

中国网络直播营销市场 研究报告

2018年



海量行研报告免费读



中国网络营销市场规模持续扩大，未来**视频广告**将成为广告内容呈现的主流形式。2017年直播行业用户流量增速放缓，各平台逐渐将发展重点**从C端向B端转移**。经历了2016年的流量及资本竞争，2017年以制作内容取胜，2018年将聚焦于**商业化发展**。



直播营销产业链发展趋于成熟稳定，第三方企业的加入完善了服务体系。广告主以有知名度的**一线品牌为主**，用户具有一定购买力且普遍对直播营销持**正面态度**，带有内容制作的**软性广告更受关注**。



直播营销最吸引广告主的优势在于**实时互动性**。其相对成本较低，未来在各直播平台营收中的占比有望持续增高，2019年市场规模或将突破**50亿元**。但其**定制化的销售方案**为规模化发展带来困难，且依赖于网络直播市场的发展，为其市场规模的增长带来潜在壁垒。



直播营销总体可被分成**传统的“硬广”**和**创新的“直播+”**两种模式。其中“直播+”模式包含**内容营销**、**互动营销**以及**电商**三个种类。两种模式各有优势，可供广告主灵活选择。而“直播+”作为一种**可无限延展**的形式，在未来或将成为主流。



随着直播营销产业的持续发展，产业链上下游合作将升级，购物渠道或将被打通，科技的进步也将围绕在**图像识别**和**语音识别**上，为直播营销带来更多的可能性。行业同样需要**第三方权威效果监测机构**的出现，以便提供直观可靠的直播营销量化效果反馈。

中国网络直播营销市场背景

1

中国网络直播营销发展现状

2

中国网络直播营销模式与案例分析

3

中国网络直播营销未来发展趋势

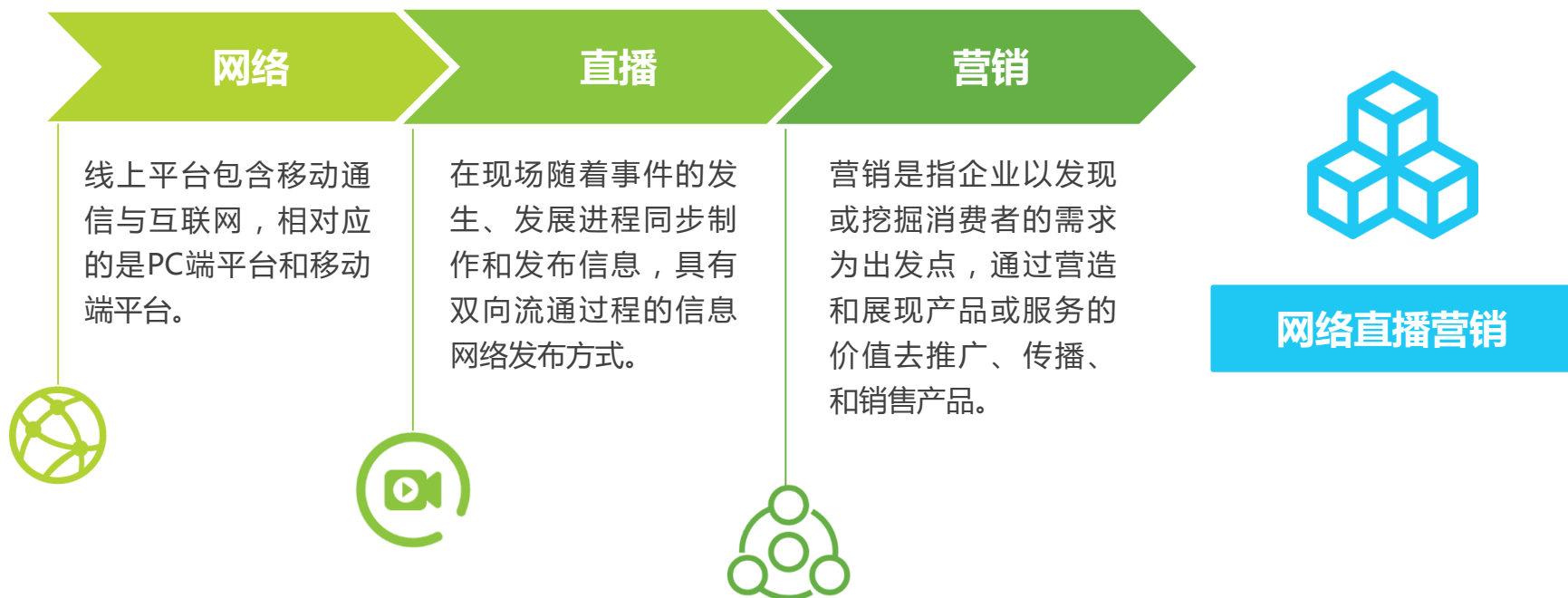
4

中国网络直播营销市场背景

网络直播营销的定义

本报告的研究范畴为网络直播营销。是指采用视频直播形式在PC端及移动端上，为企业商家达到品牌推广或产品销售的目的所进行的营销。必备的特征包括：以营销为目的、以直播为方式、以线上为平台（不包括传统的电视直播）。

网络直播营销概念组成



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。“营销”与“直播”的定义借鉴百度百科词条解读。

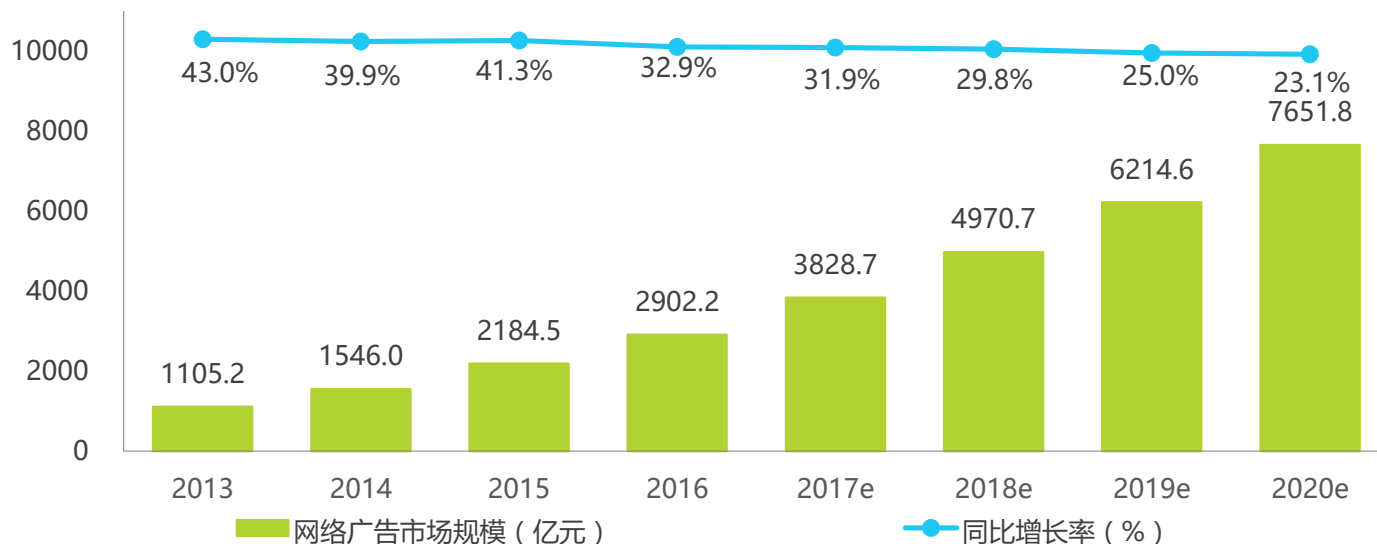
中国网络直播营销市场背景

网络营销市场规模持续扩大

2017年，中国网络广告规模预计近4000亿元，在中国广告市场中占比将超过50%。受网民人数增长，数字媒体使用时长增长、网络视听业务快速增长等因素推动，未来几年，报纸、杂志、电视广告将继续下滑，而网络广告市场还将保持较快速度增长。

网络广告在2017年的关键词为“智能化”与“原生化”。广告主对于网络广告的玩法更加熟悉，广告类型也随着原生广告的发展而不断进化，广告与内容之间的界限愈加模糊。同时，随着网络环境的不断改善，视频成为人们接收信息更习惯的内容形式，视频类广告也得到较快发展。

2013-2020年中国网络广告市场规模及预测



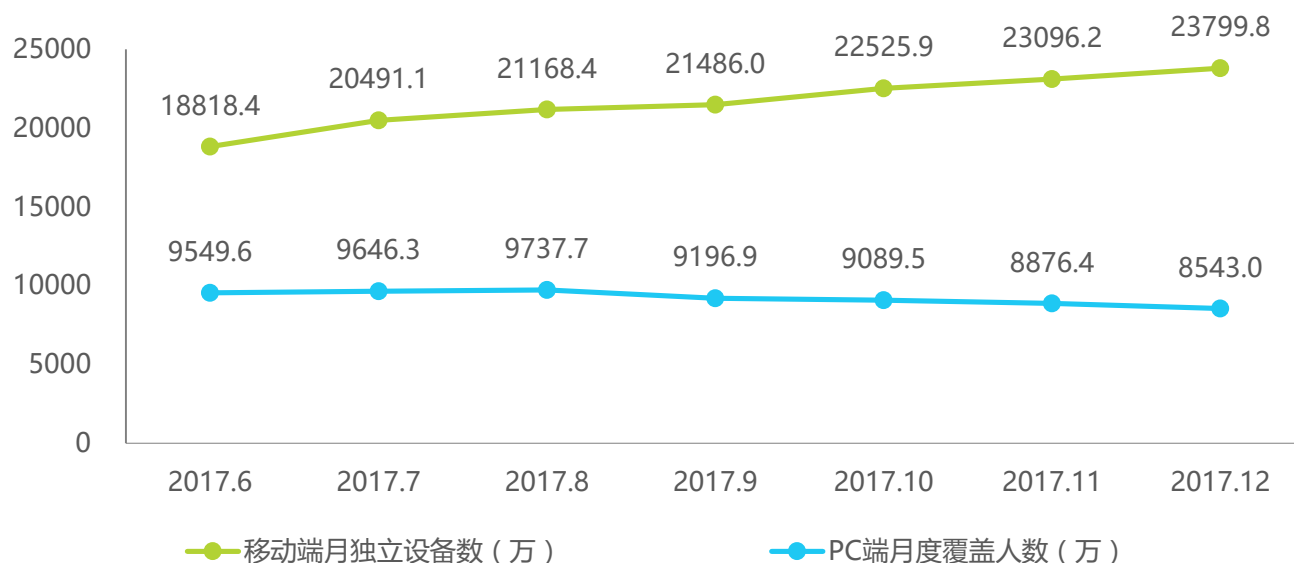
注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国网络直播营销市场背景

人口红利消退，直播行业用户流量增长趋势放缓

根据艾瑞咨询连续监测产品mUserTracker和iUserTracker数据显示，经过2016年和2017年上半年大规模的行业发展和用户激增之后，2017年下半年直播行业整体发展情况趋于稳定，竞争格局已经基本成型，用户经过沉淀后流量增长趋势放缓。整体来看，直播行业正在从PC端向移动端发展，规模仍在保持扩大趋势。但用户流量提升空间有限，各直播平台从C端获取收入的商业潜力已经基本挖掘完毕。

iUsersTracker&mUsersTracker-2017年6月-12月中国直播用户
月度活跃规模变化



来源：1.iUserTracker. 家庭办公版 2017.12，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；
2. mUserTracker.2017.12，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

中国网络直播营销市场背景

直播平台聚焦商业化发展，B端营收成为核心

自2015年网络直播正式得到普及并进入大众的视野开始，行业经历了资本的涌入和白热化的竞争，到2017年竞争格局逐步形成，用户沉淀后规模扩大的速度有所放缓。随着行业的逐渐稳定，全民直播的风潮也渐渐消退，真正优质的PGC和PUGC内容得以被保留并成为主流。在行业进入成熟期的情况下，当下发展的重点在于建立起真正健康的、规模化的商业模式，各平台开始逐渐重视来自于B端的收入，并且开始关注如何利用直播的优势和特点帮助广告主进行产品和品牌的营销，从而实现最大程度的流量变现。

网络直播行业发展各阶段特点



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

