

2013年中国手机新闻客户端市场研究报告

(内部版)



艾媒咨询集团

iiMedia Research Group

报告目录

研究方法

概念定义

核心观点

分析点评

报告正文

一、新闻客户端发展背景

二、新闻客户端模式分析

1. 互联网门户新闻客户端

2. 传统媒体新闻客户端

3. 聚合类新闻客户端

三、新闻客户端市场状况

1. 2013年中国手机新闻客户端大事记

2. 2013年中国手机新闻客户端用户规模

3. 2013年中国手机新闻客户端活跃用户分布

4. 2013年中国手机网民对新闻客户端的认知状况

报告目录

四、新闻客户端用户分析

1. 2013年中国手机新闻客户端用户使用场景分布
2. 2013年中国手机新闻客户端用户使用频率和时长
3. 2013年中国手机新闻客户端用户阅读内容分布
4. 2013年中国手机新闻客户端用户常用功能分布
5. 2013年中国手机新闻客户端用户观看多媒体新闻的情况
6. 2013年中国手机新闻客户端用户关注的因素
7. 2013年中国手机新闻客户端的用户满意度

五、新闻客户端商业模式分析

六、新闻客户端未来发展趋势分析

法律声明

关于艾媒

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。

- 通过对行业专家、运营商、手机新闻服务商等进行深度访谈，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和草莓派调研社区平台的相关数据分析。

概念定义

- **手机新闻客户端**

为手机用户提供持续、实时、全方位新闻资讯更新，内容覆盖国内、国际、军事、社会、财经、体育、娱乐等方面的新闻类应用软件。

- **手机新闻客户端活跃用户**

指经常使用手机新闻客户端获取新闻的用户，本报告中活跃用户特指在过去半年中每周至少使用一次的手机新闻客户端用户。

核心观点

- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年年底中国手机新闻客户端用户规模达到3.44亿, 同比增长48.3%, 环比增长9.2%。手机新闻客户端在中国手机网民中的渗透率达到60.4%。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年中国手机新闻客户端活跃用户分布方面, 搜狐新闻客户端、腾讯新闻客户端、网易新闻客户端分居前三位, 活跃用户占比分别为31.2%、29.4%和27.6%。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年中国手机新闻客户端用户中, 睡觉前看新闻的用户最多, 达60.3%, 乘坐交通工具时看新闻的用户为57.0%。同时有较多用户在午间休息时和无聊的时候使用新闻客户端。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 手机新闻客户端提供的新闻频道中, 头条新闻最受用户关注, 有89.9%的用户经常阅读。56.5%的用户经常阅读社会新闻, 42.9%的用户经常阅读娱乐新闻, 科技新闻、时事新闻、财经新闻、本地新闻也是用户较关注的内容。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 手机新闻客户端功能中, 48.9%的用户会进行新闻频道个性化定制, 34.7%的用户会进行跟帖评论, 分享和收藏新闻的用户分别为31.9%、30.8%。

分析点评

- 相比PC互联网，移动互联网的变现能力要弱得多，新闻客户端盈利模式尚未明确。同时，在投入大量资源赢得用户之后，同质化严重的客户端如何保持用户粘性，也是亟待解决的问题。前期用户积累大战结束之后，未来摆在新闻客户端厂商面前的问题将更多，竞争也将更为激烈。
- 经过各大新闻客户端一年的推广普及，手机新闻客户端用户渗透率已较高，用户规模进入稳定发展阶段。
- 广告是互联网最常见的盈利方式。具体到手机新闻客户端，大量图片位置为广告提供了一个较好的生存环境，而为了避免影响用户的新闻阅读体验，广告目前主要以客户端启动广告、滚动栏广告为主，另外客户端中的应用推荐板块也提供了部分推广收入。
- 互联网时代新闻内容同质化现象严重，而新闻客户端的竞争更强调为用户提供专业化、个性化的阅读体验，入驻新闻客户端的传统纸质媒体很好的对互联网媒体进行了补充。纸媒和新闻客户端的合作，将是未来新闻客户端市场竞争的重要因素。

目录

一

新闻客户端发展背景

二

新闻客户端模式分析

三

新闻客户端市场状况

四

新闻客户端用户分析

五

新闻客户端商业模式分析

六

新闻客户端未来发展趋势分析

中国手机新闻客户端发展背景

2013年中国手机新闻客户端的竞争达到了高潮。回溯到2012年底，在搜狐举办的移动互联网媒体伙伴年会上，张朝阳表示，搜狐在移动互联网的切入点是媒体，已经拥有庞大用户规模的搜狐新闻客户端是搜狐的移动互联网的发力点。一番被外界解读为搜狐押宝搜狐新闻客户端的讲话掀起了2013年新闻客户端市场竞争的序幕。

新闻客户端借助移动互联网的发展浪潮和智能手机的快速普及，以其随时随地的新闻阅读方式、实时的新闻推送、丰富的资讯信息和新型的互动社交成为移动互联网时代主要的大众媒体。不仅各大门户网站纷纷投入大量精力抢占市场，传统纸质媒体也似乎看到了未来媒体的发展方向，各自推出了基于自身媒体平台的应用软件，手机新闻客户端市场迅速成为移动媒体竞争的焦点。

然而，相比PC互联网，移动互联网的变现能力要弱得多，新闻客户端盈利模式尚未明确。同时，在投入大量资源赢得用户之后，同质化严重的客户端如何保持用户粘性，也是亟待解决的问题。前期用户积累大战结束之后，未来摆在新闻客户端厂商面前的问题将更多，竞争也将更为激烈。

目录

一

新闻客户端发展背景

二

新闻客户端模式分析

三

新闻客户端市场状况

四

新闻客户端用户分析

五

新闻客户端商业模式分析

六

新闻客户端未来发展趋势分析

互联网门户新闻客户端

传统互联网门户网站得益于行业优势，是最早意识到移动互联网可能给媒体行业带来变革的媒体从业者，也是最早进入手机新闻客户端市场的竞争者。腾讯、搜狐、网易、新浪等大型门户网站在移动互联网发展初期便早早推出自家新闻客户端。同时，传统互联网门户网站在网络技术实力、互联网媒体信息传播发布、互联网产品运营等方面均有深厚积累，对手机新闻客户端的开发和运营驾轻就熟。



有态度的新闻，“跟帖”功能是突出特色



强调新闻秒传，30秒实时推送重大新闻



首个提出个性化资讯阅读服务的新闻客户端



全球华人第一移动资讯平台



中规中矩的新闻客户端

传统媒体新闻客户端

在移动互联网新媒体的冲击下，传统媒体尤其是纸质媒体感到了前所未有的压力。经历过一段迷茫期后，不少传统媒体开始主动拥抱新媒体以寻求自救，部分传统媒体推出了基于自身平台的新闻客户端。另一方面，门户网站新闻客户端推出的订阅功能给多数传统媒体提供了一个快速进入移动互联网的平台，一定程度上挽救了传统媒体的颓势。尽管如此，由于技术实力有限、不了解互联网玩法、不理解用户喜好等，缺乏互联网经验的传统媒体表现仍令人失望。

为数不多的具有一定用户量的传统媒体新闻客户端



一财点睛



环球时报



IT时代周刊



尝试推出新闻客户端的传统媒体很多，但表现大多不好

聚合类新闻客户端

聚合类新闻客户端不需要自身产生新闻内容，而是通过技术手段，整合互联网中庞大的新闻资讯，为用户推荐具有价值的新闻信息。更进一步，聚合类新闻客户端可以基于用户使用习惯、社交关系等进行数据挖掘分析，为用户推荐可能感兴趣的新闻内容。贴心的新闻推荐和高度的个性化定制是聚合类新闻客户端的特色，但同时聚合类新闻客户端由于抓取其他网站的新闻内容等事实也面临潜在的法律风险。



典型聚合类新闻客户端



目录

一

新闻客户端发展背景

二

新闻客户端模式分析

三

新闻客户端市场状况

四

新闻客户端用户分析

五

新闻客户端商业模式分析

六

新闻客户端未来发展趋势分析

2013年中国手机新闻客户端大事记

2013.4

搜狐宣布旗下搜狐新闻客户端成为国内首个用户数突破亿的新闻客户端。

2013.5

新浪宣称其新闻客户端下载量已突破 4200 万。

2013.6

360新闻客户端悄然上线，3天后迅速消失，让人浮想联翩。

2013.7

网易新闻客户端用户量突破 1.2 亿，日活跃用户达到 4 千万，同时首个积分商城今日上线，正式试水O2O。

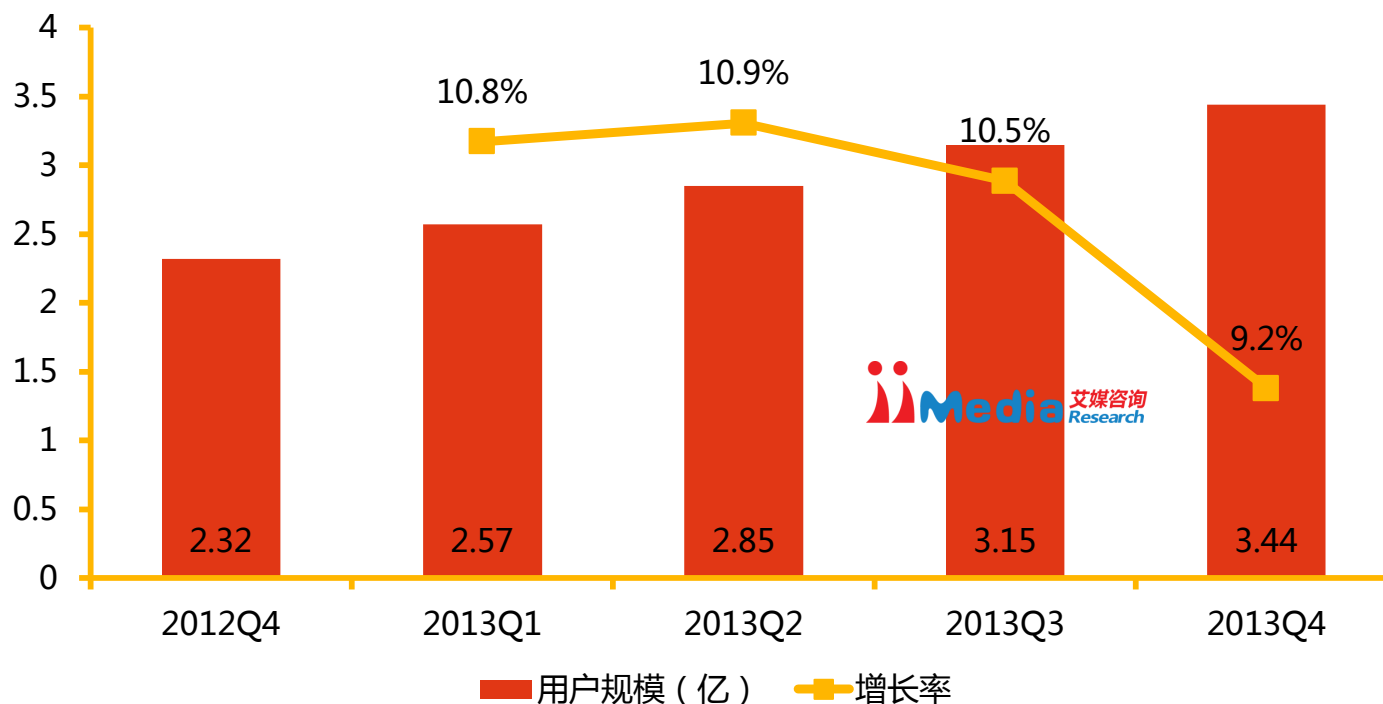
2013.9

国家互联网信息办公室要求“抽屉新热榜”、“鲜果联播”、“ZAKER 新闻阅读”等一批未依法取得互联网新闻信息服务资质，违规从事互联网新闻信息服务的移动客户端依法限期整改。

2013.12

搜狐新闻客户端装机量1.85亿，活跃用户超过7000万，均位居业界第一。

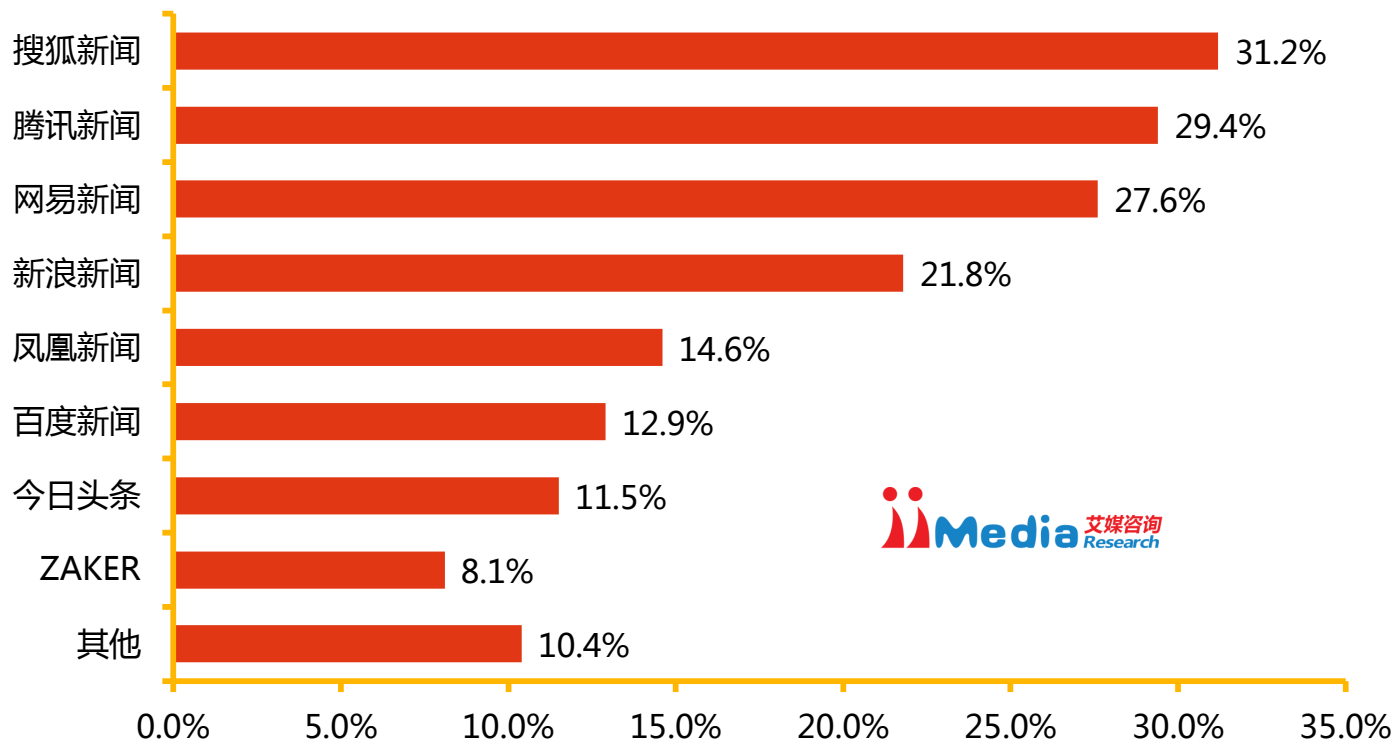
2013年中国手机新闻客户端用户规模



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年年底中国手机新闻客户端用户规模达到3.44亿, 同比增长48.3%, 环比增长9.2%。手机新闻客户端在中国手机网民中的渗透率达到60.4%。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 经过各大新闻客户端一年的推广普及, 手机新闻客户端用户渗透率已较高, 用户规模进入稳定发展阶段。

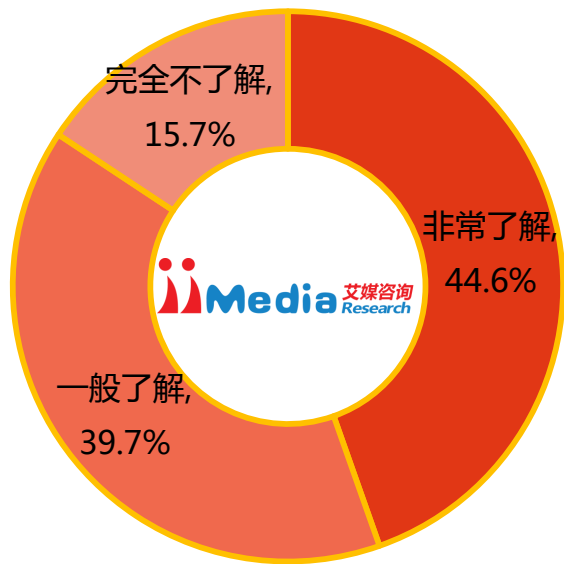
2013年中国手机新闻客户端活跃用户分布



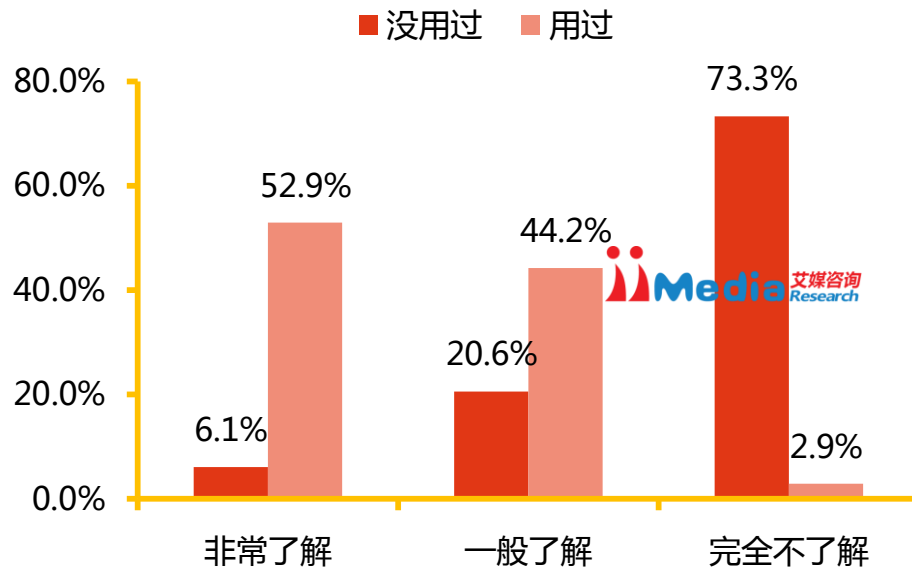
注释：同一用户可能使用多个手机新闻客户端。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示，2013年中国手机新闻客户端活跃用户分布方面，搜狐新闻客户端、腾讯新闻客户端、网易新闻客户端分居前三位，活跃用户占比分别为31.2%、29.4%和27.6%。

2013年中国手机网民对新闻客户端的认知状况



手机网民的新闻客户端认知状况



不同手机网民的认知差异

艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年中国手机网民中表示对新闻客户端非常了解的占到44.6%, 相比半年前提高了24.6个百分点, 表示完全不了解的比例下降至15.7%。使用过新闻客户端的手机网民对新闻客户端的认知情况明显优于没使用过的手机网民。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 新闻客户端厂商的大力推广促使手机网民对新闻客户端的认知程度迅速提高。

目录

一

新闻客户端发展背景

二

新闻客户端模式分析

三

新闻客户端市场状况

四

新闻客户端用户分析

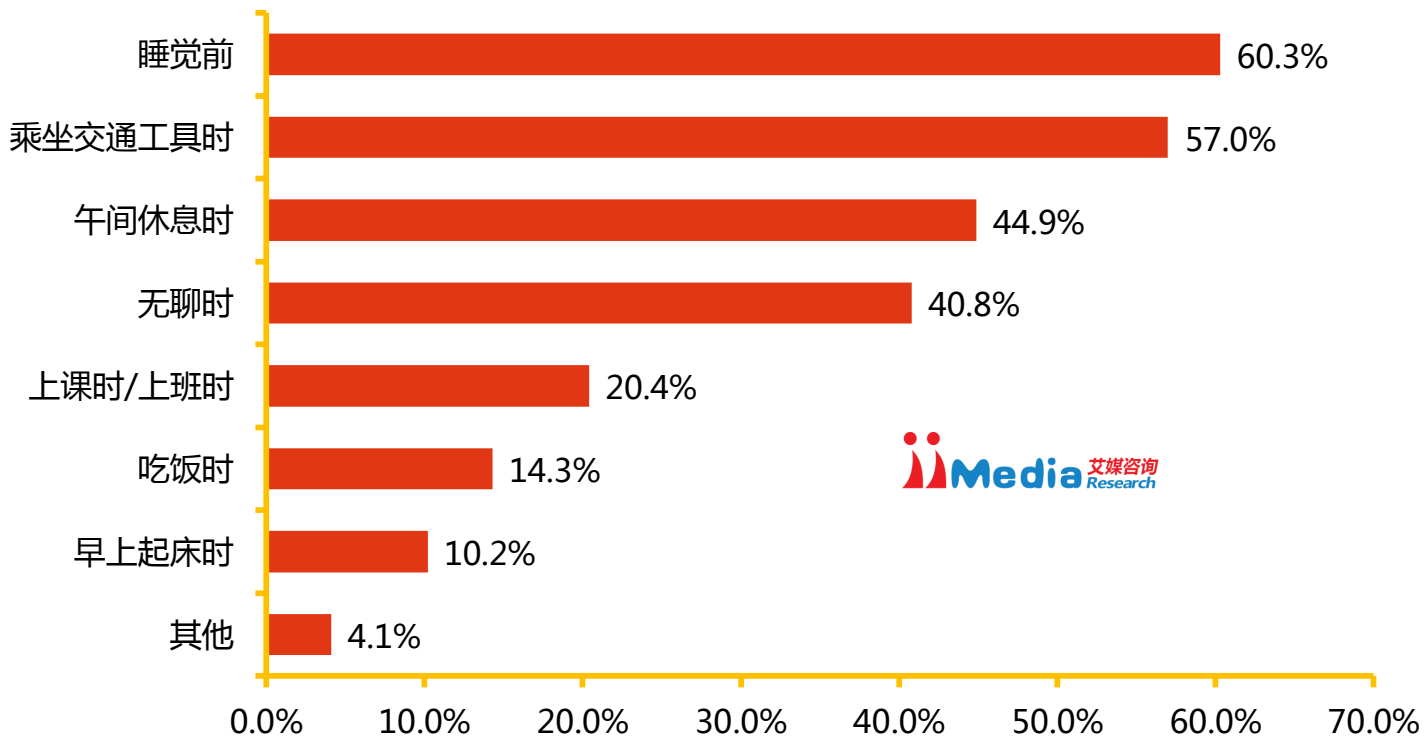
五

新闻客户端商业模式分析

六

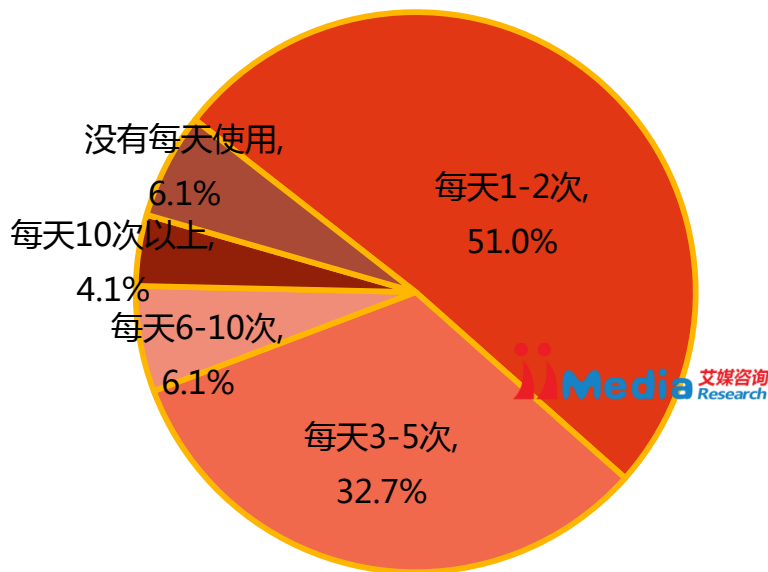
新闻客户端未来发展趋势分析

2013年中国手机新闻客户端用户使用场景分布

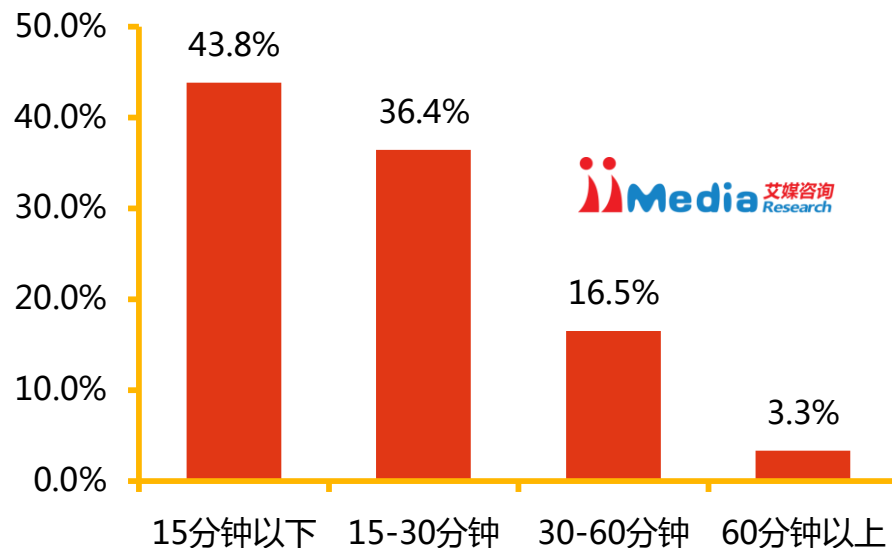


艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年中国手机新闻客户端用户中, 睡觉前看新闻的用户最多, 达60.3%, 乘坐交通工具时看新闻的用户为57.0%。同时有较多用户在午间休息时和无聊的时候使用新闻客户端。

2013年中国手机新闻客户端用户使用频率和时长



新闻客户端用户使用频率

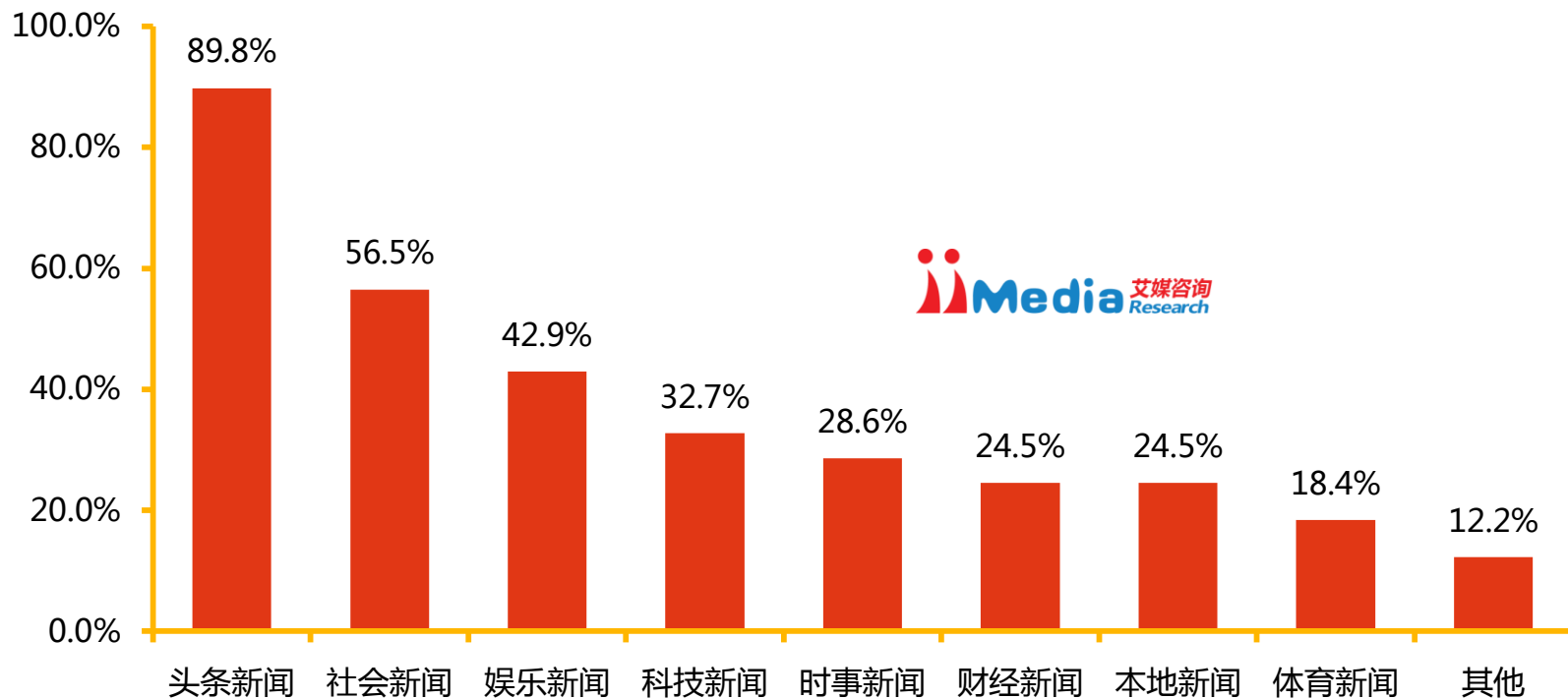


新闻客户端用户每天使用时长

艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 每天使用新闻客户端1-2次的用户达51.0%, 每天使用3-5次的用户为32.7%。使用新闻客户端已经成为用户的日常习惯。

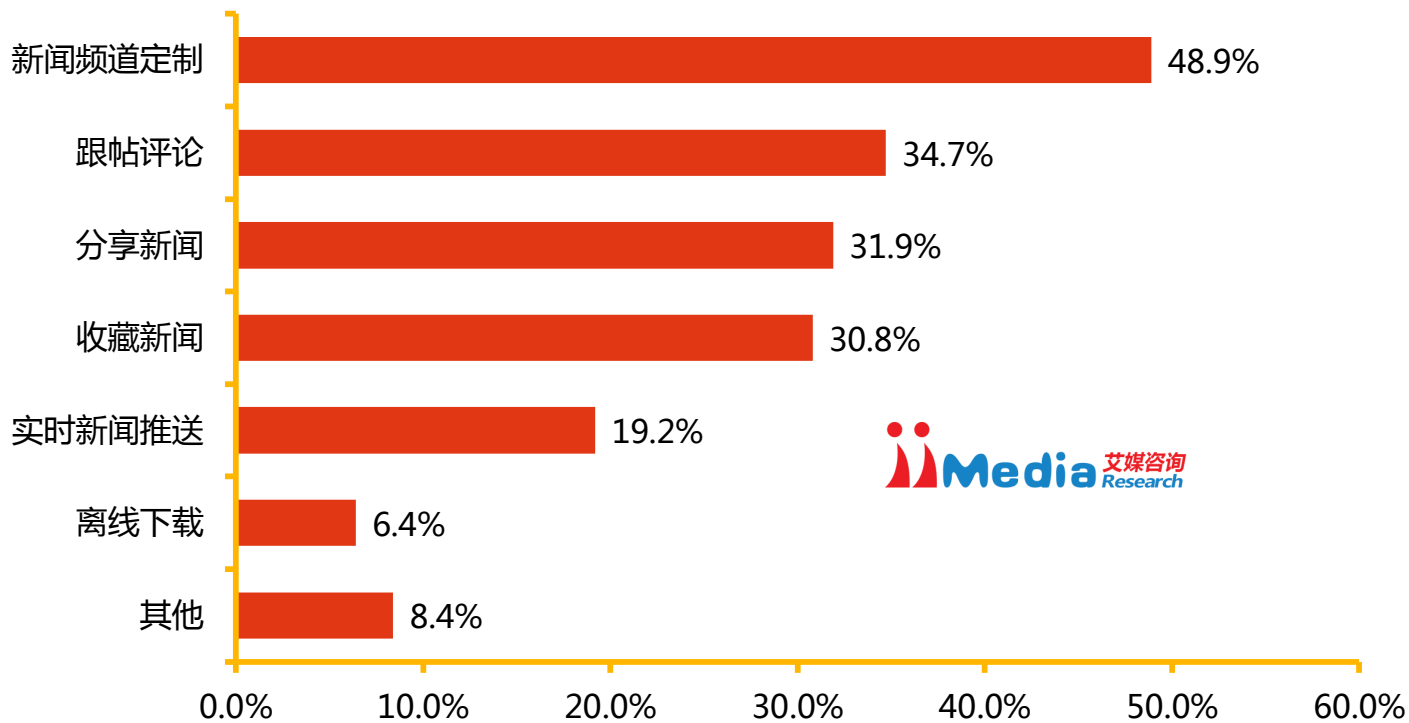
艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 每天使用时长在15分钟以下的用户为43.8%, 另有36.4%的用户每天使用时间为15-30分钟。用户倾向于在零散的时间使用新闻客户端, 阅读时间分布较碎片化, 总体使用时间不是特别长。

2013年中国手机新闻客户端用户阅读内容分布



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示,手机新闻客户端提供的新闻频道中,头条新闻最受用户关注,有89.9%的用户经常阅读。56.5%的用户经常阅读社会新闻,42.9%的用户经常阅读娱乐新闻,科技新闻、时事新闻、财经新闻、本地新闻也是用户较关注的内容。

2013年中国手机新闻客户端用户常用功能分布

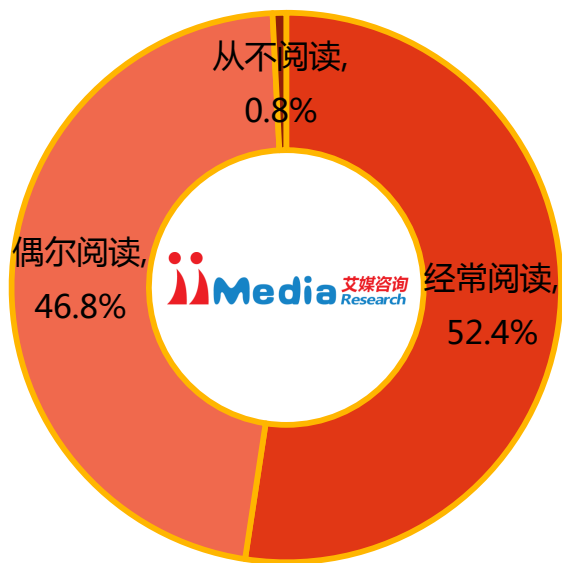


 iiMedia 艾媒咨询
Research

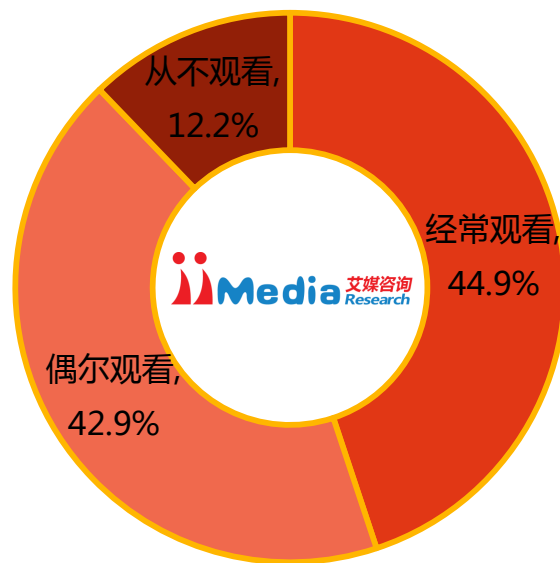
艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示，手机新闻客户端功能中，48.9%的用户会进行新闻频道个性化定制，34.7%的用户会进行跟帖评论，分享和收藏新闻的用户分别为31.9%、30.8%。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为，新闻频道定制功能作为新闻客户端的标配，已经得到用户的认可。同时，用户评论转发的意愿较高，新闻互动性做的较好。

2013年中国手机新闻客户端用户观看多媒体新闻的情况



用户阅读图片新闻的情况

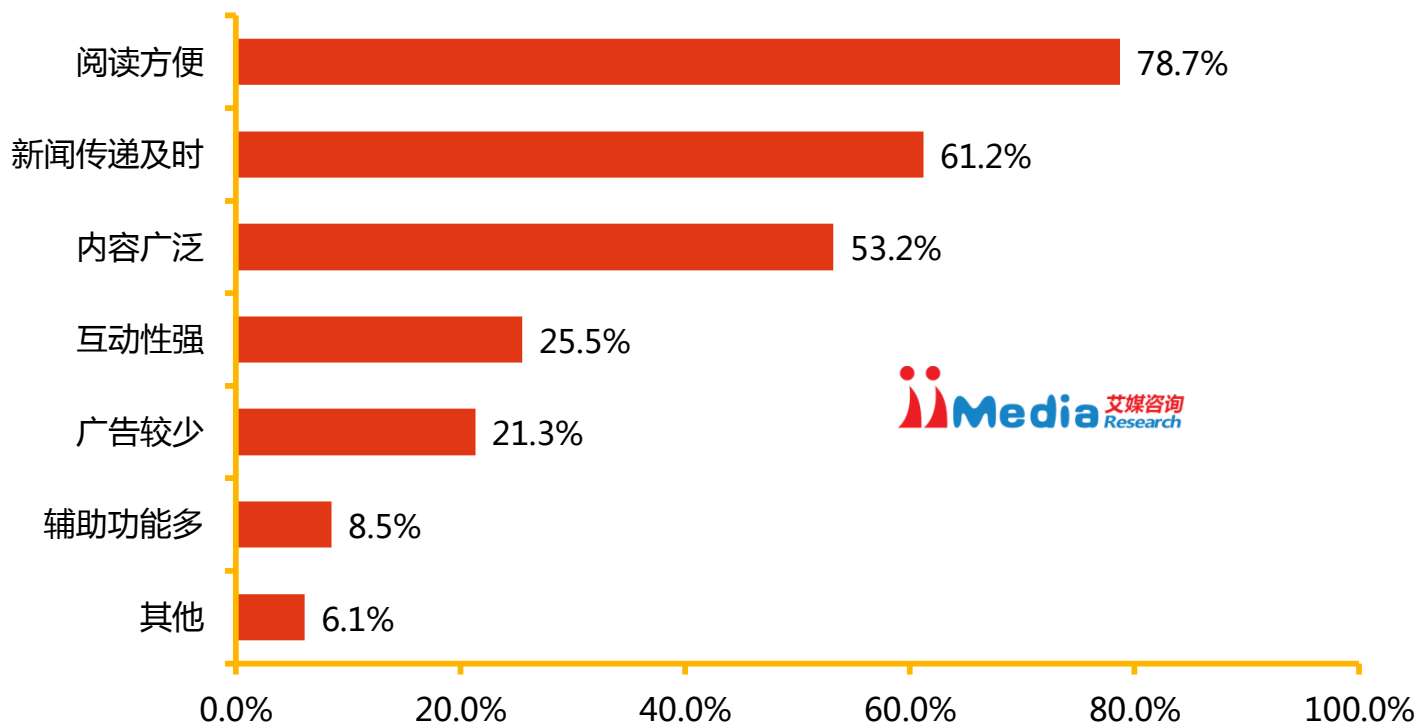


用户观看视频新闻的情况

艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示,手机新闻客户端用户中99.2%的用户阅读过图片新闻,其中经常阅读的达到52.4%。另一方面,观看过视频新闻的用户为87.8%,有12.2%的用户从不观看视频新闻。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为,用户阅读图片新闻已经很平常,但视频新闻需要消耗大量流量,一部分用户由于周围没有wifi网络而流量有限没有观看过视频新闻。

2013年中国手机新闻客户端用户关注的因素



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年中国手机新闻客户端用户选择新闻客户端时, 主要考虑的因素包括阅读方便、新闻传递及时和内容广泛, 分别占比78.7%、61.2%和53.2%。涉及新闻阅读的因素是用户最看重的, 但互动性、广告等其他因素也值得软件厂商关注。

2013年中国手机新闻客户端的用户满意度

排名	名称	满意度
1	今日头条	9.22
2	百度新闻	8.56
3	搜狐新闻	8.23
4	ZAKER	8.18
5	凤凰新闻	7.95
6	网易新闻	7.52
7	新浪新闻	6.71
8	腾讯新闻	6.17



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年中国手机新闻客户端用户满意度方面, 今日头条继续以9.22分高居第一, 百度新闻跃居第二位, 搜狐新闻排名第三。网易、新浪、腾讯三大门户网站的新闻客户端满意度相对较低。

目录

一

新闻客户端发展背景

二

新闻客户端模式分析

三

新闻客户端市场状况

四

新闻客户端用户分析

五

新闻客户端商业模式分析

六

新闻客户端未来发展趋势分析

新闻客户端商业模式分析

广告推广

广告是互联网最常见的盈利方式。具体到手机新闻客户端，大量图片位置为广告提供了一个较好的生存环境，而为了避免影响用户的新闻阅读体验，广告目前主要以客户端启动广告、滚动栏广告为主，另外客户端中的应用推荐板块也提供了部分推广收入。

付费阅读

付费阅读的基础在于新闻客户端中的订阅功能，在这方面，搜狐新闻客户端无疑是走在最前面的一个。目前，搜狐新闻客户端订阅媒体刊物超过1000份，用户订阅量超过6亿，用户订阅量已足够大。而传统纸质媒体的优势在深度新闻和特色专栏内容，在庞大的用户订阅量基础上，传统新闻媒体如能发挥专业优势，为用户提供深度的新闻报道和个性化服务，不排除在广告盈利之外实现付费阅读的可能。

新闻客户端商业模式分析

互动营销

基于庞大的用户规模，互动营销需要解决的问题是如何让用户在看完新闻之后做更多其他的事情。目前网易新闻客户端已经进行了一定程度的探索，包括2013年7月推出的积分体系、积分商城、打赏模式等功能，用虚拟道具促使用户进行客户端内消费。较多的活跃用户和较高的用户黏性是互动营销的基础，也会反过来提高用户的参与感和黏性。显然，积极互动的活跃用户群体比单纯看新闻的用户可拓展和挖掘的空间更大更深。

大数据等

大数据概念已经火了很久，而拥有庞大用户数的新闻客户端在大数据方面的价值也值得猜想，新闻客户端拥有关于用户行为和阅读喜好的大量数据，可以从中发掘很多信息。而作为用户最频繁使用的手机应用，新闻客户端扮演移动入口的角色，为用户提供除新闻阅读以外的其他服务通道也未尝不可。未来，新闻客户端发展的潜力是巨大的。

目录

一

新闻客户端发展背景

二

新闻客户端模式分析

三

新闻客户端市场状况

四

新闻客户端用户分析

五

新闻客户端商业模式分析

六

新闻客户端未来发展趋势分析

新闻客户端未来发展趋势

□ 专业化、个性化阅读是重要竞争因素

互联网时代新闻内容同质化现象严重，而新闻客户端的竞争更强调为用户提供专业化、个性化的阅读体验，入驻新闻客户端的传统纸质媒体很好的对互联网媒体进行了补充。纸媒和新闻客户端的合作，将是未来新闻客户端市场竞争的重要因素。

□ 来自微信等平台的自媒体冲击将更严重

微信公众号、浏览器等都比新闻客户端更早地成为自媒体传播的平台，百度轻应用等新的平台也在发力，自媒体找到落户的地方已经不是难事。尽管各大新闻客户端已经下大力气吸引传播媒体和自媒体进驻，但自媒体本身的自由度太高。大量分散的自媒体将对新闻客户端的发展带来困扰。

法律声明

本报告由艾媒咨询调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国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；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。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域著名的研究机构，也是中国首家专注于智能手机和移动互联网产业研究的权威机构。2007年艾媒品牌正式启用，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

艾媒咨询为包括国家工业和信息化部、广东省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

2010年，艾媒与日本日经BP社、CBI Group开展战略合作，双方相互在日本和中国的市场营销及市场研究领域互为合作伙伴。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

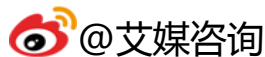
iiMedia Research研究报告指定发布平台：魔部网 (www.moobuu.com)、艾媒网 (www.iimedia.cn)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383



本报告由艾媒咨询集团控股有限公司 (中国香港) 出品

因为专注，所以专业！

Since 2007 ,

We focus on mobile Internet!

