

2022年

中国短视频营销行业概览（摘要版）

2022 China's Short Video Marketing Industry Overview

2022年中国のショートビデオマーケティング業界の概要

概览标签：短视频、MCN、内容营销

报告主要作者：XXX

2022/03

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。

摘要

01

AI技术应用，提高短视频用户体验趣味性

- 短视频平台可根据用户上传的自拍、语音、手势等行为识别分析用户产品需求，通过自然语音处理、声纹识别、人脸识别等AI技术实现单向的静态广告转换成双向的互动场景，让用户在传统广告营销过程中由被动接收转变为主动交流，激发用户参与热情，精准触达用户，提高营销活动转化率，提升品牌曝光率。

02

“明星达人”口碑效应强，有效助力品牌声量提升

- 70.3%的短视频用户受“明星达人”推荐而购买产品。移动互联网时代，用户注意力稀缺和分散，而“明星达人”自带粉丝、自带流量，具有品牌圈层信任力，可助力品牌大幅度提升内容曝光率，提高品牌营销转化率。

头豹

03

广告主营销投放预算逐步向短视频平台倾斜，推动短视频营销营收规模持续增长

- 随着短视频行业进入精细化运营阶段，短视频平台将优化平台内容输出能力。优质内容的输出，将进一步吸引广告主增加投放预算。短视频营销行业营收规模持续扩容，预计至2026年突破7700亿元。

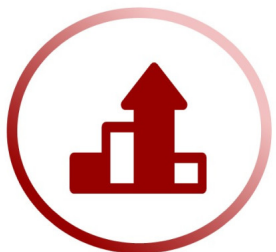
随着短视频内容、交易监管逐步规范化，中国短视频营销行业何去何从？

短视频平台通过将内容、分发和用户三方数据贯通，能将短视频营销内容精准且高效推送至受众，提升品牌宣传、电商导流等方面的商业价值。以抖音、快手为代表的头部短视频平台通过推出定制话题活动、官方挑战赛以及构建KOL广告交易平台等形式完善广告营销矩阵，增强广告营销变现能力。



完整版内容目录

CONTENTS



行业综述

- 定义及价值分析
- 产品与类型
- 商业合作模式
- 行业市场规模



产业链分析

头豹

- 产业链图谱
- 上游分析：短视频内容资源
- 上游分析：MCN机构
- 中游分析：短视频平台
- 中游分析：平台对比
- 下游分析：用户及广告主偏好



行业分析

- 政策分析
- 驱动因素
- 风险分析
- 发展趋势
- 行业竞争格局



企业介绍

- 抖音
- 快手
- 微视
- 微信视频号

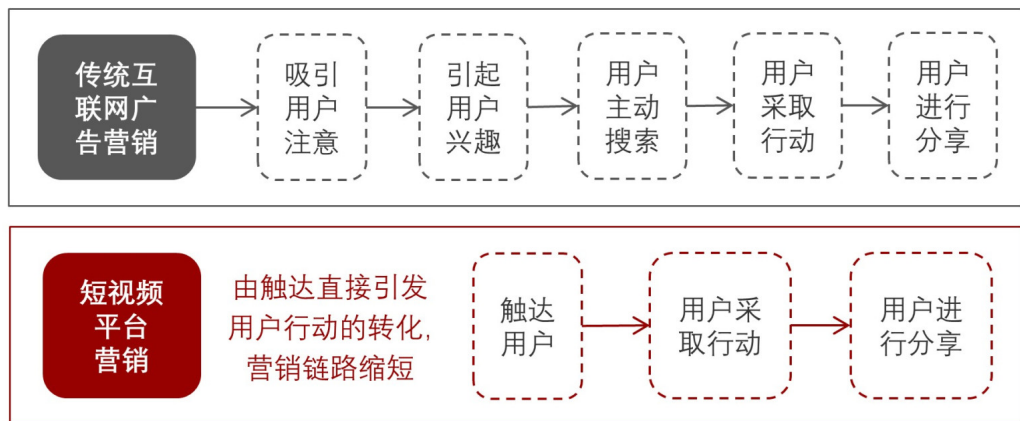


中国短视频营销行业综述——定义及商业价值分析

短视频营销通过精准触达用户，直接刺激用户采取行动，大幅度缩短品牌营销路径，助力品牌营销提速增效

短视频营销定义

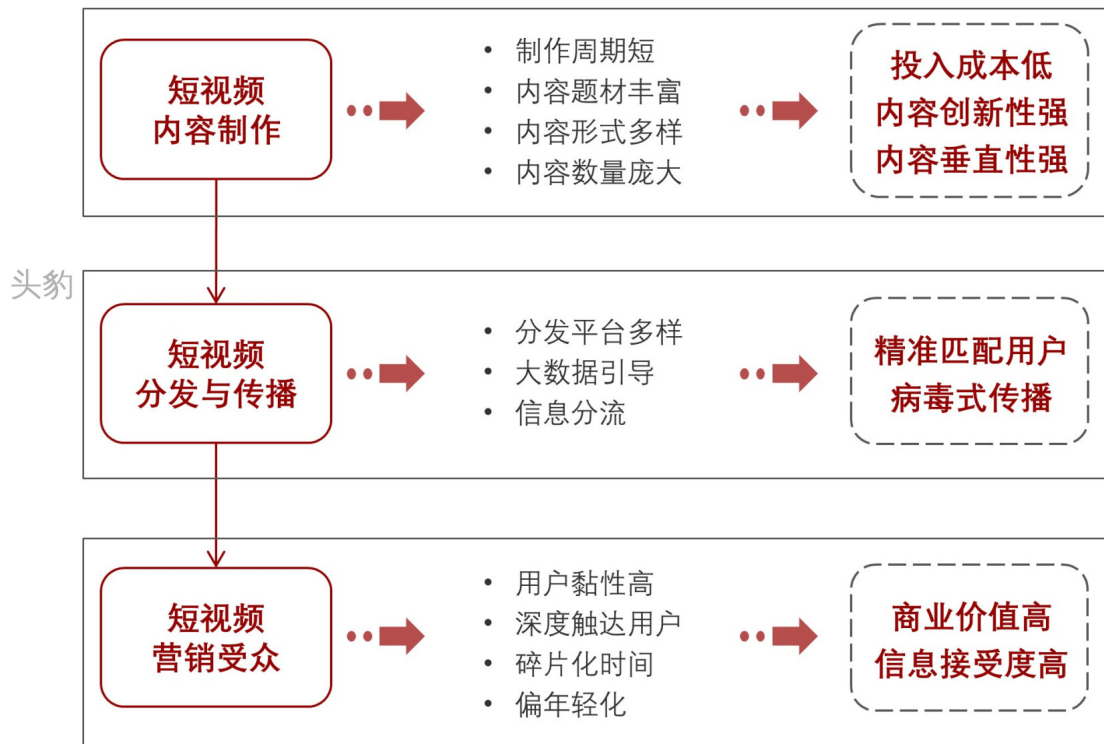
短视频营销指在短视频平台进行软硬广告投放的广告营销模式。与传统互联网广告营销路径“注意→兴趣→搜索→行动→分享”相比，短视频营销通过**精准触达用户**，刺激用户购买产品，大幅度缩短品牌营销路径，助力品牌营销提速增效。



- ❑ 在内容制作方面，短视频营销内容制作周期短，投入成本低，且与其他内容相比更具灵活性，可满足广告主的个性化推广需求。
- ❑ 在分发与传播方面，较为优质的原生短视频营销内容会被用户自发的进行二次转发，甚至部分头部优质内容可在用户群中实现短期病毒式的传播效果。
- ❑ 在受众方面，短视频平台具备社交媒体的互动属性，基于短视频“短、快、精”传递信息的特征，短视频营销可快速吸引用户，提升信息接受速度。

短视频营销的商业价值分析

短视频平台通过将内容、分发和用户三方数据贯通，能将短视频营销内容精准且高效推送至受众，提升品牌宣传、电商导流等方面的商业价值。



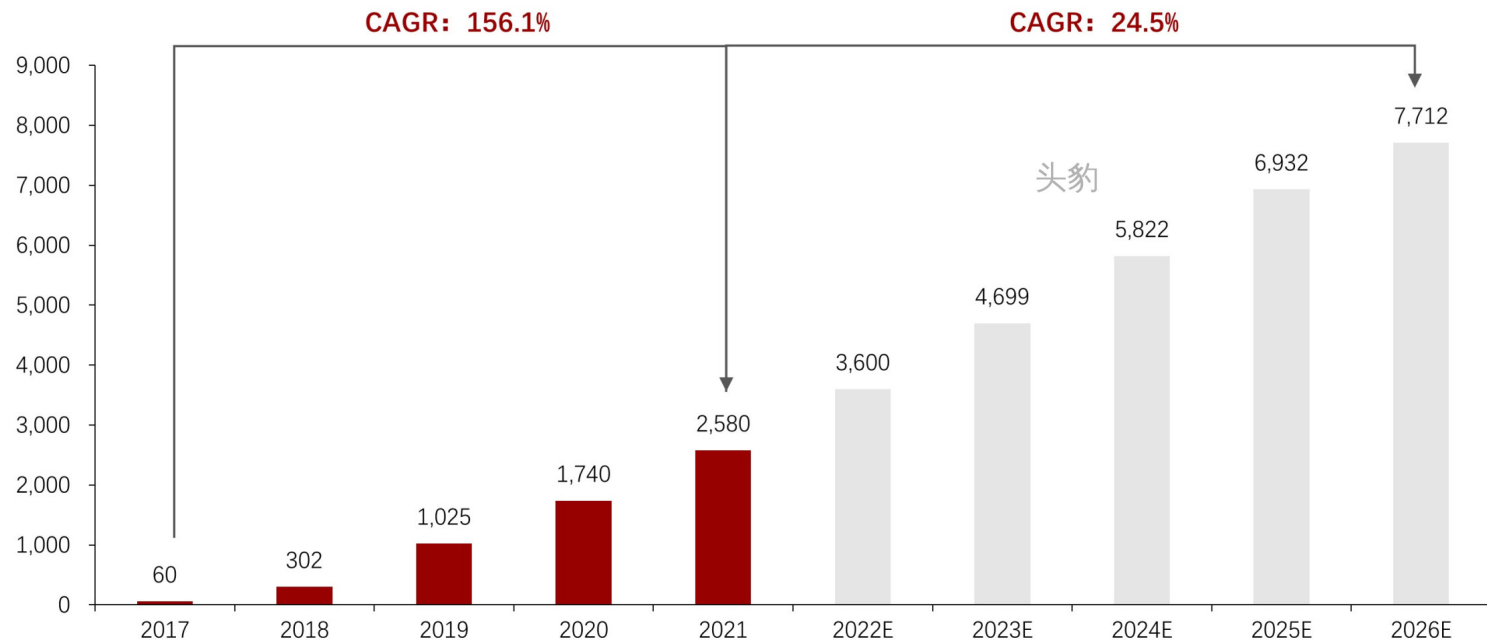
中国短视频营销行业综述——市场规模

广告主营销投放预算逐步向短视频平台倾斜，推动短视频营销营收规模持续增长，2022年中国短视频营销行业营收规模预计达3600亿元

中国短视频营销行业市场规模（按营收额计），2017-2026年预测

2017至2021年，中国短视频营销行业营收规模由60亿元增长至2,580亿元，年均复合增长率为156.1%。短视频营销行业营收规模大幅增长，关键因为2017至2018年间，以抖音、快手为代表的头部短视频平台通过推出**定制话题活动**、**官方挑战赛**以及构建**KOL广告交易平台**等形式完善广告营销矩阵，增强广告营销变现能力。

单位：[亿元]



来源：火星文化，抖音官网，头豹研究院

头豹洞察

- 内容生产方、MCN机构、营销服务商的内容策划能力不断增强，广告营销专业化能力日渐突出，吸引广告主营销投放预算逐步向短视频平台倾斜，推动短视频营销营收规模持续增长。2019年，在新增营销平台中，**36.7%**的广告主将短视频作为数字营销的重要媒体选择。
- 随着短视频行业进入精细化运营阶段，短视频平台将优化平台内容输出能力。优质内容的输出，将进一步吸引广告主增加投放预算。同时伴随TrueView广告投放方式的营销效能逐步释放，短视频营销模式优化升级，广告主在短视频平台的营销投放预算提高，短视频营销行业营收规模持续扩容，预计至2026年突破**7,700亿元**。



中国短视频营销行业产业链分析——产业链图谱

短视频营销以广告主的营销需求为市场导向，广告主的议价能力较强；上游内容生产方的核心竞争力为优质内容输出与产品迭代能力

中国短视频营销行业产业链，2020年

中国短视频营销行业由**上游资源提供商**，中游**短视频营销平台**及下游**广告需求方与受众**构成。上游市场主体为内容、资讯等素材提供商和其他合作方，营销服务商和MCN机构为短视频营销提供投放资源、策略、数据支持等。中游市场主体为短视频营销平台，负责为下游广告主提供广告植入、广告内容推送等服务，除综合类短视频平台外，还有其他媒体、视频、社交平台，并结合内容服务平台的应用。产业链下游市场由受众及短视频营销服务需求方构成。



来源：火星文化，头豹研究院



中国短视频营销行业产业链分析——上游短视频内容资源

优质内容持续输出和产品迭代更新能力是内容生产方的核心竞争壁垒；广告主倾向于垂直领域投放，美妆、日常生活类账号更受广告主青睐

短视频广告按账号类型投放频率，2020年

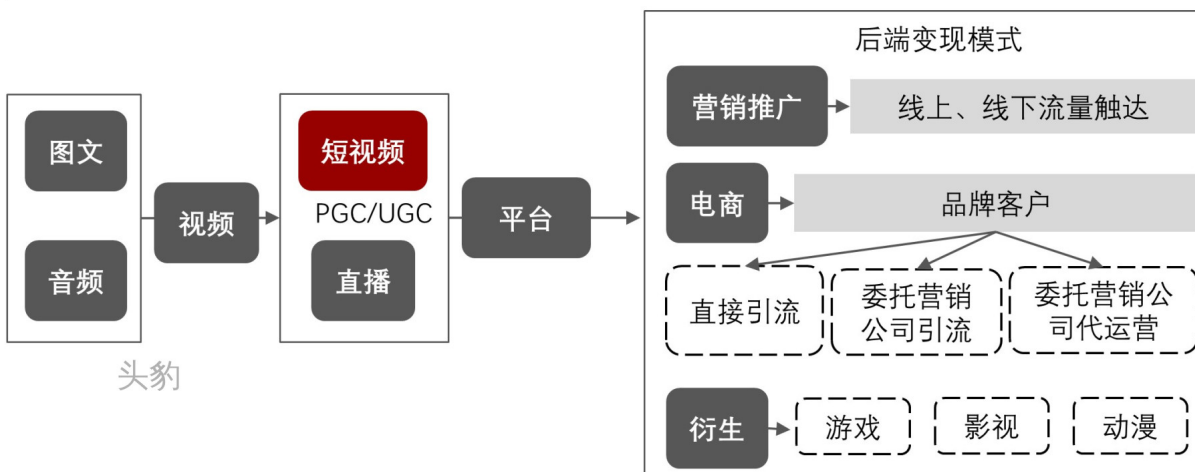
帐号类型	短视频投放广告主分类							
	美妆 日化	食品 饮料	3C数码	IT 互联网	服饰 箱包	母婴 育儿	汽车及 周边	家居 家装
美容美妆	深	中	中	中	中	中	中	深
日常生活	中	中	中	中	中	中	中	中
时尚穿搭	中	中	中	中	深	中	中	中
笑话段子	中	中	中	中	中	中	中	中
美食	中	中	中	中	中	中	中	中
才艺	中	中	中	中	中	中	中	中
母婴育儿	中	中	中	中	中	深	中	中
旅游	中	中	中	中	中	中	中	中
娱乐影音	中	中	中	中	中	中	中	中
情感心理	中	中	中	中	中	中	中	中
游戏	中	中	中	中	中	中	中	中

注：颜色越深相关投放频率越高

	群体基数	创作内容	粉丝粘性	用户流量	变现能力
UGC	大	粗糙且分散	弱	长尾部流量	弱
PGC	小	精细化	较强	腰部流量	较强
PUGC	小	优质且垂直化	强	头部流量	强

来源：火星文化，头豹研究院

短视频内容商业变现模式



内容生产方

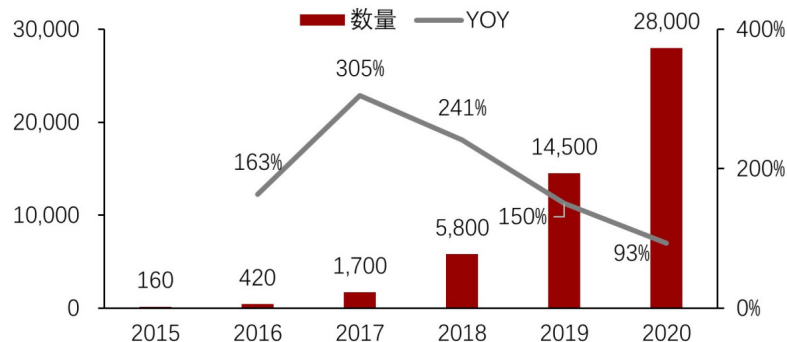
- 优质内容持续输出能力和产品迭代能力是内容生产方的核心竞争力。与UGC相比，PGC和PUGC的内容产品思维更为显著。2016年始，头部UGC、PGC、PUGC为延长自身生命周期、提升变现能力，转型升级为MCN机构、营销服务商、短视频平台、电商平台。
- 从广告主最爱投放的内容创作者账号类型分析，根据火星文化数据，剧情类的内容创作者账号特征更加明确，广告营销爆款率更高，因此备受广告主青睐，17.9%的广告主优先选择。其次，美妆类内容创作者营销效果突出，备受美妆日化及电商平台广告主喜爱。此外，“小姐姐”、“小哥哥”类型的内容创作者账号，是广告主组合投放中的核心部分之一。

中国短视频营销行业产业链分析——上游MCN机构

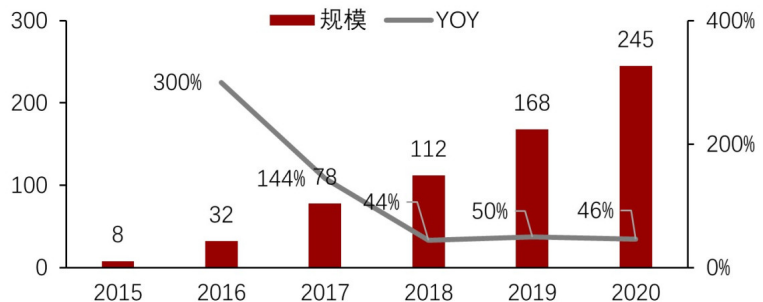
2020年MCN机构增速放缓，预估达2.8万家，同比增长150%；MCN机构在短视频营销中作为中介平台，可助力广告精准把握营销要点，优化广告投放效果

中国MCN行业公司数量及规模，2015-2020年

单位：[家]



单位：[亿元]



来源：克劳锐，头豹研究院

MCN机构业务类型概况

业务类型	特征	代表机构
内容生产	• 以内容生产为主，逐步工业化、IP化	二更 新片场
账号运营	• IP孵化助力功能账号变现	大禹 末那传媒
广告营销	• 批量账号形成巨大流量池，高效触达消费群体	峰群文化
电商	• 塑造和巩固个人IP，完成符合粉丝需求的消费转化	如涵控股 杭州宸帆
经纪	• 解决KOL前端商务问题，利用资源优势进行组合营销	Papitube 星匠联盟
社群/知识付费	• 从海量粉丝中沉淀出重垂直领域粉丝做专业变现	灵魂有香气的女子 日日煮
IP授权版权	• 前期变现效率较为缓慢	十二栋文化 幕星社

头豹洞察

MCN机构

□ 2020年MCN机构数量增长至**28,000**家，呈现几何式爆发增长。根据克劳锐数据，2021年MCN机构增速将放缓，预估增速**93%**。MCN机构业务类型包括内容生产、账号运营、广告营销、电商等。2020年行业规模达到**245亿元**。

□ 对于广告主，MCN可精准把握营销要点，优化广告投放效果。

□ 对于内容创作方，MCN可通过签约或孵化的方式聚拢内容资源，为网红、艺人提供专业的创意支持、视频剪辑和内容分发等增值服务。

□ 对于短视频平台，MCN机构具有更稳定的内容产出能力与IP孵化能力，与MCN机构合作可帮助短视频平台高效、精准获取高品质内容，提高自身平台的曝光率。



中国短视频营销行业产业链分析——中游短视频平台对比

各平台核心功能相似，内容差异化明显，分发机制和内容差异导致创作生态和用户生态不同，因而变现模式不同，视频号独享私域流量变现潜力

抖音、快手、微视、微信视频号短视频平台对比，2020-2021年

	抖音	快手	微视	视频号
Slogan	记录美好生活	拥抱每一种生活	发现更有趣	记录真实生活
用户规模 (2020年平均DAU)	6亿 (含抖音极速版、抖音火山版、西瓜视频)	3亿 (含快手极速版)	2700万	3亿
日均使用时长 (2021年)	100分钟	108.8分钟	30分钟	19分钟
分发机制	<ul style="list-style-type: none"> 相对中心化 内容质量权重高 社交关系权重相对较低 运营干预大，注重人工运营 	<ul style="list-style-type: none"> 相对去中心化 社交关系权重高 运营干预较小，逐渐加强运营 	<ul style="list-style-type: none"> 强PGC导向运营策略 多平台分发 社交属性弱 	<ul style="list-style-type: none"> 去中心化 社交推荐+算法推荐 社交关系权重高 运营干预小
互动权重	点赞率>评论率>转发率	评论率>转发率>点赞率	-	点赞率>评论率>转发率
创作生态	<ul style="list-style-type: none"> 注重优质内容生产者 注重内容消费者 粉丝头部集中度高 	<ul style="list-style-type: none"> 注重内容创作者 粉丝和达人间链接强、互动性强 粉丝分布均衡 	<ul style="list-style-type: none"> PGC友好，UGC保护较弱 粉丝头部集中度高 	<ul style="list-style-type: none"> 粉丝分布均衡 个人品牌IP打通私域公域流量通道
用户生态	一二线用户比例高，用户增速快	下沉市场用户多，用户增速平稳	优质UGC用户流失 内容消费用户多	社交属性用户多，地域分布均衡
变现能力	平台主导变现模式，如信息流广告	达人主导变现模式，如直播打赏	平台主导变现电商引流转化	私域流量变现潜能大，如直播带货

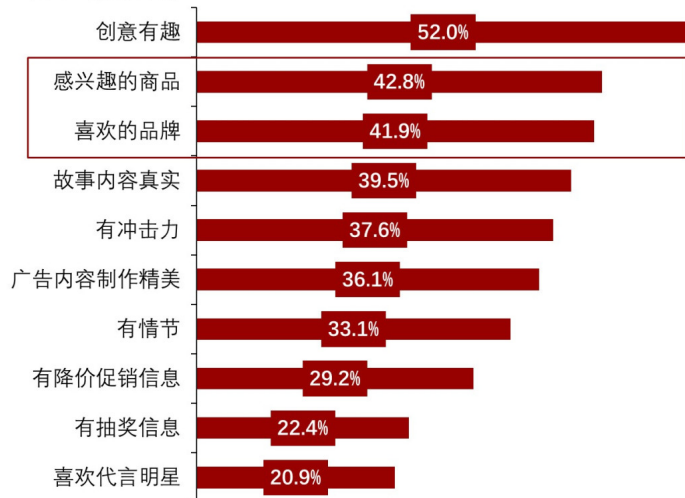
来源：视灯研究院，QuestMobile，头豹研究院

中国短视频营销行业产业链分析——下游用户及广告主偏好

66.7%的短视频用户喜欢广告内容简洁，64.2%的短视频用户基于对产品感兴趣而点击广告，内容质量相关标准依然是用户的首要评判标准，其次是广告相关商品及品牌的喜好

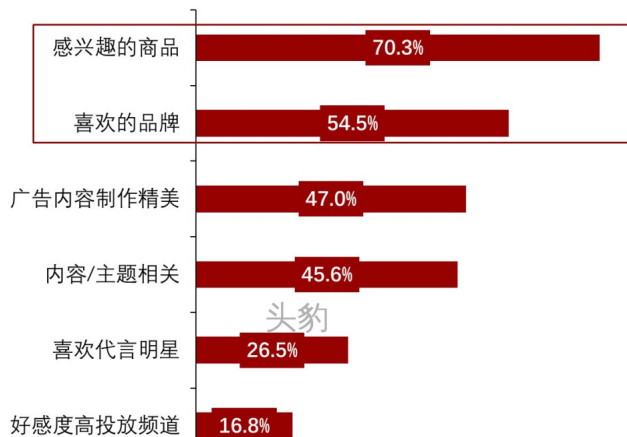
中国短视频用户广告偏好，2020年

单位：[百分比]



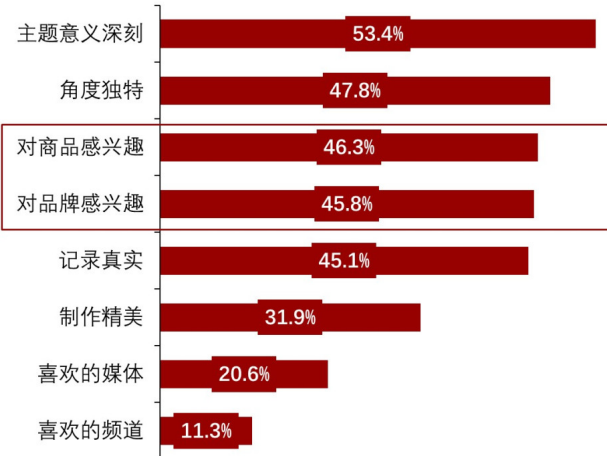
短视频贴片广告喜爱度及原因，2020年

单位：[百分比]



人物、故事短视频喜爱度及原因，2020年

单位：[百分比]



广告主

- 短视频营销发展初期，泛娱乐广告主是短视频营销的核心客户，伴随财经、汽车、亲子育儿、游戏领域的营销垂直化，短视频营销的广告主愈加多元，覆盖电商平台、美妆日化、游戏、食品饮料、汽车、母婴、文旅等。
- 从商业模式层面分析，短视频营销从内容生产、传播到消费转化均形成较为完善的商业闭环，缩短产品与消费者的传播距离，有效提高电商平台获客率。

短视频用户

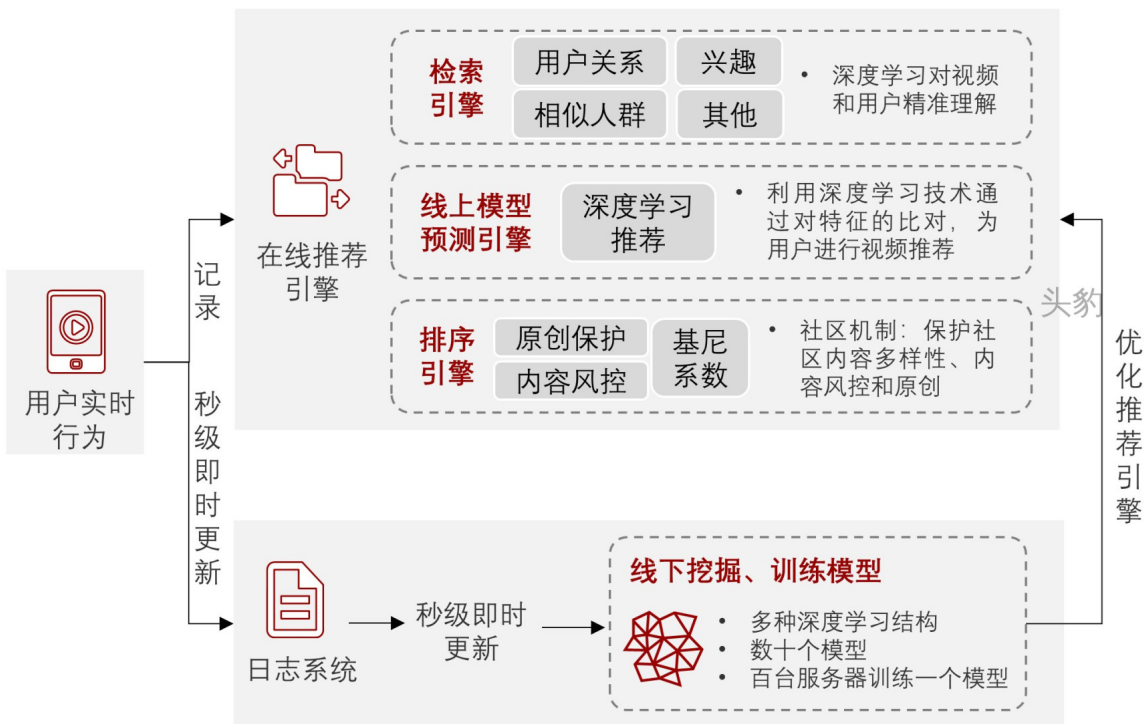
- 内容简洁、信息真实、形式新颖、沉浸式体验是短视频用户的主要广告主偏好。其中66.7%的短视频用户喜欢广告内容简洁，65.1%的短视频用户注重广告传递的产品信息真实可靠。
- 在短视频用户点击广告因素分析中，64.2%的短视频用户基于对产品感兴趣而点击广告，59.8%的短视频用户因广告内容趣味性强而点击广告。

中国短视频营销行业驱动因素——AI技术赋能，短视频营销价值提升

AI技术加持，助力短视频营销由单向静态广告向双向互动场景广告延伸，精准触达用户，提高营销活动转化率，提升品牌曝光率

快手“实时推荐系统”

实现用户双向感知，精准匹配视频信息



来源：头豹研究院

头豹洞察

AI技术应用，提高短视频用户体验趣味性

短视频平台可根据用户上传的自拍、语音、手势等行为识别分析用户需求，通过自然语音处理、声纹识别、人脸识别等AI技术实现单向的**静态广告**转换成**双向的互动场景**，让用户在传统广告营销过程中由**被动接收**转变为**主动交流**。如星广互动为伊利畅意100%制作的短视频AR营销广告，通过人脸关键点定位技术，精准定位用户嘴部位置，实现动画特效的准确贴合，激发消费者的拍摄欲望，并分享于秒拍平台，进行**二次传播**，提升广告营销效率，触达更多圈层消费者。

AI识别技术推动视频推送精准度提高

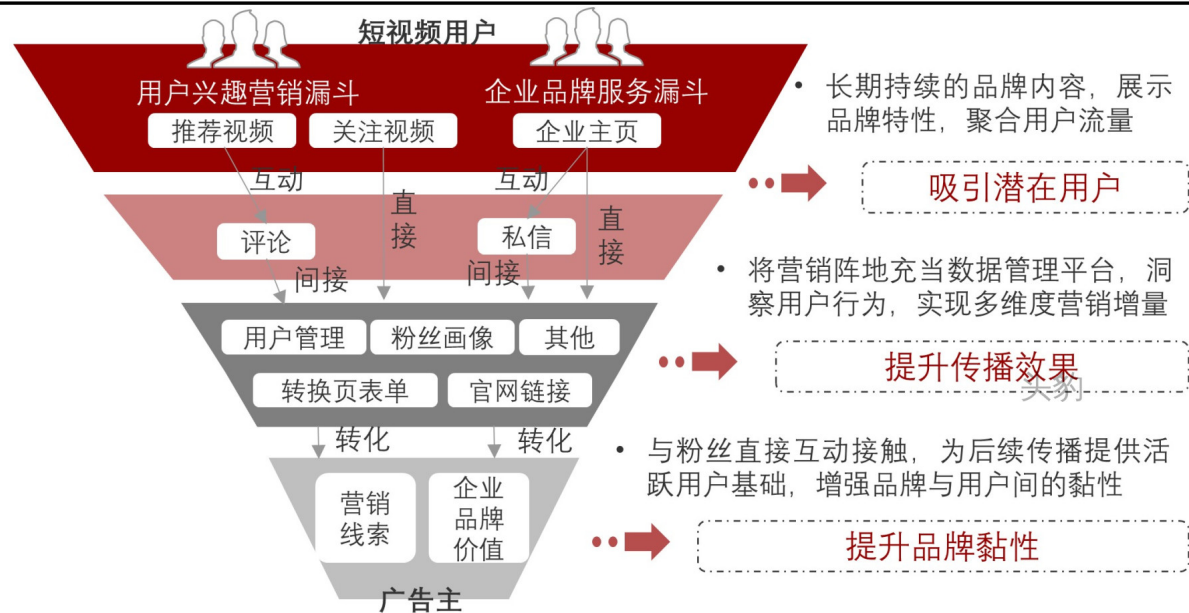
- 短视频平台利用知识图谱与深度学习等AI技术，优化用户视频推荐模型，实现精准推送视频信息，提高用户体验。如快手“实时在线推荐系统”，通过在线推荐引擎和日志系统两个方面深度学习及理解用户行为，为用户精准匹配视频信息。短视频平台的信息推送精准度提高，有利于短视频营销**精准圈层**目标客户，提高用户转化率。
- 在线推荐引擎利用深度学习技术对视频作品和用户进行精准理解，同时通过检索引擎进行用户特征比对，为用户匹配**最合适**的视频内容。
- 日志系统将用户的实时行为以**秒级**的速度及时更新至在线推荐模型中，为线下挖掘和模型训练提供海量数据基础，提高“实时在线推荐系统”的匹配精准度。



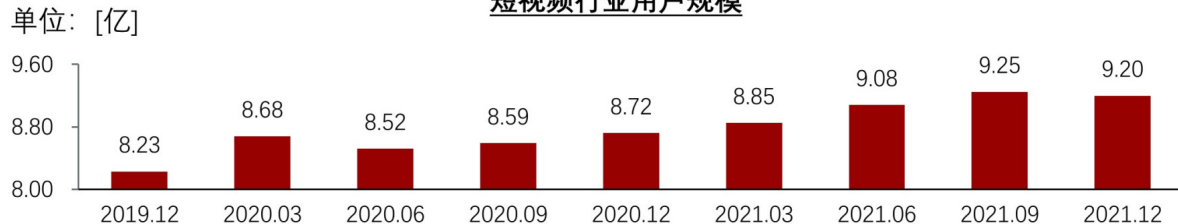
中国短视频营销行业发展趋势——广告主对企业号需求将进一步释放

广告主将通过企业号聚合营销内容、粉丝和流量元素，打造企业营销阵地及私域流量池，沉淀用户数据资产，构建长效营销生态

短视频平台企业号营销用户路径及价值



短视频行业用户规模



来源：QuestMobile，头豹研究院

短视频平台用户流量规模化，备受广告主青睐

- 互联网用户红利逐渐消退背景下，广告主线上获客成本日渐增加，且用户转化率低。阿里巴巴线上获客成本增长了6倍以上，京东获客成本上涨1.5倍。互联网流量成本日趋增加，广告主亟需寻找新的获客方式，增强品牌效应，提高用户转化率，同时对已触达用户展开精细化运营，提升企业销售能力。
- 根据QuestMobile数据，截至2021年12月短视频平台月活跃用户规模达9.2亿，月人均时长超过22小时，同比增长8.6%。

企业号具有高价值，广告主对其需求将进一步释放

- 以抖音企业号蓝V、快手商业号为代表的短视频平台企业号推出，为品牌方搭建一个与用户长期互动的品牌营销阵地，助力品牌方与受众长效、持续互动，沉淀私域流量，实现高效营销转化目的。如vivo在抖音开设运营官方抖音账号，一方面实时展示品牌内容，吸引潜在粉丝；另一方面有效延续挑战赛活动等短视频营销投放后的生命力，积累用户数据资产。截至2020年4月15日，vivo的抖音官方账号粉丝量为398.1万人，获赞数量5,395.7万次。



中国短视频营销行业竞争格局——竞争概述

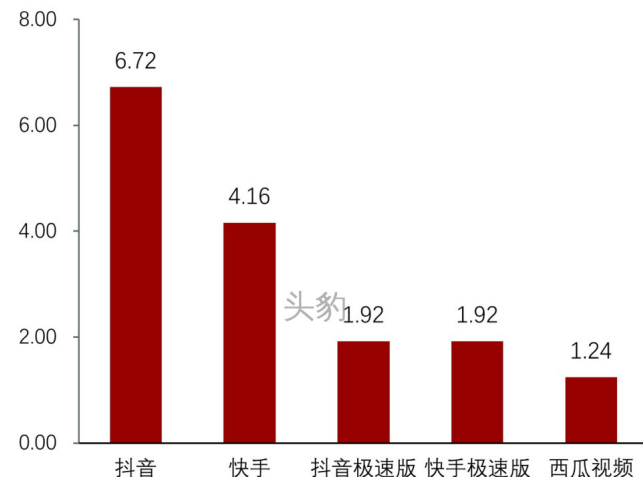
抖音、快手月活跃用户规模及MCN机构数量远高于其他短视频平台，广告营销收入远超过其他平台，位居短视频营销市场第一梯队，但重合用户占比较高

中国短视频行业主要竞争者阵营



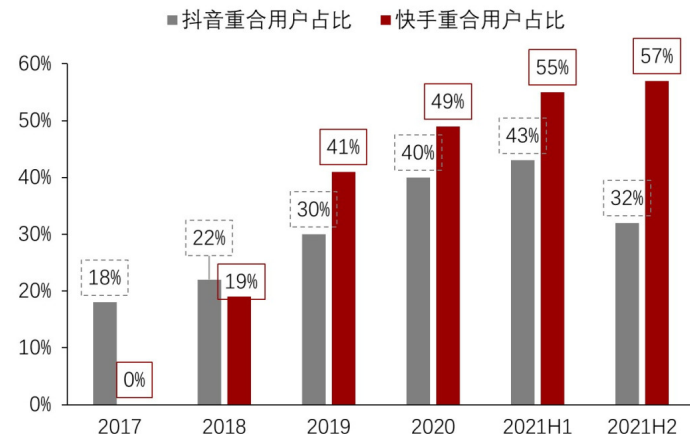
短视频行业Top 5月活用户规模，2021年

单位: [亿人]



抖音、快手App重合用户占比，2017-2021年

单位: [百分比]



- 短视频行业产生的巨大流量吸引众多参与者纷纷入局，经过市场多轮整合迭代，头部竞争者阵营为字节系、腾讯系及阿里系。月活跃用户规模及优秀内容输出能力是吸引广告主投放营销预算的关键因素。①从月活跃用户规模层面分析，字节跳动系霸主地位稳固。2021年，抖音以6.72亿人次占据首位，抖音极速版以1.92亿人次位居第三名。②从MCN机构入驻规模分析，抖音MCN机构入驻数量远超其他平台。抖音、快手凭借月活跃用户规模及MCN机构数量远高于其他短视频平台，同时通过提供商业号、搭建KOL广告交易平台等完善营销闭环，提升营销服务质量，吸引广告主投放营销费用，广告营销收入远超过其他平台，位居短视频营销市场第一梯队。
- 头部APP用户重合度高，快手用户使用其他短视频APP占比高，2021年H1快手用户中55%也使用抖音APP，H2统计57%用户与抖音APP用户重合。抖音用户重合度在2021年H1达到峰值43%，H2重合度有明显下降，达到32%。头部APP的主要任务是打造独立的用户社区，做到内容差异化。



头豹
LeadLeo

☎ 400-072-5588

🌐 www.leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2022年中国短视频营销行业概览》

了解其他短视频营销相关课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2021年优矩竞争力及动态洞察报告
- 2020年中国市场营销技术市场现状及案例分析
- 2020年中国AI广告营销行业概览
- 2020年中国短视频营销行业概览
- 2020年中国社交电商行业研究报告
- 2020年中国玩具行业短视频营销分析概览
- 2019年中国数字营销行业概览
- 2019年中国短视频行业概览

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，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。



头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务**、**行企研报服务**、**微估值及微尽调自动化产品**、**财务顾问服务**、**PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 www.leadleo.com 阅读更多研报

◆ 头豹小程序：微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



深圳

李先生： 18916233114

李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521



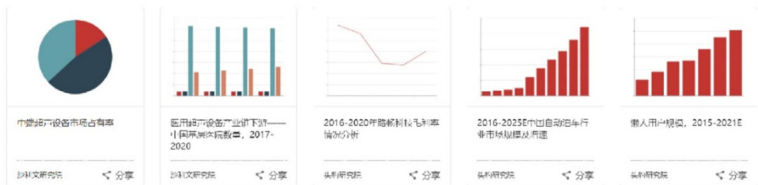
“我不想阅读完整的报告, 只想引用里面的数据呀, 有没有相关的工具可以推荐?”

头豹给你答案!

图说



数说



表说

表说展示了六种不同的数据可视化形式，包括表格、柱状图、折线图、饼图、仪表盘和地图。每个示例下方都有“头豹研究”和“分享”按钮。

头豹目前收录了400,000+行业数据
涵盖各类图片、表格、数据图等

众多数据 如何才能运用到工作文档里面
并且一键导入PPT、WORD、EXCEL?
今天, 就安利给你一款解决数据引用难题的

“神器”

头豹助手Office插件

头豹助手功能强大, 使用便捷
内置头豹官网的最新图、表等数据
并支持一键使用, 自动匹配导入文档
再也不用Ctrl C+Ctrl V循环了!



如何“解锁神器”?

只需1分钟 即可上手使用!
扫描左侧二维码 查看教程





构建万物互联的智能世界

华为CloudLink云视频

全场景无缝协作 | 普及4K普惠AI | 行业数字化升级

头豹



华为智能协作网站 华为智能协作公众号

