

# 2021年中国自媒体营销市场分析报告- 行业供需现状与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国自媒体营销市场分析报告-行业供需现状与发展趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/550849550849.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 一、营销规模

近年来，我国自媒体营销行业持续保持高速增长，2015到2019年复合增长率高达52.31%，其高速增长背后重要推动因素是大数据及云计算分析对于手机用户画像的精准分析。最典型的便是抖音，通过对用户最爱看的视频门类进行总结从而不断推送使用者感兴趣的视频，牢牢占据用户使用时长。同时，通过对用户进行分类，可以按用户属性进行广告展示，实现精准营销。

统计数据显示，2019年中国自媒体营销行业市场规模为1593亿元。2020年疫情推动“宅文化”发展，自媒体行业也随之快速增长，全年自媒体营销市场规模突破2000亿元，预计2021年将超2500亿元。

2015-2021年中国自媒体营销市场规模及增长率数据来源：公开数据整理（注：2020、2021年数值为估计值）

目前，手机端app广告已经成为数字营销的精准发力点。众多视频app和购物app也已经成为用户在碎片时间休闲的重要方式，这推动了移动自媒体营销占数字营销的比重不断攀升。数据显示，我国数字营销市场规模从2015年的1937亿元增长至2020年的5208亿元，预计2021年将突破6000亿元。其中自媒体营销占数字营销的比重从2015年的15.28%增至2020年的约40.71%，占比已超过四成，预计2021年比重将超45%。可以预见，未来以手机端为核心的移动互联网自媒体营销行业仍有广阔的市场空间，是未来数字营销行业的重要增长点。

2015-2020年中国数字营销市场规模及比重

数据来源：公开数据整理（注：2021年数值为预估值）

### 二、从业人员

2014-2016年自媒体人数量增涨迅速，而后由于市场逐渐的筛选与淘汰，自媒体行业中能够长期坚持内容更新与运营推广的人数增速并不高，2017-2020年间自媒体人仍在增长，但增长速率大大放缓。至2021年，中国自媒体从业人员预计达330万人。

2014-2021年中国自媒体从业人员数量

数据来源：公开数据整理

据业内人士表示，素材搜集是自媒体从业者的主要痛点。创作一篇文章的主要流程包括确定选题、搜集素材、撰写文章、排版编辑和发布文章，超过6成的自媒体人表示素材搜集是他们整个创作流程中比较费时费力的环节，而且有超7成的自媒体从业者素材搜索时间在两小时以上。对效率的追求凸显自媒体行业平台价值，部分自媒体用户表示现有搜索方式信息庞杂无区分，无法快速定位有效素材。

中国自媒体人创作流程中比较费时费力的环节（多选）资料来源：公开数据整理

中国自媒体素材搜集时间占比情况 资料来源：公开数据整理

### 三、企业数量

随着自媒体蓬勃发展，自媒体相关企业也大幅增加。据企查查数据显示。2014年以自媒体为主营业务注册的相关企业注册量仅313家，2017年突破1000家，2019年增至2747家，至2021年已突破12089家。而据腾讯公开数据，包括个体内容创作者在内的微信公众号数量已超2000万个。

2014-2021年中国自媒体相关企业注册量情况 数据来源：公开数据整理

### 四、收入占比

自媒体营销的主要收入来源于广告收入。就广告主类别来看，美妆日化、3C数码、食品饮料、IT互联网以及母婴育儿类别在自媒体营销上投放占比较大，其中美妆日化广告主2021年自媒体营销成交金额远高于其他类别。相比与其他类别的广告主，美妆日化产品毛利率高（可达60%-70%），重视营销（广告费用通常在20%-30%），需要通过营销传播反复传递品牌基因以形成高品牌溢价。

2021年中国自媒体营销不同行业广告主成交金额占比 数据来源：公开数据整理（XLX）

观研报告网发布的《2021年中国自媒体营销市场分析报告-行业供需现状与发展趋势研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国自媒体营销行业发展概述

#### 第一节 自媒体营销行业发展情况概述

##### 一、自媒体营销行业相关定义

##### 二、自媒体营销行业基本情况介绍

##### 三、自媒体营销行业发展特点分析

##### 四、自媒体营销行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售模式

##### 五、自媒体营销行业需求主体分析

#### 第二节 中国自媒体营销行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、自媒体营销行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

###### (1) 沟通协调机制

###### (2) 风险分配机制

###### (3) 竞争协调机制

##### 四、中国自媒体营销行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国自媒体营销行业生命周期分析

##### 一、自媒体营销行业生命周期理论概述

##### 二、自媒体营销行业所属的生命周期分析

#### 第四节 自媒体营销行业经济指标分析

##### 一、自媒体营销行业的赢利性分析

##### 二、自媒体营销行业的经济周期分析

##### 三、自媒体营销行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国自媒体营销行业进入壁垒分析

##### 一、自媒体营销行业资金壁垒分析

##### 二、自媒体营销行业技术壁垒分析

##### 三、自媒体营销行业人才壁垒分析

##### 四、自媒体营销行业品牌壁垒分析

## 五、自媒体营销行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2021年全球自媒体营销行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球自媒体营销行业发展历程回顾

#### 第二节 全球自媒体营销行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲自媒体营销行业地区市场分析

##### 一、亚洲自媒体营销行业市场现状分析

##### 二、亚洲自媒体营销行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲自媒体营销行业市场前景分析

#### 第四节 北美自媒体营销行业地区市场分析

##### 一、北美自媒体营销行业市场现状分析

##### 二、北美自媒体营销行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美自媒体营销行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲自媒体营销行业地区市场分析

##### 一、欧洲自媒体营销行业市场现状分析

##### 二、欧洲自媒体营销行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲自媒体营销行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界自媒体营销行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球自媒体营销行业市场规模预测

### 第三章 中国自媒体营销产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品零售总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国自媒体营销行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国自媒体营销产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

#### 第四章 中国自媒体营销行业运行情况

##### 第一节 中国自媒体营销行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

##### 第二节 中国自媒体营销行业市场规模分析

##### 第三节 中国自媒体营销行业供应情况分析

##### 第四节 中国自媒体营销行业需求情况分析

##### 第五节 我国自媒体营销行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

##### 第六节 中国自媒体营销行业供需平衡分析

##### 第七节 中国自媒体营销行业发展趋势分析

#### 第五章 中国自媒体营销所属行业运行数据监测

##### 第一节 中国自媒体营销所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

##### 第二节 中国自媒体营销所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

##### 第三节 中国自媒体营销所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国自媒体营销市场格局分析

### 第一节 中国自媒体营销行业竞争现状分析

#### 一、中国自媒体营销行业竞争情况分析

#### 二、中国自媒体营销行业主要品牌分析

### 第二节 中国自媒体营销行业集中度分析

#### 一、中国自媒体营销行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国自媒体营销行业市场集中度分析

### 第三节 中国自媒体营销行业存在的问题

### 第四节 中国自媒体营销行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国自媒体营销行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国自媒体营销行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国自媒体营销行业消费市场动态情况

### 第二节 中国自媒体营销行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 自媒体营销行业成本结构分析

### 第四节 自媒体营销行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国自媒体营销行业价格现状分析

### 第六节 中国自媒体营销行业平均价格走势预测

#### 一、中国自媒体营销行业价格影响因素



二、中国自媒体营销行业平均价格走势预测

三、中国自媒体营销行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国自媒体营销行业区域市场现状分析

第一节 中国自媒体营销行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区自媒体营销市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区自媒体营销市场规模分析

四、华东地区自媒体营销市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区自媒体营销市场规模分析

四、华中地区自媒体营销市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区自媒体营销市场规模分析

四、华南地区自媒体营销市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国自媒体营销行业竞争情况

第一节 中国自媒体营销行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国自媒体营销行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国自媒体营销行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

### 三、社会环境

### 四、技术环境

## 第十章 自媒体营销行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国自媒体营销行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国自媒体营销行业未来发展前景分析

- 一、自媒体营销行业国内投资环境分析
- 二、中国自媒体营销行业市场机会分析
- 三、中国自媒体营销行业投资增速预测

### 第二节 中国自媒体营销行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国自媒体营销行业市场发展预测

- 一、中国自媒体营销行业市场规模预测
- 二、中国自媒体营销行业市场规模增速预测
- 三、中国自媒体营销行业产值规模预测
- 四、中国自媒体营销行业产值增速预测
- 五、中国自媒体营销行业供需情况预测

### 第四节 中国自媒体营销行业盈利走势预测

- 一、中国自媒体营销行业毛利润同比增速预测
- 二、中国自媒体营销行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国自媒体营销行业投资风险与营销分析

### 第一节 自媒体营销行业投资风险分析

- 一、自媒体营销行业政策风险分析
- 二、自媒体营销行业技术风险分析
- 三、自媒体营销行业竞争风险分析
- 四、自媒体营销行业其他风险分析

### 第二节 自媒体营销行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国自媒体营销行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国自媒体营销行业品牌战略分析

- 一、自媒体营销企业品牌的重要性
- 二、自媒体营销企业实施品牌战略的意义
- 三、自媒体营销企业品牌的现状分析
- 四、自媒体营销企业的品牌战略
- 五、自媒体营销品牌战略管理的策略

### 第二节 中国自媒体营销行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
  - 二、合理确立重点客户
  - 三、对重点客户的营销策略
  - 四、强化重点客户的管理
  - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国自媒体营销行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第十四章 2021-2026年中国自媒体营销行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国自媒体营销行业产品策略分析
- 一、服务产品开发策略
  - 二、市场细分策略
  - 三、目标市场的选择
- 第二节 中国自媒体营销行业营销渠道策略
- 一、自媒体营销行业渠道选择策略
  - 二、自媒体营销行业营销策略
- 第三节 中国自媒体营销行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
- 一、中国自媒体营销行业重点投资区域分析
  - 二、中国自媒体营销行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/550849550849.html>