

2020-2025年中国自媒体行业行业市场评估与行业前景调研分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2020-2025年中国自媒体行业行业市场评估与行业前景调研分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/O62853B42J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2020-08-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2020-2025年中国自媒体行业行业市场评估与行业前景调研分析报告》介绍了自媒体行业相关概述、中国自媒体产业运行环境、分析了中国自媒体行业的现状、中国自媒体行业竞争格局、对中国自媒体行业做了重点企业经营状况分析及中国自媒体产业发展前景与投资预测。您若想对自媒体产业有个系统的了解或者想投资自媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 自媒体行业相关概述1.1 性质1.1.1 媒介即讯息1.1.2 表现渠道1.1.3 力量来源1.1.4 内容构成1.2 自媒体的特点1.2.1 平民化、个性化1.2.2 门槛低、运作简单1.2.3 交互性强、传播迅速1.2.4 总体质量良莠不齐1.3 自媒体的影响力1.3.1 受众影响1.3.2 社会影响1.3.3 传播效果影响1.4 表现形式1.4.1 微信微博平台1.4.2 科技博客1.4.3 自制视频1.4.4 广告传播1.5 自媒体对传统媒体的挑战1.5.1 传播模式的改变1.5.2 进入门槛的改变1.5.3 空间时间的改变1.5.4 媒体内容的改变 第二章 自媒体行业市场特点概述2.1 行业市场概况2.1.1 行业市场特点2.1.2 行业市场化程度2.1.3 行业利润水平及变动趋势2.2 进入本行业的主要障碍2.2.1 资金准入障碍2.2.2 市场准入障碍2.2.3 技术与人才障碍2.2.4 其他障碍2.3 行业的周期性、区域性2.3.1 行业周期分析1、行业的周期波动性2、行业产品生命周期2.3.2 行业的区域性2.4 行业与上下游行业的关联性2.4.1 行业产业链概述2.4.2 上游产业分布2.4.3 下游产业分布 第三章 2016-2019年中国互联网产业发展环境分析3.1 互联网行业规模3.1.1 网络经济规模3.1.2 细分市场格局3.1.3 重点企业格局3.2 互联网用户情况3.2.1 总体网民规模3.2.2 手机网民规模3.2.3 农村网民规模3.3 互联网应用情况3.3.1 互联网基础资源3.3.2 网民上网时长3.3.3 网络应用特征3.4 互联网重点应用领域3.4.1 信息获取类应用3.4.2 商务交易类应用3.4.3 沟通交流类应用3.4.4 网络娱乐类应用 第四章 2016-2019年中国自媒体行业发展环境分析4.1 自媒体行业政治法律环境（P）4.1.1 行业主管部门分析4.1.2 行业监管体制分析4.1.3 行业主要法律法规4.1.4 相关产业政策分析4.1.5 行业相关发展规划4.1.6 政策环境对行业的影响4.2 自媒体行业经济环境分析（E）4.2.1 宏观经济形势分析4.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析4.3 自媒体行业社会环境分析（S）4.3.1 自媒体产业社会环境4.3.2 社会环境对行业的影响4.4 自媒体行业技术环境分析（T）4.4.1 自媒体技术分析4.4.2 自媒体技术发展水平4.4.3 行业主要技术发展趋势4.4.4 技术环境对行业的影响 第五章 全球自媒体行业发展概述5.1 2016-2019年全球自媒体行业发展情况概述5.1.1 全球自媒体行业发展现状5.1.2 全球自媒体行业发展特征5.1.3 全球自媒体行业市场规模5.2 2016-2019年全球主要地区自媒体行业发展状况5.2.1 欧洲自媒体行业发展情况概述5.2.2 美国自媒体行业发展情况概述5.2.3 日韩自媒体行业发展情况概述5.3 2020-2025年全球自媒体行业趋势预测分

析5.3.1 全球自媒体行业市场规模预测5.3.2 全球自媒体行业趋势预测分析5.3.3 全球自媒体行业
发展趋势分析5.4 全球自媒体行业重点企业发展动态分析 第六章 中国自媒体行业发展概
述6.1 自媒体行业发展概况6.1.1 发展历程6.1.2 发展态势6.1.3 特征现状6.1.4 市场主体6.1.5 政
策监管6.1.6 优劣势分析6.2 自媒体人属性分析6.2.1 盈利情况6.2.2 自媒体运营障碍6.2.3 所属
领域6.2.4 年龄结构6.2.5 工作满意度6.2.6 总结6.3 自媒体用户偏好分析6.3.1 信息来源偏好6.3.2
内容呈现方式6.3.3 图文消息数量6.3.4 信息传播形式6.4 传统媒体自媒体改革动态6.4.1 传统媒
体转型概述6.4.2 官媒应对自媒体挑战6.4.3 传统门户网站改革6.4.4 纸媒发展方向分析6.5 中国
自媒体联盟发展分析6.5.1 主要自媒体联盟介绍6.5.2 自媒体联盟竞争动态6.5.3 自媒体联盟经
营模式6.6 自媒体行业发展存在的问题6.6.1 自媒体盈利压力严峻6.6.2 自媒体发展瓶颈分
析6.6.3 自媒体发展制约因素6.6.4 自媒体发展面临痛点6.7 自媒体行业发展措施分析6.7.1 自媒
体行业发展建议6.7.2 自媒体运营策略分析6.7.3 自媒体未来发展方向 第七章 2016-2019年中国
自媒体平台发展分析7.1 自媒体平台发展概况7.1.1 自媒体平台的概念7.1.2 发展现状分析7.1.3
版权保护现状7.2 自媒体平台的类型介绍7.2.1 TMT平台7.2.2 新闻客户端平台7.2.3 社交型平
台7.3 2016-2019年中国自媒体平台竞争格局7.3.1 发展速度分析7.3.2 企业布局动态7.3.3 重点平
台介绍7.4 中国自媒体平台用户分析7.4.1 自媒体平台竞争格局7.4.2 自媒体平台使用用途7.4.3
自媒体平台用户习惯7.5 自媒体平台的投资预测7.5.1 信息传播价值的提升7.5.2 新闻传播实效
性更强7.5.3 完善的法律制度7.5.4 信息传播空间更加广阔 第八章 2016-2019年中国主要类别自
媒体发展分析8.1 视频自媒体8.1.1 发展综况8.1.2 典型案例8.1.3 成功要素8.1.4 优劣势对比8.1.5
面临的挑战8.1.6 发展建议8.2 财经自媒体8.2.1 主要类型8.2.2 发展模式8.2.3 发展规模8.2.4 竞
争格局8.2.5 联盟发展8.3 科技自媒体8.3.1 发展模式创新8.3.2 市场竞争格局8.3.3 当前发展弊
病8.4 汽车自媒体8.4.1 用户群体分析8.4.2 用户关注信息8.4.3 与传统媒体合作8.4.4 行业联盟
成立8.4.5 典型案例分析8.4.6 行业发展乱象8.5 文学自媒体8.5.1 发展现状8.5.2 平台应用8.5.3
发展创新8.5.4 主要作用8.6 体育自媒体8.6.1 对体育传播的影响8.6.2 行业发展动态8.6.3 企业
发展动态8.7 校园自媒体8.7.1 参与主体分析8.7.2 领域竞争格局8.7.3 校园媒体态势8.7.4 校园
文化建设8.8 生活服务类自媒体8.8.1 美食自媒体8.8.2 旅游自媒体8.8.3 时尚自媒体8.8.4 音乐
自媒体8.8.5 游戏自媒体 第九章 中国自媒体行业商业模式分析9.1 自媒体行业商业模式综
述9.1.1 自媒体流量变现模式9.1.2 流量变现盈利模式9.1.3 自媒体平台商业模式9.1.4 商业模式
亟待变革9.2 自媒体传播模式分析9.2.1 自媒体传播优势9.2.2 自媒体传播环境变化9.2.3 自媒体
信息传播特性9.2.4 自媒体信息扩散模式9.3 自媒体变现模式分析9.3.1 品牌模式9.3.2 明星模
式9.3.3 写手模式9.3.4 渠道模式9.3.5 产品模式9.3.6 会员模式9.3.7 联盟优选模式9.3.8 平台交
易模式9.4 自媒体盈利模式分析9.4.1 自媒体盈利模式概述9.4.2 主流盈利模式简介9.4.3 广告收
入9.4.4 平台补贴9.4.5 电商收入9.4.6 增值服务9.4.7 游戏开发 第十章 中国自媒体行业运营模

式分析10.1 自媒体运营模式分析10.1.1 自媒体运营重点10.1.2 自媒体运营要素10.1.3 自媒体价值评估10.2 企业自媒体建设运营模式10.2.1 企业自媒体的作用10.2.2 企业自媒体的价值10.2.3 企业自媒体运营思路10.3 自媒体营销服务分析10.3.1 自媒体推广方式10.3.2 自媒体广告模式10.3.3 自媒体广告的机遇与挑战10.4 自媒体运营方法10.4.1 定位运营核心10.4.2 团队建设建议10.4.3 重视内容为王10.4.4 品牌营销策略10.4.5 自媒体运营建议第十一章 中国自媒体行业市场格局分析11.1 中国自媒体行业竞争格局分析11.1.1 自媒体行业区域分布格局11.1.2 自媒体行业企业规模格局11.1.3 自媒体行业企业性质格局11.2 中国自媒体行业竞争五力分析11.2.1 自媒体行业上游议价能力11.2.2 自媒体行业下游议价能力11.2.3 自媒体行业新进入者威胁11.2.4 自媒体行业替代产品威胁11.2.5 自媒体行业现有企业竞争11.3 中国自媒体行业竞争SWOT分析11.3.1 自媒体行业优势分析(S) 11.3.2 自媒体行业劣势分析(W) 11.3.3 自媒体行业机会分析(O) 11.3.4 自媒体行业威胁分析(T) 11.4 中国自媒体行业投资兼并重组整合分析11.4.1 投资兼并重组现状11.4.2 投资兼并重组案例11.5 中国自媒体行业重点企业竞争策略分析第十二章 中国主要自媒体平台发展分析12.1 微信公众账号12.1.1 平台介绍12.1.2 运行现状12.1.3 发布规律12.1.4 发展规模12.1.5 内容多样化12.1.6 商业化探索12.2 新浪微博12.2.1 平台介绍12.2.2 运营成果12.2.3 用户分析12.2.4 激励模式12.2.5 投资情况12.3 百度百家12.3.1 平台介绍12.3.2 运作模式12.3.3 发展优势12.3.4 运营成果12.4 今日头条12.4.1 平台介绍12.4.2 发展动态12.4.3 扶持自媒体12.4.4 启动项目孵化12.5 360自媒体12.5.1 平台介绍12.5.2 平台特点12.5.3 运营方式12.6 虎嗅网12.6.1 平台介绍12.6.2 运营情况12.6.3 业务模式12.6.4 资本运作第十三章 中国自媒体行业典型案例分析13.1 逻辑思维13.1.1 自媒体简介13.1.2 专业化传播队伍13.1.3 个性化传播内容13.1.4 丰富的推广渠道13.1.5 对其他自媒体的启示13.2 吴晓波频道13.2.1 运营情况13.2.2 发展态势13.2.3 盈利模式13.2.4 运营战略13.3 一条13.3.1 发展历程13.3.2 发展成就13.3.3 运营战略13.3.4 发展方向13.4 餐饮老板内参13.4.1 发展历程13.4.2 运营情况13.4.3 业务模式13.4.4 优势分析13.5 十点读书13.5.1 基本介绍13.5.2 产品矩阵13.5.3 内容与定位13.5.4 运营模式13.5.5 优势分析13.5.6 融资动态13.6 其他典型案例介绍13.6.1 云科技13.6.2 七星会13.6.3 冷笑话精选第十四章 2020-2025年中国自媒体行业发展趋势与前景分析14.1 2020-2025年中国自媒体市场趋势预测14.1.1 2020-2025年自媒体市场发展潜力14.1.2 2020-2025年自媒体市场趋势预测展望14.1.3 2020-2025年自媒体细分行业趋势预测分析14.2 2020-2025年中国自媒体市场发展趋势预测14.2.1 2020-2025年自媒体行业发展趋势1、重度的垂直细分2、优质内容愈发重要3、建立高壁垒内容4、团队化、资本化5、去公众号化14.2.2 2020-2025年自媒体市场规模预测14.2.3 2020-2025年自媒体行业应用趋势预测14.2.4 2020-2025年细分市场发展趋势预测14.4 影响企业生产与经营的关键趋势14.4.1 行业发展有利因素与不利因素14.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测14.4.3 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 2020-2025年中国自媒体行业行业前景调研15.1 自媒体行业投资现状分析15.1.1 自媒体行业投资规模分析15.1.2 自媒体行业投资资金来源构成15.2 自媒体行业投资特性分析15.2.1 自媒体行业进入壁垒分析15.2.2 自媒体行业盈利模式分析15.2.3 自媒体行业盈利因素分析15.3 自媒体行业投资机会分析15.3.1 产业链投资机会15.3.2 细分市场投资机会15.3.3 重点区域投资机会15.3.4 产业发展的空白点分析15.4 自媒体行业投资前景分析15.4.1 自媒体行业政策风险15.4.2 宏观经济风险15.4.3 市场竞争风险15.4.4 关联产业风险15.4.5 产品结构风险15.4.6 技术研发风险15.4.7 其他投资前景15.5 自媒体行业投资潜力与建议15.5.1 自媒体行业投资潜力分析15.5.2 自媒体行业最新投资动态15.5.3 自媒体行业投资机会与建议 第十六章 研究结论及建议16.1 研究结论16.2 建议16.2.1 行业投资策略建议16.2.2 行业投资方向建议16.2.3 行业投资方式建议 图表目录 图表：中国自媒体化进程 图表：自媒体人运营对象 图表：自媒体能否实现盈利 图表：自媒体盈利规模 图表：自媒体盈利模式 图表：自媒体运营障碍 图表：2019年自媒体人从事领域 图表：2019年自媒体人年龄分布 图表：自媒体人职业满意度 图表：自媒体人加班频率 图表：自媒体平均工作时间 图表：用户喜欢的内容呈现方式 图表：用户喜欢的图文消息数量 图表：用户喜欢的消息传播方式 图表：几大社会化媒体平台发展速度 图表：七大互联网巨头抢夺自媒体 图表：2019年我国自媒体平台使用率 图表：2019年我国自媒体平台使用用途 图表：2019年自媒体平台用户使用习惯 图表：自媒体流量的变现模式 图表：流量变现的稿费盈利模式 图表：流量变现的类经纪人盈利模式 图表：百度自媒体商业模式 图表：微信公众号商业模式 图表：“腾讯大家”商业模式 图表：自媒体盈利模式 图表：自媒体靠流量从平台获益盈利模式 图表：依靠自媒体本身的内容和渠道盈利 图表：自媒体内容广告化盈利模式 图表：自媒体除广告之外的衍生盈利方式 图表：自媒体利用粉丝经济的电商模式 图表：自媒体利用社群运营的会员制模式 图表：自媒体主要广告类型 图表：2019年自媒体融资案例 图表：互联网参与感趋势 图表：2016-2019年自媒体行业市场规模分析 图表：2020-2025年自媒体行业市场规模预测 图表：2020-2025年中国自媒体市场趋势分析 图表：2020-2025年中国自媒体市场价格走势预测 图表：2020-2025年中国自媒体趋势预测分析 图表：投资建议略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/O62853B42J.html>