

2020年中国商业网络直播行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国商业网络直播行业分析报告-市场深度分析与发展趋势分析》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/wanluomeiti/382165382165.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

自2014年以来，我国直播行业快速发展，到2016年4G的应用，使得直播行业进入了鼎盛时期。在此后，我国直播行业逐渐进入相对成熟阶段，映客、虎牙、斗鱼等头部平台通过差异化发展在白热化的竞争中获得核心优势。到2019年上半年，我国各大直播平台又积极探索“直播+”模式，电商、短视频等平台主动加入直播元素，使得网络红人直播带货持续火爆，各路明星也纷纷入驻直播平台直播卖货，为直播行业带来了新的发展动力。数据显示，截止到2018年，我国在线直播市场规模达到376.5亿元，同比增长32.76%。

2015-2018年中国网络直播市场规模统计情况 数据来：工信部

近年来随着互联网技术的提升以及4G、5G的应用，使得我国网络直播用户规模不断增长。数据显示，根据CNNIC发布的第44次《中国互联网网络发展状况统计调查》指出，截至2019年6月我国网民规模已达8.54亿人；其中全国网络直播用户规模达4.33亿，占整体网民的50.7%。其中真人秀直播、体育直播、游戏直播、演唱会直播的用户规模分别所有网民的24.0%、22.7%、28.4%、13.6%。

2010-2019年6月我国网民规模情况 数据来源：CNNIC

2016-2019年6月中国网络直播用户规模及占整体网民比例统计情况 数据来源：CNNIC

2019年6月各类直播用户规模占整体网民比例情况 数据来源：CNNIC

从目的性来看，进入直播赚钱是首要目的。根据陌陌平台发布的《2018年主播职业报告》显示，为赚钱选择当主播有近六成，而兴趣使然的也有37.8%。但不管出于什么原因，各大直播平台每天都有新鲜血液注入，网络主播队伍不断壮大。据了解，2018年全平台新增主播数为217万，同比增长了49.6%；送礼人数过亿，增幅为63%，全年礼物收入超过500亿元。

中国用户选择当主播目的占比统计情况 数据来源：CNNIC

另外，从男女性别来看，2018年男女比例基本持平。在直播类型上，娱乐类主播占据较大，有超四成；其次为游戏主播、秀场主播，其占比分别为27.3%、23.5%。从地区来看，东部地区主播分布较多，三成头部主播地处华东地区，华北地区占比近20%。但整体来看，经济发达地区更容易接触到娱乐文化消费，成为主播需要的技术支持、资本支持也更易获得。据报告显示，9.6%的兼职主播月收入超过万元，21.0%的职业主播月收入超过万元；其中月收入超过万元的主播占比最高的TOP5省市为北京、上海、浙江、天津、内蒙古。

2018年网络直播男女比例情况 数据来源：CNNIC

月收入超过万元的主播占比最高的TOP5省市 数据来源：CNNIC

此外，从PC端月活月数来看，在直播平台上，2019年二季度斗鱼直播PC端月均活跃用户数最多，达到了7664.88万；而在娱乐直播平台上面，六间房保持增长态势，其月均活跃用户数达到了4930.36万。

2019年二季度我国在线直播主流-PC端月均活跃用户数 数据来源：CNNIC

展望未来，在短期内，互联网直播仍是行业的发展风口，而直播行业与传统产业的进一步融合也将影响到新一代互联网产业的发展方向。

未来直播行业至少在以下三个方面发挥重大动能

直播的社交化

直播的动能在于社交，缺乏社交的直播就如同被断掉双臂的维纳斯。社交发力点在于直播和短视频，没有视频和直播做支撑的社交就如同水中的明月。直播与社交的深度融合比较难，主要问题出现在各大平台垂直领域的势力范围早已划定。必须明确，未来成功的模式，一定是相互融合而不是相互排斥，相互借力而不是独立开发。

直播的商业化

内容变现本来很美，很多网络平台在内容变现领域发挥得很好，如信息流广告、电子商务发展、大数据营销等。但是，直播的商业化并非仅在打赏、电商等原始阶段。优质直播内容才是真正的稀缺品，如知识分享、远程会议、远程教育、生活分享、直播扶贫等。

这些直播和短视频必须是严格遵守法律法规的，是有序发展的，是对消费者有保障的，是平台进行先行赔付的，是真正有内容而非传销型点关注和割韭菜型卖货的。

这些年我一直在呼吁平台要彻底“去网红化”，一方面，现有的网红绝大部分是直播兴起时崛起的那群人，粉丝积累时的原罪、素质和法治观念的缺乏、设置关注门槛的现状以及流量的占用是所有大平台都面临的问题；另一方面，去网红化的结果就是遍地开花，去中心化的分享经济，会加大分散流量，分散风险，激励优质直播内容的出现，吸引更多有能力分享的主播。

直播全面技术变革即将到来

5G时代已经到来，可穿戴设备、物联网、人工智能和虚拟现实等技术，即将全面改变目前头部直播的现状。网络时代，真正能够彻底淘汰一个平台的不仅是市场，更要命的是技术的革命。直播技术的研发，绝不是像乔碧萝殿下那样盛世美颜的欺骗技术，而是真正更新换代的核心技术。资料来源：互联网（ww）

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年中国商业网络直播行业分析报告-市场深度分析与发展趋势分析》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 2017-2020年中国商业网络直播行业发展概述

第一节 商业网络直播行业发展情况概述

- 一、商业网络直播行业相关定义
- 二、商业网络直播行业基本情况介绍
- 三、商业网络直播行业发展特点分析

第二节 中国商业网络直播行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、商业网络直播行业产业链条分析
- 三、中国商业网络直播行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国商业网络直播行业生命周期分析

- 一、商业网络直播行业生命周期理论概述
- 二、商业网络直播行业所属的生命周期分析

第四节 商业网络直播行业经济指标分析

- 一、商业网络直播行业的赢利性分析
- 二、商业网络直播行业的经济周期分析
- 三、商业网络直播行业附加值的提升空间分析

第五节 中国商业网络直播行业进入壁垒分析

- 一、商业网络直播行业资金壁垒分析
- 二、商业网络直播行业技术壁垒分析

- 三、商业网络直播行业人才壁垒分析
- 四、商业网络直播行业品牌壁垒分析
- 五、商业网络直播行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球商业网络直播行业市场发展现状分析

- 第一节 全球商业网络直播行业发展历程回顾
- 第二节 全球商业网络直播行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲商业网络直播行业地区市场分析
 - 一、亚洲商业网络直播行业市场现状分析
 - 二、亚洲商业网络直播行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲商业网络直播行业市场前景分析
- 第四节 北美商业网络直播行业地区市场分析
 - 一、北美商业网络直播行业市场现状分析
 - 二、北美商业网络直播行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美商业网络直播行业市场前景分析
- 第五节 欧盟商业网络直播行业地区市场分析
 - 一、欧盟商业网络直播行业市场现状分析
 - 二、欧盟商业网络直播行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟商业网络直播行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界商业网络直播行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球商业网络直播行业市场规模预测

第三章 中国商业网络直播产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 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、全社会消费品商业网络直播总额
 - 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
- 第二节 中国商业网络直播行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国商业网络直播产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国商业网络直播行业运行情况

第一节 中国商业网络直播行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国商业网络直播行业市场规模分析

第三节 中国商业网络直播行业供应情况分析

第四节 中国商业网络直播行业需求情况分析

第五节 中国商业网络直播行业供需平衡分析

第六节 中国商业网络直播行业发展趋势分析

第五章 中国商业网络直播所属行业运行数据监测

第一节 中国商业网络直播所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国商业网络直播所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国商业网络直播所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国商业网络直播市场格局分析

第一节 中国商业网络直播行业竞争现状分析

- 一、中国商业网络直播行业竞争情况分析
- 二、中国商业网络直播行业主要品牌分析
- 第二节 中国商业网络直播行业集中度分析
 - 一、中国商业网络直播行业市场集中度分析
 - 二、中国商业网络直播行业企业集中度分析
- 第三节 中国商业网络直播行业存在的问题
- 第四节 中国商业网络直播行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国商业网络直播行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国商业网络直播行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国商业网络直播行业消费市场动态情况
- 第二节 中国商业网络直播行业消费市场特点分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
- 第三节 商业网络直播行业成本分析
- 第四节 商业网络直播行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
- 第五节 中国商业网络直播行业价格现状分析
- 第六节 中国商业网络直播行业平均价格走势预测
 - 一、中国商业网络直播行业价格影响因素
 - 二、中国商业网络直播行业平均价格走势预测
 - 三、中国商业网络直播行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国商业网络直播行业区域市场现状分析

- 第一节 中国商业网络直播行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区商业网络直播市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区商业网络直播市场规模分析
- 四、华东地区商业网络直播市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区商业网络直播市场规模分析
- 四、华中地区商业网络直播市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区商业网络直播市场规模分析
- 四、华南地区商业网络直播市场规模预测

第九章 2017-2020年中国商业网络直播行业竞争情况

第一节 中国商业网络直播行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国商业网络直播行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国商业网络直播行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 商业网络直播行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国商业网络直播行业发展前景分析与预测

第一节 中国商业网络直播行业未来发展前景分析

- 一、商业网络直播行业国内投资环境分析
- 二、中国商业网络直播行业市场机会分析
- 三、中国商业网络直播行业投资增速预测

第二节 中国商业网络直播行业未来发展趋势预测

第三节 中国商业网络直播行业市场发展预测

- 一、中国商业网络直播行业市场规模预测
- 二、中国商业网络直播行业市场规模增速预测

三、中国商业网络直播行业产值规模预测

四、中国商业网络直播行业产值增速预测

五、中国商业网络直播行业供需情况预测

第四节 中国商业网络直播行业盈利走势预测

一、中国商业网络直播行业毛利润同比增速预测

二、中国商业网络直播行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国商业网络直播行业投资风险与营销分析

第一节 商业网络直播行业投资风险分析

一、商业网络直播行业政策风险分析

二、商业网络直播行业技术风险分析

三、商业网络直播行业竞争风险分析

四、商业网络直播行业其他风险分析

第二节 商业网络直播行业企业经营发展分析及建议

一、商业网络直播行业经营模式

二、商业网络直播行业销售模式

三、商业网络直播行业创新方向

第三节 商业网络直播行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国商业网络直播行业发展战略及规划建议

第一节 中国商业网络直播行业品牌战略分析

一、商业网络直播企业品牌的重要性

二、商业网络直播企业实施品牌战略的意义

三、商业网络直播企业品牌的现状分析

四、商业网络直播企业的品牌战略

五、商业网络直播品牌战略管理的策略

第二节 中国商业网络直播行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国商业网络直播行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国商业网络直播行业发展策略及投资建议

第一节 中国商业网络直播行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国商业网络直播行业定价策略分析

第三节 中国商业网络直播行业营销渠道策略

- 一、商业网络直播行业渠道选择策略
- 二、商业网络直播行业营销策略

第四节 中国商业网络直播行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国商业网络直播行业重点投资区域分析
- 二、中国商业网络直播行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/382165382165.html>