

行業概覽

除另有說明外，載於本節的資料包括若干事實、統計數字及數據，取自我們委託編寫的艾瑞諮詢報告及不同官方政府刊物和其他公開刊物。

董事認為，本節所載資料(包括所述有關未來期間的前瞻性資料)的來源乃屬恰當，且我們於摘錄和轉載有關資料時已合理審慎行事。董事並無理由認為有關資料在任何重要方面屬不實或具有誤導性，或遺漏任何事實導致有關資料在任何重要方面屬不實或具有誤導性。董事經合理審慎考慮後確認，彼等並不知悉市場資料自該委託報告日期起發生的任何可能對本節所載資料造成限制、與之衝突或對其質量產生不利影響的不利變動。我們或任何相關人士(艾瑞諮詢除外)並未獨立驗證有關資料，且概不就其準確性、完整性或公正性發表任何聲明。有關資料及統計數據未必與從中國境內或境外其他來源所編撰或可獲得的其他資料及統計數據一致。因此，不應過分依賴有關資料。

資料來源

艾瑞諮詢成立於2002年，是中國在線用戶數據和消費者洞察的獨立提供商。艾瑞諮詢總部位於北京和上海，全球僱員逾400人。在廣州、深圳、成都、杭州、硅谷、紐約和香港設有辦事處。艾瑞諮詢在研究和監控中國互聯網行業的發展方面積累了大量經驗。有賴於此，艾瑞諮詢發佈的行業報告涉及網絡營銷、線上旅遊、電子商務、移動互聯網、大數據和互聯網金融(該等領域客戶逾1,000位)以及廣告、公共關係、零售、電訊、投資、消費品、政府和公共服務等其他領域。

艾瑞諮詢已同意研究中國的用戶運營SaaS及互動式效果廣告行業，並發佈報告(「**艾瑞諮詢報告**」)，費用約為人民幣580,000元。艾瑞諮詢報告中有關市場規模及在線用戶的數據主要通過與行業參與者的面談、市場調查、二手資料來源及其他研究方法獲得，部分數據未經直接核查。由於該等研究方法、樣本以及數據採集的規模和範圍有限，該等數據可能無法準確反映實際市場狀況。

艾瑞諮詢已基於下列假設編製艾瑞諮詢報告：(i)中國社會、經濟及政治環境於預測期間保持穩定，確保中國用戶運營SaaS及移動互動式效果廣告市場的可持續及持續發展；(ii)權威機構所報的數據維持不變；及(iii)市場參與者之間的收入分成安排符合市場標準。艾瑞諮詢認為，編製行業報告所用的假設，包括作出未來預測所用的假設，乃屬公平及合理。艾瑞諮詢獨立分析自其研究獲得的資料，但艾瑞諮詢報告所載的結論頗為依賴所收集資料的準確性。

行業概覽

中國移動互聯網市場

中國互聯網市場尤其是移動互聯網市場於過去五年中快速增長並在近期進入穩定增長階段。根據艾瑞諮詢的數據，中國的移動互聯網用戶數在2013年底至2018年底間的年複合增長率為10.3%，預計2018年底至2023年底間的年複合增長率為5.3%。隨著移動互聯網的發展，日常生活中人們對移動App的依賴越來越大。鑒於移動App獲取新用戶的成本不斷增加，移動App越來越重視以更具有成本效益的方式獲取、留存及變現用戶。

根據艾瑞諮詢的數據，移動互聯網用戶每日平均上網的時間從2013年的3.6小時增至2018年的3.9小時，年複合增長率為2.0%，且預計將於2023年達到4.3小時，以1.9%的年複合增長率增長。隨著用在移動設備的時間增加，移動用戶有更多機會參加不同種類的用戶活動，為用戶運營服務及移動廣告創造一個巨大的市場。

根據艾瑞諮詢的數據，移動App可分為三個類別：頭部App、腰部App及尾部App。頭部App的日活躍用戶數超過9.0百萬人且在其各自類別較為知名。腰部App的日活躍用戶數介乎50,000人至9.0百萬人之間，而尾部App的日活躍用戶數則少於50,000人。

中國用戶運營SaaS市場

概覽

實際上，「SaaS」一詞通常指企業級SaaS，即部署在服務供應商服務器上並通過互聯網向企業提供的服務。SaaS基於功能可分為以下幾類：(i)用戶運營SaaS，(ii)協調及規劃SaaS（包括企業資源規劃、人力資源管理和財務管理SaaS），(iii)協同SaaS（包括辦公自動化和即時通訊SaaS），(iv)工具SaaS（包括雲儲存服務、支付工具和研究工具），及(v)其他。

中國的用戶運營SaaS市場

用戶運營SaaS指一種為幫助線上及線下企業（即主要通過實體店經營線下業務的企業）以更具有成本效益的方式在網上實現用戶獲取、活躍度及留存的SaaS形式。

行業概覽

線上企業的用戶運營 SaaS

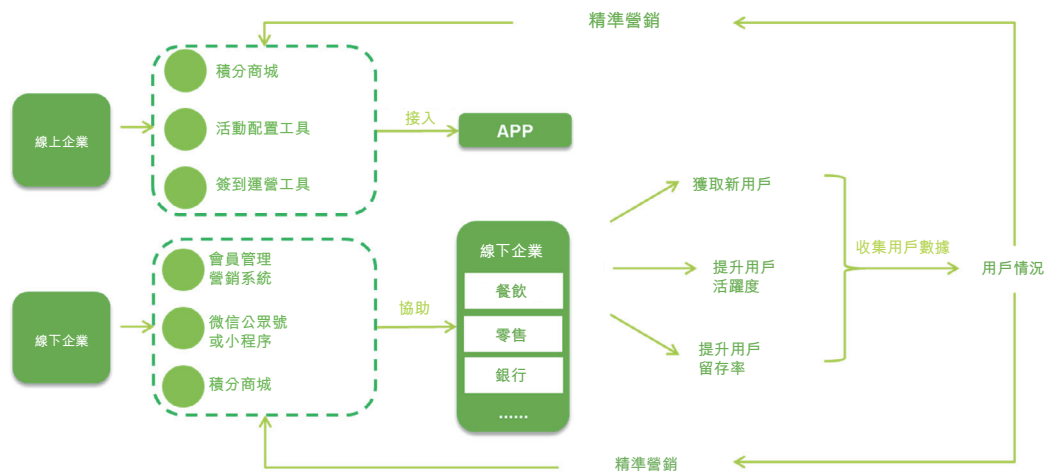
線上企業的用戶運營 SaaS 主要服務 App 開發者，為其提供多種服務，包括積分商城、活動配置工具及簽到運營工具，該等服務單獨或作為整套工具提供，幫助移動 App 增加用戶在 App 上的活躍度及使用時間。根據艾瑞諮詢的數據，用戶運營 SaaS 從 2014 年起開始逐步普及。2014 年，本集團推出第一款綜合用戶運營 SaaS 平台，旨在幫助企業以更具有成本效益的方式獲取並留存線上用戶。

線下企業的用戶運營 SaaS

線下企業的用戶運營 SaaS 主要為企業提供會員管理與營銷系統、微信公眾號或小程序設計服務，以及積分商城運營服務，以方便企業對用戶進行線上管理，並幫助他們實現精準營銷。隨著線上線下互通的快速發展，越來越多線上企業服務更加融入用戶的線下活動，同時更多線下企業已開始將用戶運營集中到線上。

在初期發展階段，多數用戶運營 SaaS 供應商免費提供服務，以吸引更多企業、積累用戶運營經驗，並建立系統化的運營方法，從而提高移動 App 用戶運營服務水準。隨著市場成熟，更多企業願意把用戶運營服務外包給綜合用戶運營 SaaS 平台，該等平台將開始收取服務費。

以下流程圖展示用戶運營 SaaS 的業務模式：

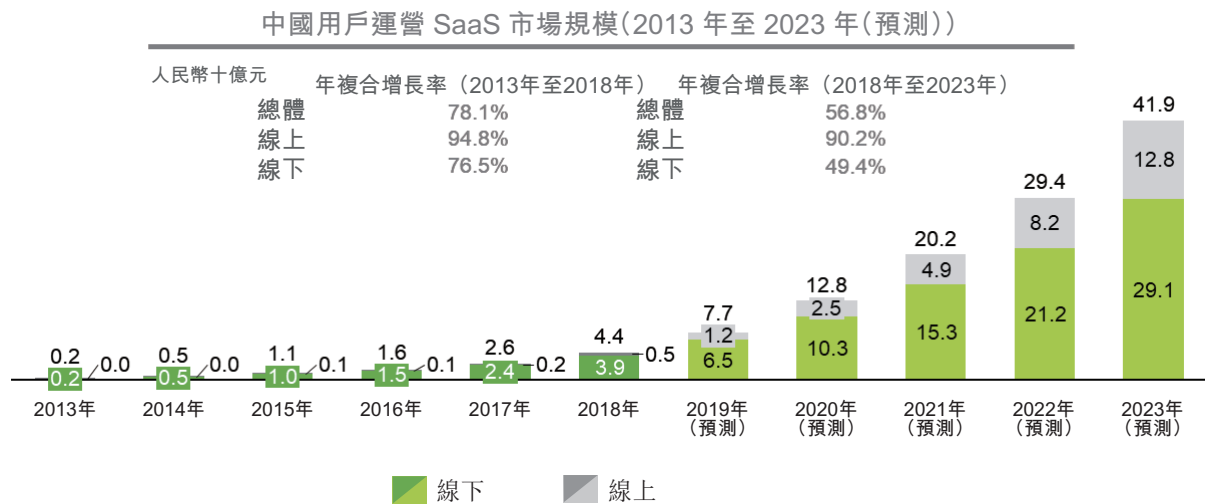


行業概覽

市場規模

根據艾瑞諮詢的數據，中國線上及線下業務用戶運營 SaaS 的市場規模從 2013 年的人民幣 2 億元增至 2018 年的人民幣 44 億元，年複合增長率為 78.1%，並且由不斷增加的滲透率及多項關鍵驅動因素（將於下文討論）所驅動，預計會自 2018 年以年複合增長率 56.8% 快速增至 2023 年的人民幣 419 億元。目前，中國用戶運營 SaaS 行業的現有參與者主要包括向餐飲及零售行業線下企業提供傳統服務的供應商。該等服務本質上附加值較低，如嵌在銷售網點系統、庫存管理及收銀服務上的用戶運營功能，主要用於協助日常的用戶運營。鑒於缺少高附加值的服務，該等供應商通常通過收取固定服務費用產生收入。相反，在用戶獲取成本越來越高的情況下，用戶運營 SaaS 行業的領先參與者能夠提供高附加值的全面服務（如用戶參與及留存服務）以有效提高用戶互動性。提供更全面且定制化解決方案的領先市場參與者正從免費模式轉為收費模式，並擴展至服務線下企業。市場的領先參與者將更能把握日後高速增長的機遇。

下圖載列中國用戶運營 SaaS 市場規模的實際和預測增長情況：



資料來源：艾瑞諮詢報告

尤其是對於線下企業，用戶運營 SaaS 目前還處於低滲透率的早期發展階段，因為許多企業內部執行一些用戶運營功能或未意識到用戶運營的重要性。在用戶獲取成本提高及行業競爭加劇的驅動下，企業將很快意識到客戶留存的重要性，因此對全面且具有成本效益的解決方案提供商的需求將增加。第三方用戶運營 SaaS 服務可降低建設運營平台的成本、簡化開發過程及減少對定期維護的需要，從而減輕人力資源及財務職能的壓力，因此企業能夠專

行業概覽

注於將資金投資於核心業務的有效運營中。此外，越來越多採用新的零售概念令線下企業將業務擴展至線上渠道，亦令客戶尋求用戶體驗，用戶運營 SaaS 服務供應商有助方便管理客戶資料及分析目標市場用戶個人需求的數據，同時滿足線下企業及其客戶的需求。最近，許多不同行業的領先參與者(如海底撈、海爾、特斯拉、東方航空及中國銀行)已採納用戶運營 SaaS 來協助管理其在中國市場的客戶。預計此趨勢將拓展到其他業務，因此，「線下」企業用戶運營 SaaS 的市場規模預計將於 2023 年達到人民幣 291 億元。

根據艾瑞諮詢的數據，用戶運營 SaaS 市場有極大的潛在市場，其市場定義包括所有將使用用戶運營 SaaS 服務的線上及線下企業，規模按該等企業的估計開支計量。線上企業用戶運營 SaaS 的滲透率(按市場規模除以潛在市場規模計算)由 2013 年的 0.1% 增至 2018 年的 1.1%，並預計將增至 2023 年的 18.7%；而線下企業用戶運營 SaaS 的滲透率由 2013 年的 0.3% 增至 2018 年的 3.4%，並預計將進一步增至 2023 年的 19.3%。

鑒於移動 App 對用戶的活躍度和留存率有越來越高的需求，隨著線上及線下細分市場滲透率的不斷增加，用戶運營 SaaS 市場預計將有顯著增長。

中國用戶運營 SaaS 市場的關鍵驅動因素

根據艾瑞諮詢的數據，中國用戶運營 SaaS 市場具有以下關鍵驅動因素：

- *用戶獲取、活躍度及留存的重要性*：鑒於獲取新用戶的成本越來越高，用戶獲取、活躍度及留存已成為移動 App 開發者及線下企業爭奪市場份額的關鍵。
- *大數據和人工智能的發展*：大數據和人工智能技術的發展使企業能夠利用每個用戶的行為特徵，通過用戶運營 SaaS 提供定制化的內容。
- *小微企業的快速發展*：在 2017 年前三個季度在國家工商總局註冊的 4.51 百萬家新公司中，小微企業佔 82.5%。小微企業的快速發展為用戶運營 SaaS 行業奠定了堅實的基礎，帶來廣闊的市場空間。

行業概覽

進入壁壘

根據艾瑞諮詢的數據，中國用戶運營 SaaS 市場存在以下進入壁壘：

- **了解用戶情況：**新入行者因缺乏大數據，較難深入了解用戶的偏好與行為。因此，彼等不大可能幫助企業制定合適的用戶運營解決方案。
- **具創新力與經驗豐富的團隊：**隨著客戶對用戶運營 SaaS 需求的不斷演變，擁有具創新力與經驗豐富的團隊的用戶運營 SaaS 供應商可快速有效地應對相關需求。
- **品牌認可度：**早期進入者將受益於先發優勢，能夠抓住市場份額及基於良好的往績記錄建立品牌忠誠度。

中國用戶運營 SaaS 市場的競爭格局

根據艾瑞諮詢的數據，於 2018 年，本集團在中國運營的用戶運營 SaaS 平台相對於我們若干主要競爭對手提供更全面的服務。

下表載列截至 2018 年 12 月 31 日線上企業中國用戶運營 SaaS 市場前五大參與者的資料（按註冊的移動 App 數目計）：

公司	成立年/月	日活躍用戶 數逾 1 百萬人的 註冊移動 App 數目 ⁽¹⁾	日活躍用戶 數逾 9 百萬人的 註冊移動 App 數目 ⁽¹⁾	註冊移動 App 的 月活躍用戶 總數 (以百萬計) ⁽¹⁾	服務產品		
					積分商城	活動配置 工具	簽到 運營工具
本集團.....	2014年5月	147	58	>15,000	√	√	√
公司A.....	2014年12月	3	0	>260	x	√	√
公司B.....	2015年4月	2	0	>11	√	x	x
公司C.....	2015年6月	1	0	>11	√	x	x
公司D.....	2016年1月	1	0	<11	√	x	x

資料來源：艾瑞諮詢報告

附註：

(1) 上表所列日活躍用戶數及月活躍用戶數指 2018 年 12 月當月的數據。

根據艾瑞諮詢的數據，公司 A 提供免費基礎用戶運營 SaaS 解決方案並就其先進服務收費，而公司 B、C 及 D 就其所有用戶運營 SaaS 收費。公司 A 至 D 均無從事提供互動式效果廣告解決方案。

行業概覽

中國用戶運營 SaaS 的市場趨勢

根據艾瑞諮詢的數據，中國用戶運營 SaaS 市場具有以下發展趨勢：

- **外包趨勢增加**：由於線上和線下企業均面臨激烈的競爭，故彼等不得不注重提升核心業務的運營效率，因此更有可能外包彼等的用戶運營職能。
- **加大利用更先進的大數據分析和人工智能技術**：為更好地了解用戶情況以提供更加定制化的營銷活動，用戶運營 SaaS 供應商趨向採用並提升大數據分析和人工智能技術來優化服務效果。
- **擴展到服務線下企業**：用戶運營 SaaS 更加關注消費者行業的線下企業，因為這些行業的企業對其系統化的線上用戶運營有巨大需求。

中國移動互動式效果廣告市場

移動互動式效果廣告市場是移動廣告市場的一個細分市場。預計中國移動廣告市場整體上將受益於移動互聯網市場的快速增長。根據艾瑞諮詢的數據，中國移動廣告市場的市場規模於 2018 年達人民幣 3,663 億元，較上年增長 43.6%，且移動廣告市場的增幅預計將繼續超過線上廣告市場的增幅。根據艾瑞諮詢的數據，中國移動廣告市場的主要參與者包括第三方移動廣告平台（如多盟、匯量科技及有米）及主要媒體移動廣告平台（如騰訊社交廣告及今日頭條）。

中國移動互動式效果廣告市場概覽

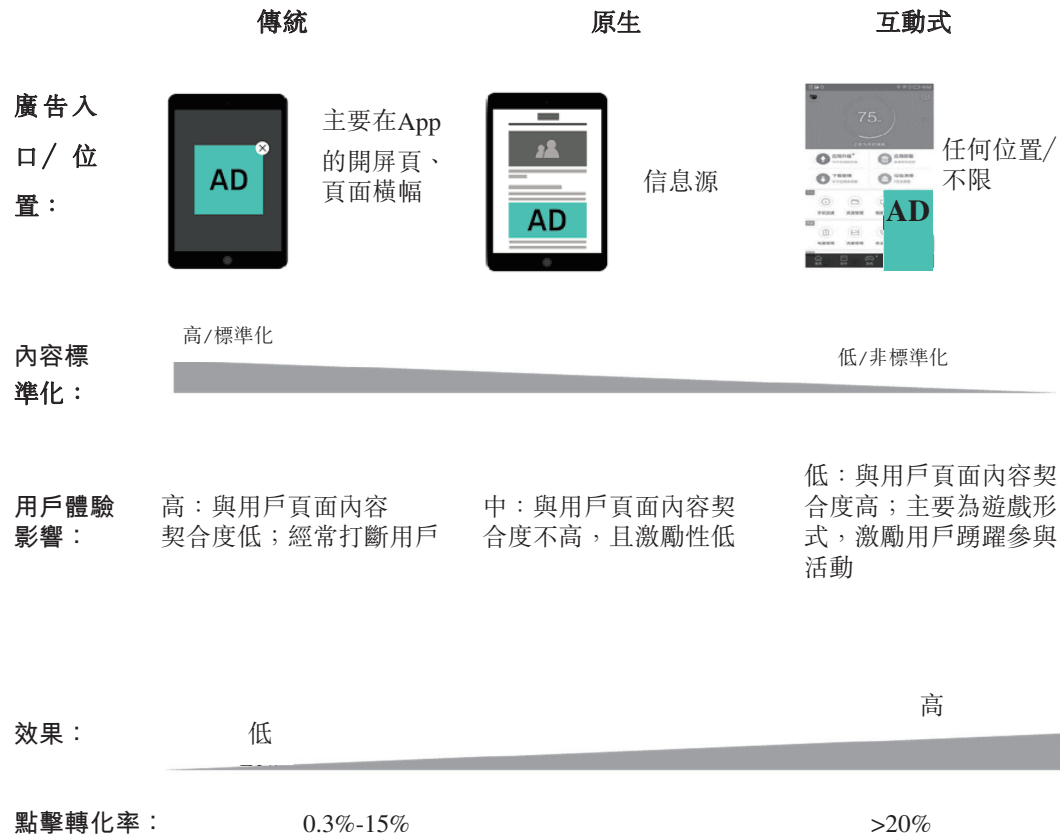
由於智能手機的普及，移動 App（尤其是社交媒體 App）的數量顯著增加，使移動用戶流量大幅增加，從而推動一種比較新穎的廣告形式出現，稱為原生廣告。自其誕生以來，因能夠更好地與廣告呈現所在的媒體平台的形式與內容相匹配，原生廣告迅速發展成為移動廣告的一種主流形式。

根據艾瑞諮詢的數據，互動式效果廣告是原生廣告的一種具獎勵性和互動式的內容，能更好地與出版商的移動 App 場景匹配，並且可在不影響用戶體驗的情況下更好地提取現有用戶流量價值，提供額外變現機會。互動式效果廣告解決方案可幫助廣告主實現更精準的廣告投放，跟蹤其營銷活動的結果，以及創造通過各種互動式內容的分發渠道而面向潛在用戶的內容。

行業概覽

作為移動廣告市場一個新的細分市場，互動式效果廣告通過活動及優惠券方式鼓勵用戶參與，使其成為一種標準化、可編程、具有較高廣告效果的服務。自2015年以來，本集團在中國開創了這種新廣告形式，並在廣告主和移動App中受到歡迎。根據艾瑞諮詢的數據，自2018年至2020年，互動式效果廣告有望在移動App的新聞、社交、視頻及電子商務領域得到普及，預期會帶來下一階段的大幅增長。

下列圖表對互動式效果廣告與其他形式的網絡廣告作出比較：



資料來源：艾瑞諮詢報告

根據艾瑞諮詢的數據，互動式效果廣告具有以下優勢：

- **用戶參與度高**：作為一種以受眾為核心的廣告形式，互動式效果廣告主要以遊戲或競賽的形式出現，提供趣味元素，強烈激勵用戶參與。

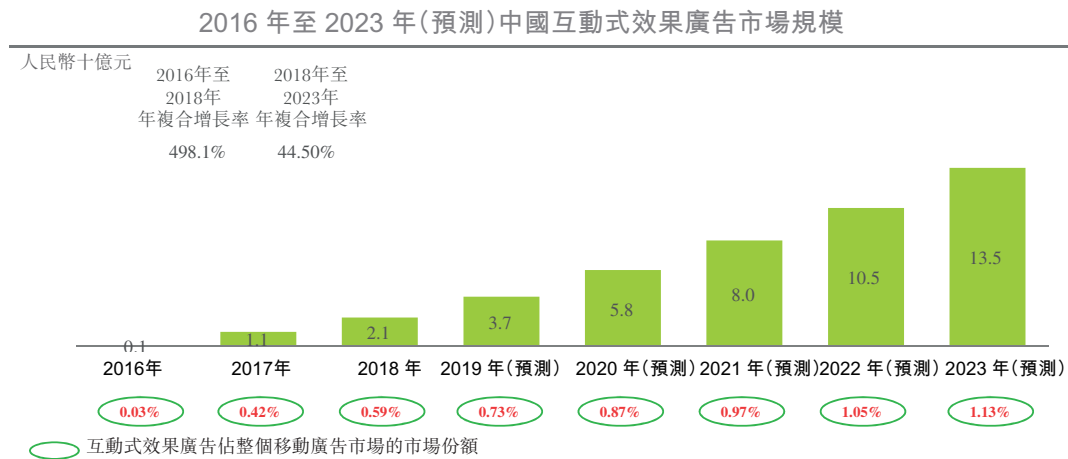
行業概覽

- **廣告效果和轉化率高：**互動式效果廣告的創新內容相對傳統或原生廣告而言更加個性化和有針對性，用戶更有可能與廣告互動，提高點擊轉化率。
- **變現能力強：**互動式效果廣告形式並不與現有的廣告形式產生競爭，反而在現有的用戶流量基礎上產生高轉化率，並提供更多變現機會。

市場規模

根據艾瑞諮詢的數據，中國移動廣告市場的發展主要得益於移動互聯網技術的進步、移動內容的優化和移動流量的增加。中國移動廣告市場的規模從2013年的人民幣134億元增至2018年的人民幣3,663億元(按收入計)，預計2023年將達到人民幣11,996億元。

中國移動互動式效果廣告市場規模的增長預計將普遍超過移動廣告市場，預計將從2018年的人民幣21億元增至2023年的人民幣135億元，主要是由不斷增長的滲透率及若干關鍵驅動因素(我們將在下文討論)所推動。下表載列中國移動互動式效果廣告市場規模的實際增長和預期增長(就收入而言)：



資料來源：艾瑞諮詢報告

行業概覽

中國移動互動式效果廣告市場的關鍵驅動因素

根據艾瑞諮詢的數據，中國移動互動式效果廣告市場有以下關鍵驅動因素：

- *為各利益相關者創造價值的新型廣告形式*：對於線上媒體主，互動式效果廣告通過提高非正式廣告空間的利用率豐富其廣告庫存，為現有流量增加變現。對於廣告主，互動式效果廣告有較高的轉化率，並有助於將其廣告預算價值最大化。
- *用戶體驗的重要性*：線上媒體渠道(如移動App)須在流量變現需求及盡量減少對用戶體驗的干擾之間取得平衡。與傳統的廣告形式(如廣告橫幅及彈出式廣告(可能會經常打斷用戶瀏覽移動App，令用戶立即關閉廣告))相比，互動式效果廣告很靈活，並且可以通過懸掛圖標、外接功能或活動入口(不影響整體瀏覽)定位在移動App的任何位置，從而有效將散戶流量變現。此外，移動互動式效果廣告不強制用戶參與，但完全取決於用戶的參與意願。既定廣告以獎勵的形式呈現或在有趣的活動中以代金券或優惠券的形式出現，用戶會更有動力參與，進而因可能收到獎勵而獲得額外娛樂價值及滿足感。因此，對用戶體驗的追求及其重要性促進了互動式效果廣告(該等廣告聚焦於用戶體驗，被視為實現用戶流量變現及用戶體驗之間平衡的有效方式)市場的增長。
- *用戶獲取的重要性*：隨著移動互聯網用戶增長放緩，運營用戶獲取成本對公司而言變得尤為重要，互動式效果廣告為媒體提供獲取及分析大量綜合用戶標籤及準確用戶情況的機會。因此，與傳統廣告形式相比，可以根據用戶興趣顯示更適合的廣告(以代金券或優惠券形式植入)，提高從網頁瀏覽到計費點擊的轉換率並最終令用戶更有機會成為終端廣告主的客戶。因此，對用戶獲取的追求及其重要性促進了互動式效果廣告市場的增長，有效地使移動App獲得用戶(提供優惠券或代金券)。

行業概覽

進入壁壘

根據艾瑞諮詢的數據，中國移動互動式效果廣告市場存在以下進入壁壘：

- **規模效應**：連接線上媒體主和廣告主的領先互動式效果廣告平台可以積累大量用戶和設備數據，以優化廣告效果。
- **媒體資源**：互動式效果廣告服務供應商要花費大量時間建立良好往績記錄，從而獲得媒體供應商的信任。
- **為不同行業的客戶提供服務的經驗**：為不同行業客戶提供互動式效果廣告服務的豐富經驗可提高廣告效果，並且提供更多定制化解決方案滿足特定行業需求。
- **技術壁壘**：有效的互動式效果廣告倚賴可靠和可擴展的技術基礎設施進行實時精準營銷，這種實力並不能被新進入者在短時間內複製。

中國移動互動式效果廣告市場的競爭格局

根據艾瑞諮詢的數據，在2018年，按收入計，本集團在中國移動互動式效果廣告市場中佔51.7%的份額，在行業排名第一。

下表載列根據艾瑞諮詢的數據，2018年中國移動互動式效果廣告市場參與者的排名(按收入計)：

公司	成立年／月	市場份額	日活躍用戶數 ⁽¹⁾
本集團.....	2015年10月	51.7%	> 20百萬人
公司E.....	2017年4月	15.8%	> 5百萬人
公司F.....	2016年9月	9.8%	> 3百萬人
公司G.....	2017年6月	8.4%	> 2百萬人
公司H.....	2017年11月	6.5%	> 1百萬人

附註：

- (1) 日活躍用戶數是指互動式效果廣告平台HTML5互動式效果廣告頁面貢獻的日均活躍用戶數，而非內容分發渠道的日均活躍用戶數。日活躍用戶數指2018年12月的日活躍用戶數。

根據艾瑞諮詢的數據，CPC是中國大多數互動式效果廣告平台(包括由公司E至H運營的平台)採用的一種常見廣告費用模式。公司E至H均無運營用戶運營SaaS平台。

行業概覽

中國移動互動式效果廣告的市場趨勢

根據艾瑞諮詢的數據，中國移動互動式效果廣告市場呈現以下發展趨勢：

*更受歡迎的本地化線上廣告：*受中小企業數量增加所推動，對高轉化率的本地化線上廣告的需求出現增長。對本地消費者行為和偏好的深入了解是確保線上廣告觸及目標受眾的關鍵。根據艾瑞諮詢的數據，中國本地線上廣告市場的規模從2015年的人民幣34億元增至2018年的人民幣263億元，且預期於2023年達到人民幣1,222億元，年複合增長率為36.0%。

*特定行業廣告解決方案的更高要求：*來自不同行業的廣告主有不同的需求，更具定制性的互動式效果廣告將有助於提升轉換率，令廣告主的支出回報率更高。

*與多元化場景的高度結合：*互動式效果廣告將不斷發展以納入與互動式效果廣告所投放移動App中多種場景完全整合的更多形式，盡量減少用戶體驗的中斷，從而為出版商帶來更高的轉化率及增加變現機會。

*全球移動互動式效果廣告市場的擴展：*根據艾瑞諮詢的數據，互動式效果廣告提供了高變現率及轉化率，因此，全球對互動式效果廣告的需求預計將從2018年的人民幣23億元增至2023年的人民幣171億元，年複合增長率達49.5%。