

行業概覽

本節所載若干資料及統計數字乃摘錄自多份官方政府刊物、市場數據提供商和一名獨立第三方灼識諮詢提供的資料。由灼識諮詢編製並於本文件中引用的報告是受我們的委託編寫。我們相信該等資料來源乃取得有關資料的合適來源並已合理審慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信有關資料屬虛假或具誤導成分，或遺漏任何事實以致有關資料屬虛假或具誤導成分。本公司、獨家保薦人、彼等各自的任何董事、僱員、代理或顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無對政府官方來源的資料進行任何獨立核實，亦未就其準確性、公平性及完整性發表聲明。有關行業風險的討論，請參閱本文件「風險因素」。

中國企業級AI市場概況

行業定義及中國企業級AI市場的市場規模

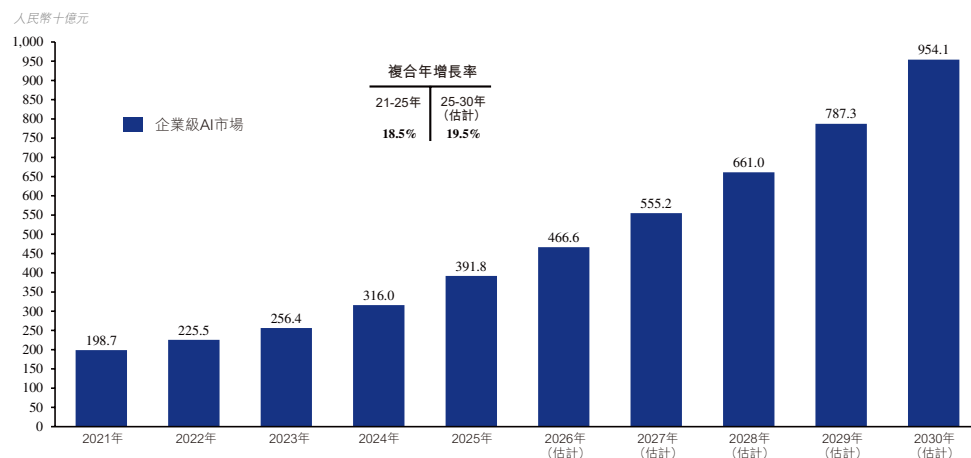
人工智能(「AI」)正處於當前智能化變革的核心，從根本上重構生產模型、商業邏輯及運營效率。AI通過融合機器學習、自然語言處理(「NLP」)及計算機視覺等前沿技術，賦予機器數據理解、自主學習、邏輯推理及智能決策等核心能力。

AI行業價值鏈包括上游的AI基礎設施供應商、中游的AI產品及解決方案供應商，以及下游的終端用戶。相較於消費者級AI，企業級AI不僅能協助企業高效執行複雜任務，更能賦予其數據驅動的洞察、邏輯推理能力以及較為公正的決策能力。這使企業組織能解決各類複雜問題，從而提升整體生產力及生產效率。

在AI廣泛應用及企業數字化、智能化轉型加速的推動下，中國企業級AI行業市場規模(按營收計)由2021年的人民幣1,987億元增長至2025年的人民幣3,918億元，2021年至2025年的複合年增長率為18.5%。展望未來，預期到2030年中國企業級AI市場的市場規模(按營收計)將達人民幣9,541億元，2025年至2030年的複合年增長率為19.5%。AI已從早期的規則驅動演變至由機器學習和深度學習驅動的判別式AI，如今更發展為大模型。據此，企業級AI市場可進一步細分為傳統判別式AI市場及企業級大模型市場。隨著AI持續發展，以及企業級AI產品及解決方案的加速應用，中國企業級大模型市場在整體企業級AI市場中的佔比將從2023年的1.4%提升至2030年的34.1%。

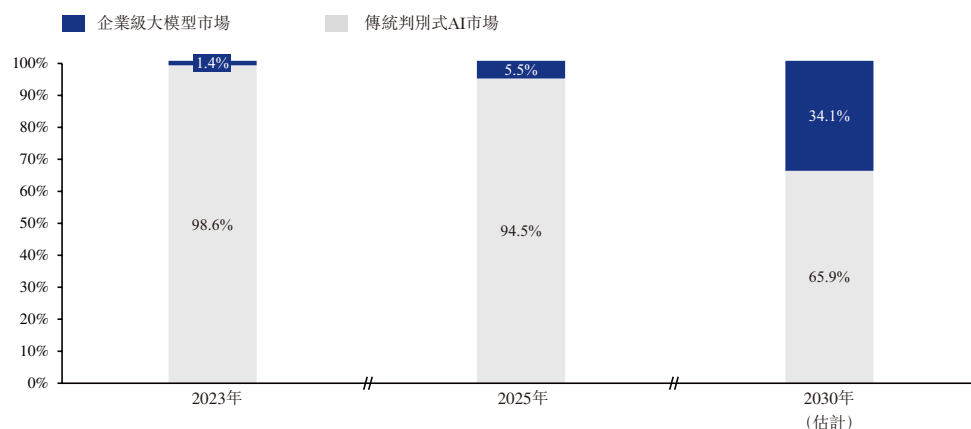
行業概覽

中國企業級AI市場的市場規模(按營收計)，2021年至2030年(估計)



資料來源：灼識諮詢

中國企業級AI市場分類及中國企業級大模型市場佔比(按營收計)，2023年至2030年(估計)



資料來源：灼識諮詢

相較全球市場格局，中國企業級AI市場具獨特優勢，已成為全球增長最快且最具活力的市場之一。

- 獨特的需求端結構。**按企業主體數量計，中國擁有全球最大的企業主體市場。截至2025年底，全國共有約58.6百萬家企業主體，其中超過99%為中小微企業(「SMMEs」)。SMMEs的企業級AI滲透率不足2.0%(以已部署付費企業AI產品及解決方案的企業所佔比例計量)。伴隨AI技術迭代升級，企業需求已從單一產品轉向輸出可落地商業成效的一體化產品及解決方案，企業級AI市場未來滲透提升空間龐大。
- 完備的本土AI產業鏈。**有別於海外市場中大模型提供商相對割裂的格局，中國已培育出一個高度整合、協同合作的AI產業鏈。從整個價值鏈的各個環節參與者深度協同，產業生態在底層技術能力與複雜商業場景之間實現了強有力的對接與統一。

行業概覽

- **全球豐富的商業場景。**在全球完善的主體經濟體系和活躍的線上商業生態驅動下，中國已發展出領先的社交電商、直播電商及全渠道零售模式，所有主要行業均實現線上線下深度融合。這種市場格局對企業級AI產生普遍剛需。此外，中國商業場景的複雜性催生將大語言模型與垂直行業特定產品及解決方案相結合的成熟行業範式。深度行業參與使供應商能夠積累專業領域知識，建立可持續的競爭壁壘。

中國企業級大模型市場概況

企業級大模型市場的定義

2012年，深度學習技術的突破為AI的大規模商業化奠定了技術基礎。隨著基於Transformer架構的GPT、BERT等模型持續興起及迭代，AI領域於2022年末再次取得里程碑式發展。大模型迅速成為全球公認的AI核心技術概念，亦是近年AI領域最重大的技術進步之一。

傳統判別式AI涵蓋基於規則引擎和傳統機器學習構建的特定任務解決方案，旨在解決標準化的單功能業務問題。

作為企業AI市場中一個快速增長的獨立細分領域，企業級大模型市場提供基於基礎模型的產品與服務，以提升企業運營效率並促進商業增長。該類模型基於Transformer架構，依託海量非結構化數據開展自監督學習，具備上下文理解、內容生成、跨任務泛化及邏輯推理等能力，並在以下多個方面優於傳統判別式AI：

- **複雜語義深度理解及類人化自然語言生成能力。**憑藉數十億級參數，大模型能從海量數據集中識別並提取細微的潛在規律及關聯性，不僅能精準理解複雜語境中的語義細節，亦能生成在流暢度、語法準確性及連貫性方面均達到人類水平的自然語言，持續縮小機器與人類在理解、表達及認知層面的核心差距。
- **多維度及多模態數據融合與處理能力。**大模型可通過對文本、圖像、音頻、視頻等多源異構數據的聯合預訓練，構建統一的語義空間，實現對多模態複雜信息的精準理解與匹配式輸出。
- **跨領域知識覆蓋及強大的行業場景泛化能力。**傳統AI模型通常受限於特定任務的狹窄數據及知識範圍，導致泛化能力不足。相比之下，大模型在預訓練階段嵌入廣泛的跨領域知識以支持通用理解，並透過針對特定行業的微調來獲得垂直領域的專業知識，從而實現強大的跨行業適應能力。
- **自然的人機交互及智能協作能力。**傳統AI高度依賴預設規則及結構化輸入，要求用戶主動適應機器的運行邏輯，導致使用門檻高且場景適應性差。大模型則通過精準解析用戶深層需求及理解複雜指令中的隱含意圖，從根本上重構人機交互範式。依

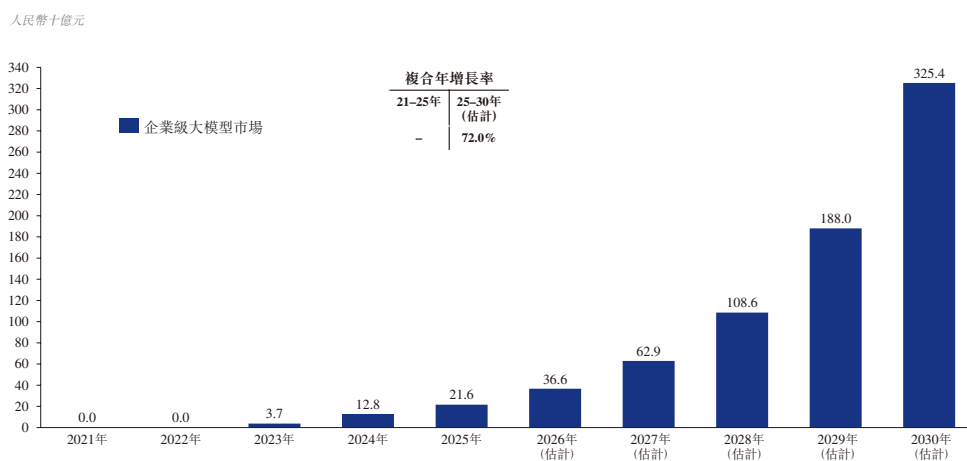
行業概覽

托多模態能力，其可通過文字及語音實現自然交互，大幅降低技術門檻，使溝通更自然、高效及直觀。

中國企業級大模型市場的市場規模

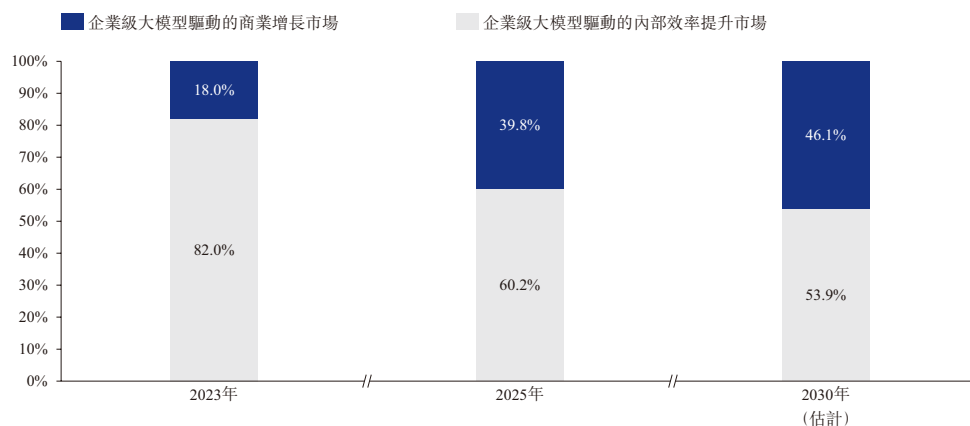
就營收而言，中國企業級大模型市場於2023年達到人民幣37億元，並於2025年達到人民幣216億元，預期到2030年將增長至人民幣3,254億元，2025年至2030年的複合年增長率達到72.0%。相較於內部效率提升分部，商業增長分部展現出更強勁的增長潛力，其市場佔有率由2023年的18.0%上升至2025年的39.8%，預期到將進一步攀升至2030年的46.1%。儘管中國的大模型技術及產品發展始於2020年前，但2023年標誌著大模型首次實現企業級大規模商業化應用。

中國企業級大模型市場的市場規模(按營收計)，2021年至2030年(估計)



資料來源：灼識諮詢

中國企業級大模型市場分類及中國企業級大模型驅動的商業增長市場佔比(按營收計)，2023年至2030年(估計)



資料來源：灼識諮詢

行業概覽

中國企業級大模型驅動的商業增長市場概況

企業級大模型驅動的商業增長市場的定義

企業級大模型驅動的商業增長市場指以企業級大模型為核心技術基礎的細分市場。該市場整合多模態數據治理、因果推理、領域知識體系及AI智能體技術，服務於企業端到端的業務價值鏈。該市場的參與者提供配備全面能力的產品及解決方案，包括商業洞察、運營決策、自動化執行及閉環優化。最終，該等產品及解決方案幫助企業實現可衡量及可持續的營收增長、擴大市場份額及提升品牌價值。

中國企業級大模型驅動的商業增長市場產業價值鏈

上游為商業增長型AI的感知能力提供核心支持，包括數據源供應商，服務器、存儲器、芯片、網絡設備等IT基礎設施以及相關配套技術。

中游是本公司所在的環節。中游參與者專注於解決大模型在商業增長場景中的關鍵應用痛點，並透過垂直場景優化及行業知識積累建立競爭壁壘。

下游是企業級大模型驅動的商業增長產品及解決方案的最終採購方。下游需求高度集中於對品牌市場營銷及商業增長有強烈需求的消費者導向型行業。

中國企業級大模型驅動的商業增長市場行業價值鏈



資料來源：灼識諮詢

行業概覽

企業級大模型驅動的商業增長市場優勢

企業在實現商業增長方面面臨日益嚴峻的挑戰。渠道與觸點的碎片化發展，讓實現可持續增長所需的數據量和維度急劇增加，精準捕捉增長機會變得更具挑戰性。快速變化的需求加劇了市場競爭的不確定性，導致企業須更頻繁、更靈活地調整增長策略，以適應最新市場趨勢。此外，現代商業增長通常涉及更廣泛的業務職能及部門，使得跨領域協作增長的實踐成為常態。在此背景下，企業級大模型驅動的商業增長產品及解決方案展現出以下多項優勢：

- **多源數據融合提升決策效率與能力。**該技術依托大模型的多模態處理能力，實現了對包括文本、圖像、音頻及視頻在內的全域非結構化運營數據的深度分析。基於海量數據，其能夠進行因果推理及趨勢預測，精準識別藍海市場機遇、消費者需求變化及潛在運營風險，並直接輸出可落地的最優決策建議。
- **自然語言交互革新有助降低進入門檻。**大模型顯著優化商業智能化在實際應用中的落地體驗，並重構人與數據的交互範式。通過以商業場景為核心的直觀交互設計，大模型可作為一線人員的專屬智能助手，促進人機之間的實時、自然溝通。即使缺乏專業的數據分析或工程知識，用戶也能清楚表達業務需求，並迅速獲得相應洞察，從而高效落實增長策略。
- **行業能力沉澱複用，建構長期增長的核心壁壘。**大模型能夠將企業商業增長的最佳實踐及行業訣竅轉化為標準化、可複用的專屬能力矩陣，打破傳統模式中增長能力高度依賴核心人員的局限。在長期運營過程中，該等模型能夠在不同場境及行業中持續沉澱增長方法，形成可積累的商業增長資產，最終實現能力的持續迭代及規模化複用。

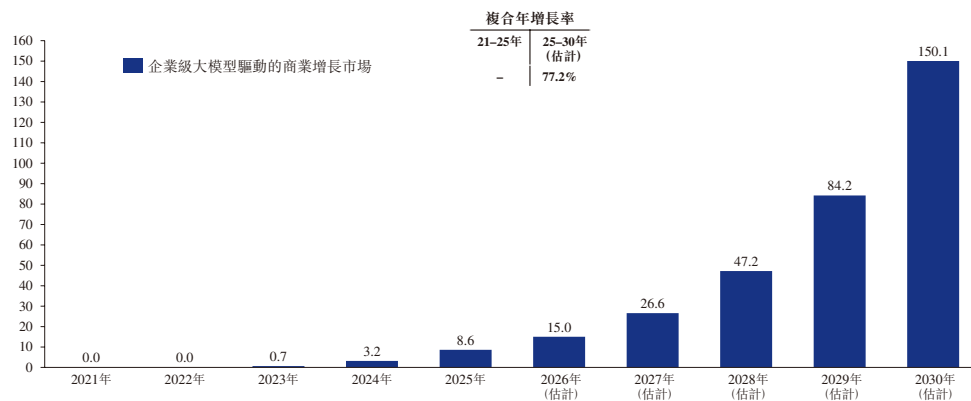
中國企業級大模型驅動的商業增長行業的市場規模

中國企業級大模型驅動的商業增長市場正快速擴張，2025年市場規模達到人民幣86億元。預計到2030年，該市場規模將達到人民幣1,501億元，2025年至2030年的複合年增長率為77.2%。

行業概覽

中國企業級大模型驅動的商業增長行業的市場規模(按營收計)，2021年至2030年(估計)

人民幣十億元



中國企業級大模型驅動的商業增長市場的成長驅動因素

- **優質數據的累積。**企業級大模型驅動的商業增長能力迭代，根本上取決於商業場景中訓練數據的品質與豐富度。

隨著中國全域商業數據合規採集體系的持續完善、多模態數據治理技術的不斷成熟，以及主流社媒、電商平台合規數據授權機制的逐步健全，商業智能場景下高質量經營數據的合規獲取與應用變得更為便捷，為大模型的持續訓練與迭代提供了穩定的數據供給。來自生活時尚、汽車、耐用消費品及互聯網等各產業的跨領域與全鏈路商業數據，涵蓋品牌、市場營銷、產品開發、渠道及用戶等多元運營階段，可通過統一的治理系統進行整合與分析，從而形成互補的商業洞察。這使大模型得以構建覆蓋消費者、產品、渠道及內容的全面商業知識網絡，提供更深入的產業洞察與更廣闊的經營視角，以適應企業日益複雜且多變的商業增長決策場景。

多模態商業數據的融合應用進一步拓寬了商業增長能力的邊界。通過對各類全域運營數據(包括文本評論、產品圖像、直播音頻與視頻及短視頻)進行統一建模與深度分析，垂直大模型可更全面地感知市場環境與消費者需求。在商業洞察與決策過程中，此等模型可更精準把握消費趨勢、品牌聲譽變化及市場競爭的核心邏輯與潛在規律。經過高精度標注的垂直場景商業數據，具備標注準確性高、行業一致性強的特徵，不僅能夠幫助垂直大模型深度解讀商業數據背後的經營含義，還能有效提升模型對細分消費需求、行業細微變化、用戶情感差異的識別能力。這使得在海量信息中精準篩選核心商機和潛在經營風險成為可能，從而為企業提供更準確的商業決策建議。此外，經過標準化治理的低噪聲商業數據，剔除了無關信息、錯誤數據與

行業概覽

非合規內容，能夠大幅降低無效信息對模型的干擾，提升模型對有效商業信息的提取與利用效率。此舉在數據源上最大限度降低通用大模型在商業場景中常見的內容幻覺、事實偏差、決策失準等核心風險，確保商業智能服務的穩定性和可靠性。

- **企業商業增長剛性需求與企業級大模型能力的深度適配。**中國企業已從增量市場的粗放式擴張階段轉向市場的精細化、競爭密集階段，在此過程中，傳統依賴人工經驗的增長模式已無法適應碎片化渠道環境、快速演變的消費者需求及激烈市場競爭。這一轉變使數據驅動的確定性增長需求從可選項變為必要，而企業級AI能力的邊界恰與企業核心經營需求匹配，為市場需求持續釋放提供相關支撐。在當前競爭格局下，企業面臨的痛點包括決策不確定性高、經營效率瓶頸突顯、增長邊際效益持續遞減、傳統流量紅利消退以及企業獲客成本上升。

企業級大模型驅動的商業增長精準對接企業核心需求以解決上述痛點。首先，基於全量市場數據的深度洞察和趨勢預測，幫助企業精準識別機遇，優化產品研發策略。其次，通過洞察、決策、執行與優化的全鏈路閉環能力，打通企業內部部門壁壘與外部服務提供商協作瓶頸，實現整個商業增長流程的自動化和一體化執行，解決洞察與執行脫節的核心痛點。再次，通過對消費者需求的深度挖掘及全渠道運營的動態優化，協助企業將增長模型從流量驅動轉向用戶驅動，挖掘新興細分市場機遇，提升單個客戶價值與生命週期收益。

- **全產業鏈基礎設施日趨成熟。**近年來國內AI全產業鏈的成熟與監管體系的完善，恰好為企業級大模型驅動的商業增長市場的規模化發展提供了必備前提，成為市場持續增長的重要驅動因素。在產業鏈基礎設施層面，三大核心變化為市場規模化落地消除了障礙。首先，算力成本持續下降，而國內雲服務提供商推出的專用智能計算集群進一步降低企業級大模型訓練與推理的硬件門檻，讓中腰部企業也能使用此類服務，拓展了市場客戶群。其次，工程化技術體系全面成熟，大型語言模型運維（「LLMOps」）、檢索增強生成（「RAG」）等支撐技術的標準化及多智能體協同，緩解了商業場景中出現幻覺、邏輯偏航及穩定性不足等核心問題。再次，數據要素市場的不斷完善及中國主流社交媒體和電商平台合規數據授權系統逐步成熟，為商業增

行業概覽

長場景提供穩定、合規的全域數據供應，有效解決阻礙大模型商業化的核心難題。

在合規體系層面，中國生成式AI監管框架的全面落地，為市場規範化發展建立明確界限。網信辦實施的《生成式人工智能服務管理暫行辦法》，以及生成式AI服務備案制度的全面推廣，明確了商業運營的合規標準與准入門檻，淘汰了無自研能力、無合規資質的零散市場參與者，推動市場資源向具備自研垂直大模型、完成合規備案、擁有成熟落地能力的頭部企業集中，優化了行業競爭格局。此外，明確的合規規則消除了企業客戶的採購顧慮，推動頭部企業從單點試點轉向全鏈路規模化部署，中腰部企業加速跟進，帶動市場整體滲透率快速提升。

中國企業級大模型驅動的商業增長市場的未來趨勢

- **拓展全球市場佈局，釋放長期增長動能。**海外市場的本土品牌與中國企業面臨著商業增長共性痛點，包括全域渠道觸點碎片化、多平台跨區域運營複雜度提升、經營效果全鏈路量化評估難度加劇等核心問題，對大模型驅動的全鏈路商業增長產品及解決方案存在普遍且剛性的需求。多年來，企業級大模型驅動的商業增長核心能力，已在中國市場通過多年頭部客戶的規模化落地完成充分驗證與持續迭代，其底層的多模態全域數據處理、跨平台商業洞察、多語言多文化場景適配、全鏈路經營自動化閉環等核心技術，天然適配全球多區域、多市場、多文化的品牌經營環境，具備極強的跨區域可複製性與規模化落地能力。在此背景下，商業增長產品及解決方案的可觸達客群已從最初的中國出海品牌，逐步擴展至本土品牌、跨國企業及跨區域運營主體，行業市場邊界得到顯著拓寬。中國市場的技術打磨與商業化驗證，並非行業發展的終點，而是企業依託成熟的商業增長核心能力，沿產業價值曲線實現全球化佈局、規模化增長的核心起點，為行業長期發展打開了廣闊的增量空間。
- **AI智能體成為技術落地主流形態。**隨著AI智能體技術日趨成熟，企業級大模型的核心價值已從自然語言理解與內容生成，演變為可基於長鏈推理、多模態感知及多智能體協同的複雜任務自動化執行，根本性地解決了傳統商業智能洞察與執行脫節的痛點，成為未來商業智能技術應用的核心載體。傳統商業智能只能進行事後分析及輔助洞察，缺乏從決策到落地的自動執行能力，而基於企業級大模型的AI智能體，則能實現商業任務的自主規劃、多流程協調、動態優化及全流程執行，實現從數據洞察到業務成果的全鏈路價值轉化。展望未來，任務專屬商業智能體將迅速普及，

行業概覽

而多智能體協作將成為主流技術架構，通過不同智能體在洞察、決策、執行與優化等專精領域進行分工和協作，共同完成複雜的全鏈路商業增長任務，有效取代涉及多個部門與服務提供商的傳統人力協作模型。此外，商業智能將從被動響應人工查詢，轉變為主動監測市場動態並自主識別商業機會，實現企業運營的真正智能閉環，使商業智能的角色從輔助決策工具升級為自動化經營夥伴。

- **以垂直化及場境適配推動技術發展。**在垂直業務情景中，通用大模型存在多項固有痛點，包括幻覺頻發、行業適配性不足，以及決策偏差率高，無法僅通過優化通用能力來解決，這使得深度垂直化與場境適配成為行業技術演進的必然方向。未來，積累了深厚行業知識的垂直大模型，將逐步取代通用模型，成為商業智能場景的核心技術支撐，使技術競爭的焦點從模型參數規模，轉向對情景適配精準度、行業知識深度及全鏈路落地能力的綜合較量。在此趨勢下，行業演進將呈現兩大核心特徵：首先，垂直大模型將針對不同行業持續細分，生活時尚、汽車、耐用消費品及互聯網等核心付費行業的專屬模型將成為主流，通過整合行業專屬的知識圖譜、商業規則及最佳實踐，進一步降低決策偏差率；其次，市場競爭將從單點工具的競爭轉向全鏈路能力的角逐，對於僅提供單一環節服務的供應商，市場空間將持續萎縮，並由具備端到端服務能力的供應商佔據市場主導地位。

中國企業級大模型驅動的商業增長市場的競爭格局

中國企業級大模型驅動的商業增長市場的競爭格局相對集中。按2025年營收排名，前五大參與者合共佔37.8%的市場份額。

就營收而言，本公司於該市場排名第三，市場份額為5.8%。此細分市場的所有排名及市場份額均僅根據企業級大模型驅動的商業增長產品及解決方案所產生的營收計算。

行業概覽

中國企業級大模型驅動的商業增長市場的競爭格局(按營收計)，2025年

排名	公司	企業級 大模型驅動的 商業增長營收 (人民幣百萬元)	市場份額
1	公司A	1,200	14.0%
2	公司B	1,000	11.6%
3	本公司	503	5.8%
4	公司C	450	5.2%
5	公司D	100	1.2%

資料來源：灼識諮詢

附註：

1. 公司A為一家於2012年在北京成立的私人公司，以廣告、佣金、訂閱及項目制等多種變現方式，向企業及個人客戶提供AI技術服務。
2. 公司B於1999年在杭州成立，為一家在香港聯交所及紐約證券交易所雙重上市的上市公司。B公司以項目制或費率制等多種變現方式，向企業客戶及個人客戶提供涵蓋雲及AI服務、物流服務、本地生活服務、娛樂服務及電子商務服務。
3. 公司C於2000年在北京成立，為一家在香港聯交所及納斯達克雙重上市的上市公司。C公司是一家AI公司，以項目制或訂閱制等多種變現模型，向企業客戶及個人客戶提供包括移動互聯網服務、雲服務、智能駕駛服務。
4. 公司D於2006年在北京成立，為一家在香港聯交所上市的上市公司。D公司以項目制、訂閱制及效果制等多種變現方式，提供涵蓋企業級數據智能、知識圖譜及企業AI的廣泛服務。

企業級大模型驅動的商業增長市場的進入壁壘

- **高質量商業數據與閉環驗證壁壘。**經強化學習及真實商業場景驗證的高質量數據，是企業級大模型驅動的商業增長的核心生產要素。建構覆蓋全球商業場景的兆級數據基礎設施需要長達十年以上的行業積累與持續投入，而數據的價值提升，更依賴於海量真實業務場景的閉環驗證與強化學習優化。新進入者難以在短期內積累海量高質量商業數據，亦無法結合數據、模型、業務經營與反饋，建構一體化閉環系統，這構成了極高的技術壁壘。
- **全棧技術與產品研發壁壘。**企業級大模型驅動的商業增長平台的研發工作，需兼具數據、運算、模型及應用層的全棧技術能力，包括垂直大模型訓練、多智能體協作、數據治理，以及開發企業級AI操作系統。相關工作需要長期的高比例研發投入

行業概覽

與技術迭代。新進入者難以在短期內建立全面的全棧技術體系，亦無法在短期內實現產品與業務場景的深度適配，這構成了較高的技術壁壘。

- **垂直行業積累與專業知識的壁壘。**企業級大模型驅動的商業增長的核心價值，在於實現可量化的企業增長，這要求供應商對下游行業的商業邏輯、增長規律及核心痛點有深刻理解，進而形成成熟且可複製的行業方法論，並將其整合至AI智能體的核心能力中。業內頭部供應商通常擁有超過十年的垂直行業服務經驗，曾服務數千家頂級品牌企業，從而累積了十餘個行業的成熟增長方法論。新進入者無法快速復刻行業經驗與方法，難以提供真正適配企業需求的產品及解決方案。
- **頭部客戶資源與品牌壁壘。**企業級大模型驅動的商業增長採購，屬於企業中高層決策的核心數字化投入，客戶對供應商的品牌聲譽、服務能力及成功案例有著極高的要求。頭部企業客戶的合作壁壘極高，一旦形成穩定合作，粘性極強，且會持續帶來數據反饋與產品迭代機會。業內頭部供應商擁有極高的頭部客戶留存率，建立起強大的品牌效應與客戶轉移壁壘。新進入者難以突破頭部客戶的准入門檻，也無法在短時間內建立品牌口碑。

行業資料來源

灼識諮詢受託對中國企業級AI市場進行分析並撰寫報告，費用約為人民幣700,000元。委託報告由灼識諮詢編製，不受本公司及其他利益方的影響。灼識諮詢的服務包括行業諮詢、商業盡職審查及戰略諮詢等。灼識諮詢利用各種資源開展一手及二手研究。一手研究包括採訪主要行業專家及行業領先參與者。二手研究包括分析各種公開數據來源(如中國國家統計局)的數據、中國其他政府部門發佈的資料、行業參與者、行業組織發佈的年報以及灼識諮詢的內部數據庫。委託報告中的市場預測基於以下主要假設：(i)在預測期內，中國的整體社會及經濟環境預計將保持穩定；(ii)灼識諮詢報告中確定的主要行業驅動因素很有可能會在預測期內推動中國企業級大模型驅動的商業增長市場的增長；及(iii)不存在可能會對行業產生巨大或根本性影響的極端不可抗力因素或監管制度的重大變動。經作出合理查詢後，董事確認，自灼識諮詢報告日期起，市場資料概無任何重大不利變動，而可能使本節資料有所保留、產生矛盾或受到影響。