

2021年中国游戏直播市场分析报告- 市场现状与未来规划分析

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《2021年中国游戏直播市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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/wanглуomeiti/537107537107.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

游戏直播平台是指直播内容以游戏直播为主的网络直播平台。得益于国内游戏市场规模的快速扩张，游戏直播积累了超高的人气，已然成为电竞产业中不可或缺的角色。

2019年中国游戏直播市场仍在快速增长，独立游戏直播平台市场规模超过200亿元，预计在2021年将扩张至接近400亿元的规模。总体来看，游戏直播平台市场规模的增长来源于两方面，一方面，带宽、主播等成本的控制等拉动平台盈利能力持续提升；另一方面，平台付费用户规模的增长及直播带货、云游戏、付费直播等新业务拓展带动整体市场快速扩张。

2017年-2022年中国独立游戏直播平台市场规模

数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。游戏直播行业中供应商主要有游戏版权方和内容提供方也就是主播，其中游戏版权方占据绝对的主导地位，议价能力非常强；主播又分为职业选手、知名主播、普通小主播，职业选手和知名主播因本身自带流量，所以议价能力较强，而小主播的议价能力就比较弱了。

2019末，由于各大赛事的版权合约都即将到期，于是版权争夺战又开始了。国内直播平台纷纷高价购买电竞赛事版权，如哔哩哔哩成为英雄联盟全球总决赛独家直播平台（包括MSI、Worlds、AllStars赛事）、企鹅电竞以高价价格购买LPL赛事S档版权、虎牙直播拥有英雄联盟四大赛区直播版权；王者荣耀赛事也与多家直播平台合作共享版权。赛事版权的争夺吸引了电竞行业内太多人的目光，发挥赛事版权最大的价值也成为直播平台的发展重心。

2020年各游戏直播平台电竞赛事版权情况

直播平台

2020年重要赛事版权分布

虎牙直播

英雄联盟：LPL、LCK、LCS、LEC赛事；和平精英：PEL、PGL、PEGI赛事

守望先锋：OWL赛事；王者荣耀：KPL、KPLGT赛事；穿越火线：CFPL、CFML、CFEL赛事；CS：GO：UCC.EPL赛事

斗鱼直播

英雄联盟：LPL赛事；和平精英：PEL赛事；DOTA2：DOTA2职业联赛；王者荣耀：KPL、KPLGT赛事；穿越火线：CFPL、CFML赛事；绝地求生：PCL、PGS、PGC赛事

企鹅电竞

英雄联盟：LPL赛事；和平精英：PEL赛事；皇室战争：CRL赛事；王者荣耀：KPL、KPLGT赛事；穿越火线：CFPL、CFML赛事；绝地求生：PCL、PGC赛事

快手直播

英雄联盟：LPL赛事；和平精英：PEL赛事；绝地求生：PCL、PGC赛事；王者荣耀：KPL、KPLGT赛事；穿越火线：CFPL、CFML赛事

哔哩哔哩直播

英雄联盟：LPL赛事、独家全球总决赛；守望先锋：OWL赛事、OC联赛

DOTA2：ESL、DPL-CDA赛事；王者荣耀：KPL、KPLGT赛事；穿越火线：CFPL、CFML赛事；CS：GO：EPL赛事数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

该行业中的购买者为各大直播平台的用户。虽然直播平台众多，但游戏直播主播只会签约一个固定的直播平台，造成主播资源的垄断，对于消费者来说选择权会减少，因此导致议价能力弱。

从热门游戏板块占比来看，2019年我国游戏主播平台热门观看板块主要为手机、PC游戏、娱乐和主机游戏，其中手机游戏占比达到40.1%，是游戏主播平台最热门的板块；PC游戏占比为36.3%仅次于手机游戏。

2019年我国游戏主播平台热门板块占比 数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

2018年，腾讯入股头部平台斗鱼和虎牙，加大对头部游戏直播平台的投资，各个头部平台加速上市融资的步伐，行业发展进入成熟期。在腾讯投资的一大堆游戏产业上下游项目中，虎牙和斗鱼占据了接近80%的市场份额，除目前对虎牙持股100%外，腾讯还持有斗鱼38%的股权，是斗鱼最大的股东。另外，腾讯还投资了龙珠直播、B站、快手几大平台，企鹅电竞是腾讯自营。根据数据显示，中国前五大游戏直播平台，腾讯自营加投资占据了四席。同时，短视频行业巨头入局，中游行业的尾部平台面临较大的生存压力，游戏直播行业步入互联网巨头竞争的阶段。

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。作为一种娱乐陪伴方式，游戏直播与其他娱乐直播有一定的替代关系，但由于游戏本身的吸引力，以及作为新型体育项目的竞争性，这些使其他直播行业无法完全取代。

五、同业竞争者的竞争程度

随着虎牙、斗鱼的敲钟上市；触手退场、战旗转型，游戏直播行业集中度加强并基本确立“两超多强”的整体竞争格局。2019年以来，游戏直播行业已逐渐趋于饱和。但游戏直播作为重要的内容产业赛道，仍具有强大吸引力和新机会：一方面，哔哩哔哩、快手、西瓜视频等新锐拓展游戏直播业务并持续加大投入；另一方面，酷狗直播、Now直播、爱奇艺等众多娱乐直播平台，均延伸出游戏直播内容，构建多元化直播内容生态，游戏直播下半场的竞争仍然十分激烈。

从直播收入情况来看，快手、斗鱼、虎牙直播2019年平台收入相较于2017增长接近30

0%。2020年上半年在疫情居家隔离背景下，主要直播平台收入增长加快，其中快手2020年上半年收入为173.5亿元，同比增长42.6%。

2020年上半年主要直播平台收入对比

数据来源：公开资料整理（TF）

据统计，2019年热度TOP1000游戏直播平台主播归属平台主要集中在虎牙和斗鱼，其中斗鱼比重为31.1%，虎牙比重30.7%。

2019年热度TOP 1000游戏直播平台主播归属平台分布

数据来源：公开资料整理（TF）

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年中国游戏直播市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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年中国游戏直播行业发展概述

第一节 游戏直播行业发展情况概述

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

第二节 中国游戏直播行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、游戏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、中国游戏直播行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国游戏直播行业生命周期分析

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

第四节 游戏直播行业经济指标分析

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

第五节 中国游戏直播行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2020年全球游戏直播行业市场发展现状分析

第一节 全球游戏直播行业发展历程回顾

第二节 全球游戏直播行业市场区域分布情况

第三节 亚洲游戏直播行业地区市场分析

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

第四节 北美游戏直播行业地区市场分析

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

第五节 欧洲游戏直播行业地区市场分析

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

第六节 2021-2026年世界游戏直播行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球游戏直播行业市场规模预测

第三章 中国游戏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、全社会消费品游戏直播总额
- 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 中国游戏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 中国游戏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 中国游戏直播行业运行情况

第一节 中国游戏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 中国游戏直播行业市场规模分析

第三节 中国游戏直播行业供应情况分析

第四节 中国游戏直播行业需求情况分析

第五节 我国游戏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 中国游戏直播行业供需平衡分析

第七节 中国游戏直播行业发展趋势分析

第五章 中国游戏直播所属行业运行数据监测

第一节 中国游戏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 中国游戏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 中国游戏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年中国游戏直播市场格局分析

第一节 中国游戏直播行业竞争现状分析

一、中国游戏直播行业竞争情况分析

二、中国游戏直播行业主要品牌分析

第二节 中国游戏直播行业集中度分析

一、中国游戏直播行业市场集中度影响因素分析

二、中国游戏直播行业市场集中度分析

第三节 中国游戏直播行业存在的问题

第四节 中国游戏直播行业解决问题的策略分析

第五节 中国游戏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年中国游戏直播行业需求特点与动态分析

第一节 中国游戏直播行业消费市场动态情况

第二节 中国游戏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 游戏直播行业成本结构分析

第四节 游戏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 中国游戏直播行业价格现状分析

第六节 中国游戏直播行业平均价格走势预测

一、中国游戏直播行业价格影响因素

二、中国游戏直播行业平均价格走势预测

三、中国游戏直播行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国游戏直播行业区域市场现状分析

第一节 中国游戏直播行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区游戏直播市场分析

一、华东地区概述

- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区游戏直播市场规模分析
- 四、华东地区游戏直播市场规模预测

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、华中地区游戏直播市场规模分析
- 四、华中地区游戏直播市场规模预测

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、华南地区游戏直播市场规模分析
- 四、华南地区游戏直播市场规模预测

第九章 2017-2020年中国游戏直播行业竞争情况

第一节 中国游戏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 中国游戏直播行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国游戏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 游戏直播行业企业分析（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年中国游戏直播行业发展前景分析与预测

第一节 中国游戏直播行业未来发展前景分析

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

第二节 中国游戏直播行业未来发展趋势预测

第三节 中国游戏直播行业市场发展预测

- 一、中国游戏直播行业市场规模预测
- 二、中国游戏直播行业市场规模增速预测
- 三、中国游戏直播行业产值规模预测
- 四、中国游戏直播行业产值增速预测
- 五、中国游戏直播行业供需情况预测
- 第四节 中国游戏直播行业盈利走势预测
- 一、中国游戏直播行业毛利润同比增速预测
- 二、中国游戏直播行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国游戏直播行业投资风险与营销分析

第一节 游戏直播行业投资风险分析

- 一、游戏直播行业政策风险分析
- 二、游戏直播行业技术风险分析
- 三、游戏直播行业竞争风险分析
- 四、游戏直播行业其他风险分析

第二节 游戏直播行业应对策略

- 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年中国游戏直播行业发展战略及规划建议

第一节 中国游戏直播行业品牌战略分析

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

第二节 中国游戏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 中国游戏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 游戏直播行业竞争力提升策略

一、游戏直播行业产品差异性策略

二、游戏直播行业个性化服务策略

三、游戏直播行业的促销宣传策略

四、游戏直播行业信息智能化策略

五、游戏直播行业品牌化建设策略

六、游戏直播行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国游戏直播行业发展策略及投资建议

第一节 中国游戏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 中国游戏直播行业营销渠道策略

一、游戏直播行业渠道选择策略

二、游戏直播行业营销策略

第三节 中国游戏直播行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国游戏直播行业重点投资区域分析

二、中国游戏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/537107537107.html>