

2020年中国直播市场现状分析报告- 行业运营现状与未来商机预测

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年中国直播市场现状分析报告-行业运营现状与未来商机预测》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/514400514400.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

根据报道消息，人民网舆情数据中心在近日主办了“直播赋能新业态 数字经济新引擎”研讨会。在会上，人民网舆情数据中心发布了《互联网平台“直播+”赋能研究报告》，以快手平台直播为例，从数据和内容切入，深入到社会生活的不同场景，全面剖析直播带来的影响与可能。

"网络直播"分两类，一类是在网上提供电视信号的观看，另一类是人们所了解的"网络直播":在现场架设独立的信号采集设备(音频+视频)导入导播端(导播设备或平台)，再通过网络上传至服务器，发布至网址供人观看。而现阶段所说的直播则是第二类。

网络直播利用互联网的优势，通过视讯方式进行网上现场直播，将产品展示、相关会议、背景介绍、方案测评、对话访谈等内容现场发布到互联网上，利用互联网的直观、快速，表现形式好、内容丰富、交互性强、地域不受限制等特点，加强活动现场的推广效果。

我国网络直播发展于2005年，在2014-2016进入爆发期，主流视频网站纷纷布局直播业务；到2017年以后，政策与资本双重压力下行业迎来洗牌，老牌PC端直播逐渐没落。

我国直播行业发展历程

资料来源：公开资料整理

当前直播技术应用涵盖领域较为丰富、影响广泛而深远，正逐渐成为拉动经济的新动能和基础设施。尤其是在疫情期间，线下经济受挫，线上消费与服务兴起，直播平台以技术和用户的双重优势，为社会蓄势赋能。在疫情防控、脱贫攻坚、产业转型、文化创新等层面中，直播所发挥的重要作用已经成为行业共识，可见直播已在各个行业实现“全场景”蓄势赋能。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第45次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2020年3月，我国网络直播用户规模达5.60亿，较2018年底增长1.63亿，占网民整体的62.0%。

2016-2020年3月我国网络直播用户规模及使用率情况

数据来源：中国互联网络信息中心

具体来看，一方面，直播是移动互联网时代新的文本呈现形式，在2020年疫情期间发挥了重要作用。以快手为代表的短视频+直播平台，凭借超3亿日活用户的优势积极服务疫情防控大局，全方位保障权威信息触达。另一方面，随着网络技术的不断发展，“直播”已经成

为商贸流通企业的标配，特别是受新冠肺炎疫情影响，传统线下销售模式受到冲击，线下店铺经营受阻，企业纷纷试水“网络直播”，网络直播成为线下店铺复工的工具，推动着行业转型升级。例如2020年5月，董明珠现身快手直播间为格力品牌助力，三个小时的直播共吸引了超过1600万用户观看，最高同时在线人数达100万，成交额累计高达3.1亿元。

与此同时，直播在脱贫攻坚、乡村振兴战略推进中，起到的作用也越来越大。数据显示，在2020年3月，快手举办的“百城县长直播助力”活动中，11位县长、县领导连同11位快手达人在6天时间里直播近30场，吸引了超过2100万人观看，累计销售额突破2000多万元。此外，播在教育普惠和文旅传播方面也有探索和尝试。据《2019快手教育生态报告》数据显示，快手教育类短视频作者超过99万，累计生产视频量高达2亿，教育直播日均观看时长相当于734年。2020年2月，快手联合UCCA尤伦斯当代艺术中心开展“良樂”线上音乐会。

而作为现阶段最具代表性和标杆性的“短视频+直播”平台，快手为能够在“直播+”领域获得如此高速的发展，并始终占据行业领先优势，这对于整个行业的未来发展有着很高的研究价值和指导意义。根据《报告》指出，快手的独特发展模式推动着快手“直播+”在此次疫情期间爆发出深度、持久的生命力，为各行各业深度赋能，开辟了“直播+”与多领域的高效融合，呈现出良好前进态势。

有相关专业人士分析，移动视频时代的到来使得“直播+”成为融入社会经济、文化、甚至政治领域的重要结构性力量。而“直播+”作为一种更强大的信息承载交互方式，正逐渐进化为一种为大众喜闻乐见的主流传播形式，在5G时代拥有光明的发展前景。因此只有注重发掘“直播+”蕴藏的巨大价值，抓住5G时代“直播+”的风口，才能取得传播主流价值和变现自身价值的双成果。（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国直播市场现状分析报告-行业运营现状与未来商机预测》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年中国直播行业发展概述

第一节 直播行业发展情况概述

- 一、直播行业相关定义
- 二、直播行业基本情况介绍
- 三、直播行业发展特点分析
- 四、直播行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、直播行业需求主体分析

第二节 中国直播行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、直播行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国直播行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国直播行业生命周期分析

- 一、直播行业生命周期理论概述
- 二、直播行业所属的生命周期分析
- 第四节 直播行业经济指标分析
 - 一、直播行业的赢利性分析
 - 二、直播行业的经济周期分析
 - 三、直播行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国直播行业进入壁垒分析
 - 一、直播行业资金壁垒分析
 - 二、直播行业技术壁垒分析
 - 三、直播行业人才壁垒分析
 - 四、直播行业品牌壁垒分析
 - 五、直播行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球直播行业市场发展现状分析

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

第三章 中国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 中国直播行业运行情况

第一节 中国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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国直播行业市场规模分析

第三节 中国直播行业供应情况分析

第四节 中国直播行业需求情况分析

第五节 我国直播行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国直播行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国直播行业供需平衡分析

第八节 中国直播行业发展趋势分析

第五章 中国直播所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国直播市场格局分析

第一节 中国直播行业竞争现状分析

一、中国直播行业竞争情况分析

二、中国直播行业主要品牌分析

第二节 中国直播行业集中度分析

一、中国直播行业市场集中度分析

二、中国直播行业企业集中度分析

第三节 中国直播行业存在的问题

第四节 中国直播行业解决问题的策略分析

第五节 中国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年中国直播行业需求特点与动态分析

第一节 中国直播行业消费市场动态情况

第二节 中国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 直播行业成本分析

第四节 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 中国直播行业价格现状分析

第六节 中国直播行业平均价格走势预测

一、中国直播行业价格影响因素

二、中国直播行业平均价格走势预测

三、中国直播行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国直播行业区域市场现状分析

第一节 中国直播行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区直播市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区直播市场规模分析

四、华东地区直播市场规模预测

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、华中地区直播市场规模分析

四、华中地区直播市场规模预测

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、华南地区直播市场规模分析

四、华南地区直播市场规模预测

第九章 2017-2020年中国直播行业竞争情况

第一节 中国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 中国直播行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国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 直播行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第四节 企业4
 - 一、企业概况
 - 二、主营业务
 - 三、运营情况
 - 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业5
 - 一、企业概况
 - 二、主营业务
 - 三、运营情况
 - 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国直播行业发展前景分析与预测

第一节 中国直播行业未来发展前景分析

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

第二节 中国直播行业未来发展趋势预测

第三节 中国直播行业市场发展预测

- 一、中国直播行业市场规模预测
- 二、中国直播行业市场规模增速预测
- 三、中国直播行业产值规模预测
- 四、中国直播行业产值增速预测
- 五、中国直播行业供需情况预测

第四节 中国直播行业盈利走势预测

- 一、中国直播行业毛利润同比增速预测
- 二、中国直播行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国直播行业投资风险与营销分析

第一节 直播行业投资风险分析

- 一、直播行业政策风险分析
- 二、直播行业技术风险分析

三、直播行业竞争风险分析

四、直播行业其他风险分析

第二节 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年中国直播行业发展战略及规划建议

第一节 中国直播行业品牌战略分析

一、直播企业品牌的重要性

二、直播企业实施品牌战略的意义

三、直播企业品牌的现状分析

四、直播企业的品牌战略

五、直播品牌战略管理的策略

第二节 中国直播行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国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

第四节 直播行业竞争力提升策略

一、直播行业产品差异性策略

二、直播行业个性化服务策略

三、直播行业的促销宣传策略

四、直播行业信息智能化策略

五、直播行业品牌化建设策略

六、直播行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国直播行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国直播行业定价策略分析

第三节 中国直播行业营销渠道策略

一、直播行业渠道选择策略

二、直播行业营销策略

第四节 中国直播行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国直播行业重点投资区域分析

二、中国直播行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/514400514400.html>