

2016-2022年中国聚合媒体行业深度调查与投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国聚合媒体行业深度调查与投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/235053235053.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国聚合媒体行业深度调查与投资规划研究报告》首先介绍了聚合媒体行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章：聚合媒体行业发展综述及发展背景

1.1 聚合媒体的概念界定与特点分析

1.1.1 聚合媒体的概念界定

1.1.2 聚合媒体的主要特征

1.1.3 聚合媒体的发展阶段

1.2 中国聚合媒体行业的发展背景

1.2.1 中国聚合媒体发展的社会背景支撑

(1) 移动端网民规模迅猛增长

(2) 移动端上网时长不断增加

(3) 大传媒格局改变

(4) 网络广告大幅增长

(5) 知识共享时代到来

1.2.2 中国聚合媒体发展的核心技术支撑

(1) 云计算技术在聚合媒体中的应用

(2) 大数据技术在聚合媒体中的应用

(3) 搜索引擎技术在聚合媒体中的应用

第二章：中国聚合媒体行业发展现状及前景

2.1 中国聚合媒体行业市场发展现状

2.1.1 移动互联网网络应用渗透率分析

2.1.2 中国移动新闻行业用户规模分析

2.1.3 中国主要聚合媒体产品功能分析

2.2 中国聚合媒体行业市场竞争状况

2.2.1 中国聚合媒体行业市场竞争主体

2.2.2 中国聚合媒体应用市场占有率

第三章：聚合媒体行业商业模式的构建策略

3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想

3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较

(1) 商业模式定义

- (2) 商业模式与其他模式的比较
- (3) 商业模式与其他模式的关系
- 3.1.2 商业模式的核心构成要素分析
- 3.2 聚合媒体行业价值主张策略分析
 - 3.2.1 商业模式中的重要价值主张要素分析
 - 3.2.2 中国聚合媒体行业典型价值主张分析
 - 3.2.3 聚合媒体价值主张实现途径及优秀案例
- 3.3 聚合媒体行业关键业务组合分析
 - 3.3.1 聚合媒体行业的关键业务类别及特点
 - 3.3.2 聚合媒体行业如何优化资讯提供业务
 - (1) Flipboard的资讯提供业务优化策略
 - (2) 一点资讯的资讯提供业务优化策略
 - 3.3.3 聚合媒体行业如何优化广告营销业务
 - (1) SmartNews的广告营销业务优化策略
 - (2) Flipboard的广告营销业务优化策略
- 3.4 聚合媒体行业合作伙伴策略分析
 - 3.4.1 聚合媒体行业主要合作伙伴及合作业务
 - 3.4.2 聚合媒体企业处理与合作伙伴关系的策略
 - 3.4.3 聚合媒体行业合作伙伴管理处理优秀案例
 - (1) SmartNews的合作伙伴关系管理
 - (2) Flipboard的合作伙伴关系管理
 - (3) 英威诺小知的合作伙伴关系管理
 - (4) Prismatic的合作伙伴关系管理
- 3.5 聚合媒体行业渠道通路策略分析
 - 3.5.1 中国聚合媒体行业渠道通路的类别及特点
 - 3.5.2 中国聚合媒体行业各渠道通路的推广策略
 - (1) 线下渠道推广策略
 - (2) 应用商店推广策略
- 3.6 聚合媒体行业客户关系策略分析
 - 3.6.1 聚合媒体行业客户关系的类别分析
 - 3.6.2 聚合媒体行业客户关系成本分析
 - 3.6.3 聚合媒体行业客户关系建立策略
 - (1) 聚合媒体行业自动化服务关系建立策略
 - (2) 聚合媒体行业共同创作关系建立策略
 - (3) 聚合媒体行业社区关系建立策略分析

3.7 聚合媒体行业收入来源策略分析

3.7.1 聚合媒体行业收入来源渠道分析

3.7.2 聚合媒体行业主要盈利模式构建

(1) 面向普通阅读用户的盈利模式构建

(2) 面向媒体用户的盈利模式构建

(3) 面向广告主企业的盈利模式构建

(4) 面向其他客户群体的盈利模式构建

第四章：中国聚合媒体行业商业模式创新分析

4.1 当前中国聚合媒体需要解决的问题

4.1.1 内容同质化问题

4.1.2 盈利模式单一问题

4.1.3 客户价值有待挖掘

4.1.4 数据共享受到限制

4.1.5 遭遇版权问题

4.1.6 面临信息审查问题

4.2 中国聚合媒体行业发展趋势分析

4.2.1 行业发展呈现全球化趋势

4.2.2 技术创新成行业突围关键

4.3 中国聚合媒体行业商业模式创新趋势

4.3.1 聚合媒体行业商业模式创新成功的因素

(1) 媒体的内容是基础

(2) 媒体运营技术是关键

4.3.2 聚合媒体行业商业模式创新的主要方向

(1) 盈利模式趋向多元化

(2) 技术与媒体的融合发展

(3) 构建良好的内容生态圈

第五章：中外聚合媒体商业模式构建优秀案例

5.1 国外聚合媒体商业模式构建优秀案例

5.1.1 Flipboard

(1) 媒体基本信息分析

(2) 媒体用户规模分析

(3) 媒体运营模式分析

(4) 媒体盈利模式分析

(5) 媒体经营状况分析

(6) 媒体融资情况分析

(7) 媒体最新发展动向

5.1.2 Feedly

(1) 媒体基本信息分析

(2) 媒体用户规模分析

(3) 媒体运营模式分析

(4) 媒体盈利模式分析

(5) 媒体经营状况分析

(6) 媒体投融资情况分析

(7) 媒体最新发展动向

5.1.3 Pulse

(1) 媒体基本信息分析

(2) 媒体用户规模分析

(3) 媒体运营模式分析

(4) 媒体盈利模式分析

(5) 媒体经营状况分析

(6) 媒体投融资情况分析

5.1.4 Prismatic

(1) 媒体基本信息分析

(2) 媒体用户规模分析

(3) 媒体运营模式分析

(4) 媒体盈利模式分析

(5) 媒体经营状况分析

(6) 媒体投融资情况分析

5.1.5 SmartNews

(1) 媒体基本信息分析

(2) 媒体用户规模分析

(3) 媒体运营模式分析

(4) 媒体盈利模式分析

(5) 媒体经营状况分析

(6) 媒体投融资情况分析

5.1.6 Nuzzel

(1) 媒体基本信息分析

(2) 媒体运营模式分析

(3) 媒体盈利模式分析

(4) 媒体投融资情况分析

(5) 媒体最新发展动向

5.2 国内聚合媒体商业模式构建优秀案例

5.2.1 ZAKER

- (1) 媒体基本信息分析
- (2) 媒体用户规模分析
- (3) 媒体运营模式分析
- (4) 媒体盈利模式分析
- (5) 媒体经营状况分析
- (6) 媒体融资情况分析

5.2.2 今日头条

- (1) 媒体基本信息分析
- (2) 媒体用户规模分析
- (3) 媒体运营模式分析
- (4) 媒体盈利模式分析
- (5) 媒体经营状况分析
- (6) 媒体融资情况分析

5.2.3 VIVA畅读

- (1) 媒体基本信息分析
- (2) 媒体用户规模分析
- (3) 媒体运营模式分析
- (4) 媒体盈利模式分析
- (5) 媒体经营状况分析
- (6) 媒体融资情况分析

5.2.4 英威诺 (INVENO) 小知

- (1) 媒体基本信息分析
- (2) 媒体用户规模分析
- (3) 媒体运营模式分析
- (4) 媒体盈利模式分析
- (5) 媒体经营状况分析
- (6) 媒体融资情况分析

5.2.5 一点资讯

- (1) 媒体基本信息分析
- (2) 媒体用户规模分析
- (3) 媒体运营模式分析
- (4) 媒体盈利模式分析

(5) 媒体经营状况分析

(6) 媒体融资情况分析

图表目录

图表1：聚合媒体的主要特征

图表2：聚合媒体的发展阶段

图表3：聚合媒体各发展阶段的具体特征

图表4：2009-2015年中国手机网民规模与普及率（单位：亿人，%）

图表5：2013-2015年中国网民上网使用设备情况（单位：%）

图表6：全球移动互联网流量占整个互联网流量的比重增长情况（单位：%）

图表7：2013-2015年中国手机网民上网浏览时长对比分析

图表8：传媒行业发展历程示意图

图表9：2002-2015年中国网络广告与其他类型广告的市场规模发展趋势图（单位：亿元）

图表10：云计算按运营模式分类类型

图表11：云计算按服务模式分类类型

图表12：云计算的重点提供商及其产品与服务

图表13：云计算在新闻媒体行业的典型应用案例

图表14：英威诺小知的引擎及一点资讯的兴趣搜索引擎介绍

图表15：2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）

图表16：2013-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万，%）

图表17：2009-2015年中国聚合媒体行业市场规模发展趋势（单位：亿元）

图表18：中国五大聚合媒体的主要功能对比示意图

图表19：中国五大聚合媒体部分特色功能分析

图表20：中国五大聚合媒体的独有特色功能分析

图表21：中国聚合媒体行业市场竞争主体示意图

图表22：2015年5-12月新闻资讯类应用TOP12市场覆盖率发展趋势图（Android，单位：%）

图表23：2015Q1-Q4中国新闻资讯类应用TOP12市场覆盖率发展趋势图（Android，单位：%）

图表24：2014Q4-2015Q4新闻资讯类应用TOP20市场覆盖率发展趋势图（Android，单位：%）

图表25：商业模式与其它模式的区别

图表26：商业模式框架图

图表27：商业模式中价值主张的简要要素

图表28：中国聚合媒体行业典型的价值主张分析

图表29：中国聚合媒体行业价值主张实现途径及优秀案例

- 图表30：聚合媒体行业的关键业务类别及特点
- 图表31：Flipboard的资讯提供业务优化策略
- 图表32：一点资讯的资讯提供业务优化策略
- 图表33：SmartNews的广告营销业务优化策略
- 图表34：Flipboard的广告营销业务优化策略
- 图表35：聚合媒体行业的主要合作伙伴及合作业务分析
- 图表36：聚合媒体企业处理与主要合作伙伴关系的主要策略
- 图表37：SmartNews的合作伙伴关系管理策略
- 图表38：与SmartNews合作的部分非盈利性机构
- 图表39：SmartNews与日本地震协会合作，及时发布地震信息
- 图表40：SmartNews开设了日本政府频道，及时发布政府最新消息
- 图表41：Flipboard的合作伙伴关系管理策略
- 图表42：Flipboard与小米平板的装机合作示意图
- 图表43：Flipboard与小米的装机合作案例
- 图表44：英威诺小知的合作伙伴关系管理策略
- 图表45：Prismatic的合作伙伴关系管理策略
- 图表46：商业模式中的渠道通路的类别及特点
- 图表47：聚合媒体行业典型的渠道通路分析
- 图表48：线下渠道合作特点与模式
- 图表49：品牌手机厂商利益诉求与合作策略
- 图表50：品牌手机厂商APP预装推广概述
- 图表51：山寨机厂商利益诉求与合作策略
- 图表52：刷机商利益诉求与合作策略
- 图表53：水货刷机厂商APP预装推广概述
- 图表54：运营商利益诉求与合作策略
- 图表55：运营商APP预装推广概述
- 图表56：行货店面APP预装推广概述
- 图表57：APP其它线下推广方式

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/235053235053.html>