

2019-2025年中国网红经济行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国网红经济行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/387882.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

截至2018年底，我国网民达到8.29亿并呈现逐年上升趋势，互联网普及率达59.6%，其中手机网民8.17亿，占到整体网民比例的98.6%。目前，自媒体已成为网民获得消息的主要媒介，它是人们社交、进行情感交流、购物、传播各类热门新闻、表现自我的重要技术手段与平台。其中，年轻人是使用自媒体的主力，这也催生了网红经济的快速发展。

2010-2018年中国网民数量及互联网普及率呈现上升趋势，基于自媒体时代下的网红营销发展主要有网红广告代言、网红电商、短视频直播、影视演艺、内容付费等几种形式：

1.广告代言。随着较为年轻的一代成为网红消费的主力军，为追求低成本高效应，众多的广告商开始选择网红进行广告代言。网红们借助自媒体来确定目标人群并发布广告，通过平面广告或者短视频口播广告的形式获取代言费。借助自媒体网红与粉丝互动更加密切且能够实了解握粉丝的各种需求，更有利于产品的推广。

2.网红电商。自媒体+网红经济的发展模式促使众多网红店铺顺势而起。网红电商借助自媒体社交平台发布和分享私服图片供粉丝们自主选择，根据粉丝的喜好反馈情况进行产品的生产与销售。甚至有些网红创立了自己的品牌logo，不仅收获了更高的知名度还赢得更多粉丝流量。

3.短视频直播。随着各类短视频APP的发展，短视频成为网红的主产地，也促使更多的普通人成为网红。随着自媒体发展，各类电竞游戏直播平台获得更多发展机会，英雄联盟、王者荣耀、绝地求生等各类备受年轻人喜爱的游戏大热。众多的游戏玩家和粉丝通过自媒体直播学习电竞技巧，也产生了众多网红。

4.影视演艺。自媒体热捧的网红也有出演网剧、网络电影、商演的机会，不仅能够赚取通告费还能进一步提升知名度。借助自媒体网红的粉丝们又为播放量做出了贡献。

5.内容付费。自媒体的发展催生大量的各类行业精英成为知识网红。一些高学历的网红借助自媒体将自己的专业知识或行业经验以收费的方式分享给粉丝获取收益的同时，还获得了较高的知名度。

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 网红经济概述

1.1 网红经济的相关概念

1.1.1 网红的定义

1.1.2 网红经济的定义

1.1.3 网红经济与粉丝经济的区别

1.1.4 网红与自媒体的区别

1.2 网红的特征

1.2.1 支撑内容网生化

1.2.2 依赖网络为传播渠道

1.2.3 兼具传播力与影响力

1.3 网红的分类

1.3.1 颜值派

1.3.2 实力派

1.3.3 个性派

1.4 网红生成方式

1.4.1 线下名人影响力延伸

1.4.2 线上行为逐步生成

1.4.3 网红孵化器培育而成

第二章 2018年中国网红经济发展背景

2.1 受众偏好的转变

2.1.1 公众审美需求

2.1.2 公众审丑需求

2.1.3 公众对高品质生活的向往

2.1.4 公众对奢华生活的窥探

2.1.5 公众对才华的欣赏

2.2 粉丝群体消费升级

2.2.1 社会消费变化趋势

2.2.2 电商消费进入转型期

2.2.3 年轻一代成为消费生力军

2.2.4 年轻一代消费能力强劲

2.3 移动互联网的快速传播

2.3.1 互联网技术的发展

2.3.2 自媒体的快速发展

2.3.3 社交媒体的广泛普及

2.3.4 微信朋友圈加速信息传播

2.3.5 新浪微博是网红主要聚集地

第三章 2018年中国网红经济发展分析

3.1 网红经济发展历程

3.1.1 网红1.0时代：草根崛起

- 3.1.2 网红2.0时代：个性文化
- 3.1.3 网红3.0时代：名人效应
- 3.1.4 网络4.0时代：IP时代
- 3.1.5 历年网红排行榜
- 3.1.6 各时代网红发展特点
- 3.2 网红经济产业链分析
 - 3.2.1 网红经济产业链介绍
 - 3.2.2 网红经济主要板块
 - 3.2.3 网红经济参与主体
 - 3.2.4 网红产业链升级
- 3.3 2016-2018年中国网红经济发展现状分析
 - 3.3.1 市场发展规模
 - 3.3.2 市场发展格局
 - 3.3.3 网红传播的要素
- 3.4 中国网红经济相关政策监管措施
 - 3.4.1 加强网络剧节目管理
 - 3.4.2 查处部分网络直播平台
 - 3.4.3 网络直播主播开启实名制认证
- 3.5 中国网红身份画像
 - 3.5.1 网红指数介绍
 - 3.5.2 热门网红排名
 - 3.5.3 网红身份形象
 - 3.5.4 重点垂直领域
 - 3.5.5 主要变现模式
- 3.6 网红经济商业模式分析
 - 3.6.1 网红运作模式
 - 3.6.2 盈利模式分析
 - 3.6.3 网红+平台电商
 - 3.6.4 网红+社交电商
 - 3.6.5 网红+社交平台
 - 3.6.6 网红+线下活动
- 3.7 网红经济发展面临的挑战
 - 3.7.1 网红生命周期短
 - 3.7.2 网红变现渠道有限
 - 3.7.3 网络监管趋于严格

第四章 2018年中国网红+电商模式发展分析

4.1 2018年中国网红电商市场运行情况

4.1.1 网红电商市场规模

4.1.2 网红电商产业链介绍

4.1.3 网红电商运作模式

4.1.4 网红电商供应链模式

4.1.5 网红电商变现模式

4.2 网红电商的竞争力分析

4.2.1 网红店与传统店铺对比

4.2.2 网红电商竞争优势

4.2.3 网红店铺销售规模

4.2.4 网红电商盈利能力

4.2.5 网红店铺业绩影响因素

4.3 网红电商典型案例分析——Lin Edition Limit高端定制女装

4.3.1 企业简介

4.3.2 经营业绩

4.3.3 经营特色

第五章 2018年中国网红+社交模式发展分析

5.1 网红社交平台发展综述

5.1.1 网红社交平台简介

5.1.2 网红社交平台分类

5.1.3 主流网红社交平台

5.2 网红+社交模式发展综述

5.2.1 网红主要社交行为

5.2.2 社交平台属性分析

5.2.3 社交营销的优势分析

5.2.4 主流社交平台用户规模

5.2.5 社交电商的发展优势

5.3 中国网红传播社交平台分析——微博

5.3.1 微博大数据

5.3.2 活跃用户规模

截至2018年底，我国网民达到8.29亿并呈现逐年上升趋势，互联网普及率达59.6%，其中手机网民8.17亿，占到整体网民比例的98.6%。目前，自媒体已成为网民获得消息的主要媒介，它是人们社交、进行情感交流、购物、传播各类热门新闻、表现自我的重要技术手段与平台。其中，年轻人是使用自媒体的主力，这也催生了网红经济的快速发展。

.3.4 微博经营情况

5.3.5 微博平台优势

5.3.6 微博商业生态

5.3.7 微博橱窗

5.4 国外网红传播社交平台分析——Youtube

5.4.1 Youtube推动网红经济

5.4.2 网红传播渠道

5.4.3 广告分成计划

5.4.4 热门网红收入

第六章 2018年中国网红+直播模式发展分析

6.1 网红+直播模式发展综述

6.1.1 网络直播发展背景

6.1.2 网红主播的产生路径

6.1.3 直播内容生产方式

6.1.4 网红主播的要素

6.1.5 直播平台制约因素

6.2 2018年中国在线直播市场运行分析

6.2.1 市场发展规模

6.2.2 直播内容分布

6.2.3 平台融资情况

6.2.4 市场竞争格局

6.2.5 市场存在的问题

6.2.6 市场发展建议

6.3 2016-2018年中国游戏直播发展分析

6.3.1 游戏直播发展历程

6.3.2 游戏直播市场规模

6.3.3 游戏直播商业模式

6.3.4 游戏主播的结构

6.4 网红+直播盈利模式分析

6.4.1 网红直播变现模式

6.4.2 网红主播收入结构

6.4.3 虚拟货币变现方式

6.4.4 电商变现模式分析

第七章 2018年网红孵化平台发展分析

7.1 网红孵化器的核心竞争力

- 7.1.1 丰富的网红资源
- 7.1.2 强大的数据分析能力
- 7.1.3 有利的供应链支撑
- 7.1.4 社交平台的粉丝运营能力
- 7.1.5 合理的利润分成及激励机制
- 7.2 网红孵化模式分析
 - 7.2.1 网红孵化器的价值点
 - 7.2.2 网红孵化合作模式
 - 7.2.3 网红孵化流程介绍
 - 7.2.4 网红孵化器运营流程
 - 7.2.5 利润分成方式介绍
- 7.3 资深网红孵化器——如涵
 - 7.3.1 企业发展概况
 - 7.3.2 企业经营情况
 - 7.3.3 企业商业模式
 - 7.3.4 企业融资情况
 - 7.3.5 企业竞争优势
 - 7.3.6 企业发展缺陷
- 7.4 网红资源整合平台——Uni引力
 - 7.4.1 平台介绍
 - 7.4.2 运营情况
 - 7.4.3 业务分析
 - 7.4.4 运营模式
- 第八章重点企业网红经济领域布局动态
 - 8.1 昆仑万维
 - 8.1.1 企业发展概况
 - 8.1.2 经营效益分析
 - 8.1.3 业务经营分析
 - 8.1.4 财务状况分析
 - 8.1.5 布局视频直播
 - 8.1.6 未来前景展望
 - 8.2 华斯股份
 - 8.2.1 企业发展概况
 - 8.2.2 经营效益分析
 - 8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.2.5 “微卖”运行分析

8.2.6 未来前景展望

8.3 南极电商

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 经营效益分析

8.3.3 业务经营分析

8.3.4 财务状况分析

8.3.5 企业盈利模式

8.3.6 未来前景展望

8.4 柏堡龙

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 经营效益分析

8.4.3 业务经营分析

8.4.4 企业竞争优势

8.4.5 财务状况分析

8.4.6 未来前景展望

第九章 2018年网红经济投资分析

9.1 2018年网红经济投融资现状

9.1.1 网红融资周期

9.1.2 投资市场火热

9.1.3 网红风投案例

9.2 网红经济领域投资机遇

9.2.1 网红电商继续升级

9.2.2 视频直播市场投资机遇

9.2.3 电竞领域继续发展

9.2.4 医疗美容前景广阔

9.2.5 网红经济公司模式升级

9.2.6 第三方服装设计公司

9.2.7 电商综合服务平台

9.3 网红经济领域投资风险分析

9.3.1 政策监管风险

9.3.2 内容创作的稳定性风险

9.3.3 运营同质化风险

9.3.4 传播平台技术风险

9.3.5 网红电商投资风险

第十章 网红经济发展前景及趋势分析

10.1 网红经济发展前景展望

10.1.1 网红经济市场空间

10.1.2 网红经济格局预测

10.2 网红经济未来发展预测

10.2.1 内容是核心

10.2.2 善用新格式

10.2.3 垂直化趋势

10.3 网红经济未来发展趋势分析

10.3.1 视频化趋势

10.3.2 专业化趋势

10.3.3 平台化趋势

10.3.4 多元化趋势

图表目录：

图表 网红经济的内容

图表 微博用户各年龄群占比

图表 网红关注人群年龄占比

图表 2016-2018年我国GDP增速

图表 2016-2018年我国移动端社交网络活跃用户人数

图表 微信拉动的生活消费测算

图表 新浪微博用户信息扩散意愿

图表 2018年微博活跃人数增速

图表 中国网红十年排行榜

图表 不同时代网红的特点及代表人物

图表 网红经济产业链

图表 网红社交资产的形成

图表 网红经济产业链上的上市公司

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/387882.html>