

2022-2028年中国游戏直播 市场深度分析与投资策略报告

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

《2022-2028年中国游戏直播市场深度分析与投资策略报告》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/202201/263202.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

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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国游戏直播市场深度分析与投资策略报告》共十四章。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家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 游戏直播行业发展综述第一节 游戏直播行业概述及分类一、行业概述二、行业主要产品分类三、行业主要商业模式第二节 游戏直播行业特征分析一、产业链分析二、游戏直播行业在国民经济中的地位三、游戏直播行业生命周期分析1、行业生命周期理论基础2、游戏直播行业生命周期第三节 游戏直播行业经济指标分析一、赢利性二、成长速度三、附加值的提升空间四、进入壁垒／退出机制五、风险性六、行业周期七、竞争激烈程度指标八、行

业及其主要子行业成熟度分析 第二章 2019年中国游戏直播行业运行环境分析第一节 游戏直播行业政治法律环境分析一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规三、行业相关发展规划第二节 游戏直播行业经济环境分析一、国际宏观经济形势分析二、国内宏观经济形势分析三、产业宏观经济环境分析第三节 游戏直播行业社会环境分析一、游戏直播产业社会环境二、社会环境对行业的影响三、游戏直播产业发展对社会发展的影响第四节 游戏直播行业技术环境分析一、游戏直播技术分析二、游戏直播技术发展水平三、行业主要技术发展趋势 第三章 2019年中国游戏直播所属行业运行分析第一节 游戏直播行业发展状况分析一、游戏直播行业发展阶段二、游戏直播行业发展总体概况游戏直播行业（包括秀场、游戏、素人直播）在中国的历史，划分为三个阶段：2005年-2013年是青铜时代，参与者寥寥，秀场直播独步天下，游戏直播并非主流；2014年-2016年是白银时代，移动互联网搅动风云，直播产业被置于风口浪尖，秀场直播走向移动端，游戏直播、泛娱乐直播各领风骚；2017年至今，金时代，百播大战尘埃落定，市场格局确立，游戏直播成为直播市场的增长引擎。国内直播产业主要平台清单

直播平台	上线时间	直播内容	备注
YY直播	2005年5月	秀场	2014年7月天鸽互动港股上市
斗鱼直播	2008年7月	秀场、游戏	2012年11月欢聚时代美股上市
战旗直播	2012年11月	游戏	前身为ACFUN生放送
浙数文化旗下产品	2014年5月	游戏	CS：GO人气最高
火猫直播	2014年10月	游戏	由YY直播拆分而来
龙珠直播	2014年11月	秀场、游戏	2015年2月被苏宁收购
映客	2015年2月	游戏	2015年5月泛娱乐
花椒直播	2015年6月	泛娱乐	2018年7月港股上市
触手直播	2015年6月	泛娱乐	2018年6月收购六间房
陌陌直播	2015年7月	手游	获google、爱奇艺投资
陌陌直播	2015年9月	泛娱乐	2014年12月陌陌美股上市
熊猫直播	2015年10月	游戏	2015年11月泛娱乐
全面直播	2015年11月	泛娱乐	2018年11月关闭
网易CC直播	2016年6月	游戏	由网易CC更名而来
狮吼直播	2016年9月	手游	2016年10月腾讯旗下综合性移动电竞平台
企鹅电竞	2016年10月	手游	2018年1月获一下科技、盛大投资

三、游戏直播行业发展特点分析第二节 游戏直播行业发展现状一、游戏直播行业市场规模二、游戏直播行业发展分析三、游戏直播企业发展分析第三节 区域市场分析一、区域市场分布总体情况二、重点省市市场分析第四节 游戏直播细分产品/服务市场分析一、细分产品/服务特色二、细分产品/服务市场规模及增速三、重点细分产品/服务市场前景预测第五节 游戏直播产品/服务价格分析一、游戏直播价格走势二、影响游戏直播价格的关键因素分析1、成本2、供需情况3、关联产品4、其他三、2015-2019年游戏直播产品/服务价格变化趋势四、主要游戏直播企业价位及价格策略 第四章 2019年中国游戏直播所属行业整体运行指标分析第一节 游戏直播行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、人员规模状况分析三、行业资产规模分析四、行业市场规模分析第二节 游戏直播行业产销情况分析一、游戏直播行业工业总产值二、游戏直播行业工业销售产值三、游戏直播行业产销率第三节 游戏直播行业财务指

标总体分析一、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 第五章 2019年中国游戏直播行业供需形势分析第一节 游戏直播行业供给分析一、游戏直播行业供给分析二、2015-2019年游戏直播行业供给变化趋势三、游戏直播行业区域供给分析第二节 游戏直播行业需求情况一、游戏直播行业需求市场二、游戏直播行业客户结构三、游戏直播行业需求的地区差异第三节 游戏直播市场应用及需求预测一、游戏直播应用市场总体需求分析1、游戏直播应用市场需求特征2、游戏直播应用市场需求总规模二、2022-2028年游戏直播行业领域需求量预测1、2022-2028年游戏直播行业领域需求产品/服务功能预测2、2022-2028年游戏直播行业领域需求产品/服务市场格局预测三、重点行业游戏直播产品/服务需求分析预测 第六章 2019年中国游戏直播行业产业结构分析第一节 游戏直播产业结构分析一、市场细分充分程度分析二、各细分市场领先企业排名三、各细分市场占总市场的结构比例四、领先企业的结构分析（所有制结构）第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析一、产业价值链条的构成二、产业链条的竞争优势与劣势分析第三节 产业结构发展预测一、产业结构调整指导政策分析二、产业结构调整中消费者需求的引导因素三、中国游戏直播行业参与国际竞争的战略市场定位四、产业结构调整方向分析 第七章 2019年中国游戏直播行业产业链分析第一节 游戏直播行业产业链分析一、产业链结构分析二、主要环节的增值空间三、与上下游行业之间的关联性第二节 游戏直播上游行业分析一、游戏直播产品成本构成二、上游行业发展现状三、2015-2019年上游行业发展趋势四、上游供给对游戏直播行业的影响第三节 游戏直播下游行业分析一、游戏直播下游行业分布二、下游行业发展现状三、2015-2019年下游行业发展趋势四、下游需求对游戏直播行业的影响 第八章 2019年中国游戏直播行业渠道分析及策略第一节 游戏直播行业渠道分析一、渠道形式及对比二、各类渠道对游戏直播行业的影响三、主要游戏直播企业渠道策略研究四、各区域主要代理商情况第二节 游戏直播行业用户分析一、用户需求特点分析二、用户购买途径分析第三节 游戏直播行业营销策略分析一、中国游戏直播营销概况二、游戏直播营销策略探讨三、游戏直播营销发展趋势 第九章 2019年中国游戏直播行业竞争形势及策略第一节 行业总体市场竞争状况分析一、游戏直播行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、游戏直播行业企业间竞争格局分析三、游戏直播行业集中度分析四、游戏直播行业SWOT分析第二节 游戏直播行业竞争格局综述一、游戏直播行业竞争概况1、中国游戏直播行业竞争格局2、游戏直播行业未来竞争格局和特点3、游戏直播市场进入及竞争对手分析二、中国游戏直播行业竞争力分析1、中国游戏直播行业竞争力剖析2、中国游戏直播企业市场竞争的优势3、国内游戏直播企业竞争能力提升途径三、游戏直播市场竞争策略分析 第十章 游戏直播主要企业发展概述第一节 斗鱼一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、投资前景第二节 虎牙一、企业概况

二、竞争优势分析三、经营状况四、投资前景第三节战旗一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、投资前景第四节龙珠一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、投资前景第五节熊猫TV一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、投资前景第六节火猫直播一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、投资前景 第十一章 2022-2028年中国游戏直播行业投资前景分析第一节 游戏直播市场发展前景一、游戏直播市场发展潜力二、游戏直播市场发展前景展望三、游戏直播细分行业发展前景分析第二节 游戏直播市场发展趋势预测一、游戏直播行业发展趋势二、游戏直播市场规模预测三、游戏直播行业应用趋势预测四、2022-2028年细分市场发展趋势预测第三节 游戏直播行业供需预测一、游戏直播行业供给预测二、游戏直播行业需求预测三、游戏直播供需平衡预测第四节 影响企业生产与经营的关键趋势一、市场整合成长趋势二、需求变化趋势及新的商业机遇预测三、企业区域市场拓展的趋势四、科研开发趋势及替代技术进展五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2022-2028年中国游戏直播行业投资机会与风险分析第一节 游戏直播行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析第二节 游戏直播行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会第三节 游戏直播行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范 第十三章 2022-2028年中国游戏直播行业投资战略研究第一节 游戏直播行业发展战略研究一、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、产业战略规划第二节 游戏直播新产品差异化战略一、游戏直播行业投资战略研究二、游戏直播行业投资战略三、游戏直播行业投资战略四、细分行业投资战略 第十四章 研究结论及投资建议（一）第一节 游戏直播行业研究结论第二节 游戏直播行业投资价值评估第三节 游戏直播行业投资建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议（二） 图表目录：图表：游戏直播行业生命周期图表：游戏直播行业产业链结构图表：2019年中国游戏直播行业市场规模图表：2019年中国游戏直播市场占全球份额比较图表：2019年中国游戏直播行业重要数据指标比较图表：2019年中国游戏直播行业集中度图表：2019年中国游戏直播行业销售收入图表：2019年中国游戏直播行业利润总额图表：2019年中国游戏直播行业资产总计图表：2019年中国游戏直播行业负债总计图表：2019年中国游戏直播市场价格走势图表：2019年中国游戏直播行业竞争力分析图表：2019年中国游戏直播行业工业总产值图表：2019年中国游戏直播行业主营业务收入图表：2019年中国游戏直播行业主营业务成本图表：2019年中国游戏直播行业销售费用分析图表：2019年中国游戏直播行业管理费用分析图表：2019年中国游戏直播行业财务费用分析图表：2019年中国游戏直播行业销售毛利率分析图表：2019年中国游戏直播行业销售利润率分析图表：2019年中国游戏直播行业成本费用利润率分析图表：2019年中国游戏

直播行业总资产利润率分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263202.html>