

2018年中国直播行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国直播行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/wangluomeiti/371751371751.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

1、大平台用户规模占优，运营经验丰富，盈利模式成熟，未来相对地位稳固

经过2016年大爆发期之后，人口红利逐渐消失，直播行业逐渐进入了较为稳定的发展时期。大平台的公会对主播有一定的约束，付费用户已在现有平台上积累了一定的等级并享有很多特权，所以平台对用户和主播都有一定的粘性，因此YY和陌陌的MAU和市场份额在短时间内难以被其他泛娱乐直播平台追上。在直播内容和商业模式同质化严重的情况下，未来头部平台将继续稳固地位，第二梯队和后来者将难以超越。

2、短视频App自带大流量上线直播，将对传统直播平台造成一定冲击

短视频行业势不可挡且与直播业务相互契合，未来可能分走直播流量。一方面，短视频和直播业务十分契合，为解决短视频变现难的问题，目前短视频头部平台抖音和快手都已上线了直播业务。另一方面，进军直播行业的门槛较低，而短视频本身有非常大的用户基数，比小直播平台更容易获得直播观众。除此以外，抖音、快手等头部短视频平台拥有较好的产品运营团队，运营经验不比小直播平台弱。未来短视频平台有可能分走一部分直播平台的观众，而小直播平台将受到较大冲击。

图表：各大直播平台MAU（万） 图表来源：公开资料整理

3、小平台未来生存不易，且易受短视频行业冲击

小平台在直播观众数量和运营能力上均存在不足，未来有被大平台蚕食的可能。在获取直播观众方面，小平台本身没有用户基础，只能依靠签约明星和头部主播来吸引观众。签约明星和头部直播成本高昂，且容易被竞争对手模仿和挖走，副作用明显。在运营能力上，好的产品运营往往需要大规模的团队，而公会运营则需要一定时间的积累，小平台并没有运营优势。再者，小平台活跃用户数量少，收入低，一旦资金链断掉，容易出现拖欠主播工资的情况，如熊猫TV。大平台用户数量多，一些小平台的知名主播也愿意投靠大平台以获得更高收益，如18年5月，映客Top10男主播中的5位集体出走YY。（YZ）

观研天下发布的《2018年中国直播行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018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、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 国中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 2016-2018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 2018-2024年世界直播行业分布走势预测第七节 2018-2024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 中国直播行业供需平衡分析第六节 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 2016-2018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 2016-2018年中国直播行业需求特点与价格走势分析第一节 中国直播行业消费特点第二节 中国直播行业消费偏好分析一、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 2016-2018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

第九章 2016-2018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、公司优劣势分析第三节企业一、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、公司优劣势分析第四节企业一、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、公司优劣势分析第五节企业一、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

第十一章2018-2024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 2018-2024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、直播行业竞争风险四、直播行业其他风险分析第二节 直播行业企业经营发展分析及建议一、直播行业经营模式二、直播行业销售模式三、直播行业创新方向第三节 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2018-2024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的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

第十四章2018-2024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

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/371751371751.html>