

从 UGC 到 PGC、PUGC：国内网络直播平台内容生产模式研究

贺洪花

(湖南大学新闻传播与影视艺术学院, 湖南省长沙市, 410012)

摘要：从 2015 年的突然兴盛到 2017 年的逐步冷静，直播行业在经历了 UGC 模式的全民狂欢之后，出现了 PGC、PUGC 两种新的内容生产模式。直播内容的迅速发展，奠定在 UGC 模式获得的市场和受众基础之上，并 UGC 模式问题重重的情况下，激发自身发展动力成就了今日直播行业 PGC、PUGC 节目的发展趋势。本文通过文献分析、数据分析、比较研究等方法，探索了网络直播平台内容生产模式的嬗变之路。

关键词：网络直播；UGC；PGC；PUGC；内容生产

中图分类号：G206

文献标识码：A

网络直播在 2016 年野蛮生长，直播平台如雨后春笋般生长。截至 2016 年底，我国网络直播用户以 3.44 亿的规模达到到网民总体的 47.1%。UGC（用户生产内容）模式下，全民直播现象爆发。网络直播发展得如火如荼，但内容品质不高始终遭人诟病。

一、网络直播内容生产新趋势：从 UGC 到 PGC、PUGC

随着直播的普及和用户的暴增，受众对直播的诉求也逐渐侧重在了内容方面。用户对低质量的 UGC 内容已经审美疲劳，知名主播的数量和质量很大程度上决定了用户的存留。众声喧哗之下，随着外界的推动和行业自身发展需求，平台逐渐走向 PGC、PUGC 的专业化道路。相较于视频网站的转型，网络直播的专业化转型过程更快。

根据公众号“主播观察”发布的数据，2017 年 5 月份 TOP 20 的最佳人气主播里，PGC 节目达到 12 个，超过总榜一半，更是包揽榜单前四名。映客直播平台官方打造的“映客樱花女神”盛典《星光夜主会场》位列第一，《斗鱼官方直播》与经常请来明星互动的《触手明星直播间》以较小差距分别位列亚军和季军位置。不难发现，平台已经开始对 PGC 直播节目发力，而市场也给出了不错的反馈，优秀的 PGC 内容引入了大批流量。

排名	房间昵称	所在平台	最高人气
1	星光夜主会场	inke	1184万
2	斗鱼官方直播	douyu	881万
3	触手明星直播间	chushou	816万
4	德玛西亚杯官方直播间	panda	694万
5	即将拥有人鱼线的PDD	panda	483万
6	全民超人小智	quanmin	398万
7	lyingman	zhanqi	392万
8	mids、剑仙	chushou	374万
9	蓝烟々	chushou	334万
10	KPL官方直播间	chushou	310万
11	White55开解说	douyu	281万
12	Riot拳头	panda	278万
13	樱花明星台	inke	274万
14	老外没毛病	huajiao	274万
15	锤子科技和Ta的朋友们	douyu	248万
16	恩和°	huajiao	240万
17	音乐竞技场	kktv5	224万
18	开心相对论第四期	panda	205万
19	《音乐竞技场》	quanmin	205万
20	小映	inke	203万

图 1 2017 年 5 月单场最佳人气主播排行^[1]

[1] 主播观察.直播月报 | 5 月王者荣耀成为直播类型黑马 跳伞求生游戏成最大赢家！.

对于直播的迅速转型，或许我们可以这样解释：当直播市场尚为一片蓝海时，直播节目供不应求，内容的数量，而不是质量，成为市场最主要的问题。而观众由于新鲜与好奇，对内容的质量也并不苛求。这种情况下，能够大量生产且可轻松复制的 UGC 内容盛极一时。而当市场继续发展，观众对同质化的 UGC 内容审美疲劳，那么专业性更高、制作更精良的 PGC、PUGC 内容则成为直播行业新的发展方向，这给内容制作团队也带来了新的机会。

二、专业生产：网络直播平台的 PGC 模式

PGC 是相对 UGC 而产生的一个概念，鉴于学界业界对于 PGC 的概念不够明确和统一，本文对 PGC 特作界定为专业的机构、企业或平台生产的特定领域的内容，不与个人或非正式团体用户生产的内容（UGC）重合。网络直播平台上的 PGC 模式，只不过是 PGC 模式应用到了直播行业。目前，直播平台、传统电视媒体、视频公司、以及一些由直播行业催生的直播公司都是 PGC 的内容生产者。直播平台 PGC 的特点是经过专业机构的组织和策划，节目画面更加精美，编排更加丰富有序，总体而言内容更具价值性和可看性。

进入下半场的直播行业整体趋势逐渐清晰：内容质量成为直播平台们竞争的主要方向，作为上层内容的 PGC 更是直播平台一争高下的关键点。PGC 综艺成为各大直播平台内容竞争的新突破口，斗鱼和米未传媒合作直播综艺《饭局的诱惑》，战旗 TV 自制节目《狼人杀》，秀色秀场直播《中国新歌声》海选。淘宝直播平台在 PGC 之路上也不落后，专门开辟仅限具有专业视频制作能力的机构入驻的 PGC 栏目。

直播行业的火爆也催生了一批优质直播内容制作公司，他们同样凭借优质 PGC 内容为平台引入巨大流量。旗下拥有多档专业游戏视频直播节目的英众文化，便是声望极高的专业直播内容供应商，其负责制作的游戏直播节目《英雄联盟明星召唤师》请来周杰伦、林更新、陈赫等一众明星直播游戏对战，获得行业和观众一致好评。

节目名称	形式	出品方	播放平台	成绩
淋浴歌王	直播综艺	美亚星娱	花椒	收礼数 1311 万，148 万赞，23856 粉丝
Hello! 女神	直播选秀	芒果娱乐	熊猫 TV	直播累计 6 亿播放量
九牛与二虎	电商直播	兰渡文化	淘宝、天猫直播	观看人数累计突破千万人次
主播疼疼哒	美女小游戏直播	中樱桃	来疯	40910 粉丝
小瑜星直击	明星访谈	视觉星动	YY LIVE	粉丝数 130 万，累计观看量 127 万，单场直播最高观看达 56.8 万

表 1 网络直播 PGC 节目案例

早在十年前，土豆网创始人王微就提出了“工业废水”的观点，他认为低质量的 UGC 内容可以产生庞大流量，但却近似于工业废水，毫无价值。多年过去，爱奇艺、腾讯视频等一流视频网站纷纷通过版权购买、节目自制等内容策略验证了 PGC 模式的正确性。如今，直播也开始迅速走向 UGC 往 PGC 转型的道路，直播与 PGC 结合的好处显而易见。首先，用户观看 PGC 内容的习惯早在电视和 PC 时代就已经养成，对专业内容自然接受度更高。其次，PGC 能够帮助平台引导社区氛围，整合资源。无论是节目自制还是版权购买、与第三方合作，平台自身都能够把控内容制作的核心。

三、业余的专业化：网络直播平台的 PUGC 模式

PUGC, 即“专业用户生产内容”, 是一种 PGC+UGC 的模式, 即为 UGC 形式产出的相对接近 PGC 的专业内容, 兼具 UGC 的个性化特征与 PGC 的精良制作。这一模式在 2015 年的全球移动互联网大会上被提出, 一开始应用于电台行业, 而后不断拓展至其他行业。直播平台的 PUGC 形式是以素人的创作方式和表现力, 加上公会规模化的指导与包装, 再经过平台产品的包装, 优化及推荐, 形成比普通 UGC 更具专业品质, 更具观赏魅力的高品质直播内容。

PUGC 结合了 UGC 的个性化特征与 PGC 的专业性特征, 提高了传统 UGC 内容的品质, 用胡泳的话来说, 是业余的专业化, 这样一种专业化一方面是业余用户的自我提升, 另一方面也有专业机构的推动。目前, 在网络直播平台 PGC 尚为陌生领域时, PUGC 是不少直播平台致力打造优质内容的手段。比起 PGC, PUGC 耗费资金更少, 面临风险更小。而相比 UGC, PUGC 内容质量高, 稳定性更强。

来疯是优酷土豆集团旗下的视频直播平台, 其总裁张宏涛表示, 它未来的发展方向就是“短视频+直播”的 PUGC 社区。而以“给拼搏奋斗的普通人的展示机会, 给素人一个出名的平台”为定位的红人直播, 则是更具代表性的 PUGC 直播平台。不像其他平台请明星和网红, 红人直播独辟蹊径, 挖掘有故事的主播、有意义的内容。它致力挖掘新人和草根, 打造平民明星的 IP 产业。最早提出直播行业走 PUGC 之路的 YY LIVE, 首度实现特定内容领域 7 乘 24 小时的线性频道直播, 以频道 IP 代替主播明星, 既降低了主播流失带来的风险, 也增强了平台自身的用户黏性。加码 PUGC 升级了 YY live 的内容体系, 并使其与 UGC 式的全民直播形成了差异化竞争。

四、新旧媒介互相催化：UGC、PGC、PUGC 三者辨析

UGC 是以用户为中心的内容生产方式, 而 PGC 则是以专业机构或团体为核心的内容生产方式。UGC 内容制作成本低、进入门槛低, 但是内容质量参差不齐, 用户粘度难以保证。PGC 提升了内容质量, 但是和观众的互动关系已经改变, 能否获得用户喜爱是它需要思考的问题。从 UGC 起步, 往 PGC 转型的直播平台, 又开始向新的 PUGC 内容生态发展。

YY 娱乐副总经理简晓瑜认为, 直播平台完美的内容生产模式结构应该是金字塔形: 大众化的 UGC 是底层, 专业指导下的 UGC, 也就是 PUGC 作为中坚层, 高质量定制化的直播 PGC 则构成顶层。^[2]YY 正在从 UGC 内容生态向 PUGC 生态进化: 专业扶持自由演出, 专注高品质泛娱乐直播, 帮助市场参与者建立和提升 PUGC 内容生产能力, 并通过合作向用户推出大量优质内容。作为国内最早一批的直播平台之一, YY 在内容运营方面拥有巨大资源和经验优势。YY 只须在管理、产品、内容等方面打造强大的 PUGC 生产模式, 市场参与者自行生产的 PUGC 内容便能够在产量、品质、成本等维度达到平衡, 满足用户需求。

在人人皆可发声的 UGC 时代, 直播内容覆盖面非常广。UGC 具有去中心化的特点, 内容产量高, 但质量把关难, 优质内容少, 且不具有稳定性。总体而言, UGC 以猎奇内容与兴趣社交作为卖点, 开启泛生活直播时代。但是鉴于直播的质量、时间与频率的不稳定性, 用户粘性比较低, 从而导致价值转化能力弱、盈利模式模糊。且由于其质量上的把控问题, 其内容与运营风险都很大。相较而言, PGC 和 PUGC 的内容生产模式可控性强, 但是内容门槛和制作成本高。面向细分领域, 更具专业性, 可持续性强; 专业团队打造, 定位明晰, 用户粘性和转化能力强; 可持续盈利模式相对成熟, 宣传推广、商业合作、电商等。可控性强、运营风险相对小, 有比较完善的包装、运营、盈利、公关一系列的操作流程。

[2] 艾瑞网.YY LIVE: 直播之争由内容定胜 PUGC 见高低.

<http://news.iresearch.cn/content/2016/06/261949.shtml>, 2016-06-22

特点 模式	可控性	制作成本	产量	质量	稳定性	用户黏性	价值转化	盈利模式
UGC	弱	低	大	低	弱	低	弱	模糊
PGC	强	高	小	高	强	高	强	清晰
PUGC	中	中	中	高	强	高	中	清晰

表 2 UGC、PGC、PUGC 三种内容生产模式的比较

正如莱文森所言，“旧媒介和新兴媒介有一种互相协同、互相催化的作用；在聚焦新媒介的革命冲击时，我们很容易忽略两者的相互促进作用”，^[3]网络直播平台内容生产模式的变化离不开不同模式间的互相推动和催化。“新”与“旧”的互动视角下，才有从模式到模式的变换；而直播内容的专业化发展方向，看似传统内容制作方式的逆潮回归，实则是新媒体的独立创新。直播内容的迅速发展，奠定在 UGC 模式打开的市场、引入的受众基础之上，并 UGC 模式问题重重的情况下，激发自身发展动因成就了今日直播行业 PGC、PUGC 节目的发展趋势。

参考文献

- [1] 朱庆华.新一代互联网环境下用户生成内容的研究与应用[M].北京:科学出版社,2014
- [2] 肖频频著.媒介变革与社会转型[M].北京:学苑出版社,2015
- [3] 隋岩著.媒介文化与传播[M].北京:中国广播电视出版社,2015
- [4] 王庚年.新媒体国际传播研究[M].北京:中国国际广播出版社,2012.
- [5] 斯蒂芬·李特约翰.人类传播理论[M].北京:清华大学出版社,2004.
- [6] 威尔伯·施拉姆.传播学概论[M].中国人民大学出版社,2010.
- [7] 张曦元.网络视频直播间资源优势与创新机制的研究[D].云南艺术学院,2015.
- [8] 陈宇翔,成晖.网络视频内容生产模式的发展与变化——从 UGC 到 PGC 的并行之路[J].西部广播电视,2014.
- [9] 胡泳,张月朦.互联网内容走向何方?——从 UGC、PGC 到业余的专业化[J].新闻记者,2016.
- [10] 刘铭哲.UGC 撒网 PGC 做大 视频直播平台内容创作圈解读[J].数码影像时代,2016.
- [11] 乔新生.如何监管互联网络直播[J].青年记者,2016.
- [12] 张一涵.阐释 UGC 之内涵 探 UGC 之应用——《新一代互联网环境下用户生成内容的研究与应用》评介[J].图书情报工作,2014.
- [13] 宋祺灵.视频网站专业化内容生产特征与问题研究[C].全国互联网与音视频广播发展研讨会.2014.
- [14] 刘燕龙.UGC+PGC:视频网站未来发展之路[J].西部广播电视,2015.
- [15] 徐蒙,祝仁涛.新媒体视域下 UGC 模式的法律风险及其防范——以网络直播为例[J].浙江传媒学院学报,2016.

[3] 莱文森.新新媒介.何道宽译.北京:华夏出版社,2011年,62页

From UGC to PGC, PUGC: Study on the content production mode of the domestic live-broadcasting platform

He Honghua

(Hunan University, Changsha/Hunan, 410012)

Abstract: The broadcast industry flourished suddenly in 2015, and gradually calmed in 2017. During the three years, there have been PGC and PUGC two new content production mode developing, and UGC which made webcast roaring is not the only content production. The rapid development of broadcast content is on the basis of UGC mode which brings the market and the audience, but considering the problems UGC mode produced, live-broadcasting platforms stimulated their motivation to develop PGC and PUGC mode. This paper explored the evolution of broadcast platform content production model through research methods like literature analysis, data analysis, comparative research and so on.

Keywords: Webcast; UGC; PGC; PUGC; content production