

# 2023-2029年中国MCN产业 发展现状与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国MCN产业发展现状与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202210/322656.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

MCN ( Multi-Channel Network ) 是舶来品，是一种多频道网络的产品形态，将PGC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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国MCN产业发展现状与投资前景预测报告》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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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

- 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 2023-2029年中国MCN行业预测分析
  - 12.3.1 2023-2029年中国MCN行业影响因素分析
  - 12.3.2 2023-2029年中国MCN行业市场规模预测

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 2017-2022年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2022年中国GDP初步核算数据
- 图表 2017-2022年我国GDP同比增长速度
- 图表 2017-2022年我国GDP环比增长速度
- 图表 2022年服务业增加值及其增长速度
- 图表 2022年各种运输方式完成货物运输量及其增长速
- 图表 2022年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表 2017-2022年快递业务量及其增长速度
- 图表 2017-2022年服务业增加值及其增长速度
- 图表 2022年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表 2022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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202210/322656.html>