

2018-2024年中国自媒体行业 市场监测与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国自媒体行业市场监测与发展趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201803/15-255317.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

自媒体是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。

从21世纪初的博客到2009年新浪微博的上线，自媒体完成了原始的积累，2011年微信的面世将自媒体主战场转移到手机等移动终端上。2013年微信公众账号的面世将自媒体行业推向一个高潮。2014年以来，自媒体行业迎来爆发式增长，微信公众号、微博、百度百家、今日头条、虎嗅网等多个自媒体平台快速发展。当下，各大视频网站相继推出自媒体视频节目，视频自媒体将成为下一个行业热点。2014年8月，国家互联网信息办公室发布《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》，对微信自媒体为主的即时通讯公众信息服务的运营划出“七条底线”。 “微信十条”显然意在净化微信自媒体生态。对行业的监管及规范有一定的正面效果。

现如今，自媒体开始进入资本时代，大额的投融资案例频出，这也说明自媒体将进入行业整合的过程，目前数以千万的自媒体中，缺乏核心竞争力，用户粘性低，无法提供持续的优质内容的自媒体将消失，而那些掌握了粉丝资源的自媒体将开始往资本化、公司化方向发展。

报告目录

第一章 自媒体行业概述

1.1 自媒体行业基本概述

1.1.1 自媒体行业基本定义

1.1.2 自媒体行业主要分类

1.1.3 自媒体行业市场特点

1.2 自媒体行业商业模式

1.1.1 自媒体行业商业模式

1.1.2 自媒体行业盈利模式

1.1.3 自媒体行业互联网+模式

1.3 自媒体行业产业链

1.3.1 自媒体行业产业链简介

1.3.2 自媒体行业上游供应分布

1.3.3 自媒体行业下游需求领域

1.4 自媒体行业发展特性

- 1.4.1 自媒体行业季节性
- 1.4.2 自媒体行业区域性
- 1.4.3 自媒体行业周期性

第二章 中国自媒体行业发展环境分析

- 2.1 自媒体行业政策环境分析
 - 2.1.1 行业主管部门及监管体制
 - 2.1.2 主要产业政策及主要法规
- 2.2 自媒体行业经济环境分析
 - 2.2.1 2015-2017年宏观经济分析
 - 2.2.2 2018-2024年宏观经济形势
 - 2.2.3 宏观经济波动对行业影响
- 2.3 自媒体行业社会环境分析
 - 2.2.1 中国人口及就业环境分析
 - 2.2.2 中国居民人均可支配收入
 - 2.2.3 中国消费者消费习惯调查
- 2.4 自媒体行业技术环境分析
 - 2.4.1 行业的主要应用技术分析
 - 2.4.2 行业信息化应用发展水平
 - 2.4.3 互联网创新促进行业发展

第三章 国际自媒体行业发展经验借鉴

- 3.1 美国自媒体行业发展经验借鉴
 - 3.1.1 美国自媒体行业发展历程分析
 - 3.1.2 美国自媒体行业运营模式分析
 - 3.1.3 美国自媒体行业发展趋势预测
 - 3.1.4 美国自媒体行业对我国的启示
- 3.2 英国自媒体行业发展经验借鉴
 - 3.2.1 英国自媒体行业发展历程分析
 - 3.2.2 英国自媒体行业运营模式分析
 - 3.2.3 英国自媒体行业发展趋势预测
 - 3.2.4 英国自媒体行业对我国的启示

3.3 日本自媒体行业发展经验借鉴

3.3.1 日本自媒体行业发展历程分析

3.3.2 日本自媒体行业运营模式分析

3.3.3 日本自媒体行业发展趋势预测

3.3.4 日本自媒体行业对我国的启示

3.4 韩国自媒体行业发展经验借鉴

3.4.1 韩国自媒体行业发展历程分析

3.4.2 韩国自媒体行业运营模式分析

3.4.3 韩国自媒体行业发展趋势预测

3.4.4 韩国自媒体行业对我国的启示

第四章 中国自媒体行业发展现状分析

4.1 中国自媒体行业发展概况分析

4.1.1 中国自媒体行业发展历程分析

4.1.2 中国自媒体行业发展总体概况

4.1.3 中国自媒体行业发展特点分析

4.2 中国自媒体行业发展现状分析

4.2.1 中国自媒体行业市场规模

4.2.2 中国自媒体行业发展分析

4.2.3 中国自媒体企业发展分析

4.3 2018-2024年中国自媒体行业面临的困境及对策

4.3.1 中国自媒体行业面临的困境及对策

1、中国自媒体行业面临困境

2、中国自媒体行业对策探讨

4.3.2 中国自媒体企业发展困境及策略分析

1、中国自媒体企业面临的困境

2、中国自媒体企业的对策探讨

4.3.3 国内自媒体企业的出路分析

第五章 中国互联网+自媒体行业发展现状及前景

5.1 中国互联网+自媒体行业市场发展阶段分析

5.1.1 互联网+自媒体行业发展阶段的研究

- 5.1.2 互联网+自媒体行业细分阶段的分析
- 5.2 互联网给自媒体行业带来的冲击和变革分析
 - 5.2.1 互联网时代自媒体行业大环境变化分析
 - 5.2.2 互联网给自媒体行业带来的突破机遇分析
 - 5.2.3 互联网给自媒体行业带来的挑战分析
 - 5.2.4 互联网+自媒体行业融合创新机会分析
- 5.3 中国互联网+自媒体行业市场发展现状分析
 - 5.3.1 中国互联网+自媒体行业投资布局分析
 - 1、 中国互联网+自媒体行业投资切入方式
 - 2、 中国互联网+自媒体行业投资规模分析
 - 3、 中国互联网+自媒体行业投资业务布局
 - 5.3.2 自媒体行业目标客户互联网渗透率分析
 - 5.3.3 中国互联网+自媒体行业市场规模分析
 - 5.3.4 中国互联网+自媒体行业竞争格局分析
 - 1、 中国互联网+自媒体行业参与者结构
 - 2、 中国互联网+自媒体行业竞争者类型
 - 3、 中国互联网+自媒体行业市场占有率
- 5.4 中国互联网+自媒体行业市场发展前景分析
 - 5.4.1 中国互联网+自媒体行业市场增长动力分析
 - 5.4.2 中国互联网+自媒体行业市场发展瓶颈剖析
 - 5.4.3 中国互联网+自媒体行业市场发展趋势分析

第六章 中国自媒体行业运行指标分析

- 6.1 中国自媒体行业市场规模分析及预测
 - 6.1.1 2015-2017年中国自媒体行业市场规模分析
 - 6.1.2 2018-2024年中国自媒体行业市场规模预测
- 6.2 中国自媒体行业市场供需分析及预测
 - 6.2.1 中国自媒体行业市场供给分析
 - 1、 2015-2017年中国自媒体行业供给规模分析
 - 2、 2018-2024年中国自媒体行业供给规模预测
 - 6.2.2 中国自媒体行业市场需求分析
 - 1、 2015-2017年中国自媒体行业需求规模分析

2、2018-2024年中国自媒体行业需求规模预测

6.3 中国自媒体行业企业数量分析

6.3.1 2015-2017年中国自媒体行业企业数量情况

6.3.2 2015-2017年中国自媒体行业企业竞争结构

6.4 2015-2017年中国自媒体行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国自媒体行业应用领域分析

7.1 中国自媒体行业应用领域概况

7.1.1 行业主要应用领域

7.1.2 行业应用结构分析

7.1.3 应用发展趋势分析

7.2 应用领域一

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场应用规模

7.2.3 行业市场需求分析

7.3 应用领域二

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场应用规模

7.3.3 行业市场需求分析

7.4 应用领域三

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场应用规模

7.4.3 行业市场需求分析

第八章 中国自媒体行业竞争格局分析

8.1 自媒体行业竞争五力分析

8.1.1 自媒体行业上游议价能力

8.1.2 自媒体行业下游议价能力

- 8.1.3 自媒体行业新进入者威胁
- 8.1.4 自媒体行业替代产品威胁
- 8.1.5 自媒体行业内部企业竞争
- 8.2 自媒体行业竞争SWOT分析
 - 8.2.1 自媒体行业优势分析（S）
 - 8.2.2 自媒体行业劣势分析（W）
 - 8.2.3 自媒体行业机会分析（O）
 - 8.2.4 自媒体行业威胁分析（T）
- 8.3 自媒体行业重点企业竞争策略分析

第九章 中国自媒体行业竞争企业分析

- 9.1 自媒体A公司竞争力分析
 - 9.1.1 企业发展基本情况
 - 9.1.2 企业主要产品分析
 - 9.1.3 企业竞争优势分析
 - 9.1.4 企业经营状况分析
 - 9.1.5 企业最新发展动态
- 9.2 自媒体B公司竞争力分析
 - 9.2.1 企业发展基本情况
 - 9.2.2 企业主要产品分析
 - 9.2.3 企业竞争优势分析
 - 9.2.4 企业经营状况分析
 - 9.2.5 企业最新发展动态
- 9.3 自媒体C公司竞争力分析
 - 9.3.1 企业发展基本情况
 - 9.3.2 企业主要产品分析
 - 9.3.3 企业竞争优势分析
 - 9.3.4 企业经营状况分析
 - 9.3.5 企业最新发展动态
- 9.4 自媒体D公司竞争力分析
 - 9.4.1 企业发展基本情况
 - 9.4.2 企业主要产品分析

- 9.4.3 企业竞争优势分析
- 9.4.4 企业经营状况分析
- 9.4.5 企业最新发展动态
- 9.5 自媒体E公司竞争力分析
 - 9.5.1 企业发展基本情况
 - 9.5.2 企业主要产品分析
 - 9.5.3 企业竞争优势分析
 - 9.5.4 企业经营状况分析
 - 9.5.5 企业最新发展动态
- 9.6 自媒体F公司竞争力分析
 - 9.6.1 企业发展基本情况
 - 9.6.2 企业主要产品分析
 - 9.6.3 企业竞争优势分析
 - 9.6.4 企业经营状况分析
 - 9.6.5 企业最新发展动态

第十章 2018-2024年中国自媒体行业发展前景及趋势预测

- 10.1 2018-2024年中国自媒体市场发展前景
 - 10.1.1 2018-2024年自媒体市场发展潜力
 - 10.1.2 2018-2024年自媒体市场发展前景展望
 - 10.1.3 2018-2024年自媒体细分行业发展前景分析
- 10.2 2018-2024年中国自媒体市场发展趋势预测
 - 10.2.1 2018-2024年自媒体行业发展趋势
 - 10.2.2 2018-2024年自媒体行业应用趋势预测
 - 10.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 10.3 2018-2024年中国自媒体市场影响因素分析
 - 10.3.1 2018-2024年自媒体行业发展有利因素
 - 10.3.2 2018-2024年自媒体行业发展不利因素
 - 10.3.3 2018-2024年自媒体行业进入壁垒分析

第十一章 2018-2024年中国自媒体行业投资机会分析

- 11.1 自媒体行业投资现状分析

- 11.1.1 自媒体行业投资规模分析
- 11.1.2 自媒体行业投资资金来源构成
- 11.1.3 自媒体行业投资项目建设分析
- 11.1.4 自媒体行业投资资金用途分析
- 11.1.5 自媒体行业投资主体构成分析
- 11.2 自媒体行业投资机会分析
 - 11.2.1 自媒体行业产业链投资机会
 - 11.2.2 自媒体行业细分市场投资机会
 - 11.2.3 自媒体行业重点区域投资机会
 - 11.2.4 自媒体行业产业发展的空白点分析

第十二章 2018-2024年中国自媒体行业投资风险预警

- 12.1 自媒体行业风险识别方法分析
 - 12.1.1 专家调查法
 - 12.1.2 故障树分析法
 - 12.1.3 敏感性分析法
 - 12.1.4 情景分析法
 - 12.1.5 核对表法
 - 12.1.6 主要依据
- 12.2 自媒体行业风险评估方法分析
 - 12.2.1 敏感性分析法
 - 12.2.2 项目风险概率估算方法
 - 12.2.3 决策树
 - 12.2.4 专家决策法
 - 12.2.5 层次分析法
 - 12.2.6 对比及选择
- 12.3 自媒体行业投资风险预警
 - 12.3.1 2018-2024年自媒体行业市场风险预测
 - 12.3.2 2018-2024年自媒体行业政策风险预测
 - 12.3.3 2018-2024年自媒体行业经营风险预测
 - 12.3.4 2018-2024年自媒体行业技术风险预测
 - 12.3.5 2018-2024年自媒体行业竞争风险预测

12.3.6 2018-2024年自媒体行业其他风险预测

第十三章 2018-2024年中国自媒体行业投资策略建议

13.1 提高自媒体企业竞争力的策略

13.1.1 提高中国自媒体企业核心竞争力的对策

13.1.2 自媒体企业提升竞争力的主要方向

13.1.3 影响自媒体企业核心竞争力的因素及提升途径

13.1.4 提高自媒体企业竞争力的策略

13.2 对我国自媒体品牌的战略思考

13.2.1 自媒体品牌的重要性

13.2.2 自媒体实施品牌战略的意义

13.2.3 自媒体企业品牌的现状分析

13.2.4 我国自媒体企业的品牌战略

13.2.5 自媒体品牌战略管理的策略

13.3 自媒体行业发展建议

13.3.1 行业发展策略建议

13.3.2 行业投资方向建议

13.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：自媒体产业链分析

图表：自媒体上游供应分布

图表：自媒体下游需求领域

图表：自媒体行业生命周期

图表：2015-2017年自媒体行业市场规模分析

图表：2018-2024年自媒体行业市场规模预测

图表：2015-2017年中国自媒体行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国自媒体行业供给规模预测

图表：2015-2017年中国自媒体行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国自媒体行业需求规模预测

图表：2015-2017年中国自媒体行业企业数量情况

图表：2015-2017年中国自媒体行业企业竞争结构

图表：2015-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比2016年涨跌幅度

图表：2015-2017年固定资产投资及其增长速度

图表：2015-2017年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2017年人口数及其构成

图表：2015-2017年农村居民收入及其增长速度

图表：2015-2017年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国自媒体行业投资风险分析

图表：中国自媒体行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201803/15-255317.html>