

2021-2027年中国游戏直播 市场深度评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国游戏直播市场深度评估与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202108/236370.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

游戏直播用户生命周期更长，电竞将扮演更重要的角色。根据预测，电竞直播市场占游戏直播市场规模的比例将由2018年的50.3%进一步提升至2023年的59.8%，电竞在游戏直播行业中所扮演的角色将更为重要。游戏直播用户一般而言拥有更长的生命周期，尤其电竞赛事直播对于维持游戏热度以及延长用户生命周期有着更重要的作用。以《英雄联盟》为例，该电竞游戏的游戏直播观看人数高于游戏本身的活跃玩家数——当游戏玩家不再活跃的时候往往并不会彻底流失，而是会转化成为电竞赛事的观众。

游戏直播用户的参与度也相对更高。在移动端，2018年用户平均每天在游戏直播上花费42分钟，比非游戏直播平台的32分钟高出30.2%。用户对于电竞选手、相关游戏和赛事的高关注度在PC端更为显著。《英雄联盟》世锦赛观众人数 vs 游戏

游戏直播行业主播数持续增加，优质主播在吸引和保留用户、增强用户参与度方面等发挥着至关重要的作用。游戏直播主播是游戏直播平台的重要资产，顶级主播在个性及技能方面表现出众，在吸引并留存大量粉丝以及通过打赏、广告等方式促进平台货币化变现上起到关键作用。游戏直播行业用户及市场过的增长为主播提供了更好的发展空间，主播数仍持续增长。中国游戏直播主播数量2018年达到约1800万人，是2015年的约3倍，预计2023年将达到2800万人。中国游戏直播主播数 中企顾问网发布的《2021-2027年中国游戏直播市场深度评估与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国游戏直播行业市场发展环境、游戏直播整体运行态势等，接着分析了中国游戏直播行业市场运行的现状，然后介绍了游戏直播市场竞争格局。随后，报告对游戏直播做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国游戏直播行业发展趋势与投资预测。您若想对游戏直播产业有个系统的了解或者想投资中国游戏直播行业，本报告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 全球游戏直播所属行业运行形势分析

第一节 全球游戏直播行业市场发展情况

一、全球游戏直播行业供给情况分析

二、全球游戏直播行业需求情况分析

第二节 全球游戏直播行业主要国家及区域发展情况分析

第三节 全球游戏直播行业市场发展趋势预测分析

第二章 2015-2019年中国游戏直播行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

一、宏观经济环境

二、国际贸易环境

第二节 2015-2019年游戏直播的行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2015-2019年游戏直播的行业发展社会环境分析

第三章 中国游戏直播所属行业市场总体运行情况分析

第一节 中国游戏直播行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节 国际竞争力比较

第五节 市场集中度分析

第四章 2019年中国游戏直播所属行业供需情况分析

第一节 中国游戏直播市场现状分析

国内游戏直播平台货币化方式以虚拟礼品（打赏）为主，多元变现潜力仍待开发。虚拟礼物（打赏）是目前游戏直播平台最大的收入来源。2018年游戏直播行业虚拟礼物收入占行业总收入比例约为88.6%。随着平台在内容创新、社交互动等方面的不断拓展和优化，用户的付费意愿以及付费额也将趋于提升。根据预测，游戏直播平台的年度付费用户数将由2018年的

3200 万增长至 2023 年的 6300 万人（CAGR 约 14.5%），付费用户的年度付费金额也将由 2018 年的 365 元增长至 2023 年的 581 元（CAGR 约 9.7%）。

游戏直播平台目前也在拓展包括游戏发行、订阅会员和自制内容商业化等变现通道。用户的喜爱不仅仅基于主播，也基于对游戏本身的热爱，因此游戏直播往往相较其他类型的直播有更好的用户留存度，平台用户规模也相对更高。借助平台庞大的游戏用户规模，以及聚集度更高、更易精准对接的游戏玩家人群，品牌广告商以及游戏推广也对游戏直播平台青睐有加。

中国游戏直播行业收入结构及增速
中国游戏直播行业付费用户数及付费率

第二节 中国游戏直播产量分析

一、游戏直播产业总体产能规模

二、游戏直播生产区域分布

第三节 中国游戏直播市场需求分析

第四节 行业供需平衡状况分析

一、游戏直播行业供需平衡现状

二、影响行业供需平衡的因素分析

三、游戏直播行业供需平衡走势预测

第五章 中国游戏直播所属行业发展现状分析及市场规模分析

第一节 中国游戏直播行业发展分析

一、2014-2019年中国游戏直播行业发展态势分析

二、2014-2019年中国游戏直播行业发展特点分析

三、2014-2019年中国游戏直播行业市场供需分析

第二节 中国游戏直播产业特征与行业重要性

第三节 游戏直播行业特性分析

第四节 2019年中国游戏直播市场规模分析

第五节 2019年中国游戏直播区域市场规模分析

一、2019年东北地区市场规模分析

二、2019年华北地区市场规模分析

三、2019年华东地区市场规模分析

四、2019年华中地区市场规模分析

五、2019年华南地区市场规模分析

六、2019年西部地区市场规模分析

第六节 2021-2027年中国游戏直播市场规模预测

第六章 游戏直播所属行业产品价格分析

第一节 中国游戏直播行业产品历年价格回顾

第二节 中国游戏直播行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国游戏直播行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第七章 游戏直播行业替代品及互补产品分析

第一节 游戏直播行业替代品分析

一、替代品种类

二、主要替代品对游戏直播行业的影响

三、替代品发展趋势分析

第二节 游戏直播行业互补产品分析

一、行业互补产品种类

二、主要互补产品对游戏直播行业的影响

三、互补产品发展趋势分析

第八章 游戏直播所属行业竞争格局及竞争策略分析

第一节 游戏直播行业竞争格局分析

一、行业集中度分析

二、行业竞争格局

三、竞争群组

四、游戏直播行业竞争关键因素分析

1、价格

2、渠道

3、产品/服务质量

4、品牌

第二节 游戏直播行业市场竞争策略分析

一、行业国际竞争力比较

- 1、生产要素
- 2、需求条件
- 3、相关和支持性产业
- 4、企业战略、结构与竞争状态

二、游戏直播企业竞争策略分析

- 1、提高游戏直播企业核心竞争力的对策
- 2、影响游戏直播企业核心竞争力的因素及提升途径
- 3、提高游戏直播企业竞争力的策略

第九章 游戏直播主要上下游产品分析

第一节 游戏直播上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 游戏直播行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第十章 游戏直播行业渠道与行业品牌分析

第一节 游戏直播行业渠道分析

- 一、渠道格局
- 二、渠道形式
- 三、渠道要素对比
- 四、各区域主要代理商情况

第二节 游戏直播行业品牌分析

- 一、品牌数量分析
- 二、品牌推广方式分析
- 三、品牌美誉度分析
- 四、品牌的选择情况

第十一章 游戏直播行业重点企业竞争分析

第一节 斗鱼

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 虎牙

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 战旗

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 龙珠

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 熊猫TV

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 火猫直播

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十二章 2021-2027年中国游戏直播行业发展前景预测

第一节 未来游戏直播行业发展趋势分析

- 一、未来游戏直播行业发展分析
- 二、未来游戏直播行业技术开发方向
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第二节 2021-2027年游戏直播行业运行状况预测

- 一、2021-2027年游戏直播行业工业总产值预测
- 二、2021-2027年游戏直播行业销售收入预测
- 三、2021-2027年游戏直播行业总资产预测

第十三章 游戏直播行业风险与投资策略分析

第一节 游戏直播行业风险分析

- 一、行业环境风险
- 二、行业产业链上下游风险
- 三、行业政策风险
- 四、行业市场风险
- 五、行业其他风险分析

第二节 游戏直播投资策略分析

- 一、行业总体发展前景及市场机会分析
- 二、企业营销策略
- 三、企业投资策略
- 四、企业应对当前经济形势策略建议

图表目录：

图表：游戏直播行业渠道格局分析

图表：游戏直播渠道策略示意图

图表：游戏直播产业链投资示意图

图表：游戏直播行业销售渠道控制五力模型

图表：中国游戏直播行业需求集中度分析

图表：中国游戏直播行业竞争群组分析

图表：2019年中国游戏直播行业产量分析

图表：2019年中国游戏直播行业产能分析

图表：2021-2027年中国游戏直播行业产量预测
图表：2019年中国游戏直播行业需求量分析
图表：2014-2019年全球游戏直播行业市场规模及增速
图表：2014-2019年国内生产总值及其增长速度
图表：2014-2019年城镇新增就业人数
图表：中国游戏直播行业市场结构分析
图表：2014-2019年社会消费品零售总额及其增长速度
图表：2014-2019年中国游戏直播行业市场规模分析
图表：2014-2019年中国华东地区游戏直播行业产量分析
图表：2014-2019年中国华北地区游戏直播行业产量分析
图表：2014-2019年中国华中地区游戏直播行业产量分析
图表：2014-2019年中国华南地区游戏直播行业产量分析
图表：2014-2019年中国东北地区游戏直播行业产量分析
图表：2014-2019年中国西部地区游戏直播行业产量分析
图表：2014-2019年中国游戏直播行业各区域需求量分析
图表：2021-2027年中国游戏直播行业需求量预测
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/236370.html>