

# 2020年中国直播行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国直播行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/461687461687.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

双11刚刚结束，各大电商平台的成交额又创新高，这其中，直播“带货”成为一大风口。主播“带货”具有较强的现场感和互动性，受到不少用户欢迎，并被电商平台视为吸引流量的新路径。几寸屏幕上，长袖善舞的主播，正成为带货的重要渠道。不过，20%高额佣金的激励下，主播带货泥沙俱下，涉嫌虚假宣传的当红主播频现。如女主播薇娅直播的蟹状元牌“大闸蟹”，李佳琦直播的直播“不沾锅”等，被指虚假宣传。我国面临“网红带货很多涉及虚假宣传。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍之表示，必须要把网红带货纳入互联网广告监管之下。

我国头部直播电商平台主要包含淘宝直播、快手及抖音等，根据数据显示，2018年，淘宝直播全年带货规模达1000亿，快手和抖音带货量分别在数百亿和数十亿之间。

### 2018年我国头部直播电商平台规模汇总

项目

淘宝直播

快手

抖音

平台属性

电商

社交

内容

流量来源

自身、外部内容平台

自身平台

自身平台

头部主播达人

薇娅、李佳琦

辛有志、散打哥

正善牛肉哥

主要供应链

淘宝天猫

淘宝、拼多多、京东、有赞、魔筷星选、快手小店

淘宝

2018年带货规模

1000亿

估算，数百亿

估算，数十亿

分成方式

在总佣金(约20-35%)中，阿里妈妈：淘宝直播：直播方=1:2:7或1:3:6

在实际推广佣金中，快手抽取50%，但会作为“商户奖励金”返还给优质商户

无

估算平台抽成比例

6%-14%

无

无 信息来源：观研天下整理

2014年，直播行业首次进入大众视野之中，随着各资本涌入及巨头布局，我国直播行业很快进入井喷式发展。根据数据显示，2014-2018年期间，我国网络直播用户规模从2014年的3.25亿元上升到2017年的4.22亿人，2018年受市场虚假宣传等不良因素，用户规模下降到3.97亿人，2018年我国在线直播市场规模为376.5亿元。目前，我国互联网直播仍是毋庸置疑的风口，未来，直播行业要想良性发展，其模式必须得到升级，即“去网红化”。

2015-2018年中国网络直播用户规模统计情况

数据来源：中国电子商务协会

2014-2018年中国在线直播市场规模及增长情况

数据来源：中国电子商务协会（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国直播行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

第一章 直播行业相关概述1.1 直播行业定义及特点1.1.1 直播行业的定义1.1.2 直播行业的特点1.2 直播行业基本分类1.3 直播相关概念1.3.1 网络互动直播1.3.2 网络现场直播

第二章 2017-2020年中国直播行业发展环境分析2.1 直播行业政治法律环境（P）2.1.1 行业主要法律法规政策1、《互联网视听节目服务管理规定》2、《互联网视听节目服务业务分类目录(试行)》3、《移动互联网应用程序信息服务管理规定》4、《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》2.2.2开办直播服务所需证件要求1、《信息网络传播视听节目许可证》2、《网络文化经营许可证》3、《广播电视节目制作经营许可证》2.2 直播行业经济环境分析（E）2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 中国宏观经济形势分析2.3 直播行业社会环境分析（S）2.3.1 新生代消费需求升级2.3.2 互联网娱乐习惯形成2.3.3 重视精神文化消费2.4 直播行业技术环境分析（T）2.4.1 网络成本的下降2.4.2 硬件技术升级发展2.4.3 视频直播技术成熟化2.4.4 移动设备的普遍化

第三章 全球直播行业发展概述3.1 2017-2020年全球直播行业发展情况概述3.1.1 全球直播行业发展现状3.1.2 全球直播行业发展特征3.1.3 全球直播行业市场规模3.2 2017-2020年全球主要地区直播行业发展状况3.2.1 美国直播行业发展情况概述3.2.2 日本直播行业发展情况概述3.2.3 韩国直播行业发展情况概述3.3 2021-2026年全球直播行业发展前景预测3.3.1 全球直播行业市场规模预测3.3.2 全球直播行业发展前景分析3.3.3 全球直播行业发展趋势分析3.4 全球直播行业重点企业发展动态分析

第四章 中国直播行业发展概述4.1 中国直播行业发展状况分析4.1.1 中国直播行业发展阶段4.1.2 中国直播行业发展总体概况4.1.3 中国直播行业发展特点分析4.2 2017-2020年直播行业发展现状4.2.1 2017-2020年中国直播行业市场规模4.2.2 2017-2020年中国直播行业发展分析4.2.3 2017-2020年中国直播企业发展分析4.3 2021-2026年中国直播行业面临的困境及对策4.3.1 中国直播行业面临的困境及对策1、中国直播行业面临困境（1）主播准入门槛低（2）行业收益模式单一2、中国直播行业对策探讨（1）需细化监管立法（2）行业良性发展建议4.3.2 中国直播企业发展困境及策略分析1、中国直播企业面临的困境（1）平台违规现象频发（2）内容的同质化严重（3）内容监管难度提高2、中国直播企业的对策探讨（1）实施针对性监管措施（2）重视打造核心竞争力

第五章 中国直播所属行业市场运行分析5.1 2017-2020年中国直播所属行业总体规模分析5.1

.1 企业数量结构分析5.1.2 人员规模状况分析5.1.3 行业资产规模分析5.1.4 行业市场规模分析5.2 2017-2020年中国直播所属行业市场供需分析5.2.1 中国直播所属行业供给分析5.2.2 中国直播所属行业需求分析5.2.3 中国直播所属行业供需平衡5.3 2017-2020年中国直播所属行业财务指标总体分析5.3.1 行业盈利能力分析5.3.2 行业偿债能力分析5.3.3 行业营运能力分析5.3.4 行业发展能力分析

第六章 中国直播行业细分市场分析6.1 直播行业细分市场概况6.1.1 市场细分充分程度6.1.2 市场细分发展趋势6.1.3 市场细分战略研究6.1.4 细分市场结构分析6.2 网络秀场直播市场6.2.1 市场发展现状概述6.2.2 行业市场规模分析6.2.3 行业市场需求分析6.2.4 产品市场潜力分析6.3 网络游戏直播市场6.3.1 市场发展现状概述6.3.2 行业市场规模分析6.3.3 行业市场需求分析6.3.4 产品市场潜力分析6.4 泛生活类直播市场6.4.1 市场发展现状概述6.4.2 行业市场规模分析6.4.3 行业市场需求分析6.4.4 产品市场潜力分析

第七章 中国直播行业市场竞争格局分析7.1 中国直播行业竞争格局分析7.1.1 直播行业区域分布格局7.1.2 直播行业企业规模格局7.1.3 直播行业企业性质格局7.2 中国直播行业竞争五力分析7.2.1 直播行业上游议价能力7.2.2 直播行业下游议价能力7.2.3 直播行业新进入者威胁7.2.4 直播行业替代产品威胁7.2.5 直播行业现有企业竞争7.3 中国直播行业竞争SWOT分析7.3.1 直播行业优势分析（S）7.3.2 直播行业劣势分析（W）7.3.3 直播行业机会分析（O）7.3.4 直播行业威胁分析（T）7.4 中国直播行业投资兼并重组整合分析7.4.1 投资兼并重组现状7.4.2 投资兼并重组案例

第八章 中国直播行业领先企业竞争力分析8.1 武汉斗鱼网络科技有限公司（斗鱼TV）8.1.1 企业发展概况8.1.2 企业发展定位8.1.3 企业融资情况8.1.4 企业业务动态8.2 广州华多网络科技有限公司（虎牙直播）8.2.1 企业发展概况8.2.2 直播监控举措8.2.3 音乐类直播业务8.2.4 企业业务动态8.3 上海熊猫互娱文化有限公司（熊猫TV）8.3.1 企业发展概况8.3.2 企业发展战略8.3.3 企业业务动态8.4 北京蜜莱坞网络科技有限公司（映客直播）8.4.1 企业发展概况8.4.2 企业发展定位8.4.3 企业融资情况8.4.4 企业业务动态8.5 北京密境和风科技有限公司（花椒直播）8.5.1 企业发展概况8.5.2 企业运营状况8.5.3 企业业务动态8.6 深圳市果酱时代科技有限公司（果酱直播）8.6.1 企业发展概况8.6.2 企业发展定位8.6.3 企业融资情况8.7 北京费米子信息技术有限公司（光圈直播）8.7.1 企业发展概况8.7.2 企业发展定位8.7.3 企业商业模式8.7.4 企业融资情况8.8 北京陌陌科技有限公司（陌陌直播）8.8.1 企业发展概况8.8.2 企业业务发展8.8.3 企业发展定位8.8.4 未来发展方向

第九章 2021-2026年中国直播行业发展趋势与前景分析9.1 2021-2026年中国直播市场发展前景9.1.1 2021-2026年直播市场发展潜力（1）国家监管利好投资环境（2）直播规范利好行业（3）资本青睐加快投资进程（4）VR或将改变直播模式9.1.2 2021-2026年直播市场发展前景展望9.1.3 2021-2026年直播细分行业发展前景分析9.2 2021-2026年中国直播市场发展趋势预测9.2.1 2021-2026年直播行业发展趋势9.2.2 2021-2026年直播市场规模预测9.2.3 2021-2026年直播行业应用趋势预测9.3 2021-2026年中国直播行业供需预测9.3.1 2021-2026

6年中国直播行业供给预测9.3.22021-2026年中国直播行业需求预测9.3.32021-2026年中国直播供需平衡预测9.4影响企业生产与经营的关键趋势9.4.1行业发展有利因素与不利因素9.4.2市场整合成长趋势9.4.3需求变化趋势及新的商业机遇预测9.4.4企业区域市场拓展的趋势9.4.5科研开发趋势及替代技术进展

第十章 2021-2026年中国直播所属行业投资前景10.1直播所属行业投资现状分析10.1.1直播所属行业投资规模分析10.1.2直播所属行业投资资金来源构成10.1.3直播所属行业投资资金用途分析10.2直播所属行业投资特性分析10.2.1直播所属行业进入壁垒分析10.2.2直播所属行业盈利模式分析10.2.3直播所属行业盈利因素分析10.3直播所属行业投资机会分析10.3.1细分市场投资机会10.3.2重点区域投资机会10.3.3产业发展的空白点分析10.4直播行业投资风险分析10.4.1直播行业政策风险10.4.2宏观经济风险10.4.3市场竞争风险10.4.4关联产业风险10.4.5产品结构风险10.4.6技术研发风险10.4.7其他投资风险10.5直播行业投资潜力与建议10.5.1直播行业投资潜力分析10.5.2直播行业最新投资动态10.5.3直播行业投资机会与建议

第十一章 2021-2026年中国直播企业投资战略与客户策略分析11.1直播企业发展战略规划背景意义11.1.1企业转型升级的需要11.1.2企业做大做强的需要11.1.3企业可持续发展需要11.2直播企业战略规划制定依据11.2.1国家政策支持11.2.2行业发展规律11.2.3企业资源与能力11.2.4可预期的战略定位11.3直播企业战略规划策略分析11.3.1战略综合规划11.3.2技术开发战略11.3.3区域战略规划11.3.4产业战略规划11.3.5营销品牌战略11.3.6竞争战略规划11.4直播中小企业发展战略研究11.4.1中小企业存在主要问题1、缺乏科学的发展战略2、缺乏合理的企业制度3、缺乏现代的企业管理4、缺乏高素质的专业人才5、缺乏充足的资金支撑11.4.2中小企业发展战略思考1、实施科学的发展战略2、建立合理的治理结构3、实行严明的企业管理4、培养核心的竞争实力5、构建合作的企业联盟

第十二章 研究结论及建议12.1研究结论12.2建议12.2.1行业发展策略建议12.2.2行业投资方向建议12.2.3行业投资方式建议

图表目录：图表：直播行业特点图表：直播行业生命周期图表：直播行业产业链分析图表：2017-2020年直播行业市场规模分析图表：2021-2026年直播行业市场规模预测图表：2017-2020年直播重要数据指标比较图表：2017-2020年中国直播行业销售情况分析图表：2017-2020年中国直播行业利润情况分析图表：2017-2020年中国直播行业资产情况分析图表：2017-2020年中国直播竞争力分析图表：2021-2026年中国直播发展前景预测

图表详见报告正文.....（GYSYL）

### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国直播行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企

业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/461687461687.html>