

直播平台如何赚钱? 烧钱模式下的生存竞技

■ 本报记者 钟文

疯狂的广告轰炸、高昂的运营成本、巨资包装主播、赞助综艺活动,直播业各种纷繁复杂的烧钱模式此起彼伏,但是烧钱背后,行业的盈利模式是否建立起来了?直播平台如何赚钱?

烧钱:图谋巨大市场商机

“当你不知道做什么工作的时候,就去做网络直播吧!”这是对网络直播行业最形象的表述。这个随着互联网经济发展起来的行业,正出现前所未有的爆发式增长。

据新加坡亚洲新闻频道报道认为,未来5年内,中国网络直播行业有望以每年80%的速度增长。

或许正是看到这样的市场潜力,各类资本纷纷入驻,直播创业者们也不断通过各种手段,稳固自己的行业地位。

“网络直播烧钱,只为那300亿的市场。”中研普华研究员王骏接受《中国企业报》记者采访时认为,各种资本纷纷进入网络直播行业的原因主要有三点。一是互联网迅猛发展,网络用户激增。截至2015年12月,我国网民规模达6.88亿,手机网民规模达6.20亿,手机依然是拉动网民规模增长的首要设备;二是网络直播有社会内在需求,正在推动传媒业的变革,具有良好的发展前景;三是网络直播是一个新兴行业,市场机会较多,容易产生新的产业利益。

然而,在资本强势进入的情况下,不可忽视的是网络直播平台的费用也是水涨船高。

在VC的疯狂追捧下,直播平台们开启了大把的烧钱模式。除了线上线下广告投入外,不少直播平台还通过赞助一些综艺节目或者赛事获取品牌知名度。自然,赞助或生产优质的综艺内容同样花费不菲,据了解,映客拿到了2016年BIGBANG演唱会的独家冠名权,据腾讯科技透露,仅三场演唱会直播花絮的签约费就花了2000万元。

大量的设备投资成本也十分高昂,宽带投入是其中的一大部分。据悉一线直播平台每月的带宽成本都在2000万上下。战旗TV负责人银虎表示,战旗TV每月带宽支出高达千万元级别。宽带,决定了画质和速度,而这些因素又直接影响直播用户体验。

同时,优质主播的获取成本同样已经被直播行业抬高。有资料显示,从2014年初到2015年,游戏主播的身价经历了火箭式上涨,普遍获得了10倍以上的增长,而不少游戏平台的主播身价已经丝毫不输一线演艺界明星。

杭州雨晴网络科技有限公司负责人陈法胜告诉《中国企业报》记者,目前网络直播最大的费用主要来自网络主播和宽带流量费用。他说,尽管媒体报道的几百万、上千万的网络主播很少,但是月薪数万乃至上十万元的还是很多的。这对于现在盈利模式还很单一的网络直播公司来说,是一笔不小的开支。

盈利:留住用户是关键

不过,在如此大规模的烧钱下,网络直播平台依靠什么盈利呢?

王骏告诉记者,目前网络直播的赢利点主要在三个方面,一是用户直接付费,即在观看直播中将平台设置的虚拟货币或礼品赏给主播。这是网络直播的根本赢利点。二是流量收入。网络视频直播的发展已具有明显的社交性,关于社群影响最重要的当属直接流量变现,包括应用启动广告、弹幕广告等。三是网红经济。直播平台对打造网红具有得天独厚的优势,主播作为前台工作,本身就有极高的关注度,平台可以与经纪公司合作或者与品牌签订合同,在主播的广告收入中获得分成,拓宽自己本身的范围。另外,还可以让直播平台开放API,让第三方软件参与进来,提供更好的直播服务和更优的直播体现,吸引更为广泛的潜在用户群体,使参与者变多。

“事实上,这个行业你花多少钱并不重要,有多少名牌主播也不重要,关键是你需要留住用户。”陈法胜告诉《中国企业报》记者,实际上,从去年开始,网络直播的社交方式开始悄悄走红。随着各个直播平台雨后春笋般地冒出来,一些老秀场也开始积极转型或改变运营模式,转变过程中为求成效,一些知名的公司或者知名投资公司投资的网络直播甚至冒险违法搞色情服务,实际上就是想用一些刺激的方式留住用户。这个行业竞争太激烈了,投资人不是做公益,是需要回报的。他说,这个行业和其他行业一样,必须要有用户,有了用户,才会产生流量,才会有收益。而且只有一个庞大的流量数据,才能吸引更多更大的投资,实现更大的利益。

但在网络监管愈发严格的今天,这样的做法不仅要背负道德的谴责,更会遭到法律的严惩。王骏对记者表示,网络直播行业是一个极度缺乏监管的行业,一旦国家监管形成,行业将进入深度洗牌阶段,行业利益将会进一步扩大。抢占校园路线的猫盟算是独辟蹊径走出了一条新路。陈法胜告诉记者,庞大的大学生群体是猫盟发展的基础,而提高主播的分成比例,既降低了投资风险,又受到了网红主播的青睐。他说,一些网络直播平台也开始培养大学生主播,相对于几千元的工资,费用相当低,而且可以花钱进行包装打造网红,也是一条新路。



繁荣之后隐忧显现

直播业的十字路口

■ 本报记者 朱虹

对于2016年来说,似乎没有什么行业比“直播”更火爆了。

自2015年王思聪进入电竞行业投资熊猫TV,推出香蕉计划后,电竞直播行业就被彻底引爆,随之而来的是泛娱乐化的直播平台和秀场直播平台纷纷崛起,中国迎来了全民直播时代。有市场人士预计,2016年全年直播上线平台将增至400家,而2020年,行业投资金额预计能达到1060亿元。

不过,一片繁荣的景象背后,内容低俗、版权纠纷、盈利模式模糊等各种问题逐渐显现,让狂欢之后的直播业走到了十字路口,未来直播业是“凤凰涅槃”迎来新生,还是会“昙花一现”走向没落?

全民直播时代到来

从去年到现在,直播平台一路飞速发展,资本疯狂追捧,诸多明星大咖纷纷试水直播,众多企业和上市公司竞相涌入,直播的繁荣,非常耀眼。

艾瑞咨询的报告指出,2015年中国在线直播平台数量接近200家。文化部数据显示,2016年中国的网络直播企业数量持续保持着增长,几乎每周都有1—2个企业进入这个行业。

中国传媒大学网络法与知识产权研究中心主任王四新表示,近年来,科技的发展让人获得很大的解放,同时也出现了大量的闲人。只要很多人聚在一起,就有潜在的消费者,吸引他们的注意力就能产生经济利益。此外,网络直播的跨地域性,也扩大了相同志趣的人的聚集。正是互联网的这

种“长尾效应”,导致了“闲人经济”的出现。

直播业的繁荣,也是时代发展的必然产物。近年来,随着4G的普及和资费的降低,用户在移动互联网条件下观看视频的习惯和需求正在被培养起来。一部手机一个账号,人人都可以变成“直播车”。网络直播凭借其独特的互动模式和及时性,让网友见识到了移动直播的魅力。

企业云集竞争激烈

随着直播行业的逐渐火热,资本的逐利性也驱使国内企业纷纷涉水直播,试图在这火热的市场氛围下分一杯羹。根据腾讯云以及艾媒咨询的预测数据,2016年国内400多家直播上线平台将拼抢2亿用户,竞争可谓异常惨烈。

(下转第六版)

部分参与直播产业的公司和投资机构

公司	项目	时间	方式
腾讯系	腾讯直播	2016	自建
	企鹅直播	2016	自建
	花样直播	2015	自建
	龙珠TV	2015	投资
	斗鱼TV	2015	投资
	B站	2015	投资
	齐齐互动	2014	自建
欢聚时代	Hi交友	2013	投资
	YY LIVE	2008	自建
	ME直播	2016	自建
	Mars TV	2011	投资
	虎牙TV	2014	自建
阿里	知牛财经	2005	收购
	淘宝直播	2016	自建
	天猫直播	2016	自建
	光圈直播	2015	投资
	来玩	2014	收购
来疯	2014	收购	
火猫TV	2014	投资	

公司	项目	时间	方式
百度	爱奇艺奇秀	2016	自建
小米	小米直播	2016	自建
京东	神游网	2015	投资
搜狐	千帆直播	2014	收购
乐视	章鱼TV	2012	收购
网易	BOBO	2014	自建
陌陌	陌陌直播	2015	自建
360	花椒	2014	自建
游久游戏	龙珠直播	2015	投资
奥飞动漫	么么直播	2011	投资
海洋音乐	繁星直播	2012	并购
浙报传媒	战旗TV	2014	自建
唱吧	唱吧直播间	2015	自建
	火星直播	2013	自建
秒拍	秒拍MSee	2016	自建
	直播	2016	自建
	小咖秀	2015	自建
天鸽互动	9158	2005	自建
	水晶直播	2016	自建
	嗨播	2016	自建

公司	项目	时间	方式
青松基金	猫耳	2016	投资
友田资本			
君联资本	ACE直播	2016	投资
同伟创业			
松禾资本	光圈直播	2015	投资
紫晖创投			
联创策源	在直播	2015	投资
普思资本	熊猫TV	2015	投资
(王思聪)	17TV	2015	投资
德沃基金	萌我爱TV	2015	投资
九合创投	野马现场	2015	投资
IDG	ULOOK.TV	2014	投资
	风云直播	2012	投资
连创新投资	易直播	2014	投资
英雄互娱	imbaTV	2014	投资
经纬中国	爱豆TV	2013	投资
创新工场	51 TV	2013	投资

(本表内容为见习记者薛午安根据公开资料整理)