

# 2021年中国自媒体市场分析报告- 行业规模与发展趋势预测

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年中国自媒体市场分析报告-行业规模与发展趋势预测》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/550852550852.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、自媒体行业概述

#### 1、自媒体发展历程

自媒体是指个人或组织通过现代化、电子化的手段发布信息的一种新型媒体，通过私人化、平民化、自主化的叙述方式，向社会传递充满个性化色彩、规范或不规范的信息。

自媒体的发展路径如下：2009年新浪微博上线，开启自媒体时代；2012年，微信公众号上线，自媒体风向向移动端转移；2012-2014年，传统媒体、电商行业纷纷加入自媒体领域，自媒体更加多元化；2015-2017年，直播、短视频等形式成为自媒体内容创新热点，成爆发式发展。

中国自媒体行业发展历程 数据来源:公开数据整理

#### 2、自媒体分类状况

按运营者分类，自媒体可分为个人自媒体、商业类自媒体和传统媒体衍生自媒体三大类别。按表现方式来分类，自媒体可分为图文自媒体、视频自媒体及语音自媒体。

自媒体行业分类状况

数据来源：公开数据整理

##### (1) 按运营者分类

个人自媒体是以个人，或较为松散的个人与个人联合、合作的作坊形式来运营的自媒体。

商业自媒体是以公司、企业等商业组织的形式来运营的自媒体，含自媒体创业项目及以媒体为中心进行辅助经营两大类。

传统媒体衍生自媒体主要是由各种传统媒体因转型需要而诞生的子平台，大多并不具备自媒体的风格，只是作为其内容的补充传播、发布渠道。

##### (2) 按表现方式来分类

图文自媒体仍为主流表现形式市场占比约为76%左右，由于图文内容的实用性、适应性都更广，准入门槛更低，不需涉及视频拍摄、音频剪辑等专业技能的要求，因此，目前图文自媒体的数量占比仍为最高。

视频类自媒体的主要特点为直观、鲜活，相对图文内容，制作门槛更高，但用户的接受度也更高。近年来，除了轻松娱乐类型的短视频的迅速发展，制作有深度或者兼具娱乐与深度的中长视频也发展迅速。

而语音自媒体近年来随着播客、私人电台、广播剧、有声作品等内容的传播，也逐渐被更多的用户接受认可，迎来更大的市场需求。中国自媒体表现方式分类占比情况

数据来源：公开数据整理

#### 3、自媒体发展环境

我国网民规模持续增加，给自媒体营销生长提供了肥沃的土壤。互联网已经是广告营销

行业发展的重要媒介，当前我国互联网普及率已达到70.4%，其中未成年人互联网普及率达94.9%，网民规模预计在2021年突破10亿。其中，移动端用户普度逐渐接近100%。网民数量激增使得自媒体行业大有作为。自媒体营销可以通过手机及电脑精准传达给用户，小到斗地主游戏的间隔、打开app时的5秒推广，大到追剧、看比赛时的15到1分钟广告，都是精准营销的展现形式。

2015-2021年中国网络普及状况 资料来源：公开数据整理（注：2021年数值为预估值）

## 二、自媒体行业营销趋势

随着商业化路径逐渐清晰，专业的账号运营机构开始进入行业。相比个人自媒体，MCN能够更加专业化体系化地进行孵化、运营、选品、推广、管理等工作，越来越多的个人自媒体开始选择与MCN机构签约，同时MCN也在持续孵化更多账号。

在新媒体营销时代，消费者的消费决策链路变短，其中以内容营销为核心的种草环节变得非常关键，既需要能够创作符合品牌调性的内容，也需要能够将内容精准投放给品牌的目标客户。这种创意营销内容开始逐渐产品化，而新媒体营销时代这种创意内容一般由两方生产，一类是广告代理公司，包括传统的4A公司以及新媒体营销公司；第二类则是KOL本身或MCN机构。后者通常可以是前者的内容供应商，也可以是新媒体营销时代最主要的内容创作方。在行业竞争加剧的情况下，专业的MCN机构仍将持续发展。（XLX）

观研报告网发布的《2021年中国自媒体市场分析报告-行业规模与发展趋势预测》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 2017-2021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 欧洲自媒体行业地区市场分析
  - 一、欧洲自媒体行业市场现状分析
  - 二、欧洲自媒体行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲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 中国自媒体行业供需平衡分析

##### 第七节 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 2017-2021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影响因素分析
- 二、中国自媒体行业市场集中度分析

### 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 自媒体行业成本结构分析

### 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 2017-2021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 2017-2021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

- 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的关键客户战略实施

#### 一、实施关键客户战略的必要性

#### 二、合理确立关键客户

#### 三、对关键客户的营销策略

#### 四、强化关键客户的管理

#### 五、实施关键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

### 第三节 中国自媒体行业价格策略

### 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/guanggaochuanmei/550852550852.html>