

# 2023-2029年中国聚合媒体 市场深度分析与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国聚合媒体市场深度分析与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202308/397183.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国聚合媒体市场深度分析与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章 聚合媒体行业发展综述及发展背景 1 1.1 聚合媒体的概念界定与特点分析 1 1.1.1 聚合媒体的概念界定 1 1.1.2 聚合媒体的主要特征 1 1.1.3 聚合媒体的发展阶段 2 1.2 中国聚合媒体行业的发展背景 3 1.2.1 中国聚合媒体发展的社会背景支撑 3 （1）移动端网民规模迅猛增长 3 （2）移动端上网时长不断增加 4 （3）大传媒格局改变 4 （4）网络广告大幅增长 5 （5）知识共享时代到来 6 1.2.2 中国聚合媒体发展的核心技术支撑 7 （1）云计算技术在聚合媒体中的应用 7 （2）大数据技术在聚合媒体中的应用 10 （3）搜索引擎技术在聚合媒体中的应用 12 第2章 中国聚合媒体行业发展现状及前景 14 2.1 中国聚合媒体行业市场发展现状 14 2.1.1 移动互联网网络应用渗透率分析 14 2.1.2 中国移动新闻行业用户规模分析 16 2.1.3 中国主要聚合媒体产品功能分析 19 2.2 中国聚合媒体行业市场竞争状况 23 2.2.1 中国聚合媒体行业市场竞争主体 23 2.2.2 中国聚合媒体应用市场占有率 24 第3章 聚合媒体行业商业模式的构建策略 25 3.1 关于商业模式研究的基本思想 25 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较 25 （1）商业模式定义 25 （2）商业模式与其他模式的比较 25 （3）商业模式与其他模式的关系 26 3.1.2 商业模式的核心构成要素分析 27 3.2 聚合媒体行业价值主张策略分析 28 3.2.1 商业模式中的重要价值主张要素分析 28 3.2.2 中国聚合媒体行业典型价值主张分析 29 3.2.3 聚合媒体价值主张实现途径及优秀案例 30 3.3 聚合媒体行业关键业务组合分析 31 3.3.1 聚合媒体行业的关键业务类别及特点 31 3.3.2 聚合媒体行业如何优化资讯提供业务 32 （1）FLIPBOARD的资讯提供业务优化策略 32 （2）一点资讯的资讯提供业务优化策略 33 3.3.3 聚合媒体行业如何优化广告营销业务 34 （1）SMARTNEWS的广告营销业务优化策略 34 （2）FLIPBOARD的广告营销业务优化策略 35 3.4 聚合媒体行业合作伙伴策略分析 36 3.4.1 聚合媒体行业主要合作伙伴及合作业务 36 3.4.2 聚合媒体企业处理与合作伙伴关系的策略 36 3.4.3 聚合媒体行业合作伙伴管理处理优秀案例 36 （1）SMARTNEWS的合作伙伴关系管理 36 （2）FLIPBOARD的合作伙伴关系管理 37 （3）英威诺小知的合作伙伴关系管理 37 （4）PRISMATIC的合作伙伴关系管理 38 3.5 聚合媒体行业渠道通路策略分析 38 3.5.1 中国聚合媒体行业渠道通路的类别及特点 38 3.5.2 中国聚合媒体行业各渠道通路的推广策略 39 （1）线下渠道推广策略 39 （2）应用商店推广策略 39 3.6 聚合媒体行业客户关系策略分析 40 3.6.1 聚合媒体行业客户关系的类别分析 40 3.6.2 聚合媒体行业客户关系成本分析 42 3.6.3 聚合媒体行业客户关系建立策略 42 （1）聚合媒体行业自动化服

务关系建立策略 42 (2) 聚合媒体行业共同创作关系建立策略 43 (3) 聚合媒体行业社区关系建立策略 43 3.7 聚合媒体行业收入来源策略分析 43 3.7.1 聚合媒体行业收入来源渠道分析 43 3.7.2 聚合媒体行业主要盈利模式构建 45 (1) 面向普通阅读用户的盈利模式构建 45 (2) 面向媒体用户的盈利模式构建 46 (3) 面向广告主企业的盈利模式构建 46 (4) 面向其他客户群体的盈利模式构建 46 第4章 中国聚合媒体行业商业模式创新分析 48 4.1 当前中国聚合媒体需要解决的问题 48 4.1.1 内容同质化问题 48 4.1.2 盈利模式单一问题 50 4.1.3 客户价值有待挖掘 51 4.1.4 数据共享受到限制 52 4.1.5 遭遇版权问题 53 4.1.6 面临信息审查问题 53 4.2 中国聚合媒体行业发展趋势分析 58 4.2.1 行业发展呈现化趋势 58 4.2.2 技术创新成行业突围关键 58 4.3 中国聚合媒体行业商业模式创新趋势 59 4.3.1 聚合媒体行业商业模式创新成功的因素 59 (1) 媒体的内容是基础 59 (2) 媒体运营技术是关键 59 4.3.2 聚合媒体行业商业模式创新的主要方向 60 (1) 盈利模式趋向多元化 60 (2) 技术与媒体的融合发展 61 (3) 构建良好的内容生态圈 62 第5章 中外聚合媒体商业模式构建优秀案例 68 5.1 国外聚合媒体商业模式构建优秀案例 68 5.1.1 FLIPBOARD 68 (1) 媒体基本信息分析 68 (2) 媒体用户规模分析 69 (3) 媒体运营模式分析 69 (4) 媒体盈利模式分析 69 (5) 媒体经营状况分析 70 (6) 媒体融资情况分析 70 (7) 媒体最新发展动向 71 5.1.2 FEEDLY 71 (1) 媒体基本信息分析 71 (2) 媒体用户规模分析 71 (3) 媒体运营模式分析 72 (4) 媒体盈利模式分析 72 (5) 媒体经营状况分析 73 (6) 媒体投融资情况分析 74 (7) 媒体最新发展动向 74 5.1.3 PULSE 74 (1) 媒体基本信息分析 74 (2) 媒体用户规模分析 75 (3) 媒体运营模式分析 75 (4) 媒体盈利模式分析 75 (5) 媒体经营状况分析 76 (6) 媒体投融资情况分析 76 5.1.4 PRISMATIC 76 (1) 媒体基本信息分析 76 (2) 媒体用户规模分析 76 (3) 媒体运营模式分析 77 (4) 媒体盈利模式分析 82 (5) 媒体经营状况分析 82 (6) 媒体投融资情况分析 83 5.1.5 SMART NEWS 83 (1) 媒体基本信息分析 83 (2) 媒体用户规模分析 84 (3) 媒体运营模式分析 84 (4) 媒体盈利模式分析 84 (5) 媒体经营状况分析 85 (6) 媒体投融资情况分析 85 5.2 国内聚合媒体商业模式构建优秀案例 5.2.1 ZAKER 86 (1) 媒体基本信息分析 86 (2) 媒体用户规模分析 86 (3) 媒体运营模式分析 86 (4) 媒体盈利模式分析 89 (5) 媒体经营状况分析 89 (6) 媒体融资情况分析 90 5.2.2 今日头条 91 (1) 媒体基本信息分析 91 (2) 媒体用户规模分析 91 (3) 媒体运营模式分析 92 (4) 媒体盈利模式分析 92 (5) 媒体经营状况分析 94 (6) 媒体融资情况分析 94 5.2.3 VIVA畅读 95 (1) 媒体基本信息分析 95 (2) 媒体用户规模分析 96 (3) 媒体运营模式分析 97 (4) 媒体盈利模式分析 97 (5) 媒体经营状况分析 98 (6) 媒体融资情况分析 100 5.2.4 英威诺 (INVENO) 小知 100 (1) 媒体基本信息分析 100 (2) 媒体用户规模分析 101 (3) 媒体运营模式分析 101 (4) 媒体盈利模式分析 101 (5) 媒体经营状况分析 102 (6) 媒体融资情况分析 103 5.2.5 一点资讯 104 (1) 媒体基本信息分

析 104 (2) 媒体用户规模分析 104 (3) 媒体运营模式分析 104 (4) 媒体盈利模式分析 105  
(5) 媒体经营状况分析 105 (6) 媒体融资情况分析 106 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告  
请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/397183.html>