

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自由我們委託灼識諮詢編製的報告，以及各種政府官方刊物及其他公開可用刊物。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或我們或彼等各自的任何董事、顧問、高級職員、僱員或代理或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無獨立核實來自政府官方來源的資料，且概不就其準確性、可靠性或完整性發表任何聲明。

資料來源及可靠性

就[編纂]而言，我們委聘獨立市場研究顧問灼識諮詢對我們經營所在行業進行分析並編製行業報告，佣金費用為人民幣500,000元。本文件所披露的灼識諮詢資料乃摘錄自灼識諮詢報告，並經灼識諮詢同意後披露。於編製及擬備灼識諮詢報告時，灼識諮詢採用以下主要方法，以收集多個來源、驗證所收集的數據及信息，並與其他受訪者的信息和表達進行交叉核對：(i)詳細初步研究，包括與領先的行業參與者和行業專家討論行業現狀；及(ii)二次研究，其涉及審閱已發佈的來源，包括市場參與者的報告、獨立研究報告及基於灼識諮詢自有研究數據庫的數據。灼識諮詢報告中的市場預測乃主要基於以下假設作出：(i)預期的全球整體社會、經濟及政治環境在未來十年應會保持穩定趨勢；(ii)相關的主要行業驅動因素很可能在預測期間內繼續推動全球及中國數字人智能體市場增長，包括中國宏觀經濟發展、收入增長，對數字人智能體的偏好增加，及(iii)不會出現可能對市場狀況造成重大或根本性影響的極端不可抗力事件或多項行業法規。

董事的確認

經作出合理查詢後，我們的董事確認，就彼等所深知，自灼識諮詢報告日期以來，該報告所示的市場資料並無發生任何可能限制、抵觸或影響本文件所載資料的不利變動。

數字人智能體行業

概覽

人工智能正在重塑生產方式及生活方式。2024年全球人工智能市場規模達到約5,000億美元，中國佔約10%，即約500億美元。人工智能行業包含廣泛的價值鏈，涵蓋基礎設施硬件、平台軟件、模型即服務(MaaS)以及企業級應用解決方案及相關專業服務。數字人智能體代表人工智能應用層的一個特定應用場景，整合電腦圖像、人工智能及多模態互動技術，以提供認知、對話及內容生成能力。其主要應用於客戶服務及內容創作等場景。於2024年，數字人智能體佔全球及中國人工智能市場不足1%，顯示其處於發展初期。

展望未來，數字人智能體預計將融入業務工作流程，執行包括創意構思、持續客戶服務、日程安排及數據分析在內的任務，從而實現自動化及高效的工作流程執行。大模型技術的進步增強了其在文本、語音、視覺及多模態輸出方面的泛化與推理能力，支持數字人智能體從基於任務的工具演進為具備上下文理解、工作流程整合及流程優化能力的數字員工，並將其定位為自主生產力的新興組成部分。

行業概覽

數字人智能體正向更高等級自動化演進

根據其自動化程度，數字人智能體可劃分為L1至L5五個階段，呈現出自基礎交流展示向自主執行、自我迭代的持續進化路徑，逐漸成為能夠承載更複雜任務與價值創造的數字勞動力。此分階段演進與自動駕駛的發展路徑高度契合。此階段式演進與自動駕駛的發展路徑高度相似。國際汽車工程師學會(SAE)於2014年推出了J3016標準，該標準定義了第1級至第5級的駕駛自動化，並為評估系統能力及成熟度建立了結構化框架。根據灼識諮詢的資料，分層分類框架在人工智能子行業中日益被採用，反映了公認的行業發展軌跡。

數字人智能體發展路徑



資料來源：新聞、公開資料、專家訪談、灼識諮詢

- **L1階段(會話交互)**。於初始階段，數字人智能體可以完成和用戶比較自然流暢的對話。其自主交互能力較弱，業務價值主要體現在基礎展示和基礎交流功能。
- **L2階段(推理能力)**。在這一階段，數字人智能體具有推理和解決問題能力，可以完成比較深度的問題思考，包括調用第三方接口等來解決問題。比如在醫療、教育、法律等領域可以勝任基礎諮詢工作。
- **L3階段(任務執行)**。在這一階段，數字人智能體能夠代表客戶作為心理諮詢師、談判專家、高級銷售進行深度對話，並且能夠完成一定的高級任務。
- **L4階段(自主學習)**。在這一階段，數字人智能體能夠進行基於變化環境下的快速學習，並且能夠基於目標達成情況進行自我迭代，能夠參與發明和創造活動，以扮演角色的方式思考。
- **L5階段(群體智能)**。作為數字人智能體的終極形態，L5智能體能夠以群體智能的方式和人類智能體和其他智能體組成組織，可實現在複雜的現實世界情境中的協調參與。該等智能體擁有類人水平的決策與執行能力，在高價值場景中有顯著商業化潛力。

L5階段的數字人智能體已經從輔助性工具邁向具備完全自主與自我學習能力的勞動力，能夠理解複雜業務語境、獨立決策並持續優化策略。L5智能體融入企業及社會系統，處理標準化、重複性的任務，提升管理效率，支持人機協作，並作為新一代生產力的核心單元。

行業概覽

傳統服務行業痛點

隨著數字人智能體能力不斷提升，其應用正率先滲透至傳統服務業，面臨結構性挑戰，包括服務供給不平衡、服務品質不一致，以及人才培育效率低下等問題，限制其可擴展性。數字人智能體具備可複製及標準化的性質，可解決勞動力短缺，並提升服務的可及性及一致性。

- **資源高度集中，服務供給失衡。**服務行業普遍存在「二八現象」，20%的高價值客戶佔用80%的核心服務資源。服務機構從而不得不對用戶進行分層，分級，分期服務，導致優質服務整體可及性低，尤其是醫療及教育領域。
- **服務質量不統一，標準化程度不足。**在傳統服務行業內，服務體驗高度依賴於服務人員的個人能力、經驗與狀態，導致不同人員、不同時期的服務水平差異巨大，客戶難以形成穩定預期。
- **人才培訓漫長，專業能力難以規模化複製。**頂尖服務人才的培養極度依賴長期實踐與經驗積累，傳統教學制模式效率低下，難以實現能力的快速複製與傳承。

數字人智能體重塑高價值服務供給模式

數字人智能體憑藉規模化複製、標準化流程與專業化服務能力，正在成為應對各行業「降本增效」與人才供給瓶頸的重要解決方案。一方面，數字人智能體可實現對用戶的全生命週期、全場景、全天候覆蓋，推動原本依賴高端人力的專業服務向「普惠化」轉變。另一方面，得益於可低成本複製的特性，數字人智能體有效突破了高技能人才培養週期長、供給稀缺的結構性瓶頸，滿足了不斷增長的高價值服務需求。同時，數字人智能體能夠通過全流程標準化服務設計，提供高度一致、穩定可靠的服務體驗，減少人為差異帶來的質量波動，進一步提升客戶滿意度。於2024年，按可由數字人智能體自動化的職位總數計算，中國數字人智能體潛在需求量已達81.7百萬個，覆蓋文娛、金融、政務、教育、零售及醫療等領域：

- **娛樂：重塑內容創作及知識產權管理。**於2024年，中國的娛樂業僱傭約8.4百萬人。數字人智能體可透過處理以下任務支持內容創作、審閱及知識產權管理：素材整理、劇本起草及內容審核，尤其是在短劇製作方面，從而縮短製作週期、降低成本並實現可擴展的IP營運。
- **金融：提高服務效率及合規性。**中國的金融業於2024年僱傭約11.7百萬名專業人士。數字人智能體廣泛應用於智能客戶服務、開戶指導、投資輔助及風險提示，提供可提升經營效率、合規性及客戶滿意度的全天候標準化服務。
- **政府服務：提升公共服務效率。**於2024年，中國的政府僱員總數約為8.0百萬名。數字人智能體可支持在線下及線上平台支持政策諮詢、文件核實及業務指導，提高工作流程效率，實現統一資訊管理，並減少員工的行政負擔。

行業概覽

- **教育：促進個性化學習及資源優化。**中國的教育行業於2024年僱傭約18.9百萬名教學從業人員。數字人智能體可協助輔導、解答問題及個性化互動，支持差異化學習，同時減輕教師的工作負擔及提高整體資源利用率。
- **零售：優化營運及降低成本。**於2024年，中國零售業僱傭約24.4百萬名專業人士。數字人智能體可透過以下方式支持數字營銷及營運：虛擬購物指導、產品講解、直播及售後服務，在降低勞動力成本及提高轉化效率的同時提升客戶參與度。
- **醫療保健：緩解醫療資源壓力及提升服務一致性。**中國的醫療保健行業於2024年僱傭約10.3百萬名醫療從業人員。數字人智能體基於標準化醫療方案，可提供基本諮詢、用藥指導及隨訪服務，在緩解醫療資源壓力的同時提升服務效率、一致性及患者體驗。

根據灼識諮詢的資料，領先的科技企業已將數字人智能體定位為平台級產品，致力於持續、長期的投資及迭代。此外，數字人智能體已從早期固定化身演進為高度逼真、交互式移動智能體，其產品在智能化及集成深度方面均實現快速進步。此外，市場對數字人智能體的需求根植於實體經濟中切實的效率提升及體驗升級。零售、金融服務、政府、醫療保健、教育及文化娛樂等領域的大規模可驗證部署，共同證明數字人智能體的需求並非概念性存在，而是已融入閉環式價值創造的商業現實。過去數年內，與數字人智能體有關的多項政策已出台，形成完整且連貫的監管框架，證明數字人智能體行業為在明確的國家戰略指引及制度支持下培育的新興領域。基於上述情況，灼識諮詢認為數字人智能體行業為成熟且運轉良好的行業。

市場規模

全球數字人智能體市場按44.7%的複合年增長率增長，由2021年的人民幣13億元增加至2024年的人民幣41億元。市場規模預計將於2030年達到人民幣470億元，自2024年至2030年的複合年增長率為50.4%。下文載列中國數字人智能體市場的規模。

中國數字人智能體市場的市場規模，以收入計，2021年–2030年(估計)



資料來源：灼識諮詢、專家訪談、公開資料

行業概覽

市場驅動因素

全球數字人智能體市場的驅動因素

- **持續的技術成熟**：數字人智能體的商業化，一直受到關鍵技術(包括大語言模型、語音合成、電腦視覺及實時渲染引擎)的成熟與融合所驅動，實現穩定的多輪對話、自然互動及低延遲的影音同步。數字人智能體已由展示為導向的應用轉變為能夠在企業環境中持續部署的商業級系統，尤其是在標準化服務及資訊傳遞的場景中。
- **企業數字化轉型**：企業需要在保持一致性、可控性及合規性的同時可提升服務效率的解決方案。日益上升的勞動力成本、日益增加的服務複雜度以及大型組織需要將服務質量標準化，均推動客戶服務、營銷、培訓及內部營運採用數字人智能體。
- **擴展海外及跨境應用**：國際市場，尤其是面臨人口老齡化及勞動力短缺的發達經濟體，為可擴展的數字服務替代方案創造需求。跨境電商及全球數字營銷進一步增加對多語言、標準化、具成本效益的數字人互動的需求，有利於具備工程能力及多語言部署的解決方案提供商。
- **專業化及垂直化程度日益提高**：數字人智能體日益針對行業特定場景量身定製，結合領域知識、標準化工作流程及監管一致性。常見應用包括金融產品解說、企業培訓、客戶引導及技術支持，將勞動密集型專業服務轉化為標準化、數字賦能的模型。
- **人口及行為趨勢**：人口老齡化及勞動年齡人口增長帶動醫療保健、公共服務及面向客戶行業的需求。年輕用戶對虛擬互動的高度接受，加速了其在網上零售、數字媒體及品牌互動方面的應用，使作為主流服務接口的數字人智能體常規化。
- **政策指引及制度支持**：中國的數字經濟政策及新興技術舉措鼓勵傳統行業採用智能服務。對虛擬現實、智能互動及數字產業的監管支持，促進了試點應用、標準化及產業集群，從而減少採用壁壘，並促進可持續投資及可預測的市場增長。

中國數字人智能體市場驅動因素

- **技術驅動與能力演進**：多模態交互融合技術與虛擬形象實時驅動等技術的突破提升了數字人智能體的交互能力與擬真度。多模態交互融合技術實現了數字人智能體的同步感知與聯動輸出，顯著提升了交互過程的自然流暢與一致性，使其能夠準確理解用戶，並作出精準響應。而虛擬形象實時驅動技術則實現了虛擬形象與語音內容的毫秒級同步，顯著提升了數字人智能體與用戶溝通時的擬人化表現力。這些技術的成熟與普及推動了數字人智能體在更多專業服務場景中的功能深化，從而加速了市場需求的持續釋放與商業落地的規模化拓展。
- **企業數字化轉型深化**：日益上升的勞動力成本及服務質量標準化方面的挑戰，推動了智能化營運的採用。數字人智能體能夠在企業管理、營銷傳播、內部培訓、客戶支持領域承擔高頻、標準化工作，通過沉澱企業知識體系並實現可持續複用，幫助企業在效率、成本與服務一致性之間取得平衡。隨著企業數字化轉型進程加速，數字人智能體正從輔助工具演進為企業運營的核心組成部分，應用場景持續擴大。

行業概覽

- **海外機遇：**國際市場為中國數字人智能體公司提供第二增長曲線。南韓及日本等國家面臨勞動力短缺及高昂的勞動力成本，推動了對具成本效益的數字人工具的需求。跨境電商進一步增加了對低成本、多語言、標準化內容生成的需求。中國公司在算法效率、化身生成以及軟硬件整合方面的優勢，為其海外擴張奠定了良好基礎。海外市場預計將由2024年的人民幣20億元增長至2030年的人民幣315億元。
- **數字人智能體專業化加速：**數字人智能體正變得越來越專業，逐步與其應用場景、職業深度結合催生出AI教師、AI主播、AI醫生等專業形態。這類專業數字人智能體通過將深厚的行業知識庫與前沿的數字技術相融合，能夠更好地精準賦能垂直行業，從根本上提升專業服務的效率、可及性與價值。

數字人智能體的關鍵成功因素

- **行業先發優勢與持續研發投入。**早期進入者通過前瞻性技術佈局，在算法研發、產品矩陣構建等方面建立先發優勢，通過持續的研發投入推動數字人智能體向高階演進，保持行業領先地位及維持長期競爭力。
- **全棧技術能力構建。**有自主開發的大模型生態系統的公司確保各技術模塊的高效協同，確保數字人智能體產品的持續優化，成本控制與快速迭代。
- **規模化商業落地能力。**通過多元化的商業模式，滿足不同層級客戶的差異化需求。在金融、醫療、教育等多個行業實現規模化應用，完成從技術驗證到商業價值的有效轉化。
- **頂尖人才團隊建設。**具備行業前瞻視野的領軍人物能憑藉深厚技術積澱與市場洞察，識別技術演進趨勢與商業化機遇，而專業研發團隊通過持續攻關，確保核心技術的持續突破與數字人產品快速迭代。

IP數字人智能體行業

概覽

數字人智能體又可被劃分為IP數字人智能體和原生數字人智能體。IP數字人智能體是映射現實世界中的特定個體高度擬真、能夠延續和延展原型個體能力與影響力的數字分身。原生數字人，則沒有對應的現實原型，它從零開始被設計出來，可高效執行標準化任務。

IP數字人智能體的價值在於其獨特性和不可替代性，它深度複刻了原型的行為特徵與知識體系，能夠在其專業領域或個人場景中提供高度個性化的服務，目標是實現個體能力的複製與衍生。而原生數字人智能體則追求標準化與規模化，它被賦予預設的流程和話術，專注於在客服、導覽、問答等重複性高的場景中穩定運行，其核心價值在於提升效率、降低成本和保障服務的一致性。

- IP數字人智能體旨在複製並延伸現實世界實體的能力及價值，透過專家複製將專業服務普及化並透過家人及朋友化身實現數字永生，典型應用包括專家、家人及個人化身。
- 相比之下，原生數字人智能體旨在創建獨立的虛擬角色，透過標準化服務取代重複性、高流失率的初級職位，有虛擬客戶服務、虛擬偶像及虛擬主播等典型應用。

行業概覽

IP數字人智能體精準地順應並推動了數字人發展的三大核心演進原則。作為關鍵的行業方向，其提供更強的進入壁壘及更大的增長潛力。

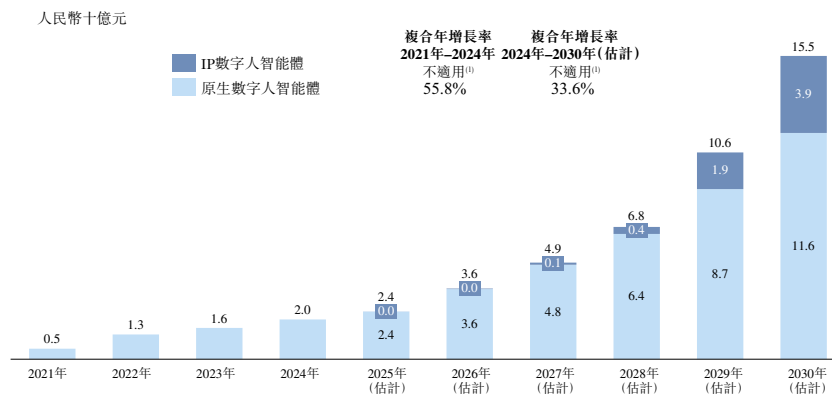
- **跨越了「恐怖谷」效應，實現了與人的無縫認同。**IP數字人智能體基於真實個體的外貌、聲音與行為模式構建，提供視覺及行為上的真實感，消除用戶的不適感並實現更深入的互動。
- **推動交互從「人-機」向「人-人」的升華。**透過承載熟悉或景仰的真實個人的知識、經驗及記憶，IP數字人智能體可建立信任，將互動從交易性質轉化為個人化的夥伴關係。
- **意識持續進化，成為終身伴侶。**透過持續學習及記憶演進，IP數字人智能體深化對特定用戶的理解，建立獨特的共同體驗及記憶庫。其具有成為終身伴侶的潛力。

未來，IP及原生數字人智能體將在日常生活與工作中協作，讓用戶能夠同時處理多項任務，同時提升效率及個人參與度。該整合使數字人智能體能夠提供專業服務及協調活動，從而有效擴展用戶的能力及存在感。

市場規模

中國數字人智能體市場正快速擴張，IP數字人智能體憑藉更強的商業化價值和更高的用戶粘性，推動市場增長。IP數字人智能體依託知名形象、內容資源和粉絲基礎，在品牌營銷、文娛傳播與商業合作中展現出更高變現效率，帶動市場增長。

中國數字人智能體市場的市場規模，按照IP及原生數字人智能體分類，以收入計，2021年–2030年（估計）



附註：

- (1) 由於市場參與者自2025年起才開始從該場景產生收入，故2021年至2024年及2024年至2030年的複合年增長率不適用於IP數字人智能體市場。按收入計，中國IP數字人智能體市場的市場規模預計將於2025年至2030年按230.9%的複合年增長率增長。

資料來源：灼識諮詢、中國網絡視聽節目服務協會、專家訪談

行業概覽

競爭格局

中國及全球有數百家公司提供數字人智能體解決方案。中國數字人智能體市場高度集中，以收入計，2024年五大參與者合共佔市場規模一半以上。以2024年數字人智能體業務產生的收入計，本公司憑藉其在技術研發及商業化落地方面的綜合優勢，成為中國排名第一的數字人智能體提供商。

2024年中國數字人智能體公司競爭格局				2024年全球數字人智能體公司競爭格局			
排名	公司	2024年收入 (人民幣 百萬元)	市場份額 (%)	排名	公司	2024年收入 (人民幣 百萬元)	市場份額 (%)
1	本公司	655.4	32.2	1	公司E	843.0	20.7
2	公司A	210.0	10.3	2	本公司	655.4	16.1
3	公司B	200.0	9.8	3	公司F	265.0	6.5
4	公司C	100.0	4.9	4	公司G	238.0	5.9
5	公司D	100.0	4.9	5	公司A	210.0	5.2
6	公司K	100.0	4.9	6	公司B	200.0	4.9
7	公司H	60.0	2.9	7	公司C	100.0	2.5
8	公司J	60.0	2.9	8	公司D	100.0	2.5
9	公司I	50.0	2.5	9	公司K	100.0	2.5
10	公司L	50.0	2.5	10	公司H	60.0	1.5

資料來源：灼識諮詢、國際數據公司(International Data Corporation)、專家訪談、公開資料

附註：

各參與者的收入指於數字人智能體業務所產生的收入。

公司A：於2009年成立，總部位於中國浙江省，公司A為一家私營公司，專門從事雲計算、大數據及AI解決方案。

公司B：於1998年成立，總部位於中國廣東省，公司B為一家於香港聯交所上市的公司，專門從事雲基礎設施、AI及數字化轉型服務。

公司C：於2012年成立，總部位於中國北京市，公司C為一家私營科技公司，專門從事AI、數字內容平台及雲端解決方案。

公司D：於1999年成立，總部位於中國安徽省，公司D為一家於深圳證券交易所上市的公司，專門為教育、企業及政府部門提供智能語音、自然語言處理及AI驅動解決方案。

公司E：於2017年創辦且總部位於英國倫敦，公司E為一家私營公司，專門從事人工智能視頻合成及虛擬人生成，用於企業通訊、培訓及營銷應用。

公司F：於2016年創辦且總部位於新西蘭奧克蘭，公司F為一家私營公司，專門從事自主數字人及人工智能驅動的客戶互動解決方案。

公司G：於2020年創辦且總部位於美國洛杉磯，公司G為一家私營公司，專門從事開發人工智能驅動的視頻生成及虛擬化身技術，用於個性化內容創作及數字通訊。

公司H：於2020年創辦且總部位於中國北京，公司H為一家私營人工智能技術公司，從微軟分拆，專門從事情感計算、對話式人工智能及人工智能生成內容(AIGC)解決方案。

公司I：於2012年創辦且總部位於中國北京，公司I為一家於香港聯交所上市的公司，專門從事生成式人工智能及語音互動技術。

公司J：於2017年創辦且總部位於中國上海，公司J為一家專門從事3D人工智能數字人及生成式人工智能解決方案的私營人工智能公司。

公司K：於2000年成立且總部位於中國北京，公司K為一家於納斯達克全球市場及香港聯交所雙重上市的公司，專門從事人工智能驅動的解決方案、互聯網搜索服務及雲端技術。

公司L：於2019年創辦且總部位於中國貴州省，公司L為一家私營雲端服務供應商，專門從事雲計算基礎設施、人工智能及大數據解決方案。

行業概覽

領先數字人智能體解決方案 提供商之比較分析

	本公司	公司A	公司B	公司C	公司D	公司E	
市場定位	面向企業	面向企業及面向消費者	面向企業及面向消費者	面向企業及面向消費者	面向企業	面向企業	
業務模式	按項目、按用量、許可費	訂閱及按用量	訂閱、按用量及按項目	訂閱、按用量及按項目	按用量、訂閱及按項目	訂閱及按項目	
價格範圍	因項目的不同而有所不同。標準服務的價格通常介乎人民幣5,500元至人民幣25,000元之間。	其產品的價格介乎人民幣幾百元至幾千元之間。	其產品的價格介乎約人民幣1,000元至幾十萬之間。	定價因內存及CPU的不同而有所不同，價格介乎人民幣幾百元至幾百萬之間。	其項目的價格介乎人民幣幾千元至幾百萬元之間。	其項目的價格介乎人民幣幾百元至幾十萬元之間。	
開發階段	L2	L2	L2	L1/L2	L2	L1/L2	
應用場景	多元化場景，包括零售、金融服務培訓、醫療保健及零售	主要專注於電商直播、娛樂、教育、醫療保健及零售	主要專注於金融服務、政府服務、娛樂、旅遊及教育	主要專注於政府服務、娛樂、醫療保健及零售	主要專注於政府服務、娛樂、媒體及零售	專注於教育及零售，包括銷售賦能及客戶服務	
	公司F	公司G	公司H	公司I	公司J	公司K	公司L
市場定位	面向企業	面向企業及面向消費者	面向企業及面向消費者	面向企業	面向企業	面向企業及面向消費者	面向企業及面向消費者
業務模式	訂閱、按用量及按項目	訂閱及按用量	按用量、按項目及商品銷售	訂閱、按用量及按項目	訂閱及按項目	訂閱、按項目及按用量	訂閱及按項目
價格範圍	其項目的價格介乎人民幣幾千元至幾百萬元之間。	其項目的價格介乎人民幣幾百元至幾十萬元之間。	其產品的價格介乎人民幣幾百元至幾十萬元之間。	其產品的價格介乎人民幣幾百元至幾十萬元之間。	產品的價格介乎人民幣10,000元至幾百萬元之間。	產品的價格介乎人民幣幾千元至幾十萬元之間。	產品的價格介乎人民幣幾千元至幾百萬元之間。
開發階段	L2	L1/L2	L2	L1/L2	L2	L1/L2	L2
應用場景	專注於醫療保健、娛樂、零售及電商	專注於內容本地化、營銷及零售以及媒體	主要專注於金融、娛樂、媒體、藝術及設計	主要專注於政府服務、娛樂、培訓、金融及電商	主要專注於教育、零售及電商	主要專注於醫療保健、金融、媒體、廣播、零售及營銷	主要專注於政府服務、金融、直播帶貨及公司培訓

市場成本分析

數字人智能體行業中企業的成本結構主要由項目履行成本、雲端服務成本、硬件及軟件開支以及員工成本組成。作為最大組成部分，項目履行成本涵蓋交付定製化數字人解決方案所需的服務。人力資本開支(包括專業及技術人員的薪酬)通常代表項目履行成本的最大組成部分及最重大的直接成本項目。根據國家統計局公佈的城鎮單位

行業概覽

就業人員平均工資數據，專業及技術服務行業平均工資的年度增長率由2018年的16.3%下降至2024年的約5%，顯示出放緩且趨於穩定的趨勢。根據該數據，數字人智能體行業的勞動力成本預計將保持相對穩定。