

祝振駒

翹騰投資管理董事總經理，特許財務分析師。  
曾經在外資及本地投行研究部擔任分析師及主管達14年  
之久，專長於中小型股研究。  
後轉職擔任對沖基金經理，2010年創立翹騰。  
筆者博客：blog.sina.com.cn/raymondj2011



雄鷹  
展翅

Columns  
美術：任耀楠

# 中國直播市場高速增長

中國的直播市場是百家爭鳴之地。兩星期前有「土豪」向網紅主播示愛，一分鐘豪擲相當於現金100萬元的虛擬貨幣，可見中國的「網紅經濟」大有可為，網紅借直播可以「一夜暴富」。內地網絡直播用戶規模已達到3.25億人，用戶主要是24歲以下的男性。他們大部分在三、四線城市，娛樂不多，手機直播程式提供了廉價的娛樂。

## 複合年增長率四成

直播程式廣受年輕人歡迎，原因是其主播與觀眾互動性高。只要打開程式，就會發現24小時都有不同的主播在直播，有唱歌、跳舞、打機、時事財經評論、鬼故事分享等，亦有主播憑個人顏值，性格及魅力，吸引大批觀眾閒聊，又會經常讀出粉絲留言並即時回應，仿如現場Q & A。瀏覽量及觀眾給予的「愛心」愈多，便能賺取愈多金錢，收到的「虛擬禮物」更能變現分成。

不難想像，從聚集粉絲及公司

營銷的角度出發，以影片為主(如Youtube)的互動率及用戶黏性，相對單靠圖像相片(如Instagram)及文字(如Twitter)為高。而直播往往比影片更為優勝，因為影片可重播，直播則不可以。當粉絲收到直播通知，他們都不會錯過。

野村研究指，直播市場未來3年複合年均增長率為40%，網上廣告增長約為26%，電影票房為19%，電視廣告則增長接近零。現時，內地市場上有超過200家直播平台，陌陌(MOMO US)在每月活躍手機用戶排行高踞首位，其他還有以表演為主的映客(未上市)，歡聚時代(YEY US)的《YY直播》及《虎牙直播》及微博(WEIBO US)的《一直播》。

貨幣變現模式不外乎購買虛擬禮物，廣告及電子商貿，虛擬禮物的約六成收入由公司分享。陌陌憑着原有龐大的用戶基礎，成功於短時間推出直播並實現盈利。陌陌上年第四季才推出直播，其130萬付費用戶為陌陌今年第二季貢獻了5,790萬美元，佔

其總收入的58%。

## 騰訊能佔半壁江山

陌陌和微博的成功例子，證明擁有大量用戶基礎是直播實現盈利的關鍵。如果以上推論正確，騰訊控股(00700)的微信相信最有條件搶佔大半江山。騰訊現已投資以遊戲為主的《鬥魚直播》及《龍珠直播》，另一方面推出以明星為主的《騰訊直播》及體育有關的《企鵝直播》等，至少合共9款直播平台。

今年7月底中午，微信突然發生故障，坊間有傳是因為內部測試微信直播功能。如果事件屬實，微信直播將成中國版的Facebook Live，大量用戶基礎上加上朋友圈上的直播，騰訊的影響力將不可取締。

基於智能手機及4G上網在中國的普及，直播市場將會更大。而直播、看影片、網遊需要巨大流量，內容分發網絡成為支撐各種創新應用的平台。同時擁有有深港通概念的網宿科技(深：300017)為中國最大互聯網業務平台提供商，公司利潤會與市場擴張繼續增長。FM

“基於智能手機及4G上網在中國的普及，直播市場將會更大。而直播、看影片、網遊需要巨大流量，內容分發網絡成為支撐各種創新應用的平台。”

權益披露：筆者旗下基金持有騰訊控股及網宿科技股份，並隨時於市場買入或沽出