

2017-2022年中国网红经济 市场深度评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国网红经济市场深度评估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.abaogao.com/b/qita/L85043G0V7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

网红经济是以一位年轻貌美的时尚达人为形象代表，以红人的品味和眼光为主导，进行选款和视觉推广，在社交媒体上聚集人气，依托庞大的粉丝群体进行定向营销，从而将粉丝转化为购买力。

《2017-2022年中国网红经济市场深度评估与投资前景预测报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、公开资料提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了网红经济行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国网红经济做了重点企业经营状况分析，并分析了中国网红经济行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年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 2014-2016年中国网红身份画像
 - 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 2014-2016年中国网红+电商模式发展分析

- 4.1 2014-2016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 2014-2016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
 - 5.3.3 内容发布量
 - 5.3.4 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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年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 2014-2016年网红经济投资分析

- 9.1 2014-2016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 网红经济领域行业前景调研分析
 - 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 网红电商行业前景调研

第十章 对网红经济趋势预测及趋势分析

- 10.1 网红经济趋势预测展望
 - 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（ZYYL）
 - 10.2.2 善用新格式
 - 10.2.3 垂直化趋势
- 10.3 网红经济投资预测分析
 - 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：1990-2016年我国GDP增速

图表：2014-2016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：2016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

图表：2016年网红指数TOP20

图表：2016年TOP100网红身份形象

图表：2016年TOP100网红传播内容

图表：重点垂直领域热门网红介绍

图表：微博内容生产人群生态结构变化

图表：2016年TOP100网红变现模式

图表：网红孵化器和网红合作模式

图表：网红经济盈利模式介绍

图表：社交电商B2C2C模式分析

图表：网红+社交盈利模式

图表：网红电商市场规模测算

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/L85043GOV7.html>