

2017-2022年中国网络直播行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国网络直播行业市场研究及发展前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/294763.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

网络直播是可以同一时间透过网络系统在不同的交流平台观看影片。影片主要分为实时直播游戏，电影，或电视剧等等。

网络直播吸取和延续了互联网的优势，利用视讯方式进行网上现场直播，可以将产品展示、相关会议、背景介绍、方案测评、网上调查、对话访谈、在线培训等内容现场发布到互联网上，利用互联网的直观、快速，表现形式好、内容丰富、交互性强、地域不受限制、受众可划分等特点，加强活动现场的推广效果。现场直播完成后，还可以随时为读者继续提供重播、点播，有效延长了直播的时间和空间，发挥直播内容的最大价值。

国内“网络直播”大致分两类，一是在网上提供电视信号的观看，例如各类体育比赛和文艺活动的直播，这类直播原理是将电视（模拟）信号通过采集，转换为数字信号输入电脑，实时上传网站供人观看，相当于“网络电视”；另一类则是真正意义上的“网络直播”：在现场架设独立的信号采集设备（音频+视频）导入导播端（导播设备或平台），再通过网络上传至服务器，发布至网址供人观看。这类网络直播较前者的最大区别就在于直播的自主性：独立可控的音视频采集，完全不同于转播电视信号的单一（况且观看效果不如电视观看的流畅）收看。同时可以为政务公开会议、群众听证会、法庭庭审直播、公务员考试培训、产品发布会、企业年会、行业年会、展会直播等电视媒体难以直播的应用进行网络直播。

网络直播服务在2016年上半年逐渐受到社会重视，并在资本力量的推动下实现了快速发展。截至2016年6月，网络直播用户规模达到3.25亿，占网民总体的45.8%。

各类网络直播使用率

直播作为一个展示内容的平台，其内容生成是否存在壁垒很大程度上决定了该直播平台的进入壁垒。而颜值为主要生产要素的秀场直播无疑是创业公司扎堆的重灾区。从竞争格局来看，PC端秀场直播：老牌巨头YY、9158、六间房三足鼎立；移动端秀场直播：用户更年轻、社区更开放，创业公司层出不穷。

2011-2016年中国秀场直播领域年均成立平台情况

2016年上半年，真人聊天秀直播和游戏直播在资本力量的推动下得到快速发展，网民使用这两类直播的比例分别为19.2%和16.5%。由于网络直播的推广成本、带宽成本和主播签约成本均较高，仅依靠用户购买虚拟礼物和流量广告两种变现方式很难维持发展扩张，使得其商业模式仍处于探索阶段。此外，文化部于2016年4月开展了对互联网直播平台违规直播行为的专项整治行动，并要求网络主播必须实名认证，未来网络直播监管将更加严格。

体育赛事直播版权市场竞争加剧。和游戏、真人秀直播不同，体育赛事直播完全以赛事为核心获取用户关注，因此赛事版权成为各家体育直播厂商追逐的重点。2016年上半年，小米、乐视、暴风科技等企业先后与各大国际知名体育赛事的版权方达成合作，以独有资源为优势扩大自身市场竞争力。

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 2014-2016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

网络直播用户群体分析

4.3.2 用户消费状况

网络直播用户消费状况

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

直播行业市场结构

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

2004-2016年中国直播领域每年成立平台数量（个）

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

中国直播平台融资阶段分析

2014-2016年中国直播APP融资数量季度统计

时间

数量：个

2014年Q1

6

2014年Q2

9

2014年Q3

2

2014年Q4

5

2015年Q1

9

2015年Q2

16

2015年Q3

6

2015年Q4

10

2016年Q1

8

2016年Q2

6

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 2013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 2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2005-2014年全国粮食产量

图表 2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2013-2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2013-2014年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2013-2014年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2013-2014年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表 2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2015年年末人口数及其构成

图表 2011-2015年城镇新增就业人数

图表 2011-2015年全员劳动生产率

图表 2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度

图表 2015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 2011-2015年全国一般公共预算收入

图表 2011-2015年粮食产量

图表 2011-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表 2011-2015年全社会固定资产投资

图表 2011-2015年社会消费品零售总额

图表 2011-2015年货物进出口总额

图表 中国网民群体分布

图表 2015年4G渗透率

图表 2015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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294763.html>