

## 2025-2030年中国自媒体行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

## 目 录

## CONTENTS

## ——综述篇——

## 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

## ——现状篇——

## 第2章：全球及中国自媒体行业发展状况分析

## 2.1 全球自媒体行业发展概况分析

- 2.1.1 全球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 全球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
      - 1、中国自媒体行业投融资概述
        - (1) 自媒体行业资金来源
        - (2) 自媒体行业投融资主体构成
      - 2、中国自媒体行业投融资事件汇总
      - 3、中国自媒体行业投融资规模
      - 4、中国自媒体行业投融资解析（热门领域/融资轮次/对外投资等）
        - (1) 融资轮次分析
        - (2) 融资地区分析
    - 3.4.2 中国自媒体行业兼并与重组状况
      - 1、中国自媒体行业兼并与重组事件汇总
      - 2、中国自媒体行业兼并与重组类型及动因
- 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

### ——展望篇——

## 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 (2025-2030年)》

2、《“十四五”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2024年中国自媒体行业现行国家标准 (部分列举)

图表9：截至2024年中国自媒体行业现行行业标准 (部分列举)

图表10：截至2024年中国自媒体行业现行地方标准 (部分列举)

图表11：截至2024年中国自媒体行业现行团体标准 (部分列举)

图表12：截至2024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16：2014-2024年全球网民数量及增长速度 (单位：亿人，%)

图表17：2024年全球各地网络覆盖率 (单位：%)

- 图表18: 2016-2024年全球网民人均每日上网时长 (单位: 小时, 分钟)
- 图表19: 2014-2024年全球社交媒体用户数量 (单位: 亿人)
- 图表20: 2024年全球社交媒体用户年龄和性别分布 (单位: %)
- 图表21: 2024年全球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: 2002-2024年中国自媒体行业历年新增企业数量 (单位: 家)
- 图表26: 截至2024年中国自媒体行业注册企业经营状态 (单位: %)
- 图表27: 截至2024年中国自媒体行业企业注册资本分布 (单位: %)
- 图表28: 截至2024年中国自媒体行业注册企业省市TOP10 (单位: 家)
- 图表29: 截至2024年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: 2024年中国主流自媒体平台用户性别分布 (单位: %)
- 图表32: 2024年中国主流自媒体平台用户年龄分布指数
- 图表33: 2024年中国主流自媒体平台用户地域分布
- 图表34: 2024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: 2018-2024年中国MCN机构数量 (单位: 家, %)
- 图表38: 2024年中国MCN机构成立年限占比 (单位: %)
- 图表39: 2016-2024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: 2024年中国自媒体行业投资主体分析 (单位: %)
- 图表55: 2024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: 2015-2024年中国自媒体行业投融资规模 (单位: 起, 亿元)
- 图表57: 2018-2024年中国自媒体行业投融资轮次分析 (单位: 起)
- 图表58: 2018-2024年中国自媒体行业投融资区域分析 (单位: %)
- 图表59: 2018-2024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: 2020-2024年中国网络广告各平台收入占比情况 (单位: %)
- 图表78: 2020-2024年中国网络广告头部公司占比情况 (单位: %)
- 图表79: 2019-2024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: 2019-2024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: 2024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: 2020-2024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: 2020-2024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: 2024年中国资讯信息流类APP月活跃用户数 (单位: 亿)
- 图表91: 2020-2024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: 2020-2024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: 2020-2024年中国短视频用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表96: 2024年中国综合视频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: 2019-2024年中国网络音乐用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表100: 2024年中国网络音乐十大品牌
- 图表101: 2024年中国主要在线音乐APP月活跃用户规模 (单位: 万)
- 图表102: 2018-2024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: 2018-2024年中国网络直播市场规模及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表108: 截至2024年中国在线直播市场结构 (单位: %)
- 图表109: 2025-2030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: 2024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: 2019-2024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: 2019-2024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: 2024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: 2024年深圳市腾讯计算机系统有限公司创新成果 (单位: 个, 项)
- 略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！