

# 2022-2028年中国企业直播 服务市场深度评估与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国企业直播服务市场深度评估与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202204/286253.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

企业直播作为网络直播的一种，亦迎来爆发式增长。疫情期间，企业的线下经营、办公、会议、培训等活动受到限制，为保障正常经营与内部协作，不得不寻求线上增长及拓展新的转化路径。直播因强互动性和高转化性等优势，成为当下企业开源节流、业务拓展、数字化转型的共同选择。

企业直播主要为企业级用户提供视频直播服务，自2010年兴起以来，已有十余年发展历史，其作用已从最初的内容传播工具演变为企业营销获客和商业应用的重要形式，进而成为企业数字化转型的重要基础，为企业增长赋能。

企业直播作为一种2B端生态的直播形式，与泛娱乐直播和电商直播等2C端直播有所不同。企业直播主要为企业客户提供定制化服务方案，其技术要求更高，应用场景更为丰富，商业模式更为明确。

经多年培育与发展，企业直播已广泛应用于教育、金融、医疗等多个行业，以及活动直播、企业培训等多种场景中。我国企业直播应用行业分布

2019年我国企业直播赛道初创项目数量保持平衡，但二效应明显，资本向头部项目集中。中国企业直播项目融资轮资分布（截至2020年5月14日） 中企顾问网发布的《2022-2028年中国企业直播服务市场深度评估与投资战略报告》共十四章。首先介绍了中国企业直播服务行业市场发展环境、企业直播服务整体运行态势等，接着分析了中国企业直播服务行业市场运行的现状，然后介绍了企业直播服务市场竞争格局。随后，报告对企业直播服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国企业直播服务行业发展趋势与投资预测。您若想对企业直播服务产业有个系统的了解或者想投资中国企业直播服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 企业直播服务行业发展综述

1.1 企业直播服务行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

- 1.1.3 行业主要商业模式
- 1.2 企业直播服务行业特征分析
  - 1.2.1 产业链分析
  - 1.2.2 企业直播服务行业在国民经济中的地位
  - 1.2.3 企业直播服务行业生命周期分析
    - (1) 行业生命周期理论基础
    - (2) 企业直播服务行业生命周期
- 1.3 最近3-5年中国企业直播服务行业经济指标分析
  - 1.3.1 赢利性
  - 1.3.2 成长速度
  - 1.3.3 附加值的提升空间
  - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
  - 1.3.5 风险性
  - 1.3.6 行业周期
  - 1.3.7 竞争激烈程度指标
  - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 企业直播服务行业运行环境分析

- 2.1 企业直播服务行业政治法律环境分析
  - 2.1.1 行业管理体制分析
  - 2.1.2 行业主要法律法规
  - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 企业直播服务行业经济环境分析
  - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
  - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
  - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 企业直播服务行业社会环境分析
  - 2.3.1 企业直播服务产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 企业直播服务产业发展对社会发展的影响
- 2.4 企业直播服务行业技术环境分析
  - 2.4.1 企业直播服务技术分析

## 2.4.2 企业直播服务技术发展水平

## 2.4.3 行业主要技术发展趋势

# 第三章 我国企业直播服务行业运行分析

## 3.1 我国企业直播服务行业发展状况分析

### 3.1.1 我国企业直播服务行业发展阶段

### 3.1.2 我国企业直播服务行业发展总体概况

### 3.1.3 我国企业直播服务行业发展特点分析

## 3.2 2015-2019年企业直播服务行业发展现状

### 3.2.1 2015-2019年我国企业直播服务行业市场规模

### 3.2.2 2015-2019年我国企业直播服务行业发展分析

### 3.2.3 2015-2019年中国企业直播服务企业发展分析

## 3.3 区域市场分析

### 3.3.1 区域市场分布总体情况

### 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

## 3.4 企业直播服务细分产品/服务市场分析

### 3.4.1 细分产品/服务特色

### 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

### 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

## 3.5 企业直播服务产品/服务价格分析

### 3.5.1 2015-2019年企业直播服务价格走势

### 3.5.2 影响企业直播服务价格的关键因素分析

#### (1) 成本

#### (2) 供需情况

#### (3) 关联产品

#### (4) 其他

### 3.5.3 2022-2028年企业直播服务产品/服务价格变化趋势

### 3.5.4 主要企业直播服务企业价位及价格策略

# 第四章 我国企业直播服务所属行业整体运行指标分析

## 4.1 2015-2019年中国企业直播服务所属行业总体规模分析

### 4.1.1 企业数量结构分析

- 4.1.2 人员规模状况分析
- 4.1.3 行业资产规模分析
- 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2015-2019年中国企业直播服务所属行业产销情况分析
  - 4.2.1 我国企业直播服务所属行业工业总产值
  - 4.2.2 我国企业直播服务所属行业工业销售产值
  - 4.2.3 我国企业直播服务所属行业产销率
- 4.3 2015-2019年中国企业直播服务所属行业财务指标总体分析
  - 4.3.1 行业盈利能力分析
  - 4.3.2 行业偿债能力分析
  - 4.3.3 行业营运能力分析
  - 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国企业直播服务行业供需形势分析

- 5.1 企业直播服务行业供给分析
  - 5.1.1 2015-2019年企业直播服务行业供给分析
  - 5.1.2 2022-2028年企业直播服务行业供给变化趋势
  - 5.1.3 企业直播服务行业区域供给分析
- 5.2 2015-2019年我国企业直播服务行业需求情况
  - 5.2.1 企业直播服务行业需求市场
  - 5.2.2 企业直播服务行业客户结构
  - 5.2.3 企业直播服务行业需求的地区差异
- 5.3 企业直播服务市场应用及需求预测
  - 5.3.1 企业直播服务应用市场总体需求分析
    - (1) 企业直播服务应用市场需求特征
    - (2) 企业直播服务应用市场需求总规模
  - 5.3.2 2022-2028年企业直播服务行业领域需求量预测
    - (1) 2022-2028年企业直播服务行业领域需求产品/服务功能预测
    - (2) 2022-2028年企业直播服务行业领域需求产品/服务市场格局预测
  - 5.3.3 重点行业企业直播服务产品/服务需求分析预测

## 第六章 企业直播服务行业产业结构分析

- 6.1 企业直播服务产业结构分析
  - 6.1.1 市场细分充分程度分析
  - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
  - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
  - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
  - 6.2.1 产业价值链的构成
  - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3 产业结构发展预测
  - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
  - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
  - 6.3.3 中国企业直播服务行业参与国际竞争的战略市场定位
  - 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国企业直播服务行业产业链分析

- 7.1 企业直播服务行业产业链分析
  - 7.1.1 产业链结构分析
  - 7.1.2 主要环节的增值空间
  - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 企业直播服务上游行业分析
  - 7.2.1 企业直播服务产品成本构成
  - 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对企业直播服务行业的影响
- 7.3 企业直播服务下游行业分析
  - 7.3.1 企业直播服务下游行业分布
  - 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对企业直播服务行业的影响

## 第八章 我国企业直播服务行业渠道分析及策略

- 8.1 企业直播服务行业渠道分析

- 8.1.1 渠道形式及对比
- 8.1.2 各类渠道对企业直播服务行业的影响
- 8.1.3 主要企业直播服务企业渠道策略研究
- 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 企业直播服务行业用户分析
  - 8.2.1 用户认知程度分析
  - 8.2.2 用户需求特点分析
  - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 企业直播服务行业营销策略分析
  - 8.3.1 中国企业直播服务营销概况
  - 8.3.2 企业直播服务营销策略探讨
  - 8.3.3 企业直播服务营销发展趋势

## 第九章 我国企业直播服务行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
  - 9.1.1 企业直播服务行业竞争结构分析
    - (1) 现有企业间竞争
    - (2) 潜在进入者分析
    - (3) 替代品威胁分析
    - (4) 供应商议价能力
    - (5) 客户议价能力
    - (6) 竞争结构特点总结
  - 9.1.2 企业直播服务行业企业间竞争格局分析
  - 9.1.3 企业直播服务行业集中度分析
  - 9.1.4 企业直播服务行业SWOT分析
- 9.2 中国企业直播服务行业竞争格局综述
  - 9.2.1 企业直播服务行业竞争概况
    - (1) 中国企业直播服务行业竞争格局
    - (2) 企业直播服务行业未来竞争格局和特点
    - (3) 企业直播服务市场进入及竞争对手分析
  - 9.2.2 中国企业直播服务行业竞争力分析
    - (1) 我国企业直播服务行业竞争力剖析



(2) 我国企业直播服务企业市场竞争的优势

(3) 国内企业直播服务企业竞争能力提升途径

### 9.2.3 企业直播服务企业市场竞争策略分析

## 第十章 企业直播服务企业领先企业经营形势分析

### 10.1 A公司

#### 10.1.1 企业概况

#### 10.1.2 企业优势分析

#### 10.1.3 产品/服务特色

#### 10.1.4 公司经营状况

#### 10.1.5 公司发展规划

### 10.2 B公司

#### 10.2.1 企业概况

#### 10.2.2 企业优势分析

#### 10.2.3 产品/服务特色

#### 10.2.4 公司经营状况

#### 10.2.5 公司发展规划

### 10.3 C公司

#### 10.3.1 企业概况

#### 10.3.2 企业优势分析

#### 10.3.3 产品/服务特色

#### 10.3.4 公司经营状况

#### 10.3.5 公司发展规划

### 10.4 D公司

#### 10.4.1 企业概况

#### 10.4.2 企业优势分析

#### 10.4.3 产品/服务特色

#### 10.4.4 公司经营状况

#### 10.4.5 公司发展规划

### 10.5 E公司

#### 10.5.1 企业概况

#### 10.5.2 企业优势分析

### 10.5.3 产品/服务特色

### 10.5.4 公司经营状况

### 10.5.5 公司发展规划

## 10.6 F公司

### 10.6.1 企业概况

### 10.6.2 企业优势分析

### 10.6.3 产品/服务特色

### 10.6.4 公司经营状况

### 10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2022-2028年企业直播服务行业投资前景

### 11.1 2022-2028年企业直播服务市场发展前景

#### 11.1.1 2022-2028年企业直播服务市场发展潜力

#### 11.1.2 2022-2028年企业直播服务市场发展前景展望

#### 11.1.3 2022-2028年企业直播服务细分行业发展前景分析

### 11.2 2022-2028年企业直播服务市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2022-2028年企业直播服务行业发展趋势

#### 11.2.2 2022-2028年企业直播服务市场规模预测

近年来，在大数据、人工智能和云计算等技术推动下，企业级直播迅速兴起，企业直播始终保持高速发展态势。中国企业直播服务市场规模由2015年2.61亿元增长至2019年的22.72亿元，年复合增长率约为71.8%。

2020年新冠疫情爆发催化企业加速数字化转型进程，视频直播成为企业对内沟通和对外营销的有效连接与驱动方式，成为企业营收增长的重要推动力。在此背景下，线上化商业触达与营销转化能力成为企业的核心竞争力，企业直播在金融、医疗、电商、信息技术等行业加速应用与渗透。“停课不停学”使得在线教育成为刚需，倒逼教育直播行业快速发展，成为企业直播的主要应用方向。预计2020年中国企业直播服务领域市场规模将突破50亿元，具体将达到56.79亿元，同比增长150%，至2024年市场规模将达191.29亿元，行业发展空间巨大。2015-2024年中国企业直播服务领域市场规模走势预测

#### 11.2.3 2022-2028年企业直播服务行业应用趋势预测

#### 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

### 11.3 2022-2028年中国企业直播服务行业供需预测

#### 11.3.1 2022-2028年中国企业直播服务行业供给预测

11.3.2 2022-2028年中国企业直播服务行业需求预测

11.3.3 2022-2028年中国企业直播服务供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年企业直播服务行业投资机会与风险

12.1 企业直播服务行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2022-2028年企业直播服务行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2022-2028年企业直播服务行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 企业直播服务行业投资战略研究

13.1 企业直播服务行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国企业直播服务品牌的战略思考
  - 13.2.1 企业直播服务品牌的重要性
  - 13.2.2 企业直播服务实施品牌战略的意义
  - 13.2.3 企业直播服务企业品牌的现状分析
  - 13.2.4 我国企业直播服务企业的品牌战略
  - 13.2.5 企业直播服务品牌战略管理的策略
- 13.3 企业直播服务经营策略分析
  - 13.3.1 企业直播服务市场细分策略
  - 13.3.2 企业直播服务市场创新策略
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划
  - 13.3.4 企业直播服务新产品差异化战略
- 13.4 企业直播服务行业投资战略研究
  - 13.4.1 2019年企业直播服务行业投资战略
  - 13.4.2 2022-2028年企业直播服务行业投资战略
  - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议()

- 14.1 企业直播服务行业研究结论
- 14.2 企业直播服务行业投资价值评估
- 14.3 企业直播服务行业投资建议
  - 14.3.1 行业发展策略建议
  - 14.3.2 行业投资方向建议
  - 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286253.html>