市场调研在线
CNINFO www.cninfo360.com

B&Y 博研咨询 Consulting

2024-2030年中国江苏省网红经济行业市场竞争格局及投资战略咨询报告

报告编号：1628319

中国市场调研在线
www.cninfo360.com
北京博研智尚信息咨询有限公司

研究方法

报告研究基于研究团队收集的大量一手和二手信息，使用案头研究与市场调研相结合的方式，依据“S-C-P”、“可竞争市场理论”、“新制度经济学”等产业组织理论，科学、综合的使用SWOT、PEST、回归分析等各类型研究模型与方法综合的分析行业各种影响因素。对行业的市场环境、产业政策、市场规模、行业现状、竞争格局、技术革新、市场风险、行业壁垒、机遇以及挑战等相关因素进行客观的综合分析，为企业科学决策提供高质量信息。

公司通过对特定行业长期跟踪监测，分析行业供给端、需求端、经营特性、盈利能力、产业链和商业模方面的内容，整合行业、市场企业、渠道、用多层面数据和信息资源，为客户提供深度的行业市场研究报告，全面客观的剖析当前行业发展的总体市场容量、竞争格局、 细分数据、进出口市场需求特征等，并根据各行业的发展轨迹及实践经验，对行业未来的发展趋势做出客观预测。

本公司建立了严格的数据清洗、加工和分析的内控体系，分析师采集信息后，严格按照公司评估方法论和信息规范的要求，并结合自身专业经验，对所获取的信息进行整理、筛选，最终通过综合统计、分析测算获得相关产业研究成果。

01 数据与资料来源

本公司利用大量的一手及二手资料来源核实所收集的数据或资料。二手资料来源主要包括全球范围相关行业新闻、公司年报、非盈利性组织、行业协会、政府机构、海关数据及第三方数据库等，根据具体行业，应用的二手信息来源具有一定的差异。一般会应用的收集到的二手信息有来自新闻网站及第三方数据库如SEC 文件、公司年报、万得资讯、国研网、中国资讯行数据库、csmar数据库、皮书数据库及中经专网、国家知识产权局等。

一手资料来源于研究团队对行业内重点企业访谈获取的一手信息数据，主要采访对象有公司CEO、营销/销售总监、高层管理人员、行业专家、技术负责人、下游客户、分销商、代理商、经销商等。市场调研部分的一手信息来源为需要研究的对象终端消费群体。



02 研究方法与模型

SWOT分析、PEST分析、波特五力模型、行业生命周期理论、S-C-P分析方法、产业结构理论、产业竞争力模型、产业集群理论等。



03 规模测算方法（三角测定）

本公司一般会通过行业访谈、电话访问等调研获取一手数据时，调研人员会将多名受访者的资料及意见、多种来源的数据或资料、供应端及需求端进行比对核查。在资料验证过程中，一般通过三角测定的方式，从供需两个方向出发，验证资料的合理性。

在数据验证过程中，本公司一般采用自上而下和自下而上方法来评估和验证数据的合理。产品关键生产商通过二手及一手信息来确定，行业规模（产销量及产值等），通过一手和二手信息判断，所有的市场份额、数据细分比例等，基于收集到的一手和二手信息核对和评估。本研究涵盖的所有可能影响市场的参数都已经被考虑进去，进行了广泛的细节观察，通过一手资料得到了验证，并进行了分析，以得到最终的定量和定性数据。研究一般包括了关键生产商公开的报告、评论、时事通讯以及对这些生产商相关人员的采访信息。



80%数据一手调研，10%渠道资源购买，10%公开信息分析得出

可按时间段（月/季度/半年/年）更新

一份专业的行业研究报告，注重指导企业或投资者了解该行业整体发展态势及经济运行状况，旨在为企业或投资者提供方向性的思路和参考。

一份有价值的行业研究报告，可以完成对行业系统、完整的调研分析工作，使决策者在阅读完行业研究报告后，能够清楚地了解该行业市场现状和发展前景趋势，确保了决策方向的正确性和科学性。

中国市场调研在线cninfo360.com基于多年来对客户需求的深入了解，全面系统地研究了该行业市场现状及发展前景，注重信息的时效性，从而更好地把握市场变化和行业发展趋势。

一、基本信息

报告名称 2024-2030年中国江苏省网红经济行业市场竞争格局及投资战略咨询报告

报告编号 1628319 ←咨询时，请说明此编号。

官网网址 http://www.cninfo360.com/yjbg/qthy/bzys/20220707/1628319.html

报告价格 8500

订购电话 010-62665210、010-62664210、18811791343、400-186-9919

联 系 人 刘老师

电子邮箱 service@cninfo360.com

温馨提示 如需英文、日文、韩文等其他语言版本报告，请咨询客服。

二、内容介绍

2024-2030年中国江苏省网红经济行业市场竞争格局及投资战略咨询报告

正文目录

第一章 网红经济概述
第一节 网红经济的相关概念
一、网红的定义
二、网红经济的定义
三、网红经济与粉丝经济的区别
四、网红与自媒体的区别
第二节 网红的特征
一、支撑内容网生化
二、依赖网络为传播渠道
三、兼具传播力与影响力
第三节 网红的分类
一、颜值派
二、实力派
三、个性派
第四节 网红生成方式
一、线下名人影响力延伸
二、线上行为逐步生成
三、网红孵化器培育而成

第二章 2019-2024年江苏省网红经济发展背景
第一节 受众偏好的转变
一、公众审美需求
二、公众审丑需求
三、公众对高品质生活的向往
四、公众对奢华生活的窥探
五、公众对才华的欣赏
第二节 粉丝群体消费升级
一、社会消费变化趋势
二、电商消费进入转型期
三、年轻一代成为消费生力军
四、年轻一代消费能力强劲

第三节 移动互联网的快速传播
一、互联网技术的发展
二、自媒体的快速发展
三、社交媒体的广泛普及
四、微信朋友圈加速信息传播
五、新浪微博是网红主要聚集地

第三章 2019-2024年江苏省网红经济发展分析
第一节 网红经济发展历程
一、网红1.0时代：草根崛起
二、网红2.0时代：个性文化
三、网红3.0时代：名人效应
四、网络4.0时代：IP时代
五、历年网红排行榜
六、各时代网红发展特点
第二节 网红经济产业链分析
一、网红经济产业链介绍
二、网红经济主要板块
三、网红经济参与主体
四、网红产业链升级
第三节 2019-2024年江苏省网红经济发展现状分析
一、市场发展规模
二、市场发展格局
三、网红传播的要素
第四节 2019-2024年江苏省网红经济相关政策监管措施
一、加强网络剧节目管理
二、查处部分网络直播平台
三、网络直播主播开启实名制认证
第五节 2019-2024年江苏省网红身份画像
一、网红指数介绍
二、热门网红排名
三、网红身份形象
四、重点垂直领域
五、主要变现模式
第六节 网红经济商业模式分析
一、网红运作模式
二、盈利模式分析
三、网红 平台电商
四、网红 社交电商
五、网红 社交平台
六、网红 线下活动
第七节 网红经济发展面临的挑战
一、网红生命周期短
二、网红变现渠道有限
三、网络监管趋于严格

第四章 2019-2024年江苏省网红 电商模式发展分析
第一节 2019-2024年江苏省网红电商市场运行情况
一、网红电商市场规模
二、网红电商产业链介绍
三、网红电商运作模式
四、网红电商供应链模式
五、网红电商变现模式
第二节 网红电商的竞争力分析
一、网红店与传统店铺对比
二、网红电商竞争优势
三、网红店铺销售规模

四、网红电商盈利能力
五、网红店铺业绩影响因素
第三节 网红电商典型案例分析--LinEditionLimit高端定制女装
一、企业简介
二、经营业绩
三、经营特色

第五章 2019-2024年江苏省网红 社交模式发展分析
第一节 网红社交平台发展综述
一、网红社交平台简介
二、网红社交平台分类
三、主流网红社交平台
第二节 网红 社交模式发展综述
一、网红主要社交行为
二、社交平台属性分析
三、社交营销的优势分析
四、主流社交平台用户规模
五、社交电商的发展优势
第三节 江苏省网红传播社交平台分析--微博
一、微博大数据
二、活跃用户规模
三、内容发布量
四、微博经营情况
五、微博平台优势
七、微博橱窗
第四节 国外网红传播社交平台分析--Youtube
一、Youtube推动网红经济
二、网红传播渠道
三、广告分成计划
四、热门网红收入

第六章 2019-2024年江苏省网红 直播模式发展分析
第一节 网红 直播模式发展综述
一、网络直播发展背景
二、网红主播的产生路径
三、直播内容生产方式
四、网红主播的要素
五、直播平台制约因素
第二节 2019-2024年江苏省在线直播市场运行分析
一、市场发展规模
二、直播内容分布
三、平台融资情况
四、市场竞争格局
五、市场存在的问题
六、市场发展建议
第三节 2019-2024年江苏省游戏直播发展分析
一、游戏直播发展历程
二、游戏直播市场规模
三、游戏直播商业模式
四、游戏主播的结构
第四节 网红 直播盈利模式分析
一、网红直播变现模式
二、网红主播收入结构
三、虚拟货币变现方式
四、电商变现模式分析

第七章 2019-2024年网红孵化平台发展分析

第一节 网红孵化器的核心竞争力
一、丰富的网红资源
二、强大的数据分析能力
三、有利的供应链支撑
四、社交平台的粉丝运营能力
五、合理的利润分成及激励机制
第二节 网红孵化模式分析
一、网红孵化器的价值点
二、网红孵化合作模式
三、网红孵化流程介绍
四、网红孵化器运营流程
五、利润分成方式介绍
第三节 资深网红孵化器--如涵
一、企业发展概况
二、企业经营情况
三、企业商业模式
四、企业融资情况
五、企业竞争优势
六、企业发展缺陷
第四节 网红资源整合平台--Uni引力
一、平台介绍
二、运营情况
三、业务分析
四、运营模式

第八章 2019-2024年网红经济投资分析
第一节 2019-2024年网红经济投融资现状
一、网红融资周期
二、投资市场火热
三、网红风投案例
第二节 网红经济领域投资机遇
一、网红电商继续升级
二、视频直播市场投资机遇
三、电竞领域继续发展
四、医疗美容前景广阔
五、网红经济公司模式升级
六、第三方服装设计公司
七、电商综合服务平台
第三节 网红经济领域投资风险分析
一、政策监管风险
二、内容创作的稳定性风险
三、运营同质化风险
四、传播平台技术风险
五、网红电商投资风险

第九章 网红经济发展前景及趋势分析
第一节 网红经济发展前景展望
一、网红经济市场空间
二、网红经济格局预测
第二节 网红经济未来发展预测
一、内容是核心
二、善用新格式
三、垂直化趋势
第三节 网红经济未来发展趋势分析
一、视频化趋势
二、专业化趋势
三、平台化趋势

四、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 2019-2024年我国GDP增速
图表 2019-2024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 2023年微博活跃人数增速
图表 江苏省网红十年排行榜
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 2023年网红指数TOP20
图表 2023年TOP100网红身份形象
图表 2023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 2023年第3季度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
图表 2023年微博前九大电商网红粉丝量
图表 网红电商运作模式分析
图表 网红经济供应链模式
图表 直营体系线下门店开店费用率测算
图表 天猫开店费用率测算
图表 网红开店费用率测算
图表 网红店铺与传统店铺不良库存率对比
图表 网红店铺与传统店铺流量获取成本与流量转化率对比
图表 2023年度淘宝女装类目排名前十的店铺
图表 重点网红店铺的盈利能力
图表 部分网红传播平台日均IP访问数
图表 主流网红传播平台
图表 网红在社交平台上的增粉工具
图表 网红经济主要社交平台分析
图表 传统电商用户获取成本
图表 2023年三大社交平台月均活跃用户
图表 2023年各B2C电商平台月均活跃用户
图表 2019-2024年微博月活量与日活量变化
图表 2023年新浪微博与同类社交应用日均IP对比
图表 2019-2024年新浪微博粘性用户占比
图表 新浪微博媒体属性分析
更多图表见正文……

了解《2024-2030年中国江苏省网红经济行业市场竞争格局及投资战略咨询报告》

报告编号：1628319

北京博研智尚信息咨询有限公司
中国市场调研在线