

移动直播太火，蓝海或已变红海

湖南已有大批直播企业，曾率先直播世界杯赛事，1-2年内可能快速洗牌

直播太火！

演唱会直播、足球比赛直播、购物直播……仿佛一夜之间，各行各业都纷纷加入直播大军。

一面是斗鱼、熊猫、映客、花椒等直播平台层出不穷，一个接一个地登上了应用商城的热搜榜，一面是巨头资金频频流入，纷纷掀起“烧钱大战”。

一切似乎都在宣告：全民移动直播的时代已经到来。

■记者 杨田风 胡锐 实习生 李洋

湖南已掀起直播潮

6月5日，首届“世幼杯”幼儿玩足球湖南区活动在长沙曙光798城市体育馆正式开赛，首场比赛活动的火热度远远超出主办方的预期。“这是国内首次在手机微信直播平台上全程直播幼儿足球活动。原本以为只有参赛的家长会通过网络观看现场直播，预计的线上人数只有300人左右，没想到，比赛一开始，人数就迅速攀升，单场观赛人数就已过万。”活动承办方虎童足球俱乐部理事长向左云说，目前幼儿足球普及率还很低，主要是因为家长、从业者和社会对幼儿足球的认识还比较生疏，通过移动直播平台，影响的范围更广，

可以让没有在现场的相关人士能够更好地了解、认识幼儿足球，从而推动幼儿足球更广泛的开展。

6月8日，邵雨涵·全国巡回演唱会——长沙站在湖南大剧院火热开唱，推广商湖南自媒体联盟负责人蔡亮告诉记者，演唱会也采用了微信直播，尽管现场只能容纳1700人观看，但得益于微信直播平台，当晚的观看人次突破了6万。

网络直播这把火还烧到了农村电商领域。记者了解到，6月下旬，快乐购、新湖南等即将在永州江华掀起一场雪梨原产地的电商直播。

显然，湖南已经掀起了网络移动直播的热潮。

诞生大批直播企业

网络直播的兴起，也诞生了一大批本土直播企业。

“2014年，巴西世界杯的移动直播就是由我们提供的技术支持。”6月8日，湖南科创信息技术股份有限公司电子渠道事业部总经理苏黎虹向记者介绍，在近年兴起的移动直播热潮中，他们算是国内第一批专业做后台技术支持的公司，而其与中国联通合作搭建的2014年世界杯移动直播平台，用户数量高达30多万个。“这也是国内第一次采用移动直播的方式来即时播放世界杯赛事。”苏黎虹告诉记者，由于上届世界杯的赛事基本都在凌晨两三点，原以为用户应该不多，但结果却大出所料。“很多的士司机、火车上的旅客由于无法在家看电视、也不方便使用电脑看，就选择了移动直播平台观看球赛。”

2014年世界杯之后，他们另一个经典案例就是为2015年大阅兵的移动直播提供平台技术支持，1个多小时的节目直播，用户量也达到3万多。此后，移动直播开始在国内风起云涌。

“我们认为电视、PC端用户，都有机会转化为移动直播的用户。”湖南科创信息技

术股份有限公司电子政务事业部总经理祝明先对移动直播的前景也十分看好。他表示，从用户体验层面来看，短视频或移动直播更符合用户移动上网的习惯，尤其是年轻人；而随着4G时代的到来，以及人们对直播的方便与灵活性的追求，移动直播将成为互联网经济的下一个风口。“仅需一台手机，下载一个APP就可随时随地发起直播。”

正是基于这一判断，原本是以系统集成为主营业务的湖南科创公司，于2014年正式踏足移动直播领域，并用10个月时间开发出“咕咕”直播平台。“我们都没做过什么推广，2个月内用户量就突破了100万。”

今年3月成立的湖南华彩嘉视TV直播平台就是一家专注演艺行业的直播平台，公司常务副总汤卓表示，移动网络直播通过解决技术问题，实现了远距离的影像、图像的传播，一些好的话剧、歌舞剧、儿童剧等通过互联网直播平台，将打破时间和地域的限制，从而提高了影响力。在汤卓看来，未来的网络直播将渗透到各行各业，就像“互联网+”一样，成为一种必不可少的辅助工具。



6月5日，首届“世幼杯”幼儿玩足球湖南区活动通过微信全程直播，热度超出预期。记者 彭治国 摄

大蛋糕：平台用户达2亿

随着网红主播们爆红暴富的神话，明星企业大咖的高调加入，移动视频直播也已然成为互联网界表现最抢眼的领域之一。据不完全统计，整个国内的移动直播平台已经超过200家。巨头资金也是择机而入，今年以来，就有宋城演艺以26亿元收购秀场平台六间房，腾讯、游久游戏投资龙珠直播，昆仑万维领投映客直播，乐视体育以3亿收购章鱼TV，斗鱼直播获得超过1亿美金B轮融资，光线传媒1.6亿元投资网红电商及网络直播产业等等，无不印证着资本市场对网络直播的热情。

梳理这些势如破竹纷纷涌现的视频直播平台不难发现，主要集中在娱乐演艺、游戏、电商等行业。

游戏类直播主要是面向游戏爱好者，以YY直播为班底的虎牙直播、浙报集团投资的战旗、腾讯旗下的龙珠TV以及表现强势的斗鱼TV、火猫TV构成了游戏直播行业的第一集团。

在电商直播领域，跨境电商平台波罗蜜比较超前，2014年年底就已开始尝试。从今年开始，聚美、淘宝、亚马逊也开始尝试增加

蓝海或已变成红海

易凯资本认为，当下随着直播行业创业数量高速增长，市场很快会变得异常拥挤。这时，一方面用户眼球会被分散，另一方面优质IP和网红资源的价格会被不断炒高，直播平台的利润空间短期内将被挤压。因此，直播将很快从一个虽然相对边缘但有健康利润率的市场转变为一个需要大额资本投入砸出主流平台的市场。

在此背景下，拥有大量创业

直播功能，蘑菇街、丰趣海淘等创业公司5月也开始试水直播。

此外，以用户生产内容为主的视频直播平台也是如雨后春笋般诞生。ME直播、美拍、映客、一起秀、觅蜜等，均走的是“人人可直播”路线，致力于构建社交关系的直播平台；另外还有一些专业直播交友平台，他们以婚恋、交友为目的，如“求见”“床聊”等。

其实移动直播的应用领域远不只这些，各种会议、高峰论坛、运动赛事等都能用到直播。“甚至可以用在交警和保险公司的快处快赔上，现场直播，现场认定责任，理赔更高效。”苏黎虹介绍。

到底网络直播的蛋糕有多大？华创证券的研究报告认为，2015年直播行业的市场规模达到120亿，2016年将是爆发的一年，到2020年行业市场规模可达到1060亿。

艾媒咨询公布的数据还显示，中国网络直播平台用户数量为2亿，大型直播平台每日高峰时段同时在线人数接近400万，同时进行直播的房间数量超过3000个。预计2017年用户数量将达到4亿人。

者和热钱的直播行业暗流涌动。业内人士向记者分析，这种热闹的场景像极了2006年的雨后春笋般的视频网站及2010年的团购，在去年四五月份的时候，数得上名字的移动直播还没几个，但如今在应用市场搜索到的视频直播已经超过100个。随着腾讯、阿里、小米等互联网巨头的纷纷加入战局，监管的升级，广为看好的移动直播市场蓝海，或在形成成熟的盈利模式前就已变为红海。

观察

直播平台背后的巨头身影

直播的风口，“巨头”们当然不会缺席。

以斗鱼TV为例，除了奥飞动漫蔡东青2000万元的天使投资、红杉资本2000万美元A轮融资，还在今年获得了腾讯出资4亿元的B轮融资，以及后续的红杉资本追加投资及南山资本的跟投。阿里投资了浙江报业财团的战旗TV，熊猫TV背后有“国民老公”王思聪代表的万达系巨额资本。360早已独立运作花椒，周鸿祎本人也经常出没花椒给主播打赏。今年1月，乐视体育以3亿元收购章鱼TV 100%股权。目前国内手机视频社交领域排名第一的映客，获得了A股上市公司昆仑万维领投的8000万元A+轮融资，在2016年1月7日，昆仑万维发布公告称，向北京蜜莱坞网络科技有限公司投资6800万元，取得后者18%的股权，而蜜莱坞即是映客、蜜Live两款移动应用的持有方。

而随着腾讯、360等互联网巨头的入场，直播行业的“百团大战”也正式打响。

2015年初至今，TechWeb不完全统计的15家直播平台融资金额已达数十亿元。而《2016年中国在线直播行业专题研究》显示，2015年中国在线直播平台数量接近200家，其中包括阿里、腾讯、百度、小米、乐视等互联网巨头的参与。

“巨头”的入局也意味着行业洗牌的开始，后进的小玩家要么被纳入巨头体系，要么被慢慢遗忘。繁星直播CEO谢欢直言，“直播市场会在1-2年内快速洗牌”。