

# 2022-2028年中国MCN产业竞争现状及市场规模 预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国MCN产业竞争现状及市场规模预测报告》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.chyxx.com/research/202101/927348.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

MCN，即多频道网络，一种多频道网络的产品形态，是一种新的网红经济运作模式。这种模式将不同类型和内容的PGC（专业生产内容）联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现。

智研咨询发布的《2022-2028年中国MCN产业竞争现状及市场规模预测报告》共十二章。首先介绍了MCN行业市场发展环境、MCN整体运行态势等，接着分析了MCN行业市场运行的现状，然后介绍了MCN市场竞争格局。随后，报告对MCN做了重点企业经营状况分析，最后分析了MCN行业发展趋势与投资预测。您若想对MCN产业有个系统的了解或者想投资MCN行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 MCN行业基本概述

#### 1.1 MCN行业基本介绍

##### 1.1.1 MCN定义介绍

##### 1.1.2 MCN内容类型

##### 1.1.3 MCN核心职能

##### 1.1.4 MCN作业链条

##### 1.1.5 MCN重要地位

#### 1.2 中外MCN发展模式的异同

##### 1.2.1 内容运营模式不同

##### 1.2.2 平台分发渠道不同

##### 1.2.3 商业收益分成不同

### 第二章 2017-2021年中国MCN行业发展环境分析

#### 2.1 经济环境

##### 1.1.1 宏观经济概况

##### 1.1.2 服务业运行情况

##### 1.1.3 外贸运行状况

##### 1.1.4 固定资产投资

##### 1.1.5 宏观经济展望

#### 2.2 政策环境

##### 2.2.1 网络视听监管

## 2.2.2 网络直播规范

## 2.2.3 平台规范政策

## 2.2.4 地方扶持举措

## 2.2.5 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 网红经济驱动因素

### 2.4.4 网红经济商业模式

### 2.4.5 网红经济发展趋势

## 第三章 2017-2021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 行业调整方向

#### 3.2.6 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

### 3.4.7 机构营收分布

## 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

## 3.6 MCN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

### 3.6.4 IP授权

## 3.7 中国MCN行业发展问题

### 3.7.1 MCN内容发展困境

### 3.7.2 MCN行业潜在问题

### 3.7.3 MCN机构发展问题

### 3.7.4 MCN行业发展挑战

## 3.8 中国MCN行业发展对策

### 3.8.1 MCN未来发展策略

### 3.8.2 MCN机构发展对策

### 3.8.3 MCN机构成长路径

## 第四章 2017-2021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 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 直播电商购物用户画像

#### 4.3.2 用户选择直播网购原因

#### 4.3.3 直播网购产品品类分布

#### 4.3.4 直播电商用户消费水平

#### 4.3.5 直播电商的退换货情况

#### 4.3.6 用户未进行直播购物原因

## 第五章 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 企业发展动态

#### 5.2.5 企业发展优势

#### 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 企业布局分析

### 5.4.4 企业发展动态

### 5.4.5 企业变现路径

### 5.4.6 企业发展展望

## 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 企业发展动态

### 5.5.5 企业发展优势

### 5.5.6 企业发展展望

## 第六章 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 企业经营状况分析

#### 6.1.3 业务经营分析

#### 6.1.4 财务状况分析

### 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 经营效益分析

#### 6.2.3 业务经营分析

#### 6.2.4 财务状况分析

### 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 经营效益分析

#### 6.3.3 业务经营分析

#### 6.3.4 财务状况分析

### 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 经营效益分析

#### 6.4.3 业务经营分析

#### 6.4.4 财务状况分析

### 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 经营效益分析

#### 6.5.3 业务经营分析

#### 6.5.4 财务状况分析

## 第七章 2017-2021年中国广电+MCN行业融合发展分析

### 7.1 MCN与广电的融合与创新分析

#### 7.1.1 内容生产流程的再造

#### 7.1.2 渠道运营手段的创新

#### 7.1.3 商业变现模式的拓展

### 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 广电系布局模式

#### 7.3.4 广电系布局成效

#### 7.3.5 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 成都云上视听

#### 7.4.4 中视传媒

#### 7.4.5 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

## 第二章 2017-2021年中国MCN行业KOL营销分析

### 2.1 KOL营销相关介绍

#### 2.1.1 KOL营销基本含义

#### 2.1.2 KOL营销主要类型

### 2.1.3 KOL营销发展特征

### 2.1.4 KOL营销发展历程

### 2.1.5 KOL营销价值分析

## 2.2 2017-2021年中国KOL营销市场发展状况

### 2.2.1 KOL营销发展现状

### 2.2.2 KOL营销市场规模

### 2.2.3 KOL营销用户画像

### 2.2.4 KOL营销方式分析

### 2.2.5 KOL营销投放偏好

## 2.3 中腰部KOL核心优势和竞争力分析

### 2.3.1 触达圈层影响力

### 2.3.2 真实可信度

### 2.3.3 用户参与度

### 2.3.4 内容相关度

### 2.3.5 情感引导能力

### 2.3.6 投放性价比

### 2.3.7 合作满意度

## 2.4 中国KOL营销策略分析

### 2.4.1 KOL营销选择策略

### 2.4.2 聚焦型KOL营销攻略

### 2.4.3 扩散型KOL营销攻略

### 2.4.4 功能型KOL营销攻略

## 2.5 中国KOL营销策略趋势

### 2.5.1 选择垂直化

### 2.5.2 投放矩阵化

### 2.5.3 决策复杂化

## 第八章 2017-2021年中国MCN平台发展分析

### 8.1 平台在MCN产业链的作用分析

#### 8.1.1 平台影响市场准入

#### 8.1.2 平台影响利益分配

### 8.2 2017-2021年中国MCN平台发展状况

#### 8.2.1 电商平台类型

#### 8.2.2 平台分成模式

#### 8.2.3 平台扶持重点

### 8.3 中国MCN平台竞争合作格局分析

### 8.3.1 内容与电商边界融合

### 8.3.2 平台短期竞争格局

### 8.3.3 平台长期竞争格局

## 8.4 平台竞合下MCN机构的发展机遇

### 8.4.1 平台生态多元

### 8.4.2 延伸路径更长

### 8.4.3 平台助力扩张

### 8.4.4 内容价值重估

## 8.5 国内主要MCN平台发展分析

### 8.5.1 淘宝

### 8.5.2 抖音

### 8.5.3 快手

### 8.5.4 拼多多

## 第九章 2017-2021年中国短视频MCN行业发展分析

### 9.1 中国短视频MCN行业发展综述

#### 9.1.1 短视频MCN产生背景

#### 9.1.2 短视频MCN应用优势

#### 9.1.3 短视频MCN机构特征

#### 9.1.4 短视频MCN商业模式

### 9.2 短视频MCN行业运行模式分析

#### 9.2.1 垂直内容联盟模式

#### 9.2.2 头部IP驱动模式

#### 9.2.3 内容货架转型模式

### 9.3 中国短视频MCN发展问题分析

#### 9.3.1 流量有效转化问题

#### 9.3.2 中尾部创作者困境

#### 9.3.3 过度依赖平台扶持

#### 9.3.4 商业模式缺乏创新

### 9.4 中国短视频MCN发展对策建议

#### 9.4.1 行业发展对策

#### 9.4.2 企业发展建议

## 第十章 2017-2021年中国直播电商行业发展分析

### 10.1 中国直播电商行业发展综述

#### 10.1.1 直播电商发展历程

#### 10.1.2 直播电商主要环节

- 10.1.3 直播电商产业链条
- 10.1.4 直播电商利益分配
- 10.2 2017-2021年中国直播电商行业运行状况
  - 10.2.1 直播电商发展规模
  - 10.2.2 直播电商销售情况
  - 10.2.3 直播电商市场格局
  - 10.2.4 直播电商企业布局
  - 10.2.5 直播电商基地布局
  - 10.2.6 综合服务商运营情况
- 10.3 中国直播电商发展模式分析
  - 10.3.1 电商直播主要模式
  - 10.3.2 直播电商发展模式
  - 10.3.3 直播电商模式案例
- 10.4 中国直播电商发展问题分析
  - 10.4.1 商品质量问题
  - 10.4.2 营销手段问题
  - 10.4.3 主播吸引力问题
  - 10.4.4 内容质量问题
  - 10.4.5 场景互动问题
- 10.5 中国直播电商发展对策与建议
  - 10.5.1 筛选直播商品
  - 10.5.2 创新直播间互动玩法
  - 10.5.3 提高用户的信任度
  - 10.5.4 内容差异化输出
  - 10.5.5 重视场景和互动
  - 10.5.6 加强监管力度
- 第十一章 2017-2021年中国MCN行业投融资分析
  - 11.1 中国MCN行业投融资状况
    - 11.1.1 投融资规模
    - 11.1.2 投融资分布
    - 11.1.3 平台投资情况
    - 11.1.4 行业投资需求
  - 11.2 中国MCN行业投资壁垒分析
    - 11.2.1 内容壁垒
    - 11.2.2 流量壁垒

### 11.2.3 供应链壁垒

## 11.3 中国MCN行业投资风险分析

### 11.3.1 政策监管风险

### 11.3.2 市场竞争风险

### 11.3.3 资本退出风险

### 11.3.4 企业经营风险

## 11.4 值得买多元化消费类MCN项目投资案例

### 11.4.1 项目基本概况

### 11.4.2 项目实施必要性

### 11.4.3 项目实施可行性

### 11.4.4 项目建设内容

### 11.4.5 项目投资概算

### 11.4.6 项目经济效益

## 11.5 智度科技MCN内容生产平台建设项目投资案例

### 11.5.1 项目基本情况

### 11.5.2 项目实施必要性

### 11.5.3 项目实施可行性

### 11.5.4 项目建设计划

### 11.5.5 项目投资概算

### 11.5.6 项目经济效益

## 11.6 中国MCN行业投资建议

### 11.6.1 行业受益企业

### 11.6.2 企业竞争策略

### 11.6.3 区域投资选择

## 第十二章 2022-2028年中国MCN行业发展趋势及前景展望

### 12.1 中国MCN行业发展趋势

#### 12.1.1 MCN布局趋势

#### 12.1.2 KOL形态演化趋势

#### 12.1.3 互动形势发展趋势

#### 12.1.4 全球化发展趋势

#### 12.1.5 MCN与KOL依存趋势

### 12.2 中国MCN行业发展展望

#### 12.2.1 行业发展机遇分析

#### 12.2.2 政策推动行业蓝图

#### 12.2.3 广电入局弥补痛点

#### 12.2.4 MCN未来发展方向

### 12.3 2022-2028年中国MCN行业预测分析

#### 12.3.1 2022-2028年中国MCN行业影响因素分析

#### 12.3.2 2022-2028年中国MCN行业市场规模预测 (ZY KT)

部分图表目录：

图表 MCN机构孵化网红的流程

图表 MCN基础作业链条

图表 MCN在各方中扮演的角色

图表 YouTube和内容主的抽成比例

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年中国GDP初步核算数据

图表 2017-2021年我国GDP同比增长速度

图表 2017-2021年我国GDP环比增长速度

图表 2021年服务业增加值及其增长速度

图表 2021年各种运输方式完成货物运输量及其增长速

图表 2021年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2017-2021年快递业务量及其增长速度

图表 2017-2021年服务业增加值及其增长速度

图表 2021年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2021年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202101/927348.html>