



艾瑞咨询发布《2023年Q1中国移动互联网流量季度报告》显示:

## 网民使用黏性有所降低 短视频之争呈现新变化

□本报记者 张博

“伴随疫情影响逐渐消散,线下需求的回暖分流线上注意力,网民使用黏性有所降低。”据艾瑞咨询发布《2023年Q1中国移动互联网流量季度报告》(以下简称《报告》)显示,截至2023年3月,中国移动互联网月独立设备数达13.92亿台,整体逼近天花板;人均单日使用时长和人均单日使用次数均有不同程度降低;长短视频赛道之间也出现新变化。

### 多行业复苏态势

《报告》显示,伴随疫情放开,线下回暖分流线上注意力,截至2023年3月,移动互联网月人均单日使用时长为4.77小时,同比减少18.2分钟;移动互联网月人均单日使用次数同比减少6.6次,下降至单日67.1次。



但从行业层面来看,网民线上渗透率持续加深,在23个一级行业中,有19个行业实现同比增长。《报告》分析认为,一方面是由于疫情消散带来的恢复性增长,如电子商务、金融理财、旅游出行、学习教育、汽车服务等行业,2022年第一季度同比降幅明显,至2023年第一季度,行业迎来快速修复;另一方面是由于网民长期的线上行为改变,如美食外卖、女性亲子、医疗健康等行业,同比增长持续,在网民生活中扮演越来越重要的角色。

《中国新闻出版广电报》记者梳理《报告》发现,在国家稳经济政策靠前部署的背景下,第一季度网民需求释放,经济文化生活展开新局面。如汽车资讯行业快速回暖,春节淡季仍逆势上涨,3月汽车资讯行业环比增长12.4%,同比实现6.7%增长;用户结构优化,中高消费能力占比提高。

此外,《报告》显示电影行业复苏态势显现,线上线下文娱活动日益丰富,电影票务行业春节档同比增长8.5%,恢复至2021年的82.6%;游戏行业用户规模达8.07亿,仅次于2020年疫情长假期间。《报告》分析认为,2023年春节档用户规模恢复至疫前八成,影片生产发行与观众供需两热,预计全年影业将持续回暖。

### 从竞争走向竞合

《报告》指出,2023年第一季度中国移动互联网视频服务行业总体流量与时长趋稳,但存量竞争持续,只不过长短视频赛道之间由竞争逐渐转向竞合。

《报告》显示,截至2023年3月,视频服务行业月活跃设备数已达13.25亿台,同比增长0.3%;人均单日使用时长176.4分钟,同比减少7分钟。对此,《报告》分析认为,如此变化趋势足见视频行业红利见顶,长短视频赛道间存量竞争是主题。

但记者在梳理《报告》时也发现,随着在线时长的饱和,用户注意力的竞争日益激烈,长短视频在近两年均进入成熟期,流量与时长变化减小,行业长短之争呈现长短视频之势。《报告》分析认为,这是由于2022年以来,头部在线视频平台与短视频相继达成合作,共享流量市场所致。

事实上,仔细梳理《报告》可以看到,2023年第一季度短视频、在线视频、聚合视频细分行业之间共同设备数占比环比上季,均有不同程度提升:短视频和在线视频共同设备数占比达60.1%,环比2022年第四季度增长3.08个百分点;短视频和聚合视频共同设备数占比达25.0%,环比2022年第四季度增长1.57%;在线视频和聚合视频共同设备数占比达25.8%,环比2022年第四季度增长1.63个百分点。

《报告》同时对2023年第一季度中国互联网用户规模过亿的APP进行排行。记者看到,用户规模亿级以上的APP复合增长前三名为:交管12123、百度地图、高德地图,分别为29.7%、8.5%和6.7%;用户规模5000万级以上的APP复合增长前三名是:58同城、安居客、大众点评网,分别为76.0%、23.5%和21.5%;而在用户规模1000万级以上APP中,复合增长前三名是:大麦、影视大全、前程无忧,分别为91.9%、74.9%和23.1%。

## 产业焦点

用好融媒体中心 走好网上群众路线

# 群众新闻网:乡村传播者 农户代言人

□本报记者 杜一娜

5月中旬,中国—中亚峰会在西安举行,1000多名中外记者汇聚昔日长安。西安大唐不夜城、大唐芙蓉园等文化街区和国际会议中心、灞河沿岸生态园区的美景刷屏各应用端。

一方面,群众新闻网将优秀的峰会稿件向陕西各市县融媒体中心进行推送;另一方面联合省内17家县级融媒体中心以及西安城墙管委会、西安饮食集团等单位,围绕品陕西味道、览陕西风光、赏陕西文化等快速制作推出《精彩陕西》系列视频产品,在大主题下讲述乡土陕西的烟火故事。同时,陕西全省各市县融媒体中心通过群众新闻客户端“群众拍”频道上传视频2000余条,借势推介各地旅游资源和产品。

在2023年全国党媒网站高峰论坛上,群众新闻网总编辑朱剑以此案例开讲,介绍了陕西日报社新媒体平台——群众新闻网近几年如何联动融媒体中心赋能区域发展的实践。

### 以“大通联”汇聚群众声音

“我们的采编队伍不仅仅是采编部门编辑记者,全省108个区县融媒体中心、1.3万名各行各业的通讯员,甚至1300万群众新闻客户端用户通过‘群众拍’都成为我们的内容供给源。”

朱剑介绍,《陕西日报》和群众新闻网打通通联机制、打通发稿渠道,推进“大通联”工作,把通讯员作为新闻宣传队伍的第二主力军进行培养。

此外,群众新闻网以常态化运用融媒直播、热文周榜、“群众融媒+”等新媒体形式,积极联动市县融媒体中心,极大拉近群众新闻与全省各市县的距离。在脱贫攻坚、乡村振兴、文旅复苏等重大主题宣传报道上协同发力。目前,群众新闻网已经推出融媒海报、融媒短视频、融媒直播、专题报道等融媒产品形式130个。

朱剑举了两个案例。2021年12月,“群众融媒+”上线,以“同命题”方式联动陕西区县融媒体中心或通讯员,在重要节点推出优质策划报道。朱剑表示,该栏目已发布产品45期,以主题鲜明、文案走心、形式新颖的特色,吸引区县融媒体中心纷纷学习效仿。

再如,今年3月,群众新闻客户端6.0版本上线,同时推出“陕西的春天有多美”主题征集活动,邀请网友和陕西全



群众新闻网联合陕西省渭南市商务局在蒲城县举办“吃蒲城 最关中”2023全国地标美食烹饪争霸赛。图为群众正在参观美食宴席展。 资料图片

省区县融媒体中心一起找寻春天的足迹,吸引10万人次在“群众拍”参与视频制作发布,在网上展现了朝气蓬勃、别开生面的美丽乡村图景。

群众新闻网还持续深化视频内容改革,强化直播在融媒时代的突出作用,深度推进与融媒体中心的互联互通,实现双向赋能、立体传播。

“今年我们已推出融媒直播、现场直播、慢直播等60余场,观看量达800万次。”朱剑举例道,“在乡村振兴的田野上”乡村大直播中,他们带领网友了解绿水青山中县域经济和乡村振兴背后“火热”发展的故事;“五一”假期,他们联合8家融媒体中心精心推出《缤纷“五一”我在陕西遇见你》融媒直播,云游览长安十二时辰主题街区、大唐西市博物馆、吴堡黄河二碛景区、神木丹霞地貌及黄河壶口瀑布旅游区、终南山南台景区等,充分展示陕西各地文旅复苏景象。

### 以“大调研”讲好乡村故事

推进乡村振兴,新闻力量不容忽视。朱剑认为,媒体视角要回归乡土大地,在广阔的田野间寻找时代印记。据介绍,陕西日报社已经不间断开展了5年“全媒体

行动调研采访活动”,成为建设“四全媒体”的品牌活动。

2021年5月,陕西日报社、群众新闻网首次组织9市党报、市县两级融媒体中心加盟,进行“晒比看·全省全媒体行动”,使这项品牌活动更具广泛性和影响力。

朱剑表示,他们树立起一盘棋思维,在重大主题、重要节点积极策划活动,整合省市党报、融媒体中心的内容优势和融合传播渠道,组织记者编辑深入社区、村组、田间、工地等基层,真实记录百姓生活和社会发展变化。

2021年8月中旬,陕西日报社、群众新闻网启动“小康圆梦·陕西乡村调查”活动,5组记者分别前往关中、陕北、陕南5个村庄开展为期8天的蹲点调研。年轻记者扑下身子、沉到一线,“身入”基层,“心到”基层,与当地群众同吃同住同劳动。开设#陕西乡村调查#话题积极互动,全平台阅读量达500万次,充分展示了农村迈进共同富裕的生动实践。

面对乡村振兴的时代大潮,媒体该怎么做?朱剑认为,应发挥新闻力量,做乡村振兴的“传播者”;推动活动,做乡村

振兴的“推介官”;联动带货,做乡村振兴的“代言人”。

2022年,在陕西多部门的指导下,群众新闻网策划的“在乡村振兴的田野上”主题活动启动。据朱剑介绍,他们走进陕西省6市12县,通过媒体采访展现一批乡村“硬核”项目,通过直播带货、生态观光、农艺讲堂等活动,为乡村振兴提供助力。这次活动网端微视齐发力,省市县融媒体中心发稿超千篇,全网传播量达到1.6亿次。

朱剑说,通过记者的采访报道,受众隔空看到了科技发展为苹果丰收“护航”;看到了煤矿如何变身成市民打卡的公园;听到了文旅复苏后游客欢快的笑声;直播带货带动农产品销售30余万单……

今年5月9日,“在乡村振兴的田野上”第二季系列主题活动再度启程,包括“乡村振兴”田野媒体行、田野直播间、田野大调查、田野大讲堂以及“文化下乡 笔墨田野”、“百企千村 希望田野”、“后备箱行动”、“公益旅游扶贫”、“群众智慧供销平台”八大板块活动。朱剑表示,“一系列新变化展示了陕西多地乡村振兴的新成就,让更多的人看到我们为乡村振兴做出的努力,也让更多的人参与到乡村振兴事业中来。”

县域发展是乡村振兴的新支点。如何利用“流量”打造网红县城?朱剑说,群众新闻网也在尝试。

蒲城县是陕西的农业强县、农业大县,5月23日,群众新闻网联合渭南市商务局在蒲城县举办“吃蒲城 最关中”2023全国地标美食烹饪争霸赛暨西北农产品优质食材博览会。活动现场600家商户参会,开幕式当日现场签约的农产品订单金额近1.5亿元。举办的地标美食宴席展、美食电音节、无人机天幕秀等活动吸引线下30万、线上200多万人次参加,以活动带动“破圈”营销传播,实现地方美食文化和名优特产与旅游产业有机融合,打响了蒲城县的餐饮品牌和农产品品牌,更是带动了一批项目的签约落地。

乡村振兴路上有丰收的喜悦,也有媒体的深度探索。在媒体融合发展过程中,时刻关注农业农村农民,是媒体助力乡村振兴的应有之义。朱剑表示,下一步,群众新闻网将一如既往、持续关注乡村振兴的这场伟大变革,联动用好融媒体中心,扎实走好网上群众路线,传递权威主流媒体声音,讲好中国乡村故事。

## 一线观察

# 个人信息安全锁还需加强

□马聿北

大数据时代,用户的个人信息安全越来越得到社会各界的广泛关注。随着“互联网+”不断延伸,各种服务应用程序(以下简称APP)不断发展,用户的个人信息安全风险日显突出。为更好地保障公民的个人信息安全,必须教育引导用户提高自我防范意识,并强化运营责任,保障用户的个人信息权。通过采取政府监管、行业自治和用户协管等手段做好监管工作的同时,还应加快移动互联网应用程序公共服务平台建设,严格政府执法并细化相关法规的执行措施。

### 窃取用户信息五种表现形式

中国互联网络信息中心发布的第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年6月,在我国10.51亿的网民规模中,有21.8%的网民遭遇过个人信息泄露。中国信息通信研究院2022年发布的《中国信息消费发展态势报告》也显示要警惕数据安全、个人信息泄露。事实上,自《中华人民共和国个人信息保护法》实施以来,全国多地公安机关破获多起侵犯公民个人信息的犯罪案件,但各类APP依然以各种手段影响和窃取用户信息,其主要表现在以下5个方面。

**不正当收集用户信息。**下载运行多数购物APP,需要允许通讯录权限;下载运行社交APP,需要允许位置权限;即使借用共享充电宝,也要提供个人信息;还有一些APP运营商,未经用户同意读取用户通讯录,并通过短信等恶意骚扰通讯录联系人,强置广告,推销产品。

**不正当修改用户信息。**某些APP未经允许泄露、非法收集和保存用户个人信息,在隐私政策中添加“管理员”等是侵害个人信息安全的常用手段。如一些时尚购物APP被查出存在未经用户允许擅自修改用户信息。

**未经允许泄露个人信息。**据中国消费者协会《APP个人信息泄露调查报告》显示,有85%以上的APP用户称其个人信息

泄露。另外,部分APP存在过分要求用户许可、非法收集和保存用户个人数据,以及在隐私政策中添加“霸王条款”等现象。在非法泄露用户个人信息方面,智能手机软件占据了很大比重。

**隐私政策内容与实际不符。**隐私政策所声明收集的个人数据/系统权限以及提供的业务功能等,与实际不符,存在隐瞒、冗余、偏差、错误或不属实等问题。

**不充分明示个人敏感信息使用规则。**收集身份证号码、银行卡号、生物特征识别信息等个人敏感信息时,未以显著方式同步告知收集目的、使用规则、安全保障措施等。如APP收集人脸信息前未展示单独协议或进行显著特殊说明,在用户点击“继续”后,APP在无任何提示的情况下便开始采集用户的人脸信息。

### 用户个人信息保护的解决对策

为加强APP用户个人资料的采集与利用的管理,国家有关部门2019年出台了《APP违法违规收集使用个人信息行为认定方法》,对APP用户的个人资料进一步监管,也为数据安全保护提供了强有力的法规依据,但是非法收集、修改、泄露个人信息的情况依然频发。在此背景下,对APP使用者个人信息收集和利用的更为详细的监督和管理方法亟须探索和改善。

**增强用户个人信息保护意识。**中国消费者协会《APP个人信息泄露调查报告》显示,能够认真阅读APP用户协议或隐私条款的用户仅占19.7%;阅读APP用户协议而不阅读个人信息安全条款的比例为26.2%。调查结果表明,多数手机使用者对个人资料的保护意识较差,或是由于用户协议和使用条款文字表达不当、条款展示的网络技术欠缺,或是由于使用者对APP经营者的信赖,或是由于使用者协定内容相似,致使部分消费者阅读协议时只粗略地看了一遍或仅看了最关键的章节,却忽视了有关隐私条款的文字描述,从而忽视了关键信息和关键提示。

**强化运营者责任意识,倡导“信息地位对等”。**在“突发事件”和“敏感信息提示”中,使用者处于相对弱势的位置。由于绝大部分APP开发者和运营者都标榜以“假想买家”的方式与使用者进行“公平的资讯买卖”,而使用者因自身对于APP开发者和运营者所提供的服务需求强烈,而不得不接受“不公平合约”,造成信息地位的不对等。“霸权意识”是经营者的普遍特征。因此,必须确立并加强“经营者与使用者信息平等”的观念,加强对个人资料的保护,增强经营者的责任心。

**政府监管、行业自治、用户协管,齐头并进。**目前,在对APP用户的隐私保护问题进行评价的过程中,运营者主动承担“主体责任”是实现个人信息充分保护的一个重要环节,但很多运营者仍然没有意识到自己的职责与角色,也没有建立起“主体责任”。这就要求各方逐步构建新的监督管理模式,把综合性的思想和方法统一起来,协调各行业、各部门提供全方位监督,形成政府监管、行业自治、用户协管的生态环境。

除了日常必需的政府监管,运营者必须要自我监管,也就是经营单位要遵守行为规范。比如,荷兰通过不同行业组织公

布不同产业的信息行为规范,补充了政府对信息保护的直接监管。企业或经营者在履行职责和义务的过程中,可以让用户广泛参与协助管理,即赋予使用者“举报权”,以辅助完成整个监督工作。

同时,还应加快移动互联网应用程序公共服务平台建设,增强监测检测、风险预警、溯源认证等技术能力。健全行业自律、服务协同、评价监督机制,营造争先创优、互促共进的良好环境。加强APP全链条治理,规范软件安装卸载、自动续费、开屏弹窗等服务行为,切实维护人民群众的财产安全与合法权益。

此外,要严格执行法律、法规及相关政策,精准管理。我国现有法律法规和相关政策虽然对个人信息保护和非法收集、使用用户个人信息等问题进行了明确规定,但仍存在着执法不严的问题,且平台管理者并未因违规而付出代价。因此,监督管理部门必须依法办事,通过实践制定执行细节,加大处罚力度,并加大宣传力度,及时公布典型处罚案例,增加违法行为惩戒曝光度,充分发挥反面案例的警示和教育作用,形成用户个人信息保护主动负责、主动维护的良好风气。



资料图片