滁州学院
CHUZHOU UNIVERSITY

第七届全国大学生市场调查分析大赛安徽省分赛

直播时代，你直播了吗？

——来自滁州市的调查分析

参赛学校：滁州学院

团队名称：越飞越高

参赛选手：李凯月

赵闰月

江鹏飞

指导老师：沈永昌

2017 年 3 月

目录

摘要 1
引言 5
第一部分　调查背景 5
第二部分　调查方案设计 6
一、调查目的 6
二、调查对象 6
三、调查内容 6
（一）行业市场环境调查 6
（二）消费市场调查 7
（三）竞争者调查 7
四、调查时间 7
五、调查组织 7
（一）调查团队的组织 7
（二）其他准备工作 8
（三）调查六阶段 8
六、调查方法 8
（一）样本量确定 8
（二）抽样方法 9
七、调查问卷 10
（一）问卷发放 10
（二）问卷质量的控制 10
八、数据整理及分析 10
（一）数据整理 10
（二）数据分析 10
第三部分　调查分析 11
一、市场环境分析 11
（一）市场规模 11
（二）网络直播行业下的竞争者数据 13
二、调查数据分析 14
（一）调查总体基本情况 14
（二）交叉列联表的卡方检验 16
（三）多因素方差分析 19
（四）具体分析 19
第四部分　得出结论 23
一、大学生对网络直播的认知程度 23
（一）整体认知 23
（二）优/劣势认识 23
二、影响大学生是否观看直播的主要因素 23
三、大学生对网络直播内容的要求 23
四、网络直播的竞争压力 24
（一）直播平台竞争 24
（二）直播种类竞争 24

五、大学生对网络直播前景的看法.....24
第五部分　提出建议.....24
一、对网络直播平台的建议.....24
（一）改进直播内容.....25
（二）吸引大学生用户.....25
（三）扬长避短.....25
（四）乘势而上.....26
二、对用户的建议.....26
（一）对主播的建议.....26
（二）对观看者的建议.....26
参考文献.....26
附录.....28

图目录

图 1　网络直播的搜索指数（整体趋势） 12
图 2　网络直播的搜索指数（PC 趋势） 12
图 3　网络直播的搜索指数（移动趋势） 12
图 4　网络直播的搜索需求图谱 13
图 5　2016 年中国各移动直播平台累计下载 14
图 6　性别分布情况图 14
图 7　专业分布情况 14
图 8　对网络直播的了解情况 15
图 9　是否观看过直播 15
图 10　每周观看直播的时间 15
图 11　是否为喜欢的主播送过礼物 16
图 12　是否作为主播进行过直播 16
图 13　不同性别观看直播的种类 19
图 14　观看直播平台的种类 20
图 15　不看直播的原因 20
图 16　会出于什么原因开始观看直播 20
图 17　做直播的原因 21
图 18　对直播自杀的行为的看法 21
图 19　没有意义的直播内容 21
图 20　直播内容的最基本要求 22
图 21　直播优势 22
图 22　直播劣势 22
图 23　你认为网络直播的发展前景如何 23

表目录

表 1 样本量的分配 9
表 2 性别和观看直播原因的交叉列联表 17
表 3 不同性别对“休闲娱乐”的一致性检验（卡方检验） 17
表 4 不同性别对“主播感兴趣”的一致性检验（卡方检验） 18
表 5 不同性别对“学习某些技能”的一致性检验（卡方检验） 18
表 6 多因素方差分析结果 19

直播时代，你直播了吗？

摘要

一、调查背景和目的

随着互联网的发展，网络直播慢慢兴起，近几年更是发展迅速。许多大学生也紧跟潮流参与网络直播的大军中，观看直播以及进行直播。大学生是市场中庞大的消费群体，在互联网用户中占有很大比例，同时大学生也是未来社会发展的潜在力量，关注大学生看待与对待网络直播的态度对于未来社会的建设与网络直播行业的发展都非常重要。

本文从网络直播文化出现后对大学生的影响着手，关于大学生对待网络直播的态度进一步分析，旨在研究当前发展迅速的网络直播行业对大学生的影响，通过 SPSS 软件进行数据分析，利用交叉列联表的卡方检验和多因素方差分析的方法来探究相关关系，以及运用 Excel 软件进行图形呈现，直观的反映学生对于网络直播的认知情况。通过调查大学生对于网络直播的认识与态度，探究当代大学生对于网络文化的认知是否正确，得到相关结果。针对现有的问题，得出对于发挥网络直播的优势与减少网络直播的弊端的建议，从而促进直播平台更好地发展，且对用户正确对待网络直播提出建议，倡导大家正确使用网络。

二、调查方案设计

（一）调查对象与时间

本次调查分为三个阶段：

第一阶段： 2017 年 1 月 2 日至 1 月 4 日，为期三天。针对经常作为主播进行直播的大学生，邀请其进行座谈。

第二阶段： 2017 年 2 月 13 日至 2 月 15 日，为期三天。针对滁州的一所本科院校的在校大学生进行调查。

第三阶段： 2017 年 2 月 21 日至 2 月 25 日，为期五天。针对滁州的两所专科院校的在校大学生进行调查。

（二）调查内容

1. 网络直播在大学生群体中的市场份额；

2. 大学生进入网络直播市场的原因及拒绝进入市场的原因；

3.大学生较为倾向的直播平台及直播内容；

4.大学生每周花费在网络直播上的时长；

5.大学生中做直播的人数所占总人数的概率以及每周做直播的时长；

6.大学生中曾在直播平台向主播送出过虚拟礼物的人数占总人数的概率。

7.各大网络直播平台在大学生群体中的地位；

8.大学生对各个直播种类的偏好程度。

（三）调查方法

运用分层抽样的方法对所选对象进行样本量的确定，再根据等概率的原则对样本量进行分配，接着确定各高校中的各专业类别的样本量，最后运用简单随机抽样，在所选样本各专业类别下进行调查。

（四）调查问卷

为了收集到较为真实、可靠的数据，我们从以下两个方面对问卷质量进行控制：

1.问卷的设计

在设置问卷的内容之前，我们在网上进行了相关的资料查阅，并且选择了一些典型的大学生进行深度调查，采用座谈的方式，通过与一些经常参与网络直播的同学们进行交流，了解此次调查中的典型对象对于网络直播的认知程度、看法等，来作为设计问卷问题的依据，从而设计合理有效的问卷。

2.问卷的发放与回收

严格控制问卷发放的比例，在不同专业类别中发放相应的比例；回收问卷后剔除不完整或者无效问卷，以剩下的有效问卷进行数据分析，确保问卷的有效性。在本次调查中，实际印发 400 份问卷，收回 400 份。回收问卷中有 16 份存在错选题目、单选选成多选等问题，考虑统计分析及处理，将这 16 份问卷视为无效问卷。由此，此次调查纸质问卷有效回收率为 96%。

三、调查过程

（一）问卷发放

本次调查的实施中问卷调查分为两次：

第一次针对所选择的滁州市的三所高校中的本科院校的大学生进行调查，通过纸质问卷进行调查，旨在调查本科大学生对于网络直播的了解与看法；

第二次是针对所选择的滁州市的三所高校中的专科院校的大学生，同样通过纸质问卷的方式进行实地调查，旨在调查专科大学生对于网络直播的态度与认知，以减少出现因为本科与专科问题而引起的误差。

（二）数据整理与分析

将回收上来的问卷分类整理，剔除无效问卷，对有效问卷进行数据分析软件的录入。

对有效问卷利用 SPSS、Excel 等数据分析软件进行每一项的数据统计，以及分析其中各个数据的相关关系，得出相关的结果、图表，从而得出进一步的调查分析与建议。

四、分析方法

运用 SPSS 与 Excel 两软件相结合，对于回收的有效数据进行分析，其中在 SPSS 中用到交叉列联表的卡方检验与多因素方差分析的方法，而 Excel 主要用来作图表进行结果呈现。

五、调查结果分析

（一）大学生对网络直播的认知程度

网络直播在大学生的休闲生活中所占地位并不太高，对于网络直播来说大学生消费群体还未完全开发；其次，大学生对于网络直播的优势与劣势有一定的认识，能够正确看待直播的双面性。

（二）影响大学生是否观看直播的主要因素

大学生观看直播的主要原因是休闲娱乐，其次是对主播感兴趣，而不观看直播主要是因为不感兴趣，直播平台在吸引大学生兴趣方面需要努力。

（三）大学生对网络直播内容的要求

大部分被调查对象觉得直播内容的最基本要求并不是合法，而是积极向上；并且认为直播内容不应该是类似睡觉、吃饭等无意义的活动。

（四）网络直播的竞争压力

1.直播平台竞争：目前各大直播平台的竞争压力很大，这种压力不只来源于同行业的平台，甚至由社交平台、视频平台等其他行业平台造成。

2.直播种类竞争：在我们的调查中，体育类、游戏类、美食类以及生活日常类的直播较为受欢迎。

（五）大学生对网络直播前景的看法

总的来说大学生群体对网络直播的发展前景是看好的，这对于直播平台扩大大学生市场来说是很有利的。

六、相关建议

（一）对网络直播平台的建议

1.建议网络直播平台改进直播内容，提倡直播积极向上的内容，避免直播大众认为无意义的活动；同时加强监管，坚决打击消极、违法犯罪行为。

2. 建议直播平台针对大学生在合适的渠道投放广告，来吸引大学生用户，以及设置类似邀请新用户得礼品的奖励机制，激发用户的兴趣和新鲜感、从而增加用户量。

3. 建议直播平台扬长避短，增强优势，降低劣势。如互动性强这个优势，可以设置更为简洁的弹幕，使主播更好地与观看者互动。在劣势方面，我们建议直播平台多与公益组织一起举办公益活动，将活动中所获用于公益，使网络直播过于商业化的劣势相对弱化，同时也能积累口碑，起到宣传作用。而对于令人沉迷虚拟世界的劣势，建议直播平台对不同年龄层用户设置防沉迷系统，来限制不同年龄段用户的使用。

4.在我们的调查中，被调查对象大多看好网络直播的发展，直播平台应乘势而上，实现利润更大化。

（二）对用户的建议

1.对主播的建议：建议主播进行鼓舞人心、令人心情愉悦的活动，拒绝违反犯罪行为，做文明、令人喜爱的主播，给自己和观看者带来愉悦，给平台带来盈利。

2.对观看者的建议：我们建议用户在使用直播平台收看直播时，学会辨别直播内容的好坏，同时，观看者在直播平台应做到理智消费，避免沉迷虚拟世界，给自己造成不必要的困扰。

关键词：网络直播 互联网 卡方检验 多因素方差分析

引言

随着互联网+的发展，由网络延伸出的文化迅速渗透到了大学生的学习和生活之中。近几年来，网络直播迅速发展成为一种新的互联网文化业态。大学生既是互联网用户中庞大的消费群体，又是未来社会发展的潜在力量，因此我们着手于大学生这个群体，进行了关于网络直播的调查，研究了网络直播的发展现状以及其发展对大学生的影响。本文依托于所做的调查，先后对调查背景、调查方案的设计、调查分析、调查结果以及相关建议五部分进行了阐述，旨在更清晰地展示整个调查过程。希望通过本次调查对大学生更好地利用网络直播以及直播平台更好地经营起到相应的作用。

第一部分　调查背景

网络直播是新兴的高互动性视频娱乐，如今的直播平台已经进入了“随走、随看、随播”的 3.0 移动视频直播时代，越来越多的人们愿意参与其中，直播并分享自己的生活，全民直播渐成趋势。

顾名思义，网络直播即通过网络平台进行直播活动。其中，网络直播分为网络互动直播和网络现场直播。前者主要由直播客户端、直播网页端以及管理后台构成，许多用户将其用于在线研讨会、营销会议等网络活动场景，扩大市场活动，有效提高管理和运营效率，直接促进企业销售业绩提升，使企业竞争力得到极大提升，其有别于电视直播/视频直播，更注重互动性；后者可以使观众在同一时间透过网络系统在不同的交流平台观看影片，影片主要分为实时直播游戏，电影，或电视剧等等。网络直播吸取和延续了互联网的优势，利用视讯方式进行网上现场直播，可以将产品展示、相关会议、背景介绍、方案测评、网上调查、对话访谈、在线培训等内容现场发布到互联网上，利用互联网的直观、快速，以及其本身表现形式好、内容丰富、交互性强、地域不受限制、受众广泛等特点，加强活动现场的推广效果。现场直播完成后，还可以随时为读者继续提供重播、点播，有效延长了直播的时间和空间，发挥直播内容的最大价值。

随着网络直播内容及形式不断丰富所带来的边际效益提高，人们越来越习惯运用直播跟人聊天、学化妆、与明星互动以及了解产品信息等，直播依靠直观的视频影像联结了不同于微信、微博等依靠文字图片为主的传播交际系统，人们可以通过直播更直观地接触真实的对方，是网络人际交流的新平台、新空间。

近几年，在互联网大力普及的大背景下，网络直播这把火被点燃了。越多越多的人群涌入网络直播行业，短几年时间整个网络直播行业便迎来一片昌盛繁荣

的景象。

第二部分　调查方案设计

一、调查目的

1.了解大学生对网络直播的熟悉程度；

2.通过对大学生的观看/不观看网络直播的原因的调查，得出影响大学生是否观看直播的主要因素，对直播平台吸引更多用户提出建议。

3.通过对大学生观看网络直播平台选择的调查，了解各平台在大学生这个消费群体中的地位以及其竞争压力；

4.针对大学生观看网络直播的内容以及关于一些独特直播内容的看法进行调查，了解大学生对各个种类的直播的偏好程度以及态度；

5.对大学生每周观看直播的时间进行调查，了解网络直播在大学生的休闲活动中所占据的地位；

6.通过对是否作为主播进行过直播以及做直播的时间的调查，了解大学生参与直播的情况，为直播平台引导用户参与直播提出建议；

7.通过调查对于消极的网络直播内容（如直播自杀）的态度，提醒大学生正确看待网络的弊端，倡导文明上网；

8.对网络直播的优势/劣势进行调查，了解大学生对网络直播认识的深度。

二、调查对象

滁州某三所高校各个专业类别的在校大学生，其中三所高校中有一所本科院校，两所专科院校。

三、调查内容

（一）行业市场环境调查

1.网络直播在大学生群体中的市场份额；

2.大学生进入网络直播市场的原因及拒绝进入的原因；

3.大学生较为倾向的直播平台及直播内容；

（二）消费市场调查

1.大学生每周花费在网络直播上的时长；

2.大学生中做直播的人数所占总人数的概率以及每周做直播的时长；

3.大学生中曾在直播平台向主播送出过虚拟礼物的人数占总人数的概率。

（三）竞争者调查

1.各大网络直播平台在大学生群体中的地位；

2.大学生对各个种类直播的偏好程度。

四、调查时间

本次调查分为三个阶段：

第一阶段： 2017 年 1 月 2 日至 1 月 4 日，为期三天。针对经常作为主播进行直播的大学生，邀请其进行座谈，了解其做直播的亲身感受以及看待网络直播的想法，为接下来的问卷调查奠定基础。

第二阶段： 2017 年 2 月 13 日至 2 月 15 日，为期三天。针对滁州的一所本科院校的在校大学生进行调查。

第三阶段： 2017 年 2 月 21 日至 2 月 25 日，为期五天。针对滁州的两所专科院校的在校大学生进行调查。

五、调查组织

（一）调查团队的组织

1.调查成员

调查团队由 3 人组成，均为做事细心的女生，来自于两个专业，分属于经管和金融两个不同的院部。

2.调查分工

从团队成员中选择一个同学作为队长，其主要的职责是制定调查计划、协调团队工作任务以及调查方案书的撰写，其余两位同学一个主要负责问卷的设计、发放与回收等任务，另一个主要负责后期数据的整理与分析。

团队 3 人首先共同商定本次调查的主题，接着在网上查阅当前网络直播的相关资料；然后针对此次调查目的进行问卷的设计、问卷的发放；最后我们进行问卷的整理和数据统计，得出分析结果。

（二）其他准备工作

1.设计制作调查问卷

2.合理选取调查样本

3.确定问卷发放数量

4.确定问卷发放对象

（三）调查六阶段

本次调查主要分为六个阶段：

1. 前期准备

2. 数据的收集

3. 数据的整理、处理

4. 数据的分析

5. 得出结论与提出建议

6. 撰写调查报告

六、调查方法

本次调查通过查阅资料、座谈、问卷调查的方式进行，首先我们在网络上查阅相关资料，为接下来的问卷设计提供依据，其次我们选择了有代表性的大学生开展了座谈会，深入了解他们的想法，避免在之后的调查中做无意义的调查，最后我们进行了问卷调查，运用 SPSS、Excel 等软件对结果进行了分析与展示。

（一）样本量确定

1.样本量的确定

因为经费和时间上的限制，所以我们选择了安徽省滁州市区的高校为总体。

滁州市区一共三所高校，分别是院校一，院校二，院校三。在调查之前我们确定了各学校的学生人数，院校一全日制在校学生 17739 人，院校二全日制在校学生 13140 人，院校三全日制在校学生 8600 人。可知总样本量为 N=39479 人。

针对此次市场调查，可以采用分层抽样的方法进行，采用比率类型的变量，确定调查样本量公式为

$n=p(1-p)/(e^2/z^2+p(1-p)/N)$,

其中 e 为可以接受的误差，我们希望调查的误差在正负 0.05 之间，z 表示调查结果在 95%的置信区间范围以内，其 95%的置信区间的统计量为 1.96，估计 p=0.5，N 为样本总量。根据公式可计算出调查总样本量为

$n=0.5^2/(0.05^2/1.96^2+0.5^2/39479)=380$ 人。

考虑到实际调查中会存在无效问卷的情况，我们最终决定发放 400 份问卷，即 n=400。

2．样本量的分配

结合各高校的人数情况，首先采用分层抽样的方式进行，根据等概率的原则，各高校人数占总人数的比例 a_i，其中 ai=Ni/N，最后确定各高校样本量 n_i（如下表），其中 $n_i=a_i*n$，从而使得群间方差尽可能小，群内方差尽可能大。

表 1　样本量的分配

学校	院校一	院校二	院校三
人数 N_i	17739	13140	8600
比例 a_i	0.4493	0.3328	0.2178
样本 n_i	180	133	87

3．调查精度

在调查中，实际印发 400 份问卷，收回 400 份。回收问卷中有 16 份存在错选题目、单选选成多选等问题，考虑统计分析及处理，将这 16 份问卷视为无效问卷。因此，此次调查问卷有效回收率为 96%。

（二）抽样方法

1.分层抽样

首先以总人数不等的高校群体进行分层抽样，以对各高校样本量进行等概率的分配，以确定应分配给各高校的样本量。

确定分配给各个高校的样本量之后，对于各个高校的不同专业类别，采用分层抽样方式进行分类，确定各高校中的各专业类别的样本量。

2.简单随机抽样

在各高校的各专业类别中，按照事先确定的样本量采用简单随机抽样的方式展开调查。

七、调查问卷

（一）问卷发放

本次调查的实施中问卷调查分为两次：

第一次针对所选择的滁州市的三所高校中的本科院校的大学生进行调查，通过纸质问卷进行调查，旨在调查本科大学生对于网络直播的了解与看法；

第二次是针对所选择的滁州市的三所高校中的专科院校的大学生，同样通过纸质问卷的方式进行实地调查，旨在调查专科大学生对于网络直播的态度等，以减少出现因为本科与专科问题而引起的误差。

（二）问卷质量的控制

为了收集到较为真实、可靠的数据，我们从下面这两个方面对问卷质量进行控制：

1.问卷的设计

在设置问卷的内容之前，我们在网上进行了相关的资料查阅，并且选择了一些典型的大学生进行深度调查，在此我们采用的是座谈的方式，通过与一些经常参与网络直播的同学们进行交流，了解此次调查中的典型对象对于网络直播的认知程度、看法等，来作为设计问卷问题的依据，从而设计合理有效的问卷。

2.问卷的发放与回收

严格控制问卷发放的比例，在不同专业类别中发放相应的比例；回收问卷后剔除不完整或者无效问卷，以剩下的有效问卷进行数据分析，确保问卷的有效性。

（问卷见附录 1）

八、数据整理及分析

（一）数据整理

将回收上来的问卷按照一定的分类标准进行分类整理，并且剔除无效问卷，对有效问卷进行数据分析软件的录入。

（二）数据分析

对有效问卷利用 SPSS、Excel 等数据分析软件进行每一项的数据统计，以及分析其中各个数据的相关关系，得出相关的结果、图表，从而得出进一步的调查分析与建议。

第三部分　调查分析

一、市场环境分析

（一）市场规模

1．近年来全国网络直播市场数据

2015 年，全国在线直播平台数量接近 200 家，其中网络直播的市场规模约为 90 亿，网络直播平台用户数量已经达到 2 亿，大型直播平台每日高峰时段同时在线人数接近 400 万，同时直播的房间数量超过 3000 个。

2016 年第三季度中国网络直播行业景气指数为 237，在各方助推下，我国直播行业高速发展。数据显示，截止到 2016 年 6 月底，网络直播用户的规模已经达到了 3.25 亿，占网民总数的 45.8%，并且这个规模仍在持续上涨。

这些数字都说明了网络直播行业发展的迅速，越来越多的营销方看到了直播平台的宣传效应，越来越多的人群涌入网络直播行业。

2．移动直播巨大发展潜力

随着智能手机硬件的不断提升，手机、ipad 等移动设备已经逐渐成为人们日常使用最为频繁的硬件，用户体验度也越来越好，使得网民活跃度有较为明显的提升，重度用户数量也在剧增，大量的 PC 端用户向移动端转移。

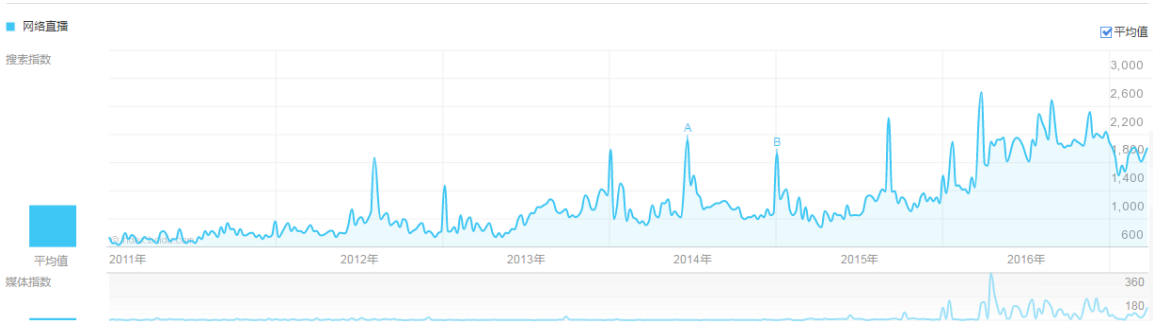


图 1　网络直播的搜索指数（整体趋势）

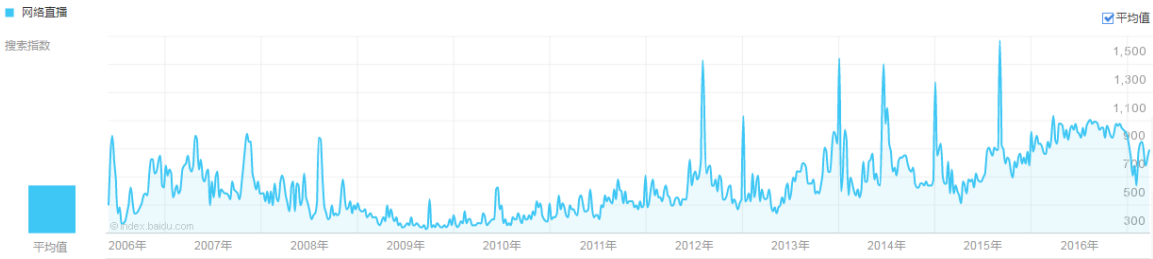


图 2　网络直播的搜索指数（PC 趋势）

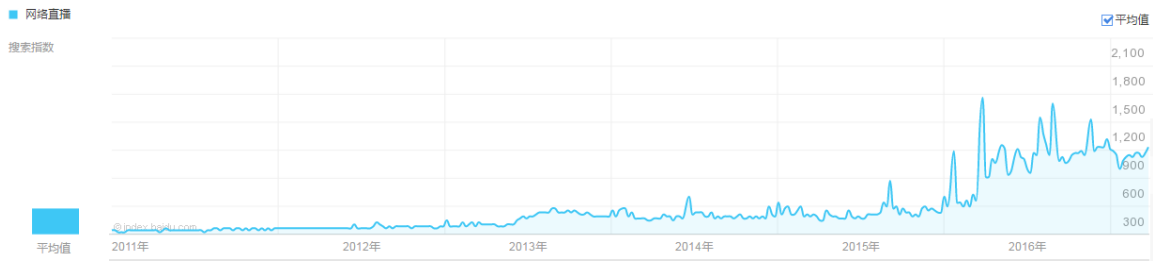


图 3　网络直播的搜索指数（移动趋势）

以上三张图是“网络直播”词语在百度搜索引擎上 2011 年-2017 年的搜索指数，可以看出移动直播的搜索指数近两到三年上升速度较快，而 PC 端上升速度不太明显。

3、众多的用户

我们经过查阅历史调查数据得知，接近 50%的网民表示收看过在线直播，从观看内容看，娱乐化的直播内容最受欢迎，包括娱乐直播、生活直播。

下图为“网络直播”这个关键词在百度搜索引擎的搜索指数的需求图谱（通过用户在搜索该词的前后的搜索行为变化中表现出来的相关检索词需求），可以看出网民对与网络直播相关的检索词的需求基本都在上升。

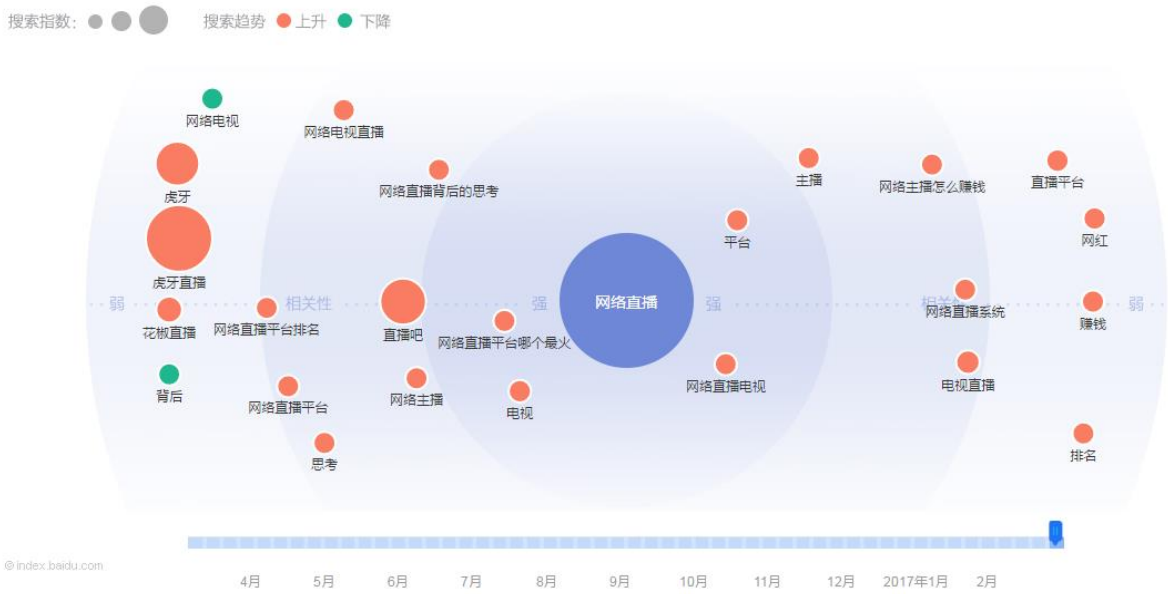


图 4　网络直播的搜索需求图谱

（二）网络直播行业下的竞争者数据

1.直播时代的变迁

从优酷土豆等视频网站上传个人小视频的直播 1.0 时代，再到类似 YY 直播、六间房等网页端的“秀场”直播 2.0 时代，如今的直播平台已经进入了“随走、随看、随播”的 3.0 移动视频直播时代。目前现存的直播平台已经有许多家，有的是已经建立多年，而有很多是新兴平台，且如今的直播平台不仅仅是靠直播来营利了，更多的是通过直播+的模式进行经营，如直播+电商、直播+金融、直播+教育等等，通过跟不同领域进行结合，从而实现更大的利润。

2.各网络直播平台累计下载量分布

从移动直播平台累计下载量分布来看，YY 以 24.4%的占比在众多网络直播平台中排名第一。YY 于 2005 年成立，2012 年在美国纳斯达克上市，2015 年向虎牙直播注资 7 亿，坐稳了国内直播行业第一把交椅。

斗鱼成长迅速，以 14.9%的占比排行第二。斗鱼于 2014 年成立，短短两年时间跃居为国内网络直播平台第二把交椅，发展非常迅速，2016 年 3 月，腾讯等向其注资 1 亿美元，斗鱼逐步由游戏直播向体育、综艺、娱乐、户外等直播内容扩张。

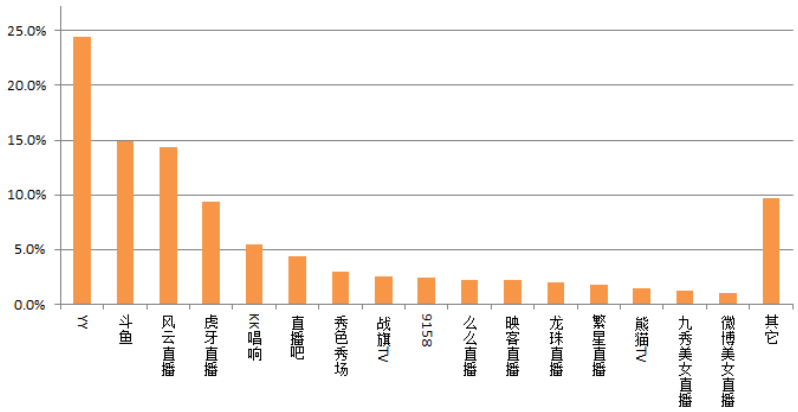


图 5　2016 年中国各移动直播平台累计下载量分布

二、调查数据分析

（一）调查总体基本情况

1.性别情况

在本次调查的有效问卷中，男生占总体人数比例的 42%，女生占总体人数比例的 58%。

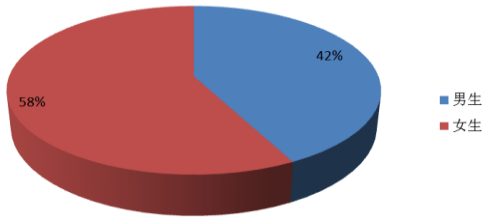


图 6　性别分布情况

2.专业情况

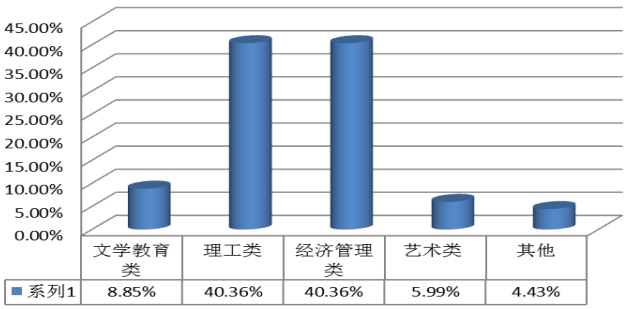


图 7　专业分布情况

由图 7 知理工类和经济管理类学生居多，这和我们调查的三个学校的

学校性质是分不开的。

3.对网络直播的了解情况

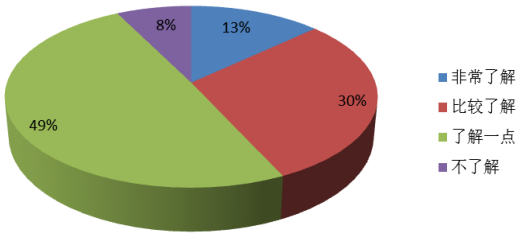


图 8　对网络直播的了解情况

数据显示被调查对象中 49%的学生对网络直播了解一点，30%的学生对网络直播比较了解，非常了解的学生比不了解的学生多 5%，说明网络直播在大学生中还处于发展阶段。

4．是否观看过直播

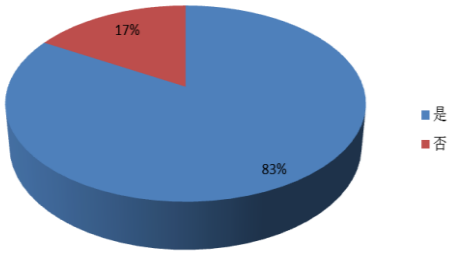


图 9　是否观看过直播

数据表明被调查对象中 83%的学生曾经看过直播，17%的学生没有看过直播。

5．每周花费多少时间观看直播

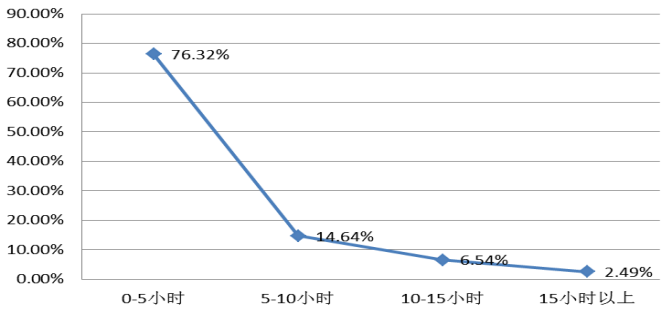


图 10　每周观看直播的时间

在曾经观看过直播的 321 名同学中，有 76.32%的同学每周花 0-5 小时看直

播，说明大部分大学生在观看直播上的时间不多。仅有 2.49%的同学每周花 15 小时以上的时间去观看直播。

6．你是否为喜欢的主播送礼物

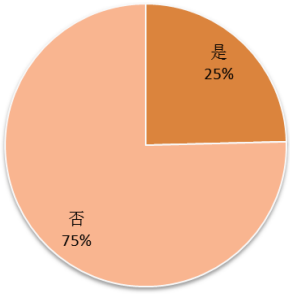


图 11　是否为喜欢的主播送过礼物

7．是否作为主播进行过直播

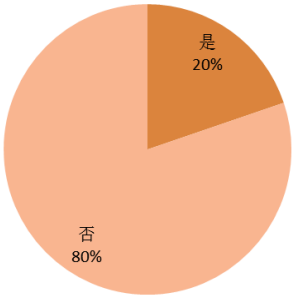


图 12　是否作为主播进行过直播

图 11 表明 75%的学生没有为喜欢的主播送过礼物，说明大部分在校大学生对待虚拟世界的消费观还是比较理智的。图 12 表明 80%的学生没有进行过直播，说明目前大学生没有对参与直播提起兴趣。

（二）交叉列联表的卡方检验

研究观看直播的原因与性别是否有关：

表2　性别和观看直播原因的交叉列联表

Q1*$set Crosstabulation

			观看直播的原因[a]				Total
			你观看直播的原因？可多选(休闲娱乐)	你观看直播的原因？可多选(对主播感兴趣)	你观看直播的原因？可多选(学习某些技能)	你观看直播的原因？可多选(其他)	
你的性别是	男	Count	97	45	36	18	138
		% within Q1	70.3%	32.6%	26.1%	13.0%	
		% within $set	41.6%	45.5%	52.2%	40.0%	
		% of Total	30.2%	14.0%	11.2%	5.6%	43.0%
	女	Count	136	54	33	27	183
		% within Q1	74.3%	29.5%	18.0%	14.8%	
		% within $set	58.4%	54.5%	47.8%	60.0%	
		% of Total	42.4%	16.8%	10.3%	8.4%	57.0%
Total		Count	233	99	69	45	321
		% of Total	72.6%	30.8%	21.5%	14.0%	100.0%

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

由表知有321个学生填了第五题（你观看直播的原因？可多选），其中70.3%的男生观看直播的原因是休闲娱乐，74.3%的女生观看直播的原因是休闲娱乐；32.6%的男生观看直播的原因是对主播感兴趣，29.5%的女生观看直播的原因是对主播感兴趣；26.1%的男生观看直播的原因是学习某些技能，18%的女生观看直播的原因是学习某些技能；13%的男生观看直播的原因是其他，14.8%的女生观看直播的原因是其他。可见，性别的差异性不好判断，所以我们用卡方检验来进行更一步的研究。

表3　不同性别对“休闲娱乐”的一致性检验（卡方检验）

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.641[a]	1	.423		
Continuity Correction[b]	.455	1	.500		
Likelihood Ratio	.639	1	.424		
Fisher's Exact Test				.450	.250
Linear-by-Linear Association	.639	1	.424		
N of Valid Cases	321				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37.83.

b. Computed only for a 2x2 table

本检验的原假设是：不同性别对“休闲娱乐”的选择是一致的，显著性水平α为0.05，卡方的概率P值大于α，因此接受原假设，认为不同性别对“休闲娱乐”的选择没有影响。

表 4　不同性别对“主播感兴趣”的一致性检验（卡方检验）

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.355[a]	1	.552		
Continuity Correction[b]	.224	1	.636		
Likelihood Ratio	.354	1	.552		
Fisher's Exact Test				.626	.317
Linear-by-Linear Association	.353	1	.552		
N of Valid Cases	321				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 42.56.

b. Computed only for a 2x2 table

同样，本检验的原假设是：不同性别对“主播感兴趣”的选择是一致的，显著性水平α为0.05，卡方的概率P值大于α，因此接受原假设，认为不同性别对“主播感兴趣”的选择没有影响。

表 5　不同性别对“学习某些技能”的一致性检验（卡方检验）

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.191[a]	1	.662		
Continuity Correction[b]	.075	1	.784		
Likelihood Ratio	.192	1	.661		
Fisher's Exact Test				.746	.394
Linear-by-Linear Association	.190	1	.663		
N of Valid Cases	321				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19.35.

b. Computed only for a 2x2 table

本检验的原假设是：不同性别对“学习某些技能”的选择是一致的，显著性水平α为0.05，卡方的概率P值大于α，因此接受原假设，认为不同性别对“学习某些技能”的选择没有影响。

由于观看直播的原因中“其他”太广泛，而且分析不同性别对“其他”的影响没有意义，所以此处不作分析。

综上所述，我们得出结论：观看直播的原因与性别无关。

（三）多因素方差分析

研究不同性别观看的直播种类是否一致：

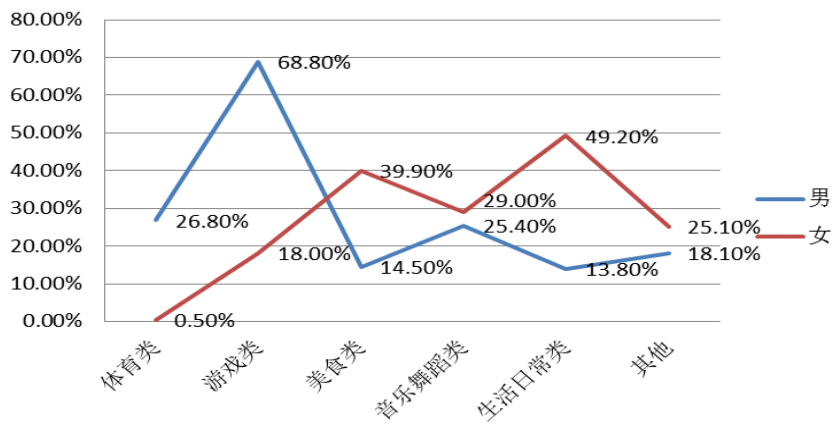


图 13　不同性别观看直播的种类

由图 13 易知男生观看直播种类最多的是游戏类，达到男生比例的 68.80%，男生观看直播种类最少的是生活日常类，仅达到男生比例的 13.80%。然而女生观看直播种类最多的是生活日常类，达到女生比例的 49.2%，女生观看直播种类最少的是体育类，仅占女生比例的 0.5%。可见，不同性别观看直播种类的差距还是较大的，我们采用多因素分析来验证我们的推测。

表 6　多因素方差分析结果

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable:你的性别是

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	36.805[a]	31	1.187	8.195	.000
	79.577	1	79.577	549.297	.000
Q7_选项1	3.600	1	3.600	24.851	.000
Q7_选项2	.001	1	.001	.008	.000
Q7_选项3	.635	1	.635	4.381	.037
Q7_选项4	.077	1	.077	.532	.466
Q7_选项5	2.064	1	2.064	14.246	.000
Q7_选项6	.077	1	.077	.533	.466

选项 1、2、3、4、5、6 分别对应体育类、游戏类、美食类、音乐舞蹈类、生活日常类、其他。由表 6 知只有选项 4（音乐舞蹈类）、选项 6（其他）的概率 P 值大于 0.05，其他均小于 0.05。即不同性别对观看体育类、游戏类、美食类、生活日常类有显著性差异，对音乐舞蹈类、其他类没有显著性差异。说明大部分男生比较热爱体育和游戏，大部分女生比较热爱美食和生活日常。

（四）具体分析

1.直播平台的选择

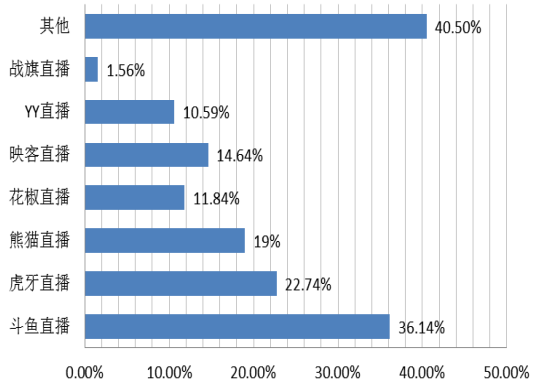
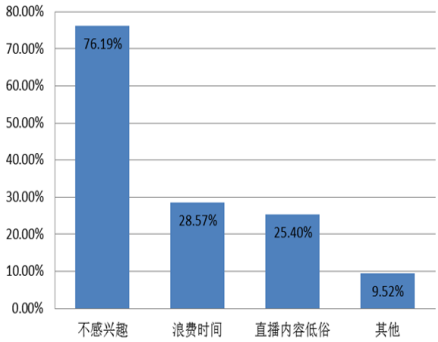


图 14　观看直播平台的种类

因为选项限制，所以我们没有列出所有的直播平台的名字，由“其他”平台有 40.5%的学生经常观看可知，现在的直播平台种类繁多，即竞争力大，所以掌握大学生用户的需求是必要的。

2.观看/不观看直播的原因



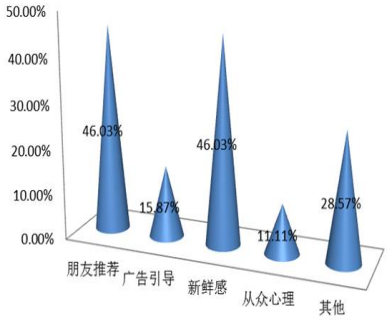


图 15　不看直播的原因　　图 16　会出于什么原因开始观看直播

图 15 知 76.19%的学生不看直播的原因是不感兴趣，由图 16 知 46.03%的学生会因为朋友推荐而开始看直播，即对于不看直播的学生，其原因主要是不感兴趣，但是近半数的学生表示会因为朋友推荐而开始看直播。

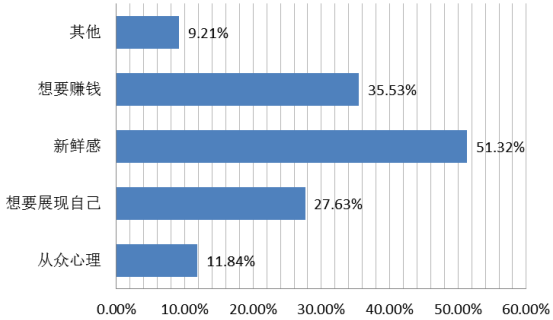


图 17　做直播的原因

由图 17 知 51.32%的学生做直播的原因是因为新鲜感，即在曾作为主播进行直播的大学生中超过半数的是因为新鲜感，还有一些原因是想要通过做直播赚钱。

3.对直播内容的要求

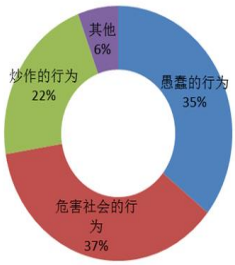


图 18　对直播自杀的行为的看法

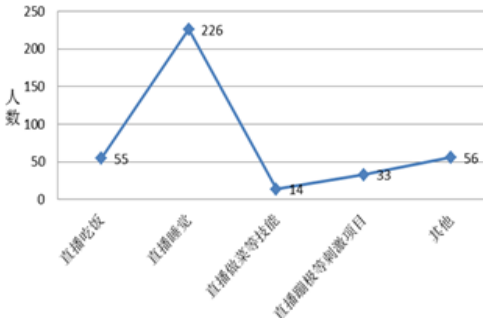


图 19　没有意义的直播内容

37%的学生认为直播自杀是一件危害社会的事情，35%的学生认为直播自杀是一件愚蠢的行为，同时 22%的学生认为直播自杀是一种炒作行为。调查数据显示绝大部分学生认为直播自杀是一件负面的行为。

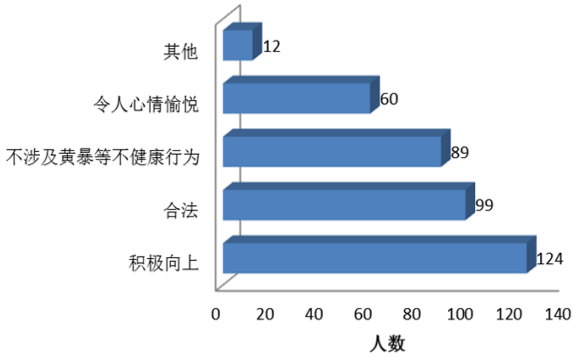


图 20　直播内容的最基本要求

结合图 19、图 20，我们发现大部分被调查对象觉得直播内容的最基本要求并不是合法，而是积极向上。这很好地表现了我国当代大学生的心理素质和精神追求。

4.直播的优势与劣势

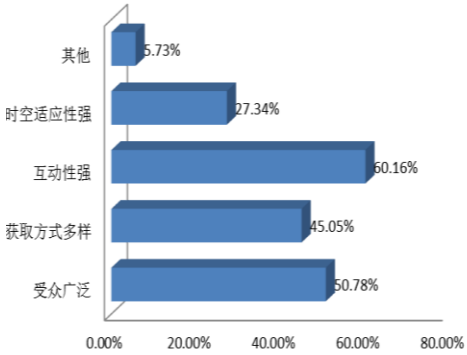


图 21　直播优势

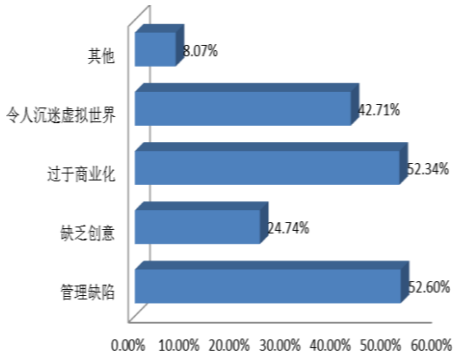


图 22　直播劣势

由图 21 可知，60.16%的学生认为直播的优势是互动性强，50.78%的学生认为直播的优势是受众广泛，45.05%的学生认为直播的优势是获取方式多样。

对于直播劣势方面，52.60%的学生认为直播平台存在管理缺陷，所以直播平台应加大成本和力度去改正自己的管理体制。52.34%的学生认为直播平台过于商业化，42.71%的学生认为直播平台令人沉迷虚拟世界。可以看出当代大学生尚且能够正确地看待网络直播的利与弊。

5.直播行业的前景

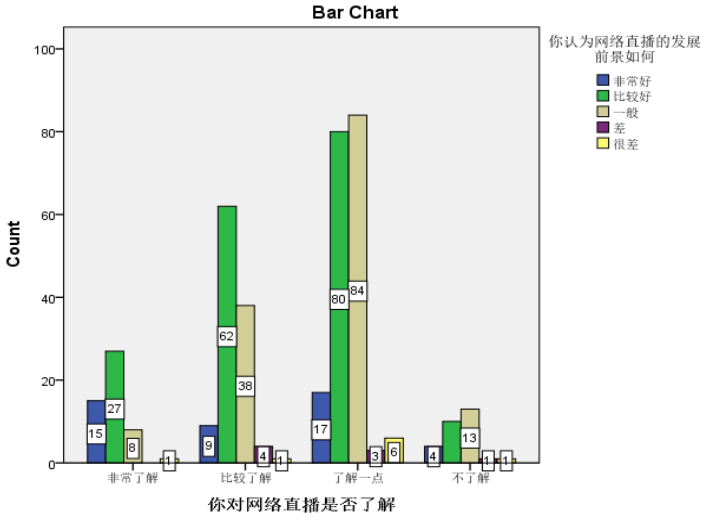


图 23　你认为网络直播的发展前景如何

由图 23 知，大部分非常了解和比较了解网络直播的学生都认为网络直播的发展前景比较好，极少数学生认为网络直播的发展前景差或很差；大部分了解一点和不了解网络直播的学生认为网络直播发展前景较好或一般，极少数学生认为网络直播发展前景差或很差。概括地说，较为了解网络直播的大学生大多都对其发展前景抱有看好的态度。

第四部分　得出结论

一、大学生对网络直播的认知程度

（一）整体认知

我们调查所得到的数据显示，被调查对象中 49%的学生对网络直播了解一点，30%的学生对网络直播比较了解，非常了解的学生仅占 13%；在曾经观看过直播的 321 名同学中，有 76.32%的同学每周花 0-5 小时看直播，仅有 2.49%的同学每周花 15 小时以上的时间去观看直播。可以看出大学生对于网络直播或多或少的都了解一些，但是非常了解的比例并不高，并且大部分大学生在观看直播上的时间不多。说明网络直播在大学生的休闲生活中所占地位并不太高，对于直播平台来说大学生这个群体尚未完全发展起来。

（二）优/劣势认识

在优势方面，过半的大学生认为网络直播的优势是互动性强、受众广泛，45.05%的学生认为直播的优势是获取方式多样；对于直播劣势方面，52.60%的学生认为直播平台存在管理缺陷，42.71%的学生认为网络直播令人沉迷虚拟世界。总的来说，大学生对于网络直播的优势与劣势有一定的认识，能够正确看待直播的双面性。

二、影响大学生是否观看直播的主要因素

调查数据显示，在曾观看过网络直播的人群中，大多数大学生观看直播的原因是休闲娱乐，其次是是对主播感兴趣，接着是学习某些技能，还有少数是由于其他原因。且在不曾看过网络直播的大学生中，76.19%的学生不看直播的原因是不感兴趣，但是 46.03%的大学生表示会因为朋友推荐而开始看直播。即可以看出大学生观看直播的主要原因是休闲娱乐，其次是对主播感兴趣，而不观看直播主要是因为不感兴趣，可见直播平台在吸引大学生兴趣方面需要努力。

三、大学生对网络直播内容的要求

调查数据显示绝大部分大学生认为直播自杀是一件负面的行为，并且我们发现大部分被调查对象觉得对于直播内容的最基本要求并不是合法，而是

积极向上；超过半数的大学生认为直播睡觉是没有意义的事。可以得出结论：大学生对直播内容的要求多为积极向上，并且直播内容应该是有意义的，而不是类似睡觉、吃饭等无意义的内容。

四、网络直播的竞争压力

（一）直播平台竞争

我们在调查问卷中设置了直播平台的选择问题（见附录 1 调查问卷第 6 题），在问题中列出了目前市场上一些比较火热的直播平台，在所列出的直播平台中，所占比例较高的分别是斗鱼直播 36.14%、虎牙直播 22.74%、熊猫直播 19%，而其他未列出的直播平台占比很高，为 40.5%。经过我们与被调查同学交流得知，目前许多大学生主要通过社交平台（如 QQ、微博等）所联系的直播平台（如 QQ 空间直播、一直播等）等观看互动类的网络直播，以及通过腾讯直播等平台观看体育赛事之类的网络直播。可以看出目前各大直播平台的竞争压力很大，这种压力不只来源于同行业的平台，甚至由社交平台、视频平台等其他行业平台造成。

（二）直播种类竞争

前文经过对收集数据的分析，我们已经得知不同性别对观看体育类、游戏类、美食类、生活日常类有显著性差异，对音乐舞蹈类、其他类没有显著性差异，说明大部分男生对体育和游戏类的直播较为喜爱，而大部分女生比较热爱美食和生活日常类。即在我们的调查中，体育类、游戏类、美食类以及生活日常类的直播较为受欢迎。

五、大学生对网络直播前景的看法

数据显示相对比较了解网络直播的大学生大多都认为网络直播的发展前景比较好，大部分不太了解网络直播的大学生认为网络直播发展前景较好或一般，极少数学生认为网络直播发展前景差或很差。总的来说大学生群体对网络直播的发展前景是看好的，这对于直播平台扩大大学生市场来说是很有利的。

第五部分　提出建议

一、对网络直播平台的建议

（一）改进直播内容

随着直播平台的迅速发展，直播的内容也是层出不穷。2016 年 12 月 1 日起，《互联网直播服务管理规定》在全国施行，明确禁止互联网直播服务提供者和使用者利用互联网直播服务从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益等活动。

对于直播自杀等消极甚至危害社会的行为，直播平台应该加强监管力度，也可以设立举报奖励制度，让跟多的人参与到反对的行列中去。并且我们发现大部分被调查对象认为的直播内容的最基本要求并不是合法，而是积极向上，这很好地表现了我国当代大学生的心理素质和精神追求。所以，直播平台要想抓住大学生这一客源，必须得让自己的直播内容积极向上。同样，直播平台不仅要加强对违法犯罪行为的监管，还应注重直播内容的质量问题。对于直播睡觉、吃饭等大众觉得没有意义的内容，建议不能让其回放，着重回放较有意义的内容。

（二）吸引大学生用户

根据前文所分析的影响大学生是否观看网络直播的因素，我们建议直播平台在网络上投放适量的高质量广告，激发用户的兴趣和新鲜感，从而增加用户人数；同时，建议直播平台设置类似邀请新用户得现金或其他虚拟礼物的奖励机制，如邀请好友下载直播平台 app 并注册可以获得现金或其他虚拟奖品的条例，通过看直播的用户拉动不看直播的潜在客户来增加用户量。

（三）扬长避短

作为直播平台，应该为所有积极健康的、催人奋进的、充满希望的主播和直播内容提供广阔的展现空间，并且应该帮助优秀内容变现，发现和扶持优秀主播，同时打压消极内容，营造正能量的直播环境。

优势方面，对于互动性强这个特点，我们建议直播平台设置较为简洁的弹幕显示机制，如输入重复文字会显示重复+n(如重复 4 次，显示重复+4)的特效，那样直播页面不仅更为洁净，而且能让主播更容易看到大家共同的问题，从而与观看者更好地互动。

在劣势方面，过半数被调查对象认为目前的网络直播太过商业化，对此我们建议直播平台多和公益组织一起举办公益活动，活动中用户在送礼物的时候，就可以将款项做公益了。在直播中做公益，虽然不能获利很多，但可以引发主播和用户付费的积极性，同时积累了好的口碑，能够起到宣传作用。若出现少数投机分子涉嫌假借公益之名行骗，平台应该严加惩治，冻结相关

人员的账号，并主动联系警方。对于直播平台令人沉迷虚拟世界这个劣势，我们建议直播平台对不同年龄层用户设置防沉迷系统，如对 18 岁以下用户设置单次累计在线时间过长的，实行经验减半或者强制下线的手段，来限制用户的使用。

（四）乘势而上

在我们的调查中，大多数对网络直播比较了解的大学生都认为其发展前景很好，我们认为大家普遍看好网络直播的发展，直播平台应乘势而上，扬长避短，寻求创新，实现利润更大化。

二、对用户的建议

（一）对主播的建议

通过调查得知，大多数大学生对于网络直播的基本要求是积极向上，并且对于无意义的直播内容不感兴趣，所以主播完全没有必要为了所谓的热度或者别的目的去直播消极内容或者没有意义的事情。因此建议主播进行鼓舞人心、令人心情愉悦的活动，拒绝违反犯罪行为，做文明、令人喜爱的主播，给自己和观看者带来愉悦，给平台带来盈利。

（二）对观看者的建议

网络是把双刃剑，同样网络直播也有其利弊性。我们建议用户在使用直播平台收看直播时，学会辨别直播内容的好坏，观看对自己有用或者能使自己身心愉悦的内容，坚决抵制消极内容，若是发现立即向平台举报，严重的话以报警处理；同时，观看者在直播平台应做到理智消费，避免沉迷虚拟世界，给自己造成不必要的困扰。

最后，我们呼吁大家共同监督网络直播市场，并且从自身做起，以身作则，坚决抵制弄虚作假，共同净化网络直播环境。

参考文献

[1] 艾媒咨询.2016 年中国在线直播行业专题研究：暖春遭遇寒流.
http://www.askci.com/news/hlw/20160530/14394022583.shtml.2016 年 4 月 8 日发布.

[2] 姜玉英,刘强.SPSS 在数据处理中的应用 [J].北京印刷学院学报. 2007.

[3] 吴世军. SPSS 在市场调研中的应用 [J].中国科技信息. 2005.

[4] 薛薇.统计分析与 SPSS 的应用 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2014.

[5] 赵卫亚.市场细分的统计分析方法 [J]. 浙江统计. 1999.

[6] 中投投资咨询网.2016 直播行业解读：网络直播的兴起、现象与规模. http://www.ocn.com.cn/chanye/201607/pvbrn07090139.shtml.2016 年 7 月发布

[7] 曾垂鑫.基于多终端直播互动的移动学习平台的设计实现与性能优化 [D]. 上海交通大学. 2013

[8] 崔华杰.大型直播与点播 IPTV 系统的用户行为分析 [D]. 中山大学. 2013

[9] 李卫民.浅谈中国电视体育赛事报道中的创新 [J]. 搏击(体育论坛). 2013

[10] 蝴蝶.图钉 7.3:10 秒钟小电影 直播你的小生活 [J]. 计算机与网络. 2013

附录

附录 1:

关于大学生对网络直播认知的调查问卷

您好，我们是滁州学院金融学院的学生，此问卷旨在调查大学生对网络直播的认知情况，抱歉占用您几分钟的时间，希望您根据自身情况填写，感谢您的配合。

1. 你的性别是（ ）

A 男 B 女

2. 你的专业是（ ）

A 文学教育类 B 理工类 C 经济管理类 D 艺术类 E 其他

3. 你对网络直播了解吗？（ ）

A 非常了解 B 比较了解 C 了解一点 D 不了解

4. 你是否观看过网络直播？（ ）

A 是 B 否

注：本题若选择“是”则忽略 10-11 题，若选择“否”则忽略 5-9 题

5. 你观看直播的原因？可多选。（ ）

A 休闲娱乐 B 对主播感兴趣 C 学习某些技能 D 其他

6. 你经常在什么平台观看直播？可多选。（ ）

A 斗鱼直播 B 虎牙直播 C 熊猫直播 D 花椒直播 E 映客直播 F YY 直播 G 战旗直播 H 其他

7. 你经常观看哪些种类的直播？可多选。（ ）

A 体育类 B 游戏类 C 美食类 D 音乐舞蹈类 E 生活日常类 F 其他

8. 你每周花费多少时间观看直播？（ ）

A 0-5 小时 B 5-10 小时 C 10-15 小时 D 15 小时以上

9. 你是否为喜欢的主播送过礼物？（ ）

A 是 B 否

10. 你不观看直播的原因？可多选。（ ）

A 不感兴趣　B 浪费时间　C 直播内容低俗　D 其他

11. 你会出于什么原因开始观看直播？可多选。(　　)

A 朋友推荐　B 广告引导　C 新鲜感　D 从众心理　E 其他

12. 你是否作为主播进行过直播？(　)

A　是　　B　否

注：本题若选择“否”则忽略 13-14 题

13. 做直播的原因？可多选。(　　)

A 从众心理　B 想要展现自己　C 新鲜感　D 想要赚钱　E 其他

14. 你每周花费多少时间做直播？(　)

A　0-5 小时　B　5-10 小时　C　10-15 小时　D　15 小时以上

15. 你认为较为没有意义的直播内容是？(　)

A 直播吃饭　B 直播睡觉　C 直播做菜等技能　D 直播蹦极等刺激项目　E 其他

16. 你对类似直播自杀这种行为怎么看？(　)

A 愚蠢的行为　B 危害社会的行为　C　炒作的行为　D 其他

17. 你认为对于直播内容最基本的要求是(　)

A 积极向上　B 合法　C 不涉及黄暴等不健康行为　D 令人心情愉悦　E 其他

18. 你认为网络直播的优势在于？可多选。(　　)

A 受众广泛　B 获取方式多样　C 互动性强　D 时空适应性强　E 其他

19. 你认为网络直播的劣势在于？可多选。(　　)

A 管理缺陷　B 缺乏创意　C 过于商业化　D 令人沉迷虚拟世界　E 其他

20. 你认为网络直播的发展前景如何？(　)

A 非常好　B 比较好　C 一般　D 差　E 很差

感谢您的配合，祝您学业有成！