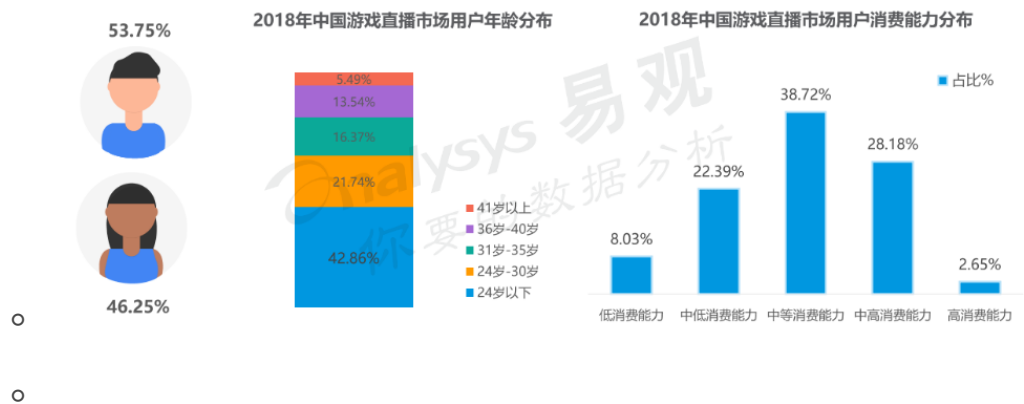


直播玩法用户研究计划书

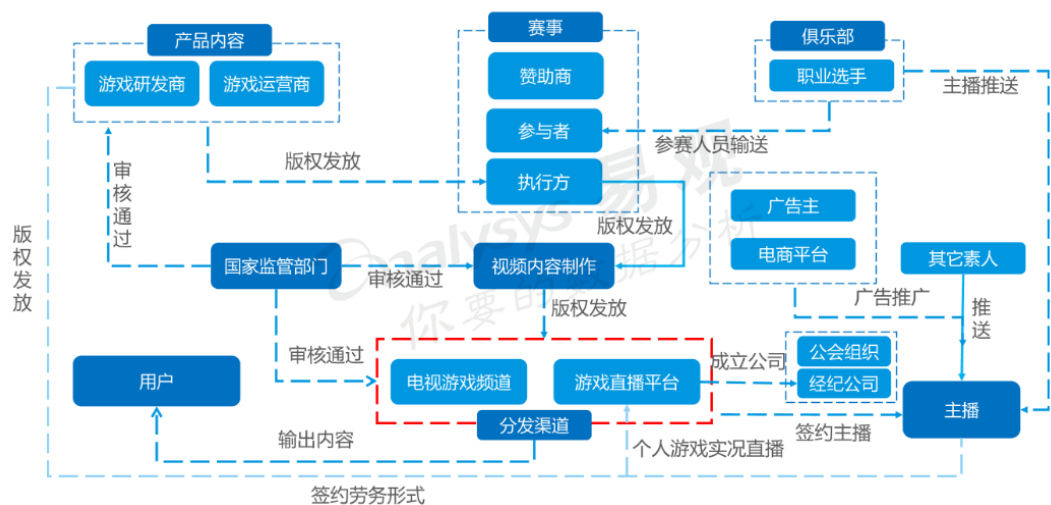
组员：陈奕扬、钱雨宁、贾红利、陈锡琳、周天宇

背景调研：

- 斗鱼、虎牙等传统游戏直播观众群体结构以及消费情况



- 抖音快手等短视频平台的直播用户占比
- 新老直播平台的交互形式与内容（大雾）
- 各大直播平台的商业模式和发展趋势（AI主播、5G云游戏）？
- 产业链



- 竞品分析：twitch play观众喜好以及游戏形式（rpg操作、赌王预测、实时合作？）
 - twitch商业模式：
 - 广告模式：且直播主能自行决定何时开启广告、得到分润
 - 订阅：即目前实况主主要采取的方式，透过订阅方式，观众可与实况主互动；点阅收益则由实况主与Twitch五五分帐
 - 商品销售分润：实况主放上商品连结，若订阅户有连结过去并消费，就能获得分润
 - 商品化模式：替实况主制作周边商品，为实况主增加收入来源

研究目的——了解现状发掘需求寻找机会

- 分析直播观众们在各类直播（聊天直播、游戏直播、户外直播、知识型直播、萌宠直播、体育赛事、音乐节直播）中的占比与年龄比例
- 挖掘潜在需求以及如何刺激消费：看直播是为了学技术？与主播交流？开拓眼界？打赏炫富求认同？愿不愿意为增强交互买单？
- 交互意愿取向——和主播交互还是通过平台和所有直播间的观众交互
- 验证假设：提升直播交互性可以吸引更多流量、增强粉丝粘性、提高消费与平台DAU
- 探索可行的、有价值的直播交互新玩法

用研对象：

- 看直播且对游戏接受度高、愿意与主播交流刷礼物的观众
 - 主要在PC端观看直播的用户
 - 不将直播作为背景内容的活跃用户（保证有机会与主播进行交互）
- 看游戏直播且想互动，但不想花钱，更看重其它（比如，游戏技巧、体验、社交等）

用研方法：

- 用户访谈（定性）：10~15人（线下或电话）（将看游戏直播为主要娱乐/社交方式之一的人群？）
- 问卷调研（定量）：根据访谈调整问卷内容

时间安排：

- 10.2拟访谈提纲
- 10.3寻找访谈对象
- 10.5用户访谈
- 10.9整理完访谈
- 10.11问卷

访谈提纲：

1. 基本情况（）
 - a. 年龄
 - b. 职业
 - c. 性别
2. 行为特征
 - a. 是怎么知道直播的
 - b. 身边人看不看游戏直播？
 - c. 接触游戏直播多久了？
 - d. 喜欢看的游戏直播类型（moba、fps、rpg、rts、rac、spg、sim、slg）
 - e. 一般都是什么时候在看直播（边吃饭/做作业时/专心看）？
 - f. 在什么设备上观看直播？（手机/pc等）
 - g. 观看直播的频率（每天/每周三次/每周一次/更少）
 - h. 每次观看直播的时长（0.5h以下/1h/1h以上/更多）
 - i. 有没有最喜欢的平台？为什么？（人多？某个主播？）
 - j. 经常看哪些游戏（或其他）的直播呢？
 - k. 关注了大约多少主播？
 - l. 有没有特别喜欢哪个主播？为什么

3. 观看直播的体验

- a. 如何与主播互动？（加群/弹幕/打赏等
- b. 对目前直播最主要的交互形式——弹幕的体验和使用频率？
- c. 充钱吗？
- d. 打赏的动机？打赏后的心理预期
- e. 对直播清晰度和流畅度的要求
- f. 直播的延迟接受程度（多少秒）
- g. 有没有比较好或者印象深刻的看直播互动的体验/经历？（开放性）
- h. 期待有什么样的交互体验？（开放性）

4. 从交互层面如何评价自己打游戏和看直播

- a. 两者互动性差异体验？
- b. 看直播时的互动对象？比如和主播互动、和一起看直播的人互动，及互动方式
- c. 社交需求有多大？

5. 对直播形式的建议

- a. 怎么看待TwitchPlay这样的“无人直播”
- b. 无人直播在国内直播文化中的出路和机会？
- c. 如果直播允许你通过客户端直接参与主播的游戏，你会有兴趣吗？
- d. 如果有，那你愿意通过哪些形式参与游戏？（例如，成为敌人/打赏买装备/捣乱等）
- e. 你觉得哪种形式的交互直播游戏让你最感兴趣？
- f. 依附于“大主播”的交互直播改善模式与潜在游戏形式？