

2015年

中国移动互联网

资讯生活

白皮书



资讯习惯，如何变迁？

1

资讯用户，如何分流？

2

他们喜欢看什么？

3

看完之后做什么？

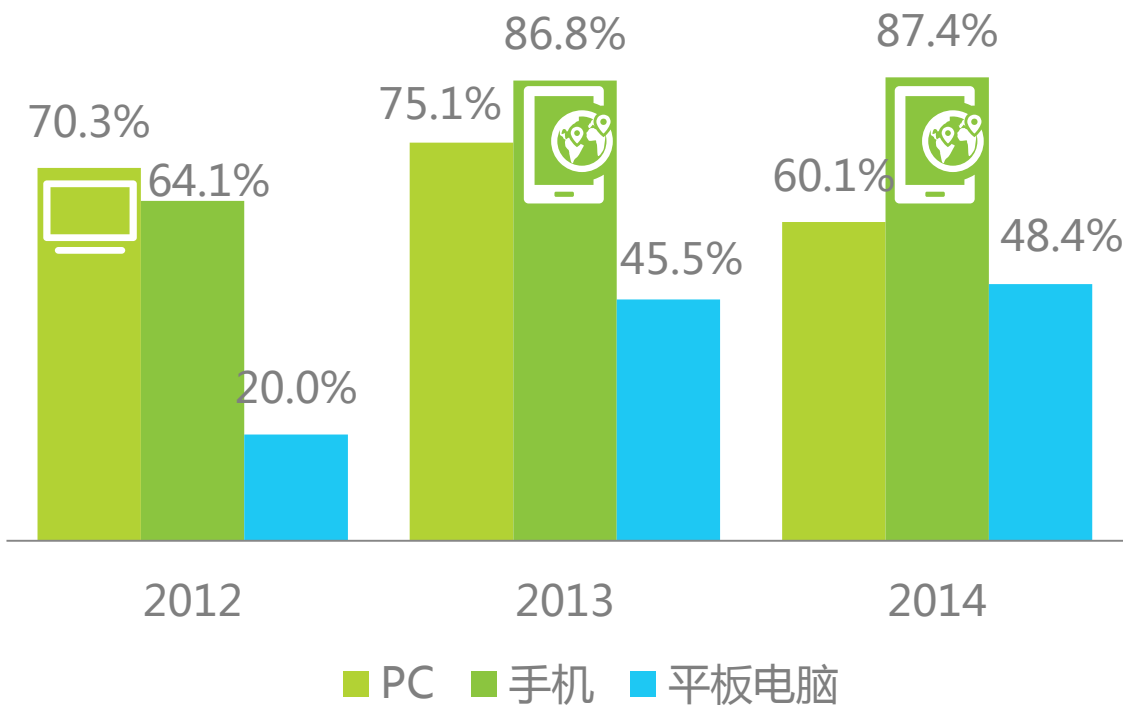
4

典型资讯渠道分析

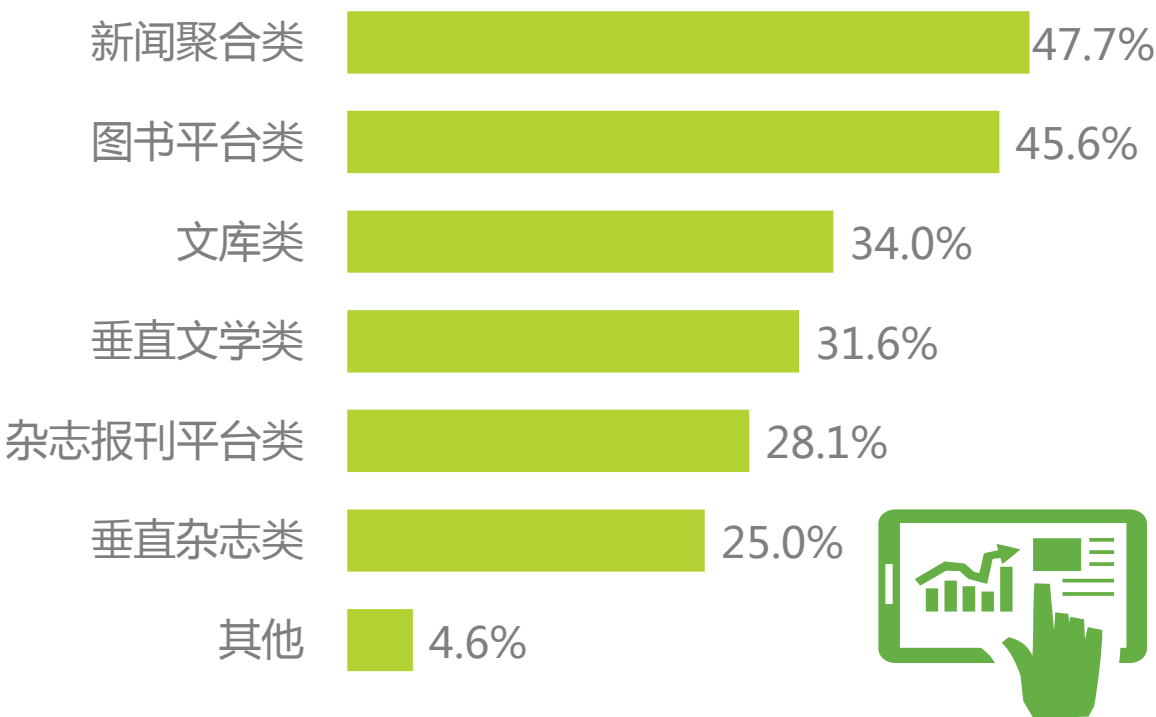
5

道，新闻聚合App最受欢迎

2012-2014年用户主要资讯获取渠道

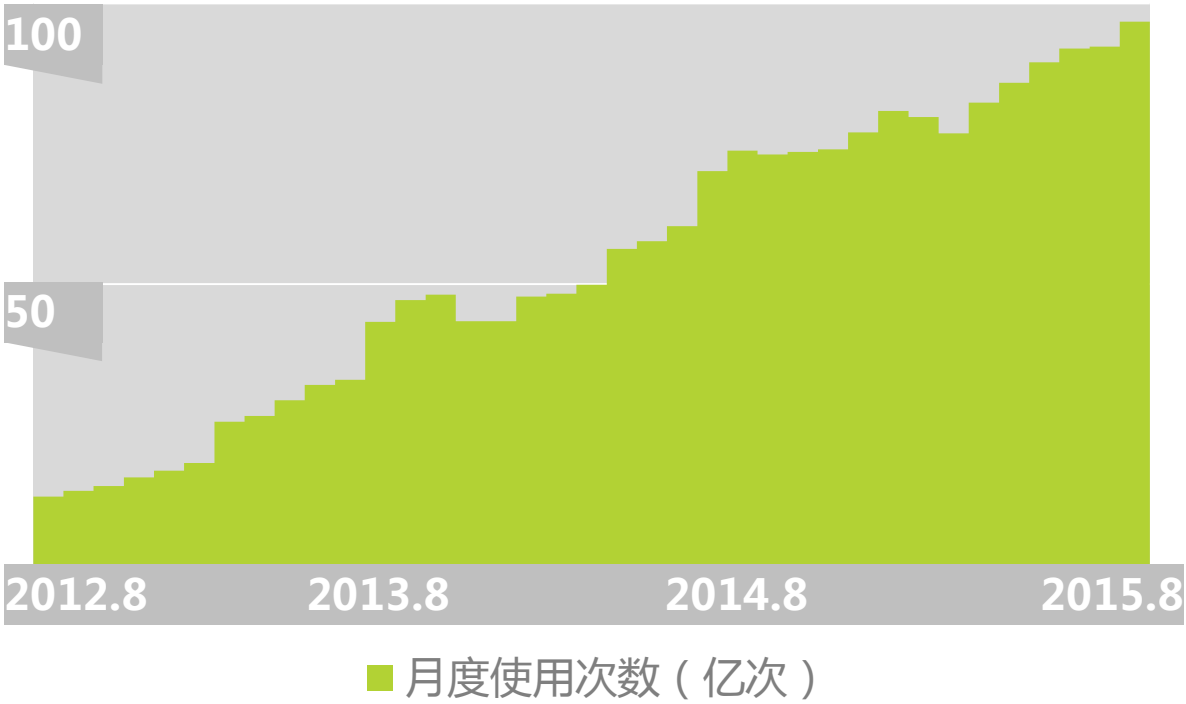


2014年移动端资讯阅读App类型偏好

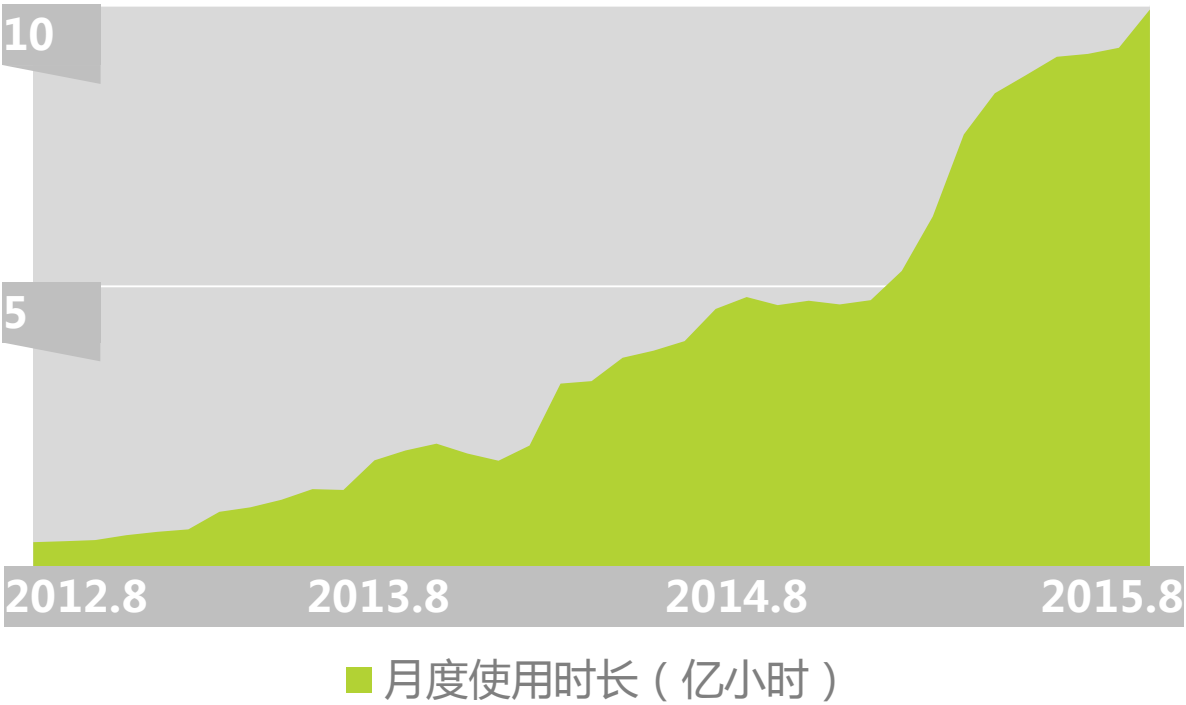


经历跨越式提升

2012-2015年移动资讯用户使用次数

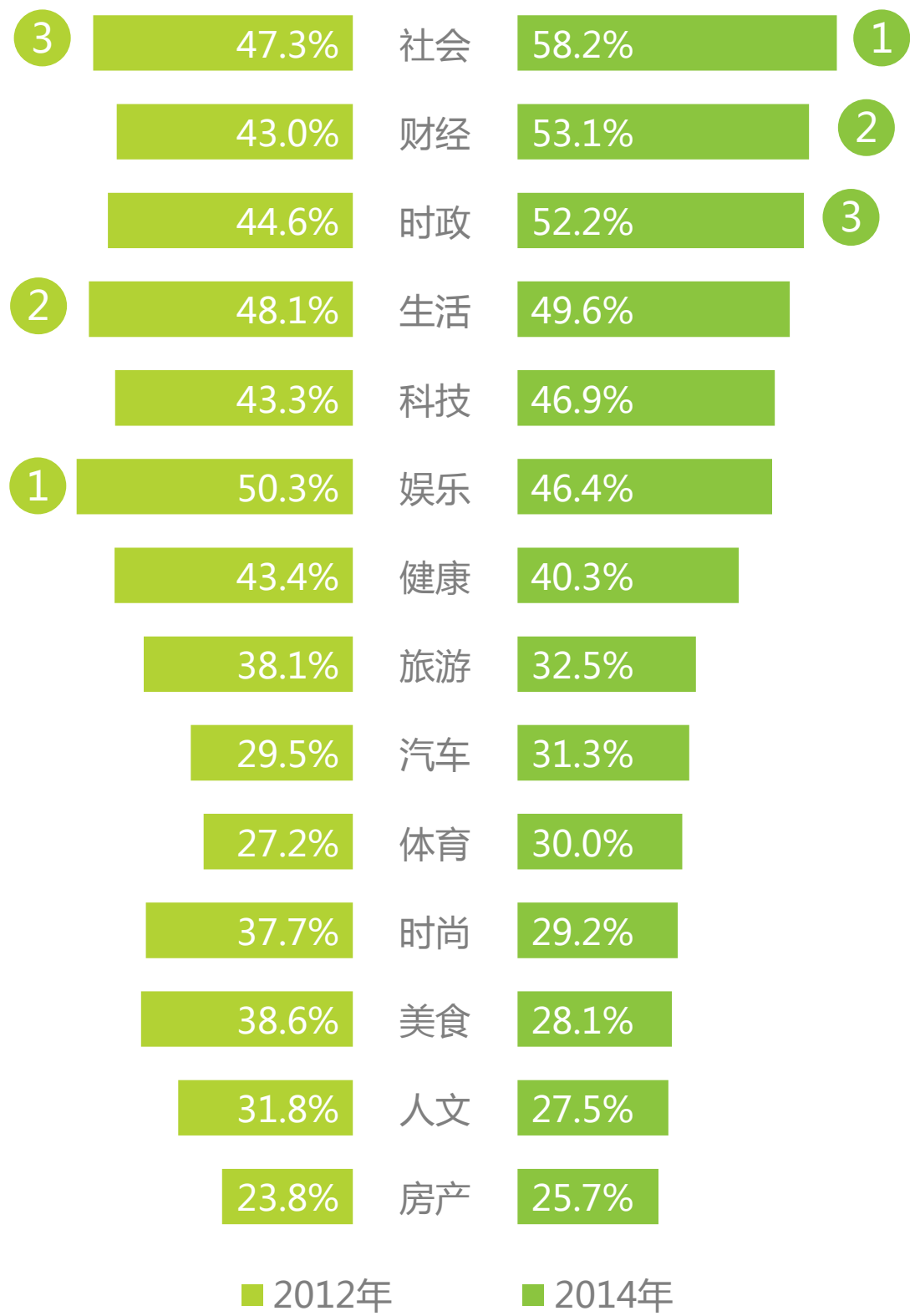


2012-2015年移动资讯用户使用时长



社会、财经类转移

2012-2014年用户资讯阅读内容偏好对比



资讯习惯，如何变迁？

1

资讯用户，如何分流？

2

他们喜欢看什么？

3

看完之后做什么？

4

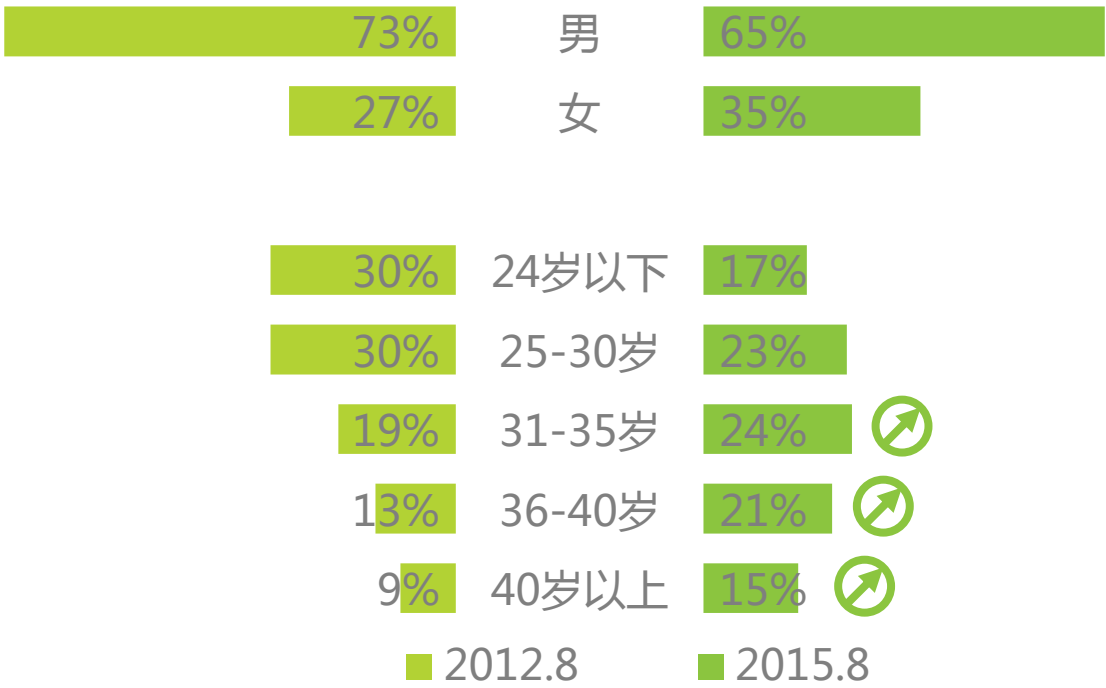
典型资讯渠道分析

5

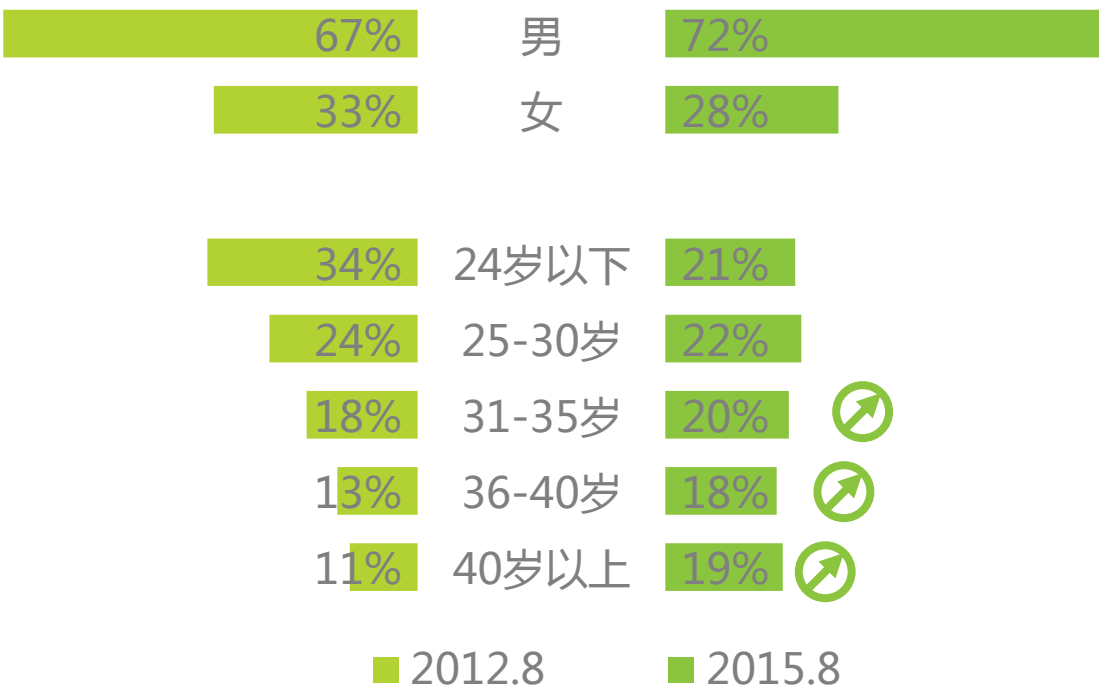


Pad端男性用户比例提升

2012-2015年手机端资讯用户特征对比



2012-2015年Pad端资讯用户特征对比

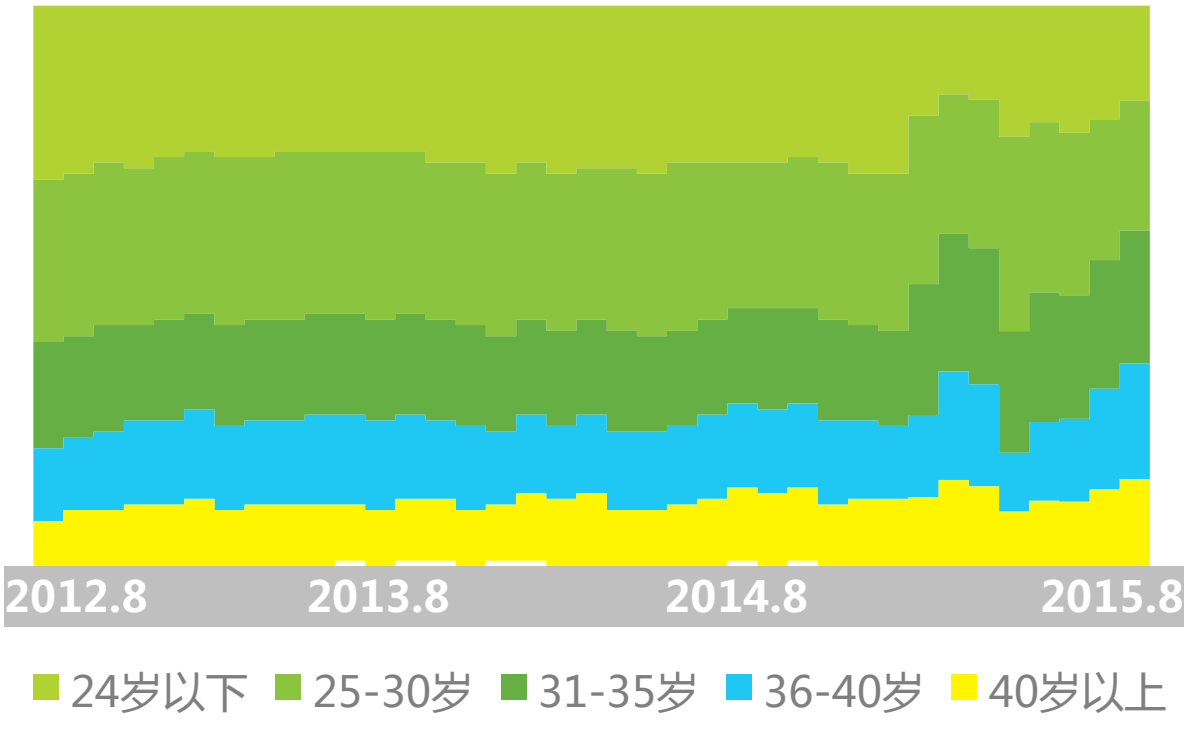


比例正在提升

2012-2015年移动资讯用户性别比例

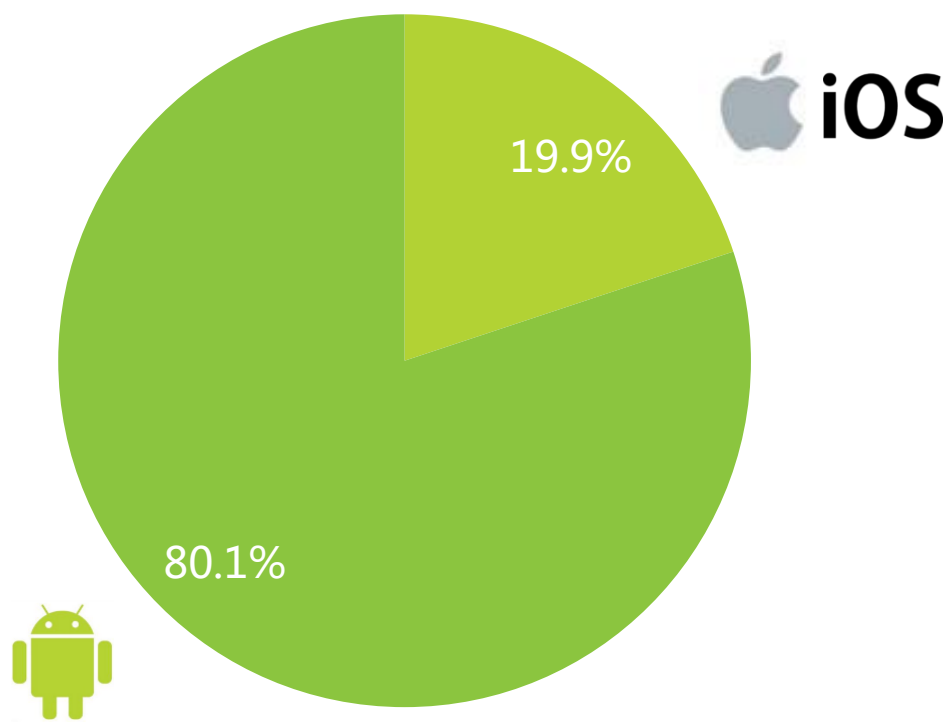


2012-2015年移动资讯用户年龄比例



苹果八成安卓

用户手机系统分布



用户主要省份分布

用户比例>6% 3%-6% <3%



资讯习惯，如何变迁？

1

资讯用户，如何分流？

2

他们喜欢看什么？

3

看完之后做什么？

4

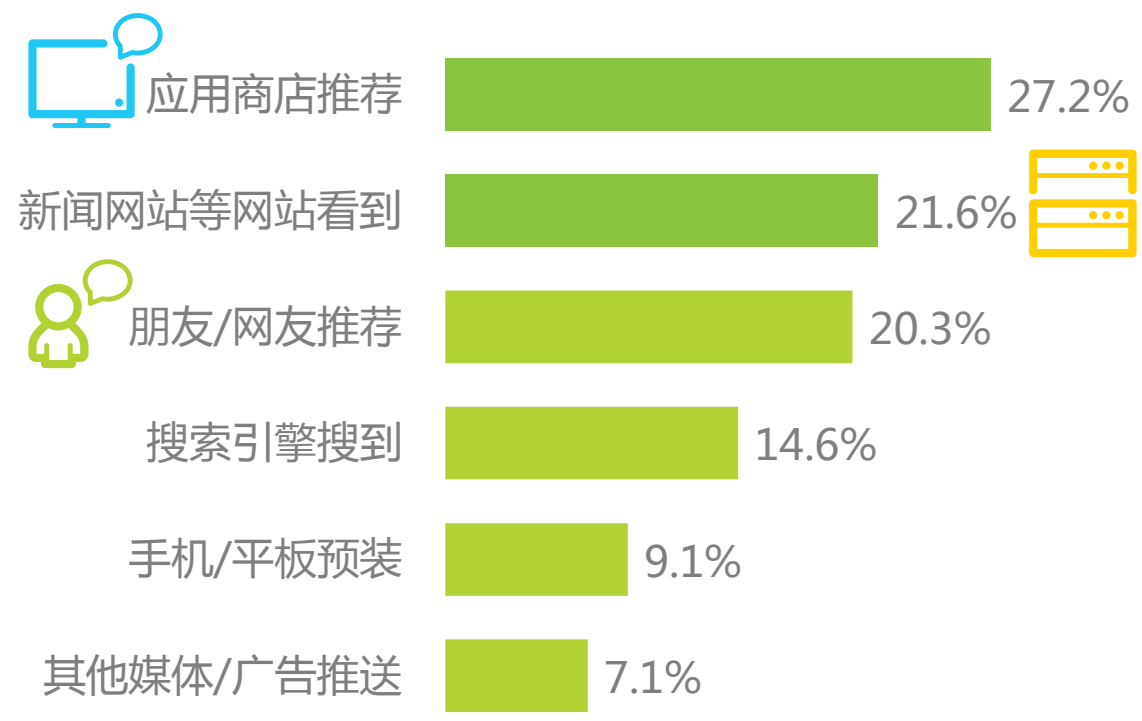
典型资讯渠道分析

5

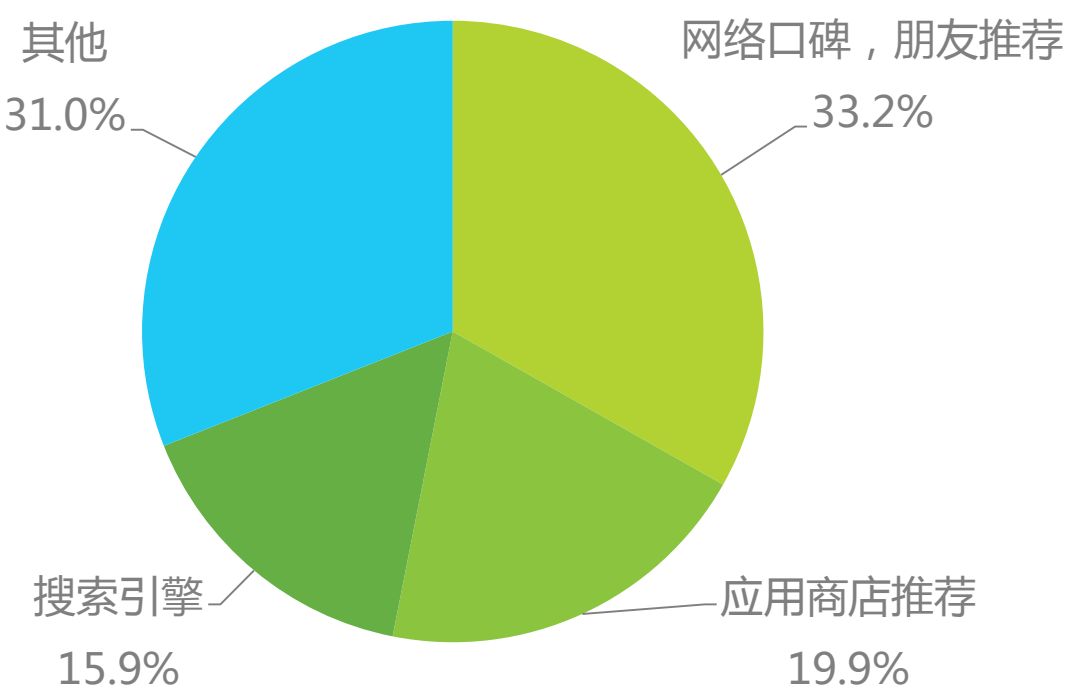


传播左右用户选择

用户初次接触资讯应用的渠道

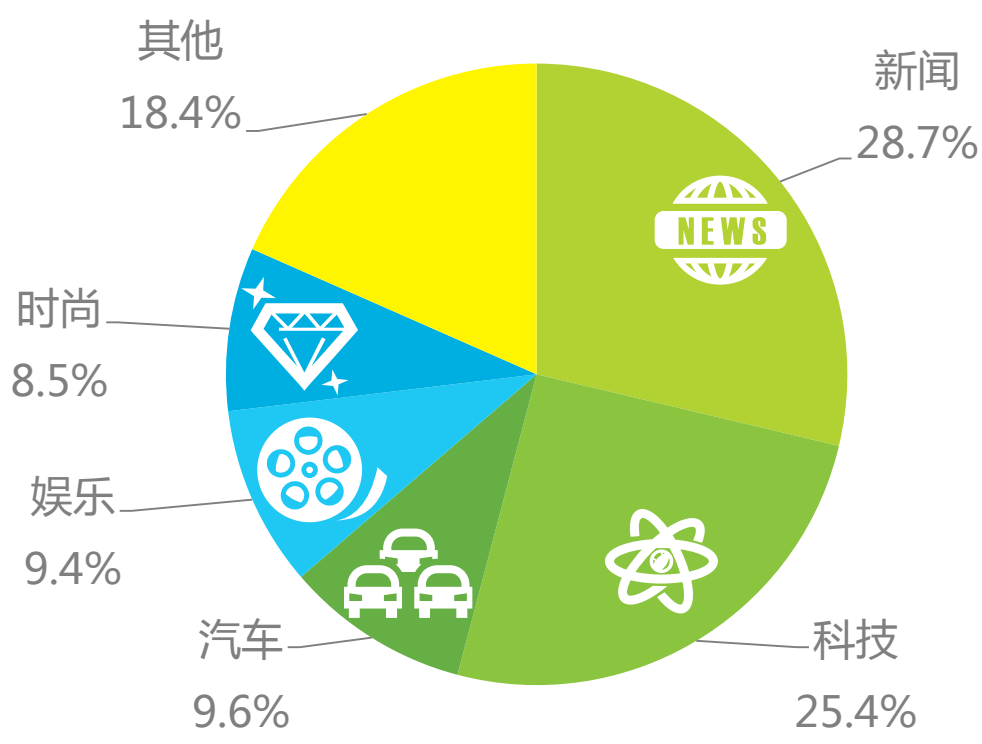


资讯品牌选择方式

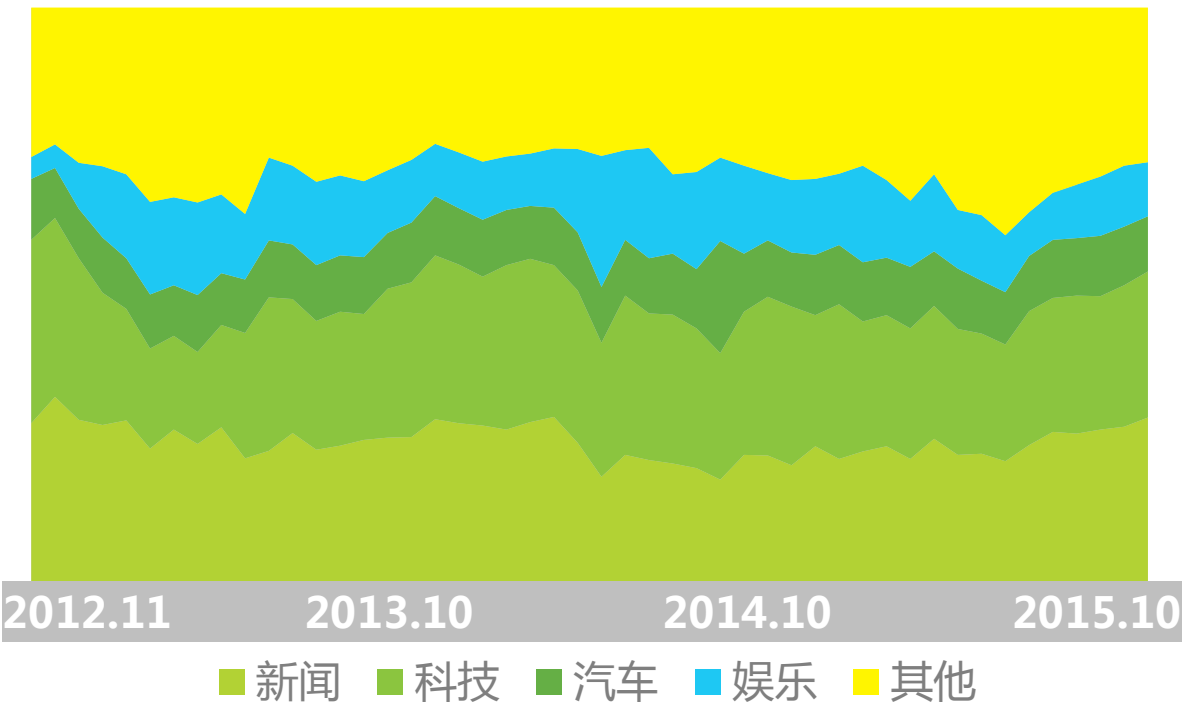


车等垂直内容吸引力强

2015年10月浏览的不同内容PV占比



2012-2015年不同内容PV占比变化



彰显网络达人风格

关心国内国际大事

热衷娱乐时尚话题

资讯习惯，如何变迁？

1

资讯用户，如何分流？

2

他们喜欢看什么？

3

看完之后做什么？

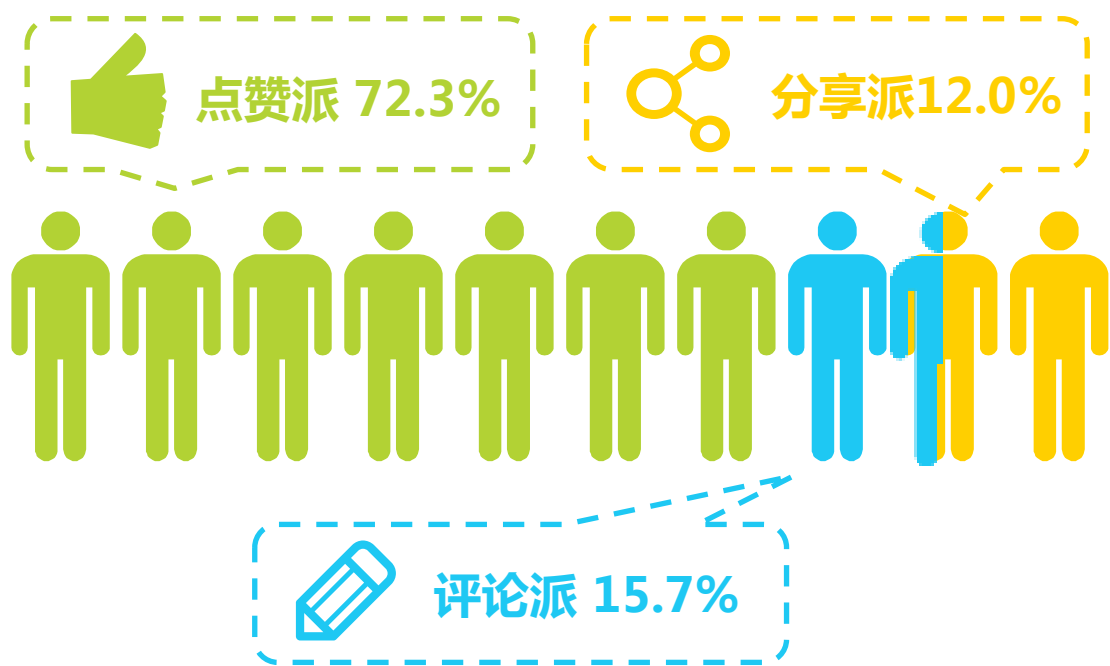
4

典型资讯渠道分析

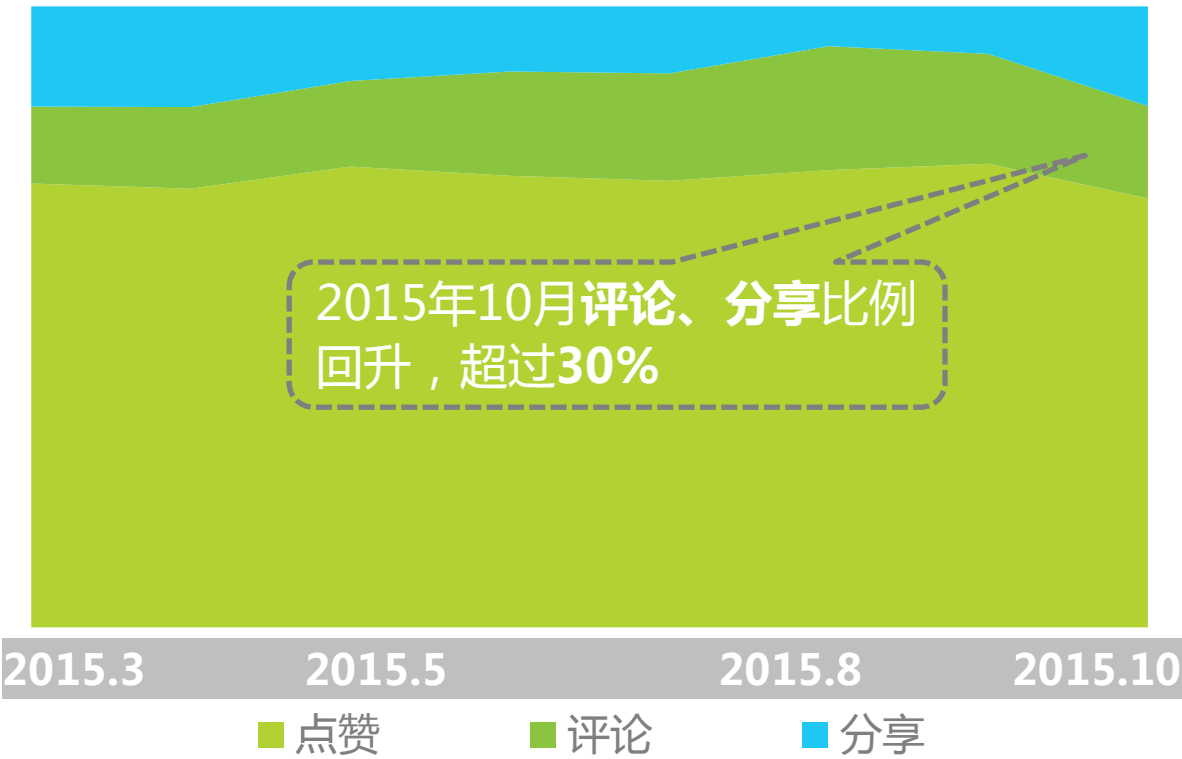
5

派比例回升

资讯用户社交行为比例

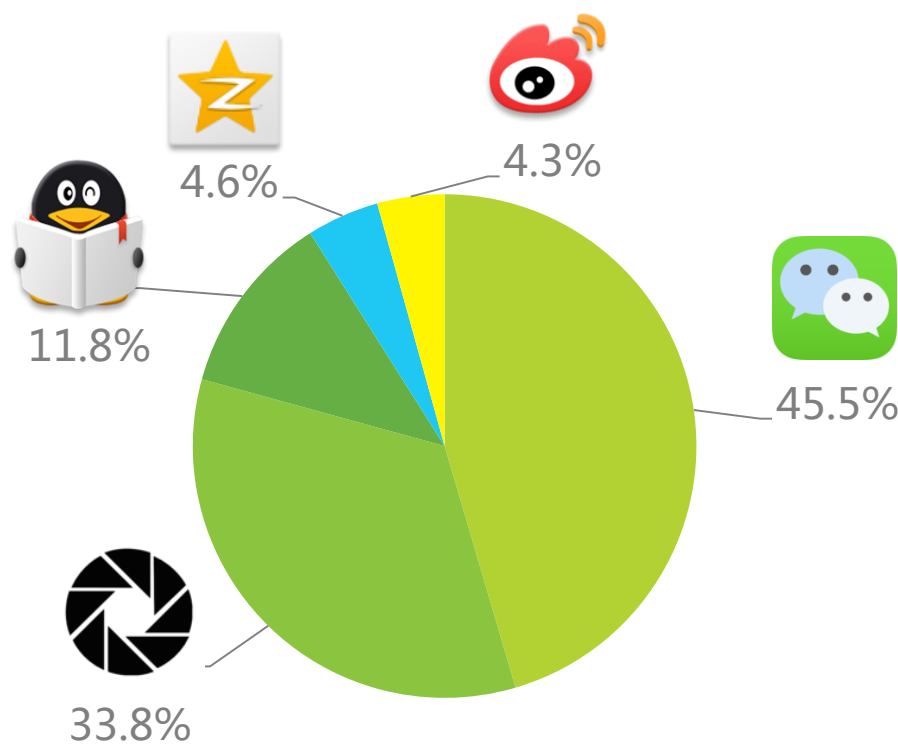


2015年资讯用户社交行为占比变化

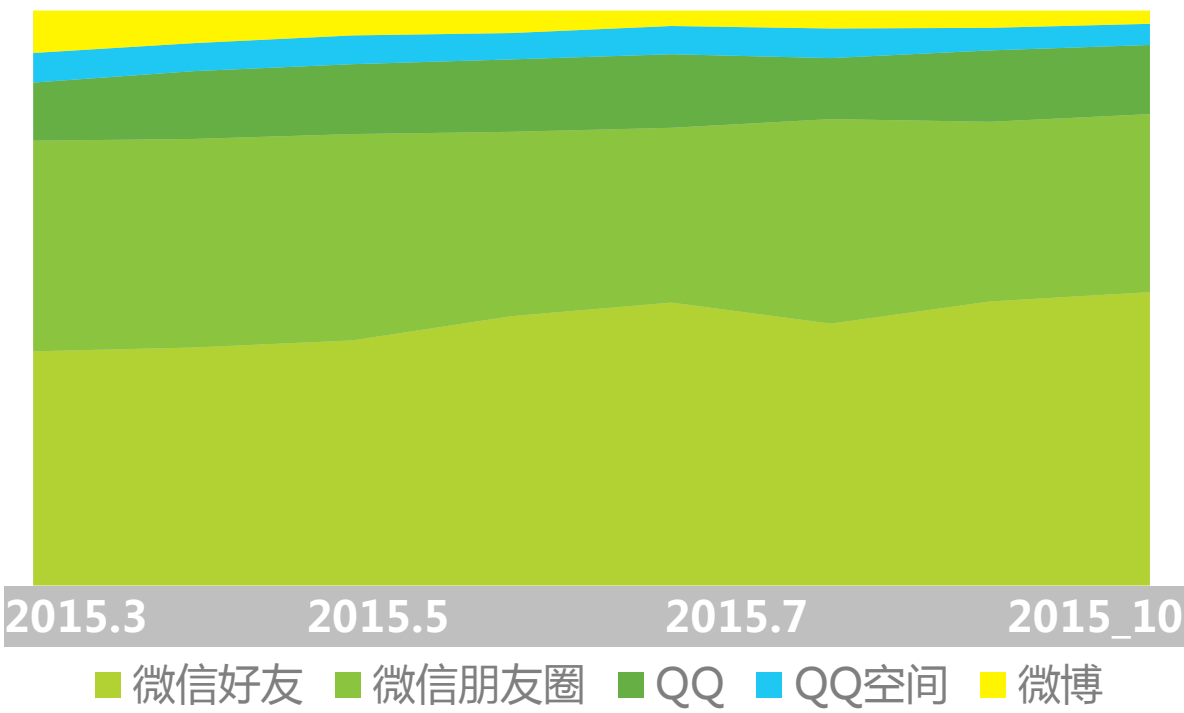


指向微信

资讯用户内容分享去向分布



2015年资讯用户分享去向比例变化



资讯习惯，如何变迁？

1

资讯用户，如何分流？

2

他们喜欢看什么？

3

看完之后做什么？

4

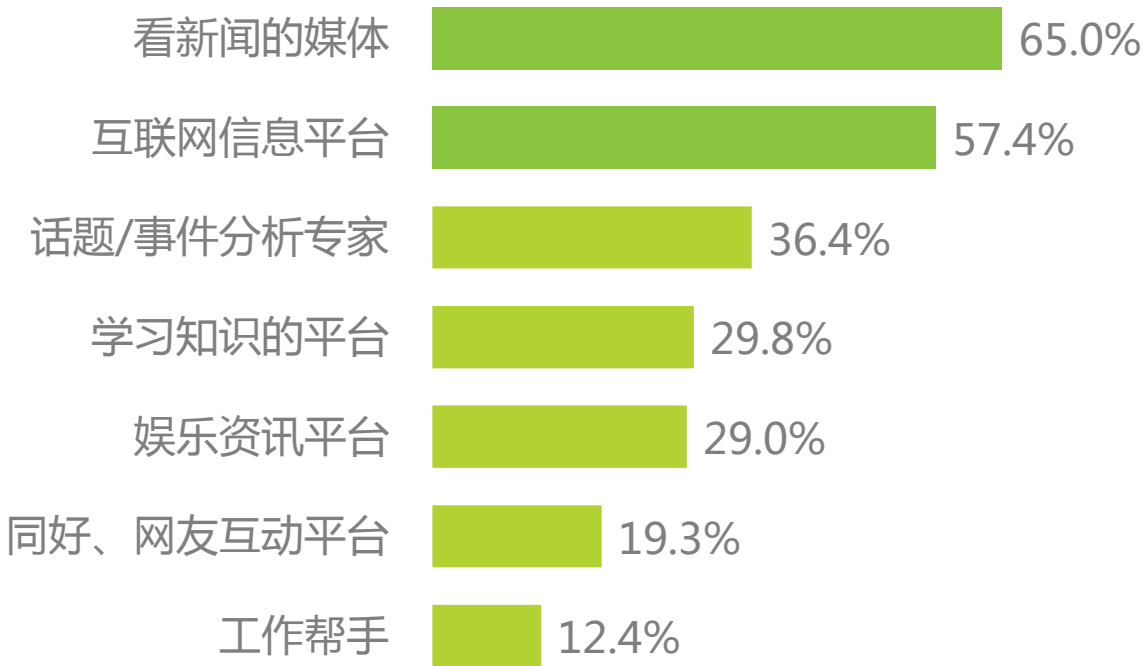
典型资讯渠道分析

5

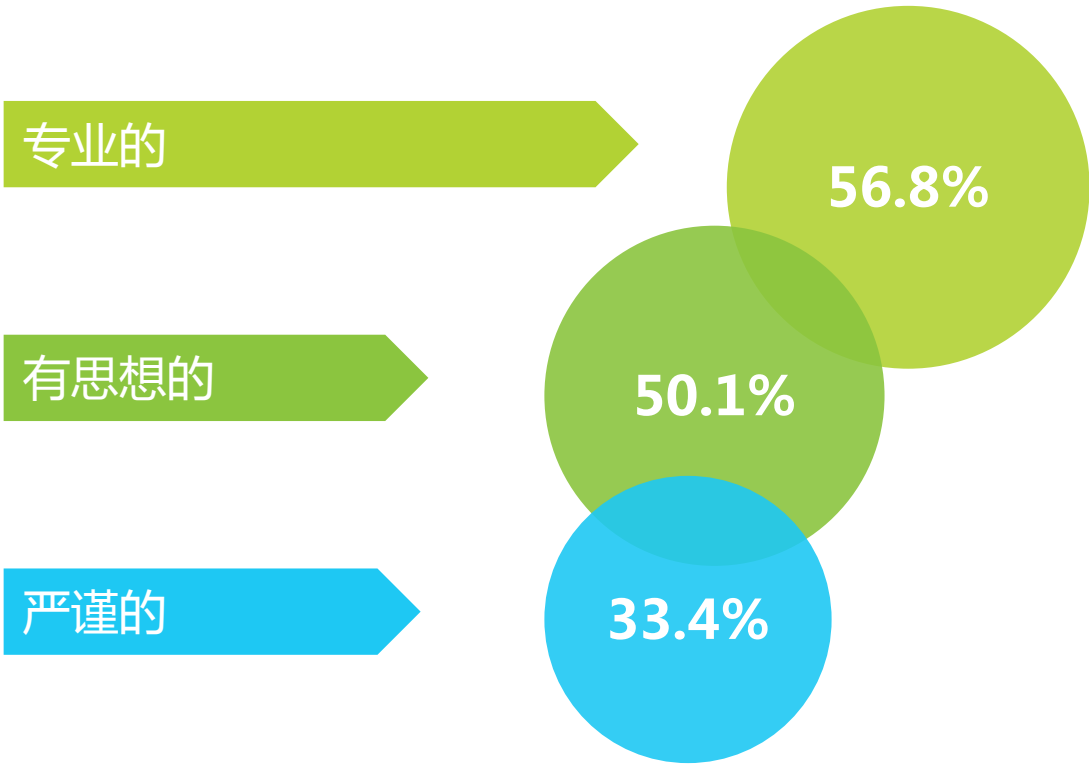
造价值，资讯专业度最受关注



移动资讯应用的主要价值点



资讯用户关注的品牌特征

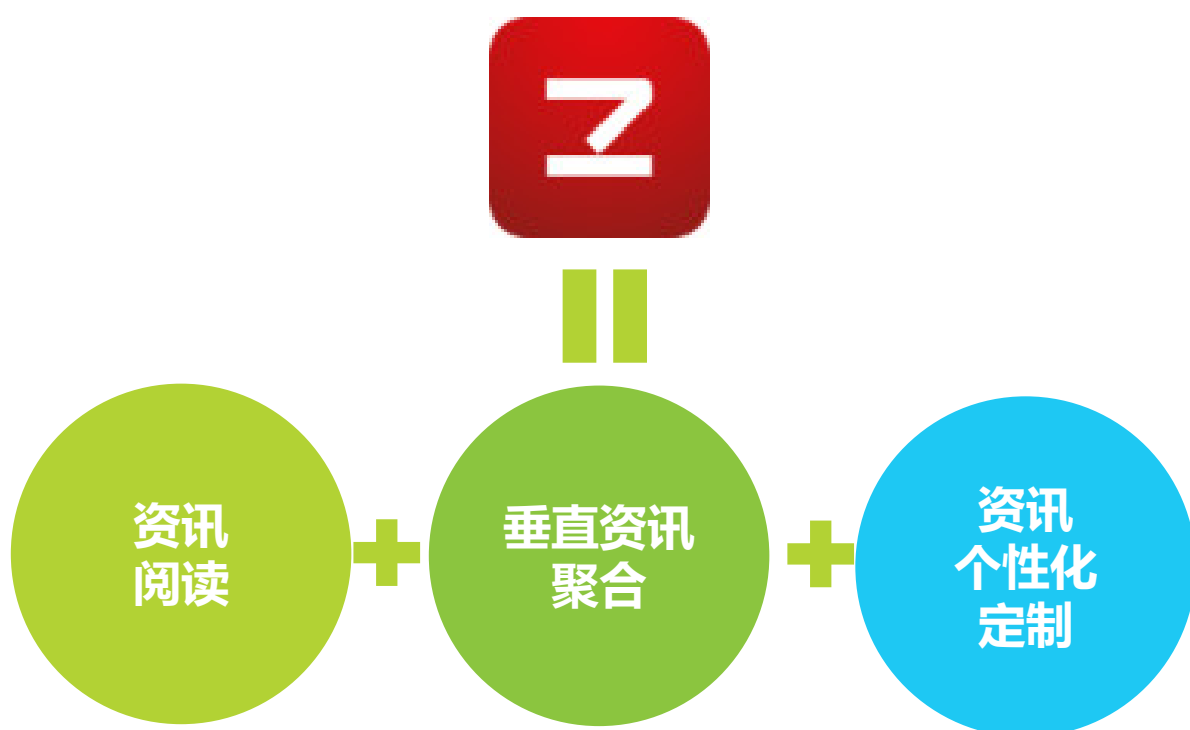


台同台竞争



垂直资讯应用	门户资讯应用
➤ 内容：聚合大量传统媒体、网络媒体资源	➤ 内容：整合自身门户内容，在移动端体现PC门户特征
➤ 服务：基于数据技术，在用户体验方面制造亮点	➤ 服务：以PC端用户为基础，注重网络互动、社交

代表



最早占领移动互联网市场份额的资讯阅读软件，被移动互联网业界视为社会化阅读的开创者与标杆，并深受用户喜爱。



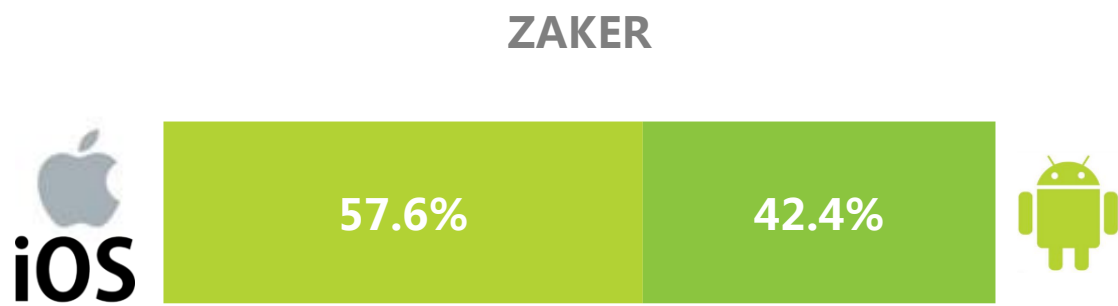
聚合资讯、报纸、杂志、图片、微信等众多资讯内容，并侧重垂直领域资讯展示与传播。

用户根据个人喜好和意愿进行资讯订阅，实现深度个性化定制阅读。



北上广，向二线城市扩散明显

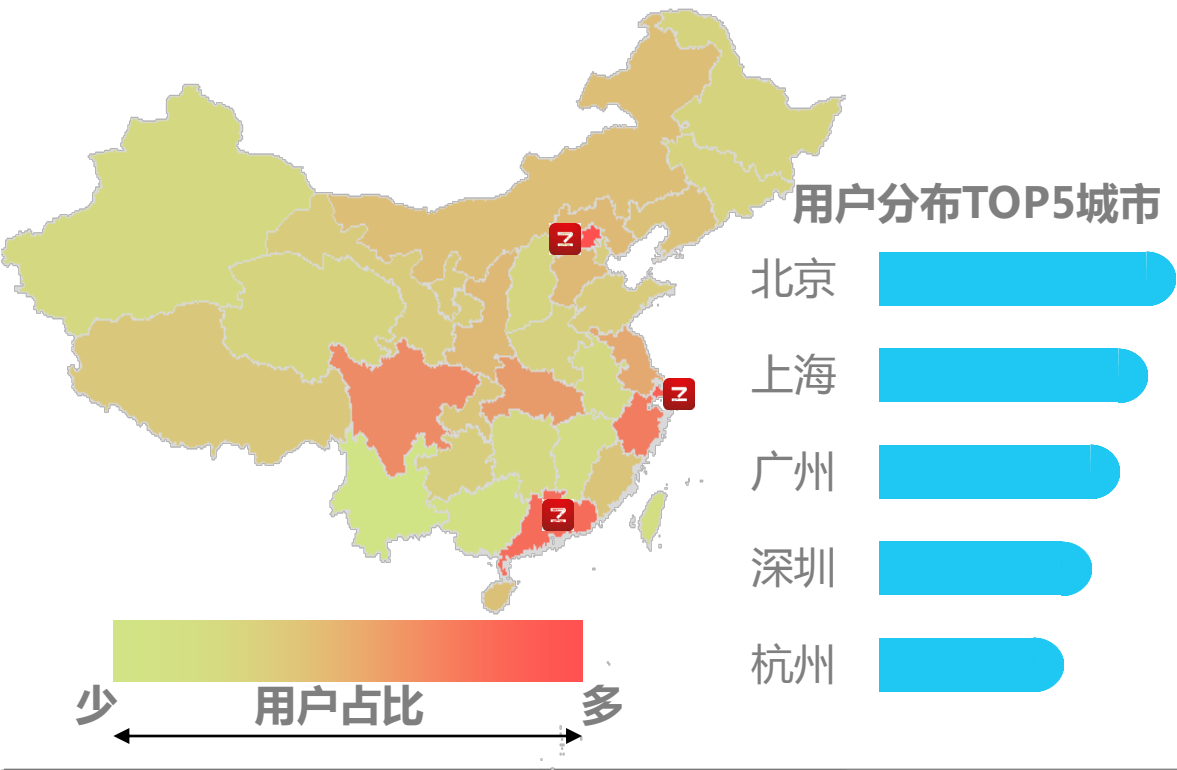
ZAKER用户手机系统分布



整体资讯用户



ZAKER用户地域分布



万条

2012-2015年ZAKER资讯供应量变化

