

2021年中国企业直播市场分析报告- 市场竞争格局与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国企业直播市场分析报告-市场竞争格局与未来动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/536953536953.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

企业直播是指面向企业商务需求提供的部署在自己或技术提供商服务器上的网络直播服务，属于网络直播的一种形式。与泛娱乐直播和电商直播等2C端直播有所不同，作为一种2B端生态的直播形式，企业直播主要面向企业级客户，其技术要求更高，应用场景更为丰富，商业模式更为明确。

企业直播与泛娱乐直播、电商直播的区别

区别

B端直播

C端直播

服务对象

企业客户

个人用户

服务目的

企业营销、培训、品牌宣传等

泛娱乐、电商带货

应用场景

大型活动、会议、企业培训、私域营销等辅助场景

单一手机视频直播场景

技术要求

要求更高

要求较低

运营模式

直播定制化服务，为企业构建并盘活私域流量

由直播平台进行流量分配

盈利模式

盈利模式明确，主要包括SaaS软件基础服务费用，直播相关增值费用，营销收入分成等广告费用，推广费用，主播收入分成等资料来源：公开资料

企业直播服务产业链上游涉及云平台服务商、CDN服务商；中游主要为企业直播平台，以及视频硬件厂商、渠道媒体方、企业软件服务商、营销服务商等第三方机构；下游是各垂直领域的企业客户。

中国企业直播服务产业链 资料来源：公开资料

其实，企业直播服务早在2010年就已兴起，随着直播行业的兴起，加上技术的创新，如今企业直播已经成为企业营销获客和商业应用的一种重要形式，进而成为企业数字化转型的重要基础。与泛娱乐直播相比，企业直播更多是聚焦于私域流量的精细化运营和沉淀，为

下游企业提供用户引流、获客、转化、留存提供一站式营销服务，帮助企业实现品牌社交资产的激活与增值。

企业直播后端精细化运营分析

之前

企业账号

之后

互动模式单一

多通过企业社交账号推文等方式触达私域客户，打开率低

互动模式多样

营销插件提供多种玩法功能，真实有趣，缩短用户决策流程

用户信息匮乏

缺少用户行为数据，难以根据用户偏好进行产品设计和营销活动

用户数据标签

根据用户数据标签化处理，后期营销根据用户标签和偏好设置

缺乏黏性

企业账号和用户为一对多的弱关系单向链条，缺乏黏性

建立社交链条

形成活跃用户池，即社群的强关系链，增强用户粘性和复购分资料来源：公开资料

企业直播行业的发展，离不开基础技术的支持。5G商用的不断成熟将持续改善用户体验，满足个性化需求。云服务模式的使用，帮助企业缩减成本，在保障数据存储安全上具备一定优势。随着国家对新型基础设施建设的重视，云计算、5G网络被按下快进键，间接推动了企业直播产业的发展。

我国5G网络参考值情况

主要参考数

4G参考值

5G目标值

提升倍数

传输速率

10Mbps

0.1-1 Gbps

10-100

峰值速率

1Gbps

20 Gbps

20

空口延时

10ms

1 ms

0.1

流量密度

0.1Tbps/km²

10 Tbps/km²

100资料来源：公开资料

2015-2021年我国云计算行业市场规模及预测 数据来源：公开资料

受新冠疫情推动，越来越多的企业开始尝试直播。从企业直播客户规模来看，由于大中型企业员工人数多，业务线条复杂，往往需要服务商提供定制化的企业直播方案，因此，员工数高达5000人以上的大型企业对企业直播应用比例达38.9%。

企业直播客户规模分布 数据来源：公开资料

从应用行业分布来看，目前，企业直播在教育、金融、信息技术、传媒、电商、医疗等行业得到广泛应用，其中，教育和金融应用范围最广，合计占据50%以上的市场份额。

我国企业直播应用行业分布 数据来源：公开资料

受C端游戏直播、秀场等影响，我国企业直播行业在2015年逐渐进入用户视野，形成上亿规模的体量。受疫情影响，企业直播行业客户量剧增，2020年我国企业直播市场规模达56.79亿元。

2015-2024年我国企业直播行业市场规模及预测 数据来源：公开资料

目前，我国企业直播是竞争格局相对明确，主要有跨行业服务的通用型服务商和专注在细分领域的垂直型服务商两大类。根据营收能力、技术服务、运营数据等方面的综合因素，我国企业直播企业可分为三个层级，第一梯队以微吼、百家云、微赞、保利威等为代表，第二梯队以263展视互动、目睹直播等为代表，第三梯队以盟主直播、云犀、诺云、欢拓等为代表。

我国企业直播竞争情况

梯队划分

代表企业

竞争特点

市场份额

第一梯队：头部企业

微吼、百家云、微赞、保利威等

成立时间较早，技术积累丰富，拥有底层技术能力，资源聚集能力较强，能够为企业提供更多领域、多场景的直播服务和营销增值服务，发展出各具优势的竞争壁垒，主要在营销和教育领域表现突出

约占60%

第二梯队：腰部企业

263展视互动、目睹直播等

成立时间较第一梯队相对晚，融资轮次相对靠前，在客户积累、技术能力、营收能力方面弱于头部企业，资源有限，企业战略布局各有侧重，寻求差异化竞争

约占30%

第三梯队：腰部以下企业

盟主直播、云犀、诺云、欢拓等

新入局参与者均为相关技术背景出身，有各自的产品体系和长期客户资源，专注于垂直领域，产品体系较为单一，融资轮次较早，发展规模与发展速度不及第一、二梯队

约占10%资料来源：公开资料

2015年以来，由于云计算技术的广泛应用以及国家相关政策的扶持，我国企业直播行业迎来红利期，大量资金流入市场、大量企业成立。但从2018年开始，创业公司减少，资本的目光更多集中在已有融资记录的企业上，2020年发生的7起融资事件，均发生在中期轮次。这也意味着我国企业直播市场逐渐走向成熟，初创公司入局难度越来越大。

2015年以前-2020年我国企业直播行业融资事件数量分布情况

数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国企业直播市场分析报告-市场竞争格局与未来动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价

格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国企业直播行业发展概述

第一节 企业直播行业发展情况概述

- 一、企业直播行业相关定义
- 二、企业直播行业基本情况介绍
- 三、企业直播行业发展特点分析
- 四、企业直播行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、企业直播行业需求主体分析

第二节 中国企业直播行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、企业直播行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国企业直播行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国企业直播行业生命周期分析

- 一、企业直播行业生命周期理论概述
- 二、企业直播行业所属的生命周期分析

第四节 企业直播行业经济指标分析

- 一、企业直播行业的赢利性分析
- 二、企业直播行业的经济周期分析
- 三、企业直播行业附加值的提升空间分析

第五节 中国企业直播行业进入壁垒分析

- 一、企业直播行业资金壁垒分析
- 二、企业直播行业技术壁垒分析
- 三、企业直播行业人才壁垒分析
- 四、企业直播行业品牌壁垒分析
- 五、企业直播行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球企业直播行业市场发展现状分析

第一节 全球企业直播行业发展历程回顾

第二节 全球企业直播行业市场区域分布情况

第三节 亚洲企业直播行业地区市场分析

- 一、亚洲企业直播行业市场现状分析
- 二、亚洲企业直播行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲企业直播行业市场前景分析

第四节 北美企业直播行业地区市场分析

- 一、北美企业直播行业市场现状分析
- 二、北美企业直播行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美企业直播行业市场前景分析

第五节 欧洲企业直播行业地区市场分析

- 一、欧洲企业直播行业市场现状分析
- 二、欧洲企业直播行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲企业直播行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界企业直播行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球企业直播行业市场规模预测

第三章 中国企业直播产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品企业直播总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国企业直播行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国企业直播产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国企业直播行业运行情况

第一节 中国企业直播行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国企业直播行业市场规模分析

第三节 中国企业直播行业供应情况分析

第四节 中国企业直播行业需求情况分析

第五节 我国企业直播行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国企业直播行业供需平衡分析

第七节 中国企业直播行业发展趋势分析

第五章 中国企业直播所属行业运行数据监测

第一节 中国企业直播所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国企业直播所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国企业直播所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国企业直播市场格局分析

第一节 中国企业直播行业竞争现状分析

- 一、中国企业直播行业竞争情况分析
- 二、中国企业直播行业主要品牌分析

第二节 中国企业直播行业集中度分析

- 一、中国企业直播行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国企业直播行业市场集中度分析

第三节 中国企业直播行业存在的问题

第四节 中国企业直播行业解决问题的策略分析

第五节 中国企业直播行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国企业直播行业需求特点与动态分析

第一节 中国企业直播行业消费市场动态情况

第二节 中国企业直播行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 企业直播行业成本结构分析

第四节 企业直播行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国企业直播行业价格现状分析

第六节 中国企业直播行业平均价格走势预测

- 一、中国企业直播行业价格影响因素
- 二、中国企业直播行业平均价格走势预测
- 三、中国企业直播行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国企业直播行业区域市场现状分析

第一节 中国企业直播行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区企业直播市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区企业直播市场规模分析
- 四、华东地区企业直播市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区企业直播市场规模分析
- 四、华中地区企业直播市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区企业直播市场规模分析
- 四、华南地区企业直播市场规模预测

第九章 2017-2020年中国企业直播行业竞争情况

第一节 中国企业直播行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国企业直播行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国企业直播行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 企业直播行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国企业直播行业发展前景分析与预测

第一节 中国企业直播行业未来发展前景分析

一、企业直播行业国内投资环境分析

二、中国企业直播行业市场机会分析

三、中国企业直播行业投资增速预测

第二节 中国企业直播行业未来发展趋势预测

第三节 中国企业直播行业市场发展预测

一、中国企业直播行业市场规模预测

二、中国企业直播行业市场规模增速预测

三、中国企业直播行业产值规模预测

四、中国企业直播行业产值增速预测

五、中国企业直播行业供需情况预测

第四节 中国企业直播行业盈利走势预测

一、中国企业直播行业毛利润同比增速预测

二、中国企业直播行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国企业直播行业投资风险与营销分析

第一节 企业直播行业投资风险分析

一、企业直播行业政策风险分析

二、企业直播行业技术风险分析

三、企业直播行业竞争风险

四、企业直播行业其他风险分析

第二节 企业直播行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国企业直播行业发展战略及规划建议

第一节 中国企业直播行业品牌战略分析

一、企业直播企业品牌的重要性

二、企业直播企业实施品牌战略的意义

三、企业直播企业品牌的现状分析

四、企业直播企业的品牌战略

五、企业直播品牌战略管理的策略

第二节 中国企业直播行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国企业直播行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 企业直播行业竞争力提升策略

- 一、企业直播行业产品差异性策略
- 二、企业直播行业个性化服务策略
- 三、企业直播行业的促销宣传策略
- 四、企业直播行业信息智能化策略
- 五、企业直播行业品牌化建设策略
- 六、企业直播行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国企业直播行业发展策略及投资建议

第一节 中国企业直播行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国企业直播行业营销渠道策略

- 一、企业直播行业渠道选择策略
- 二、企业直播行业营销策略

第三节 中国企业直播行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国企业直播行业重点投资区域分析
- 二、中国企业直播行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/536953536953.html>