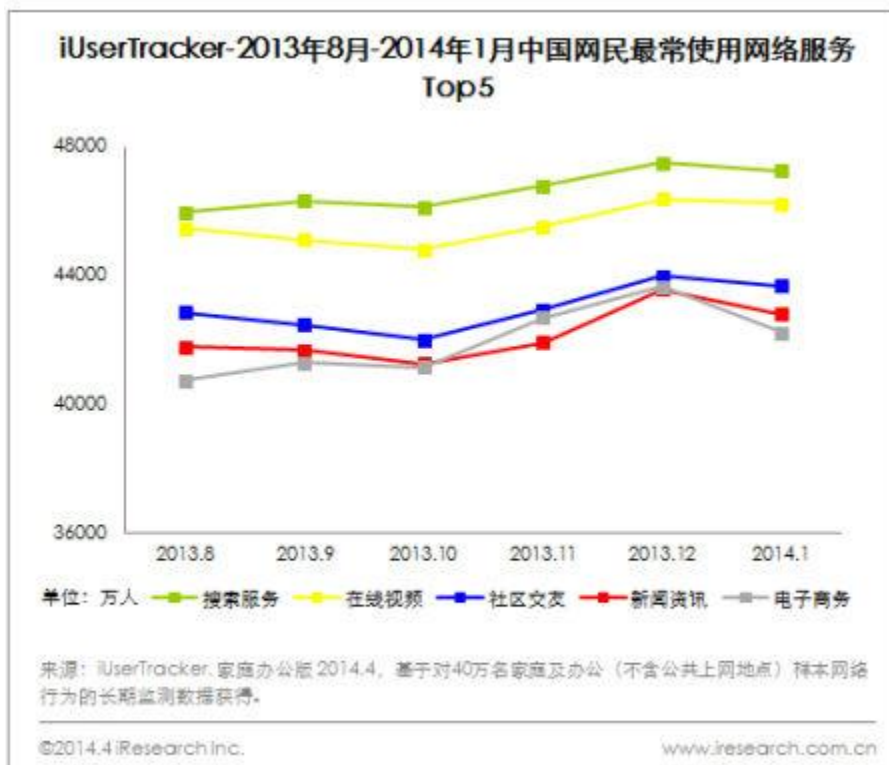


艾瑞咨询：第一视频打造最有“度”新闻媒体

2014年05月05日 00:47

在信息爆炸的今天，互联网成为快速有效的信息获取渠道之一。根据艾瑞咨询 iUserTracker 监测数据显示，2014年1月在线视频与新闻资讯的网民渗透率分别高达96%和89%，在线视频与新闻资讯已经成为网民网络活动的重要组成部分，是网民关注和获取信息的重要方式。



随着移动互联网的快速发展，人们获取新闻的方式更快捷，如何在海量的新闻中抓住用户眼球，并能为用户提供更快、更真实更有现场感的视频新闻越来越受到用户的青睐，根据调研数据显示，50%以上的网民最喜欢通过视频方式获取新闻，而通过有锐度、深度、态度和温度的新闻报道，从不同的角度为不同的群体发声，还原新闻真相，解读新闻背后的故事，引发用户共鸣互动则更是新闻媒体的价值所在。

在网络视频新闻领域，第一视频网是网络视频新闻媒体发展的重要代表。第一视频网定位于微视频新闻门户网站，强调用户发现新闻，通过多维度合作保证新闻传播效果，做最有“度”的媒体平台。第一视频网率先提出新闻媒体“八度”，体现自身调性，打造独特品牌形象。在新闻内容报道方面，第一视频网坚持持续追踪、“深度”挖掘，

接近事实真相，还原新闻现场，给用户展示最原生、最现场的新闻，让“思想也能看见”在新闻媒体属性方面，第一视频网强调自己要有立场、有“态度”，打造左右思想PK的平台，给有角度、有锐度、有高度的专家评论员团队自由表达的空间，对制度和体制等问题进行深入问责与探讨，实现“正左右正能量”在深度剖析新闻基础上，第一视频网主张新闻有“锐度”，从新闻事件多个因素中寻找问题根源，直击事件本来面目，锐意报道，直陈厉害，做到“非常见道不同”凭借全网最齐备的媒体资质，特别是持有商业视频网站中唯一的“新闻牌照”，第一视频网在新闻内容报道和深入挖掘中能够做到大“尺度”、有依据，在重大和敏感事件报道中，能做到比其他网络媒体多向前进一步，同时坚持媒体底线，有尺有据，自成“有尺方能无界”在与用户的互动方面，第一视频网为做到用户互动参与有“粘度”，在用户站内评论、顶踩等常规互动形式上，添加街采、视频上传等线上线下新型互动形式，全方位调动用户在视频内容上的参与性，倡导“参与即是创造”在内容话题的选取上，第一视频网力求有“热度”，头条话题聚焦国际国内热点事件，汇集全国各地大量的UGC视频，形成话题讨论，再联合多个媒体平台进行全方位的深入传播和关注，用户“围观就是力量”在视频新闻内容类别上，第一视频网内容覆盖有“广度”，新闻内容在地域上覆盖国际国内中央地方多层次资讯，在类别上包含新闻、军事、娱乐、体育、时尚、商业、产业等多维度，丰富的视频内容满足用户群体的碎片化、个性化需求，让用户“大视野知天下”在媒体的社会责任方面，第一视频网强调要接地气、有“温度”，做真正意义上的普通民众的媒体发声器，引导社会关注并给与弱势群体人文关怀，“以责任暖视界”。



从用户角度来看，根据调查数据显示，内容有思想有深度、传播性强、最现场、最互动成为用户公认代表第一视频网形象的关键词，超过7成的第一视频网用户对第一视频网的新闻内容感到满意，其中对于新闻的现场及时、独家深刻、内容迅速等方面，满意度尤为突出；在互动方面，84.5%的第一视频用户关注网站中的新闻视频内容，依托优秀的内容基础和便捷的互动体验，第一视频网用户参与新闻互动意愿强烈，75%的第一视频用户愿意参与新闻的站内互动评论，77%的第一视频用户愿意将新闻转发至微博等社交网络，且有超过6成的用户喜欢微信和微博的方式推送新闻内容，对于第一视频网微信、微博平台，用户推荐度高；丰富的独家内容对于用户吸引力高，通过本次调研数

据可以得出，第一视频网用户对其忠诚度高，76%的第一视频网用户认为第一视频网在自己的日常生活中不可替代，并有超过75%的第一视频网用户愿意向他人推荐第一视频网。整体来看，第一视频网用户在活跃度、高粘度、高互动参与度和忠诚度方面表现良好，第一视频网的“八度”定位在用户群体中得到了关注与认可。

从用户属性来看，第一视频网用户以北、上、广等一线城市的70后和80后职场精英人群为主，属于典型的高学历、高收入、高追求的三高人群，在广告偏好方面，用户对第一视频网的广告持正面接受的态度，广告到达效果好；在日常消费方面，购买产品覆盖快消、3C、金融、汽车、医疗、酒类等产品，购买产品的渠道线上线下均有涉及，这类用户在购买产品时具备独立决策能力，未来一年欲购产品品类丰富，预算充足，购买力强。

综合来看，在这个用户个性化需求的旺盛时代，第一视频网强调用户发现新闻，提高了用户对新闻内容的关注度；同时，便捷的分享体验提高使得用户更加乐于传播；第一视频网的用户基本属性与其品牌定位相匹配，第一视频网媒体营销价值高。

（原标题：艾瑞咨询：第一视频打造最有“度”新闻媒体）

数据来源：

<http://news.sina.com.cn/o/2014-05-05/004730059306.shtml>