

中国MCN发展状况与投资前景策略分析报告2021-2026年

产品名称	中国MCN发展状况与投资前景策略分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
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（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国MCN发展状况与投资前景策略分析报告2021-2026年【报告编号】：346834【出版时间】：2021年10月【出版机构】：中研智业研究院【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+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/346834.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第一章MCN行业基本概述第二章2019-2021年中国MCN行业发展环境分析2.1经济环境2.1.1宏观经济概况2.1.2服务业运行情况2.1.3外贸运行状况2.1.4固定资产投资2.1.5宏观经济展望2.2政策环境2.2.1行业扶持政策2.2.2网络视听监管2.2.3网络直播规范2.2.4平台规范政策2.2.5地方扶持举措2.2.6平台自律规约2.3社会环境2.3.1人口规模分析2.3.2居民收入水平2.3.3居民消费水平2.3.4消费市场特征2.3.5网购交易规模2.4网红经济发展2.4.1网红经济基本概述2.4.2网红经济市场规模2.4.3网红经济市场结构2.4.4网红经济竞争格局2.4.5网红经济商业模式2.4.6网红经济发展趋势第三章2019-2021年中国MCN行业发展分析3.1中国MCN行业产业链分析3.1.1行业产业链3.1.2产业链上游3.1.3产业链中游3.1.4产业链下游3.2中国MCN行业发展综述3.2.1行业发展历程3.2.2行业催化因素3.2.3产业发展业态3.2.4行业发展态势3.2.5疫情影响分析3.3中国MCN行业运行状况3.3.1市场规模状况3.3.2重点布局行业3.3.3平台内容选择3.3.4用户消费变化3.3.5市场竞争格局3.3.6上市公司布局3.4中国MCN行业机构发展状况3.4.1机构数量规模3.4.2机构规模分布3.4.3机构区域分布3.4.4机构组织架构3.4.5账号签约规模3.4.6机构内容分布3.5中国MCN行业机构运营状况3.5.1机构营收规模3.5.2营收方式分布3.5.3营收方式布局3.5.4机构的利润率3.5.5商业增长方式3.6MCN行业主要变现方式发展分析3.6.1广告营销3.6.2电商变现3.6.3用户付费3.6.4IP授权3.7中国MCN行业发展问题3.7.1MCN内容发展困境3.7.2MCN行业潜在问题3.7.3MCN行业发展挑战3.7.4MCN行业乱象严重3.7.5MCN行业发展压力3.8中国MCN行业发展对策3.8.1MCN未来发展策略3.8.2MCN机构发展对策3.8.3MCN机构发展建议第四章2019-2021年中国MCN用户行为分析4.1中国MCN行业用户规模分析4.1.1总体网民规模4.1.2网购用户规模4.1.3短视频用户规模4.1.4网络视频用户规模4.1.5网络直播用户规模4.2中国短视频带货用户行为分析4.2.1主要消费群体分布4.2.2产

品介绍形式偏好4.2.3用户下单行为偏好4.2.4用户产品特性偏好4.2.5用户满意关注偏好4.3中国直播电商用户画像及行为洞察4.3.1直播电商用户区域分布4.3.2直播电商用户性别分布4.3.3直播电商用户年龄分布4.3.4直播电商购物消费频率4.3.5直播购物用户考虑因素4.3.6用户购买商品原因分析第五章2019-2021年中国典型MCN公司发展分析5.1愿景娱乐5.1.1企业基本概况5.1.2企业发展状况5.1.3企业布局分析5.1.4企业发展动态5.1.5企业发展优势5.1.6企业发展展望5.2无忧传媒5.2.1企业基本概况5.2.2企业发展状况5.2.3企业布局分析5.2.4企业发展成果5.2.5企业创新发展5.2.6企业发展展望5.3热度传媒5.3.1企业基本概况5.3.2企业发展状况5.3.3企业布局分析5.3.4企业发展动态5.3.5企业发展优势5.3.6企业发展展望5.4古麦嘉禾5.4.1企业基本概况5.4.2企业发展状况5.4.3企业发展成果5.4.4企业布局分析5.4.5企业变现路径5.5华星酷娱5.5.1企业基本概况5.5.2企业发展状况5.5.3企业布局分析5.5.4企业核心业务5.5.5企业发展成果5.5.6企业发展优势5.5.7企业发展展望第六章2017-2020年中国MCN相关上市企业发展分析6.1杭州如涵控股股份有限公司6.1.1企业发展概况6.1.2企业业务范围6.1.32019财年企业经营状况分析6.1.42020财年企业经营状况分析6.1.52021财年企业经营状况分析6.2天下秀数字科技(集团)股份有限公司6.2.1企业发展概况6.2.2企业布局动态6.2.3经营效益分析6.2.4业务经营分析6.2.5财务状况分析6.2.6核心竞争力分析6.2.7公司发展战略6.2.8未来前景展望6.3中广天择传媒股份有限公司6.3.1企业发展概况6.3.2企业布局分析6.3.3经营效益分析6.3.4业务经营分析6.3.5财务状况分析6.3.6核心竞争力分析6.3.7公司发展战略6.3.8未来前景展望6.4北京元隆雅图文化传播股份有限公司6.4.1企业发展概况6.4.2企业发展历程6.4.3企业收购动态6.4.4经营效益分析6.4.5业务经营分析6.4.6财务状况分析6.4.7核心竞争力分析6.4.8公司发展战略6.4.9未来前景展望6.5上海新文化传媒集团股份有限公司6.5.1企业发展概况6.5.2企业布局分析6.5.3经营效益分析6.5.4业务经营分析6.5.5财务状况分析6.5.6核心竞争力分析6.5.7公司发展战略第七章2019-2021年中国广电+MCN行业融合发展分析7.1MCN与广电的融合转型分析7.1.1融合转型现状7.1.2融合转型特点7.1.3融合转型路径7.2广电系在MCN行业布局的优势分析7.2.1内容制作优势7.2.2主播资源丰富7.2.3电视购物经验7.3广电系MCN布局发展状况7.3.1广电系布局背景7.3.2广电系布局历程7.3.3广电系布局现状7.3.4广电系布局模式7.3.5推动体制机制改革7.3.6广电系布局前景7.4典型电视台MCN布局分析7.4.1浙江广电7.4.2湖南娱乐7.4.3山东广电7.4.4河北广电7.4.5济南广电7.4.6中视传媒7.4.7东方明珠7.5中国广电布局MCN行业的问题及策略7.5.1广电系MCN布局面临挑战7.5.2广电系MCN布局发展建议7.5.3广电系MCN布局风控策略第八章2019-2021年中国MCN行业KOL营销分析8.1KOL营销相关介绍8.1.1KOL营销基本含义8.1.2KOL营销主要类型8.1.3KOL营销发展特征8.1.4KOL营销发展历程8.1.5KOL营销价值分析8.22019-2021年中国KOL营销市场发展状况8.2.1KOL营销发展现状8.2.2KOL营销市场洗牌8.2.3KOL营销市场规模8.2.4KOL营销用户画像8.2.5KOL营销方式分析8.2.6KOL营销投放偏好8.2.7KOL营销市场趋势8.3中腰部KOL核心优势和竞争力分析8.3.1触达圈层影响力8.3.2真实可信度8.3.3用户参与度8.3.4内容相关度8.3.5情感引导能力8.3.6投放性价比8.3.7合作满意度8.4中国KOL营销策略分析8.4.1KOL营销选择策略8.4.2聚焦型KOL营销攻略8.4.3扩散型KOL营销攻略8.4.4功能型KOL营销攻略8.5中国KOL营销策略趋势8.5.1选择垂直化8.5.2投放矩阵化8.5.3决策复杂化第九章2019-2021年中国MCN平台发展分析9.1平台在MCN产业链的作用分析9.1.1平台影响市场准入9.1.2平台影响利益分配9.22019-2021年中国MCN平台发展状况9.2.1电商平台类型9.2.2平台分成模式9.2.3平台扶持情况9.3中国MCN平台竞争合作格局分析9.3.1内容与电商边界融合9.3.2平台短期竞争格局9.3.3平台长期竞争格局9.4平台竞合下MCN机构的发展机遇9.4.1平台生态多元9.4.2延伸路径更长9.4.3平台助力扩张9.4.4内容价值重估9.5国内主要MCN平台发展分析9.5.1淘宝9.5.2抖音9.5.3快手9.5.4拼多多第十章2019-2021年中国短视频MCN行业发展分析10.1中国短视频MCN行业发展综述10.1.1短视频MCN产生背景10.1.2短视频MCN发展历程10.1.3短视频MCN应用优势10.1.4短视频MCN机构特征10.1.5短视频MCN商业模式10.1.6短视频MCN资本入局10.2短视频MCN行业运行模式分析10.2.1垂直内容联盟模式10.2.2头部IP驱动模式10.2.3内容货架转型模式10.3中国短视频MCN发展问题分析10.3.1内容运营层面10.3.2用户运营层面10.3.3平台运营层面10.3.4商业变现层面10.4中国短视频MCN发展对策建议10.4.1行业发展对策10.4.2行业突围路径10.4.3企业发展建议第十一章2019-2021年中国直播电商行业发展分析11.1中国直播电商行业发展综述11.1.1直播电商发展历程11.1.2直播电商发展优势11.1.3直播电商产业链条11.1.4直播电商利益分配11.22019-2021年中国直播电商行业运行状况11.2.1直播电商发展规模11.2.2直播电商渗透率11.2.3直播电商发展现状11.2.4直播电商竞争格局11.2.5直播电商市场格局11.2.6直播电商企业布局11.2.7直播电商基地布局11.2.8直播电商投资情况11.3中国直播电商发展模式分析11.3.1电商直播主要模式11.3.2直播电商营销模式11.3.3直播电商模式案例11.4中国直播电商发展问题分析11.4.1直播虚假宣传导致信任危机11.4.2直播形式和内容重复度过高11.4.3头部网红孵化模式难以复制11.4.4品牌与达人合作时遭遇困境11.5中国直播电商发展对策与建议11.5.1筛选直播商品11.5.2创新直播间互动玩法11.5.3提高用户的信任度11.5.4内容差异化输出11.5.5重视场景和互动11.5.6加强监管力度11.6直播带货与MCN行业之间的关系分析11.6.1MCN是直播带货的机制保证11.6.2直播带货是MCN的价值变现捷径11.6.3直播带货对于媒体突围的重大意义第十

二章2019-2021年中国MCN行业投融资分析12.1中国MCN行业投融资状况12.1.1投融资现状12.1.2投融资规模12.1.3投融资事件12.1.4投融资格局12.1.5平台投资情况12.1.6投融资动态12.1.7行业投资驱动力12.2中国MCN行业投资壁垒分析12.2.1内容壁垒12.2.2流量壁垒12.2.3供应链壁垒12.3中国MCN行业投资风险分析12.3.1政策监管风险12.3.2市场竞争风险12.3.3资本退出风险12.3.4企业经营风险12.3.5人才流失风险12.4值得买多元化消费类MCN项目投资案例12.4.1项目基本概况12.4.2项目实施必要性12.4.3项目实施可行性12.4.4项目建设内容12.4.5项目投资概算12.4.6项目经济效益12.5智度科技MCN内容生产平台建设项目投资案例12.5.1项目基本情况12.5.2项目实施必要性12.5.3项目实施可行性12.5.4项目建设计划12.5.5项目投资概算12.5.6项目经济效益12.6中国MCN行业投资建议12.6.1行业受益企业12.6.2企业竞争策略12.6.3企业投资关注点第十三章2021-2026年中国MCN行业发展趋势及前景展望13.1中国MCN行业发展趋势13.1.1MCN未来发展趋势13.1.2KOL形态演化趋势13.1.3互动形势发展趋势13.1.4全球化发展趋势13.1.5MCN与KOL依存趋势13.1.6MCN机构竞争趋势13.2中国MCN行业发展展望13.2.1行业发展机遇分析13.2.2新基建助力行业发展13.2.3广电入局弥补痛点13.2.4MCN行业渗透率高13.2.5MCN未来发展方向13.3 2021-2026年中国MCN行业预测分析

图表目录
图表1MCN机构孵化网红的流程图
图表2MCN基础作业链条图
图表3MCN在各方中扮演的角色图
图表4YouTube和内容主的抽成比例图
图表52015-2019年国内生产总值及其增长速度图
图表62015-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重图
图表72015-2019年万元国内生产总值能耗降低率图
图表82016-2020年国内生产总值及其增长速度图
图表92016-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重图
图表102015-2019年服务业增加值及其增长速度图
图表112019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度图
图表122019年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度图
图表132015-2019年快递业务量及其增长速度图
图表142016-2020年服务业增加值及其增长速度图
图表152020年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度图
图表162020年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度图
图表172016-2020年快递业务量及其增长速度图
图表182015-2019年货物进出口总额图
图表192019年货物进出口总额及其增长速度图
图表202019年主要商品出口数量、金额及其增长速度图
图表212019年主要商品进口数量、金额及其增长速度图
图表222019年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重图
图表232019年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度图
图表242019年对外非金融类直接投资额及其增长速度图
图表252016-2020年货物进出口总额图
图表262019年中国固定资产投资（不含农户）同比增速图
图表272019年中国固定资产投资（不含农户）主要数据图
图表282020年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重图
图表292020年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度图
图表302016-2018年部分互联网平台MCN扶持政策图
图表31平台自律规约内容图
图表322011-2019年中国大陆总人口数量图
图表332013-2019年中国男性和女性人口数量图
图表342011-2019年中国总人口性别比走势图
图表352013-2019年中国城镇和乡村常住人口数量图
图表362011-2019年中国城镇化率走势图
图表372011-2019年中国流动人口数量统计图
图表382019年全国居民人均可支配收入平均数与中位数图
图表392020年居民人均可支配收入平均数与中位数图
图表402019年全国居民人均消费支出及构成图
图表412020年居民人均消费支出及构成图
图表42网红经济产业链图
图表432015-2022年中国网红经济市场规模变化趋势图
图表442019年中国网红经济结构分布图
图表45《2020年网红经济企业TOP100》榜单（前20）图
图表46网红梯队金字塔结构图
图表47MCN行业产业图谱图
图表48内容方商业模式拓展情况图
图表49MCN与内容方、平台方的关系图
图表50下游平台属性及优势图
图表51中国MCN行业发展历程图
图表52MCN行业七种业态分类图
图表53MCN机构分类图
图表542019年MCN机构业务形态分布情况图
图表552017-2020年中国MCN行业市场规模图
图表562019年70%的MCN机构重点布局美妆行业图
图表572020年MCN机构重点运营平台平均比重图
图表582020年MCN机构认为各平台的发展潜力情况