

中国互联网媒体内容社区模式发展 研究报告

2020年



海量行研报告免费读



背景

- 1) **内容社区定义**：内容社区是互联网媒体的一种**典型布局模式**，具体指依托内容生态的网络社区，其特征包含内容生态机制、社区独有文化、用户交互等。
- 2) **内容社区价值**：内容社区的搭建，能够为互联网媒体带来内容生产成本下降、用户黏性提升、变现能力加强和差异化壁垒的强化。



模式布局

互联网媒体内容社区是产业链各方开展内容合作的核心中枢。话题的方向、用户的需求影响着各互联网媒体对内容社区的布局方向。

- 1) **消费类**内容社区的布局以完善用户消费链条、帮助用户完成消费决策等为主要方向；
- 2) **生活方式类**内容社区的发展以满足消费者对各类生活方式的分享、探索等为主要方向；
- 3) **文娱类**内容社区以根据用户需求提升用户内容体验、扩展兴趣板块等为主要方向；
- 4) **知识类**内容社区的搭建以不断完善用户对于所获取知识内容的专业度和深度为主要方向。



商业模式

随着发展步入成熟阶段，内容社区由B、C两端朝着**营销线、商品线、平台线和内容线**为互联网媒体衍生出多元商业模式。内容社区相关的各类商业模式：1) 促使B端品牌主能够在内容社区上系统化地开展营销活动，2) 促使C端用户对内容社区的使用链条和体验更为完整，同时，3) 更提升着媒体平台的**变现能力和商业模式衍生空间**。



趋势

- 1) **内容形式**：在用户需求和技术发展的驱动下，预计在未来，能够进一步为用户带来真实感知和细节展示的**VR技术**将发展成为下一个主流内容展现形式。
- 2) **内容分发**：用户和品牌主对**需求预测**的需要，推动互联网媒体内容社区的内容分发布局朝行业认知、用户认知、算法模型预测能力等方向开展。
- 3) **版块布局**：**品效合一**的版块布局模式将继续成为未来各类型互联网媒体平台的发展布局方向。

互联网媒体内容社区模式发展背景

1

互联网媒体内容社区模式布局探究

2

互联网媒体内容社区商业模式分析

3

互联网媒体内容社区模式趋势展望

4

互联网媒体内容社区概念界定

互联网媒体内容社区是在媒体平台中依托内容生态的网络社区

内容社区是互联网媒体的一种典型布局模式，具体指依托内容生态的网络社区，其特征包含内容生态机制、社区独有文化、用户交互功能等。内容社区的内容运作流程大体可分为三步，分别是内容创作、内容分发和基于内容的用户社区互动，创作者的内容生产为内容社区源源不断地供应内容，内容分发为用户和内容做精准匹配，用户基于社区内容开展互动形成活跃的社区气氛、激励创作者的内容生产，为内容社区的内容运作形成闭环。

中国互联网媒体内容社区概念界定

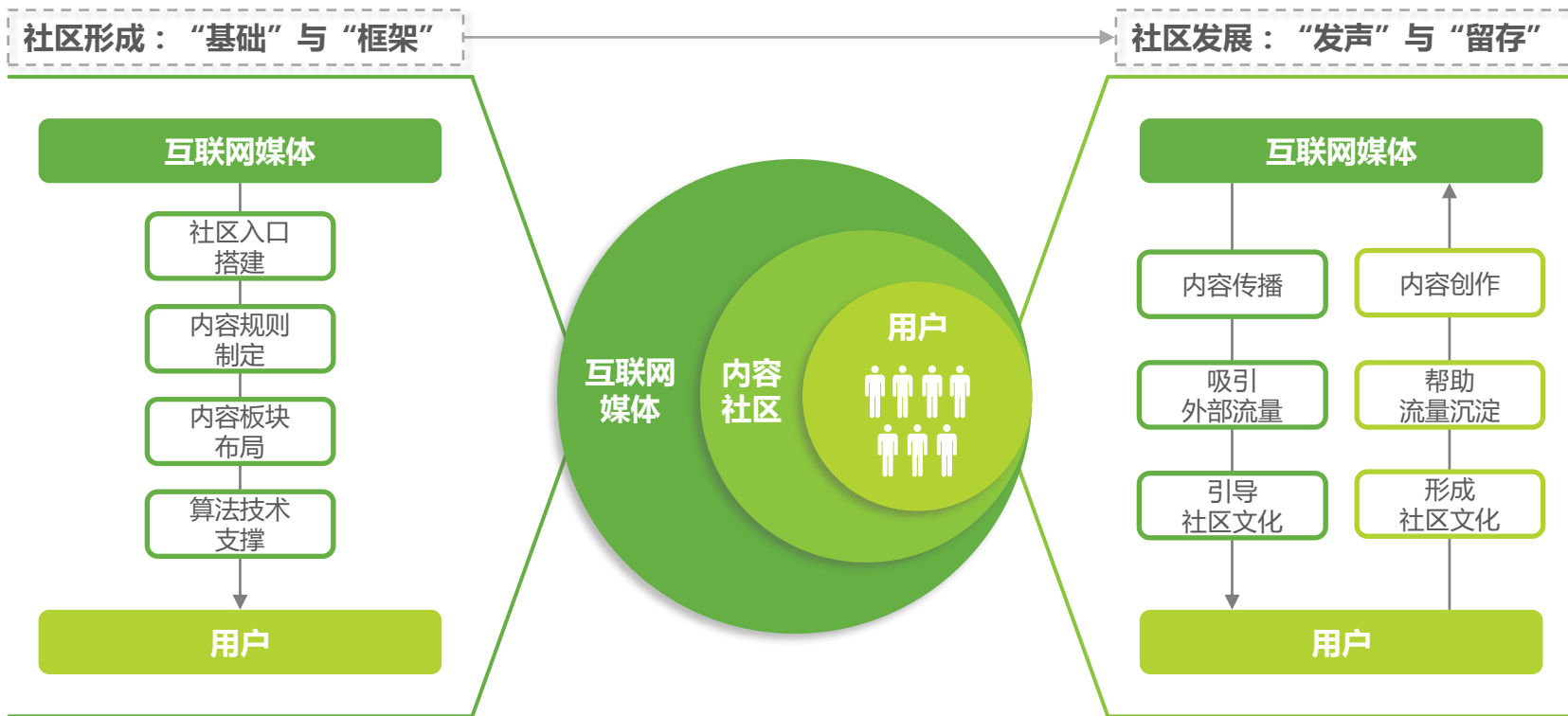


互联网媒体内容社区结构特征

互联网媒体内容社区由媒体和用户共同推动形成与发展

在互联网媒体内容社区形成初期，互联网媒体提供的技术和搭建的模块等是用户参与互动、形成内容社区的基础。在媒体平台的支撑下，用户和平台相互赋能，不断推动社区的发展。步入发展阶段，媒体平台所具有的发声优势可以帮助平台上的内容实现更广的传播，并触达与吸引更多契合平台文化的用户，而能引起共鸣的平台用户内容创作输出又帮助媒体平台实现流量留存、使平台文化进一步强化。

中国互联网媒体内容社区结构特征



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

内容社区对互联网媒体发展的价值

内容社区的建设，为互联网媒体平台带来“一降三升”的价值

随着注意力碎片化时代的到来，能够契合用户主流偏好内容展现方式的内容化信息呈现成为吸引用户注意力的有效途径，而能够承载各式内容交流的内容社区则成为近年间各类互联网媒体平台积极布局与搭建的对象。内容社区的搭建，能够为媒体平台带来“一降”与“三升”的价值。在内容社区中，用户通过内容生产和交流获得共鸣和创作动力，使得媒体平台用户黏性提升、内容生产成本下降，并且帮助平台形成和强化独有文化与差异化壁垒；用户对平台的信任和对内容的使用偏好又成为了品牌主借助内容深度、有效触达用户的营销变现基础，促使媒体平台的变现能力的提升。

中国内容社区对互联网媒体发展的价值分析



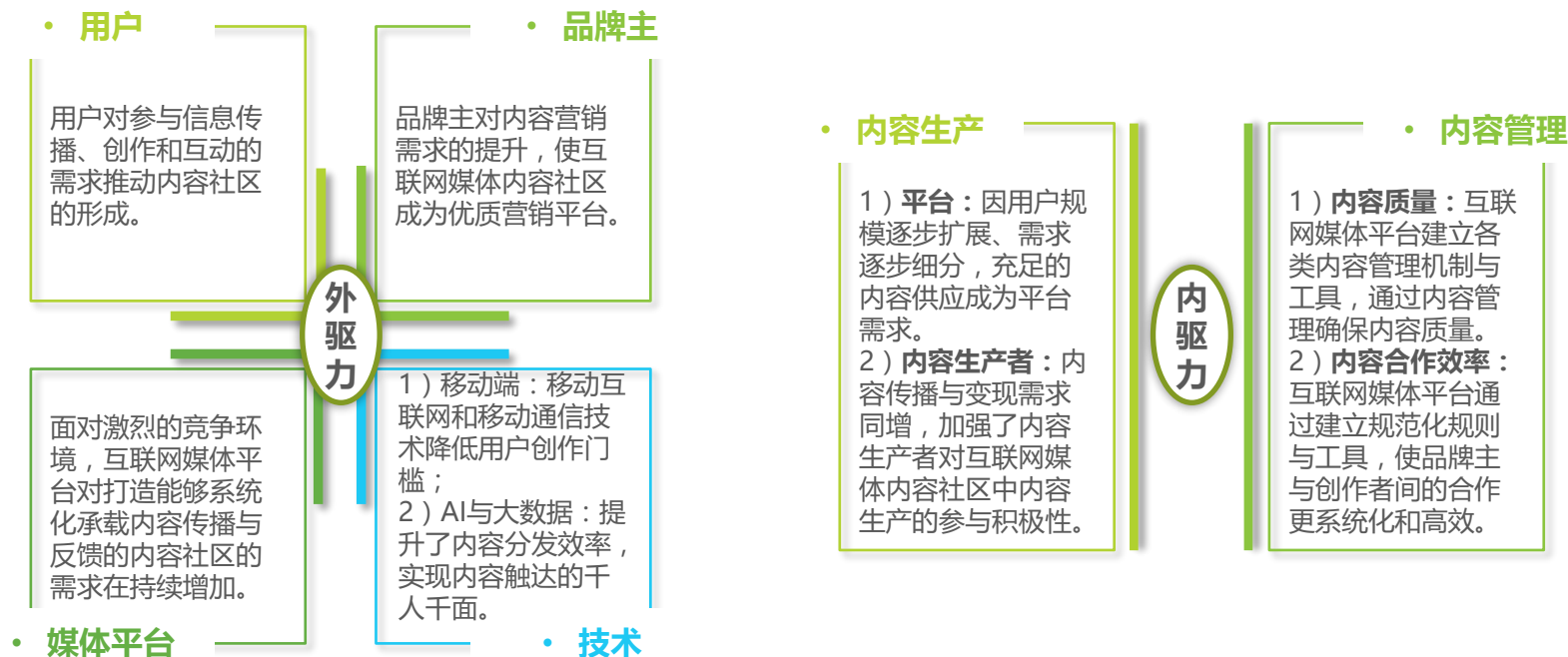
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

内容社区发展的驱动力因素概览

外部、内部驱动力共同推动互联网媒体内容社区快速发展

互联网媒体内容社区的发展由内容相关的内容生产效率和参与度、内容管理优化等从内部进行驱动，同时也由对互联网媒体内容社区具有需求或提供支撑的用户、品牌主、媒体平台和技术等从外部驱动。内容相关的内驱力使得互联网媒体内容社区中的内容形成运作体系，规范化地管理平台商业化内容确保了产业链各方利益，平台和创作者共同提升内容生产效率也满足了各方的内容需求。而用户和品牌主对内容社区的需求则成为媒体平台利用技术、资源等布局内容社区的方向。

中国互联网媒体内容社区发展驱动力概览



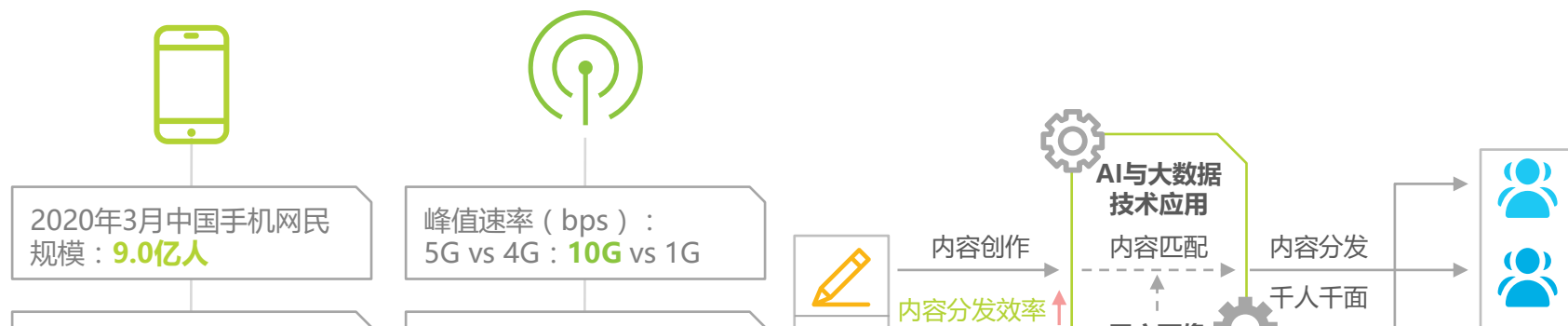
外部驱动力：技术发展降门槛提效率

移动端发展降低创作门槛，AI和大数据加强内容分发和体验

技术端的发展使内容社区中的内容生产供给量和效率、内容与用户的匹配效率等有了提升。2020年3月，我国手机网民规模达到9.0亿人，覆盖面广；并且，移动端APP的在架数量于2019年达到367万款，应用场景丰富，促使更多用户可以借助移动互联网和多元创作工具开展随时随地的内容创作。从1G到5G，移动通信技术发展迅速，即使内容量丰富，用户也可对所生产内容进行即时上传。而AI和大数据技术的发展，使得内容的传播和触达趋于千人千面，一方面帮助提升内容分发效率；另一方面，用户所接收的内容更为贴合自身需求，内容体验也更为优质。

移动互联网和移动通信技术降低内容生产门槛

人工智能与大数据促进内容分发效率



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_21170

