Management Science and Research
Volume 11 Issue 7, July 2022, PP. 166-170

Research on the Profit Model of Live Broadcasting Platform in China
—Taking YY Live Broadcasting as an Example

Yan Zhang
Business School of Nanjing University of Information Engineering, Nanjing, Jiangsu
Email: 206067274@qq.com

Abstract

In recent years, due to the rapid development of Internet technology, webcast has gradually penetrated into our lives, attracting a large number of users and increasing daily entertainment. However, due to the fierce competition of similar products and the surge in the number of users of emerging platforms such as Tiktok and Toutiao, many uncertain factors still exist in its future development. Therefore, studying the profit model of webcast enterprises is very important for analyzing and reducing the possible risks of the future development of webcast platform. This paper mainly adopts the case analysis method, taking YY live broadcast, the founder of the domestic webcast industry, as an example, analyzes the profit model of YY live broadcast by using the theory of several major elements of the profit model, summarizes and analyzes the existing problems of the profit model of YY live broadcast, and finally puts forward some scientific and feasible improvement suggestions, which will help the development of the future path of YY live broadcast platform.

Keywords: Live Broadcast Platform; Profit Model; YY Live Broadcast

我国直播平台盈利模式的研究
——以 YY 直播为例

张严
南京信息工程大学商学院，江苏南京

摘 要：近年来，由于互联网技术迅猛发展，网络直播逐渐渗透到我们的生活当中，吸引了大批用户，增加了日常娱乐，但是许多直播企业因产品相似竞争激烈、抖音和今日头条等新兴平台用户数量激增，其未来的发展还存在着很多不确定性的因素，因此研究网络直播企业的盈利模式对于分析与降低网络直播平台未来发展可能存在的风险十分的重要。本文主要采取了案例分析法，以国内网络直播行业的奠基者 YY 直播为例，通过运用盈利模式几大要素理论来分析 YY 直播的盈利模式，总结分析出 YY 直播盈利模式现存的问题，希望最终能够提出一些既科学又可行的改进建议，对 YY 直播平台今后路径的发展有一定的帮助。

关键词：直播平台；盈利模式；YY 直播

1 引言

2020 年一场突如其来的新型冠状疫情席卷了人们，直播平台非常便利地满足了“避免接触”的需求，学校也都纷纷地推行线上授课。此外，近几年来直播人数都在飞速的增长，而且随着互联网的快速发展，“直播+”的形式也是各式各样。因此，研究直播平台的盈利模式就显得很有意义，既能够降低企业营运的风险，也能够提升公司的市场竞争力和持续发展能力。此外，盈利模式与公司的盈利能力息息相关，公司的最终目标就是实现赢利最大化，所以各公司一定要挖掘出适合自身的盈利模式，找准自身的发展方向。目

前随着国内直播平台数量增长，竞争也变得越发激烈。所以，本文以 YY 直播为例研究 YY 直播平台的盈利模式，找出导致平台盈利的因素以及阻碍平台发展的问题，以求最终能够提出一些有益于平台发展的建议与想法，降低直播平台发展进步的风险，为我国直播平台进程做出一点贡献。

2 文献综述

项国鹏（2014）在外国经济与管理中提出，只有将有价值的产品提供给顾客，企业由此才能获得利润，这样也就能够帮助企业建立适合自身的盈利模式。张学斌（2018）在财会通讯中认为，盈利模式是一种运行机制，企业需要从客观的角度考虑，顺应市场发展的规律，借助先进的技术，整合企业的资源和优化业务的流程，争取用最少的投入获取利润的最大化。有些学者从企业运营的角度，余伟萍（2004）指出，每个企业都存在四个生命时期，企业所处的时期不同，公司所采取的发展战略也有所不同，因此分析企业的盈利模式也要考虑到企业目前所处的时期。蔡琪（2015）在中国青年研究中提出了几种经典的经济模式，粉丝在市场经济中的作用日趋强大，但是即使粉丝经济在日益发展，但风险与考验也随之而来。刘凤婷和李丹（2019）在现代商业期刊中阐述了 YY 直播平台的盈利能力，讲述了 YY 直播平台的盈利模式，其次还介绍了 YY 直播盈利模式存在的问题以及解决方法：提高主播自身的素质；注重直播内容的品质与优化；实现多元化盈利。

3 YY 直播平台盈利模式的分析

3.1 盈利对象分析

从年龄的角度来看，YY 直播用户主要是以和互联网一起成长起来的年轻人为主。根据监测数据，用户年龄在 30-40 岁之间占比为 60%左右，并且主要分布于 20 至 50 岁之间，中老年人偏少。从性别方面来看，YY 直播以男性居多，而且人数远远大于女性。从职业的分布来看，自由职业者占比 34.7%，是参与直播的主力军。

3.2 盈利来源分析

3.2.1 用户打赏

用户提供的虚拟道具打赏是直播平台最基本和收入占比最高的盈利方式。从表格 3.1 中的数据可以看出，YY 直播拥有庞大的用户群体，可观的流量，2020 年 12 月 31 日，YY 总付费用户数同比增长 9.8%至 450 万，截至 2020 年第三季度， YY 直播活跃用户达到 4130 万。用户的打赏收入占营业总收入的比值约为 94%，这也体现出了 YY 直播过度依赖用户打赏，收入结构过于单一化，需要拓展收入渠道，增强盈利能力，分散风险。

3.2.2 广告服务

广告一直是各大直播公司最常见的盈利来源之一，YY 直播的网页、APP 和直播间都设有广告宣传窗口，无论是硬广还是广告植入都能够触及到目标群体。但是广告如若投放过多会影响用户的直播体验。据 2020 年 YY 直播财务数据显示，广告收入占营业总收入 6%左右，这个占比数额很小，所以 YY 直播需要创新广告投入模式和提高用户活跃量，加大广告收入，拓宽收入渠道。

3.2.3 增值服务

增值服务主要是体现在付费用户身份的选择上，观众有贵族、守护者和真爱粉丝团三种身份可以选择，每种身份对应的付费方式也是不同的。贵族的付费方式是“首开+续费”，而且会有返券，以此促进后续消费，贵族也有不同的身份，身份越尊贵，需要付的金额也就越多，进而享有的特权也越多。

3.3 盈利杠杆分析

3.3.1 “直播+”领域

YY 直播最初是以音乐秀场直播为主，后来逐步进行拓展并增加舞蹈、游戏和健身等多种直播类型，再到现在全面覆盖体育、医疗、文化、移动和教育等领域，充分丰富“直播+”种类，尤其是疫情爆发的这两年，线上直播很是火爆，未来线上直播将会是直播平台发展的新趋势。所以，“直播+”收入在总营业收入中的比重会越来越大。

3.3.2 提升技术 加快创新

YY 直播不断提升自身的技术，加大研发投入，使得直播音质更清晰、画面感更舒服。YY 还紧跟时代的潮流，利用人工智能收取用户反馈数据并分析，然后找出欠妥之处，寻求能够完善并且具有差异化的决策。而且，YY 直播还注重打造网红孵化、明星直播和视频回放等等，丰富直播内容。

3.3.3 签约知名主播 竭力寻求合作

YY 公司成立 10 年以来，合作过的公会也已经超过 15000 个，累计签约星级主播超过 150 万，给主播和合作伙伴累计分成近 300 亿元。YY 直播不断签约具有特色并且具有巨大流量能够吸引用户的主播，例如中国象棋特级大师陆伟韬等体育主播、全国劳动模范赵广军等正能量主播、广绣非遗传承人等文化主播，他们都给 YY 直播带来了可观的收入。2015 年，YY 直播与游民星空达成合作，增加了直播平台的趣味和新奇，丰富游戏玩家的游戏体验；2016 年，YY 直播与华策、芒果等娱乐公司进行篮球、游泳等体育类赛事直播合作。

3.4 盈利能力分析

为了了解 YY 直播的盈利现状和发展前景，本文分析了 YY 直播公司在过去四年里（2017-2020）净资产收益率、总资产净利率和销售毛利率三项与盈利能力相关的指标：

表 3.3 YY 直播 2017-2020 年盈利能力有关指标数据

日期	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
净资产收益率	26.24%	13.36%	15.17%	32.10%
总资产净利率	18.42%	8.84%	10.98%	20.73%
销售毛利率	28.13%	27.03%	12.51%	39.40%

数据来源：东方财富网

YY 直播的总资产净利率在 2017-2019 年三年之间一直处于下降的趋势，并且下降的幅度都较大，但是一直处于正值，并未发生亏损。2020 年，YY 公司的总资产净利率上升，变成 18.42%，虽然没有 2017 年的数值大，但是公司运用资产转化为利润的能力提高，投入也能够有效地转化为产出。总的来说，YY 公司近几年运用资金的能力处于波动状态，投入转化为产出的水平较低，资金运用效力不足，当然也由于如今竞争对手增加，直播用户受到分流，收入增加没有前些年稳定。

从表中可以看出，销售毛利率大体上都呈下降的趋势，2020 年比 2017 年的数值低了许多，主要由于近年来抖音、快手、今日头条等新兴平台对原有直播平台产生的冲击，并且 YY 直播主营收入较单一，所以 YY 直播为了提高竞争能力，稳定和提升市场份额，吸引用户，增加了宽带成本、内容成本和签约成本的支出。2018 下半年，直播平台用户增长速度变慢，打赏的收入变现困难，用户付费的意愿变低，泛娱乐直播平台的增长速度也出现了降低。因此，为了维持 YY 的盈利杠杆，公司也在加大研发资金的投入，创新自身

的技术和直播内容，拓展内容种类。此外，该企业的净资产收益率近几年存在下降的趋势并且数值不稳定，表明该企业盈利能力存在不确定因素并且还有上升的空间。

4 YY 直播盈利模式存在的问题与改进措施

4.1 YY 直播盈利模式存在的问题

4.1.1 成本支出增长迅速

近年来，YY 直播的营业成本增加迅速，主要体现在宽带成本、提升和创新直播内容成本和主播的签约成本三个方面：宽带的成本支出数额很庞大，据媒体指出，每月仅宽带费用就达到 3000 万至 4000 万元，未来随着用户人数增多，宽带成本会持续增加。

4.1.2 行业竞争激烈

抖音与快手等短视频平台，既将传统直播平台的用户转变成为短视频平台的观众，也将用户的娱乐转移到短视频附带的与传统直播平台类似的直播平台，而且对直播平台产生压力的不仅来自短视频，还有很多知名的网站和 APP，例如哔哩哔哩、知乎和今日头条等。

4.1.3 收入结构较单一

从下面图 4.1 中可以看出，YY 公司直播打赏收入占比达到了 94%。业务类型和收入来源过于单一，而且 YY 公司利润增速处于波动状态，带来的利润是具有风险的。因此，这种单一的收入来源势必会给公司带来很大的经营风险，会影响企业的可持续性经营。



4.2 YY 直播盈利模式的改进措施

4.2.1 降低成本 细化经营

YY 直播可以与一些知名或者具有发展潜力的主播签订长期劳动合同或者可以打造一些专属于自身平台的主播，让他们只能为 YY 直播服务，以此来获得稳定的收入和防止优质主播的流失。目前，YY 直播行业的竞争日益加剧，直播公司应该实行精细化经营，不能对所有的用户提供千篇一律的服务，要对不同的顾客要实行分层，对不同层次的用户推出不同的直播服务，以此来满足顾客的需求。

4.2.2 坚持创新 优化直播内容品质

创新是一个直播公司长久生存和发展，获取持久收益的必备要求，因此 YY 直播公司一定要与时俱进，不断创新自己提供的服务，能够紧跟瞬息万变的市场和顾客的需求。公司可以加强直播内容的研发，推出

具有高质量内容，增强用户的付费意愿和忠诚度，保持市场份额。此外，YY 还可以加大技术创新，增强网络传输速率和直播画面质感，通过技术手段让用户欣赏到更加优质的直播内容，树立 YY 直播良好的形象。

4.2.3 拓展收入渠道 增强盈利能力

YY 公司可以尝试多元化经营服务，分散主要依靠直播收入带来的风险，拓宽收入渠道，在不同的领域里创造利润，公司可以尝试与短视频、移动社交和电商等产业进行合作。此外，YY 还可以与品牌商进行合作与商讨，探索广告营销策略和投放模式，例如可以展示品牌产品生产流程，增强消费者对品牌的信任和依赖，以此扩大品牌的知名度和销售量。

5 结论与展望

5.1 结论

本文通过运用网络直播的概念、盈利模式的概念和相关的理论基础，对 YY 直播平台的盈利模式进行了系统的分析，研究了目前 YY 直播平台存在的问题以及解决的对策，最终得出了如下的结论：

近几年来，网络直播的发展迅猛，竞争激烈，为了提升自身的竞争优势，YY 需要继续专注于丰富直播内容种类、提升直播内容品质，吸引更多用户参与并且加强用户对直播的粘性。另外，YY 公司还应该继续培养和打造才艺丰富、涵养高尚的主播，同时还要积极地进行跨平台合作甚至探寻海外市场，提升竞争能力，巩固 YY 在直播行业的优势和领先地位。此外，YY 直播还需要降低成本，重视成本控制，实现精细化经营。

5.2 未来展望

网络直播未来具有良好的发展前景，尤其是移动端的发展，但是，各平台切不可掉以轻心，还是要坚持打造自身的核心竞争力，培养高素质高素养的主播，提升直播的服务品质。随着科技的进一步提升以及 5G 时代的到来。直播公司也要更加注重用户的需求，增加盈利点的分析，深化供给调整，使得直播能够更加有效的满足人们的日常生活。当然，各种媒体和广告也会加大对平台的使用以达到有效地推广，直播平台的经济效益也将得到提升。

参考文献

[1] 项国鹏,杨卓,罗兴武.价值创造视角下的商业模式研究回顾与理论框架构建-基于扎根思想的编码与提炼[J].外国经济与管理,2014,36(06):32-41

[2] 张学斌.价值网视角下 O2O 企业盈利模式解析[J].财会通讯,2018(02):61-64

[3] 余伟萍,段佳敏.企业发展与盈利模式设计[J].铁道运输与经济,2004,(26)

[4] 蔡琪.社会化网络时代的粉丝经济模式[J].中国青年研究,2015,(11)

[5] 叶杰.免费商业平台下我国网络游戏厂商盈利模式研究[D].安徽:安徽大学,2016

[6] 刘凤婷,李丹.YY 直播平台盈利能力分析[J].现代商业,2019(07):8-9

[7] 金聪昊.中国网络直播平台盈利模式分析[J].经贸实践,2017(15):169

[8] 余家豪,李丹.网络直播平台盈利模式研究[J].现代商业,2019(09):23-24

[9] 刘嫣然.网络直播平台的盈利模式研究[D].华北水力水电大学,2020:3-6

[10] 白镇源.斗鱼网络科技有限公司的盈利模式分析[D].青岛理工大学,2018