

2019年中国游戏直播行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2019年中国游戏直播行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/canyin/439133439133.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

游戏直播用户规模已达 2.6 亿人，电竞赛事的涌现是用户规模增长的主要驱动力，未来行业规模增长主要来自于深度变现。艾瑞咨询数据显示，2018 年，我国游戏直播市场规模的增长超过 60%，达 131.9 亿元，预计 2020 年将增长至 250 亿元规模，目前，游戏直播用户规模已达 2.6 亿，与头部游戏的用户规模相接近，我们判断未来平台用户规模增长将放缓，市场规模增长主要来自于深度变现。头部直播平台虎牙、斗鱼等不断开拓创新性服务（如弹幕抽奖、主播陪玩、赛事竞猜等），拉动用户打赏付费，推动行业规模提升。

2016-2022E 中国游戏直播用户规模

数据来源：游戏工委

2016-2022 年中国游戏直播市场规模

数据来源：游戏工委

电竞行业：多面利好，成就电竞“最好的时代”

电竞行业迎来多面利好，市场规模仍处于高速发展阶段。政策方面，国家发改委明确指出，要在做好知识产权保护和青少年引导的前提下，以企业为主体，举办全国性或国际性电子竞技游戏赛事活动，国家体育总局发布的《体育产业发展“十三五”规划》，将电竞作为具有消费性引领的健身休闲娱乐项目重点之一进行引导发展。经济水平方面，人均可支配收入水平的提高，提升了国民文化消费能力，互联用户对于电竞的消费需求和消费能力的逐渐提升，带动了电竞产业的高速发展。技术方面，我国信息网络建设设施建设加速，通信技术的创新推动互联网与电竞产业深度融合，移动互联网带宽提升，运营商为推广新技术互动下调资费价格，部分国内虚拟运营商已经全面普及 4G 网络覆盖，智能移动终端设备升级换代，迎来新一轮价格下调。随着 5G 技术的发展，以及 VR、AR 等创新交互技术的不断成熟，为开发更多人机交互、社交场景等娱乐功能及模式、增强电竞赛事播出画面的表现力和丰富电竞内容带来更多的机遇，电竞内容传播发展水平有望进一步提升。

2015-2019 我国电竞行业市场规模

数据来源：游戏工委

竞争格局：斗鱼虎牙为“电竞双雄”，短视频平台探索游戏直播

斗鱼 VS 虎牙：拥有电竞赛事入口，最受年轻人欢迎的游戏直播平台。电竞已成为我国游戏直播行业的新增长点，并逐渐被主流游戏受众所接受。从 2016 年至今，斗鱼获得超过 30 场全国性以及全球性电竞赛事的独家举办权，包括英雄联盟、dota2 等热门游戏，2018 年直播的赛事则超过了 300 场。具有观赏性质的电竞赛事在提高用户黏性的同时，还提升了用户的付费欲望。而斗鱼此次上市募集的部分资金，也将用于购买高质量的电竞赛事版权。Questmoblie 数据显示，截至 2019 年 4 月，斗鱼及虎牙的 90 后、00 后月活用户规模分别达到了 3902 万及 2641 万人，成为最受年轻人欢迎的游戏直播平台。

2019 年 4 月 00 后、90 后泛娱乐用户使用直播类 App Top100

数据来源：Questmoblie

快手：流量基础较高为其核心优势，游戏直播移动端 DAU 已达 3500 万。快手于 2016 年初开启直播业务，并于 2018 年设立专门的游戏直播入口，截至 2019 年 7 月，其站内游戏直播移动端日活跃用户超 3500 万，游戏视频用户总日活达 5600 万，超过斗鱼及虎牙的日活之和。相比于虎牙、斗鱼这类专业的游戏直播平台，快手拥有短视频、直播两种内容形态，且用户流量基础较高，在游戏内容和社交链条上的完整性具有明显的优势。

各游戏直播平台间的竞争核心为头部主播。直播业务作为典型的中心化业务，头部主播的多寡决定了平台用户量级，数据显示，2018 年，斗鱼具有职业电竞背景的 48 位头部主播吸引了 1.2 亿多用户观看，斗鱼 50% 以上的收入是由头部主播带来的。艾瑞咨询数据显示，2018 年 TOP1000 游戏直播平台主播中，有 13.4% 的头部游戏主播来自王者荣耀专区，9.7% 的头部游戏主播来自英雄联盟专区。还有 4.6% 的头部主播来自刺激战场。这些头部主播为平台贡献了 63% 的收入，是直播平台的主要收入来源。

头部游戏主播阵营已基本形成，斗鱼抢占了业内过半的绝对头部主播，虎牙腰部主播数量更高，快手为潜在入局者。数据显示，在 9.2 万头部主播中，虎牙占据约 3.2 万，斗鱼占据近 2.5 万，快手占据约 1.26 万，虎牙斗鱼在头部主播中占据优势，两者合计将近 5.7 万头部主播。截至 2019 年 3 月，斗鱼与国内 TOP100 游戏主播中的 51 位签订了独家直播合同，包括 8 位 TOP10 主播。快手的优势在于通过短视频所积累的海量用户，并可以通过短视频的形式，平滑的过渡到直播业务上。若未来快手借助资本力量撬动头部游戏主播，游戏直播的行业格局可能会发生变化。

9.2w 头部主播所在平台分布情况

数据来源：游戏工委

同业对比：斗鱼流量基础较高，变现能力略低于虎牙

流量基础：斗鱼 MAU 及付费用户数略超虎牙

当前，斗鱼与虎牙同为游戏直播平台的领军者，斗鱼流量基础略超虎牙。自 2017Q1 开始，斗鱼平均 MAU 略高于虎牙。2019Q1，斗鱼 MAU 为 1.59 亿，同期虎牙则为 1.24 亿；付费用户数方面，虎牙承袭了 YY 完善的工会体系，流量变现能力较强，其付费渗透率及单用户 ARPPU 值均略高于斗鱼。截至 2019Q1，斗鱼付费渗透率为 3.77%，对应付费用户数为 600 万，同期虎牙付费渗透率为 4.4%，对应付费用户数为 540 万，斗鱼的付费用户数为虎牙的 1.1 倍。

2017Q2-2019Q1 斗鱼 VS 虎牙季度 MAU 增量

数据来源：游戏工委

2017Q1-2019Q1 斗鱼 VS 虎牙 MAU

数据来源：游戏工委

付费力：虎牙变现能力略高于斗鱼

直播变现能力上来看，虎牙承袭了 YY 完善的主播培养体系，且其秀场直播占比略高

于斗鱼，导致其付费渗透率及人均 ARPPU 值均高于斗鱼。2019Q1，斗鱼及虎牙的付费用户数分别为 600 万及 540 万，MAU 口径下付费渗透率分别为 3.77%及 4.4%。斗鱼直播中，游戏直播比例高于虎牙，导致其平均 ARPPU 值略低于虎牙，2019Q2，二者直播 ARPPU 值分别为 226 元及 323 元，斗鱼相当于虎牙同期的 70%。虎牙及斗鱼各具优势，前者流量变现效率较高，后者流量底盘较大，若后续斗鱼加大秀场直播比例，其付费渗透率及人均 ARPPU 值均有望提升。

2017Q2-2019Q1虎牙VS斗鱼付费用户数

数据来源：游戏工委

2017Q2-2019Q1斗鱼VS虎牙ARPPU值

数据来源：游戏工委

2017Q2-2019Q1斗鱼VS虎牙付费渗透率（MAU 口径）

数据来源：游戏工委

财务表现：人均 ARPPU 值差距是二者营业利润差距的主要原因

2019Q1，虎牙营业利润为 1900 万元，同期斗鱼营业利润为-6300 万元，二者营业利润的差距，主要来自于收入的差距。自 2016 年以来，斗鱼收入略低于虎牙，约为虎牙的 90%，主要原因系虎牙直播中，秀场直播占比较高，提升了其人均付费 ARPPU 值。2019Q1，虎牙直播的人均 ARPPU 值为 287.5 元，斗鱼直播人均 ARPPU 值为 226 元，相当于虎牙同期的 79%。二者成本差异不大，2019Q1，虎牙成本为 13.58 亿元，同期斗鱼成本为 12.86 亿元，营业利润差距的主要原因系直播业务变现能力。

2016-2019Q1斗鱼VS虎牙收入对比

数据来源：游戏工委

2016-2019Q1斗鱼VS虎牙成本对比

数据来源：游戏工委（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国游戏直播行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

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 2016-2019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

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、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 2016-2019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 欧盟游戏直播行业地区市场分析

一、欧盟游戏直播行业市场现状分析

二、欧盟游戏直播行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟游戏直播行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界游戏直播行业分布走势预测

第七节 2019-2025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 中国游戏直播行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2019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分析

二、中国游戏直播行业企业集中度分析

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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2019-2025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 2019-2025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 游戏直播行业企业经营发展分析及建议

一、游戏直播行业经营模式

二、游戏直播行业销售模式

三、游戏直播行业创新方向

第三节 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 2019-2025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

第十四章 2019-2025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 中国游戏直播行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国游戏直播行业价格策略

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/canyin/439133439133.html>