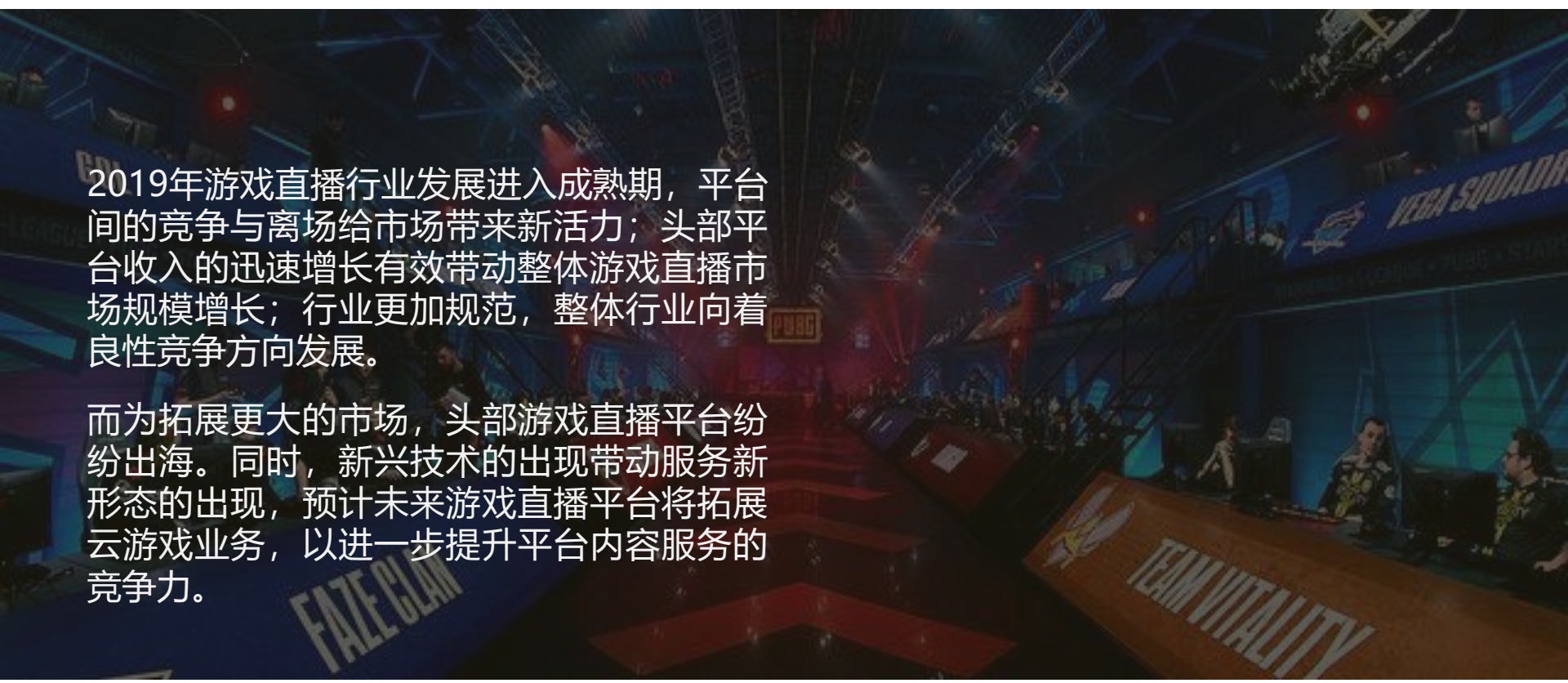


中国游戏直播行业研究报告

2019年



研究背景



2019年游戏直播行业发展进入成熟期，平台间的竞争与离场给市场带来新活力；头部平台收入的迅速增长有效带动整体游戏直播市场规模增长；行业更加规范，整体行业向着良性竞争方向发展。

而为拓展更大的市场，头部游戏直播平台纷纷出海。同时，新兴技术的出现带动服务新形态的出现，预计未来游戏直播平台将拓展云游戏业务，以进一步提升平台内容服务的竞争力。

直播概念定义

游戏直播概念定义



- — **游戏直播平台：** 超过70%的直播内容为游戏直播内容的网络直播平台
- — **主播：** 游戏直播平台上进行直播的播主 (Streamer)
- — **弹幕：** 直接在直播画面中显示的用户实时评论

核心发现



发展背景：

监管力度正在加大，直播内容受到**严格监管**；游戏供应商话语权增强，头部游戏厂商对直播**内容规范化**要求趋严。



市场规模：

2018年中国游戏直播市场规模达到**139亿元**。市场规模稳步增长，行业走向正轨。



商业模式：

道具打赏收入仍为主要盈利来源，付费业务多样化。



竞争情况：

头部游戏直播平台竞争加剧；短视频平台正在积极**探索游戏直播市场**。

游戏直播行业发展里程及背景

1

游戏直播行业发展现状分析

2

游戏直播行业企业案例分析

3

游戏直播行业发展趋势分析

4

中国游戏直播发展阶段及大事记

市场优化呈现头部格局

中国游戏直播发展阶段及大事记



- 电竞游戏催生游戏直播的需求
- 视频网站与语音平台开始打造自己的直播子系统

2013年之前

萌芽期



- 各平台旗下直播子系统独立运营，变为最早的直播平台
- 国家执行“**光进铜退**”政策，提升网速催生大量主播
- 海外Twitch被并购刺激国内资本涌入直播平台

2013-2014年

增长期



- **直播大战**爆发
- 移动电竞风靡推动游戏直播市场
- **腾讯**入股斗鱼、虎牙，加大对头部游戏直播平台的投资
- **虎牙**敲钟上市，成功登陆纽交所
- 游戏版号影响上游游戏内容

2015-2018年

爆发期



- **熊猫直播**关闭，工作团队与主播被其他平台吸收
- **快手**等短视频平台加大游戏直播投入
- **腾讯**发布《直播行为规范化的公告》，强化行业自律

2019年至今

成熟发展期

注释：各个时期上方图标为该时期内出现的平台与直播内容，与该平台、直播内容的市场表现无关。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国游戏直播产业相关法规

法规规范化 多方加入行业审查与自查

2018年，多部委出台《关于加强网络直播服务管理工作的通知》，对平台在监管和处置方面的责任做了明确要求，规定遏制了网络直播低俗化等问题，引导行业健康发展，传播健康向上的价值观。除此之外，直播行业也在强化自律监管：湖北省相关单位联合斗鱼发布两条规范对主播与平台行为进行规制，而腾讯在2019年2月推出的《关于直播行为规范化的公告》，针对腾讯游戏画面的直播行为进行规范化。

游戏直播行业相关重要政策和行业自律文件情况

颁布日期	法规/行业自律文件名称	主要内容
2018.8	《关于加强网络直播服务管理工作的通知》	工信部等六个部门在2018年8月20日发布了《关于加强网络直播服务管理工作的通知》，直指目前广泛存在的直播平台 打擦边球、传播低俗内容 等问题，要求平台建立直播内容监控、审查制度和违法有害内容处置措施。
2019.1	《网络直播平台管理规范》和《网络直播主播管理规范》	湖北省准化学会、武汉市软件行业协会和武汉斗鱼网络科技有限公司联合发布了《网络直播平台管理规范》以及《网络直播主播管理规范》，这两条规范包含有直播平台的 主播监控、账号监管、平台巡查 等多个方面的内容，并对主播的着装要求、准入标准、直播内容等进行了规范。
2019.2	《关于直播行为规范化的公告》	腾讯游戏于2019年2月14日发布了《关于直播行为规范化的公告》（以下简称《公告》），《公告》中提到，作为直播行业及其衍生领域的内容提供者，腾讯游戏将在承担其游戏内容合规运营责任的同时，推动基于腾讯游戏画面的 直播内容和授权的规范化 。行业内建立“合规”的共识，才能推动它良性发展。

中国游戏直播产业链

行业洗牌加速

2019年中国游戏直播行业图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

游戏直播行业发展里程及背景

1

游戏直播行业发展现状分析

2

游戏直播行业企业案例分析

3

游戏直播行业发展趋势分析

4

游戏直播行业发展现状及趋势分析

2018年中国游戏直播行业整体发展现状及趋势分析

营收：创新收入模式 探索变现新方式

游戏直播平台不断探索多元化变现方式：发展会员业务、游戏联运业务、游戏陪玩等业务。

成本：带宽成本具备改善空间

平台总成本的持续增长，主要因为分成成本的持续增加。得益于收入的增加，单位用户的收入贡献值增速更快，带宽成本占比反而略有下降。

竞争：短视频平台开拓游戏直播业务

短视频平台均开拓了直播业务，表明短视频平台正在积极探索游戏直播市场。

资本：直播平台的商业价值备受认可

虎牙上市、斗鱼提交招股书，证明了直播平台的商业价值以及资本市场对直播行业价值的高度认可。

内容：MOBA与求生类游戏为主播聚集地

2018年MOBA类分区主播人气颇高，大量头部游戏主播均出自王者荣耀与英雄联盟专区。

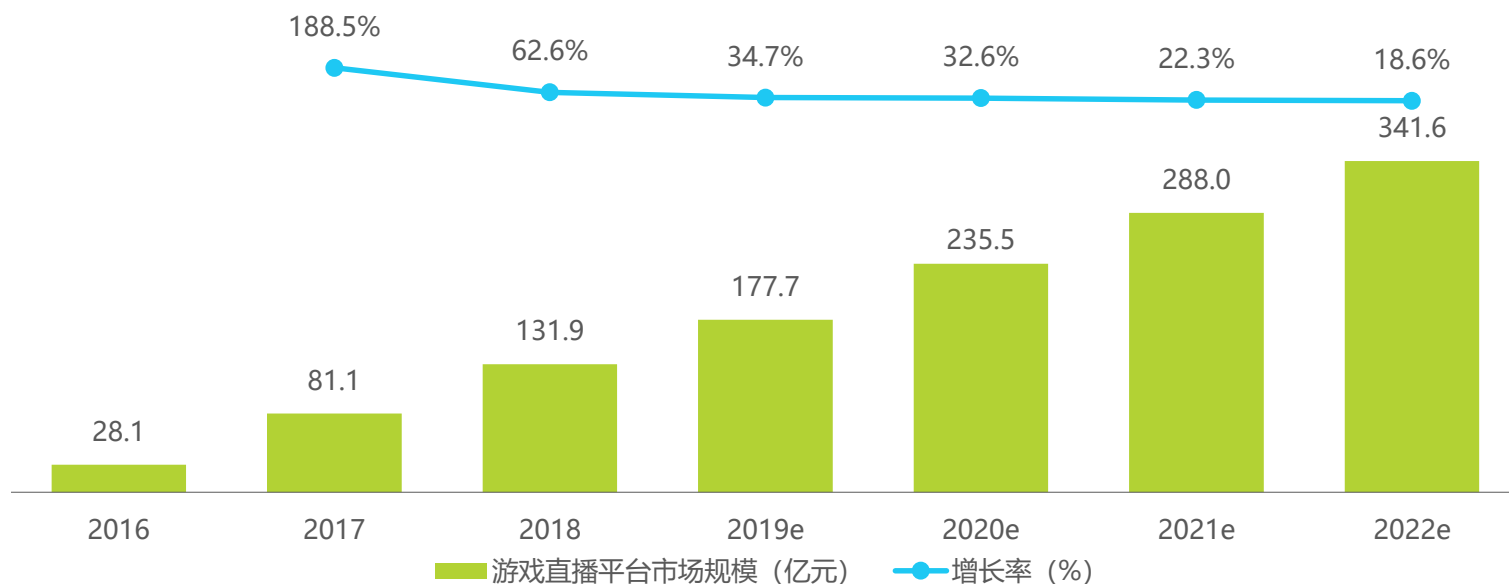


中国游戏直播平台市场规模

市场规模高速增长，创新服务推动用户付费

2018年，中国游戏直播市场规模增长超过60%，达131.9亿元，预计2020年增长至接近250亿规模，行业正处于深化商业化的进程中。具体来看，确立头部位置几大平台，不断开拓创新性付费服务（如弹幕抽奖、主播陪玩、赛事竞猜等），拉动用户打赏付费，推动行业规模持续提升。

2016-2022年中国游戏直播平台市场规模



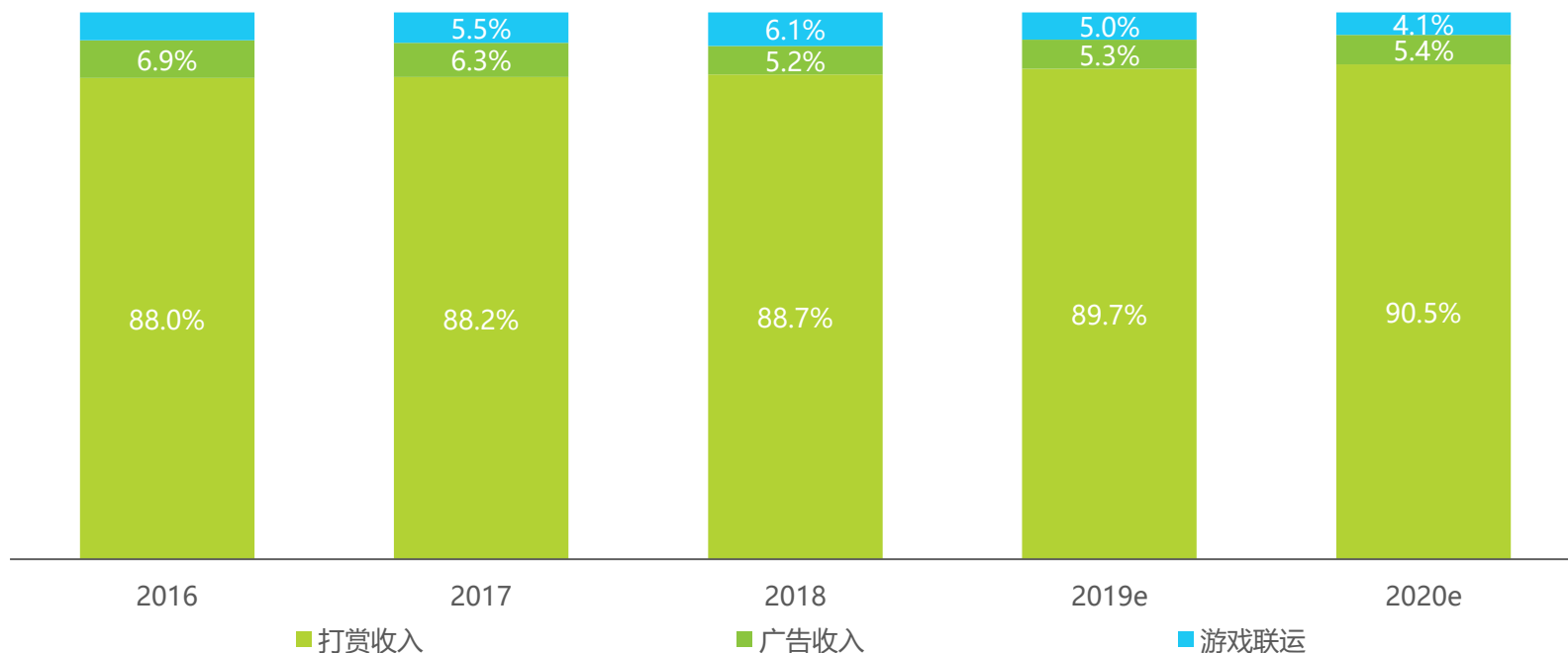
注释：中国游戏直播市场规模包括游戏直播平台及游戏内直播带来的增值服务、游戏联运、广告业务的收入。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

中国游戏直播平台市场规模

直播平台收入趋向多元化

2018年中国游戏直播平台道具打赏收入仍是平台的绝对主要的收入来源，占整个平台收入的88.7%。预计未来这一占比仍将保持提升。未来游戏直播平台将加快探索变现业务，发展会员服务、游戏联运、游戏陪玩等多元化业务。

2016-2020年中国游戏直播市场规模分布



注释：中国游戏直播市场规模包括游戏直播平台及游戏内直播带来的增值服务、游戏联运、广告业务的收入。

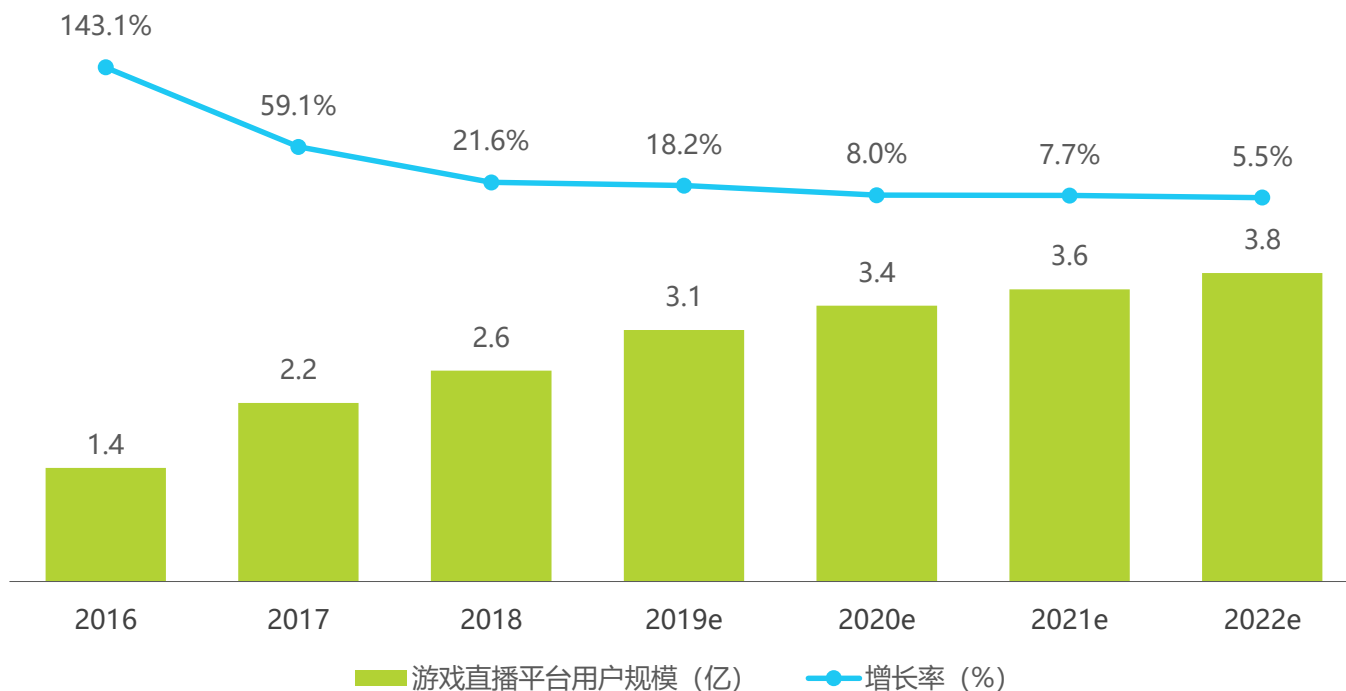
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

中国游戏直播平台用户规模

用户规模增长逐步放缓，行业关注存量挖掘和商业化

2018年，中国游戏直播平台用户规模达2.6亿人，较17年增长21.6%。战术竞技等新电竞游戏不断涌现、各级电竞赛事不断涌现和完善、以及短视频平台开拓游戏直播业务，均成为推动游戏直播用户增长的力量。预计未来用户增速将逐步放缓，游戏直播行业未来的课题将会重点关注存量用户挖掘及商业化变现方面。

2016-2022年中国游戏直播平台用户规模



注释：游戏直播用户指每个月至少看过一次游戏视频直播的用户，包括游戏直播平台的用户以及游戏内部直播观众。

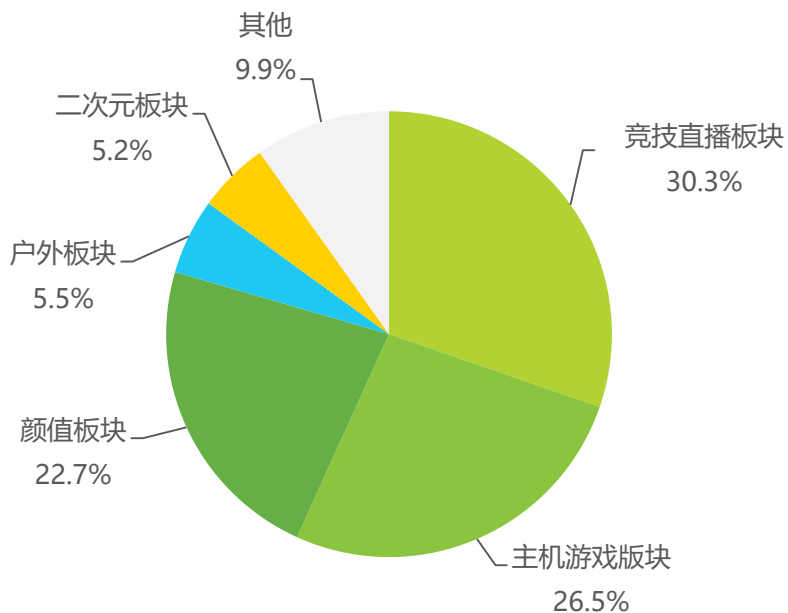
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

平台主播非游戏区分布情况

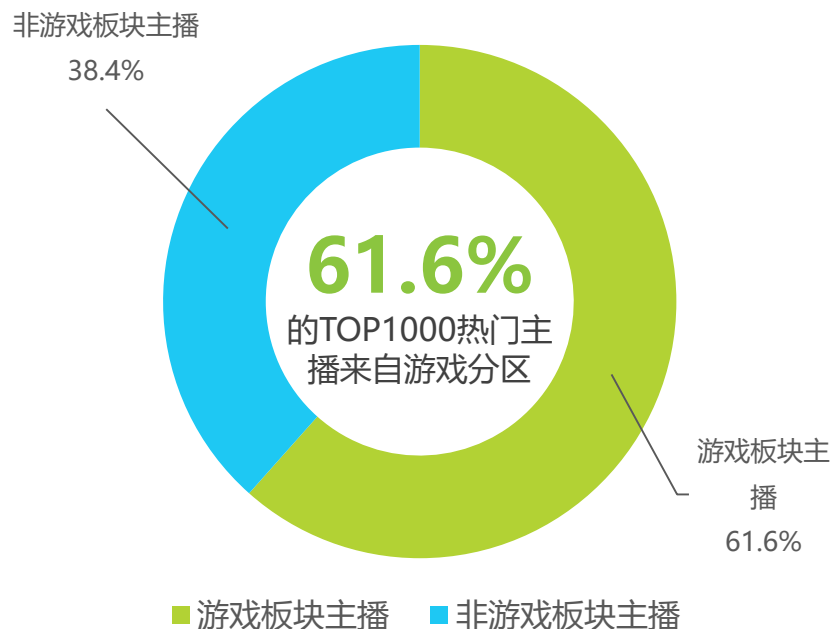
非游戏区头部主播整体占比下降

根据小葫芦大数据平台的数据显示，游戏直播平台上最受欢迎的是游戏相关板块，其中竞技游戏与主机游戏是热度最高的头部板块；而头部主播的分布与热门频道分布一致，游戏直播平台热度排名TOP1000的头部主播主要聚集在游戏直播频道。头部游戏主播拥有较强的平台引流作用，因此各大直播平台不断与大量头部主播签约，确保自身的平台内容有较强的竞争力。

2018年中国游戏直播平台热门观看
板块类别



2018年热度TOP1000游戏直播平台
主播板块类型分布



注释：数据搜集市场上所有主要游戏直播平台并根据打赏与弹幕数进行综合热度排名。
来源：数据来自小葫芦主播数据平台。

注释：数据搜集市场上所有主要游戏直播平台并根据打赏与弹幕数进行综合热度排名。
来源：数据来自小葫芦主播数据平台。

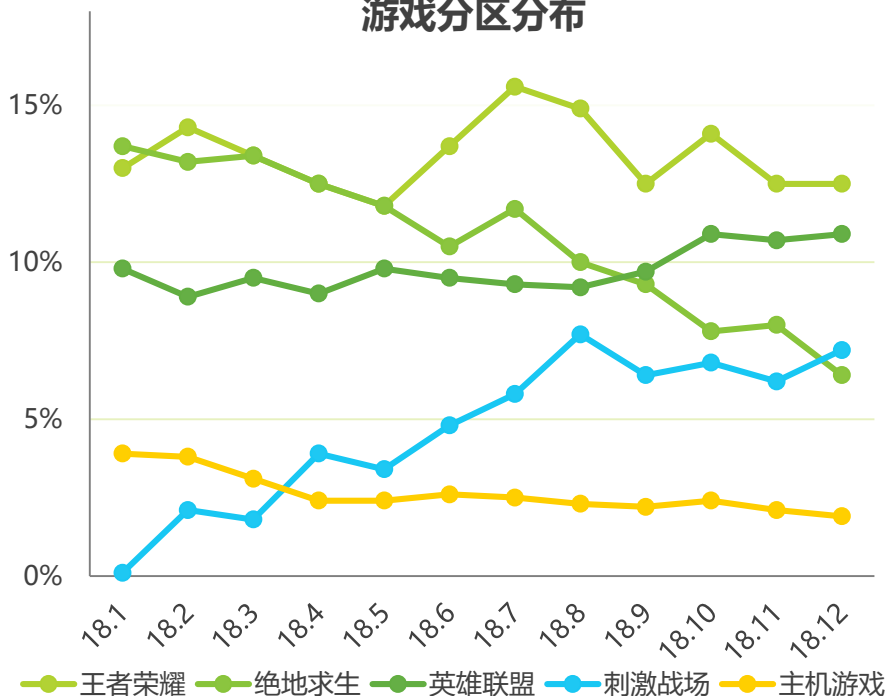
平台主播游戏区分布情况

MOBA与求生类游戏成为主播聚集地

游戏直播平台头部主播的分布能够在一定程度上反应当下游戏市场中的游戏热度。2018年MOBA类分区主播人气颇高，大量头部游戏主播均出自王者荣耀与英雄联盟专区。而受到版号以及游戏热度衰退的影响，端游绝地求生求生的头部主播数量也在不断下滑，最后被刺激战场所在分区的主播所超越。相较于非游戏区的主播分布，游戏区热门主播分布变动较大，这也与市场上游戏热度有着直接关系。

2018年TOP1000游戏直播平台主播

游戏分区分布



2018年TOP1000游戏直播平台主播 游戏分区分布



13.4%的头部游戏主播来自王者荣耀专区



9.7%的头部游戏主播来自英雄联盟专区



4.6%的头部游戏主播来自刺激战场专区

注释：数据搜集市场上所有主要游戏直播平台并根据打赏与弹幕数进行综合热度排名。
来源：数据来自小葫芦主播数据平台。

注释：数据搜集市场上所有主要游戏直播平台并根据打赏与弹幕数进行综合热度排名。
来源：数据来自小葫芦主播数据平台。

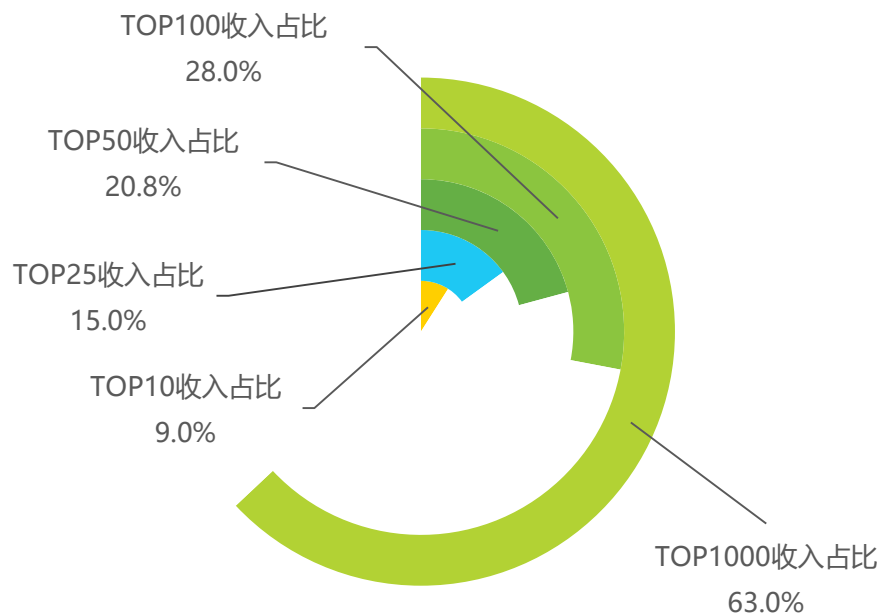
平台主播收入分布情况

TOP1000主播占全平台收入的63%

小葫芦大数据平台数据显示各游戏直播平台的TOP1000主播收入占全平台收入的63%，证明头部主播仍是平台主要收入来源。另一方面，平台TOP10顶级主播积聚巨大人气的同时也贡献了大量打赏金额，证明了头部主播对平台的重要性。根据用户调研数据，超过60%的用户只会打赏自己喜欢的主播，而大多数用户同时关注的主播数量不超过3个。因此，头部主播阵容是平台的核心竞争力。

2018年中国游戏直播平台各层级主播占全平台

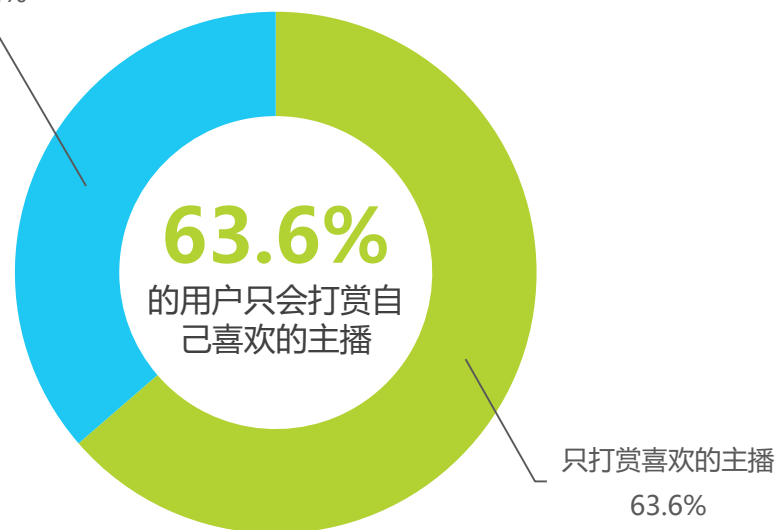
总收入情况



2018年中国游戏直播平台用户打赏习惯

偶尔也会打赏其他主播

36.4%



注释：2018年各大游戏直播平台的主播礼物的名义收入。
来源：数据来自小葫芦大数据抓取的直播平台数据。

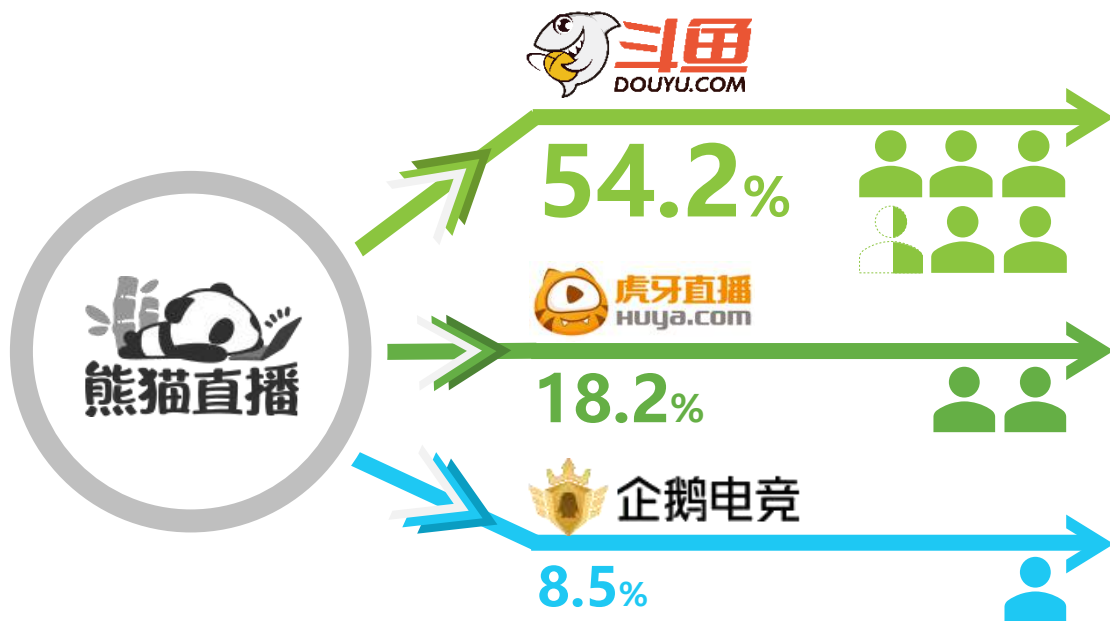
注释：A16.请问您的打赏主播数量是？
样本：N=498；于2019年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

平台主播转移情况

熊猫直播关闭 原主播流向其他平台

游戏直播市场成熟的标志之一是平台们的不断更新。新平台的加入与旧平台的退场给市场带来新的活力，而主播的流动同样也反映出市场的动向。根据小葫芦统计数据显示，熊猫直播的大量主播们在平台关闭后转移到了其他直播平台。其中，斗鱼、虎牙与企鹅电竞是原熊猫主播的主要流入平台，而三者之中入驻斗鱼的主播数量最多，在所有转移的主播中占比高达54.2%。

熊猫直播平台主播去向分析



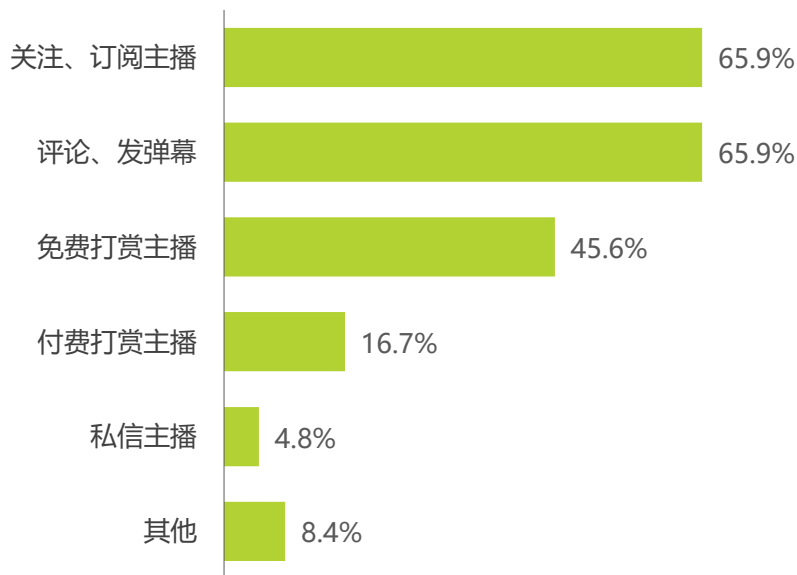
来源：数据来自小葫芦主播数据平台。

平台用户交互与打赏情况

参与评论用户比例高但整体用户付费打赏率低

根据调研数据，接近70%的用户通过关注主播、评论等方式进行互动。但是其中仅17%的用户有过付费打赏行为。在这些付费的用户中，86.8%的用户曾经通过赠送道具来打赏主播。

2018年中国游戏直播用户互动行为分布



2018年中国游戏直播用户打赏行为分析



86.8%的用户
通过赠送道具来打赏主播



22.9%的用户
会选择开通“贵族”



26.5%的用户
通过转账等方式直接打赏主播

注释：A10.在观看直播时，您常有的互动行为包括哪些？
样本：N=498；于2019年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：A12.请问您在直播平台上使用的打赏方式是？
样本：N=83；于2019年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

游戏直播行业新竞争对手

短视频平台深耕游戏直播业务

头部短视频平台均开拓了直播业务，其中快手甚至独立设置了游戏直播平台，表明短视频平台正在积极探索游戏直播市场。目前游戏直播平台主要以满足核心电竞人群的观看需求，基于地区化的特色游戏直播内容与轻度电竞内容这些细分领域上仍存在市场空缺。而以本地内容起家的短视频平台在运营这些内容上具有经验优势，在发展这类垂直细分领域的游戏直播内容上短视频平台具有一定优势。此外，游戏直播内容能够给短视频平台提供更多内容，在提高用户活跃度的同时进行变现。

短视频行业拓展游戏直播业务的优势

1

能以垂直细分内容切入游戏直播市场

能够满足大量泛电竞用户的直播内容需求

2

3

短视频平台为去中心化运营方式顾及腰部及腰部以下主播

在轻度UGC方面有精准分发的技术优势

4

短视频平台未来游戏直播商业布局

快手



- 以头部短视频平台快手为例。快手在未来有以下战略布局，挖掘细分市场：
- ✓ **进行游戏赛事和IP建设**：在注重用户体验的基础上，购买赛事以及顶级赛事，以期提升对电竞用户的吸引力，争取到更多电竞用户。
- ✓ **打造下沉、覆盖的社交产品**：着眼于同城板块、小县城当地的KOL——在当地城市有独特的影响力和促进作用，覆盖更多人群，从而吸引流量保留热度。

游戏直播行业发展里程及背景

1

游戏直播行业发展现状分析

2

游戏直播行业企业案例分析

3

游戏直播行业发展趋势分析

4

游戏直播平台企业案例

斗鱼

作为国内领先的游戏直播平台，斗鱼通过加大对优质电竞内容的投入，提升平台的用户吸引力和行业竞争力。2016年至今，斗鱼获得了超过30个全国性以及全球性电竞赛事的独家直播权，包括英雄联盟、绝地求生、DOTA2等；2018年，斗鱼直播了超过340场电竞赛事；承办了超过90场电竞赛事。在电竞职业选手方面，斗鱼签约世界冠军iG俱乐部，赞助了26个顶级电竞团队。除了购买版权与签约俱乐部外，斗鱼在自有电竞赛事上不断发力，打造斗鱼超级联赛与斗鱼黄金大奖赛，向用户提供了平台独有的电竞内容，进一步提升电竞内容竞争力。

直播平台	
成立日期	2014年
融资情况	E轮 6.3亿美元
投资方	腾讯，奥飞动漫，红杉中国，南山资本，天神娱乐

自制电竞赛事提升电竞影响力

日益丰厚的奖金激励 高额奖金分配各个项目

众多热门电竞项目 项目涵盖多个热门电竞游戏

共邀战队主播和水友 传递斗鱼电竞氛围与电竞环境

晋升官方赛事体系 黄金大奖赛取胜能够获得积分



购买头部电竞赛事版权



KPL
职业联赛



LPL
职业联赛



S系列世界总决赛

签约顶级电竞俱乐部入驻平台



世界冠军-iG



RNG



OMG



RW侠

游戏直播平台企业案例

斗鱼

除了游戏直播内容外，斗鱼以多元化内容为根基发展粉丝经济，形成以主播+内容为核心链接用户的平台生态。斗鱼在平台核心竞争力之一——主播上投入众多资源，培育大批头部主播，形成丰富的直播IP矩阵；同时，通过“直播+”拓展内容和服务边界，进一步扩宽内容丰富度和用户触达。此外，通过大型综合性直播娱乐活动——斗鱼嘉年华打通线上线下的平台内容生态，增强主播与粉丝之间的黏性，提升斗鱼品牌的核心竞争力。

斗鱼多元化内容生态



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

斗鱼多元直播社交内容生态



主播培养

投入更多资源全方位培养主播
打造丰富的主播IP矩阵



直播+

拓展内容和服务边界
进一步扩宽内容丰富度和用户触达



斗鱼嘉年华

打通线上线下平台内容生态
增强主播与粉丝之间的黏性
提升斗鱼品牌的影响力

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

斗鱼用户特征

用户使用粘性强 双端覆盖率高 热衷娱乐与网购

斗鱼双端月度活跃渗透率高

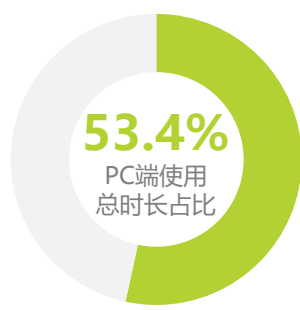


75.9%
PC端渗透率

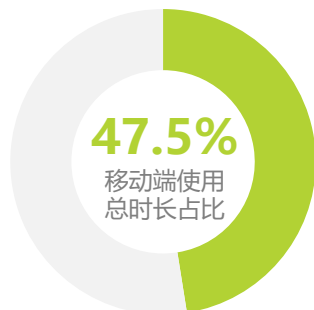


45.8%
移动端渗透率

斗鱼双端月度使用时长占比高



斗鱼用户占比



其他用户占比

斗鱼用户基本特征



年龄

19-24岁为主

性别

男性为主

婚姻状况

基本单身

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

样本：N=498；于2019年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

数据：2019年4月Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）；其中活跃渗透率为斗鱼APP月度活跃设备数除以整体游戏直播月度活跃设备数；活跃渗透率TGI指斗鱼APP用户中使用应用类型的活跃渗透率除以全移动互联网应用类型的活跃渗透率。

斗鱼用户热衷音乐短视频 爱购物 爱交友

斗鱼APP用户主要应用服务使用偏好

服务类型	活跃渗透率	活跃渗透率TGI
音频服务-在线音乐	70.0%	116.5
网络购物-网络购物	69.2%	119.8
视频网站-短视频	63.6%	107.1
社交网络-微博	50.2%	123.1
小服务-聚合视频	36.4%	125.5
阅读浏览-在线阅读	34.5%	114.1
网络购物-团购	33.4%	113.5
社交网络-社区交友	32.9%	143.0
旅游出行-在线旅游	20.6%	119.0
音频服务-有声音频	17.7%	117.9

斗鱼用户观看直播与打赏习惯



54.0%

的用户至少每天都观看直播



63.6%

的付费用户打赏金额在100元以上



64.2%

的用户每次观看时长在2小时以上



45.5%

的付费用户打赏人数在3人及以上



81.2%

的用户集中晚上6-12点观看直播

游戏直播平台企业案例

企鹅电竞

企鹅电竞作为腾讯自建的游戏直播平台，以游戏直播为核心通过短视频与点播等多种形式进行播出模式拓展满足用户全方位电竞内容需求。腾讯电竞从内容源打造官方平台的独特优势，如签约SKY、AG梦泪头部主播与EDG、LNG等头部俱乐部增加内容的可观看度；此外平台也签约了陈赫作为代言人提升平台知名度。在平台内容矩阵上，企鹅电竞持续投资电竞生态内容的同时拓展平台泛娱乐直播内容，以外部赛事与平台自办赛事为拓展，为用户展现更多优质游戏内容。而未来短视频业务也将是企鹅电竞重要的发力点，将重点关注游戏短视频与游戏KOL的培养。

企鹅电竞内容矩阵与发展战略

注重多元化电竞内容生态 打造泛娱乐全品类直播平台

直播平台



成立日期

2016年

资本情况

未披露

签约顶级电竞游戏主播+头部俱乐部 提升平台内容竞争力



SKY



AG梦泪



德云色



若风



EDG



LNG

签约陈赫为平台代言人



陈赫



陈赫的天霸俱乐部

游戏直播内容为核心 提升平台竞争力



签约头部主播

签约头部热门主播（SKY、AG梦泪等）与头部俱乐部增加直播内容可看度



加强赛事内容

以外部赛事+平台自办赛事为拓展，为用户展现更多优质游戏内容。而时隔多年重新举办由企鹅电竞独家直播的全球知名电竞赛事WCG吸引了众多用户前去平台观赛。

拓展开发短视频业务 实现粉丝转化



作者培养



制定流量策略



粉丝转化

发展规划 从版权、企鹅号对短视频作者进行培养

策略定制 为各个品牌短视频信息流制定流量策略

粉丝转化 完成粉丝从短视频到直播的转化

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

游戏直播平台企业案例

触手直播

触手直播是国内主打手游直播的游戏直播平台，其着重发展手游直播与电竞赛事。为巩固在移动电竞领域的优势，触手联合头部游戏公司合作方共同推出多款热门游戏赛事：如与巨人网络合作推出球球大作战触手精英赛，与微信电竞合作推出了王者荣耀新秀杯，与腾讯光子工作室合作推出和平精英星联赛等。除此之外，还推出了自制的移动电竞联赛CSSL以及高校电竞练习生等，持续为国内电竞联赛输送选手，提升了自身在电竞领域的影响力。未来，触手会进一步强化平台在手游直播领域的优势，同时不断培养主播、积极抓取用户、推动品牌建设，从而不断提高平台的竞争力。

触手直播发展战略

直播平台	
成立日期	2015年
融资情况	D轮
投资方	谷歌领投

推出多款热门游戏赛事

- ✓ 球球大作战触手精英赛
与巨人网络合作推出
 - ✓ 王者荣耀新秀杯
与微信电竞合作推出
 - ✓ 和平精英星联赛
与腾讯光子工作室合作推出
 - ✓ 触手棋王对抗赛
与巨鸟多多官方合作推出
- 
- 
- 
- 

打造平台自有战队

触手平台自有战队



- ✓ 2018年触手平台打造自有职业战队SDR。
- ✓ 平台自有战队在内容把握程度方面更有优势。
- ✓ 平台自有战队稳定性高、对粉丝重视度高。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

游戏直播平台企业案例

触手直播

游戏陪玩：触手上线游戏陪玩新业务，给予用户更好的**游戏体验**、满足用户**参与感**。在创新收入来源的同时，赋予观众更戏剧化的观看体验。

出海布局：触手于2019年在东南亚地区上线了海外游戏直播平台Game.ly，在用户获取方面取得了不错的成绩。在未来，触手会加深与谷歌的合作，探索更多**海外市场布局**。

拓展游戏陪玩业务

1 业务概念

指为网络游戏玩家提供的游戏陪玩服务，用户可以付费**与主播一起玩**。

2 陪玩人员

陪玩人员覆盖触手头部、中部及尾部主播，主要以**技术类主播**为主。

3 直播效果

主播与用户互动模式，更具**随机性**，观众可获得更**戏剧化的观看体验**。

4 订单情况

中尾部主播订单数较多，整体订单**单价统一**。

5 业务优势

陪玩主播技术过硬是一大优势，用户可获得**更好的游戏体验**。

加快出海布局进程

海外游戏直播平台Game.ly



上线时间：2019年

上线地区：东南亚地区

未来计划：探索北美市场，进行全球布局

游戏直播行业发展里程及背景

1

游戏直播行业发展现状分析

2

游戏直播行业企业案例分析

3

游戏直播行业发展趋势分析

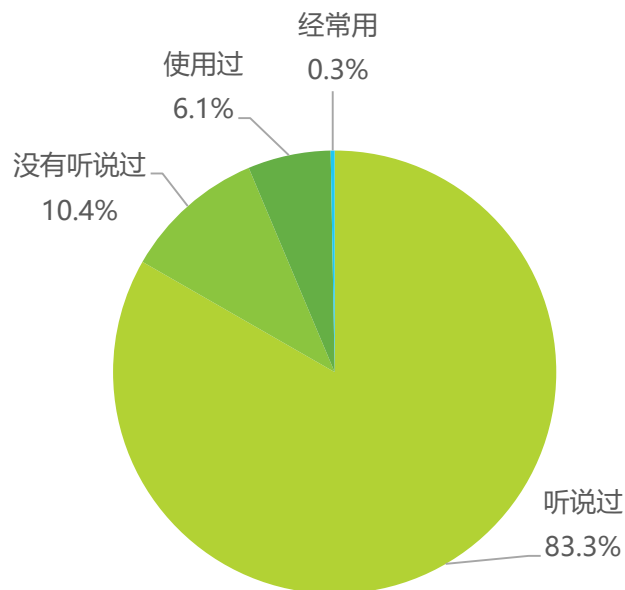
4

游戏直播平台战略布局趋势分析

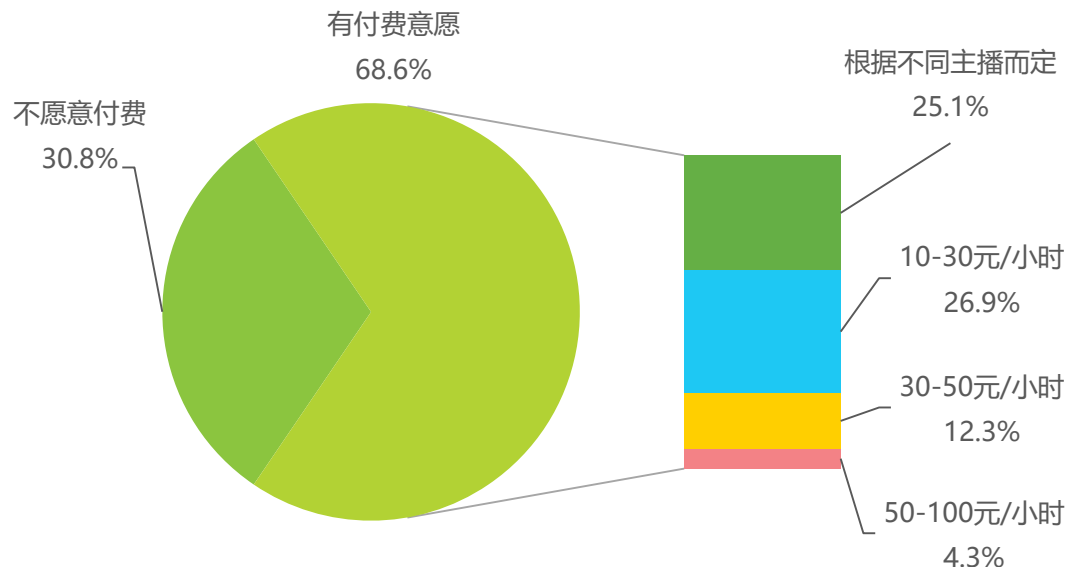
拓展直播陪玩业务 创新收入模式

游戏直播平台开辟新的变现模式，积极拓展游戏直播陪玩业务。游戏陪玩指用户通过付费下单与指定陪玩人员共同玩游戏。而游戏直播平台则更进一步，提供了主播陪玩服务——用户可以付费和主播一起玩游戏。直播陪玩业务不仅是一种收入模式的创新，还是直播内容的创新：直播陪玩时主播与观众互动模式增多，更有戏剧效果。此外相较于普通陪玩平台，游戏直播用户体验更多元：主播游戏技术相对较高，用户游戏体验更好；用户可与主播一同上镜，满足用户的参与感。

2018年中国游戏直播用户
游戏陪玩业务认知程度



2018年中国游戏直播用户游戏陪玩付费意愿



注释：A27.请问您是否听说过游戏陪玩业务？
样本：N=498；于2019年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：A10.在观看直播时，您常有的互动行为包括哪些？
样本：N=498；于2019年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

游戏直播行业战略布局趋势分析

游戏直播平台开设独立视频板块

头部游戏直播平台纷纷开设视频板块，通过视频引流与直播变现相结合的方式，打造直播平台内流量及内容生态闭环。直播板块提供大量视频素材，在此基础上制作而成的视频集锦，不仅促进新用户了解主播进而观看其直播，完成了从视频板块到直播板块的流量引导，而且方便老用户回顾直播内容，提升用户留存度；同时也是对主播起到了一个良好的宣传效果。另外，视频短小便于分享，有助于进行内容分发，对平台起到了良好的宣传效果。

游戏直播平台内直播业务与视频业务关系

直播板块

- 平台收入主要来源
- 不断输送大量视频素材
- 播放时间较为固定
- 强化粉丝参与感，提升用户粘性



视频板块

- 直播精华与再创作内容集锦
- 吸引新用户，进行用户导流
- 保留直播热度，留存老用户
- 视频时长短，便于传播

游戏直播平台战略布局趋势分析

与游戏厂商紧密合作 进行海外布局

为拓展更大的市场，头部游戏直播平台纷纷出海，布局东南亚及美洲地区。目前中国游戏直播行业在主播培养、平台运营、行业秩序规范方面已经很成熟，因此出海时能够运用国内的经验与管理优势。东南亚的文化环境与人口消费习惯与国内接近，因此东南亚成为众多直播平台出海的首选。

游戏直播平台海外布局情况



斗鱼

- ✓ 斗鱼投资移动视频直播平台Nonolive，该平台于2016年6月初首先在印尼上线，主要为海外用户提供歌舞泛娱乐内容。



虎牙

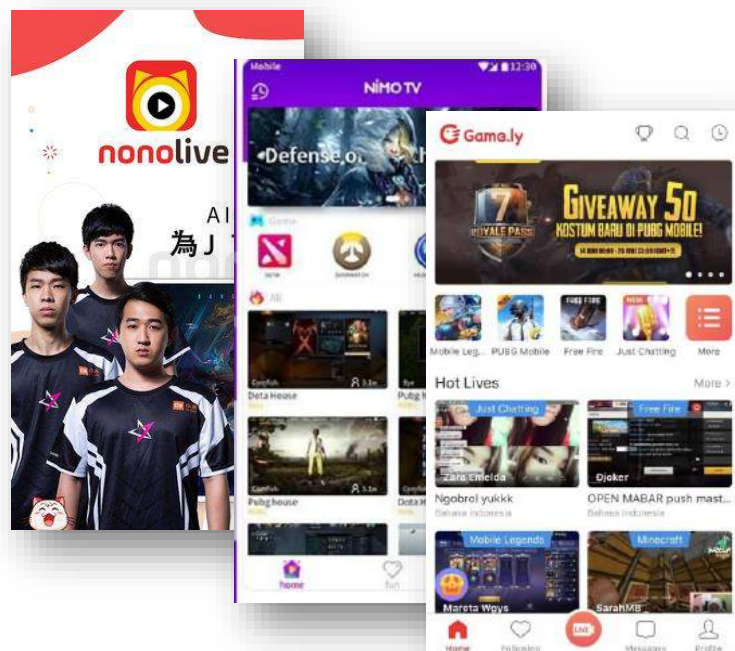
- ✓ 虎牙旗下游戏直播平台NIMOTV在2018年5月份进入印尼，6月份与头部游戏平台腾讯进行合作，主打腾讯海外游戏并引入海外热门游戏。



触手

- ✓ 触手于2019年2月在印尼上线了海外游戏直播平台Game.ly，主打热门手游。

游戏直播平台海外布局应用一栏



未来游戏直播平台发展趋势

虚拟主播的兴起

虚拟主播是使用虚拟形象与用户沟通交互、玩游戏的主播。为了更吸引观众，虚拟主播们的外观与个性具有极强的非现实感。此外在自身推广上，虚拟主播注重后续内容制作与分发以提升主播的热度。目前部分日本虚拟主播已经在国内平台大受欢迎，而大量国产虚拟主播的策划也在同步推进。另一方面，究竟是虚拟主播本身的异域文化还是虚拟主播的形式更吸引观众仍需要更进一步观察。

多数虚拟主播采用“二次元”动漫外形进行直播



虚拟主播的特点



- 虚拟主播多采用二次元美少女的形象与配音
- 性格脱离现实且符号化



- 除了直播内容外虚拟主播同样注重直播后续内容的制作以提升人气



- 去除了现实中的其他元素后，虚拟主播能够满足观众对于完美形象的想象与需求，因此受到观众欢迎

未来游戏直播平台发展趋势

云游戏服务结合直播 拓展游戏联运市场

新兴技术云游戏的出现将会带动游戏直播业务形态的发展提供了巨大的想象空间：观众可以采用第一或第三视角直接观看主播的游戏实况直播，并且还可以随时加入主播共同游戏进行互动。而这也仅仅是开始，大量的创新直播玩法将摆脱观看设备的桎梏，彻底解放游戏直播业务的想象力。目前腾讯已经计划将旗下多个云游戏平台与游戏直播业务进行结合。

云游戏与游戏直播的结合

更流畅 视角更丰富

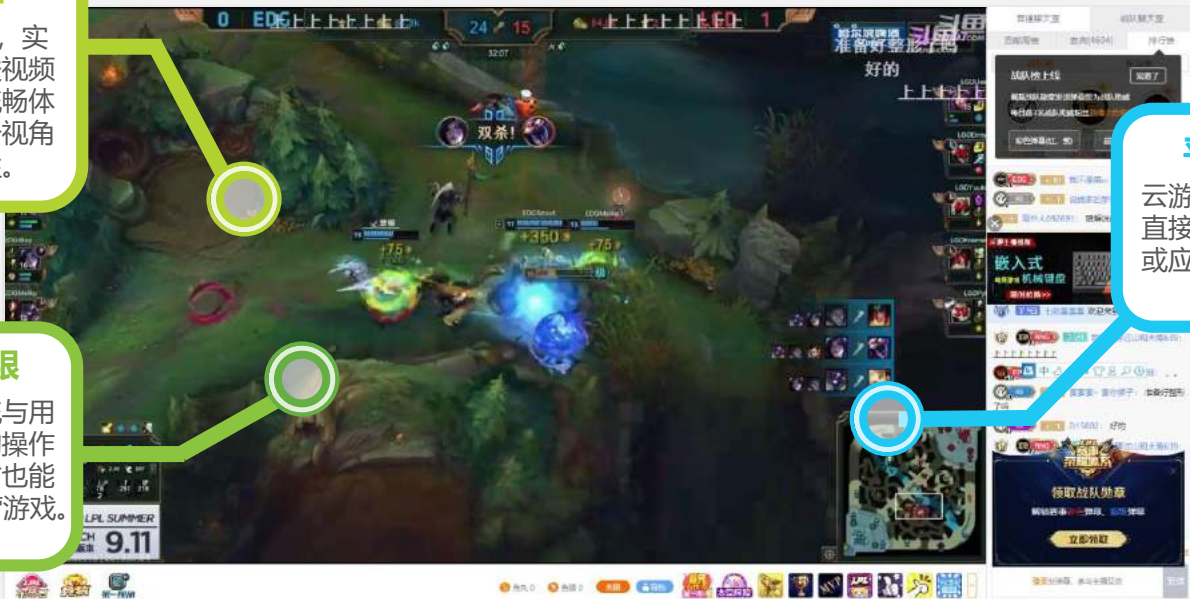
通过云游戏+直播深度融合，实现云游戏端直接向观众推送视频流，提升游戏内高清直播流畅体验；此外用户还能选择多个视角观看游戏直播，增加趣味性。

打破游戏与直播界限

云游戏与直播均使用视频流与用户交互，未来直播与游戏的操作界限将会不断缩小，平台方也能够通过云游戏技术直接运营游戏。

平台联运推广游戏

云游戏能通过游戏直播平台直接推广无需额外下载程序或应用，提升宣传转化率。



关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询