

# 中国互联网生活直播市场研究报告

2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

1

互联网生活直播方式使用简介

2

互联网生活直播行业简介

3

互联网生活直播市场特性与趋势

# 互联网生活直播播放方式简介

## 网络直播平台在行业中起到至关重要的作用

互联网生活直播，简称网上现场直播。在直播中，各式各样的日常生活活动都可以借助摄像头通过网上直播平台来进行实况直播传遍世界。从直播方式而言，互联网生活直播也是通过软件与硬件相结合的方法完成直播的，用户首先需要一台平台可支持的摄像机完成影像拍摄然后通过平台软件进行影像的上传并完成播出。互联网生活直播的出现让用户可以足不出户“环游世界”的梦想真正实现了。



# 互联网生活直播主要内容介绍

互联网生活直播以用户生活场景、户外实况的直播为主



# 互联网生活直播主要内容介绍

## 互联网生活直播与游戏直播、秀场直播的区分

随着互联网直播行业的迅速崛起，直播内容的种类也在不断增加。就目前而言，市场上新兴的三类全民娱乐直播平台主要分为：游戏直播平台、生活直播平台、秀场直播平台。三类平台为了满足用户丰富的需求，内容也存在交叉融合，三者之间的主要区分如下：

### 游戏直播

#### 主要内容：

- 网络游戏直播
- 单机游戏直播
- 其他游戏直播
- 户外娱乐直播

#### 平台特点：

- 主播概念强
- 主播复制难度相对较高
- 平台发展迅速，业务逐渐向其他直播拓展

### 生活直播

#### 主要内容：

- 视频监控直播
- 展会类直播
- 专项达人直播
- 户外娱乐直播

#### 平台特点：

- 主播概念相对最弱
- 对拍摄设备要求高
- 平台处于起步阶段，内容与规模尚未成型

### 秀场直播

#### 主要内容：

- 歌舞才艺直播
- 其他才艺直播
- 专项达人直播

#### 平台特点：

- 主播概念相对最强
- 主播复制难度相对较低
- 平台概念成型最早，内容与规模已相对稳定

# 互联网生活直播主要录制方式

## 通过摄像头定点拍摄录制



定点摄像头

### 定点摄像录制方式

特点：

- 使用面广，可支持场景多
- 录制步骤简单
- 适合长时间直播

### 主要运用场景

- 展会、活动现场直播
- 景区风景展示
- 室内秀场直播
- 小区、单位监控直播
- 饭店、旅馆营业情况展示



会展直播案例



# 互联网生活直播主要录制方式

## 独具特色的“行车记录仪”录制方法



### 行车记录仪录制方式

#### 特点：

- 真实还原行车第一视角
- 适用于大多数载人交通工具
- 直播受网络限制较大

### 主要运用场景

- 驱车旅行途中
- 新车评测
- 车辆行驶安全监控



# 互联网生活直播主要录制方式

## 通过手机摄像头直接录制



手机自带摄像头

### 主要运用场景

- 家中自拍
- 户外跟拍
- 户外趣味事件抓拍
- 自己精心策划的小视频

### 手机直接录制方式

#### 特点：

- 拍摄方式最为便捷
- 拍摄内容更精细化
- 在线直播、视频录播双向支持
- 拍摄效果（清晰度）受摄像头限制



拍摄效果



# 互联网生活直播主要录制方式

## 特殊外带设备的“第一人称视角”录制方式



第一人称摄像头

### 第一人称视角录制方式

#### 特点：

- 以第一人称视角呈现现场状态
- 录制工具以绑定摄像头为主
- 拍摄成品稳定性欠佳
- 直播受网络限制较大

### 主要运用场景

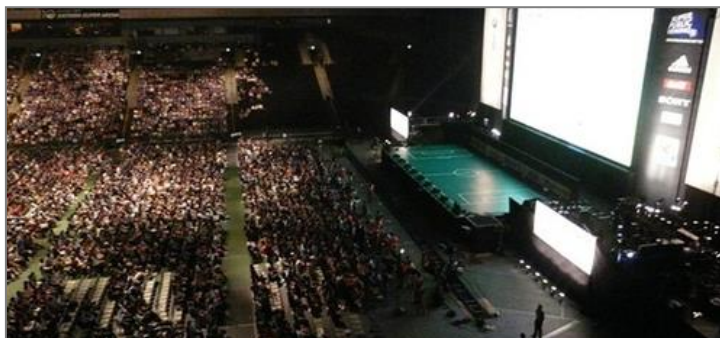
- 骑行跟拍
- 极限运动跟拍
- 野外拓展跟拍
- 其他户外运动跟拍



拍摄效果

# 互联网生活直播主要上传方式

## 直播、录播样样精通



在线上传，实况直播

### 优势：

- 零时差播放，绝无“剧透”
- 方便快捷，无需视频编辑
- 可监控到意料外的突发事件

### 劣势：

- 无法回放，无法提取精彩镜头
- 时间地点相对固定



先录后播的视频类分享

### 优势：

- 更精细化的拍摄与制作
- 可随时随地拍摄与观看

### 劣势：

- 上传存在时差
- 短视频行业竞争激烈
- 视频真实度略逊于实况直播

1

互联网生活直播方式使用简介

2

互联网生活直播行业简介

3

互联网生活直播市场特性与趋势

# 国内互联网生活直播相关企业简介

## 国内主要互联网生活直播平台



## 国内主要网络摄像头及制作商



百度  
小度i耳目



360  
水滴摄像头



海康威视  
C2S摄像头



小米  
小蚁摄像头

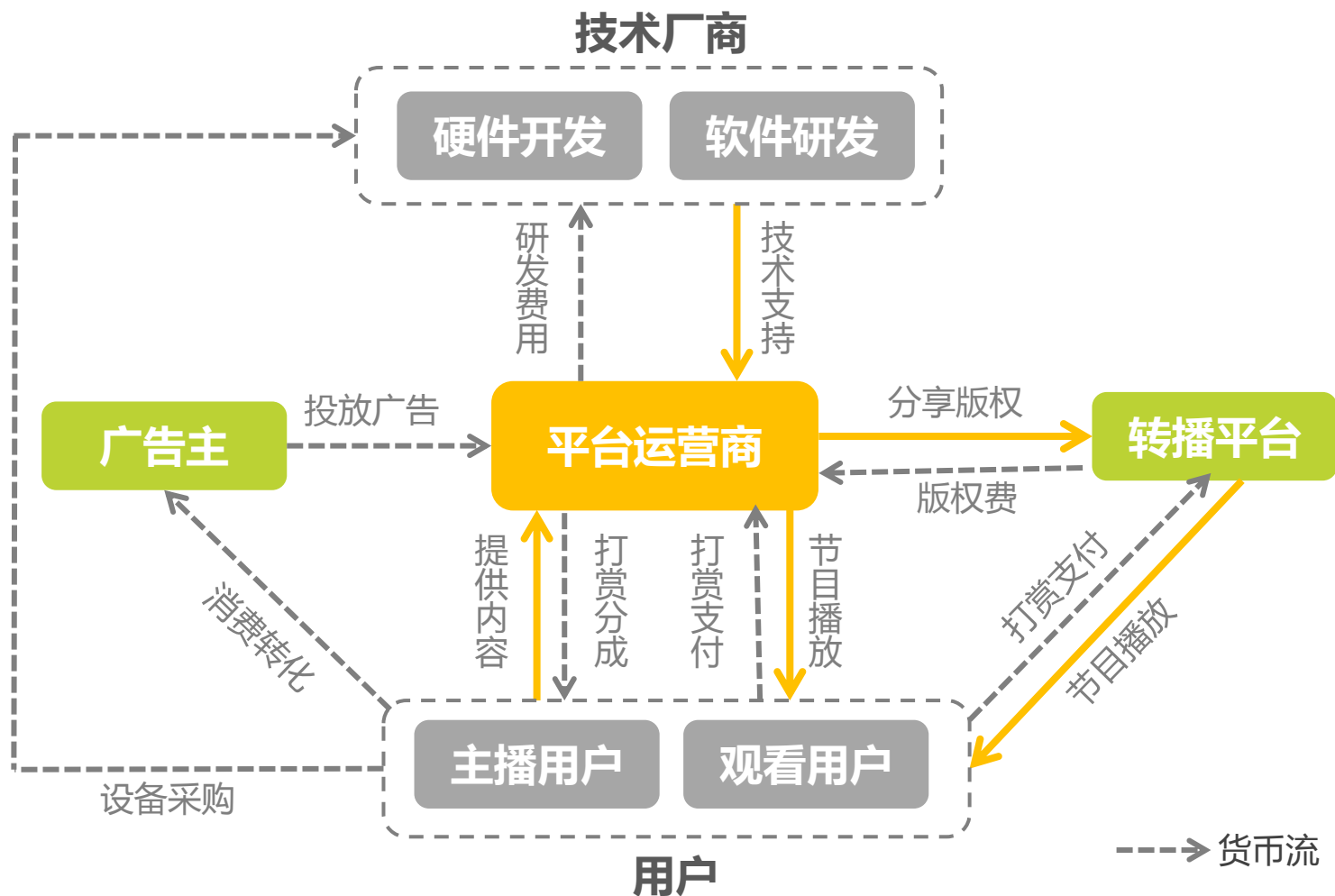


海康威视  
S1运动相机



小米  
运动相机

# 互联网生活直播产业链简析



# 互联网生活直播核心收入模式

互联网生活直播平台现在主要有四种收入模式



平台专用摄像头自产自销



广告付费投放



观众打赏平台分成



其他平台转播版权收费



# 产业链发展瓶颈分析

## 硬件 开发商

- 用户对摄像头分辨率、覆盖范围、上传速度等方面的要求越来越高。
- 开发商在产品迭代中遇到瓶颈，不同产品出现同质化，突破口难觅。

## 平台 运营商

- 互联网生活直播平台的用户黏性普遍偏低，运营商的营销手段仍需提高。
- 平台运营商仍未找到稳定的宣传渠道与盈利模式。

## 用户

- 平台用户规模增长缓慢，用户很难第一时间找到自己感兴趣的内容。
- 主播类用户尚未找到清晰的发展方向，主播内容编排感差吸引力低。

1

互联网生活直播方式使用简介

2

互联网生活直播行业简介

3

互联网生活直播市场特性与趋势

# 互联网生活直播的主要优势



## 1.实时监控、安全防护效果突出

### 特点：

- 以隐私性定点监控为主
- 手机联网连接监控画面
- 双向语音、远程操控等技术支持
- 可用于安全监控、婴儿护理、宠物护理等领域

## 2.特色营销，实时直播广告的诞生

### 特点：

- 以公开性定点监控为主
- 直播平台公开播放监控画面
- 传播面广、新颖的传播方式
- 可用于餐厅、酒店推广以及旅游景区推广等领域

# 互联网生活直播的主要优势



## 3.达人专场，全能主播任你来挑

### 特点：

- 以公开性定点实时拍摄为主
- 直播平台公开播放直播画面
- 播放内容形式多样，用户面涉及广
- 主要用于个人才艺展示

## 4.户外直播等特色直播方式受关注

### 特点：

- 以公开性的视频分享为主
- 直播平台留存并推送精彩视频
- 录制工具多样，有行车记录仪、运动相机、第一人称摄像机等
- 主要用于日常生活、旅行分享

# 互联网生活直播的主要劣势

## 直播内容 乏味

- 由于生活直播弱化了主播概念，且多缺乏内容安排会导致内容乏味。
- 平台的内容索引以及房间推荐机制不足，导致用户找不到感兴趣的内容。

## 安全性 存隐患

- 公共场所直播难免牵扯到群众隐私权，在使用中于情于法仍需更加严谨。
- 网络摄像头已发生多起黑客入侵控制的情况，在安全使用上仍需谨慎。

## 盈利能 力存疑

- 至今为止互联网生活直播的广告投放少，主播酬勤尚未开放，盈利能力堪忧。
- 互联网生活直播未来盈利模式仍不明朗。

# 互联网生活直播的未来发展趋势

## 1. 强化户外运动、达人特长展示两大板块



### 核心卖点

- 极具特色，花样丰富的直播内容
- 直播方式多样，适合猎奇用户
- 增加冷门文化/项目曝光率，开拓冷门文化/项目用户群活动区域

### 趋势方向

在现有的互联网生活直播的主要内容模式中，户外运动与达人特长展示的内容是最受用户欢迎的。  
未来这些主题的发展也必将得到扶持与强化。

### 平台优势

- 吸引大批高活跃度用户参与
- 增加平台影响力，拉拢广告商
- 增加平台内容深度，成为大批冷门文化新的人群集聚地



# 互联网生活直播的未来发展趋势

## 2. 热门展会、赛事等活动的实况转播



### 核心卖点

- 不限地区/国界，督战全球
- 摆脱门票束缚，想看就看
- 与其他观众在线自由交流
- 更经典的观看视角

### 趋势方向

从热门营销展会、户外活动到演唱会、体育赛事，互联网生活直播都有机会通过摄像头将他们记录下来送上网络银幕。

### 平台优势

- 吸引大批高活跃度用户参与
- 开启收费观看，增加平台收入
- 增加平台影响力，拉拢广告商

# 互联网生活直播的未来发展趋势

## 3.打造包含生活、游戏、秀场三大直播内容的综合直播平台



### 核心卖点

- 直播内容丰富，选择面广
- 主播选择多样，不同风格不同内容均能满足
- 大量网络直播用户的聚集地，打造新一代网络社区雏形

### 趋势方向

由于行业外的投资热钱对互联网直播行业虎视眈眈。整个行业的竞争强度又不断加剧。业务之间的强强联手在所难免。因此，综合性网络直播平台极有可能成为下一个产物。

### 平台优势

- 吸引大批高活跃度用户参与
- 增加平台影响力，拉拢广告商
- 用户黏性极强，在平台逗留时间胜过任意单一类型直播平台

# 关键词、概念和定义

概念	定义描述
互联网生活直播	简称网上现场直播。在直播中，各式各样的日常生活活动都可以借助摄像头通过网上直播平台来进行实况直播传遍世界。
行车记录仪	记录车辆行驶途中的影像及声音等相关资讯的仪器。
第一人称摄像机	能以第一人称视角完成录像拍摄的摄像机。
实时监控	一般是指利用软件对系统运行的过程进行同步的监控。

# 法律声明

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，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。没有经过本公司书面许可，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。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，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，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

# 洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET



艾 瑞 咨 询