

第 1 章

初步了解，直播入门

学 前 提 示

随着手机、平板等移动智能终端的普及，主要依托移动终端的直播开始进入人们的视野。凭借庞大的用户基数，直播势必会变得更加火热。本章便针对直播的概念及相关内容、形式，以及直播前需要准备的设备进行详细的介绍与讲解。

要 点 展 示

- 入门基础，快速了解
- 硬件设备，轻松开播
- 直播内容，五花八门
- 关于直播，6大形式



1.1 入门基础，快速了解

随着互联网日新月异的发展，各式各样的直播平台也犹如雨后春笋般兴起。无论是集万千目光于一身的“当红小鲜肉”，还是每一个生活在21世纪的普通人，都多多少少接触过直播。其中各大商业“巨头”也都瞄准了这一具有无限潜力的商机，相继推出了直播平台。

那么，直播是什么？虽然每个人都在享受直播带来的乐趣，但它究竟代表了什么？层出不穷的直播平台为什么会相继成功？为什么会有那么多的公司将营销与直播相结合呢？

1.1.1 视频社交，更加鲜活

在社交平台稳步发展的今天，微信、微博、QQ已经渐渐不能满足人们的社交需求。此时，直播社交走入了大家的视野。过去只有文字、图片、语音等社交模式，这些被时间、空间限制的互动已慢慢被用户所厌倦，用户期待更加鲜活、直接的社交模式，于是，视频社交应运而生。如图1-1所示，为微信中的视频社交功能——视频号。

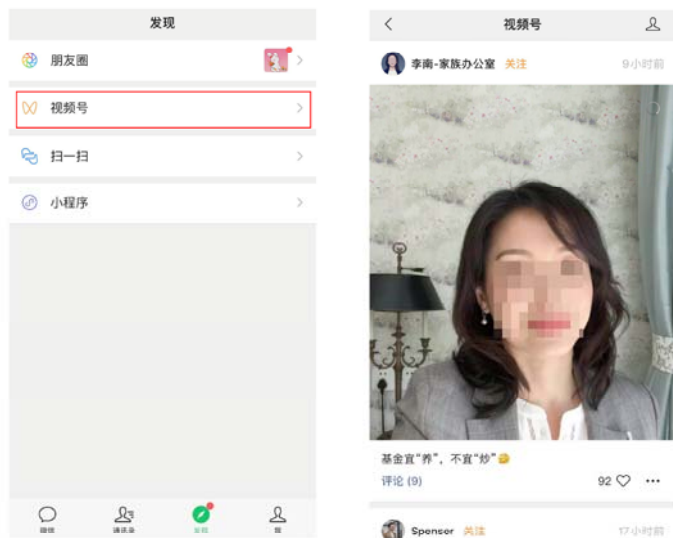


图 1-1 微信中的视频号功能

在视频直播平台之中，用户与主播、用户与用户之间更容易拉近距离，其相互交流也更加没有限制，时间上和互动上更为自由和灵活。

例如，以前想要快速成为明星，只能通过电视选秀比赛，如大型选秀类节目《快乐男声》等。而现如今，普通人想要一夜成名，只需要一个摄像头和一个直



播平台。因此，许多“草根”通过直播平台摇身一变，成为得到众多粉丝追捧的主播，其火热程度完全不亚于娱乐圈的明星歌手。

视频直播的成名率很高，门槛相对而言较低，其带来的经济回报也相当可观。视频社交的特色就在于用户可以通过弹幕的方式与自己喜欢的主播进行实时的沟通交流，如图 1-2 所示。



图 1-2 弹幕交流

而微信、微博这些以文字、图片为媒介的社交平台无法做到这一点。再加上国内信息网络的迅速发展，WiFi、4G 网络的普及，使得视频直播更容易实现，并随时随地可以进行。可以看出，直播平台顺应了时代的社交趋势，并不断向前发展。

1.1.2 娱乐营销，与众不同

直播除了是一种前卫的社交模式之外，它还是一种与众不同的娱乐营销方式。对于个人来讲，直播是一个可以把自己推广出去，成为明星、红人的绝佳平台；对于公司而言，它是一种推销产品、赚取利润的全新营销方式。随着人们消费方式的转变，越来越多的人倾向于娱乐消费。

面对这样一个现状，企业也需要改变相应的营销方式，恰当地利用直播这种具有高效益的娱乐营销方式，从而打造出一种适合自身产品的营销模式。

例如，《良品青年相对论》这款真人秀直播节目就是魅族联合各大直播平台，如斗鱼 TV、哔哩哔哩动画等，为了将自己的产品推销给年轻人而精心打造的娱乐文化盛宴。

它的成功之处就体现在以娱乐为切入点，将科技、文化、电影、艺术等各个领域热门、前卫、有意思的内容巧妙地结合在一起，不仅吸引了广大网友的关注，



也在无形之中增加了魅族的热度。

同时，瞬息洞察时代潮流的魅族还懂得利用名人效应，采用了“娱乐+直播”的营销组合方式将热门话题与名人联系起来，从而吸引大量用户的关注。

例如，欧洲杯期间，魅族邀请知名人士参与#良品青年相对论#话题，主要是针对欧洲杯进行与以往截然不同的娱乐营销直播。而事实也证明，这种焕然一新的营销模式更容易被广大用户及消费者所接受，其产生的经济效益也是不可估量的。

1.1.3 信息传播，直观新颖

直播是一种更加直观的信息传递媒介，主要通过播报这个世界正在发生的事情来完成信息传播的过程。可以说，它是较传统媒介内容更为浓缩、形式更加新颖的一个全新的媒介。传统媒介主要有以下3种类型：

- (1) 平面的报纸、杂志；
- (2) 视频、电视广播；
- (3) 移动智能手机、各大社交平台。

直播平台的优势在于：它能以用户自创的内容为中心，使人与人相关联，人与价值内容相关联，人与商业活动相关联，甚至形成一个能盈利、能创造更多价值的互联网商业形态。

直播之所以能取代传统媒介成为当下最火爆的媒介，主要是因为它能够让用户与之进行直接的互动，在很大程度上提高了用户的参与度。

如图1-3所示，为2019年上映的电影《我和我的祖国》。宣传工作是一部电影的重中之重，而直播这种新型的信息传播方式恰好弥补了过去那些传统媒介的不足，如电视广告、预告片、电影宣传等。



图 1-3 《我和我的祖国》电影宣传片

虽然传统媒介也起到了一定的作用，但直播平台让营销方式变得更加多样化，

吸引了广大网友的兴趣，对电影票房的大卖起到了推波助澜的作用。

例如，美拍直播平台开展了关于《我和我的祖国》主题曲的相关活动，如图 1-4 所示。通过一种互动的形式，既推广了电影主题曲，提升了电影知名度，同时又让用户参与了主题曲的翻唱、正能量的宣传等各种各样的活动。一时间，《我和我的祖国》红遍了美拍，也吸引了无数人前去观赏这部影片。



图 1-4 美拍中《我和我的祖国》主题曲的相关活动

再如 2020 年的春节期间，因“冠状病毒”，全国关闭各种娱乐性场所，原本应该会票房大卖的新春贺岁片无法正常在电影院上映。而《囧妈》采取了直播的形式在抖音平台上映，获得了很好的反响，如图 1-5 所示。

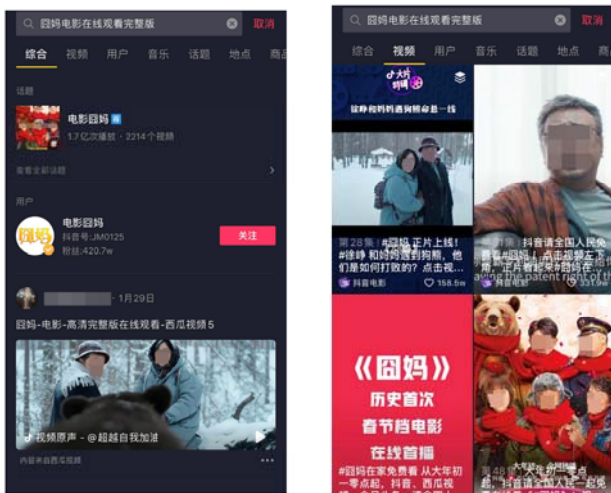


图 1-5 抖音中《囧妈》直播相关页面



毋庸置疑，直播这种新颖的信息传播方式做到了盈利、娱乐两不误，极大地丰富了以往的传统媒介，为信息媒介的发展做出了不可磨灭的贡献。

1.2 硬件设备，轻松开播

很多新手在准备做直播时，都不知道应该准备什么。在抖音、淘宝等各种平台进行直播时，根据直播场景和类型的不同，用户需要准备一些必要的硬件设备。

1.2.1 手机直播，如何准备

手机直播的相关设备如下。

(1) 手机：手机的摄像头像素要高、内存要充足、性能要可靠，保证直播过程中画面清晰、画质稳定，如华为、苹果等手机都是不错的选择。

(2) 声卡、专业麦克风：声卡用来播放直播间的背景音乐和声效，如掌声、笑声等，可以让直播间的气氛更为活跃；麦克风主要用来收录主播的声音。声卡设备推荐联想 UL20、森然播吧二代、希音 I7 等，麦克风设备推荐飞利浦 DLK38003、唱吧 G1、得胜 PH-120 等，这些设备都有不错的表现力，如图 1-6 所示。



图 1-6 麦克风设备

(3) 外置摄像头：如广角摄像头、微距摄像头、鱼眼摄像头等，能够提高画面清晰度和丰富度，让用户的直播更加出彩。

(4) 补光灯：光线在直播中也是很重要的因素，因为光线的明暗不仅会影响产品的展示，昏暗的光线对主播的面容也会有影响。因此用户可以根据自己的需求，购买一个专业的补光设备。



1.2.2 电脑直播，注意什么

对于电脑游戏直播来说，电脑直播摄像头是必不可少的装备，如罗技 C900 系列主打高清拍摄，能够记录用户的精湛操作；再比如，蓝色妖姬 S9200 具有很好的美颜功能，能够全方位展现主播的美，如图 1-7 所示。



图 1-7 电脑直播摄像头设备

电脑内置声卡或者外置声卡也是直播标配。其中，麦克风可以分为动圈麦克风和电容麦克风，大部分主播使用的都是电容麦克风，其特点就是音质好、声音更有层次，推荐 ISK-BM800、ISK-BM5000、得胜 PC-K550 以及 ISK RM 系列等。

电脑游戏直播时，除了需要有性能合适的电脑配置，以及流畅的网络环境，抖音直播伴侣和 OBS 软件都是用户推流的好帮手，如图 1-8 所示。另外，在电脑上进行手机游戏直播时，还需要在电脑端安装投屏软件，如苹果录屏大师、AirDroid 都是值得推荐的。

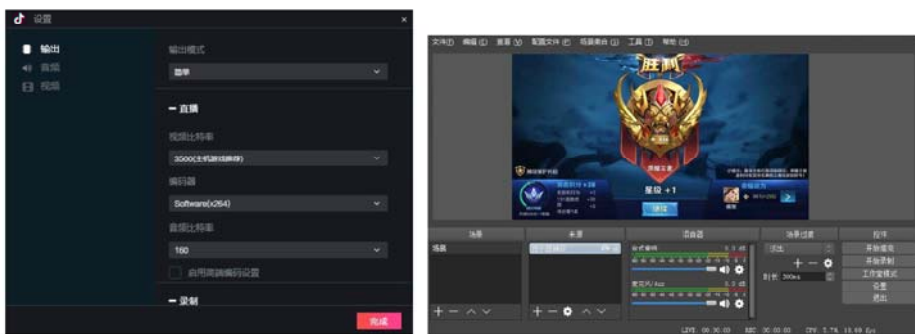


图 1-8 抖音直播伴侣和 OBS 推流软件



1.2.3 户外直播，还需这样

户外直播首先要保证手机的电量充足，用户可以准备一个移动电源以备不时之需。户外直播的麦克风和声卡，推荐雅兰仕、迷你小麦克、博雅无线小蜜蜂等麦克风，以及艾肯（icon）Cube 4nano、艾肯（icon）Upod pro 和客所思 KX-2 究极版等声卡设备，可以帮助用户提升直播质量。

另外，手持云台也是户外直播必不可少的辅助设备，能够防止画面抖动，提升直播观感，给观众带来更好的观看体验。当然，这些直播设备仅供用户参考，用户可以根据自己的实际情况和直播场景来选购。

1.3 直播内容，五花八门

在这个直播盛行的时代，想在直播市场中分得一杯羹的人不在少数，但想要取得成功并不简单：首先要生产传播内容，然后要有一定的粉丝支持，而且前者是后者的基础。

同时，直播内容还必须具有清晰的价值观，在内容上要贴近年轻人的追求，符合他们的价值观，这样才能引起共鸣，得到他们的关注。

1.3.1 4 种风格，玩转直播

整体来看直播领域的一些作品，我们会发现，直播的内容有以下 4 种风格，如图 1-9 所示。

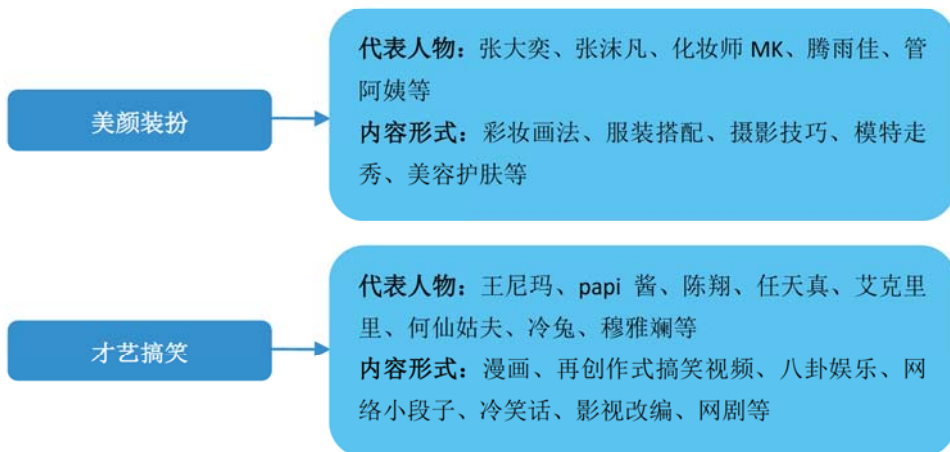


图 1-9 直播内容的 4 种风格

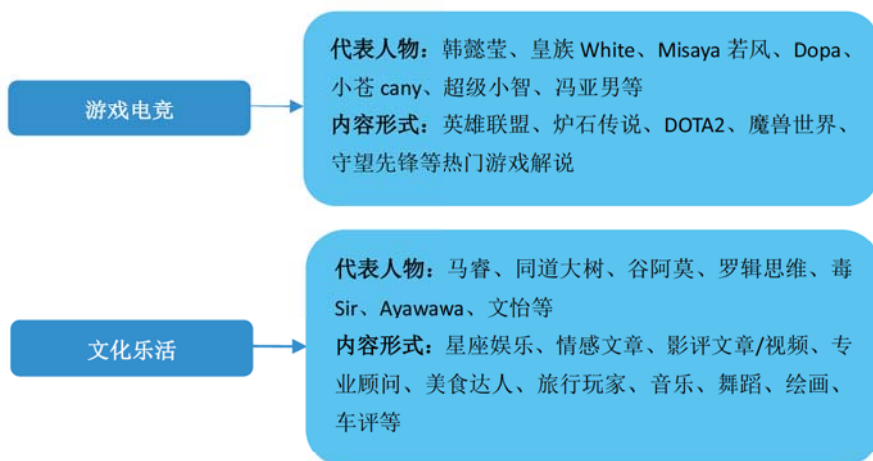


图 1-9 直播内容的 4 种风格（续）

1.3.2 网络直播，更具特色

除了前文介绍的 4 种风格，网络直播还可以拥有更多特色内容，下面将简单介绍这些内容形式及其内容要点，如图 1-10 所示。

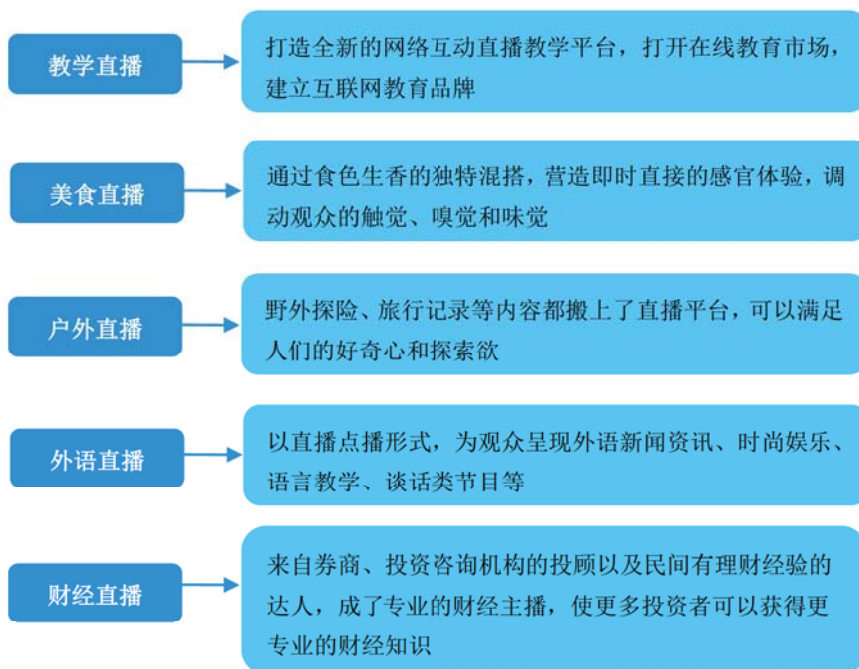


图 1-10 直播的特色内容

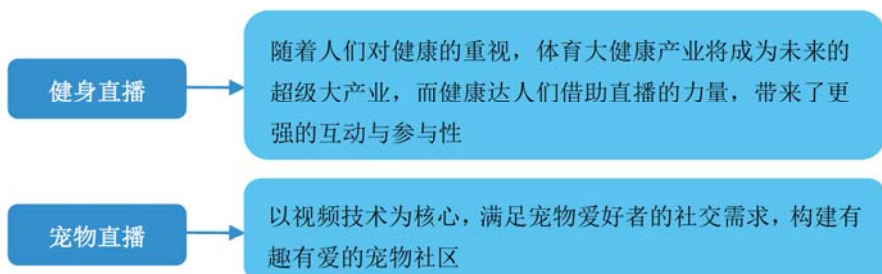


图 1-10 直播的特色内容（续）

对于互联网创业者和企业来说，打造直播平台就必须创造出优质的内容，所以需要你在综合考察市场的基础上，充分了解当前的潮流热点和人们的消费习惯，抓住这些关键点，然后打造一个符合这些关键点的优质内容，你的直播才能受到粉丝的追捧和得到用户聚焦。

1.4 关于直播，6 大形式

直播内容多以才艺、游戏等形式来表现主题，如果想要自己的直播内容在众多直播中脱颖而出，就必须打造符合用户需求的内容，做好内容运营，用高价值的内容来吸引用户、提高阅读量，带来更多流量和商机。本节将介绍几种典型的直播内容形式，以供大家了解。

1.4.1 游戏直播，重要支撑

游戏是最先打开视频直播市场的内容形式，从 Twitch.tv 将游戏作为专业内容进行直播开始，游戏直播作为一种全新的内容形态出现，立刻受到广大互联网用户的关注。同时，Twitch.tv 也被亚马逊看中，并以 10 亿美元将其收购，如图 1-11 所示。

在所有的互联网产品中，游戏的用户黏性是最强的，游戏直播也很好地继承了这个属性，同时受到了资本界的关注。此时，DOTA2、LOL（英雄联盟）等竞技游戏的诞生为游戏直播平台带来了“新鲜的血液”。

同时，国内的相关企业也急速跟紧了步伐，如 ACFUN 与斗鱼的拆分、战旗 TV 的诞生、YY 投资虎牙等，以及后来出现的一些垂直游戏直播平台，如全民 TV、龙珠 TV 等。

这些新的游戏直播平台改变了玩家和游戏之间的互动方式，他们不再是自己玩或者组队玩，而是大家一起观看明星名人玩游戏的过程，同时还可以进行互动交流。

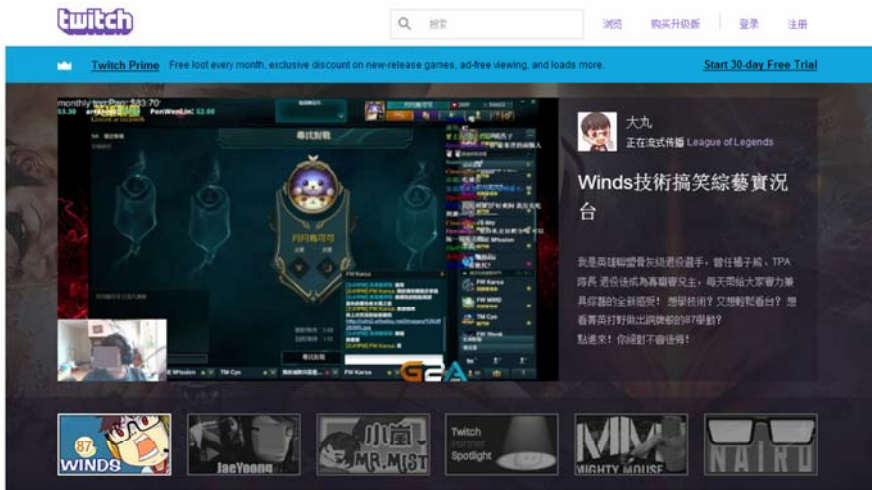


图 1-11 Twitch.tv 主页

当然，游戏虽然黏性高，但并没有终结直播平台的发展，随着智能手机的流行和移动网络技术的提升，以 Meerkat 为代表的移动直播模式成为新趋势。如图 1-12 所示为 Meerkat App 界面。

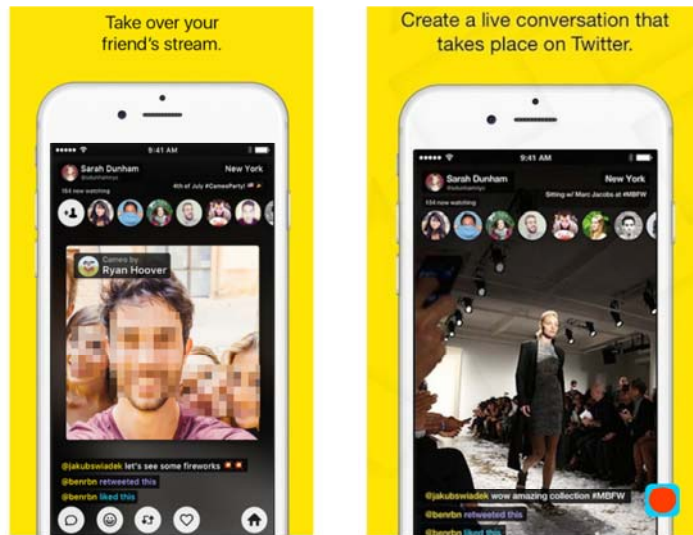


图 1-12 Meerkat App 界面

“小苍 cary”是知名游戏解说、竞技选手，而且还曾经获得《Iron Lady 国际女子魔兽邀请赛》的第一、二届冠军。如今，“小苍 cary”主要专注于 LOL 直播，如图 1-13 所示为其微博主页。



图 1-13 “小苍 cany” 的微博主页

对于游戏直播平台而言，内容的玩法和市场的推广是成功的两个要点。在上面的案例中，“小苍 cany”的内容玩法便是凭借行云流水的解说、激昂的文字、动人的声音及现场感染力，深受玩家们的喜爱。

同时，通过各大直播平台和微博等社交平台进行内容推广，聚集了一群热爱游戏志同道合的粉丝，通过视频直播内容产生商机。游戏直播成为直播行业的重要支撑内容之一。

1.4.2 才艺直播，尤为重要

才艺对于网络主播等内容创业者来说，显得尤为重要，有才艺、高颜值是入行网络主播的主要条件，其中“有才艺”被放在了首位。才艺的范围比较广泛，笔者在此只讨论最具代表性的音乐、舞蹈等才艺类型。

1. 音乐：YY 好声音排位赛

好声音排位赛是 YY 为当红主播推出的一个演唱竞赛平台，于每周四晚上八点开播，如图 1-14 所示。在好声音排位赛中，观众的身份转变为裁判，他们拥有绝对的话语权，可以给喜欢的主播投票。

虽然各个直播平台上充斥着各种草根主播，但其中也有很多依靠这些直播平台成长和出名的大牌主播及网红，而且名人和明星为直播造势带来的影响力也不小。

如今，直播已经进入移动时代，“随走随看随播”成为一种新的直播场景，而且在朝着泛娱乐领域发展，而音乐则是其“领头羊”。多元化、个性化的直播场景，为传统音乐市场带来了更多可能。

2. 舞蹈：YY “燃舞蹈”频道

YY 直播平台的“燃舞蹈”频道以舞蹈为主要内容，同时还打造了一个全新



的女子演唱组合——1931（1个梦想、9位伙伴、3份心意、1切成真），分为红、白两个队伍，每周五和周六晚上七点半在 YY 舞蹈频道直播。



图 1-14 好声音排位赛

据悉，YY 计划投资 5 亿元人民币来打造 1931 偶像团体，这样算下来每个人的投入达到了近 2800 万元，这接近于 YY 一个季度的收入。

YY 依靠语音起家，并在游戏直播领域获得成功，到如今开始积极塑造自身的品牌形象，构建了一整套的主播选秀、培训及其团队搭建供应链。1931 则可以看作是 YY 的跨界之作，YY 借此从 UGC 步入 PGC 内容时代。

1.4.3 动漫直播，经久不衰

在所有的直播内容中，动漫虽然显得有些小众，但它却有很强的用户黏性，而且内容的持续性非常强，有的动漫作品甚至可以跨越几十年仍然经久不衰。

国内比较火爆的动漫内容直播平台主要有“A站”和“B站”，下面分别对其进行介绍。

1. A站：AcFun 弹幕视频网

AcFun 弹幕视频网（Anime Comic Fun，简称 A 站）是国内首家弹幕视频网站，同时也是二次元文化的开拓者，如图 1-15 所示。

AcFun 弹幕视频网的主要特色是高质量的互动弹幕内容，并且这些内容都是基于原生内容的二次创作，将其打造成一个完整的内容生态，以此博得广大用户的喜爱。AcFun 弹幕视频网的主要用户群体为年轻的“80 后”“90 后”以及二次元动漫核心用户，这些用户群体也是弹幕这种新型互动方式的推广者。



图 1-15 AcFun 弹幕视频网

对于那些喜欢和善于创作二次元内容的创业者来说，AcFun 弹幕视频网是一个不错的内容分享平台，在此可以找到更垂直的粉丝群体，对于推广动漫内容电商产品更有优势。

不过，需要注意的是，创业者在借用二次元动漫元素时，必须根据自身的品牌定位来挖掘相应内容。

2. B 站: bilibili 哔哩哔哩

bilibili 哔哩哔哩又称为“B 站”，是一个年轻人的潮流文化娱乐社区，如图 1-16 所示。bilibili 哔哩哔哩的特色也是“弹幕”，即用户在观看视频时可以将实时评论悬浮于视频上方，这种特性使其成为互联网热词的产生地。

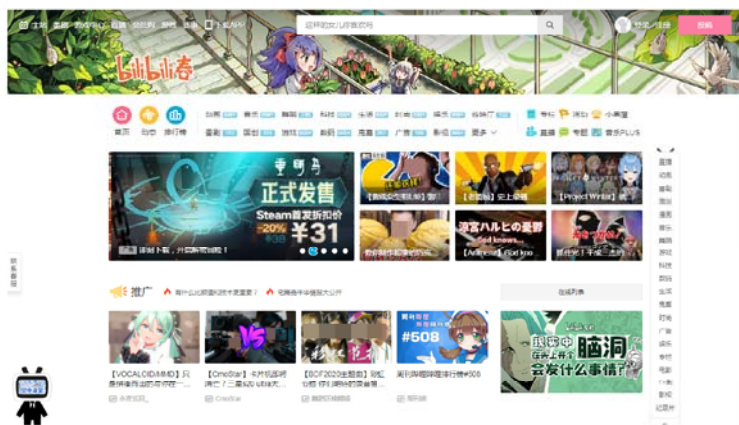


图 1-16 bilibili 哔哩哔哩主页

“弹幕”为用户带来了独特的观影体验，而且它基于互联网因素可以超越时空限制，从而在不同地点、不同时间观看视频的用户之间形成一种奇妙的“共时性”关系，构成一种虚拟的社群式观影氛围，如图 1-17 所示。



图 1-17 “弹幕”可以形成一种热闹的社群式观影氛围

同时，通过 bilibili 哔哩哔哩这种二次元文化平台，动漫内容创作者可以借助高关注度、抢话题的热门“弹幕”内容形式来抢占粉丝，为直播带来较强的宣传效果。

1.4.4 语音直播，情感丰满

如今，大数据、云计算以及移动互联网等技术水平取得了重大突破，这些技术的发展同时也带动了智能语音市场的壮大，并且还吸引了政府机构和资本市场的关注，使智能语音产业得到快速发展。

在这种大环境下，语音内容也成为一种新型的直播内容形式。语音可以为用户带来更好的听觉体验，同时也可以使内容在情感上的表达更加丰满，加强用户对内容的记忆，或者打动他们，使他们产生情感上的共鸣。

例如，喜马拉雅就是在这种环境下形成的一个中文有声读物交流平台，其语音内容包括学科教育、国学、小语种、二次元、明星、好书精讲等，如图 1-18 所示。

喜马拉雅采用了“直播打赏+精品付费”的双向变现方式。

(1) 直播打赏：将用户的喜欢或者认可作为盈利点，通过用户主动打赏的方式来为主播增加收入，显得更加人性化。在直播间界面，选择相应的“礼物”，即可完成打赏操作，如图 1-19 所示。



图 1-18 喜马拉雅的语音内容分类



图 1-19 直播打赏功能

(2) 精品付费: 喜马拉雅坚持“以内容为中心”, 重点推出“精品”栏目, 筛选出优质的有声数据内容, 并采用“免费试听前几章+付费收听全集”的盈利模式, 用户可以先体验书籍内容是否精彩、是否是自己喜欢的内容, 然后再选择是否付费收听, 模式更加自由灵活, 同时也为主播带来了更多的流量。



喜马拉雅在构建“内容中心”的语音平台时，会进一步关注和加强优质内容生产环节。可以预见，在以“内容为王”的移动互联网直播市场中，这种信念将带领懒人听书获得更大、更好的发展。

1.4.5 搞笑直播，最受欢迎

幽默搞笑的内容形式特别受大家欢迎，这也正是当今快节奏时代下人们放松心情最佳方式，可以给人带来一种轻松、欢快的感觉。依靠搞笑内容成名的IP大有人在，如《屌丝男士》《万万没想到》《欢乐颂》《暴走大事件》等影视作品，同时还诞生了一大批网络搞笑达人。

在互联网中，“吐槽”成为一种普遍现象，它不以骂人为手段，不以发泄为方式，而将重点放在“娱乐性”和“无恶意”的语言上，通过内涵、隐晦、暗喻等方式揭露一些社会现象，既可以提供内容笑点博得观众开心，又可以强化参与增加共鸣，是一种新型的内容产品。

当然，在创作这种幽默搞笑的内容时，创作者还需要多思考，结合时事热点增强故事的代入感，多下功夫、多找资料，增强自身的趣味文学修为。

互联网中的受众都喜欢有趣的信息，直播平台如果能把内容做得有趣，宣传效果必定大有裨益。

而对于直播平台而言，将内容娱乐化是抓住用户百试不爽的方法，具体的做法就是将内容转化为用户喜欢的带有趣味性的形式，让用户在感受趣味性内容的同时，又接受了企业的宣传信息。

1.4.6 文学直播，不可抵挡

“书中自有颜如玉，书中自有黄金屋。”虽然现在的时代是互联网当道，但文学的魅力仍然不可抵挡。中华几千年的悠久文化，在今天只是变换了不同的形式，以一种崭新的面貌出现在我们面前。

当今几大知名的文学类直播节目，大多都是由自媒体人独家打造的。如罗振宇的《罗辑思维》、高晓松的《晓松奇谈》、袁腾飞的《袁游》等。如图1-20所示为《晓松奇谈》节目。

与一般的游戏、音乐、舞蹈、动漫、搞笑等直播内容不同，文学类的直播都需要具有相当深厚的知识储备，不能泛泛而谈，空说大道理。而且这类直播通常都会选取当下热门的时事进行谈论，或者结合历史文化来谈论。

如罗振宇的《罗辑思维》就是以创新、历史、社会等为主要内容。如图1-21所示，为《罗辑思维》的第205集——“这一代人的学习”。



图 1-20 《晓松奇谈》



图 1-21 《罗辑思维》——“这一代人的学习”

该集节目在优酷平台上获得了 191 万多次的点击量，可见文学类的直播在现在还是人们所热衷的，而作为《罗辑思维》的主讲人，罗振宇也得到了广大网友们的推崇和支持。

此外，这种文学类的直播节目还为很多热爱文学的人们提供了譬如微信这样绝佳的互动平台，用户只要打开手机就可以与文学大师进行交流沟通。