

# 他山之石系列报告（一）：Salesforce 的大模型 ToB 应用分析

## 核心观点

- Salesforce 陆续完善生成式 AI 产品矩阵，主打 B 端企业用户。** Salesforce 成立于 1999 年，是全球 CRM 解决方案的领导者。Salesforce 从 2014 年开始探索 AI 在 CRM 领域的应用，2023 年 3 月正式推出了全球首个 CRM 领域的生成式 AI 产品——Einstein GPT，在销售、营销、服务等领域带来巨大的效率提升。随后，Salesforce 又陆续更新了“AI+办公”产品 Slack GPT、“AI+数据分析”产品 Tableau GPT 等，在 AI 领域的布局逐步完善。
- Salesforce AI Cloud 正式推出，提供全方位生成式 AI 服务。** 2023 年 6 月 12 日，Salesforce 推出了 AI Cloud，对每个场景的生成式 AI 进行了优化，形成了不同垂直场景的 GPT，可在所有应用程序和工作流中提供可信、开放和实时的生成体验。AI Cloud 的核心是 Einstein GPT，除了能使用 Salesforce 本身的大模型外，还能外部链接到 OpenAI、Cohere 和 Anthropic 的大模型，为企业提供开箱即用的生成式 AI 能力。AI Cloud 能够支撑销售、营销、服务、商务和开发等各领域的不同场景，大幅提高工作人员的生产力和效率。同时，Salesforce 宣布在未来的两三个月内，AI Cloud 将推出 16 个新产品/功能，覆盖各个领域场景。AI Cloud 将继续采用 SaaS 订阅付费模式，基础年费为 36 万美元。
- 模型私有化有望成为 B 端 AI 应用主要趋势，拥有敏感且高价值数据的企业更需要私有化定制模型。** 大模型浪潮带来了应用从图形界面交互到自然语言交互的变革，从交互的底层逻辑上已经带来了效率的提升。但在企业业务场景中，通用大模型缺少相关领域知识，无法解决特定领域专业问题。因此在大模型中加入企业自身私有数据进行微调得到定制私有模型有望成为未来大模型行业在 B 端落地的趋势。我们认为，具有高质量且密集的知识数据的企业和行业会更加适合去进行模型的定制化开发，例如金融、医疗等行业的企业，它们拥有大量规整、敏感且高价值的数据。
- 大模型对数据隐私安全带来了很高要求。** 目前的对话式大模型通过 prompt（提示词）交互的方式，会让很多用户隐私数据在不经意间成为训练数据，最后变成生成内容出现在别人的交互框里，导致了隐私数据泄露。另外，生成式 AI 的生成虚假信息的“幻觉”现象仍大量存在，容易产生诱导性的虚假信息。很多企业为了不让自身的敏感数据泄露，会选择采用定制私有化模型的方式来保护自己的数据。Salesforce 在推出 AI Cloud 的同时也推出了 Einstein GPT 信任层，通过数据屏蔽和零保留等关键特性，来防止生成式 AI 表现出不需要的行为，并确保数据隐私和安全。

## 投资建议与投资标的

我们认为，Salesforce 作为全球 ToB 服务软件的领导者，其在 AI 大模型领域的探索能够为国内相关的 B 端服务软件提供标杆，大模型在 B 端软件领域有望率先落地。建议关注金山办公(688111，增持)、泛微网络(603039，未评级)、汉得信息(300170，未评级)、彩讯股份(300634，未评级)、致远互联(688369，未评级)、用友网络(600588，买入)、鼎捷软件(300378，未评级)等公司。

## 风险提示

技术落地不及预期；政策监管风险

行业评级

看好（维持）

国家/地区

中国

行业

计算机行业

报告发布日期

2023 年 07 月 05 日



## 证券分析师

证券分析师 浦俊懿

021-63325888\*6106

pujunyi@orientsec.com.cn

执业证书编号：S0860514050004

证券分析师 陈超

021-63325888\*3144

chenchao3@orientsec.com.cn

执业证书编号：S0860521050002

证券分析师 谢忱

xiechen@orientsec.com.cn

执业证书编号：S0860522090004

## 联系人

联系人 杜云飞

duyunfei@orientsec.com.cn

覃俊宁

qinjunning@orientsec.com.cn

联系人 宋鑫宇

songxinyu@orientsec.com.cn

## 目 录

一、Salesforce 的生成式 AI 布局 .....	4
1.1 Salesforce 的 AI 探索历程 .....	4
1.2 Salesforce 的 AI 产品矩阵与落地情况 .....	4
二、模型私有化有望成为 B 端 AI 应用主要趋势，数据安全性关注度提升 .....	6
2.1 大模型 ToB 落地或将走向私有化 .....	6
2.2 大模型浪潮提升数据安全重要性，Salesforce 打造 AI 信任层 .....	7
三、投资建议与投资标的 .....	8
风险提示 .....	8

## 图表目录

图 1: Salesforce 的 AI 探索历程 .....	4
图 2: Salesforce 发布全球首个 CRM 领域的生成式 AI 产品 .....	4
图 3: Salesforce 推出 AI Cloud.....	5
图 4: AI Cloud 将陆续推出 16 个场景功能 .....	5
图 5: Salesforce 的 AI Cloud 产品矩阵示意图 .....	5
图 6: 通用大模型具备较好的泛化能力 .....	6
图 7: 数据在大模型到落地应用之间承上启下 .....	6
图 8: Data Masking 可屏蔽敏感信息 .....	8
图 9: Zero Retention 对 prompt 零保留 .....	8
图 10: Einstein GPT 信任层工作流程 .....	8
 表 1: Salesforce 自 2023 年 3 月以来推出的生成式 AI 产品梳理 .....	4

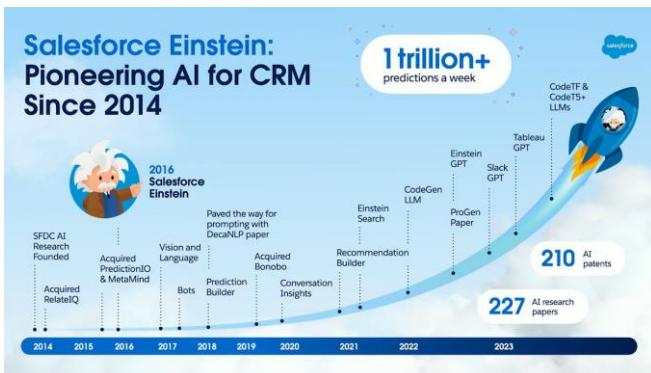
## 一、Salesforce 的生成式 AI 布局

### 1.1 Salesforce 的 AI 探索历程

**Salesforce 是全球最大的客户关系管理（CRM）软件服务提供商。** Salesforce 成立于 1999 年，是全球 CRM 解决方案的领导者。Salesforce 将所有软件和关键客户数据都托管在互联网上，并通过订阅服务的形式提供，开创了 SaaS 商业模式的先河，目前 Salesforce 服务的客户数超过 15 万家。

**Salesforce 从 2014 年开始探索 AI 在 CRM 领域的应用，推出全球第一个 CRM 领域的 GPT。** 早在 2014 年，Salesforce 就成立了 AI 研究院，开始探索 AI 领域。2016 年，Salesforce 推出了 Salesforce Einstein，首次将人工智能嵌入了自己的产品中。随着 2022 年底 ChatGPT 的大火，Salesforce 在 2023 年 3 月正式推出了全球首个 CRM 领域的生成式 AI 产品——Einstein GPT，在销售、营销、服务等领域带来巨大的效率提升。随后，Salesforce 又陆续更新了“AI+办公”产品 Slack GPT、“AI+数据分析”产品 Tableau GPT 等，在 AI 领域的布局逐步完善。

图 1：Salesforce 的 AI 探索历程



数据来源：Salesforce，东方证券研究所

图 2：Salesforce 发布全球首个 CRM 领域的生成式 AI 产品



数据来源：Salesforce，东方证券研究所

### 1.2 Salesforce 的 AI 产品矩阵与落地情况

**Salesforce 正在陆续完善 AI 产品矩阵，全线业务都将拥抱生成式 AI。** 2023 年 3 月 Salesforce 正式推出 Einstein GPT，首批包含 Einstein GPT for Sales/Marketing/Service/Developers/Slack，之后又陆续发布了 Einstein GPT for Commerce、Einstein GPT for Flow 和 Tableau GPT，基本实现了旗下全线业务的 AI 化。

表 1：Salesforce 自 2023 年 3 月以来推出的生成式 AI 产品梳理

产品	公布时间	落地时间	主要功能
Einstein GPT for Sales	2023 年 3 月 7 日	部分功能试运行中，将于 2023 年 7 月全面落地	自动生成个性化、人性化的电子邮件，安排会议；为前期客户调研提供外部资料；添加尚未在 Salesforce 系统中的联系人；自动邀请客户进入其他协作渠道
Einstein GPT for Service	2023 年 3 月 7 日	部分功能已全面落地	自动邀请客户进入其他协作渠道；可以根据案例数据和客户历史创建服务简报、案例摘要和工作订单；自动生成个性化的聊天回复；在个案总结期间自动生成自然语言摘要；将以

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

			往的个案笔记生成知识库文章
Einstein GPT for Marketing	2023年3月7日	部分功能试运行中	可以动态生成个性化内容，通过电子邮件、移动设备、Web、广告等形式吸引客户和潜在客户
Einstein GPT for Developers	2023年3月7日	部分功能试运行中	通过使用AI聊天助手生成代码并针对Apex等语言提出问题，可以扫描代码漏洞并为Salesforce的专有编程语言Apex建议内联代码，利用Salesforce Research专有的大型语言模型提高开发人员的工作效率
Einstein GPT for Slack Customer 360 apps	2023年3月7日	部分功能试运行中	直接在Slack中编写帮助；基于AI的客户洞察，例如销售机会的智能摘要和客户背景研究；即时对话摘要
Einstein GPT for Commerce	2023年3月22日	部分功能试运行中，将于2023年7月全面落地	为客户打造个性化购物体验
Einstein GPT for Flow	2023年4月19日	部分功能试运行中，将于2024年落地	帮助企业用户和管理员更高效地工作，构建由AI驱动的自动化，具有更好的可用性和可访问性，并提高速度
Tableau GPT	2023年5月9日	部分功能试运行中，将于2023年下半年落地	Tableau GPT可以根据自然语言提示和表面数据洞察生成可视化

数据来源：Salesforce，东方证券研究所整理

**正式推出AI Cloud，将旗下所有产品进行整合。**2023年6月12日，Salesforce推出了AI Cloud，对每个场景的生成式AI进行了优化，形成了不同垂直场景的GPT，可在所有应用程序和工作流中提供可信、开放和实时的生成体验。AI Cloud的核心是Einstein GPT，除了能使用Salesforce本身的大模型外，还能外部链接到OpenAI、Cohere和Anthropic的大模型，为企业提供开箱即用的生成式AI能力。AI Cloud能够支撑销售、营销、服务、商务和开发等各领域的不同场景，大幅提高工作人员的生产力和效率。同时，Salesforce宣布在未来的两三个月内，AI Cloud将推出16个新产品/功能，覆盖各个领域场景。

图3：Salesforce推出AI Cloud



数据来源：Salesforce，东方证券研究所

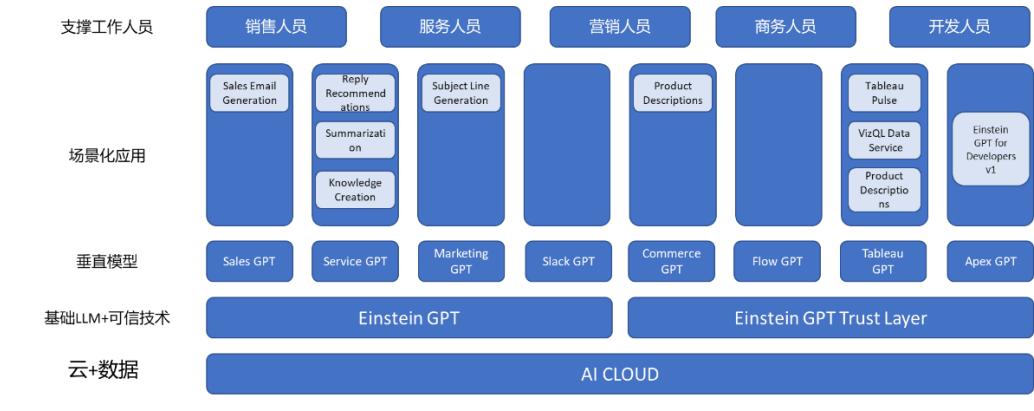
图4：AI Cloud将陆续推出16个场景功能



数据来源：Salesforce，东方证券研究所

图5：Salesforce的AI Cloud产品矩阵示意图

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。



数据来源：Salesforce，东方证券研究所绘制

**Salesforce 拥有世界排名第一的 CRM 和世界上最强大的客户数据集，为 AI Cloud 提供了核心竞争力。**生成式 AI 的核心竞争力取决于为其提供支持的数据，Salesforce 是全球企业管理其销售、服务、营销、商业和 IT 数据的平台，拥有世界排名第一的 CRM 和世界上最强大的客户数据集，因而 Salesforce 的客户可以使用现有数据在现有工作流程中大规模创建和交付 AI 生成的内容。同时，AI Cloud 中新推出的 Einstein GPT Trust Layer（信任层）是可信企业 AI 的新行业标准，能够确保客户的数据安全和合规性需求，巩固了 Salesforce 作为排名第一的 CRM 的地位。现在 Einstein GPT 每周为 Salesforce 的应用程序提供超过 1 万亿次预测。

**AI Cloud 产品即将落地，保持 SaaS 订阅模式。**根据 Salesforce，AI Cloud 的基础费用为每年 36 万美元，仅包含必须的基础组件产品。根据 Salesforce AI Day 的分享，目前已经有 Gucci、Formula 1、Rossignol 等客户在使用其生成式 AI 服务。

## 二、模型私有化有望成为 B 端 AI 应用主要趋势，数据安全性关注度提升

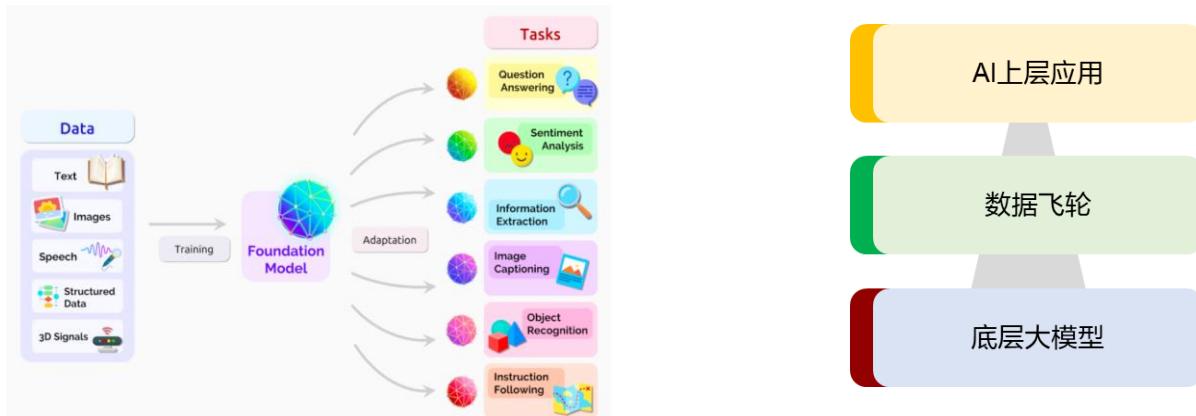
### 2.1 大模型 ToB 落地或将走向私有化

**B 端在大模型应用上更关注效率需求，通用大模型落地效果可能不佳。**大模型浪潮带来了应用从图形界面交互到自然语言交互的变革，从交互的底层逻辑上已经带来了效率的提升。B 端企业由于涉及专业场景和多人协同工作场景，对效率的需求不仅限于交互方式革命带来的效率提升，而是对整个协同办公场景和数据高效流通的效率提升需求。但企业在把大模型引入业务时，面临着如何选择大模型的问题，有时候通用大模型实际的落地效果与期望有很大的差距，在缺少相关领域知识的情况下，通用大模型对于企业自身的业务帮助也不甚明显，无法解决特定领域专业问题。

**通用大模型具备良好的泛化能力，适合有高质量、密集知识的企业和行业进行模型的定制化。**通用大模型自身基础能力很强，基于此基础，加入企业自身的私有数据进行泛化训练后，会更加适合去解决企业的业务场景中的问题。由于大模型训练对于数据规整性的要求较高，因此，具有高质量且密集的知识数据的企业和行业会更加适合去进行模型的定制化开发，例如像 Bloomberg 这样拥有大量规整化金融数据的企业，以及像律所这样存在大量法律法规和案件文档的企业等。

图 6：通用大模型具备较好的泛化能力

图 7：数据在大模型到落地应用之间承上启下



数据来源：微软，东方证券研究所

数据来源：东方证券研究所绘制

**拥有敏感且高价值数据的企业更需要私有化定制模型，未来可能每个企业都会有私有模型。**对于部分企业来说，其自身的数据信息是其业务的立身之本，存在大量的商业机密信息或个人隐私信息，企业不会将自己的数据放到公有的大模型上，例如金融、医疗、高科技领域的企业。这些企业都不愿意将高价值的数据提供给公有的大模型，它们更需要建立企业私有的模型。当然，目前建立私有模型的成本较高，一般的企业难以承担自建私有大模型带来的基础设施、训练、推理等成本，只有大型企业才会去考虑。但未来随着算力的不断提升和训练手段的不断优化，大模型的私有部署成本会逐渐降低，可能会出现每个企业都有一个私有模型的情况。

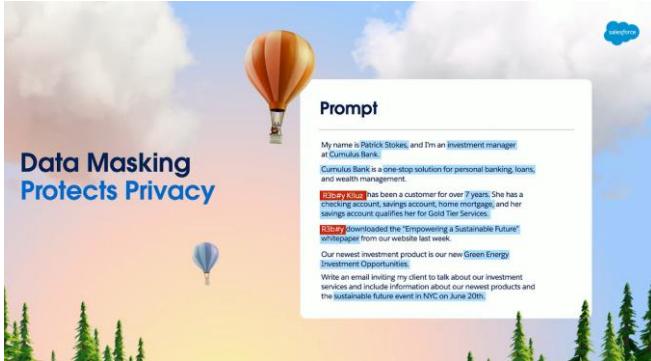
## 2.2 大模型浪潮提升数据安全重要性，Salesforce 打造 AI 信任层

**模型私有化的动力来源于数据隐私安全，大模型时代的数据安全重要性日益提升。**随着生成式大模型时代的到来，数据安全隐私问题的关注度也开始提升。目前的对话式大模型通过 prompt 交互的方式，会让很多用户隐私数据在不经意间成为训练数据，最后变成生成内容出现在别人的交互框里，导致了隐私数据泄露。另外，生成式 AI 的生成虚假信息的“幻觉”现象仍大量存在，容易产生诱导性的虚假信息。很多企业为了不让自身的敏感数据泄露，会选择采用定制私有化模型的方式来保护自己的数据。

**Salesforce 重点关注可信 AI 领域，推出 Einstein GPT Trust Layer。**生成式 AI 存在着很多可信方面的问题，如幻觉、偏见、歧视等现象。在 2023 年 6 月 Salesforce AI Day 的分享中，CEO 多次提到了 Trusted AI 这一概念。据 Gartner 统计，AI 成为了当下所有 CEO 的首要关注领域，但据 Twilio 统计，有 59% 的用户不会信任获取了他们数据的公司，这形成了 AI 信任的鸿沟。针对可信 AI 这一领域，Salesforce 在推出 AI Cloud 的同时也推出了 Einstein GPT 信任层（Trust Layer），以防止生成式 AI 表现出不需要的行为，并确保数据隐私和安全。该信任层中比较重要的两个特点分别为：

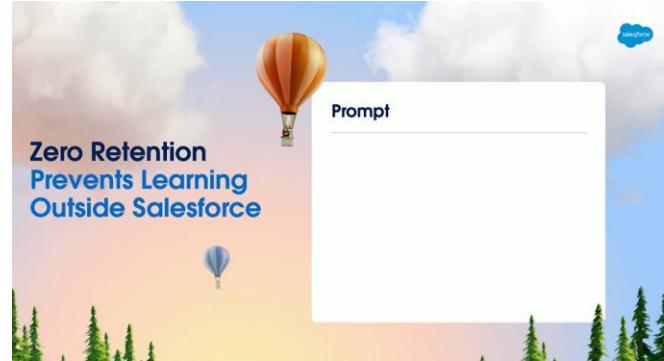
- 1) **Data Masking (数据屏蔽)**：信任层通过数据屏蔽技术来将 prompt 或从生成 AI 模型返回的内容中可能存在的个人身份信息和敏感数据进行模糊处理，让模型无法获得敏感信息；
- 2) **Zero Retention (零保留)**：作为一项额外的隐私措施，信任层采用零保留策略。这意味着发送到生成式 AI 模型的 prompt 不会被存储或保留，从而减少了未经授权的访问或数据泄露的可能性。

图 8：Data Masking 可屏蔽敏感信息



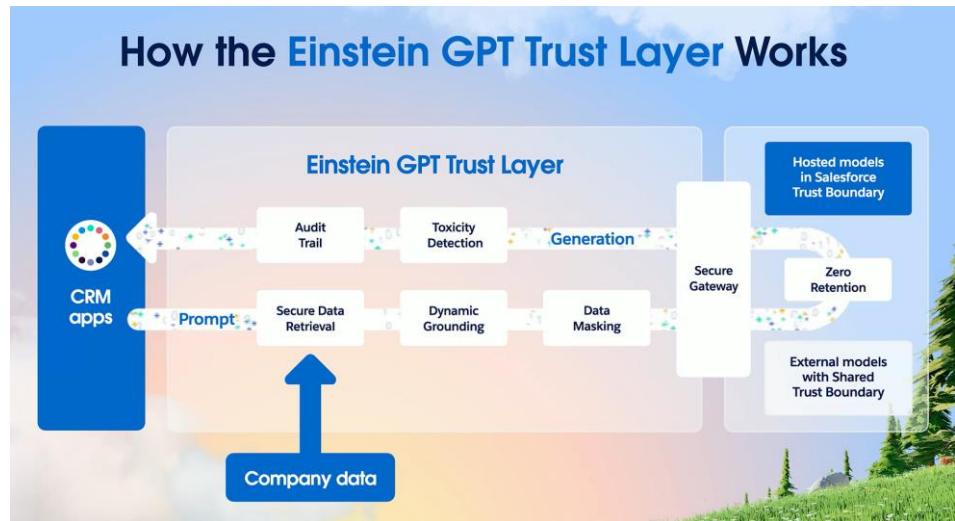
数据来源：Salesforce，东方证券研究所

图 9：Zero Retention 对 prompt 零保留



数据来源：Salesforce，东方证券研究所

图 10：Einstein GPT 信任层工作流程



数据来源：Salesforce，东方证券研究所

### 三、投资建议与投资标的

我们认为，Salesforce 作为全球 ToB 服务软件的领导者，其在 AI 大模型领域的探索能够为国内相关的 B 端服务软件提供标杆，大模型在 B 端软件领域有望率先落地。建议关注金山办公(688111, 增持)、泛微网络(603039, 未评级)、汉得信息(300170, 未评级)、彩讯股份(300634, 未评级)、致远互联(688369, 未评级)、用友网络(600588, 买入)、鼎捷软件(300378, 未评级)等公司。

### 风险提示

技术落地不及预期；政策监管风险

## 分析师申明

**每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的研究分析师在此作以下声明：**

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本研究报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

## 投资评级和相关定义

报告发布日后的 12 个月内行业或公司的涨跌幅相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准（A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数）；

### 公司投资评级的量化标准

买入：相对强于市场基准指数收益率 15%以上；

增持：相对强于市场基准指数收益率 5% ~ 15%；

中性：相对于市场基准指数收益率在-5% ~ +5%之间波动；

减持：相对弱于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级 —— 由于在报告发出之时该股票不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该股票的研究状况，未给予投资评级相关信息。

暂停评级 —— 根据监管制度及本公司相关规定，研究报告发布之时该投资对象可能与本公司存在潜在的利益冲突情形；亦或是研究报告发布当时该股票的价值和价格分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确投资评级；分析师在上述情况下暂停对该股票给予投资评级等信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该股票的投资评级、盈利预测及目标价格等信息不再有效。

### 行业投资评级的量化标准：

看好：相对强于市场基准指数收益率 5%以上；

中性：相对于市场基准指数收益率在-5% ~ +5%之间波动；

看淡：相对于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级：由于在报告发出之时该行业不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该行业 的研究状况，未给予投资评级等相关信息。

暂停评级：由于研究报告发布当时该行业的投资价值分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确行业投资评级；分析师在上述情况下暂停对该行业给予投资评级信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该行业的投资评级信息不再有效。

## 免责声明

本证券研究报告（以下简称“本报告”）由东方证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作及发布。

本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告的全体接收人应当采取必要措施防止本报告被转发给他人。

本报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的证券研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的证券研究报告之外，绝大多数证券研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

提示客户及公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告，慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

---

## 东方证券研究所

地址：上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 26 楼

电话：021-63325888

传真：021-63326786

网址：[www.dfqz.com.cn](http://www.dfqz.com.cn)

东方证券股份有限公司经相关主管机关核准具备证券投资咨询业务资格，据此开展发布证券研究报告业务。

东方证券股份有限公司及其关联机构在法律许可的范围内正在或将要与本研究报告所分析的企业发展业务关系。因此，投资者应当考虑到本公司可能存在对报告的客观性产生影响的利益冲突，不应视本证券研究报告为作出投资决策的唯一因素。