

中国网络直播行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络直播行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711207.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

网络直播是随着移动互联网等技术发展诞生的新兴业态，是由网络主播提供的不经过录音或录像，依托互联网和手机或电脑等直播工具在网络直播平台上，同步进行实况播送的网络内容服务形态。网络直播作为一种具有实时性、互动性的传播方式，其传播能力主要体现在直接的情感表达与实时交互。相比传统媒介，网络直播具备高渗透性、高交互性及高覆盖性的传播优势。按照网络直播的内容，大致可以分为秀场直播（社交直播）、内容直播（以内容消费为主，如新闻直播、教育直播等）和直播带货三大类。

一、市场规模持续扩大

近年随着互联网技术的不断革新和消费者需求的日益多元化，我国网络直播市场规模持续扩大。而根据市场分析，这一市场规模的扩大，主要得益于直播电商行业的快速发展和消费者对于直播购物的接受度提高，直播电商通过实时互动、直观展示商品特点等方式，为消费者提供了更加便捷、有趣的购物体验。同时，随着5G、AI等技术的不断发展，直播电商在画质、音效、互动性等方面也得到了显著提升，进一步推动了市场规模的扩大。数据显示，2023年我国直播电商市场规模达4.9万亿元，同比增速高达35.2%。

数据来源：观研天下整理

经过多年的发展，目前网络直播市场已经形成了一套完整的产业链，涵盖了娱乐、教育、购物等多个领域，未来发展前景广阔。在实体经济方面，网络直播已成为推动文化娱乐业发展的重要力量。许多传统的实体行业，如旅游、餐饮等，纷纷通过直播形式进行宣传和营销。同时，网络直播也在推动着文化产业发展，许多网络直播主播通过自身的影响力，为文化产品带来了更多的曝光度和销售量。2023年有71.2%的用户因观看短视频/直播购买过商品，40.3%的用户认同“短视频/直播已成为我的主要消费渠道”。

资料来源：观研天下整理

二、用户规模持续扩大，整体呈现出多元化和垂直化发展

网络直播利用互联网实现了信息的实时共享，开启了全新的社交网络交互方式，被称为拥有千亿市场的新兴产业。近年来得益于网络直播行业的规范化发展以及平台对用户经验的持续优化，我国网络直播用户规模持续增长。尤其是2020-2022年期间受疫情影响，用户居家时间增多，外出购物频率减少，我国网络直播行业迎来用户规模的大幅度增长。根据中国互联网络信息中心发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年12月，我国网络直播用户规模达8.16亿人，占网民整体的74.7%。

数据来源：中国互联网络信息中心，观研天下整理

从用户结构来看，目前我国网络直播行业的用户结构正逐步多元化、垂直化，不同领域和类

型的直播内容吸引了各类用户的关注。数据显示，2023年电商直播用户规模为5.97亿人，占网民整体的54.7%；游戏直播用户规模为2.97亿人，占网民整体的27.2%；真人秀直播用户规模为2亿人，占网民整体的18.3%；演唱会直播用户规模为2.23亿人，占网民整体的20.4%。

数据来源：观研天下整理

从地区分布来看，华东地区用户对网络直播有着高度热衷和参与度，西北地区有着较大的增长潜力。有相关数据显示，目前华东地区是我国网络直播用户占比最高的地区，占比31.4%；其次是华南地区，用户占比为18.9%。相比之下，西北地区的用户占比较少，仅为4.6%，说明这些地区的网络直播市场还有较大的发展空间。

数据来源：观研天下整理

三、市场竞争已进入内容为王的“下半场”，技术迭代成为较大变量

近年随着市场发展向好，相关资本也在不断布局该市场，相关企业注册量逐年递增，使得市场竞争逐渐激烈。近十年我国直播相关企业注册量逐年递增，2020年至2023年注册量增速保持在92.7%至190.8%的较高水平，其中2021年注册量同比激增190.8%至20.0万家，成为近十年注册量增速最快的一年。目前我国现存170.4万家直播相关企业，其中广东现存18.1万家直播相关企业，领跑全国，其次是山东现存15.1万家，排名前二；

数据来源：企查查；观研天下整理

除了企业不断增多带来的竞争外，市场渐趋饱和也带来了巨大的竞争压力。据资料显示，随着直播市场渐趋饱和，“秀场模式”开始降温，不少平台已意识到发展动能不足，开始拓展赛道。视频直播的应用范围已从视频娱乐、电子商务等泛互联网行业扩展到在线教育、视频安防、广电传媒、医疗服务等传统行业。面对“颜值直播”向“价值直播”的发展趋势，过去以秀场直播和游戏直播为主的网络直播平台纷纷向运营正规化和内容精品化转型。

例如抖音直播平台把扶持优质内容作为主要方向，戏曲、民歌、民乐等传统文化与健身、旅行等潮流文化，成为直播内容的主流形式。在过去一年，抖音平台进行了超过10亿场直播，戏曲、民乐、历史、科普等领域的主播数量增长速度较快，其中非遗类主播数量同比增长61.72%，用户观看非遗类直播内容的时长同比增长141.97%。

整体来看，目前我国网络直播平台的竞争已进入内容为王的“下半场”。未来，直播将更广泛地应用在人们生活、工作、商务等诸多领域，进一步引领互联网流量入口端的变革，网络直播并非单一的“网红经济”，最终要靠优质内容生存。

如何打造优质内容？除了主播外，技术迭代可能成为直播行业的最大变量，尤其是人工智能技术的发展，正在为直播行业带来变革。有相关人士表示，直播这种形式不断发展，出现了虚拟主播、AI技术等方面的运用。从过去我们以人为生的主播模式，逐渐向多元化方向发展

。

2024年以来，“虚拟主播带货”已经被广泛应用于各种场景。据悉，阿里巴巴国际站的跨境直播，就应用了不少人工智能技术，买卖双方交流时，可以实现多语言实时翻译并自动转成字幕，观看跨境直播的人数提升了186%。目前，阿里巴巴国际站正在研发专属“智能接待主播”。并表示AI计算具备理解人类语言和事物逻辑的能力，能直接读懂用户需求。未来，AI助理会无处不在，成为每个人工作、生活、学习中的助手。

但值得注意的是，由于目前技术的限制，虚拟主播还没有办法完全替代真人主播。而且对直播行业来说，人工智能是一把双刃剑。在一些模式化场景中，虚拟主播大大提升了工作效率。但若大规模应用起来，就会给观众一种‘冷冰冰’的感觉。不少业内人士坦言，目前虚拟主播更适合体量较小的直播间，主要起到“替班”作用，真正能当主角的，还得是真人主播。例如2023年12月18日，微信发布的《视频号金融科普类直播准入标准》正式生效，其中明确要求：主播必须真人出境。

四、行业弊端逐渐显现，亟需提高从业门槛

与此同时，随着市场的迅猛发展，行业弊端也逐渐显现。例如秀场直播里，因行业准入门槛较低，招聘未成年人参与直播的情况时有发生；另外因其主要盈利模式是用户打赏。调查显示，收看直播时付费打赏的用户比例为21.4%。为了诱导打赏，直播间里频频出现恶意炒作、刻意炫富、低俗表演等乱象。刷量造假、数据掺水的情况不在少数。

虽然内容直播与其他新业态相比，具有实时性的特点，传播速度快，影响范围广，观众还可以与主播互动，但因监管不力也沦为各种“擦边”现象的重灾区

直播带货方面也因“虚假刷单”“低俗带货”等诱导消费套路广受诟病。中国消费者协会公布的数据显示，2023年上半年受理的60多万件投诉中，直播行业成为重灾区，包括“低价引流”“珠宝骗局”“虚构夸大商品原价”等行为，让消费者叫苦不迭。而且相比传统领域，直播带货售假犯罪具有隐蔽性强、链条化和跨区域特征明显、电子证据数量庞大复杂等特点，对证据收集与审查要求更高，打击难度更大。

可见面对以上种种乱象，我国网络直播亟需一场行业整顿，亟需提高从业门槛，加强产品质量安全监管。在此背景下，国家及地方相继出台一系列政策法规，规范网络直播行业发展。其中，《互联网直播服务管理规定》《网络主播行为规范》、《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》等文件，具体规定了网络主播应该遵守的行为准则和规范要求，为直播行业划定了红线和底线。

例如2024年3月30日，为加大直播带货领域的监管，国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局印发《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》，要求加强网络直播销售产品质量安全监管，严禁利用网络直播平台销售假冒伪劣产品，严禁通过造谣、虚假营销宣传、自我打赏等方式吸引流量、炒作热度，诱导消费者打赏和购买商品。

在监管收紧的背景下，多个直播平台开始更新完善平台规则，并针对虚假宣传、恶俗炒作等

违规行为进行内部治理。重拳治理下，直播行业泡沫逐渐消退。目前整体来看，随着网络技术迭代、行业规范实施和用户习惯改变，过去的“秀场模式”开始降温，直播行业步入转型期。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国网络直播行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国网络直播行业发展概述

第一节 网络直播行业发展情况概述

- 一、网络直播行业相关定义
- 二、网络直播特点分析
- 三、网络直播行业基本情况介绍
- 四、网络直播行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、网络直播行业需求主体分析

第二节 中国网络直播行业生命周期分析

- 一、网络直播行业生命周期理论概述
- 二、网络直播行业所属的生命周期分析
- 第三节网络直播行业经济指标分析
 - 一、网络直播行业的赢利性分析
 - 二、网络直播行业的经济周期分析
 - 三、网络直播行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球网络直播行业市场发展现状分析

- 第一节全球网络直播行业发展历程回顾
- 第二节全球网络直播行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲网络直播行业地区市场分析
 - 一、亚洲网络直播行业市场现状分析
 - 二、亚洲网络直播行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲网络直播行业市场前景分析
- 第四节北美网络直播行业地区市场分析
 - 一、北美网络直播行业市场现状分析
 - 二、北美网络直播行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美网络直播行业市场前景分析
- 第五节欧洲网络直播行业地区市场分析
 - 一、欧洲网络直播行业市场现状分析
 - 二、欧洲网络直播行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲网络直播行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界网络直播行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球网络直播行业市场规模预测

第三章 中国网络直播行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对网络直播行业的影响分析
- 第三节中国网络直播行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对网络直播行业的影响分析
- 第五节中国网络直播行业产业社会环境分析

第四章 中国网络直播行业运行情况

第一节中国网络直播行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国网络直播行业市场规模分析

一、影响中国网络直播行业市场规模的因素

二、中国网络直播行业市场规模

三、中国网络直播行业市场规模解析

第三节中国网络直播行业供应情况分析

一、中国网络直播行业供应规模

二、中国网络直播行业供应特点

第四节中国网络直播行业需求情况分析

一、中国网络直播行业需求规模

二、中国网络直播行业需求特点

第五节中国网络直播行业供需平衡分析

第五章 中国网络直播行业产业链和细分市场分析

第一节中国网络直播行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、网络直播行业产业链图解

第二节中国网络直播行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对网络直播行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对网络直播行业的影响分析

第三节我国网络直播行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国网络直播行业市场竞争分析

第一节中国网络直播行业竞争现状分析

一、中国网络直播行业竞争格局分析

二、中国网络直播行业主要品牌分析

第二节中国网络直播行业集中度分析

一、中国网络直播行业市场集中度影响因素分析

二、中国网络直播行业市场集中度分析

第三节中国网络直播行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国网络直播行业模型分析

第一节中国网络直播行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国网络直播行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国网络直播行业SWOT分析结论

第三节中国网络直播行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国网络直播行业需求特点与动态分析

第一节中国网络直播行业市场动态情况

第二节中国网络直播行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节网络直播行业成本结构分析

第四节网络直播行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国网络直播行业价格现状分析

第六节中国网络直播行业平均价格走势预测

一、中国网络直播行业平均价格趋势分析

二、中国网络直播行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国网络直播行业所属行业运行数据监测

第一节中国网络直播行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国网络直播行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国网络直播行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2019-2023年中国网络直播行业区域市场现状分析

第一节中国网络直播行业区域市场规模分析

一、影响网络直播行业区域市场分布的因素

二、中国网络直播行业区域市场分布

第二节中国华东地区网络直播行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网络直播行业市场分析

(1) 华东地区网络直播行业市场规模

(2) 华东地区网络直播行业市场现状

(3) 华东地区网络直播行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区网络直播行业市场分析

(1) 华中地区网络直播行业市场规模

(2) 华中地区网络直播行业市场现状

(3) 华中地区网络直播行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区网络直播行业市场分析

(1) 华南地区网络直播行业市场规模

(2) 华南地区网络直播行业市场现状

(3) 华南地区网络直播行业市场规模预测

第五节华北地区网络直播行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区网络直播行业市场分析

(1) 华北地区网络直播行业市场规模

(2) 华北地区网络直播行业市场现状

(3) 华北地区网络直播行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区网络直播行业市场分析

(1) 东北地区网络直播行业市场规模

(2) 东北地区网络直播行业市场现状

(3) 东北地区网络直播行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区网络直播行业市场分析
 - (1) 西南地区网络直播行业市场规模
 - (2) 西南地区网络直播行业市场现状
 - (3) 西南地区网络直播行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区网络直播行业市场分析
 - (1) 西北地区网络直播行业市场规模
 - (2) 西北地区网络直播行业市场现状
 - (3) 西北地区网络直播行业市场规模预测

第十一章 网络直播行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国网络直播行业发展前景分析与预测

第一节中国网络直播行业未来发展前景分析

一、网络直播行业国内投资环境分析

二、中国网络直播行业市场机会分析

三、中国网络直播行业投资增速预测

第二节中国网络直播行业未来发展趋势预测

第三节中国网络直播行业规模发展预测

一、中国网络直播行业市场规模预测

二、中国网络直播行业市场规模增速预测

三、中国网络直播行业产值规模预测

四、中国网络直播行业产值增速预测

五、中国网络直播行业供需情况预测

第四节中国网络直播行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国网络直播行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国网络直播行业进入壁垒分析

一、网络直播行业资金壁垒分析

二、网络直播行业技术壁垒分析

三、网络直播行业人才壁垒分析

四、网络直播行业品牌壁垒分析

五、网络直播行业其他壁垒分析

第二节网络直播行业风险分析

一、网络直播行业宏观环境风险

二、网络直播行业技术风险

三、网络直播行业竞争风险

四、网络直播行业其他风险

第三节中国网络直播行业存在的问题

第四节中国网络直播行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国网络直播行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国网络直播行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国网络直播行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节网络直播行业营销策略分析

一、网络直播行业产品策略

二、网络直播行业定价策略

三、网络直播行业渠道策略

四、网络直播行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711207.html>