

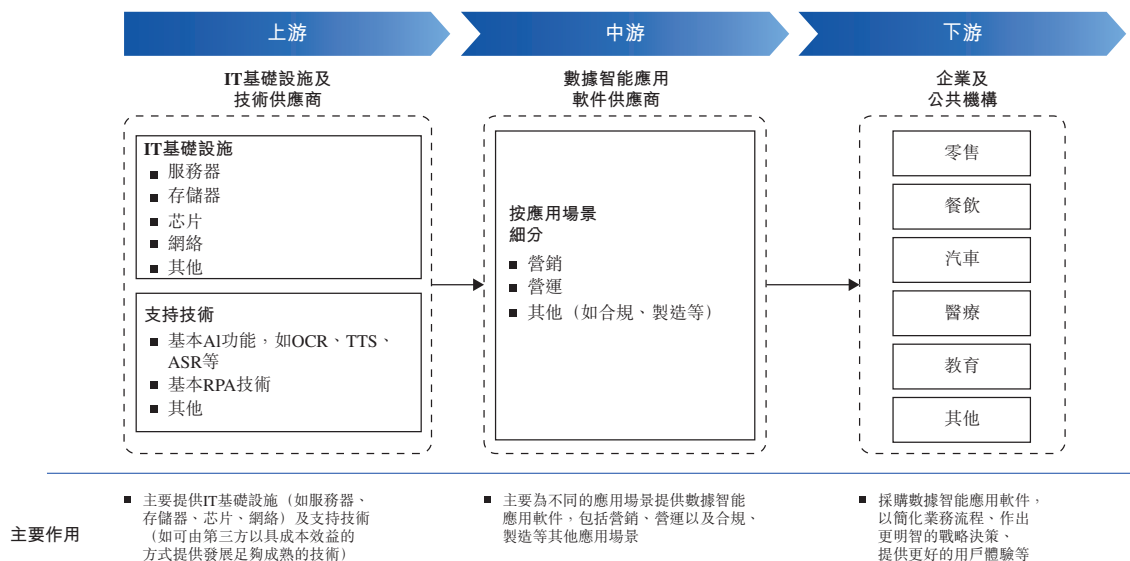
行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自不同官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及弗若斯特沙利文（我們委託的獨立全球諮詢公司）編製的市場研究報告（「弗若斯特沙利文報告」）。本節所載政府官方來源資料尚未由我們、獨家保薦人、[編纂]、任何我們或彼等各自的董事、高級人員、僱員、顧問、代理或代表或參與[編纂]的其他人士獨立核實，且並無就其準確性發表聲明。

中國數據智能應用軟件市場概覽

通用人工智能指人工智能發展到一定階段，其通過廣泛的認知和決策能力在不同環境及領域表現出類似人類的智能。在通用人工智能未來發展的背景下，數據、生成式AI模型及行業知識是企業獲得競爭優勢的關鍵因素。企業可以利用數據智能應用軟件，將運營過程中積累的獨特數據價值轉化為資本，進而結合生成式AI的能力，以及對特定行業的了解，生成數據驅動的工作流程。這種方法可以優化垂直應用場景中的運營效率，幫助企業提升客戶體驗。

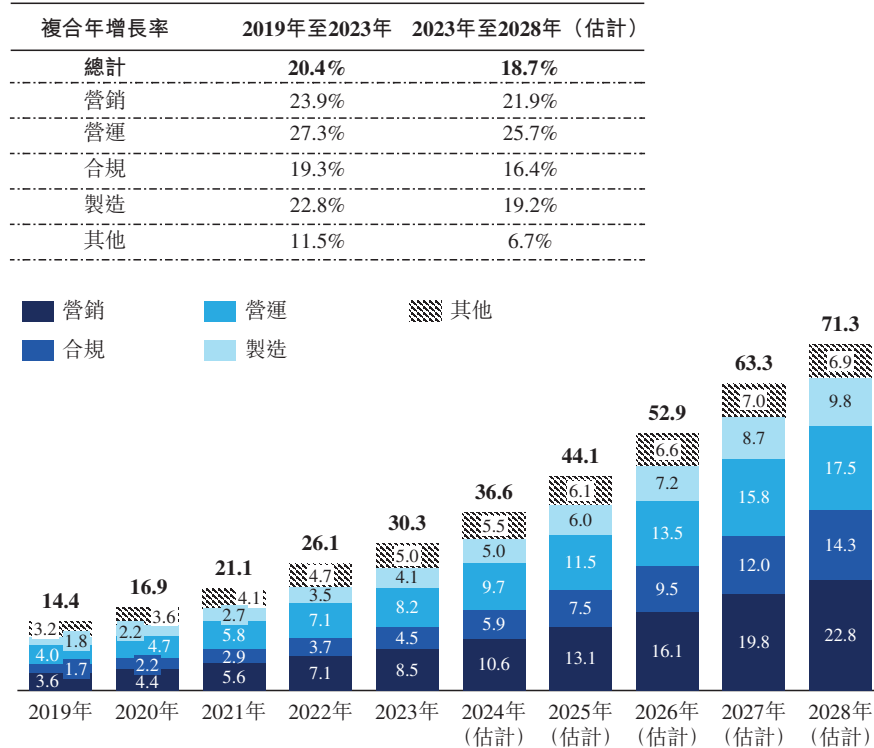
數據智能應用軟件利用人工智能、大數據、雲計算及物聯網等技術幫助客戶從數據中提取價值，在包括營銷及運營在內的各種場景下提供特定場景的數據智能能力，賦能企業實現數據驅動的決策過程以及運營管理中的降本增效。下圖說明中國數據智能應用軟件市場價值鏈的上游、中游及下游。



行業概覽

根據企業在不同應用中的使用情況，數據智能應用軟件主要可分為營銷智能、營運智能及其他。中國數據智能應用軟件市場規模由2019年的人民幣144億元增至2023年的人民幣303億元，2019年至2023年的複合年增長率為20.4%。隨著企業對數據智能應用軟件需求的增長、技術的發展以及政府對行業的鼓勵政策，預計2028年市場規模將達到人民幣713億元，2023年至2028年複合年增長率為18.7%。

中國數據智能應用軟件市場的市場規模
人民幣十億元，2019年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

數據智能應用軟件的痛點及價值主張

在不斷變化的數據利用環境中，企業歷來面臨著一些關鍵挑戰，這些挑戰阻礙了企業充分利用數據促進業務增長的能力，甚至可能導致合規問題。下文闡述了企業面臨的主要痛點以及數據智能應用軟件的價值主張：

- **垂直應用場景中未滿足的需求。** 儘管近年來通用大模型發展迅速，但模型在開發過程中容易出現幻覺、推理不準確、與真實業務場景缺乏有效融合

行業概覽

等問題。數據智能應用軟件基於真實業務場景的痛點需求、積累的垂直場景數據及技術能力，幫助企業在利用通用大模型能力的同時，提高輸出的準確性和可靠性。

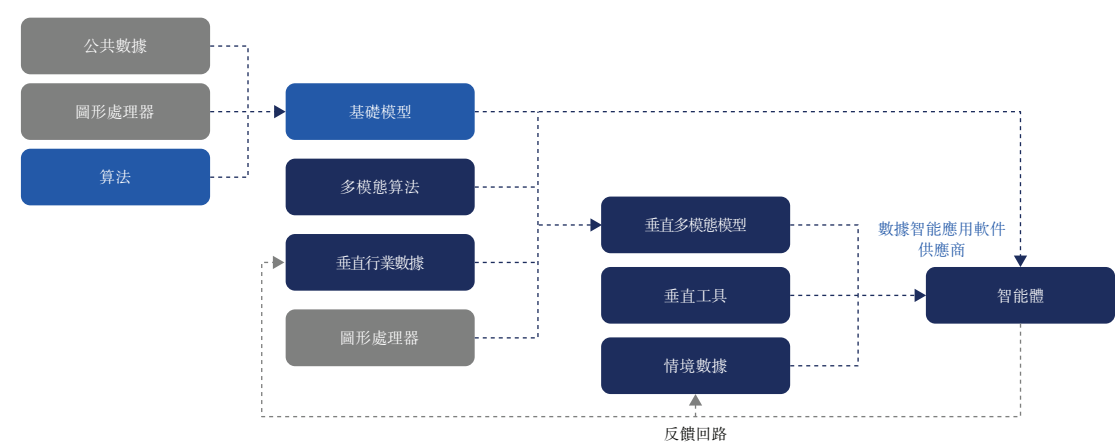
- **數據孤島。**於企業（尤其是大型企業）發展的過程中，不同的數據往往儲存於不同部門所使用的獨立系統，而線上業務與線下業務所產生的數據亦往往被分隔開來，形成數據孤島。該等孤立的數據儲存庫面臨融合及充分發揮數據價值的挑戰。數據智能應用軟件可協助企業克服這項挑戰，整合來自不同來源的數據，包括線上來源及線下來源（例如IoT設備），並以統一的方式進行管理，進而增強數據的存取性並提高其使用效率。
- **數據倫理困境。**隨著數據的重要性不斷提升，尤其是在發展人工智能技術的過程中，數據倫理困境變得更加迫切。數據倫理是指與負責任收集、使用及分享數據相關的價值及道德原則體系。例如，在廣告投放的背景中，包括品牌／企業、廣告代理商及媒體平台等參與者之間的利益未必一致，可能會損害營銷投放過程中的信任。數據智能應用軟件的設計目的在於幫助客戶更好地釋放數據的價值，同時解決數據倫理困境，從而緩解問題。

隨著生成式人工智能技術的不斷進步，數據智能應用軟件供應商擔當關鍵角色。專精於基礎模型的領先人工智能公司利用大規模算力和海量數據集來預訓練強大的模型。最近，DeepSeek等領先的基礎模型證實創新的訓練策略可有效地降低成本，同時保持出色性能。然而，由於基礎模型主要是針對通用用途而設計，因此在特定行業的應用方面往往會面臨各種挑戰，例如幻覺以及實際工作流程調整不到位。

為彌補此差距，數據智能應用軟件供應商在將基礎模型的通用能力轉為用於特定場景的可靠、專業解決方案方面擔當關鍵角色。該等供應商可存取特定行業的數據及具備處理大規模多模態數據集的能力，讓公司能夠開發垂直多模態模型，從而以更高的精確度和效率強化基礎模型。此外，通過利用應用軟件的領域專業知識和持續的數據反饋，數據智能軟件供應商可以進一步精進其模型，確保更符合真實世界的使用案例，並保持競爭優勢。

行業概覽

下圖詳列利用生成式人工智能進行產品開發的關鍵要素，以及數據智能應用軟件供應商在開發過程中擔當的角色。



資料來源：弗若斯特沙利文

數據智能應用軟件市場的增長驅動因素

中國數據智能應用軟件市場的主要增長驅動因素包括：

企業對數據智能應用軟件的需求

隨著企業間競爭的加劇，企業日益需要通過數據驅動的戰略和營運決策來確保在競爭激烈的商業環境中取得長期成功。人工智能、移動互聯網和物聯網的快速發展，導致數據複雜性的不斷上升和迎來數據量的爆炸式增長，對各種應用場景下的數據驅動決策能力提出了更高的挑戰。數據智能應用軟件深度整合各種異構數據源，增強了企業的數據驅動決策能力。展望未來，數據不僅將成為企業決策的基礎，還將成為企業優化生產流程、提高效率及降低成本的重要工具。

多模態數據劇增

隨著移動互聯網和物聯網設備的快速發展，多模態數據處理變得越來越普遍和豐富。多模態數據的複雜性和異構性給微數據處理和分析帶來了新的挑戰和機遇。企業需要利用數據智能應用軟件對多模態數據進行深入挖掘和整合分析，以更好地利用和挖掘不同垂直應用場景中的數據價值。

行業概覽

技術發展

人工智能、大數據、雲計算、物聯網等前沿技術的不斷進步，為數據智能應用軟件的發展提供了關鍵支持。其中，人工智能近年來發展尤為顯著。隨著Transformer和Diffusion等大型預訓練模型的發展，人工智能技術正從判別式向生成式技術演進。通過在大規模數據集上的預訓練，形成了強大的內容理解和生成式能力，進一步拓展了數據智能軟件的應用範圍和能力，推動了行業在新技術浪潮下的持續發展。

利好政策

近年來，中國政府出台了《「十四五」數字經濟發展規劃》、《關於加強數據資產管理的指導意見》及《「數據要素x」三年行動計劃（2024–2026年）》等一系列政策與舉措，大力推動數字經濟的發展。這些政策旨在推進數據資產化，強化國家數字經濟的科技創新能力，推動各行業數字化轉型，培育新的經濟增長點，進而擴大中國數據智能應用軟件市場規模。同時，《通用數據保護條例》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》等法規重新界定了企業處理個人數據的責任和義務，為中國數據智能應用軟件市場提供了健康、可持續的發展環境。

數據智能應用軟件市場的主要趨勢

中國數據智能應用軟件市場存在以下主要趨勢：

數據的複雜程度上升，推動數據智能應用軟件價值升高

隨著物聯網、人工智能和大數據技術的快速發展，數據量出現爆炸式增長，數據的複雜程度也不斷上升。各種傳感器、智能設備和互聯網應用持續產生海量的結構化和非結構化多模態數據，增加了數據處理和分析的複雜性，並對數據智能應用軟件提出了更高的要求 and 需求。

行業概覽

與大模型的進一步整合

大模型的發展正在為通用人工智能鋪平道路，並將成為企業未來的重要生產要素之一。越來越多的數據智能應用軟件供應商將進一步整合大模型的能力，並將其廣泛應用於不同的場景，包括企業營銷和營運。隨著大模型能力趨於普及和成熟，垂直場景中的數據價值很可能會增加。數據智能應用軟件供應商將繼續改善其在行業垂直領域的數據積累和針對特定行業的大模型的研發能力，為各行業的客戶提供差異化服務。此外，針對不同行業垂直領域的AI智能體將成為未來企業和個人工作流程的重要组成部分，通過API連接到企業的不同環節，進一步幫助降本增效。

數據隱私與安全性日益增加

隨著數據智能應用的愈加普及，數據隱私和安全問題日益凸顯。政府和企業對數據保護法規的重視程度不斷上升，而聯邦學習和區塊鏈等隱私保護技術正逐漸成為數據智能應用軟件供應商確保數據安全和隱私的關鍵技術，並發揮著越來越重要的作用。

數據智能應用軟件市場的競爭格局

按2023年收入計，我們是中國最大的數據智能應用軟件供應商。下表載列按2023年提供數據智能服務所產生收入計的中國三大數據智能應用軟件供應商：

排名	公司 ⁽¹⁾	數據智能應用 軟件的收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	本公司	1.3 ⁽²⁾	4.4%
2	公司A ⁽³⁾	0.6	2.1%
3	公司B ⁽⁴⁾	0.5	1.5%

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

附註：

- (1) 該表格內公司的選擇亦考慮與本公司業務營運的類似之處。
- (2) 本公司數據智能應用軟件的收入乃按本公司營銷智能業務與營運智能業務之收入總和計算，並無計及本公司行業解決方案的收入。
- (3) 公司A是一家於2014年在北京成立並在香港聯交所上市的上市公司，主要從事金融、能源電力、電信、交通等行業企業的數字化轉型。截至2023年12月31日，公司A的僱員不足2000人。
- (4) 公司B是一家於2006年在北京成立的私營企業，主要為金融、製造、能源電力、教育等行業的企業提供數據智能軟件。截至2023年12月31日，公司B的僱員不足500人。

數據智能應用軟件市場或延伸至技術服務行業的公司的大部分成本構成主要包括：(i) 支付予僱員的薪資及福利費用；(ii) 寬帶等資源的技術服務費用。中國信息傳輸、軟件及信息技術服務業私營企業僱員城鎮年平均薪資由2019年的人民幣8.53萬元增長至2023年的人民幣12.92萬元，2019年至2023年的複合年增長率為10.9%。由於近年來平均薪資同比增速放緩，預計中國信息傳輸、軟件及信息技術服務業私營企業僱員城鎮年平均薪資將繼續增長，但增速與歷史趨勢相比將更加溫和。另一方面，在中國強大的基礎設施系統支持下，中國的寬帶成本穩步下降。固定寬帶服務成本佔人均每月國民總收入的比例由2019年的0.6%降至2023年的0.4%，在全球最低排名第五，預計2023年至2028年該成本將繼續逐步下降。基於中國社會和政治持續穩定、經濟穩步增長以及與歷史趨勢保持一致的假設，預計主要成本構成不會出現任何會嚴重影響本集團業務的重大波動。

數據智能應用軟件市場的關鍵成功因素

- **領先的技術研發和創新能力。**隨著大數據、人工智能和雲計算技術的不斷發展，企業需要持續投入研發和創新以保持競爭優勢。先進的技術研發能力不僅有助於企業推出功能更強大的產品，還能使企業快速響應市場變化和客戶需求。企業需要結合垂直場景數據和大模型能力，更好地處理垂直應用中複雜的數據分析和處理任務，從而創造新的商業機會並形成競爭優勢。

行業概覽

- **深厚的行業專有技術。**深厚的行業專有技術是數據智能應用軟件市場成功的另一個關鍵因素。每個行業都有其獨特的業務流程和數據需求。了解特定行業的運營模式和市場趨勢，並開發有針對性的軟件產品以解決下游客戶在實際業務場景中的真實痛點，對於數據智能應用軟件供應商至關重要。
- **不斷獲取高質量的行業數據。**持續獲取海量的高質量行業數據是數據智能應用軟件供應商持續為客戶提供高價值產品的重要基礎之一。企業需要利用各種接口獲取海量高質量的數據，並持續訓練和優化垂直行業大模型，從而提升為客戶提供的實際價值。
- **廣受認可的品牌和行業標桿案例。**在高度競爭的數據智能應用軟件市場中，廣受認可的品牌和標桿客戶服務案例也是成功的重要因素之一。品牌的知名度和聲譽有助於吸引更多潛在客戶，並提升現有客戶的忠誠度。同時，潛在客戶經常將供應商是否為行業內知名企業提供過服務，或是否創造出標桿案例作為選擇合作夥伴的重要標準。

中國營銷智能應用軟件市場概覽

在當前全球商品供大於求的背景下，營銷在整個商業環境中的重要性日益凸顯。營銷不再只是銷售產品的輔助手段，而是推動企業可持續發展的核心力量之一。在競爭日益激烈的市場環境中，企業需要通過有效的營銷工具實施以數據驅動的分析策略，以便脫穎而出、吸引更多潛在客戶並實現銷售增長。

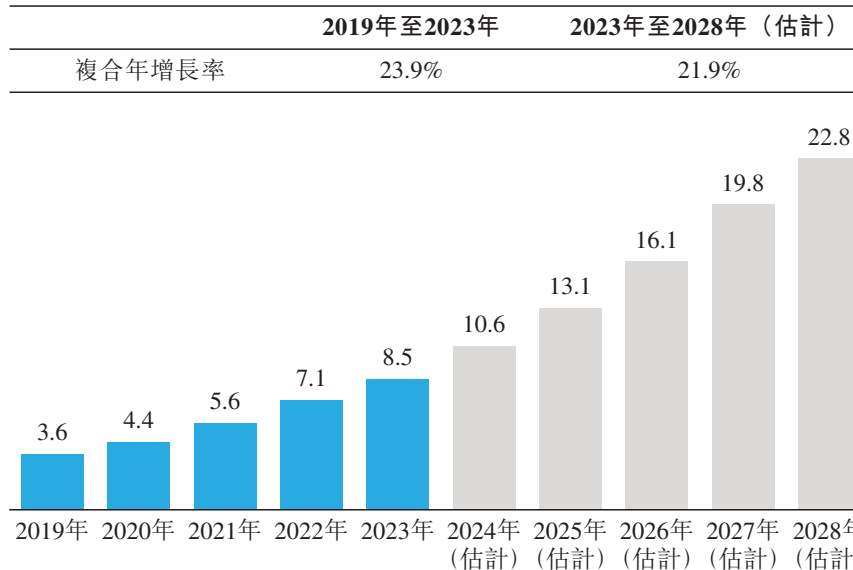
營銷智能應用軟件指利用人工智能、大數據等技術，從智能洞察、智能廣告投放、廣告監測等不同方面解決企業在營銷場景中的業務需求，幫助企業實現可衡量、可歸因、可優化的以數據驅動營銷活動，賦能企業業務增長的應用軟件。

行業概覽

中國營銷智能應用軟件市場規模由2019年的人民幣36億元增加至2023年的人民幣85億元，2019年至2023年的複合年增長率為23.9%。展望未來，中國營銷智能應用軟件市場規模預計將在2028年達到人民幣228億元，2023年至2028年的複合年增長率為21.9%。

中國營銷數據智能應用軟件市場的市場規模

人民幣十億元，2019年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

營銷智能應用軟件市場的增長驅動因素

企業端需求不斷增加

隨著競爭不斷加劇及供求失衡，企業對營銷的需求增加。同時，由於數據量呈指數級增長及數據來源多樣，企業營銷面臨眾多挑戰，導致對營銷智能應用軟件的需求不斷增加，因為該軟件可以幫助企業有效監測無效廣告流量、洞察市場動態、制定更精準、符合業務需求的營銷策略。因此，營銷智能應用軟件需求增加是市場增長的主要驅動因素之一。

廣告媒體數字化

近年來，廣告業數字化發展迅速，廣告渠道逐漸從線下轉向線上，尤其轉向互聯網平台。同時，廣告投放、監測、內容生成及優化的全過程產生了海量多源異構線上數據，促使企業廣泛採用營銷智能應用軟件，帶動整個行業增長。

行業概覽

社交媒體興起

隨著移動互聯網的發展，社交媒體已成為消費者獲取產品信息及與平台互動的重要渠道，用戶可以隨時隨地在媒體平台上分享海量文字、圖片、視頻等內容。社交媒體在消費者生活中扮演越來越重要的角色，推動了更多樣化的營銷方式。用戶生成的內容及KOL對消費者的影響越來越大。企業需要利用營銷智能應用軟件來分析社交媒體上的不同內容，分析多個來源的海量異構數據，實現對消費者更準確的洞察及分析。

中國企業拓展海外業務

近年來，中國企業不斷拓展海外業務。由於中國企業不熟悉海外本土商業環境，需要數據智能應用軟件來提供專業、高效的營銷解決方案。營銷智能應用軟件在線上流量監測、用戶畫像統一、營銷內容生成等方面為中國企業拓展國際業務帶來寶貴產出，將推動中國營銷智能應用軟件市場的增長。

營銷智能應用軟件市場的主要趨勢

中國數據智能應用軟件市場存在以下主要趨勢：

多渠道營銷整合

在現代化的營銷環境下，隨著廣告渠道及廣告實時交付的數目不斷增加，人工整合不同渠道的廣告數據的傳統方式顯得愈發耗時複雜。因此，企業越來越傾向採用統一的數據智能應用軟件來整合線上和線下的多渠道客戶數據，從而更加全面了解客戶行為和偏好，幫助企業實現不同渠道（包括線上門店、線下實體店、社交媒體等渠道）營銷投入價值最大化，以便作出更準確的營銷決策。

對營銷內容的關注度增加

過去，營銷活動更加關注潛在客戶畫像而缺少對特定潛在客戶群體的針對性營銷內容。隨著大語言模型技術的快速發展，營銷智能應用軟件預計將進一步利用生成式AI能力，實現自動生成文本向圖像及視頻轉化的多模態內容，並通過了解不同潛在客戶的複雜特定需求，提供更為精確的營銷內容服務。

行業概覽

對一體化供應商的需求

隨著大模型能力的不斷發展，整合業務流程中不同板塊海量多源異構數據的供應商有望在整個業務週期中為企業賦能。這一進步將推動對具備強大的大模型能力及可在不同營銷場景中無縫提供不同產品能力的一體化供應商的需求不斷增長。

營銷智能應用軟件市場的競爭格局

按2023年收入計，我們是中國最大的營銷智能應用軟件供應商。下表載列按2023年提供營銷智能服務所產生收入計的中國三大營銷智能應用軟件供應商：

排名	公司 ⁽¹⁾	營銷智能應用 軟件的收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	本公司	0.8	8.9%
2	公司C ⁽²⁾	0.4	4.8%
3	公司D ⁽³⁾	0.4	4.7%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 該表格內公司的選擇亦考慮與本公司業務營運的類似之處。
- (2) 公司C是一家於2021年在杭州成立的私營企業，為香港證券交易所及紐約證券交易所上市的上市公司的附屬公司，旨在通過數據的力量促進中國企業的數字化轉型進程。公司C的服務涵蓋零售、製造、互聯網、金融等行業。截至2023年12月31日，公司C擁有約500名僱員。
- (3) 公司D是一家於2015年在北京成立的私營企業，主要為金融、零售、互聯網等行業的企業提供市場營銷方面的數據智能應用軟件。截至2023年12月31日，公司D的僱員不足500人。

營銷智能應用軟件市場的關鍵成功因素

- **數據數量、質量和安全性。**數據是營銷智能應用軟件市場中進行高效分析的基礎。數據質量和數量形成網絡效應，使其成為行業的關鍵成功因素。營銷場景中，數據完整性、準確性、一致性、及時性及可用性直接影響從數據分析獲得的結果，因此，營銷策略的有效性取決於數據。因此，企業需要具備獲取並更新海量高質量數據的能力，確保其營銷解決方案的有效性。此外，隨著數據隱私保護

行業概覽

變得日益重要，具備強大的隱私保護能力和健全的數據安全管理機制不僅有助於企業有效降低數據洩露和濫用的風險，還能提升供應商在其客戶和業務合作夥伴中的聲譽和競爭力。數據隱私和安全是數據智能應用軟件市場長期穩定發展的關鍵成功因素之一。

- *營銷流程的透明度*。營銷透明度是企業開展營銷活動的重要關注點之一，也是數據智能應用軟件供應商建立信任和提升品牌價值的關鍵策略。營銷智能軟件供應商幫助企業通過數據驅動營銷環境下公平公開的分析和服務實踐，更好地了解其所投放廣告的有效性，從而作出更準確且負責任的營銷決策，而非通過廣告流量交易過程中的保證金收益來賺取收入。營銷透明度不僅是品牌提升客戶忠誠度的重要方式，也是在競爭激烈的市場實現長期、可持續、健康發展的不可或缺因素。
- *對營銷場景的深入了解*。各行各業有獨特的業務流程、營運模式和市場動態。不同行業板塊的客戶對營銷智能應用軟件的需求不盡相同。供應商需要開發出符合行業特色的不同營銷績效指標、知識庫和模式，並提供針對性產品和服務。此外，大型企業與中小型企業在預算、複雜性和技術實力方面的需求大有不同。因此，了解不同行業企業客戶的需求並根據此類需求靈活開發相應的軟件服務是營銷智能應用軟件市場的關鍵成功因素之一。
- *多模態大模型應用的快速發展和推廣*。大模型預期將在營銷智能中扮演不可或缺的角色。多模態大模型的邏輯推理和內容生成能力使其可了解並分析用戶的特定需求和偏好，通過人工智能代理與客戶進行實時互動，並自動生成針對性營銷內容，從而在不損害用戶體驗的情況下提升營銷成效。因此，具備快速開發及採用大模型應用能力的營銷智能應用軟件供應商有望構築起強大的行業競爭壁壘。

行業概覽

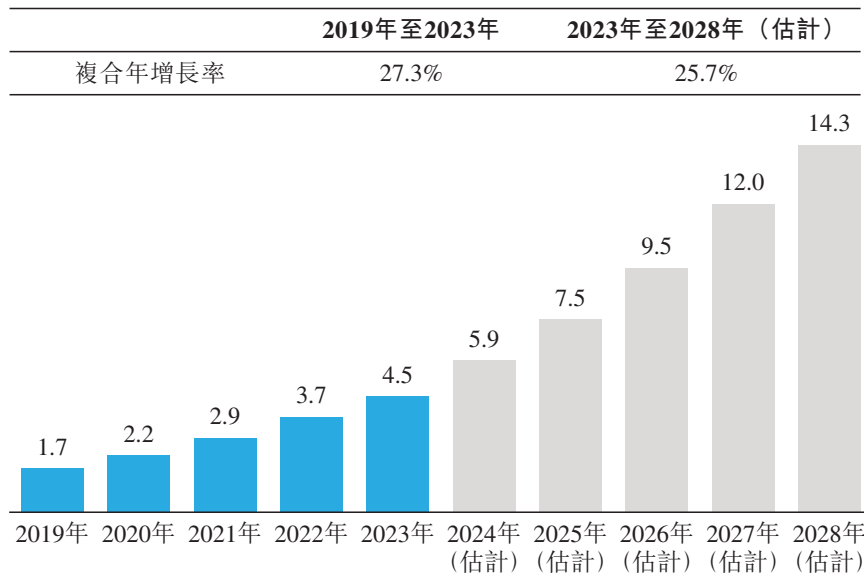
中國營運智能應用軟件市場概覽

營運智能應用軟件是指利用人工智能、物聯網等技術，幫助企業解決人、貨、場等核心方面在營運場景中的需求，使企業能夠基於數據做出更有效的營運管理決策，提高營運效率，通過精準的客戶管理、智能門店管理和庫存控制，實現營運流程的全面優化，優化空間利用率。

中國營運智能應用軟件市場規模由2019年的人民幣17億元增長至2023年的人民幣45億元，2019年至2023年的複合年增長率為27.3%。展望未來，中國營運智能應用軟件市場規模預計將在2028年達到人民幣143億元，2023年至2028年的複合年增長率為25.7%。

中國營運數據智能應用軟件市場的市場規模

人民幣十億元，2019年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

營運智能應用軟件市場的增長驅動因素

中國營運智能應用軟件市場的主要增長驅動因素包括：

中國消費零售市場健康發展

中國消費品零售總額由2019年的人民幣40.8萬億元增長至2023年的人民幣47.1萬億元。零售市場的穩步發展，伴隨著線下連鎖門店的增殖率越來越高，企業採用營運

行業概覽

智能應用軟件來輔助各個區域的門店營運顯得尤為重要。營運智能應用軟件為這些企業和門店提供了統一的管理平台，通過整合不同區域的營運數據，提高企業和門店的管理效率，減少信息孤島，促進門店之間的協同和跨區域資源的高效配置。

有利的政府政策

中國政府於2022年發佈《擴大內需戰略規劃綱要（2022-2035年）》，明確了加快傳統線下企業數字化轉型升級的目標。在這一利好政策的推動下，營運智能應用軟件已成為線下門店和零售連鎖店實現數字化轉型的重要手段，並有望被線下企業更廣泛地採用。

尖端技術的迭代

營運智能應用軟件通過整合人工智能、大數據等新技術，為企業提供自動化數據分析、精準市場預測、個性化客戶服務等營運工具，顯著提升企業運營效率和決策質量。同時，他們還幫助企業建立數據驅動的決策文化，以確保他們在競爭激烈的市場中保持領先地位。預計新興技術的不斷發展將進一步推動營運智能應用軟件為企業提供更好的服務，並推動營運智能應用軟件市場的增長。

營運智能應用軟件市場的主要趨勢

中國營運智能應用軟件市場存在以下主要趨勢：

認知門店的建立

營運智能應用軟件有望通過幫助企業建立認知門店來重新定義線下連鎖店的發展，認知門店是高度智能化、數據驅動的零售空間，可整合不同線上與線下渠道的數據，在供應鏈採購、庫存管理及特許經營商管理等領域實現全自動化流程，從而優化營運效率並增強個性化的客戶體驗，與傳統線下門店相比，推動更好的銷售轉化。營

行業概覽

運智能應用軟件一方面可以幫助消費者在做出消費決策前更好地了解商品和服務，另一方面可以幫助企業通過與消費者的互動獲得洞察，從而做出更明智的決策。通過整合人工智能、大數據等先進技術和產品迭代，不斷升級的營運智能應用軟件有望讓企業構建技術驅動的認知門店。

生態系統建設

預計營運智能應用軟件供應商將建立一個強大的合作夥伴網絡，參與者包括但不限於技術供應商、系統集成商和渠道合作夥伴等。這種生態系統不僅可以幫助軟件供應商擴大市場覆蓋範圍，提供更全面的解決方案，還可以藉助合作使營運智能應用軟件與不同供應商提供的硬件無縫集成，增強其靈活性和可擴展性，更受到終端客戶的青睞。

營運智能應用軟件市場的競爭格局

按2023年的收入計，我們是中國最大的營運智能應用軟件供應商。下表載列按2023年提供營運智能服務所產生收入計的中國三大營運智能應用軟件供應商：

排名	公司 ⁽¹⁾	營運智能應用 軟件的收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	本公司	0.6	13.1%
2	公司E ⁽²⁾	0.2	3.5%
3	公司F ⁽³⁾	0.2	3.3%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 該表格內公司的選擇亦考慮與本公司業務營運的類似之處。
- (2) 公司E是一家於2017年在杭州成立的私營企業，主要提供軟件，助力企業店面運營的數字化轉型。截至2023年12月31日，公司E的僱員不足50人。
- (3) 公司F是一家於2016年在蘇州成立的私營企業，主要為餐飲、汽車、美容、醫藥等行業的企業數字化轉型提供軟件支持。截至2023年12月31日，公司F的僱員不足300人。

行業概覽

根據弗若斯特沙利文的數據，與數據智能應用軟件行業方面的其他公司相比，我們是應用或引進下表所列關鍵專有技術與功能的先驅。我們認為該等專有技術被視為產品及解決方案最重要的競爭優勢之一。

主要功能	被視為本公司產品及解決方案競爭優勢的技術
營銷平台範圍.....	- 包括逾100,000個媒體、論壇、網站及平台，在市場上覆蓋範圍最廣。媒體平台覆蓋最廣，確保本公司產品可有效滿足廣泛的客戶需求 - 在每日處理逾100億條用戶行為日誌時，能夠維持99.7%的營銷效果測量準確率⁽¹⁾，成為市場上領先的數據處理服務供應商，強大的處理能力確保本公司產品的可靠性和高性能，贏得客戶的信賴度更高 - 率先在中國提供跨個人電腦、移動設備及OTT平台的跨設備服務。這創新性領先讓本公司產品能夠快速滿足客戶需求，確保市場的先發優勢

行業概覽

主要功能	被視為本公司產品及解決方案競爭優勢的技術
營銷內容生成及效果評估.....	2023年率先採用多模態大語言模型 (MLLM)，以識別並生成預測可帶來最佳營銷效果的多樣化內容類型。MLLM 用於秒針系統，不僅可協助企業識別可能產生最佳營銷效果的廣告內容，亦可協助企業自動生成預測產生最佳營銷效果的不同內容類型 2024年率先採用超圖多模態大語言模型 (HMLLM)，允許其融合腦電圖及眼動追蹤等各種非標準模態，並生成有效的營銷內容
營銷渠道選擇.....	2019年率先提議元學習（一種機器學習技術）的人臉識別方法，以增強網絡達人辨識能力，並有效幫助品牌選擇有潛力生成最佳廣告表現結果的網絡達人
市場洞察力生成.....	2023年率先採用超圖檢索增強生成 (HRAG)，有效檢索和連接更多樣化的數據類型，提供更精準的分析和更豐富的洞察力，讓企業能夠透過客戶數據管理平台分析一系列廣泛的可變因素——包括文字、圖像、語音及視頻，甚至為企業提供更深入、更全面的洞察力，以供內容生成和決策

行業概覽

主要功能	被視為本公司產品及解決方案競爭優勢的技術
銷售策略優化	2019年率先利用知識圖譜技術，開發協助前線銷售人員的會話智能產品
前攝性店鋪設備維護及庫存管理優化	首次將「事件」、「時間」、「空間」的概念融入2022年的知識圖片建模，透過動態連接廣泛的設備性能數據等數據集，並繪製供應鏈管理中交付時間、訂貨準確性及所供應商品質量等各種因素之間的關聯，在主動維護和數據決策方面協助企業

附註：

- (1) 按獨立第三方所提供的IT效能監控SaaS產品計量，該產品可監控網站質量，例如安全性、API界面以及網頁功能及效能。具體而言，準確率指正確收集準確資料的追蹤請求數量佔追蹤請求總數的百分比。追蹤請求為應用程序或網頁瀏覽器向秒針系統發送的請求，用於追蹤互聯網用戶與廣告有關的行為，如瀏覽、點擊及搜索。倘秒針系統遭遇任何停機或中斷，報告的準確性將受影響。例如，倘一個廣告活動有十億個追蹤請求，而有一萬個請求因為服務器超時而無法正確記錄，準確率以百分比計算，即十億個請求減去一萬個無法正確記錄的請求後的差額，再除以十億個請求。

營運智能應用軟件市場的關鍵成功因素

- **持續的技術迭代能力及產品可用性。**在技術快速迭代升級的背景下，營運智能應用軟件的開發者必須持續緊跟最新的技術趨勢，並將前沿技術融入產品，才能跟上技術潮流，實現柔性開發。柔性開發不僅有助於企業快速響應市場變化及客戶需求，還可以加快產品開發週期，確保快速交付及產品迭代。此外，由於營運場景的複雜性，包括眾多服務人員及跨區域營運，企業對營運智能應用軟件的穩定性及可用性有較高的要求。因此，供應商不僅必須持續帶來技術創新，還必須確保產品的高可用性，以滿足其企業客戶的需求。

行業概覽

- **與渠道合作夥伴的合作關係。**與渠道合作夥伴建立牢固的關係是營運智能應用軟件供應商實現業務快速增長的關鍵成功因素之一。營運智能應用軟件通常涉及與企業物聯網設備的廣泛融合，與該等合作夥伴保持順暢的通訊及標準化的接口協定有利於業務運營。此外，通過與渠道合作夥伴合作，營運智能應用軟件供應商可迅速拓展其市場覆蓋範圍，並利用合作夥伴的行業知識、客戶資源及技術專長在市場上贏得競爭優勢。
- **成功服務客戶的能力。**成功服務客戶的能力是營運智能應用軟件市場的關鍵成功因素之一。線下零售業務涉及眾多店員及門店位置，使服務流程變得複雜。供應商需要在滿足企業客戶的新需求方面確保及時回應，以保持客戶滿意度。該服务能力包括軟件實施、培訓、技術支持，以及對客戶需求的深度理解、定期的反饋收集和快速響應機制。憑藉卓越的客戶服務，供應商可與客戶建立長期合作夥伴關係，提高客戶滿意度和忠誠度，從而在競爭激烈的市場中佔據優勢，實現業務可持續增長。

資料來源

我們已委聘弗若斯特沙利文（一家獨立全球諮詢公司，提供行業調查及市場戰略，亦提供增長諮詢及企業培訓）對數據智能應用軟件市場、營銷智能應用軟件市場及營運智能應用軟件市場進行詳細分析並編製行業報告。我們已同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付費用人民幣795,000元。我們已在本節、以及本文件的「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」等章節，摘錄弗若斯特沙利文報告的若干資料，以向潛在[編纂]更全面介紹我們所經營的行業。

於編製弗若斯特沙利文報告期間，弗若斯特沙利文同時進行一手及二手研究，從而獲得有關目標研究市場行業趨勢的知識、統計數據、資料及行業見解。一手研究涉及與領先市場參與者、供應商、客戶及獲認可第三方行業協會等內行人士面談。二手研究涉及基於弗若斯特沙利文自有研究數據庫審閱公司報告、獨立研究報告及數據。預測數據經參考特定行業相關因素，以歷史數據分析對比宏觀經濟數據得出。弗若斯

行業概覽

特沙利文認為，在編製弗若斯特沙利文報告時使用的基本假設（包括用於作出未來預測的假設）均屬事實、正確且無誤導性。弗若斯特沙利文已獨立核實資料，但其審閱結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能會受到所用假設的準確性以及一手及二手資料來源選擇的影響。

弗若斯特沙利文報告基於以下主要假設編製：(i)於預測期內，中國及全球其他主要國家的社會、經濟及政治環境將保持穩定，確保特定市場的可持續及穩定發展；及(ii)特定市場方面的政府政策並無重大不利變動。