学号：2013181040122

|  |
| --- |
|  |

**本科生毕业论文**

论 文 题 目：**我国移动新闻客户端的发展研究**

**——以“今日头条”新闻客户端为例**

作 者：××

专 业 班 级： **广播电视学201301班**

指 导 教 师：××

二○一七年五月二十一日

**郑 重 声 明**

本人声明：所呈交毕业论文**《我国移动新闻客户端的发展研究——以“今日头条”新闻客户端为例》**，是本人在指导教师××的指导下独立撰写并完成的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品和成果，没有任何剽窃、抄袭、造假等违反学术道德、学术规范和侵权行为，本声明的法律结果由本人承担，特此声明。

毕业论文作者（签名）：

2017年5月21日

**目 录**

[题目、中英文摘要、关键词及作者简介 1](#_Toc1848)

[引 言 2](#_Toc3899)

[一、我国移动新闻客户端的发展现状 3](#_Toc15372)

[（一）类型多样化 4](#_Toc27580)

[（二）开拓多种盈利模式 4](#_Toc27698)

[（三）注重用户体验 5](#_Toc26226)

[二、移动新闻客户端的发展特色——以“今日头条”为例 5](#_Toc17981)

[（一）移动新闻客户端的用户特征 5](#_Toc14057)

[（二）移动新闻客户端的内容特色 8](#_Toc425)

[（三）移动新闻客户端的运营创新 9](#_Toc9293)

[三、移动新闻客户端发展中存在的问题 11](#_Toc26664)

[（一）内容质量不高，用户体验不理想 1](#_Toc15341)1

[（二）竞争激烈，开发推广成本高 12](#_Toc14992)

[（三）把关不严，存在违规现象 1](#_Toc2309)2

[四、移动新闻客户端的对策 13](#_Toc22009)

[（一）精准定位，满足用户需求 1](#_Toc16340)3

[（二）产业联合，构建互利共赢的内容生态圈 14](#_Toc25356)

[（三）内容为王，坚守新闻专业主义 15](#_Toc7739)

[结束语 16](#_Toc26774)

[注释 16](#_Toc5756)

[参考文献 1](#_Toc9174)7

[致谢辞 1](#_Toc30468)9

[附录](#_Toc15572) 20

**我国移动新闻客户端的发展研究**

**——以“今日头条”新闻客户端为例**

作者：× × 指导老师：××

【摘要】移动互联网时代，众多移动新闻客户端逐渐走向人们的视野，成为了大家有效获取各种新闻资讯的终端。本文以目前市场占有率最高的移动新闻客户端“今日头条”为例，对我国移动新闻客户端的发展做了系统而深入的分析。通过对““今日头条””的发展特色与问题的研究，总结出现今我国移动新闻客户端的发展路径，以期为我国移动新闻客户端的良性发展提供一点建议。

【关键词】移动互联网时代；“今日头条”；移动新闻客户端

【作者简介】× ×（1994-），女，内蒙古赤峰市人，黄冈师范学院广播电视学专业201301班，研究方向为广播电视与数字新媒体。

**Research on the development of mobile news client in China——Take today's headline news client as an example**

Author: Li Jing Teacher: Li Yanmei

【Abstract】The mobile Internet era, many mobile news client has gradually become people's vision, we get all kinds of news and information terminal effectively. Firstly, the development status of mobile news client in China is reviewed, and then to today's headlines as an example, the development of characteristic when under the mobile news client is analyzed, and the comprehensive analysis of the mobile news client gradually highlights the problems in the development process. On this basis, to break through the development path of mobile news client in the future are discussed, providing some suggestions to the healthy development of mobile news client.

【Key words】The era of mobile Internet；Headlines today；Mobile news client.

【Author Information】Li Jing (1994-), female, Inner Mongolia Chifeng City, Huanggang Normal University, radio and Journalism Speciality of Radio&TV 201301 classes, research directions for radio, television and digital new media.

**引 言**

近两年以来，国内外移动新闻客户端的发展非常迅速，根据已知相关文献，国外的移动新闻客户端的出现比我国要早，最早可以追溯到2004年，ABC（美国广播公司）推出了自己公司的新闻客户端。在我国，凤凰卫视在2006年推出的凤凰新闻客户端是目前国内可以查到的最早的新闻客户端，而在此之后“移动新闻客户端”相继走进了大众的视野。近年，我国移动新闻客户端的发展迅猛，取得了一些成就。传统媒体已经加入了与新媒体竞争的队列，我们在市场上除了门户网站引申的移动新闻客户端之外还会看到许多其它的移动新闻客户端产品，例如“今日头条”、ZAKER新闻、央视新闻等等。

笔者在开展研究之初，对我国学者关于移动新闻客户端的研究文献做了系统梳理和深入研读，总结了我国学术界目前关于移动新闻客户端研究主要三个方面：

第一，移动新闻客户端的发展现状。姜胜洪和殷俊在《移动新闻客户端发展现状与问题》一文中认为每个移动新闻客户端实际上都基于移动互联网的“新闻入口”，已经成为越来越多用户获取新闻资讯的主要来源，作者从总体规模、运营主体、用户情况以及传播特点上做了分析，认为传统媒体发展新闻客户端，提升了主流媒体舆论引导的有效性和影响力。同时，他指出我国移动新闻客户端发展中出现的问题，如“把关”功能的弱化，报道力度过大，报道范围广却不“精”，违规刊载新闻等不合法等问题，给舆论传播和管理带来了新的问题和挑战，舆情引导难度明显加大。陆璐在《从“今日头条”的成功突围看新闻APP的生存法则》中，在分析国内国内新闻APP发展现状的基础上，归结出当今时代新闻APP的生存法则，从内容为王到筛选为王，完善用户体验，充分发挥简洁形式和图片新闻的优势等，并且指出，随着时间的推移，会有越来越多的新闻APP上架，用户的可选择面扩大了，用户的“心”就越不可控，受众群若流失的话，再次挽回受众的可能性不高；同时，作者认为一般移动新闻客户端产品在开发和推广的成本上都花费较高，若运营中亏损严重，将会对整体效益产生巨大影响。当然作者也提到了内容同质化的问题，作者建议只有在保证硬新闻权威性的同时，适当的提高软新闻的写作原创性，才能够有效的避免这一问题。曹玉技在《移动新闻客户端发展走向探析》一文中指出：传统媒体移动新闻客户端的发展境况较为尴尬，传统互联网门户网站和搜索引擎门户网站占据移动新闻客户端市场大部分份额。与此同时，作者对现有的移动新闻客户端模式按照移动新闻客户端内容渠道的差异分为三种，即移动新闻客户端内容渠道为自身产生的内容、既包括自身产生内容，同时又整合了其他媒体的订阅资源——“新闻+订阅”模式、还有依据算法产生的内容。此外，关于移动新闻客户端中内容引发的版权问题的研究，部分学者提出了解决方案，并从法律制度和行业发展两方面寻求各方利益的平衡。

第二，移动新闻客户端发展当中存在的问题。国内学者们普遍认为，内容同质化制约了移动新闻客户端的发展。高增双在《移动新闻客户端大战\_谁是未来的赢家》一文中讲到，内容运营是支撑用户浏览量取得突破的关键，尽管互联网巨头不断发力，但是内容的同质化深深影响着移动新闻客户端的人气，只有更多的关注用户需求，在用户体验上投入更多精力，才能取得胜利。

殷俊在《移动新闻客户端的发展策略》中认为，移动新闻客户端要想在未来的道路上站稳脚跟，发展就必须要求产品要具备特色，才能在同质化严重的市场中脱颖而出，应当从构建品牌、原创化生产、数据化分析、便捷化提升服务和社交化体验等五个考虑，以打造具有自身特色和优势的移动新闻客户端。

第三，移动新闻客户端的未来发展趋势。曹玉技在《移动新闻客户端发展走向探析》中，对未来的移动新闻客户端可能的走向做出了分析，主要是三点：一是，需要移动新闻客户端传统媒体与第三方平台聚合，不难想象，通过有影响力的第三方平台提供开放接口，支持传统媒体移动新闻客户端的加入，可以能够使传统媒体借力发力，同时第三平台也可以通过聚合更多的传统媒体扩大其影响力；二是，移动新闻客户端要利用新媒体的社交性、交互性和个性化定制加强用户的粘性。提升用户粘性，留住用户成为移动新闻客户端竞争的关键；三是，可以利用数据来拓展新闻深度，用数据来分析用户，更加科学的分析用户，以贴合受众，了解用户的阅读心理、阅读习惯和阅读需求。这与吴延凤的《移动新闻客户端受众研究》中的观点不谋而合，作者要求要重视用户体验人性化设计，要精准移动新闻客户端的品牌定位，深入分析用户行为，加强用户与新闻客户端的互动,重视内容，即“内容为王”。

本文认为以上相关学者的研究还存在着不足之处。国内大多数学者研究的内容比较集中和孤立，研究重点或放在发展现状上，或放在问题的研究上，或放在未来发展走向，因此，缺乏对移动新闻客户端宏观的整体的把握和思考。国外学者总体而言研究比较笼统，缺乏实证进行相关的研究，所以本文的研究思路是想结合国内外相关学者的研究，以近两年内发展迅速的 “今日头条”为例，从移动新闻客户端的发展现状、个性化特征、存在的缺陷以及未来的发展趋势做全面的研究。

**一、我国移动新闻客户端的发展现状**

随着互联网技术不断发展，电信运营商流量资费有下降的趋势，国务院总理李克强在今年2月份主持召开国务院常务会议，要求进一步加大网络提速降费力度，降低创业创新成本促进产业升级，造福了互联网行业及受众，移动新闻客户端就是获益之一。每个移动新闻客户端实际上都基于移动互联网的“新闻入口”，现在已经成为越来越多的用户获取新闻资讯的主要来源。➀

根据易观智库发布的《2015年8月移动APP排行榜top200》，腾讯新闻、“今日头条”、搜狐新闻位列新闻媒体APP活跃用户前三。➁任何一种后继的媒介都是一种有效的补偿措施，是对之前功能上的缺陷进行的一种填补，这是美国媒介理论家保罗·莱文森提出的“补偿性媒介”，此理论恰好验证了“今日头条”不凡的成绩:“今日头条”自成立之日起，用了不到三年的时间，与腾讯新闻、网易新闻共同形成了新闻客户端三强鼎立的格局。

根据CNNIC发布的第39次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2016年12月统计出的我国网民规模已达7.31亿，其中手机网民规模达6.95亿，占总网民量的95.1%。据路透社发布的《2016年新闻、媒体、技术预测》报告显示，预计到2020年，智能手机将覆盖80%的世界人口。以上数据显示，移动端的前景是不可估量的。手机现在已经被称之为“第五媒体”，具有鲜明的及时性和互动性，是用户粘性最高的媒体，且被公认为是最方便、最快捷的媒体。保罗·莱文森认为手机恰好集中了人类最基本的两种交流方式——沟通和走路，不仅如此，麦克卢汉曾说“媒介是人体的延伸”。以上无一不证明手机端的发展之路很宽阔，手机媒体在大数据的推动下必将成为引领潮流、推动社会进步的一个重要媒介。在新媒体的大环境之下，大部分人群阅读时间减少，预示着将会有越来越多的人转移视线，将使用移动新闻客户端作为阅读工具。

由此可见，移动端在未来必将持续发力，是人们了解世界，接触社会，掌握生活的终端，移动智能终端的使用将逐渐成为网民的主流。移动互联网的使用、开发以及推广必将成为主流的时代背景，这也凸显了其便捷性、主动性和迎合碎片化的优势。

（一）类型多样化

不同类型的移动新闻客户端的内容方式有所区别。目前学界对于移动新闻客户端的分类，并没有一个明确的界定，学者们对于移动新闻客户端的分类标准不一，本文对相关学者的分类划分做了一个总结，具有代表性的有以下几种：见表1。“今日头条”移动新闻客户端属于非媒体机构。移动新闻客户端的分类标准不同，内容生产方式也有多种类型，例如澎湃新闻是原创性客户端，有专业的采写团队，更侧重于时政新闻。“今日头条”是聚合类移动新闻客户端，通过大数据把新闻聚合呈现给用户，而网易新闻则是原创+聚合二者结合。总的来说，目前对于移动新闻客户端内容的生产方式具有多样性的特征。

**表1 移动新闻客户端分类情况统计**

|  |  |
| --- | --- |
| 移动新闻客户端分类情况 | 典型代表 |
| 商业门户网站类 | 腾讯新闻 |
| 传统媒体机构类 | 凤凰新闻 |
| 非媒体机构类 | “今日头条” |
| 网络媒体类 | 百度新闻 |

1. 开拓多种盈利模式

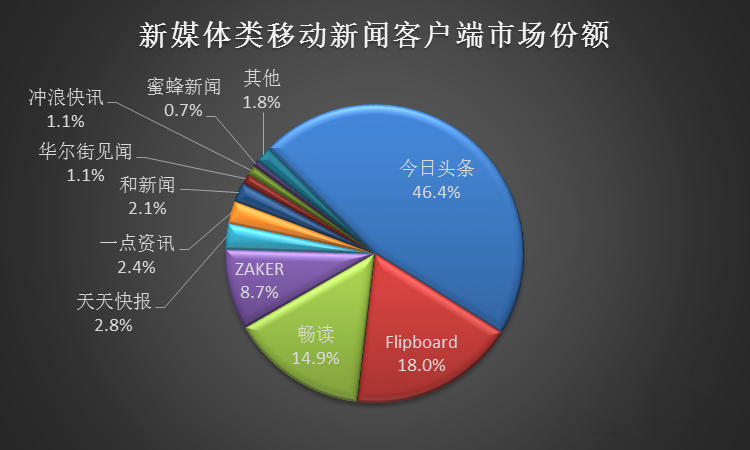
移动新闻客户端的盈利模式最常见的就是广告招商，通过招揽更多的广告商以投放广告的方式实现盈利的目的，除此之外，还有通过收取“会费”的方式来盈利，这种方式要求必须有相应的吸睛内容留住受众。随着移动新闻客户端的发展，终端上还成立商品兑换区，出现了“虚拟币”的新形式，例如用户可以通过签到、转发、评论等多种途径来获取金币，积累到某一数量后可到商城兑换相应的商品。有的移动新闻客户端会直接成立一个版块，里面放置相关商品。因此说盈利模式有多种形式，都向着更高的效益迈进。

（三）注重用户体验

移动新闻客户端的设计皆从用户的角度考量，只有充分考虑到用户的体验效果，才能实现效益的最大化。简洁、大方的界面设计更受用户的欢迎，多个内容版块的分类，充分满足用户需求，可以做到随时任意切换内容，在评论转发的互动环节支持多种社交平台，增加了用户的粘性。

**二、移动新闻客户端的发展特色——以“今日头条”为例**

2015年速途研究院分析师团队通过对移动新闻客户端市场相关数据的统计分析后统计出图1，图中可见“今日头条”在新媒体类移动新闻客户端市场份额中占比达46.4%,处于领先地位。“今日头条”近两年以来取得了不俗的成绩，成为了移动新闻客户端中的黑马，具有鲜明的突出性和代表性。因此本文将以“今日头条”作为研究对象，来阐述我国移动新闻客户端的相关发展情况。



**图1 新媒体类移动新闻客户端市场份额**

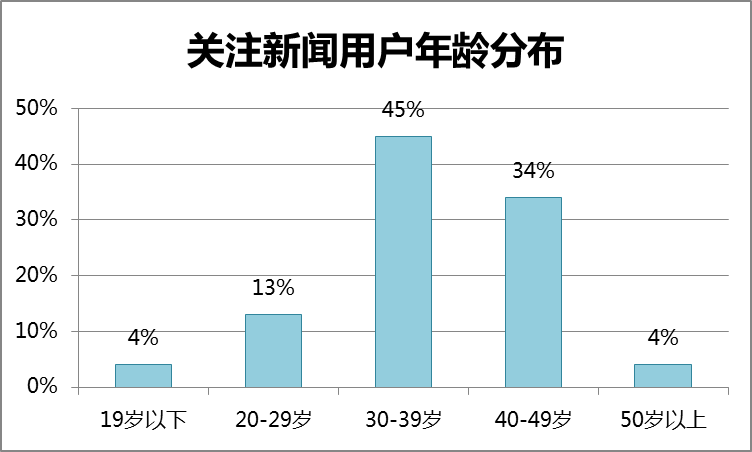
**（数据来源：速途研究院）**

（一）移动新闻客户端的用户特征

本文通过问卷网做了电子问卷调查，历时两周（2017.4.2—2017.4.17）的时间共回收了144份有效数据，针对参与人员进行了问卷调查，通过这些有效的数据来分析广大网民以及“今日头条”的用户所使用移动新闻客户端的情况如何，其中图3、图5—图10是本文根据调查问卷中的有效数据而制成的图表。

1.人口统计学特征

一款新闻APP运营的成功与否，都在于是否抓住了用户，只有通过对用户需求的调查，才能知道他们究竟需要什么，从用户那里获得的反馈以便于改善新闻客户端，只有如此才能吸引更多的受众，使得移动新闻客户端能够快速的、稳定的发展下去。

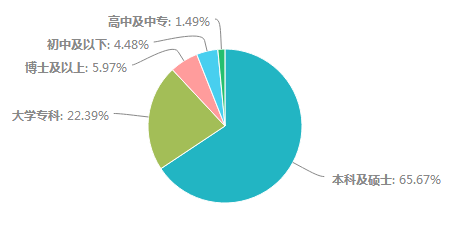


**图2 关注新闻用户年龄分布**

**（数据来源：速途研究院）**

根据图2可以看出，移动新闻客户端的用户群在中青年之间，以八零后居多。网络时代的今天，八零后早已进入社会参加工作，数字化的电子产品虽然应接不暇，但是这个群体接受能力很强，对于移动新闻客户端的选择更注重新闻的质量。由于现在的移动新闻客户端已经注入更多娱乐化的内容，所以未来年轻人将会是使用这些产品的主力军，一人一机的模式似乎已经成为了年轻人的“标配”，所以本文建议“今日头条”以后在宣传上可以偏向年轻化的群体，一来是有针对性，二来年轻人“吸收”的效果更好。

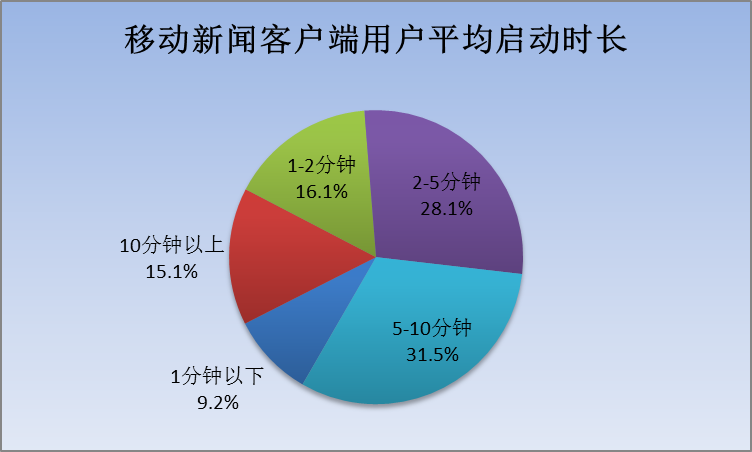
在用户的学历上，图3中可以看出使用“今日头条”客户端的受众学历大部分为大学及以上学历。大学生是一个大群体，有对知识、对信息的诉求，而且大学生的接受能力、适应能力较一般普通人群强，因此大学生很容易成为“今日头条”的受众，所以在大学生群体中推广效果更好。



**图3 “今日头条”新闻客户端用户学历调查**

例如凤凰新闻客户端的定位，其用户的学历普遍偏高，因为其主打的就是三高人群：高学历、高消费、高职位人群。有数据分析表明，用户的使用频率与满意度呈现正相关的关系，教育程度与满意度呈现负相关的关系。③其中不难理解，当受众的受教育程度比较高时，在文化水平上、视野范围较低学历者更宽泛，所以才会呈现教育程度与用户的满意度呈负相关的现象。因此“今日头条”在定位及推广选择上应向后者学习。

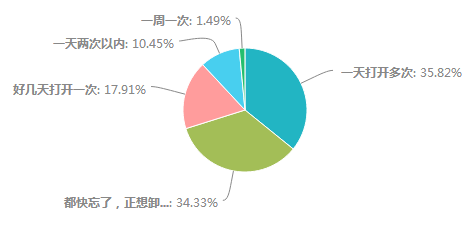
1. 用户使用时长及频率



**图4 移动新闻客户端用户平均启动时长**

**（数据来源：速途研究院）**

由上图4可以看出大部分的新闻客户端用户平均每次启动至少都保持2篇及以上的新闻阅读。“今日头条”的主推虽以个性化推荐为主，但是也必须注重新闻的时效性，可以在用户使用时间内快速掌握受众兴趣。作为一款新闻类别的客户端，坚持运营需要财政的支持，但是不能只追求金钱利益，不能把追求经济效益作为“今日头条”的最终目的，应同时重视社会效益。



**图5 “今日头条”新闻客户端用户使用频率**

图5中，“今日头条”新闻客户端的用户以一天打开多次的人占多数，不经常用的人也有一大部分，放弃“今日头条”的原因近一半的人是选择了其他的移动新闻客户端，这说明“今日头条”的竞争力很大，竞争对手主要以门户网站的新闻客户端为主。新闻客户端的用户使用频率可以反映出其用户的粘性特征，使用频率越高，粘性则越强。

（二）移动新闻客户端的内容特色

移动新闻客户端的内容生产模式有所不同，有的为自身生产的内容，原创性较高，转向网络的纸媒就是典型的代表。“今日头条”快速认清了在移动互联网时代下的传统内容产业的不足之处，重新为用户的需求和内容价值做了定义，构建了一个完整的、独立的、新型的、个性的内容生态体系。它是大数据时代的产物，在内容的生产上有自己的特色。

1.强调原创性

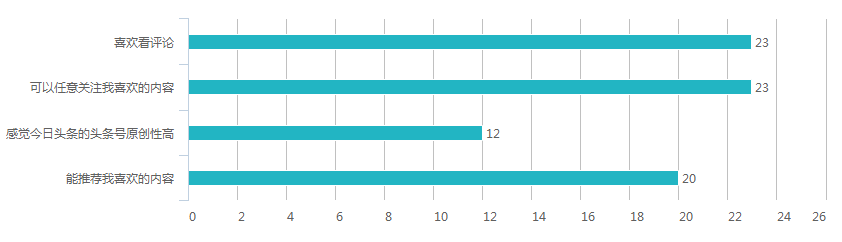
原创性对于任何媒体来讲都很重要，微信的公众号有原创的特性，“今日头条”中“头条号”的作者也可以申请开通原创功能，对于用户而言，看见带有“原创”标记的头条号除了新鲜感之外，最重要的是带有“原创”的内容在质量上高于普通的内容。对于作者而言，高质量的要求之下也带了额外的收益，当然这只是针对“今日头条”上的自媒体用户，一般“今日头条”中的由新闻机构官方开设的原创头条号本身就带有服务性质，所以像“打赏”这种盈利性质的功能很少开通。 总体来讲，“今日头条”平台在规范内容生产上非常重视新闻的原创性，降低了其它媒体对其的替代性，任何移动新闻客户端都不能保证自己可以长久的运营下去，但是“今日头条”对于原创性的重视增添了多样化的内容，也为产品的寿命延长实现了可能。

2.信息获取渠道来源广泛

传统媒体审核较为严格，其精编的内容确实具有“降噪”的功能，不过对于产品的泛众化来讲却显得力不从心。“今日头条”是内容聚合，与传统的新闻客户端相比较弥补了信息来源单一的不足。针对用户的不同兴趣来做个性化的推荐，真正实现了“每个人的头条都是不同的”，“今日头条”上的所有内容都是来自合作伙伴，即与其有正式合作关系的媒体、自媒体作者以及普通用户。截至2017年2月，头条号账号总数超过55万个，与“今日头条”建立合作伙伴关系的传统媒体已经超过了4000家。个性化的推荐主要依据后台大数据、机器的算法支持来实现，机器为我们实现了个性化的信息服务，在未来，“今日头条”有希望向移动生活服务发展。

3.加强对用户体验度的关注

“今日头条”标榜“你关心的，才是头条”，从用户角度出发，收集用户的意见反馈，注重用户的体验，建立用户数据。“今日头条”在这方面特别体现出自己的优势，加强了对用户体验度的关注，及时收集用户的反馈信息。



**图6 “今日头条”用户兴趣调查**

从上面的数据图6当中可以看出，用户喜欢“今日头条”的原因就是它主打的优势——个性化推荐，任意关注自己喜欢的版块，还有的用户喜欢看其他网友的评论，其实“今日头条”在推入市场之前，最先推出的产品是内涵段子，这款产品推出之时顿时吸引了众多网友，现在兼容成了头条的一个版块，这一部分与“今日头条”的精彩评论有直接的关系，在版块的兼容下，经过大量用户的评论转发，精彩的评论也被发挥到极致，因此会有越来越多喜欢关注评论的用户出现。

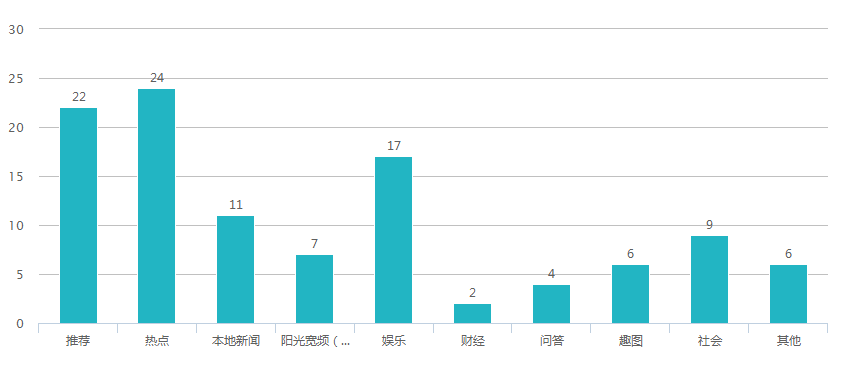
现在的移动新闻客户端呈现出社交化的现象，“今日头条”客户端会通过第三方应用的接口来实现分享功能，帮助其自身建立一个账号相关体系，以此来把用户规模发展的门槛降低。所以“今日头条”在该板块中凸显了自己的优势，不像网易、腾讯这样的一线门户网站一样缺乏自有的用户积累，单纯的从零发展用户，④这也是“今日头条”日均用户增长速度快的原因之一。

（三）移动新闻客户端的运营创新

“今日头条”是依据全网内容的聚合，与传统的移动新闻客户端有所不同，“今日头条”自身并不生产新闻，俗称是新闻的“搬运工”，在运营中“今日头条”有自己特色：

1.注重内容推广

“今日头条”的宣传语是：你关心的才是头条，像上述所讲，每一个人打开“今日头条”的界面就内容显示上来看，每个人界面上显示的内容都是不同的。“今日头条”注重推广理念，但在未来的发展中也有很大的进步空间。不像一般的传统媒体，仅仅关注用户的表面需求，而自己的初衷却早已抛之脑后。

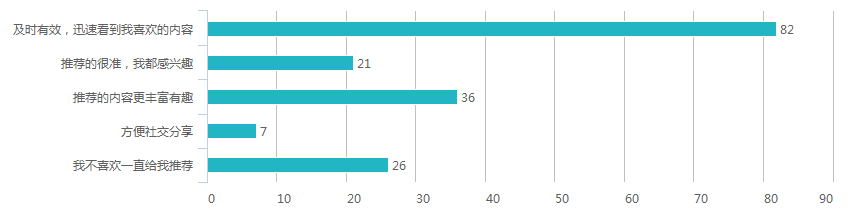


**图7 “今日头条”新闻客户端内容板块分析**

通过图7的数据可以看出，大部分用户更关注热点，其次是系统推荐和娱乐新闻。热点（hot spot），在移动新闻客户端中对于“热点”的解释只能是网民关注的事件，热点之所以成为热点，就是因为舆论的推动。系统推荐的都是后台大数据经过算法分析才推荐给用户的，都是依据用户的兴趣爱好形成的，所以不难理解为什么大部分用户都对推荐的内容很喜爱了。还有很多人偏好娱乐方面，能够陶冶情操，作为人们茶余饭后的谈资，现在人们生活压力很大，可以靠娱乐这种“软新闻”来做消遣，愉悦身心。综上所述可以合理的解释大部分用户的兴趣点了。

2.个性化的信息推荐

“今日头条”这款产品最大的特色，就是可以追踪用户的兴趣爱好，并推荐相应的内容。每个用头条的人，界面都是不一样的，这依据的就是大数据（big date），个性化的推荐为“今日头条”吸引了众多用户。从图7中可以看出，大家更喜欢追踪热点，针对个性化带来的影响，本文也作了相关调查（图8）。对于个性化推荐的好处有以下几点：



**图8 “今日头条”个性化推荐有点分析**

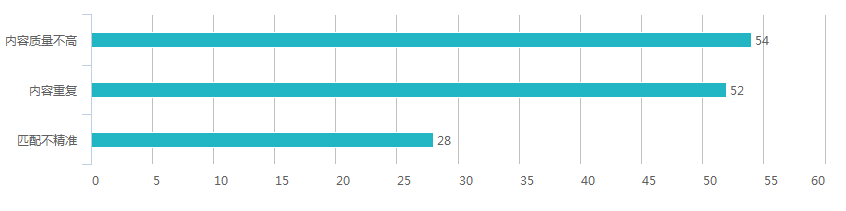
（1）能有效利用碎片化时间

“今日头条”主动出击，实行个性推荐，这极大的节省了用户时间，不必浪费时间去翻阅自己喜欢的内容，方便了用户获取新闻，充分利用了人们琐碎的时间。并且在“今日头条”看视频没有广告，更加节省了用户的时间，且喜欢短视频的用户经过不断的刷新一般情况下收到的还是自己喜欢类型的内容，“中毒”较深的用户会忽略掉时间，不知不觉就刷了头条好久了，这正是“今日头条”的高明之处所在。

（2）避免了受众“从众”现象

“从众”也称“广场效应”。例如微博上有一个功能叫做“热搜”，“热搜”体现的是在某段时间内大家可能特别关注的某件事，有人会受此带动关注所谓的“热点”，形成“广场效应”。比如“马蓉出轨宋喆”事件，有的人根本对此没有什么兴趣，但却“被迫”了解。而“今日头条”则避开了这种效应，关注点在于自己的兴趣。其实“今日头条”和其他的新闻APP都有一个共同的特点，就是把受众的位置都放到了一个至关重要的位置，“今日头条”本身就是一个最好的例子，头条的数据取自受众，也必将用于受众。

据牛津路透新闻研究院发布的2016年数字新闻研究报告显示，受访者使用智能手机看新闻的情况急剧增加，有高达51%的受访者表示，每天会通过社交媒体作为来获取新闻的途径。⑤所以移动新闻客户端最主要考虑的就是能否满足用户的需求，“今日头条”做出了很大的努力，但仍然存在许多弊端。



**图9 “今日头条”个性化推荐缺点分析**

虽然个性化推荐有种种好处，但是也不得不承认由此也带来了一些不足，经过本文的调查显示（图9），普遍认为推送的信息内容质量存在问题或者内容重复。内容重复是算法机制的问题，导致推荐的内容可能会存在一定的相似之处，但是用户反馈的内容信息质量不高的问题这就需要加强平台的把关，包括加强平台本身的自媒体账号的审核，避免再一次出现类似于“涉黄”的丑闻。

3.“今日头条”积极响应公益事业

如今越来越多类型的客户端开始助力公益事业，比如支付宝会自动推送公安部失踪信息，“今日头条”也加入阵营，成立“头条寻人”专业账号，凭借强大的用户群确实可以为失踪案件起到辅助的作用。根据中国网消息，“今日头条”发布了《中国互联网寻人月度报告3月寻人大数据》，利用“头条寻人”在3月期间就发布了1948个寻人启事，算下来每天平均有约65人通过“今日头条”这个平台来寻找家人。根据记录，最终通过此平台有效找回了699人。

**三、移动新闻客户端发展中存在的问题**

尽管互联网巨头一直在努力，但是还是有很多问题存在于“今日头条”这款移动新闻客户端中：

（一）内容质量不高，用户体验不理想

1.内容同质化

“今日头条”尽管采用大数据挖掘技术实现个性化推送，但是仅有这一点是远远不够的，互联网行业竞争如此激烈，稍一不注意就会被排挤出局，又或说个性化的推送模式，其它的产品也可以模仿该种形式，被效仿不可怕，可怕的被超越。 差异化竞争决定着移动新闻客户端的生命力，因此互联网竞争的压力这么大，“今日头条”假若一直想占有有利地位必须取得先机，只有具备了个性化特征，征服受众，才能在市场上泛滥的同质化产品中长期拔得头筹。

“今日头条”加强了对用户体验度的关注，但是也不得不承认用户的体验效果没有达到预期效果。“今日头条”的用户体验不理想，那就必须完善用户体验，采用充满人文关怀的推送模式⑥，举一个例子来说，一个用户文化水平不高，而且喜欢的内容没有“营养”或者说没有“含金量”的内容，因为采用了大数据的推送模式，尽管这位用户的兴趣点不值得推崇，但是后台还是会继续推送，这时，“今日头条”可以考虑推送充满人文关怀的内容，在采集了这位用户的有效信息之后，相对的可以向其推送更有“意义”的内容，但是这个想法本文考虑的不够全面，因为对于什么是“有意义的内容”这个不好界定，有人认为国家大事有意义，有人认为只要具备教育意义就是有意义，还有的认为关系民生才有意义，所以本文不对此做出界定。但是不得不明确的一个事实是大数据挖掘是“今日头条”的特色所在，只有在用户体验上投入更多精力，“今日头条”才会在互联网行业中成为未来的赢家，这个“理论”在任何时刻都是成立的。

2.内容缺乏完整度

算法推荐是“今日头条”的优势所在，但正是由于个性化推荐也带来一些问题，任何新闻媒体的平台严谨的把关之下还是不难避免低质量内容的出现，头条为用户推荐用户感兴趣的内容，用户可能在推荐中持续接触低质量的信息，这可能会使“今日头条”的用户新闻素养降低，淡漠社会整体利益。⑦

与此同时，用户的兴趣重口难调，“今日头条”根据后台算法，为用户推送个人喜欢的相关内容，但是这里细想一下，其实还是存在着问题：用户的兴趣点确定了，那详细到具体的内容是：用户究竟喜欢何种阅读形式呢？是简短的文字+配图，还是更喜欢图文并茂的形式阅读？把这些小细节也加上算法推荐，相信可以达到最佳的阅读效果，将会赢得更多的受众。

（二）竞争激烈，开发推广成本高

1.应对激烈的市场展开竞争

“今日头条”等一众新媒体面临的有来自卫视的压力，首先卫视拥有高质量的采编人员，人员流动量虽大却从不缺人，其次卫视相对具有完备的内容生产机制，有强大的内容创作力、竞争力，这是“今日头条”不可匹敌的。当然还有来自同行的压力，同行间的竞争更加激烈，势必在媒体市场中刮起一阵旋风。

2.开发与推广的高成本

一个APP在开发以后若想真正的实现其价值，就必须有人维护和推广，APP本身的开发成本就高，推向市场的过程中也需要投入人力、物力等有效资源，“今日头条”的盈利模式不同于搜狐、网易、腾讯的盈利模式，其APP对于门户网站来说只是“附加产品”，而“今日头条”仅是单一的产品，运营失败等于全军覆没，开发和推广的高成本势必成为“今日头条”需要应对的挑战之一。

（三）把关不严，存在违规现象

1.存在侵权问题

“今日头条”作为一款移动新闻APP，为用户推送新闻时，推送的内容均来自各大门户网站，经过后台的大数据技术对信息进行筛选和重组，按兴趣推送给需要的用户。“今日头条”之前因转载《广州日报》的文章而被其告上法庭，其认为“今日头条”方面的这种行为严重侵犯了自己的合法权益，但是最后的结果是《广州日报》被“今日头条”成功“收买”，强强联合达到双赢。但是即便如此，“今日头条”仍然成为众矢之的，各大媒体平台纷纷看向“今日头条”，所以“今日头条”对于各类与之相关的侵权问题不得不处理好。

“把关”功能的弱化，缺失有效的报道力度、存在的违规刊载新闻等多种问题，给舆论的传播和管控带来了许多新的问题与挑战，舆情引导有很大的难度。⑧但是技术不断推陈出新，今天的新媒体也终将成为明天的传统媒体，但是“媒介即讯息”，我们要学会的是把握有利的时机，争取充分吸收新媒体带给我们的震撼，推动社会进步。

2.平台缺乏规制，为不良信息提供推送平台

无论是人民日报这种传统媒体发展而成的移动新闻客户端，还是“今日头条”聚合类的新闻客户端，在庞大的互联网数据上都存在着把关功能弱化的现象，应完善平台监管机制，加强新闻的把关，传统媒体的移动新闻客户端并不等于传统媒体的电子版，内容是需要二次编辑的，审核自然与纸媒的机制有所不同，移动新闻客户端是主流新闻观与人工智能的博弈，传统的新闻观念更看重公众利益，提供主流媒体内容及评论，新媒体应学习传统媒体的机制把社会效益发挥到最大化。

2017年4月央视曝了“今日头条”推送艳俗直播的活动，被曝光的源头是“火山直播”平台，其借助““今日头条”的强大用户量以及个性化的推送优势，每天吸引大量用户的点击和关注，其中一些低俗的直播内容也被广泛传播。“今日头条”陷入了人们的议论之中。因此“今日头条”突出的特色和优势即个性化推荐，遭遇了前所未有的挑战，“今日头条”在内容审核上就必须做到严谨，严格把控内容的下发，保证内容的质量，这样才能长久的运营下去，实现自身价值。

**四、移动新闻客户端的对策**

针对以上几个问题，应当采取一定的完善措施，使移动新闻客户端在未来的发展当中立于不败之地。

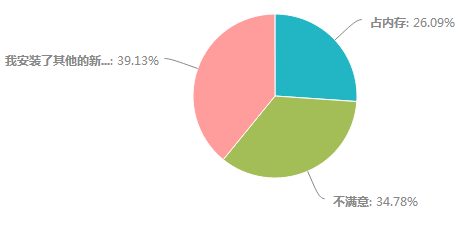
（一）精准定位，满足用户需求

1.做出精准定位

对于移动新闻客户端来说，必须对自己有一个精准的定位，充分满足用户的需求，使用户的体验效果达到最高点。2016年是中国的“网络直播元年”，直播、各类小视频，像快手、花椒、映客等各类直播平台层出不穷，竞争虽大，但是利润仍然相当可观，“今日头条”应抓住发展时机，争取实现效益利润最大化。“今日头条”的副总裁赵添曾表示短视频将会是“今日头条”未来重点发展并将持续关注的领域，属于正式参与短视频领域的竞争。“今日头条”的竞争策略就是要更精准的打入用户内部，满足其需求，从而实现长久的发展。

2.加强用户的粘性，满足用户需求

“今日头条”在14年估值就高达5亿美元，可见市场对其认可度很高，移动新闻客户端的价值创造就是满足用户的知情、表达和分享的需求。对于“今日头条”来说，在电视媒体竞争力下降、各大卫视竞争日益激烈的情况下这是展现自身优势的最好机会，“今日头条”可以充分利用新媒体的社交性、交互性、和个性化定制的特性来加强用户的粘性。⑨给用户一个继续使用的理由，在本文的问卷调查图10当中，39.13%的用户卸载“今日头条”的原因是安装了其他的新闻APP，“今日头条”不得不警惕自身被其他新闻APP代替，在激烈的竞争下获得生存，争取处于有利地位。



**图10 卸载“今日头条”的原因**

（二）产业联合，构建互利共赢的内容生态圈

1.多产业联合发展

应对上述竞争激烈、把关弱化、信息质量不高的问题可以采取多产业联合发展的形式。目前，腾讯新闻的登录方式就是微信或者QQ登录，“今日头条”的登陆方式有手机通过验证码登录，还有微信、QQ、微博这些社交账号可以登录，“今日头条”用绑定的微博账号或其他账号登录后，之后将会推荐和用户自身的微博（或其他）相关联的信息，每一次使用行为也都被记录下来，从使用之后就对用户的浏览、收藏、转发、评论新闻资讯的行为不断跟进并进行大数据挖掘做出相关分析，从而结合用户自身的阅读习惯、时间和地理位置等多个角度分析，后台系统会越来越精准的为用户推送喜爱的消息。

日积月累中会获得更多的有关用户的数据，这就是为什么用户使用的时间越长，推荐越精准的原因，当然利用邮箱和与其合作的天翼也可以登录进入头条。只要用户绑定了相关的社交媒体账号，在“今日头条”的后台就能迅速根据账号的标签、好友、转发等信息分析出一个人大致的兴趣爱好，从而向其推荐相应的内容。而且“今日头条”与正在流行的其他移动新闻客户端都加入了分享和社交功能，也就是现在的移动新闻客户端不仅仅是单向的阅读，我们用户常见的QQ空间分享、朋友圈分享都给了“今日头条”二次传播的机会，也给传播的信息源带来了大量的回流流量。“今日头条”可以利用自身快速的传播优势来开发其他的服务功能。⑩

此时的“今日头条”收集了用户的有效数据，为用户进行精准化的推荐，类似于淘宝中的“您可能感兴趣”，或网易云音乐的“每日歌曲推荐”再或者QQ中“可能认识的人”，在未来的发展当中，“今日头条”也可以成为类似于淘宝这样的平台，既提供新闻，又可以提供购物，为所有人都众所周知的一个具有全能服务性的工具，对于用户的把握更精准，对其个性化的心理诉求有一个全方位的、精确地挖掘与满足。当“今日头条”在已经积累了一定的受众资源和公信力的基础上，可以同时达到信息和服务两种功能。

在大数据时代，移动新闻客户端不仅可以利用有效的数据来拓展更有深度的新闻，也可充分利用数据分析用户的相关需求。⑪京东[商城](http://shop.jrj.com.cn/)与“今日头条”合作共同推出“京条计划”，未来“今日头条”用户将在阅读场景中直接享受京东提供的电商服务。充分利用有效数据，进一步推动商业变现。

2.构建共赢的内容生态圈

移动新闻客户端的开发与推广的成本太高，目前的形式就是内容生产者紧密联系着用户和广告方、投资者，所以在未来的发展当中可以考虑是否从用户、内容生产者到广告方、投资者形成一个闭合的生态圈：即用户需要在产品那里获得有用的信息，产品的正常运营需要广告方和投资者的资金支持，广告方和投资者需要在产品上获得各自的利益，此时的广告主、投资者和用户并无直接联系，只不过都被产品（内容）联系到了一起，形成了稳定的互利共赢模式。当多主体互利共赢的内容圈形成后，产品的运作将会更加稳定，从而形成一种固定的模式。对于用户的数据积累，可以考虑将来是否可以在不损害用户利益的条件下，而又达到能有效利用这些信息去服务其它的产业，真正实现大数据的价值。

（三）内容为王，坚守新闻专业主义

1.内容为王，获取长尾效益

[长尾](http://baike.baidu.com/item/%E9%95%BF%E5%B0%BE" \t "http://baike.baidu.com/_blank)效应（Long Tail Effect），[克里斯·安德森](http://baike.baidu.com/item/%E5%85%8B%E9%87%8C%E6%96%AF%C2%B7%E5%AE%89%E5%BE%B7%E6%A3%AE" \t "http://baike.baidu.com/_blank)第一次提出了[长尾](http://baike.baidu.com/item/%E9%95%BF%E5%B0%BE" \t "http://baike.baidu.com/_blank)理论，该理论认为商业和文化的未来就是在于需求曲线中那条无穷长的尾巴。“长尾理论”也适用于“今日头条”，“今日头条”推出时，目标就是能够满足用户的知情、表达和分享的需求，这是“今日头条”的核心价值，不能因为眼前一时的利益而盲目追求，无论是竞争的无奈之举或是有意为之，还是监管不到位，都必须遵守进入市场时的初心，方能赢多更多受众，获得长尾效益，这样也可以避免内容同质化的问题。

未来竞争到最后的移动新闻客户端，相较量的一定是内容，因此移动新闻客户端必须要争做高质量的内容。内容为王，才能在高度竞争的媒体环境当中生存下去。内容运营做的好，才能使用户的浏览量取得突破。“今日头条”应将本身的自媒体资源优势发挥到最大化，使受众在多款移动新闻产品当中不假思索的选择自己的产品。

2.打造更具人性化和个性化的产品

随着互联网的发展，数字化技术、计算机、多媒体等信息传播技术将会快速的更新换代，现在人们已经可以明显地感到，大众传播无论在传播对象上还是传播技术层面都发生着前所未有的、根本性的变革，受众的选择相对变得至关重要，受众的态度关乎一切，只有更多关注用户需求，追求具有精细化的发展，打造更具人性化和个性化的产品，才有利于“今日头条”的稳步发展。

3.坚持新闻专业主义

“今日头条”虽不生产新闻，但是作为一款移动新闻APP来说，在为用户提供可读性新闻的同时也有责任和使命维护新闻市场的风气，应当以“公开、公平、公正”作为目标，加强社会责任意识。在追求经济效益的同时不可忽视社会效益，当经济效益与社会效益相悖时必须以社会效益为先。追求新闻专业主义是迎合主流核心价值观的前提，新闻内容的创作、审核与传播，都彰显着新闻专业主义。

**结束语**

移动新闻客户端层出不穷，为抢占市场都纷纷推陈出新来吸引受众，构建自己的受众群，以此来实现经济效益和社会效益的最大化。未来各类新闻媒体的竞争将越来越严峻，移动新闻客户端的重点在于用户，只有从用户的角度出发看问题，才能满足他们的需求，从而移动新闻客户端才能实现长久的生存下去。在满足用户需求的同时，还需要其对自身内容的严格把控，以“今日头条”为例，虽是聚合类媒体，但也必须对新闻内容进行二次审核，严加把控平台“头条号”的内容发布，将优质的信息分发给需要的受众。

【注释】

①⑧姜胜洪，殷俊.传播学基础——移动新闻客户端发展现状与问题[J].新媒体传播，2015（3）:54.

②徐延章.从用户体验视角解析新闻媒体APP设计[J].青年记者，2016(1):69-70.

③王安卉，李武.感知价值与满意度的关系研究——以用户使用“今日头条”为例[J].今传媒，2016(5):71-72.

④翁昌寿，黄昕悦.移动新闻客户端的价值创造与编辑增值——从“今日头条”的估值说起[J].中国编辑，2014(5):60-61.

⑤叶晓滨.移动互联网条件下新闻传播的创新求变[J].新闻知识，2017(1):22-24.

⑥陆璐.从“今日头条”的成功突围看新闻APP的生存法则[J]江苏科技信息,2014（8）：78-79.

⑦王成军.“今日头条”的技术逻辑——网络爬虫 矩阵筛选[J].传媒评论，2015（10）:36-37.

⑨曹玉枝.移动新闻客户端发展走向探析[J].中国记者，2013(10):107.

⑩殷俊，罗玉婷.移动新闻客户端的发展策略[J].新媒体传播，2015(11):54-55.

⑪郭全中，胡洁.智能传播平台的构建——以“今日头条”为例[J].新闻爱好者，2016（6）:5-6

【参考文献】

[1]郭庆光.传播学教程[M].北京：中国人民大学出版社,1999.12-34.

[2]邵培仁.传播学[M].北京：高等教育出版社，2007.23-33.

[3]张国良.新闻媒介与社会[M].上海：上海人民出版社，2010.11-28

[4]吴延凤.移动新闻客户端受众研究——以“凤凰新闻”客户端为例[D].南京：南京大学，2014.

[5]薛瑞环.大数据时代自媒体定制新闻推荐研究——以“今日头条”APP为例[J].商Business，2015(2):219.

[6]孙瞾闻.基于大数据思维的对新闻APP的新闻传播方式的思考——以“今日头条”新闻APP为例[J].新闻研究导刊，2015（11）:231.

[7]张霁，葛晨莹.移动直播客户端视听节目存在的问题及应对建议[J].中国广播，2017(1):32-34.

[8]杨美蘅.技术变革下移动新闻客户端的现状分析及突围路径[J].新闻研究导刊，2017（3）:82.

[9]胡琪. “今日头条”的推荐引擎技术对新闻传播的影响[J].新闻研究导刊，2016（12）:344.

[10]吴志超.从“今日头条”的崛起探寻广播电台客户端的发展策略[J].中国广播，2016(8):44-45.

[11]李亚男，崔银河.探究新闻APP提升用户体验的新路径——以“今日头条”为例[J].新闻世界，2015(7):42-44.

[12]蔡杨杨.手机新闻资讯应用的特点——以“今日头条”为例[J].青年记者，2014(5):64.

[13]耿延庭.主流媒体的移动战略——以新闻客户端的使用与满足为例[J].新闻世界，2014(3)：43-36.

[14]张永芹.2012年移动新媒体新闻客户端影响力研究——以我国报纸类手机新闻客户端为例[J].新闻实践，2012(9):4-5.

[15]黄楚新，彭韵佳.移动新闻客户端的战国时代[J]. THE PRESS ，2016(1):33-34.

[16]付苇.从版权话语到创新竞争：“今日头条”事件分析[J].新媒体研究，2015(11):50-51.

[17]胡庆平，曾剑秋.移动新闻客户端用户采纳影响因素[J].云南财经大学学报,2015(4).

[18]林功成，李莹，曾子瑾.移动新闻客户端的内容生产：以“新华社发布”等为例[J].杭州：浙江传媒学院学报，2015(5):23-24.

[19]陈静,黄慧.浅析三类新闻客户端——以网易新闻、澎湃新闻、“今日头条”、上游新闻为例[J].新闻研究导刊，2016(2):2-3.

[20]柯实.“今日头条”：一个估值5亿美元的APP[J].创业家，2014:34-36.

[21]张世超.媒介融合之电视端手机端——以东方卫视与“今日头条”融合为例[J].现代视听，[22]2015（12）:56-57. [22] 马媛媛.手机新闻客户端的同质化研究——以凤凰新闻客户端和CNN新闻客户端为例[D].西安：陕西师范大学，2015.

[23]戴昕.产权话语、新闻生产与创新竞争[J].科技与法律，2015(2):418-419.

[24]丁璇.新闻APP版权纷争及对策——以“今日头条”被《广州日报》告上法庭为例[J].新闻世界，2015(12):143.

[25]刘胜男.“今日头条”，享受机器带来的个性化信息服务[J].中国传媒科技，2015（2）：56-57.

[26]毕秋灵.社交媒体环境下的网络舆情管理[J].管理观察，2016（8）：51-53.

[27]席松筠,李俊萱.移动新闻客户端是大数据时代的产物[J].新闻研究导刊，2015（12）：85-86. [28] Marios Constantinides,John Dowell,David Johnson,Sylvain Malacria.Expioring mobile news reading interactions for news app personalisation[J].MobileHCI,2015(8):459.

[29]JINJING.Client-Server Computing in Mobile Environments.[J].[ACM Computing Surveys](http://www.baidu.com/link?url=Qxq1ChZOQBL6qyHoSLrqHAzYL1Dq0l6N_36HAXjJPyjUd6w8mahkBwZh0v7MSt1kWEUfd1evufOj8zjoCy4Hzq" \t "https://www.baidu.com/_blank),1999(6):118.

[30]Amy Schmitz Weiss.Exploring News Apps and Location-Based Services on the Smartphone[J].Technology and News Reporting,2013(3):436-437.

**致 谢 辞**

论文写作将接近尾声，四年的本科学习生涯也即将画上句号，在这里向那些曾经关心过我的师友们表达我最衷心的感谢。

在论文的写作过程中，最先要感谢的是我的论文指导老师××，感谢老师不厌其烦地对我的论文进行多次的修改和指导，每次指导都给予了我详细的修改意见，让我理清了写作思路，而且给了我足够的时间和空间来表达自己的思想，所以我的论文才得以完善。××老师不仅是我的论文指导老师，还是大学期间为我授课中我最喜欢的老师，首先她敬业的精神让我很佩服，其次我很喜欢听××老师的课，真的可以学到很多知识，所以一直以来是我心目中最尊敬的一位老师，最后能成为她的论文指导学生是我的荣幸，我衷心地感谢××老师为我付出的心血和汗水。

感谢我的朋友们，由于不在学校，之前搜集好的文献资料在后续的写作当中不够用，发生了很大的改动，感谢你们给我提供帮助，特别是在论文的后期还给了我一些建议，助我完善论文。感谢我的室友，四年以来她们帮了我很多忙，相聚就是缘分，大家在一起真的很开心。

再次感谢所有帮助过我的人！

本文作者：××

**附 录**

“今日头条”新闻客户端用户体验调查问卷

不管是以何种途径看到的此问卷，非常非常感谢您参与！

1、您用过“今日头条”APP吗？ (单选题 \*必答)

○ 并没有

○ 没用过，但听说过

○ 用过

2、您觉得新闻APP中的下面哪个最重要？ (单选题 \*必答)

○ logo（图标）要好看

○ 注重新闻的时效性

○ APP反应流畅

○ 必须带有评论功能

3、您的性别 (单选题 \*必答)

○ 女

○ 男

4、年龄 (单选题 \*必答)

○ 18岁（不含）以下

○ 18岁及-25岁

○ 25岁及-40岁

○ 40岁及以上

5、您的学历？ (单选题 \*必答)

○ 初中及以下

○ 高中及中专

○ 大学专科

○ 本科及硕士

○ 博士及以上

6、您的月收入？ (单选题 \*必答)

○ 穷学生一枚

○ 2000以下

○ 2001-4000

○ 4001-6000

○ 6001-8000

○ 8001-10000

○ 1万-2万

○ 2万以上

7、您多久使用一次“今日头条”？ (单选题 \*必答)

○ 一天打开多次

○ 一天两次以内

○ 好几天打开一次

○ 一周一次

○ 都快忘了，正想卸载

8、您打开“今日头条”后使用的时长？ (单选题 \*必答)

○ 30分钟以内

○ 一小时以内

○ 两小时以内

○ 两小时以上

9、你为什么不想用了呢？ (单选题 \*必答)

○ 占内存

○ 我安装了其他的新闻APP

○ 不满意

10、“今日头条”APP中你最喜欢的栏目是什么？ (多选题 \*必答)

□ 推荐

□ 热点

□ 本地新闻

□ 阳光宽频（视频）

□ 娱乐

□ 财经

□ 问答

□ 趣图

□ 社会

□ 其他

11、您最喜欢“今日头条”的什么方面？ (多选题 \*必答)

□ 喜欢看评论

□ 可以任意关注我喜欢的内容

□ 头条号的原创性高

□ 能推荐我喜欢的内容

12、您觉得个性化推荐新闻的最大好处是？ (多选题 \*必答)

□ 及时有效，迅速看到我喜欢的内容

□ 推荐的很准，我都感兴趣

□ 推荐的内容更丰富有趣

□ 方便社交分享

□ 我不喜欢一直给我推荐

13、那您觉得个性化推荐的不足（或担心）是什么？ (多选题 \*必答)

□ 内容质量不高

□ 内容重复

□ 匹配不精准

14、所以您的做法是？ (单选题 \*必答)

○ 略过，因为乏味了

○ 点击“不感兴趣”屏蔽掉

15、写下您对“今日头条”（或其他移动新闻客户端）的意见或建议，求您了 (填空题 \*必答)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_