

# 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

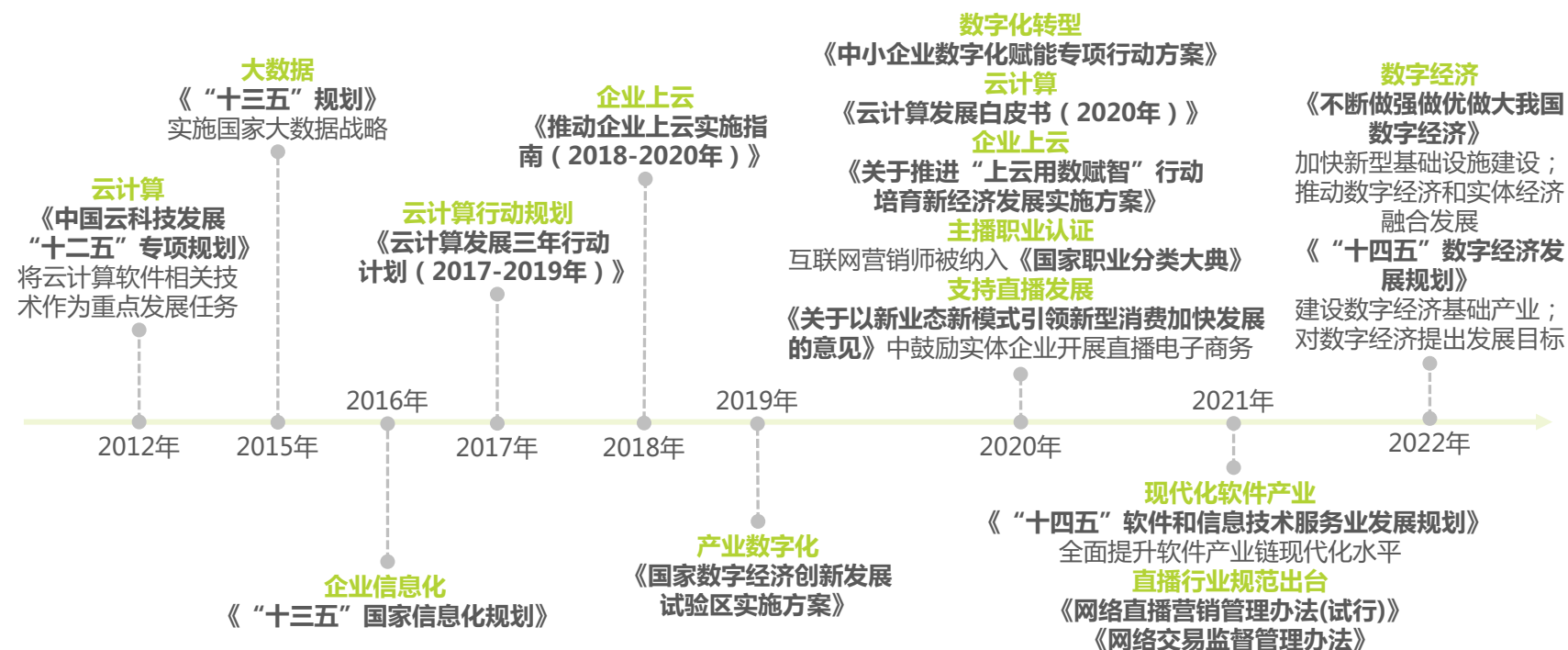
3

# 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、移动互联网等新兴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



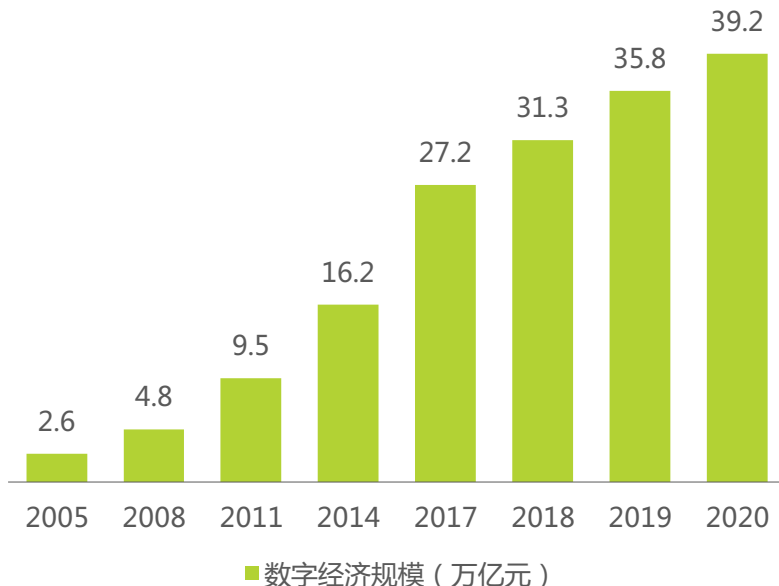
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

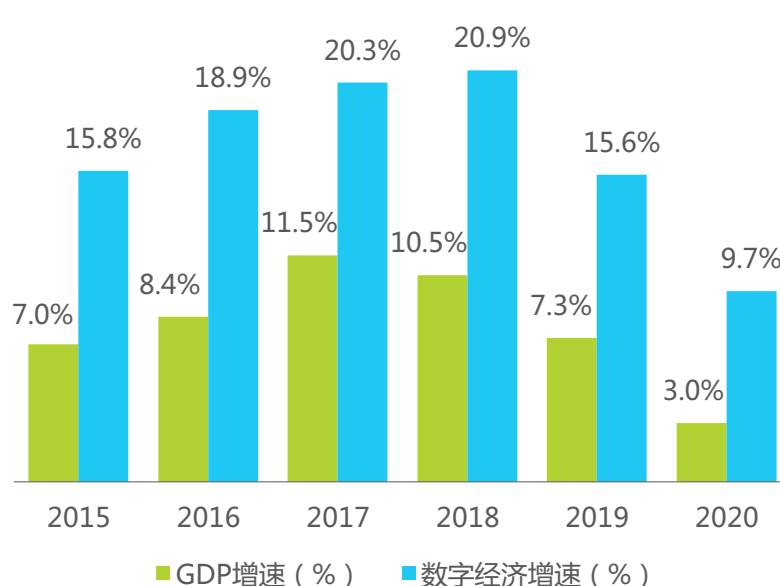
## 数字经济东风，带动企业直播等数字化转型服务商增长

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39.2万亿元。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



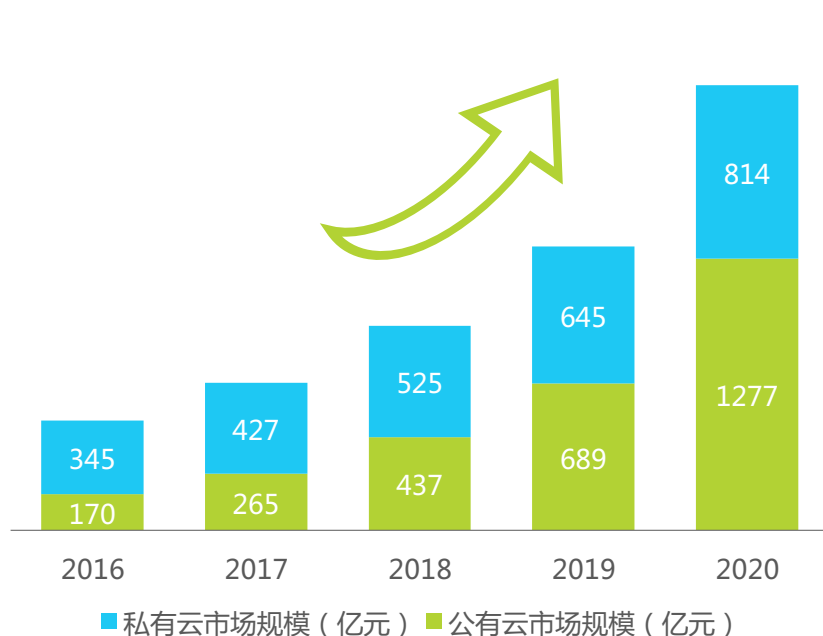
来源：中国信息通信研究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

## 技术发展与市场需求，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

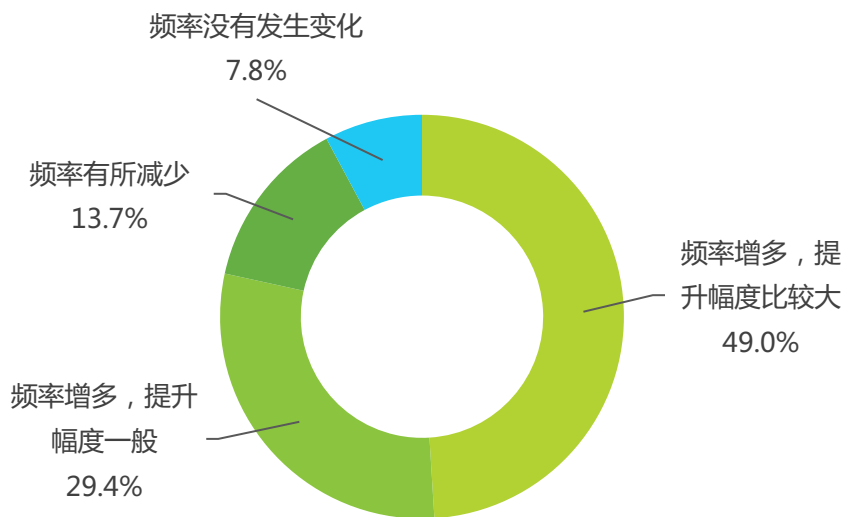
来源：中国信息通信研究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业直播市场环境分析

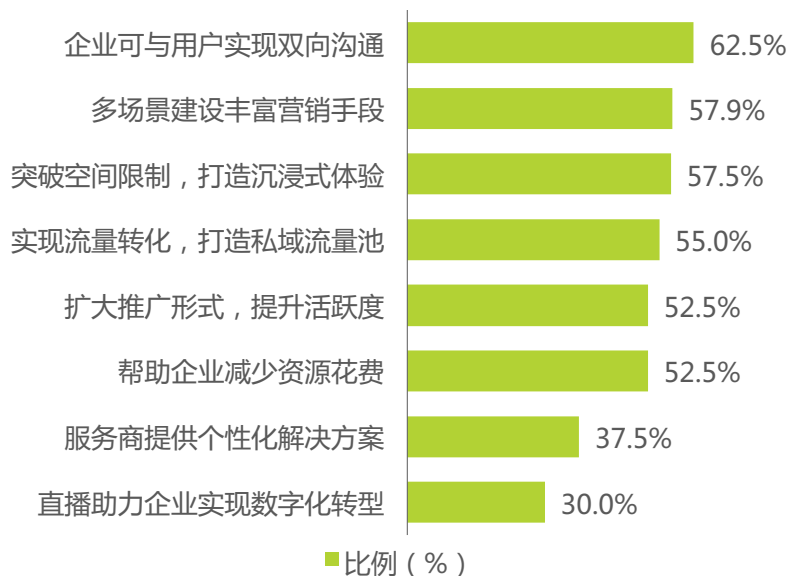
## 企业客户直播频率提升，用户与企业双向沟通是首要因素

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社交互动，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。

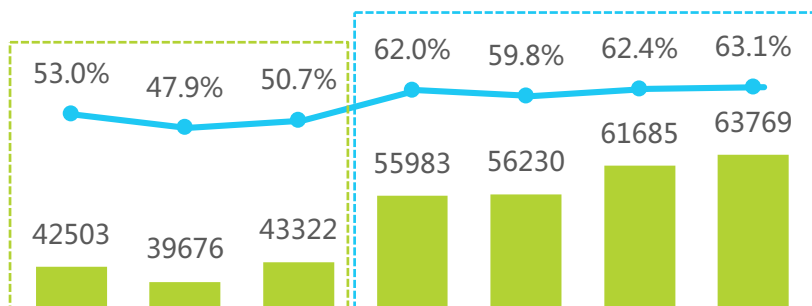
样本：N=40，于2022年3月通过B端企业问卷获得。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 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



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

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\\_41146](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41146)

