

# 2016 年中国互联网新闻市场 研究报告

(2017 年 1 月)





## 内容简介

随着智能手机和移动互联网的迅速普及,新的信息技术为新闻传播带来了巨大深远的影响,原有单一、线性的传播形态彻底被颠覆,新闻传播的影响力从广度到深度都前所未有得到了提升。同时,互联网渗透网民的日常生活日益加深,移动端即时便捷的特征满足了用户获取新闻资讯的信息需求,网络已成为网民获取信息、表达观点的重要渠道。报告力求通过分析中国互联网新闻的发展环境、产业链发展情况、市场竞争格局以及用户行为洞察等方面反映行业的发展情况。

## 版权说明

本报告由中国互联网络信息中心(CNNIC)制作,报告中所有文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规保护。报告版权归中国互联网络信息中心(CNNIC)所有。如引用或转载,请注明出处。

欢迎扫描二维码,关注 CNNIC 互联网发展研究官方微信。



报告下载: <http://research.cnnic.cn/>

互联网报告.中国

报告咨询

联系方式: 喻先生 010-58813459

孟女士 010-58813326

联系邮箱: [cnnic-survey@cnnic.cn](mailto:cnnic-survey@cnnic.cn)

中国互联网络信息中心(CNNIC)

2017年1月



# 目 录

第一章 调查介绍 .....	1
一、 研究方法 .....	1
二、 术语定义 .....	1
第二章 报告摘要 .....	2
第三章 宏观环境 .....	4
一、 政策环境 .....	4
二、 经济环境 .....	5
三、 社会环境 .....	5
四、 技术环境 .....	6
第四章 互联网新闻产业链概况 .....	8
一、 产业链现状 .....	8
(一) 产业链阶段：从 PC 过渡到移动时代，产业发展日渐成熟 .....	8
(二) 产业链主体：上游进入门槛高，中间渠道日趋多元化 .....	8
二、 产业链特征 .....	9
(一) 生产模式：UGC 逐渐向专业化过渡，PGC+UGC 融合趋势显现 .....	9
(二) 分发模式：“算法分发”正在成为互联网新闻主要的分发方式 .....	10
(三) 传播模式：“去中心化”与“多层次化”传播特征显现 .....	10
(四) 商业模式：商业广告为主，探索多样化商业模式 .....	11
第五章 互联网新闻市场竞争情况 .....	12
一、 竞争格局 .....	12
(一) 总体格局：社交平台、手机浏览器和新闻客户端成三大分发渠道 .....	12
(二) 品牌竞争格局：腾讯新闻、今日头条位列前两位 .....	13
二、 竞争态势 .....	14
(一) 资本力量参与加深，市场角逐仍激烈 .....	14
(二) 媒体融合加快，新竞合时代开启 .....	15



<b>第六章 互联网新闻用户规模及属性</b> .....	<b>17</b>
一、 用户规模 .....	17
二、 用户属性 .....	17
(一) 性别结构 .....	17
(二) 年龄结构 .....	18
(三) 学历结构 .....	18
(四) 职业结构 .....	19
(五) 收入结构 .....	19
三、 用户分群 .....	20
(一) 互联网新闻细分群体呈现出明显年龄分层差异 .....	20
(二) “意见表达派”和“多屏低调派”是互联网新闻的高频重度用户 .....	21
(三) “意见表达派”和“多屏低调派”沿袭门户浏览习惯 .....	23
(四) “手机娱乐派”对时政新闻关注度最低，新闻传播形式需“接地气” ...	25
<b>第七章 互联网新闻用户使用行为</b> .....	<b>27</b>
一、 浏览行为 .....	27
(一) 超过六成网民每天上网看新闻，午间和晚间是浏览高峰 .....	27
(二) 互联网新闻碎片化浏览特征明显，单次集中在 30 分钟内 .....	28
(三) 深度新闻关注度不高，三成网民只看新闻首屏和标题 .....	28
(四) 与民众休戚相关的社会新闻题材是网民关注的新闻重点 .....	29
二、 评论及转发行为 .....	30
(一) 网民普遍关注新闻评论，但参与程度仍较低 .....	30
(二) 社会民生领域新闻成为互联网舆论热点 .....	31
(三) 社交媒体已逐渐成为新闻获取、评论、转发、跳转的重要渠道 .....	32
(四) 超六成网民转发新闻前不会核实，新闻真实性质疑意识需提升 .....	33
<b>第八章 互联网新闻行业发展趋势</b> .....	<b>34</b>
一、 全媒体融合发展不断深化，逐步从有形融合走向无形融合 .....	34
二、 新闻内容资源将逐步向行业头部平台汇聚 .....	34
三、 技术发展将对行业发展产生更深远影响 .....	35

版权声明 ..... 36

免责声明 ..... 36

# 图目录

图 1 2012.6-2016.6 中国网民规模和互联网普及率.....	6
图 2 互联网新闻产业链图.....	8
图 3 最近半年网民上网浏览新闻设备.....	12
图 4 最近半年网民手机浏览新闻入口.....	13
图 5 最近半年网民 PC 端浏览新闻入口.....	13
图 6 2015.12-2016.6 互联网新闻/手机互联网新闻用户规模及使用率.....	17
图 7 互联网新闻用户性别结构.....	18
图 8 互联网新闻用户年龄结构.....	18
图 9 互联网新闻用户学历结构.....	19
图 10 互联网新闻用户职业结构.....	19
图 11 互联网新闻用户收入结构.....	20
图 12 互联网新闻细分用户比例分布.....	20
图 13 互联网新闻细分用户年龄结构.....	21
图 14 互联网新闻细分用户浏览频率.....	21
图 15 互联网新闻细分用户浏览时长.....	22
图 16 互联网新闻细分用户浏览主动性.....	22
图 17 互联网新闻细分用户浏览深度.....	23
图 18 互联网新闻细分用户学历结构.....	23
图 19 互联网新闻细分用户浏览设备.....	24

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21887](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21887)

