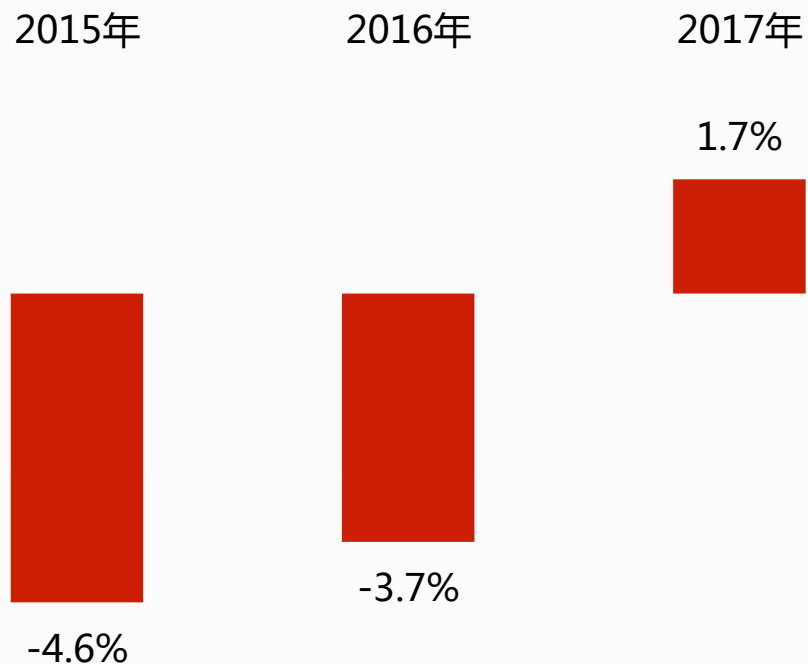
传统渠道现状—电视



电视媒体乏力，广告刊例稍有回暖，收视率有所下降

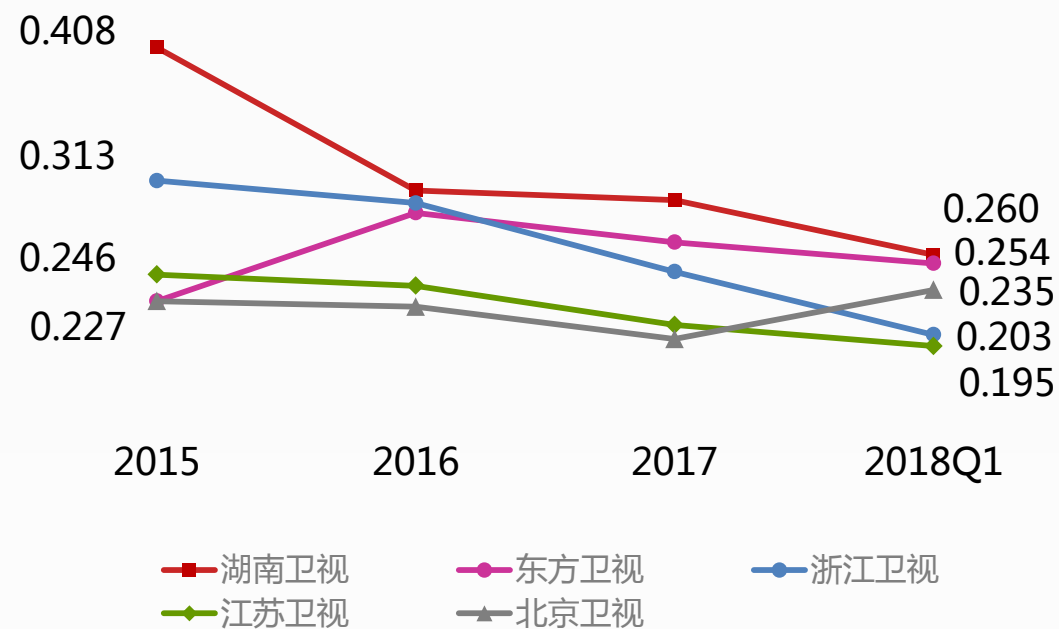
电视媒体“内忧外患”，视频网站强势崛起，电视媒体渠道价值受到冲击，广告刊例在2015-2016年连续下滑，2017年稍有回暖；一线卫视瓶颈显现，收视率大多呈现下降趋势，二三线卫视在马太效应下，生存压力更大。

2015-2017年电视媒体广告刊例降幅



数据来源：CTR媒介智讯

2015-2018年一线卫视收视率



数据来源：CSM52城全天收视率

传统渠道现状—电视



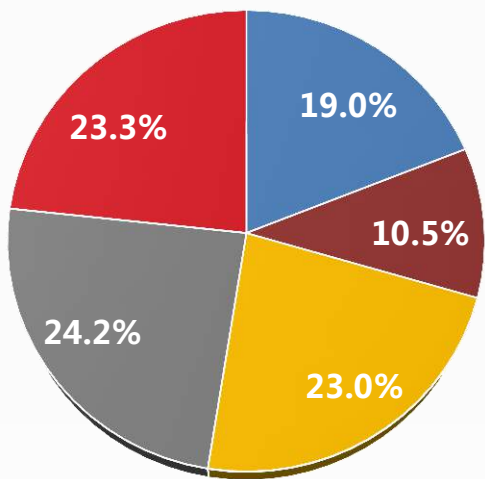
23%用户表示近一个月未接触电视，腾讯视频、爱奇艺、优酷成为用户看视频最常用的三大平台

近一个月中，仅有19%的用户几乎每天都会看电视，23%的用户表示基本没有接触过电视；

但用户（73%）对视频依然有较大的需求，只是不会再首选电视，超过50%的用户会选择在腾讯视频观看视频，超过45%的用户选择在爱奇艺和优酷上浏览视频。

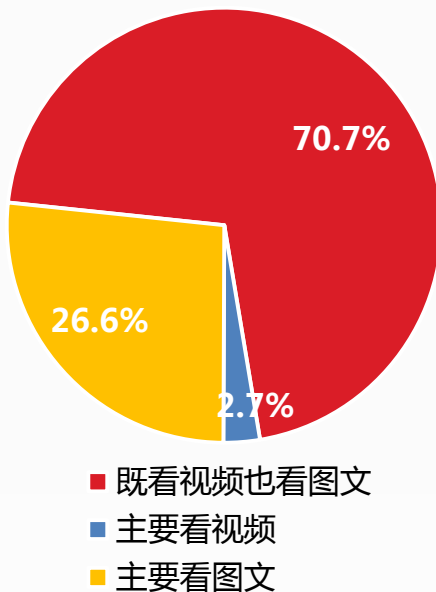
观看电视频次

- 几乎每天
- 每周3-5天
- 每周1-2天
- 一个月1-3天
- 没有接触过



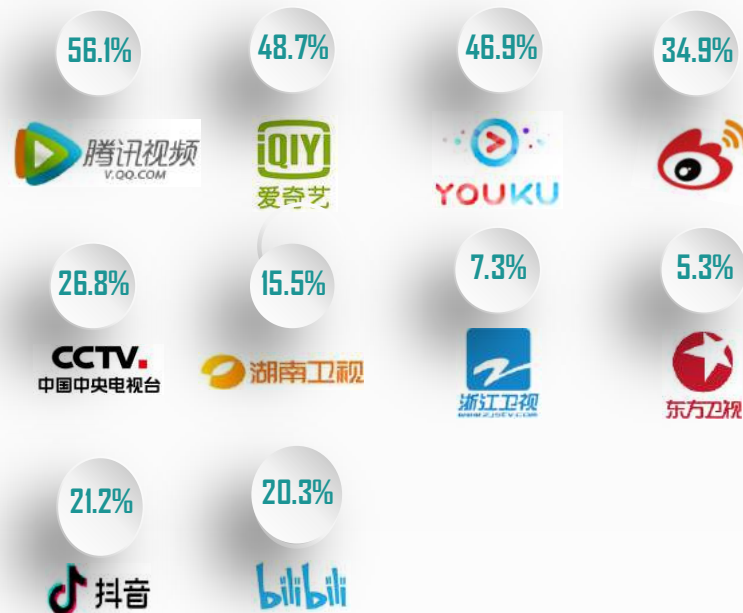
4-请问最近一个月，您通过电视收看节目的频次是多少？有效回答 base=3644

浏览习惯



8-请问您浏览图文和视频类媒体内容的习惯是？有效回答 base=3644

看视频内容常用平台



9-观看视频类内容时，您经常使用的平台是？有效回答 base=2676

新闻客户端现状

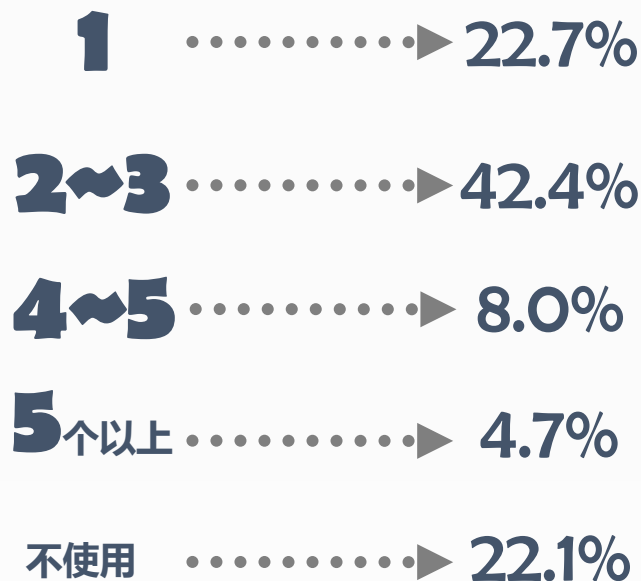


新闻客户端竞争激烈，主流媒体新闻客户端排名相对靠后

在用户移动设备上，新闻客户端竞争激烈，七成的用户同时使用至少两款客户端。

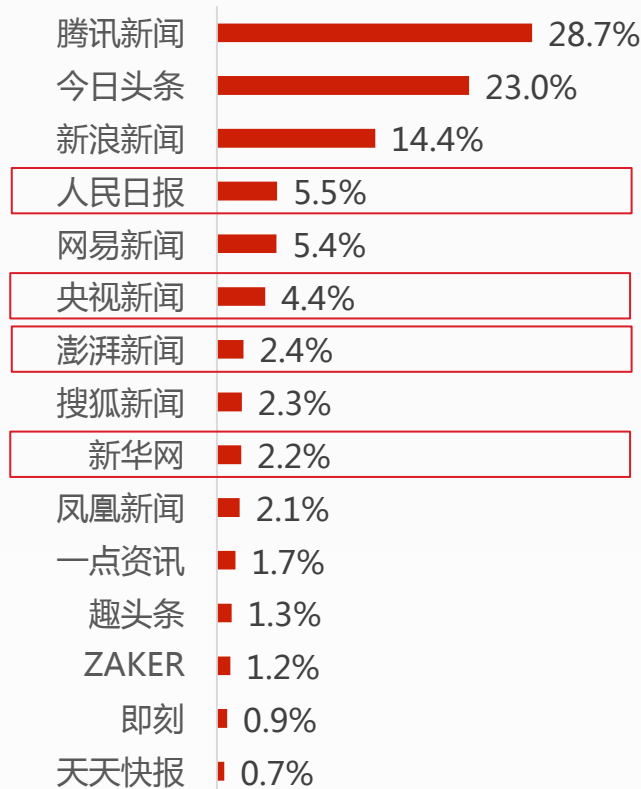
从用户最常用新闻客户端来看，目前腾讯新闻、今日头条、新浪新闻遥遥领先，主流媒体推出的新闻客户端，比如人民日报、央视新闻等与第一阵营相比均有一定差距。

安装新闻客户端的数量



11-您目前手机中安装了几个移动新闻客户端？
有效回答 base=3644

用户最常使用的新闻客户端



新闻客户端现状

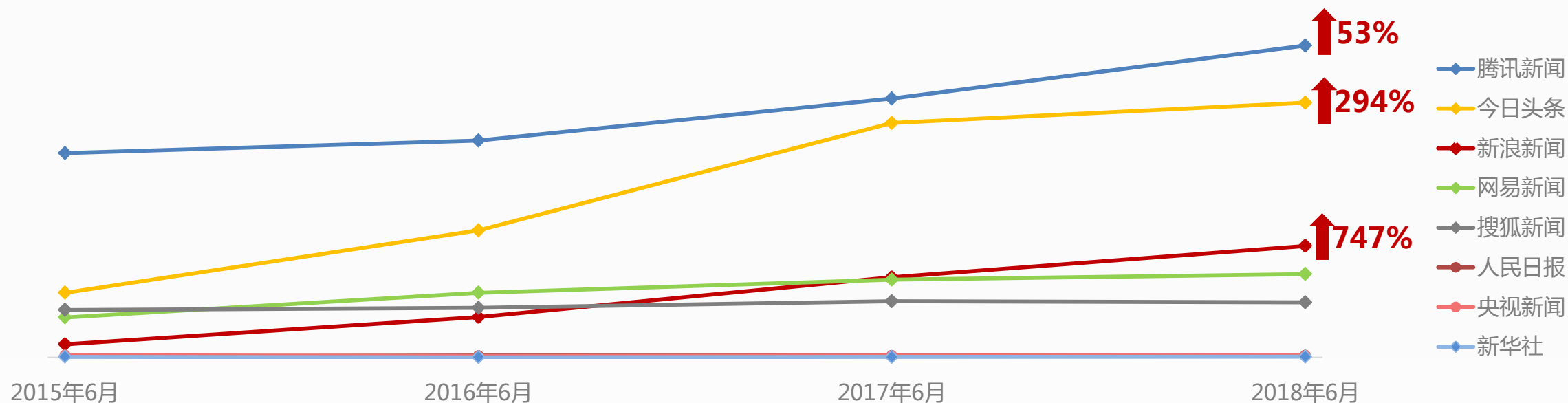


腾讯新闻稳居首位，新浪新闻增速最快，主流媒体新闻客户端增速平平

2015年6月-2017年6月，新闻客户端竞争激烈，整体呈现增长态势；

腾讯新闻目前居首位，但新浪新闻客户端近四年增速最快，跃居前三甲；主流媒体新闻客户端增速平平。

2015年6月-2018年6月新闻客户端MAU

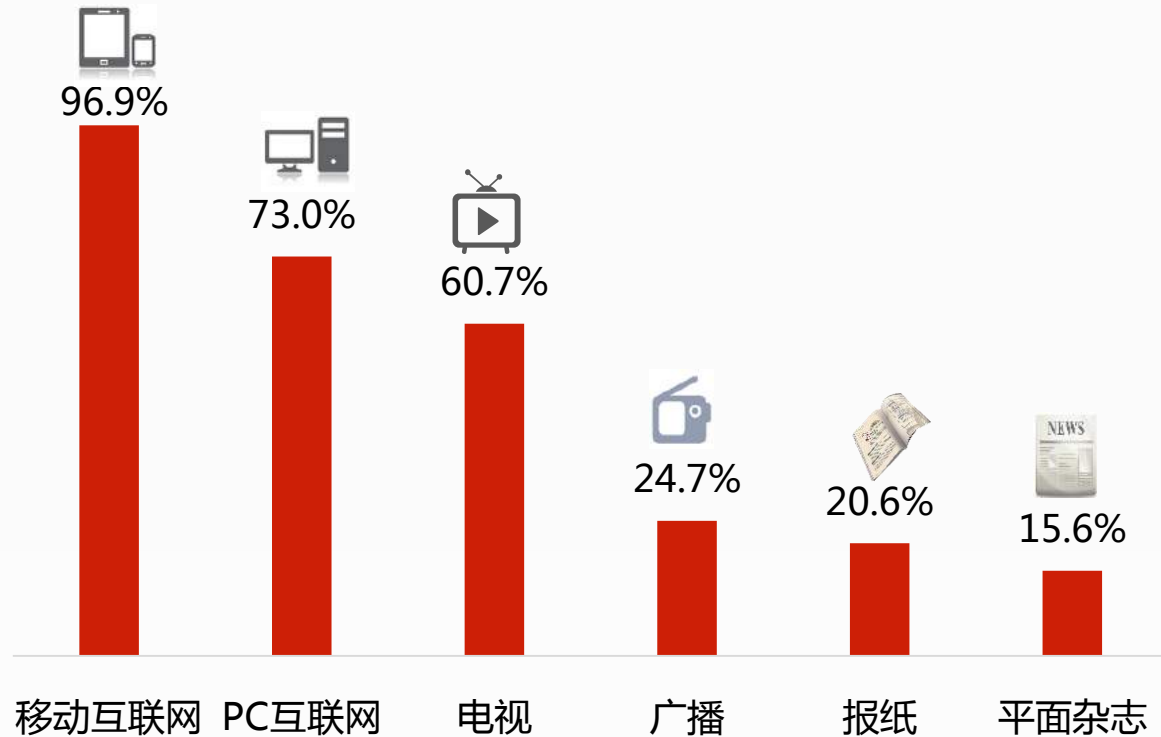


数据来源：QuestMobile

全民拥抱移动互联网

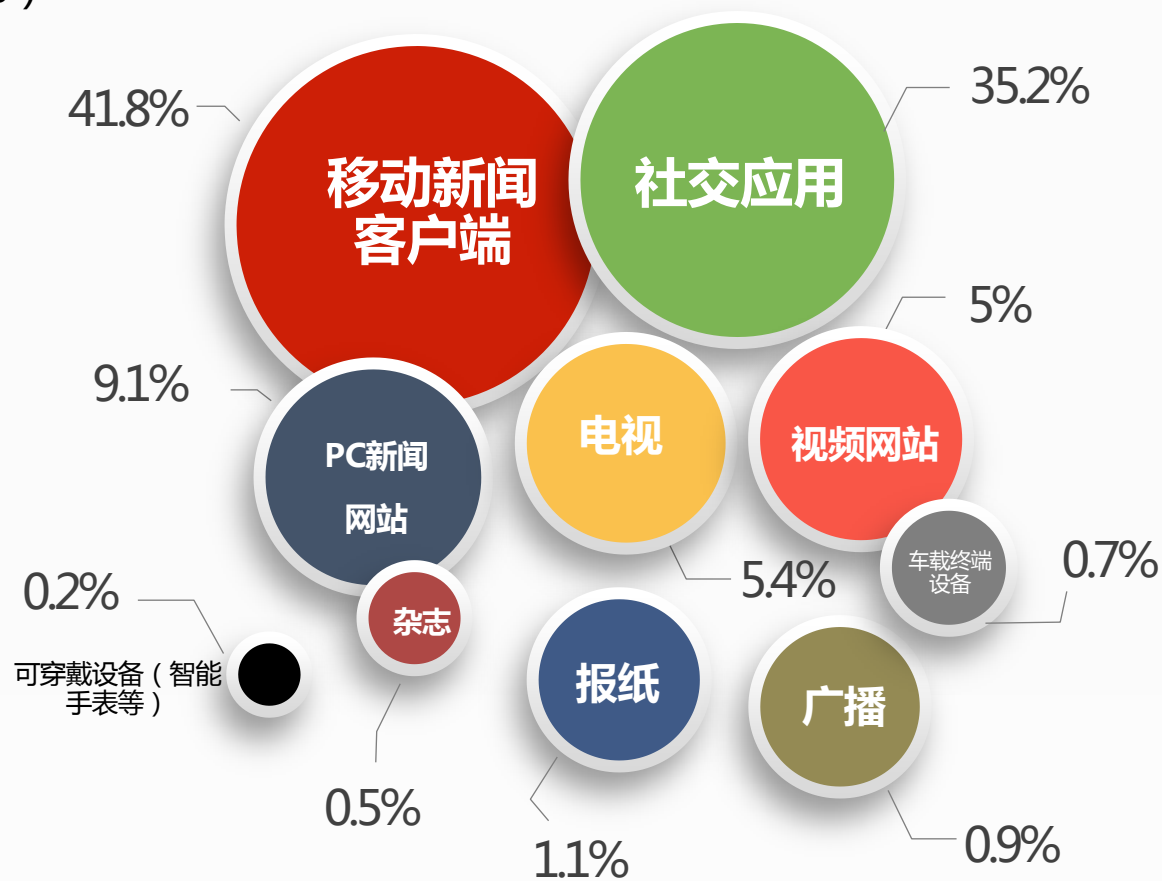
随着数字化时代的崛起，用户接触最多的媒体为移动互联网和PC互联网，其中接触移动互联网的用户高达97%；用户最常用的媒体渠道为移动新闻客户端（41.8%）与社交应用（35.2%）

通常接触的媒体类型



1-请问您通常接触的媒体有哪些？ 有效回答 base=3644

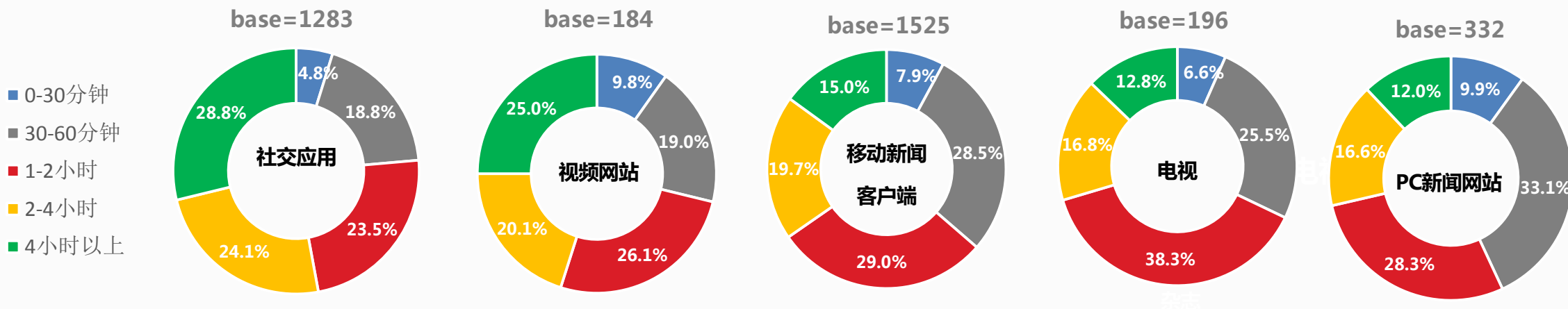
数据来源：I调研-用户媒体接触行为调研



2-其中，您最经常使用的媒体渠道是？ 有效回答base=3644

用户在社交应用与视频网站中普遍花费更多时间

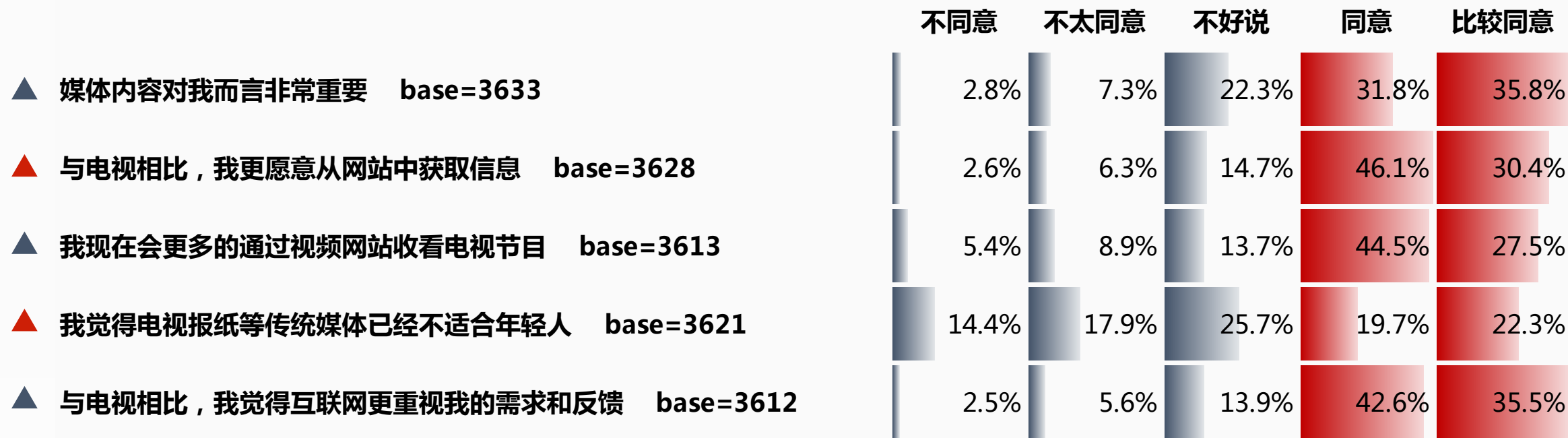
在社交应用和视频网站中，超过25%的用户使用时间超过4小时；在移动新闻客户端中，有57.4%的用户使用时间在30分钟到2小时之间。



3-关于您最经常接触的媒体渠道，您每天平均使用的时长是？ 有效回答 base=3644

用户对互联网新媒体更加依赖

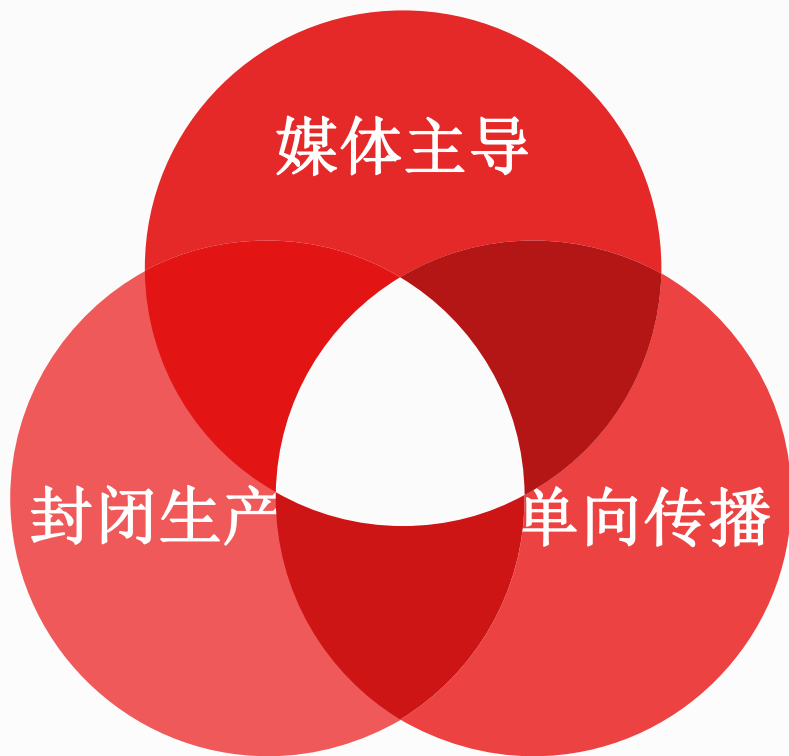
媒体内容对于用户而言依然非常重要，但用户更加依赖新媒体渠道：77%的用户相比电视更愿意从网站中获取信息，超过70%的用户目前更多的是通过视频网站收看电视节目，超过四成的用户认为电视报纸等传统媒体已经不适合年轻人。



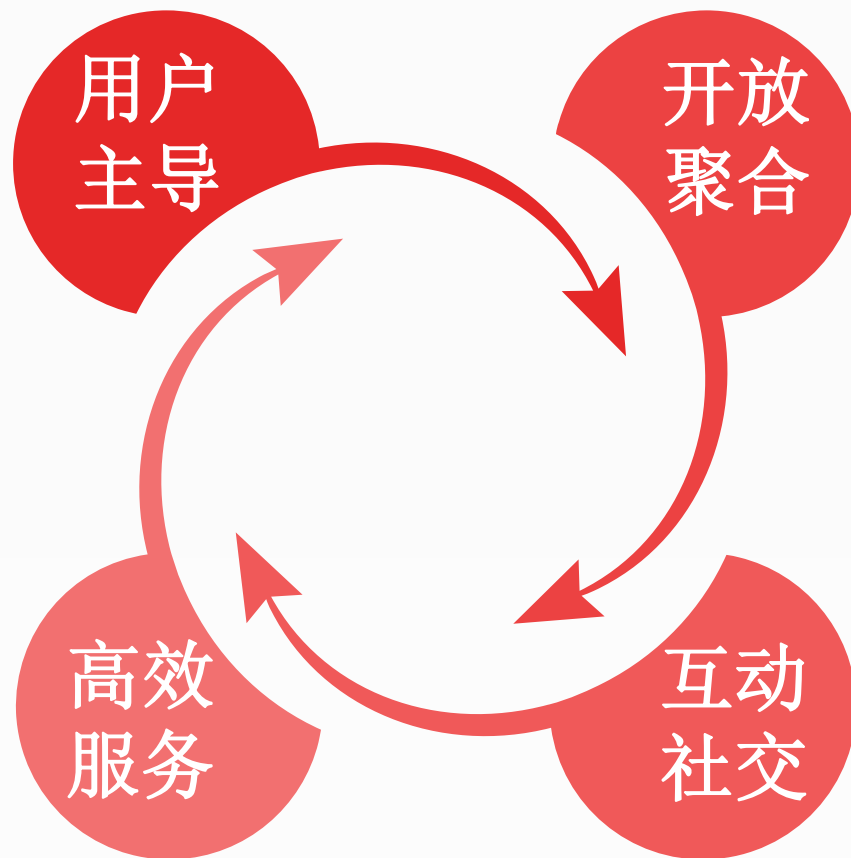
移动互联网打破与改变传统媒体机制，引发媒体生态变革

互联网以及移动互联网时代的到来，全面颠覆并深刻重构媒体传播逻辑，媒体行业的经济形态、市场格局、发展模式、生态环境等都发生了根本性转变。更为主动、开放，更具互动性和服务精神的互联网新媒体受到用户的追捧。

传统媒体



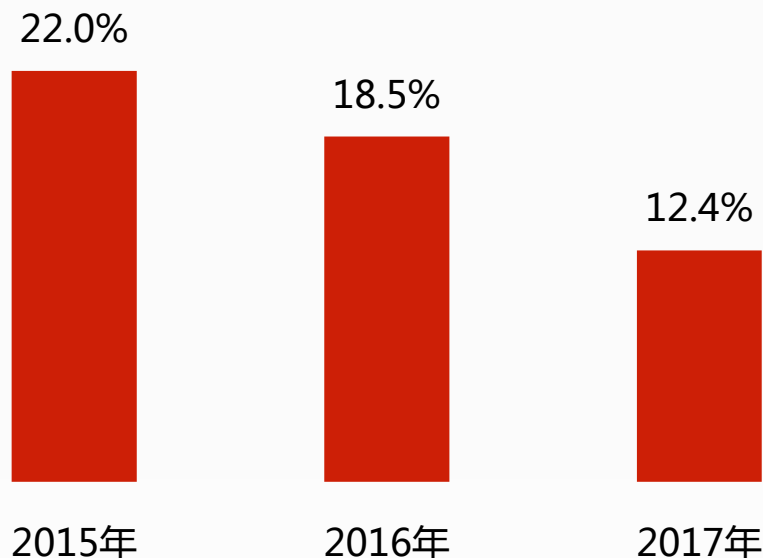
互联网新媒体



视频网站强势崛起，发展态势良好

视频网站强势崛起，并保持高速发展态势。2015-2017年互联网广告刊例保持较高增幅；2017年视频网站付费会员总数超过1.7亿人次；此外，内容质量也实现精品化突破，获得用户和行业认可。

2015-2017年互联网广告刊例涨幅



数据来源：CTR媒介智讯

2018年三大视频品牌表现

	 爱奇艺	 腾讯视频	 优酷
DAU	12,166万	10,886万	7,697万
播放量	212,842万	385,554万	66,202万

- ◆ 视频网站付费会员总数超过1.7亿人次，比例已经达到会员总数的42.9%，并且每月支出40元以上的付费会员从2016年的20.2%增加到2017年的26%；（工信部信息中心《2018年中国泛娱乐产业白皮书》）
- ◆ 2018年出现多部现象级网综，如爱奇艺《中国有嘻哈》、腾讯视频《创造101》、优酷《这！就是街舞》；
- ◆ 同时，精品网剧如爱奇艺《河神》、腾讯视频《致我们单纯的小美好》、优酷《白夜追凶》也激发用户追剧热情。

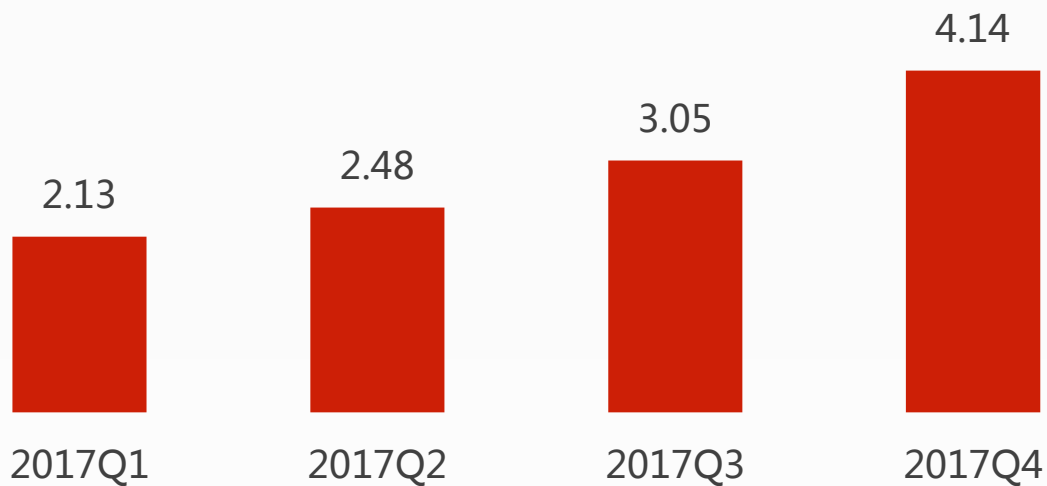
数据来源：用户数据QM，播放量数据艾瑞

短视频爆炸式增长，在线直播行业良性发展

2017年短视频保持高速增长，独立App行业用户已突破4.1亿人，较去年同期增长率达116.5%；商业价值逐渐被市场认可，信息流广告投放方式得广泛应用。

在线直播行业经历了2016年的爆发式增长后，目前行业回归理性，2017年用户规模达到3.98亿人，预计2018年在线直播用户规模达4.60亿人。未来，直播行业在政府内容监管和行业内部调解下不断趋向良性发展态势。

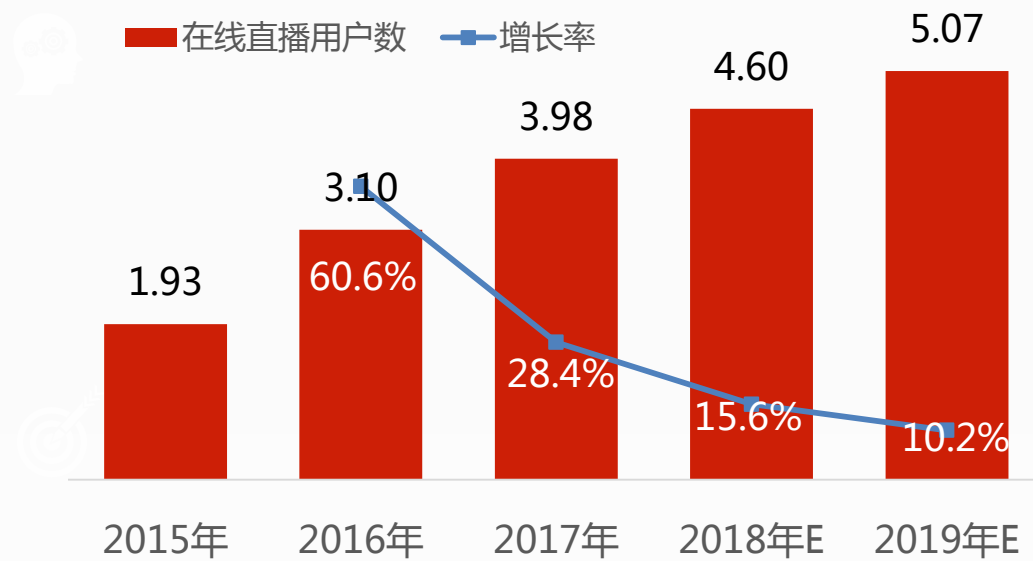
2017年短视频独立APP活跃用户规模



数据来源：QuestMobile

单位：亿

2015-2018年在线直播用户规模以及预测



单位：亿

数据来源：iMedia Research

媒体融合来到“互联网+”时代



媒体行业转型已然经历了“TV+”、“广电+”、“+互联网”等模式的探索与发展。目前，“互联网+”下的媒体融合是一个从思维模式到运营模式的融合叠加过程，其发展路径更为清晰且远景广大，移动化、社交化、智能化和数字化将是媒体融合发展的必然特征。



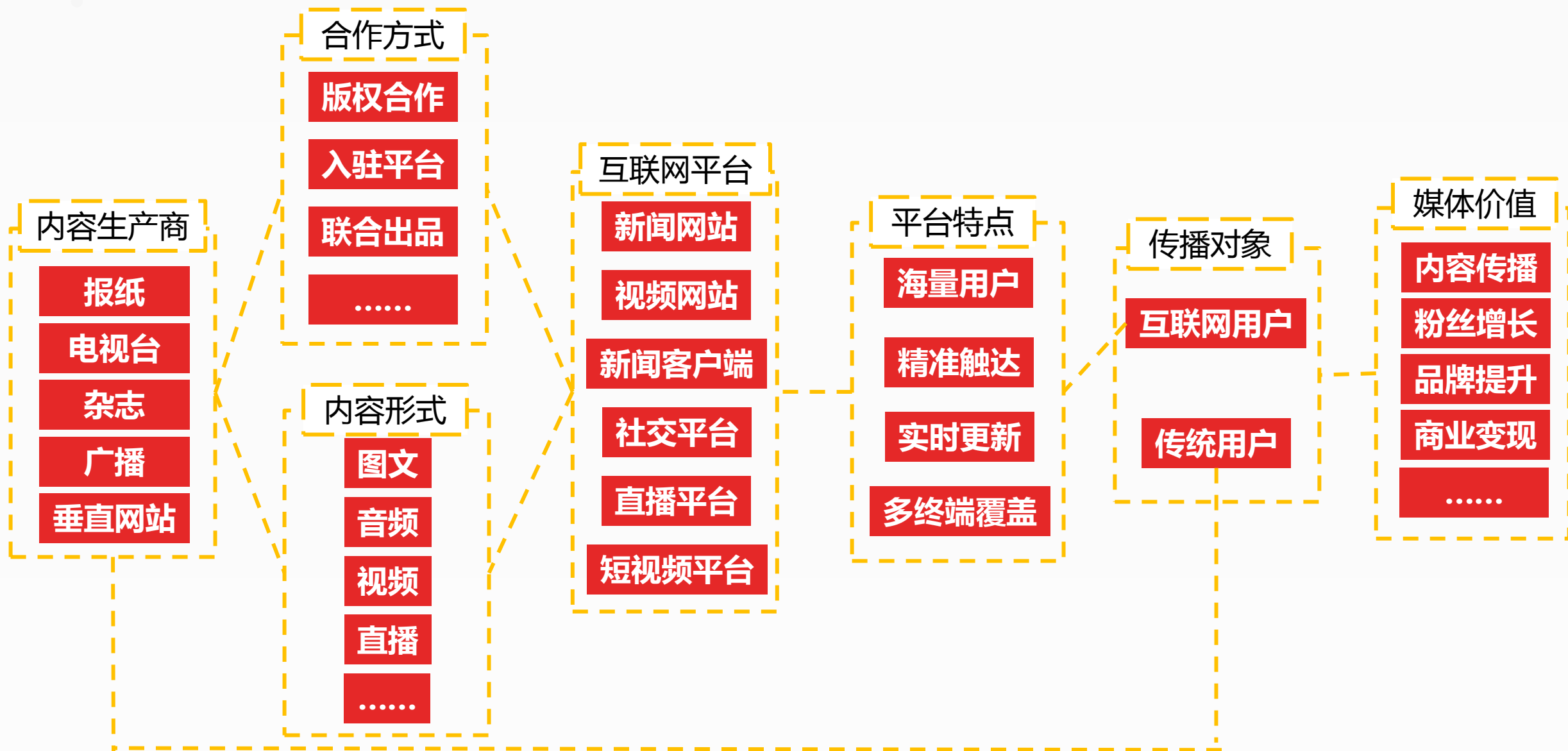
湖南卫视一体两翼探索“互联网+”媒体转型



湖南广电创新探索“互联网+”融合发展，提升新媒体战略地位，锁定全终端视频产业的鲜明目标，将芒果TV与湖南卫视一起组成湖南广电“一体两翼、双引擎驱动”基本战略的全屏生态圈，融合打造新型主流网络媒体和新兴国际传播主体。与此同时，湖南广电积极利用微信、微博等技术，拓宽传播渠道，拓展媒体影响力。



互联网平台为媒体传播提供全方位的支持



目录页

Contents
Page

- 01 媒体行业发展概况
- 02 新浪媒体生态**
- 03 媒体合作项目分析
- 04 媒体发展趋势分析

新浪媒体平台超强的覆盖力与影响力

新浪目前已实现双平台多终端的布局，拥有超强的覆盖力和影响力。2018年6月，新浪新闻生态流量（包含新浪移动网页、微博站外和新闻客户端）总用户量高达3.99亿人；2018年Q1，微博月活跃用户已超过4亿。

新浪生态流量
总用户量3.99亿人

新浪网



新浪新闻
客户端



手浪网



微博



微博月活跃用户达
4.11亿人

新浪平台价值



新浪构建完整丰富的内容生态

内容是媒体也是新浪的基础与核心，新浪坚持提升平台内容与功能的完善度。目前，新浪已拓展运营着新闻、财经、体育、教育等近四十个专业、有行业影响力的领域；同时在内容形式上不断走向多媒体、多元化，涵盖图片、视频、直播、文字链等形式。



合作媒体-微博表现



媒体微博用户量高，覆盖粉丝高达5亿

入驻微博已是媒体运营的重要一环。目前，主流媒体在微博上覆盖用户超过5亿，累计覆盖超过15亿人次；@人民日报、@央视新闻、@新华视点三家央媒是其中的佼佼者，粉丝规模遥遥领先。

2018年6月媒体粉丝量TOP10（万人）



总覆盖粉丝
15亿人次

2018年6月同比媒体粉丝增长量TOP10（万人）



粉丝量合计
5.2亿人

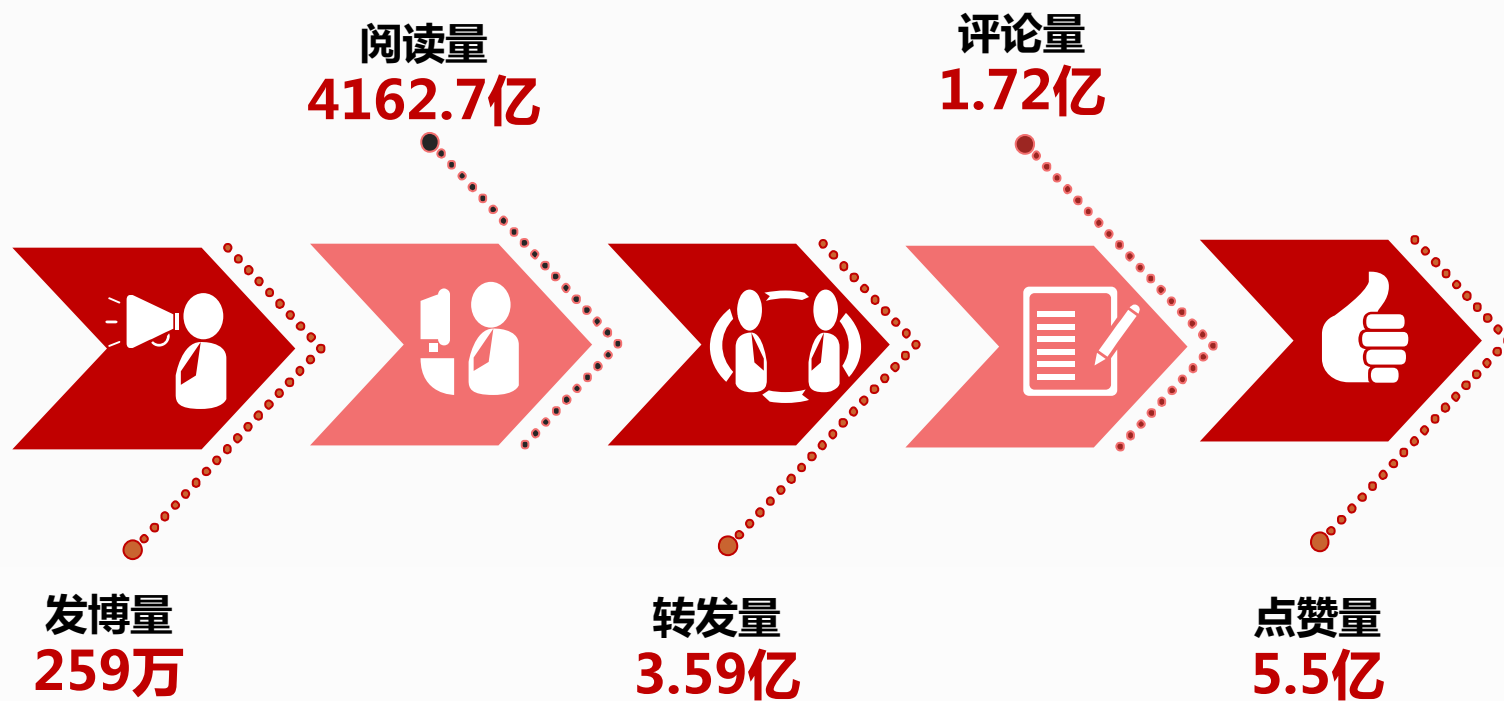
合作媒体-微博表现



微博传播、互动效果突出

2017年7月至2018年6月新浪合作媒体各微博指标数据表现优秀，发博量259万，阅读量高达4100亿以上，转评赞等互动数据亦表现不俗。

2017年6月-2018年6月媒体微博传播效果



数据来源：微博数据中心

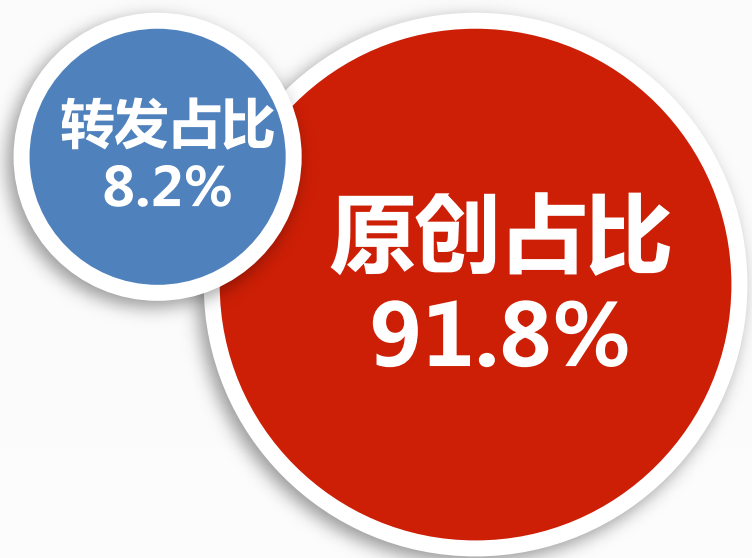
合作媒体-微博表现



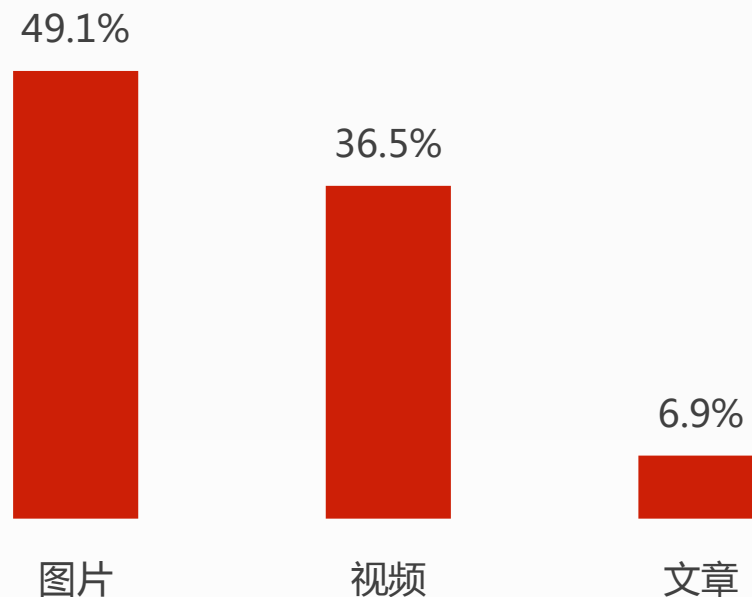
合作媒体微博内容以原创为主，图片形式最多

新浪合作媒体发布的微博内容以原创文章为主，占比高达90%以上；原创博文中，以图片形式为主，视频次之。

2017年7月-2018年6月合作媒体中原创博文占比



2017年7月-2018年6月合作媒体原创博文各类型数量



数据来源：微博数据中心

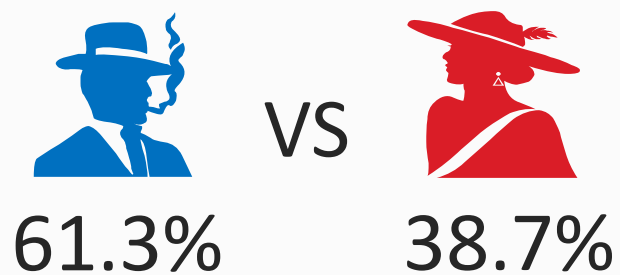
用户画像-媒体微博粉丝



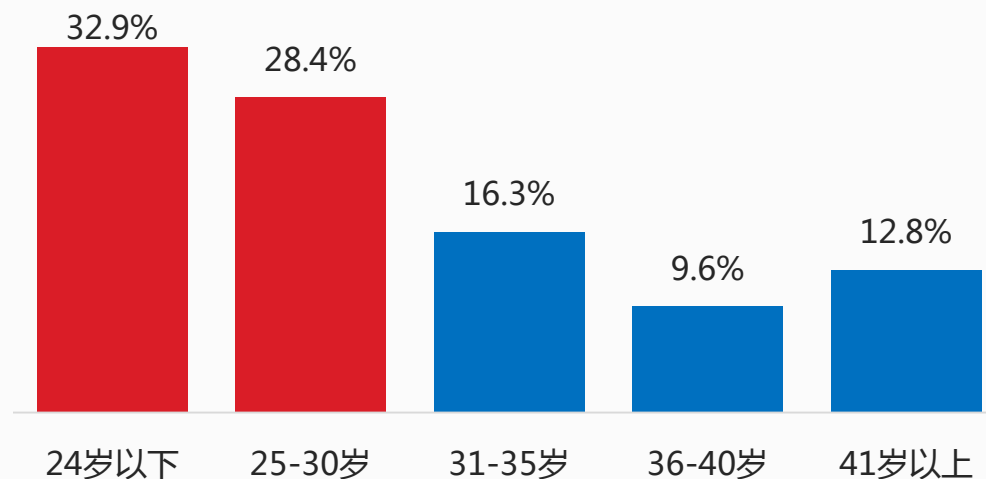
年轻男性用户是主力人群

在媒体的微博粉丝中，男性用户占比超过6成，年龄在30岁以下用户达61.3%；

媒体粉丝性别分布



媒体粉丝年龄分布



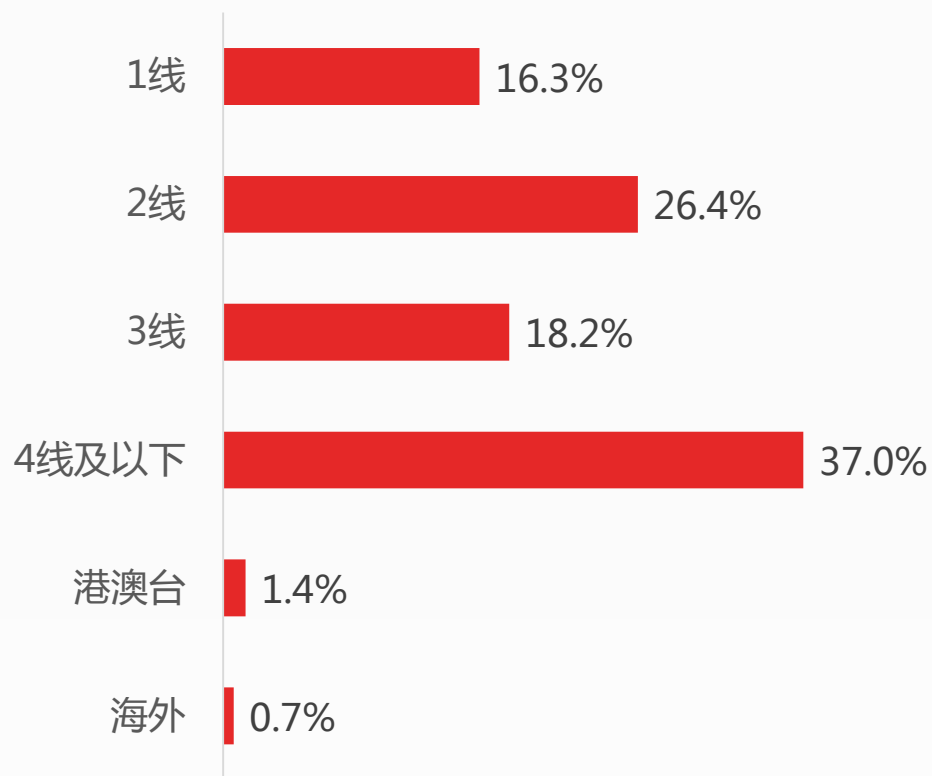
用户画像-媒体微博粉丝



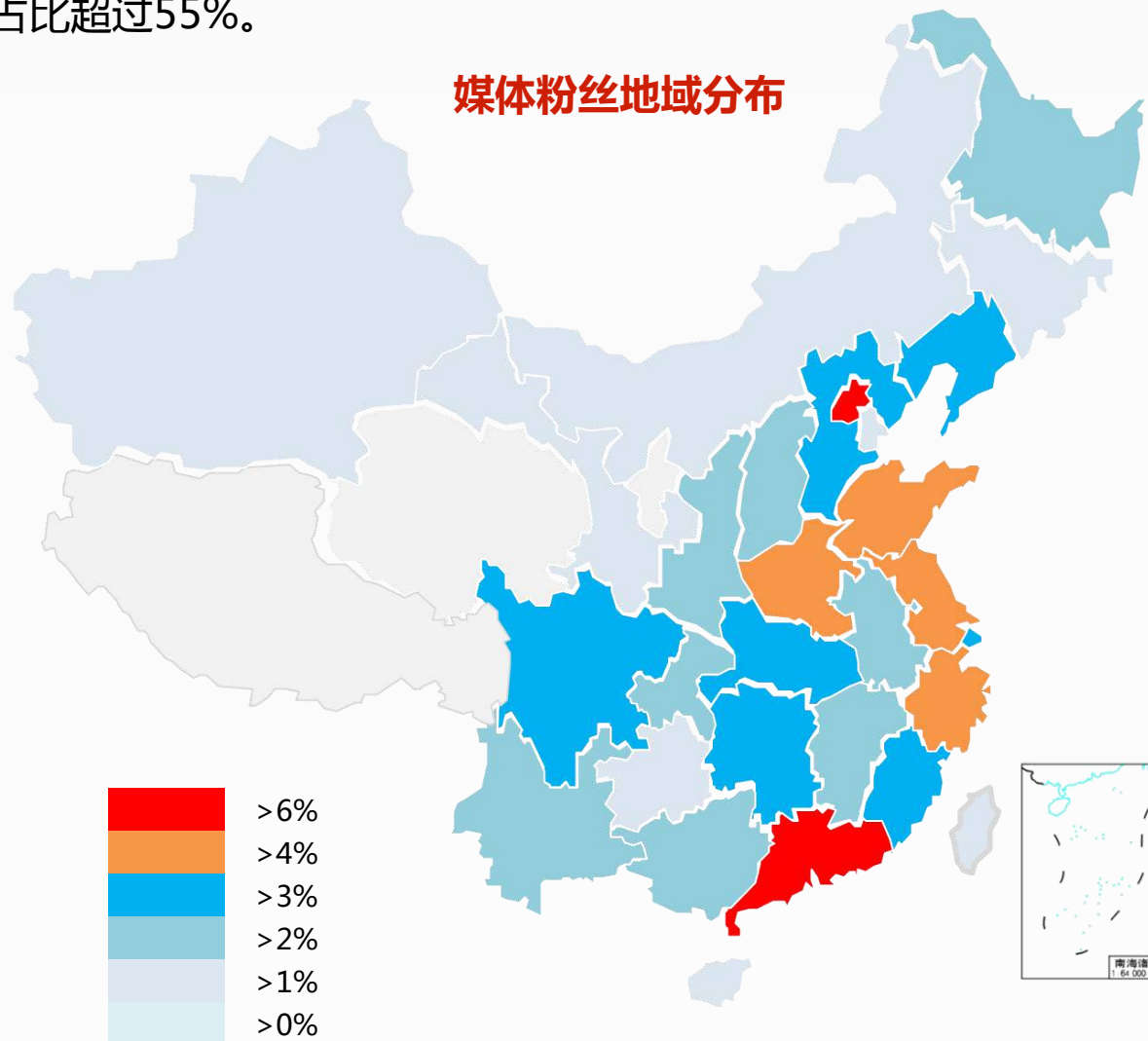
区域下沉，用户广泛触达

媒体微博粉丝规模大，三四线城市用户也被广泛触达，占比超过55%。

媒体粉丝城市分布



媒体粉丝地域分布



合作媒体-新浪表现



新浪与多家媒体开展友好合作，效果显著

目前，新浪媒体平台已于市场上主流的报纸、杂志、垂直网站、电视台和电台媒体开展友好合作，并取得显著的传播效果，有效扩大了合作媒体的知名度和影响力，并助力新浪媒体传播力的进一步提升。

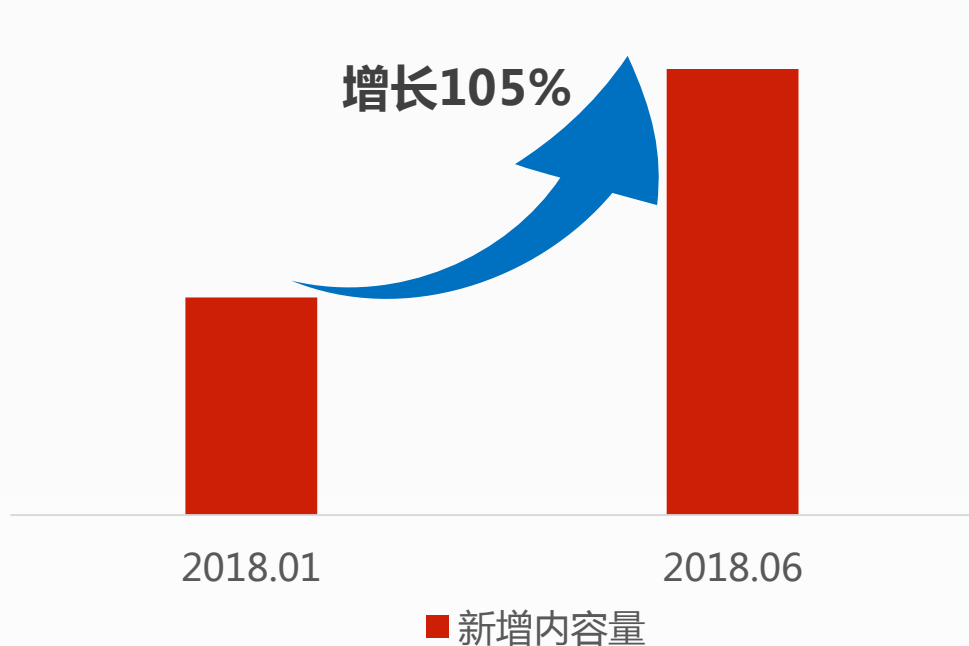
新浪合作媒体数量



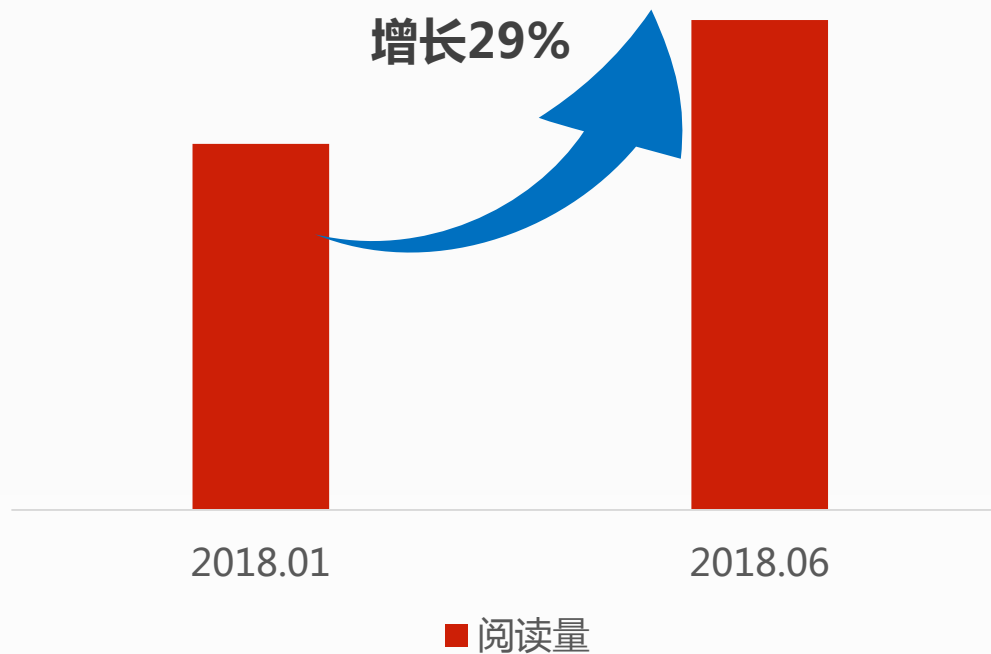
合作媒体内容和阅读量稳步上涨，彰显新浪平台价值

新浪媒体平台影响力保持增长态势，2018年6月平台上合作媒体新增内容量与1月相比上涨105%；同时其阅读量上涨达29%。新浪平台为媒体内容带来更高的传播声量，彰显出平台的价值。

2018年6月合作媒体新增内容量增长情况



2018年6月合作媒体阅读量增长情况



合作媒体-新浪表现



澎湃表现最佳，三指标均位列首位

2018年6月合作媒体中，人民网、央视新闻、新华网、澎湃新闻、环球时报、看看新闻等媒体表现不俗，内容阅读量、播放次数和分享次数等名列前茅。

2018年6月合作媒体阅读次数TOP10



2018年6月合作媒体播放次数TOP10



2018年6月合作媒体分享次数TOP10



合作媒体内容-新浪表现

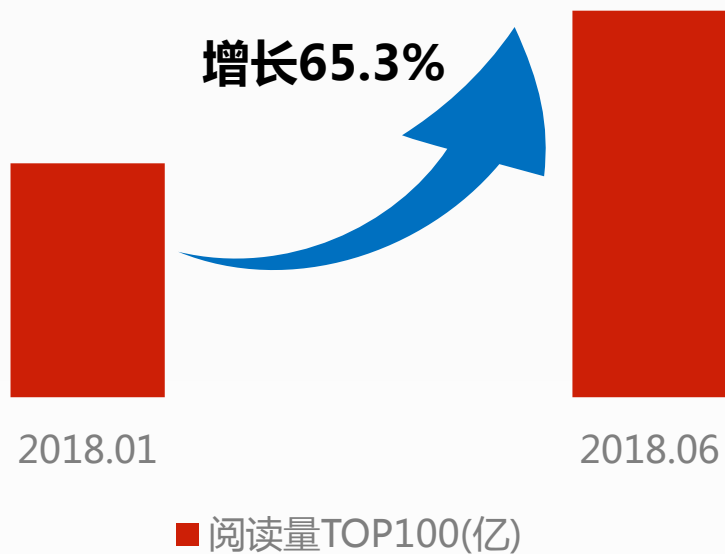


阅读量稳健上涨，图片、短视频类受欢迎

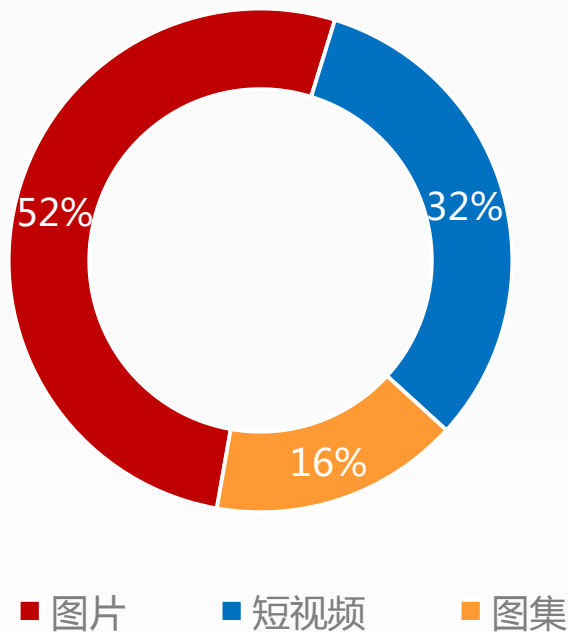
2018年6月内容分发的阅读量稳健上涨，TOP50的热门内容阅读量较1月上涨65.3%；

TOP50热门内容主要以图片形式为主，占比达52%；短视频次之，占比为32%。

2018年6月内容分发阅读量TOP50增长情况



2018年6月内容分发阅读量TOP50文章形式分类



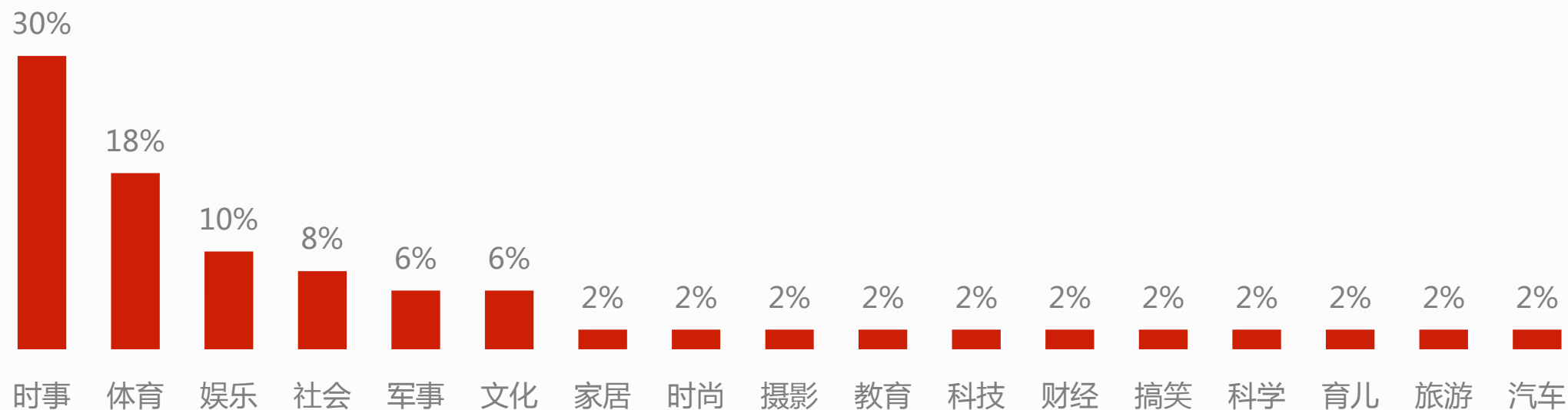
合作媒体内容-新浪表现



时事类文章和时政类媒体用户关注度更高

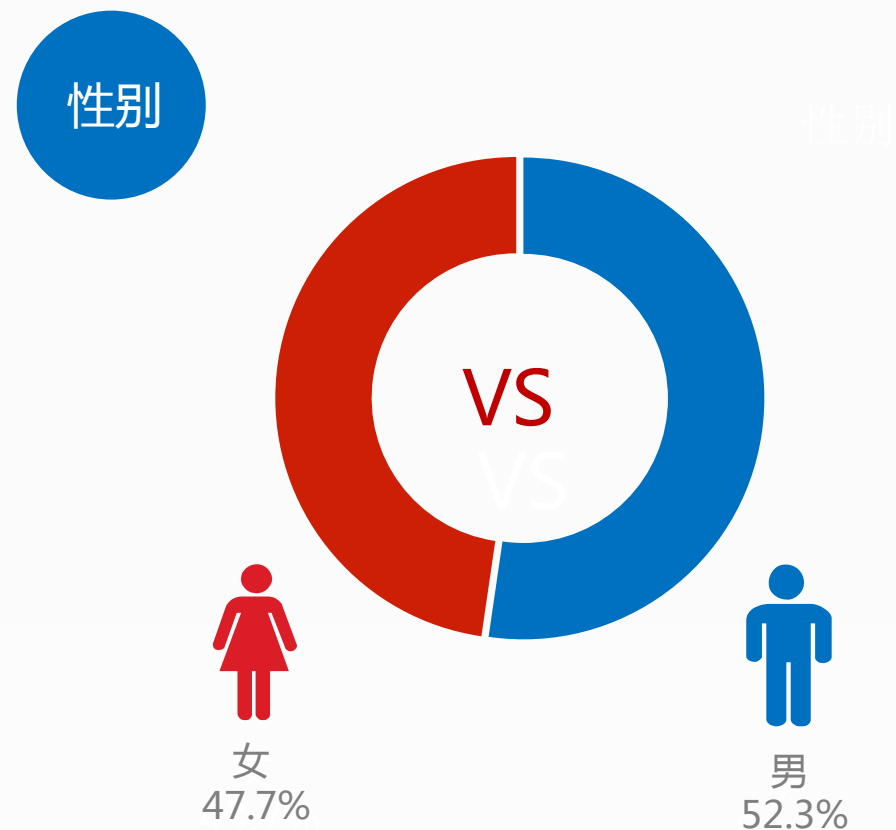
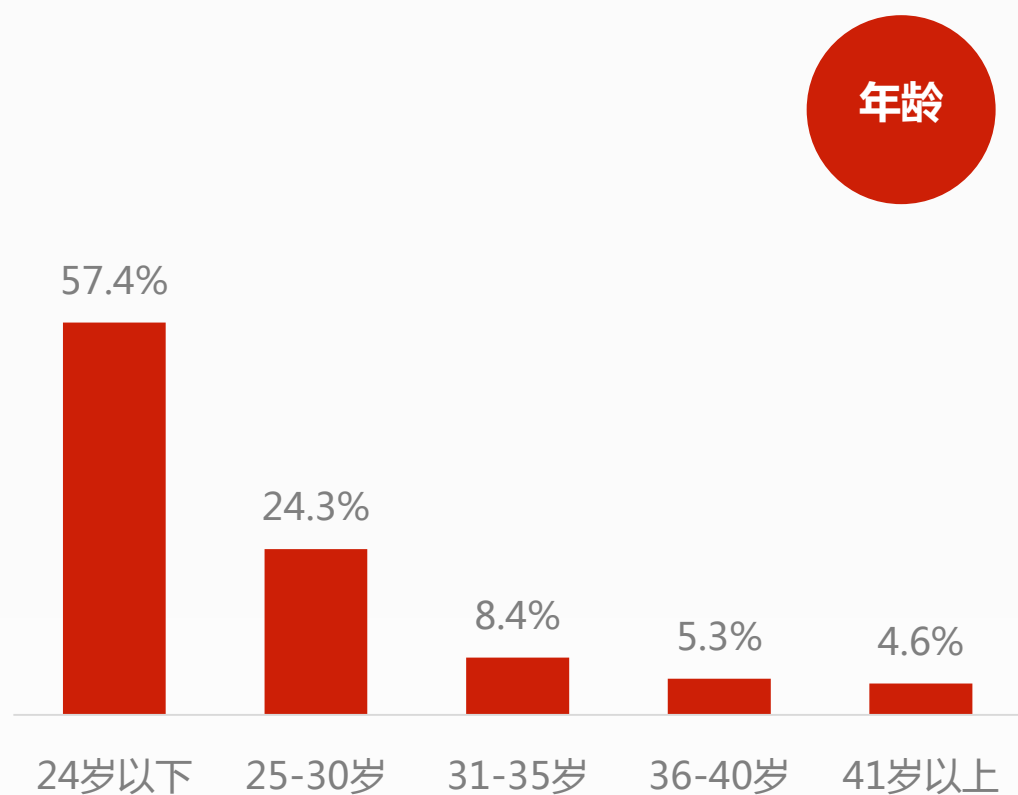
2018年6月新浪阅读TOP50文章中，时事类最受欢迎，占比为30%；体育类次之，占比18%；娱乐、社会、军事、文化均在5%以上。

2018年6月阅读量TOP50文章领域分类



年轻男性用户占主体

新浪新闻客户端用户中，30岁以下用户超过八成，是其主力人群；
性别上，男性用户规模稍高于女性。



用户分布均衡

新浪新闻客户端用户分布均衡：最主要来自北上广一线城市，同时在三四线也有大量用户。



一线城市

16.2%



二线城市

26.2%



三线城市

24.8%



四线及以下

27.8%



6.0%
北京市



4.7%
上海市



2.6%
广州市



2.2%
成都市



2.0%
重庆市

目录页

Contents
Page

- 01 媒体行业发展概况
- 02 新浪媒体生态
- 03 媒体合作项目分析**
- 04 媒体发展趋势分析

“2018两会” 新浪合作案例



“2018两会”期间，新浪携手媒体共发布相关文章6万余篇，获得的曝光量超过40亿次，阅读量在10亿以上，播放量接近亿次，取得了突出的传播效果。



发 文 量

60000+篇



曝 光 量

40+亿次



阅 读 量

10+亿



播 放 量

近1亿次



评 论 量

16+万次

“2018两会” 新浪合作案例



两会期间，新浪推荐人民网的相关文章共1646篇，总阅读量804万，总曝光量3168万。同时，人民网在新浪新闻客户端制作精品栏目“人民看两会”，获得客户端“二楼”位置的重点推荐。两会期间累计更新内容35篇，通过明日头条推荐2次，要闻信息流推荐10次，取得总阅读量110万，总曝光量1058万。



人民看两会

35篇

发布内容

2次

明日头条推荐

10次

新浪新闻客户端要闻信息流推荐

110万次

总阅读量

1058万次

总曝光量

“2018两会” 新浪合作案例



新浪新闻中心策划“习近平外交地图”H5，与澎湃新闻联合出品推广，累计产生阅读量1000万。



习近平外交地图



新浪助力电视节目推广



2018年春晚期间，新浪一共与8家电视台开展合作，并在春晚播出前、中、后期提供包括：**开机报头、微博矩阵、大事件card、精品栏目二楼、明日头条等资源**；

同时，各家卫视在春晚中以**独家口播和压屏突出**等形式为新浪品牌传播造势；

以东方卫视为例，东方卫视春晚在新浪全网总播放量达1000万。



新浪助力电视节目推广



2018上半年，新浪与多家卫视综艺栏目进行了合作。以浙江卫视《奔跑吧》为例：新浪充分利用自身媒体影响力，在**开机报头、信息流第五条、微博矩阵互动、新浪新闻客户端push等方式**为该栏目在品牌宣传上进行发声，有力的扩大了其
在同类栏目中的知名度和影响力，进而帮助《奔跑吧》收视率的提升。

截止目前浙江卫视《奔跑吧》精品栏目视频播放量达3亿。



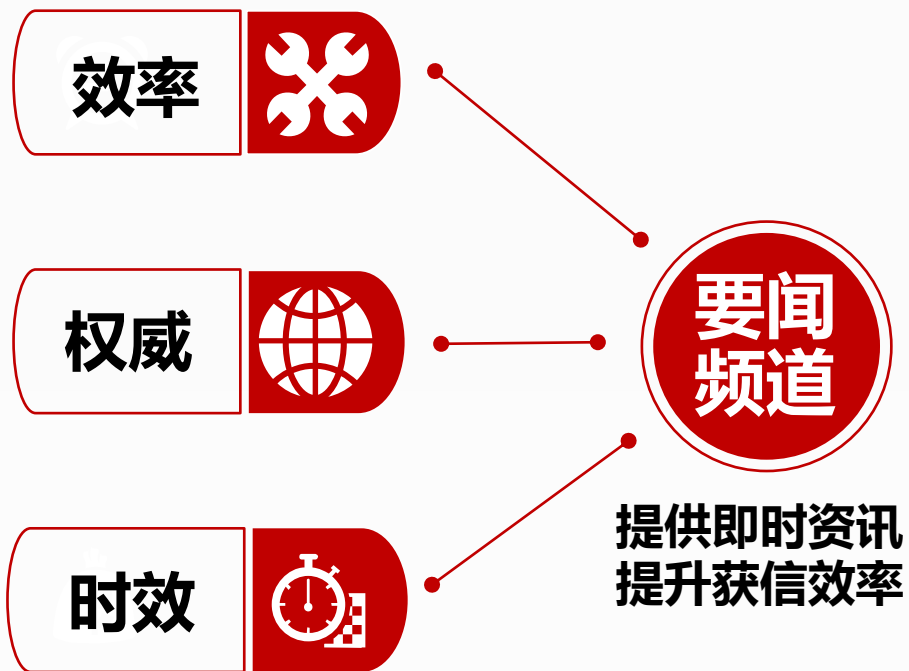
要闻频道+二楼精品栏目



新浪新闻坚守内容价值，推出要闻频道：

- 打开报纸 ‘头版头条’ 式的用户体验；
- 特大事件发生时全面报道，“一个频道就够了”；
- 阅读效率高，让用户“8分钟了解全世界”；

要闻频道6月份相比2月份，内容量增长50%，用户点击次数增长11.4%，阅读人数增长52.7%。



同时推出“二楼精品”栏目，打造精品内容聚合：

- 打开报纸 ‘头版头条’ 式的用户体验；
- 特大事件发生时全面报道，“一个频道就够了”；
- 阅读效率高，让用户“8分钟了解全世界”；

二楼精品栏目6月份相比1月份，曝光次数增长165%，用户点击次数增长433%，阅读人数增长570%。



新浪新闻要闻频道兼顾行业痛点和用户体验，区别于推荐频道的千人千面，采用的千人十面的推荐方式，紧跟时事热点，让用户进行高效的阅读。



**也许高考尚存不合理，
但高考让中国更公平。**

2018年6月7日，975万考生将在两天后改变人生轨迹。

新浪新闻
Sina News

要闻
8分钟全世界



上新浪新闻APP要闻频道 每天8分钟 读遍全世界



坚若大地。

2018年5月27日，齐达内一锤到底，率皇马逆天改命，三连冠改写欧冠历史。

新浪新闻
Sina News

要闻
8分钟全世界



上新浪新闻APP要闻频道 每天8分钟 读遍全世界

女士们，先生们：

“我是本次航班的机长，我将协同机上所有机组人员竭诚为您提供最安全的服务。”

**请相信这段机长广播，
因为都是真的。**

2018年5月14日，
四川航空3U8633次航班成功完成史诗级迫降。

新浪新闻
Sina News

要闻
8分钟全世界



**C位玩家，
加入游戏。**

2018年5月13日，
中国首艘国产航母海试。

新浪新闻
Sina News

要闻
8分钟全世界



**10年，从0到1。
更好的汶川，刚刚开始。**

新浪新闻
Sina News

要闻
8分钟全世界

目录页

Contents
Page

- 01 媒体行业发展概况
- 02 新浪媒体生态
- 03 媒体合作项目分析
- 04 媒体发展趋势分析**

全媒体融合平台打造新媒体宣传和服务矩阵

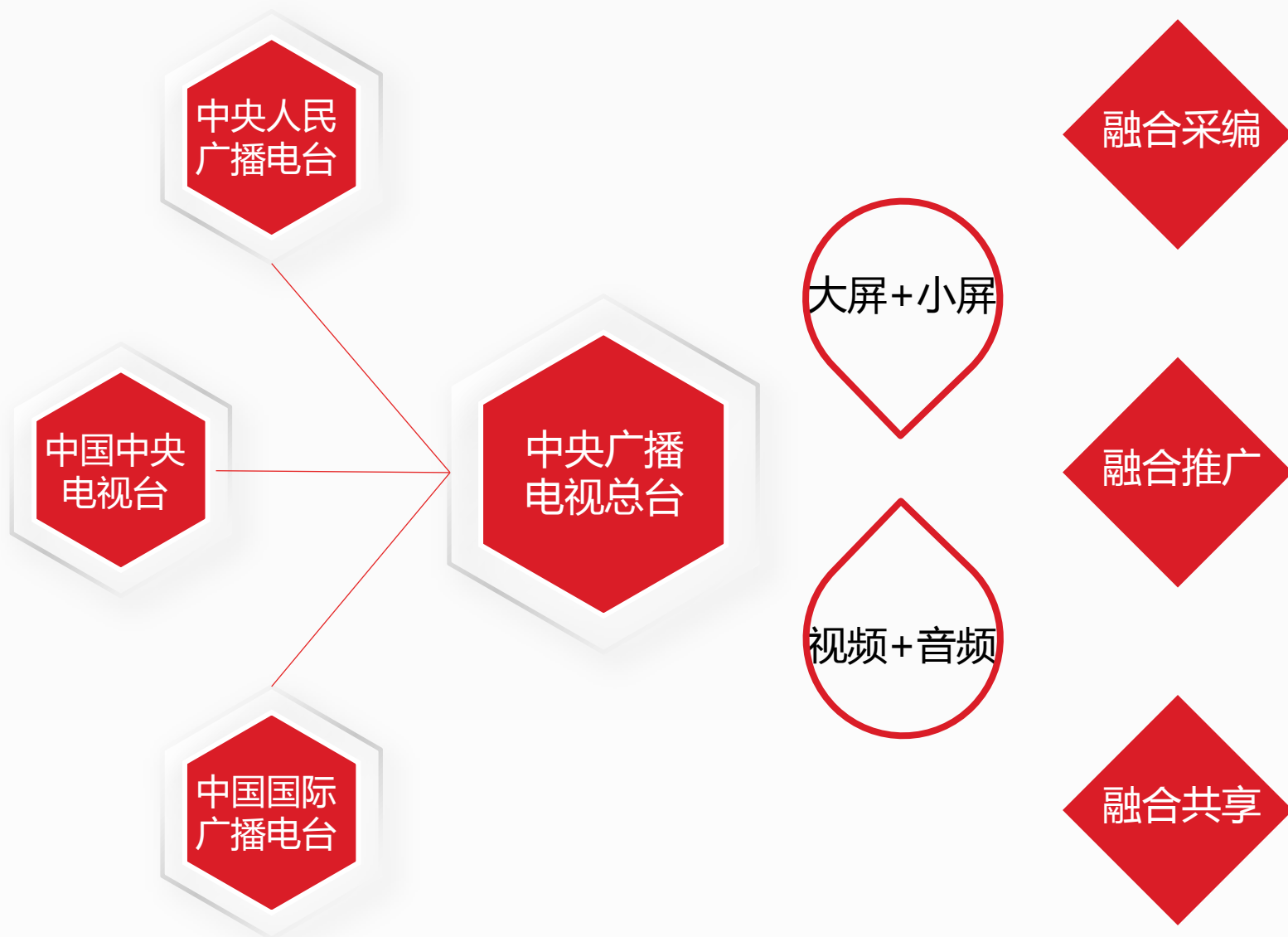


津云-省级中央厨房



2017年，天津市从顶层设计出发，将天津日报、今晚报、天津广播电视台、北方网等主流媒体的优质资源进行整合，推出津云新媒体，实现广播、电视、报纸、互联网和客户端等全媒体融合，打造出载体多样、渠道丰富，覆盖面广的新媒体传播矩阵，在全国媒体融合发展方面走在前列。

电视媒体整合走向“全流程”融合制作



三台统一内容标识“中央广播电视总台”，在全网形成总台新闻稿源冲锋阵，共同打造、擦亮总台品牌。

合并总台资源同类项，同求效益最大公约数。中央三台将形成“拳头产品组合出击、原创产品链互推共享”传播推广模式。

形成“你就是我，我就是你” $1+1+1>3$ 舆论声势

新媒体发挥渠道价值助力融合传播



以新浪为代表的新媒体具有传播高效性、形式多样化、互动便利性等优势，在传统媒体融合传播中可发挥巨大作用，有效连接传统媒体与用户，搭建沟通、互动的平台，推动媒体融合传播新格局的建设。



移动互联网势不可挡，短视频满足用户碎片化需求



手机运用愈发广泛，人们对手机的依赖性越来越大，**移动互联网化趋势不可阻挡**。移动互联网便携性、交互性，快速性等特征使其成为人们获取资讯，娱乐，生活的主要场景。



内容从图文向音视频转化的趋势越发明显，**视频化成为内容创新的主要方向，而且是以短视频为主**。在媒体和社交网络信息流中，视频比例会持续增长，用以满足用户感官化和碎片化阅读。

社交化成为媒体发展的重要策略



用户主动传播

媒体社交化传播是利用社交属性扩张内容的影响力，其目的是让用户主动分享，积极评论，推广传播。

01



02



用户参与生产

媒体社交化的深入表现是将用户作为新生产力嵌入到媒体的生产系统中，让用户主动参与内容生产，成为媒体内容的提供者。

03



社会化运营

媒体社交化运营是发掘对媒体具有长远价值的用户及其资源并进行持续的维护，以此来拓展媒体的内容品牌影响力，开发可能的营利模式。

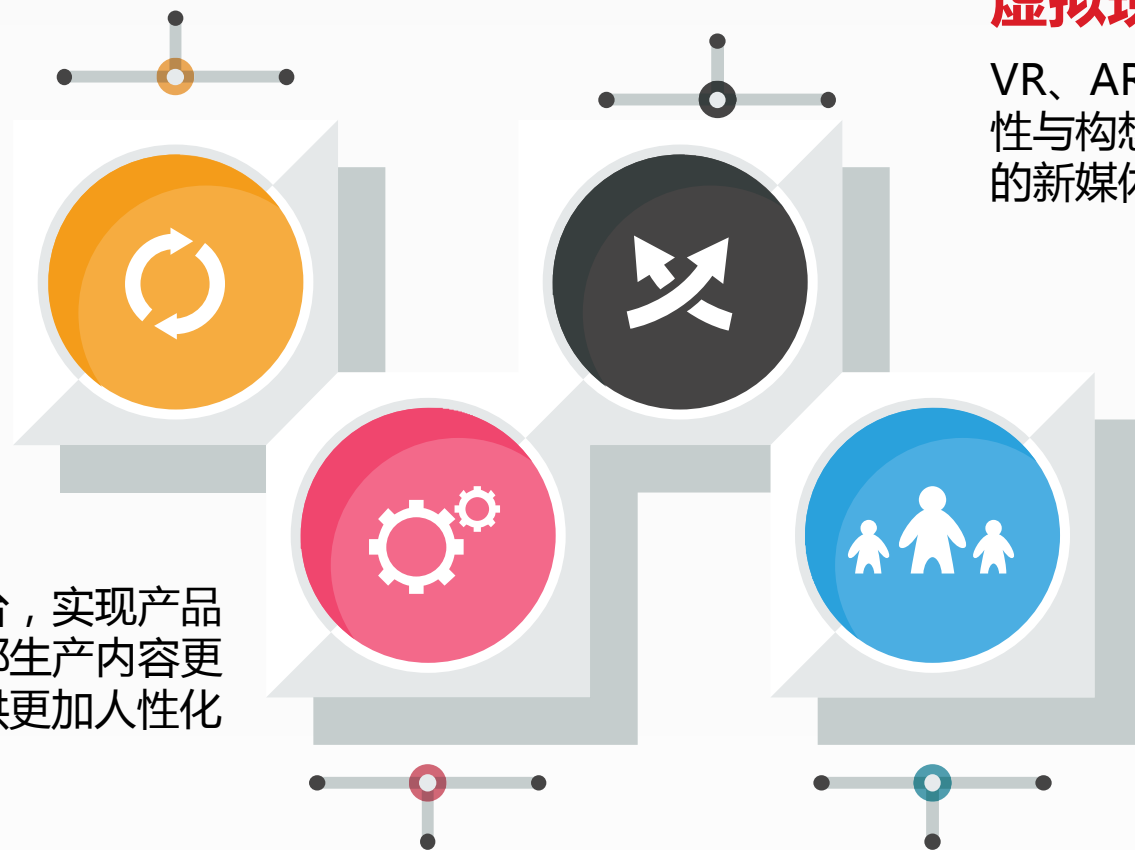
04

新技术引领媒体走向智能化



大数据

大数据已成为媒体行业发展新能源：大数据在提升媒体效率、降低成本，提高媒体运营水平，实现用户精准传播和预测传播等均发挥着重要作用。



虚拟现实

VR、AR、MR 所带来沉浸感、交互性与构想性，被看作是未来最具潜力的新媒体形态。

云计算

依托云计算技术搭建媒体平台，实现产品与服务的云端化，让媒体内部生产内容更为高效；同时也将为用户提供更加人性化的服务

人工智能

人工智能未来将在信息聚合、媒介生产、内容分发过程中发挥核心作用，成为新趋势。

谢 谢 ！