

中国资讯直播市场发展白皮书

2017年



摘要



随着移动互联网的大趋势，移动端资讯直播用户规模成波动性增长态势，平均增速约6%，未来仍巨大的增长空间



资讯直播用户与秀场直播用户具有明显的差异，在内容上更偏好及时与实用性内容，单次观看时长短，且多为碎片化时间



凤凰直播推出的风直播，是移动端的泛娱乐大潮中，聚合优质内容的生态型平台

中国资讯直播行业现状

1

中国资讯直播与秀场直播用户对比

2

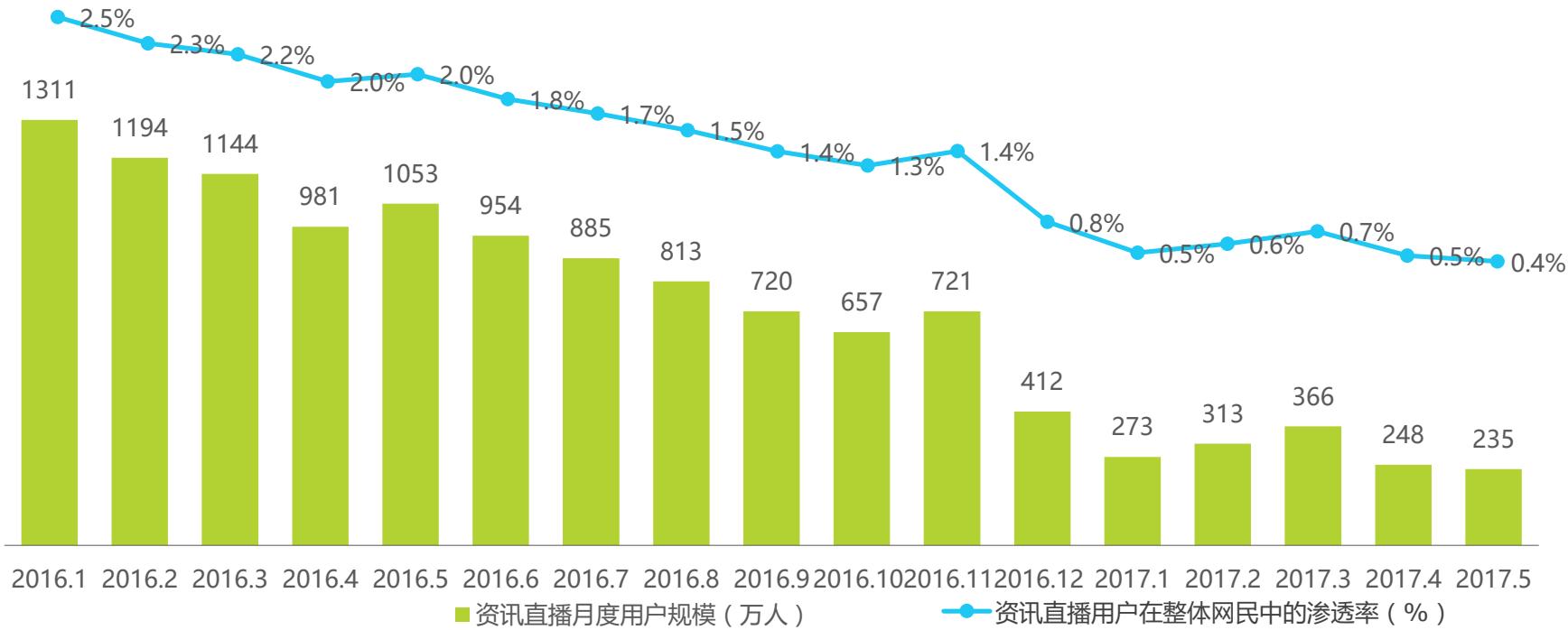
凤凰直播案例研究

3

PC端资讯直播用户规模逐渐减少

随着移动互联网的日趋成熟，PC端用户迁移到移动端已成事实，未来PC端资讯直播用户的规模仍将进一歩流失

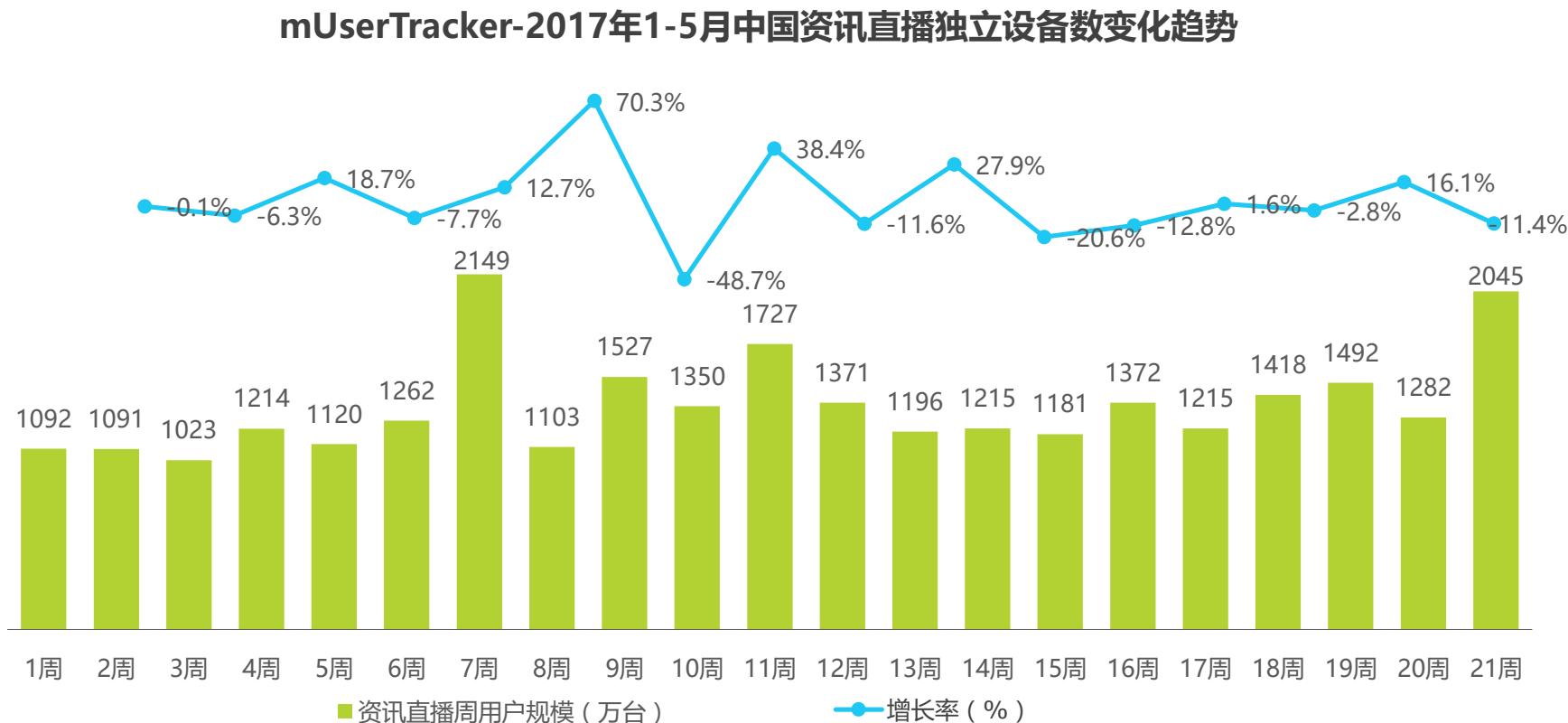
iUserTracker-2017年第1周(1月2日) -第21周(5月28日)中国PC端资讯直播月度
用户规模变化趋势及渗透率



来源：iUserTracker.家庭办公版 2012.6，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

移动端资讯直播用户规模稳步增长

随着移动互联网的大趋势，移动端资讯直播用户规模成波动性增长态势，增速均值为6.6%，未来仍存在巨大的增长空间

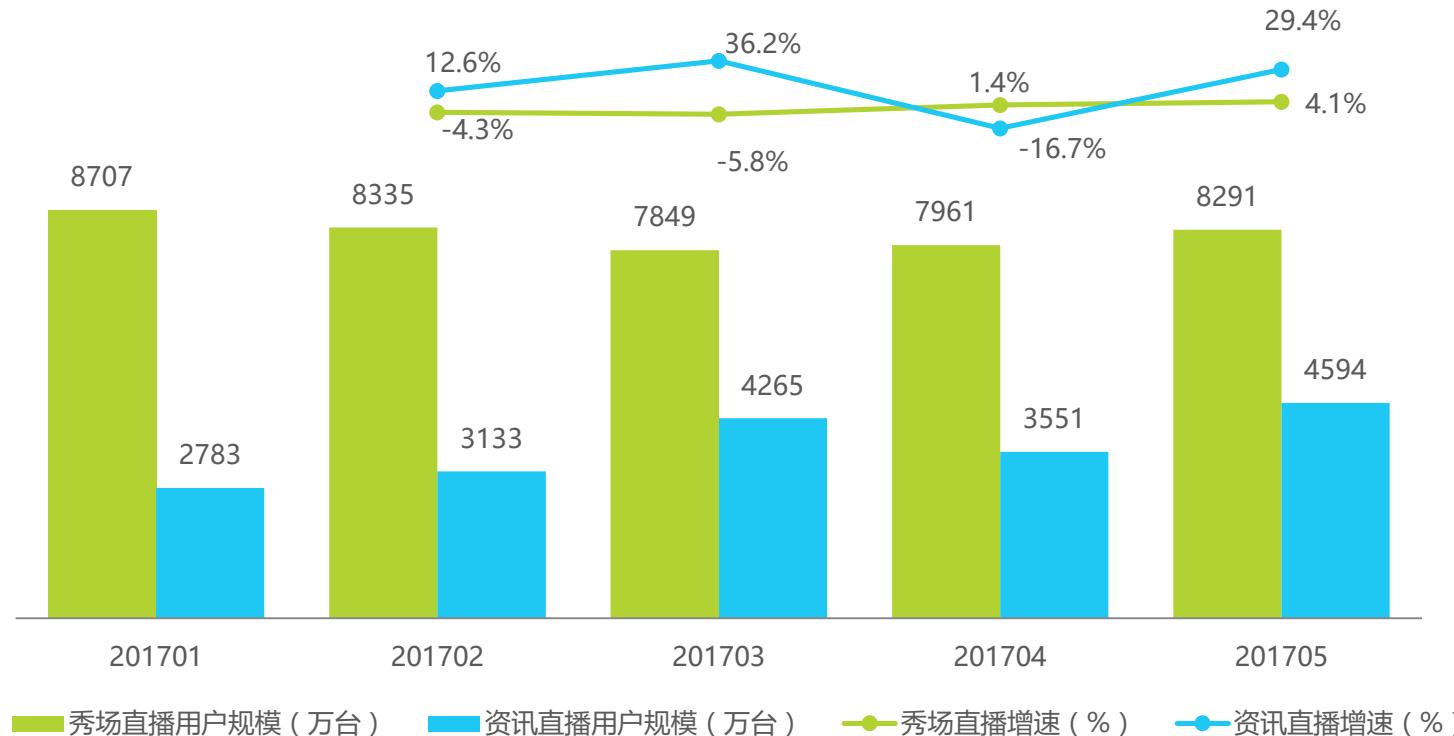


来源：mUserTracker.2016.11，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

资讯与秀场直播用户变化趋势

2017年第1-5月，秀场直播用户规模稳定中略有下降，市场趋于饱和；资讯直播用户规模波动性上升，增长态势明显

2017年1-5月中国资讯&秀场直播独立设备数变化趋势



来源：mUserTracker.2016.11，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国资讯直播行业现状

1

中国资讯直播与秀场直播用户对比

2

凤凰直播案例研究

3

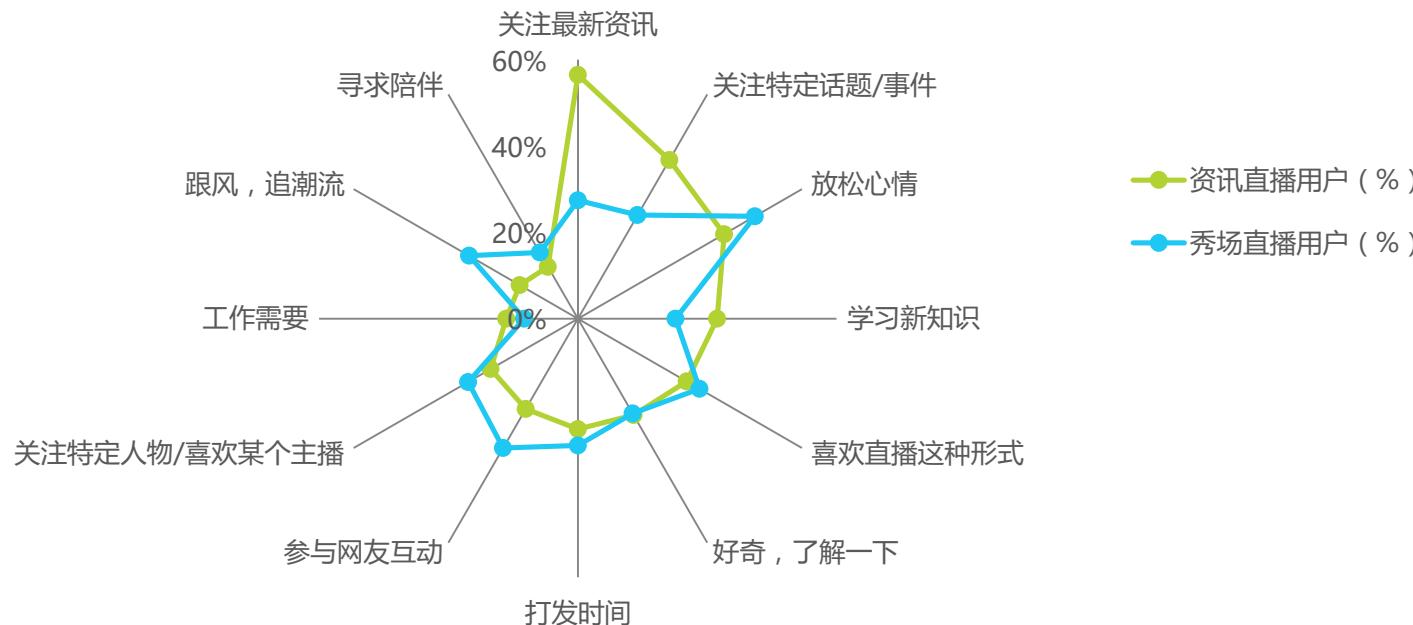
用户观看直播的原因

资讯直播的及时有用、秀场直播的娱乐互动是吸引用户的原因

关注“最新资讯和特定话题/事件，以及学习新知识和工作需要”是用户观看资讯直播的主要原因，这反映出资讯直播的及时性、独特性和有用性是吸引用户的主要因素；

用户观看秀场直播主要因为“放松心情、参与互动、跟风潮流”等，反映出秀场直播自身的娱乐性更加吸引用户

2017年中国用户观看资讯和秀场直播的原因

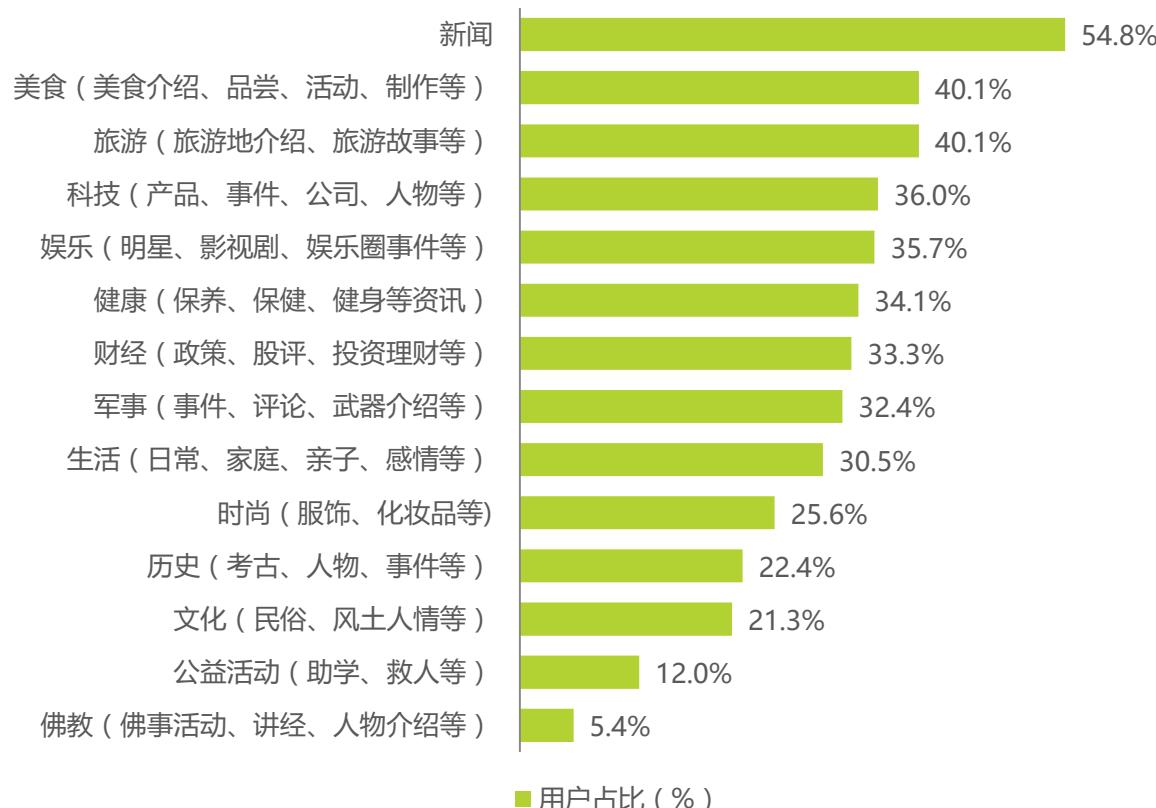


样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户感兴趣的资讯直播内容

除了新闻，与自身生活相关度高的美食/旅游/科技/娱乐/健康/财经/军事/生活等是用户感兴趣的内容

2017年中国用户感兴趣的资讯直播内容分布

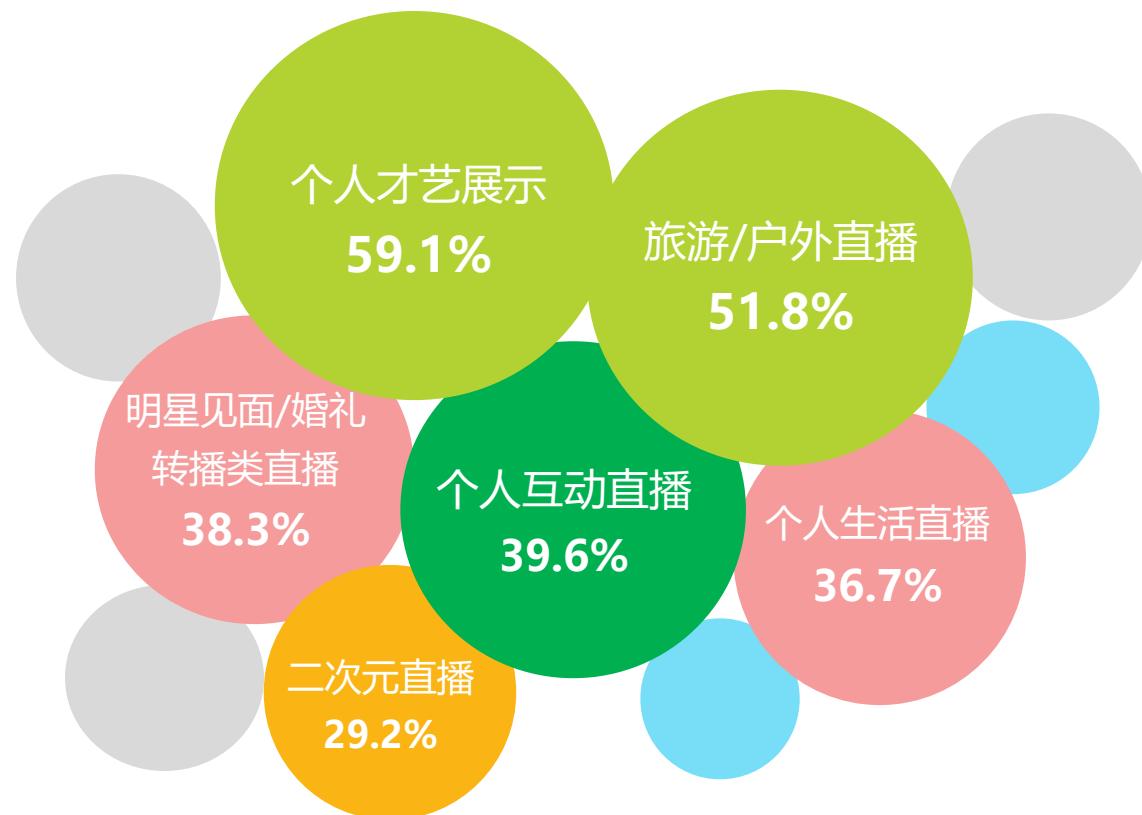


样本：资讯直播N=590；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户感兴趣的秀场直播内容

用户最感兴趣的是观赏性高的个人才艺和旅游户外直播，其次是具有猎奇性质的个人互动、明星见面活动/婚礼转播和个人生活直播

2017年中国用户感兴趣的秀场直播内容分布

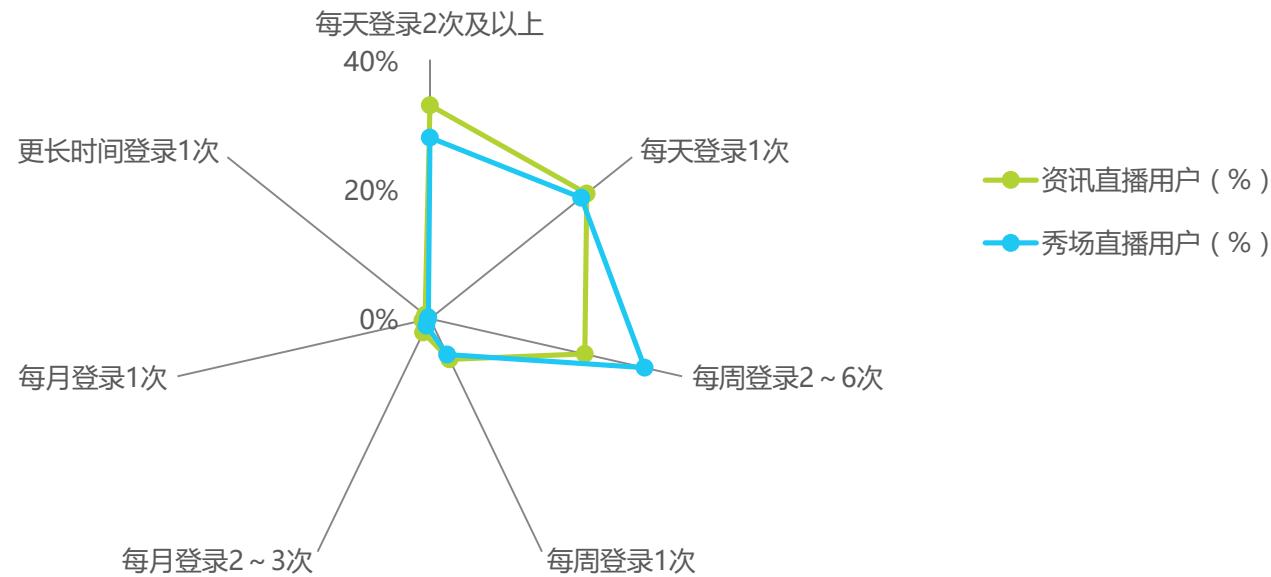


样本：秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户对直播的粘性

相比秀场直播，资讯直播用户每天登陆2次的占比最高，这反映用户为了关注最新资讯和特定话题/事件，会多次登录查看

2017年中国用户观看资讯和秀场直播的频次

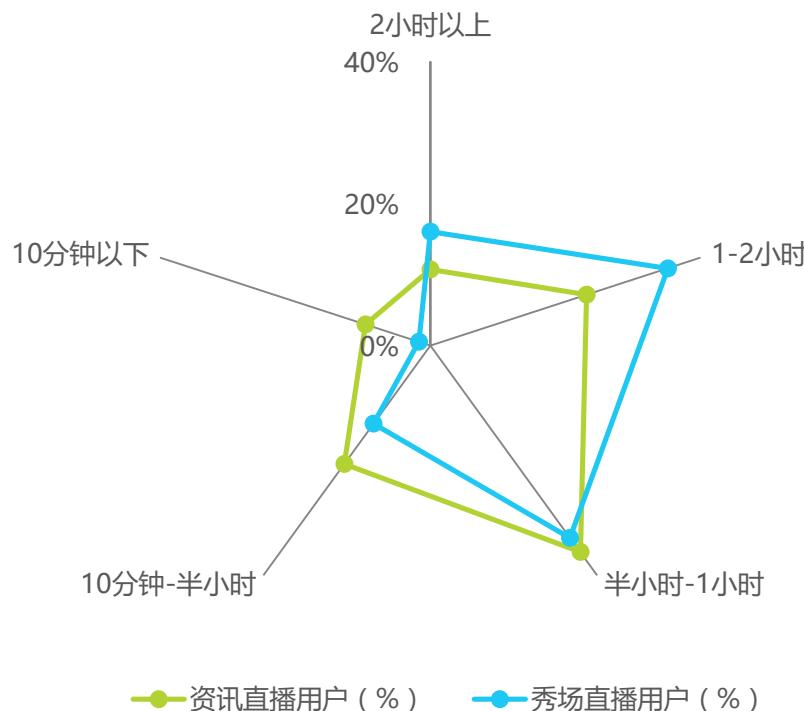


样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

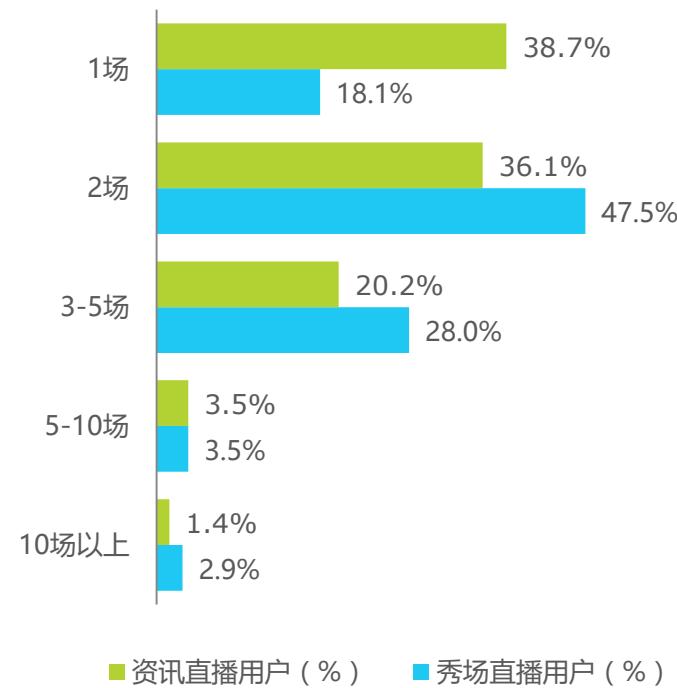
用户观看直播的时长

用户观看资讯直播的时长多在1小时以下，而秀场直播多超过1小时；每天只观看1-2场资讯直播的用户占比接近75%，而每天观看2-5场秀场直播的用户占比超过75%

2017年中国用户观看资讯和秀场直播的时长



2017年中国用户感兴趣的资讯直播内容分布



样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

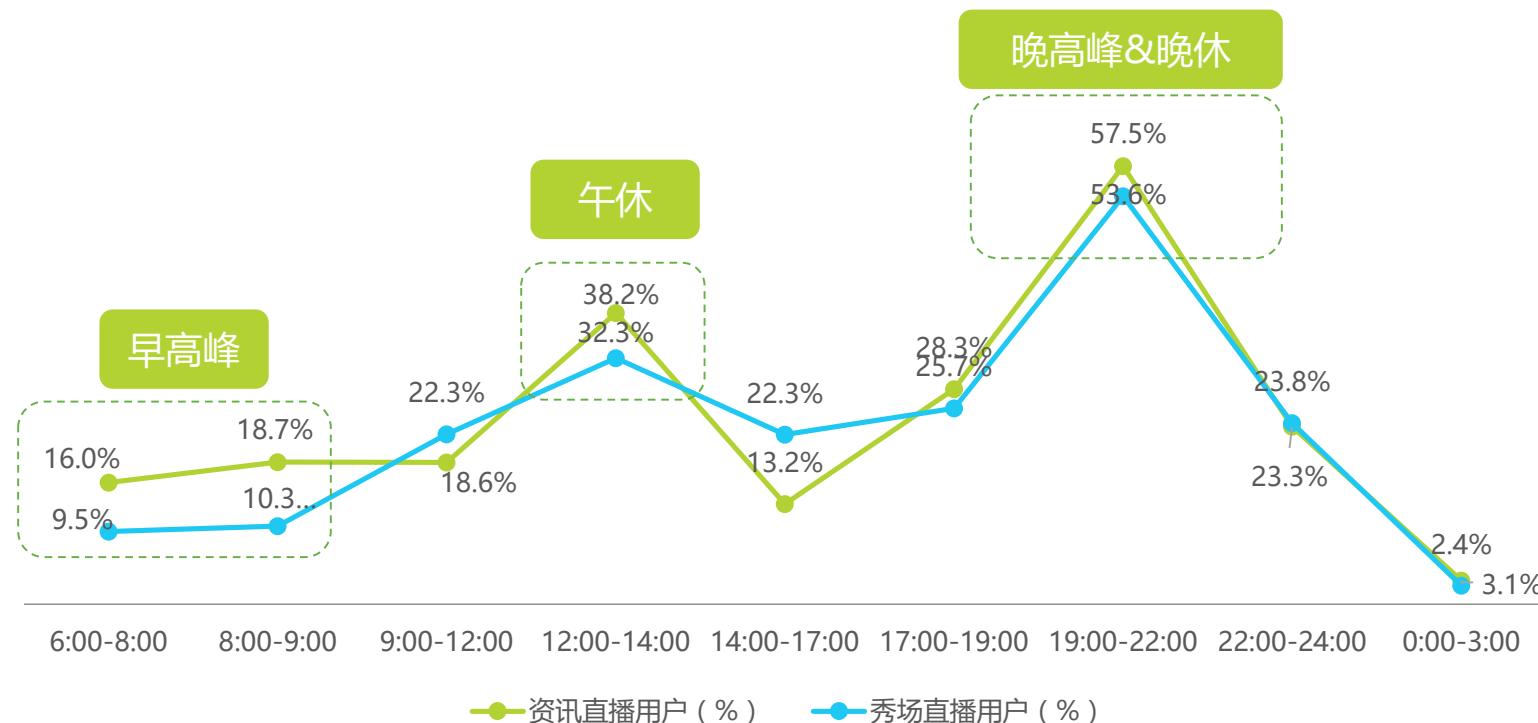
样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户观看直播的时间分布-工作日

工作日的早高峰和午休时间，用户更愿意看资讯直播

- 工作日期间，近40%的用户会在中午12-14点即午休时间观看资讯直播，超过60%的用户会在19-22点，即睡觉前观看资讯直播，这两个时间段都属于休闲时间；
- 相比秀场直播，用户在早高峰的上班时间和午休时间观看资讯直播的明显比例更高，用户对资讯的获取明显碎片化

2017年中国用户在工作日观看直播的时间分布



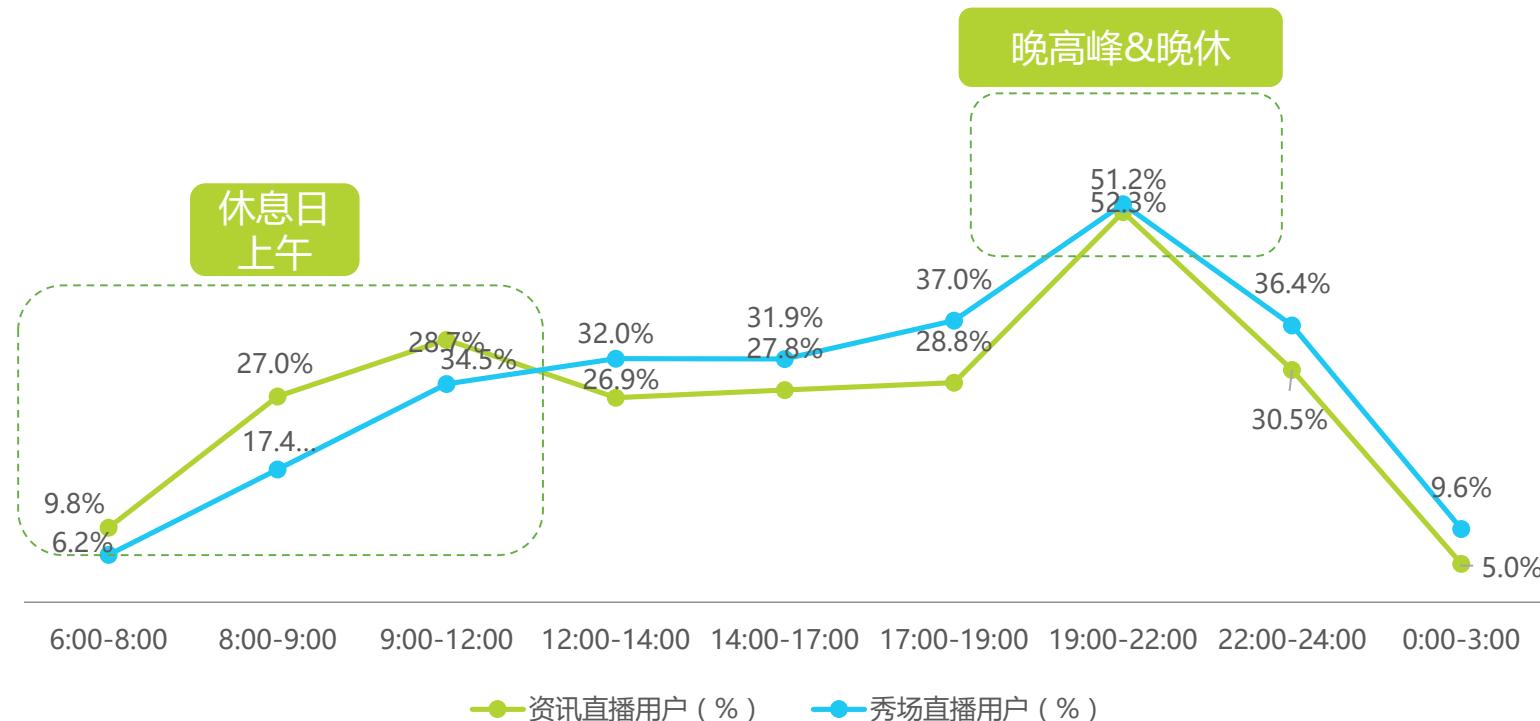
样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户观看直播的时间分布-休息日

休息日的上午时间，用户更愿意看最新的资讯直播

- 在休息日期间，用户观看直播的时间高潮更加前置，从8:00开始即有接近30%的用户观看；超过50%的用户会在晚上集中观看直播，这与工作日的表现一致，反映出晚上观看直播已经成为用户晚间的主要活动；
- 休息日的上午，用户更愿意观看资讯直播，这与最新的资讯新闻主要会在上午发布有关

2017年中国用户在休息日观看直播的时间分布

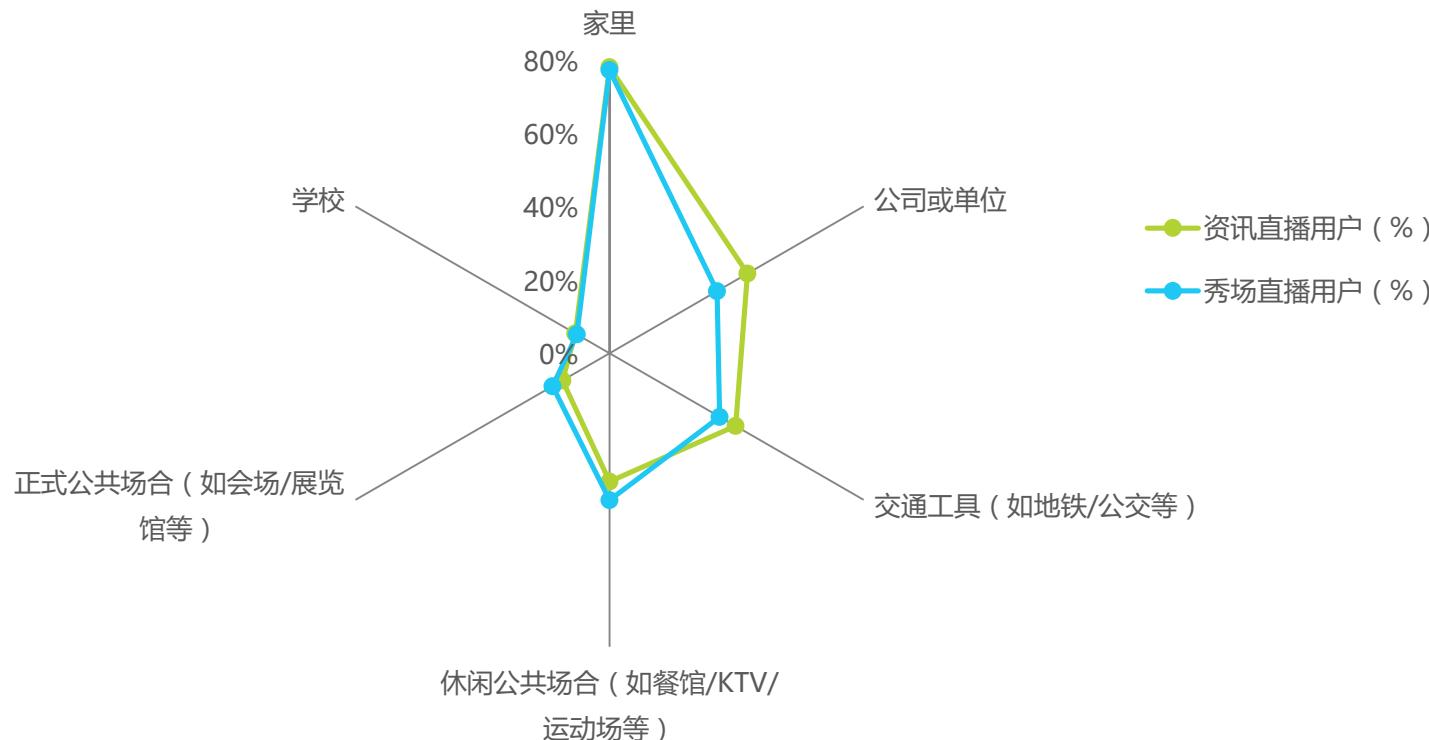


样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户观看直播的场所

用户在公司/单位、交通工具上观看资讯直播的比例略高，说明这类碎片化时间更适合观看资讯直播

2017年中国用户观看资讯和秀场直播的场所

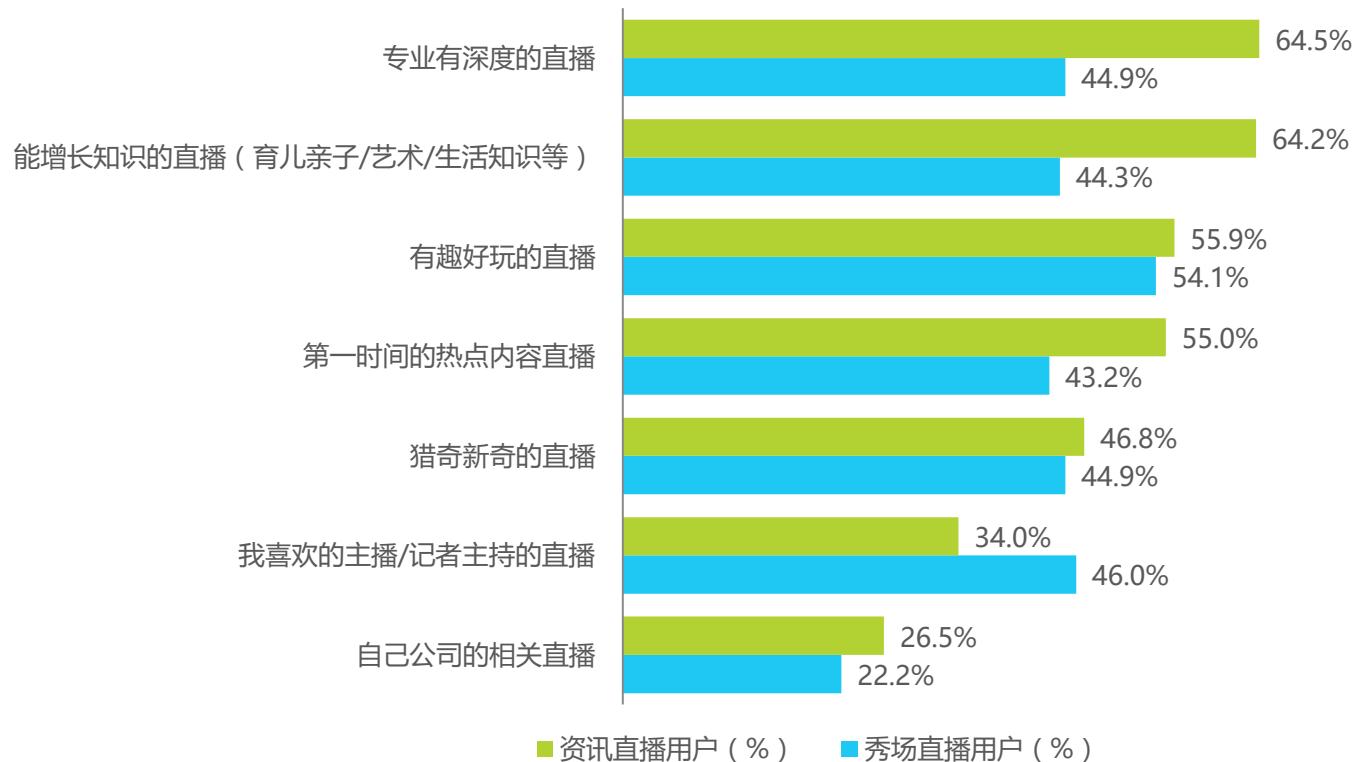


样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

用户分享直播的类型

愿意分享的资讯直播用户占比更高，他们更愿意分享专业有深度/能增长知识/有趣好玩/热点的资讯，这反映出他们注重品位的分享态度

2017年中国用户分享直播的类型



样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

资讯直播与秀场直播用户画像

iResearch
艾瑞咨询

2017年中国资讯及秀场用户画像

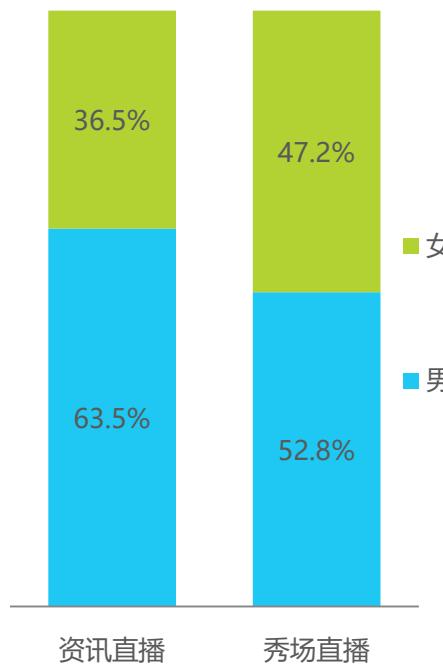


样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

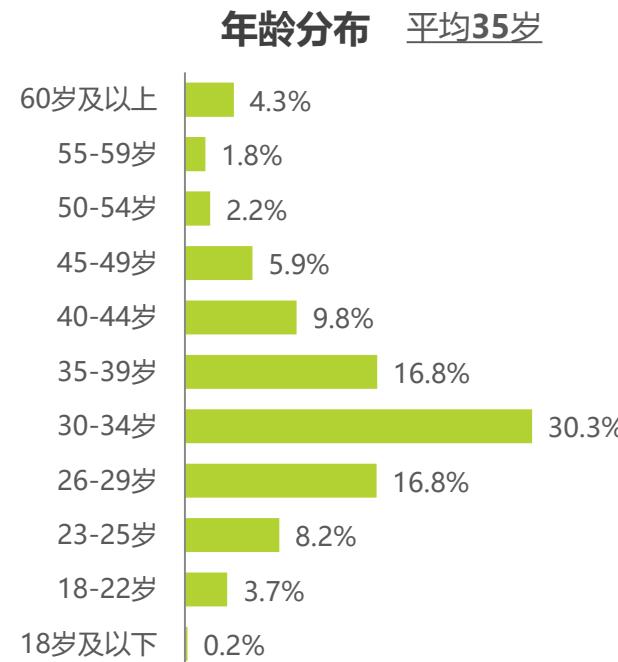
直播用户的性别与年龄

资讯直播用户男性比例高于秀场直播用户10个百分点，资讯直播用户在年龄分布上也更长

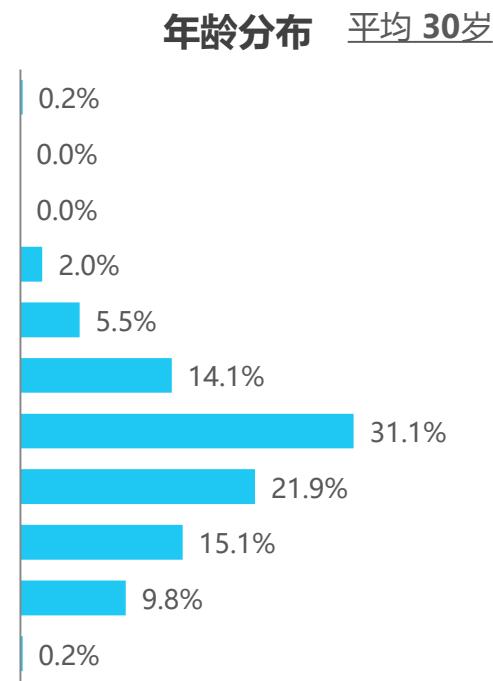
2017年中国直播用户性别分布



2017年中国资讯直播用户



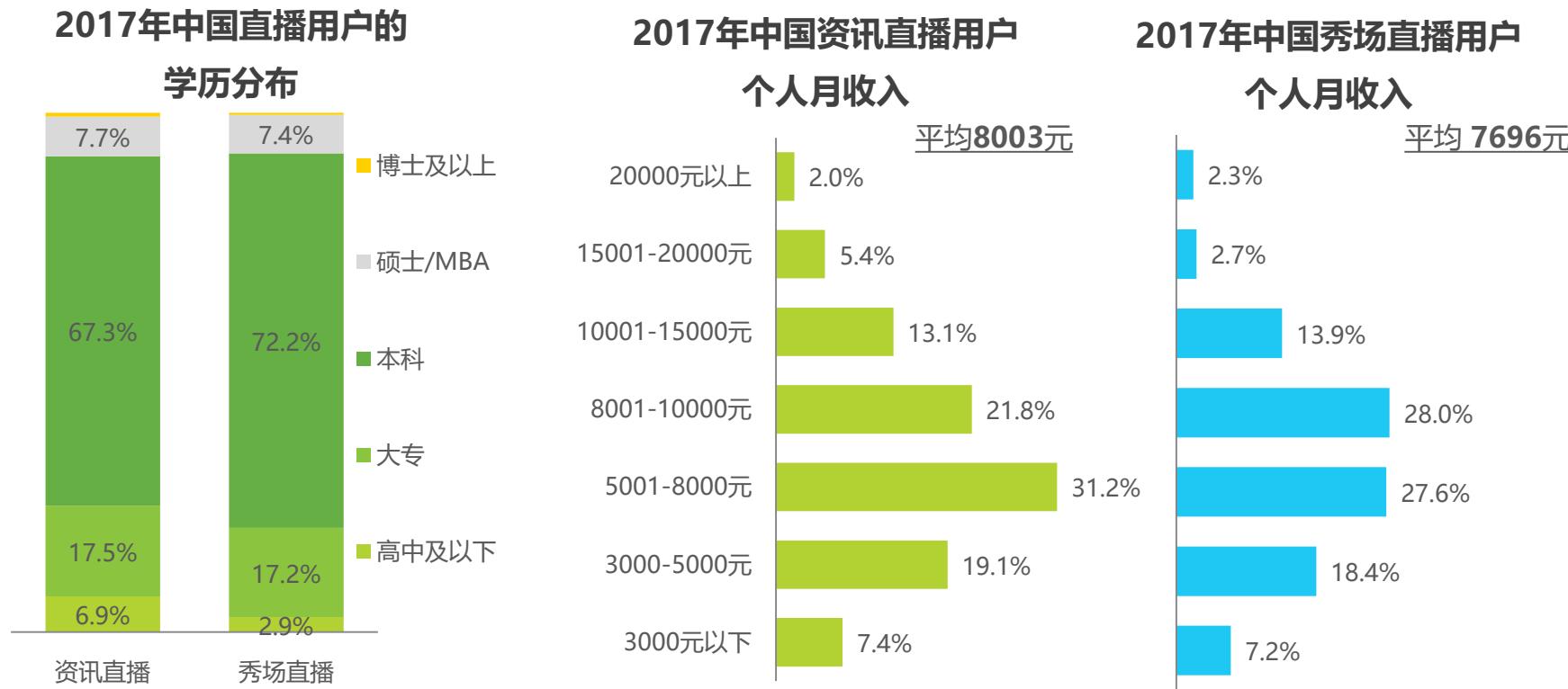
2017年中国秀场直播用户



样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

直播用户的学历与个人月收入

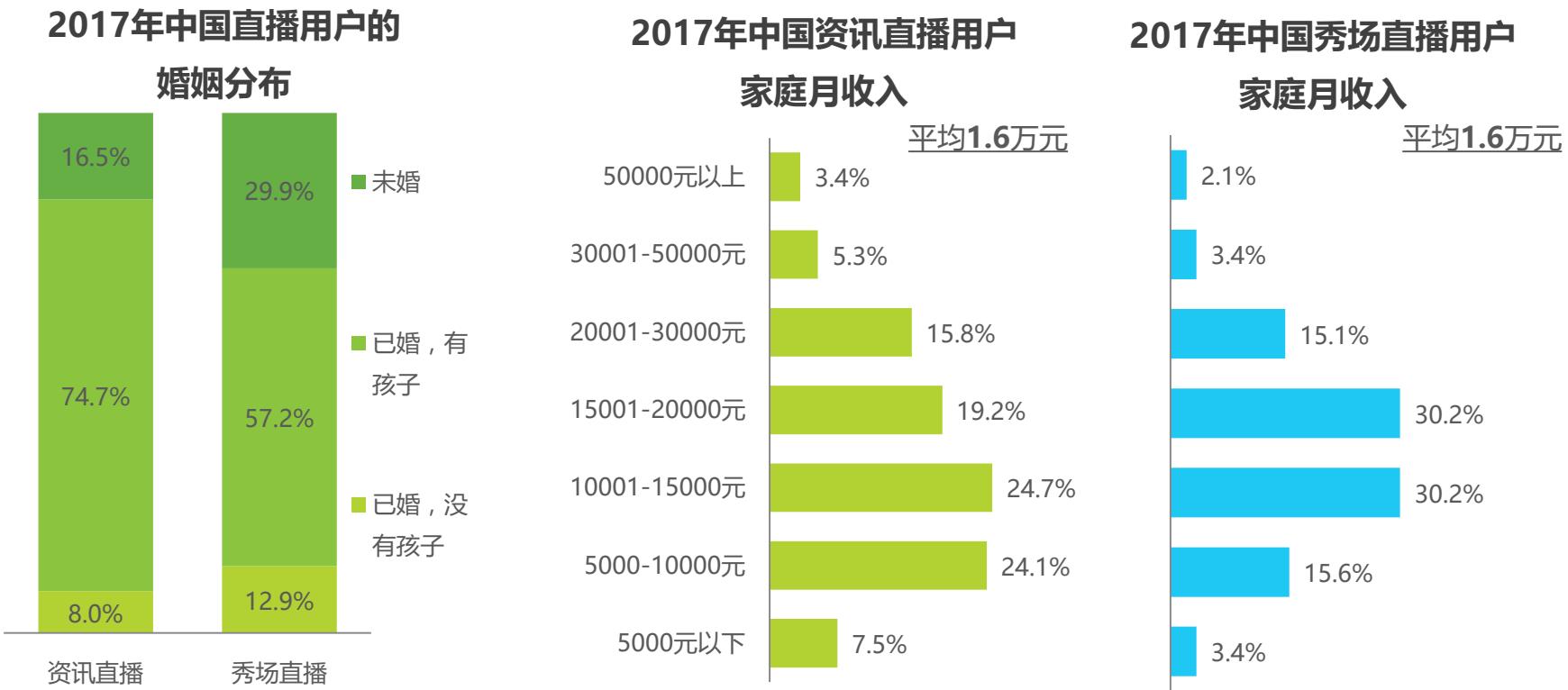
直播用户的学历结构相似，资讯直播用户个人月收入均值超过8000元，略高于秀场直播用户



样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

直播用户的婚姻与家庭月收入

资讯直播用户已婚有孩子的比例高于秀场直播用户17个百分点，家庭月收入上基本相当，均值都为1.6万元

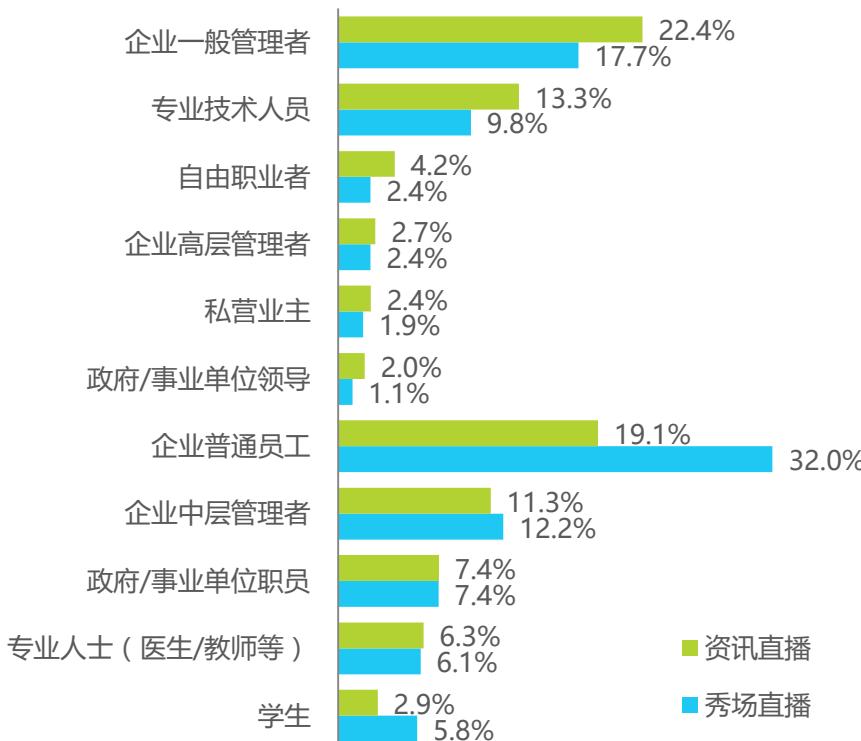


样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

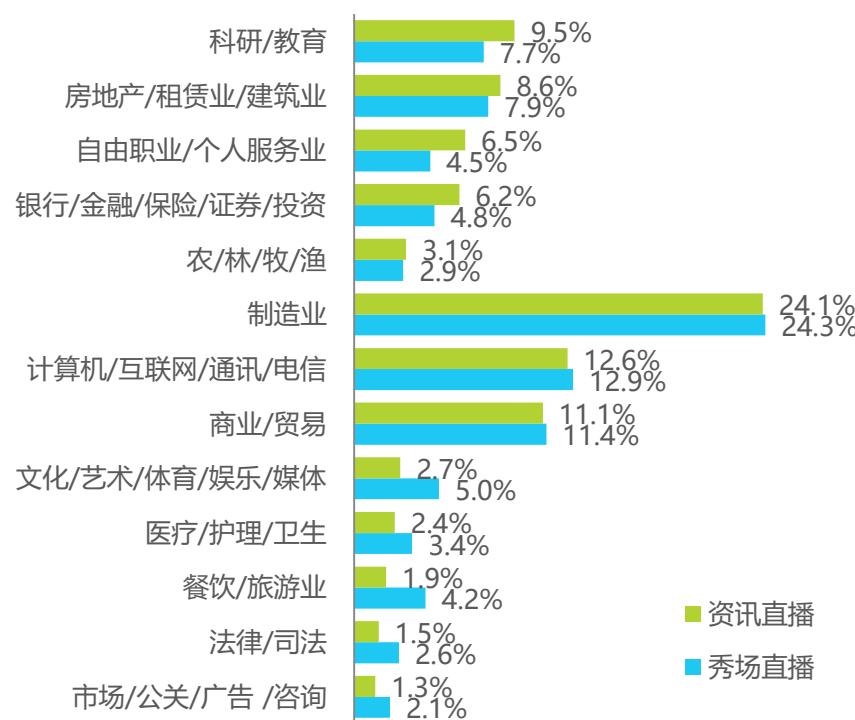
直播用户的职业与行业

资讯直播用户中管理者/技术人员的占比明显更高；行业分布上，资讯直播用户在科研教育/房地产/自由职业/金融投资领域的占比更高些

2017年中国直播用户的职业分布



2017年中国直播用户的行业分布



样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

样本：资讯直播N=590，秀场直播N=489；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

中国资讯直播行业现状

1

中国资讯直播与秀场直播用户对比

2

凤凰直播案例研究

3

案例选择：风直播

鉴于风直播在特色定位、独特优势、市场影响等方面的优势表现，因此本次研究特选其作为资讯直播APP的典型案例呈现

风直播介绍

风直播是凤凰网旗下的资讯类直播平台，致力于提供丰富多彩的优质直播内容

创立于2016年

基于移动端的泛娱乐直播迎来大爆发，2016年11月，凤凰网启动风直播品牌，致力于打造一个聚合优质内容的直播平台，提供不止热点事件的各类优质直播内容。

聚合优质内容

风直播具备凤凰网一贯秉承的媒体基因，天然地能够吸引优质的内容来到这个平台。目前已经形成了良性循环：好的内容巩固好的品牌，反过来吸引更多优质内容。

打造直播内容生态

为凤凰网自身原创内容提供了全新的生产方式和平台，也为全国所有媒体机构、自媒体提供了直播内容的分发工具和平台，初步形成了一个合作的直播内容生态。

业界认可的品牌影响力

风直播联盟已经与200余家媒体达成了合作，每月分发1200多场优质直播内容。并通过传统的广告模式，为汽车、手机、快消、电器、保险等品牌通过商业直播与原生定制的形式，取得了可观的销售业绩。

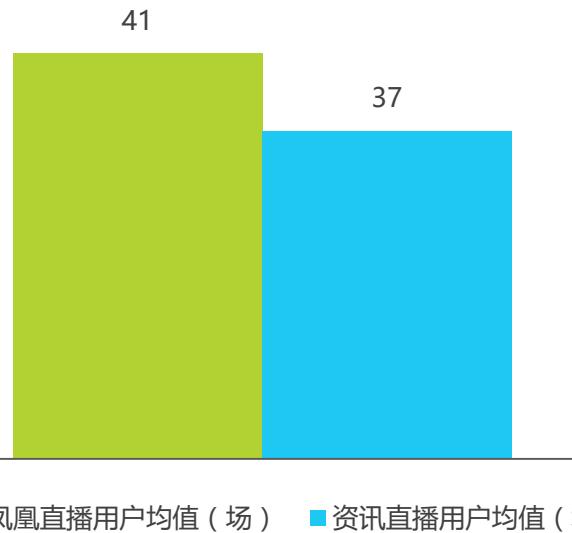


凤凰直播用户使用行为

凤凰直播用户在月均观看场次和单次观看场次等方面，均高于资讯直播行业均值，表现出较高的用户粘性

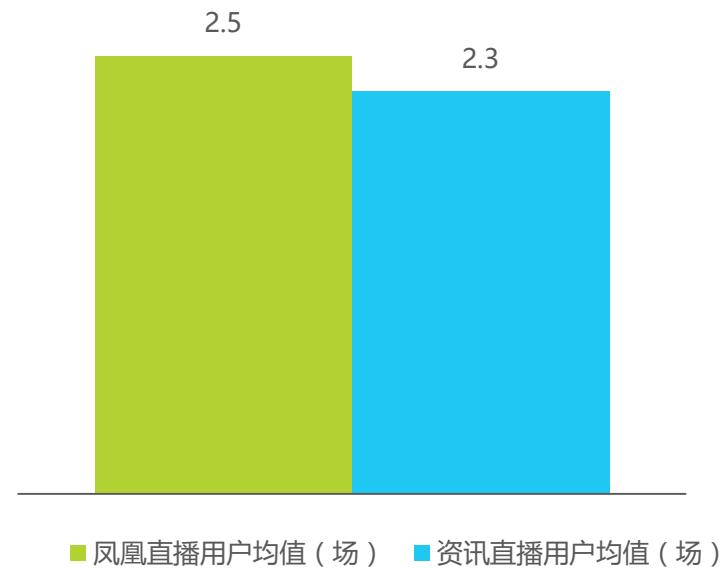
2017年中国凤凰直播用户

月均观看直播场次



2017年中国凤凰直播用户

单次观看直播场次



样本：凤凰直播N=109，资讯直播N=590；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

样本：凤凰直播N=109，资讯直播N=590；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

凤凰直播用户画像



样本：凤凰直播N=109；2017年7月通过艾瑞iClick社区调研获得。

风直播的内容

风直播优质的内容覆盖文化、旅游、时尚、娱乐、科技、生活、情感等多种门类。如今，越来越多的媒体机构和领域专业人士、团体入驻风直播。

下一阶段，风直播将启动全新的KOL引入计划，通过聚集各行各业的达人和名人，打造一个以主播为核心的内容生态。



来源：凤凰-风直播。

风直播的场景

风直播拥有很多广告展示场景



来源：凤凰-风直播。

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询