2020-2025年中国自媒体市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国自媒体市场运行态势及行业发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//channel/media/650233.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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。

二、报告目录及图表目录

自媒体是指普通大众通过网络等途径向外发布他们本身的事实和新闻的传播方式。“自媒体”，英文为“We Media”。是普通大众经由数字科技与全球知识体系相连之后，一种提供与分享他们本身的事实和新闻的途径。是私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。
国内主要的自媒体平台有微博、微信、头条号等，其中微信公众号数量占自媒体整体账号数量的63.4%排名第一；其次是头条号，自媒体账号数量占比为19.3%。
各自媒体平台自媒体账号占比分布

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。
报告目录：
第一章 自媒体行业发展综述
1.1行业相关概述
1.1.1自媒体的定义
1.1.2自媒体的定位
1.1.3自媒体的属性
1.1.4自媒体核心功能
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自媒体对传统媒体的挑战
1.4.1传播模式的改变
1.4.2进入门槛的改变
1.4.3空间时间的改变

1.4.4媒体内容的改变
第二章 2015-2019年中国互联网产业发展环境分析
2.1互联网行业规模
2.1.1网络经济规模
2.1.2细分市场格局
2.1.3重点企业格局
2.2互联网用户状况分析
2.2.1总体网民规模
2.2.2手机网民规模
2.2.3农村网民规模
2.3互联网应用状况分析
2.3.1互联网基础资源
2.3.2网民上网时长
2.3.3网络应用特征
2.4互联网重点应用领域
2.4.1信息获取类应用
2.4.2商务交易类应用
2.4.3沟通交流类应用
2.4.4网络娱乐类应用
第三章 2015-2019年中国自媒体行业发展分析
3.1自媒体行业发展概况
3.1.1发展历程
3.1.2发展态势
3.1.3特征现状调研
3.1.4市场主体
3.1.5政策监管
3.1.6优劣势分析
3.2自媒体人属性分析
3.2.1盈利状况分析
3.2.2自媒体运营障碍
3.2.3所属领域
3.2.4年龄结构
3.2.5工作满意度
3.2.6总结
3.3自媒体用户偏好分析

3.3.1信息来源偏好
3.3.2内容呈现方式
自媒体内容生产方式有图文、视频、动图、直播等方式，其中图文一76%的占比稳居第一，短视频一16%的占比排名第二。
自媒体内容生产方式占比分布

3.3.3图文消息数量
3.3.4信息传播形式
3.4传统媒体自媒体改革动态
3.4.1传统媒体转型概述
3.4.2官媒应对自媒体挑战
3.4.3传统门户网站改革
3.4.4纸媒发展方向分析
3.5中国自媒体联盟发展分析
3.5.1主要自媒体联盟介绍
3.5.2自媒体联盟竞争动态
3.5.3自媒体联盟经营模式
3.6自媒体行业发展存在的问题
3.6.1自媒体盈利压力严峻
3.6.2自媒体发展瓶颈分析
3.6.3自媒体发展制约因素
3.6.4自媒体发展面临痛点
3.7自媒体行业发展措施分析
3.7.1自媒体行业发展建议
3.7.2自媒体运营策略分析
3.7.3自媒体未来发展方向
第四章 2015-2019年中国自媒体平台发展分析
4.1自媒体平台发展概况
4.1.1自媒体平台的概念
4.1.2发展现状分析
4.1.3版权保护现状调研
4.2自媒体平台的类型介绍
4.2.1 TMT平台
4.2.2新闻客户端平台
4.2.3社交型平台

4.3 2015-2019年中国自媒体平台竞争格局
4.3.1发展速度分析
4.3.2企业布局动态
4.3.3重点平台介绍
4.4中国自媒体平台用户分析
4.4.1自媒体平台竞争格局
4.4.2自媒体平台使用用途
4.4.3自媒体平台用户习惯
4.5自媒体平台的投资预测分析
4.5.1信息传播价值的提升
4.5.2新闻传播实效性更强
4.5.3完善的法律制度
4.5.4信息传播空间更加广阔
第五章 2015-2019年中国主要类别自媒体发展分析
5.1视频自媒体
5.1.1发展综况
5.1.2典型案例
5.1.3成功要素
5.1.4优劣势对比
5.1.5面临的挑战
5.1.6发展建议
5.2财经自媒体
5.2.1主要类型
5.2.2发展模式
5.2.3发展规模
5.2.4竞争格局
5.2.5联盟发展
5.3科技自媒体
5.3.1发展模式创新
5.3.2市场竞争格局
5.3.3当前发展弊病
5.4汽车自媒体
5.4.1用户群体分析
5.4.2用户关注信息
5.4.3与传统媒体合作

5.4.4行业联盟成立
5.4.5典型案例分析
5.4.6行业发展乱象
5.5文学自媒体
5.5.1发展现状调研
5.5.2平台应用
5.5.3发展创新
5.5.4主要作用
5.6体育自媒体
5.6.1对体育传播的影响
5.6.2行业发展动态
5.6.3企业发展动态
5.7校园自媒体
5.7.1参与主体分析
5.7.2领域竞争格局
5.7.3校园媒体态势
5.7.4校园文化建设
5.8生活服务类自媒体
5.8.1美食自媒体
5.8.2旅游自媒体
5.8.3时尚自媒体
5.8.4音乐自媒体
5.8.5游戏自媒体
第六章 中国自媒体行业商业模式分析
6.1自媒体行业商业模式综述
6.1.1自媒体流量变现模式
6.1.2流量变现盈利模式
6.1.3自媒体平台商业模式
6.1.4商业模式亟待变革
6.2自媒体传播模式分析
6.2.1自媒体传播优势
6.2.2自媒体传播环境变化
6.2.3自媒体信息传播特性
6.2.4自媒体信息扩散模式
6.3自媒体变现模式分析

6.3.1品牌模式
6.3.2明星模式
6.3.3写手模式
6.3.4渠道模式
6.3.5产品模式
6.3.6会员模式
6.3.7联盟优选模式
6.3.8平台交易模式
6.4自媒体盈利模式分析
6.4.1自媒体盈利模式概述
6.4.2主流盈利模式简介
6.4.3广告收入
6.4.4平台补贴
6.4.5电商收入
6.4.6增值服务
6.4.7游戏开发
第七章 中国自媒体行业运营模式分析
7.1自媒体运营模式分析
7.1.1自媒体运营重点
7.1.2自媒体运营要素
7.1.3自媒体价值评估
7.2企业自媒体建设运营模式
7.2.1企业自媒体的作用
7.2.2企业自媒体的价值
7.2.3企业自媒体运营思路
7.3自媒体营销服务分析
7.3.1自媒体推广方式
7.3.2自媒体广告模式
7.3.3自媒体广告的机遇与挑战
7.4自媒体运营方法
7.4.1定位运营核心
7.4.2团队建设建议
7.4.3重视内容为王
7.4.4品牌营销策略
7.4.5自媒体运营建议

第八章 中国主要自媒体平台发展分析
8.1微信公众账号
8.1.1平台介绍
8.1.2运行现状调研
8.1.3发布规律
8.1.4发展规模
8.1.5内容多样化
8.1.6商业化探索
8.2新浪微博
8.2.1平台介绍
8.2.2运营成果
8.2.3用户分析
8.2.4激励模式
8.2.5投资状况分析
8.3百度百家
8.3.1平台介绍
8.3.2运作模式
8.3.3发展优势
8.3.4运营成果
8.4今日头条
8.4.1平台介绍
8.4.2发展动态
8.4.3扶持自媒体
8.4.4启动项目孵化
8.5 360自媒体
8.5.1平台介绍
8.5.2平台特点
8.5.3运营方式
8.6虎嗅网
8.6.1平台介绍
8.6.2运营状况分析
8.6.3业务模式
8.6.4资本运作
第九章 中国自媒体行业典型案例分析
9.1逻辑思维

9.1.1自媒体简介
9.1.2专业化传播队伍
9.1.3个性化传播内容
9.1.4丰富的推广渠道
9.1.5对其他自媒体的启示
9.2吴晓波频道
9.2.1运营状况分析
9.2.2发展态势
9.2.3盈利模式
9.2.4运营战略
9.3一条
9.3.1发展历程
9.3.2发展成就
9.3.3运营战略
9.3.4发展方向
9.4餐饮老板内参
9.4.1发展历程
9.4.2运营状况分析
9.4.3业务模式
9.4.4优势分析
9.5十点读书
9.5.1基本介绍
9.5.2产品矩阵
9.5.3内容与定位
9.5.4运营模式
9.5.5优势分析
9.5.6融资动态
9.6其他典型案例介绍
9.6.1云科技
9.6.2七星会
9.6.3冷笑话精选
第十章 中国自媒体行业投资现状及趋势预测分析
10.1自媒体行业投资现状分析（AKLZH）
10.1.1自媒体投融资动态
10.1.2自媒体商业化发展

10.1.3自媒体投资逻辑
10.1.4自媒体投资机会
10.2自媒体行业投资前景预测
10.2.1法律风险
10.2.2内容创造风险
10.2.3市场扩张瓶颈
10.2.4市场转型风险
10.2.5盈利能力风险
10.2.6国际竞争风险
10.3自媒体行业趋势预测展望
10.3.1新媒体趋势预测展望
10.3.2自媒体行业前景预测
10.3.3自媒体行业发展方向
10.4自媒体行业发展趋势预测
10.4.1重度的垂直细分
10.4.2优质内容愈发重要
10.4.3建立高壁垒内容
10.4.4团队化、资本化
10.4.5去公众号化

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/media/650233.html