

2021年中国网络直播行业分析报告- 市场规模现状与发展战略评估

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《2021年中国网络直播行业分析报告-市场规模现状与发展战略评估》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/535569535569.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

网络直播是随着移动互联网等技术发展诞生的新兴业态，是由网络主播提供的不经过录音或录像，依托互联网和手机或电脑等直播工具在网络直播平台上，同步进行实况播送的网络内容服务形态。随着互联网及电商行业的发展，国内许多平台企业纷纷进驻直播领域，网络直播行业呈现“百花齐放”的发展态势，但是混乱、低俗内容等不良信息也随着而来。

因此，近年来我国相关部门积极出台政策，加强市场监管，积极引导网络直播行业规范化发展。2021年2月，国家互联网信息办公室、全国“扫黄打非”工作小组办公室等七部门联合发布《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》（以下简称《意见》），旨在进一步加强网络直播行业的正面引导和规范管理，重点规范网络打赏行为，推进主播账号分类分级管理，提升直播平台文化品位，促进网络直播行业高质量发展。

2016-2021年2月中国网络直播行业相关政策

时间

颁布机构

政策名称

主要内容

2016.09

广电总局

《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》

开展网络视听节目直播服务应具有相应资质；对开展网络视听节目直播服务的单位应具备的技术、人员、管理条件、直播节目内容、相关弹幕发布、直播活动中涉及的主持人、嘉宾、直播对象等作出了具体要求

2016.11

网信办

《互联网直播服务管理规定》

互联网直播服务提供者和互联网直播发布者在提供互联网新闻信息服务时，都应当依法取得互联网新闻信息服务资质，并在许可范围内开展互联网新闻信息服务；互联网直播服务提供者应积极落实企业主体责任，建立健全各项管理制度，配备与服务规模相适应的专业人员，具备即时阻断互联网直播的技术能力

2016.12

文化部

《网络表演经营活动管理办法》

从事网络表演经营活动的网络表演经营单位，应当根据《互联网文化管理暂行规定》，向省级文化行政部门申请取得《网络文化经营许可证》，许可证的经营范围应当明确包括网络表

演；直播内容做出限制

2020.06

中国广告协会

《网络直播营销行为规范》

规定了商家、主播、平台以及其他参与者等各方在电商直播活动中的权利、义务与责任，是国内目前出台的第一部对于网络直播营销活动的专项规范，对“直播带货”起到规范引领作用

2020.07

扫黄打非办

“扫黄打非 新风”

“扫黄打非新风”集中行动中，专项整治网络直播乱象，严厉打击非法直播平台、淫秽色情直播内容，从严处置通过低俗网络表演引诱打赏行为。通报7起网络直播平台传播淫秽色情低俗有害信息典型案例

2020.07

国家发改委、人力资源部等十三部门

《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》

《意见》指出，积极培育新个体，支持自主就业。进一步降低个体经营者线上创业就业成本，提供多样化的就业机会。支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业。着力激发各类主体的创新动力和创造活力，打造兼职就业、副业创业等多种形式蓬勃发展格局

2020.08

国家网信办、全国“扫黄打非”办等8部门联合召开工作部署会

要强化备案准入管理，全面排查清理未持有准入资质或未履行ICP备案，以及违规开展互联网新闻信息服务的直播平台。要强化内容治理，全面清理各类违法违规内容，净化“网课”直播生态，保护青少年健康成长

2020.10

市场监管总局

《网络交易监督管理办法(征求意见稿)》

网络交易平台经营者拟终止提供平台服务的，应当至少提前3个月在其网站主页面醒目位置予以公示并通知消费者和相关经营者，并采取必要措施保障消费者和相关经营者的合法权益

.....

2020.11

市场监管总局

《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》

明确网络直播营销活动中相关主体的法律责任，特别是明确直播营销活动中网络平台和网络直播者的法律责任和义务

2020.11

国家广电总局

《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》

《通知》明确，网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理。未实名制注册的用户不能打赏，未成年用户不能打赏。对发现相关主播及其经纪代理通过传播低俗内容、有组织炒作、雇佣水军刷礼物等手段，暗示、诱惑或者鼓励用户大额“打赏”，或引诱未成年用户以虚假身份信息“打赏”的，平台须对主播及其经纪代理进行处理，列入关注名单，并向广播电视主管部门书面报告

2020.11

网信办

《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》

对直播营销平台、直播间运营者和直播营销人员行为作出规定

2021.2

工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局等七部委

《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》

网络直播平台要建立健全直播账号分类分级规范管理制度、直播打赏服务管理规则和直播带货管理制度，要针对不同类别级别的网络主播账号在单场受赏总额、直播热度等方面合理设限，要对单个虚拟消费品、单次打赏额度合理设置上限，对单日打赏额度累计触发相应阈值的用户进行消费提醒，必要时设置打赏冷静期和延时到账期。

数据来源：国家广播电视总局、网信办

因此，在国家政策积极引导以及电商直播的迅速崛起背景下，我国网络直播行业发展迅速，全民直播已然到来。同时，随着网络直播行业渗透率不断提升以及用户习惯的基本养成，推动行业市场规模不断扩大。根据数据显示，2021年，预计中国网络直播行业市场规模有望达到0.3万亿元，2026年将超过2万亿元。

2021-2026年我国网络直播行业市场规模预测情况

数据来源：公开资料整理（WYD）

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。《2021年中国网络直播行业分析报告-市场规模现状与发展战略评估》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年中国网络直播行业发展概述

第一节 网络直播行业发展情况概述

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

第二节 中国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、网络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 中国网络直播行业生命周期分析

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

第四节 网络直播行业经济指标分析

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

第五节 中国网络直播行业进入壁垒分析

- 一、网络直播行业资金壁垒分析
- 二、网络直播行业技术壁垒分析
- 三、网络直播行业人才壁垒分析
- 四、网络直播行业品牌壁垒分析
- 五、网络直播行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网络直播行业市场发展现状分析

第一节 全球网络直播行业发展历程回顾

第二节 全球网络直播行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网络直播行业地区市场分析

- 一、亚洲网络直播行业市场现状分析
- 二、亚洲网络直播行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲网络直播行业市场前景分析

第四节 北美网络直播行业地区市场分析

- 一、北美网络直播行业市场现状分析
- 二、北美网络直播行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美网络直播行业市场前景分析

第五节 欧洲网络直播行业地区市场分析

- 一、欧洲网络直播行业市场现状分析
- 二、欧洲网络直播行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲网络直播行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界网络直播行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球网络直播行业市场规模预测

第三章 中国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 中国网络直播行业运行情况

第一节 中国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 中国网络直播行业市场规模分析

第三节 中国网络直播行业供应情况分析

第四节 中国网络直播行业需求情况分析

第五节 我国网络直播行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国网络直播行业供需平衡分析

第七节 中国网络直播行业发展趋势分析

第五章 中国网络直播所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国网络直播市场格局分析

第一节 中国网络直播行业竞争现状分析

- 一、中国网络直播行业竞争情况分析
- 二、中国网络直播行业主要品牌分析

第二节 中国网络直播行业集中度分析

- 一、中国网络直播行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国网络直播行业市场集中度分析

第三节 中国网络直播行业存在的问题

第四节 中国网络直播行业解决问题的策略分析

第五节 中国网络直播行业钻石模型分析

- 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年中国网络直播行业需求特点与动态分析

第一节 中国网络直播行业消费市场动态情况

第二节 中国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 网络直播行业成本结构分析

第四节 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 中国网络直播行业价格现状分析

第六节 中国网络直播行业平均价格走势预测

- 一、中国网络直播行业价格影响因素
- 二、中国网络直播行业平均价格走势预测
- 三、中国网络直播行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网络直播行业区域市场现状分析

第一节 中国网络直播行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网络直播市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区网络直播市场规模分析
- 四、华东地区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、华中地区网络直播市场规模分析
- 四、华中地区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、华南地区网络直播市场规模分析
- 四、华南地区网络直播市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网络直播行业竞争情况

第一节 中国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 中国网络直播行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国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 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、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国网络直播行业发展前景分析与预测

第一节 中国网络直播行业未来发展前景分析

一、网络直播行业国内投资环境分析

二、中国网络直播行业市场机会分析

三、中国网络直播行业投资增速预测

第二节 中国网络直播行业未来发展趋势预测

第三节 中国网络直播行业市场发展预测

一、中国网络直播行业市场规模预测

二、中国网络直播行业市场规模增速预测

三、中国网络直播行业产值规模预测

四、中国网络直播行业产值增速预测

五、中国网络直播行业供需情况预测

第四节 中国网络直播行业盈利走势预测

一、中国网络直播行业毛利润同比增速预测

二、中国网络直播行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网络直播行业投资风险与营销分析

第一节 网络直播行业投资风险分析

一、网络直播行业政策风险分析

二、网络直播行业技术风险分析

三、网络直播行业竞争风险

四、网络直播行业其他风险分析

第二节 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年中国网络直播行业发展战略及规划建议

第一节 中国网络直播行业品牌战略分析

- 一、网络直播企业品牌的重要性
- 二、网络直播企业实施品牌战略的意义
- 三、网络直播企业品牌的现状分析
- 四、网络直播企业的品牌战略
- 五、网络直播品牌战略管理的策略

第二节 中国网络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

第四节 网络直播行业竞争力提升策略

- 一、网络直播行业产品差异性策略
- 二、网络直播行业个性化服务策略
- 三、网络直播行业的促销宣传策略
- 四、网络直播行业信息智能化策略
- 五、网络直播行业品牌化建设策略
- 六、网络直播行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国网络直播行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国网络直播行业营销渠道策略

一、网络直播行业渠道选择策略

二、网络直播行业营销策略

第三节 中国网络直播行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网络直播行业重点投资区域分析

二、中国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/hulianwang/535569535569.html>