

中国原创财经新媒体案例研究报告

2020年

www.irese



海量行研报告免费读



原创财经新媒体行业发展概览：

新闻资讯内容形式的**信息承载与传递维度逐渐提高**，满足用户不断升级的内容消费需求
具有互联网新闻信息服务(一类)资质的财经新媒体——即**原创财经新媒体**——**内容覆盖面广阔**，
具有**国家认可的内容公信力背书**，发展前景良好

2020年10月，原创财经新媒体移动端月独立设备数736万台，第一财经于其中渗透率近50%



第一财经用户群体及使用行为：

第一财经用户以有丰富社会阅历的**高净值、高学历成熟已婚人群**为主
用户**留存、使用黏性、内容付费意愿**较高，平台健康、可持续发展基础坚实
“内容专业有深度、时效性强、实用可信，平台主流”为用户对第一财经的核心印象，用户**品牌忠诚度高**，NPS达51.5%



第一财经用户营销潜力：

第一财经用户在**金融理财、奢侈品、房地产、汽车、家电、3C数码、教培**等领域消费能力强劲，
生活品质较高

78.1%的用户对广告持积极态度，22.7%具有直接转化购买的潜力



第一财经发展布局策略及亮点：

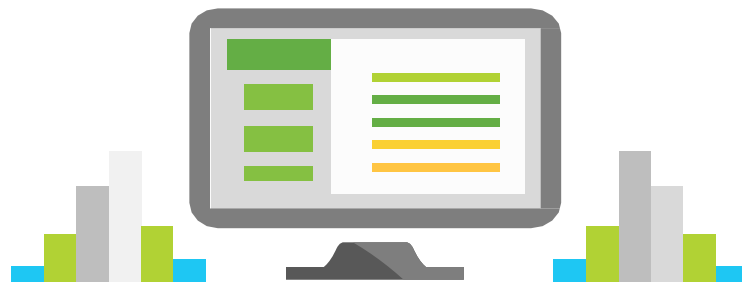
积极转型拥抱**新渠道**，拓展**业务矩阵**，提升业界影响力
积极发力**新形式**迎合当前内容消费大势，用户黏性显著提升

01 研究目的及内容

《2020年中国原创财经新媒体案例研究报告》通过艾瑞iClick在线调研社区，利用定量研究方法，对于中国原创财经新媒体的用户洞察展开调研，并以第一财经作为典型案例，针对其用户画像、内容分类、用户使用行为、用户产品偏好、营销价值、业务布局等方面进行分析，展现原创财经新媒体平台的价值。

02 调研样本说明

调研概况	在线定量调研	
调研平台	艾瑞iClick社区	
调查对象	1、在过去一年中使用过原创财经新媒体的用户 2、全国各主要原创财经新媒体平台	
问卷投放区域	全国，随机投放	
问卷投放时间	2020.09-2020.10	
样本数量	1880	



 iUserTracker
PC端用户行为监测

 mUserTracker
移动用户行为监测

来源：通过艾瑞iClick社区调研收取的数字阅读产品用户调研问卷获得。

TGI名词释义

TGI指数定义	TGI：即Target Group Index（目标群体指数），可反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势
TGI指数计算方式	TGI指数 = [目标群体中具有某一特征的群体所占比例 / 总体中具有相同特征的群体所占比例] * 标准数100
TGI指数意义	TGI指数表征不同特征用户关注问题的差异情况，其中TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平， TGI ≥ 105时，表示某指标具有明显优势。TGI越高，优势越明显。

城市级别划分标准

一线城市 (4)	北京市\上海市\广州市\深圳市
新一线城市 (15)	成都市\重庆市\杭州市\武汉市\西安市\天津市\苏州市\南京市\郑州市\长沙市\东莞市\沈阳市\青岛市\合肥市\佛山市
二线城市 (30)	昆明市\大连市\无锡市\宁波市\厦门市\福州市\哈尔滨市\济南市\温州市\长春市\石家庄市\常州市\泉州市\南宁市\贵阳市\南昌市\南通市\金华市\徐州市\太原市\嘉兴市\烟台市\惠州市\保定市\台州市\中山市\绍兴市\乌鲁木齐市\潍坊市\兰州市
三线及以下城市 (70)	唐山市\廊坊市\邯郸市\秦皇岛市\沧州市\邢台市\呼和浩特市\包头市\洛阳市\南阳市\商丘市\新乡市\许昌市\信阳市\驻马店市\宜昌市\荆州市\襄阳市\黄冈市\株洲市\衡阳市\岳阳市\常德市\湘潭市\芜湖市\蚌埠市\滁州市\阜阳市\铜陵市\漳州市\莆田市\宁德市\镇江市\盐城市\扬州市\泰州市\淮安市\连云港市\宿迁市\赣州市\九江市\上饶市\宜春市\威海市\临沂市\济宁市\淄博市\菏泽市\潮州市\珠海市\江门市\汕头市\湛江市\肇庆市\揭阳市\潮州市\桂林市\柳州市\海口市\三亚市\大庆市\吉林市\鞍山市\银川市\西宁市\咸阳市\遵义市\绵阳市\德阳市\曲靖市
四线及以下城市	除以上城市外的其他城市

原创财经新媒体行业发展概览

1

第一财经用户群体与使用行为分析

2

第一财经用户营销潜力分析

3

第一财经发展布局策略及亮点分析

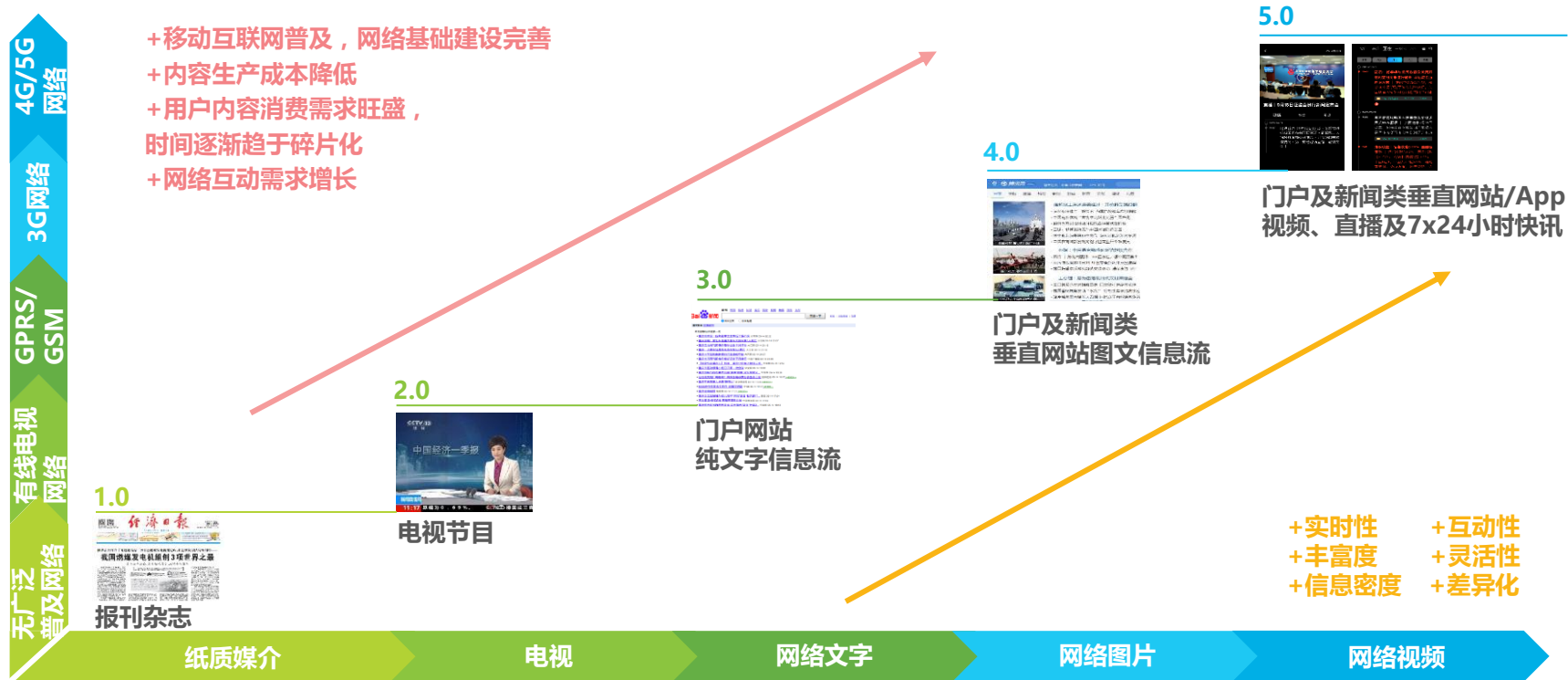
4

新闻资讯内容获取渠道与形式演变历程 iResearch 艾瑞咨询

信息承载与传递维度逐渐提高，新内容形式满足新需要

随着中国移动互联网的普及、手机的智能化与群众生活方式更迭带来的时间碎片化，技术的发展与用户消费需求的升级使新闻资讯内容获取渠道呈现从线下到PC端再到移动端的迁移与渗透趋势，同时内容形式逐渐从文字到图片再向视频化发展，信息的传递速率与丰富度、密度从低维向高维进阶。

新闻资讯获取渠道与形式演变历程



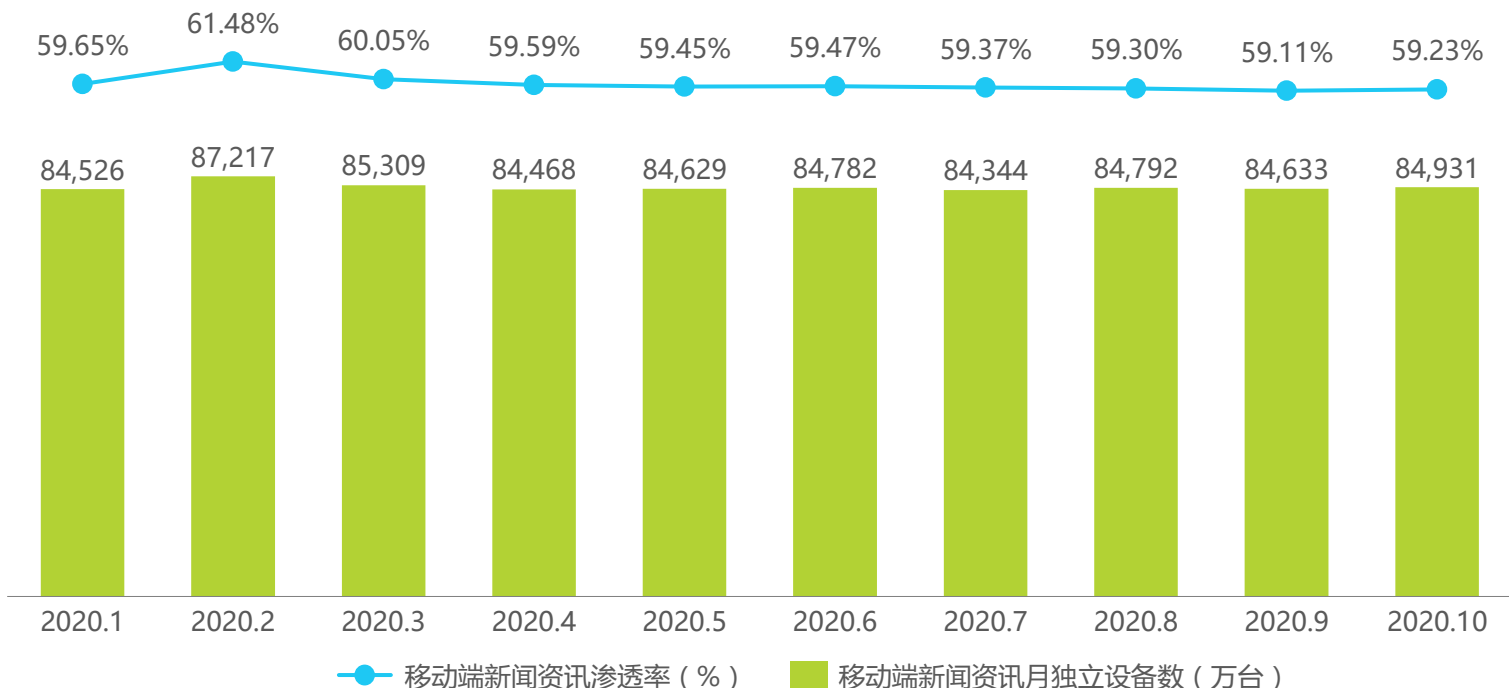
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国互联网新闻资讯用户规模

互联网新闻资讯用户基数庞大，行业移动端渗透率达六成

中国移动互联网的迅速普及与发展，以及移动端的灵活便捷性在当前市场环境下用户的碎片化信息获取需求的契合，共同驱动中国互联网新闻资讯移动端用户覆盖量级的高企。根据艾瑞咨询UserTracker数据监测结果，2020年10月移动端新闻资讯月独立设备数达84931万台。同时，新闻资讯用户在互联网整体接入用户的渗透率达六成，用户基数庞大，覆盖广泛；此外，随着中国互联网流量红利见顶，用户量级的增长趋于平缓。

2020年1-10月中国互联网新闻资讯移动端月独立设备数与渗透率



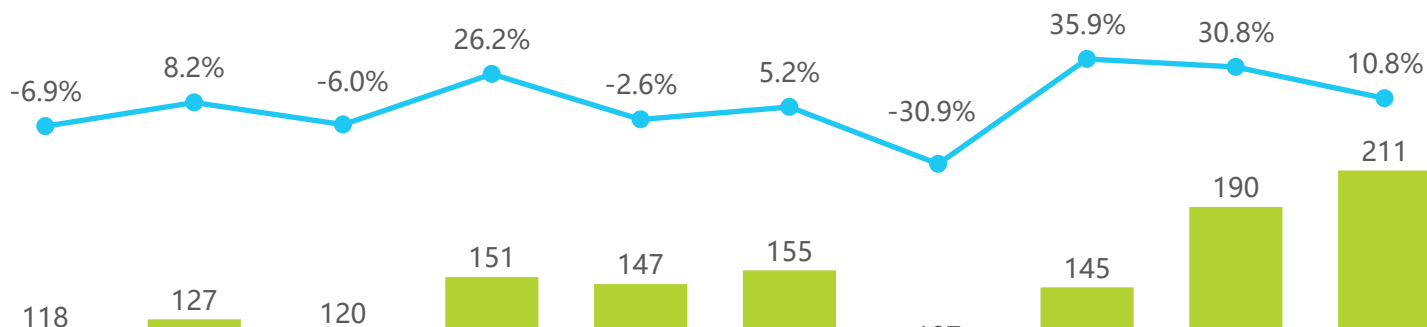
注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。
来源：UserTracker多平台网民行为监测数据库（智能终端）。

中国互联网新闻资讯广告规模

预计2020年Q4达211亿元, 随疫情影响减弱明显回暖

自2019年下半年起, 中国互联网新闻资讯市场的广告整体规模受多重系统性影响而进入整体增速缓滞的波动期。受制于宏观经济下行压力, 尽管2019年4季度具有季节性因素与建国70周年全民关注上升的利好, 广告主的投放却趋于谨慎。2020年的新冠疫情影响, 在整体上持续了这一用户端整体注意度提升但广告主因宏观因素投放下降的态势; 后随复工复产的向好进行, 以及广告主将更注重利用营销节点弥补疫情损失的影响, 互联网新闻资讯广告整体规模迎来回暖。长期来看, 新闻资讯行业集中度预计持续提升, 用户渗透率及广告加载量增量空间较为有限, 预计互联网新闻资讯广告规模增速将整体呈放缓趋势, 玩家亟需拓展广告以外的变现模式, 以多元化营收结构。

2018Q3-2020Q4中国互联网新闻资讯广告规模



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_20799

