

内容 1.0 =文字 内容 2.0 =图片

内容 3.0 =视频 内容 4.0 =直播

直播革命

互联网创业的下半场

王冠雄 钟多明◎著

一切都在直播，人人都是网红。
直播和网红很Low？是你Out了！
未来已来！错过直播就会错过一个营销新时代！



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

直播革命

互联网创业的下半场

王冠雄 钟多明◎著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

直播革命：互联网创业的下半场 / 王冠雄，钟多明著. —北京：电子工业出版社，2017.7
ISBN 978-7-121-31699-9

I. ①直… II. ①王… ②钟… III. ①互联网络—应用—创业 IV. ①F241.4-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 120547 号

策划编辑：刘声峰

责任编辑：刘声峰 特约编辑：刘广钦 刘红涛 文字编辑：彭扶摇

印刷：三河市鑫金马印装有限公司

装订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本：720×1 000 1/16 印张：18.5 字数：146 千字

版次：2017 年 7 月第 1 版

印次：2017 年 7 月第 1 次印刷

定价：55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：39852583（QQ）。

前言

“这是最坏的时代，这也是最好的时代。”这是狄更斯在《双城记》里著名的开场白。

2016年以来，直播业界突然风生水起，仿佛焕发了第二春。先是欢聚时代10亿元砸向虎牙和ME直播，斥资1亿元签下主播MISS；腾讯4亿元投资斗鱼，后者估值10亿美元；新成立的映客获得昆仑万维、复赛等机构的8000万元投资；投入阿里怀抱的陌陌不甘寂寞，主推直播视频社交并展示在最重要的位置，估值达到10亿美元；易直播获得6000万元A轮融资；360推出花椒；秒拍推出一直播和MSee；美拍也推出

直播功能并极有可能分拆为单独 APP。此外，还有游戏直播里人气一直都挺旺的 YY 频道直播，国民老公投的熊猫直播、斗鱼直播和虎牙直播。

一场直播领域的革命，正伴随着资本的疯狂呼啸而来。

站在风口的直播行业

据不完全统计，目前直播平台超过 300 家，而盯上移动直播这门生意的平台也超过 80 家。其中包括映客、花椒等独立直播平台，依托微博社交资源的一直播，YY、腾讯、乐视、小米等大玩家，在游戏、财经、体育等细分领域也涌现出一批垂直直播平台。中国现在大约有 115 家拿到融资的直播平台。

直播APP背后的巨头

腾讯：QQ直播、bilibili、龙珠直播、斗鱼、TGA

阿里：优酷土豆、陌陌、AcFun、淘宝直播

新浪：二直播、MSeeTV

360：花椒

YY：YY直播、ME直播、虎牙直播

网易：网易直播

据有关数据显示，截至 2016 年 6 月底，国内同时进行直播的房间超过 3000 个，网络直播用户的规模已经达到了 3.25 亿，占网民总数的 45.8%，并且这个规模仍在持续上涨。从 2015 年 10 月到 2016 年 5 月，网络直播次数从 5271 万增长到 8585 万，增幅达 38.6%。

方正证券的调查数据显示，2016 年我国的直播市场规模将达到 150 亿元，社交直播市场将达到 26 亿元。而到 2020 年直播市场和社交直播市场的规模将分别达到 600 亿元和 295 亿元。

2016 年直播业界的一场大变革正在趁势而来，全民直播将会成为这场革命的最终形态吗？

众所周知，传统互联网的三大生产力是性、无聊和免费。这三大生产力在网络直播中体现得淋漓尽致。有人说网络直播无非就是把夜总会搬上网，貌似有点道理。

但如今随着移动互联网的迅速崛起，新生的直播平台又似乎远不止如此。

互联网下半场将演变成生态战争

我非常认同滴滴创始人程维在 2016 年 5 月份的演讲预测：互联网时代的上半场已结束。

互联网上半场的关键词是互联，就是终端的发展和人的互联。在上半场的互联网高速发展红利中，连接信息的百度、人连接人的腾讯，以及人连接商品的阿里成为各自领域的领军者。但随着这几年的不断收购和整合，BAT 逐渐形成了各自的生态链。因此，在人口与智能终端普及所带来的红利潮过去之后，互联网的下半场不需要再依靠红利，而需要依赖技术和服 务，需要新的经济增长模式。

以移动直播引领的直播革命，同样是中国互联网下半场的一道风景。

直播平台的三种势力是 PC 端的直播平台（以 YY 为代表）、内容制作平台（网易、微博、优酷等），以及 BAT 超级“托拉斯”平台。在移动互联网新“土壤”下，这三种势力必然将直播模式演变成“生态战争”。

如何保持核心业务的稳固地位，推动核心业务升级，这是各个互联网企业在告别行业征战走向生态战之后都要面临的课题。移动直播、全民直播、直播+的概念将在越来越多的实际案例中展现。

例如，“直播+”目前仅仅是一个开始，直播+旅游、直播+体育、直播+交友、直播+企业营销……未来在帮助和改善民众生活的方方面面，都会有更深入的应用和服务在拓展，因此，“直播+”着重要看“+”什么，各行各业都会因为这个“+”产生实际的利益和效益。

互联网三大生产力的变更

记得有人说过，互联网的三大生产力是性、无聊和免费。我相信就目前来说，这个理论或许还有许多追随者。随着移动互联网的兴起，信息泛滥，人们的时间越来越宝贵，也越来越碎片化，从而更愿意为有价值的内容花费金钱。因此，笔者认为，互联网下半场的三大生产力将会演变成娱乐、个性、共享。

网民拥有寻求娱乐的天性，每个网民不再拘泥于大同世界，都在寻找彰显自我个性的元素（比如二次元），但又具备社群化的性质，因此，共享将会成为未来的一个“主题”。

还是那句话：需求变化催生变革。在新的网络生产力下，直播革命势在必行，要玩转直播下半场，就看谁更有资源、更有资本及更多玩法，谁将走得更远。

共享，这是互联网最近几年最大的一个关键词之一，资源共享是未来的主题之一。当然，互联网的上半场，互联网红利时代结束了，意味着新的互联网生产力——娱乐、数据及共享将把我们推动到一个全新的领域。

网络直播更像是一场新的“圈地运动”

随着这两年自媒体行业的兴起，IP（Intellectual Property）这个概念被放大化，IP 其实就是内容产业的代表，通俗来讲就是好的内容的意思。当然，这些好的内容可以包括文字、音频和视频。这些内容因为能产生互联网最核心的价值——流量，因此，被赋予品牌化，可以直接实现价值变现。

凯文·凯利说过，网络群体是蜂群效应，有着社群性、非理性的特征。而资本对于趋势一直都是嗜血般敏感，VC 总是逐水草而居，顺天时而动。因此，直播平台的兴起，其实就是一场围绕着互联网的“圈地

运动”，都是在架设平台（圈地），制作无数的 IP 内容（产品），打造无数“网红”明星（品牌），然后实现各种模式的变现（销售）。这种“圈地运动”升华了视频直播的意义（虽然本质上来说还是性、无聊和免费），从网络夜总会、秀场和游戏演绎平台，变成了“网红”经济，未来将延伸到全民直播。

究竟这场直播革命是如何引起的，直播未来又将会如何发展？让我们往下看。

目录

Contents

前言 _III

01
Chapter

直播理论解读： 人类媒介方式的必然趋势

1. 人类媒介方式的双螺旋结构：直播革命从何而来？ _003
2. 互联网土壤的进化之路 _017
3. “网红”进化之路 _036
4. 移动直播：内容行业下半场的开场哨 _050

02
Chapter

直播行业透析： 风口之巅的百播大战

1. 巨头统治下的国际直播领域 _061
2. 直播的强监管时代 _078
3. 直播行业发展史：秀场直播、游戏直播和移动直播_086

4. 社交媒体+直播：用直播重构人群关系	_093
5. VR+直播：人类从此无界	_101
6. 电商+直播：购物体验至上	_112
7. 语音+直播：不必露脸的才艺表演	_123
8. 财经+直播：直击核心消费群体	_135
9. 旅游+直播：世界那么大，我想出去走走	_141
10. 直播+红包：春节里的一场全民狂欢	_147
11. 百播大战鹿死谁手：直播行业未来管窥	_155

03

沙场秋点兵： 直播平台全揭秘

1. 强明星属性的花椒	_165
2. 映客迅速崛起之谜	_172
3. 一直播的矩阵革命	_180
4. 新闻+的网易直播	_194
5. 一年两轮融资，斗鱼将充当直播大战收割者？	_203
6. 70天杀人直播平台第一梯队，梦想直播凭什么？	_211
7. 语音生态进化下的YY LIVE	_216
8. 综艺视频+的来疯直播新玩法	_223

04
Factor

中国科技直播： 第一品牌是如何炼成的

1. 有一种“千万+”直播，叫“雄出没” _237
2. 内容+颜值的破局之道 _253
3. 直播产品如何做到差异化：
或许我们能从“快手众”那里学点什么 _262
4. 互动技巧奠定直播质量 _273

01
Chapter

直播理论解读： 人类媒介方式的必然趋势

1 人类媒介方式的双螺旋结构： 直播革命从何而来？

直播的突然爆发，令很多人始料未及。人们不知道这样一个主打“眼球经济”“娱乐效应”的模式为什么引来无数互联网巨头不惜血本去攻占，也不知道为什么直播会被定义为 2016 年最炙手可热的互联网风口。

举个例子来说，这就像 Twitter 刚刚出现的时候，人们不知道 140 个单词能表达什么一样。甚至有人断言这是人类史上最短命的社交工具，结果

一个影响数十亿人、估值超过万亿元的市场却由此打开。

究其原因，是因为媒介交互方式的更新，更倾向于以一种娱乐化、简单化的形式打开一个先导性缺口，严肃宏大的聚变孕育其后。等到每个人都成为这种媒介交互形式的忠实用户，产业经济体呈现指数级增长，其增量红利也已经达到“天花板”。

因此，媒介形式的进化，往往是以简单的形态作为外在，内藏深刻的传播与媒介变革形态——直播也是如此。

想要解析直播风口背后的价值，就要从整个媒介载体进化的角度进行理解。

媒介载体

简单来说，媒介载体就是信息的承载形式，人类从发明图画、语言、文字开始，就致力于让交流可以承载更多的信息量与信息模块。而在语言体系达到了完整后，媒介交互中