

中国自媒体行业竞争态势分析及未来发展趋势报告2023-2029年

产品名称	中国自媒体行业竞争态势分析及未来发展趋势报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国自媒体行业竞争态势分析及未来发展趋势报告2023-2029年*****

*****【报告编号】363279【出版日期】2023年2月【出版机构】

中研华泰研究院【交付方式】EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 自媒体行业发展综述1.1 行业相关概述1.1.1 自媒体的定义1.1.2 自媒体的定位1.1.3 自媒体的属性1.1.4 自媒体的功能1.2 自媒体的特点1.2.1 个性化特性1.2.2 碎片化特点1.2.3 交流互动性1.2.4 多媒体平台1.2.5 群体化特征1.2.6 快速传播性1.3 自媒体对传统媒体的影响1.3.1 对传统媒体正向影响1.3.2 对传统媒体负面冲击1.3.3 传统媒体的发展对策第二章 2020-2022年中国互联网产业发展环境分析2.1 互联网经济运行2.1.1 互联网经济发展特点2.1.2 互联网经济规模影响2.1.3 互联网经济支撑体系2.1.4 互联网经济治理环境2.1.5 互联网经济存在问题2.1.6 互联网经济发展趋势2.1.7 互联网经济发展建议2.2 互联网基础设施建设2.2.1 互联网基础资源2.2.2 互联网资源应用2.2.3 互联网接入环境2.3 互联网用户情况2.3.1 总体网民规模2.3.2 手机网民规模2.3.3 城乡网民规模2.4 互联网应用分析2.4.1 互联网应用概述2.4.2 基础应用类应用2.4.3 商务交易类应用2.4.4 网络娱乐类应用第三章 2020-2022年中国自媒体行业发展分析3.1 自媒体行业发展概况3.1.1 行业发展历程3.1.2 行业发展价值3.1.3 行业商业模式3.1.4 政策监管状况3.1.5 行业发展优劣3.2 自媒体从业人员属性分析3.2.1 自媒体从业人数3.2.2 从业人年龄分布3.2.3 从业人学历分布3.2.4 从业人从业时长3.2.5 从业人工作属性3.2.6 从业人职业3.2.7 从业人收入分析3.2.8 从业人工作内容3.3 自媒体用户特征分析3.3.1 用户画像分析3.3.2 消费升级趋势3.3.3 用户媒介偏好3.3.4 用户内容偏好3.4 自媒体时代下传统媒体转型发展3.4.1 自媒体时代生态特征分析3.4.2 自媒体对传统媒体的挑战3.4.3 传统媒体改革发展的对策3.5 中国自媒体联盟发展分析3.5.1 自媒体联盟产生背景3.5.2 主要自媒体联盟介绍3.5.3 自媒体联盟发展作用3.6 中国自媒体行业发展存在的问题3.6.1 自媒体发展制约因素3.6.2 自媒体行业存在问题3.6.3 自媒体发展瓶颈分析3.7 中国自媒体行业发展的解决对策3.7.1 提高自媒体主体的道德3.7.2 正确坚定把握舆论方向3.7.3 强化自媒体的监督管理3.7.4 完善自媒体的运营机制第四章 2020-2022年中国自媒体平台发展分析4.1 自媒体平台发展概况4.1.1 平台基本概念4.1.2 平台发展状况4.1.3 版权保护状况4.2 2020-2022年中国自媒体平台竞争格局4.2.1 市场细分格局4.2.2 市场份额占比4.2.3 企业布局动态4.2.4 重点平台介绍4.3 中国自媒体平台影响力分析4.3.1 平台粉丝影响力4.3.2 平台增粉影响力4.3.3 平台互动影响力4.4 自媒体平台的未来发展趋势4.4.1 信息传播价值的提升4.4.2

新闻传播实效性更强4.4.3 完善的法律制度建设4.4.4 信息传播空间更广阔第五章
2020-2022年中国主要类别自媒体发展分析5.1 短视频自媒体5.1.1 短视频自媒体行业概况5.1.2
短视频平台的盈利模式5.1.3 短视频自媒体竞争图谱5.1.4 短视频平台用户的竞争5.1.5
短视频自媒体竞争格局5.2 财经自媒体5.2.1 财经自媒体发展阶段5.2.2 财经自媒体产业图谱5.2.3
财经自媒体市场规模5.2.4 财经自媒体发展趋势5.2.5 财经自媒体发展路径5.2.6 财经自媒体的影响力5.3
科技类自媒体5.3.1 科技自媒体概念界定5.3.2 科技自媒体发展背景5.3.3 科技自媒体发展现状5.3.4
科技自媒体未来趋势5.4 汽车自媒体5.4.1 汽车自媒体发展阶段5.4.2 汽车自媒体账号对比5.4.3
汽车自媒体用户分析5.4.4 汽车自媒体布局状况5.4.5 汽车自媒体价值提升5.5 体育自媒体5.5.1
体育自媒体基本概念5.5.2 体育自媒体运用场景5.5.3 体育自媒体影响分析5.5.4 体育自媒体发展路径5.6
校园自媒体5.6.1 校园媒体的影响5.6.2 校园媒体的意义5.6.3 校园媒体的方式5.6.4 校园新媒体教育5.7
生活服务类自媒体5.7.1 美食自媒体5.7.2 旅游自媒体5.7.3 音乐自媒体5.7.4 游戏自媒体第六章
中国自媒体行业商业模式分析6.1 自媒体的商业模式6.1.1 广告营销模式6.1.2 内容付费模式6.1.3
泛电商模式6.2 自媒体商业模式发展的制约因素6.2.1 盈利模式单一6.2.2 内容质量问题6.2.3
恶性竞争频发6.3 自媒体商业化发展的风险规避6.3.1 走垂直化发展道路6.3.2 组建团队提升品质6.3.3
启动相关法律条规6.4 自媒体变现模式分析6.4.1 品牌模式6.4.2 明星模式6.4.3 写手模式6.4.4 渠道模式6.4.5
产品模式6.4.6 会员模式6.4.7 联盟优选模式6.4.8 平台交易模式第七章 中国自媒体行业运营模式分析7.1
自媒体行业运营模式7.1.1 自媒体运营模式分类7.1.2 自媒体运营存在问题7.1.3 自媒体行业运营建议7.2
企业自媒体建设运营模式7.2.1 企业自媒体发展作用7.2.2 企业自媒体运营价值7.2.3 企业自媒体运营思路7.3
自媒体行业营销分析7.3.1 自媒体营销优势分析7.3.2 自媒体营销发展现状7.3.3 自媒体营销市场规模7.3.4
自媒体营销发展策略7.4 自媒体运营方法7.4.1 找准自身定位7.4.2 探索盈利模式7.4.3 重视内容为王7.4.4
软文写作技巧7.4.5 捉住时势资料7.4.6 多个平台发布第八章 2020-2022年中国主要自媒体平台发展分析8.1
微博8.1.1 平台基本介绍8.1.2 平台运营状况8.1.3 平台用户分析8.1.4 平台发展趋势8.2 微信8.2.1
平台基本介绍8.2.2 平台运行现状8.2.3 平台用户分析8.2.4 平台发展战略8.3 头条8.3.1 平台基本介绍8.3.2
平台运营状况8.3.3 平台体系转型8.3.4 平台发展战略8.4 百家号8.4.1 平台基本介绍8.4.2 平台发展历程8.4.3
平台运营状况8.4.4 平台合作战略8.5 抖音8.5.1 平台基本介绍8.5.2 平台发展历程8.5.3 平台运营状况8.5.4
平台发展特色8.6 快手8.6.1 平台基本介绍8.6.2 平台发展历程8.6.3 平台运营状况8.6.4 平台发展特色第九章
2020-2022年中国自媒体行业典型案例分析9.1 逻辑思维9.1.1 逻辑思维间接9.1.2 节目主持艺术9.1.3
节目营销策略9.1.4 节目传播特色9.1.5 节目发展启示9.2 财经9.2.1 财经简介9.2.2 内容生态分析9.2.3
全球布局分析9.3 一条9.3.1 一条基本介绍9.3.2 变现转型背景9.3.3 创新转型路径9.3.4 变现转型困境9.4
车家号9.4.1 车家号基本介绍9.4.2 车家号管理机制9.4.3 车家号共赢模式9.4.4 车家号内容营销9.5
“李子柒”品牌9.5.1 品牌发展背景9.5.2 内容策略研究9.5.3 内容营销方式第十章
中国自媒体行业投资分析及发展前景预测10.1 自媒体行业投融资发展分析10.1.1
自媒体行业融资项目10.1.2 短视频行业投资状况10.1.3 自媒体行业融资问题10.1.4 自媒体行业融资策略10.2
中国自媒体行业投资风险预警10.2.1 法律建设风险10.2.2 宏观调控风险10.2.3 市场运营风险10.3
自媒体行业发展前景展望10.3.1 新媒体产业发展展望10.3.2 自媒体行业发展前景10.3.3
自媒体行业发展趋势10.3.4 自媒体行业发展方向图表目录图表 2016-2022年我国数字经济发展情况图表
2011-2022年中国电子商务交易总额图表 2015-2022年跨境电子商务零售进出口总额图表
2014-2022年中国电子商务就业规模图表 2013-2022年中国非银行支付机构发生的网络支付金额图表
2011-2022年全国快递服务企业业务量图表 2018-2022年互联网基础资源对比图表
2016-2022年IPv6地址数量图表 2016-2022年IPv4地址数量图表 2016-2022年中国网站数量图表
2016-2022年“.CN”下网站数量图表 2016-2022年全国网民平均每周上网时长图表
2022年各类应用使用时长占比图表 2016-2022年中国网民规模和互联网普及率图表
2016-2022年手机网民规模及其占网民比例图表 2018-2022年中国网民城乡结构图表
2018-2022年中国网民各类互联网应用的用户规模及使用率图表
2018-2022年手机网民各类手机互联网应用的用户规模及使用率图表
2016-2022年即时通信用户规模及使用率图表 2016-2022年手机即时通信用户规模及使用率图表
2016-2022年搜索引擎用户规模及使用率图表 2016-2022年手机搜索引擎用户规模及使用率图表
2016-2022年网络新闻用户规模及使用率