

“直播+互联网”

精彩的成长蜕变

宋江龙 / 著

The Wonderful Growth
"Live + Internet" and Transformation of
"Live + Internet" and Transformation of
The Wonderful Growth and Transformation of "Live + Internet"
The Wonderful Growth
and Transformation of
Wonderful Growth

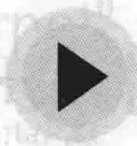


中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

“直播+互联网”

精彩的成长蜕变

宋江龙/著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

“直播 + 互联网”精彩的成长蜕变 / 宋江龙著.

—北京: 中国经济出版社, 2018. 7

ISBN 978 - 7 - 5136 - 5169 - 1

I. ①直… II. ①宋… III. ①网络营销 IV. ①F713. 365. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 065711 号

责任编辑 伏建全 孙喆浩

责任印制 马小宾

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京科信印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 11

字 数 138 千字

版 次 2018 年 7 月第 1 版

印 次 2018 年 7 月第 1 次

定 价 38.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

01 第一章 孕育——互联网成直播孵化器

第一节 揭秘——互联网是何方神圣？ 3

1.1 互联网概念与发展 3

1.2 中国互联网的运用与发展 5

1.3 移动互联网趋势与特点 6

第二节 功能——互联网多元演变中的直播机会 8

2.1 综合信息资源查询——直播模式开启的空间条件 9

2.2 在线娱乐互动——直播成熟的雏形出现 9

2.3 商业功能——直播发展有了利润动力 10

第三节 硬件——互联网技术更新给直播发展提供基础 12

3.1 硬件技术 12

3.2 网络4G成熟 13

3.3 音频技术的成长 14

3.4 大数据技术成引领 15



- 3.5 人工智能化的直播运用 16
- 第四节 群体——互联网催生大众线上观众 18
 - 4.1 互联网用户基础群体发展扩大 18
 - 4.2 终端覆盖扩大催生移动用户 19
 - 4.3 直播群体迅速成长 19
- 第五节 快速——互联网与直播从无到有的内在动力 21
 - 5.1 互联网让直播市场规模逐步扩大 21
 - 5.2 移动直播发展空间巨大 21
 - 5.3 互联网与直播的关系 22

02 第二章 共进——直播与互联网携手相扶

- 第一节 互联网直播年的异常效益 27
 - 1.1 互联网驱动直播雏形初现 27
 - 1.2 资本注入助推直播发展 27
 - 1.3 刷粉成本增加 28
- 第二节 多家直播有了成长故事 29
 - 2.1 斗鱼直播 29
 - 2.2 熊猫直播 34
 - 2.3 虎牙直播 40
 - 2.4 花椒直播 43
- 第三节 主播诞生，网红时代开启 47
 - 3.1 互联网和主播一同成长 47
 - 3.2 网络主播盈利模式多元化发展 49
 - 3.3 身价越高收入泡沫将越大 49
 - 3.4 主播群体职业化趋势明显 50

3.5	网红时代开启	51
第四节	互联网受众用户成熟，直播群体爱粉连连	54
4.1	泛娱乐独立平台发展最为火热	54
4.2	打赏能力与收入水平成正比	56
4.3	观看体验对广告接受度明显增强	56
4.4	向年轻化发展，高收入高学历用户渐成主流	57
第五节	做直播达人，直播与互联网连接一体	59
5.1	连为一体，融资扩大	59
5.2	互联网带动直播市场演变加剧	60

03 第三章 迈向——经济效益明显，互联网直播靠近大众

第一节	互联网经济模式出现	67
1.1	互联网经济概念	67
1.2	电子商务经济	68
1.3	移动支付经济	69
1.4	共享经济	70
第二节	互联网娱乐模式里的直播故事	72
2.1	“明星+视频”直播开娱乐互动先河	72
2.2	粉丝与受众的娱乐需求	72
第三节	“互联网+直播”的双向经济之路	75
3.1	互联网商业化下直播利润格局凸显	75
3.2	“直播+商业”化势头良好	76
3.3	平台利润模式案例分析	79
第四节	“小直播，大娱乐”的互联网主播收益状况	82
4.1	网红经济风华正茂	82

- 4.2 直播经济也会跟着互联网转变 83
- 4.3 分成里面的小秘密 85
- 4.4 经纪公司推波助澜 86
- 4.5 主播收入两极分化 87
- 第五节 互联网让平台走进了商业困境 88
 - 5.1 资源掌控权减少 88
 - 5.2 数据之殇明显 89
 - 5.3 误入歧途的直播消费模式愈演愈烈 90

04 第四章 成长——互联网与直播模式多元化征程

- 第一节 从技术到“互联网+生活”的蜕变 97
- 第二节 群雄并立，短视频直播企业疆土逐渐被岁月开拓 99
- 第三节 直播类型也变得百花争艳 102
 - 3.1 四大演进 102
 - 3.2 网络电视直播 103
 - 3.3 游戏直播 105
 - 3.4 娱乐直播 105
 - 3.5 购物直播 106

05 第五章 曲折——互联网监管之下直播风生夜雨

- 第一节 互联网监管细说 109
 - 1.1 监管是互联网市场成长需要 110
 - 1.2 政策方向预测，内容、自律与版权保护 113
 - 1.3 用户优秀产品的需要 113

第二节	已经走入下半场的互联网直播政策	115
第三节	直播的艰难生存	117
3.1	融资不断	117
3.2	小平台遭淘汰	118
3.3	走上转型路	119
3.4	直播企业在变动中停运	119
第四节	“互联网+”下的直播产业突破困难	125
4.1	用户增长放缓	125
4.2	竞争加剧	125
4.3	网络直播低俗侵权乱象频出	126
4.4	从疯狂到理性，直播行业进入调整期	127
4.5	隐私保护成难点	128

06 第六章 去向——互联网下的直播未来情归何处

第一节	科技要创新，互联网直播技术要突破	136
1.1	重构步骤流程	136
1.2	云技术趋向化	137
1.3	直播云技术转化	139
1.4	直播应用层协议化	140
1.5	流媒体技术将普及	141
1.6	直播终端系统优化	143
1.7	直播链条技术	146
第二节	互联网要让直播不是简单经济，更是多重内容文化	148
2.1	行业完成洗牌后“内容依然为王”	148
2.2	正向价值观内容将受平台青睐	149



第三节 互联网合规化牵手直播发展，为其形成正确引路 153

3.1 持证上岗规范化 153

3.2 风口之后稳健前行 155

3.3 多元化发展明显 157

3.4 网络直播行业方向趋势 158

第四节 跟随互联网走向合并互交时代 161

4.1 直播行业进入合并时期 161

4.2 互动形式提高直播社交体验 162

第五节 欲执牛耳者，新商业模式或将发力 163



01

第一章

孕育——互联网成直播孵化器

第一节

揭秘——互联网是何方神圣？

1.1 互联网概念与发展

互联网既是现代生产力和科技革命的产物，也是推动相应社会经济发展的重要技术媒介。从 20 世纪 50 年代将计算机运用于军事，再到 90 年代将因特网和万维网运用到现代经济生活中，互联网既是一个逐步发展和前进的过程，也是现代直播元年的核心孵化器，认识 and 了解互联网对把握其与直播直接密切的联系具有重大而现实的意义。

所谓的互联网就是一种广域网，是根据一些通信协议而成的计算机网络系统，这种系统一般以多台计算机为代表，多个组织模块进行联合，在一定的形式下，各个服务端和客户端能完整地进行融合。

互联网最初的网络并没有社会化，更没有直播渠道和空间，只是简单地给一般的工程计算机专业和部分工程科学家使用。在早期，因为互联网和其技术形式尚不完善，计算机和互联网没有进行完整的融合，致使很多工程师不得不对相关的复杂系统进行学习，才能有效地实现科学实验。而随着技术和经济的发展，1947 年以太网这一更为方便和灵活的局域网协议出现了，那时免费服务取消了用户的直接费用，在基本都需要进行付费的

情况下，互联网时代前的很多东西对人们来说都是不方便的，也是无法有效地处理各种问题的。

互联网的发展和人们生活中所需要的信件、电报、相机、电话、电影、广播、电视等信息记录和传递方式一样，都是根据社会需求陆续被发明出来，是沿着文字、图片、声音、视频的路径进行的。媒体出现之后，文字、图片、声音、视频的路径需要进一步扩大，互联网时代的信息记录和传播发展路径同样如此。

最早的互联网只能进行一些比较单一的文字传输，包括各种音频、系统、数据、场景和信息都难以存在。随着以文字为主的互联网时代的进步，诞生了门户网站、BBS、IM 聊天工具；在以图片为主的互联网时代，诞生了 Instagram、QQ 空间等图片社交平台；以视频为主的互联网时代，诞生了 YouTube、腾讯视频、爱奇艺、优酷等视频网站，但是这些都不能实现实时动态，而实时化的信息如电视直播、实况转播、视频聊天，需要很多设备、场景，以及一些技术支撑如直播通信车、专业记者、摄影机等，其耗资数额巨大，直播只能用于重大事件报道。

而互联网将直播从幕后推到了前台，目前 4G 和即将到来的 5G 网络的普及、直播技术的成熟、智能摄像头等配套设施的完善有效地促进了互联网直播产业呈爆发式发展，特别是相应的“网络直播元年”的出现，让信息不再是固定的存在，而是变成流动的资源。互联网直播成为主流，互联网已经进入了直播为主的时代。

在基于互联网的时代下很多企业研发新一代的移动互联网 2.0 技术，其中的视频共享技术可以使用户随时随地看到另一个地方，甚至借助互联网的 VR 等技术能实现虚拟穿越，这些技术可以运用到各个行业和领域，如为企业建设新型独立电商，企业可以全天候展现自己的实力，并随时随地接受用户的监督。

总体来看，互联网既是信息化、技术化、现代化、物联化的集合，也

是互联网直播诞生的襁褓。

1.2 中国互联网的运用与发展

目前,随着中国改革开放和经济社会的发展,中国互联网经济发展迅速,逐步走向多元,并已经形成了一条完整的产业链,这让整个互联网市场走向多元的同时,也在不断地改变人们的生活和日常,特别是对大家的基本生活、工作和其他模式产生了较大的影响。根据《中国互联网产业市场前景与投资战略规划分析报告前瞻》数据显示,截至2011年12月底,中国网民数量突破5亿,达5.13亿,特别是新增加的网民数超过了5000万,整个互联网的普及率大幅度提升。而在2017年,不管是从网络普及率还是人数来看,都已经出现了增长和变化。

互联网网络经济得到快速增长。根据前瞻网统计,2011年网络经济市场规模突破2300亿元,到2013年达5400亿元。在细分市场结构中,2011年移动互联网和网络广告的占比均有小幅提升,电子商务的占比仍维持在40%以上。其中,移动互联网市场的增长,主要源于传统电商企业快速拓展移动业务以及移动支付的快速推进;电子商务市场稳定态势的保持,主要源于网络购物和旅行预订市场的持续增长;广告主网络广告投放比重持续增加,助推整体网络广告市场保持稳定上扬态势;而网络游戏市场,由于网游用户付费市场接近饱和,网络游戏市场规模增长逐步趋向平缓。在互联网产业及中国经济发展向好的预期下,互联网企业再现上市潮。

整个上市的过程以2010年为起点,中国互联网公司逐步走向海外进行上市。在上市的过程中,基本以美国的纽交所为主,这让上市成为主流。在互联网企业迅速发展的背后,既是人们不断追求新的突破和机会的一种有效展示,也是大家对中国互联网市场看好的一种体现,特别是以腾讯、阿里巴巴、网易、新浪、今日头条为代表的网络企业市盈率普遍偏高,在美国股市上存在很多利好的机会,而很多投资人购买这些公司的股票,也

是基于这些投资人对中国经济的看好，尽管这其中也可能存在一些水分，很多投机者扮演了重要的角色，给很多中国互联网企业造成了影响。有的投资人并不了解互联网企业背后的真实情况，在互联网繁荣的背景下，泡沫逐渐出现，企业只有不断地创新和提升，才能取得新的突破和发展。

1.3 移动互联网趋势与特点

1.3.1 设备变化明显

目前，人们喜欢用手机上网，同时在移动终端的时长也超过了 PC 端，这说明移动互联网发展进入了一个新的阶段，人们上网的设备产品也发生了变化。截至 2014 年 6 月，人们的手机使用率达 83.4%，手机作为第一大上网终端设备的基本优势和相应地位更加巩固。而截至 2017 年，这种使用普及率更是达到了 100%，大家利用手机满足自己的娱乐需求、生活需求、支付需求、社会需求、工作需求，这种设备的改变带动了整体互联网各类移动端应用的发展。

1.3.2 全民互联网化

互联网发展从最开始的个体到群体，最终到全民参与，从基本的浅层走向了深度发展，这是整个互联网市场的利好现象，也标志人们的生活被逐步互联网化。目前，绝大多数人在线下或者线上的消费都会从互联网上开始，特别是以电子商务、移动支付和场景消费为主的时代，支付应用在整个和手机端都成为增长最快的应用。移动手机支付增长达 63.4%，使用率由 2013 年底的 25.1% 增至 38.9%。这种消费场景和移动支付的运用（如账单功能）让相关的产业得以快速发展，互联网时代的产业和人们的消费习惯有密切的关系以及联系。相比 2013 年底，人们利用手机购物、看电影、团购或者出游的增长率得到了大幅度的提升。

还需要特别注意的一个现象是，手机直播类软件的逐步出现，带动了整个互联网经济市场的发展。网络直播市场的使用率开始上升。而截至

2016年6月,中国网络直播用户规模已经上亿,普及率也从“十二五”期间的54.7%升至“十三五”期间的70.2%,这样的增长态势是十分明显的。此外手机移动游戏领域也出现了大幅度增长,这让人们越来越对互联网有所期待,手机游戏的增长为整体游戏用户增长提供了动力;在投资理财的领域内,人们对投资的兴趣爱好也开始不断地增加,整个市场的用户规模在上升,这说明在整个理财市场规模突破6383万元的时候,投资成本还可以逐步降低,这也是互联网给金融产业带来的巨大变化之一。当前,随着人们整体生活水平的提升,对财富管理的意识也在同步提高,致使互联网金融网贷平台得以成长。金融模式以创新为基础,以改革为后盾,为人们提供了良好的投资理财机会。

在移动互联网没有出现之前,人们在线网络交流的使用率是不断下降的,而随着经济的发展和进步,人们利用手机终端进行社交的方式也越来越普遍,社交元素与其他应用的融合已成常态。社会网民从2.57亿到7亿,而这一数据在2017年改变更大,用户规模和使用率持续下滑。由于社交类应用更新迅速,对单纯社交网站的用户产生了较大分流。这说明移动互联网已经和社会融为一体,成为人们生活中不可或缺的一部分。

第二节

功能——互联网多元演变中的直播机会

早期的互联网往往只限于军事领域和相应的计算领域，并没有进行完整的信息互联网互通。在当前互联网下，网络直播的概念界定也逐步明确，并在演变中向产业化方向不断发展。中投顾问作为专业的互联网咨询和研究机构，曾在《2016—2020 年中国网络直播行业深度调研及投资前景预测报告》中认为：网络直播的优势在于其能抓住用户的需求，从另外一个角度和层面让用户的生活需求得以满足，并且作为专业化的互联网模式，网络直播是互联网内容和技术上的一种创新，这对人们而言有重要的参考意义和价值，也会对整个移动互联网市场产生影响，网络直播可以利用视讯的方式，给人们提供一种场景转移和现场互动的服务，其具有形式多元、音屏效果好、不限时间地点等优势特点，通常可以被用来做娱乐或者营销，能为我们提供很好的场景消费。

从狭义角度来看，互联网下的网络直播机会众多，是新兴的高互动性视频娱乐。这种直播通常是主播通过视频录制工具，在互联网直播平台上直播自己唱歌、玩游戏等活动，而受众可以通过弹幕与主播互动，也可以通过虚拟道具进行打赏。