

中国游戏直播平台年度综合分析2019

数据来源

Analysys易观千帆：

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

用户调研：

本分析内容中的用户相关数据，发放样本：15000，实际回收有效样本：11300。实际规模根据易观推算模型得出，特殊用户”用户画像根据Analysys易观千帆数据检测与实际样本量抽样处理，经易观推算模型得出

企业访谈：

对相应游戏研发商、游戏运营商、游戏渠道商等进行对企业CXO、VP等级别进行观点信息访谈

公开信息整理：

社会主流门户网站，大数据机构对外公布信息

其他说明

- 分析内容版权：**本分析内容版权归属Analysys易观及联合合作方所有，如转载、引用，请注明出处，不得以任何形式的截图、修改、删减、增加、涂鸦分析内容
- 立场相关：**本分析内容所有观点仅代表易观分析体系结论产出，任何机构引用分析内容内数据，不得进行诱导、模糊、暗示分析内容内数据及易观立场



中国在线直播市场发展现状

NIC

政策收紧，刺激在线直播产业正规化

2018年直播平台相关政策监管事件

1月22日	自即日起至3月中旬，北京市开展网络游戏专项整治行动。其中，对网络直播游戏的主播重点查看。
1月25日	北京“Peepla”网络直播平台涉嫌淫秽色情内容信息，抓获犯罪嫌疑人17人。
2月14日	国家新闻出版广电总局发出通知，要求对已经开展的直播答题活动进行整顿，对违法违规问题实行“即发现，即处置”。
2月28日	全国多处地方查处直播平台传播淫秽物品案件，泛果、星云直播等一批涉黄平台被查封。
3月30日	上海网信办会同上海市通信管理局对咪咕直播、猫咪直播和女神直播三家网站依法采取注销备案、停止网站和移动应用程序接入服务，以及将网站负责人纳入黑名单等强制措施。
4月12日	全国扫黄打非办公室召集YY、斗鱼、花椒、映客、六间房、酷六、KK、龙珠、熊猫、天鸽互动、今日头条、快手、爱奇艺、炫一下、微博、哔哩哔哩、荔枝FM、金山等18家互联网公司相关负责人，明确监管要求。
6月8日	全国扫黄打非办公室约谈网易云音乐、百度网盘、B站、猫耳FM、蜻蜓FM等多家网站负责人，要求大力清理涉黄问题的ASMR内容。
7月26日	网信办会同相关部门开展直播短视频行业集中整治，约谈哔哩哔哩、秒拍、56视频等16款网络直播短视频相关负责人，对其12款平台作出应用下架处置，要求企业全面整改。
8月20日	全国扫黄打非办公室发布《关于加强网络直播服务管理工作的通知》，要求有关部门落实用户实名制政策，加强网络主播管理，建立主播黑名单制度等。
10月2日	国家税务局下发《关于进一步规范影视行业税收秩序有关工作的通知》，直播工会开启自查。
11月2日	龙珠直播宣布停运整改15天。

2018年相关在线直播内容政策

- 6月29日，文化部直接关停了12家网络表演平台，30家内容违规平台被查处。两个月后，工业和信息化部等六部门联合下发了《关于加强直播服务管理工作的通知》，该通知直接要求直播平台使用用户实名制、加强网络主播管理、建立直播内容监控、审查制度和违法有害内容处置措施。
- 2月多个部门联合印发《关于严格规范网络游戏市场管理的意见》，开始对网络游戏违法违规行为和不良内容进行集中整治。8月13日，腾讯旗下仅上线6天的《怪物猎人：世界》被勒令下架整改。同月，教育部等八部门联合印发了《综合防控儿童青少年近视实施方案》，该方案表示将对网络游戏实施总体调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，限制未成年人的游戏时间，避免沉迷。

短视频抢占移动互联网用户碎片化时间



根据Analysys易观千帆数据检测，在整体2018年，短视频行业异军突起，抢占了整个移动互联网用户的碎片化时间，并且短视频行业的地域下沉范围之广，进入门槛较低，成为整个互联网内容行业的宠儿，在整体的2018年中，所有的短视频用户在使用短视频APP总时长峰值累计将近1000000万小时。



2018年1月-11月短视频用户使用总时长



中国在线直播产业图谱

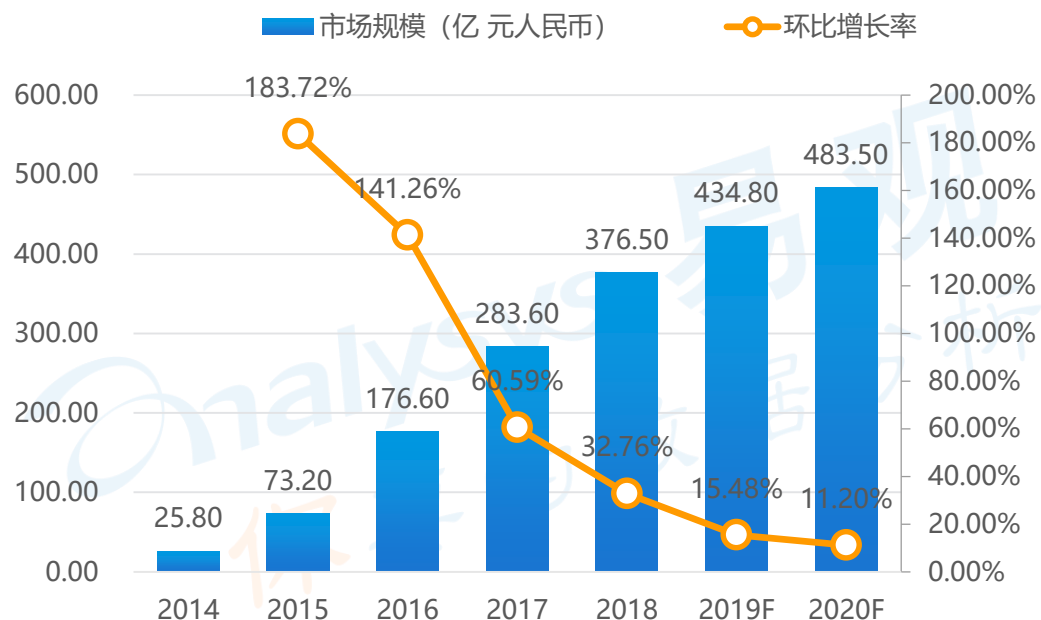


我国在线直播市场规模达到376.5亿，游戏直播营收增长明显



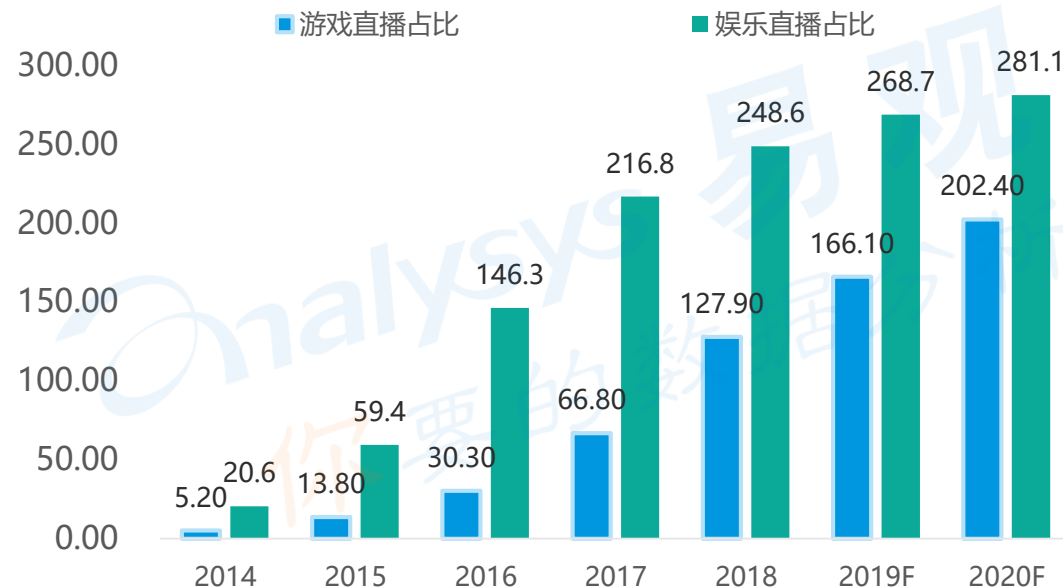
Analysys易观分析认为，2018年全年我国在线直播市场营收规模达到376.5亿，环比增长32.76%。从细分市场来看，游戏直播市场增长相比与娱乐直播增长较为明显，增长率达到91.47%。这主要是因为娱乐直播的商业模式业已经形成固定模式，而游戏直播市场商业模式可以更多的向其他方向去延展。另外一方面，政策对游戏内容的把控，使得整体游戏市场下行，对于一些老牌的游戏直播平台来说也是一个着重用户运营的契机。

2014年-2020F年中国在线直播市场规模



数据说明：中国在线直播市场规模即中国在线直播类型娱乐直播及游戏直播营收总和。
数据来源：上市企业财报。Analysys易观·易观千帆。专家访谈。市场调研。易观推算模型得出。

2014-2020F中国在线直播市场细分类型市场规模



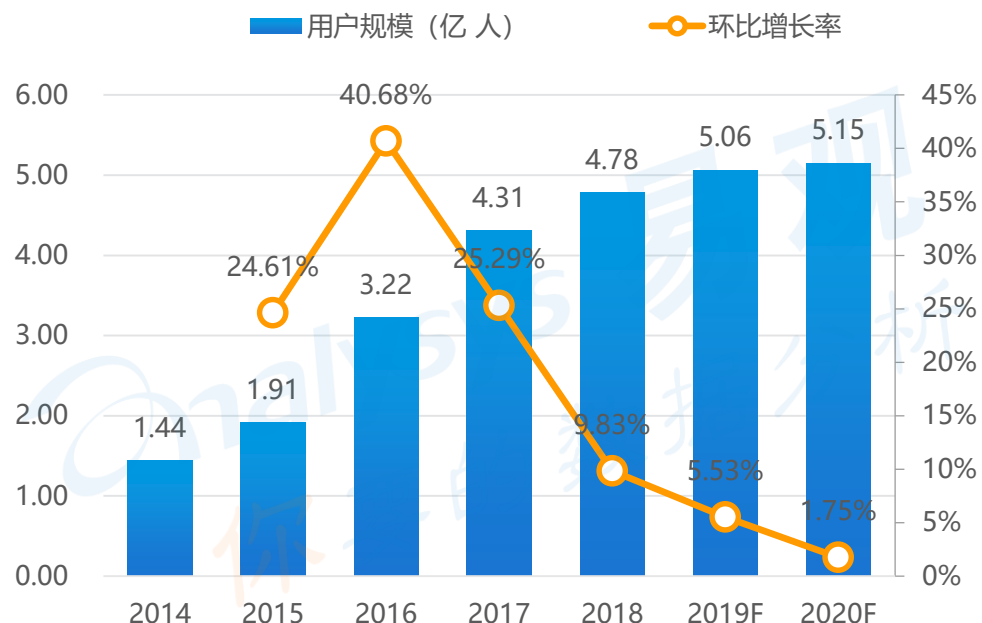
数据来源：上市企业财报。Analysys易观·易观千帆。专家访谈。市场调研。易观推算模型得出。

我国在线直播用户规模达到4.78亿，用户主要集中在移动端



Analysys易观分析认为，2018年我国在线直播用户规模达到4.78亿，环比增长率为9.83%。自2016年游戏直播市场涌入大量的用户，整体的在线直播市场竞争更加激烈，到了2018年，基本市场格局业已经稳定，整体用户的增速开始放缓，用户整体的状态已经进入存量市场。目前，我国在线直播的用户普遍集中于移动端，这主要是首先互联网进程早已经进入了移动互联网时代，另一方面，目前我国智能机的发展更加智能，智能机已经大部分能够代替PC端的功能，解放了用户的使用场景。

2014-2020F中国在线直播市场用户规模

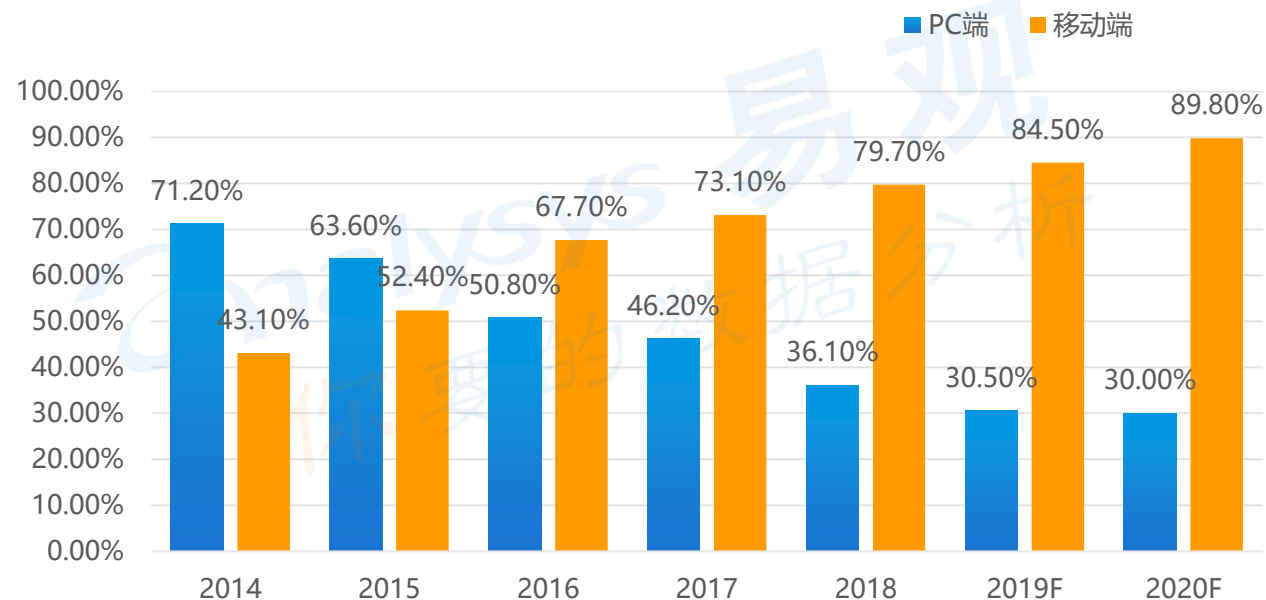


数据来源：上市企业财报，Analysys易观·易观千帆，专家访谈，市场调研，易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2014-2020F中国在线直播市场PC端与移动端用户渗透率



数据来源：上市企业财报，Analysys易观·易观千帆，专家访谈，市场调研，易观推算模型得出。

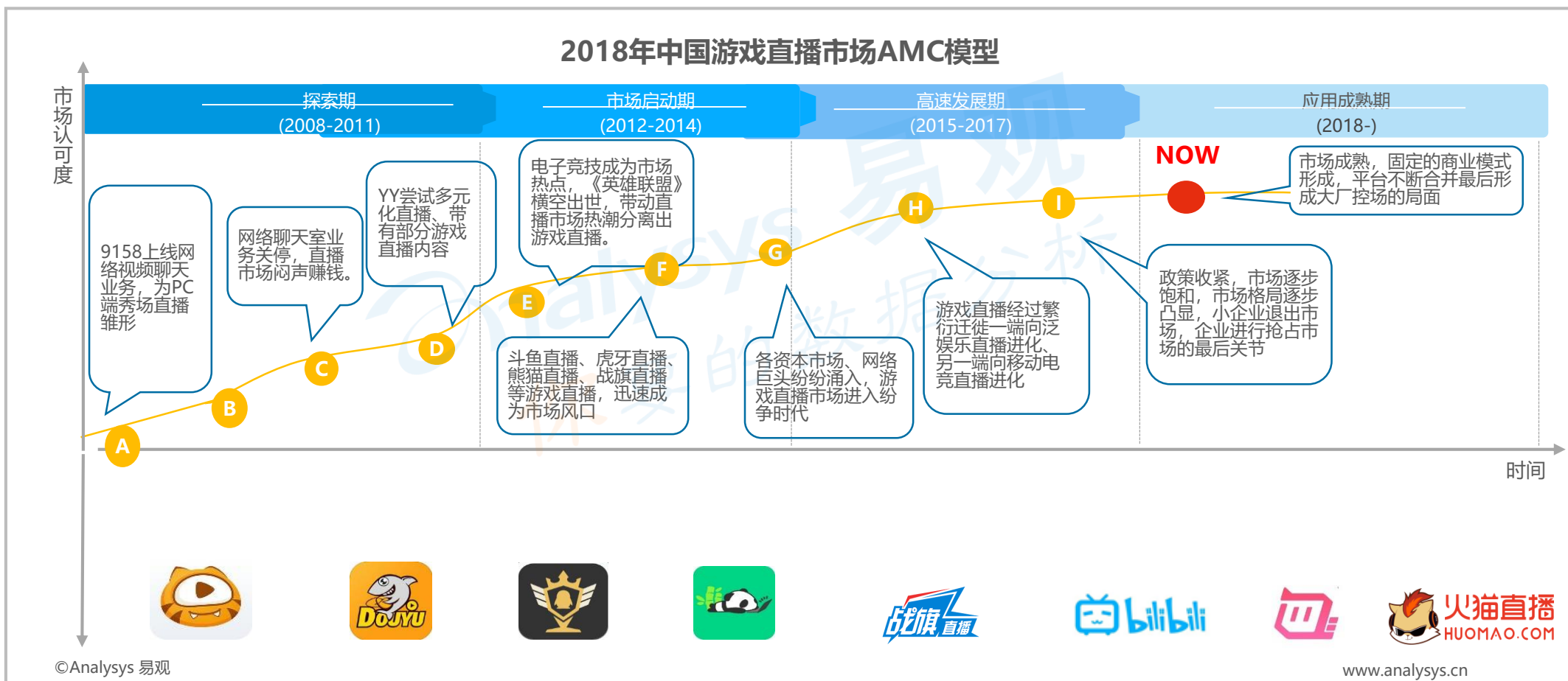
© Analysys 易观

www.analysys.cn

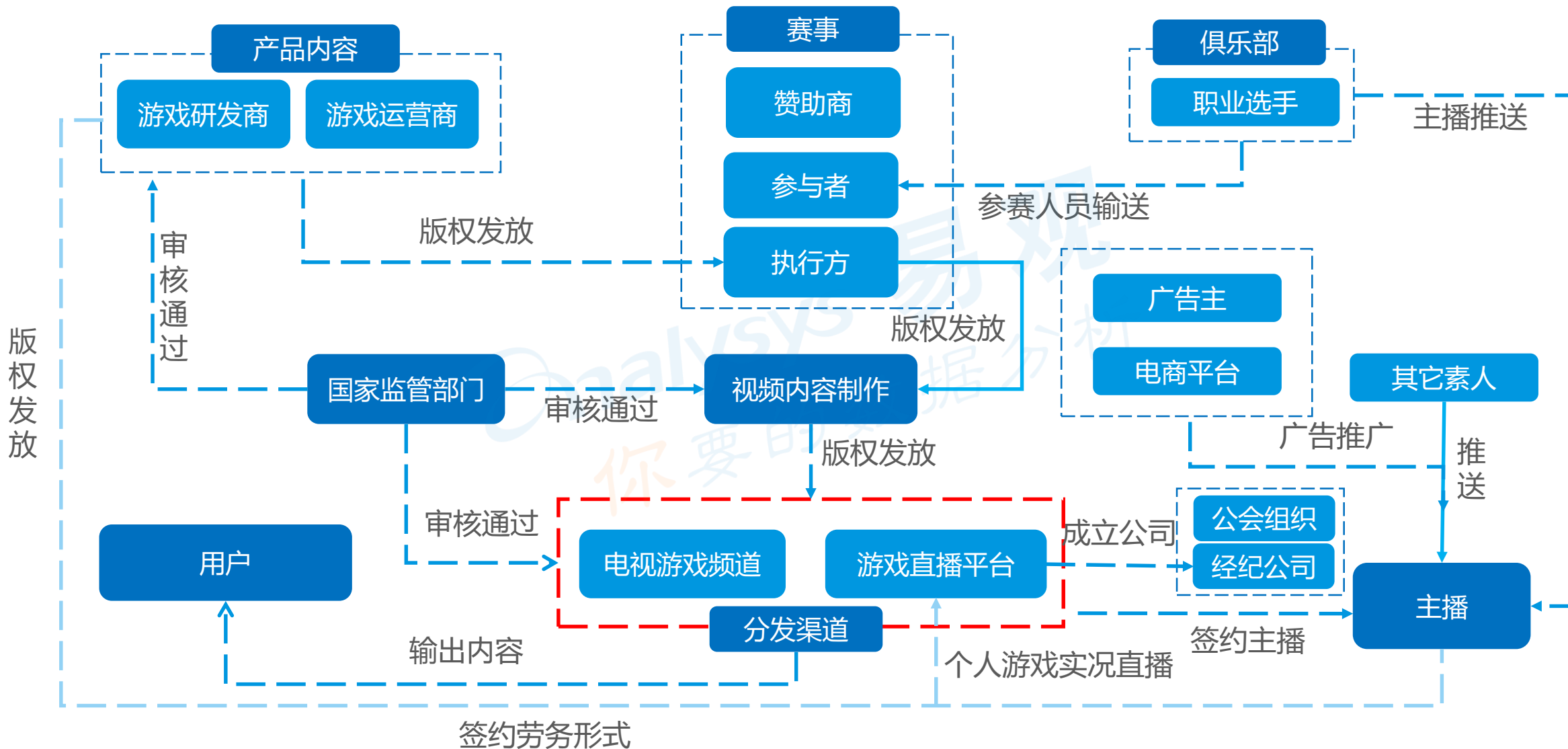
大浪淘沙，游戏直播市场经过沉淀步入成熟期



Analysys易观认为，游戏直播整体环境经过沉淀，在2018年所有的游戏直播市场各个环节业已经成熟，竞争格局也形成固定化，商业模式达到瓶颈，直播平台经过大浪淘沙，仅留下具有竞争力的几家大厂。



游戏直播平台承载产业链上下游环节





中国游戏直播市场竞争分析

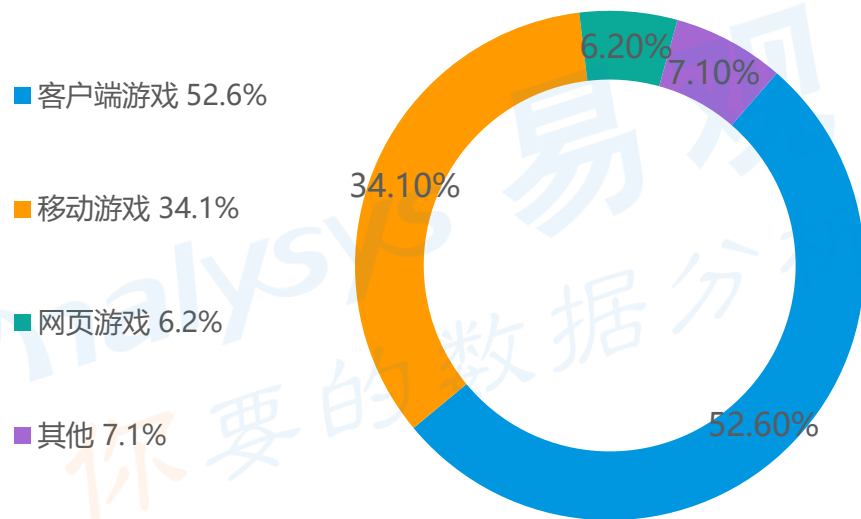
NO

客户端游戏占据半壁江山，电竞是当下主流热门内容



根据Analysys易观干帆数据检测，目前在整体的游戏直播市场中，大型的客户端游戏产品内容占据了半壁江山，占比达到52.6%。虽然移动游戏产品为目前主流细分游戏市场，但是由于客户端游戏与游戏直播在用户使用时常的行为上相似度较高，而移动游戏多为碎片化的产品内容为主。另外，随着电子竞技的火热，电子竞技属性的产品内容在游戏直播市场占比超过八成，达到87.6%。

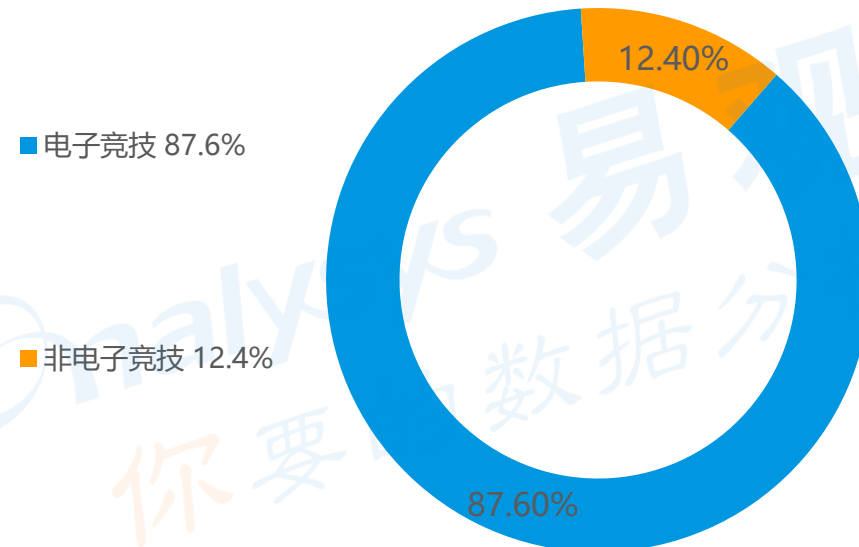
2018年游戏直播市场游戏产品内容分布



© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

2018年游戏直播市场游戏产品属性内容分布



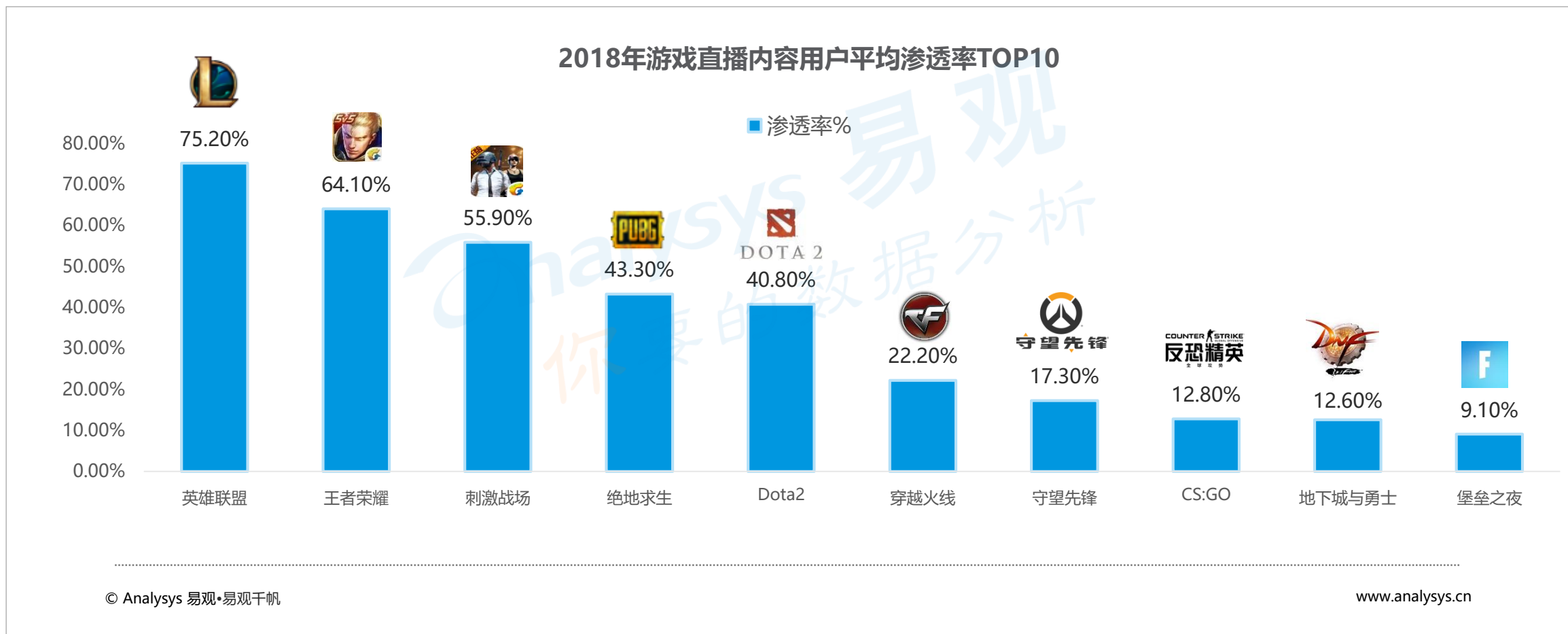
© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

MOBA与FPS类电竞产品成为大热门



根据Analysys易观千帆数据检测，在游戏直播市场，电子竞技内容产品中，MOBA类与FPS类用户渗透率最多，所有的游戏直播内容TOP10中，除《地下城与勇士》外，其他均为MOBA与FPS类内容，这主要是因为这两种类型内容是老牌的电竞内容，也是最早电子竞技雏形之时用户覆盖最多的类型产品，另外，此两种类型产品在电子竞技产业中的赛事方面也比较完备，赛制体系较为成熟。

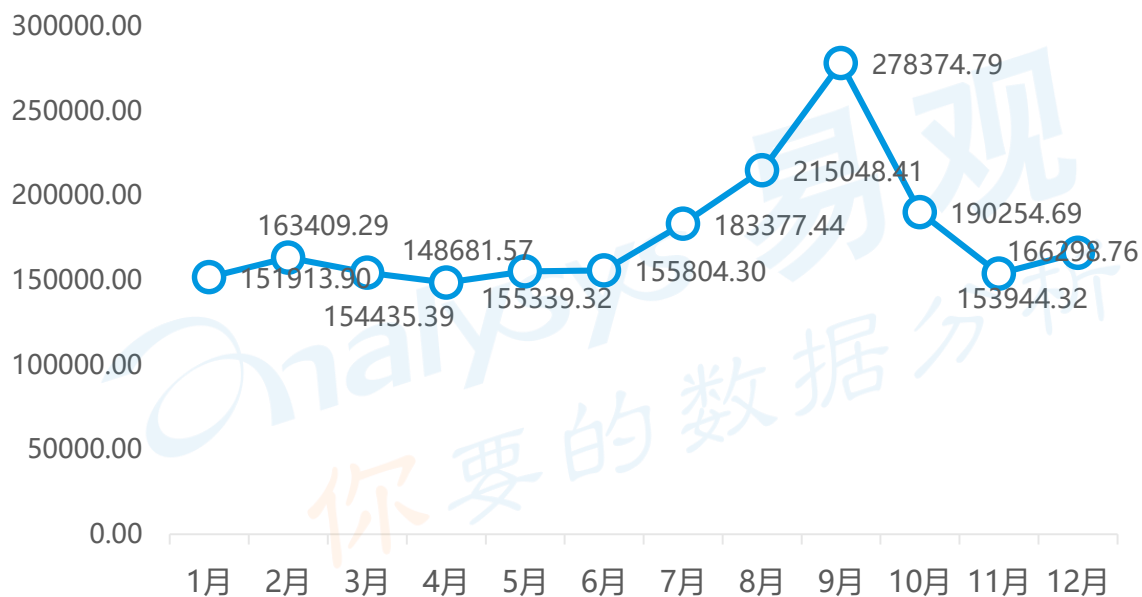


第三季度是中国游戏直播平台用户粘性增长高峰期



根据Analysys易观千帆数据检测，整体的游戏直播平台竞争中，在第三季度处于用户粘性的高峰阶段，用户在启动次数以及使用时长上明显相比于其他月份有所增加，在第三季度，英雄联盟的S系列赛预热并开始，特别是此次中国赛区获得冠军，使得部分老用户得以召回，粘性增加。

2018年1月-12月中国游戏直播平台启动次数 (万次)



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2018年1月-12月中国游戏直播平台使用时长 (万小时)



© Analysys 易观·易观千帆

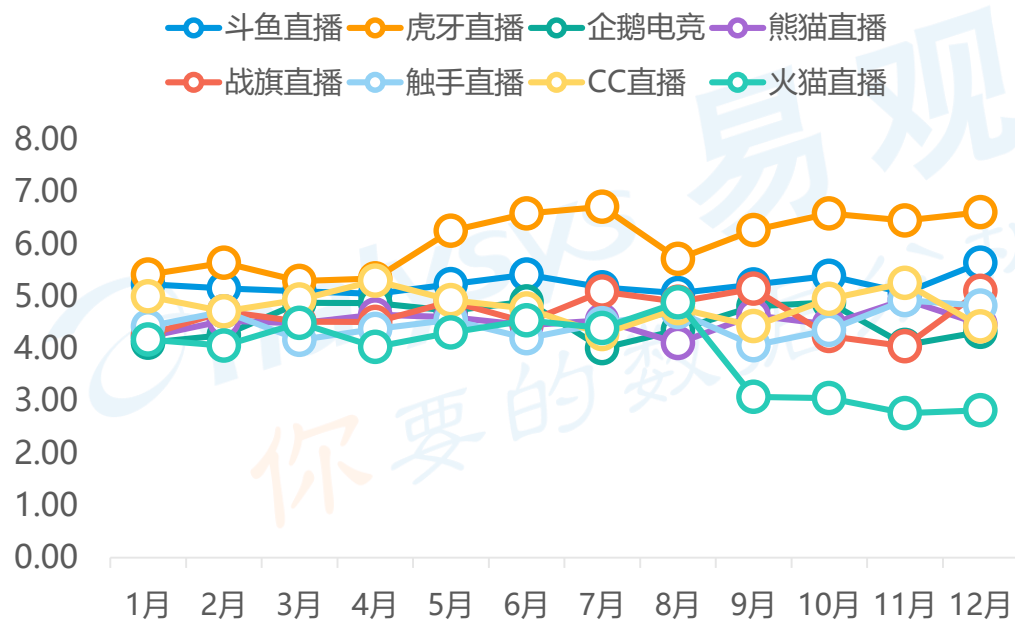
www.analysys.cn

游戏直播平台进入存量竞争阶段，虎牙用户使用时长领跑行业



目前，在整体的游戏直播市场，所有的平台增长都已经放缓，市场竞争已经全面步入了一个用户留存粘性的竞争阶段，从人均行为上来看，虎牙、斗鱼处在游戏直播平台的头部位置，这主要是因为虎牙与斗鱼具有早期的先发优势，并且在资源与主播量级上都相比于其他平台有着独特的优势。

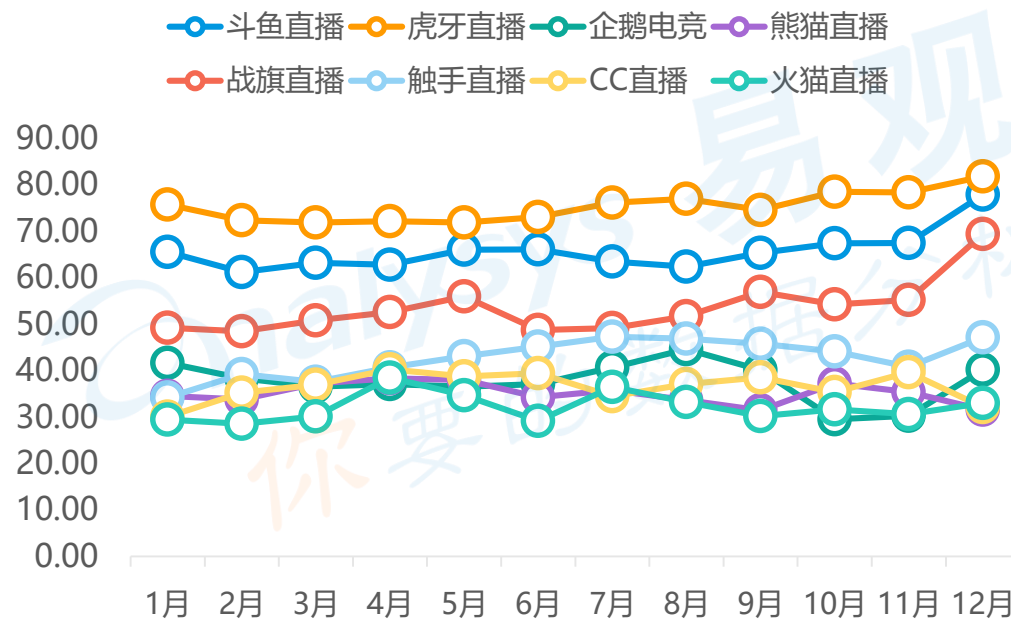
2018年1月-12月游戏直播平台人均单日启动次数 (次) 对比



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2018年1月-12月中国游戏直播平台人均单日使用市场 (单位: 分钟) 对比



© Analysys 易观·易观千帆

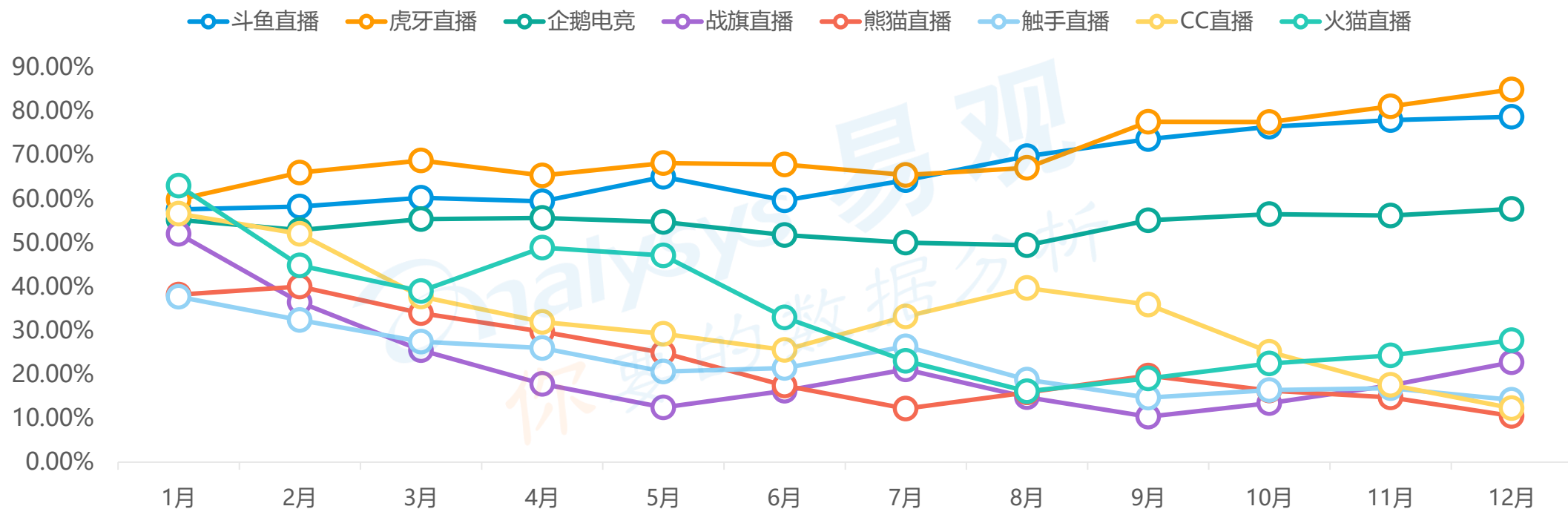
www.analysys.cn

直播平台用户粘性呈两极分化特点，头部平台留存率稳健增长



根据Analysys易观千帆数据检测，在用户粘性层面，可以看出在2018全年，次月留存率方面，虎牙、斗鱼、企鹅电竞处于稳步增长，而其他游戏直播平台则表现下降势头。在全面的老用户竞争中，虎牙直播对于老用户留存在运营方面相较于其他直播平台更有效。用户在平台的留存率上有着显著的增长。

2018年1月-12月游戏直播平台次月留存率对比

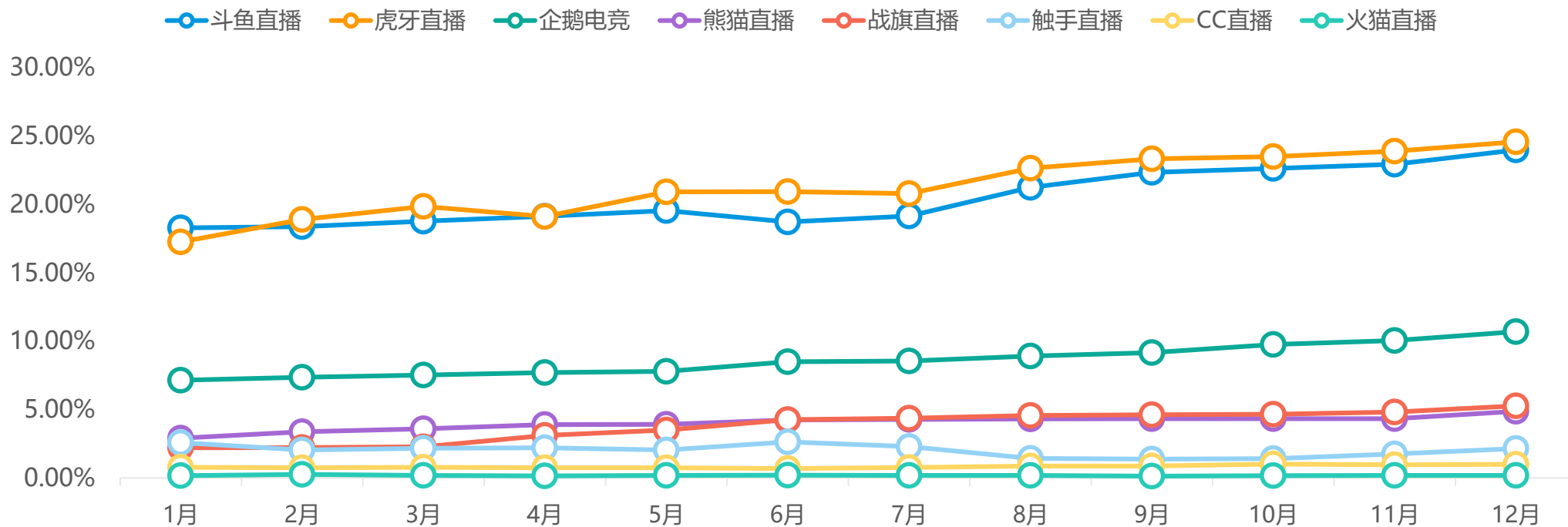


平台忠诚度成为核心竞争力，虎牙直播平台行业独占率领先



根据Analysys易观千帆数据检测，在游戏直播行业用户竞争趋势上看，在整体的2018年用户纷纷流向大平台，如虎牙、斗鱼等。其中可以看出在用户独占竞争上，全年平台独立占比峰值里，虎牙（24.95%）与斗鱼（24.00%）相加占据了一半的核心忠诚用户。并且，用户对于平台的忠诚度相比于主播流动的忠诚度更值得挖掘，通过数据可以看出，虎牙在行业独占方面用户忠诚度较高于其他平台，这也侧面能够看出，虎牙直播在平台塑造方面，将用户从过去的主播倾向的习惯改变成为了平台主导，更加有利于平台在构建生态方面推进的重要性。

2018年1月-12月中国游戏直播平台行业独占率对比





中国游戏直播市场用户分析

NO

男女用户占比均衡，年轻人居多，消费意愿较高



根据Analysys易观干帆数据检测，我国游戏直播用户男女比例较为均衡分别占比达到53.75%、46.25%。这也进一步证明了游戏行业面对的人群更加多元更加开放。此外，用户普遍集中于90后与00后青少年群体，而此部分群体在则更有强烈的消费意愿，中等消费能力占比达到近七成。

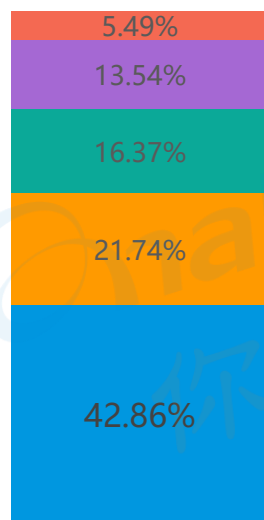
53.75%



46.25%

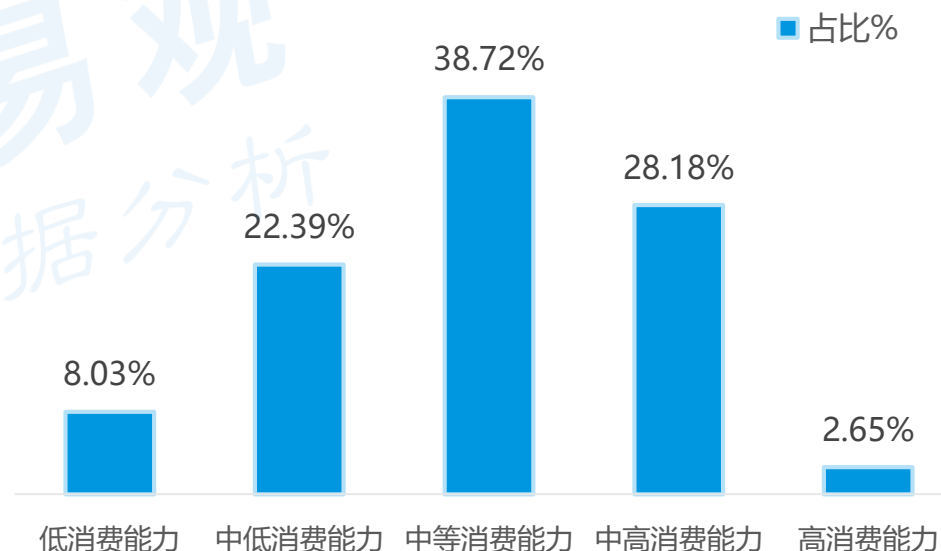


2018年中国游戏直播市场用户年龄分布



- 41岁以上
- 36岁-40岁
- 31岁-35岁
- 24岁-30岁
- 24岁以下

2018年中国游戏直播市场用户消费能力分布

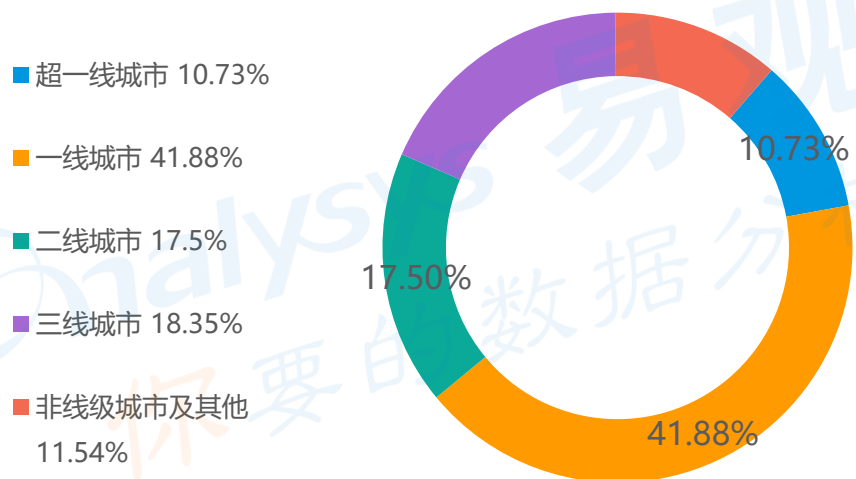


游戏直播用户全国范围内均有下沉，广东省用户覆盖较广泛



根据Analysys易观干帆数据检测，游戏直播在全国范围内均有受众，其中普遍集中于一线及以上城市，占比超过一半以上。而在我国省市分布中，广东省用户占比最高，达到13.51%。

2018年游戏直播用户地域分布



© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

2018年游戏直播用户省级分布TOP10



© Analysys 易观·易观干帆

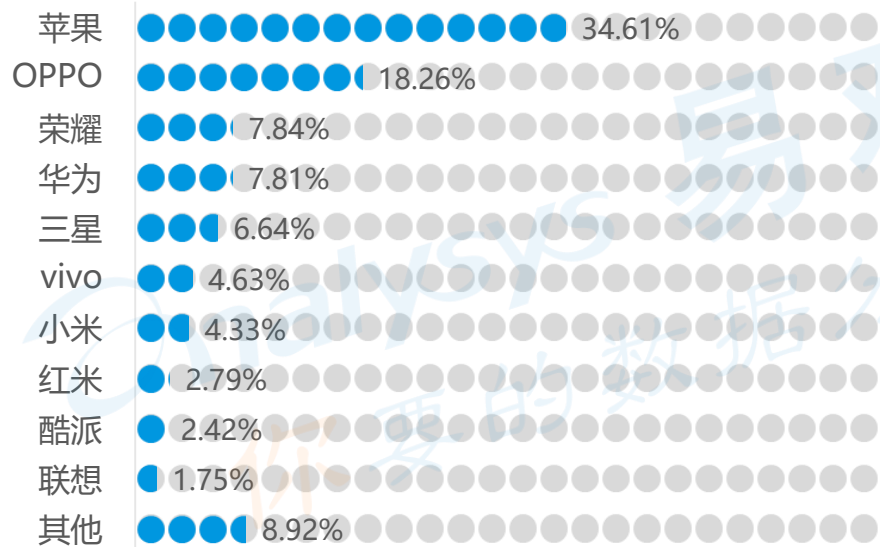
www.analysys.cn

用户普遍选择中国移动运营商，苹果则是大多数用户钟爱品牌



根据Analysys易观干帆数据检测，游戏直播用户在设备运营商方面普遍选择中国移动，占比达到66.04%。而在终端品牌方面多数则钟爱苹果，占比达到34.61%。

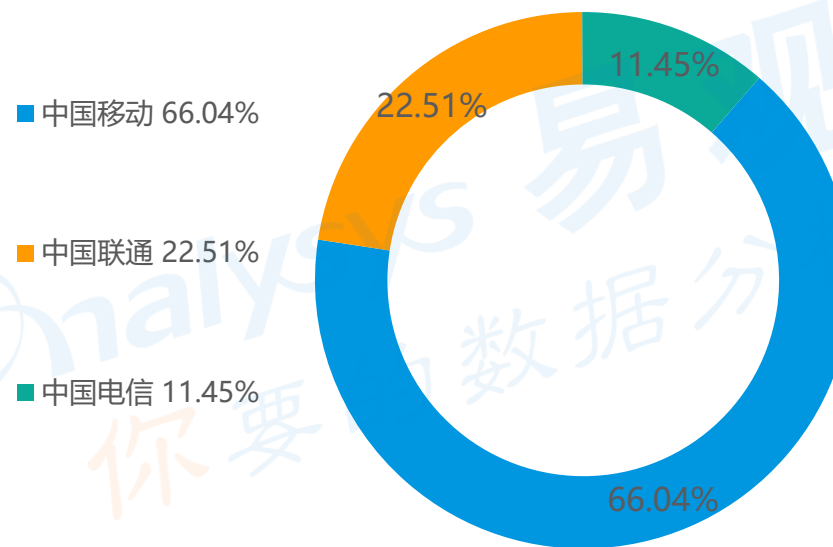
2018年中国游戏直播用户移动端设备分布



© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

2018年中国游戏直播用户设备运营商分布



© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

中国游戏直播用户跨领域基础行业APP偏好

2018年中国游戏直播用户跨领域APP偏好情况





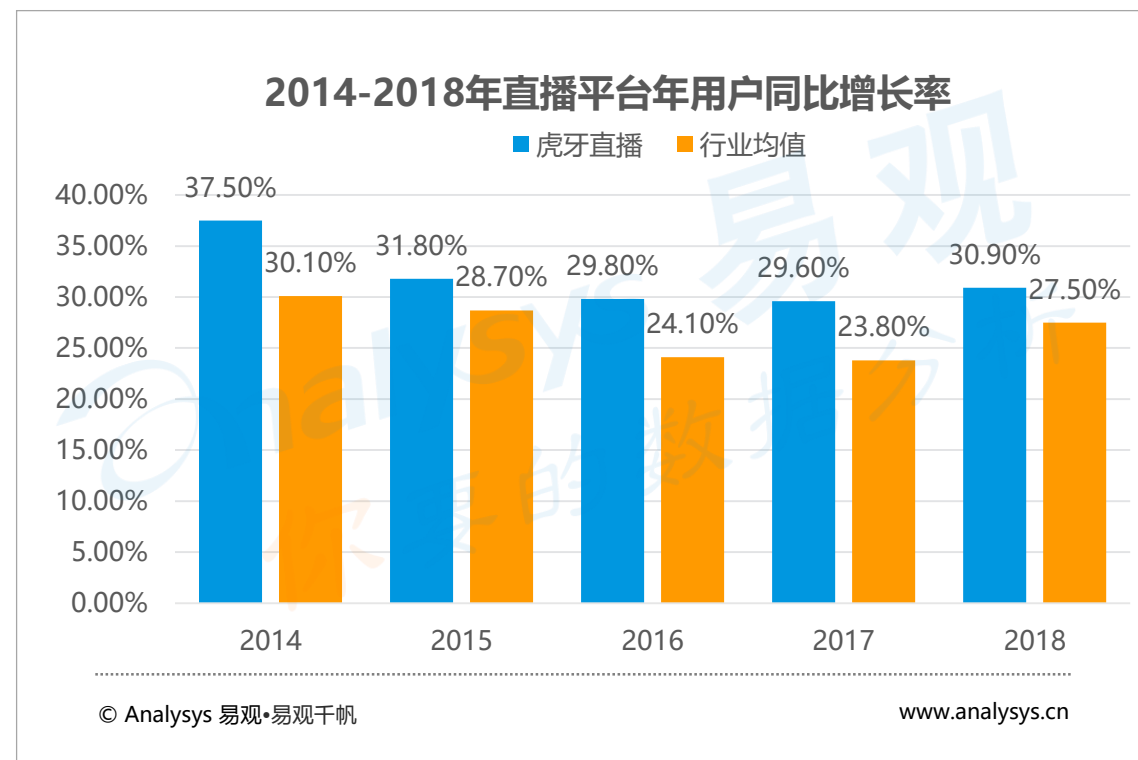
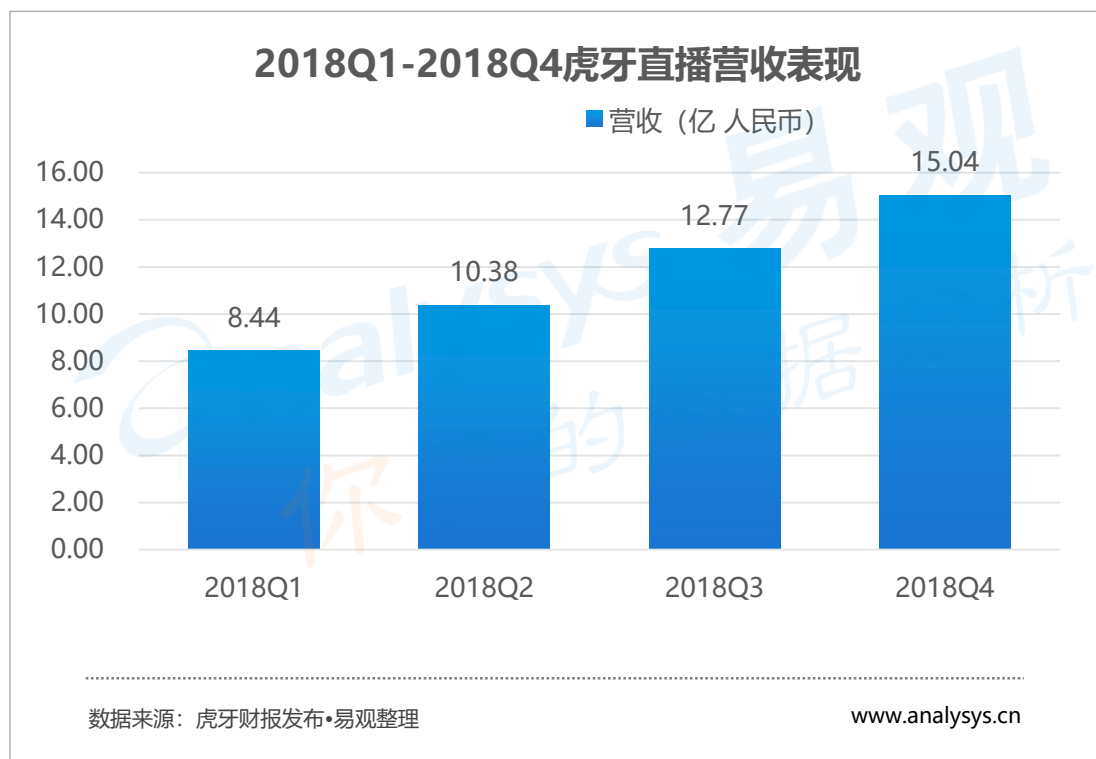
中国游戏直播典型平台

NO.1

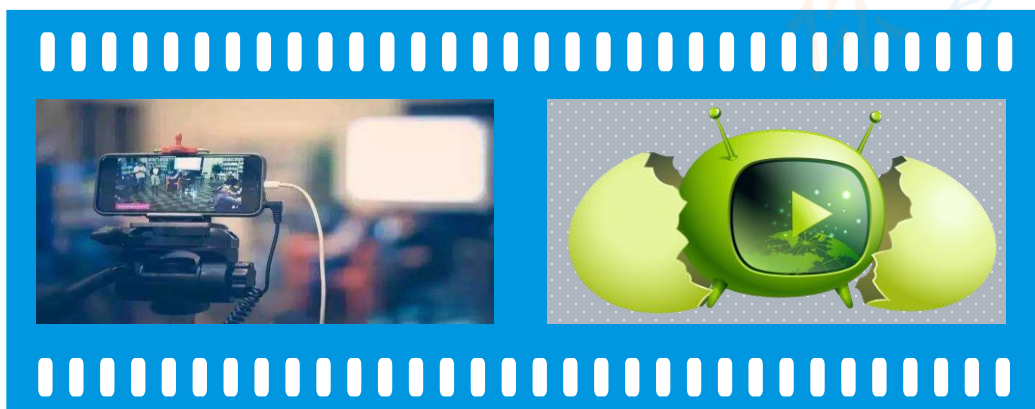
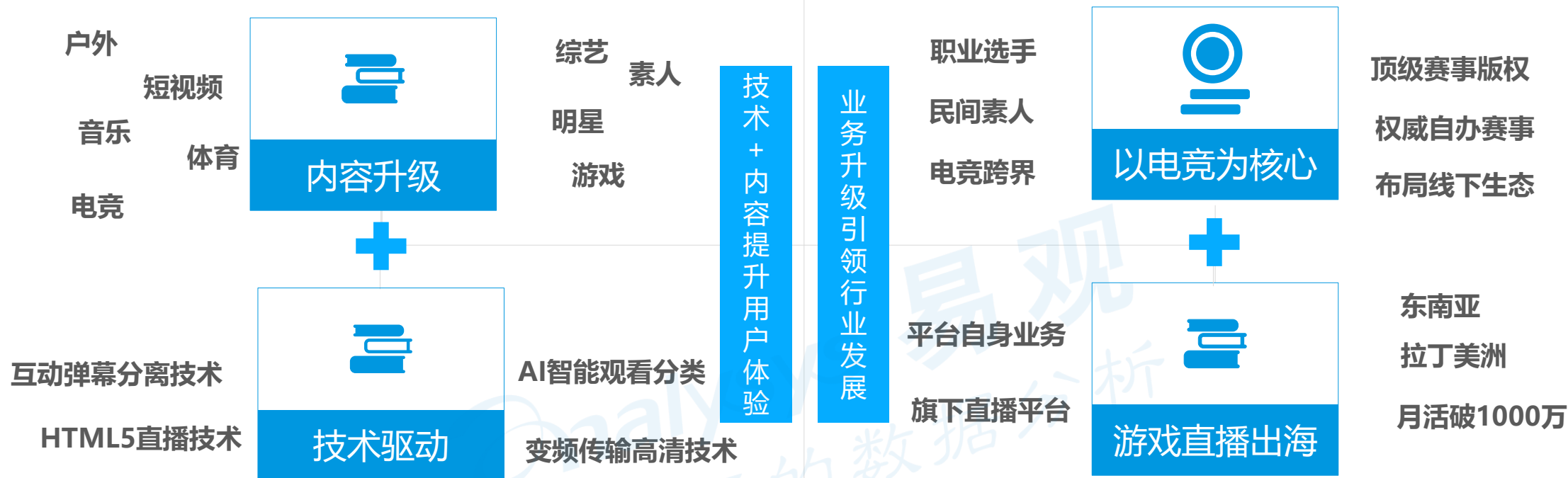


· 强劲的经营表现支撑业务布局

· 用户增长始终远超行业均值



虎牙直播：技术内容双引擎提升用户体验，业务升级引领行业发展



典型企业——战旗直播



战旗直播3.0，打造电竞闭环生态

线上+线下生态闭环

成熟IP生态，跨领域输出

内容反哺LanStory、
LanStory支持优质内容

垂直产业与传统产业相结合，
电竞人才、电竞教育一体化推进

“原生内容+自制内容” IP新生



电竞产品直播

明星主播打造

自制电竞综艺

自制电竞赛事

热门赛事版权



线上 线下



人才培育

LanStory

线下活动

电竞基金



中国游戏直播平台发展趋势分析

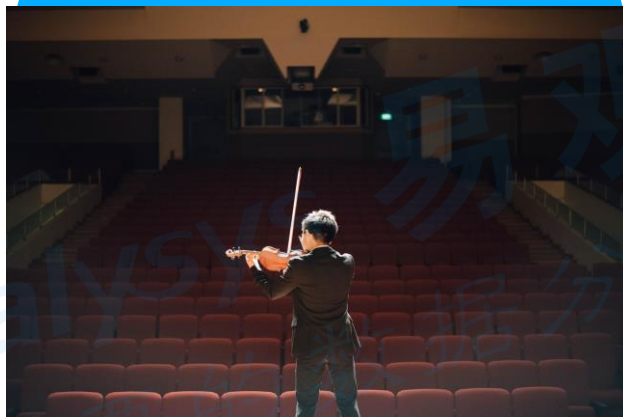
NO

多面因素推进游戏直播行业全面进入技术时代

流量驱动



内容驱动



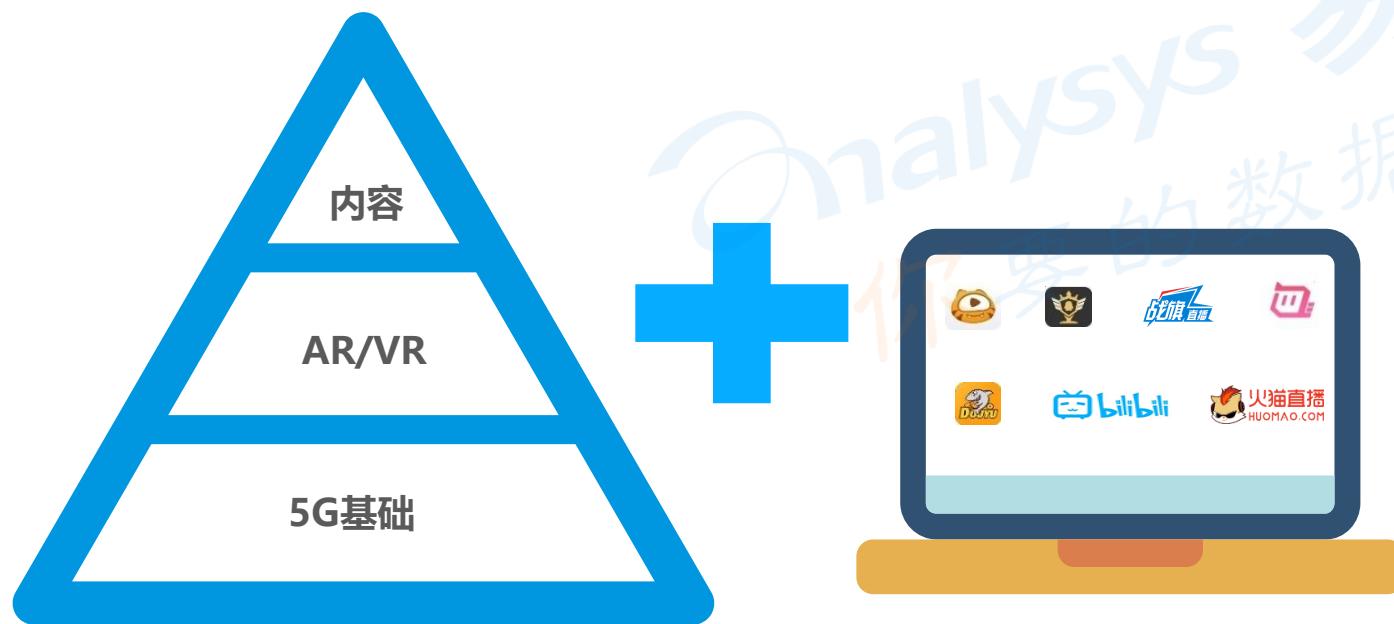
技术驱动



- 在游戏直播全面爆发的2015、2016年，网红等概念火热，直播平台在资本的助推之下，不断地跑马圈地，不惜花大价钱邀请明星入驻直播平台，挖角顶级主播，烧钱和流量为王，成为当时的代名词。为了博取最大的关注度。
 - ↓
 - 随着大家对游戏内容的审美疲劳，网红等顶级主播直播慢慢退潮。不少直播平台开始细分内容，打造跨界内容产物。如虎牙等一些专注游戏直播的平台，依靠垂直和细分内容取胜，获得用户的持续关注度。
 - ↓
 - 在整体市场环境进入成熟期后，对于内容与平台运维方面都已经形成了固定的模式，并且资源业已经达到趋于饱和，面临更大的突破就是在技术层面的推进，尤其是伴随着5G的到来，VR、AR等技术不断的更新对于游戏直播来说或许迎来了更新一轮的爆发。

5G来临提升超高清、全景直播体验

- 随着大家对游戏内容的审美疲劳，网红等顶级主播直播慢慢退潮。不少直播平台开始细分内容，打造跨界内容产物。如虎牙等一些专注游戏直播的平台，依靠垂直和细分内容取胜，获得用户的持续关注度。



360度全景



传输更快速



视角更多维

平台加速推进国内多元化跨界，第三世界国家成为出海首选

- 随着直播市场的不断整合加剧，游戏直播平台会从两方面入手，其核心竞争是取决于业务的不断调整与整合，在国内方面，不断优化自身内部业务，拓展多元化业务范畴，加剧吸纳用户忠诚度。另一方面，将战略标的投放于海外市场，而当今的第三世界国家处于发展中，新兴的电子竞技，游戏产业气氛较为活跃，尤其是印尼等国家，人口众多，直播需求方面处于蓝海。



数据驱动精益成长

■ 易观方舟

■ 易观千帆

■ 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号