

中国红人新经济发展深度调研与未来投资研究报告（2023-2030年）

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《中国红人新经济市场发展深度调研与未来投资研究报告（2023-2030年）》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/202302/626651.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

一、红人新经济市场规模

现代的红人是指在现实或者网络生活中因为某个事件或者某个行为而被网民关注从而走红的人。红人如今已广泛分布在各个平台，将大型媒体的流量价值分散到小型自媒体上。红人新经济是以红人为核心进行平面化或立体化内容产出，通过红人的粉丝流量价值和内容资产价值助力商业变现实现社交价值和社交资产积累的去中心化新经济形态。

初代红人雏形于2000年左右出现，随着直播时代到来，我国用户浏览和消费习惯逐渐向线上转移，以红人为基础的新型商业模式凭借低成本带来强曝光和高消费的特征快速发展起来。据数据，2017-2021年我国红人新经济关联产业市场规模由22506亿元增长至50295亿元，2022年市场规模约为57185亿元。随着元宇宙概念的迅速火爆，越来越多的互联网企业将目光转向新兴技术，虚拟IP作为新生代红人，入局红人新经济生态。web3.0时代，红人流量价值还渐转向资产价值，红人的内容创作将转变为数字资产在虚拟世界展示，售卖和流通，红人新经济市场规模有望持续扩张，预计2024年达71169亿元。

红人发展历程 阶段 时间 发展情况 红人雏形塑造 2000年左右 初代红人雏形产生，贴吧在当时成为主要流传渠道。雏形时期的红人互联网意识较薄弱，虽自身拥有强大的流量聚集但变现能力极低。未形成固话的商业模式。初代红人出现 2009年 微博等大批互联网公司快速发展壮大，漫画号、公知等第一批被大家熟知的网红出现，发布内容多以图文为主。

网络元年开始 2015年 随着红人新经济的发展以及智能手机的普及，2015年中国迎来了红人的井喷时代，以papi酱为代表的红人开始通过短视频而不是简单的图文进行传播。

电商达人孵化 2018年以后 天猫开始重视双11和直播达人的孵化，电商红人出现并迅速吸引流量红人与经济实现真正的结合，红人的流量价值有了商业落脚点。直播时代爆发 2020年 正式进入直播电商爆发期，抖音、快手，微博、B站。小红书为五大主要平台，以罗永浩等红人为代表的直播带货博主迅速出圈，红人生态逐渐完善。Web3.0虚拟时代来临 未来 随着元宇宙概念的迅速火爆，越来越多的互联网企业将目光转向新兴技术，虚拟IP作为新生代红人，入局红人新经济生态。web3.0时代，红人流量价值还渐转向资产价值，红人的内容创作将转变为数字资产在虚拟世界展示，售卖和流通。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、红人类型

从红人类型来看，深耕垂类的红人粉丝增速更快。数据显示，2022年粉丝同比增速位列前五的红人类型分别为运动健身、教育、文字文化、金融财经和美妆，均为垂类红人。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、红人层级

从红人层级来看，红人分为腰尾部红人及头部KOL两大类。我国红人主要由腰尾部红人构成，据数据，微博、小红书、微信公众号、抖音、快手、哔哩哔哩腰尾部红人数量占比分别为84.8%、91.1%、84.4%、91.9%、93.8%、95.2%。随着传播的开放化和越来越多的人入局到生态中，流量竞争日趋激烈，叠加市场管控严格与头部红人合作的高难度与高成本劣势，品牌主的投放目标逐渐转向腰尾部，在为品牌降本提效的同时提升ROI。

数据来源：观研天下数据中心整理

尾部达人发展为腰部达人的速度提升。据统计，微博、抖音、快手和小红书的尾部红人发展为腰部红人的平均用时分别为6.2个月、4.7个月、7.3个月、7.9个月，较2020年缩短1.4个月、0.8个月、1.8个月、1.5个月。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、红人新经济下游客户

红人新经济下游客户主要来自于消费零售领域。数据显示，2021年KOL整体市场投放规模达800亿元，其中50%以上的投放来自美妆个护、互联网和食品饮料行业。从2019-2021年投放平台市场份额来看，下游客户趋向多平台投放，主要目的在于扩大广告触达人群。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《中国红人新经济行业发展深度调研与未来投资研究报告（2023-2030年）》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，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 2019-2023年中国红人新经济行业发展概述

第一节 红人新经济行业发展情况概述

一、红人新经济行业相关定义

二、红人新经济特点分析

三、红人新经济行业基本情况介绍

四、红人新经济行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、红人新经济行业需求主体分析

第二节 中国红人新经济行业生命周期分析

一、红人新经济行业生命周期理论概述

二、红人新经济行业所属的生命周期分析

第三节 红人新经济行业经济指标分析

一、红人新经济行业的赢利性分析

二、红人新经济行业的经济周期分析

三、红人新经济行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球红人新经济行业市场发展现状分析

第一节 全球红人新经济行业发展历程回顾

第二节 全球红人新经济行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲红人新经济行业地区市场分析

一、亚洲红人新经济行业市场现状分析

- 二、亚洲红人新经济行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲红人新经济行业市场前景分析
- 第四节 北美红人新经济行业地区市场分析
 - 一、北美红人新经济行业市场现状分析
 - 二、北美红人新经济行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美红人新经济行业市场前景分析
- 第五节 欧洲红人新经济行业地区市场分析
 - 一、欧洲红人新经济行业市场现状分析
 - 二、欧洲红人新经济行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲红人新经济行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界红人新经济行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球红人新经济行业市场规模预测

第三章 中国红人新经济行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对红人新经济行业的影响分析
- 第三节 中国红人新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
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对红人新经济行业的影响分析
- 第五节 中国红人新经济行业产业社会环境分析

第四章 中国红人新经济行业运行情况

- 第一节 中国红人新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 中国红人新经济行业市场规模分析
 - 一、影响中国红人新经济行业市场规模的因素
 - 二、中国红人新经济行业市场规模
 - 三、中国红人新经济行业市场规模解析
- 第三节 中国红人新经济行业供应情况分析
 - 一、中国红人新经济行业供应规模
 - 二、中国红人新经济行业供应特点

第四节 中国红人新经济行业需求情况分析

- 一、中国红人新经济行业需求规模
- 二、中国红人新经济行业需求特点

第五节 中国红人新经济行业供需平衡分析

第五章 中国红人新经济行业产业链和细分市场分析

第一节 中国红人新经济行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、红人新经济行业产业链图解

第二节 中国红人新经济行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对红人新经济行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对红人新经济行业的影响分析

第三节 我国红人新经济行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国红人新经济行业市场竞争分析

第一节 中国红人新经济行业竞争现状分析

- 一、中国红人新经济行业竞争格局分析
- 二、中国红人新经济行业主要品牌分析

第二节 中国红人新经济行业集中度分析

- 一、中国红人新经济行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国红人新经济行业市场集中度分析

第三节 中国红人新经济行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国红人新经济行业模型分析

第一节 中国红人新经济行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国红人新经济行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国红人新经济行业SWOT分析结论

第三节 中国红人新经济行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国红人新经济行业需求特点与动态分析

第一节 中国红人新经济行业市场动态情况

第二节 中国红人新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 红人新经济行业成本结构分析

第四节 红人新经济行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国红人新经济行业价格现状分析

第六节 中国红人新经济行业平均价格走势预测

一、中国红人新经济行业平均价格趋势分析

二、中国红人新经济行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国红人新经济行业所属行业运行数据监测

第一节 中国红人新经济行业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 中国红人新经济行业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 中国红人新经济行业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

第十章 2019-2023年中国红人新经济行业区域市场现状分析

第一节 中国红人新经济行业区域市场规模分析

一、影响红人新经济行业区域市场分布的因素

二、中国红人新经济行业区域市场分布

第二节 中国华东地区红人新经济行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区红人新经济行业市场分析

(1) 华东地区红人新经济行业市场规模

(2) 华南地区红人新经济行业市场现状

(3) 华东地区红人新经济行业市场规模预测

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、华中地区红人新经济行业市场分析

(1) 华中地区红人新经济行业市场规模

(2) 华中地区红人新经济行业市场现状

(3) 华中地区红人新经济行业市场规模预测

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、华南地区红人新经济行业市场分析

(1) 华南地区红人新经济行业市场规模

(2) 华南地区红人新经济行业市场现状

(3) 华南地区红人新经济行业市场规模预测

第五节 华北地区红人新经济行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区红人新经济行业市场分析

(1) 华北地区红人新经济行业市场规模

(2) 华北地区红人新经济行业市场现状

(3) 华北地区红人新经济行业市场规模预测

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、东北地区红人新经济行业市场分析

(1) 东北地区红人新经济行业市场规模

(2) 东北地区红人新经济行业市场现状

(3) 东北地区红人新经济行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区红人新经济行业市场分析

(1) 西南地区红人新经济行业市场规模

(2) 西南地区红人新经济行业市场现状

(3) 西南地区红人新经济行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区红人新经济行业市场分析

(1) 西北地区红人新经济行业市场规模

(2) 西北地区红人新经济行业市场现状

(3) 西北地区红人新经济行业市场规模预测

第十一章 红人新经济行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国红人新经济行业发展前景分析与预测

第一节 中国红人新经济行业未来发展前景分析

一、红人新经济行业国内投资环境分析

二、中国红人新经济行业市场机会分析

三、中国红人新经济行业投资增速预测

第二节 中国红人新经济行业未来发展趋势预测

第三节 中国红人新经济行业规模发展预测

一、中国红人新经济行业市场规模预测

二、中国红人新经济行业市场规模增速预测

三、中国红人新经济行业产值规模预测

四、中国红人新经济行业产值增速预测

五、中国红人新经济行业供需情况预测

第四节 中国红人新经济行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国红人新经济行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国红人新经济行业进入壁垒分析

一、红人新经济行业资金壁垒分析

二、红人新经济行业技术壁垒分析

三、红人新经济行业人才壁垒分析

四、红人新经济行业品牌壁垒分析

五、红人新经济行业其他壁垒分析

第二节 红人新经济行业风险分析

一、红人新经济行业宏观环境风险

二、红人新经济行业技术风险

三、红人新经济行业竞争风险

四、红人新经济行业其他风险

第三节 中国红人新经济行业存在的问题

第四节 中国红人新经济行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国红人新经济行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国红人新经济行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国红人新经济行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 红人新经济行业营销策略分析

一、红人新经济行业产品策略

二、红人新经济行业定价策略

三、红人新经济行业渠道策略

四、红人新经济行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202302/626651.html>