

行業概覽

本節及本文件其他部分所載的若干資料及統計數據乃摘錄自多個政府及其他公開來源，以及弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。我們相信該等資料及統計數字的來源為有關資料及統計數字的適當來源，並已合理審慎摘錄及轉載該等資料及統計數字。我們並無理由相信有關資料及統計數據在任何重大方面失實或具誤導性，或遺漏任何事實致使該等資料或統計數據在任何重大方面失實或具誤導性。本公司、獨家保薦人、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、代理或顧問概無核實來自官方政府來源的資料及統計數據，因此概不就來自官方政府來源的資料及統計數據的準確性、公平性及完整性作出任何聲明。因此，不應過於依賴來自官方政府來源的資料及統計數據。

行業資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對全球及中國視覺內容服務市場進行詳細分析，並編製一份供本文件使用的報告，為此我們已同意支付委聘費人民幣450,000元，我們認為該費用與市場價格一致。

於編纂及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採納了以下假設：(i)2025年至2030年（「預測期間」）全球社會、經濟及政治環境很可能維持穩定；(ii)預期新興地區的購買力將繼續溫和提升，而發達地區的購買力將穩步增長；及(iii)相關行業的關鍵推動因素很可能於預測期間推動市場發展。

除另有說明外，本節所載所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文乃基於詳細一手研究（涉及與若干領先的行業參與者討論全球及中國視覺內容服務市場狀況）以及二手研究（涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於其自身研究數據庫的數據）編製弗若斯特沙利文報告。我們的董事確認，經作出合理審慎處理後，自弗若斯特沙利文報告日期以來，整體市場資料並無出現會對有關資料構成重大限制、矛盾或影響的重大不利變動。

全球及中國視覺內容服務市場概覽

定義及分類

視覺內容服務市場是指視覺內容資產（包括圖像、影片、插圖、向量圖形及其他視覺素材）的創作、製作、授權、分銷及管理的商業市場。市場參與者向企業及個人客戶提供視覺內容授權及定製服務，供其在廣泛場景下作商業用途，包括廣告、電子商務、媒體出版、企業通訊、公共關係、政府信息傳播，以及個人創作者和商戶的推廣內容創作。該市場不包括主要用於個人及非商業用途的視覺內容服務，例如婚禮攝影及個人寫真攝影。其亦不包括已完成視聽作品的下游發行，例如電影及電視劇的發行。

該市場涵蓋從獲取及授權使用到定製化製作及運營管理的視覺內容全生命週期。市場參與者提供專業服務，使組織能夠高效地獲取合規、高質量的視覺素材，並在結構化工作流中管理該等資產。

行業概覽

根據服務形式及交付模式，視覺內容服務市場可細分為以下兩個主要子市場：

- **視覺內容授權服務**指透過集中式內容庫或平台提供預先製作的視覺資產，客戶藉此透過版權授權安排獲得使用權。該等服務通常包括單一資產授權、訂閱制訪問或長期協議，允許企業在商業活動中使用標準化視覺素材。
- **視覺內容定製服務**指根據特定客戶要求量身定製的項目型或服務型製作。該等服務包括攝影、影片製作、平面設計、後期製作編輯，以及根據界定的溝通目標或營銷活動提供的其他形式的創意執行。

價值鏈分析

視覺內容服務市場圍繞整合價值鏈構建，包括上游內容供應、中游服務賦能及下游內容消費。上游參與者提供多樣化的視覺資產及創意資源，而下游客戶則在廣告、營銷、媒體、電子商務、公共傳播及個人內容創作等場景中產生對視覺內容的需求。在價值鏈的這兩端之間，中游服務提供商扮演著核心角色，將零散的上游內容資源轉化為標準化、版權清晰、可高效搜索、可授權及可商業交付的視覺產品及服務。

- **上游：視覺內容提供者**

視覺內容服務市場的上游主要由內容提供者及權利持有人組成，包括個人創作者、創作者社區、機構內容提供者、專業工作室及AI原生創作者。這些參與者提供照片、影片、插圖、編輯類圖片及其他構成行業內容基礎的視覺資產。機構提供商及專業工作室為商業及編輯用途提供更高質量且版權清晰的資產，而個人創作者則貢獻多樣化的長尾內容。AIGC工具的應用進一步提升了內容創作效率，並豐富了上游供應池。

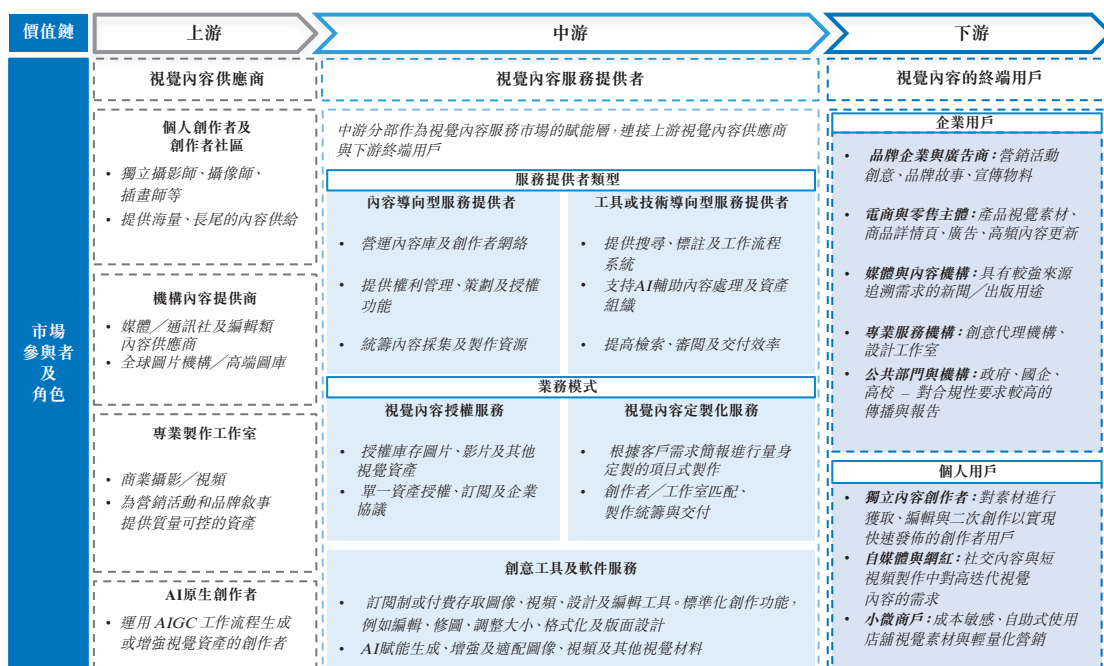
- **中游：視覺內容服務提供者**

中游作為視覺內容服務市場的賦能層，連接上游視覺內容提供者與下游終端用戶。此分部的市場參與者通常可分為內容導向型服務提供者及工具或技術導向型服務提供者，各自具備不同的能力及價值主張。內容導向型服務提供者專注於組織及商業化零散的上游內容資源，透過授權及定製模式，將該等資源轉化為高效搜索、權利清晰、可授權且可作商業交付的視覺內容產品及服務。相比之下，工具或技術導向型服務提供者則專注於提供數字工具、創意軟件及技術賦能平台，以提高視覺內容創作、編輯、生成、管理及分發的效率、可及性及可擴展性。近年來，該等兩類參與者之間的界限已變得日趨模糊。內容導向型服務提供者一直加強其在AI創作、資產管理、權利保護、智能搜索及多渠道分發等領域的技術能力。與此同時，工具或技術導向型服務提供者一直透過在其平台嵌入素材庫資產、模板、創作者資源及授權功能，將業務擴展至內容相關服務。該等融合反映市場正轉向結合內容資源、製作工具、權利管理及商業交付能力的綜合視覺內容解決方案。

行業概覽

● 下游：視覺內容終端用戶

視覺內容服務市場的下游包括企業、機構及個人用戶。企業客戶(包括品牌、廣告商、電子商務公司、媒體機構及公共機構)是需求的主要來源，由廣告、營銷、內容發佈及公共傳播需求驅動。個人用戶(如獨立創作者及網紅)在內容創作及推廣中亦需要視覺內容。隨著視覺內容消費在廣告、電子商務、社交媒體及發佈渠道中變得日益多元化，這一市場趨勢預期將推動中游服務提供商在連接內容供應與下游客戶需求方面發揮著越來越重要的作用。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

全球視覺內容服務市場

隨著企業溝通持續數字化，以及視覺媒體在商業及機構活動中的重要性日益增加，全球視覺內容服務市場近年來穩步擴張。各行各業的組織日益依賴專業視覺服務以支持營銷執行、品牌管理、媒體發佈及數字商務，導致對授權視覺資產及定製內容製作的持續需求。於2025年，全球視覺內容服務市場規模達到約577億美元，2021年至2025年的複合年增長率約為12.4%。

未來增長預計將由企業製作及分發內容方式的結構性變革所驅動。溝通週期正變得更短且更具持續性，需要穩定供應視覺素材，而非孤立的、基於活動的製作。同時，跨境品牌擴張及本土化營銷增加了對可擴展視覺服務的需求，該等服務可使內容適應不同地區及格式。加強版權執法及企業合規標準，進一步支持對專業來源視覺內容的需求。此外，數字工作流程及智能工具帶來的製作效率提

行業概覽

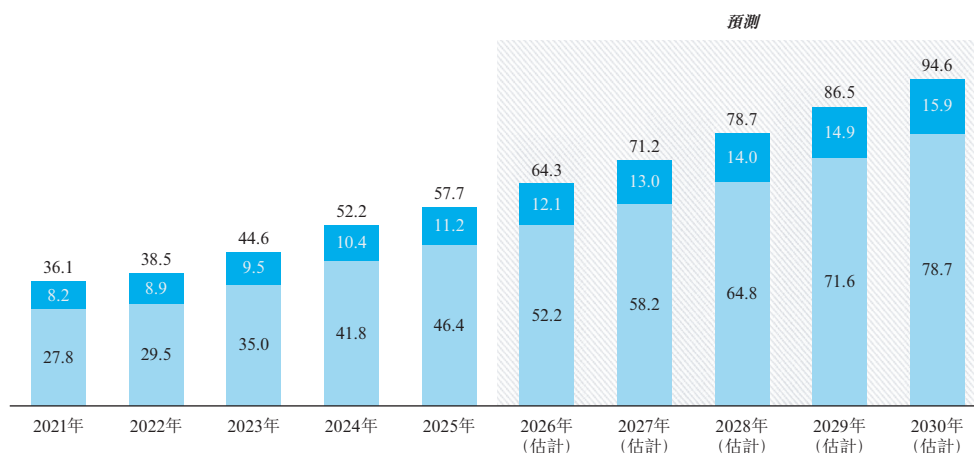
升，預計將擴大在現有預算下可實現的產出，使更廣泛的組織能夠獲得專業視覺服務。到2030年，全球視覺內容服務市場預計將達到約946億美元，2025年至2030年的複合年增長率約為10.4%。

全球視覺內容服務市場(按類型劃分)

十億美元；2021年至2030年(估計)

複合年增長率	總計	授權服務	定製服務
2021年至2025年	12.4%	8.0%	13.7%
2025年至2030年(估計)	10.4%	7.2%	11.1%

■ 授權服務 ■ 定製服務



附註：

- (1) 市場規模指視覺內容服務提供商向個人及企業提供視覺內容授權服務及定製服務所產生的收入總和。
- (2) 由於四捨五入，總數可能不等於各分類項之和。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算、中國國家統計局、中國經濟信息社、專家訪談

中國視覺內容服務市場

中國視覺內容服務市場的需求側動態

企業級客戶為視覺內容服務市場穩定及高價值的需求基礎。大型機構在品牌推廣、營銷、商業及公共信息發佈方面運作持續的溝通週期，導致在更嚴格的合規要求下，對專業來源的視覺素材及定製創意製作產生持續需求。

- **品牌推廣及廣告宣傳**構成企業採購的主要驅動力。2025年，中國廣告總支出達到約人民幣17,389億元，其中網上廣告佔約91.5%，2021年至2025年的複合年增長率約為11.1%。數字廣告的高滲透率表明，營銷預算的很大一部分是透過圖像及影片形式投放。企業日益依賴獲授權的視覺資產及專業製作，以維持多個數字渠道的品牌一致性，使視覺用途從基於營銷活動的項目轉向持續的營運需求。
- **媒體及信息傳播**亦有助於穩定的企業需求。新聞機構、數字平台及公共資訊機構每日產生大量內容，需要使用版權狀況清晰的獲授權圖像及影片。網上新聞消費及視聽媒體的擴張

行業概覽

提高了製作速度及規模，使獲取合規視覺資產成為一項關鍵的營運要求。此細分市場的企業用戶優先考慮可靠性、法律清晰度及交付效率，以支持與專業服務提供商的長期關係。

- **電子商務及直播電商業務**對高頻視覺製作產生持續需求。於2025年，中國網上零售額達到約人民幣16.0萬億元，而網上購物用戶數目達到約976.0百萬人。商戶需要持續的產品圖像、宣傳視覺效果及短視頻素材，以支持產品發佈、季節性活動及直播營銷。快速的存貨週轉及頻繁的促銷週期，加強了對視覺資產及定製服務的持續採購，使專業視覺內容嵌入到日常商業營運中。

同時，中國的中長尾用戶群是增量需求不斷擴大的來源。中小企業、個體商戶及獨立創作者日益依賴視覺表達作為主要的溝通方式。儘管單項交易規模較小，但由於用戶群體龐大且內容製作頻率高，累計規模仍十分顯著。向視覺優先溝通模式的轉變，支持了標準化視覺資產及輕量化創意服務的更廣泛採用。

- **短視頻及社交內容強度**是長尾需求的主要驅動力。於2025年，中國短視頻用戶規模達到約11億人，日均使用時長約2.6小時。短視頻的主導地位增加了小型企業及創作者的內容產出，因而需要持續獲得可重複使用的視覺素材及編輯資源。隨著視覺敘事成為線上互動的主要形式，長尾用戶日益依賴專業內容資產以提升製作質量。
- **創作者經濟及生產力工具的擴張**加速了視覺內容的消費。採用設計及編輯軟件使更多參與者能夠製作內容，從而增加對獲授權資產的需求。於2025年，主要設計及影片編輯工具的月活躍用戶達到約350.0百萬，而活躍創作者人數持續增長。該等工具提高了製作頻率及基準質量預期，進而強化了對結構化視覺資產庫的需求。
- **中小企業及網上商戶的增長**加強了長尾需求的結構性基礎。於2025年，中國的登記市場主體達到約185.0百萬戶，其中包括約58.0百萬家中小企業及127.0百萬戶個體商戶。越來越多比例的企業在線上部分或全面營運，需要視覺素材用於店面展示、廣告及客戶溝通。數字化將視覺內容從偶爾使用的營銷素材轉化為日常營運投入，支持需求的持續增長。

中國視覺內容服務市場的增長潛力

基於上述需求側的基本面，中國視覺內容服務市場近年迅速擴張，反映出企業及長尾用戶群體視覺傳播的強度與商業化程度日益提高。於2025年，市場規模達到約人民幣592億元，2021年至2025年的複合年增長率約為13.0%。該增長主要受惠於數字廣告及電子商務業務的持續擴張、由短視頻及社交平台驅動的高頻內容製作環境，以及合規且專業的視覺內容採買日益普及。展望未來，隨著企業在持續進行的營銷及商務工作流程中進一步將視覺內容的使用制度化，同時中小企業及創作者在更

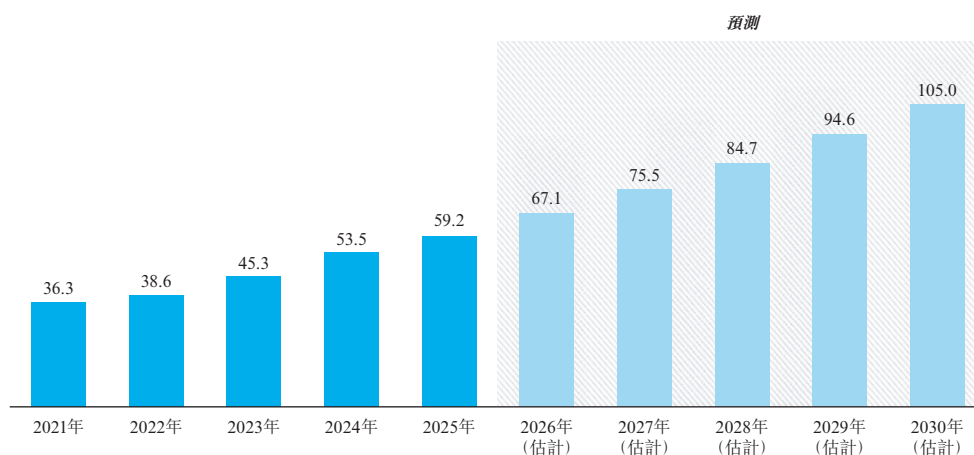
行業概覽

廣泛的數字分發渠道及生產力工具的支持下繼續擴大內容產出，預計市場將保持增長態勢。到2030年，中國視覺內容服務市場預計將達到約人民幣1,050億元，2025年至2030年的複合年增長率約為12.1%。

中國視覺內容服務市場

人民幣十億元；2021年至2030年（估計）

複合年增長率	2021年至2025年	2025年至2030年（估計）
中國視覺內容服務市場	13.0%	12.1%



附註：

- (1) 市場規模指視覺內容服務提供商向個人及企業提供視覺內容授權服務及定製服務所產生的收入總和。
- (2) 由於四捨五入，總數可能不等於各分類項之和。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算、中國國家統計局、中國經濟信息社、專家訪談

中國視覺內容授權服務市場

中國視覺內容授權服務市場持續擴大，原因是經授權的視覺資產日益融入商業傳播及內容製作流程。2025年，該市場規模達到約人民幣64億元，2021年至2025年的複合年增長率約為6.2%。企業用戶仍是該市場的主要需求基礎，其驅動力來自於企業在廣告、電商、社交媒體運營、企業傳播及公共部門宣傳中對合規、高品質及可重複使用的視覺資產的持續需求。隨著企業在越來越多內容渠道上進行運營，其需求亦已從靜態圖片擴展至視頻、音頻及其他多形態數字媒體，從而支持了授權服務更廣泛及更頻繁的應用。

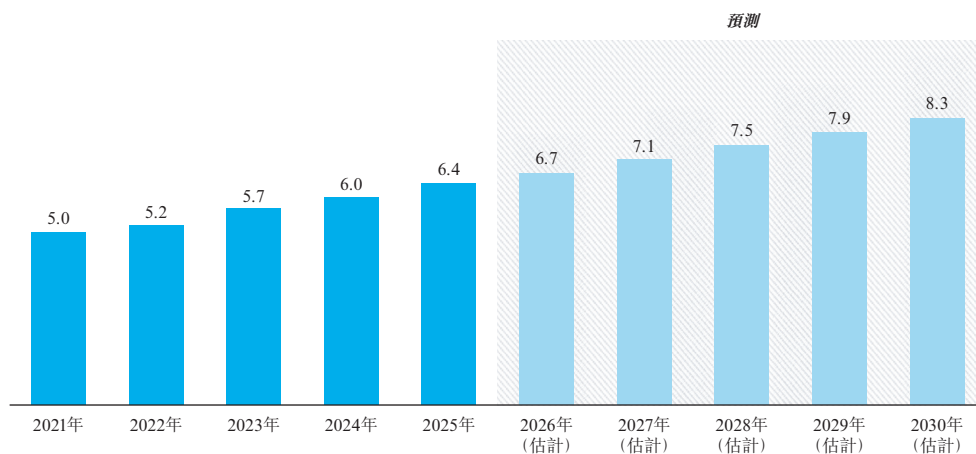
除企業需求外，個人內容創作者正成為新興的增長驅動力。內容創作的工具化(包括編輯工具、基於模板的製作功能及AI輔助工作流程)降低了個人創作及發布視覺內容的門檻。在2025年中國約11億短視頻用戶基礎(日均使用時長約2.6小時)的支持下，個人用戶日益需要專業的視覺資產，以提升內容質量、製作效率及風格一致性。隨著版權意識的不斷提高，該等用戶正逐步從非正式或零散的獲取方式轉向標準化及合規的授權解決方案。展望未來，企業內容生產的持續需求、個人創作者應用的不斷提升、多形態資產的擴展以及AI賦能搜索、標註及合規篩查方面的改進，預期將持續推動市場增長。到2030年，該市場預計將達到約人民幣83億元，2025年至2030年的複合年增長率約為5.5%。

行業概覽

中國視覺內容授權服務市場

人民幣十億元：2021年至2030年（估計）

複合年增長率	2021年至2025年	2025年至2030年（估計）
中國視覺內容授權服務市場	6.2%	5.5%



附註：

- (1) 市場規模指視覺內容服務提供商向個人及企業提供視覺內容授權服務所產生的收入總和。
- (2) 由於四捨五入，總數可能不等於各分類項之和。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算、中國國家統計局、中國經濟信息社、專家訪談

中國視覺內容定製服務市場

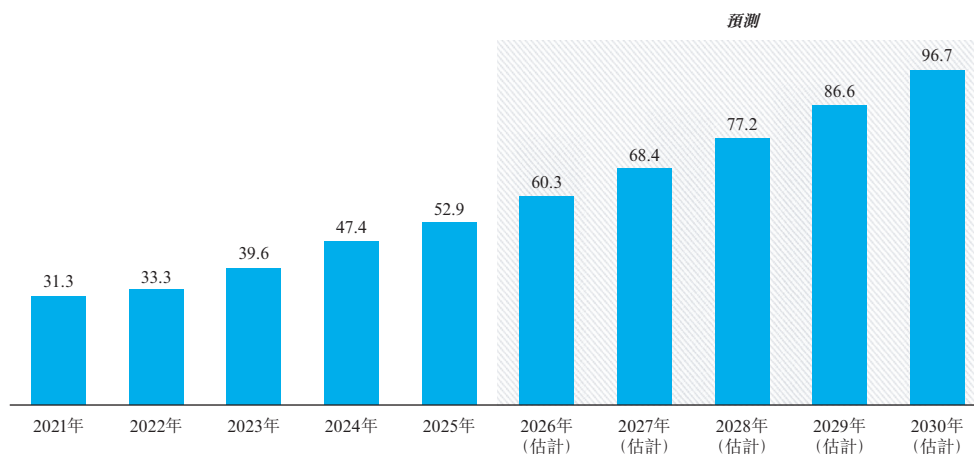
於2021年至2025年間，中國視覺內容定製服務市場以約14.0%的複合年增長率攀升，由約人民幣313億元增加至約人民幣529億元，並隨著數字媒體、品牌營銷及內容驅動傳播的快速發展而擴張。企業日益依賴定製化的視覺內容進行廣告、品牌傳播、產品營銷及社交媒體營運，因視覺素材在碎片化的數字渠道中，對於吸引消費者注意力及傳達品牌形象發揮著重要作用。電子商務平台、社交媒體生態系統及短視頻平台的興起，顯著增加了視覺內容的使用頻率及多樣性，導致企業需要針對特定活動及場景，持續供應差異化且高質量的視覺素材。同時，新聞傳媒及數字內容平台正製作日益增多的編輯內容，包括新聞報導、專題報導及主題敘事，該等內容往往需要反映特定事件、地點及主題的專業製作視覺內容。在許多此類應用中，相較於標準化的現成素材，定製化的視覺製作更受青睞，以確保相關性、真實性及創意差異化。因此，對專業視覺內容定製服務的需求持續增加，特別是在企業及機構應用場景中，預計到2030年市場規模將達到約人民幣967億元。

行業概覽

中國視覺內容定製服務市場

人民幣十億元；2021年至2030年（估計）

複合年增長率	2021年至2025年	2025年至2030年（估計）
中國視覺內容定製服務市場	14.0%	12.8%



附註：

- (1) 市場規模指視覺內容服務提供商向個人及企業提供視覺內容定製服務所產生的收入總和。
- (2) 由於四捨五入，總數可能不等於各分類項之和。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算、中國國家統計局、中國經濟信息社、專家訪談

競爭格局概覽

全球領先視覺內容授權服務提供商排名

全球視覺內容授權服務市場相對集中。領先的市場參與者通常受益於海量且多元化的內容庫、廣泛的地理覆蓋範圍、成熟的授權基礎設施、先進的搜索功能以及與媒體、廣告、企業及創意客戶的長期關係。該等結構性優勢使領先平台能夠服務跨地區及客戶群的廣泛應用場景，從而在內容採購、權利管理及分銷方面建立壁壘。全球視覺內容授權服務提供商主要在內容質量、編輯及創意覆蓋範圍的廣度、搜索及工作流效率、定價模式、授權靈活性以及與創意生產工具的整合方面展開競爭。

於2025年，全球前五大視覺內容授權服務提供商的視覺內容授權服務收入達到約2,581.8百萬美元，約佔市場總額的23.0%。其中，本公司排名第五，視覺內容授權服務收入約為76.8百萬美元，約佔市場總額的0.7%。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

行業概覽

下表載列按2025年視覺內容授權服務收入計的全球前五大視覺內容授權服務提供商：

2025年全球領先視覺內容授權服務提供商排名

按視覺內容授權服務收入計，單位：百萬美元⁽¹⁾

排名	公司	視覺內容授權 服務收入 ⁽²⁾	市場份額 ⁽³⁾
1	公司A ⁽⁴⁾	925.0	8.2%
2	公司B ⁽⁵⁾	785.0	7.0%
3	公司C ⁽⁶⁾	565.0	5.0%
4	公司D ⁽⁷⁾	230.0	2.0%
5	本公司	76.8	0.7%
前五大	不適用	2,581.8	23.0%

附註：

- (1) 貨幣換算：人民幣兌美元按1.00美元兌人民幣6.8157元的匯率換算。
- (2) 視覺內容授權服務收入指根據授權或訂閱安排向客戶授權標準化視覺內容(包括圖像、插圖、矢量圖、編輯類圖像、視頻片段及其他視覺資產)所產生的收入。
- (3) 該百分比的分母為2025年全球視覺內容授權服務的市場規模，約為11,230.8百萬美元。
- (4) 公司A成立於1995年，是一間全球視覺內容授權服務提供商。其經營一個大型視覺內容平台，涵蓋創意及編輯類圖像、視頻片段及其他視覺資產，為全球媒體、廣告、企業及創意客戶提供服務。
- (5) 公司B是一間全球內容市場平台，其在線市場於2003年推出。該公司向全球企業、媒體機構、營銷機構及個人創作者提供庫存圖片、視頻、插圖及其他創意內容的授權服務。
- (6) 公司C成立於1982年，是一間總部位於美國的上市科技及創意軟件公司。其庫存內容市場業務與其創意軟件生態系統相集成，並向全球創意專業人士及企業客戶提供庫存照片、視頻、矢量圖、插圖、模板及其他視覺資產。
- (7) 公司D成立於2016年，是一間創意科技及數碼資產平台。其提供創意資產的訂閱制訪問權限，包括庫存影片、視頻模板、視覺效果及其他數字視覺內容，為全球創作者、製作團隊及企業客戶提供服務。

中國領先視覺內容授權服務提供商排名

於2025年，中國前五大視覺內容授權服務提供商來自視覺內容授權服務的收入達到約人民幣748.7百萬元，佔市場總額約11.8%。其中，本公司排名第一，視覺內容授權服務收入約為人民幣523.7百萬元，約佔市場總額的8.2%，是中國明確領先的視覺內容授權服務提供商。其市場份額約為前五名中其餘四家服務提供商合計市場份額的2.3倍。

行業概覽

下表載列按2025年視覺內容授權服務收入計的中國前五大視覺內容授權服務提供商：

2025年中國領先視覺內容授權服務提供商排名

按視覺內容授權服務收入計(人民幣百萬元)

排名	公司	視覺內容授權 服務收入 ⁽⁸⁾	市場份額 ⁽⁹⁾
1	本公司	523.7	8.2%
2	公司E ⁽¹⁰⁾	90.0	1.4%
3	公司F ⁽¹¹⁾	50.0	0.8%
4	公司G ⁽¹²⁾	45.0	0.7%
5	公司H ⁽¹³⁾	40.0	0.6%
前五大	不適用	748.7	11.8%

附註：

- (8) 視覺內容授權服務收入指根據授權或訂閱安排向客戶授權標準化視覺內容(包括圖像、插圖、矢量圖、編輯類圖像、視頻片段及其他視覺資產)所產生的收入。
- (9) 該百分比的分母為2025年中國視覺內容授權服務的市場規模，即人民幣64億元。
- (10) 公司E是一間總部位於上海的視覺內容服務提供商，主要提供視覺內容授權及相關服務。
- (11) 公司F是一間總部位於北京的新媒體內容服務提供商，主要提供視覺內容授權、內容定製及相關服務。
- (12) 公司G是一間總部位於北京的視覺內容服務提供商，主要提供視覺內容授權及相關服務。
- (13) 公司H是一間總部位於北京的視覺內容服務提供商，主要提供視覺內容授權及相關服務。

中國視覺內容服務市場的增長驅動因素

● 企業對視覺傳播需求的結構性增長

中國廣告、電子商務、社交媒體及品牌傳播的快速擴張已從結構上增加了企業對專業視覺內容的需求。隨著數字渠道成為品牌與消費者之間的主要界面，圖像、影片及設計資產等視覺素材已從輔助營銷元素演變成核心溝通基礎設施。企業日益需要高頻、可擴展且合規的視覺內容，以支持廣告活動、產品推銷、直播、社交媒體互動及內部溝通。此轉變將視覺內容從以項目為基礎的開支轉化為經常性經營需求，為標準化授權、定製化製作及相關增值服務創造了穩定且不斷擴大的客戶群。企業應用場景的擴大，使行業從傳統媒體用途延伸至零售、科技、金融、製造及公共部門傳播，支撐著長期結構性增長。

行業概覽

- **加強版權治理及合規需求**

加強知識產權意識及監管執法正加快視覺內容採買的專業化。企業日益面臨與未經授權使用內容相關的法律、聲譽及合規風險，進而推動了對經授權、可追溯且符合商業合規要求的視覺素材的需求。隨著版權執法變得更加系統化，且跨平台監測有所改善，視覺資產的非正式獲取正逐漸被透過授權平台及服務提供商進行的結構化採購所取代。此轉變有利於擁有成熟授權框架、內容審核系統及法律合規基礎設施的專業視覺內容服務提供商。此外，跨國公司及大型國內企業實施更嚴格的採購標準，進一步提高准入壁壘，並鞏固合規生態系統內的需求。版權治理的重要性日益增加，使合規從成本因素轉化為競爭優勢，支持行業集中化及長期市場擴張。

- **內容創作、管理及交付的技術賦能效率提升**

技術賦能的工作流程升級(尤其是AI輔助工具)正提高中國視覺內容服務市場的效率及可擴展性。隨著企業日益於廣告、電子商務、社交媒體及企業傳播中使用視覺內容，其對更快速的製作、更高效的資產管理以及可靠的獲取版權清晰內容的需求亦隨之增加。在內容創作方面，智能編輯、智能格式適配、基於模板的製作及項目工作流程系統有助於簡化重複性任務，並提高客戶、創作者與製作團隊之間的協調性。在內容管理及交付方面，圖像識別、元數據標註、語義搜索、合規審查工具、在線授權程序及數字工作流程系統提升了內容檢索、權利驗證、採購及多渠道部署。該等技術並非取代專業創作、版權管理或服務交付能力，而是提高流程效率及可擴展性。因此，在內容資產、製作資源、工作流程工具及合規控制方面具備綜合能力的服務提供者，能更有效地滿足客戶的持續需求。

- **中國視覺內容全球擴張及文化輸出**

中國品牌、數字平台及文化產業的全球化正在擴大國際市場對源自中國的視覺內容的需求。隨著中國企業加速進入電子商務、科技、娛樂及消費品領域的海外市場，對本地化且具備文化真實性的視覺素材需求日益增加。視覺內容是跨境溝通的重要橋樑，使品牌能夠在多元化的市場中展現其身份、品牌故事及產品價值。與此同時，中國媒體、電影、網絡內容及文化IP的國際傳播正推動對符合全球合規及商業標準的專業授權視覺資產的需求。中國文化符號、生活美學及創意形式的輸出，進一步拓寬了視覺服務的應用場景。該對外擴張將國內視覺內容產業轉化為全球創意供應鏈的參與者，擴大了可觸達市場，並在中國本土需求基礎之外創造了結構性增長機遇。

中國視覺內容服務市場的准入壁壘

- **海量內容資產積累的壁壘**

累積海量、優質及獲得商業授權的視覺內容資產構成了視覺內容服務市場的基本准入壁壘。打造具競爭力的內容庫需要對創作者關係、獲取授權素材、版權驗證及持續策劃進行長期投資。與可以快速複製的技術產品不同，內容資產隨時間推移而複合增長，並從歷史深度、多樣性及元數據豐富度

行業概覽

中獲取價值。新進入者在組建可比庫方面面臨重大的時間及資本限制，尤其是在日益嚴格的版權治理下。此外，企業客戶更傾向於選擇內容供應的深度及廣度已獲證實的平台，以確保連續性及可靠性。這種基於資產的壁壘創造了強大的現有優勢，並加強了市場集中度。

- **創作者生態系統發展及留存方面的壁壘**

穩定及可擴展的創作者生態系統形成了新進入者難以複製的結構性壁壘。視覺內容平台依賴與攝影師、攝像師、設計師及機構內容合作夥伴的長期信任關係。成功的平台提供變現渠道、版權保護、數據分析及全球分銷，從而激勵創作者留在該生態系統內。網絡效應一旦建立，將增強供應端的忠誠度，因為創作者可從受眾覆蓋面及經常性收入流中獲益。吸引優質創作者不僅需要財務激勵，亦需要平台公信力及營運基礎設施。新進入者必須克服轉換成本、聲譽差距及生態系統慣性，這使得創作者網絡的快速擴張在營運上具有挑戰性。

- **企業服務能力及客戶整合方面的壁壘**

企業客戶需要穩定的交付、法律合規、工作流程整合及可擴展的服務支持，為新進入者構建了較高的營運壁壘。視覺內容採買日益融入企業營銷體系、品牌治理流程及數字資產管理工作流。一旦整合，更換提供商將涉及營運中斷、重新培訓及合規重新評估。領先平台透過服務穩定性、定製能力及企業級支持基礎設施脫穎而出。新進入者往往缺乏處理跨多個行業的大規模企業需求所需的經驗、系統及組織規模。該等整合及服務壁壘創造了高客戶留存率及長客戶生命週期，有利於擁有經證實的企業往績記錄的成熟供應商。

- **AI賦能服務能力方面的壁壘**

對於視覺內容服務提供者而言，AI賦能能力已成為一項重要壁壘，此並非因為AI工具本身稀缺，而是由於其商業價值取決於與內容資產、權利資料、客戶需求及服務工作流程的深度整合。於視覺內容授權服務中，AI可加強內容理解、語義搜索、自動標註、相似度匹配及推薦，從而提高將合適及版權清晰的內容與客戶需求進行匹配的效率。於視覺內容定製服務中，智能工具可支持項目協調、編輯及交付審核，有助提高執行效率及服務一致性。該等能力乃基於累積的內容元數據、授權記錄、權利審核規則、客戶行為數據及服務經驗而構建。雖然新進入者可能採用通用AI工具，但複製既有平台之自有數據資產、工作流程知識及反饋機制仍具挑戰性。因此，具備整合式AI賦能能力的服務提供者更具優勢，能提供具規模、高效且可靠的視覺內容服務。

中國視覺內容服務市場的未來趨勢

- **視覺內容形態的多樣化及多維度資產需求**

視覺內容服務市場的未來增長預計將由視覺資產形態的多樣化以及對多模態內容日益增長的需求所驅動。企業日益需要圖像、短片、3D資產、動態圖形及互動視覺元素的綜合組合，以支持全渠道傳播。隨著營銷、電子商務及數字媒體環境變得日益身臨其境且動態化，僅憑靜態圖像已不足以滿足不斷演變的創意需求。該轉變鼓勵服務提供商將業務擴展至傳統圖像庫之外，轉向全面的多形態

行業概覽

資產生態系統。能夠在統一的授權及工作流系統中整合並管理各類視覺媒體的平台，有可能獲得競爭優勢，因為客戶在其視覺策略中優先考慮靈活性、一致性及跨形態兼容性。

- **向綜合視覺內容服務生態系統演進**

視覺內容服務市場預計將由零散、按次採購演變為綜合服務生態系統。企業日益傾向選擇能夠在統一服務環境中提供授權、定製、資產管理及智能製作工具的供應商，而非從多個供應商獲取孤立的資產。生態系統模型透過將採購、合規控制及創意工作流程納入統一治理，從而提高效率。隨著組織擴大其數字通訊活動的規模，其優先考慮支持持續性、互操作性及營運穩定性的長期服務合作夥伴關係。此演變將競爭從單一內容交易轉向生態系統深度及服務整合，鼓勵供應商構建超越傳統市場職能的全面視覺服務網絡。

- **在AI輔助工作流程中加強權利核實及可追溯機制**

隨著AI生成及AI輔助內容在視覺內容採購、編輯及製作方面的應用日趨廣泛，權利核實、來源可追溯性及用途治理預計將成為日益重要的行業要求。AI的參與或會增加識別內容來源、區分獲授權、已生成及經修改資產，以及確認商業用途許可範圍的複雜性。因此，服務提供者預期將加強元數據管理、授權記錄、相似性篩查、來源歸屬及工作流程文件記錄。該等機制可提高視覺資產的可審核性及商業可信賴性，支持在客戶、創作者及權利持有人之間進行更清晰的責任分配，並增強對AI輔助視覺內容服務的信任。

- **從視覺內容資產擴展至數據驅動的服務能力**

隨著AI在視覺內容行業的應用日益深入，視覺內容服務提供者的價值預計將超越內容資產的累積及商業化。在內容採購、授權、定製及交付過程中，成熟的服務提供者不斷積累與視覺資產、元數據、版權所有權、授權記錄、使用場景、客戶搜索行為、內容表現及交付反饋相關的結構化數據。該等數據資產預期將成為橫向服務擴張日益重要的基礎。於供應端，版權清晰、標註完善且針對特定場景的視覺數據集可為AI模型開發者提供模型訓練、評估及優化支持。於需求端，預計企業客戶將更加重視其內部視覺內容資產的平台化管理，包括內容分類、檢索、權利核實、重複利用及合規控制。與一般科技平台相比，視覺內容服務提供者在內容治理、權利管理、商業場景理解及長期使用數據方面具有優勢。因此，領先的提供者預計將從內容授權及定製服務提供者演變為綜合內容資產及數據基礎設施合作夥伴。