

Analysis on the Flow and Market Status of Live Companies

Yan Ma, Jie Liu

School of Economics and Management, Northern University of Technology, Beijing

Email: 18919929145@163.com, myliujie@sina.com

Received: Apr. 30th, 2019; accepted: May 15th, 2019; published: May 22nd, 2019

Abstract

Present, China's live broadcast industry market tends to be saturated, traffic tends to be stable, and the market is relatively stable. In this case, the endless stream of live broadcast platforms and the boom of the short video will have a certain impact on live broadcast revenue. In response to this situation, major live broadcast platforms have also launched different strategies to deal with the development of the market and itself.

Keywords

Flow, Market Status, Strategy, Diversification

直播类公司流量市场现状分析

马 燕, 刘 捷

北方工业大学经济管理学院, 北京

Email: 18919929145@163.com, myliujie@sina.com

收稿日期: 2019年4月30日; 录用日期: 2019年5月15日; 发布日期: 2019年5月22日

摘 要

目前, 我国直播类行业市场趋于饱和, 流量趋于稳定, 市场呈现出相对稳定的状态, 在这种情况下, 层出不穷的直播平台, 短视频的热潮会对直播收入产生一定的影响, 针对这种现状, 各大直播平台也纷纷开展不同的策略, 应对市场与自我的发展。

关键词

流量, 市场现状, 策略, 多元化

Copyright © 2019 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着直播行业的飞速发展, 并逐渐进入成熟期, 市场也趋近于饱和, 本文通过对目前直播市场的现状分析, 了解现在直播市场的用户发展, 面临的威胁以及平台发展, 并分析当前直播市场的流量状况, 总结当前市场的问题, 对各大直播平台针对威胁, 流量状况和问题做出的应对策略进行分析。

2. 直播市场现状与分析

到 2018 年 11 月为止, 以暂时排在前位的陌陌、火山、映客、花椒的头部主播为例。

2.1. 用户趋于稳定

随着直播行业进入成熟区, 相对于之前的飞速发展时期来说, 直播行业的用户增长速度逐渐变慢, 网络用户量也逐渐呈现出稳定状态。对于这种情况, 各大直播平台不断开展全新内容, 增加播主与观众的互动性, 同时增加直播的趣味性, 并通过了解观众的需求, 推送其感兴趣的内容, 除此之外, 也推送新开发的内容, 以此来留住用户。新的直播形式, 新的直播内容, 在尽量保留原有用户的同时, 开拓新用户, 由此, 直播平台用户逐渐稳定, 则平台直播的收入趋于稳定状态, 如表 1 所示, 平台直播的收入趋于稳定状态。

Table 1. Head platform income in August and September

表 1. 2018 年 8 月和 9 月总平台收入

收入	陌陌	火山	映客	花椒
8 月收入/亿元	1.5	0.71	0.49	0.51
9 月收入/亿元	1.07	0.72	0.45	0.44
增长率	-29%	2.2%	-7.3%	-13.4%

注释: 数据来源: 《2018~2023 年中国网络直播行业商业模式创新与投资机会深度研究报告》。

2.2. 短视频的威胁

与此同时, 短视频的发展对于直播行业来说也是一个威胁。直播与短视频不同, 直播在时长上有一定的要求, 同时, 由于直播内容的原因, 要求用户沉浸式的观看, 例如美妆直播, 游戏直播等; 而短视频则更加片段, 快速以及简便化, 是更加适合现在忙碌生活的娱乐方式。到目前为止, 网络用户量还是以青年为主, 但无论是学生还是上班族, 能花费在网络上的时间是十分有限的。针对于现在的用户以及普遍的生活状态来看, 短视频远比直播有优势, 基于这种情况, 短视频在未来可能会进一步抢占直播行业的时长和流量。不仅如此, 正在快速增长的短视频平台, 快手、抖音和西瓜视频也都上线了直播业务, 这又是另一种威胁。

2.3. 头部平台

在 2016 年直播爆发的时候, 由于平台资源较为分散, 主播拥有很高的自主选择权, 也就是说主播可以自主选择条件更优的平台, 而不是受制于平台; 同时主播一旦离开原来的平台, 粉丝就会随着主播转

换到新的平台, 原平台的流量会随之下降。到了 2018 年, 随着流量开始集中到头部直播平台, 用户越来越愿意在头部平台消费内容, 这使得越来越多的主播选择头部平台, 并且由于直播行业的成熟发展, 主播与平台也会签订一定的合同, 主播更换平台也会支付一定的违约金, 所以他们不会再轻易地更换平台。到现在位置, 游戏直播中虎牙拥有最优的主播和用户资源, 而秀场直播中, 则是陌陌拥有最优资源。

由上述可知, 短视频的发展会在一定程度上影响直播的流量, 更多的平台开展直播业务, 会增加直播的竞争力, 会对虎牙, 陌陌等大直播平台的收入造成影响。

3. 直播类公司流量分析

3.1. 直播用户规模

通过分析两家上市公司短期与长期偿债能力, 了解虎牙与映客对债务的承担能力与及时偿还能力, 以此对公司进行偿债能力分析。

如表 2 所示, 2015~2018 年, 我国用户规模数量处于不断增长趋势。2018 年, 我国直播行业用户观看人数总计 4.56 亿, 占全部视听用户数量的 53%。虽然处于不断增长的过程, 但是根据数据不难看出, 增长的速度在不断的降低, 这也是直播市场进入成熟期的表现, 最终用户数量会趋于稳定。

Table 2. 2018-2019 Network user size

表 2. 2018~2019 网络用户规模

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
直播用户规模/人	1.93 亿	3 亿	3.92 亿	4.56 亿	5 亿(预测)
同比增长率	--	--	26.5%	14.57%	--

注释: 数据来源: 《中国网络直播行业商业模式创新与投资机会深度研究报告》。

3.2. 活跃用户量

如表 3 所示, 对比 2018 年 9 月和 12 月数据, 虽然月均 DAU 并未有较大改变, 但是从长期来看, 还是处在一个下降的时期, 并且各大直播平台, 只有虎牙实现增长, 从 530 万涨至 710 万人, 其余平台的月均 DAU 都不同程度流失。一是因为短视频的威胁, 虽然直播有它不可替代的地方, 但是短视频的特性, 短小, 便捷, 使它成为工作党和学生党的首选, 还是会对直播造成一定的影响: 二是因为直播市场进入成熟期, 直播的形式和内容也呈现饱和状态, 长期以往下去, 除了虎牙这样的头部平台可以保证自己的月均 DAU 之外, 没有新意的内容, 其他中小平台的月均 DAU 肯定会有所流失。

Table 3. 2018 Live broadcast industry monthly average DA

表 3. 2018 年直播行业月均 DAU (万)

7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
3700	3630	3570	3670	3380	3560

注释: DAU (Daily Active User) 日活跃用户数量。DAU 通常统计一日(统计日)之内, 登录或使用了某个产品的用户数, 数据来源: 《2017 年移动互联网行业盘点 App 榜单》, 《2018 年移动互联网行业数据研究报告》。

3.3. 观看时长

如表 4 所示, 2018 年第四季度的观看时间最长, 达 87.33 亿分钟(约等于 16615 年), 同比增长 4.5%。从观众的分布区域来看, 三线城市最多。根据最新统计数据显示, 直播行业的观众主要分布在三线城市, 占比为 23.7%, 其次为一线城市, 占比为 22.2% [1]。由于直播的特性, 导致他需要观众投入一定的时间

与精力，而一、二线城市的快节奏生活，使得工作党和学生党没有那么多的时间；同时社会的进步与科技的发展，使得现在的消息传播快速，手机也不再是奢侈品，这样的话，相对于快节奏的一、二线城市，反而是三、四线城市投入在直播上的时间更长。

Table 4. Live broadcast viewing time 2018 (billions of minutes)

表 4. 2018 年直播观看时长(亿分钟)

第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
64.56	74.35	83.54	87.33

注释：数据来源：《中国演艺产业市场前景与投资机会分析报告》。

4. 应对策略

4.1. “出海”

根据相关数据推断，2021 年海外流媒体直播市场的规模将达到 100 亿美元，将会超过中国的 940 亿元的市场规模。国外市场是一个高潜力市场，在国外开展直播平台，开展有关于直播的活动，以此来吸引国外资源，增加国外收入渠道，例如猎豹移动在欧美做了 Live.me；天鸽互动在东南亚布局；直播营收一哥欢聚时代孵化并投资的 BIGO Live、LIKE 短视频、YY 直播、虎牙直播、Cube TV 等[2]。除此之外，可以复制国内的成功案例到国外，例如招募主播，并培养出优秀的头部主播；在直播中推出国外用户感兴趣的内容；并且可以开展有关于直播的活动，进一步推广直播，例如 2018 年，斗鱼完成来自腾讯的 40 亿元融资后，将斗鱼嘉年华更名为“国际斗鱼节”，融入许多国际化元素，官方表示将走国际化路线。目前绝大多数海外直播平台公司将重心放在亚洲市场上，尤其是东南亚、南亚、非洲市场，并且在东南亚多国应用商店稳居榜首。

4.2. 下沉至三、四线城市

根据上述数据，直播的主要用户量在三线城市，其次才是一线城市。在一线城市，虎牙，陌陌，斗鱼等大直播平台基本上已经垄断直播用户，则其余直播平台则选择下沉到三四线城市。天鸽互动 CEO 傅政军接受采访就曾表示“中国人口呈现虹吸效应，三四线城市的人口不停的向一二线城市涌入，所以天鸽选择主攻做三四线城市。”就像快手已经在三四线和农村扎根短视频一样，天鸽互动选择在三四线城市已先下手为强。

4.3. 内容广泛，精良化

目前在线直播行业就已经形成了游戏内容直播、娱乐内容直播和企业直播等细分直播平台。直播平台数量的不断增加，使得主播呈现的内容也越来越多样化，例如游戏直播，爱心直播，美妆直播，吃播等等，多种多样的直播形式可以满足不同用户的不同需求，丰富多彩的内容增强了用户的粘性。除此之外，也可以将直播与网络节目相联系，例如综艺直播，相亲节目直播，社交直播等等，形成强 IP，最终挖掘出用户的消费需求和潜在价值。虽然上述短视频会影响直播的用户量，但是最终，直播行业会回归稳定。一是因为用户对电竞，美妆等活动有需求，但这种直播内容需要时间上的支持，很明显，短视频却无法提供这种支持；再者，短视频无法满足播主与用户进行实时的交流和互动，那些喜爱互动式内容的用户只能选择直播，而不是短视频；除过这些以外，一些颁奖典礼，电商导购等的直播场景，也是短视频无法完成的。

例如，在游戏直播平台方面，通过直播，用户可以实时观战，了解战况；同时，随着电竞列入奥运

会比赛项目, 越来越多的人想要了解电竞, 而直播, 就是一个很好的方式; 除此之外, 各大直播平台会与人气高电竞播主进行合作, 直播自己打游戏的过程, 以此来吸引更多的游戏用户进入直播平台。

4.4. 盈利多元化

传统的直播平台以打赏为主要收入来源, 但近年来, 除打赏以外, 直播平台还会开放新的收入模式, 例如广告收入等, 平台盈利模式不再单一, 朝多元化发展。

4.5. 主播方面

对于主播而言, 如何在平台脱颖而出, 成为头部主播至关重要。在直播行业逐渐成熟的阶段, 直播更重要的是内容, 只有高品质的直播内容与质量才会让主播一直处于前列。一般来说, 头部主播拥有自己的特别之处, 或是长相, 或是能力, 并且不容易被模仿, 拥有相对坚实的观众基础。并且现在的主播不仅仅只是靠个人, 而是团队化运作或是靠经纪公司。由于直播的特殊性, 主播也需要保持自己的热度, 需要长时间的曝光, 以此来维持自己的影响力。而个人资源和时间有限, 难以完成包装策划、后勤支持、商业合作等众多事务, 因此未来将更多地选择团队化运作或挂靠经纪公司, 利用团队或公司严密的组织、完善的管理、相互之间的扶持来实现职业生涯的进一步发展。

5. 结论

随着直播市场的饱和, 市场进入成熟期, 网络用户客户量也逐渐稳定, 在这种情况下, 各大平台想要在保持自己用户量的同时, 拥有更多的流量, 可以通过开拓海外市场, 开展海外直播平台或是关于直播的活动, 以此来吸引国外资源, 增加国外收入渠道; 或是改进直播的形式与内容, 开展不同形式的直播满足不同用户的需求, 同时可以与综艺节目等进行合作, 进行推广, 增加知名度; 也可以选择播主明星化, 通过团队化操作, 对其进行包装, 增加国民度, 吸引更多用户。头部平台在保持自己优势的同时, 可以选择开展海外市场或是播主明星化, 以此来增加自己的收入渠道; 而中小平台更多的是选择改进直播的形式与内容, 稳定国内的经营与收入, 增加自己的流量。

基金项目

本论文受到北京市大学生科学研究与创业行动计划项目资助, 项目名称《直播类上市公司的盈利模式分析》。

参考文献

- [1] 十张图带你看懂直播行业的发展现状[EB/OL]. <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/190308-fcf04065.html>
- [2] 2018年直播行业分析: 未来格局将呈现四大发展趋势[EB/OL]. <https://bg.qianzhan.com/report/detail/459/181210-4f930637.html>

知网检索的两种方式：

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2161-0967，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：fin@hanspub.org