

2017上半年

中国网络直播行业  
景气指数及短视频报告

中国信息通信研究院政策与经济研究所

网宿科技股份有限公司

# 关于《中国网络直播行业景气指数》

中国网络直播行业在进入2016年之后迅猛发展，行业和公众对“网络直播”保持高度关注。中国信息通信研究院政策与经济研究所与网宿科技股份有限公司合作推出《中国网络直播行业景气指数》，希望为行业从业者、投资者及公众衡量直播行业的发展状况、景气情况和用户行为提供新的视角和标尺。

中国信息通信研究院政策与经济研究所联合网宿科技股份有限公司，通过对直播网站及应用日志大数据进行发掘和分析，并综合吸纳市场公开数据，构建中国网络直播行业景气指数体系以及下辖的各项子指标，加权综合得出各指标数据，并进行交叉验证和用户交叉分析。中国信息通信研究院政策与经济研究所联合网宿科技股份有限公司从2016年第三季度开始每半年发布《中国网络直播行业景气指数》，并对直播行业提出分析洞察。

本报告的著作权归中国信息通信研究院政策与经济研究所与网宿科技股份有限公司联合所有。所有引用，必须注明来源。以任何形式的转载，必须获得著作权人的同意，否则将保留追究相应法律责任的权利。本报告提供的信息仅供参考，对于任何因本报告引起的行为，中国信息通信研究院政策与经济研究所和网宿科技股份有限公司一律不承担责任。

# Key Findings

**01** 中国网络直播行业景气度延续，国内直播模式获广泛认可，平台模式加速输出海外

**02** 直播超清化趋势加速到来，游戏直播推流超清以上占比过半，秀场直播过渡到以高清为主，内容摄制制作、播放硬件等相关产业将围绕超清化升级

**03** 直播向精品化迈进，由达人主播和专业团队精心制作的高清晰度PUGC和PGC视频引发关注，建议平台加大对内容精品化的布局

# 目录

Content

01 直播景气指数

02 直播带宽增长

03 观众活跃力度

04 主播演艺热情

05 洞察与预测

06 短视频新观察



**1**  
ONE

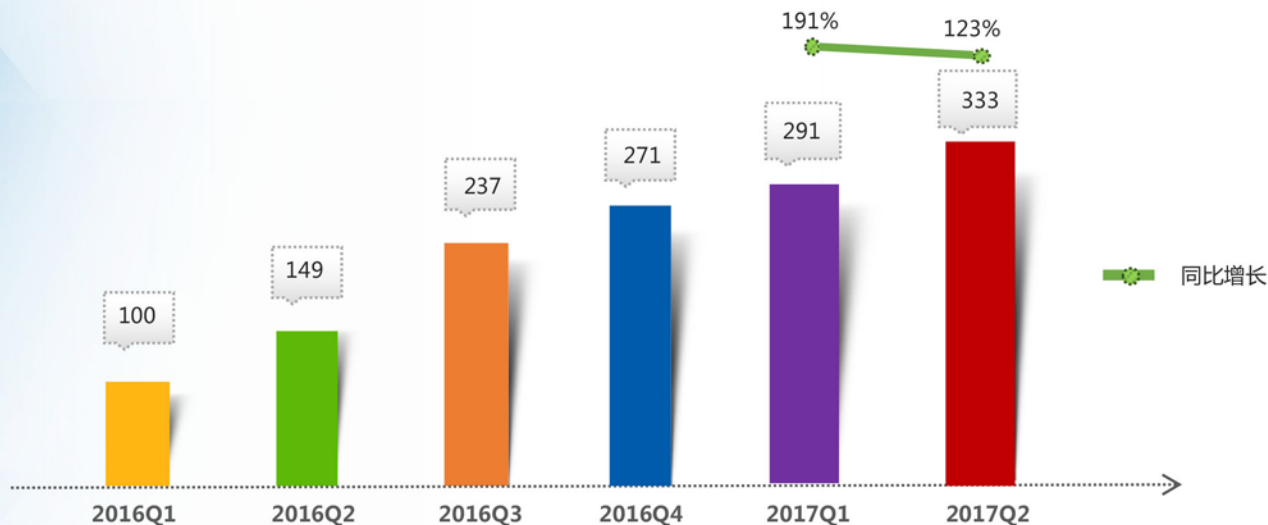
**直播景气指数**  
热度持续，同比翻番

## 2017上半年中国网络直播行业景气指数持续翻番

- 网络直播行业景气指数由直播带宽指数、直播观众指数、直播主播指数，以及直播货币化指数等四方面综合加权得出；
- 2017年第一季度中国网络直播行业景气指数为291，第二季度达到333，在秀场直播普及、游戏直播高清化的推动下，直播模式逐步向海外输出，整体直播行业保持了景气发展

2017年上半年中国网络直播行业景气指数

直播行业景气指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

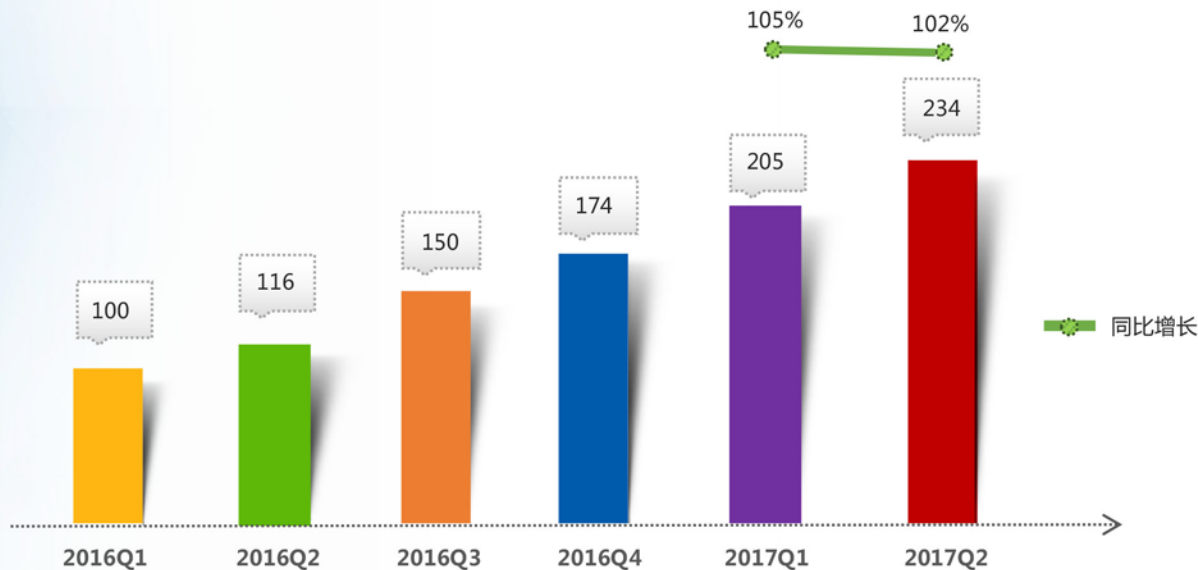


# 2017上半年中国网络直播带宽指数同比翻番增长

- 加权统计网络直播服务带宽实时情况并结合公开数据，构建季度和月度直播带宽指数；
- 2017年第一季度中国网络直播带宽指数为205，第二季度达234，同比2016年前两个季度均实现翻番增长，平稳较快增长的动因来自游戏直播继续保持平稳较快增幅。

2017年上半年中国网络直播带宽指数

直播带宽指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

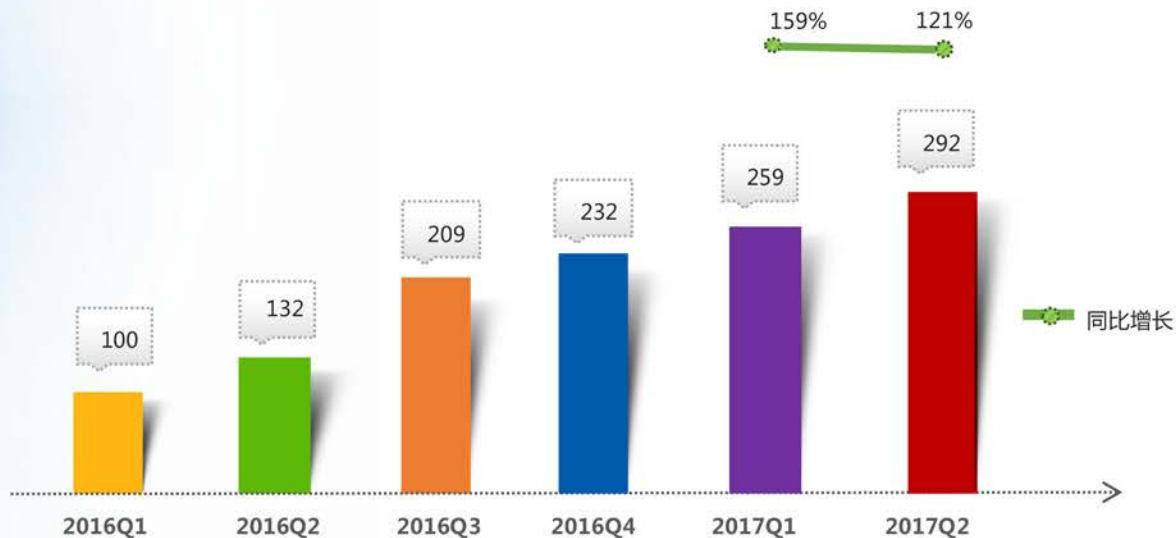


## 2017上半年中国网络直播观众指数再度突破

- 加权统计直播观众独立IP和同时在线人数，并结合公开数据，构建直播观众指数；
- 2017年第一季度中国网络直播观众指数为259，同比增长近160%，第二季度达292，同比增长超120%，受上半年密集假期和暑期拉动，在高位上继续突破。

2017上半年中国网络直播观众指数

直播观众指数，以2016年第一季度为基期，设为100分



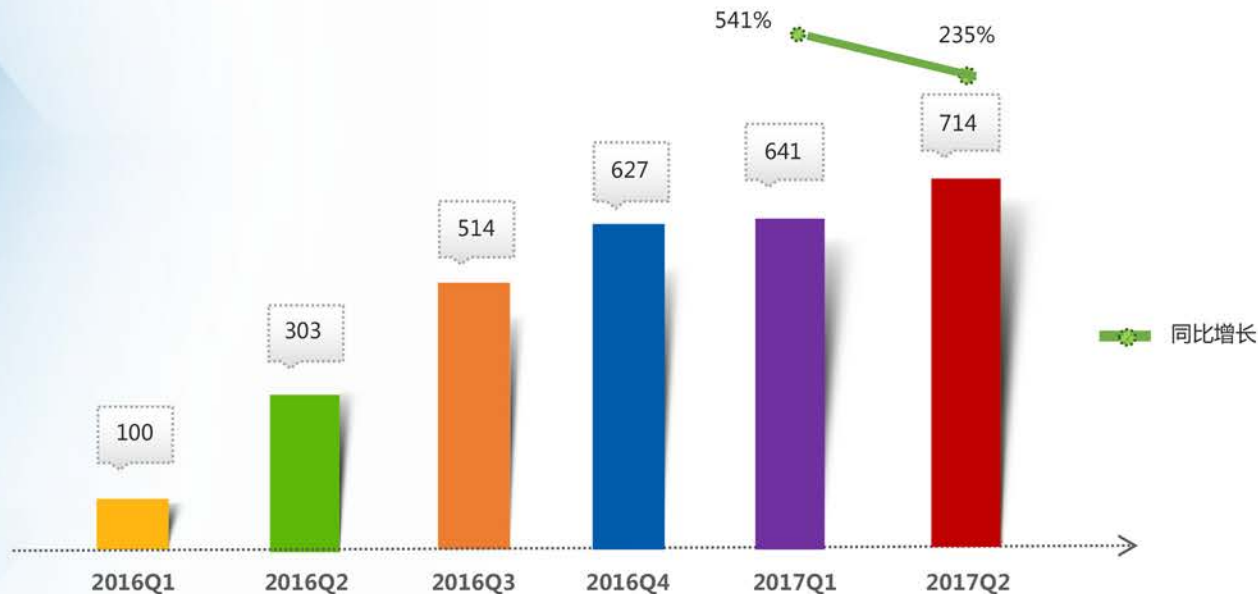


## 2017上半年中国网络直播主播指数热度加码

- 加权统计直播主播独立IP和同时在线人数，并结合公开数据，构建直播主播指数；
- 2017年第一季度中国网络直播主播指数为641，同比增长541%，第二季度达714，同比增长235%，在秀场直播普及带动下，主播热情还在不断升温加码。

2017上半年中国网络直播主播指数

直播主播指数，以2016年第一季度为基期，设为100分

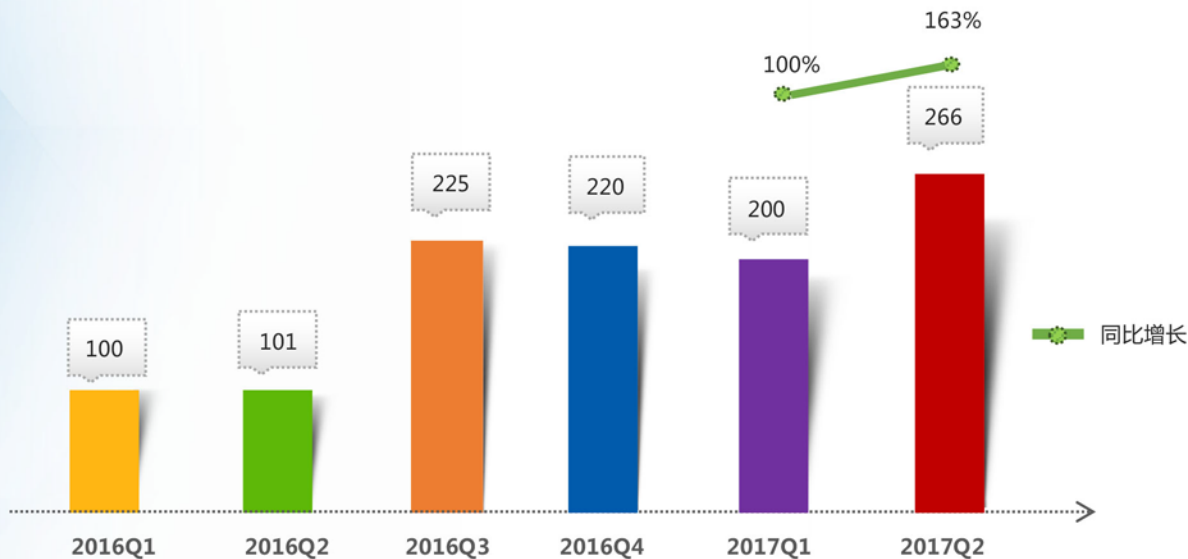




## 2017第二季度中国网络直播货币化指数再度爆发

- 通过加权统计网络直播行业公开的财务表现、融资并购情况，拟定直播货币化指数；
- 2017年第二季度中国网络直播货币化指数为266，盈利能力逐步得到认可，而直播模式在向海外输出的过程中也获得了资本青睐。

2017上半年中国网络直播货币化指数  
直播货币化指数，以2016年第一季度为基期，设为100分



2  
TWO

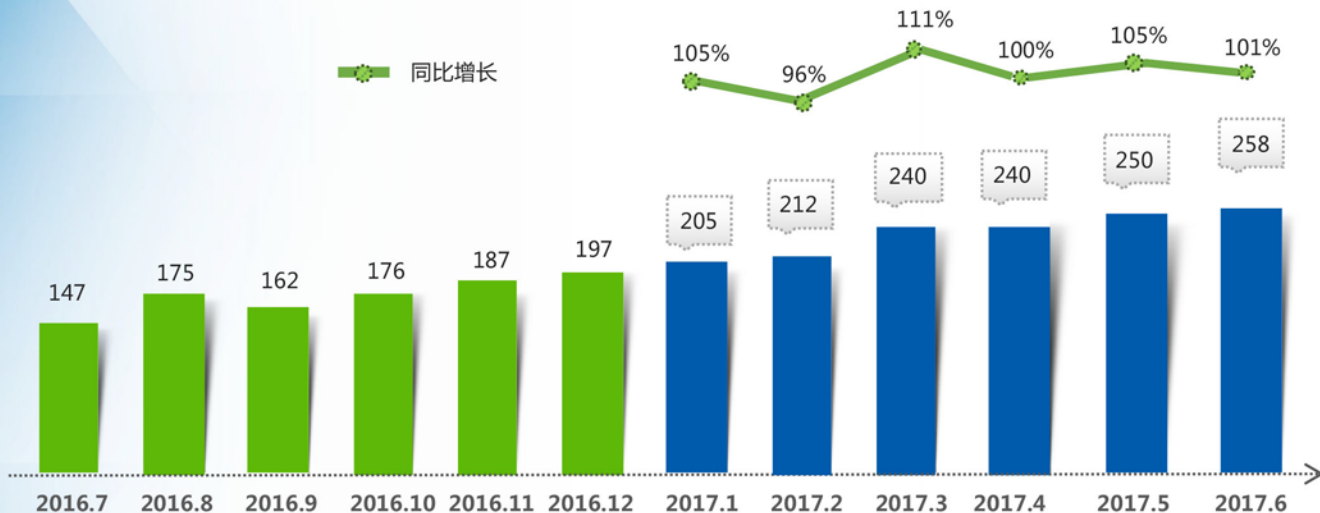
直播带宽增长  
游戏推动，高清普及

## 2017上半年中国网络直播总计带宽月度同比翻番

- 2017年1-6月网络直播带宽总量同比2016年每月均接近翻番增长，特别是进入3月后春节假期结束，观众返城后带宽指数加速提升；
- 增长动因除上半年小长假节日密集外，秀场直播越发普及，6月高考结束和暑假来临推动游戏直播热度继续增长，从而带动了整体带宽指数提升。

2017上半年中国网络直播带宽总量增长情况

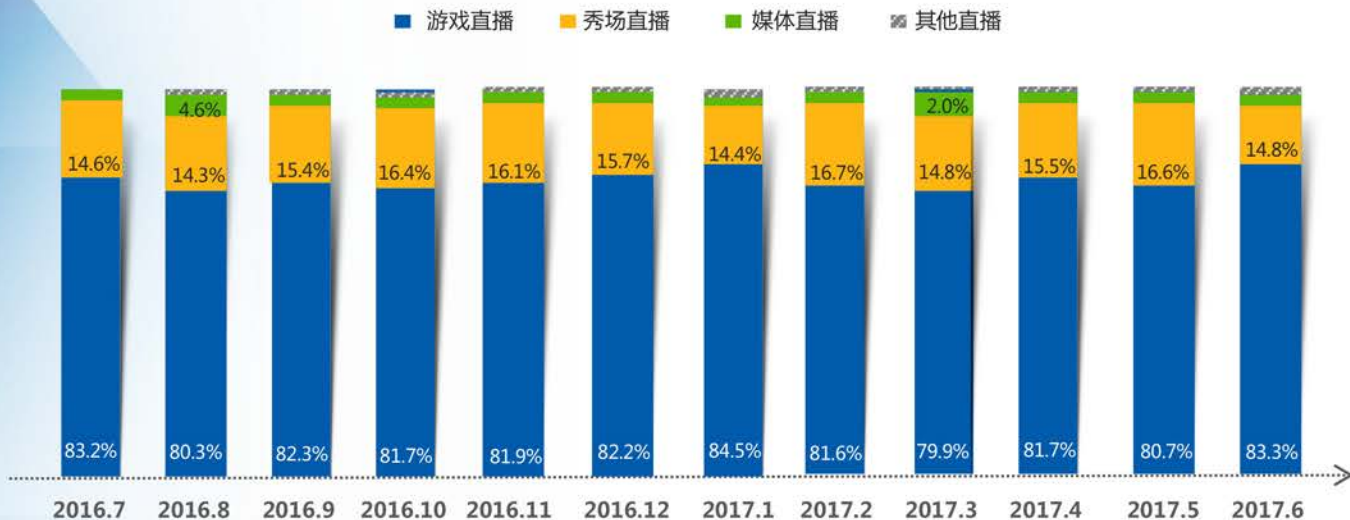
直播带宽指数，以2016年1月为基期，设为100分



## 游戏和媒体直播带宽占比呈现出明显的事件性规律

- 2017上半年游戏直播依然是带宽增长的引擎，特别是1月寒假期间占直播总计带宽的比例有显著上升，而6月进入暑假后，也呈现出回升态势；
- 媒体直播带宽占比在3月两会期间取得突破，之后趋于平稳，有明显的事件性规律。

2017上半年中国各类网络直播带宽占比变化





## 游戏直播在寒暑假持续走高，秀场直播大幅普及

- 2017上半年游戏直播带宽指数在1月、6月都在加速增长，假期效应显著；
- 秀场直播带宽指数上扬，同比2016上半年，秀场直播带宽指数增幅近10倍。

2017上半年中国各类网络直播带宽指数增长情况

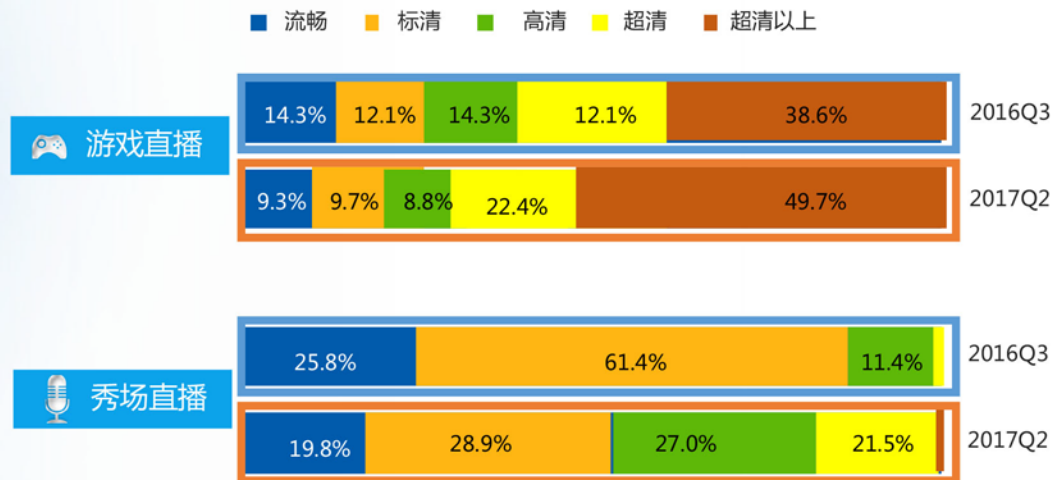




## 游戏和秀场直播加速高清化，刺激带宽总量增长

- 直播清晰度越高，对带宽需求也越高，截至2017年第二季度，由于网络上行条件改善，近半游戏直播以超清以上的高清晰度推流，刺激了游戏直播带宽增长；
- 秀场直播的推流清晰度也在提升，从2016年的以标清推流为主，过渡到了2017年上半年以高清和超清及以上为主的状态，带动了秀场直播带宽指数上扬

2017上半年中国各类网络直播推流清晰度分布



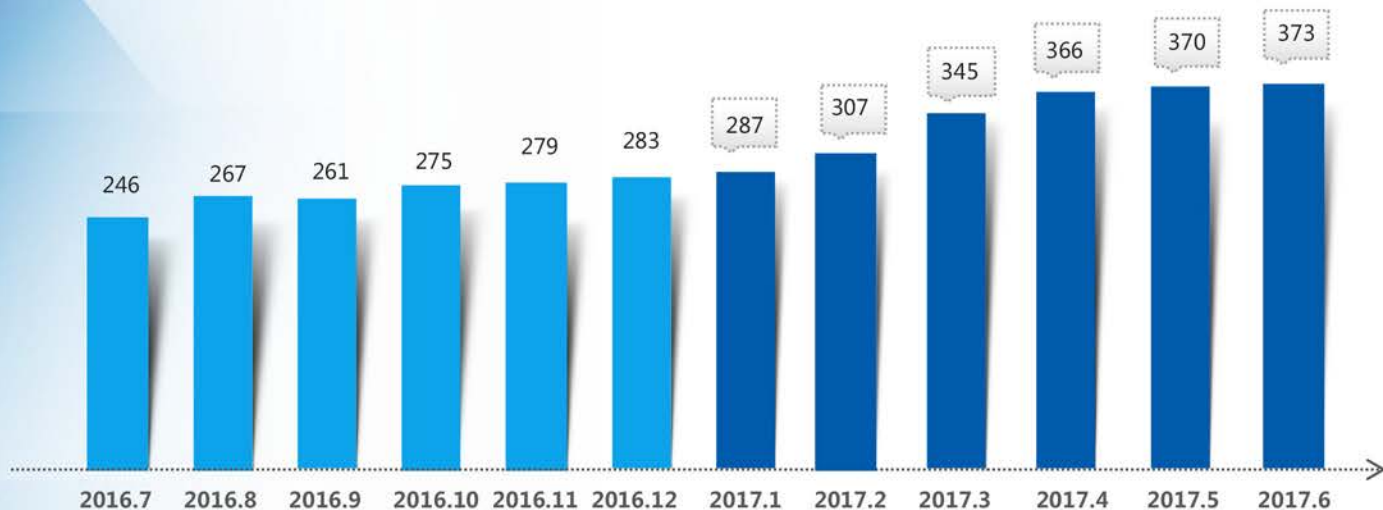
**3**  
THREE

**观众活跃力度**  
持续走高，同比翻番

## 春节结束返城和暑期因素带动观众IP创造新峰值

- 中国网络直播观众独立IP指数在2017年第一季度同比2016年基本翻两番增长，特别是3月由于春节回乡影响因素结束，加速增长，创出新高；
- 因二季度小长假密集因素，观众独立IP指数维持增长态势，同比翻番。

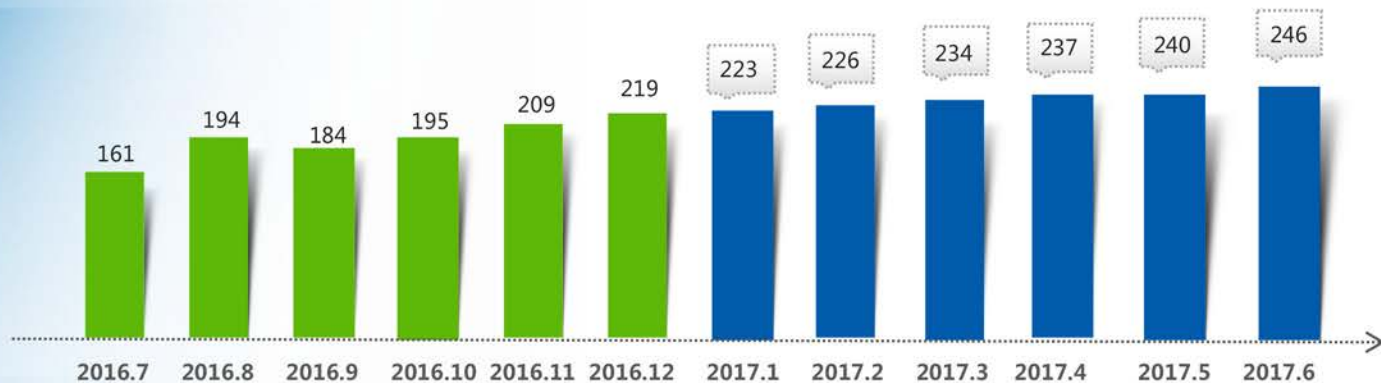
2017年上半年中国网络直播观众独立IP增长情况  
直播观众独立IP指数，以2016年1月为基期，设为100分



## 网络直播观众同时在线人数持续走高，同比翻番

- 2017年第一季度观众同时在线人数同比大幅增长，达成超一倍增长；
- 2017年第二季度观众同时在线人数维持增势，预计三季度暑期将加速增长。

2017年上半年中国网络直播观众同时在线增长情况  
直播观众同时在线指数，以2016年1月为基期，设为100分





**4**  
FOUR

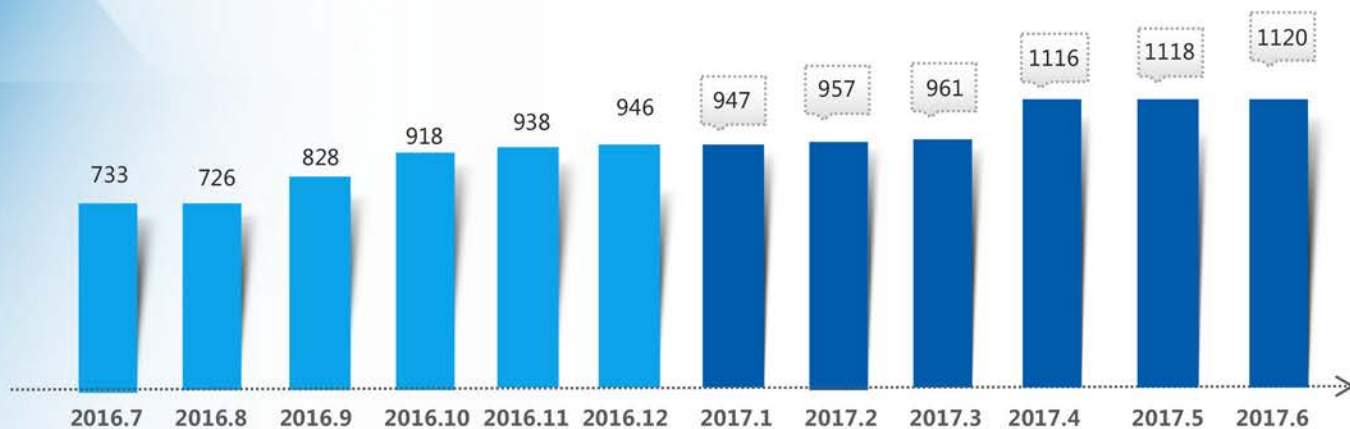
**主播演艺热情**  
热情不减，增长加速



## 直播主播独立IP同比创八倍增长，二季度环比加速

- 2017年第一季度直播主播独立IP同比增加8倍有余，春节返乡并未影响主播热情；
- 今年4月以来，主播独立IP数环比加速增长，主播职业化趋势明显。

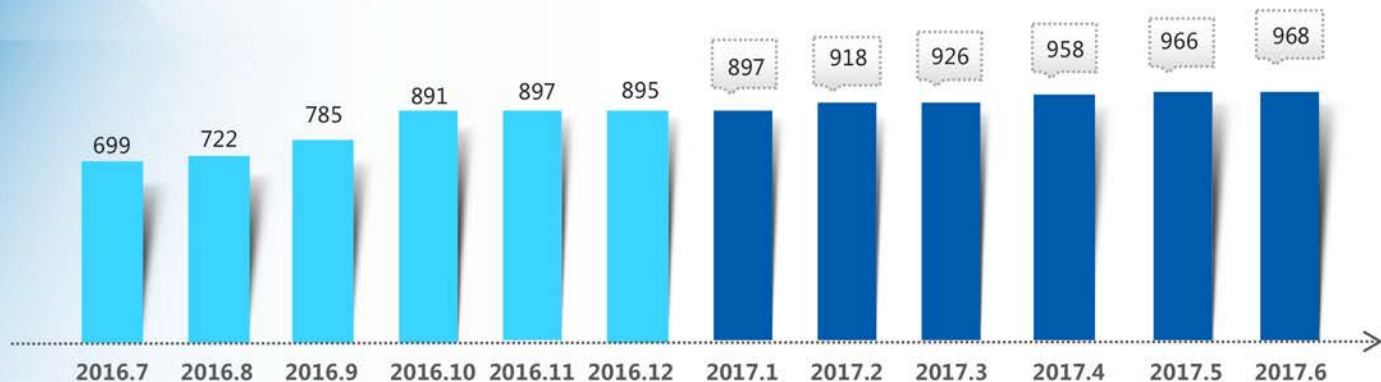
2017上半年中国网络直播主播独立IP增长情况  
直播主播独立IP指数，以2016年1月为基期，设为100分



## 直播主播在线热情持续高涨，进入暑期抬头趋势明显

- 2017年第一季度主播同时在线指数相同比增加七倍有余，即使春节期间直播热情不减；
- 6月进入暑期后，主播同时在线指数在游戏直播带动下将继续呈现出环比加速态势。

2017上半年中国网络直播主播同时在线增长情况  
直播主播同时在线指数，以2016年1月为基期，设为100分



5

FIVE

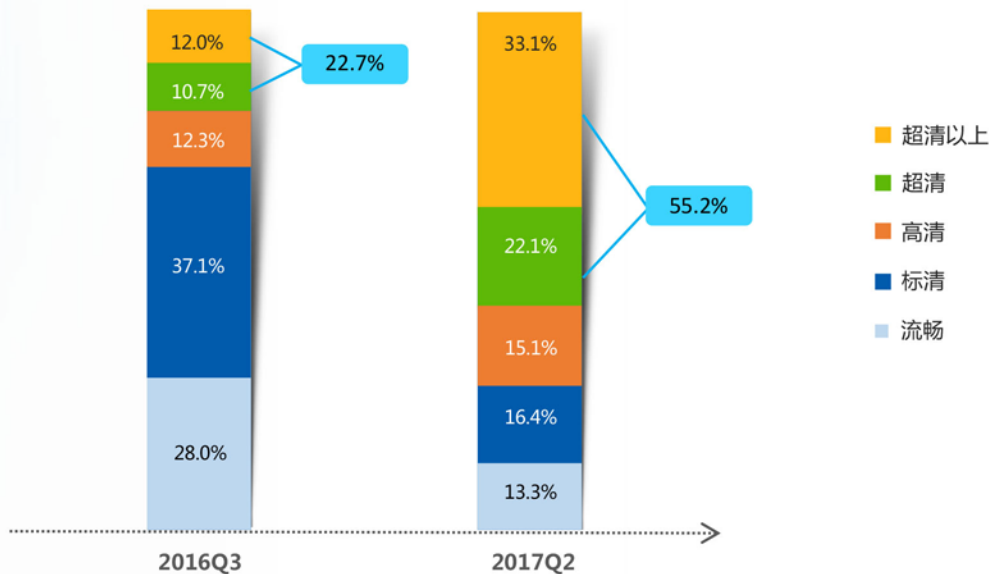
**洞察与预测**

内容精品化，向超清化迈进

## 洞察：直播推流向超清化大幅迈进，超清时代到来

- 在网络上行条件改善和直播内容逐步向超清精品化发展的带动下，截至2017年第二季度中国网络直播推流的超清比例过半，相比2016年可谓翻天覆地；
- 中国网络直播正加快向精品化发展，直播内容向PUGC、PGC大举过渡，拍摄的专业度、硬件设备的提升、内容分发网络的优化共同推进清晰度实现快速跨越发展。

2017上半年中国网络直播推流清晰度分布





# 预测：直播超清化带动产业上下游酝酿变局

## 直播内容摄制硬件升级

直播推流向超清化发展，催生摄像硬件、传输硬件在清晰度和传输速度上新一波的升级，尤其是适应移动直播的手机摄像头、随身微型拍摄设备、无人机拍摄设备相关硬件产业会迎来再度发展。

## 直播向精品化发展

超清化的精品直播内容往往具备经过剪辑后重复点播的价值，直播平台开设点播频道，“+点播”有助提升用户黏性，围绕“点播”内容亦会形成再度进化的打赏或者广告盈利模式。

## 主播向专业团队发展

短期内超清化的PUGC、PGC的精品往往由更为专业的主播团队协作完成，个人主播需要发挥高阶创意能力方能与专业团队竞争，短期内全民主播群体存在洗牌的可能。



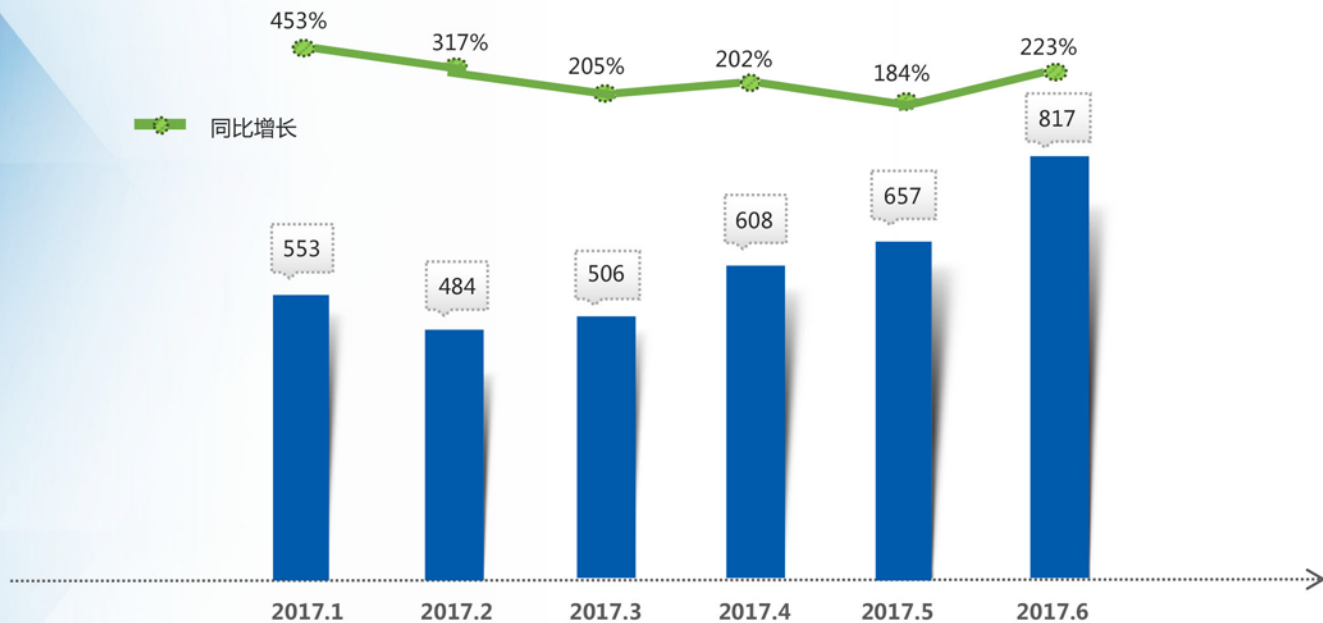
6  
SIX

短视频新洞察  
偏重娱乐，爆炸增长

# 2017上半年中国网络短视频总计带宽爆炸性增长

- 加权统计网络短视频带宽实时情况并结合公开数据，构建月度带宽指数；
- 2017上半年中国网络短视频带宽总量同比2016年每月均接近翻两番增长，3月春节假期结束后，带宽指数回暖提升，进入6月暑期则加速爆发。

2017上半年中国网络短视频带宽总量增长情况  
短视频带宽指数，以2016年1月为基期，设为100分



## 2017上半年短视频观众独立IP数同比翻番增长

- 中国网络短视频观众独立IP指数在2017年第一季度同比翻番增长，即使春节期间环比略有下降，但同比2016年春节依然翻番；
- 进入到3月后，短视频观众独立IP不断增长，第二季度维持同比翻番态势。

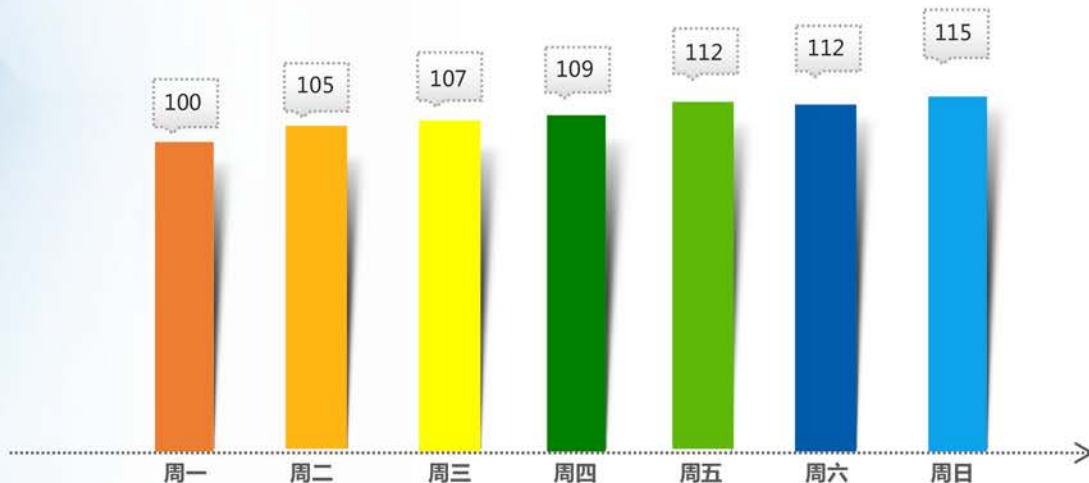
2017上半年中国网络短视频观众独立IP增长情况  
短视频观众独立IP指数，以2016年1月为基期，设为100分



## 周五及周末是网络短视频播放量的高点

- 周末的短视频播放量高于平日，周一是短视频播放量的低点；
- 说明当前短视频的泛娱乐属性相对突出，在休闲时段播放量更多。

2017上半年中国网络短视频播放量一周分布情况  
短视频播放量指数，以周一为基期，设为100分



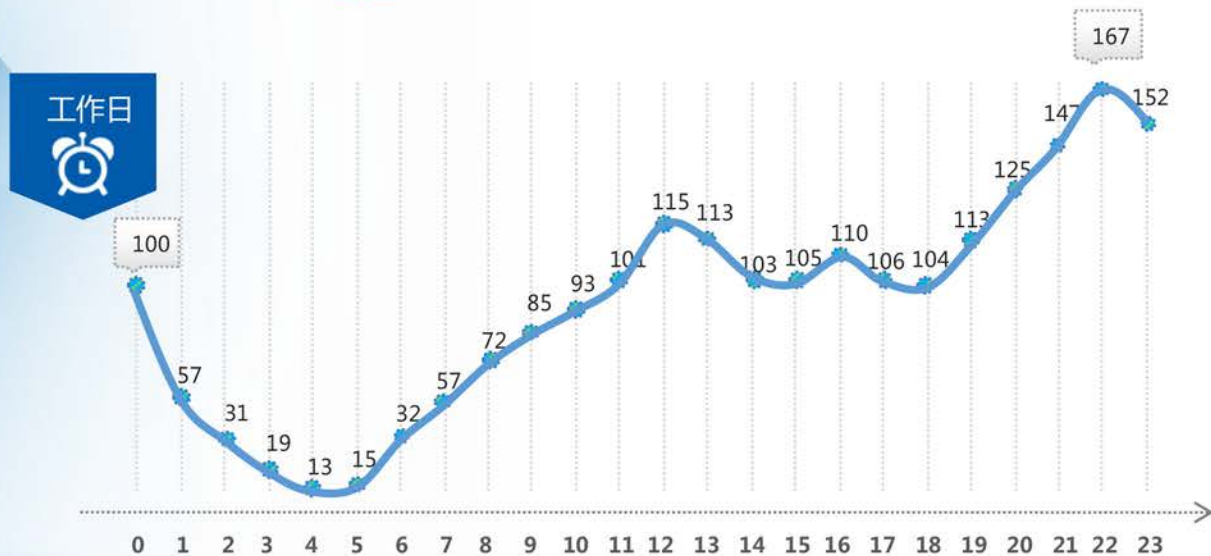


## 工作日短视频播放高峰出现在午间和晚间闲暇时段

- 工作日短视频播放量的高峰时段为晚7点到凌晨0点，且在午间12点休息时出现小高峰；
- 在经历下班和晚餐时间之后，晚间短视频播放量持续增长，直至用户睡前。

2017上半年中国网络短视频播放量工作日时刻分布

—●— 短视频播放量指数，以零点为基期，设为100分

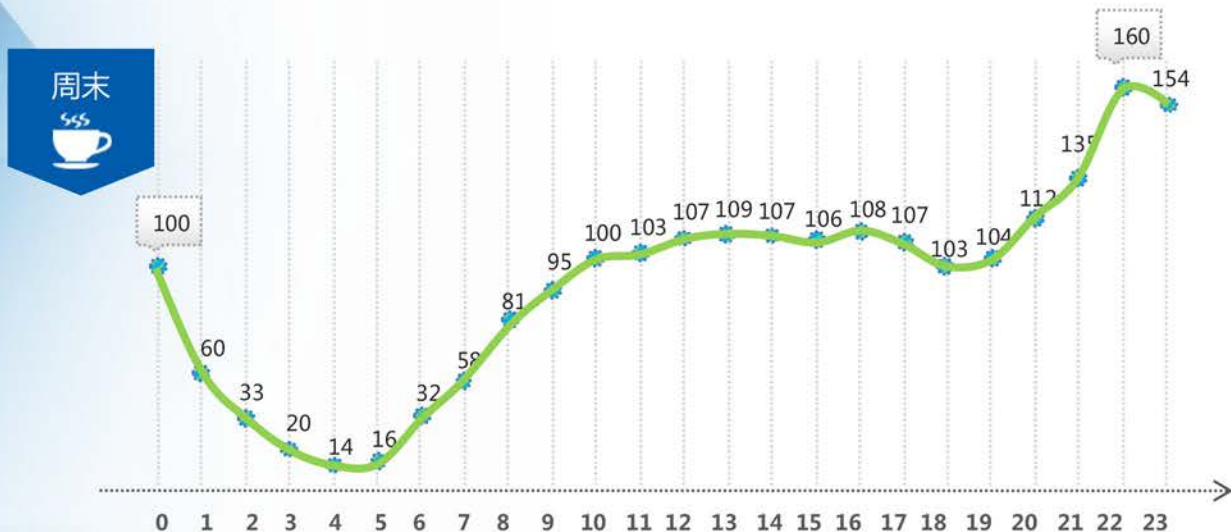


## 周末短视频播放量高峰来临更早，持续更长

- 相比工作日，周末短视频播放量没有午间小高峰，早10点至晚6点则相对稳定；
- 周末晚间娱乐选择更多，有所分流，因此播放量均较工作日而言更为缓和。

2017上半年中国网络短视频播放量周末时刻分布

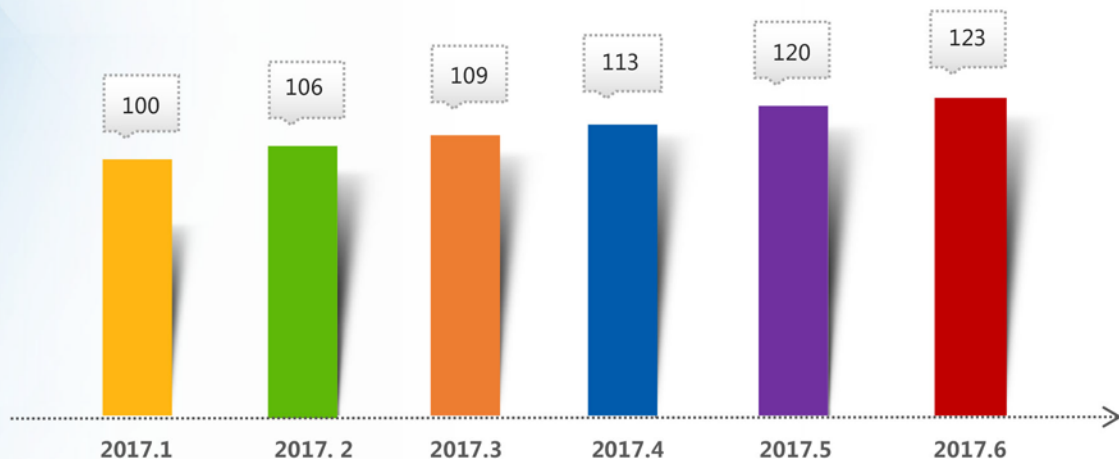
—●— 短视频播放量指数，以零点为基期，设为100分



## 2017上半年短视频码率稳定增长，带宽需求增加

- 平均统计短视频码率分布，以2017年1月为基期，构建月度的短视频平均码率指数；
- 2017上半年短视频平均码率平稳较快增长，码率增加意味着短视频单位容量增长，传送和在线播放所需的带宽需求也会相应提升，短视频企业宜提前布局予以应对。

2017年上半年中国网络短视频平均码率指数  
短视频平均码率指数，以2017年1月基期，设为100分



# 洞察：短视频契合移动习惯，继直播之后成重要风口

## 短视频渐成媒体标配

短视频接近动态图文，与长视频相比更易传播，与新闻媒体更易融合；**建议重量级媒体应用和媒体平台提前布局短视频，迎接井喷发展。**

## 短视频社交方兴未艾

短视频极具社交属性，有望成为社交网络上图文之外的主要内容；**建议有海量用户基础的社交应用加大短视频布局，迎接内容革新。**

## 短视频体积日益增长

随着Wi-Fi普及，流量资费下降，短视频的码率、清晰度出现提升态势，分发所需的带宽需求也在上升；**建议短视频内容生产及分发两类平台适时扩充分发能力，提前布局。**







**Appendix**

**附录**

## 研究方法

本报告主要采用典型样本抽样并进行日志分析，综合吸纳市场公开数据的研究方法。报告研究对象是广义的网络直播类网站和应用，除网络直播平台外，亦涵盖提供直播服务的网络媒体和移动应用等。

研究时段为2016年1月至2017年6月，通过三个步骤获得全流量数据。首先根据网络直播的服务类型和平台差异，抽取各类典型的网络直播网站和应用的全流量日志历史数据。其次在每个月度中，抽取全月度每日的流量峰值数据并按月加总平均。最后，根据概率抽样方法抽取典型的周、工作日和周末日志历史数据。在全流量数据的基础上再综合比对公开数据交叉验证。

对得到中国网络直播行业全流量日志数据，利用通用的日志分析方法和交叉对比方法进行分析，可以获得不同时段、不同服务类型、不同用户人群、不同清晰度的网络直播行业带宽数据和活跃度数据，并综合市场公开数据进行交叉验证。

最后再纳入网络直播行业季度公开的信息、数据和财报，分别予以赋权建立“中国网络直播行业景气指数”，并对各方面指数的变动情况进行背景分析和原因解读，以期预测下个半度的行业趋势。

# 指标定义 1

**网络直播：**是指以个人电脑、互联网机顶盒、智能手机、平板电脑等终端为载体，依托网页或客户端流媒体技术，向终端用户实时展现空间场景及主播讲授、创作、主持、演艺等活动，并支持主播与用户之间互动甚至打赏的跨地域沟通形式。相比一般研究仅包括“直播平台”，本研究对网络直播的定义要宽泛并注重外衍，涵盖各类“直播+”服务。

**媒体直播：**是指以新闻和热点事件直播为主要内容，嵌入直播互动功能的类媒体网站或媒体应用。

**直播行业景气指数：**综合加权直播带宽指数、直播观众指数、直播主播指数、直播货币化指数得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

**直播货币化指数：**通过统计行业公开的直播上市企业财务表现、未上市企业融资并购情况得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

**月直播带宽指数：**是指网络直播带宽，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

**季度直播带宽指数：**是指在月直播带宽指数的基础上加总平均得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

**直播清晰度：**根据直播视频内容推流的码率进行区分，其中，超清及以上是指码率大于1500kbps；超清，1000kbps - 1500kbps；高清，800kbps - 1000kbps；标清，500kbps - 800kbps；流畅，码率小于500kbps。

**月独立IP指数：**是指网络直播观众或主播独立IP，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

**月同时在线指数：**是指网络直播观众或主播整体在线并发数，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

**季度观众/主播指数：**是在网络直播观众或主播月度独立IP和同时在线指数加权综合得出，以2016年第一季度数据为基期，设定为100分，再对其他各季度数据做标准化处理得出的百分制指数。

**周同时在线指数：**是指网络直播观众或主播整体在线并发数，在最近完整的自然月内所有周一到周日的峰值加总并平均后，以最近一个月的周一平均值数据为基期，设定为100分，再对其他各日数据做标准化处理得出的百分制指数。

**日同时在线指数：**是指网络直播观众或主播同时在线并发数，抽取最近一月内典型的工作日或非工作日每个小时的数据加总并平均后，以该日凌晨0-1点一小时数据为基期，设定为100分，再对其他各小时数据做标准化处理得出的百分制指数。

## 指标定义 2

**网络短视频：**短视频一般是指在网络新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频内容，是适合在移动环境和短时碎片化休闲时间观看的、高频推送的视频内容，具有生产流程简单、制作门槛低、参与性强、易于社交分享等特点，传播价值较为突出。本研究对网络短视频的界定要更为宽泛，涵盖各类平台的短视频服务。

**短视频带宽指数：**是指网络短视频点播带宽，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

**短视频平均码率指数：**根据在线点播的短视频内容的码率进行统计并加权平均，以2017年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

**短视频观众独立IP指数：**是指网络短视频观众或主播独立IP，在一个自然月内每天的峰值加总并平均后，以2016年1月数据为基期，设定为100分，再对其他各月数据做标准化处理得出的百分制指数。

**短视频周播放量指数：**是指网络短视频在线播放量（PV），在最近完整的自然月内所有周一到周日的峰值加总并平均后，以最近一个月的周一平均值数据为基期，设定为100分，再对其他各日数据做标准化处理得出的百分制指数。

**短视频日播放量指数：**是指网络短视频在线播放量（PV），抽取最近一月内典型的工作日或周末每个小时的数据加总并平均后，以该日凌晨0-1点一小时数据为基期，设定为100分，再对其他各小时数据做标准化处理得出的百分制指数。



## 编制单位

政策与经济研究所是中国信息通信研究院的核心业务单元之一，围绕国家重大战略部署和行业中心工作深入开展ICT法律法规、行业管理、经济理论和产业政策研究，开展与产业各界的交流合作，支撑相关政府部门的政策咨询工作。

网宿科技，为全球领先的CDN服务商，覆盖全球1000+CDN加速节点。据IDC咨询数据显示，2015年网宿以40.6%的市场占比，居中国专业CDN服务企业首位。每天，网宿科技平台上流量超过60PBytes，服务于超过6.5亿以上的全球用户。

# THANKS



关注信通院及网宿科技公众号，获取更多报告和资讯