

AR、VR等技术的发展，增加更多的短视频应用场景。对用户而言，5G技术将促进沉浸式的视听体验，在视觉清晰度、延时、互动性等方面明显改善。

比如疫情期间，“中国电信”官方账号在央视频开通的火神山和雷神山医院“慢直播”建设，吸引上亿网友化身“云监工”。所谓“慢直播”是一种“去饰化”存在：固定机位、固定场景、无后期、无包装。据介绍，“慢直播”在灾难事件中主要起着“日常陪伴”“观者互动”“精神支撑”的作用。央视频“直播造医院”的走红，也是源于这种“慢直播”形态具有浓厚的“在场感”与“陪伴性”。

与此同时，短视频的连麦直播功能应用，亦是媒体融合的又一次创新。

2月6日，央视网、高德打车、风韵专车、快手、中国联通、萤石云共同发起“为天使护航”公益专车直播活动。通过快手的移动连麦功能，在前方无记者和专业设备的情况下，演播室和武汉前方完成了实时连线采访。实时分屏连麦互动+5G传输技术，为网友真实、流畅地呈现了当下武汉一线医护人员的状态。

这场12小时的直播，全网共有150万网友在线，点赞超过130万。央视网视频中心一位负责人表示，连麦直播营造了一种“期待感”，“就是你不知道下一个跟你连麦的是谁，你也不知道这个人有什么故事，可是悬念就在于此”。

“无论是直播带货或是其他直播，都可以作为传统媒体转型或媒体融合的一个方向，但我认为在这

个过程中依然要保持传统媒体的品味、先进文化和社会责任等基本特质，这点绝不可以丢弃或忽略。”在邓惟佳看来，传统媒体加入直播的优势在于——自带流量的主播能让受众快速产生良好的准社会关系，媒体的公信力能让受众产生满意和信任感，权威平台可以让受众有参与高端传播行为的自我认同感。

尽管从外部来看，短视频等因素对直播行业的影响还将持续，行业内部洗牌也不会停止，但这并不意味着直播行业在走下坡路，2019年中国在线直播用户规模预计将超5亿，仍然拥有相当大的体量。

据多个机构预测，2019年中国直播行业市场规模或可超700亿元，到2022年市场规模有望突破千亿元。

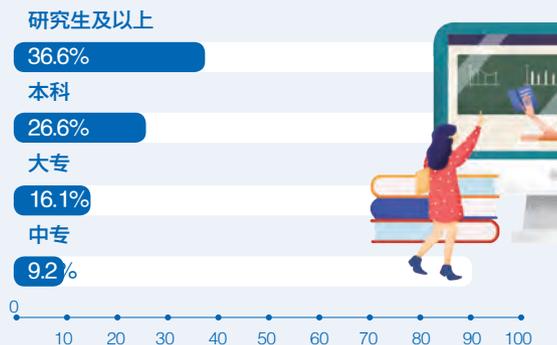
同时《2019主播职业报告》也显示，多数主播对于主播这一职业的未来发展十分有信心，83.3%的主播表示会在未来两年继续从事主播的职业。在收入方面，职业主播月收入过万的占24.1%，越年轻，学历越高的主播高收入占比就越高。

“第一个阶段，随着传播技术的创新和社会发展，网络直播刚刚问世之初，大家对于这样一个新鲜的形式都还是比较好奇的，这一点无论从逐渐庞大的主播群体还是从



## 学历越高，收入越高

### 主播学历及其万元以上收入占比



### 职业主播月收入过万的占比 24.1%



资料来源：《2019主播职业报告》 制图 | 刘绮黎

日益增加的受众数量都是可以看出的。随着网络技术的易操作性日益增强，网络直播进入第二个阶段，其表现形式越来越多元，但同质化的主播形式、低级趣味的传播内容和一味追求利润的传播目的等开始让受众反感，一时间质疑声和批评声此起彼伏。”邓惟佳表示，在快手、抖音和淘宝等短视频社交媒体或电商平台日益成熟后，单纯的直播行为开始和知识传播、分享实用经验和带货等商业行为有机结合，既满足了受众在社交媒体完成准社会关系的建构，又满足了大家“感知有用性”的日常消费需求，逐渐在各个年龄段的受众中得到认可和接受。

“未来可期”，对于直播行业的未来，邓惟佳这样总结道。 [E]

左图：2020年2月29日，UCCA尤伦斯当代艺术中心发起的“园音”线上音乐会项目《良乐》，坂本龙一出现在快手APP。