



2024年 头豹行业词条报告

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。

传媒云：云时代的信息流通新范式 头豹词条报告系列



胡乐然 · 头豹分析师

2024-09-04 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

信息传输、软件和信息技术服务业/互联网和相关服务/互联网数据服务/云计算

服务/影视传媒



词条目录

🔍 行业定义

传媒云一般指基于云计算技术提供媒体服务和应用的...

AI访谈

📊 行业分类

按照应用目的的分类方式，传媒云行业可以分为如下...

AI访谈

🔑 行业特征

传媒云行业特征包括以下三个点：1、具备高效与可扩...

AI访谈

📅 发展历程

传媒云行业目前已达到 **4个** 阶段

AI访谈

🔗 产业链分析

上游分析 中游分析 下游分析

AI访谈

📈 行业规模

传媒云行业规模暂无评级报告

AI访谈

SIZE数据

📋 政策梳理

传媒云行业相关政策 **5篇**

AI访谈

🏆 竞争格局

AI访谈

数据图表

摘要

传媒云基于云计算技术，为媒体行业提供高效、可扩展的信息化服务、内容生产、管理、传播及安全防护。其市场规模迅速增长，预计将持续扩大。用户规模庞大但增量空间有限，需挖掘用户活跃度与消费能力。技术创新是传媒云发展的核心驱动力，推动产业升级和多元化内容形式。政府政策支持和资本助推将进一步推动传媒云行业的快速发展。

行业定义^[1]

传媒云一般指基于云计算技术提供媒体服务和应用的新兴媒体服务。

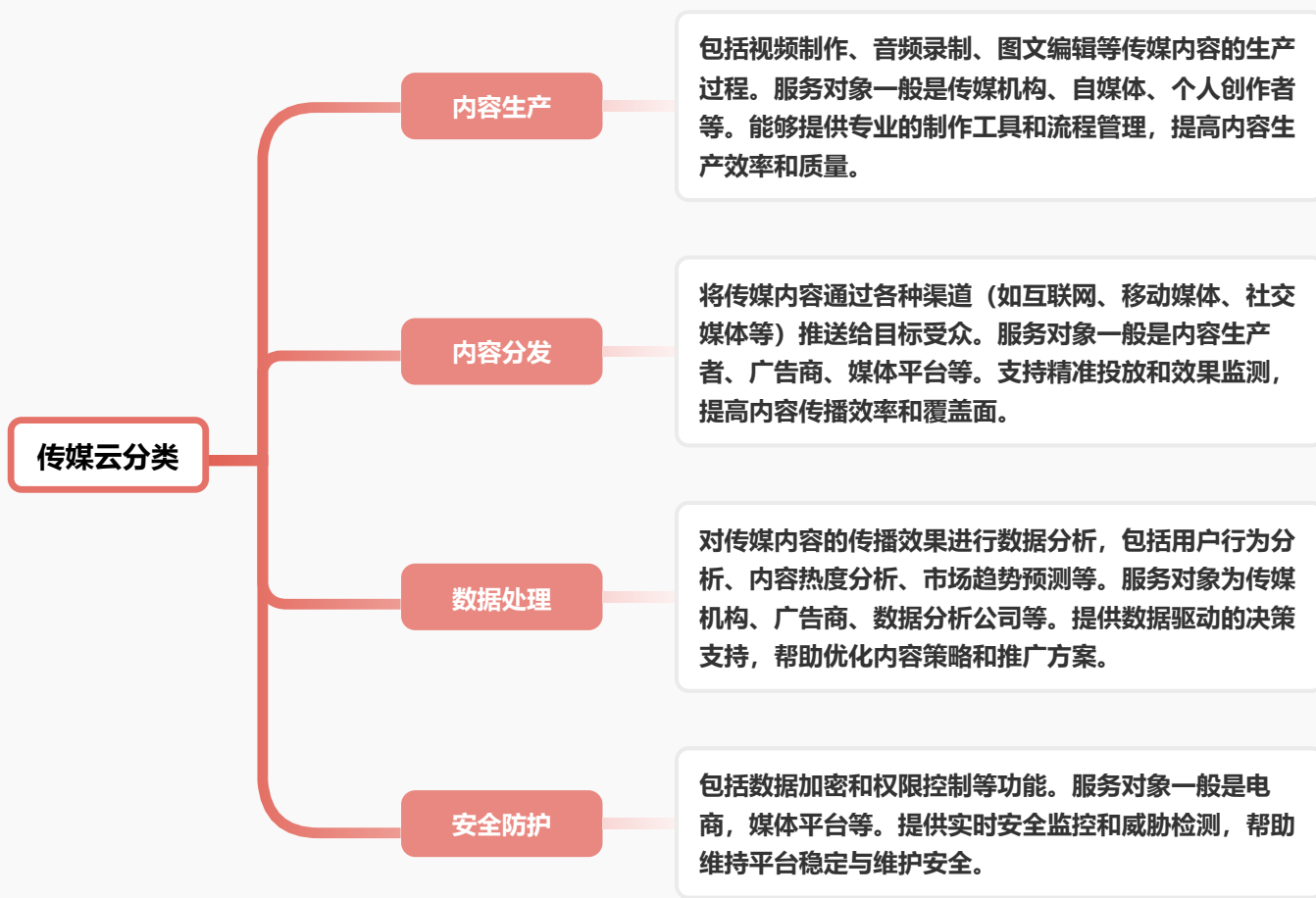
云计算（Cloud Computing）是一种基于互联网的计算方式，它允许用户或企业通过网络以按需、易扩展的方式获取所需的计算资源和服务。这些资源和服务包括但不限于计算设施、存储设备、应用程序等，它们被封装成一个独立的虚拟环境，专为用户提供服务。

传媒云通过将传媒行业的传统业务流程与云计算技术深度融合，实现资源的高效利用、业务的快速响应和内容的个性化推送，为传媒行业提供信息化服务、内容生产、管理、传播及安全防护等全方位解决方案。

行业分类^[2]

按照应用目的的分类方式，传媒云行业可以分为如下类别：内容生产，内容分发，数据处理，安全防护。传媒云行业可以从多个维度进行分类。在实际应用中，这些分类方式往往相互交织，共同构成了传媒云行业的复杂生态。

传媒云行业基于应用目的的分类



行业特征^[3]

传媒云行业特征包括以下三个点：1、具备高效与可扩展性，同时不断进行技术创新与融合； 2、能够优化成本，快速响应市场变化； 3、个性化定制内容，提升内容生产与传播效率

1 具备高效与可扩展性，同时不断进行技术创新与融合

传媒云利用云计算的弹性扩展能力，能够高效处理大规模的数据和流量，确保内容在高峰时段也能稳定、快速地传播。同时，传媒云支持按需付费的计费模式，使得传媒机构能够根据实际使用情况灵活调整资源投入，降低运营成本。云计算集成了大数据、人工智能、物联网等先进技术，促进了这些技术在传媒行业的深度融合和创新应用。

2 能够优化成本，快速响应市场变化

云计算的按需付费模式降低了传媒机构的IT成本，使得它们能够更灵活地调整资源投入，提高资金利用效率。云计算的灵活性和可扩展性使传媒机构能够迅速响应市场变化，快速推出新产品和服务，满足用户多样化的需求。

3 个性化定制内容，提升内容生产与传播效率

基于云计算的大数据分析能力，传媒云能够深入了解用户需求和行为模式，为传媒机构提供个性化、定制化的内容推荐和服务。这种服务能够提升用户体验，增强用户粘性，帮助传媒机构在激烈的市场竞争中脱颖而出。

[3] 1: 南方网《媒体云：传媒...

发展历程^[4]

1956年，虚拟化概念首次被提出，虚拟化是云计算发展的基础。到本世纪初期，计算机网络技术不断发展，云计算概念逐渐酝酿成熟。2006年8月9日，Google首席执行官埃里克·施密特（Eric Schmidt）在搜索引擎大会（SESSanJose2006）首次提出“云计算”（Cloud Computing）的概念。这一概念在中国反响热烈，众多大型网络公司下场加入这一赛道，市场份额不断扩大。2009年1月，阿里软件在江苏南京建立首个“电子商务云计算中心”，标志着中国正式进入到发展云计算技术的进程中。随着云计算技术在中国逐渐成熟，他开始作为技术支持服务于传媒行业等众多行业中，帮助转型升级，实现现代化发展。2018年融合趋势凸显，媒体与云计算技术的融合趋势开始凸显，并加速发展。媒体逐渐从依赖人找信息的传播方式向信息找人方向过渡，推动了用

户行为的互联网化、核心内容生产智能化、平台智能化等趋势。到目前，云计算与传媒行业的融合已经日趋完整。

萌芽期 · 1956~1990

1956年，Christopher Strachey发表了一篇有关虚拟化的论文，正式提出了虚拟化的概念。此后随着网络技术的不断发展，云计算技术不断萌芽。

虚拟化是今天云计算基础架构的核心，是云计算发展的基础。而后随着网络技术的发展，逐渐孕育了云计算的萌芽。

启动期 · 1990~2006

上世纪的90年代，计算机网络出现了大爆炸，出现了以思科为代表的一系列公司，随即网络出现泡沫时代。

2006年8月9日，Google首席执行官埃里克·施密特（Eric Schmidt）在搜索引擎大会（SESSanJose2006）首次提出“云计算”（Cloud Computing）的概念。在2008年，微软发布其公共云计算平台（Windows Azure Platform），由此拉开了微软的云计算大幕。同样，云计算在中国也掀起一场风波，众多大型网络公司纷纷加入云计算的阵列。

云计算技术开始在世界范围内发展。众多网络公司和一大批科技创业者投入到云计算技术的研究中，极大的促进了云计算的发展。

高速发展期 · 2006~2010

2009年1月，阿里软件在江苏南京建立首个“电子商务云计算中心”。同年11月，中国移动云计算平台“大云”计划启动。云计算以其强大的计算能力和存储空间，为传媒业提供了高效、便捷的技术支持。传媒企业开始利用云计算进行数据存储、备份和初步的内容管理，以提高工作效率和数据安全性。然而，此时的应用还相对基础，主要集中在技术层面，尚未深入到业务流程的各个环节。

云计算技术在中国逐渐发展成熟，为将来的产业融合提供了良好的基础。

成熟期 · 2010~2024

2018年，媒体与新一代信息技术（包括云计算、大数据、人工智能等）的融合趋势开始凸显，并加速发展。媒体逐渐从依赖人找信息的传播方式向信息找人方向过渡，推动了用户行为的互联网化、核心内容生产智能化、平台智能化等趋势。2019年，中国云计算整体规模达到1,335亿元，同比增速

38.6%，保持快速增长态势。公有云市场规模首次超过了私有云，预计未来几年将继续保持增长。

2023年，5G、云计算、大数据等新一代信息技术在媒体融合中的应用更加广泛和深入，推动了媒体行业的智能化发展。

云计算技术与传媒行业在探索中不断相融，从在线化，逐渐进化为数据化，平台化，最终达到智能化。

[4] 1: 光明网《变革与创新：A...

产业链分析^[5]

传媒云行业产业链上游为内容生产与创新环节，为行业发展提供原材料以及技术支持；产业链中游为各类传播平台，媒体运营商和云计算服务供应商，为内容传播搭建平台渠道；产业链下游为内容消费环节，为整个行业提供资金支持，刺激行业发展。^[8]

传媒云行业产业链主要有以下核心研究观点：^[8]

传媒云行业的上游内容生产的各部门呈现出多元化，创新化的竞争格局。同时内容制作伴随着高风险性。

随着行业门槛的降低和互联网平台的兴起，创作者、制作公司、MCN机构和个人工作室参与到内容生产中。这些多元化的创作主体带来了不同的视角、风格和创意，丰富了传媒云行业的内容生态。根据2023年的数据，中国MCN机构数量已超过2.4万家。随着MCN机构的扩张和自媒体平台兴起，创作者和红人的数量也在不断增加。2022年注册红人数达237万，其中职业化红人账户数近104万。高质量的内容生产往往需要大量的资金投入。这包括剧本创作、演员片酬、拍摄制作、后期制作、宣传推广等多个环节。尤其是在电影、电视剧等大型项目中，投入的资金规模往往数以亿计。仅从腾讯一家公司来看，2022年腾讯在内容方面的投入资金达到673.1亿元，较上年同期有所增加。这也说明了传媒云行业上游的高风险。

处在传媒云行业中游的本土云计算厂商研发投入增加，技术应用深化。云计算服务供应商对传媒行业提供的服务在深度与广度上均取得了显著进展。

中国电信董事长柯瑞文在业绩通报会上多次强调，公司将坚定向此前设立的2023年千亿元营收目标迈进。他指出，天翼云规模已连续两年实现100%以上增长，且在整个上半年依然保持了超过60%的增幅，这是公司实现千亿目标的重要支撑。在此之后的2024年，天翼云已将全年业绩目标定为1,300亿元。相较于2023年的千亿元业绩目标有显著提升。这表明天翼云在业务规模上不断扩大，同时也需要更多的研发投入来支撑其业务的快速发展。近年来，全球数据中心市场需求的不断扩大，为云服务行业的发展提供了有力的支撑。2022年全球数据中心市场规模已经扩大至746.5亿美元，同比增速为9.9%。

传媒云行业下游应用领域具有服务定制化的特点，同时下游流域的不断拓宽推动着传媒行业的发展。

通过收集和分析用户数据，如浏览历史、兴趣爱好、互动行为等，传媒云服务商能够精准地理解用户需求，并据此提供定制化的新闻、视频、音乐、广告等内容服务。云计算服务供应商对传媒行业提供的服务涵盖了基础设施支持、平台与软件服务、数据存储与处理、内容分发与流媒体服务以及数字化转型与智能化升级等多个方面。这些服务不仅提升了传媒行业的运营效率 and 创新能力，还为其带来了更多的商业机会和发展空间。^[8]

上 产业链上游

生产制造端

上游主要包括基础设备提供商和芯片厂商

上游厂商

基础设备提供商

芯片厂商

产业链上游说明

核心设备的市场规模稳定增长

核心设备包括数据中心，服务器，存储设备，网络设备等。根据深圳市电子行业信息网，中国服务器市场出货量持续增长。例如，2022年中国服务器市场出货量达到422万台，较上年增长2.43%；2023年出货量达到约449万台，预计2024年将达到455万台。这表明云计算行业对服务器的需求持续增长。网络设备市场同样表现出增长趋势。据预测，2024年中国主要网络设备市场规模将达到764亿元，近五年年均复合增长率达4.89%。

芯片技术面临一定的挑战与机遇

中国在芯片产业方面与发达国家相比仍有一定差距，特别是在高端芯片的设计和制造环节上。传媒云产业链上游的芯片产业是中国该产业链最薄弱的环节之一。近年来，中国企业在芯片自主研发方面取得了一定进展，但整体国产化率仍然较低。例如，CPU芯片市场主要由Intel和AMD两家厂商垄断，国内主要竞争企业如龙芯、华为海思、兆芯、飞腾、海光等仍在努力提升市场份额和性能。然而，随着云计算市场的不断扩大和数字化转型的加速推进，芯片产业也迎来了新的发展机遇。为了提升芯片产业的自主创新能力和国产化率，中国需要加强在芯片研发、制造、封装测试等方面的投入和合作，推动产业链上下游的协同发展。

中 产业链中游

品牌端

中游环节主要包括各类传播平台，媒体运营商和云计算服务供应商

中游厂商

腾讯云计算（北京）有限责任公司 >

阿里云计算有限公司 >

天翼云科技有限公司 >

查看全部 >

产业链中游说明

本土云计算厂商技术研发投入增加，技术应用深化。

2021财年，阿里巴巴集团的研发费用达到了382亿元人民币，同比增长29%。其中，云计算、人工智能、芯片等硬核科技领域的研发投入占比显著。2024年，天翼云已将全年业绩目标定为1,300亿元，相较于2023年的1,000亿元业绩目标有显著提升。这表明天翼云在业务规模上不断扩大，同时也需要更多的研发投入来支撑其业务的快速发展。同时，传媒云技术不再仅仅停留在基础设施层面，而是逐步深入到内容创作、编辑、审核、分发等各个环节。例如，AIGC（人工智能生成内容）技术的快速发展，为本土企业提供了更高效、更智能的内容生产工具。

云计算服务供应商对传媒行业提供的服务在深度与广度上均取得了显著进展。

云计算服务供应商对传媒行业提供的服务涵盖了基础设施支持、平台与软件服务、数据存储与处理、内容分发与流媒体服务以及数字化转型与智能化升级等多个方面。这些服务不仅提升了传媒行业的运营效率 and 创新能力，还为其带来了更多的商业机会和发展空间。近年来，全球数据中心市场需求的不断扩大，为云服务行业的发展提供了有力的支撑。2022年全球数据中心市场规模已经扩大至746.5亿美元，同比增速为9.9%。在上游产业的蓬勃发展下，云服务行业面临着广阔的发展空间和机遇。未来，随着技术的不断进步和市场需求的持续增长，云服务行业将继续保持稳定的发展态势，随着企业数字化转型的加速和数据存储、管理需求的增加，云服务市场展现出强大的增长动力。据统计，全球云服务行业的市场规模从2018年的13,769亿元增长至2022年的34,368亿元，预计到2027年将达到惊人的83,736亿元，复合年增长率高达19.5%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

传媒云行业的下游主要是指内容消费环节，包括观众、用户、广告主等

渠道端

用户

抖音有限公司 >

北京爱奇艺科技有限公司 >

查看全部 >

产业链下游说明

应用领域具有服务定制化的特点

传媒云行业下游服务的定制化体现在对个性化需求的满足上。通过收集和分析用户数据，如浏览历史、兴趣爱好、互动行为等，传媒云服务商能够精准地理解用户需求，并据此提供定制化的新闻、视频、音乐、广告等内容服务。抖音电商通过提升发货时效、优化售后服务、升级客服能力等方式，为消费者提供定制化的购物体验。同时，抖音还推出了“极速退”、“坏了包退”等特色服务，进一步提升消费者的购物满意度。相关数据：抖音电商在提升物流时效方面，2023年该平台48小时内发货订单比例同比提升10%，整体发货时长同比缩短11小时。在保障用户退换货体验方面，“极速退”服务已覆盖88%的售后订单，退款时长平均缩短12小时，用户售后满意度提升13%。

下游流域的不断拓宽推动着传媒行业的发展。

随着云计算技术等相关技术的逐渐发展与普及，网络广告和数字广告等形式越发受到重视；电子书，数字报纸，数字杂志等新型出版形式已经逐渐成为主流；数字音乐，音乐流媒体等新型音乐形式也逐渐成为音乐市场的主流。根据市场监管总局公布的数据，**2023年全国广告业务收入中，互联网广告发布收入占据了显著比例。**全年实现互联网广告发布收入7,190.6亿元，占广告发布业务的比重从2019年的58.7%上升至2023年的82.4%。2022年中国传统书报刊数字化收入呈现上升态势，其中互联网期刊、电子图书、数字报纸的总收入为104.91亿元，相较于2021年的101.17亿元，增幅为3.7%。根据中研网的数据，中国数字音乐市场规模持续增长。截至2022年，中国网络音乐市场规模已达到694.85亿元，较2021年增长10.83%。预计到2024年，中国网络音乐市场规模将达到750亿元，用户人数将达到7.4亿人，用户付费率将达到27%。这表明数字音乐市场具有巨大的增长潜力和稳定的市场需求。

[5]

1: <http://ex.chinadail...>

2: 抖音官方

[6]

1: <https://www.vzkoo...>

2: <https://www.chinai...>

3: 新华社

[7]

1: <https://wlaq.gmw....>

2: 中国经营报

[8]

1: <http://ex.chinadail...>

2: 抖音官方

[9]

1: <https://wlaq.gmw....>

2: 光明网

[10]

1: <https://www.aliba...>

2: 阿里云, 天翼云

[11]

1: <https://wlaq.gmw....>

2: 光明网

[12]

1: <http://ex.chinadail...>

2: 抖音官方

[13]

1: <http://ex.chinadail...>

2: 中国日报

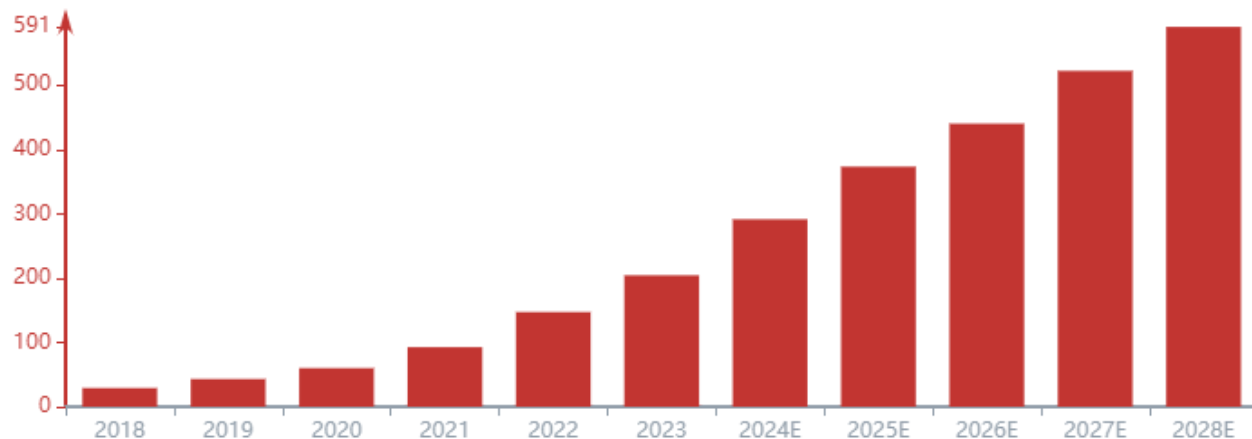
行业规模

传媒云行业市场规模

传媒云行业规模

传媒云行业市场规模

亿/人民币元



数据来源：中国信通院，国家统计局

2018年—2023年，传媒云行业市场规模由29.06亿人民币元增长至204.38亿人民币元，期间年复合增长率47.71%。预计2024年—2028年，传媒云行业市场规模由291.56亿人民币元增长至590.79亿人民币元，期间年复合增长率19.31%。^[18]

传媒云行业市场不断发展的原因如下：^[18]

中国已经具备规模庞大的用户，用户规模增量空间不大但挖掘潜力较大。

根据相关统计数据，中国的新媒体用户规模持续攀升，全网渗透率接近90%。这表明中国传媒云行业已经拥有了极其庞大的用户基础。特别是在移动互联网时代，智能手机和互联网的普及使得用户能够随时随地接入各种传媒内容和服务。由于用户基数已经相当庞大，且互联网和智能手机的普及率接近饱和，因此传媒云行业在用户规模上的增量空间相对有限。未来的增长将更多地依赖于用户活跃度的提升、使用时长的增加以及消费能力的提升等方面。

传媒云行业的发展实践证明技术是核心驱动力

传媒云行业的技术创新不断推动着整个行业的产业升级。从最初的简单内容存储和分发，到现在的基于大数据、

人工智能的内容智能推荐、精准营销、实时互动等，每一步都离不开技术的推动。技术的不断进步为传媒云行业带来了更多元化的内容形式。高清视频、VR/AR、直播等新兴媒体形式的出现，极大地丰富了用户的观看体验，同时也为传媒企业开辟了新的业务领域。云计算等技术的应用降低了传媒行业的进入门槛。初创企业和个人创作者可以更容易地获得计算资源和存储空间，从而创作出更多优质的内容。^[18]

传媒云行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[18]

政府通过一系列政策推动技术创新，规范市场秩序，促进市场需求

政策对于传媒云产业的发展具有风向标的作用，善于分析和利用政策是传媒云企业尤其是新兴传媒企业发展壮大的捷径。高质量发展将成为未来相当长时间内的政策重点。政府通过设立专项基金、提供研发资金等措施，直接支持传媒云行业的技术研发和创新。这种资金支持可以降低企业的研发成本，加速技术创新的步伐，推动行业技术水平的整体提升。同时，政府通过制定和实施相关法律法规，打击传媒云行业中的不正当竞争行为，如虚假宣传、恶意竞争等。这有助于维护市场的公平竞争秩序，保护企业的合法权益，为行业的健康发展创造良好的市场环境。政府还可以通过政策引导，促进消费者对于高质量、个性化传媒内容的需求升级。这将推动传媒云行业提供更多符合市场需求的服务和产品，进一步扩大市场规模。

资本助推互联网传媒云行业快速发展壮大

资本能够为传媒企业发展壮大提供充足的资金，在中国传媒云产业的发展中起到了不可替代的催化作用，而未来中国国有传媒企业有可能获得更多的资本支持。资本在传媒业尤其是新兴传媒产业的发展中起着不可或缺的催化作用，优质的资本既能大大压缩传媒企业的成长时间而实现快速发展，又能提供充足的资金雇佣较高素质的人才，更能为传媒企业的健康成长提供专业化的指导和建议。^[18]

[15] 1: <https://new.qq.co...> | 2: 腾讯网

[16] 1: <https://new.qq.co...> | 2: 腾讯网

[17] 1: 搜狐网, 中国信通院

[18] 1: <https://new.qq.co...> | 2: 腾讯网

政策梳理^[19]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》	中共中央办公厅，国务院办公厅	2022-05	9

政策内容	该意见明确了国家文化数字化战略的目标、任务和措施，提出了构建国家文化大数据体系、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的要求。传媒云作为数字化传播的重要载体，将在国家文化数字化战略中发挥重要作用。
政策解读	《意见》明确，到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。到2035年，建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。
政策性质	鼓励性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进地市级媒体加快深度融合发展实施方案的通知》	中宣部、财政部、国家广电总局	2022-04	9
政策内容	该通知旨在推动地市级媒体的深度融合发展，通过整合资源、优化布局、提升技术等方式，打造一批具有影响力的新型主流媒体。传媒云作为媒体融合的重要支撑平台，将在地市级媒体的深度融合中发挥重要作用。			
政策解读	国家广电总局编制了5项技术标准规范。该政策的实施将促进传媒云技术在更广泛范围内的应用和推广，提升传媒行业的整体发展水平。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》	国务院办公厅	2020-09	8
政策内容	深刻认识全媒体时代推进媒体深度融合发展的重要性紧迫性。坚持正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事。推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐。尽快建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体，构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局。			
政策解读	意见加速了传媒行业的数字化转型，推动了媒体机构向全媒体传播体系的转型。提升了传媒行业的传播力、引导力、影响力和公信力。促进了云计算、大数据、人工智能等新技术在传媒行业的广泛应用。			

政策性质	指导性政策
------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》	工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台	2019-02	8
政策内容	明确将按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线，大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用。《行动计划》提出，2022年，中国超高清视频产业总体规模超过4万亿元 [1]，4K产业生态体系基本完善，8K关键技术产品研发和产业化取得突破，形成一批具有国际竞争力的企业。			
政策解读	《行动计划》从6大方面提出了产业发展重点任务：突破核心关键技术和关键器件的开发和量产；推动重点产品产业化，加大关键制播设备研发力度；提升网络传输能力，探索5G应用于超高清视频传输，实现超高清视频业务与5G的协同发展；持续推进4K超高清电视内容建设，创新内容生产；加快行业创新应用；加强支撑服务保障。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》	国务院办公厅	2018-12	7
政策内容	该意见从总体要求，明确工作职责，加强功能建设，规范运维管理，强化保障措施五大方面为政务新媒体今后的发展作出了明确要求。			
政策解读	：该意见明确了政务新媒体的定义、管理原则和发展目标，强调了政务新媒体在移动互联网时代的重要性。政务新媒体的健康发展，为传媒云行业提供了广阔的市场空间和应用场景，促进了传媒云技术的创新和应用。			
政策性质	指导性政策			

[19] 1: <https://www.gov.c...> 2: <http://www.nrta.g...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://www.gov.c...>

5: <https://www.gov.c...> 6: 中共中央办公厅，国务...

竞争格局

传媒云行业参与者相对较少，各大企业擅长和发展的重点不同，产品同质化水平较弱，竞争压力不大;行业为技术密集型行业，进入该行业具有很高的技术壁垒。与此同时，传媒云行业集中度较高，主要份额集中在头部企业，进入行业势必遭受企业反击。潜在进入者威胁较小;行业整体建设周期较长，基本需要几年建设和运维，如需替代成本代价较大，且目前云计算软件尚无替代软件品类。 [23]

传媒云行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有阿里云，华为云，腾讯云等；第二梯队公司为移动云，金山云，百度云等；第三梯队有浪潮云，中科曙光云等。整体来看一二梯队企业起步较早、规模大、业务全，占据优势地位，而三梯队企业则相对较弱 [23]

传媒云行业竞争格局的形成主要包括以下原因： [23]

各大传媒云厂商不断加速技术与资本的深度融合，以获取更大竞争力

传媒云企业为了保持技术领先，不断加大在研发上的投入。这些投入用于云计算技术的优化、大数据处理能力的提升、人工智能算法的研发等方面。阿里云在技术研发上的投入持续加大，作为阿里巴巴集团的重要业务板块，阿里云受益于集团每年超千亿元的技术研发投入。这些资金用于支持云计算技术的创新、大数据处理能力的提升、人工智能算法的研发等多个方面。同时，阿里云宣布未来三年将投入2000亿元人民币用于冲刺全球最大的云基础设施。这一举措不仅体现了阿里云对技术创新的重视，也展示了其在资本投入方面的决心和实力。**阿里云在技术与资本深度融合方面取得了显著成果。通过持续加大技术研发投入和资本投入力度，阿里云不断提升自身的技术实力和市场竞争力，为全球用户提供更加高效、稳定、智能的云计算服务。**

消费者的需求日益多样化，传媒云厂商不断将业务细分，以满足挑战

传媒云市场逐渐细分，不同领域、不同场景下的需求差异明显。企业需要根据自身优势和市场需求，进行精准的市场定位和差异化竞争。**百度智能云凭借其在云计算、大数据、人工智能等领域的深厚积累，为传媒行业提供了领先的解决方案和服务。这些解决方案涵盖了媒体内容生产、分发、管理等多个环节，有效满足了传媒行业的市场需求。**例如，百度智能云为央视网、浙江广电、海信聚好看等传媒客户提供了创新应用服务，帮助它们实现了内容生产、管理、分发的智能化升级。这些案例表明，百度智能云能够准确把握传媒行业的市场需求，并为其提供量身定制的解决方案。通过细分业务，百度智能云连续四年市场份额第一，整体占比达到显著水平（如2022年上半年为28.1%）。在智能媒体方案市场，百度智能云同样表现优异，市场占有率排名第一。 [23]

传媒云行业的竞争格局在未来很可能会发生变化。随着技术的不断成熟和市场竞争的加剧，一些具有技术实力、资金优势和市场份额的领先企业可能会通过并购、合作等方式进一步扩大自己的业务规模，提升市场份额。这将导致市场集中度逐渐提升，形成几家大型企业主导市场的格局。同时，也会有新兴企业凭借创新的技术、独特的商业模式和灵活的市场策略崛起，挑战现有企业的市场地位。这些新兴企业可能专注于某个细分领域或提供差异化的服务，以满足市场的多元化需求。 [23]

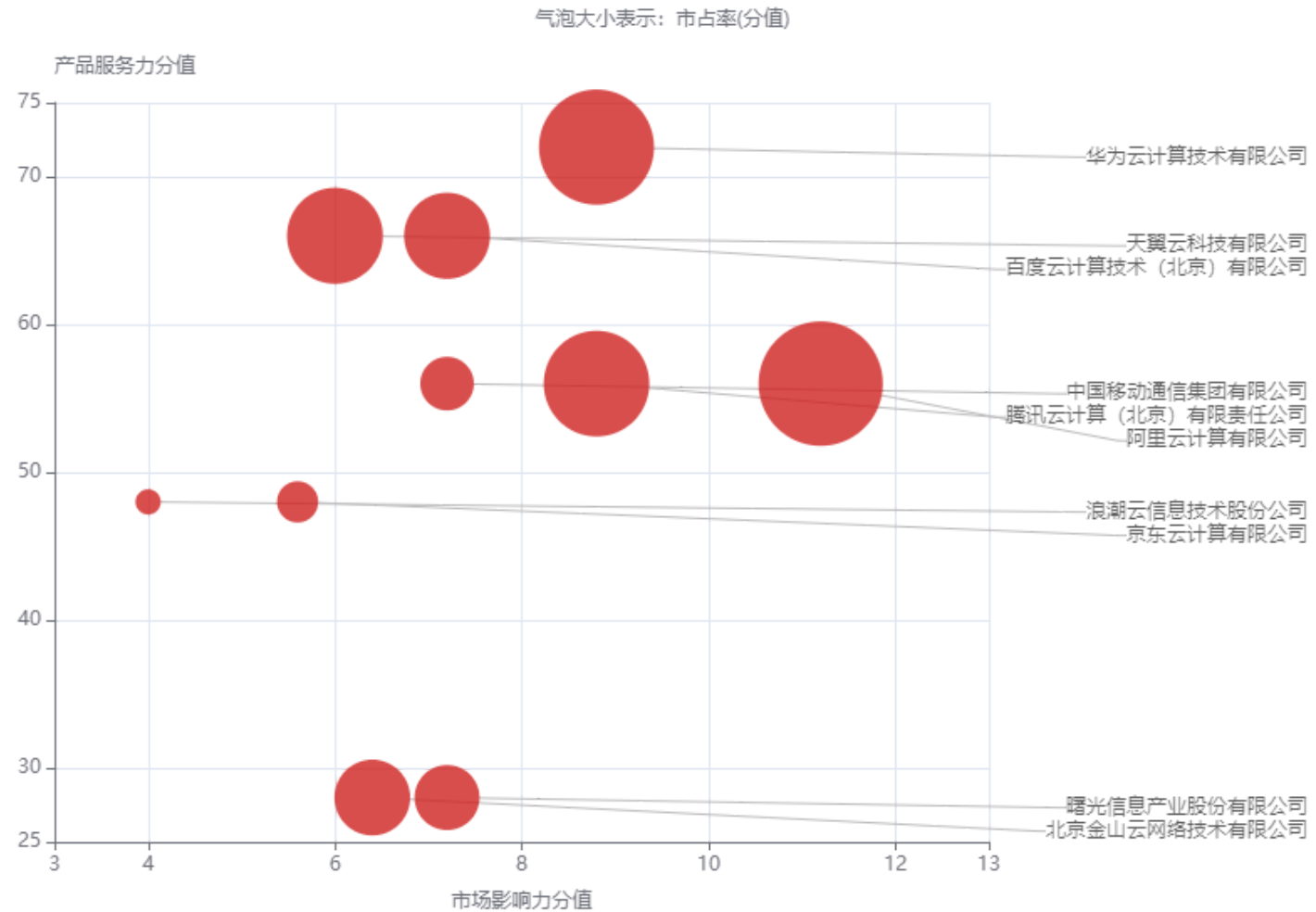
传媒云行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [23]

技术创新推动传媒云行业竞争格局呈现多元化的特点

随着技术的不断进步，传媒云行业的技术门槛也在逐渐提高。这将促使企业加大技术投入，提升技术实力，以在竞争中占据优势。技术门槛的提高将加速行业洗牌，为新兴企业提供了更多的发展机会。这些企业凭借先进的技术和创新的商业模式，将迅速崛起并占据一定的市场份额，从而改变原有的竞争格局。并且，随着人工智能、大数据、云计算等技术的不断发展，新的技术应用将为传媒云行业带来更多的可能性。这些新技术将推动行业向更高水平发展，为企业提供更多差异化竞争的机会。例如，浪潮集团持续加大科研创新投入，不断培育新质生产力。今年上半年，集团研发投入强度达到8.6%，产生新技术、新产品、新模式、新标准等成果超400项，新增有效专利3,000多件，参与制定国家级以上标准20多项。

市场需求的多样化将推动传媒云行业竞争格局细分化

随着生活水平的提高和消费观念的转变，用户对高质量、个性化的媒体内容和服务的需求不断增长。这将促使传媒云企业不断创新服务模式，提供更加个性化、便捷的服务以满足用户需求。用户需求的多样化将为企业提供更多差异化竞争的机会。同时，随着市场竞争的加剧，传媒云市场将逐渐细分化。不同领域、不同行业的企业将根据自身特点和市场需求，提供更加专业化的服务。市场细分化将有助于企业更好地满足用户需求，提升市场竞争力。互联网广告市场规模在2022年达到8,522.3亿元，占传媒云行业总规模的46.53%。预计未来几年内，数字广告市场仍将保持高速增长。截至2022年12月，中国电商直播用户规模为5.15亿，占网民整体的48.2%；游戏直播的用户规模为2.66亿，占网民整体的24.9%等。 [23]



上市公司速览

阿里巴巴集团控股有限公司 (09988)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.8万亿	4.6千亿	12.9200	-

百度集团股份有限公司 (09888)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
7.0千亿	652.0亿	12.3000	-

腾讯控股有限公司 (00700)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.1万亿	4.5千亿	10.8000	-

金山云控股有限公司 (03896)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
52.9亿	17.8亿	-4.7600	16.51

- [20] 1: <http://news.sohu.c...> 2: <https://cloud.baid...> 3: 百度公司, 搜狐网
- [21] 1: 每日经济新闻
- [22] 1: <https://reader.gm...> 2: 光明网
- [23] 1: <https://reader.gm...> 2: 光明网
- [24] 1: <https://www.aliba...> 2: <https://cloud.tenc...> 3: <https://www.ctyun...> 4: <https://www.huaw...> 5: <https://cloud.baid...> 6: <https://www.ksyun...> 7: <https://www.sugo...> 8: <https://cloud.insp...> 9: <https://ecloud.100...> 10: <https://www.jdcl...> 11: 阿里云, 华为云, 腾讯...
- [25] 1: <https://www.aliba...> 2: <https://cloud.tenc...> 3: <https://www.ctyun...> 4: <https://www.huaw...> 5: <https://cloud.baid...> 6: <https://www.ksyun...> 7: <https://www.sugo...> 8: <https://cloud.insp...> 9: <https://ecloud.100...> 10: <https://www.jdcl...> 11: 阿里云, 华为云, 腾讯...
- [26] 1: <https://www.aliba...> 2: <https://cloud.tenc...> 3: <https://www.ctyun...> 4: <https://www.huaw...> 5: <https://cloud.baid...> 6: <https://www.ksyun...> 7: <https://www.sugo...> 8: <https://cloud.insp...> 9: <https://ecloud.100...> 10: <https://www.jdcl...> 11: 阿里云, 华为云, 腾讯...

企业分析

1 腾讯云计算（北京）有限责任公司



公司信息

--	--	--	--

企业状态 企业总部	存续 北京市	注册资本 行业	104250万人民币 互联网和相关服务
法人	谢兰芳	统一社会信用代码	911101085636549482
企业类型	有限责任公司(法人独资)	成立时间	2010-10-21
品牌名称	腾讯云计算（北京）有限责任公司		
经营范围	许可项目：互联网游戏服务；网络文化经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务； ... 查看更多		

融资信息

A轮

未披露

2013-10-18

竞争优势



面向国内各级媒体机构，致力于打造智能化、高安全、高扩展、可维护的智慧传媒平台，解决技术、运维、运营等综合需求。

2 华为云计算技术有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	500000万人民币
企业总部	贵阳市	行业	软件和信息技术服务业
法人	张平安	统一社会信用代码	91520900MA6J6CBN9Q
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	成立时间	2019-12-06
品牌名称	华为云计算技术有限公司		
经营范围	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营；法律、法规、国务院决定规定应当许可（审... 查看更多		

竞争优势



华为云提供海量计算资源、多样化存储、良好的性能体验，端到端一站式渲染解决方案，助力行业发展。

3 阿里云计算有限公司

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	101010.10101万人民币
企业总部	杭州市	行业	软件和信息技术服务业
法人	郑俊芳	统一社会信用代码	91330106673959654P
企业类型	其他有限责任公司	成立时间	2008-04-08
品牌名称	阿里云计算有限公司		
经营范围	一般项目：智能机器人销售；工业自动控制系统装置销售；业务培训（不含教育培训、职业... 查看更多		

▪ 融资信息

战略融资

60亿人民币

2015-07-29

▪ 竞争优势



阿里云一站式媒体解决方案为媒体机构提供了一系列功能强大的多媒体服务，让这些机构能够轻松地跨多种格式和平台，在不同地点制作、上传、处理、管理和交付具有睿智洞察力的数字媒体内容。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同

维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历



业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867



头豹
LeadLeo



www.leadleo.com
400-072-5588

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

