

# 短视频飞速崛起 直播带货如火如荼

文/羊城晚报记者 王丹阳

2020年是特殊的一年，也是直播带货飞速发展的一年。

12月4日，《咬文嚼字》杂志公布2020年十大流行语，分别是“人民至上生命至上”、逆行者、后浪、飒、神兽、直播带货、双循环、打工人、内卷和凡尔赛文学。

其中，后浪、直播带货两大热词就来自今年蓬勃发展、也是更迭最迅速的互联网赛道——直播短视频领域。

探讨：

**短视频已成为第二大网络应用，如何防沉迷？**

根据《2020中国网络视听发展研究报告》显示，短视频已成为仅次于即时通信的第二大网络应用，并逐渐成为互联网底层应用。2019年，网络视听产业市场规模达到4541.3亿元。其中，短视频占据其中的29%，市场规模为1302.4亿元，同比增长178.8%。相比于综合视频、网络电视剧、电影、综艺、网络直播、OTT+IPTV等，短视频是增速最快，占比最多的视听领域。

短视频快速实现市场规模拓展，背后是抖音、快手等短视频应用对用户的大量获取。报告显示，截至2020年6月，短视频用户规模达8.18亿，其网民使用率在2018年底超越综合视频，目前已达87%。从平台来看，根据官方披露的最新数据，抖音的日活跃用户已在8月份超过6亿，快手的日活在年初突破3亿。

此外，在2020年短视频行业中，抖音和快手“两强”格局正持续

强化。报告调查发现，抖音和快手是用户最喜欢的短视频平台，而两者用户画像差异明显，聚拢了不同的受众群。报告分析，喜爱抖音的女性用户居多，而快手则更受到男性用户的青睐。抖音用户以来自一线城市的80后、90后为主体，用户集中在高中以上学历；而快手用户分布则更为下沉，用户大部分来自五线城市，以00后为主，教育程度多为初中学历。

报告显示，用户增量主要来自下沉市场。在新网民中，超过两成用户通过网络视听应用第一次“触网”，而其中的15.2%是为了看短视频而走向线上。

但是该报告认为，部分短视频内容呈现的快餐化、奇观化、情绪化趋势，以及版权问题值得行业反思。而人工智能、5G技术也同样为视听媒体带来了内容造假、信息安全、上瘾沉迷等新问题。

案例：

**辛巴直播带货“糖水燕窝”被调查**

2020年底，互联网直播带货中最受人关注的莫过于在快手坐拥数千万粉丝的辛巴直播带货“糖水燕窝”被调查事件。

这也是2020年直播带货高速发展一年中，随着售假、刷脸、频频翻车、流量造假等乱象累积后，彻底火出圈的一件事。

今年“双十一”结束后，知名打假人王海在微博上称，辛巴直播带货的“小金碗装即食冰糖燕窝”是糖水而非燕窝。王海发布了检测报告，称该产品的蔗糖含量为4.8%。根据该产品的成分表，其碳水化合物为5%。这意味着，其碳水化合物的主要成分为蔗糖。

辛巴团队于11月20日回应称，王海提供的质检报告显示，除了冰糖燕窝制品本应含有的糖分，该产品确实含有燕窝成分“唾液酸”。该团队已将产品送检。

糖水燕窝品牌所属公司发表

声明称，“商品均为合格正品，已经合规合法通过各个环节的质检流程，不存在质量问题”。

虽然随后，辛巴就燕窝造假一事在微博正式发文道歉，承认在直播间推广销售品牌燕窝产品时存在夸大宣传，这款产品实为燕窝风味饮品，不应当作燕窝制品进行推广。辛巴还提出替品牌方进行买一赔三的赔付，赔付金额为6198万元，但却依然对直播带货行业带来巨大的负面影响，并持续发酵。

12月初，广州市白云区市场监管局对外表示已开始调查辛巴直播带货“糖水燕窝”事件。中国消费者协会发布的《“双11”消费维权舆情分析报告》显示，“直播带货虽然火爆，但相当一部分只顾着聚流量、扩销量的商家其实并没有相应的售后服务体系；同时，商家、主播之间责任界定不清晰，遇到售后问题时互相‘踢皮球’，进而引发消费者围观吐槽。”

**微信帮中老年人  
跨越数字鸿沟**

近些年，移动互联网发展迅速，生活便利度也随之提升，用手机点外卖，购物在手机上下单，出行也可以用手机扫码。但是，没有使用智能手机和无法熟练使用智能手机的人群，却因为移动互联网的普及而遭遇种种问题。

在这些人群中，绝大多数是老年人。因为无法完全融入移动互联网，这群老年人在衣食住行方面遇到许多障碍。帮助老年人更好地拥抱科技，拥抱互联网，俨然已经成为一个社会命题，从移动互联网的各种软硬件提供方，到家庭，再到各种社会团体，都应该积极行动起来，为老年人搭建一座通往互联网时代的桥梁。

今年重阳节，广州一社区专门为老年人设计了一堂独特的互联网生活课，课程主要内容是教老年人玩转微信，具体包括如何使用微信出行、买菜、缴费等，除此之外，这堂互联网生活课还重点跟老人们讲解了一些网络安全知识，比如不要随便扫不确定来源的二维码。

来自广州海珠区的几十位老人参加了这场互联网生活课。课堂上，老人们表现积极，做笔记的同时还向讲师提出问题。课后，一个针对课程内容的小测试随堂展开，多位老人获得了满分。

一位老人接受采访时表示，现在出门经常需要使用健康码，但自己一直不知道怎么用，每次都是家人或者工作人员帮忙。“今天学了一下才发现这么简单，以前竟然不会用，感觉有点丢人”，她说。

参加本次活动的志愿者讲师表示，很多老年人的学习能力其实非常高，但移动互联网毕竟是新事物，老人们有时会产生畏难心理，只要找到合适的途径帮老人迈出第一步，他们就有能力快速拥抱互联网。



图/视觉中国

## A 年度热词“直播带货”

中国互联网络信息中心(CNNIC)最新发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称“报告”)显示，截至2020年6月，中国网络直播用户规模达5.62亿，较2020年3月增长248万，占网民整体的5.9%。

其中，电商直播用户规模为3.09亿，较2020年3月增长4430万，占网民整体的32.9%；游戏直播的用户规模为2.69亿，较2020年3月增长923万，占网民整体的28.6%；真人秀直播用户的规模为1.86亿，较2020年3月减少2115

万，占网民整体的19.8%；演唱会直播的用户规模为1.21亿，较2020年3月减少2947万，占网民整体的12.8%；体育直播的用户规模为1.93亿，较2020年3月较少1927万，占网民整体的20.6%。

特别是在新冠肺炎疫情对网络直播产业产生了明显的影响。其中，在疫情期间，电商直播成为2020年上半年发展最为迅猛的互联网应用之一。

数据显示，2020年上半年国内电商直播超过1000万场，活跃主播数超过40万，观看人次超过500亿。

该报告认为：电商直播的蓬勃发展主要得益于电商直播成为各级政府提振经济、拉动消费的新增长点。针对新冠肺炎疫情期间国内外市场变化，在国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下，电商直播对激发消费潜力作用得到良好体现，成为建设国内大循环的重要力量。广东等地积极鼓励引导这一新型业态，通过出台优惠政策、吸引专业人员、建设产业园等方式支持电商业务的发展。

在企业层面，各大互联网公

司的涌入使得电商直播迅速发展壮大。2020年，无论是以淘宝、拼多多为代表的电商平台，还是以抖音、快手为代表的短视频平台，甚至百度等传统互联网公司，都陆续加大对直播电商的布局力度，推动电商直播在短时间内聚集了大量人才、资金和媒体资源。

央视市场传媒在《广告主营销调查报告》显示，2020年有73%和69%的广告主计划增加分配给直播和短视频的预算，而分配给信息流和关键字检索的预算则同比下降。

能。短视频提供大量信息来源，改变叙事方式，拓宽新闻报道渠道，创新新闻传播渠道。

数据显示，疫情期间，微博用户累计上传225万条疫情相关视频，播放量超过842亿次。此外，短视频成为电商平台新标配。各大电商平台持续布局短视频业务，利用短视频已为主流电商平台的标准配置，“种草”功能日益凸显。

与此同时，作为主流网络应用，短视频平台积极探索助农新模式。

短视频行业与新闻、电商、旅游等产业的融合不断深入，传播场景不断扩展。

作为信息传播方式，短视频逐渐成为其他网络应用的基础功

## B 短视频平台积极探索助农新模式

疫情期间，快手批量上线农技类课程，并发布“春耕计划”，对农技类短视频给予5亿元流量助推扶持，同时让线下企业通过线

上电商的方式进行销售，全链条全场景支持农业生产与经营。抖音短视频等平台发起“战役助农”系列活动，提高各地农产品供需信息对接效率，协助农户解决农产品销路难题。

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年6月，中国网络视频(含短视频)用户规模达8.88亿，较2020年3月增长

3777万，占网民整体的94.5%。其中短视频用户规模为8.18亿，较2020年3月增长4461万，占网民整体的87%。

而在8亿短视频用户背后，短视频行业与新闻、电商、旅游等产业的融合不断深入，传播场景不断扩展。

作为信息传播方式，短视频逐渐成为其他网络应用的基础功

# 科学探索永远在路上

连续八年关注基础科学，腾讯鼓励青年人探索科学“无人区”



2020年“科学探索奖”颁奖典礼

文/王丹阳

中国人什么时候能登上月球？“流浪地球”有戏吗？作为中国研究“深空”的青年科学家，39岁的2020年“科学探索奖”天文和地学领域获奖人魏勇常被人这样问起。

今年7月，中国发射的“天问一号”火星探测器，魏勇就是重要的研究参与者。他说，自己之所以对火星感兴趣，就是因为十年前的一个冬夜，站在窗前看雪花飘落，突然悟出，自己百思不解的答案在火星上。由此，他把自己的博士后科研方向放在当时国内几乎是空白的火星研究。

更让魏勇深有感触的是，十年后的2020年，当他站在2020年“科学探索奖”颁奖典礼上，是因为有太多人“推着我往前走了一小步”让我站在这里，告诉大家：中国需要行星科学，未来需要行星科学。

## A 激励青年人探索科学疆界

80后的魏勇只是2020年“科学探索奖”50名获奖者之一。而这50名获奖者是在今年超千名候选青年科学家中脱颖而出。

“科学探索奖”监督委员会主席、清华大学文科资深教授钱颖一透露，在今年奖项的提名、推荐、评审过程中，超过800名“两院院士”参与其中，仅在提名推荐阶段，就有13位诺贝尔奖、图灵奖、菲尔兹奖得主，和100多位发达国家的院士参与，耗时3个月。

除了“科学探索奖”颁奖典礼，11月上旬，还有科学WE大会、医学ME大会、X-Talk组成的“腾讯科学周”通过线上或线下形式举行。这个舞台不谈商业或者公司之间的竞争，而是关注未来如何用科技改变人类生活，探索关系人类命运的重要科学问题。

腾讯科学周也是马化腾每

年必蹲的项目。他不仅在朋友圈转发了今年腾讯WE大会的直播，还在颁奖典礼上发来了一段几分钟的语音。

“今天，我是你们的粉丝。由衷地佩服你们，在这个年纪就能取得如此出色的成绩。你们都处在最有创造力的人生阶段，又遇上了最需要创新的时代。希望在你们当中，能诞生未来的科学大家。”

马化腾说，创新不只是科学家的事，只有创新的土壤更厚、气氛更浓、机制更健全，创新才会水到渠成，“人类社会应对各种生存和发展挑战，必须向科学技术要答案、要方法，而人才是科学技术的根本。我们需要更加主动地发现人才、关爱人才，支持他们自由探索、乐在其中，让我们的科学技术更加自立自强。”

他表示，腾讯会长期保持对“科学探索奖”的投入，助力国家基础研究的长远发展。

## B 张文宏出圈“金句”潘建伟讲量子计算

科学研究特别是基础研究的出发点，很多探索或许不会有立竿见影的收益，但这种探索本身就是价值。

除了在北京举行的“科学探索奖”颁奖典礼，11月举行的“腾讯科学周”上多场重磅科学活动也让全球科学界瞩目。

特别是在疫情之下，今年腾讯医学ME大会上，钟南山、张文宏等8位医学领军者从困扰人类的“痛点”出发，聚焦新冠疫情、生殖医学、抑郁症等前沿医学，引发广泛关注。

钟南山在寄语2020腾讯医学ME大会时提到：“互联网的任务是解决用户的痛点。这跟医学的使命很像，我们是解决人类最根本的痛点，生命之痛。”

“今年的新冠疫情发展到今天，相信我们已经度过最黑暗的时候，曙光已经在地平线的远方出现，我们终将从至暗的时刻当中走出来。”张文宏在医学ME大会上发表的《何时迎接世界的重启》演讲，则再次成功“出圈”，贡献金句。

缔造世界首颗量子科学实验卫星“墨子号”的量子物理学家、

科学是美的，探索是开阔的，但科学探索的背后过程也曾令人绝望与痛苦，需要坚持与勇气。

2020年科学探索奖获得者之一，香港城大机械工程系教授王钻开回忆起自身“读博期间三次被开除”的经历，让人动容。

他在国外读博士的时候有三次因研究方向等原因被国外导师开除，他说在人生最黑暗的时候，他始终坚信科学是向他召唤的。

尤其十六年前，当他被第二任博士生导师开除、在凌晨四点孤身从波士顿大学狼狈走回家、内心无数次哀叹命运的不公时，他也没有放弃。而如今，王钻开已是国际仿生工程学会“杰出青年奖”的获得者，他的研究发表在权威的科学杂志《自然》。

王钻开说，多年后，当他每次去国外，都会再走走当年那段凌晨

科学周是腾讯每年11月举办的全球性科学探索盛宴，旨在助力提升公民科学素养、助推基础科学研究，体现了企业的社会担当。

马化腾此前曾公开谈到基础科学研究的重要性，他说“移动支付再先进，没有手机终端，没有芯片和操作系统，竞争起来的话，实力也不够。现在，大家要更加关注基础学科的研究。过去，大家更关注实用主义，但是我想所有人都清楚我们不能再抱有侥幸心理，一定要投入更多资源去做基础科学研究。”

科学是美的，探索是开阔的，但科学探索的背后过程也曾令人绝望与痛苦，需要坚持与勇气。

“我们必须树立更高的科研志向，做出更多从零到一的原创研究成果，同时要推动全社会弘扬科学精神，培育科学文化，普及科学知识。”中国科协名誉主席、中国科学院院士韩启德在今年腾讯“科学探索奖”颁奖典礼开场寄语道。

“我们非常期待‘科学探索奖’可以长期支持一大批优秀的青年科学家潜心探索、献身科研，希望将来在他们当中诞生科学大家，为国家的科技事业做出突破性的贡献。”马化腾表示。

王丹阳