



陈晶 / 编著

自媒体2.0

网络直播“星”力量



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书第1章和第2章介绍网络的本质，然后以案例类比讲述直播的发展历程。第3章分析直播有哪些特征，其发展方向究竟在哪里。第4到第6章，从网红主播、游戏主播、教育主播三大主要的直播讲述各类直播玩法。第7章和第8章深入挖掘直播背后流量铺成的经济链条。第9章从官方的支持和管理入手，分析直播的未来。

本书通过介绍不同直播平台的特色、玩法，告诉读者如何在各个平台进行直播。然后列举从草根到网红主播成功逆袭的案例，讲述做主播，并不是只有表面的光鲜，主播之所以能够出名，离不开其背后的努力。最后延伸到与直播相关的经济链，讲述主播在成名后，该如何利用自身的名气赚钱。

本书的读者群体为想要自己开直播或是想要利用直播成为网红的直播爱好者。直播达人也可以借鉴此书，用以挖掘直播背后的经济价值。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

自媒体2.0：网络直播“星”力量 / 陈晶编著. — 北京：清华大学出版社，2018
ISBN 978-7-302-46081-7

I. ①自… II. ①陈… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 004869 号

责任编辑：陈绿春

封面设计：潘国文

版式设计：方加青

责任校对：徐俊伟

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市君旺印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：15 字 数：247千字

版 次：2018年1月第1版 印 次：2018年1月第1次印刷

印 数：1~3000

定 价：49.00元

产品编号：072295-01

前言 ▶ Preface



随着智能终端的多屏化发展，无论是电视、PC还是手机，我们都能够接触到视频直播的内容。而随着PC和智能手机的发展，直播的载体、形式和内容都有了较大的变化。由于直播“即时”与“互动”属性，使中国社交视频的直播社区的活跃用户正在不断发展壮大。2015年下半年以来，各类型的直播APP已经超过200款，同时各类直播平台用户也增长迅猛。直播俨然已经成为当下最热门的互联网新媒体。

随着直播这类新媒体的出现，产生了各类关于直播的光鲜或晦暗的新闻，令直播产生很多的争议。很多人都是抱着旁观者的心态去看待直播的，其实对于直播而言，并非全是人们表面看到的那样，它其实是一个可以被各个领域运用的即时性的信息传递工具，人们应当重新认识它，然后正确地运用它。

本书内容的编排采用了我们看到的、我们听到的、我们查到的这样一种层层深入的模式，带领读者一层一层地揭开直播的神秘面纱，既增加了阅读体验感，也能够帮助读者更

好地从现象到本质去理解直播经济。另外本书选取了目前较为成熟的网红类、电竞类和教育类直播进行重点分析，以真实存在的案例进行深入分析，此外还加入了政府对直播的态度，力求增强行业信心。

本书是一本重过程的图书，解读直播，科普直播，这是本书的初级目的。此外，一部分年轻的网络群体，希望能够通过直播完成“逆袭”甚至是创业。那么究竟该怎么选择平台，如何进行操作、包装、推广，或者说究竟怎么直播才能红？这些都是本书要具体和详细向读者展示的内容。

明星的概念是宽泛的，演艺界甚至商业，只要能够脱颖而出的都是明星。近年来，随着自媒体的形式及手段不断地更新，直播，成为草根逆袭成名的神器，只要肯玩，会玩，就能够在门槛相当低的直播界风生水起。

本书同时也能够被运用到电商领域。直播作为一种新媒体手段，几乎引领了绝大多数的网络流量，当下的营销手段日新月异，营销内容竞争极为激烈，直播的出现，无疑给电商们带来了缓解压力和突破销量瓶颈的风口。利用直播做营销，目前的电商，也可以借此书作为参照。

本书由陈晶主笔，参加编写的还包括陈志民、陈运炳、申玉秀、李红萍、李红艺、李红术、陈云香、陈文香、陈军云、彭斌全、林小群、刘清平、钟睦、刘里锋、朱海涛、廖博、喻文明、易盛、陈晶、黄柯、黄华、杨少波、杨芳、刘有良、刘珊、赵祖欣、齐慧明、胡莹君等。

作者

2017.10



第1章

001 ◀ 直播，一路走来的新媒体

1.1 互动，社交性是第一属性	002
1.1.1 电视直播——春晚时你集到了多少“福”	003
1.1.2 网络直播——解说弹幕“护体”	005
1.1.3 移动直播——“王可可”日常晒幸福	008
1.1.4 逆袭，观众不再是道具	009
1.2 速度，即时性保障体验感	010
1.2.1 用户感官——看比赛只求不要卡成PPT	011
1.2.2 实时互动——看这架势难道我穿越了？	011
1.2.3 信任获取——你这样真的不是录播？	013
1.2.4 提速，4G与光纤齐飞	014
1.3 信息，上网最基本的诉求	016
1.3.1 新闻八卦——网络媒体把报纸逼到墙角	016
1.3.2 影视剧集——不用担心档期的私人院线	018

1.3.3	视频聊天——比打电话要带感太多了	019
1.3.4	直播，超高速的信息交互	020

第2章

023 ◀ 从直播间开始的互联网新锐

2.1	“80后”与网吧时代	024
2.1.1	聊天室——不温不火的交友平台	025
2.1.2	腾讯QQ——视频聊天蔚然成风	027
2.1.3	YY语音——电子竞技游戏风行	030
2.2	“90后”与PC时代	031
2.2.1	微信——手机上网必备APP	032
2.2.2	游戏视频解说——悄然兴起的新职业	035
2.2.3	网红——牵一发而动全身的产业链	036
2.3	“00后”与后PC时代	037
2.3.1	直播——特立独行的娱乐方式	038
2.3.2	职业玩家——游戏是福还是祸	040
2.3.3	网剧——影视行业今后的明路？	043
2.4	主播，到底怎么才能红？	045
2.4.1	寻找市场——定位粉丝需求	046
2.4.2	发挥特长——培养独特技能	050
2.4.3	借助平台——学会营销推广	051
2.4.4	营利——能挣钱才是永恒动力	052

第3章

055 ◀ 新自媒体？直播也有“套路”可循

3.1	自媒体运营职业化	056
3.1.1	微博大V——团队力量保障创意	057

3.1.2	微信公众号——职权明确，各司其职	059
3.1.3	直播推手——平台培训统一包装	061
3.2	做到这些，你能良性循环	063
3.2.1	保持原创——拿下内容竞争攻坚战	064
3.2.2	个性鲜明——可以模仿但要有风格	065
3.2.3	设备过硬——速度和体验必须保证	066
3.2.4	不忘初心——有了人气也别骄傲	068
3.3	甩掉这些，才能不走下坡路	069
3.3.1	低俗文化——新鲜过后还剩下什么	070
3.3.2	恶性竞争——诋毁别人你也不好过	071
3.3.3	流量造假——违反法规小心被查封	072

第4章

075 ◉ 网红主播——“靠脸吃饭”不容易

4.1	月薪20万~200万元，揭秘看脸的直播业	076
4.1.1	YY平台——秀场主播的天堂	077
4.1.2	映客直播——泛娱乐直播要颜值	080
4.1.3	战旗直播——大千世界无奇不有	083
4.2	做网红，到底怎么玩	085
4.2.1	注册资格——“摸爬滚打”第一步	086
4.2.2	自我“化妆”——颜和空间一个都不能少	089
4.2.3	寻求打赏——在互动中学会“撩粉”	095
4.2.4	签约平台——接受分成享受推广	098
4.3	转型，颜值摇身变价值	099
4.3.1	提供内容——化妆、唱歌都能成职业	100
4.3.2	学做生意——微商、淘宝小店开起来	101
4.3.3	接洽广告——变成直播界的“流量主”	103

第5章

105 ◉ 游戏主播——既需要技术，也需要段子

- 5.1 拿下千万级合同，游戏也能赚大钱 106
 - 5.1.1 熊猫直播——电竞大咖纷纷来投 108
 - 5.1.2 Bilibili直播——欢乐的游戏吐槽会 110
 - 5.1.3 虎牙直播——明星也来打游戏 112
- 5.2 玩电竞，底线得要守 114
 - 5.2.1 拒绝代打——一旦扒出就完了 114
 - 5.2.2 轻松段子——没人喜欢闷葫芦 116
 - 5.2.3 广交好友——业界之内皆兄弟 118
 - 5.2.4 职业操守——游戏也得练技术 119
- 5.3 升级，要延续职业生涯 123
 - 5.3.1 组战队——竞技比赛创出名头 124
 - 5.3.2 工作室——教学、活动一把抓 130
 - 5.3.3 解说员——“手残”以后就靠嘴 132

第6章

135 ◉ 教育主播——知识权威不摆“架子”

- 6.1 知识变现，当老师不止“硬”工资 137
 - 6.1.1 腾讯课堂——技术达人都能当老师 137
 - 6.1.2 云课直播——师资共享、突破地域 140
 - 6.1.3 斗鱼——带你与名师互动交流 141
- 6.2 搞教育，产权最重要 143
 - 6.2.1 收费制度——学知识先要尊重劳动 143
 - 6.2.2 资格审核——为师者要严谨再严谨 145
 - 6.2.3 在线培训——面对面答疑提高效率 146
 - 6.2.4 知识讲座——邀请大咖扩大影响力 148
- 6.3 包装，教育也需要营销 149
 - 6.3.1 名师效应——好老师人人都喜欢 149

6.3.2	金牌课程——打造品牌，获取信任	151
6.3.3	优惠活动——划得来自然有人来	153

第7章

157 ◉ 靠直播、成网红，然后你该干什么

7.1	自力更生，微商做起来	158
7.1.1	直播，把粉丝统统变成客户	159
7.1.2	开店，定要结合自己的内容	162
7.1.3	运营，别逞能还得组建团队	166
7.1.4	售后，态度好才能留住粉丝	172
7.2	网络营销，还是那一套	174
7.2.1	情感营销——拴住粉丝的心	174
7.2.2	体验营销——消费体验至上	175
7.2.3	病毒营销——影响持续扩散	176
7.2.4	自黑营销——黑自己有道理	177
7.2.5	对话营销——客服也是自己	178
7.2.6	选择营销——精准把握客户	179

第8章

183 ◉ 产业链，从直播到直播经济

8.1	单飞，依靠个人成名	184
8.1.1	制造话题——个人创意自由度高	185
8.1.2	吸引估值——有人投资才能做大	188
8.1.3	交叉营销——各种媒体都要玩玩	190
8.2	抱团，利用公司成功	193
8.2.1	造梦工厂——网红教程红利多多	193
8.2.2	软件开发——直播平台花样翻新	197
8.2.3	经纪公司——专人运营犹如明星	198

8.3	生态圈，网络没有单独分类	201
8.3.1	电商玩直播——我为了推广产品而来	202
8.3.2	明星玩直播——我真的没有偶像包袱	204
8.3.3	官方玩直播——你见没见过弹幕庭审	208
8.3.4	他们也在玩直播——局座召忠，科普还能这么做	209

第9章

211 ◀ 未来，直播到底能够走多远

9.1	有些问题还要解决	212
9.1.1	门槛过低	213
9.1.2	监管困难	215
9.1.3	内容驳杂	216
9.2	希望依然还是有的	221
9.2.1	整改而不是封杀，政府保持宽容态度	222
9.2.2	还在向国外学习，直播形式日渐丰富	223
9.2.3	传统行业在行动，企业大佬也玩直播	227



第
3
章

新自媒体？ 直播也有“套路”可循

自媒体又被称作“公共媒体”或个人媒体，是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化手段，向不特定的大多数或者特点的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体总称。而直播正是具有各项自媒体条件的新自媒体。简单来说，直播就是个人化、平民化、普泛化、自主化的信息传播。



自媒体

那么怎么做才能玩转直播这个新媒体呢？其实直播也和其他自媒体一样，需要遵循自媒体的运营“套路”：职业化运营、保持良性循环、避免运营中容易出现的弊端。

3.1 自媒体运营职业化

自媒体是一种职业，需要分工合作和专业运营，才能长远发展。日常中常见的自媒体平台有博客、微博、微信、论坛等。通过这些自媒体，可以总结出自媒体的特点是个性化、随性化、自发传播、平民化、圈群化（见图3-1）。而为了满足自媒体的这一系列特点，自然少不了对其的独特运营方式：微博，大V团队力量保障创意；微信，公众号职权明确，各司其职。直播的运营，也

要讲究职业化。

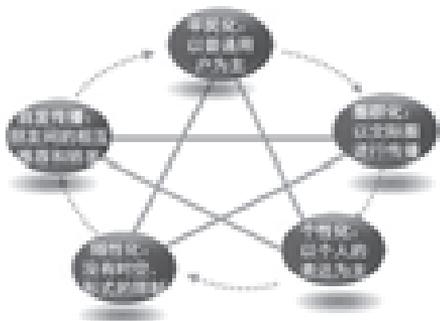


图3-1 自媒体特征

3.1.1 微博大V——团队力量保障创意

微博包括新浪微博、腾讯微博、网易微博、搜狐微博等等。而在众多的微博中，新浪微博却成为了中国微博领域的代名词，并于2014年3月27日，直接改名为“微博”（见图3-2）。所以这节中所指的微博，就是指新浪微博。



图3-2 新浪微博

经过认证的微博用户，在昵称后都会附有类似于大写的英语字母“V”的图标（见图3-3），因此，网民将这种经过个人认证并拥有众多粉丝的微博用户称为“大V”。



图3-3 微博认证图标

通过我们日常对微博的运用，不难发现，那些能上微博头条，或是所发的微博拥有大量的网友点赞且评论的用户，都是微博上受到多数网民喜欢的、粉丝众多的名人或红人（见图3-4）。受人关注，导致其说话、做事都具有一定

的影响力。这就是微博上这类的大V人物最明显的特征。



图3-4 微博大V

这就导致在这个平台发布消息，就会需要这些大V的支持。由这些大V的支持所凝聚的粉丝力量，可以让所发布的信息被更多的网民看到。所以，专业的营销团队，就利用大V的这类特征，通过以大V的名义或是直接借助大V的微博，操刀发布具有某种目的性的微博，以便吸引更多网民的关注。

就像是我们在日常生活中经常见到的采访、通知、祝福、传播等类型的微博，其实很少是由大V根据自己的想法来发布消息的，而通常是由一个经纪人团队专门运营，操作发布（见图3-5）。这种具有整个经纪人团队力量的原创文章，更能保障消息发布的专业性和影响力。



图3-5 大V微博

3.1.2 微信公众号——职权明确，各司其职

微信公众号，即微信公众平台上的应用账号（见图3-6）。大的公众号，从策划到技术，其实都是分工明确的。下面我们来看一下微信公众号是如何职权明确进行运营的。



图3-6 微信公众号

1 微信认证

微信的认证对提升企业的信任度很重要，所以应当想办法早一点通过微信认证。微信认证首先要做的就是准备好认证所需材料，公司至少得有营业执照复印件、公章等，机构至少得有组织机构代码证复印件、公章、法人信息证等。准备这些材料也是认证中最烦琐的地方，会不断提示提交申请表格和书面表格。

资料都准备好后，就可以直接打开我们公众号，看到“服务中心”中的“微信认证”（见图3-7）。



图3-7 微信认证

然后依照步骤提示，进行操作与一系列的资料填写（见图3-8），这是一个较为烦琐的过程，不过只要每一步都按照所提示的内容进行，那么资料的填写也就没有那么困难了。资料填写完成后，就是等待审核，电话咨询你相关事宜及补充材料的填写。然后一周左右便可得知认证结果。



图3-8 认证资料填写

2 消息推送

水不流动就变成死水，公众账号没有活跃度就是一个死号，所以每天的内容编辑是活跃的核心价值，如果三天打鱼两天晒网就没有任何价值。

● 推送内容

关于推送内容，首先应当要做的就是了解日常人们所关注的事物，我们可以通过一些相关方面的微信群、QQ群等，看看大家在日常生活中对于哪方面的消息感兴趣或亟须了解。比如我们如果为某杂志创建公众号，那么我们可以从一些读书类的社交群，了解这些人日常中经常聊到的一些话题，通过对这些话题的总结，得出这类人的需求，通过需求去推送公众号内容，引起有需求的人对公众号的关注。

另外，公众号内容要结合当地市场的消费观、地理文化、地域文化等，否则你所有的内容和辛苦都白费，经营微信营销的企业应该为行业带去独立的见解，以推动行业发展为主导，以服务顾客为导向。

● 推送技巧

推送，不一定每一次都要推送文章。推广一些小的知识技巧，以及笑话、旅游、自驾信息，也是很好的方法，只要能帮助潜在顾客和读者即可。每次都推送一条跟微博一样的内容，因为信息量小，不会影响订阅客户的生活，并且可以学到新的知识，这样的公众账号是很受欢迎的。

关于推送时间，晚上或者下午推送最好，因为要考虑到在这些时间段读者有足够的时间来阅读，白天推送内容，适合做产品的促销，当时顾客便可以订购产品，为带来产品真正的销路。

3 注重互动

微信不像微博，可以吸引大量的人转发和评论，只有通过和顾客的沟通，才能取得顾客信任。其实，用户的多少不代表营销能力，仅仅是一个数量，用户的互动价值和关注价值才是微信营销的核心，多创造和读者沟通的话题，读者关心的话题可以让整个公众账号活跃起来。比如“大众点评”的公众账号，就经常向用户推送一些投票送优惠券之类的互动活动（见图3-9），这样的活动不仅能吸引用户对平台的关注，还令用户具有亲身参与感，增加了用户与公众账号直接的黏性。



图3-9 公众号互动

3.1.3 直播推手——平台培训统一包装

如今，直播被运用到各个领域，而那些较为出名的直播间和直播达人，也是数不胜数。这些直播间和网络主播达人，之所以能够迅速蹿红，背后的推手功不可没。直播的背后，已经呈现出一个复杂的产业链条，包装、助推、商业化等环节环环相扣（见图3-10）。



图3-10 直播平台推手

① 挖掘

我们日常中看到的那些主播，大都能说会道，长相甜美。这些厉害又漂亮的主播，要么是直播推手通过网络的形式找到的（见图3-11）；要么是将日常生活中遇到的一些长相、才艺上佳的人物挖掘到自己公司，成为旗下的一员，然后再对其进行一系列的包装得出的。



图3-11 网络形式寻找女主播

② 培训

对于所挖掘的主播进行针对性的培训是很重要的一环，这主要包括专业技能的培养（针对于直播的类型进行唱歌、跳舞、乐器等方面的培训），情商的培养（网络平台都是开放的互动空间，因此一个优秀的主播不仅才艺要好，还应具备为人处世的职业素养，即如何与粉丝互动，怎么样待人接物，怎样得体地与粉丝交流等）。很多主播在成为主播之前或是在日常生活中，也并非都能说会道，这其实都是通过一段时间的专业培训后的成果。

③ 包装

直播的内容很重要，可以讲段子、唱歌、跳舞或是表演其他才艺，没有内容的主播，是走不长远的。每个主播都有个人的长相和性格特点，所以在主播上线时，平台推手都需要根据这些主播的特点给他们贴上标签，如“邻家妹妹”“芙蓉姐姐”“宅男女神”等。比如一直播的女主播Miki，就是以其甜美的长相（笑起来露出两颗可爱的小虎牙）这一特征来命名直播的（见图3-12），即Miki小虎牙。

贴上标签后，还要再进行培养和针对性的推广，如化妆、拍摄、文案策划、产品制作等一系列的幕后辅助工作。而主播的直播间一开始并没有粉丝，需要平台的帮助，为其增加关注度，所以对于主播而言，前期的投入是非常之大的。



图3-12 Miki小虎牙直播

3.2 做到这些，你能良性循环

我们经常会遇到这样的情况，就是直播开了一段时间后，发现还是没有人气（见图3-13）。这样的话，就要从三个方面寻找原因：一是主播本身的问题；二是直播内容的问题；三是直播硬件措施的问题。



图3-13 人气低的直播间

自己开直播，如果不能通过平台进行包装，完全需要自己亲力亲为的话，确实是有一定难度的。那么我们应该知道一些直播必须要保障的条件：把握直播内容的原创性、模仿时的个性体现、直播硬件设备保障和作为主播应当具备的心理素质。做好这几项，才能使直播更有序地进行，使直播的录制和播出形成良性循环。

3.2.1 保持原创——拿下内容竞争攻坚战

所谓直播，就是即时消息的传播，而这类消息的特征就是新鲜度。如果直播的时候，连这一点都不能把握的话，你拿人人都知道、都见到过的事情来进行直播，那么这和录播有什么区别呢？而且，已经看过的、了解过的东西，那怎么还会有人再去看呢？所以直播内容的原创性，是直播吸引观众的首要条件。而且，不管你主播得好不好，只要你的直播内容新鲜，就会有人受内容的吸引而观看直播。

所以，直播的内容最好是原创的，这样才具有独特性，才能给观众带去新鲜感。就比如说《英雄联盟》这款电竞游戏，就有很多关于游戏比赛的直播和关于技能操作的技巧的视频，但《徐老师来巡山》这档视频（见图3-14），就反其道而行之，以“带你装逼，带你飞，带你走进垃圾堆”为口号，专为游戏玩家提供一些操作失误的游戏视频，以引发观众的笑点。在各类规规矩矩的说教式游戏视频中，主播另辟蹊径，不说优点，反说缺点，这样的视频内容反而受到了广大观众的欢迎。



图3-14 《徐老师来巡山》视频

其实，原创跟自身的才艺脱不了关系，因为你必须精通某方面的才艺，才能在才艺的基础上进行自由发挥。所以原创比非原创需要更高的技术含量。但是只要有较好的原创表演，然后通过直播这个平台进行发挥，就很容易吸引观众的眼球。比如，很多唱歌类的直播，如果你想要利用原唱歌曲进行直播的话，那你先要懂音乐会唱歌，然后再在这个基础上进行创作。而且原创，需要

的创作灵感和创意，这都为原创增加了难度。这也是现在很多唱歌好听的歌手不容易走红，反而一些很有创意的原创歌手可以依靠自己创作的歌曲来吸引更多观众的注意的原因。

像《中国好歌曲》（见图3-15）这类音乐选秀类节目，就有很多唱歌很好听的人参加，但是这样的歌唱平台从来就不缺乏唱歌好听的人，反而是那些有特色的原创曲目，更能够吸引评委和观众。比如第3季的曾昭伟，就依靠原创歌曲《幸亏没生在古代》逗趣的歌词和俏皮唱腔，令观众和评委都记住了她，以此而走红。这就是比歌声更有吸引力的原创的魅力所在。



图3-15 《中国好歌曲》

3.2.2 个性鲜明——可以模仿但要有风格

上面说到的，直播的内容最好是原创的，但是原创的灵感和创意不可能时时刻刻都有。所以如果不能进行原创的话，我们也可以选择一些比较受观众喜爱的，适合自己的直播方式和直播内容等进行模仿。虽说是模仿，但是切不可对原创一五一十地照搬，因为一味地依靠模仿，就只能是跟在别人的后面，而不能体现出自我的价值，即便是火了，也很难从模仿的领域走出来做自己。

比如，之前很多综艺节目中出现过一些靠模仿大牌明星而走红的人，都是从明星的外形、穿衣风格、说话方式、唱歌方式等各个方面进行模仿，观众也都觉得确实模仿得很像，有的时候甚至有点难辨真伪（见图3-16）。



图3-16 对明星进行模仿

但是，模仿者只能吸引到被模仿人物的部分粉丝的关注。如果没有自己的特色，有朝一日一旦模仿得不是那么像了，那么原先的那些粉丝也会对其开始淡忘，只会记得有一个人曾经模仿过某位明星，甚至连你叫什么名字都记不起来了。这样的模仿，在过了一段时间后，就会从观众的视野中淡去了。

所以模仿也必须融入自己的风格，拥有自己特色的模仿，才能走好以后的路。

在综艺节目《快乐大本营》的某一期，主持人谢娜在模仿腾格尔演唱《天堂》时，腾格尔现身演播厅现场，点评谢娜的演唱：“你比腾格尔还腾格尔。”这无疑是对模仿者最大的赞扬。在模仿的时候，模仿者模仿到了原创的神韵、亮点，同时展现出了自己的风格。

3.2.3 设备过硬——速度和体验必须保证

直播的硬件设备（如网络、摄像头、直播间等）必须要有保障，这样才能更好地进行直播。

1 电脑配置

右击“我的电脑”，打开“属性”，查看电脑配置（见图3-17）。



图3-17 电脑配置

直播的电脑基本配置：

CPU：Intel酷睿i5

显卡：NVIDIA GTX 650

内存：4G以上

大型游戏推荐配置：

CPU：Intel酷睿i7（如Inter 酷睿i7-6700 14纳米 Skylake全新架构）

显卡：NVIDIA GTX 760（如GTX970 1114-125MHz/7010MHz 4GB/256bit GDDR5）

内存：8G以上（如骇客神条 Fury系列 DDR4 2400 8G台式机内存）

2 网络

对于直播而言，网络应该是一个重点，所以前面第一章中就讲到，无论是开直播还是观看直播，都需要有较好的网络。建议至少有0.8M的上行带宽（即100kb/s的上传速度），如果是在虎牙进行直播的话，可以使用虎牙YY的测速功能进行测速，了解你的上传速度。如果上传速度不够，可以联系当地的运营商提高“上行带宽”。ADSL用户上行带宽一般为0.5M，光纤用户的上行带宽一般为1~2M。

只有这样，才能保障观看和录制直播时的画面流畅，才能带来较好的体验感。

③ 摄像头与麦克风

直播是视频与声音同时播出的方式，不论是直播的画面还是声音，只要其中的一样由于硬件设施过差而使得观众所看到的画面模糊或是所听到声音不清晰，就会导致直播失败。所以对于视频画面和声音的录制播放都要作为直播的重点去把握。我们在选择直播所需要的摄像头和麦克风时，要尽量寻找市面上那些规格较高、购买人数多、好评较多的摄像头和麦克风。

摄像头分辨率一般要求在1280像素×720像素及以上，如果只是作为游戏主播的话，对于麦克风的要求不大，一般的即可。但是如果是作为唱歌类的主播的话，一般的麦克风的声可能不是很好，可以选择价位高一点的带外置声卡的麦克风，声音效果会比较好。

④ 直播间

关于直播间的风格，要尽量给观众打造一个干净舒适的视觉环境，能够为直播大大地加分。还可以依照直播的内容及自身的形象特征进行布置，如果是甜美类型的主持风格和内容的話，可以利用一些甜甜粉粉的装备进行装饰，或是用一些毛绒玩具凸显可爱（见图3-18），这样就更能凸显自己直播的特色。



图3-18 直播间

▶ 3.2.4 不忘初心——有了人气也别骄傲

一般主播都经历过在新建直播间时，无人问津直播时对观众渴望；再到开始有了一两个人对直播间开始关注，自己内心充满喜悦；然后到拥有了部分忠

实观众，关注自己的直播并参与互动，有了一定的人气……最后到聚集了一定的人气，也拥有部分常驻的观众，可以说是小有名气或是真的火了。一步步走来，都足以说明粉丝对于开直播的重要性。

又如，我们经常见到的一些选秀类的比赛活动，很多都是依靠粉丝投票来决定最后比赛的名次的。甚至有的活动直接简单粗暴地用“最受粉丝喜爱”“最具人气”之类的词对活动进行命名。由此类活动也可以看出，观众的意见对于公众人物的重要性。

开直播都是靠人气挣钱，所以主播们想尽一切办法都是想火。这其中有些人会感激粉丝的一路陪伴，然而还有些人会开始骄傲，以为自己随随便便说一句话便能拥有千万粉丝的关注，自以为是，对于粉丝的提醒不管不顾，对于观众请求不屑一顾。

然而这样的行为想法，真的是大错特错，除非你不再当主播，不再是公众人物，不然不论你目前有多受欢迎，仍旧不能脱离粉丝。作为公众人物，可以说成就都是由粉丝给的，应当对粉丝心存感激。水能载舟，亦能覆舟，如果有一天，你的行为引发了粉丝的不满，只会让他们对你避而远之。

3.3 甩掉这些，才能不走下坡路

如果想要在直播这条道路上长久发展，墨守成规也不无一定的道理。对于这样一个开放的公众性的平台，其中应该是什么人都有，而基于网络的现状，大家可以以任何形式与陌生人交流互动，人们不用知道彼此的背景、长相，甚至连叫什么名字、年龄几何都不知道，就能够相谈甚欢。这是网络世界带给人的丰富的自由想象空间。但是这也是网络互动交友的弊端，让更多的不法分子，利用这样一个非实名制的平台，采用非法手段谋取利益，从而逃避法律的制裁。

那么，也不乏这样的人，为了人气而丧失底线。比如，现在就有这样一种现象——女性主播在直播的时候穿着过于裸露，故意做一些暧昧的动作或故意聊一些比较低俗的色情类的话题，以吸引男性观众的目光。过于低俗的话题，对

于网络直播而言，其实没有明确的界线。所以我们在进行直播的时候，一定要把握好这中间的尺度，坚守自己的底线。

其实裸露和性感是不同的概念。对于直播这样一个公开性的平台而言，可以说时时刻刻都有千万双眼睛盯着你看，每个观众的看法观点都会有所不同。作为主播，就更应该时刻注意自己的穿着打扮、言行举止之类的。因为稍不小心，你眼中的性感，就变成了观众眼中过于露骨的不雅观直播。

3.3.1 低俗文化——新鲜过后还剩下什么

很多主播为了快速地吸引观众的注意，通常会利用一些比较有诱惑力的极端手段：用一些恶俗的段子来取悦观众；通过一些恶搞的事件引发观众的笑点。

恶搞并不等于恶俗。以娱乐为目的，特意制作出的一些搞笑的话题或视频等，可以称为恶搞。这类直播能够给观众的业余时间带来欢乐，只要情节在观众普遍能够接受的范围内，观众也可以将其当成笑话看看，有时候甚至能成一件很好玩的事情。比如，有一段时间网络上流行的尔康的表情包，就是《还珠格格》中“尔康”（周杰饰）这个角色丰富和夸张的面部表情被网友利用起来，再添加一些特定的文字，便被赋予了新的含义。

恶俗，是指一些虚假、粗陋、毫无智慧、没有才气、空洞而令人厌恶的东西，这种东西只能给人带来一时的娱乐性。比如很多地方结婚时的习俗，新郎在结婚当天需要接受女方亲友的考验。有的考验居然是要求新郎穿着女子的内衣在大街上众目睽睽之下给路人发喜糖（见图3-19），以这样的方式供亲朋好友娱乐，为新婚带去祝福。这类习俗确实具有娱乐的效果，但也不过是给旁人以娱乐，对于新郎而言，情节严重的话，恐怕会给他带来心理阴影。这就只能称为太过恶俗的结婚习俗了。

而关于直播的恶俗就是将一些低级趣味的东西搬到台面上来讲，这些东西对于观众来说可以说是毫无意义且毫无营养可言的。也许能够带来一时的娱乐效果，促发观众一时的好奇心，吸引观众观看，然而看过内容之后，得知事件的真相，只会令人对这样的事件感到不屑，然后导致观众对主播的价值观产生怀疑。



图3-19 恶搞新郎

现在网络直播的条件宽泛，播出这种低俗的内容也许并不会有人站出来反对，有的时候甚至还能造成轰动一时的效果。很多观众会因为一时的新鲜感，观看这类直播，当这些观众在新鲜劲过去后，才开始反思直播的内容。粗陋、恶俗，只会给观众带来反感，给直播带来反效果。观众也不愿意再花费过多的时间和精力观看。

所以这类直播终究无法得到更多的关注，以这样的方式来吸引观众，实在不是长久之计，这种方式带来的直播间的忽然的火热，只会是昙花一现。

传播健康的、积极向上的文化才是直播的长远之计。像是一些具有正面影响力的活动和生活方式等，我们都可以用来做直播。比如，YY语音的“奔跑吧！主播”活动（见图3-20），就是主播通过户外游玩的方式，进行的旅游类综艺直播。这类直播在带给观众新鲜感的同时也能令观众从中学到不同地方的文化风俗，真是一举两得。



图3-20 积极的直播内容

▶ 3.3.2 恶性竞争——诋毁别人你也不好过

随着直播行业的发展，做直播的人越来越多，所以就出现了有的人轻而易

举就火了，而有的人却历尽千辛万苦还是不温不火这两种极端的现象。而这个时候，如果你是后者，看到同行红了，切记不要因为嫉妒去黑别人。

因为作为公众人物，诋毁他人，其实是得不偿失的，你在黑别人的同时也把自己拖下了水。诋毁的举动会令你在观众眼中的形象大打折扣。因为观众日常看到的你的形象，都是积极向上的正面形象，当你做出炮轰的举动时，就会令人感到不可思议，引发观众的讨论：原来他也会这样啊。然后，你以前在观众面前树立的正面形象（能唱会跳、能说会道之类的）也变得不过如此了。

面对千万大众，谁也不能将自己的想法强加在别人的身上。观众间自由的言论，有的时候就如唾沫般，一人一口也能将你淹死，而你的行为举止应当比常人更为聪明理性，不然也不配受到千万人的喜欢和追捧。所以说做主播虽外表光鲜亮丽，但其实是一件压力巨大的事。

▶ 3.3.3 流量造假——违反法规小心被查封

时下的网红主播人气爆棚、播出平台点石成金，网络直播的整个产业链，从上到下，都是一片红火的景象。然而，在这热闹红火的背后，网络直播行业也有不少“虚火”暗藏其中。

比如某手机直播平台（见图3-21），细心的观众不难察觉到，其直播间数量达到了数百个，而每个直播间的人数几乎都在3000人以上，就连新秀的直播间人数都在2000人左右。就算以最低值来计算，同一时间在该直播平台观看直播的人数就有90万人。这样一个小小的手机音乐直播平台，每天的观看人数就超过90万人，这个数据不得不令人怀疑。

对于网络这个平台，法律难以监管到，所以很多主播就利用这一点，钻下小空子、耍些小聪明。为了制造人气、吸引用户，虚构观众人数、送僵尸粉丝。时下直播最主要的造假方式有三种。

造假方式一：主播买粉丝。在淘宝上，主播花10元钱就可以买1000个粉丝，想刷多少、想买多少都随你（见图3-22）。如此实惠，怪不得会有如此多的主播走向流量造假这条不归路。

新自媒体？直播也有“套路”可循



图3-21 某直播观看人数

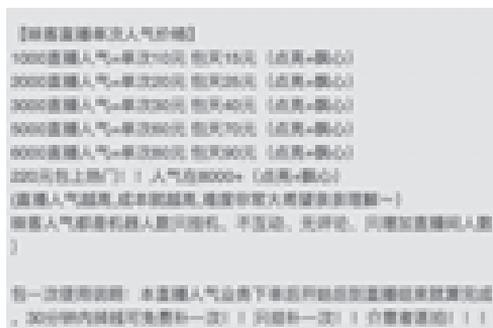


图3-22 淘宝买直播流量

造假方式二：直播平台友情赠送。直播平台想包装推广某个主播的时候，也会运用后台数据，给主播“稍微加一点人气”，从而给用户造成心理暗示，使其更愿意参与互动和送礼物打赏。关于这样的造假方式，对于平台签约的主播而言，自当是无可奈何，所以才会导致很多主播对于平台这样的行为睁一只眼闭一只眼。

造假方式三：直播平台和网红经纪公司相互合作。比如，直播平台花4000万元签一个网红，钱交给网红经纪公司；网红经纪公司再拿出4000万元去直播

平台给这个网红买礼物打赏。这样一来双方其实都没有花钱，但是数据却都做得很漂亮。可以说，现下的直播平台推手对旗下主播的包装大都包括了这一步。因为走红并不是一朝一夕的事，这样的方式能加快观众对主播的关注，直播平台也可谓是险招齐下、“用心良苦”啊。

不论是哪种造假行为，一旦被发现，情节严重的话，可是要被查封的。2016年4月，19家网络直播平台被文化部列入查处名单。随后，文化部专门出台文件，今后网络直播将实行随机抽查，表演者一旦上“黑名单”，将被全国禁演（见3-23）。

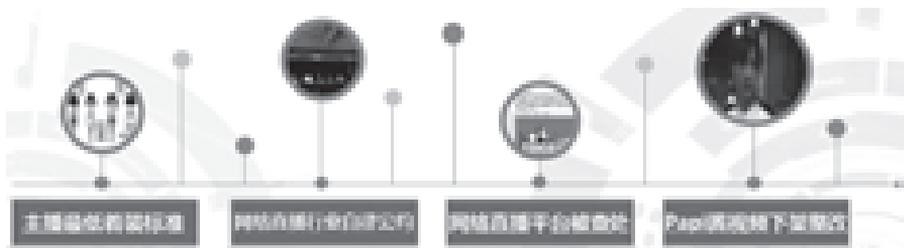
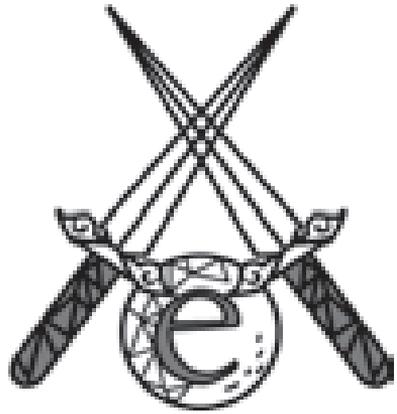


图3-23 文化部专门出台文件

对于网络直播平台来说，数据是眼下最重要的指标。但虚假的数据，制造出来的却只是表面的繁荣。即便有了庞大的用户数量和访问流量，却不能转化为相应的收入，何来盈利？

要想在这个平台真正存活下来，一定要靠内容取胜，也就是对用户来说，今天的围观不过是慢慢地挑选哪些平台拥有真正适合他们的内容，没有内容的网络直播平台，无论制造出多么华丽的数据，今后还是会被观众所淘汰。



第
5
章

游戏主播——
既需要技术，也需要段子

在以前，天天玩游戏，会被别人认为是太沉迷、疯狂，甚至被认为是不务正业。而当直播成为现下最火热的互联网现象时，游戏玩家们纷纷将目光投向了游戏直播行业，会玩游戏，就能成为游戏主播。如今，无论是动作、冒险、模拟、角色扮演、休闲游戏，还是其他类型的游戏，都可以用来进行直播。游戏直播继而成了直播界的庞大后盾。



游戏直播

那么对于游戏直播这样一块“风水宝地”，如何才能成为游戏主播界的大神，用这个以前人们眼中“不务正业”的事赚钱呢？这就需要游戏主播不仅会玩，还要会说。

5.1 拿下千万级合同，游戏也能赚大钱

玩游戏如何挣大钱？我们就拿现在暴热游戏新行业——电竞直播来说。

电子竞技就是电子游戏比赛达到“竞技”层面的活动。电子竞技是顺应着市场的需求得出的产物，如今网络游戏已经成为了大部分“80后”和“90后”，甚至是“00后”人群所热衷的娱乐活动，与此同时，很多受到众人喜爱的明星也都对电竞很感兴趣（见图5-1），由此可以证明，电竞确实很火！



图5-1 明星也玩游戏

而电子竞技在满足了这一大部分人娱乐需求的同时，还能被利用来挣钱及成名。这部分人依靠着这种5V5的电子竞技精神及高度认真的游戏态度，一步一步由游戏爱好者转变成了职业玩家及网络红人。从2014年年年初到2015年，游戏主播的身价经历了火箭式上涨，普遍获得了10倍以上的增长（见图5-2）。由此可见，签约平台，成为职业选手、当红主播、游戏解说，拿下千万级合同，依靠游戏挣大钱不再是梦。

电竞主播收入排行榜 (2014年)					
排名	直播平台	主播姓名	性别	直播平台	签约价值 (万元)
1	斗鱼	YY	男	斗鱼	8000
2	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
3	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
4	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
5	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
6	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
7	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
8	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
9	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
10	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
11	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
12	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
13	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
14	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000
15	斗鱼	YY	男	斗鱼	2000

图5-2 电竞主播收入排行

比如2014年7月在DOTA2第四届国际邀请赛（TI4）的现场，来自中国的Newbee战队和同样来自中国的VG战队会师决赛。最终，Newbee战队在比赛中反败为胜，捧起了象征着国际邀请赛冠军的神盾，并且分享了高达502万美元

（约合人民币3122万元）的奖金（见图5-3）。



图5-3 DOTA2第四届国际邀请赛（TI4）现场

► 5.1.1 熊猫直播——电竞大咖纷纷来投

熊猫直播是由上海熊猫互娱文化有限公司创办的一家弹幕式视频直播网站（见图5-4），于2015年9月上线。



图5-4 熊猫直播

相较于其他同类型的大型直播平台，它的创建时间应该是最晚的了。虽说在创建时间上没有优势（因为其他的直播网站都是经过了几年的历练才出现如今的繁华与壮大），但熊猫直播，新兴起的直播网站，竟也开始挤占其他直播网站的份额，达到了与战旗直播、YY直播、斗鱼等媲美的高度。出现这样的情况，最主要还要归功于其创始人王思聪。

直播是年轻一代人自我展示的一种新的模式。由于直播的火热，所以王思聪才建立起了熊猫直播。这个事件本身就是一个话题。于是导致网站还未建立，就开始受到了人们的关注。

其实在熊猫直播公测首日，就出现了主页登录异常等问题，不久熊猫直播官网微博声称王思聪赠送66部iPhone6s，发放给一直以来关注熊猫直播的忠实用户，为熊猫直播公测问题道歉。真是财大气粗啊。不过这样的“诚意”，大家都喜欢啊！于是即使公测出现问题，也不足以影响到用户对网站的关注。

而后相继又出现了多位明星在熊猫直播进行直播（T-ara合肥演唱会、Angelababy熊猫直播的直播首秀等），都为熊猫直播带来了相当高的观看人数。如此的与时俱进，熊猫直播怎么能不受欢迎呢？

对于电竞游戏爱好者而言，他们选择直播平台最关键看几大元素：一是平台是否拥有更吸引人的内容和高品质的画质清晰度；二是竞技技巧和解说水平；三是精彩赛事和人气主播。

其中，主播是平台最重要的资源，主播优质与否甚至可以决定直播平台的生死。然而，由于电竞直播独有的低门槛特征和淘金热现象，所以参与者的数量众多。如今人人都能直播，打造一个新星主播十分困难，因此，知名主播成为当下炙手可热的稀缺资源。

综观现阶段各大直播平台，无论是斗鱼、战旗、龙珠还是熊猫直播，所有的“争夺战”本质上都是主播资源的抢夺。无论是专业级还是花瓶级，只要是受观众喜欢的主播，都能为平台导入大量的流量和用户。对于新成立的熊猫直播，就从签约的主播和投资阵容上，吸引了游戏玩家选择该平台。

1 明星主播

对于电竞直播而言，明星的亮相就像是一次真人秀的网络表演。类似于电视真人秀节目《奔跑吧兄弟》一样，可以借助粉丝经济效应形成巨大影响力。向来有着“娱乐圈纪委书记”之称的王思聪，与娱乐圈的明星们不断有交集，此次进军游戏直播平台市场，拉明星助阵也是自然而然的事情。王思聪称熊猫直播在未来将拥有很大的明星主播阵容。如今明确入驻熊猫直播的主播有Angelababy（杨颖）、韩国T-ara女子组合、韩国EXID女子组合、韩国“一姐”女主播尹素婉等。

高额的签约费，再加上王思聪在娱乐行业的人气效应，可以预见，在未来

还会有更多喜欢玩电竞的偶像派明星加盟熊猫直播。

Angelababy爱玩电竞，这应当是电竞界众所周知的事情，之前有角色扮演过《英雄联盟》游戏里面的人物金克丝，还在《奔跑吧兄弟》中与陈赫谈论游戏中人物的造型。王思聪签约Angelababy来为熊猫直播助威，其实这也在一定程度上影响到了电竞玩家对直播网站的选择。

2 大咖投资

电竞直播平台的受众，多数是游戏爱好者，他们希望从游戏平台上看到更多高水平竞技玩家。而对于熊猫直播来说，王思聪本身是IG战队老板，所以说在战队资源和解说资源上具备一定基础和优势。据熊猫直播的注册资料显示，熊猫直播的股东里包括裴乐（WE战队老板）、侯阁亭（OMG战队老板）、斗鱼知名主播小智。

另外，原本斗鱼《炉石传说》的所有明星主播，包括安德罗妮、囚徒等人，还有LOL退役选手若风，以及包括SOL等在内的《炉石传说》全部主播都已签约熊猫直播（见图5-5）。显而易见，在实力派方面，熊猫直播势必也用尽专业性资源奠定自己的行业地位。



图5-5 电竞《炉石传说》

5.1.2 Bilibili直播——欢乐的游戏吐槽会

Bilibili现为国内最大的年轻人潮流文化娱乐社区，该网站于2009年6月26日创建，又称“B站”（见图5-6）。目前拥有动画、番剧、音乐、舞蹈、游戏、科技、生活、娱乐、鬼畜、时尚等分区，并开设直播、游戏中心、周边等业务版块。

👤 游戏主播——既需要技术，也需要段子



图5-6 B站

Bilibili网站最大的特色是弹幕评论功能（见图5-7）。这种独特的视频体验让基于互联网的即时弹幕能够超越时空限制，构建出一种奇妙的共时性的关系，形成一种虚拟的部落式观影氛围，让Bilibili网站成为极具互动分享和二次创造的潮流文化娱乐社区。



图5-7 Bilibili弹幕评论

所以电竞大咖和明星，就很少选择B站游戏进行游戏直播。这个直播类型，大多是一些草根的游戏爱好者，以娱乐和互动为主进行的游戏直播。主播们不需要有太高的游戏技巧，但至少需要是一名段子手，也就是要能说会道。

以一边玩游戏一边与观众进行互动的方式进行直播，就会吸引到观众观看及评论，让游戏直播成为欢乐的游戏吐槽会（见图5-8）。



图5-8 B站游戏直播

5.1.3 虎牙直播——明星也来打游戏

虎牙直播是YY旗下的直播平台，是中国领先的互动直播平台，可提供同时200万人在线高清观看流畅的赛事直播与游戏直播、视频直播，其中包含LOL、DOTA2、DNF等热门游戏直播及单机游戏、手机游戏直播（见图5-9）。



图5-9 虎牙直播

虎牙直播开设的时间比较久，早年间游戏直播刚开始流行时，直播平台还比较少，于是很多玩家都选择虎牙直播，所以它是很多游戏爱好者游戏直播生

涯的开端。经过时间的沉淀，虎牙直播成就了很多有名气的职业选手，比如虎牙直播出来的“小智”身价已经超过2000万元，2015年所有收入加在一起有几十万元，2016年拿到的金额比预期的还要高很多。

所以虎牙直播，轻而易举就能够吸引到大咖、明星等助阵，成为明星、大咖等游戏的首选直播平台。2015年8月4日周杰伦《英雄联盟》与Miss开黑直播成为了年度大事件，据官方统计，开播不到10分钟，人数直线飙升到200万，而当天这场比赛的视频在线收看人数超过了1600万。大家都认识周杰伦，而对于Miss，不怎么玩电竞的人可能就鲜有耳闻了。Miss，本名韩懿莹，是如今电竞界的第一女神，虎牙的签约主播（见图5-10）。



图5-10 Miss在虎牙进行直播

而明星玩电竞如今早已不是什么新鲜事了，虎牙更是吸引到了众多热爱电竞的影视明星。

比如，明星陈赫除了是电竞游戏的爱好者外，本身是具有亲和力的，印象最深的应该就是他在《奔跑吧兄弟》里面，成员说起他头和腿一样长的时候，他总是尴尬地点头笑笑表示认同，这一点，正好是作为游戏主播应当具备的潜力，于是陈赫在虎牙直播开设直播间，自己当主播（见图5-11），打LOL，其订阅量竟超过百万。所以虎牙不需要刻意签约一系列的明星作为主播，喜爱玩电竞的明星都能够轻易被虎牙直播吸引。



图5-11 陈赫在虎牙直播

5.2 玩电竞，底线得要守

电竞这个平台，几乎人人都能涉足，但是玩电竞的人百万有余，能够利用游戏出名且挣钱的，却不过是凤毛麟角。因为和其他能够赚钱的平台一样，玩电竞，不是只靠“玩”来挣钱，也要通过自身的付出和努力：不仅要遵守玩游戏的底线，自身也要具备一定的表现力、表达力和人脉圈，还要拥有像职业竞技选手那般的职业精神。

电竞也是一个行业，自然也要遵循这个行业的职业道德，而不仅仅把游戏当成是娱乐。所以想要在电竞行业长久地立足的话，我们要做到四点：拒绝代打、轻松段子、广交好友和职业操守。

5.2.1 拒绝代打——一旦扒出就完了

很多人想走红，但是却不想付出努力，都想寻求最快的走红办法，也就是成功的捷径。可是对于电竞网红来说，这个捷径可不是那么好走的，因为电竞网红，无论是职业选手还是当红主播、解说等都需要主播会玩游戏。如何才能

在一夜之间拥有超群的游戏技术呢？除非你是天生奇才，可以自己制造出游戏Bug，让自己从青铜段位瞬间变王者段位；或者你是天生怪才，能够一夜之间掌握游戏玩家多年以来的游戏秘诀，且据为己用。可这又怎么可能呢？所以很多人就想到了游戏代打这种引火自焚的方式。

比如，以王者的游戏操作水平及风趣幽默的主播风格出名，赢得了很多游戏粉丝关注的斗鱼平台LOL主播刘佳怡，就在2016年6月份，被曝光其代打事件。

想出名无可厚非，但是捷径不是这么走的。前后技术相差巨大，怎么可能会是同一个人的操作，而且一盘失误，情有可原，连输五盘，LOL的游戏玩家都能看得出是代打。

所以说作为游戏主播，自己技术不佳的话，也可以做娱乐互动类的游戏主播，供观众吐槽也是个不错的选择，为何非得往自己的脸上贴金？明明是白银水平的玩家，非得请人代打，利用王者的账号伪装自己，这样不仅破坏了游戏的公平性，也欺骗了收看直播的玩家用户，只会让LOL游戏主播蒙羞，让观众粉丝感到不齿。

而这种利用代打赚取粉丝的关注甚至赚钱的现象，已经涉嫌到商业欺诈。这无非是将自己的前程往火坑里送。也许对于这样的事件，在游戏主播界并不是孤例，只是她被扒出来了。事实上还有很多代打的情况，甚至有的代打带练级的人，直接在公共平台打广告（见图5-12）。



图5-12 游戏代打代练广告

所以在这里要提醒游戏玩家，对于玩游戏，千万不要抱有侥幸的心理，特别是想成为红人的游戏玩家，不管技术多烂，都要有“真材实料”，再不济，做个娱乐主播也不错，如果技术实在是难以入眼，那么还是先去练练再来开直播吧。凡事都不能一口吃成一个胖子，不要想象那些一夜暴富、一夜爆红的案例发生在自己身上，或是利用投机取巧获得成功，其实红人背后的艰辛，他们自己是不会轻易透露的。

5.2.2 轻松段子——没人喜欢闷葫芦

前面就讲过直播的意义就在于即时性的信息交互，所以我们在进行游戏直播的时候，并不是一味地玩游戏。如果不能及时地与在线的观众轻松互动的話，就失去了直播的意义，观看直播的观众都会觉得烦闷又枯燥，也不能给直播带来好的流量。所以我们在进行游戏直播的时候，不能由于太过投入游戏，就忽略了观众，作为游戏主播，其实是要做到打游戏和聊天一心两用的。那么下面就来讲一讲，在进行游戏直播的时候，应该怎样与观众互动。

1 游戏角色特点

每个游戏都有不同的游戏角色，每个角色都有不同的特征和台词。

虽说大多数游戏人物特征和台词都是一般游戏爱好者所熟知的，但是，对于每个游戏而言，游戏当中的角色那么多，很多玩家不可能对每个角色都很了解。而且游戏中的人物角色都会不定时地进行修改、加强、削弱等。所以作为游戏主播，和观众互动的时候，讲述一些自己所用英雄的角色特征或是将游戏人物的台词加以利用改编与观众进行互动是很有必要的。

比如，在《英雄联盟》中有一个游戏人物提姆，是以太空战士中的主角为背景设计的游戏人物（见图5-13）。提姆据说是《英雄联盟》游戏里面最招人“恨”的英雄，在LOL界还出现过“团战可以输，提姆必须死”这样的一种说法。提姆更有“提百万”之称，就是在众多提姆游戏玩家中累积起来每天就要死上百万次。这些特征都可以利用起来与观众进行交流。而这个人有一句台词是“提姆队长，正在待命”，我们在游戏的时候，就可以将其改编一下，改成“提姆队长，正在送命”，以此种形式与观众进行幽默的互动。



图5-13 《英雄联盟》中的游戏人物提姆

2 针对性回复留言

对于观众的留言，可以有针对性地进行回复。游戏直播不比其他类型的直播，因为是以游戏为主，采用边游戏边互动的形式。对于观众的留言，主播不一定每条都能清楚地看到，所以在一些空隙的时间可以挑一些有意思的观众的留言进行互动，这样可以令观众产生参与感。

3 歌曲的哼唱

对于很多厉害的游戏主播而言，要一心两用对于他们来说简直是小意思，他们还可以“一心三用”。很多游戏主播在进行游戏直播的时候，为了不让直播太单调，都在游戏进行的同时播放一些音乐，然后一边游戏，一边哼唱歌曲，一边与观众互动。而很多好听又有特色的歌曲，也会被观众问起。这样令观众在看到有趣的游戏直播的同时也能听到好听的音乐，观众自然会对主播加以关注。

4 学会幽默表达

作为一名游戏主播，学会幽默的表达，是很吸引观众的。不论游戏进行到哪个阶段：在跟对手互拼的时候，死亡或是胜利都可以拿来讲述；操作失误或是操作很精彩的时候，都可以与观众进行互动。比如，跟对手一对一对战时，主播这个时候说上一句“来嘛来嘛，互相伤害呀”，这个时候观众都会觉得主播很有意思（见图5-14）。任何精彩的比拼，高超的技术，都比不得能使观众开怀大笑。



图5-14 主播最好要有幽默感

5.2.3 广交好友——业界之内皆兄弟

对于电竞本身，5V5的游戏对战模式，要依靠团队沟通协作及共同的努力才能使游戏取得胜利（见图5-15），个人能力再强，也不可能以一敌五。其实在游戏以外的电竞圈，也是如此。



图5-15 需要团队协作的电竞特征

“人红是非多”，作为游戏主播，经常会遇到各方面的困难，被曝丑闻是家常便饭，有的是证据确凿，有的是不白之冤。在镜头前看似轻松的打游戏赚钱是很多人梦寐以求的事情，再加上个别主播的举止措辞不当，被黑也是难免的事情。比如，曾经的DNF中国第一人，前IG辅助，全明星成员笑笑，现著名主播，德云色创始人兼班主。

笑笑身上的新闻猛料不计其数，他是个闲不住的家伙，和刘佳怡一样，也曾被质疑找人代打。可他毕竟是职业选手出身，加上证据不足且他嘴上功力极强，经过很多同行业人士的力挺和粉丝对其的支持，这起事件也以“我是一个有底线的主播”而画上了终点，并未产生太大的波澜。

事情是圆满地解决了，但是对于主播而言，被诬陷事件的一波三折，总会让人感觉有点难熬。同行是最能够理解这种心情的，所以，在主播遇到困难的时候，最需要的就是同行的支持。因此，对于主播来说，维护好同行之间的关系是很重要的。倘若遇到这种栽赃陷害的事件，没人能够理解你、支持你的话，那么无论事件是真是假，对于主播而言都是一种极大的伤害。而单凭主播自身的实力，是很难从这种流言蜚语中走出来的。

业界的好友、兄弟，能给你勇气，让你能够在这条充满荆棘的主播道路能一如既往地走下去，他们是你最坚实的后盾。

“赠人玫瑰手有余香”的道理不言自明，今日你对他人施以援手，说不定以后就会有需要他人帮助的时候，而且帮助别人，自然为自己在直播界树立了好名声。只有让其他的主播都对你产生好感，自己的人脉圈才能一步一步得到拓展。所以主播需要互相帮助，互相推广和粉丝共享，这样才能使自己的事业蒸蒸日上。

► 5.2.4 职业操守——游戏也得练技术

成为名主播是很多主播的梦想，而如何能够快速成为网红呢？你不止要有颜值、要会说段子，游戏技术还得过关。提高游戏技术靠的不是化妆、耍嘴皮子这些表面的东西来蒙混过关。天生厉害的游戏高手，也要通过后天的专业训练或指导才能成为真正的高手。

我们知道，在运动员正式成为运动员之前，都要通过夜以继日的非常人难以忍受的辛苦训练（见图5-16）。



图5-16 运动员辛苦训练

里约奥运会期间，很多运动员在拿到奖牌接受记者的采访时都说能有今日这样精彩的表现，跟以往的艰苦磨炼是分不开的。正所谓“台上十分钟，台下十年功”。比如傅园慧，在比赛之后，对自己的成绩特别惊喜。当记者问到她对自己成绩的看法时，她说已经使出了自己的洪荒之力，其丰富的表情还被广大网友制成表情包（见图5-17）。电竞也应当如此，只要自己平时努力，比赛的时候尽全力，那么不管最后结果如何，为了某个目标而努力的经历也是很宝贵的。



图5-17 傅园慧表情包

随着电竞职业化，游戏主播也应当具备职业操守，也需要像体育选手那样磨炼技术。如果不能进行职业化的培训，那么也可以自己多看一看游戏方面的教学视频，或是多看看厉害的玩家是怎么玩的，将他们的一些优点运用到自己的身上，然后进行实际操作。其实游戏技术的提升，靠的无外乎三个方面，即多听、多看、多练。

① 看游戏视频

任何游戏都有很多关于教学的视频（见图5-18），不要觉得这样的视频太过枯燥，也不要认为自己都懂，就直接略过这一层。游戏视频教学，看上去简单，实际上蕴含着很多玩家不知道的运用技巧在内。对于这些技巧，并非知道就可以了，还应当牢记，然后在游戏的过程中灵活运用出来。

另外就是需要经常看一些游戏比赛的视频。光看视频教学是不够的，那些条条框框有的时候很难在实际游戏中体现出来，而真正的技巧，很多是在游戏中发掘的。所以应当多看看游戏比赛类的视频（见图5-19），看看那些大神是如何进行操作的，如果觉得那些大神的游戏技巧不错，也可以在自己平时打游

戏时实践一下，看适不适合自己。



图5-18 游戏视频教学



图5-19 大型游戏比赛视频

不止要看大神比赛，还可以看一些游戏业余爱好者的操作。“三人行，必有我师焉”，虽说是业余玩家，不比职业选手的专业，但是站在不同人的角度对游戏会有不同的看法和玩法，所以这当中也应当存在着可圈可点的技术（见图5-20）。可以总结出他们在游戏操作中所犯的失误，然后想想如何去规避这些失误。



图5-20 非专业游戏玩家玩游戏

② 听游戏解说

对于大型的竞技游戏类比赛，很多都是有解说的（见图5-21）。游戏的解说，一般都是比较专业的游戏玩家，他们一般都具有独到的观点和鲜明的见解。正所谓“当局者迷，旁观者清”，这些厉害的解说都属于游戏的旁观者，有的时候，听他们一场解说，对游戏上的技巧会有很大的领悟，颇有“听君一席话，胜读十年书”的意味。



图5-21 游戏比赛解说

③ 多进行实践

游戏实践，说得通俗点就是玩游戏。光听不练假把式。看到的、听到的都是你所学习到的游戏技术，我们要对这些游戏技术加以实践，才能说明你真正将这些技术学到手了。不是每一个游戏技巧都能运用到自己的身上，不同的人都有不同的玩游戏的方式，所以选择一些能够提高自身游戏技术的技巧就够了。

而且对于游戏而言，游戏玩家的手速和游戏的操作技巧是同样重要的，而这些都是通过慢慢地训练才能够具备的。

另外，在训练游戏技术方面，不能经常找同一个水平等级的玩家进行游戏对抗。同水平的玩家，很多的游戏思维模式都在一个差不多的思维框架内，这样的话，游戏水平得不到很好的锻炼。像是《英雄联盟》就有英勇黄铜、不屈白银、荣耀黄金、华贵铂金、璀璨钻石、最强王者、超凡大师这些段位（见图5-22），不同段位有代表不同游戏水平的人，不同游戏水平的人有不同的玩法，在常用的英雄和对线的方式上都有所不同，所以应当找寻一些不同水平的

对手进行游戏训练。

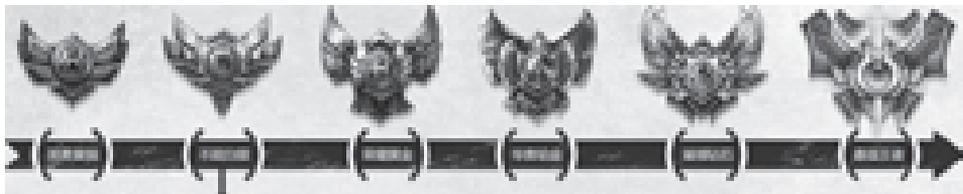


图5-22 《英雄联盟》段位

一般来说是按照对手从低到高的等级进行训练，这样对游戏技术的提升来说也能有个循序渐进的过程。如果为了快速提高游戏技能，而只同一些游戏高手进行游戏的话，那么自己只能是作为一个不重要的角色在游戏中出现，而被那些大神忽略掉，也就没有了游戏的实质性意义，这样对提高自己的游戏技术是没有帮助的。有的时候，反而会导致游戏接连失败。

比如在2016年1月，出现的LOL某主播在直播排位时，遇到职业电竞选手SKT的五排事件，由于实力悬殊，主播各种被虐，堪称绝望（见图5-23）。



图5-23 主播直播遇职业玩家

5.3 升级，要延续职业生涯

作为电竞选手，在主播这个行业，其职业生涯都是很短暂的，一般也就三五年的时间。因为直播是个与时俱进的行业，观众都喜欢具有新鲜感的东

西，所以主播这个行业更新换代非常快。现在不少“95后”甚至是“00后”都已经成为了主力军，比如刚刚小学毕业的“00后”游戏主播赛高（见图5-24），LOL的段位已经升至王者，人气碾压许多“90后”和“80后”的娱乐主播。



图5-24 “00后”游戏主播赛高

所以电竞选手的职业生涯是会随着时间的变化而变化的。当电竞主播这个市场被这些“小鲜肉”所霸占后，其他人不得不考虑如何才能延续自己的职业生涯。

既然在新鲜上比不过这些“鲜肉”，那么就只能从职业上深入规划，进行电竞选手的升级：组建战队、建立工作室、成为解说员都是不错的发展方向。

► 5.3.1 组战队——竞技比赛创出名头

成为电竞红人，很多时候只能红极一时，想要在这个行业长久地走下去，靠这一时的人气是不够的。所以只能将自己的职业生涯上升到一个高度，通过组建战队，靠竞技比赛创出名头。

像是一些电竞爱好者都是在校学生，也可以靠组建电竞战队参加比赛。比如，电子科技大学中山学院学生战队EST的五名队员，就是这样一群游戏玩家。他们五人原本互不相识，一同组建战队到网吧练习配合，并参加各种比赛赢取奖金，如今在市内各种英雄联盟比赛中，已是一支小有名气的队伍（见

图5-25)。



图5-25 大学生电竞爱好者组建的战队

下面我们就来看看如何组建战队及如何提高战队知名度。

1 组建战队

创建战队，首先要对战队人员进行选择。那么我们可以从战队人数的选择、队名的选择和队员的选择这三个方面来谈一谈如何创建战队。

● 人数的选择

战队人数不宜过多，因为电竞比赛一般依靠的是5V5的比赛。人数太多的话，有的选手是没办法派上用场的，所以战队的人数在6~7人即可：5个专业选手，一两个替补的全能选手。

● 队名的选择

队员组建的战队一定要有一个响亮的队名，这个队名既要符合战队的特色，也要易于观众记忆。比如DotA队伍里最受欢迎的队伍之一LGD战队，作为目前国内最资深的战队之一，就通常都被粉丝亲切地喻为“老干爹”战队（见图5-26）。



图5-26 LGD战队

又如来自马来西亚的LOL新锐战队Kuala Lumpur Hunters，译为“吉隆坡猎犬”，就是很具有战队特征的队名（见图5-27），而其缩写名KLH也被粉丝亲切地称为“快乐开心队”（即“快乐”的拼音首字母“KL”和“开心”的英文首字母“H”）。



图5-27 KLH战队

● 队员的选择

其实创建战队不难，但是要创建一支优秀的战队，在战队人员的选择方面就需要慎重考虑。

a. 游戏技术

对于战队而言，因为需要参加比赛，所以在战队人员的选择上，首先要考虑的就是战队人员的游戏技术。如果是有意愿加入战队的游戏爱好者，自然是技术越高越好，为往后的电竞比赛打下基础。

b. 业界人气

如果本身就是具有一定名气的电竞红人，能够邀请加入战队的话，在战队组建前期就能够为战队吸引到不少的粉丝观众。

c. 选手颜值

我们可以看到，其实很多有名的电竞战队成员的颜值都不是很高，因为他们都将重点放在了游戏技术上。这里讲到的选手的颜值，是针对出现两个游戏玩家技术相当的情况下，我们可以考虑颜值较高或是长相比较有特点的那一个加入战队。因为在很多大型的电竞比赛中，很多选手都需要自己登台比赛，有名的战队那么多，每个观众能够清楚地记得每个战队的成员有限，所以选择一些颜值高和有特色长相的人加入战队，更能吸引观众的眼球。

d. 团队精神

对于战队而言，个人能力很重要，但是团队协作能力更重要，所以在人员的选择上，不能选择光有技术而太过于孤傲的人，这样的人是没办法很好地配合练习和比赛的。

② 战队培训

如果自己的技术够硬又有一套专业训练技巧的话，就对战队队员进行专业性的培训。我们可以自己作为战队的教练，对战队进行培训。如果觉得自身的技术还有所欠缺的话，我们也可以专门聘请一些电竞界的大神或是有过组建战队经验的人士，作为战队的教练进行专业战队的培训。

a. 有针对性的培训

要对选手有针对性地进行训练。一个游戏中有很多角色和位置，一个战队要把每个人训练成全才是很难做到的。十八般武艺样样精通运用在电竞比赛中还是不太靠谱的。

比如，LOL当中的英雄就有上百个（见图5-28），不可能让每个人对每个英雄都加以训练，这样费时费力。我们要依靠游戏中ADC、辅助、打野、中单、上单这五个位置，对队员有目标地进行训练。

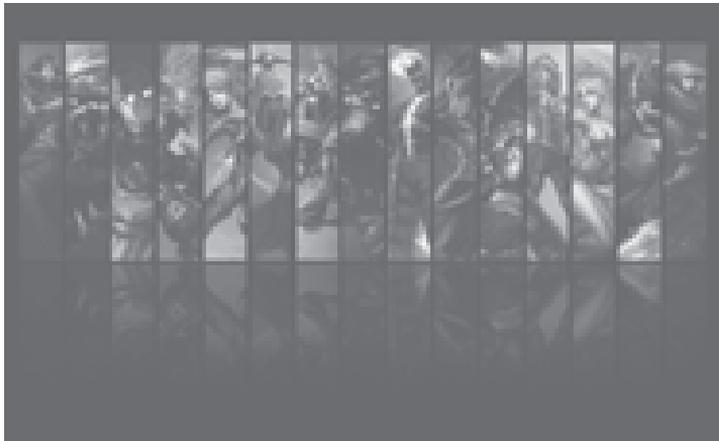


图5-28 LOL中的英雄

五个位置对应五个队员，每个队员在相对应的位置上，选择十个左右的英雄进行训练，五个左右的英雄进行强化训练。因为对于电竞而言，不同的赛季

都会对不同的游戏人物进行调整，也会不定时地对英雄进行修改。所以训练十个左右的英雄是有必要的，用以避免某些英雄的加强或削弱导致英雄不适合用于比赛的情况。然后在这十个英雄中选择五个英雄进行强化训练及配合队友进行训练，另外就是选择一两个英雄作为自己常用的专属英雄（就是经常玩且胜率极高的英雄），人们称之为本命英雄，让这个英雄无论在何种游戏情况下都能够发挥最大作用。在电竞比赛中，本命英雄也是不同队员特有的标志。在电竞战队中，对于很多队员，你也许一时难以叫出他们的名字，但是你可能清楚地记得他们的本命英雄及他们在使用本命英雄参加比赛时是多么的厉害。

比如电竞红人若风的本命英雄卡牌大师，曾被冠名“世界第一卡牌”（见图5-29）。若风的卡牌成名战是在2012年WE IP5上 A组对阵M5的第一场，M5不信邪地放出了卡牌，最后被捉到死去活来，成就了若风的卡牌地位。



图5-29 若风的本命英雄卡牌大师

b. 团队的培训

关于战队的团队培训，主要就是关于团队比赛的配合能力和在比赛时的一些小技巧的培训，以及如何去规避一些比赛中常见的失误。

① 团队配合。

竞技比赛是很讲究团队的配合能力的（见图5-30）。个人能力强不一定能取得游戏的胜利，在游戏的进程中，需要队员配合作战，个人游戏角色与他人游戏角色的配合，个人与队员的沟通协助，于是就需要进行团队的训练。



图5-30 团队能力

这个时候可以根据队员的水平，为其挑选适当的团队对手进行游戏、训练、比赛。经过一段时间的训练后，根据队员游戏水平的提高程度，再为其选择更加厉害的对手进行训练；通过训练，发现问题。

② 比赛小技巧。

至于比赛中的一些小技巧，就要看你组建的是什么游戏的战队了，不同的游戏会有不同的游戏技巧。比如LOL，对于补刀、英雄的走位、视野的布置等方面都有一些技巧。

或者，也可以通过以往的游戏经验的总结，告知队员一些在比赛中可以运用的能够更快让游戏取胜的小技巧。

③ 总结规避失误。

无论在什么游戏比赛中，都会出现一些低级或是高级的选手失误、团队配合失误或指挥失误等。这个时候就要对我们平时的比赛中出现的问题进行总结，然后进行技术方面的分析，看看问题到底是出在哪里，保证以后不会出现同样的失误。

或者，我们也可以通过多观看一些大型电竞比赛，分析游戏胜利或失败的原因，然后取长补短。

3 战队宣传

在战队参加比赛前，可以对战队进行适当的宣传。战队的人员选择过程、培训过程等都可以公布于众，为战队队员增加曝光度，提升战队士气，给战队队员增加信心。

4 参加比赛

培训和宣传结束后，就可以参加比赛了（见图5-31）。对于战队而言，刚开只能参加一些小型的比赛，像是区域赛之类的，但是对于这样的小比赛，战队的成员更要全力以赴，因为能赢得比赛就能够鼓舞战队士气，也能为战队增加知名度；即使失败了，也不要气馁，要去发现失败的原因，然后再加以训练，下次再接再厉。



图5-31 电竞比赛

参加很多电竞比赛时都需要战胜一个又一个对手，才能获得最终的胜利。从区域赛到城市赛，再到国际赛，往后的一步可能越来越困难，因为遇到的对手只会越来越强。因此我们也要不断强化对战队的训练，可以在训练期间邀请一些职业比赛战队进行对抗比赛，发掘队员的优点和不足再加以强化和改进，或是可以与其他成名战队的教练进行游戏技巧方面的学习和交流。

假如战队遇到的对手很强，其实这本身也是对战队的挑战和最好的锻炼。

5.3.2 工作室——教学、活动一把抓

我们还可以建立工作室培养电竞新手。现在对电竞行业有热情的人越来越多，尤其是对于“90后”和“00后”来说，电竞新人不断涌出，电竞高昂的收入和轻松的赚钱方式也充满了巨大的吸引力。但是这类人普遍存在的问题就是，空有热情，却不知道如何提高游戏技能，如何快速地成为网红。其实我们可以通过组建电竞的工作室，为这类青少年打造一个圆满的天堂（见图5-32）。



图5-32 电竞工作室

① 创建工作室

创建工作室，首先要为工作室拟定一个有吸引力的名字。

其次，要为工作室广纳良才。一个好的工作室，怎么能少得了电竞圈的大神、实力玩家。要选择一些有名气的，担任工作室的教练。

最后，就是为工作室做宣传，吸引热爱游戏的玩家加入。可以自行在各个电竞网站上进行宣传，做广告或是软文宣传；也可以跟当地的大型网吧进行合作，在网吧打广告设置充值优惠活动，或关注工作室即可送礼品的活动，吸引网吧玩家关注工作室（见图5-33）；如果能够邀请一些电竞红人为工作室宣传，那更是再好不过的了。



图5-33 工作室与网吧合作推广活动

② 工作室内容

工作室创建完成后,就要对工作室的内容进行规划。工作室的内容大概可分为两个方面——游戏教学和电竞活动。

● 教学

为电竞玩家提供场所,进行电竞游戏面对面的教学。给玩家进行游戏技巧的示范,对不同的玩家进行不同的游戏技能的指导,对于玩家不明白的地方进行疏导。讲述电竞比赛的比赛技巧,让玩家融会贯通。

● 活动

举办电竞比赛。不定时或定时举办大型的或小型的电竞比赛,为比赛设置奖品,打响工作室的名声,为工作室游戏玩家增添电竞比赛经验。

参加电竞比赛。组织工作室成员参加电竞比赛,让他们体会到真实比赛的紧张与畅快。

进行电竞比赛的直播。利用直播的方式将工作室广而告之,也为工作室玩家增添曝光度,为其以后的电竞职业生涯打下基础。

▶ 5.3.3 解说员——“手残”以后就靠嘴

有的时候,若是自己的游戏技能已经达到了自身游戏水平的最高境界,已经没办法再去超越或是突破了,那么再留在职业选手这个级别,就没有太多的意义了。这个时候我们就可以选择退役,利用专业知识转行做电竞解说。比如说若风,在LOL比赛中,卡牌“落地金身”,骗走了对手的好几个大招。其反应能力、游戏技术和手速都堪称一流,使得那场游戏极限翻盘(见图5-34)。其游戏造诣就很难再有所提升,故而现在转行做LOL的游戏解说员。



图5-34 若风LOL卡牌“落地金身”

又如Miss（本名韩懿莹），加入过女子职业战队First，靠电竞比赛出道的她，现在在担任虎牙的主播的同时，也是GTV前女解说，现游戏风云女解说，LOL第一视角视频解说，被誉为中国最全能女解说（见图5-35）。



图5-35 职业选手Miss转型解说员

电竞解说不是所有人都可以做的，一定要对电竞很了解，某著名主持人曾经主持解说过电竞，但是由于其对电竞一点都不了解，导致他的解说效果很不理想。职业选手因为本身就具备一定的游戏基础，所以转行做解说也就是件很容易的事情了。

作为一名游戏解说，不仅要懂玩游戏，还需要具备一些职业解说的基本素质。

（1）选择游戏。根据自身对游戏的了解程度，选择大众化的游戏进行解说。比如LOL、DotA等，熟悉的人多，玩的人多，才有市场。

（2）语言流畅。对于初次解说的人来说，游戏解说很难，你可以试着练习一下再去解说。把自己的解说写成解说稿，然后加以练习。也不一定要把稿子完全背好，因为每次比赛的情况不一，所以要根据情况随机应变。适当地添加一些吐槽也是可以的，能为解说增添趣味。另外要注意的是，经常用转折词这种事情也是很容易让人讨厌的，给人一种解说词穷了的感觉。

（3）专业度。毫无准备就去做解说，会遭到别人的吐槽。所以相关游戏的知识一定要清楚，不过这一点对于职业选手来说并非难事。

（4）诙谐幽默。老实说，要把握大多数人的笑点是不可能的。幽默感这

种东西，只要经常和“逗比”、谐星混在一起，大概就会有有了。

（5）解说的形式和风格。初见实况或者攻略解说都是可以的，当然也可以做一些类似二人实况、竞技之类的；至于解说风格，每个人都有自己的风格，偶尔学学别的解说说两句，可能会让观众觉得好笑，但是不要尝试全程都这样做。

（6）避免没话可说的情况，话多的人才能做解说。游戏解说若是觉得自己老是在做无聊的事情，把一个30分钟就能搞定的东西，弄了1个小时，那么可以尝试一下说一些有趣的事情；对于长期解说同一个游戏的人，总是解说同一个东西大概也会觉得无趣，不妨谈些别的话题，不要不说话。