

中国游戏直播市场研究报告（行业篇）

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

概念定义

2

海外游戏直播行业概况

3

中国游戏直播产业链分析

4

中国游戏直播商业模式分析

5

中国游戏直播行业发展趋势

游戏直播

以视频内容为载体，以电子竞技比赛或电子游戏为素材，主播实时展示/解说自己/他人的游戏过程或游戏节目的服务。

游戏素材	实时进行	主播在线	是否纳入范围
√	√	√	√
√		√	√

游戏主播

提供游戏直播素材，并实时对其进行展示或者解说，同时与观众进行互动的主体。互动的内容，包括与观众进行语言和文字上的实时沟通及反馈，观众可以免费获得/购买付费道具赠予主播，或者订阅房间或频道等。

游戏直播市场规模

在线游戏直播平台及游戏内视频直播所获得的收入总和，包括虚拟物品购买、广告收入、游戏联运、会员订阅等。

游戏直播用户规模

每月至少观看一次及以上游戏直播服务的用户数量。

在线游戏直播平台

提供游戏直播服务的网站/客户端软件。

电子竞技

利用电子设备作为运动器械进行的、人与人之间的智力对抗运动。

1

概念定义

2

海外游戏直播行业概况

3

中国游戏直播产业链分析

4

中国游戏直播商业模式分析

5

中国游戏直播行业发展趋势

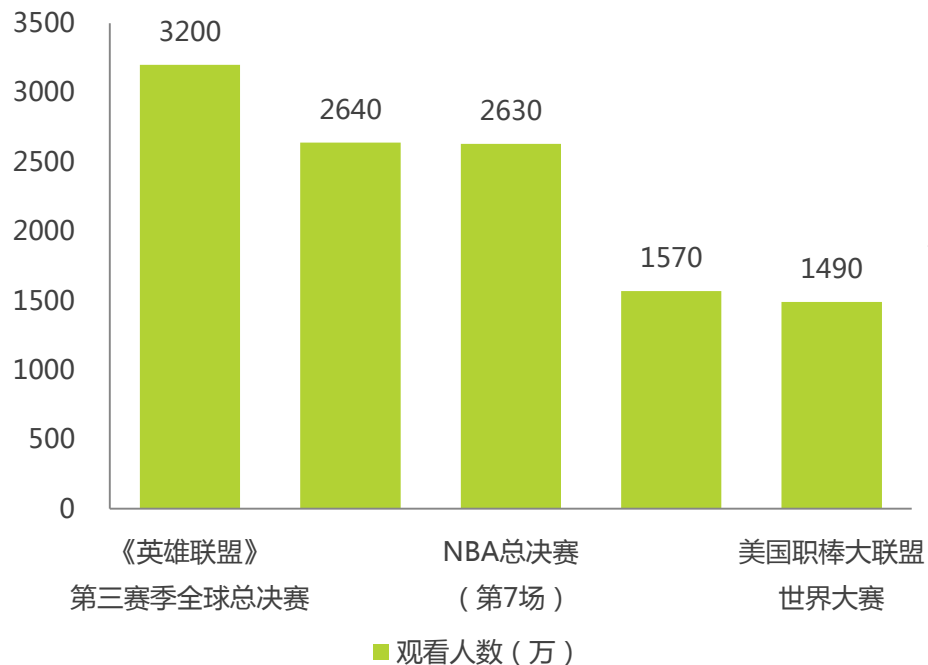
美国拥有良好的电竞赛事和直播氛围

电竞比赛最受欢迎，游戏用户更爱看直播

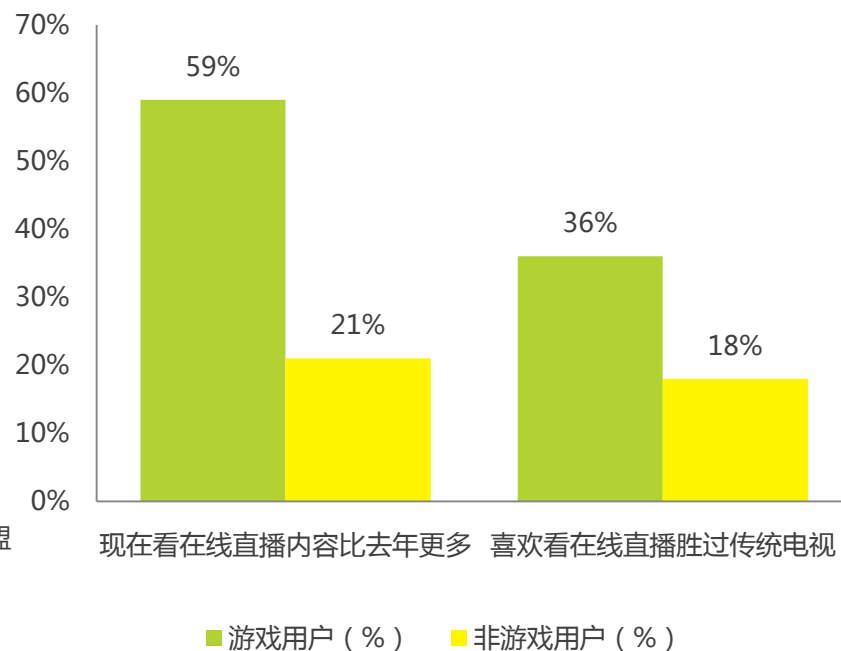
美国的电竞比赛观众在关键比赛中甚至超过了诸如NBA总决赛、美国职棒大联盟等赛事观众，同时游戏用户看直播越来越多，且更愿意通过互联网平台观看直播。

艾瑞分析认为，美国竞技赛事以及网络直播环境都处于全球领先地位，有利于游戏直播产业的发展和壮大。

2013年美国热门电竞比赛和体育比赛观看人数



2014年美国游戏用户与非游戏用户的在线视频观看情况

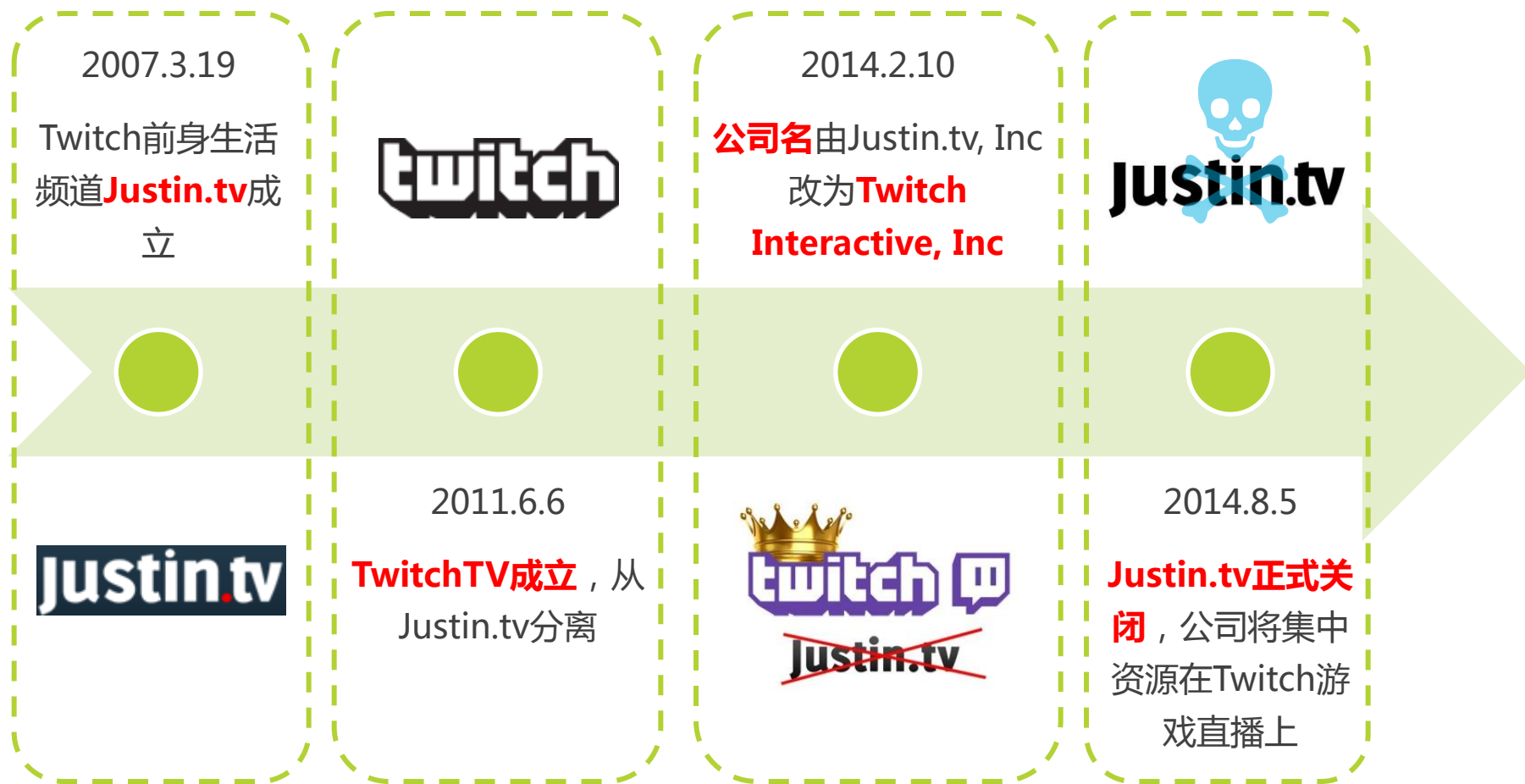


来源：左图来自ESPN、Nielsen以及Riot Games；右图来自LifeCourse online survey。

生活直播到游戏直播的演变

2011年Twitch正式独立为游戏直播平台

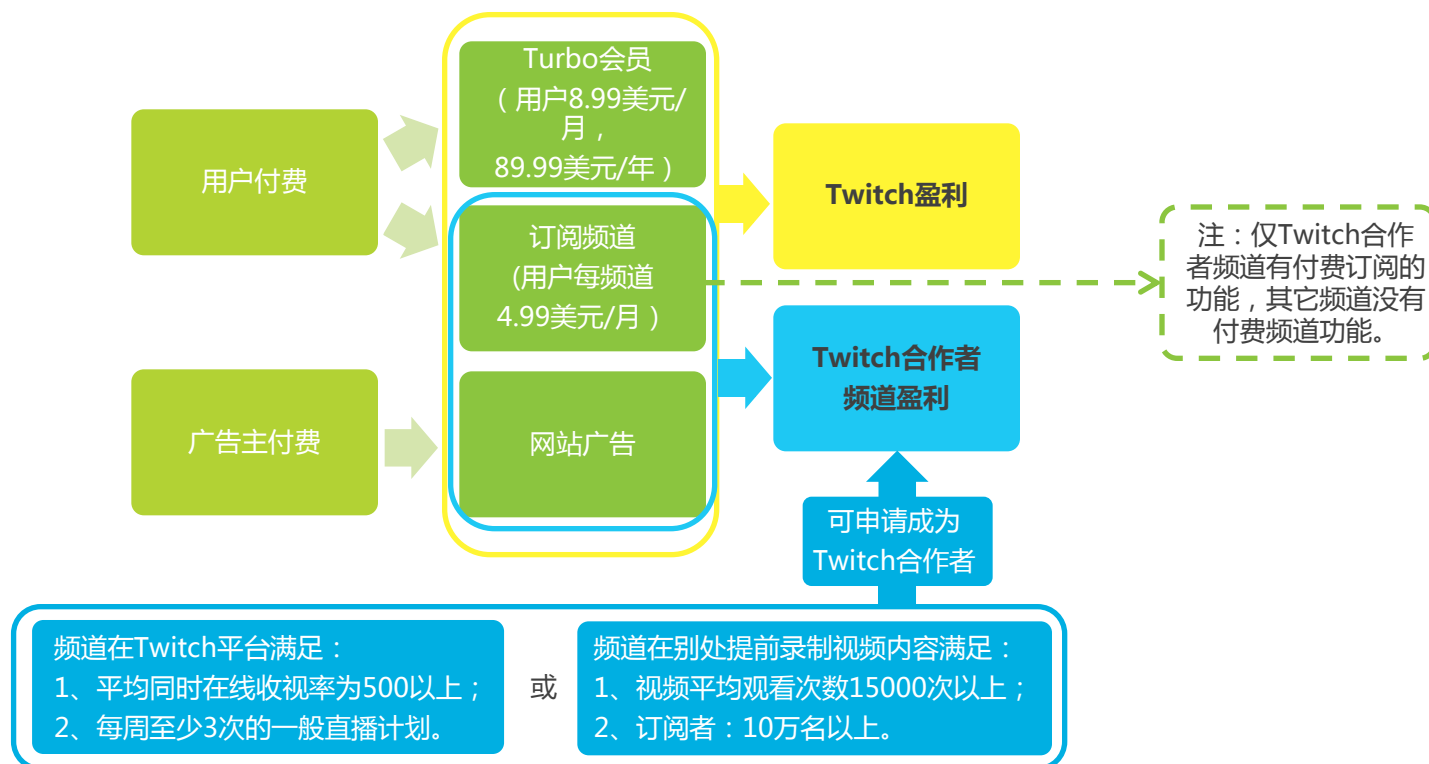
Twitch一定程度上代表了全球游戏直播的发展史，它始于Justin.tv，后来源于游戏直播内容的崛起而独立，2014年更是将公司名字改为Twitch，Amazon的收购将Twitch推到了世界舞台。



订阅和广告是核心商业模式

平台和主播双赢

Twitch核心商业模式为用户付费和广告，其中用户付费包含Turbo会员和频道订阅，可订阅的频道仅限于Twitch合作者。支付方为普通用户和广告主，盈利方为Twitch和合作者，成为Twitch合作者需要一定的门槛。



大量的用户和主播资源

双向开放的直播模式为Twitch带来足够大的粘性

Twitch的直播模式主要基于UGC，通过大量的主播带来大量的用户，又因为大量的用户留住了优质的主播。艾瑞分析认为，Twitch这种UGC的模式是通过美国等全球市场常年积累的分享传统以及娱乐需求获得了用户认可。



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21811

