

# 2022年中国企业直播行业发展趋势研究报告

©2022.4 iResearch Inc.



## 市场：中国企业直播市场发展现状概述

- **环境分析**：黑天鹅节点后，在中国数字化进程背景下，技术发展与市场需求双重驱动，中国企业直播市场进入稳中求进的深耕发展期。市场规模达到43亿元
- **行业热点**：企业客户对于直播产品的质感要求不断提升，驱动着企业直播服务商为其提供更有针对性的直播产品、更加细致的前后端全流程服务和不断迭代升级的相关技术能力，企业直播边界进一步拓展，产品、服务与技术能力进阶提升



## 行业：行业概览及中国企业直播典型案例分析

- 企业客户行业分布广泛，将线上化及私域运营融入业务；中等规模企业客户最多，大部分企业已经使用较长时间。头部服务商服务矩阵明显，如：微赞——专注于微信生态，全方位打造直播流量新体系；全案一体化核心技术的结合赋能企业实现价值飞跃



## 展望：中国企业直播行业发展趋势

- **企业直播产业链融合深度发展**：随着中国企业级SaaS行业发展进入成长期，加速SaaS产品的深度渗透。目前，企业直播市场上中游通力协作，共建SaaS生态。SaaS标准化，PaaS、aPaaS个性化需求促进行业互通
- **私域营销进阶——精细化管理**：未来，直播中端重视精细化管理，从营销活动和技术两个方面升级达到“深度交互+深入人心”
- **场景细分提供针对性解决方案**：除了打造标准化运营服务全景更好的服务客户外，针对行业场景差异性，提供针对行业问题的个性化解决方案助力客户成功
- **客户专业性增强、需求分化**：随着企业客户对直播感知越发清晰，未来更加关注深度绑定能力
- **沉浸式元宇宙直播释放价值**：虚拟直播技术的进一步应用，推进企业直播模式拓展，未来，数字人3D虚拟背景领航的元宇宙将引领直播进入虚拟世界

市场：企业直播市场发展现状概述

1

行业：行业概览及企业直播行业典型案例

2

展望：企业直播行业发展趋势

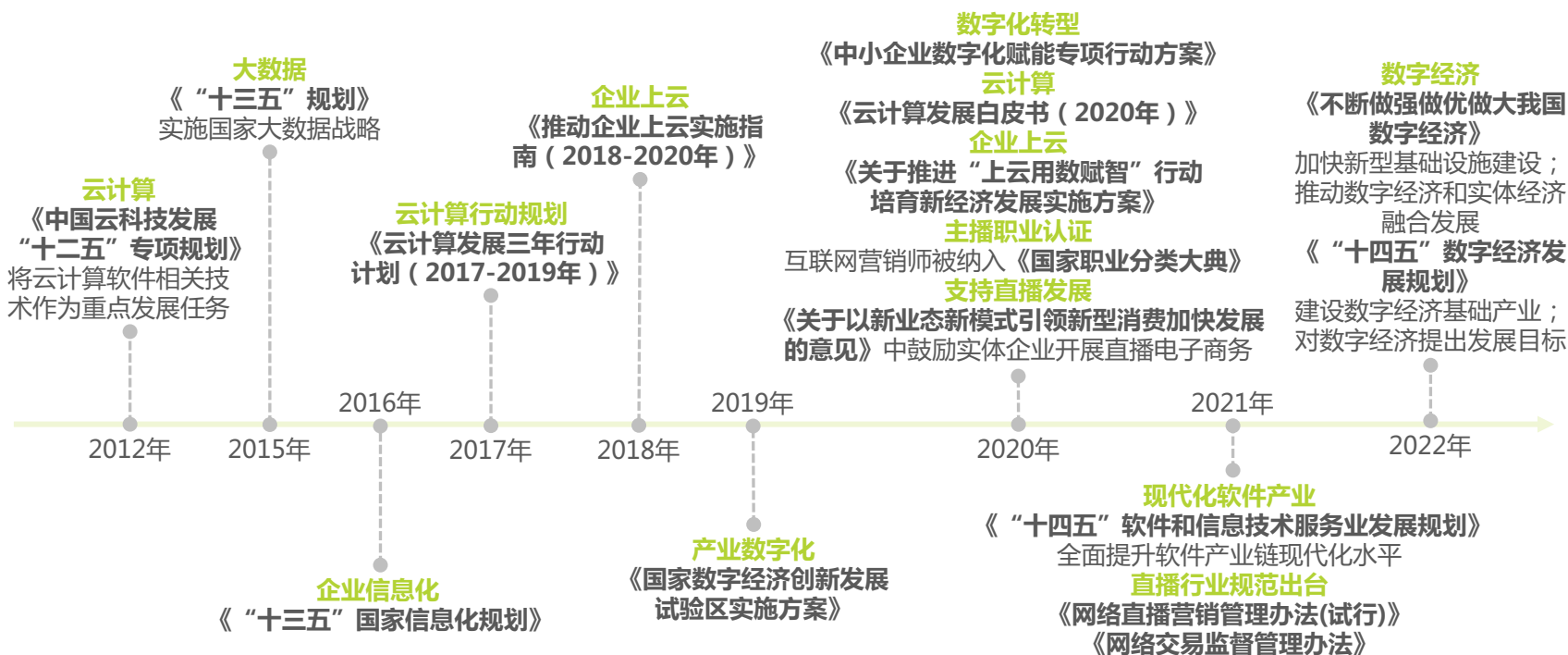
3

# 企业直播市场环境分析

## 相关政策鼓励企业数字化转型，推动企业直播行业发展

自2012年“十二五”规划起，云计算、移动互联网等新业态便受到政策鼓励。近年来，鼓励发展数字经济、鼓励企业上云成为国家重点战略，直播相关的底层技术也频频受政策鼓励，互联网营销师得到官方职业认证、直播行业规范也陆续出台利好行业长远健康发展，企业直播行业迎来发展机遇期。企业直播服务通过与5G、大数据、人工智能和云计算等新兴技术的结合，利用直播技术助力企业实现数字化转型，契合国家相关政策的号召。

### 2012-2022年中国企业直播行业相关政策梳理



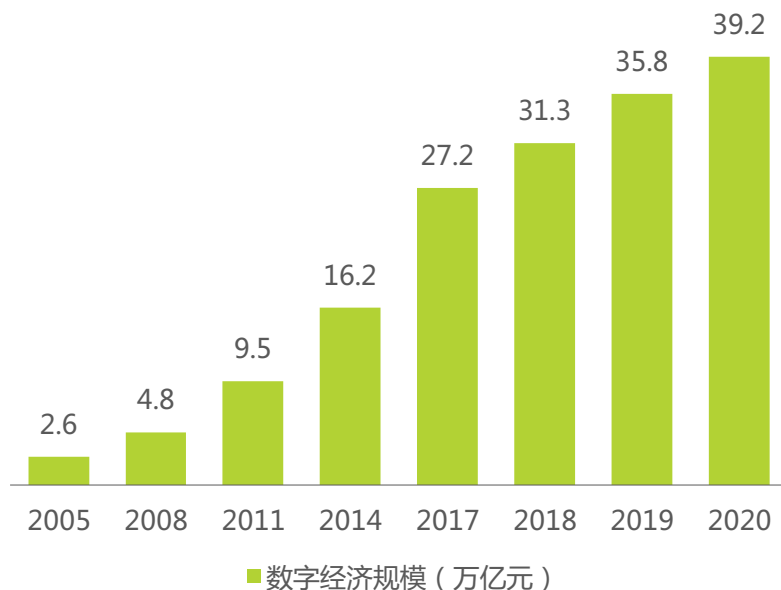
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

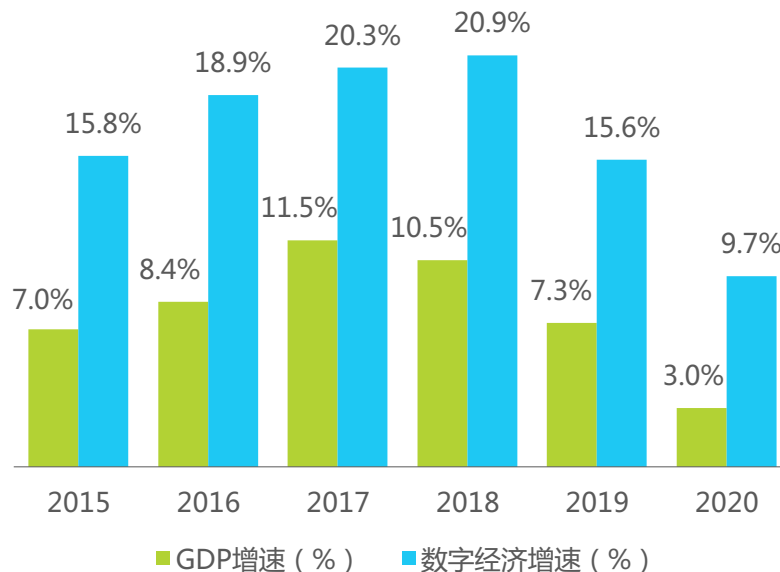
## 数字经济东风，带动企业直播等数字化转型服务商增长

数字经济的高速发展为企业直播行业增长创造环境。数字经济相关产业近年来受到政策的鼓舞发展迅猛，2020年的产业规模已经达到39.2亿元。同时，数字经济的增速还常年超越中国整体GDP增速，2020年数字经济的增长速度更是达到全年GDP增速的3倍多。而企业直播作为数字化转型服务商，借助直播工具可帮助B端企业客户实现对C端用户全程数据的留存与分析，可助力B端企业客户实现数字化转型，数字经济蓬勃发展的背景之下B端企业也面临数字化转型的压力。因此，得益于数字经济蓬勃发展的东风，企业直播服务商通过助力企业客户实现数字化转型、拥抱数字经济，也拥有了发展机遇。

### 2005-2020年中国数字经济规模



### 2015-2020年中国GDP增速与数字经济增速



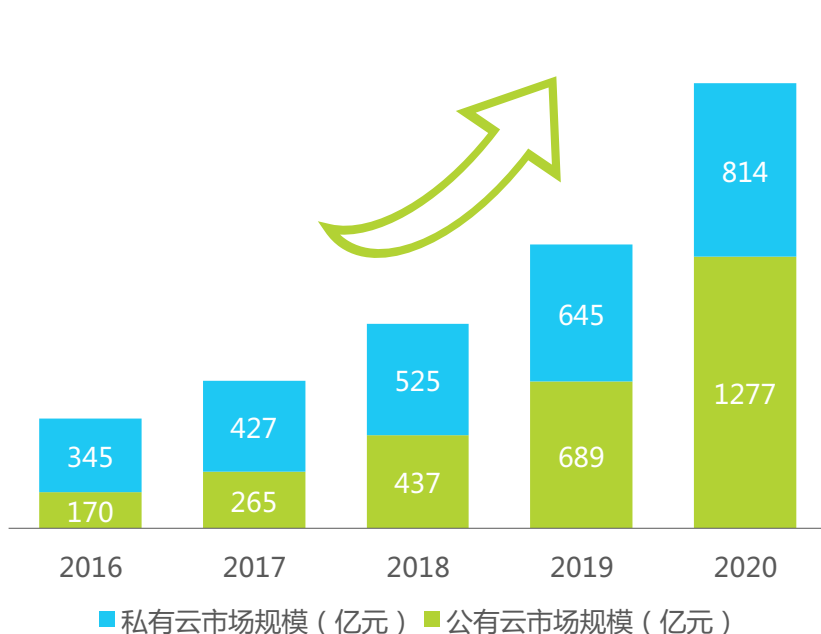
来源：中国信息通信研究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

## 技术与市场需求，共同助推企业直播服务扩容

从技术端来看，传统企业上云进程加快，驱使我国云计算市场规模特别是公有云快速扩张，为打造IT数字化基础能力奠定坚实的基础。此外，大数据、边缘计算、物联网、区块链、人工智能和5G等新一代数字技术的持续发展突破，都为企业实现数字化转型提供了技术保障。从市场需求来看，全球经济、市场、商品等多维一体化发展的趋势，不断迫使企业从信息化转向数字化，并进一步向数智化方向发展。而企业直播服务可以留存并打通企业用户数据，并进一步在AI和人工智能算法的帮助下对直播运营环节提供优化的方向，进而提升运营效率，帮助企业更好的应对愈发激烈的市场竞争。

### 2016-2020年中国云服务市场规模



### 企业直播帮助企业迎合数智化趋势



#### 阶段 1：信息化

主要指业务流程上实现信息化

- 代表应用：OA办公系统、ERP系统、BI数据看板等



#### 阶段 2：数字化

将各类复杂多变的信息转变为可以度量的数据，并加以处理

- 代表应用：协同办公软件、大数据应用等



#### 阶段 3：数智化

指在数字与智能技术的支持下，建立智能化分析与管理体系

- 代表应用：人工智能算法、AI、云计算、5G等

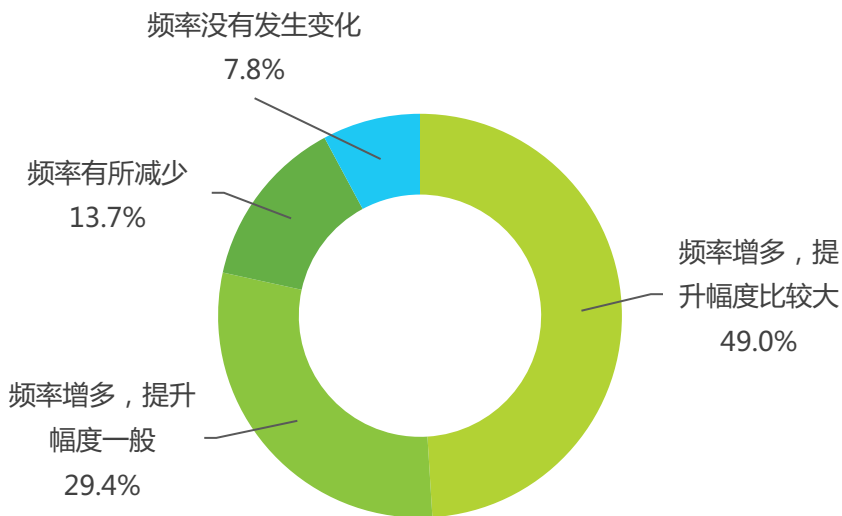
来源：中国信息通信研究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

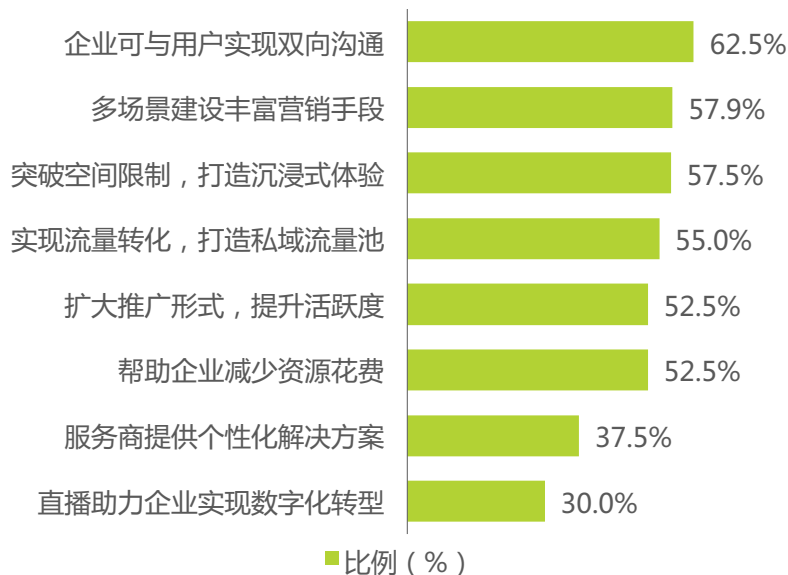
## 企业客户直播频率提升，用户与企业双向沟通是首要因素

直播行业发展到今天，已经越来越多的企业认识到了常态化直播的重要性，据调研2022年有近七成的企业客户均表示其公司开展直播的频率进一步上升了，且有49.0%的企业客户表示其直播频率的提升幅度较大。究其原因，是在企业客户深度体验直播工具后，逐渐意识到企业直播这种形式可以突破地理限制，做到与客户有更深入的社会互动，实现企业与客户间的双向沟通。并且，直播服务商所进行的场景化打造，也为企业客户的营销直播提供了更多的针对性直播工具，让营销直播玩法更多元，让C端用户拥有更具沉浸感的直播体验。

### 2022年中国企业直播客户使用频率变化情况



### 2022年中国企业客户增加直播频率的原因



样本：N=51，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

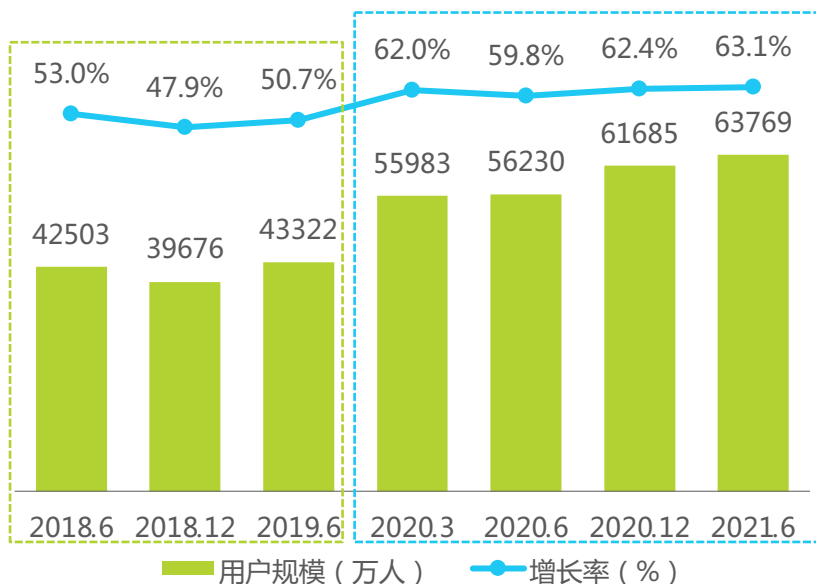
样本：N=40，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

## C端用户习惯变迁，加深企业客户对直播深度理解

一方面，新冠疫情的带来加速了用户习惯的变迁，C端用户对于直播这种形式的接受度与疫情发生前（2019年底）有了显著的提升。并且，用户已经养成了看直播的习惯，疫情进入常态化防控阶段以来，C端用户中网络直播用户的规模并未减少。C端用户习惯的变迁，使得B端企业客户也将直播做为常化工具。另一方面，企业客户对于企业直播的价值理解也愈发深入。企业直播摆脱了地域限制，且不断优化提供了越来越接近线下活动的互动感，助力企业客户实现了降本增效。同时，直播数据分析和订单管理等工具的开发，为企业数字化运营提供了抓手，助力企业打造私域流量池，实现用户的沉淀与反复触达。

### 2018-2021年中国网络直播用户规模及使用率



### 企业直播帮助企业客户实现降本增效



降本

- 减少人员成本、摆脱地域限制。对于人员分散的组织，开展营销或培训等活动可能需要在多地多次举办，成本较高、人员众多，且时间精力付出大。
- 直播场景可复用。线上直播搭建的直播间可以多次复用，节约成本。



增效

- 串联企业公域流量，打造私域流量池。企业直播为企业客户提供从前端引流获客到转化留存的全链路服务，并能以企业的直播账号为载体实现私域流量的运营与沉淀。
- 数据化分析工具与管理系统，助力企业实现数字化转型。

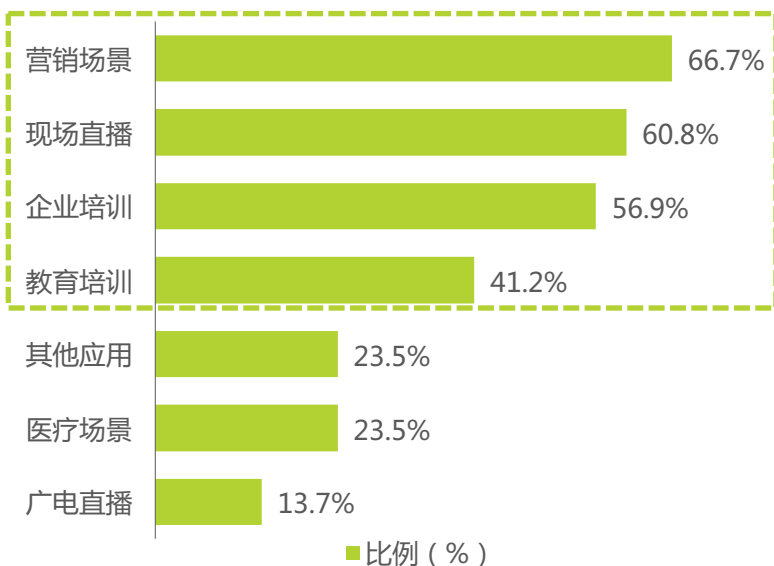


# 企业直播场景覆盖

## 企业直播场景覆盖广泛，场景下需求侧重各有差异

企业直播服务随着应用的不断深入，覆盖的场景和行业都在不断丰富，目前来看营销场景、现场直播和培训场景（包含企业培训和教育培训）三类场景是绝对主流应用场景。其中，营销场景是应用最为广泛的场景，营销场景下的企业直播更多关注企业私域流量池的打造和全程用户数据的留存，关注是否能为企业带来营销增长。培训场景也是企业直播应用较多的主要场景，在“双减”政策之后教育行业整体规模减小，导致企业直播行业中教育培训场景的份额也相应下降，同时，企业培训场景的应用需求增强。现场直播场景的应用相较于营销和培训场景则略少，现场直播场景下则更强调品牌与用户间交互性和直播高稳定性。

### 2022年中国企业客户使用直播的场景分布情况



#### 01 营销场景

应用最广且增速较高，由电商带货向家具家装、汽车等过去认为难以做直播的行业深入

- 直播形式可扩大覆盖人群
- 将公域流量引流至私域，打造企业私域流量池
- 直播提供 stronger 的互动氛围，易于形成转化
- 全程数据的留存，可绘制用户画像，挖掘消费者全生命周期价值

#### 02 培训场景

包括企业培训及教育培训，由传统教育行业向医疗健康、农业、金融业等行业发展

- 摆脱地域限制，疫情当前可以实现异地教学
- 具备分组讨论、随堂考试、问卷等多样工具，提升课堂互动感
- 数据分析工具可实现学员学习效果评估分析

#### 03 现场直播

既有峰会、线上会议、公司年会，也有发布会等形式；对于流畅性要求较高

- 企业直播服务商以技术能力保障高清直播低延时高并发
- 提升大会与活动的趣味性和关注度，从而达到更好的传播效果
- 多渠道可一键同步开播

样本：N=51，于2022年3月对B端企业客户调研得出。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 企业直播边界拓展，产品、服务与技术能力进阶

企业客户直播产品的质感要求在不断提升，也在迫使企业直播服务商为其提供更有针对性的直播产品，更加细致的前后端全流程服务和不断迭代升级的相关技术能力。在产品上，企业客户更关注直播与其业务的深度结合能力，对于更加垂直的行业/场景解决方案的诉求在提升。在服务上，企业直播的服务商也开始为企业客户提供更加个性化的增值服务可选，从全案服务、云分发服务、SCRM服务到直播硬件提供服务，覆盖直播活动的前后端。并且，在技术上行业内的一些公司也在积极探索虚拟场景、数字人和低延时直播等可以提升直播体验与互动感的技术手段。企业直播行业进入深耕发展期。

### 产品、服务和技术的迭代，共同拓展企业直播的边界

01

#### 产品创新，更加垂直化

- 服务商的**产品覆盖越来越全面**
- 由标准化直播SaaS产品，向**垂直行业/具体场景**的深度解决方案发展

标准化产品

TMT行业解决方案

招聘直播解决方案

新零售行业解决方案

招商直播解决方案

医疗行业解决方案

医美直播解决方案

.....

02

#### 服务创新，注重细节打造

- 可以为企业客户提供一站式**全案服务**
- 各环节**升级玩法细节**，打造更优体验

直播策划  
内容设计  
资源对接

直播执行  
现场服务  
全媒体分发

客户订单处理  
SCRM系统  
大数据分析

直播前

直播中

直播后

一站式全案服务

03

#### 技术创新，带来体验提升

- 提供更具互动感、现场感更强的直播场景
- 更便携、更易用的直播工具开发

##### 直播体验提升

- 3D虚拟背景
- 虚拟主播
- 低延时高并发



##### 软硬件创新

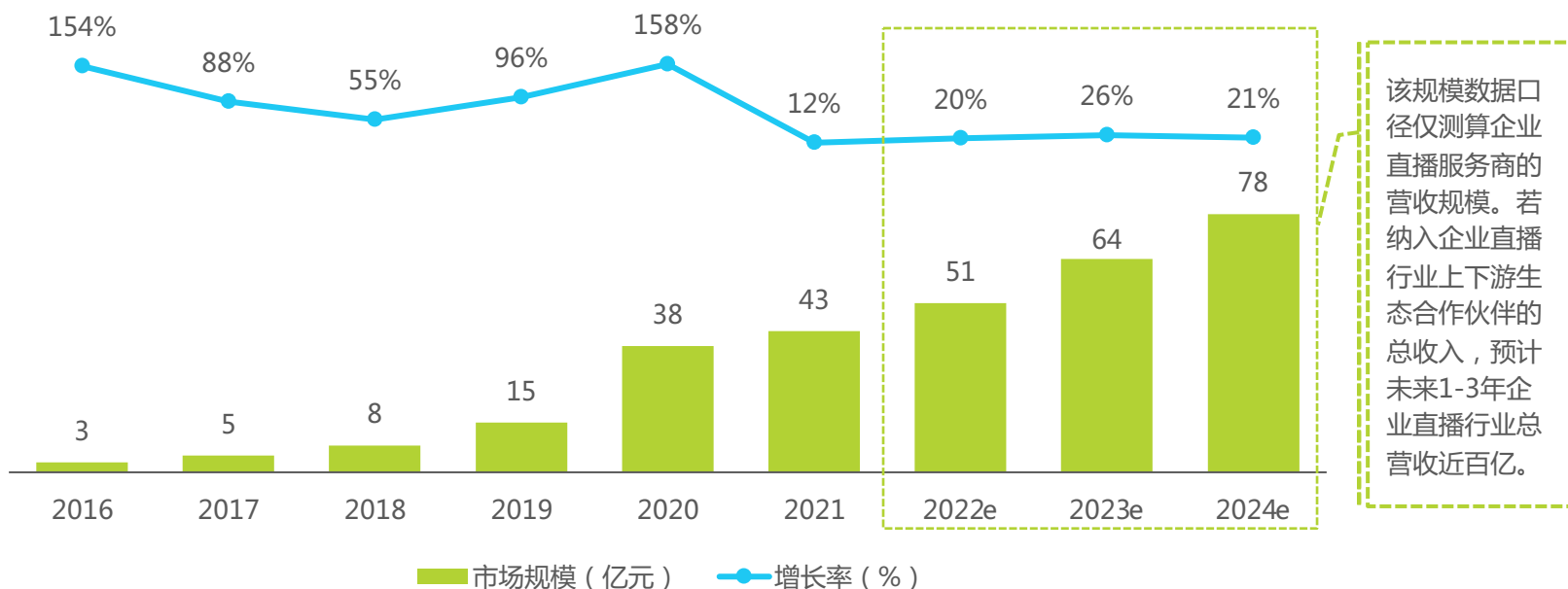
- 导播软件
- 导播一体机
- 便携编码器

# 企业直播服务商收入规模及趋势

## 企业直播行业在高速增长后增速回归理性，进入深耕发展期

中国企业直播行业于2015年受到C端应用兴起而迎来快速发展，2018年前后行业受到在线教育行业和直播电商双重驱动进入加速成长期，2019年末新冠疫情的突然到来迫使企业积极寻求线上化工具，让企业直播行业迎来爆发性增长。2021年疫情进入常态化发展后，企业逐渐回归理性，同时“双减”政策的实施也对线上教育部分的营收造成较大影响，企业直播行业进入深耕发展期。未来一段时间内，一方面随着客户对企业直播了解加深，未来企业对直播需求及直播质量要求提升，企业直播朝着精细化方向发展，单个企业客户客单价的提升带动行业规模加速成长。另一方面，奥密克戎毒株的蔓延导致疫情再次局部暴发，作为线上化工具的企业直播行业预期会再度迎来增速的小幅提升。

### 2016-2024年中国企业直播服务商收入规模及趋势



来源：结合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播产业图谱

## 上游

上游主要包括云服务商及CDN厂商，为企业直播服务商提供云计算、存储和分发等服务。

### 云服务商



### CDN



## 中游

中游为企业直播服务商，主要向企业客户提供视频直播标准化的SaaS产品、定制化的PaaS产品及直播相关服务等。

### 企业直播服务商



## 下游

下游的企业客户在营销、培训两个大场景应用较多，此外还有现场、医疗、广电等众多场景。

### 营销场景企业客户



### 培训场景企业客户



## 生态第三方

第三方服务商通过各自的技术赋能企业直播，并于企业直播行业紧密合作，共同服务于企业客户。



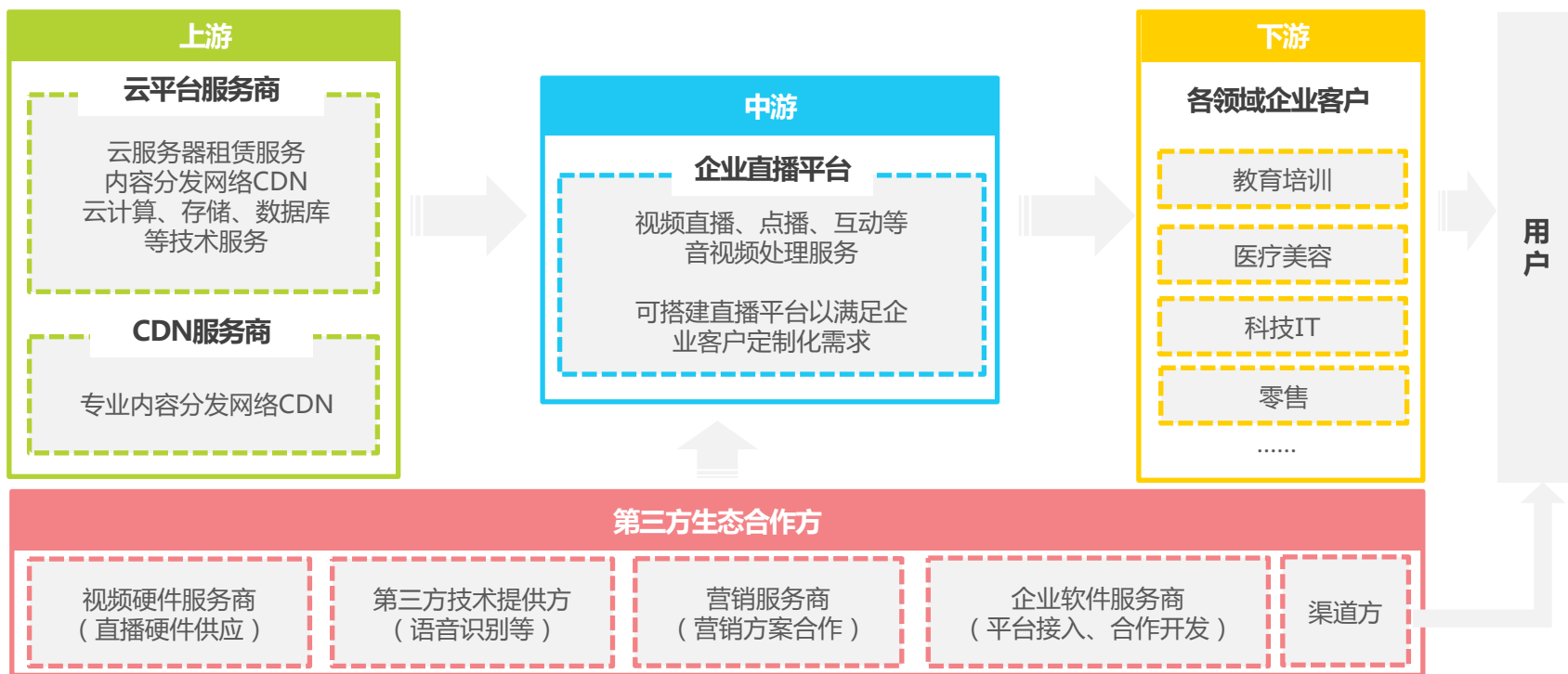
来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播产业结构

## 产业链上中下游紧密合作，共同服务企业客户

企业直播服务产业链上游主要包括云平台服务商和CDN服务商；中游主要为企业直播平台；下游则是各垂直领域的企业客户。企业直播平台通过与上游云厂商和CDN服务商的紧密合作，共同推出一站式直播解决方案。此外，众第三方的合作方也与企业直播行业结合紧密，与企业直播平台合作提供音视频硬件、语音识别等技术、营销方案策划、企业软件接入和渠道提供等直播相关产品及服务。

2022年中国企业直播服务行业产业链结构图



来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播产业梯队

## 微赞等企业领衔企业直播服务行业发展，产业格局明朗

我国的企业直播服务行业，自2010年前后以企业在线会议等形式开始出现，先后经历了线上培训的热潮、电商带货的火爆和新冠疫情的加速催化。至今，企业直播服务行业的产业格局已经比较明朗，头部玩家已构建了各自的竞争壁垒。2022年我国企业直播行业可以划分为三个梯队，一是以微赞、微吼等企业组成的头部，头部服务商在技术和服务能力上都处于行业领先地位，产品覆盖较广；二是目睹、263云通信等公司组成的腰部企业，腰部企业在特定场景/行业上也拥有较强实力，但技术和能力上相对不够全面；三是欢拓、拓客云等公司组成的长尾服务商，长尾服务商的技术能力、服务能力和产品覆盖面均与前两梯队存在明显差距。

### 2022年中国企业直播行业梯队

### 竞争格局解读

**微赞：** 建立于微信生态之上的专业企业直播平台，基于微信集合了内容、互动、支付、电商等功能的特点。微赞依托微信生态建立了以企业直播为主，帮助企业获客和品牌营销的SaaS和PaaS工具，为企业建立一站式互动和变现入口。目前，业务定位于企业综合应用场景，通过标准化产品降低产品使用门槛，高效助力企业营销。

**微吼：** 创立于2010年，企业直播行业开创者，全球领先的企业直播平台与运营服务提供商，为客户提供数字化营销和数字化学习解决方案，助力企业实现数字化转型，为企业增长赋能。

**保利威：** 致力于通过可集成、可定制的视频直播技术，为企业搭建自主私域直播系统，赋能企业数字化营销与数字化学习。

**百家云：** 主要向汽车、金融、医疗、泛教育等多个领域的知名企业及政府机构提供一站式视频技术服务。



第一梯队的玩家在全年总营收上明显处于行业领先地位，拥有技术及客户服务上的优势，在各主要细分行业有深度客户积累。



第二梯队的玩家在企业直播行业也有较长时间的积淀，有一定技术实力，部分厂商在特定场景/行业拥有优势。



第三梯队的厂商属于长尾服务商，技术实力和服务能力均逊色于头部企业，在综合表现上仍有待提升。

注释：划分标准为各企业2021年全年营收总规模。  
来源：结合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

市场：企业直播市场发展现状概述

1

行业：行业概览及企业直播行业典型案例

2

展望：企业直播行业发展趋势

3

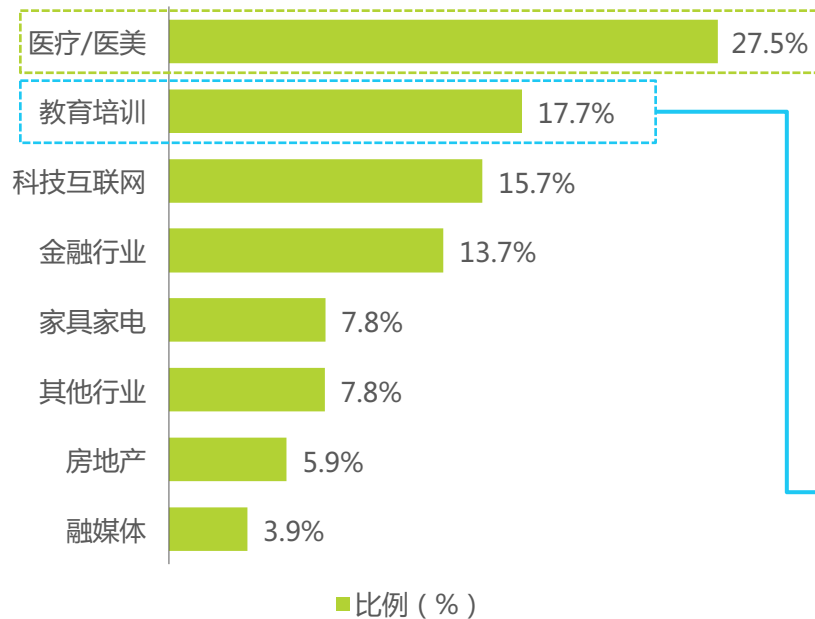


# 企业直播行业概览

## 企业客户行业分布广泛，将线上化及私域运营融入业务

企业直播行业发展至今，企业客户的行业分布已经非常广泛。据调研，在企业直播的企业客户之中，有27.5%为医疗/医美行业客户，其次教育培训行业占比也较高，达到了17.7%。此外，科技互联网企业和金融行业使用企业直播的企业客户也较多，分布占比15.7%和13.7%。以占比最高的医疗/医美和教育培训行业为例，两个行业在营销场景和培训场景下均有较多应用。一方面，企业直播可以作为基础的线上化工具，保障行业中线上宣传或培训的应用；另一方面，在私域营销用户转化上提供从前端获客到后端转化裂变的全流程支持，为各行业的精细化运营提供抓手。

### 2022年中国企业直播企业客户行业分布情况



### 医疗/医美行业应用企业直播的典型应用

#### 营销场景下

医美产品推广

周年活动

特价医美体验

#### 培训场景下

学术会

手术直播

科室会

### 教育培训行业应用企业直播的典型应用

引流：0元课

留存：手机号注册

转化：名师体验课

裂变：老学员推荐

- 一方面以超高清低延迟的直播技术和多样的直播工具，保障在线学习的学员体验
- 另一方面充分运用直播营销优势，打造了从引流获客到转化裂变的全流程链条，助力教培企业实现了营收再增长

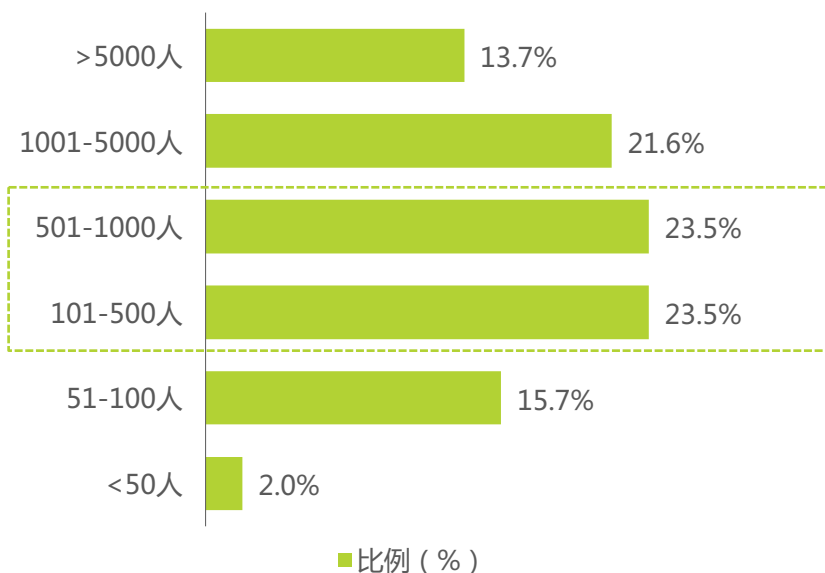
样本：N=51，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



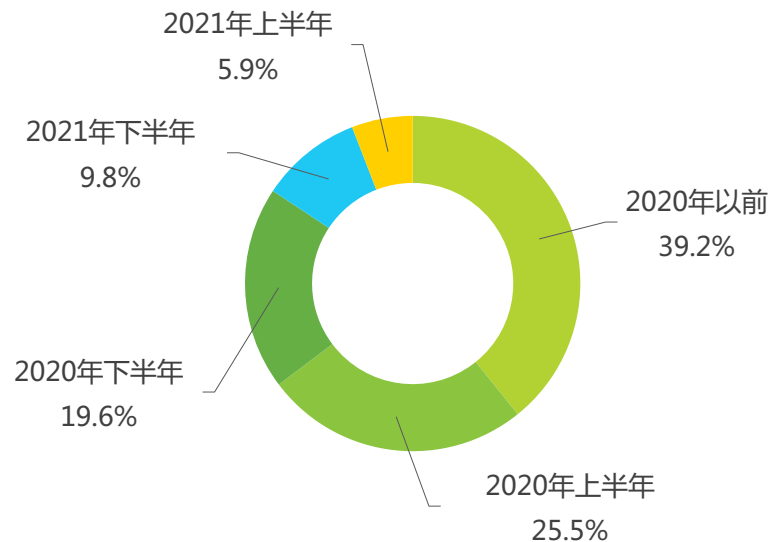
## 中等规模企业客户最多，大部分企业已经使用较长时间

根据调研，企业直播的企业客户之中，人员规模分布在101-500人和501-1000人的中腰部规模的企业占比最高，分布占比分别达到23.5%。同时，人数规模达5000人以上的大型企业占比也有13.7%。企业直播的企业客户规模分布较为分散，代表了其背后的需求各异，对于企业直播服务商也提出了更高的要求。此外，大多数企业客户早在2020年以前（疫情发生前）就已经开始使用企业直播服务至今，此部分企业客户占总体的比例高达39.2%。2020年受疫情的影响，2020年加入的企业客户累计占目前企业客户总体的45.1%，因此2020年也是企业直播行业增长的爆发期。经多年发展，企业直播行业已经进入深耕发展期，企业直播服务商能否为规模各异、对直播理解深度有所不同的企业客户提供个性化的产品与服务，将成为行业继续分化的关键因素。

### 2022年中国企业直播企业客户规模分布情况



### 2022年中国企业客户开始使用企业直播的时间分布



样本：N=51，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

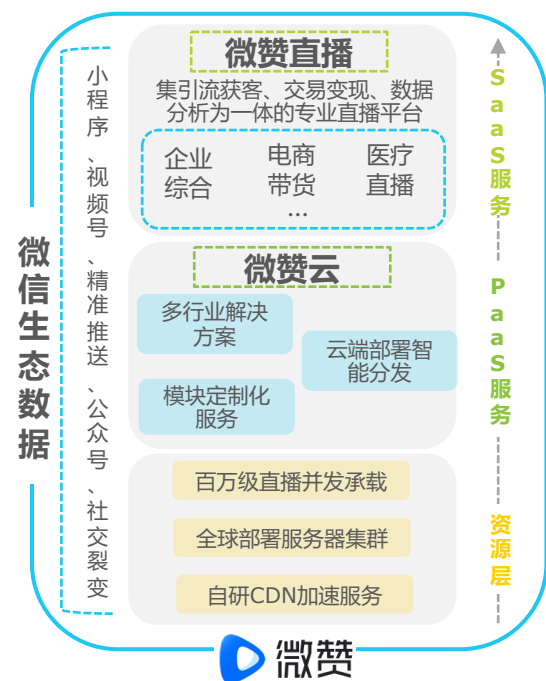
# 典型企业案例-微赞



## 专注于微信生态，全方位打造直播流量新体系

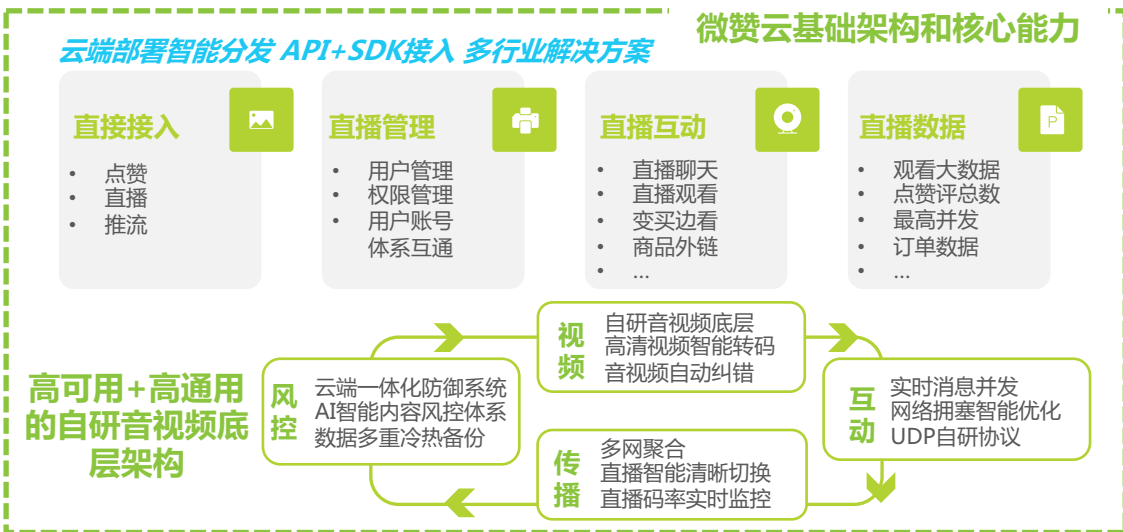
微赞是一家基于微信生态的流量与社交优势解决企业营销与增长痛点，助力企业创造更大价值的企业。目前，微赞直播已经搭建起行业领先的企业直播SaaS服务平台与集直播/互动于一体的PaaS服务微赞云。通过标准的直播SaaS服务，微赞快速帮助企业搭建专属直播间，打造自身品牌需求，构建企业专属私域流量池；在PaaS层面，微赞以多样化API、SDK快速按需接入契合企业私有化部署，创建多样化的产品满足企业各种应用场景，以专业品质服务于品牌私域。除了自研音视频底层架构全平台定制化直播服务全覆盖，微赞云分发以海量主流媒体，全网助力企业全方位深度传播。

### 微赞业务体系及直播营销服务体系



### 微赞云解决方案及核心优势

**微赞云——集点播、直播、互动直播为一体、支持云部署智能分发，多行业解决方案，提供模块定制化服务，高效低成本助力企业搭建完整的数字营销应用体系**



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 典型企业案例-微赞



微赞

iResearch

艾瑞咨询

## 全案一体化方案与新技术结合赋能企业实现价值飞跃

企业在直播生态的建构过程中，既要注重公域到私域流量闭环，也要关注直播全流程的闭环。基于企业直播营销需求，微赞打造了集开播工具、内容定制、现场执行、体系搭建在内的全案一体化服务，从直播内容到品牌展示，从私域流量导入到公域引流，再到用户画像和数据粉丝，多角度、全方位服务品牌私域。此外，微赞在软硬件上不断创新，在实现专业级视频内容包装的同时推出虚拟数字人+3D演播，接轨元宇宙虚拟直播，技术创新赋能品牌营销。

### 微赞精细化运营解决方案及新技术核心优势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 典型企业案例-百家云

## 拥有音视频核心技术的一站式视频技术服务商

百家云成立于2017年，企业级互动直播专家。主要深耕教育行业，同时横向面向汽车、医疗、金融等多个领域的企业及政府机构提供一站式视频技术服务，百家云主营业务包括四大方向：视频SaaS/PaaS服务、视频云产品和软件、视频AI和系统解决方案及智能硬件。产品具有高清画质稳定流畅，功能丰富互动灵活，10万并发覆盖全终端等特征。

### 百家云视频SaaS/PaaS体系

百家云视频SaaS/PaaS体系



### 百家云企业直播5大特点



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

市场：企业直播市场发展现状概述

1

行业：行业概览及企业直播行业典型案例

2

展望：企业直播行业发展趋势

3

# 趋势一：企业直播产业链融合深度发展

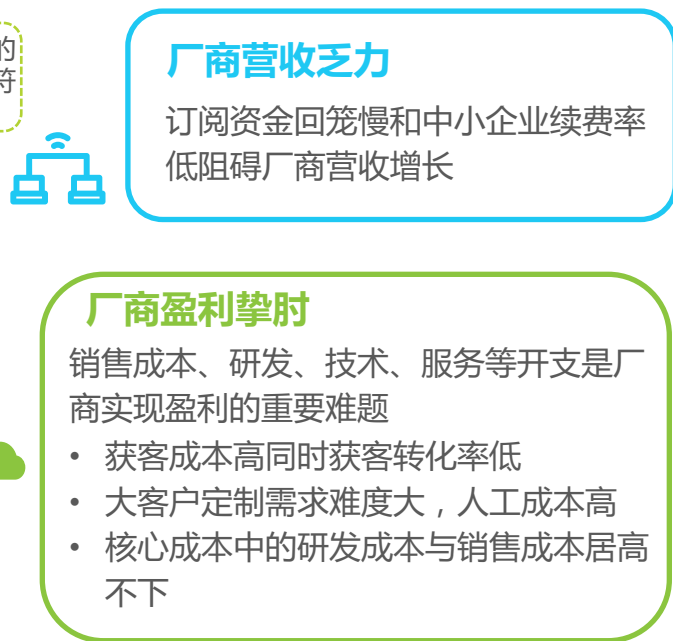
## 企业级SaaS发展进入快车道，加速SaaS产品深度渗透

2022年中国企业级SaaS发展进入到业务延展阶段，整体SaaS行业稳中加速前进，国家政策朝向利好，未来各SaaS赛道通过垂直细化叠加服务技术稳重加速的朝着成熟阶段迈进。目前SaaS行业存在的问题主要表现在营收增长乏力、盈利掣肘等问题，随着企业客户对SaaS产品接受度的提升，场景从边缘辅助向核心业务进军，整体SaaS市场朝着更加理性、更加成熟的方向发展。

### 中国企业级SaaS行业发展历程



### 中国企业级SaaS行业痛点分析



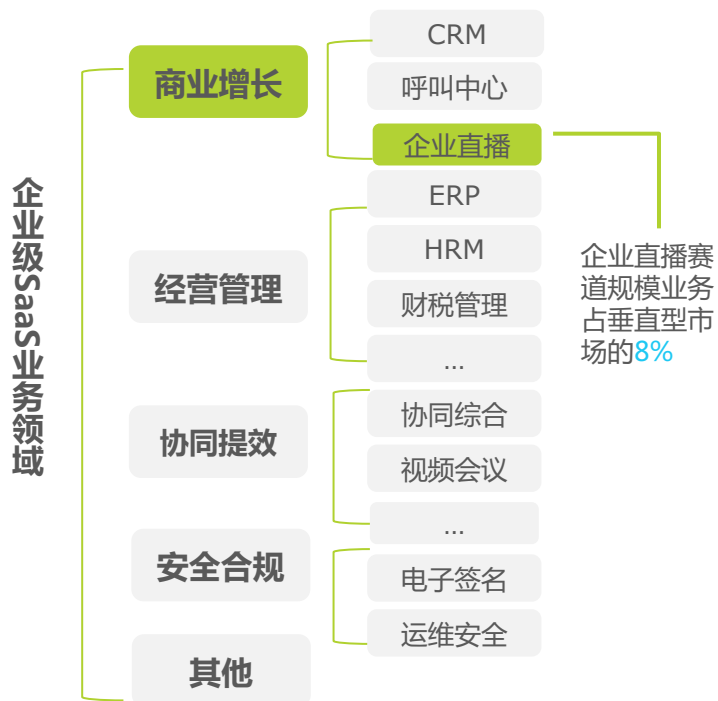
来源：《2021年中国企业级SaaS行业研究报告》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势一：企业直播产业链融合深度发展

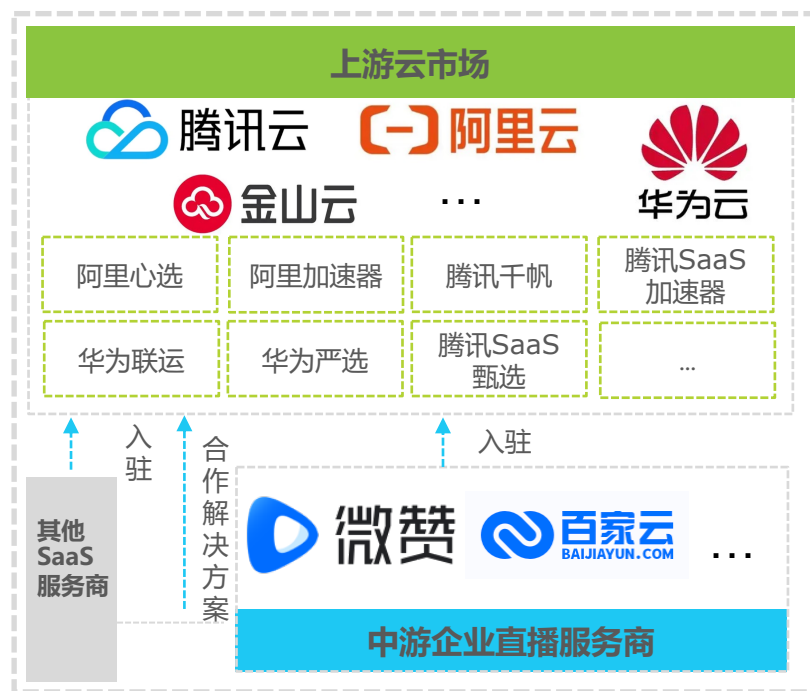
## 上游云厂商与中游服务商通力协作，共建SaaS生态

2020年以来，业务垂直型SaaS市场规模约为291.9亿元，同比增长43.1%。其中，企业直播赛道规模业务占垂直型市场8%，未来企业直播市场具有广阔的发展空间。此外，中国SaaS市场也展现出特色的发展现状——SaaS直播服务商与上游云厂商互为补充、合作探索不断强化生态建设。SaaS生态化建设解决了厂商沟通、集成困难等问题，同时厂商之间能力互通满足企业客户个性化需求，提升企业客户满意度，有利于共赢的前提下，使更多企业感受数字化带来的新机遇。

### 中国企业级SaaS按垂直型业务分类



### 中国企业直播SaaS生态构建



来源：《2021年中国企业级SaaS行业研究报告》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



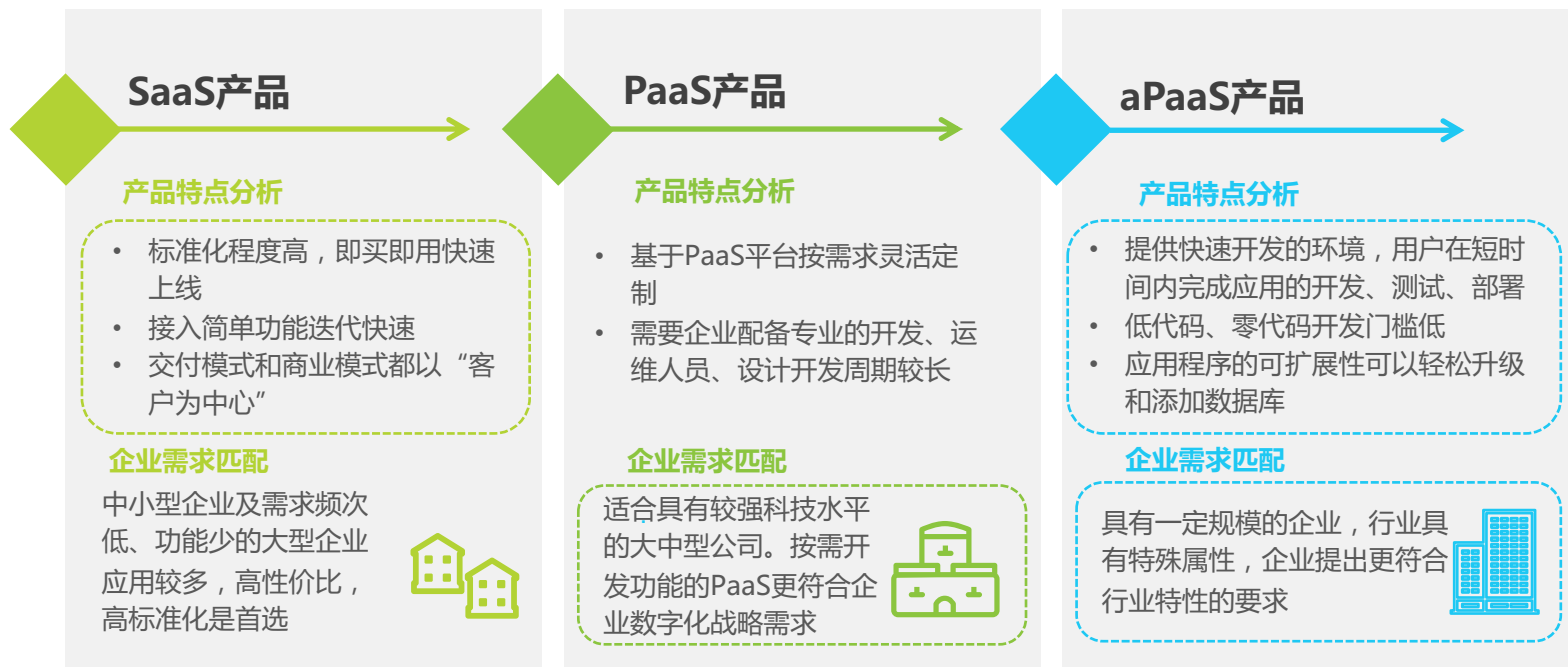
# 趋势一：企业直播产业链融合深度发展

艾 瑞 咨 询

## SaaS标准化，PaaS、aPaaS个性化需求促进行业发展

2022年伊始，企业直播产品一体化发展在企业直播服务商中扮演越来越重要的角色，三种不同模式的产品能够满足企业从标准化到个性化各种需求。企业客户在具体选择产品时，可根据自身的业务发展方向、厂商能力选择最适合自己的产品。基于标准化的SaaS产品开始向下延伸，具有个性化更加灵活的PaaS、aPaaS产品可以更好的适应具体的场景。随着未来“个性化”要求和“效率”提高对企业双向驱动作用不断加强，三种产品互通发展将成为服务大型直播客户的基础能力。

### 企业直播服务商打造一体化产品方案



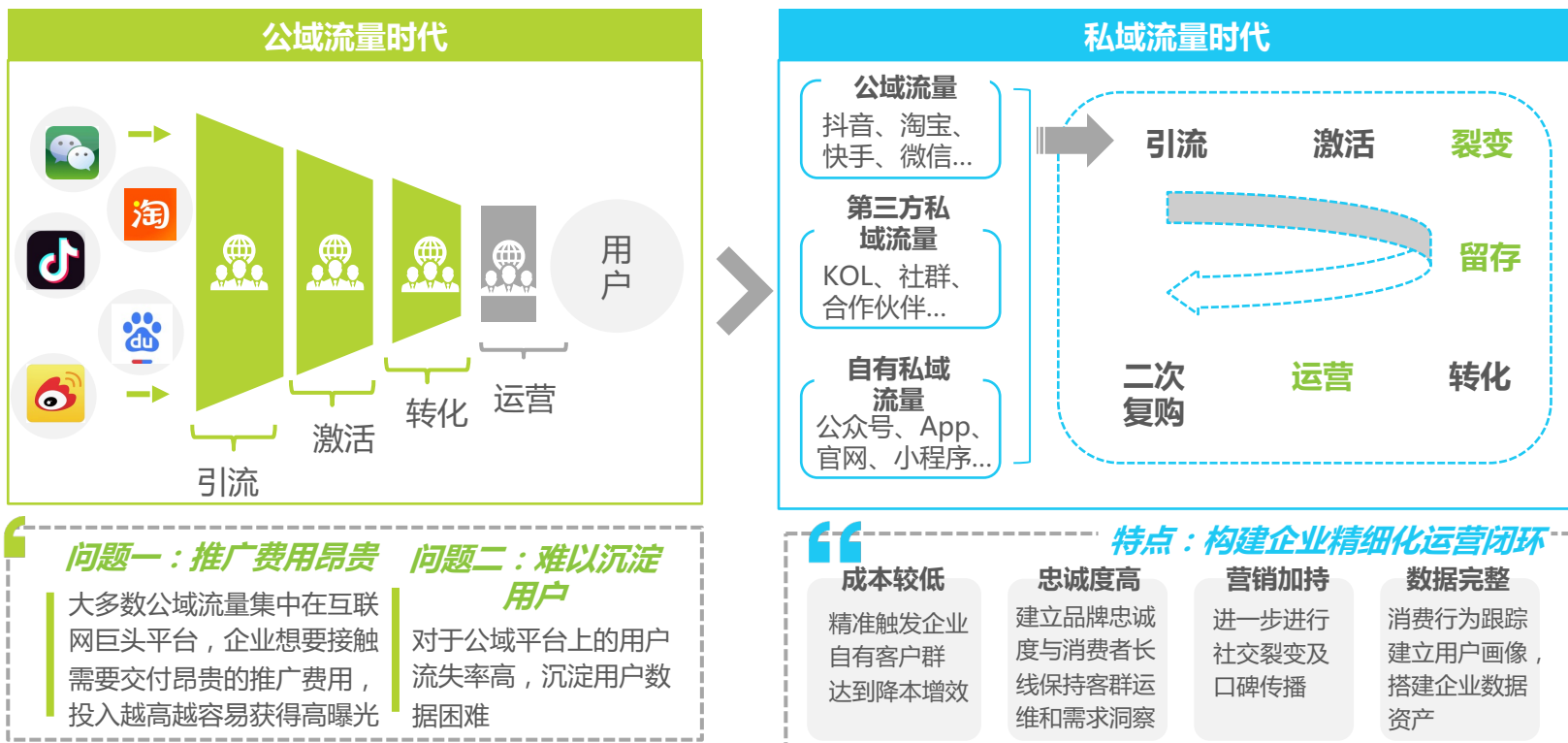
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



# 趋势二：私域营销进阶——精细化管理 iResearch 艾瑞咨询

## 公域流量成本走高，搭建私域营销闭环赋能企业增长

随着流量红利消失，存量时代的到来，公域流量存在的问题近些年愈发显著，获客难度大、品牌营销促活拉新困难、推广费用昂贵、沉淀用户难等问题导致流量成本上升。而私域流量成为近些年来的营销热点，相较于公域流量，私域流量具有成本低、容易建立品牌忠诚度、便于进行社交裂变及二次传播、打造用户画像建立企业数据资产等特点。私域流量群体精准度高能够最大挖掘用户价值，不仅能够降低企业营销成本，还能提升运营效率，是企业未来发展的核心选择。



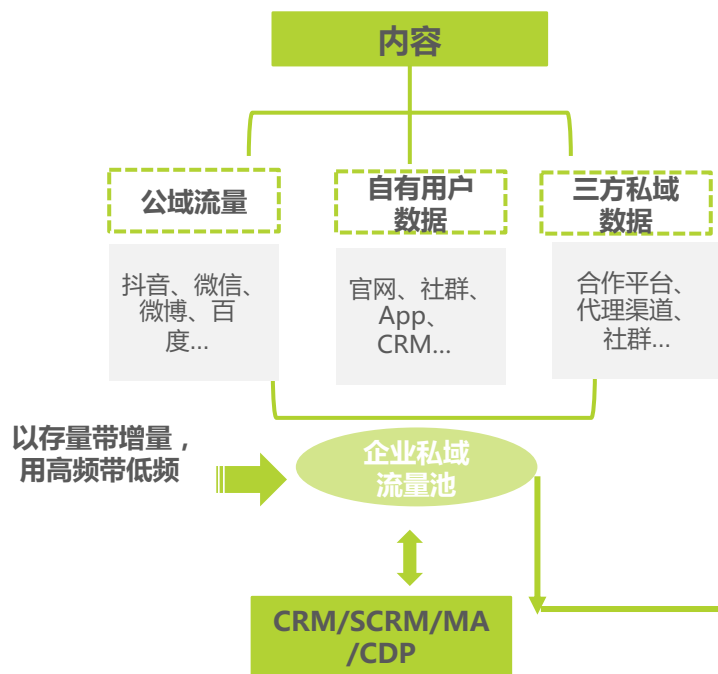
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势二：私域营销进阶——精细化管理 iResearch 艾瑞咨询

## 企业客户搭建私域流量池，助力高效获客转化

随着互联网时代发展日趋成熟，流量成本不断走高，各大企业普遍建立私域流量池，并且在私域流量池中进行精细化客群运营。私域直播是锁定用户时间的强有力手段，成为企业的首选。私域直播的核心价值在于区别于公域直播的强带货属性，私域直播搭建客户与企业的沟通桥梁，建立客户对企业的信任和认同，帮助企业引流新用户、盘活老用户、加速用户转化，最终达到全生命周期跟踪沉淀，提升用户价值。企业建立自有私域流量池，有利于帮助企业沉淀社交关系，多次触达关系客户群实现商业正循环。

### 企业私域流量池建立框架



### 私域流量池中精细化客群运营



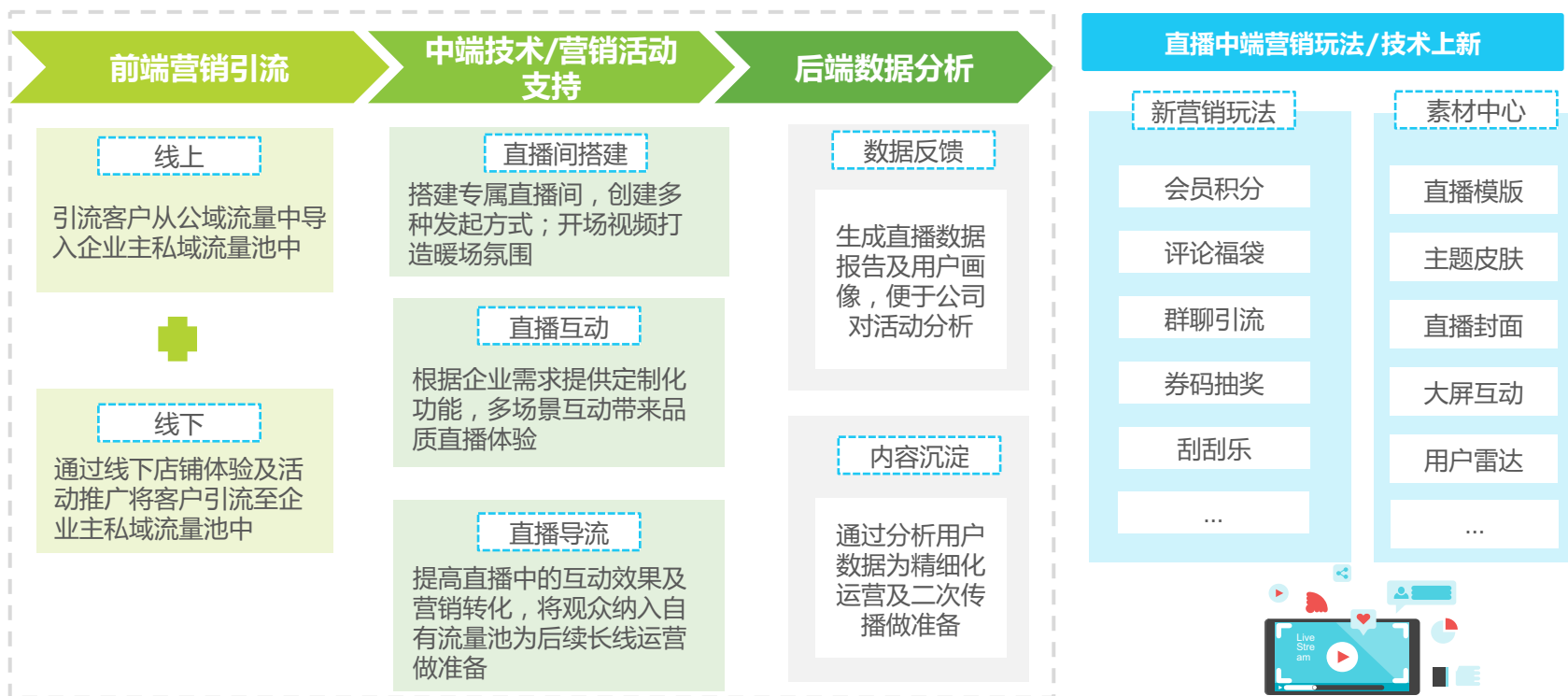
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势二：私域营销进阶——精细化管理 iResearch 艾瑞咨询

## 直播中端重视精细化管理，与用户达到深度交互

私域直播的发展进一步提高用户分层，直播过程中前、中、后端，尤其直播中端的运营也会越来越细致，未来更加注重深度精细化管理。私域直播中端从技术及营销活动两方面全面升级，借助数字化的系统和更丰富的工具打造全新功能、活动亮点，减少运营中的“脱粉”现象，提升有效用户量形成营销闭环。未来，私域流量直播中更应重视内容的精细化管理来帮助企业降低使用成本，提升用户体验助力企业直播“出圈”。

### 中国企业私域直播营销赋能分析



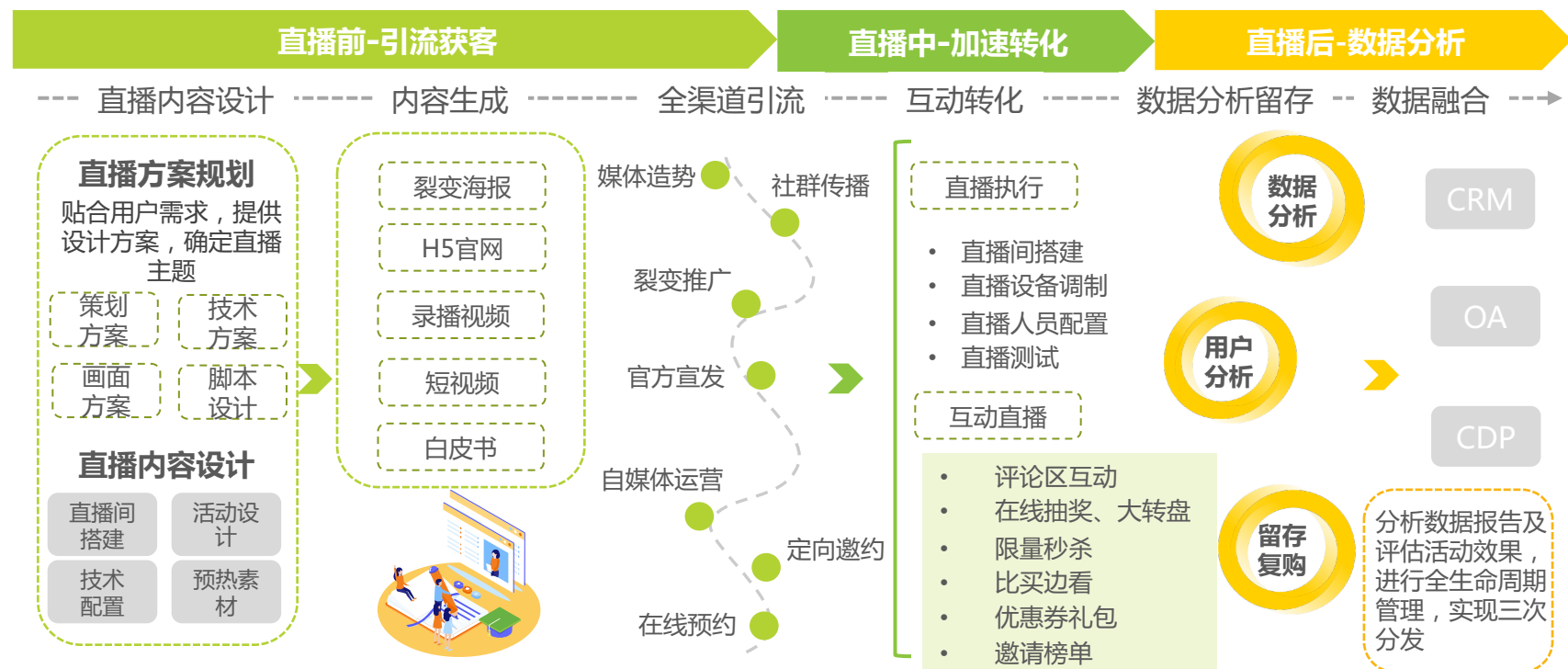
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势三：场景细分提供针对性解决方案 iResearch 艾瑞咨询

## 服务商全方位提供解决方案，打造标准化运营服务全景

近些年，企业直播服务商通过产品硬实力+行业丰富经验，全方位的为客户提供一站式的解决方案。企业直播服务商聚焦直播场景，通过直播前数据采集，延展全方位的活动策划推广服务，凸显品牌价值；直播中数据激活，提供专项的团队全周期的运营服务，针对企业开播情况和层级问题开展培训让企业操作更加简单便捷；此外，直播后数据后台通过用户轨迹研究、数据分析立体呈现用户画像及路径，帮助企业精准获客。通过直播工具、策划、执行、运营打造的全链条服务是企业未来选择服务商时的重要考量因素。

### 2022年标准化运营服务全景



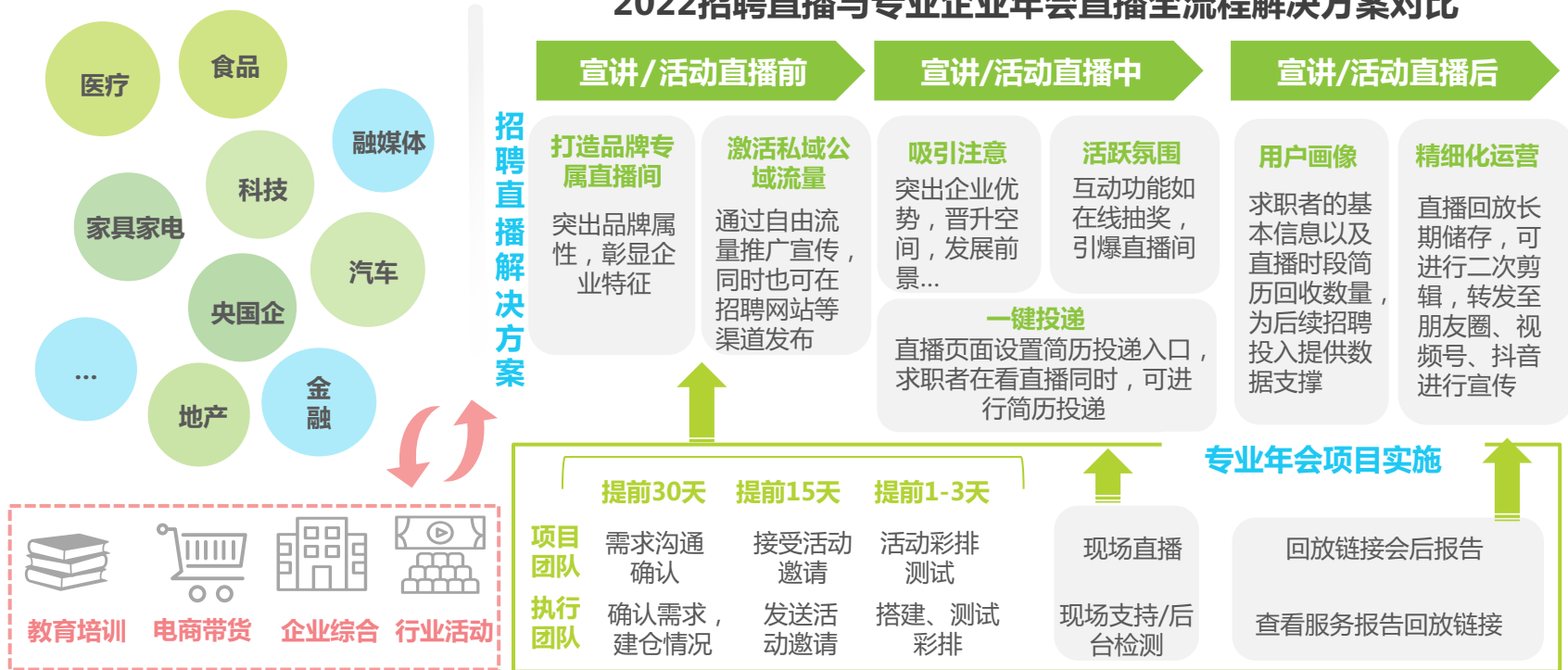
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势三：场景细分提供针对性解决方案 iResearch 艾瑞咨询

## 洞察行业差异性，力求提供个性化方案助力客户成功

针对不同赛道提供个性化解决方案是未来企业直播关注的核心点。在标准化解决方案的基础上，针对不同行业特点加入个性化调整，打造适合企业的专属方案。以细分赛道企业招聘市场和专业年会为例，服务商根据招聘市场的特殊性，通过宣讲前的打造专属直播间、激活流量，直播中的个性化活动玩法、一键投递，到直播后的建立用户画像及精细化运营。针对于专业大型年会企业直播服务商通过丰富的营销互动功能、专业的硬件设备、直播现场全流程执行、内容多平台分发推广打造专业年会直播执行一站式服务。未来，服务商通过在服务周期不同阶段进行个性化方案调整，通过洞察新的应用场景赋能出更多样化的解决方案提升客户满意度。

### 2022招聘直播与专业企业年会直播全流程解决方案对比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势四：客户专业性增强、需求分化

## 企业客户对直播感知更清晰，关注深度绑定能力

2020年初新冠疫情的突然到来迫使企业线下活动停摆，日常运营受到挑战，企业线上化需求迫切。彼时，C端电商直播的火热让许多B端企业对于直播形式有所期待。这一阶段的企业用户开始尝试企业直播新形式，促使整个企业直播行业迎来爆发式增长。然而，此时部分企业不懂直播运营，因此一批客户在这一阶段短暂的尝试后便选择放弃。2021年，部分企业通过成功的直播带来了业绩的巨大增长，市场对直播的认识更加清晰，企业客户开始寻求能提供完善直播解决方案的服务商，并开始探索直播工具的新玩法。进入2022年，企业客户对直播工具了解进一步加深，并明确自身适合何种直播，更关注直播工具与自身业务深度匹配的能力，同时对直播的质感需求也进一步提高。

### 2022年企业直播行业客户需求变化情况

	2020年	2021年	2022年
<b>市场状态</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 新冠疫情发生，倒逼企业进行线上化尝试</li><li>• 部分行业受C端直播电商火热也对直播持积极态度</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 许多企业尝试过进行直播活动，并有不少公司取得了较为不错的直播成绩</li><li>• 企业客户对直播有所感知</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 企业已经对直播有清晰的感知</li><li>• 更重视私域运营与流量池打造</li><li>• 更多企业把直播作为日常经营的一部分</li></ul>
<b>用户诉求</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 有一个可用的直播工具</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 有一个好用的直播工具</li><li>• 完善的直播解决方案</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 有一个功能完善的直播工具</li><li>• 可以深度匹配本公司的业务</li></ul>
<b>用户行为变化</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 市场热度高涨，客户咨询量激增</li><li>✓ 小部分客户对企业直播浅尝辄止，没有深入发掘直播工具，未能掌握直播的玩法</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 企业客户愿意不惜代价的进行直播</li><li>✓ 期待企业直播服务商可以提供完善的直播解决方案</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 企业客户更加冷静，对待直播有更清晰地规划和专业的人员</li><li>✓ 客户对直播的质感（画面、功能等方面）有更高的要求</li></ul>

来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



# 趋势四：客户专业性增强、需求分化

## B端企业客户对服务的需求分化，行业迎来新机遇

经过前两年的洗礼，B端企业客户对直播的需求更加明确，企业客户对于直播的服务需求也开始出现分化。一方面，部分偏传统行业或新接触企业直播的企业客户，对于直播是一种“浅需求”的状态，将直播更多的还是视作一条线上渠道拓展，日常使用的更多的也是基础性的功能。此类客户其实对进阶功能的需求很低，更渴望获得一个低价质优的通用型SaaS产品即可。另一方面，部分注重私域流量池打造与数据化运营的企业客户对于直播的重视程度在增加，对于直播产品的前后端服务也提出了更高的要求。而这种企业客户需求的分化，也为企业直播服务商带来了新的行业机会。

### 对于初阶用户，更关注基础SaaS软件易用性与适配性，对进阶功能没有需求

某大型企业客户负责人A：“我们是刚开始使用企业直播软件，**基础性的功能已经可以满足我们的需求**，对于软件的操作还不熟悉，进阶的像是用户分析等功能还没用过”

某小型企业客户负责人B：“我们主要使用场景是**做为培训工具使用**，对于营销获客和数字化运营方面的需求比较低”

“菜鸟”客户

对于直播了解不深或是简单的把直播作为渠道拓展来使用。更期望有一个**价格合理、简单易用的通用型SaaS产品**提供。

“老鸟”客户

认识到直播对于其私域打造和数字化运营有一定作用，对直播理解更深入。更期望服务商能提供**与业务深度绑定**的产品。

### 对有着常态化直播需求的深度使用客户来说，谋求更专业的直播产品与服务

某企业客户负责人A：“在选择服务商前已经对各家的产品和报价都有所了解，各家的基础性功能上差距不大，我们更关心直播平台在**功能完善度、稳定性和后续服务支持**等方面的能力”

某头部服务商负责人B：“**深度使用直播的企业客户增多了**，客户会根据结合自己的业务需求与供应商的直播产品能实现什么综合考量，而不是过去简单的交给直播服务商负责”

某头部服务商负责人C：“今年以来**企业客户主动性明显增强了**，服务商不再需要向客户解释直播的价值，企业客户目标更明确、更关注直播产品的**核心竞争力与服务能力**”

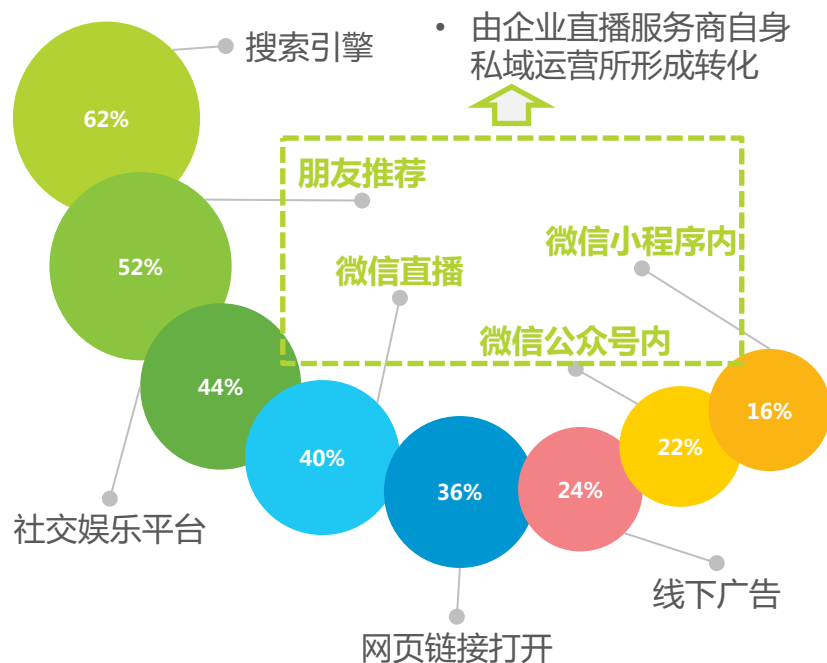
来源：结合B端企业客户访谈、专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势四：客户专业性增强、需求分化

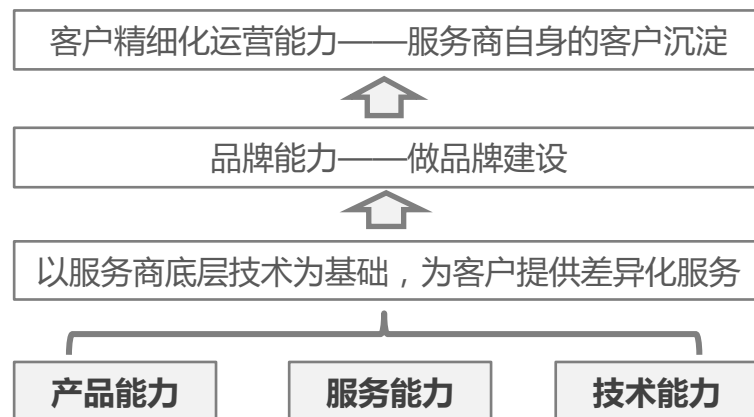
## 面临激烈的市场竞争，服务商应以差异化服务进行品牌建设

当前，各家头部的企业直播服务商在基础功能上并没有显著差异，而随着B端的企业客户对于服务商能力的认知提升，企业直播服务商间的竞争愈发激烈。据调研，除了广为人知的传统的主要获客渠道（指搜索引擎广告、社交娱乐平台广告等）外，朋友推荐、微信平台等更加需要客户更多主动性的渠道，也逐渐成为企业客户了解直播平台的重要渠道。作为企业直播服务提供商，面对日趋激烈的竞争环境，除了依托于其产品、服务和技术能力打造企业的核心竞争力外，建设品牌形象并进一步运营好企业的私域流量，形成服务商自身的客户沉淀的能力显得愈发重要了。

### 2022年中国企业直播客户了解直播平台的渠道



### 企业直播服务商需要打造差异性服务体系，进一步做好自身的品牌壁垒与既有客户沉淀



- 根据客户对于直播的需求的差异，基于服务商能力，为客户提供不同的服务和产品方案。
- 如，为“菜鸟”客户提供更价低好用的直播 SaaS 产品；为“老鸟”客户提供进阶产品与专业的服务团队。

样本：N=51，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：结合B端企业客户访谈、专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

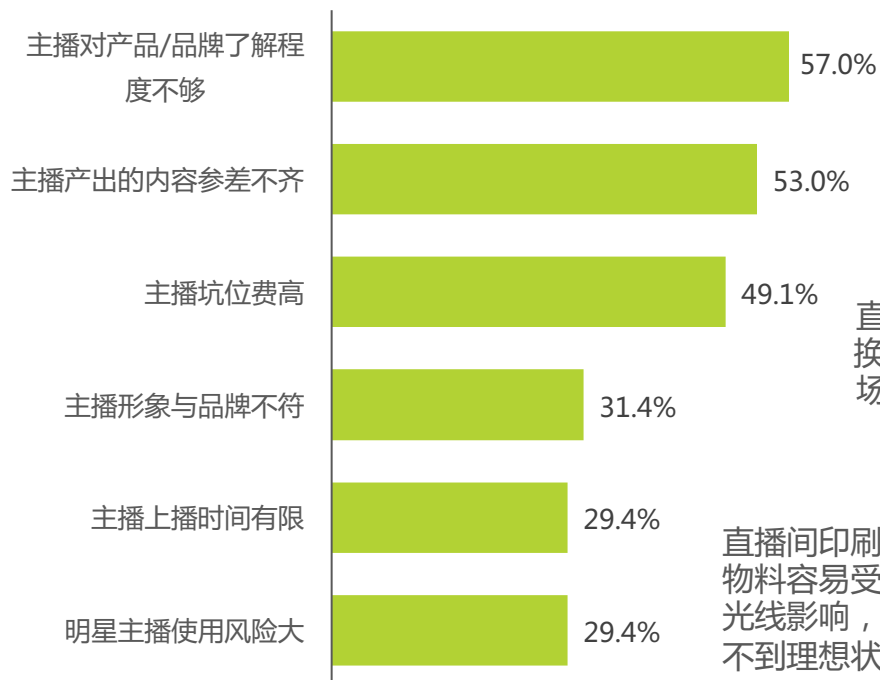


# 趋势五：沉浸式元宇宙直播释放价值

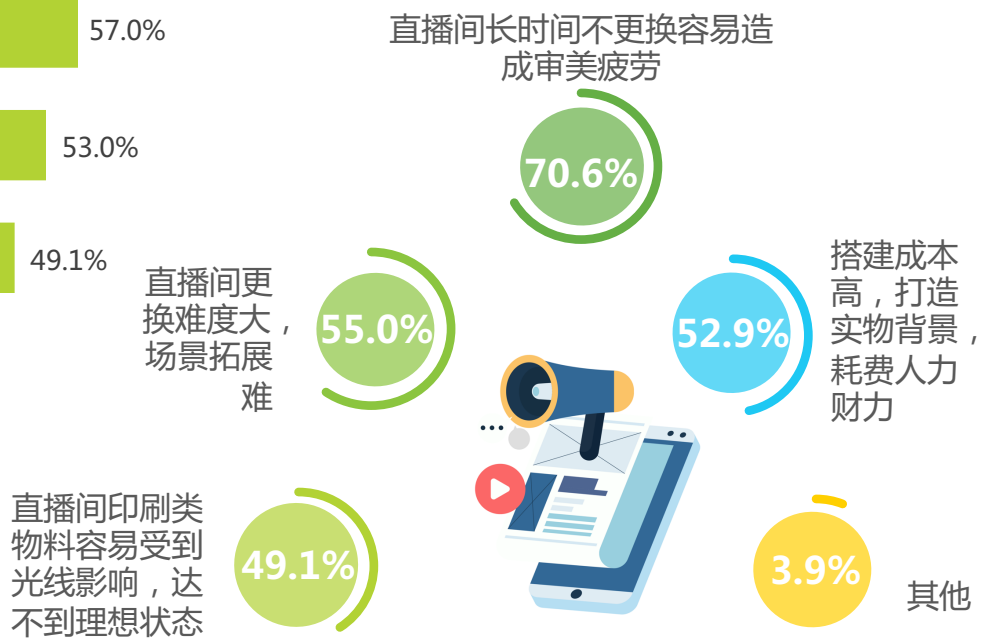
## 直播中针对主播及直播间问题不容小觑

企业直播过程中针对主播及直播间改进一直以来是服务商关注的核心问题之一。主播是企业直播的关键人物，但在直播过程中主播存在大量问题，例如：主播对产品不了解、产出的内容参差不齐、主播坑位费用高等问题。而作为重要场景的直播间也存在相应的问题，例如：直播间长时间不更换容易造成客户审美疲劳、直播间更换难度大场景拓展难、搭建成本高等问题，针对客户提出的核心诉求，服务商力求从技术的角度升级解决客户使用痛点。

### 企业直播客户认为直播过程中主播需改进方向



### 企业直播客户认为直播间可以提升方向



样本：N=51，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：结合B端企业客户访谈、专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

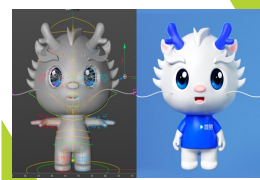
# 趋势五：沉浸式元宇宙直播释放价值

## 虚拟技术的应用，推进企业直播模式拓展

虚拟技术正在驱动传统视频直播形式的变革。通过AI结合创新技术的应用，打造了视、听、触多维融合的空间。3D技术打造企业虚拟新形象，利用全景拍摄技术打造现场试听新体验，直播场景突出视觉交互技术的融合，实现虚拟世界与现实世界无缝转换。AR、VR、XR等技术，让虚拟世界越来越逼真，在虚拟的空间里，产生真实的互动，而对于企业直播来说，为用户呈现一场沉浸式的虚拟直播，是企业营销中的重要因素。同时，MR直播强调真实人物与虚拟环境的叠加，不局限于特定场景，极大改善企业直播用户体验的效果，拓展企业直播应用场景。

### AR技术-带来3D盛宴

通过电脑技术，在摄像头拍摄的画面基础上，将动态运镜，虚拟大屏以及远近机位进行切换组合，结合虚拟画面展示和交互，将虚拟的信息应用到真实世界。



### VR技术-打造现场试听新体验

VR技术是采用360度全景的拍摄设备，将更多清晰多角度的画面呈现给用户，用户观看直播内容时可选择角度呈多样化，为大家带来视觉盛宴，虚拟直播技术打破了空间与距离的界限。



### XR技术-提供沉浸式的互动体验

XR提供沉浸式的实时互动，通过直播系统带来超越现实的虚拟感受，给观众带来震撼的体验，引起用户对直播内容的好奇。



# 趋势五：沉浸式元宇宙直播释放价值

## 数字人与3D虚拟背景领航元宇宙直播

元宇宙直播基于专业的技术，使用完美的数字人与3D虚拟背景的结合提供一整套解决方案，创建自循环的元宇宙内容生态。其中，虚拟数字人通过动作捕捉技术成为新的IP形象，受到用户的喜爱，达到信息的高效传递。同时，3D虚拟背景的搭建降低企业使用成本、充分发挥创意空间增强用户体验。专业的直播间为品牌企业直播打开了新思路，让用户拥有更满意的场景体验。相信未来，由虚拟人物叠加虚拟环境组成的元宇宙直播搭建专业化的互动内容创作平台，进一步帮助客户兑现创意的价值，在数字型时代创造品牌自身虚拟未来为企业破圈提供新思路。

### 虚拟数字人

自循环的内容生态供给带来元宇宙世界，数字人通过动作捕捉技术创造新形象。企业启动数字人直播可以进一步加强沉浸式、交互式的方式与用户沟通，解决直播中存在的成本与效率相关痛点问题，实现虚拟数字人与虚拟场景一体化发展。

#### 穿戴式动作捕捉技术

数字人在直播活动中展现出自然协调的动作。从性价比、抗干扰能力、动作捕捉精度等多方面考虑，基于惯性传感器的穿戴式全身动作捕捉产品具有无可比拟的优势。

#### 光学动作捕捉技术

通过在主播身上贴反光标记点，利用光学动作捕捉系统获取空间中的反光标记点坐标，获取到的多个点信息用于确定刚体骨骼的位姿数据，从而对主播进行模型建立与识别。

#### 设备追踪，360度全实景体验

通过位置设备追踪器+陀螺仪，追踪识别变化，拍摄过程中实时变化场景，实现真实3D直播场景。此外，舞台灯光可自定义，打造“元宇宙”演播厅。



3D虚拟背景解决了传统实景直播间的局限性、低用途等问题。真实场景高保真的还原1对1现实场景。通过物品3D建模及知识化内容3D表现让分享更加生动。

#### 3D虚拟背景

# 艾瑞新经济产业研究解决方案



## 行业咨询

- 市场进入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞争策略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



## 投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

# 关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

## 联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 [ask@iresearch.com.cn](mailto:ask@iresearch.com.cn)



企 业 微 信



微 信 公 众 号

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询