

2020-2026年中国直播行业 前景展望与未来发展趋势报告

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

《2020-2026年中国直播行业前景展望与未来发展趋势报告》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/202008/179824.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

二季度直播收入同比增加 58%至 4.11 亿美元，占收入 83%，直播付费用户环比增加至 480 万。除直播收入依然增长强劲外，二季度增值服务受社交场景拓宽下长尾用户变现以及探探变现的拉动同比增加 124%至 0.55 亿美元，占收比11%。二季度陌陌的增值服务收入同比增加 124%，付费用户数达到 530 万，除探探外的增值服务收入同比增 105%，得益于社交场景的拓宽，比如在聊天室添加卡拉 OK 功能以及在快聊中引入社交小游戏等。二季度直播运营重点是推动中长尾用户活跃度以及培育新主播。世界杯对直播的时间有很大重合，对直播业务有分流影响，公司采取了一系列措施例如邀请央视一线评论员和国际球星来将影响最小化。探探今年的重点是培育品牌，扩大用户规模。付费用户留存明显高于非付费用户，说明付费功能提供了更好的用户体验。在 7 月，探探上线“超级曝光”和“查看谁喜欢我”两项 VIP 新功能，对三季度变现有虎牙在国内收入持续高增长的同时瞄准海外市场，占领东南亚游戏直播市场是初步目标，虎牙今年开发的独立移动端应用 NIMO TV 也只是一个开始，未来会与腾讯紧密合作持续加大海外投入。虎牙二季度总收入同比增 125%至 10.4 亿元，得益于移动端用户规模快速扩张，二季度移动端 MAU 同比增 25%达到 4270 万，占比总 MAU 近半，MAU 同比增 11%至 9150 万，付费用户数同比增 41%至 340 万，直播 ARPU 接近 290 元，达到历史新高。二季度非通用会计准则净利润同比扭亏，环比增 74%至 0.6 亿元，对应非通用会计准则净利润率 6.2%。

3Q18 直播总收入指引情况 - 三季度总收入指引

公司	三季度总收入环比增长	三季度总收入同比增长
欢聚时代（包括虎牙）	3%-6.5%	26%-30%
陌陌	13%-17%	51%-55%
虎牙	15%-18%	104%-109%

2Q18 直播行业移动MAU及直播付费用户情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国直播行业前景展望与未来发展趋势报告》共十一章。首先介绍了中国直播行业市场发展环境、直播整体运行态势等，接着分析了中国直播行业市场运行的现状，然后介绍了直播市场竞争格局。随后，报告对直播做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国直播行业发展趋势与投资预测。您若想对直播产业有个系统的了解或者想投资中国直播行业，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 2018年中国直播---产业运行环境解析

1.1 2018年中国宏观经济环境分析

1.1.1 中国gdp分析

1.1.2 中国cpi指数分析

1.1.3 中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

1.1.4 存贷款利率变化

1.1.5 财政收支状况

1.1.6 贸易战对中国经济的影响

1.2 2018年中国直播---产业政策环境分析

1.2.1 产业政策分析

1.2.2 相关产业影响分析

1.2.3 产业相关法律法规分析

1.3 2018年中国直播---产业技术环境分析

第二章 2018年世界直播---产业运行透析

2.1 全球直播---发展简况

2.1.1 直播---在全球的发展现状

2.1.1.1 直播---产业发展历程

2.1.1.2 全球直播---发展特点

2.1.1.3 全球直播---系统及其新发展

2.1.1.4 欧美直播已形成产业链

2.1.2 美国直播---市场的发展现状

2.1.2.1 direc tv公司

2.1.2.2 dish network公司

2.1.3 直播---在欧洲市场的发展现状

2.1.3.1 欧洲的直播---

2.1.3.2 欧洲---高清电视

2.1.3.3 英国bskyb公司

2.1.4 直播---在亚太市场的发展现状

2.1.4.1 日本sky perfect公司

2.1.4.2 韩国skylife

2.1.4.3 马来西亚

2.1.4.4 印度

2.1.4.5 中国香港

第三章 2018年中国直播---产业运行透析

3.1 2018年中国直播---发展简况

3.3.1我国直播市场非常广阔

经过2016年中国在线直播行业的爆发式增长后，直播行业荷尔蒙经济逐渐消退，行业开始回归理性，带动市场良性发展。2017年中国在线直播行业用户规模达到3.92亿人，同比增长26.5%，预计2018年用户规模将进一步扩大，达到4.52亿人，同比增长15.3%。2016-2020年中国在线直播行业市场规模及增长率走势

3.3.1直播---将带动产业链发展

3.2 2018年中国直播---产业动态分析

3.2.1 直播---进3.7万个村 农户可接收95套节目

3.2.1 直播---"村村通"惠及地震灾区农民

3.2.3 首批“村村通”直播---接收设备安装调试完成

3.2.4 直播---加密将会加速数字电视进程

3.2.5直播---接收设备售后服务体系

第四章 2018年中国航天与---通信广播产业分析

4.1 2018年中国航天事业发民综述

4.1.1 中国航天事业发展历程

4.1.2 用科学发展观引领航天事业又好又快发展

4.1.3 中国航天事业现状与未来

4.1.4 世界航天事业对中国启示

4.2 2018年中国---通信企业透析

4.2.1 中国空间段---通信公司

4.2.1.1 中国航天科技集团公司

4.2.1.2 中国直播---公司

4.2.1.3 亚洲---公司 (asiasat)

4.2.1.4 亚太---控股有限公司

4.2.2 中国空间段---

4.2.2.1 中卫一号

4.2.2.2 鑫诺一号

4.2.2.3 亚洲二号

4.2.2.4 亚洲3s

4.2.2.5 亚洲四号

4.2.2.6 亚太iir号

4.2.2.7 亚太v号

4.3 2018年中国---广播电视简况

4.3.1 ---电视产业运行总况

4.3.1.1 中国---电视产业历程演进

4.3.1.2谈我国---电视产业的运营

4.3.1.3我国---电视产业市场结构实证分析及优化对策

4.3.1.4---数字电视产业：期待政策突破

4.3.2 在轨的广播电视---概况

4.3.2.1 中星6b

4.3.2.2 中星九号

4.3.2.3 鑫诺三号

4.3.3 全国---广播电视转星调整

第五章直播---技术与标准

5.1 频率规划

5.1.1 无线频率的划分

5.1.2 ---广播电视的频率及局限

5.1.3 数字电视直播---的频率

5.2 内容安全

5.3 编码标准

5.3.1 信源

5.3.2 信道

5.4 直播---技术参数

第六章 2018年中国直播---产业运营模式探讨

6.1 产业运营模式和特征研究

6.1.1 空间段和地面段的运营关系

6.1.2 直播---产业自身运营特点

6.2 直播---产业运营思路

6.2.1 直播---产业总体运营思路

6.2.2 中国直播---运营中面临的问题

6.3 直播---空间段运营模式

6.3.1 空间段运营商

6.3.2 空间段运营模式

6.4 直播---地面段公益运营模式

6.4.1 总局无线局

6.4.2 地面段公益运营模式

6.5 直播---地面段商业运营模式

6.5.1 中数传媒

6.5.2 地面段商业运营模式

6.5.2.1 地面段运营商可行的商业运营模式

6.5.2.2 地面段运营商成本收益分析

6.5.2.3 地面段运营面临的主要运营风险

第七章 2018年中国直播---产业链透析——芯片厂商

7.1中天联科

7.1.1 企业概况

7.1.2 中天联科致力于推动数字---直播产业

7.1.3 中天联科电视接收芯片获2008“中国芯”潜质奖

7.1.4 中天联科发展战略分析

7.2杭州国芯

7.2.1 企业概况

7.2.2 杭州国芯再摘桂冠,获重大技术发明奖

7.2.3 杭州国芯信源解码产品获edn年度优秀产品

7.2.4 企业竞争力分析

7.2.5 杭州国芯发展战略分析

7.3湖南国科

7.3.1 企业概况

7.3.2 直播星第二轮招标湖南国科成为大赢家

7.3.3联广视讯将携手湖南国科开展直播---业务

7.3.4 企业竞争力分析

7.3.5湖南国科发展战略分析

第八章 2018年中国直播---产业链透析——终端接收设备

8.1长虹（600839）

8.1.1 企业概况

8.1.2 企业主要经济指标分析

8.1.3 企业成长性分析

8.1.4 企业经营能力分析

8.1.5 企业盈利能力及偿债能力分析

8.2九洲（000653）

8.2.1 企业概况

8.2.2 企业主要经济指标分析

8.2.3 企业成长性分析

8.2.4 企业经营能力分析

8.2.5 企业盈利能力及偿债能力分析

8.3神州（000968）

8.3.1 企业概况

8.3.2 企业主要经济指标分析

8.3.3 企业成长性分析

8.3.4 企业经营能力分析

8.3.5 企业盈利能力及偿债能力分析

8.4海信（600060）

8.4.1 企业概况

8.4.2 企业主要经济指标分析

8.4.3 企业成长性分析

8.4.4 企业经营能力分析

8.4.5 企业盈利能力及偿债能力分析

8.5上海广电（600602）

8.5.1 企业概况

8.5.2 企业主要经济指标分析

- 8.5.3 企业成长性分析
- 8.5.4 企业经营能力分析
- 8.5.5 企业盈利能力及偿债能力分析
- 8.5同洲（002052）
- 8.6.1 企业概况
- 8.6.2 企业主要经济指标分析
- 8.6.3 企业成长性分析
- 8.6.4 企业经营能力分析
- 8.6.5 企业盈利能力及偿债能力分析

第九章 2018年中国重点工程对直播---产业的促进探讨

- 9.1 全国文化信息资源共享工程
 - 9.1.1 全国文化信息资源共享工程
 - 9.1.2 直播---在全国文化信息共享工程中发挥的作用
- 9.2 广播电视“村村通”工程
 - 9.2.1 “村村通”广播电视发展现状
 - 9.2.2 “村村通”广播电视的意义
 - 9.2.3 直播---“村村通”
 - 9.2.3.1 20户以上直播---“村村通”
 - 9.2.3.2 20户以下直播---“村村通”

第十章 2018年中国直播---市场需求分析

- 10.1 地下市场研究
 - 10.1.1 地下市场现有规模
 - 10.1.2 地下市场消费特征
 - 10.1.3 直播---市场的快速发展
- 10.2 ---节目市场需求研究
 - 10.2.1 农村用户对---节目的需求
 - 10.2.2 城市用户对---节目的需求
 - 10.2.3 农村用户与城市用户的需求比较研究
- 10.3 直播---与高清市场
 - 10.3.1 高清市场发展现状

10.3.2 直播---对高清市场的促进

第十一章 2018-2024年中国直播---市场趋势预测分析

11.1 直播---市场发展影响因素

11.1.1 政策

11.1.2 “村村通”工程进度

11.1.3 ---节目

11.1.4 渠道部属和用户需求

11.2 直播---与其他传输通道的博弈关系

11.2.1 直播---与有线数字电视

11.2.2 直播---与地面数字电视

11.3 2018-2024年中国直播---市场发展规模预测

11.3.1 发展前景

11.3.2 农村市场

11.3.3 城市市场

11.4 2018-2024年中国直播---市场投资研究

11.4.1 直播---市场投资特性

11.4.2 直播---机会与风险

11.4.3 投资建议

图表目录：（部分）

图表：1994-2018年direct tv用户数量发展图

图表：1999-2018年dish network用户数量发展图

图表：2014-2018年bskyb用户数量发展

图表：sky perfect---电视系统图

图表：2000-2018年sky perfect dth用户数量发展

图表：2014-2018年韩国skylife dth用户数量发展

图表：2000-2018年马来西亚dth用户数量发展

图表：中国空间段---通信公司发展历程图

图表：中卫-1号c频段覆盖图

图表：中卫-1号ku频段覆盖图

图表：鑫诺一号转发器c频段覆盖图

图表：鑫诺一号转发器ku频段覆盖图

图表：亚洲二号---c波段及ku波段转发器覆盖示意图

图表：亚洲3s号---c波段及ku波段转发器覆盖示意图

图表：亚洲四号---c波段及ku波段转发器覆盖示意图

图表：亚太iir---c波段及ku波段转发器覆盖示意图

图表：亚太v号---c波段及ku波段转发器覆盖示意图

图表：“中星6b”---覆盖图

图表：9 中星九号eirp覆盖图

图表：鑫诺三号---覆盖图

图表：avs在音视频压缩标准上的位置

图表：avs drm核心profile

图表：直播---地面段公益运营模式

图表：直播---地面段商业运营模式

图表：农村用户对---节目的需求特征

图表：城市用户感兴趣---节目的原因

图表：城市用户对---节目的需求特征

图表：美国主要直播---电视系统

图表：ses astra直播---电视系统

图表：eutelsat直播---电视系统

图表：sky perfect---电视系统

图表：129号令指导下中国发布的有关配套政策

图表：“中卫-1号”---技术参数

图表：鑫诺一号---的主要技术指标

图表：亚洲二号---技术参数

图表：亚洲3s号---技术参数

图表：亚洲四号---技术参数

图表：亚太iir---技术参数

图表：亚太v号---的技术参数

图表：“中星6b”---技术参数

图表：中星6b---（东经115.5度）节目接收技术参数

图表：“中星九号”---技术参数

图表：中星九号（东经92.2度）节目接收技术参数

图表：鑫诺三号---性能参数

图表：鑫诺3号---（东经125度）节目接收技术参数

图表：9 无线电频谱和波段的名称

图表：常用字母代码和业务频段对应表

图表：中国的直播---总体技术简介

图表：avs标准构成

图表：avs标准进展

图表：直播---的主要技术参数

图表：空间段运营商成本收益

图表：对农村人群收费的商业可行性

图表：地面段运营商成本收益

图表：“村村通”发展规划情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179824.html>