

2016 移动视频直播应用

/ 行业报告 /

TalkingData移动数据研究中心
2016年6月

目录

CONTENTS

Part 01

- 移动视频直播应用行业概况

Part 02

- 移动视频直播应用行业用户洞察

Part 03

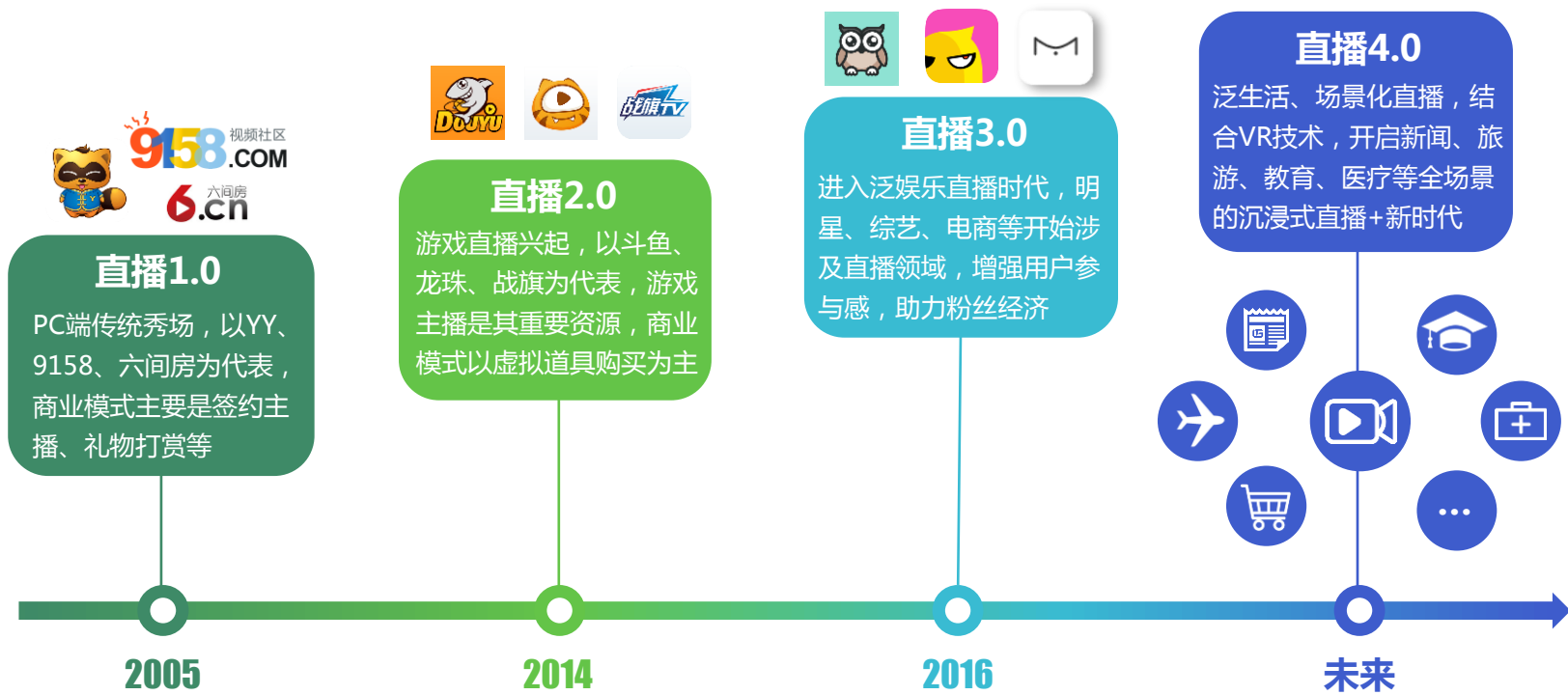
- 移动视频直播细分行业应用分析

Part 01

移动视频直播应用行业概况



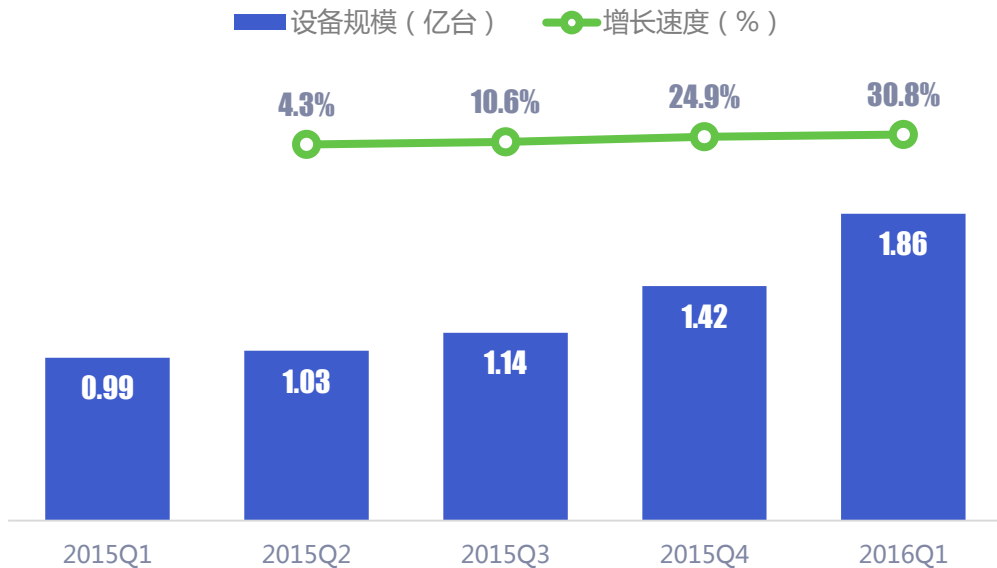
发展阶段：视频直播正从泛娱乐时代向泛生活时代迈进



视频直播应用用户规模达到1.86亿

视频直播用户规模 **1.86** 亿台

自2015年Q2起，我国移动视频直播用户规模的增长速度逐步加速，截至2016年Q1，视频直播用户规模达到1.86亿台，同比增长近90%。



视频直播应用设备规模及增速

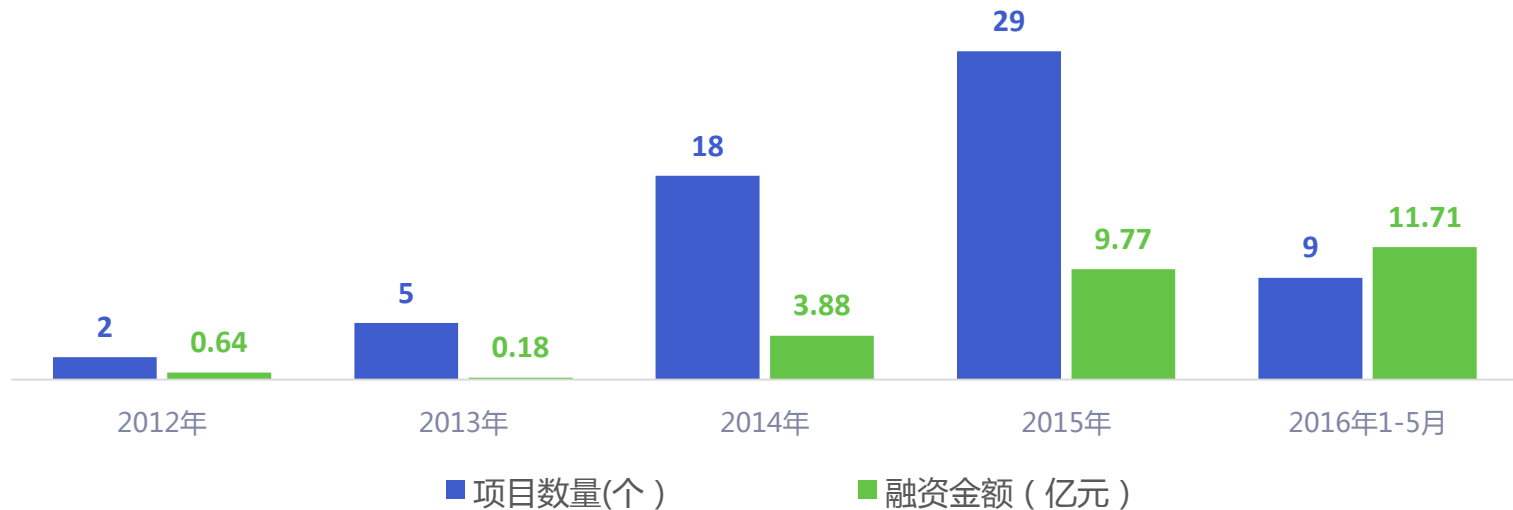
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：移动视频直播用户规模指安装有视频直播应用的移动智能终端累计活跃设备总数，包括智能手机、平板电脑、智能手表、智能电视盒子等。

2016年视频直播领域融资金额已超过10亿，资本热度提升

从2012年起，视频直播领域的融资项目数量逐年上升；从2014年起，融资金额逐年上升，2015年融资金额近10亿，2016年1-5月，融资金额已经超过10亿，资本市场对视频直播的关注度提升。

2012年-2016年5月 视频直播领域融资分布情况



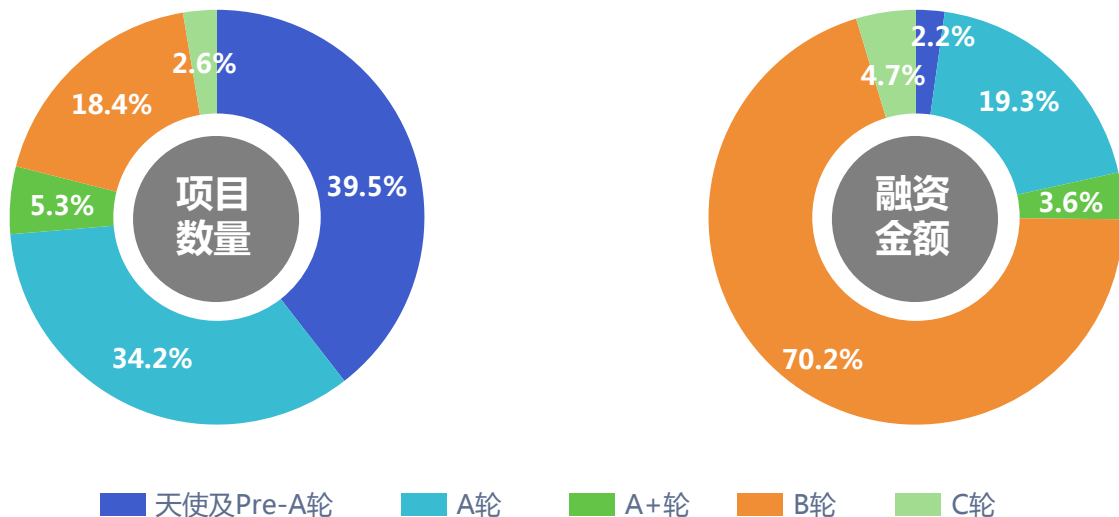
数据来源：公开信息收集整理

注：融资金额仅统计公布过金额的项目，如为美元按当时汇率折算成人民币；部分融资项目由于未披露金额未计算在融资金额内，故融资金额可能低于实际融资额

2015年以来，视频直播领域的融资项目多处于较早期阶段

2015年以来，视频直播领域的融资项目以天使及Pre-A轮、A轮为主，两者数量之和占比达到73.7%，其项目多处于较早期阶段；融资金额主要集中在B轮。

2015年1月-2016年5月 视频直播领域融资分布情况



数据来源：公开信息收集整理

注：融资金额仅统计公布过金额的项目，如为美元按当时汇率折算成人民币；部分融资项目由于未披露金额未计算在融资金额内，故融资金额可能低于实际融资额

不同类型企业在视频直播领域的布局

BAT



百度旗下的百秀直播，以真人秀场为主，主打泛娱乐直播



2016年5月，淘宝直播平台正式上线，主打消费直播，商家和消费者直接互动，吸引用户边看边买



2016年4月，推出“腾讯直播”，以真人秀场为主；投资斗鱼、龙珠，布局游戏直播

其他互联网企业



2016年5月，新浪携手秒拍推出一直播，以真人秀场为主



网易BoBo，以真人秀场为主；网易CC，主打真人秀场和游戏直播



360旗下的花椒直播，以真人秀场为主

传统视频企业

合一集团

旗下的来疯直播，以真人秀场为主；2015年，投资光圈直播和火猫TV，分别以真人秀场和游戏直播为主

搜狐旗下的千帆直播，主要专注于真人秀场



2016年1月，收购章鱼TV，以体育直播为主

短视频

美拍



2016年1月，美拍增加直播功能，以真人秀场为主

秒拍



秒拍直播



推出直播平台秒拍直播，以真人秀场为主

移动视频直播应用行业图谱

根据直播内容的不同，移动视频直播应用可以分为体育直播、游戏直播、真人秀场、商务直播、财经直播等类型；随着直播的火爆和竞争的加剧，未来可能会出现诸如购物、新闻等更加垂直化的直播应用。

体育直播



直播吧



风云直播



乐视体育



PPTV第1体育



A8体育直播



章鱼TV

游戏直播



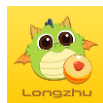
斗鱼



虎牙直播



熊猫TV



龙珠直播



战旗TV



触手TV

真人秀场



YY



映客直播



花椒直播



来疯直播



小米直播



繁星直播

其他直播

商务直播



微吼直播

财经直播



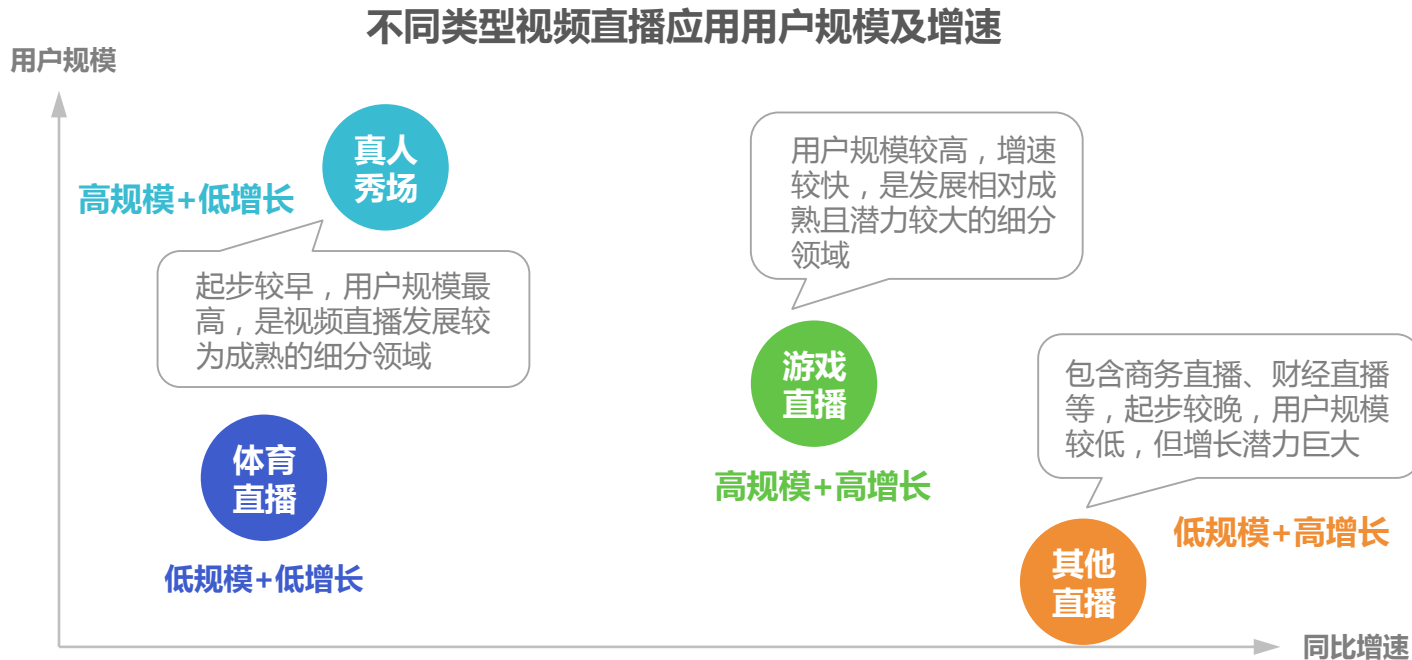
知牛财经

更多类型...

注：以上仅为应用示例，不包括所有参与者，排名不分先后

细分市场：真人秀场发展较为成熟，用户规模最大

移动视频直播各细分领域中，真人秀场发展较为成熟，用户规模最大；游戏直播用户规模较高且增速较快；其他直播包含商务直播、财经直播等，其起步较晚，虽然用户规模很低，但发展潜力巨大。



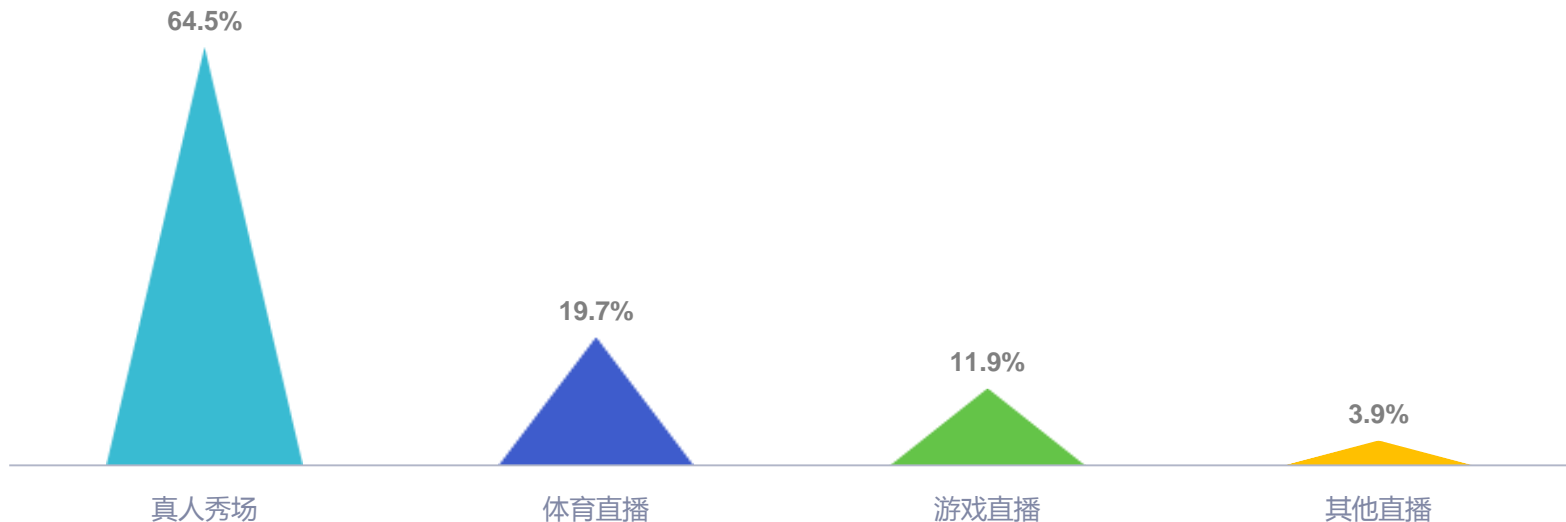
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年4月与2015年同期对比

注：图中横轴和纵轴不代表各细分行业的倍数关系，只表示同比增速和用户规模的相对大小关系

细分市场：真人秀场类应用款数最多

从应用数量上来看，真人秀场类应用的款数最多，占比超过六成，其次是体育直播类应用，其他直播类应用起步较晚，应用款数较少。

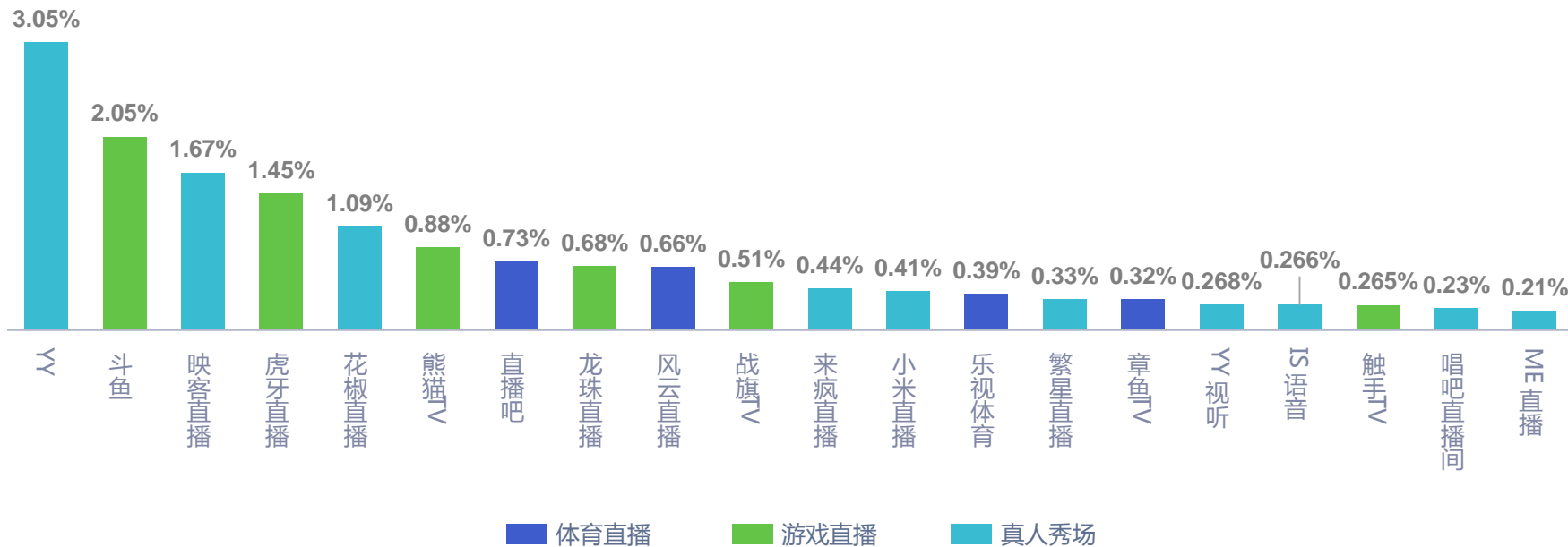
2016年5月 不同类型视频直播应用款数分布



视频直播应用覆盖TOP20

真人秀场和游戏直播类应用的用户覆盖率相对更高，其中，YY、斗鱼和映客直播的用户覆盖率分别排在前三位。

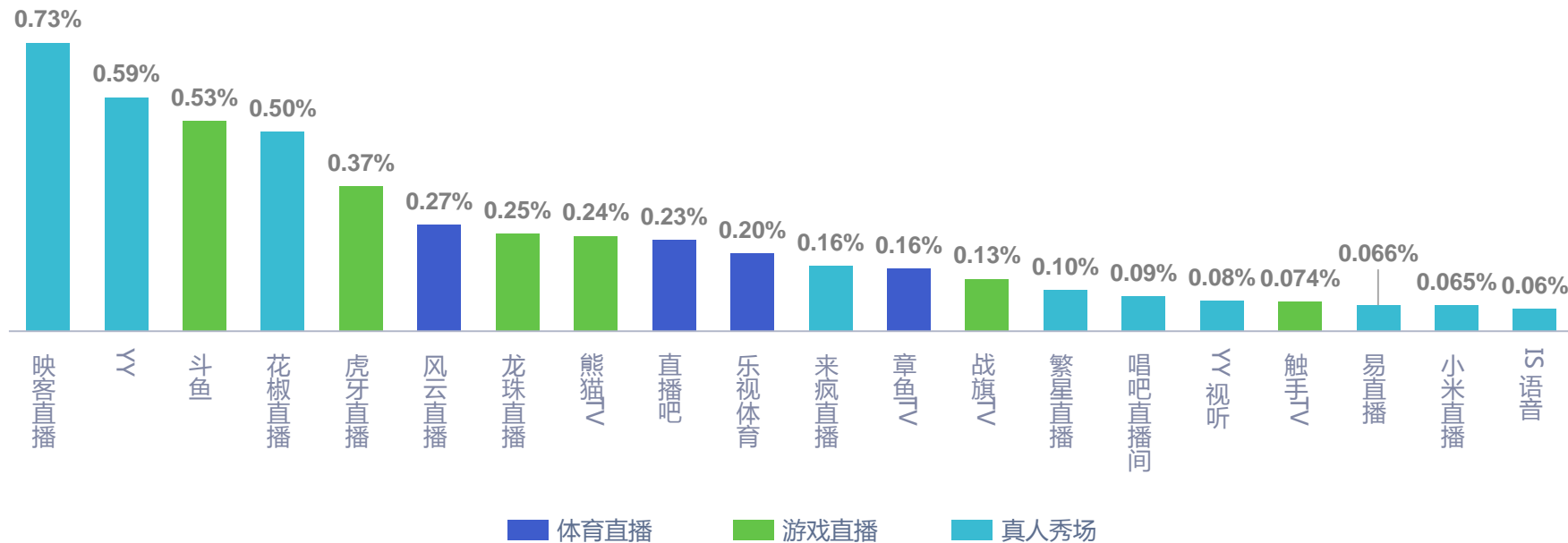
2016年5月 移动视频直播应用覆盖率Top20



视频直播应用活跃TOP20

真人秀场和游戏直播类应用的用户活跃率相对更高，映客直播、YY和斗鱼的用户活跃率位居前三。

2016年5月 移动视频直播应用活跃率Top20





Part 02

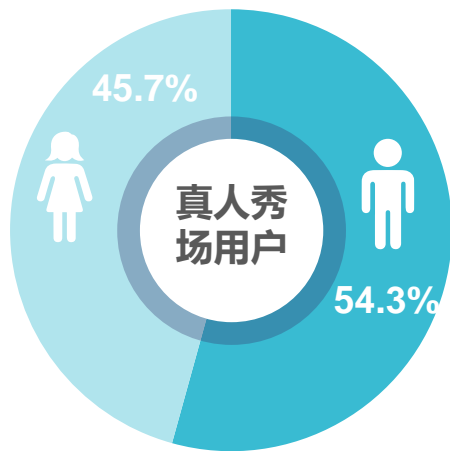
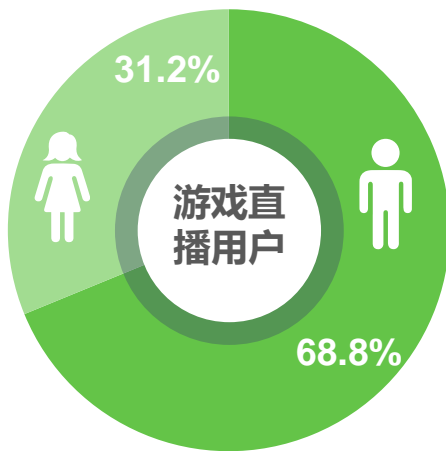
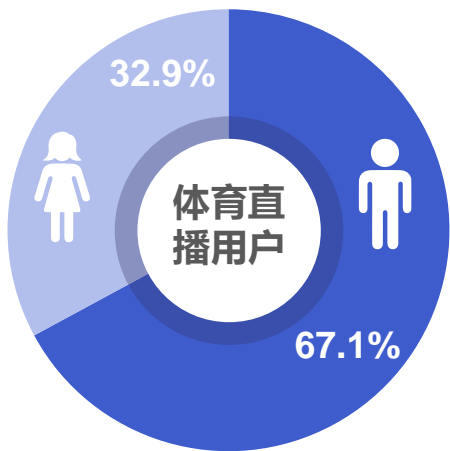
移动视频直播应用行业用户洞察



游戏直播、体育直播以男性用户为主体

游戏直播、体育直播的男性用户占比都接近7成，以男性用户为主；真人秀场的女性用户占比为45.7%，男女用户分布较为均衡。

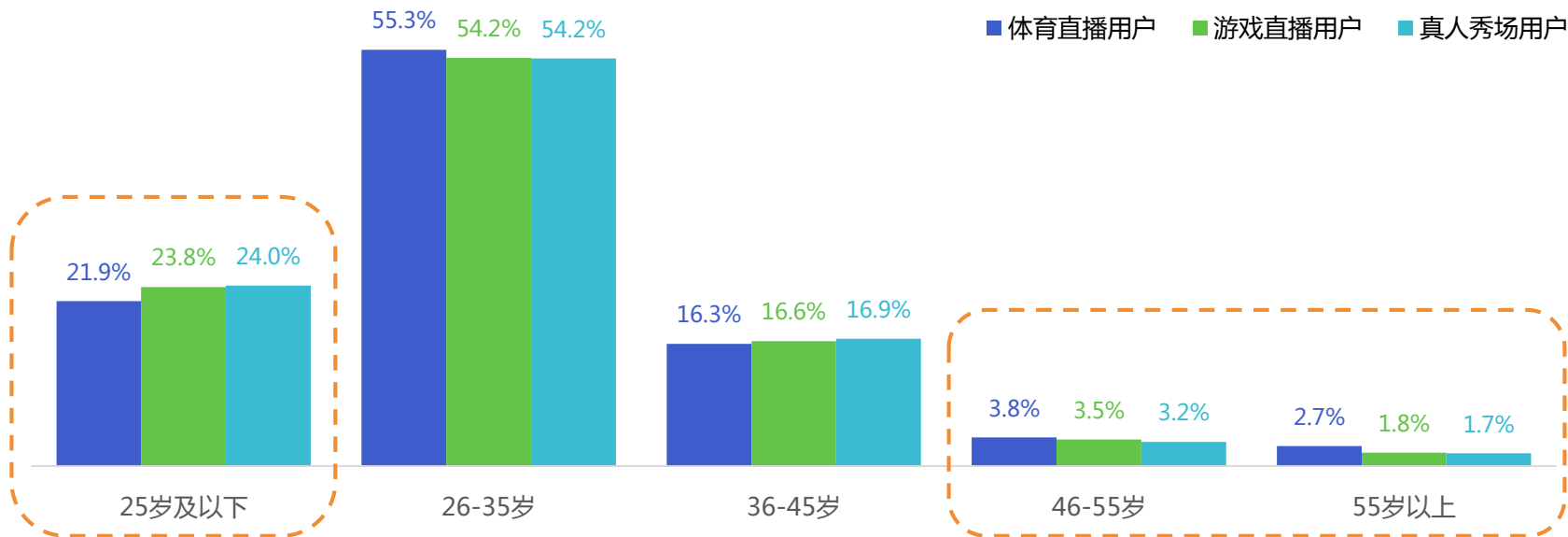
2016年5月 不同类型视频直播用户性别分布



游戏直播、真人秀场用户更偏年轻化

游戏直播和真人秀场的25岁及以下用户占比均高于体育直播，用户更偏年轻化；体育直播用户较其他两类人群更为成熟，其中，46岁以上用户比例明显高于其他两类。

2016年5月 不同类型视频直播用户年龄分布

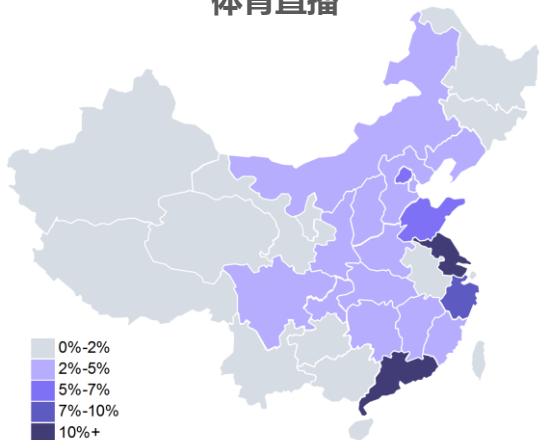


视频直播用户在广东、江浙一带最为集中

体育直播和游戏直播用户主要分布在广东、江浙、山东等东部沿海地区，真人秀场用户在江浙、广东等沿海区域和辽宁等东北地区相对较为集中。

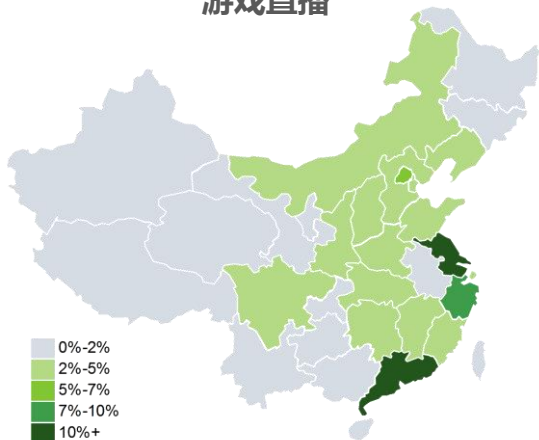
2016年5月 不同类型视频直播用户省份分布

体育直播



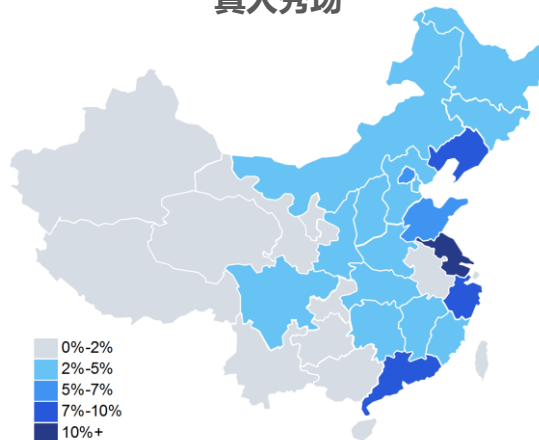
广东 江浙一带 山东

游戏直播



江浙一带 广东 北京

真人秀场

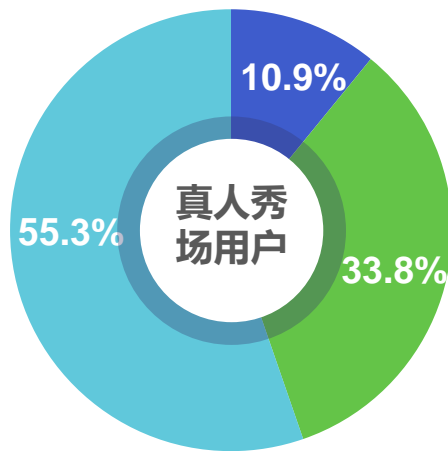
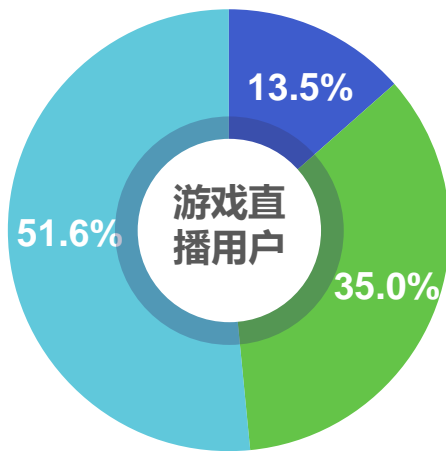
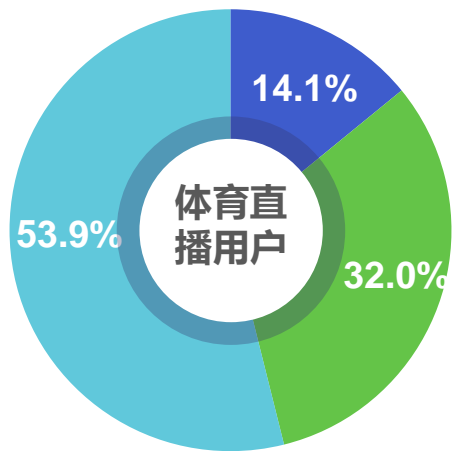


江浙一带 广东 辽宁

一线城市用户更偏好体育直播，三线城市用户更偏好真人秀场

不同类型视频直播用户中，体育直播的一线城市用户占比高于其他两类，一线城市用户更偏好体育直播；真人秀场的三线城市用户占比高于其他两类，三线城市用户更偏好真人秀场。

2016年5月 不同类型视频直播用户各级城市分布



■ 一线城市

■ 二线城市

■ 三线城市

上海用户相对偏爱游戏直播，深圳用户更偏爱体育直播

2016年5月 视频直播一线城市用户指数

应用类型	北京市	上海市	广州市	深圳市
体育直播	93	102	112	184
游戏直播	98	134	125	78
真人秀场	105	91	78	66

北京市

北京用户相对偏爱真人秀场；

上海市

上海用户相对偏爱游戏直播；

广州市

广州用户相对偏爱游戏直播和体育直播；

深圳市

深圳用户更偏爱体育直播。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：各城市用户指数用TGI表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，TGI=目标城市用户某类型应用安装比例/全部城市用户该类应用安装比例*标准数100。

哈尔滨用户相对偏爱真人秀场，南京用户更偏爱游戏直播

2016年5月 视频直播典型二线城市用户指数

应用类型	哈尔滨市	南京市	乌鲁木齐市	重庆市
体育直播	66	96	133	139
游戏直播	85	127	104	119
真人秀场	127	95	80	73

哈尔滨市

哈尔滨用户相对偏爱真人秀场；

南京市

南京用户相对偏爱游戏直播；

乌鲁木齐市

乌鲁木齐用户相对偏爱体育直播；

重庆市

重庆用户相对偏爱体育直播。

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：各城市用户指数用TGI表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势， $TGI = \frac{\text{目标城市用户某类型应用安装比例}}{\text{全部城市用户该类应用安装比例}} \times \text{标准数} 100$ 。

荆州用户相对偏爱游戏直播，盘锦用户相对偏爱真人秀场

2016年5月 视频直播典型三线城市用户指数

应用类型	荆州市	青岛市	漳州市	盘锦市
体育直播	90	104	188	59
游戏直播	155	100	73	66
真人秀场	87	102	66	136

荆州市

荆州用户相对偏爱游戏直播；

青岛市

青岛用户偏好较为均衡，略偏爱体育直播；

漳州市

漳州用户更偏爱体育直播；

盘锦市

盘锦用户相对偏爱真人秀场。

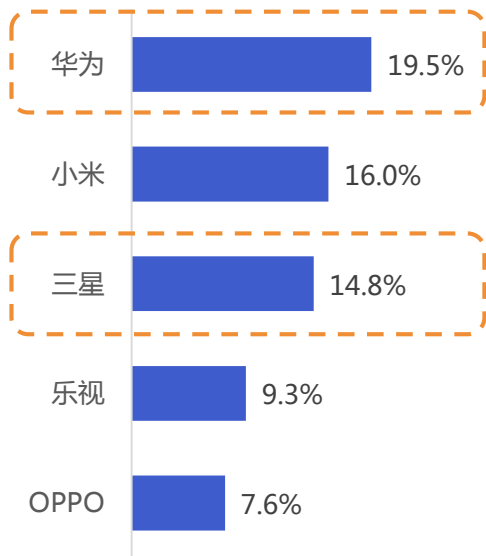
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：各城市用户指数用TGI表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，TGI=目标城市用户某类型应用安装比例/全部城市用户该类应用安装比例*标准数100。

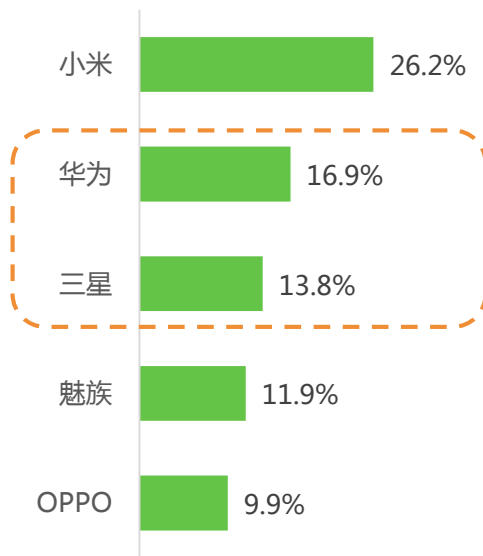
体育直播用户使用的设备品牌相对较为高端

体育直播用户使用华为和三星的设备占比达到34.2%，高于游戏直播和真人秀场用户，其设备品牌较为高端；游戏直播、真人秀场用户则更倾向于使用小米设备。

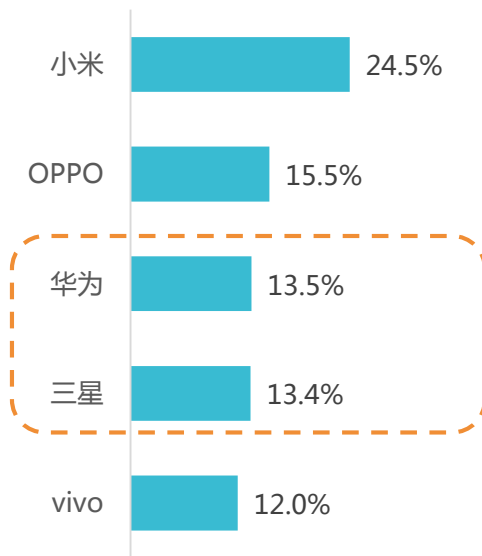
体育直播Android设备品牌TOP5



游戏直播Android设备品牌TOP5



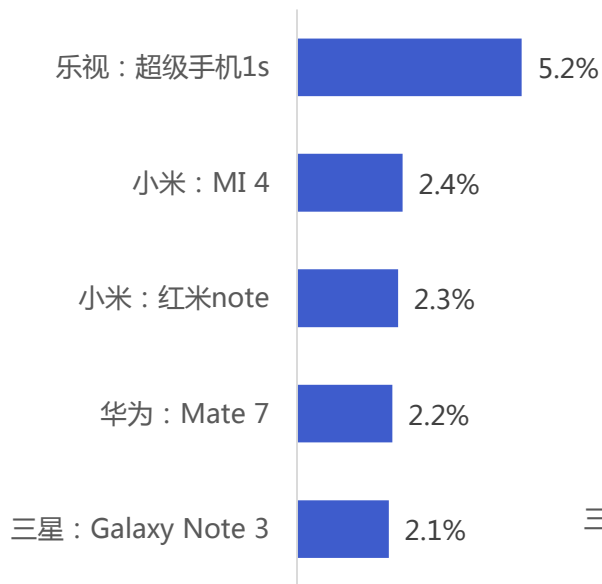
真人秀场Android设备品牌TOP5



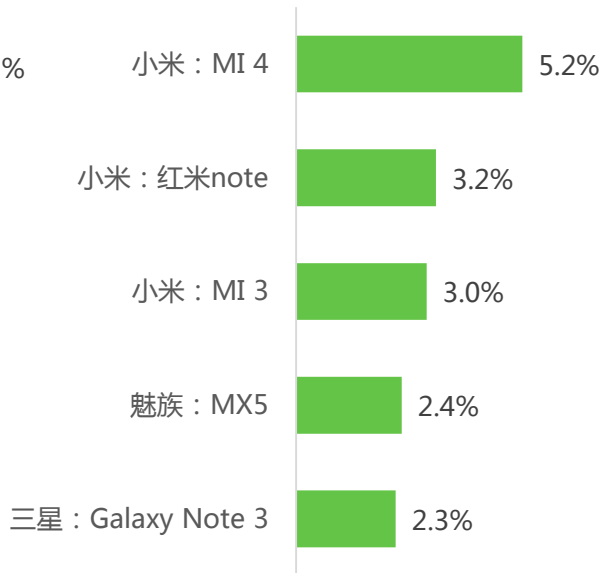
体育直播用户最爱乐视超级手机1s

体育直播用户最爱乐视超级手机1s，其机型占比最高；游戏直播和真人秀场用户偏爱小米机型，Top5机型中，小米机型占3款。

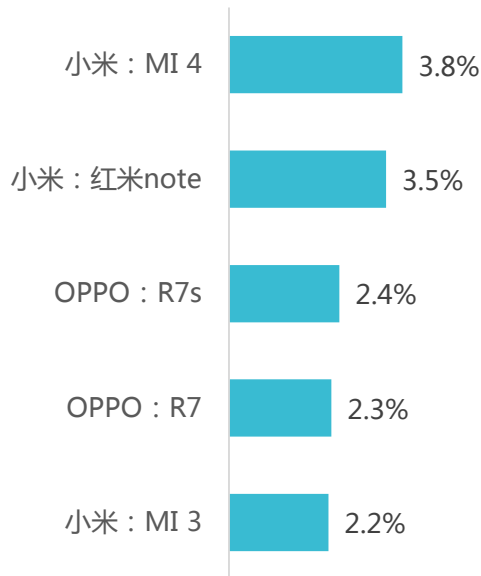
体育直播Android设备机型TOP5



游戏直播Android设备机型TOP5



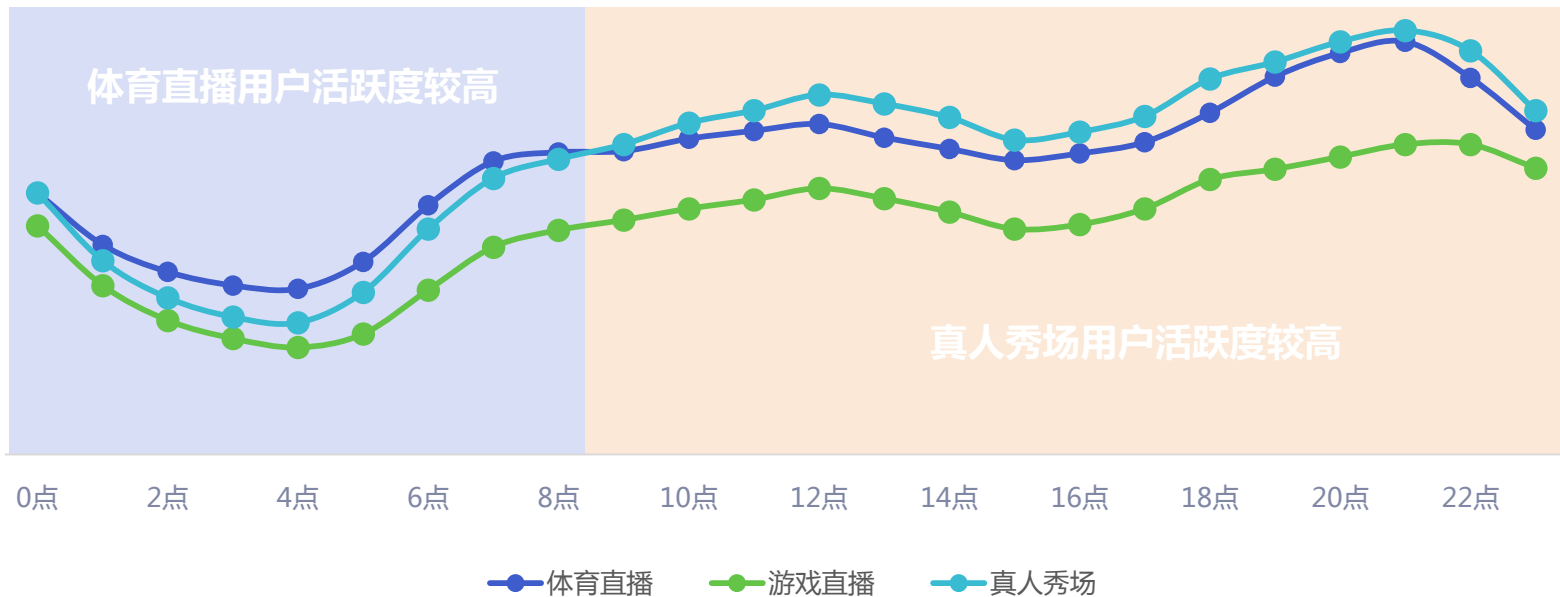
真人秀场Android设备机型TOP5



真人秀场用户在晚9点左右最为活跃

体育直播、真人秀场用户的活跃度略高于游戏直播用户，其中，体育直播用户在凌晨至早8点较其他两类更为活跃，真人秀场在早9点至夜间活跃度高于其他两类。

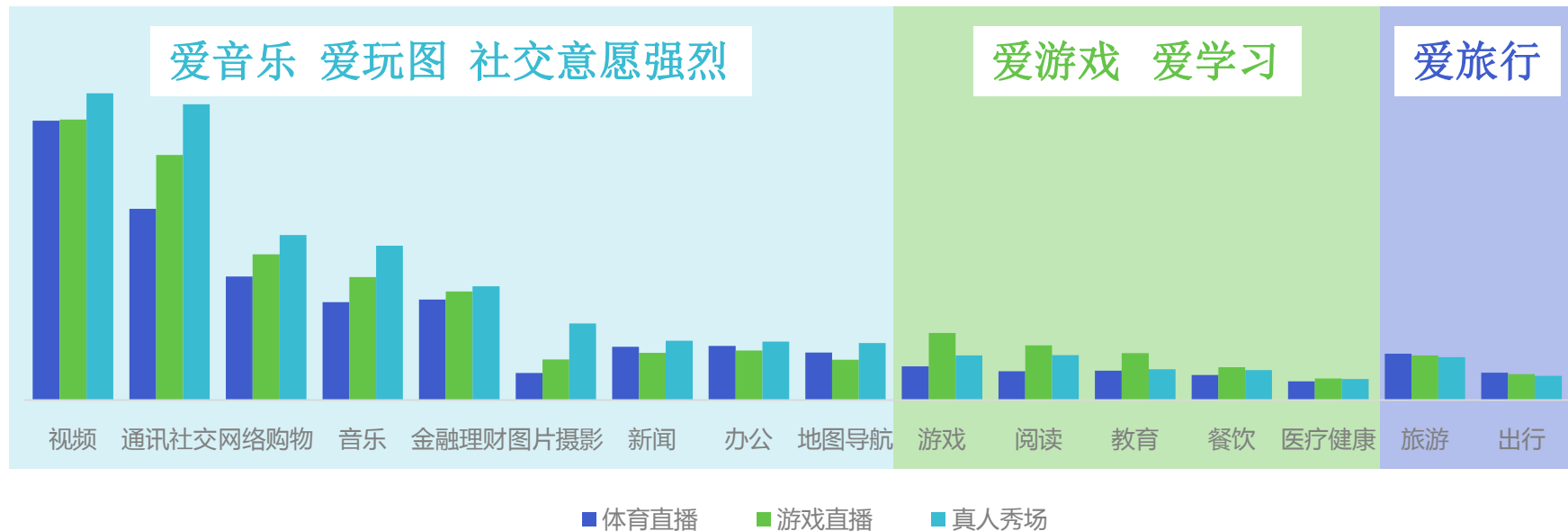
2016年5月 不同人群各时段活跃设备比例分布



不同类型视频直播用户应用使用偏好有所不同

真人秀场用户爱音乐、爱玩图、社交和消费意愿强烈；游戏直播用户爱游戏、爱教育阅读，娱乐与学习兼顾；体育直播用户爱旅游、爱出行。

不同类型视频直播用户应用类型偏好指数



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：应用类型偏好指数是根据某类人群对不同应用类型的使用偏好度得出。

不同类型视频直播用户应用偏好：社交类

从关联度来看，视频直播用户与微信、QQ的关联度最高；从社交指数来看，体育直播用户对社交应用的偏好程度低于其他两类，游戏直播用户偏爱掌上英雄联盟和百度贴吧，真人秀场用户偏爱陌陌和QQ空间。

体育直播用户社交应用偏好

应用	关联度	社交指数
微信	62.9%	83
QQ	54.3%	77
微博	24.9%	74
QQ空间	9.3%	58
百度贴吧	6.8%	62

游戏直播用户社交应用偏好

应用	关联度	社交指数
微信	56.3%	75
QQ	55.8%	79
微博	28.2%	84
掌上英雄联盟	21.5%	206
百度贴吧	16.4%	149

真人秀场用户社交应用偏好

应用	关联度	社交指数
微信	86.0%	114
QQ	80.3%	114
微博	39.3%	117
QQ空间	20.8%	129
陌陌	15.2%	142

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：关联度是根据某类人群对不同应用的使用偏好度得出；社交指数=某类视频直播人群社交应用关联度/移动视频直播整体用户的社交应用关联度*100，其中100为基准值，高于100表示高于整体，低于100表示低于整体。

不同类型视频直播用户应用偏好：网购类

从关联度来看，视频直播用户与手机淘宝、美团团购的关联度最高；从网购指数看，真人秀场用户更偏爱唯品会。

体育直播用户网购应用偏好

应用		网购指数
手机淘宝	34.8%	74
美团团购	23.0%	79
京东	17.1%	100
天猫	8.7%	97
百度糯米	7.7%	93

游戏直播用户网购应用偏好

应用	关联度	网购指数
手机淘宝	38.6%	82
美团团购	25.8%	89
京东	17.0%	100
天猫	8.8%	99
百度糯米	7.8%	94

真人秀场用户网购应用偏好

应用	关联度	网购指数
手机淘宝	55.4%	117
美团团购	33.2%	114
京东	17.5%	103
唯品会	10.4%	121
百度糯米	9.1%	110

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：关联度是根据某类人群对不同应用的使用偏好度得出；网购指数=某类视频直播人群网购应用关联度/移动视频直播整体用户的网购应用关联度*100，其中100为基准值，高于100表示高于整体，低于100表示低于整体。

不同类型视频直播用户应用偏好：音乐类

从关联度来看，体育直播、真人秀场用户与酷狗音乐的关联度最高，游戏直播用户最爱QQ音乐；从音乐指数来看，游戏直播用户偏爱网易云音乐与荔枝FM，真人秀场用户更偏爱全民K歌和酷狗音乐。

体育直播用户音乐应用偏好

应用	关联度	音乐指数
酷狗音乐	22.4%	71
QQ音乐	18.2%	64
荔枝FM	12.3%	78
喜马拉雅听书	9.4%	70
酷我音乐	7.1%	91

游戏直播用户音乐应用偏好

应用	关联度	音乐指数
QQ音乐	26.5%	93
荔枝FM	22.4%	142
酷狗音乐	22.2%	70
喜马拉雅听书	11.6%	87
网易云音乐	10.7%	165

真人秀场用户音乐应用偏好

应用	关联度	音乐指数
酷狗音乐	38.5%	122
QQ音乐	33.2%	116
全民K歌	17.6%	135
喜马拉雅听书	15.3%	115
荔枝FM	12.4%	78

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：关联度是根据某类人群对不同应用的使用偏好度得出；音乐指数=某类视频直播人群音乐应用关联度/移动视频直播整体用户的音乐应用关联度*100，其中100为基准值，高于100表示高于整体，低于100表示低于整体。

不同类型视频直播用户应用偏好：金融类

从关联度来看，视频直播用户与支付宝钱包和小米金融的关联度最高；从金融指数来看，体育直播用户偏爱同花顺，游戏直播用户偏爱小米金融，真人秀场用户更偏好支付宝钱包。

体育直播用户金融应用偏好

应用	关联度	金融指数
支付宝钱包	37.7%	77
小米金融	7.9%	66
中国建设银行	7.2%	99
工行手机银行	5.8%	104
同花顺	5.1%	137

游戏直播用户金融应用偏好

应用	关联度	金融指数
支付宝钱包	42.4%	87
小米金融	12.3%	102
中国建设银行	6.8%	92
工行手机银行	5.3%	96
招商银行	3.7%	99

真人秀场用户金融应用偏好

应用	关联度	金融指数
支付宝钱包	55.3%	114
小米金融	12.9%	107
中国建设银行	7.6%	104
工行手机银行	5.6%	101
农行掌上银行	4.0%	106

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：关联度是根据某类人群对不同应用的使用偏好度得出；金融指数=某类视频直播人群金融应用关联度/移动视频直播整体用户的金融应用关联度*100，其中100为基准值，高于100表示高于整体，低于100表示低于整体。

Part 03

移动视频直播细分行业应用分析



细分领域

——移动视频直播细分行业应用

体育直播

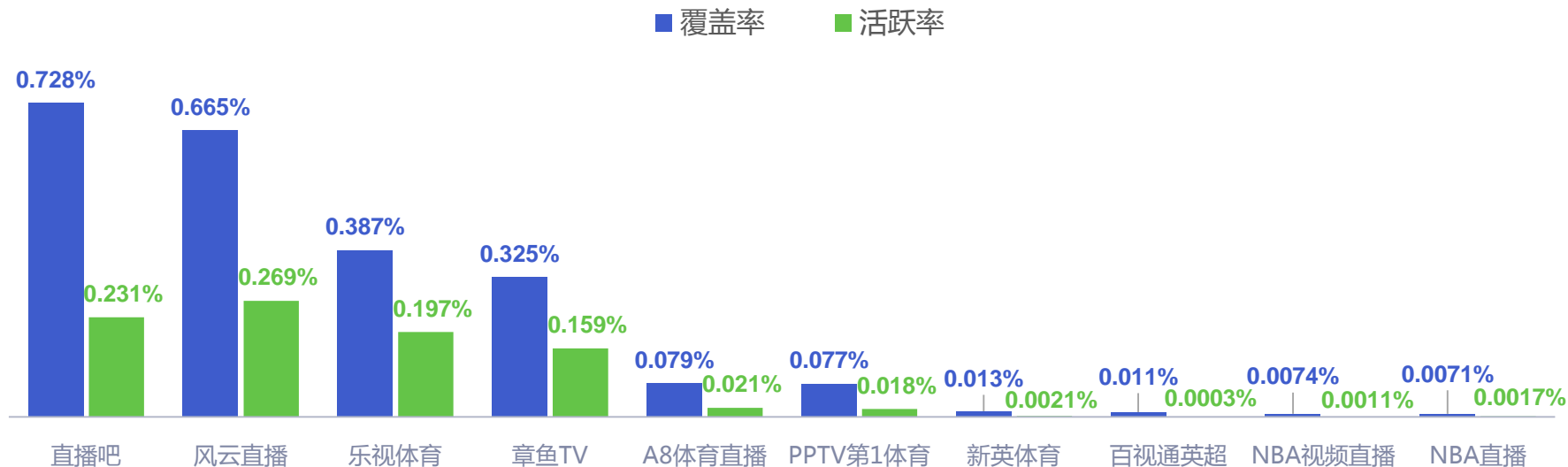
游戏直播

真人秀场

体育直播应用覆盖TOP10

体育直播应用中，直播吧的用户覆盖率排在首位，其次是风云直播和乐视体育。

2016年5月 体育直播类移动应用覆盖率Top10



体育直播典型应用分析

	上线时间	融资情况	内容	功能	版权
 直播吧	2013年	未透露	以足球、篮球、NBA等体育项目为主	<ul style="list-style-type: none">分类：根据兴趣，可以选择足球、篮球、NBA等进行关注栏目板块：将赛事分为关注、重要、全部、已结束4个板块，另有论坛、新闻版块提醒功能：避免错过精彩赛事	直播视频聚合平台，无版权
 风云直播	2012年6月	天使轮，数百万元人民币，IDG投资	包含足球、篮球、高尔夫、网球等体育项目，另有游戏、电视剧、综艺等内容	<ul style="list-style-type: none">分类：按照体育、游戏、电视剧、综艺、live机型分类预约：预约感兴趣的赛事，避免错过精彩比赛	直播导航平台，引用外部资源，无版权
 乐视体育	2015年5月	乐视旗下应用，已经上市	包含足球、篮球、赛车、搏击、高尔夫、网球、橄榄球、棒球、自行车等十几款体育项目	<ul style="list-style-type: none">分类：热门赛事和全部赛事，全部赛事中按照赛事类型进行分类主场：加入感兴趣的阵营社区，参与讨论我的预约：预约感兴趣的赛事，避免错过精彩比赛	全球海量赛事版权，覆盖17种体育大项，其中包括2016赛季中超的独家直播权

细分领域

——移动视频直播细分行业应用

体育直播

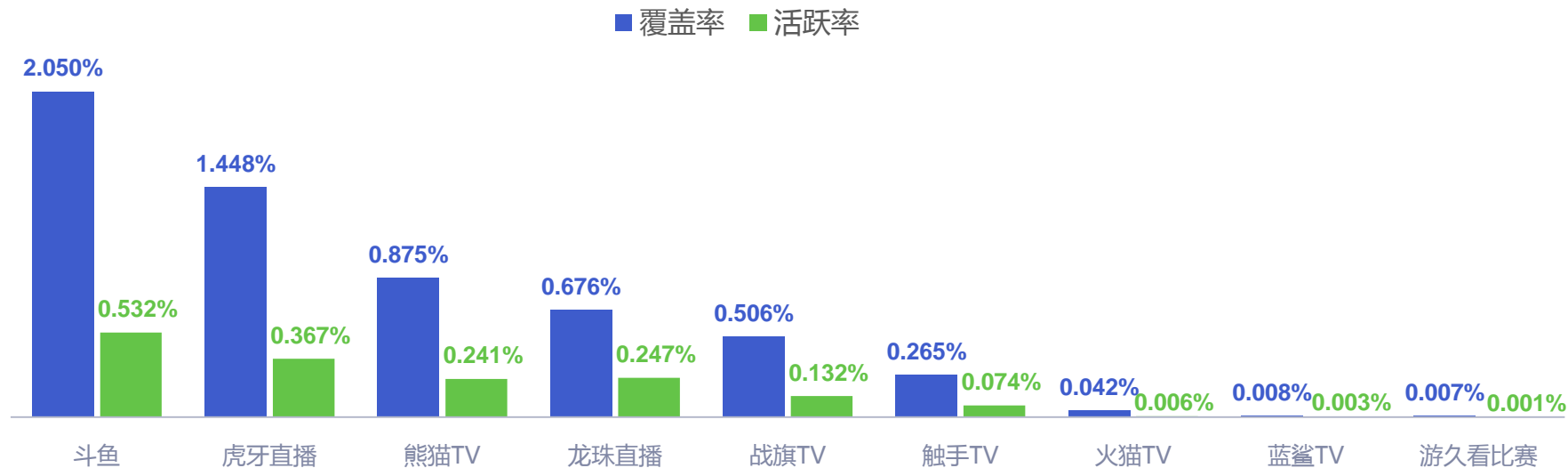
游戏直播

真人秀场

游戏直播应用覆盖排名

游戏直播应用中，斗鱼、虎牙直播和熊猫TV的用户覆盖率分别排在前三位。

2016年5月 游戏直播类移动应用覆盖率排名



游戏直播典型应用分析

	 斗鱼	 虎牙直播	 熊猫TV	 龙珠直播	 战旗TV
上线时间	2014年1月	2014年11月	2015年7月	2015年2月	2014年1月
功能	按游戏和直播内容分类，具有关注功能；按兴趣推荐	按游戏和直播内容分类，具有关注和订阅功能；粉丝圈；娱乐频道	按游戏和直播内容分类，具有关注功能；按兴趣推荐	按游戏、直播内容、赛事分类，具有关注和订阅功能；有随拍、娱乐频道	按游戏和直播内容分类，具有关注和订阅功能；有娱乐频道
内容	更加注重UGC模式，拥有LMS、LPL等赛事直播权，也有娱乐直播	拥有MSI、WCA、CSL等国际、国内游戏赛事的直播权	拥有LPL、NEA等大型赛事的直播权，也有娱乐直播	以腾讯旗下的游戏直播为主，同时拥有LPL、CFPL等大型赛事直播资源	拥有NEST、TI、LCS、NEL、WCA等国际、国内游戏赛事的直播权
融资情况	B轮，1亿美元，腾讯领投	YY旗下游戏直播，已经上市	天使轮，融资金额未透露	B轮，2.78亿元人民币，游久游戏、腾讯、软银中国投资	未透露

细分领域

——移动视频直播细分行业应用

体育直播

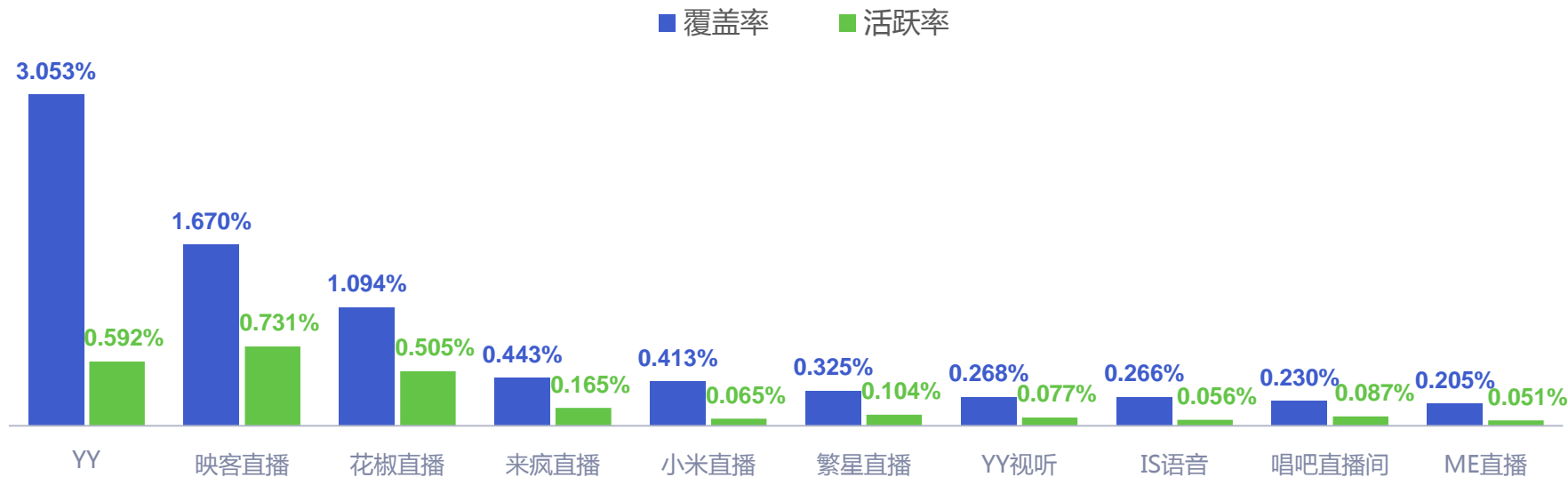
游戏直播

真人秀场

真人秀场应用覆盖TOP10

真人秀场应用中，YY的用户覆盖率排在首位，其次是映客直播和花椒直播。

2016年5月 真人秀场类移动应用覆盖率Top10



真人秀场典型应用分析

	上线时间	融资情况	定位	功能	月均增速
 映客直播	2015年5月	A+轮，6800万元人民币，昆仑万维领投	90后的视频娱乐直播平台	<ul style="list-style-type: none">• 登录方式：手机号、QQ、微信、微博• 话题标签：主播创建直播时输入话题，用户可以根据话题标签进行直播搜索• 分享：微博、微信、QQ、朋友圈、QQ空间、映口令• 在线互动：文字互动、私信主播• 礼物：购买钻石，赠送礼物	146.4%
 花椒直播	2015年6月	奇虎360旗下，已上市	初阶段定位是全民直播，现已转型为娱乐直播	<ul style="list-style-type: none">• 登录方式：手机号、QQ、微信、微博、360账号• 直播分类：热门、最新、明星主播，也可以按照地域进行直播搜索• 分享：微博、微信、朋友圈、QQ、QQ空间• 在线互动：文字互动、私信主播• 礼物：购买花椒豆，赠送礼物• 特色功能：清屏模式，左右滑动切换直播房间	84.7%

● 数据来源

- ✓ TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成。
 - ✓ 公开信息收集整理
-

● 数据周期

- ✓ 2015年1月-2016年5月
-

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率：当月安装有某个移动应用的设备数量占当月监测移动设备总量的比例；
- ✓ 用户活跃率：当月使用过某个移动应用的设备数量占当月监测移动设备总量的比例。

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过**32亿**独立智能设备，服务超过**12万**款移动应用，以及**10万**多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

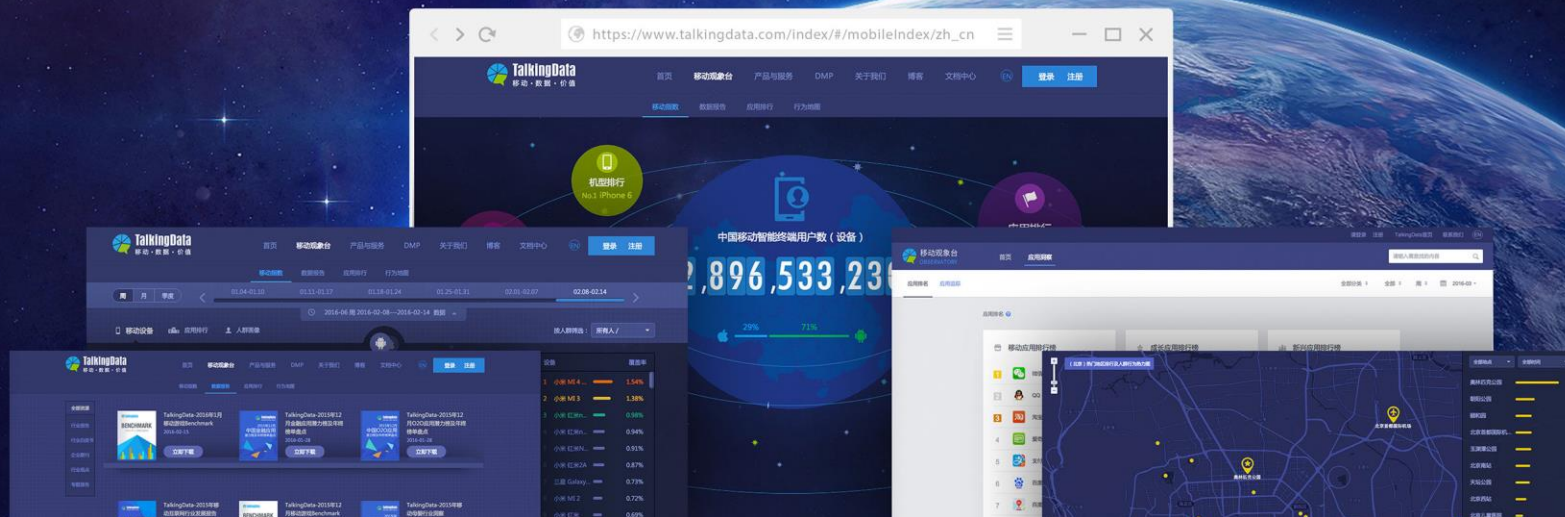
观数据星象 解移动风云

移动观象台



www.talkingdata.com

扫二维码立即访问





Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com

