

新年第一个风口:直播答题火了起来

集体撒币的背后是流量之争,超旺人气又让广告主抢着买单

本报记者 张云山 朱银玲

新年伊始,伴随着王思聪“我撒币,我乐意”的宣传,《冲顶大会》、映客的《芝士超人》、花椒、西瓜视频《百万英雄》……各类直播答题APP一夜之间火爆大江南北。低门槛、高奖金,良好的互动性及灵活的模式,让曾经的电视版有奖问答迅速引爆了社交网络。好友攒局答题赚钱成了聚会的新时尚。在疯狂撒币之后,答题直播背后的金主业现身了,在花椒跟美团合作,映客的芝士超人拿到趣店的亿元广告后,其余的答题直播APP也都接到了广告商的合作意向。动辄百万的巨额奖金,吸引了大量吃瓜群众参与,直播再靠精准营销吸引广告,靠衍生品和流量来变现,这条产业链似乎成为了今年刮起的第一轮强台风。不过,在度过了烧钱吸引观众的阶段后,是继续目前火热形成大蓝海,还是过把瘾就死,这仍是一个疑问。



一到饭点,办公室就成了答题室 有人3部手机9张复活卡“赢”了3元钱

答题也成了办公室“团建”。昨天中午12点,白领小唐就开始召唤同事一起加入“答题大军”了。12点30分,芝士超人当天的“答题”正式开始。“就跟当年考试前一样紧张。”小唐和同事们围成一圈,捧着手机不敢出声。为了保证网络顺畅,她还特意关闭了不怎么稳定的Wi-Fi,用自己的4G流量。

“一共80几万人在答题,我答到第六道题就被淘汰了,当时还剩下17万人。”小唐说,这场答题奖池是20万,前几道题目还算简单,不过涵盖的范围很广,有娱乐的、健康类的、历史的、美食的、金融的等。答题中还用上了“复活卡”,邀请朋友注册,就能获得一张复活卡。最终这场有4万多人答对了12道题,平分了20万奖金,平均每人获得了4元多钱。

与小唐不一样,杭州白领小易从去年12月底就开始“答题”了,最高的一天赚了700元,目前已经薅了1700多元的“羊毛”了。“刚开始是朋友一起吃饭的时候,闲着没事就一起帮着答题,一下子就迷上了。”小易已经下载过KK、YY、花椒、映客、西瓜视频、冲顶大会等各种答题APP。

“有的平台很过分,答到第11题了,突然断线了。有的答题开始前,突然涌进几百万人,才几十万奖金,怎么可能分得过来。”小易说,她遇到最崩溃的一次是,使用了3部手机,用了9张复活卡,最后终于有一个账户答对了12道题,结果分到手只有3元钱!“100万奖金,居然有30多万人中奖,3元还不够我的流量费呢。”小易说。

仿佛一夜之间,直播答题就火了,从朋友圈刷屏到服务器宕机,可谓火得一塌糊涂。网上也出现了大量的“答题天团”,甚至连答题小程序都开发出来了。

20分钟烧掉400万,撒币撒出新风口 一场数亿规模的“补贴大战”烽火再起

“我撒币,我乐意”——1月3日,王思聪在他30岁生日的

当晚9点拿10万元给《冲顶大会》作为奖金,吸引28万人在线参与。西瓜视频的“百万英雄”、映客旗下的“芝士超人”、花椒的“百万作战”1月6日同时投放了百万级别单场奖金,其他各平台也不甘落后,又相继推出200万元、300万元甚至400万元单场奖金。从开始的单场3万元、5万元奖金,到现在单场百万元,各大平台争相砸钱入场。

“我们公司集中骨干技术力量,以最快的速度在去年12月29日晚上8点推出KK‘谁是百万富翁’,算是国内前三个推出的直播平台。”KK直播副总经理都汉钧告诉钱报记者,他们去年注意到美国的HQ Trivia的答题分钱模式,决定在国内推出一个类似产品,没想到国内会有这么多平台扎堆进入。

答题分钱模式最开始是来源于海外产品HQ Trivia(2017年iPhone最火爆的游戏),只要注册就可以直接回答一个问题,获胜者就可得到现金作为奖励,奖金会通过Paypal打入获胜者的账户。

根据公开信息不完全统计,这个月,冲顶大会、花椒、西瓜视频、芝士超人等平台奖金金额设置都已超过千万元。

从流量效果来看,1月3日至7日,这些直播APP的新增用户出现陡增态势。

爱答题的白领是广告主的最爱 直播答题快速迎来首波变现

其实,这两天网友们算了算,就算都答对,人均也就拿到十几元的奖励,金钱的诱惑力算不上大。那么,这些答题APP凭什么吸引玩家?芝士超人相关负责人表示,这样的娱乐形式早在十几年前就已在全球范围内受到追捧,此次将答题游戏搬到手机上,用户只需一部手机即可参与,参与门槛低,再加之题目内容有趣、形式新颖、奖金额度高,自然具备蹿红的基因。

“现在APP推广的获客成本都超过30元,互联网金融企业甚至高达百元,这波答题撒币,获客成本才几元,从推广来看,是成功的。”一位互联网从业者表示,尽管王思聪撒币10万,但《冲顶大会》有28万人参与,相当于获客成本只有3毛钱多一点,远低于当下各大互联网企业的获客成本。

撒币招来用户,这是知识答题直播APP的第一步,变现赚钱才是最终出路。而9日,答题直播行业迎来了首个商业化合作,花椒拉到了第一位赞助商美团,之后京东、华为、趣店等金主一个个亮相。

“KK答题直播每天1万,周末2万的答题奖金,带来了高峰50万人同时在线,现在已经有好几个合作伙伴在谈,包括金融、汽车、快消、教育、娱乐、电商等领域的客户,都很有兴趣。”KK直播副总经理都汉钧对钱报记者表示,参与答题的很多都是有知识的白领阶层,这也是很多广告主的有效客户。

“直播答题将来的变现渠道有很多,冠名或者商业植入只是第一步,后续的广告和平台流量变现肯定有新玩法。”长城证券投顾林毅表示,直播答题只是直播平台加速洗牌的战役,吸引大量流量的头部直播平台,肯定会走向合二为一的老路。

经过2017年的洗牌,直播行业的死亡名单越来越长。今年的直播答题,依靠“撒币”成了直播平台的流量救星。仅靠奖金吸引用户很难走得长远。更直白地说,钱在哪,用户就在哪。即钱在,人在,钱没,人走。一旦烧钱停止,新的用户不再来,老的用户转身离去,这个风口还能持续多长时间,也是一大疑问。

潮吃、潮玩、潮生活的造货节圆满落幕

本报讯“周末去哪玩了?”“去逛造货节了!你呢?”“我也是!”要说刚过去的周末哪里最热闹,那一定是——2018中国杭州造货节!这场由钱江晚报主办的潮人趴,从1月11日起为期4天,日前圆满落幕。此次造货节主打潮吃潮玩潮生活,现场上百种小吃、上百个摊位、上百位网红小姐姐、精彩的节目让人应接不暇,参展的市民更是络绎不绝!

美食品类里,还有一家名为redjack的网红店来参展。据说在这家店能吃到英国伦敦爆红餐厅里的同款美食哦!留学英国的老板jack介绍道,店里的意大利手工披萨、伦敦年轻人最爱的经典牛肉汉堡、凯撒沙拉等都是爆款。

除了美食,现场还有很多很有特点的服饰品牌。展区一号馆的左侧,记者见到了久违的面塑。将近六十岁的上官老伯正在娴熟地用陶泥捏各式各样的小面人,吸引了许多小朋友围观,英姿飒爽的孙悟空、憨态可掬的哆啦A梦、花花绿绿的孔雀、各种各样的卡通造型。

2018中国杭州造货节,是新场景新零售的舞台,在这里能看到正在成为个人IP的新商业,看到一颗颗颠覆传统创新未来的心。虽然此次造货节已闭幕,但之后还会有更多活动,与更多网红合作,走进企业,走进商场,打造时尚新场景。今秋,秋季造货节也将开启,欢迎继续约! 本报记者 高佳晨



财经圈
扫一扫二维码
了解财经大事