

新闻资讯媒体传播力与影响力调研报告

明略营销科学院
2020年2月

©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

调研设计

1. 研究目标:

- 新闻资讯是受众广泛接触的重要内容，也是传统媒体的主战场，随着媒介环境中数字媒体/媒介的崛起，受众接受新闻资讯的模式正在发生变化，本调研在2020年春节期间，通过在线问卷研究各种媒体/媒介形式在新闻资讯传播上的综合能力

2. 研究方法:

- 利用明略科技用于媒体评估的“三力模型”：
 - 传播力：信道的广泛触达是内容和品牌有效传播的基础，包括触达的广度与频度，受众品质
 - 影响力：在一定传播力的基础上，获得受众的互动与情感共鸣对内容或品牌营销的触达有效性产生直接影响。包括媒体形象，媒体公信力，受众与媒体的互动意愿与行为和内容满意度
 - 及时性：由于在新闻资讯场景下，不存在转化力，替代以新闻资讯特定的“及时性”

©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

1

3. 研究对象:

- 在我们问题设计中, 主要针对20个主流传统媒体/数字媒体和媒介进行研究, 包括:
 - ✓ 传统媒体: CCTV, 人民日报, 新华社, 当地卫视, 本地电视台, 环球时报
 - ✓ 数字媒体: 财经网/凤凰网/澎湃/网易新闻/搜狐新闻/腾讯新闻
 - ✓ 数字媒介: 微信/微博/QQ (社交), 今日头条/一点资讯/天天快报 (信息流), 百度 (搜索引擎)
- 在调研和本报告撰写中, 为了避免过多解释不同定义, 将以上三种形式统称为“媒体”
- 由于CCTV/人民日报/新华社三家媒体的不同定位和上下游关系, 在分析中统一称为“官方媒体”

4. 执行方式:

- 明略营销科学院, 在线定量调研, 2020年2月9日13:00-17:00, 有效样本量2936个, 样本分布: 见附录

5. 联系我们: mams@mininglamp.com

研究核心结论

- 官方媒体在传播力, 影响力和及时性上仍然领先于其他媒体/媒介形式, 覆盖了55%的受众, 72%的受众表示可信赖 (P6,P11)
- 今日头条, 微博热搜, 腾讯新闻等6家头部数字媒体/媒介+当地卫视, 本地电视台形成了第二梯队, 覆盖了89%的受众, 其中腾讯新闻和今日头条同时符合传播力和影响力 (P19)
- 第三梯队的众多媒体, 仅覆盖了29%的受众 (P19)
- 年龄维度的传播力, 30岁以下年轻人更加依靠社交媒体, 30岁以上今日头条有更高使用率, 50岁以上更加依赖非数字化的当地卫视/本地电视台 (P7,P20)
- 地域维度的传播力, 一线城市受众和其他城市有明显区别, 更加依靠微信微博的社交媒体 (P8,P21)
- 学历维度的传播力, 本科以下学历有着类似的日常使用媒体习惯 (排名: 官方媒体, 今日头条, 腾讯新闻, 朋友圈, 百度, 微博热搜), 本科以上微信朋友圈的重要性明显增强 (P9,P22)
- 影响力: 所有受众都对官方媒体表达了信任, 作为数字媒体/媒介的今日头条和腾讯新闻也出现在各种受众可信任媒体的前五 (P11,P14)
- 及时性: 官方媒体 / 今日头条 / 腾讯新闻 / 微博热搜被超过30%受众认为“及时” (P15,P16)

调研问题的解读

©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

传播力：

Q1：请问您日常最常使用什么媒体获取新闻资讯信息？（单选）

Q2：请问您日常使用什么媒体获取新闻资讯信息？（多选）

影响力（信任背书）：

Q3：这些媒体中，您认为信息最值得信任的媒体是哪个？（单选）

Q4：这些媒体中，您认为信息值得信任的媒体还有哪些（多选）

及时性：

Q5：这些媒体中，您认为信息最及时的媒体是哪个？（单选）

Q6：这些媒体中，您认为信息及时的媒体还有哪些？（多选）

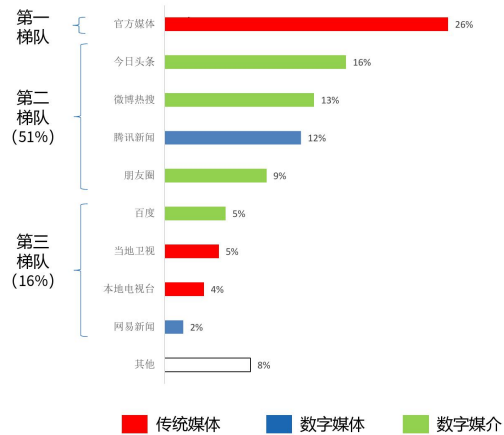
©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

5

Q1: 请问您日常最常使用什么媒体获取新闻资讯信息? (单选)

- 官方媒体 (CCTV + 人民日报 + 新华社) 仍然是受众获取新闻资讯的首要渠道 (26%)
- 第二梯队是51%受众的选择, 四个媒体分别是信息流的今日头条 (16%) 和腾讯新闻 (12%), 社交媒体的微博热搜 (13%) 和朋友圈 (9%)
- 第三梯队是15%受众的选择, 包括了百度 (5%), 当地卫视 (5%), 本地电视台 (5%) 和网易新闻 (4%)

受众最常用的新闻资讯媒体 (N=2936)



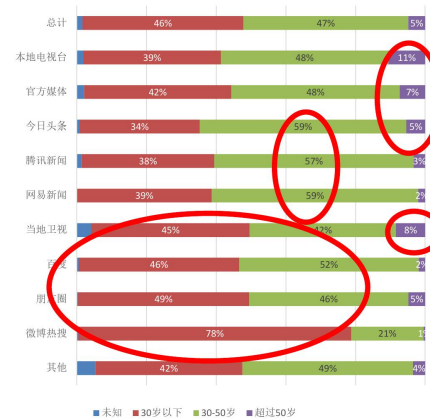
*官方媒体 = CCTV + 人民日报 + 新华社

最常用新闻资讯媒体的年龄段分布

- 首选媒体中, 50岁以上年长受众比率较高的有: 本地电视台 (11%), 官方媒体 (7%), 今日头条 (5%) 和当地卫视 (8%)
- 首选媒体中30-50岁中年受众比率较高的有: 今日头条 (59%) / 网易新闻 (59%) / 腾讯新闻 (57%)
- 首选媒体中30岁以下年轻人受众比率较高的是: 微博热搜 (78%), 朋友圈 (49%), 百度 (46%) 和当地卫视 (45%)

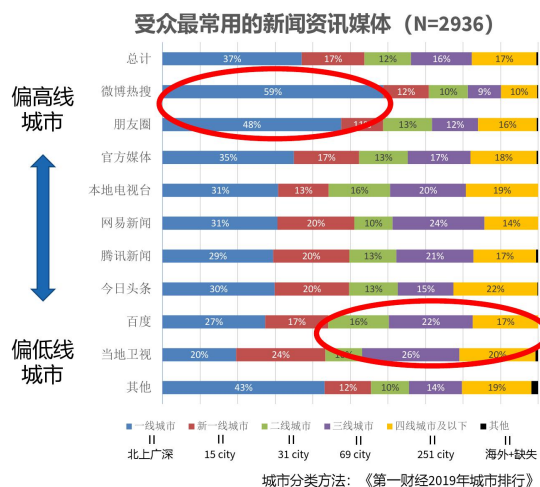
偏年长
↕
偏中年
↕
偏年轻

受众最常用的新闻资讯媒体 (N=2936)



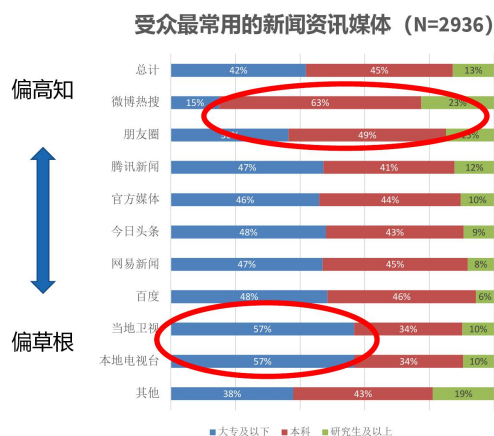
最常用新闻资讯媒体的地域分布

- 微博热搜 (59%) / 朋友圈 (48%) 的受众集中在一线城市 (北上广深)
- 大部分媒体在新一线 + 二线城市 (总共46城市) 的受众比率基本类似
- 当地卫视 (46%) / 百度 (39%) 有明显的三到五城市的受众分布比率



最常用新闻资讯媒体的学历分布

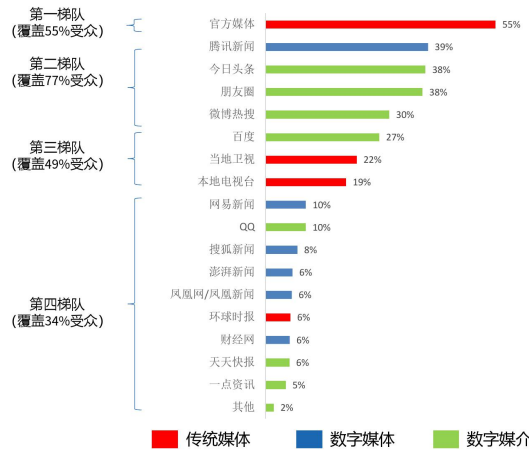
- 微博热搜 (86%本科及以上) / 朋友圈 (64%本科及以上) 的受众更偏高知
- 大部分媒体在本科学历分布上比较平均
- 当地卫视 (57%大专及以下) / 本地电视台 (57%大专及以下) 的受众更偏草根



Q2: 请问您日常使用什么媒体获取新闻资讯信息? (多选, 以下分析含Q1首选媒体)

- 55%的受众会使用官方媒体 (CCTV+人民日报+新华社) 接收新闻资讯
- 第二梯队四个媒体为腾讯新闻 (信息流, 39%), 今日头条 (信息流, 38%), 朋友圈 (社交, 38%), 微博热搜 (社交, 30%), 总覆盖77%的受众
- 第三梯队三个媒体为百度 (搜索引擎, 27%), 当地卫视 (22%), 本地电视台 (19%), 总覆盖49%受众
- 第四梯队总覆盖34%的受众

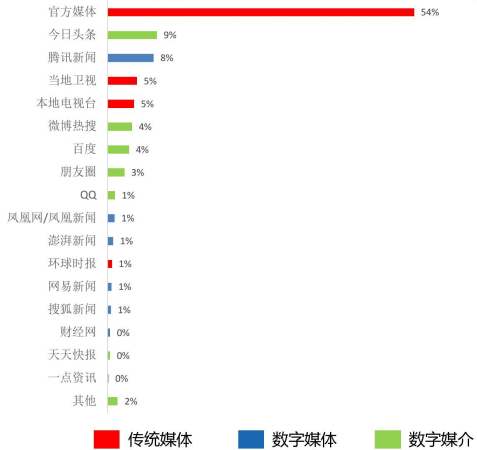
受众日常使用的新闻资讯媒体 (N=2936)



Q3: 这些媒体中, 您认为信息最值得信赖的媒体是哪个? (单选)

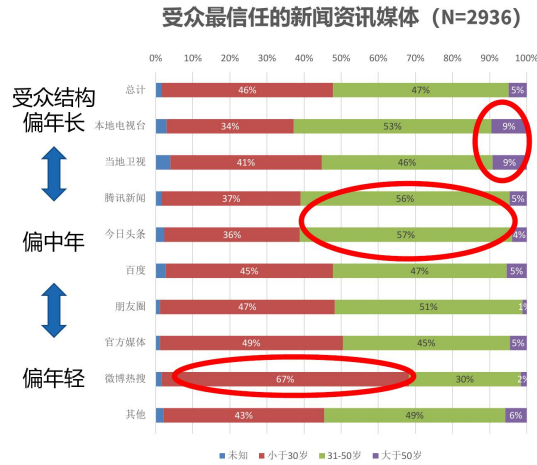
- 受众对于官方媒体表达极大信任, 超过54%受众选择官方媒体作为“最”信任的媒体, 其他的媒体形式都少于10%
- 今日头条 (9%) /腾讯新闻 (8%) 由于其信息流的形式以及庞大用户数, 获得了17%受众的首选, 但是其他信息流形式的数字媒体/媒介并不出众

受众最信任的新闻资讯媒体 (N=2936)



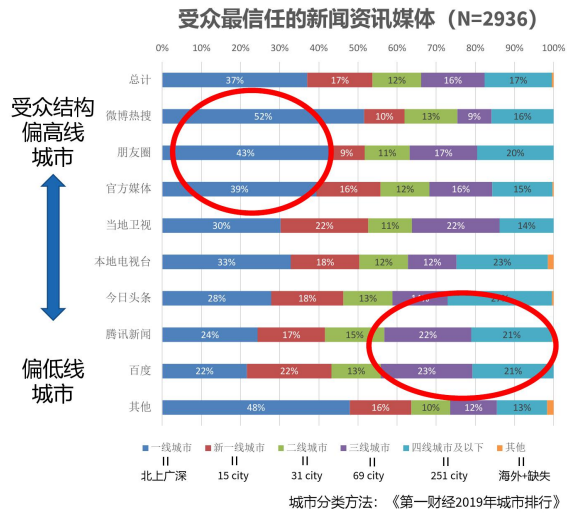
信息最值得信任的媒体的年龄分布

- 50岁以上年长受众，最信任的媒体是电视台：本地电视台（9%）和当地卫视（9%）
- 30-50岁的中年受众，腾讯新闻（56%）和今日头条（57%）表现了更强的可信度
- 67%的30岁以下年轻受众，对于微博热搜表达了信赖



信息最值得信任的媒体的地域分布

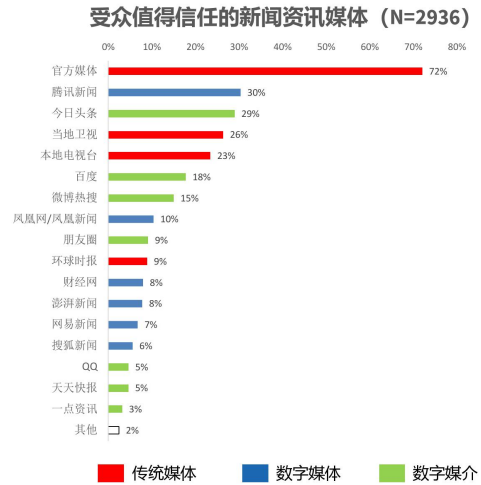
- 最信任微博热搜（52%）/朋友圈（43%）/官方媒体（39%）的受众更大比率来自（北上广深）
- 新一线+二线城市（总共46城市）的受众最信任媒体比率类似
- 最信任百度（44%）/腾讯新闻（43%）的受众更多来自三到五线城市



Q4：这些媒体中，您认为信息值得信任的媒体还有哪些（多选，分析含Q3最信任媒体）



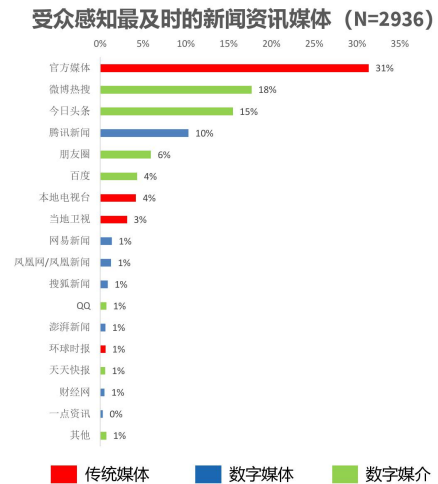
- 72%的受众对官方媒体表示信任，比率远高于其他媒体
- 传统媒体的值得信任比率远高于其他媒体形式，当地卫视（26%），本地电视台（23%）保持在受信赖的媒体第二梯队
- 腾讯新闻（30%）和今日头条（29%）在拥有庞大受众的同时，值得信任比率也远高于其他数字媒体/媒介



Q5：这些媒体中，您认为信息最及时的媒体是哪个？（单选）



- 官方媒体被31%受众认为“最及时”，领先于其他媒体
- 微博热搜（18%），今日头条（15%）和腾讯新闻（10%）作为第二梯队，被超过10%的受众认为“最及时”
- 其余媒体的受众及时性低于10%

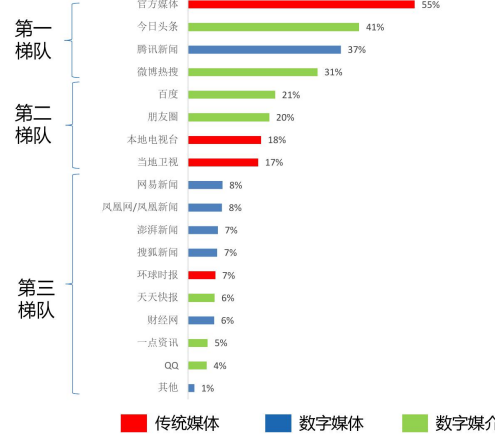


Q6：这些媒体中，您认为信息及时的媒体还有哪些？（多选，以下分析含Q5受众）



受众感知及时的新闻资讯媒体 (N=2936)

- 官方媒体（55%），今日头条（41%），腾讯新闻（37%），微博热搜（31%）作为第一梯队，被受众认为及时传播
- 本地电视台（18%），当地卫视（17%），百度（21%）和朋友圈（20%）作为新闻资讯传播及时性的第二梯队
- 大部分的数字媒体/媒介处于新闻资讯的第三梯队，考虑到数字化传播的特性，受众更多是对于这些媒体及时性的“无感知”，而非真实的及时性差



个别受众的备注

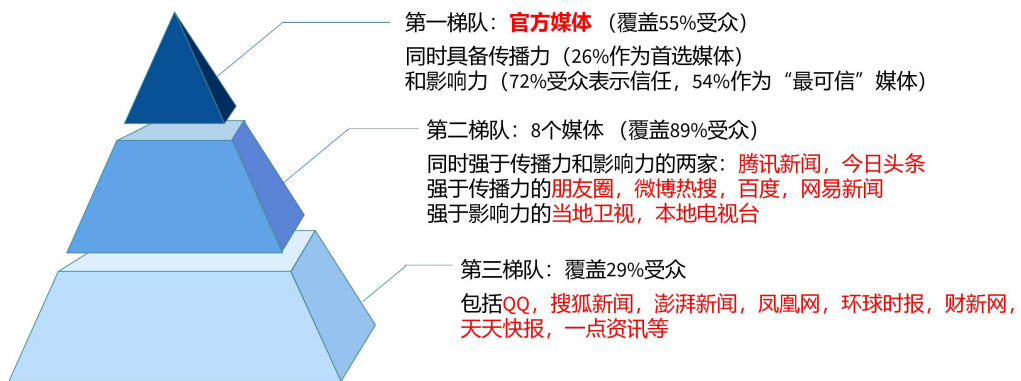


- “需要互相验证着看，没有单一信任的媒体”
- “这个时代，没有媒体可靠，都要有自己的理性思考和判断，信仰也很重要。”

调研的分析结论

©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

在新闻资讯传播中的媒体梯队



©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

19

传播力：不同年龄层次的受众偏好（Q2，日常使用媒体）



30岁以下年轻人更加依靠社交媒体，30岁以上今日头条有更高使用率，50岁以上更加依赖非数字化的当地卫视/本地电视台

	Total	小于20	21-30岁	31-40岁	41-50岁	51-60岁	大于60岁
No.1	官方媒体 (55%)	官方媒体 (53%)	官方媒体 (57%)	官方媒体 (51%)	官方媒体 (61%)	官方媒体 (65%)	官方媒体 (39%)
No.2	腾讯新闻 (39%)	微博热搜 (36%)	微博热搜 (44%)	腾讯新闻 (43%)	今日头条 (46%)	今日头条 (37%)	今日头条 (36%)
No.3	今日头条 (38%)	腾讯新闻 (34%)	朋友圈 (43%)	今日头条 (43%)	腾讯新闻 (40%)	腾讯新闻 (32%)	朋友圈 (29%)
No.4	朋友圈 (38%)	QQ (34%)	腾讯新闻 (38%)	朋友圈 (38%)	朋友圈 (29%)	当地卫视 (28%)	当地卫视 (18%)
No.5	微博热搜 (30%)	朋友圈 (33%)	今日头条 (35%)	百度 (28%)	百度 (27%)	本地电视台 (23%)	本地电视台 (11%)
No.6	百度 (27%)	百度 (32%)	百度 (28%)	当地卫视 (23%)	当地卫视 (23%)	朋友圈 (17%)	腾讯新闻 (7%)
No.7	当地卫视 (22%)	今日头条 (23%)	当地卫视 (20%)	微博热搜 (23%)	本地电视台 (22%)	百度 (17%)	QQ (7%)
No.8	本地电视台 (19%)	当地卫视 (21%)	本地电视台 (18%)	本地电视台 (20%)	微博热搜 (11%)	微博热搜 (7%)	百度 (4%)
No.9	网易新闻 (10%)	本地电视台 (17%)	QQ (10%)	网易新闻 (11%)	搜狐新闻 (11%)	搜狐新闻 (6%)	微博热搜 (4%)
No.10	QQ (10%)	天天快报 (4%)	网易新闻 (10%)	搜狐新闻 (9%)	网易新闻 (9%)	凤凰网/凤凰新闻 (5%)	搜狐新闻 (4%)

传播力：不同城市级别的受众偏好（Q2，日常使用媒体）



一线城市的日常使用媒体排序和其他级别城市有较大不同，社交媒体的使用比率更高

	Total	一线城市	新一线城市	二线城市	三线城市	四线城市及以下
No.1	官方媒体 (55%)	官方媒体 (57%)	官方媒体 (57%)	官方媒体 (55%)	官方媒体 (53%)	官方媒体 (53%)
No.2	腾讯新闻 (39%)	朋友圈 (47%)	今日头条 (42%)	今日头条 (44%)	腾讯新闻 (42%)	今日头条 (42%)
No.3	今日头条 (38%)	微博热搜 (43%)	腾讯新闻 (41%)	腾讯新闻 (41%)	今日头条 (37%)	腾讯新闻 (39%)
No.4	朋友圈 (38%)	腾讯新闻 (37%)	朋友圈 (34%)	朋友圈 (39%)	朋友圈 (29%)	朋友圈 (29%)
No.5	微博热搜 (30%)	今日头条 (34%)	百度 (31%)	百度 (32%)	百度 (27%)	百度 (23%)
No.6	百度 (27%)	百度 (27%)	当地卫视 (27%)	微博热搜 (28%)	当地卫视 (25%)	当地卫视 (20%)
No.7	当地卫视 (22%)	当地卫视 (20%)	微博热搜 (26%)	当地卫视 (21%)	本地电视台 (20%)	本地电视台 (18%)
No.8	本地电视台 (19%)	本地电视台 (18%)	本地电视台 (21%)	本地电视台 (19%)	微博热搜 (19%)	微博热搜 (18%)
No.9	网易新闻 (10%)	网易新闻 (11%)	QQ (11%)	QQ (11%)	QQ (10%)	QQ (11%)
No.10	QQ (10%)	澎湃新闻 (9%)	网易新闻 (10%)	网易新闻 (10%)	网易新闻 (9%)	网易新闻 (8%)

传播力：不同学历层次的受众偏好（Q2，日常使用媒体）



本科以下学历有着类似的日常使用媒体习惯，本科以上差异较大，更加依靠社交媒体

	Total	初中及以下	高中或中专	大专	本科	研究生	博士或以上
No.1	官方媒体(55%)	官方媒体(46%)	官方媒体(52%)	官方媒体(55%)	官方媒体(58%)	官方媒体(53%)	官方媒体(61%)
No.2	腾讯新闻(39%)	今日头条(32%)	今日头条(41%)	今日头条(41%)	朋友圈(43%)	朋友圈(49%)	朋友圈(34%)
No.3	今日头条(38%)	腾讯新闻(30%)	腾讯新闻(41%)	腾讯新闻(40%)	腾讯新闻(40%)	微博热搜(47%)	当地卫视(34%)
No.4	朋友圈(38%)	朋友圈(27%)	朋友圈(26%)	朋友圈(31%)	今日头条(39%)	腾讯新闻(37%)	今日头条(32%)
No.5	微博热搜(30%)	百度(24%)	百度(24%)	百度(29%)	微博热搜(39%)	今日头条(33%)	腾讯新闻(27%)
No.6	百度(27%)	本地电视台(16%)	当地卫视(20%)	当地卫视(26%)	百度(29%)	百度(27%)	本地电视台(27%)
No.7	当地卫视(22%)	当地卫视(16%)	本地电视台(18%)	本地电视台(24%)	当地卫视(21%)	当地卫视(21%)	微博热搜(23%)
No.8	本地电视台(19%)	QQ(11%)	微博热搜(12%)	微博热搜(22%)	本地电视台(19%)	本地电视台(15%)	百度(18%)
No.9	网易新闻(10%)	微博热搜(5%)	QQ(9%)	QQ(11%)	网易新闻(12%)	网易新闻(12%)	QQ(14%)
No.10	QQ(10%)	搜狐新闻(5%)	天天快报(6%)	网易新闻(10%)	QQ(9%)	凤凰网/凤凰新闻(9%)	环球时报(11%)

影响力：不同城市级别的受众信任度（Q4，可以信任媒体）



随着城市级别的下沉，头条被信任程度逐渐提升，而当地卫视则逐渐下降

	Total	一线城市	新一线城市	二线城市	三线城市	四线城市及以下
No.1	官方媒体(72%)	官方媒体(76%)	官方媒体(73%)	官方媒体(73%)	官方媒体(71%)	官方媒体(63%)
No.2	腾讯新闻(30%)	当地卫视(27%)	当地卫视(34%)	腾讯新闻(34%)	今日头条(30%)	今日头条(35%)
No.3	今日头条(29%)	腾讯新闻(27%)	腾讯新闻(31%)	今日头条(32%)	腾讯新闻(33%)	腾讯新闻(33%)
No.4	当地卫视(26%)	本地电视台(24%)	今日头条(31%)	当地卫视(26%)	当地卫视(25%)	当地卫视(21%)
No.5	本地电视台(23%)	今日头条(24%)	本地电视台(26%)	本地电视台(22%)	本地电视台(24%)	本地电视台(21%)
No.6	百度(18%)	微博热搜(19%)	百度(21%)	百度(21%)	百度(20%)	百度(18%)
No.7	微博热搜(15%)	百度(14%)	微博热搜(15%)	微博热搜(14%)	微博热搜(12%)	微博热搜(11%)
No.8	凤凰网/凤凰新闻(10%)	凤凰网/凤凰新闻(14%)	凤凰网/凤凰新闻(10%)	朋友圈(11%)	朋友圈(8%)	朋友圈(9%)
No.9	朋友圈(9%)	环球时报(12%)	环球时报(10%)	财经网(9%)	财经网(4%)	财经网(7%)
No.10	环球时报(9%)	澎湃新闻(12%)	朋友圈(9%)	凤凰网/凤凰新闻(9%)	网易新闻(7%)	网易新闻(6%)

影响力：不同年龄层次的受众信任度（Q4，可以信任媒体）



全年龄段都对官方媒体表示了极大信任，31-60岁年龄段的受众在官方媒体外，数字媒体/媒介的信任也超过其他年龄段

	Total	小于20	21-30岁	31-40岁	41-50岁	51-60岁	大于60岁
No.1	官方媒体 (72%)	官方媒体 (72%)	官方媒体 (74%)	官方媒体 (69%)	官方媒体 (75%)	官方媒体 (77%)	官方媒体 (61%)
No.2	腾讯新闻 (30%)	腾讯新闻 (35%)	腾讯新闻 (26%)	腾讯新闻 (34%)	今日头条 (37%)	当地卫视 (33%)	腾讯新闻 (21%)
No.3	今日头条 (29%)	今日头条 (24%)	当地卫视 (25%)	今日头条 (33%)	腾讯新闻 (35%)	腾讯新闻 (32%)	QQ (18%)
No.4	当地卫视 (26%)	微博热搜 (24%)	今日头条 (24%)	当地卫视 (27%)	当地卫视 (28%)	今日头条 (30%)	今日头条 (14%)
No.5	本地电视台 (23%)	当地卫视 (23%)	本地电视台 (22%)	本地电视台 (25%)	本地电视台 (26%)	本地电视台 (28%)	本地电视台 (11%)
No.6	百度 (18%)	本地电视台 (22%)	微博热搜 (18%)	百度 (19%)	百度 (21%)	百度 (20%)	凤凰网/凤凰新闻 (11%)
No.7	微博热搜 (15%)	百度 (19%)	百度 (16%)	微博热搜 (14%)	微博热搜 (10%)	微博热搜 (9%)	天天快报 (11%)
No.8	凤凰网/凤凰新闻 (10%)	QQ (17%)	凤凰网/凤凰新闻 (11%)	凤凰网/凤凰新闻 (11%)	凤凰网/凤凰新闻 (9%)	环球时报 (8%)	当地卫视 (7%)
No.9	朋友圈 (9%)	朋友圈 (13%)	环球时报 (10%)	朋友圈 (10%)	澎湃新闻 (9%)	凤凰网/凤凰新闻 (6%)	百度 (7%)
No.10	环球时报 (9%)	财经网 (8%)	财经网 (9%)	环球时报 (9%)	环球时报 (8%)	天天快报 (6%)	微博热搜 (7%)

影响力：不同学历层次的受众信任度（Q4，可以信任媒体）



本科以下的受众有着类似的媒体信任度，随着年龄的上升，官方媒体的信任度逐渐上升，而随着学历增高，头条的影响力开始下降

	Total	初中及以下	高中或中专	大专	本科	研究生	博士或以上
No.1	官方媒体 (72%)	官方媒体 (59%)	官方媒体 (69%)	官方媒体 (65%)	官方媒体 (78%)	官方媒体 (72%)	官方媒体 (70%)
No.2	腾讯新闻 (30%)	今日头条 (33%)	腾讯新闻 (34%)	腾讯新闻 (36%)	腾讯新闻 (28%)	腾讯新闻 (27%)	当地卫视 (32%)
No.3	今日头条 (29%)	腾讯新闻 (30%)	今日头条 (33%)	今日头条 (35%)	今日头条 (27%)	当地卫视 (25%)	腾讯新闻 (30%)
No.4	当地卫视 (26%)	当地卫视 (26%)	当地卫视 (23%)	当地卫视 (29%)	当地卫视 (26%)	本地电视台 (24%)	本地电视台 (23%)
No.5	本地电视台 (23%)	本地电视台 (19%)	本地电视台 (20%)	本地电视台 (27%)	本地电视台 (23%)	微博热搜 (21%)	今日头条 (18%)
No.6	百度 (18%)	百度 (19%)	百度 (20%)	百度 (23%)	微博热搜 (17%)	今日头条 (18%)	微博热搜 (16%)
No.7	微博热搜 (15%)	微博热搜 (9%)	微博热搜 (9%)	微博热搜 (13%)	百度 (15%)	凤凰网/凤凰新闻 (17%)	朋友圈 (16%)
No.8	凤凰网/凤凰新闻 (10%)	QQ (9%)	朋友圈 (9%)	朋友圈 (10%)	凤凰网/凤凰新闻 (13%)	环球时报 (15%)	QQ (16%)
No.9	朋友圈 (9%)	朋友圈 (7%)	天天快报 (6%)	网易新闻 (7%)	环球时报 (10%)	百度 (15%)	百度 (14%)
No.10	环球时报 (9%)	环球时报 (5%)	财经网 (5%)	凤凰网/凤凰新闻 (7%)	澎湃新闻 (9%)	澎湃新闻 (14%)	澎湃新闻 (11%)

明略科技 媒体价值评估“三力模型”

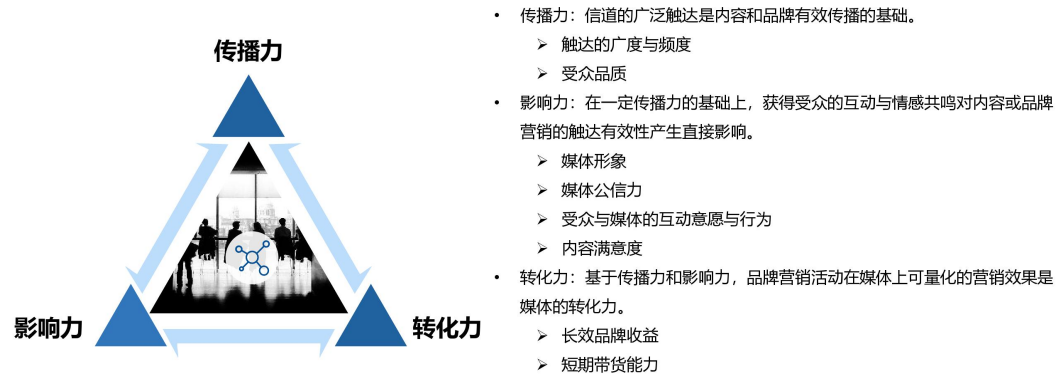
©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

媒体具有传播、影响和转化的功能，媒体的功能表现映射为受众行为和态度



©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

27



媒体价值评估需要在三力评估中展开

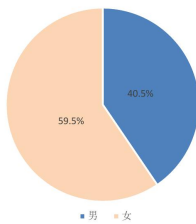


调研人群分布

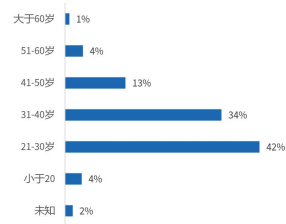
©2006-2020 明略营销科学院 (MAMS) 版权所有

新闻资讯媒体传播力与影响力调研-样本信息

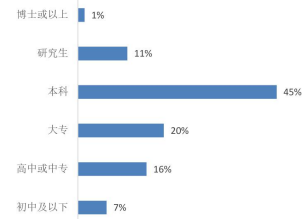
性别分布 (N=2936)



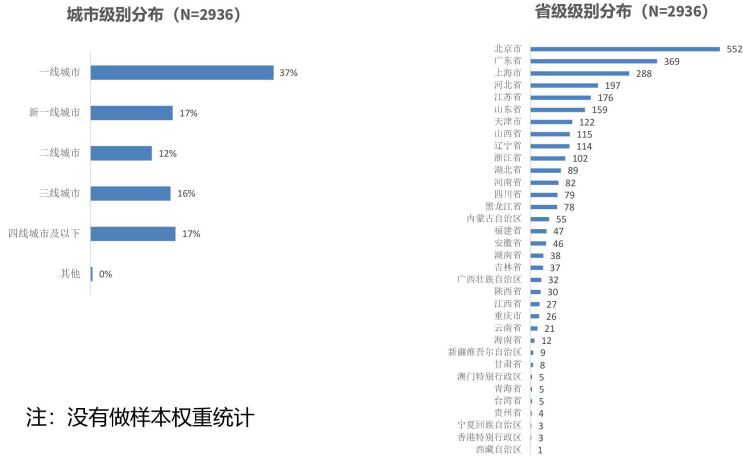
年龄分布 (N=2936)



学历分布 (N=2936)



注：没有做样本权重统计



对本报告有任何问题，请联系明略营销科学院

mams@mininglamp.com





Thanks 谢谢



明略科技™
MININGLAMP TECHNOLOGY



M A M S