

新闻信息服务 头豹词条报告系列



周惠娜 · 头豹分析师

2024-03-14 未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: [文化、体育和娱乐业/新闻和出版/新闻业](#) [电讯业/电讯](#)

关键词: [新闻](#)

词目录

| | | | |
|---|---|--|---|
| <h3>行业定义</h3> <p>新闻信息服务是指通过各种媒体渠道（如报纸、电视...</p> AI访谈 | <h3>行业分类</h3> <p>新闻信息服务按照新闻的提供方式可以划分为传统媒...</p> AI访谈 | <h3>行业特征</h3> <p>新闻信息服务行业特征包括互联网新闻媒体服务成为...</p> AI访谈 | <h3>发展历程</h3> <p>新闻信息服务行业目前已达到 4个阶段</p> AI访谈 |
| <h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈 | <h3>行业规模</h3> <p>新闻信息服务行业规模暂无评级报告</p> AI访谈 SIZE数据 | <h3>政策梳理</h3> <p>新闻信息服务行业相关政策 5篇</p> AI访谈 | <h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p> |

摘要 本文介绍了新闻信息服务的定义和发展历程，重点分析了互联网时代下互联网新闻媒体服务成为主需求的趋势。同时，文章指出新闻信息服务行业市场规模历史变化的原因包括互联网普及率提升和传统媒体数字化转型驱动等。未来，AIGC技术变革新闻信息生产力与生产模式，以及“超级IP退潮、平民IP崛起”发展趋势下，媒体内容付费从以专业媒体内容付费向多元化内容付费迭代，将是新闻信息服务行业市场规模增长的主要原因。预计2024年—2028年，新闻信息服务行业市场规模将达到42,906亿人民币元，年复合增长率为20.00%。

新闻信息服务行业定义^[1]

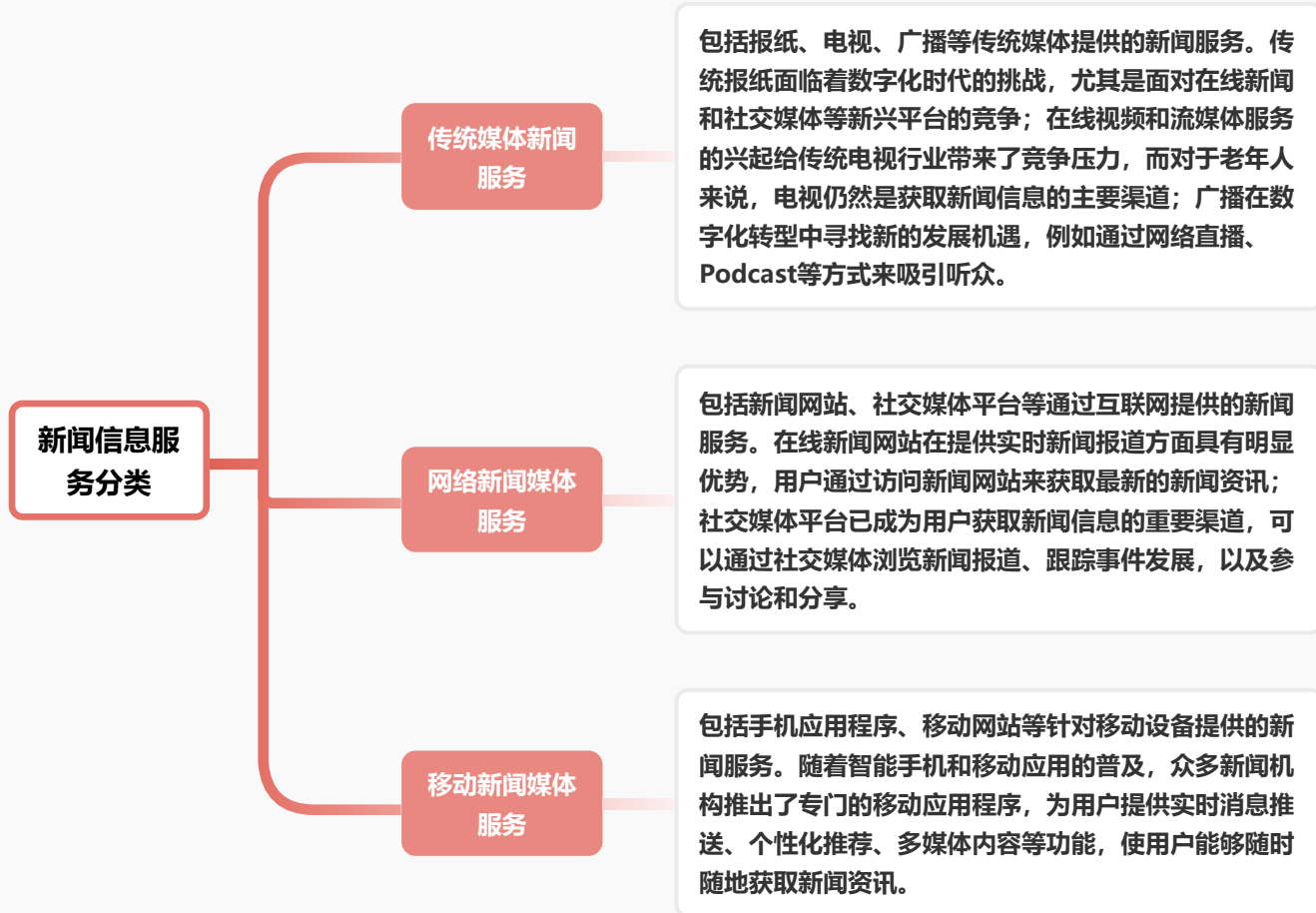
新闻信息服务是指通过各种媒体渠道（如报纸、电视、广播、互联网等）向公众提供及时、准确、全面的新闻资讯。这种服务旨在满足人们对当前事件、社会问题和其他相关信息的需求，帮助公众了解世界各地的重要事件、趋势和发展。新闻信息服务的内容涵盖政治、经济、社会、文化、科技、体育等各个领域，以及国内外的重大事件和新闻故事。

[1] 1: <https://wiki.mbalib...> 2: MBA智库

新闻信息服务行业分类^[2]

新闻信息服务按照新闻的提供方式可以划分为传统媒体服务、网络新闻媒体服务、移动新闻媒体服务。

新闻信息服务分类



[2] 1: <http://media.people.com.cn> | 2: 人民网

新闻信息服务行业特征^[3]

新闻信息服务行业特征包括互联网新闻媒体服务成为主需求、新闻信息“视频化”、多样化的发展模式并存。

1 互联网时代背景下，互联网新闻媒体服务成为主需求

随着互联网技术的不断进步和普及，出现了网络媒体新闻服务和移动新闻媒体服务。互联网媒体具有交互性和参与性，读者可以通过评论、分享和点赞等方式参与到新闻报道中。与传统报纸阶段，用户仅仅作作为被动的新闻信息接收者来看，互联网媒体带来的参与感吸引了更多读者在互联网上获取新闻，与创作者实现交互。在互联网时代背景下，互联网新闻媒体服务成为主需求，报纸纸质版发刊量持续下滑。**2022年度中国报纸印刷总印量为584亿对开印张，较2021年的608亿对开印张减少约24亿对开印张，下降幅度为4.01%。**

2 新闻信息服务发展成熟，以多样化的发展模式并存

新闻信息服务在新闻生产、渠道分发环节都形成了相对成熟的发展机制，市场监管日益完善，参与主体日趋多元。生产模式上，UGC用户生产方式逐渐向机构化、AIGC生产过渡，形成了专业新闻生产与AI辅助生产相融合的发展趋势；分发模式上，“算法分发”逐渐成为网络新闻主要的分发方式；传播模式上，媒体“去中心化”和传播“多层次化”的特征日渐显现；商业模式上，呈现出商业广告为主，多样化模式探索并存的局面。

3 新闻信息“视频化”正逐渐成为新闻信息的主流需求趋势

从新闻信息内容呈现趋势来看，用户已不满足平面化的图文阅读，而对内容连接性与交互性愈发重视。随着中国智能手机加速普及，4G用户迎来爆发增长，移动互联网内容形态从图文向视频形态升级，直播、短视频迅速崛起，并加速向多领域渗透，新闻信息行业亦随之发生深远变化，“视频化”新闻信息成为重要补充。

[3] 1: <https://accesspath...> 2: 中国报业协会

新闻信息服务发展历程^[4]

中国新闻行业经历了新闻报纸阶段、广播和电视阶段，到互联网阶段和社交媒体与移动互联网阶段，目前处于移动互联网和社交媒体阶段。在互联网技术、通信网络、手机等移动设备的技术颠覆性变革与普及应用的推动下，新闻的传播媒介也跟着变化，从以报纸为主传播媒介进入到以社交媒体和移动终端为主传播媒介。目前，中国新闻行业正处于高速发展期，数字化和全球化趋势明显，但也面临信息过载和虚假信息等挑战。未来，随着科技的进步和社会的变革，中国新闻行业有望进入更加成熟的阶段，更加注重内容质量和用户体验，同时也需要应对AIGC、元宇宙等新技术和新媒体带来的挑战，如加强内容审核和打击虚假信息，以保持行业的健康发展。

萌芽期 · 1897~1910

1897年：《申报》中文版创刊，标志着中国近代报纸的兴起。

新闻报纸阶段：

新闻报纸作为主要新闻传播方式，新闻内容主要以文字为主，少量插图。报纸内容受政府严格控制，报道内容相对单一，偏向于官方宣传。

启动期 · 1910~1990

1958年：中央人民广播电台（中国广播电台）正式成立，成为中国最高权威的广播媒体之一

1986年：在“四级办台”政策的激励下，发展速度却很快，截至1986年，电视覆盖率已超过了广播，达到71.4%

1979年：财政部颁发《关于报社试行企业基金的管理办法》，明确了报社“事业单位、企业管理”的双重身份属性。

广播和电视阶段：

广播和电视的出现使得新闻传播更加生动和直观，成为人们获取信息的重要途径。新闻报道更加多样化，形式包括新闻联播、新闻节目、电视直播等。

高速发展期 · 1990~2005

1994年：中国互联网络信息中心（CNNIC）成立，标志着中国互联网的发展进入了新阶段

1997年：中国政府开始对互联网实行审查和监管。

互联网阶段：

互联网的普及使得新闻传播开始数字化和全球化，新闻报道更加即时、多样化，并实现了全球范围内的传播。网络新闻网站成为主要新闻来源，互联网开始对传统媒体产生冲击。

成熟期 · 2005~Invalid Date

2005年：新浪微博创立，成为中国最具影响力的社交媒体之一

2008年：手机报在中国兴起，成为移动互联网时代新闻传播的重要方式

2009年：国务院出台的《文化产业振兴规划》里，新闻媒体所属的文化产业成为国家战略性产业。

2019年：短视频平台如抖音（TikTok）和快手在中国迅速兴起，成为新闻传播的新平台，许多新闻机构开始在这些平台上发布短视频新闻和观点。

移动互联网和社交媒体阶段：

社交媒体和移动互联网的兴起使得个人成为新闻内容的生产者和传播者，新闻传播更加个性化、即时化和多样化。网民参与度增加，舆论监督力量加强，同时也带来了信息过载和虚假信息的问题。

[4] 1: <http://www.zgjx.cn...>

2: <https://www.sohu...>

3: <https://www.gov.c...>

4: 中国记协网、浙传学报...

[12]

新闻信息服务产业链分析

新闻信息服务行业产业链上游为新闻的采集与处理环节，主要作用是进行新闻的生产；产业链中游为新闻的发布与传播环节，主要作用将上游生产的新闻进行传播；产业链下游为新闻的用户环节，主要作用是接受中游传播的新闻信息，是新闻信息的服务对象。^[6]

新闻信息服务行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

互联网时代，新闻信息服务产业链从单向链条式向链状网络式进行迭代。传统新闻生产遵循严格的流程，但受限于人力物力，信息处理耗时长，影响了新闻的时效性和传播效果，同时传播链条是单向的，新闻信息用户是被动的接受者。随着当前AI、物联网、大数据等技术的应用，一方面，新兴技术的应用能够实现内容自动化生产和分类、审核效率和画面质量提升等产业链链路生产力和生产质量实现变革；另外一方面，新兴技术的应用也使得用户从被动接受信息方变成主动方，如利用大数据算法等技术倒逼上游和中游实现智能个性化推送，促进生产与消费的智能化；同时，AIGC等技术也使得用户可以参与到新闻的生产过程中。因此，新技术的应用使得原有的新闻信息服务产业链从原来的单向链条式向链状网络式进行迭代。

在技术的驱动等多元影响下，上游新闻生产智能化、中游新闻传播多元化、下游新闻信息需求网络化在技术驱动、互联网普及率提升等多元因素影响下，上游新闻生产智能化，AIGC工具实现辅助新闻从业人员进行新闻信息的采集和处理，截至2023年4月，新闻从业人员使用AIGC进行“资料检索”和“翻译内容”的比例分别为54.8%和44%；中游新闻传播主体多元化，呈现出专业媒体、机构媒体、自媒体、平台媒体等多种类型媒体共同参与、多元新闻实践形态并存的新生态格局；下游新闻信息用户网络化，网络新闻成为新闻用户接收新闻信息和核心需求，截至2022年12月，中国网络新闻用户规模达7.83亿，较2021年12月增长1,216万，占网民整体的73.4%。^[6]

产业链上游

生产制造端

新闻的采集与处理方

上游厂商

新华通讯社 >

腾讯科技（北京）有限公司 >

今日头条有限公司 >

查看全部 ▾

产业链上游说明

从新闻的采编内容来看，新闻采编内容生产需求多样化。随着媒介融合的发展，用户对新闻的需求也进一步更迭。新闻采编人员需要掌握多媒体技能，能够灵活运用图片和视频等多维信息，进行跨媒体的新闻制作和呈现。在“无图像，不新闻”“无视频，不传播”的新媒体时代，受众大多追求的是立体多维的、直观的、通俗易懂的、流媒体的短视频播报形式，而且能够在移动状态中接收、浏览和观看。由于大脑处理视觉信息的速度比文字要快**6万倍**，视觉辅助可以将学习效率提高多达400%，“图像、视频优先”的生产需求应运而生，推动新闻内容生产需求从以文字为主向以文字、图像、视频多元化需求迭代。

AIGC增强新闻信息采集与处理能力，优化生产流程。AIGC工具可以辅助新闻从业人员进行新闻信息的采集和处理，提高新闻的生产力并优化采集与处理流程。**截至2023年4月**，新闻从业人员使用AIGC进行“资料检索”和“翻译内容”的比例分别为**54.8%和44%**，并有**56%**的新闻从业人员认为AIGC工作给自己的新闻采集与处理工作带来了实际的效率提升和帮助。以AIGC进行资料检索为例，借助plugins等插件，ChatGPT可以快速抓取和采集海量数据，并进行自动处理，如快速浏览文本和生成摘要，供记者高效率获取核心信息，以提高工作的效率。

中 产业链中游

品牌端

新闻的发布与传播方

中游厂商

[今日头条有限公司 >](#)

[腾讯科技（北京）有限公司 >](#)

[北京搜狐新媒体信息技术有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链中游说明

从新闻的发布与传播主体来看，中游呈现出多种类型媒体共同参与、多元新闻实践形态并存的新生态格局。移动互联网的普及和AI、大数据等新兴技术的应用为新媒体的涌现提供了基础，也为不同类型的媒体提供了更多的传播平台和创新空间，使得中国新闻传播呈现出专业媒体、机构媒体、自媒体、平台媒体等多种类型媒体共同参与、多元新闻实践形态并存的新生态格局。从各媒体类型的从业人员来看，**2022年**中央及地方专业媒体新闻记者人员数量为**102.5万人**，自媒体从业人员数量预计在**330万人**，平台媒体以今日头条、腾讯新闻、公众号、小红书、抖音、快手等**超10家**大型媒体平台为主。

从新闻的传播放专业类媒体来看，专业媒体持续打造全媒体传播矩阵在移动互联网和数字经济的发展推动下，全媒体矩阵成为了各大专业媒体的发展策略。各专业媒体不仅积极建设和打造自有网站、客户端、公众号等，同时入驻微博、B站、抖音等社交平台以及腾讯、网易、今日头条等内容聚合平台，形成多渠道、多形态、多栏目的全媒体传播矩阵。主流专业媒体持续提升矩阵化传播效能，在内

容生成、渠道拓展、品牌打造等方面取得进展。截至**2023年6月**，**8家央媒和38家**省级以上广电媒体在抖音平台发布作品近**百万篇**，累计互动量达**103.5亿次**，其中产生**1.4万条**过**10万赞**作品；在快手平台，主流媒体共发布超**50万条**短视频作品，累计互动量**36.4亿次**，**10万赞**以上的爆款作品达**5,600**余条。

产业链下游

渠道端及终端客户

新闻消费方

渠道端

新闻用户

产业链下游说明

网络新闻用户规模平稳增长，网络新闻渗透率处于中高位截至**2023年6月**，中国网民规模达到**10.79亿人**，互联网普及率达**76.4%**，同时网民使用手机上网的时间达**99.6%**。在互联网和移动设备的高普及率、用户习惯更迭的驱动下，网络新闻成为新闻用户接收新闻信息和核心需求。从网络新闻用户规模及使用率的角度来看，网络新闻渗透率处于中高位，并呈现出平稳增长的态势。截至**2022年12月**，中国网络新闻用户规模达**7.83亿**，较**2021年12月**增长**1,216万**，占网民整体的**73.4%**。

社交媒体成为新闻用户获取新闻信息的主要方式社交媒体平台的即时性和多样性是吸引用户获取新闻信息的重要因素。用户可以通过微信朋友圈、抖音短视频等形式获取各种类型的新闻资讯，包括文字、图片、视频等多种形式的内容。此外，社交媒体上的信息传播速度往往更快，用户可以第一时间了解到最新的新闻动态和热点话题。**2023年**，高达**64%的用户**通过社交媒体获取新闻。以微信、抖音为社交媒体成为新闻用户获取新闻信息的主要方式，截至**2023年6月**，腾讯旗下的微信及Wechat合并月活用户超**13亿**，几乎覆盖了中国绝大多数网络用户。而抖音作为视频分享平台，深受用户喜爱，**2023年**抖音用户超**8亿**，月活用户超**7亿**，成为仅次于微信的社交媒体。这些平台的普及使得用户可以在同一平台上进行社交互动和获取新闻信息，提高了获取新闻信息的便利性和效率。

[5] 1: <http://paper.people.com.cn> 2: 人民网

[6] 1: <https://mp.weixin.qq.com/> 2: CNNIC、新闻界

[7] 1: 腾讯

[8] 1: CNNIC

[9] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 中国报业、新媒体研究...

[10] 1: 腾讯

[11] 1: <https://mp.weixin...> 2: <http://www.zgjx.cn...> 3: 新闻界、中国记协网

[12] 1: <https://mp.weixin...> 2: 新闻界

新闻信息服务行业规模

2018年—2023年，新闻信息服务行业市场规模由8,099亿人民币元增长至17,243亿人民币元，期间年复合增长率16.32%。预计2024年—2028年，新闻信息服务行业市场规模由20,691亿人民币元增长至42,906亿人民币元，期间年复合增长率20.00%。^[16]

新闻信息服务行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

互联网普及率提升和网络新闻用户持续增长驱动新闻信息服务市场增长。用户作为新闻信息服务的对象，是新闻信息服务市场增长的核心驱动力。2018年-2022年，网民规模从**8.29亿**增长至**10.67亿人**，互联网普及率从**59.6%**增长至**75.6%**，互联网网民规模的持续增长和互联网普及率的提升为网络新闻的发展奠定发展基础。随着互联网发展的成熟，网络新闻成为新闻信息的主要传播渠道。新闻用户对于移动端的使用偏好驱动网络新闻的需求上升，2018-2022年，网络新闻用户规模从**6.75亿人**增长至**7.83亿人**。与传统媒介相比，网络新闻具备高交互性、高传播性，接触用户群体更多，用户端爆发驱动新闻信息服务市场规模增长。

传统媒体数字化转型驱动新闻信息服务市场增长2018-2023年，新闻信息服务业经历了传统媒体数字化转型的高速发展期，进而拉动市场规模增长。随着5G、大数据、人工智能等新兴技术的出现与应用，推动新闻从传统媒体阶段进入到多媒体共存的时代，倒逼传统媒体进行渠道变革以适应时代的发展需求。传统媒体机构积极开展线上业务，建设新闻客户端、网站、以及社交媒体账号等，以适应数字化时代用户获取新闻的习惯。其数字化转型带来了更广泛的受众群体和更多的商业机会，推动新闻信息服务市场规模的增长。以传统电视媒体湖北经视为例，其于2020年全面开启数字化技术转型，打造融媒互动民生服务平台、开发长江云智能媒资及生产系统，采取“单场活动=线下活动+短视频+线上直播+社群运营”全媒体模式等数字化变革手段，以实现内容生产能力、融合传播能力、多元经营能力的全面升级。截至2022年底，其数字化变革实现带来更广泛的受众群体和融合传播能力，抖音矩阵粉丝达**1,200万**、微信号粉丝超**270万**，微博“湖北经视+经视直播”两个民生新闻账号矩阵，矩阵粉丝**416万**。^[16]

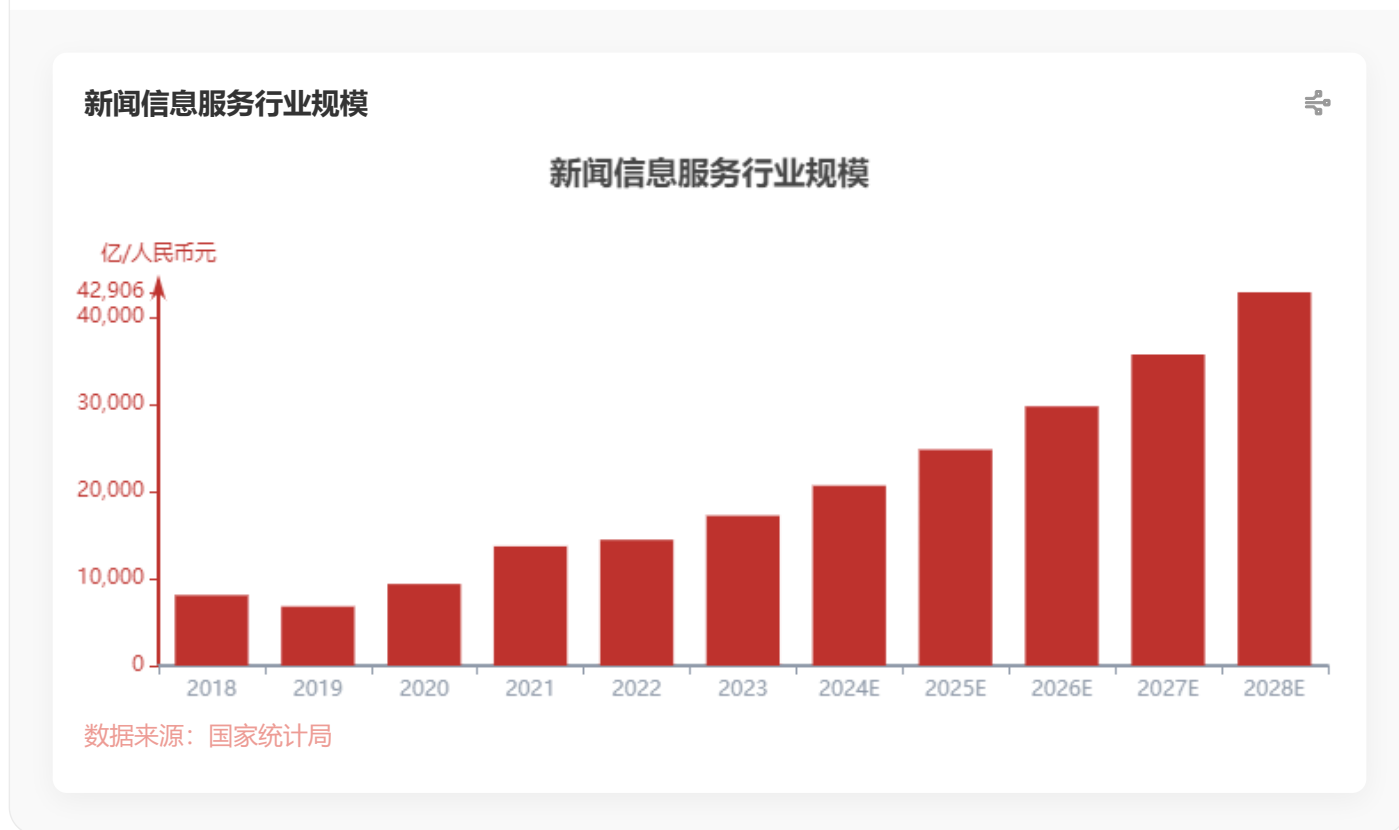
新闻信息服务行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

AIGC技术变革新闻信息生产力与生产模式，进而推动市场增长。AIGC作为一项底层技术能力，其降低了用户生产新闻的门槛和提升了生产力，使得新闻信息的生产从以专业人士生产为主，向AI辅助新闻生产进行演进；同时，AIGC也变革了新闻信息的生产方式，受众不再仅仅是新闻信息的消费者，而是成为了新闻信息的创作者和生产者，由被动转成主动。从AIGC类应用来看，截至2023年第3季度，全球AIGC应用用户使用时长已从

2022年第4季度的6,300万小时激增至20.6亿小时。预计2024年之后，随着AIGC技术的成熟，用户的使用情况将进一步增长，进而驱动新闻信息服务市场规模增长。

“超级IP退潮、平民IP崛起”发展趋势下，媒体内容付费从以专业媒体内容付费向多元化内容付费迭代。自2023年以来，罗辑思维、樊登读书等内容超级IP退潮，其影响边界和变现效率扩展到极限，行业面临着内容同质化、付费产品复购率低等问题。与次同时，百度新闻、今日头条的付费专栏相继上线，从生态建设出发，为创作者提供了一整套的基于付费内容的变现工具和方案，使得普通创作者能够凭借个人一技之长变现门槛降低，进入“平民IP崛起”阶段。当前，媒体的内容付费从以专业媒体推动内容付费专栏向自媒体、平台媒体等多元化主体推出内容付费模式迭代。预计2024-2028年将进入平民IP变现的红利期，平民可以通过自身IP和高质量内容吸引用户付费订阅，实现了收入多元化，推动新闻信息服务持续增长。^[16]

新闻信息服务行业规模，2018-2028E



[13] 1: <https://mp.weixin...>

2: CNNIC

[14] 1: <https://mp.weixin...>

2: 腾讯、Data.ai

[15] 1: <https://mp.weixin...>

2: <https://mp.weixin...>

3: 中国报业、国家广电智库

[16] 1: <https://mp.weixin...>

2: 传媒瞭望

新闻信息服务政策梳理^[17]

| | 政策名称 | 颁布主体 | 生效日期 | 影响 |
|------|---|----------------|------|----|
| | 《关于加强网络文明建设的意见》 | 中共中央办公厅、国务院办公厅 | 2021 | 8 |
| 政策内容 | 包括总体要求、加强网络空间思想引领、加强网络空间文化培育、加强网络空间道德建设、加强网络空间行为规范、加强网络空间生态治理、加强网络空间文明创建、组织实施八个部分。 | | | |
| 政策解读 | 该政策有助于全面推进文明办网、文明用网、文明上网、文明兴网，促进行业健康规范发展。为网络新闻营造一个健康、文明、规范的网络空间，促进新闻信息生产者和新闻信息接收者的双方和谐发展。 | | | |
| 政策性质 | 规范类政策 | | | |

| | 政策名称 | 颁布主体 | 生效日期 | 影响 |
|------|---|------------|---------|----|
| | 《互联网新闻信息服务管理规定》 | 国家互联网信息办公室 | 2017-08 | 9 |
| 政策内容 | 从互联网信息服务的运行、监督检查等多方面做出规范部署。 | | | |
| 政策解读 | 该政策有助于加强互联网信息内容管理，进而推动互联网新闻信息服务的健康有序发展，促进网络环境的良性发展。 | | | |
| 政策性质 | 规范类政策 | | | |

| | 政策名称 | 颁布主体 | 生效日期 | 影响 |
|------|--|------------|---------|----|
| | 《互联网跟帖评论服务管理规定》 | 国家互联网信息办公室 | 2022-11 | 8 |
| 政策内容 | 加强对互联网跟帖评论服务的规范管理，维护国家安全和公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进互联网跟帖评论服务健康发展 | | | |
| 政策解读 | 这一政策的实施将有助于规范互联网跟帖评论服务，提升新闻信息的传播效果，推动网络环境向着规范化、健康化的方向迈进，进而促进社会信息传播的良性发展。 | | | |
| 政策性质 | 规范类政策 | | | |

| | 政策名称 | 颁布主体 | 生效日期 | 影响 |
|--|----------------|------|---------|----|
| | 《中华人民共和国网络安全法》 | 国务院 | 2016-11 | 7 |
| | | | | |

| | |
|------|---|
| 政策内容 | 该政策从网络安全支持与促进、网络运行安全、网络信息安全等各方面网络安全进行规范部署，促进经济社会信息化健康发展 |
| 政策解读 | 该政策有助于规范网络新闻信息安全、保护用户信息安全、网络安全等，构建和平、安全、开放、合作的新闻呢网络空间。 |
| 政策性质 | 规范类政策 |

| | 政策名称 | 颁布主体 | 生效日期 | 影响 |
|------|--|------------|---------|----|
| | 《网络信息内容生态治理规定》 | 国家互联网信息办公室 | 2019-12 | 7 |
| 政策内容 | 该政策从网络信息内容生产、网络信息内容服务平台、网络信息内容服务使用者等多方面进行规范，实现建立健全网络综合治理体系、营造清朗的网络空间、建设良好的网络生态。 | | | |
| 政策解读 | 该政策有助于网络新闻信息的生产、网络信息服务平台和网络新闻信息的使用向规范化、健康化方向发展，实现建立健全网络综合治理体系、营造清朗的网络空间、建设良好的网络生态。 | | | |
| 政策性质 | 规范类政策 | | | |

- [17] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.gov.c...> | 5: <https://mp.weixin....> | 6: 国家互联网信息办公室...

新闻信息服务竞争格局

新闻信息服务市场竞争格局梯度分化明显，竞争态势趋于稳定。^[21]

新闻信息服务行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有今日头条、腾讯新闻、央视网、新华社等；第二梯队公司为网易新闻、搜狐新闻等；第三梯队有趣头条等。^[21]

新闻信息服务行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

第一梯队企业用户基础数量领先于其它梯队，市场影响力更高。用户数量庞大意味着企业的新闻信息被更多的用户获取和传播，其服务在市场上的知名度和影响力更大。截至2023年12月，第一梯队的今日头条、腾讯新闻的移动端粉丝数量分别达到**3.42亿**和**2.75亿人**，高于第二梯队的网易新闻和搜狐新闻的**0.89亿**和**0.55亿人**；同时，第一梯队的央视网、新华社等企业在核心媒体抖音APP上的粉丝数量分别达到**1.6亿人**和**0.65亿人**，高于第二梯队的网易新闻和搜狐新闻的**3.6万**和**14.6万人**。总体来看，第一梯队的企业在用户基础上远高于第二梯队

的企业。大量的新闻用户意味着企业在广告收入和商业合作方面有着更大的优势，同时其新闻内容被更多的用户获取和传播，更容易地获取市场反馈和用户需求信息。

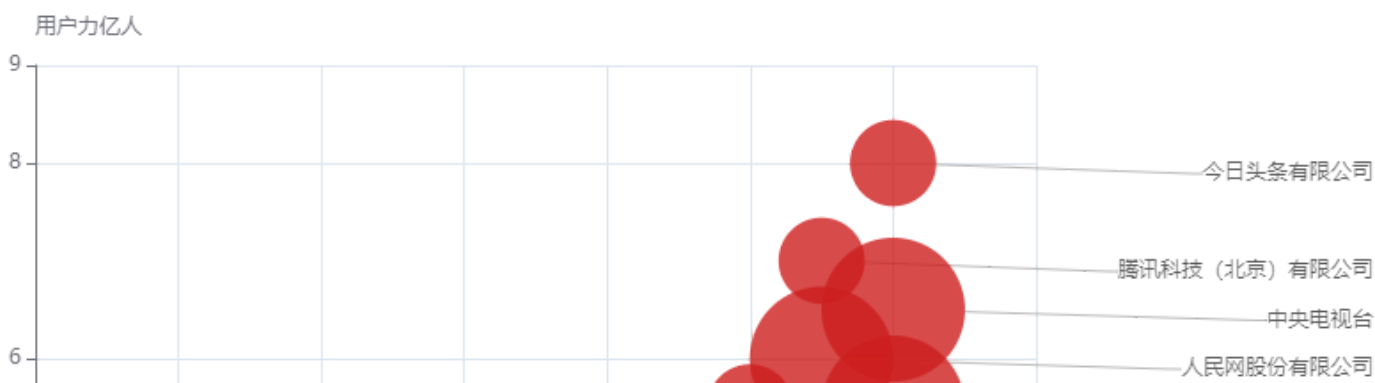
互联网时代背景下，算法分发逻辑决定新闻流量。互联网时代，新闻信息爆炸引发群体性焦虑，用户对新闻信息的诉求已不仅仅是简单的清单式被动阅读，而是更加偏好于“我感兴趣的”和“我关心的”。新闻信息服务进入“以用户需求为中心”的时代，用户对于新闻信息需求的变化推动新闻信息的分发进入到“算法分发逻辑为王”的时代，算法通过提前了解用户社交需求、浏览习惯等，筛选呈现给用户偏好的新闻信息内容。以今日头条为例，其以用户需求为中心，凭借算法分发带来的个性化推荐和信息流资讯形式崛起，以其聚合分发、智能推荐和多元内容生态建设等先发优势，实现截至2022年注册用户超过**7亿**，日均阅读约**20亿**，成为“以用户需求”为主的时代引领者。^[21]

新闻信息服务行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[21]

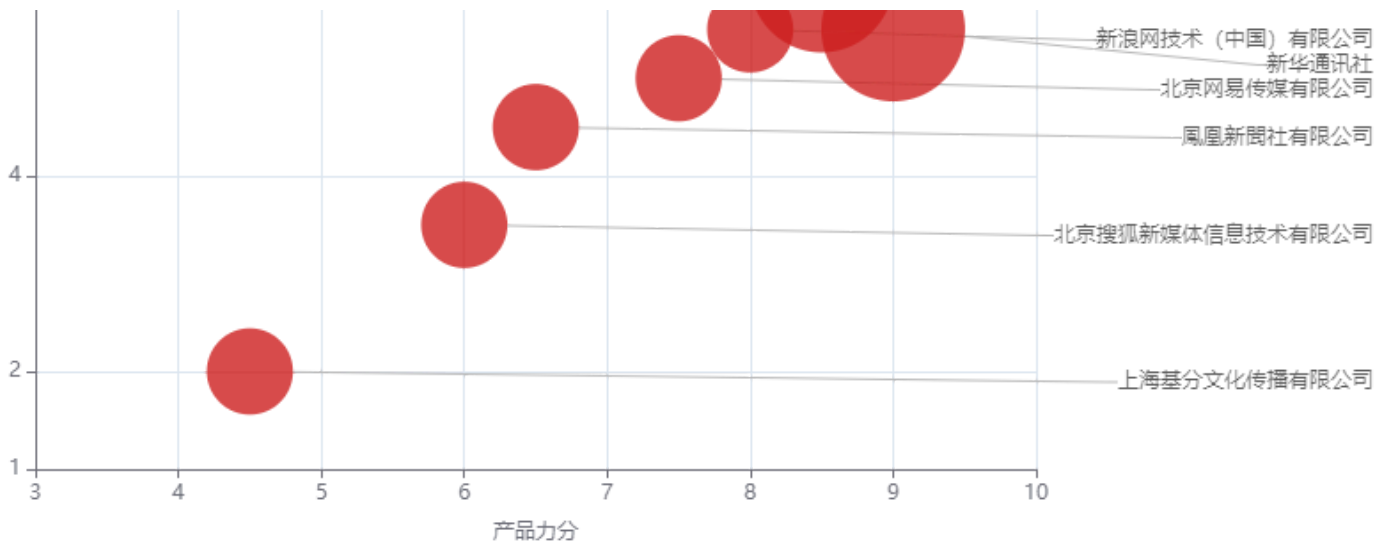
AIGC的出现使得流量及算法逻辑被重构，冲击新闻内容分发，影响以产品力为核心竞争力的企业市场地位。在数字时代，社交媒体、门户网站等在线新闻媒体的很大一部分流量源于搜索引擎，而AIGC正逐渐成为搜索引擎的主要信息源。微软的Bing浏览器整合了ChatGPT，升级为New Bing；谷歌也宣布在搜索结果中将优先显示人工智能(如旗下的Bard)生成的内容。对于搜索引擎来，通过AIGC赋能能够直接呈现总结归纳后用户所需要的新闻信息，提升用户检索信息的效率，优化用户体验。**2023年4月，41.9%**的人认为AIGC类工具会改变用户的新闻需求，**35.2%**的人对AIGC类工具是否会改变用户的新闻需求持“不确定”态度，仅**22.9%**的人认为AIGC类工具不会改变用户的新闻需求。未来若该模式得到全面发展，更多的流量将会分配给AIGC生成的结果，更长、更深度的新闻内容报告将会更少人阅读，这会冲击以产品力为核心竞争力即具备更高质量内容的企业的市场地位。

搜索引擎类企业有望能凭借“搜索引擎基础+AIGC技术布局”重塑市场竞争态势。AIGC的出现有望能变革搜索引擎市场，颠覆在以“用户需求为中心”和“以算法分发给导向”的时代背景下胜出的企业筑造的竞争格局，推动搜索引擎类企业在新闻信息市场上的竞争地位提升。2023年，百度推出AI搜索功能，在搜索页面内置百度“文心一言”大模型技术，实现Chat AI对话功能；360借鉴New Bing模式，将360GPT的产品矩阵“360智脑”与搜索场景结合，推出了新一代智能搜索引擎，上线首周，360智脑即获**300万用户超5000万余次互动**。在当前AI热潮下，有望能凭借“搜索引擎基础+AIGC技术布局”重塑市场竞争态势，搜索引擎基础实力雄厚和AIGC技术布局强劲的企业有望胜出。^[21]

气泡大小表示：专业力(分)；气泡色深表示：



[24]



上市公司速览

[18] 1: 腾讯

[19] 1: <https://www.talkin...> | 2: TalkingData、抖音、快...

[20] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 今日头条、中国电子报

[21] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 网易科技、360、百度

[22] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: 知乎专栏

[23] 1: <https://www.talkin...> | 2: TalkingData、抖音、快...

[24] 1: 抖音、快手官网

新闻信息服务企业分析

1 新浪网技术(中国)有限公司

公司信息

| | | | |
|------|--|----------|--------------------|
| 企业状态 | 存续 | 注册资本 | 10500万美元 |
| 企业总部 | 市辖区 | 行业 | 互联网和相关服务 |
| 法人 | 曹国伟 | 统一社会信用代码 | 911101087699003581 |
| 企业类型 | 有限责任公司(台港澳法人独资) | 成立时间 | 2004-12-23 |
| 品牌名称 | 新浪网技术(中国)有限公司 | | |
| 经营范围 | 一般项目: 软件开发; 计算机软硬件及辅助设备批发; 计算机软硬件及辅助设备零售; 网络... 查看更多 | | |

· 竞争优势

新浪网作为新闻发布平台之一，涵盖国内外新闻、时政、金融、娱乐、体育、科技等领域的新闻内容。企业和组织可以在新浪新闻上发布新闻稿，借助其庞大的用户群和强大的流量优势，快速传播新闻内容。

2 腾讯科技（北京）有限公司



· 公司信息

| | | | |
|------|--|----------|--------------------|
| 企业状态 | 存续 | 注册资本 | 160万美元 |
| 企业总部 | 市辖区 | 行业 | 研究和试验发展 |
| 法人 | 奚丹 | 统一社会信用代码 | 91110108772551611J |
| 企业类型 | 有限责任公司(台港澳法人独资) | 成立时间 | 2005-03-30 |
| 品牌名称 | 腾讯科技（北京）有限公司 | | |
| 经营范围 | 计算机软硬件的技术开发、销售自行开发的软件，并提供相关的技术服务和信息服务；经营... 查看更多 | | |

· 竞争优势

腾讯新闻结合平台资源优势为用户提供丰富可靠的内容，也吸引了用户的聚集。在平台优势基础上，腾讯新闻充分发挥专业媒体优势，深耕精品原创内容。

3 今日头条有限公司



· 公司信息

| | | | |
|------|--|----------|--------------------|
| 企业状态 | 存续 | 注册资本 | 10000万人民币 |
| 企业总部 | 市辖区 | 行业 | 科技推广和应用服务业 |
| 法人 | 涂晴 | 统一社会信用代码 | 91110108MA007R7P8D |
| 企业类型 | 有限责任公司(法人独资) | 成立时间 | 2016-08-24 |
| 品牌名称 | 今日头条有限公司 | | |
| 经营范围 | 技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务、计算机技术培训（不得面向全国招... 查看更多 | | |

· 竞争优势

以用户需求为中心，凭借算法分发带来的个性化推荐和信息流资讯形式崛起，具备聚合分发、智能推荐和多元内容生态建设等先发优势

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。