

澎湃
THE PAPER

iResearch
艾瑞咨询

中国原创新闻创新案例研究报告

2020年





新闻资讯行业整体情况：

1. 媒体形态多样，参与者泛化。新闻媒体结合自身特色重新定位；
2. 新闻的视频化、音频化随着技术发展应运而生，逐渐流行；
3. 标题党、内容质量差和同质化问题导致读者对当前新闻资讯行业整体满意度较低；
4. 综合新闻资讯平台基于流量推荐内容，如何在内容传播中传递正确价值观成为媒体课题。



原创新闻平台发展机遇：

1. 优质用户对内容获取效率有高要求，原创新闻平台提供公信力强与深度内容，提供高效的信息获取渠道；
2. 短视频/直播等传播媒介的门槛降低，需要原创新闻提供丰富的内容形态，让用户对新闻事件有更清晰的感知；
3. 原创媒体和资讯平台相互离不开，原创媒体提供有质量的内容，资讯平台为内容的传播提供声量；
4. 原创新闻平台积累了品牌公信力，深度内容挖掘能力。真实专业与独家原创为原创新闻平台的核心优势与重要特色。



原创新闻平台用户群体分析：

1. 原创新闻平台的用户学历、收入、职业都更具优势；
2. 用户享受生活，在消费时更注重追求品质，营销价值较高；
3. 原创新闻在广告营销上也更注重与新闻内容的结合与关联，营销方式不强硬，更容易获得消费者对广告的信任度与好感度，可以取得更好的营销效果。

概念界定：互联网新闻资讯平台主要分为原创与综合两类

目前的新闻资讯平台主要分为原创新闻平台与综合资讯平台两类。1) 其中，拥有互联网新闻采编资质的**原创新闻平台**，兼有新闻内容生产和新闻资讯分发双重能力，多由传统媒体机构转型而来，媒体公信力较强，对于“两会”、“疫情”等社会公共事务的报道也更有优势。2) 而作为信息搬运工的**综合资讯平台**，因平台自身不生产内容，主要依托大数据优势，为用户提供精准匹配感兴趣的资讯内容，提升其资讯获取效率。

本报告将聚焦于原创新闻平台，对原创新闻平台用户（近期有过原创新闻网站/客户端使用行为的用户）的触媒行为和平台使用评价等方面进行深入分析。

2020年中国互联网新闻资讯平台主要类型特征梳理



原创新闻平台

媒体公信力较强
兼具新闻生产和分发双角色



综合资讯平台

包括门户新闻平台和聚合类新闻平台
基本不生产内容
多为算法分发

来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

研究对象

原创新闻：兼具新闻生产与分发，多渠道输出原创内容

原创新闻平台是指具有**一级互联网新闻信息采编资质**和**互联网视听服务许可证**，主要由编辑产出原创新闻内容的新闻网站和新闻客户端。原创新闻平台在自有网站/客户端上分发原创新闻内容之余，也会通过版权合作、账号入驻等方式，为综合资讯输送新闻内容。

对于综合资讯平台而言，原创新闻平台生产的新闻内容是其内容池的重要组成部分；而对于兼有新闻内容生产和新闻资讯分发双重能力的原创新闻平台而言，编辑产出的新闻内容通过综合资讯平台实现的广泛传播也能助力自身品牌溢价提升，二者共同打通了媒体新闻内容从生产到分发的链路。

2020年中国原创新闻平台内容输出路径梳理



研究方法

多元化的信息采集与分析



在线问卷调研

样本来源：

共计回收有效样本 2959 个，其中：

1. 艾瑞iUserSurvey调研社区
 - 回收有效样本：N=1545
2. 澎湃新闻自有渠道，包括澎湃新闻APP、网站和官方微博等
 - 回收有效样本：N=1414



桌面研究

研究新闻资讯行业发展情况：

1. 网络公开信息资料
2. 行业学者、专家等采访资料
3. 行业相关出版书籍、报刊
4. 公开发布的权威性研究报告、论文等



大数据挖掘

UserTracker数据监测产品：

1. 利用艾瑞数据监测产品 UserTracker分别挖掘PC端和移动端原创新闻资讯平台及综合新闻资讯平台用户属性维度数据
2. 挖掘周期为2019年11月至2020年4月，共计6个月

中国原创新闻行业发展环境和特色分析

1

新闻资讯行业整体评价及用户使用现状

2

原创新闻平台用户画像

3

澎湃新闻用户使用行为洞察和营销潜力

4

中国原创新闻产业发展趋势

5

中国互联网新闻政策发展分析

互联网新闻信息发布趋于法规化、规范化、严格化

《即时通讯工具公众信息服务发展管理暂行规定》

2014年8月，国家互联网信息办公室发布《即时通讯工具公众信息服务发展管理暂行规定》，要求即时通信工具服务提供者应当“取得法律法规规定的相关资质”，其中新闻单位、新闻网站开设的公众账号“可以发布、转载时政类新闻”，其他公众账号未经批准不得发布、转载时政类新闻。

解读：

1. 仅获得相关资质的新闻网站具有时政新闻发布/转载权利

《关于在新闻网站核发新闻记者证的通知》

2014年10月，国家新闻出版广电总局和国家互联网信息办公室联合发布了《关于在新闻网站核发新闻记者证的通知》，要求在全国新闻网站正式推行新闻记者证制度，明确了新闻网站的记者正式拥有合法的采编权利，也具有同等的责任和义务。

解读：

1. 明确新闻网站记者合法采编权利
2. 新闻采编活动更加严格

《互联网新闻信息服务管理规定》

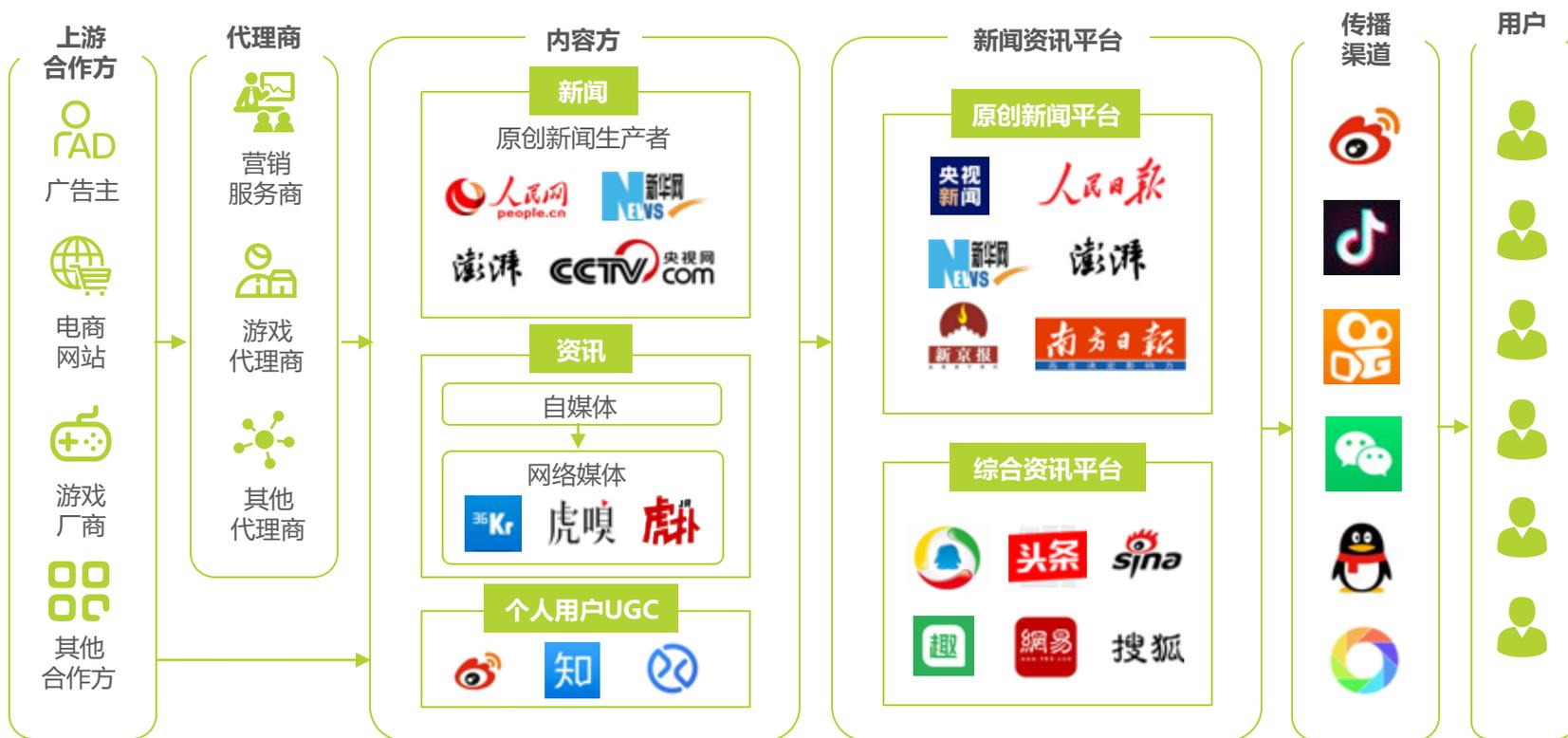
2017年6月1日，国家互联网信息办公室室务会议审议通过《互联网新闻信息服务管理规定》，规定增加了“发挥舆论监督作用，促进形成积极健康、向上向善的网络文化”；同时，《规定》提高了申请提供互联网新闻信息服务的许可门槛，明确了申请互联网新闻信息服务许可。

解读：

1. 提高互联网信息服务许可门槛
2. 强调新闻平台舆论监督导向作用，并对舆论导向提出了明确的要求

中国互联网新闻资讯产业图谱

2020年中国互联网新闻资讯行业产业链



服务企业

支付平台



技术支持



数据服务

投资机构、第三方数据公司等

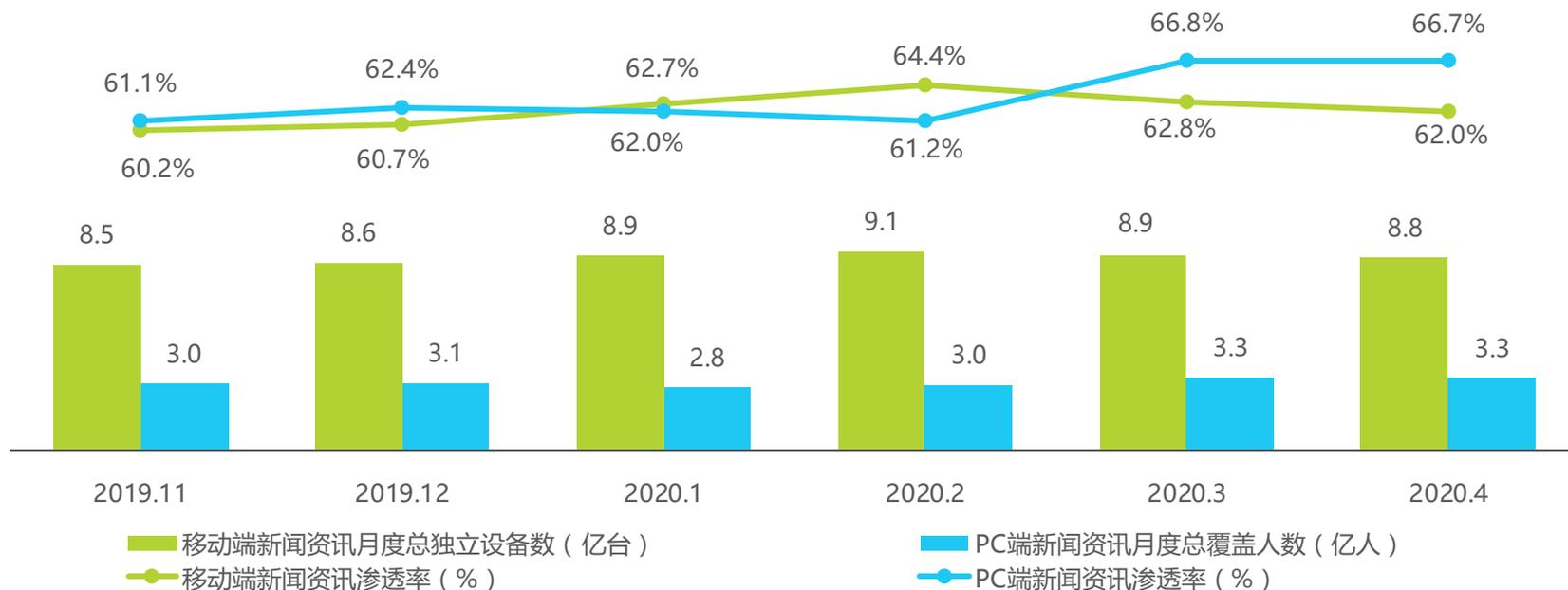
其他服务企业

中国互联网新闻资讯行业流量分析

新闻资讯行业渗透率已超过60%

受用户使用习惯影响，手机成为用户第一使用设备，根据艾瑞UserTracker数据监测结果显示，移动端新闻资讯月度总独立设备数达到了8.8亿，PC端新闻资讯月度总覆盖人数达到了3.3亿。移动端新闻资讯服务增长趋于平缓，PC端新闻资讯服务仍保持稳步增长趋势。值得一提的是，移动端和PC端新闻资讯渗透率均超过了60%，显示出较强的用户覆盖程度。

2019年11月-2020年4月中国新闻资讯行业月度总覆盖及渗透率



来源：数据来自UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国原创新闻行业发展环境

参与者泛化，行业需要有质量、有深度的专业报道

自媒体崛起，降低了新闻事件报道的门槛，也导致综合资讯平台自媒体新闻内容质量良莠不齐。而行业对流量的渴求，一定程度助长低质量内容的生产与分发。在行业缺乏有质量、有深度的专业报道的背景下，优质内容地提供成为竞争关键。原创新闻平台在提供高质专业的新闻服务基础上，通过引入编辑主导反馈的推荐算法提高了用户获取信息的信噪比，提升了平台自身的品牌价值。

原创新闻平台提供的服务

坚持产出真实专业的原创内容，提供高质量的新闻服务。

搭建分发平台，邀约潜力作者，突破内容生产瓶颈，提升平台内容产能，丰富内容品类。

专业记者团队
高质新闻产出

发现潜力作者
构建良好生态

人工筛选推荐
内容质量保证

采编加权
的价值观算法

对新闻内容的审核筛选和内容推荐以人工为主，体现专业背景知识的价值。

区别于纯算法分发，编辑推荐方式由中心人工主导，掌握了信息传播的决策权，提升用户获取信息的信噪比。

原创新闻平台

内容来源

内容分发

中国原创新闻行业发展环境

传播媒介转变，促进媒体形态改变

随着信息传播媒介的转变，互联网资讯平台尤其是信息流资讯平台崛起，引发媒体形态改变，新闻资讯市场上的博弈也愈发激烈。其中拥有互联网采编资质的原创新闻平台，正在完成新媒体化转型，融合多种传播渠道，构建由网页版、移动版App、微博、媒体号等组成全方位传播媒体矩阵，实现多渠道内容分发。而综合资讯平台对优质新闻内容的版权合作需求越来越旺盛。综合资讯平台与原创新闻平台合作跟踪新闻事件的报道，成为当前新闻行业常规操作。

新闻平台布局各分发渠道



来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

中国原创新闻行业发展环境

技术发展实现多元形式内容传播

随着技术进步，为提高用户粘性，资讯内容形式呈现多元化、多场景、多层次的趋势，运用智能分发、5G及VR/AR技术等，能够实现多元形式的内容传播，如直播、短视频、音频和AI播报等，已成为创新新闻报道新模式。各平台正努力完成自身媒体体系下的资源整合，为用户提供具有现场感，适合不同场景的内容形态与传播方式。

技术发展实现多元形式内容传播



直播



兼具时效性、真实性与互动性

报道形式灵活、快捷，更直观地展示新闻内容



短视频



音频



报道内容更丰富，信息更全面、具体、生动

来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

中国原创新闻行业发展环境

算法基于流量 价值观引导难以体现

在资讯内容产量爆发式增长的背景下，机器算法成内容分发主流形式。但机器算法往往关注流量转化效果，疏于体现新闻媒体的价值观引导属性。假消息与低俗内容充斥的环境下，能够提供脱离低级趣味的内容且实现正确价值观引导的新闻平台恰是当下用户所喜闻乐见的。

原创新闻平台的坚守

打造高质量品牌形象

坚持原创新闻、坚持新闻理想，以报道质量树立新闻报道品牌

优化算法推荐

发展基于价值观引领的智能推荐算法

多渠道内容分发

利用内外两个平台，最大限度在保证报道质量的基础上拓展优质内容和声量



中国原创新闻行业发展特色

原创新闻平台和综合资讯平台三大特点对比

原创新闻平台

- 内容兼具深度和广度，主要聚焦时政类新闻，具有较高的权威性和可信度。
- 兼顾新闻生产与分发，多渠道输出原创内容。
- 原创性新闻平台拥有多年的用户积累，新闻品牌影响力较大。
- 擅长新闻内容与营销内容结合，能够在用户自主阅读的过程中进行潜移默化的营销，营销方式更为自然。



综合资讯平台

- 作为信息分发平台，聚合多平台内容，内容覆盖面广，平台自身基本不生产内容。
- 用户流量和活跃度都较高。
- 依托大数据优势，为用户个性化推荐的精准度更高。
- 营销形式丰富多样，能够结合广告主需求向目标用户精准投放。

疫情之下的原创新闻行业

重大事件面前，原创新闻的公信力与社会监督价值凸显

在这次举国战役中，原创新闻平台保障了信息的公开、透明、真实和快速传播，消除和减少了因信息带来的社会恐慌和不确定性因素，从及时性、准确性、服务性、公益性和知识性五个维度进行价值输出。为维护社会稳定发挥了重要作用。

对疫情的持续跟进报道



辟谣专区具备专业权威优势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

中国原创新闻行业发展环境和特色分析

1

新闻资讯行业整体评价及用户使用现状

2

原创新闻平台用户画像

3

澎湃新闻用户使用行为洞察和营销潜力

4

中国原创新闻产业发展趋势

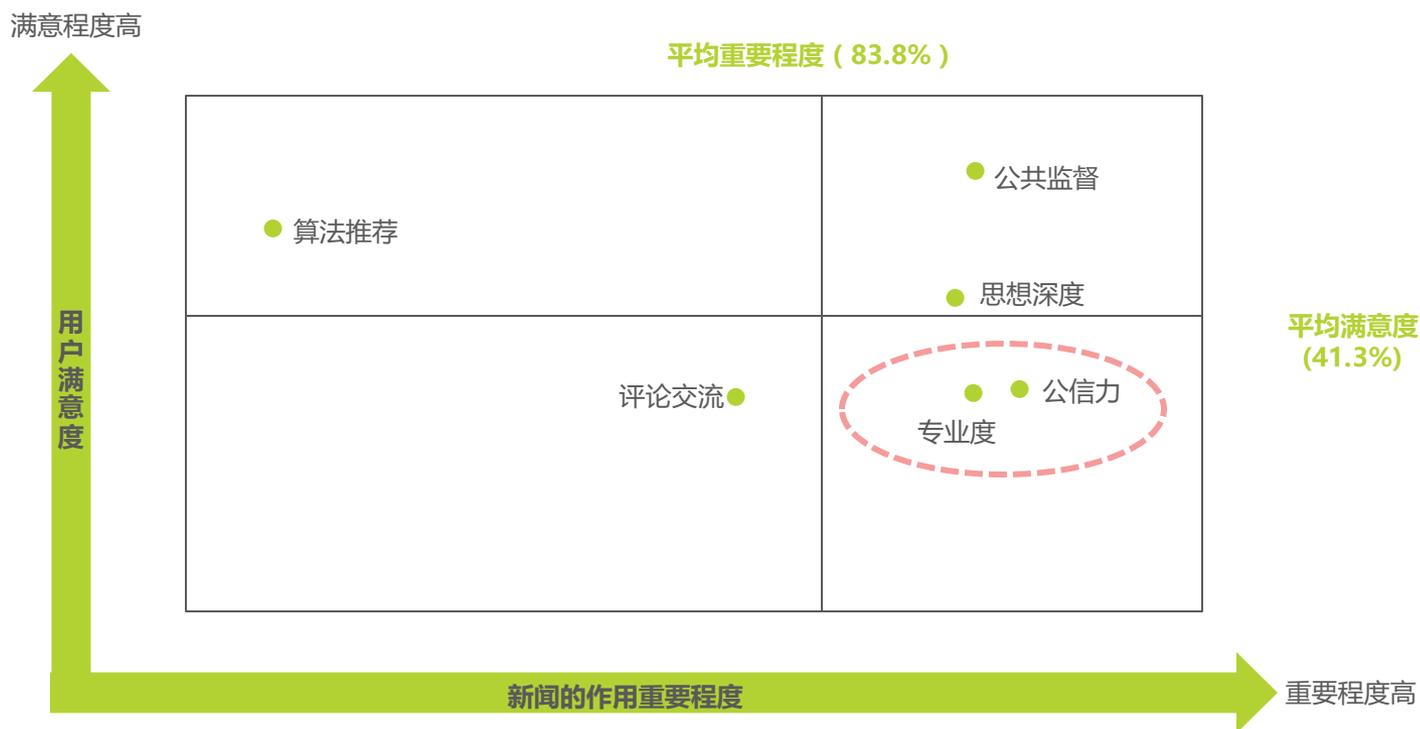
5

新闻行业整体评价

对行业各方面的满意度较低，专业度及公信力缺失亟待改善

从新闻资讯行业整体来看，用户认为公共监督作用、内容具有思想深度、新闻质量有公信力、团队专业度高都是非常重要的指标，但整体用户在这些方面的平均满意度却只有40%左右，其中公信力和专业度层面满意度甚至低于平均水平，亟待改善和提升。

2020年新闻资讯用户对新闻作用重要度与满意度评价



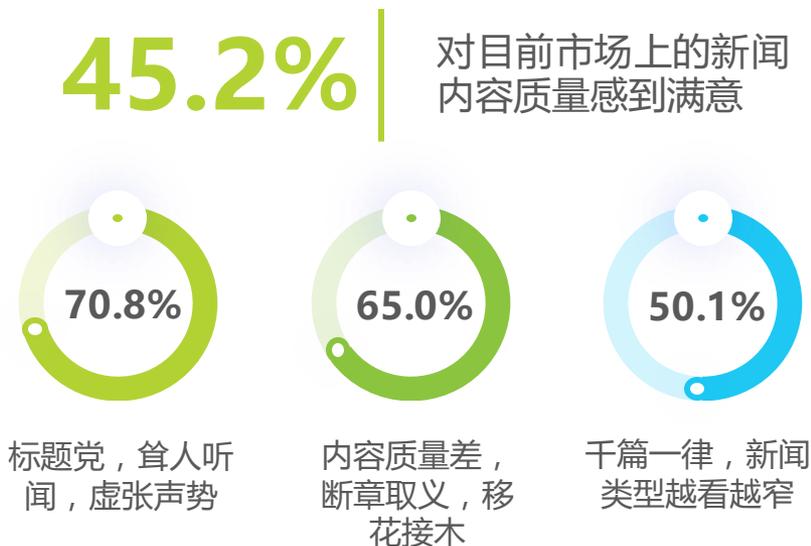
注释：A4对于一个新闻平台来说，您认为以下方面的重要程度？A5您认为目前新闻行业整体在这些方面的表现？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

整体新闻内容质量评价

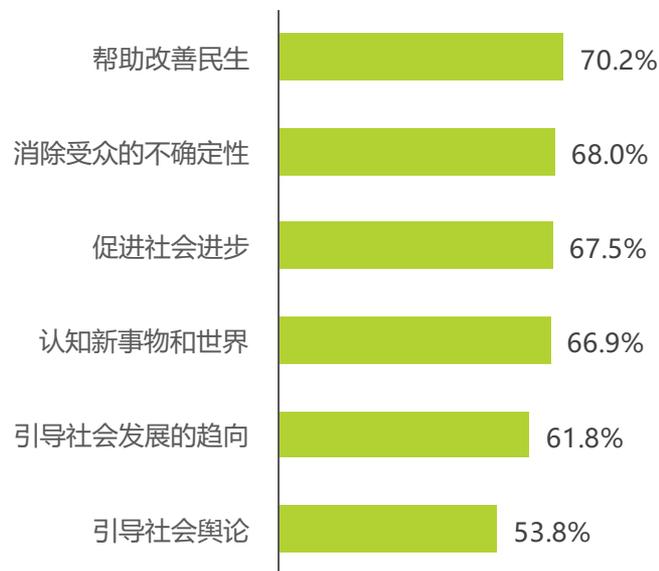
用户对当前的新闻质量普遍感到不满

仅45.2%的新闻资讯用户对目前市场上的新闻内容质量感到满意，总体满意度偏低。用户不满意的点主要集中在报道标题党、质量差、同质化现象严重这三大方面。信息过载的当下，用户对新闻报道提出了更高的要求，其中新闻报道应敢于揭发民生问题，帮助改善民生成为新闻资讯用户最大的诉求。

当前新闻内容整体满意度与不满意的原因



新闻报道应该具备的作用



注释：A1对目前市场上的新闻内容质量是否满意？A2对新闻内容质量不满意的原因？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

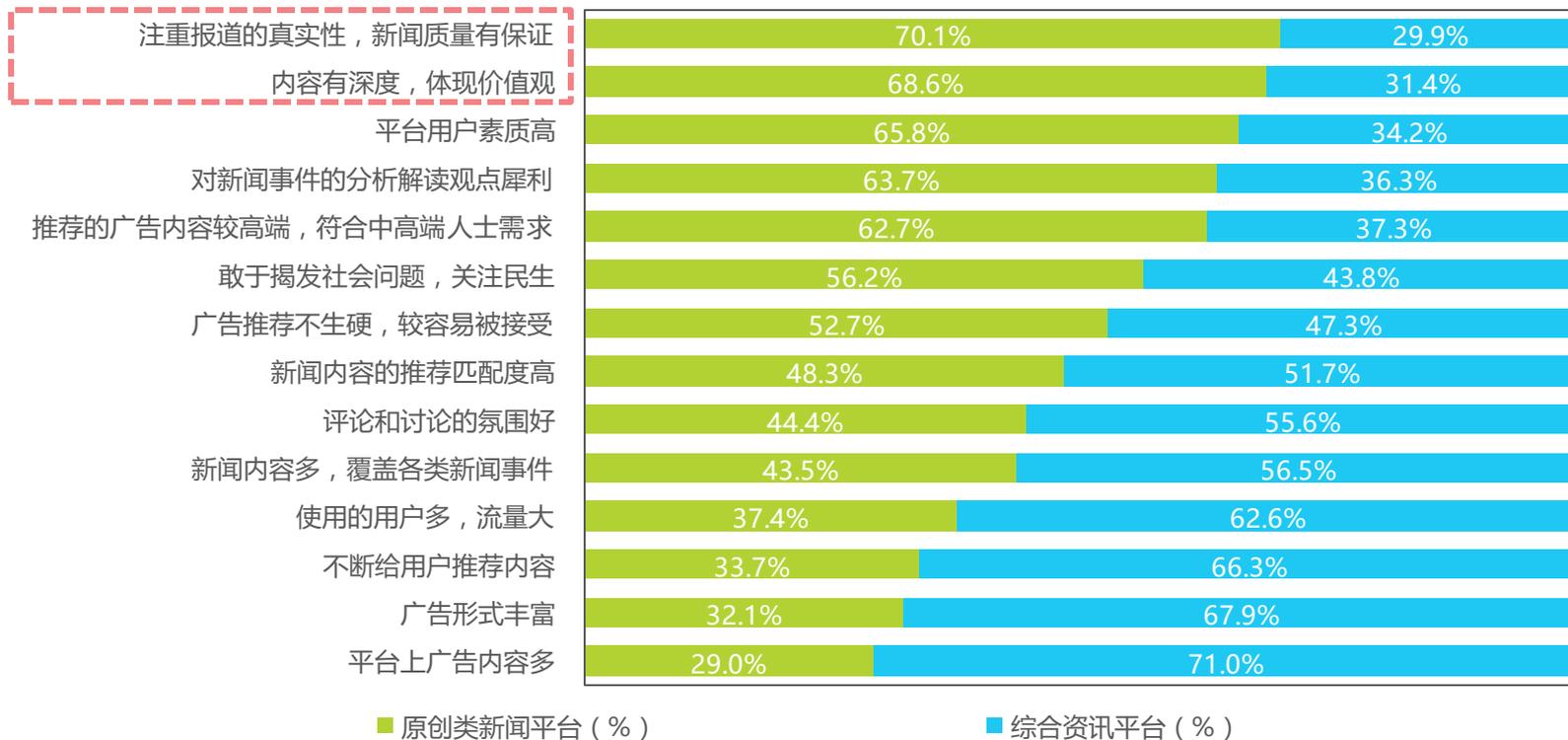
注释：A6认为新闻报道应该具有哪些作用？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

不同类型新闻资讯平台的评价

原创新闻媒体注重报道的真实性，新闻质量有保证，内容有深度

新闻资讯用户对不同类型的平台有较为清晰的评价认知，超过70%的用户认为原创新闻在报道真实性和质量上更有保证，内容也更有深度，平台的整体用户素质较高。对于综合资讯平台，用户认为显著的特点是广告多并且形式丰富，以及依托算法不断为使用者推荐内容。

2020年中国新闻资讯用户对新闻资讯平台的评价



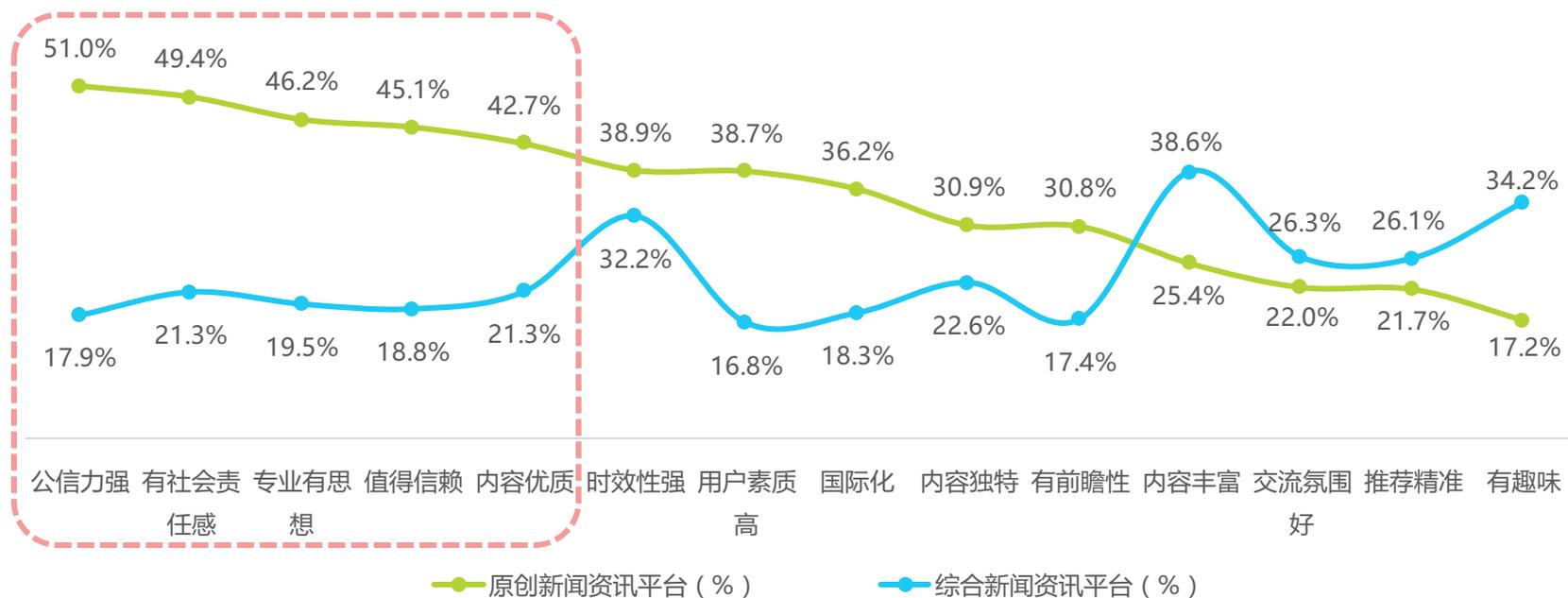
注释：A13认为更适合用来形容哪一类新闻资讯平台？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

不同类型新闻资讯平台印象评价

原创新闻平台公信力更强，内容深度和质量有保证

原创新闻资讯平台在公信力强、有社会责任感、专业有思想、值得信赖和内容优质等方面评价明显高于综合新闻资讯类平台，说明用户较为认同原创新闻平台的媒体公信力与内容质量。但在内容丰富性、精准推荐和内容趣味性略逊于综合新闻资讯平台，这与平台本身的内容定位有较强的关系。

2020年中国不同类型新闻资讯平台印象评价



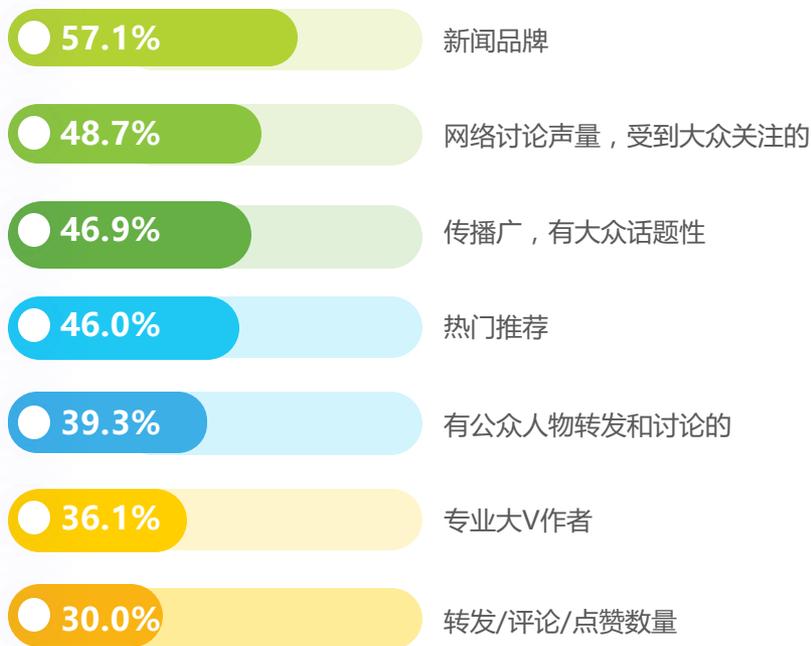
注释：A14针对不同的新闻资讯类型平台，您认为适合用哪些词来形容？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

优质新闻内容获取方式

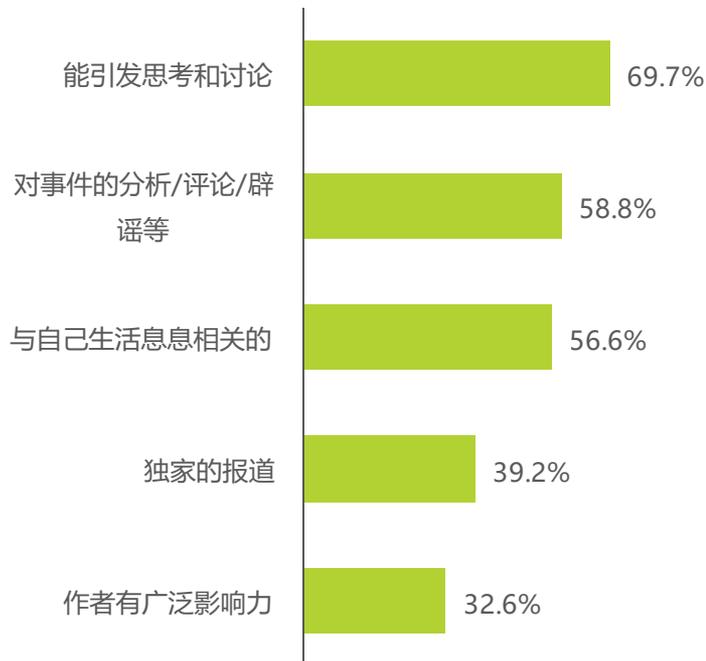
新闻品牌已成为用户判断优质内容的重要依据

接近六成用户会通过新闻品牌来筛选优质内容，在“标题党”、质量差、同质化现象严重的情况下，新闻品牌已成为用户进行新闻选择和判断的重要参考因素。用户在阅读新闻内容时也会有互动行为，但并非所有内容值得用户去主动转发、评论和推荐，接近70%的用户表示能够引发思考和讨论的高质量 and 深度内容才会激发他们的互动。

2020年中国新闻资讯用户筛选优质内容的方式



2020年中国新闻资讯用户主动转发/评论/推荐内容的原因



注释：A7在浏览新闻资讯时，会通过哪些方法筛选优质内容？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

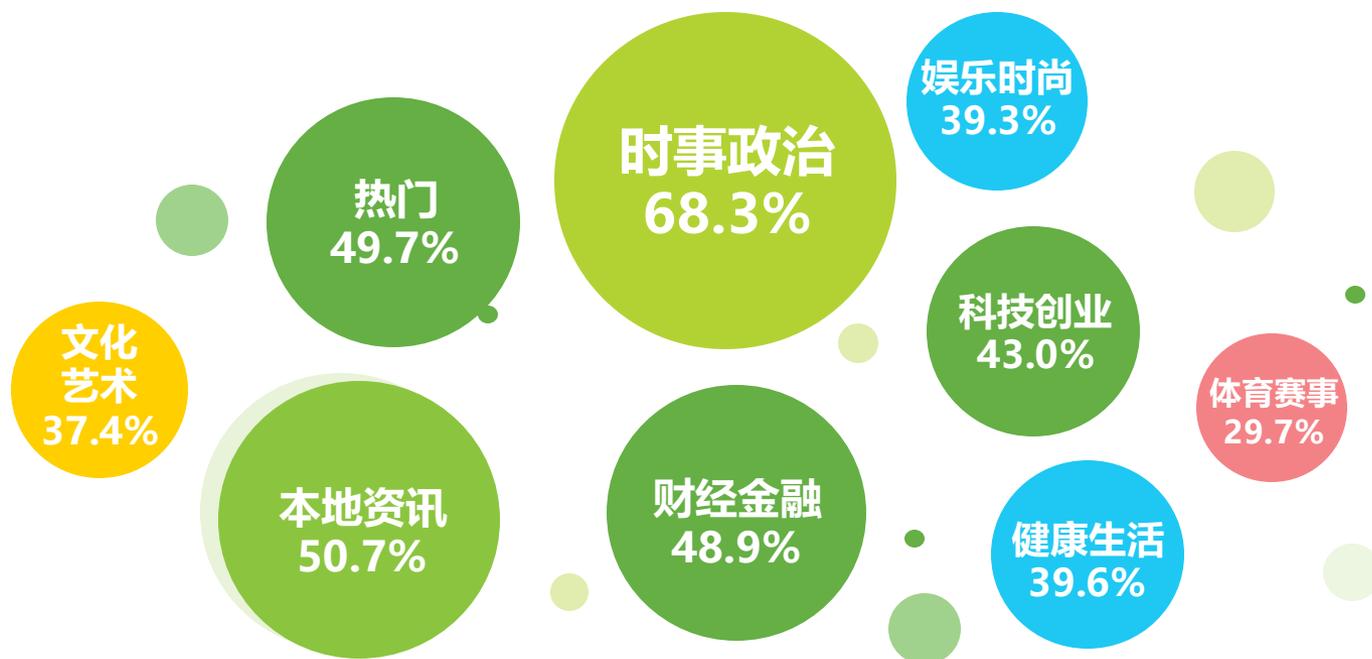
注释：A8一般怎样的新闻内容您会主动转发/评论/推荐给他人？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

新闻内容偏好

最关注时事政治，其次是与工作、生活息息相关的内容

用户对时事政治类内容的关注度最高，接近70%。其次，用户对与日常工作与生活紧密相关的本地资讯、热门、财经金融和科技创业等领域的关注度也较高，均超过了40%。

2020年中国新闻资讯用户新闻内容偏好



注释：A3在访问原创新闻平台时，通常会访问哪些内容？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

新闻形式偏好分析

图文形式最受用户青睐，短视频形式关注度超50%

伴随着技术发展，信息展现形式日渐丰富，用户对于图片、短视频等简洁直观的多元内容载体的接受度增强。图文形式最受新闻资讯用户偏爱，接近70%用户倾向浏览图文新闻。此外，短视频展现方式也获得了54.1%的用户的青睐，在各种新闻资讯形式中位列第二。

2020年中国新闻资讯用户新闻资讯形式偏好



69.7%
图文



54.1%
短视频



39.3%
组图



36.9%
纯文字



31.8%
直播

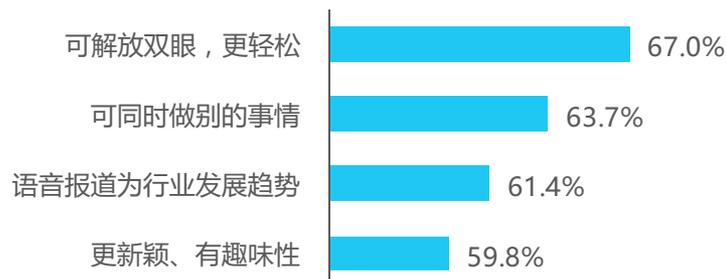


18.8%
语音

2020年中国新闻资讯用户对短视频报道形式看法



2020年中国新闻资讯用户对语音报道形式看法



注释：A9在看新闻资讯时，偏好怎样的新闻形式？
样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

注释：A10哪些符合您对短视频形式的新闻报道看法？A11哪些符合您对语音形式的新闻报道看法？

样本：N=2959，于2020年6月通过联机调研获得。

中国原创新闻行业发展环境和特色分析

1

新闻资讯行业整体评价及用户使用现状

2

原创新闻平台用户画像

3

澎湃新闻用户使用行为洞察和营销潜力

4

中国原创新闻产业发展趋势

5

中国原创新闻平台用户画像

高学历、高收入、高消费的活力青年

性别&年龄

男性占比**55.8%**，略高于女性
平均年龄为29岁



职业

以企业普通员工及管理人员为主
其中企业中层管理人员TGI为**111.5**
企业高层管理人员TGI为**118.0**



学历

硕士及以上人群占比接近**30.0%**
硕士/MBA人群TGI为**121.6**
博士及以上人群TGI为**118.9**



消费水平

平均每月支出可达**11797.5元**
购物消费占比为**55.8%**



城市分布

一线城市和新一线城市的用户占比
高达**65.1%**
一线城市用户TGI为**105.6**



收入情况

用户个人平均年收入：**19.5万元**
用户家庭平均年收入：**32.8万元**

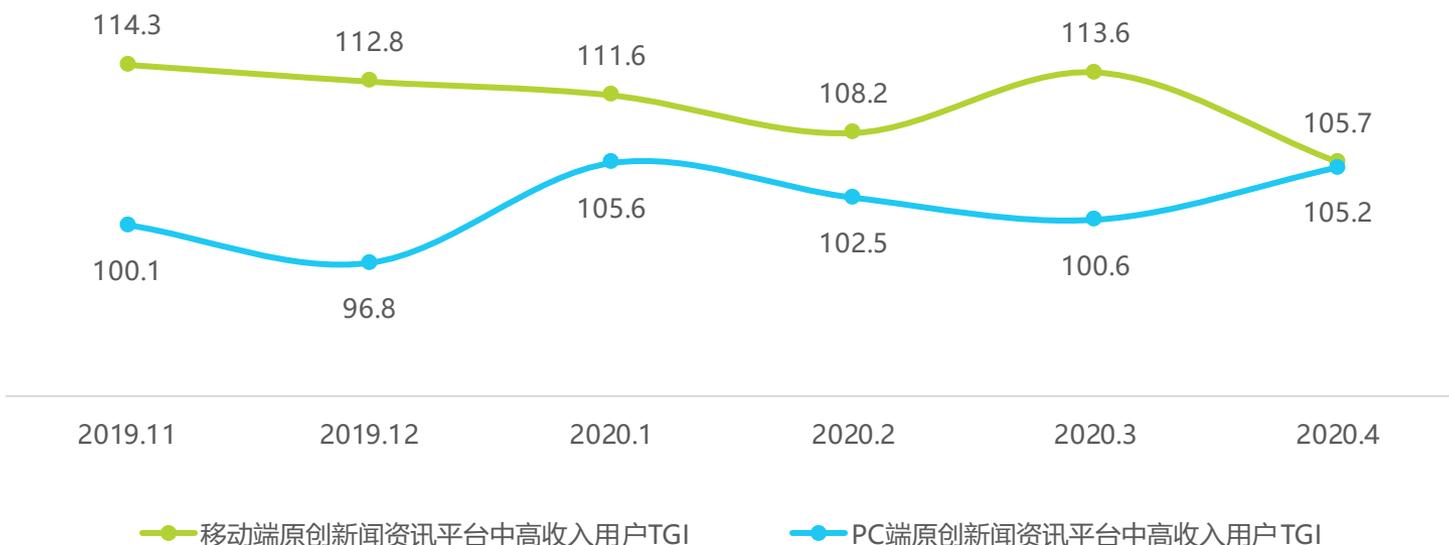


中国原创新闻用户特点

中高收入阶层人群更爱看原创新闻资讯内容

根据艾瑞UserTracker数据监测结果显示，与整体新闻资讯用户相比，原创新闻平台用户中高收入人群占比更高，高收入可以为他们带来更好的生活体验和质量追求。

UserTracker-2019年11月-2020年4月中国原创新闻用户中高收入人群分布



注释：1. 中高收入人群为月收入5000元以上的用户。2. 移动端原创新闻资讯平台中高收入用户TGI=原创新闻平台月收入5000元以上的用户占比/新闻资讯平台月收入5000元以上的用户占比，PC端原创新闻资讯平台中高收入用户TGI=原创新闻平台月收入5000元以上的用户占比/新闻资讯平台月收入5000元以上的用户占比。

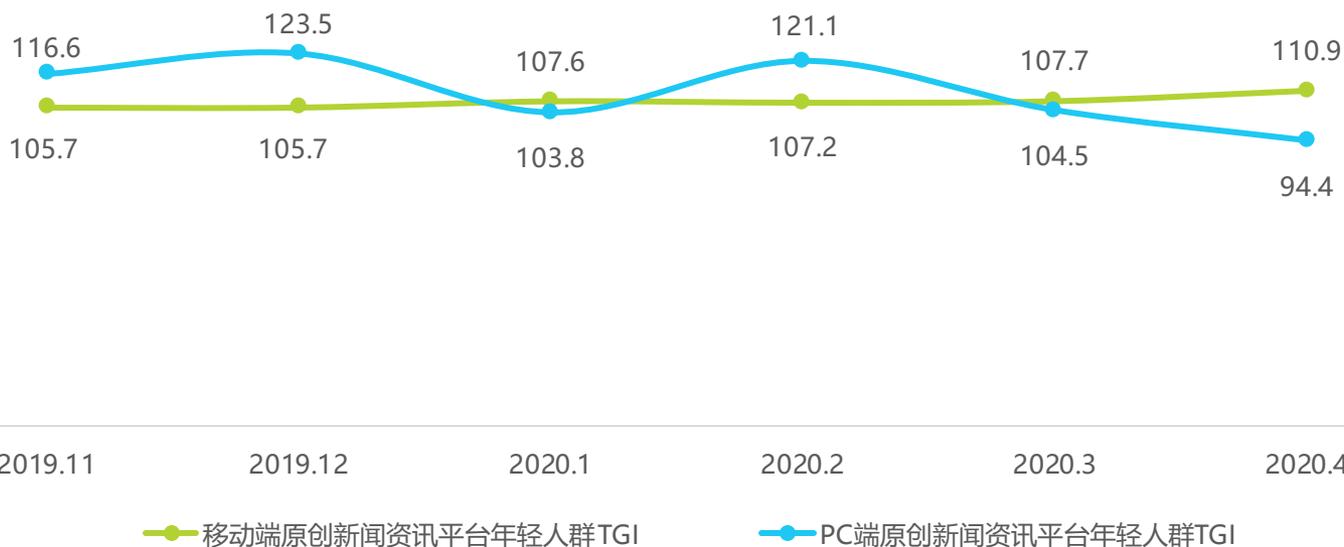
来源：数据来自UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国原创新闻用户特点

原创新闻平台更受年轻人欢迎

与整体新闻资讯用户相比，原创新闻平台用户中30岁及以下的人群占比明显更高。通常年轻人对新闻资讯的要求更高，因为他们更容易分辨标题党、假新闻等内容，因此更追求新闻内容质量高、具有公信力的媒体，同时年轻人的互动交流意愿也更强，期望听到来自各方不同的声音，与自己的思想碰撞。因此原创新闻平台会更受年轻人欢迎。

UserTracker-2019年11月-2020年4月中国原创新闻用户年轻人群分布



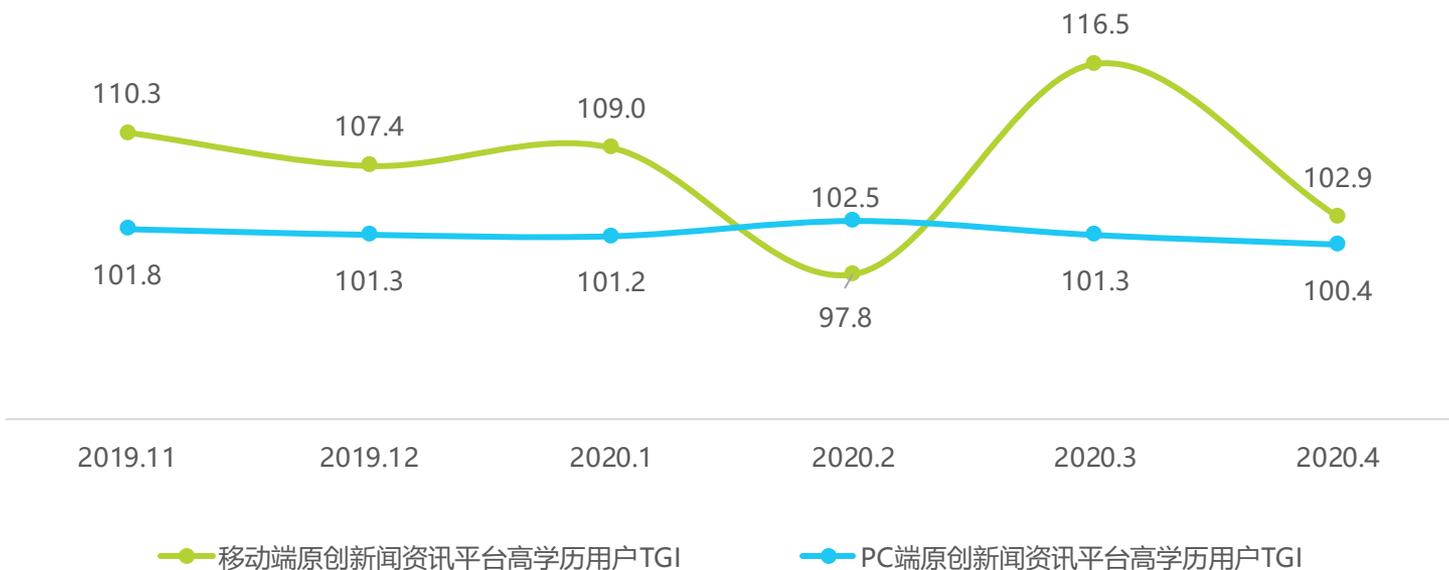
注释：1. 年轻人群指30岁以下的用户 2. 移动端原创新闻资讯平台年轻人群TGI=原创新闻平台30岁以下用户占比/新闻资讯平台30岁以下用户占比，PC端原创新闻资讯平台年轻人群用户TGI=原创新闻平台30岁以下用户占比/新闻资讯平台30岁以下用户占比。
来源：数据来自UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国原创新闻用户特点

原创新闻平台是高学历人群获取资讯的主流选择

从学历水平来看，原创新闻平台中大学本科及以上的高学历人群也明显高于整体新闻资讯用户，在一定程度上说明伴随着互联网信息爆炸式增长的当下，原创新闻平台是高学历用户获取高质量和专业信息资讯服务的主流选择。

UserTracker-2019年11月-2020年4月中国原创新闻用户高学历人群分布



注释：1. 高学历人群指本科及以上的用户。2. 移动端原创新闻资讯平台高学历用户TGI=原创新闻平台本科及以上的用户占比/新闻资讯平台本科及以上的用户占比，PC端原创新闻资讯平台高学历用户TGI=原创新闻平台本科及以上的用户占比/新闻资讯平台本科及以上的用户占比。

来源：数据来自UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

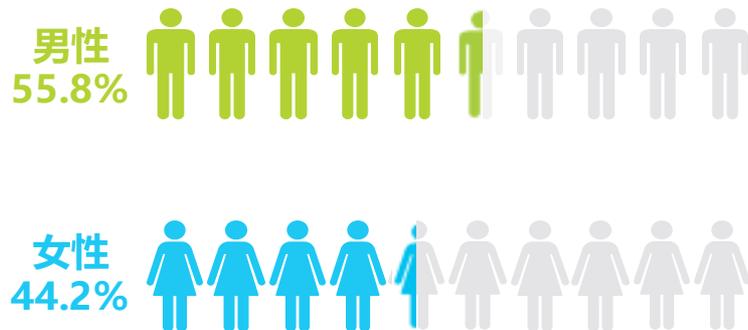
性别与年龄分布

男性居多，用户年轻特征明显

中国原创新闻用户中男性用户相对更多，占比约为55.8%。用户年龄偏年轻，平均年龄为29岁，35岁以下用户占比为74.2%，25到35岁用户占比为59.7%。

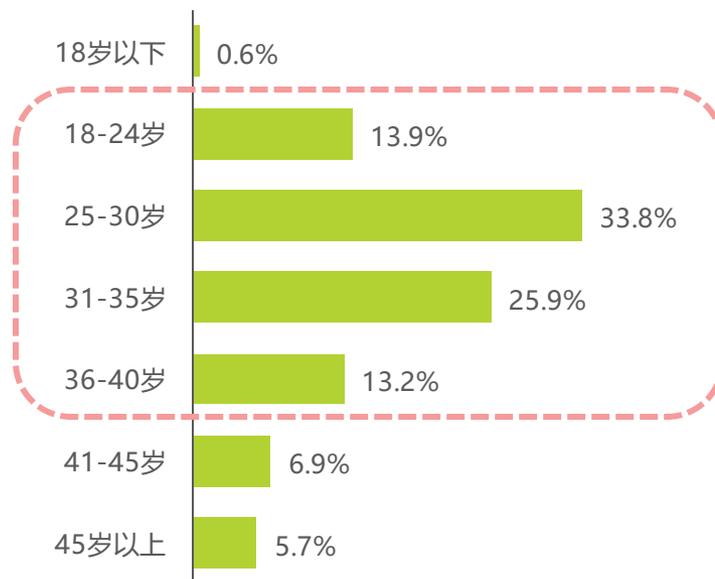
2020年中国原创新闻用户性别和婚姻状况

性别：男性居多



2020年中国原创新闻用户年龄分布

平均年龄：29岁



注释：P1性别。
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

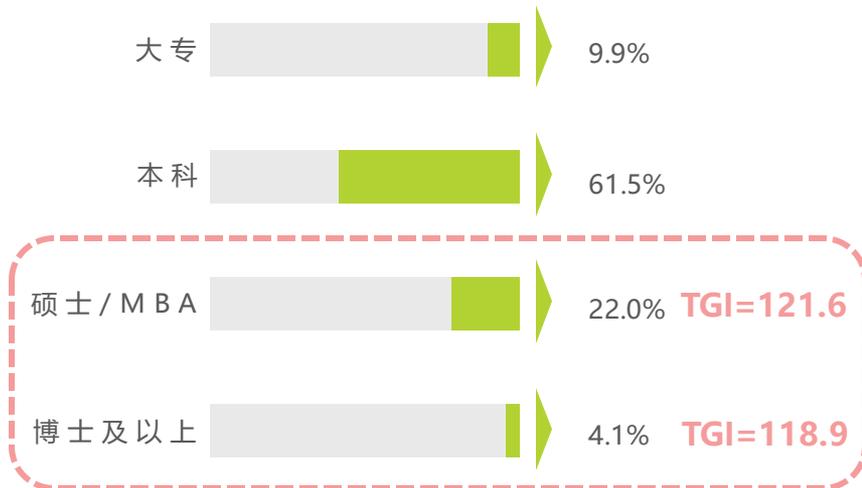
注释：P2年龄。
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

学历与职业分布

高学历人群，和新闻资讯整体受众比企业管理者更多

原创新闻用户硕士及以上人群占比接近30%，整体学历水平较高。从用户的工作行业分布来看，以企业普通员工及管理人员为主，值得一提的是，原创新闻用户中企业中层管理人员和高层管理人员比例明显高于原创新闻行业整体用户水平，TGI分别达到111.5和118.0。而较高的职位也同时给他们带来较多的收入。

2020年中国原创新闻用户学历分布

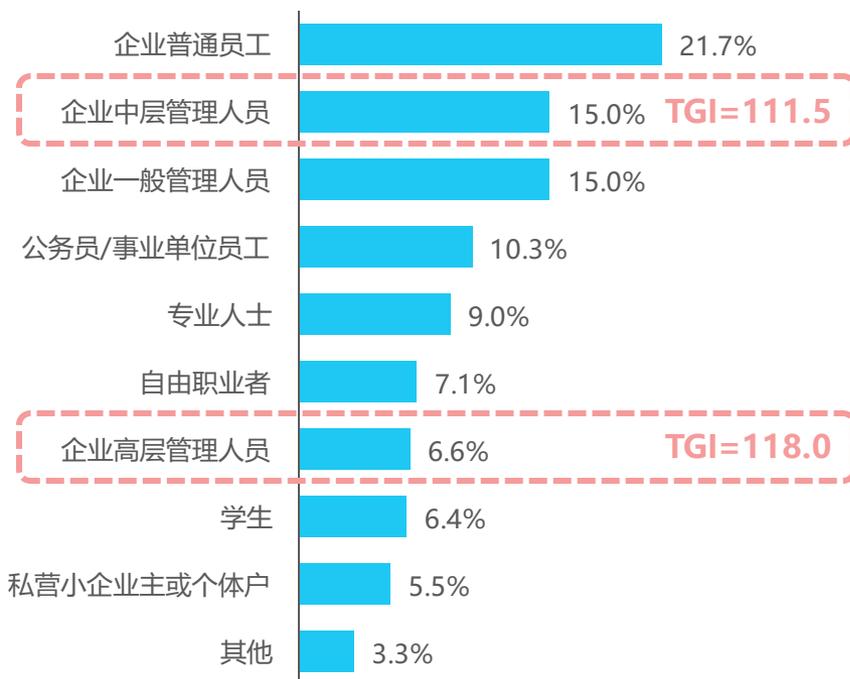


2020年中国原创新闻用户所处单位规模



平均所在单位规模为
1239人

2020年中国原创新闻用户职业分布



注释：P4最高学历。P7职业。
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

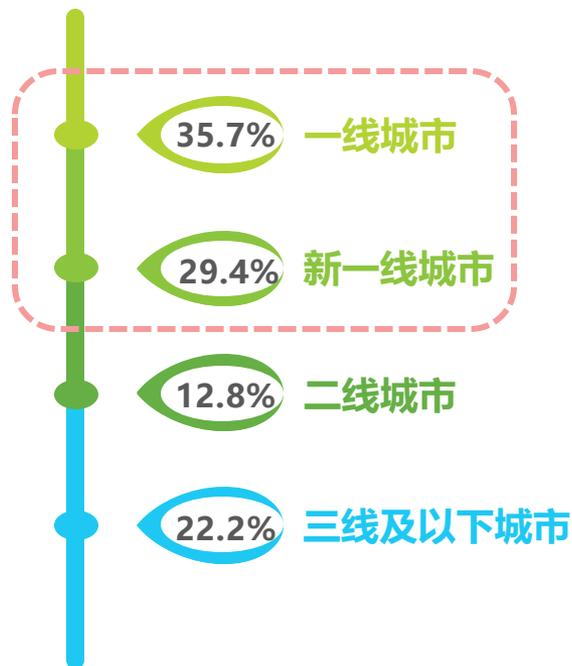
注释：P9工作单位规模。
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

城市与收入分布

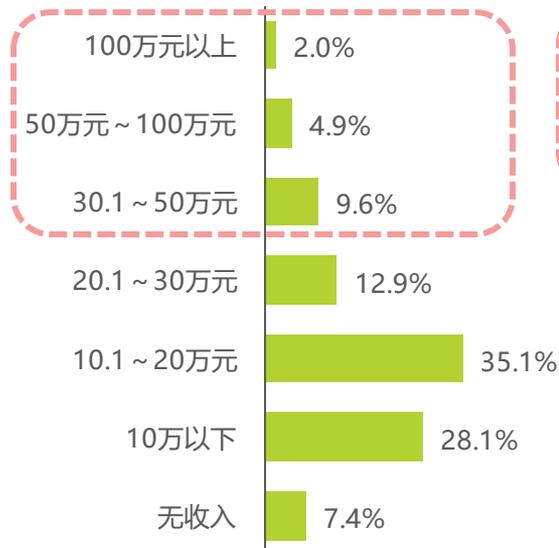
集中在一线城市，用户收入水平高，偏中产阶层地位

从地域分布来看，有65.1%的原创新闻用户生活在一线和新一线城市，整体生活水平较高。同时，从收入来看，16.5%的原创新闻用户平均年收入超过三十万元，14.5%的原创新闻用户平均家庭年收入超过五十万元。

2020年原创新闻用户城市分布



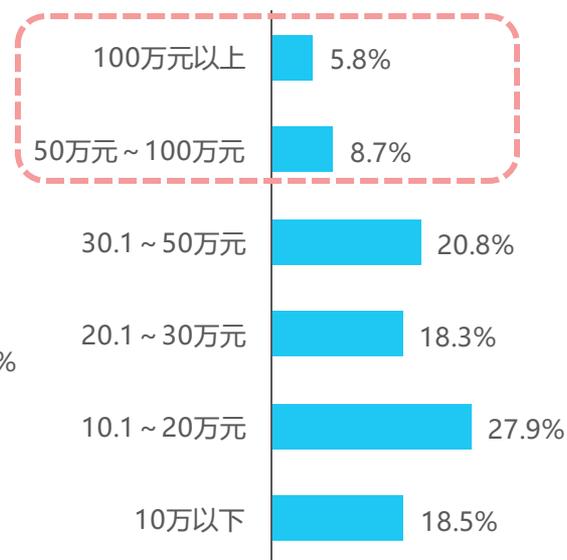
个人年收入



用户个人平均年收入：19.5万元



家庭税前年收入



用户家庭平均年收入：32.8万元

注释：P6_1城市分类。P10个人年度税前收入。P11家庭年度税前收入。
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

消费方向及预算情况

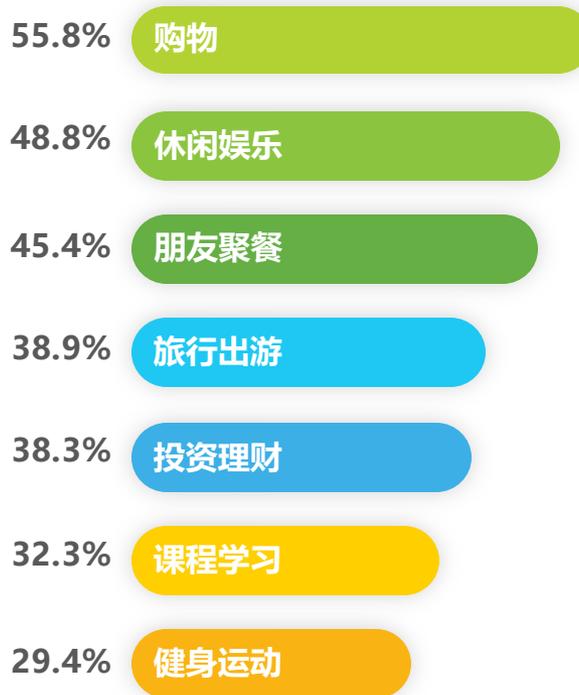
消费欲旺盛，热衷购物和娱乐

据调研结果，每月消费金额5000以上的原创新闻用户占比超过66%，用户平均每月支出可达11797.5元，整体消费水平高。在消费去向中，购物、休闲娱乐和朋友聚餐是最主要的三个方向，占比分别为55.8%、48.8%和45.4%。

2020年中国原创新闻用户每月支出金额



2020年中国原创新闻用户每月消费情况



注释：D1个人每月的消费金额？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

注释：D2消费主要都花在了哪些方面？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

消费观及广告行为

为品质和品牌买单，主动留意制作精良的广告信息

原创新闻用户购物时更倾向选择熟悉、知名的品牌，也会在购物前收集信息，进行详细比较。此外，用户也更愿意购买高质量的产品，为优质商品买单。用户整体对广告接受程度较高，其中超过95%的用户会留意制作精良的广告，91.2%的用户认为广告是网站不可避免的组成部分。

2020年原创新闻用户消费观



96.2%
愿意多花钱购买品质好的东西



95.9%
会优先选择知名品牌



97.4%
在购物前搜集信息进行详细比较

2020年原创新闻用户广告态度

会留意观看制作精良的优质广告



认为广告是一个网站不可避免的组成部分



考虑购买某类商品时，会主动留意广告信息



注释：E1是否同意以下关于消费态度的描述？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

注释：E2是否同意以下关于广告语句的描述？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

爱好与特征分布

用户注重家庭、追求生活品质

原创新闻的用户价值观较积极向上，他们顾家并认为尽情享受生活最重要。对于自己的评价中，多数用户认为自己是责任感、乐观开朗、关注家庭和享受生活的，由此可见，原创新闻的用户是一群热爱生活并积极达成人生目标的群体。

2020年原创新闻用户价值观

2020年原创新闻用户自评



对我来说，家庭比
事业更加重要
77.4%



我倾向于低收益
但稳妥的选择
75.5%



我认为尽情地享受生
活比其他都重要
74.5%



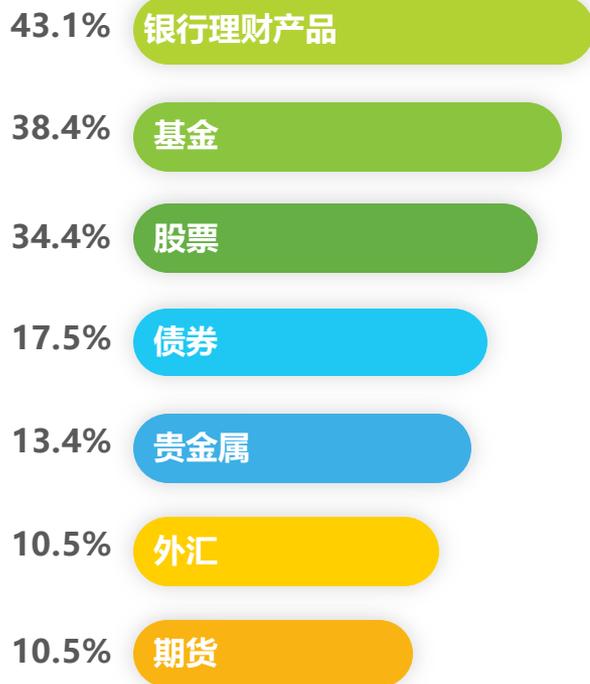
注释：E3是否同意以下关于您自身性格和价值观的描述？E4通常会如何形容您自己？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

金融投资行为

用户理财投资意识强

澎湃新闻用户整体投资意愿较强，平均每年投资金额超过19万元。在金融理财产品的选择上，43.1%的用户会选择风险相对较低的银行理财产品作为首选消费，另有接近40%的用户会选择基金和股票产品。

2020年中国原创新闻用户金融产品投资类型



2020年中国原创新闻用户金融产品投资金额



注释：D3最近一年购买过哪种金融投资产品类？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

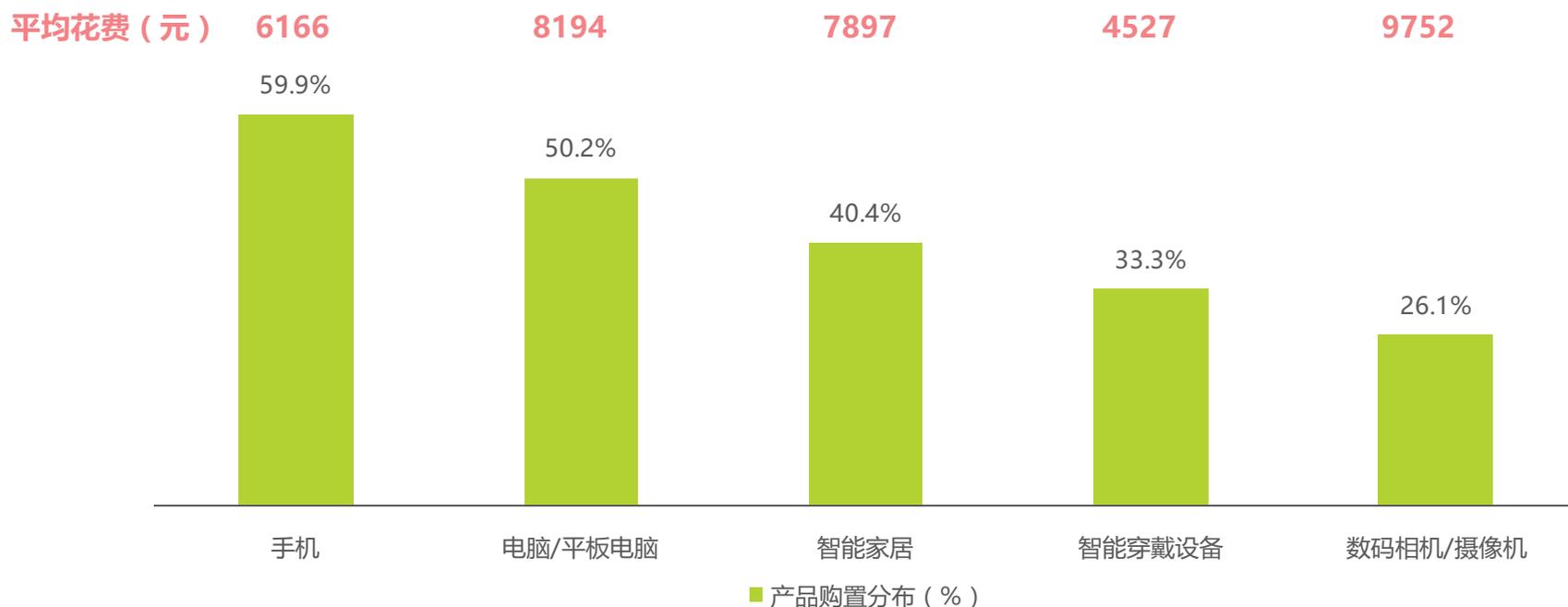
注释：D4平均每年在金融投资产品上的总花费？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

智能科技类产品购买行为

手机及平板为最主要购买产品

最近一年，澎湃新闻用户购买最多的智能科技类产品是手机与电脑/平板电脑，购买率均超过50%。并且，他们对智能科技类产品的价格接受度较高，手机的购买均价超过6000元，电脑/平板电脑超过8000元，数码相机和摄像机更是接近万元，可见这些用户对数码科技产品具有高追求，偏好选择价格高、质量好的产品。

2020年中国原创新闻用户智能科技类产品购置情况



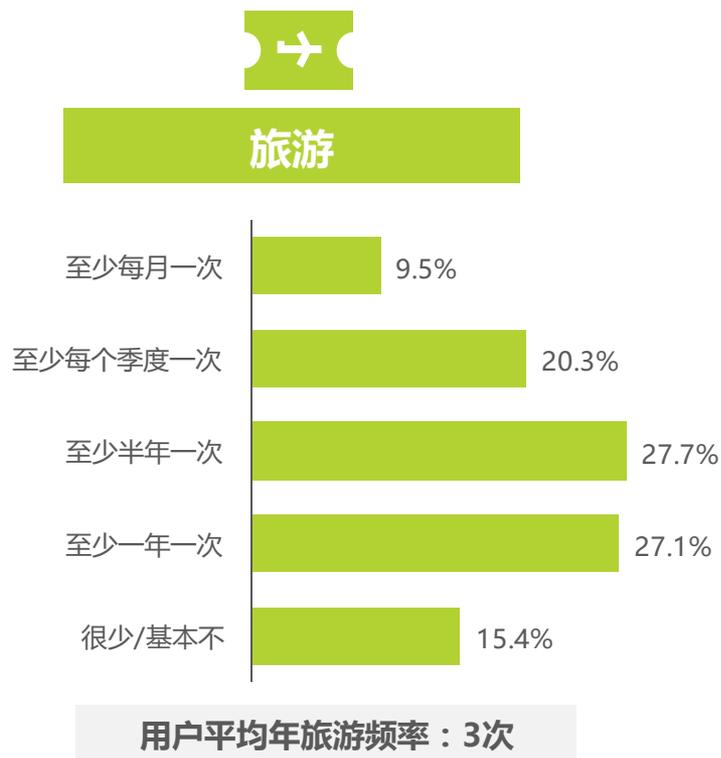
注释：D3最近一年购买过哪种金融投资产品类？D4平均每年在金融投资产品上的总花费？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

旅游/出差频率

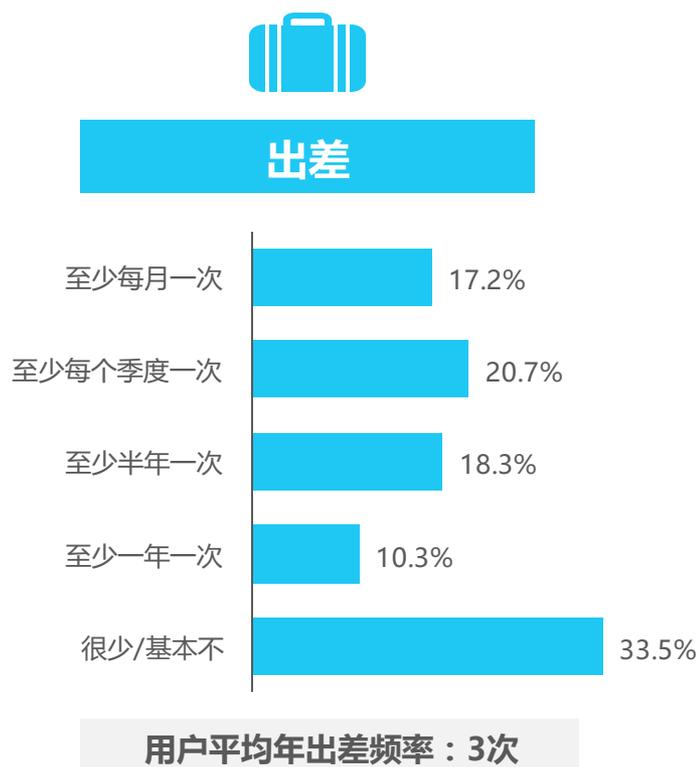
日常工作多数需要出差，但同时也乐享旅行生活

澎湃新闻用户中有接近70%在日常工作中需要出差，甚至其中有17.2%需要每月出差，出行频率较高。但在工作之余，他们也是一群会享受生活的人，约85%的用户每年会安排旅游出行，平均一年旅游三次左右。

2020年中国原创新闻用户旅游频率



2020年中国原创新闻用户出差频率



注释：D8近一年内旅游/出差的频率？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

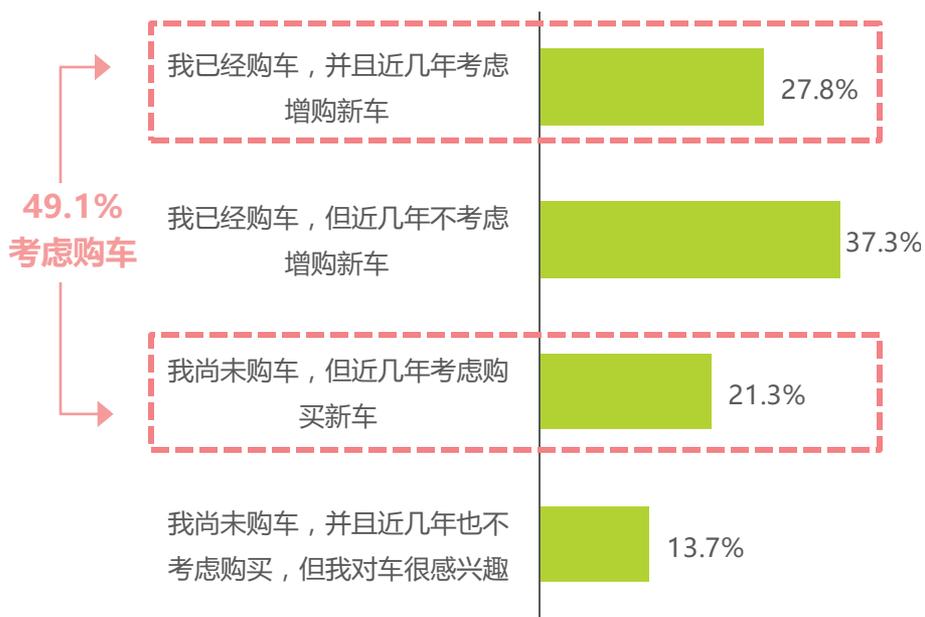
注释：D8近一年内旅游/出差的频率？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

汽车及不动产购置行为

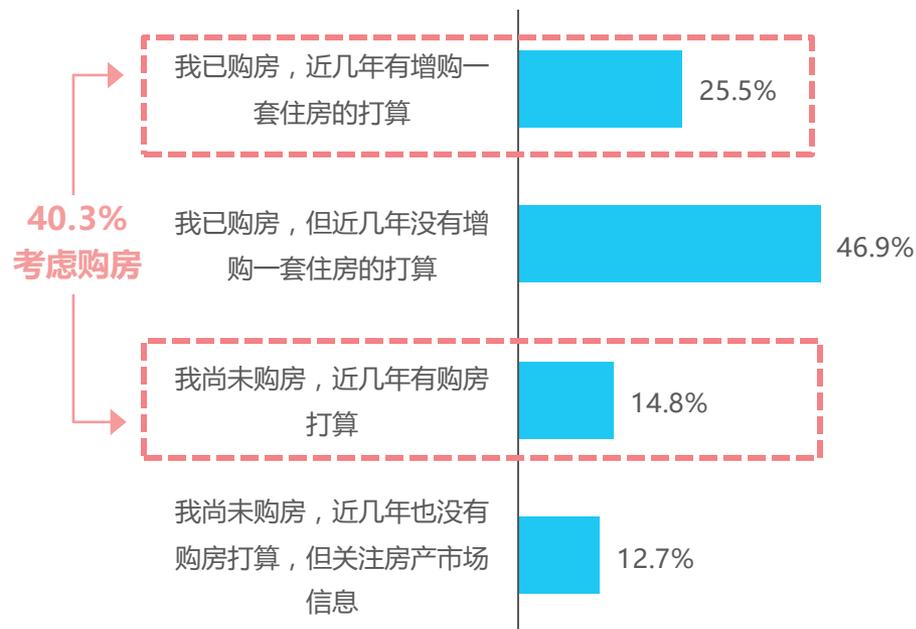
追求更好生活条件，购房购车意愿依然旺盛

总体来看，在房价、车价依然高昂的情况下，澎湃新闻用户中还是有超过四成会考虑买车、买房，并且其中25%以上是增购。足见澎湃新闻的用户拥有较好的经济条件，不断追求更好的生活环境。

2020年中国原创新闻用户汽车购置情况



2020年中国原创新闻用户房产购置情况



注释：D7购车情况？

样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

注释：D9购房状况？

样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

奢侈品购买情况

香水、名牌箱包和服饰受关注

澎湃新闻用户购买最多的奢侈品是香水、名牌箱包和名牌服装，接近七成用户有购买奢侈品的习惯，平均每年会购买2次。

2020年中国原创新闻用户奢侈品购买情况



34.6%
香水



34.1%
名牌箱包



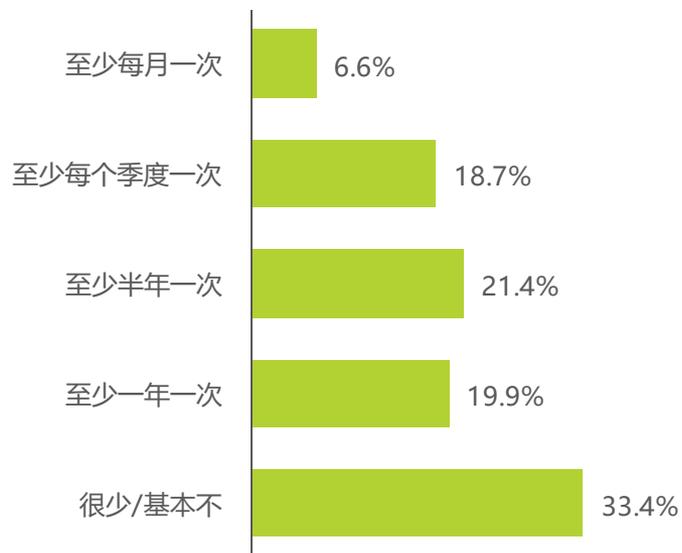
33.0%
名牌服装



25.3%
珠宝



23.8%
名牌腕表



用户平均年购买频率：2次

注释：D10最近一年购买过以下哪些奢侈品？ D11近一年内购买奢侈品的频率？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

中国原创新闻行业发展环境和特色分析

1

新闻资讯行业整体评价及用户使用现状

2

原创新闻平台用户画像

3

澎湃新闻用户使用行为洞察和营销潜力

4

中国原创新闻产业发展趋势

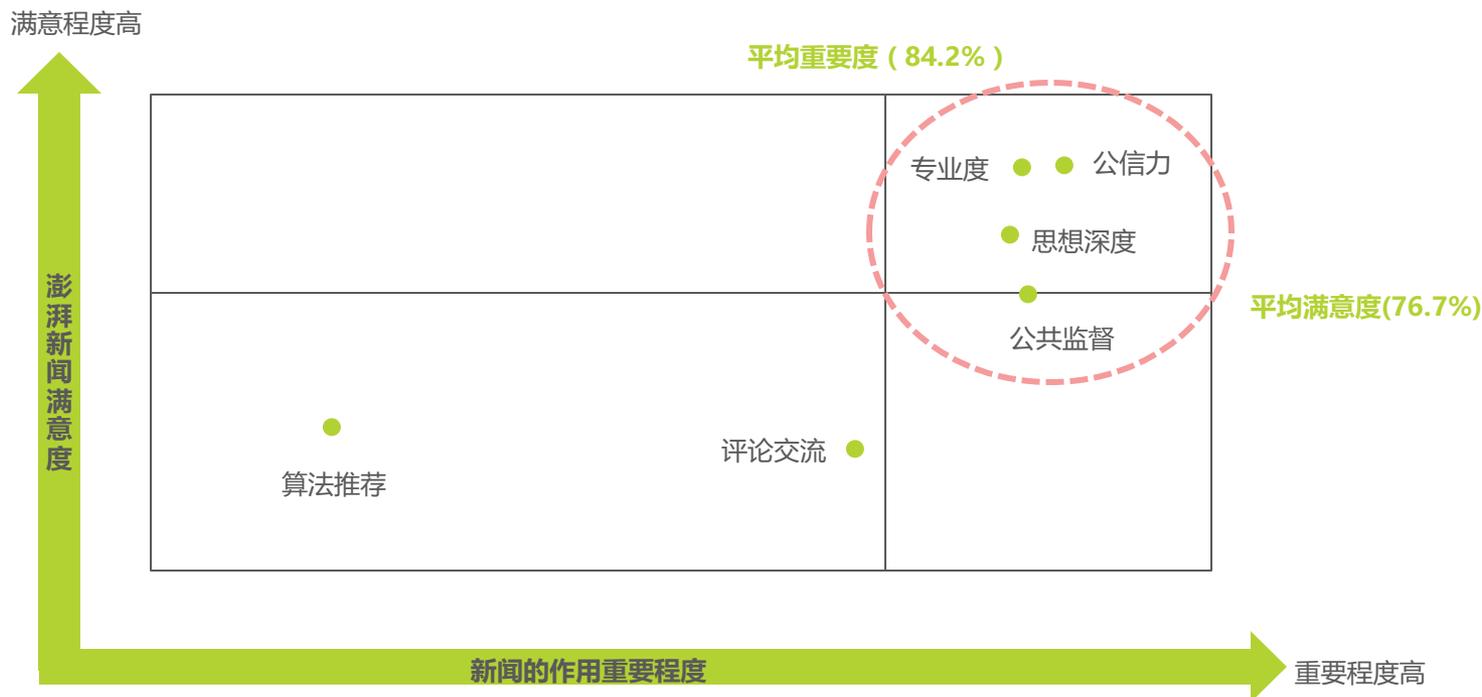
5

澎湃新闻整体评价

媒体公信力强，团队专业，内容具有思想深度

用户对澎湃新闻各方面的整体满意度较高，平均满意度接近80%。公信力、专业度、思想深度和公共监督作为用户公认的新闻资讯行业应具备的作用，澎湃新闻在这些方面的满意度都高于整体平均，受到了用户的普遍认可。

2020年中国澎湃新闻用户对新闻作用重要度与满意度评价



注释：C2澎湃新闻表现如何？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

平台功能满意度评价

人工筛选与体现价值观的智能推荐算法，提升内容推送信噪比

澎湃新闻用户对平台积极创新与开发的各功能满意度都超过90%，评价较高。在原创新闻领域，澎湃新闻一直在不断补充和匹配上原本综合资讯平台的优势能力，努力为用户带去更好、更全面的的服务与功能体验，当前的用户满意度评价正说明了澎湃新闻的创新获得了用户较一致的认可。

2020年中国澎湃新闻用户视频频道满意度



2020年中国澎湃新闻用户内容推荐和推送满意度



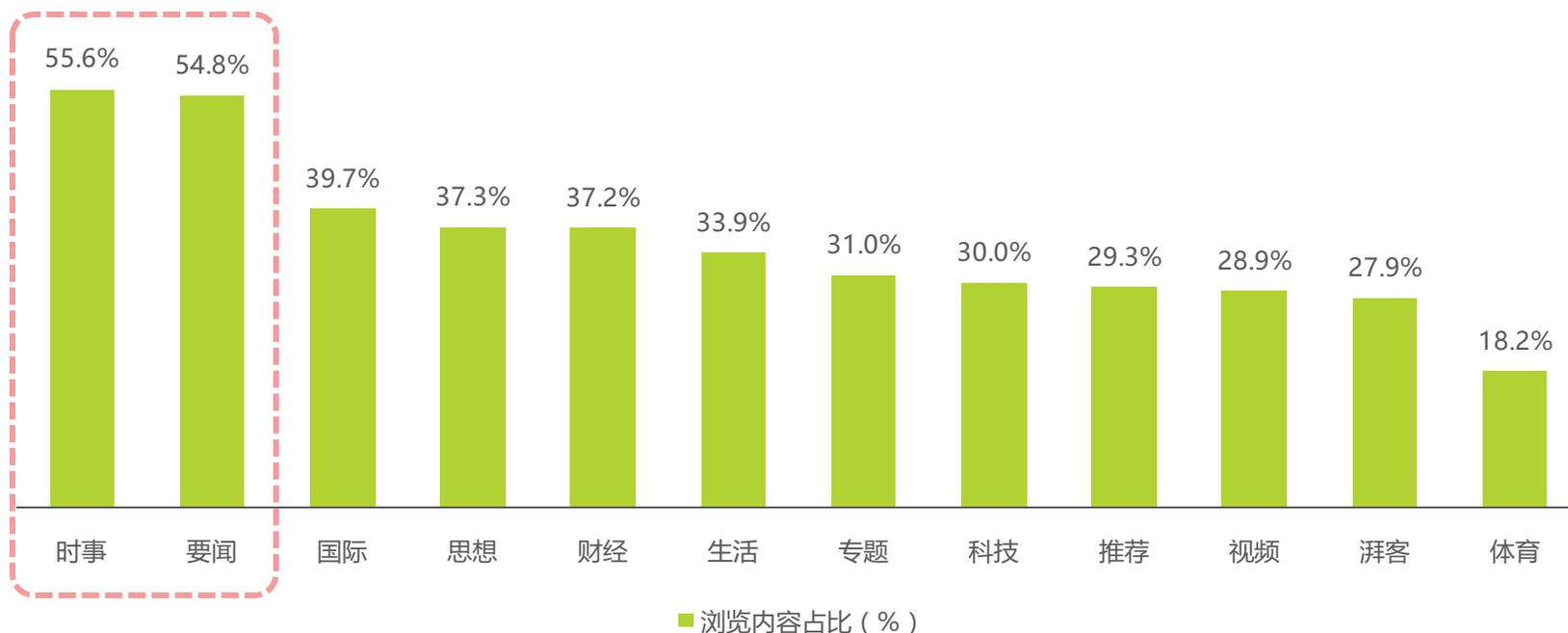
注释：C5对澎湃新闻以下各功能的满意度？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

澎湃新闻内容浏览偏好

最爱看时事与要闻，亦会关注与生活密切相关的内容

从内容偏好上看，澎湃新闻的用户最关心时事和要闻，超过半数的用户经常浏览这两个版块，澎湃新闻基于多年新闻采编经验，在时政报道等新闻上具有一定优势积累，能够吸引用户观看。此外，有超过30%的用户会浏览与人们生活相关的财经、生活等内容。

2020年中国澎湃新闻用户在平台上浏览的内容



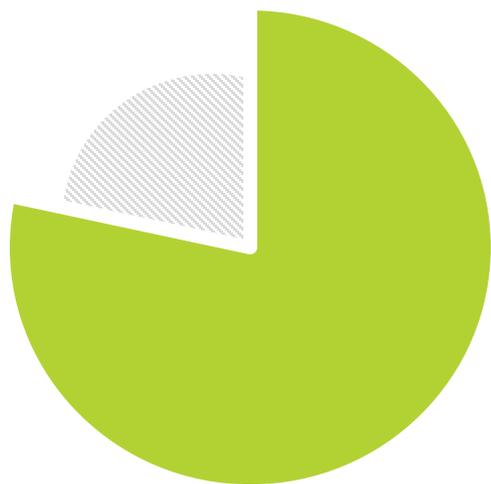
注释：C3澎湃新闻上看哪些频道内容？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

外部来源文章关注情况

澎湃号内容受认可，让平台内容更丰富

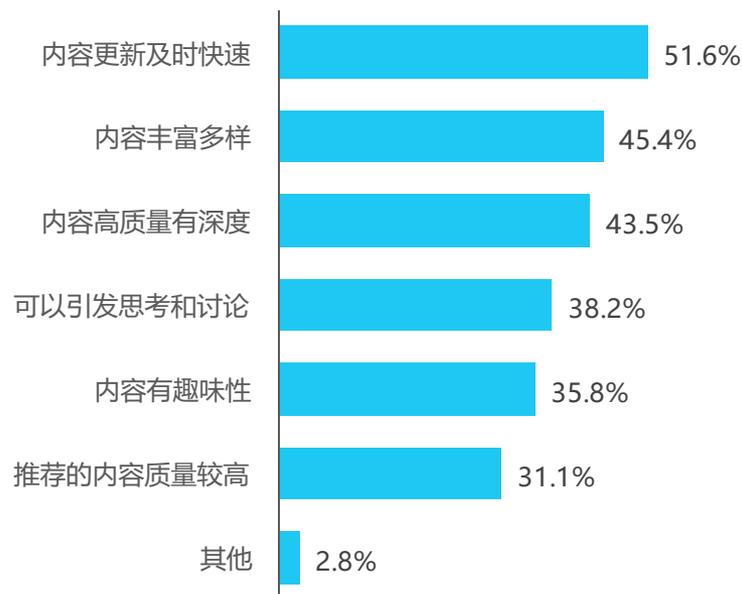
78.4%的澎湃新闻用户知道平台融合了其他外部来源文章，其中超过一半的用户认为这些外部来源的文章内容更新及时快速，可以让他们紧跟热点事件。同时由于增加了外部来源文章，这进一步丰富了澎湃新闻的内容，补足了原创新闻内容不够丰富的短板。

2020年中国澎湃新闻用户对新闻来源关注情况



78.4% 知道澎湃新闻融合了外部来源文章

2020年中国澎湃新闻用户对外部来源文章评价



注释：B7是否希望在澎湃新闻上看到其他媒体/自媒体的内容？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

注释：C6是否知道澎湃新闻上融合了其他内容来源的文章？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

视频新闻观看情况

多数用户观看过视频新闻，偏好社会民生类事件

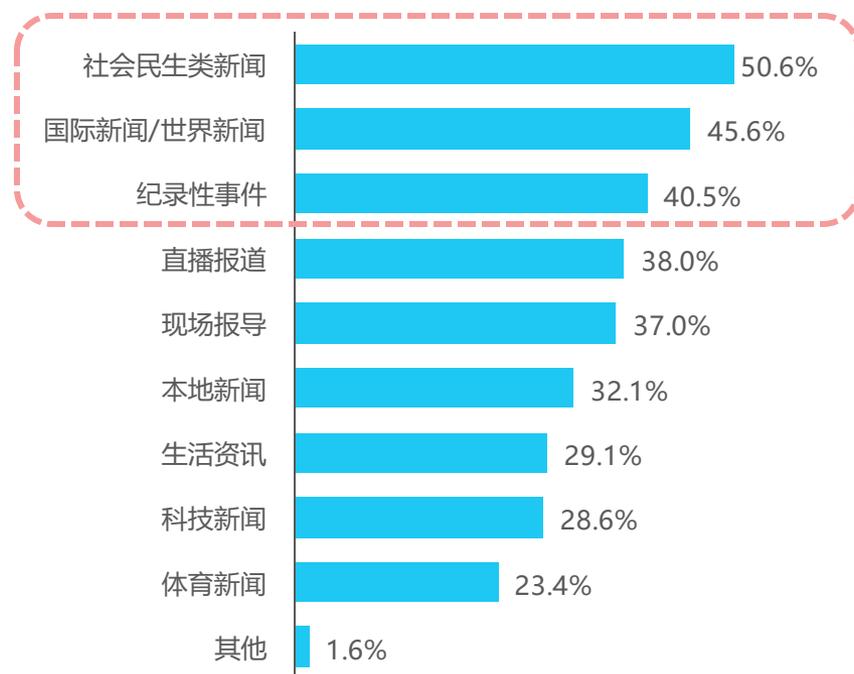
超过80%的用户看过澎湃新闻的视频新闻报道，视频形式由于观赏性、趣味性等多种原因易被用户接受。其中用户观看最多的是社会民生类新闻，其次是国际新闻/世界新闻和纪录性事件。

2020年中国澎湃新闻用户视频新闻观看率



注释：B5是否看过澎湃新闻的视频新闻？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

2020年中国澎湃新闻用户视频频道内容偏好



注释：B6在视频专栏中，您通常看哪些内容？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

澎湃新闻的品牌形象评价

专业有思想、有责任感、公信力强、时效性强成为普遍认知

超过40%的用户都认为澎湃新闻具有专业有思想、公信力强、有社会责任感和时效性的品牌形象，说明澎湃新闻作为原创新闻的领头羊媒体，其专业、正面的印象正在不断被强化和接受。

2020年中国澎湃新闻用户对平台的品牌形象评价



注释：C9认为以下这些描述中哪些适合用来形容澎湃新闻？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

平台浏览习惯

超过半数用户每天使用，用户粘性强

澎湃新闻用户平均关注澎湃新闻的时长已经长达2年，多数为忠实的老用户。接近60%的用户每天至少浏览澎湃新闻一次，说明浏览澎湃新闻已经成为他们每天生活的一部分。并且，澎湃新闻用户平均每次浏览超过半个小时，显示出了用户对产品的强粘性。

用户关注澎湃新闻时长



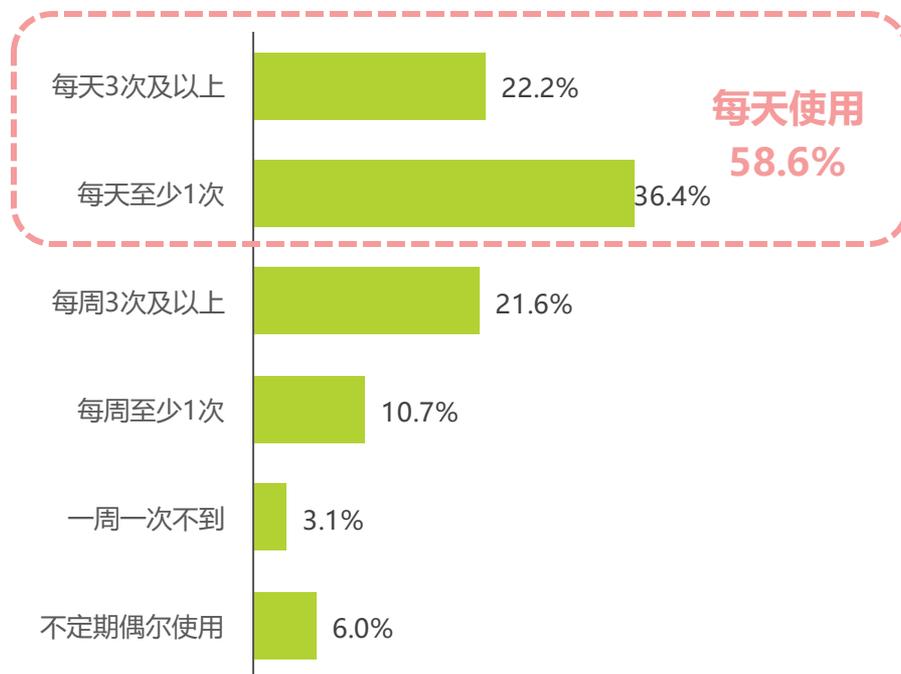
平均关注时长为**2**年

用户平均单次浏览澎湃新闻时长



平均单次浏览时长为
37.9分钟

2020年中国澎湃新闻用户浏览澎湃新闻的频率



注释：B1访问或关注澎湃新闻已经多久了？B2最近三个月浏览澎湃新闻的频率如何？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

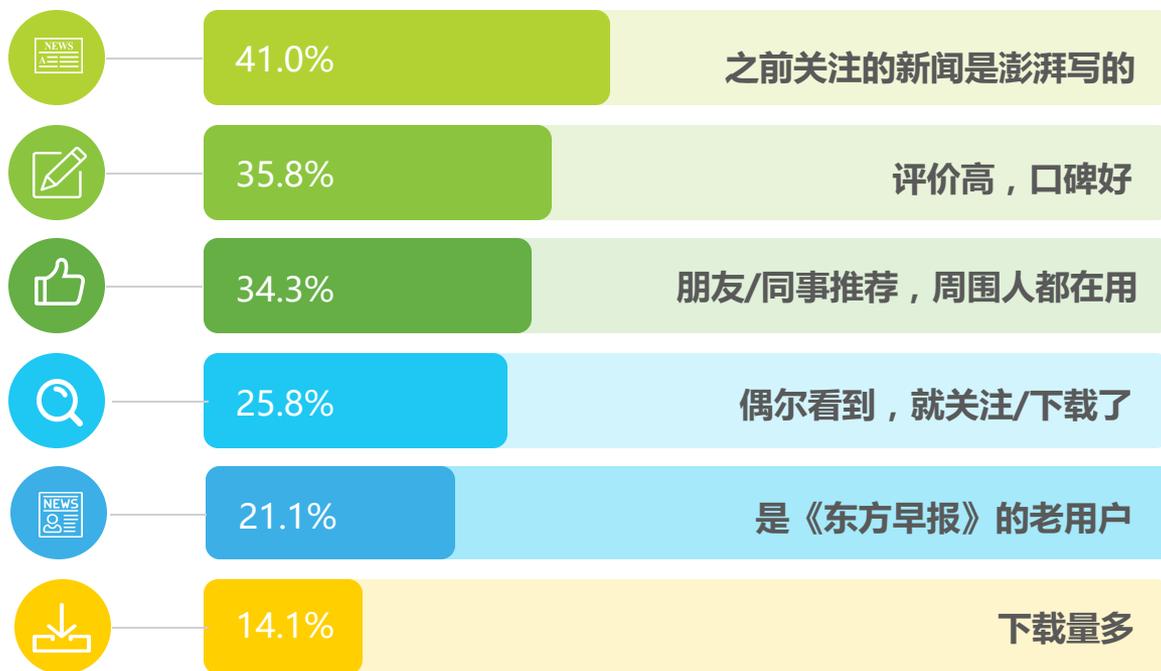
注释：B3单次浏览澎湃新闻的时长大约是多少？
样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

接触澎湃新闻的原因

多为新闻报道内容的受众转化

约有四成用户因曾经看过的报道为澎湃新闻出品而开始接触澎湃新闻，这些由内容转化而来的用户更容易对品牌产生好感度与忠诚度。此外，还有超过三成用户受周围人评价与推荐而关注澎湃新闻，这说明澎湃新闻拥有良好的用户好感基础，得到了用户的普遍认可。

2020年中国澎湃新闻用户接触澎湃新闻的原因



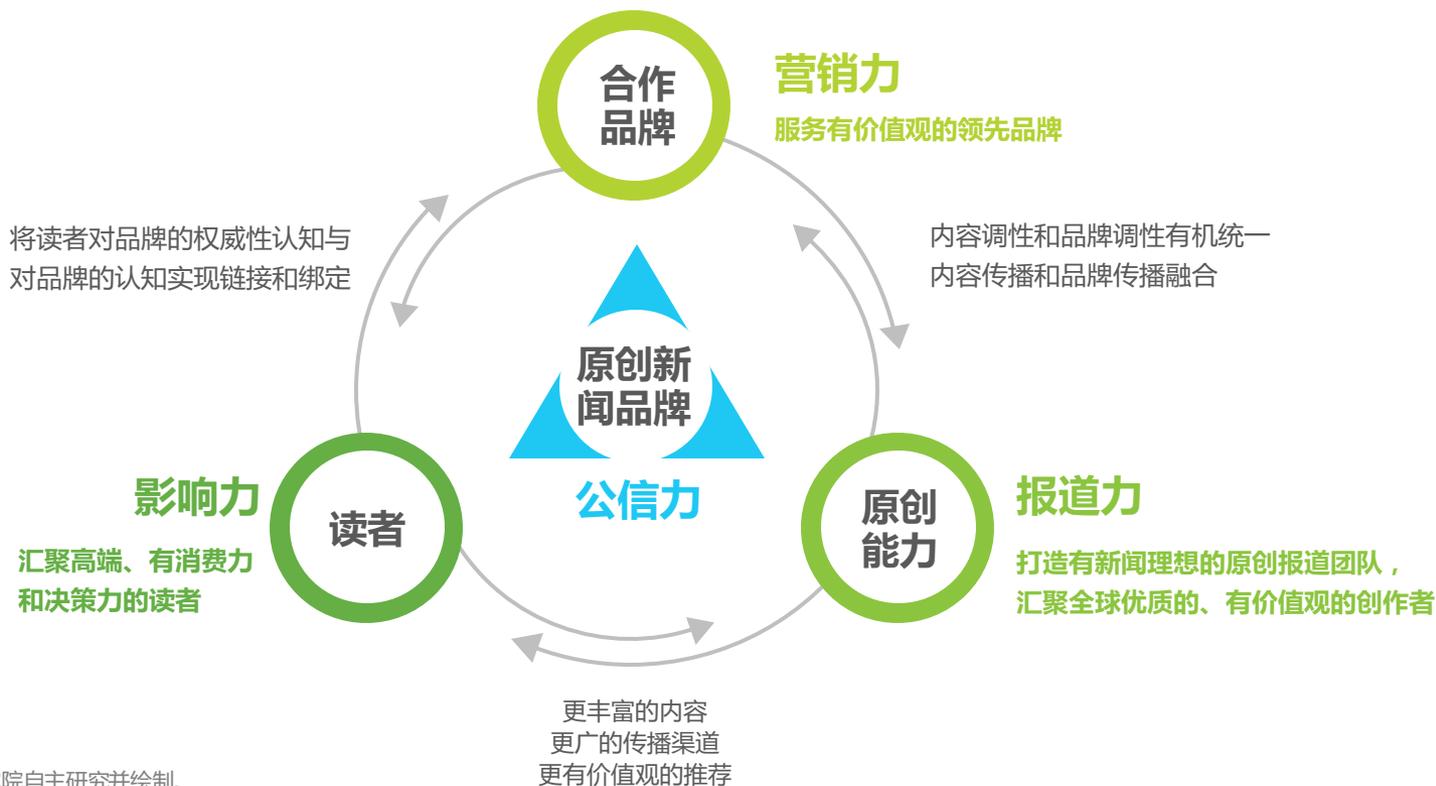
注释：B4最初是因为什么原因开始接触澎湃新闻的？
 样本：N=2069，于2020年6月通过联机调研获得。

原创新闻平台营销优势

三力相互结合，形成从报道到营销效果的有效转化

原创新闻平台围绕品牌IP，打造原创能力、读者、合作品牌/伙伴三方面的多边平台。通过打造报道力，广泛传播优质原创内容，在高端读者中建立影响力，进一步达成原创新闻品牌的公信力，最终依托影响力和公信力，以及读者资源和报道资源，实现营销力的提升。

原创新闻平台营销价值模型



来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

原创新闻的新媒体流量矩阵

覆盖全网的影响力

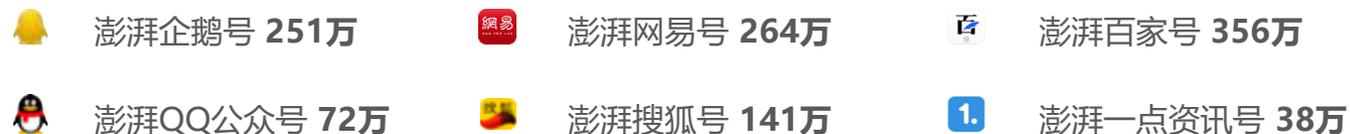
微信 微博官方号



移动APP 客户端



嵌入聚合平台



原创新闻新功能布局

聚全球创作，听各方声音

澎湃新闻平台同样汇聚了外部创作力量和优质内容，其中政务号约为1.5万家，媒体号总数超过300家，机构/个人号超过2500个。

湃客号

功能特色

- 突破内容生产瓶颈，汇聚全球优质创作力量
- 精选优质湃客，分发兼具深度和广度的独特内容



入驻情况

- 入驻政务号约**1.5**万家
- 媒体号总数超**300**家
- 入驻湃客号的机构/个人创作者超过**2500**个

原创新闻新功能布局

视频频道布局风口赛道，生产海量视频

澎湃新闻视频频道采用短视频和直播的形式，覆盖社会时事、人文体娱、专题策划等内容，生动直观的向用户展现时事新闻和生活百态。

视频频道



短视频



直播

原创新闻新功能布局

搭建全新交流互动社区

澎友圈

互动社区



实时分享



论点广场



来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

原创新闻平台营销优势

重视广告与内容结合，提升用户的广告信任度

丰富的流量结合信息流等标准化广告位极大扩展了新闻媒体的变现空间，但新闻内容和营销内容之间存在一定的割裂，用户对内容的信赖未能和对广告信赖强绑定；同时，营销方式较为强硬，此种情况下，能够提供**多样化、有趣且有效的沉浸式广告阅读体验**的新闻平台更易赢得用户的好感。

原创新闻平台的营销策略

内容多样化
有趣且有效



与内容结合
打造沉浸式阅读体验



来源：艾瑞咨询研究院自主研究并绘制。

中国原创新闻行业发展环境和特色分析

1

新闻资讯行业整体评价及用户使用现状

2

原创新闻平台用户画像

3

澎湃新闻用户使用行为洞察和营销潜力

4

中国原创新闻产业发展趋势

5

原创新闻行业发展趋势

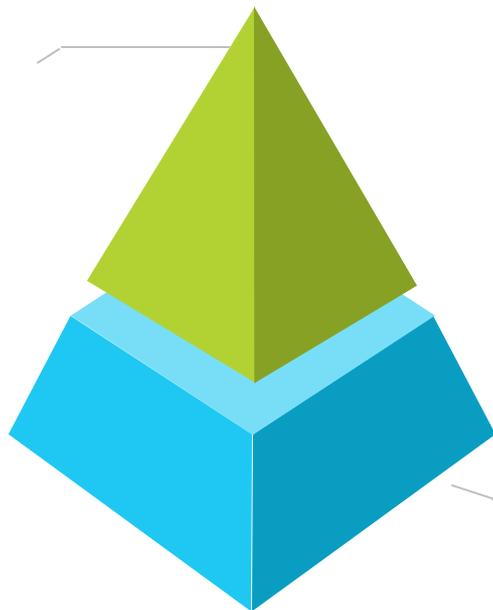
行业准入门槛提升，竞争格局愈加清晰

无论是纸媒、广播还是网络传播，优质内容始终是新闻资讯行业最重要的竞争要素之一。互联网新闻政策收紧，新闻信息服务相关资质的核发和审查趋严，导致新闻生产市场新进者减少，原创新闻行业竞争格局愈加清晰。

2020年中国原创新闻行业竞争格局

头部平台

拥有**品牌积累、数据资源和资本实力**的原创新闻平台，受品牌和资源等**多重因素加持影响**，将逐步突围为头部平台。



因新闻信息服务相关资质如**采编、转载、传播平台**的核发和审查趋严，数量众多的中小型媒体将面临更多生存挑战。

中尾部平台

原创新闻行业发展趋势

回归内容本质，原创新闻平台竞争优势明显

AI撰写、旧闻洗稿、标题党虚假内容层出不穷的当下，用户对能够筛选高质量内容且具备公信力的平台的需求不断增长。同时，直播、短视频等内容传播形式快速发展、分发渠道增加，对富有深度与内涵的专业性新闻内容的关注度也在进一步提升。政策趋严、新进者减少的情况下，具有较高公信力、较强知名度的原创新闻媒体品牌将脱颖而出，原创新闻平台竞争优势日益明显。

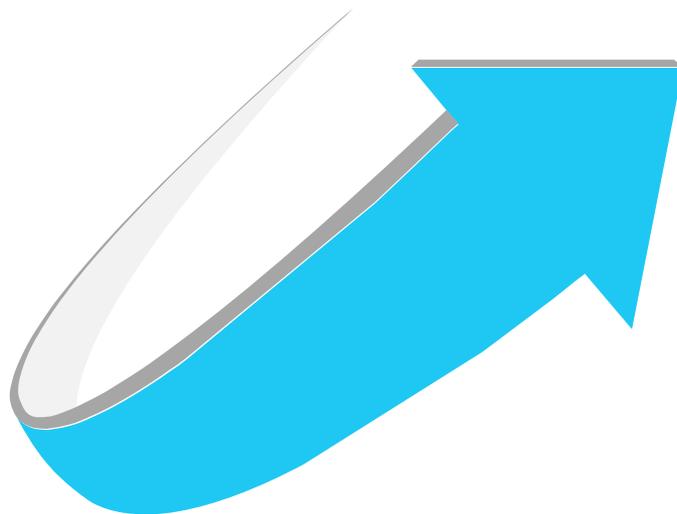
2020年中国原创新闻内容供需发展趋势预测

优质内容需求上升

1. 信息噪音大，用户对高质量内容需求增长。
2. 内容分发渠道增加，对专业性新闻内容关注度提升。

新闻内容来源有限

1. 政策趋严，市场准入门槛提升。
2. 新进者减少，优质内容生产总量有限。



内容竞争更加激烈

1. **专业新闻能力竞争**：在新闻资讯内容质量参差不齐的当下，具有极强的竞争力。
2. **品牌公信力竞争**：在新闻生产门槛较低的当下，具有较高公信力的媒体品牌更能吸引用户。

原创新闻行业发展趋势

技术赋能，实现多元化采编、报道、分发，提升运营效率

未来，技术发展将对行业发展产生更深远的影响：新闻采编方式、新闻报道形式和信息传播媒介会更加多元化，新闻生产和分发效率会大幅提升。

2020年中国原创新闻技术能力输出情况

多元化分发渠道

各原创新闻平台通过入驻抖音、快手、微博、微信公众号，实现了更多渠道分发。

多元化报道形式

直播/短视频等沉浸式的报道形式，在很大程度上提升了用户的使用体验。

多元化采编方式

无人机、AR/AR技术的应用，新闻采编方式呈现多元化趋势。

原创新闻行业发展趋势

差异化内容优势助力多领域合作

因原创新闻独特的定位，与其他平台在内容及受众方面存在差异，通过与其他平台进行多视角新闻专题、新闻口播栏目等方面的合作，一方面可满足用户对不同类型和内容形式的需求；另一方面也可提升内容传播声量，实现更广泛的用户触达；同时，其他平台在算法分发、视频生产等方面的技术优势，也有助于原创新闻平台进一步创新尝试。

2020年中国原创新闻平台跨界合作情况



2020年中国原创新闻平台多领域合作形式



关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

扫描二维码
读懂全行业

法律声明



版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能
EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询