

移动互联网时代下， Z世代人群获取新闻资讯习惯 研究报告

中国传媒大学新媒体研究院

2020年12月

01

研究概述

02

移动端
新闻资讯行业
发展趋势分析

03

Z世代人群
获取新闻资讯
方式分析

04

Z世代人群
获取新闻资讯
内容分析



01

研究概述

■ 研究背景

Z世代人群定义

我国Z世代群体活跃用户规模达到2.75亿，占全国总人口比重超过1/8。

Z世代（“Generation Z”，1995-2010年出生）是数字技术的原住民，互联网和数码产品是他们与生俱来及日常生活的一部分，在技术革命的推动下，Z世代的生活方式发生了质的变化，他们的性格也更加自我独立，更加关注人生的体验感，同时也更加懂得去挖掘最好的价值和服务。



■ 研究方法



文献分析

搜集整合课题相关网络公开信息资料、行业专家的公开讲话与言论、专业领域的出版物、公开发布的权威性研究报告与论文等，对问题基本情况进行初步了解。



调查问卷

收集近1000 份用户调查问卷，样本地域范围涵盖全国各省与直辖市，包括了生活在一线、二线和三线地区的Z世代人群，以了解其在移动互联网时代下，他们的新闻资讯获取渠道偏好及新闻接触时间和频率，不同用户对新闻内容的偏好。



一对一访谈

通过访员和受访人面对面交谈来了解受访人的新闻资讯获取习惯，共访问5类不同身份的Z世代的人群。

■ 关键发现

关键发现

1. 社交媒体成为Z世代人群最常使用新闻资讯获取渠道

2. 新闻真实重要性愈加凸显

3. 中午休息、晚上睡觉前成新闻资讯消费高频时间段

4. 短视频新闻呈现形式颇受Z世代人群喜爱

5. 社交成新闻资讯关注极强动力

6. 数据新闻关注度大幅增加

7. 个性化推送成Z世代人群重要新闻资讯消费需求



02

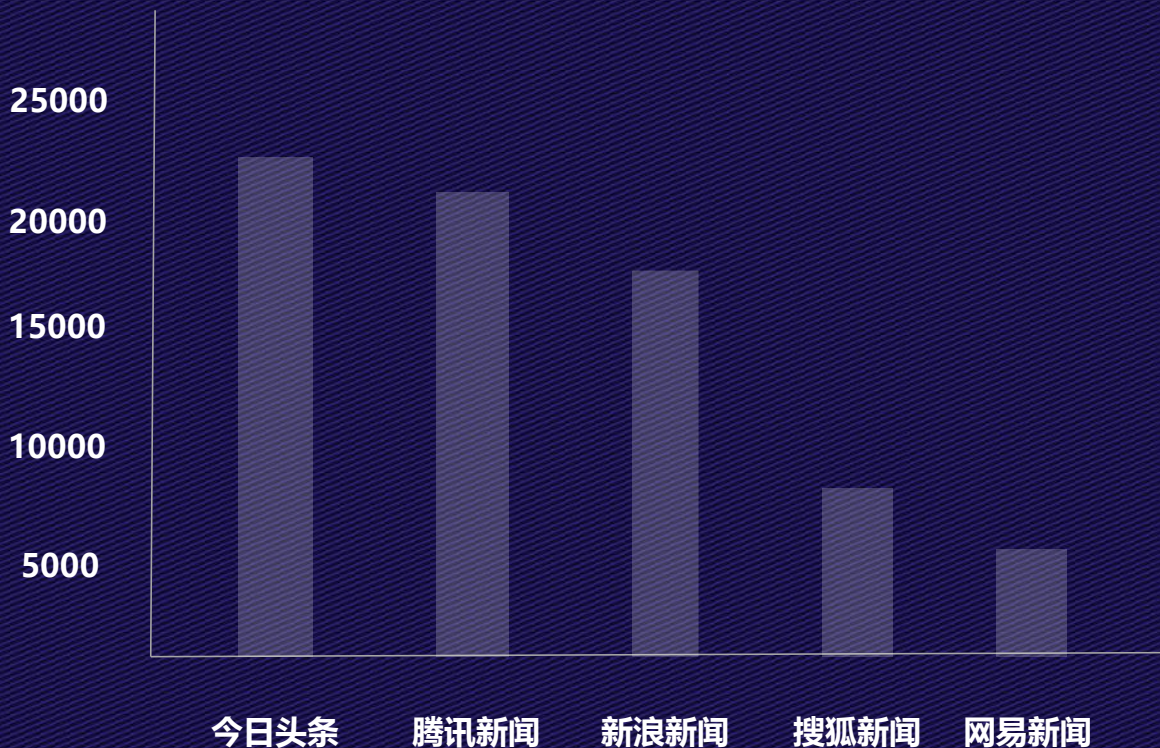
**移动端新闻资讯行业
发展趋势分析**

■ (一) 市场规模变化

1.新闻资讯行业竞争呈头部争霸格局

Trustdata移动大数据监测平台显示，移动互联网新闻资讯行业呈现今日头条、腾讯新闻及新浪新闻三强争霸的竞争格局，今日头条、腾讯新闻及新浪新闻MAU（月活跃用户量）位列新闻资讯市场TOP3，腾讯新闻及新浪新闻一二线城市用户占比相对较高，今日头条在三线及以下城市有明显优势。

2020年9月主流新闻资讯应用MAU（单位：万）



数据来源：Trustdata移动大数据

■ (一) 市场规模变化

2. 疫情助推新闻资讯行业迎来全新发展

新闻资讯行业历经高速发展，活跃用户升至5亿规模，2020年受疫情影响，用户环比净增超5千万。腾讯新闻、今日头条、新浪新闻等新闻资讯平台，疫情期间发挥了重要作用，及时高效地为用户提供了高品质、全面丰富的疫情信息。



■ (一) 市场规模变化

3.移动新闻资讯行业未来发展趋势

- 网络监管趋严，传播方式多元化

在网络监管常态化的背景下，新闻客户端对内容质量的要求提高，对于移动新闻平台而言，增加了内容审核与风控成本。同时技术的发展丰富了新闻的传播方式和途径，也逐渐改变了大众阅读新闻的习惯，人们对新闻的需求从“有图有真相”跃升至“视频为证”、“现场直播”。

- 行业竞争加剧，平台内容开始重“质”升级

整个下沉市场加速觉醒，行业竞争加剧。当移动新闻资讯行业进入存量竞争阶段，满足用户快速高效获取资讯的根本需求成为致胜关键，这意味着新闻内容将回归真实本质，新闻客户端平台开启由“量”到“质”的升级道路。

■ (二) 高新技术驱动行业纵深发展

1. 融媒体发展推动智能媒体平台建设

2. 人工智能技术打通媒体运营流程

3. 机器学习提效媒体审核机制

4. 技术丰富媒体信息表现形态

2020年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》（后简称《意见》）。《意见》中明确指出要以先进技术引领驱动融合发展，用好5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等信息技术革命成果，加强新技术在新闻传播领域的前瞻性研究和应用。

随着媒体融合建设步伐的加快以及信息通讯技术的迅猛发展，高新技术对于移动端新闻资讯行业的影响越加深远。大数据、AI等技术的应用，极大地体现了技术赋能的价值。由大数据、AI、云计算、5G、物联网、区块链等技术协同创新所驱动的智能经济，将逐步打破原有的社会联结架构，相应的这些技术也驱动着媒体生态格局也发生着巨变。

■ (三) 内容多元布局，平台运营更加精细化

1. 原创内容大幅度提升

内容资讯的版图正在逐渐扩大，用户对于资讯的需求越来越强烈，互联网行业的高速发展也吸引更多玩家加入到资讯内容的产业链中来，除了专业的编辑团队，自媒体、社交媒体等也可以成为资讯内容的生产者和传播者，资讯行业百花齐放。



微博2020年8月数据显示，全站日均发博量达8000万，其中日均带话题原创发布量达到730万，同比增长52%。

（三）内容多元布局，平台运营更加精细化

2. “内容+服务” 满足年轻用户社交需求

在用户增量红利消退,流量重新分配的当下，针对用户的社交化需求，资讯类平台纷纷寻找破局突围的路径。2020年各平台陆续推出科普、知识类内容。

新浪新闻推出的“新知”频道，联合主流媒体平台、头部KOL以及知名院校机构，主推内容是在热点新闻的基础上共同延展视角开阔、观点多维的增量知识。



新浪新闻“新知”频道

（三）内容多元布局，平台运营更加精细化

3.趣味内容多元化表达

作为高度发达的技术世代的原住民，年轻一代人群在资讯内容的消费上已经不满足于原有的电台、报纸、电视等传统形式，Vlog视频、漫画、虚拟形象等新颖的内容表达方式吸引了年轻一代人群的注意力。

4.智能分发最大化信息价值

推荐算法、协同过滤、LBS服务等技术的发展使得用户从挑选阅读到根据用户特征实现定制阅读，有效提升用户对资讯产品粘性，进而积淀更多用户，实现精细化运营。



上海广播电视台
二次元虚拟新闻主播“申尔雅”

■(四) 用户习惯变迁

1.用户从消费者到产消者

移动新闻资讯行业的发展，使任何一个网络节点中的人都能够自主的生产、发布信息，并能够将这些信息融汇到网络信息流中，受众的个人意识也得到前所未有的发掘，大众日益分化为小众、窄众。

移动互联网设备作为可随时、随地、随身、开放、分享、互动等优势的网络应用工具，其操作简便、成本低廉，使得更多的用户参与到信息传播链条中，改变了以往受众消费者的角色，变为今天既可以生产内容、同时又有信息需求的用户。



■ (四) 用户习惯变迁

2. 媒体接触行为从整一性到碎片化

移动互联网时代，随着新媒体技术的进一步普及、融合和优化，整个互联网传播模式正在呈现出“去中心化”和“分裂”的特征。在此情境下，用户拥有“个人门户”更加容易实现，将自己所需要的各种信息、服务嵌入到这种个人门户中。因此，移动互联网的传播平台特点——实时、个性化使用户从以往接触媒体的整一性转变为碎片化。

3. 信息获取习惯从封闭固定到开放多元

在媒体裂变为一个个终端和平台的同时，原来的“大众”也分崩离析，成为多变的差异化的受众，不断地进行着分化和重组，成为一个个小众媒体的使用者。微博作为微阅读的典型代表，以其碎片化信息形式、短小精悍的内容，赢得了市场，改变了受众的信息获取方式和知识传播方式，对人们获取信息的方式产生着潜移默化的影响。

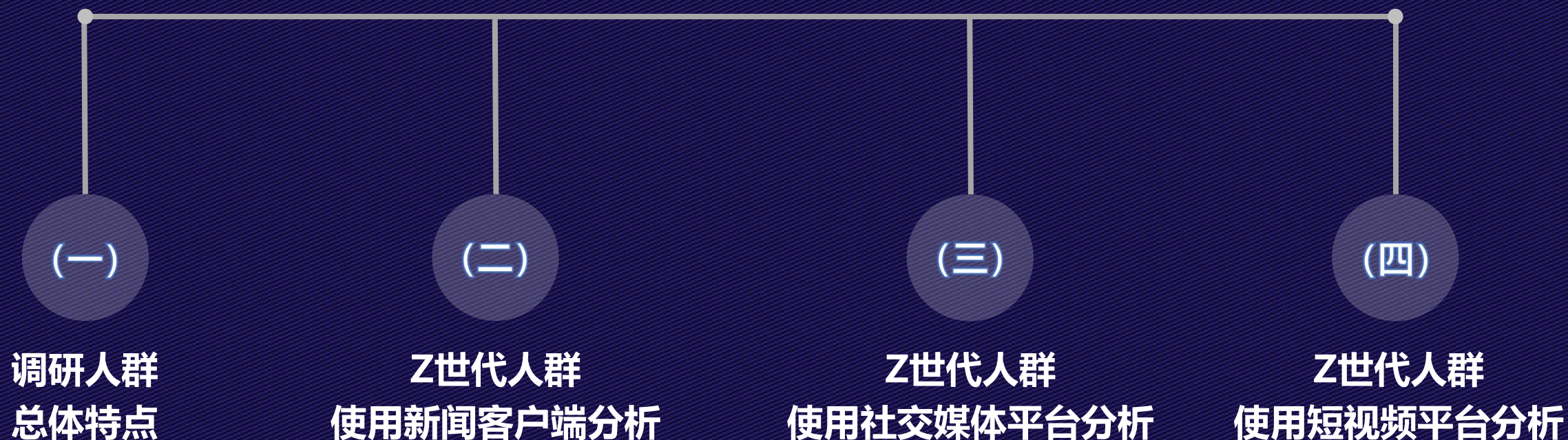


03

**Z世代人群
获取新闻资讯方式分析**

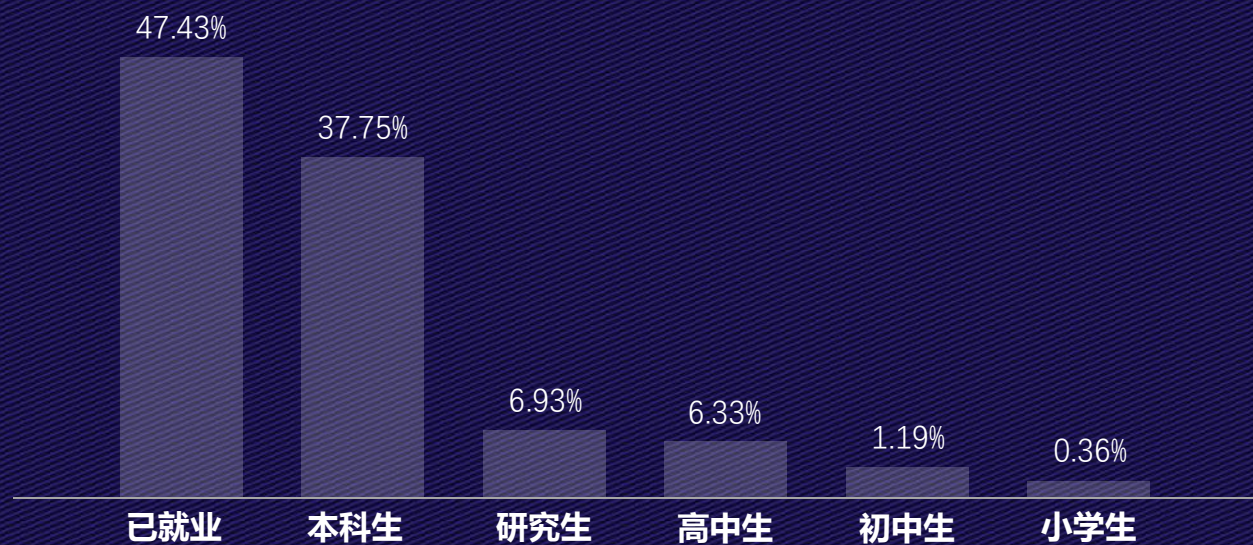
Z世代人群

获取新闻资讯方式分析



■ (一) 调研人群总体特点

已就业人群和本科生群体较多



■ (二) Z世代人群使用新闻客户端分析

1. 新闻客户端下载量

2. 新闻客户端
选择偏好及原因

3. 使用新闻客户端
获取新闻资讯时段分析

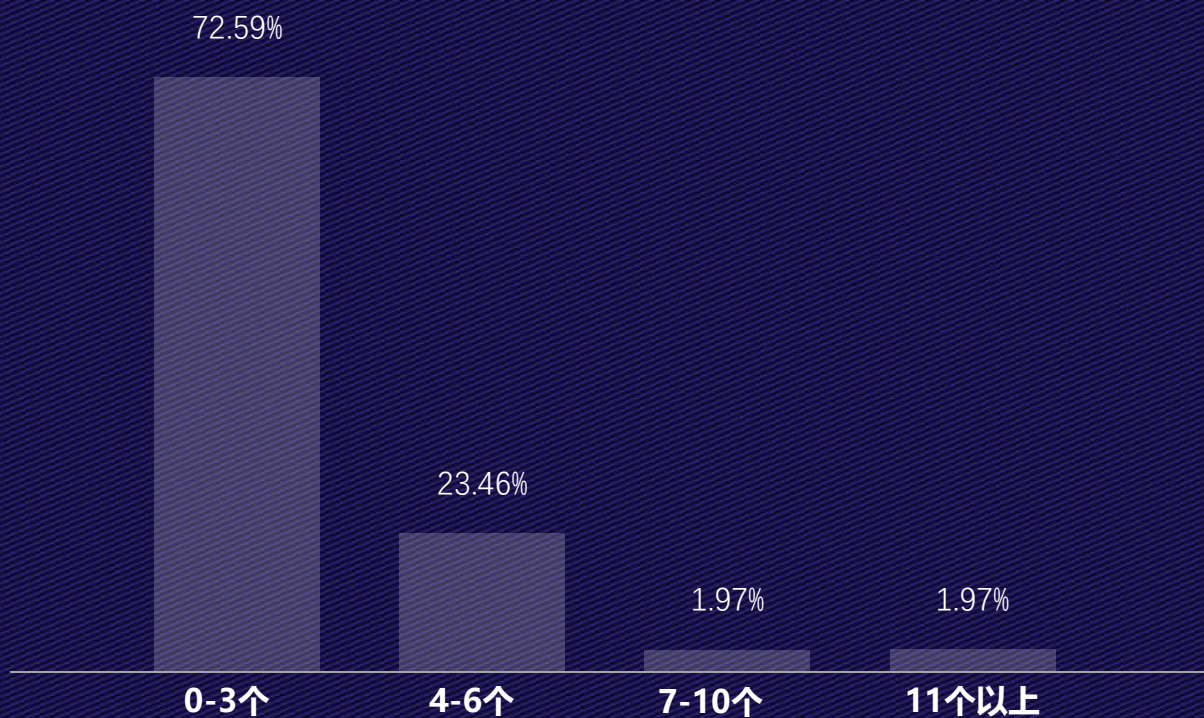
4. 新闻客户端
平均使用时长分析

5. 新闻客户端典型代表

- 1) 媒体类新闻客户端
- 2) 门户类新闻客户端
- 3) 算法类新闻客户端
- 4) 垂直类新闻客户端

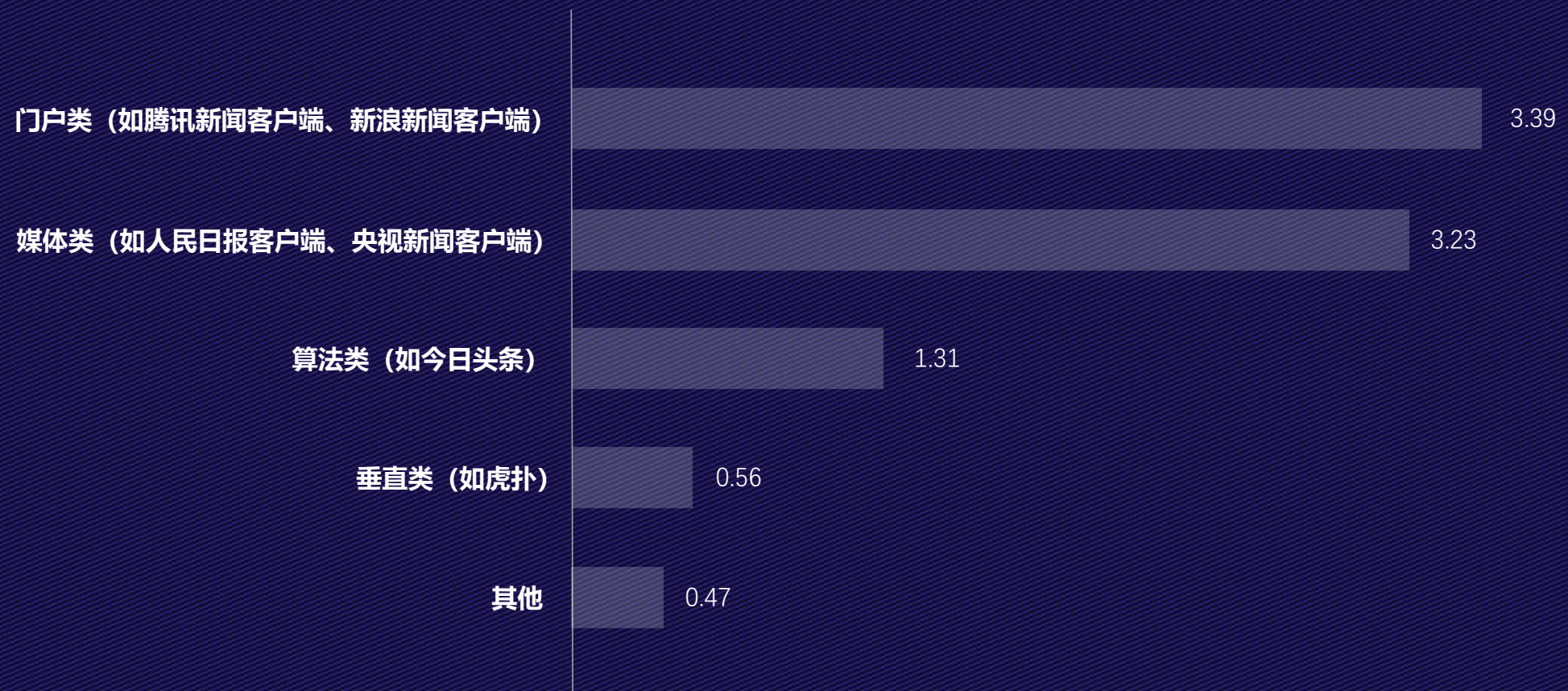
1. 新闻客户端下载量

手机上安装了0—3个新闻资讯类APP的人数最多。



2. 新闻客户端选择偏好及原因

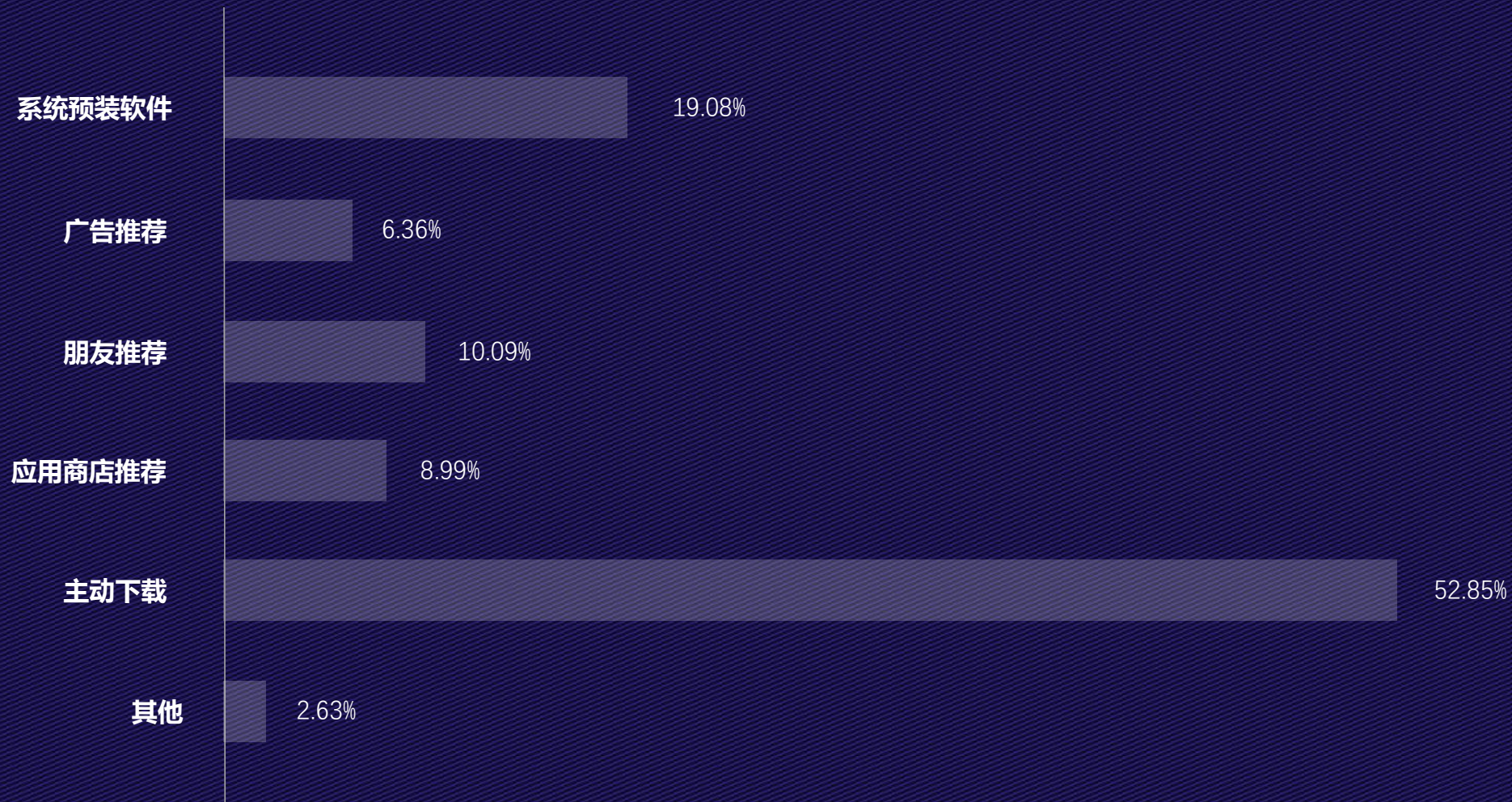
使用门户类（如新浪新闻客户端、腾讯新闻客户端）新闻资讯APP的频率最高。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

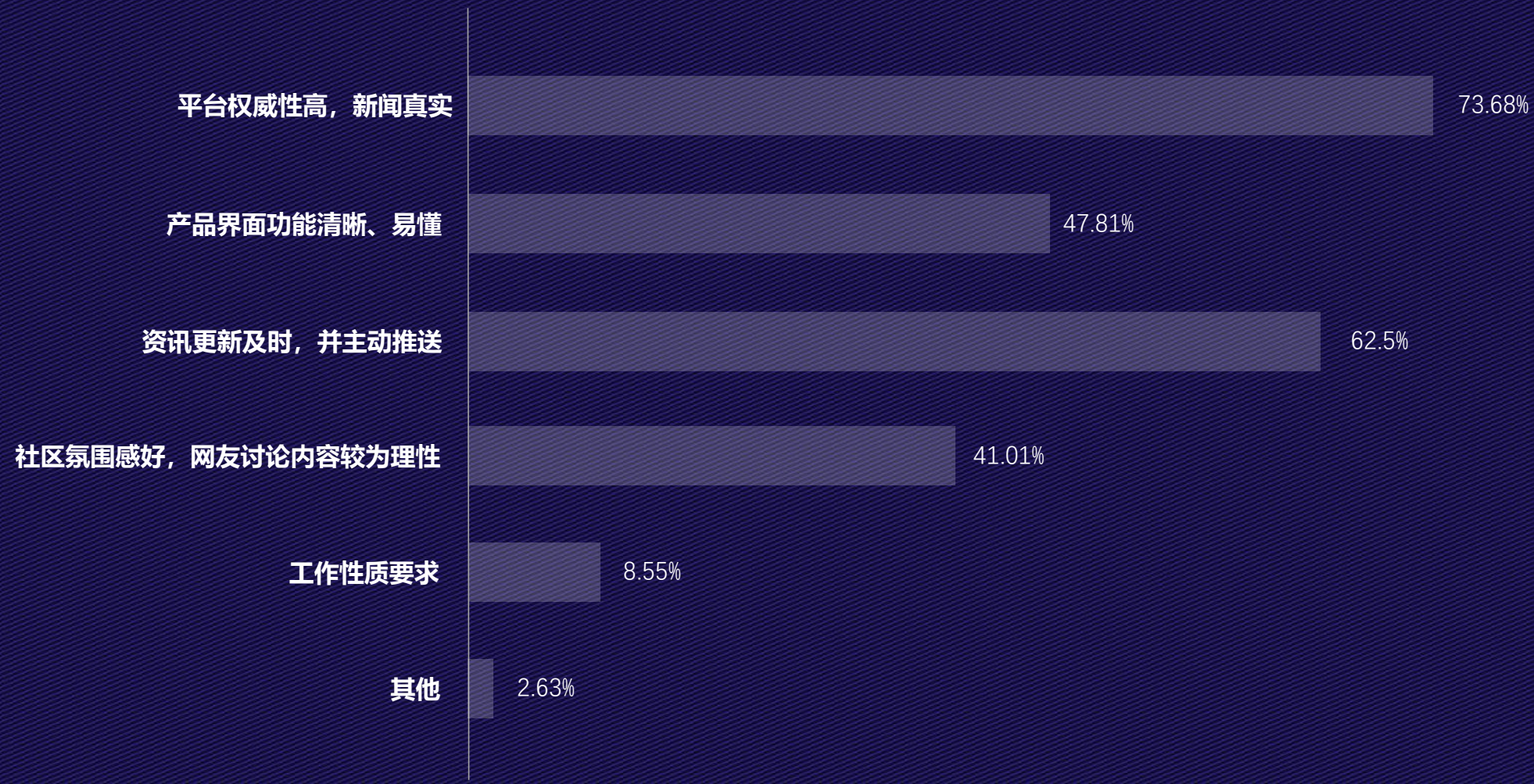
2. 新闻客户端选择偏好及原因

Z世代人群初次下载门户类新闻客户端的人多为主动下载。



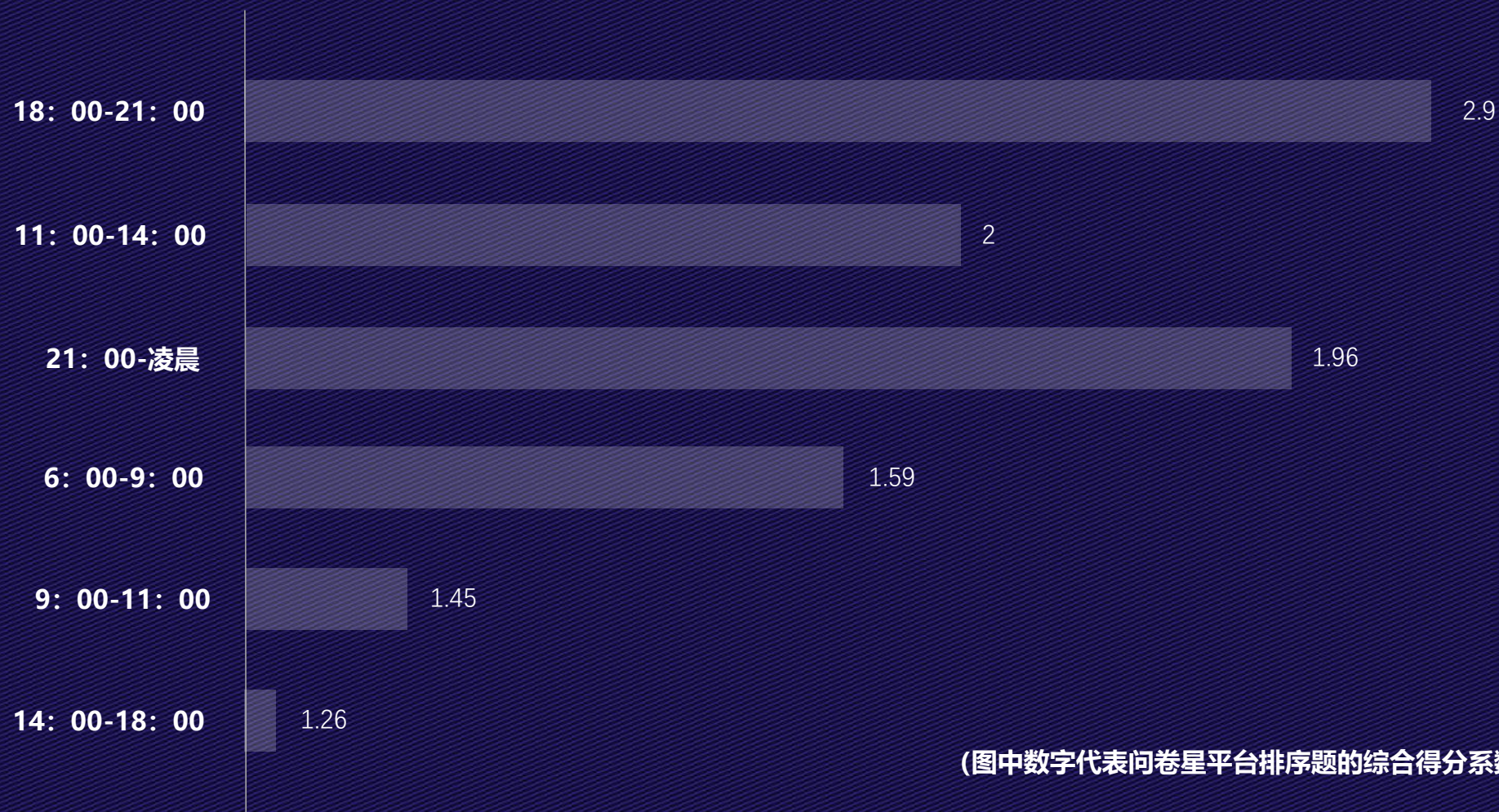
2. 新闻客户端选择偏好及原因

“平台权威性”因素在用户选择新闻平台时具有重要影响。



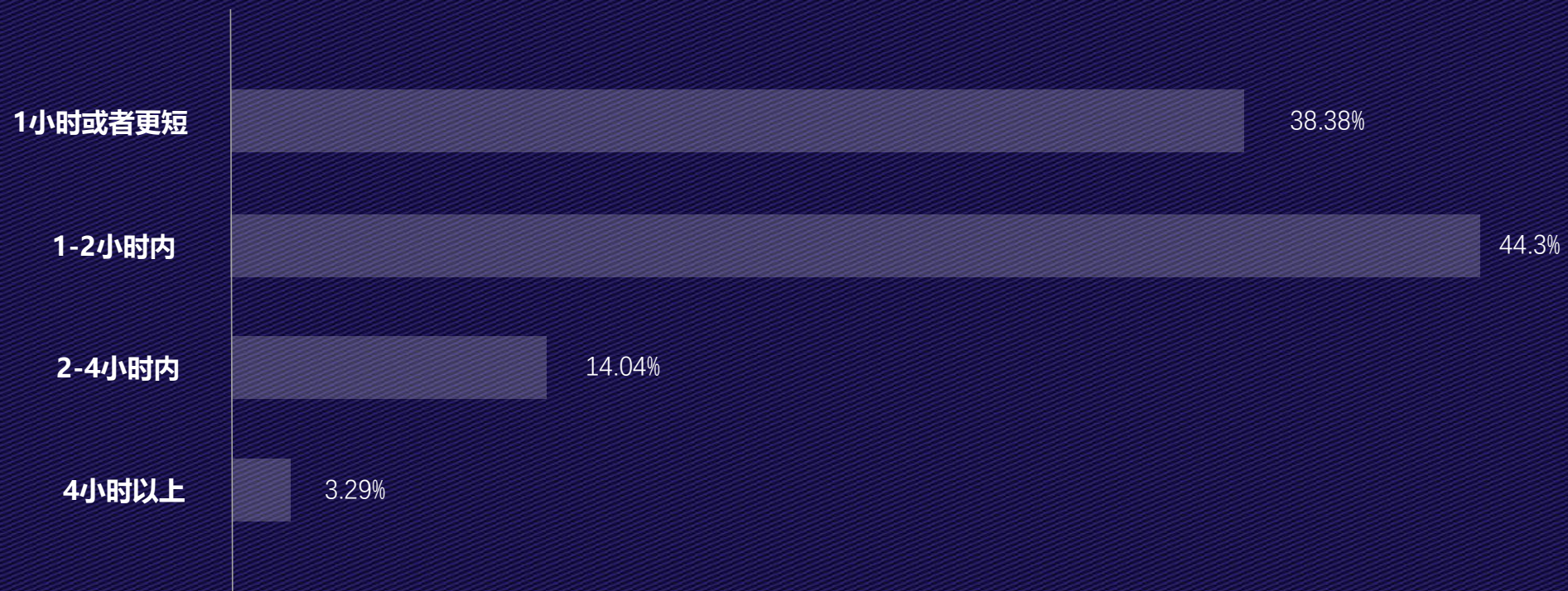
3. 使用新闻客户端获取资讯时段分析

18: 00—21:00这个时间段用新闻客户端阅读资讯的频率最高。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

4. 新闻客户端平均使用时长分析



5. 新闻客户端典型代表

1) 媒体类新闻客户端

典型代表：人民日报、新华社、南方周末、澎湃新闻等；

这类新闻客户端相对于其他新闻客户端的公信力高；
从纸媒到移动端始终坚持新闻的原创性。

2) 门户类新闻客户端

典型代表：腾讯新闻、新浪新闻、搜狐新闻、网易新闻等
专门针对手机、平板电脑等移动终端发布的新闻客户端；

这类新闻客户端新闻种类多、信息量大，内容更贴近
网民的偏好。

3) 算法类新闻客户端

典型代表：今日头条和一点资讯等；

也叫聚合类新闻客户端，是依托于信息抓取和智能
推送技术的新闻客户端。

4) 垂直类新闻客户端

典型代表：懂球帝、第一财经等；

垂直类新闻客户端是指提供与特定行业如卫生保健、
保险、汽车或食品制造的相关信息的入口或门户客户端。

5. 新闻客户端典型代表

1) 媒体类新闻客户端

媒体类新闻客户端的典型代表有人民日报、新华社、南方周末、澎湃新闻等。人民日报和新华社都是中央级官媒，在政令宣传和引导正确的舆论导向方面都发挥着重要的作用。人民日报作为党和人民喉舌的国家机关报，为适应媒体变革形势，于2015年全国两会期间运行“中央厨房”全媒体平台助力新闻生产，为全国各级媒体进行媒体融合做了示范。



2) 门户类新闻客户端

新浪新闻客户端运用人工智能、大数据等先进技术，不断在直播、短视频业务领域进行拓展和完善，为受众提供更好的内容消费体验，形成了“新闻+工具+服务”的综合体系。

在直播的带动下，新浪新闻在疫情期间的用户数据大幅增长，Trustdata发布的三季度报告显示，新浪新闻的MAU同比2019年9月涨了71.7%。



新浪新闻
Sina News

5. 新闻客户端典型代表

3) 算法类新闻客户端

算法类新闻客户端也叫聚合类新闻客户端，是依托于信息抓取和智能推送技术的新闻客户端。此类平台的典型代表有今日头条和一点资讯等。今日头条是北京字节跳动科技有限公司推出的一款以数据挖掘和个性化算法为基础的信息推荐引擎，它为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与信息的新型服务。



4) 垂直类新闻客户端

垂直类新闻客户端是指提供与特定行业如卫生保健、保险、汽车或食品制造的相关信息的入口或门户客户端。专注做体育资讯的懂球帝创立于2012年，以从移动端向球迷提供快速全面的足球新闻起家，是一款提供全球体育足球新闻、深度报道、足球社区的手机App，基本上可以满足球迷在手机上关于足球新闻资讯的大部分需求。



■ (三) Z世代人群使用社交媒体平台分析

1. 社交媒体平台下载量

2. 社交媒体平台
选择偏好及原因

3. 使用社交媒体平台
获取新闻资讯时段分析

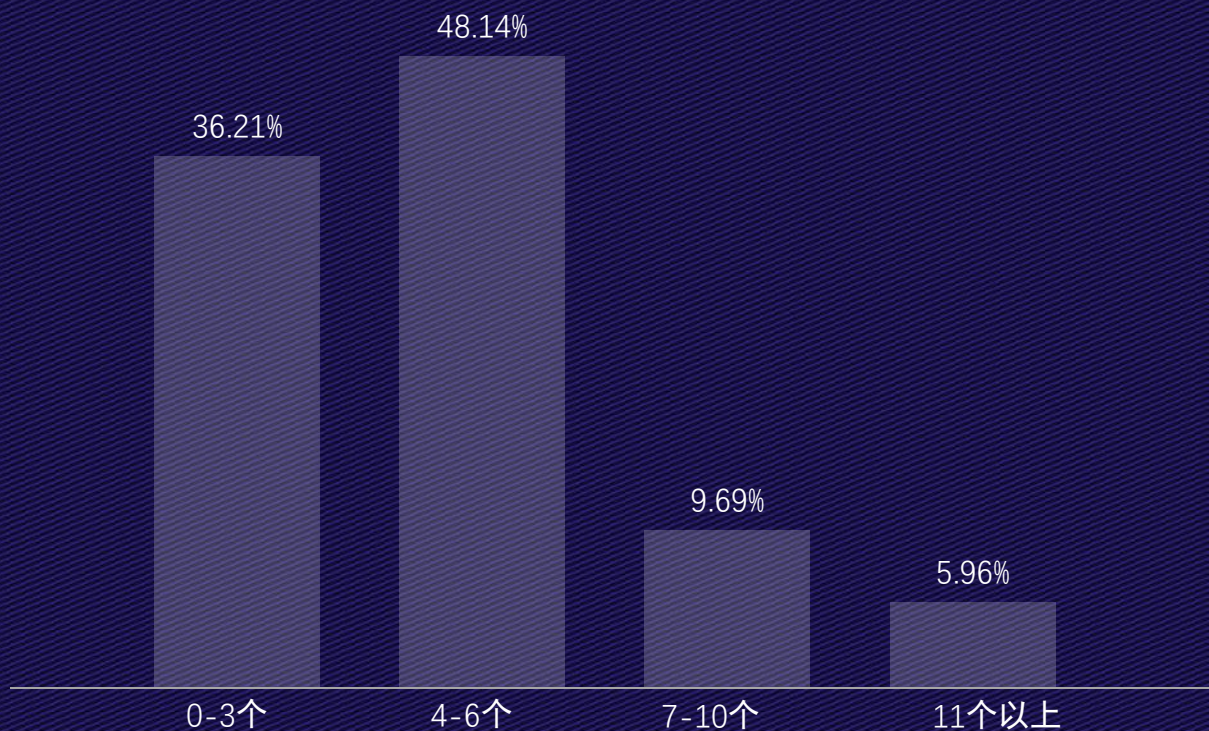
4. 社交媒体平台
平均使用时长分析

5. 社交媒体平台典型代表

- 1) 微博
- 2) 微信

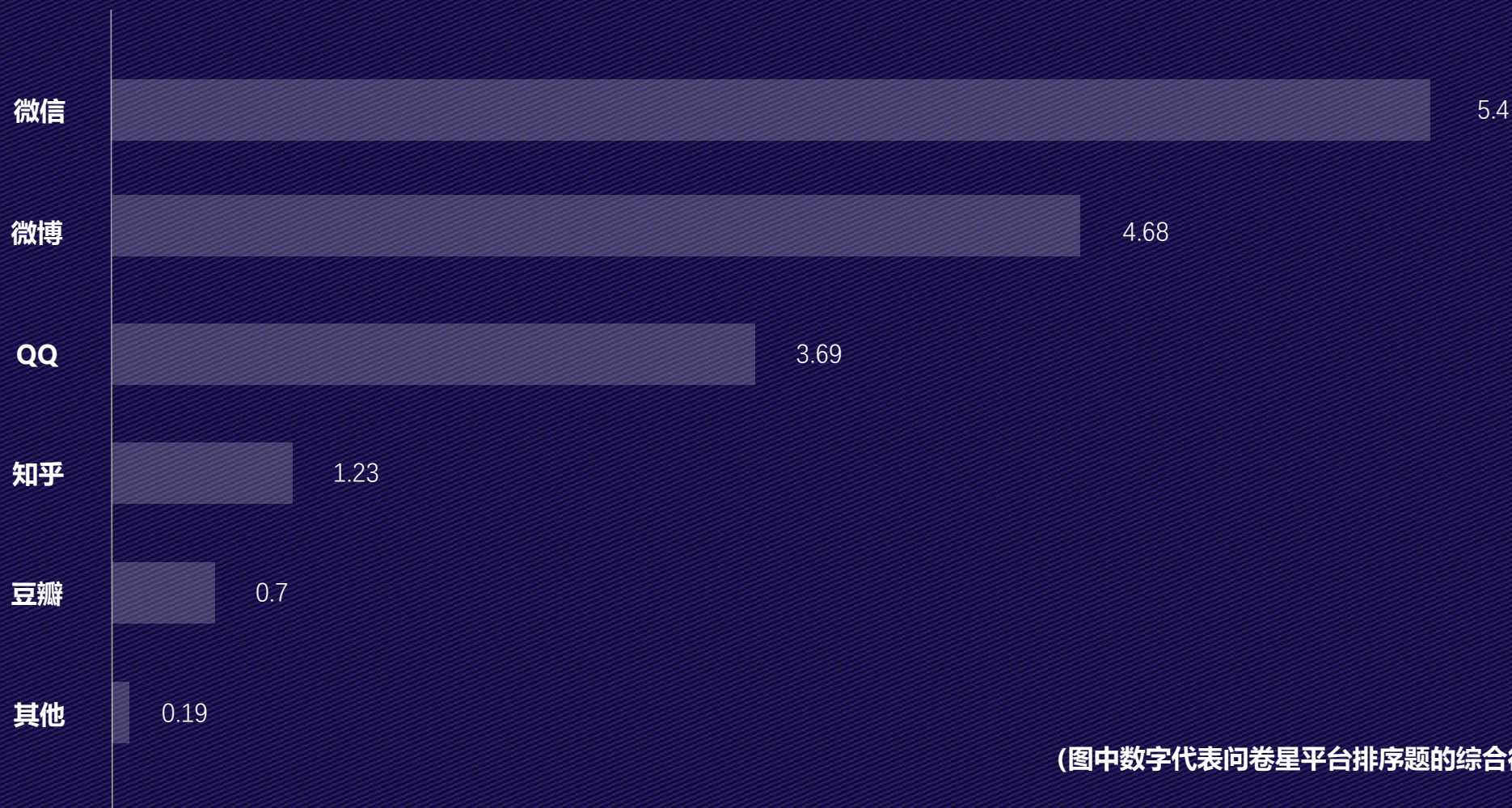
1. 社交媒体平台下载量

手机上大约安装了4—6个社交软件APP的人数最多，总体来看，社交软件下载量多在6个以内。



2.社交媒体平台选择偏好及原因

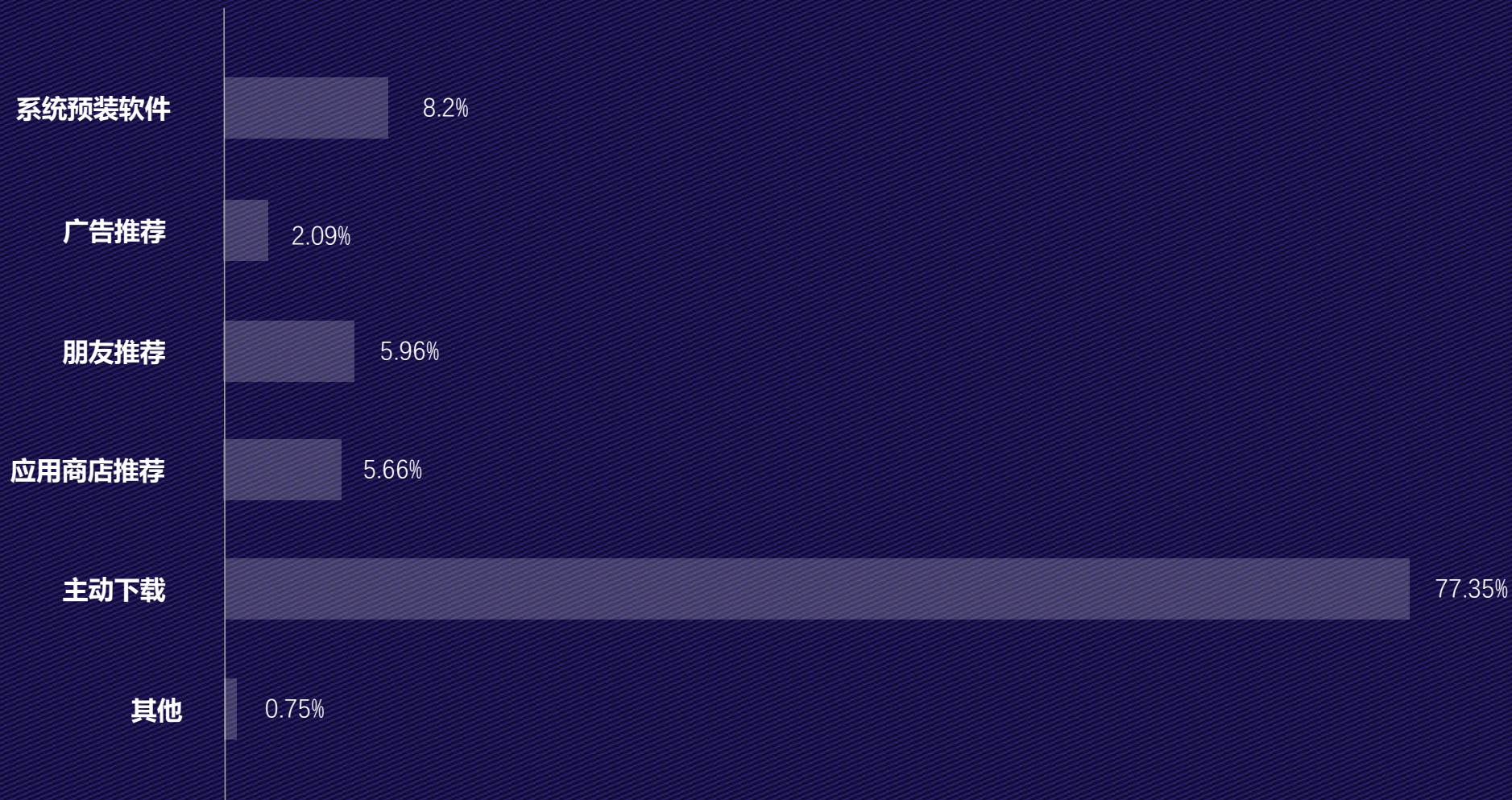
Z世代人群使用微信的频率最高，其次是微博和QQ。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

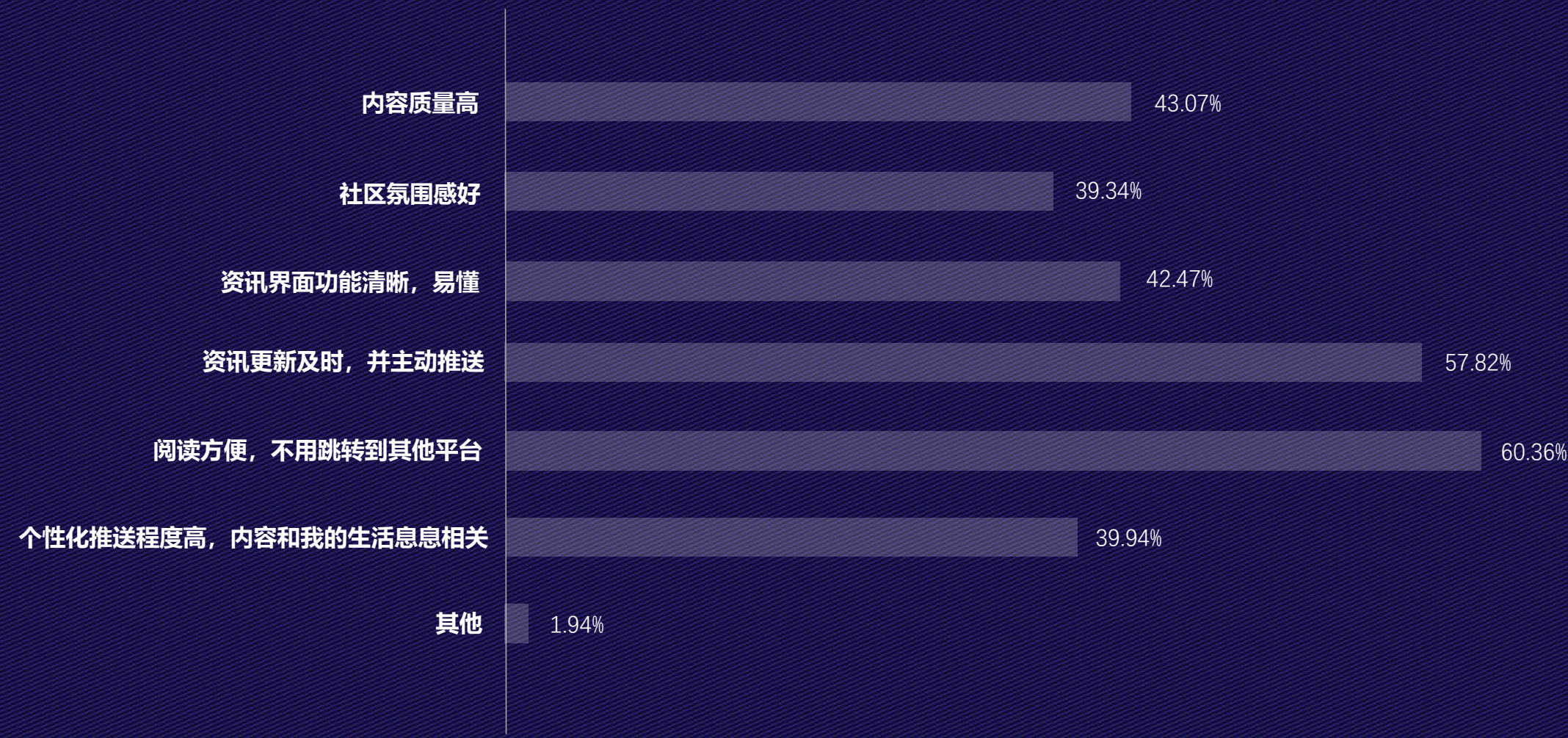
2.社交媒体平台选择偏好及原因

Z世代人群初次下载最经常使用的社交媒体平台多为主动下载。



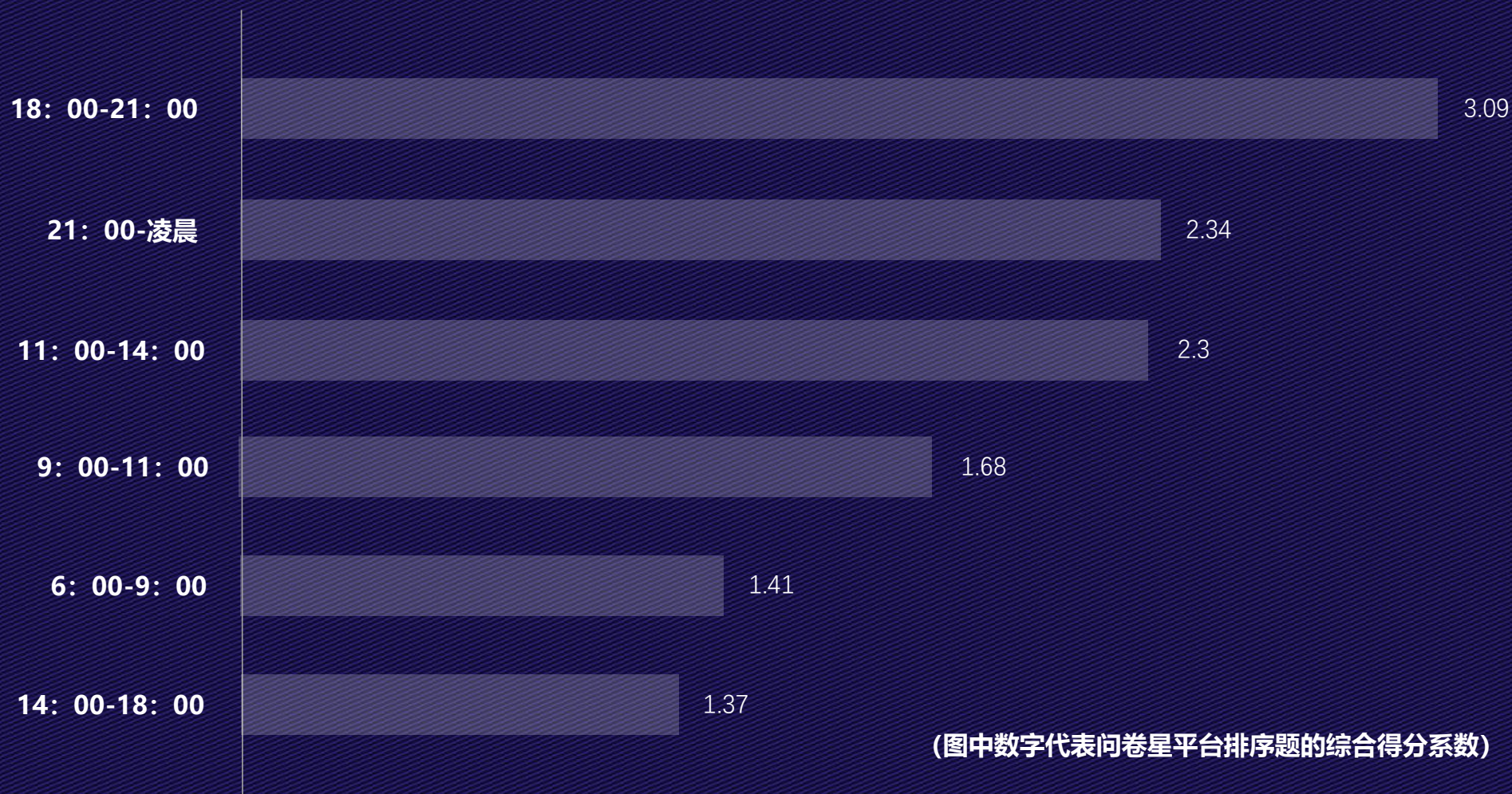
2.社交媒体平台选择偏好及原因

因“阅读方便、不用跳转到其他软件”而喜欢在该类社交平台上浏览资讯的人数最多。



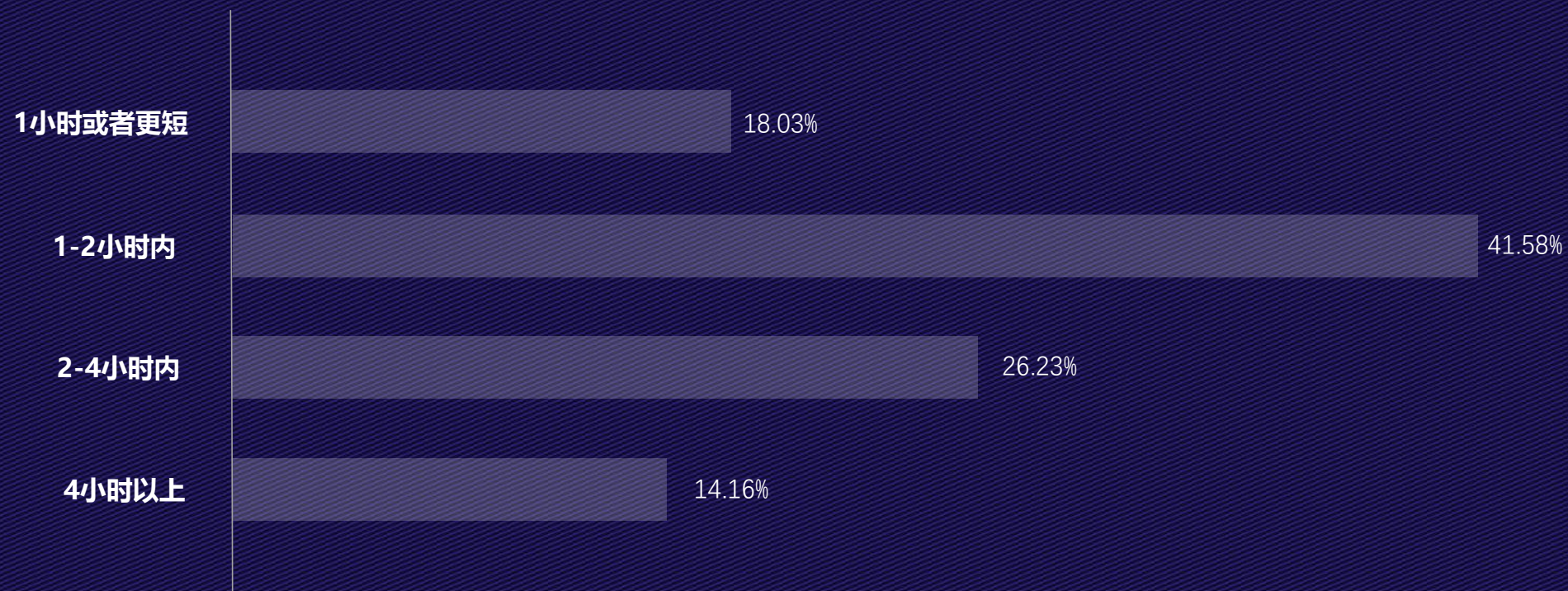
3.使用社交媒体平台获取资讯时段分析

18:00—21:00、21:00-凌晨的晚上时间段用社交媒体软件阅读资讯的用户数量最高。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

4. 社交媒体平台平均使用时长分析



5. 社交媒体平台典型代表

当前，社交媒体已成为我国多数移动网民日常生活的重要信息来源，用户渗透率持续增长。

据《新媒体蓝皮书：中国新媒体发展报告（2020）》内容显示，通过数据分析发现，我国网民在接收新闻信息时，倾向于通过移动端从微博、微信、抖音等新媒体渠道获取信息，电视、纸媒等传统媒体在信息传播方面占有率大大下降。

同时，艾瑞User tracker多平台网民行为监测数据也显示，在2020年2月新冠肺炎疫情期间，中国移动端社交网络应用渗透率达到61.4%。

5. 社交媒体平台典型代表

1) 微博

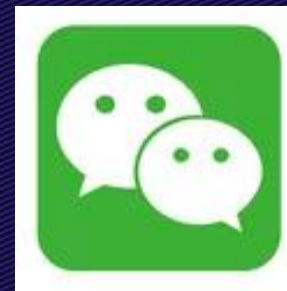
微博开放广场式的参与互动机制带来多面互动的传播模式。

微博政务新媒体生态布局多元，对于政府的政务公开、网络舆情监督和民意反馈具有重要意义。

微博垂直领域优质内容丰富，不仅让用户第一时间了解热点，而且有效满足了用户对热点之外的垂类知识的了解需求。



2) 微信



微信社交关系中的多“强关系”，强关系中的信息传播会让信息接收者更容易被说服，并参与到下一轮的信息转发和传播过程。

微信在战略调整上增强算法推荐带来舆情传播。一方面，平台可以通过算法过滤掉负面新闻信息，创造更为清朗的网络环境。另一方面，基于用户爱好的内容推荐减少了用户接触多类新闻资讯的可能性。

微信更加强调视频化，社交平台与资讯、短视频、长视频等内容的整合，将朋友圈熟人信息分享与短视频信息两种场景“无缝对接”。

■ (四) Z世代人群使用短视频平台分析

1.短视频平台下载量

2.短视频平台
选择偏好及原因

3.使用短视频平台
获取新闻资讯时段分析

4.短视频平台
平均使用时长分析

5.短视频平台典型代表

1) 抖音

2) 快手

1.短视频平台下载量

手机上安装了0—3个短视频APP的人数最多，占调查人数的82.73%，成为普遍现象。



2.短视频平台选择偏好及原因

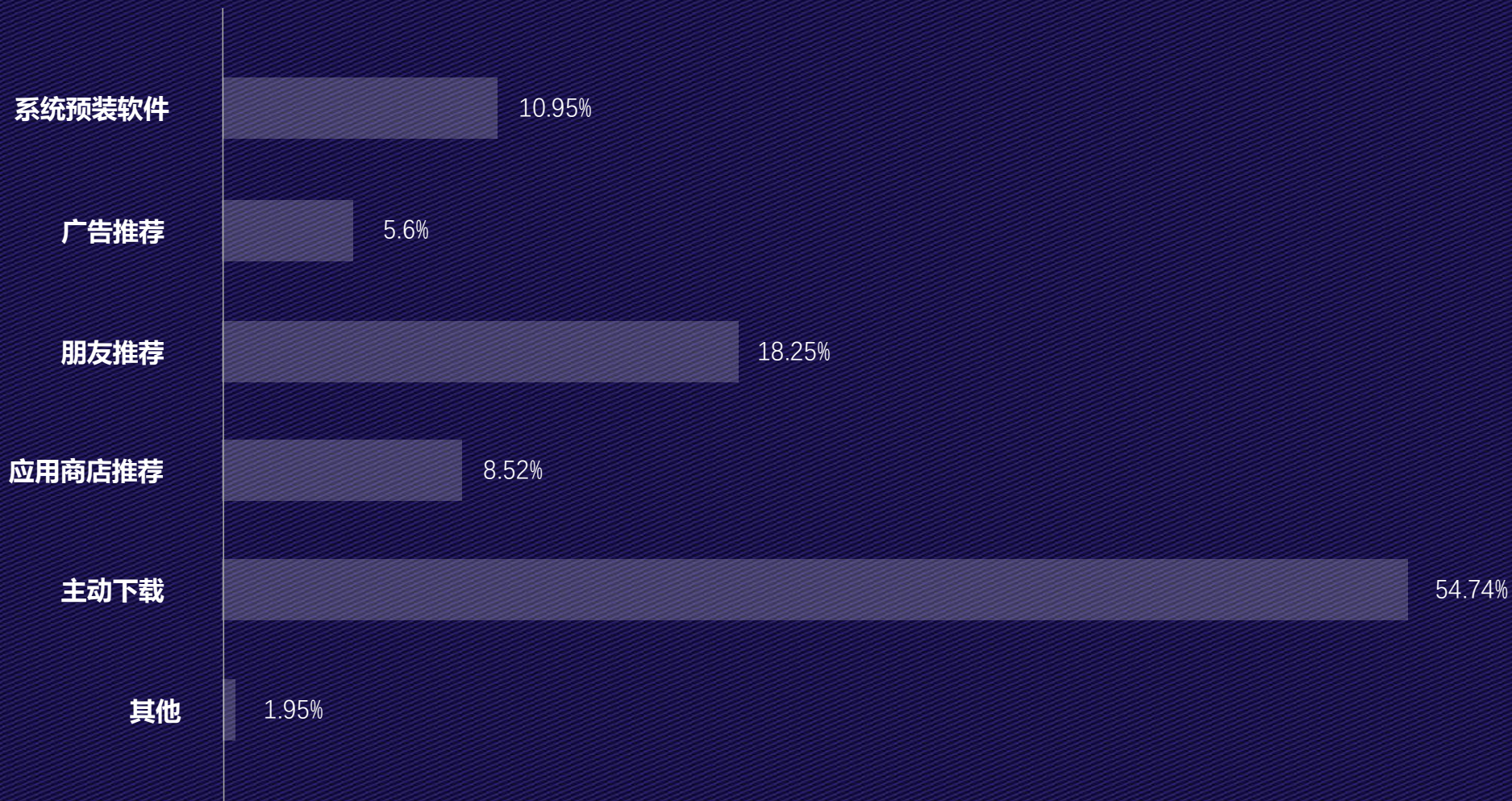
使用抖音短视频平台的人数最多，其次是快手，短视频APP市场呈现头部效应。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

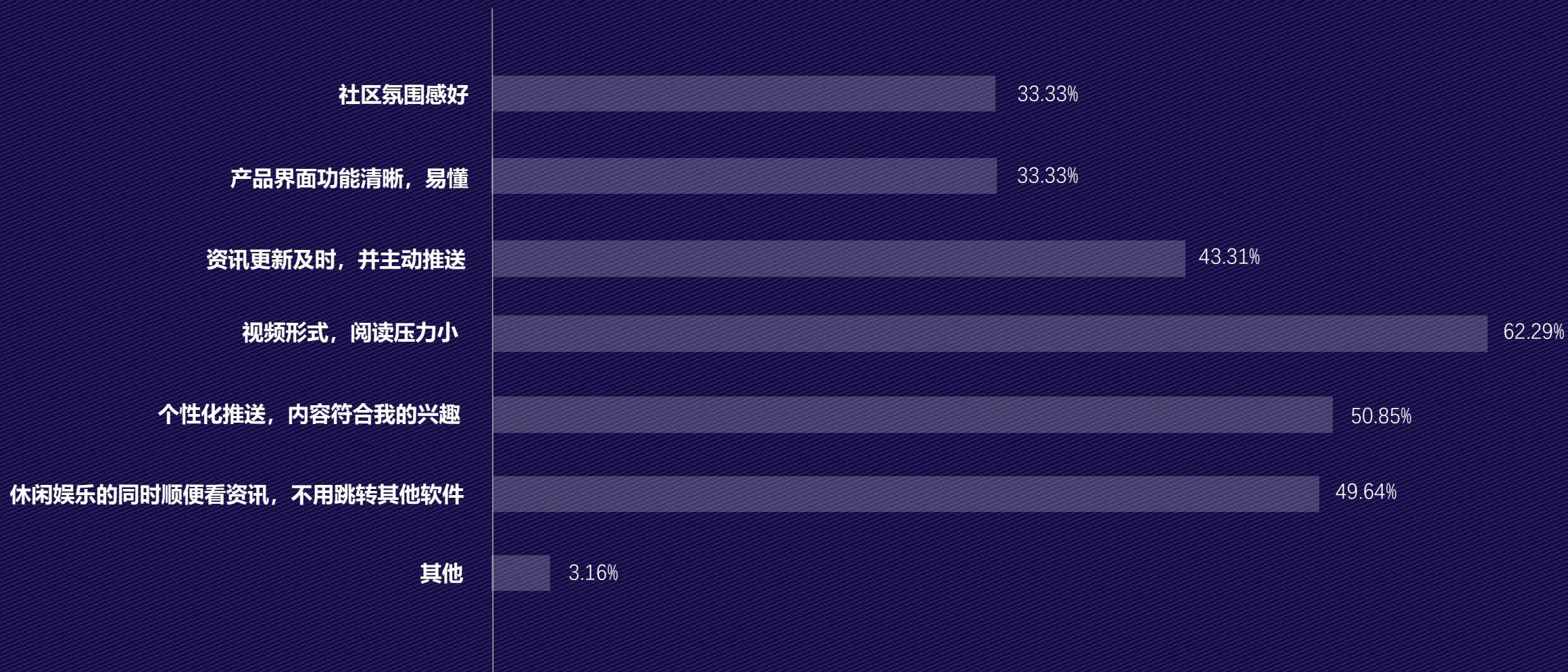
2.短视频平台选择偏好及原因

初次下载抖音、快手的短视频软件的用户多为主动下载，可见头部短视频APP更受欢迎。



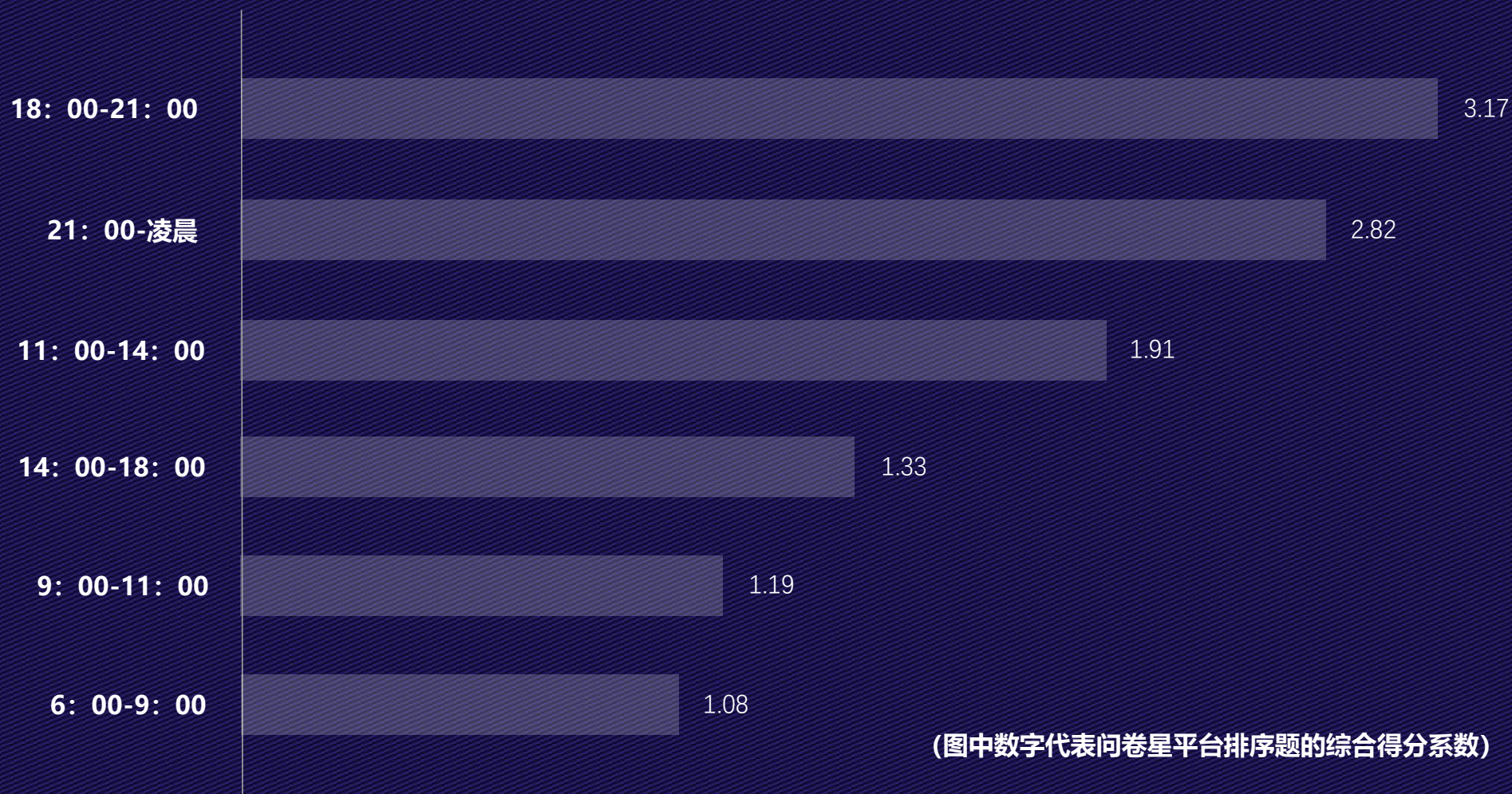
2.短视频平台选择偏好及原因

Z世代人群更加偏向阅读压力小的资讯浏览方式。



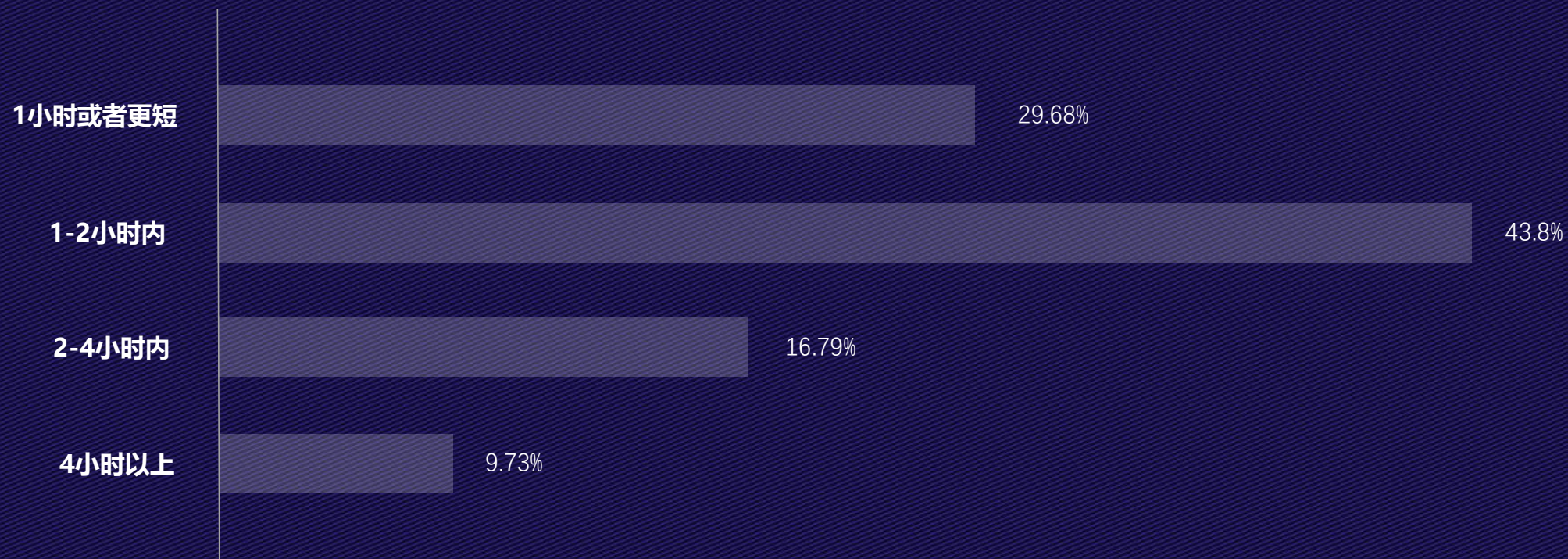
3.使用短视频平台获取资讯时段分析

18: 00—21:00这个时间段用短视频软件阅读资讯的频率最高。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

4.短视频平台的平均使用时长分析



5.短视频平台典型代表

伴随5G等通信网络的发展，中国网民接触视频、直播等内容形式的流量成本大幅降低，用户对音视频内容的接收将大幅增加，而对文字内容的接收则会相应减少。短视频作为一种内容信息载体，成为用户日常获取信息的重要方式。

根据艾瑞2020年4月用户调研数据显示，用户在过去接触过的内容形式中，短视频位列首位。艾瑞数据监测产品User Tracker显示，截至2020年6月，移动网民端短视频渗透率已达65.8%，伴随5G网络的落地和加速普及，短视频用户规模预计仍将进一步增长。另一方面，传统媒体积极发展“两微一端”（微信、微博、新闻客户端）的内容传播，资讯短视频成为其重点发展领域。

5.短视频平台典型代表

1) 抖音

抖音在中国网民新闻阅读习惯中的渠道重要性在增加。

抖音媒体属性更强，吸引多个政务新媒体账号入驻抖音。

抖音基于内容质量分发的内容推荐机制也倒逼媒体账号产出更加高质量的视频内容。



2) 快手



从媒体传播侧来看，快手可以使正能量内容覆盖更多用户，触达更多年轻人。

从生产供给侧来看，快手丰富多元真实的内容生态，在媒体融合进程中发挥重大作用。

快手平台内容的社区属性更强，容易唤起用户对国家的情感共鸣。



04

**Z世代人群
获取新闻资讯内容分析**

**Z世代人群
新闻资讯类别喜好分析**

(一)

**Z世代人群
新闻资讯类型喜好分析**

(二)

(三)

**Z世代人群
新闻资讯风格喜好分析**

(四)

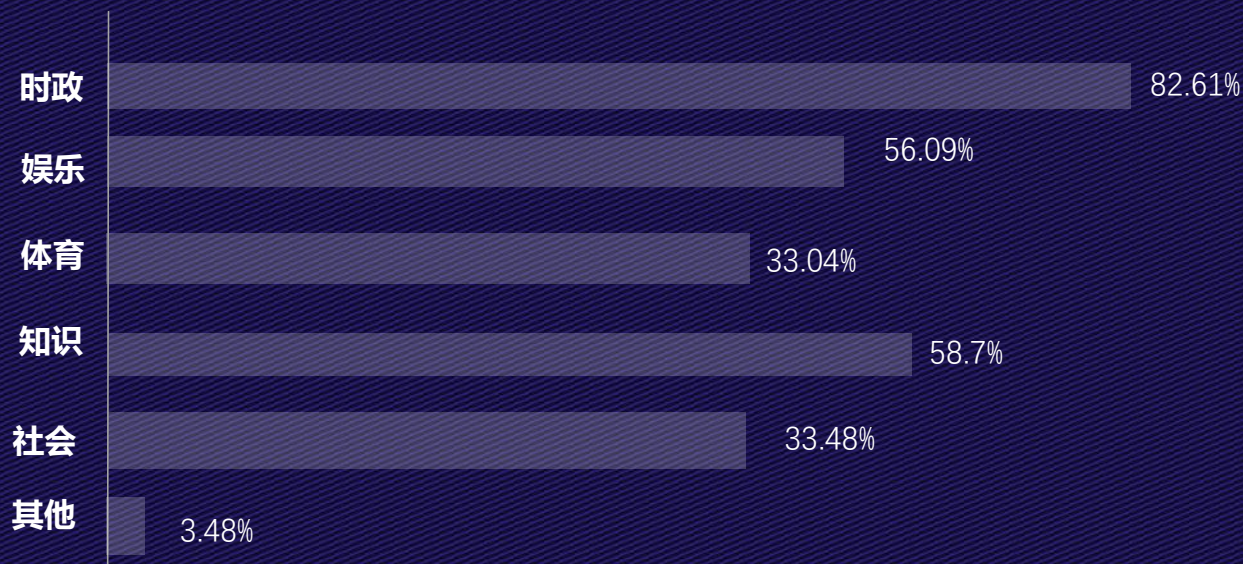
**Z世代人群
新闻资讯阅读因素分析**

(五)

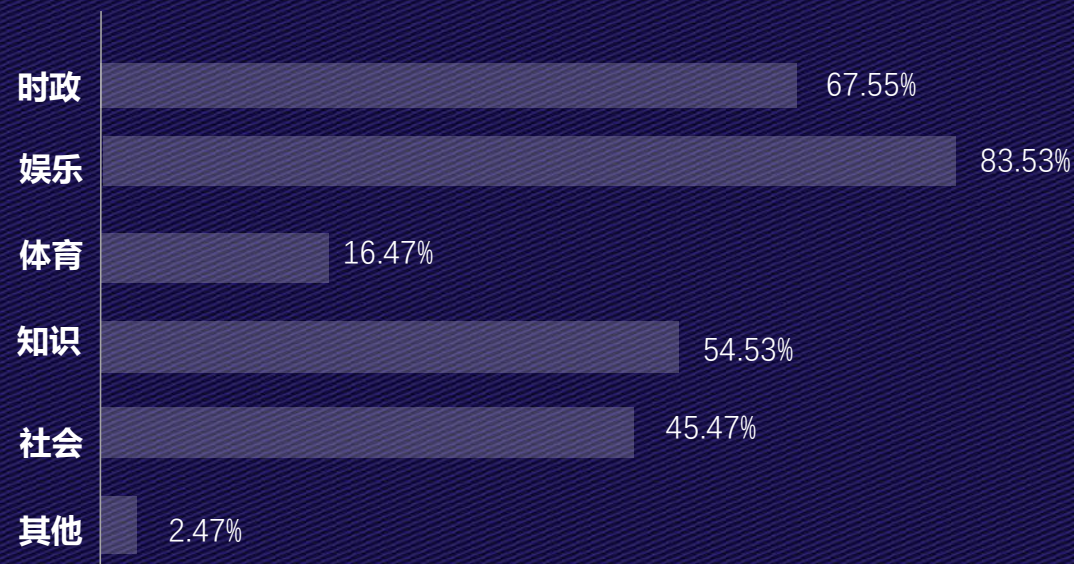
**Z世代人群
新闻资讯互动行为分析**

■（一）Z世代人群新闻资讯类别喜好分析

通过对问卷结果进行交叉对比分析，发现男性更喜欢关注时政类资讯，女性更喜欢关注娱乐类新闻内容。



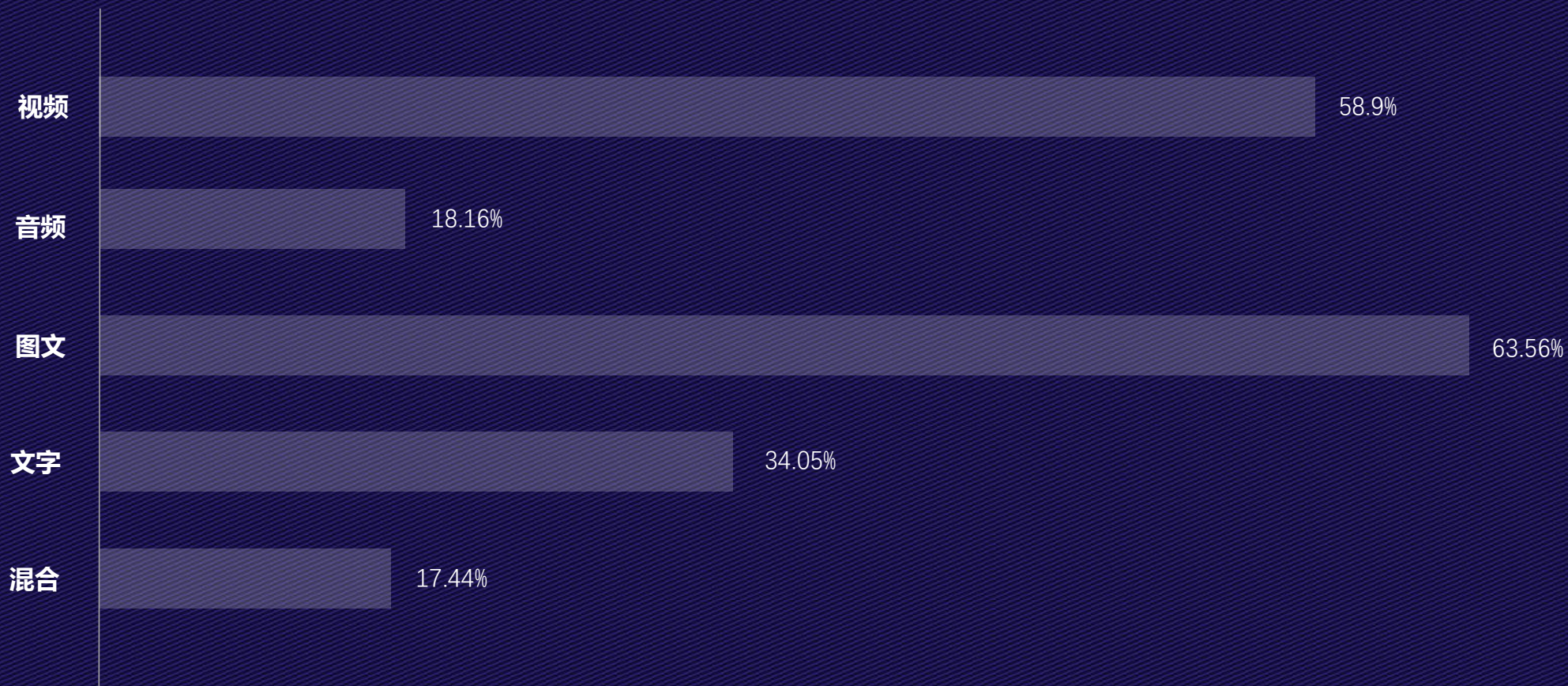
男性调查结果



女性调查结果

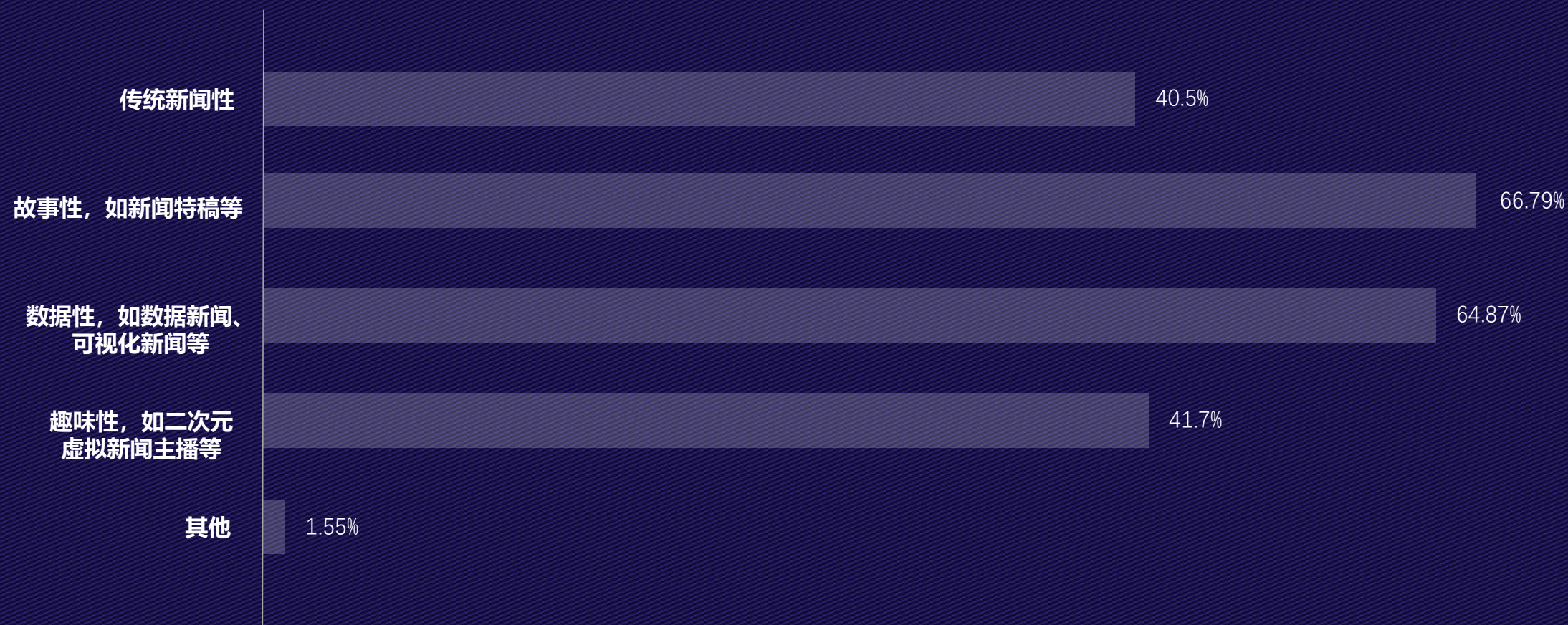
■ (二) Z世代人群新闻资讯类型喜好分析

图文、视频的新闻资讯形式更受Z世代人群的喜爱。



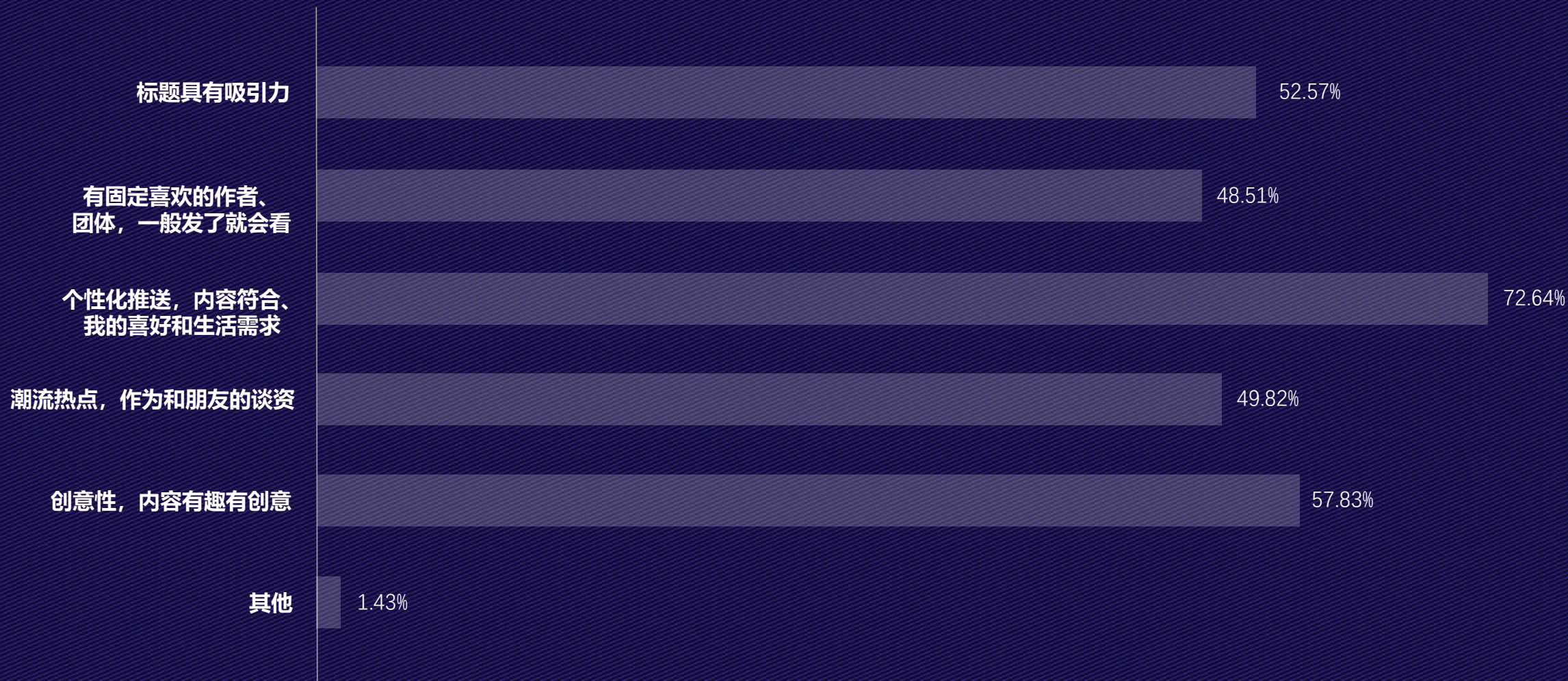
■ (三) Z世代人群新闻资讯风格喜好分析

Z世代人群更加偏好“故事性”和“数据性”的内容风格。



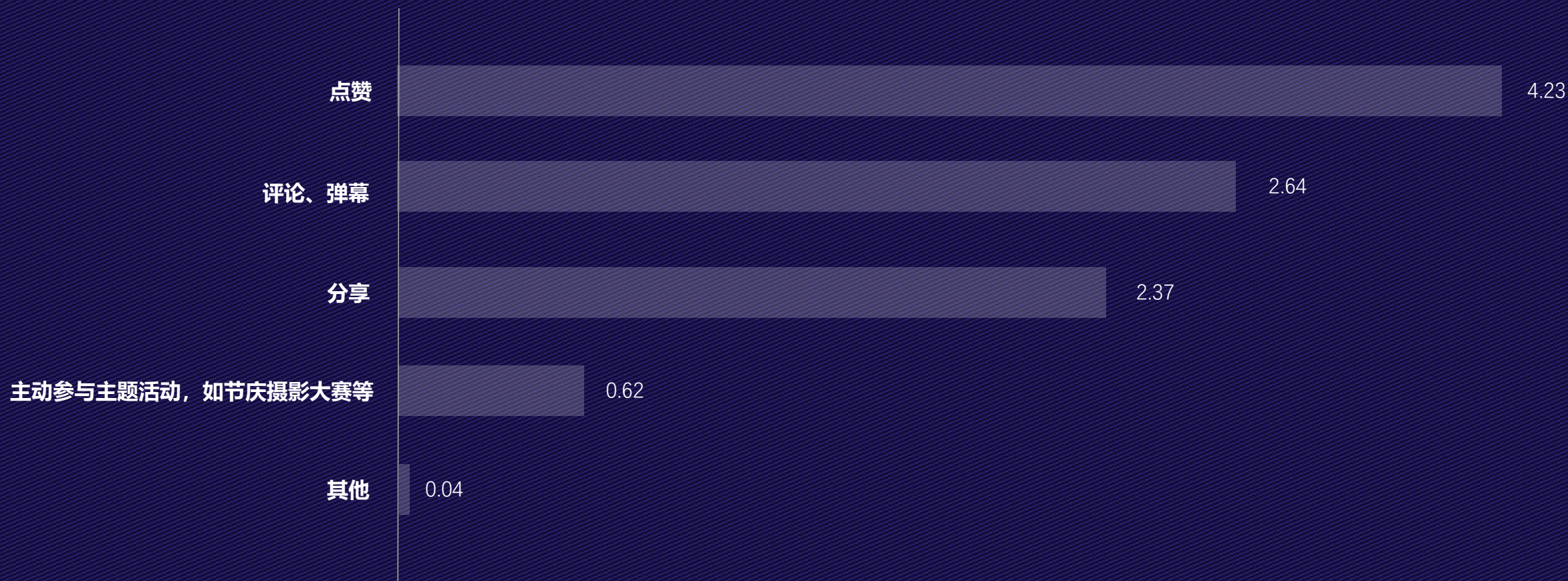
■ (四) Z世代人群新闻资讯阅读因素分析

“个性化、内容符合我的喜好和生活需求”的原因，更容易吸引Z世代人群阅读资讯。



■ (五) Z世代人群新闻资讯互动行为分析

Z世代人群更喜欢在资讯阅览中通过点赞来表达自己的态度，点赞的互动行为更具有普遍性。



(图中数字代表问卷星平台排序题的综合得分系数)

Gen Z

THANK YOU

