



“新资讯” 行业系列报告

——疫情篇

极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.05

1 移动资讯市场概览

2 新资讯平台运营情况

3 用户资讯偏好

4 新资讯平台抗疫举措

5 新资讯行业发展趋势

1

移动资讯市场概览

- 资讯获取是移动互联网时代核心的用户需求点，这一点在新冠疫情期间尤为凸显
- 不同产品在满足用户资讯需求方面各显神通
- 新资讯平台以资讯内容分发为产品核心能力，他们在疫情资讯的分发上起到了至关重要的作用

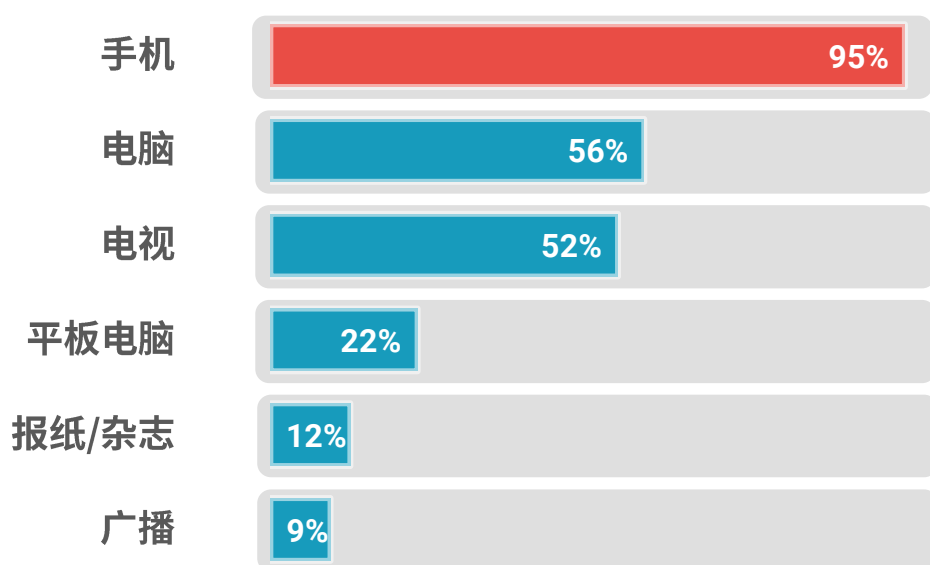
疫情导致资讯需求爆发

新冠疫情扩散，资讯需求暴涨，手机成为疫情相关信息获取的重要载体

- 2020年年初，新冠疫情爆发，面对这场突如其来而我们却知之甚少的疫情，大众迫切需要获取相关信息，包括疫情动态、传播路径、防疫知识科普等方面
- 调查显示，高达95%的公众获取疫情相关信息是通过手机实现；对于移动资讯行业来说，及时、全面的分发疫情权威信息，遏制谣言的传播，成为“全民战疫”中尤为重要的一环



公众疫情信息获取使用载体情况



华盛顿大学的量化模型显示，当媒体的报道量增加十倍，传染病的感染数将会减少33.5%。

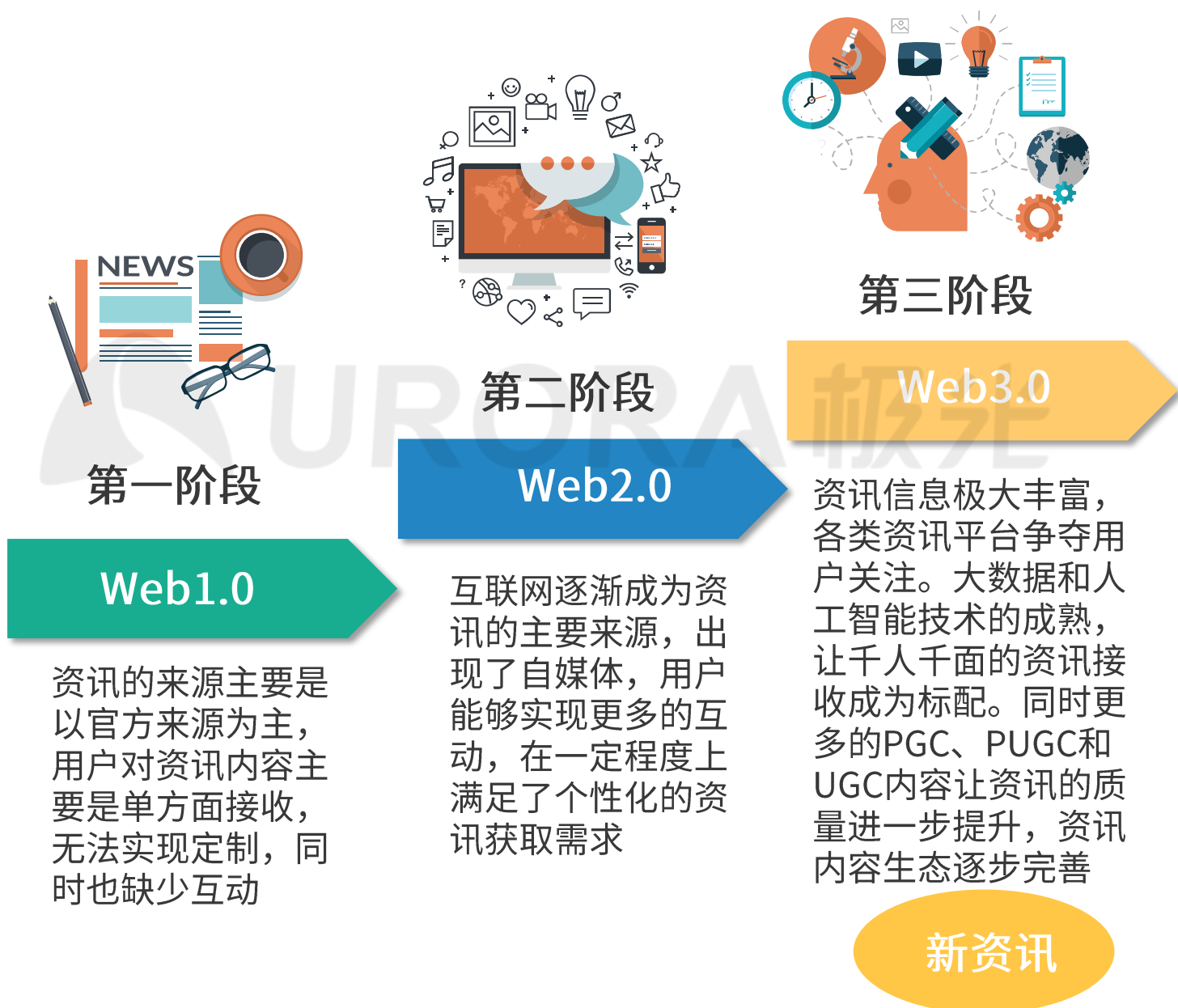
数据来源：公开资料整理，国家信息中心和南京大学网络传播研究院《“新型冠状病毒肺炎”公众认知与信息传播调研报告》

资讯行业发展脉络

Web3.0之后，资讯行业进入一个全新的时代

- 资讯行业从最初由少数编辑人员决定资讯内容，逐步发展到第二阶段，让用户更多参与到内容生产和分发过程，再到当前阶段，资讯内容的爆炸式增长，各种技术手段和内容生产者参与到资讯产业链中，大大扩展了用户的视野，显著提升了用户获取资讯的效率

资讯行业发展脉络



◆ 资讯获取渠道多元化，新资讯形成

移动互联网时代，不同属性的产品利用自身优势向用户分发资讯

- 移动互联网时代，用户标签更加丰富，用户在获取内容上更加精准；按照资讯内容分发能力的不同，资讯平台可分为新资讯平台和泛资讯平台；新资讯平台以资讯内容分发为产品核心能力，通过自订阅、人工筛选或智能技术推送等手段实现个性化资讯分发，以今日头条、百度APP和腾讯新闻为代表；泛资讯平台以资讯内容分发作为产品从属能力，如手机浏览器和社交平台等产品

新资讯平台

以资讯内容分发作为产品核心能力

资讯分发平台

 今日头条  百度APP

以资讯推荐和搜索为产品核心，主打资讯分发

商业门户网站



可做内容原创，主打资讯生产和分发

泛资讯平台

将资讯内容分发作为产品从属能力

浏览器



以浏览器工具属性为产品核心，兼顾分发资讯

社交平台



以社交关系和社交互动为产品核心，兼顾分发资讯

◆ 新资讯的行业特征

相比传统资讯平台，新资讯平台从内容获取到推荐机制，再到呈现方式上，都做了深度的优化，从而大大提高了用户获取资讯的效率和体验

- 在内容获取上，除了平台自身生产内容的传统功能之外，从外部抓取内容成为更重要的手段；同时，构建自身的内容生态圈、培养优质内容创作者和引导优质内容生产三个方面，已经成为新资讯平台当前的竞争焦点
- 内容推荐机制普遍采用多种大数据技术，实现资讯内容的个性化推荐
- 内容呈现方式多采用信息流形式，穿插原生广告实现流量变现；内容形式支持图片、文字及视频；栏目支持自定义，以弥补智能推荐的不足

新资讯的行业特征

内容获取

平台资讯
采编

外部文章
抓取

内容生态圈
建设
UGC/PUGC
/ PGC

内容推荐机制

用户画像

试探性推荐

多渠道标签

搜索特征

阅读特征

内容画像

人工标注

机器学习

协同过滤

A/B Test

筛选/召回/排序

内容呈现方式

信息流

原生广告

图、文、视频混排

栏目自定义

阅读激励机制

◆ 新资讯平台的行业价值

新资讯平台价值体现在用户价值、数据价值、流量价值和生态价值四个方面

- 新资讯平台以其优质的用户体验，高效的资讯分发机制，成熟的盈利模式，迅速成为用户获得资讯的主要渠道

新资讯平台的行业价值

用户价值

新资讯平台相比传统资讯平台，更为规范，界面也更为简洁，信息流的交互方式让用户获取资讯毫无负担

大大增加了用户使用时长和粘性

数据价值

在用户使用产品过程中积累了丰富的用户兴趣标签，从而让流量分发的精准性得到进一步提升

为精准广告提供了更丰富的用户标签

流量价值

更丰富的原生广告位，让盈利难题迎刃而解。同时也让更多玩家参与其中，共同推动行业发展

提供了更丰富的广告位

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_22046

