

# 中国企业直播服务市场 研究报告

2019年



## 企业直播



企业直播是指面向企业商务需求提供的、部署在服务提供商自己的服务器上的网络直播服务，是企业级SaaS服务的一种；

本报告主要围绕**以企业直播为主营业务的服务商**进行研究，所统计的市场规模、行业排名等数据均仅指代该类服务商所得。不包含腾讯云、阿里云等通用云服务商的企业直播业务收入。



## 中国企业直播服务市场的发展受到供给端和需求端两侧的驱动而发展：

从供给端来看，**底层云计算技术**的日臻完善推动了包含企业直播在内的SaaS服务行业的增长；从需求端来看，企业对于企业直播服务的需求上升主要受到**营销视频化**和**管理数字化**趋势的影响。



## 高速发展过后，中国企业直播服务市场仍然存在增量空间：

受以上两侧驱动影响，2016年开始中国企业直播服务经历了高速增长，2018年中国企业直播服务**市场规模达到7.6亿元**，预计2019年市场规模将能够突破10亿。未来的增量空间主要来源于其在**应用领域的横向拓展**和**在产业链上下游的深入挖掘**。



**企业直播服务横向布局流量生态体系**：通过将直播系统接入流量生态，**挖掘更多中小企业客户**，借助生态流量优势，链接更多目标用户。

**企业直播服务商纵向沿产业链上下游延伸**：一方面，**布局上游产业的视频云平台级服务**，另一方面，**为下游企业营销环节赋能**，提供一站式营销服务。



## 企业直播的应用场景主要与企业经营各环节相结合：

一方面，顺应营销媒体化、视频化的趋势，企业直播对外**为企业营销活动赋能**，有效提升企业获客与转化的效率；另一方面，企业直播对内**解决企业传统线下培训的痛点**，帮助节省培训成本，提高企业培训效果。

中国企业直播服务市场发展背景 1

中国企业直播服务市场发展现状 2

中国企业直播服务典型应用场景分析 3

中国企业直播服务未来发展趋势 4

# 中国企业直播服务市场发展背景

## 供给端：云计算技术日臻完善推动企业级SaaS服务发展

根据中国通信院所发布的《2018年中国云计算发展白皮书》来看，2017年中国云计算市场规模已突破691.6亿元，增速达到34.3%。其发展主要受到金融资本支持、企业需求增加、底层技术完善的推动，尤其是云计算应用技术的发展，使得其在提升易用性和效率的同时降低了运维成本，因此能够服务于更多的中小型企业。作为云计算中公有云服务的一种，中国企业级SaaS服务市场规模于2017年达到了104.5亿元，近三年来维持着超过30%的增长率。艾瑞预计，2018年中国SaaS服务仍将维持这样的高速增长，并达到超过150亿元的市场规模。

### 云计算技术发展特点摘要

#### ① GPU云化降低高性能计算使用门槛

GPU指代图形处理器，作为高性能类的处理器，GPU主机云化趋势使其应用范围扩散更广，降低了使用门槛。

#### ② 服务网格开启微服务架构新阶段

微服务指将大型复杂应用拆分成多个简单应用，每个应用仅关注一件任务，有利于降低系统复杂度、提升架构灵活性和实操效率。

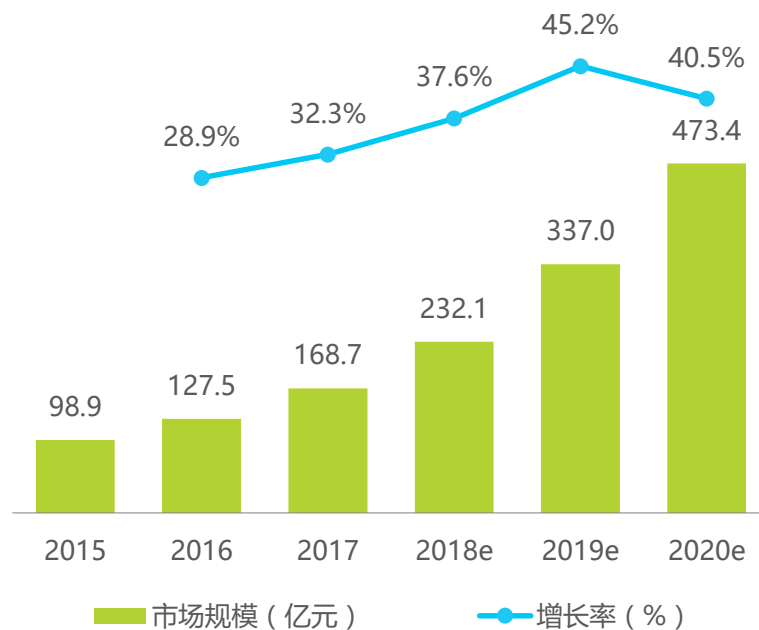
#### ③ 云网融合加速网络结构深刻变革

云计算业务的开展需要强大网络能力的支撑，网络资源的优化同样需要借鉴云计算的理念，更好的优化网络结构。

#### ④ 无服务架构降低企业运维成本

无服务架构是一种特殊类型的软件体系架结构，在没有可见的服务器或者虚拟机的环境中执行应用逻辑。由于只调用很小的代码包，用户只需为自身需要的计算能力付费。

### 2015-2020年中国SaaS云服务市场规模及增速



来源：中国信息通信研究院《2018年中国云计算发展白皮书》。

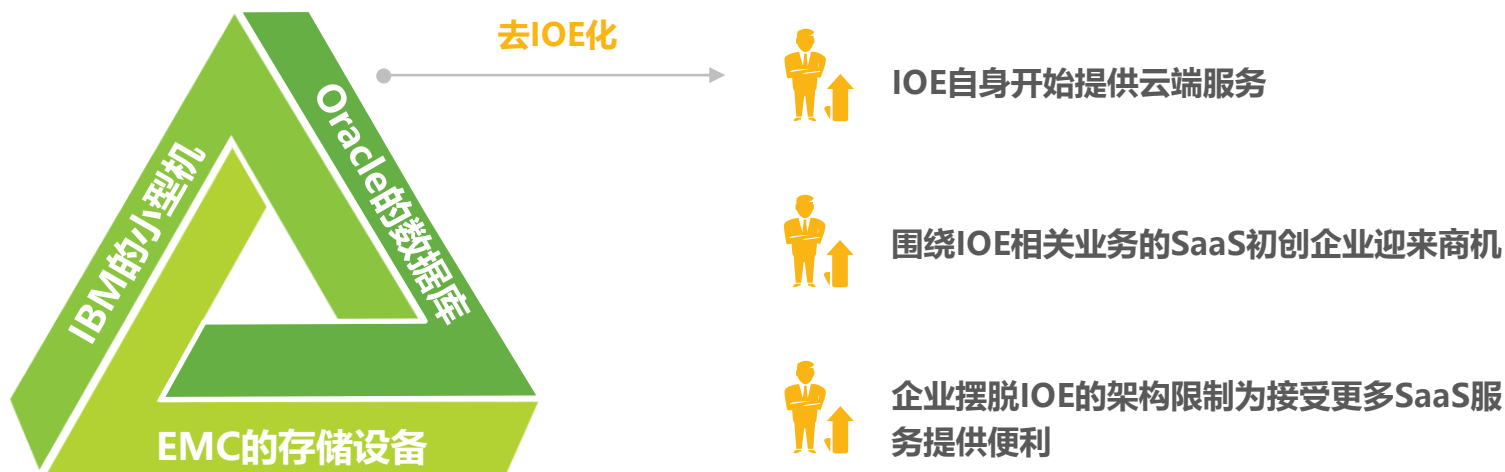
来源：艾瑞结合公开财报资料与专家访谈根据数据模型推算所得。

# 中国企业直播服务市场发展背景

## 供给端：去IOE化浪潮后，IT厂商由售卖产品转向为售卖服务

前几年IT界掀起了一阵去IOE浪潮，其背后原因在于企业越来越认识到购买IT硬件设备在灵活性、便捷性与成本效益上都存在诸多不足。企业思维方式的变化促使一批互联网厂商颠覆传统的软件模式，用售卖服务来取代替销售硬件产品，帮助企业解决实际问题。而随着IT产品的消费化，企业办公环境与员工私人生活之间的界限日益模糊，部分厂商也将其在to C市场积累的经验推广至to B市场，进一步推动了SaaS在终端用户层面的普及与发展。

### 企业去IOE化为SaaS服务的发展提供便利

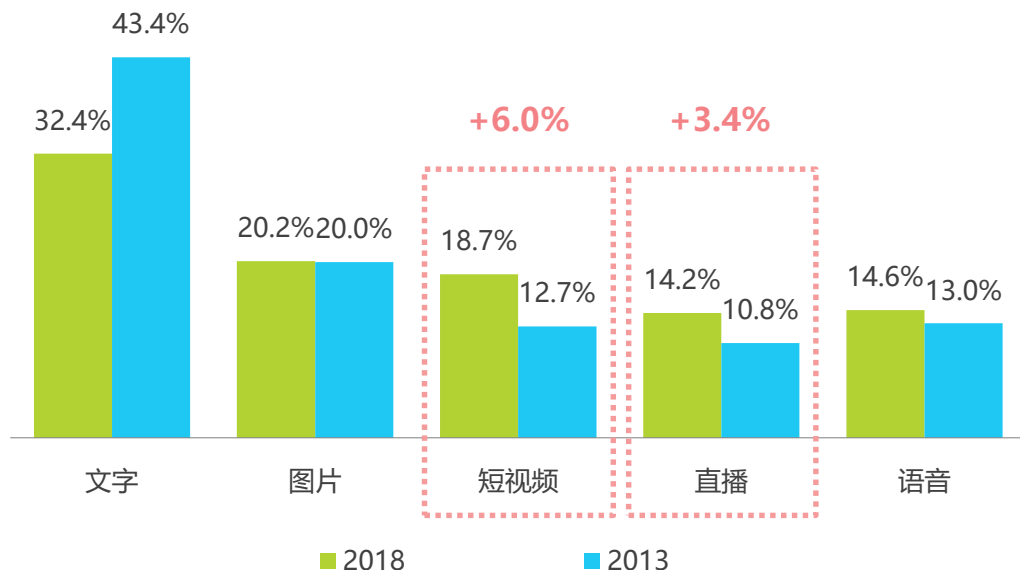


# 中国企业直播服务市场发展背景

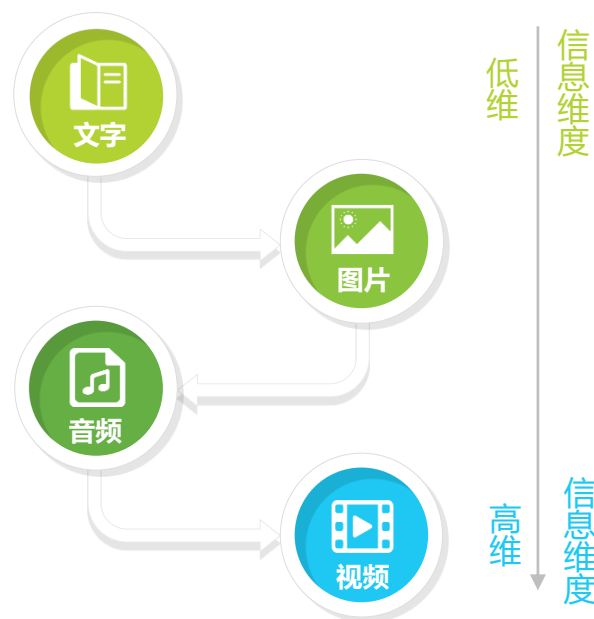
## 需求端（对外）：企业营销需求呈现视频化趋势

互联网时代下，随着技术的提升和用户行为的转变，企业营销方式逐渐呈现视频化趋势。一方面，基于底层传播通讯技术的进步和发展，视频传播展现出了更高维的信息密度和信息量，尤其是直播类的视频传播，具有显著实时性和互动性特点，能够实时反馈用户行为和偏好，为企业营销增添了更丰富的互动玩法。另一方面，就用户本身的触媒习惯来看，以短视频和直播为代表的视频内容形式在五年内出现了相对大幅度的增长，代表用户流量和渗透率的加强，这也同样促成了企业营销需求转向视频化的趋势。

### 2013和2018年用户获取内容信息的主要形式分布



### 企业营销传播方式演变



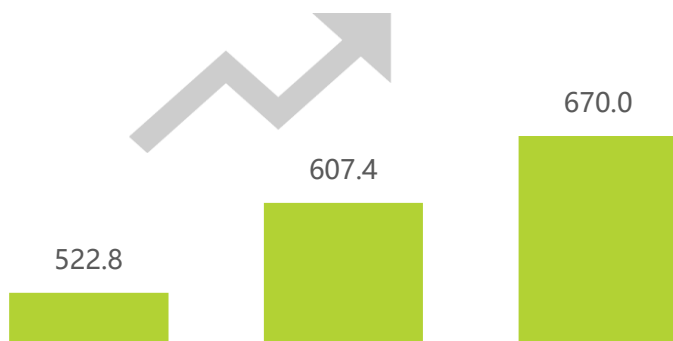
样本：N=1500，来自艾瑞咨询在iClick社区收集的调研问卷。

# 中国企业直播服务市场发展背景

## 需求端（对内）：企业数量高速增长，管理面临数字化改革

在国家双创政策的引领和商业环境的不断改善下，创新创业热潮迭起，仅2018年一年新增企业数量就达到670万家，较去年增长10.3%。企业数量的增长为企业直播服务市场带来更多的潜在客户，尤其是尚未构建起私有云体系的中小型企业，2018年整体规模达到4000万家，在面临企业管理趋于数字化变革的背景下，中小型企业群体应格外需要包含直播在内的公有云服务，来完成培训、组织、生产、协调、销售等运营工作，以达到降低成本、提升效率的目的。

### 2016-2018年中国新增企业数量



### 企业管理面临数字化改革



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\\_21114](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21114)

