中国新型主流媒体发展案例研究报告

2020年

www.iresearch.com.cn

报告摘要



中国新型主流媒体发展背景、环境及特征：

社会环境： 2020年Q3新闻资讯移动端月独立设备数861百万台，PC端覆盖人数327百万人，**互联网为当下新闻资讯传播的主要渠道，APP是其中的核心端口**

85.5%群众于疫情后更加重视权威发布信息，**主流媒体于日益复杂的社会环境中价值凸显**

政策环境：媒体融合提升至国家战略已**6年**，愈发强调**资源配置**应向**移动端倾斜**

概念分析：**新型主流媒体**应满足**党媒背景+渠道及用户掌控力**，秉持内容为王、渠道为要，以技术、体制改革为支撑，构建应有社会影响力与市场效益



中国新型主流媒体发展典型案例分析——以南方+客户端为例：

内容能力：整合南方报业旗下丰富的优质媒体内容，并采用“**采编策划发动、矩阵联合供稿、南方+统筹传播**”的内容开放生产模式，创新内容形式，立足党媒属性，创新内容形式，传播权威资讯

技术能力：形成**内容生产传播平台、经营创新服务平台、运营推广管理平台**三大平台，自主可控、全方位支撑融合业务

社会影响力：多元产品矩阵与运营策略，媒体内容与服务并重。立足两广，积极发挥媒体对于当地经济的宣传和促进作用。**坚守主流价值，关注党政要闻，突出党媒属性的差异化特色**

经营能力：秉持**一体化思维**，不断提升自身**内容、技术、服务**能力

商业化能力：2020年前三季度实现营收2.5亿元，快速形成**规模化变现能力**

用户整体具有**较高净值与广告接受度，消费水平及态度良好**，为规模化广告变现提供源动力



南方+客户端主流新型主流媒体打造与发展策略总结：

突出**党端属性，差异化**打造品牌形象

结合**互联网技术**，挖掘**规模化创新力，深化媒体融合**发展

持续深化体系改革，提升渠道、用户掌控力

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

中国新型主流媒体发展背景、环境及特征 1

中国新型主流媒体发展典型案例分析 2

——以南方+客户端为例

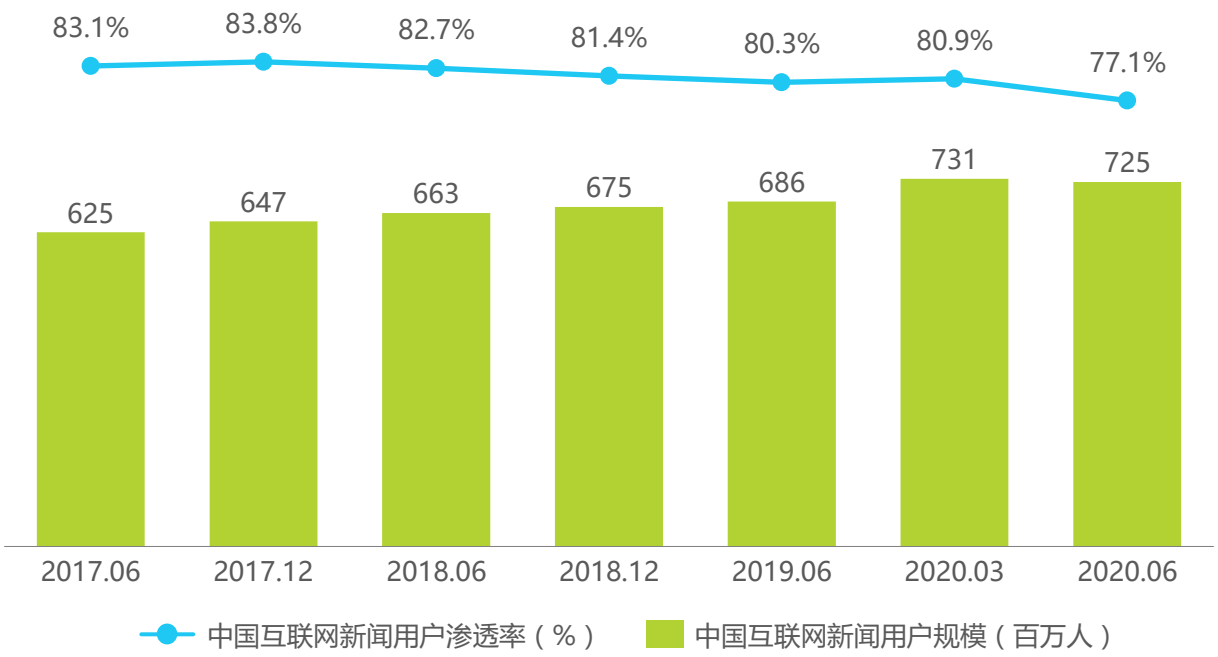
南方+客户端新型主流媒体打造与发展策略总结 3

互联网为当下新闻资讯核心传播渠道

互联网新闻用户规模庞大，全国网民渗透率约八成

中国移动互联网的迅速普及与发展，以及移动端的灵活便捷性与当前市场环境下用户的碎片化信息获取需求的契合，共同驱动中国互联网新闻资讯覆盖人数的高企。CNNIC数据显示，2020年6月全国互联网新闻用户达725百万人，于全国网民间渗透率77.1%，用户基数庞大，覆盖广泛；同时，随着中国互联网流量红利见顶，用户量级的增长趋于平缓。

2017.06-2020.06中国互联网新闻用户规模与渗透率



注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。
来源：CNNIC。

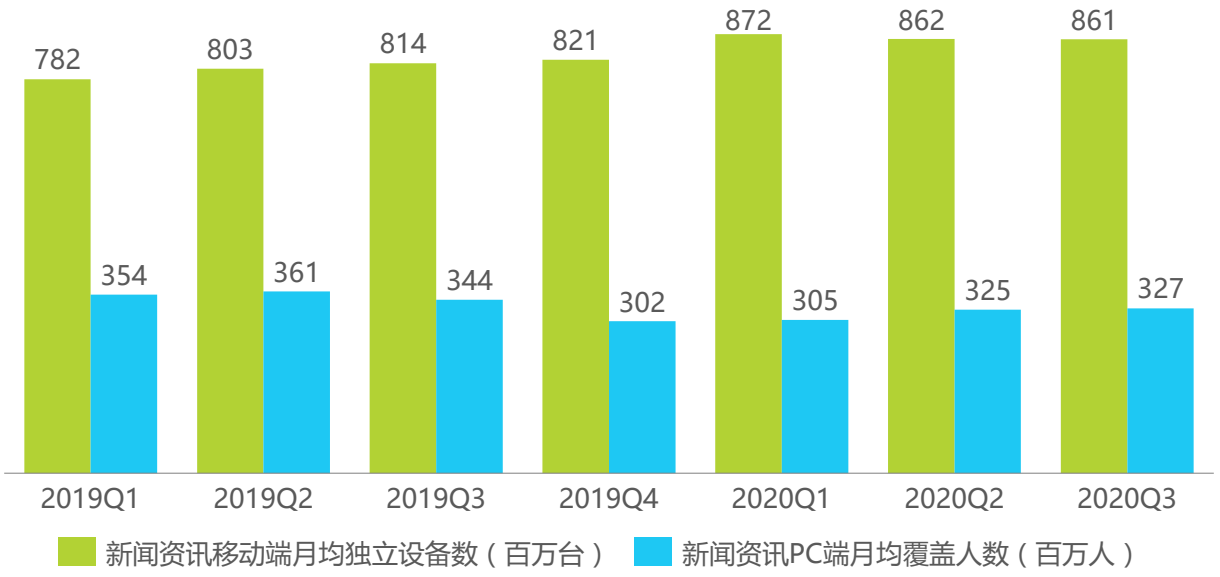
©2021.1 iResearch Inc.

APP是新闻资讯互联网传播的核心端口

新闻资讯用户持续从PC端向移动端流动迁移

根据艾瑞咨询移动智能终端用户行为监测系统mUserTracker数据，及网民网络行为连续性研究系统iUserTracker数据，2019Q1新闻资讯移动端月均独立设备数达782百万台，并于2020Q3进一步上升至861百万台；2019Q1新闻资讯PC端月均覆盖354百万人，并于2020Q3下降至327百万人。新闻资讯用户移动端渗透率高企，同时用户整体规模表现出向移动端迁移的趋势，其中，我国移动互联网的快速发展与普及是大背景，新冠疫情起到推动作用。移动端应用已是新闻资讯大众传播的最核心渠道与端口。

2019Q1-2020Q3中国互联网新闻资讯
移动端月均独立设备数及PC端月均覆盖人数



来源：UserTracker多平台网民行为监测数据库（智能终端），新闻资讯移动端月均独立设备数统计口径包含新闻资讯、原创新闻两个子类别。

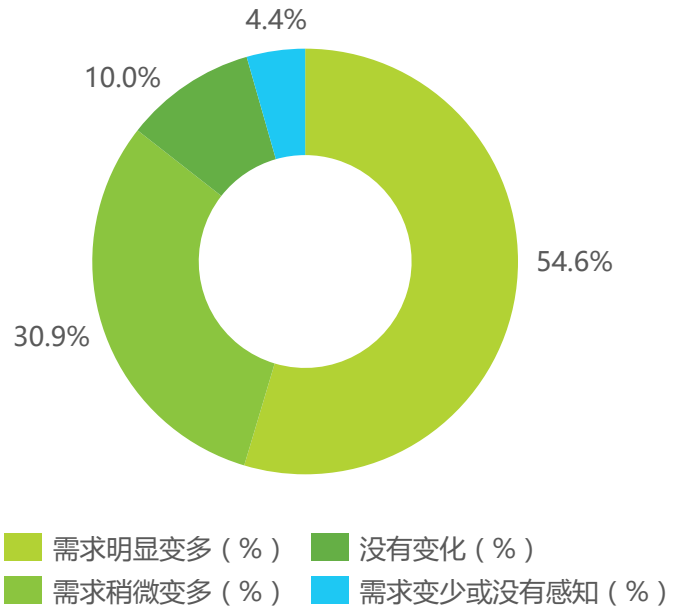
©2021.1 iResearch Inc.

民众对主流媒体权威发布需求度提升

疫情爆发后超8成群众对主流媒体权威发布信息更加重视

当前社会环境日益复杂，而新冠疫情更是成为其催化剂，促使民众对主流媒体的需求意识随之提升。调研结果显示，85%的民众在新冠疫情爆发后对主流媒体权威发布的需求增多，超5成明显增多；其中，主流媒体发布信息的可靠、准确、真实，以及因从中感受到政府切实回应群众反映的安心，与从邀请到的顶尖专家高效地学习有效知识是主要原因，主流媒体社会价值凸显。

新冠疫情爆发后民众对主流媒体权威发布的需求度变化情况



样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

促使民众对主流媒体权威发布需求度上升的原因

“社会环境日益复杂，主流媒体权威发布的信息让我感到**可靠**” **73.6%**

“互联网上的信息纷繁庞杂，让我有时觉得真伪难辨，主流媒体权威发布的信息**准确、真实**” **66.4%**

“阅读主流媒体权威发布的信息，让我觉得政府在切实回应群众的反映及想法，感到**安心**” **52.1%**

“主流媒体权威发布经常能邀请到顶尖专家，让我能**高效**地学到**有效**的信息及知识” **43.4%**

样本：N=907；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

媒体融合提升至国家战略已六年

2020年两办再推深融，强调资源配置应向移动端倾斜

自2014年深改委通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》以来，媒体融合上升至国家战略层面，推动了传统媒体与新媒体间形态阻隔的打破。六年间，提升主流媒体传播力、公信力、影响力，坚持技术支持、内容建设为根本是不变基调。同时，随着新闻传播大趋势的发展，政府对于移动端建设、科技支撑、管理体系机制改革的强调力度不断加大，并随着2019年新型主流媒体概念正式登场，对于主流媒体的大众传播提出了掌握主动权、主导权的更高要求。

2014-2020国家媒体融合相关主要政策梳理

2014-2015

深改委通过、习近平总书记审议
《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，是**适应媒体格局深刻变化、提升主流媒体传播力、公信力、影响力**的重要举措。要**遵循**新闻传播规律和新兴媒体**发展规律**，**强化互联网思维**，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、**一体发展**，坚持先进**技术为支撑**、**内容建设为根本**，推动传统媒体和新兴媒体在**内容、渠道、平台、经营、管理**等方面的深度融合。

2016-2017

中共中央办公厅、国务院办公厅印发
《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》

大力推动传统媒体与移动新媒体**深度融合**发展，加快布局**移动互联网阵地建设**，建成一批具有**强大实力和传播力、公信力、影响力**的新型媒体集团。

2018

习近平总书记
出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话

要**把握**正确舆论**导向**，**提高**新闻舆论**传播力、引导力、影响力、公信力**，**巩固**壮大**主流**思想舆论。要加强**传播手段和话语方式创新**，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。

2019

习近平总书记
出席中共中央政治局第十二次集体学习并发表重要讲话

要大胆运用**新技术、新机制、新模式**，通过**技术支撑和内容建设**，打造一批具有强大竞争力的**新型主流媒体**，掌握舆论场**主动权和主导权。**

科技部
批准建设媒体融合与传播等4个国家重点实验室

适应全媒体时代发展**需求**，推动媒体融合向**纵深发展**，强化**科技支撑**

2020

中共中央办公厅、国务院办公厅印发
《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》

要求深刻认识推进这项工作的**重要性紧迫性**，坚持**正确方向、一体发展、移动优先、科学布局**，推动传统媒体和新兴媒体在**体制机制、政策措施、流程管理、人才技术**等方面加快融合步伐，尽快建成一批具有**强大影响力和竞争力**的**新型主流媒体。**
逐步建立以**内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障**的全媒体传播体系。

来源：艾瑞研究院自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

新型主流媒体概念分析及解读

具有党媒属性、专业内容生产力与传播渠道掌控力的新媒体

自2019年1月，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习讲话中强调建成新型主流媒体重要性，围绕这一名词的概念、内涵及实现路径，逐渐引发了各界愈来愈多的思考与探寻。艾瑞结合对政策及相关专家意见的梳理与学习认为，当今时代下的新型主流媒体应基于党媒的背景资质，并同时满足高质量内容生产及传播渠道与用户掌控力，积极布局移动端建设与运营，以有效摆脱过去于互联网新闻传播中受限于内容提供者角色的情境，依靠技术支撑与体系改革，力行一体化发展，形成应有的社会影响力与市场效益。

主流媒体、新型主流媒体主要特征分析



主流媒体网端发展过过去主要问题与升级转型主要思路分析

出现的问题

- **对”网”的重视大于对”端”的重视**
- 同互联网平台的**合作大于自身一体化新媒体平台建设**

导致的痛点

- 全网传播力”**小而散**”，**内容与用户聚合力相对薄弱**
- 于互联网新闻传播中，更趋近于”**内容提供者**”的角色

核心目标

- 形成**渠道聚合力**，扩大**社会影响力**，增强**造血机能**

升级思路

- 明确**移动端为核心**、基于**互联网思维**的平台建设与运营思路
- **改革体系机制**，形成高效内容产播链条
- **提升技术能力**，形成自主把控，赋能内容生产及平台运营
- **接轨市场机制**，丰富产品矩阵，打造差异化，优化服务能力

来源：艾瑞研究院自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

新型主流媒体发展综合评价体系

顺应用户核心的互联网思维，结合主流媒体自身属性及使命

移动互联网全面渗透深化时代，初期的流量红利已逐渐消散，产品间已经转向进一步的服务质量、产品体验、运营效率间的比拼，以抓住并固化用户，形成影响力，提升变现能力。而进入到互联网的主流媒体，尤其是在当前大环境下，其输出的产品形态亦为一款互联网内容产品，因此，其综合能力的体现，亦在自身的内容、技术、运营、商业化方面。

同时，新型主流媒体在作为一款互联网内容产品之上，党媒的属性使其相较其他互联网原生平台，肩负着扩声权威发布、塑造意识形态、服务社会等职责；新型主流媒体的产生亦是基于在作为当前新闻资讯传播渠道的互联网弘扬这一使命的意识。因此，社会综合影响力亦为本报告的衡量新型主流媒体发展的核心方面之一。

新型主流媒体核心能力发展评价模型



新型主流媒体核心能力

- **内容生产传播能力** — 内容生产能力、内容传播能力、内容满意度
- **产品技术研发能力** — 自主研发产品功用与效果、产品满意度
- **社会影响力** — 用户侧、企业侧、政府机构侧聚合及服务能力
- **经营能力** — 战略决策能力、团队建设能力
- **商业化能力** — 平台盈利能力、用户营销价值

来源：艾瑞研究院自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

中国新型主流媒体发展背景、环境及特征 1

中国新型主流媒体发展典型案例分析 2

——以南方+客户端为例

南方+客户端新型主流媒体打造与发展策略总结 3

南方+客户端基本情况概览

背靠南方报业集团，打造内容、用户、传播聚合力

南方+客户端是南方报业移动媒体集群的核心产品，且被赋予广东省委省政府的权威信息发布平台职能。自2015年10月底上线以来，经过五年的发展，目前已建成集APP、手机站、小程序、数字报、两微于一体的移动产品矩阵，累计下载量超7000万。移动互联网时代下，南方+客户端充分利用互联网思维优化资源配置，运用先进技术提高优质内容供给，创新服务形式，提升传播影响力，逐渐强化主流媒体立体传播战略。

创新发展多元立体产品矩阵
先进技术驱动新型主流媒体深度融合



内容、技术、经营一体化发展
党媒职责+互联网思维形成聚合力

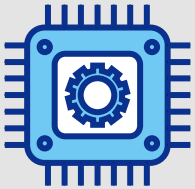
- 5年时间 **7千万+**下载用户
- **7000家**入驻机构 **1.5万**新媒体运营人员
- 总发稿量**260万**条 总点击量近**50亿**
- 软件著作权**13项** 专利**2项**
- **300+**垂类频道
- **7000+**南方号

来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.



内容生产传播能力



产品技术研发能力



社会影响力



经营能力



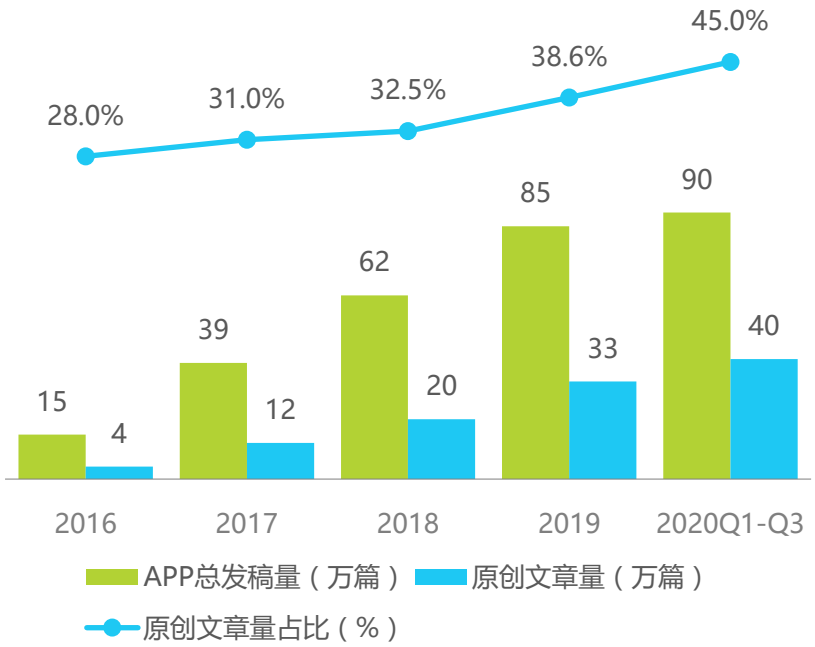
商业化能力

内容生产传播能力

搭建内容开放生产模式，原创文章占比高，输出专业内容

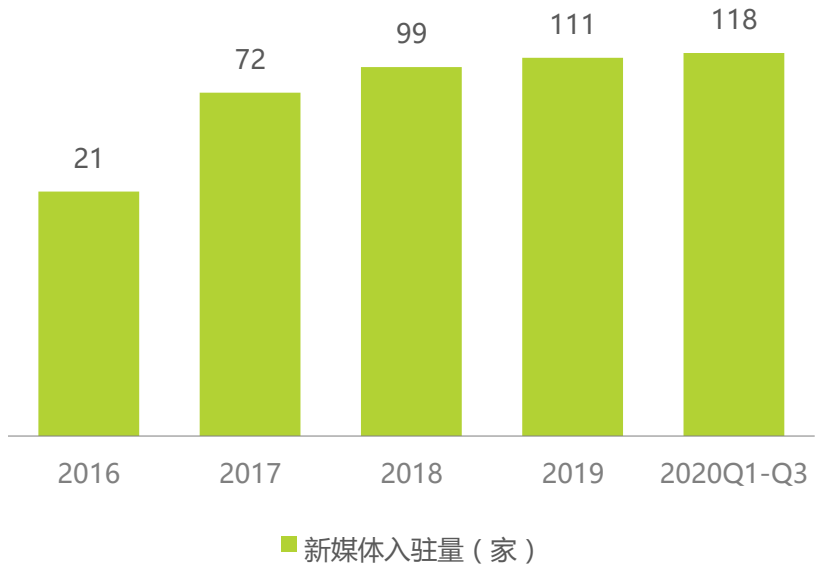
南方+整合南方报业旗下丰富的媒体内容资源，并采用“采编策划发动、矩阵联合供稿、南方+统筹传播”的内容开放生产模式，生产并聚合优质内容，2020年前三季度，南方+客户端共发布稿件89.9万篇，原创稿件40.4万篇，占比45%；截至2020年第3季度，平台共有118个媒体人及媒体机构入驻，共同为用户提供优质内容。

2016-2020Q3南方+总发稿数量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

2016-2020Q3南方+新媒体入驻量



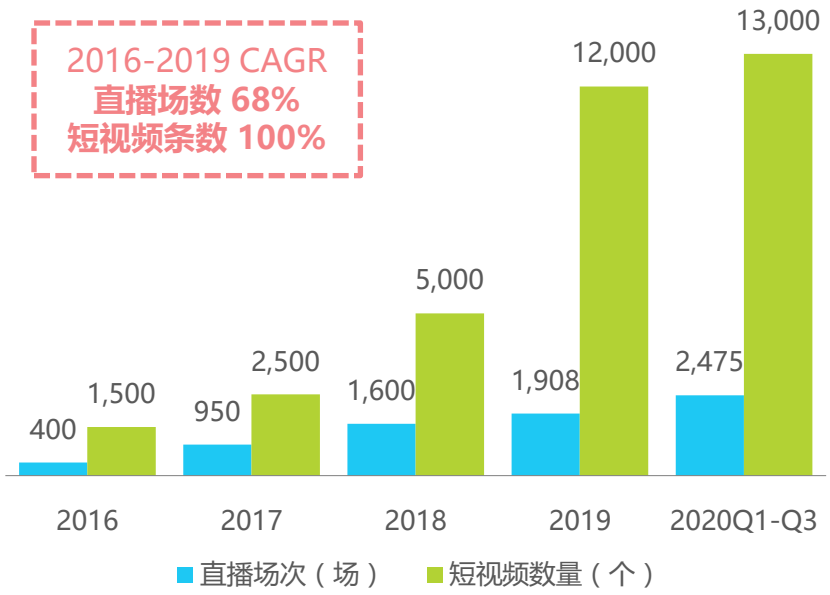
来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

内容生产传播能力

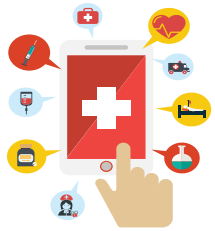
布局新内容形式，立足党媒属性，传播权威资讯

南方+紧跟互联网内容传播形式的发展节奏，积极布局直播、短视频等新内容形式。2020年前三季度，南方+客户端发表1.3万个短视频作品，累计举办近2500场直播；同时，代表性反腐短视频脱口秀《武松来了》第三季收获超1亿点击量。南方+利用新的内容形式，充分发挥视频内容的优势，更加直接和高效地传达资讯，满足用户需求，特别是在疫情期间，累计举办70场新闻发布会，扩声权威发布，凸显社会价值。

2016-2020Q3南方+客户端直播及短视频数量



典型专题：



南方+战疫频道

- **70**场新闻发布会
- **数十万**篇稿件
- **数十亿**点击量

反腐短视频脱口秀《武松来了》

- **4集**图文及视频
- **超1亿**点击量
- 多权威平台转载，形成网络热门话题，三大中央媒体总点击量超**1670万**
- **近3000万**微博平台点击量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

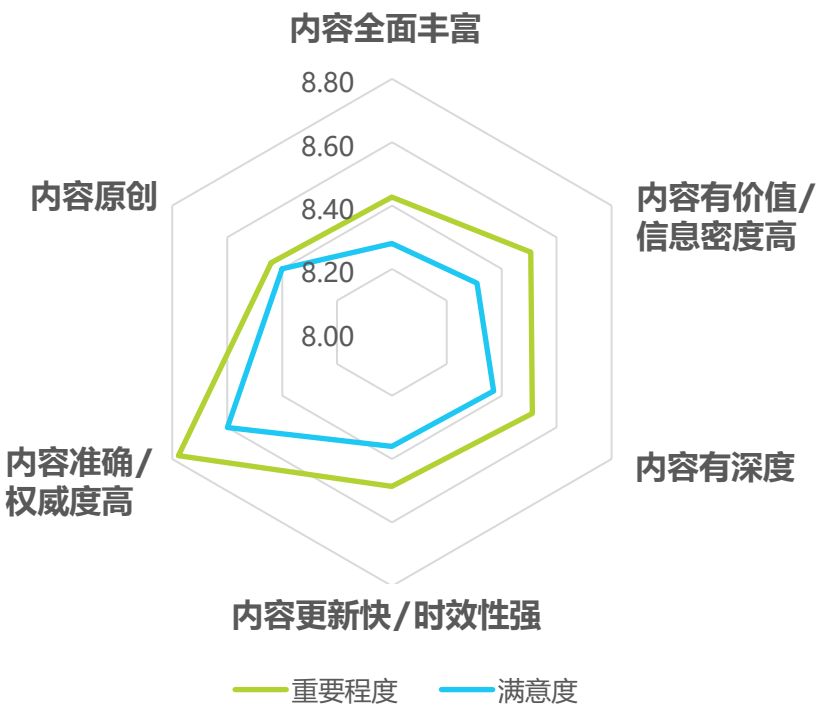
©2021.1 iResearch Inc.

内容生产传播能力

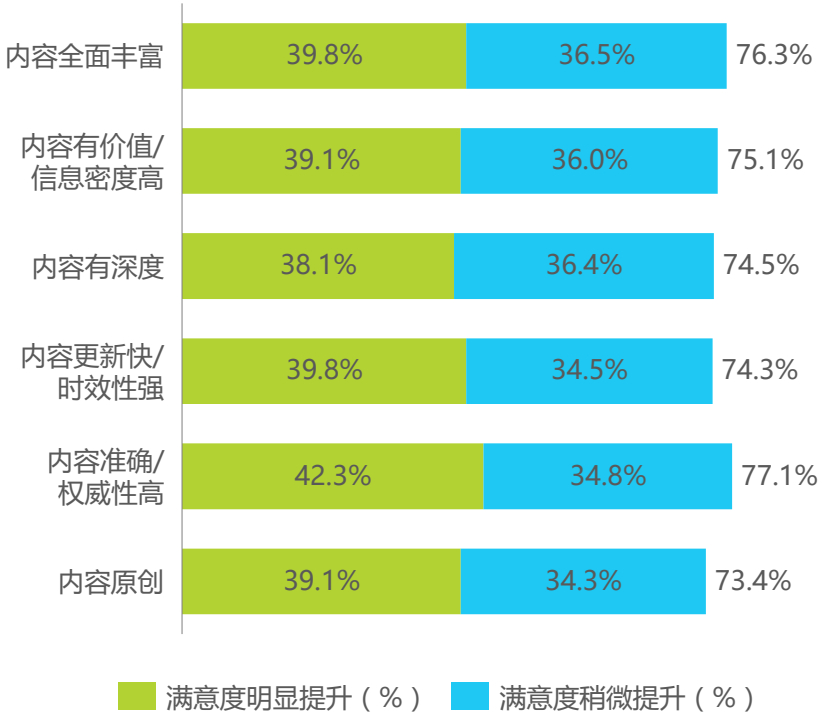
用户内容满意度较高，且满意度普遍较刚使用时有所提升

在衡量新闻资讯内容用户满意度的6项维度体系中，南方+客户端各项用户平均满意度均超过8分，且对于各个方面，较刚开始使用时更为满意的用户占比均超7成，体现较高的内容满意水平与提升能力。具体来看，南方+用户更看重媒体产品的内容准确性和权威度，同时南方+凭借多年专业媒体内容输出能力，以及基于党媒属性的权威性，给予了用户良好的体验。

南方+客户端用户内容满意度情况



南方+客户端用户当前内容满意度较刚使用时变化情况



样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

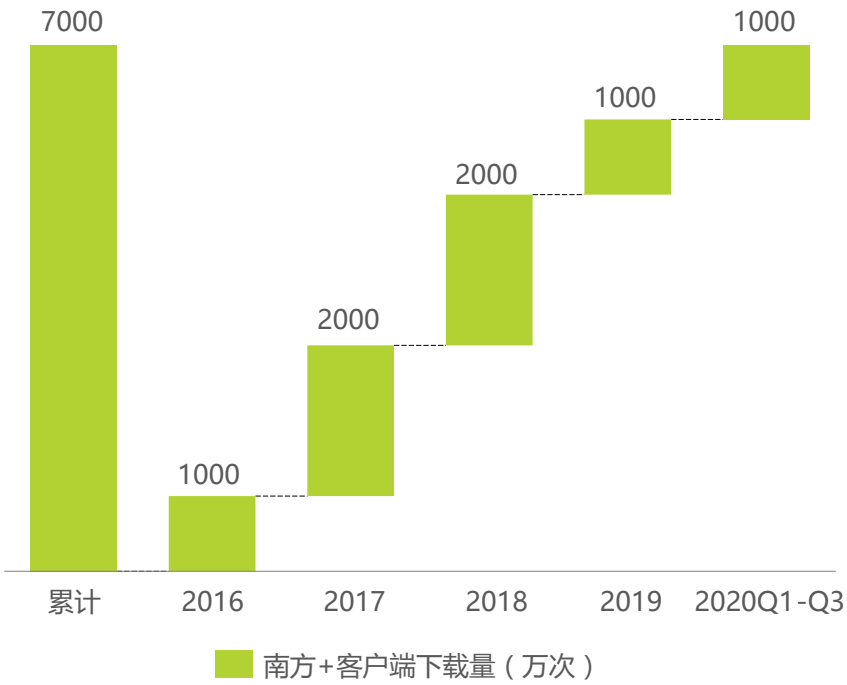
样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

内容生产传播能力

客户端下载量超7000万，疫情期间全网累计点击量达40亿

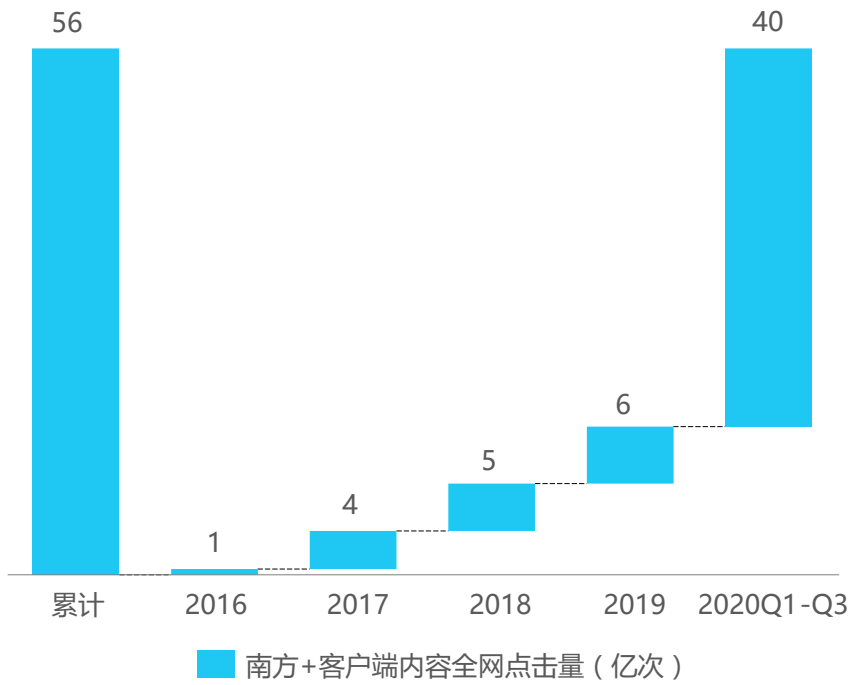
用户是基于互联网的新媒体的服务之本与价值核心。截至2020年第三季度，南方+客户端累计下载量超7000万，且在疫情期间，南方+紧跟疫情发展动态，扩声权威发布，其原创内容2020年前三季度累计全网点击量达40亿，彰显主流媒体于复杂社会环境中的社会价值。

2016-2020Q3南方+客户端下载量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

2016-2020Q3南方+客户端内容全网累计点击量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

内容生产传播能力

建立全网传播合作矩阵，收获互联网主要传播平台好评

传播力是衡量媒体价值的重要指标，在全网媒体用户注意力争夺激烈的背景下，南方+联合诸多行业主流平台，共同开发优质内容，并相互借助流量资源，扩大媒体价值的传播， 截至目前，已与今日头条、腾讯新闻等13家互联网主要媒体达成合作。南方+优质专业的内容在行业内获得诸多好评，合作伙伴相关负责人给予南方+如“内容专业、强传播性、时效性强”等亮点评价。

南方+客户端原创内容全网分发主要合作伙伴及其相关负责人对南方+亮点分析

主要合作伙伴

今日头条 信息创造价值
新浪微博 weibo.com
腾讯新闻
网易新闻
人民网 people.cn
央视频
抖音
快手
一点资讯
ZAKER 传递价值资讯
...

合作印象标签



内容标签

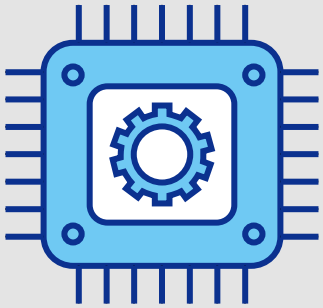


来源：结合2020年11月对南方+互联网分发主要合作伙伴相关负责人调研，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.



内容生产
传播能力



产品技术
研发能力



社会影响力



经营能力



商业化能力

产品技术研发能力

从平台架构到产品转化到业务支撑一体化自主研发

互联网时代下，产品开发能力是客户端发展的重要驱动力。在客户端创立之初，南方+便秉持形成自主可控的技术能力的战略目标，并构建自身产品技术团队。5年发展期间，南方+逐渐形成了从平台架构，到产品转化，再到业务支撑的技术研发体系，助力南方+在内容生产分发核心领域的新玩法拓展，与社会服务能力的开发延伸。此外，南方报业集团整体建设的三套中台系统，使南方+与集团旗下各报刊、记者站内部的资源与能力进一步整合，减少产品研发的重复性，提升效率，体现媒体深度融合的意义与价值。

技术能力矩阵

三套自主研发业务平台：

- 内容生产传播平台
- 经营创新服务平台
- 运营推广管理平台

三套自主研发中台：

- 业务中台
- 数据中台
- 技术中台

多种应用业务模块：

- 大数据智能推荐系统
- 视频直播平台
- 拍客报料系统
- 南方号政务新媒体平台
- 智慧党建系统
- 南方融媒系统
- 智能校对管理系统
- 南方版权管理系统
- ……

特色产品

产品助力内容生产：

自研直播平台及拍客系统
助力内容维度
丰富性与交互性



产品助力内容开发：

搭建“官方发布集合器”——南方号
精准连接地方政企与群众



产品助力社会服务：

在+系列搭建社会服务平台，拓宽业务边界，
提升社会服务能力



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

产品技术研发能力

内容生产：自研产品及系统助力内容维度丰富性与交互性

南方+客户端紧跟互联网内容消费形式演变节奏，于2016年研发并上线自建视频直播系统，使业务部门可一键实现于客户端中的直播报道；于2018年底开始研发，2019年初上线自有拍客系统，抓住短视频浪潮，为业务部门开拓新的新闻线索来源渠道，亦为群众提供曝光、求助的窗口，助力深耕地域的整体发展策略。

直播平台

对内：提供包括**直播视频采集端、导播台控制端、直播内容展示端**的管理工具套组，助力业务部门一键实现客户端中的直播报道

对外：用户可通过客户端直接获取多样直播内容，并进行互动



直播内容专门用户互动界面，方便用户快速发表实时感想，提升交互感与观看体验



视频、语音、文字三流实时播报，一界面满足用户不同需求

拍客系统

对内：为业务部门**开拓征集**线索、高质量图片及视频等**多角度、多形式新闻素材来源的渠道**，增强与用户的连接

对外：为用户提供更丰富的内容及参与专业新闻发布的渠道，为专业拍客提升个人作品曝光渠道，并**支持稿费在线发放**



南方+充当内容过滤器，推送多视角的优质内容

- 身边生活日常
- 广东风土人情
- 舆论监督曝光
- 违法乱象曝光
- 难事急事求助
- ...

来源：艾瑞咨询自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

产品技术研发能力

内容开发：搭建"官方发布集合器"精准连接地方政企与群众

2016年10月，南方+客户端研发筹建“南方号”内容开发生产平台，聚合广东省具有权威发布职能的政务及机构官方新媒体资源，为入驻机构提供内容生产及发布平台。打造差异化、特色化内容，服务广东地方政企有效、高效、实效地连接、触达群众，助力政府单位的新媒体内容生产及运营能力的学习与提升，利于权威发布互联网内容生产传播生态的构建的同时，亦为用户提供聚合型的官方发布入口，便于信息的精准获取。

政企官方账号矩阵

地域矩阵

覆盖**两广21个地级市**，分类**细化至区县**
精准连接地方政府与群众，服务**政务的有效、高效传播**

系统矩阵

品类细化至**22个细分维度**，覆盖**政务、商务、社会生活全品类**，**精准连接政府部门、机构、企业与群众**，促进**权威信息的有效、高效传播**



内容及账号榜单



对高热度的政企类官方账号及热门文章露出展示，扩声权威发布优质、重磅信息

对政企机构的互联网内容生产积极性起调动作用

来源：艾瑞咨询自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

产品技术研发能力

服务功能：在+系列产品矩阵拓宽边界，提升社会服务能力

南方+客户端“在+”系列产品矩阵从2018年开始探索搭建，产品维度不断丰富，逐渐形成矩阵，积极发挥自身职能，拓宽业务边界，丰富自身业务模式，提升抗风险能力，并打造、构建社会服务能力。目前，系列已陆续覆盖以文创及扶贫助农为主体的电商服务、教育服务、招考招聘服务、在线看展服务等板块，不断的积累使南方+客户端在面对如新冠疫情的突发情况中，彰显其作为新型主流媒体的社会价值。

在+上课：广东中小学空中云课堂平台

助力教育系统，实现**疫情期间**广东中小学**停课不停学**
云课堂总**点击量超1.2亿**



疫情期间中小学每日全天课程直播、回放、录播回看



名校名师优质教育资源云释放

在+看展：线上360°博物馆、美术馆云看展服务

助力**本地生活及文教发展**，**聚合省内博物馆、美术馆展会资源**
以**技术支持**为用户提供**贴近线下观感**的**足不出户**的**免费观展体验**





展厅展区自由切换

视角自由选择

展品详细信息收录

在+咨询：广东高校招考信息咨询平台

助力教育系统，精准对接学校、机构与考生及家长
每年开展数十场线下咨询活动及线上直播





广东各地各类高校全面覆盖
实现**官方服务中心、招生办**与考生及家长的**一对一即时沟通，通达权威、准确招考信息**

在+购物：APP内自有电商服务平台

助力**扶贫助农**，提供**农产品、文创产品、书籍、报刊订阅**等多元的电商服务，
打造IP，探索新业务场景



来源：艾瑞咨询自主研究并绘制。

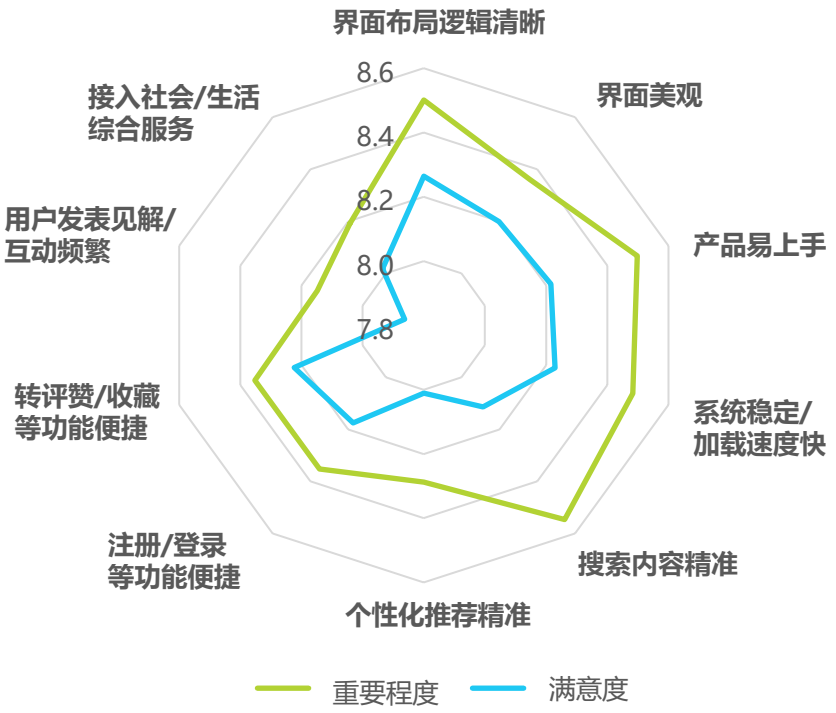
©2021.1 iResearch Inc.

产品技术研发能力

用户产品综合满意度较高，且普遍较刚使用时有所提升

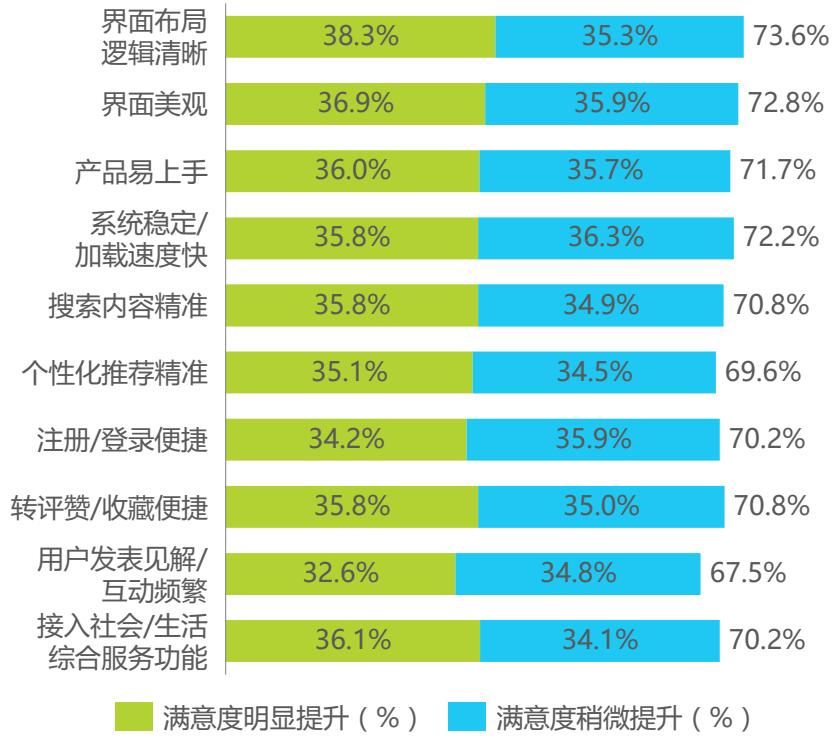
在涵盖10项维度的新闻资讯产品综合评价体系中，南方+客户端于其中9项用户平均满意度均超过8分，且对于各方面，感知到满意程度较刚使用有所提升的用户均约占7成，体现产品较高的综合效用及演进能力。同时，在用户整体重视度较高的界面布局逻辑、产品易上手性、系统稳定性方面，南方+客户端均取得了用户较高的认可；但在另一方面，对于搜索内容的精准度，以及产品的交互性，仍有较大的提升必要与提升空间。

南方+客户端用户产品满意度情况



样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

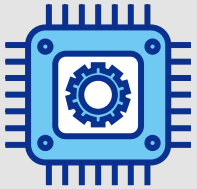
南方+客户端用户当前产品满意度较刚使用时变化情况



样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn











内容生产
传播能力

产品技术
研发能力

社会影响力

经营能力

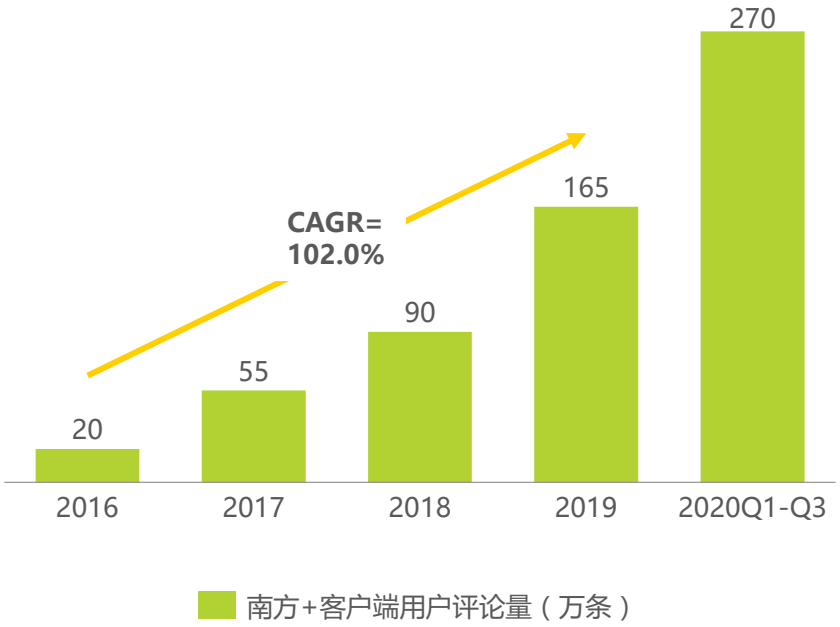
商业化能力

社会影响力-用户侧

用户互动量持续提升，疫情期间增速加快

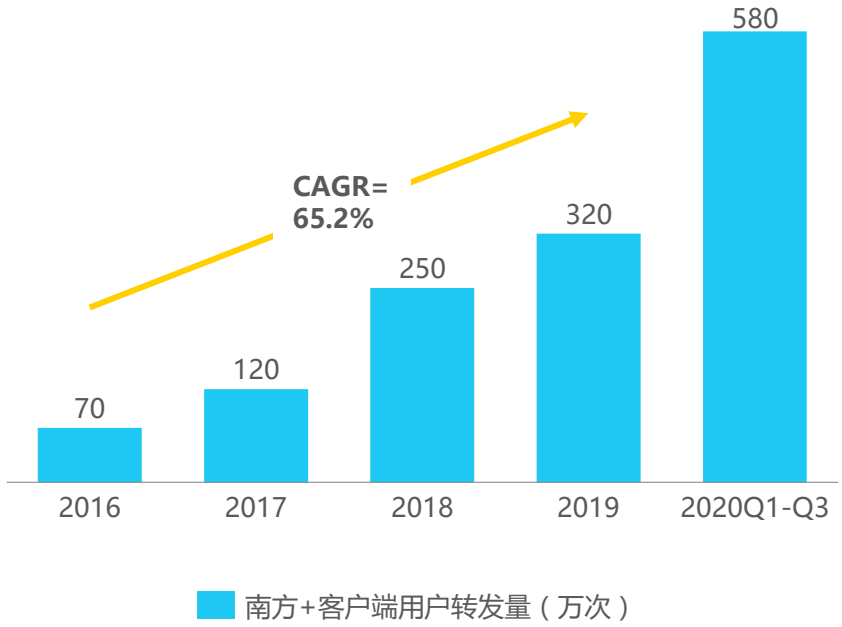
南方+客户端结合其背靠南方报业于媒体领域多年深耕积累的用户资源，以及自身5年发展秉持互联网思维对于用户聚合力的持续探索，通过推文、海报、开屏、焦点图、H5、小视频、小游戏、在线投票等用户运营策略矩阵，吸引用户，并增进自身体系的交互性。从2016年到2020年，用户参与讨论、自发转发内容的热情不断提升，体现了南方+客户端不断深化的用户端社会影响力。

2016-2020Q3南方+客户端用户评论量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

2016-2020Q3南方+客户端用户转发量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

社会影响力-用户侧

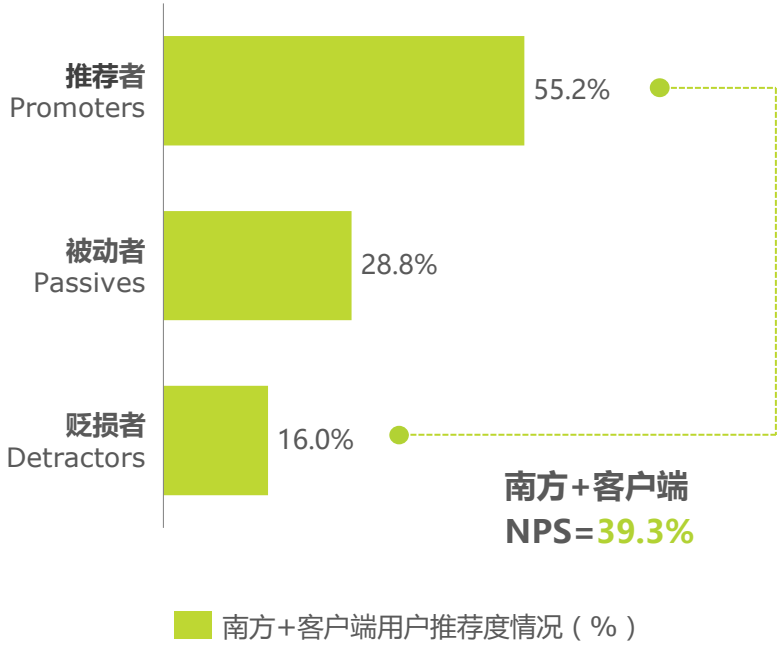
“权威、有深度、可信、主流”为核心品牌印象

在其5年发展中，南方+为用户留下了“权威、有深度、可信、主流”的核心品牌印象，凸显其作为广东省委政府权威移动发布平台的初步成效与价值。另一方面，用户调研结果显示，南方+客户端用户净推荐值达39.3%，体现出其较好口碑积累。

2020年南方+客户端用户核心品牌印象



2020年南方+客户端用户净推荐值



注释：核心品牌印象按对于一系列(15个)描述品牌印象的关键词中，在有效样本中主观认知超半数的描述计算。
样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

注释：量度划分按NPS量表。
样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

©2021.1 iResearch Inc.

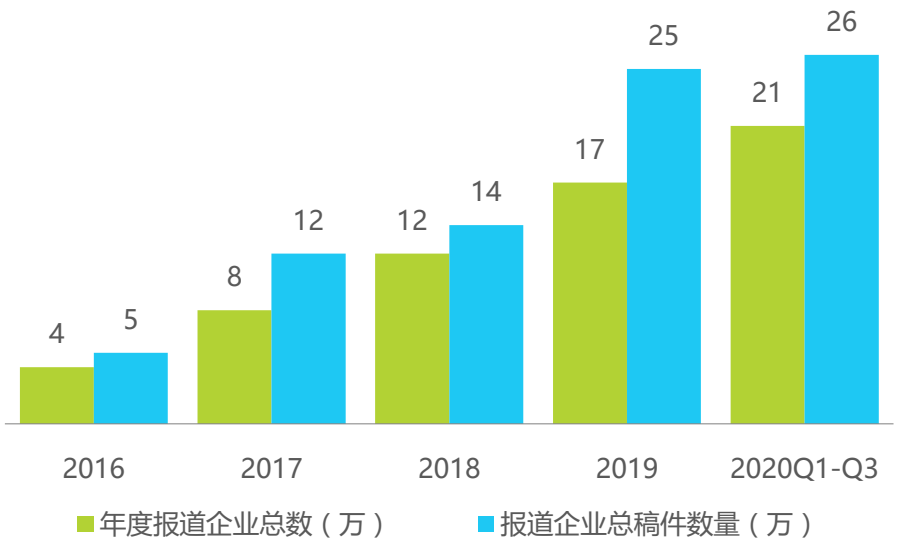
©2021.1 iResearch Inc.

社会影响力-企业侧

立足两广地区，加大对当地经济的媒体宣传力

南方+立足于两广地区，积极发挥媒体对于当地经济的宣传和促进作用。其中2020年前3季度，南方+共表了26万篇企业稿件，累计共报道21万家企业。除此之外，南方+发挥媒体融合发展的力量，利用自身传播力，积极传播和支持企业创新发展，如自2016年-2019年，南方集团与中国建设银行连续主办了4届FIT粤科创先锋大赛，南方+客户端对大赛进行持续系列专项报道，形式包括专题稿件、动画、H5、互动长图、短视频等，累计流量超5000万。

2016-2020Q3南方+客户端报道企业数量



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

助力2016-2019FIT粤科创先锋大赛



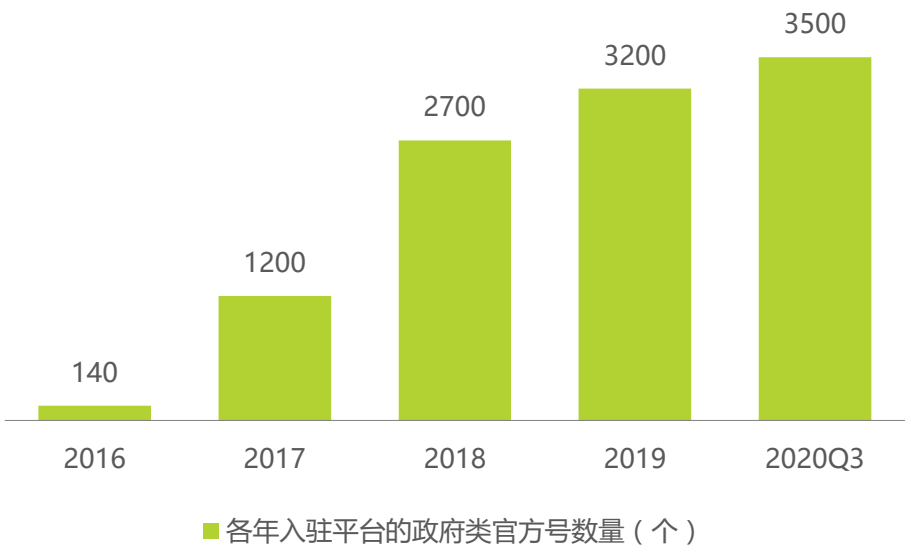
来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

社会影响力-政府侧

坚守主流价值，关注党政要闻，突出党媒属性的差异化特色

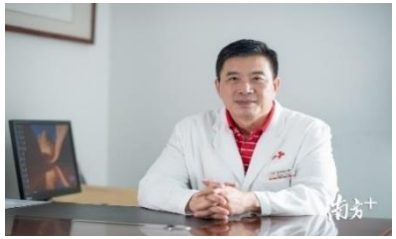
截至2020年前3季度，南方+平台共入驻约3500个政府类官方号，其中代表账号如“广东发布”，“广东教育”等。南方+作为党媒属性的平台，拥有诸多政府媒体官方号，极大提高了媒体的专业性、权威性和及时性，特别是在2020年抗疫报道中，南方+客户端充分发挥党端引领作用，及时传递疫情最新信息，并上线诸多疫情服务功能，如疫情地图实时查询功能、战疫频道、在+上课、在+看展、直播带货等，新闻与服务并重，更好的发挥主流媒体社会价值。

2016-2020Q3入驻南方+客户端政府类官方号数量



南方+典型“政务+垂直”类官方号

广东健康头条

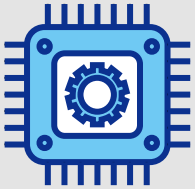


2020年8月14日广东再次出现本土新增病例，南方+连夜推出广州市第八人民医院感染病中心主任蔡卫平释疑稿件**《广东昨日新增本土无症状感染者5例，专家：出现散发病例不必恐慌》**，次日又采访钟南山院士，**南方+理性回应群众关切，快速答疑释惑，及时引导热点，在全网形成亿级转播效应。**

来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.











内容生产
传播能力

产品技术
研发能力

社会影响力

经营能力

商业化能力

经营能力

不断深化一体化融媒建设，提升内容、技术、服务能力

2015年，南方报业集团顺应两办推动传统媒体与新媒体融合思路，积极利用集团自身社会资源整合能力及专业内容采编能力，以打造自主可控平台、建立主流媒体于互联网新闻资讯传播力及影响力为战略，以南方日报为基础建设南方+客户端。5年发展期间，南方+不断从底层推动内容供给侧结构性改革，积极布局基于互联网时代的新闻内容生产传播新形态，搭建自身技术研发平台，探索新业务丰富自身产品矩阵，提升地方政务、社会民生服务能力，打造新型主流媒体。

2016-2020年南方+客户端经营发展核心动作梳理

2016

机制体系建设： 1. 探索**移动优先**的采编流程
2. 探索**报网端采编联动机制**和**融合考评机制改革**
3. 推进**地市战略**，探索集团各地方频道站点**一体化运营**
4. 搭建**自身技术研发团队**，形成自主把控

内容生产传播•技术研发支持： 紧跟互联网内容传播形式发展节奏，建设**直播广东**平台、**新媒体实验室**

产品业务拓展： 积极利用党媒公信力与专业性，探索**服务地方政府**新模式，推出广东权威自媒体平台分发与办事服务平台**南方号**

2017

机制体系建设： 借集团**中央厨房**中枢系统，进一步深化**融合效应**

内容生产传播： 推出《广东政务新媒体》月刊，为政府机关领导干部及相关人员**提供政务宣传决策参考、学习资料**

产品业务拓展： 1. 与广州地铁合作策划推出“我爱广州”主题APM专列，打造**现象级城市品牌传播活动**，宣传城市形象，**深化自身区域影响力**
2. 南方号平台推出影响力排行榜，根据发布、阅读、推荐、订阅等体系化指标对入驻单位科学排名，**促进政务新媒体良性竞争**

2018

机制体系建设： 通过集团**融媒体中心软件平台**，连接南方名记工程与全网分发渠道，**整合新媒体生产及分发能力**

内容生产传播： 对接今日头条、腾讯新闻等13家主要互联网新闻资讯平台，**拓宽内容分发渠道**

技术研发支持： 建成自身**数据运营中心平台**，即时洞察产品、编辑、运营的状态及效果，**赋能内容及传播决策**

产品业务拓展： 南方号平台推出线上榜单评选、线下交流培训等新模式，**赋能全省政务新媒体发展**

2019

机制体系建设： 成立由集团各单位采编骨干组成的南方+**编委会**，**促进各端内容生产、综合运营深度融合**

内容生产传播： **开拓UGC模式**，**组建拍客团队**，丰富内容维度，提升交互性

技术研发支持： 推出提供**党建一体化解决方案**的智慧党建南方云服务平台

产品业务拓展： 1. 推出**高考招生线上咨询**服务，助力志愿填报
2. 打造**小南报料平台**，并同时上线拍客报料微信小程序版本

2020

内容生产传播： 改版视频频道，聚合自身团队与外部机构媒体、拍客**共建短视频生态**

技术研发支持： 1. 形成**内容生产传播平台、经营创新服务平台、运营推广管理平台**三大业务平台，支撑深融
2. 推出**南方啄木鸟内容自动校对服务平台**，确保安全生产

产品业务拓展： 1. 面对疫情快速反应，推出疫情查询工具及系列生活及社会服务功能，**提升社会服务能力**
2. 推出**南方版专+**，打通确权、监测、存证、维权全链条，**助力媒体版权保护**及**版权价值变现**

来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

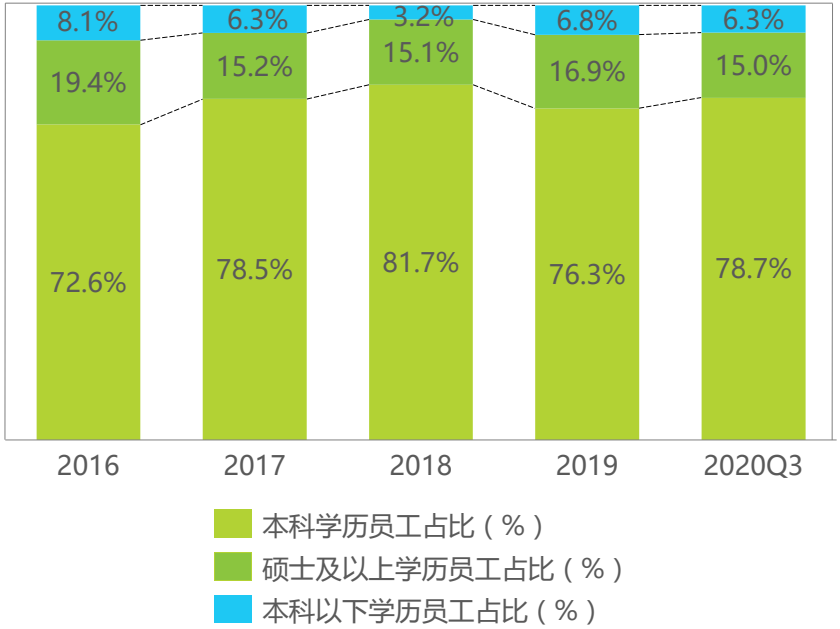
©2021.1 iResearch Inc.

经营能力

员工整体学历水平较高，技术研发人员占比达四成

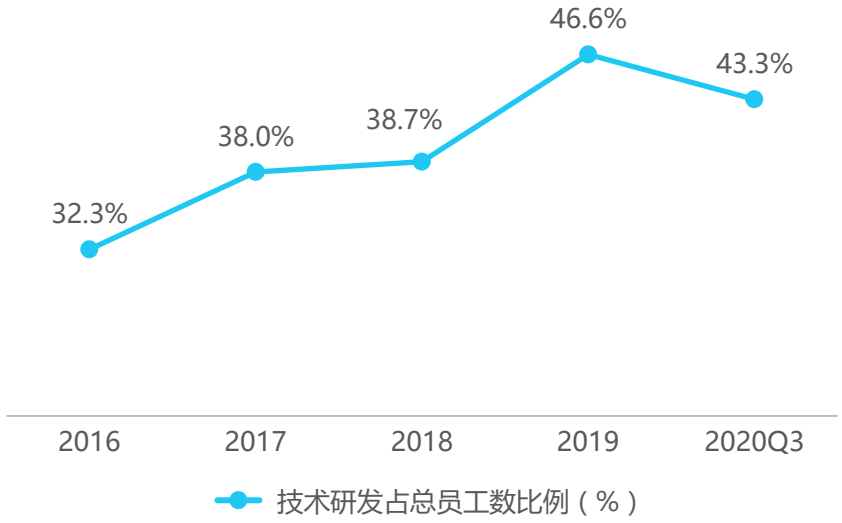
南方+员工团队普遍拥有本科以上学历，其中，约15%员工具备硕士及以上学历，彰显专业水准。在南方+编制内且同时服务于客户端与南方报业的员工约占团队3成，此外，全集团有共计2000余名采编人员及200余名运营人员一体化参与南方+平台业务。同时，南方+不断加强自身产品研发团队的搭建，2020年自身编制内产品及技术人员占员工数超4成，深化建设自主可控技术能力战略。

2016-2020Q3南方+员工学历分布情况

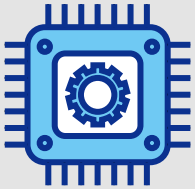


来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

2016-2020Q3南方+技术研发员工占总员工数比



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。




内容生产传播能力

产品技术研发能力

社会影响力

经营能力

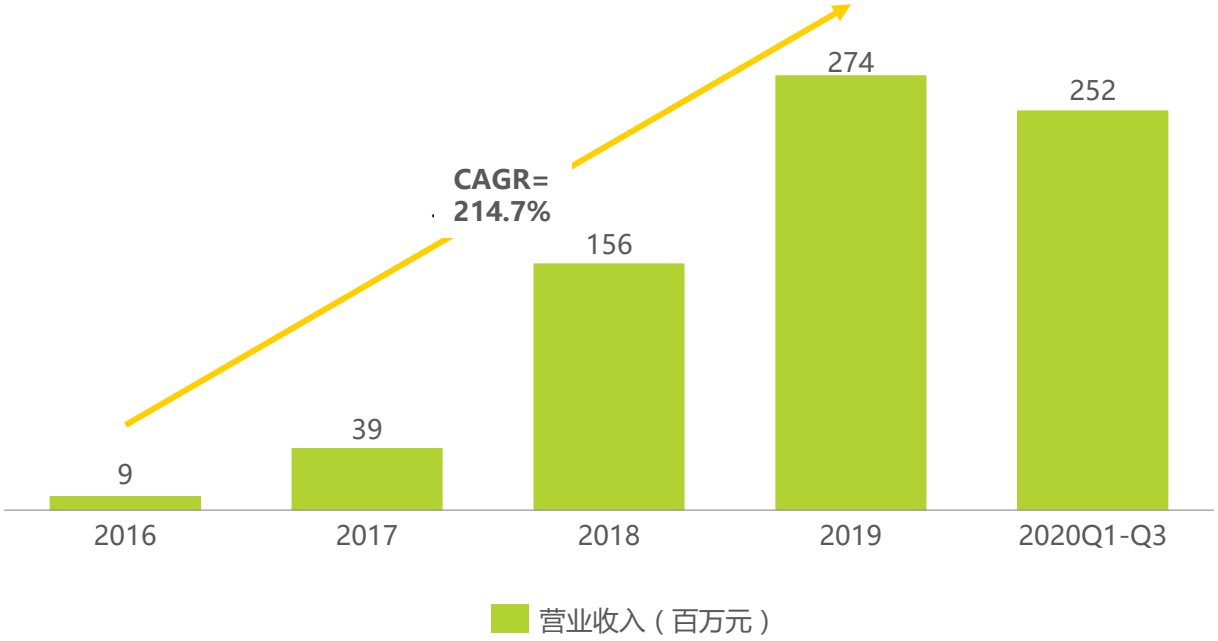
商业化能力

商业化能力

2020年前三季度实现营业收入2.5亿元，经营状况持续向好

正式开始运营的5年来，南方+商业化能力迅速提升，营业收入从2016年的880万元提升至2019年的274百万元，年复合增长率达214.7%；2020年前三季度实现营收252百万元，年营收规模向3亿量级冲刺，规模化变现能力逐渐成形。

2016-2020Q3南方+营业收入情况



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

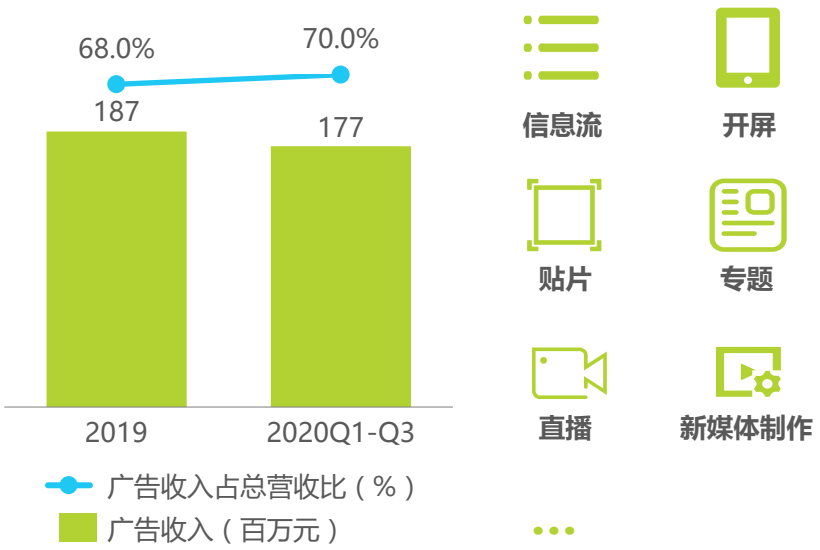
©2021.1 iResearch Inc.

商业化能力

广告为当前主要变现路径，合作形式、广告主类型多元

南方+广告合作收入约占总营收比例7成，2019年广告收入187百万元，2020年前三季度广告收入177百万元，且合作形式逐渐覆盖信息流、开屏、贴片、专题、直播、新媒体制作等多元模式，同时，典型广告主覆盖汽车、家电、金融、通信、地产、教育、3C、电商、医药、美妆等多行业的头部企业，广告业务板块持续规模化、体系化。

2019-2020Q3南方+广告收入、占总营收比与主要合作形式



南方+典型广告主



来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

来源：南方+，艾瑞咨询整理、分析并绘制。

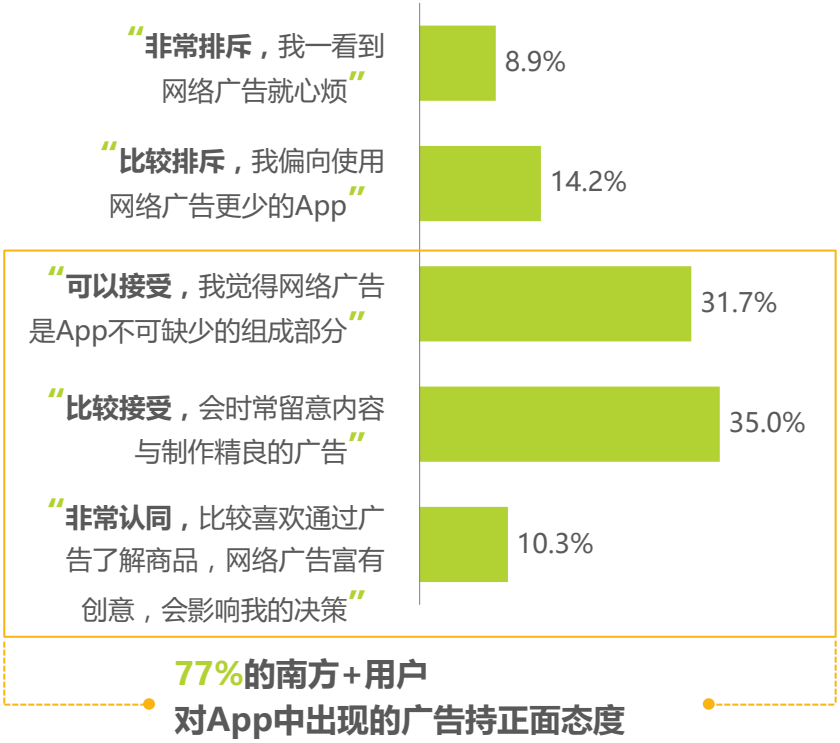
©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

商业化能力

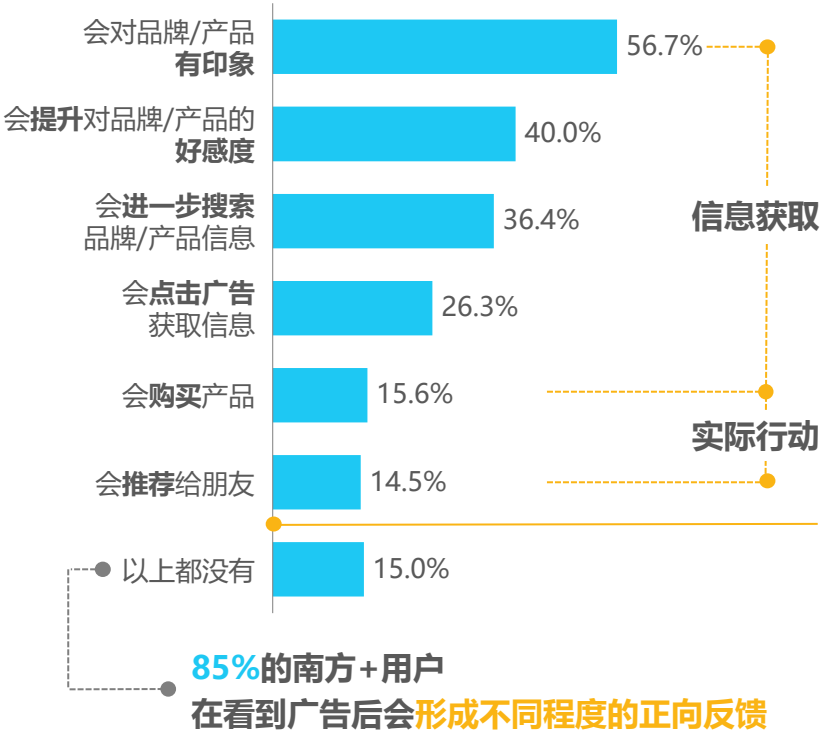
用户整体广告接受度高，且具有良好的潜在转化可能

77%的南方+用户对APP内出现的广告持正面态度，其中，45%的用户对广告的接受度与认同度高；85%的南方+用户在看到广告后会形成不同程度的正向反馈，其中，约15%具有直接转化购买的潜在可能。二者体现了南方+客户端较高的广告营销价值，从用户端为平台的可持续商业化发展提供基石。

2020南方+客户端用户广告态度



2020南方+客户端用户浏览广告后行为



样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

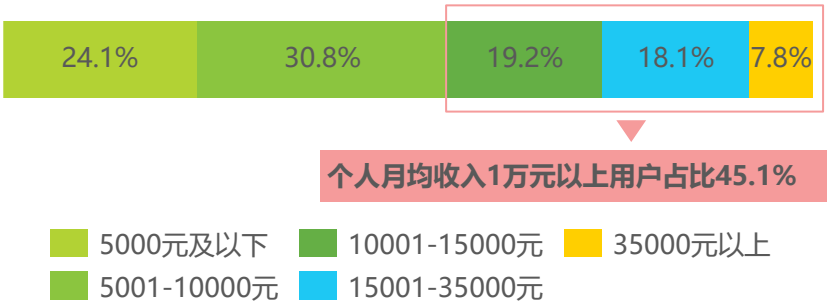
样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

商业化能力

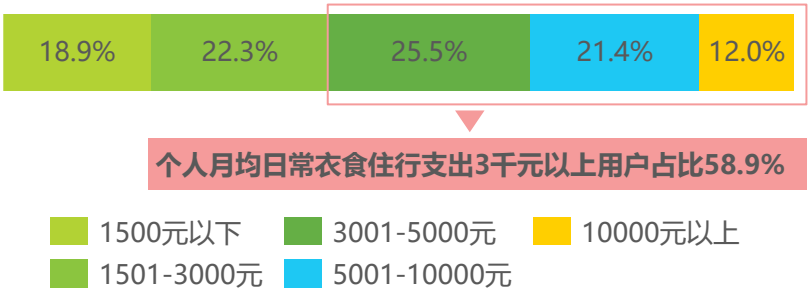
用户整体具备较高净值，且多在购物中承担核心决策角色

调研结果显示，45.1%的南方+客户端用户个人月均收入在10000元以上，58.9%的用户个人日常衣食住行月均消费支出超3000元。在消费观与消费决策力方面，南方+客户端用户普遍看重质量与性价比，习惯做足功课，且对喜爱的商品较为执着；96.5%的用户在家庭购物中参与决策，78.1%拥有核心决策权。用户整体的较高净值，及良好的消费观与消费力，体现了南方+客户端较高的营销价值，从用户端为平台的可持续商业化发展提供基石。

2020南方+客户端用户个人月均收入分布



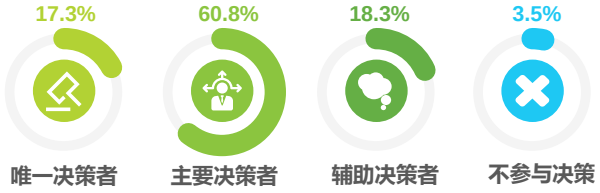
2020南方+客户端用户个人月均日常衣食住行支出分布



2020南方+客户端用户消费观

“我消费看重**性价比**”	76.4%
“我愿意花**更多钱**购买**质量更好**的产品”	74.5%
“看到**特别喜爱的商品**，如果**钱够**的话我会**直接购买**”	70.7%
“购物前我会**收集信息**进行**详尽比较**”	70.3%
“看到**特别喜爱的商品**，如果**钱不够**我**会持续关注**并**等打折**时再来购买”	69.0%

2020南方+客户端用户于家庭中承担购物决策角色情况



样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

样本：N=1060；于2020年12月通过通过南方+客户端与艾瑞iClick社区调研获得。

©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

中国新型主流媒体发展背景、环境及特征 1

中国新型主流媒体发展典型案例分析 2

——以南方+客户端为例

南方+客户端新型主流媒体打造发展策略总结 3

南方+建设新型主流媒体发展亮点总结

积极布局新内容、新技术、新产品、新业态

内容生产及传播能力

立足党媒属性，内容权威性高

打造采编策划发动、矩阵联合供稿、南方+统筹传播的开放生产体系

经营发展能力

深化机制体系改革，秉持互联网思维

积极布局新内容、新技术、新产品、新业态

社会影响力

探索社会服务平台的建设，

发挥主流媒体社会价值

技术及产品研发能力

自主研发三套业务平台，三套中台系统，打造多元应用业务模块

自有技术及产品研发团队占自身编内员工总数超4成

商业化能力

2016-2019营收CAGR达214%，正式运营第3年即实现盈利

用户高净值、高广告接受度、高消费决策力，体现高营销价值

来源：艾瑞研究院自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

南方+建设新型主流媒体策略亮点

秉持互联网思维，挖掘规模化创新力，深化媒体融合发展

南方+**秉持互联网思维，发挥互联网赋能作用**，转变过去主流媒体“传者中心”的思考逻辑，围绕用户，积极发挥其党媒属性与社会服务价值，满足差异化需求。同时**积极布局自身技术及产品体系搭建**，形成内容生产传播平台、经营创新服务平台、运营推广管理平台三套系统的布局，自主可控、全方位支撑融合业务。此外，**重点布局用户运营**，一方面，积极利用南方报业多年深耕所积累的行业及用户资源，实现用户转化，另一方面，通过打造多维度互联网产品和服务矩阵，满足用户不同场景需求，优化用户使用体验，提升活跃度。

- **以用户为核心：**转换思维，秉持互联网思路
- **深入分析用户**：自建数据运营中心平台，组织线上线下交流
- **满足用户需求：**从高质量内容、权威服务等方面满足用户需求

强化互联网思维

- **创新三大技术平台：**内容生产传播平台、经营创新服务平台、运营推广管理平台，支撑融合业务发展
- **多垂直技术工具：**南方融媒系统、内容管理系统、视频直播系统、智能校对系统、评论管理系统、网端融合发布系统、南方版权系统、拍客报料系统、稿费发放系统等，为内容生产和传播进一步赋能

利用互联网技术

- **多维利用集团资源：**南方日报办报71年，沉淀大量用户、企业关系
- **互联网产品矩阵布局**：南方+陆续推出APP、手机站、数字报、小程序等产品矩阵
- **重视活跃度运营：**线上活动、新媒体形式、线上线下联动等活跃用户

重视互联网运营

来源：艾瑞咨询自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

南方+建设新型主流媒体策略亮点

突出党媒属性，强化三个能力，差异化打造品牌形象

从上线之初，南方+就被赋予了“广东省委省政府第一权威移动发布平台”的重要职责，此定位在5年的建设实践中不断强化。定位党端媒体，坚守主流价值，**打造权威内容生产与传播平台**；关注国计民生，联合各地权威媒体，**发挥社会服务职能**；整合南方报业旗下丰富的优质媒体内容，并采用“采编策划发动、矩阵联合供稿、南方+统筹传播”的内容开放生产模式，同时调动地方行政资源，**积极利用自身资源发挥政务新媒体整合力。**

权威内容力

定位党端媒体，关注党政要闻

关注党政要闻

把握权威发布先机

发布传播权威资讯

两会特别节目



重大人事任免





社会民生服务力

强化民生服务，提供高公信力

政务新媒体服务
- 线上榜单评选
- 线下交流培训

版权保护服务
- 南方版专+服务功能

疫情系列服务
- “在+”系列：在+上课、看展、咨询、招聘、购物等

教育服务
- 高考招生，线上咨询服务
- 权威教育政策解读



资源整合力

调动地方行政资源，传播社会正能量

医疗资源　教育资源

媒体资源　南方+　科技资源

各地行政官媒



专家疫情讲座



教育扶贫宣传



来源：艾瑞咨询自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

南方+建设新型主流媒体策略展望

持续深化体系改革，拓展四个方向

南方+客户端持续响应国家媒体深度融合发展政策，通过继续深化体系改革，持续输出高质量内容，突出自身党媒属性的差异化特色，发挥党媒对于社会的服务性职能。未来将继续重点打造优质内容开放共享平台，和多主流平台合作共赢，持续提高媒体传播掌控力；**深化体系改革，创新机制体系建设，优化内容生产与传播模式、拓展新品业务、持续研发信息化技术等，秉持一体化思维，不断提升自身内容、技术、服务等能力，向打造新型主流媒体的发展目标持续推进。**



创新机制体系

- 完善组织架构建设
- 重点培养媒体融合业务人才



优化内容生产与传播模式

- 与合作伙伴共创内容价值，通过十余个平台分发，释放引领式传播矩阵能量



拓展新品业务

- 后战疫时代，迅速开启云端百宝箱，迸发出全新服务价值



持续研发信息化技术

- 更智慧的内容引擎、更精准的服务引擎、更开放的平台引擎

来源：艾瑞咨询自主研究并绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询