

项目一

认识直播运营



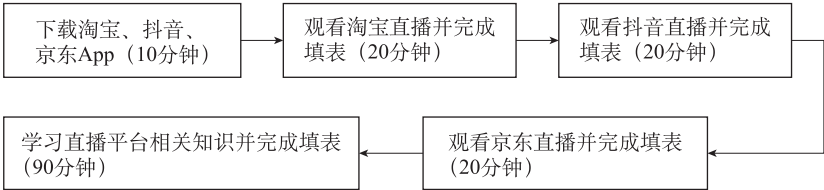
项目任务书

课内学时	4	课外学时	2
知识目标	1. 对直播有初步的认识 2. 对直播平台有初步的了解 3. 对直播运营有初步的认识		
技能目标	1. 能够对直播平台进行分类 2. 能够选择正确的平台进行直播活动		
素养目标	1. 树立正确的价值观、社会观,文明观看直播 2. 培养自主解决问题的能力 3. 培养严谨细致的学习态度		
项目任务描述	1. 下载淘宝、抖音、京东 App 2. 观看淘宝直播,完成表格填写,初步认识淘宝直播 3. 观看抖音直播,完成表格填写,初步认识抖音直播 4. 观看京东直播,完成表格填写,初步认识京东直播 5. 听教师讲解或自行看教材、看相关视频资料、搜索网上相关资料,对不同直播平台进行对比分析		
学习方法	1. 动手实践 2. 听教师讲解		
所涉及的专业知识	1. 网络直播的发展历程 2. 网络直播的类型 3. 不同网络平台的介绍		
本任务与其他任务的关系	本任务是本课程的第一个任务,通过本任务的学习,使学生对直播有一个初步了解,为后续任务的完成打下良好的基础		
学习材料与工具	材料: ①项目任务书后所附的基本知识; ②在线视频资料 工具: 项目任务书、任务指导书、手机、计算机、笔		
学习组织方式	部分步骤以团队为单位组织,部分步骤以个人为单位组织		



任务指导书

完成任务的基本路径如下。



第一步,在手机上安装淘宝、抖音、京东 App。

第二步,打开淘宝 App,进入直播间。

(1) 打开淘宝 App,找到“淘宝直播”,如图 1-1 所示,点击进入。



图 1-1 淘宝直播页面

(2) 点击“淘宝直播”页面的“时髦穿搭”,进入屏幕中的任意一个直播间,观看不少于 3 分钟,边看边填写表 1-1。

表 1-1 任务产出—— 淘宝直播间第一印象(1)

观看的直播间的名称是_____ ,直播 ID 是_____
直播间_____人观看,直播过程中共_____人出境
直播间有主播_____人,有助播_____人

续表

直播间的观众页面上有_____个按钮	
1. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
2. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
3. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
4. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
5. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
主播身后的背景	☐ 电子大屏铺满整个背景 ☐ 电子屏幕占据了一定的背景
	其他:_____
观看过程中,手机屏幕上出现过什么动态信息	
点击直播间观众页面的购物袋图标,点击产品链接,并进行浏览体验	

(3) 在“淘宝直播”页面搜索栏输入“鸿星尔克旗舰店”或熟悉的其他品牌的旗舰店,进入该旗舰店,边看边填写表 1-2。

表 1-2 任务产出——淘宝直播间第一印象(2)

观看的直播间的名称是_____,直播 ID 是_____	
直播间_____人观看,直播过程中共_____人出境	
直播间有主播_____人,有助播_____人	
主播身后的背景	☐ 电子大屏铺满整个背景 ☐ 电子屏幕占据了一定的背景
	其他:_____
直播间观众页面出现的图形或按钮	☐ +关注 ☐ 领取亲密度 ☐ 来点淘赚元宝 ☐ 小助理 其他:_____
观看过程中,手机屏幕上出现过什么动态信息	
在直播间观众页找到对话框“跟主播聊什么”,在对话框内输入内容并观察反馈。 输入的内容:_____	
☐ 有回复,回复的内容是_____	
☐ 无回复	

(4) 进入“淘宝直播”页面“居家生活”“吃货力荐”“全部分类”中的任意一个直播间,观看不少于 3 分钟,边看边填写表 1-3。

表 1-3 任务产出——淘宝直播间第一印象(3)

观看的直播间的名称是_____，直播 ID 是_____	
直播间_____人观看，直播过程中共_____人出境	
直播间有主播_____人，有助播_____人	
主播身后的背景	☐ 电子大屏铺满整个背景 ☐ 电子屏幕占据了一定的背景
	其他：_____
点击直播间观众页面的空白处，屏幕上出现的变化是_____ 重复点击，屏幕上出现的变化是_____	
观看淘宝直播人群的特点有哪些	

第三步，打开抖音 App，进入直播间。

打开抖音 App，点击右上角的“搜索”按钮，输入“直播”，点击后打开任一个直播间，边看边填写表 1-4。

表 1-4 任务产出——抖音直播间第一印象

观看的直播间的名称是_____，直播间_____人观看	
直播间点赞量是_____，直播过程中共_____人出境	
直播间有主播_____人，有助播_____人	
直播间观众页面出现的图形或按钮有_____个	
1. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____ 2. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____ 3. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____ 4. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____ 5. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
主播身后的背景	☐ 电子大屏铺满整个背景 ☐ 电子屏幕占据了一定的背景
	其他：_____
观看过程中，手机屏幕上出现过什么动态信息	
点击直播间观众页面的小黄车图标，点击产品链接，并进行浏览体验	

第四步,打开京东 App,进入直播间。

打开京东 App,在屏幕下方点击“京东直播”,点击后打开任一个直播间,边看边填写表 1-5。

表 1-5 任务产出——京东直播间第一印象

观看的直播间的名称是_____ ,直播间_____人观看	
直播间点赞量是_____ ,直播过程中共_____人出镜	
直播间有主播_____人,有助播_____人	
直播间观众页面出现的图形或按钮有_____个	
1. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
2. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
3. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
4. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
5. _____按钮(描述或画出来)表示的意思是_____	
主播身后的背景	☐ 电子大屏铺满整个背景 ☐ 电子屏幕占据了一定的背景
	其他:_____
观看过程中,手机屏幕上出现过什么动态信息	
点击直播间观众页面的购物袋图标,点击产品链接,并进行浏览体验	

第五步,听教师讲解或自行看教材、看相关视频资料、搜索网上相关资料,填写表 1-6。

表 1-6 任务产出——不同直播平台的对比分析

直播平台名称	淘宝	抖音	京东
平台定位			
用户人群年龄情况			
用户人群性别比例			
平台规模			
平台优势			



项目任务评分标准及评分表

“认识直播运营”评分标准及实际评分表(总分 5 分)

班级：_____ 学生姓名：_____ 学生学号：_____

考核标准	分 值 明 细						
	1	1			1	1	1
任务产出	下载、安装淘宝、京东、抖音 App	淘宝直播间第一印象			抖音直播间第一印象	京东直播间第一印象	不同直播平台的对比分析
		印象一 (0.5)	印象二 (0.25)	印象三 (0.25)			
评分标准	每安装完成一个 App, 得 0.33 分, 总分值不超过 1 分	产出表全部填写无漏项, 内容正确得 0.5 分, 如有漏项或错项, 每漏(错)填一项扣 0.025 分(总扣分不超过 0.5 分)	产出表全部填写无漏项, 内容正确得 0.25 分, 如有漏项或错项, 每漏(错)填一项扣 0.025 分(总扣分不超过 0.25 分)	产出表全部填写无漏项, 内容正确得 0.25 分, 如有漏项或错项, 每漏(错)填一项扣 0.025 分(总扣分不超过 0.25 分)	任务产出表全部填写无漏项, 内容正确得 1 分, 如有漏项或错项, 每漏(错)填一项扣 0.053 分(扣分最多不超过 1 分)	任务产出表全部填写无漏项, 内容正确得 1 分, 如有漏项或错项, 每漏(错)填一项扣 0.053 分(扣分最多不超过 1 分)	填写任务产出表, 每个空格填写正确得 0.067 分, 总分为 1 分
实际得分							
总得分							



基本知识

一、网络直播的概念、特点及发展历程

(一) 网络直播的概念

网络直播是基于互联网平台,将现场直播以视讯的方式上传,以供用户进入网站观看的传播形式。凭借互联网的传播快速、内容直观、无地域限制、交互性强等特点,网络直播带来的现场推广效果,较传统的传播方式明显增加。当前我国的网络直播形式主要有以下两种。

(1) 借助电视信号的网上观看。这种形式通过采集电视信号,完成数字信号转化后上传网络,以供用户观看。它是网络直播的最初形式,也是沿用至今的形式之一,例如,春晚的直播,以及文艺活动、体育赛事等的直播。

(2) 自设独立信号的网上观看。在活动现场架设信号采集设备,自主收



全媒体运营
发展现状



新媒体法
律、法规

集新视频内容,并将此形成独立信号后传输至导播端,用户通过浏览网址完成观看。

（二）网络直播的特点

1. 共时性

伴随互联网及移动网络的发展,手机、笔记本电脑、平板电脑等通信设备逐渐普及,人们越来越倾向于通过以上设备获取信息。随着无线局域网(Wi-Fi)的覆盖范围逐步扩大,手机、平板电脑等对流体媒体信息的接收能力显著提升。人们如果有观看直播的需求,可拿出随身携带的通信设备,连接 Wi-Fi,搜索直播链接,即可进行观看。在网络直播模式中,视频采集、发布、收看可同时进行。

2. 互动性

互动性是网络直播与传统直播的最大区别。传统媒体在直播事件时只能采用文字、图片、音频、视频等,将现场事件的发展传递给观众,观众与媒体发布者之间、观众与观众之间是无法进行即时交流的。而网络直播不仅可以让用户及时掌握事件的动态信息,还可以与发布者、观看者进行沟通,用户将自己的想法、观点、感受等发表在即时留言板、论坛、弹幕等上面,实现与发布者及其他用户的互动。

3. 灵活性

网络直播内容的采集非常灵活。用户需求的多样性决定网络直播内容的丰富性,包括吃饭、旅游、购物、娱乐等各种不同的活动都可以成为直播的内容,而且内容采集时一般仅需要一部智能手机就可以操作。

网络直播内容的发布非常灵活。无论是专门的直播平台,还是淘宝等电商平台,只要申请入驻并通过审核后便可以轻松发布自己的直播内容。

网络直播内容的接收非常灵活。对用户而言,只要有计算机、智能手机等相关设备,便可以登录直播平台,寻找自己感兴趣的内容。

此外,传统媒体是线性传播的,也就是节目存在一定的播出顺序,观众无法对节目重播的时间进行自主选择。而目前的网络直播视频可以很方便地存储在平台上,观众即使错过直播,也可以在任何时间段登录网络平台进行回放,因此具有很强的灵活性,可以更好地满足受众的观看需求。

4. 平民化

随着智能手机的普及及无线通信技术的发展,网络直播内容生产和发布的门槛已经越来越低,直播已经不仅是一种娱乐方式,更成为网络大众普遍使用的表达方式。无论是明星、网红、意见领袖还是普通网民,都可以登录网络直播平台,发布自己想要分享的内容,并以此为媒介与其他用户进行互动。

5. 平等性

传统传播媒体时代,信息的传播是单向的,即媒体制作后传输给观众收看。在这样的信息传播模式中,内容制作方与用户之间的地位是不平等的,内容制作方具有更大的主动权,处于较高的位置,而用户的地位则比较被动。

在网络直播模式中,内容的制作者与用户之间的地位是平等的,双方均拥有自主选择

权,并可基于平台进行互动交流。

(三) 网络直播的发展历程

直播与视频业紧密相连,是视频业不可分割的一部分,在不同时代直播形式一直在更新。我国的视频,大致经历了从长视频到短视频,从录播到直播,从 PC 端到移动端几个阶段。视频及直播不是近两年才出现的新生事物,国内的直播最早可以追溯到 1984 年国庆举行的阅兵直播。这次直播刷新了中国电视收看人数纪录,也是我国首次通过卫星向海外各国转播国庆阅兵。

从电视直播过渡到互联网直播用了 20 年的时间。互联网直播的互动性及实时性更具有优势,表现内容更为丰富,以 YY、9158 等互动视频直播平台的成立作为我国互联网直播的 1.0 时代,互联网直播在国内的发展历程大致可以分为以下 4 个阶段。

1. 互联网直播 1.0 时代:PC 秀场直播

2005 年在互联网产业迅速发展的背景下,以陌生人视频社交为切入点的 9158 在诸多视频网站中脱颖而出,从最初的网络视频聊天室逐渐发展成为主打美女主播的秀场。此时,语音出身的 YY 也开始拓展直播业务,开发出了通过成立不同工会培养网红的模式。

2010 年在 PC 秀场直播方面,YY、9158 及六间房三大平台占据了大部分市场份额,建立了一套相对成熟的以虚拟物品打赏、会员充值及与品牌商合作为核心的商业模式。

2. 互联网直播 2.0 时代:PC 游戏直播

2014 年,YY 将游戏直播剥离出来并创建虎牙直播,A 站的“生放送”板块被买走并创建斗鱼 TV,2015 年苏州游视网络科技有限公司借助电竞团队 PLU 打造了龙珠直播。

近几年我国游戏市场规模快速增长,游戏直播吸引了大量用户的关注,并成为电竞产业完成价值变现的重要组成部分。电竞赛事相对频繁、游戏用户群体购买欲及忠实度较强、游戏直播的娱乐性及社交性更为强烈,从而使其成为继 PC 秀场之外的第二大独立战场。

3. 互联网直播 3.0 时代:移动直播、泛娱乐直播

2015 年,我国移动视频直播平台大量涌现,主打“分享”及“陪伴”主题的花椒、“映客”及“一直播”等,成功吸引了包括“90 后”及“00 后”在内的诸多用户群体的一致青睐。由于移动互联网及智能手机的技术持续突破,限制移动直播发展的诸多痛点已经得到有效解决,移动直播进入快速普及推广阶段。

由于内容消费需求进一步升级,为了迎合用户需求,打破时间及空间限制的视频直播不再局限于简单的直播场景,直播平台向覆盖范围更为广泛的泛娱乐领域全面拓展。视频直播与更多的细分领域不断融合成为一种发展趋势。泛娱乐直播包括演唱会直播、赛事直播及综艺节目直播等。视频直播应用范围的全面拓展,也代表着其变现渠道越发多元化,内容供应者及视频直播平台能够从中挖掘出巨大的价值。在泛娱乐的发展下,出现“直播+”形式,使各行各业进军直播行业。

2016 年网络直播进入爆发期,这一年网络直播行业诞生了千余家直播平台,用户人数突破 3.5 亿,被称为直播元年。2016 年 11 月,国家网信办发布了互联网直播服务管理规定,对直播平台资质、主播实名、内容审核等方面做了详尽规定。国家大力整治关闭了不少



网络直播的
发展历程

非法直播平台,大量直播平台在此过程中消失。直播带货在 2019 年得到了较快的发展。2020 年年初突如其来的新冠肺炎疫情使经济活动几乎陷入了停滞,客观环境助推了线上消费的发展,电商直播火爆起来,直播平台模式在淘宝直播的带动下找到了新的盈利方向。

4. 互联网直播 4.0 年代:VR 直播

由于 VR 在软硬件生产方面都取得实质性突破,VR 从概念开始落地为各种产品,将 VR 应用至视频直播领域后,有望开启一个全新的直播 4.0 时代。

与普通的视频直播相比,VR 直播能为用户提供 360°的全景画面,将会有更强的视觉效果及沉浸式体验触手可及的场景,道具及逼真的直播环境,将极大地增强用户的参与感及忠实度,最终使视频直播产业实现跨越式发展。

二、网络直播的类型

(一) 按直播内容分类

网络直播的类型非常多,按照直播内容分类,可以分为游戏、秀场、生活、随拍、明星等类型,如表 1-7 所示。

表 1-7 网络直播按内容分类

游 戏	秀 场	生 活	随 拍	明 星
英雄联盟	聊天	购物	猎奇	访谈
王者荣耀	唱歌	烹饪	展会	探班
穿越火线	MC	美妆	拍卖	演唱会
.....	NJ	娱乐	户外	发布会
	舞蹈	旅游	御宅	见面会
	乐器	健身	萌宠	
	体育	放映室		
	沙画	财经		
	二次元	科技		
		教学		

(二) 按直播平台属性分类

从直播带货的平台属性来看,直播带货分为电商直播和直播电商。但这种分类方法目前还不是很普及,很多时候两者仍混合使用。

1. 电商直播

一般认为,电商直播就是指一些原本做电商的商家在电子商务平台上借助直播功能来

更全面地推广自己的产品,让客户在了解相关知识的同时更放心地选择自己的产品,即“电商+直播”。例如,在淘宝、京东、拼多多等平台的直播带货就属于“电商直播”。做直播的主体以电商平台上的商家为主,他们有自己的店铺和团队,通过配置货品来做直播。商家可以把直播当成常态的销售渠道,也可以跟达人直播合作进行新品首发、爆款助力等。核心是做货品规划匹配和营销节奏控制。直播只是其店铺运营里的一个环节,大部分的工作还是以“产品设计、货品规划、消费者运营”为主。

电商平台交易色彩较重,用户购物的目的也比较明确,因而直播购物转化率高;电商平台品类丰富,供应链稳定,可以满足用户多元化的需求,提高观看直播的用户购物体验,达到引流效果;平台流量分发重效率,商家/主播“二八效应”明显,更容易打造平台标杆主播吸引其他商家入局;MCN 机构参与度更高,平台可以从红人管理中抽身,专注于平台工具的打造;大品牌入驻率更高,平台也致力于提高整体商品的质量水平。

2. 直播电商

直播电商一般是指“内容+电商”,有着多种类型平台,即传统直播平台与娱乐型平台,其发展方向不同,运营方式也不一样。该类直播带货平台的发展特点是:平台属性偏向于内容社区,早期通过娱乐性内容积累大量用户,形成巨大的流量池;平台品类相对有限,集中于转化率较高的服装、美妆等产品,比较符合平台年轻化群体追求颜值提升的需求,也适合“短视频+直播”方式来展示;平台流量分发效率与内容并重。部分内容平台为了开发长尾效应的商业潜力,偏重内容多元化,而有的内容平台重效率,有利于打造“爆款”产品;品牌入驻度较低,因为平台用户在做出购买决策时更关注产品深度内涵和性价比,对品牌的重视度在下降。

中国互联网络信息中心第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2022 年 12 月,我国网络视频(含短视频)用户规模达 10.31 亿,较 2021 年 12 月增长 5 586 万,占网民整体的 96.5%,其中,短视频用户规模达 10.12 亿,较 2021 年 12 月增长 7 770 万,占网民整体的 94.8%;我国网络购物用户规模达 8.45 亿,较 2021 年 12 月增长 319 万,占网民整体的 79.2%;我国网络直播用户规模达 7.51 亿,较 2021 年 12 月增长 4 728 万,占网民整体的 70.3%。

三、直播平台介绍

(一) 直播平台的分类

从 2015 年下半年开始国内在线直播进入快速发展阶段,2020 年上半年,直播更是井喷式爆发,全民直播时代到来。直播平台品类繁多,大致可以分为以下几类。

(1) 娱乐类直播平台。娱乐类直播主要包括娱乐直播和生活直播两类,其中娱乐直播主要为演唱、舞蹈等,生活直播主要为逛街、做饭、出行等。目前娱乐类的直播平台主要有 YYLIVE、斗鱼 TV、美拍等。

(2) 游戏类直播平台。游戏行业一直是巨头们青睐的对象,特别是电竞在全球的发展带来大量的资本涌入。国内现在的游戏类直播用户主要集中在斗鱼 TV、虎牙直播、战旗 TV、龙珠直播、火猫等平台。



直播平台介绍