

“直播+汽车”火爆：2021年5月抖音汽车直播看播次数增长534%

产品名称	“直播+汽车”火爆：2021年5月抖音汽车直播看播次数增长534%
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

今年以来受新冠疫情影响，不少行业迎来快速增长。其中，短视频基于其独特的优势成为当下热门的生活娱乐方式之一。短视频指五分钟以下的视频，于大型短视频平台上短视频的观看时间大多为一分钟以下。同时，短视频平台也推出直播功能。

目前，短视频平台包括抖音、快手、微视等。受益于较快的无线网络及更便宜的数据收费，短视频直播近年来迅速普及。与文字及图片相比，视频可于同等时间内传达更多及更具娱乐性的信息，从而更容易吸引用户关注。此外，利用手机观看直播的便利性可以更好地占用用户零散的空闲时间。

在激烈的平台竞争中，抖音的用户规模及流量庞大，汽车成为直播的热门内容。数据显示，与1月对比，2020年5月抖音汽车直播看播次数增长334%，抖音汽车直播观看时长增长567%；汽车品牌蓝V直播用户看播次数增长80倍，汽车经销商蓝V直播用户看播次数增长41倍；抖音用户汽车关键词主动搜索量增长96%；汽车内容关注量增速是抖音大盘的5.3倍。

虽然受疫情影响，汽车市场放缓，但“直播+汽车”为行业带来更多关注度。随着直播走进人们生活，未来将有更多的产品、行业融入直播这种新兴方式。2020年以来，直播行业迎来发展新机遇，直播卖货一度火爆。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第45次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2020年3月，我国网络直播用户规模达5.60亿，较2018年底增长1.63亿，占网民整体的62.0%。

数据来源：CNNIC、中商产业研究院整理

在日趋激烈的市场竞争环境，使得直播生态产业链逐渐趋于成熟，并在不断完善和调整。从直播产业链来看，如果从整体功能角色上来划分的话，可以把直播行业分成5个模块：内容提供方、平台运营方、传播渠道方、服务支持方、直播服务方。

直播产业链全景图

资料来源：中商产业研究院整理

网络直播行业发展趋势

疫情加速直播电商发展，疫情过后，线下实体受重创，不少商家转战淘宝直播。直播不仅可以带动线上销售，同样能为线下门店导流，而且通过直播进一步增加用户黏性，让品牌的文化底蕴更为丰满地呈现在用户面前。林清轩、小龙坎、红蜻蜓等都将业务重心转移到淘宝和淘宝直播上来。在本次疫情的催化下，直播已经成为重要的带货方式，并成为了企业转型的重要抓手。

直播行业发展初期盈利模式单一，主要依靠付费用户。单一的商业模式和产品种类并不能促使直播行业的稳步前行。而在整体行业逐步成熟的背景下，“直播+”让行业的价值进一步释放。直播+公益，直播+电商、直播+音乐和直播+电竞纷纷成为各个平台突破=天花板的主要方式。“直播+”模式推动直播平台向产业链各端渗透，促进平台内容创新和产品创新，有利于增加用户粘性，直播平台的传播能力和即时、透明、互动特点为其他行业带来新的增长点，“直播+”纵深发展为直播平台及合作行业带来双赢机会。

各大直播平台积极推动“直播+”布局，与电竞、综艺、文化、旅游、教育等产业相结合，努力构建多元化、差异化、高品质的直播生态体系，成为行业发展的主要动力。例如，YY直播开拓二次元、情感、户外、美食、旅游等内容品类，尝试多种类型自制节目，通过引入PGC机构、线上线下模式结合、跨次元合作56等方式进行内容生产，丰富自身内容体系；虎牙直播则通过签约职业战队、抢占赛事版权、自制赛事IP等手段，进一步深入布局电竞产业链。