

加强监管意味着在内容方面需要精细化打造与重构——

网络直播：蹿红之后迎转型

本报记者 陈静



近日,网络红人“Papi酱”在百度视频等8个直播平台进行直播“首秀”,90分钟里吸引了超过2000万人观看,并收到超过90万元的打赏礼物和1.13亿个“赞”。

这只是风生水起的网络直播产业的一个“缩影”。和曾经的团购、P2P、O2O一样,网络直播成为当下互联网最吸引眼球的风口。来自市场研究机构艾瑞咨询的数据显示,目前我国在线直播平台数量接近200家,其中网络直播的市场规模约为90亿元,网络直播平台用户数量已经达到2亿人,大型直播平台每日高峰时段同时在线人数接近400万人,同时进行直播的房间数量超过3000个。2016年也成为名副其实的“网络直播元年”。网络直播为什么突然一夜蹿红?人们在直播平台上看些什么?这一产业未来又将怎样发展?

移动互联网的“宠儿”

在上个月举行的上海电影节的一场主题论坛上,记者身边一位年轻的男同行全程举着手机,将论坛内容直播出去。“现在我的‘房间’里大概有3000人左右吧,是这一周以来观看人数最多的一次。”这个名叫王应祥的25岁男生来自广州的一家媒体。他告诉记者,自己做主播刚刚三个月。

和王应祥一样,范冰冰直播时装周、李冰冰直播电影节、雷军直播小米的无人机发布也同样引人注目。网络直播的兴起,根本原因在于4G的普及和资费的降低,这让移动直播的制作和观看都变得方便和便宜,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。据新浪微博一季度财报数据显示,微博日均视频播放量达4.7亿次,同比增长489%,比上季度增长64%。

巨头的趋势入局由此显得顺理成章。腾讯旗下目前就拥有包括斗鱼、龙珠直播等在内的7家直播类平台,阿里巴巴旗下的合一集团则有来疯、天猫TV、优酷等6家直播平台,网易、搜狐、欢聚时代、陌陌、猎豹、小米等知名公司也纷纷加入。在另一方面,包括IDG、启明创投、红杉资本等知名投资机构也将大把“真金白银”撒向直播领域。

在语音内容的风口上,让观众方便快捷地找到自己想听的内容至关重要。此外还应该关注场景以及变现模式

想象一下,你堵在早高峰车流中,手握方向盘,双眼看着路。在这个眼睛和手被占据的场景里,通过耳朵愉悦大脑就成了最佳选择。这时候,如果能来郭德纲最新的相声,或者听听经济界人士对万科大战的最新点评,时间就好打发得多。

跟开车一样,做饭、洗衣、健身等都不需要占用眼睛和手。有需求的场景,成就了待开发的市场。喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝FM、有声小说大全甚至宝宝故事等网络电台已经逐渐成为必备“APP”。他们的主打产品正是《郭德纲相声》《财经郎眼》《蒋勤点评红楼梦》等语音节目。语音的另一个好处是拥有刚好合适的想象空间,既不像视频那样可以“饱满”地占据观众的感官,又比文字多一点温度。著名的微信公众号“为你读诗”就推出了视频版和语音版,方便听众闭上眼睛,沉浸在诗歌的世界里。

与已经火得一塌糊涂的视频、直播

域。2016年1月,映客获得A+轮融资8000万元;3月,易直播获得A轮融资6000万元,三好网获得领投的Pre-A轮融资7500万元,斗鱼TV获得B轮融资1亿美元;4月,早道网校获得A轮融资1500万元。来自大数据综合服务商极光的一份《移动直播行业研究报告》则称,排名前十位的网络直播市场占有率合计仅有14.78%。可见,竞争才刚刚开始。

网络直播并非在国内“风景这边独好”。在全球市场上,网络直播同样硝烟四起。亚马逊在2014年以超过10亿美元的天价收购了Twitch,目前拥有超过1亿用户,推特则在2015年收购了视频直播应用Periscope,此外脸谱最近推出了Facebook Live的直播应用,谷歌则利用Youtube平台上线了“Youtube手机现场直播”。网络直播已经成为移动互联网的全球“宠儿”。

用直播平台看什么

“很难想象,我们有个主播在上海迪士尼开园的时候去直播,结果发现观看量最大的视频,不是他在展示新的游乐项目,也不是公园全景,而是在吃一只炸鸡。”移动直播平台映客创始人李应祥告诉记者:“很多时候,用户在直播平台上消费的不是内容,而是状态。”

用户在直播平台上到底想看什么?这个问题的答案五花八门。有些内容不难想象,比如直播的真人秀,腾讯视频2015年推出的《我们15个》和优酷今年推出的《潜行者计划》,两档网络自制综艺节目的卖点都是“24小时不间断直播”。还有一些则是直播平台与传统综艺节目的合作,比如与花椒直播合作的《非常静距离》和《超级女声》,熊猫直播则跟随《鲁豫有约》采访了大连万达集团股份有限公司董事长王健林。

有些内容则是新闻事件衍生品。7月12日,深圳交警通过微博进行“严查安全带”直播,从下午3点至5点,“交警小编”们跑遍全市50个整治点,累计直播时间超过12个小时,共有超过20万人在线观看了这次执法直播。

行业类似,网络电台的成本也是以人力、带宽以及版权为主。多听FM的赵思铭曾经对记者表示,电台跟视频的版权成本是1:30,带宽成本是1:50,至于人力,一个标准的视频团队起码是10人编制,而对于音频,脱口秀艺人单独就完成了。2015年,多听FM的整体成本仅仅数千万元,比优酷、爱奇艺等动辄数亿元的投入相比而言小得多。另外,车载电台的广告群体是有车一族,价值更大,其用户一年广告价值尚可。

方便听众一心多用,可以给他们带来遐想空间。节目制作成本低,广告价值大,这些理由足够让语音内容成为一个风口。如今,这股风已经悄然刮起来了。截至7月16日,喜马拉雅与奇葩说合作推出的《好好说话》语音节目售价198喜点,也就是198元,已经播放了1221.4万次。还有《蒋勤细说红楼梦》,每集0.99喜点,已经播放超过1395万次,为喜马拉雅带来的收入保守

但更多的用户集中于素人直播。所谓素人,就是并无专业经验也并非明星的普通人。他们直播自己生活的各个场景。网名为“阿糕糕”的成都女孩是一家软件公司的程序员,她的乐趣之一就是每天晚上花一个小时观看斗鱼平台上的一位男主播的游戏直播。“我也是这款游戏玩家,这个主播技术很好,一开始只是想学学,但后来其实关注的并不是游戏,而是他和朋友在游戏里聊天,讲述每天遇到的小事,觉得就是个每天见面的朋友。”在奉佑生看来,素人直播的核心价值在于用户的参与感、互动感和陪伴感:“在韩国,直播吃饭甚至是个非常成熟的模式。对于用户来说,就是想有人陪着你吃饭。平等真实的体验极其重要,对于用户来讲,这是种碎片化的娱乐方式。”

素人主播们直播生活的动力又在哪里呢?他们通过直播平台的打赏功能来获得收入,也就是说用户可以通过虚拟物品打赏主播,从鲜花到游艇、跑车、火箭,价格也从1元到100元不等。用户购买这些道具,送给自己喜欢的主播,主播与直播平台按照比例分成。陌陌副总裁贾伟透露,虚拟礼物收入的50%归主播,而知名主播每天直播3小时左右,一个月收入高达几万元。“阿糕糕”也说:“我每个月大概会花个一两百元的虚拟礼物送给主播,天天看人家的直播,也想让他高兴一下。”网络主播因此成为年轻一代心目中颇为靠谱的职业。QQ浏览器发布的一份就业观数据报告显示,在网络相关职业中,“95后”最看好的毕业选择就是“主播”和“网红”,选择比例高达54%。

精细化打造内容

近日,文化部宣布,依法查处23家网络文化经营单位共26个网络表演平台,共计关闭严重违法表演房间4313间。整改违规表演房间15795间,解约严重违法网络表演者1502人,处理违规网络表演者16881人。其中,斗鱼、熊猫和六间房等12家经营单位,因提供含有宣扬淫秽、暴力、教唆犯罪和危害社会公德等违法违规内容而被要求整改。而网络表演正是网络直播的重要组成部分。

不过,在语音内容的风口上,要想“刮起龙卷风”,还有几块“大石头”需要搬走。首先,网络声音资源数动辄上千万条,让观众方便快捷地找到自己想听的内容至关重要。否则,漫无目的地寻找很容易消磨掉受众兴趣。基于兴趣的推荐可能会缓解“选择困难症”,就好像“今日头条”是基于受众的兴趣推荐文章。目前,各个网络电台都已经推出了“猜你喜欢”系统。不过,这又可能引起新问题:推送的都是大热门或者日常内容,听众很难有机会尝试新内容。而一旦无法放在前几页推送,大量

估计也超过1300万元。目前,喜马拉雅激活用户2.8亿,日活跃用户超过4800万,用户日均使用时间108分钟,优质主播超过400万,总声音数3000万。另一个主流网络电台蜻蜓FM目前已拥有2亿用户,日活跃量为1000万。今年年初,蜻蜓FM对外宣布已完成D轮融资,估值为25亿元。

不过,在语音内容的风口上,要想“刮起龙卷风”,还有几块“大石头”需要搬走。首先,网络声音资源数动辄上千万条,让观众方便快捷地找到自己想听的内容至关重要。否则,漫无目的地寻找很容易消磨掉受众兴趣。基于兴趣的推荐可能会缓解“选择困难症”,就好像“今日头条”是基于受众的兴趣推荐文章。目前,各个网络电台都已经推出了“猜你喜欢”系统。不过,这又可能引起新问题:推送的都是大热门或者日常内容,听众很难有机会尝试新内容。而一旦无法放在前几页推送,大量

网络直播的红火,也带来不少涉及擦边球的内容。根据近日发布的《关于加强网络表演管理工作的通知》,管理部门将对网络表演市场全面实施“双随机一公开”,定期开展随机抽查,及时向社会公布查处结果。

一位不愿透露姓名的直播平台高管表示,其实平台内部对于加强打击违规内容颇为欢迎,“不然竞争这么激烈,大家都去拼‘下限’了,最后就变成谁豁得出去谁才能赢”。他还表示,大部分直播平台都有一套自动识别技术,九成以上淫秽色情内容“不难识别”,“就看你有多大的动力去管”。直播平台“小在开播”CEO谢如华则告诉记者:“监管的加强,意味直播平台已经很难靠‘博出位’来争取用户,网络直播从野蛮生长的1.0时代进入追求质的2.0时代,必然要在内容方面进行更多的精细化打造。”

2.0时代,网络直播的未来在哪里?在谢如华看来,“直播+行业”垂直领域的模式将得到重视,比如直播+金融、直播+传统文化等。“这样生产出接近专业的视频内容,它们是特定的、有价值的、不可复制的直播,从内容、策划、包装等方面均具备或接近专业化水准。”爱奇艺同样在发布其直播品牌奇秀时表示,将主打明星方面的垂直内容。爱奇艺CEO龚宇表示:“爱奇艺的直播业务更加倾向于泛娱乐属性。”

另一方面,则是商业模式的创新。在“打赏”之外,网络直播行业还在寻找新“钱途”。华策娱乐副总裁崔超表示,直播将创新目前的影视宣发模式,电影艺人的海选、直播片场探班、主题创作互动、剧情解密、提前预热和品牌植入等环节全部加入直播互动。奉佑生则认为,“打赏”只是网络直播的初级盈利模式。“视频电商和直播购物肯定是未来巨大的市场,并且被用于线下商家营销,比如位于北京东直门簋街上的一家潮汕店就贴出海报,食客直播在店内用餐的场景可以打八折。此外直播未来也有可能功能化,成为社交网络或者电商平台上的附加模块,例如成为视频会议系统,或者直播客服对共性问题的解答,承载视频流该有的多种形态。”

优质内容就会被淹没。这种情况已然初现端倪,各个网络电台除了热播的节目点击量过亿,许多上了热销榜的节目播放次数也仅在数千到数万之间。如何解决,至今还没有完美答案。其次,场景式语音内容值得考虑。譬如,在故宫博物院,当参观者靠近某幅作品时,耳边就会响起对应内容的简单介绍。因此,语音内容制作方可以结合LBS(基于位置的服务)技术,与商场、景点合作,制作更及时、更详细以及更精美的语音节目,丰富线下体验。

目前,语音内容的变现模式正在探索中。付费收听、植入广告、硬件销售等都或多或少涉及,其中车载硬件可能是网络电台最有希望的爆发渠道。喜马拉雅在2015年推出了车载硬件,销量还不错。喜马拉雅随车听在京东的评价数超过6000条,好评率达到93%。可见,除了围绕内容品质展开竞争,车载硬件也将成为网络电台的必争之地。

从文化景点到特色街区

本报记者 刘兴

日前,在江西省南昌市西湖区绳金塔南门广场上,57岁的剃头匠王娟娣身着白大褂,正在为一位白发苍苍的老人剃头。当日,剃头匠、磨刀匠、篾匠、糖画师傅等一批工匠师傅在绳金塔展示民间手艺,勾起了市民游客对往昔生活的追忆。

从单一的庙会形态到历史文化的传承基地,从脏乱差的小吃街到多业态集聚、以体验慢生活为特色的文旅综合体,南昌千年古塔绳金塔正在进行“从文化景点到特色街区”的蜕变。

如何能够盘活当地丰厚的历史文化资源,又能引领城市消费升级?西湖区将绳金塔改造作为破题之作——以绳金塔景区为基础,将周边五条街道纳入改造,形成近400亩的绳金塔街区,打造“五街、一园、一广场”的漫游街区格局。

为呈现南昌历史,传承城市文化记忆,绳金塔街区设计了“南昌九墙”,展现南昌老街市井文化的繁荣景象;设计了“乔迁大吉”等公共艺术作品展现南昌人生活变迁;推出“九佬十八匠”塑像和“七门风俗”壁画再现老南昌传统手工艺。在建筑改造过程中,街区对于能保留的老街尽量保留,能改造的尽量不拆,尽可能留存城市肌理。

漫步于绳金塔街区,总能看到游客或是拍照留念,或是在“南昌理发店”等老南昌物件面前驻足,触摸历史记忆。绳金塔街区管委会主任郭革亮认为,在绳金塔不一定能吃到与别的地方不一样的美食,但是在绳金塔所能感受到的文化,所能体味到的休闲放松的感觉,是其他城市商业综合体不具备的。

绳金塔街区的很多活动十分注重吸引年轻人,甚至是直接为年轻人准备的活动。比如少儿才艺大赛、中小学诵读儒家经典、Cosplay动漫真人秀等。绳金塔街区管委会副主任陈辉云说,作为互联网“原住民”的“90后”和“00后”正逐渐成为社会潮流趋势的引领者,一个景区的知名度和影响力很大程度上是依靠他们的主动传播分享而得来的。

绳金塔街区负责人提供的一份《2016年街区全年活动策划方案》显示,绳金塔拟定的各类活动超过40项。通过持续不断的特色活动,绳金塔已经不再是以往每年要逛庙会时才被人们记起的景区了。如今,各类群体、各个阶层的人们都可以在绳金塔中收获文化上的感染和精神上的享受。陈辉云说,现在的绳金塔不单单是景区,同时也是市民游客的文化传播中心。



市民在绳金塔景区参观游览。本报记者 刘兴摄

国内首个时尚产业股权交易平台上线

本报讯 记者杨阳报道:为构建专门服务于中国时尚产业的孵化平台和金融平台,深圳文化产权交易所文化四板“时尚专板”日前正式上线。据悉,这是国内首个时尚产业股权交易的专业平台。

“时尚专板”是深圳文化产权交易所下设的时尚产业场外交易市场和资源整合平台,其中包括服装、珠宝、钟表、化妆品、箱包等多个子行业。“时尚专板”吸引了“深圳市服装时尚学院”“BeyRinger贝灵格”等多家时尚品牌和机构挂牌上市。

据了解,深圳文化产权交易所是国家级文化产权交易机构,立足于深圳成熟的金融市场环境,于今年设立了专注于文化产权孵化、并购、投融资服务的场外交易市场及文化金融平台,针对文化产业的特性制定准入条件,并强化资质审核,协助各类文化企业做好挂牌上市配套服务工作,提供存量转让、增资扩股、私募引进等专业服务。

“佳能影像发现丝路之美”聚焦新疆

本报讯 记者陈硕报道:由佳能(中国)有限公司携手新疆日报社、新疆都市报举办的“佳能影像发现丝路之美”大型文化保护项目日前举行。这是该项目继陕西、河南、甘肃后的第四站。本站活动聚焦丝路核心路段的新疆,将对新疆多民族交流融合的丰富文化大力宣传,并将举办影像文化交流、公众影像征集系列活动。项目成果将无偿捐赠给相关政府机构,用于今后的学术研究以及文化普及和交流。

该项目的发起者和主要负责人佳能(中国)企业品牌沟通部总经理鲁杰认为,作为一家专注于影像领域的跨国公司,佳能一直以来都致力于用影像保护文化遗产。接下来,佳能(中国)有限公司将在相关部门及丝路文化专家学者的指导下,分南北两线深入哈密市、吐鲁番市、巴音郭楞蒙古自治州、伊犁哈萨克自治州等地采风,并在各地举办摄影文化论坛、丝路影像征集等活动,旨在唤起公众对丝路文化的关注。