

2020年中国直播市场前景研究报告- 行业规模现状与发展动向研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国直播市场前景研究报告-行业规模现状与发展动向研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/498619498619.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

我国网络直播行业始于2005年，在2015-2016年进入爆发期。期间，受到政策和资本双重压力，直播行业迎来洗牌，期间，直播战场由PC端转向移动端，同时，各行业开始青睐直播形式，直播行业也由单一的秀场向电商、教育等多领域渗透，2019年电商直播的火爆加速直播行业的发展。2020年受疫情影响，复工复产延迟，部分以线下运营为主的行业试水线上直播，参与直播群体多元化，直播用户规模进一步扩大，截至2020年3月，我国直播用户再创新高，达5.6亿，换言之，我国超6成的网民为直播用户。

我国直播行业发展历程

资料来源：公开资料

2016-2020年3月网络直播用户规模

数据来源：公开资料

直播实际是一种可以和多种业态相融合的工具，直播行业也由最初的泛娱乐直播拓展至实用属性更强的“直播+形式”，目前，泛娱乐直播和直播电商市场大热。

直播行业分类

泛娱乐直播（娱乐属性更强）

直播+（实用属性更强）

娱乐直播

游戏直播

直播+电商

直播+教育

直播+体育

YY直播

一直播

花椒直播

斗鱼直播

虎牙直播

淘宝

京东

酷学直播

荔枝微课

PP直播

直播吧

映客直播

六间房

红人直播

触手直播

企鹅电竞

直播+财经

直播+社交

直播+企业服务

酷狗直播

KK直播

9158

火猫直播

CC直播

视吧直播

知牛直播

MOMO

腾讯NOW直播

微吼

好视通资料来源：公开资料

近年来，政府出台一些列政策进一步规范泛娱乐直播行业，整顿部分播放内容不合规的泛娱乐直播平台。近一年，我国泛娱乐直播行业移动用户规模出现较小波动，但基本维持在1.6亿量级，市场进入存量阶段。

2019年3月-2020年3月我国泛娱乐直播行业移动用户规模

数据来源：公开资料

娱乐直播方面，YY以4120.4万用户规模、市占率40%，在现存的三百多家平台中以绝对优势居首。游戏直播方面，行业经过爆发式这周趋于冷静，市场玩家经过激烈竞争后仅存十余家，同时，虎牙和斗鱼“双雄”割据市场份额近80%。

娱乐直播平台活跃用户规模TOP 10

数据来源：公开资料

游戏直播平台活跃用户规模TOP 10

数据来源：公开资料

直播+电商：在“直播+N”的发展态势中，当属直播电商最引人瞩目。随着线上消费常态化及疫情的催化，直播电商格局提升，加上政策的支持、央媒站台、地方官员带货，助推直播电商产业快速发展。

直播电商获官方认可，政策利好产业快速发展

中央及地方政府有关部门纷纷出台政策，加大扶持力度，强化组织保障，助推直播电商产业有序高质发展。

2020年2月，商务部出台《关于进一步做好疫情防控期间农产品产销对接工作的通知》，鼓励电商企业为直播带货等渠道提供流量支持。

2020年4月，四川省商务厅发布《品质川货直播电商网络流量新高地行动计划（2020-2022年）》，推进“四个一”工程，计划将四川打造为全国知名区域直播电商网络流量中心。

人民日报、央视新闻等中央媒体也通过公开评论发声和策划相关活动等方式表达了直播电商渠道优势的认可。

2020年4月，人民日报发表时评，肯定“直播带货”方式在激活消费和促进经济转型升级方面的作用。

疫情稳定后，人民日报、央视新闻等央媒联合淘宝、快手等平台为湖北直播带货。

多地官员关注直播电商，出镜带货，助力地方产品销售，并取得相当亮眼的成绩。

2020年3月，安徽省宿州市砀山县县长陶广宏在拼多多为当地特产砀山酥梨直播带货超2.7万单。

2020年4月，山东省菏泽市委书记张新文、市长陈平在淘宝直播“云赏牡丹”，成交单数超1.6万。资料来源：公开资料

虽然直播电商市场规模迅速发展，但规模在网上零售规模和整体电商规模的占比较小，仍有较大增长空间。2019年我国直播电商市场规模为4338亿元，增速高达226%，但近占网上零售规模和整体电商规模的4.1%、1.1%，渗透率尚低。

2017-2020年我国直播电商市场规模及增速数据来源：公开资料

直播+企业：随着大数据、云计算和人工智能等技术的推动，加上疫情爆发催化加速数字化转型进程，直播开始成为联动内外的方式，企业级直播迅速兴起。近五年来，我国企业直播市场保持高速发展的态势，市场规模由2015年的2.61亿元增至2019年的22.72亿元，年复合增长率高达71.8%，预计2022年市场规模将超过100亿元。

2015-2024年中国企业直播服务市场规模及预测数据来源：公开资料

经过多年培育与发展，企业直播在金融、医疗、电商等行业加速应用渗透，尤其是疫情间“停课不停学”的号召，教育行业成为企业直播的主要应用方向，占比达34.6%。

我国企业直播应用行业分布数据来源：公开资料

直播+教育：随着互联网、语音识别、云存储等技术的进步，直播方式打破时间、空间限制，增强教、学互动性，提高性价比，受到大量教育企业和消费者的青睐，如K12学科、职业教育、素质教育等均进入线上直播教学。

线上直播教学典型内容

资料来源：公开资料

根据机构属性、机构特点、用户群体，可以把教育直播类机构分为平台型、内容型、功能型三种。互动教学直播对教学场景的营造优势越发明显，直播也成为了在线教育行业的重要手段。同时，互联网平台也不断开放创新教育直播入口，与教育企业共同建设教育直播渠道。

类型

典型平台

概述

平台型

快手、虎牙等

作为平台链接教育机构和用户，教育企业和用户可以在平台上提供服务和消费内容

内容型

新东方、学而思等

提供教育内容的专业服务机构

功能型

钉钉、企业微信、小鹅通等

专门为教育直播提供渠道解决方案的产品资料来源：公开资料（TC）

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。《2020年中国直播市场前景研究报告-行业规模现状与发展动向研究》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 中国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 2017-2020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 全球直播行业重点企业分析

一、企业A

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

二、企业B

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

三、企业C

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

第七节 2021-2026年世界直播行业分布走势预测

第八节 2021-2026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 2017-2020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 2017-2020年中国直播行业需求特点与动态分析

第一节 中国直播行业消费市场动态情况

第二节 中国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 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 2017-2020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
- 四、华南地区直播市场规模预测

第九章 2017-2020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、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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、直播行业竞争风险分析

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 2021-2026年中国直播行业发展战略及规划建议

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 2021-2026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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/498619498619.html>