

斗鱼直播盈利模式分析

Analysis of Profit Model of Douyu Live Broadcasting

罗浩 李杨阳*

Hao Luo Yangyang Li*

云南工商学院 中国·云南昆明 650000

Yunnan Institute of Business and Technology, Kunming, Yunnan, 650000, China

摘要: 互联网的普及带动了网络产业的发展,也促使了直播行业的兴起,虽然发展势头强劲,但高速发展的背景下也致使直播行业没有形成良好的市场环境,导致其准入门槛低,其中斗鱼虽然作为直播行业的翘楚但也存在着许多弊端,如盈利渠道单一、成本高、监管力度不够等,在现阶段市场饱和的情况下已经很难有更多的发展,所以斗鱼需要拓宽自身的盈利渠道和“升级”自身的盈利模式,降低成本、探索更多元化的发展道路从而更好地促使斗鱼直播的可持续发展。

Abstract: The popularity of the Internet has led to the development of the network industry and also promoted the rise of the live broadcast industry. Although the development momentum is strong, the rapid development of the background also led to the live broadcast industry has not formed a good market environment, resulting in its low entry threshold. Although the Douyu is the leader of the live broadcast industry, there are many drawbacks, such as single profit channel, high cost and insufficient supervision. In the current market saturation situation, it is difficult to have more development. Therefore, Douyu needs to broaden its own profit channels and “upgrade” its own profit model, reduce costs and explore more diversified development paths so as to better promote the sustainable development of betta fish live broadcast

关键词: 互联网;直播;盈利模式;竞争

Keywords: Internet; live broadcast; profit model; competition

DOI: 10.12346/emr.v4i5.7279

1 引言

随着互联网时代的发展和进步,网络的不断普及,使得网民的人数逐渐增加,催生了许多互联网产业,然而高速的发展背景,也致使其没有形成完整的互联网模式定义,导致互联网企业良莠不齐、市场环境混乱不堪。正如管理学大师彼得·德鲁克曾说:“当今企业的竞争,不是产品之间的竞争,而是商业模式之间的竞争。”这种理论也是基于市场不断竞争演变而来的,也是为了更好地提高市场竞争力而提出来的。

盈利模式就是制定正确的战略,为客户提供产品和服务,以实现利润最大化的一种运行机制^[1]。盈利模式是基于价值链理论延伸和发展的,国外学者围绕二者的关系进行了相关理论研究,从价值链角度出发,盈利模式是通过构建企业上

下游体系来获取收益并产生利润的架构,而拆分该架构可有效识别盈利模式的作用,并有针对性地进行整合重构^[2]。在盈利模式的类型中存在一种价值链形态的盈利模式^[3],能够识别收益及企业的价值流动,并持续保持获利^[4],因此企业价值链的设计对盈利模式至关重要。盈利模式实质上就是价值链环节中的价值创造过程^[5],此外,何佩珮等以社交媒体 Line 为例,研究了其品牌价值链盈利模式与营销策略也告诉了我们制定正确盈利模式的重要性^[6],所以企业制定盈利模式前应当根据自身的条件结合自身的背景和能使用的资源考虑,从而更好地促使资源的合理分配,使经济效益最大化,然后再根据自身条件选择相关的战略合作伙伴,让其更好地进行产业集聚化,降低其生产成本,增加其生产产能,提高其核心竞争力,进而制定更加明确的战略机制。

【作者简介】罗浩(2001-),男,彝族,中国云南昭通人,在读本科生。

【通讯作者】李杨阳(1985-),女,副教授,从事财务会计与管理会计研究。

2 斗鱼直播简介

中国直播行业起步较晚，但发展势头迅猛，特别是在2016年，直播平台更是多达200家，市场总量达到了250亿元，截至2021年，据工信部统计，中国互联网用户总数量达到了16.14亿户^[7]。这也导致越来越多的资本不断涌入直播行业当中，使得直播行业竞争不断加大。斗鱼直播的公司全称为武汉斗鱼网络科技有限公司，前身为ACFN生放送直播，于2014年正式改名为斗鱼TV，是一个以游戏直播为主的弹幕式直播分享网站^[8]，也是国内直播分享网站中的一员，斗鱼作为直播行业中的行业标杆虽然被腾讯收购但依然有着自身的权力仍然属于国内直播行业中的龙头翘楚，从其成立初期就不断发展，在某一时期甚至呈现出碾压虎牙的势头，并在2016年获得腾讯超一亿美元的融资，在此期间，红杉资本以及南山资本都相继投资使其竞争力不断加强。之后更是在2018年签约了旭旭宝宝，发展势头势不可挡，根据猎豹全球智库发布的《2018上半年中国直播APP年度排行榜》显示^[9]，斗鱼直播在短短的几年更是成为了2018年直播类APP的第四名，而斗鱼直播更是在2019年在美国纳斯达克交易所正式上市，股票代码“DOYU”，但直至目前最新资料显示，斗鱼营收同比下降21.6%净亏损3880万元，净利润2350万元，是其自2020年第四季度由盈转亏后的连续七个季度亏损，由此可以看出曾经的风口浪尖行业，现在也开始进入了低谷时期。

3 斗鱼直播的财务状况

斗鱼直播作为中国直播行业中的翘楚，其自身实力肯定是毋庸置疑的。从财务方面来看，斗鱼营业收入从2018年的36.54亿到2019年的72.83亿，同步上升了99.30%，甚至在2020年营业收入达到了96.02亿，对比2019年也增加了31.83%，但是斗鱼2021年的营业收入相较2020年的营业收入下降了4.55%，只达到了91.65亿。这也说明市场开始接近于饱和，市场竞争逐步加强。斗鱼直播2020年的营业利润虽然开始成正比增加，但随后也呈现出了颓势，到2021年末更是下降了6.94%。虽然短暂的扭亏为盈，但随后斗鱼的营业利润又开始出现“滑坡式”的发展。根据斗鱼年度财务报表可知，直播收入、广告和其他收入为斗鱼的主营业务财报显示，2021年四季度，这两项收入在总营收中的占比分别约为94.8%和5.1%。九成以上的直播收入说明斗鱼的盈利来源高度集中也从侧面表明其盈利渠道较为单一，所以企业需要提高自身的竞争力和盈利渠道从而更好地抢占市场资源，增加斗鱼的核心竞争力。具体营业收入与营业利润变化见表1、图1。

由表1和图1可以看出斗鱼直播的发展较为曲折。2018—2021年，斗鱼直播营业收入从36.54亿元增加至2021年的91.65亿元，营业收入足足增加了250.83%，但斗

鱼的营业利润从2018年的亏损8.59亿元，变化到2021年的亏损6.94亿元，只是亏损比例减少。可见斗鱼的发展基数虽然大，但经济效益较低，需要拓宽自身盈利渠道、减少成本，从而更好地探索多元化发展道路。

表1 斗鱼直播营业收入与营业利润变化（单位：亿元）

	营业收入	营业利润	营业利润率
2018	36.54	-8.59	-23.51%
2019	72.83	-1.32	-1.81%
2020	96.02	2.62	2.73%
2021	91.65	-6.94	-7.57%

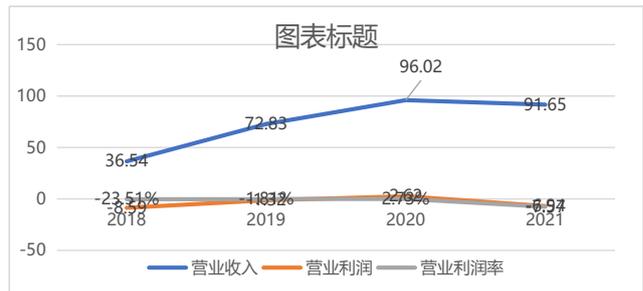


图1 2018—2021年斗鱼直播营业收入与营业利润变化图

4 斗鱼直播的盈利模式

相较传统企业来说，斗鱼的盈利模式显得更加抽象化，但无论是哪种盈利模式都是为了促使企业更好的发展，为企业创造更多的价值。但对比同类型的企业来讲，斗鱼的盈利模式就显得过于单一了，在市场份额都被瓜分的前提下就显得有点“力不从心”了，且随着哔哩哔哩和抖音、快手的加入，市场竞争也变得更加激烈。而斗鱼直播的盈利方式主要分为以下几类。

4.1 游戏直播

斗鱼作为直播行业一开始就是以游戏直播而发展起来的，这也导致游戏直播是其最主要的盈利方式，通过在线上对游戏主播进行虚拟道具的打赏从而抽取部分分成，而这也是大多数主播的收入来源，因此这也促使他们要更加积极地参与互动，从而获得更多的收入，而观众送的礼物越多级别就会得到相应的提升，使其进入新的直播间时会有相应的标记从而更好提高主播的积极性，同时观众也会受到相应的“VIP”待遇，更好地提高其心理满足感，进而刺激其进行二次消费，同时斗鱼也会购买相关游戏比赛的版权，比如其就在2018年拿下了英雄联盟LPL的全部赛事和CSGO Faccit Major的全直播平台独播权，更是在2018年拥有高达两亿的月活动数据，每天近十万名主播开播，但随着政府的干预和准入门槛的提高，直播行业的恶性竞争开始慢慢消失，这在一定程度也使得斗鱼游戏直播的利润开始下降，但游戏直播的收入在斗鱼的利润收入中也占据了很大的比重。

4.2 广告收入

斗鱼2021年第一季度的月活跃人数就高达1.92亿,受到新冠疫情的影响导致居民不能外出,这也进一步使得斗鱼月活跃人数持续增加,使其拥有不菲的流量,从而吸引到越来越多的商家开始投放广告,这也导致斗鱼线上广告的收入占比也同步增加。斗鱼的线上广告是指将广告投放在首页的推荐页面上随机展示,而他的投放优势在于每日用户活跃量大,流量较高,且可基于后台相应设置来进行精准的广告投放,按照展示计费,线上广告只要展示了即收取费用,线下广告费用则按照在活动地点的投放次数收取费用,且平台主播也可接受相应的广告推送,只是平台会按相应的比例进行抽成。

4.3 游戏产品联动

平台与各大游戏厂商进行合作,在斗鱼APP和电脑客户端的直播间放置各游戏厂商的游戏下载二维码,然后根据商议进行抽成,而其庞大的流量也能更好地吸引各大游戏厂商和其进行合作。

4.4 举办线下活动

斗鱼TV的线下模式的盈利方式是通过平台高人气主播和一些游戏职业选手、知名明星来举办一系列的线下活动,从而吸引大量线下玩家及粉丝进行消费,然后其在举办展览、售卖门票和对广告进行推广,达到盈利的目的,其中2018年的斗鱼嘉年华,更是在三日期间就累积了游客35万人次,到场了500多位主播。

5 斗鱼直播盈利模式存在的问题和分析

斗鱼直播的盈利水平虽然高,但随着众多资本的涌入和消费者的体验升级,斗鱼原有的商业模式很难再为其带来经济效益,再加上行业内的商业模式大都千篇一律导致消费者趋于麻木,也进一步暴露了斗鱼自身盈利模式的弊端和缺陷,使得斗鱼直播很难再有更好的发展。斗鱼直播盈利模式存在以下不足。

5.1 盈利渠道较为单一

斗鱼现阶段的主要盈利模式依然是以直播中的打赏为主,盈利渠道单一,而随着竞争加剧,直播市场已经趋于饱和,且各大直播平台的经营方式都大同小异,可复制性强,导致斗鱼很难有新的竞争力,所以斗鱼需要拓展新的渠道,使得盈利方式更加多元化。

5.2 商业模式单一,直播环境较差

随着哔哩哔哩、快手和抖音短视频的加入,直播行业的竞争程度也随之“水涨船高”,而由于直播行业的准入门槛不高,商业模式大都相同,也导致市场一度变得十分拥挤,且模式大都没有什么新的变化,所以也导致用户体验感趋于麻木,再加上斗鱼直播种类虽然多且丰富,但是其监管力度不够,且直播内容大都良莠不齐,所以要加强相应的监管力度,营造良好的直播环境。而随着现阶段直播行业的回冷,

国家也逐步重视起了直播行业,也对行业进行了整顿,甚至颁布了相应的法律法规,使得直播行业的门槛提高,但如果斗鱼不进行新的创新的话也难免不会成为下一个熊猫TV。

5.3 成本较高,且部分主播对平台依赖性较低

斗鱼直播的流量大,是基于人气主播的基础上体现的,但高人气主播随之而来的就是签约成本高,比如旭旭宝宝的签约费更是达到了上亿元,而斗鱼千万级的主播也不在少数,因此斗鱼每年都要支付巨额的签约费,盈利高支出也高,再加上主播对于平台的忠诚度也较低,这也导致很多高人气主播在合同到期后就会在薪资高低的情况下选择跳槽,这样不仅会带走平台部分流量,也会使得用户数量开始向外转移。

5.4 多元化不足,用户分流严重

斗鱼的用户基础虽然大,但大多数都是集中在游戏板块上面,而其他内容的直播竞争力较差,缺乏新的吸引力,这也导致斗鱼的直播多元化较差,再加上直播平台种类多,且各个平台也都有各自的风格,每个平台都有自己的用户基础,使得用户市场被瓜分,很难再有新的用户数量,

6 斗鱼盈利模式的建议

斗鱼直播想要更好地发展,需要重视自身的不足,积极改正。针对斗鱼直播存在的不足,现提出以下建议:

6.1 拓宽盈利渠道

在不影响疫情防控的前提下利用斗鱼自身的流量和知名度举办当前较热门的游戏线下比赛和户外活动,如线下英雄联盟、王者荣耀、真人“吃鸡”的比赛等,然后再放宽相应的参赛限制,并设置奖金,最后将该活动以直播的方式在平台进行直播,从而对其进行更好的宣传,也能更好地带动相关城市的经济发展,从而提升斗鱼的线下盈利能力。

斗鱼平台也能加强和游戏运营商的合作和加强研发投入,投资属于自己的游戏产品,然后再依靠自身的流量进行宣传,并利用平台相关主播的人气进行试玩带动观众的热情和积极性,从而使得该游戏能更好地抢占市场份额,进而降低版权成本,更好地提高斗鱼的竞争优势。

6.2 营造良好企业氛围促进商业模式多元化发展

斗鱼直播种类虽然多但质量总体不高,所以要加强监管提高直播质量,开展平台考核标准,提升主播素养和工作人员的积极性,营造出绿色的直播环境,并顺应多元化发展要求,促使直播模式更加多元化,使观众人数更好地“回流”向其他直播板块,打造出“直播+户外+互联网+电商”的新模式,在留住老用户的同时吸引更多的新用户。

6.3 降低成本,利用自身的流量优势来培养属于自己的主播

斗鱼直播的盈利大,但近季度的营收都是处于亏损的状态,除了竞争环境的加大和市场份额的饱和以外,主播的薪酬过高也是原因之一,导致其每年要支付庞大的主播签约

费。所以斗鱼要在现有主播的人气上发展属于自身平台的优秀主播，给予其更多的流量，从而提高其人气，然后再利用合同的约束来降低斗鱼的成本从而提高自身的盈利能力，也能更好约束主播，高额的违约金也能避免人才流动，且人气主播大多“保质期”太短，所以斗鱼要挖掘更多更有流量和人气的主播，从而提高其竞争优势。

6.4 多元化发展并提高用户对斗鱼直播的依赖性

提高斗鱼会员的优势标准和有奖竞猜的规模，使部分优秀直播间需要会员才能观看，在收取订阅费的同时也给予其相配套的服务，并为其设置更加流畅和清晰的观看环境，在此基础上也要适当调整会员费用的标准，控制在每月 20 到 25 之间，然后在其上下游产业中都推出该会员订阅模式，从而提高其盈利能力和用户对斗鱼的依赖能力。

斗鱼也可推出积分制，在观看时长达多少时间后给予其积分，累积相应数量的积分后可以根据积分来兑换相关的产品，从而提高用户观看直播的积极性，然后积分也可以进行对平台主播的打赏，或者在订阅某些优秀主播时进行抵扣，从而更好的提高用户的依赖性。

7 结语

结合当下热门话题打造属于自身的发展道路，利用自身的流量优势发展游戏直播以外的板块，在不误导青少年的前提下进行直播宣传，并在原有直播风格的基础上进行创新，

从而更好地引导青少年的健康发展。然后加强游戏品类的丰富性和精品化内容投入，使其更加富有竞争力，从而提高斗鱼直播的营业利润。

参考文献

- [1] Wu W M, Huang D S. Modelling the Profitability of Container Shipping Lines: Theory and Empirical Evidence[J].Transport Policy,2018(72):159-170.
- [2] TIMMERS P. Business Model for Electronic Markets[J].Journal on Electronic Markets 1998,8(2):3-8.
- [3] SLYWOTZKY A J. Profit Patterns[M]. New York: Times Business 1999.
- [4] WEILL P, VITALE M R. Place to Space: Migrating to e-Business Models[M]. Boston: Harvard Business School Press,2001.
- [5] TEECE D J. Business Models, Business Strategy and Innovation [J]. Long Range Planning, 2009,43(2):172-194.
- [6] 何佩琇,王琛,曾雪云.社交媒体Line的品牌价值链盈利模式与营销策略[J].财务与会计,2019(14):26-29.
- [7] 段淳林.KOC:私域流量时代的营销新风口[J].中国广告,2019(11):115-116.
- [8] 潘锐.网络直播平台盈利模式分析—以虎牙直播为例[D].广州:广东外语外贸大学硕士学位论文,2022.
- [9] 葛小敏.许延明虎牙直播盈利模式分析[D].佳木斯:佳木斯大学经济管理学院,2022.