2015年

中国移动互联网资讯生活

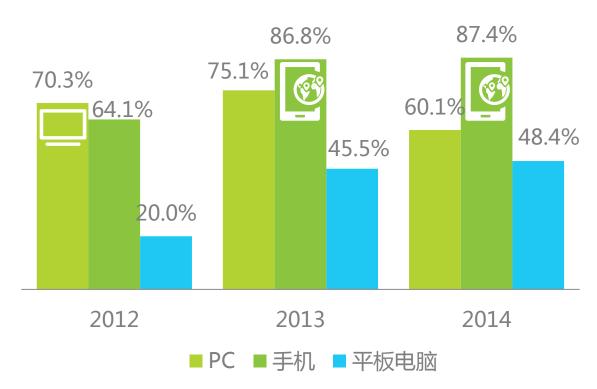
白皮书



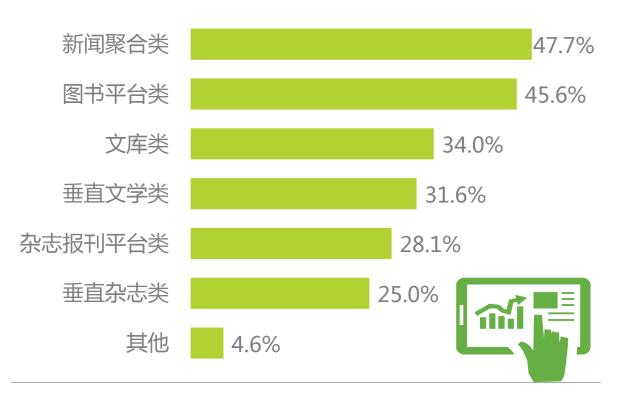
资讯习惯,如何变迁?	1
资讯用户,如何分流?	2
他们喜欢看什么?	3
看完之后做什么?	4
典型资讯渠道分析	5

道,新闻聚合App最受欢迎

2012-2014年用户主要资讯获取渠道

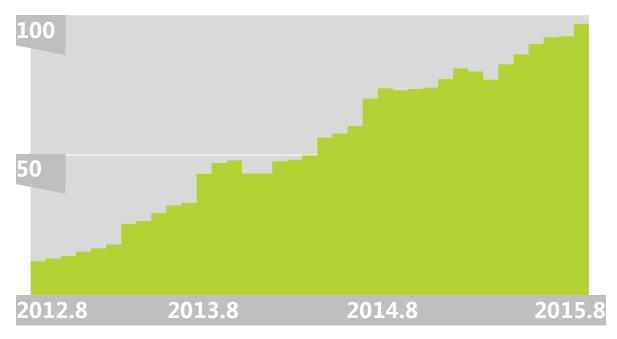


2014年移动端资讯阅读App类型偏好



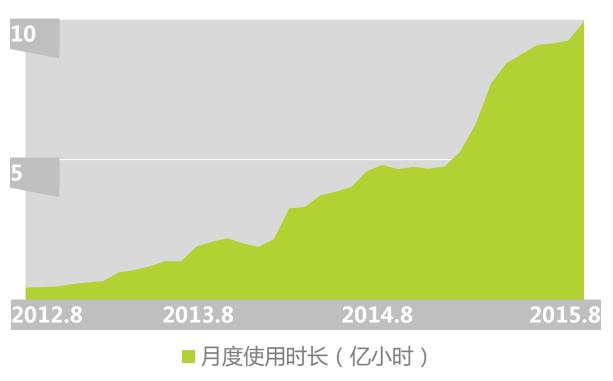
经历跨越式提升

2012-2015年移动资讯用户使用次数



■月度使用次数(亿次)

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

3	47.3%	社会	58.2%	1
	43.0%	财经	53.1%	2
	44.6%	时政	52.2%	3
2	48.1%	生活	49.6%	
	43.3%	科技	46.9%	
1	50.3%	娱乐	46.4%	
	43.4%	健康	40.3%	
	38.1%	旅游	32.5%	
	29.5%	汽车	31.3%	
	27.2%	体育	30.0%	
	37.7%	时尚	29.2%	
	38.6%	美食	28.1%	
	31.8%	人文	27.5%	
	23.8%	房产	25.7%	
	■ 2012年	Ŧ.	■ 2014年	

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

73% 男 65%

27% 女 35%

30% 24岁以下 17%

30% 25-30岁 23%

19% 31-35岁 24% 🕢

13% 36-40岁 21% ②

9% 40岁以上 15% 🕢

■ 2012.8 **■** 2015.8

2012-2015年Pad端资讯用户特征对比

67% 男 72%

33% 女 28%

34% 24岁以下 21%

24% 25-30岁 22%

18% 31-35岁 20% ②

13% 36-40岁 18% 🕟

11% 40岁以上 19% 🕢

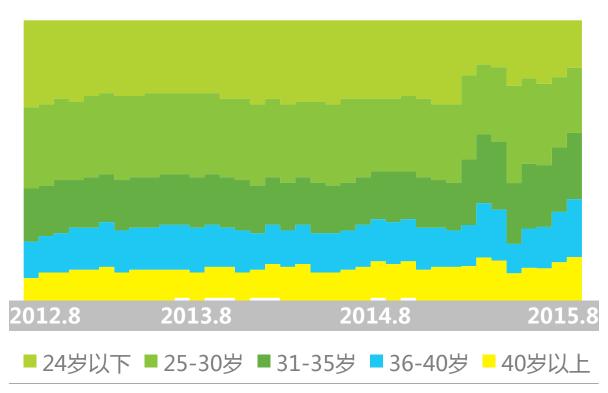
■ 2012.8 **■** 2015.8

比例正在提升

2012-2015年移动资讯用户性别比例

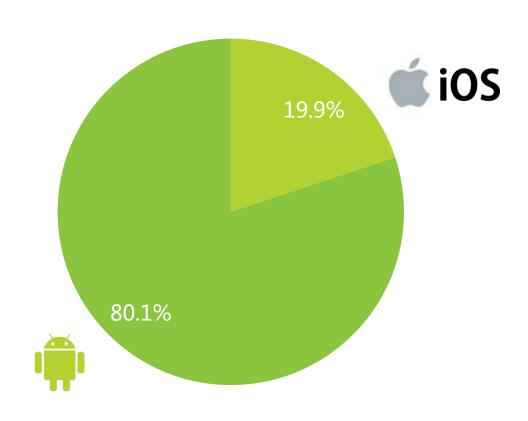


2012-2015年移动资讯用户年龄比例



苹果八成安卓

用户手机系统分布



用户主要省份分布

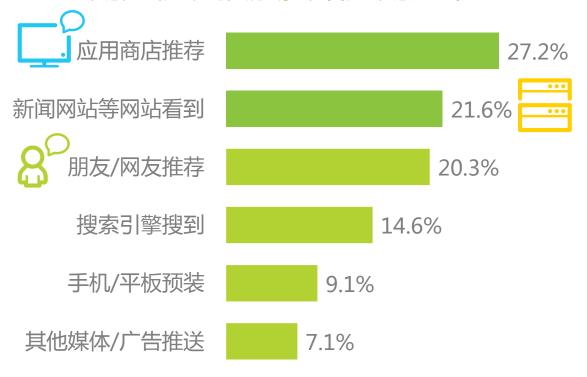


广东	河南	江苏	湖北	湖南	四川
		山东	陕西	安徽	天津
北京	浙江	河北	福建	辽宁	上 山海 西

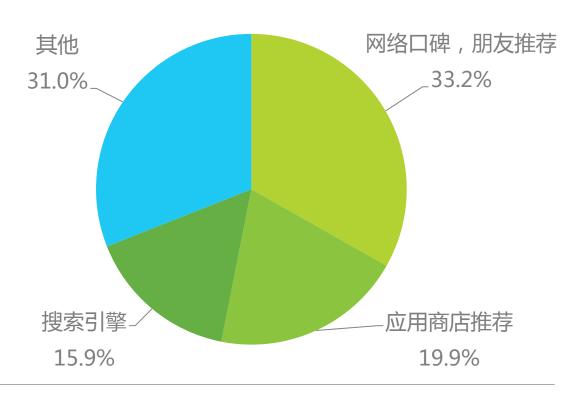
资讯习惯 , 如何变迁 ?	1
资讯用户,如何分流?	2
他们喜欢看什么?	3
看完之后做什么?	4
典型资讯渠道分析	5

传播左右用户选择

用户初次接触资讯应用的渠道

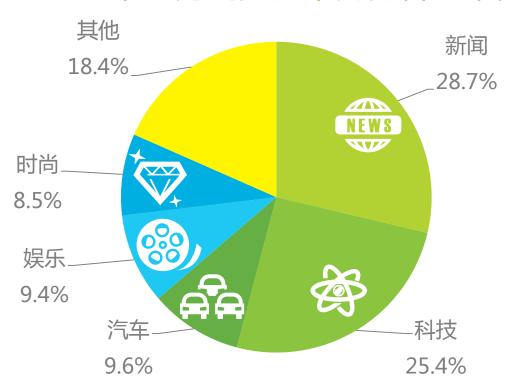


资讯品牌选择方式

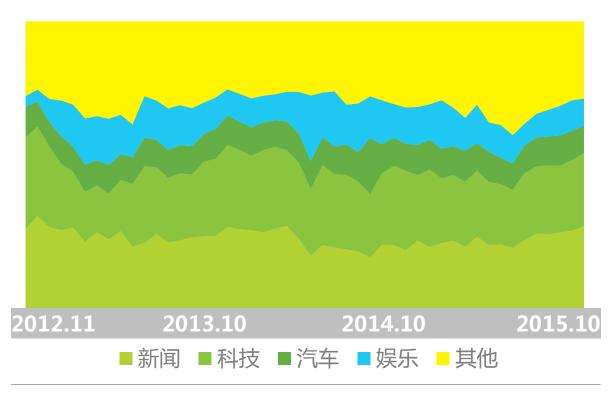


车等垂直内容吸引力强

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



国际大事、时尚话题

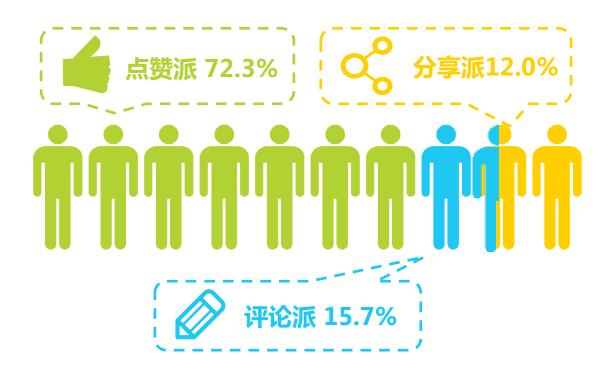
资讯用户兴趣标签分布



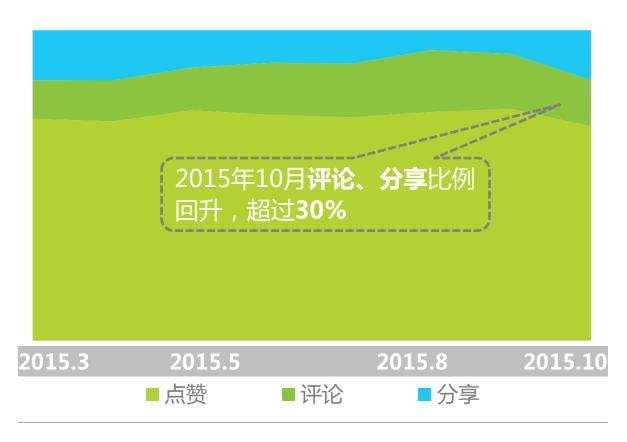
资讯习惯,如何变迁?	1
资讯用户,如何分流?	2
他们喜欢看什么?	3
看完之后做什么?	4
典型资讯渠道分析	5

派比例回升

资讯用户社交行为比例

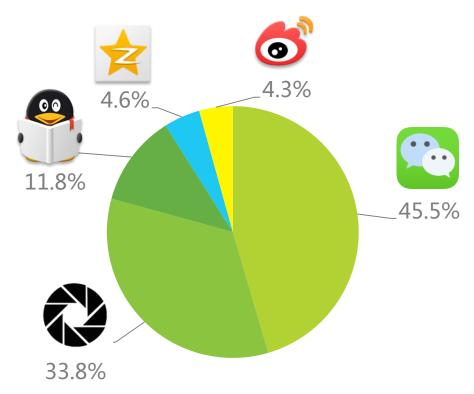


2015年资讯用户社交行为占比变化

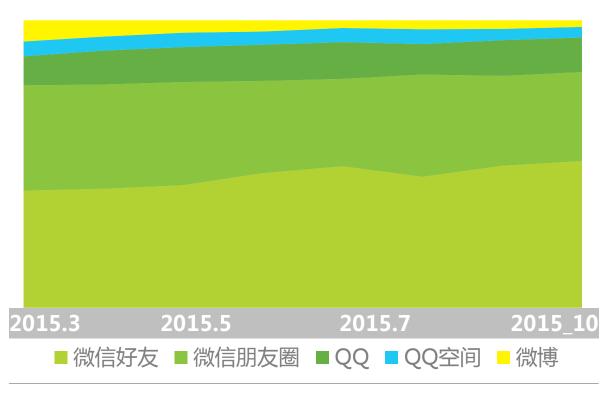


指向微信

资讯用户内容分享去向分布



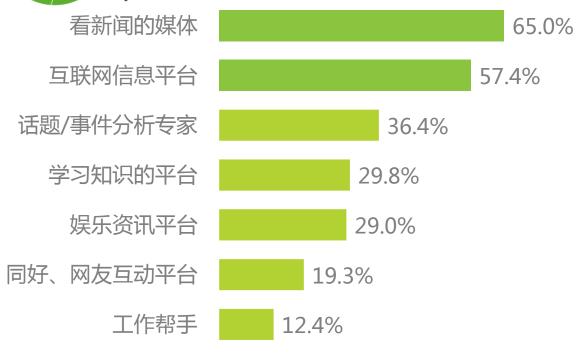
2015年资讯用户分享去向比例变化

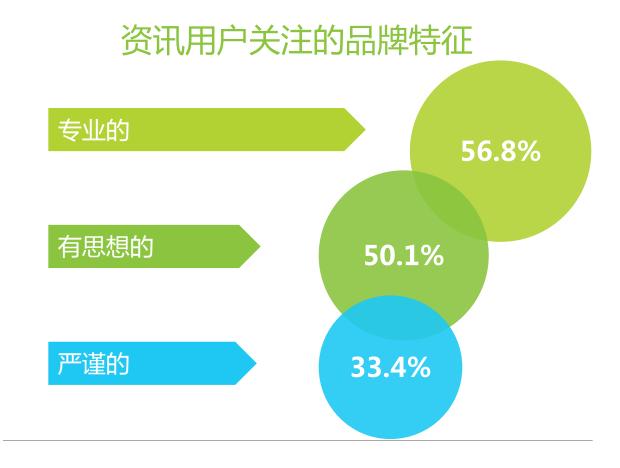


资讯习惯,如何变迁?	1
资讯用户,如何分流?	2
他们喜欢看什么?	3
看完之后做什么?	4
典型资讯渠道分析	5

造价值,资讯专业度最受关注







台同台竞争

垂直资讯应用 ——**提供分类、深入的聚合资讯**





1.

VS



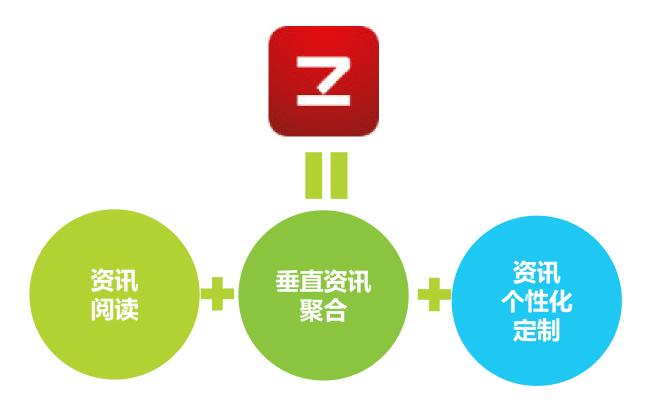




门户资讯应用 ——<mark>提供综合性互联网资讯与服务</mark>

	垂直资讯应用	门户资讯应用
. –	容:聚合大量传统 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
1017	用户体验方面制造	, ➤ 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 ZAKER



整体资讯用户



ZAKER用户地域分布 用户分布TOP5城市 北京 上海 广州 深圳 杭州

万条

2012-2015年ZAKER资讯供应量变化

