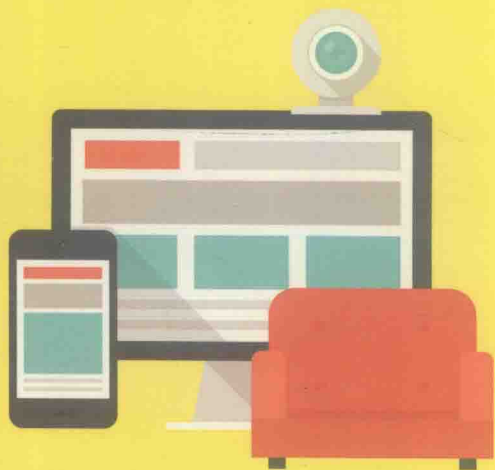




反复验证的经典直播策略
效率至上的一线运营方法



网络直播

从零开始学直播平台运营

李泽清 著

主播逆袭实战秘籍，直播运营达人读物
直播流量营销新革命，流量变现新思路



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>



网络直播

从零开始学直播平台运营

李泽清 著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

随着越来越多的人参与到直播中，敏感的创业者从中看到了商机。为了让读者对直播领域有清晰的认识，本书系统地介绍了直播定位、盈利模式、平台搭建等内容，同时对直播内容给出理论和案例指导。

网络直播作为一种新的社交手段，未来的主要发展方向之一是持续创造优质的内容、营造场景化的社交体验。本书系统性强、图文并茂，便于让读者在阅读中体会直播的乐趣。

本书可供直播运营者、直播平台方、广大直播爱好者、品牌讲师等阅读参考。

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

网络直播：从零开始学直播平台运营 / 李泽清著. —北京：电子工业出版社，2018.7
ISBN 978-7-121-34538-8

I. ①网… II. ①李… III. ①网络营销 IV.①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 128599 号

责任编辑：张彦红

印 刷：北京季蜂印刷有限公司

装 订：北京季蜂印刷有限公司

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：720×1000 1/16 印张：15 字数：204 千字

版 次：2018 年 7 月第 1 版

印 次：2018 年 7 月第 1 次印刷

定 价：59.00 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：（010）51260888-819，faq@phei.com.cn。

前言

在“大众创业，万众创新”的时代，除了知名人士开始运营直播平台外，众多创业者也希望站在“风口”飞起来。目前，国内视频直播平台数量超过 200 家，大型直播平台每日高峰时段同时在线人数超过 400 万，同时段直播房间数量超过 3000 个。一位人气很高的主播直播两个小时，收入 30 万元，一个大学生主播月收入能达 10 万~20 万元。可见，全民直播的时代已经到来。

在移动直播兴起之前，用户一般通过微博、QQ、微信等社交工具以文字和图片为载体互动沟通。而今随着国内流量资费下降、网速提高，视频直播中的移动视频直播变得越来越普遍，像映客、斗鱼 TV、花椒直播、熊猫直播、一直播、快手、YY LIVE 这样的视频直播平台如雨后春笋般兴起。“视频社交时代”正在兴起。

“视频社交时代”是继“草根时代”“人人都是自媒体”浪潮后一股新风向，这种新的社交方式，不仅使用户与主播、用户与用户之间的交流实现实时化、扁平化、平等化，同时完成了社交化，而且用户不再固定于某一个时间、某一个地点或某一种需求，他们获取信息的渠道不再仅仅局限于单一媒体，更多趋向于多元化媒体，这也是很多人看好直播平台的原因。

此外，网络直播改变了普通用户的消费、娱乐习惯，这也将会影响当前互联网企业的格局，改变企业的传播途径和营销方式。全新的基于网络达人和直播的红利期时代已经开始。未来，国内将会诞生多家 10 亿美元

以上的直播品牌，同时也将伴随着大量资本的血拼。那些拥有敏锐嗅觉的直播团队已经开始收获红利，而那些对原先盈利方式有路径依赖的企业或组织很有可能在新一轮的比拼中落后，甚至被淘汰。

本书从零开始教读者学习直播平台运营。除了采用典型案例分析外，本书还具有以下特色。

1. 针对性、系统性、实用性

本书针对当前直播平台运营的难点，系统地介绍了直播定位、盈利模式、平台搭建等内容，本书的知识对运营网络直播平台非常实用。

2. 内容新颖，符合当前趋势

网络直播平台运营是新兴概念，也是移动互联网时代的发展趋势。本书对这一新概念所涉及的运营内容进行了详细讲解，以帮助读者紧跟时代潮流。

3. 读图时代，坚持图解王道

图文并茂是本书的特色，干巴巴的文字很容易让读者心生反感，而本书通过“图+文”的形式，让读者在阅读中体会乐趣。

4. 去粗取精，完全“干货”呈现

本书为了让读者节省时间、提高效率，而内容简短、语言精练。

5. 语言通俗易懂，使读者轻松阅读

网络直播平台运营虽然是一个新兴概念，但为了让读者容易理解新概念、新知识，本书采用通俗易懂的语言，帮助读者轻松阅读和理解。

轻松注册成为博文视点社区用户 (www.broadview.com.cn), 扫码直达本书页面。

- **提交勘误**: 您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交, 若被采纳, 将获赠博文视点社区积分 (在您购买电子书时, 积分可用来抵扣相应金额)。
- **交流互动**: 在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点, 与其他读者一同学习交流。

页面入口: <http://www.broadview.com.cn/34538>



目录

1	直播或将取代微信，成为热门的社交方式	1
1.1	1997—2020年，互联网信息传播变化史	2
1.2	直播1.0时代早已爆发，直播4.0时代即将来袭	4
1.2.1	直播1.0时代：PC秀场类直播	6
1.2.2	直播2.0时代：游戏类直播	7
1.2.3	直播3.0时代：移动直播、泛娱乐“直播+”	8
1.2.4	直播4.0时代：VR直播	9
1.3	正在到来的“直播+”时代	10
1.4	直播为什么这么火爆	12
1.4.1	用户追捧	14
1.4.2	技术加持	16
1.4.3	互娱共生	18
1.4.4	资本助推	20
1.5	直播的衍变趋势	21
1.5.1	垂直化	22
1.5.2	社交化	26
1.5.3	外行看内行，从外卖大战看直播大战	30
2	直播的定位与模式划分	34
2.1	泛娱乐直播	35
2.1.1	什么是泛娱乐	36
2.1.2	泛娱乐的细分领域	39

2.1.3	泛娱乐直播的发展现状	47
2.1.4	斗鱼 TV 直播模式分析	51
2.1.5	YY LIVE 直播模式分析	55
2.1.6	龙珠直播借腾讯云,提升用户体验	59
2.2	传统业务直播	62
2.2.1	网络直播将颠覆传统电视行业	65
2.2.2	直播之火蔓延到在线教育	67
2.3	垂直领域直播	71
2.3.1	用户群体小,人群纯度高	71
2.3.2	99 乐投直播模式分析	74
3	直播的盈利模式	78
3.1	国内外直播的盈利模式分析	79
3.1.1	国内直播平台的盈利模式归纳	80
3.1.2	国外直播平台 Twitch 的盈利模式	84
3.1.3	斗鱼 TV 的盈利模式	88
3.1.4	“直播+销售”的盈利模式惊呆风投圈	90
3.2	如何选择适合自己的直播平台盈利模式	94
3.2.1	直播平台虚拟道具打赏模式	94
3.2.2	花椒直播人气主播人气变现模式	98
3.2.3	BAT 广告、游戏、电商盈利模式	101
3.2.4	直播未来的盈利模式	105
4	搭建直播平台及组织架构	108
4.1	常见的直播平台类型	109
4.1.1	娱乐类	109
4.1.2	游戏类	113

4.1.3	体育类	117
4.1.4	明星真人秀类	122
4.1.5	购物类	124
4.1.6	专业领域类	127
4.2	搭建网络视频直播系统	130
4.2.1	如何寻找一家有实力的做网站架构的软件公司	130
4.2.2	直播系统容易出问题的关键点	135
4.3	寻找中国式合伙人	140
4.3.1	合伙人一般如何寻找比较好	140
4.3.2	股权结构如何设计	144
5	平台根本：经纪公司与主播	150
5.1	研究经纪公司与主播，找出他们的痛点	151
5.1.1	娱加娱乐发展模式	151
5.1.2	中樱桃发展模式	153
5.2	经纪公司模式	155
5.2.1	选择一个直播平台	157
5.2.2	将公会引到直播平台	158
5.2.3	从公会群友导入用户流量	159
5.2.4	与直播平台分成	161
5.3	主播经纪公司五大分工	162
5.3.1	技术人员如何在用户体验上下功夫	163
5.3.2	主播管理人员应该如何管理主播	165
5.3.3	内容管理人员如何把好质量关	167
5.3.4	业务推广人员如何寻找业务	168
5.3.5	平台对接人员如何开展公对公业务	170
5.4	如何与经纪公司谈判	172

5.4.1	设置捆绑性协议，风险与利益共担	172
5.4.2	适当让利，让合作更持久	174
5.5	签约主播的收入来源	175
5.5.1	签约底薪	176
5.5.2	土豪打赏	177
5.5.3	广告收入及其他变现渠道	179
5.6	主播团队培养	180
5.6.1	如何教主播布置房间	181
5.6.2	如何用才艺留住土豪	183
6	内容为王，直播平台不只是美女经济	186
6.1	有价值的直播内容远胜眼球效应	187
6.2	专业性	189
6.3	趣味性	191
6.4	互动性	193
7	如何吸引垂直领域的第一批种子用户	197
7.1	策略：造势不如借势	198
7.2	百度系、腾讯系、新浪系引流	199
7.2.1	贴吧、论坛引流	200
7.2.2	微信群、公众号引流	202
7.2.3	新浪微博、博客	205
7.3	软文引流	209
7.3.1	直播平台标题的七大写法	210
7.3.2	如何为直播平台写一篇高质量的软文	213
7.3.3	有“料”、有“味”才是硬道理	216

8 如何规避政策风险	219
8.1 职务行为变经纪公司行为	220
8.1.1 与经纪公司签约，不与主播直接签约	221
8.1.2 进行主播行为规范培训	222
8.2 设立三道红线，由开除到整改	224
8.2.1 违法涉政内容	226
8.2.2 一般违规行为	227
8.2.3 轻微违规行为	229



直播或将取代微信，成为热门的社交方式

继微博、微信之后，新一代社交方式开始慢慢滋生，它就是网络直播。直播已成为 2018 年社交领域的风口浪尖，无疑是最火的互联网“风口”之一。在互联网圈里，总能听说有人要进军直播的消息，谁都想站在“风口”，让自己飞起来。那么在直播如此火爆的时刻，它能否取代微信成为热门的社交巨头？大家拭目以待。

1.1 1997—2020 年，互联网信息传播变化史

2017 年，直播平台热度飞涨，对投资人来说是一个巨大的“风口”。很多人都错过了参与门户网站、电子商务、社交等红利，最终只能看着百度、阿里巴巴、腾讯崛起，然后再看着它们成为互联网巨头。而直播平台的出现，意味着我们的机会来了。为什么直播会是一个新“风口”呢？下面通过一个例子说明。

此前，某喜剧演员的女儿在映客开始了她的直播首秀，当时吸引了该喜剧演员大批朋友和众多网友的关注。据报道，在她简单直播吃饭、唱歌等生活日常后，一日就入账 88 万元，赚钱能力秒杀其父亲。

直播无论是对投资者还是从业者，都是一次千载难逢的机遇。错过了这个“风口”，可能就再也飞不起来了。

人们口口声声地说“直播”，那到底什么是直播呢？准确来说，直播是主播通过录屏工具或手机在互联网平台上实时表演、玩游戏、与观众互动的一种新兴的在线娱乐方式。这种娱乐方式会经历四个时代，即直播 1.0 时代、直播 2.0 时代、直播 3.0 时代、直播 4.0 时代。直播 1.0 时代于 2005 年开启，从网络视频聊天室逐步发展为以美女主播为核心的秀场，然后再慢慢地演变成现在的移动视频直播。未来，我们将会步入直播 4.0 时代，开启 VR 直播模式。

我们先了解互联网信息传播方式的变迁史，方便我们对直播的四个时代有更深入的理解，进而使我们的推断更有据可依。

从图 1-1 中可以看到，从 1997 年开始，互联网在中国慢慢走热，产生了百度、网易、新浪等门户网站，这些网站在初期以文字方式传播为主，

成功地获得了大量的时代“风口”的红利。后来，图片传播的形式出现，这正是百度贴吧、QQ空间、微信公众号的主要传播方式。人们利用微博、QQ、微信等社交工具可以传播文字、上传图片和录播短视频，但是这种传播方式以第三人的视角，互动性差，信息量有限。不过，此时已经对传统的新闻媒体行业造成了一定冲击。

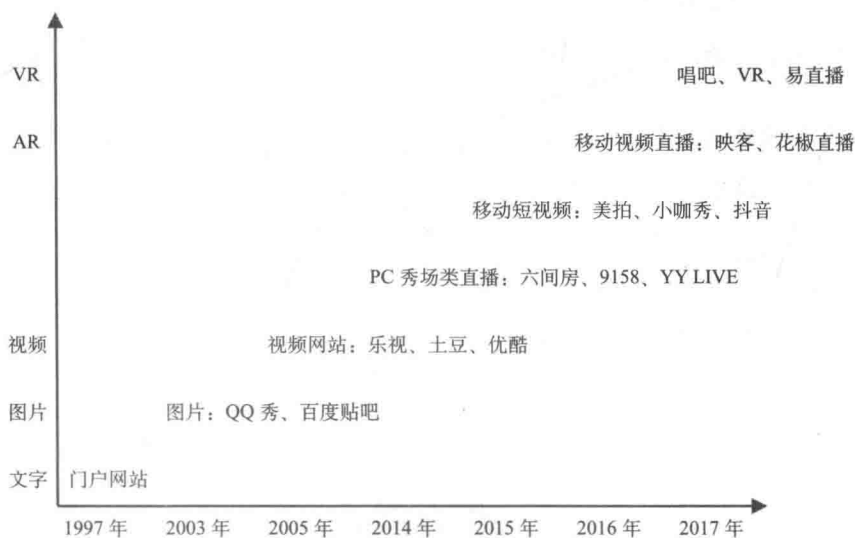


图 1-1 互联网信息传播方式演变图

随后，视频软件出现了，从传播的角度来讲，文字和图片只是简单的二维平台，而视频在与交流方面更具优势，它的形态更丰富、信息更多元，能承载更为丰富的情感。视频之所以晚于文字、图片，源于其受到制作条件和信息传播技术的限制。

从图 1-1 中也可以看到，互联网信息传播变化史也是信息传递介质变化史，由文字—图片—声音—视频的方式向前演进，这也是我们为什么说

直播将是一个有可能取代微信的“新风口”和资本巨头纷纷抢滩直播平台的原因。

1.2 直播 1.0 时代早已爆发，直播 4.0 时代即将来袭

2017 年，国内有超过 200 家移动直播平台，用户数量超过 3.5 亿，已经形成了一条庞大的产业链。

视频直播由来已久，早在 1984 年，我国通过卫星向全球进行了国庆盛典阅兵直播，这是我国当时规模最大、收看人数最多的一次现场直播。不过，当时的直播与现在的直播本质不同。以往的直播是在线直播，而现在的直播则是移动直播，也就是随时随地都能进行的直播。在线直播与移动直播的不同点如图 1-2 所示。

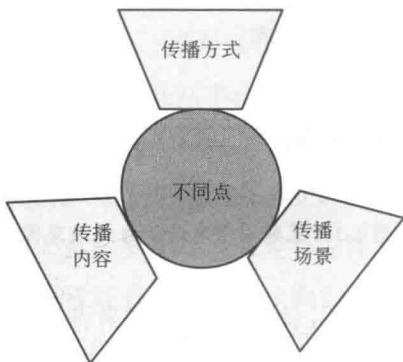


图 1-2 在线直播与移动直播的不同点

1. 传播方式

在线直播与移动直播的传播方式不同，在线直播主要依靠电视、PC (Personal Computer, 个人计算机) 等媒介，而移动直播主要依靠移动电子

设备。

2. 传播场景

在线直播与移动直播的传播场景不同，在线直播的场景一般在固定的室内场所，而移动直播强调“在现场”。

3. 传播内容

在线直播与移动直播的传播内容不同，在线直播的内容主要为主播的才艺，而移动直播的内容涉及范围要广，它能随时随地直播人们的各类生活，是真正的生活秀。

直播经过了 30 多年的发展，表现形式各异，互动性、即时性得到了增强。现在直播的发展优势如图 1-3 所示。

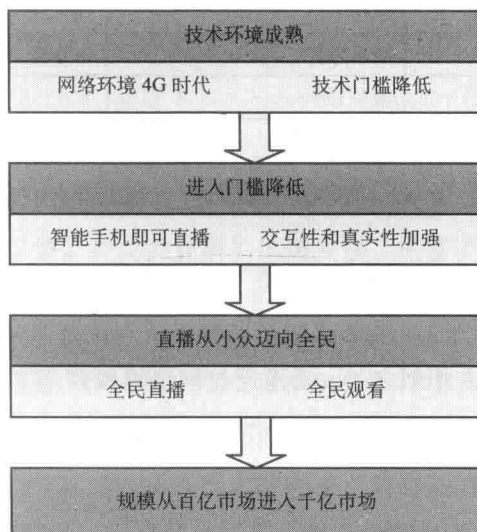


图 1-3 直播的发展优势

表 1-1 为网络直播从 2005 年到 2018 年年初发生的变化。其中，UGC (User Generated Content)，即“用户原创内容”，是伴随着以提倡个性化为主要特点的 Web 2.0 概念而兴起的；PUGC (Professional User Generated Content)，即“专业用户生产内容”或“专家生产内容”，是互联网术语，指在移动音频行业中，将 UGC+PGC (Professional Generated Content，专业生产内容) 相结合的内容生产模式。

表 1-1 网络直播的演变

	2005 年	2018 年年初
拍摄设备	摄像头	手机+PC
接收终端	PC	手机+PC
场景	多为室内固定场景	泛场景
主播素质	才艺	美/才艺/技能/会玩/会说
参与者	专业主播	全民
带宽成本	30%左右	10%左右
内容成本	依赖头部，内容成本高	UGC+PUGC，内容成本低
内容形式	秀场为主	清秀场+泛生活
组织形式	娱乐工会	平台与主播

1.2.1 直播 1.0 时代：PC 秀场类直播

2005 年，视频网站在技术的支持下，得到了长足发展。以陌生人交友为核心的 9158 异军突起，迅速在网站上积累了大量流量资源。当时的 9158 与今天的直播有很多相似之处，采用通过网络视频聊天室与美女主播互动的方式。值得注意的是，当时以 PC 为硬件，而非今天以手机为代表的移动客户端。

9158 的火爆，使后来者纷纷模仿。于是 YY 语音、视频网站六房间出现了。在当时 PC 秀场类直播形成了“YY+9158+六间房”的稳定格局，瓜