

# 2017-2022年中国网络直播行业竞争态势及十三五运行态势预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国网络直播行业竞争态势及十三五运行态势预测报告》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/hulianwang/272647272647.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

网络直播是新兴的高互动性视频娱乐。这种直播通常是主播通过视频录制工具，在互联网直播平台上，直播自己唱歌、玩游戏等活动，而受众可以通过弹幕与主播互动，也可以通过虚拟道具进行打赏。当前，网络直播行业正呈现三方分化的形态，包括最为知名的秀场类直播、人气最高的游戏直播，以及新诞生并迅速崛起的泛生活类直播。

近两年来，网络直播迅速发展成为一种新的互联网文化业态。行业在经济收入、用户人数、影响力等方面都呈现极高的增长趋势。2015年，国内网络直播的市场规模约为90亿，网络直播平台数量接近200家，网络直播平台用户数量已经达到2亿，大型直播平台每日高峰时段同时在线人数接近400万，同时进行直播的房间数量超过3000个。

同时，资本市场也点燃了网络直播领域的火种。巨额资本加持网络直播行业，从YY、斗鱼，到红衣教主周鸿祎的花椒直播、国民老公王思聪的熊猫TV，再到百度、阿里巴巴、小米的纷纷入局，资本市场的一同认知，更是证实了网络直播时代的到来。

2015年中国在线直播平台数量接近200家，其中网络直播的市场规模约为90亿，网络直播平台用户数量已经达到2亿，大型直播平台每日高峰时段同时在线人数接近400万，同时进行直播的房间数量超过3000个。而移动直播更是处于上升阶段，据统计，2015年中国直播行业市场收入结构中，移动直播市场份额仅占3.1%，而预计到2018年，该项份额将提升至34.6%。

2015年中国直播行业市场收入结构

2018年中国直播行业市场收入结构

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2010-2015年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

中国报告网发布的《2017-2022年中国网络直播行业竞争态势及十三五运行态势预测报告

告》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。

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。

## 第一章 网络直播相关概述

### 1.1 网络直播基本概念及产业链分析

#### 1.1.1 概念界定

#### 1.1.2 基本分类

#### 1.1.3 产业链分析

### 1.2 网络直播相关概念

#### 1.2.1 网络互动直播

#### 1.2.2 网络现场直播

#### 1.2.3 游戏直播

#### 1.2.4 游戏主播

#### 1.2.5 VR

## 第二章 2014-2016年国外网络直播行业分析及发展经验借鉴

### 2.1 国外网络直播行业发展综述

#### 2.1.1 行业发展历程

#### 2.1.2 行业发展概况

#### 2.1.3 市场竞争格局

### 2.2 美国

#### 2.2.1 行业发展环境

#### 2.2.2 行业发展动向

#### 2.2.3 市场需求状况

#### 2.2.4 企业市场布局

### 2.3 韩国

#### 2.3.1 美食直播行业发展

#### 2.3.2 直播行业发展动态

### 2.3.3 人气主播的影响力

### 2.3.4 VR将应用于游戏直播

## 2.4 其他国家

### 2.4.1 俄罗斯

### 2.4.2 瑞典

### 2.4.3 澳大利亚

## 第三章 2014-2016年中国网络直播行业发展环境PEST分析

### 3.1 政策环境 ( Political )

#### 3.1.1 文化部加强监管

#### 3.1.2 行业加强自律

#### 3.1.3 网络安全政策

#### 3.1.4 互联网文化管理

### 3.2 经济环境 ( Economic )

#### 3.2.1 国际经济发展形势

#### 3.2.2 中国经济运行现状

#### 3.2.3 经济发展趋势分析

### 3.3 社会环境 ( Social )

#### 3.3.1 新生代消费需求升级

#### 3.3.2 互联网娱乐习惯形成

#### 3.3.3 重视精神文化消费

### 3.4 技术环境 ( Technological )

#### 3.4.1 网络成本的下降

#### 3.4.2 硬件技术升级发展

#### 3.4.3 视频直播技术成熟化

#### 3.4.4 移动设备的普遍化

## 第四章 2014-2016年中国网络直播行业全 面分析

### 4.1 中国网络直播行业发展综述

#### 4.1.1 行业发展历程

#### 4.1.2 行业发展形态

#### 4.1.3 行业商业模式

#### 4.1.4 行业发展优势

### 4.2 2014-2016年中国网络直播行业市场态势

#### 4.2.1 行业发展现状

#### 4.2.2 行业市场规模

#### 4.2.3 行业发展动态

#### 4.2.4 企业市场布局

### 4.3 2014-2016年中国网络直播行业消费市场

#### 4.3.1 用户群体分析

#### 4.3.2 用户消费状况

#### 4.3.3 用户消费类型

#### 4.3.4 用户消费方式

### 4.4 2014-2016年中国移动直播行业发展状况

#### 4.4.1 行业整体状况

#### 4.4.2 市场竞争格局

#### 4.4.3 市场直播形式

#### 4.4.4 市场直播内容

### 4.5 网络直播行业发展存在的主要问题

#### 4.5.1 主播准入门槛低

#### 4.5.2 行业收益模式单一

#### 4.5.3 平台违规现象频发

#### 4.5.4 内容的同质化严重

#### 4.5.5 内容监管难度提高

### 4.6 网络直播行业的发展对策

#### 4.6.1 需细化监管立法

#### 4.6.2 行业良性发展建议

#### 4.6.3 实施针对性监管措施

#### 4.6.4 重视打造核心竞争力

## 第五章 2014-2016年中国网络秀场直播行业深度透析

### 5.1 中国网络秀场直播行业发展综述

#### 5.1.1 行业发展概况

#### 5.1.2 行业发展阶段

#### 5.1.3 产业链分析

#### 5.1.4 行业商业模式

### 5.2 2014-2016年中国网络秀场直播市场态势

#### 5.2.1 行业市场规模

#### 5.2.2 行业市场格局

#### 5.2.3 平台发展状况

#### 5.2.4 市场推广状况

#### 5.2.5 典型企业分析

### 5.3 中国网络秀场直播行业用户消费分析

### 5.3.1 用户活跃量

### 5.3.2 用户特征分析

### 5.3.3 用户消费能力

### 5.3.4 用户地域分布

## 5.4 网络秀场直播行业发展存在的主要问题及对策

### 5.4.1 行业发展存在的隐患

### 5.4.2 秀场主播面临的困境

### 5.4.3 秀场直播著作权问题

### 5.4.4 重视网络秀场内容监管

### 5.4.5 注重秀场主播职业培养

## 第六章 2014-2016年中国网络游戏直播行业深度透析

### 6.1 中国网络游戏直播行业发展综述

#### 6.1.1 游戏业发展概述

#### 6.1.2 产业链分析

#### 6.1.3 行业商业模式

#### 6.1.4 游戏直播内容

#### 6.1.5 游戏直播版权

### 6.2 2014-2016年中国网络游戏直播市场态势

#### 6.2.1 行业市场规模

#### 6.2.2 行业市场格局

#### 6.2.3 企业竞争状况

#### 6.2.4 直播平台发展

#### 6.2.5 主播竞争状况

### 6.3 中国网络游戏直播行业用户消费分析

#### 6.3.1 用户规模发展

#### 6.3.2 用户特征分析

#### 6.3.3 用户内容偏好

### 6.4 网络游戏直播行业发展存在的主要问题及发展对策

#### 6.4.1 行业主流地位受威胁

#### 6.4.2 市场盈利模式受限

#### 6.4.3 行业法律保护困境

#### 6.4.4 规范行业良性发展

#### 6.4.5 缓解行业竞争格局

## 第七章 2014-2016年中国互联网泛生活直播行业深度透析

### 7.1 中国互联网泛生活直播行业发展综述

### 7.1.1 发展概况

### 7.1.2 直播内容介绍

### 7.1.3 主要录制方式

### 7.1.4 主要上传方式

## 7.2 2014-2016年中国互联网泛生活直播行业市场态势

### 7.2.1 行业发展业态

### 7.2.2 产业链分析

### 7.2.3 行业模式形成

### 7.2.4 行业地位提升

## 7.3 2014-2016年中国互联网泛生活直播细分业态发展状况

### 7.3.1 体育赛事直播

### 7.3.2 在线教育直播

### 7.3.3 购物直播

### 7.3.4 美食直播

### 7.3.5 美妆直播

## 7.4 互联网生活直播行业发展存在的主要问题及对策

### 7.4.1 直播内容乏味

### 7.4.2 安全性存隐患

### 7.4.3 盈利能力存疑

### 7.4.4 行业发展对策

## 第八章 2014-2016年中国网络直播其他细分行业的发展

### 8.1 音乐在线直播

#### 8.1.1 行业市场规模

#### 8.1.2 行业发展动态

#### 8.1.3 市场消费状况

#### 8.1.4 市场竞争格局

### 8.2 VR直播

#### 8.2.1 体育赛事试水VR直播

#### 8.2.2 音乐节试水VR直播

#### 8.2.3 VR直播存在的主要问题

## 第九章 2014-2016年中国网络直播行业重点企业运营状况解析

### 9.1 武汉斗鱼网络科技有限公司（斗鱼TV）

#### 9.1.1 企业发展概况

#### 9.1.2 企业发展定位

#### 9.1.3 企业融zi情况



#### 9.1.4 企业业务动态

### 9.2 广州华多网络科技有限公司（虎牙直播）

#### 9.2.1 企业发展概况

#### 9.2.2 直播监 控举措

#### 9.2.3 音乐类直播业务

#### 9.2.4 企业业务动态

### 9.3 上海熊猫互娱文化有限公司（熊猫TV）

#### 9.3.1 企业发展概况

#### 9.3.2 企业发展战略

#### 9.3.3 企业业务动态

### 9.4 北京蜜莱坞网络科技有限公司（映客直播）

#### 9.4.1 企业发展概况

#### 9.4.2 企业发展定位

#### 9.4.3 企业融zi情况

#### 9.4.4 企业业务动态

### 9.5 北京密境和风科技有限公司（花椒直播）

#### 9.5.1 企业发展概况

#### 9.5.2 企业运营状况

#### 9.5.3 企业业务动态

### 9.6 深圳市果酱时代科技有限公司（果酱直播）

#### 9.6.1 企业发展概况

#### 9.6.2 企业发展定位

#### 9.6.3 企业融zi情况

### 9.7 北京费米子信息技术有限公司（光圈直播）

#### 9.7.1 企业发展概况

#### 9.7.2 企业发展定位

#### 9.7.3 企业商业模式

#### 9.7.4 企业融zi情况

### 9.8 北京陌陌科技有限公司（陌陌直播）

#### 9.8.1 企业发展概况

#### 9.8.2 企业业务发展

#### 9.8.3 企业发展定位

#### 9.8.4 未来发展方向

## 第十章 中国网络直播行业投融zi潜力分析及风险预警

### 10.1 中国网络直播行业投融zi现状分析

10.1.1 投融资主体

10.1.2 投融资状况

10.1.3 投融资热度

10.2 中国网络直播行业投资潜力分析

10.2.1 国家监管利好投资环境

10.2.2 网络直播规范利好行业

10.2.3 资本青睐加快投资进程

10.2.4 VR或将改变直播模式

10.3 中国网络直播行业投资风险分析

10.3.1 法律风险

10.3.2 经营风险

10.3.3 直播平台风险

第十一章 中国网络直播行业未来发展趋势及前景预测

11.1 网络直播行业未来发展趋势

11.1.1 行业未来发展方向

11.1.2 直播IP时代将到来

11.1.3 网络秀场直播发展趋势

11.1.4 网络游戏直播发展趋势

11.1.5 互联网泛生活直播发展趋势

11.2 网络直播行业的前景展望

11.2.1 行业整体前景展望

11.2.2 行业应用前景广阔

11.2.3 网络游戏直播前景

11.3 2017-2022年网络直播行业预测分析

11.3.1 2017-2022年网络直播行业规模预测

11.3.2 2017-2022年网络秀场直播行业规模预测

11.3.3 2017-2022年网络游戏直播行业规模预测

11.3.4 2017-2022年互联网泛生活直播行业规模预测

附录：

附录一：《北京网络直播行业自律公约》

附录二：《互联网文化管理暂行规定》

附录三：网络文化经营单位内容自审管理办法

图表目录：

图表：网络直播行业产业链

图表：国外游戏直播行业发展历程

- 图表：2014年美国热门电竞比赛和体育比赛观看人数
- 图表：文化部历年来对直播行业的监管
- 图表：2014-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表：2005-2015年全国粮食产量
- 图表：2014-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表：2014-2015年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表：2014-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表：2014-2015年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表：2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
- 图表：2014-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2014-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表：2016年人口数及其构成
- 图表：2014-2016年城镇新增就业人数
- 图表：2014-2016年全员劳动生产率
- 图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表：2016年居民消费价格比上2015年涨跌幅度
- 图表：2016年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况
- 图表：2014-2016年全国一般公共预算收入
- 图表：2014-2016年粮食产量
- 图表：2014-2016年全部工业增加值及其增长速度
- 图表：2014-2016年全社会固定资产投资
- 图表：2014-2016年社会消费品零售总额
- 图表：2014-2016年货物进出口总额
- 图表：中国网民群体分布
- 图表：2016年4G渗透率
- 图表：2016年移动互联网流量使用情况
- 图表：网络直播行业的演进过程
- 图表：网络游戏直播需求的驱动因素
- 图表：VR+直播的演进过程
- 图表：几种商业模式比较分析
- 图表：互联网直播与传统电视直播的比较
- 图表：关注直播人群性别分布
- 图表：关注直播人群年龄分布
- 图表：2016年网民网络直播收看情况
- 图表：2016年网民收看网络直播类型

- 图表：2016年中国网民最常接触的在线直播类型
- 图表：2016年中国网民最常使用的在线直播付费方式
- 图表：2016年中国网民在线直播的支出
- 图表：移动直播应用累计下载量排行
- 图表：移动直播应用评分排行
- 图表：市场上直播应用类型
- 图表：直播内容关键词关联度分布
- 图表：中国网络秀场直播行业发展阶段
- 图表：中国网络秀场直播行业产业链
- 图表：中国网络秀场直播商业模式
- 图表：2013-2020年中国娱乐秀场市场规模及预测
- 图表：2014-2016年中国娱乐直播与游戏直播的用户规模
- 图表：2014-2016年娱乐秀场和游戏直播的市场规模
- 图表：网络秀场直播行业市场格局
- 图表：2016年中国各移动直播平台累计下载量分布
- 图表：中国网络直播平台20强
- 图表：2016年中国网络秀场直播市场实力矩阵分析
- 图表：2016年欢聚时代营收构成
- 图表：2016年中国K歌/秀场娱乐市场移动端活跃人数
- 图表：2016年中国网络秀场直播用户移动端男女比例情况
- 图表：2016年中国网络秀场直播用户年龄分布情况
- 图表：中国网络秀场直播用户职业分布特点
- 图表：中国网络秀场直播用户学历分布特点
- 图表：中国网络秀场直播用户收入分布特征
- 图表：中国网络秀场直播用户地域分布特点
- 图表：中国游戏市场规模
- 图表：中国游戏玩家人数
- 图表：游戏行业发展历程
- 图表：游戏直播产业链
- 图表：网络游戏直播商业模式
- 图表：游戏直播版权比较分析
- 图表：中国游戏直播市场规模
- 图表：中国游戏市场的付费情况
- 图表：电竞游戏直播用户规模
- 图表：2014-2018年中国游戏直播市场规模

- 图表：2014-2018年中国游戏直播市场规模
- 图表：国内游戏直播市场格局
- 图表：网络游戏直播企业的融zi情况
- 图表：2014年17173直播月度覆盖人数
- 图表：国内五大游戏直播平台比较
- 图表：网络游戏主播的市场价值
- 图表：2013-2017年中国游戏直播用户规模
- 图表：游戏直播用户年龄分布
- 图表：游戏直播用户婚姻情况
- 图表：游戏直播用收入情况
- 图表：2014年中国游戏直播用户赛事选择
- 图表：互联网生活直播流程
- 图表：互联网直播类型的区分
- 图表：泛生活“直播+”行业业态
- 图表：互联网生活直播产业链
- 图表：2015年互联网音乐在线直播大事记
- 图表：2015年中国音乐消费者消费意愿
- 图表：2015年中国音乐消费者消费意愿对比
- 图表：2015年中国网民观看音乐演出直播最常使用的六个平台
- 图表：斗鱼的融zi之路
- 图表：映客直播融概况
- 图表：视频的未来形态
- 图表：2015-2016年网络直播行业投融zi状况
- 图表：2016-2018年中国网络秀场直播行业市场规模预测
- 图表：中国网络秀场直播行业市场格局动向
- 图表：中国网络秀场直播平台发展方向
- 图表：网络直播行业市场空间
- 图表：2017-2022年中国网络直播行业市场规模预测
- 图表：2017-2022年中国网络秀场直播行业市场规模预测
- 图表：2017-2022年中国网络游戏直播行业市场规模预测
- 图表：2017-2022年中国互联网泛生活直播行业市场规模预测  
(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/272647272647.html>