



中国网红经济发展洞察报告

艾瑞与微博联合发布

2017年



海量行研报告免费读

网红发展态势

- 国内网红人数及粉丝规模均大幅增长，网红经济基础继续扩大
- 2017年网红粉丝男性占比增多，三四线及以下城市粉丝占比过半
- 网红内容的主要形式发生迁移，短视频和直播崛起
- 网红变现方式更加多元化，直播、电商等变现数据亮眼

网红经济产业

- 网红经济生产链条逐渐明晰，变现图谱日益完善，产业各方明确分工使得行业价值得到充分挖掘，用户需求得到更充分的满足，行业发展在合作中进一步成熟
- MCN成为网红经济的商业枢纽，发展极为迅猛；MCN促进了网红内容生产体系升级，有利于打造具有规模效应的内容生态
- 平台方寻求变现方式进一步转变，淘宝拥抱内容，电商网红备受关注
- 网红经济迎来投资热，投资机构分食产业链各环节

网红经济发展趋势

- 垂直领域网红快速崛起，发展空间仍然较大
- 网红MCN化趋势明显，头部网红多已签约
- MCN渐趋品牌化、IP化，打造品牌影响力与构建IP矩阵是主要发展方向

网红迎来发展春天

1

钱途远大，网红经济的产业化之路

2

网红经济新趋势

3

网红人数及粉丝规模均大幅增长

国内网红经济基础继续扩大

- 2017年，粉丝规模在10万人以上的网红人数较2016年增长57.3%；与此同时，2017年中国网红粉丝总人数在原有的庞大基础上继续增加，达到4.7亿人，环比增长20.6%；
- 网红人数与粉丝规模双双增长，使网红经济变现空间进一步扩大，为产业链各方发展壮大提供了有力保障，也为国内网红经济的进一步发展奠定了更坚实的基础。

2016-2017年微博网红人数增长情况



2016-2017年中国网红粉丝规模增长

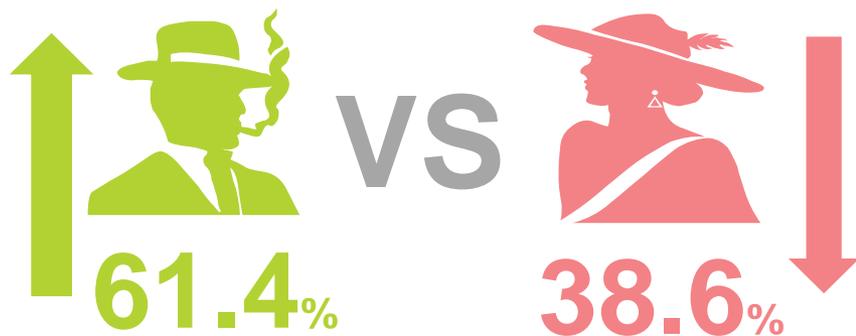


2017网红粉丝画像

男性占比增多，三四线城市及以下用户占较大比重

- 2017年网红粉丝男性占比为61.4%，较2016年增加近4个百分点；网红粉丝男女比例TGI指数为1.17，明显高于男性用户在总体网民人数中的占比。
- 分地域来看，三四线城市及以下区域的网红粉丝占比较大，达54.1%，粉丝用户下沉明显。

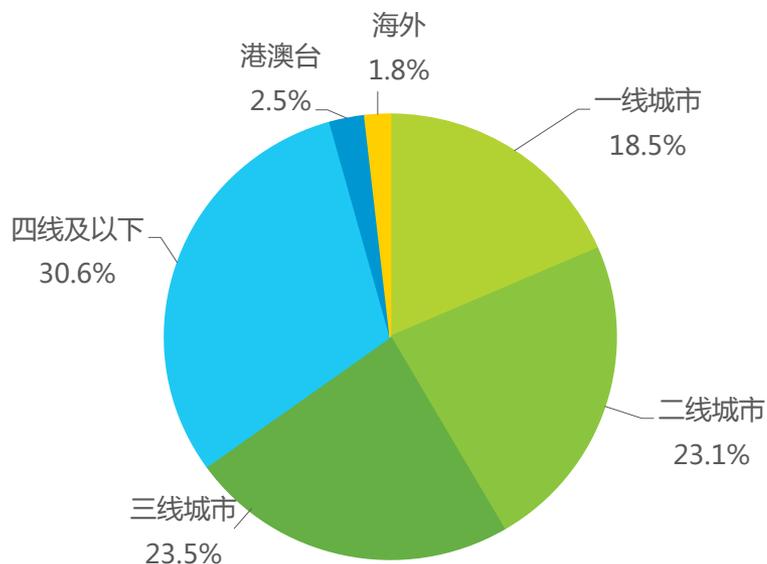
2017年中国网红粉丝男女比例变化



- CNNIC第39次调查报告显示，中国网民男女比例为52.4:47.6
- 网红粉丝男女比例TGI指数为1.17

来源：相关数据来自微博大数据统计

2017年中国网红粉丝地域分布



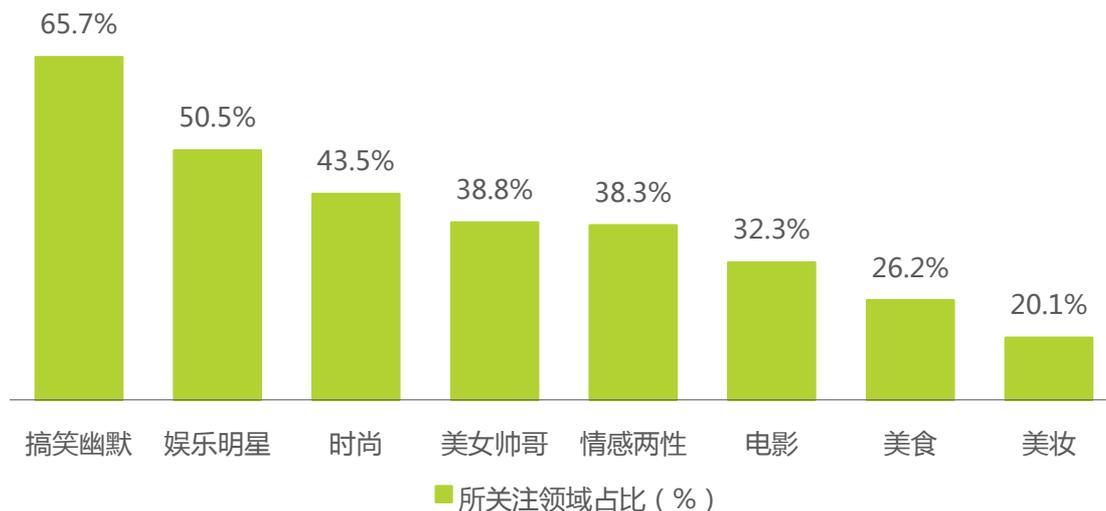
来源：相关数据来自微博大数据统计

网红粉丝关注其他领域分布

粉丝兴趣娱乐化倾向较为明显，多个垂直领域潜力较大

- 网红粉丝关注的其他领域中，搞笑幽默类内容占比最大，达到65.7%
- 泛娱乐类领域在前八席中占据第一、二、四、六席，网红粉丝兴趣娱乐化倾向较为明显
- 娱乐明星类内容占比达50.5%，仅次于搞笑幽默类内容，需求仍然旺盛
- 在垂直领域中，时尚、情感两性、美食与美妆获得较多人关注，发展潜力较大

2017年微博网红粉丝同时关注的其他领域分布



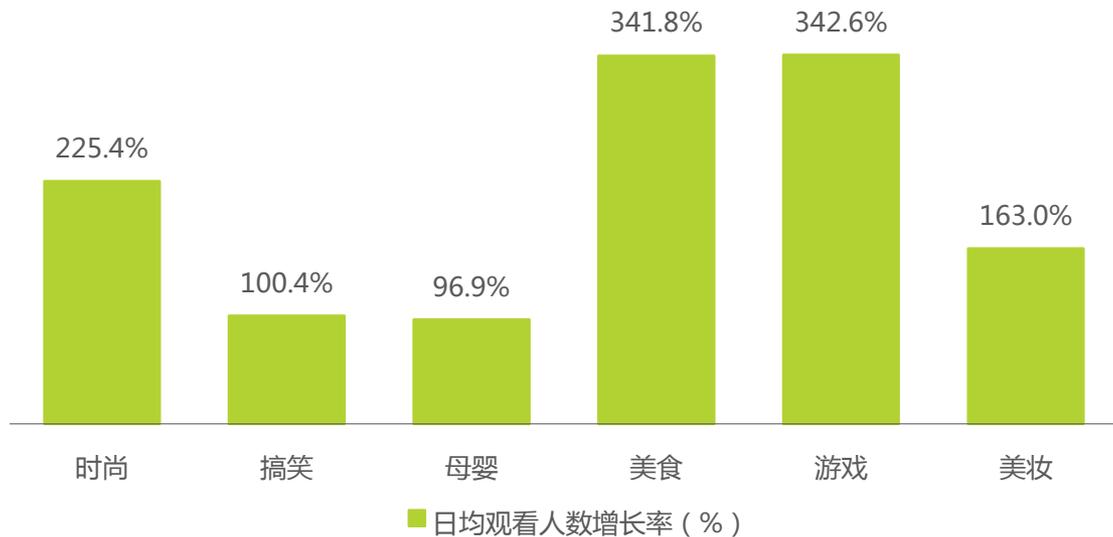
注释：仅显示了占比20%以上领域
来源：相关数据来自微博大数据统计

网红内容的主要形式变化

直播观看人数全面增长

- 自2016年10月到2017年5月，微博直播观看人数迎来新一轮增长，除了秀场直播发展迅猛以外，多个垂直领域日均观看人数也成倍增加。其中，美食和游戏领域增长最大，分别为341.8%和342.6%，时尚、搞笑、母婴、美妆等领域增长率接近或已超过100%；
- 日均观看人数增长较多的领域多为美食、母婴等垂直领域，说明直播对用户渗透程度进一步加深，各领域内容与直播结合程度继续提高，网红内容开始向直播形式进行更深层次的转移。

2016年10月-2017年5月微博直播日均观看人数全面增长



来源：相关数据来自微博大数据统计

网红内容的主要形式变化

短视频稳步崛起

- 2016年，短视频市场迎来爆发性增长，网红短视频内容消费量也随之大量增加。2016年5月起，微博网红原创视频播放量稳步增加，到2017年3月同比增长209.4%，期间月增长率最高达75.4%，涨势喜人
- 网红短视频内容播放量的持续增长，意味着网红内容形式份额比例不断改变，大量图文内容被信息量更丰富的短视频所取代，短视频也开始相应地迎来网红数量与用户量的逐步增加。而内容平台所特有的网络效应则会进一步加剧这种趋势，短视频网红内容稳步崛起前景可期。

2016年5月-2017年3月微博网红原创短视频播放量增长情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21436

