|  |
| --- |
| [2025年版中国聚合媒体市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_QiTa/72/JuHeMeiTiHangYeQianJingFenXi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025年版中国聚合媒体市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_QiTa/72/JuHeMeiTiHangYeQianJingFenXi.html) |
| 报告编号： | 1833072　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_QiTa/72/JuHeMeiTiHangYeQianJingFenXi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　聚合媒体行业正处于快速发展阶段，市场规模持续扩大，竞争日趋激烈。随着移动互联网的普及和技术的不断进步，聚合媒体平台在内容生产、分发、推广等方面不断创新，为用户提供更加便捷、高效的信息获取方式。聚合媒体通过整合不同来源的内容，提供一站式的新闻、娱乐、社交等信息服务，极大地丰富了用户的选择。此外，大数据和人工智能技术的应用，使得内容推荐更加精准，用户体验得以显著提升。  
　　未来，聚合媒体将继续深化技术应用，强化个性化服务，同时注重内容质量和版权保护。一方面，随着5G网络的普及，聚合媒体平台将更加重视视频内容的生产和分发，提供更高清晰度和更流畅的观看体验。另一方面，面对日益严格的监管环境，聚合媒体将加强内容审核机制，提高版权合规性，以保障平台的长期健康发展。此外，随着AI技术的进步，聚合媒体将更加注重用户体验的个性化和智能化，通过深度学习算法优化内容推荐，提高用户黏性。  
　　《[2025年版中国聚合媒体市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_QiTa/72/JuHeMeiTiHangYeQianJingFenXi.html)》依托多年行业监测数据，结合聚合媒体行业现状与未来前景，系统分析了聚合媒体市场需求、市场规模、产业链结构、价格机制及细分市场特征。报告对聚合媒体市场前景进行了客观评估，预测了聚合媒体行业发展趋势，并详细解读了品牌竞争格局、市场集中度及重点企业的运营表现。此外，报告通过SWOT分析识别了聚合媒体行业机遇与潜在风险，为投资者和决策者提供了科学、规范的战略建议，助力把握聚合媒体行业的投资方向与发展机会。  
  
第一章 聚合媒体行业发展综述及发展背景  
　　1.1 聚合媒体的概念界定与特点分析  
　　　　1.1.1 聚合媒体的概念界定  
　　　　1.1.2 聚合媒体的主要特征  
　　　　1.1.3 聚合媒体的发展阶段  
　　1.2 中国聚合媒体行业的发展背景  
　　　　1.2.1 中国聚合媒体发展的社会背景支撑  
　　　　（1）移动端网民规模迅猛增长  
　　　　（2）移动端上网时长不断增加  
　　　　（3）大传媒格局改变  
　　　　（4）网络广告大幅增长  
　　　　（5）知识共享时代到来  
　　　　1.2.2 中国聚合媒体发展的核心技术支撑  
　　　　（1）云计算技术在聚合媒体中的应用  
　　　　（2）大数据技术在聚合媒体中的应用  
　　　　（3）搜索引擎技术在聚合媒体中的应用  
  
第二章 中国聚合媒体行业发展现状及前景  
　　2.1 中国聚合媒体行业市场发展现状  
　　　　2.1.1 移动互联网网络应用渗透率分析  
　　　　2.1.2 中国移动新闻行业用户规模分析  
　　　　2.1.3 中国主要聚合媒体产品功能分析  
　　2.2 中国聚合媒体行业市场竞争状况  
　　　　2.2.1 中国聚合媒体行业市场竞争主体  
　　　　2.2.2 中国聚合媒体应用市场占有率  
  
第三章 聚合媒体行业商业模式的构建策略  
　　3.1 关于商业模式研究的基本思想  
　　　　3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较  
　　　　（1）商业模式定义  
　　　　（2）商业模式与其他模式的比较  
　　　　（3）商业模式与其他模式的关系  
　　　　3.1.2 商业模式的核心构成要素分析  
　　3.2 聚合媒体行业价值主张策略分析  
　　　　3.2.1 商业模式中的重要价值主张要素分析  
　　　　3.2.2 中国聚合媒体行业典型价值主张分析  
　　　　3.2.3 聚合媒体价值主张实现途径及优秀案例  
　　3.3 聚合媒体行业关键业务组合分析  
　　　　3.3.1 聚合媒体行业的关键业务类别及特点  
　　　　3.3.2 聚合媒体行业如何优化资讯提供业务  
　　　　（1）Flipboard的资讯提供业务优化策略  
　　　　（2）一点资讯的资讯提供业务优化策略  
　　　　3.3.3 聚合媒体行业如何优化广告营销业务  
　　　　（1）SmartNews的广告营销业务优化策略  
　　　　（2）Flipboard的广告营销业务优化策略  
　　3.4 聚合媒体行业合作伙伴策略分析  
　　　　3.4.1 聚合媒体行业主要合作伙伴及合作业务  
　　　　3.4.2 聚合媒体企业处理与合作伙伴关系的策略  
　　　　3.4.3 聚合媒体行业合作伙伴管理处理优秀案例  
　　　　（1）SmartNews的合作伙伴关系管理  
　　　　（2）Flipboard的合作伙伴关系管理  
　　　　（3）英威诺小知的合作伙伴关系管理  
　　　　（4）Prismatic的合作伙伴关系管理  
　　3.5 聚合媒体行业渠道通路策略分析  
　　　　3.5.1 中国聚合媒体行业渠道通路的类别及特点  
　　　　3.5.2 中国聚合媒体行业各渠道通路的推广策略  
　　　　（1）线下渠道推广策略  
　　　　（2）应用商店推广策略  
　　3.6 聚合媒体行业客户关系策略分析  
　　　　3.6.1 聚合媒体行业客户关系的类别分析  
　　　　3.6.2 聚合媒体行业客户关系成本分析  
　　　　3.6.3 聚合媒体行业客户关系建立策略  
　　　　（1）聚合媒体行业自动化服务关系建立策略  
　　　　（2）聚合媒体行业共同创作关系建立策略  
　　　　（3）聚合媒体行业社区关系建立策略  
　　3.7 聚合媒体行业收入来源策略分析  
　　　　3.7.1 聚合媒体行业收入来源渠道分析  
　　　　3.7.2 聚合媒体行业主要盈利模式构建  
　　　　（1）面向普通阅读用户的盈利模式构建  
　　　　（2）面向媒体用户的盈利模式构建  
　　　　（3）面向广告主企业的盈利模式构建  
　　　　（4）面向其他客户群体的盈利模式构建  
  
第四章 中国聚合媒体行业商业模式创新分析  
　　4.1 当前中国聚合媒体需要解决的问题  
　　　　4.1.1 内容同质化问题  
　　　　4.1.2 盈利模式单一问题  
　　　　4.1.3 客户价值有待挖掘  
　　　　4.1.4 数据共享受到限制  
　　　　4.1.5 遭遇版权问题  
　　　　4.1.6 面临信息审查问题  
　　4.2 中国聚合媒体行业发展趋势分析  
　　　　4.2.1 行业发展呈现全球化趋势  
　　　　4.2.2 技术创新成行业突围关键  
　　4.3 中国聚合媒体行业商业模式创新趋势  
　　　　4.3.1 聚合媒体行业商业模式创新成功的因素  
　　　　（1）媒体的内容是基础  
　　　　（2）媒体运营技术是关键  
　　　　4.3.2 聚合媒体行业商业模式创新的主要方向  
　　　　（1）盈利模式趋向多元化  
　　　　（2）技术与媒体的融合发展  
　　　　（3）构建良好的内容生态圈  
  
第五章 中智⋅林⋅：中外聚合媒体商业模式构建优秀案例  
　　5.1 国外聚合媒体商业模式构建优秀案例  
　　　　5.1.1 Flipboard  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体融资情况分析  
　　　　（7）媒体最新发展动向  
　　　　5.1.2 Feedly  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体投融资情况分析  
　　　　（7）媒体最新发展动向  
　　　　5.1.3 Pulse  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体投融资情况分析  
　　　　5.1.4 Prismatic  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体投融资情况分析  
　　　　5.1.5 SmartNews  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体投融资情况分析  
　　5.2 国内聚合媒体商业模式构建优秀案例  
　　　　5.2.1 ZAKER  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体融资情况分析  
　　　　5.2.2 今日头条  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体融资情况分析  
　　　　5.2.3 VIVA畅读  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体融资情况分析  
　　　　5.2.4 英威诺（INVENO）小知  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体融资情况分析  
　　　　5.2.5 一点资讯  
　　　　（1）媒体基本信息分析  
　　　　（2）媒体用户规模分析  
　　　　（3）媒体运营模式分析  
　　　　（4）媒体盈利模式分析  
　　　　（5）媒体经营状况分析  
　　　　（6）媒体融资情况分析  
  
图表目录  
　　图表 1：聚合媒体的主要特征  
　　图表 2：聚合媒体的发展阶段  
　　图表 3：聚合媒体各发展阶段的具体特征  
　　图表 4：中国手机网民规模与普及率（单位：亿人，%）  
　　图表 5：中国网民上网使用设备情况（单位：%）  
　　图表 6：全球移动互联网流量占整个互联网流量的比重增长情况（单位：%）  
　　图表 7：中国手机网民上网浏览时长对比分析  
　　图表 8：传媒行业发展历程示意图  
　　图表 9：中国网络广告与其他类型广告的市场规模发展趋势图（单位：亿元）  
　　图表 10：云计算按运营模式分类类型  
　　图表 11：云计算按服务模式分类类型  
　　图表 12：云计算的重点提供商及其产品与服务  
　　图表 13：云计算在新闻媒体行业的典型应用案例  
　　图表 14：英威诺小知的π引擎及一点资讯的兴趣搜索引擎介绍  
　　图表 15：中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）  
　　图表 16：中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万，%）  
　　图表 17：2020-2025年中国聚合媒体行业市场规模发展趋势（单位：亿元）  
　　图表 18：中国五大聚合媒体的主要功能对比示意图  
　　图表 19：中国五大聚合媒体部分特色功能分析  
　　图表 20：中国五大聚合媒体的独有特色功能分析  
　　图表 21：中国聚合媒体行业市场竞争主体示意图  
　　图表 22：2025-2031年新闻资讯类应用TOP12市场覆盖率发展趋势图（Android，单位：%）  
　　图表 23：2025-2031年中国新闻资讯类应用TOP12市场覆盖率发展趋势图（Android，单位：%）  
　　图表 24：2025-2031年新闻资讯类应用TOP20市场覆盖率发展趋势图（Android，单位：%）  
　　图表 25：商业模式与其它模式的区别  
　　图表 26：商业模式框架图  
　　图表 27：商业模式中价值主张的简要要素  
　　图表 28：中国聚合媒体行业典型的价值主张分析  
　　图表 29：中国聚合媒体行业价值主张实现途径及优秀案例  
　　图表 30：聚合媒体行业的关键业务类别及特点  
　　图表 31：Flipboard的资讯提供业务优化策略  
　　图表 32：一点资讯的资讯提供业务优化策略  
　　图表 33：SmartNews的广告营销业务优化策略  
　　图表 34：Flipboard的广告营销业务优化策略  
　　图表 35：聚合媒体行业的主要合作伙伴及合作业务分析  
　　图表 36：聚合媒体企业处理与主要合作伙伴关系的主要策略  
　　图表 37：SmartNews的合作伙伴关系管理策略  
　　图表 38：与SmartNews合作的部分非盈利性机构  
　　图表 39：SmartNews与日本地震协会合作，及时发布地震信息  
　　图表 40：SmartNews开设了日本政府频道，及时发布政府最新消息  
　　图表 41：Flipboard的合作伙伴关系管理策略  
　　图表 42：Flipboard与小米平板的装机合作示意图  
　　图表 43：Flipboard与小米的装机合作案例  
　　图表 44：英威诺小知的合作伙伴关系管理策略  
　　图表 45：Prismatic的合作伙伴关系管理策略  
　　图表 46：商业模式中的渠道通路的类别及特点  
　　图表 47：聚合媒体行业典型的渠道通路分析  
　　图表 48：线下渠道合作特点与模式  
　　图表 49：品牌手机厂商利益诉求与合作策略  
　　图表 50：品牌手机厂商APP预装推广概述  
　　图表 51：山寨机厂商利益诉求与合作策略  
　　图表 52：刷机商利益诉求与合作策略  
　　图表 53：水货刷机厂商APP预装推广概述  
　　图表 54：运营商利益诉求与合作策略  
　　图表 55：运营商APP预装推广概述  
　　图表 56：行货店面APP预装推广概述  
　　图表 57：APP其它线下推广方式  
　　图表 58：聚合媒体APP在应用商店的推广策略  
　　图表 59：商业模式中主要的客户关系类型  
　　图表 60：聚合媒体行业自动化服务关系建立策略  
　　图表 61：聚合媒体行业共同创作关系建立策略策略  
　　图表 62：聚合媒体行业社区关系建立策略  
　　图表 63：面向普通阅读用户的盈利模式分析  
　　图表 64：面向媒体用户的盈利模式分析  
　　图表 65：面向企业广告主的盈利模式分析  
　　图表 66：面向其他用户的盈利模式分析  
　　图表 67：Flipboard与今日头条、一点资讯的部分功能对比  
　　图表 68：2020-2025年聚合媒体行业重点融资事件汇总表  
　　图表 69：聚合媒体行业的内容来源  
　　图表 70：国外优秀聚合媒体的盈利模式趋向多元化  
　　图表 71：成功的聚合媒体企业所采取的技术策略  
　　图表 72：成功的聚合媒体企业构建良好内容生态圈的策略  
　　图表 73：Flipboard基本信息分析  
　　图表 74：Flipboard发展历程  
　　图表 75：Flipboard用户数量发展趋势图（单位：万户）  
　　图表 76：Flipboard运营模式示意图（单位：万户）  
　　图表 77：Flipboard的产品特色  
　　图表 78：Flipboard的类杂志制作功能示意图  
　　图表 79：Flipboard的主要收入来源  
　　图表 80：Flipboard收购Ellerdale公司之后在产品使用体验方面的提升  
　　图表 81：Flipboard的融资情况  
　　图表 82：Flipboard的部分投资者身份  
　　图表 83：Feedly基本信息分析  
　　图表 84：Feedly运营上的特点和优势  
　　图表 85：Feedly的主要收入来源  
　　图表 86：Pulse基本信息分析  
　　图表 87：Pulse运营上的特点和优势  
　　图表 88：Pulse的主要收入来源  
　　图表 89：Pulse给移动版新闻网站共享的访问量占比达到29.19%  
　　图表 90：Pulse的融资情况  
　　图表 91：Prismatic基本信息分析  
　　图表 92：Prismatic的运营模式示意图  
　　图表 93：Prismatic用户体验分析  
　　图表 94：Prismatic为各类客户所提供的服务及收费情况  
　　图表 95：Prismatic开放Analysis APIs的收费情况  
　　图表 96：Prismatic开放Feed APIs的收费情况  
　　图表 97：Prismatic的融资情况  
　　图表 98：SmartNews基本信息分析  
　　图表 99：SmartNews用户体验分析  
　　图表 100：SmartNews与内容提供商的合作模式示意图  
　　图表 101：SmartNews的主要出版商合作伙伴（美国部分）  
　　图表 102：SmartNews的主要出版商合作伙伴（日本部分）  
　　图表 103：SmartNews的融资情况  
　　图表 104：ZAKER基本信息分析  
　　图表 105：广州坚和网络科技有限公司基本信息简况表  
　　图表 106：ZAKER的运营模式示意图  
　　图表 107：ZAKER合作媒体示意图（部分）  
　　图表 108：ZAKER广告合作品牌示意图（部分）  
　　图表 109：ZAKER市场合作方示意图（部分）  
　　图表 110：ZAKER的盈利模式  
　　图表 111：ZAKER经营状况分析  
　　图表 112：ZAKER的融资情况  
　　图表 113：今日头条基本信息分析  
　　图表 114：北京字节跳动科技有限公司基本信息简况表  
　　图表 115：今日头条的运营模式示意图  
　　图表 116：今日头条产品的突出特征  
　　图表 117：今日头条经营状况分析  
　　图表 118：今日头条的融资情况  
　　图表 119：VIVA畅读基本信息简况表  
　　图表 120：北京维旺明信息技术有限公司基本信息简况表  
　　图表 121：VIVA畅读运营模式示意图  
　　图表 122：VIVA畅读的主要收入来源  
　　图表 123：VIVA畅读为凯迪拉克设计的广告营销解决方案案例  
　　图表 124：VIVA畅读经营状况分析  
　　图表 125：VIVA畅读合作伙伴（广告）示意图  
　　图表 126：VIVA畅读合作伙伴（市场）示意图  
　　图表 127：VIVA畅读合作伙伴（内容）示意图  
　　图表 128：VIVA畅读的融资情况  
　　图表 129：英威诺（INVENO）小知基本信息分析  
　　图表 130：深圳市英威诺科技有限公司基本信息简况表  
　　图表 131：英威诺小知的运营模式示意图  
　　图表 132：英威诺小知产品的突出特征  
　　图表 133：英威诺小知经营状况分析  
　　图表 134：英威诺小知的融资情况  
　　图表 135：一点资讯基本信息分析  
　　图表 136：北京一点网聚科技有限公司基本信息简况表  
　　图表 137：一点资讯运营模式示意图  
　　图表 138：一点资讯的主要技术特色  
　　图表 139：一点资讯目前的主要收入来源  
　　图表 140：一点资讯经营状况分析  
　　图表 141：一点资讯的融资情况  
略……

了解《[2025年版中国聚合媒体市场专题研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_QiTa/72/JuHeMeiTiHangYeQianJingFenXi.html)》，报告编号：1833072，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QiTa/72/JuHeMeiTiHangYeQianJingFenXi.html>

热点：自媒体聚合平台、聚合媒体平台、聚众传媒有限公司、聚合媒体朋友圈、全媒体矩阵、聚合类媒体的优点、聚合平台是哪家公司、聚合类媒体定义、新闻聚合网站

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！