

## 行业概览

# 2022年中国企业直播行业研究：微吼·微赞·保利威

Research of China's enterprise live broadcasting industry in 2022

2022年の中国企業のライブ産業調査

概览标签：泛娱乐、直播、SaaS、企业直播

报告主要作者：陈屹林

2022/05

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 摘要

01

受到新冠疫情和企业数字化转型加速双重影响，企业直播服务商加快和各行业融合，打造“直播+”，行业成长潜力巨大

- 在新冠疫情和企业数字化建设双重因素影响下，企业直播成为企业对内沟通和对外营销的关键性工具，成为企业营收的主要推力，在此背景下，企业直播服务商加快在各行业布局，打造“直播+场景”，帮助企业实现从线下到线上营销，线上培训等场景转变，通过“直播+行业”，针对不同行业特点，推出行业垂直解决方案

02

企业直播上游依靠CDN、云平台，下游助力企业数字化转型，依靠上下游产业在政策鼓励下优势，企业直播发展前景良好

- 企业直播上游依靠CDN、云平台等云服务厂商，在云计算技术提升及产业需求驱动下，企业直播服务可以通过帮助企业留存用户直播数据，在AI和人工算法的帮助下，协助企业在直播运营环节寻找直播优化方向
- 企业直播下游服务于企业，企业直播作为数字化转型服务商，借助直播工具帮助B端客户实现对C端客户的数据留存和分析，帮助企业实现数字化转型

03

企业对直播态度逐渐回归冷静，对企业直播服务商将要求更低的成本，更高的定制化需求，行业竞争面临分化

- 伴随疫情常态化，企业对待直播的态度逐渐回归冷静，对待企业直播服务商在场景，直播相关技术，流程服务等要求更高。直播技术服务类型更丰富的企业将在市场中占据更多份额，同时，拥有深耕行业场景或者深耕业务场景的企业将在行业竞争中占据主动。技术相对落后，应用场景不多的企业将逐渐被挤出市场

## 疫情加数字化转型双影响，企业直播行业将如何发展？

新冠疫情和企业数字化转型双重因素下，企业直播成为企业进行对内沟通和对外营销的重要工具，同时，企业直播依靠上游政策鼓励的云计算，企业直播行业发展潜力巨大。但随着疫情的常态化，企业对于直播态度趋于冷静，对于企业直播服务商的要求逐渐提高，更高的定制化要求，更多的使用场景，技术和服务拥有优势的服务商将在竞争中占据主动，技术相对落后，应用场景不够丰富的服务商将在竞争中失去先机



# 目录 CONTENTS

◆ 名词解释	10
◆ 中国企业直播行业综述	11
• 定义	12
• 行业架构图	13
• 发展历程	14
• 市场规模	15
◆ 中国企业直播行业产业链分析	16
• 产业链图谱	17
• 上游分析：CDN	18
• 上游分析：云平台	19
• 中游分析：企业直播特征	20
• 中游分析：企业直播产品技术架构分析	21
• 中游分析：私域营销分析	22
• 下游分析：场景应用	23
◆ 中国企业直播行业分析	24
• 投融资情况	25
• 政策分析	26
• 行业环境分析	27
• 行业驱动因素	29
• 行业竞争格局	31



# 目录 CONTENTS

• 行业发展趋势	32
◆ 企业直播典型企业推荐	33
• 微吼	34
• 微赞	35
• 保利威	36
◆ 方法论	37
◆ 法律声明	38



头豹

[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 400-072-5588

# 研究目标

## Research Objectives

### 01 | 研究目的

- 了解和分析中国企业直播行业市场规模、产业链、行业发展机遇挑战及未来趋势

### 02 | 研究目标

- 预测中国企业直播行业市场规模及未来增长空间
- 深入了解中国企业直播的产业链上中下游情况
- 了解企业直播生产成本结拆分
- 分析中国企业直播企业销售模式和品牌力
- 分析中国企业直播行业竞争格局
- 预判中国企业直播行业发展的机遇挑战，以及未来发展趋势

### 03 | 本报告关键问题的回答

- **市场规模：**中国企业直播行业市场规模情况如何？未来增长情况如何？
- **产业链：**中国企业直播所在的产业链构成是怎样的？未来格局会如何演化？
- **竞争格局：**中国哪些企业直播企业在竞争中处于领先地位？行业竞争态势如何？
- **发展态势：**中国企业直播行业发展面临怎么样的挑战与机遇？未来发展趋势如何？



# 名词解释

- ◆ **B端:** 指的是企业用户商家
- ◆ **C端:** 指的是消费者个人用户
- ◆ **CDN:** Content Delivery Network, 即内容分发网络。CDN是构建在现有网络基础之上的智能虚拟网络，依靠部署在各地的边缘服务器，通过中心平台的负载均衡、内容分发、调度等功能模块，使用户就近获取所需内容，降低网络拥塞，提高用户访问响应速度和命中率
- ◆ **云平台:** 云计算平台也称为云平台，是指基于硬件资源和软件资源的服务，提供计算、网络和存储能力
- ◆ **SaaS:** Software as a Service, 软件即服务，即通过网络提供软件服务
- ◆ **PaaS:** Platform as a Service, 平台即服务。把服务器平台作为一种服务提供的商业模式，是云计算三种服务模式之一，而云计算时代相应的服务器平台或者开发环境作为服务进行提供就成为了PaaS
- ◆ **SMB:** Small Medium Business, 中小型企业
- ◆ **KA:** Key Account, 重点客户
- ◆ **ISV:** Independent Software Vendors, 独立软件开发商
- ◆ **私域:** 一个互联网私有数据（资产）积蓄的载体。这个载体的数据权益私有，且具备用户规则制定权，受社会法律约束与保护；同时，私域具有与公域(internet)、它域相互自由、广泛链接的能力与机制
- ◆ **数字经济:** 人类通过大数据（数字化的知识与信息）的识别—选择—过滤—存储—使用，引导、实现资源的快速优化配置与再生、实现经济高质量发展的经济形态
- ◆ **API:** 为应用编程接口，就是软件系统不同组成部分衔接的约定
- ◆ **SDK:** 软件开发工具包，是一些被软件工程师用于为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等创建应用软件的开发工具的集合



头豹

www.leadleo.com 400-072-5588

# 第一部分：行业综述

## 主要观点：

- 企业直播，是指面向企业商务需求提供的专业级的网络直播服务。以CDN、云平台服务商为底层依托，通过相关的直播SaaS、PaaS等软件服务以及多种增值服务，为企业提供营销、会展、培训等多场景服务，帮助企业实现数字化转型
- 企业直播自2010年兴起，顺应云计算的发展，企业直播经历了工具阶段，从依附于线下活动到独立存在，“直播+”阶段，PaaS平台创立，“直播生态”阶段，多阶段能力相叠加
- 底层CDN和云平台厂商通过PaaS和SaaS支持企业直播服务商联合视频硬件，软件服务商等第三方生态合作伙伴为客户的营销、培训等场景提供安全保障、运营服务和硬件服务
- 企业直播行业市场规模成长潜力巨大，在新冠疫情和企业数字化建设大环境下，SaaS产品和PaaS产品增长动力明显，预计在2026年市场规模达到348亿元，2022-2026年预测CAGR为30.17%

# 中国企业直播行业综述——定义

企业直播以CDN、云平台服务商为底层依托，通过相关的直播SaaS、PaaS等软件服务以及多种增值服务，为企业提供营销、会展、培训等多场景服务，帮助企业实现数字化转型

## 企业直播与个人直播区别



B端直播

C端直播



企业用户

营销、培训、招聘、办公、会展等

大型活动、会议、培训等

金融、教育、医疗、政企、汽车等

高要求

私有化、安全性可控



对象



目的



应用场景



覆盖行业



技术要求



安全性

个人用户

娱乐

单一手机直播场景

游戏、社交、娱乐等

低要求

无

## 头豹洞察

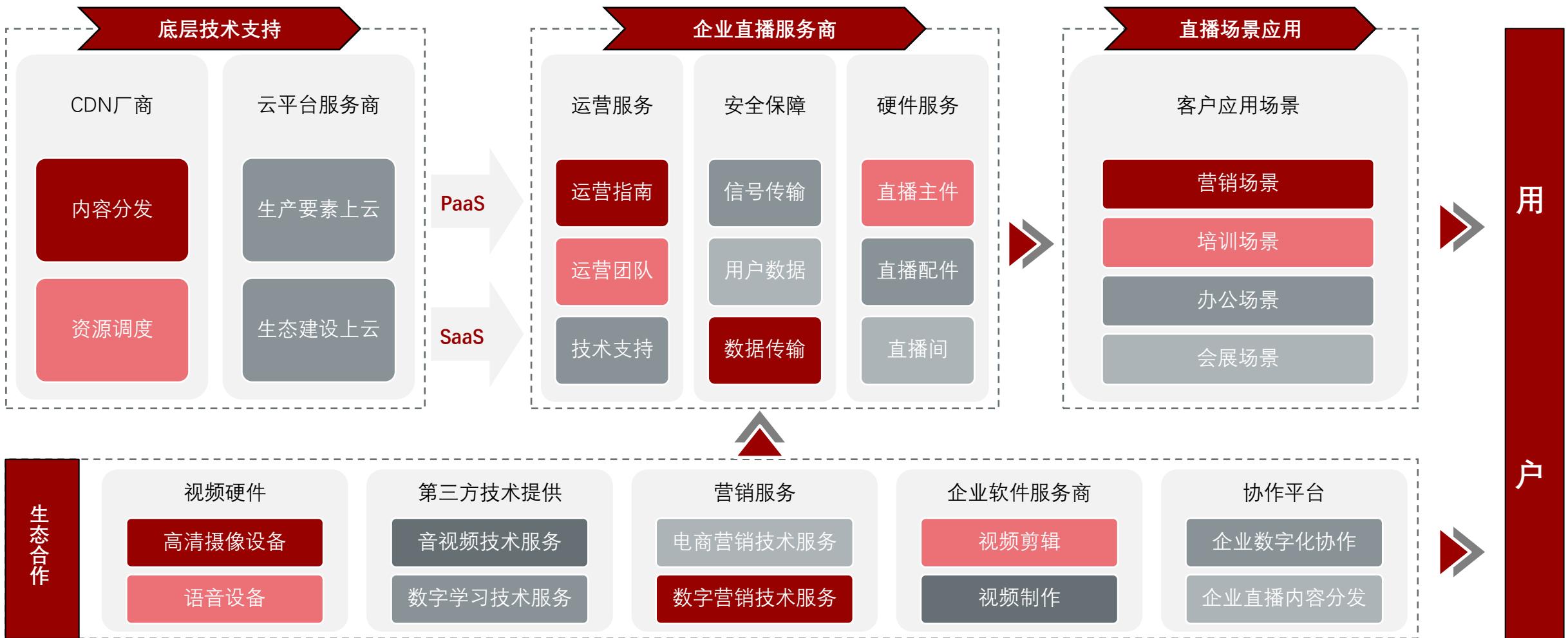
□ 企业直播是指面向企业级用户，通过部署在服务商提供的网上服务器的网络直播系统，为企业用户提供视频传输服务。随着企业数字化转型、5G发展、疫情等多方面因素的推动，企业直播在2020年迎来了爆发期，在未来也会处于高速增长期

□ 企业直播相较于个人直播，其实用性、商务性更强。对于企业直播，平台本身的流量并不重要，但是个人直播依靠的是平台流量；企业直播的数据归属于企业方，个人直播的数据归属于平台方；企业直播在直播时关心私有化、安全性；企业直播可以进行定制化服务，直播间所有的展现信息以及域名等等都可以自定义为企业自己的，看不到平台提供技术支持的任何信息，个人直播权限归平台方所有，直播间显示的也是平台方的信息；企业直播有专业客服或者售后进行服务，处理需求更及时，个人直播没有专人客服进行服务，处理需求的时效性不可控

# 中国企业直播行业综述——应用架构图

底层CDN和云平台厂商通过PaaS和SaaS支持企业直播服务商，联合视频硬件、软件服务商等第三方生态合作伙伴为客户的营销、培训等场景提供安全保障、运营服务和硬件服务

## 中国企业直播应用架构图



来源: WIND, 目睹, 头豹研究院

# 中国企业直播行业综述——发展历程

企业直播自2010年兴起，顺应云计算的发展，企业直播经历了工具阶段，“直播+”阶段，和“直播生态”阶段，从依附线下活动存在发展成为“直播生态”格局

## 中国企业直播发展历程，2010年至今

### 工具阶段

#### 2010年-2017年：作为内容传播工具

- 2010年到2013年，直播更多是一个工具属性，企业直播依托于线下活动存在，依附企业内部线下会议及培训场景提供内容传播服务，将线下活动内容实时传播出去，作为现场活动物理空间的衍生
- 2014年到2017年，企业直播依旧作为内容传播的一个工具，不过开始逐渐独立出来作为主角存在，不再依附于线下活动。企业直播进入1.0时代，从依附线下活动向独立产品体系转变。直播量实现了指数增长，直播平台底层能力逐渐夯实

企业直播采用SaaS模式

### “直播+”阶段

#### 2018年-2019年：“直播+”崛起

- 2018年-2019年，企业直播进入2.0时代，不再局限于一个内容传播工具，企业直播开始与场景和垂直企业产生融合，为企业整体业务实现赋能，并实现定制化部署，“直播+”概念提出
- 通过不断解决用户需求，产品方案从量变到质变时，通用型SaaS产品服务出现。当企业布局从SMB到KA时，需要定制化和混合云部署的能力，通用型SaaS产品不再适用，PaaS孕育而生，成为一个既满足用户需求又实现平台化的产品

创立PaaS平台满足客户差异化需求

### “直播生态”阶段

#### 2020年-至今：积极布局“直播生态”

- 2020年，企业直播进入了3.0时代。受到疫情影响，企业直播需求激增，企业直播满足了企业（会议、培训等）对内和对外（促销、峰会等）的双向需求，企业直播行业发展迅猛，服务商保持开放性，行业内生态得到逐步完善
- 为实现共赢，企业直播开始打造“直播生态”：不设限制的集成和开放，通过不断与上游和下游的合作伙伴建立合作关系，推出开放式的服务平台，引入ISV，提供平台和规范，充分调动相关合作伙伴的服务能力，将企业直播市场做大做强

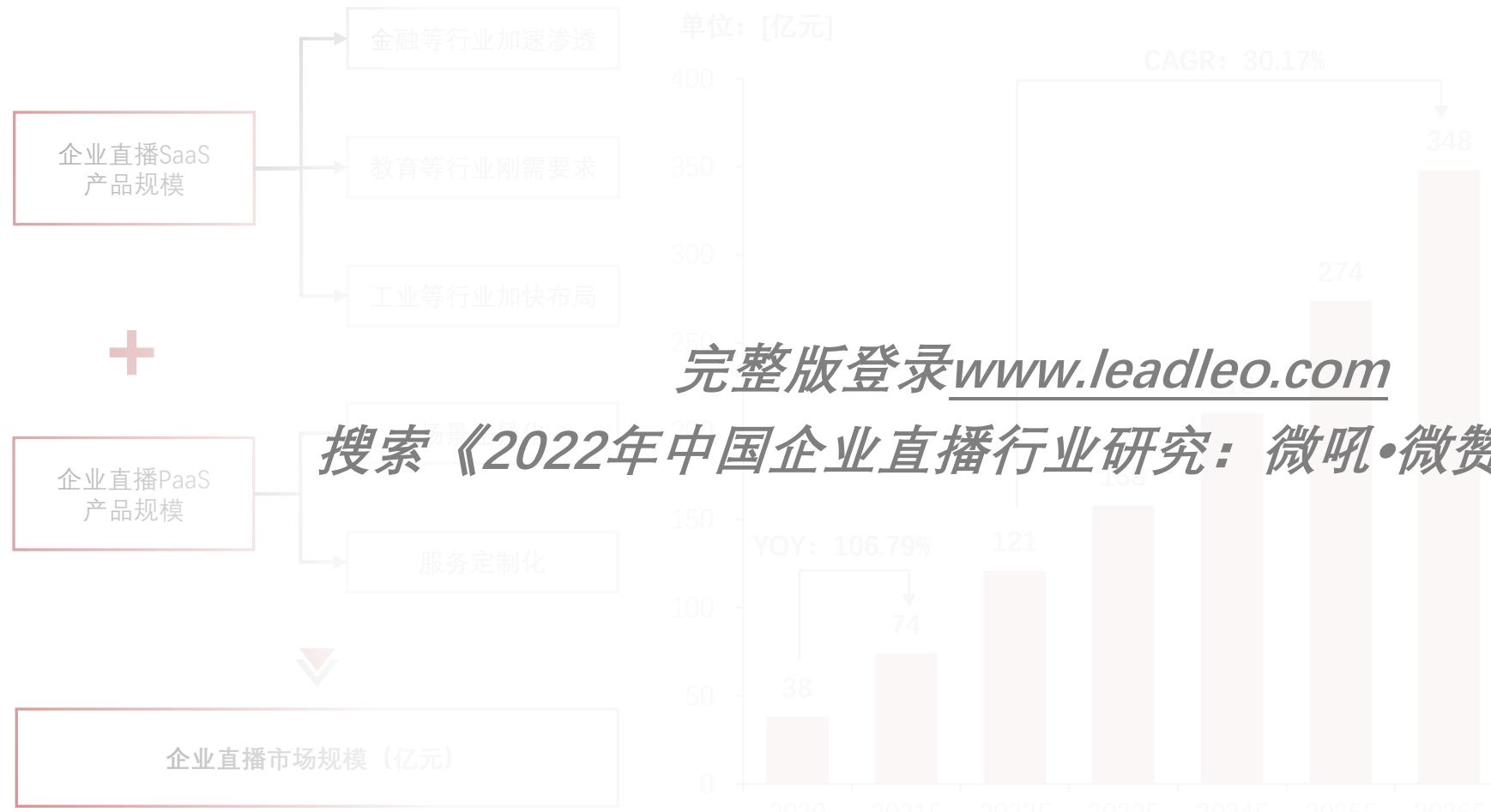
打造企业直播生态

# 中国企业直播行业综述——市场规模

企业直播行业市场规模成长潜力巨大，在新冠疫情和企业数字化建设大环境下，SaaS产品和PaaS产品增长动力明显，预计在2026年市场规模达到348亿元，2022-2026年预测CAGR为30.17%

中国企业直播市场规模及预测，2020-2025年预测

头豹洞察



来源：头豹研究院



## 第二部分：产业链分析

### 主要观点：

- 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服务商；下游则是各应用场景客户；此外，众多生态合作商也和企业直播产业链联系紧密
- CDN，即内容分发网络，用来降低网络拥塞，提高用户访问响应速度和命中率。目前市面上各厂商CDN价格差别不大，以宽带计算，每1Gbps价格差距不足100元
- 企业直播加持私域直播，助力企业新客转化。私域直播为品牌、企业赋能，通过直播开展私域流量营销及运营，帮助企业探寻可持续电商营销
- 企业直播行业下游场景应用在行业垂直类型场景中，IT行业、金融行业和教育行业渗透率最高；在业务垂直类型场景中，主要集中在营销活动和商务活动两个场景

# 中国企业直播行业产业链分析——产业链图谱

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服务商；下游则是各应用场景客户；此外，众多生态合作商与企业直播产业链联系紧密

## 中国企业直播行业产业链图谱



来源：WIND, 目睹, 头豹研究院

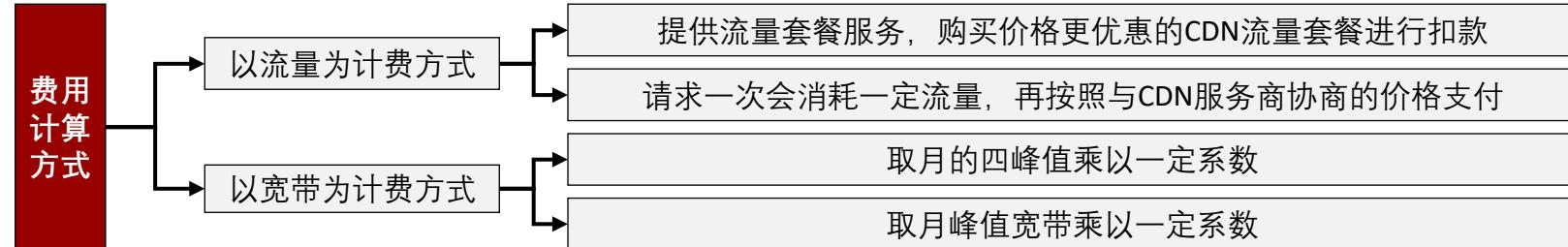
# 中国企业直播行业产业链分析——上游：CDN

CDN，即内容分发网络，用来降低网络拥塞，提高用户访问响应速度和命中率。目前市面上各厂商CDN价格差别不大，以宽带计算，每1Gbps价格差距不足100元

## CDN的作用



## CDN费用计算方式



## CDN厂商价格表，2022年

带宽阶梯  
(计费单位: 元 /Mbps/天)  
0-500Mbps(含) 500Mbps-5Gbps(含) 5Gbps-20Gbps(含) >20Gbps(含) 5Gbps-50Gbps(含) >50Gbps(含)

腾讯云	0.53	0.52	-	-	0.49	0.48
阿里云	0.6	0.58	0.56	0.54	-	-
华为云	0.52	0.51	0.5	0.49	-	-
亿速云	0.53	0.50	0.45	0.40	-	-

- CDN解决了因分布、带宽、服务器性能带来的访问延迟问题，使用户可就近取得所需内容，提高用户访问网站的响应速度和成功率。其基本思路是尽可能避开互联网上可能影响数据传输速度和稳定性的瓶颈和环节，使内容传输的更快、更稳定

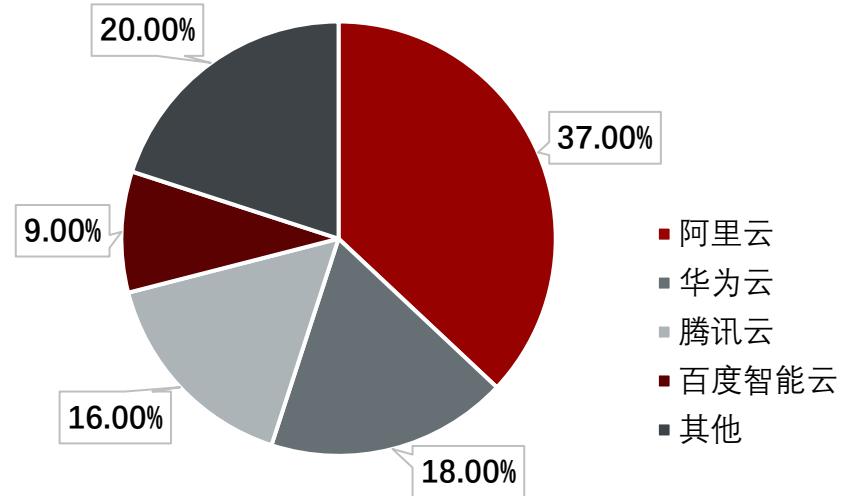
- CDN厂商计费方式有以流量计费和以宽带计费两种方式。**对于流量计费模式，适合在平台流量不高的情况下使用，但是对于在线直播源码打造的平台会吸引来大批流量，不适合用流量方式计费，更适合选择以宽带为计费方式
- 在CDN价格方面，各厂商价格差别不大，以宽带计算，每1Gbps价格差距不足100元。**假设在有10000人在直播时进行观看，以720P高清直播为例，此时观看直播的带宽峰值为1250M，按照厂商价格表计算，腾讯云为650元，阿里云为725元，华为云为637.5元，亿速云625元

# 中国防水材料行业产业链分析——上游：云平台

中国云平台厂商处于“一超多强”的状态，“四朵云”占据中国公有云80%的市场份额。云平台头部厂商在价格方面基本持平，费用区间在1500-1700元/月

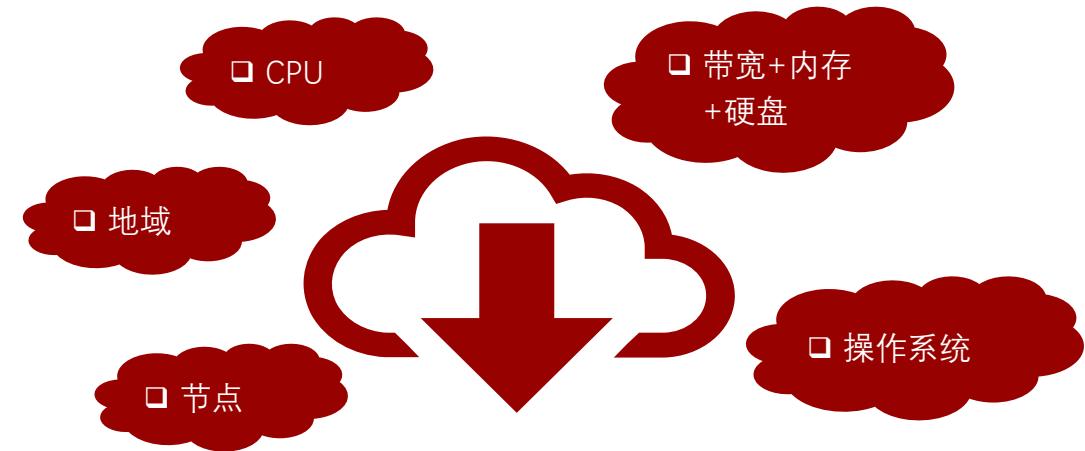
中国公有云市场份额，2021年

单位：[百分比]



- 受疫情影响，很多企业的线下业务发展受阻，企业线上化和上云需求显著提升，进而带动公有云市场在2020年逆势增长。企业加速上云带动提供云基础设施服务的IaaS的市场份额增长，同时，企业也开始关注云服务厂商平台的性能、和其他厂商的兼容性等参数，有效推动PaaS的成长
- 目前中国“四朵云”占到公有云市场份额的80%，阿里云、华为云、腾讯云和百度智能云四家云厂商均是综合型云服务厂商。综合型云厂商能够提供全产业链全周期服务，各项服务之间适配性好、流畅度高，且客服响应和问题解决的速度快，为客户解决跨平台用云效率低和频发兼容性问题的烦恼。此外，由于综合型云厂商服务的客户数量多，不同客户之间有数据共享需求时，也能提供更方便、更快捷的云共享服务

云服务器选择标准，2022年



- 云服务器选择主要有CPU、带宽、内存和硬盘四个部分，对于用户自身特有需求，还有操作系统、地域和节点可供选择。对于企业直播的选择来说，在默认操作系统、地域和节点的情况下，需要选择适合中小型数据库、数据处理、缓存集群和其他企业应用程序的后端服务器场景的8核CPU，在进行直播时还需要处理庞大的数据信息，对访问速度要求高，需保证网站流畅，在内存、带宽和硬盘方面需要参数为8G~16G内存、300G硬盘，带宽10M及以上
- 各家厂商价格都在1500-1700元之间，相互间价差不大。按照最低配置对四大云厂商计算后发现，阿里云价格为1510.2元/月，腾讯云价格为1578元/月，华为云为1647元/月，百度智能云为1779.7元/月

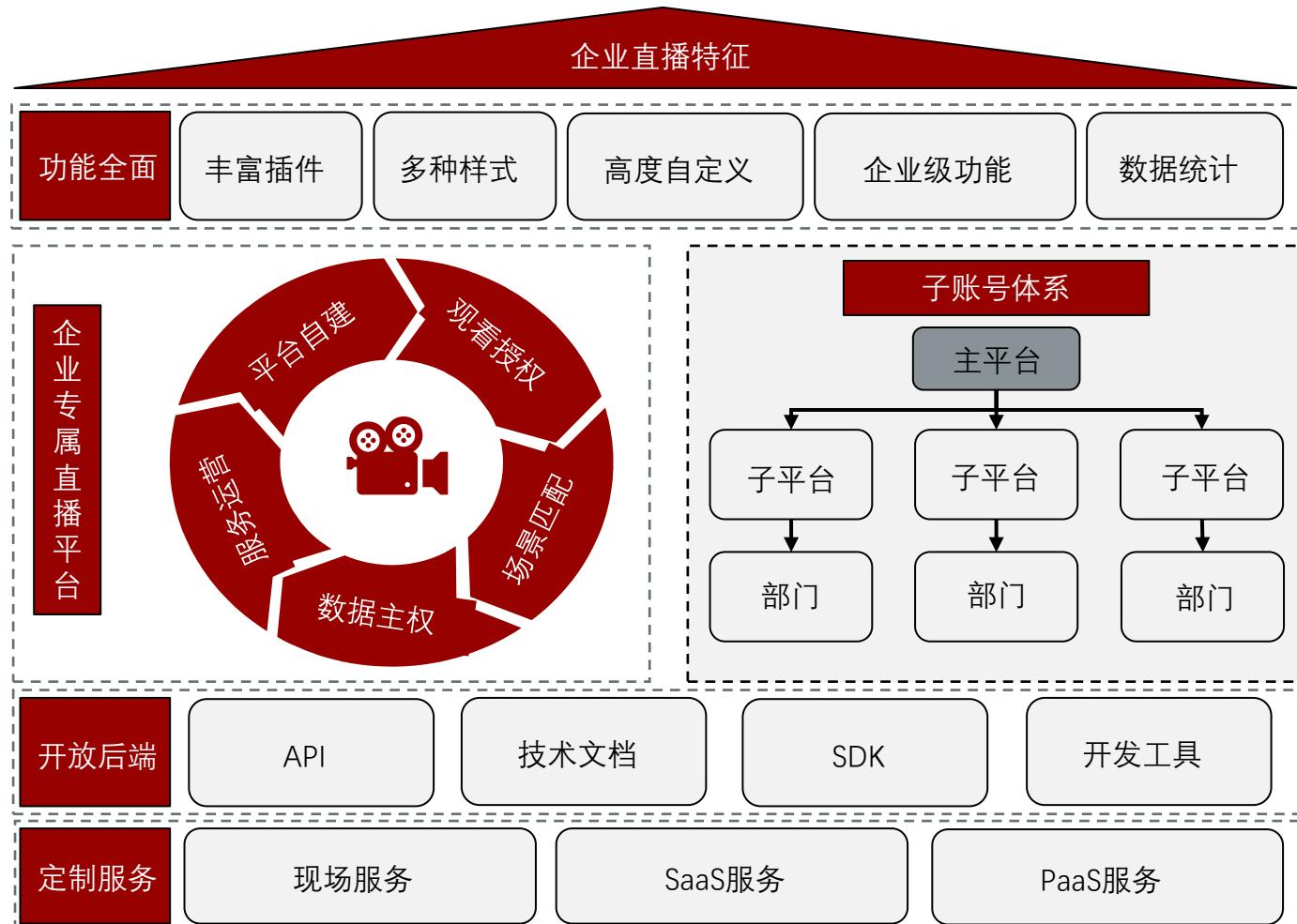
来源：头豹研究院



# 中国企业直播行业综述——中游：企业直播特征

企业直播拥有全面强大的直播功能，可搭建企业专属平台，拥有子账号管理体系，程序后端开放限度高，服务类型专属多样五大特征

## 企业直播特征



来源：目睹，头豹研究院

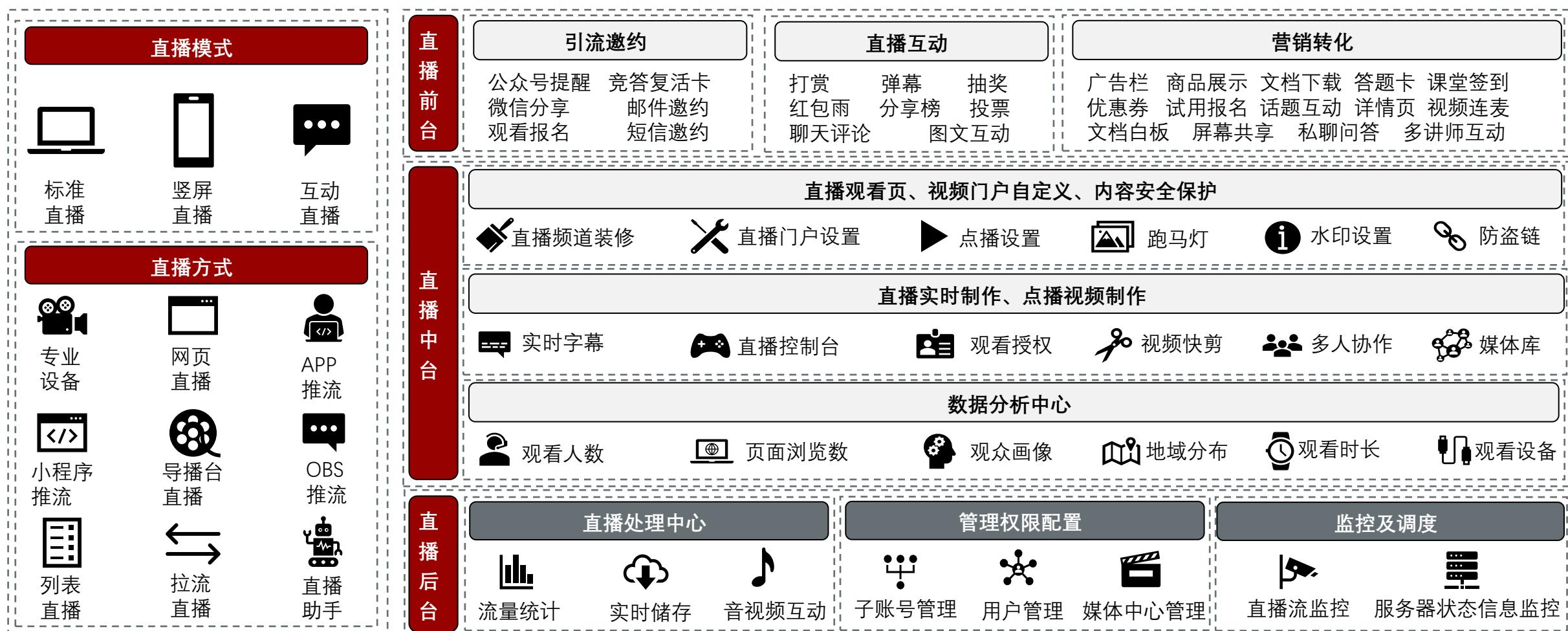
## 头豹洞察

- 企业直播拥有全面功能，覆盖了插件、样式、自定义、功能、数据统计五个方面：1) 提供营销、培训、互动等多类型的插件；2) 能提供多种直播方式和多种类型分辨率；3) 针对Logo, 背景页, 水印和台标等提供给企业自定义选项；4) 拥有多视角观看、内网直播、内容生产工具等多项企业级特色功能；5) 为企业提供多种数据分析，包括直播数据统计，观众行为统计，互动数据统计等
- 企业直播能够让企业搭建专属的直播平台，专属平台下，企业能够进行观看授权，选择合适场景，拥有自己的流量数据以及进行服务运营；企业直播配有一套子账号管理体系，针对账号管理设置了子账号权限管理模式，对子平台进行角色配置，用于满足团队协作要求
- 企业直播解决方案提供了技术文档、开发工具，开放了API, SDK。企业可以根据其需求自主开发，提高了企业在直播时，相关软件的灵活性
- 企业直播厂商提供直播策划、拍摄、现场保障、内容分发、系统搭建等一键式现场服务；标准化云直播平台，即开即用，操作简单、功能丰富，能够快速发起直播的SaaS服务；灵活调用各个视频云模块组件，嵌入企业官网、电商、培训等平台的PaaS服务

# 中国企业直播行业产业链分析——中游：企业直播产品技术架构分析

企业直播技术架构主要分为直播模式和方式，引流、互动、转化组成的直播前台，安全、数据、内容二次传播组成的直播中台，以及直播处理、权限、调度组成的直播后台

## 企业直播技术架构



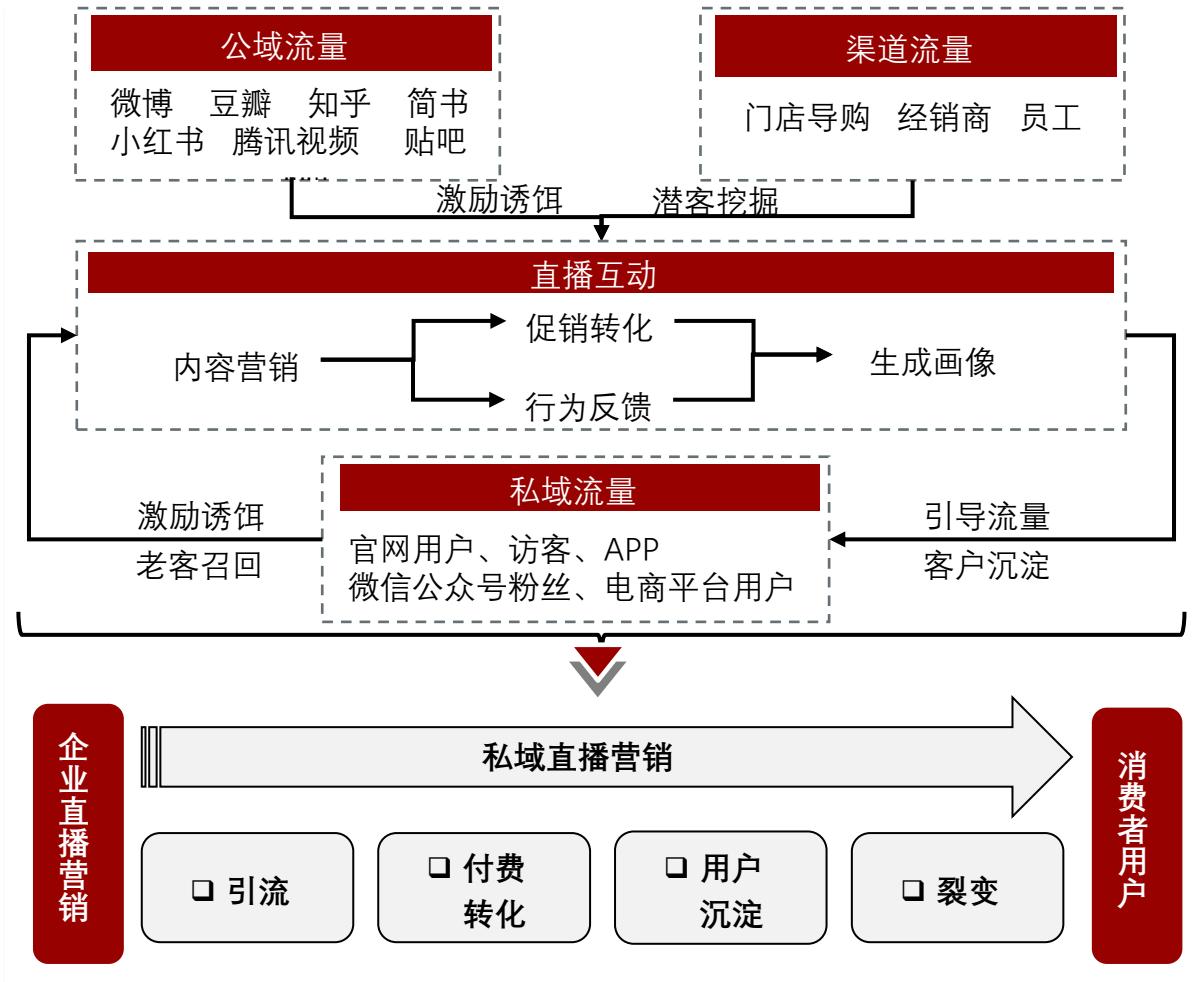
来源：目睹，头豹研究院



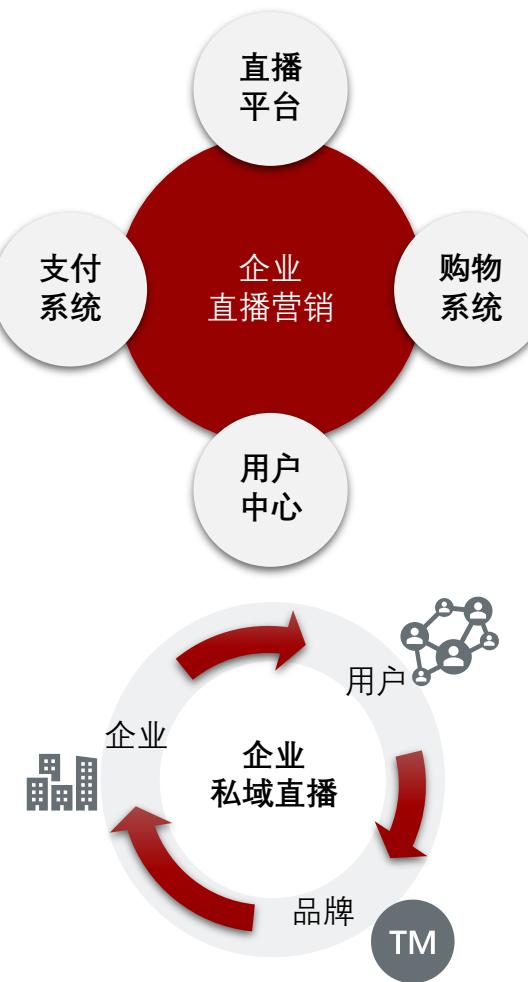
# 中国企业直播行业产业链分析——中游：私域营销分析

企业直播加持私域直播，助力企业新客转化。私域直播为品牌、企业赋能，通过直播开展私域流量营销及运营，帮助企业探寻可持续电商营销

## 公域到私域流量转化模式



## 企业私域营销



## 头豹洞察

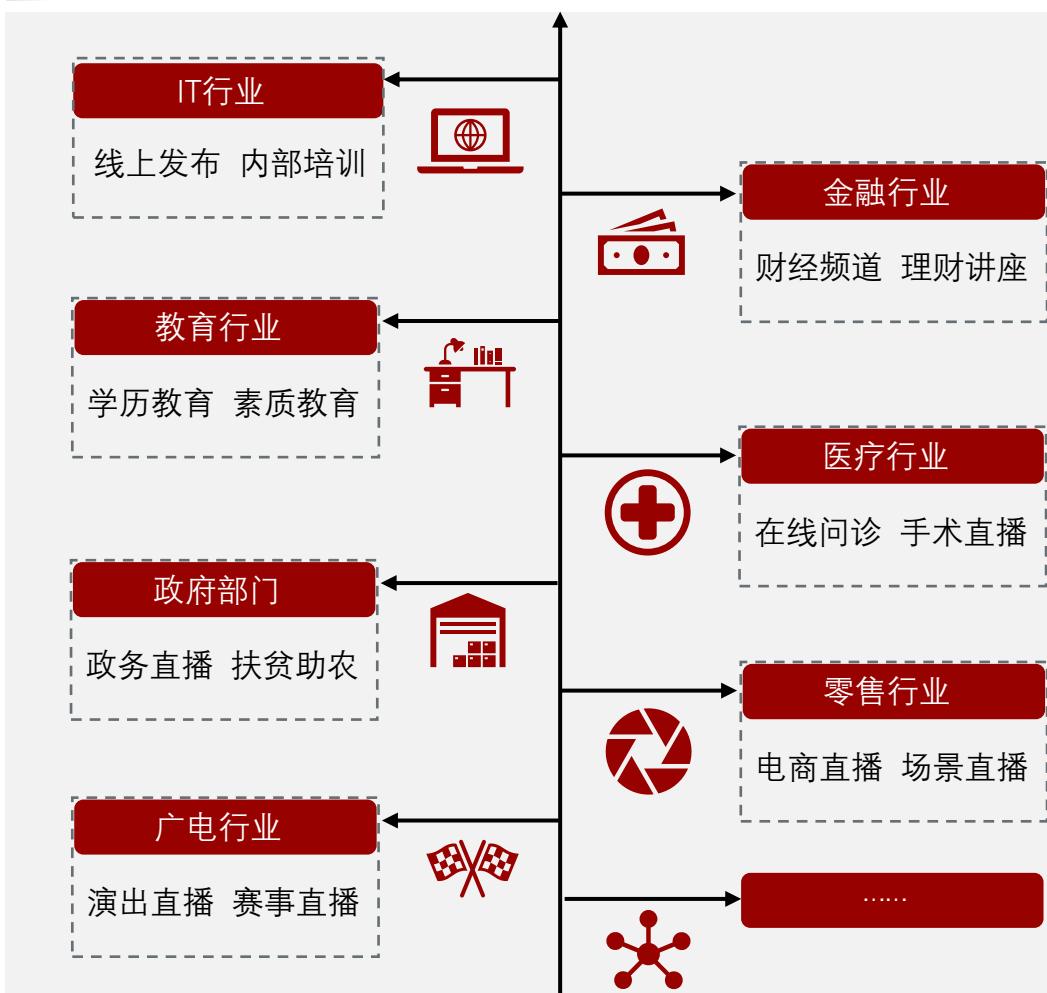
- 私域流量已经成为企业的重要资产。相对于公域流量，私域流量属于企业自身，不需要付费引流，关系链更强，同时，流量产生的数据属于企业自身
- 企业对消费者用户进行私域直播营销需要经过引流、付费转换、用户沉淀、裂变四个阶段：企业从微博、豆瓣等公域流量和门店导购、经销商等渠道流量进行引流，和新用户进行直播互动，通过付费转化将用户引入私域流量，再对私域流量用户通过召回进行沉淀以及使用激励等手段通过用户裂变扩充私域流量
- 企业直播营销涵盖直播平台、购物系统、用户中心和支付系统四个方面。企业私域直播为企业、用户和品牌赋能。通过直播开展私域流量营销，助力品牌可持续发展企业电商运营模式

来源：目睹，保利威，头豹研究院

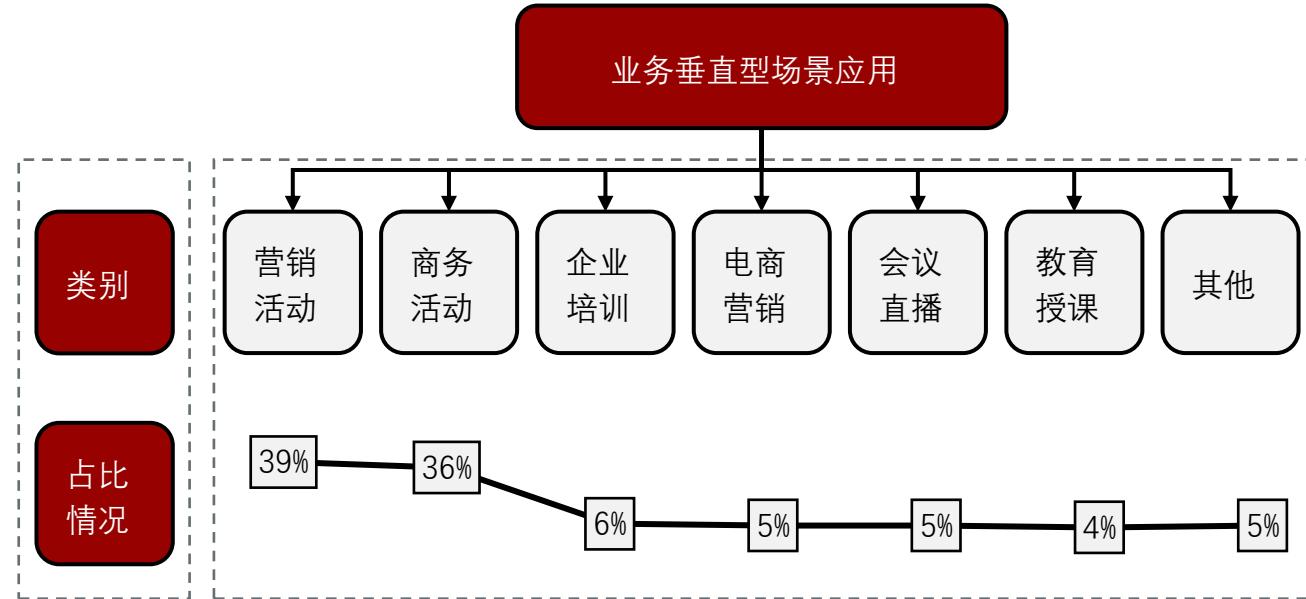
# 中国企业直播行业产业链分析——下游：场景应用

企业直播行业广泛应用于各行业，其中IT行业、金融行业和教育行业渗透率最高；在业务垂直型场景中，企业直播主要应用在营销活动和商务活动两个场景

## 企业直播行业垂直型场景应用



## 企业直播业务垂直型场景应用



- 在行业垂直型场景中，应用最广泛的三个行业分别是IT行业、金融行业和教育行业，占比分别达到了29%，14%和11%。IT行业作为企业直播渗透率最高的行业，在线上发布会、内部培训、产品销售等多场景下使用到企业直播，IT行业已经发展到利用企业直播建设数字化营销的下一个阶段；金融行业因其直播场景多元化，利用企业直播进行线上培训，开设理财讲座，投资发布会等，同时因其天然私域流量，使得企业直播更好服务于金融行业；教育行业方面，因“停课不停学”使得直播在教育行业成为刚需
- 业务垂直型场景方面，营销活动占比39%，商务活动占比36%，远高于其他业务场景

来源：微吼，目睹，保利威，头豹研究院



# 第三部分：行业分析

## 主要观点：

- 疫情影响下，中国企业IT服务行业投资情况仍持续回暖，2020年和2021年投资事件数增长明显。企业直播行业中，大多厂商处于融资前期，头部企业融资情况情况良好
- 企业直播在供需两端受到政策鼓励和支持，同时依靠国家大力发展的云计算、大数据等技术作为企业直播的上游产业和技术支撑，下游助力企业数字化转型
- 看直播已经成为了用户习惯性的行为，这一行为也促使企业将直播作为常态化工具，使得直播需求增加；直播助力企业推进数字化进程，实现企业数字化转型。需求端驱动行业发展
- 企业直播生态发展更丰富完善，产业上下游相互链接，企业直播厂商更注重企业体验提升，服务多样化，差异化，业务模式多元化。未来技术和服务领先厂商将更具优势

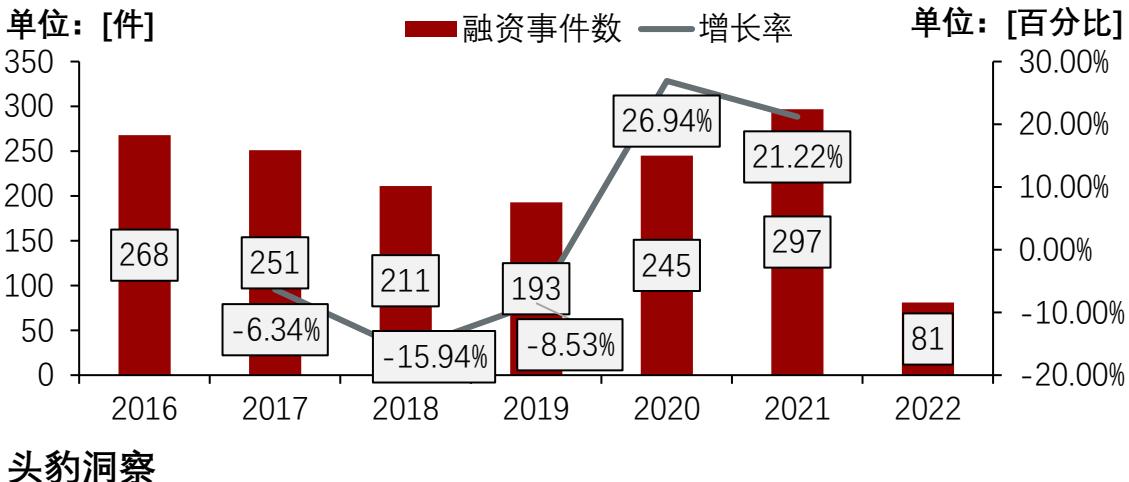
# 中国企业直播行业分析——投融资情况

疫情影响下，中国企业IT服务行业投资情况仍持续回暖，2020年和2021年投资事件数增长明显。企业直播行业中，大多厂商处于融资前期，头部企业融资情况情况良好

## 企业直播部分厂商融资情况，2022年

企业名称	时间	融资轮次	金额	融资机构
微赞	2021/10/8	A+轮	未知	前海母基金
百家云	2021/7/29	C轮	10000万人民币	新东方教育文化产业基金
微吼	2021/8/5	战略投资	未知	腾讯
小鹅通	2021/6/15	D	1200万美元	IDG资本 GGV纪源资本 高瓴创投
目睹	2021/6/3	B+轮	未知	未知
云犀	2021/5/20	A	1000W	诚和创投 大华创投
保利威	2020/11/20	B轮	1亿人民币	元禾控股
拓客云	2019/8/7	A+	未知	英诺天使基金 水木清华校友基金
盟主	2018/1/2	A轮	未知	天久投资
获得场景	2017/11/9	C轮	2.08亿	稼沃资本 新程投资 丝路华创
欢拓	2015/11/19	A	1400万元	赛富基金SAIF Partners

## 中国企业IT服务行业投融资事件数，2016-2022年Q1



### 头豹洞察

- 通过对企业IT服务行业投资事件统计，2020年共发生245件，同比增长26.94%，2021年发生297件，同比增长21.22%，尽管近两年受疫情影响，但市场对于企业IT服务行业持续看好，投资回暖
- 通过对目前部分企业直播行业的相关厂商分析，厂商融资情况良好，行业内厂商基本处于融资前期，头部企业更受投资方欢迎。在统计的11家厂商中，除了微吼处于战略投资期，小鹅通处于D轮融资阶段外，剩下的其余厂商均处于D轮以前；在融资时间方面，由于疫情影响，近两年企业直播行业备受关注，大多企业在2021年成功融资

# 中国企业直播行业分析——政策分析

企业直播在供需两端受到政策鼓励和支持，同时依靠国家大力发展的云计算、大数据等技术作为企业直播的上游产业和技术支撑，下游助力企业数字化转型

## 中国企业直播行业发展相关政策分析，2020年至今

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点	头豹洞察
《“十四五”数字经济发展规划》	2022-01	国务院	突出创新、协调、绿色、开放、共享理念，提出了一系列破除堵点问题的战略举措，并设定了我国数字经济核心产业占GDP比从“十三五”末的7.8%提升至“十四五”末的10%的发展目标	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>
《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》	2021-12	工信部	部署了推动软件产业链升级、提升产业基础保障水平、强化产业创新能力、激发数字化发展新需求和完善协同共享产业生态五项主要任务	<ul style="list-style-type: none"><li>供给端方面，多个政策提出发展数字经济，企业直播作为企业数字化转型重要服务商，有利于其行业发展；需求端方面，各地推出直播利好政策，国家出台相关法规规范直播管理，推出直播营销师，助推行业发展</li></ul>
《“十四五”大数据产业发展规划》	2021-11	工信部	为未来五年大数据产业发展提供了行动纲领，提出“加快培育数据要素市场、发挥大数据特性优势、夯实产业发展基础、构建稳定高效产业链、打造繁荣高效产业生态、筑牢数据安全保障防线”六项具体任务和“到2025年，我国大数据产业规模突破3万亿元”的发展目标	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>
《网络直播营销管理办法(试行)》	2021-04	国家互联网信息办公室、公安部、商务部等	直播营销平台应建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络及数据安全管理等机制、措施；明确从事直播营销活动的自然人应年满十六周岁的年龄限制，以及直播营销行为8条红线	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>
《“十四五”规划纲要》	2021-03	中国人大	进一步明确了我国数字化发展的路线图，要求以数字规则体系支撑健康的数字生态，以经济、社会、政府的数字化转型驱动生产、生活、治理方式变革	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>
《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	2020-09	国务院	经过3~5年努力，促进新型消费发展的体制机制和政策体系更加完善，到2025年，培育形成一批新型消费示范城市和领先企业，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重显著提高，“互联网+服务”等消费新业态新模式得到普及并趋于成熟	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>
《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方案》	2020-04	发改委	支持在具备条件的行业领域和企业范围探索大数据、人工智能、云计算、数字孪生、5G、物联网和区块链等新一代数字技术应用和集成创新	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>
《中小企业数字化赋能专项行动方案》	2020-03	工信部	以数字化、网络化、智能化赋能中小企业，集聚一批面向中小企业的数字化服务商；培育推广一批符合中小企业需求的数字化平台、系统解决方案、产品和服务	<ul style="list-style-type: none"><li>企业直播在供需两端受到了国家政策的扶持。</li></ul>

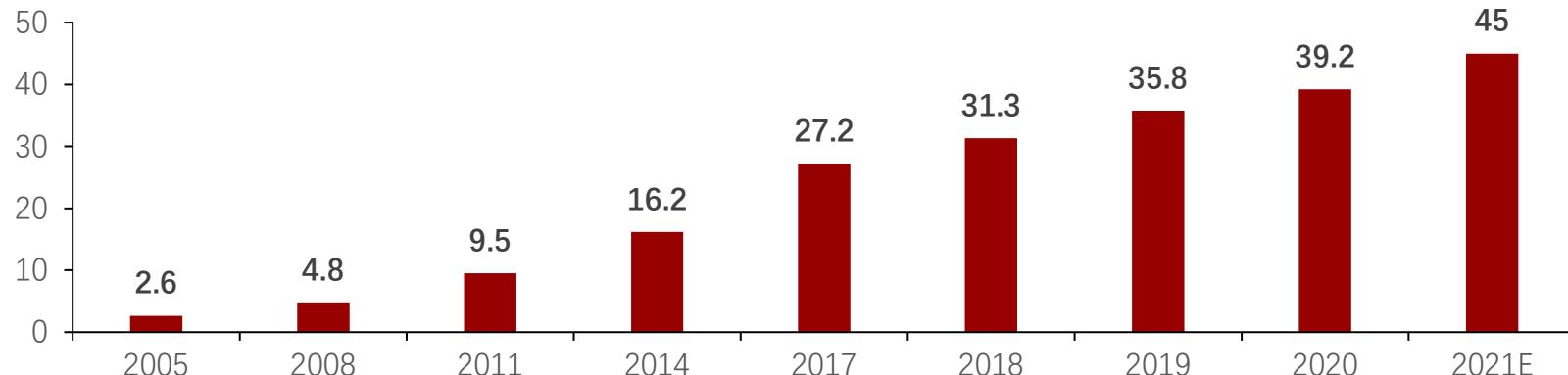
来源：国务院，工信部，发改委，头豹研究院

# 中国企业直播行业分析——行业环境分析(1/2)

中国数字化经济的快速发展日趋成熟，数字经济在三次产业中持续渗透，数字经济占比逐年提升，政策引导鼓励下，企业直播等数字化转型服务商处于高速发展期

中国数字经济规模，2005-2021年预测

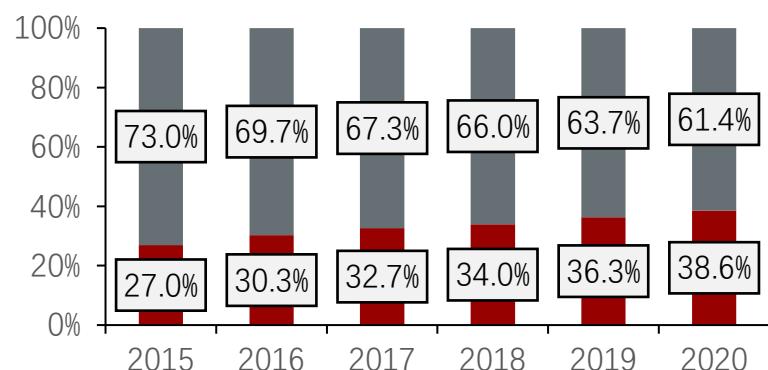
单位：[万亿元]



中国数字经济占比，2015-2020年

单位：[百分比]

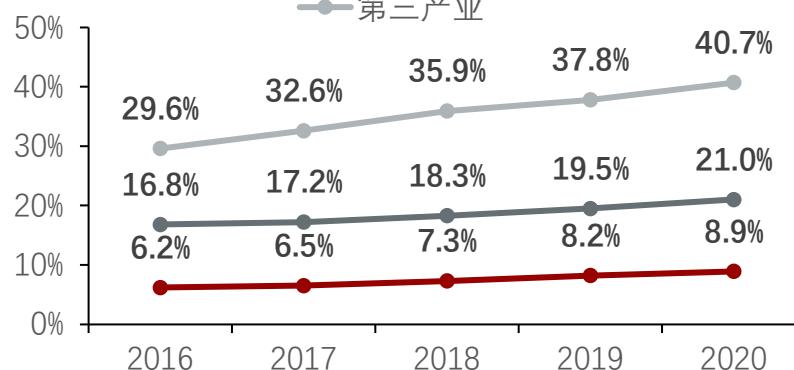
■ 数字经济 ■ 其他



中国数字经济渗透率，2016-2020年

单位：[百分比]

● 第一产业 ● 第二产业 ● 第三产业



来源：中国信息通信研究院，头豹研究院

## 头豹洞察

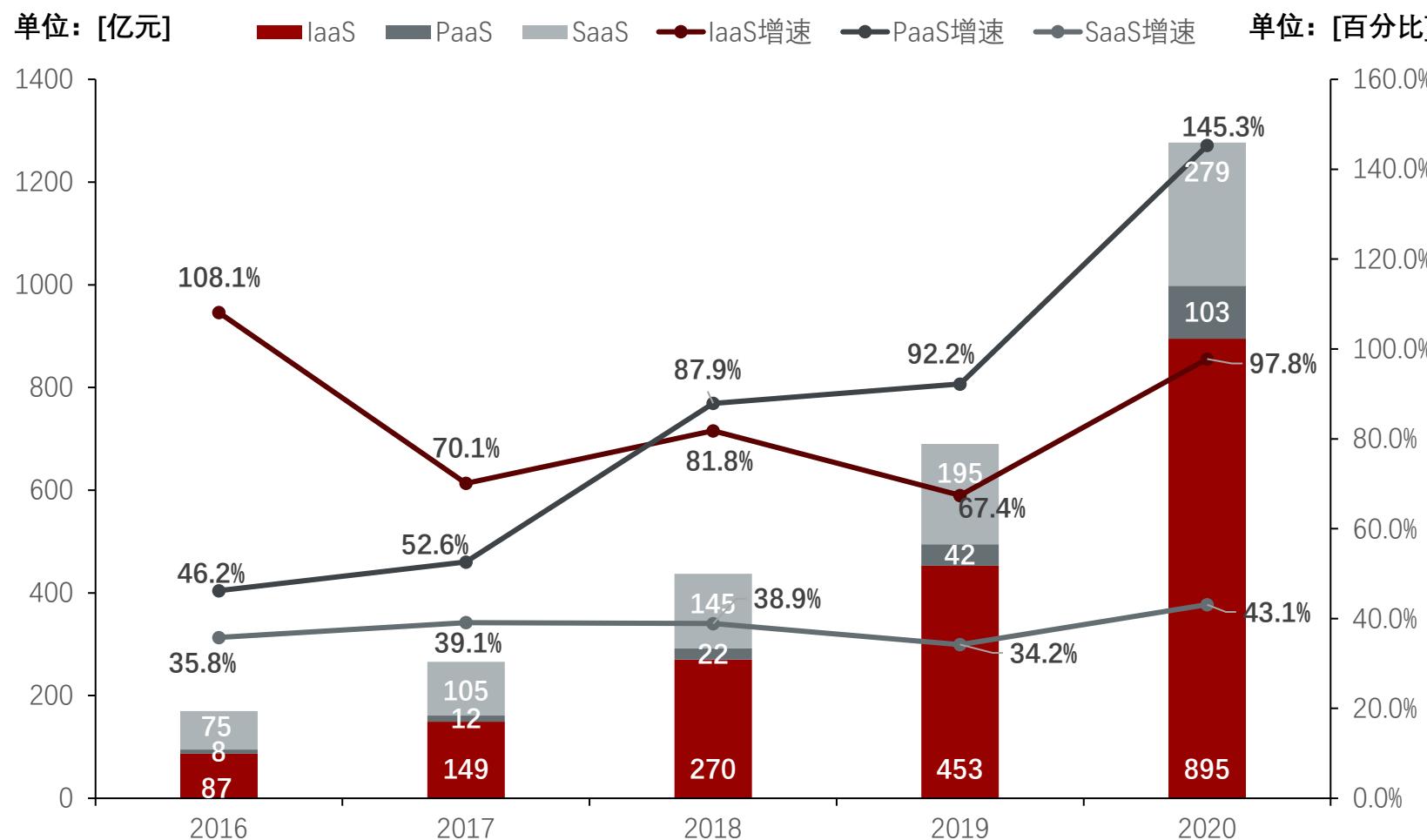
- 中国数字经济的快速发展为企业直播行业提供了良好的发展基础，根据中国信通院发布的《中国数字经济发展白皮书(2021年)》显示，2020年，中国数字经济规模达到了39.2万亿元，占GDP比达38.6%。中国社科院相关学者指出，2021年中国数字经济规模有望达到45万亿元
- 从2016年到2020年，数字经济在三次产业中渗透率稳定增长，数字经济在服务业渗透率最高。2020年，在疫情影响下，直播经济成为各行业经济增长的驱动力，为企业发展带来新的机遇
- 在数字化东风下，企业直播服务商也将迎来发展机遇。2021年3月，《“十四五”规划纲要》发布，要求以数字规则体系支撑健康的数字生态，以经济、社会、政府的数字化转型驱动生产、生活、治理方式变革。企业直播作为数字化转型服务商，借助直播工具帮助B端客户实现对C端客户的数据留存和分析，帮助企业实现数字化转型



# 中国企业直播行业分析——行业环境分析(2/2)

传统企业上云进程加快，企业服务需求加深，驱使中国云市场规模快速扩张，为企业数字化转型奠定基础，助推企业直播等数字化转型服务行业扩容

中国公有云细分市场规模及增速，2016-2020年



来源：中国信息通信研究院，头豹研究院

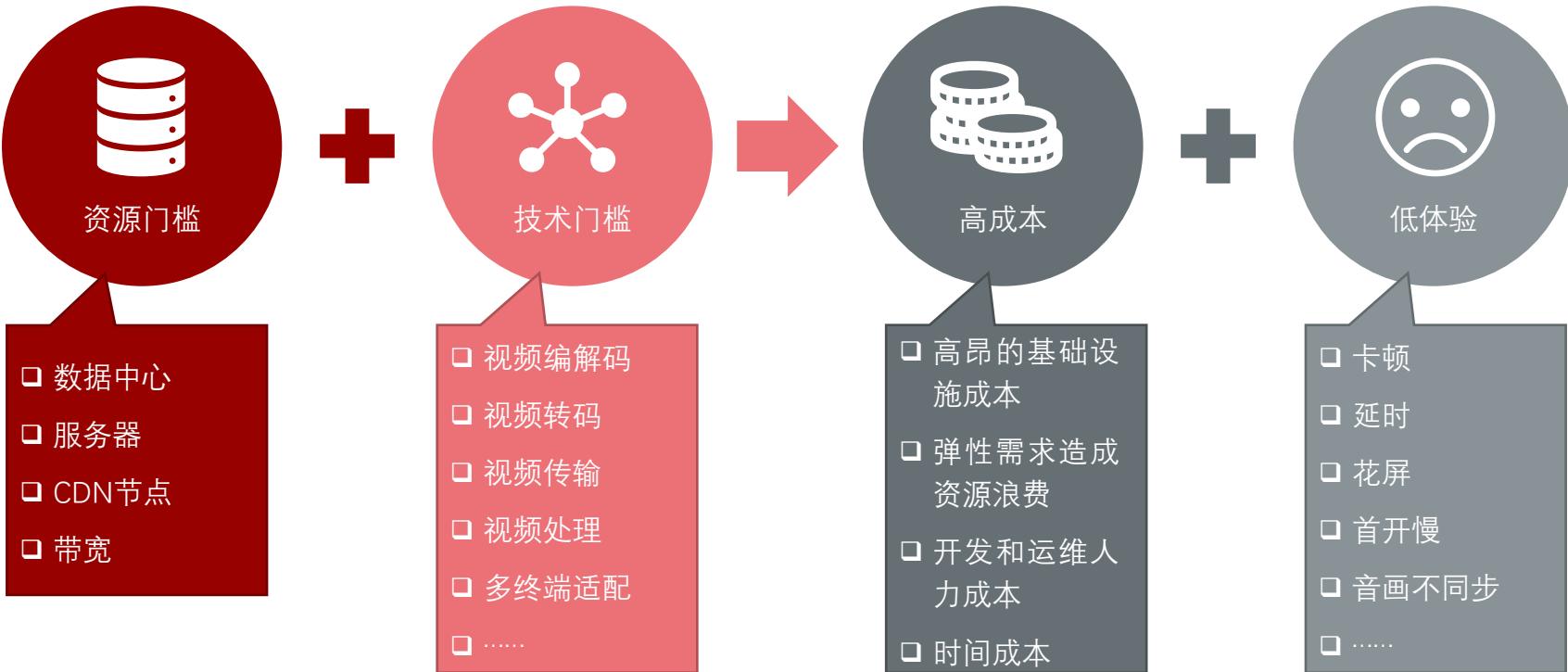
## 头豹洞察

- 2021年，中国云计算迎来了新的十年。过去十年中，在政策和市场的共同推动下，中国云计算行业得到了迅速的发展，和多个行业融合发展，其中互联网和云计算融合程度最高，占到了云计算产业结构的60.3%。未来，随着中国企业数字化转型进程的推进，传统行业将会在外环境和内部需求下加快企业上云进程，驱使中国云市场规模持续扩张
- 公有云市场的快速发展为打造IT数字化基础能力奠定坚实的基础。其中，企业直播相关的SaaS和PaaS市场的增长势头迅猛，2020年，PaaS市场规模为103亿元，同比增长97.8%，SaaS市场规模为279亿元，同比增长145.3%。在云计算技术提升及产业需求驱动下，企业直播服务可以通过帮助企业留存用户直播数据，在AI和人工算法的帮助下，协助企业在直播运营环节寻找直播优化方向，从而提升运营效率，帮助企业在行业竞争中取得优势

# 中国企业直播行业分析——行业驱动因素(1/2)

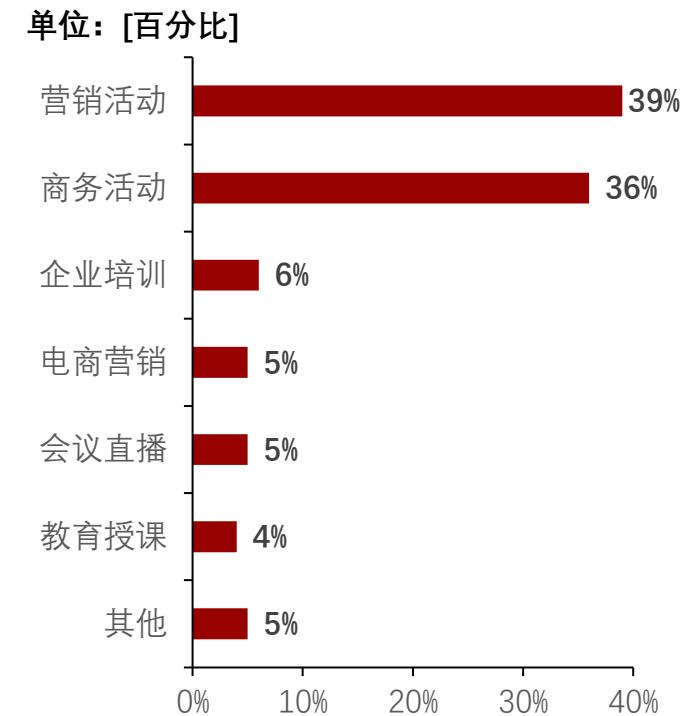
受到新冠疫情影响，企业营销模式逐渐向线上转移，企业直播成为了企业线上营销的重要手段之一；企业自主搭建直播系统存在诸多难点，企业直播服务商助力企业解决痛点

## 企业自主搭建系统难点



由于视频系统对资源和技术具有双重要求，企业自主搭建视频系统需要耗费极高的成本，但在高并发、弱网的复杂环境下依然难以避免延时和卡顿等问题。搭建视频系统首先需要投入高昂的资金购置基础设施，其次，音视频技术领域研发过程复杂，涉及多样的技术栈，企业需根据实际应用场景和业务需要进行高难度的二次开发，无论人力成本或时间成本考虑都是一笔不小的投入。由于企业独享整台服务器的资源和性能，但在实际应用中很少能够满载运行，导致服务器的大量资源长期处于闲置状态，资源浪费的现象普遍存在

## 企业直播业务垂直型场景情况，2022年



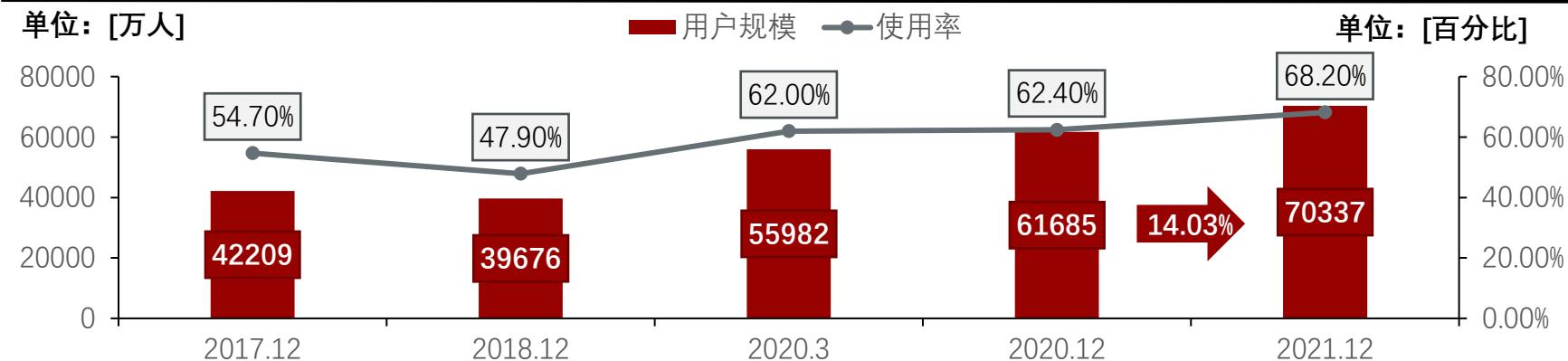
营销活动和商务活动是企业直播应用最广的两大场景，分别占据了市场份额的39%和36%。企业直播成了品牌推广和获客渠道的重要策略之一，营销模式从线下向线上的转移使得企业直播成为了企业发展核心竞争力

来源：微吼，百家云，头豹研究院

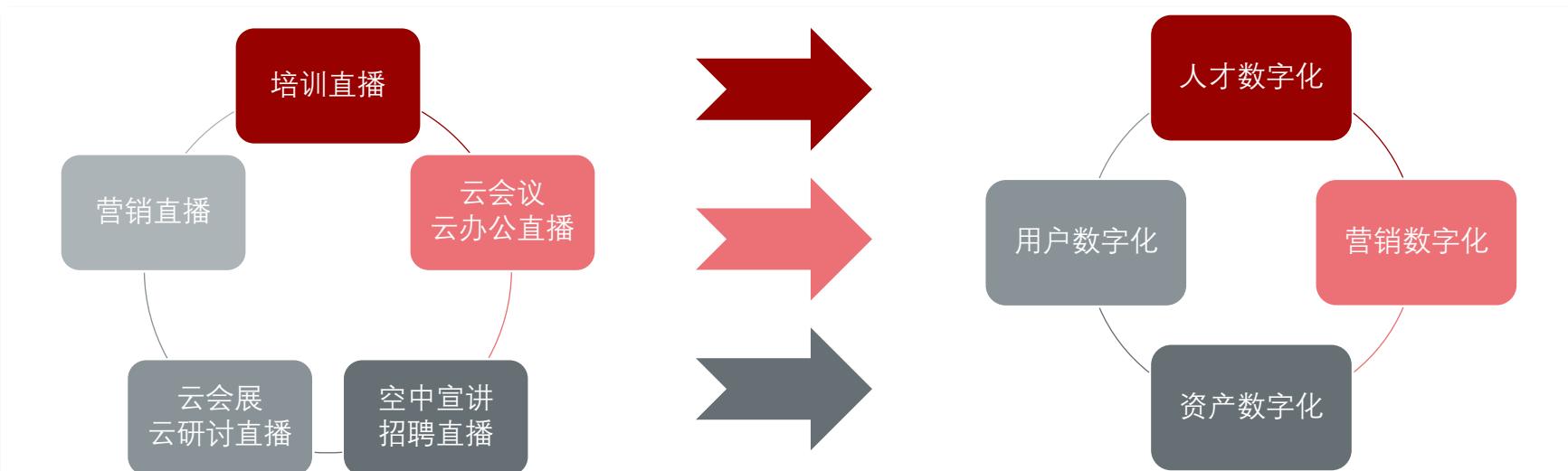
# 中国企业直播行业分析——行业驱动因素(2/2)

看直播已经成为了用户习惯性的行为，这一行为也促使企业将直播作为常态化工具，使得直播需求增加；直播助力企业推进数字化进程，实现企业数字化转型。需求端驱动行业发展

网络直播用户规模及使用率，2017年12月-2021年12月



企业直播实现企业数字化，2022年



来源：CNNIC, 保利威, 头豹研究院

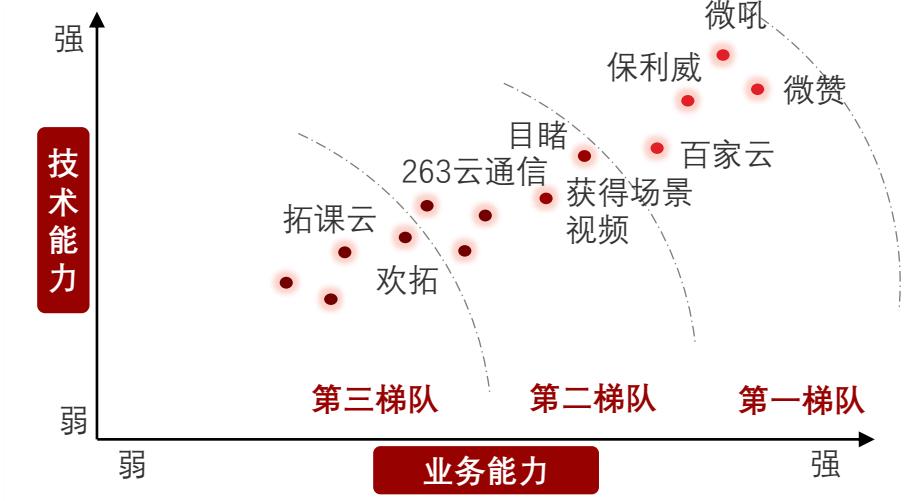
## 头豹洞察

- CNNIC发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》中显示，截至2021年12月，我国网络直播用户规模已达到7.03亿，占整体网民的68.2%，同比增长14.03%，网络直播已成了网民日常生活的一部分
- 用户对于直播的适应也促使企业将直播作为企业常态化工具，企业对于直播价值的认识也在不断加深。**直播能降低企业成本**，帮助企业摆脱了地域性、时间性的限制，伴随着直播技术不断发展，用户体验感也得到不断优化，且直播场景可以重复使用；**企业在直播能够提高企业效率**，通过数据分析工具在后台进行实时分析，加速了流量转化
- 直播的应用已经渗透至人才端和管理端，直播同时具备了内容营销和数字营销的双重特质，企业直播在应用的过程中，能够有效帮助企业实现人才、营销、资产和用户的数字化

# 中国企业直播行业分析——行业竞争格局

微赞等企业领衔企业直播行业发展，产业格局明显，市场差异化竞争明显。微吼、微赞等第一梯队厂商在直播技术、场景覆盖和业务能力方面均处于行业领先地位，竞争优势明显

中国企业直播行业竞争格局，2022年



- 第一梯队在竞争中处于领先地位，视频直播技术定制化程度高，行业垂直场景和业务垂直场景覆盖全面。微吼最早成立，在技术方面拥有优势；微赞背靠微信，在业务能力上优势明显；保利威致力于直播技术，赋能企业数字化；百家云深耕行业，教育等行业中资源丰富
- 第二梯队厂商在行业内深耕多年，拥有一定的技术积累，在部分细分领域的特定场景下拥有优势
- 第三梯队厂商在技术和服务方面都略逊色于头两个梯队的厂商，综合实力方面有待提高

来源：各企业官网，Wind，头豹研究院

中国企业直播行业部分企业竞争格局，2022年

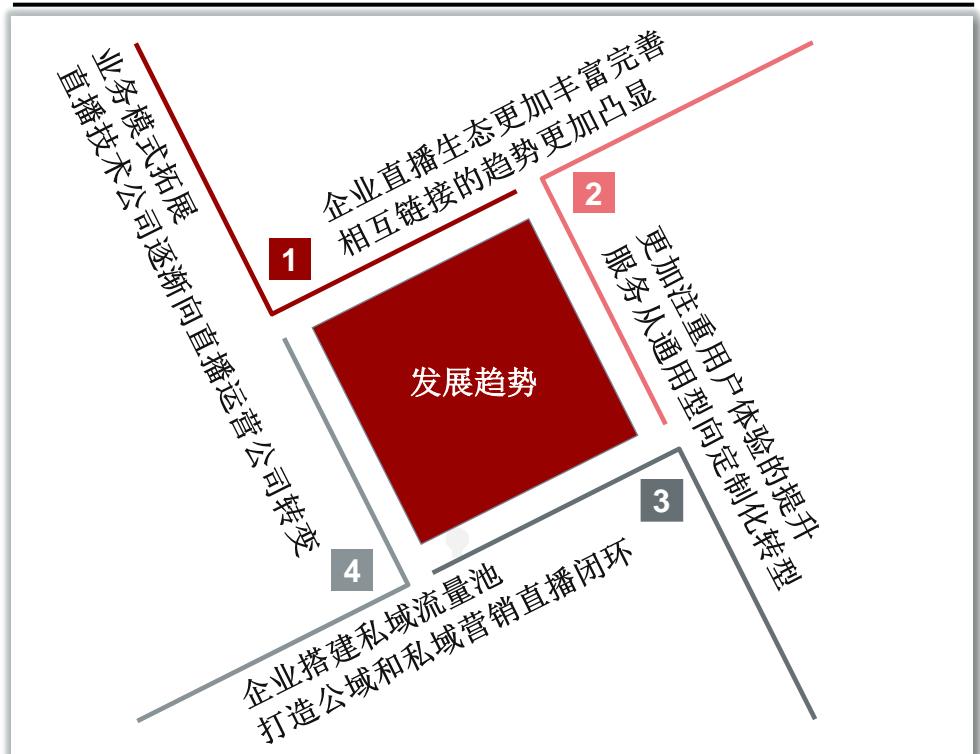
行业梯队	企业	企业优势	竞争力
第一梯队	微吼	企业直播行业开创者，为客户提供数字化营销和数字化学习解决方案，助力企业实现数字化转型，为企业增长赋能	强
	微赞	建立于微信生态之上的专业企业直播平台，基于微信集合了内容、互动、支付、电商等功能的特点	强
	百家云	主要向汽车、金融、医疗、泛教育等多个领域的知名企业及政府机构提供一站式视频技术服务	强
	保利威	致力于通过可集成、可定制的视频直播技术，为企业搭建自主私域直播系统，赋能企业数字化营销与数字化学习	强
第二梯队	目睹直播	可服务于企业级和部门级两个维度的不同需求，比较适合中大规模的企业机构，以及有强集成、高定制的垂直场景需求的企业	较强
	获得场景视频	提供基于云计算的视频云直播、云点播、及获得直播等整体解决方案，满足教育、金融、医疗、等行业用户的在线化和数字化需求	较强
	263云通信	拥有基础设施IaaS、平台PaaS、到软件SaaS的全栈式资源整合和运营服务能力，为企业客户降本增效，为百行百业赋能数字化新价值	较强
第三梯队	欢拓	专注于音频、视频的采样、编码、后处理及智能传输等直播核心技术的研究，其产品线涵盖教育、金融、培训、大会、等全行业直播场景	优
	拓课云	业的实时音视频通讯服务商，为全球企业级用户提供从PaaS到SaaS的音视频全场景应用解决方案，	优



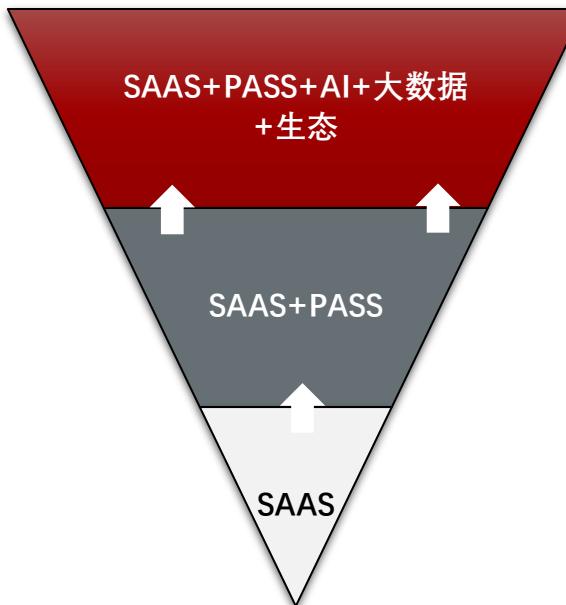
# 中国企业直播行业分析——行业发展趋势

企业直播生态发展更丰富完善，将产业上下游相互链接，企业直播厂商将更注重企业体验提升，服务多样化、差异化，业务模式多元化。未来技术和服务领先厂商将在竞争中占据主动

## 中国企业直播行业发展趋势，2022年

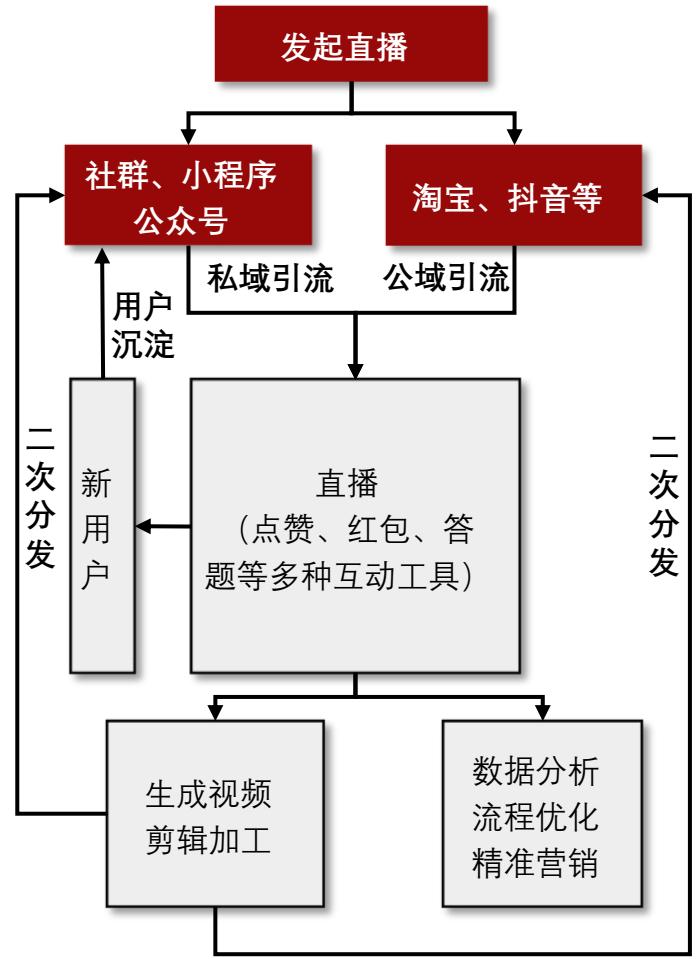


## 企业直播生态发展路径，2022年



- 企业直播平台厂商将更加重视生态的构建，企业直播将以PaaS平台为支撑，与各种生态伙伴，尤其是企业SaaS应用生态伙伴建立链接，建立生态，是满足大中小用户多方需求，提供综合性的直播解决方案成为必然
- 后疫情时代，在底层技术发展稳定的前提下，未来竞争的重点是帮助客户加强体验式营销。随着服务商对于企业需求理解加深，定制化的产品标准化是直播产品的必然发展路径，服务商差异化将主要依托定制化服务体现

## 公域/私域营销闭环



# 第四部分：企业分析

## 主要观点：

- 微吼致力于以大数据+AI为依托，通过视频互动技术，为客户提供数字学习技术和数字营销云解决方案，为企业增长赋能，助力企业实现数字化转型和数字中台战略
- 微赞直播是建立于微信生态之上，集引流获客、交易变现、数据分析为综合一体的专业直播营销平台，主要应用于电商直播、广电直播、活动直播、企业直播、教育直播、医疗直播等场景
- 保利威是全球领先的企业直播服务商，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，并提供直播全流程运营与现场执行服务

# 中国企业直播行业分析——微吼

微吼致力于以大数据+AI为依托，通过视频互动技术，为客户提供数字学习技术和数字营销云解决方案，为企业增长赋能，助力企业实现数字化转型和数字中台战略

**微吼** 北京微吼时代科技有限公司

## 企业概况

- 微吼创立于2010年，是企业级互动视频云平台，一站式互动视频解决方案服务商。微吼致力于以大数据+AI为依托，通过视频互动技术，为客户提供数字学习技术和数字营销云解决方案，为企业增长赋能，助力企业实现数字化转型和数字中台战略。**微吼自成立以来深耕赛道多年，占据强劲竞争优势**
- 世界500强企业中有16%是微吼服务的客户，福布斯-全球品牌价值100强中有35%均是微吼服务的客户

## 微吼SaaS业务体系



来源：微吼官网，头豹研究院

# 中国企业直播行业分析——微赞

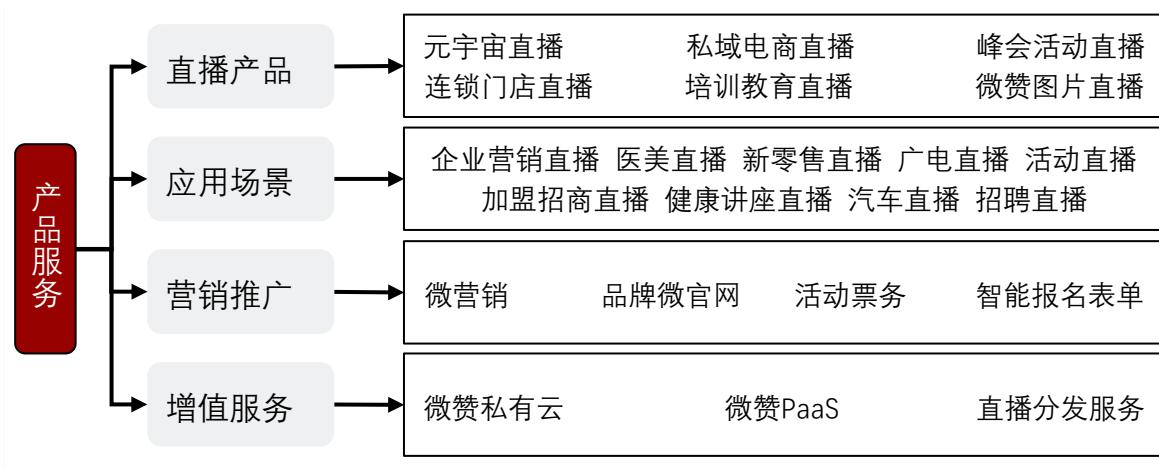
微赞直播是建立于微信生态之上，集引流获客、交易变现、数据分析为综合一体的专业直播营销平台，主要应用于电商直播、广电直播、活动直播、企业直播、教育直播、医疗直播等场景



## 企业概况

- 微赞直播是建立于微信生态之上的专业企业直播平台，坐拥微信流量优势与社交优势，嵌入企业微信公众号，微信端一键创建和分享直播，高效助力企业营销。微赞直播从解决企业营销痛点出发，内置多种互动营销方式，数据分析与云端实时安全存储等功能，可实现高清直播且支持百万观看不卡顿
- 截至目前，微赞实现连续三年盈利，累计企业直播超400万场，服务了包括腾讯、京东、百度、中国银行、湖南广电等超100万企业用户，覆盖221个国家和地区的5亿用户

## 微赞产品服务



来源：微赞官网，头豹研究院

## 微赞云基础架构



## 产品优势

1

### 稳定安全

高清稳定流畅  
内容多重过滤  
超低延迟 智能扩容

多维度提供专业直播  
稳定性保障，支持百  
万计高清直播。

2

### 闭环产品

个性化直播间  
60+营销玩法  
平台分发 数据分析

产品迭代速度块，多  
种营销互动玩法，赋能品  
牌转化和用户运营

3

### 极速服务

全天响应问题  
直播报备保障  
渠道售后 运营指导

提供高效的沟通渠道，  
全程顾问式服务，助  
力企业远航



# 中国企业直播行业分析——保利威

保利威是全球领先的企业直播服务商，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，并提供直播全流程运营与现场执行服务



## 企业概况

- 保利威采用SaaS、aPaaS模式帮助企业快速部署专属直播系统，可应用于教育、企业培训、营销、会展、招聘、年会等业务场景，助力企业实现基于在线视频技术的数字化学习、数字化营销转型，沉淀品牌数字资产、构建品牌全场景全链路直播矩阵
- 保利威已服务超过20万企业级用户，深耕企业培训领域，为企业大学搭建专属直播系统。深度服务教育、金融、医疗、汽车、房地产、B2B行业，落地超过600万场直播

## 服务体系

- 1. 咨询演示：**包括7\*24小时全渠道智能服务在线；专人提供方案指导和线上操作引导；提供免费上门演示；专属客户经理提供测试过程中的操作指引和问题解答；为VIP客户提供技术适配、特殊接口对接；大客户定制个性化产品解决方案
- 2. 签约上线零顾虑：**为每一位签约客户安排专属客服，提供产品使用全过程中的管家式服务；安排专属技术支持提供平台对接前期的技术指导；供产品线上培训，各种方式的教程；在产品部署上线阶段，免费提供上门部署辅助服务
- 3. 产品易用：**对客户进行产品使用指导，多渠道的及时接待相应，提供技术文档供企业自主开发，每月更新产品及使用教程，对不满意服务进行时长赔付，形成优化服务方案给客户参考，以沙龙等多种形式分享干货，帮助合作伙伴提升产品运营能力
- 4. 迭代签约：**包括续费提醒和拓展应用

来源：保利威官网，头豹研究院

## 产品特性

1

### 云点播

云点播，又称“视频托管”，是基于云计算商业模式的视频观看、管理与应用的总称。保利威云点播集视频上传、存储、转码、分发、播放、管理于一体，为用户提供视频视听体验

2

### 云直播

云直播是基于云计算商业模式的视频采集、观看、管理与应用的总称，包括视频的采集、编码、传输、分发、播放及互动等模块。保利威直播把主播端采集到的视频或多媒体传输给所有请求的观众用户，观众无需下载其他插件，打开链接就能观看直播

3

### 云课堂

云课堂是教育直播、企训直播的标配工具。针对教育、企业培训的特性，云课堂设计了三分屏模式，PPT应用、画笔等工具使用更顺畅，更加贴合教育培训场景。提供双流直播模式，包括“数据流”和“视频流”。相比“单流”的模式，保利威的云课堂在用户网络环境比较差的情况下，也能直播稳定进行

4

### 视频私有云

视频私有云构建于企业IT内部，是为一个企业单独使用而搭建的独立云端办公空间，企业可以有效管控内部信息，保证数据安全。保利威视频私有云提供点播私有化部署和直播专属定制服务，典型应用场景包括企业内部培训、用户培训/渠道培训、宣传和市场推广等



## 完整版研究报告阅读渠道：

- 登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)，搜索《2022年中国企业直播行业研究：微吼·微赞·保利威》

了解其他直播相关课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2022年中国直播电商行业概览
- 2022年中国虚拟数字人研究白皮书
- 中国在线直播行业白皮书
- 2021年中国视频云系列报告（一）：视频云产业链洞察
- 2021年中国视频云系列报告（二）：视频云市场应用洞察
- 2020年中国云视频会议行业概览



# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。



# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行业研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行业研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务

### 研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



# 研报阅读渠道

◆ 头豹官网：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 阅读更多研报

◆ 头豹APP/微信小程序：搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

◆ 头豹交流群：可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：13080197867

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521