

2021年中国桌游视频节目市场分析报告- 市场规模现状与未来商机分析

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年中国桌游视频节目市场分析报告-市场规模现状与未来商机分析》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/wanluomeiti/543531543531.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

我国桌游直播节目的受众类型统计 资料来源：观研天下整理

第一，寻求陪伴型用户，所占比例8.6%。这种用户在观看直播的过程中最为看重的是真实感，由于这些用户在日常的生活大多缺乏陪伴，感到孤单，因此他们愿意长时间将自己的精力花在桌游直播节目上，并且愿意为桌游直播节目进行打赏，且打赏金额较高，以回报节目对于自己空虚生活的填充。

第二，放松消遣型用户，所占比例29.4%，也是桌游直播节目的受众中最常见的一种。这种用户在观看直播的过程中最为看重的是有趣，所以对于节目效果要求较高。这类用户经常在睡前观看桌游直播节目，并且在观看之后也会参与到节目中较为有趣的部分的讨论中去。

第三，追逐潮流型用户，所占比例8.5%。这种用户在观看桌游直播节目的过程中最主要的动机是尝鲜。随着桌游直播节目的质量不断提升，该类节目的受众数量也得到了提升，因此为了追逐潮流，此类用户往往会选择观看其中几期节目进行尝鲜，而一旦觉得这种桌游直播节目不符合自己的胃口，则会很快转移到其他的节目中。

第四，游戏竞赛型用户，所占比例18.6%。这种用户在观看桌游直播的节目过程中最为关注的是这些桌游直播节目主播的水平高低，他们一般会为了观看同一款桌游的直播节目在不同的平台进行订阅，是桌游直播节目的忠实用户。比如很多狼人杀节目的爱好者既会在熊猫TV观看《PandaKill》，也会在战旗TV观看《SuperLiar》。

第五，消磨时间型用户，所占比例20.6%。这种用户在观看桌游直播节目的过程中最为看重的是桌游直播节目的即时性，此类观众对于桌游直播节目本身的粘性不高，只要有相关的直播内容出现就会观看，主要使用手机客户端。

第六，追星型用户，所占比例13.2%。这类用户在观看桌游直播节目的过程中最为看重的是可以与自己喜欢的主播零距离接触。在现在的桌游直播节目中，最常出现的嘉宾就是与本游戏直播平台签约的电竞明星。比如在熊猫TV制作的狼人杀直播节目《PandaKill》中邀请了炉石玩家瓦莉拉、英雄联盟玩家JY等。这些玩家本身通过电竞游戏已经吸引了一部分的粉丝，而通过桌游直播节目则更佳扩大了自身的影响力。这类用户只要在桌游直播节目中出现自己喜欢的主播就会观看，对于节目本身的粘性较小。

用户初次接触桌游直播节目的原因 资料来源：观研天下整理

第一，用户初次接触桌游直播节目的原因分为推荐尝新和内容引流。

29.8%的用户初次观看桌游直播节目的原因是想尝试新鲜事物。由于在游戏直播平台上经常会出现有关桌游直播节目的推送，因此部分用户会在没有观看过桌游直播节目的情况下选择试看，再决定是否定制该节目。20.3%的用户则一般是在身边的朋友或者网友的推荐之下对桌游直播节目进行了第一次观看。而在内容方面，16.4%的用户是在自己喜欢的网红或者主播加盟了桌游直播节目之后为了追星而观看该节目，其他用户则是为了观看与桌游相关

的赛事而选择了与该赛事相关的桌游直播节目。

桌游直播用户观看频率 资料来源：观研天下整理

第二，大部分桌游直播节目的受众观看频率较高，是重度用户。

从频率上来看，桌游直播节目的受众观看频率主要与该节目的播出频率相吻合。一般来说，桌游直播节目的播放频率为一周2-3次，而不同游戏平台制作的桌游直播节目大约共有接近10个。而对于桌游直播节目的受众往往同时关注着多个桌游直播节目，且与一般的电竞游戏直播不同，桌游直播节目的回看率相对较高，因此其观看桌游直播节目的频率也相对较大，据调查，43.6%的用户每天至少打开一次桌游直播节目进行观看。

桌游直播节目观看时长 资料来源：观研天下整理

第三，桌游直播节目的用户观看时长一般相对较长，其中寻求陪伴型用户的使用时长最长。

由于桌游直播节目本身的时长一般在2小时到3小时左右不等，且其中的每一局游戏时长都在40分钟到50分钟左右，因此要想完整观看完一局桌游，用户必须要40分钟以上的时间。而观看桌游直播节目的观众往往希望在观看的同时可以提升自己的游戏技能，因此经常在观看完一遍之后选择时间再次观看，学习其中的技巧并且评价其中的不足，在业界称之为“复盘”，这就需要桌游直播节目的用户花费更长的时间。有62.4%的用户每天观看桌游直播节目的时长超过1小时。

第四，更多桌游直播节目观众倾向于在移动端上观看节目直播。

现在我国观看桌游直播节目的观众主要通过以下三个途径观看节目：手机、电脑以及平板。87.6%的观众更加倾向于通过手机端观看桌游直播节目。一方面，桌游直播节目的观看者大部分是年轻人，他们对于移动终端的依赖性更高；另一方面，与电竞游戏直播的观众不同，电竞游戏直播的观众经常会在进行游戏的同时打开直播，在排队等游戏开打的时候打开直播进行观看，因此对PC端有着更高的需求。桌游直播节目的观众很少在观看桌游直播节目的同时进行其他的活动，因此对于移动端的使用率更高。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国桌游视频节目市场分析报告-市场规模现状与未来商机分析》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国桌游视频节目行业发展概述

第一节 桌游视频节目行业发展情况概述

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

第二节 中国桌游视频节目行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、桌游视频节目行业产业链条分析
- 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、中国桌游视频节目行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国桌游视频节目行业生命周期分析

- 一、桌游视频节目行业生命周期理论概述
- 二、桌游视频节目行业所属的生命周期分析

第四节 桌游视频节目行业经济指标分析

- 一、桌游视频节目行业的赢利性分析
- 二、桌游视频节目行业的经济周期分析
- 三、桌游视频节目行业附加值的提升空间分析

第五节 中国桌游视频节目行业进入壁垒分析

- 一、桌游视频节目行业资金壁垒分析
- 二、桌游视频节目行业技术壁垒分析
- 三、桌游视频节目行业人才壁垒分析
- 四、桌游视频节目行业品牌壁垒分析
- 五、桌游视频节目行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球桌游视频节目行业市场发展现状分析

第一节 全球桌游视频节目行业发展历程回顾

第二节 全球桌游视频节目行业市场区域分布情况

第三节 亚洲桌游视频节目行业地区市场分析

- 一、亚洲桌游视频节目行业市场现状分析
- 二、亚洲桌游视频节目行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲桌游视频节目行业市场前景分析

第四节 北美桌游视频节目行业地区市场分析

- 一、北美桌游视频节目行业市场现状分析
- 二、北美桌游视频节目行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美桌游视频节目行业市场前景分析

第五节 欧洲桌游视频节目行业地区市场分析

- 一、欧洲桌游视频节目行业市场现状分析
- 二、欧洲桌游视频节目行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲桌游视频节目行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界桌游视频节目行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球桌游视频节目行业市场规模预测

第三章 中国桌游视频节目产业发展环境分析

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、全社会消费品桌游视频节目总额

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 中国桌游视频节目行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国桌游视频节目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 中国桌游视频节目行业运行情况

第一节 中国桌游视频节目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 中国桌游视频节目行业市场规模分析

第三节 中国桌游视频节目行业供应情况分析

第四节 中国桌游视频节目行业需求情况分析

第五节 我国桌游视频节目行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国桌游视频节目行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国桌游视频节目行业供需平衡分析

第八节 中国桌游视频节目行业发展趋势分析

第五章 中国桌游视频节目所属行业运行数据监测

第一节 中国桌游视频节目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 中国桌游视频节目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 中国桌游视频节目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 2017-2021年中国桌游视频节目市场格局分析

第一节 中国桌游视频节目行业竞争现状分析

一、中国桌游视频节目行业竞争情况分析

二、中国桌游视频节目行业主要品牌分析

第二节 中国桌游视频节目行业集中度分析

一、中国桌游视频节目行业市场集中度影响因素分析

二、中国桌游视频节目行业市场集中度分析

第三节 中国桌游视频节目行业存在的问题

第四节 中国桌游视频节目行业解决问题的策略分析

第五节 中国桌游视频节目行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国桌游视频节目行业需求特点与动态分析

第一节 中国桌游视频节目行业消费市场动态情况

第二节 中国桌游视频节目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 桌游视频节目行业成本结构分析

第四节 桌游视频节目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 中国桌游视频节目行业价格现状分析

第六节 中国桌游视频节目行业平均价格走势预测

一、中国桌游视频节目行业价格影响因素

二、中国桌游视频节目行业平均价格走势预测

三、中国桌游视频节目行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国桌游视频节目行业区域市场现状分析

第一节 中国桌游视频节目行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区桌游视频节目市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区桌游视频节目市场规模分析

四、华东地区桌游视频节目市场规模预测

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、华中地区桌游视频节目市场规模分析

四、华中地区桌游视频节目市场规模预测

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、华南地区桌游视频节目市场规模分析

四、华南地区桌游视频节目市场规模预测

第九章 2017-2021年中国桌游视频节目行业竞争情况

第一节 中国桌游视频节目行业竞争结构分析（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 中国桌游视频节目行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国桌游视频节目行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 桌游视频节目行业企业分析（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年中国桌游视频节目行业发展前景分析与预测

第一节 中国桌游视频节目行业未来发展前景分析

一、桌游视频节目行业国内投资环境分析

二、中国桌游视频节目行业市场机会分析

三、中国桌游视频节目行业投资增速预测

第二节 中国桌游视频节目行业未来发展趋势预测

第三节 中国桌游视频节目行业市场发展预测

一、中国桌游视频节目行业市场规模预测

二、中国桌游视频节目行业市场规模增速预测

三、中国桌游视频节目行业产值规模预测

四、中国桌游视频节目行业产值增速预测

五、中国桌游视频节目行业供需情况预测

第四节 中国桌游视频节目行业盈利走势预测

一、中国桌游视频节目行业毛利润同比增速预测

二、中国桌游视频节目行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国桌游视频节目行业投资风险与营销分析

第一节 桌游视频节目行业投资风险分析

一、桌游视频节目行业政策风险分析

二、桌游视频节目行业技术风险分析

三、桌游视频节目行业竞争风险分析

四、桌游视频节目行业其他风险分析

第二节 桌游视频节目行业应对策略

- 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年中国桌游视频节目行业发展战略及规划建议

第一节 中国桌游视频节目行业品牌战略分析

- 一、桌游视频节目企业品牌的重要性
- 二、桌游视频节目企业实施品牌战略的意义
- 三、桌游视频节目企业品牌的现状分析
- 四、桌游视频节目企业的品牌战略
- 五、桌游视频节目品牌战略管理的策略

第二节 中国桌游视频节目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 中国桌游视频节目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 2021-2026年中国桌游视频节目行业发展策略及投资建议

第一节 中国桌游视频节目行业产品策略分析

- 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 中国桌游视频节目行业营销渠道策略

- 一、桌游视频节目行业渠道选择策略
- 二、桌游视频节目行业营销策略

第三节 中国桌游视频节目行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国桌游视频节目行业重点投资区域分析

二、中国桌游视频节目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/wangluomeiti/543531543531.html>