

2020年中国自媒体行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2020年中国自媒体行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/wanluomeiti/403264403264.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

最近，一则恶意营销事件在互联网迅速升温。一名女演员在其微博里对刚刚获得国家最高荣誉的钟南山院士口出狂言，并大肆贬损。自媒体的迅猛发展，引发众多传播失范现象。譬如，咪蒙公众号因其旗下的刷屏文章“状元之死”引发巨大争议，进而被很多网友发现该公众号多以“毒鸡汤、精神传销、罔顾事实”系列文章得以博取眼球，最终在2019年2月该自媒体被注销。

随着互联网的发展，进一步打破了传媒产业的边界，自媒体应运而生。自媒体以现代化、电子化的手段，向大众传递规范性及非规范性信息。从二十一世纪初的博客到2009年新浪微博的上线再到2011年微信的横空出世，自媒体的主战场从PC端转至移动端，并随着公众微信号的面世将行业发展推向高潮。由于自媒体平台提供的独有特色及功能，自媒体平台快速成长。我国自媒体营销市场规模由2014年的162亿元增至2019年的1593亿元，复合年增长率达57.9%。预计受微信、微博等头部自媒体平台继续受网民关注并强势推动下，2022年我国自媒体营销市场规模或将突破3000亿元

2013-2023年我国自媒体营销市场规模走势预测 数据来源：公开资料

微博、微信、头条号为目前国内主流自媒体平台，其中，微信以63.4%的占比居整体自媒体账号首位，其次是微博和头条号，占比分别为13.5%、19.3%。

各自媒体平台自媒体账号占比分布 数据来源：公开资料

在人人皆可做自媒体的兴盛时代，行业竞争格外激烈。自媒体讲究的是以流量为主，因此，不乏一些自媒体在追逐流量时失去道德甚至法律下限。当下，自媒体账号的言论主要存在以下八大乱象。

自媒体账号八大乱象 资料来源：公开资料

针对自媒体大号的失当网络言论等乱象，国家网信办等部门开展了集中清理整治专项行动，并依据《网络安全法》出台了《互联网新闻信息服务管理规定》、《互联网用户公众帐号信息服务管理规定》等法规性文件，自媒体行业监管迎来爆发期。

2017-2018年国家自媒体行业的主要监管整顿事件汇总

时间

事件

2017.03

全国“扫黄打非”办公室及小组成员单位开展“净网2017”专项活动，关停多家违规直播平台，整顿直播间，并加强对主播的监管，建立主播“黑名单”

2017.05

国家新闻出版广电总局针对腾讯自采自制和大量播放的低俗节目，以及腾讯微信公众号、移动客户端播放视听节目管理中存在的其他各种问题，要求进行全面整改，并依法对违规行为进行处罚

2017.06

国家网信办发布《互联网新闻信息服务管理规定》和《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》，将各类新媒体纳入管理范畴，对包括微信公众号在内的自媒体造成重大影响

2017.06

毒舌电影、严肃八卦、八卦孟姜女、爆料一姐、芭莎娱乐等25个大号被关闭

2018.10

网信办依法依规全网处置唐纳德说、傅首尔、紫竹张先生、有束光、万能福利吧、野史秘闻、深夜视频等9800多个自媒体账号

2018.11

网信办约谈微信、微博等自媒体平台，对具有违规行为平台提出严重警告资料来源：国家网信办

为积极响应监管号召，作为国内头部自媒体之一，微博也对本平台的自媒体及其他普通账号违规采编发布转载互联网新闻信息进行整治。在2020年8月7日公布的微博三批违规账号统计中，共关闭、禁言、删除昵称账号104007个。

截至目前微博三批违规账号统计情况 数据来源：公开资料

为促进自媒体行业有序、良性发展，除了有关部门进一步完善监管法律、政策的同时，还需自媒体行业努力提高媒介素养，以及公众提升对信息虚实的鉴别能力，多方合力营造更加清朗的网络环境。

我国规范自媒体发展建议 资料来源：公开资料（TC）

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。《2021年中国自媒体行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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

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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/403264403264.html>