

电影行业 自媒体营销价值报告

克劳锐指数研究院出品



01

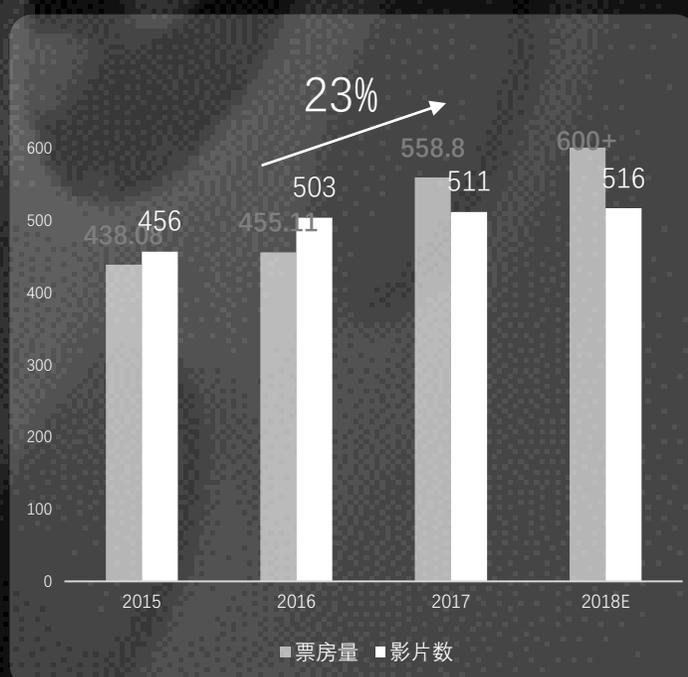
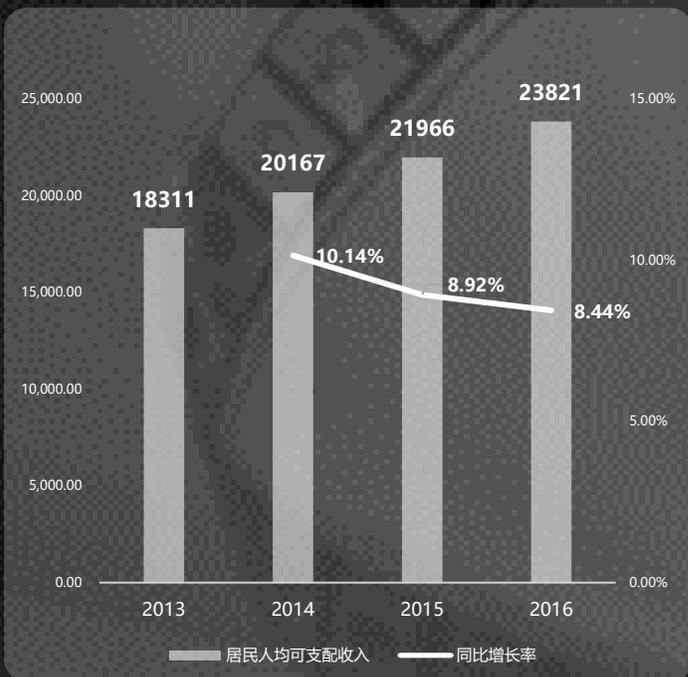
PART ONE

电影自媒体发展环境



精神建设消费水平提高加速文娱产业发展，电影产业受益其中

2017年中国的恩格尔系数为29.33%，同年电影票房增长23%，人均消费水平的提升促进内容消费意识养成，消费者提高对知识信息方面的投资将构成新的消费结构。





电影行业在微博平台有很高的发展空间

占2017年微博用户总数 **55%**



2017年电影兴趣用户数量

电影名关键词提及微博阅读量**1477亿**

全年视频播放量**714亿**

全年话题阅读量**7339亿**

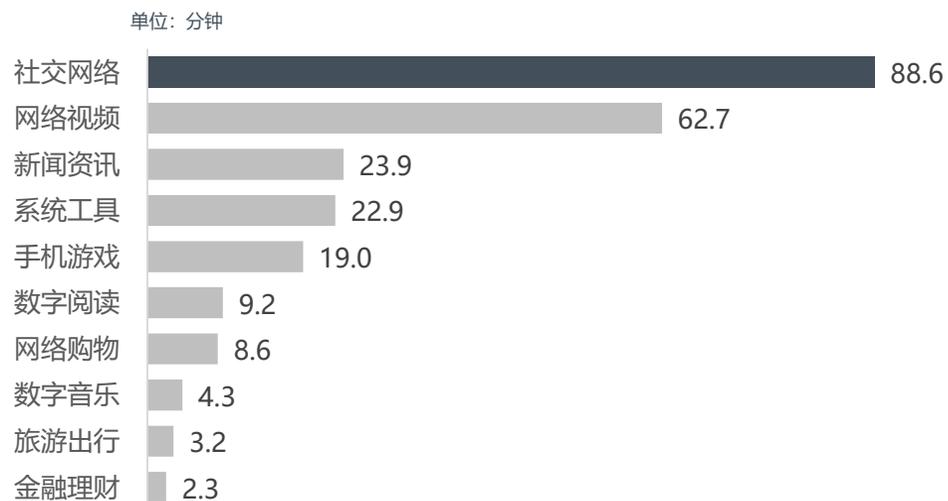
全年点评阅读量**113亿**



移动社交“化零为整”，自媒体获得更多展现时间

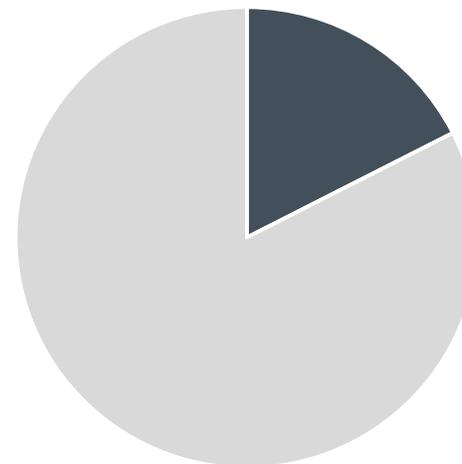
社交应用移动化提高了中国网民的碎片时间利用。各类社交平台顺应碎片时间消费潮流，在各领域利用社交关系背书进行渗透，使之转化为社交平台新动能，拥有粉丝的碎片时间是实现商业变现的基础。

社交网络类日均时间消耗高达88.6分钟，
占日均app总使用时长35%



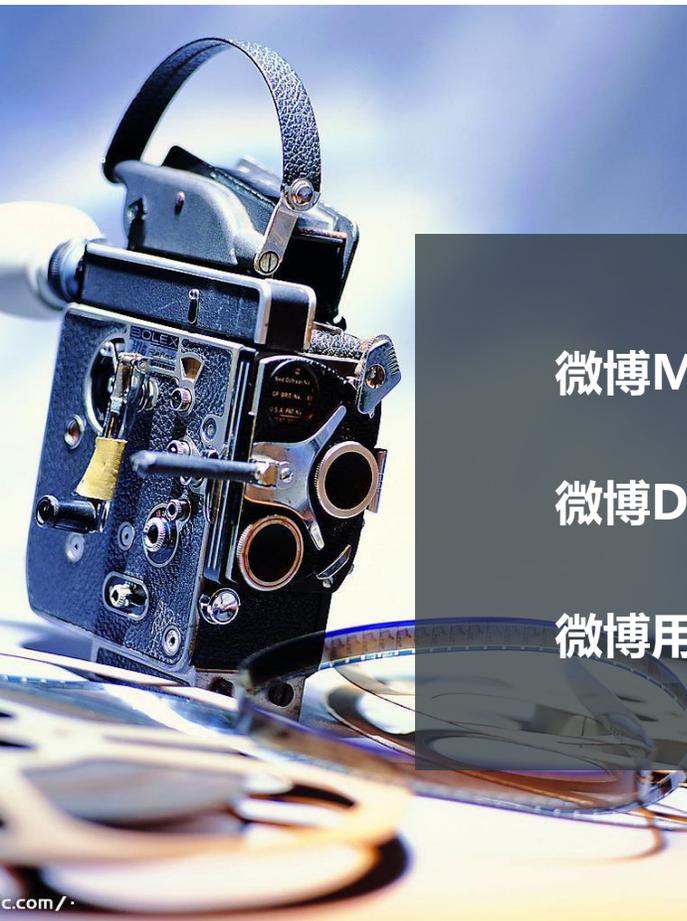
移动网民平均每天把将近20%的时间分配在
各类App的使用上

移动网民日均App使用时长4.2小时





用户体量与活跃用户数量提升，自媒体获得更多展示机会

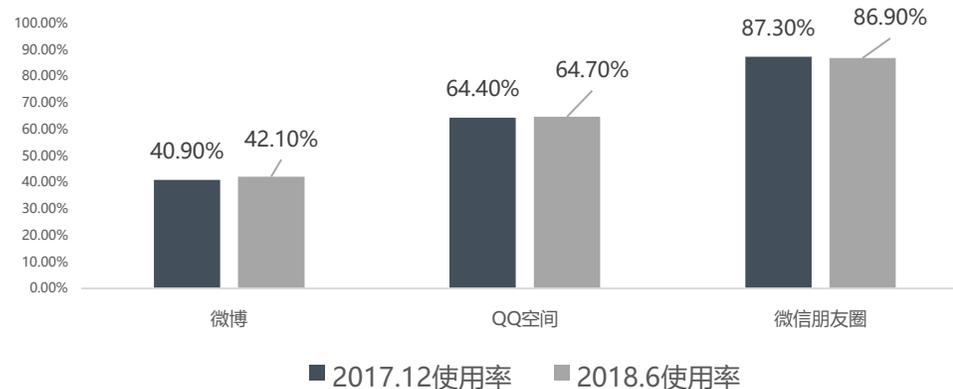


微博MAU环比增长3.48%

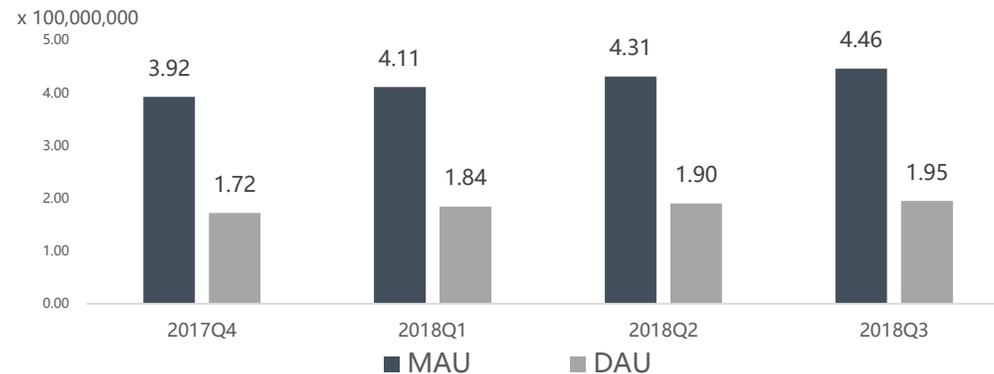
微博DAU环比增长2.63%

微博用户93%来自移动端

各社交平台用户使用率



微博平台活跃用户数量





02

PART
TWO

电影自媒体价值解析

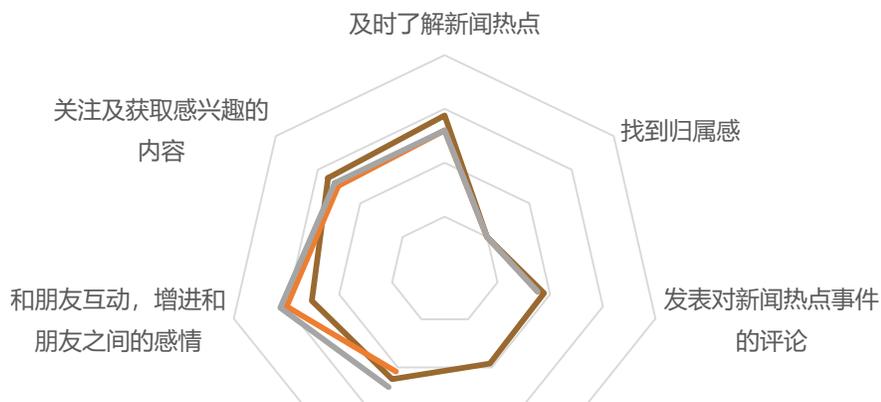


自媒体是社交信息传播的王牌，对电影宣传起到重要作用

加强社交内容价值，巩固粉丝使用粘性；升级内容营销策略，信息传播重在“里应外合”；优化用户互动体验，放大二次传播潜力。

60.7%微博用户的使用目的是“及时了解新闻热点”
58.0%的微博用户的使用目的是“关注及获取感兴趣的内容”

典型社交应用联系人类型对比



联系人类型	微博 (%)	QQ (%)	QQ空间 (%)
现实生活中的亲戚朋友	64.7%	97.4%	95.4%
网上认识的朋友	43.3%	55.1%	60.2%
陌生人	34.1%	42.3%	45.2%
其他	5.1%	6.3%	6.1%

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_38293

