



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国粉丝经济市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国粉丝经济市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281037.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

第一章 粉丝经济行业发展综述

第一节 粉丝经济行业定义及分类

一、粉丝经济的定义

二、粉丝经济的本质

三、粉丝经济的作用

四、粉丝经济与网红经济的比较

第二节 粉丝经济的构成

一、粉丝消费与明星相关的一切产品

二、粉丝因为支持明星而进行的消费

三、因粉丝们的支持而产生的无形资产

四、粉丝团经济

五、专业“粉丝”公司和职业粉丝

第三节 粉丝经济对娱乐产业的影响

一、对互联网娱乐产业

二、对影视产业的影响

三、衍生的娱乐营销策略

四、娱乐产业走向消费经济

第二章 粉丝经济行业市场环境分析

第一节 粉丝经济行业政策环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

四、政策环境对行业的影响

第二节 粉丝经济行业经济环境分析

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

第三节 粉丝经济行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、科技环境分析

五、中国城镇化率

第四节 粉丝经济行业网络环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）手机网民规模分析

（三）分省网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第三章 新媒体下的粉丝经济产业分析

第一节 媒体生态的变化

一、碎片化、视觉化、阅后即焚

二、移动化、社交化、转发评论

三、定制化、互动化、用户生产内容

四、自媒体、圈子化、粉丝经济

第二节 传统媒体的应对策略

一、自我革命，植入互联网基因

二、纵横捭阖，打通产业链

三、用户为王，重建商务闭环

第三节 增强对用户的粘性，做好粉丝经济

一、粉丝经济，核心在于用户依赖

二、创新模式，广告不再重要

三、微传播，王牌编辑记者可以建自媒体

第四节 互联网时代的粉丝经济

一、明星的粉丝

二、粉丝的价值

三、粉丝与财富

四、微博与粉丝经济

五、苹果的粉丝与品牌经营

(一) 发布会

(二) 官方网站

(三) 线下专卖店

六、山寨企业的山寨粉之魅族篇

七、小米拷贝魅族的粉丝路线

第四章 部分产业粉丝经济运营模式分析

第一节 中国粉丝经济行业发展现状

一、中国粉丝经济行业发展阶段

一、中国粉丝经济行业发展现状

三、中国粉丝经济行业市场规模

第二节 中国旅游行业粉丝经济运营模式分析

一、对于用户：把用户发展成粉丝

二、对于旅行社：如何与用户建立强关系？

三、对于旅游景区：实现一站式的旅游体验

第三节 中国在线教育粉丝经济运营模式分析

一、互联网粉丝经济的源头

二、99%消失是障眼法 粉丝是保底

三、在线教育的粉丝经济如何打造

(一) 需求定位过客到粉丝

(二) 用户增值服务

第四节 中国流行音乐传播中的粉丝经济新模式分析

一、流行音乐中的粉丝及其作用

(一) 娱乐社会中的流行音乐

(二) 偶像崇拜与粉丝的心理特征

(三) 粉丝群体与流行音乐传播的紧密联系

二、中国流行音乐市场中的粉丝群体概况及经营现状

(一) 中国流行音乐市场中的粉丝群体构成

(二) 以粉丝为核心的商业运作模式

(三) 中国粉丝市场的经营模式中存在的问题

三、中国流行音乐传播过程中的粉丝经济新模式分析

(一) 粉丝群体的管理新模式

(二) 粉丝经济中的跨行业合作

(三) 资本运作提升公司实力

第五章 粉丝经济中的创业行为与可持续性发展

第一节 粉丝经济中的创业行为

一、粉丝社群

二、明星周边产品专营店

三、职业粉丝公司

四、微博营销

五、投票公司

六、其他创业行为

第二节 粉丝经济创业行为中存在的问题

一、粉丝的过度消费

二、数据的弄虚作假

三、资金的监管缺失

第三节 粉丝经济中创业行为可持续性发展的对策

一、倡导与培育健康的粉丝文化

二、消除不合理指标

三、加强对弄虚作假行为的监管

四、引入第三方资金管理平台

第六章 中国粉丝经济行业领先企业经营分析

第一节 导购类粉丝运营平台类主体分析

一、美丽说

(一) 企业发展概况

(二) 企业运营模式

(三) 企业产品功能

(四) 企业粉丝经济运行分析

(五) 企业发展战略分析

(六) 企业竞争优势分析

二、蘑菇街

(一) 企业发展概况

(二) 企业运营模式

(三) 企业产品功能

(四) 企业粉丝经济运行分析

(五) 企业发展战略分析

(六) 企业竞争优势分析

第二节 微信、微博平台的"平台类"运营主体分析

一、微信平台

(一) 平台简介

(二) 注册用户数量

(三) 功能服务

(四) 粉丝经济运行分析

二、微米平台

(一) 平台简介

(二) 注册用户数量

(三) 功能服务

(四) 粉丝经济运行分析

三、来往平台

(一) 平台简介

(二) 注册用户数量

(三) 功能服务

(四) 粉丝经济运行分析

四、新浪微博平台

(一) 平台简介

(二) 发展历史

(三) 平台特点

(四) 微博效应

(五) 粉丝经济运行分析

五、腾讯微博平台

(一) 平台简介

(二) 发展历史

(三) 平台特点

(四) 微博效应

(五) 粉丝经济运行分析

第三节 第三方自组织运营

一、禾欣股份

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 企业竞争优势分析

二、骅威股份

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 企业竞争优势分析

三、宋城演艺

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 企业竞争优势分析

四、欢瑞世纪

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 企业竞争优势分析

五、华谊兄弟

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业经营情况分析
- (四) 企业销售网络分析
- (五) 企业竞争优势分析

第七章 中国粉丝经济行业营销策略及趋势分析

第一节 粉丝经济行业营销策略分析

- 一、产品开发与定位策略
- 二、定价目标与价格策略
- 三、渠道建设与管理策略
- 四、企业品牌策略及运作
- 五、公共关系与推广策略
- 六、企业营销服务策略分析

第二节 粉丝经济营销战略转型分析

- 一、从营销产品转型到营销服务
- 二、从商品营销转型到文化营销
- 三、从竞争营销转型到共享营销
- 四、从价格营销转型到价值营销
- 五、从利益营销转型社会责任营销

第三节 粉丝经济营销发展趋势分析

- 一、战略营销
- 二、精确营销
- 三、体验营销
- 四、服务营销
- 五、网络营销
- 六、和谐营销

第八章 2016-2022年中国粉丝经济行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年中国粉丝经济市场发展前景

- 一、粉丝经济行业市场发展潜力分析
- 二、粉丝经济市场发展前景展望分析
- 三、粉丝经济细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年中国粉丝经济市场发展趋势预测

一、中国粉丝经济行业发展趋势分析

二、粉丝经济行业市场规模预测分析

三、粉丝经济行业应用趋势预测分析

四、粉丝经济细分市场发展趋势预测

第九章 2016-2022年中国粉丝经济行业投资机会与风险防范(AK TL)

第一节 2016-2022年中国粉丝经济行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、粉丝经济行业投资机会

第二节 2016-2022年中国粉丝经济行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、供求风险分析

四、经济风险分析

五、产品结构风险

第三节 中国粉丝经济行业投资建议

一、粉丝经济行业未来发展方向

二、粉丝经济行业主要投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：粉丝经济行业产业链

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国粉丝经济行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年粉丝经济行业市场供给

图表：2011-2015年粉丝经济行业市场需求

图表：2011-2015年粉丝经济行业市场规模

图表：粉丝经济所属行业生命周期判断

图表：粉丝经济所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国粉丝经济行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国粉丝经济行业供给预测

图表：2016-2022年中国粉丝经济行业需求预测

图表：2016-2022年中国粉丝经济行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281037.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。