

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>