

直播平台大洗牌：知识型网红加速崛起

从休闲消费到为知识买单，行业进入“内容为王”时代

手机一架，频道一调，现场直播嗨起来。移动互联网的当下，全民直播的时代已经到来。只不过，直播大潮经历了野蛮生长后，网络直播平台疲态初显，在这场没有硝烟的战争中，新的直播平台仍如雨后春笋不断冒出，然而有更多数量的中小直播平台倒闭退出竞争舞台。

直播行业的冬天要来了吗？在行业重新洗牌的格局之下，直播生意要怎么赚钱，什么样的直播平台可以存活并笑到最后？

业内普遍表示，具备优质内容生产能力，将在直播领域更有竞争力，而湖南美时美客董事长兼CEO刘海清认为，内容是核心竞争力，而要改变内容则需要变革现有打赏的商业模式。

■记者 刘永涛 黄利飞



随着行业洗牌的加剧，以颜值为基础的秀场直播模式逐渐“退热”，越来越多的人愿意为知识买单，具备专业知识、有较高学历的主播成为他们追捧的对象。（资料图片）

映客“卖身”，“老虎”被查，直播行业洗牌风行

火热的直播行业，可以说是自带“网红”气质，一有风吹草动，皆能引来众人“围观”。

近日，宣亚国际发布公告称，将收购映客预计不低于50%的股权。买方宣亚国际的市值是72亿，卖方映客在辉煌的时候曾估值70亿元，同等体量公司交易的背后，有故事。

另有“老虎”直播平台因涉嫌传播淫秽色情信息被公安部门介入调查，并且已有12名涉案人员被抓获。

或许你已猜到这个故事的主题：在喧嚣风起云涌过后，直播行业的大洗牌开始了。

有人说，2016年是直播元年，也是这个行业最辉煌的一年，不少平台拿到了B

轮，甚至是C轮融资。而直播行业的火爆，直接引来了资本的群雄逐鹿。2016年，进驻的资本方包括腾讯、乐视、红杉资本、创新工场、经纬中国、小米等。

进入2017年，直播平台市场进入了残酷的淘汰赛阶段。

据不完全统计，2017年初，包括爱闹直播、网聚直播、趣直播、微播、凸凸TV、ulook要看直播、美瓜直播、猫耳直播等十几个平台无法登录或宣布关闭。

另有不少平台从数据造假、涉黄，再到陷入欠薪的丑闻……

经历资本涌入、监管政策落地等一系列事件后，国内网络直播行业告别野蛮生长时代。

重拳之下，直播平台创新商业模式

洗牌大幕已经开启，可以预见，还将有一大批直播公司陷入运营困境，被收购甚至倒闭，暴风雨才刚开始。如何做好直播服务体验，寻找合理的盈利模式，度过寒冬，是直播公司亟需思考的事情。

如今，绝大部分的直播平台都是依靠C端的打赏、刷礼物来变现，但从包括龙头直播平台爆出的各种刷屏“丑闻”来看，背后则意味着实际流量式微。

于是，直播平台都在着力探索新的变现模式。

比如斗鱼除了打赏和充值，还有一些广告和项目联运；而千帆直播的营收中，秀场打赏仍然占大头，但是他们已经在探索新的变现模式，并做了一些不错的尝试。

湖南美时美客提出的则是“时间竞拍”模式。据美时美客董事长刘海清介绍，举例而言，王律师早上8点在美时美客直播平台上发布一条竞拍主题：交通事故如

何赔偿？视频直播时间为晚8点-9点，起价500元，每次加价200元。

王律师发布为私密直播，竞价后价高者就可以与王律师一对一视频私密直播；如王律师发布为公开直播，除竞拍成功者可与王律师一对一视频互动外，其他需求者也可购买王律师设置的门票进行围观，直播过程中围观者还可打赏，献花，送红酒等；直播结束后竞拍成功者则可根据主播设置的门票打赏收入的分成比例进行分成。

“这样一来，公开直播情况下，竞拍成功者的收入有可能会比付出的竞拍费用还要多。”

有业内人士评价称，付费看直播，体现了直播者的价值，能够调动主播的积极性，而价格竞拍，相当于一种“饥饿营销”，容易激发观众热情，更有利于优质内容的产出，带来个性化、多元化、创新性的内容升级。

博士学历占比近两成，“高知主播”渐受宠

知识网红的价值，或能从一组数据中得到印证。

定位于为泛教育从业者提供以直播为核心的一系列变现解决方案的红点直播，其运营负责人刘思毅介绍，目前平台总用户超过800万，日活30万，已有20多万用户自主创立直播频道。

红点拥有业内品类最全、人数最多的泛教育B端用户，这些频道主们利用红点创收超过5000万。这仅仅是在泛教育这一个细分领域的初步成绩。

据腾讯研究院通过对全国4500多位主播进行问卷调查得出的一组数据显示，主播从业人群达数百万量级，头部主播的比例仅有5%，而在头部主播中，本科以上学历占比达

内容为王，新兴技能型直播兴起

付费看直播的理想很丰满，但现实却很骨感。

据艾媒发布的《2017年中国泛娱乐直播用户白皮书》数据显示，泛娱乐直播行业用户付费率仅为21%，其中产生“付费订阅”行为的人群仅占15.5%。

这组数据说明了一个很残酷的现实：用户对于付费直播并不感冒。

对此，美时美客刘海清觉得这在他的平台并不是什么阻碍性问题，“如果直播的内容对用户来说是知识获取性的、是有用的，在内容沉淀上能满足用户的生活或工作需求的，付费也就是水到渠成了。我们一场初级会计师资格培训的直播，老师的门票收入就获得94000元。”

原来，在美时美客直播平台上，主播都是带有专业技能、能够传播知识的医生、教师、律师、金融专家、书画家、民间匠人，甚至是厨师、美容师等“知识网红”，矢志成

41%，其中博士学历主播占比高达18%，而普通主播本科以上学历只占比17%，博士占比只有1%。

另外，一二线城市的头部主播，在除粉丝打赏和签约费之外，广告费、电商和活动收入的占比远高于三四线城市和农村地区的头部主播。

专业人士分析称，高学历主播，为用户带来的价值认知，更偏向于知识技能教学的价值。在刘海清看来，与直播细分领域发展相伴而来的，是主播和直播内容的专业化升级，传递的价值也有望从娱乐休闲，上升到知识技能分享和资讯传递等多元化价值传递。“从休闲娱乐，到为知识买单，已经在走向直播的未来。”

为中国时间交易第一平台。

刘海清及其团队意识到，目前行业同质化竞争严重，而且主要集中在游戏、秀场、生活直播，充斥着以低俗文化为导向的内容，这种情况下，知识类直播平台却因商业模式瓶颈鲜有人涉足。网红主播要想打破僵局，还得内容为王。

这也正是搜狐旗下千帆直播公关总监周辉对直播的未来非常有信心的原因。在他看来，直播需要内容，更需要可持续的内容，不管是明星也好，大腕也好，如果不能提供可持续的内容的话，那么他们带来的流量几乎是左手进右手出。

因此，在这种趋势下，虽然当前才艺表演、段子搞笑等泛娱乐直播内容依然占大半壁江山，但电竞直播、科教财经等新兴的知识技能型直播已经兴起，例如财经直播的呱呱财经、知牛财经等，知识直播的V来秀、龙珠《wuli实验室》等。

手记

直播“快餐”不仅要快还要有营养

有人说，直播行业创造了数以万计的“主播”岗位。这并非空穴来风。

记者在58同城以“网络主播”为关键词搜索，仅湖南地区24小时内发布的招聘信息就多达30余条；在赶集网、中华英才网上甚至还出现了“急聘网络主播”、“高薪招聘网络主播”等信息。

由此可见这一行业的热度。而“你丑你先睡，我美我直播”的口号则道出这一行业最关键的一个要素——颜值。然而，当网络直播行业告别野蛮生长时代，诸多直播平台的高度同质化，使得以颜值为基础的秀场直播的模式开始褪色，毕竟，随着直播软件在美颜等技术上的提升，主播的颜值不再成为用户选择直播平台的唯一标准。

有数据显示，用户对于好的直播内容认知上，“能够学到东西”占比高达68%，而对于主播的吸引特质评价上，“才艺/技能好”占比高达60%，凸显了用户对于直播的知识技能价值传递的核心需求。

几乎可以预见，在直播行业的未来，各领域内容的精细化直播将更受用户青睐，而那些缺乏创新和可持续发展内容的直播平台势必会倒下。有营养的直播平台，还是会活得健康、活得长久。