



2018上半年 中国网络直播行业 景气指数及短视频报告

中国信息通信研究院政策与经济研究所
网宿科技

关于《中国网络直播行业景气指数》

中国网络直播行业在进入2016年之后迅猛发展，行业和公众对“网络直播”保持高度关注。中国信息通信研究院政策与经济研究所与网宿科技股份有限公司合作推出《中国网络直播行业景气指数》，希望为行业从业者、投资者及公众衡量直播行业的发展状况、景气情况和用户行为提供新的视角和标尺。

中国信息通信研究院政策与经济研究所联合网宿科技，通过对直播网站及应用日志大数据进行发掘和分析，并综合吸纳市场公开数据，构建中国网络直播行业景气指数体系以及下辖的各项子指标，加权综合得出各指标数据，并进行交叉验证和用户交叉分析。中国信息通信研究院政策与经济研究所联合网宿科技从2016年第三季度开始将每半年发布《中国网络直播行业景气指数》，并对直播行业提出分析洞察。

本报告的著作权归中国信息通信研究院政策与经济研究所与网宿科技股份有限公司联合所有。所有引用，必须注明来源。以任何形式的转载，必须获得著作权人的同意。否则将保留追究相应法律责任的权利。本报告提供的信息仅供参考，对于任何因本报告引起的行为，中国信通院政经所和网宿科技一律不承担责任。

Key Findings

01

中国网络直播行业景气指数保持显著增长，直播答题、秀场电商直播、电竞直播提供了持续增长的内生力量。

02

直播内容超清化步伐加快，直播平台筹办自有电竞赛事和自制娱乐节目，并加大对原创达人的扶持力度，提高对内容质量的主导权。

03

直播平台积极布局短视频业务，引入AR特效丰富主播互动方式，并运用AI算法推送兴趣内容，以此提高用户黏性并把握流量留存。

目录

Content

01

直播景气指数

02

直播带宽增长

03

观众活跃力度

04

主播演艺热情

05

洞察与预测

06

短视频新观察

1
ONE

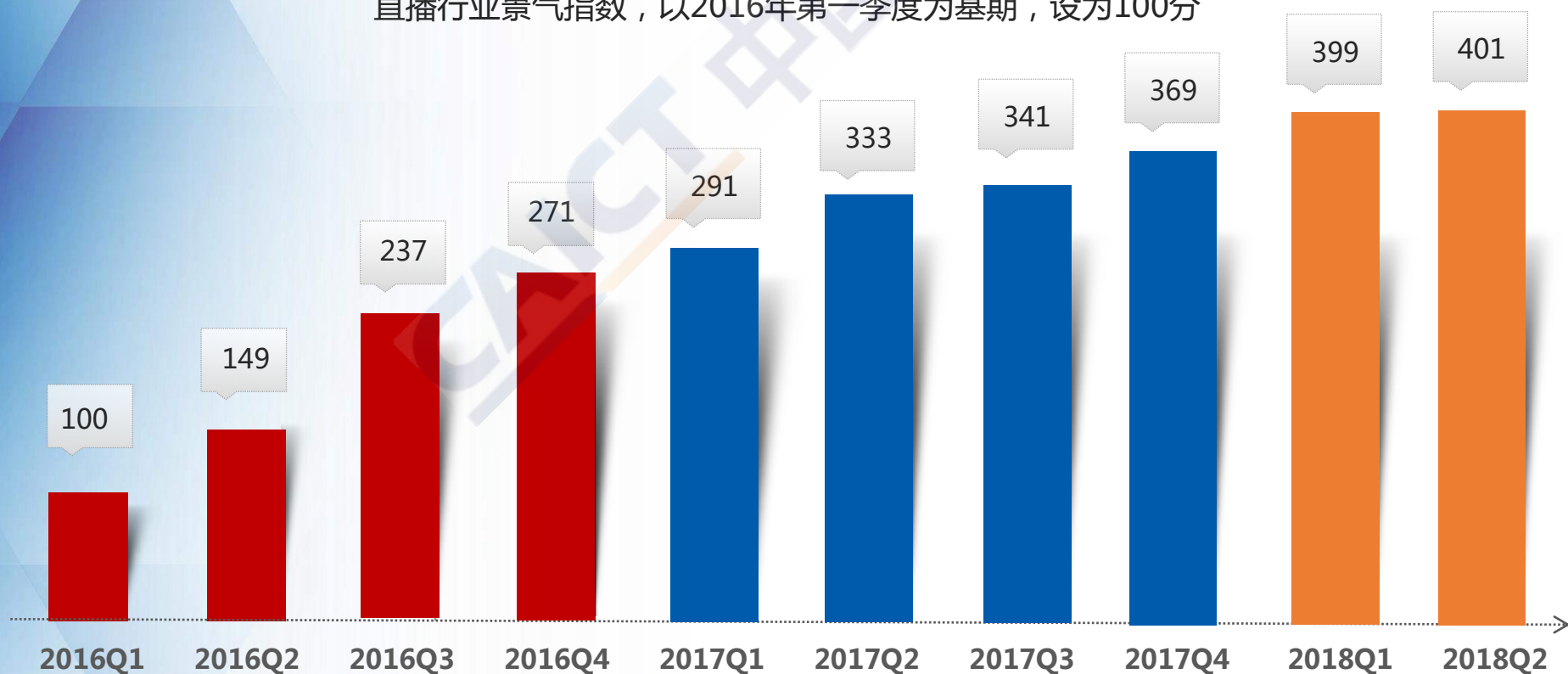
直播景气指数
业态融合，持续走强

2018上半年中国网络直播行业景气指数持续走高

- 截至2018年第二季度中国网络直播行业景气指数为401，同比增长20.4%，在游戏电竞直播、秀场电商直播、直播答题创新，以及IPO融资并购热潮，特别是与短视频业态融合发展等多重原因综合作用下，网络直播市场空间持续扩大。
- 网络直播行业景气指数由直播带宽、观众独立IP和同时在线、主播独立IP和同时在线，以及直播网站和应用货币化四方面指数综合加权得出。

2018上半年中国网络直播行业景气指数

直播行业景气指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

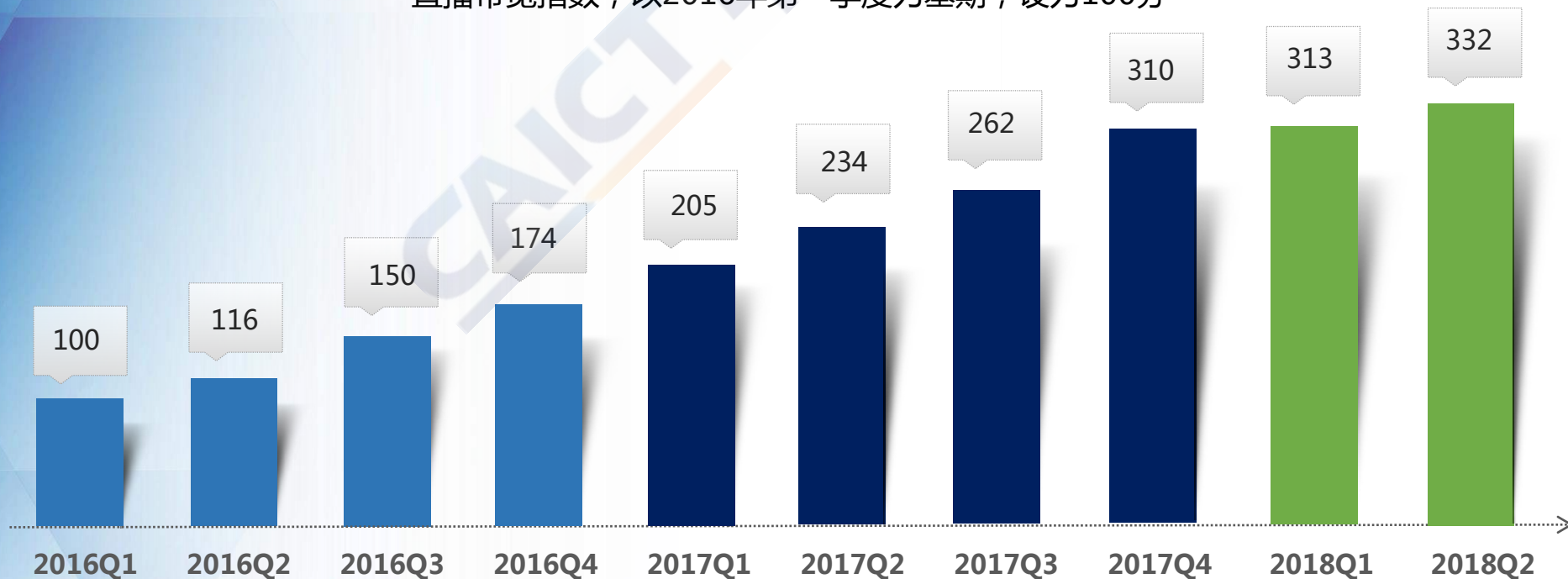


2018上半年中国网络直播带宽指数继续新高，动能丰富

- 2018上半年中国网络直播带宽指数保持高速增长，到第二季度达332，同比增长41.9%，持续增长的动能除了来自游戏电竞直播的带动、秀场直播与电商的融合发展之外，还有直播答题模式的创新驱动，以及直播内容高清化步伐加快的推动。
- 2018上半年网络视听领域的市场格局出现新的变化，网络直播平台为增强用户黏性，纷纷推出平台自有的电竞赛事和高质量节目，同时布局短视频业务以期实现联动效应。
- 加权统计网络直播服务带宽实时情况并结合公开数据，构建月度和季度直播带宽指数。

2018上半年全年中国网络直播带宽指数

直播带宽指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

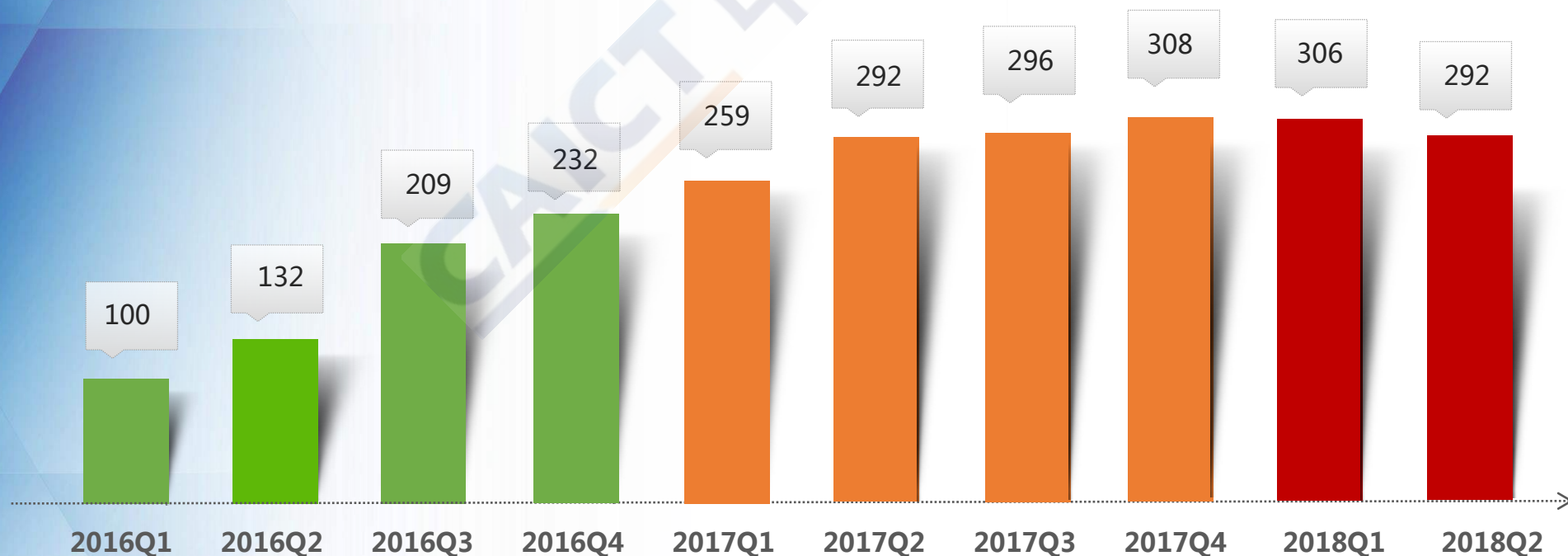


2018上半年中国网络直播观众指数激烈竞争下稳守高位

- 2018上半年中国网络直播观众指数保持高位，在第一季度受直播答题的带动，呈现出小高峰，而第二季度各项电竞赛事陆续启动也延续了直播观众热情。
- 2018上半年，网络直播观众面对短视频等新型视听内容的吸引，注意力焦点有所分散，但直播平台果断布局短视频业务实现用户导流，稳定了观众体量这一基本盘。
- 加权统计直播观众独立IP和同时在线人数，并结合公开数据，构建直播观众指数。

2018上半年中国网络直播观众指数

直播观众指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

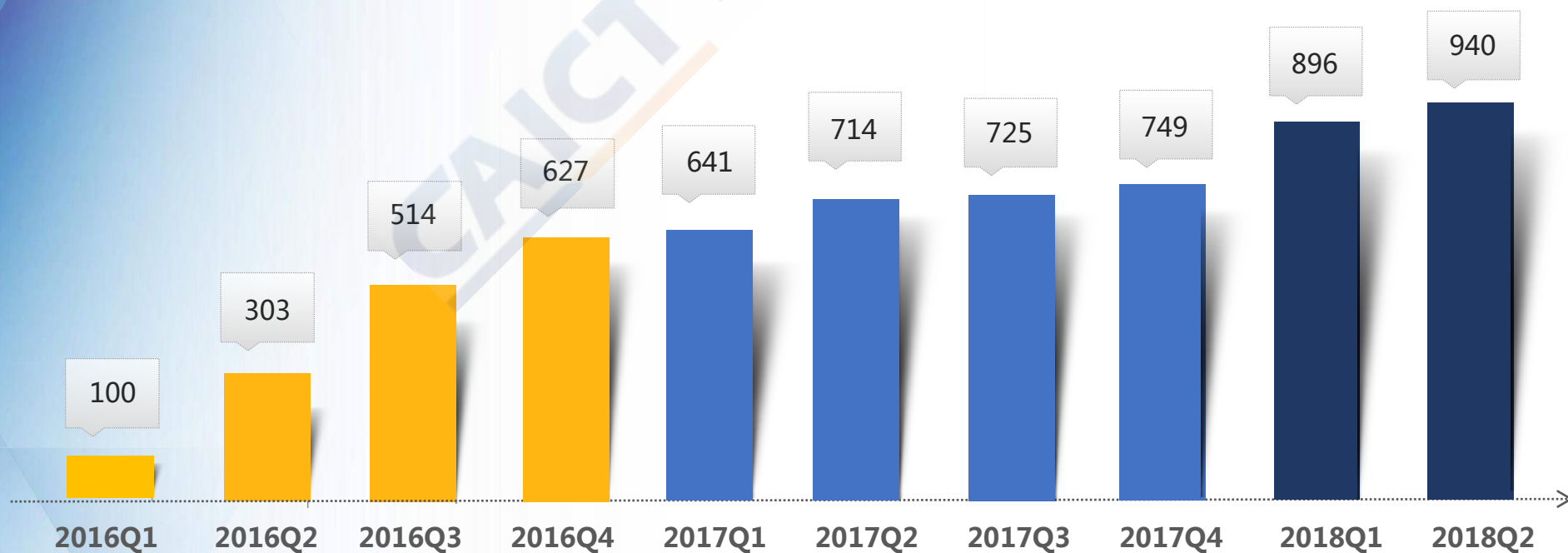


2018上半年中国网络直播主播指数大涨，新人来源多元

- 2018上半年中国网络主播热情持续升温加码，到第二季度达940，同比增长31.6%，动因来自6月年中购物季秀场直播的带动，以及短视频达人向直播平台的渗入。
- 2018上半年，短视频红人以及MCN旗下的内容原创者，为扩大影响力和用户流量，寻求打赏和营销变现，纷纷开设账号试水直播，丰富了新人主播的来源构成。
- 加权统计直播主播独立IP和同时在线人数，并结合公开数据，构建直播主播指数。

2018上半年中国网络直播主播指数

直播主播指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

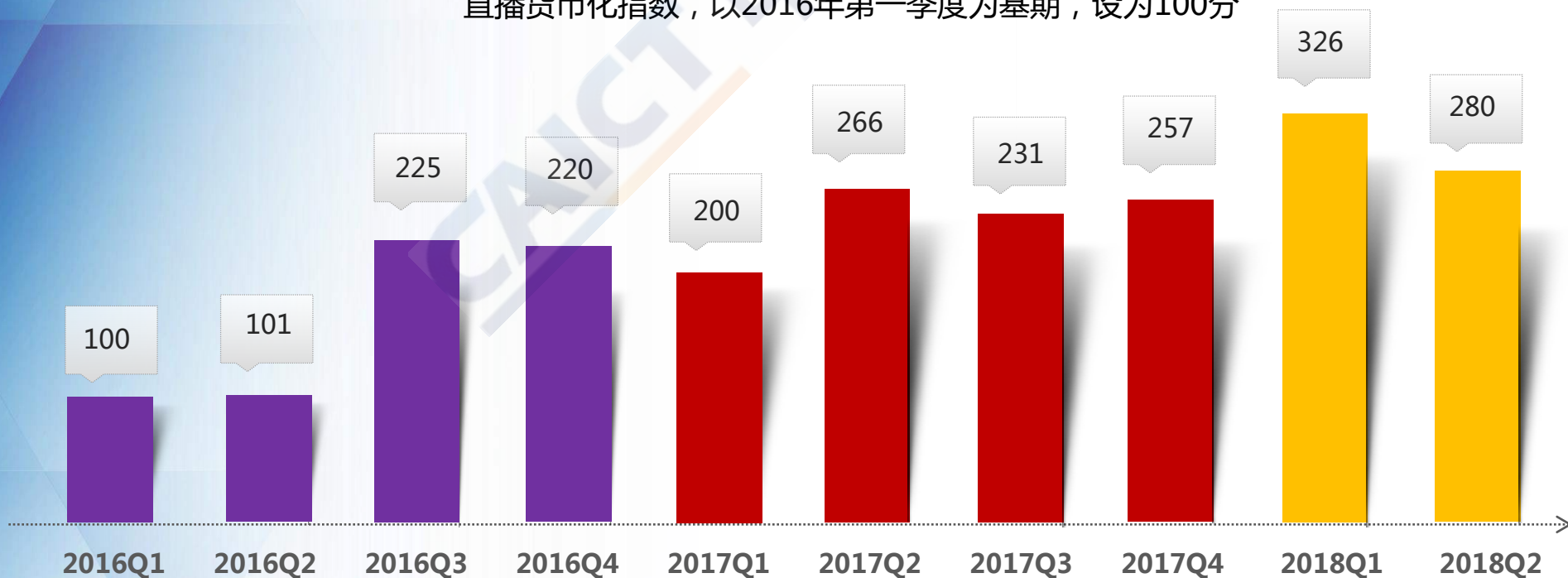


2018上半年中国网络直播货币化指数因上市热潮大涨

- 2018上半年中国网络直播货币化指数快速增长，第一季度创出新高，借上半年互联网企业上市热潮，网络直播企业正加快IPO或融资并购节奏，提升资本运用效能。
- 除用户打赏之外，直播平台尝试丰富广告营销盈利模式，推出与直播内容更契合的原生类广告特效或道具实现无缝植入，并打通与电商平台的数据链条探索销售转化。
- 通过加权统计网络直播行业公开的财务表现、融资并购情况，拟定直播货币化指数。

2018上半年中国网络直播货币化指数

直播货币化指数，以2016年第一季度为基期，设为100分



2
TWO

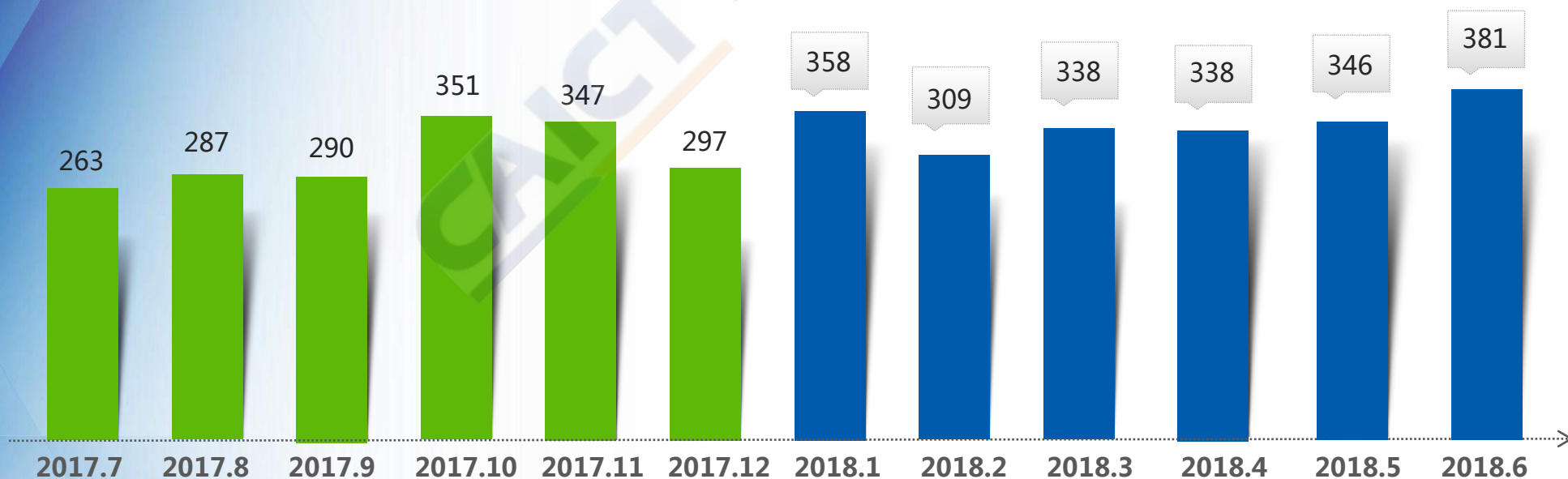
直播带宽增长
直播答题，一时无两

2018上半年中国网络直播带宽指数继续高位攀升

- 2018上半年网络直播带宽总量总体呈现上升突破态势，在6月创出新峰值，同比增长率达48%，而峰值增长源自暑期游戏直播和电商促销季秀场直播的带动；
- 直播带宽总量变化呈现出较为显著的季度性规律，在春节期间有所趋缓，在年中购物季和暑假都会提升；而上半年的主要变量则是1月份直播答题造就的热潮，一时风靡各个直播平台，推动春节前1月份直播带宽指数逆势创出新高。

2018上半年中国网络直播带宽总量增长情况

直播带宽指数，以2016年1月为基期，设为100分

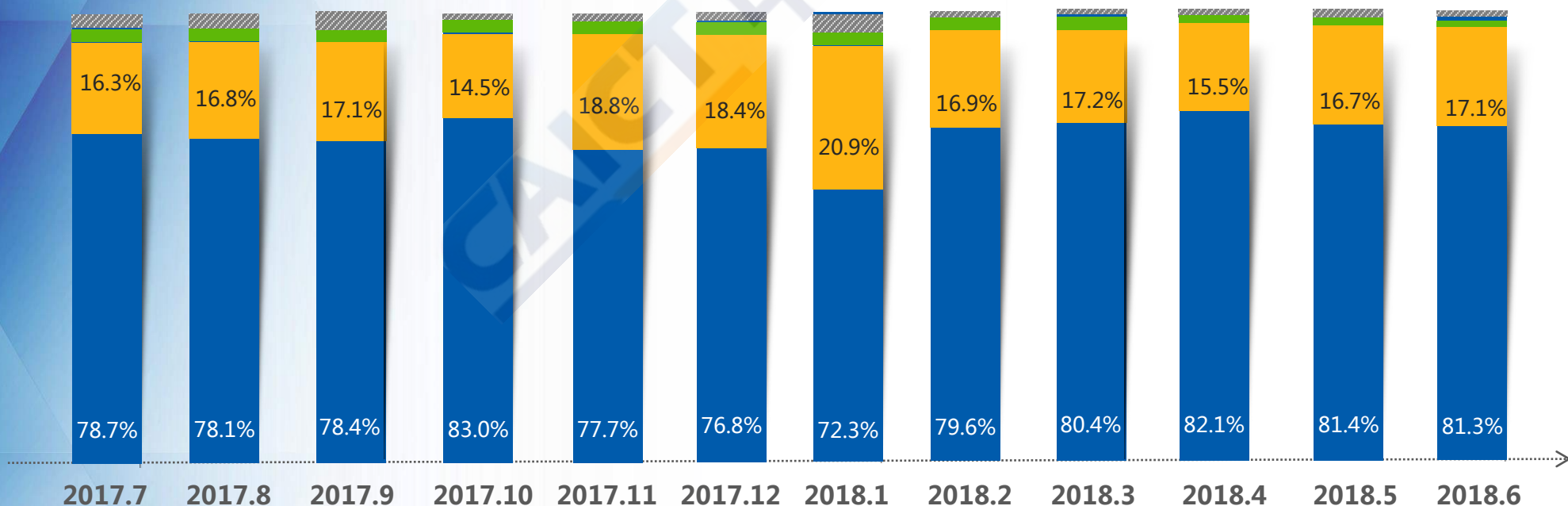


游戏直播依然是带宽增长的主力，直播答题火爆一时

- 2018上半年游戏直播依然是带宽占比的主要构成，普遍保持在80%以上；而秀场直播带宽占比保持平稳，约占16%左右，并且在6月电商促销季占据稍高的带宽用量。
- 2018年1月由于直播答题模式火爆，秀场直播纷纷试水布局，带宽占比一度突破20%之多，但随着监管趋严，直播答题有所降温，秀场直播带宽占比恢复常态。

2018上半年中国各类网络直播带宽占比变化

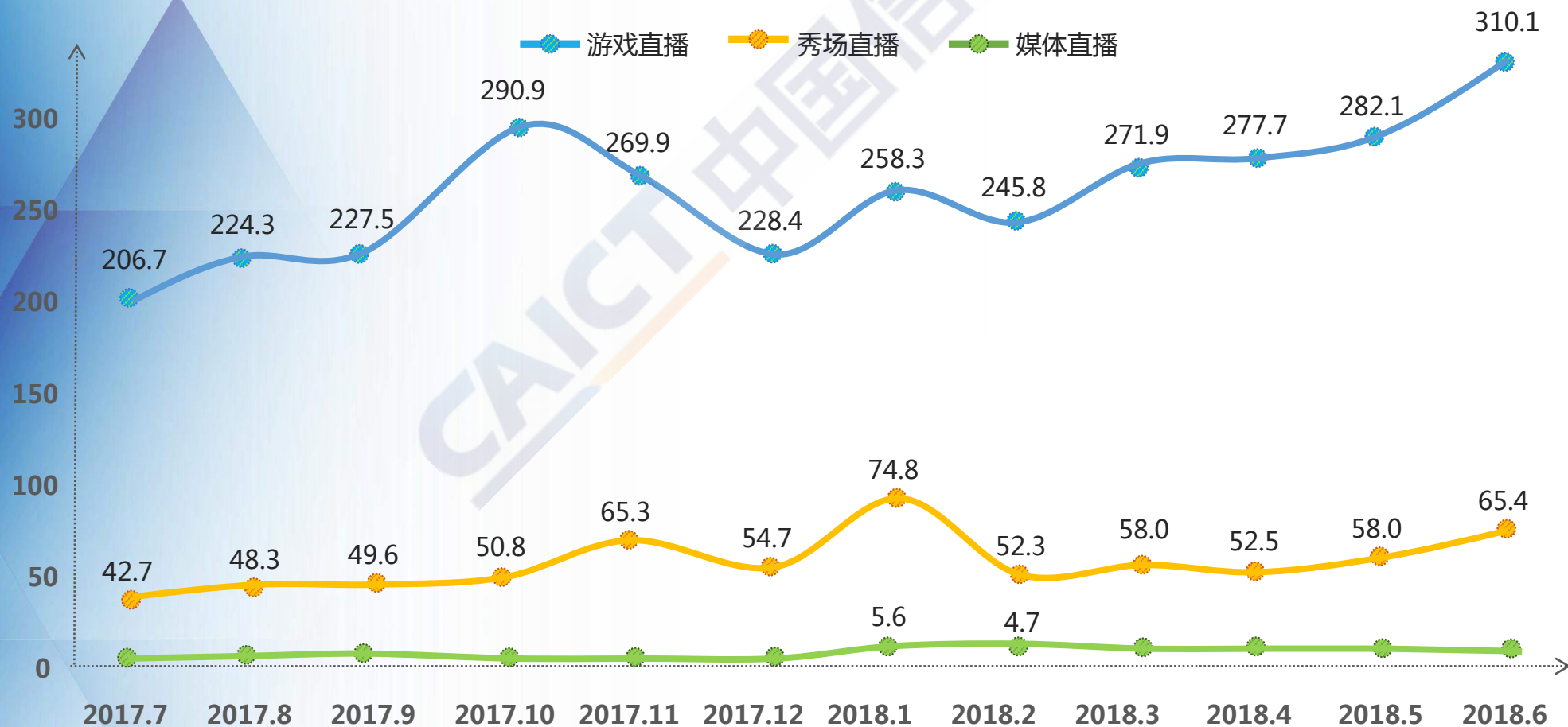
■ 游戏直播 ■ 秀场直播 ■ 媒体直播 ■ 其他直播



游戏直播暑假再创新高，直播答题短期拉动秀场直播

- 2018上半年游戏直播带宽指数持续上扬，在6月份暑假期间，再次创出新高；
- 2018年1月因直播答题“撒币”模式一时的火爆，秀场直播带宽指数短期上扬；
- 媒体直播则在新年春节有所上扬，世界杯直播授权有限导致6月保持带宽平稳。

2018上半年中国各类网络直播带宽指数增长情况



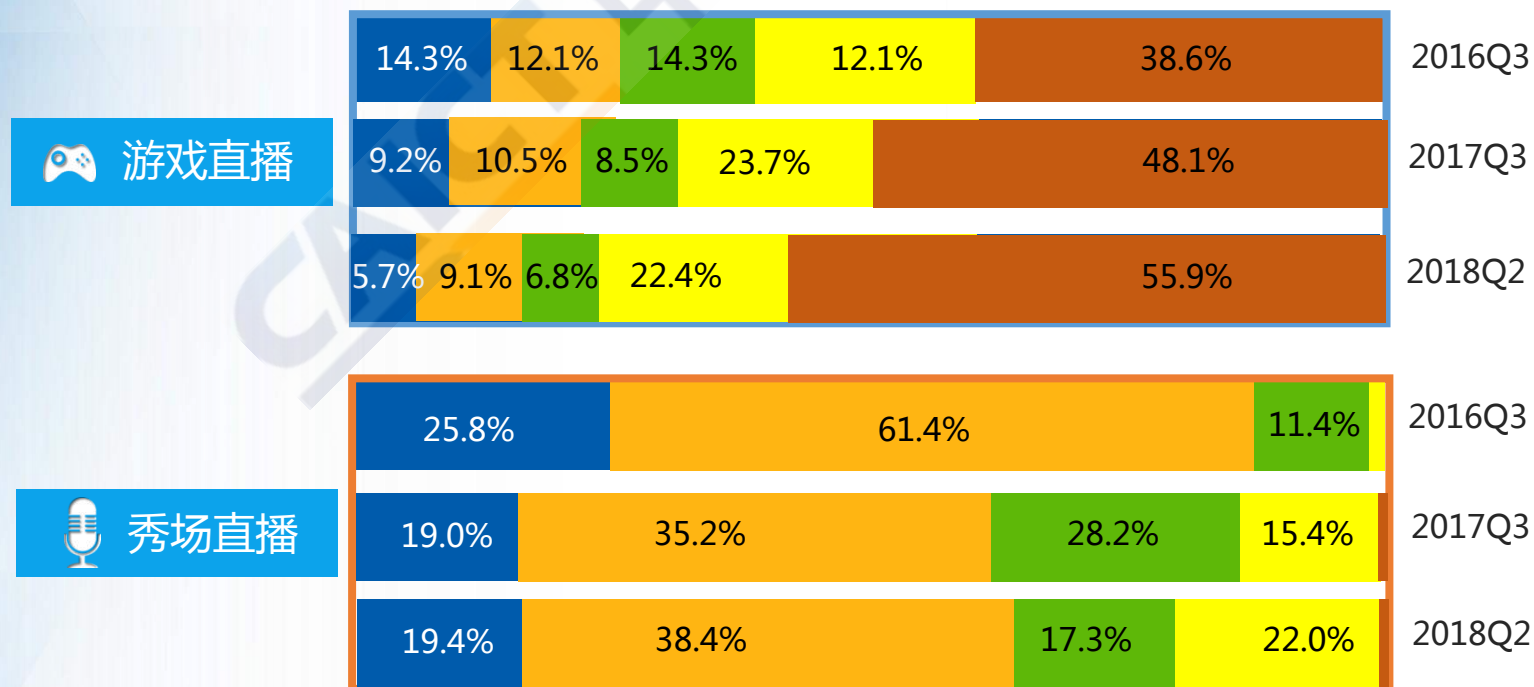
游戏直播加快超清化，秀场直播清晰度呈现分化

- 对比2016年第三季度，2017年第三季度，以及2018年第二季度的直播推流清晰度分布，游戏直播超清以上的比重持续加大，已经占比过半，主要原因是游戏直播平台纷纷布局自有的电竞赛事并制作相关内容，4K级清晰度逐步成为主流。
- 而秀场直播则呈现分化的趋势，超清以上内容增加的同时，流畅和标清的内容占比也在提高，原因在于户外移动秀场直播更为普及，上行网络条件有改善空间。

2016-2018年中国各类网络直播推流清晰度分布

分别取2016Q3/2017Q3/2018Q2为对标样本

■ 流畅 ■ 标清 ■ 高清 ■ 超清 ■ 超清以上



3
THREE

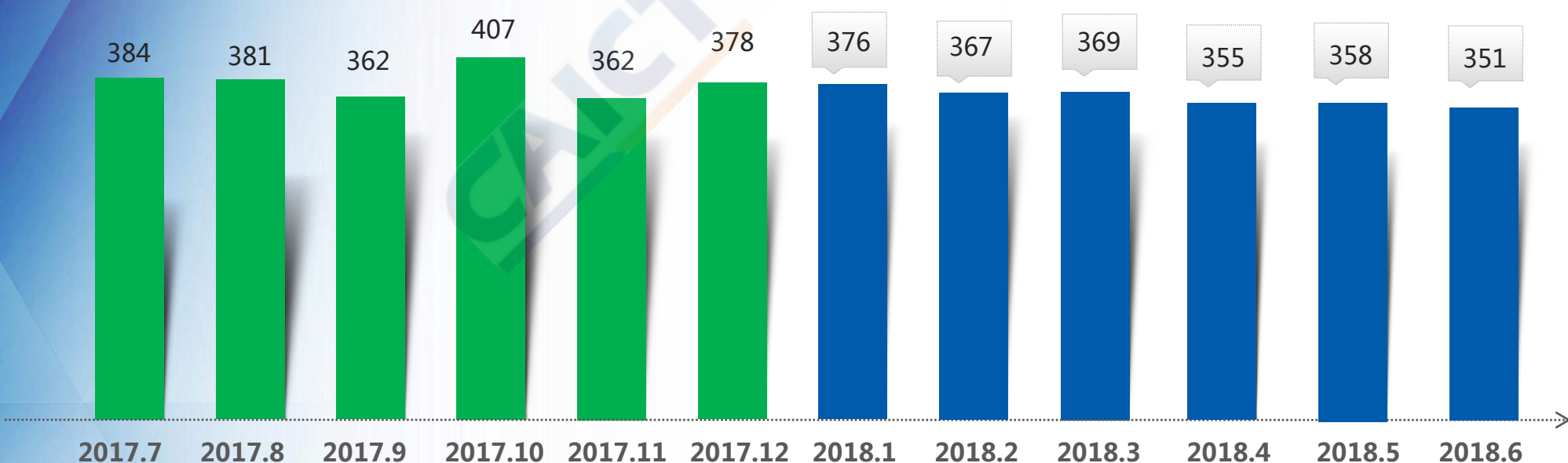
观众活跃力度
焦点丰富，稳守高位

2018上半年直播观众面对多元娱乐，独立IP仍保持平稳

- 2018上半年中国网络直播观众独立IP指数保持了高位稳定态势，在1月由于参与直播答题的热情较高，观众独立IP指数呈现出小高峰；
- 2018上半年直播观众面对短视频等娱乐形式，注意力焦点有所分散，直播平台迎合这一趋势纷纷接入短视频平台或布局短视频业务；预计下半年短视频对直播带来的导流效应将有所放大，直播观众IP指数还保有继续攀升的动能。

2018上半年中国网络直播观众独立IP增长情况

直播观众独立IP指数，以2016年1月为基期，设为100分

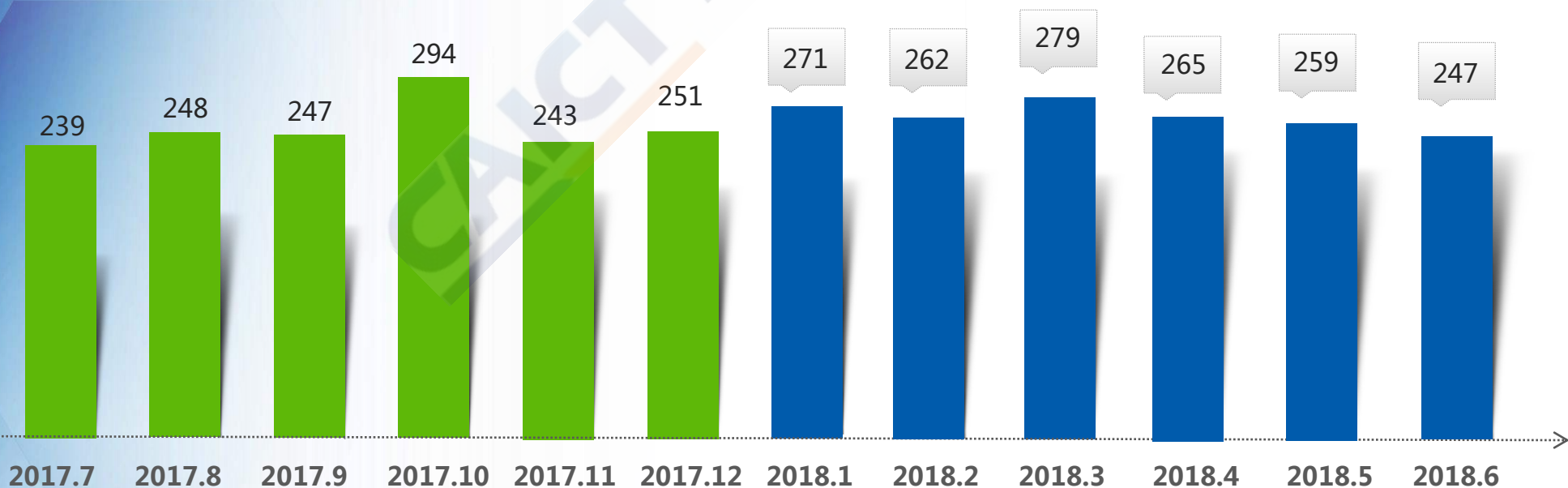


网络直播观众同时在线人数同样保持高位，温和波动

- 2018上半年直播观众同时在线人数稳定在高位，略有波动，在春节过后的3月则受各项电竞赛事启动的积极影响，迎来一波小高峰；
- 2018上半年网络视听领域竞争趋于激烈，直播观众的眼球被短视频等新型视听吸引，但观众同时在线指数依然稳守高位，证明了网络直播突出的用户黏性。

2018上半年中国网络直播观众同时在线增长情况

直播观众同时在线指数，以2016年1月为基期，设为100分



4
FOUR

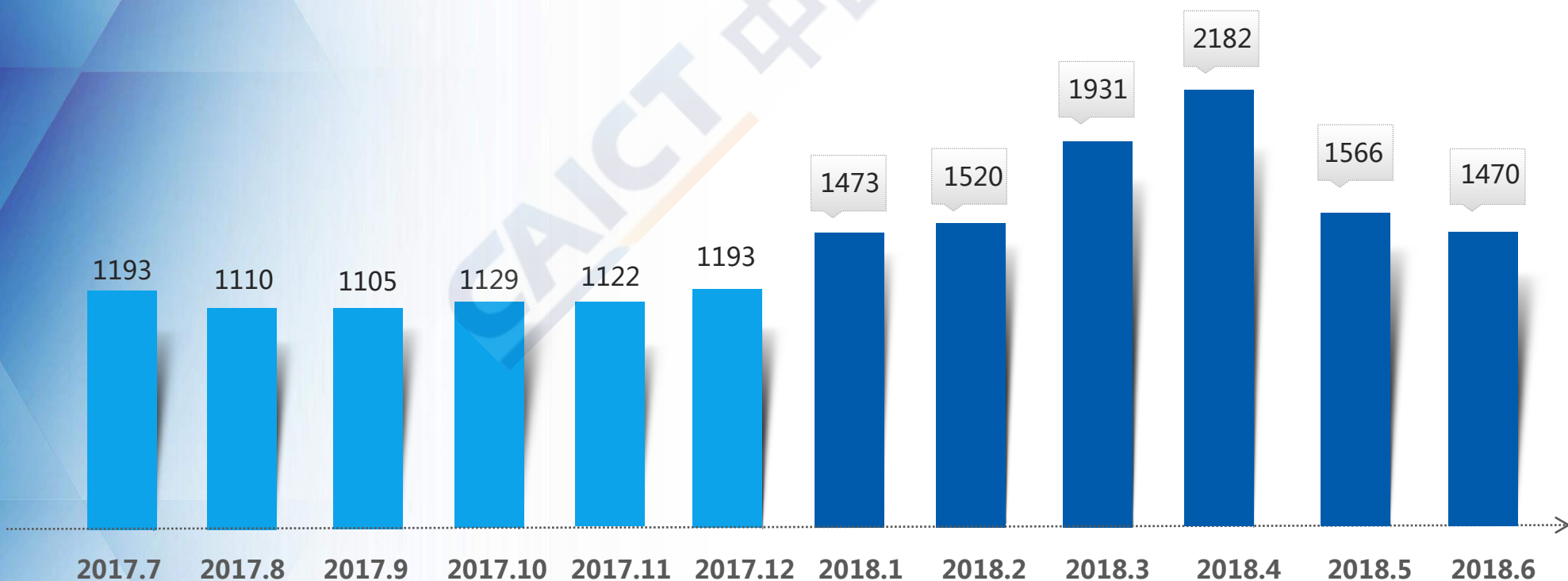
主播演艺热情
来源扩充，屡创新高

2018上半年网络主播独立IP创出新高，达人经济成型

- 2018上半年中国网络直播的主播独立IP呈现加速增长，在1-4月接连创出新高；
- 主播规模增长主要来自短视频相关业态的联动，短视频平台接入直播平台，知名短视频红人以及MCN旗下的短视频达人，纷纷在直播平台开设账号以便展现长时间的创意内容或寻求打赏变现，提高短视频红人生存空间的同时，也扩大了主播的来源。

2018上半年中国网络直播主播独立IP增长情况

直播主播独立IP指数，以2016年1月为基期，设为100分

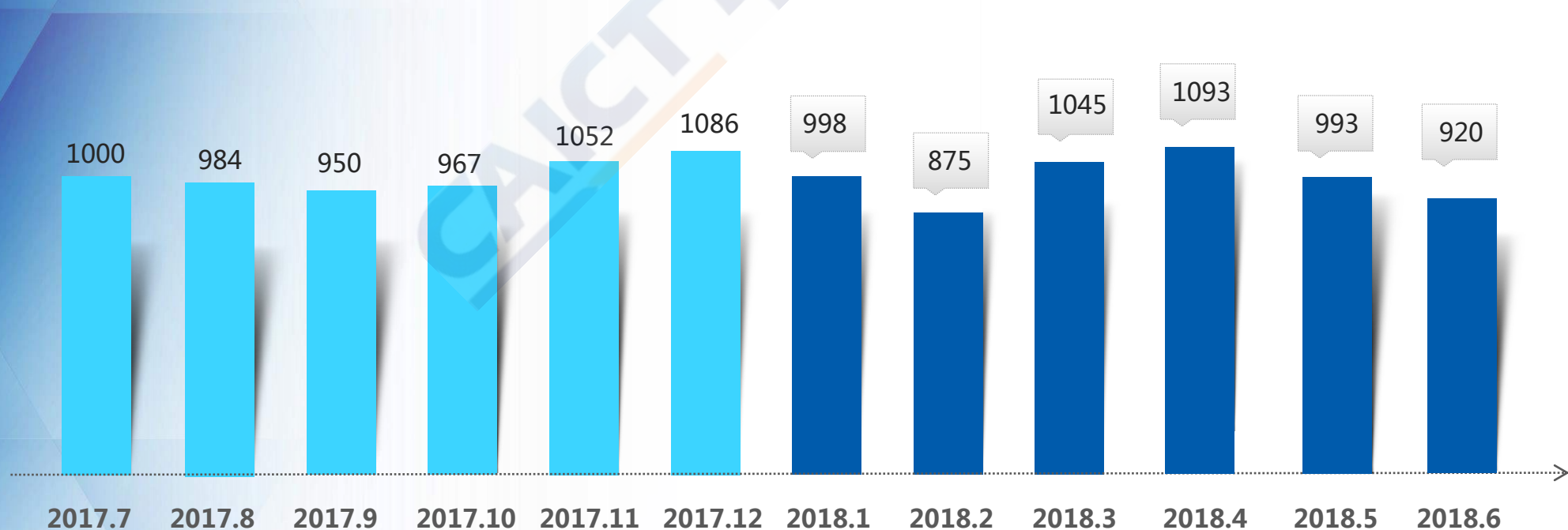


主播同时在线维持高位，春节和世界杯期间略有降温

- 2018年上半年主播同时在线指数持续保持高位，在4月攀升至新高之后趋于平稳；
- 在2月由于春节返乡原因，主播同时在线指数有所降低，而6月世界杯期间，用户关注度有所转移，主播在线热情也有所冷却。整体上由于主播规模增长，内部竞争加剧，争夺用户打赏难度提升，但才艺内容质量的提升，为广告营销变现奠定了基础。

2018上半年中国网络直播主播同时在线增长情况

直播主播同时在线指数，以2016年1月为基期，设为100分



5
FIVE

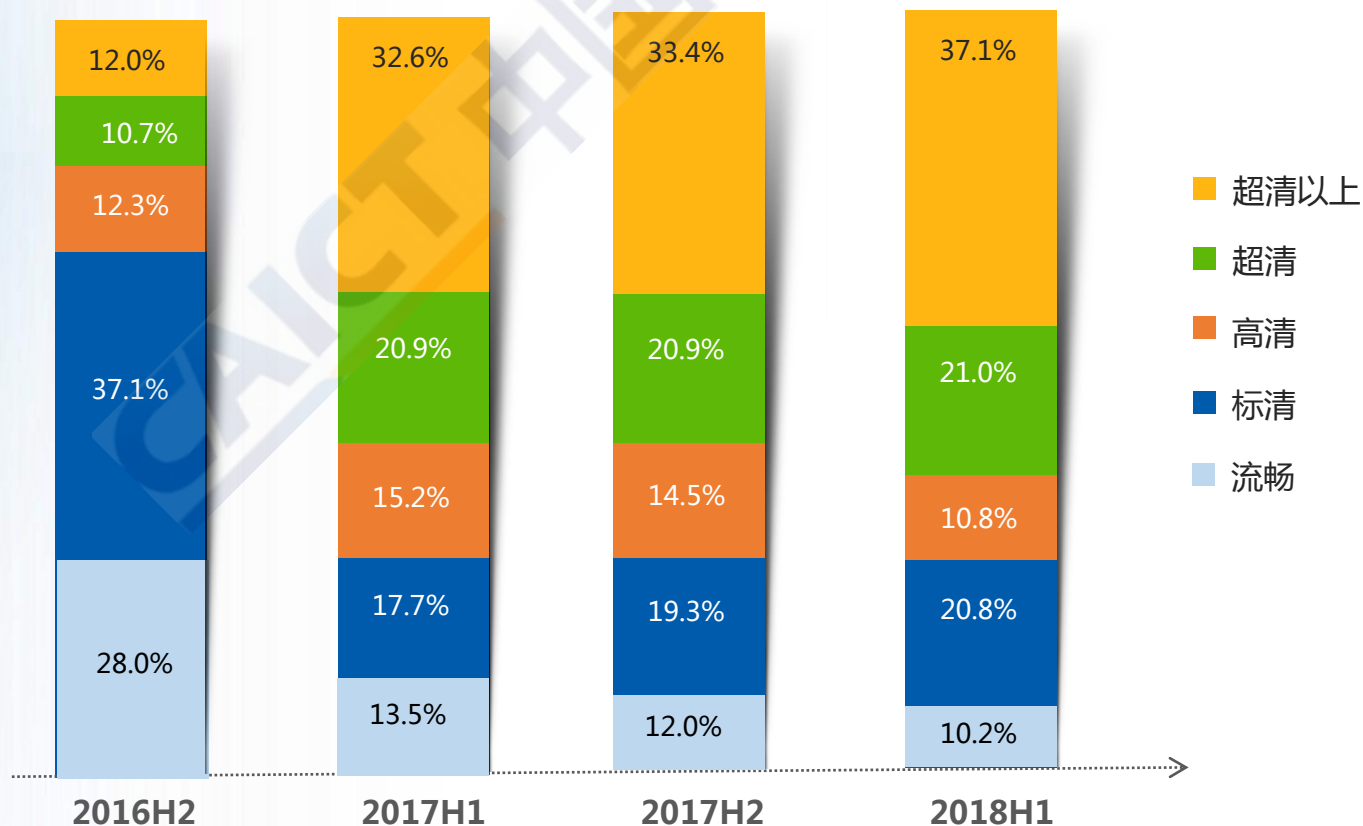
洞察与预测

加速超清，掌握主动

洞察：平台PGC加快超清化步伐，新技术丰富互动形式

- 2018上半年直播内容超清化的步伐有所加快，网络直播近六成的推流清晰度已经实现了超清化，这主要得益于直播平台发力自有PGC和自有电竞赛事内容；
- 此外，AR特效、实时美颜、直播小游戏等辅助功能不断普及，丰富了主播和用户的互动方式，算法推荐技术提高了用户黏性，推动行业带宽需求不断提升。

截至2017年第四季度中国网络直播推流清晰度分布



预测：直播平台争取主导权，应对视听市场变化

加码超清精品，主导深度体验

直播提供的深度沉浸式互动体验是与其他视听形式的根本差异，保证直播内容的吸引力和精致感是直播平台的价值根基，因此未来直播平台将把电竞直播、自制节目等头部内容的超清化作为发力重点。

加码算法推荐，主导流量存留

直播平台一方面在内部运用AI算法推荐，提升用户黏性；另一方面将亮点内容短视频吸引而来的用户导流至相关直播间提供完整体验，并及时通过AI算法推荐兴趣内容，提升用户留存率。

加码原创扶持，主导焦点内容

直播行业商业模式健全清晰，直播平台发挥资本优势，加大对原创视听红人的扶持力度。通过高额打赏、新人推介、跨界曝光等方式吸纳当红达人入驻，汇聚焦点内容。

6
SIX

短视频新洞察

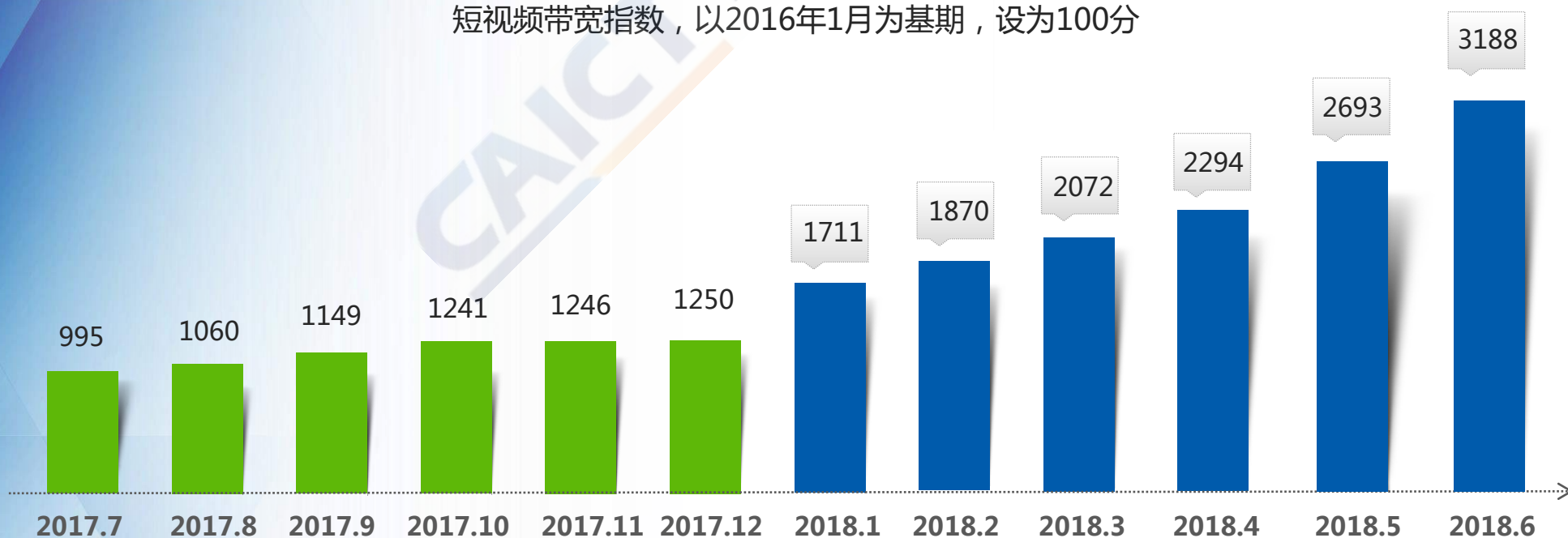
热点助推，全面爆发

2018上半年中国网络短视频总计带宽翻三番爆发增长

- 2018上半年中国网络短视频带宽总量接近翻三番增长，截至6月带宽指数相比去年同期增长290.2%，增长动力主要来自春节之后的热点事件营销和热门综艺导流。
- 围绕《创造101》、《偶像练习生》、《这就是街舞》等热门综艺的剪辑和片花内容以及世界杯精彩片段，助推短视频在社交网络和媒体平台的播放量大幅增长，带动了带宽总量的爆增；而2018下半年得益于新综艺拉动，带宽总量还将继续保持高位。
- 加权统计网络短视频带宽实时情况并结合公开数据，构建月度带宽指数。

2018上半年中国网络短视频带宽总量增长情况

短视频带宽指数，以2016年1月为基期，设为100分

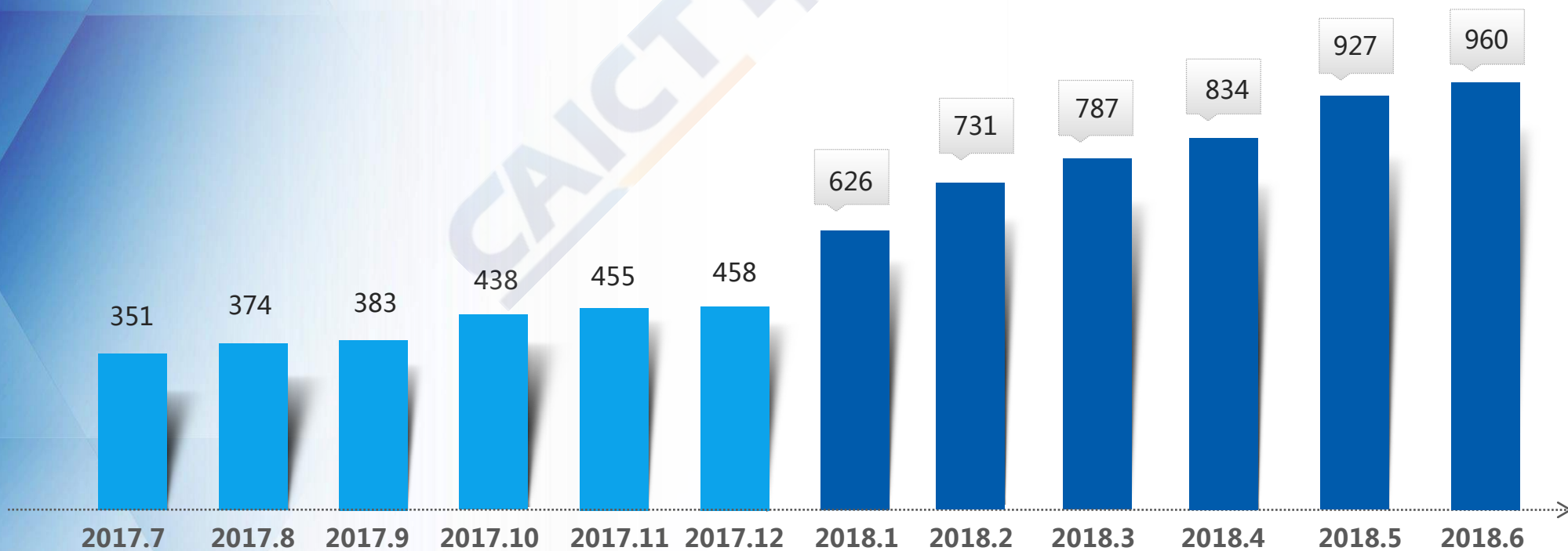


2018上半年中国短视频观众独立IP数增长超175%

- 中国网络短视频观众独立IP指数在2018上半年持续创出新高，截至6月相比去年同期增幅175.1%，短视频平台的各类推广活动和热点事件带动观众体量不断攀升；
- 从2018上半年观众独立IP指数各月的环比增长看，以1月和5月的增速最为显著，1月份由于临近春节，各短视频平台推出了抢发红包等拜年活动吸引用户，5月份热点事件和热门网络综艺节目则再次注入新的抢眼话题，提升短视频用户互动意愿。

2018上半年中国网络短视频观众独立IP增长情况

短视频观众独立IP指数，以2016年1月为基期，设为100分

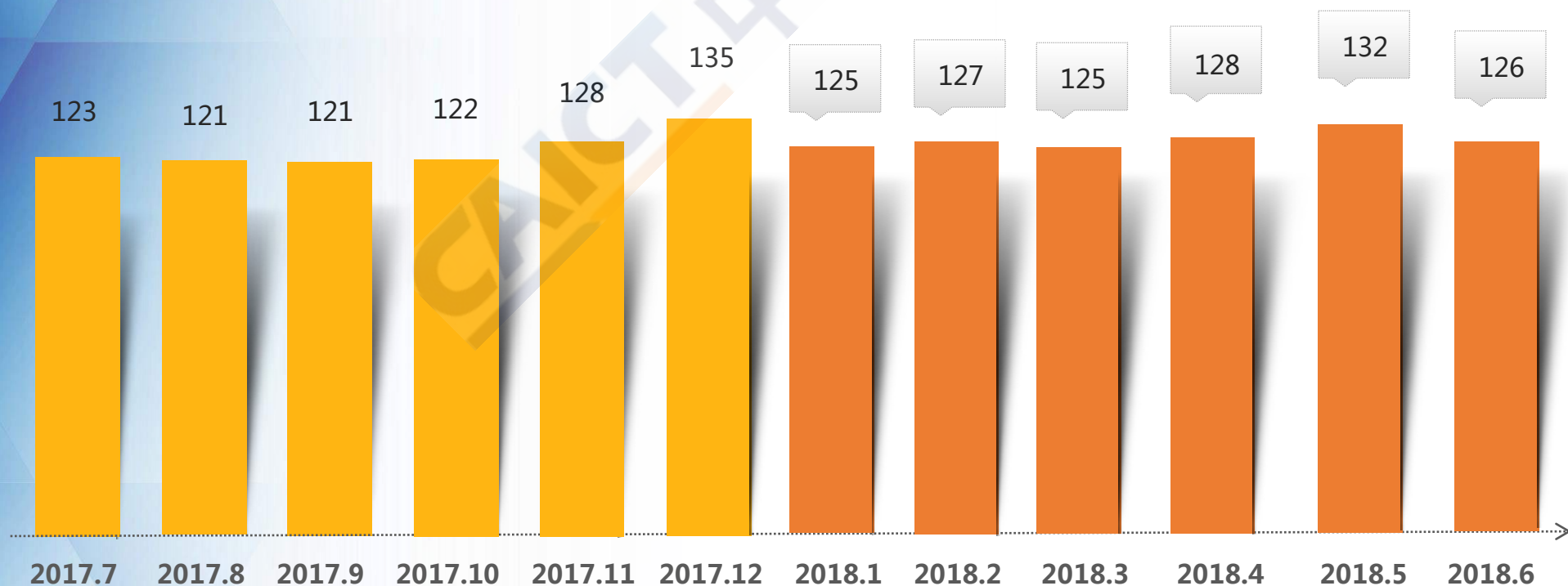


2018上半年短视频码率保持高位，为新进入者划定门槛

- 进入2018年以来，短视频爆发式增长，正逐步成为网络上最主流的内容形式，各大网络平台纷纷跨赛道布局短视频业务；而2017年末至2018上半年短视频码率始终保持在高位，较高的码率和容量已经成为行业标配，为新进入者划定了视频清晰度门槛；码率保持高位，市场新进入者增加，用户规模持续增长，推动短视频整体带宽增长。
- 平均统计短视频码率分布，以2017年1月为基期，构建月度的短视频平均码率指数。

2018上半年中国网络短视频平均码率指数

短视频平均码率指数，以2017年1月基期，设为100分



洞察：短视频走向垂直化，“短视频+”空间广阔。

短视频题材深入垂直领域

短视频题材逐步从娱乐内容扩充到垂直领域，电商、体育、财经、教育等竖屏短视频内容井喷发展，原创达人彬彬济济，直播初期的爆发势头得以重现。

“短视频+”模式全面铺开

短视频与其他业态加速融合发展，短视频+直播、短视频+电商、短视频+音乐、短视频+资讯、短视频+社交等创新移动App不断涌现，“短视频+”模式席卷移动互联网。

优质内容有助长期繁荣

2018年短视频持续火爆，在第二季度经历监管整顿和平台质控之后，内容质量和审美志趣更为高阶，有利长期可持续繁荣，也为吸引知名品牌的原生广告投放创造了条件。





Appendix

附录

研究方法

本报告主要采用典型样本抽样并进行日志分析，并综合吸纳市场公开数据的研究方法。报告研究对象是广义的网络直播类网站和应用，除网络直播平台外，亦涵盖提供直播服务的网络媒体和移动应用等。

研究时段为2016年1月至2018年6月，通过三个步骤获得全流量数据。首先根据网络直播的服务类型和平台差异，抽取各类典型的网络直播网站和应用的全流量日志历史数据。其次在每个月度中，抽取全月度每日的流量峰值数据并按月加总平均。最后，根据概率抽样方法抽取典型的周、工作日和周末日志历史数据。在全流量数据的基础上再综合比对公开数据交叉验证。

对比得到中国网络直播行业全流量日志数据，利用通用的日志分析方法和交叉对比方法进行分析，可以获得不同时段、不同服务类型、不同用户人群、不同清晰度的网络直播行业带宽数据和活跃度数据，并综合市场公开数据进行交叉验证。

最后再纳入网络直播行业季度公开的信息、数据和财报，分别予以赋权建立“中国网络直播行业景气指数”，并对各方面指数的变动情况进行背景分析和原因解读，以期预测下季度的行业趋势。

指标定义1

网络直播：是指以个人电脑、互联网机顶盒、智能手机、平板电脑等终端为载体，依托网页或客户端流媒体技术，向终端用户实时展现空间场景及主播讲授、创作、主持、演艺等活动，并支持主播与用户之间互动甚至打赏的跨地域沟通形式。相比一般研究仅包括“直播平台”，本研究对网络直播的定义要宽泛并注重外衍，涵盖各类“直播+”服务。

媒体直播：是指以新闻和热点事件直播为主要内容，嵌入直播互动功能的类媒体网站或媒体应用。

直播行业景气指数：综合加权直播带宽指数、直播观众指数、直播主播指数、直播货币化指数得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

直播货币化指数：通过统计行业公开的直播上市企业财务表现、未上市企业融资并购情况得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

月直播带宽指数：是指网络直播带宽，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

季度直播带宽指数：是指在月直播带宽指数的基础上加总平均得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

直播清晰度：根据直播视频内容推流的码率进行区分，其中，超清及以上是指码率大于1500kbps；超清，1000kbps - 1500kbps；高清，800kbps - 1000kbps；标清，500kbps - 800kbps；流畅，码率小于500kbps。

月独立IP指数：是指网络直播观众或主播独立IP，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

月同时在线指数：是指网络直播观众或主播整体在线并发数，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

季度观众/主播指数：是在网络直播观众或主播月度独立IP和同时在线指数加权综合得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

周同时在线指数：是指网络直播观众或主播整体在线并发数，在最近完整的自然月内所有周一到周日的峰值加总并平均后，以最近一个月的周一平均值数据为基期，设定为100分，再对其他各日数据做标准化处理得出的百分制指数。

日同时在线指数：是指网络直播观众或主播同时在线并发数，抽取最近一月内典型的工作日或非工作日每个小时的数据加总并平均后，以该日凌晨0-1点一小时数据为基期，设定为100分，再对其他各小时数据做标准化处理得出的百分制指数。

指标定义2

网络短视频：短视频一般是指在网络新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频内容，是适合在移动环境和短时碎片化休闲时间观看的、高频推送的视频内容，具有生产流程简单、制作门槛低、参与性强、易于社交分享等特点，传播价值较为突出。本研究对网络短视频的界定要更为宽泛，涵盖各类平台的短视频服务。

短视频带宽指数：是指网络短视频点播带宽，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

短视频平均码率指数：根据在线点播的短视频内容的码率进行统计并加权平均，以2017年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

短视频观众独立IP指数：是指网络短视频观众或主播独立IP，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

短视频周播放量指数：是指网络短视频在线播放量（PV），在最近完整的自然月内所有周一到周日的峰值加总并平均后，以最近一个月的周一平均值数据为基期，设定为100分，再对其他各日数据做标准化处理得出的百分制指数。

短视频日播放量指数：是指网络短视频在线播放量（PV），抽取最近一月内典型的工作日或周末每个小时的数据加总并平均后，以该日凌晨0-1点一小时数据为基期，设定为100分，再对其他各小时数据做标准化处理得出的百分制指数。

中国信息通信研究院政策与经济研究所&网宿科技简介

中国信息通信研究院始建于1957年，是工业和信息化部直属科研事业单位，是信息通信领域的国家高端专业智库。近年来，围绕国家“网络强国”和“制造强国”新战略，中国信通院着力加强研究创新，在强化电信业和互联网研究优势的同时，不断扩展研究领域、提升研究深度，在4G/5G、工业互联网、智能制造、移动互联网、物联网、车联网、未来网络、云计算、大数据、人工智能、未来网络、虚拟现实/增强现实（VR/AR）、智能硬件、网络与信息安全等方面进行了深入研究与前瞻布局，有力支撑了互联网+、制造强国、宽带中国等重大战略与政策出台和各领域重要任务的实施。

中国信息通信研究院政策与经济研究所，是院支撑政府最重要的核心业务单元之一，在发展战略、法律法规、数字经济、信息通信发展与监管、两化融合及产业政策等领域开展深入系统的研究和政策支撑服务，服务客户包括工业和信息化部、中央网信办、国家发改委、中国工程院、商务部等机构。

网宿科技股份有限公司，主要提供互联网内容分发与加速（CDN）、定制化IDC、云安全、云计算和边缘计算等服务。据IDC咨询数据显示，2017年网宿以40.64%的市场占比，居中国专业CDN服务企业首位。

网宿科技在全球有1500多个CDN加速节点，服务覆盖全球。此外，网宿科技还在全球运营160多个数据中心，日均处理万亿级服务请求，服务于全球数十亿网民。

THANKS



关注信通院及网宿科技公众号，获取更多报告和资讯