

2024-2030年中国自媒体行业分析与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国自媒体行业分析与市场需求预测报告》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/202404/452329.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《2024-2030年中国自媒体行业分析与市场需求预测报告》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：自媒体行业综述及数据来源说明

1.1 自媒体行业界定

1.1.1 自媒体的界定

1.1.2 自媒体相似概念辨析

1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中自媒体行业归属

1.2 自媒体行业分类

1.3 自媒体行业监管规范体系

1.3.1 自媒体专业术语说明

1.3.2 自媒体行业监管体系介绍

1、中国自媒体行业主管部门

2、中国自媒体行业自律组织

1.3.3 自媒体行业标准体系建设现状（国家/地方/行业/团体/企业标准）

1、中国自媒体标准体系建设

2、中国自媒体现行标准汇总

（1）中国自媒体行业现行国家标准汇总

（2）中国自媒体行业现行行业标准汇总

（3）中国自媒体行业现行地方标准汇总

（4）中国自媒体行业现行团体标准汇总

（5）中国自媒体行业现行企业标准汇总

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法

及统计标准说明

第2章：及中国自媒体行业发展状况分析

2.1 自媒体行业发展概况分析

2.1.1 自媒体行业发展背景分析

1、网民数量

2、区域网络发展情况

3、网民上网时长

2.1.2 自媒体行业发展现状

1、自媒体用户分析

2、自媒体平台分析

2.2 中国自媒体行业发展历程介绍

2.3 自媒体与传统媒体对比

2.4 中国自媒体行业市场主体分析

2.4.1 中国自媒体行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）

2.4.2 中国自媒体行业企业数量规模

2.4.3 中国自媒体行业企业特征分析

1、自媒体行业注册企业经营状态

2、自媒体行业企业注册资本分布

3、自媒体行业注册企业省市分布

4、自媒体行业在业/存续企业类型分布（国资/民资/外资等）

2.5 中国自媒体行业从业人员分析

2.5.1 自媒体从业人员概述

2.5.2 应届本科生自媒体从业情况

2.6 中国自媒体行业用户分析

2.6.1 中国主流自媒体平台用户性别分析

2.6.2 中国主流自媒体平台用户年龄分布

2.6.3 中国主流自媒体平台用户地域分布

2.6.4 中国主流自媒体平台用户兴趣分布

2.7 中国MCN机构分析

2.7.1 MCN模式介绍

2.7.2 中国MCN机构发展现状

2.8 中国自媒体行业市场规模

2.9 中国自媒体行业市场发展存在的问题

第3章：中国自媒体行业市场竞争状况及融资并购分析

3.1 中国自媒体行业竞争概况

3.1.1 中国自媒体行业竞争主体分析

3.1.2 中国自媒体行业竞争特点

3.2 中国自媒体行业市场竞争格局分析

3.2.1 中国自媒体行业平台企业入场进程

3.2.2 中国自媒体平台竞争集群

3.2.3 中国自媒体行业平台企业省市分布热力图

3.2.4 中国自媒体行业竞争格局分析

3.3 中国自媒体行业波特五力模型分析

3.3.1 中国自媒体行业供应商的议价能力

3.3.2 中国自媒体行业消费者的议价能力

3.3.3 中国自媒体行业新进入者威胁

3.3.4 中国自媒体行业替代品威胁

3.3.5 中国自媒体行业现有企业竞争

3.3.6 中国自媒体行业竞

争状态总结 3.4 中国自媒体行业投融资、兼并与重组状况 3.4.1 中国自媒体行业投融资发展状况 3.4.2 中国自媒体行业兼并与重组状况 第4章：中国自媒体商业模式分析 4.1 中国自媒体传播特征 4.1.1 平民化、大众化、亲和力强 4.1.2 传播快、个性化、互动性强 4.1.3 年轻化、态度鲜明、带动性强 4.1.4 用户粘性大、去中心化强 4.2 自媒体变现模式分析 4.2.1 广告盈利模式 1、平台广告分成 2、自营广告 4.2.2 会员付费、社群经济盈利模式 4.2.3 打赏激励盈利模式 4.2.4 电商变现模式 1、线上电商 2、线下活动 4.3 自媒体营销服务分析 4.3.1 自媒体营销的特性 1、自主性 2、低成本 3、多元化 4.3.2 自媒体营销运作模式 1、“网红效应”模式 2、自主品牌营销 3、跨界组合模式 4、广告依存模式 4.4 自媒体运营模式分析 4.4.1 自媒体运营介绍 4.4.2 自媒体运营模块 4.4.3 自媒体运营模式分析 1、品牌运营模式 2、产品运营模式 3、写手运营模式 4、社群运营模式 第5章：中国自媒体产业链全景及产业配套布局 5.1 中国自媒体产业链——产业结构属性分析 5.1.1 自媒体行业产业链结构概览 5.1.2 自媒体行业产业链全景图谱 5.2 中国互联网营销和广告自媒体行业发展分析 5.2.1 互联网营销和广告自媒体行业发展概述 1、互联网营销和广告的定义 2、互联网重点企业的营销模式 3、典型自媒体平台营销策略（1）新浪微博平台（2）微信平台（3）Bilibili平台（4）小红书平台（5）抖音平台（6）快手平台（7）淘宝平台 5.2.2 互联网营销和广告自媒体行业发展现状 1、中国网络广告各平台收入占比情况 2、中国网络广告头部公司占比情况 3、网络广告发展规模分析 5.2.3 互联网营销和广告自媒体行业发展趋势分析 第6章：中国自媒体行业细分市场发展现状 6.1 中国自媒体行业细分市场发展现状 6.2 中国自媒体细分市场分析：社交类自媒体 6.2.1 社交类自媒体概述 6.2.2 社交类自媒体市场发展现状 1、社交类自媒体用户规模 2、社交类自媒体市场主要参与者 3、社交类自媒体市场竞争格局 4、社交类自媒体市场规模 6.2.3 社交类自媒体发展趋势前景 6.3 中国自媒体细分市场分析：网络新闻自媒体 6.3.1 网络新闻自媒体市场发展现状 1、网络新闻用户规模及使用率 2、网络新闻自媒体市场主要参与者 3、网络新闻自媒体市场竞争格局 4、网络新闻自媒体市场发展规模分析 6.3.2 网络新闻自媒体发展趋势前景 6.4 中国自媒体细分市场分析：视频媒体类自媒体 6.4.1 视频媒体类自媒体概述 6.4.2 视频媒体类自媒体市场发展现状 1、网络视频用户规模及使用率 2、网络视频市场竞争格局 6.4.3 视频媒体类自媒体发展趋势前景 6.5 中国自媒体细分市场分析：音频媒体类自媒体 6.5.1 音频媒体类自媒体概述 6.5.2 音频媒体类自媒体市场发展现状 1、网络音乐用户规模及使用率 2、网络音乐主要市场参与者 3、网络音乐市场竞争格局 4、网络音乐市场发展规模分析 6.5.3 音频媒体类自媒体发展趋势前景 6.6 中国自媒体细分市场分析：直播类自媒体 6.6.1 直播类自媒体概述 1、直播类自媒体定义 2、直播类自媒体与传统媒体的比较 3、直播类自媒体行业特征 6.6.2 直播类自媒体市场发展现状 1、直播类自媒体市场规模分析 2、直播类自媒体用户规模分析 6.6.3 直播类自媒体发展趋势前景 6.7 中国自媒体行业细分市场战略

地位分析 第8章：中国自媒体企业布局案例 8.1 中国自媒体企业布局梳理与对比 8.2 中国自媒体企业布局分析（不分先后，可定制） 8.2.1 深圳市腾讯计算机系统有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业业务架构及经营情况（1）企业整体业务架构（2）企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况（1）企业自媒体业务布局情况（2）企业自媒体业务服务能力 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪（1）企业自媒体业务创新成果追踪（2）企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪（3）企业自媒体业务其他相关布局动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析 8.2.2 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业业务架构及经营情况（1）企业整体业务架构（2）企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况（1）企业自媒体业务介绍（2）企业自媒体业务销售布局 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪（1）企业自媒体业务创新成果追踪（2）企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪（3）企业自媒体业务其他相关布局动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析 8.2.3 新浪网技术（中国）有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业业务架构及经营情况（1）企业整体业务架构（2）企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况（1）企业自媒体业务布局情况（2）企业自媒体业务发展现状 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪（1）企业自媒体业务科研投入情况（2）企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析 8.2.4 网易（杭州）网络有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业业务架构及经营情况（1）企业整体业务架构（2）企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪（1）企业自媒体业务科研投入情况（2）企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析 8.2.5 北京抖音信息服务有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业责任战略及经营情况（1）企业责任战略（2）企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪（1）企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪（2）企业自媒体业务其他相关布局动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析 8.2.6 北京快手科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业业务架构及经营情况（1）企业整体业务架构（2）企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况（1）企业自媒体业务布局情况（2）企业自媒体业务运营模式 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪（1）企业自媒体业务最新发展动态（2）企业自媒体业务最新发展规划 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析 8.2.7 北京爱奇艺科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息（1）企业发展历程（2）企业基本信息 2、企业业务架构及经营状

况 (1) 企业整体业务架构 (2) 企业整体经营状况 3、企业自媒体业务布局及发展状况 (1) 企业自媒体业务概况 (2) 企业自媒体业务布局 (3) 企业视频播放软件业务用户分析 4、企业视频播放软件业务最新发展动向追踪 (1) 企业专利情况 (2) 企业作品著作权状况 (3) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

8.2.8 北京智者天下科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 (1) 企业发展历程 (2) 企业基本信息 2、企业业务架构及经营情况 (1) 企业整体业务架构 (2) 企业整体经营情况 3、企业自媒体业务布局及发展状况 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪 (1) 企业自媒体业务科研投入情况 (2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

8.2.9 上海宽娱数码科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 (1) 企业发展历程 (2) 企业基本信息 2、企业业务架构及经营状况 (1) 企业整体业务架构 (2) 企业整体经营状况 (3) 企业用户活跃情况 3、企业自媒体布局状况 (1) 企业自媒体业务 (2) 企业自媒体功能及特色 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪 (1) 企业研发创新状况 (2) 企业作品著作权状况 (3) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

8.2.10 武汉斗鱼网络科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业经营情况 (1) 经营业绩 (2) 发展规模 3、企业自媒体业务布局及发展状况 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪 (2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

第9章：中国自媒体行业发展环境洞察及SWOT

9.1 中国自媒体行业经济 (Economy) 环境分析 9.1.1 中国宏观经济发展现状 1、中国GDP及增长情况 2、中国三次产业结构 3、中国居民消费价格 (CPI) 4、中国生产者价格指数 (PPI) 5、中国第三产业增加值 6、中国社会消费品零售情况 9.1.2 中国宏观经济发展展望 1、国际机构对中国GDP增速预测 2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测 9.1.3 中国自媒体行业发展与宏观经济相关性分析

9.2 中国自媒体行业社会 (Society) 环境分析 9.2.1 中国自媒体行业社会环境分析 1、中国人口规模及增速 2、中国人口结构 (1) 年龄结构 (2) 中国人口性别结构 3、中国城镇化水平变化 (1) 中国城镇化现状 (2) 中国城镇化趋势展望 4、中国网民规模及互联网普及率 5、中国居民人均可支配收入 6、中国居民人均消费支出及结构 (1) 中国居民人均消费支出 (2) 中国居民消费结构变化 7、中国居民消费习惯变化 (1) 线上渠道成为主要的购物渠道 (2) 体验式消费需求增加 8、中国居民消费升级演进 (1) 中国消费升级演进历程 (2) 中国消费变革的八大趋势 9.2.2 社会环境对自媒体行业发展的影响总结

9.3 中国自媒体行业政策 (Policy) 环境分析 9.3.1 国家层面自媒体行业政策规划汇总 (指导类/支持类/限制类) 9.3.2 国家重点规划/政策对自媒体行业发展的影响 1、《网信系统法治宣传教育第八个五年规划 (2021-2025年)》 2、《“十四五”信息通信行业发展规划》 3、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》 9.3.3 政

策环境对自媒体行业发展的影响总结 9.4 中国自媒体行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）

第10章：中国自媒体行业市场前景预测及发展趋势预判 10.1 中国自媒体行业发展潜力评估
10.2 中国自媒体行业发展前景预测 10.3 中国自媒体行业发展趋势预判 10.3.1 团队化趋势明显
10.3.2 内容更加垂直 第11章：中国自媒体行业投资战略规划策略及建议 11.1 中国自媒体行业进入壁垒分析 11.1.1 资金壁垒 11.1.2 技术壁垒 11.1.3 政策壁垒 11.1.4 人才壁垒 11.2 中国自媒体行业投资风险预警 11.3 中国自媒体行业投资机会分析 11.3.1 自媒体行业细分领域投资机会 11.3.2 自媒体行业区域市场投资机会 11.4 中国自媒体行业投资价值评估 11.5 中国自媒体行业投资策略与建议 11.6 中国自媒体行业可持续发展建议 图表目录 图表1：自媒体相关概念辨析 图表2：国家统计局对于自媒体行业的分类 图表3：自媒体的分类 图表4：自媒体专业术语说明 图表5：中国自媒体行业监管体系构成 图表6：中国自媒体行业主管部门 图表7：中国自媒体行业自律组织 图表8：截至2022年中国自媒体行业现行国家标准（部分列举） 图表9：截至2023年中国自媒体行业现行行业标准（部分列举） 图表10：截至2023年中国自媒体行业现行地方标准（部分列举） 图表11：截至2023年中国自媒体行业现行团体标准（部分列举） 图表12：截至2023年中国自媒体行业现行企业标准 图表13：本报告研究范围界定 图表14：本报告权威数据资料来源汇总 图表15：本报告的主要研究方法及统计标准说明 图表16：2012-2022年网民数量及增长速度（单位：亿人，%） 图表17：2022年各地网络覆盖率（单位：%） 图表18：2013-2021年网民人均每日上网时长（单位：小时，分钟） 图表19：2012-2022年社交媒体用户数量（单位：亿人） 图表20：2022年社交媒体用户年龄和性别分布（单位：%） 图表21：2022年用户最多的社交媒体平台排名（单位：亿人） 图表22：中国自媒体发展历程 图表23：自媒体与传统媒体对比 图表24：中国自媒体行业市场主体类型 图表25：2000-2022年中国自媒体行业历年新增企业数量（单位：家） 图表26：截至2023年1月中国自媒体行业注册企业经营状态（单位：%） 图表27：截至2023年1月中国自媒体行业企业注册资本分布（单位：%） 图表28：截至2023年1月中国自媒体行业注册企业省市TOP10（单位：家） 图表29：截至2023年1月中国自媒体行业在业/存续企业类型分布（单位：家） 图表30：2021届本科生自媒体从业情况（单位：%） 图表31：2021年中国主流自媒体平台用户性别分布（单位：%） 图表32：2021年中国主流自媒体平台用户年龄分布指数 图表33：2021年中国主流自媒体平台用户地域分布 图表34：2021年中国主流自媒体平台用户兴趣分布 图表35：中国MCN行业发展历程 图表36：中国MCN机构主要类型 图表37：2015-2021年中国MCN机构数量（单位：家，%） 图表38：2021年中国MCN机构成立年限占比（单位：%） 图表39：2014-2022年中国自媒体行业市场规模（单位：亿元） 图表40：中国自媒体行业市场发展痛点分析 图表41：中国自媒体竞争主体 图表42：自媒体行业竞争特点 图表43：中国自媒体行业部分代表性平台入场进程 图表44：中国自媒体行业企业战略集群状况 图表45：中

国自媒体行业企业分布热力图 图表46：中国代表性自媒体平台月活跃用户数（单位：亿人）
图表47：中国自媒体行业供应商的议价能力 图表48：下游客户对中国自媒体行业的议价能力
图表49：中国自媒体行业潜在进入者威胁 图表50：中国自媒体行业现有企业竞争 图表51：中国自媒体行业竞争状态分析 图表52：自媒体行业资金来源汇总 图表53：自媒体行业投融资主体构成 图表54：2022年中国自媒体行业投资主体分析（单位：%） 图表55：2022年中国自媒体行业投融资事件汇总（单位：万美元、万人民币） 图表56：2013-2022年中国自媒体行业投融资规模（单位：起，亿元） 图表57：2017-2023年中国自媒体行业投融资轮次分析（单位：起） 图表58：2017-2023年中国自媒体行业投融资区域分析（单位：%） 图表59：2017-2023年中国自媒体行业兼并重组事件汇总（单位：%） 图表60：自媒体运营四大模块 图表61：品牌运营模式举例 图表62：产品运营模式举例 图表63：写手运营模式特点 图表64：社群运营模式特点 图表65：自媒体行业产业链 图表66：自媒体行业全景图谱 图表67：自媒体营销产业链角色总览 图表68：中国自媒体平台特点及营销形式 图表69：自媒体营销平台概览 图表70：新浪微博平台自媒体营销策略 图表71：微信平台自媒体营销策略 图表72：Bilibili平台自媒体营销策略 图表73：小红书平台自媒体营销策略 图表74：抖音平台自媒体营销策略 图表75：快手平台自媒体营销策略 图表76：淘宝平台自媒体营销策略 图表77：2020-2021年中国网络广告各平台收入占比情况（单位：%） 图表78：2020-2021年中国网络广告头部公司占比情况（单位：%） 图表79：2017-2022年中国互联网广告收入规模及其增速（单位：亿元，%） 图表80：互联网营销和广告自媒体行业发展趋势分析 图表81：中国自媒体行业细分市场格局分析 图表82：社交类自媒体优势分析 图表83：2017-2022年中国即时通信用户规模及使用率（单位：万人，%） 图表84：中国社交类自媒体市场主要参与者 图表85：2022年前三季度中国社交类自媒体市场APP月活跃用户数（单位：亿） 图表86：2019-2022年中国社交类自媒体用户流量价值（单位：亿元） 图表87：中国社交类自媒体市场发展趋势分析 图表88：2017-2021年中国网络新闻用户规模及使用率（单位：万人，%） 图表89：中国网络新闻自媒体市场参与者 图表90：2022年3月中国资讯信息流类APP月活跃用户数（单位：亿） 图表91：2019-2022年中国资讯信息流类APP用户流量价值（单位：亿元） 图表92：中国网络新闻自媒体市场发展趋势 图表93：中国互联网影视自媒体行业主体 图表94：2018-2022年中国网络视频（含短视频）用户规模及使用率（单位：万人，%） 图表95：2018-2022年中国短视频用户规模及使用率（单位：万人，%） 图表96：2022年7月中国综合视频APP月活跃用户规模（单位：亿） 图表97：中国视频媒体类自媒体市场发展趋势分析 图表98：音频媒体类自媒体示意图 图表99：2017-2022年中国网络音乐用户规模及使用率（单位：万人，%） 图表100：2022年中国网络音乐十大品牌 图表101：2021年10月中国主要在线音乐APP月活跃用户规模（单位：万） 图表102：2016-2022年中国在线音乐服务市场规模及其增速（单位：亿元

, %) 图表103：中国音频媒体类自媒体市场发展趋势分析 图表104：中国直播自媒体行业主体 图表105：直播类自媒体与传统媒体的差异比较 图表106：直播类自媒体特征分析 图表107：2016-2022年中国网络直播市场规模及增长率（单位：亿元，%） 图表108：截至2022年中国在线直播市场结构（单位：%） 图表109：2023-2028年中国网络直播市场规模预测（单位：亿元） 图表110：中国自媒体行业细分市场战略地位分析 图表111：中国自媒体行业代表性企业发展布局对比（单位：亿元，亿美元） 图表112：深圳市腾讯计算机系统有限公司发展历程 图表113：深圳市腾讯计算机系统有限公司基本信息表 图表114：深圳市腾讯计算机系统有限公司主要业务布局 图表115：2021年深圳市腾讯计算机系统有限公司业务结构（按营业收入）（单位：亿元，%） 图表116：2017-2022年深圳市腾讯计算机系统有限公司整体经营情况（单位：亿元） 图表117：2017-2022年深圳市腾讯计算机系统有限公司发展规模及增速（单位：亿元，%） 图表118：腾讯控股有限公司自媒体业务布局 图表119：2021年深圳市腾讯计算机系统有限公司月活跃账户数（单位：亿，%） 图表120：2021年深圳市腾讯计算机系统有限公司创新成果（单位：个，项）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/452329.html>