



2016年移动直播行业分析报告

2017年3月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.4亿）的样本集
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2017年1月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 月新增用户—连续三个月未使用在该月重新开始使用的用户
- 月度留存率—新增用户在接下来的一个月重复使用过1天及以上的概率
- 月使用时长占比---某应用月度使用时长占行业总使用时长的比例



目 录

1 市场现状篇：微信分享观众打赏双轮驱动移动视频直播市场增长

2 市场竞争篇：三大直播平台总使用时长占比超八成 马太效应明显

3 用户价值篇：直播用户以年轻人为主且偏好娱乐社交生活类应用

4 商业价值篇：主流直播平台开始“直播+电商”商业化探索

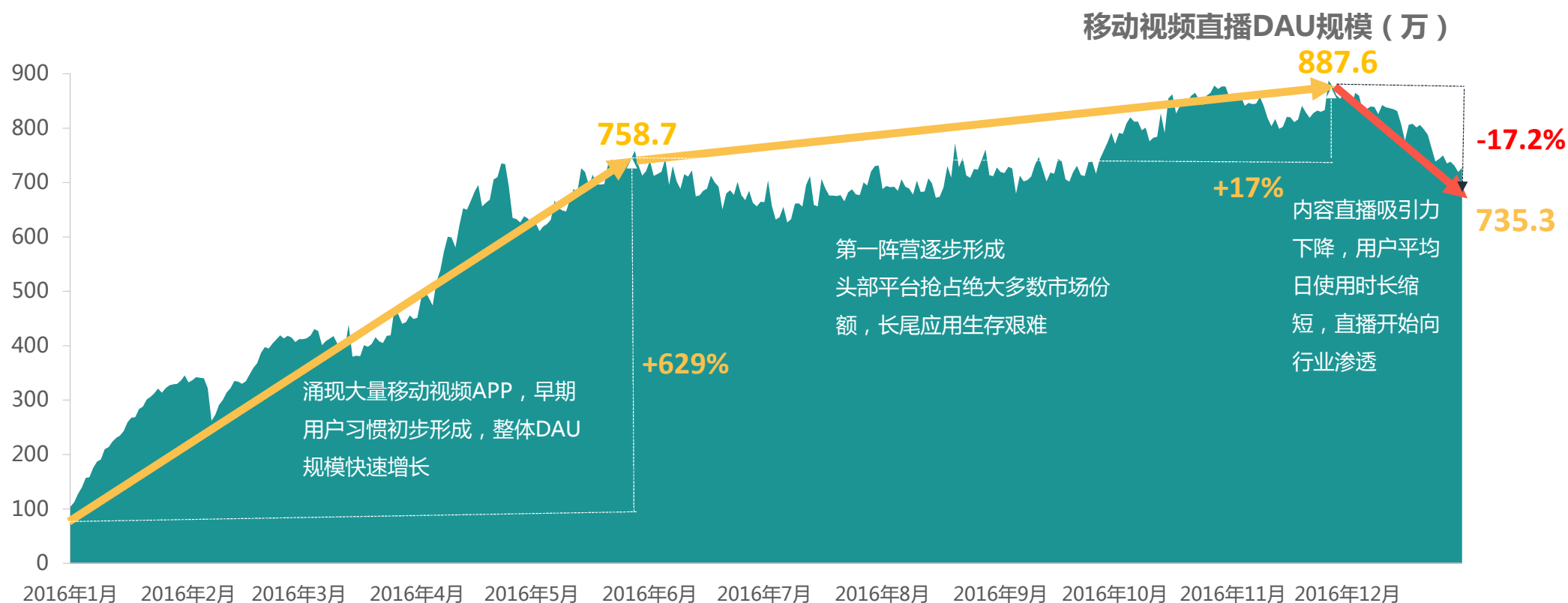
Part I 市场现状篇

微信分享及观众打赏双轮驱动

直播市场经过高速发展进入平稳期

移动视频直播市场经过快速增长进入平稳发展期

2016年11月DAU达到峰值887.6万后开始调整



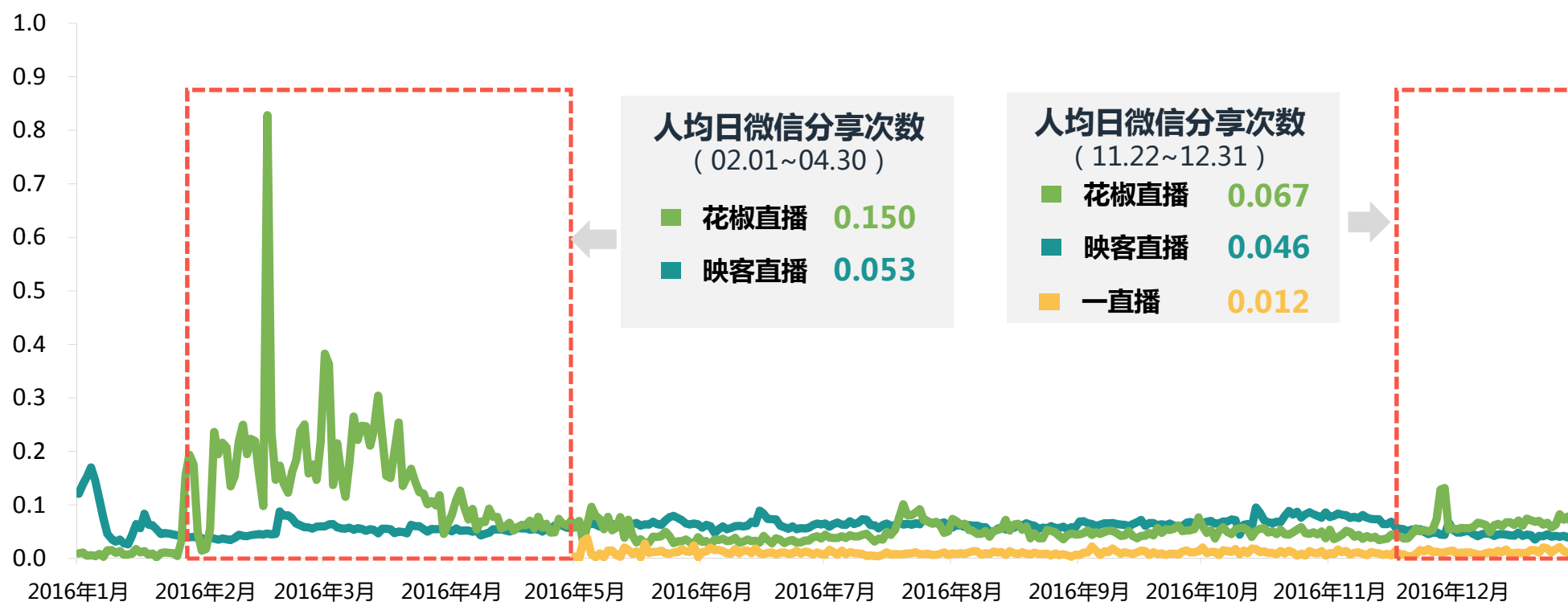
• 直播应用统计口径：独立第三方的全民直播APP，不包括秀场直播和游戏直播，也不包括平台内的视频直播频道

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



三大直播平台中一直播人均日微信分享次数明显落后花椒及映客

三大直播平台人均日微信分享次数（次/人天）

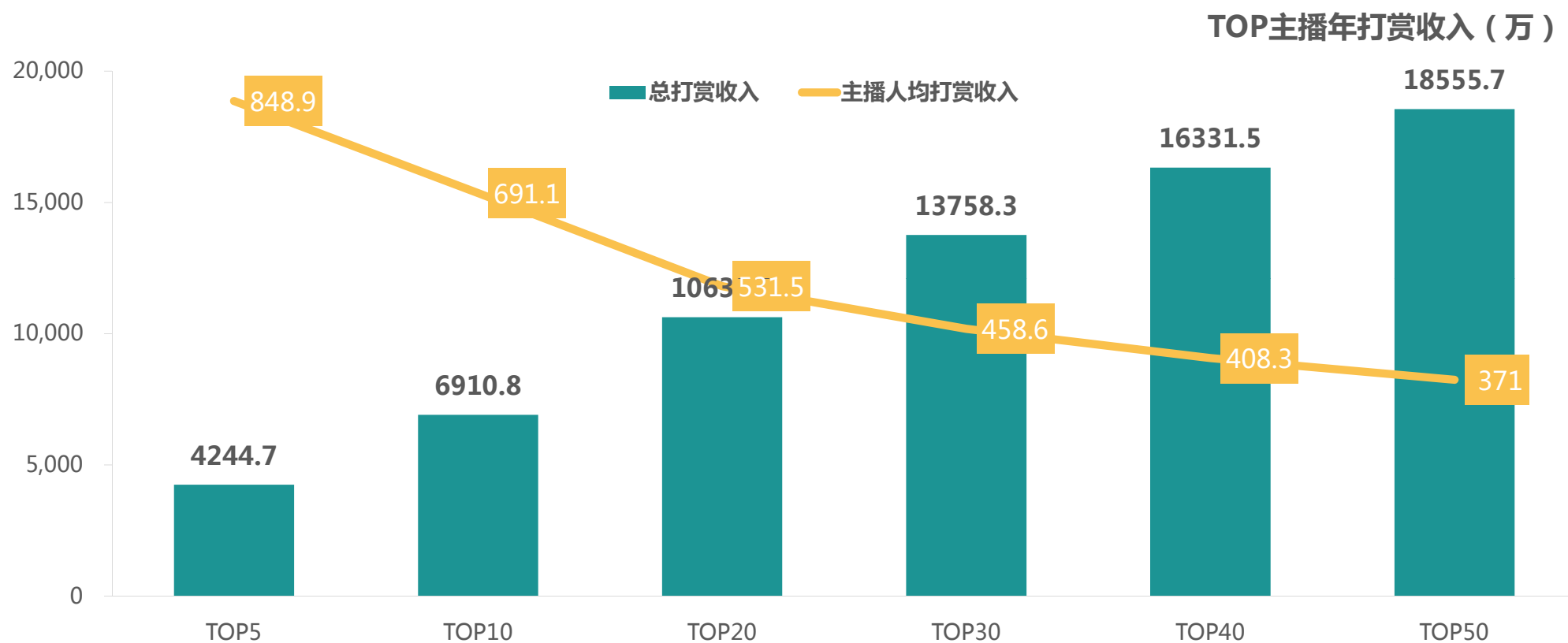


• 人均日微信分享次数：微信分享次数/DAU规模，人均日微信分享次数反映微信分享行为的深度

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

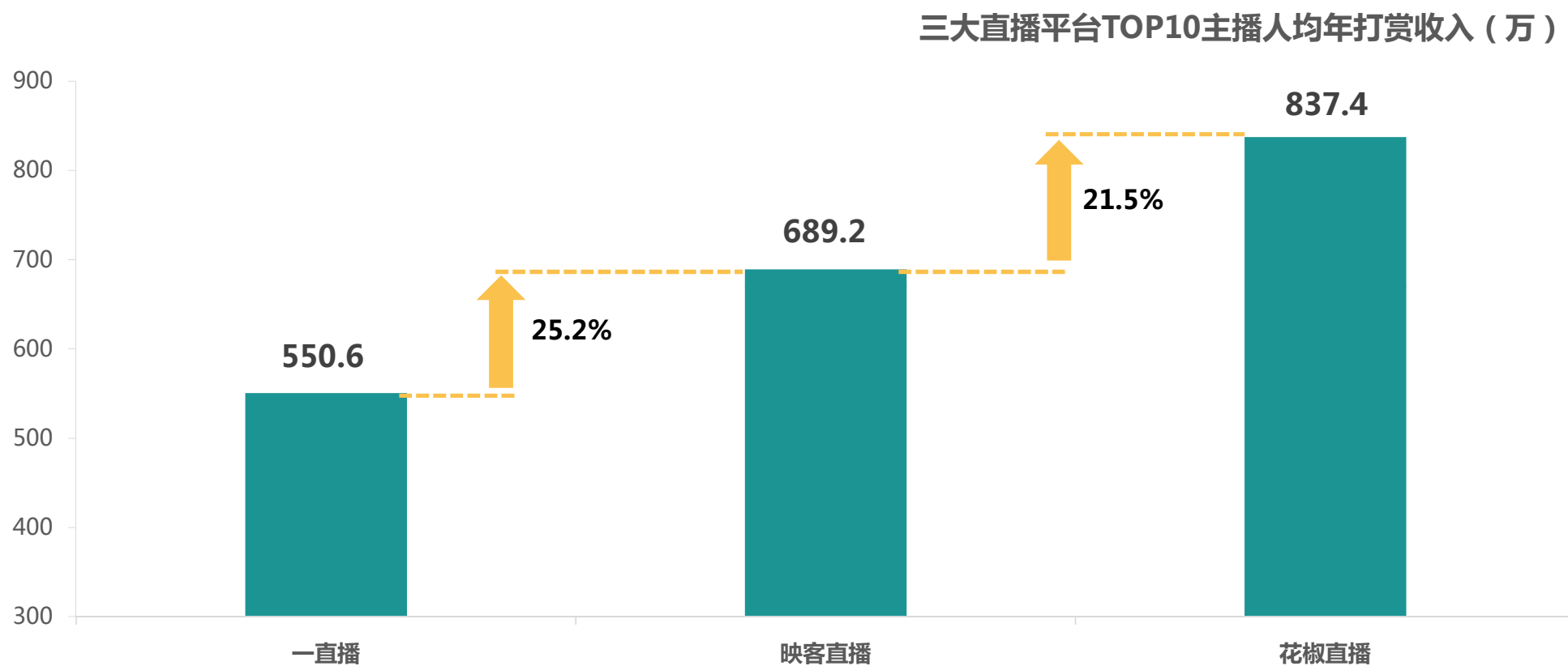
头部主播打赏收入丰厚

TOP5人均年收入近千万，TOP50人均年收入超300万



数据来源：微博易直播达人TOP榜总榜数据

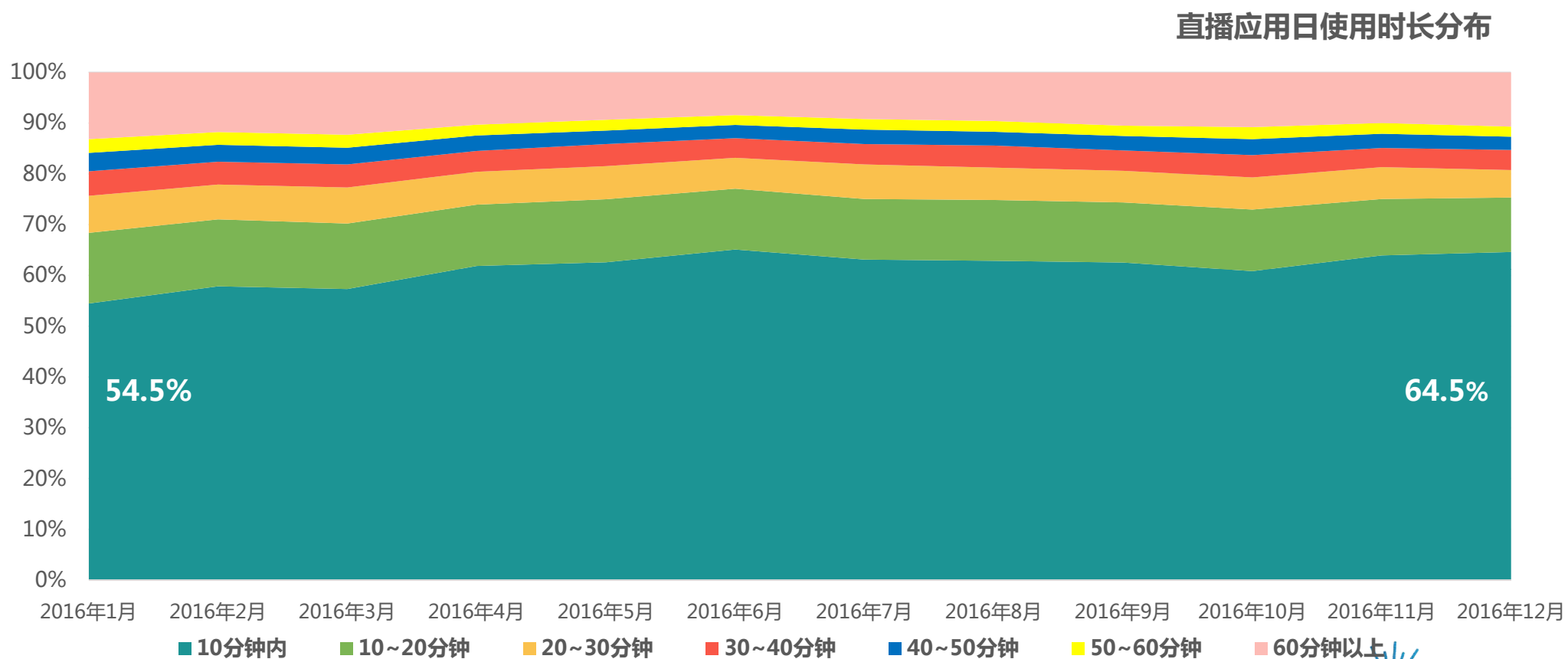
三大直播平台TOP10主播人均年打赏收入均超500万



数据来源：微博易直播达人TOP榜总榜数据

随着直播用户新鲜感的衰减，每日打开时长呈逐步萎缩态势

2016年底，10分钟内用户占比增至64.5%

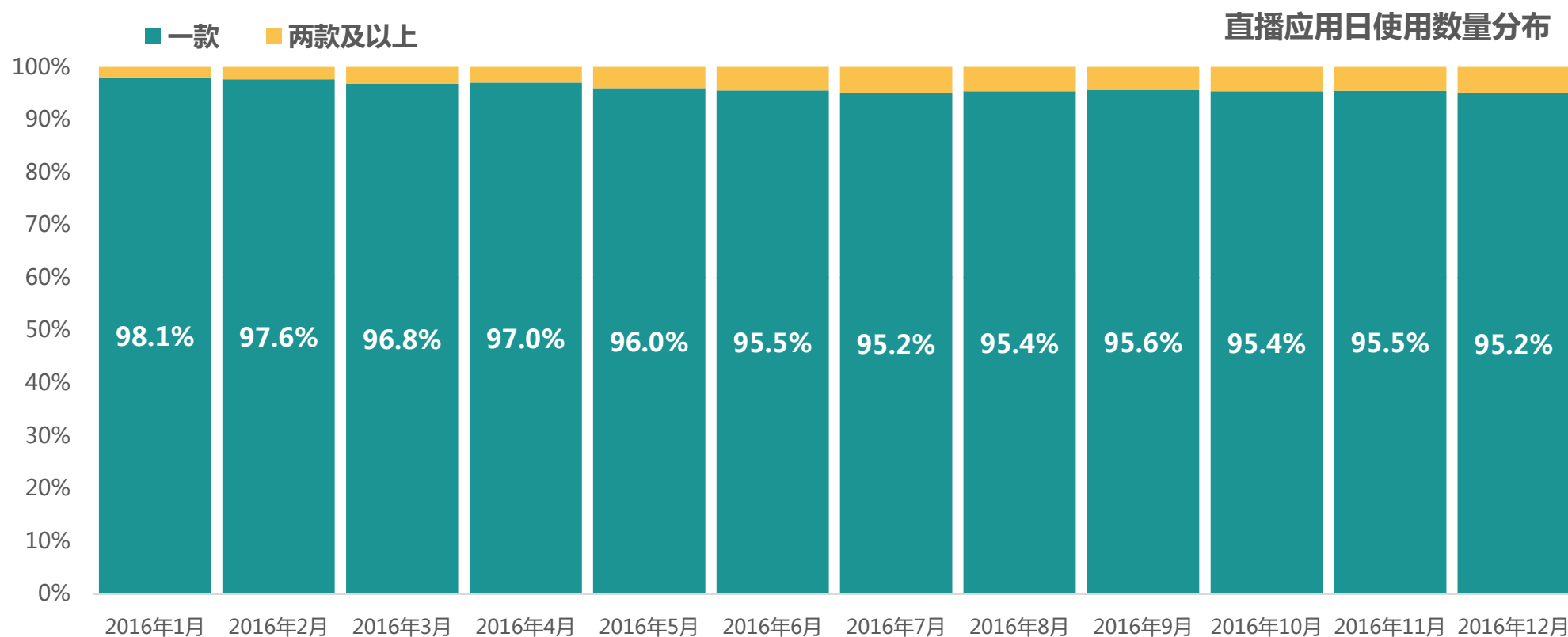


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



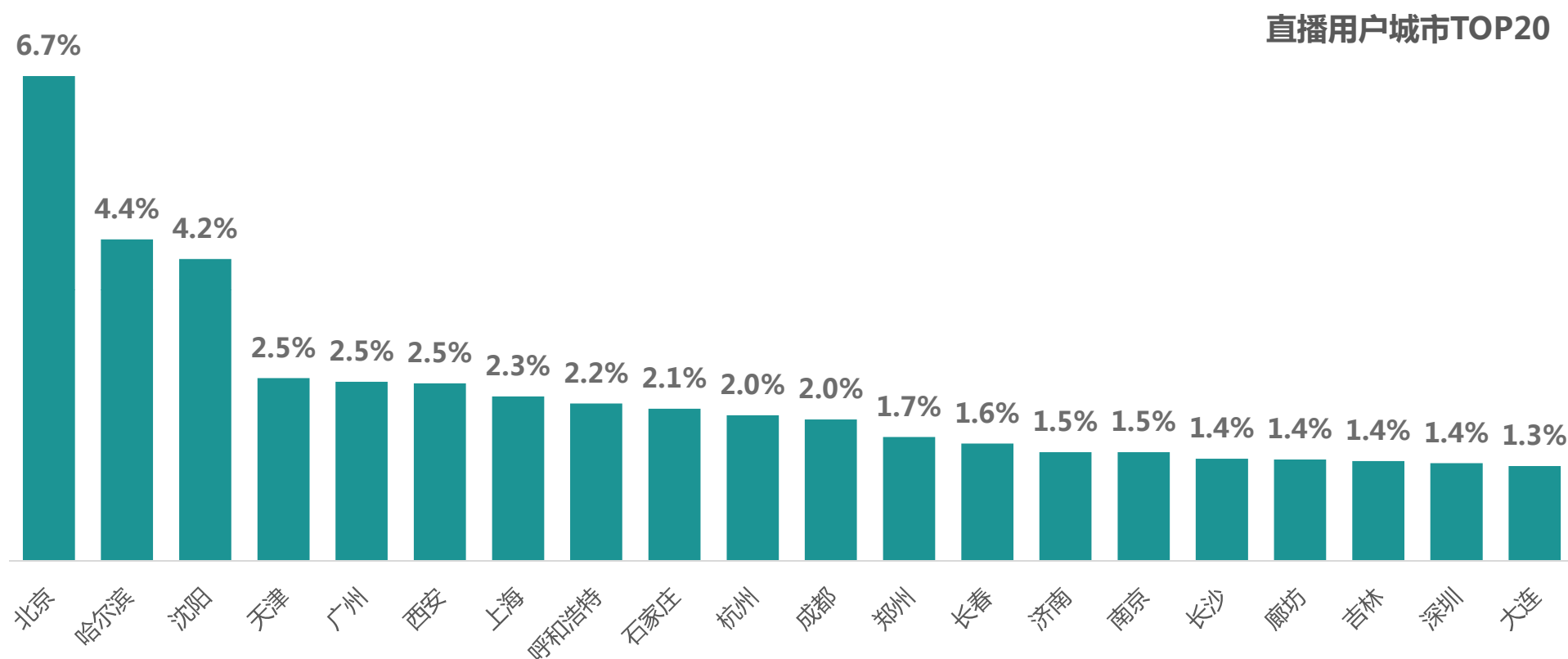
直播用户归属性强

95%的用户每日只钟情一款直播应用



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

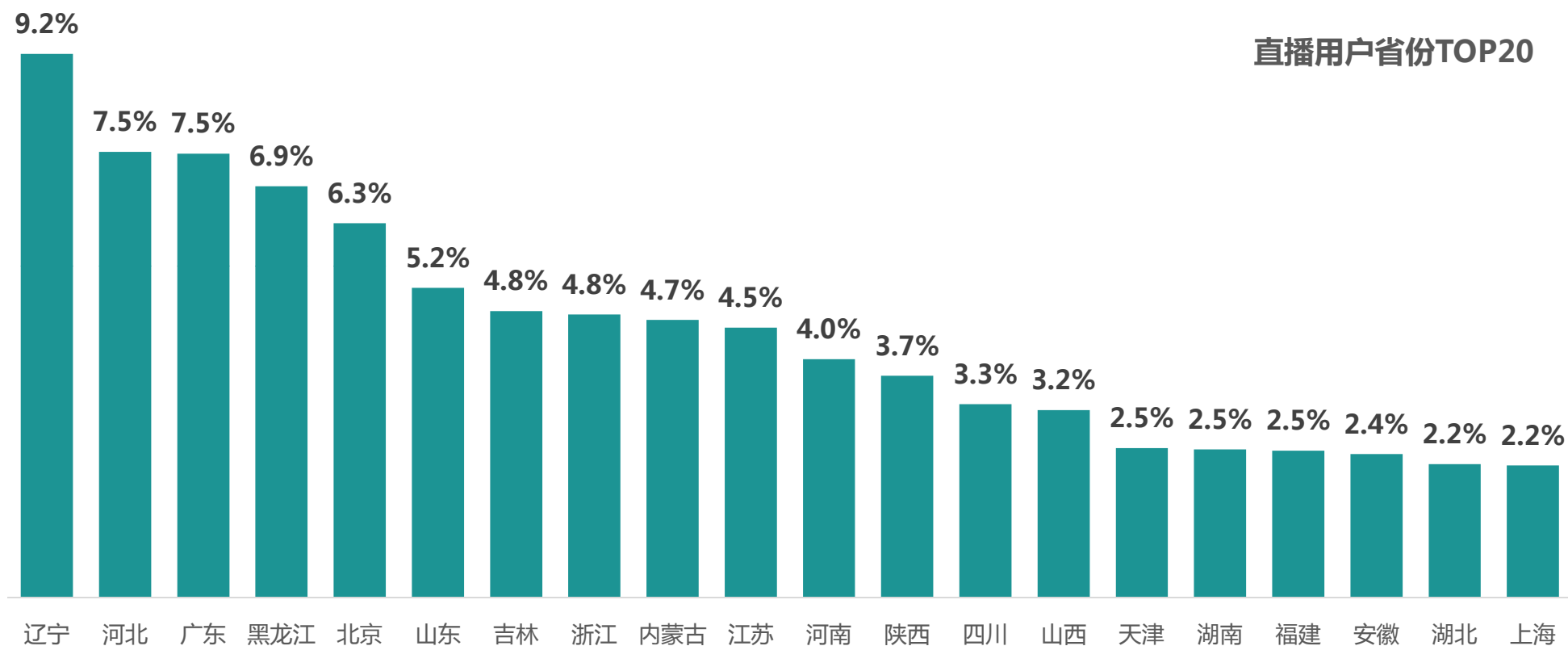
直播应用前三大城市北京、哈尔滨及沈阳用户占比约15%



- 直播用户仍然主要分部在北京，其次是东三省的哈尔滨和沈阳

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

直播应用前三大省份辽宁、河北及广东用户占比约25%



- 直播用户主要集中在东北三省（辽宁、黑龙江、吉林）以及互联网大省（广东、北京、山东、浙江）

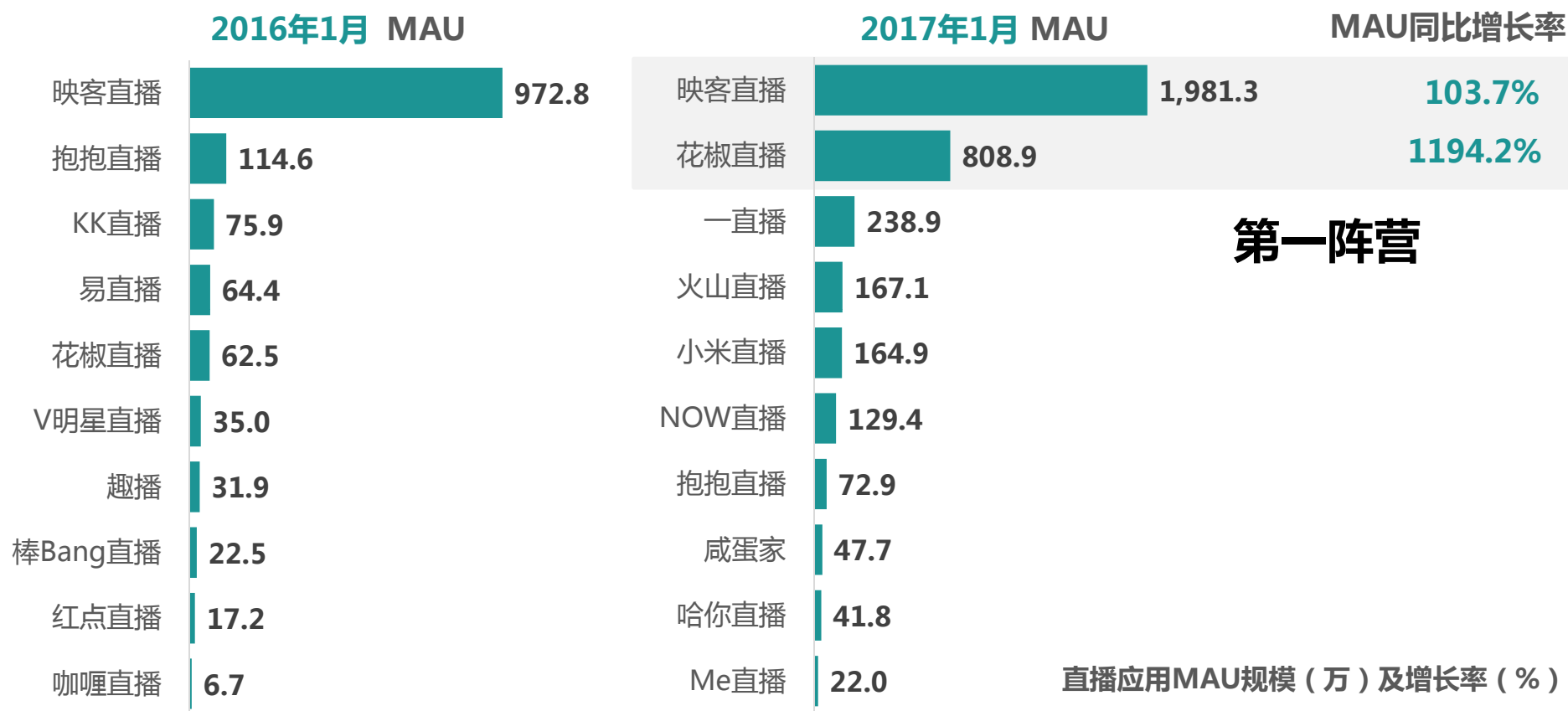
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Part II 市场竞争篇

前三大直播平台总使用时长占比超八成 马太效应明显

移动视频直播第一阵营初步形成

映客及花椒雄踞第一阵营

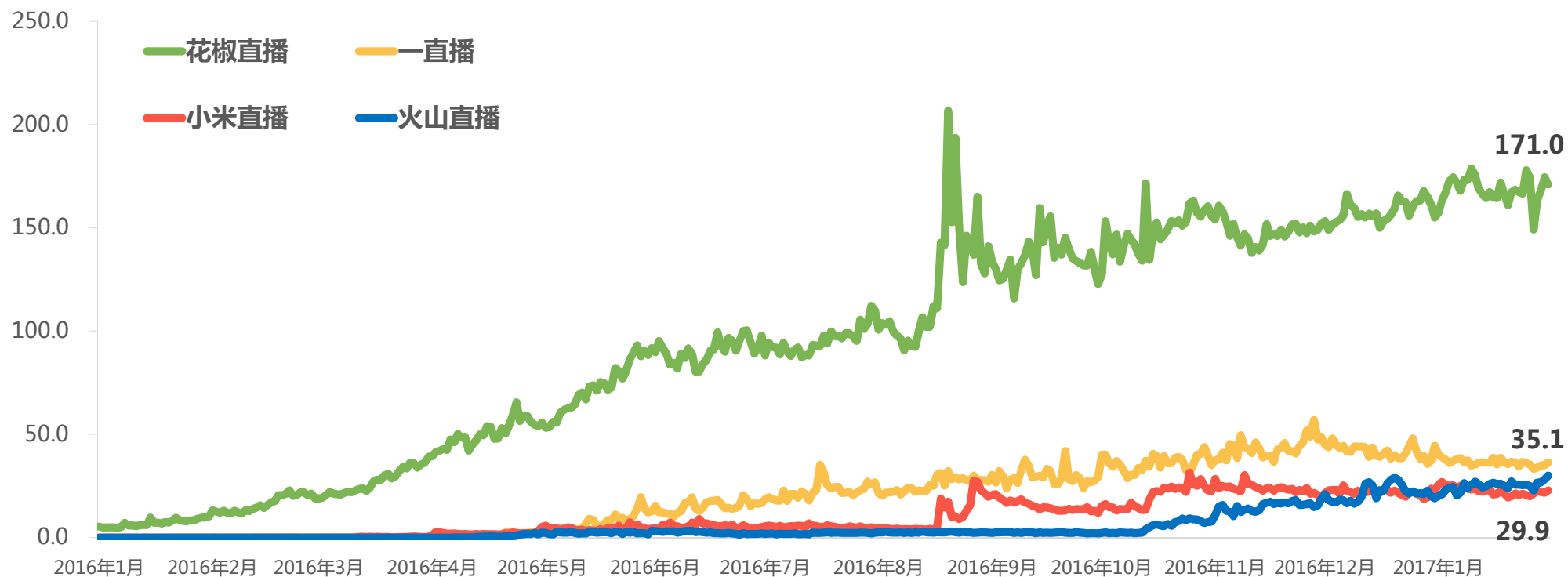


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

经过一年激烈厮杀，直播第一阵营优势愈加稳固

2017年1月，花椒直播DAU分别为一直播的4.9倍，小米直播的5.7倍

主流直播平台DAU规模（万）

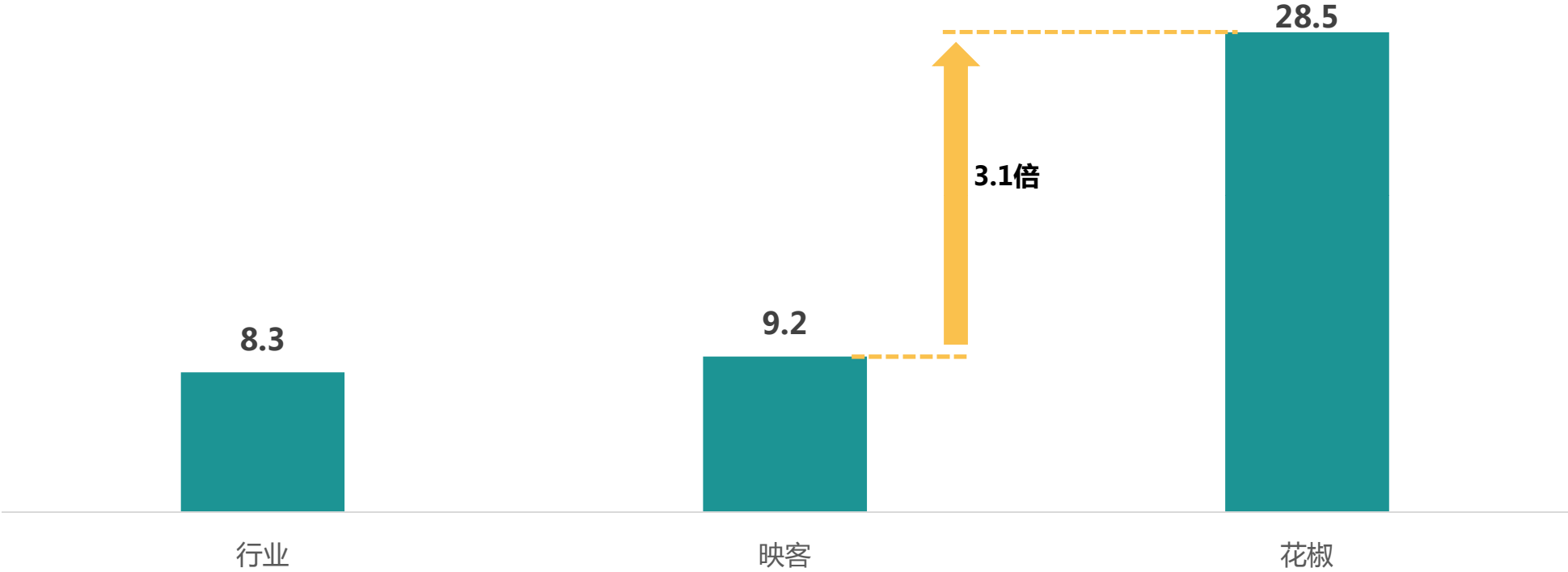


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



2016年，映客直播DAU增长与行业整体水平基本持平

头部直播平台DAU增速（倍）
(2016年1月1日~2016年12月31日)



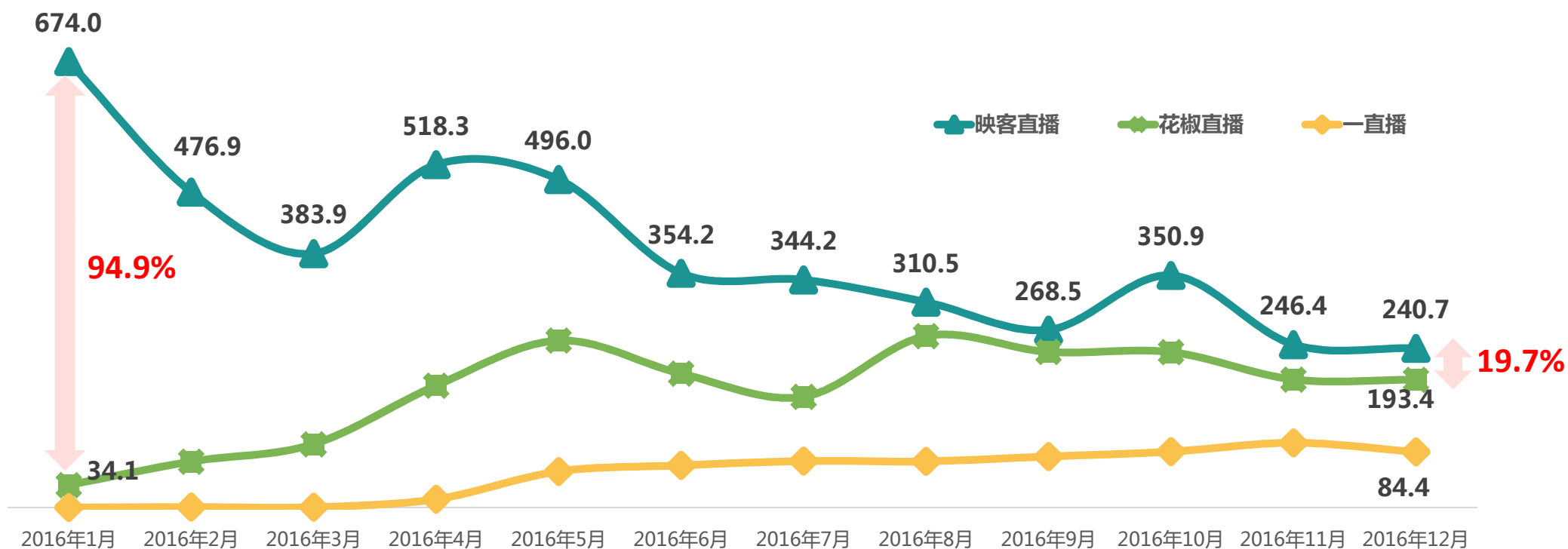
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



2016年，花椒及一直播月新增用户量持续增长

映客持续萎缩

三大直播平台月新增用户规模（万）

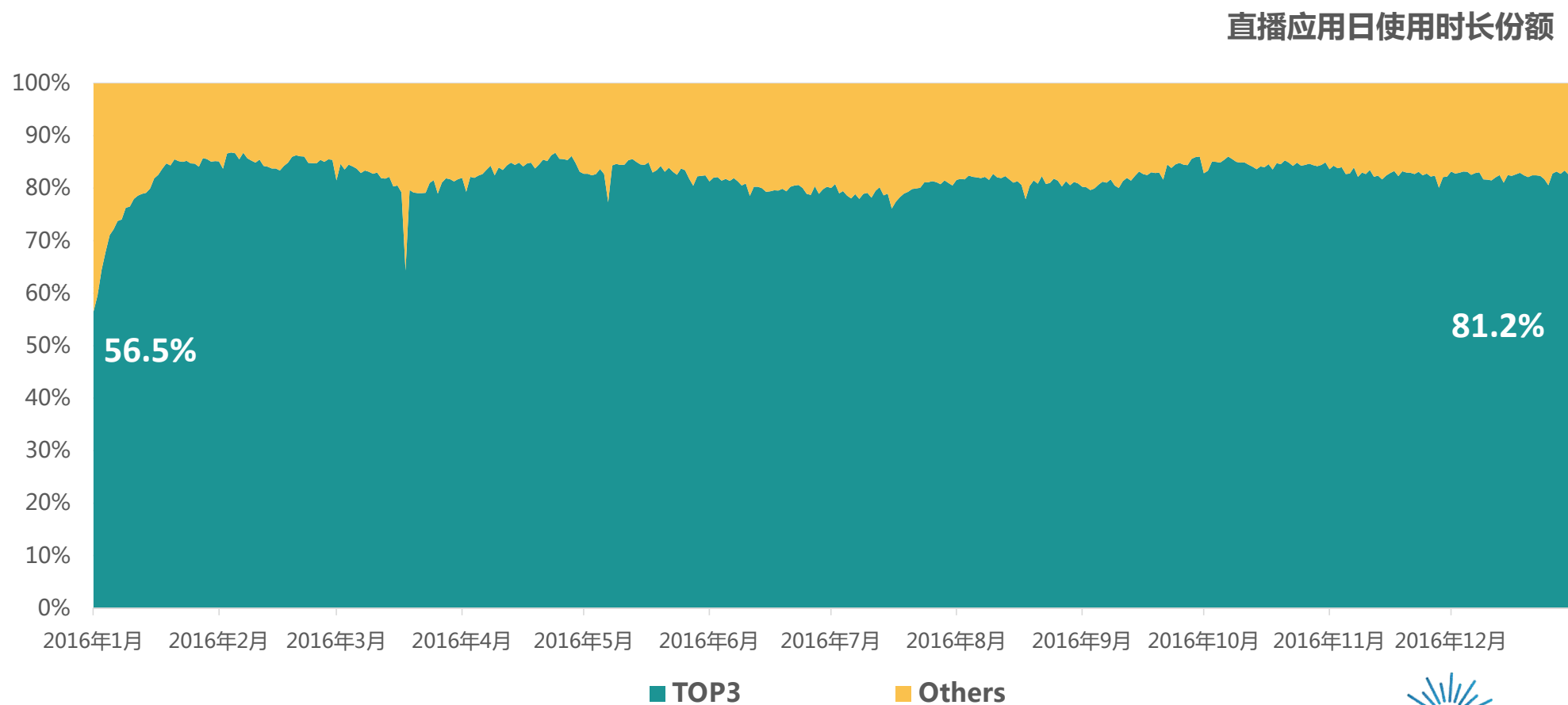


• 月新增用户：连续三个月未使用在该月重新开始使用的用户

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2016年，三大直播平台总使用时长占比超八成

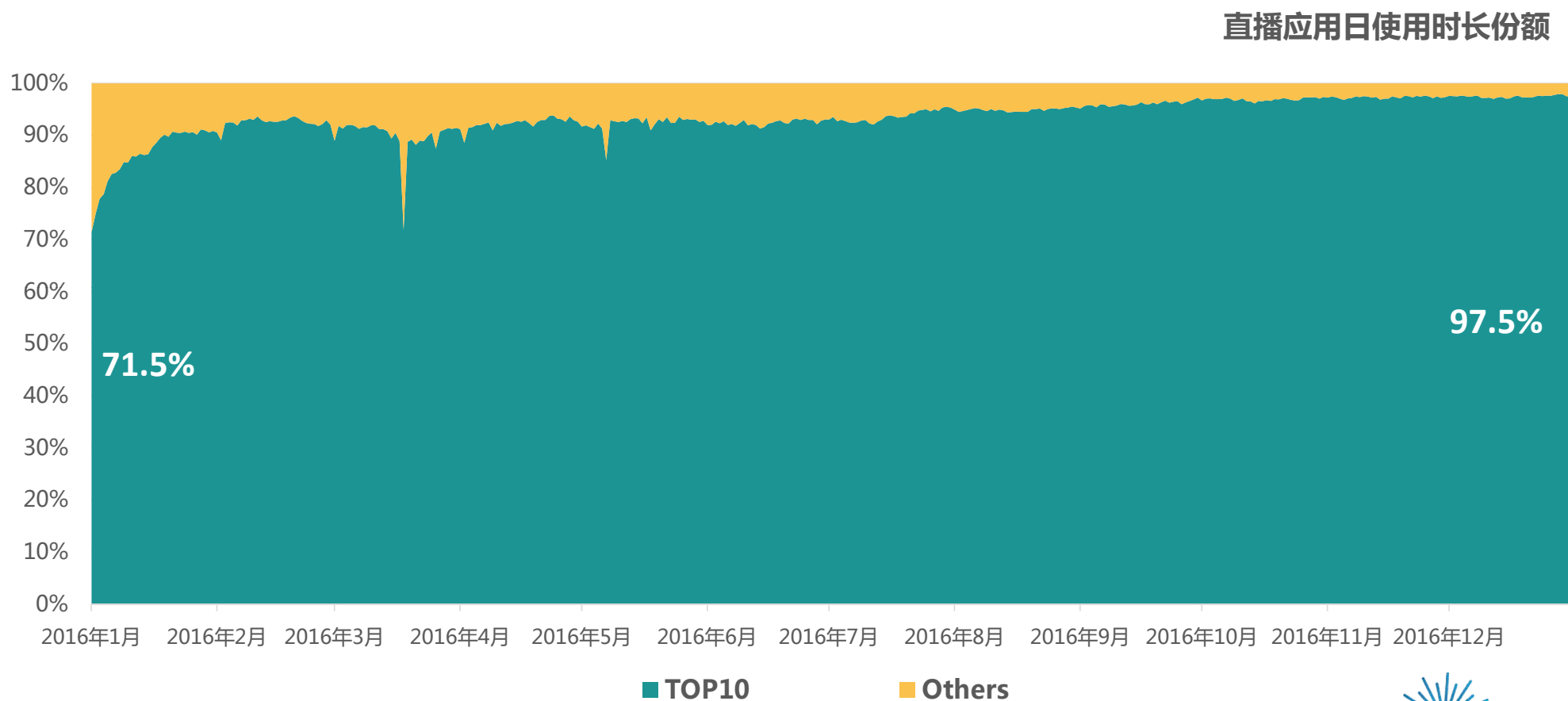
头部态势明显



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

移动视频直播市场呈现马太效应

2016年，TOP10后的长尾直播快速萎缩



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



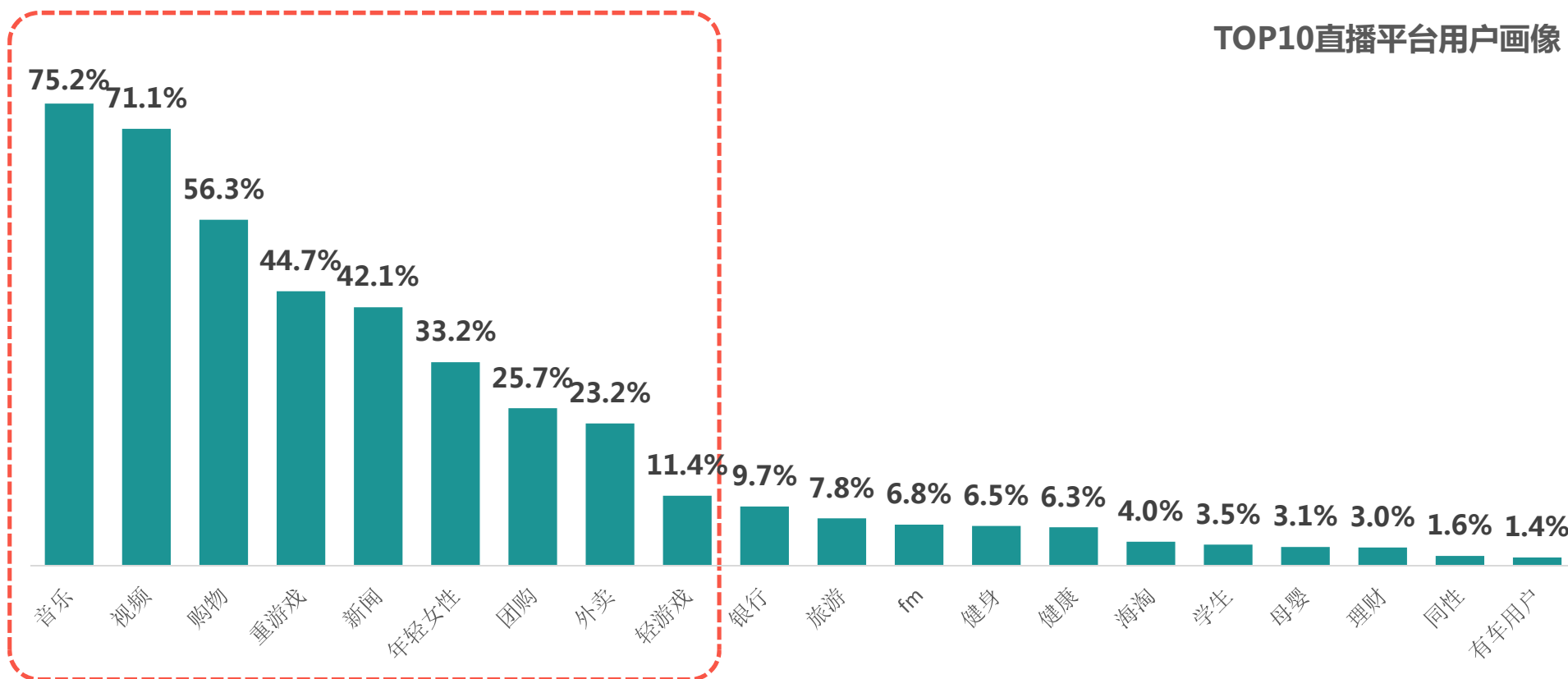
Part III 用户价值篇

直播用户以年轻人为主且偏好娱乐社交生活类应用

电商旅游应用中直播用户占比高于全网平均水平

直播用户偏好娱乐、购物、社交及生活类应用

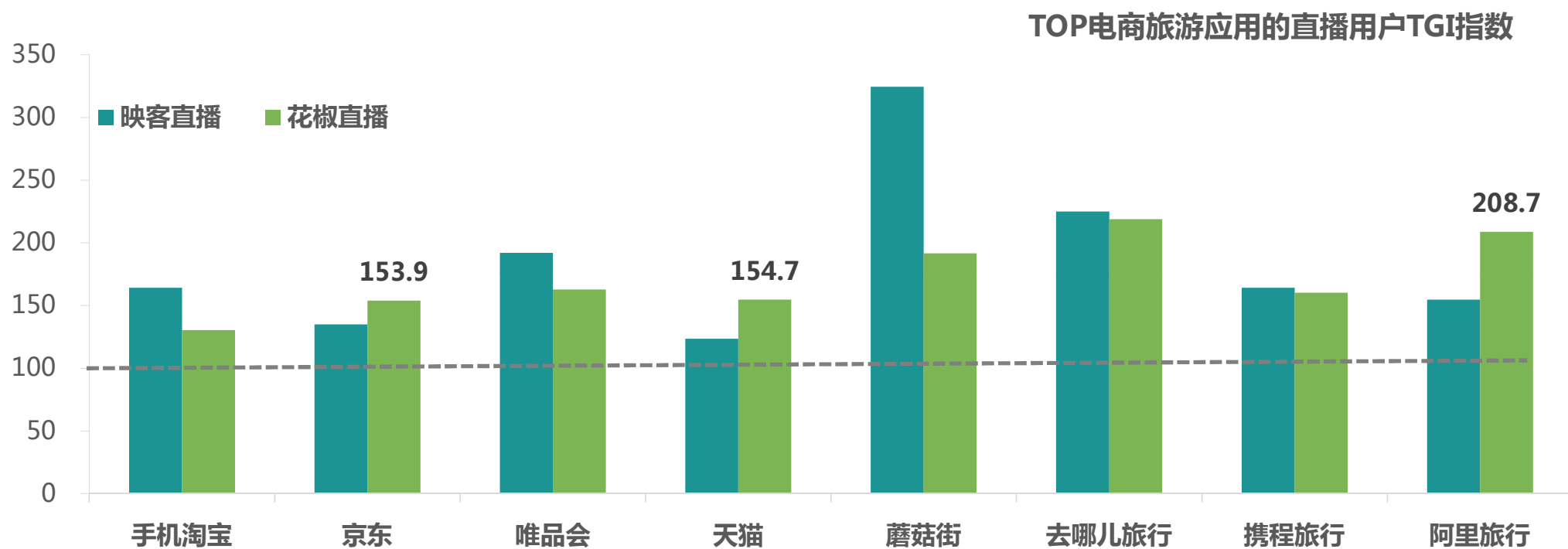
TOP10直播平台用户画像



2017年1月数据

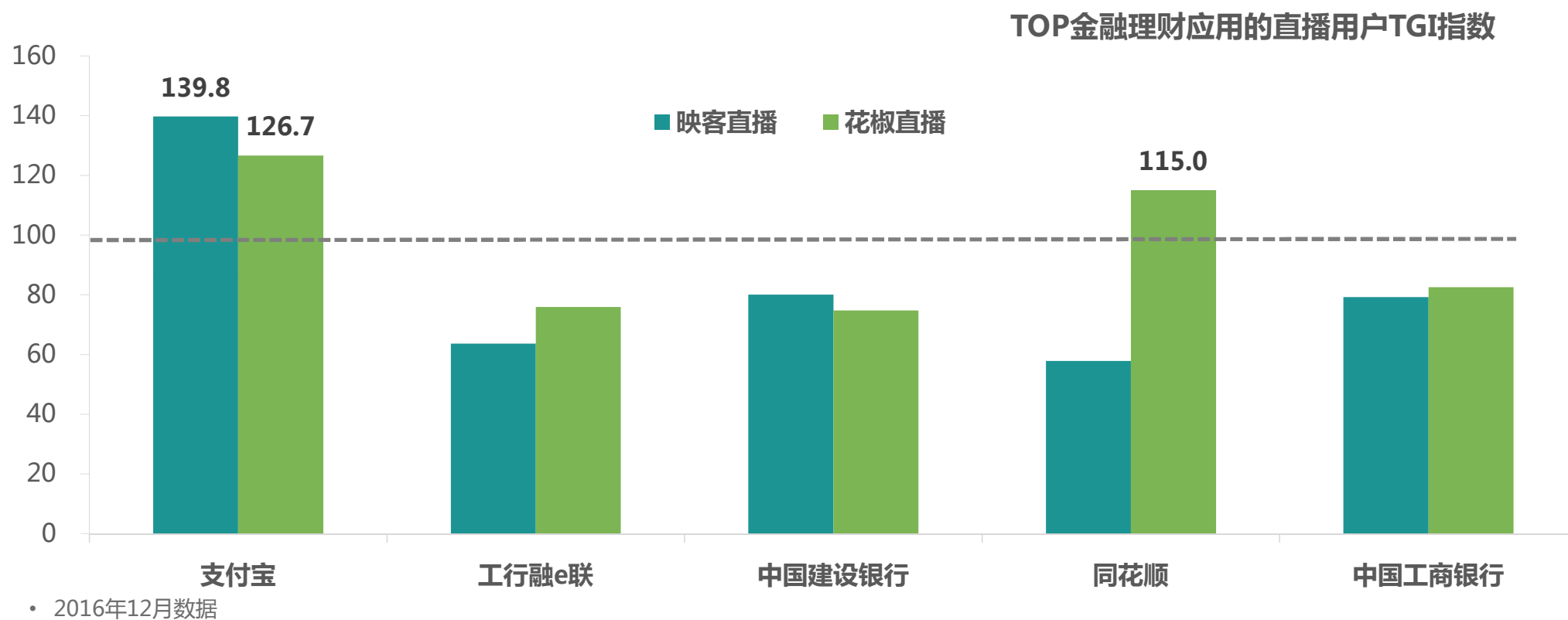
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

直播用户使用电商旅游类应用的习惯明显高于全网用户



- TGI指数 = [目标群体中具有某一特征的群体所占比例 / 总体中具有相同特征的群体所占比例] * 标准数100，TGI指数大于100，表示目标群体占比大于平均水平。2016年12月数据

直播用户使用银行类应用的习惯略低于全网用户



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Part IV 商业价值篇

主流直播平台开始“直播+电商”商业化探索

视频直播逐渐成为社交平台的标配

视频直播不仅是媒介，还成为娱乐、内容生产及网红电商的重要场景

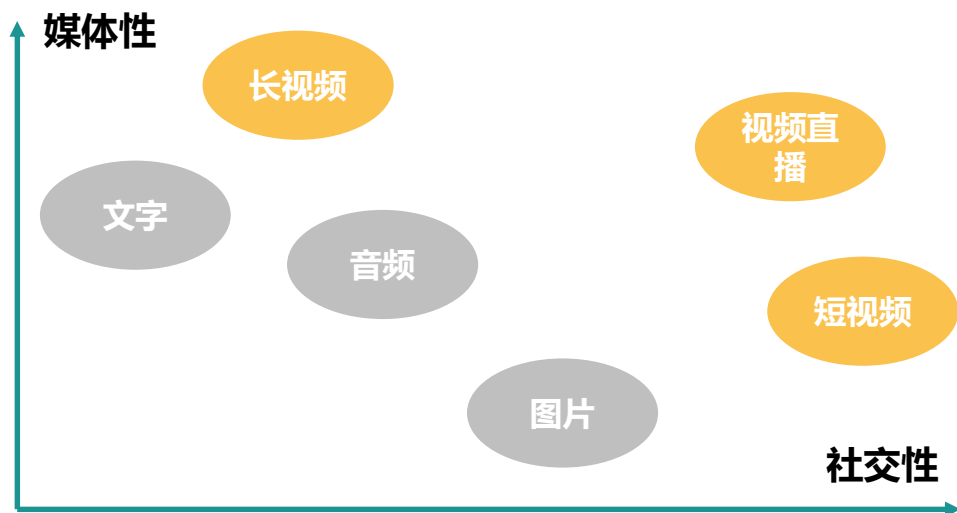
视频直播有很强的媒体性和社交性

媒体性

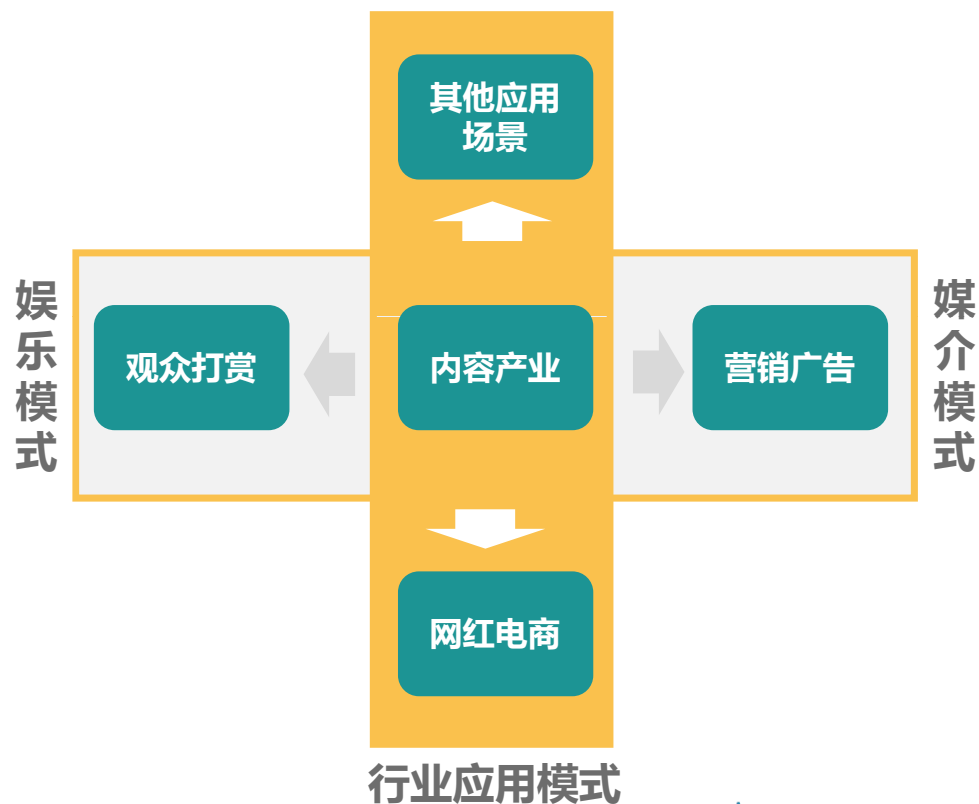
视频直播产生真实、即时、互动内容，结合不同特色的主播，创生出多领域、多元化的内容

社交性

基于既有的社交关系，采用真实性、即时性、互动性更强的视频直播媒介进行互动，增强现有社交关系或创造新的社交关系



视频直播不仅是媒介



直播+电商至少存在营销广告、网红电商、场景电商三种应用模式

主流直播平台纷纷开始直播+电商的商业化探索，存在营销广告、网红电商、场景电商三种应用模式

直播+场景+电商

场景是新的流量入口，直播改变传统消费模式，符合90后从货架式购买向体验式场景化消费转变的趋势

真实场景，提升用户消费体验

沉浸式体验，刺激用户付费

直播+网红+电商

网红带动流量，网红直播提升用户购物体验，丰富用户购物参与感，促进电商销量转化

更多维呈现，升级用户购物体验

强用户交互，影响用户消费决策

直播+营销广告

借明星网红主播，真实、即时的直播内容及强互动直播媒介，可以开展一系列互动营销广告活动

营销：内容植入、礼物定制、活动播报等

广告：全媒介品牌展示

借助“双十一”，主流直播平台启动“直播+电商”的商业化探索

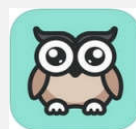
借“双十一”契机，映客、花椒、一直播等主流直播平台开启了“直播+电商”商业化探索的第一步，并取得了显著成效

主流直播平台 电商合作分析

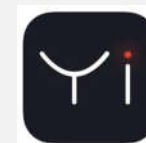


定位

花椒直播定位强明星与强互动的社交直播平台，双十一与淘宝合作，且与京东与苏宁开展独家合作



映客直播定位时尚高端的视频直播平台，与天猫结成战略联盟，双十一展开全面合作



一直播定位娱乐与社交直播平台，双十一与淘宝展开合作

优势

流量优势：背靠360，入口遍布360全平台
用户优势：网红带动的流量用户粘性高，保障电商转化率
明星优势：明星直播成为标配

先发优势：2015年底，映客直播经过留学生及富二代早期种子用户爆发式增长，持续占据全民直播行业首位

流量优势：背靠新浪微博，拥有雄厚的观众基础
明星大V优势：拥有新浪微博的明星大V资源

合作效果

京东合作效果：定制礼物品牌曝光；场景化设计；直播间浮窗按钮直接导流；网红主播带动用户互动，实时直播产品展示并实现链接跳转购买转化

千万元广告费，与天猫资源互换

网红张大奕、王思聪前女友雪梨销售破亿

视频直播成为社交平台的标配，激活主播和用户、创生内容、提高变现能力

视频直播逐渐成为社交平台的标配，作为一种新型互动媒介，能够激活主播和用户、创生内容、提高变现能力

陌陌、新浪微博、Blued等主流社交平台已纷纷通过自主开发或合作，开启视频直播尝试，并取得了卓越的成效

“社交+直播”应用价值

激活用户

90后作为社交平台的主流用户，除图文之外，需要借助更加真实、即时、互动的视频媒介进行社交

激活主播

视频直播激活社交平台的明星大V、美女、意见领袖、专家成为主播，从而进一步吸引用户、提升用户粘性

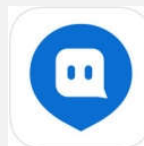
创生内容

主播创造内容并与观众互动，提高用户粘性，并进一步反哺社交关系链

提高变现能力

通过观众打赏变现，基于直播媒介创造新的营销模式，丰富平台的互动营销体系，产生更深层次的营销价值

主流社交平台直播应用分析



应用价值

激活用户和主播
创生娱乐内容
提高变现能力



应用模式

内置频道陌陌直播
独立APP哈你直播



应用效果

2016年Q3直播
收入达到1.086亿
美元，股价一度
冲高到25.54美元

激活明星大V主播
和用户
创生兴趣内容
提高变现能力

与一直播合作；
微博直播

2016年，新浪微
博广告营销收入
加速增长，股价
一度冲高到53.08
美元

激活用户和主播
创生兴趣内容
提高变现能力

内置直播频道

直播上线1个月盈
利，有近10万名
主播



Trust Us, Trust Data

