



2017年第4季度 中国移动直播市场季度盘点分析



分析范畴

- 本分析主要针对2017年第4季度中国移动直播市场发展情况进行解析，包括市场热点、竞争分析、典型厂商动态等；
- 本分析涉及的关键字：移动直播、娱乐直播、企业直播、直播综艺等；
- 本分析主要覆盖的国家和地区：主要包括中国大陆，不包括港澳台地区。



数据来源

- 易观千帆：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

目录

01 中国移动直播市场热点解析

02 中国移动直播市场竞争分析

03 中国移动直播市场典型厂商



中国移动直播市场-热点解析

NO

： 夯实平台发展策略，积极探索直播变现新玩法

- 2017年3季度末各移动直播平台纷纷改版，第4季度各平台相继推出与平台特色、战略布局相匹配的新活动，并在第4季度中出现了直播+电商、直播+答题、直播+小视频的全民活动热潮，为各家探索直播变现开拓新方向。



陪你一起玩，打造陪伴式直播

- ◆ YY四季度继续推出“陪你一起玩”系列，新上线表情消消乐、PK小游戏、陪我、吃货脸萌，不断增强互动属性，扩展变现方式。
- ◆ 12月9日，YY与广东省翡翠产业协会等单位联合主办的《翡翠产业文化创新推动联盟》发布会，打造翡翠行业最大共享直播社区。

YY陪你一起玩
系列在快乐大本
营宣传



玩转直播+，渗透各垂直领域

- ◆ 一直播双十一投入3000万开启红包预热活动，在双十一活动期间，电商网红成交1837万，电商达人成交154万。直播+电商模式日趋成熟。
- ◆ 1.6.7版本新增小视频板块，一直播母公司一下科技旗下拥有的两款热门短视频产品，秒拍、小咖秀，在当下直播+短视频的融合趋势下，必然会对一直播带来正向影响。



电商网红张大奕
双十一当天在一直播活动中成交313万



社交+游戏互动

- ◆ 2017.12.23日映客直播上线黄金手指答题活动，引领直播互动答题风潮，再掀全民狂欢。



视频交友，增强平台互动

- ◆ 自APP6.0改版过后，花椒直播陆续推出短视频、开趴、碰碰等功能，逐渐转型视频交友平台，通过社交属性增强用户粘性。

数据来源：易观基于一直播运营数据整理

年度盛典成直播行业标配，强化品牌IP与促活拉新

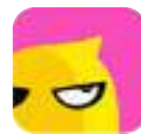
- 2017年，直播的一个内容风向标是各大直播平台纷纷举行重磅主播评选，并进行盛大的线下颁奖礼和明星表演，形成了直播平台特色的草根主播+明星结合的表演模式。直播平台年度盛典结合直播特性以及各平台自身属性，做出了许多特色，打造出各平台的盛典IP；
- 对于平台而言，盛典是一种非常有效的运营手段，一个盛典的收获相当于一年的常规运营。就用户运营而言，它可以增加存量用户黏性，还可以通过拉票等比赛机制拉新促活。就商业变现而言，将比赛PK与用户打赏直接结合，则让盛典成为刺激用户消费的手段。



配合年度盛典，YY在12月上半月举行了比赛以及面向公会、主播的奖项设计。2017YY直播年度盛典引入“嘉年华活动”，白天做线下狂欢节，粉丝可与主播近距离接触和参与到各种线下娱乐Party，晚上年度盛典则包括了娱乐、交友、约战等内容。



一直播重视主播和公会两个关键创作角色，2017年一直播“放肆一下”年度盛典12月上半月进行工会赛决赛，下半月进行个人赛决赛。优胜主播将获得参加“微博之夜”的奖励，不断完善红人产业链。并为2018年初“放肆一下”盛典活动预热。



8月起，花椒为筹备年终盛典——“花椒之夜”，开展《巅峰之战》的线上决选。2017“花椒1218直播节”携手北京卫视通过主流电视媒体同步直播。“1218直播节”不仅因首次上星备受瞩目，在明星阵容和盛典规模方面更是投入大手笔。

内容探索热度不减，节目形式及类型趋于多样化

- 直播平台最主要的是主播和内容，随着主播价格越来越高，内容版权越来越贵，各家也开始尝试自制内容。为提升平台差异化竞争能力和用户活跃度，各移动直播平台从2016年开始就逐渐在直播综艺领域展开布局，不断投入对直播内容的探索；
- 2017年4季度，继直播综艺外，各直播平台在内容上的创新热度不减，推出了竞猜类、法治类、探险类等多样化的节目类型。

野外探险直播节目



作为国内首档野外探险主题的大型直播互动综艺节目，《荒岛求生》在在星瞳直播，爱奇艺旗下奇秀直播等平台播出。作为一个野外探险类的节目，《荒岛求生》节目不仅仅追求画面的质感和节目的趣味性，节目组还希望通过这个节目，把人们日常鲜有接触的野外求生知识传播给用户。

节目通过主播的视角，通过主播的真实经历带领用户在紧急生存环境中体验如何利用自然环境，去寻找可以利用的资源。

竞猜直播类节目



直播答题的创新-“少数派”玩法：少数派玩法则和“多数派玩法”思路相反，在没有标准答案重在体现态度的题目中选择“可能较少人选”的选项即为站队成功。

陌陌联手星驰传媒一起共同探索综艺内容的新玩法，一档名为《多数派选择》的全民首档互动竞猜直播综艺节目应运而生。此节目以“百万奖金”为切入点，设置了大量时下热点、极具话题性、趣味性、争议性的题目。

法制类直播节目



随着网络的快速发展以及移动终端与网络的结合，人们接受信息的渠道也越来越丰富，直播平台成为权威机构在多媒体、多形式下尝试的全新传播渠道。

《法官来了》由北京市法制宣传教育领导小组办公室、北京市委政法委宣传处、北京市高级人民法院新闻宣传办公室监制，花椒和小鸟飞翔联合出品。《法官来了》每期邀请一位优秀法官为网友讲解当下的热门法律案件。



中国移动直播市场-竞争分析

NIO

2017年4季度，活动齐发娱乐直播领域活跃用户显著增长

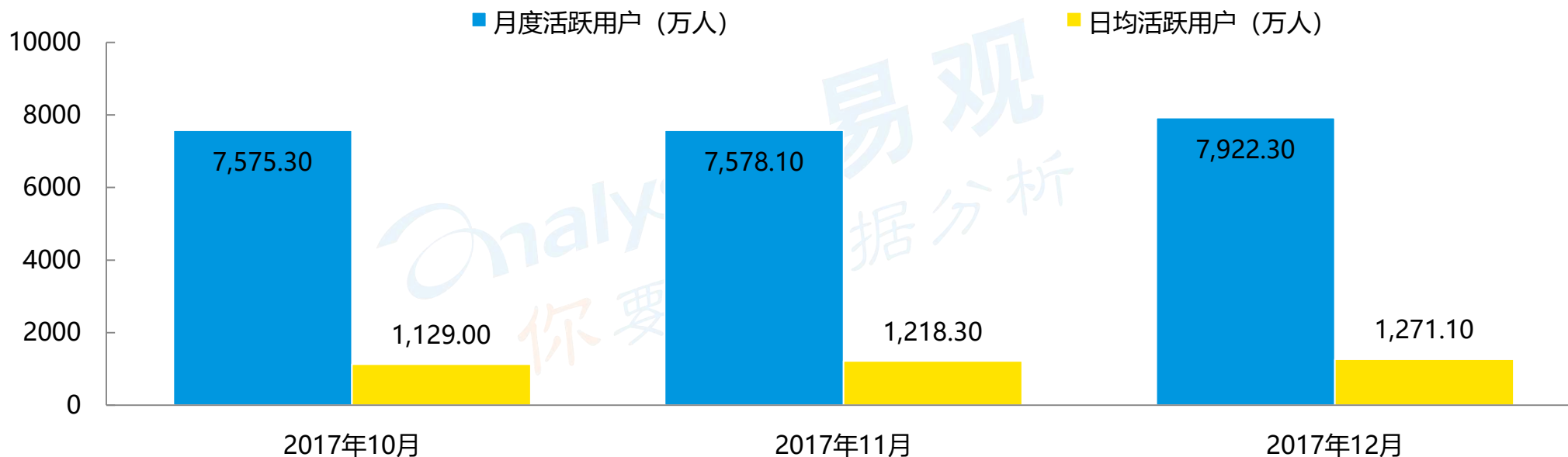
7922.30 活跃用户
(万人)

210,534.4 启动次数
(万次)

29,832.4 使用时长
(万小时)

数据来源：易观千帆
数据周期：2017年12月

2017年第4季度娱乐直播领域活跃用户情况

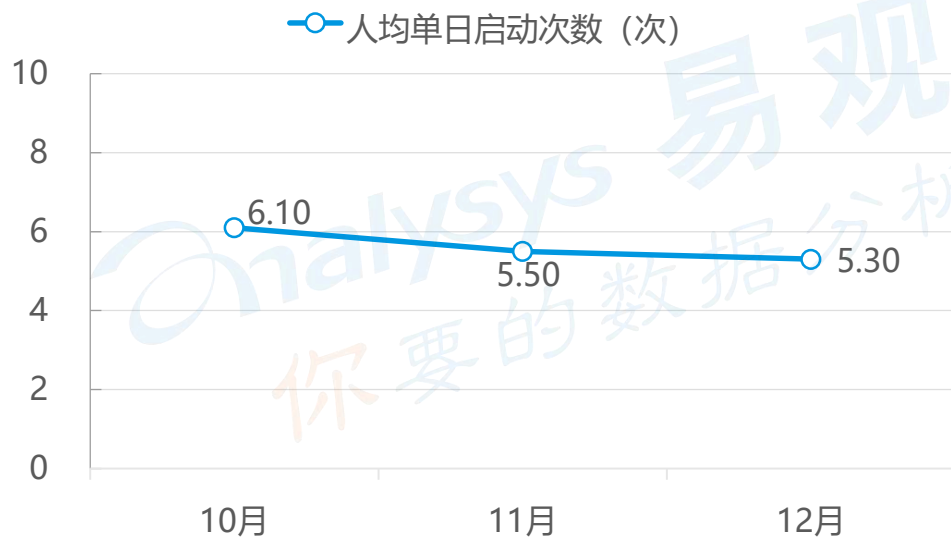


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

2017年第4季度，娱乐直播用户活跃度和粘性趋于稳定

- 下半年，随着移动互联网人口红利的消失，直播平台的流量从单纯的追求增量用户，转变为升级产品功能及精细化运营。2017年第4季度，娱乐直播领域核心用户的活跃度及粘性已趋于稳定；
- 根据Analysys易观千帆监测数据显示，第4季度娱乐直播用户人均单日启动次数和人均单日使用时长相对平稳。12月，娱乐直播人均单日启动次数为5.30次，用户人均单日使用时长为45.40分钟。

2017年第4季度娱乐直播用户人均单日启动次数



2017年第4季度娱乐直播用户人均单日使用时长



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

娱乐直播应用用户集中度加大，一直播移动全网用户渗透率领先

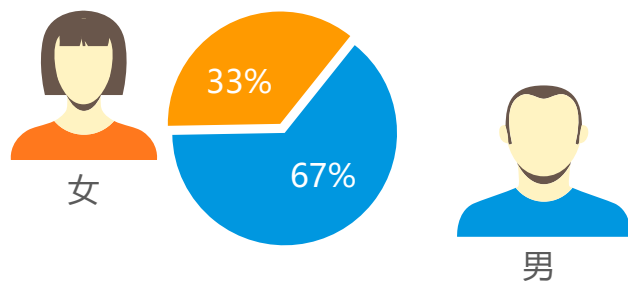
2017年第4季度中国主流娱乐直播平台移动全网用户渗透率TOP10



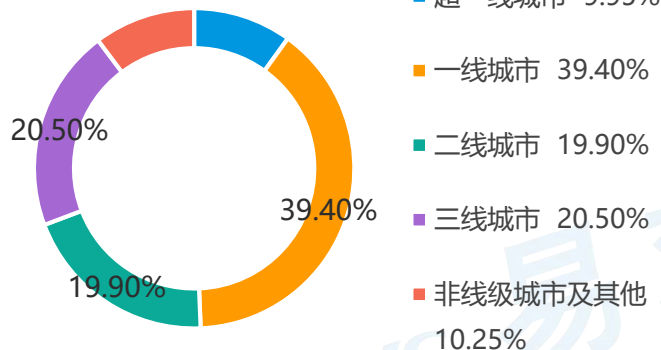
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

一线城市具有中高消费能力的年轻男性是娱乐直播的核心用户

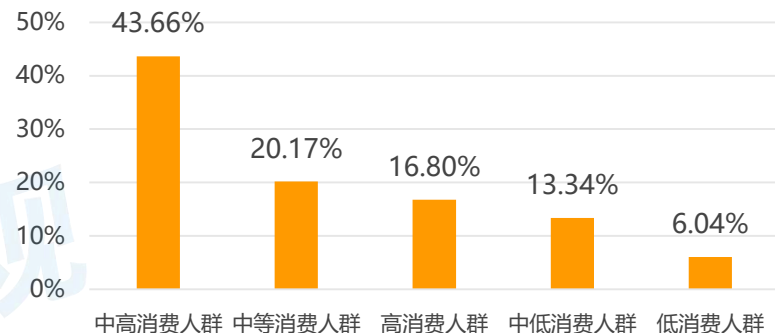
娱乐直播用户性别分布



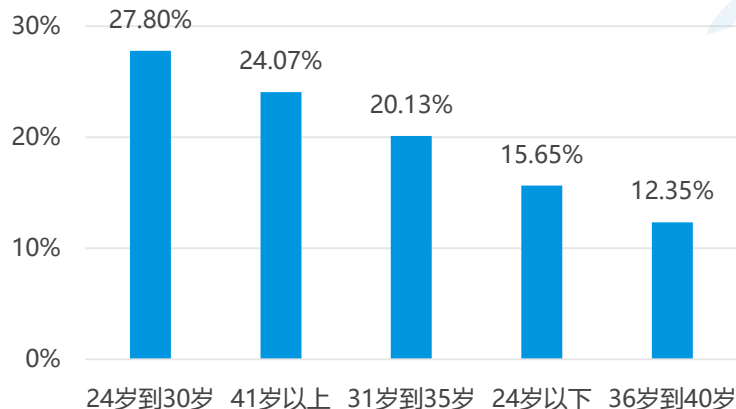
娱乐直播用户地域分布



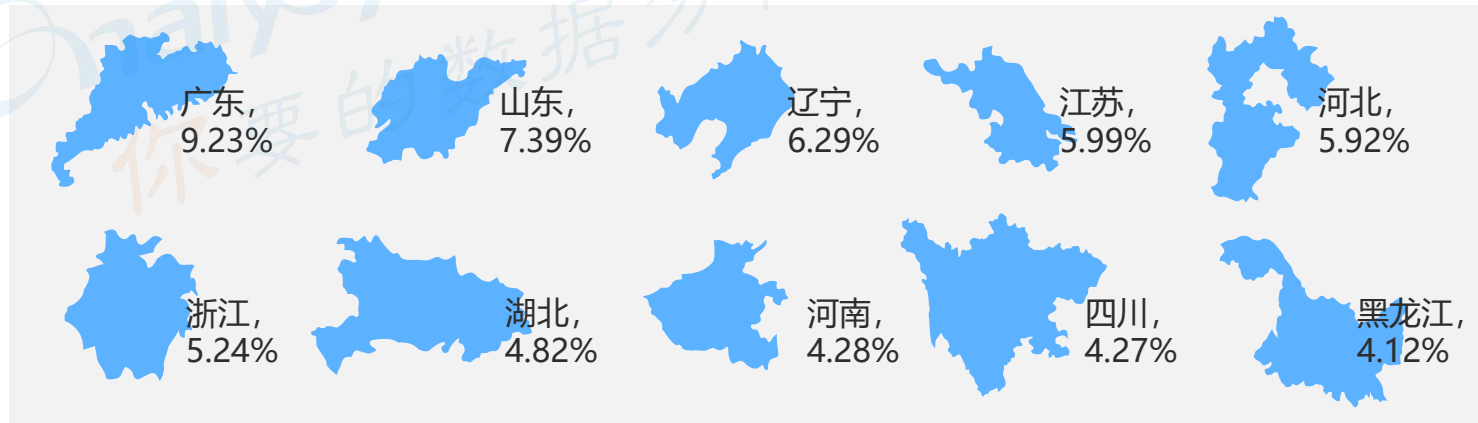
娱乐直播用户消费能力分布



娱乐直播用户年龄分布



用户省份覆盖率TOP10省份

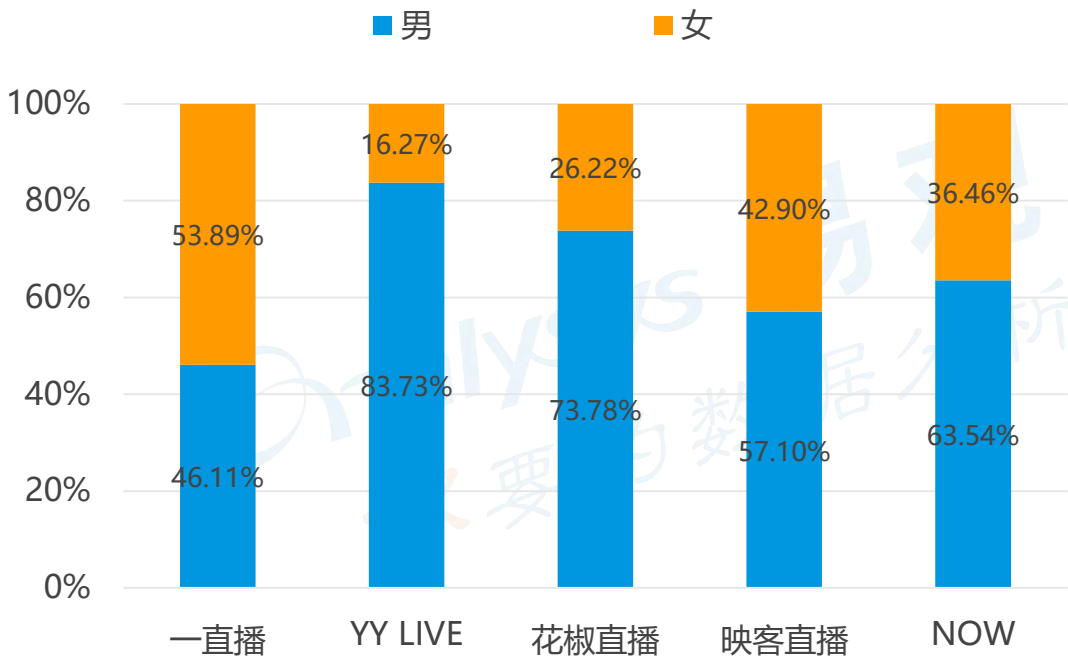


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

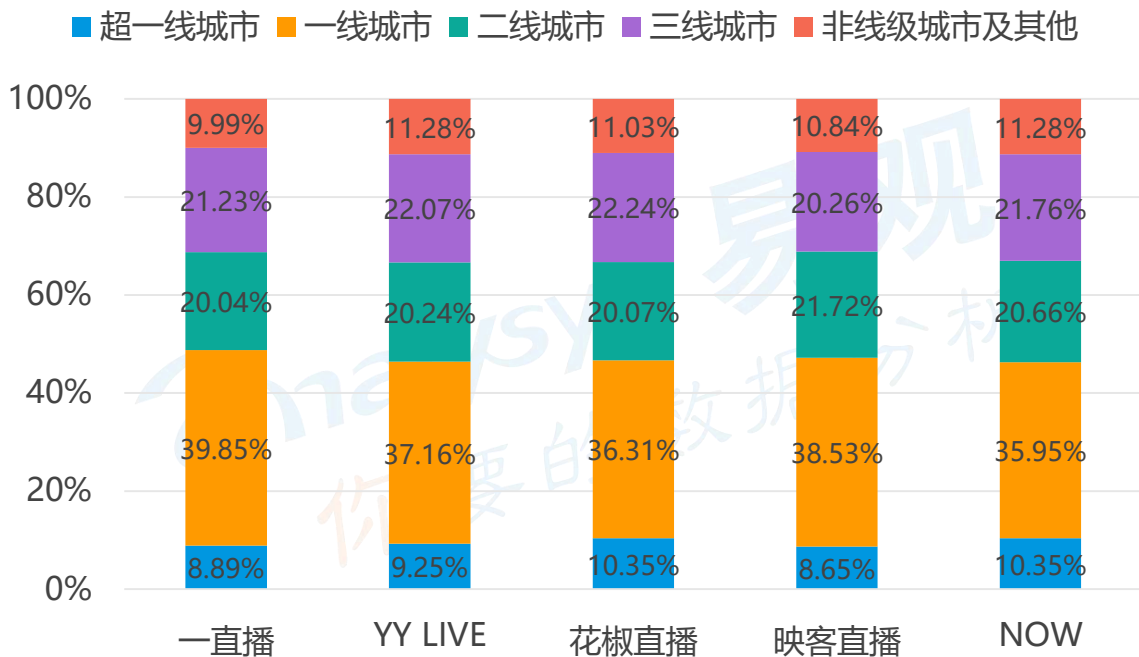
直播用户性别分布均衡，且一线城市用户居多

根据Analysys易观千帆监测数据显示，TOP5娱乐直播APP中YY LIVE、花椒直播男性用户居多，一直播、映客直播、NOW用户性别分布相对均衡。在用户地域分布上，TOP5娱乐直播APP一线城市用户居多。其中，一直播用户性别分布最为均衡，且一线城市用户居多。

TOP5娱乐直播APP用户性别分布



TOP5娱乐直播APP用户地域分布



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



中国移动直播市场-典型厂商

NIO

一直播强化发力直播+电商，全面升级平台-网红-用户生态链

- 2017年双十一直播+电商活动中，共举行4场营销预热活动，双十一当天共790位达人参与，成交金额1991万，强力推动网红经济变现。
- 一直播母公司一下科技与微博为战略合作伙伴，二者互联互通，打造移动视频生态联合体。在12月6日微博举办的V影响力峰会直播论坛上，微博直播推出“超级主播大V计划”，与一直播签订“金牌约”共同整合大批资源扶植主播，对不同级别入驻主播进行梯度扶植。另外，一直播年终“放肆一下”年度盛典获胜主播，受邀“微博之夜”线下盛典链接优质资源。

一直播深化平台自有活动品牌，盛典玩法升级；
加入短视频功能，完善视频生态链

一直播通过平台活动不断推出全新头部大V，赋能优质主播，完善网红经济产业链条

平台端



- **打造“放肆一下”盛典品牌：**2017年“放肆一下”年终盛典较去年增加平台内活动，12月平台进行放肆一下年度盛典活动预热，上半月举行工会赛，下半月举行个人赛，深化盛典品牌；
- **直播+短视频：**一直播1.6.7版本上线短视频板块，正面迎接短视频热潮，加速二者的融合渗透，布局视频生态链，增加用户粘性，适应用户新需求。

网红端



- **电商网红+电商达人全面覆盖电商活动：**一直播双十一主播+直播+电商玩法中，由超级红人+头部红人+腰部红人的网红矩阵，全面加入电商活动，在多个活动中，扩展腰部红人打造头部红人的策略逐渐成型；
- **年度盛典打造新网红：**2017年12月一直播举办放肆一下盛典预热活动，上半月为工会赛，下半月为个人赛，个人赛共分男神、女神、艺人、小蜜蜂、嗨咖、新人6个赛道，各赛道TOP2主播将首要出席“微博之夜”线下盛典，链接优质资源。

直播市场已成为存量市场，提高用户粘性 & 用户付费转化率是直播平台的重要发力点

用户端



- **双十一粉丝回馈活动激发用户参与：**2017年双十一直播购买活动，首次进行回馈粉丝的福利，在直播间购买商品，有机会获得价值999900金币的[世界公告]全站飘屏；
- **其他活动：**10月20日开始送3000玩红包，双十一当天直播间推出10秒双十一AR广告，引导用户购买。

YY LIVE推出年度盛典和嘉年华，搭建主播与粉丝“新型关系”

- “2017YY嘉年华”盛大活动在广州长隆欢乐世界举办，28个游乐展区、20多个品类展区、超过300位最火主播，吸引数万用户来活动现场与主播近距离互动；
- YY嘉年华首度最大规模将线上直播内容与线下用户活动无缝连接，并与直播晚会“YY年度盛典”首次形成“嘉年华+年度盛典”1+1>2的双响炮效应，奠定YY LIVE“主播粉丝大狂欢+年终荣誉盘点”的双引擎模式，引领“陪伴经济”下的泛娱乐全民直播文化。

活动嘉年华，创新直播场景和互动玩法

- 在嘉年华现场，分为主舞台、歌舞舞台和脱口秀&喊麦三大舞台，有超过20个品类的展区供粉丝与主播互动；
- 二次元、游戏直播、约战.....YY各个频道覆盖了活动现场，现场随处可见粉丝与主播的近距离交流。比如在游戏直播区，粉丝可与王者荣耀WeFun战队进行比赛；
- YY约战成立于2015年，累计开启了500多万场真人在线实时竞技，开创了真人互动PK直播的先河。这次嘉年华更是直接把互动PK从线上搬到了线下，粉丝还可以现场单挑主播。



百位主播点亮年度盛典，粉丝刷屏“完胜演唱会”

- 众多明星大咖和YY人气主播降临现场，除了明星嘉宾的精彩表演，在现场YY人气主播还为观众带来了诸多原创歌曲。崔阿扎在现场演唱《算了》还有鳄鱼熊的《我们都变了》、木梳的《热血春秋》等等；
- 百余位YY获奖主播与获奖公会代表接受颁奖，包括全品类Top5主播，崔阿扎、大佛、沈曼、毕加索等，以及获得年度王者公会前三名的娱加公会、舞帝公会、话社会。



花椒主打直播视频互动，1218直播节线上狂欢

- 花椒主打美颜视频交友，陆续推出“开趴”、“碰碰”，在布局短视频的同时增强直播互动交友平台属性，提升用户留存率，满足拉新需求；
- 将年终盛典打造为1218直播节，与北京卫视强强联合，将1218直播节现场双重曝光，为主播们增加粉丝人气、商演合作、提升个人品牌知名度等方面带来更多机会，在直播造星道路上投入资金与资源支持。

碰碰：附近的人+短视频+交友+直播互动

- “开趴”功能：用户可以随机进入“开趴大厅”的房间，与陌生人或好友同步互动交流。将传统直播一对多的互动模式升级为多对多，实现连接真实的人与人，解决用户的交友需求。
- “碰碰”功能：查找附件的人，呈现陌生用户录制好的短视频，选择喜欢或不喜欢，双方互选喜欢即可配对成功，建立联系。



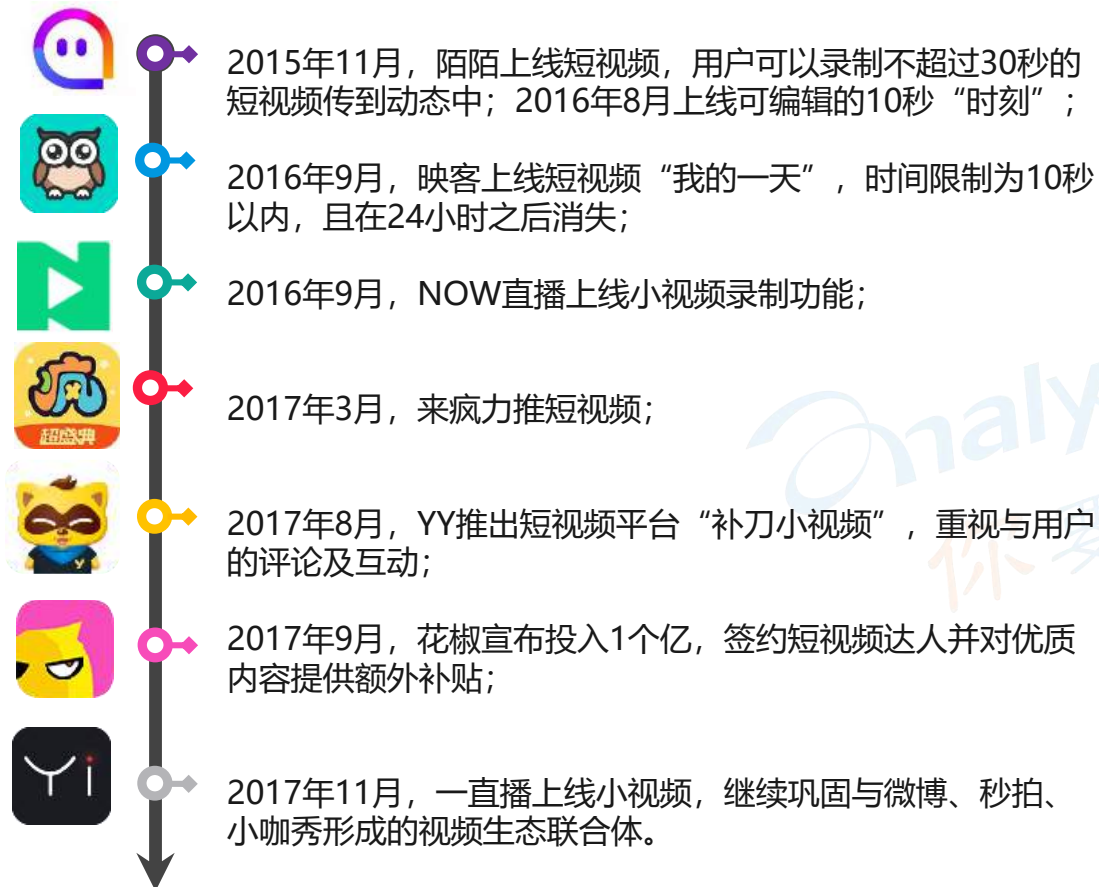
线上线下联动上星卫视，花椒巨资打造行业首个直播节



- 花椒1218直播节于12月18日正式登陆北京卫视黄金档，成为直播平台首次上星的年终盛典，这意味着“1218直播节”影响力也不再局限于线上，而是向全国观众同步播出。
- 除了范冰冰、张继科、张震岳等明星大咖助阵外，花椒平台300名人气网红主播集体亮相直播节与明星同台。这些主播是在花椒直播线上线下“巅峰之战”历时3个月层层选拔出兼具人气和实力的专业主播，集人气和才华于一身。

直播+短视频如何融合突破成为直播平台新课题

直播平台短视频上线时间梳理



易观根据网络公开资料整理



直播平台对短视频板块均有布局, 但各家侧重点各有不同

- 陌陌、花椒侧重短视频交友, 花椒在技术与经验上有一定优势, 在直播间中可直接录制小视频;
- 映客强化短视频功能, 在APP中占据头部位置; NOW弱化短视频功能, 将其安置在热门后拉倒数第二位上;
- YY推出独立小视频APP“补刀小视频”, 是以评论为核心, 强化用户之间互动的社区产品;
- 一直播与母公司一下科技旗下的秒拍、小咖秀, 在资源互通, 内容互连的情况下, 在短视频内容上有其他直播平台短期内较难超越的优势。



直播+短视频 塑造新生态

- 随着直播平台逐渐上线短视频功能, 短视频平台纷纷加入直播功能, 二者有PK日趋走向融合;
- 直播具有即时互动性、沟通性、快速消逝性、强链接性, 而短视频具有的内容精细化、碎片化、弱链接性与其刚好互补, 可以解决直播留存问题以及主播多点曝光问题;
- 如何利用短视频增加用户粘性, 获取更多变现手段成为2018年直播平台的新课题。

主流移动直播平台年度优胜主播

一直播年度优胜主播



思思大王



咖咖



明宇



小宝~~~



vivian f



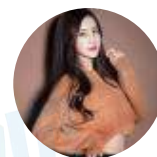
无知U



红军~



卢伟Lw



一菲



Sunny



旭美儿&
唱甜歌



司九九

花椒直播年度优秀主播



流云



老外没毛病



韩美



小喵大宝



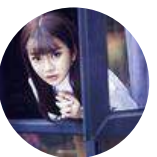
猫宁



袁小征



单良



方大头



小战士污拉雷



徐若汐
-歌剧演员



最咖音悦台



YU..

数据分析驱动业务升级

■ 易观千帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用