

行業概覽

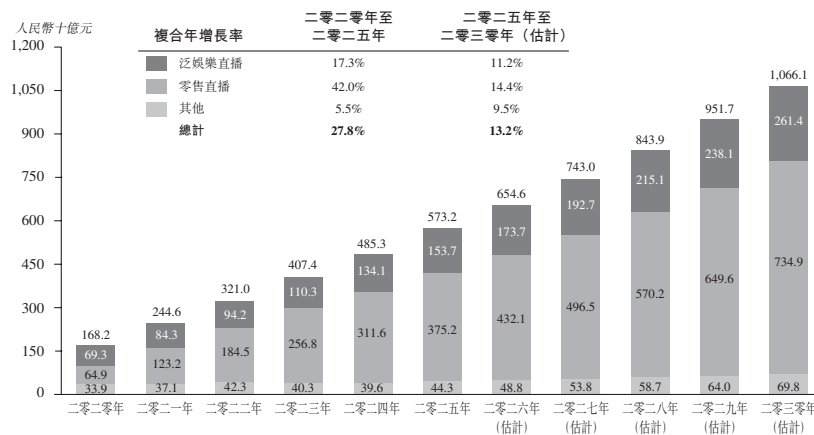
本節及本文件其他章節所載的部分資料及統計數據摘錄自我們聘請灼識諮詢編製的灼識諮詢報告，以及各類政府官方出版物及其他公開出版物。我們聘請灼識諮詢就[編纂]編製獨立行業報告灼識諮詢報告。我們相信本節資料來源為此類資料的適當來源，並合理謹慎地摘錄及轉載有關資料。我們沒有理由認為有關資料存在虛假或誤導性或已遺漏任何部分資料，導致有關資料虛假或具有誤導性。來自政府官方來源的資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士進行獨立核實，亦未對其準確性發表任何聲明。

中國企業直播服務市場

直播通常指通過互聯網實時播送活動影片，並可實現多方實時互動。作為常見的網絡內容形式，直播主要呈現在獨立直播平台與短視頻平台。近年來，中國直播市場發展迅速，與直播平台互動的用戶數量迅速增加。中國直播用戶群從二零二零年的616.9百萬名增加到二零二五年的813.6百萬名，複合年增長率為5.7%，預計到二零三零年將達到1,154.8百萬名。

就內容類型而言，直播可分為零售直播、泛娛樂直播及其他類別。零售直播是一種創新的直播商業模式，以實時視頻直播為媒介，通過主播互動與場景化營銷推動零售產品銷售。憑藉其具吸引力的實時互動性與便捷的購物體驗，零售直播市場近年來已發展成為最繁榮的市場且增長迅速，市場規模從二零二零年的人民幣649億元飆升至二零二五年的人民幣3,752億元，複合年增長率為42.0%，預計到二零三零年將達人民幣7,349億元。泛娛樂直播涵蓋娛樂、社交網絡、遊戲、體育賽事等直播。在娛樂需求提升及內容多元化發展的驅動下，泛娛樂板塊的市場規模從二零二零年的人民幣693億元增長至二零二五年的人民幣1,537億元，複合年增長率為17.3%，預計到二零三零年將達人民幣2,614億元。其他直播主要包括教育、新聞、招聘等直播，其市場規模於二零二五年達人民幣443億元。

按內容類型劃分的中國直播行業市場規模(按收益計)，
二零二零年至二零三零年(估計)



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

鑒於近年來直播市場的繁榮發展及其用戶群不斷擴大，越來越多的企業利用直播進行內部運營和外部業務活動，從而帶動企業直播服務市場強勁擴張。

企業直播服務是指利用專業的直播技術、相關專業知識和資源，為企業客戶的直播活動提供技術支持及其他服務。企業直播服務按交付形式可分為軟件解決方案、硬件產品和增值服務。具體來說，按部署形式劃分，軟件解決方案可進一步分為SaaS解決方案及企業本地端安裝軟件。就具體提供方式而言，軟件解決方案主要包括直播室設置、視頻直播處理、用戶互動、社交分享功能、後台管理等功能。硬件產品集成了用於直播活動的顯示屏、音頻採集設備、攝像機和其他硬件組件。增值服務主要包括直播運營、維護、推廣、數據分析、直播場地租賃及搭建等。

中國企業直播服務產業鏈的參與者主要包括上游雲計算服務提供商及其他第三方服務提供商、中游企業直播服務提供商及下游企業客戶。上游參與者包括雲技術服務提供商及其他第三方服務提供商，為中游提供商提供雲計算基礎設施及內容發佈網絡等支持。中游企業直播服務提供商利用自主開發的直播技術和執行能力，為下游企業客戶提供SaaS解決方案、企業本地端安裝軟件、硬件產品和增值服務，解決下游客戶難以在內部搭建直播模塊及舉辦直播活動的痛點。下游需求者包括泛娛樂、零售、互聯網和信息通信技術(ICT)、醫療美容、金融、教育等多個行業。其直播活動在他們的專有應用程序或其他第三方平台存儲。

中國企業直播服務行業的產業鏈



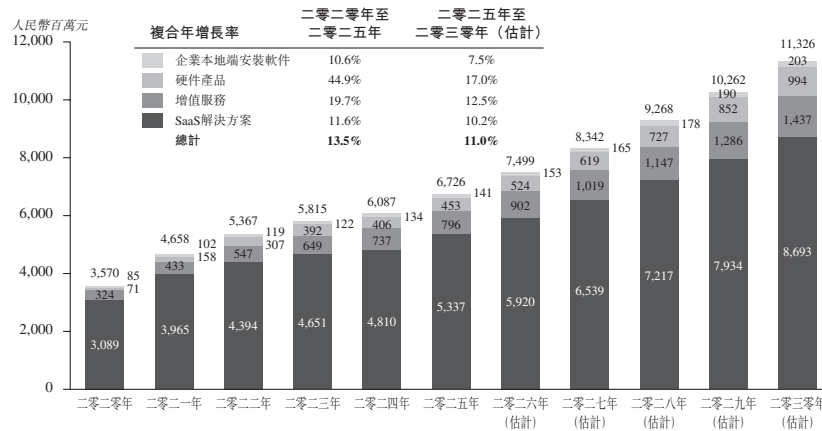
資料來源：灼識諮詢報告

根據灼識諮詢報告，按服務提供商收益計，中國企業直播服務市場從二零二零年的人民幣3,570百萬元增長到二零二五年的人民幣6,726百萬元，複合年增長率為13.5%，預計到二零三零年將達到人民幣11,326百萬元，複合年增長率為11.0%。此增長

行業概覽

主要歸因於企業利用外包直播服務滿足不同規模企業日益增長且多樣化的需求、供給側和需求側的政策支持以及企業對高價值高度定製化解決方案的需求擴大。

以交付形式劃分及按收益計的中國企業直播服務市場的市場規模， 二零二零年至二零三零年(估計)



資料來源：灼識諮詢報告

在企業直播服務市場中，SaaS解決方案為主流服務形式，佔整體企業直播服務市場規模的大部分份額。其市場規模由二零二零年的人民幣3,089百萬元增長至二零二五年的人民幣5,337百萬元，複合年增長率為11.6%，預計到二零三零年將攀升至人民幣8,693百萬元。

中國企業直播服務市場的市場驅動因素

- **企業日益依賴外包直播服務。**中國直播市場規模持續擴大，用戶基數不斷攀升。直播對消費者的吸引力越來越大，促使企業利用直播提升品牌知名度。然而，由於對網絡基礎設施、資源和專業技術人才的要求高，企業搭建直播模塊的開發能力普遍有限。同時，企業自建直播系統的成本高昂，因此有直播需求的企業對外包企業直播服務提出了更高要求。
- **不同規模的企業對直播的需求各異。**對於中小企業而言，他們優先考慮直播服務的基本功能涵蓋範圍。在滿足基本業務需求的基礎上，他們追求成本效益、適應性、靈活性及簡化的用戶體驗，而大型企業更注重定製化解決方案、高容量及可擴展性、全球化佈局需求及全面功能組合。在不同規模企業多樣化需求的推動下，企業直播服務提供商創新銷售和交付模式，以滿足更多需求。
- **政府政策從供給和需求雙側推動行業發展。**從供給側來看，現行政策大力支持企業直播服務底層技術研發。例如，中國國務院於二零二二年一月發佈的《「十四五」數字經濟發展規劃》，支持信息網絡基礎設施建設和大數據技術創新，為行業底層技術提供關鍵支撐。從需求側來看，政策持續倡導企業加快數字

行業概覽

化轉型和在業務運營中應用直播。例如，國家發展和改革委員會等部門於二零二一年三月發佈《加快培育新型消費實施方案》，明確提出發展直播經濟，鼓勵政企合作建設直播基地，加強直播人才培養培訓。該等政策在國家層面上確立了鼓勵直播經濟的方向，系統性地推動直播模式與企業業務情景的深度融合，從而有效帶動企業直播行業市場需求的擴大。

- **對高度定製化直播解決方案的需求日益增長。**企業對直播服務的需求已從單一、標準化的解決方案升級為覆蓋全流程的綜合解決方案。具體來說，在直播之前，企業可能需要在相關人員安排和直播內容的準備方面得到幫助。在直播過程中，可能需要專門用於直播的軟件解決方案和硬件產品，以及安排專職監督員監督過程。在直播結束後，進行有關用戶觀看量、時間控制、用戶關注重點和其他增值服務的數據分析。與標準軟件解決方案相比，這種高度定製化解決方案提供更高的增值功能，且收費更高。因此，企業需求的擴大正在推動市場規模的增長。

中國企業直播服務市場的未來趨勢

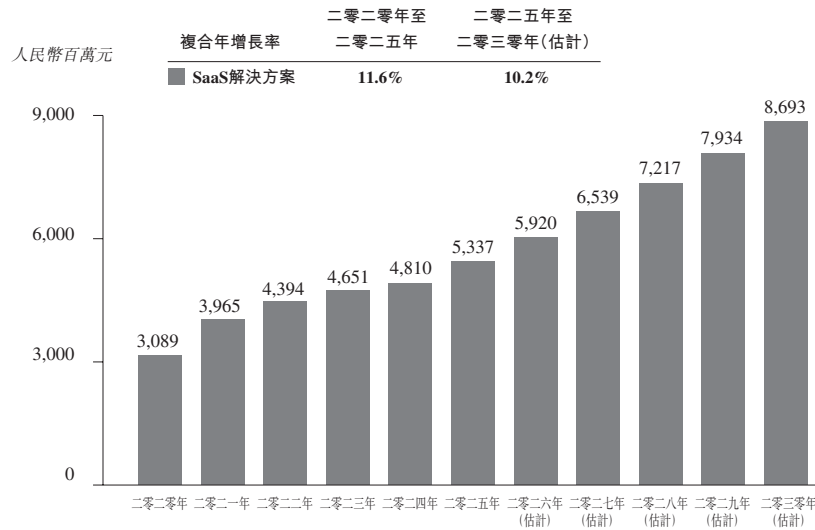
- **多行業和多場景融合。**直播已賦能商業、教育和金融等多個行業，顯著提升受眾覆蓋廣度和營運效率。主要應用場景包括營銷、培訓和展會等。隨著直播功能對潛在業務增長與營運效率提升的實證效果顯現，更多行業對直播抱持積極態度，打算將其整合到現有和新的應用場景。同時，企業服務提供商的服務經驗和相關技術的積累，使其能夠為不同行業提供定製化的解決方案。
- **採用新技術推動服務升級。**為提供更優質服務和保持競爭優勢，企業直播服務提供商不斷採用新技術以加強直播效果。預計企業直播將繼續採用新技術，並引入新功能以擴大其服務範圍。
- **向高度定製化或綜合性直播服務提供商轉型。**隨著直播應用場景的多樣化，將直播功能整合到現有業務運營中的需求顯著增加。為實現卓越的直播效果，並從競爭對手中脫穎而出，企業的需求已從基礎技術解決方案演變為包括場景設置、內容準備及效果審核等整個直播過程的綜合服務。

行業概覽

中國企業直播SaaS解決方案市場

在企業直播SaaS解決方案的交付形式中，服務提供商通過SaaS提供直播軟件，此為一種基於雲端的軟件分發模式。該軟件授權及交付模式採用訂閱制，並以中央託管方式運作。受惠於技術進步、定製能力提升、符合日趨嚴格法規的穩健安全合規性，以及能提高用戶參與度與轉化率的優化互動功能，中國企業直播SaaS解決方案的市場規模於二零二五年達人民幣5,337百萬元，佔整體企業直播服務市場的79.3%。預計到二零三零年，其市場規模將達到人民幣8,693百萬元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為10.2%。

按收益計中國企業直播SaaS解決方案市場的市場規模，
二零二零年至二零三零年(估計)



資料來源：灼識諮詢報告

中國企業直播SaaS解決方案市場的定價模式

根據灼識諮詢報告，企業直播軟件解決方案的定價模式包括產品買斷及維護定價、訂閱式定價、使用量定價及交易分成定價。所有四種定價模式都是常見的行業慣例，主要根據客戶部署及不同需求確定：

- **產品買斷及維護定價。**在產品買斷及維護定價模式下，服務供應商根據實際提供的服務收取固定預付軟件開發費用，當中已考慮軟件規格、功能、複雜性、變動性及所需研發投入等因素。客戶在購買時支付軟件的全部費用，以取得軟件的使用權，其後通常負責軟件的後續運維。如果服務提供商提供軟件的運維或定製新功能，則需要額外付費。客戶亦可向服務提供商另行採購運維服務，在此情況下，客戶依據服務期限及協定的運維範圍支付定期費用。

行業概覽

- **訂閱式定價。**客戶按一定的訂閱期限(如按月、按季、按年)付費，訂閱費一般根據軟件功能、可容納的用戶數量、最大空間及其他性能指標確定。訂閱式定價使企業能夠在不作出大量前期投資的情況下使用直播服務，並允許按照實際需求靈活調整使用規模。
- **使用量定價。**使用量定價根據用戶實際使用直播服務的規模(如觀看時長、同時在線人數、數據流量消耗、直播場次頻率等指標)來計算費用。在此模式下，客戶僅需支付實際消耗的資源費用，從而使得固定成本相對較低。這種計費方式可激勵服務提供商通過優化帶寬配置、提升功能體驗等方式提高服務質量，吸引用戶增加使用量，進而形成服務優化的良性循環。
- **交易分成定價。**交易分成定價是指以直播活動中實際產生的交易金額或商業價值作為計費依據。這種定價模式通常適用於零售直播和泛娛樂直播等場景。例如，在零售直播場景中，服務提供商會根據直播期間商品成交金額按一定比例抽取佣金。在泛娛樂直播場景中，服務提供商則會從用戶充值金額、虛擬禮物打賞等消費行為中獲取收益分成。該模式將服務提供商與直播平台的利益深度綁定，從而激勵服務提供商專注於優化直播功能，提升商業轉化成果。

合約通常採用綜合定價模式，結合前述多種定價模式，根據部署方式及與相關客戶的具體協議，對不同服務模塊或項目階段適用不同的定價組成部分。例如，基礎軟件及功能可能收取固定預付軟件開發費用(適用於產品買斷及維護定價)或定期訂閱費用(適用於訂閱式定價)，並根據實際使用量或與直播活動產生的交易金額掛鈎的收益分成方式收取額外費用。

中國企業直播SaaS解決方案市場的市場驅動因素及趨勢

- **SaaS解決方案提供商持續開發技術。**隨著企業直播SaaS解決方案提供商在應用5G網絡、人工智能及機器學習等技術的不斷突破，服務範圍從傳統軟件和SaaS逐步拓展至PaaS、aPaaS和更大規模的直播生態系統發展。SaaS解決方案提供商的服務能力得到提升，下游企業客戶範圍從小型企業擴大到大型企業和有特殊需求的企業。
- **定製能力提升。**部分下游企業客戶正在尋求直播領域的高度定製化及品牌化的解決方案，包括定製視頻播放器、品牌界面，以及為用戶量身定製的直播體驗，以與企業身份保持一致，體現品牌價值。因此，企業直播SaaS解決方案提供商正在不斷提升定製化服務能力，以迎合有定製需求的客戶，在行業中贏取競爭優勢。

行業概覽

- **融入先進的用戶互動及參與功能。**隨著直播的日益普及，用戶要求更好的直播體驗，因此，企業紛紛探索在直播過程中融入更多互動及參與功能，以便更好地與用戶互動並使其參與其中。目前，吸引用戶的主要方式包括直播評論、直播投票、直播問卷、直播抽獎和直播問答等。通過在企業直播軟件解決方案中融入更多互動和用戶參與工具，企業可提高直播用戶的轉化率，更好地展示品牌形象和文化，改善用戶的直播體驗，從而擴大客戶群，提升品牌忠誠度。
- **安全防護及合規性加強。**隨著網絡安全威脅不斷演變，直播的安全性和合規性將更加受到重視，包括數據和信息安全以及內容敏感性控制。對於提供強大加密、安全訪問控制及遵守數據保護法規(如中國個人信息保護法)的SaaS解決方案將有很大需求。同時，企業直播SaaS解決方案提供商將繼續加強安全防護和合規能力。

競爭格局分析

二零二五年中國企業直播SaaS解決方案市場規模按收益計達人民幣5,337百萬元，佔中國企業直播服務市場的79.3%。按收益計，二零二五年中國十大企業直播SaaS解決方案提供商的市場份額為28.7%。

二零二五年，本公司在企業直播SaaS解決方案方面營收約人民幣42百萬元，在市場排名第十位，市場份額為0.8%。

二零二五年中國企業直播SaaS解決方案提供商排名

排名	公司名稱	上市與否	收益 ⁽¹⁾ (人民幣 百萬元)	市場份額 ⁽²⁾
1	公司A ⁽³⁾	否	580	10.9%
2	公司B ⁽⁴⁾	否	230	4.3%
3	公司C ⁽⁵⁾	否	162	3.0%
4	公司D ⁽⁶⁾	否	125	2.3%
5	公司E ⁽⁷⁾	否	124	2.3%
6	公司F ⁽⁸⁾	否	96	1.8%
7	公司G ⁽⁹⁾	是	72	1.3%
8	公司H ⁽¹⁰⁾	否	54	1.0%
9	公司I ⁽¹¹⁾	否	50	0.9%
10	本公司	否	42	0.8%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 收益具體指公司自SaaS解決方案獲得的收入。
- (2) 市場份額按公司SaaS解決方案收益除以中國企業直播SaaS解決方案市場的總市場規模計算得出。
- (3) 公司A成立於二零一六年，是一家專注於知識產品及用戶服務的直播技術服務提供商，主要服務中小型客戶。

行業概覽

- (4) 公司B成立於二零一五年，是一個基於微信生態系統的專業企業直播平台，為各行各業的不同場景提供直播解決方案，主要服務中小型客戶。
- (5) 公司C成立於二零一四年，是一家專注於教育行業的專業技術服務提供商，為教育場景提供線上課堂直播互動解決方案。
- (6) 公司D成立於二零一零年，是一站式互動視頻雲服務提供商，以一站式數字推廣解決方案聞名。
- (7) 公司E成立於二零一七年，是中國領先的以視頻為核心的技術解決方案提供商，核心專長為SaaS及PaaS解決方案。
- (8) 公司F成立於二零一三年，是業內知名的視頻雲服務公司及平台，其雲服務包括雲直播、雲點播及其他視頻服務。
- (9) 公司G成立於一九九七年，是領先的互聯網通信雲服務提供商，深度布局雲網絡、雲通信及元宇宙全場景服務，並於深圳證券交易所上市。
- (10) 公司H成立於二零一五年，是企業直播及數字活動平台與運營服務提供商，其產品及服務涵蓋SaaS、PaaS及整合運營服務。
- (11) 公司I成立於二零一四年，是互動直播SaaS雲服務提供商，為企業客戶提供包括實時互動直播引擎、虛擬演播室系統及整合營銷運營工具包在內的全面解決方案。

中國企業直播SaaS解決方案市場的成本分析

人力成本是中國企業直播SaaS解決方案行業的主要成本之一。由於企業直播服務提供商依賴人力開發和迭代核心軟件產品和提供合適的服務方案達到客戶滿意，因此中國企業直播服務定價可能與具備信息科技和軟件領域專業知識的人力成本呈正相關。根據中國人力資源和社會保障部的數據顯示，中國信息傳輸、軟件和信息科技服務行業的人力成本已從二零二零年的每年約人民幣175,300元增長到二零二五年的每年約人民幣252,300元，複合年增長率為7.6%。預計到二零三零年，該行業的人力成本將進一步增長到約人民幣342,700元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為6.3%。相對溫和的增速預計不會對該行業的盈利能力產生負面影響。

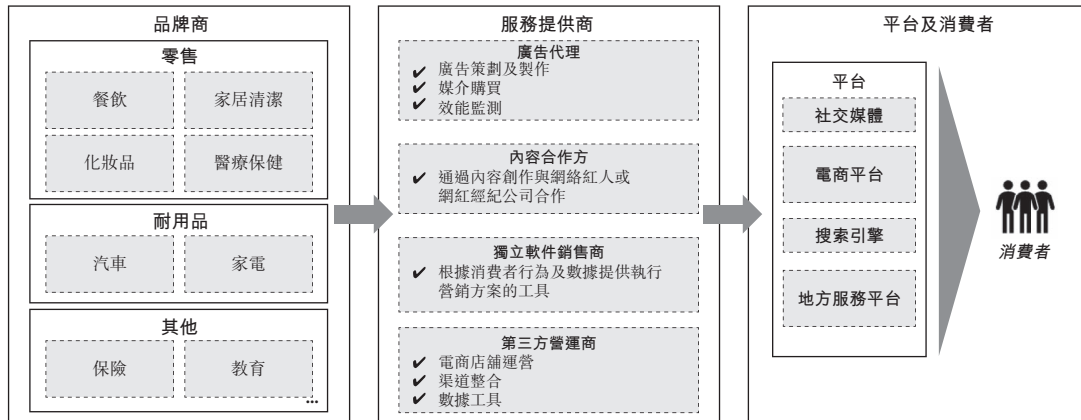
中國線上營銷解決方案市場

線上營銷是指利用互聯網技術和數字媒體平台，推廣產品、服務或品牌，以達到營銷目的的一系列活動。其通過各種線上渠道，如網站、社交媒體、搜索引擎、電子郵件、線上廣告等，與潛在客戶進行互動和溝通，從而實現產品銷售、品牌推廣、客戶關係管理等目的。

截至二零二五年，中國網民規模已逼近11.3億，互聯網普及率達80.1%。中國網民數量快速增長，加上用戶使用媒體的頻率和時間顯著增加，大幅擴大了廣告的潛在客戶群，並為廣告提供了更多曝光機會。廣告主可透過不同線上渠道精準觸及特定目標客群，有助提升廣告投資效益，實現更佳的品牌推廣和產品銷售成效。中國線上營銷解決方案產業價值鏈涵蓋上游品牌擁有人、中游服務提供商及下游平台與消費者。中游服務提供商主要包括廣告代理商、內容合作方、獨立軟件供應商及第三方營運商。部分線上營銷服務提供商可兼具多重角色，為品牌擁有人提供全方位的線上營銷解決方案。下游社交媒體平台、電商平台、搜尋引擎及本地服務平台，對線上營銷產業至關重要。這些平台服務不同消費者群體及營銷目標，提供廣告投放及內容分發的基礎設施，使品牌能有效觸及並吸引目標受眾。

行業概覽

中國線上營銷行業產業鏈

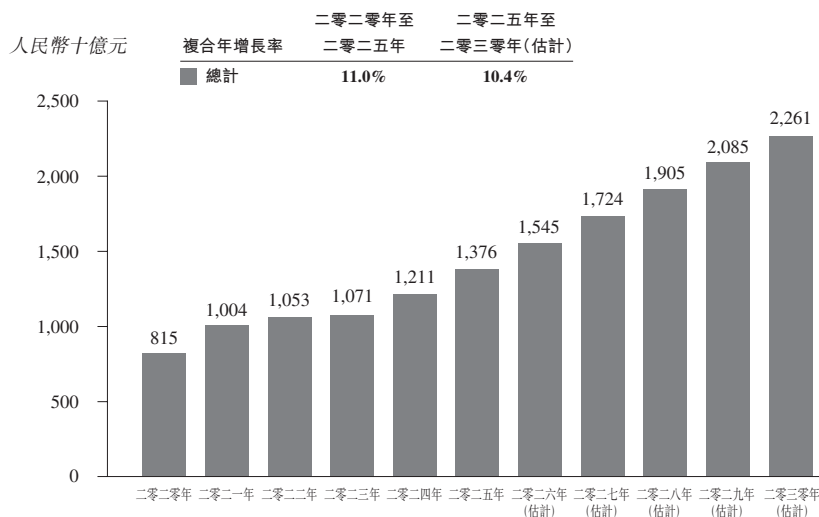


資料來源：灼識諮詢報告

線上營銷解決方案的常見定價模式主要可分為效果導向型與曝光導向型兩大類。效果導向型模式根據消費者實際與廣告互動或完成轉化的情況向廣告主收費，包括每次點擊成本及每筆銷售成本。曝光導向型模式則根據廣告向消費者展示的時長或頻次收費，例如按時段收費及每千次曝光成本。

在線上營銷時代，儘管營銷門檻降低，惟碎片化的流量和快速變化的用戶行為習慣帶來日益嚴峻的挑戰。線上營銷解決方案提供商可提供全面整合服務，涵蓋廣告素材設計製作、廣告投放及線上流量獲取，以及技術支持和成效數據分析。這些服務能協助廣告主(1)獲取高品質的廣告創意以有效吸引用戶注意力；(2)透過精準高效的投放及流量獲取策略觸及目標受眾；及(3)深入洞察營銷活動成效，從而實現即時數據驅動優化。因此，線上營銷解決方案提供商在業界的重要性與日俱增。

按收益¹計中國線上營銷解決方案市場的市場規模，二零二零年至二零三零年(估計)



資料來源：灼識諮詢報告

附註：1. 就所有廣告媒體的營銷相關收益而言。

行業概覽

近年來，受數字空間競爭加劇、移動互聯網普及、消費者行為方式改變、技術創新，和線上零售發展等因素的推動，中國線上營銷解決方案的市場規模逐步擴大。其市場規模從二零二零年的人民幣8,150億元增長到二零二五年的人民幣13,760億元，複合年增長率為11.0%，預計到二零三零年將達到人民幣22,610億元。

中國線上營銷解決方案市場的市場推動因素

- **數字空間品牌競爭加劇。**隨著進軍線上營銷領域的品牌數量增加，爭奪消費者注意力的競爭加劇。為獲得競爭優勢並更有效地吸引消費者，企業正在轉向線上營銷解決方案提供商。這些提供商提供專業知識和資源，用以設計定製化廣告素材，產生優質線上流量，並分析績效數據，以不斷優化營銷策略。
- **移動互聯網的深度普及和滲透。**中國的移動互聯網格局已從信息獲取工具轉型為綜合平台，支持消費者的日常生活、工作及娛樂。憑藉覆蓋各年齡段、各地區及各行業的廣大用戶群，移動應用程序已成為流量的主要來源。對於線上營銷解決方案提供商，瞭解不同移動應用程序的用戶特徵對於精準投放廣告至關重要。此外，移動支付及定位服務等技術為線上營銷創新帶來新機遇，帶動對先進解決方案的巨大需求。
- **消費者行為的數字化趨勢。**中國消費者越來越依賴數字平台進行信息檢索、購物和娛樂。其行為模式演變，更傾向於追求個性化與高互動性的營銷體驗。線上營銷解決方案提供商可以利用他們的服務創作定製化的廣告素材，根據行為方式鎖定消費者，並分析數據以瞭解和滿足消費者的期望，從而適應這些變化。這種緊跟不斷變化的消費者行為的能力導致對其綜合服務的需求不斷增長。
- **數字技術的進步：**AI、大數據分析和雲計算等技術的不斷進步，極大地增強了線上營銷解決方案的能力。人工智能可以幫助創作更個性化的廣告內容，大數據可以深入分析用戶行為以進行有針對性的廣告投放，雲計算為處理大規模數據和無縫技術支持提供必要的基礎設施。這些進步提升了服務效率和成效，從而促進需求增長。
- **線上零售快速增長。**中國線上零售的快速發展極大地推動了市場格局演變。隨著更多企業進軍線上銷售領域，為實現在競爭日益激烈的數字市場脫穎而出，對高效線上營銷策略的需求也隨之激增。線上零售公司現今需要全面的營銷解決方案，包括巧妙設計的廣告素材，針對潛在買家的戰略性廣告投放，以及用以優化整體營銷效果的數據驅動分析。

行業概覽

中國線上營銷解決方案市場的未來趨勢

- **智能化與自動化營銷。**通過運用用戶行為數據(例如過往購買記錄及互動紀錄)，企業可藉由自動化技術生成個人化推薦與精準營銷內容，從而提升轉化率。營銷自動化系統能協助識別用戶身份、設計相關內容，並根據用戶行為與預設時程觸發相應行動。智能推薦算法通過優化商品推薦，使顧客能快速鎖定目標商品，提高點擊率及整體表現，從而帶動營收增長。
- **更趨多元的營銷渠道。**線上營銷行業正快速走向多元化，其中關鍵意見領袖背書、短視頻及用戶生成內容成為核心驅動力。關鍵意見領袖背書善用Z世代的影響力，協助品牌精準觸達小眾客群並提升轉化率。短視頻憑藉高資訊密度，能在碎片化消費場景中高效傳遞品牌訊息。隨著年輕消費者追求個性化表達，用戶生成內容的重要性日增，促使品牌與用戶共同創作，形成口碑傳播效應。
- **人工智能技術整合。**人工智能正透過降低營運成本及提升效率，重塑線上營銷產業格局。人工智能工具能簡化內容創作流程，使單一人員即可完成過往需大型團隊運作的任務。由人工智能生成的廣告、圖像及影片已成為數位行銷活動的核心要素，其產出速度與擴展能力更超越傳統方式。隨著技術持續演進，人工智能對營銷領域的影響力將持續擴大，為早期採用者創造顯著競爭優勢。

中國線上營銷解決方案市場的關鍵成功因素

- **數據驅動策略。**通過利用數據分析，公司可評估營銷活動成效、使用者行為及市場趨勢，並實時調整營銷策略。數據驅動的方法亦可計量功能使用頻次、轉化路徑、留存模型及投資回報率等關鍵指標，從而支持有效資源分配和持續優化。
- **與內容創作者長期合作。**與內容創作者建立持續的合作夥伴關係，可確保穩定供應符合品牌訊息的真實且高品質的內容。隨著時間推移，這些合作關係可建立信任與共識，提升營銷活動成效，並通過跨平台持續提供新鮮內容，維持受眾的興趣。
- **高品質的內容及用戶體驗。**引人入勝、資訊豐富且視覺效果出色的內容可提升品牌可信度並吸引潛在客戶。無縫且直觀的用戶體驗可延長在頁面或平台的停留時間，提高轉化率並培養客戶忠誠度，為持續參與和長期增長奠定基礎。
- **精確的受眾定位。**精準定位透過聚焦相關受眾群體來提升營銷效率。通過使用數據分析及進階分類，公司可針對特定行為、興趣及人口統計定製訊息，此方法可提升廣告支出的效率、提高轉化率並改善投資回報率。

行業概覽

- **敏捷團隊及技術適應能力。**敏捷執行模式可快速測試和迭代營銷活動，以應對消費者偏好、市場環境及技術發展的變化。強大的技術適應力可讓公司及時採用新工具及平台，提供滿足客戶不斷變化的期望的解決方案。

中國線上營銷解決方案市場的成本分析

流量獲取成本是中國線上營銷解決方案行業的主要成本，原因為該行業的運營高度依賴流量，流量擔當營銷活動的基本載體。鑒於流量之於推動用戶參與度與業務增長的核心作用，流量獲取成本通常佔行業總成本的90%以上。展望未來，隨著整體互聯網流量增長放緩，以及爭取優質用戶群的競爭加劇，預計單位流量獲取成本將溫和上漲。由於線上營銷解決方案的定價直接與流量獲取成本掛鉤，因此預估此上升趨勢將推高解決方案的價格，但不會對行業盈利能力造成重大影響。

中國線上營銷解決方案市場的另一項關鍵成本是人力成本。線上營銷解決方案行業屬於信息傳輸、軟件和信息技術服務業。根據中國人力資源和社會保障部的數據顯示，中國線上營銷解決方案市場的人力成本由二零二零年的每年約人民幣175,300元增加至二零二五年的每年約人民幣252,300元，複合年增長率為7.6%。預期此增長將持續，預估到二零三零年，人力成本將達每年約人民幣342,700元。儘管呈現上升軌跡，但預計此穩定增長率不會對行業的盈利能力造成重大影響。

資料來源

我們已聘請灼識諮詢(一家提供行業諮詢服務、商業盡職審查及戰略諮詢的獨立市場研究及諮詢公司)對中國企業直播服務市場和線上營銷解決方案市場進行深入研究及分析。我們同意向灼識諮詢支付有關編製灼識諮詢報告的費用人民幣950,000元。我們已將灼識諮詢報告中的部分資料納入本節，和「概要」、「業務」、「財務資料」以及本文件其他章節，旨在向潛在投資者提供我們經營所在行業的全景式分析。

灼識諮詢已利用各種資源進行初級研究及二級研究。初級研究包括採訪行業權威專家及領先行業參與者。二級研究包括分析來自中國國家統計局、中國互聯網絡信息中心等各種公開資料來源的數據。

灼識諮詢報告是根據以下主要假設編製：(i)中國整體的社會、經濟及政治環境預計在預測期間保持穩定；(ii)相關主要行業驅動因素在預測期間可能會推動中國企業直播服務市場和線上營銷解決方案市場發展；及(iii)不存在可能對市場造重大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見的行業法規。