



Aragon 研究球™ 用于内容体验平台，2025

通过内容和对话实现个性化旅程

作者：吉姆·伦迪

2025年10月15日 | 研究笔记2024-31v

视频制作人：亚当·皮斯

主题：内容体验平台 (CXP)

问题：哪些是内容体验平台提供者，它们将如何发展？

智能内容分析市场将如何发展？

[在AIN观看视觉研究](#)

摘要

Aragon Research 发布了其第三版 Aragon Research Globe™ (内容体验平台)，该 Globe for CXP 对在由基于人工智能的助手和基于人工智能的对话式搜索驱动的动态客户体验市场中运营的 18 家供应商进行了分析。

关键预测

预测：到2025年，45%的企业将使用内容助手来协助其网页团队进行内容开发 (70%的概率)。

预测：到2025年，50%的CXP提供商会将其平台产品的一部分提供对话式搜索 (70%的概率)。

预测：到2026年，50%的CXP内容助手将提供视频创作选项 (75%的概率)。

预测：到2025年年底，40%的以电子商务为中心的企业将拥有客户画像和能够整合过往互动的CDP (概率为50%)。

目录表

引言.....3 内容体验现在聚焦于人工智能和自动化.....3 基于生成式人工智能的对话搜索的新竞争者助手.....4 动态和个性化体验的需求已然到来.....5 内容生成——由内容助手驱动.....6 内容助手功能——文本、图像和视频.....6 内容理解成为优化客户旅程的关键.....7 通过低代码和嵌入式工具实现内容创作的民主化.....7 基于生成式人工智能的搜索和查询.....8 抖音生成：通过更多视频和交互性前进.....9 客户画像、知识库和个性化.....9 数字体验分析的崛起——一个新市场.....10 移动应用和无代码开发.....11 第三方集成的应用.....12 阿尔贡研究全球地图

针对内容体验平台，2025.....13 领导者.....14 候选者.....20 创新者.....20 专家.....31 阿拉贡咨询.....32 核心观点.....32 阿拉贡研究全球概览.....33 分析维度.....33 全球四角.....34 包含标准.....35 包含供应商：.....35 排除供应商：.....35

引言

企业在生成式人工智能时代和快速逼近的人工通用智能（AGI）现实中面临挑战。挑战在于从静态信息网站（静态信息网站仍然是传达信息的主要方式之一）转向包含用户使用Aragon所说的对话式搜索（Conversational Search）进行网站对话能力的动态智能体验。该市场即将增长，同时也有可能存在发展速度不够快的供应商，这也带来了风险。

2025年，竞争将围绕提供更个性化的互动体验展开——这正是用户所吸引的。我们看到市场将超越全渠道体验，转向动态和互动的体验。这份第三份Aragon Research内容体验平台全景图考察了18家正在市场发挥影响力的供应商。

内容体验现在关于人工智能和自动化

赢得并留住客户的竞争非常激烈。随着向智能CXP转变，现在有更大的能力使用配置文件和基于AI的自动化来体验自动化。所以，自动化生成页面和图像的能力已经到来，提供更好的体验的能力也随之而来。

生成式人工智能中存在两个转变——首先是网站管理者和开发者现在有了助手来帮助创意和整体内容生成。其次，用户应该能够进行对话式搜索，更快地获取他们所寻找的答案。最后一个领域是Aragon认为的一个重大转变。

到目前为止，很少有服务商推出了对话式搜索，而且在很多情况下，我们预计他们会与我们合作。在过去的三年里，内容体验平台（CXP）已经建立了这个类别，它能够为用户在任何设备上创建和交付动态和交互式体验。由于商业的竞争性质，交付一个能吸引用户并最终成为客户的引人入胜的体验的压力比以往任何时候都更大。

许多行业已经开始利用CXP，但像每个行业中的常态一样，还有许多企业尚未迈出这一步。Aragon认为，利用CXP的企业比仅提供静态网页体验的企业获得竞争优势。

对话正成为新的内容体验的一部分，因此可以更快地与用户分享更多相关信息。此外，由于内容助手，现在更新页面和整个网站将会更快。

改善客户体验的竞争现在已经改变，人工智能正发挥更大的作用。CXPs仍然是提高访客体验和在这个过程中增加转化的最快和最容易的方式之一。

预测： 到2025年，45%的企业将使用内容助手来协助其网络团队进行内容开发。（70%的概率）

新网站助手竞赛 使用基于生成式AI的对话搜索

能够构建一个站点助手，允许用户使用对话式搜索来解决问题的能力已经到来。对于大多数企业来说，网站访客会浏览直到找到他们需要的信息。Aragon预测站点助手将允许对话式导航，用户可以提问并获得答案或指向可以查看信息的网站链接。该平台协助用户在网站上查找信息的方法。生成自定义回复的能力意味着仅仅显示网站链接不再是首选方法——那些日子已经过去了。

基于对话搜索的站点助手将永远改变用户与网站交互的方式，这为供应商和企业提供了一个显著的机会，以提升用户浏览网站的体验。虽然对话搜索会有成本，但其差异将是一种粘性体验，具有更高的转化率。

预测： 到2025年，50%的CXP提供商会将其平台产品的一部分提供对话式搜索（70%的概率）。

今天，搜索引擎对于内容体验平台仍然至关重要，但我们对搜索引擎随时间推移将转向完全基于聊天的对话抱有预期，其中一些将提供比其他更具个性化的体验。

动态和个性化体验的需求已经到来

买方和购物者不仅想要一个静态的网站，而这也对企业吸引新客户和留住现有客户带来了巨大的压力。

虽然提供动态内容的能力已经存在几年了，但允许买家与网站互动并使网站适应他们输入的能力也是一种趋势。基于机器学习的推荐并非新鲜事物——实际上，亚马逊开创了这项技术，并帮助推动了向在线购物和电子商务的巨大转变。

如今，生成式人工智能已经到来，随之而来的是让更多企业能够构建比以往更具互动性和动态性的更现代体验的能力。

内容体验平台的关键组成部分

使内容体验平台的关键组件包括（见图1）：

• 内容生成 • API与集成 • 内容管理与发布 • 搜索与内容AI • 云原生 • **新品！** – 内容助手 – 供营销人员使用 • **新品！** – 为客户搜索与旅程助手

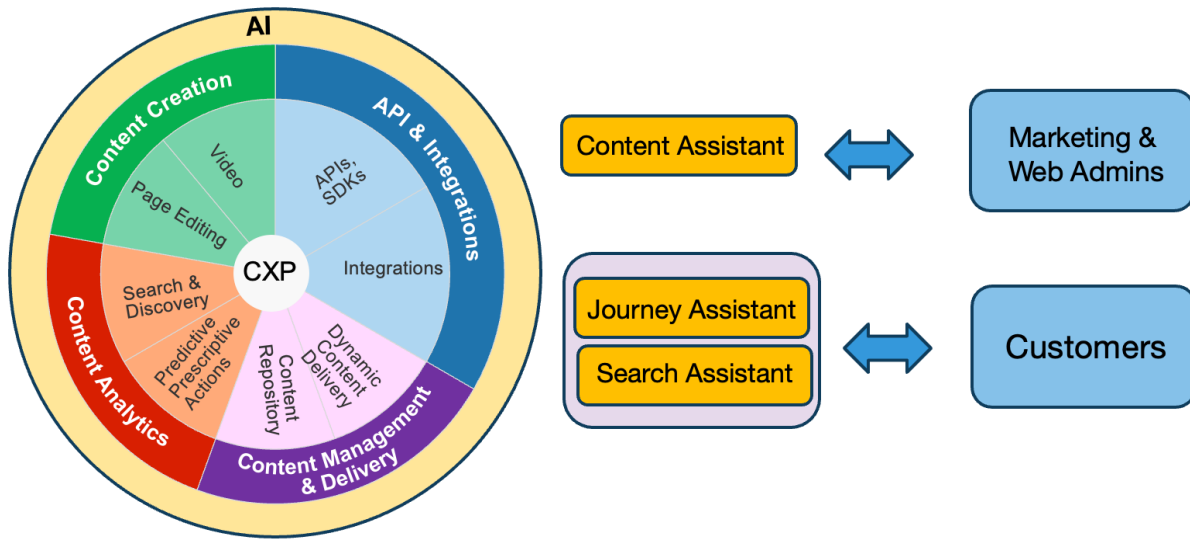


图1：内容体验平台 (CXP) 的架构以及助手日益重要的作用。

内容生成 — 由内容助手驱动

在多个市场构建助手竞赛已经到来。虽然推荐系统的机器学习在 B2C 世界是基础，但今天我们有新的竞赛，那就是构建助手。构建或更新网站的 Web 团队助手是其中一个重点领域。

内容生成的方式已经改变。随着内容助手的出现，网页开发者和营销人员将拥有一个帮助他们生成文档、页面和图像的工具。如今，营销人员使用各种系统来生成内容，包括Word文档、Google文档、翻译软件、数字资产管理器、SEO工具等。CXP正日益成为内容生成的中心，通过提供单一窗口的可见性和控制，来管理内容创作所必需的多样化系统和工具。

内容助手功能—文本、图像和视频

内容助手的第一步是具备撰写文案和生成图像的能力。Aragon认为许多提供商可能在短期内进行合作。内容助手可以通过利用开源LLMs或通过许可主要第三方LLMs进行设计，这将成为标准。价值不在于LLM，而在于能够理解用户需求并能够做出响应的助手。

一名内容助手应能够撰写文本，也称为文案，并且同时能够生成图像。在短期内，许多企业将被迫使用第三方工具，但我们预计更多CXP服务商将提供集成助手。

在图像生成领域有大量工作正在进行，图像算法能够创建令人惊叹的图像——而且提供方确实提供赔偿。

第二步—最有可能在2025年是视频创作。如今，工具正在出现，可以用于故事板视频，例如Google Vids，以及生成视频脚本。文本到视频工具包括Imagen 3。

关于 CXP 的内容助手方面，我们期望看到的内容如表 1 所示：

基础内容助手功能	高级内容助手功能
页面草稿文本	起草一个包含文本和图形的完整网页
用于网站的草稿图片	提供多种页面布局选项
创建信息图表	设计新的信息图表概念
绘制视频故事板	从文本或故事板创建完整视频

表1：基本和高级内容助手功能。

内容理解成为关键客户旅程

虽然我们过去讨论过内容AI的兴起，但在生成式AI中，理解内容的能力成为提供产品的基本部分。这也包括理解用户正在查看的内容。提供者提供的内容理解保真度将有助于生成更个性化和动态的体验。

阿拉贡预计许多供应商将倾向于基本的生成式人工智能功能，并且随着价格的下降，随着时间的推移，更多的内容理解将集成到CXP服务中。

使用低代码和嵌入式工具的内容创作民主化

跨渠道内容需求的增长导致了内容创作的民主化趋势。CXP正在整合低代码功能并嵌入强大工具，以赋能营销人员和业务用户在无需广泛技术专业知识的情况下创建和管理内容：

- **嵌入式视觉编辑和设计工具：** Cxp正在整合可视化编辑器和设计工具，通常利用与Canva和Figma等平台的合作关系。这使得用户能够轻松创建和修改美观的视觉内容，而无需编程技能。

拖拽式页面构建器 直观的拖放界面启用。

市场人员可以快速构建和定制网页和着陆页，加速内容发布并减少对开发人员的依赖。

• **工作流自动化与协作** cxps通过内置的协作功能、审批流程和自动化简化内容创建工作流程，确保内容高效生成并符合品牌标准。

用例：一个营销团队在其CXP中利用Canva或Figma集成来创建引人注目的社交媒体图形和横幅广告，保持品牌一致性并节省设计任务的时间。

今天，搜索引擎对于内容体验平台仍然至关重要，但我们对搜索引擎随时间推移将转向完全基于聊天的对话抱有预期，其中一些将提供比其他更具个性化的体验。

基于 GenAI 的搜索与查询

cxps必须因其平台的基础开放性质而提供灵活性。体验中的灵活性需求意味着集成将是关键。解耦、可组合、支持api的cxps将是提供内容体验的重要组成部分。api将实现更多集成，并在内容交付方面提供更多灵活性。

API连接的重要优势之一是能够自动连接到关键任务应用程序，从而使CXP更加自动化并融入业务流程。新的编排能力已经到来，允许开发者和现在营销人员通过图形技术快速连接数据源。

例子包括：

• 创意编辑应用程序—图像和文档可以更新 • IP和治理系统 • 其他内容管理存储库 •
更无缝的数字商务集成 • 基于GenAI的搜索或聊天

此外，API将使DXAs能够与许多CRM和电子商务应用程序集成。这也意味着能够与其他服务连接，例如与客户数据平台（买方档案）通信、能够为内容创作提供信息的数据分析工具，或能够提供实时输入的物联网设备，这使得体验能够动态改变。

随着对话式搜索的转变正在进行，我们预计DXA提供商将提供自己的开箱即用的通用人工智能能力，以及与亚马逊AWS、谷歌通用人工智能、微软Azure ChatGPT服务和其他的API集成。

抖音生成：通过更多视频和互动前进

对丰富和交互式体验的需求并未减缓，虽然这种需求对于企业对消费者（B2C）来说已经有些时间了，但所有企业对这种需求都在增加。

随着抖音、Instagram和YouTube Shorts带来巨大的日观看量，CXO提供者需要做出回应。如今，答案仍然是进行数字资产管理合作。随着5G基础设施支持跨网络轻量级视频传输，以及4K等新的视觉保真度标准在设备上普及，这一趋势将只会加剧。

现在，创建和整合视频片段及短视频比以往任何时候都更容易。如前所述，Aragon 认为 CXP 内容助手能够在 2025 年的时间范围内生成高质量视频。

预测：到2026年，50%的CXP内容助手将提供视频创作选项（可能性为75%）

更大的问题是CXP提供商如何管理富媒体。对于许多人来说，他们采用双重架构，其中富媒体由企业视频或DAM提供商托管。如果这种情况属实，要意识到如果CXP供应商没有原生提供，则可能需要做出供应商选择。

客户画像，知识库和个性化

关于人物、主题和客户的知识库是关键。客户数据平台（CDPs）将是向记忆互动以及时间、用户和/或购买者偏好的转变中至关重要的部分。购买者和用户资料仍然与身份相关联，但即使是匿名用户，系统也常常能够记住互动，这得益于您的在线身份。

在以商业为中心的cxps中，需求是关键，但所有市场营销人员都希望为潜在客户旅程提供更多个性化。cdps可以从多个数据源创建一个主索引，这有助于建立个人行为记录、购买偏好以及基于具体指标的行动模式。虽然cdps是目前使用的术语，但我们认为这种方法是基本上与用户或设备配置文件关联的知识库。随着时间的推移，信息的方法

需要结合上下文。这意味着应用程序将记住先前的交互。对于生成式人工智能而言，那个时代已经到来。对于客户体验提供者来说，这是大多数人都正在经历的旅程。

对于许多用户来说，生成式人工智能界面的个性化可能已经足够了。然而，对于许多企业而言，生成式人工智能或许足以满足普通观众的需求。但是，对于以商业为中心的网站来说，其中买方意图至关重要，客户数据平台将成为必备之物。

预测：截至2025年，40%的以电子商务为中心的企业将拥有客户档案和能够整合过往互动的CDP（概率50%）。

数字体验分析的崛起——一个新市场

今天，数字体验分析是衡量和理解人与机器与应用交互的方式，尤其是网络体验的能力。过去的分析产品主要集中在页面浏览量、点击率和其他表面级别的指标上，这些指标能给人基本的数字参与印象。它们也帮助识别用户旅程中由于各种原因导致预期行为未发生的差距。虽然这些指标是无价的数据，但它们通常只提供对整个网站的宏观视角，而不是对客户正在做什么和想什么的理解。

今天，企业想要一个洞察客户旅程的视角，该视角利用指标和其他更丰富的洞察来为市场营销和销售团队提供一种超越静态参与指标的内容体验感。数字体验分析服务提供商的出现和增长部分原因在于他们为企业提供了针对

注意1：数字体验分析

需要通过网站持续理解用户旅程意味着需要分析。一套新的供应商正在为其优化体验做出贡献。下方是供应商列表：

振幅 内容平方 全故事 玻璃盒 堆 鼠标流 量子度量 智能外观 萌芽

遗留的网络分析问题，但通过提供能够隔离关键痛点并进行干预的工具来提高标准。

移动应用和无代码开发

企业拥有新一代CXP的机会很强。手动为页面创建文本和图片的日子正在减少。特别是，创建吸引观众的定制图形的机会代表着一个巨大的机会。

虽然我们已经讨论过内容生成，但新的低代码和无代码助手正在使用 Figma 等设计工具以及使用 Claude Artifacts 等生成工具的低代码应用开发变得更加容易，从而可以创建移动应用，例如商店。移动应用开发者应该意识到，这不是一个具有版本控制的全功能开发环境，但它确实可以通过聊天界面快速轻松地创建仪表盘或表单。

营销团队面临的巨大挑战之一是构建个性化的客户旅程。借助先进的 CXP 平台以及构建客户旅程的对话式界面潜力，未来看起来充满希望。因此，除了今天对不同类型设备动态交付内容的能力外，我们还看到基于用户向系统提出的需求动态生成新内容，甚至超越这一点，新体验的开发速度更快。

下图2总结了CXP技术堆栈中内容生成和其他层如何为更个性化的体验做出贡献。

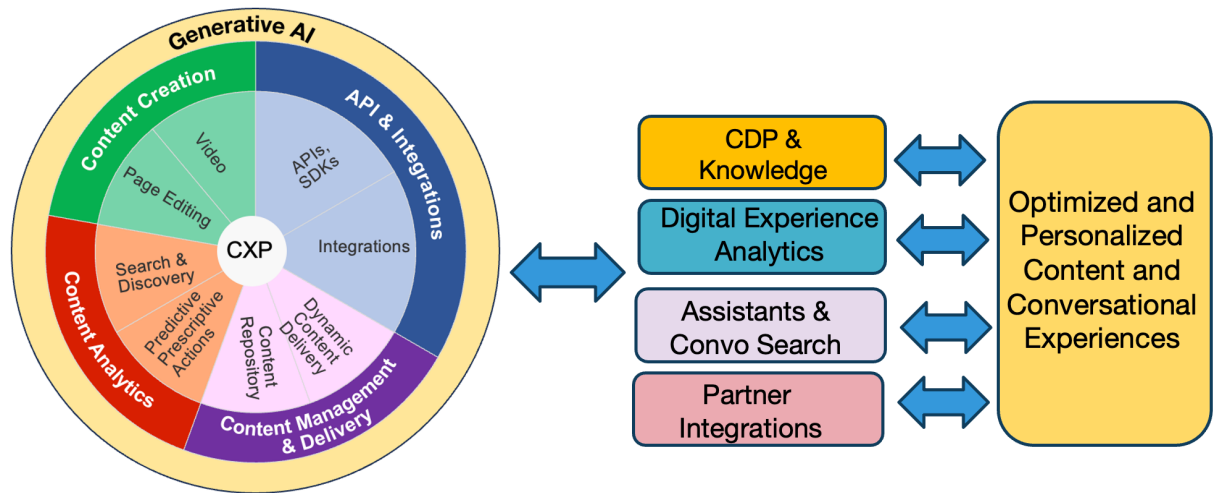


图2：CXP生态系统正在发展。

将第三方集成投入使用

集成的需求不言而喻。API有助于驱动集成，并借此为更情境化的体验开辟新的可能性。企业需要仔细关注这一领域，并考虑第三方集成的可能性。

不应被忽视的一些关键集成：

• 数字资产管理 (DAM) • 博客和社区工具 • 对话式人工智能 (聊天机器人) • 数字商务 • eCDN • 客户数据平台 (CDP) • 客户关系管理 (CRM) • 营销自动化平台 • 数字体验分析

企业应寻找与真实应用商店整合的迹象，并将整合的便捷性作为关键点。

阿戈恩研究地球™ for 内容体验平台，2025 (截至2024年10月15日)



图3：Aragon Research Globe
对于内容体验平台，2025。

领导人——

Adobe

由首席执行官Shantanu Narayen领导，Adobe通过在内容AI和全面聚焦内容供应链进行投资，加强了对内容体验的努力。Adobe的产品包括其旗舰Adobe体验管理器（AEM）平台、Adobe实时CDP以及Adobe Workfront，作为管理团队和项目的一种方式。

AEM 集成了 AEM Sites 用于创建和交付全渠道体验，包括无头 CMS 功能、AEM Assets 用于数字资产管理 (DAM)、AEM Screens 用于数字标牌以及 AEM Forms 用于响应式表单和客户沟通。更重要的是，Adobe 大力投资了内容 AI。

在其超过十年的交付人工智能能力（包括Adobe Sensei）的历史基础上，Adobe于2023年推出Firefly，用于生成受版权保护图像。Adobe Firefly支持文本到图像的生成，Adobe正在预告更多关于文本到视频和图像到视频生成的功能。它还宣布了Adobe GenStudio，该平台使营销团队能够快速跨应用程序和发布商规划和创建、管理以及激活品牌内容。

Adobe Sensei 正在发展，以提供对网站内容使用的原理解，从而与其他利用第三方服务的产品形成差异化。Adobe Experience Manager 中的 AI 功能现在将使简单和复杂的工作流程自动化。AEM 继续支持使用 Google Docs 或 Microsoft Word 进行原生内容创作，并提供以性能为先的交付引擎，用于优化开箱即用的体验性能。AEM 还使营销人员能够使用易于使用的提示工具创建个性化、符合品牌规范的内容变体，并能够快速测试和识别获胜的内容变体。

通过全面转向专注于生成式人工智能和助手来加快动态内容体验的创作，Adobe已为未来做好了充分准备。

优势——

• 整体关注生成式和内容人工智能 • 品牌和财务稳定 • 安装基础 • 营销自动化 • 合作伙伴网络 • 广泛的数字化组件集

挑战——

• 客户报告价格高

Acquia

阿奎亚公司总部位于波士顿，由首席执行官Stephen Reny领导，持续专注于其内容体验和营销平台产品，并日益关注人工智能。阿奎亚CXP产品组合包括用于多站点和品牌管理的Acquia Site Factory、用于低代码体验创建的Acquia Site Studio、Acquia CDP、Acquia Personalization、用于营销自动化和客户旅程管理的Acquia Campaign Studio，以及Acquia DAM和Acquia PIM产品。为了扩大其可服务市场，阿奎亚公司在2023年收购Monsido后宣布了扩展的网络可访问性功能。

在人工智能领域，Acquia DAM提供与ChatGPT的集成，以加速内容创作、从图像中提取文本以及翻译元数据，并与Clarifai集成，以提供自动化的元数据生成和提升搜索能力。2024年5月，Acquia宣布推出Acquia Syndicate，这是一个Acquia PIM模块，能够使产品信息在多个渠道间无缝同步。

Acquia DAM 主要面向中大型企业。2024年，Acquia 扩展了其品牌管理能力，现在与 Acquia Campaign Studio、Adobe Stock 和 Google Translate 集成。Acquia DAM 与许多其他 CXP 供应商的产品合作。这为进入新账户提供了一种途径，特别是那些需要丰富媒体（这是当今大多数营销人员最大的需求之一）的账户。

凭借其 CDP，Acquia 可以帮助客户发现对当前和未来活动重要的预测变量。它还提供了新的合规功能，以协助 CCPA 和 GDPR 法规。Acquia 继续专注于消费品品牌、零售、媒体和娱乐等行业，并正在扩大其 B2B 市场份额。

优势

- 安装基础
- 开源传承
- 市场专注
- 数字资产管理系统 (DAM)
- 客户数据平台 (CDP)
- 接口

挑战

- 北美以外的市场意识

内容ful

内容ful总部位于柏林、丹佛和旧金山，于2024年4月宣布科技行业资深人士卡蒂克·劳为首席执行官，7月任命雷·马丁内利为首席人力资源官。自2021年完成1.75亿美元的F轮融资以来，内容ful没有获得新的资金。内容ful提供一款专注于可组合性的全CXP，以支持内容创作者。它还提供基于现代微服务的 内容平台。

2024年3月，Contentful 发布了其最新产品，Contentful Studio，这是一款无需开发人员即可设计体验的新方法。它具有拖放画布和融入人工智能的工作流程，以简化流程。Contentful Studio 的发布是在2023年AI内容生成器发布之后，后者允许更快的内容创建和自动翻译。

内容ful持续提供其组合式内容平台，该平台具有内容编排功能，以及内容ful应用框架和生态系统，该框架和生态系统允许创建独特的用户界面，并创建利用内容ful应用市场的全新应用。

2023年5月，Contentful发布了新的现成连接器，包括Shopify连接器、Contentful SAP Commerce Cloud连接器和Google Analytics 4应用。它还宣布了Live Preview的扩展功能，允许团队直接在项目和个性化方面进行协作，该个性化利用与Ninetailed的集成。

凭借其新能力和以客户为中心的定位，Contentful为日益增长的CXP需求做好了充分准备。

优势

- CXP • API • 聚焦内容
- AI • 高级缓存 • 不断增长
- 的合作伙伴应用 • 移动端优化

挑战

- 平衡多个产品SKU

内容堆栈

内容栈 (Contentstack) 总部位于旧金山，由联合创始人兼首席执行官尼哈·桑帕特 (Neha Sampat) 领导，于2024年3月任命行业资深人士古德普·迪尔隆 (Gurdeep Dhillon) 为CMO。内容栈助力开创了无头革命，并提供全面的头无CXP平台。内容栈的产品组合现包括托管、自动化、可视化构建、个性化以及不断发展的合作伙伴市场。内容栈自动化 (Contentstack Automate) 利用可视化构建功能，加速并自动化复杂内容操作和工作流程的开发。

内容堆AI助手从内容创作体验中帮助用户进行创意生成、创作和实时翻译。内容堆正为客户提供AI方法的灵活性。亚马逊床岩与内容堆AI助手集成。

2024年4月，Contentstack宣布与谷歌云合作，允许客户使用谷歌云托管，在谷歌市场上提供Contentstack平台，并成为谷歌云合作伙伴优势计划的一部分。2024年6月，Contentstack推出了新的个性化功能，其中包括Personalize，它包括A/B测试、品牌工具包以及Contentstack Automate的新扩展。

内容堆栈继续提供内容堆栈启动，它可以在几次点击中创建和启动内容堆栈托管站点，展示了向低代码实现的转变。内容堆栈的增长也得益于其内容堆栈学院，该学院为其客户群和合作伙伴网络提供培训和认证。

内容栈是构建全渠道数字体验的先驱，包括移动应用程序，并持续为iOS和Android提供JavaScript、Ruby、PHP、Node.js和React Native的SDK。随着持续的增长，以及对自动化和人工智能的关注，内容栈为下一波内容体验自动化做好了准备。

优势

- AI 助手
- 自动化
- 内容中立发布方法
- 易用性
- 低代码方法
- ios和安卓sdk
- 发展合作伙伴生态系统

挑战

- 北美和欧洲以外的意识

优化宝

位于纽约市，由首席执行官亚历克斯·阿茨伯格领导的爱优米（Optimizely）继续以其旗舰产品爱优米一平台（Optimizely One Platform）专注于内容体验和内容营销。首席营销官沙夫卡特·伊斯拉姆最近被晋升为总裁。爱优米的产品包括爱优米一平台、其内容营销平台、其内容管理系统、个性化、电子商务、数字资产管理（DAM），及其数据平台。

2024年7月，Optimizely宣布其新的SaaS CMS，该CMS具有可视化构建器，能够加速内容设计和建模。2024年2月，Optimizely宣布其与Writer完全集成，Writer是一个新兴的生成式AI产品，能够生成内容。2023年，Optimizely宣布与谷歌合作，使Optimizely客户能够利用Vertex AI，包括日益壮大的Gemini LLM系列。

优化利继续提供由 GraphQL 驱动的 Content Graph。优化利内容图谱将使企业能够快速复用内容，并提供更高度个性化的搜索体验。这一切都是为了支持‘无头’动态体验，目标是为用户提供更好的体验。

优化利能够原生地运行在微软Azure市场。优化利继续与谷歌以及Contentsquare等公司合作，为数字体验分析。凭借一套完善的产品供应和新成立的管理团队，优化利已为未来做好了充分准备。

优势

- CXP平台 • 数字资产管理
- 电子商务 • 人工智能能力
- 客户数据平台 • 营销自动化

挑战

- 平衡Episerver和Optimizely的旧版和新版产品

亮点

位于弗吉尼亚州雷斯顿，由首席执行官拉尔夫·麦克莱顿（Raleigh McClayton）领导的Brightspot公司，持续专注于其CXP，以提供动态数字体验。Brightspot提供了一个完整的可组合内容体验平台，拥有强大的专业服务和支持模板。其解决方案的核心是Brightspot混合CMS，它为开发前端企业应用提供了一个平台。

在人工智能领域，2023年7月，Brightspot表示其与OpenAI具有原生集成，使他们能够为内容创作和提供与自身数据库内容进行查询的聊天体验而提供生成式人工智能内容助手。此外，Brightspot还与亚马逊AWS建立了合作伙伴关系集成，包括亚马逊AI服务，如Amazon Rekognition和Textract、Transcribe和Translate。

Brightspot 为企业提供超过100种不同的模板。这些模板包括适用于企业内部网、高速新闻和媒体以及电子商务店面等不同场景的数字体验。Brightspot 还拥有直观的协作环境，允许用户定义工作流程来建立自定义的内容发布流程，包括编辑审核和批准。Brightspot Media Desk 支持数字资产的上下文搜索、元数据自动标记以及其他实用功能，使查找关键数字资产的过程更加流畅和统一。

Brightspot 还利用 API 向所有必要的端点提供服务。原生集成包括 Facebook、Getty Images、Google Ad Manager、Marketo、Microsoft 和 Salesforce，并提供超过 7,000 个常见业务应用的强大集成生态系统。Brightspot 关注的使用案例包括媒体和出版、B2B 出版（研究与分析）、营销和企业、内网和知识管理、多站点/微站点、产品和技术文档、体育和娱乐

亮星持续利用其不断增长的合作伙伴阵容，其中包括HTEC、SNO、Material Plus、A&MPLIFY、Mod Op、Thinkware、SEVN和WayPath。凭借其对协作体验、人工智能和集成的关注，以及其全面的客户服务方法，亮星已为帮助企业提升更好的客户体验做好了充分准备。

优势

- 品牌认知度 • 安装基础 • 不断增长的AI能力和集成 • 内容管理和调度 • 集成 • 预配置体验和模板

挑战

- 北美以外的认知

竞争者

automatic

自动化工具有总部位于旧金山，由首席执行官Matt Mullenweg领导，宣布Pedraum Pardehpoosh加入公司担任产品副总裁。自动化工具有着WordPress和WordPress.com平台而闻名，继续拥有所有CXP提供商中最大的安装基础。自动化工具有品平台包括WordPress，它提供开源版本和托管服务，以及wordpress.com、WordPress VIP、Pressable和WooCommerce。他们还提供Blaze，支持用于WordPress网站的广告。WordPress目前是世界上排名第一的网站提供商。自动化工具有超过9亿美元的投入，并且仍然是私营企业。

2024年6月，Automatic 发布了 Automatic for Agencies。这本质上是对 WordPress 平台进行了优化，以允许代理商将其转售给客户，并且该模式仍然是该市场最受欢迎的产品分销模式之一。2024年4月，Automatic 收购了 Beeper，这将允许将不同的消息应用程序和短信消息整合到一个应用程序中。

WordPress VIP 提供其强大的内容管理系统、内置电子商务功能、内容分析能力，以及能够利用整个 WordPress 生态系统中的合作伙伴插件。WordPress 6.6.2 版本继续专注于为编辑人员提供易用性，包括对区块编辑器的更新。下一次重大版本将是 WordPress 6.7，预计将在 2025 年发布。

WordPress VIP的增长吸引了越来越多像Cognizant和HCL这样的实施代理合作伙伴。随着对中大型企业的持续拓展，Automatic仍然是值得关注的服务商之一。

优势

- 品牌认知度
- 安装基础
- 易用性
- 内容分析
- 发展中的合作伙伴生态系统
- 发展中的电子商务关注
- WordPress生态系统

挑战

- 平衡其开源与商业产品

布卢姆瑞希

在 ceo raj datta 的领导下，bloomreach 已经转向更专注于营销自动化、商业和个性化以及人工智能。它继续提供无头式的 cxp，但商业和营销自动化似乎是未来的主要关注点。该公司于 2022 年 5 月宣布 nino sar kis 为财务总监。其核心产品包括内容、无头式的内容管理系统、个性化营销的互动，以及用于电子商务搜索和商品销售的商业发现。它还提供基于 2021 年收购 exponea 的客户数据平台。

2024年6月，Bloomreach宣布推出其Loomi AI服务。Loomi AI提供高级搜索、自动分段、内容生成和分析助手功能。Loomi AI可助力在活动开发中实现更精准的个性化。Loomi AI还提供分析助手，可提供与Bloomreach所有分析功能的对话式界面。Loomi AI还可以生成内容，例如活动横幅。最后，Loomi Search提供由其与Google Vertex AI合作支持的高级对话式搜索，以及其新的视觉搜索功能。

Bloomreach电子商务平台提供了更个性化的产品发现体验。2023年6月，Bloomreach新增了商品展示功能，包括产品卡、包含数据编辑、跨站点更便捷的克隆规则和配置，并支持页面上的产品布局策划。Bloomreach还与体验分析提供商Contentsquare建立了合作伙伴关系。

可在谷歌云市场提供的Bloomreach无头CXP，可轻松设计页面和产品布局以及安排活动。Bloomreach可根据行为自动提供动态内容体验。Bloomreach有三层（白银、黄金、白金）200多个合作伙伴提供设计和实施服务。凭借其对商业和个性化的持续关注，Bloomreach非常适合专注于网络店面、商业和购买体验的企业。

优势

- 易用性 • 电子商务重点 • 安装基础 • 个性化 • 内容分析 • CDP

挑战

- 侧重 CXP 和电子商务的平衡

CoreMedia

CoreMedia总部位于德国汉堡和美国弗吉尼亚州阿灵顿，由总经理兼联合创始人Soren Stamer领导。公司得到私募股权公司OpenGate Capital的支持，并通过收购进行创新。CoreMedia提供其智能内容管理系统，其核心是其提供去头部化能力的数字体验平台。它还通过其内容营销服务提供个性化体验。

2023年8月，CoreMedia收购了BySide，以获取其在客户旅程和个人化方面的能力，这些能力支持跨多个渠道共享内容。它还收购了Smarkio，以获取其在对话式人工智能和虚拟代理方面的能力。2023年10月，CoreMedia推出了其新的CoreMedia Campaigns服务，该服务允许在多个渠道向用户提供合适的内容。

核心媒体已继续与 OpenAI 整合，这可以在核心媒体内容云中发挥作用。新功能包括提取 SEO 关键词、文本摘要、内容和文案生成以及图像生成。

核心媒体专注于医疗保健、零售和旅游休闲行业。其大部分成功仍然持续在竞争激烈的零售市场，其中包括奢侈品牌、金融服务、媒体和娱乐以及电信。

CoreMedia 还支持与主要电子商务提供商集成，包括 Salesforce Commerce Cloud、Sap Commerce Cloud、HCL Commerce Cloud、commercetools、elasticpath 和 Spryker Commerce OS。凭借日益增长的功能集和关注客户旅程，CoreMedia 在特定行业取得了成功。

优势

- 云原生 • 数字资产管理能力 • 电子商务集成 • 内容分析 • 聚焦零售

挑战

- 北美的市场意识

皇冠峰

皇冠峰公司总部设于丹佛和伦敦，宣布了新领导层，包括首席执行官Nnenna Ilomechina、首席财务官Matt Piercy、首席产品官Mark Greenaway以及首席市场官Beth Boisvert。皇冠峰公司继续专注于内容体验平台，并向市场提供其DXP。皇冠峰公司的产品包括DXP、内容管理、产品发现、数字可访问性和隐私保护以及同意管理。

皇冠峰的服务包括混合无头CMS、数字可访问性、个性化内容驱动型商业隐私和内容管理，以及标签监控和管理。皇冠峰现在也可以通过FirstSpirit智能内容引擎提供基于人工智能的个性化。个性化可以根据点击、订阅或购买进行。这实现了基于人工智能的产品推荐。

皇冠峰数字无障碍服务基于其对艾利明诺的收购，除了数字无障碍之外，还提供自动化无障碍扫描服务。产品发现基于其对2022年12月收购的艾特拉克的业务。在商业领域，皇冠峰与IBM WebSphere Commerce、Salesforce Commerce Cloud 和 SAP Commerce Cloud 合作。皇冠峰的行业重点包括金融服务、制造业、公共部门和零售业。

优势

• 云原生 • 多站点管理 • 电子商务集成 • 基于人工智能的个性化推荐

挑战

• 整合越来越多的收购

肯塔科

由首席执行官多米尼克·潘特领导的肯特科，继续提供其体验平台。2023年10月，它宣布比尔·坎宁安为首席收入官。肯特科体验平台提供内容管理、数字资产管理、数字营销、数字商务、客户数据平台以及分析和低代码自动化。

Kentico Xperience 具备易于使用的用户界面。它还支持文档的同时编辑。Kentico Digital Marketing 具备动态路由和可重用内容等功能。Kentico 与微软合作，利用 Azure 文本情感分析，并通过与 Recombee AI 的合作提供内容个性化服务。

Kentico 还继续为其 Kentico 媒体库提供数字资产管理 (DAM) 服务。新功能包括响应式图片显示、更广泛的支持媒体类型、基于 AI 的图片识别、高级搜索、可删除的未使用文件，以及工作流和访问限制。

kentico的集成包括bynder dam、google (looker studio) 、microsoft dynamics 365)、salesforce、recomb ee、siteimprove等。kentico提供标准和高级层级的商品SKU，包含托管的和自托管的选项集。

优势

• 无头CMS • DXP能力 • 工作流与业务应用的集成 • 合作
伙伴数量不断增长 • 内容分析

挑战

• 专注于人工智能

OpenText

位于加拿大安大略省滑铁卢的OpenText公司，在首席执行官Mark Barrenechea的领导下，持续专注于内容和信息管理——并持续关注内容自动化和人工智能。OpenText现在提供OpenText内容云、业务网络云、OpenText体验云、网络安全云和OpenText开发者云。最近，在2024年，OpenText收购了托管检测和响应提供商Pillr，以增强其网络安全产品服务。

opentext体验云拥有越来越多的产品，包括web、opentext媒体管理、opentext cdp、用于个性化设置的opentext optimost，以及用于整体旅程管理的opentext core journey。

除了体验云，OpenText 持续拥有业内最大内容管理产品组合之一，包括 OpenText 内容套件、扩展 ECM、Documentum 以及多个客户体验资产，包括 Exstream 和媒体管理。2024 年 5 月，OpenText 宣布将其应用现代化业务出售给 Rocket Software（贝恩公司），交易额为 22.75 亿美元。除了是内容管理的领导者，它还提供多个专注于高容量 CCM 的品牌。

2023年10月，OpenText宣布了其人工智能工作的演进，推出了OpenText Aviator，这是一款利用生成式人工智能的全人工智能产品系列。对于内容方面，OpenText Aviator Content、OpenText Aviator for Search 和OpenText Experience Aviator将使相关内容能够更快地产生。其他OpenText Aviator产品包括DevOps、IT运营、网络安全和业务网络。其产品强调灵活性，根据给定任务服务于各种不同的AI模型，以及安全性和隐私性，创建安全的沙盒环境进行安全实验。

opentext数字体验平台云就绪，并提供可由营销团队设计用于个性化的自适应内容。现在品牌总数已超过32个，由于其品牌的增长，现在拥有一位高级管理人员来管理其品牌组合。综上所述，opentext体验云正是企业所期望的内容体验。

优势

- 品牌认知度 • 人工智能关注度持续提升 • 安装基础 • 社交媒体整合 • 内容分析 • 全面的 内容管理聚焦

挑战

- 从传统产品迁移到其新的体验云

思创医惠

Sitecore总部位于旧金山，并于2024年4月提拔Dave O’Flanagan担任CEO；Sitecore继续专注于其体验平台和商业产品，目标客户群为营销人员和开发者。2024年7月，该公司宣布Eric Stine为运营副总裁；同年9月，宣布Michael Bannon为新任首席财务官。Sitecore还继续利用其在2021年获得的12亿美元投资，该投资的牵头人是不明私人投资者。

sitecore的产品包括内容云（xm）、商务云和互动云。它还提供ordercloud，专注于需要部署商务解决方案的企业。内容中心one，以及增强的搜索功能、xm云、内容中心运营和内容中心dam，共同构成了内容云。sitecore还提供生成式AI功能，将由微软azure openai服务提供支持。

互动云提供了一个客户数据平台（CDP），其中包括个性化、发送及其连接工具。Sitecore继续提供云组件功能，使品牌能够组合动态页面组件。

思杰科技拥有日益增长的合作伙伴名单，包括系统集成商，如埃森哲、avanade、德勤数字、电通、EPAM、信息公共集团和WPP。其核心技术合作伙伴继续保持为微软和Salesforce。随着对动态体验的关注日益增加，包括个性化电子商务，思杰科技为未来做好了充分的准备。

优势

- CXP平台 • 快速增长的AI能力 • 电子商务 • 多站点体验 • 分析 • 营销自动化

挑战

- 将旧版安装迁移到新的产品和服务中心

革新者

放大引擎

位于伦敦的Amplience公司，在首席执行官Anthony Lye的领导下，已转向更专注于借助其现有的内容体验产品进行内容AI。Amplience还宣布任命Jeremy Straker为首席客户官（CCO），Bart Cloyd为首席财务官（CFO）。Amplience继续利用其在2022年3月筹集的1亿美元D轮融资。

2024年6月，Amplience推出了其AI工作室，其中包括专门的内容和图像助手，可以加快产品内容生成和优化的过程。内容工作室可以大规模生成产品文本。图像工作室可以帮助优化产品和营销图像，以吸引观众。

当前的 Amplience 产品组合现在包括 Amplience 动态内容 (CMS)、用于 DAM 的内容中心、动态媒体、内容交付网络以及用于集成和扩展的 Amplience 市场平台。2023 年推出的新功能包括基于 AI 的图像识别、自动视频字幕、SEO 助手和产品推荐功能。

放大引擎内容中心与动态媒体功能补充了动态内容无头CMS，作为架构的一部分，为图像和视频管理及交付提供全面支持，消除了对单独的DAM的需求。放大引擎还具备营销人员易于使用的特点，以及开发人员和Sis所需的底层连接性。2024年3月，放大引擎扩展了与Agolia的合作关系，以提供高级内容搜索。

放大器拥有一个不断增长的市场，提供用于分析、商业、本地化、个性化、搜索和工作流的合作伙伴插件。由于放大器能够提供从发现到购买的完整数字客户旅程，因此他们是值得关注的。

优势

- 云服务 • 内容和图像AI助手 • 数字资产管理系统功能 • 电子商务 • 市场平台
- 微服务与API • 系统集成合作伙伴关系

挑战

- 市场意识

麦哲伦CMS

基于瑞士巴塞尔，由首席执行官Tim Brown领导的美洲黄铜矿公司，正致力于加强其数字体验平台。自2022年以来，GENUI一直是美洲黄铜矿公司的大股东。美洲黄铜矿公司提供其数字体验平台、内容驱动型商务、美洲黄铜矿云服务以及其新的AI加速器。

2024年6月，Magnolia宣布了其新的AI加速器项目，该项目允许基于生成式AI的内容创建。凭借这一新功能，可以基于产品信息管理（PIM）数据生成产品故事，从而加速客户旅程。

此外，Magnolia 提供称为 Microframeworks 的预构建模板，其中包含自动化、分析、商业、DAM 和营销。为了增强其数字资产管理，Magnolia 提供了一套完整的文本和图像创建和编辑功能。它还提供自动翻译。

magnolia 的一组集成正在不断增长。magnolia 关注的行业包括 商业和零售，金融服务，保险，媒体和娱乐，制药和生物技术，房地产，以及 旅游业。作为这一关注焦点的组成部分，2024年9月，magnolia 宣布与veeva systems达成新的集成，允许从veeva vault promomats使用经批准的资产，在magnolia dxp中创建和编辑品牌网站、医疗保健专业人士（hcp）和患者门户。

现在，Magnolia 提供用于分析、商业、DAM 和营销自动化的集成框架。他们还拥有一个不断增长的合作伙

伴集成系列，包括 Algolia、commercetools、Salesforce、SAP、Segment、Veeva Systems 等。凭借 Magnolia 对创新和集成的关注，他们在 CXP 市场上是值得关注的对象。

优势

- 易用性
- 不断扩大的合作伙伴网络和集成
- 人工智能的重视日益增加
- 短视频和长视频内容
- 电子商务焦点
- 在金融服务方面的优势

挑战

- 美洲市场意识

Storyblok

位于奥地利林兹的Storyblok公司，由CEO Dominik Angerer领导，宣布完成新一轮8000万美元的C轮融资，此前该公司已进行了4700万美元的B轮融资。Storyblok平台包括其无头CMS和数字资产管理，均由易用的可视化编辑器支持。

2024年，Storyblok宣布了他们的全新AI驱动创意室，以协作内容鼓励创新，该内容可以起草和总结想法。

Storyblok 提供其自托管的社区版、自托管的企业版以及云 SaaS 版本作为其主要产品。提供面向开发者的功能和易于使用的可视化编辑器的双重方法增加了 Storyblok 的整体吸引力。

Storyblok 在继续构建其合作伙伴集成，目前已有30个并还在增加。对于电子商务，Storyblok 与 BigCommerce、Commercetools、Shopify、Shopware 和 Sylius 进行集成。它拥有一个不断增长的 API 平台，包括内容交付、管理和 GraphQL。

Storyblok 支持多种设备交付类型。除了网页和移动端，Storyblok 还支持物联网（IOT），包括 AR/VR 头盔。它宣称其能够轻松支持本地化，而这往往是全球网络存在中最昂贵的一部分。

优势	挑战
• 内容管理 • 承诺开源 • 市场持续增长 • 移动应用支持 • 头部架构 • 轻松实现本地化	• 北美的市场意识

Strapi

Strapi，总部位于旧金山，由首席执行官Pierre Burgy领导，通过专注于其开源产品，以及面向企业的全托管和自托管CXP解决方案，已进入CXP市场。开源的Strapi已被广泛采用，因此，它对其他开源产品（如WordPress）构成了威胁。Strapi仍在利用其3100万美元的B轮融资，其总资金为4500万美元。

Strapi 的产品现在包括开源 Strapi 及其商业版产品，商业版产品包括可自托管的 Enterprise 版本和托管平台 Strapi Cloud。Strapi 是一种无头架构，非常注重 API 和集成。更新的 Strapi 市场现在拥有超过 143 种不同的插件，企业可以使用，Strapi 也允许企业创建自己的插件。

strapi 5 于2024年9月发布。它包含平台范围内的更新，包括内容管理器的更新，其中包括草稿和发布模式、内容版本控制、新的，以及完整的 Typescript 和 Vite 支持。 插件SDK

Strapi Cloud 的新功能是支持多个环境，包括测试环境。除了Strapi Cloud的需求不断增长，他们仍然与所有主要的公共云提供商建立了合作伙伴关系。heroku, Digital Ocean, 应用平台, Platform.sh 其他平台即服务解决方案，以及更多。

Strapi 关注金融服务、商业与技术服务、电信、媒体和游戏等行业。Strapi 的应用场景包括企业网站、内容编辑网站和移动应用程序。鉴于其对开发者的关注和开源免费增值模式，Strapi 能够为中小企业提供选择，并应被视为 WordPress 的一个可靠替代品。

优势

内容管理 • 不断增长的云服务 • 坚持开源和定制 •
发展中的市场 • 移动应用支持 • 本地无头架构 •

挑战

平衡开发者与营销人员的关注度•

专家

K 介子

位于马萨诸塞州坎顿的Kaon Interactive公司，由首席执行官Gavin Finn领导，正通过创新的销售和营销技术改变企业吸引客户的方式，通过提供沉浸式、个性化、互动式体验，支持现代收入增长战略，与Aragon Research的客户互动平台（CEP）类别保持一致。

在人工智能领域，Kaon于2023年推出基于人工智能的推荐引擎，并在其平台上提供该引擎以增强买方个性化。Kaon还提供LiveShare，这是一个为销售团队设计的协作会议环境，旨在展示其产品而不会受到其他方法有时会出现的干扰。

卡昂的平台及其不断扩展的解决方案套件——包括即将推出的卡昂演示360+产品导览（将于2025年第一季度推出）、基于人工智能的推荐引擎、卡昂直播分享、AR/VR体验、价值计算器、沉浸式故事讲述——使企业能够在无干扰的虚拟环境中为销售提供定制化的买家旅程和无缝的视觉协作。

越来越长的互动应用程序列表包括沉浸式讲故事、价值计算器、3D产品之旅、空间配置工具、基于角色的信息传递、AR、VR等，以帮助企业阐明其竞争优势。随着企业寻求提供引人入胜的购买体验的不同方式，Kaon仍然是值得关注的对象。

优势

- 沉浸式3D体验 • 销售和营销产品旅程 •
- 移动应用定制 • 易用性 • 设备灵活性

挑战

- 市场意识

阿拉贡顾问

- 推动网站现代化的呐喊已经到来，企业应该制定计划，摆脱陈旧工具。
- 人工智能时代已经到来，随之而来的是必须利用生成式人工智能来改进搜索和生成答案。企业应该向供应商询问产品路线图。
- 鉴于快速迁移的需求，企业应评估新设计与仅迁移陈旧站点及其相关内容和外观，并寻找能够胜任任务的集成合作伙伴。

底线

为了支持对更个性化体验的需求，内容体验平台正通过 CDP 与生成式 AI 的结合变得更智能。企业需要仔细评估供应商，包括本文中提到的这些供应商。对 AI、富媒体、动态交付和个性化的投资是关键所在。在未来三年，在这个快速变化的市场中，体验将变得更加双向。

Aragon Research 全球概览

阿拉贡研究地球仪图形化地展示了我们对特定市场和其组成部分供应商的分析。我们使用三个维度对每个供应商进行严格分析，以实现给定市场中参与者的比较评估。

阿拉贡研究全球观超越了规模 and 市场份额，这些因素通常主导此类分析，而是将这些作为比较因素来评估供应商以产品为导向的能力。在阿拉贡研究全球观中的定位将反映供应商未来策略的完整性，相对于其在市场中履行该策略的表现。

另一个区别因素是每个供应商的全球市场覆盖率。这使得所有具有相似战略和绩效的供应商无论其规模 and 市场份额都可以进行比较。这将提高对具有全面战略和强大绩效但全球渗透有限或有针对性的供应商的认识，这些供应商将更容易与具有相似观点的其他人直接比较。

分析维度

以下参数在此分析中进行了跟踪：

策略 反映了供应商对市场理解和战略意图的程度，这些理解与战略意图处于市场方向的前沿。这包括提供当前产品中客户想要的能力，并认识到市场正在走向何方。战略评估包括：

• 产品 • 产品策略 • 市场理解以及产品路线图如何反映这种理解 • 营销 • 管理团队，包括任职时间和市场理解

性能 代表了一个供应商执行其定义策略的有效性。这包括销售和支持定义的产品提供或服务。绩效评估包括：

- **意识** 公司及其产品的市场意识
- **用户体验** 关于产品的反馈、安装、升级以及总体满意度
- **可行性** 提供方财务可行性，以财务报表衡量

- 定价和包装：产品定价和包装是否具有竞争力？
- 产品 与发布频率和更新质量相关的功能组合
- 研发 研发投入，以整体架构为证

到达 衡量供应商可以交付的全球能力的指标。Reach可以具有三种值：**国家**，**国际性** 或 **全局** 能够在以下三个区域之一提供产品和服务是Globe分析的第三个维度：

- **美洲**（北美和拉丁美洲）
- **emea**（欧洲、中东和非洲）
- **亚太地区**（亚太地区：包括但不限于澳大利亚、中国、印度、日本、韩国、俄罗斯、新加坡等）

市场覆盖范围评估包括：

- 全球销售与支持办事处
- 支持中心的时间区域和位置
- 语言支持
- 各半球内的参考信息
- 数据中心位置

地球的四个角落

阿拉贡研究地球被分为四个部门，在策略和绩效维度上分别代表高低。当分析完成后，每个供应商将属于以下四个组之一：**领导者**，**竞争者**，**创新者**，或**专家**。我们定义如下：

- **领导人** 拥有与行业方向 and 市场需求相一致的全面战略，并能有效执行这些战略。
- **竞争者** 具有强劲性能，但策略更多有限或更不完整。它们的性能使它们能够通过扩大战略重点来挑战领导地位。
- **革新者** 拥有强烈的战略理解和目标，但尚未在战略的所有要素中有效执行。
- **专家** 能够很好地执行他们的战略，但在整体行业 and 用户期望方面具有更窄或更专注的侧重点。专家可能在某个市场或垂直应用领域表现优异。

纳入标准

此Aragon Research Globe的纳入标准是：

- **收入：** 企业内容平台软件至少需要400万美元的原始收入，或相关市场（ECM、云端内容管理、门户或协作）的800万美元。
- **运输产品：** 产品必须宣布并可用。
- **客户参考：** 供应商必须在供应商参与的所有地区提供至少三个客户参考。

供应商包括：

- 故事blok

供应商排除：

被排除的知名供应商列在此处：

- liferay • Oracle • S
AP • Squiz