

# 2021年中国在线直播市场分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

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《2021年中国在线直播市场分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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/wanluomeiti/536931536931.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

在线直播是一种创新的在线视频娱乐形式，具有多人实时互动功能，包括游戏，歌舞表演，户外运动等多元化内容。按照直播类型划分，在线直播可分为游戏类、电商直播类、泛娱乐类、综艺类、体育类、明星类、财经类、新闻类、在线教育类。

在线直播分类及基本情况

分类

直播内容

代表平台

游戏类

观看主播玩游戏或者观看观看职业电竞比赛

斗鱼TV、虎牙直播

电商直播类

推荐商品，类似于广告

淘宝、聚美优品

泛娱乐类

素人展示日常生活，如吃播

花椒直播、映客直播

综艺类

综艺节目直播

腾讯视频

体育类

体育赛事直播

腾讯体育

明星类

明星的台前幕后，日常生活等

一直播

财经类

财经新闻、财经知识

知牛财经

新闻类

新闻、活动直播

央视新闻

在线教育类

学习教育，如在线课堂辅导、行业论坛、经济论坛等

早道网校、微吼数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国在线直播用户规模为4.6亿人，较上年同比增长15%；2019年，我国在线直播用户规模为5亿人，较上年同比增长8.7%。

2015-2019年我国在线直播用户规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析 （1）在线直播信息容量大，内容更丰富：电视、电台、报纸等传统媒体在传播内容时需要考虑到政治、经济、文化等各方面的因素，因此传播内容上存在很大的局限性，而在线直播平台则在内容方面受限较少，可以根据观众的需求和目的来选择转播内容。同时，一些商业价值较小的小型比赛、文娱演出、开学开业典礼等活动存在特定的关注群体，但电视台不会转播这些内容。在此情况下，在线直播成为该类内容绝佳的传播平台。因此与传统媒体相比，在线直播一大特征便是拥有海量信息，内容更丰富。

（2）在线直播快捷方便，互动性强：快捷方便是在线直播最突出的特点以及优势，用户无论身处何地都可以通过移动终端或者电脑端收看直播节目，并且可以通过微信、微博等社交媒体平台进行二次传播，而对于主播来说，也可以不受时间与地域的限制随时随地进行直播。另一方面，传统媒体例如电视节目中，内容制作者与观众之间是单向对话，即便有互动也局限在电话、短信、邮件等方式中，时效性差，而在线直播中，观众与主播之间的互动可以通过弹幕及对话框进行，观众通过弹幕即时发表意见与感想，而主播也可以在第一时间收到观众反馈，及时调整节目内容，互动性强。

（3）在线直播主播门槛低，开启全民直播时代：电台、电视传统媒体直播对主持人有较高的专业水准要求，主持人通常都受过专业教育及培训，而在线直播则对主播要求较低，只要用户有成为主播的意愿、有简单的直播设备，便可以在直播平台注册进行直播节目放送。由于门槛低、录制方式简单快捷，在线直播吸引大量人群进驻直播平台成为主播，开启全民直播时代。

我国在线直播行业优势分析 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析 （1）在线直播部分违法违规行为带来负面社会影响：在线直播行业火热发展的同时，也越来越多的暴露出问题。一些直播主为吸引流量博人气，哗众取宠直播低俗内容，在直播行业起步阶段此类违法违规的行为给直播行业带来负面社会影响，成为制约行业发展的主要因素之一。

（2）在线直播同质化现象严重：目前直播行业太过粗狂式的发展在带来重大直播平台的同时，也让同质化现象愈发严重。在目前排名靠前的直播平台中，基本分为游戏直播和美女直播两种直播形式。内容同质化严重不仅容易造成观看群体分流，还将导致直播平台亏损严重。

（3）纠纷频发，在线直播成知识产权侵权“重灾区”：随着网络直播门槛的不断降低，全民参与直播热潮高涨。然而由于相关规定的滞后性及有效市场规制缺位等因素，网络直播行业问题频发，大量纠纷涌入法院。直播平台间纠纷、知识产权侵权、主播在直播中植入虚假广告、诈骗信息等问题，都成为涉直播平台常见法律纠纷的来源，不利于行业的良性发展

。

我国在线直播行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析 （1）互联网全面发展和智能手机普及：我国互联网用户规模及渗透率逐年增长，为在线直播行业提供了庞大的观众群体。同时，互联网的普及也推动着手机、平板电脑等智能移动终端的普及，使得在线直播更加方便，推动行业市场进一步扩大。

根据数据显示，2018年，我国移动互联网用户规模为11.38亿人，较上年同比增长4.9%；2019年，我国移动互联网用户规模为13.19亿人，较上年同比增长15.9%。

2017-2019年我国移动互联网用户规模及增速 数据来源：公开资料整理

（2）第三方支付及移动支付普及：得益于智能手机的普及以及二维码支付市场的爆发，我国第三方支付及移动支付市场进入爆发期。第三方支付与移动支付的爆发，渗透到生活中的方方面面，带来极大的便利，已经悄然改变了我国消费者的支付习惯，在线直播行业也因此而受益，在线支付与移动支付的便捷性使用户打赏行为及付费行为更加方便。

根据数据显示，2018年，我国第三方支付交易规模为190.6万亿元，较上年同比增长23.3%；移动支付交易规模为277.4万亿元，较上年同比增长36.7%。2019年，我国第三方支付交易规模为226.2万亿元，较上年同比增长18.7%；移动支付交易规模为347.1万亿元，较上年同比增长25.1%。

2015-2019年我国第三方支付、移动支付交易规模及增速 数据来源：公开资料整理

（3）资本追捧：我国在线直播行业受到各路资本的持续追捧，如映客、花椒直播、斗鱼直播等在线直播平台均获得1亿元以上巨额投资。资本入局为在线直播行业发展提供资金支持。

我国在线直播行业各类代表性直播平台融资情况

类型

直播平台

融资轮次

融资金额

泛娱乐直播

映客

Pre-B轮

2.1亿元人民币

花椒直播

A轮

3亿元人民币

热度传媒

B轮

1.5亿元人民币

游戏直播

斗鱼直播

C轮

15亿元人民币

虎牙直播

战略投资

10亿元人民币

全民直播

A轮

5亿元人民币

垂直细分领域

教育直播

早道网校

A轮

1500万元人民币

企业直播

微吼

B轮

亿元以上

财经直播

知牛财经

战略投资

10亿元人民币数据来源：公开资料整理

四、威胁分析 （1）技术瓶颈限制在线直播清晰度：在线直播依托于流媒体技术传播，其中包括了数据采集、数据编码、数据传输、数据存储、数据解码等过程。相比于普通的直播视频，电竞赛事直播、体育赛事直播、演唱会直播的画面质量、动态效果、音画同步、视频清晰度、分辨率、码流、视频帧率等方面要求更高，技术难度也更大，如果视频流数据过大，在相同网络传输速率下便会出现难以顺利传输、视频卡顿等现象。除此以外，高质量的视频在网络传输过程中对数据的错误以及数据丢失敏感度更高，仅仅一个比特的错误都将使接收端解码质量严重下降，因此当前直播视频的制作技术、传输技术成为限制此高质量视频直播发展的瓶颈。

（2）政策监管趋严：自2016年起，政府针对直播行业发布一系列监管新政，如2016年4月政府发布《北京在线直播行业自律公约》、7月颁布《关于加强网络表演管理工作的通知》、11月政府正式实施《互联网直播服务管理规定》。政府监管政策收紧，淘汰一大批涉及低俗、色情内容的直播平台，净化直播行业，提高行业文明程度，有利于资金雄厚且正规

经营的直播平台抢占市场，而小平台则面临被淘汰危机。

(3) 不正当竞争：在电竞赛事、体育赛事此类受欢迎的直播节目中，在线直播平台为获得赛事的直播权竞争激烈，传统媒体及较大的直播平台依靠较强的资源优势与资本优势，出现不正当竞争现象，其他中小直播平台生存与盈利空间被压缩，不利于直播行业的健康发展。

威胁我国在线直播行业发展因素分析

数据来源：公开资料整理（zlj）

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年中国在线直播市场分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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 2017-2020年中国在线直播行业发展概述

#### 第一节 在线直播行业发展情况概述

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

#### 四、在线直播行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售模式

#### 五、在线直播行业需求主体分析

#### 第二节 中国在线直播行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、在线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、中国在线直播行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国在线直播行业生命周期分析

##### 一、在线直播行业生命周期理论概述

##### 二、在线直播行业所属的生命周期分析

#### 第四节 在线直播行业经济指标分析

##### 一、在线直播行业的赢利性分析

##### 二、在线直播行业的经济周期分析

##### 三、在线直播行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国在线直播行业进入壁垒分析

##### 一、在线直播行业资金壁垒分析

##### 二、在线直播行业技术壁垒分析

##### 三、在线直播行业人才壁垒分析

##### 四、在线直播行业品牌壁垒分析

##### 五、在线直播行业其他壁垒分析

#### 第二章 2017-2020年全球在线直播行业市场发展现状分析

##### 第一节 全球在线直播行业发展历程回顾

##### 第二节 全球在线直播行业市场区域分布情况

##### 第三节 亚洲在线直播行业地区市场分析

##### 一、亚洲在线直播行业市场现状分析

##### 二、亚洲在线直播行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲在线直播行业市场前景分析



#### 第四节 北美在线直播行业地区市场分析

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

#### 第五节 欧洲在线直播行业地区市场分析

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

#### 第六节 2021-2026年世界在线直播行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球在线直播行业市场规模预测

### 第三章 中国在线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、全社会消费品在线直播总额
- 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 中国在线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 中国在线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 中国在线直播行业运行情况

#### 第一节 中国在线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 中国在线直播行业市场规模分析

#### 第三节 中国在线直播行业供应情况分析

#### 第四节 中国在线直播行业需求情况分析

#### 第五节 我国在线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 中国在线直播行业供需平衡分析

#### 第七节 中国在线直播行业发展趋势分析

### 第五章 中国在线直播所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国在线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 中国在线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 中国在线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年中国在线直播市场格局分析

#### 第一节 中国在线直播行业竞争现状分析

##### 一、中国在线直播行业竞争情况分析

##### 二、中国在线直播行业主要品牌分析

#### 第二节 中国在线直播行业集中度分析

##### 一、中国在线直播行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国在线直播行业市场集中度分析

#### 第三节 中国在线直播行业存在的问题

#### 第四节 中国在线直播行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国在线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年中国在线直播行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国在线直播行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国在线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 在线直播行业成本结构分析

#### 第四节 在线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 中国在线直播行业价格现状分析

#### 第六节 中国在线直播行业平均价格走势预测

##### 一、中国在线直播行业价格影响因素

##### 二、中国在线直播行业平均价格走势预测

##### 三、中国在线直播行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国在线直播行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国在线直播行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区在线直播市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区在线直播市场规模分析

##### 四、华东地区在线直播市场规模预测

#### 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、华中地区在线直播市场规模分析

##### 四、华中地区在线直播市场规模预测

#### 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、华南地区在线直播市场规模分析

四、华南地区在线直播市场规模预测

第九章 2017-2020年中国在线直播行业竞争情况

第一节 中国在线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 中国在线直播行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国在线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 在线直播行业企业分析（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年中国在线直播行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国在线直播行业未来发展前景分析

#### 一、在线直播行业国内投资环境分析

#### 二、中国在线直播行业市场机会分析

#### 三、中国在线直播行业投资增速预测

### 第二节 中国在线直播行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国在线直播行业市场发展预测

#### 一、中国在线直播行业市场规模预测

#### 二、中国在线直播行业市场规模增速预测

#### 三、中国在线直播行业产值规模预测

#### 四、中国在线直播行业产值增速预测

#### 五、中国在线直播行业供需情况预测

### 第四节 中国在线直播行业盈利走势预测

#### 一、中国在线直播行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国在线直播行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国在线直播行业投资风险与营销分析

### 第一节 在线直播行业投资风险分析

#### 一、在线直播行业政策风险分析

#### 二、在线直播行业技术风险分析

#### 三、在线直播行业竞争风险分析

#### 四、在线直播行业其他风险分析

## 第二节 在线直播行业应对策略

- 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年中国在线直播行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国在线直播行业品牌战略分析

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

### 第二节 中国在线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 中国在线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 在线直播行业竞争力提升策略

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

## 第十四章 2021-2026年中国在线直播行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国在线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 中国在线直播行业营销渠道策略

一、在线直播行业渠道选择策略

二、在线直播行业营销策略

第三节 中国在线直播行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国在线直播行业重点投资区域分析

二、中国在线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/536931536931.html>