

直播营销从新手入门到精通 快速找到适合你的变现模式

全彩
印刷



直播 修炼手册

柏承能 编著

主播IP打造 + 营销运营 + 商业变现



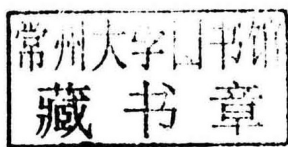
引爆人流的运营技巧，40多个案例解密！
解决直播的痛点难点，100多个技巧放送！

清华大学出版社



直播修炼手册：主播 IP 打造 + 营 销运营 + 商业变现

柏承能 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本直播修炼宝典，从主播的IP打造到营销推广、整体的运营，再到实现商业变现，从三条线进行专业讲解。

一是主播IP打造线，如何从零开始，从无到有，从寻找、挖掘、培养主播IP，到一夜成名，举国皆知，并进行高价值的培育和开发。

二是营销运营线，人物好培养，难在营销，同一个人物在不同的平台，粉丝数量可能有天壤之别，如何运营平台、如何推广是重中之重。

三是商业变现线，这是起点也是目的，书中总结了直播行业的十多种盈利模式，如虚拟货币、广告收入、礼物打赏、游戏联运、会员订阅、电子商务、赛事竞猜、电商运营等。

本书适合于网络直播平台从业者、网络主播以及对直播、主播、网红感兴趣的个人和企业阅读，同时适合内容创业者、互联网创业者、新媒体从业者、公众平台运营者、企业经营者、营销人员等阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目（CIP）数据

直播修炼手册：主播IP打造+营销运营+商业变现 / 柏承能编著. —北京：清华大学出版社，2018

ISBN 978-7-302-49377-8

I. ①直… II. ①柏… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第014919号

责任编辑：杨作梅

装帧设计：杨玉兰

责任校对：张彦彬

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：16.5 字 数：314千字

版 次：2018年4月第1版 印 次：2018年4月第1次印刷

印 数：1~3000

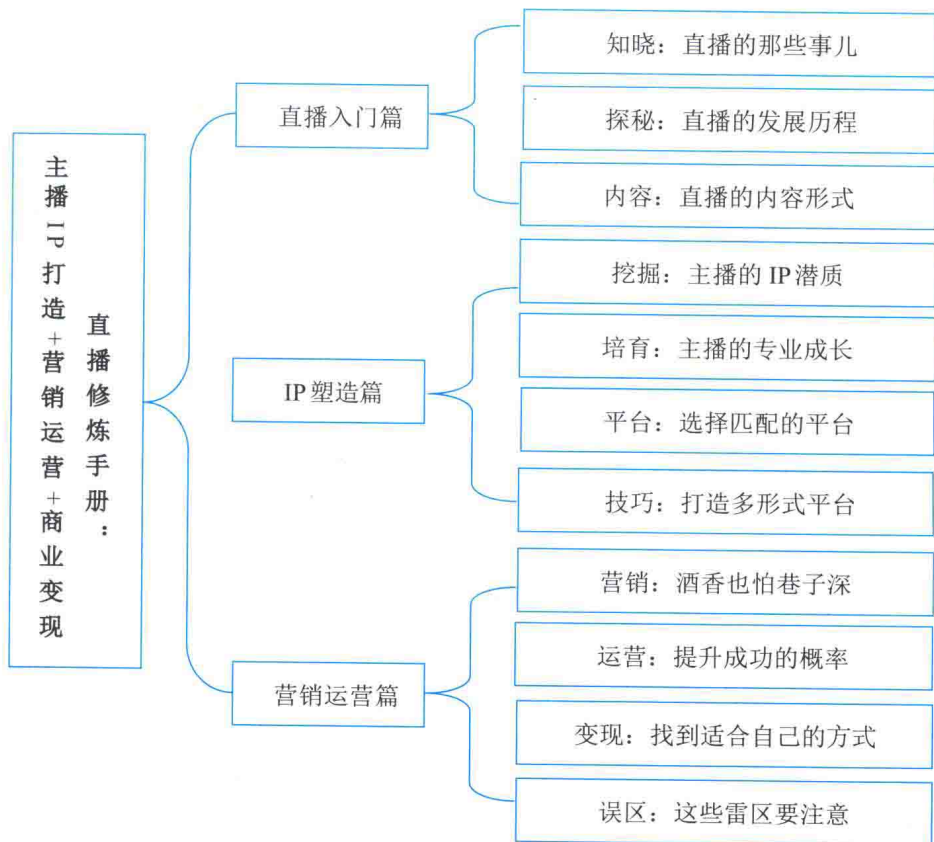
定 价：59.80元

前言

随着互联网技术日新月异的发展，我们走进了全民直播的时代，直播的潜力无穷无尽，从它的萌生、发展到火爆，仅仅经历了几年的时间。

目前，直播平台的用户已经超过了2亿，主要用户年龄为15~30岁。对于直播的发展，各家机构就2020年直播市场，给出了不同的预测数据：方正证券预测2020年直播市场将达到600亿元，华创证券更是给出了1060亿元的乐观预测。从这些数据我们可以看出，直播已成为大势所趋。

随着直播逐渐渗入我们的生活，很多人开始关注直播，而如何打造直播、培育主播、营销运营也自然而然地成了很多人关注的热点问题，本书旨在从这三个方面给大家提供诸多有用的技巧。本书的内容全面，结构清晰，语言简洁。对于本书的内容，可以用一张图展示给大家，供大家参考。



编者认为，讲解知识要有清晰的结构和丰富的实例，不然只会让读者一头雾水。本书在介绍直播的相关知识时，就从直播的含义、特征、形式等基础知识谈起，然后介绍实用性的技巧。

本书主要是从三个部分进行直播的“修炼”，一是直播入门，即直播的定义、特征、发展历程以及内容形式等基础知识；二是 IP 塑造，也就是主播的培育和平台的打造；三是营销运营，主要介绍怎么利用直播变现和怎么避免走进直播的误区。因此本书的读者是对直播的知识、品牌的营销、商业的变现感兴趣的人。而编者希望能够提供的价值则有以下几点。

一是更接地气：同类书讲发展大势的多，而本书则从实用角度，详细介绍有实操性的内容，如主播 IP 具体应该怎么打造，引流营销具体步骤如何，团队应该怎么运营和管理等。

二是更重变现：紧扣直播创业者、运营者的痛点和难点，不仅讲方法，更讲盈利技巧，书中总结了十多种经典的直播盈利模式，帮助大家尽快实现盈利！

三是实例更多：紧跟直播潮流热点，从直播平台、直播的类型、直播的内容形式、直播的营销模式等角度出发，介绍丰富的实际案例，旨在帮助大家从实例中获取更多的经验。

此外，本书的最大特色还在于提供了十分完整的直播基础知识和运营技巧，市面上虽然有很多同类的讲解直播相关知识的书，但内容不太全面，要么就是只谈到直播的相关理论知识，要么就是专门介绍营销运营。因此，本书将两者结合起来，理论和技巧融为一体，既有基础知识的介绍，也有实用技巧的教授，旨在帮助大家从书中获得有效的知识，并运用于实践之中。同时，在这里，笔者也希望本书能够为大家带来一次系统、全面、高效的学习体验。

最后当然希望大家能够将书中的知识全部学会、学透，为己所用，这样在涉足直播行业时，就会更加得心应手，而对于 IP 打造、直播变现、营销运营自然也就不在话下了。

本书由柏承能编著，参与编写的人员还有罗嘉蕾、刘胜璋、刘向东、刘松异、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、王力健、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等人，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系微信号：157075539。

编者

目录

第1章 知晓：直播的那些事儿.....1

- 1.1 含义：全面解读直播.....2
 - 1.1.1 视频社交：更加鲜活、直接的社交模式.....2
 - 1.1.2 娱乐营销：前卫、与众不同的营销方式.....4
 - 1.1.3 信息传播：直观、新颖的信息传递媒介.....4
- 1.2 特征：轻松玩转直播.....6
 - 1.2.1 移动直播：摇身成“宠儿”...6
 - 1.2.2 平台直播：渗入人心.....8
 - 1.2.3 社区发展：直播齐聚集.....9
- 1.3 优势：不断拓展延伸.....10
 - 1.3.1 功能：即时互动.....10
 - 1.3.2 价值：草根之“光”.....11
- 1.4 种类：具有多种形式.....12
 - 1.4.1 秀场直播：才艺之秀.....12
 - 1.4.2 活动直播：企业销售.....13
 - 1.4.3 体育直播：实时赛事.....13
 - 1.4.4 游戏直播：竞技盈利.....14
 - 1.4.5 生活直播：与人分享.....15
 - 1.4.6 教育直播：经久不衰.....15
- 1.5 助力：直播不断攀升.....16
 - 1.5.1 技术：日益先进.....16
 - 1.5.2 状态：互娱共生.....18
 - 1.5.3 局势：百花齐放.....19
- 1.6 融资：支撑直播发展.....20
 - 1.6.1 资本投入：坚实根基.....20

- 1.6.2 虎牙融资：“欢聚互娱”...21
- 1.6.3 斗鱼融资：稳步前进.....22
- 1.6.4 腾讯投资：全面发展.....22
- 1.6.5 传媒投资：游戏领头.....23

第2章 探秘：直播的发展历程.....25

- 2.1 直播 1.0 时代：秀出自我.....26
 - 2.1.1 发展：市场规模.....26
 - 2.1.2 形式：美女主播.....26
 - 2.1.3 用户：男性偏多.....27
 - 2.1.4 内容：唱歌热舞.....27
 - 2.1.5 问题：监管整顿.....28
- 2.2 直播 2.0 时代：游戏竞技.....29
 - 2.2.1 兴起：直播的细分.....29
 - 2.2.2 标志：虎牙的崛起.....30
 - 2.2.3 发展：惊人的速度.....30
 - 2.2.4 战略：全面的考虑.....31
 - 2.2.5 内容：支撑的倾斜.....32
- 2.3 直播 3.0 时代：便捷娱乐.....32
 - 2.3.1 引爆：移动直播.....33
 - 2.3.2 大势所趋：泛娱乐直播.....34
 - 2.3.3 出现：“直播+”形式.....34
 - 2.3.4 深化：“直播+”细分.....35
- 2.4 直播 4.0 时代：身临其境.....36
 - 2.4.1 出现：VR 直播.....36
 - 2.4.2 试水：花椒直播.....37
 - 2.4.3 行业：深远影响.....37
 - 2.4.4 应用：场景拓展.....38

第3章 内容：直播的内容形式.....39

- 3.1 直播内容：主要形式.....40
 - 3.1.1 直播内容：4个主要形式...40
 - 3.1.2 网络直播：其他内容形式...41
- 3.2 典型：直播内容形式.....42
 - 3.2.1 游戏：内容玩法和市场推广是要点.....42
 - 3.2.2 才艺：分享个人才艺获得收入.....44
 - 3.2.3 动漫：经久不衰的二次元动漫文化.....46
 - 3.2.4 语音：在情感上的表达更加丰满.....48
 - 3.2.5 搞笑：内容要多思考、多下功夫.....50
 - 3.2.6 文学：要相信“书中自有黄金屋”.....51
- 3.3 淘宝直播：特色电商内容.....53
 - 3.3.1 服装：学会潮搭配，秀出真自我.....53
 - 3.3.2 美妆：看主播化妆，做最美女生.....54
 - 3.3.3 母婴：育儿大交流，宝宝好成长.....55
 - 3.3.4 食品：足不出户，做愉快的吃货.....55
 - 3.3.5 数码产品：大品牌，总有一款适合你.....56
 - 3.3.6 运动户外：生命不息，运动不止.....57
- 3.4 YY直播：多维度的内容形式.....58

- 3.4.1 手游：移动电竞和直播强势发展.....58
- 3.4.2 网游：永不过时的热点IP内容.....61
- 3.4.3 脱口秀：与明星开启IP营销.....62
- 3.4.4 明星：合伙人引爆直播互动盛宴.....64
- 3.4.5 酷玩：让更多达人与品牌参与.....65
- 3.4.6 体育：用跨界将体育直播娱乐化.....67
- 3.5 其他：特色直播内容形式.....69
 - 3.5.1 苏宁易购：杨洋笑倾城嗨购夜.....69
 - 3.5.2 国美在线：推PGC开启未来生活.....70
 - 3.5.3 聚划算：汉式婚礼直播完美收官.....71
 - 3.5.4 京东商城：费雪大牌说日圆满结束.....72
 - 3.5.5 蘑菇街：优质的女性时尚消费社区.....73
 - 3.5.6 汽车之家：专业性内容的全程服务.....76

第4章 挖掘：主播的IP潜质.....79

- 4.1 主播：强IP属性.....80
 - 4.1.1 传播属性：IP覆盖内容超广.....80
 - 4.1.2 内容属性：IP优质且有价值.....82

4.1.3	情感属性：IP 引起情感 共鸣.....	84
4.1.4	粉丝属性：IP 粉丝黏性 极强.....	86
4.1.5	前景属性：IP 商业前景 良好.....	89
4.1.6	内涵属性：IP 内在十分 深厚.....	91
4.1.7	故事属性：IP 故事内容 丰富.....	92
4.2	沉淀：人物 IP 特点.....	94
4.2.1	兴起：社交网络媒体发展.....	94
4.2.2	考量：商业变现能力较强.....	95
4.2.3	生产：年轻有个性的内容.....	95
4.2.4	传播：跨越平台延伸领域.....	96
4.2.5	定位：明确的核心价值观.....	96
4.2.6	诀窍：节目内容的频次高.....	96
4.2.7	培养：人格化的偶像气质.....	96
4.3	输出：IP 的产业链.....	97
4.3.1	主播：才艺内容与平台扶持 是关键.....	97
4.3.2	公会：打造 IP 为娱乐带来新 生态.....	99
4.3.3	平台：完善产业链构建新商 业模式.....	100
4.4	掘金：IP 的取胜之道.....	101
4.4.1	定位 + 预测：数据分析 能力.....	101
4.4.2	社交 + 平台：运营维护 能力.....	102
4.4.3	服务 + 新品：设计能力.....	102
4.4.4	灵活 + 供应链：支持 能力.....	103

4.4.5	粉丝 + 经济：运营能力.....	104
4.4.6	持续 + 优质内容：创作 能力.....	105
4.4.7	明星 + 新媒体：“泛娱乐” 能力.....	105

第 5 章 培育：主播的专业 成长.....107

5.1	成长一：专业能力.....	108
5.1.1	才艺满满：耳目一新.....	108
5.1.2	言之有物：绝不空谈.....	109
5.1.3	精专一行：稳打稳扎.....	110
5.1.4	挖掘痛点：满足需求.....	111
5.2	成长二：语言能力.....	111
5.2.1	注意思考：亲切沟通.....	112
5.2.2	选择时机：事半功倍.....	112
5.2.3	懂得倾听：双向互动.....	113
5.2.4	沟通或竞赛：莫分高低.....	114
5.2.5	理性对待：对事不对人.....	115
5.3	成长三：幽默技巧.....	115
5.3.1	收集素材：培养幽默感.....	116
5.3.2	抓住矛盾：摩擦火花.....	116
5.3.3	幽默段子：天下无敌.....	117
5.3.4	自我嘲讽：效果甚佳.....	118
5.4	成长四：应对提问.....	119
5.4.1	回答主题相关的问题：充分 准备.....	119
5.4.2	回答热点评议的问题：客观 中立.....	121
5.5	成长五：心理素质.....	122
5.5.1	突然断讯：随机应变.....	122
5.5.2	突发事件：冷静处理.....	123

第6章 平台：选择匹配的平台125

- 6.1 斗鱼直播：变革传统直播文化126
 - 6.1.1 “直播+教育”：打破传统126
 - 6.1.2 案例：“中国第一名师英语对决之夜”127
- 6.2 虎牙直播：启封游戏世界新大门128
 - 6.2.1 “直播+游戏”：稳步向前128
 - 6.2.2 案例：“车神”楚河之游戏精神129
- 6.3 熊猫直播：全方面发展创新高131
 - 6.3.1 策略：“泛娱乐”+“正能量”131
 - 6.3.2 “直播+电竞”：一大亮点134
- 6.4 映客直播：开启全民直播时代135
 - 6.4.1 策略：“温暖社交”+“针对设计”136
 - 6.4.2 “直播+餐饮”：迷尚豆捞之企业会议138
- 6.5 腾讯直播：直面体育赛事现场139
 - 6.5.1 “直播+体育”：专业性139
 - 6.5.2 案例：青岛啤酒之“第一时间”140
- 6.6 花椒直播：带着VR一起去旅行141
 - 6.6.1 “直播+旅游”：技术支撑141

- 6.6.2 案例：途牛旅游之新生态142

- 6.7 聚美直播：打造信任型消费模式144
 - 6.7.1 “直播+电商”：快速吸金144
 - 6.7.2 案例：魏晨之推销非诗小铺145

第7章 技巧：打造多形式平台147

- 7.1 音频平台：用声音感动你我148
 - 7.1.1 音频营销：内容中植入广告148
 - 7.1.2 音频营销：搭建音频自媒体149
 - 7.1.3 音频营销：策划定制专题节目150
 - 7.1.4 喜马拉雅：在线移动音频分享平台150
 - 7.1.5 云听宝：首个新媒体广播云平台音响152
 - 7.1.6 蜻蜓FM：基于互联网的电台聚合服务154
- 7.2 视频平台：用视觉惊艳你我155
 - 7.2.1 贴片广告：直截了当的宣传营销155
 - 7.2.2 内容营销：区别于传统广告植入156
 - 7.2.3 活动营销：开展活动，吸引注意157
 - 7.2.4 拍摄短片：全力解答客户疑问158

- 7.2.5 展示制作过程：尽显产品的真 159
- 7.2.6 展现品牌文化：发现品牌的美 159
- 7.2.7 秒拍：新潮短视频分享应用 161
- 7.2.8 优酷：领先的视频分享网站 162
- 7.2.9 美拍：“10秒也能拍大片” 162
- 7.3 社交平台：用兴趣连接你我 163
 - 7.3.1 产品框架布局：多层次优化 163
 - 7.3.2 设计打磨：从整体到局部 164
 - 7.3.3 创新性互动：表情和小视频 165
 - 7.3.4 直播动画特效：玩转趣味互动 166
 - 7.3.5 QQ空间：个性十足的“博客” 168
 - 7.3.6 千聊：基于微信的知识社区 169
 - 7.3.7 陌陌：人气火爆的社交平台 170
 - 7.3.8 快手：“接地气”的短视频 171
- 8.1.2 产品融入场景：不露痕迹 174
- 8.1.3 展现产品：改变才是王道 175
- 8.1.4 “特点+热点”：完美融合 175
- 8.2 营销优势：促进用户互动 175
 - 8.2.1 增强用户的参与感：发挥交互优势 176
 - 8.2.2 加强企业品牌黏性：懂得倾听需求 176
 - 8.2.3 迎合大众从众心理：结伴相继购买 176
- 8.3 类型引导：打造多种形式 177
 - 8.3.1 信息披露型 177
 - 8.3.2 品牌宣传型 178
 - 8.3.3 理财专家型 178
 - 8.3.4 网红代言型 178
 - 8.3.5 客服沟通型 179
 - 8.3.6 娱乐活动型 179
 - 8.3.7 淘宝店铺型 180
 - 8.3.8 线上线下整合型 180
- 8.4 模式探索：推动营销实现 181
 - 8.4.1 新平台“酷学网”：弥补行业资源缺陷 181
 - 8.4.2 美女主播：赚足视觉享受的经济变现 181
 - 8.4.3 “双师直播课”：构建精品教育模式 182
 - 8.4.4 明星IP：构成泛娱乐产业的核心 183
 - 8.4.5 “泛娱乐”：衍生泛娱乐发展模式 183

第8章 营销：酒香也怕巷子深 173

- 8.1 营销要求：围绕产品本身 174
 - 8.1.1 干货技能引导：精准营销 174

8.4.6	“素人直播”：快速业内 登顶.....	184	9.2.4	“限时购+直播”：抓住用 户心理.....	199
8.4.7	直播平台：持续满足用户 需求.....	184	9.2.5	“IP+直播”：效果不容 小觑.....	201
8.4.8	淘宝直播：Buy+ 体验 呈现.....	184	9.3	提供优质内容：全方位打造.....	202
8.4.9	进阶：从娱乐化到 专业化.....	185	9.3.1	内容包装：带来更多的额外 曝光机会.....	202
8.4.10	波罗蜜：成功试水“直播+ 电商”.....	185	9.3.2	互动参与：实时了解粉丝的 喜好动态.....	202
8.4.11	兰渡文化：做好垂直领域的 头部内容.....	186	9.3.3	内容攻心：用情景诱导打动 用户群体.....	203

第9章 运营：提升成功的 概率.....187

9.1	选好直播主题：以用户为主.....	188	9.3.6	“病毒”传播：快速复制， 广泛传播内容.....	204
9.1.1	注意直播目的：不能无 准备.....	188	9.3.7	事件营销：内容结合热点事 件来传播.....	204
9.1.2	从用户角度切入：迎合其 口味.....	189	9.3.8	创意营销：实现更高的点击 率和关注.....	204
9.1.3	抓住时代热点：切记要 及时.....	191	9.3.9	技术创新：VR、AR、全息 和3D立体技术.....	205
9.1.4	打造噱头话题：为直播 添彩.....	192	9.3.10	内容生产：用户自己创造 更加活跃.....	206
9.1.5	围绕产品特点：展现大 优势.....	194	9.3.11	真实营销：明确用户真实的 需求.....	206
9.2	找准传播渠道：多模式出击.....	195	9.3.12	创新内容：“无边界”为产 品带来新意.....	207
9.2.1	“发布会+直播”：多平台 同步.....	195	9.3.13	增值内容：满足用户的软性 需求.....	208
9.2.2	“作秀+直播”：掌握好 技巧.....	197	9.3.14	专业内容：CEO亲自上阵引 关注.....	209
9.2.3	“颜值+直播”：不仅仅是 颜值.....	198			

- 9.4 掌握直播推广：集各大平台210
- 9.4.1 社交网络：简单便捷的自由推广210
- 9.4.2 品牌口碑：自有平台的专业推广212
- 9.4.3 论坛：内容丰富的社区推广213
- 9.4.4 软文：提炼关键词的原创推广214
- 9.4.5 联盟推广：跨平台的超越推广215
- 9.4.6 借势：借势与造势的联合推广215
- 9.4.7 地推：“地推+直播”的新兴推广217
- 10.2.1 含义：积累的力量227
- 10.2.2 个人魅力+粉丝：人气的来源227
- 10.2.3 特殊广告资源：节目和广告的结合228
- 10.2.4 植入式广告：润物细无声的营销229
- 10.3 内容变现：内容为王230
- 10.3.1 卖会员：以特殊服务获变现230
- 10.3.2 打赏：全凭用户喜好来决定233
- 10.3.3 付费观看：内容优质的变现234
- 10.3.4 版权销售：“大块头”变现234
- 10.3.5 “吃播文化”：美食的变现235
- 10.3.6 道具：引人心动的变现模式236
- 10.4 流量+内容：新的开始236
- 10.4.1 含义：服务的“变身”237
- 10.4.2 影响：“挑战+希望”237
- 10.4.3 玩法：以变现为目的237
- 10.4.4 展望：不断的完善237
- 第10章 变现：找到适合自己的方式219**
- 10.1 变现策略：逐个击破220
- 10.1.1 充分展现优势：细节决定成败220
- 10.1.2 专注一个产品：一心绝不二用221
- 10.1.3 福利吸睛诱导：给用户大惊喜222
- 10.1.4 体现物美价廉：买的就是优惠224
- 10.1.5 设悬念网人气：猜猜看直播啥224
- 10.1.6 进行多种对比：优劣高低立显226
- 10.2 流量变现：用户最大227
- 第11章 误区：这些雷区要注意239**
- 11.1 误区：一入误区深似海240
- 11.1.1 依赖三方：多重隐患不
对口240
- 11.1.2 自建平台：成本高性价比
不高240

11.1.3	盲目从众：赶时髦式的玩直播.....	241	11.2.7	自采内容：新战地的舆论洪流.....	245
11.1.4	擅自经营：直面违规查处风险.....	241	11.3	价值观：三观不正成歪风.....	246
11.1.5	非法侵扰：他人镜头下的风景.....	242	11.3.1	粗俗：粗俗不堪难长久	246
11.1.6	逃税暗礁：个税缴纳不能忘.....	242	11.3.2	拜金：盲目拜金陷沉沦	246
11.2	痛点：抓住痛点明问题.....	243	11.3.3	物欲：一味追求丧本心	247
11.2.1	低俗倾向：随时可能被“封杀”.....	243	11.4	策略：内容技术齐上阵.....	247
11.2.2	运作模式：同质化易导致审美疲劳.....	244	11.4.1	“直播+人工智能”：打破瓶颈.....	247
11.2.3	资本介入：影响IP内容创作的风格.....	244	11.4.2	内容和渠道创新：解决策略.....	248
11.2.4	粉丝维护：受众群体转移成本变低.....	244	11.4.3	“直播+垂直领域”：边路突破.....	248
11.2.5	运营监管：难度和成本大大增加.....	245	11.4.4	“直播+传统文化”：内容突破.....	249
11.2.6	IP保护：著作权争议不断.....	245	11.4.5	规章的制定：从根源上整顿治理.....	249
			11.4.6	技术手段的监控：一改直播风气.....	250
			11.4.7	规避的内容：时刻关注冷静思考.....	250



第 1 章

知晓：直播的那些事儿



学前提示

随着手机、平板电脑等移动智能终端的普及，主要依托于移动终端的直播开始进入了人们的视野。凭借着庞大的网民基数，直播势必会变得更加火热，本节将对直播的含义及相关特征、种类、潜力进行详细的介绍与讲解。



要点展示

- ▶ 含义：全面解读直播
- ▶ 特征：轻松玩转直播
- ▶ 优势：不断拓展延伸
- ▶ 种类：具有多种形式
- ▶ 助力：直播不断攀升
- ▶ 融资：支撑直播发展

1.1 含义：全面解读直播

随着互联网技术日新月异的发展，各式各样的直播平台犹如雨后春笋般兴起。同时，越来越多的网民也开始接触直播。各大商业“巨头”也都瞄准了这一具有无限潜力的商机，相继推出了直播平台。图 1-1 所示为广大年轻群体所熟知的社交软件陌陌，就是直接将直播板块放在了官网的首页，其对直播的重视程度可见一斑。

那么，直播是什么？直播的概念比较复杂，针对目前新兴的网络直播而言，它是一种即时性、直观性、互动性较强的媒体平台，充分展示了网络媒体的优势。虽然每个人都在享受直播带来的娱乐享受，但它究竟代表了什么？层出不穷的直播平台为什么会相继成功？为什么如此多的公司将营销与直播相结合呢？



图 1-1 陌陌官网

1.1.1 视频社交：更加鲜活、直接的社交模式

在社交平台稳步发展的今天，微信、微博、QQ 已经渐渐不能满足人们的社交需求，在这时，直播社交走入了人们的视野之中，从过去的文字、图片、语音、小视频等社交模式可以看出，这些被时间、空间限制的互动已慢慢被用户所厌倦，用户期待更加鲜活、直接的社交模式，于是，视频社交应运而生。如图 1-2 所示为微信中的小视频功能。

在视频直播平台之中，用户与主播、用户与用户更易拉近距离，其相互交流也更加不设限制，时间和互动方式更为自由和灵活。例如，以前想要快速成为明星只能通过电视选秀比赛才能达到目的，如大型选秀类节目快乐男声等。而现如今，普通人想要一夜成名只需要一个摄像头和一个直播平台。因此，许多“草根”

通过直播平台摇身一变，成为受到众多粉丝追捧的主播，其火热程度完全不亚于娱乐圈的明星歌手。

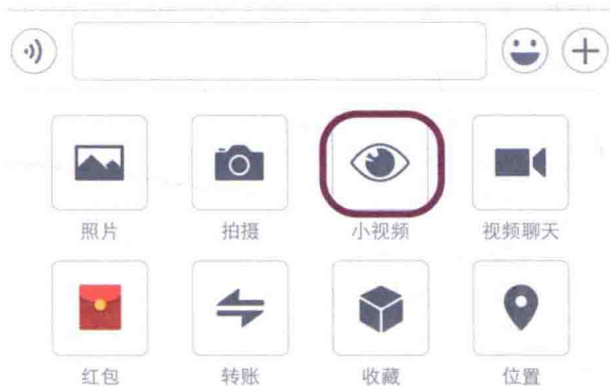


图 1-2 微信中的小视频界面

视频直播的成名率很高，门槛相对而言较低，其带来的经济回报也是相当可观的。视频社交的特色就在于用户可以通过弹幕（见图 1-3）的方式与自己喜欢的主播进行实时的沟通交流，而微信、微博这些以文字、图片为信息的社交平台无法做到这一点。再加上国内信息网络的迅速发展，WIFI、4G 网络的普及，使视频直播更容易实现，并随时随地可以进行。可以看出，直播平台顺应了时代的社交趋势，并不断向前发展。

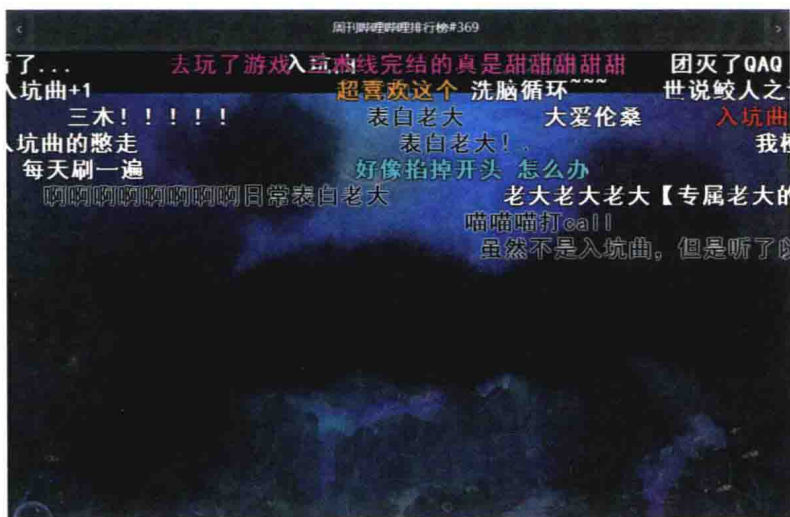


图 1-3 弹幕交流

1.1.2 娱乐营销：前卫、与众不同的营销方式

直播除了是一种前卫的社交模式之外，它还是一种与众不同的娱乐营销方式。对于个人来讲，直播是可以把自己推广出去，成为明星、红人的一个绝佳平台，而对于公司而言，它是一种推销产品、赚取利润的全新营销方式。随着人们消费观念的转变，越来越多的人开始倾向于娱乐消费。

面对这样一个现状，企业也需要改变相应的营销方式，恰当地利用直播这种具有高效益的娱乐营销方式，从而打造出一种适合自身产品的营销模式。

例如，《良品青年相对论》这款真人秀直播节目就是魅族联合各大直播平台，如熊猫 TV、斗鱼 TV、哔哩哔哩动画等，为了将自己的产品推销给年轻人群而精心打造的娱乐文化盛宴。它的成功之处就体现在以娱乐为切入点，将科技、文化、电影、艺术等各个领域最热门、最前卫、最有意思的内容都巧妙地结合起来，不仅吸引了广大网友的关注，也在无形之中增加了魅族的温度。

同时，瞬息洞察时代潮流的魅族还懂得利用名人效应，采用了“娱乐 + 直播”的营销组合方式将热门话题与名人联系起来，从而吸引大量用户的关注。例如，欧洲杯期间，魅族邀请知名人士参与《良品青年相对论》话题，主要是针对欧洲杯进行与以往截然不同的娱乐营销直播。而事实也证明，这种焕然一新的营销模式更容易被广大用户及消费者所接受，其产生的经济效益也是不可估量的。

1.1.3 信息传播：直观、新颖的信息传递媒介

直播是一种更加直观的信息传递媒介，主要通过播报这个世界正在发生的事情来完成信息传播的过程。可以说，它是较传统媒介内容更为浓缩、形式更加新颖的一个全新的平台，传统媒介的含义如图 1-4 所示。

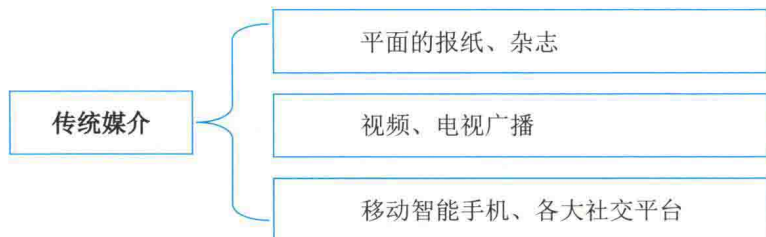


图 1-4 传统媒介的含义