

中国游戏直播行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）

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《中国游戏直播行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202403/696659.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

1、政策与用户规模推动游戏产业快速发展，游戏直播行业持续受益

近些年，国家大力倡导发展电竞体育产业，如2022年4月，网络视听节目管理司颁布《关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知》中提到：加强游戏直播内容播出管理。各网络直播平台,特别是游戏直播平台应从内容设置、宣传互动等方面严格把关,加强对网络游戏直播节目的管理，切实把好导向关、内容关、宣传关,建立健全游戏直播节目相关的信息发布、跟帖评论、应急处置等管理制度,完善节目监看和舆情监测机制。并且，5G网络等基础设施建设也迎来高速扩张时期，以虎牙、斗鱼为代表的电竞游戏直播平台纷纷借势发力，获得快速发展。

同时，用户规模与技术的发展是电竞及游戏直播行业发展的推动力，国民娱乐形式的变化和社会层面的认可是电竞及游戏直播发展的基础。近年来，人均可支配收入的提高，带动了用户在文化娱乐领域的消费能力日益提高。而随着移动互联网所孕育的新媒体平台的流行，大众接受信息的壁垒被打破，各国家和地区之间的文化融合越来越广泛。我国电竞与游戏直播用户群体逐渐成熟，影响力增强，趋于成为文化主流表现形式之一。

根据数据显示，2023年我国游戏用户规模6.68亿人，同比增长0.61%；2022年中国游戏直播用户规模为3.82亿元，预计2023年游戏直播用户规模有望达到4亿人。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、游戏直播行业风波四起，但市场价值仍在

不过，近几年，游戏直播行业还是出现多个风波，如虎牙斗鱼合并被叫停、监管力度再加强、斗鱼涉赌创始人被抓、头部主播流向短视频平台.....但是游戏直播市场价值依旧存在。具体来看：在应用与付费方面，直播仍然是游戏产业应用最广、用户付费意愿最高的商业模式。相关资料显示，在收入构成中，电竞直播是最主要的收入来源，达80.87%。

而在用户方面，游戏直播仍能带来强劲的用户粘性和消费时长，2023年8月快手游戏直播DAU达1.18亿，同比增长22%，虎牙直播移动端MAU（月活跃用户）为8600万，斗鱼移动端MAU为5170万，bilibili的总MAU为3.41亿，抖音游戏运营负责人林伯珺则提到，抖音平台上

至少有3亿游戏玩家，包括直播等媒介形态在内，人均月均游戏内容消费时长超过9小时。数据显示，近70%用户每天观看直播超1小时。

数据来源：观研天下整理

3、游戏直播行业呈现出既合作又竞争的局面，电竞“春晚”来袭

而游戏直播行业天花板高、成长性好，吸引了很多相关平台、游戏厂商、MCN机构等布局，不断挖掘这块富矿。而更值得注意的是，游戏直播正在走出“非此即彼”的零和博弈，呈现出既合作又竞争的局面。2024年1月，张大仙在抖音开播《王者荣耀》的消息最终落地，腾讯与字节的破冰成为公开的秘密，业内外纷纷摇旗欢呼“见证历史！”。

2024年2月23日，由虎牙平台主办，斗鱼、bilibili、快手联合主办，视频号、腾讯视频、腾讯新闻、腾讯应用宝、微博媒体合作支持的“电竞全明星新春赛”正式开赛，覆盖了《英雄联盟》、《王者荣耀》及《和平精英》三款国民游戏，还邀请了杨幂、周深等艺人的加盟，观众可能会看到国服最高分打野、最强上单、传奇AD同台竞技，平台间界限被打破，这也显示出虎牙、bilibili、快手等过去的竞争对手开始并肩，共同为游戏用户带一场兼具娱乐性和专业度的行业赛事，堪称电竞界的“春晚”，并且开启彼此之间深度合作的一个开端。根据相关资料可知，此次赛事总观看人数突破1.6亿人次，在微博上达到14亿+的总阅读，多个话题在微博、抖音、快手等社交平台引发热议。

4、突破竞争壁垒，游戏直播平台为何不卷了？

但是，此次游戏直播平台突然“合纵连横”，也引发外界的猜测，甚至有人开始质疑“游戏直播行业卷不动了，开始抱团取暖了？”其实，纵观这几年市场发展现状可以看出，我国游戏直播行业市场规模增速放缓，面临着流量见顶的瓶颈期。根据数据显示，2021年，我国游戏直播行业市场规模为948亿元，同比增长11.8%，2022年市场规模将达到1108亿元。

数据来源：观研天下整理

而此次合作是基于行业价值、用户活跃度等行业发展所做的主动选择，目标是创造出新的市场空间、实现更高的商业价值。例如，腾讯游戏能借抖音丰富的流量为自己的宣发助力，抖音则可以用腾讯游戏丰富内容生态，像《王者荣耀》官宣在抖音开放直播后，主播张大仙、旭旭宝宝、梦泪相继开播，直接带动游戏的搜索量和关注度大涨，春节期间张大仙推出“春节不打烊活动”，每场直播观看人数稳定在10万+。由此可见，这场合作不管是对腾讯还是对

抖音来说，都是一次双赢。

5、新竞合环境下，现有游戏直播平台应怎么走？

是对手也是朋友，这是对当下游戏直播行业最好的诠释，也可能是未来几年行业发展一个大前提。与之前相互内卷相比，合作模式显得更加良性健康，但同时也给虎牙斗鱼这样的垂直玩家带来一些问题。像虎牙、斗鱼一直是游戏直播领域头部玩家，而游戏直播本身赛道较小且垂直，用户基数有限，抖音、快手、B站等泛娱乐内容平台入局后，一定会挤压原来游戏直播平台们的生存空间。再加上腾讯游戏和抖音放开合作，部分游戏的宣发重点有可能会向抖音倾斜，届时虎牙、斗鱼等垂直类平台该怎么走？还有价值吗？

其实，基于游戏直播的独特性和优质内容的稀缺性，垂类平台有着其独特的价值，各游戏直播平台需要找准自身发力点，才能实现差异化竞争、脱颖而出。而且，新的竞合关系定会加速推动的精品化趋势，这在考验垂类平台内功的同时，也带来新的增长点，像对于游戏主播而言，有望获得更多内容机会和商业合作，对游戏用户而言，跨界联动能够整合更多版权IP，带来丰富的差异化满足和体验。

事实上，虎牙、斗鱼等垂类直播平台自2022年就开始调整策略，进行精细化运营，现阶段更需借助市场新趋势，凸显平台价值，提高知名度。例如，加强原创内容的赛事版权的布局，并主动联合行业推出有影响力的内容IP，基于整个游戏生态，加深与互联网大厂的合作。以虎牙为例，截止2023年三季度虎牙直播了约80项版权电竞赛事，总观看人次达4.8亿；2023年5月，腾讯副总裁林松涛出任虎牙董事会主席，2024年2月，虎牙联合多平台共同推出高规格行业赛事，同时虎牙目前正在测试与微信生态的打通，未来虎牙主播或许会入驻视频号。

整体来看，我国游戏直播行业正从“你方唱罢我登场”的竞争关系走向“合作共赢”的模式，并且也带来新的机会与空间，未来发展前景仍然值得期待。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国游戏直播行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、游戏直播特点分析

三、游戏直播行业基本情况介绍

四、游戏直播行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2024-2031年世界游戏直播行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球游戏直播行业市场规模预测

第三章 中国游戏直播行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对游戏直播行业的影响分析
- 第三节 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
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对游戏直播行业的影响分析
- 第五节 中国游戏直播行业产业社会环境分析

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
 - 一、影响中国游戏直播行业市场规模的因素
 - 二、中国游戏直播行业市场规模
 - 三、中国游戏直播行业市场规模解析
- 第三节 中国游戏直播行业供应情况分析
 - 一、中国游戏直播行业供应规模
 - 二、中国游戏直播行业供应特点
- 第四节 中国游戏直播行业需求情况分析
 - 一、中国游戏直播行业需求规模
 - 二、中国游戏直播行业需求特点

第五节中国游戏直播行业供需平衡分析

第五章 中国游戏直播行业产业链和细分市场分析

第一节中国游戏直播行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、游戏直播行业产业链图解

第二节中国游戏直播行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对游戏直播行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对游戏直播行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国游戏直播行业市场竞争分析

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格局分析
- 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竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国游戏直播行业模型分析

第一节中国游戏直播行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国游戏直播行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国游戏直播行业SWOT分析结论

第三节中国游戏直播行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国游戏直播行业平均价格趋势分析

二、中国游戏直播行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国游戏直播行业所属行业运行数据监测

第一节中国游戏直播行业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行业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行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响游戏直播行业区域市场分布的因素

二、中国游戏直播行业区域市场分布

第二节中国华东地区游戏直播行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区游戏直播行业市场分析

（1）华东地区游戏直播行业市场规模

（2）华南地区游戏直播行业市场现状

（3）华东地区游戏直播行业市场规模预测

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、华中地区游戏直播行业市场分析

（1）华中地区游戏直播行业市场规模

（2）华中地区游戏直播行业市场现状

（3）华中地区游戏直播行业市场规模预测

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、华南地区游戏直播行业市场分析

- (1) 华南地区游戏直播行业市场规模
- (2) 华南地区游戏直播行业市场现状
- (3) 华南地区游戏直播行业市场规模预测

第五节 华北地区游戏直播行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区游戏直播行业市场分析

- (1) 华北地区游戏直播行业市场规模
- (2) 华北地区游戏直播行业市场现状
- (3) 华北地区游戏直播行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区游戏直播行业市场分析

- (1) 东北地区游戏直播行业市场规模
- (2) 东北地区游戏直播行业市场现状
- (3) 东北地区游戏直播行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区游戏直播行业市场分析

- (1) 西南地区游戏直播行业市场规模
- (2) 西南地区游戏直播行业市场现状
- (3) 西南地区游戏直播行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区游戏直播行业市场分析

- (1) 西北地区游戏直播行业市场规模
- (2) 西北地区游戏直播行业市场现状
- (3) 西北地区游戏直播行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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规模发展预测

- 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

第十三章 2024-2031年中国游戏直播行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节游戏直播行业风险分析

- 一、游戏直播行业宏观环境风险
- 二、游戏直播行业技术风险
- 三、游戏直播行业竞争风险
- 四、游戏直播行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国游戏直播行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国游戏直播行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国游戏直播行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节游戏直播行业营销策略分析

- 一、游戏直播行业产品策略
- 二、游戏直播行业定价策略
- 三、游戏直播行业渠道策略
- 四、游戏直播行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/696659.html>