

中国网络社群研究报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

中国网络社群基本概况	1
中国网络社群产业链发展现状	2
中国网络社群运营现状洞察	3
中国网络社群典型发展案例分析	4
中国网络社群服务平台分析	5
中国网络社群未来发展趋势	6

中国网络社群概念界定

概念界定及基本特征

社群是有共同爱好、需求的人组成的群体，有内容、有互动，由多种形式组成。社群实现了人与人、人与物的连接，提升了营销和服务的深度，建立起了高效的会员体系，增强了品牌影响力和用户归属感，为企业发展赋予新的驱动力。

2016年中国网络社群概念及特征



可商业化网络社群

(狭义的网络社群，即报告范畴)

具有商业化潜力、能够形成内容价值的网络社群，不包括仅由于血缘关系及社会角色而聚集的社群，如家人群、闺蜜群等。

网络社群

(广义的网络社群)

互联网为社群沟通主要渠道，拥有线上线多种互动与运营方式，有较为固定的平台或渠道便于成员进行交流分享

社群

群组内不再呈现1对多的传播模式，各成员之间产生更多互动，群组内部形成网状传播形态

活跃群组

用户活跃度是群组发展的基本条件，人与人之间经常性的互动沟通是群组文化形成的基础

群组

以具有共同的兴趣与目标为基本要素，成员聚集形成群组形态。

注释：本报告中艾瑞报告界定范畴为网络社群。

中国网络社群发展环境分析

多方助力推动中国网络社群发展

2016年中国网络社群发展环境分析

➤ 中国互联网及移动互联网的发展逐步成熟

基础设施与多元化的移动终端和应用服务，使社群功能得到延伸，社群价值得到放大。

➤ 年轻一代中国人成为网民主力军且消费能力更强
相对于生于50、60、70年代的“上一代”中国人，80年代后出生的“年轻一代”已成为中国网民主力军且其消费能力比上一代消费能力更强。

➤ 在线支付系统逐步完善

在线支付系统，特别是移动支付系统和小额支付系统的完善，为社群商业化的逐步发展奠定了良好的技术基础。

➤ 网络社群长尾市场价值被挖掘

明星社群的优质资源受到哄抢的同时，长尾垂直型社群的用户有效注意力也成为当前移动端商业化探索主要的发展趋势。

➤ 用户需求、社交方式的改变推动中国网络社群发展
网络社交应用的普及为社群的广泛传播搭建了良好的平台，同时用户对于人际交往的需求共同推动了中国网络社群的发展。

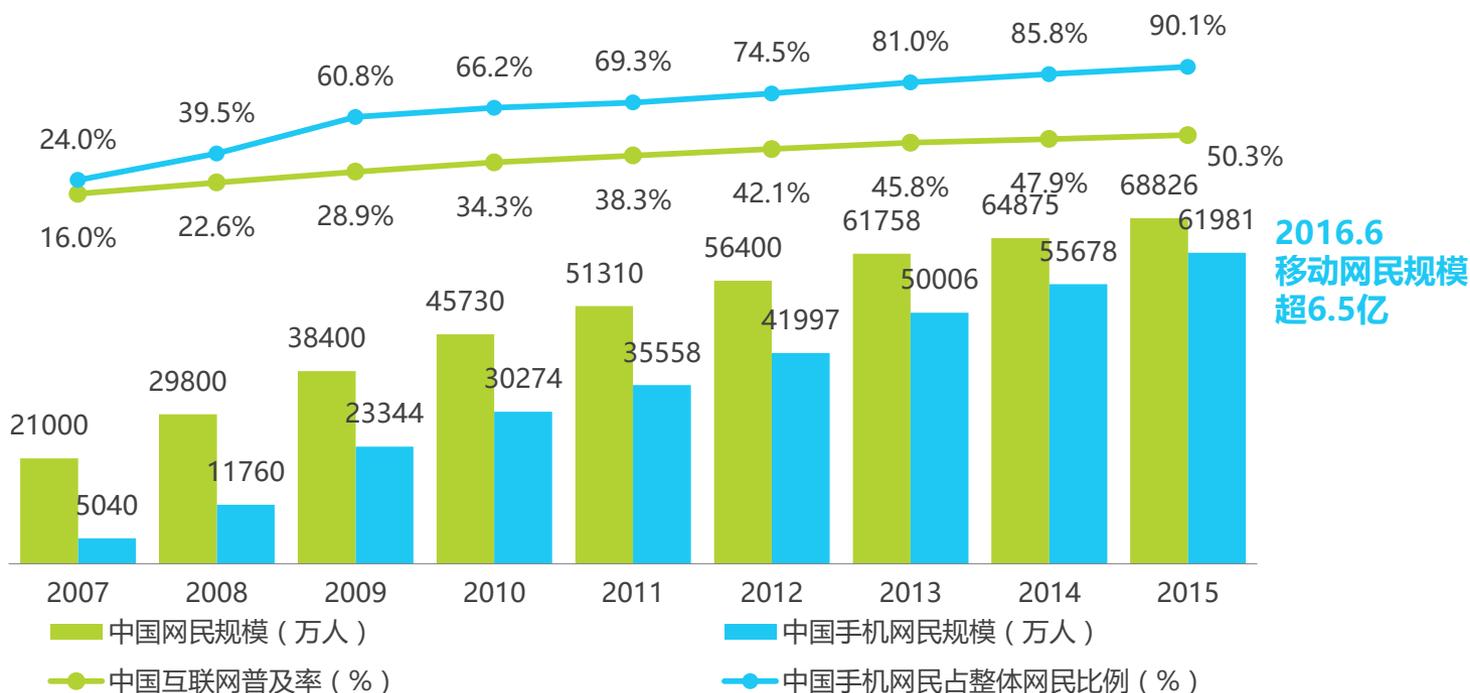
中国网络社群发展环境分析

中国互联网及移动互联网的发展逐步成熟

根据艾瑞整理CNNIC最新数据显示，截至2015年12月，我国网民规模近6.9亿，互联网普及率达到50.3%，超过全球平均水平3.9个百分点。同时，移动互联网经过多年发展已经进入相对成熟阶段，过去几年来，移动网民增速远超过整体网民增速，中国整体网民的增长已经由PC网民增长转移到移动网民的增长。

艾瑞分析认为，移动互联网在互联网基础上，实现了随时随地的互动，并借助通讯录绑定、身份验证、地理位置等技术手段，将线上互动和线下生活融为一体，加上多元化的移动终端和应用服务，使社群功能得到延伸，社群价值得到放大。

2007-2015年中国整体网民及移动网民规模



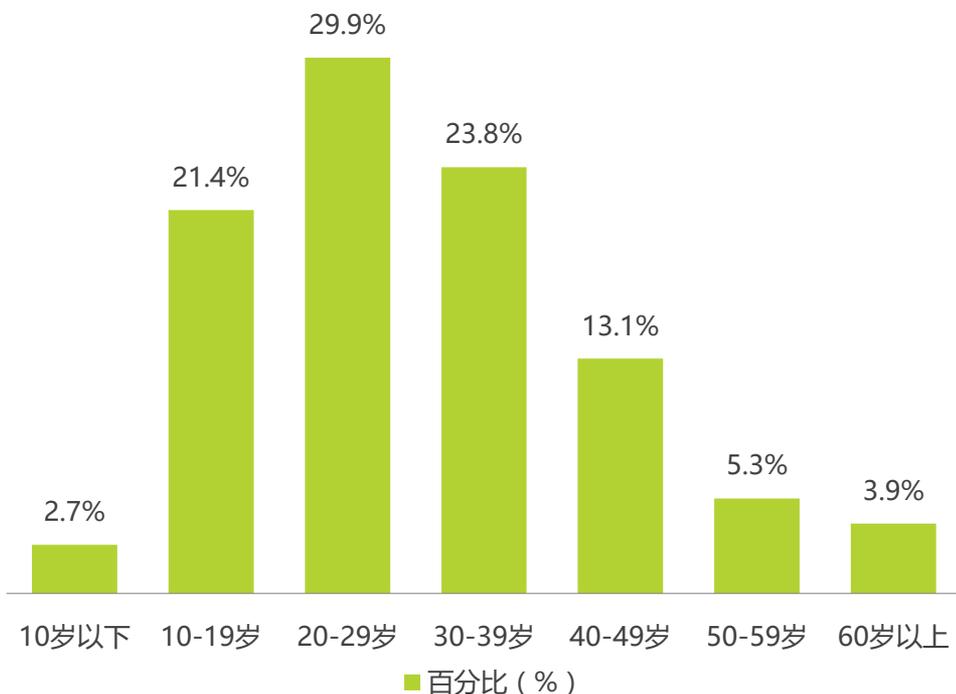
来源：网民规模来源为2015年，CNNIC发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

中国网络社群发展环境分析

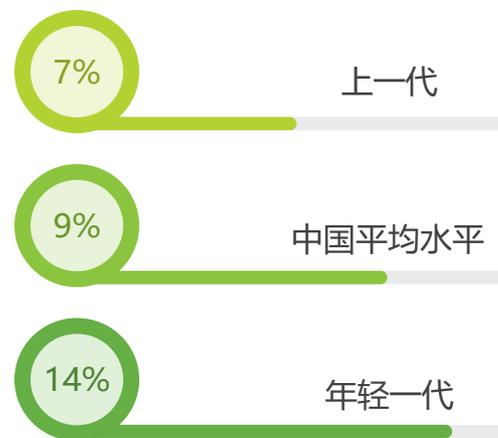
年轻一代中国人成为网民主力军且消费能力更强

根据艾瑞整理CNNIC最新数据显示，截至2015年12月，我国网民以10-39岁群体为主，占整体的75.1%，成为网民的主力军。同时，相对于生于50、60、70年代的“上一代”中国人，80年代后出生的“年轻一代”消费能力比上一代消费能力更强。这为中国网络社群的商业化奠定了良好的基础。

2015年中国网民年龄结构统计



人口消费增长情况分析 (2015-2020年年均复合增长率)



来源：2015年CNNIC发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

来源：人口消费增长情况来源为经济学人智库 (EIU)

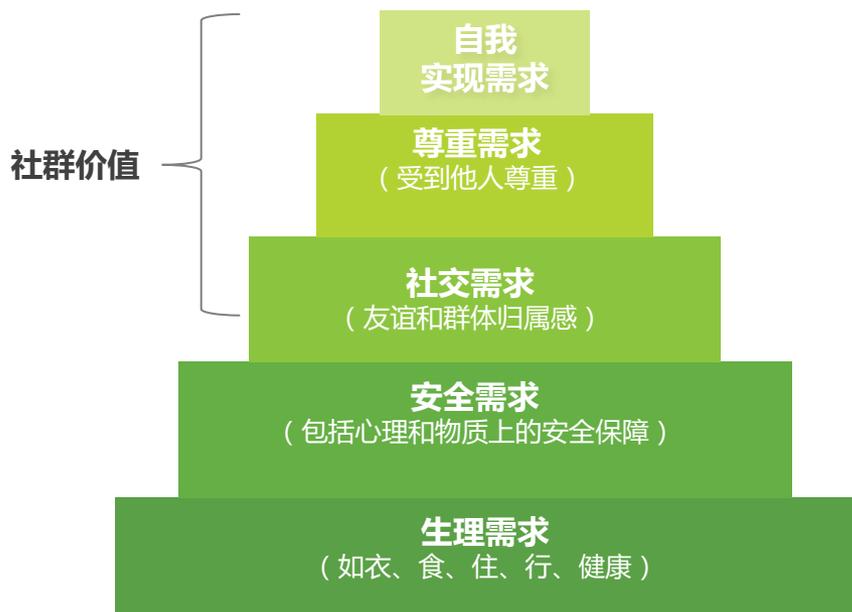
中国网络社群发展环境分析

用户需求、社交方式的改变推动中国网络社群发展

根据马斯洛的需求层次理论来看，随着用户的基本需求得到更大程度的满足，对中层与上层需求的欲望加强。网络社群的发展满足了用户对于人际交往的需求，也同时为用户搭建了信息获取和娱乐消遣的平台。此外，根据2016年6月艾瑞最新数据显示，通讯聊天作为重要的互联网应用，月度覆盖人数比例为 92.2%，以 QQ 空间、微博、陌陌为代表的综合社交应用的使用率为50.7%。

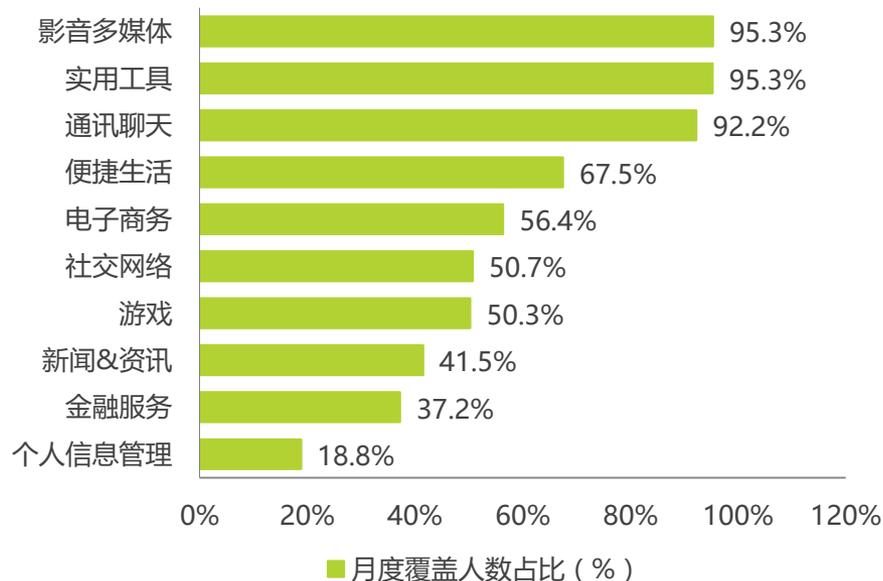
艾瑞分析认为，网络社交应用的普及为社群的广泛传播搭建了良好的平台，同时用户对于人际交往、受到重视与自我价值实现等需求共同推动了中国网络社群的发展。

马斯洛需求层次



mUserTracker-2016年6月中国移动App

细分领域月度覆盖人数占比



来源：mUserTracker. 2016.6，基于对百万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

来源：由艾瑞研究院自主研究及绘制。

中国网络社群发展环境分析

明星社群与长尾社群差异化发展，移动端价值被进一步挖掘

当前中国网络社群发展中，移动端已经成为主要发力点。当前发展特征为：整体流量巨大，明星社群的资源与成员活跃度高，平台型社群不断扩展自身业务，此外有丰富的长尾社群在垂直领域的流量变现尚待挖掘。明星社群，甚至是平台型社群的优质资源受到哄抢的同时，长尾社群中的用户有效注意力也成为当前移动端商业化探索主要的发展趋势。

2016年中国移动社群分类情况



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_21554

