

2019年中国移动直播市场分析报告- 产业竞争现状与发展战略评估

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年中国移动直播市场分析报告-产业竞争现状与发展战略评估》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/379319379319.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

移动直播行业伴随着通讯技术升级、智能机普及而快速兴起，是一种即时、同步的内容展现方式，较文字、图片、语音更为生动且具有时效性，同时也是一种非常高效的通过UGC/PGC内容吸引流量进行快速变现的方式。

国内移动直播行业主要包含两大分支：1) 泛娱乐直播（包括舞蹈、音乐、户外、交谈等多种形式）；2) 游戏直播。

国内移动直播产业链资料来源：公开资料整理

截止2017年12月底包括映客、虎牙、斗鱼在内的几大平台占据了58%以上的礼物收入，这其中还未统计进入两大巨头平台陌陌与YYLive，行业在用户红利消退后迎来了明显的集中度提升，马太效应显现。

公会承担了娱乐产业中经纪公司的作用，通过培训、包装加强主播整体素质，扩充了平台主播的队伍，以法律合同的形式提升平台规范度。公会通过与平台紧密合作，可以获取平台给予的更多优惠，例如首页推荐位、礼物折扣、分成提升等等，因此公会更愿意深耕某一个直播平台，与平台形成双赢。

主播加入公会将拥有更多曝光资源，但也受到公会限制，需要与公会分享收益。以陌陌为例，根据陌陌的规定，公会需向陌陌支付主播入会手续费，费用为主播入会前90天收益（税前收益）的20%，主播加入公会120天后才能申请转会，主播单方面向陌陌直播平台申请强行退出公会需支付手续费及违约金，退会后180天收益（税前收益）的30%归原公会，且180天内不可加入新公会，这将大幅增加主播的转换平台成本。

2018年上半年短视频APP兴起，迅速占领了用户大量的碎片时间，一时间对于短视频大幅冲击直播行业的结论层出不穷，但是陌陌与YY用户MAUs连续两季的提升以及用户使用时长的不断增长。

国内移动直播并没有受到短视频行业的明显冲击资料来源：公开资料整理

由于行业由快速增长期进入稳定期，预期增速有所下滑，整体估值水平略有下降，后续增长主要来自于留存用户的付费转化率与ARPU值得提升带来的业绩增长。因此单独作为流量变现工具而做直播的平台可能面临流量获取成本提升、用户留存率下滑等多方面问题，直播下半场平台需要依附于内容生态、社交生态等，提升用户平台粘性的基础上进行流量变现。

行业投资风险有：

（1）政策监管风险

目前国内政策对于直播业务监管较为严格，包括内容、税收等方面，直播平台由于主播数量较大，质量层次不齐，在自我监管方面也存在一定压力。一旦触及监管红线，平台存在被下架整改、限制上线等风险。

（2）用户ARPU值降低风险

用户消费能力受到多重因素影响，不仅仅是自身收入预期，还包括其他消费内容的潜在冲击，例如在线视频、在线音乐等等，这些因素都会影响用户在直播平台的消费能力。

（3）用户增长大幅放缓，付费转化率降低风险

用户红利消退的背景下，新用户增量减少，存量用户流失，直播平台存在付费转化率不断下降的风险。（YM）

观研天下发布的《2019年中国移动直播市场分析报告-产业竞争现状与发展战略评估》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。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 2016-2018年中国汽车行业发展概述

第一节 汽车行业发展情况概述

- 一、汽车行业相关定义
- 二、汽车行业基本情况介绍
- 三、汽车行业发展特点分析

第二节 中国汽车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车行业产业链条分析
- 三、中国汽车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车行业生命周期分析

一、汽车行业生命周期理论概述

二、汽车行业所属的生命周期分析

第四节 汽车行业经济指标分析

一、汽车行业的赢利性分析

二、汽车行业的经济周期分析

三、汽车行业附加值的提升空间分析

第五节 国中汽车行业进入壁垒分析

一、汽车行业资金壁垒分析

二、汽车行业技术壁垒分析

三、汽车行业人才壁垒分析

四、汽车行业品牌壁垒分析

五、汽车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球汽车行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车行业发展历程回顾

第二节 全球汽车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车行业地区市场分析

一、亚洲汽车行业市场现状分析

二、亚洲汽车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲汽车行业市场前景分析

第四节 北美汽车行业地区市场分析

一、北美汽车行业市场现状分析

二、北美汽车行业市场规模与市场需求分析

三、北美汽车行业市场前景分析

第五节 欧盟汽车行业地区市场分析

一、欧盟汽车行业市场现状分析

二、欧盟汽车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟汽车行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界汽车行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球汽车行业市场规模预测

第三章 中国汽车产业发展环境分析

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、全社会消费品汽车总额

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

第二节中国汽车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国汽车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 中国汽车行业运行情况

第一节 中国汽车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 中国汽车行业市场规模分析

第三节 中国汽车行业供应情况分析

第四节 中国汽车行业需求情况分析

第五节 中国汽车行业供需平衡分析

第六节 中国汽车行业发展趋势分析

第五章 中国移动直播行业运行数据监测

第一节 中国移动直播行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国移动直播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 中国移动直播行业财务指标分析

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 2016-2018年中国汽车市场格局分析

第一节 中国汽车行业竞争现状分析

一、中国汽车行业竞争情况分析

二、中国汽车行业主要品牌分析

第二节 中国汽车行业集中度分析

一、中国汽车行业市场集中度分析

二、中国汽车行业企业集中度分析

第三节 中国汽车行业存在的问题

第四节 中国汽车行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车行业竞争力分析

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 2016-2018年中国汽车行业需求特点与动态分析

第一节 中国汽车行业消费市场动态情况

第二节 中国汽车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 汽车行业成本分析

第四节 汽车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 中国汽车行业价格现状分析

第六节 中国汽车行业平均价格走势预测

- 一、中国汽车行业价格影响因素
- 二、中国汽车行业平均价格走势预测
- 三、中国汽车行业平均价格增速预测
- 第八章 2016-2018年中国汽车行业区域市场现状分析
- 第一节 中国汽车行业区域市场规模分布
- 第二节 中国华东地汽车市场分析
 - 一、华东地区概述
 - 二、华东地区经济环境分析
 - 三、华东地区汽车市场规模分析
 - 四、华东地区汽车市场规模预测
- 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、华中地区汽车市场规模分析
 - 四、华中地区汽车市场规模预测
- 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、华南地区汽车市场规模分析
- 第九章 2016-2018年中国汽车行业竞争情况
- 第一节 中国汽车行业竞争结构分析（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 中国汽车行业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 中国汽车行业竞争环境分析（PEST）
 - 一、政策环境
 - 二、经济环境
 - 三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车行业企业分析（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年中国汽车行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车行业未来发展前景分析

一、汽车行业国内投资环境分析

二、中国汽车行业市场机会分析

三、中国汽车行业投资增速预测

第二节中国汽车行业未来发展趋势预测

第三节中国汽车行业市场发展预测

一、中国汽车行业市场规模预测

二、中国汽车行业市场规模增速预测

三、中国汽车行业产值规模预测

四、中国汽车行业产值增速预测

五、中国汽车行业供需情况预测

第四节中国汽车行业盈利走势预测

一、中国汽车行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国汽车行业投资风险与营销分析

第一节 汽车行业投资风险分析

一、汽车行业政策风险分析

二、汽车行业技术风险分析

三、汽车行业竞争风险分析

四、汽车行业其他风险分析

第二节 汽车行业企业经营发展分析及建议

一、汽车行业经营模式

二、汽车行业销售模式

三、汽车行业创新方向

第三节 汽车行业应对策略

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年中国汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车行业品牌战略分析

一、汽车企业品牌的重要性

二、汽车企业实施品牌战略的意义

三、汽车企业品牌的现状分析

四、汽车企业的品牌战略

五、汽车品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车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 中国汽车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年中国汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车行业产品策略分析

- 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 中国汽车行业定价策略分析

第三节 中国汽车行业营销渠道策略

- 一、汽车行业渠道选择策略
- 二、汽车行业营销策略

第四节 中国汽车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国汽车行业重点投资区域分析
- 二、中国汽车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/379319379319.html>