

2022年中国艺人经纪行业分析报告- 行业发展现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国艺人经纪行业分析报告-行业发展现状与发展潜力评估》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://www.chinabaogao.com/baogao/202112/564853.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

艺人经纪，又称明星经纪，是指凭借自身资源和管理模式，为艺人提供职业技能培训、形象塑造、职业规划、宣传推广、洽谈演艺和商务工作等全方位经济服务的公司。

艺人经纪产业链

资料来源：观研天下整理

以前，我国艺人经纪发展模式大多为“保姆式”、“分叉工作式”、“家族式”、“多元经纪”、“个人工作室”、“股份绑定”等；现如今随着用户需求不断变迁，我国艺人经济发展模式主要演变为四大类：艺人经纪协同内容制作、合伙人制、“养成型”偶像运营模式以及泛娱乐IP整合营销平台模式。

我国艺人经纪发展模式变化情况

资料来源：观研天下整理

其中，艺人经纪协同内容制作是国内目前最传统、最常见的艺人经纪公司运营模式；“合伙人制”由成熟艺人自立门户发展而来；“养成型”偶像运营模式以打造偶像为主导；泛娱乐IP整合营销大平台模式则包含媒体、社交、娱乐等多重属性，目前爱奇艺、优酷、腾讯、芒果TV、搜狐均做出了艺人经纪的部署。

我国艺人经纪发展四大模式特点

资料来源：观研天下整理

艺人经纪协同内容制作模式代表机构有嘉行传媒、华策影视、慈文传媒、欢瑞世纪、光线传媒、唐人影视等；“合伙人制”模式代表机构有东申未来、普林赛斯、坏兔子影业以及攻表演的学堂—山下学堂；“养成型”偶像运营模式代表机构有具有八年经验的乐华娱乐和哇唧唧哇；泛娱乐IP整合营销大平台模式代表机构有阿里巴巴旗下的酷漾娱乐、爱奇艺旗下的果然娱乐、腾讯旗下的海南周天娱乐等。

我国艺人经纪发展模式主要代表机构及艺人（统计时间截至2020年）

发展模式

艺人经纪机构

代表艺人

艺人经纪协同内容制作模式

泰洋川禾

Angelababy、陈赫、尹正、张钧南、金晨、孙艺洲、张颂文、李梦

嘉行传媒

杨幂、迪丽热巴、高伟光、刘芮麟、张云龙、祝绪丹、黄梦莹、李婷婷

壹心娱乐

李现、朱亚文、白宇、马思纯、宋佳、欧阳娜娜、春夏、杨子姗、吴昊宸

欢瑞世纪

杨紫、任嘉伦、秦俊杰、颖儿

悦凯影视

杨洋、宋茜、吴尊、孟子义

和颂传媒

李冰冰、赵丽颖、陈学冬、何润东

丝芭传媒

鞠婧祎、SNH48

东申未来

陈坤、周迅、倪大红、王紫璇

欢娱影视

许凯、宋威龙、吴谨言、白鹿

华策影视

胡一天、吴倩、张雨剑、虞书欣

乐华娱乐

王一博、韩庚

博众星和

李易峰、廖凡、秦海璐

普林赛斯

赵薇、苏有朋、张哲瀚、王森

龙韬娱乐

黄子韬、曹曦月、马泽涵

喜天影视

李光洁、张天爱、宋祖儿、高至霆、王媛可、蒋梦婕

微峰娱乐

陈飞宇、金瀚

慈文传媒

郭品超、陈宥维、董岩磊

时代峰峻

Tfboys、张艺凡

壹同传奇

佟丽娅、刘昊然

萌扬文化

江疏影、陈若轩、黄觉、蔡文静

“合伙人制”

东申未来

王紫璇、周游等

普林赛斯

张哲瀚、王森等

坏兔子影业

李鸿其、朱颜曼滋等

“养成型”偶像运营模式

乐华娱乐

UNIQ、宇宙少女、YHboys、乐华七子等

哇唧唧哇

X玖少年团、火箭少女101、R1SE、SIS等

时代峰峻

TFboys

丝芭传媒

SNH48、BEJ48、GNZ48、SHY48、CKG48等

泛娱乐IP整合营销大平台模式

阿里巴巴旗下的酷漾娱乐

爱奇艺旗下的果然娱乐

腾讯旗下的海南周天娱乐

芒果TV旗下的芒果超媒 资料来源：观研天下整理

从当前艺人经纪行业发展情况来看，受益于短视频及直播平台兴起、偶像类养成综艺节目受到热捧以及粉丝对偶像相关的消费意愿不断提升催生千亿粉丝经济市场，资本对偶像配套产业艺人经纪一直很看好，如2018年4月，坤音娱乐获得3000万的Pre-A轮融资，红杉资本领投，真格基金跟投；2017年成立的哇唧唧哇，目前已经获得两轮投资，其中不乏腾讯、君联资本这类重量级投资机构。

国内部分代表艺人经纪机构投融资情况（统计时间截至2020年6月）

品牌

所属公司

成立时间

融资历程

最新融资信息

欢瑞世纪

欢瑞世纪联合股份有限公司

1997年11月

5次

已上市

光线传媒

北京光线传媒股份有限公司

2000年4月

3次

已上市

华谊兄弟

华谊兄弟传媒股份有限公司

2004年11月

4次

已上市

天娱传媒

上海天娱传媒有限公司

2005年4月

1次

并购

乐华娱乐

北京乐华圆娱文化传播股份有限公司

2009年7月

5次

已退市

时代峰峻

北京时代峰峻文化艺术发展有限公司

2009年8月

/

/

壹心娱乐

北京壹心文化传媒有限公司

2015年9月

1次

天使轮

坤音娱乐

北京坤音娱乐经纪有限公司

2016年11月

2次

Pre-A轮

哇唧唧哇

霍尔果斯哇唧唧哇娱乐文化有限公司

2017年1月

2次

战略投资 资料来源：企查查

数据显示，截至2020年6月国内艺人经纪品牌已超350个，其中177个拥有明确投融资信息，融资轮次主要集中在天使轮/种子轮，Pre-A至A+轮，占比分别在36.72%和26.55%。

国内艺人经纪机构投融资最新轮次情况（统计时间截至2020年6月）

数据来源：企查查

艺人经纪行业在偶像产业利好驱动下保持蓬勃发展，同时也随着偶像产业乱象逐渐被揭开迎来革新,自2021年起进入市场与政策的双向调整期。

一、市场方面

据悉，近两年来我国娱乐圈中，“代孕”、“吸毒”、“贩毒”、“逃税漏税”、“睡粉”、“潜规则”等违法以及触犯社会道德的事件层出不穷，偶像“人设”逐渐崩塌，而作为偶像产业的主要消费者-追星一族逐渐趋于理性。

另一方面，随着产业的不断扩大，以及MCN的快速兴起而又缺少相应的政策监管，艺人经纪行业相关的纠纷也越来越多；作为明星的配套产业，在追星族对于艺人的要求不断提高以及行业自身乱象频发的背景下，我国艺人经纪市场发展将进入“大洗牌”时代。

2005-2019年我国艺人经济纠纷案件情况

数据来源：周公观娱

数据显示，2011年以来的十年之间，我国艺人经纪企业注册量呈逐年增长后递减的趋势，2020年仅1138家，同比减少55%；2021年Q1共注册艺人经纪企业147家，同比减少41%，仍然呈递减趋势。

2011-2021年Q1我国艺人经纪企业注册量

数据来源：企查查

其中，浙江省是当之无愧的“艺人经纪第一省”，数量超过3000家，占全国相关企业总量的28%。而在城市分布方面，深圳共有1464家艺人经纪企业，在全国城市中排名首位。

截至2021年4月末我国艺人经纪机构地域分布TOP10

排名

省份分布

城市分布

1

浙江

深圳

2

广东

金华

3

陕西

西安

4

山东

嘉兴

5

安徽

湖州

6

新疆

合肥

7

江西

青岛

8

河南

临沂

9

贵州

伊犁

10

江苏

宁波 资料来源：企查查

艺人经纪企业注册量不断减少，但艺人经纪机构注销数量却有上升趋势。数据显示，2019年和2020年，我国均有超1000家艺人经纪相关企业注销；截至4月29日，今年我国已注销3

00余家艺人经纪相关企业，仅4月份就有60家左右相关企业注销。

2019-2021年4月末我国艺人经纪机构注销数量

数据来源：天眼查

二、政策方面

而随着偶像产业的混乱发展，国家对于其监管力度也逐渐加大，2021年6月15中央网信办在全国范围内开展为期2个月的“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动，重点打击5类“饭圈”乱象行为。

2021年8月，中央网信办秘书局还发布了《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》，其中提到将严管明星经纪公司：强化网站平台对明星经纪公司（工作室）网上行为的管理责任，制定相关网上运营规范，对账号注册认证、内容发布、商业推广、危机公关、粉丝管理等网上行为作出明确规定。强化明星经纪公司（工作室）对粉丝群体的引导责任，对引发粉丝互撕、拉踩引战的明星及其经纪公司（工作室）、粉丝团，对其账号采取限流、禁言、关闭等措施，同时，全平台减少直至取消相关明星的各类信息发布。

我国关于规范偶像产业发展相关重点政策解读

时间

政策

要点

2018年

《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》

提出遏制影视圈追星炒星的不良倾向，严格控制综艺节目嘉宾片酬。

2020年2月

《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》

再次强调“限制演员片酬比例”，要求“全部演员总片酬不得超过制作总成本的40%，其中主要演员片酬不得超过总片酬的70%”。

2021年6月15日

“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动

针对网上“饭圈”突出问题，重点围绕明星榜单、热门话题、粉丝社群、互动评论等重点环节，全面清理“饭圈”粉丝互撕谩骂、拉踩引战、挑动对立、侮辱诽谤、造谣攻击、恶意营销等各类有害信息，重点打击5类“饭圈”乱象行为。

2021年8月

《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》

严管明星经纪公司。强化网站平台对明星经纪公司（工作室）网上行为的管理责任，制定相关网上运营规范，对账号注册认证、内容发布、商业推广、危机公关、粉丝管理等网上行为

作出明确规定。强化明星经纪公司（工作室）对粉丝群体的引导责任，对引发粉丝互撕、拉踩引战的明星及其经纪公司（工作室）、粉丝团，对其账号采取限流、禁言、关闭等措施，同时，全平台减少直至取消相关明星的各类信息发布。

规范粉丝群体账号。加强对明星粉丝团、后援会等账号的管理，要求粉丝团、后援会账号必须经明星经纪公司（工作室）授权或认证，并由其负责日常维护和监督。未经授权的个人或组织一律不得注册明星粉丝团账号。资料来源：观研天下整理

综上所述，目前我国艺人经纪行业发展正处于“革新”阶段，未来随着国家对于偶像产业的监管力度加大，艺人经纪市场将迎来大洗牌，趋于良性发展。（shz）

观研报告网发布的《2022年中国艺人经纪行业分析报告-行业发展现状与发展潜力评估》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国艺人经纪行业发展概述

第一节 艺人经纪行业发展情况概述

一、艺人经纪行业相关定义

二、艺人经纪行业基本情况介绍

三、艺人经纪行业发展特点分析

四、艺人经纪行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、艺人经纪行业需求主体分析

第二节 中国艺人经纪行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、艺人经纪行业产业链条分析

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、中国艺人经纪行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国艺人经纪行业生命周期分析

一、艺人经纪行业生命周期理论概述

二、艺人经纪行业所属的生命周期分析

第四节 艺人经纪行业经济指标分析

一、艺人经纪行业的赢利性分析

二、艺人经纪行业的经济周期分析

三、艺人经纪行业附加值的提升空间分析

第五节 中国艺人经纪行业进入壁垒分析

一、艺人经纪行业资金壁垒分析

二、艺人经纪行业技术壁垒分析

三、艺人经纪行业人才壁垒分析

四、艺人经纪行业品牌壁垒分析

五、艺人经纪行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球艺人经纪行业市场发展现状分析

第一节 全球艺人经纪行业发展历程回顾

第二节 全球艺人经纪行业市场区域分布情况

第三节 亚洲艺人经纪行业地区市场分析

- 一、亚洲艺人经纪行业市场现状分析
- 二、亚洲艺人经纪行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲艺人经纪行业市场前景分析

第四节 北美艺人经纪行业地区市场分析

- 一、北美艺人经纪行业市场现状分析
- 二、北美艺人经纪行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美艺人经纪行业市场前景分析

第五节 欧洲艺人经纪行业地区市场分析

- 一、欧洲艺人经纪行业市场现状分析
- 二、欧洲艺人经纪行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲艺人经纪行业市场前景分析

第六节 2022-2027年世界艺人经纪行业分布走势预测

第七节 2022-2027年全球艺人经纪行业市场规模预测

第三章 中国艺人经纪产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国艺人经纪行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国艺人经纪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 中国艺人经纪行业运行情况

第一节 中国艺人经纪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 中国艺人经纪行业市场规模分析

第三节 中国艺人经纪行业供应情况分析

第四节 中国艺人经纪行业需求情况分析

第五节 我国艺人经纪行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国艺人经纪行业供需平衡分析

第七节 中国艺人经纪行业发展趋势分析

第五章 中国艺人经纪所属行业运行数据监测

第一节 中国艺人经纪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 中国艺人经纪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 中国艺人经纪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 2018-2022年中国艺人经纪市场格局分析

第一节 中国艺人经纪行业竞争现状分析

一、中国艺人经纪行业竞争情况分析

二、中国艺人经纪行业主要品牌分析

第二节 中国艺人经纪行业集中度分析

一、中国艺人经纪行业市场集中度影响因素分析

二、中国艺人经纪行业市场集中度分析

第三节 中国艺人经纪行业存在的问题

第四节 中国艺人经纪行业解决问题的策略分析

第五节 中国艺人经纪行业钻石模型分析

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2018-2022年中国艺人经纪行业需求特点与动态分析

第一节 中国艺人经纪行业消费市场动态情况

第二节 中国艺人经纪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 艺人经纪行业成本结构分析

第四节 艺人经纪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 中国艺人经纪行业价格现状分析

第六节 中国艺人经纪行业平均价格走势预测

一、中国艺人经纪行业价格影响因素

二、中国艺人经纪行业平均价格走势预测

三、中国艺人经纪行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国艺人经纪行业区域市场现状分析

第一节 中国艺人经纪行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区艺人经纪市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区艺人经纪市场规模分析

四、华东地区艺人经纪市场规模预测

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、华中地区艺人经纪市场规模分析

四、华中地区艺人经纪市场规模预测

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、华南地区艺人经纪市场规模分析

四、华南地区艺人经纪市场规模预测

第五节 华北地区艺人经纪市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区艺人经纪市场规模分析

四、华北地区艺人经纪市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区艺人经纪市场规模分析

四、东北地区艺人经纪市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区艺人经纪市场规模分析

四、西部地区艺人经纪市场规模预测

第九章2018-2022年中国艺人经纪行业竞争情况

第一节 中国艺人经纪行业竞争结构分析（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 中国艺人经纪行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国艺人经纪行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 艺人经纪行业企业分析（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2022-2027年中国艺人经纪行业发展前景分析与预测

第一节 中国艺人经纪行业未来发展前景分析

一、艺人经纪行业国内投资环境分析

二、中国艺人经纪行业市场机会分析

三、中国艺人经纪行业投资增速预测

第二节 中国艺人经纪行业未来发展趋势预测

第三节 中国艺人经纪行业市场发展预测

一、中国艺人经纪行业市场规模预测

二、中国艺人经纪行业市场规模增速预测

三、中国艺人经纪行业产值规模预测

四、中国艺人经纪行业产值增速预测

五、中国艺人经纪行业供需情况预测

第四节 中国艺人经纪行业盈利走势预测

一、中国艺人经纪行业毛利润同比增速预测

二、中国艺人经纪行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国艺人经纪行业投资风险与营销分析

第一节 艺人经纪行业投资风险分析

一、艺人经纪行业政策风险分析

二、艺人经纪行业技术风险分析

三、艺人经纪行业竞争风险

四、艺人经纪行业其他风险分析

第二节 艺人经纪行业应对策略

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2022-2027年中国艺人经纪行业发展战略及规划建议

第一节 中国艺人经纪行业品牌战略分析

- 一、艺人经纪企业品牌的重要性
- 二、艺人经纪企业实施品牌战略的意义
- 三、艺人经纪企业品牌的现状分析
- 四、艺人经纪企业的品牌战略
- 五、艺人经纪品牌战略管理的策略

第二节 中国艺人经纪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 中国艺人经纪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

第十四章2022-2027年中国艺人经纪行业发展策略及投资建议

第一节 中国艺人经纪行业产品策略分析

- 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 中国艺人经纪行业营销渠道策略

- 一、艺人经纪行业渠道选择策略
- 二、艺人经纪行业营销策略

第三节 中国艺人经纪行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国艺人经纪行业重点投资区域分析
- 二、中国艺人经纪行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/564853.html>