

2022-2028年中国自媒体营销市场深度分析与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国自媒体营销市场深度分析与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202201/261788.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

自媒体指用户在自媒体平台上注册的在线账户，用于以文本、图片、音频或视频内容等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。随着Z世代的到来和科技的发展，新媒体营销对新一代用户群体的影响力不断上升。新媒体是继传统媒体之后，在互联网背景下出现的媒体形态，用户从过去被动接受的角色转变为可自主创作的作者与读者身份。2019年，移动社交用户规模预计达到7.8亿，同时，短视频和在线直播用户也均保持较快增长势头，为新媒体营销提供了较好的流量基础。2019年新媒体行业不同领域用户规模走势分析

图文形式仍是新媒体营销广告主要方式，用户看重内容的趣味性、互动性。新媒体用户中中青年为用户主流，年龄在26岁至40岁的比例超过七成。同时，娱乐、社交、资讯获取为新媒体平台最主要用途，占比分别达到57.8%，53.1%和51.8%。

2019年中国各行业新媒体营销大多数仍以图文形式为主，2019年全行业新媒体营销广告投放占比中，视频形式投放广告的占比呈上升趋势，较2018年投入占比上升了7%，图文形式的广告依旧是新媒体营销广告主要的投放形式，但占比呈下降趋势。2018-2019年全行业新媒体营销广告形式投放占比情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国自媒体营销市场深度分析与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了中国自媒体营销行业市场发展环境、自媒体营销整体运行态势等，接着分析了中国自媒体营销行业市场运行的现状，然后介绍了自媒体营销市场竞争格局。随后，报告对自媒体营销做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国自媒体营销行业发展趋势与投资预测。您若想对自媒体营销产业有个系统的了解或者想投资中国自媒体营销行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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。

报告目录：第一章 自媒体营销行业产品定义及行业概述发展分析第一节 自媒体营销行业产品定义一、自媒体营销行业产品定义及分类二、自媒体营销行业产品应用范围分析三、自媒体营销行业发展历程四、自媒体营销行业发展地位及影响分析第二节 自媒体营销行业产业链发展环境简析一、自媒体营销行业产业链模型理论二、自媒体营销行业产业链示意图及相关概述第三节 经济环境一、国民经济运行情况GDP（季度更新）二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）三、全国居民收入情况（季度更新）四、恩格尔系数（年度更新）五、工业发展形势（月度更新）六、固定资产投资情况（季度更新）七、2020年我国宏观经济发展预测第四节 自媒体营销行业税收及进出口关税第五节 社会环境一、人口数量及老龄化分析二、网

民规模情况三、90后消费群体特点分析第六节自媒体营销技术发展现状一、自媒体营销行业技术发展二、自媒体营销生产工艺一、自媒体营销技术发展趋势 第二章 2015-2019年自媒体营销行业国内外市场发展概述第一节2015-2019年全球自媒体营销行业发展分析一、全球自媒体营销经济发展现状及预测二、全球自媒体营销行业技术发展现状三、全球自媒体营销行业发展概述第二节 2015-2019年全球自媒体营销行业供需及规模分析一、全球自媒体营销行业市场供需情况二、全球自媒体营销行业市场规模及区域分布情况三、全球自媒体营销行业重点国家市场分析四、全球自媒体营销行业发展热点分析五、2022-2028年全球自媒体营销行业市场规模预测第三节2015-2019年中国及全球自媒体营销行业对比分析一、中国自媒体营销行业生命周期分析二、中国自媒体营销行业市场成熟度情况三、中国和国外自媒体营销行业对比SWTO第四节2015-2019年全球自媒体营销所属行业相关产品进出口情况 第三章 2015-2019年我国自媒体营销行业发展现状第一节 中国自媒体营销行业发展概述 短视频自媒体处于开发阶段，而现时短视频平台的变现模式主要限于广告或与电子商务平台及内容创作者合作。为更好地资本化短视频的内容，或会采纳更多创新变现模式作为新的收入来源。于2019年，若干领先平台已证明短视频内容变现的可行性。例如，抖音及快手等领先平台正在其平台中引入及推广游戏变现，这使专注于内容变现的自媒体营销服务提供商受益。预计变现的多元化将使价值链的大量业务合作伙伴受益。六大因素驱动自媒体营销发展一、中国自媒体营销行业发展现状二、中国自媒体营销发展面临问题三、2015-2019年中国自媒体营销行业市场规模四、中国自媒体营销行业需求客户结构第二节 我国自媒体营销行业发展状况一、2015-2019年中国自媒体营销行业产值情况二、2019年我国自媒体营销产值区域分布分析第三节 2015-2019年中国自媒体营销行业产量分析第四节 2019年自媒体营销行业需求分析一、2015-2019年我国自媒体营销行业需求分析二、2015-2019年我国自媒体营销市场价格走势分析 第四章 自媒体营销行业竞争态势分析第一节 自媒体营销行业集中度分析一、自媒体营销市场集中度分析二、自媒体营销企业分布区域集中度分析三、自媒体营销区域消费集中度分析第二节自媒体营销行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析第三节 自媒体营销行业竞争格局分析一、2019年自媒体营销行业竞争分析二、2019年中外自媒体营销产品竞争分析三、2019年我国自媒体营销市场竞争分析四、近年国内自媒体营销行业重点企业发展动向 第五章 2015-2019年中国自媒体营销所属行业运行及进出口分析第一节 2015-2019年中国自媒体营销所属行业总体运行情况一、自媒体营销企业数量及分布二、自媒体营销行业从业人员统计第二节 2015-2019年中国自媒体营销所属行业运行数据一、行业资产情况分析二、行业销售情况分析三、行业利润情况分析第三节 2015-2019年中国自媒体营销所属行业成本费用结构分析第四节 2015-2019年中国自媒体营销所

属行业经营成本情况第五节 2015-2019年中国自媒体营销所属行业管理费用情况第六节 中国自媒体营销所属行业或相关行业进出口分析1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额2、行业进口分国家3、行业出口分国家 第六章 2015-2019年中国自媒体营销行业区域发展分析第一节 中国自媒体营销行业区域发展现状分析第二节 2015-2019年华北地区一、华北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第三节 2015-2019年东北地区一、东北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第四节 2015-2019年华东地区一、华东地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第五节 2015-2019年华南地区一、华南地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第六节 2015-2019年华中地区一、华中地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第七节 2015-2019年西部地区一、西部地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第七章 自媒体营销重点企业发展分析第一节 A公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第二节 B公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第三节 C公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第四节 D公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第五节 E公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第六节 F公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第八章 2015-2019年中国自媒体营销行业上下游主要行业发展现状分析第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析一、A行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况二、B行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况……第二节 2015-2019年主要下游产业发展分析一、D行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景二、E行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景…… 第九章 2022-2028年中国自媒体营销行业发展预测分析第一节 2022-2028年中国自媒体营销行业产量预测第二节 2022-2028年中国自媒体营销行业需求量预测第三节 2022-2028年中国自媒体营销行业规模预测 移动互联网营销服务主要是利用大数据能力为广告主进行广告投放、实现其营销需求，按服务类型的不同，分为品牌广告和效果广告。品牌广告是以树立品牌形象，提高品牌的市场占有率为直接目的，突出传播品牌在消费者心目中确定位置的一种广告类别；中国品牌内容营销（原生内容营销、品牌植入营销、互动内容营销）市场规模有望在2020年达到1294.9亿元，同比增加68%，在整体分配比例中，品牌植入营销的占比预计不断提升。效果广告是以促进销售为直接目的（游戏类，其用户

的使用、充值等行为在线上进行，在广告投放中，相比快消、汽车等实体经济广告主，游戏广告主对于线上投放渠道依赖更为明显。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，自媒体已成为行业客户营销并推广其品牌及产品的主要渠道。与此同时，自媒体发布者亦热衷透过向行业客户提供流量库存以将其流量变现。这为自媒体营销创造了一个市场，亦为自媒体营销服务提供商创造商机。自媒体营销服务提供商将行业客户（即产品提供商及商家）与自媒体发布者联系起来。与其他服务提供商相比，能提供多种产品并可让自媒体发布者从中变现的自媒体营销服务提供商会更受自媒体发布者欢迎。效果类营销对中小型自媒体发布者而言是具吸引力的商业机会。行业客户的绝大部分效果类自媒体营销开支投向中小型自媒体发布者。于2019年，中小型自媒体发布者约占自媒体平台总流量的70%。然而，他们难以通过流量获利，因此对变现服务需求强劲。在微信、微博、今日头条和抖音等领先自媒体平台日渐受移动互联网用户关注而普及的推动下，行业客户较传统门户网站于自媒体投放更多资源和营销预算。以收益计的自媒体营销市场规模由2013年的97亿元增加至2019年的1624亿元，预计于2023年前达到3396亿元。2013-2023年自媒体营销市场规模走势预测

第四节 2022-2028年中国产业的前景及趋势一、中国自媒体营销市场发展前景乐观二、2020年中国自媒体营销市场消费趋势分析

第五节 2022-2028年中国自媒体营销行业发展趋势一、中国自媒体营销行业的发展前景二、2022-2028年中国自媒体营销产业规划分析三、我国自媒体营销行业的标准化发展趋势

第六节 2022-2028年中国自媒体营销行业“走出去”发展分析

第十章 自媒体营销行业投资前景研究及销售战略分析

第一节 影响自媒体营销行业发展的主要因素一、影响自媒体营销行业运行的有利因素二、影响自媒体营销行业运行的稳定因素三、影响自媒体营销行业运行的不利因素四、我国自媒体营销行业发展面临的挑战五、我国自媒体营销行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析一、2015-2019年中国行业投资规模二、行业投资壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析

第三节 2022-2028年自媒体营销行业投资效益分析

第四节 2022-2028年自媒体营销行业投资前景研究

第五节 自媒体营销行业投资前景预警一、2022-2028年自媒体营销行业市场风险预测二、2022-2028年自媒体营销行业政策风险预测三、2022-2028年自媒体营销行业经营风险预测四、2022-2028年自媒体营销行业技术风险预测五、2022-2028年自媒体营销行业竞争风险预测六、2022-2028年自媒体营销行业其他风险预测

第六节 市场策略分析一、自媒体营销价格策略分析二、自媒体营销渠道策略分析

第七节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析

第八节 提高自媒体营销企业竞争力的策略一、提高中国自媒体营销企业核心竞争力的对策二、自媒体营销企业提升竞争力的主要方向三、影响自媒体营销企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高自媒体营销企业竞争力的策略

第九节 对我国自媒体营销品牌的战略思考一、自媒体营销实施品牌战略的意义二、自媒体营销企业品牌的现状

分析三、我国自媒体营销企业的品牌战略四、自媒体营销品牌战略管理的策略第十节 市场的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、重点客户战略管理四、重点客户管理功能 部分图表目录：图表：自媒体营销行业历程图表：自媒体营销行业生命周期图表：自媒体营销行业产业链分析图表：2015-2019年自媒体营销行业产能分析图表：2015-2019年自媒体营销行业市场规模分析图表：2015-2019年自媒体营销行业产量分析图表：2015-2019年自媒体营销行业需求量分析图表：2019年自媒体营销行业需求领域分布格局图表：2022-2028年自媒体营销行业市场规模预测图表：中国自媒体营销行业盈利能力分析图表：中国自媒体营销行业运营能力分析图表：中国自媒体营销行业偿债能力分析图表：中国自媒体营销行业发展能力分析图表：中国自媒体营销行业经营效益分析图表：2022-2028年自媒体营销行业市场规模预测图表：2022-2028年自媒体营销行业产量预测图表：2022-2028年自媒体营销行业需求量预测更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/261788.html>