

2020

# 中国MCN行业发展研究白皮书

多玩家入局·打破结界·去中介价值·普及化

克劳锐出品 2020.05

# 引言

“MCN”是内容产业重要的一个参与角色，它主导和链接了生产、流通以及内容的变现。在过去的4年里，克劳锐在持续关注与研究内容行业的过程中，我们透过“帐号”去认识“MCN”机构，透过一个个鲜活的机构，来丰富对“内容产业、红人经济”的认知与理解。2019年克劳锐的年度MCN白皮书中对其做了定义与解释，“MCN”是新兴商业体，是一张“名片”，这张“名片”背后是整体网络结构化的改变所催生的商业组织；这是第一批拥有内容制作能力、红人孵化能力、流量获取和变现能力的组织。

2019年，这种能力超越了行业的界线，被更多传统企业、品牌及资本所看好。超级带货红人背后的数字“横空出世”，形成一连串的对比与改变。“红人”的力量给“人”的职能增加了更多的可能性，人成为了“行走的货架”；MCN成为了资本与上市公司关注的“宠儿”；新入局玩家之众，游戏规则不断“升级破壁”。如何摘掉“MCN”这个有限制的帽子？平台与机构的生态出现了哪些微妙的变化？作为行业最重要的角色之一，MCN真正的业务结构如何？产能与收入挑战的天花板如何？红人经济是否能够拯救传统企业？未来类MCN的走势如何？这些在报告中都将给予答案。

超百家的采访与调研，历时4个月的收集与整理，出现在我们面前的是若干个勇敢的创业者。过去他们热衷于内容，而今天他们能够不断升级内容组织的管理，时刻思考变现收益的突破。虽然焦虑是共同的，但丝毫不能抵挡向前冲的大势，不管是推浪而行，还是被大势推着走，我们欣慰的看到，创业者和机构都在成长，这是行业的力量，而这种成长有助于行业的健康发展，这种成长未来也会打破“结界”，真正让“网红”的属性，成为社会的“新基建”。致敬每一个内容创业者！



# 研究执行说明



## 调研对象:

涵盖国内不同规模和不同类型的MCN机构代表，如无忧传媒、门牙视频、如涵控股、古麦嘉禾等头部MCN，以及星期八、福基文化等中腰部MCN代表；调研目标人群为总监级及以上，如总监、经理、COO、CEO、创始人等，调研总样本量512份，其中包括线上调研样本及线下走访样本。



## 调研方法:

本报告主要采用定量市场调查和定性行业访谈相结合的方法，主要以在线问卷调查、实地调研、深度访谈等方式收集行业现状及相关数据，在此基础上结合克劳锐指数研究院数据及部分行业公开信息，通过克劳锐大数据系统分析、典型MCN机构案例剖析，对2019年MCN行业发展现状、典型变化以及行业趋势进行全方位、多角度展示。



## 调研时间:

2019年12月-2020年3月

# 8 大核心看点

- 多样“**新角**”多“**姿势**”入局
- MCN行业“**破圈**”式爆发
- MCN创造概念努力“**摘帽**”

## 行业变化

- MCN整体布局**向南**“迁移”
- 中国MCN数量突破 **20000+**

## 行业规模

- 超**6**成头部MCN**收入过亿**
- 超**8**成MCN营收规模上升

## 商业规模

- 超**8**成MCN进行内容升级
- MCN用**制度保障内容质量**
- **业务**与发展**平台**双重**扩充**

## 经营调整

- “**网红**”概念红遍股市
- **平台投资**成为又一投资主力
- 资本入场方式从投资转向**并购**

## 资本形势

- 平台间形成“**争拉夺抢**”态势
- 平台为MCN搭建更多**契合点**
- 平台与MCN**供需关系**改变

## 平台态势

- **变现**天花板突破成难题
- **人才**难招、难留、难管理
- **内容创作**“难上加难”
- MCN机构的**流量**与**资源**争夺

## 行业挑战

- MCN机构与**产业基因**结合
- **资本**影响未来行业格局
- 红人“**标准化**”培养

## 未来趋势

# Contents

01. 中国MCN行业发展——变化

02. MCN机构聚焦——进化

03. MCN发展压力——挑战

04. MCN依附生态——平台

05. MCN行业趋势

附录1：部分MCN机构内部运营特点及各平台运营特点-代表案例

附录2：MCN机构创业者语录

附录3：MCN机构名录（部分）

# 中国MCN行业发展——变化

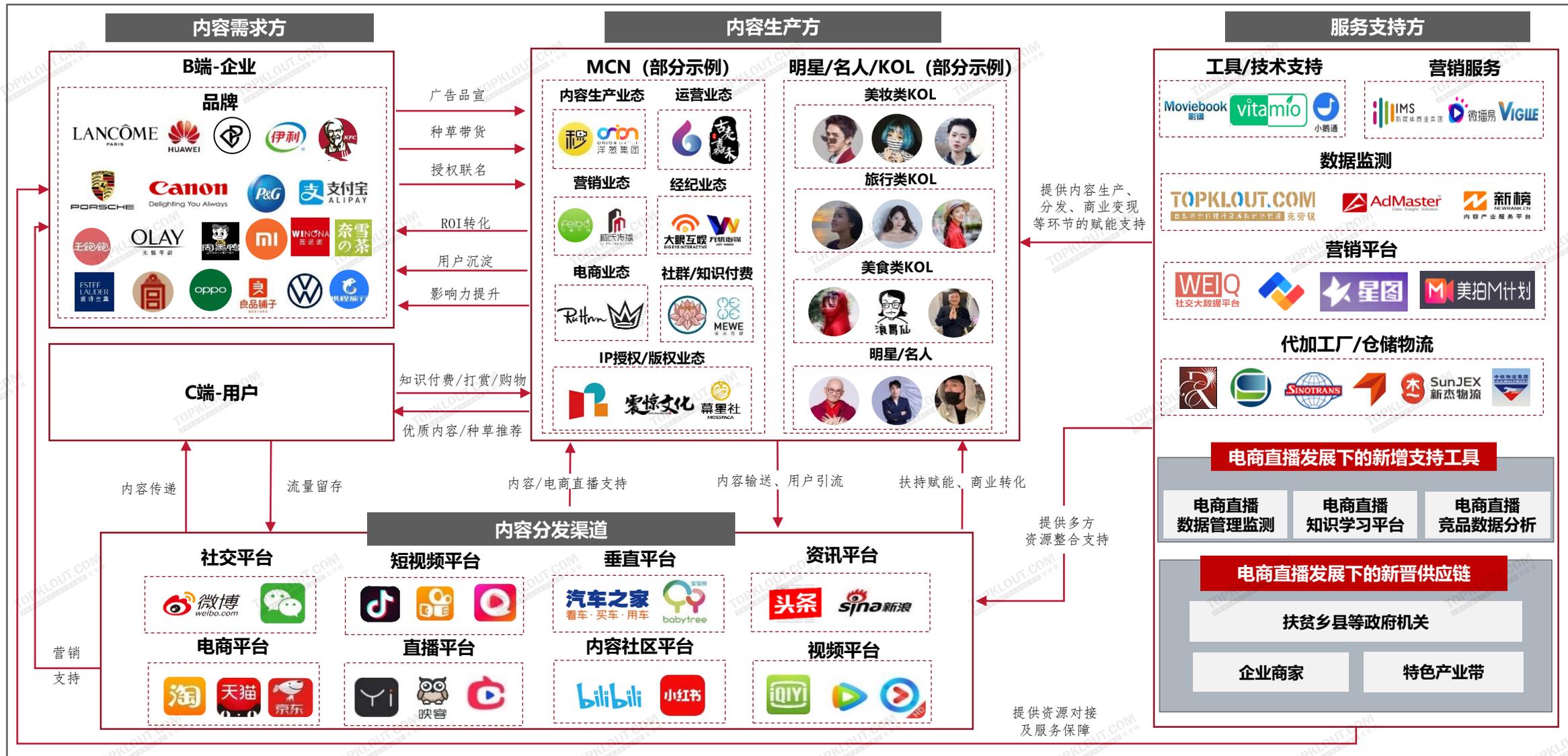
- MCN行业发展**变化现象**

重点聚焦：

- MCN行业参与角色
- MCN行业商业价值

- MCN行业发展变化“数读”透视

# 2020年内容产业关系图谱



数据来源: 克劳锐指数研究院自主绘制, 以上仅为部分举例

多种“新角”入局

行业结界被打破

MCN正式进入“产业式”爆发时代

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\\_38283](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38283)

