

金斧子

聪明你的投资
JFZ.COM

中国移动视频直播专题研究





contents



01

中国移动视频直播行业现状

02

中国移动视频直播产业链分析

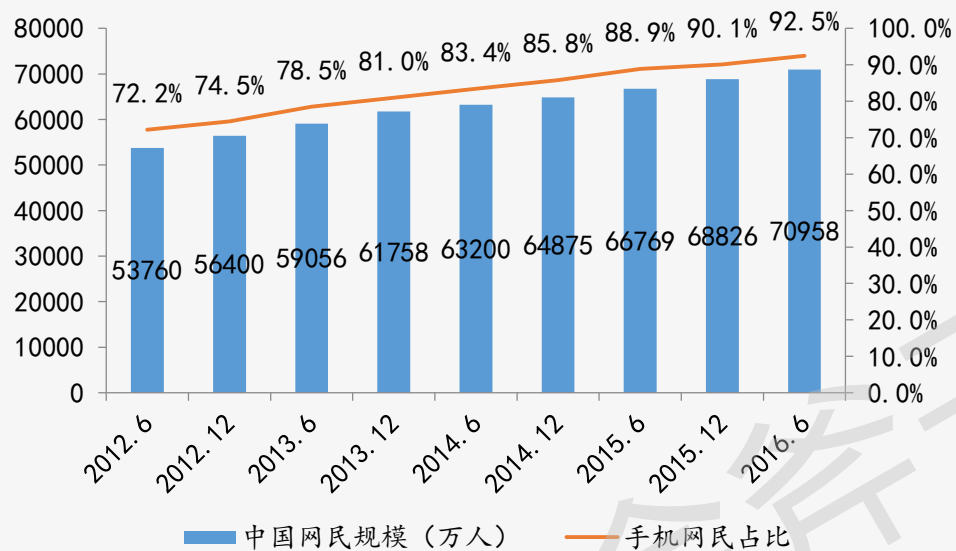
03

小结

报告完成时间——2016年12月

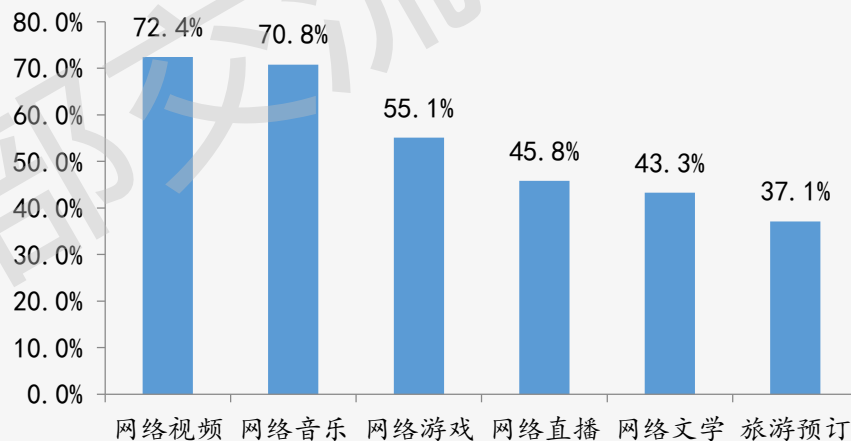
基础设施的建设和快速发展为移动视频直播提供了快速发展的契机

网民规模及手机网民数量不断扩大



数据来源: CNNIC (中国互联网络信息中心)

2016.6中国网民娱乐类应用使用率



数据来源: CNNIC (中国互联网络信息中心)

注: 网络直播包括体育直播、真人聊天秀直播、游戏直播和演唱会直播

- 移动视频直播主要是指用户通过移动端进行制作或观看直播视频, 包括通过PC端进行视频直播, 而观看者通过移动端进行观看, 或制作者通过移动端进行视频直播而观看者通过PC端进行观看等。
- 伴随着网民规模和手机网民数量增加, 网速的发展 (根据Trustdata数据显示, 截止2016年4月, 4G+WIFI在移动互联网接入方式占比达到87.6%), 并且智能手机保有量提高 (根据CNNIC数据显示, 2015年智能手机保有量9.5亿台), 智能手机配置 (像素、处理器等硬件) 逐渐提高, 移动支付方式越来越便捷, 根据CNNIC数据显示, 截止到2016年6月, 网络直播服务用户规模达到32476万人, 而艾瑞咨询报告数据中显示, 2015年底, 在线直播用户数仅为19300万人。

1.2 移动视频直播相关政策

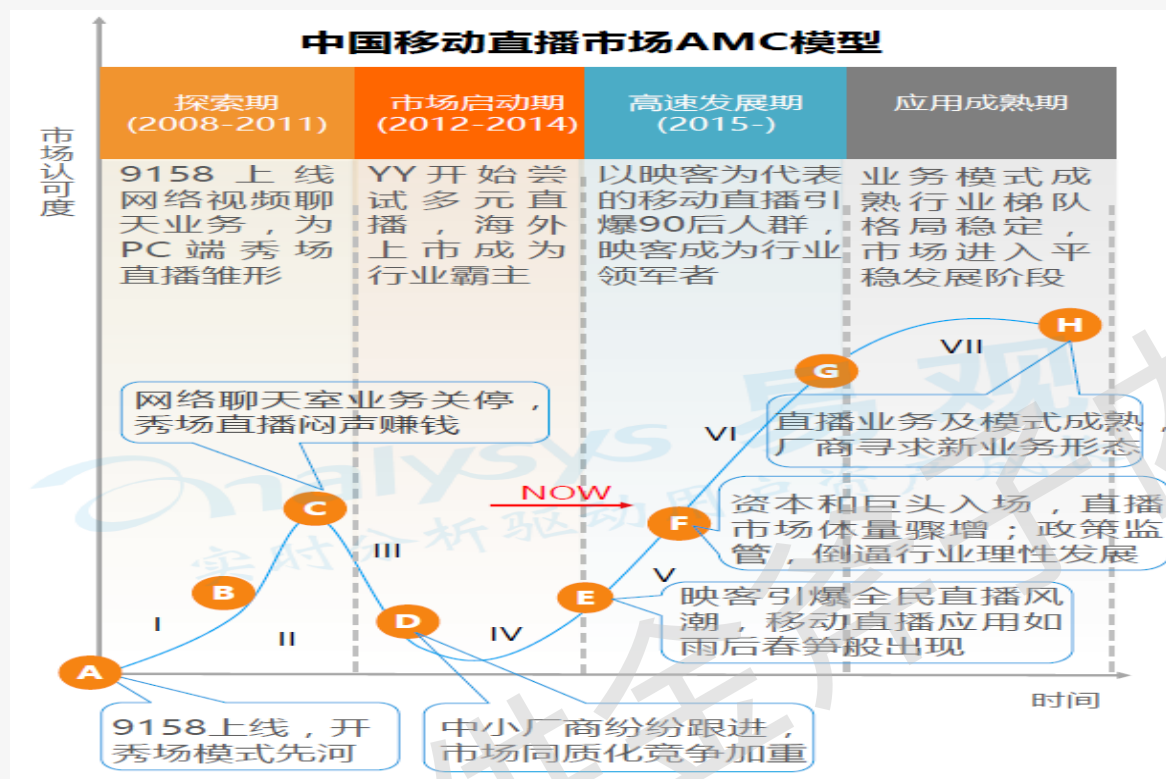
伴随着各项法律出台，直播行业走向规范化

时间	条款	内容
2015.5	国务院发布《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》	提出大幅度体改网络速率和有效降低网络资费的“提速降费”目标及相关举措
2016.4	北京互联网文化协会发布《北京网络直播行业自律公约》	要求所有直播必须实名认证，不为18岁以下的未成年人提供主播注册通道，建立主播黑名单制度等。
2016.7	文化部发布《文化部关于加强网络表演管理工作的通知》	指出“网络表演是网络文化的重要组成部分”，要求包括直播平台在内的网络表演经营单位承担主体责任，应配合内容审核人员、严格监督表演行为。
2016.9	《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》	重申直播平台必须持有《信息网络传播视听节目许可证》，新申请单位要求“为国有独资或国有控股单位”且注册资本应在1000万元以上。
2016.11	国家网信办《互联网直播服务管理规定》	互联网直播服务提供者和互联网直播发布者在提供互联网新闻信息服务时，都应当依法取得互联网新闻信息服务资质，并在许可范围内开展互联网新闻信息服务。12月1日已正式开始实施。
2016.12	文化部发文《网络表演经营活动管理办法》	网络直播平台需申请取得《网络文化经营许可证》，表演者要使用有效身份证件实名注册，并采取面谈、录制通话视频等方式核实。

资料来源：根据公开资料信息整理

- 主播资质要求——目前各平台需要主播进行身份证实名认证注册，并采取面谈、录制通话视频等方式核实；
- 信息网络传播视听节目许可证——截止2016年5月31日，共有588家机构持证，大多数为电视广播电台。（数据来源：广电总局官网）其中花椒、斗鱼、熊猫TV等大部分直播平台尚未取得许可证。大型直播平台需要在查严之前申请资质，或采取与持证方合作的方式解决准入问题。
- 直播行业实现了内容制作、传播、变现一体化，效率更高。2015年为移动直播平台爆发年，资本大量布局，直播市场体量剧增，为了提高平台流量，有些直播平台上出现部分低俗内容，随后各项政策出台，不断规范直播行业，目前“视听证”已成为行业最大门槛，未来可能会出现直播平台“洗牌”。

纵观移动直播发展轨迹，目前尚处于高速发展阶段



资料来源：易观咨询

伴随着我国网速的发展，智能手机的普及及手机配置逐渐提高，网民规模和手机网民数量不断扩大，视频直播规模也不断扩张。从2008年9158视频上线至今，我国移动直播市场历经多个发展阶段。

- 1) 2011年以前，PC端秀场直播展现雏形。
 - A点：2008年9158视频社区推出，开秀场模式先河。
 - B点：2009年六间房秀场上线
 - C点：为净化网络环境，关闭网络聊天室业务，秀场直播大赚钱
- 2) 2012年-2014年，直播移动化阶段，YY（欢聚时代）与9158（天鸽互动）在海外上市
 - D点：六间房、来疯等中小厂商纷纷跟进，市场同质化竞争剧烈
- 3) 2015年至今，移动直播的高速发展，垂直直播的崛起
 - E点：映客引爆全民直播风潮，龙珠直播、章鱼直播、熊猫直播等大量移动直播平台上线
 - F点：政府开始出台各项政策，促使直播行业有序发展
 - G点：行业格局形成
- 4) 应用成熟期，市场进入平稳发展阶段
 - H点：直播业务及模式成熟，厂商寻求新业务形态



contents



01

中国移动视频直播行业现状

02

中国移动视频直播产业链

03

小结

2.1 中国移动视频直播产业链



注：其中黄色字体表示资金流动，蓝色表示服务提供



成本构成

- 主播签约费用
 - MISS身价1亿签约虎牙3年、若风身价2500万、小智身价2000万、DOPA身价1600万等
- 带宽成本
 - 虎牙直播2015年Q4季度宽带费用1.6亿人民币，平均每月带宽成本超过5000万人民币
- 运营推广开销
 - 电竞赛事直播费
 - APP推广费用
- 技术产品人员费用
 - 斗鱼为开发人员每年最高支付45万人民币薪资
 - 熊猫TV为同岗位每人每年支付39万人民币
 - 龙珠则为同岗位每人每年支付30万人民币

收入构成

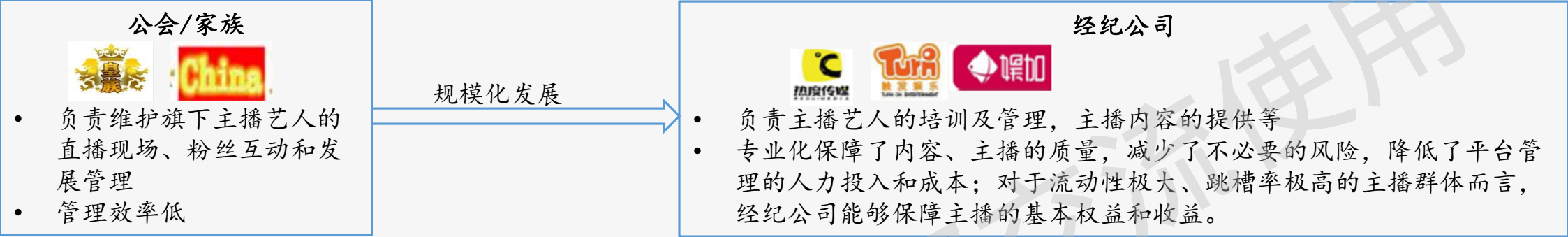
- 直播主要的盈利手段如下：
 - 虚拟道具购买、打赏，会员打赏（主要模式）
 - 广告
 - 游戏联运
 - 电子商务
- 2015年YY、9158、六间房、映客等收入情况
 - YY营收58.97亿元，净利润10.33亿元
 - 六间房营收7.27亿元，净利润1.62亿元
 - 9158营收6.78亿元
 - 映客总收入为3048.36万元，净利润为167.28万元
 - 虎牙亏损达到3.87亿元

数据来源：根据公开资料信息整理

直播平台主要成本有**主播签约成本、带宽成本**，**盈利模式主要为打赏分成**。目前有300多家直播平台，仅少数直播平台有盈利，大部分处于亏损状态。不同的直播平台成本构成比重不同，根据网络信息，虎牙每年1.2亿用来签约主播，而致力于全民直播的映客并未签约任何主播，最多只是给部分头牌主播补贴，这样的成本模式为映客节省了巨额的签约费用，使映客在众多平台亏损的情况下出现了盈利。

2.3.1

中国移动视频直播上游—内容提供方



企业	企业概况	融资情况
热度传媒	热度传媒是一家在线演艺经纪公司，拥有签约艺人超过3000人，专注于主播艺人的培养、挖掘、包装与推广	2016.5.24 A轮 数千万人民币 信文资本、华创资本、旺家投资 2013.3.9 天使轮 数百万人民币 起源资本
爱播网	致力于为主播提供最专业的直播技巧培训、平台选择、公会入驻等相关的主播服务	2015.6.25 天使轮 数百万人民币 PreAngel
娱加娱乐	网络主播经纪公司，旗下全约艺人超过300位，在线加盟娱乐的网络主播近3万名	2016.8.14 B轮 1亿人民币 君联资本、IDG资本、普思资本、达晨创投 2015.8.10 A轮 1000万人民币 IDG资本

资料来源：IT桔子

- 经纪公司需要为主播提供完备的个性化培养增加两者之间的黏性。对于经纪公司推荐的主播，平台会存在撬动主播的现象，如新闻报道多家经纪公司吐槽斗鱼直播撬主播的事件。
- 在保证主播数量的同时，更新策划内容成为经纪公司的有力竞争武器。“当一个经纪公司、公会在一个平台上的份额超过10%，平台为了避免他们控制平台，会出台一些限制政策，对经纪公司形成一定的限制”来自新媒体《三声》报道。在这种行业前提下，直播内容的策划和制作的深度更显重要。

娱加娱乐成立于2013年9月，为互联网艺人经纪管理平台，采取联营公会的管理模式

- **公司业务：**艺人招募、培训、运营；艺人宣发（多秀场平台、游戏直播平台、社会化媒体运营）；自有产品研发，如网剧《毕须说》、网络大电影《九五2班》。
- **行业地位：**公司头部艺人数量高居行业内榜首，尤其是秀场直播领域，主打脱口秀和唱歌的主播粉丝量都超过五百万，排名前十的主播有5名来自娱加公司；公司的艺人在2015年年度盛典中囊括超过10项大奖，已经开始向电竞直播和移动直播平台快速发展。
- **公司近况：**2016年7月中国数码文化全资附属公司昆山杰艺与娱加娱乐成立合营公司。新公司开展网络直播代理业务。其中中国数码文化负责提供网络直播艺人，娱加娱乐将负责向该等艺人提供代理服务，包括但不限于提供培训、营销及宣传服务。

- **融资情况：**

融资阶段	融资金额	投资方	融资事件
A轮	1000万人民币	IDG资本	2015-08-10
B轮	数亿人民币	君联资本领投、IDG资本、普思投资	2016-08-15

资料来源：IT桔子

经纪公司有望规模化壮大，对直播产业链有绝对的议价权。

- 目前直播平台采用公会形式比较多，相对于市场上300多家直播平台，形成规模的经纪公司较少。
- 未来的市场，主播、直播平台将越来越规范化，趋同于影视明星经纪体系，内容提供方经纪公司是头部领袖KOL和头部内容制作的出品方，未来市场空间大，有绝对的议价权。

2.4 中游直播平台概述

直播作为一个新兴的娱乐消费产业，促进了整个互联网生态的发展，并诞生了众多估值10亿美元的独角兽企业。根据网络信息统计，2016年国内直播平台估值10亿美元的企业有斗鱼、战旗、映客等。

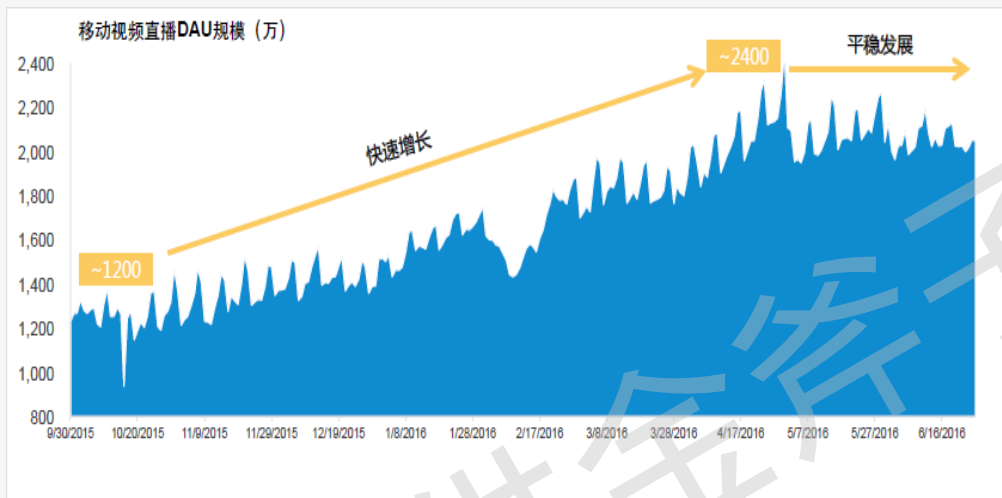
现有的直播平台分为泛娱乐直播、游戏直播和垂直类直播（包括企业直播）三大类，目前泛娱乐类平台占比达51.1%，其大部分为UGC内容，是各类主播平台中准入门槛最低的一类；游戏类直播在占比18.0%，其与游戏运营商联系紧密，人群相对集中；而垂直类“直播+”发展迅速，目前占比达到27.8%，仅次于泛娱乐类直播平台。



资料来源：艾瑞咨询

2.4.1 移动视频直播平台活跃情况

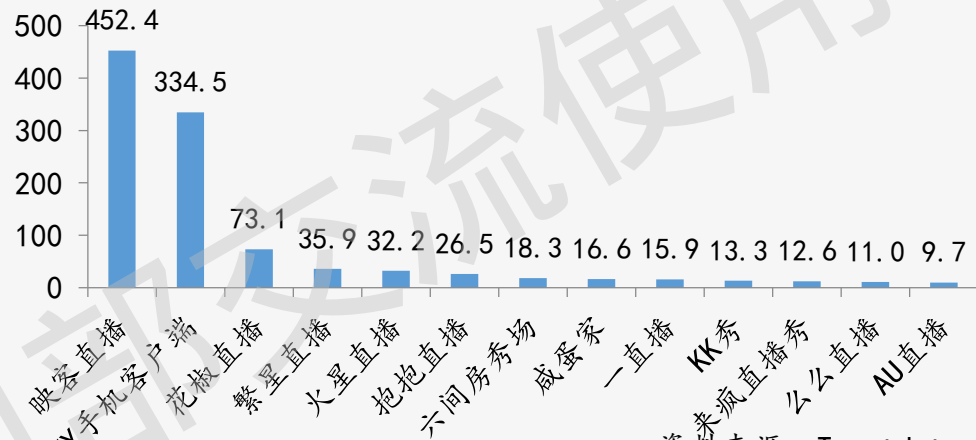
在直播的三大方向中，垂直直播发展尚未成熟，目前处于争夺资源，打造差异化阶段。相对成熟的泛娱乐直播和游戏直播中，2016年6月日活用户超过300万的泛娱乐直播平台有映客直播和YY手机客户端；2016年6月日活用户超过200万的游戏直播平台有斗鱼TV和虎牙直播。



资料来源: Trustdata
注: 其中不包括内置直播频道的APP数据

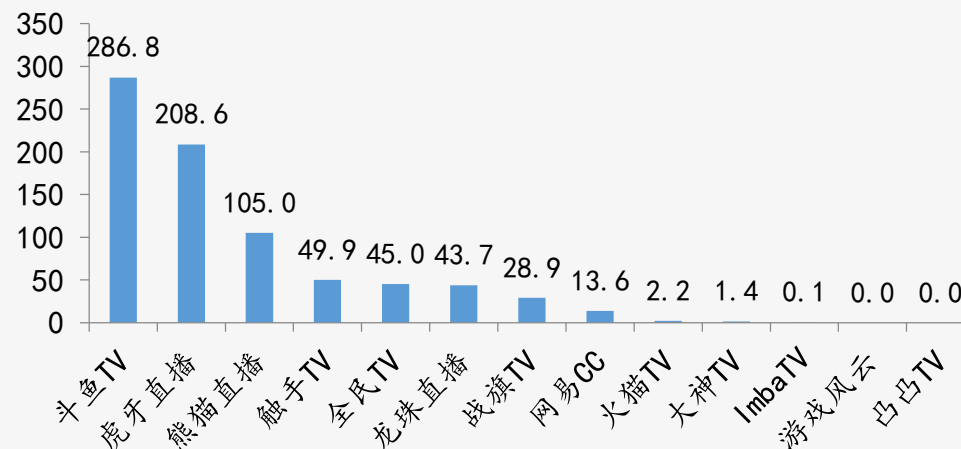
2015年10月到2016年6月，移动视频直播DAU规模增加1倍，超过2400万，目前的DAU规模较平稳。

2016年6月，泛娱乐直播APP日活用户数情况 (万)



资料来源: Trustdata
注: 其中不包括内置直播频道的APP数据

2016年6月，游戏直播APP日活用户数情况 (万)

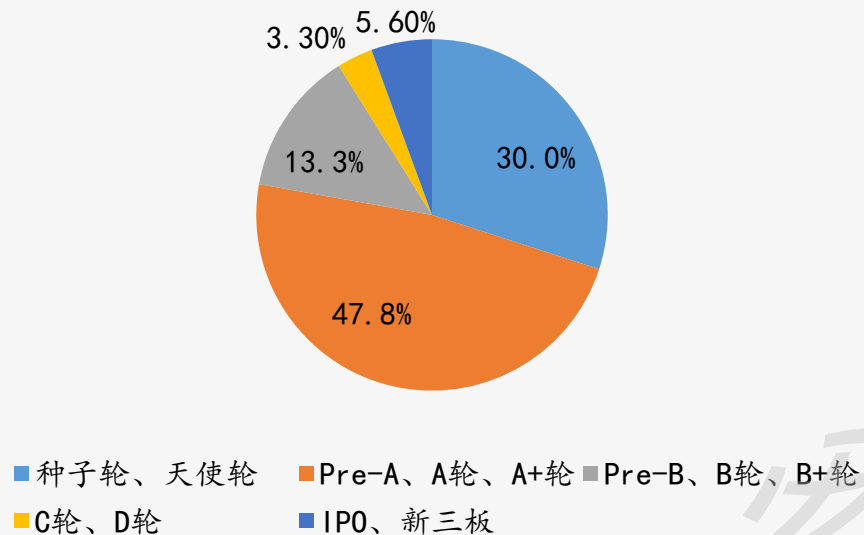


资料来源: Trustdata
注: 其中不包括内置直播频道的APP数据

2.4.2 移动直播平台资本集中情况

三大直播平台中垂直直播处于激烈争夺行业资源、打造差异化阶段

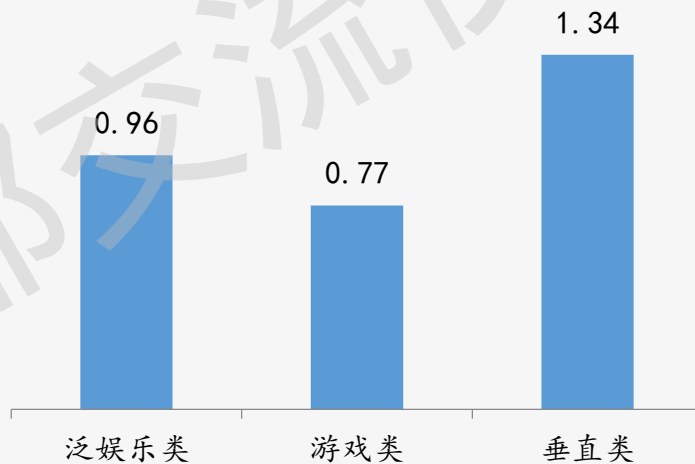
2004年-2016年中国直播平台获投轮次分布



资料来源：艾瑞咨询

2016年下半年，直播领域的投资密度和投资金额出现下降趋势，市场整体的投资热度趋于理性。目前，上市的直播平台较少，C轮以后的企业整体比例不足10%，而近半企业集中于Pre-A、A及A+轮，从初期的野蛮生长中存活下来的直播平台步入了快速成长期，仍处于激烈争夺行业资源、打造差异化优势的阶段。

2004年-2016年中国Pre-A、A及A+轮直播平台内容领域TGI



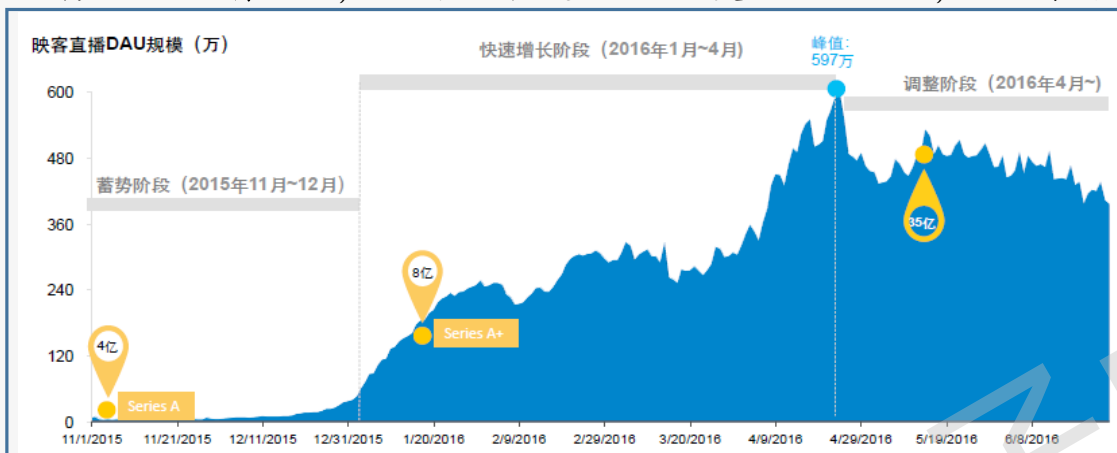
资料来源：艾瑞咨询

注：其中TGI为艾瑞咨询编制指标，TGI>1表示平台越集中；其中垂直类直播包括企业直播、体育直播、教育直播等细分领域

处于Pre-A、A及A+轮的直播平台中，垂直类的TGI>1，说明垂直类平台高度集中于此，其发展程度尚未成熟，仍处于激烈争夺行业资源、打造差异化优势的阶段。后期资本布局可以关注垂直类直播中具有市场空间的细分领域。

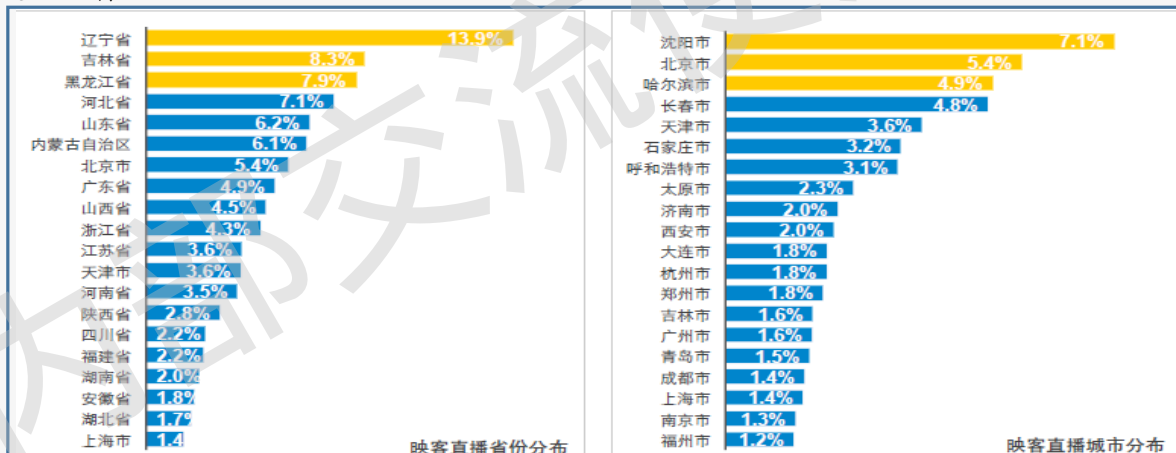


映客是北京蜜莱坞网络科技有限公司旗下的直播平台，于2015年5月正式上线，曾创下半年内完成三次融资的记录，是典型的移动直播平台之一。映客主推**全民直播**，致力于打造主播与用户、用户与用户之间的**社交关系**，推出了“我的一天”、“连线功能”、“三连麦”功能等新鲜互动的玩法，并发力探索广泛UGC内容，目前已有1.3亿注册用户。映客直播以一二线城市年轻人、海外留学生为种子用户，其核心用户为**90后富二代**，他们吸引大量网红和美女主播入住，进而获取大量的普通观众。



资料来源: Trustdata

2015年12月-2016年6月，映客DAU持续快速增长，峰值达到597万，4月底进入平稳调整阶段。



资料来源: Trustdata, 2016年4月数据

映客直播用户比较集中，映客用户TOP3省份东北三省占30.1%，TOP3城市沈阳、北京、哈尔滨占17.4%。

融资时间	融资轮次	融资金额 (人民币)	投资方
2016. 9. 21		2.1亿	光信资本
2016. 1. 7	A+轮	6800万	昆仑万维
2015. 11. 19	A轮	数千万	赛富基金、金沙江创投、紫辉创投
2015. 7. 13	天使轮	1000万	A8音乐

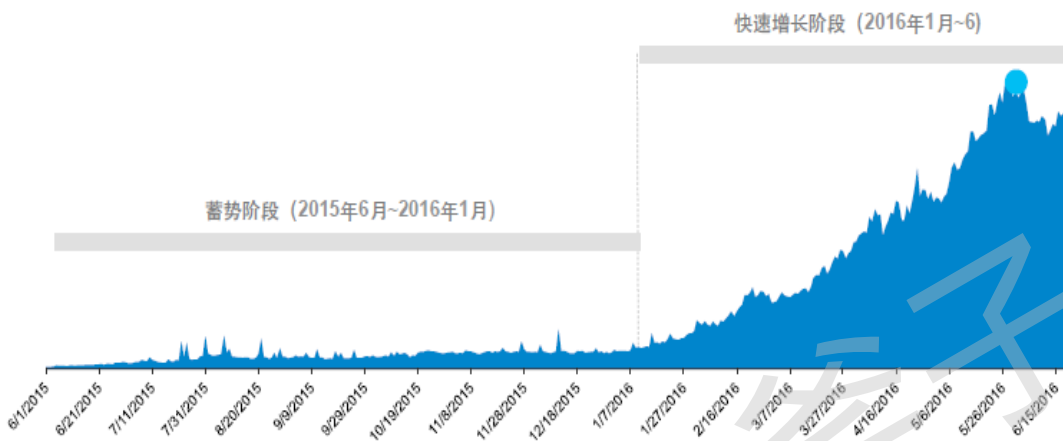
资料来源: IT桔子

映客A轮融资估值4亿人民币，A+轮估值8亿人民币，9月份昆仑万维出售3%股权，作价2.1亿元，光信资本接盘，估值达70亿元。



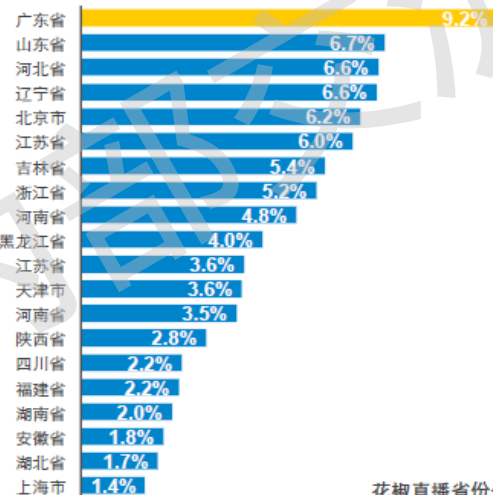
花椒直播为360旗下的手机直播平台，2015年6月成立，致力于从强明星属性和社交属性入手打造一款涵括明星、主播（含网红和普通主播）和普通用户三大族群的直播产品，目前已有超过百位明星入驻花椒，用户可以通过直播拉近与明星的距离，已推出上百档自制直播节目，通过PGC方式从内容制作上提高用户的产品黏度。6月2日正式上线VR专区，成为全球首家VR直播平台（目前VR直播带宽传输成本高，10分钟1万元，市场推广成本高）。

花椒直播DAU规模（万）

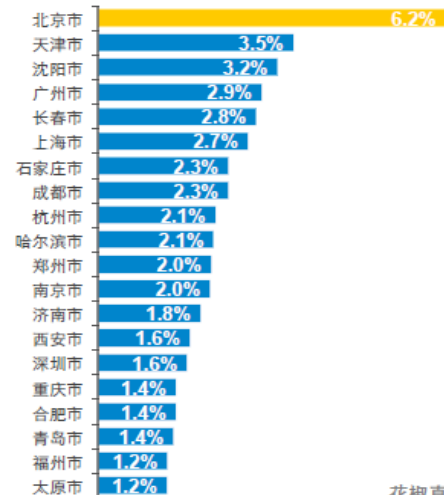


资料来源：Trustdata

花椒直播DAU持续快速上涨，5月达到峰值，6月稳定在70万。根据IT桔子资料显示，9月29日，花椒直播完成A轮融资，金额3亿人民币，投资方首建投、奇虎360，估值为15亿元。



花椒直播省份分布





花椒直播城市分布

资料来源：Trustdata, 2016年4月数据

花椒直播用户相对比较分散，花椒TOP3省份广东、山东、河北占22.5%，TOP3城市北京、天津、沈阳占12.9%。

映客、花椒日活对比：映客致力于全民直播，花椒致力于强明星属性和社交属性，这样的市场定位下，映客的用户日活跃度保持领先的地位，花椒由于明星的入驻，用户日活增速显著，但总体情况下，映客的日活遥遥领先。映客直播相对比较集中在东北三省，花椒直播用户比较分散。




2.4.5 映客与花椒商业模式分析

	映客直播 	花椒直播 
持证情况	视听节目许可证、网络文化运营许可证、广播电视节目制作许可证	无
定位	聚焦于90、95后高颜值群体，主打偏时尚类的生活直播	具有强明星属性的移动社交直播平台，聚焦90、95后生活，每天进行实时互动与分享
业务系统	<ul style="list-style-type: none"> ● PGC产出：邀请明星偶像、知名网红入驻平台；合作直播明星演唱会；引领第三方行业平台入驻 ● UGC制造内容：主播群体颜值偏高，内容形式以唱歌、连麦聊天、化妆等，直播内容更依赖于主播所处的环境场景 	<ul style="list-style-type: none"> ● PGC：目前在频道板块里，内容形式以明星访谈、KOL名人直播、平台自身团队创造内容、其他行业平台入驻 ● UGC：网红以及普通主播为内容主要生产者，类似于场景式直播
关键资源整合能力	目前占领直播市场制高点，偏向于一二线城市年轻人；核心用户为90后富二代，他们吸引大量网红和美女主播入住，进而获取大量的普通观众。	依靠360渠道能力，通过引入明星艺人主播、低打赏流水分成、免费赠送VR硬件等营销策略快速实现平台扩张
盈利模式	<ul style="list-style-type: none"> ● 礼物按比例抽成：目前映客分成比例为37.5%，用户等级越高，抽成比例越小 ● 广告收入：主流方式以CPM（每千次印象费用）售卖方式进行，目前映客还未有明显的广告品牌入驻 	<ul style="list-style-type: none"> ● 礼物抽成比例为10.0%，采用低打赏流水分成 ● 广告收入：与第三方品牌合作，在频道栏目下推出“途牛旅游”节目，但未知其收入方式
特色功能	“附近的人”功能，将主播与观众的关系链逐渐转移为基于地理位置的陌生人社交	“最新”直播栏目，满足新主播获得曝光和关注的刚需，挖掘中长尾主播用户市场

目前，全民直播领域的盈利模式还不够清晰，处于探索阶段，同时由于头部资源相对比较稀缺，平台需要投入大量资金才能获得头部资源，而平台实际收益并没有达到理想程度。对于有稳定流量的映客和花椒平台，可以选择将目光瞄准**中长尾领域的主播市场**，以**低成本挖掘和培养平台新人**，与网红经济公司合作模式，打造多元IP内容矩阵。注意花椒目前尚无相应许可证，后期可能会面临经营风险。

2.4.6 中国移动视频直播平台——游戏直播

2016年6月，游戏直播日活排名前三的有斗鱼、虎牙、熊猫，对其进行分析比较

	斗鱼 	虎牙直播 	熊猫直播 
融资情况	2016.8.15 C轮 15亿人民币 凤凰资本、腾讯、红杉资本、南山资本 2015.11.18 B轮 1亿美元 腾讯、红杉资本、南山资本 2014.9.17 A轮 数百万美元 红杉资本 2014.4.1 天使轮 数百万人民币 投资方未透露	YY直播旗下平台	2016.11.4 A轮 数千万人民币 奇虎360、辰海资本 2015.11.18 B轮 数百万人民币 投资方未透露
Slogan	每个人的直播平台	中国领先的互动直播平台	最娱乐的直播平台
优势	直播领域覆盖广、自主创造的节目多样化、庞大的视频库	YY公会制度的支持，减轻管理压力以及降低主播招募预算，同时拥有YY语音庞大的用户量	明星电竞资源多，并拥有自由女神主播真人养成秀
特色	首页上有“录制视频”，实现用户便利直播	直播期间观众可以参与竞猜，增加主播与观众的互动	直播间可以后台播放声音、切换直播间时，上次观看的直播间会缩小显示在页面右下角
搜索功能	斗鱼和虎牙直播除了可以搜索热门主播或房间，还可以搜索分类导航，并有搜索热词，对用户引导性更强；斗鱼推出tab级别，可以直接搜“视频”		只能搜索房间号，搜索热词也不够完善
盈利模式（差异方面）	游戏推广，未来可能在视频方面提供付费点播	游戏竞猜带来的货币消费	国内首款女神真身养成秀，粉丝为女神投票多消费的费用，

三个直播平台APP优化交互，提升用户体验，做各种差异化的功能，都是为了增加用户数，提高用户留存率。目前斗鱼相对其他平台用户体验较好。

在网络直播时代，共享免费、全民直播深入人心，直播平台和各类主播开始乱入且忽略版权，这种现象在游戏直播中更加明显。游戏直播平台的内容包括玩家或解说员自行比赛过程及大型的游戏赛事的直播，目前游戏直播过程中涉及版权问题的主要来源于：开发运营商与直播平台版权的争议；直播平台之间的版权的争议。

法律方面

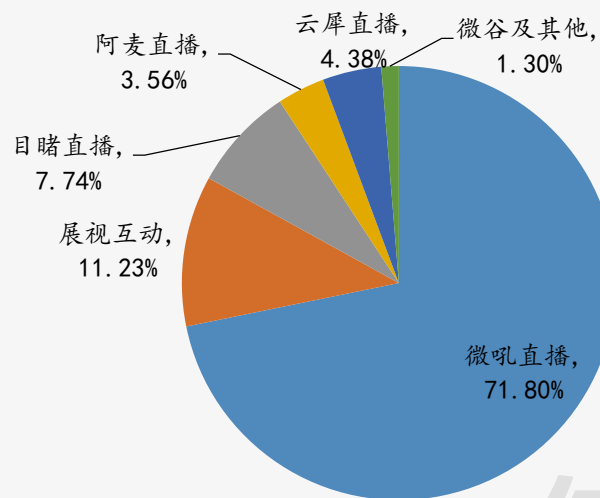
- 网络游戏直播平台玩家或解说员自行比赛过程通过网络传播供他人观看，会插播相关广告、提供直播平台的增值服务等，通常是一种商业性行为，根据《著作权法》第40条的规定，该游戏主播需要得到网络游戏运营商的许可，并支付相应报酬。在实践当中，一般情况下玩家在玩游戏之前与游戏运营商所约定的用户协议里面都是禁止游戏玩家未经许可私自在网络上公开传播或直播自己打游戏过程的。因此根据用户协议，游戏主播也需要获得网络游戏运营商的许可。
- 电子竞技比赛直播视频往往凝聚了导演、摄影、嘉宾、参赛选手等诸多人员的创造性劳动。参照电影或类电作品的规定，该作品的著作权应由电子竞技比赛举办方享有。他人对该音、视频数据产品的商业性使用行为，均应得到赛事举办方的许可。未经赛事举办方的许可，对电竞比赛视频进行直播的行为侵犯了赛事举办方的著作权。此外，大型电子竞技比赛都是基于游戏本身的，通常都是出于商业目的的，这种整体演绎需要经过网络游戏运营方的授权，并向网络游戏运营方支付相应的报酬。

现实情况

- 独创性认定缺乏统一有效标准，直播内容中除了计算机软件运行界面外，还有游戏解说员的解说等，其独创性认定是一个复杂的事实判断。
- 游戏直播节目涉及主体众多，权利属性及分配尚需明确，实践中，常出现直播、录播等受到游戏开发商的指责，电子竞技赛事直播、转播授权问题。
- 现行《著作权法》条文下网络游戏平台方的利益难以确保。我国《著作权法》中信息网络传播权不控制定时播放的直播行为、广播权中的广播形式也不包括网播，使得网络游戏平台只能通过《著作权法》第十条（十七）项的兜底条款或者通过反不正当竞争法来控制盗播行为，维护自己的利益。

企业直播盈利模式清晰，但进入壁垒较高

企业直播市场占有率



资料来源：易观根据服务客户、注册会员等数据维度计算所得，2016.10.20

企业级B端直播有微吼、展视互动、目睹直播等，根据易观智库报告显示，微吼直播在企业直播市场占有率为71.80%，遥遥领先展视互动11.23%的市占率。

企业直播的盈利模式清晰

- 企业级直播平台盈利模式清晰，客户是一切有商务活动直播需求的企业，这个群体非常庞大，除了收取直播技术服务费之外，还可以提供边看边买实现效果营销，以及数据分析服务。在聚集一定观众用户之后，还可帮助企业实现交叉营销，获取潜在观众，同时可以通过开放云技术，采用SDK或API帮助小的直播平台产品上线。在成本上，不需要为内容和用户花钱。

企业直播进入壁垒

- 企业直播的技术难度太大，对直播的体验与新媒体营销的要求高，对技术水平要求也很高，包括数据传输、编解码、服务器的运维、优化等，参与主体都有多年的技术积累。



微吼是一家在线活动营销及商务活动平台，成立于2010年7月，主要提供虚拟大会、网络视频直播服务等。

盈利模式

- 视频直播基础服务费用
- 视频直播增值服务，如精准数据邀约、活动推广和数据分析等
- 视频直播在线门票收入、红包打赏等的收入分成
- 开放微吼云技术，采用SDK或API的方式帮助国内一些规模较小的创业团队加速产品上线进程

融资情况

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2015. 11. 17	B轮	亿元及以上人民币	投资方未透露
2013. 12. 1	A轮	数千万人民币	联想之星

资料来源：IT桔子

由于企业级直播盈利模式清晰，客户需求量广泛，特别是金融直播间、在线教育、手术直播等新的直播需求出现，以及一些社群也使用视频直播形式来进行变现，是直播平台“红海”里面的“蓝海”入口。

2.5 中国移动视频直播行业服务支持方

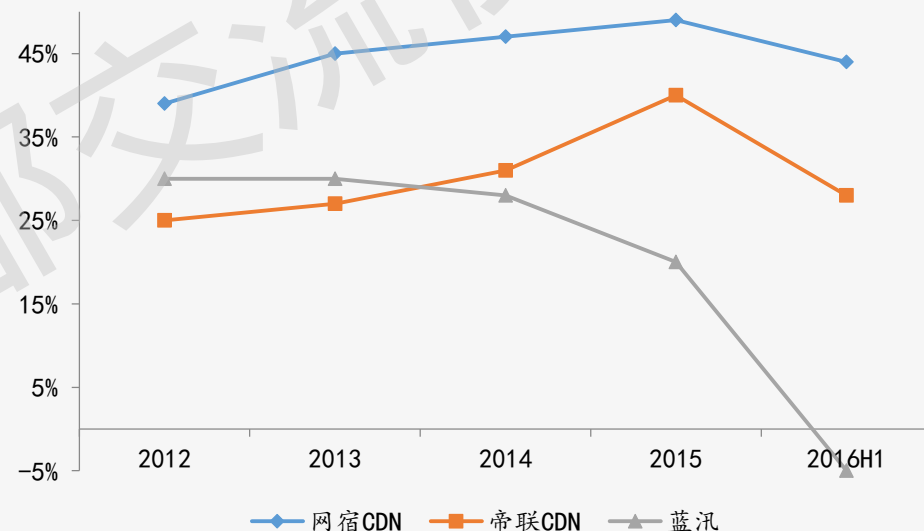
不论是上市传统CDN还是新兴服务商都在完善增值服务和个性化服务，降低成本，为直播行业提供了良好的技术基础。

在视频直播成本构成上，当在线人数每达到百万人，直播平台每月仅带宽成本就至少要花掉3000万左右。其中CDN成本占视频类公司中超过70%，CDN行业上市公司相关财报显示，带宽和服务器的成本占CDN成本已达70%。

CDN（内容分发网络）作为互联网的基础设施，市场被网宿、蓝汛、帝联等传统厂商垄断。随着视频直播的崛起，需求发生了新变化，阿里云、腾讯云等相继在CDN上发力，云帆加速、星域等一批新兴CDN服务商业迅速崛起，共享CDN等新模式被提出。

- 2014年3月阿里云的CDN业务正式商用（2006年阿里云CDN的前身—淘宝CDN就开始研发），而到了2015年，其营收同比增长了800%，CDN客户数也突破十万。
- 云帆加速建立CDN+P2P+SDK共享新模式，即提供CDN加速外的P2P技术和流媒体引擎、美颜、连麦等组件功能SDK，云帆加速CDN系统完全自主研发，P2P技术源自原快播，曾承载快播4亿活跃用户，目前为日均5000万活跃用户进行P2P加速，服务量级可达到1.5T。

上市CDN厂商毛利率变化比较



资料来源：公司年报、广发证券发展研究中心

注：蓝汛净利润连年亏损，管理层已出现巨幅震荡，总裁张垦于2015年8月31日离职

由于新兴服务商为获得CDN市场的增量市场，随着竞争的加剧，出现了降价潮，2016年5月阿里云CDN首先宣布降价21.2%；随后，腾讯云CDN降价25%，乐视云直接推出CDN免费服务，为直播行业提供了良好的技术支持。



contents



01

中国移动视频直播行业现状

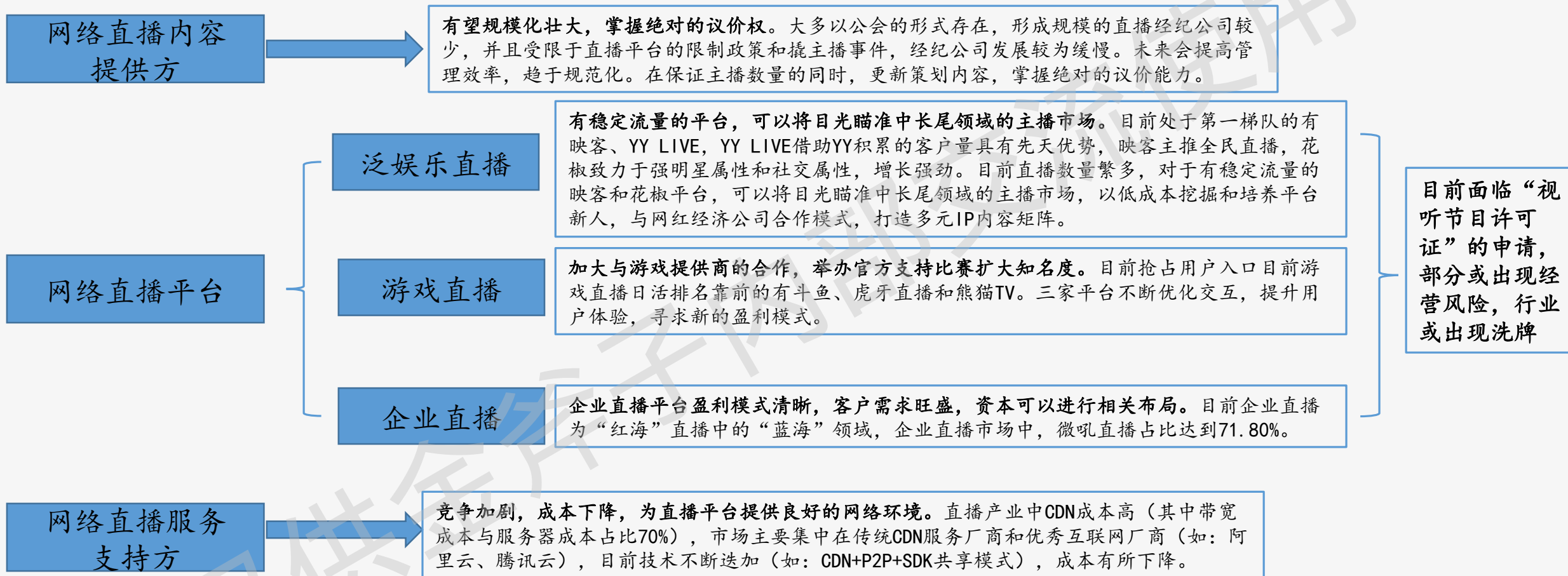
02

中国移动视频直播产业链

03

小结

3 小结



A decorative graphic consisting of several squares in yellow, black, and grey, arranged in a cluster on the left side of the slide.

THANKS

A black and white photograph of a motorcyclist riding a dirt bike up a steep, rocky hill. The rider is wearing a full protective suit and helmet. The background shows a vast, hazy landscape under a bright sky. A large, diagonal watermark is overlaid across the center of the image.

仅供金斧子内部交流使用

声明：
本资料仅为相关投资基金的运作说明。
本资料所含历史业绩仅代表历史记录，并不代表未来业绩或兑付承诺。
本资料亦未作出任何有关本金不受损失或最低收益的承诺或保证。
本资料并非广告，不适用于公布或分发使用。