

2020-2026年中国直播产业 深度调研与投资规模分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国直播产业深度调研与投资规模分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/L85043MD67.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

“史上最严”监管政策从“头条系”蔓延到直播平台2019年，头条、微博等相继被整治，快手、斗鱼等小视频、直播平台也迎来最强监管，娱乐文化行业全面整顿，朝健康方向发展。过去依靠“擦边球”、三俗等为卖点的直播平台逐步消失，直播行业发展回到良性轨道。2017-2019年文化部整治关闭直播平台事件

时间

措施

原因

2019年4月17日

花椒直播、斗鱼直播、虎牙直播等30家网络表演平台被检查。
整顿网络直播违法违规行为。

2017年6月30日

关停“悟空TV”等11家手机表演平台，严查“星夜”直播平台。
提供含有淫秽内容的网络表演等。

2017年5月24日

关停“千树”等4家平台，给予“花椒”、“火山”等10家平台行政处罚。

传播淫秽色情信息

2017年5月9日

因“黄鳝门”一事老虎网络直播平台被相关部门深入调查处理。
传播淫秽色情信息。

2017年4月3日

关停18家直播应用，包括红杏直播、蜜桃秀、蜂直播、压寨直播、蜜桃约、默默直播、ZANK、蜜播等。

曾被大量举报，未能落实主体责任，缺乏内容安全审核机制。

2017年2月21日

熊猫直播和全民直播被上海市网信办约谈，责令其进行全面整改。

秀场频道和评论存在低俗色情内容。 数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国直播产业深度调研与投资规模分析报告》共十一章。首先介绍了直播相关概念及发展环境，接着分析了中国直播规模及消费需求，然后对中国直播市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国直播面临的机遇及发展前景。您若想

对中国直播有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 企业融资情况

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 企业融资情况

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 企业融资情况

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 企业融资情况

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资潜力分析及风险预警

10.1 中国网络直播行业投融资现状分析

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

对于直播平台来说，当流量增长进入瓶颈期时，它们需要开拓除打赏和增值服务之外的商业化变现渠道，因此会更加倚重由营销所带来的收入。另一方面，对于广告主来说，随着技术的进步和直播平台内创新营销玩法的开发，直播营销这种能够以相对较低的成本换取在集中流量下多次曝光的营销方式将会获得越来越多的关注。2015-2019年中国直播营销市场规模及收入占比增长

数据来源：公开资料整理

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 2020-2026年网络直播行业预测分析

11.3.1 2020-2026年网络直播行业规模预测

11.3.2 2020-2026年网络秀场直播行业规模预测

11.3.3 2020-2026年网络游戏直播行业规模预测

11.3.4 2020-2026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 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 2020-2026年中国游戏直播市场规模

图表 2020-2026年中国游戏直播市场规模

图表 互联网生活直播产业链

图表 2014-2019年网络直播行业投融资状况

图表 2016-2019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 2020-2026年中国网络直播行业市场规模预测

图表 2020-2026年中国网络秀场直播行业市场规模预测

图表 2020-2026年中国网络游戏直播行业市场规模预测

图表 2020-2026年中国互联网泛生活直播行业市场规模预测

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/L85043MD67.html>