

艾媒报告|2019-2020年中国

# 在线直播行业研究报告

iiMedia Report | 2019-2020 China Online Live Streaming  
Market Research Report

艾媒大文娱产业研究中心



本报告主要采用市场调查、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
- 根据艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

## 中国在线直播行业用户规模稳步增长



中国在线直播行业用户规模近五年来一直保持稳步增长，行业发展稳健。数据显示，2019年中国在线直播行业用户规模已增长至5.04亿人，预计2020年在线直播行业用户规模达5.26亿人。

## “直播+”模式持续发展，电商直播势头迅猛



2019年在线直播平台陆续推出“直播+”节目，“直播+”模式发展迅速，其中“直播+电商”受关注程度最高，超过40%的受访用户表示观看过此类节目；淘宝、快手等平台也相应推出了许多电商直播活动。未来“直播+”的商业模式将继续发展，在线直播行业的商业价值将进一步被开发。

## 在线直播赛道竞争加剧，技术赋能助力行业发展



2019年，熊猫直播关闭，快手抖音等短视频平台加强直播业务，B站直播发展迅速，在线直播行业竞争更加激烈。而技术的革新，如5G的到来，为在线直播行业的发展带来巨大的机遇。在线直播平台应顺应发展趋势，加强技术布局，创造更多优质内容，赢得竞争优势。



# 目录

1

2019年中国在线直播行业发展概况

2

2019年中国在线直播行业用户分析

3

2019年中国在线直播行业热点与案例

4

中国在线直播行业发展趋势预测分析

01

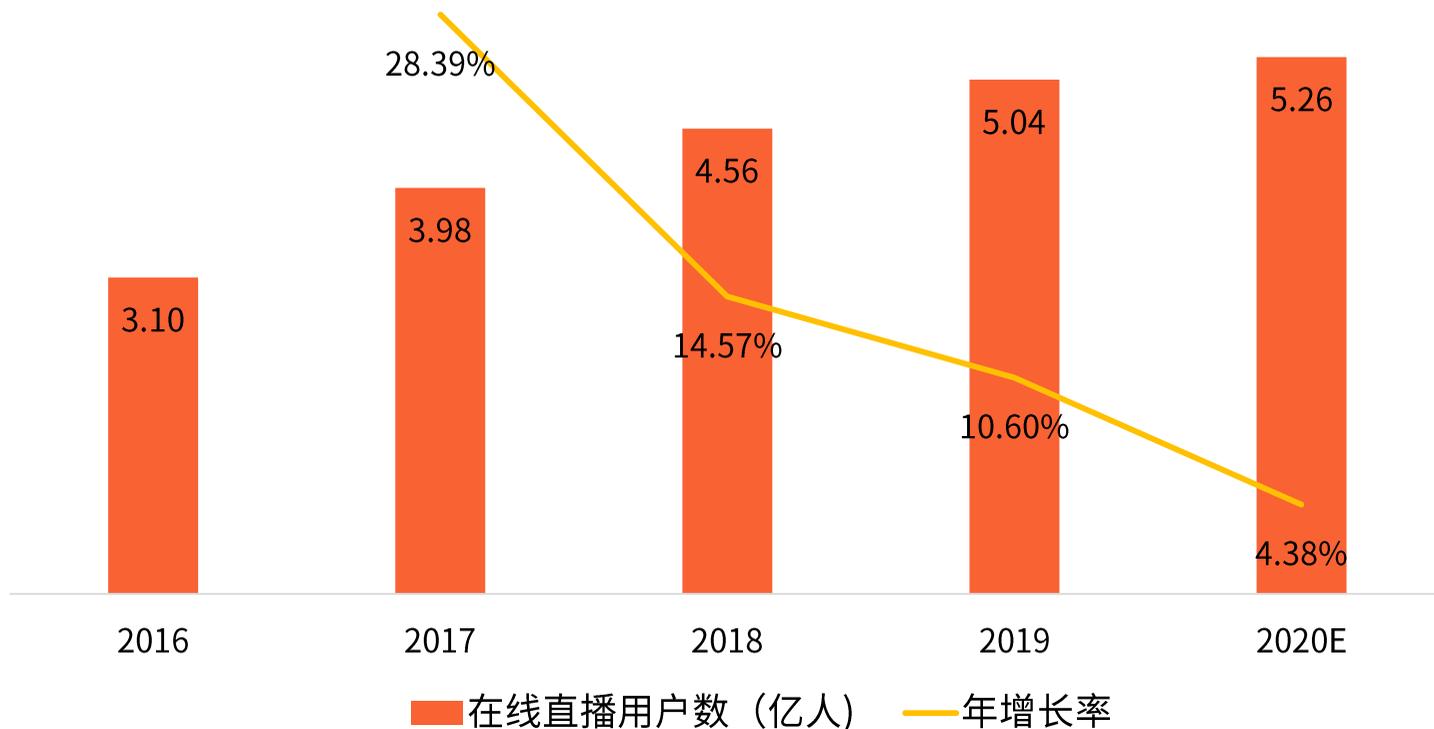
## 2019年中国在线直播行业发展概况

# 2019年中国在线直播行业用户规模情况

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户规模达5.04亿人，增长率为10.6%；2020年用户规模预计达5.26亿人。艾媒咨询分析师认为，中国在线直播行业将继续保持稳健发展，未来行业将进入精细化、专业化运营阶段。

2016年-2020年中国在线直播用户规模及预测（亿人）

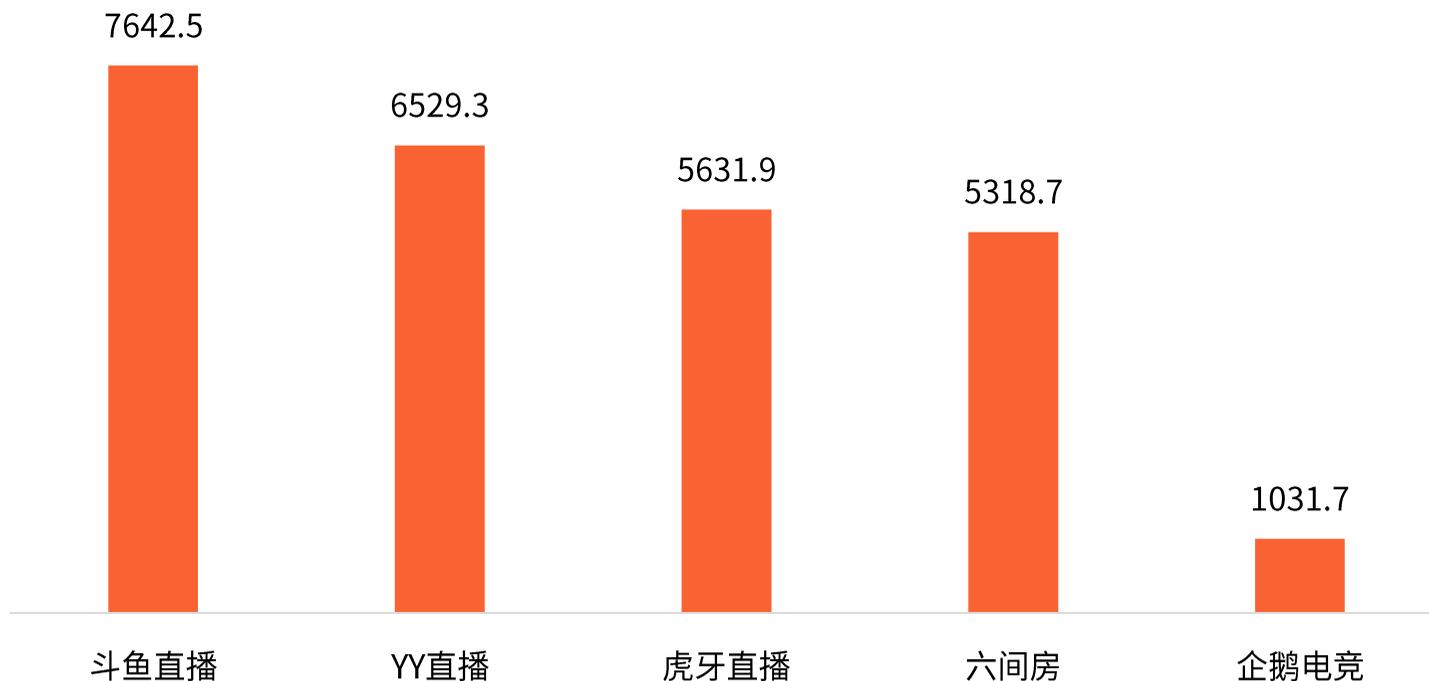
User Scale and its Forecast of China Online Live Streaming Market from 2016 to 2020 (100 million people)



# 2019年中国在线直播平台PC端月活跃用户数

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播平台PC端月均活跃用户数方面，斗鱼直播处于领先地位。娱乐类直播平台中，YY直播居于首位，六间房增长态势最为明显。

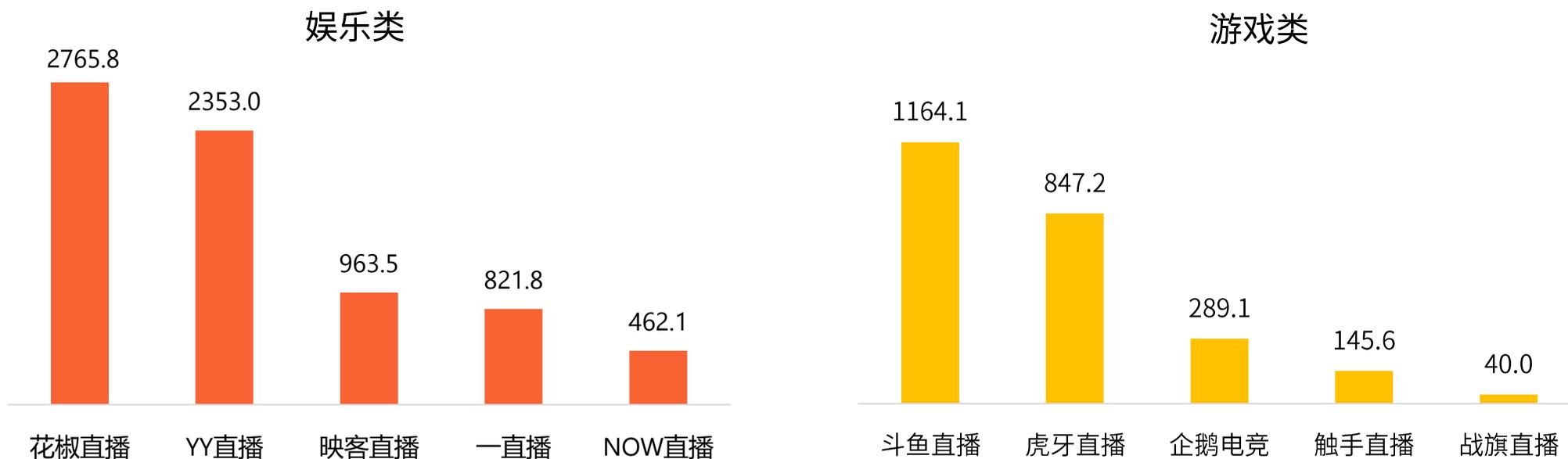
2019年中国在线直播主流平台PC端月均活跃用户数（万人）  
Monthly Active Users of China PC Online Live Streaming Platforms in 2019 (100 thousand people)



# 2019年中国在线直播移动端月活跃用户数

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年12月，花椒直播以2765.8万月均活跃用户数排在娱乐类直播平台首位，保持了增长态势。游戏类直播平台中，斗鱼直播、虎牙直播月均活跃用户数领先。可见头部直播平台在用户体量方面优势明显。

2019年12月中国在线直播主流平台移动端月均活跃用户数（万人）  
Monthly Active Users of China Mobile Online Live Streaming Platforms in 2019 (100 thousand people)



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

# 2019年中国在线直播行业市场格局

## 游戏直播



斗鱼直播



虎牙直播



企鹅电竞



龙珠直播



战旗直播



触手直播

## 娱乐直播



映客直播



花椒直播



NOW直播



KK直播



一直播



Bilibili



YY直播



快手



CC直播



秀色直播



酷狗直播



抖音

## 电商直播



蘑菇街



淘宝直播

## 企业直播



目睹直播



好视通



布马网络

# 2019年中国在线直播行业主要发展特点

全民参与泛娱乐直播 短视频玩家强势入局

5.0亿

在线直播

6.3亿

短视频

2019年泛娱乐用户规模

2019年，以在线直播、短视频为代表的移动互联网泛娱乐用户规模庞大，用户的娱乐时间增加，娱乐方式多样化。泛娱乐直播平台涵盖了音乐、舞蹈、综艺、游戏、户外、美食等一系列节目类型，为互联网用户提供了多元的娱乐内容，短视频平台也相应布局了直播功能，完善了自身的视频流内容生态。但另一方面，短视频平台，如快手，甚至是传统视频平台，如B站，对直播业务的布局必然将会加剧在线直播行业的竞争态势。

## 在线直播行业的多元商业生态



用户打赏



广告与企业合作



“直播+”模式



PUGC模式

传统在线直播行业的盈利主要来源于用户的打赏行为。目前，由于技术与内容的创新，传统模式发生了变化，新的商业模式出现，广告流量变现、PUGC（专业用户生产内容）模式和“直播+”购买行为转化等都能为在线直播平台带来收入。另外，花椒直播等直播平台的造星策略也吸引了庞大的粉丝用户群体，“粉丝经济”通过主播打赏直接形成收入，同时也增加了平台的流量，贡献了广告资源的转化。艾媒咨询分析师认为，随着在线直播行业日渐成熟，多元化收入形式的出现是行业趋势之一，有助于直播平台降低对头部主播的依赖，从而降低运营风险。

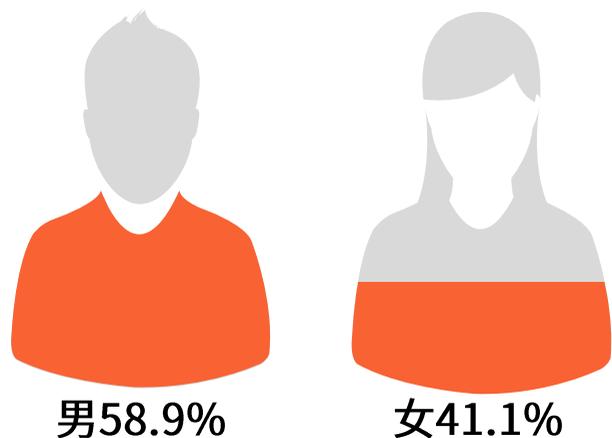
02

## 2019年中国在线直播行业用户分析

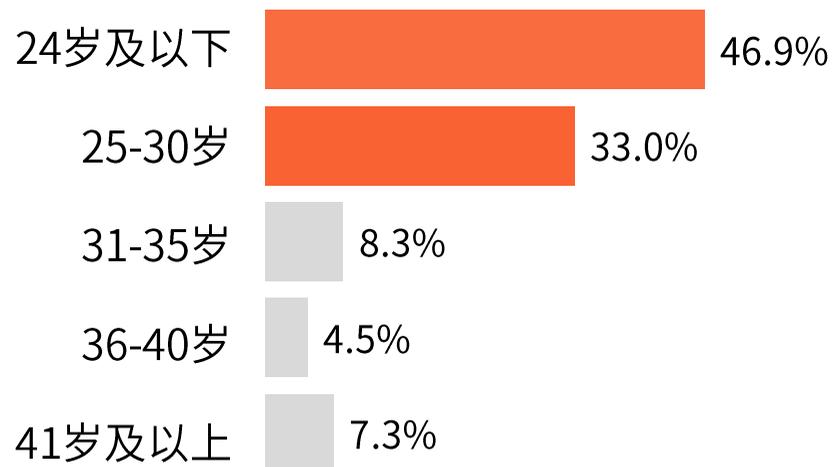
# 男性直播用户过半，30岁及以下用户为主要受众

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户中男性用户占比将近六成，30岁及以下用户占比高达八成，其中24岁及以下的用户将近五成，在线直播用户年轻化特征明显。

2019年中国在线直播行业用户性别分布  
Gender Distribution of Chinese Online Live Streaming Users in 2019



2019年中国在线直播行业用户年龄分布  
Age Distribution of Chinese Online Live Streaming Users in 2019



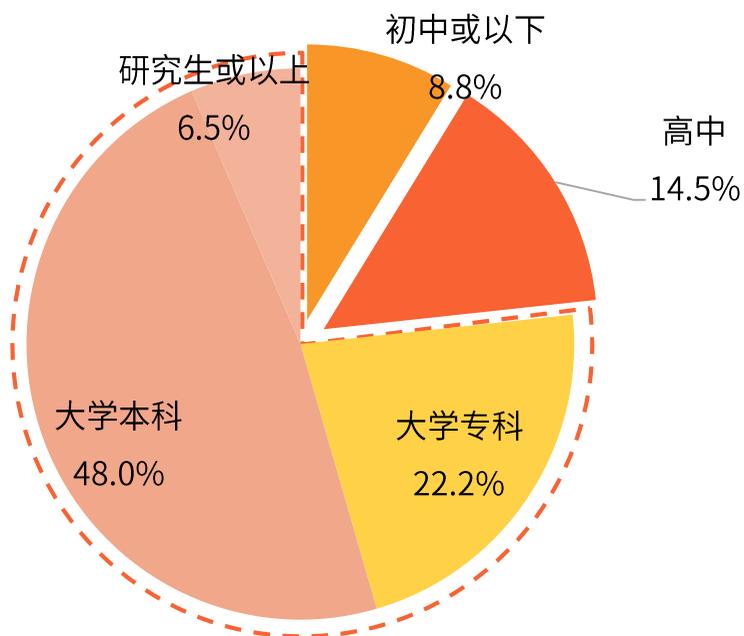
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 高学历用户占比大，三线及以下城市发展空间大

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户的学历大多在大学专科及以上，其中大学本科学历的用户占比将近五成，高学历用户占比大。大部分直播用户分布在一二线城市，三线及以下城市占比不足三成；艾媒咨询分析师认为，三线及以下城市用户体量大，用户娱乐方式较为单一，因此在线直播下沉市场发展空间较大。

2019年中国在线直播行业用户学历分布  
Education Levels of Chinese Online Live Streaming Users in 2019



2019年中国在线直播行业用户城市分布  
Regions of Chinese Online Live Streaming Users in 2019



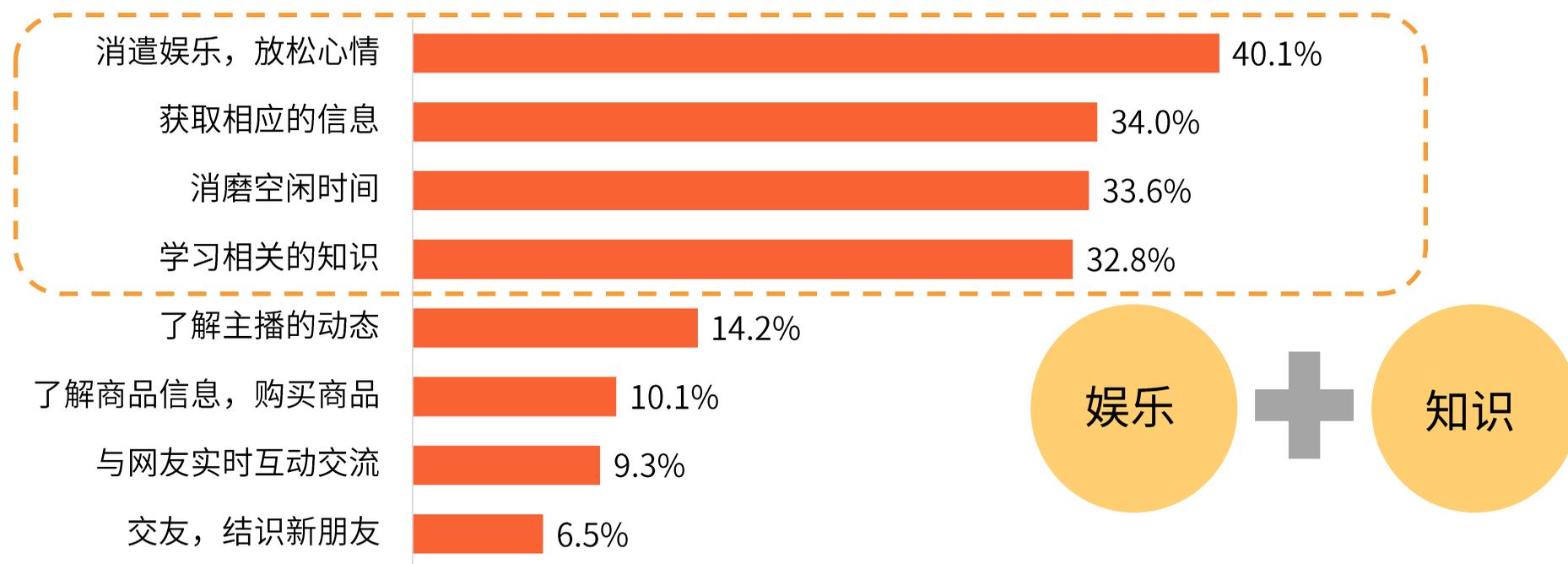
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 观看直播是消遣娱乐、获取知识的好方式

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户观看直播的原因和动机中，TOP4均是消遣娱乐或获取信息知识有关。由此可见，中国在线直播行业用户观看直播主要有两方面的需求：娱乐和获取知识。艾媒咨询分析师认为，在线直播平台可以针对用户的需求推出相应的直播产品和内容。

2019年中国在线直播行业用户观看直播的动机调查  
Reasons of Chinese Online Live Streaming Users Viewing Live Streaming Programs in 2019



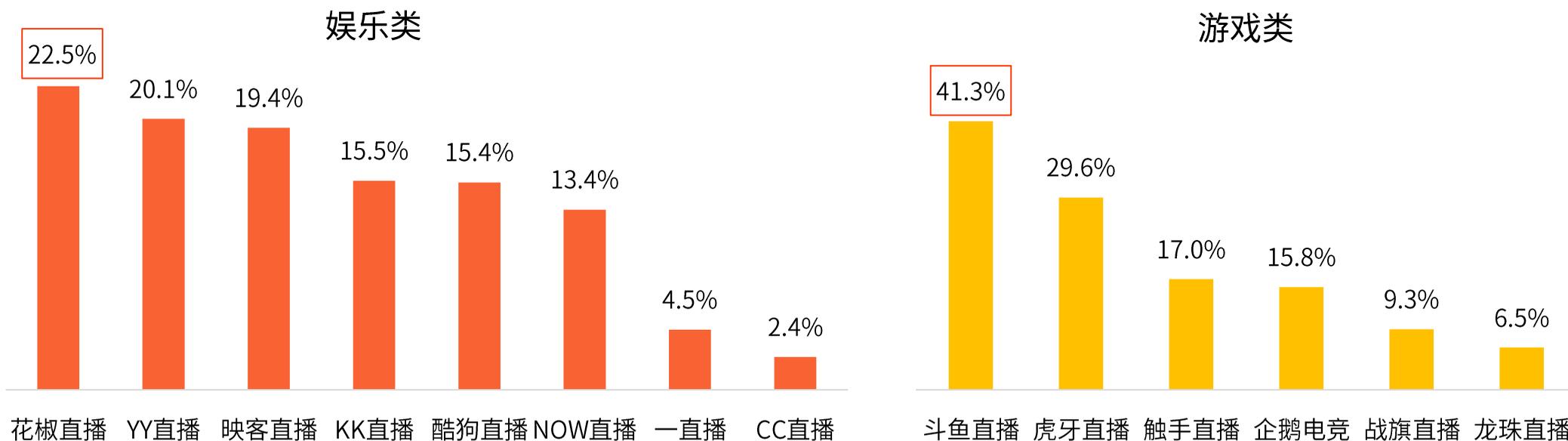
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 花椒领先娱乐直播，游戏直播领域斗鱼优势明显

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国娱乐类在线直播平台中，花椒直播与YY直播在用户偏好方面处于领先地位，其中22.5%的用户表示经常使用花椒直播平台。在游戏直播平台中，斗鱼直播受欢迎程度最高，超过四成的用户表示平时经常使用斗鱼直播，与其余游戏类直播平台拉开差距，在用户偏好方面优势较为明显。

2019年中国在线直播行业用户的直播平台偏好  
Preferences of Chinese Users for Online Live Streaming Platforms in 2019



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

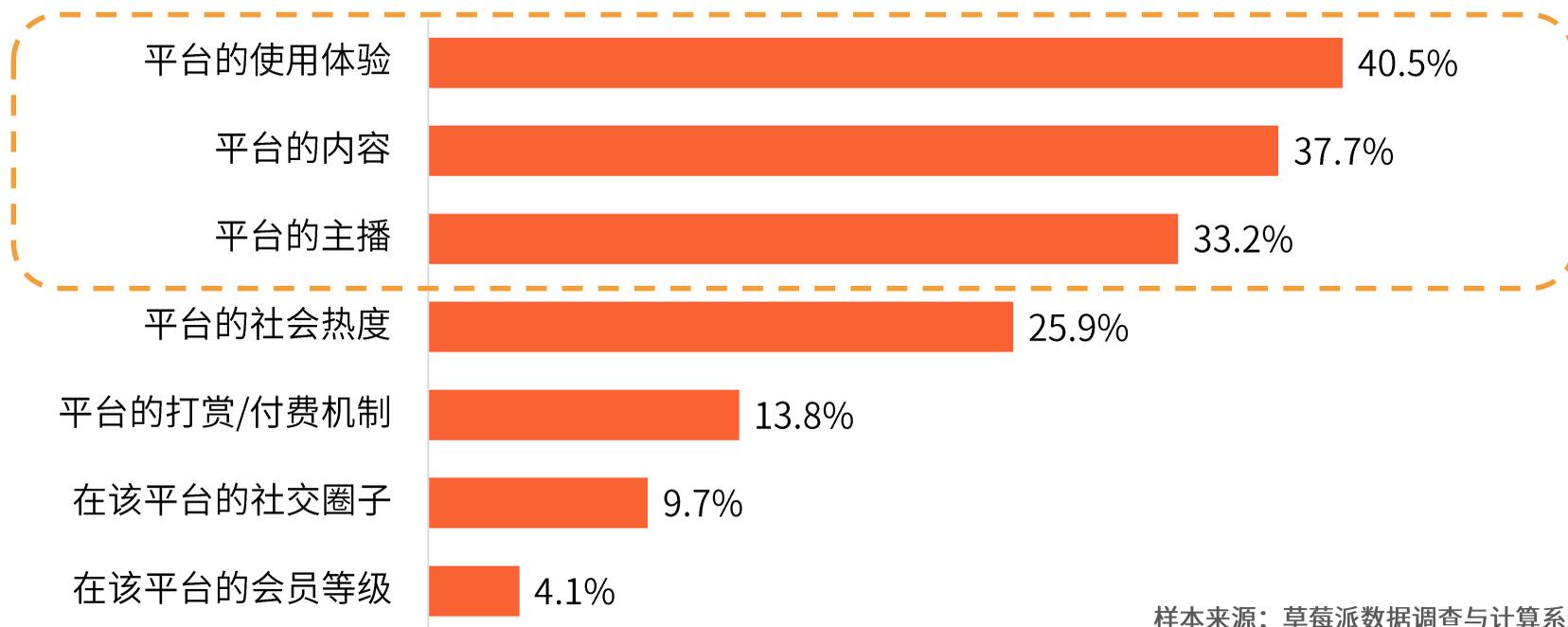
样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

# 使用体验、内容、主播为用户选择平台的主要因素

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户选择直播平台时首要考虑的是平台的使用体验，其次是平台的内容和主播。艾媒咨询分析师认为，在线直播平台在完善自身产品时注重用户体验，可通过VR等技术提高用户互动参与感；还需要注重平台内容的开发和打造，为用户提供高质量内容，增强用户粘性。另外，平台主播也是一个重要因素，在线直播平台需要注重优质主播的培养，吸引用户。

2019年中国在线直播行业用户选择直播平台的考虑因素  
Considerations of Chinese Users for Choosing Online Live Streaming Platforms in 2019



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

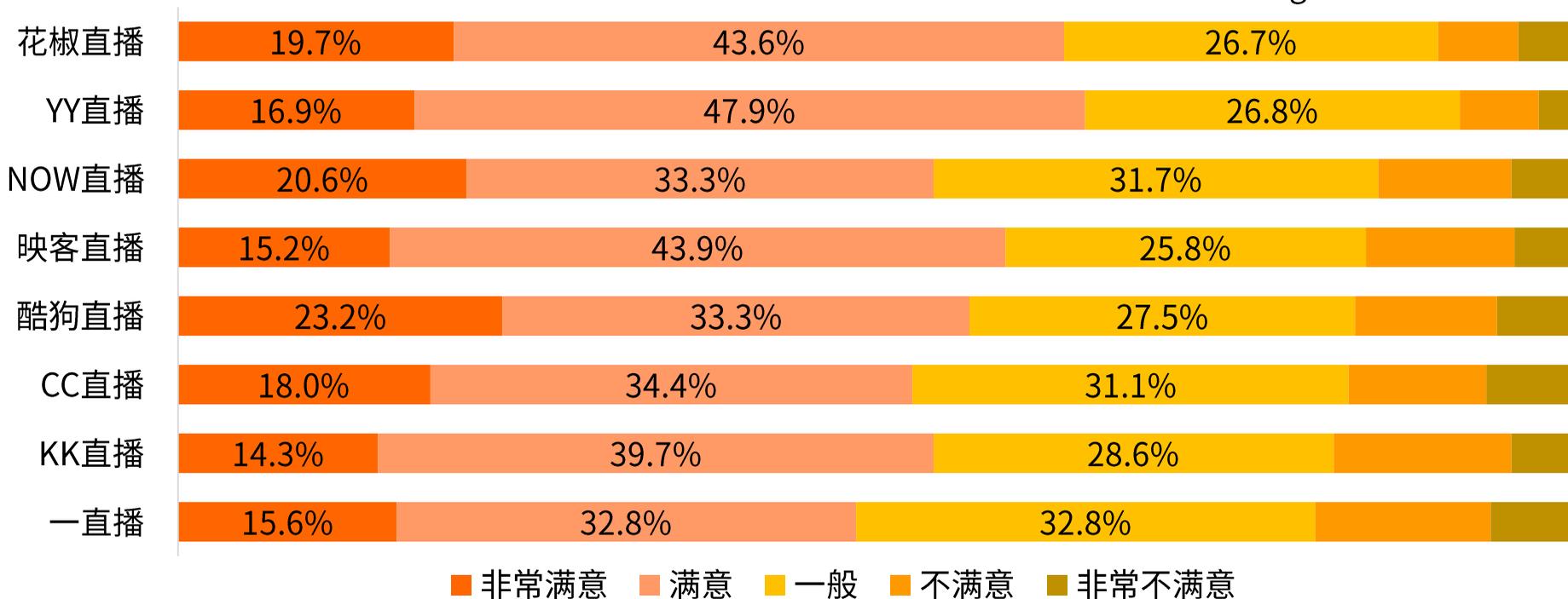
数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

# 花椒直播、YY直播的主播满意度领跑娱乐类直播平台

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户对各娱乐类直播平台的主播的总体满意度较高，其中头部直播平台，如花椒直播、YY直播的主播有较多正面评价。结合前面数据可见，直播平台的主播质量对吸引、留存用户有较大的影响。因此，艾媒咨询分析师认为，各在线直播平台应注重主播的培养和管理。

### 2019年中国在线直播行业用户对各平台的主播满意度调查

Satisfactions of Chinese Users on The Anchors of Online Entertainment Live Streaming Platforms in 2019



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

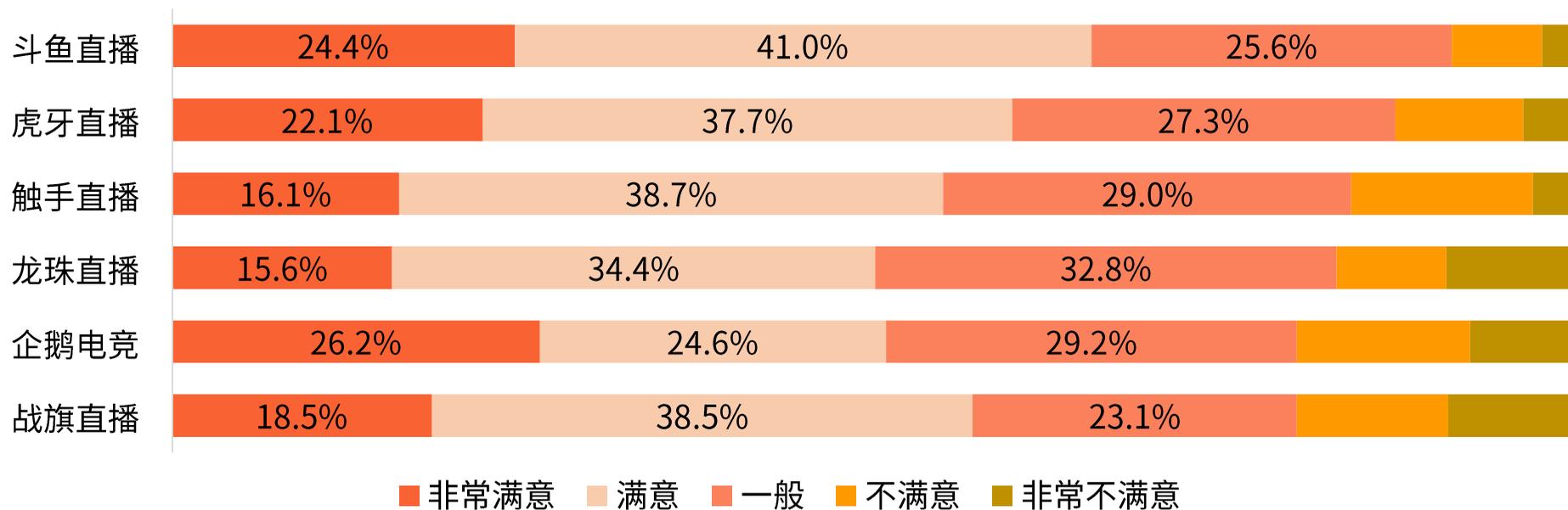
数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 斗鱼直播的主播满意度领跑游戏类直播平台

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户对各游戏类直播平台的主播的整体满意度较高。其中，游戏直播双寡头斗鱼、虎牙的主播满意度领跑游戏类直播平台，斗鱼直播的主播满意度最高，与其他平台拉开一定的差距。

2019年中国在线直播行业用户对各平台的主播满意度调查  
Satisfactions of Chinese Users on The Anchors of Online Game Live Streaming Platforms in 2019



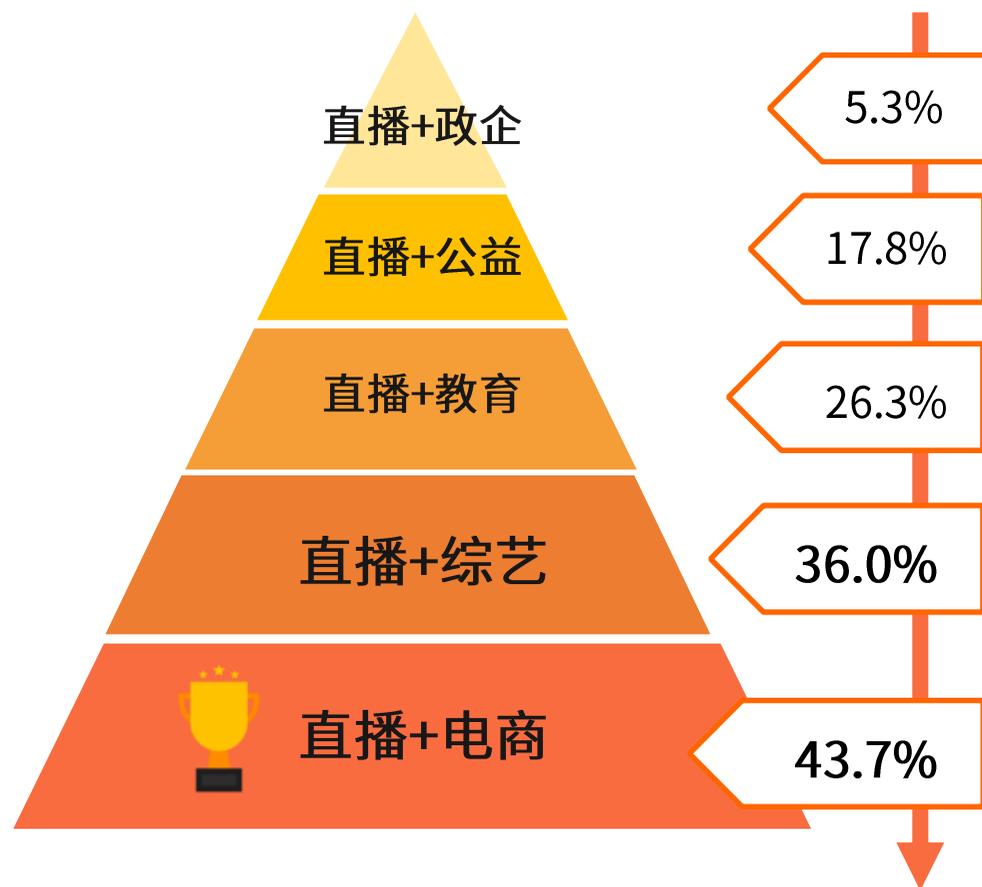
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# “直播+电商/综艺” 观看用户多，受欢迎程度较高

2019年中国在线直播行业用户“直播+”节目观看情况调查  
Survey on Chinese Online Live Streaming Users Viewing “Live Streaming +” Programs in 2019



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年的“直播+”节目中，“直播+电商”最受用户欢迎，其次是“直播+综艺”。2019年是电商直播高速发展的年份，超过四成的受访用户表示观看过“直播+电商”的内容。艾媒咨询分析师认为，由于技术的发展与消费者的购物需求，未来“直播+电商”预计是电商平台的标配。如何在电商直播发展期脱颖而出，是各大直播平台 and 电商平台需要考虑的问题。另外，其余“直播+”内容均有一定的传播度，仍有较大的发展空间。

样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 花椒、斗鱼的“直播+综艺”节目知名度高

2019年中国在线直播行业“直播+综艺”节目知名度调查  
Popularity of Chinese Online “Live Streaming + Variety Shows” in 2019



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2019年花椒直播、斗鱼直播在“直播+综艺”领域中表现亮眼, 平台的“直播+综艺”节目知名度较高。艾媒咨询分析师认为, 大部分直播用户出于娱乐需求观看直播节目, 而“直播+综艺”节目娱乐性强, 直播平台可以此丰富平台自身内容生态, 持续优质内容输出, 在“直播+”模式中取得竞争优势。

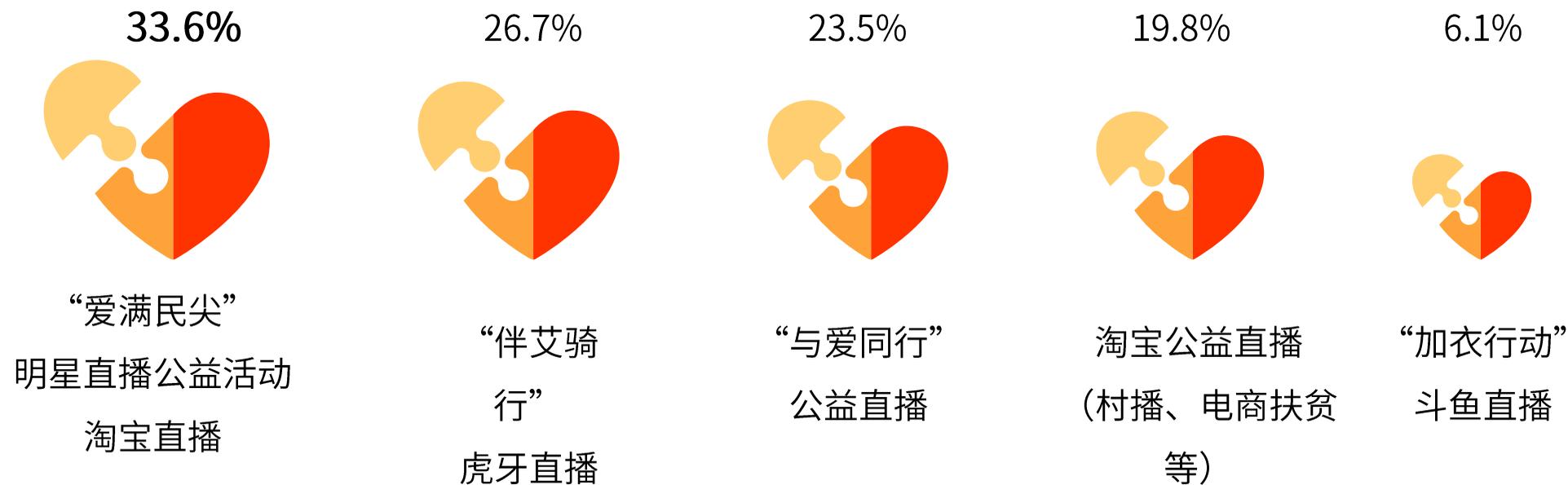
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量: N=1468; 调研时间: 2020年1月

# “直播+公益” 明星助力关注度高

2019年，各大平台陆续推出“直播+公益”节目，获得了一定的关注度。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，其中最具知名度的为淘宝直播的“爱满民尖”明星直播公益活动，超过三成的用户表示有观看行为。虎牙直播协办的“伴艾骑行”也吸引了不少用户的关注。艾媒咨询分析师认为，明星的参与能够扩大公益直播的知名度，“直播+公益”的形式能够让用户更身临其境地见证公益活动的举办，传播社会正能量。

2019年中国在线直播行业“直播+公益”节目知名度调查  
Popularity of Chinese Online “Live Streaming + Public Welfare” Programs in 2019



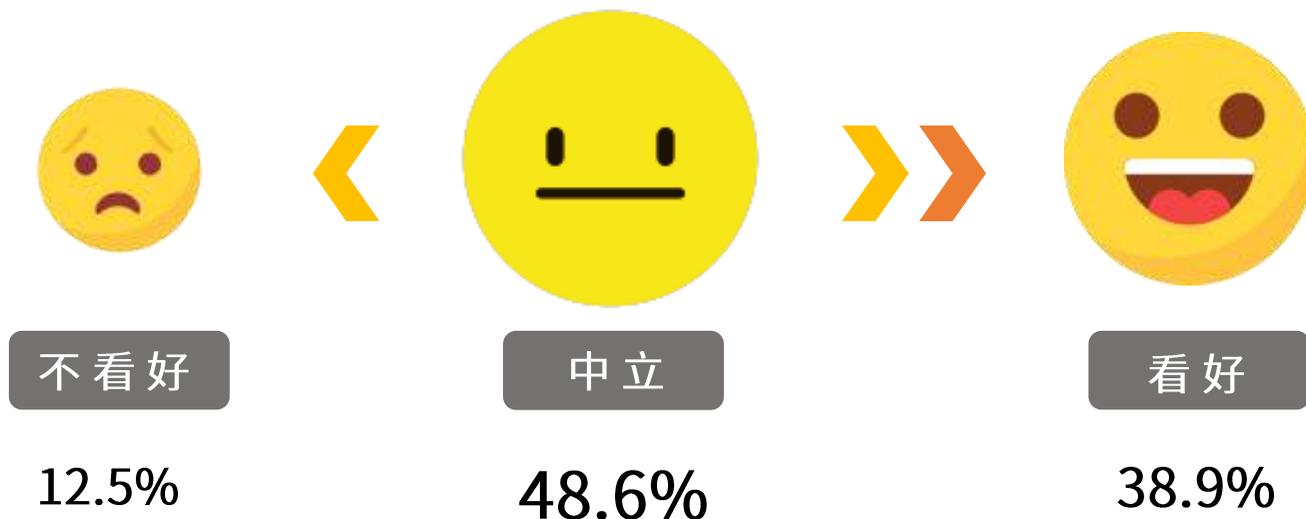
样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 用户对“直播+”发展前景表示较为乐观

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，将近五成的受访用户认为“直播+”内容的发展前景一般，近四成的用户表示看好未来“直播+”的发展。艾媒咨询分析师认为，大部分用户对“直播+”节目的发展前景持正向态度，各在线直播平台在未来如何打造更优质的“直播+”产品和内容是关键。

2019年中国在线直播行业用户“直播+”发展前景态度调查  
Attitudes of Chinese Online Live Streaming Users to The Prospects of  
“Live Streaming +” Programs in 2019



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

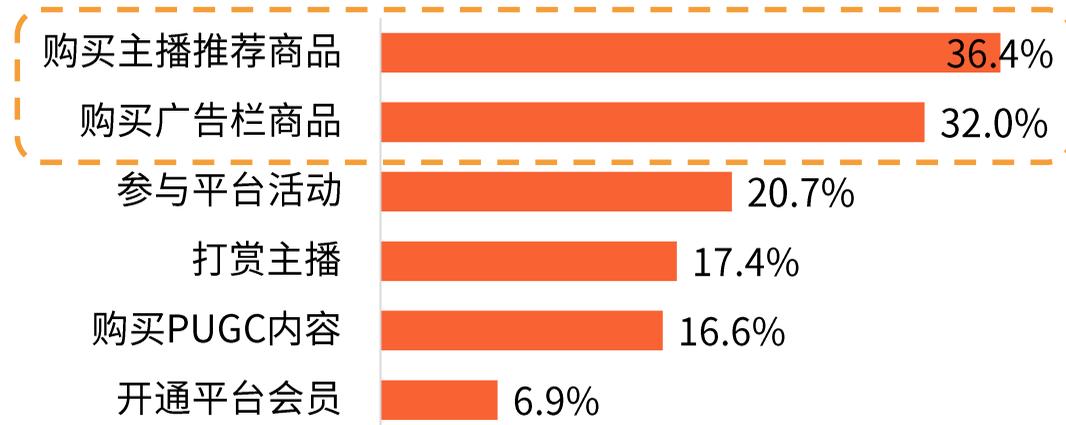
样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 平台主播在直播消费中具有较大影响力

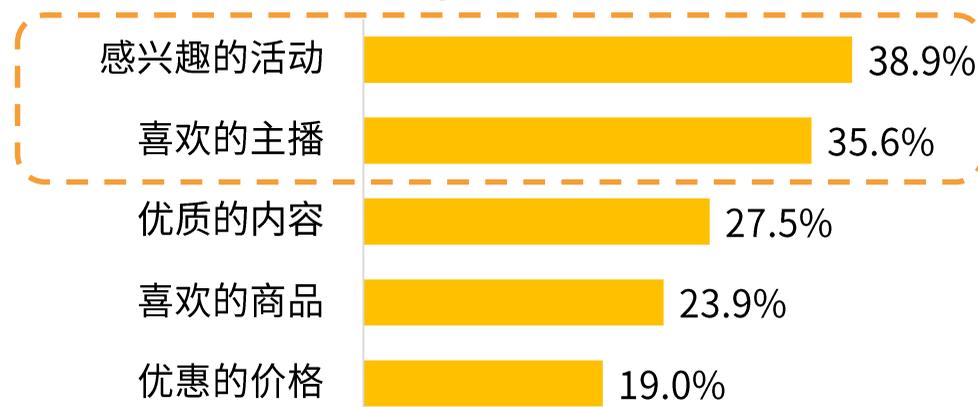
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，购买商品是在线直播行业用户主要的消费行为，超过三成的在线直播用户曾购买主播推荐商品。并且，感兴趣的活动与喜欢的主播是在线直播用户的主要消费原因。艾媒咨询分析师认为，在线直播平台的主播在拉动直播消费中起着重要的作用，“主播经济”影响力较大，各直播平台应构建良好的主播生态与消费情景，提高用户转化率，使盈利实现增长。



2019年中国在线直播行业用户的消费行为调查  
Consumption from Chinese Online Live Streaming Users in 2019



2019年中国在线直播行业用户的消费原因调查  
Reasons for Consumption Behavior of Chinese Online Live Streaming Users in 2019



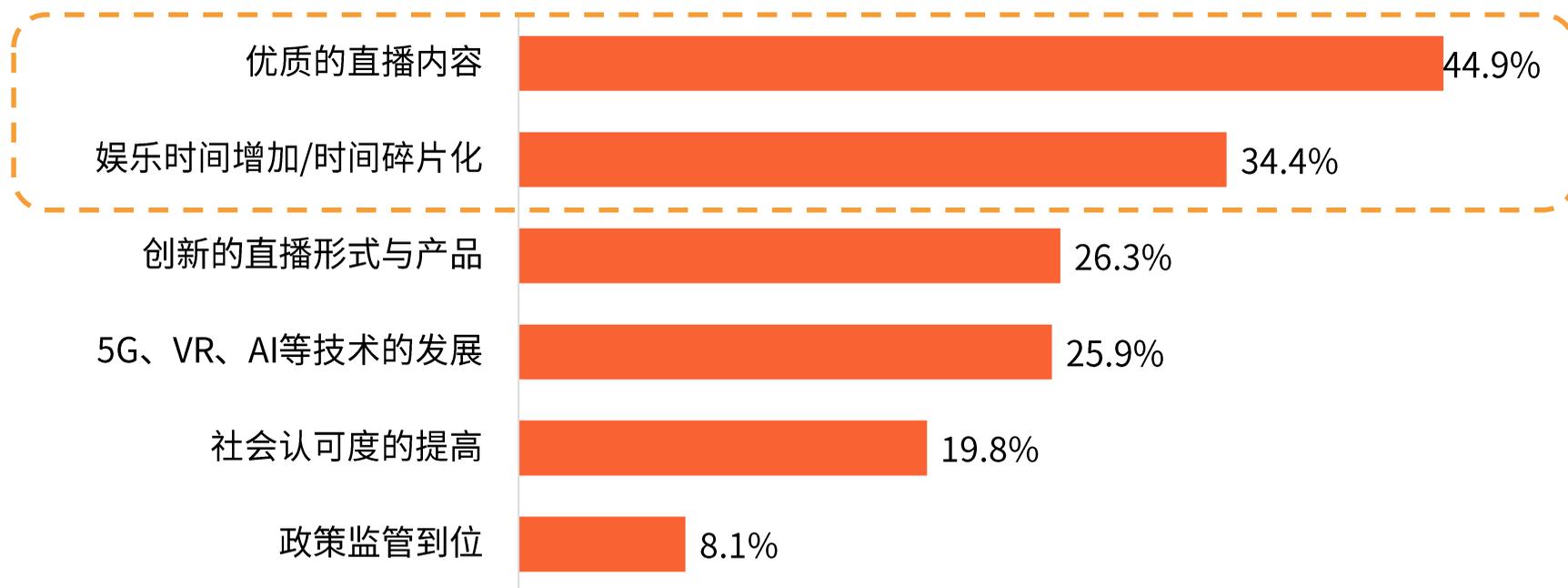
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 优质的直播内容是未来行业发展的关键

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，44.9%的用户表示优质的直播内容能够较大程度地助力未来在线直播行业的发展，娱乐时间的因素也能为行业发展带来积极影响。艾媒咨询分析师认为，用户娱乐时间的增加或时间碎片化这一外在因素为行业发展提供了巨大的空间，而在线直播平台应注重打造高品质的直播内容，在个体企业层面吸引留存用户，形成优势，在行业层面推动直播行业向前发展。

2019年中国在线直播行业用户对行业发展影响因素的认知调查  
Reasons of Chinese Online Live Streaming Users for The Good Prospects of The Market in 2019



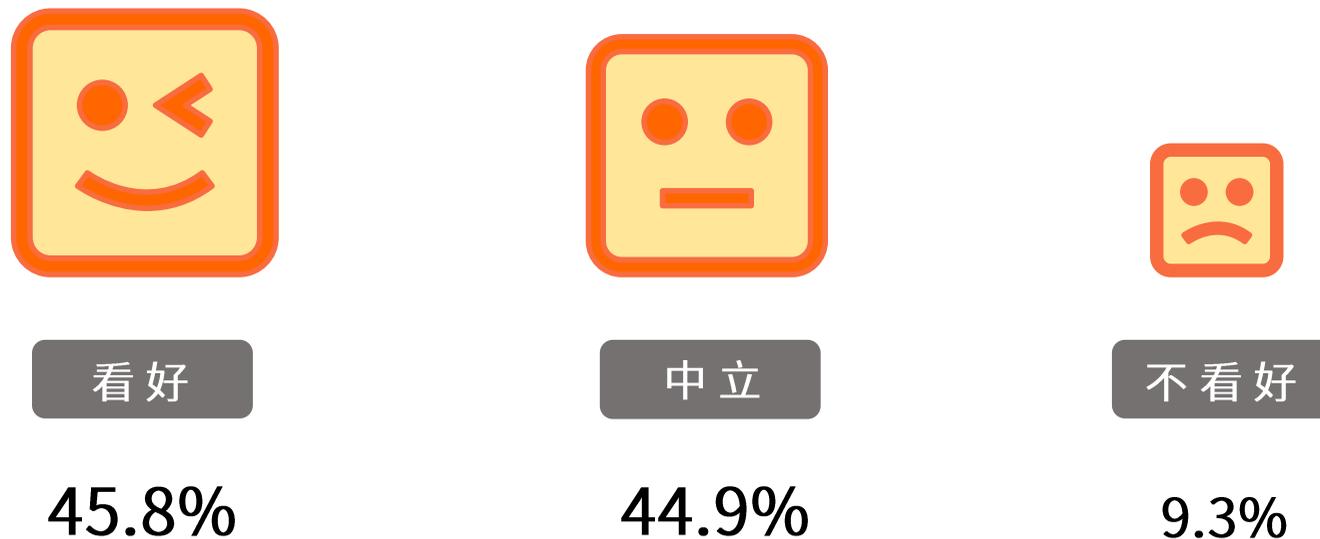
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 用户对新技术融入直播持积极态度

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年45.8%的中国在线直播用户对直播新技术，如VR、AI的融入持正向积极态度，大部分用户对新的直播技术表示欢迎。艾媒咨询分析师认为，用户的正向态度为直播技术的发展提供了社会基础，在线直播平台如何利用新技术打造自身直播产品、构建平台优势，是应对未来直播行业发展的要点。

2019年中国在线直播行业用户对新技术融入直播的态度调查  
Attitudes of Chinese Online Live Streaming Users to New Live Streaming Technologies in 2019



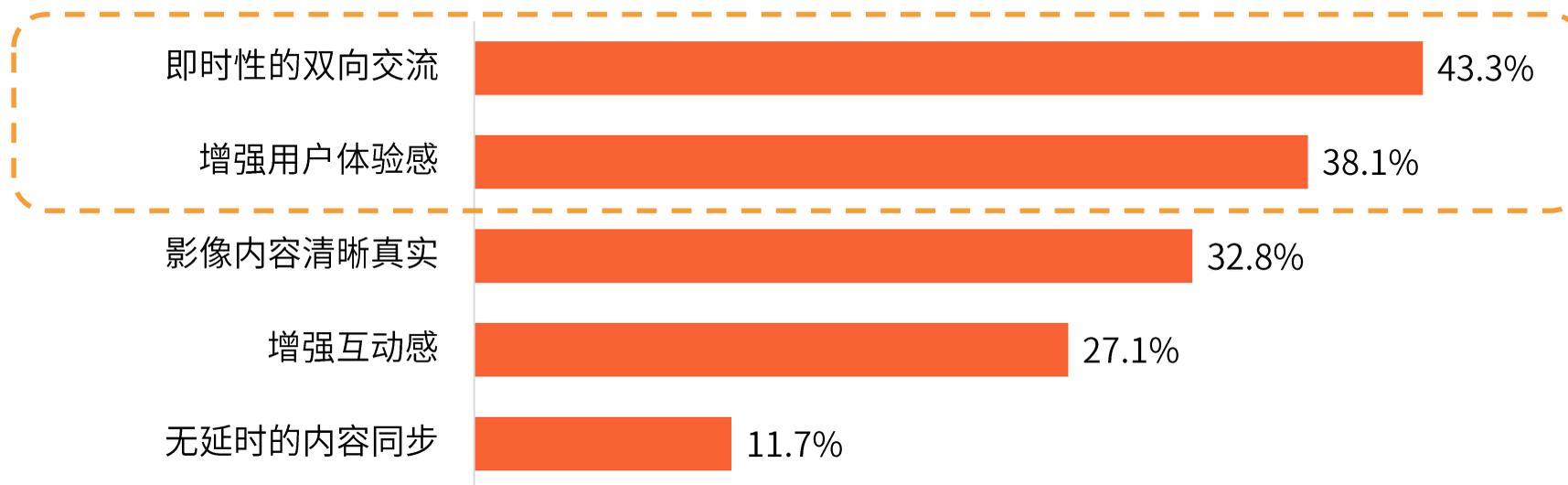
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

# 用户即时性交流需求强，注重直播观看体验感

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国在线直播行业用户最希望技术发展能够增强直播过程中的即时性双向交流，同时也十分重视用户体验感。艾媒咨询分析师认为，即时性交流互动是在线直播相比网络视频的优势之一，也是直播用户重点关注的方面，在线直播平台应该重视对于技术的运用，使用户享受即时交流等良好的直播观看体验。

2019年中国在线直播行业用户的直播技术需求调查  
Demands of Chinese Online Live Streaming Users Bringing from Technology Improvements in 2019



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本量：N=1468；调研时间：2020年1月

03

## 2019年中国在线直播行业热点与案例

# 行业热点一：直播平台之变，竞争角色增多

## 2019年中国在线直播平台大事记

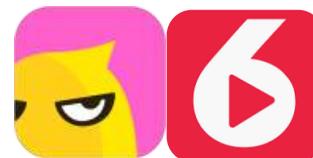


2019年3月，熊猫直播宣布停止运营。



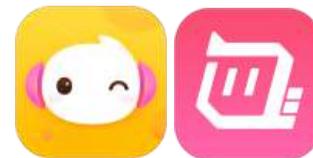
2019年4月，虎牙直播公开增发募资5.5亿美元，主要用于建设内容生态圈和扩充电竞合作伙伴。

2019年5月，花椒直播完成股权变更，以及与六间房合并后的架构调整，将在主播上升体系构建、直播+社交、正能量直播等多个领域深入布局。



2019年7月17日，斗鱼直播在美国纳斯达克上市。

2019年8月16日，KK直播宣布与触手直播开启战略合作，泛文娱直播与游戏直播企业共同构建多元直播生态。



# 直播平台娱乐内容布局增加



2019年，中国游戏直播平台三巨头变双寡头，整体发展稳健，同时产品线有所扩展，加入了多元化的内容元素。例如，虎牙直播在官网首页陆续加入更多的内容板块，目前除了游戏电竞的栏目，还有秀场、户外等娱乐类直播，娱乐内容的呈现让虎牙的用户能够看到更多样化的直播内容。

艾媒咨询分析师认为，综合性的直播平台的受众广泛，用户群体体量更大，收入方式更多样。并且，在线直播平台在建立完备的直播设备与直播生态的过程中，已投入了高额的固定成本，多元化的产品发展所需要的可变成本相对较低，然而能吸引更多的流量，形成可观的额外收入。因此，构建综合性的直播平台预计是在线直播平台的发展趋势。



# 直播领域竞争角色增多



2019年2月，快手上线电喵直播，涵盖游戏直播与短视频等内容。

2019年10月，快手直播英雄联盟全球总决赛，首日观赛人数2500万。

2019年12月，快手官方公布，快手游戏直播DAU超过5000万。

2019年12月，B站获得英雄联盟总决赛连续三年的国内独家直播版权。

2019年12月，B站签下原斗鱼网络主播冯提莫，发力直播业务，扩大在线直播领域的内容布局。



互联网视频平台有其强大的用户基础及内容生态，2019年，视频平台纷纷加强对于游戏直播赛道的布局，直播领域竞争角色增多，快手和B站的强势入局将会对游戏直播双寡头的局势造成一定的冲击。而娱乐类直播平台同样也应注意到视频平台的内容多样化对于娱乐直播的威胁。艾媒咨询分析师认为，在线直播平台需明确自身定位与优势，构建差异化壁垒，应对竞争激烈的直播行业。

# 花椒直播——有强社交属性的泛娱乐直播平台

花椒直播在与六间房合并后，从内容生态拓展、产品运营活动创新、强化技术驱动、完善家族运营体系等多个方面加速布局，以实现直播产品与业务的全面进化。推出《巅峰之战》、《花房之夜》、《花椒K歌夜》、《椒享会》、《最美天使》等不同综艺属性的赛事IP为不同才艺的主播提供上升通道，以各式产品迭代、运营活动、跨界合作强化直播+社交生态。



### 花椒直播业务布局



艾媒咨询分析师认为，多元化的战略可以吸引大众用户，增长的用户规模和用户时间能够进一步带来**广告收入变现**，而高品质内容将**增加用户粘性**。完备的直播内容生态体系是未来在线直播平台取得差异化优势的重点之一。

### 2019年直播出海程度加深，寻找海外业务增长点



2019年1月，触手直播旗下的海外游戏直播平台Game.ly登顶印尼App Store。



2019年3月，YY直播完成对BIGO LIVE的收购，旗下还有直播产品Cube TV。据悉，BIGO LIVE专注于泛娱乐直播，而 Cube TV 专注于手游直播。



2019年6月，虎牙直播旗下的海外游戏直播平台Nimo TV宣布正式进军巴西，布局南美市场。



KK直播推出的Stream Kar，2019年持续深耕印巴地区，目前在印度和巴基斯坦的在线直播市场处于领先地位。

### 直播平台出海关键点

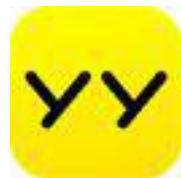


- **本地化运营直播产品。**可包括本地化人才的招募和培养，贴合本地用户使用习惯的产品设计，本地商业资源的合作与共赢，以及对本地文化的理解尊重，甚至是借助本地特色文化推广产品。
- **直播内容质量的把控与直播技术的赋能。**多人连麦等技术，以及个性化推荐、定制性的高品质内容，可极大地增加用户粘性。
- **通过与本地资源合作获取广告效益。**从而提升在线直播平台知名度，打开市场。
- **通过一定的激励措施吸引海外的主播和观众。**如，斗鱼曾推出“Get rich with Nonolive”的口号和激励机制。

# YY直播——全球化布局

短视频创作平台  
Likee

直播平台  
BIGO LIVE



社交网络平台  
HAGO

视频社交平台  
imo

4.7亿

全球平均移动端MAU  
77.9%的用户来自海外

5410万

海外直播业务平均移动端MAU  
BIGO LIVE同比增长9.7%

5.7亿

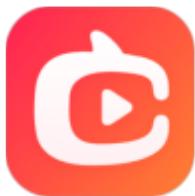
2019Q3的净利润  
与2018年同期相比有所下降  
官方认为主要原因是BIGO的并入

YY直播在2019年完成了基于直播、短视频、社交三方面的海外布局，全球用户数量有所增加。海外直播、视频等领域的市场空间还很大，但根据近两年国内直播平台出海的趋势来看，未来市场竞争将会愈加激烈。艾媒咨询分析师认为，针对海外市场的大布局，YY直播需要注意控制亏损的态势，并注重如何将其旗下的直播、短视频和社交平台进行联动，相互促进发展，提高用户粘性，培养用户习惯，形成竞争优势。

# 行业热点三：“直播+”



## 2019年“直播+电商”行业热点



2019年11月11日，淘宝直播成交额近200亿元；企业高管、明星参与直播带货；2万村播、40位县长通过淘宝直播使当地农产品走向市场。



蘑菇街2019Q2财报显示，蘑菇街的直播业务同比增长115.2%，在总GMV中比重达39.1%，为去年同期的两倍。



2019年11月6日，第二届快手电商节“快手卖货王”活动举办。2019年双十一，快手与天猫联合举办“双11老铁狂欢夜”。

# 快手电商直播发展迅速



## 快手电商

- 2016年快手推出直播功能。
- 2018年首届“快手电商节”举办。
- 2018年12月，快手发布“麦田计划”，推出升级的“快手小店”和全新的“快手电商”服务。
- 2019年11月“快手电商节”期间，“卖货王”第一名销售额破4亿元。
- 目前，快手电商有直播间购物车、视频页购物车以及作者个人页小店等入口，并接入了淘宝、京东、拼多多等6个购买渠道。



社交关系



下沉市场



源头货品

艾媒咨询分析师认为，淘宝等电商的“直播+电商”与传统直播最大区别是商品导向而并非主播导向，用户粘性较低，消费者关心的还是商品的价格与品质。而快手的电商直播则以主播的社交关系建立了较强的用户信任感和粘性较强的用户体系，并主打下沉市场，消费者能从货品源头直观地了解到货品信息，对于食品类和农产品等标准化较低的商品直播效果明显。

# “直播+” 产品与内容创新

## 直播+服务

2019高校招生服务光明大直播  
- 斗鱼直播、映客直播、KK直播协办

《谁是卧底》  
《蒙面最强音》  
《易燃少女》

《厨神驾到》  
《偶像陪练团》  
《娱乐大王牌》

## 直播+文化传播

《青春遇见戏》  
- KK直播与光明网合作推出

《声家班》

## 直播+旅游

飞猪：“全球玩精大会”直播晚会

## 直播+造星

KK直播：K-star全明星计划



# 花椒直播——“直播+”跨界合作与产品创新

2019年，花椒直播将品牌进行了升级，重点进行“直播+”模式的创新和拓展。



文旅

2019年5月，花椒直播小镇正式开放。

时尚

2019年10月，花椒直播与艺飞天成杯2019世界模特大赛合作。

汽车

2019年，花椒直播与比亚迪联合布局“直播+车联网”生态，与长城哈弗合作“直播带车”

综艺造星

2019年，花椒直播持续推出《巅峰之战》、《椒享会》、《花椒味道》、《花房之夜》、《花椒K歌夜》等内容IP。

多元跨界

2019年，花椒直播与快消、航空、酒旅、影视等多个行业数十家品牌完成跨界合作。

2019年花椒直播在跨界探索方面成果颇多。艾媒咨询分析师认为，花椒的“直播+”模式将优质的线上直播资源多元化整合到不同的场景之中，实现了“直播+实体经济”的新模式。另一方面，花椒直播以“直播造星”为核心，拓展多种形态内容与赛事，持续进行产品输出与创新，通过优质内容推动品牌可持续发展，为不同层级的主播提供符合各自发展路径，形成用户与主播全面活跃的平台氛围。



# KK直播——“直播+文化”产品持续传递正能量

2019年6月，KK直播协办民族文化系列直播《可爱的中国》。



2017-2019年，KK直播持续推出大型非物质文化遗产直播节目《匠人与匠心》。2020年1月，节目仍正在热播。

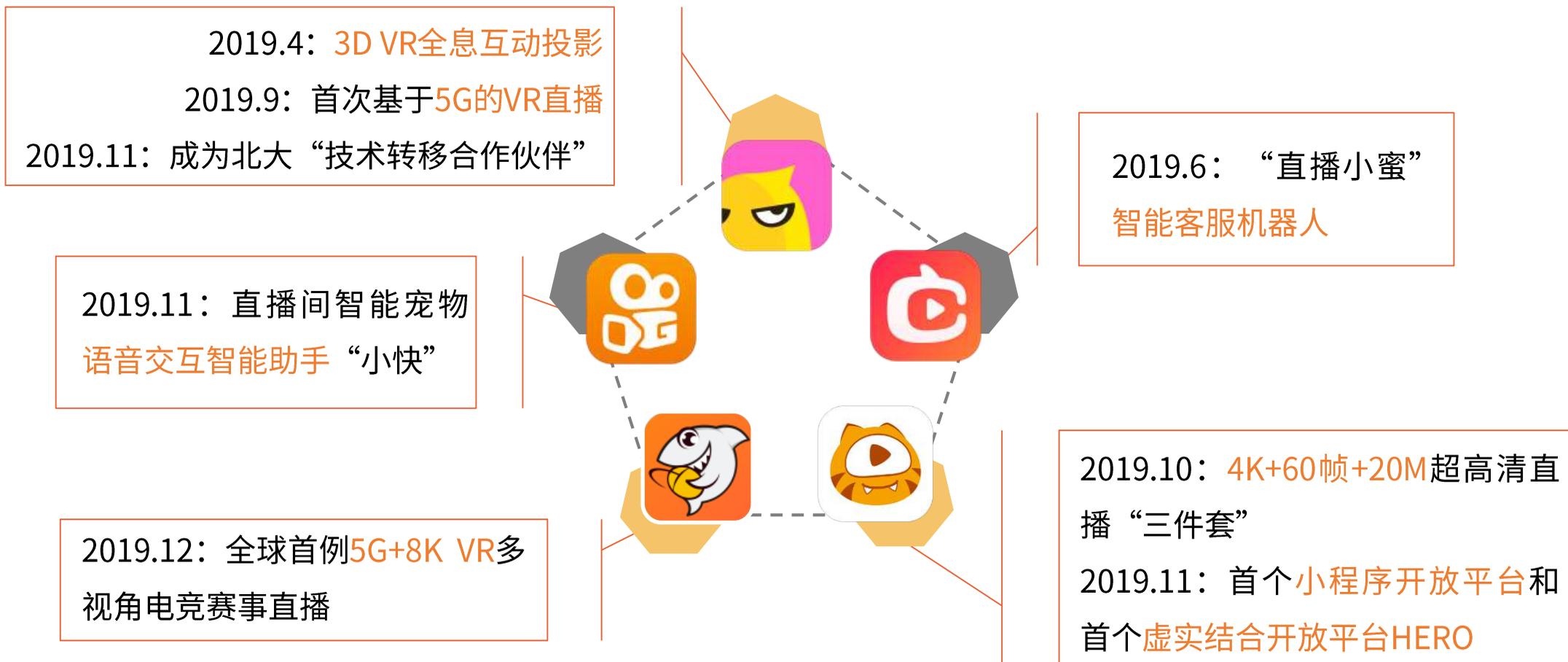
2018-2019年，KK直播持续参与《看美丽乡村，庆70华诞》大型直播活动。



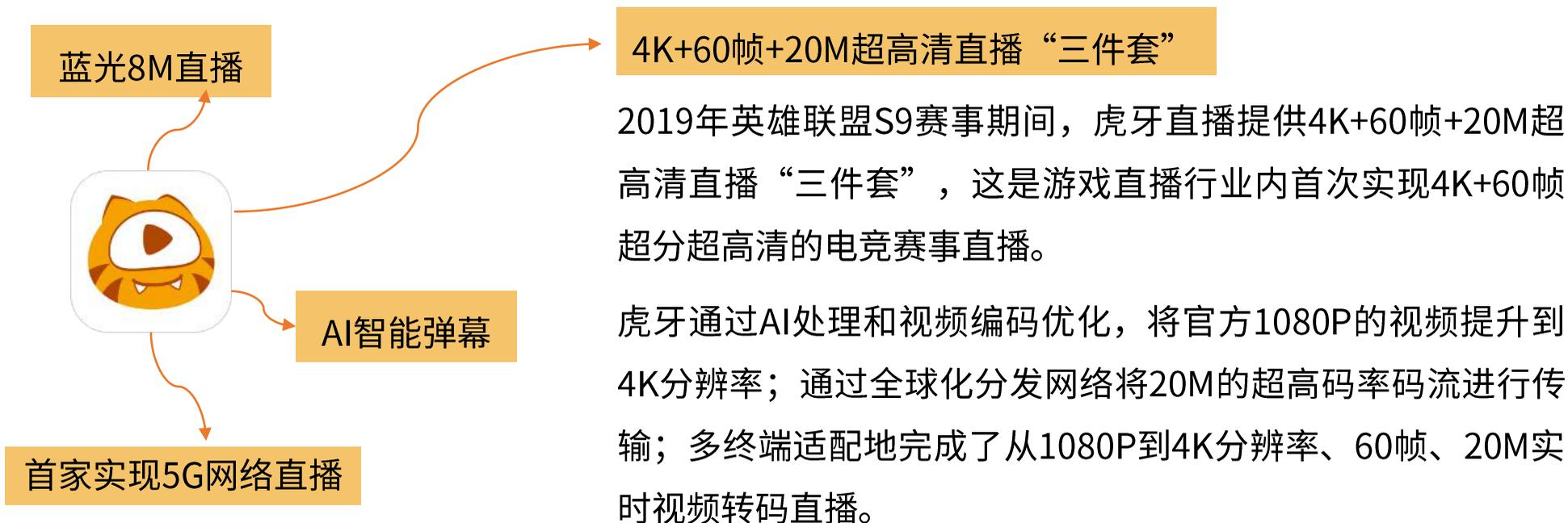
近年来，KK直播在“直播+”领域大力推出各种文化、教育节目，将直播的娱乐性、趣味性结合起优秀的文化价值、社会价值，打造了一批优质的文娱内容，丰富新颖的直播形式与内容吸引了众多用户，同时也很好地传递了优秀的文化内涵与正能量价值观。艾媒咨询分析师认为，“直播+文化传统”、“直播+正能量”、“直播+公益”等产品和节目能够使KK直播赢得差异化的品牌亮点，在“直播+”的浪潮中脱颖而出。

# 行业热点四：技术赋能

## 5G、VR时代下的在线直播平台的技术创新



# 虎牙直播——超高清直播三件套



通过技术创新与运用，虎牙直播在清晰度、流畅性、体验感等方面取得一定的优势，用户在“4K+60帧+20M”的组合中获得更好的视听享受。艾媒咨询分析师认为，在数字化高速发展、直播同质化显现的现状下，直播平台即使是处理转播内容，也将从各个方面发力，获取流量。因此各平台应高度关注企业在技术上的研发，推动以技术带动利润增长的可持续发展。

# 技术赋能，直播行业机遇



用户体验



互动形式扩展



直播内容多元化

降低成本、增强用户粘性、扩展商业模式、……

艾媒咨询分析师认为，当下技术的发展对在线直播行业的发展来说有着巨大的机遇。通过技术布局，在线直播平台可以增强多端的实时互动，进一步提升用户体验感，并且有利于发展多元化直播节目与打造多元化直播内容。由此，技术的应用能够带来成本的下降，用户体验的提升有助于增强用户对于直播平台的忠诚度，而直播内容和形式的进一步发展能够使直播行业生态显现更多的商业模式。

04

## 中国在线直播行业发展趋势预测分析



## “直播+”商业模式创新，探索商业价值

未来“直播+”趋势将进一步发展，在线直播向细分领域拓展，例如垂直市场中的电商、教育等，内容垂直化更加明显。在线直播内容与形式多样化发展，满足用户的多元化需求，商业模式继续创新，在线直播的商业价值将进一步开发。



## 直播“出圈”，在线直播关注度提升

直播更加“出圈”，在线直播更加日常化、生活化。由于技术的成熟，媒体信息将更加强调动态、实时，在线直播在媒体上的渗透率将增加，互联网用户的参与度以及直播的关注度将进一步提升。



## 在线直播专业化运营，主播生态建设更加完备

在线直播行业将更加注重精细化与专业化运营，产业链布局更加齐全完善。平台通过产品与形式的创新立足自身的差异化特点，避免陷入内容同质化，并通过加强主播生态的构建等举措，强化平台优势，在激烈的竞争格局中赢取用户。



## 在线直播市场下沉发展

用户下沉是近年来互联网发展的关键点之一，对于三四线城市用户，娱乐方式较少，而空闲的娱乐时间较为丰富，加强对该部分用户的挖掘，可以为在线直播开辟市场空间。在线直播市场下沉发展，也将推进在线直播在内容与形式上的创新。



## 电商直播势头强劲，在线直播助力卖货

传统电商流量红利风口已过，而在线直播的实时性、互动性极大地增强了用户体验，降低了用户在电商购物中的不确定性，增强了用户消费冲动，提升了转化率。未来电商直播将继续发展，主播应注意利用自身的口碑及社交关系，形成用户沉淀，从而在电商直播中脱颖而出。



## 技术赋能，实时交互等性能加速发展

在线直播平台将继续借助技术为其赋能，通过布局5G、VR、AI等技术获取差异化优势并寻求平台留存用户、提高收益的突破点。多元化实时交互功能加速发展，在线直播平台通过技术实现布局更多业务的可能。

**大文娱产业新视角的来源：**艾媒大文娱产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对大文娱产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是大文娱产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在大文娱产业领域开展相关研究，敬请关注。

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



- iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了新技术、新零售、教育、生物、医疗、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、制造、区块链、环保与公共治理等新兴领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。
- 艾媒是中国科协九大代表优秀重点研究项目承担单位、广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告效果、商业模式与商业趋势等多维度的数据监测体系，累计成功为超过3000家政企机构提供常年大数据咨询服务。艾媒也是广州市先进制造业创新发展项目、广州市建设国家级科技思想库研究课题等重大课题的承担单位。

## 艾媒大数据监测与分析工具矩阵

### POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

### DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

### SoicaliiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

### SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

### RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

### ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



万物互联，为决策存证！

# 前沿报告随时看！

2000+年均发布报告



300+覆盖行业



2000+年均媒体引用



10万+企业VIP年度合作



扫码进入报告中心  
最新趋势随时掌握

## 注册开通会员，海量报告马上有！

[report.iimedia.cn](http://report.iimedia.cn)



详情请联系：谢小姐18127983039



# 海量数据免费查!

524个  
垂直行业

3.7亿  
数据

2万+  
深度研究报告

3000+  
数据主题



扫码关注公众号  
获取最新行业数据

艾媒数据中心-全球新经济商业情报数据平台

[data.iimedia.cn](http://data.iimedia.cn)



全面剖析产业链发展现状和趋势，让用户快速获取所需的行业情报和数据信息，用数据让所有决策都有依据!

联系电话：18127983039

# 用数据说话

# 为决策导航



扫码进入报告中心  
最新趋势随时掌握



扫码关注公众号  
获取最新行业数据



用数据说话!

全球领先的新经济产业  
第三方数据挖掘与分析机构