

中国企业直播多场景应用策略 白皮书

©2022.3 iResearch Inc.



中国企业直播服务通过各方驱动发展，助力企业实现数字化转型

从**政治侧**来看，企业直播供需两端受到政策鼓励和支持，企业直播服务相关技术与应用受政策利好发展空间可期；从**经济侧**来看，互联网网民规模发展缓慢，企业获客成本走高，企业需要更多数字化运营工具辅助，走精细化运营之路；**社会层面**，2020年以来网络直播用户使用率逐年走高，线上化时代助力直播行业发展；此外，**科技方面来看**，5G网络的发展、云服务和推流拉流相关技术发展成熟、大数据和人工智能的应用，使得企业直播技术层面水平不断提升，有力支撑企业直播行业发展。



企业开展直播的宏观策略梳理

企业直播行业经过多年的深耕，现如今已经较为广泛的应用于多个行业，其中**中腰部规模企业占比明显高**；在企业直播的面向人群上，**企业对外直播比例明显提升**，半数企业预算过十万；此外，**企业直播效果和价格是客户最关注的核心因素**；从应用场景角度来看，**大型企业应用场景更多元化，中小型企业更注重产品功能性**；客户对企业直播服务商选择时更加关注**成熟技术+定制化能力**，服务商是否具有**全流程跟进、全方位满足客户需求的能力**，是否具有完善的**底层技术能力**。



不同细分场景下，行业直播策略存在差异性

营销场景下，企业搭建私域流量池，开拓客群精细化运营体系，通过前中后端的配合，利用直播工具打通用户层与数据层，助力企业实现精准营销

- 证券行业：以多元化场景助力行业，提高品牌影响力
- IT行业：企业直播多种业务类型并存，全连接直播业务助力企业营销破局
- 零售行业：通过精准引流实现全域营销场景建设
- 房地产行业：打造营销矩阵，完善直播链路闭环。

培训场景下，企业直播通过前中后节点的协同作用，助力企业提升培训效能

- 保险行业：保险行业本身具备天然的强互动属性，与直播形式不谋而合；外训直播场景通过场景化带入，将人与人串联，实现对业务的支撑和赋能
- 医疗行业：直播应用在医疗行业以学术类、教学类和科普类为主，医疗行业直播解决方案洞察行业特征，为医疗资源均衡化发展做出贡献
- 央国企：培训直播工具融合央国企特征，内训场景下实现内部沟通交流，在外训中实现品牌形象塑造



未来企业直播发展新趋势

“底层技术+优质服务”，双轮驱动直播公司从纯技术型服务商转型运营服务商；此外，把握住客户所需，提升企业**直播客户体验**为服务商发展的核心要素；**虚拟技术、元宇宙**等新技术的加持，加速构建了企业直播新生态。

中国企业直播发展现状	1
企业开展直播的宏观策略梳理	2
细分场景下的不同行业直播策略	3
中国企业直播未来发展趋势	4

企业直播服务概念界定

企业直播服务以专业化直播技术，赋能企业客户，实现降本增效与营销增长

企业直播服务是指企业直播服务商以专业级的直播技术为基础，通过SaaS、PaaS和aPaaS等软件服务和相关增值服务，深入各个业务场景，为各行业的企业客户提供数字学习技术和数字营销云解决方案，帮助企业实现数字化转型，企业直播服务与公域平台直播服务在服务内容上有较大的差异性，企业直播服务赋能B端企业客户实现业务增长。

企业直播服务是指企业直播服务商以专业级的直播技术为基础，通过SaaS、PaaS和aPaaS等软件服务和相关增值服务，深入各个业务场景，为各行业的企业客户提供数字学习技术和数字营销云解决方案，帮助企业实现数字化转型。



企业直播服务的定义

企业直播客户：使用企业直播服务的企业客户

企业直播服务与公域平台直播服务的对比

公域平台直播服务

适合C端用户

在公域平台上做直播，依赖公域流量，如淘宝直播、抖音直播、微博直播等。

优势：无需自建平台，公域平台流量池巨大，初期起量快

劣势：头部集中效应明显，流量成本高，数据安全难以把握，用户信息难以沉淀，直播功能不够个性化

企业直播服务

适合B端企业客户

既可以帮助企业客户实现降本增效；又能做到公域和私域平台上同步直播，串联起公域流量和私域流量，助力企业将公域流量留存至私域。

优势：私域流量为企业所拥有，可以0成本的直接、反复触达，用户数据可留存，用户数据安全可保障，直播功能可根据企业客户需求更改

劣势：一般需要购买使用，对平台运营能力要求高

企业直播行业产业图谱

2022年中国企业直播行业产业图谱



企业直播服务的驱动力及价值分析

P：企业直播服务相关技术与应用受政策利好，发展空间可期

企业直播行业的供需两端都受到政策鼓励和支持，企业直播行业也随之蓬勃发展。云计算、大数据等技术作为企业直播平台的上游和底层技术，一直被国家大力支持，相关技术水平的提高也进一步助推了企业直播行业的供给水平。与此同时，各级政府对于直播这样的新业态的应用也持非常积极的态度，推出了从产业发展规划到相关监管政策再到技能人才培养等多方面的规划，大力支持直播相关产业的健康发展。因而，企业直播受供需两端利好的带动也随之发展。

供给方

《“十四五”数字经济发展规划》

- “十四五”规划明确提出到2025年，**数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%**的重要发展目标
- 规划肯定了互联网平台在加速数字技术与各行业融合上的作用，电子商务蓬勃发展，移动支付广泛普及，**在线学习、远程会议、网络购物、视频直播**等多种新业态新模式竞相发展
- 提出建设出云计算、大数据、物联网、工业互联网、区块链、人工智能、虚拟现实和增强现实七大数字经济重点产业

“十四五”规划中提及要重点建设的云计算、大数据等技术也是企业直播的关键底层技术，有利于企业直播行业的协同发展。同时规划也明确肯定了企业直播相关应用的价值和意义。

需求方

直播应用受各地鼓励，相关标准出台规范行业发展

- 2020年，广州市、上海市、重庆市、青岛市、济南市等地分别出台各地的电商直播相关的**行动方案**，各地大力支持直播产业发展，给予不同程度的政策利好
- 2021年，国家互联网信息办公室、国家市场监督管理总局、国家税务总局、国家广播电视台等七部委联合发布了直播行业发展的相关**管理规范**，有利于直播行业健康发展
- 2021年底，人社部、中央网信办、国家广播电视总局共同发布了互联网营销师国家**职业技能标准**，助推行业规范化发展

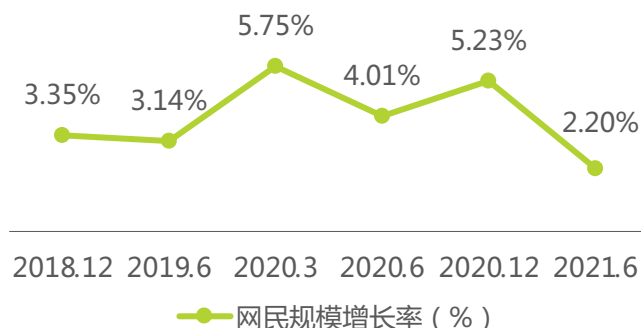
从利好政策到规范的制定，国家从政策层面大力鼓励并引导直播产业健康积极发展，体现国家对于直播经济的积极态度

企业直播服务的驱动力及价值分析

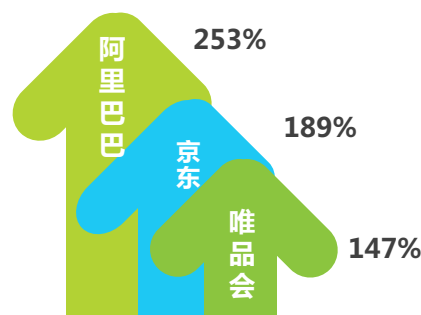
E：获客成本走高，企业需要更多数字化运营工具辅助，走精细化运营之路

从经济的角度看，我国互联网网民规模基本已经见顶，企业的获客成本不断提升，企业无序扩张的阶段已经成为历史。如今的营商环境，更考验每个企业的精细化运营能力，随着获客成本的走高，使得企业不再能单纯依赖拉新来支撑业务增长，像企业直播这样能够以直播数据分析提升新用户转化率与留存率、以多样化的直播功能深耕现有用户的运营工具显得尤为重要。进入2022年，企业直播能够帮助企业提升运营效率、节省营销成本等特性已经被越来越多的企业用户所认识到。

2018-2021年中国网民规模增长率

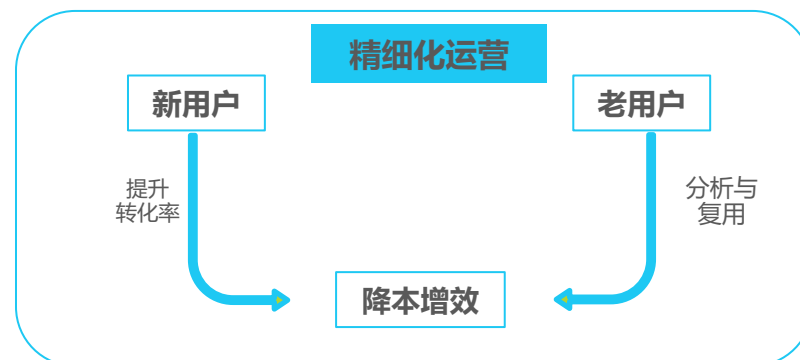


2015-2019年各主要平台当期新增活跃用户对应当期营销费用变化



2022年中国企业直播用户使用直播的原因

- 1 助力企业数字化转型，提升运营效率
- 2 降低营销成本、减少时间、精力、金钱花费
- 3 多场景建设丰富企业营销手段
- 4 帮助企业与用户深入沟通、实现实时互动
- 5 帮助企业实现流量转化，将公域流量导入私域流量池

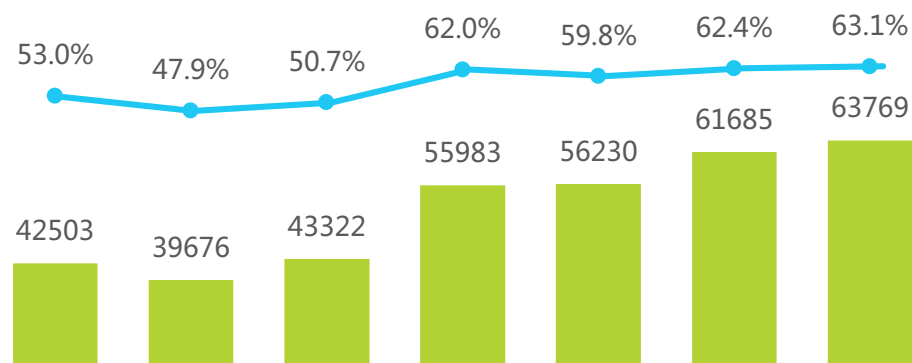


企业直播服务的驱动力及价值分析

S：网民对直播的接受度不断提升，线上化时代助力直播行业发展

根据中国互联网信息中心（CNNIC）的统计数据来看，受到疫情的助推，2020年以来网络直播的用户使用率明显上升，近几年网络直播的用户规模始终保持上升趋势。同时，用户对在线医疗、在线办公等新业态的接受度不断攀升，日常生活和工作线上化的趋势不断加深，网络直播能力也逐渐发展为企业在数字化时代的新基建能力。进而，用户线上化需求提升带来的机会，也带动了企业直播行业的发展。

2018-2021年中国网络直播用户规模及使用率



2021年6月中国各类互联网应用用户规模增长情况



线上化从泛文娱向生活的各个场景纵深。即便是以往认为很难线上化的医疗行业也开始向线上化迈进，为偏严肃的企业直播带来发展机遇。

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_39365

