

# 2023-2029年中国自媒体市场深度评估与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国自媒体市场深度评估与投资战略研究报告》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/202307/384353.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国自媒体市场深度评估与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：自媒体行业综述及数据来源说明

1.1 自媒体行业界定

1.1.1 自媒体的界定

1.1.2 自媒体相似概念辨析

1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中自媒体行业归属

1.2 自媒体行业分类

1.3 自媒体行业监管规范体系

1.3.1 自媒体专业术语说明

1.3.2 自媒体行业监管体系介绍

1、中国自媒体行业主管部门

2、中国自媒体行业自律组织

1.3.3 自媒体行业标准体系建设现状（国家/地方/行业/团体/企业标准）

1、中国自媒体标准体系建设

2、中国自媒体现行标准汇总

（1）中国自媒体行业现行国家标准汇总

（2）中国自媒体行业现行行业标准汇总

（3）中国自媒体行业现行地方标准汇总

（4）中国自媒体行业现行团体标准汇总

（5）中国自媒体行业现行企业标准汇总

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

## 第2章：及中国自媒体行业发展状况分析

### 2.1 自媒体行业发展概况分析

#### 2.1.1 自媒体行业发展背景分析

- 1、网民数量
- 2、区域网络发展情况
- 3、网民上网时长

#### 2.1.2 自媒体行业发展现状

- 1、自媒体用户分析
- 2、自媒体平台分析

### 2.2 中国自媒体行业发展历程介绍

### 2.3 自媒体与传统媒体对比

### 2.4 中国自媒体行业市场主体分析

#### 2.4.1 中国自媒体行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）

#### 2.4.2 中国自媒体行业企业数量规模

#### 2.4.3 中国自媒体行业企业特征分析

- 1、自媒体行业注册企业经营状态
- 2、自媒体行业企业注册资本分布
- 3、自媒体行业注册企业省市分布
- 4、自媒体行业在业/存续企业类型分布（国资/民资/外资等）

### 2.5 中国自媒体行业从业人员分析

#### 2.5.1 自媒体从业人员概述

#### 2.5.2 应届本科生自媒体从业情况

### 2.6 中国自媒体行业用户分析

#### 2.6.1 中国主流自媒体平台用户性别分析

#### 2.6.2 中国主流自媒体平台用户年龄分布

#### 2.6.3 中国主流自媒体平台用户地域分布

#### 2.6.4 中国主流自媒体平台用户兴趣分布

### 2.7 中国MCN机构分析

#### 2.7.1 MCN模式介绍

#### 2.7.2 中国MCN机构发展现状

### 2.8 中国自媒体行业市场规模

## 2.9 中国自媒体行业市场发展存在的问题

### 第3章：中国自媒体行业市场竞争状况及融资并购分析

#### 3.1 中国自媒体行业竞争概况

##### 3.1.1 中国自媒体行业竞争主体分析

##### 3.1.2 中国自媒体行业竞争特点

#### 3.2 中国自媒体行业市场竞争格局分析

##### 3.2.1 中国自媒体行业平台企业入场进程

##### 3.2.2 中国自媒体平台竞争集群

##### 3.2.3 中国自媒体行业平台企业省市分布热力图

##### 3.2.4 中国自媒体行业竞争格局分析

#### 3.3 中国自媒体行业波特五力模型分析

##### 3.3.1 中国自媒体行业供应商的议价能力

##### 3.3.2 中国自媒体行业消费者的议价能力

##### 3.3.3 中国自媒体行业新进入者威胁

##### 3.3.4 中国自媒体行业替代品威胁

##### 3.3.5 中国自媒体行业现有企业竞争

##### 3.3.6 中国自媒体行业竞争状态总结

#### 3.4 中国自媒体行业投融资、兼并与重组状况

##### 3.4.1 中国自媒体行业投融资发展状况

##### 3.4.2 中国自媒体行业兼并与重组状况

### 第4章：中国自媒体商业模式分析

#### 4.1 中国自媒体传播特征

##### 4.1.1 平民化、大众化、亲和力强

##### 4.1.2 传播快、个性化、互动性强

##### 4.1.3 年轻化、态度鲜明、带动性强

##### 4.1.4 用户粘性大、去中心化强

#### 4.2 自媒体变现模式分析

##### 4.2.1 广告盈利模式

###### 1、平台广告分成

###### 2、自营广告

#### 4.2.2 会员付费、社群经济盈利模式

#### 4.2.3 打赏激励盈利模式

#### 4.2.4 电商变现模式

##### 1、线上电商

##### 2、线下活动

#### 4.3 自媒体营销服务分析

##### 4.3.1 自媒体营销的特性

##### 1、自主性

##### 2、低成本

##### 3、多元化

##### 4.3.2 自媒体营销运作模式

##### 1、“网红效应”模式

##### 2、自主品牌营销

##### 3、跨界组合模式

##### 4、广告依存模式

#### 4.4 自媒体运营模式分析

##### 4.4.1 自媒体运营介绍

##### 4.4.2 自媒体运营模块

##### 4.4.3 自媒体运营模式分析

##### 1、品牌运营模式

##### 2、产品运营模式

##### 3、写手运营模式

##### 4、社群运营模式

### 第5章：中国自媒体产业链全景及产业配套布局

#### 5.1 中国自媒体产业链——产业结构属性分析

##### 5.1.1 自媒体行业产业链结构概览

##### 5.1.2 自媒体行业产业链全景图谱

#### 5.2 中国互联网营销和广告自媒体行业发展分析

##### 5.2.1 互联网营销和广告自媒体行业发展概述

##### 1、互联网营销和广告的定义

##### 2、互联网重点企业的营销模式

### 3、典型自媒体平台营销策略

(1) 新浪微博平台

(2) 微信平台

(3) Bilibili平台

(4) 小红书平台

(5) 抖音平台

(6) 快手平台

(7) 淘宝平台

#### 5.2.2 互联网营销和广告自媒体行业发展现状

1、中国网络广告各平台收入占比情况

2、中国网络广告头部公司占比情况

3、网络广告发展规模分析

#### 5.2.3 互联网营销和广告自媒体行业发展趋势分析

## 第6章：中国自媒体行业细分市场发展现状

### 6.1 中国自媒体行业细分市场发展现状

#### 6.2 中国自媒体细分市场分析：社交类自媒体

##### 6.2.1 社交类自媒体概述

##### 6.2.2 社交类自媒体市场发展现状

1、社交类自媒体用户规模

2、社交类自媒体市场主要参与者

3、社交类自媒体市场竞争格局

4、社交类自媒体市场规模

##### 6.2.3 社交类自媒体发展趋势前景

#### 6.3 中国自媒体细分市场分析：网络新闻自媒体

##### 6.3.1 网络新闻自媒体市场发展现状

1、网络新闻用户规模及使用率

2、网络新闻自媒体市场主要参与者

3、网络新闻自媒体市场竞争格局

4、网络新闻自媒体市场发展规模分析

##### 6.3.2 网络新闻自媒体发展趋势前景

#### 6.4 中国自媒体细分市场分析：视频媒体类自媒体

- 6.4.1 视频媒体类自媒体概述
- 6.4.2 视频媒体类自媒体市场发展现状
  - 1、网络视频用户规模及使用率
  - 2、网络视频市场竞争格局
- 6.4.3 视频媒体类自媒体发展趋势前景
- 6.5 中国自媒体细分市场分析：音频媒体类自媒体
  - 6.5.1 音频媒体类自媒体概述
  - 6.5.2 音频媒体类自媒体市场发展现状
    - 1、网络音乐用户规模及使用率
    - 2、网络音乐主要市场参与者
    - 3、网络音乐市场竞争格局
    - 4、网络音乐市场发展规模分析
  - 6.5.3 音频媒体类自媒体发展趋势前景
- 6.6 中国自媒体细分市场分析：直播类自媒体
  - 6.6.1 直播类自媒体概述
    - 1、直播类自媒体定义
    - 2、直播类自媒体与传统媒体的比较
    - 3、直播类自媒体行业特征
  - 6.6.2 直播类自媒体市场发展现状
    - 1、直播类自媒体市场规模分析
    - 2、直播类自媒体用户规模分析
  - 6.6.3 直播类自媒体发展趋势前景
- 6.7 中国自媒体行业细分市场战略地位分析

## 第8章：中国自媒体企业布局案例

- 8.1 中国自媒体企业布局梳理与对比
- 8.2 中国自媒体企业布局分析（不分先后，可定制）
  - 8.2.1 深圳市腾讯计算机系统有限公司
    - 1、企业发展历程及基本信息
      - （1）企业发展历程
      - （2）企业基本信息
    - 2、企业业务架构及经营情况



- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况
- 3、企业自媒体业务布局及发展状况
  - (1) 企业自媒体业务布局情况
  - (2) 企业自媒体业务服务能力
- 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪
  - (1) 企业自媒体业务创新成果追踪
  - (2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪
  - (3) 企业自媒体业务其他相关布局动态追踪
- 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

#### 8.2.2 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

- 1、企业发展历程及基本信息
  - (1) 企业发展历程
  - (2) 企业基本信息
- 2、企业业务架构及经营情况
  - (1) 企业整体业务架构
  - (2) 企业整体经营情况
- 3、企业自媒体业务布局及发展状况
  - (1) 企业自媒体业务介绍
  - (2) 企业自媒体业务销售布局
- 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪
  - (1) 企业自媒体业务创新成果追踪
  - (2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪
  - (3) 企业自媒体业务其他相关布局动态追踪
- 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

#### 8.2.3 新浪网技术（中国）有限公司

- 1、企业发展历程及基本信息
  - (1) 企业发展历程
  - (2) 企业基本信息
- 2、企业业务架构及经营情况
  - (1) 企业整体业务架构
  - (2) 企业整体经营情况

- 3、企业自媒体业务布局及发展状况
  - (1) 企业自媒体业务布局情况
  - (2) 企业自媒体业务发展现状
- 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪
  - (1) 企业自媒体业务科研投入情况
  - (2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪
- 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

#### 8.2.4 网易（杭州）网络有限公司

- 1、企业发展历程及基本信息
  - (1) 企业发展历程
  - (2) 企业基本信息
- 2、企业业务架构及经营情况
  - (1) 企业整体业务架构
  - (2) 企业整体经营情况
- 3、企业自媒体业务布局及发展状况
- 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪
  - (1) 企业自媒体业务科研投入情况
  - (2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪
- 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

#### 8.2.5 北京抖音信息服务有限公司

- 1、企业发展历程及基本信息
  - (1) 企业发展历程
  - (2) 企业基本信息
- 2、企业责任战略及经营情况
  - (1) 企业责任战略
  - (2) 企业整体经营情况
- 3、企业自媒体业务布局及发展状况
- 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪
  - (1) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪
  - (2) 企业自媒体业务其他相关布局动态追踪
- 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

#### 8.2.6 北京快手科技有限公司

## 1、企业发展历程及基本信息

### (1) 企业发展历程

### (2) 企业基本信息

## 2、企业业务架构及经营情况

### (1) 企业整体业务架构

### (2) 企业整体经营情况

## 3、企业自媒体业务布局及发展状况

### (1) 企业自媒体业务布局情况

### (2) 企业自媒体业务运营模式

## 4、企业自媒体业务最新布局动向追踪

### (1) 企业自媒体业务最新发展动态

### (2) 企业自媒体业务最新发展规划

## 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

### 8.2.7 北京爱奇艺科技有限公司

## 1、企业发展历程及基本信息

### (1) 企业发展历程

### (2) 企业基本信息

## 2、企业业务架构及经营状况

### (1) 企业整体业务架构

### (2) 企业整体经营状况

## 3、企业自媒体业务布局及发展状况

### (1) 企业自媒体业务概况

### (2) 企业自媒体业务布局

### (3) 企业视频播放软件业务用户分析

## 4、企业视频播放软件业务最新发展动向追踪

### (1) 企业专利情况

### (2) 企业作品著作权状况

### (3) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪

## 5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

### 8.2.8 北京智者天下科技有限公司

## 1、企业发展历程及基本信息

### (1) 企业发展历程

(2) 企业基本信息

2、企业业务架构及经营情况

(1) 企业整体业务架构

(2) 企业整体经营情况

3、企业自媒体业务布局及发展状况

4、企业自媒体业务最新布局动向追踪

(1) 企业自媒体业务科研投入情况

(2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪

5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

8.2.9 上海宽娱数码科技有限公司

1、企业发展历程及基本信息

(1) 企业发展历程

(2) 企业基本信息

2、企业业务架构及经营状况

(1) 企业整体业务架构

(2) 企业整体经营状况

(3) 企业用户活跃情况

3、企业自媒体布局状况

(1) 企业自媒体业务

(2) 企业自媒体功能及特色

4、企业自媒体业务最新布局动向追踪

(1) 企业研发创新状况

(2) 企业作品著作权状况

(3) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪

5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

8.2.10 武汉斗鱼网络科技有限公司

1、企业发展历程及基本信息

2、企业经营情况

(1) 经营业绩

(2) 发展规模

3、企业自媒体业务布局及发展状况

4、企业自媒体业务最新布局动向追踪

(2) 企业自媒体业务投融资及兼并重组动态追踪

5、企业自媒体业务布局&发展优劣势分析

第9章：中国自媒体行业发展环境洞察及SWOT

9.1 中国自媒体行业经济（Economy）环境分析

9.1.1 中国宏观经济发展现状

- 1、中国GDP及增长情况
- 2、中国三次产业结构
- 3、中国居民消费价格（CPI）
- 4、中国生产者价格指数（PPI）
- 5、中国第三产业增加值
- 6、中国社会消费品零售情况

9.1.2 中国宏观经济发展展望

- 1、国际机构对中国GDP增速预测
- 2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测

9.1.3 中国自媒体行业发展与宏观经济相关性分析

9.2 中国自媒体行业社会（Society）环境分析

9.2.1 中国自媒体行业社会环境分析

- 1、中国人口规模及增速
- 2、中国人口结构
  - (1) 年龄结构
  - (2) 中国人口性别结构
- 3、中国城镇化水平变化
  - (1) 中国城镇化现状
  - (2) 中国城镇化趋势展望
- 4、中国网民规模及互联网普及率
- 5、中国居民人均可支配收入
- 6、中国居民人均消费支出及结构
  - (1) 中国居民人均消费支出
  - (2) 中国居民消费结构变化
- 7、中国居民消费习惯变化
  - (1) 线上渠道成为主要的购物渠道

(2) 体验式消费需求增加

## 8、中国居民消费升级演进

(1) 中国消费升级演进历程

(2) 中国消费变革的八大趋势

### 9.2.2 社会环境对自媒体行业发展的影响总结

## 9.3 中国自媒体行业政策 ( Policy ) 环境分析

### 9.3.1 国家层面自媒体行业政策规划汇总 ( 指导类/支持类/限制类 )

### 9.3.2 国家重点规划/政策对自媒体行业发展的影响

1、《网信系统法治宣传教育第八个五年规划 ( 2021-2025年 ) 》

2、《&ldquo;十四五&rdquo;信息通信行业发展规划》

3、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

### 9.3.3 政策环境对自媒体行业发展的影响总结

## 9.4 中国自媒体行业SWOT分析 ( 优势/劣势/机会/威胁 )

## 第10章：中国自媒体行业市场前景预测及发展趋势预判

### 10.1 中国自媒体行业发展潜力评估

### 10.2 中国自媒体行业发展前景预测

### 10.3 中国自媒体行业发展趋势预判

#### 10.3.1 团队化趋势明显

#### 10.3.2 内容更加垂直

## 第11章：中国自媒体行业投资战略规划策略及建议

### 11.1 中国自媒体行业进入壁垒分析

#### 11.1.1 资金壁垒

#### 11.1.2 技术壁垒

#### 11.1.3 政策壁垒

#### 11.1.4 人才壁垒

### 11.2 中国自媒体行业投资风险预警

### 11.3 中国自媒体行业投资机会分析

#### 11.3.1 自媒体行业细分领域投资机会

#### 11.3.2 自媒体行业区域市场投资机会

### 11.4 中国自媒体行业投资价值评估

11.5 中国自媒体行业投资策略与建议

11.6 中国自媒体行业可持续发展建议

## 图表目录

图表1：自媒体相关概念辨析

图表2：国家统计局对于自媒体行业的分类

图表3：自媒体的分类

图表4：自媒体专业术语说明

图表5：中国自媒体行业监管体系构成

图表6：中国自媒体行业主管部门

图表7：中国自媒体行业自律组织

图表8：截至2022年中国自媒体行业现行国家标准（部分列举）

图表9：截至2023年中国自媒体行业现行行业标准（部分列举）

图表10：截至2023年中国自媒体行业现行地方标准（部分列举）

图表11：截至2023年中国自媒体行业现行团体标准（部分列举）

图表12：截至2023年中国自媒体行业现行企业标准

图表13：本报告研究范围界定

图表14：本报告权威数据资料来源汇总

图表15：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表16：2012-2022年网民数量及增长速度（单位：亿人，%）

图表17：2022年各地网络覆盖率（单位：%）

图表18：2013-2021年网民人均每日上网时长（单位：小时，分钟）

图表19：2012-2022年社交媒体用户数量（单位：亿人）

图表20：2022年社交媒体用户年龄和性别分布（单位：%）

图表21：2022年用户最多的社交媒体平台排名（单位：亿人）

图表22：中国自媒体发展历程

图表23：自媒体与传统媒体对比

图表24：中国自媒体行业市场主体类型

图表25：2000-2022年中国自媒体行业历年新增企业数量（单位：家）

图表26：截至2023年1月中国自媒体行业注册企业经营状态（单位：%）

图表27：截至2023年1月中国自媒体行业企业注册资本分布（单位：%）

图表28：截至2023年1月中国自媒体行业注册企业省市TOP10（单位：家）

图表29：截至2023年1月中国自媒体行业在业/存续企业类型分布（单位：家）

图表30：2021届本科生自媒体从业情况（单位：%）

图表31：2021年中国主流自媒体平台用户性别分布（单位：%）

图表32：2021年中国主流自媒体平台用户年龄分布指数

图表33：2021年中国主流自媒体平台用户地域分布

图表34：2021年中国主流自媒体平台用户兴趣分布

图表35：中国MCN行业发展历程

图表36：中国MCN机构主要类型

图表37：2015-2021年中国MCN机构数量（单位：家，%）

图表38：2021年中国MCN机构成立年限占比（单位：%）

图表39：2014-2022年中国自媒体行业市场规模（单位：亿元）

图表40：中国自媒体行业市场发展痛点分析

图表41：中国自媒体竞争主体

图表42：自媒体行业竞争特点

图表43：中国自媒体行业部分代表性平台入场进程

图表44：中国自媒体行业企业战略集群状况

图表45：中国自媒体行业企业分布热力图

图表46：中国代表性自媒体平台月活跃用户数（单位：亿人）

图表47：中国自媒体行业供应商的议价能力

图表48：下游客户对中国自媒体行业的议价能力

图表49：中国自媒体行业潜在进入者威胁

图表50：中国自媒体行业现有企业竞争

图表51：中国自媒体行业竞争状态分析

图表52：自媒体行业资金来源汇总

图表53：自媒体行业投融资主体构成

图表54：2022年中国自媒体行业投资主体分析（单位：%）

图表55：2022年中国自媒体行业投融资事件汇总（单位：万美元、万人民币）

图表56：2013-2022年中国自媒体行业投融资规模（单位：起，亿元）

图表57：2017-2023年中国自媒体行业投融资轮次分析（单位：起）

图表58：2017-2023年中国自媒体行业投融资区域分析（单位：%）

图表59：2017-2023年中国自媒体行业兼并重组事件汇总（单位：%）

图表60：自媒体运营四大模块



图表61：品牌运营模式举例

图表62：产品运营模式举例

图表63：写手运营模式特点

图表64：社群运营模式特点

图表65：自媒体行业产业链

图表66：自媒体行业全景图谱

图表67：自媒体营销产业链角色总览

图表68：中国自媒体平台特点及营销形式

图表69：自媒体营销平台概览

图表70：新浪微博平台自媒体营销策略

图表71：微信平台自媒体营销策略

图表72：Bilibili平台自媒体营销策略

图表73：小红书平台自媒体营销策略

图表74：抖音平台自媒体营销策略

图表75：快手平台自媒体营销策略

图表76：淘宝平台自媒体营销策略

图表77：2020-2021年中国网络广告各平台收入占比情况（单位：%）

图表78：2020-2021年中国网络广告头部公司占比情况（单位：%）

图表79：2017-2022年中国互联网广告收入规模及其增速（单位：亿元，%）

图表80：互联网营销和广告自媒体行业发展趋势分析

图表81：中国自媒体行业细分市场格局分析

图表82：社交类自媒体优势分析

图表83：2017-2022年中国即时通信用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表84：中国社交类自媒体市场主要参与者

图表85：2022年前三季度中国社交类自媒体市场APP月活跃用户数（单位：亿）

图表86：2019-2022年中国社交类自媒体用户流量价值（单位：亿元）

图表87：中国社交类自媒体市场发展趋势分析

图表88：2017-2021年中国网络新闻用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表89：中国网络新闻自媒体市场参与者

图表90：2022年3月中国资讯信息流类APP月活跃用户数（单位：亿）

图表91：2019-2022年中国资讯信息流类APP用户流量价值（单位：亿元）

图表92：中国网络新闻自媒体市场发展趋势

图表93：中国互联网影视自媒体行业主体

图表94：2018-2022年中国网络视频（含短视频）用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表95：2018-2022年中国短视频用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表96：2022年7月中国综合视频APP月活跃用户规模（单位：亿）

图表97：中国视频媒体类自媒体市场发展趋势分析

图表98：音频媒体类自媒体示意图

图表99：2017-2022年中国网络音乐用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表100：2022年中国网络音乐十大品牌

图表101：2021年10月中国主要在线音乐APP月活跃用户规模（单位：万）

图表102：2016-2022年中国在线音乐服务市场规模及其增速（单位：亿元，%）

图表103：中国音频媒体类自媒体市场发展趋势分析

图表104：中国直播自媒体行业主体

图表105：直播类自媒体与传统媒体的差异比较

图表106：直播类自媒体特征分析

图表107：2016-2022年中国网络直播市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表108：截至2022年中国在线直播市场结构（单位：%）

图表109：2023-2028年中国网络直播市场规模预测（单位：亿元）

图表110：中国自媒体行业细分市场战略地位分析

图表111：中国自媒体行业代表性企业发展布局对比（单位：亿元，亿美元）

图表112：深圳市腾讯计算机系统有限公司发展历程

图表113：深圳市腾讯计算机系统有限公司基本信息表

图表114：深圳市腾讯计算机系统有限公司主要业务布局

图表115：2021年深圳市腾讯计算机系统有限公司业务结构（按营业收入）（单位：亿元，%）

图表116：2017-2022年深圳市腾讯计算机系统有限公司整体经营情况（单位：亿元）

图表117：2017-2022年深圳市腾讯计算机系统有限公司发展规模及增速（单位：亿元，%）

图表118：腾讯控股有限公司自媒体业务布局

图表119：2021年深圳市腾讯计算机系统有限公司月活跃账户数（单位：亿，%）

图表120：2021年深圳市腾讯计算机系统有限公司创新成果（单位：个，项）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/384353.html>