

# 2021年中国网红经济市场分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国网红经济市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/538280538280.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

网红经济是KOL(Key Opinion Leader)人群基于广告主营销目标制定传播策略、形成行业洞察，与品牌商共建内容并传播分发以精准触达目标消费群、实现有效市场销售反馈的内容营销手段。

2019年，我国成年消费者于各类媒体花费时间日均超6小时，其中数字媒体平台用时约占50%以上。KOL人群以数字媒体为主要宣传工具，可对数字媒体用户消费习惯产生核心影响力，网红经济发展前景广阔。

根据KOL账户粉丝规模不同，网红营销模式可分为超级、中级、小型及迷你四种模式，品牌商根据自身销售目标、品牌元素特性、KOL共性选择不同营销模式。

### 网红模式分类及特点

#### 比对维度

#### 超级网红

#### 中级网红

#### 小型网红

#### 迷你网红

#### 关键驱动因素

多数为经验丰富的品牌代言人；配备专业管理团队；可对品牌产生规模化影响

相对超级KOL合作度更高；粉丝群规模较大

网红经济内容更具针对性；营销活动价格优惠明显

适用于小众市场；KOL精力、时间管理难度较低；可与客户达成个人化联系

#### 粉丝量

50万人以上

10万人-50万人

1万人-10万人

1千人-1万人

#### 局限

合作费用较高；KOL高曝光降低消费者参与度；品牌商影响力具备决定性作用

品牌需求增加KOL竞争度；消费者对KOL要求更趋差异化；粉丝生活态度转化较快

对KOL时间、精力要求更高；KOL对品牌影响力较小；品牌风格选择局限性较强

粉丝规模小,推广范围有限；KOL内容创作难度较高,资源有限 数据来源：公开资料整理

广告营销和电商变现是当下网红经济的主要变现方式，网红经济商业变现主要来自于C

端和B端，C端主要以电商变现、直播变现、内容付费、衍生品销售为主；B端则是来自于广告主和媒体平台的资金支持。根据数据显示，2019年，以广告营销、电商形势变现的网红经济占比较高，分别达98.9%、96.6%，其次是平台补贴，占比达34.1%。

2019年我国网红经济变现方式占比情况 数据来源：公开资料整理

我国网红经济行业产业链由上游品牌商、工厂、经销商等供货商，中游各类KOL搜索引擎、KOL机构、KOL账户，下游流量入口、消费者以及周边系统服务商、第三方支付平台、物流服务供应商构成。中游网红经济主体商业赋能能力增强，与第三方机构协作加深。

网红经济行业产业链上游情况：上游供应链决定KOL营销产业链顺利运作；上游品牌商通过KOL营销产业链节省推广成本；上游工厂与KOL营销主体建立订单；KOL营销行业发展驱动上游供应链简化、整合；上游供应链改进速度持续加快。

网红经济行业产业链中游情况：中游KOL搜索引擎、KOL孵化平台在商业模式方面存在共生机会，KOL孵化平台可依托资源广度迅速吸引、抢占上游资源。

### 中游KOL与品牌主合作模式分析

#### 对比维度

#### 直采KOL账户

#### KOL搜索引擎

#### KOL孵化平台

#### 优势

KOL主体与消费者之间内容沟通路径短；KOL对品牌商需求了解度较高；操作模式较为灵活通过系统化展示提高内容有效性；价格透明度较高；大数据技术提高KOL与品牌商适配度；

中小型KOL资源丰富成本可控

平台可基于资金等资源采取更合适的内容生产、传播方式；合作资源丰富,可匹配品牌商需求；稳定资金链降低合修风险

#### 劣势

单向内容连接所需沟通成本较高,KOL销售率增长有限；前期与品牌商沟通时间成本较高；

合作关系缺乏稳定性,价格透明度低

头部KOL、名人KOL矩阵资源不足,粉丝覆盖面有限；模式化显著,针对性客户服务能力有限平台需孵化KOL并设置KOL分成模式,运营成本升高；跨平台运营能力受到限制

数据来源：公开资料整理（zlj）

网红经济行业产业链下游情况：我国网红经济下游流量入口、潜在粉丝社群仍具红利开拓空间,下游市场存在结构性机会。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国网红经济市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国网红经济行业发展概述

#### 第一节 网红经济行业发展情况概述

- 一、网红经济行业相关定义
- 二、网红经济行业基本情况介绍
- 三、网红经济行业发展特点分析
- 四、网红经济行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、网红经济行业需求主体分析

## 第二节 中国网红经济行业上下游产业链分析

### 一、产业链模型原理介绍

### 二、网红经济行业产业链条分析

### 三、产业链运行机制

#### 1、沟通协调机制

#### 2、风险分配机制

#### 3、竞争协调机制

### 四、中国网红经济行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

## 第三节 中国网红经济行业生命周期分析

### 一、网红经济行业生命周期理论概述

### 二、网红经济行业所属的生命周期分析

## 第四节 网红经济行业经济指标分析

### 一、网红经济行业的赢利性分析

### 二、网红经济行业的经济周期分析

### 三、网红经济行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国网红经济行业进入壁垒分析

### 一、网红经济行业资金壁垒分析

### 二、网红经济行业技术壁垒分析

### 三、网红经济行业人才壁垒分析

### 四、网红经济行业品牌壁垒分析

### 五、网红经济行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球网红经济行业市场发展现状分析

### 第一节 全球网红经济行业发展历程回顾

### 第二节 全球网红经济行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲网红经济行业地区市场分析

#### 一、亚洲网红经济行业市场现状分析

#### 二、亚洲网红经济行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲网红经济行业市场前景分析

### 第四节 北美网红经济行业地区市场分析

#### 一、北美网红经济行业市场现状分析

#### 二、北美网红经济行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美网红经济行业市场前景分析

## 第五节 欧洲网红经济行业地区市场分析

- 一、欧洲网红经济行业市场现状分析
- 二、欧洲网红经济行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲网红经济行业市场前景分析

## 第六节 2021-2026年世界网红经济行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026年全球网红经济行业市场规模预测

## 第三章 中国网红经济产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品网红经济总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国网红经济行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国网红经济产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国网红经济行业运行情况

### 第一节 中国网红经济行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国网红经济行业市场规模分析

### 第三节 中国网红经济行业供应情况分析

### 第四节 中国网红经济行业需求情况分析

### 第五节 我国网红经济行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国网红经济行业供需平衡分析

第七节 中国网红经济行业发展趋势分析

第五章 中国网红经济所属行业运行数据监测

第一节 中国网红经济所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国网红经济所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国网红经济所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国网红经济市场格局分析

第一节 中国网红经济行业竞争现状分析

一、中国网红经济行业竞争情况分析

二、中国网红经济行业主要品牌分析

第二节 中国网红经济行业集中度分析

一、中国网红经济行业市场集中度影响因素分析

二、中国网红经济行业市场集中度分析

第三节 中国网红经济行业存在的问题

第四节 中国网红经济行业解决问题的策略分析

第五节 中国网红经济行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业



#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第七章 2017-2020年中国网红经济行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国网红经济行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国网红经济行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 网红经济行业成本结构分析

#### 第四节 网红经济行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国网红经济行业价格现状分析

#### 第六节 中国网红经济行业平均价格走势预测

##### 一、中国网红经济行业价格影响因素

##### 二、中国网红经济行业平均价格走势预测

##### 三、中国网红经济行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国网红经济行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国网红经济行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区网红经济市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区网红经济市场规模分析

##### 四、华东地区网红经济市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区网红经济市场规模分析

##### 四、华中地区网红经济市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区网红经济市场规模分析
- 四、华南地区网红经济市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国网红经济行业竞争情况

### 第一节 中国网红经济行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国网红经济行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国网红经济行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 网红经济行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国网红经济行业发展前景分析与预测

第一节 中国网红经济行业未来发展前景分析

一、网红经济行业国内投资环境分析

二、中国网红经济行业市场机会分析

三、中国网红经济行业投资增速预测

第二节 中国网红经济行业未来发展趋势预测

第三节 中国网红经济行业市场发展预测

一、中国网红经济行业市场规模预测

二、中国网红经济行业市场规模增速预测

三、中国网红经济行业产值规模预测

四、中国网红经济行业产值增速预测

五、中国网红经济行业供需情况预测

第四节 中国网红经济行业盈利走势预测

一、中国网红经济行业毛利润同比增速预测

二、中国网红经济行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国网红经济行业投资风险与营销分析

### 第一节 网红经济行业投资风险分析

- 一、网红经济行业政策风险分析
- 二、网红经济行业技术风险分析
- 三、网红经济行业竞争风险分析
- 四、网红经济行业其他风险分析

### 第二节 网红经济行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国网红经济行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国网红经济行业品牌战略分析

- 一、网红经济企业品牌的重要性
- 二、网红经济企业实施品牌战略的意义
- 三、网红经济企业品牌的现状分析
- 四、网红经济企业的品牌战略
- 五、网红经济品牌战略管理的策略

### 第二节 中国网红经济行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国网红经济行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第四节 网红经济行业竞争力提升策略

- 一、网红经济行业产品差异性策略
- 二、网红经济行业个性化服务策略

- 三、网红经济行业的促销宣传策略
- 四、网红经济行业信息智能化策略
- 五、网红经济行业品牌化建设策略
- 六、网红经济行业专业化治理策略

#### 第十四章 2021-2026年中国网红经济行业发展策略及投资建议

##### 第一节 中国网红经济行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

##### 第二节 中国网红经济行业营销渠道策略

- 一、网红经济行业渠道选择策略
- 二、网红经济行业营销策略

##### 第三节 中国网红经济行业价格策略

##### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国网红经济行业重点投资区域分析
- 二、中国网红经济行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/538280538280.html>