

# 2020年中国自媒体市场前景研究报告- 行业运营态势与未来动向研究

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《2020年中国自媒体市场前景研究报告-行业运营态势与未来动向研究》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/hulianwang/508040508040.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

7月28日，国家网信办召开专项部署会，全面部署加强“自媒体”规范管理工作，决定自7月29日起，在全国范围内开展为期3个月的进一步加强“自媒体”基础管理专项治理行动，夯实管理基础，促进“自媒体”健康有序发展。散布虚假信息、宣扬错误价值观、恶意营销、敲诈勒索等“自媒体”领域痼疾顽症屡禁不止。此前，国家网信办决定自2020年7月24日起对“自媒体”在全国范围内开展集中整治；现国家网信办又提出进一步加强“自媒体”基础管理专项治理行动，再次表明了国家网信办大力整治自媒体乱象的必然和决心。

自媒体指用户在自媒体平台上注册的在线账户，用于以各种形式向公众发布内容。在2013年中出现自媒体之前，移动互联网用户主要透过门户网站和移动应用程序存取内容。自2013年以来，自媒体快速发展，按2018年中国于移动设备上花费的时间计，已成为主流媒体不可或缺的组成部分。目前中国各大媒体平台主要包括微博、即时通信公众平台（微信、QQ、Skype等）、微视频（抖音、快手、美拍等）、微电台（网易云、喜马拉雅听书等）、APP客户端（搜狐、头条、人民日报等）和百度移动搜索平台。

### 中国各大媒体平台

数据来源：公开资料整理

中国自媒体行业也被称为内容产业，主要以文章、动态短文、音频、问答、图集、长视频、短视频等为主。据统计，2019年我国从事自媒体的全职人数超过370万。上游产业的内容方，下游产业的用户与广告主，包括衍生出来的IP、内容电商以及知识付费等，以及对产业各环节进行监管的政府机构和提供支持服务的第三方支持机构，联合起来形成一个庞大的产业链。

### 中国自媒体行业现状

数据来源：公开资料整理

#### 中国自媒体产业链

产业链

组成成分

上游产业

内容方

中游产业

自媒体平台

下游产业

用户与广告主

监管部分

政府机构

支持服务

第三方支持机构：各类型企业为自媒体产业提供基础支持，进而推动行业快速发展。支付平台向用户收取会员费或文章赞赏等费用;数据支持技术能存储用户数据，分析和挖掘用户的个性化特征，从而提升自媒体平台的精准化服务品质。 数据来源：公开资料整理

在中国自媒体发展历程中，图文形式是基础，从1998年到2020年，不管是电脑端的论坛、贴吧、博客，还是到移动端的Q Q、微博、微信、头条，22年的发展时间图文形式贯穿始终。5 G时代的到来，推动了自媒体出现新的发展。随着网络技术更新，如今短视频成为一种新的传播形式，内容更加丰富有趣的抖音、快手、西瓜视频等短视频网站的出现，使得人们在快节奏的生活中拥有更多的休闲方式。未来自媒体未来的发展趋势将形成一个复杂的组合思路，不再是单一的图文形式或视频形式在单独的平台进行推送。

中国自媒体发展历程与趋势

数据来源：公开资料整理

中国自媒体形式

自媒体平台

具体形式

微信公众号

这个平台上可以面向个人、媒体以及企业。个人微信公众号可以作为自媒体的一个途径，写一些自己想写的东西。但是目前情况下微信个人公众号在发布和功能上有很多限制，并不建议采取这方向。

今日头条

也是一个可以自媒体申请的地方。这个地方赚钱采用的是点击广告的方式，和按文章阅读点击付费相比，这个对于初期入行的来说，坚持时间较长。

百度百家

是最近百度新推出的一个自媒体平台。和经验类似采用的也是按照浏览量进行付费的。需要先进行登记审核才能进行文章的发布。里面有多大牛入住，且平台较好。

搜狐公众平台

也是和微信公众号差不多，可以进行个人、企业、媒体等的认证申请。搜狐平台较大，里面的内容也多种多样，可以根据自己的喜好，选择一个相关的行业领域，进行自媒体的维护。此平台也是按照流量提成。

网易自媒体公众平台

和其他类似的就不说了，说一下优势特点，就是在pc端发的也会自动在移动端推送，而且网易新闻是很多人手机必备的一个新闻软件，好的文章浏览量应该不会少。

## 网易云阅读

如果你是一些比较不关注事实，而是喜欢读书的人，完全可以选择网易云阅读进行公众号以及文章的应用发布。除了文章还可以写小说等，主要是一个有文字思想的聚集地。

数据来源：公开资料整理

中国自媒体行业总体规模随着网络文化的蓬勃发展快速增长，2013年国内自媒体行业市场规模约为22.9亿元，到2018年自媒体行业市场规模达到了876.1亿元，年复合增长率达107.27%。2018年移动社交领域用户规模达到7.4亿人，短视频和在线直播用户分别达到5、4.6亿人。预计到2019年移动社交、短视频和在线直播用户分别将达到7.8、6.3、5亿人。

## 2013-2018年中国自媒体行业市场规模

数据来源：公开资料整理

## 2019年中国自媒体行业不同领域用户规模走势

数据来源：公开资料整理

为保证自媒体行业的可持续发展，国家网信办负责人强调，要抓住关键环节，狠抓任务落实；重点推进微信、微博等13家主要平台的公众账号分级分类；深入推进相关法规修订工作；强化技术治网能力建设；建立健全正向激励机制；全面推进“自媒体”依法管理、规范管理、综合治理。（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国自媒体市场前景研究报告-行业运营态势与未来动向研究》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。

它是业内企业、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国自媒体行业发展概述

#### 第一节 自媒体行业发展情况概述

- 一、自媒体行业相关定义
- 二、自媒体行业基本情况介绍
- 三、自媒体行业发展特点分析
- 四、自媒体行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、自媒体行业需求主体分析

#### 第二节 中国自媒体行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、自媒体行业产业链条分析
- 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 中国自媒体行业生命周期分析

- 一、自媒体行业生命周期理论概述
- 二、自媒体行业所属的生命周期分析

#### 第四节 自媒体行业经济指标分析

- 一、自媒体行业的赢利性分析
- 二、自媒体行业的经济周期分析
- 三、自媒体行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国自媒体行业进入壁垒分析

- 一、自媒体行业资金壁垒分析
- 二、自媒体行业技术壁垒分析
- 三、自媒体行业人才壁垒分析

#### 四、自媒体行业品牌壁垒分析

#### 五、自媒体行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球自媒体行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球自媒体行业发展历程回顾

#### 第二节 全球自媒体行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲自媒体行业地区市场分析

##### 一、亚洲自媒体行业市场现状分析

##### 二、亚洲自媒体行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲自媒体行业市场前景分析

#### 第四节 北美自媒体行业地区市场分析

##### 一、北美自媒体行业市场现状分析

##### 二、北美自媒体行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美自媒体行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟自媒体行业地区市场分析

##### 一、欧盟自媒体行业市场现状分析

##### 二、欧盟自媒体行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟自媒体行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界自媒体行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球自媒体行业市场规模预测

### 第三章 中国自媒体产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品自媒体总额

##### 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 中国自媒体行业运行情况

### 第一节 中国自媒体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 中国自媒体行业市场规模分析

### 第三节 中国自媒体行业供应情况分析

### 第四节 中国自媒体行业需求情况分析

### 第五节 我国自媒体行业进出口形势分析

- 一、进口形势分析
- 二、出口形势分析
- 三、进出口价格对比分析

### 第六节 我国自媒体行业细分市场分析（2015-2019年）

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

### 第七节 中国自媒体行业供需平衡分析

### 第八节 中国自媒体行业发展趋势分析

## 第五章 中国自媒体所属行业运行数据监测

### 第一节 中国自媒体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 2017-2020年中国自媒体市场格局分析

##### 第一节 中国自媒体行业竞争现状分析

##### 一、中国自媒体行业竞争情况分析

##### 二、中国自媒体行业主要品牌分析

##### 第二节 中国自媒体行业集中度分析

##### 一、中国自媒体行业市场集中度分析

##### 二、中国自媒体行业企业集中度分析

##### 第三节 中国自媒体行业存在的问题

##### 第四节 中国自媒体行业解决问题的策略分析

##### 第五节 中国自媒体行业竞争力分析

##### 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 2017-2020年中国自媒体行业需求特点与动态分析

##### 第一节 中国自媒体行业消费市场动态情况

##### 第二节 中国自媒体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 自媒体行业成本分析

##### 第四节 自媒体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 中国自媒体行业价格现状分析

#### 第六节 中国自媒体行业平均价格走势预测

##### 一、中国自媒体行业价格影响因素

##### 二、中国自媒体行业平均价格走势预测

##### 三、中国自媒体行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国自媒体行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国自媒体行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区自媒体市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区自媒体市场规模分析

##### 四、华东地区自媒体市场规模预测

#### 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、华中地区自媒体市场规模分析

##### 四、华中地区自媒体市场规模预测

#### 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、华南地区自媒体市场规模分析

##### 四、华南地区自媒体市场规模预测

### 第九章 2017-2020年中国自媒体行业竞争情况

#### 第一节 中国自媒体行业竞争结构分析（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 中国自媒体行业SWOT分析

##### 一、行业优势分析

##### 二、行业劣势分析

### 三、行业机会分析

### 四、行业威胁分析

#### 第三节 中国自媒体行业SCP分析

##### 一、理论介绍

##### 二、SCP范式

##### 三、SCP分析框架

#### 第四节 中国自媒体行业竞争环境分析（PEST）

##### 一、政策环境

##### 二、经济环境

##### 三、社会环境

##### 四、技术环境

#### 第十章 自媒体行业企业分析（随数据更新有调整）

##### 第一节 企业1

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业2

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

###### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业3

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

###### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业4

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

###### 三、运营情况

###### 四、公司优劣势分析

##### 第五节 企业5

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国自媒体行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国自媒体行业未来发展前景分析

#### 一、自媒体行业国内投资环境分析

#### 二、中国自媒体行业市场机会分析

#### 三、中国自媒体行业投资增速预测

### 第二节 中国自媒体行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国自媒体行业市场发展预测

#### 一、中国自媒体行业市场规模预测

#### 二、中国自媒体行业市场规模增速预测

#### 三、中国自媒体行业产值规模预测

#### 四、中国自媒体行业产值增速预测

#### 五、中国自媒体行业供需情况预测

### 第四节 中国自媒体行业盈利走势预测

#### 一、中国自媒体行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国自媒体行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国自媒体行业投资风险与营销分析

### 第一节 自媒体行业投资风险分析

#### 一、自媒体行业政策风险分析

#### 二、自媒体行业技术风险分析

#### 三、自媒体行业竞争风险分析

#### 四、自媒体行业其他风险分析

### 第二节 自媒体行业应对策略

#### 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年中国自媒体行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国自媒体行业品牌战略分析

#### 一、自媒体企业品牌的重要性

#### 二、自媒体企业实施品牌战略的意义

#### 三、自媒体企业品牌的现状分析

#### 四、自媒体企业的品牌战略

## 五、自媒体品牌战略管理的策略

### 第二节 中国自媒体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

### 第四节 自媒体行业竞争力提升策略

#### 一、自媒体行业产品差异性策略

#### 二、自媒体行业个性化服务策略

#### 三、自媒体行业的促销宣传策略

#### 四、自媒体行业信息智能化策略

#### 五、自媒体行业品牌化建设策略

#### 六、自媒体行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国自媒体行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国自媒体行业产品策略分析

#### 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 中国自媒体行业定价策略分析

### 第三节 中国自媒体行业营销渠道策略

#### 一、自媒体行业渠道选择策略

#### 二、自媒体行业营销策略

### 第四节 中国自媒体行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国自媒体行业重点投资区域分析

## 二、中国自媒体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/hulianwang/508040508040.html>