

Rime 来觅

行业赛道研究

产业互联网

2024 年四季度投融资市场报告



目录

撰稿
来觅研究院 李沛瑶

设计
来觅数据设计团队

2024-02-18 发布
本报告是产业互联网 2024 年四季度投融资市场报告

行业概要

产业互联网季度概览	4
四季度行业相关政策	5
Q4 时间线	6

投融资动态

Q4 投融资动态	9
活跃投资者	11
Q4 关键融资事件	12
赛道图谱	13

行业趋势

营销支持	15
------	----

代表企业

百应科技	19
神策数据	21

行业概要

产业互联网季度概览

四季度行业相关政策

Q4 时间线

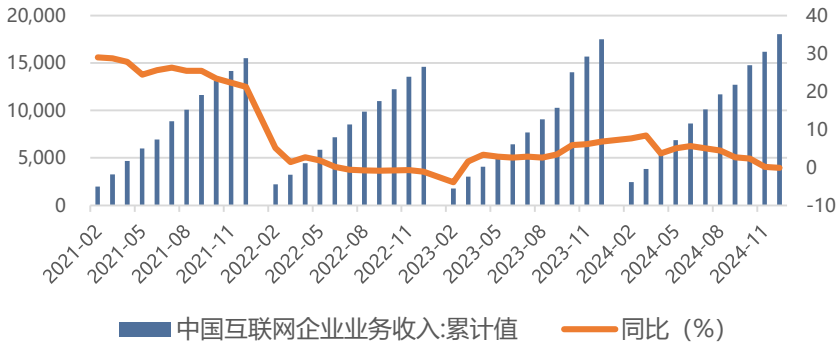
产业互联网季度概览

2024年我国规模以上互联网和相关服务企业收入为18,049亿元，同比下降0.1%，增速有所回落。规模以上互联网企业实现利润总额1508亿元，同比下降6.4%。分领域来看，信息服务领域企业互联网收入小幅增长，增速为3.5%；生活服务领域企业收入增速稳定，增速为3.7%；整体来看，互联网收入保持平稳，利润总额降幅扩大，但研发经费投入稳步上升。

2024年四季度，平台经济作为实体经济高质量发展“新引擎”的共识日益加深，平台经济特征与产业运行逻辑相互渗透，平台经济促进产业集聚、加速产业数字化转型；产业运行逻辑牵引平台经济实现产业跨界融合和协同创新，使平台价值最终指向数字产业集群效应。尽管本季度互联网收入有所下滑，但互联网平台仍是推动产业互联网前进的最大动力，尤其是在部分投入大的项目如人工智能领域。

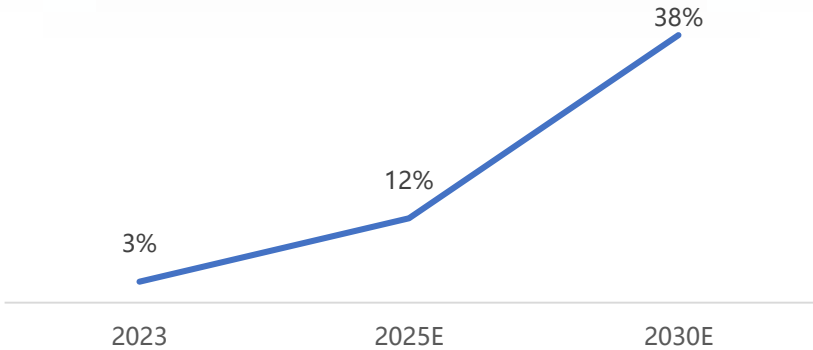
“人工智能+”已经替代“互联网+”，成为新时期产业赋能的重点引领性政策，并率先在供应链场景落地。根据长三角产业互联网促进中心发布的《中国产业互联网白皮书》，2030年产业互联网渗透率将提升至38%，较2023年增长十倍。其中，采购、物流、管理、客服等场景的大模型应用已取得显著进展。以采购场景为例，以智能寻源、商品标准化管理、智能评标等为代表的AI技术应用改变了人工处理复杂信息的局面，提升了采购的效率，同时实现了合规性治理。尽管AI大模型与产业结合的巨大潜力价值让人期待，但在变革初期，以数据安全、业务融合、成本效益等为代表的现实挑战仍待逐一突破。未来，技术突破、数据共享、法规框架等不同层面的不断突破或完善，将使得AI大模型的产业场景落地价值充分释放。

2021-2024年中国互联网企业业务收入累计值及同比（单位：亿元）



数据来源：Wind、来觅数据整理

2023-2030E 中国产业互联网渗透率



数据来源：长三角产业互联网促进中心、来觅数据整理

四季度行业相关政策

发布时间	印发单位	文件名称	相关内容
2024-12-30	国家金融监督管理总局	《关于促进数据产业高质量发展的指导意见》	到2029年，数据产业规模年均复合增长率超过15%，数据产业结构明显优化，数据技术创新能力跻身世界先进行列，数据产品和服务供给能力大幅提升，催生一批数智应用新产品新服务新业态，涌现一批具有国际竞争力的数据企业，数据产业综合实力显著增强，区域聚集和协同发展格局基本形成
2024-12-17	工信部等三部门	《制造业企业数字化转型实施指南》	制定企业数字化转型规划，明确转型方向和目标，由点及面、由浅及深、由易及难分步推进数字化转型。鼓励企业基于实时数据开展节能降耗、减碳环保、安全生产等领域探索实践，以数字化提升企业绿色化、安全化水平。引导企业开展工业操作系统转型升级，提升工业操作系统产业链供应链安全和韧性水平。开展国有企业数字化转型试点企业建设，探索形成一批可复制可推广的数字化转型路径
2024-12-17	工信部等四部门	《标准提升引领原材料工业优化升级行动方案（2025—2027年）》	以标准体系建设为切入口和发力点，发挥标准“指挥棒”作用，引领原材料工业供给高端化、结构合理化、发展绿色化、产业数字化、体系安全化发展，为发展新质生产力，推进新型工业化，加快建设制造强国构筑坚实支撑
2024-11-12	上海市人力资源和社会保障局	《上海市加快数字技术技能人才培养支撑数字经济发展实施方案（2024-2026年）》	依托数字技术工程师培育项目培训机构，聚焦集成电路、人工智能、大数据等数字产业，以及智能交通、智慧医疗、智慧政务等数字化应用场景，根据国家职业标准，结合本市实际，开发培训课程，分职业、分专业、分等级实施规范化培训、社会化评价
2024-11-04	农业农村部	《全国智慧农业行动计划（2024—2028年）》	聚焦智慧农业发展的重点领域和关键环节，瞄准农业农村生产管理面临的难点问题，组织实施智慧农业3大行动，通过政策拉动、典型带动、技术驱动、服务推动，形成一批可感可及的工作成果，加快推动智慧农业全面发展，有力支撑农业现代化建设
2024-10-25	住房与城乡建设部	《城市数字公共基础设施标准体系》	建设城市数字公共基础设施是发展数字经济、建设数字社会的基石，是城市提升政务协同能力、产业发展质效和民生服务水平的有效路径。为统筹城市数字公共基础设施建设，以城市提质增效为引领，构建城市数字化、网络化、智能化发展的公共性、集约性的数字公共基础设施体系，夯实数字城市与新型智慧城市的公共基础底座，为城市实现数字化转型发展提供统一数字底座，并对接底座一体化推进城市数字应用体系建设，制定本标准体系

数据来源：公开资料、来觅数据整理

Q4 时间线

10月08日 产业

汇通达网络发布公告陈，近日将对原组织架构进行调整变革，公司将重新梳理商品结构、升级经营模式，新设品牌事业部、升级B2B事业部。此次组织架构变革是为了更好适应外部环境的变化和要求，持续聚焦主营业务，推动可持续增长

10月21日 融资

网思科技宣布成功获得近亿元B+轮融资。网思科技是一家拥有全栈自研人工智能技术及进行全链条国产适配的科技企业，致力于推动数字化技术创新服务的应用。本次融资将进一步巩固其在人工智能和数字化解决方案领域的领先地位，推动技术创新和市场拓展，为客户的数字化转型提供更强大的支持

10月16日 并购

药师帮发布公告称，已就并购一块医药100%股权签署交易协议。一块医药成立于2019年，是国内领先的医药供应链及运营服务平台，主要业务为向下游零售药店销售自有品牌药品，涵盖中成药、化药、滋补等多个类别。目前，一块医药可为下游零售药店提供约700个自有品牌SKU

11月12日 产业

京东工业在今年双十一期间，石油石化、汽车制造、电子制造和生物质能等多个行业 and 多个品类均实现采购额倍增。其中，汽车行业原材料采购额同比增长6.8倍，石油石化行业工控自动化品类采购额同比增长4.3倍。此外，数十个产业带超400个重点品牌在今年京东双11实现了成交额倍增

Q4 时间线

11月19日 产业

1688称，为更好识别和培育平台上的优质商品，不断提升买家的采购效率和采购体验，平台将升级工业品现货商品成长，并通过强化商品信息质量本身的竞争表现力对商品成长的影响，全面提升平台工业品类买家的采购体验

12月11日 IPO

近日，国内知名钢铁数字化交易平台找钢网向联交所提交上市申请，计划以De-SPAC（特殊目的收购公司并购上市）模式登录港交所。找钢集团成立于2012年，主要通过连接钢铁交易行业的主要参与者至其数字化平台，提供钢铁交易全链条的一站式B2B服务

11月22日 产业

MRO采购服务平台震坤行发布2024年第三季度业绩报告，财报显示震坤行第三季度营收22.87亿，毛利率从2023年的16.3%提升至17.0%。长期来看，自有品牌GMV占比要达到30%，目前只有6.3%，此外，数字化AI能力和全球化战略均在稳步进行

12月16日 融资

道客科技宣布完成超6000万元D轮融资，徐汇资本、几理创投等知名基金参与本轮融资。据了解，道客网络是一家致力于推动企业数字化、智能化转型的云计算公司，拥有自主知识产权的核心技术，打造了新一代云原生操作系统 DaoCloud Enterprise 5.0

投融资动态

Q4 投融资动态

活跃投资者

Q4 关键融资事件

赛道图谱

Q4 投融动态

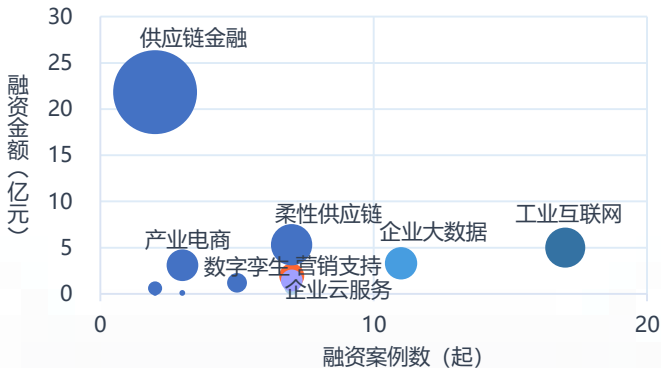
2024年四季度产业互联网行业投融热度有所回落。根据来觅PEVC数据，产业互联网这一行业四季度合计发生融资案例74起，环比增长了13.85%；总融资金额44.74亿元，环比增长了10.01%。融资案例数、融资金额均出现一定程度的回升，一是由于季节性因素影响，四季度资本市场有所回升提振了投融热度。其次是由于AI大模型进展迅猛，初步赋能产业，也同步刺激了投融情绪。

工业互联网融资案例数居首、供应链金融受极大值影响融资金额排名第一。从细分行业来看，工业互联网融资案例数最多，达17起，工业互联网成为资本瞩目的焦点。企业大数据排名第二，达11起，数据要素等方向仍是重点关注的方向。融资金额方面，受多起大额融资事件影响，供应链金融总体融资金额最多；柔性供应链同样受到大额融资事件影响，成为融资金额排名第二的细分赛道。由于巨大的市场潜力、政策支持、技术进步以及对传统产业数字化转型，工业互联网已连续成为资本的投入重点。

工业互联网则是产业互联网在制造业领域的核心体现，专注于工业领域的设备、生产、供应链等环节的数字化和智能化。工业互联网作为产业互联网的核心组成部分，正在推动制造业乃至整个产业的数字化转型。未来，随着技术的进步和生态的完善，工业互联网将在提升生产效率、促进产业协同、推动绿色发展等方面发挥更加重要的作用，投融热度也必随之攀升。

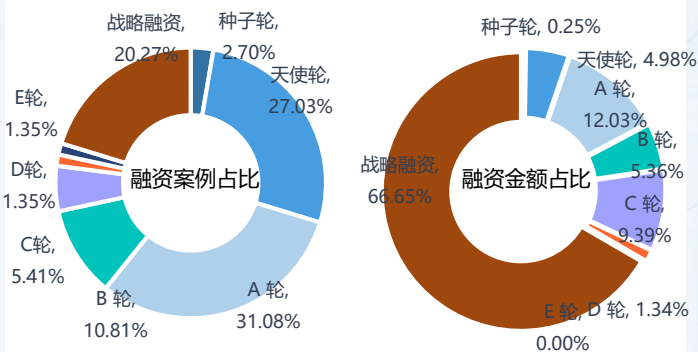
在融资轮次方面，产业互联网领域的早期融资案例（种子轮至A轮）占比由2024年第三季度的63.08%小幅下降至四季度的60.81%，早期轮次仍占主导地位。在融资金额方面，产业互联网领域的早期融资金额占比由2024年第三季度的19.14%下滑至四季度的17.26%。总体而言，受几起大额融资事件的影响，2024年四季度轮次分布较三季度有所后移，但早期融资仍是资本关注的方向。

2024Q4中国产业互联网投融情况（融资金额&融资案例数）



数据来源：来觅数据

2024Q4中国产业互联网融资轮次分布



数据来源：来觅数据

Q4 投融资动态

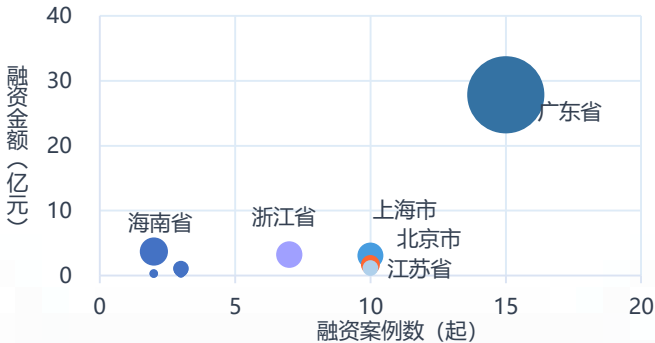
产业互联网投融资活动集中在经济相对发达的北京市、长三角、珠三角地区。从地域分布上来看，2024年四季度融资案例数前五的地域依次是广东省、上海市、北京市、江苏省和浙江省，合计52起，占比达70.27%，较上季度小幅下降。融资金额前五分别是广东省、海南省、浙江省、上海市和北京市，融资金额合计39.56亿元，合计占比达88.42%，较上季度小幅下降。四季度投融资事件相对集中于广沪京苏浙五省市，与全国一级市场投融资趋势整体吻合；同时，融资金额集中度更高，代表产业内融资金额更集中于头部项目。

2024年四季度以来，人工智能产业迎来爆发式增长，其在语言大模型、智能体和具身智能等领域不断出现突破性创新。AI为产业互联网提供智能化的技术支持，而产业互联网为AI提供应用场景和数据基础。两者的结合不仅提升了传统产业的效率和竞争力，还催生了新的业务模式和创新生态，共同推动了社会经济的智能化发展。

产业互联网项目具备两头投资的特点，一方面资本更青睐于重金投入优质项目，另一方面同步分批投入想象力较大的早期项目。总体而言，大额融资事件对细分赛道影响较大，但大部分的机构仍维持“投小投新”的趋势，重点关注融资金额少的早期项目，分散风险的同时也期望获得更高的投资回报。

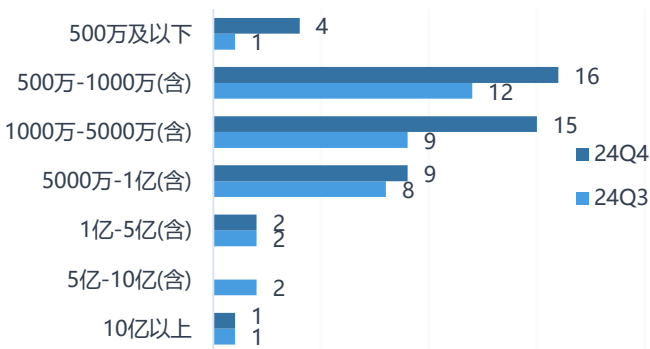
产业互联网行业投资区间整体仍分布于较早期投资阶段，有披露融资金额的案例数较上季度有所减少。在融资金额区间分布看，2024年四季度在1亿元及以下的比例较高，合计占比为75.00%，其中500万元至1000万元（含1000万）投资事件占比最多，占33.33%。整体来看，产业互联网投资区间仍分布于较早期阶段，投小投新的趋势没有改变。

2024Q4中国产业互联网投融资情况（按地域分布）



数据来源：来觅数据

2024Q4中国产业互联网融资事件区间分布（单位：起）



数据来源：来觅数据

活跃投资者

从活跃投资者分布来看，2023年以来投资次数3次及以上的机构共有15家，其中4家机构的投资次数为10次及以上。细分领域方面，工业互联网政策友好、市场空间相对较大，因而最受投资机构青睐。此外，数字孪生、企业大数据也是资本比较关注的方向。

投资机构	2023年来产业互联网投资次数	所投细分赛道
深创投	25	工业互联网、企业大数据、产业电商、智慧物流
红杉中国	19	工业互联网、企业大数据、产业电商、营销支持
顺为资本	13	工业互联网、企业大数据、产业电商、营销支持
IDG资本	11	工业互联网、企业云服务、产业电商、数字孪生
达晨财智	8	企业SaaS、农业互联网、产业电商、供应链金融
金沙江创投	7	工业互联网、产业电商
腾讯投资	6	企业SaaS、柔性供应链、智慧物流
中网投	6	工业互联网、产业电商
银杏谷资本	5	供应链金融、智慧物流
经纬创投	5	工业互联网
涌铎投资	5	工业互联网、企业大数据
东方富海	4	产业电商、企业大数据
高榕资本	3	产业电商、柔性供应链
真格基金	3	企业大数据、产业电商
北京国管	3	企业云服务、智慧物流

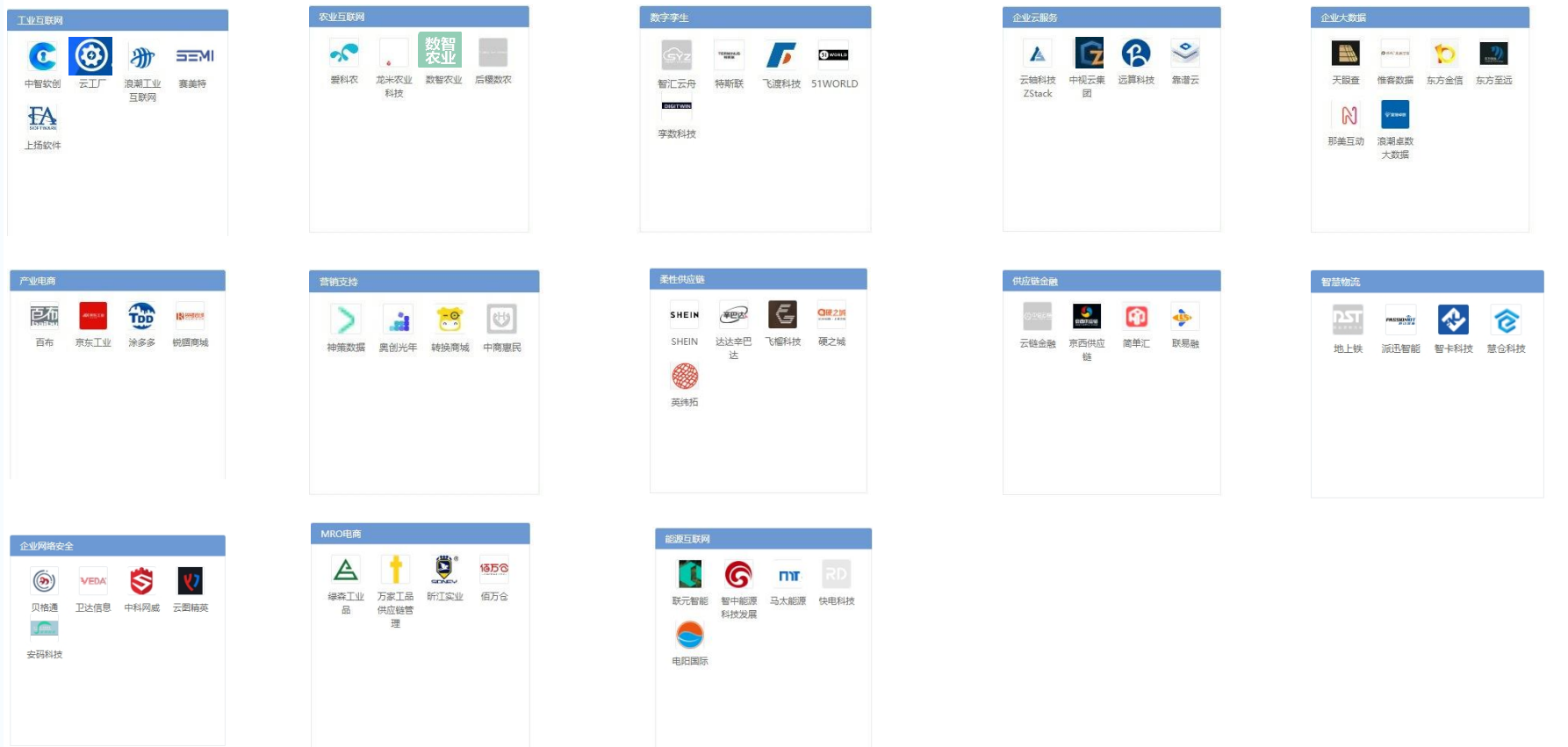
数据来源：来觅数据

Q4 关键融资事件

项目企业	来觅行业	来觅赛道	融资日期	融资轮次	融资金额	主要投资者
震有软件	信息技术	工业互联网	2024-12-31	战略融资	2亿人民币	深圳市光明区引导基金
安托	信息技术	工业互联网	2024-12-30	B 轮	近1亿人民币	安徽投资集团
利唐i人事	信息技术	企业云服务	2024-12-24	A+ 轮	近1亿人民币	柏彦骏航创投、宜兴市国资控股
道客科技	信息技术	企业云服务	2024-12-16	D+ 轮	超6000万人民币	中新基金、创业接力集团、几理创投等
中科闻歌	信息技术	企业大数据	2024-12-10	战略融资	超1亿人民币	北京国管
天美汇	信息技术	企业云服务	2024-12-10	天使轮	5000万人民币	英诺天使基金
百应科技	信息技术	营销支持	2024-12-02	C 轮	数亿人民币	武汉科投、湖北高投
道达智能	信息技术	工业互联网	2024-11-29	A 轮	数亿人民币	鲁信创投、毅达资本、致道资本等
趣算云	信息技术	企业网络安全	2024-11-23	A 轮	5000万人民币	未披露
联晟智达	交通运输	柔性供应链	2024-11-20	战略融资	5000万美元	易达资本
全拓科技	信息技术	企业大数据	2024-11-08	战略融资	近1亿人民币	卓戴资本
指数引力	信息技术	营销支持	2024-11-05	B+ 轮	数亿人民币	金沙江联合资本、险峰长青
帅猫镖局	交通运输	智慧物流	2024-10-23	天使轮	3000万人民币	未披露
网思科技	信息技术	数字孪生	2024-10-21	B+ 轮	近1亿人民币	范式基金
广汽租赁	现代金融	供应链金融	2024-10-15	天使轮	21.3亿人民币	法国东方汇理个人金融股份有限公司

数据来源：来觅数据

赛道图谱



数据来源：来觅数据

行业趋势

营销支持

营销支持

数字营销是指利用数字技术、数字媒体和数字渠道，通过数据分析、挖掘和优化，来实现营销目标的一种新型营销方式，也是以数字化形式为企业、品牌、产品和服务寻找目标客户、开展宣传推广和销售营销的一种方式。相较于传统营销，数字营销在信息获取、信息传递方面拥有明显优势，而生成式AI，将放大这些优势，重构数字营销。

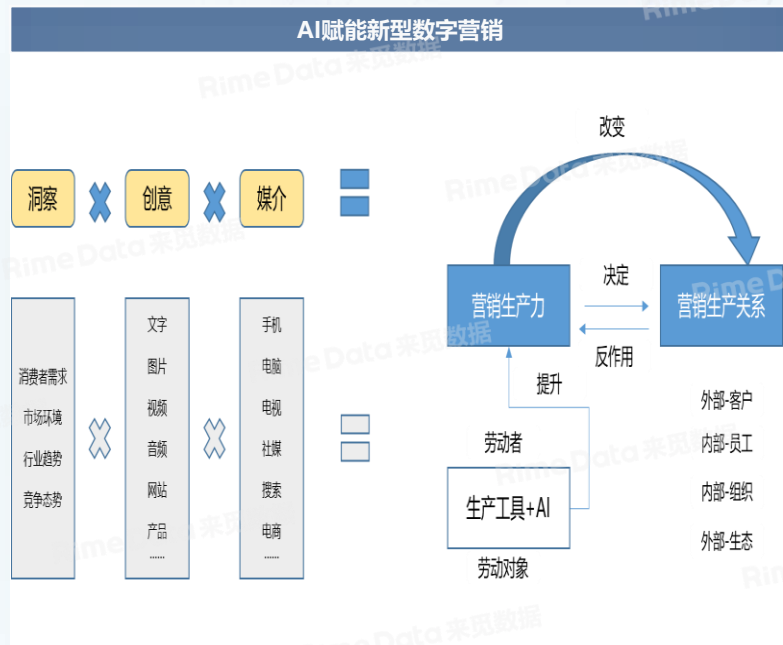
生成式AI具备类似人类的思考和创造能力，在文本、图像和视频理解方面取得了显著进步，为数字营销领域带来了新的机遇。数字营销行业积累了丰富的专业经验和数据，这些经验可以被量化并存储，为个性化服务提供了巨大的价值收益，同时也为生成式AI技术在数字营销的落地提供了条件。目前数字营销行业正经历一场由AI智能化引领的深刻变革，引领企业逐步进入一个更加智能和高效的营销新时代。

AI从洞察、创意及媒介三项能力上赋能数字营销。

(1) 洞察能力：增强分析能力及效率。AI能够通过大数据分析，快速总结市场趋势、提出观点，并对关于消费者需求进行深度剖析，并将数据进行量化分析和可视化展示。这种能力帮助营销人员更高效、精准地理解广告主多元化的营销需求，精准把握市场动态，为营销决策提供有力支持。

(2) 创意能力：增强创意扩展能力及生成效率。AI在创意内容的生产商展现出高效的生产力和无限的创造力，能够极大提升内容产出效率，通过模型训练生成多样化的创意素材，可以提升广告文案效率，同时增强创意扩展能力，为品牌提供丰富的个性化内容。

(3) 媒介能力：优化媒介选择。AI可以通过智能推荐、图像识别、语音识别等技术，优化广告投放和媒介选择，提高广告主使用媒介渠道进行营销的能力及效率。



数据来源：秒针营销科学院、来见数据整理

营销支持

生成式营销的优势在于主动式营销。2023年前在技术更新下，数字营销已经实现了一定程度的智能化，逐渐迈向智能化营销。2023年生成式AI爆发，智能化营销在理论基础、营销对象、沟通方式、协作方式、流程特征、协同角色、竞争模式上均进行了变更，升级成生成式营销。其中最为核心的差异点在于生成式营销是主动式营销，是基于大量数据获取洞察，并基于这种洞察对个体需求进行预判，发掘消费者自我并未意识到的潜在需求，并通过介质进行营销，而非传统数字营销由消费者行动后再响应需求。

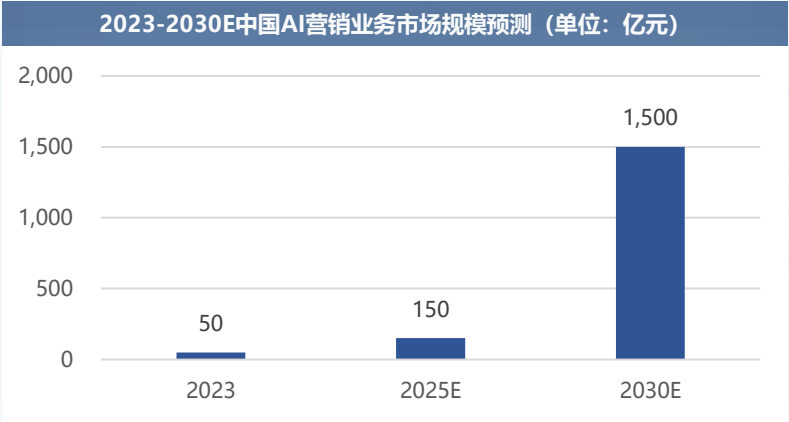
从国内外运用生成式营销的案例来看，主要在六大业务领域进行应用，分别是AI+广告、AI+内容、AI+社媒、AI+电商、AI+用户增长、AI+创新管理，其中广告、内容及电商是AI应用落地较多的领域。如腾讯妙思可为广告主提供文生图、图生图、商品背景合成、妙思衍生、特定风格LORA等不同场景的创意工具。通过自动化和智能化的创意生产方式，显著降低广告素材的生产成本，并通过AIGC技术解决了广告创意制作的成本与灵感难题。通过模型训练，基于客户对素材的偏好进行优化，使得生产的素材在起量成功率、创意CTE（点击率）、创意条均消耗等指标方面均优于行业平均值。

不管是从降本增效的角度，还是广告效果的角度，AI营销都正在成为广告主的必修课。而科技公司还在进一步降低AI营销的门槛，以期望能覆盖全链路，彻底颠覆业务模式，据微播易预测，2030 年中国 AIGC 广告营销市场规模将达到 1500 亿元，相较于 2025 年有 10 倍增长。AI广告营销市场增速远高于总体营销市场规模增速，表明预计更多广告资源投放将转向 AI 相关的应用平台。

智能营销与生成式营销对比

对比维度	智能营销	生成式营销
理论基础	以计算机科学为基础 以数据算法为基础	以认知科学为基础 技术基础包括数据、算法、算力、GenAI
营销对象	以个性化标签识别的人群子群	以“人”为颗粒度的营销行动
沟通方式	由单向-被动行动触发，快速响应需求	由互动-主动AI参与沟通，发现挖掘需求
协作方式	以Human为主 数据工具辅助完成任务	以AI为主 Human监督管控任务完成情况
流程特征	以点状赋能流程众用工具支持单项任务	以线性任务AI完成流程中的复杂任务
协同角色	以智能的工具或系统 基于数据、算法构建的标准工具	以聪明的助手 可被训练、教育的AI助手
竞争模式	以流量竞争 平台、标签、人群的竞争	以心智竞争 内容、情绪、沟通的竞争

数据来源：公开资料、来觅数据整理



数据来源：公开资料、来觅数据整理

营销支持

纵观海内外巨头，2024年发力营销趋势非常明显。究其原因，信达证券表示在线广告在作为互联网主要盈利模式的前提下，营销可能是AI商业变现最快的领域。在AI+营销方面，走在最前面的是Meta，其推出Advantage+人工智能广告工具套件后，公司研究发现，Advantage+的广告客户的广告支出回报率提高了32%。扎克伯格表示：“未来几年，人工智能还将能够为广告商生成创意，并能够根据人们的喜好对其进行个性化设置。从长远看，广告商基本上只需要告诉我们业务目标和预算，剩下的事我们会帮他们做。”

国内互联网企业也在同步跟进，抖音、快手、腾讯、阿里等主流广告营销平台都在尝试将AI工具用于营销各个环节。互联网广告一直是互联网企业重要收入来源，如何定位目标客户，实现个性化推荐和精准投放是所有行业参与者共同思考的事情。AI营销为企业数字营销带来了前所未有的机遇和挑战，使其从可选项转变为必选项。在营销支持领域，随着AI技术的不断创新和发展，其在广告、电商等传统行业中，将继续发挥在数据处理、用户画像、智能推荐等方面的优势，推动行业的持续创新和升级，市场也在期待行业真正发生变革。

右表是我们整理的2024年以来营销支持发生的相关投融资事件，可以看到赛道投融资火热，知名机构与产业资本争相投入。从交易轮次上看，融资主要集中在A轮及以前早期事件。从融资金额上看，千万级融资事件最多，机构更偏向于投小投新。感兴趣的读者，可以登录Rime PEVC平台获取营销支持赛道全量融资案例、被投项目及深度数据分析。

2024年下半年部分营销支持投融资事件

融资方	地域	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
百应科技	浙江省	2024-12-02	C 轮	超1亿人民币	武汉科投、湖北高投
汇智控股	香港	2024-10-25	F 轮	1.11亿美元	金汉王科技、意象架构等
路大兮	广东省	2024-10-25	A 轮	近1000万人民币	未披露
高光时刻	北京市	2024-08-16	A 轮	近1000万人民币	前海母基金、智慧互联产业基金
创聚收科技	海南省	2024-07-29	天使轮	2000万人民币	复兴资本
信联时代	广东省	2024-07-18	天使轮	2000万人民币	合一资本
跨境魔方	广东省	2024-07-10	Pre-A 轮	数千万人民币	紫讯信息科技
芊悠科技	江苏省	2024-07-04	天使轮	近1000万人民币	未披露

数据来源：来觅数据

代表企业

百应科技

神策数据



浙江百应科技有限公司

成立时间: 2016-09-13

行业赛道: 营销支持

注册地址: 浙江省杭州市余杭区仓前街道景兴路999号二标11号楼101、201室

办公地址: 浙江省杭州市余杭区中泰街道南湖未来科学园8号楼5楼

企业介绍

百应科技成立于2016年9月，位于杭州，是一家数据智能技术服务公司，通过人工智能及自动化技术为政府机构及头部企业提供智能用户运营平台与解决方案，以数智化连接与沟通形成长期信任、创造价值。基于多模态情感 AI（Multimodal & Emotional AI）、用户标签画像（CDP+）、全场景连接与触达（AICC+）、策略智能与自动化（OSA）等系列产品矩阵，百应科技为企业客户提供存量时代的精准营销平台，打造核心客户价值；同时为政务客户打造数字化连接平台，实现高效连接群众，高效解决企业增长及政企服务难题。

核心团队

公司董事长兼CEO王磊毕业于华中科技大学，曾先后入职华为、腾讯、阿里巴巴，此前曾是阿里云资深专家、阿里云全球首批MVP。百应科技已汇聚了超200人的研发团队，核心成员来自阿里巴巴、蚂蚁金服、IBM、腾讯、华为等，并拥有多位人工智能专家和大数据专家。同时，百应科技的技术研发能力始终在行业内处于第一方阵，比如ASR技术，百应对8K采样音频的语音识别率高于行业平均水平。

至今总融资次数 **7 次**，已披露总融资金额超 **6.4 亿人民币**



C 轮, 2024-12-02, 超1亿人民币

投资方: 湖北高投、武汉科投



战略融资, 2024-02-05, 近2亿人民币

投资方: 百度网讯、湖北高投



B 轮, 2021-01-22, 未披露

投资方: 蚂蚁集团



战略融资, 2019-06-25, 1.5亿人民币

投资方: 信雅达、蚂蚁集团



A 轮, 2019-05-20, 1.2亿人民币

投资方: 光信资本



Pre-A 轮, 2018-05-19, 6000万人民币

投资方: 阿米巴资本



天使轮, 2017-01-01, 数千万人民币

投资方: 阿米巴资本、浙江金控

百应科技

展望

生成式AI正在改造智能客服领域。应用生成式AI的聊天机器人能够在对话中理解上下文语境的复杂性，可能消除传统语音机器人不准确的响应缺陷，从而增强客户的参与度和信任度。生成式AI还可以通过与RPA等其他技术协同创新，带来新制造。例如，大模型可以分析来自各种来源的大量文本数据，为优化供应链管理提供可操作的建议；通过分析客户反馈、市场趋势和竞争对手数据来加强产品开发。

2024年1月，《国务院关于进一步优化政务服务提升行政效能推动“高效办成一件事”的指导意见》中提出，“推动线上与线下融合发展，实现办事方式多元化、办事流程最优化、办事材料最简化、办事成本最小化”等总体要求。随着政务服务的数字化转型，传统依靠人工经验的客服方式已经不能满足用户的需求。探索人工智能、自然语言大模型技术在智能客服场景的应用，不仅提升客服效率，更是助力政务服务高质量发展的有效途径。

未来，百应将进一步完善产品矩阵和客户的服务能力，并围绕AI中台这一目标进一步提升AI技术，如语义理解和多轮会话的识别准确度。此外，大数据的应用也会不断加强，依托现有的数据建立消费者画像，提升服务效果。

智能客服机器人应用场景			
问卷调查	客户初筛	新品推荐	客户关怀
可用于自动化执行市场调研任务，例如发送和收集客户的反馈意见	可以通过电话或消息与潜在客户进行初步接触，筛选出有购买意向的目标群体	可以向现有客户提供相关信息，介绍产品的特点和优势，鼓励他们尝试购买	通过定期问候或节日祝福等方式，智能语音客服可以增强客户关系
活动通知	私域引流	会员服务	业务促活
对于即将举行的促销活动或其他特别事件，可以提前告知客户，参与并享受优惠	将流量引入公司的自有渠道（如网站或应用程序），以便更好地控制和管理客户	为会员提供定制化服务，例如积分查询、订单跟踪等，提升会员体验	通过发送优惠券或折扣码来刺激消费，增加销售额和客户回头率

数据来源：头豹研究院、来觅数据整理

神策数据



神策网络科技(北京)有限公司

成立时间: 2015-05-15

行业赛道: 数据分析服务、大数据、营销支持

注册地址: 北京市海淀区上地信息路7号6层601

办公地址: 北京市海淀区上地信息产业基地信息中路M18号5层501室

企业介绍

神策数据是专业的大数据分析平台SaaS服务提供商, 致力于帮助客户实现数据驱动。自2015年成立至今, 神策数据始终立足大数据分析 & 营销科技的技术与实践前沿。产品从单一分析产品(神策分析)扩展到两云一平台, 再到现在围绕“客户旅程编排”构建的客户数据引擎、客户旅程分析引擎、客户旅程优化引擎三大引擎, 赋能企业的数字化客户经营。

核心团队

公司创始人桑文锋曾在百度任职8年, 从无到有构建了百度用户日志大数据平台。其他成员如CTO曹攀、COO刘耀洲亦有百度、阿里等互联网大厂大数据研发经验, 公司技术领袖付自力自2008年至2013年期间历任百度新产品研发部、网页搜索部、基础架构部工程师, 负责百度用户数据仓库、OLAP 存储引擎等开发工作。神策数据业务已覆盖以泛金融、泛品牌零售、泛互联网、泛企业级客户等为代表的30多个主要行业, 并可支持企业多个职能部门, 服务付费客户2000余家, 超过10万活跃用户使用神策驱动业务增长。

至今总融资次数 **6 次**, 已披露总融资金额超 **21.1 亿人民币**

- D 轮**, 2022-05-06, 2亿美元
投资方: 凯雷资本、老虎环球基金、红杉中国等
- C+ 轮**, 2020-05-19, 3000万美元
投资方: 襄禾资本、五源资本、红杉中国等
- C 轮**, 2018-04-11, 4400万美元
投资方: 华平投资、DCM中国、红杉中国等
- B 轮**, 2017-03-28, 1100万美元
投资方: DCM中国、红杉中国等
- A 轮**, 2015-11-01, 400万美元
投资方: 红杉中国、薛蛮子、明势资本、线性资本
- 天使轮**, 2015-04-01, 600万人民币
投资方: 明势资本、线性资本、薛蛮子

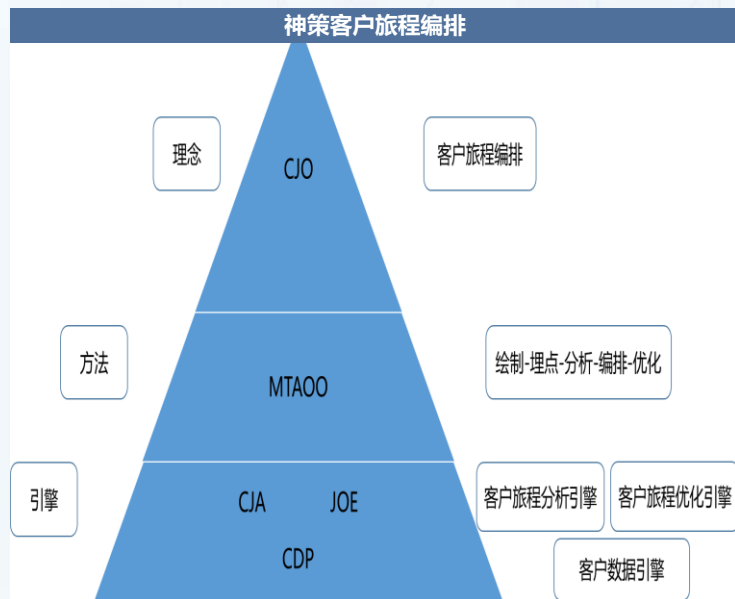
神策数据

展望

近年来，数字经济蓬勃发展，在智能传感、云计算、大数据和AI等技术加持下，作为产业数字化升级的基础工具，数字孪生技术支撑能力增强，其应用范围和深度也不断扩大，被广泛应用于工厂制造、城市管理、智能驾驶、建筑设计等领域。以交通管理领域为例，借助数字孪生工具可将路网交通流3D可视化，模拟验证路网规划、交通管理的准确性与可行性，可有效降低成本。

目前，神策已推出了最新的“客户旅程编排”概念。神策将客户编排分为五大阶段，包括绘制（Map）、埋点（Track）、分析（Analyze）、编排（Orchestrate）、优化（Optimize），简称为MTAOO方法论。在MTAOO方法论中，绘制（Map）是一个业务动作，后面的埋点、分析、编排、优化是数字化客户经营真正落地的核心环节，需要强大的数字化引擎做支撑。比如在埋点环节，企业可以通过客户数据引擎（CDP）构建数据底座；分析环节，则应用客户旅程分析引擎（CJA），从用户行为到经营分析洞察数据都清晰可见；到了编排和优化环节，通过客户旅程优化引擎（JOE）让不同客户能享受到千人千面的营销互动，并实时反馈结果，不断优化客户体验。

AI时代技术发展日新月异，整个To B行业都从激进走到理性发展时期，To B公司亦在逐步调整自身预期。未来，神策数据将沿着聚焦的产品策略，更注重为客户带来更高的效率价值，让神策数据的产品成为客户经营中的一个环节。客户只需用业务指标的具体情况，神策数据就能调用神策平台的底层数据进行回答，真正提升客户的经营效率。



数据来源：公开资料、来觅数据整理

Rime 来觅

版权及免责声明

本报告为来觅数据制作，其版权系来觅数据所有，未经来觅数据许可或授权，任何单位或人士禁止转载、引用、刊登、发表、修改或翻译本报告内容，及其他以作商用的行为。许可或授权下的引用、转载时须注明出处为来觅数据。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定，来觅数据将保留追究其相关法律责任的权利。

本报告基于来觅数据认为可信的公开资料或实地调研资料，我们力求报告内容的客观、公正，但对本报告中所载的信息、观点及数据的准确性、可靠性、时效性及完整性不作任何明确或隐含的保证，亦不负相关法律责任。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告全部内容仅供参考之用，对任何人的投资、商业决策、法律等操作均不构成任何建议。在任何情况下，对由于参考本报告造成的任何影响和后果，来觅数据均不承担任何责任。

机构版 SaaS 平台



(机构客服)

个人版 手机 APP



(个人用户)

微信公众号



(扫码关注)