



中国校园红人产业研究报告

微博·艾瑞咨询联合发布

2018年



海量行研报告免费读



社会发展带动网民价值观升级，社交网络逐渐由满足人们基础精神层面需求转向更高层次的**自我实现**需求，由此衍生网络红人产业，其市场规模持续扩大，主流逐渐呈现**年轻化、多元化**的趋势。校园红人的出现**带动网络红人产业链升级**，并将整体面貌带向高素质、有才华等正面方向。



政策支持“**校企共建**”推动校园红人产业蓬勃发展，同时鼓励大学生**多渠道就业**，促使高校积极参与培养多元化人才，为校园红人的输出打下了良好基础，整体孵化流程已初见规模。校园红人多为**有特长、有娱乐幽默感**的年轻在校大学生，在社交平台上多为**内容输出者**。



校园红人可分为**电商、演艺、和自媒体内容**三种类型，分别可以在不同程度上满足粉丝用户对于**娱乐、视觉、观点**的需求。其中电商类商业潜力最大，产出内容质量最高。演艺类相对颜值要求更高，孵化周期更长。自媒体内容类较为多元化，后期多往电商方向发展。三种类型均存在交叉发展趋势。



校园红人的粉丝用户普遍年轻且具有消费潜力，其带有的特点能够与校园红人完成明显适配。总体粉丝用户中**女性用户占比偏多**，自媒体内容类校园红人最受粉丝欢迎，关注度达到**71.5%**。校园红人粉丝消费观念较为先进，容易被“**种草**”式的营销手段吸引。



随着校园红人产业持续专业化发展，未来各环节企业机构之间的**合作会更加紧密**，以达到**规模化**产出。校园红人也会逐渐建立**品牌化和IP化**，为更加长远的发展做好准备。

名词详解

校园红人

是指在校园日常学习生活中颇受关注的校园人物。他们通常能够凭借自身优势，在特定的领域拥有一定程度的影响力。

品牌化

本报告中指建立商业化品牌。

IP化

产出内容具有延展性，可以衍生出多种表现形式，为内容本身增加商业化价值。

WEP

微博电商服务。

TP

代理运营服务。

微博橱窗

是基于新浪微博平台，由微商开发，可以在社会化媒体上发布商品信息的技术产品。

MCN机构

指与网络红人签约，在资本的支持下保障PGC内容的持续输出，从而带来稳定商业变现的机构。

V 金V认证

新浪微博用户月阅读量过1000万即可获得金V认证。

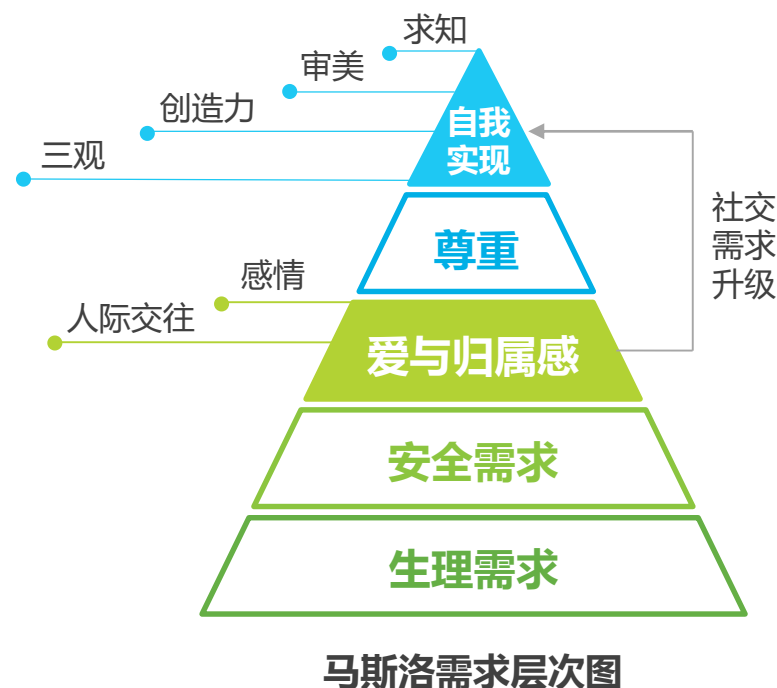
中国校园红人产业市场背景	1
中国校园红人产业发展现状	2
中国校园红人产业的商业价值	3
中国校园红人产业的未来趋势	4

中国社交网络用户的变化趋势

低龄用户活跃度增加，精神需求完成升级

随着中国社会的迅速发展，人们的需求逐渐由物质层面转向于精神层面。互联网的诞生除了将人与人更加紧密的连接在一起之外，同样也造成了社会文化与环境的变化。社交网络原本诞生于人们对于精神层面的最基础需求，即人际交往与情感交流。随着物质生活的极大丰富，人们的精神需求也在日渐得到升级，尤其是从小生活在人际交往密集、信息爆炸时代的年轻人，他们的价值观中对于自我实现的认知越来越显著，在社交平台上变得越来越活跃的同时，所追寻的也不再满足于基础的精神层面，因此有越来越多围绕互联网的，为了满足用户更高层次需求的新兴产业孕育而出。

mUserTracker-2016年12月-2017年12月中国社交网络类APP24岁以下用户月独立设备数趋势统计



来源：mUserTracker.2017.12，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国社交网络发展趋势

从交流驱动到影响力驱动，新社交内容价值得到体现

互联网的普及与传播媒介的升级为人们带来更多内容输出的渠道，对于社交平台而言，人们开始不仅仅满足于普通的信息交互，更希望能够借此能够获得价值和影响力，从而完成自我实现的需求。有才华的人开始为自己找到了更多的展示自我渠道，自媒体时代的到来标志着成名的门槛从此降低，只要输出的内容足够精彩，任何人都有获得影响力和认知度的机会。大众对于内容的需求大致上可分为以下三点，分别是娱乐、视觉、以及观点。无论是高颜值的校花校草，幽默搞笑的段子手，还是美妆博主、情感专家，只要满足大众在这三点内容上的需求，都可以在网络平台上获得粉丝流量。网络红人产业正是在这一背景下得到了蓬勃的发展。



互联网社交平台输出内容需求图

中国网络红人产业市场规模

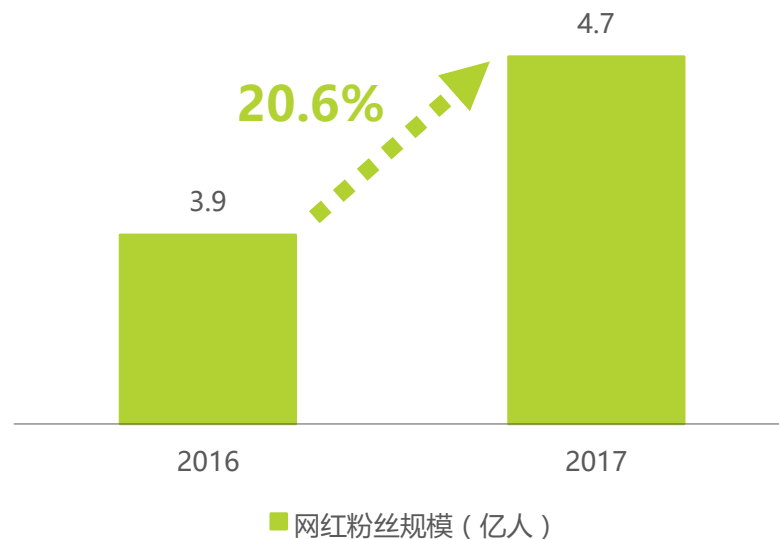
网红人数及粉丝规模均大幅增长

- 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



来源：相关数据来自微博大数据统计。

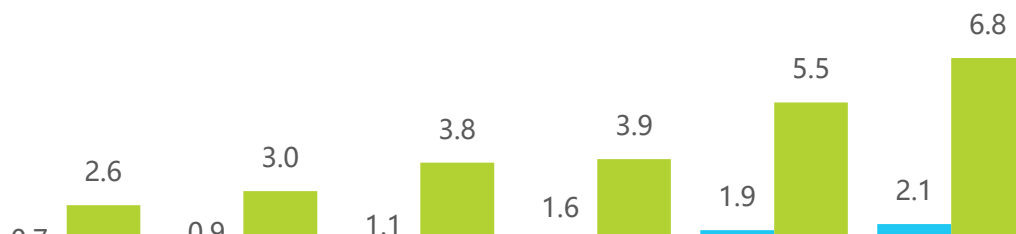
来源：相关数据来自微博大数据统计。

中国网络红人产业市场规模

网红电商交易规模持续扩大，前景良好

作为网红变现的另外一种主要手段，以微博橱窗为主要载体的网红电商发展也十分令人瞩目。据微博橱窗数据显示，网红电商月日均交易额与累计商品数均保持持续增长，2017年第三季度累计月日均交易额超过6700万元，较2016年第三季度数据大幅增长127%，网红电商交易规模持续扩大。同时在售商品数较去年同期增长了133%，商品种类增加，范围亦更加广泛。纵向与横向并行的规模化发展预示着网红经济良好的前景。

2017年微博橱窗数据稳步增长



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_21316

