

# 中国企业直播服务行业发展 研究报告

2021年



海量行研报告免费读

# 序言

//

2020年，新冠疫情爆发并席卷全球，对包括中国在内的全球经济造成了巨大的冲击，同时对社会生活运转造成了深刻影响。在这一背景下，以消费市场上轰轰烈烈的直播电商为引爆点，直播行业再次掀起热潮。发展了十年之久的企业直播服务市场在中国企业数字化转型的浪潮中，也顺势进入高速发展阶段。

在2021年新春伊始，艾瑞发布《2021年中国企业直播服务行业发展研究报告》，重新梳理了中国企业直播市场的发展历程，呈现当前中国企业直播的市场现状，并着重分析一年以来高速发展的企业直播市场中不同角色方的变化，以期为希望了解企业直播、关注企业直播市场动态的各位读者和企业提供关于该市场较为全面的参考。

//

——艾瑞咨询研究院



## 市场：中国企业直播服务市场现状

- **规模**：历经十多年的发展，B端市场在2020年全面拥抱企业直播，在疫情推动下，中国企业直播市场进入高速发展阶段，市场规模达到近40亿元
- **产业链**：产业链上下游角色方之间发生了一定的变化，企业直播服务商与其他角色方的合作方式变得更加灵活，合作关系更加紧密
- **服务商**：头部企业直播服务商依托自身已有优势，在市场上站稳脚跟的同时加速构建竞争壁垒，纵向深耕和横向扩张并驾齐驱



## 风云：中国企业直播服务市场发展变化

- 在需求端，C端用户对直播的热衷推动更多企业积极探索直播，企业直播服务商是使企业实现购物、教育、活动等多种场景线上化的核心角色；B端企业也经过一年的实践和试错，更加清晰地认识到企业直播的价值，对未来直播的规划趋于理智
- 在供给端，上游云厂商领衔构建SaaS生态，推动企业直播与其他SaaS服务商之间的交流与协作，共同探索如何更好地服务B端企业；中游的企业直播服务商完成了产品+方案+服务的持续升级，包括：
  - **产品**：在客户需求驱动下，持续优化企业直播产品细节
  - **方案**：直击细分行业痛点，推出针对不同行业、不同场景的专属直播解决方案
  - **服务**：更加注重深度服务能力和客户口碑，以驱动业务的可持续增长



## 展望：中国企业直播市场发展趋势

- 在应用层面，智能语义分析、大数据挖掘等技术的加持下，直播应用的不同场景仍有深挖空间
- 在企业层面，伴随着服务商的解决方案走向成熟，直播将成为不同规模、不同行业企业对内对外开展业务的必备能力
- 在产业层面，企业级直播服务与逐渐下沉的上游巨头形成互补，加速推动业内技术交流和创新，以更低的成本满足企业客户多样化的需求，以更加成熟完善的解决方案提升企业客户的运营效率和满意度，使更多企业享受到产业数字化带来的机遇和红利

概述：企业直播服务有何不同	1
市场：中国企业直播服务市场现状	2
风云：中国企业直播服务市场发展变化	3
案例：中国企业直播典型企业案例	4
展望：中国企业直播市场发展趋势	5

# 企业直播的概念

## 企业做直播 = 企业直播？

广义上，“企业直播”泛指企业做直播，即，企业使用特定直播工具或产品开展直播活动的行为。企业做直播有多种方式，其中主要分为使用公域平台提供的直播服务和使用企业直播服务商提供的直播服务。

本篇报告所指的“企业直播服务”为狭义概念，即，**面向B端企业的直播SaaS、PaaS等软件服务和相关增值服务。**

### 企业做直播的主要方式和特点



在C端用户聚集的各类流量平台（如淘宝、抖音、快手等）上开设企业直播间，定期发起直播活动。

- 适用场景多为商品、服务的宣传推广和销售
- 对直播渠道的把控能力弱，个性化程度低



采购符合企业自身业务需求的直播产品和服务，能够企业直播服务商保持交流，获得即时的技术支持和频繁的产品功能更新。

- 适用场景多样
- 个性化选择丰富
- 功能更新速度快，可拓展性强

### 中国企业级SaaS按垂直业务分类



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

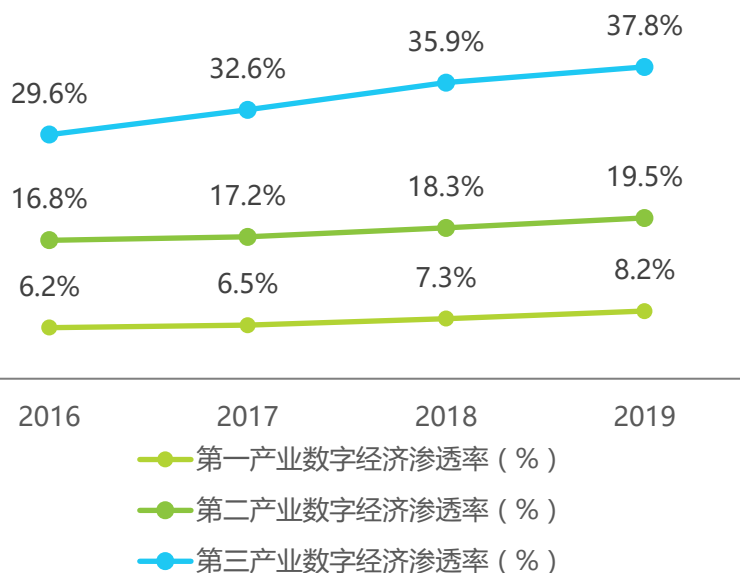
来源：《2020年中国企业级SaaS行业研究报告》。

# 中国企业直播服务市场发展环境

## 数字经济在三次产业中持续渗透，企业直播等数字化转型服务供应商迎来加速发展期

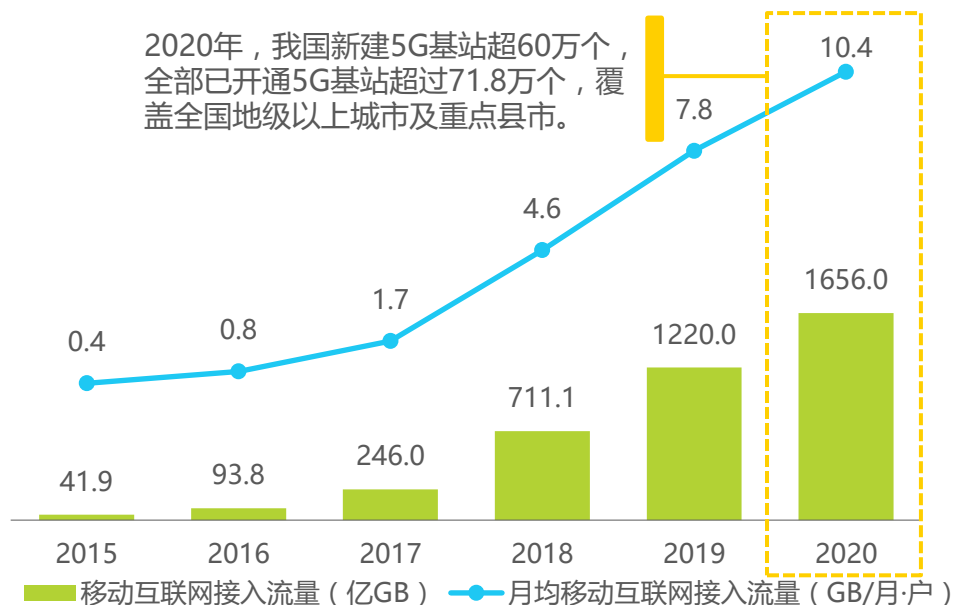
根据信通院统计数据，2016至2019年，中国三次产业数字经济渗透率稳定上升，服务业数字经济领域领先发展，2020年以电商直播为代表的直播经济进入千家万户，成为各行各业商业发展的核心动能，为企业创造了新的发展机遇。在这一背景下，企业直播等数字化转型服务供应商积极发挥自身的技术及产品优势，向具有业务线上化转型需求的企业输出解决方案。而作为中国数字经济发展的引擎之一，我国移动互联网在2020年加速了5G建设步伐，直播电商、云展会等新业态不断涌现，使移动互联网流量消费持续增长，整体移动网络环境为直播在用户端的广泛覆盖和渗透提供了良好的基础。

### 2016-2019年中国三次产业数字经济渗透率



来源：中国信通院《中国数字经济发展白皮书（2020年）》。

### 2015-2020年移动互联网流量及每户每月流量增长情况



来源：中国工信部《2020年通信业统计公报》。



# 中国企业直播服务市场的发展历程

## 历经十多年发展，B端市场在2020年全面拥抱企业直播

### 中国企业直播服务市场发展历程概览



3G移动网络于2009年年初开始正式商用发展

2013年底，中国正式进入4G时代，移动网络增速降费，随后几年4G用户数迅速增长，至2020年末达到12.9亿户

2019年11月，国内三大运营商宣布5G正式进入商用时代。截至2020年底，我国5G网络实现所有地级以上城市全覆盖，5G终端连接数突破2亿

#### PC端企业直播雏形

2009年，中国最早的企业直播服务商展视互动成立，推出面向企业的PC端的直播服务，打破了传统视频会议产品需要讲师与学员双方安装插件的形式，使观看直播轻松便捷。

这一时期，企业直播的主要客户为**大型外企**，多用于**内部培训、企业大会**等场景。

#### 教育行业应用的助推

2012年左右，在线教育市场大爆发，**直播成为线上招生营销利器**，同时在大班课场景下增加了直播互动需求。

受到教育市场的推动，其他行业对直播的兴趣逐渐提升，同时催生出对企业直播**私有化部署和API/SDK开发**的需求。

#### 直播服务商遍地开花

2015年左右，**大型药厂、金融行业客户激增**，直播在线股评、解盘盛行，且对直播的清晰度、直播间观众承载量有了更高的要求。

与此同时，**国内CDN厂商技术逐渐成熟**，大大降低了直播的开发门槛，企业直播服务赛道诞生出更多新晋玩家。

#### 私域电商直播兴起

2019年，**直播电商全面爆发**，企业直播市场迎来又一拐点，服务商加速开发适用于私域营销场景的直播产品模块，**为更多B端企业打开了私域流量的大门**。

#### 大浪淘沙

2020年上半年，疫情推动下，各行业、各类型业务被迫线上转移，**诸多新的企业直播场景被激活**，企业直播服务市场进入高速发展阶段。

伴随国内疫情得到控制，线下生产和商业活动逐渐恢复常态，B端企业经此一疫对直播的价值有了更深的理解，**直播营销更是成为诸多企业开展直播的发力点**。

市场热度

2009年

2012年

2015年

2018年

2021年

来源：工信部、专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播服务行业覆盖情况分析

## 企业直播在垂直行业应用加深的同时加速覆盖传统行业

2020年初的新冠肺炎疫情对企业直播市场起到了放大镜和加速器的作用：一方面，教育、金融、汽车行业等信息化程度较高、规模较大的企业在已经有一定直播经验的基础上，深化了直播的应用场景，提升了开播频次；而另一方面，疫情期间受到物理条件限制和市场热度的影响，农业、林业、国防军工等信息化能力较落后的传统的行业也加速踏入了直播浪潮。整体来看，企业直播作为疫情下的救急之举，对中国B端市场多个行业的数字化转型起到了强有力的推动作用。

### 企业直播服务行业覆盖变化情况

#### DEEPER 垂直行业应用深化

教育行业



**关键词：体制内，下沉**

教育行业对直播的大规模应用是B端企业直播应用的加速剂。疫情期间，直播进一步向体制内院校渗透，大中小学校纷纷快速搭建直播教学系统，以响应教育部“停课不停学”的号召。

金融行业



**关键词：无接触式金融服务**

直播改变了银行、基金公司触达客户的方式。疫情期间，银行、基金公司通过在线直播形式，进行金融政策解读、线上业务办理流程介绍、基金

#### WIDER 加速覆盖传统行业

农林行业



**关键词：宅家学农**

在备耕季节，农林行业突破了传统线下聚集的培训方式，创新利用多种培训平台，通过直播，展开农民科技直播培训、远程农业技术培训和网上指导服务。

央企军工



**关键词：搭建视频能力**

诸如央企、军工行业等一些架构复杂、保密要求较高的企业在疫情期间开始涉猎直播，搭建企业的视频能力，范围包括员工大会、内部培训、政

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_20779](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20779)

