

2021上半年中国音视频 解决方案系列追踪报告

2021H1 China Video as a Service
Market Tracker Report:

2021年上半年中国音声ビデオソ リューションシリーズ追跡レポ ート

报告标签：音视频解决方案、音视频、人工智能

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

概览摘要

疫情反复，加之政策趋严，音视频行业发展几何

2021年上半年疫情反复，突发性红利影响相对减弱，线上协作与娱乐音视频需求刚性呈现回落态势。但整体音视频解决方案市场增速仍保持自然增长。其核心原因在于疫情下音视频应用需求培养，加之后疫情时期使用惯性延续，提升了疫后整体音视频应用的留存。以企业级音视频应用为例，较之疫前，视频会议、智能客服等场景的客户规模及使用粘性均有所上升。

同时，以腾讯云为代表的音视频服务供应商透过其云资源规模效应与技术可复用优势，结合人工智能、大数据等多样化PaaS功能，供应针对垂直行业差异化需求的产品化、场景化的端对端音视频解决方案，进一步提升刚性客户的留存，推动了整体音视频解决方案市场的规模扩容。根据沙利文研究院数据显示，2021年上半年中国音视频市场规模超过300亿人民币。

01 泛娱乐音视频客户侧业务增速放缓，限制音视频发展增速

同音视频大行业态势一致：2021年上半年，突发性疫情红利暂未完全消退，泛娱乐音视频解决方案市场仍保持高增长。随着疫情远程协作与娱乐的刚性需求回归正常值，泛娱乐音视频主要客户业务增速呈现放缓态势，将限制未来泛娱乐音视频应用增速。

02 在线教育监管政策趋严，教育音视频用量惨遭腰斩

在线上教育领域，“双减”政策趋严，新东方、学而思、掌门1对1、华尔街英语等13家在线教育客户受到顶格罚款。K12及学前教育音视频业务收缩严重，导致整体在线教育领域音视频解决方案市场承压。但中国在线职业教育需求潜存，未来有望带动教育音视频市场复苏。

03 音视频行业集中度有所下降，但双龙头格局仍然稳固

2021年上半年中国音视频解决方案市场集中度相对下降，但整体仍处于高位。Top5音视频解决方案供应商占据中国音视频解决方案市场份额为81.0%。其中，腾讯云保持行业领先地位，阿里云第二、金山云第三、百度智能云与华为云分别位居第四与第五。

目录

◆ 名词解释	-----	6
◆ 中国音视频解决方案行业综述	-----	7
• 市场现况追踪与展望	-----	8
• 市场竞争	-----	11
◆ 中国音视频解决方案细分市场追踪	-----	14
• 泛娱乐	-----	15
• 在线教育	-----	17
• 电商	-----	20
◆ 方法论	-----	23
◆ 法律声明	-----	24

CONTENTS

◆ Terms	-----	6
◆ China Audio and Video Industry Overview	-----	7
• Market Status Tracking and Outlook	-----	8
• Market Competition	-----	10
◆ China Audio and Video Industry Market Tracking	-----	14
• Pan-entertainment	-----	15
• Online Education	-----	18
• E-commerce	-----	20
◆ Methodology	-----	33
◆ Legal Statement	-----	34

■ 图表目录

图表1：中国音视频解决方案市场规模，2019年–2025E	----- -	8
图表2：全球音视频解决方案服务与解决方案的发展概况，2021年H1	----- -	8
图表3：中国音视频解决方案市场份额，2021年H1	----- -	11
图表4：中国泛娱乐音视频解决方案市场规模，2019–2025E	----- -	15
图表5：中国泛娱乐音视频解决方案市场份额，2021年H1	----- -	16
图表6：中国在线教育音视频解决方案市场规模，2019–2025E	----- -	17
图表7：中国在线教育音视频解决方案市场份额，2021年H1	----- -	18
图表8：中国电商音视频解决方案市场规模，2019–2025E	----- -	20
图表9：中国电商音视频解决方案市场份额，2021年H1	----- -	21

名词解释

- ◆ **VPN**: Virtual Private Network, 虚拟专用网络。
- ◆ **API**: Application Programming Interface, 应用程序编程接口。API规定了运行在一个端系统上的软件请求因特网基础设施向运行在另一个端系统上的特定目的地软件交付数据的方式。
- ◆ **丢包**: 一个或多个数据包的数据无法透过网络到达目的地。丢包在视频质量和音频质量两个层面, 都会对视频会议造成影响。在视频质量方面, 会导致包括马赛克现象、图像模糊、局部变形、图像静止等等, 而对音频质量的影响, 包括音频失真、间断甚至中断等。
- ◆ **时延**: 一个报文或分组从一个网络的一端传送到另一个端所需要的时间。
- ◆ **VOIP**: Voice over Internet Protocol, 基于IP的语音传输

Chapter 1

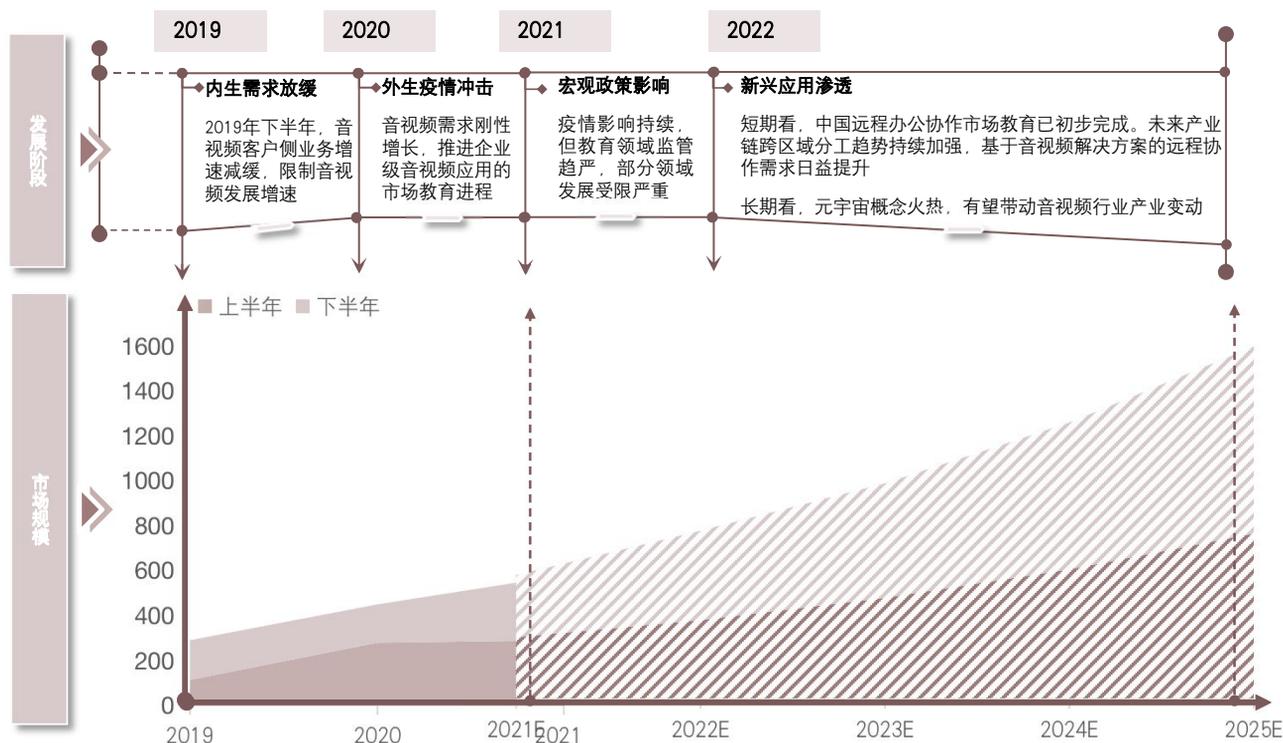
市场综述与追踪

- 市场现况追踪与展望
- 市场竞争

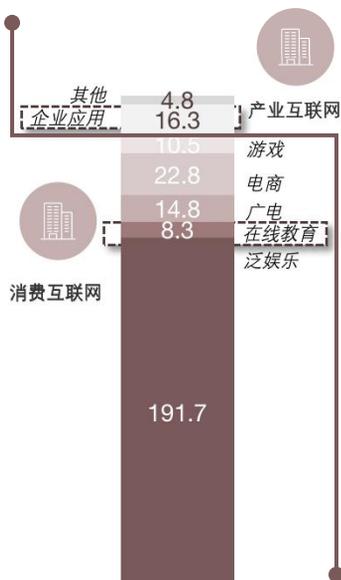
中国音视频解决方案行业综述——市场现况追踪与展望

- 2021年上半年疫情反复，音视频应用需求培养，加之后疫情时期使用惯性延续，提升了疫后音视频应用的留存，市场保持持续增长态势

中国音视频解决方案市场规模，2019年–2025E



音视频解决方案市场结构，2021年H1



- 回顾过去，音视频客户侧底层业务增速放缓，需求扩张受限。但突发性疫情冲击下，音视频应用刚性瞬间提升，刺激市场快速扩容

2019年下半年起，由于音视频服务客户侧业务增速放缓，音视频解决方案市场的“黄金三年”逐步步入尾声。然而，2020年疫情的冲击下，商业活动及人口流动受阻，导致远程协作与线上娱乐刚性需求瞬间释放，进而刺激了整体音视频解决方案行业的视频用量及市场规模快速增长。根据沙利文数据显示，2020年中国音视频解决方案市场规模突破400亿，年增长率超过55.1%。

- 2021年上半年疫情反复，音视频应用需求培养，加之后疫情时期使用惯性延续，提升了疫后音视频应用留存，市场保持持续增长态势

2021年上半年疫情反复，突发性红利影响相对减弱，线上协作与娱乐音视频需求刚性呈现回落态势。但整体音视频解决方案市场增（承接下文）

(承接上文) 速仍保持自然增长。其核心原因在于疫情下音视频应用需求培养，加之后疫情时期使用惯性延续，提升了疫后整体音视频应用的留存。以企业级音视频应用为例，较之疫前，视频会议、智能客服等场景的客户规模及使用粘性均有所上升。

同时，以腾讯云为代表的音视频服务供应商透过其云资源规模效应与技术可复用优势，结合人工智能、大数据等多样化PaaS功能，供应针对垂直行业差异化需求的产品化、场景化的端对端音视频解决方案，进一步提升刚性客户的留存，推动了整体音视频解决方案市场的规模扩容。根据沙利文研究院数据显示，2021年上半年中国音视频市场规模超过300亿人民币。

□ 但在细分领域上，在线教育监管政策频出，对学而思等教育头部音视频客户业务规模形成压制，整体上半年音频用量及市场规模近乎腰斩

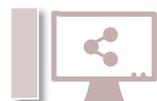
在线上教育领域，“双减”政策趋严，新东方、学而思、掌门1对1、华尔街英语等13家在线教育客户受到顶格罚款。K12及学前教育音视频业务收缩严重，导致整体在线教育领域音视频解决方案市场承压。2021年上半年该细分领域市场规模仅为8.3亿，同比下降60%以上。

然而，中国在线职业教育需求潜存，加之在线教育服务的本质仍是视频。随着4月全国职业大会的召开，习近平主席重点强调加快构建现代化职业教育体系。预计2022年至2023年间，在线教育音视频解决方案市场将逐步回暖，有望重回音视频解决方案主要子市场地位。

□ 短期看，后疫情时期数字化办公需求培养，音视频解决方案有望与远程协作等企业场景相结合，带动行业进一步泛产业化发展

就短期而言，后疫情时期，中国远程办公协作市场教育已经初步完成。未来随着产业链跨区域分工趋势持续加强，基于音视频解决方案与服务的远程协作的需求日益提升，推动音视频服务进一步向泛产业化、工具化发展。

同时，2021年起，腾讯云、阿里云等巨头云服务商相继推进其企业级数字化管理与协作办公产品，未来有望凭借其安全、稳定、实时、弹性的音视频技术及服务优势，与远程协同、企业多媒体应用、智能客服等场景相结合，为企业级客户打造可持续的数字化业务模式、降本增效，最大化音视频服务价值。



2021年上半年，
中国音视频解决方案规模超过

≈ 300亿



2021年上半年，
教育音视频解决方案用量缩减

≈ 60%



2025年，
中国音视频解决方案规模将超过

≈ 1,600亿

□ 元宇宙概念火热，有望为核心底层音视频行业带来新的产业变动

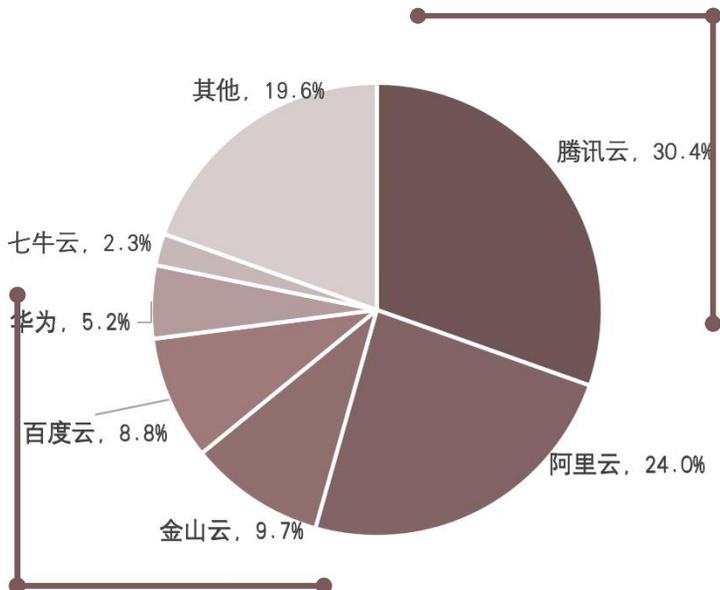
2021年下半年元宇宙概念火爆出圈，受到资本圈的高度认可。虽然元宇宙处于雏形阶段，其整体的商业模式、生态构建、政策影响等多层面存在不确定性，但沉浸、交互、实时的全真音视频无疑是元宇宙的重要呈现形式之一。短期看，2022年元宇宙热度预计将持续，有促进音视频VR技术应用领域的云端全景拼接、CDN分发、云存储等需求释放，预计将带动音视频解决方案市场小规模增长。

但从长期的发展的看，未来随着多领域技术的突破与沉淀，渲染、仿真等音视频应用将联合元宇宙游戏、社交、内容、消费等强C端场景，打破泛娱用户规模及时长的天花板，为音视频解决方案与服务行业创造广阔的市场空间。

中国音视频解决方案行业综述——市场竞争

- 2021年上半年中国音视频解决方案市场集中度相对下降，但整体仍处于高位。腾讯云保持行业领先地位，阿里云第二、金山云第三、百度智能云与华为云分别位居第四与第五

中国音视频解决方案市场份额，2021年H1



- 2021年上半年腾讯云保持行业领先地位，阿里云第二、金山云第三、百度智能云与华为云分别位居行业第四与第五

2021年上半年中国音视频解决方案市场集中度相对下降，但整体仍处于高位。Top5音视频解决方案供应商占据中国音视频解决方案市场份额为81.0%。其中，腾讯云保持行业领先地位，阿里云第二、金山云第三、百度智能云与华为云分别位居第四与第五



- 腾讯云持续保持领先地位，依托内部最佳实践的对外输出和持续沉淀，搭建业内最完整解决方案产品矩阵，为客户提供云端一体音视频PaaS能力；产品全面性、易用性、稳定性和创新性持续领跑行业

腾讯云持续保持领先地位，目前已覆盖90%行业客户，并依托腾讯内部最佳实践的对外输出和持续沉淀，搭建业内最完整解决方案产品矩阵，为客户提供云端一体音视频PaaS能力。产品全面性、易用性、稳定性和创新性持续领跑行业。根据沙利文数据显示，2020年至2021年上半年间，腾讯云音视频解决方案市场份额保持在30%以上，整体的市场地位稳固。

同时，在细分RTC领域中，腾讯云依靠微信、QQ等强大的社交生态，持续累积产品技术沉淀，推进其全平台全球互通RTC解决方案。该解决方案在弱环境下网络稳定性、接入易用性等多方面优势显著，进一步稳固腾讯云的行业领导者地位。



- 阿里云居行业第二，其音视频服务主要以IaaS业务为主导，持续发力CDN音视频加速解决方案及边缘计算相关业务领域，依托多层营销体系，形成合作伙伴的“投”、“卖”生态，持续为阿里云音视频服务引流

阿里云2021年上半年位居行业第二。相较于其他厂商，阿里云音视频服务主要以IaaS业务为主导，拥有120T带宽能力，超1500个全球节点，覆盖视频、金融、电商、医疗等多领域。自2019年后，阿里云扩大其音视频PaaS团队，持续发力CDN音视频加速解决方案及5G边缘计算相关业务领域，并依托多层营销体系，形成合作伙伴的“投”、“卖”生态，持续为阿里云音视频解决方案与服务引流，形成良性业务闭环，持续巩固其音视频解决方案护城河。

2021年上半年，阿里云音视频解决方案市场份额占比为24.0%。虽然较2020年阿里云音视频解决方案市场份额有所下降，但从未来的发展看，2021年起，阿里云加速推进其“云钉一体”战略，助力企业数字化转型的同时，依靠其基础设施及边缘计算优势，大幅提升企业用户粘性，形成稳固企业服务生态，持续推动其企业级音视频交互业务的增长。



- 金山云位居行业第三，深耕视频、游戏、教育三大垂直音视频赛道，聚焦行业优质客户资源，互联网属性显著

金山云作为业界领先的第三方独立云服务商，位居行业第三。

从业务与战略的维度分析，虽然2021年起，金山云为调节内部业务平衡性自发性采取去CDN化措施，但其核心的“3+3”垂直行业策略下，金山云持续深耕视频、游戏、在线教育三大消费互联网音视频赛道，聚焦行业优质客户资源，为其带来稳定的资金回流。根据沙利文数据显示，金山云覆盖行业80%以上的音视频头部客户，涉及视频泛娱乐、电商、教育等行业。

此外，金山云连续四年为春晚直播护航，同时服务互联网头部企业，涵盖字节跳动、B站、小米等，为全球10亿观众提供流畅、高清、音视频观看体验。



百度智能云暂居行业第四，主打“云智一体”产品及服务理念，其整体的集成AI工具与技术的音视频PaaS能力较强，主攻具备图像识别等AI应用诉求的传统行业，与业内其他服务商形成错位竞争态势

度智能云2021年上半年音视频解决方案的市场份额为8.8%，暂居行业第四位。

在竞争方面，虽然百度智能云与金山云同属于音视频解决方案市场的第二梯队，但两者的产品聚焦、市场定位、优势场景均存在差异。2021年，金山云音视频解决方案主推5G高清、沉浸视频云的产品，聚焦视频直播、游戏、在线教育等三大音视频市场，深刻贴近垂直行业客户需求，整体互联网属性较强。然后，百度智能云主打“云智一体”产品及服务理念，开放智能编解码、智能超清、低延时直播等10余种云智产品组件、百余个API。百度智能云整体集成AI工具与技术的音视频PaaS能力较强，主切具备图像识别等AI应用需求的传统行业，与业内其他服务商形成错位竞争态势。

2021年北京冬奥会，百度智能云已联合央视新闻推出AI数字人手语主播，依托其业界领先的跨模态技术，为听障用户提供全年无休的手语服务。未来随着5G的商用普及及AI技术迭代，数字人音视频应用有望成为百度智能云的优势切入点，快速向金融、医疗、零售等传统企业渗透。

□ 2021年上半年音视频解决方案市场格局暂未呈现明显变动；但未来随着火山引擎音视频大规模商用，市场竞争激烈程度将进一步提升

整体来看，2020年中国音视频解决方案市场跑马圈地已基本完成。2021年上半年音视频解决方案市场格局暂未呈现显著变动，仍维持腾讯云与阿里云双龙头格局。

然而，2021年下半年，字节跳动开始发力火山引擎音视频云服务。该音视频服务主打极致性价比的产品理念，可支持火山引擎云用户使用同源的基础架构，同时保障客户网络稳定度与资源利用率。此外，由于字节跳动深耕泛娱乐行业，其内部团队长期依靠抖音等短视频业务来实现技术产品的沉淀，自身PaaS自研能力较为突出。目前来看，火山引擎音视频服务的市场定位对标深耕视频、媒体、资讯行业的金山云，而技术上则相对对标百度智能云的AI算法。未来，随着火山引擎音视频规模化商用，中国音视频解决方案市场的竞争激烈程度预计将进一步提升，带动整体市场格局的调整。

Chapter 2

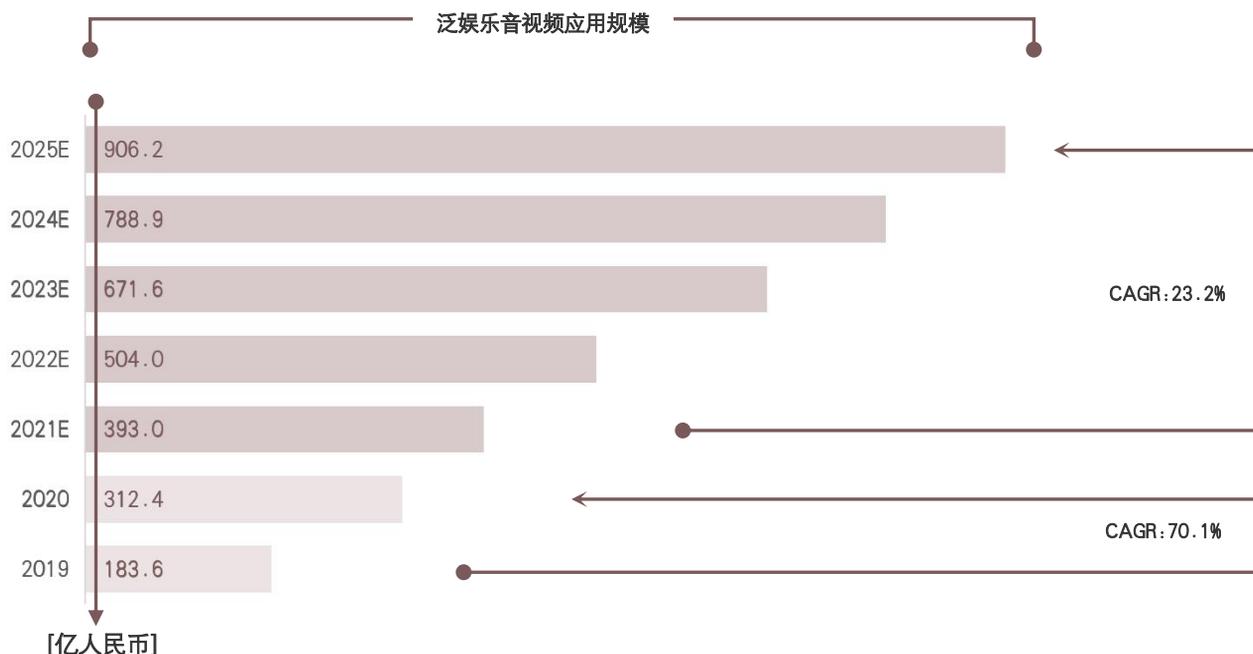
细分市场追踪

- 泛娱乐
- 在线教育
- 电商

中国音视频解决方案细分市场追踪——泛娱乐

- 同音视频大行业态势一致：2021年上半年，突发性疫情红利暂未完全消退，泛娱乐视听解决方案市场仍保持高增长。但未来整体音视频客户侧业务增速减缓，将限制泛娱乐音视频发展

中国泛娱乐音视频解决方案市场规模，2019–2025E

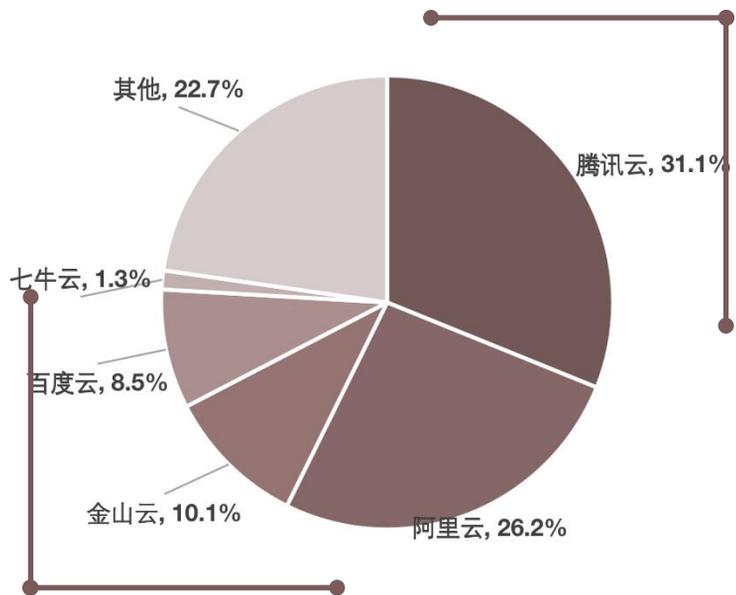


- 同音视频大行业态势一致：2021年上半年，突发性疫情红利暂未完全消退，泛娱乐视听解决方案市场仍保持高增长。但未来整体音视频客户侧业务增速减缓，将限制泛娱乐音视频发展

纵观中国音视频解决方案市场，泛娱乐是行业最大子市场，覆盖影视点播、游戏直播、社交直播、短视频等领域。同音视频解决方案大行业相似，2020年疫情冲击下，居民居家工作与娱乐时长增长，带动整体泛娱乐版块音视频用量提升。2020年中国泛娱乐音视频解决方案市场规模超过312.4亿人民币，较2019年同比上涨70.1%。2021年上半年疫情反复，突发性疫情红利暂未完全消退，仍保持快速增长态势。根据沙利文数据显示，2021年上半年泛娱乐音视频市场规模为191.7亿人民币，占整体音视频市场的70%。

从未来的发展看，随着疫情远程协作与娱乐的刚性需求回归正常值，泛娱乐音视频主要客户业务增速呈现放缓态势，将限制未来该领域音视频应用增速。预计2021年至2025年，泛娱乐音视频解决方案市场的年复合增长率将下降为23.2%。

中国泛娱乐音视频解决方案市场份额，2021年H1



- 泛娱乐主要客户深耕行业，自身PaaS能力较第三方产品的健壮度较高，偏向于IaaS层的音视频云资源采购。

从需求差异看，泛娱乐直点播是最典型的音视频应用场景，除了共有的视频流畅性、稳定性及并发量诉求外，长视频点播、直播、短视频的音视频应用需求存在细分差异：长视频侧重内容生产与视频版权的保护、短视频看重智能算法推荐、直播则更强调互动性。从产品需求层面分析，泛娱乐直点播客户深耕视频产业，依靠其本身的视频业务来实现技术产品的沉淀，自身PaaS自研能力较第三方产品健壮度更高，因此其核心的音视频需求主要集中于IaaS层的音视频云资源采购。而部分社交、新闻领域的泛娱乐客户则相应具备PaaS层端对端音视频解决方案采购需求。

音视频服务商提供云端点播、云端直播、云端转码等服务模块，加速视频上传、优化视频管理、支持多场景转码格式、降本增效、极致化终端观看体验，为泛娱乐音视频客户的口碑建立与视频用户稳定回流夯实基础。此外，音视频解决方案服务不仅能针对市场需求热点快速推出功能模块，加速客户产品上线及热点把控，同时也能为客户在内容生产与消费进行技术赋能和广泛合作，进而从中挖掘商业价值。

以腾讯云为例，其音视频解决方案可提供“一键互动”电竞直播互动玩法。2020年，腾讯云为英雄联盟总决赛提供“一键互动”功能，（承接上文）

(承接下文)快速打通游戏数据与直播平台,为用户提供“观赛秘籍”。同时,腾讯云也为其客户提供全新“直播互动”玩法,在斗鱼、企鹅电竞等平台上线。整体市场认可度高。

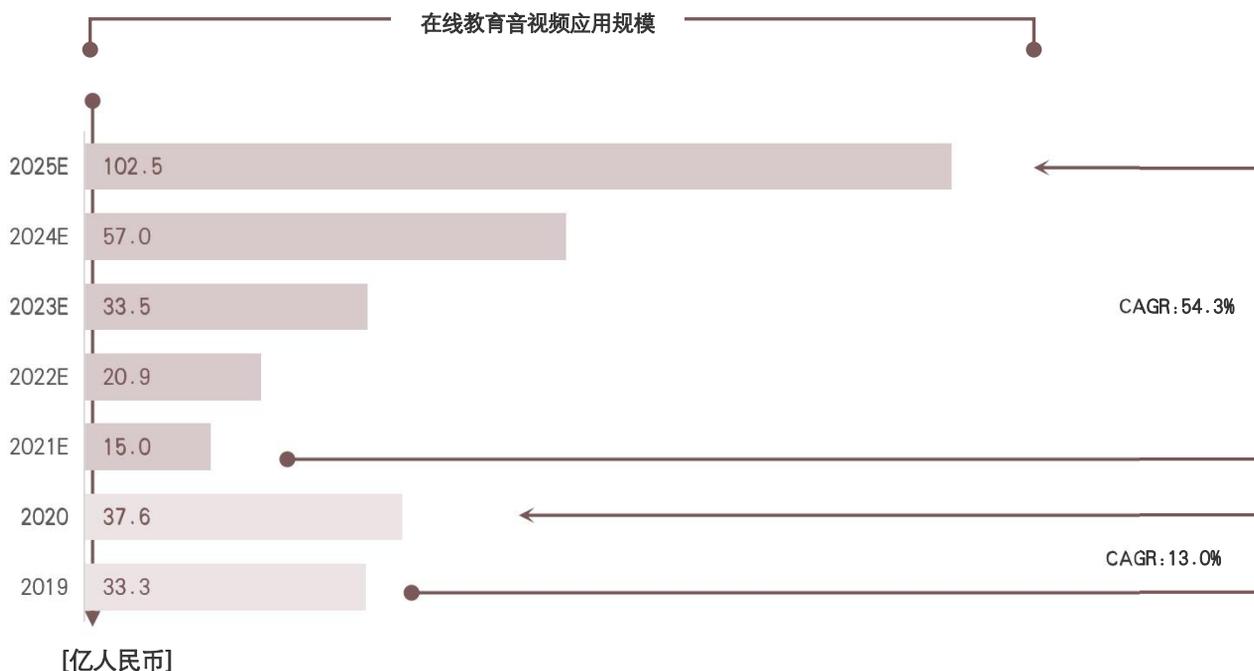
□ **腾讯云持续保持领先地位;阿里云排名第二;金山云位居第三;百度智能云则暂居第四**

在泛娱乐音视频市场中,2021年上半年整体的市场格局较2020年变化相对小。腾讯云、阿里云、金山云、百度智能云、七牛云等头部公司共同占据77.2%的市场份额,整体的市场集中度保持高位:其中,腾讯云持续保持领先地位;阿里云排名第二;金山云位居第三;百度智能云则暂居第四。

中国音视频解决方案细分市场追踪——在线教育

- 2021年上半年，在线教育政策趋严，K12及学前教育两大场景的音视频业务受限严重，导致整体在线教育音视频解决方案市场短期承压。但职业教育需求潜存，有望带动在线教育市场回暖

中国在线教育音视频解决方案市场规模，2019–2025E



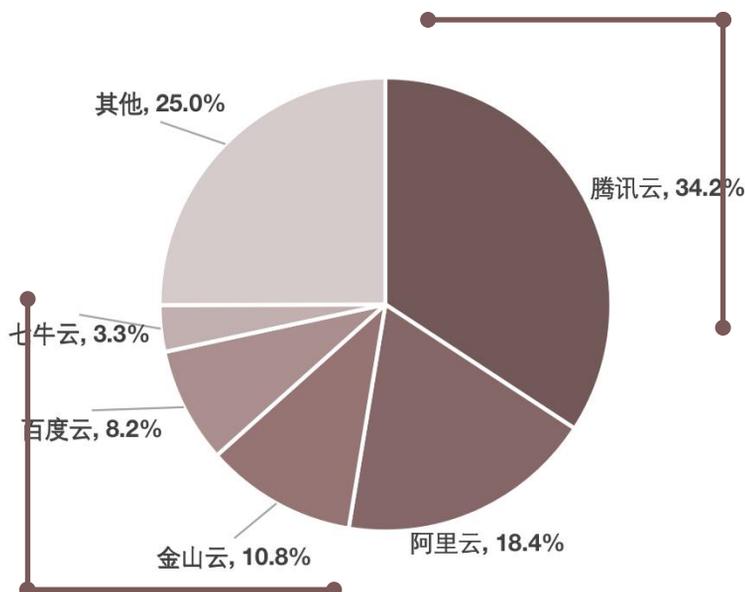
- 2020年对在线教育及音视频应用具备特殊的意义，疫情的爆发迫使全民快速接受在线教育模式，促进需求空间培养及教育音视频化进程

2020年对在线教育及音视频应用具备特殊的意义，疫情的爆发迫使全民快速接受在线教育模式。根据沙利文数据显示，2020年3月在线教育用户规模超过4.2亿人，同比增长79%。虽然疫情后在线教育用户规模有所回落，但仍沉淀了大量用户，不仅为在线教育音视频解决方案市场拓宽底层应用空间，也将教育在线化及教育音视频化的进程推快了数年。

- 2021年上半年，在线教育政策趋严，K12及学前教育两大场景的音视频业务受限严重，导致整体在线教育音视频解决方案市场短期承压

2021年上半年起，“中国双减”政策趋严，新东方、学而思、掌门1对1、华尔街英语等13家在线教育音视频客户受到顶格罚款。相关政府部门不再审批新的学科类教育机构及任何面向学龄前儿童的线上培训机构，并禁止学科类教育企业的融资上市。K12及学前教育两大板块的音视频业务收缩严重，导致整体在线教育领域音视频解决方案市场承压（承接上文）

中国在线教育音视频解决方案市场份额，2021年H1



（承接下文）压。根据沙利文数据显示，2021年上半年在线教育音视频解决方案的市场规模近乎腰斩，较2020年上半年同比下降60%。

中短期看，在线教育音视频解决方案市场有望逐步回暖，市场发展重心将逐步向职业教育音视频应用领域转移。一方面，中国产业结构转型下，结构性失业人口逐步上涨，2020年已突破1,400万人次，加之疫情后就业压力进一步上涨，中国的技能培训及职业教育需求潜存。另一方面，2021年4月，习近平主席重点强调加快构建现代化职业教育体系，政策面鼓励职业技能培训的大规模开展，未来有望带动在线职业教育音视频用量提升，加速整体在线教育音视频市场复苏。

□ 教育场景客户具备低延时、高流畅、强互动、高并发诉求，聚焦于业务本身，因而偏向于采购第三方音视频平台层端对端解决方案即用

在客群需求方面，不同于其他场景，在线教育场景音视频客户具备较高的低延时、高流畅、强互动、高并发诉求。同时，其客户主要聚焦于教育内容与业务本身而非视频，整体视频技术能力相对受限，因而更偏向于采购第三方音视频平台层端对端解决方案即用，可大幅降低整体的二次开发成本。同时，音视频解决方案可应用AI技术帮助客户改善画质、音质及整体传输质量，有效解决视频卡顿问题，优化整体服务体验，进一步增强其使用粘性。

沙利文

以腾讯云为例，腾讯云累积22年的音视频技术沉淀与实践，在大小班课、互动教学等多元在线教育场景具备显著的服务及技术优势，涵盖高性能服务端SDK、TRAE引擎、智能降噪、智能补帧算法等。同时，腾讯云音视频向其客户提供低代码的云原生基础环境，可大幅缩减开发者的技术门槛与工作负载，加速在线教育客户业务上线，优化综合成本。

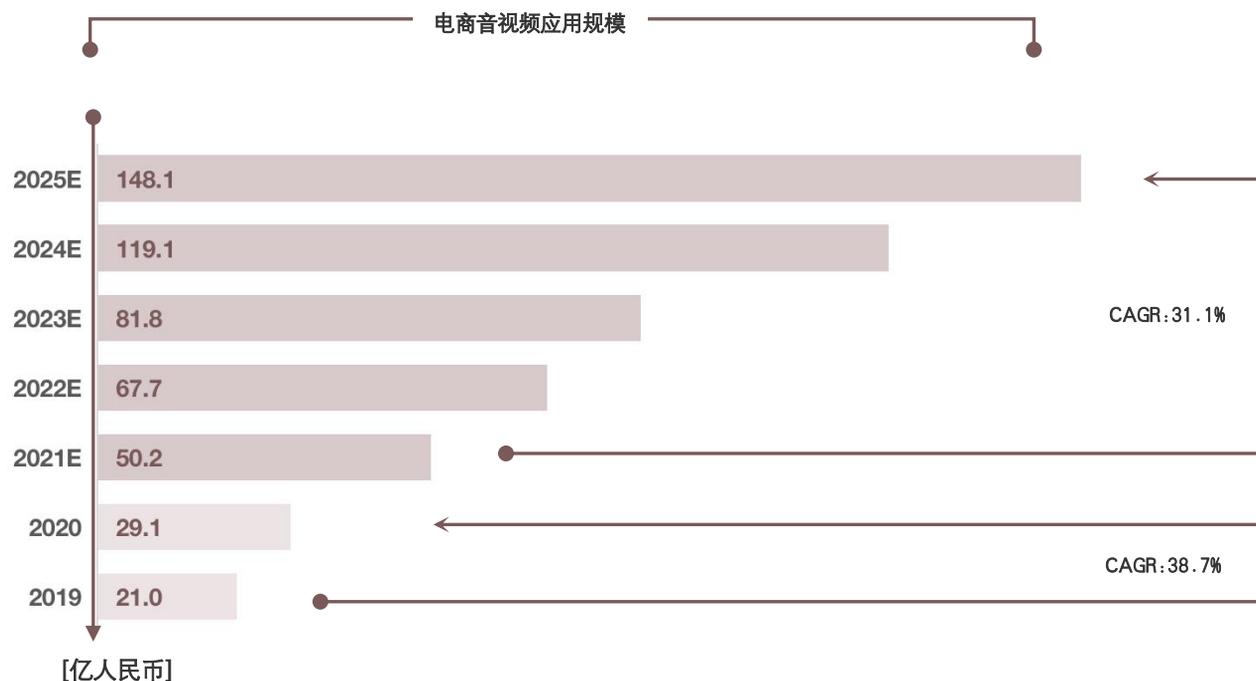
□ **在线教育音视频解决方案市场中，2021上半年腾讯云持续保持领先地位；阿里云排名第二；金山云位居第三；百度智能云则暂居第四**

在2021年上半年政策强管控下，在线教育音视频解决方案市场K12业务受限严重，导致该领域音视频应用大幅缩减。但从市场表现的维度看，腾讯云、阿里云、金山云、百度智能云、七牛云等头部公司共同占据74.9%的市场份额，保持一超多强的竞争态势：其中，腾讯云持续保持领先地位；阿里云排名第二；金山云位居第三；百度智能云则暂居第四。

中国音视频解决方案细分市场追踪——电商

- 直播电商逐步从传统电商的补充演变至主流的网上新零售模式，带动电商音视频解决方案市场持续扩容。未来直播电商步入监管时期，短期将相应限制电商音视频用量；但长期看，直播电商市场规范化将利好电商音视频应用的长足发展

中国电商音视频解决方案市场规模，2019–2025E



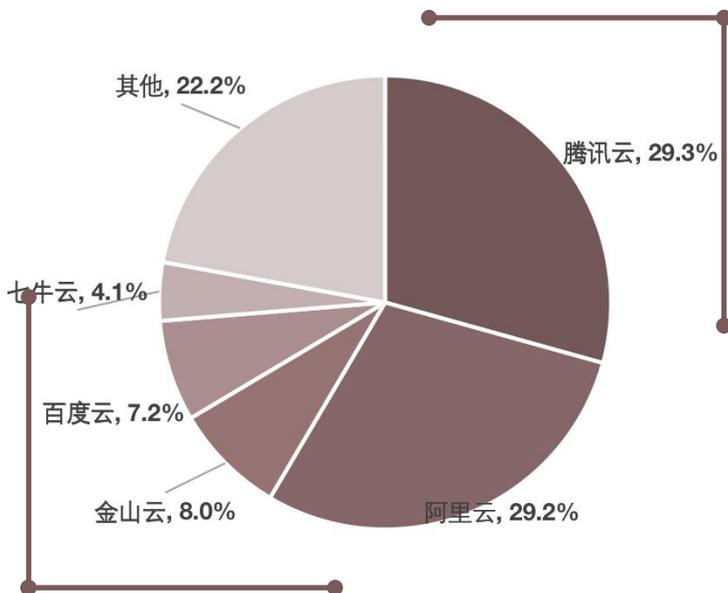
- 政策利好，加之音视频技术迭代，驱动直播电商逐步从传统电商补充演变至主流新零售模式，带动电商音视频解决方案市场扩容

2020年7月后，《关于加速杭州市直播电商经济发展的若干意见》等政策相继出台，倡导培育与引进头部直播电商MCN机构，构建电商基地，引导商贸服务行业向数字化、社交化、音视频化方向转型。根据沙利文研究院数据显示，电商直播的渗透率日趋增长，从2017年0.27%上涨至2021年的10.2%。同时，用户层面上，截止于2021年上半年直播电商的用户规模同步突破3.8亿，同比上涨24.3%。

同时，音视频技术持续迭代，直播电商逐步从传统电商的补充演变至主流的网上新零售模式，带动电商音视频解决方案市场持续扩容。2021年上半年，中国电商音视频解决方案市场规模达22.8亿，预计下半年双“11”、双“12”购物风潮的加持下，全年收入有望突破50亿人民币。

- 直播电商步入监管时期，短期将相应限制电商音视频用量；但长期看，直播电商市场规范化将利好电商音视频应用的长足发展

中国电商音视频解决方案市场份额，2021年H1



2021年直播电商市场发展暂未完全成熟：电商直播繁荣发展的同时，产品质量、直播造假、侵犯他人知识产权等问题频发。4月6日，广州市司法局发布关于印发《网络电商直播常见法律纠纷处理指引》，对上述问题明确了法律责任及相关赔偿，倡导直播电商平台的健康、规范发展。

从短期发展看，2022年后，电商直播领域的监管力度预计将进一步提升，进而限制音视频解决方案在电商领域用量。然而长期看，随着直播电商市场向规范化发展，电商音视频应用场景丰富度将持续提升，未来将更多覆盖农产品带货、滞销商品出售、非遗直播等领域延展渗透，持续带动云端直点播、云渲染、实时通讯等音视频解决方案应用需求释放，带动电商音视频市场扩容。根据沙利文研究院预测，中国电商音视频解决方案市场规模预计将从2021年的50.2亿人民币上升至2025年的148.1亿人民币，年复合增长率达31.1%。

□ 直播电商领域客户较为侧重视频并发量、画质清晰流畅、双向互动等。不同于其他场景，直播电商产品需求呈现明显的两极分化态势

直播电商领域客户较为侧重视频并发量、画质清晰流畅、双向互动等。不同于其他场景，直播电商产品需求呈现明显的两极分化态势。以抖音、快手为代表的头部电商直播客户同时也覆盖泛娱乐直点播领域，长期依靠其视频业务实现产品技术沉淀，内部团队的PaaS能力优异（承接上文）

(承接下文)，因而主要采购的CDN、云存储等IaaS的音视频服务。而腰部客户则同在线教育领域音视频客户较为相似，聚焦于业务本身，因而偏向于第三方PaaS层音视频解决方案采购，一方面可提升电商客户的视频稳定度、流畅度及弱环境下网络自适应，增加客户体验、透过“视频+服务”模式保障音视频解决方案客户留存。另一方面，大数据技术协同人工智能应用，帮助电商客户更精准触达目标人群、提高营销效应、加速服务盈利变现。

□ 在电商音视频解决方案市场中，2021上半年腾讯云持续保持领先地位；阿里云排名第二；金山云位居第三；百度智能云则暂居第四

整体来看，电商音视频解决方案市场暂处于风口，加之疫情催化，市场扩张迅速。2020年后，腾讯云与阿里云分别凭借其技术复用优势、基础设施规模、相关电商及泛娱乐生态等优势，快速跑马圈地，抢占音视频头部客户，市场龙头效应显著。2021年上半年，中国音视频解决方案市场仍保持稳定双龙头格局：其中，腾讯云位居行业第一；阿里云排名第二；金山云位居第三；百度智能云则暂居第四。

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从社会保险、人工智能、大数据等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。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，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。