

# 短视频 MCN 商业模式创新与战略发展——以无忧传媒为例

邹嘉禾

安徽财经大学 工商管理学院, 安徽蚌埠, 233000;

**摘要:** 无忧传媒是中国短视频 MCN 领域的领军企业, 通过独特的商业模式和行业洞察力, 快速成长为行业领跑者。公司发展历程经历了起步积累、业务延伸和战略扩张三个阶段, 并通过整合创新资源、优化内容创作流程、加大技术投入、拓展合作媒体等策略, 实现了内容的多元化、个性化、精准化传播, 构建了全方位的智能内容生态系统。本文主要对无忧传媒商业模式进行阐述, 从无忧传媒公司发展的三个阶段出发分析, 基于平衡计分卡评价指标体系对其商业模式进行评价, 并为其提出优化方向。

**关键词:** 商业模式; 无忧传媒; 娱乐生态

**DOI:** 10.69979/3029-2700.25.05.097

## 1 企业描述

无忧传媒是中国短视频多频网络 (MCN) 机构代表, 成立于中国短视频行业快速发展时期, 以独特的商业模式和行业洞察力, 在短时间内实现了从初创企业到行业领跑者的华丽转变。无忧传媒专注内容创作、网红孵化、品牌营销及商业评价 (变现), 覆盖美食、旅游、时尚、科技、教育等热门领域, 并建立完善的网红孵化体系, 现如今签约艺人已达 10 万, 合作品牌超 3000, 全网粉丝量 20 亿+, 是 MCN 领域第一, 为中国传媒业发展做出卓越贡献。

## 2 具体分析

无忧传媒的发展历程可以分为三个阶段, “以直播为主的起步积累阶段”、“以短视频和电商为主的业务延伸阶段”、“以 IP 和数据为主的战略扩张阶段”, 每个阶段都标志着公司在内容创作和传播领域的重大突破, 具体阶段分析如下:

**起步积累阶段 (2016 年)** 2016 年 4 月雷彬艺创立无忧传媒, 凭借对新媒体趋势的敏锐洞察, 聚焦直播业务, 通过精准的用户定位和优质的内容产出, 积累一批核心主播, 以此为起点, 踏上多元发展的征程, 作为中国最早进入数字内容创作市场的公司, 无忧传媒开启了全新的赛道, 开拓了中国数字媒体领域。

**业务延伸阶段 (2017—2019 年)** 无忧传媒继续深耕直播领域, 并拓展业务范围, 正式进军短视频行业。2017 年, 无忧传媒尝试做短视频和电商, 2018 年, 无忧传媒全面拥抱抖音平台, 通过与抖音等平台的深度合作, 探索出内容营销的新模式, 实现从娱乐直播行业到泛娱

乐产业的全面升级。进入 2019 年, 无忧传媒抓住直播电商的风口, 拓展业务的应用场景, 扩大内容创作和传播的宽度和广度, 实现从短视频制作到直播带货的全面布局, 将旗下达人转型为带货主播, 电商业务崛起, 成为公司的主要营收来源。

**战略扩张阶段 (2020 至今)** 无忧传媒在巩固直播、短视频、电商三大核心业务的同时, 向短剧、知识服务、明星电商、文旅等新兴业务拓展, 构建多元的内容生态, 出品《出发恋爱吧》、《爱情特种兵》、《无忧公寓》等一大批独家内容 IP 短剧微综, 受到观众喜爱。2022 年, 为进一步落实“智能内容生态”战略愿景, 无忧传媒从内容创作、平台运营、数据分析、智能推荐等维度入手, 加大技术研发投入, 通过资本协同、战略合作、联合验证等方式, 加速推进产品技术的商业化进程。公司不断夯实数据、内容、用户和场景间的运转通道, 构建全方位的智能内容生态系统。

### 2.1 起步积累阶段: 塑造创新引领型商业模式

#### 2.1.1 基于创新资源整合的内容创作与媒介策略的协同分析

随着互联网技术的发展和社交媒体的普及, 传统的信息传播方式受限于渠道和内容形式, 难以满足用户的信息获取需求。在此背景下, 无忧传媒洞察市场趋势, 利用新媒体技术, 率先推出一系列创新性的内容创作和分发策略, 通过“直播+”创新模式推动传播模式从单向输出转向双向互动, 完成内容创作领域的单点突破。

无忧传媒自成立以来, 坚持以市场和用户需求为导向。通过整合创新资源, 吸引和培养优秀的内容创作者,

构建创作者生态体系，同时加大技术和平台投入，突破内容分发和互动的技术瓶颈，与主流平台建立战略合作，拓宽用户的触达渠道。在此阶段，无忧传媒推出了多个爆款内容，吸引大量粉丝关注，实现多平台流量聚合。

在媒介策略方面，国家鼓励新媒体企业创新内容创作和分发方式，提高信息传播的质量和效率。但在新媒体发展中，仍存在内容同质化、信息过载和监管滞后等问题。无忧传媒作为新媒体行业的佼佼者，积极响应国家政策，建立标准化内容管理体系，在合规框架内开展创作传播，并参与新媒体行业相关标准的制定，推动行业健康发展。此阶段的媒介政策多以鼓励和支持为主，内容创作与媒介策略呈现双向协同发展的态势。

### 2.1.2 内容创作与媒介策略协同驱动下的商业模式演化机制

此阶段，无忧传媒以直播为主要形式，基于创新资源整合，以初始内容创作为导向的单点创新形式，利用媒介策略的导向、分配和调控功能，推动内容创作和传播行业的发展，满足用户对于高质量、个性化内容的需求，形成基于直播的创新引领型商业模式<sup>[1]</sup>。

在价值主张维度，内容的独特性和吸引力和直播产品品质是关键。无忧传媒坚持原创和差异化策略，深入挖掘用户需求和市场趋势，创作具有独特视角和创意的内容。同时，无忧传媒还注重内容的更新和迭代，保持与市场用户的紧密连接，确保内容的时效性和吸引力。在价值创造维度，无忧传媒针对用户对于传统信息传播方式的不满，找准用户真实需求，通过创新内容创作和分发方式，提高内容的互动性、参与性和趣味性，为用户提供个性化的信息获取和娱乐体验。在价值捕获维度，无忧传媒以客户价值为导向，优化盈利模式，通过广告合作、品牌代言、电商带货等多种方式变现，实现从内容生产到商业转化的闭环。

基于以上分析，在起步积累阶段，无忧传媒抓住新媒体行业发展窗口期，通过优质直播和内容服务完成用户迁移，成为国内领先的新媒体服务商。无忧传媒在此阶段形成了以直播为核心的创新引领型商业模式。

## 2.2 业务拓展阶段：构建融合创新型商业模式

### 2.2.1 基于动态型资源整合的内容创新与媒体政策的协同分析

在移动互联网深度渗透背景下，无忧传媒经历了从“单一内容创作”到“多元化内容矩阵”再到“内容+

电商+社群”的全面发展。面对激烈的市场竞争，无忧传媒通过动态资源整合策略，建立投资孵化与跨界合作的双轮驱动机制，拓宽内容生态和服务边界。在业务拓展阶段，无忧传媒的发展相较于初创期更为稳健和成熟，采取动态型资源整合策略。

国内内容创作者利用流量红利迅速崛起，对传统内容制作机构造成巨大冲击。在此背景下，无忧传媒灵活调整市场策略，与电商平台合作推出“内容+电商”的创新模式，如直播带货、短视频种草等。并采用内容创新驱动策略，加速新内容形式的研发与商业化，优化内容生态链，将内容业务打造为公司的核心盈利点。

在媒体政策资源利用方面，随着政府对文化产业、数字经济、网络安全等领域的重视，文化产业数字化转型、网络文化内容创新成为发展重点。无忧传媒深度对接“数字中国”与“文化强国”战略，将内容创新与数字基建、文化数字化等政策导向有机融合，形成“政策红利-技术创新-业态升级”的良性循环。在此阶段，国家加强对网络内容的审核和对网络内容创作机构的资质管理，无忧传媒则建立全流程合规管理体系，将政策约束转化为竞争优势。

### 2.2.2 内容创新与媒体政策协同驱动下的商业模式演化机制

此阶段，无忧传媒以内容创新为核心，基于动态型资源整合过程，采用以横向拓展为导向的内容创新形式，并结合媒体政策的导向、扶持、监管功能，实现内容的多元化、个性化、精准化传播，提供覆盖短视频、直播、内容电商等多个领域的综合解决方案，形成基于内容创新的融合创新型商业模式。

在价值主张维度，以Z世代消费需求为导向，开发互动直播、沉浸式短视频等新型内容形态，通过“内容+场景+社交”的深度耦合重构用户体验，包括与电商平台共建的即看即买直播矩阵，实现内容消费向商品消费的无缝转化。在价值创造维度，无忧传媒聚焦内容创新和技术升级，搭建数字内容中台系统，集成AI编剧、智能剪辑等技术模块，赋能创作者实现效率跃升，稳固自身在行业中的领先地位。在价值捕获维度，通过深化与电商平台、广告商、品牌方等外部合作伙伴的合作，实现资源共享和互利共赢，降低内容创作和分发成本。同时，与知名IP、网红、明星等开展合作，通过多渠道进行品牌宣传和推广，提升品牌知名度，实现利润增长。

基于以上分析，在业务拓展阶段，无忧传媒发展成为短视频、直播、内容电商以及内容大数据服务领域的领军企业。由此，无忧传媒在此阶段形成了以内容（短视频+直播电商、内容电商）创新为核心的融合创新型商业模式。

## 2.3 战略扩张阶段：构建娱乐生态闭环型商业模式

### 2.3.1 基于强化型资源整合的内容创新与媒介策略的协同分析

无忧传媒聚焦娱乐内容创新，采用强化型资源整合方式，推进向综合娱乐生态平台的战略转型。在内容创新层面，依托成熟的内容生产体系和技术优势，采用短视频制作、直播互动及大数据分析工具实现内容的快速迭代。同时，缩短内容更新周期，满足用户对于内容的高频次需求。为顺应市场变化将传统业务向新型运营模式转型，通过合作投资、并购等方式，进一步拓展优质内容资源和市场渠道，形成新型闭环式内容生态体系。同时，通过与腾讯、字节跳动等头部互联网企业和知名MCN机构建立深度合作，开展内容共创，拓展多元化内容矩阵。

在媒介策略方面，目前我国娱乐内容行业仍面临激烈竞争，但相关政策的出台，如《网络短视频平台管理规范》和《网络直播服务管理规定》等，为无忧传媒的合规运营和内容创新提供有力保障。同时，公司与文化和旅游部、广电总局等政府机构共同讨论和推进内容审核、版权保护等工作，加快内容创新和分发技术的研发进程。在区域娱乐内容生态基地建设方面，牵头举办多场线上线下融合的文化娱乐活动，发布内容创作者扶持计划，承接多个地方的文化产业专项项目和政府的文化宣传项目。

### 2.3.2 内容创新与媒介策略协同驱动下的商业模式演化机制

此阶段，无忧传媒依托媒介资源和内容优势，通过全产业链布局形成短视频、直播、电商、社交的娱乐内容生态体系。利用强化型资源整合，以多元化内容为导向的内容全面创新形式，结合媒介策略的引导、推广、监管功能，完成战略转型，形成了基于娱乐生态的闭环型商业模式。

在价值主张维度，公司聚焦垂直领域精细化运营，推出涵盖美食、旅行、时尚、教育等不同领域的新型内容产品，并坚持以用户喜好为导向的创作理念，聚焦于

KOL和KOC的孵化需求。在价值创造维度，无忧传媒通过优化内容制作流程和提升内容质量，增强内容的吸引力和传播力，打造“正能量”等特色IP矩阵，形成良性循环。在价值捕获维度，优化商业模式和营销策略，形成短视频、直播、电商、社交的新型业务体系，初步完成向综合娱乐生态平台的战略转型，开启多渠道收入来源，实现向第二赛道——文化产业数字化的成功拓展。

基于以上分析，在战略扩张阶段，无忧传媒在内容创作、运营等方面始终坚持正向价值观，携手产业各界共同推进“健康娱乐”方案，打造和谐的智慧健康、绿色生态的娱乐方式。由此，无忧传媒在此阶段形成以娱乐生态为核心的闭环型商业模式创新。

## 3 商业模式的评价——基于平衡计分卡评价指标体系

借鉴平衡记分卡，建立商业模式的平衡计分卡评价指标体系，该体系由商业模式战略目标、商业模式运营效率、产品服务客户价值和商业模式财务价值等具有驱动关系的四大子指标体系组成<sup>[2]</sup>。

### 3.1 战略目标与创新

无忧传媒在战略目标的精准设定方面，通过对市场趋势的精准把控，以创新的思维开拓新的发展路径，实现多元化的发展布局，成功构建起一个涵盖广泛且互联互通的全方位娱乐生态体系。公司起始于直播业务这，逐步拓展至短视频、电商等新兴领域。在战略扩张的关键阶段，更是涉足短剧、知识服务、明星电商等前沿且充满机遇的新兴业务，充分凸显其在战略选择方面的能力。

### 3.2 运营效率与创新

无忧传媒通过对内容创作流程的优化、内容质量的把控、平台运营的精细化管理以及对推广手段的运用，实现运营效率的大幅提升。公司不断在内容创新和技术升级方面加大投入，积极引入并广泛应用短视频制作、直播互动、大数据分析等前沿技术，对内容进行升级，提升内容的吸引力和传播力，增强用户的体验感和对平台的粘性，充分凸显其在运营效率与创新方面的能力。

### 3.3 产品服务与客户价值

无忧传媒始终以用户需求为核心导向，深度挖掘年轻用户群体的兴趣偏好和消费习惯，推出一系列高度贴

合年轻用户喜好的优质内容产品和服务，满足用户在娱乐方面的多元化需求。同时，公司高度重视与用户之间的实时互动和积极反馈，根据用户的意见对产品和服务进行优化，逐步形成口碑效应和品牌影响力，充分凸显其在战产品服务与客户价值方面的能力。

### 3.4 财务价值与盈利模式

无忧传媒借助广告收入的稳定来源，充分发挥直播佣金收入的推动作用，利用订阅服务的可持续性，以及积极拓展合作收益等多种方式实现商业价值的变现。伴随公司在短视频、直播、电商等多个热门领域的不断拓展和持续深耕，公司的营收规模呈现持续扩张的态势，盈利能力也实现提升，充分凸显其在财务价值与盈利模式方面的能力。

## 4 优化方向

### 4.1 深化内容创新，打造差异化竞争优势

继续探索新的内容形式和题材，满足用户多元化、个性化的需求，还可以与多领域创作者合作，拓展内容矩阵，增加科技、教育、健康等领域的短视频内容，形成差异化竞争优势。同时，加大对原创内容的投入，提

升内容质量和独特性，吸引用户关注和留存。

### 4.2 加强技术驱动，提升内容分发效率

充分利用大数据、人工智能等先进技术，提升内容分发效率，深入分析用户行为，实现内容的精准推送，提高用户满意度和粘性。并探索运用VR、AR等新技术，提升用户观看体验，增强内容的互动性和趣味性。

### 4.3 构建生态体系，实现互利共赢

构建完善的生态体系，实现与创作者、广告商、电商平台等多方的互利共赢。加强与创作者的沟通与合作，提供创作支持和资源，激发创作热情，提高内容质量。积极与广告商和电商平台开展合作，共同探索新的营销模式和变现方式，实现资源共享和优势互补。

## 参考文献

- [1] 李永发, 李珂珂, 王四青. 资源整合视角下科技型企业商业模式演化机制与策略——基于四维图新的探索性案例研究[J]. 珞珈管理评论, 2023, (06): 70-94.
- [2] 李曼. 略论商业模式创新及其评价指标体系之构建[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2007, (02): 55-59.