



亿欧智库 www.iyiou.com/

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, July 2021

2021年中国企业直播研究及服务商品牌测评报告



研究报告

序言

INTRODUCTION

2021年，常态化疫情防控下，数字化工具担当起助力疫情防控、复工复产、经济复苏的重担，虽然企业营销活动及内部协作有所限制，但企业直播为多个业务场景赋能，再次掀起直播应用热潮。正所谓长风破浪会有时，发展十年之久的企业直播服务市场，在中国企业数字化转型的浪潮中把握机遇，顺势进入高速发展阶段。

企业直播的短期爆发除了疫情因素外，更深层原因来自于企业数字化的渗透加速。根据亿欧智库测算，2021年企业直播市场将突破73.7亿元。此外，新基建拉动云计算、5G网络等技术稳健发展，间接推动了企业直播产业的进程，业务在线化成为常态。

亿欧智库发布《2021年中国企业直播研究及服务品牌测评报告》，报告主要分为四部分，包括：企业直播发展综述、企业直播发展现状、企业直播产品及服务商分析、企业直播市场发展趋势。

亿欧智库通过对企业直播行业深度观察，本报告将从第三方视角出发，基于桌面研究、企业调研及数据分析，剖析企业直播行业变化，梳理直播服务与产品架构，搭建产品测评体系并对企业直播服务商进行测评。因数据来源以及分析维度的局限，本报告还存在一些不完善的地方，敬请批评指正。

目录

CONTENTS

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点 P05
- 1.2 企业直播发展背景 P06
- 1.3 企业直播驱动因素 P07

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率 P15
- 2.2 企业直播价值链分析 P16
- 2.3 企业直播产业链分析 P18

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局 P21
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析 P31

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势及挑战

P41

企业直播市场发展概述

The Development of Enterprise Live Broadcasting

在数字化浪潮的席卷下，受长期及短期因素的驱动影响，企业直播快速进入公众视野。随着技术不断成熟，企业直播业务模式不断发生改变，目前正处于与实体产业融合，搭建生态体系的高速发展阶段。

企业直播作为数字经济下的新产品、新模式、新技术、新业态，衍生出了新需求、新市场。回顾2020年，企业直播获得爆发性增长，主要来自于供给端和需求端两方面驱动。

本章将从定义分类、发展历程、驱动因素三个方面分析企业直播市场背景及发展情况。



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

企业直播概念与特点

企业直播概念界定

企业直播服务泛指面向企业级用户，为了实现音视频同步传输，提供线上及线下的一系列产品及服务。以5G、大数据、CDN等技术为依托，通过SaaS、PaaS或现场服务实现包括引流邀约、直播拍摄、直播互动、网络编码、二次传播及数据分析等工作，为企业的营销、会展、培训场景提供服务，助力企业增长赋能。

企业直播分类

根据应用场景企业直播可分为活动类直播、营销类直播、培训类直播、会议类直播。其中活动类直播以传播广度为目的，包含品牌传播、产品发布等场景。营销类直播，以营销为目的，对观众数据沉淀、筛选，完成私域转化、产品促销及消费引导。培训类直播，以教育培训为主要场景，提供涉及学前、学中、学后全场景直播服务。会议类直播，将传统线下的会议场景进行线上同步或实现线上会议活动，解决会场空间局限性。其中活动和营销直播服务规模较大。

根据信息传播实际需求，企业直播分为对内直播和对外直播，对外直播是企业与外部用户、客户之间的信息传播活动，典型对外直播应用场景如商业活动、公益活动、产品促销、渠道活动等。对内直播主要应用于企业内部信息协调与传达，应用场景如企业培训、会议直播、年会直播等。

亿欧智库：企业直播分类及特点



企业直播模式特点

企业直播是实时发生的视频节目，具有传播面广、影响力大、信息密度高、互动效率强等特征，因此对于直播的稳定性、安全性控制要求更高。

- ◆ **传播面广**：直播传播方式多样，渠道开放，拥有较强的传播广度。
- ◆ **影响力大**：疫情下，消费者需求向线上转移，直播用户不断攀升。
- ◆ **信息密度高**：视频传播拥有较高信息维度，单位时间内信息传播效率更高。
- ◆ **互动效率强**：相比于传统媒介的单向输出，企业直播具有较强互动性，互动数据实时更新，后台筛选、沉淀，完成私域营销转化，拥有更强互动效率。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

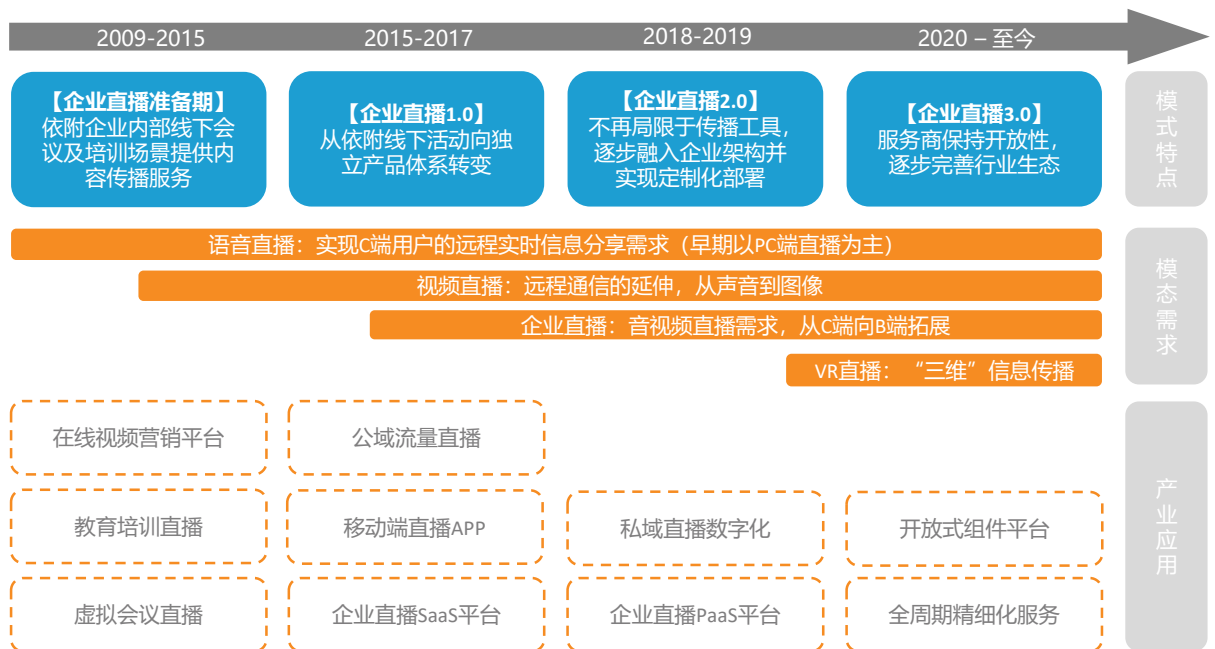
CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

企业直播发展背景

- **直播行业的早期形态是语音聊天业务**，2005年，互联网需求开始向社交娱乐过渡，**直播形态也从语音向视频转型**。直到2009年，中国最早的企业直播服务商展视互动成立，率先布局PC端，**依附企业的线下商业活动、提供内容传播服务、虚拟大会、在线视频营销平台、教育直播等企业直播初具雏形**。
- **2015-2017，企业直播正式进入探索发展期**，受供需市场和技术发展双重因素驱动，在直播热潮、CDN、云计算及4G技术影响下，**企业直播逐渐从依附线下活动到作为主角独立存在**，直播服务商逐步进入市场，直播体量及场景覆盖范围不断加大。
- **2018-2019，电商直播全面爆发**，企业直播也随之发生改变。公域流量红利殆尽情况下，私域流量运营价值得到重视，**营销成为企业直播应用规模较高的场景**，深入场景需求的差异化直播产品逐步占据市场份额。另一方面，**企业直播不再局限于传播工具，逐步融入企业架构并实现定制化部署**，PaaS直播平台应运而生。
- **2020年**，新冠疫情催化行业业务及消费者偏好向线上转移，企业直播需求激增；疫情稳定后，数字化转型以及复工复产成为主题，传播力强、信息密度大的企业直播成为企业必选项。**企业直播服务商保持开放性并逐步完善行业生态**，实现从直播平台向企业深度应用服务商的转型，融合大数据、AI、5G等技术，塑造更为精细化、定制化的服务。

亿欧智库：企业直播发展历程



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

供需两端驱动企业直播，引流成为核心需求

受疫情下宏观经济形势影响，大部分企业面临生产经营资金周转及开拓供销通路的挑战。短期来看，随着疫情防控形势趋向稳定，企业在复工复产过程中将会面临远程办公以及协同模式的挑战。长期来看，疫情催化行业变革，政府相继出台相关政策，数字化将不再是“可选项”而是“必选项”。**企业直播因多元化应用场景与企业结合面广、适配性强，成为企业完成数字化转型的核心助力。**

整体来看，企业直播行业的驱动因素分为供给端和需求端两个层面。

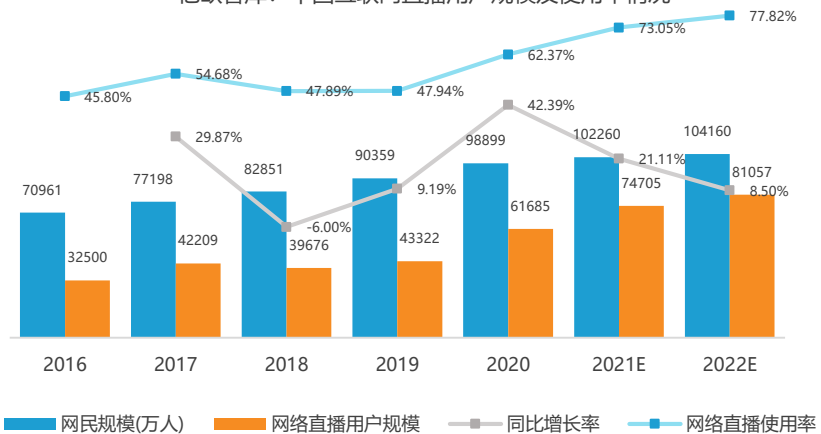
✓ 需求端的驱动因素主要包括企业自身传播需求、由跨地区导致的远程办公协同需求。

✓ 供给端的驱动因素主要包括产业数字化发展及政策驱动、资本投入、网络基础设施发展与完善。

需求端驱动因素一：中国互联网红利殆尽，企业直播成为开源引流突破口

2020年上半年的新冠肺炎疫情对于直播行业产生显著性影响，用户规模获得爆发性增长，同比增长42.4%，互联网用户直播使用率攀升至62.37%，并持续上升，预计于2022年达到77%。直播作为一种高效强互动的信息传播方式，正在改变消费者群体的活动偏好，也带动了新需求与新模式。**传统企业亟需完成业务模式从线下到线上的转型**，以适应突变的市场环境，企业直播价值由此而来。

亿欧智库：中国互联网直播用户规模及使用率情况



数据来源：CNNIC、eMarketer、亿欧智库整理

据eMarketer预测，中国互联网人口规模继2020年小规模爆发后，将趋于平稳，且增长率持续走低，预计2021年用户增长率将降至3%以下。互联网红利殆尽的情况下，**传统传播手段马太效应明显**，企业触达客户成本不断提升。**直播作为流量最佳入口，也是最好的流量转化平台。**一方面碎片化视频模式更符合用户需求进而提升公域引流效率、多平台分发对接、触达客户流量。另一方面，通过直播沉淀至私域的用户价值更高，从而能够达到更高的转化。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

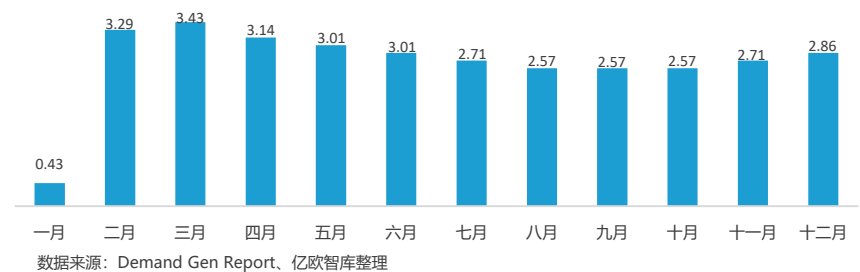
企业直播市场发展趋势

企业运营向线上转移，企业直播提升协同效率

需求端驱动因素二：企业运营模式向线上转移，企业直播成为必要部署

- ◆ 全民抗击新型冠状病毒肺炎疫情时期，为降低感染风险，保障企业日常经营办公、会议会展、教育培训等活动的正常开展，企业运营模式正在向线上转移。据Demand Gen Report统计，其中企业对效率办公、视频工具的使用率增幅明显，同比增长分别达到242.2%、169.5%。

亿欧智库：2020年企业直播月均用户量（亿人）

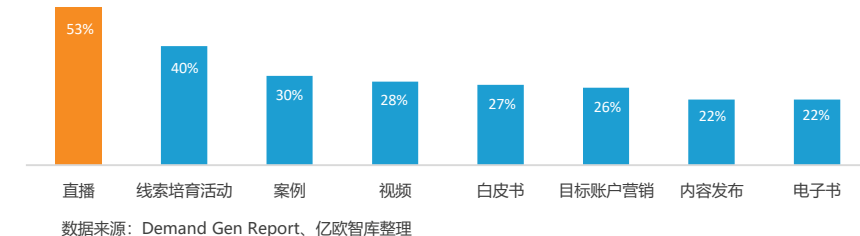


- ◆ 由于企业直播用户数量全面攀升，据公开资料统计，2020年2月，企业直播用户在用户端完成高位迭代，相比1月，用户数实现约7倍的增长。**上亿的用户群体对企业直播尝试，且用户留存率大于90%**。2020年第一季度，企业直播用户数量持续走高，月度最高约3.4亿人。因企业直播的营销效果，因此尽管疫情缓和后用户数量趋于平缓，但在线用户数量仍保持在3亿左右。企业运营模式整体向线上转移，企业直播已然成为企业发展核心竞争力。

需求端驱动因素三：企业直播赋能内外场景，提升企业协同效率

企业直播打破时间与空间限制，进行内外全场景实时全域企业活动服务，并通过**直播数据中台及智能化营销系统，进行精细化流量运营，降本增效并提升企业内外协同效率。**

亿欧智库：2020年信息获取的有效方式



- ◆ 降本：覆盖全部用户群体，员工/客户接入便捷且组织流程简单，在企业内部培训及大型活动场景下节省大量组织及运营成本。另一方面，据CMO训练营调研数据统计，超过90%的CMO认可直播的获客效果，60%认为企业直播系统能有效降低企业销售及运营成本。
- ◆ 增效：直播是高效信息传播手段，信息内容直接接触用户，内容沉淀可进行二次传播分享，据Wyzol的调研统计，94%的用户群体认为企业直播更有效的提升他们对于产品服务的理解；另一方面，企业直播实时互动，高效数据积累实现流量转化，78%的供销商表示企业直播直接增加了销售量。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

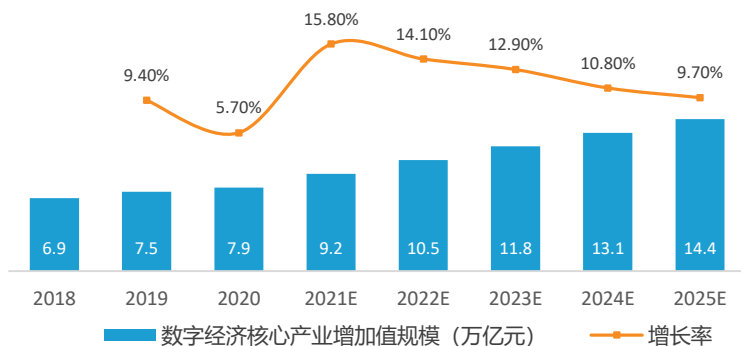
企业直播市场发展趋势

数字经济高速发展，数字化转型时代来临

供给端驱动因素一：产业数字化成为布局重点，企业直播迎来重要发展机遇

随着我国疫情逐步稳定，如何在常态化疫情防控中促进经济向好发展，培育壮大新的增长点增长极成为主题。在政策和产业需求促进下，数字经济发展速度加快，逐步成为我国经济增长的新动力。传统行业与技术不断融合创新，新技术、新需求、新模式、新业态不断涌现，产业数字化规模持续扩大。其中直播因与传统企业的适配性较强，更易搭配企业内部业务架构实现降本增效，因而成为企业实现数字化转型的有效工具。据亿欧数据库统计，2020年中国数字经济核心产业增加值规模为7.9万亿元人民币，并将在2021-2025年维持11.9%的年均复合增长率，到2025年，中国数字经济核心产业增加值将达到14.4万亿元。

亿欧智库：2018-2025年中国数字经济核心产业增加值规模



数据来源：亿欧智库

供给端驱动因素二：数字化转型政策频出，促进企业直播市场规范发展

随着我国经济逐步发展，传统商业模式面临企业增长空间受限等问题。企业为实现数字化商业转型，通过互联网技术整合产业链信息，高新科技赋能产业打造产业互联平台。政府为促进企业数字化进程、规范行业，相继出台政策。2020年7月，工信部发布《工业互联网专项工作组2020年工作计划》(国发〔2020〕67号)，将工业数字化营销列为重点规划之一，为激发市场活力，培育新型商业模式

发布时间	发布部门	文件名称
2016年10月	工信部	《产业技术创新能力发展规划(2016-2020年)》 (工信部规〔2016〕344号)
2017年11月	国务院	《国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》
2018年11月	工信部、发改委 财政部、国资委	《促进大中小企业融通发展三年行动计划》 (工信部联企业〔2018〕248号)
2019年8月	国务院办公厅	《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》 (国办发〔2019〕42号)
2020年3月	工信部	《工业和信息化部办公厅关于推动工业互联网加快发展的通知》 (工信厅信管〔2020〕8号)
2020年3月	科技部	《关于科技创新支撑复工复产和经济平稳的若干措施》 国科发区〔2020〕67号
2020年7月	工信部	《工业互联网专项工作组2020年工作计划》 工信厅信管函〔2020〕153号

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

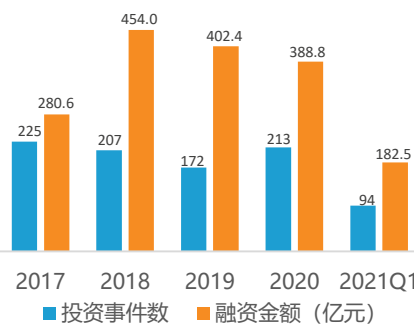
资本吸引初创企业入局，赛道参与者持续增长

供给端驱动因素三：企服赛道持续获得资本关注，进一步推进企业直播融资进程

企业服务赛道自近年来备受资本关注，2021Q1国内企业服务（IT服务）融资共94起，与2020年Q1相比增长42%，数量明显呈现上升趋势。融资金额也随之上升，2021Q1国内融资总额达182.5亿人民币，同比激增60%。

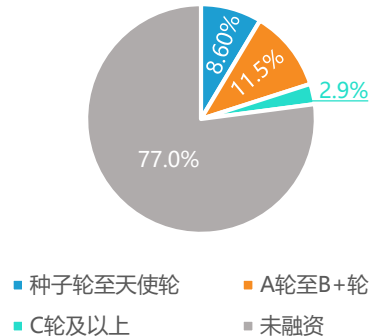
红杉资本、高榕资本、腾讯投资等头部资本不断入局企服赛道，企业直播行业迅速获得关注，行业发展初期已有大量企业获得融资。**巨大的资本红利吸引大量初创企业入局赛道，参与者持续增加。**据亿欧智库不完全统计，截止到2021年5月，企业直播赛道服务商数量共349家，仅四分之一的企业获得融资，赛道头部效应明显。

亿欧智库：企业服务-IT服务趋势



数据来源：IT桔子，亿欧智库整理

亿欧智库：企业直播融资现状



数据来源：亿欧智库整理

据亿欧智库不完全统计，2020 企业直播赛道融资共25起，其中B轮和C轮融资数量显著性增加，融资金额均达亿元人民币及以上。资本对于行业头部企业青睐明显，具有一定产业规模及行业认可度的企业直播服务商更容易获得融资。



企业名称	融资时间	融资进程	融资金额	融资机构
ZEGO即构科技	2020-11-02	C轮	5000万美元	IDC资本 腾讯投资
小鹅通	2020-10-21	C轮	未透露	腾讯投资
百家云	2020-10-21	B+轮	9300万人民币	达晨创投
保利威	2020-11-20	B轮	1亿人民币	元禾控股
医百科技	2020-12-03	A+轮	数千万美元	钟鼎资本
三体云联	2020-12-01	战略投资 (A轮后)	未透露	好未来

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

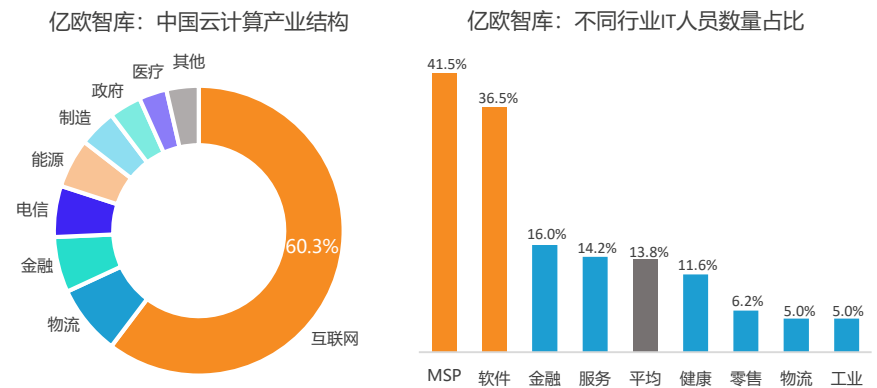
CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

技术驱动之云计算发展拓展企业直播服务边界

供给端驱动因素四：企业持续上云，企服需求加深，APaaS拓宽服务边界

2021年，中国云计算正式步入新的十年。在过去的十余年里，中国云计算行业在政策和市场的推动下快速发展，部分行业的整体上云率已达较高的水平，其中互联网和云计算的融合发展最为迅速，占据了产业的60.3%。随着中国企业数字化转型深入，传统行业仍会在外部环境与内部需求推动下持续上云。传统企业IT能力相对薄弱，行业平均IT员工占比仅有13.8%，远低于托管服务的41.5%和软件行业36.5%，故其对于**企业服务的需求更加强烈**。



数据来源：国务院发展研究中心国际技术经济研究所、Flexera

近年来，随着企业数字化转型进程的加快，企业应用上云已是必然选择，**SaaS技术日渐完善，为企业直播服务平台奠定良好的技术基础**。相比于传统软件，SaaS的优势主要体现在：1) 节省高昂的IT投入费用；2) 减少运营成本；3) 降低企业信息化成本；4) 高度灵活；5) 易于操作；6) 操作体验统一，从根本上满足企业降本增效需求。

云端应用的灵活易用度，很大程度上依托于一个强有力的PaaS平台，众多SaaS企业和企业软件服务商都推出了自己的PaaS平台，以满足用户的定制化需求。现阶段市面上已有不少的SaaS、PaaS解决方案，但仍难同时解决企业个性化难满足、业务场景变化快、IT运维成本高等问题。在云计算技术提升及产业需求驱动下，**融合SaaS和PaaS的APaaS平台已然成为企业直播服务商解决问题的答案**，这主要源于APaaS具备以下优势：

- ◆ APaaS介于SaaS和PaaS之间，用户可以实现敏捷开发、按需获取。
- ◆ APaaS满足可视化、覆盖全生命周期的快速迭代需求，具备一键部署到公有云、私有云以及本地化部署的能力。通过构建一些可复用的组件，降低企业的开发成本。
- ◆ APaaS能实现低代码/零代码软件开发，业务人员快速上手，效果更显著。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

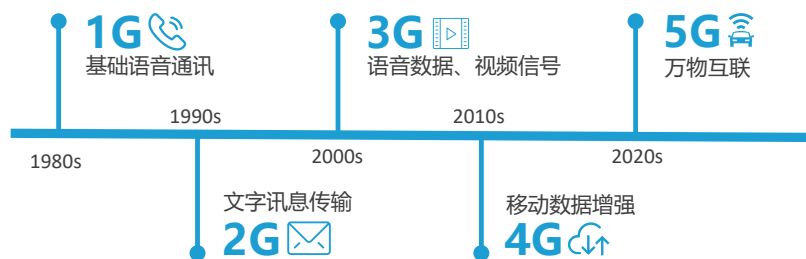
企业直播市场发展趋势

技术驱动之5G夯实企业直播稳定性

供给端驱动因素五：5G提升直播稳定，为远程高清传输、VR直播提供技术支持

近年来，5G技术高速发展并获得了大量行业应用，5G作为第五代移动通信网络技术，是4G之后的延伸。目前包括中国在内的各个国家都在大力发展5G网络技术。相比于前四代(1G、2G、3G、4G)移动通信网络技术，**5G波长为毫米级，具有高速率、大带宽、低时延三大特性**。通俗讲就是速度快、不拖延、挤不爆。

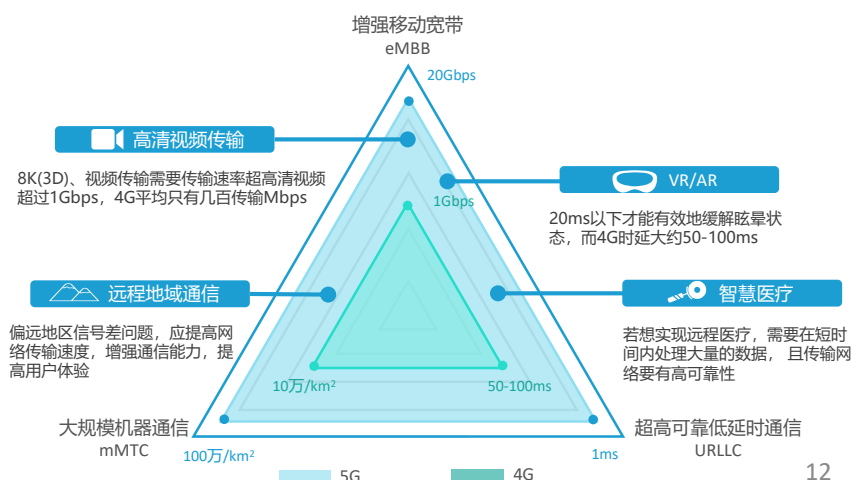
亿欧智库：移动信息络技术发展



5G技术与企业直播的融合度极高，抗击疫情中5G直播让全民共同见证火神山建设的神速，5G+远程会诊系统解决了偏远地区难就医的问题、“5G+云网”360度全景呈现珠穆朗玛峰实时景观、日全食实况。整体来看，5G技术对企业直播的驱动作用主要体现在三个方面：

- ◆ **高带宽提升传递速度**：5G用户上行平均速率可达4G的十倍至百倍以上，实时高清传递现场画面，解决4K、8K、3D视频直播对传播速率的需求。
- ◆ **画面流畅不拖延**：5G技术网络延迟大约是1毫秒时间，让人们几乎感受不到网络延迟的存在，满足了远程医疗手术直播等场景对于视频流畅的较高需求，也为VR/AR场景的应用提升了技术支持。
- ◆ **大规模机器通信，保障带宽资源**：5G可以直接将一个物理通道分成多个虚拟通道，直播信号资源独享，保障在偏远地区或人口密集地区的带宽稳定性。

亿欧智库：5G与4G技术指标对比及5G技术拓展应用



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

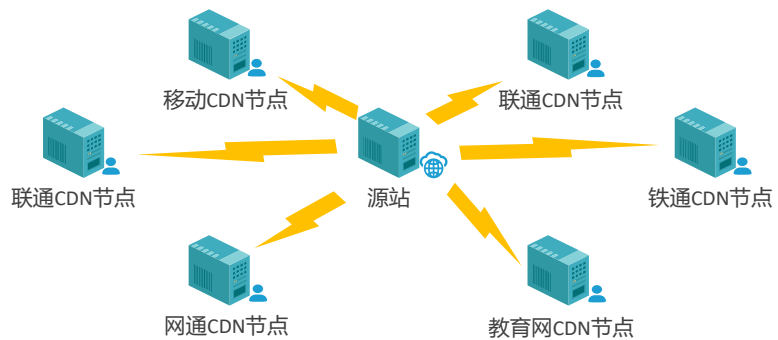
CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

技术驱动之CDN赋能企业直播稳定分发流量

供给端驱动因素六：CDN缓解高峰期流量压力，稳定平台网络

CDN的全称是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。



CDN与通讯技术的发展是相辅相成的，在5G快速发展的条件下，终端设备、业务请求的蜂拥而至，也势必造成网络的堵塞，但目前的CDN，并不足以满足5G时代的应用需求。因此，5G时代，CDN必须有所变革，新兴通讯技术的应用也将拉动市场对CDN的需求，我国CDN行业将进入新的发展阶段。在CDN的变革下，企业直播也将迎来更深一步的拓展。

CDN对于企业直播平台，具有至关重要的作用。企业直播服务由于客户群体特殊性 & 直播活动重要性，相比于2C直播平台拥有更高的网络要求，因此卡顿和延迟等隐患对于企业直播影响巨大；另一方面，直播平台流量突然性的增长已是常态，面对巨大压力情境，能稳定平台网络不至崩溃的企业直播服务商获得更大的市场需求与长期发展的资格。而CDN节点的引入可以有效解决服务商痛点：**缓解高峰期流量压力、稳定直播平台网络。**

- ◆ 节省骨干网带宽，减少带宽需求量；
- ◆ 提供服务器端加速，解决由于直播用户访问量造成的服务器过载问题；
- ◆ 企业直播服务商能本地缓存用户访问过的Web页面和对象，相同对象访问无须占用主干出口带宽，节省网络资源并提高用户访问速度；
- ◆ 克服网站分布不均的问题，并且能降低直播平台的建设和维护成本；
- ◆ 降低“通信风暴”的影响，对网络稳定性有效提升。



企业直播市场发展现状

Situation of Enterprise Live Broadcasting

2020年中国企业直播整体步入高速爆发阶段，产业规模相较于2019年大幅提升。另一方面，供需促进下，企业直播产品快速成熟，并开始根据需求差异化提供定制化产品及服务，触达企业需求，深入场景并成为企业营收增长的重要推动力。

随着企业定制化需求增加，企业直播服务商与产业链上下游深度合作搭建生态体系，拓宽产品服务边界。

本章将重点梳理企业直播市场现状、细分领域市场规模、企业直播产业链结构以及商业模式。



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

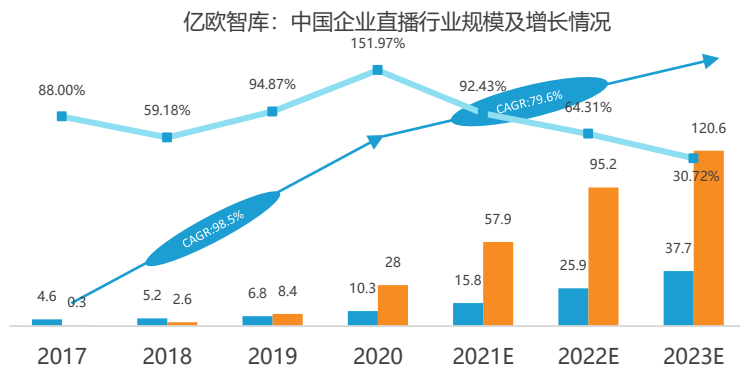
- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

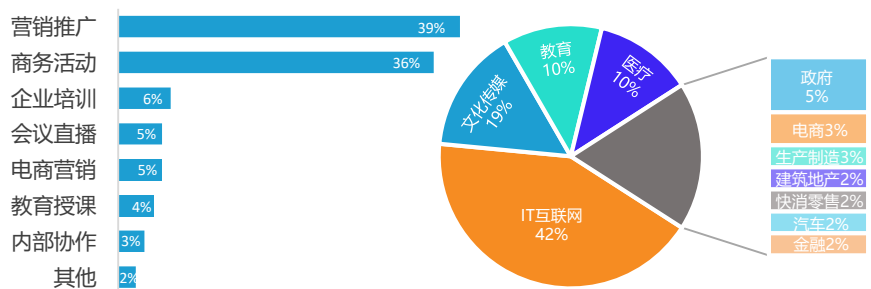
企业直播市场规模及渗透率

在疫情催化下，企业加速数字化转型进程，消费者需求也随之向线上倾斜。在此背景下，视频直播有效解决因远程办公而带来的企业内部协同及外部营销获客痛点，因此迎来爆发期。**2020年中国企业直播整体规模达38.3亿元，相较2019年同比增长152%**，短期爆发后，企业直播市场发展长期依然向好，预计在2021年市场规模达到73.7亿元，2023年达到158.3亿人民币，年复合增长率约为79.6%。



企业直播市场增量的主要来源有**SaaS产品市场增量**、**PaaS产品市场增量**两部分。SaaS平台现阶段的市场规模在10亿左右，毛利较小，在完成企业教育后，用户群体将获得较大提升。另一方面，随着企业数字化程度逐步加深，定制化需求下，**企业直播PaaS产品份额将持续加深，并预计稳定在80%左右。**

亿欧智库：企业直播行业渗透率及场景分布



数据来源：CMO训练营、亿欧智库整理

在供需两方面驱动下，企业直播高速发展，产品也逐步成熟。在此背景下，企业直播开始根据场景差异化需求提供定制化产品及服务，并成为企业营收增长的重要推动力。其中，营销推广和企业活动直播是应用最广的直播场景，分别占据了2020年市场份额的39%和36%。在行业维度上，不同行业对于企业直播需求差异并不显著，但互联网和文化传媒行业因其传播属性，率先完成企业直播部署。随着在线教育和远程医疗的发展，教育和医疗行业在未来也拥有较大的市场空间。工业、零售业普遍以SaaS部署为主，现阶段行业规模较小。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链条分析
- 2.2 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

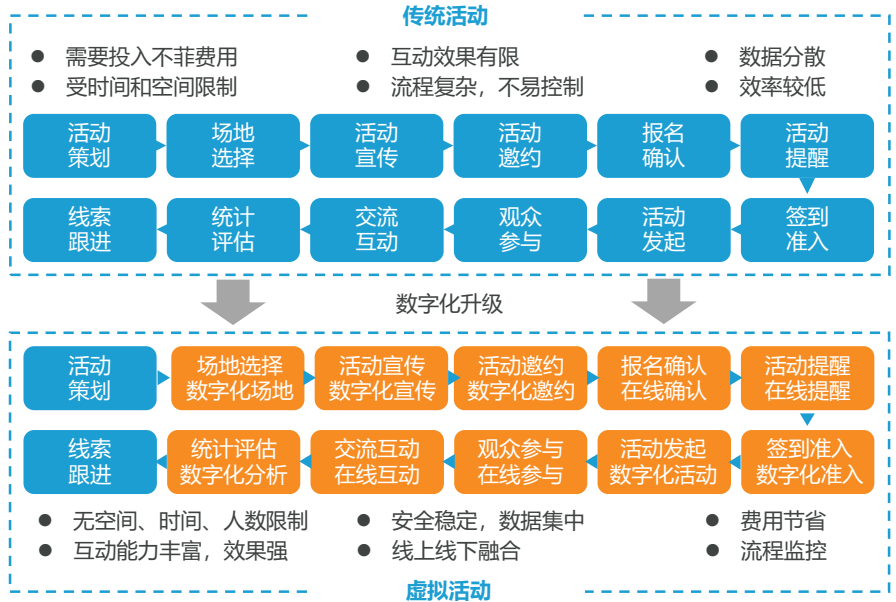
企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播赋能企业活动向虚拟活动转型

数字化植入企业活动将成为未来的发展趋势，无论是企业内部协作亦或是对外品牌营销活动，越来越多的企业活动注重于体验效果。随着数字化加持，企业活动打破时间空间限制，强互动性以及高信息密度为用户带来优越的线上虚拟体验。

以**企业直播为核心特色**的虚拟活动，活动参与者出席率更高，活动传播范围更广；不仅限于观看，直播能够让企业与参与者连接更紧密；能够数字化管控虚拟活动的**所有流程**；无论小型培训还是千万人的大型活动，参与者都能够随时随地加入，线上实时互动交流；分析活动数据与参与者行为，可视化呈现。

亿欧智库：传统企业活动 vs 企业虚拟活动



企业虚拟活动：视频云会议 VS 企业直播

- ◆ 从服务内容维度出发，视频云适用于会议，企业直播适用于活动；
- ◆ 企业直播活动可以设置活动接待区、行程安排表、用户资料概况、观众与嘉宾音视频连麦通话、展览区、平台操作后台、多层级聊天；
- ◆ 企业直播活动能够实现卖票和付费观看，也能同时进行多个直播活动。还有更多模式可以将人们聚集在网络直播上，例如小型培训、付费参加的虚拟圆桌会议、虚拟舞台、直播卖货、展商直播等等；
- ◆ 企业直播活动没有参与人数限制，即使与会者成千上万，也很容易组织管理。尤其是大规模人际互动的虚拟活动，能够模拟出现场的会议中心、高峰会议或者演出活动的场所。用户可以随意浏览活动的各个区域或者分论坛；
- ◆ 企业直播拥有各种虚拟活动组件能够与各种企业系统及第三方系统对接，实现例如活动注册、日程安排、用户分析、自动化营销等场景化应用。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

企业直播价值链：数字活动全生命周期服务

后疫情时代，结合现场和虚拟的企业活动已经成为主流，有70%的营销人员预测未来即使COVID-19疫情趋缓，虚拟活动仍将成为企业未来活动的重要部分，主要因线上办活动与传统活动相比，大幅节省活动成本，效率也获得较大提升。在供需两方面因素驱动下，企业直播服务商不断扩宽自身产品服务价值链条，从传统的采集观看直播业务向虚拟活动全周期运营服务转型。

目睹为例，作为国内虚拟活动服务赛道中的头部玩家，也是企业直播的提出者和践行者，目睹发布企业直播 PACWISE模型，定义了以企业直播为核心的“宣、入、采、看、互、存、评”七个虚拟活动核心环节，进而实现虚拟活动开展的全生命周期闭环流程。目睹以此来重新定义企业直播应用服务，助力客户企业完美开展虚拟活动。

亿欧智库：目睹PACWISE模型



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

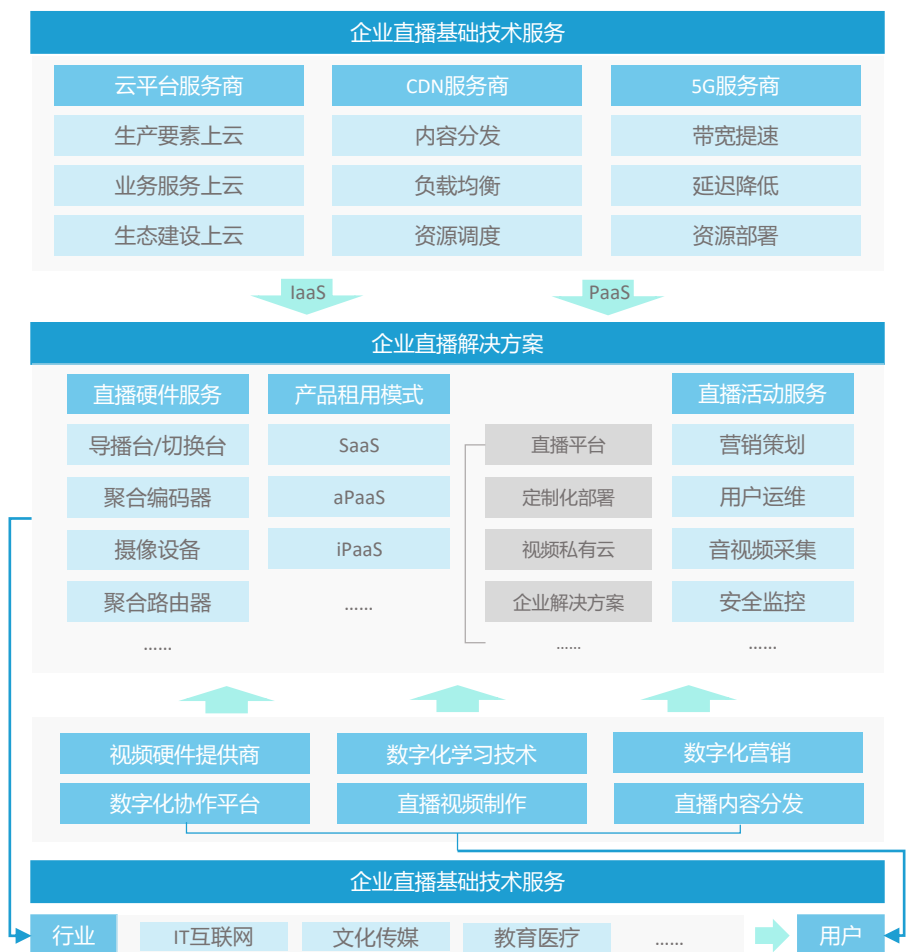
CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

企业直播产业链：保持开放性，追求生态合作

企业直播产业链结构清晰，上游为CDN、云服务以及5G服务商，中游为企业直播服务商，下游为不同行业的企业客户。其中，企业直播服务商作为企业直播产业链的核心部分，主要提供SaaS和PaaS两大类产品与服务，分别满足部门级和企业级需求，并率先在IT互联网、文化传媒、教育、医疗等行业完成部署。

亿欧智库：企业直播产业链架构



数据来源：公开资料整理

企业直播上游技术发展为中游直播平台拓宽服务边界，进而引发下游应用需求。在数字产业化主题下，直播服务商需进一步将技术融入行业，深入场景需求并提升产品体验感。场景差异化需求下，单一技术已经较难解决场景痛点，服务商需搭建技术生态平台，一方面完善自身技术架构，提升技术深度与广度，打造核心竞争力，另一方面也需保持开放心态，与其他行业服务商建立生态体系，合作共赢。现阶段企业直播服务商主要在视频硬件、办公平台、营销管理、培训学习、媒体分发、音视频制作等领域完成生态合作。

企业直播产业生态图谱



企业直播产品及服务商分析

Product and Service Provider Analysis

随着智能企业直播产品技术逐步成熟及市场多元需求增加，企业直播服务商一方面拓展行业布局广度；另一方面，加深垂直行业落地深度，探索行业核心需求，以期提供更全面、更完善的产品服务。

本章旨在梳理企业直播产品及服务。亿欧智库自主研发搭建评选体系，并选取市场最热门的七大直播服务商进行品牌测评并进一步梳理行业格局。



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

企业根据直播部署规模以及直播需求灵活付费

随着行业需求加深，单一技术平台难以解决企业多元化定制需求，**企业直播服务商一方面整合资源建设自身生态体系，另一方面也向上下游进行业务拓展。**现阶段企业直播产品模式主要是依托SaaS、PaaS平台、本地化部署提供直播及其相关增值服务。其中SaaS产品作为通用型产品，使用模式较为灵活，部署成本较低，适用于开发能力较弱的中小微企业的单一场景需求。aPaaS产品通过构建一些可灵活搭配的复用组件，实现企业的定制化需求，适用于需求多元直播场景的中大型企业。本地化部署对与企业的开发能力需求较高，适用于拥有自身运维团队，且对数据安全、定制化需求较高的行业头部企业。

目前，企业直播产品的付费模式主要包括三种：**免费增值，租赁模式以及一次性买断模式。**

亿欧智库：企业直播付费模式



- ◆ 免费增值模式主要指企业直播服务商通过向用户提供免费企业直播功能或者补贴价格，从而向用户销售更为盈利的产品功能组件。常见的付费方式包括永久免费、会员付费(免费版基础上选择更高级的功能或权限)、限免(限定时间或限定功能)三种。
- ◆ 租赁模式主要指企业直播服务商基于互联网基础，让用户根据自身实际需求订购所需的应用软件服务，并按订购的服务多少和时间长短向厂商支付费用。常见的付费方式包括按月/季/年付费或流量预存(预存+额外部分按服务频次/量来收费)，客户的转化及弃用成本相对较低。另一种租赁模式是以API/SDK接入客户内部软件系统，该付费模式的弃用成本相对较高。
- ◆ 一次性买断模式主要指企业直播服务商为客户定制开放所需系统或软件，客户仅需支付一次性费用即可实现直播部署，后续付费来源主要来自于版本及模块更新。大部分企业还会向客户提供产品售后服务，以解决企业用户在使用产品时出现的各种质量问题。这类模式的最大弊端是无法与客户建立长期的互动关系，需要不断挖掘新用户，才能保证长期盈利。

亿欧智库认为，企业直播服务商未来将结合不同客户群体需求以免费增值模式和软件租赁模式为主要的商业模式。其中对产品安全性、稳定性要求较高，需要将软件或系统部署到公有云或私有云上的政府或大型厂商，将主要采用软件租赁的模式。对于小型企业将主要采用免费增值的灵活付费模式。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

大中型企业在直播系统中的挑战以及产品需求

企业对企业直播产品的需求 需求度：低 高

◆ 产品功能要求	大中型企业	小微企业
◆ 产品性能要求	大中型企业	小微企业
◆ 场景应用要求	大中型企业	小微企业
◆ 产品服务要求	大中型企业	小微企业

注：亿欧智库根据《关于印发中小企业划型标准规定的通知》，将营业收入500万元及以上的企业分类为大中型企业，营业收入低于500万的企业分类为小微企业。

中小型企业对企业直播产品的核心需求在于直播产品的功能性，需求直播服务商在有限的需算成本中提供较为全面的直播功能。另一方面，也需要满足中小企业在特殊业务场景的痛点和应用需求，打造体系化的企业直播解决方案。相较而言**大中型企业对IT信息产品具有较高的性能要求**，需求直播服务商提供安全、合规、稳定、开放的产品性能及管控功能。另一方面，**产品服务能力也是大中型企业在选型时的重要考量标准**，服务商面向企业需要提供超出客户预期的，更加全面和深度的服务，全方位助力客户成功。

大中型企业直播服务的六项主要挑战



全场景的应用功能缺失

全场景功能不足，企业内部多部门分别采购直播系统，重复建设，无法实现企业直播业务的集中搭建。



灵活定制对接能力不足

企业无法根据自身的行业应用场景和内部系统对接需求，快速、低成本地搭建出个性化企业直播平台。



无法实现多级权限管理

不能企业内各部门、账号、应用以及资源进行统一权限管控，难以满足业务部门管理和财务核算需求。



直播系统的安全合规差

在直播内容安全、观众准入、信息发布控制上，欠缺管控功能，运营面临着安全合规风险。



无法满足灵活部署需求

无法满足企业对直播平台多样化的部署需求，比如混合云、私有化部署等，数据存储安全存在隐患



复杂环境下观感体验欠缺

在观众数量多、互动时效要求高、弱网环境以及全球直播等复杂环境下，直播延时长、画面质量和用户观感体验差。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

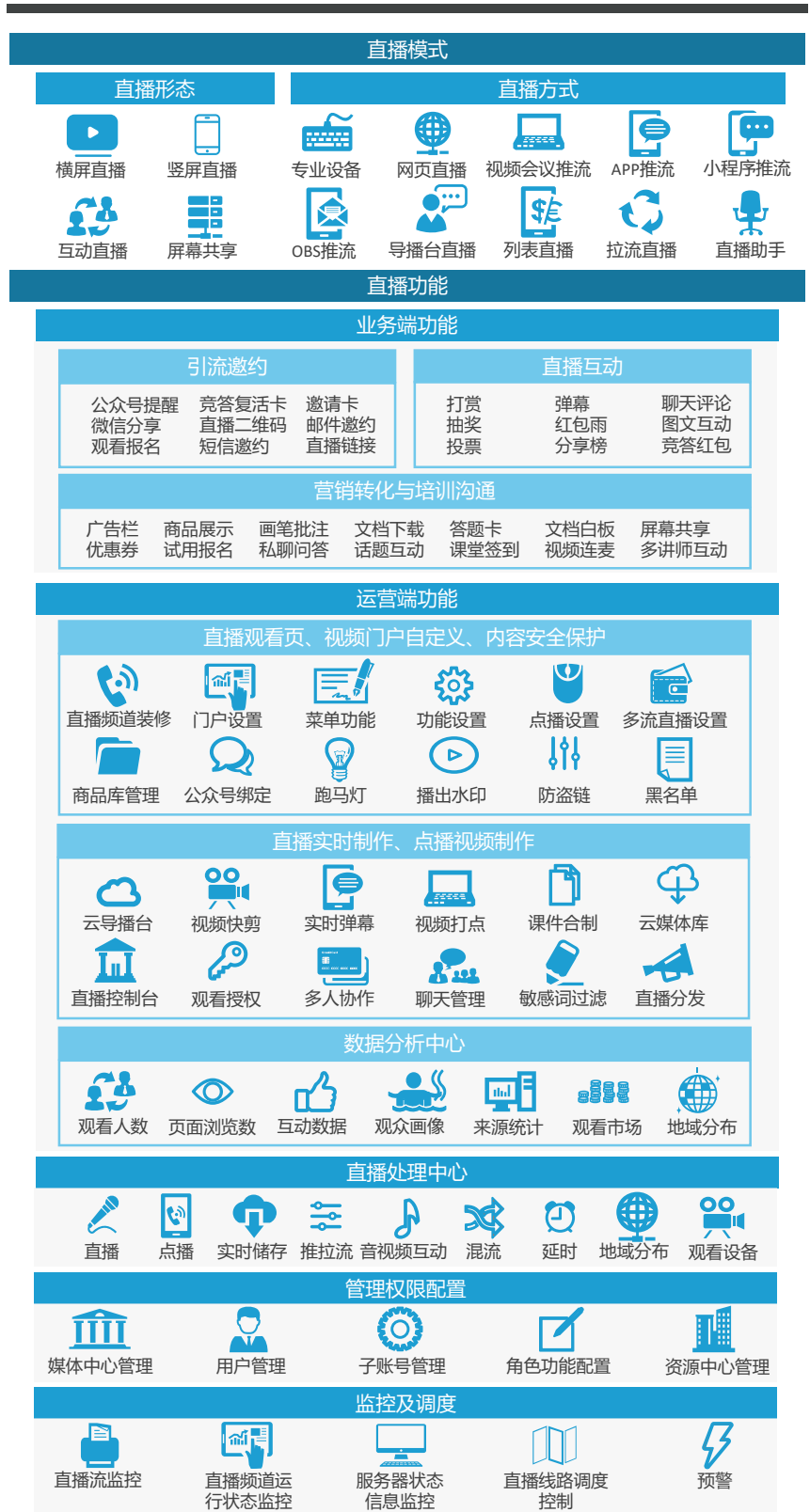
企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

企业直播产品技术架构及产品功能梳理



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

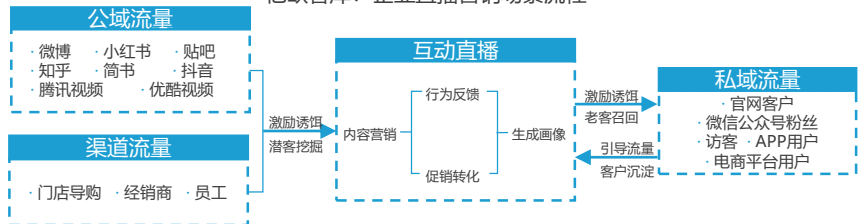
CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

直播营销：高效营销转化，实现“品效合一”

随着人口增长放缓、流量红利逐渐下降，流量价格越来越高，公域流量马太效应明显，传统营销性价比逐渐降低。广告投放成本逐年提高，且消费者高学历化、高信息化已经成为现状。在此影响下，品牌营销促活拉新出现困难，如何提升营销效果，实现“品效合一”是品牌方亟需解决的问题。

亿欧智库：企业直播营销场景流程



企业直播营销产品围绕企业客户销售的线上化展开，通过前端传播营销引流、中端直播平台技术支持和后端客情分析运营，贯穿企业产品线上销售前中后全流程，为企业提供场景化营销。一方面，提供软硬件为企业快速搭建营销渠道，实现企业私域流量运营，提高用户信任度和客户转化率。另一方面，还可通过实时互动直播模式，在用户行为中埋设营销点，刺激用户产生购买欲，促进营销；同时沉淀大量用户数据，完善客户画像，还原消费路径，进而实现精准化营销。

执行阶段		活动运营				融合应用	
直播前	筹备期	目标制定		团队组建		接入平台	
	人员准备	目标人群画像	主播	主播/嘉宾筛选		直播间链接接入	
		拉新/转化/成单目标		主播自主储备		公众号/小程序 官网/APP/H5	
	直播/推广预算	其他	运营/助理/客服/售后		直播间商品推荐		
蓄水期	准备工序				商品外链企业商城 第三方商城平台		
老客唤醒	裂变拉新	营销推广				接入平台	
		企业流量池	平台通知定向邀约，公众号推送邀约；门店分享邀约			营销自动化	
直播中	预热期	异业合作换流量	资源互换、相互导流（海报、双微、自媒体、网站）			智慧导购	
		渠道流量购买	网红明星KOL、视频门户、信息流投放、付费推广等			卡券营销	
	线上社群流量	社群互动运营、播前提醒、直播链接分享、老客户驱动			社群营销		
	播前预热	短视频及活动长图预热、站外渠道预热、粉丝群预热			会员管理		
	暖场环节	暖场视频、主播暖场互动、活动开始通知、互动游戏等			微信群助手		
	多渠道推流	第三方视频平台，多渠道同步直播			分销管理		
直播后	转化期	云发布会/品牌直播日/爆款Live 主播直播带货/嘉宾内容营销 商品展示、主播试用 主播/助手引导优惠券、拼团购、定金优惠、返现优惠、支付抽奖、赠送品、满减送 问卷调查、嘉宾PPT下载、产品试用报名				数据中台	
	复盘期	营销推广					
	活动沉淀	二次营销	商机线索	数据整合	直播效果	销售数据	客户画像
	复盘积累	精彩环节剪辑，分发至各大渠道；发送回放视频及资料资料获取通知	报名信息、新增用户、试用申请、PPT获取申请信息、客户反馈、回看报名信息	渠道推广数据、EDM推广数据、微信推广数据、短信推广数据	PV/UV/IP、观看时长、观看总人数、人均观看时间、峰值波动、观看量、互动量、访问来源	总销售额、进店数、热卖款、热卖品类、热卖属性、秒杀款、利润款、引流款、转化率	基础信息（姓名、联系方式、地区、访问数据）互动信息（观看时长、分享数、打赏、聊天数

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场发展趋势

数据驱动，目睹深入戴尔全生命周期客户运营

戴尔的2B业务，具有高客单价、长决策周期、高试错成本等痛点。而企业直播因其高并发、低延迟、强互动等优势，成为科技企业最佳的线上营销工具。通过发布会直播、直播购物、线上展厅等，以持久性的深度内容影响客户的理性决策并施加品牌影响。为满足戴尔多种类的市场营销直播需求场景，目睹从提供**直播策划、执行、宣发推广、数据交付**四个维度为戴尔提供一站式直播运营服务。

◆ 直播策划及系统搭建，丰富直播应用功能实现全场景覆盖

目睹以自身SaaS平台技术优势为戴尔快速搭建专属直播平台，并定制个性化专属页面，开放API和SDK，嵌入戴尔官网及CRM系统。丰富的直播功能为戴尔实现**线上沙龙、企业级精品课、CXO高端论坛、视频购物厅、线上展厅EBC、演讲厅-发布会、技术峰会**等直播全场景覆盖。通过打通戴尔的线上和线下活动，避免各类活动运营分散，消除数据孤岛，提升企业营销效率。



◆ 50+用户属性，200+行为数据埋点，智能数据报告提升观众粘度

通过**报名留资、用户调研、红包**等多种形式引导用户留资，进而实现从线索收集、激活、转化，到用户池沉淀以及持续运营的完整用户生命周期管理。**50+维度的用户属性**，精准生成用户画像，并在直播中设置**200+观看埋点**，对于数据价值充分开发，对于直播数据智能生成分析报告，为营销前端服务提升观众粘度。

目睹数据分析



◆ 媒体传播矩阵主力宣发推广，数据沉淀完善客户画像

目睹通过有效地建立媒体传播矩阵，形成**可持续声量为戴尔展会直播服务宣发推广**。通过在官网数字平台上与客户之间充分的互动交流，**沉淀和运营用户池**，通过专业内容激活潜在客户；有效地连接触达客户，提升营销精准率和转化率，分析客户行为画像及评估活动效果，为企业积累数据资产。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

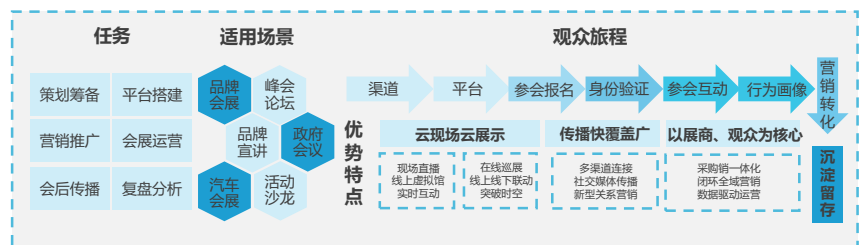
CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

展会直播：多场景考验服务商执行定制能力

线下展会活动多受制于时间空间局限性，无法大规模复制给在线用户，为提升活动效能，追求ROE最大化，品牌方一直尝试进行线上会议会展。数字会展可以分为“会议”和“展览”两种形式，前者以峰会论坛、招聘大会、活动沙龙、品牌宣讲、政府会务、商务洽谈为主，后者主要为消费会展、品牌会展、文化会展、汽车会展等。

亿欧智库：企业直播展会场景流程



数字会展三大核心特征为高并发、深定制、重执行。数字会展多半是实时直播，瞬时并发压力更高，伸缩量更大，如果并发支持不足，极易导致严重事故；由于不同行业、业务对会展要求不同，企业在全流程都需要深度定制服务，从页面的装饰到二次传播，更加考验服务商定制开发能力；而在执行层面，相比单纯的画面转播，后台的实时数据监测与行为管理更加重视服务商运营能力。

运营阶段	执行展开			
会展规划	会展背景	会展目的	项目立项	策划/执行
	市场热点 嘉宾观点 目标人群	拉新 品牌 促活 转化 留存	主题 预算 时间 邀请嘉宾 播出形式 会展方式	话题互动 主题内容 营销/品牌推广 会展流程策划
前期筹备	团队组建	系统建设/拍摄准备		营销推广
	组建项目团队 选择技术服务商 制作推广物料	直播系统搭建 基础信息设置 播放器背景设置	彩排流程 PPT上传 暖场视频上传 风险预案演练	信息流广告 数据库营销 媒体报道
会展当天	直播前检查	直播中		
	工作人员就位 执行检查清单 彩排联调 信号测试	会议签到 主持人开场 嘉宾登场	评论控制 敏感词过滤 互动调研	实时数据 信号监控 数据整合
传播分析	内容/媒体宣发		活动数据/总结复盘	
	直播全程回放 直播精彩内容回放 视频剪辑上传平台	广电新媒体 视频门户网站 短视频内容平台	参会者信息整理 活动效果评估 传播广度分析	会后总结 报告树图 鱼骨图

随着各行业的客户对数字会展这一新形式的接纳度上升，以及企业直播服务商在技术和服务方面的提升，数字会展直播的细分应用场景将愈发多元，直播在这一场景中的价值也将得到放大。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

万人展会直播, 会畅助力迈瑞全球业务拓展

疫情期间, 重症监护呼吸设备在全球订单猛增, 新的商业机遇急需线上交流和线上推广。为推动中国抗疫经验和医疗技术在全球范围内的共享, 助力全球抗疫, 迈瑞医疗通过**发布会直播、行业峰会直播、线上研讨会、线下研讨会直播**等, 以持久性的深度内容影响客户的理性决策并施加品牌影响。为满足迈瑞直播需求, 会畅通讯通过**网络直播+视频互动会议**详细方案为迈瑞医疗提供定制化服务。

会畅通讯x迈瑞医疗展会直播界面



◆ 云平台一站式直播运营服务, 标准化产品实现定制化需求

在迈瑞医疗的解决方案中, 会畅通讯将“一站式服务平台”贯彻到底。从注册/登录界面、定制的会议日程与邀请函、个性化会后报告, 会畅云直播平台实现了**平台运用的个性化与标准化**, 并在满足客户差异化需求的基础上实现了标准化和便捷操作。

◆ 分布式“云”计算架构, 为展会直播稳定性赋能

会畅云平台采用分布式“云”计算架构部署, 实现网络全球覆盖, 专线互联, 高效传输数据, 同时支持国内外主流IDC运营商网络线路接入, 支持全球全场景需求接入, 为迈瑞医疗提供随时、随地、即时的直播能力支撑。在使用时, 视频互动平台将主会场与各分会场的**视频、数据、语音等流畅、稳定地传播至网络云直播**, 助力迈瑞医疗的抗疫短视频体验持续优化。

◆ 万人会展, 会畅高效执行能力为迈瑞医疗直播赋能

会畅通讯的云视频平台助力迈瑞医疗完成了线上会议系统的升级, 实现了万人展会的效果, 大大降低了迈瑞医疗的沟通成本, 提高了展会传播效率。如今, 会畅一站式云视频平台在满足迈瑞医疗各种高要求定制需求的基础上, 助力迈瑞医疗完成了各类医疗展会及会议活动。可以覆盖近万人会议的互通云视频平台/云直播平台, 将进一步助力迈瑞医疗在全球范围内阔步前进。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

培训直播：降本增效及服务支撑是核心需求

培训直播是企业直播应用的主要场景之一，已贯穿教育、金融、汽车、医疗、房地产、信息技术等多个行业，解决了企业培训以及内部协作的诸多痛点。教培场景下教育公司对企业直播需求最高，脱胎于教育内外业务在线化，教育企业借助互联网工具改变了传统教学和管理方式，解决了跨地域、高成本、互动不足等问题，直播营销工具也让运营获得实时反馈与调整，对课程销售、培训效果评估等提供良好支撑。企业直播培训场景应用价值主要体现在如下方面：

- ◆ **降低成本**：节约线下会议、培训及竞赛活动成本
- ◆ **突破限制**：打破时间、空间限制，提升组织效率
- ◆ **实时互动**：实时线上参与，互动性与临场感强，信息传达准确
- ◆ **数据管理**：记录行为数据，有效评估培训沟通活动的实施效果

亿欧智库：企业直播展培训场景分类



与教育行业对直播的需求不同，企业使用直播工具降本增效目的更为明确。典型的金融、医疗、互联网等行业企业利用直播向多地域、多层次员工进行**内外培训、渠道培训、政策宣导、竞赛活动**等。由于大多企业核心主营并非“培训”，因此**缺乏培训业务搭建体系和经验，需要直播平台提供丰富应用支撑**，如从培训前到培训后，提供讲师指导、学员验证、教学场景切换、随堂测试等多个模块。

亿欧智库：培训场景功能模块

业务应用					
探讨会	培训讲课	专题活动	随堂测试	会议直播	培训效果评估
体系支撑					
培训管理体系	培训课程体系	内训师体系	培训积分体系	培训评估体系	
组建模块					
直播	点播	课件	试题	白板	画笔
互动	观看权限设置		视频连麦	数据分析	

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

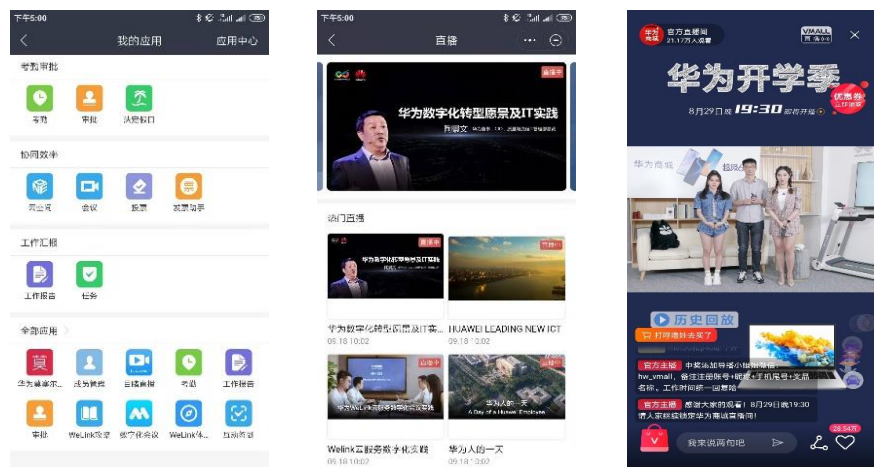
内外协同+培训，目睹提供一站式直播运营服务

华为云WeLink是领先的智能办公协作平台，拥有超过百万企业用户，华为及WeLink用户日常有大量直播需求，包括企业办公应用、企业培训、营销等多种业务场景，由于需要实现多租户、多级权限管控，开放给平台内的用户使用，WeLink需要针对其所有租户完整的权限管控，并能够部署内网直播服务，控制内网发起直播，内网观看，或者外网发起直播，外网观看，支持直播流内外网隔离，直播视频加密及直播流监控、告警。

◆ 超强直播性能，实现直播产品全业务集中搭建

为实现WeLink内部协作场景，目睹通过私有化部署，同步满足企业在营销、交易、培训、办公协同全场景需求。支持企业通过一套系统搭建多个部门视频业务，对企业内部各个业务提供统一视频能力支持。高并发、低延迟、弱网观看、内网观看、CDN智能调度、边缘节点，提升画面质量和用户观感体验。

华为WeLink：企业竞赛活动及外部培训场景



◆ 多级账号权限管理及视频内容获取权限

支持多租户、多部门、多角色、多级别的账号权限管理，实现企业权限配置、独立计费以及跨部门协同协作，进一步保障企业内部直播信息及数据安全性。

◆ 企业需求快速定制，弹性产品架构实现灵活部署

对于WeLink的业务场景需求，目睹通过积木式部署模式实现快速定制。其中专属直播平台用户数据存放在私有云服务器，直播平台搭建在WeLink专属云上，确保企业信息数据安全、内容安全。另一方面局域网加速进一步缓解企业观看直播出口带宽的开放扩展能力，并提供完善、标准的SDK和API，实现与企业内部系统的快速对接以及跨平台集成。

◆ 高扩展性保障直播安全稳定性

目睹通过直播边界节点技术，提供海外直播加速，解决卡顿问题。实现高达99.99%系统稳定性，集群式的异地容灾，涵盖内容安全、应用安全，准入控制及安全防护保障。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

直播服务：深度服务是服务商差异化竞争点

随着企业直播快速发展，底层基础技术架构逐步成熟下，技术已经无法成为企业服务商的核心竞争力。提供更多细分场景解决方案和深度服务将会是企业实现差异化竞争的关键。

在深度服务层面，企业直播服务商主要围绕直播活动执行SOP和直播活动保障服务两个维度，从**策划、宣发、采集、入口、观看、存储、分析、安全**八个部分提供直播全流程服务方案。其中策划、宣发、采集主要通过服务外包实现，部分企业如目睹也自助搭建采集团队；入口、观看多作为功能组件多应用于直播平台；存储、分析和安全服务更多依托生态合作。

直播活动执行SOP			直播活动保障服务	
策划/宣发	入口/观看	存储/分析	采集	安全

◆ **策划**：直播前活动策划设计，主要包含项目立项、直播策划、前期筹备和场地方案四个模块。

直播活动策划	
项目立项	制定直播活动目标；确认直播主题、场景内容；成立直播运营项目组
直播策划	确定节目制作方式及流程；策划活动亮点，规划重点环节；传播渠道及宣发方案
前期筹备	确定合作方、辅助人员及媒体合作；方案可行性论证；项目方案设计
场地方案	确认活动场地；网络环境及电路勘察；播出方式；舞美效果方案

◆ **宣发**：规划媒体宣发方案，确立媒体合作，多平台媒体引流宣发。

◆ **采集**：配套采集团队及软硬件支持，保障拍摄及信号传输。

拍摄及信号传输保障			
拍摄保障	音质保障	电源保障	网络保障
拍摄全流程测试 播前设备运营测试	音量增益配置 杜绝音量适配风险 杜绝音频电流音	确保设备不受环境电压 UPS备用电源，断电保护 杜绝电流音	有线网络测试 移动网络测试 编码器传输保障

◆ **入口**：建立观看入口，保障客户数据库及直播安全，完成观众筛选。

◆ **观看**：观看页主题设计、直播频道装修、观看页定制；多渠道终端接入等。



◆ **存储**：企业直播平台将企业视频信息传播活动产生的所有视频素材、内容及数据进行云端存储。通过智能检索方便企业随时调取，反复使用。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

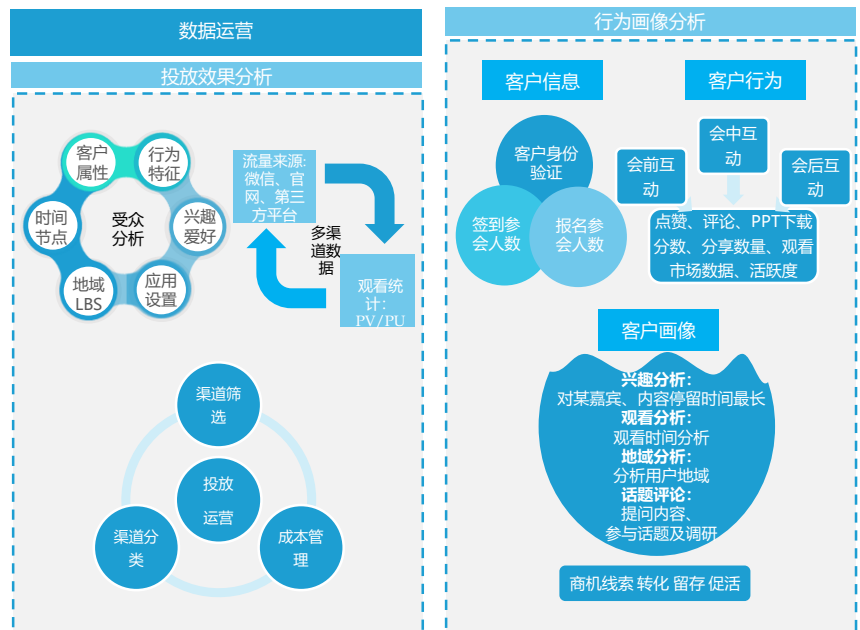
- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

数据与安全是企业直播服务商的发展基石

◆ **分析：**直播信息整理，数据运营，投放效果及客户行为画像分析，数据反哺营销策划端口，完善数据闭环。



◆ **安全：**主要包含直播安全保障、传输安全保障及用户数据安全三个维度。

传输安全保障			
监控及调度	云部署	稳定可靠	内容分发保障
直播信号源调度 直播线路调度控制 直播频道运行状态监控 服务器状态信息监控 风险预警、应急处理机制	公有云 混合云 私有云	弹性扩容 同城双活 负载均衡	多CDN智能切换 内容分发加速
直播安全保障			
防录屏	防盗链	访问安全	权限管理
跑马灯 图片水印 文字水印	用户白名单 验证码口令 自定义授权 签名URL HTTPS安全协议	Cookie policy API网关	租户管理 多级子账号设置 协作账号管理 频道管理
云安全			
Web应用防火墙 安全测试 入侵检测 云防火墙 等保三级/ISO27001/可信云服务认证			
用户数据安全			
个人数据传送允许关闭 个人数据采集允许关闭		数据权限管理 数据加密	数据隐私保护 数据容灾备份

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商品品牌测评体系构建

多维度搭建选评标准

企业直播行业及服务商筛选介绍

本次构建的服务商品品牌测评模型，侧重研究提供企业级直播产品及服务的服务商，旨在梳理企业直播市场格局。亿欧智库基于企业直播行业落地成熟度、发展空间、服务商布局以及市场需求，选取了**企业营销、会展场景、教育培训**三个领域进行直播服务能力分析。**因企业直播产品多能提供多种场景服务，因而本模型测量指标仅对各类产品的场景功能进行测评。**通过各垂直行业的从业者轻量式聊天及专家访谈，汇集模型指标，并进行分级处理及提炼，最终输出本次模型指标。

企业直播服务商测评体系构建

◆ 场景应用与服务能力是第一要素

成熟的场景应用与服务能力是保障客户体验感的先决条件。随着企业业务数字化程度逐步加深，深入场景需求提供成熟场景运营方案的服务商将更方便地服务企业，此外特殊场景下的大企业对深度定制要求更高，也对服务商产品服务能力提出更高要求，因此企业直播作为企业服务类产品，在产品开发中首先要考虑的是产品成熟度以及场景应用能力。包括但不限于细分市场内服务商的**部署能力、集成能力、直播功能模块、直播服务能力以及直播管理能力**等。

◆ 安全性是企业直播的基础保障

直播因其高并发强互动等特点，对于直播质量安全有着较强要求。因此以提升直播质量可控性为目标，加强服务保障措施是降低直播风险的最有效措施。服务保障措施包含**直播前检查与排障、方案备份、直播中监测、应急处理**等环节，在**视频质量**（清晰度、流畅度、页面访问质量等）、**数据安全及完整性**（PV量、UV量、观看总时长、观看时长分布曲线、并发数、并发时间曲线、观看低于分布等）、**服务质量**三部分进行保障。

◆ 品牌影响力降低企业选型风险

积极正向的品牌效应，承载着用户对于服务商产品质量及服务的信任，一定程度降低企业选型风险。另一方面良好的品牌效应及行业认知度，也意味着服务商拥有更成熟的直播服务经验以及优秀的产品服务支撑，是企业评选直播服务商所需要考量的重要指标。品牌影响力分为**服务企业数量及企业营收规模**两个维度。

◆ 保持开放性，提供完善直播生态的服务商更能满足企业诉求

随着企业直播在场景内的不断深入以及多元技术的融合发展，企业直播获得了更强的定制能力。通用型解决方案仅能解决通用型问题，而面对不同场景的不同痛点，则难以触达场景核心需求。深入场景，触达场景核心痛点的定制化语音服务商是企业数字化的核心主力。因而服务商须保持开放心态，与上下游供应商建立直播生态环境，进而提供更为完善的产品服务体系。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商品品牌测评体系构建

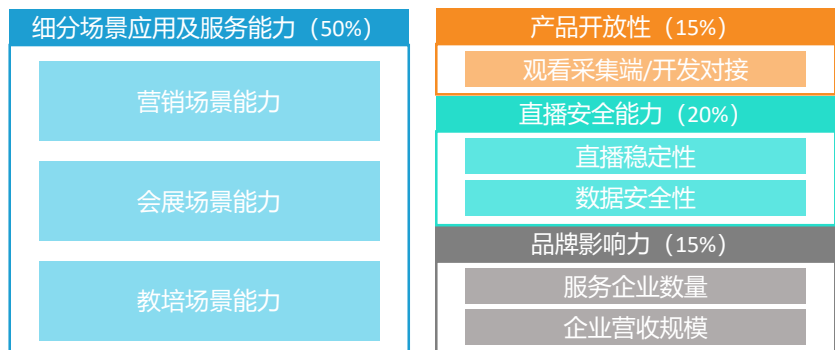
测评指标选取及构成

为保证本次测评的全面性和准确性，企业直播服务商品品牌测评体系从细分场景应用及服务能力、直播安全能力、产品开放性、品牌影响力四个一级指标出发，拆解定量因素与定性因素，并选取核心因素作为二级指标。本模型采用“综合指标法”进行构建，对不同指标进行加权与赋值，从而组合成智能语音服务商品品牌测评综合指标，以反映服务商在垂直行业布局现状及潜力。

此份报告四个一级指标，采用主观赋权法，所赋权重分别为50%、15%、20%、15%。二级指标采取平均加权法。其中细分场景应用及服务能力根据应用场景（营销场景、会展场景、教培场景）差异性采取不同的二级指标；产品开放性包含开发对接和观看采集端2个二级指标；直播安全能力包含直播稳定性和数据安全性2个二级指标；品牌影响力包含服务企业数量和企业营收规模2个二级指标。

以上指标选取均遵循以下原则：1. 指标的代表性；2. 指标变动的协调性；3. 指标变动的敏感性；4. 指标的稳定性；5. 数据的可获得性。

亿欧智库：企业直播服务商品品牌测评体系



定量指标，数据来源主要包括国家级专业级的数据研究机构如**国家统计局、商务部、工信部、天眼查、Chioce、Wind、亿欧数据**等以及**企业官网、访谈**。定性指标，通过企业调研及桌面研究获取，当企业典型性与特殊性数据无法获取时，亿欧智库采取平衡赋分法则。

本指标部分指标考量维度较多，仅采取指标体系中可量化部分进行采集分析，虽未完全达到指标穷尽要求，但重要指标已全部包含在内。同时，由于本次测评团队并非产品或技术专家，主要站在企业视角完成测评，因此无法保证测评结果绝对精准。如有疏漏，还望读者指正。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商品牌测评体系构建

企业直播服务商筛选介绍

本次构建的企业直播服务商测评模型，侧重研究提供企业级直播服务及解决方案的技术服务商，旨在梳理企业直播服务商市场布局、助力企业数字化选型。亿欧智库基于调研结果选取**会畅通讯、钉钉、微吼、目睹、保利威、小鹅通、微赞**七大企业直播平台，首先研究这七大平台的**定位、技术、集成能力、支持行业、收费方式等基础表现**，然后就企业需求度较高的**教育培训、数字会展、品牌营销**三大场景的关键指标进行重点测评。

目前，企业直播市场主流服务商以三类玩家为主，一类是以**直播解决方案为主的技术服务商**，如目睹、微吼等；一类是以**细分场景为核心的直播平台**，如小鹅通；另一类则是围绕**会议协同的产品服务商**，如会畅通讯、钉钉等。

亿欧智库：企业直播服务商基本定位及集成能力测评

平台名称	主要定位	集成能力	支持行业
会畅通讯	视频会议协作平台	★★★★	金融、医疗、教育、互联网
钉钉	协同办公综合平台	★★★★	教育、互联网
目睹	综合型视频直播服务平台	★★★★★	媒体、医疗、教育、金融 广电、制造、房地产、互联网
微吼	企业视频直播营销服务商	★★★★★	教育、医疗、互联网、金融
保利威	一站式直播解决方案服务商	★★★★★	教育、金融、医疗、传媒 互联网、政府、汽车、家居
微赞	微信生态企业直播平台	★★★★★	教育、电商、医美、广电
小鹅通	在线教育培训直播服务商	★★★★★	教育、互联网

亿欧智库根据各产品官方功能介绍或使用体验总结整理，并节选部分企业结果进行展示，时间区间2021.1-2021.5

钉钉与会畅通讯主要定位仍为会议协作或音视频会议，尽管钉钉拥有亿级高并发支持，但由于其产品标准化程度较高，无法深入场景需求，反而没有很好的开发支持。同为协同工具的会畅通讯在会议的消噪、低延时技术上有较好表现，但受其产品定位及业务布局限制，无法提供全面的直播场景服务。

目睹、微吼、保利威等企业是深耕企业直播领域的服务商，场景更全面、功能应用上更丰富。其中，保利威、小鹅通长期深耕教培行业，拥有多年在线教育服务经验以及成熟的一站式解决方案，借助业务和技术积累，正将业务触角伸到企业数字会展、品牌营销服务上；微吼致力于企业直播营销服务，有超10年的直播服务经验；目睹提供以直播为特色的企业视频全周期运营服务；微赞则聚焦在微信生态，仅提供SaaS服务。

在行业解决方案支持上，目睹、保利威、微吼覆盖面更广。在集成表现上，企业直播服务商都提供了从场景解决方案到个性化定制开发的服务，但集成能力的高低稍有差异，目睹、微吼的集成能力相对更高。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商基础功能测评

亿欧智库筛选评选指标从场景直播能力、产品适配性以及品牌影响力三个维度对服务商进行基础功能测评，亿欧智库节选部分指标进行展示：

亿欧智库：企业直播品牌影响力及直播测评

平台名称	企业客户*	营收规模	视频质量	服务质量	数据
会畅通讯	100万+	亿级	★★★★★	★★★★★	★★★★
钉钉	1000万+	Na.	★★★★★	★★	★★
目睹	35万+	亿级	★★★★★	★★★★★★	★★★★★★
微吼	35万+	亿级	★★★	★★★★★	★★★★★★
保利威	18万+	Na.	★★	★★★★★	★★★★★
微赞	100万+	千万级	★★★	★★★	★★★★★
小鹅通	100万+	Na.	★★	★★★	★★★

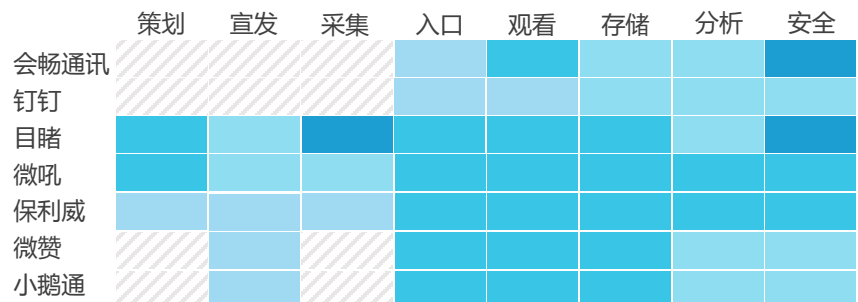
注：微赞、小鹅通以SaaS服务为主，且多为即时付费，统计数据未考虑续约率等因素。目睹、会畅服务于中大型企业客户，客户数量较低但单价较高。微吼、保利威服务于腰部企业。钉钉以办公协作作为主营业务，会畅营收主要来自于视频通讯。亿欧智库根据各产品官方网站及财报披露或专家访谈总结整理，并节选部分企业结果进行展示，时间区间2021.1-2021.5

企业客户数量维度，会畅通讯、钉钉因其平台属性，拥有较多的客户数量。目睹、微吼、保利威等平台可服务于企业级和部门级两个维度的不同需求，中小型和大型企业客户占比呈现“二八效应”，占比较小的大型企业客户贡献了最主要的营收，因而在营收规模上，表现依旧良好。微赞、小鹅通等SaaS服务商，以中小型企业为核心用户群体，企业客户较多，但客单价较低。

从**视频质量**来看，亿欧智库从**清晰度、流畅度、页面访问质量**三个维度对企业直播服务商进行测评。通过调研各平台视频质量支持情况，可以看到钉钉直播所能支持的并发量级最高，为亿级并发量；目睹依托自身行业经验及直播生态搭建了较强的直播安全方案；会畅通讯底层音视频技术相较完善，因而在视频质量维度更具竞争力。

数据方面，**完整性和开放性**是重要考量因素，除钉钉会畅等办公协同软件外，直播服务商在此维度无显著性差异，微吼因提供数据可视化分析略具优势。

服务能力方面，目睹从企业活动全流程服务出发，具备显著性优势。



行业布局：无 低 中 高

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商营销场景测评

目前企业开展营销的主流方式有私域流量管理、直播带货以及营销内容的二次传播。私域直播非常重要的是**流量管理**，诸多企业在各类平台聚合着大量已维护但缺乏激活的用户，私域直播不仅让用户得以唤醒，同时借助直播体系的数据反馈，也让用户画像、行为特征得以被业务部门采纳，进一步优化内容与运营方式，最终完成内容、流量、订单相互转化和循环。除了流量的管理，**直播电商业系统搭建**，**直播电商用户管理**等电商功能成为品牌营销标配，诸如直播间装饰、订单管理、客服系统、支付系统等。

基于此，亿欧重点测评七大企业直播平台在**支持场景**、**营销手段**、**营销管理**三大维度表现。

亿欧智库：企业直播服务商营销场景测评

平台名称	支持场景	营销手段	营销管理
会畅通讯	品牌宣讲	文字互动	数据统计
钉钉	品牌宣讲 商业活动	文字互动、文件分享	数据统计
目睹	活动直播 商业活动 直播带货 品牌宣讲 私域流量引流	报名签到、抽奖、现金红包、排行榜、广告栏、二维码引流、调查问卷、打赏、图文活动、图片直播、微信公众号嵌入、专属门户、聚合直播、连麦互动	报名概况、行为分析 广告栏、商品详情页 商品推荐、数据统计 执行服务、私域转化
微吼	活动直播 商业活动 直播带货 品牌宣讲 私域流量引流	多渠道推广邀约（卡片推送）、定制礼物、私聊助手、优惠券、抽奖、现金红包、营销引流、商品抽屉、商品推平、连麦互动、弹幕	观看日志、用户统计 执行服务、私域转化
保利威	直播带货 商业活动 私域流量引流	专属门户、红包打赏、连麦互动、滚动广告、营销引流、图文活动、多渠道营销裂变、商品链接嵌入、微信公众号分享	实时互动数据、观众 观看日志、直播分析
微赞	活动直播 商业活动 直播带货	滚动广告、微信分享、品牌定制、直播倒计时	商品推荐、数据统计
小鹅通	商业活动 活动直播 私域流量引流	多渠道推广引流、商家社群、内容分销市场、推广激励、邀请码、拼团营销裂变、弹窗广告	商品推荐、数据统计

亿欧智库根据各产品官方功能介绍或使用体验总结整理，并节选部分企业结果进行展示，时间区间2021.1-2021.5

从**营销手段**来看，借助各直播平台服务商的营销直播，企业可以通过在直播页面设置登录、活动、传播、红包、打赏、文字互动等方式来收集用户信息，依次来获取潜在线索，并导入CRM进行转化，私域直播成为常态化的获客方式。具体来看，目睹在可支持的营销手段种类上更为多样，其次为微吼、小鹅通、保利威等直播平台。

以目睹为例，目睹围绕“**筹备期**”、“**蓄水期**”、“**预热期**”、“**转化期**”、“**复盘期**”形成营销服务闭环。通过软硬件服务完成直播部署，直播工具在充分定制的直播页面下，配合企业业务及产品设置成不同内容，利用互动完成流量转化。配合视频编辑能力，根据用户喜好调整宣发策略，实现用户二次激活，媒体合作宣发再次获得新流量，完成流量闭环。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商会展场景测评

会展直播是较为复杂的直播场景之一，和其他场景相比，对于直播环节流畅性要求较高，定制化程度较深。基于数字会展“高并发、深定制、重执行”三大核心特征，亿欧重点测评企业直播服务商在**场景功能、并发支持、执行能力**三个维度的表现能力。其中，**支持场景、直播类型、互动功能**决定了服务商能为企业提供的服务内容。

亿欧智库：企业直播服务商会展场景测评

平台名称	直播类型	支持场景	互动功能
会畅通讯	音频直播 视频直播	宣讲会议、行业展会 企业活动、研讨会议 政府会务、峰会论坛	屏幕共享、白板、远程协作 iOS mirror共享问卷、投票、 抽奖、红包雨、多地互动
钉钉	音频直播 视频直播	研讨会议 宣讲会议	屏幕共享、白板 远程协作、无线投屏
目睹	视频直播 推流直播 音频直播 短视频	宣讲会议、行业展会 企业活动、研讨会议 政府会务、峰会论坛	会议签到、评论控制、敏感词 过滤、调研问卷、投票、抽奖、 红包雨、多地互动、洲际连线
微吼	视频直播 推流直播 音频直播 短视频	宣讲会议、研讨会议 政府会务、峰会论坛	聊天问答、答题问卷、抢红包、 连麦互动、远程协作、投屏、 红包雨、多地互动、洲际连线
保利威	音频直播 视频直播 推流直播	研讨会议、招商路演 政府会务、峰会论坛	多人连麦、远程协作、聊天问 答、场景切换、硬件协作
微赞	视频直播 音频直播 推流直播	宣讲会议、研讨会	聊天问答、答题问卷、抢红包 屏幕共享、白板
小鹅通	视频直播 音频直播 推流直播	宣讲会议、研讨会	聊天问答、答题问卷 场景切换、连麦互动

亿欧智库根据各产品官方功能介绍或使用体验总结整理，并节选部分企业结果进行展示，时间区间2021.1-2021.5

就**会展场景直播能力**来看，目睹和会畅在数字会展场景所支持的场景类型最多，包含研讨会议、宣讲会议、行业展会、企业活动、政府会务等；数字会展解决方案更契合大型直播场景的多人连麦、多地互动、洲际连线等独特需求。其次是保利威和微吼在场景上支持良好，其他四家直播平台均主要支持宣讲会议、研讨会议两种，可见目睹和会畅在数字会展场景更能满足企业个性化、多元化的场景需求。

运营支持层面，企业一般只对内容负责，从线上的直播间装修、直播拍摄，到线下的现场技术运维保障等全流程运营服务更多依赖于直播服务商，因此**展示效果、品牌传播、直播效果**均是考量服务商数字会展服务能力的关键指标。

以目睹负责的GMIC全球移动互联网大会直播为例，大量CDN节点稳定直播，实现海外视频实施连麦，实时视频拆分快剪、全球视频分发。除此之外不但可以提供直播间装修、主播前测试、直播中监控、自动录制、线上研讨会SOP等运营支持，还能提供策划、现场执行、运维、传播等线下支撑。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播服务商教培场景测评

教培直播主要应用于线上教育以及企业内外培训业务。两者需求有较大差异，与教育行业对直播的需求相比，企业使用直播工具主要是为了降本增效。通过视频直播，企业打破地理空间的限制，减少学员邀约流程，实现多个用户在线实时同步学习课程，创新客户教育开发方式，缩减不必要的客户教育开发成本支出。

典型的金融、医疗、互联网等行业企业利用直播向多地域、多层次员工进行文化建设、产品更新、技能培训、会议宣讲、经验研讨。由于大多企业核心主营业务并非“教培”，因此**缺乏培训业务搭建体系和经验，需要直播平台提供丰富应用支撑**，如从培训前到培训后，提供讲师指导、学员验证、教学场景切换、随堂测试等多个模块。

基于教育培训场景的特有直播性能，亿欧重点测评七大直播平台在**教培端直播方式、支持场景、教学互动和管理**的表现

亿欧智库：企业直播服务商教培场景测评

平台名称	直播方式	支持场景	教学互动
会畅通讯	语音直播 视频直播	公开课、小班互动 1对1教学	文字互动、屏幕共享、PPT教学、摄像头共享
钉钉	语音直播 视频直播	大班课、公开课、小班互动、1对1教学	智能直播助理、聊天问答、屏幕共享、白板、画笔、连麦
目睹	视频直播 录播课堂	医学培训、企业培训、大班课、小班互动等	课堂签到、聊天问答、问卷、抽奖、音视频连麦、白板、画笔、答题卡、屏幕共享等
微吼	录播课堂 语音直播	医学培训、企业培训、大班课、小班互动等	连麦互动、聊天问答、屏幕共享、白板、画笔、连麦、答题卡、屏幕共享等
保利威	录播课堂 语音直播 三分屏直播 多讲师授课	企业培训、职业培训、素质教育、K12、互动大班课、线上双师、多师一课、AI小班课等	课堂签到、三屏切换、禁言踢人、聊天问答、屏幕共享、录屏直播、白板、画笔、答题卡、图文互动、问卷、抽奖、音视频连麦、直播主角、随堂测试
微赞	视频直播 录播课堂	大班课、公开课、小班互动、1对1教学	连麦互动、聊天问答、屏幕共享、白板、画笔、连麦
小鹅通	录播课堂 语音直播 三分屏直播 多讲师授课	企业培训、双师课堂、大班课、小班互动、双师/多师课堂、1对1教学、知识付费	课堂签到、禁言踢人、聊天问答、屏幕共享、录屏直播、白板、画笔、答题卡、图文互动、音视频连麦、直播主角、直播监控、随堂测试

亿欧智库根据各产品官方功能介绍或使用体验总结整理，并节选部分企业结果进行展示，时间区间2021.1-2021.5

从**直播方式**来看，保利威、小鹅通的可支持方式最多，包括录播课堂、PPT+讲师直播、语音直播、多个老师异地共同授课；其次为微吼和目睹，支持四种方式；会畅通讯、钉钉直播均仅支持两种方式，相对较少。

直播平台所支持场景种类作为体现平台在教培场景能力的核心指标，根据测评发现各家在该核心指标的表现**未存在显著性差异**。在**教培互动和管理**上，保利威、小鹅通因垂直于教培场景，相对表现更好，拥有较多功能组件。

企业直播服务商综合测评汇总

亿欧智库：企业直播服务综合测评

一级指标	二级指标	目睹	微吼	保利威	微赞	小鹅通	会畅通讯	钉钉
场景应用及服务能力	部署能力	低	低	低	低	低	低	低
	集成能力	低	低	低	低	低	低	低
	直播产品功能	低	低	低	低	低	低	低
	直播服务能力	低	低	低	低	低	低	低
直播安全保障能力	视频安全保障	低	低	低	低	低	低	低
	数据安全保障	低	低	低	低	低	低	低
	直播数据完整性	低	低	低	低	低	低	低
	服务安全保障	低	低	低	低	低	低	低
品牌影响力	头部企业客户	低	低	低	低	低	低	低
	腰部企业客户	低	低	低	低	低	低	低
	企业营收规模	低	低	低	低	低	低	低
产品开放性	观看采集端口	低	低	低	低	低	低	低
	开发对接能力	低	低	低	低	低	低	低

亿欧智库根据各产品官方功能介绍或使用体验进行整理，并节选部分企业结果进行展示，时间区间2021.1-2021.5

能力评定：低 高

通过对企业直播服务商四个一级指标以及十三个二级指标的综合测评，可见企业直播服务商呈现差异化竞争，各服务商产品架构、服务体系以及商业架构都存在一定的异同点。

会畅通讯和**钉钉**主要定位为会议协作及音视频会议，因其产品模式及平台属性拥有较广的客户群体。其中钉钉因产品标准化程度较高，无法深入场景需求，开发支持能力较弱，受其产品定位及业务布局，无法提供全面的直播场景服务。同为协同工具的会畅通讯在会议的消噪、低延时技术上有较好表现，同时为企业客户提供定制化支撑。

目睹主要面向头部企业提供企业直播的SaaS、APaaS产品及直播运营服务，因满足中大型企业直播活动对于安全、稳定、合规、平台开放及服务全面方面的需求，并且拥有业内较为完善的**企业直播行业标准**，在**规范化直播服务交付体系**方面拥有优势。

微吼直播和**保利威**以腰部企业为核心用户群体，专注于细分场景服务能力，倾向于提供场景标准化产品。其中微吼专注于企业视频直播营销场景，拥有完善的营销自动化方案，保利威则专注于教育培训场景。

微赞、**小鹅通**主要围绕腰部以下企业或者头部、腰部企业的下级分支机构，主要是提供操作简单、功能丰富度需求较高的SaaS产品，因而产品直播功能相较完善。其中微赞围绕微信生态完成直播部署，小鹅通为在线教育培训直播服务商。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

企业直播市场头部已现，市场差异化竞争明显

随着企业数字化程度加深，头部企业普遍拥有较强的技术支撑及部署能力，因而对于服务商的定制服务能力有着较高需求，拥有SaaS+APaaS服务能力的服务商在头部市场拥有较大优势。相较头部企业，腰部企业普遍处于数字化初期阶段，一方面缺少部署运维能力，另一方面由于大多企业核心主营并非直播，因此缺乏培训直播搭建体系和经验，需要直播平台提供丰富应用支撑，因而相比头部客户市场，中小企业倾向于即开即用的SaaS产品，对于直播应用支撑也有较高需求。

为分析企业直播市场竞争格局，亿欧智库从**场景应用及服务能力、直播安全保障能力、品牌影响力和产品开放性**四个维度进行考量，并为企业输出如下选型建议。

亿欧智库：企业直播行业梯队

第一梯队

目睹 mudu

BIZ ONF

第二梯队

POLYV

微吼

微赞

gensee
展视互动

其他服务商

Talk Fun 欢拓

盟主直播

云犀直播

Huode Scene
获得场景视频

注：钉钉等服务商虽拥有较强品牌影响力，但定制能力普遍较弱，商业模式以音视频会议办公协作SaaS标品为主和企业直播服务商有本质上的区别，因而不纳入行业梯队考量范围。

第一梯队的服务商多深耕企业直播领域多年，技术成熟、产品功能丰富。拥有覆盖企业全直播场景能力，可提供从软件、硬件、运营到售后服务的一站式解决方案。在品牌影响力和直播服务能力方面表现较为突出，技术实力较强，且具备一定的行业影响力，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。典型服务商为目睹，会畅通讯等。

第二梯队的平台商多沿着特定行业或特定场景发迹，在细分领域内功能完备度较高，但产品整体可支持的基础直播类型相较单一，自身直播服务体系、仍有提升空间。随着商业模式逐步成熟，具备极强的发展潜力，适用于中等规模，有特定直播场景需求的企业，典型服务商保利威、微吼、微赞等。

其他服务商，多从细分赛道布局，提供企业直播SaaS产品，高并发支持能力以及系统集成支持度较低，企业参与者多为初创企业，相对客户累积较少，尚需时日孵化成长。比较适合中小企业组织，典型企业如欢拓、盟主直播等。

综合来看，提供更多细分场景功能和深度定制服务是行业发展方向，企业业务数字化进程的加快也让更多行业开始使用企业直播服务，拥有成熟场景运营方案的服务商更方便服务企业；此外特殊场景下的大企业对深度定制要求更高，也对企业提出更高要求，不断强化在PaaS层的开发能力，提升直播被集成能力。

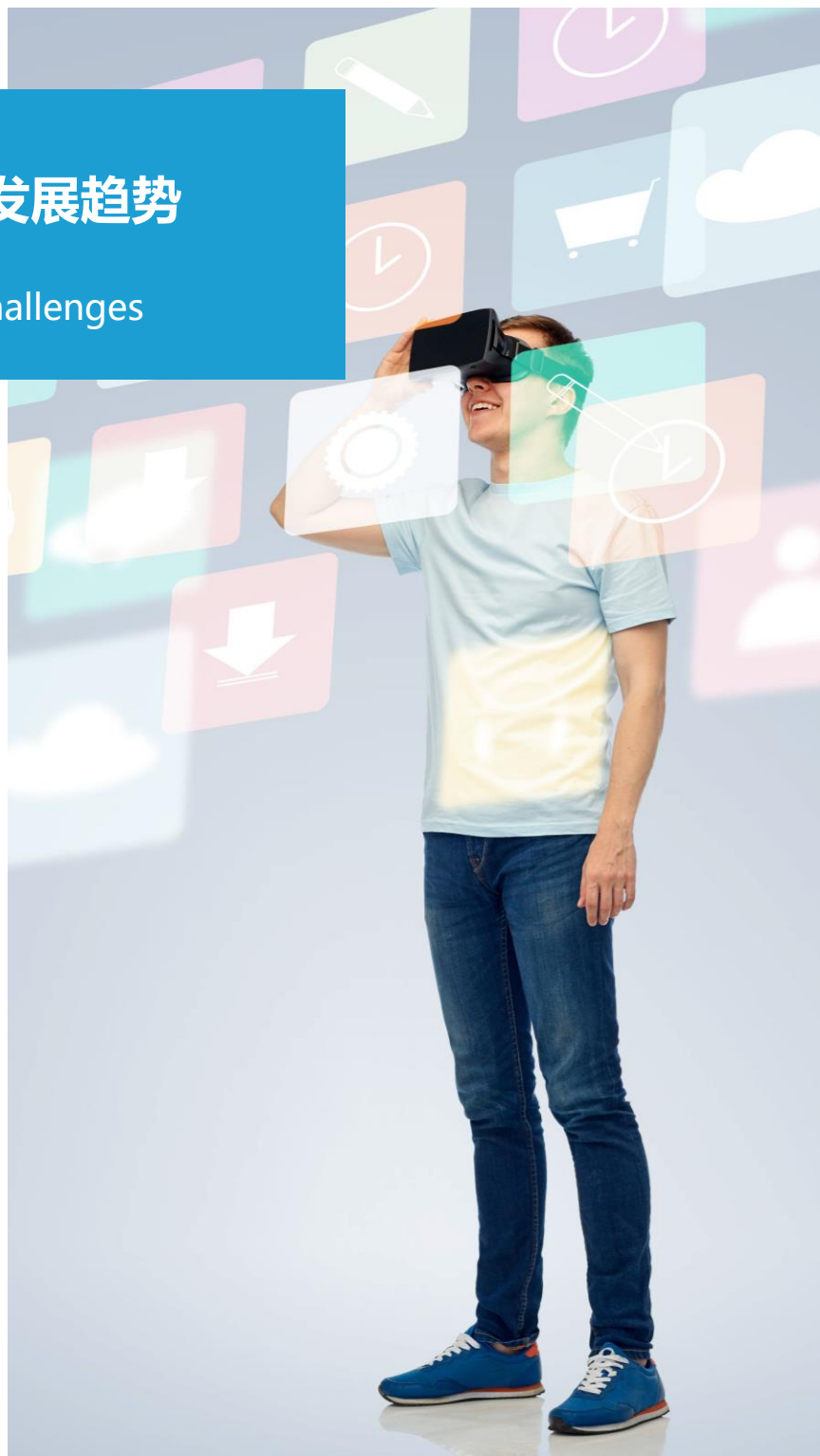
企业直播市场挑战及发展趋势

Development Trends and Challenges

企业直播经历短期爆发后，市场发展长期依然向好。但快速催熟的企业直播行业仍然存在来自于资本、需求、技术以及市场竞争的诸多挑战。

正所谓挑战即机遇，企业直播行业为服务商提出挑战的同时也创造机遇。勇于面对挑战，克服挑战的服务商才具备长期发展的资格。

本章将从行业现状出发，披露企业直播市场挑战、挑战所带来的机遇以及机遇所引发的未来趋势。



CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

直播标品市场竞争加剧，差异化部署成为趋势

挑战一：巨头平台依托流量入局企业直播赛道，传统服务商产品面临同质化挑战

企业直播业务场景如培训、营销等大多依托数字化平台巨大流量实现直播部署与分发。然而，现阶段在巨大潜在市场和流量数据的诱惑下，诸多平台纷纷入局企业直播赛道，搭建自身直播系统，对传统企业直播服务商带来了一定程度的冲击。

亿欧智库：巨头直播平台优劣势汇总



受制于平台标准化业务模式以及自身生态体系，巨头平台虽纷纷部署企业直播业务，但普遍以服务于中小企业的SaaS标品为主，缺乏定制能，与企业直播服务商的服务模式也有较大的差异点。然而为应对巨头平台冲击，企业直播服务商在竞争领域持续提升自身核心价值，与此同时充分利用自身优势向横纵两个维度拓展自身产品业务形态，以实现差异化运营。

机遇一：技术体验是竞争点，服务商需自主研发核心技术，搭建生态合作体系

- ◆ **视频质量以及技术体验感是企业直播核心竞争能力。**随着5G和CDN技术的进步，企业直播在清晰度以及流畅度两个维度获得直线飞跃。基础技术的提升拓宽了企业直播服务商的业务边界，为更多垂直行业的应用提供了技术支持，比如远程医疗以及跨国会议等。企业服务需持续提升自身基础技术研发能力，于此同时建设积极的生态合作体系，从根本上打造自身核心竞争力。
- ◆ **VR/AR成为企业直播的必然趋势，但距离普及应用尚需时日。**从文字、图片到声音、视频到VR/AR，信息传播的维度不断升级，也是必然的发展路径。VR可以从全方位多维度沉浸式的为观众传递现场氛围，大幅提升用户观看体验。AR直播的普及主要受两方面的制约，一方面在于技术支撑、另一方面在于部署成本。技术层面，VR对于数据传输速度有着近乎苛刻的要求，但随着5G的开发应用，VR直播的技术制约获得解决，VR体验感大幅提升。然而VR的发起及观看部署成本较高，硬件成本较高，因此距离普及应用仍需时间。

趋势一：横向向上下游拓展价值链条，纵向深入场景需求垂直于细分市场

企业直播服务商，为应对巨头竞争，一方面可横向拓展自身价值链，丰富产品矩阵，进而分散风险。例如目睹从工具类直播产品向企业活动服务方向发展，提供直播采集服务、视频制作服务、硬件支撑服务等，为企业提供数字化虚拟活动解决方案。另一方面服务商可寻求差异化道路，纵向深入探索场景需求并深耕于垂直领域，利用自身定制化能力，为企业提供更符合场景需求的直播服务。

CHAPTER 1

企业直播市场发展概述

- 1.1 企业直播概念与特点
- 1.2 企业直播发展背景
- 1.3 企业直播驱动因素

CHAPTER 2

企业直播市场发展现状

- 2.1 企业直播市场规模及渗透率
- 2.2 企业直播价值链分析
- 2.3 企业直播产业链分析

CHAPTER 3

企业直播产品及服务商分析

- 3.1 企业直播服务商商业布局
- 3.2 垂直型企业直播服务商分析

CHAPTER 4

企业直播市场挑战及发展趋势

资源聚集，企业直播马太效应逐步显著

挑战二：头部企业资源聚集，强者愈强，中小服务商市场空间被压榨

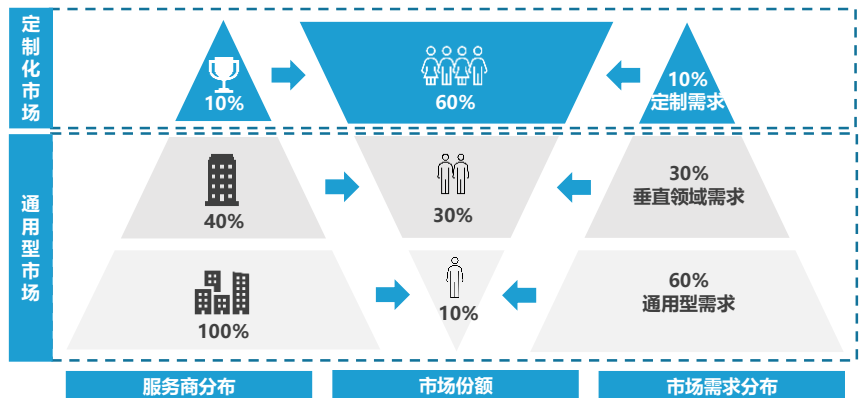
据亿欧智库不完全统计，截止到2021年5月，企业直播赛道服务商数量共349家，相较于2019年的296家增长18%，市场竞争逐步激烈，企业直播服务商不断加大产品研发及运营成本，以扩大市场份额、抢占市场红利。然而整体来看企业直播赛道，仅10%的企业服务商占据近70%的市场份额，马太效应明显且预计会进一步加深，原因主要在于**资源的不均匀聚集，此处资源主要指资本、客户资源、行业经验以及底层技术资源：**

- ◆ 2020 企业直播赛道融资共25起，B轮和C轮融资数量显著性增加，融资金额均达亿元人民币及以上。资本公司呈现聚集效应，对头部企业有显著性青睐，具有一定产业规模及行业认可度的企业直播服务商更容易获得融资。
- ◆ 定制化产品对服务商技术支撑及服务能要求较高，在磨合过程中，企业充分掌握行业需求并积累项目落地经验。随着市场竞争不断深化，具备客户积累、掌握行业需求的服务商更受企业青睐，目睹等头部服务商将强者恒强。
- ◆ 充分的落地经验以及客户积累为服务商带来巨大的行业影响力，进而吸引资本进入，资本以及项目带来稳定的现金流，进一步支撑企业完善基础技术能力，拓展业务范围，为深入行业需求提供支持，形成良性循环。

趋势二：短期内通用型市场是主要战场，长期向标准化产品+定制化服务转型

短期内企业直播主要战场是面向企业对内的企业培训、内部会议、协同办公等场景，对外的发布会、大型峰会、研讨会、私域转化等场景。随着企业数字化加深，虚拟化活动的广泛普及，标品市场需求主要以垂直领域需求以及通用型标品需求为主并占据约40%的市场份额。市场参与者众多且竞争激烈，其中100%的企业直播服务商可提供通用型标品，仅40%的服务商可把控行业需求并提供垂直领域服务。

亿欧智库：企业服务商及需求分布



定制化市场相较稳定，需求量较小但客单价较高，因而占据了大部分市场份额。然而定制化产品及服务部署周期较长，成本较高，在企业直播发展初期，反而盈利较不理想。随着服务商对于企业需求理解加深，**定制化产品标准化将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。**

团队介绍 OUR TEAM

亿欧智库 (EqualOcean Intelligence) 是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

报告作者 REPORT AUTHOR



张晟宁

亿欧智库分析师

Email: zhangshengning@iyiou.com

报告审核 REPORT AUDITORS



薄纯敏

亿欧智库研究总监

Email: bochunmin@iyiou.com



孙盼

亿欧智库分析师

Email: sunpan@iyiou.com

版权声明 DISCLAIMER

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的获取但不作任何保证。

本报告版权归亿欧智库所有，欢迎因研究需要引用本报告部分内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

关于亿欧 ABOUT EqualOcean

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网 (iyiou.com)、亿欧国际站 (EqualOcean.com)，研究和咨询服务亿欧智库 (EqualOcean Intelligence)，产业和投融资数据产品亿欧数据 (EqualOcean Data)；行业垂直子公司亿欧大健康 (EqualOcean Healthcare) 和亿欧汽车 (EqualOcean Auto) 等。

基于对中国科技、产业和投资的深刻理解，同时凭借国际化视角和高度，亿欧EqualOcean为中外客户提供行业研究、投资分析、创新咨询、数据产品、品牌公关、国际化落地等服务。已经服务过的客户包括华为、阿里集团、腾讯公司、Intel、美团、SAP、拼多多、京东健康、恒大集团、贝壳找房、GSK、富士康、上汽集团、蔚来汽车、一汽解放等。

亿欧服务 EqualOcean SERVICES

基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com

网址: <https://www.iyiou.com/>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层

