

行業概覽

本節及本文件其他章節所載若干資料及統計數據乃源自多個政府及其他公開可用來源，以及艾瑞諮詢編製的市場研究報告。我們委任艾瑞諮詢為獨立行業顧問，並委託艾瑞諮詢編製市場研究報告（「艾瑞諮詢報告」）。摘錄自艾瑞諮詢報告的資料不應被視為投資於[編纂]的依據或艾瑞諮詢對任何證券價值或向本公司投資是否屬明智發表之意見。我們認為有關資料的來源乃屬適當，且於摘錄及轉載有關資料時已採取合理審慎措施。我們並無理由認為有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性，或有任何事實遭遺漏致使該等資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性。本公司或參與[編纂]的任何其他人士（不包括艾瑞諮詢）或彼等各自的董事、高級職員或代表並無獨立核實有關資料，亦無就有關資料的準確性或完整性發表任何聲明。

因此，閣下不應過度依賴該等資料。有關我們行業風險的討論，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險」。

資料來源

艾瑞諮詢於2002年成立，為中國線上用戶數據及消費者情報的獨立提供商。艾瑞諮詢的總部位於北京及上海，有一支管理團隊，在全球擁有逾400名僱員，在研究及監測中國互聯網行業發展方面積累了廣泛經驗。

我們已同意就艾瑞諮詢報告支付佣金費用人民幣580,000元。艾瑞諮詢報告中所載的關於市場規模及線上用戶的數據主要是通過與行業人士相關訪談、市場問卷調查、二手資料來源及其他研究方法取得。由於有關研究方法、取樣及數據採集規模和範圍的局限，有關數據可能無法精確反映實際市況。

艾瑞諮詢於編製艾瑞諮詢報告時，已假設(i)自2015至2025年期間全球及中國的社會、經濟和政治環境將保持穩定，這將確保線上營銷行業持續穩定的發展；(ii)引用自權威機構的數據保持不變；及(iii)市場參與者的收益分成安排遵循市場標準。艾瑞諮詢認為，編製艾瑞諮詢報告所使用的基本假設，包括那些用於未來預測的假設均為正確合理且不具誤導性。艾瑞諮詢已經獨立分析其透過其研究所得的有關資訊，但艾瑞諮詢報告中所載發現很大程度上依賴於所收集資訊的準確性。

行業概覽

艾瑞諮詢亦已於作出有關市場規模預測的假設時全面考慮COVID-19對線上營銷市場的綜合影響，其中包括以下方面：

- (i) 由於地方機關實施限制令，行業內專注於線下消費(例如旅遊、娛樂及餐飲)的廣告主客戶已減少彼等在營銷解決方案方面的支出；同時，從事線上遊戲及線上教育等行業的廣告主客戶已增加彼等在營銷解決方案方面的支出，乃由於彼等的業務快速擴充；及
- (ii) 由於COVID-19帶來的營運壓力及市場不確定因素，部分廣告主客戶傾向採取保守的策略及降低彼等的營銷預算；同時，於互聯網用戶於線上花更多時間，部分廣告主客戶已將彼等的營銷預算由線下營銷渠道轉移至線上營銷渠道，以獲得營銷機會。

艾瑞諮詢認為，COVID-19的近期爆發對中國的線上營銷市場(尤其是線上短視頻營銷市場)並無構成任何重大不利影響。此主要由於：(i)因普通百姓於COVID-19爆發期間的戶外活動十分有限，故線上教育及電商活動等線上行業快速增長，繼而刺激廣告主客戶對線上短視頻營銷的需求；(ii)儘管面對COVID-19，眾多線下行業(例如金融服務行業)的市場需求維持不變。與此同時，廣告主客戶將彼等的營銷預算由線下重新分配至線上行業，以應對因COVID-19而面對的限制政策，並進一步加速線上短視頻營銷市場的發展；及(iii)線上短視頻營銷服務提供商於每年第一季錄得較低收益、溢利或其他主要財務數據頗為常見，乃由於其對線上短視頻營銷市場而言並非旺季。根據艾瑞諮詢的資料，雖然部分廣告主客戶於COVID-19期間減少或延遲營銷預算，但整體線上短視頻營銷平台並未因COVID-19爆發而受到重大不利影響。相反而言，中國的線上短視頻營銷市場預期由2020年的人民幣1,846億元增加至2021年的人民幣2,723億元。

除另有說明者外，本節所載所有數據及預測均源自艾瑞諮詢報告。經作出合理查詢後，董事確認，自艾瑞諮詢報告發出之日起，市場資訊並未產生不利變動，亦無對本節資訊產生重大限制、抵觸或影響。

中國互聯網市場

中國互聯網市場(尤其是移動互聯網市場)於近年不斷發展。雖然增長速度相較過往年度相對為低，但互聯網的整體滲透率穩定上升且預期於未來將進一步上升。根據中國互聯網絡信息中心(「國家互聯網絡信息中心」)及艾瑞諮詢的資

行業概覽

料，中國互聯網用戶由2015年的688百萬人增至2020年的989百萬人，複合年增長率為7.53%，並預期將由2021年的1,039百萬人進一步增至2025年的1,164百萬人，複合年增長率為2.88%。中國移動互聯網用戶由2015年的620百萬人增至2020年的986百萬人，複合年增長率為9.72%，而根據同一來源，該數字預期將由2021年的1,036百萬人增至2025年的1,162百萬人，複合年增長率為2.91%。根據中國互聯網絡信息中心及艾瑞諮詢的資料，於2020年，中國互聯網用戶人數達989百萬人，滲透率為70.4%，而移動互聯網用戶的人數則約為986百萬人，滲透率為70.2%。由於大眾對智能手機及其他智能硬件的依賴程度日增，預期移動互聯網市場的滲透率將進一步增長及為線上營銷行業的快速增長提供良好環境。尤其是，根據中國互聯網絡信息中心及艾瑞諮詢的資料，互聯網用戶每日平均上網時間由2015年的3.7小時增至2019年的4.0小時，並預期於2020年至2025年將繼續增長，但增速將會放緩。中國大量互聯網用戶及愈來愈多上網時間為線上營銷創造了龐大市場。

隨著移動互聯網網絡基礎設施建設的快速發展，根據工業和信息化部（「國家工信部」）及艾瑞諮詢的資料，中國平均移動互聯網用戶流量成本由2015年的每GB人民幣86.0元銳減至2020年的每GB人民幣4.0元，複合年增長率為負45.9%，並預期將由2020年的每GB人民幣4.0元進一步減至2025年的每GB人民幣2.3元，複合年增長率為負10.5%。因此，根據中國互聯網絡信息中心及艾瑞諮詢的資料，中國移動互聯網流量消耗量由2015年的42億GB急增至2020年的1,656億GB，複合年增長率為108.5%，並預期將由2020年的1,656億GB進一步增至2025年的13,119億GB，複合年增長率為51.3%。

中國線上營銷市場

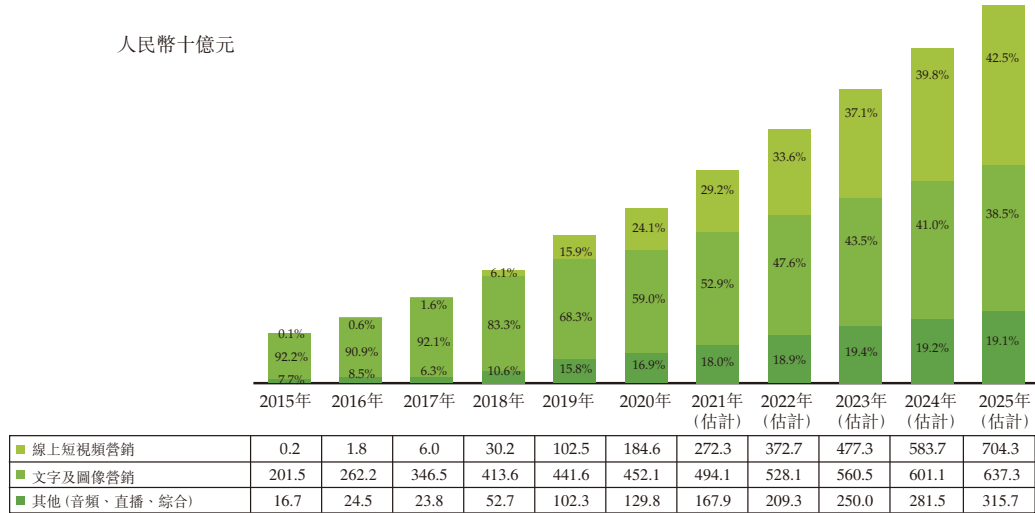
中國的線上營銷主要包括短視頻營銷、文字及圖片營銷等。在2B產業互聯網發展脈絡逐漸清晰及營銷工具化發展趨勢的影響下，廣告主客戶正日益將其重心由傳統營銷方式轉向線上營銷運營及內容。因此，根據艾瑞諮詢的資料，儘管增長速度會較過往年度放緩，線上營銷市場的市場規模預期仍將於2022年超過人民幣1萬億元。

根據艾瑞諮詢的資料，按總營銷賬單計算，中國線上營銷由2015年的人民幣2,185億元迅速增至2020年的人民幣7,666億元，並預期將由2020年的人民幣7,666億元進一步增至2025年的人民幣16,573億元，複合年增長率為16.7%。於各種形式的線上營銷解決方案中，文字及圖像已成為一款可廣泛在多類別線上媒體平台展示的重要內容形式。於2015年至2020年，來自文字及圖像的總營銷賬單一直佔線上營銷市場的市場份額的最大部分。根據艾瑞諮詢的資料，按來自線上營銷市場的總營銷賬單的百分比計算，到2024年，預期內容及圖像營銷市場將進一步穩定增長且繼續佔中國線上營銷行業的最大部分。

行業概覽

受線上短視頻平台的快速增長及線上短視頻內容的日益普及所帶動，中國的線上短視頻營銷市場近年來經歷快速增長。按佔線上營銷市場的市場規模的百分比計算，線上短視頻營銷的市場份額已由2015年的0.1%大幅增至2020年的24.1%。由於線上短視頻內容帶來的精彩紛呈、深入詳盡和沉浸投入的觀看體驗，預期線上短視頻營銷市場於2020年至2025年將會快速增長。根據艾瑞諮詢的資料，預期線上短視頻營銷市場的市場份額將由2020年的24.1%增至2025年的42.5%。

2015年至2025年（估計）中國線上營銷市場規模的結構



資料來源： 艾瑞諮詢。

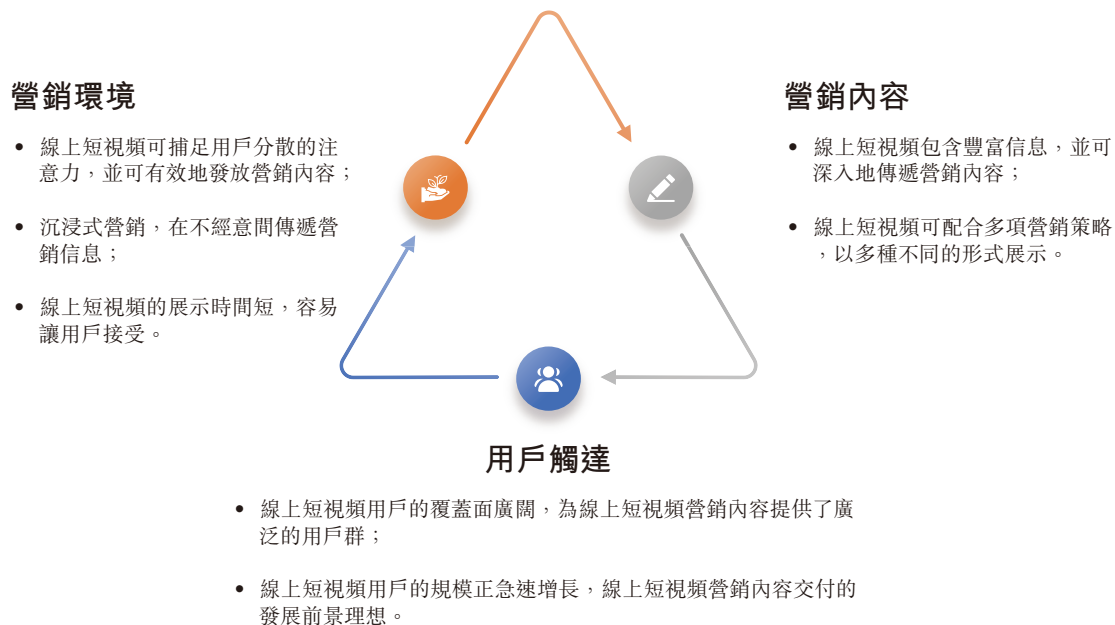
行業概覽

中國線上短視頻營銷行業

概覽

與傳統形式的營銷解決方案相比，線上短視頻營銷在營銷環境、營銷內容及用戶觸達方面均享有優勢。首先，線上短視頻可吸引用戶注意力，創造沉浸式的營銷環境，使營銷內容能更深入及有效地傳遞給用戶。此外，線上短視頻一般包含豐富的內容，並可利用多元化及具吸引力的方式傳遞深入的營銷信息，例故事型、日常生活型和明星推薦型等，因而能有效地降低用戶對營銷內容的抗拒性。最後，線上短視頻營銷內容主要在中國快速增長的線上短視頻平台上投放。根據艾瑞諮詢的資料，中國線上短視頻平台日均獨立設備數目由2016年的43百萬台急升至2020年的607百萬台，為線上短視頻營銷解決方案提供了龐大及快速增長的用戶基礎。

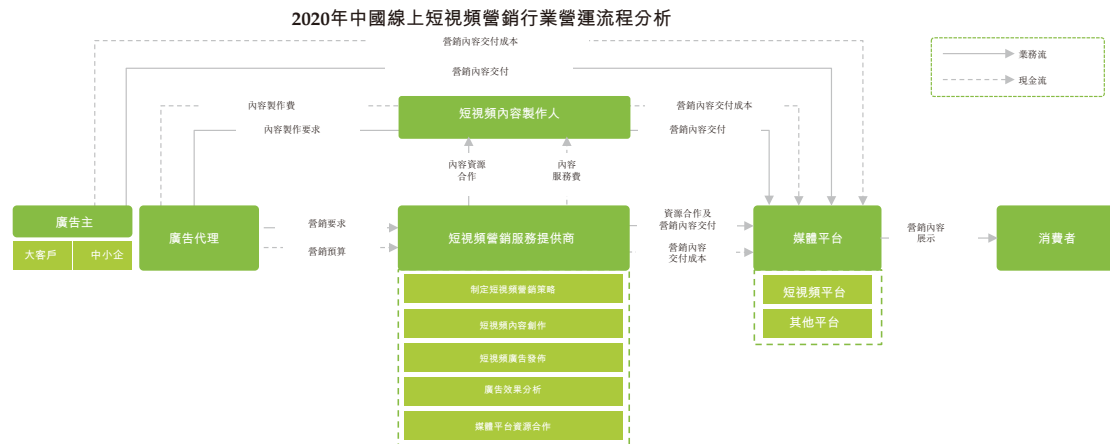
下表載列線上短視頻營銷解決方案的發展優勢：



行業概覽

產業鏈的營運流程及主要參與者

下表顯示線上短視頻營銷產業鏈的營運流程及主要參與者：



大客戶廣告主及中小型廣告主

一般而言，線上媒體平台通常將廣告主分為兩大類，即大客戶廣告主及中小型企業，以便更好地服務於該兩類廣告主客戶，滿足彼等對不同營銷解決方案及服務的多樣化需求。一般而言，大客戶廣告主指具有更高整體營銷預算的廣告主。與中小型廣告主相比，大客戶廣告主通常具有更豐富的營銷需求，並在服務範圍、媒體資源及服務能力方面對營銷服務提供商具有更高要求。此外，大客戶廣告主主要具有穩定的及更長期的營銷需求，令彼等可委聘更多營銷解決方案提供商及與彼等進行合作。針對不同類別廣告主的不同需求，線上媒體平台通常會向線上營銷解決方案提供商授予差異化的許可或資質，使具有一定能力或經驗的線上營銷解決方案提供商能夠專注於有相應需求的客戶。線上營銷解決方案提供商將根據其業務需要來決定將服務的廣告主客戶類型並相應地申請相關許可。

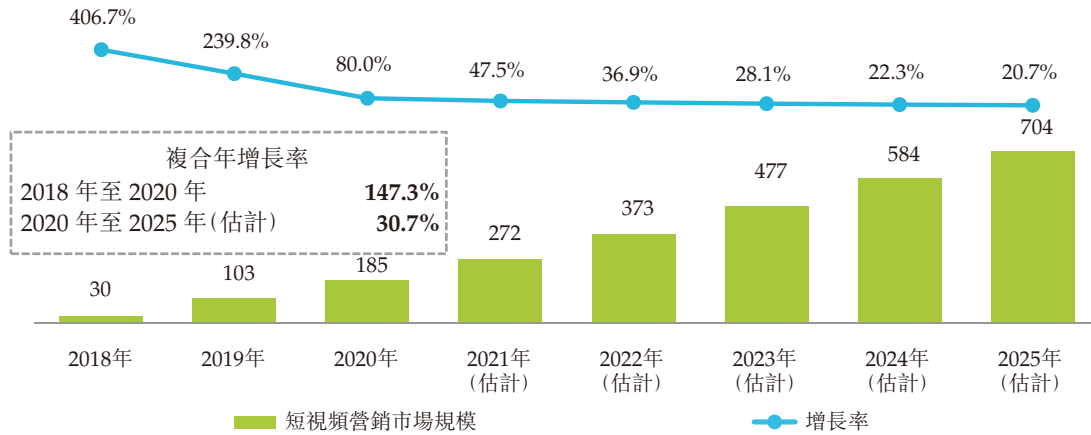
市場規模

根據艾瑞諮詢的資料，按線上短視頻總賬單計，中國線上短視頻營銷市場的市場規模由2018年的人民幣302億元大幅增至2020年約人民幣1,846億元，複合年增長率為147.3%。由於線上短視頻平台的快速發展、線上短視頻營銷解決方案越來越流行以及互聯網移動設備的普及與信息技術基礎設施的升級，線上短視頻營銷市場預期將由2020年的人民幣1,846億元進一步增長至2025年的人民幣7,043億元，複合年增長率為30.7%。

行業概覽

2018年至2025年（估計）中國線上短視頻營銷市場規模

人民幣十億元

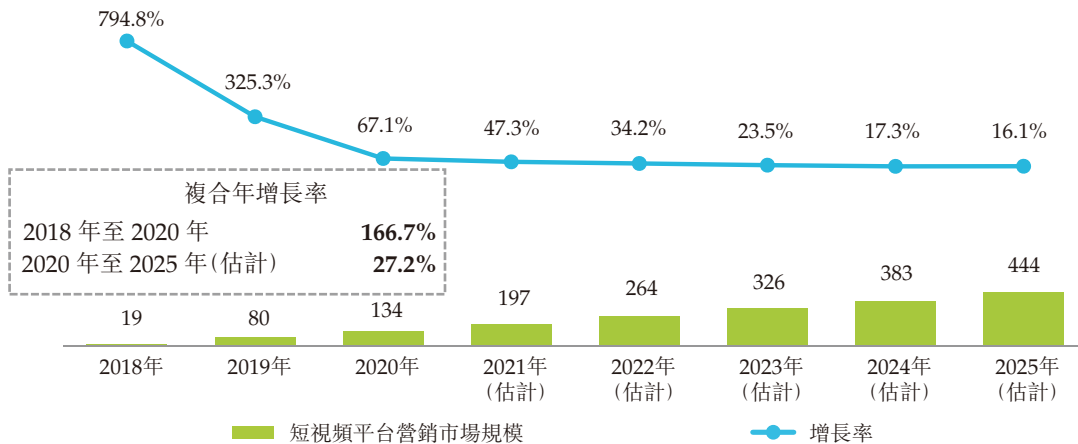


資料來源： 艾瑞諮詢。

線上短視頻平台的急速增長大幅促進了線上短視頻營銷業務的快速發展。尤其是，線上短視頻平台的用戶人數及彼等用於有關平台的時間不斷上升，為在線上營銷平台上線上營銷活動的擴張打下鞏固的基礎，並將吸引更多廣告主客戶將廣告預算投放在其之上。根據艾瑞諮詢的資料，中國線上短視頻平台營銷市場按營銷總賬單計的規模由2018年的人民幣188億元迅速增長至2020年約人民幣1,336億元，估計複合年增長率為166.7%。與此同時，隨著用戶基礎擴大、線上短視頻平台的商業化進程，加上線上短視頻持續釋放及發現營銷資源，線上短視頻平台營銷市場預期將由2020年的人民幣1,336億元進一步增長至2025年的人民幣4,442億元，複合年增長率為27.2%。

2018年至2025年（估計）中國線上短視頻平台營銷市場規模

人民幣十億元



資料來源： 艾瑞諮詢。

行業概覽

下表闡述於2020年分別按線上短視頻廣告及於線上短視頻平台投放的廣告產生的總賬單計算的中國五大營銷服務提供商：

於2020年按線上短視頻廣告所產生的總賬單計算的五大營銷服務提供商*

排名	公司	總賬單 (人民幣十億元)	市場份額 (%)	背景
1	公司A	13.9	7.5%	一間私人綜合線上媒體及通訊集團，主要從事線上廣告、大眾媒體以及營銷及策劃，於2014年成立。
2	本公司	5.5	3.0%	見「業務」
3	公司B	4.2	2.3%	一間線上針對性營銷解決方案提供商，提供一站式營銷解決方案，包括策略諮詢、媒體購買、創意策劃及效果優化，於2009年成立。該公司為於上海證券交易所上市的公眾公司的全資附屬公司。
4	公司C	4.1	2.2%	一間以移動商業營銷為核心業務的代理公司。於2016年成立，為業內引領移動終端製造商商業化的先鋒。
5	公司D	3.8	2.1%	於2016年成立，為一間一站式綜合營銷服務提供商。該公司為客戶提供全網綜合營銷、品牌推廣解決方案及專業運營優化服務。

資料來源： 艾瑞諮詢。

於2020年按線上短視頻平台上投放的廣告所產生的總賬單計算的五大營銷服務提供商*

排名	公司	總賬單 (人民幣十億元)	市場份額 (%)	背景
1	公司A	6.7	5.0%	一間私人綜合線上媒體及通訊集團，主要從事線上廣告、大眾媒體以及營銷及策劃，於2014年成立。
2	本公司	5.2	3.9%	見「業務」
3	公司E	3.9	2.9%	一間在大數據和社交網絡時代為企業智慧經營賦能的營銷科技公司，業務涉及營銷服務（數碼營銷、公共關係、活動統籌等）、數字廣告（移動廣告、智能電視廣告、數碼廣告），服務內容涵蓋營銷傳播整個產業鏈，以及基於數據科技的智慧經營，服務地域基本上覆蓋全球主要市場。
4	公司C	3.5	2.6%	一間以移動商業營銷為核心業務的代理公司。於2016年成立，為業內引領移動終端製造商商業化的先鋒。
5	公司B	3.4	2.5%	一間線上針對性營銷解決方案提供商，提供一站式營銷解決方案，包括策略諮詢、媒體購買、創意策劃及效果優化，於2009年成立。該公司為於上海證券交易所上市的公眾公司的全資附屬公司。

資料來源： 艾瑞諮詢。

*附註： 計算總賬單時已計入相應的增值稅。

行業概覽

中國線上短視頻營銷市場的主要驅動因素

預期中國線上短視頻營銷市場將繼續增長，而有關預期乃基於下列若干主要驅動因素：

- **線上短視頻營銷的價值得到認可。**憑藉高信息密度及靈活性的特質，線上短視頻內容可在信息爆炸及時間碎片化的時代中，為廣告主客戶提供一種新興及快速的營銷內容呈現方式。其亦為最終消費者提供沉浸式的觀看體驗，讓彼等能迅速及有效地了解產品信息，進一步刺激彼等的購物意欲。
- **線上短視頻平台商業化。**為短視頻營銷內容的重要投放平台，線上短視頻平台的增長已進入穩定發展期，並有動力將產品及服務商業化。線上短視頻平台通過向廣告主提供廣告素材將用戶流量變成利潤，為線上短視頻營銷解決方案提供商帶來巨大商機。
- **先進科技的應用提升傳遞效益。**應用先進科技亦將推動線上短視頻營銷市場進一步增長。例如，5G網絡及AI技術的廣泛應用可讓線上短視頻營銷內容提供更沉浸式的場景化互動觀看體驗，吸引廣告主客戶更精準地向最終消費者傳遞營銷內容，最終刺激最終消費者的購物意欲。

中國線上短視頻平台營銷市場的主要驅動因素

預期中國線上短視頻平台營銷市場將繼續增長，而有關預期乃基於下列若干主要驅動因素：

- **用戶人數。**於2020年，中國線上短視頻APP的DAU(按獨立設備數目計算)達607百萬。線上短視頻平台一般擁有龐大的用戶基礎，於線上短視頻平台舉行的營銷活動亦擁有較大的觀眾群。營銷內容得到廣泛傳播進一步突顯線上短視頻的營銷價值。
- **建造線上短視頻平台商業化合作工具。**隨著線上短視頻商業化的推進，先後已有多個線上短視頻平台建立內容商業化合作工具，藉以有效管理內容合作，以及進一步促進產業鏈業務系統性、可控性及安全升級。

行業概覽

建造內容商業化合作工具為廣告主及內容生產者在線上短視頻平台進行營銷活動時提供保證，亦促進了線上短視頻營銷產業鏈更健康地運作。

- **應用5G科技。**5G科技的廣泛應用大幅提升了線上短視頻的載入速度，並為用戶提供了良好及暢順的線上短視頻觀看體驗。這亦將為用戶提供優質的線上短視頻平台瀏覽體驗，並進一步提升在該等線上短視頻平台傳遞營銷內容的效率。

中國線上短視頻營銷市場的進入門檻

中國線上短視頻營銷市場的新進入者面臨以下進入門檻：

- **領先的線上短視頻平台資源。**由於中國線上短視頻市場由領先的平台主導，線上短視頻營銷服務提供商與領先的線上短視頻平台建立深厚合作，從而向廣告主客戶提供更佳的線上營銷服務。這可對潛在競爭對手築起更高的進入門檻，這是因為，首先，與領先的線上短視頻平台建立深厚合作有助於線上短視頻營銷服務提供商迅速跟從該等平台所設定有關交付營銷內容的規則變更，讓彼等可調整並優化其營銷策略而對該等更新後的規則作出最佳配合。其次，領先的線上短視頻平台能夠幫助線上短視頻營銷服務提供商為廣告主客戶提供廣大的用戶群，從而可將營銷內容迅速交付至最多的最終消費者。
- **客戶風險控制系統。**隨著線上短視頻營銷業務不斷擴張，廣告主客戶總數亦正在迅速增長。因此，線上短視頻營銷服務提供者了解其客戶的支付能力及相應地管理其賬單周期實屬至關重要。建立客戶風險控制系統將有助於線上短視頻營銷服務提供者評估其客戶的支付能力，實現穩健的客戶支付管理，降低線上短視頻營銷服務提供者的營運風險，以及加強線上短視頻營銷服務提供者阻隔競爭的門檻。
- **服務範圍與實力。**廣告主客戶除要求交付營銷內容外，亦對營銷策略制定、營銷內容製作以及營銷效果監督等有強勁需求。因此，線上短視頻營銷服務提供者倘具備提供多類型營銷服務的雄厚專業知識，將可為廣告主客戶提供高效的一站式服務，並對潛在競爭對手築起更高的進入門檻。

行業概覽

中國線上短視頻營銷行業中電商廣告主的營銷活動

隨著中國線上短視頻平台在用戶覆蓋方面的快速發展及觀眾黏度急速提升，當中部分平台現時正積極尋找機會及擴展電商業務，並開始在自身的線上短視頻平台上經營自身的線上商城。倘電商廣告主自行在該等頂尖視頻平台開設線上店鋪，則彼等的營銷內容將可轉至彼等在該等平台上店鋪的網站登錄頁，並可直接實現潛在轉化。營銷活動因而出現重大轉變，越來越多電商營銷內容現直接投放該等平台，為頂尖的線上短視頻營銷解決方案提供商提供更多業務增長機會。憑藉為電商廣告主提供線上營銷解決方案的良好往績，線上短視頻平台營銷業務的先鋒可利用與線上媒體平台的鞏固關係、強勁的營銷內容交付及經營能力，以及強大的線上短視頻營銷內容製作能力，享有先行者的優勢。

為中國電商廣告主提供線上短視頻營銷解決方案的若干主要優勢載列如下：

- **用戶基礎龐大。**線上短視頻平台為現時線上短視頻營銷解決方案的主要渠道。線上短視頻平台擁有大量用戶，加上整體用戶活動量高，可為電商廣告主提供在廣大觀眾前曝光的機會。與此同時，綜合電商平台與主要短視頻平台之間的用戶重疊相對較高，有助於促進精準傳播營銷內容以精準定位目標用戶。
- **內容豐富及靈活。**與傳統形式的營銷解決方案相比，線上短視頻能夠在短暫的展示時間內傳遞豐富及集中的營銷信息。線上短視頻營銷內容亦可以多元及具吸引力的表述方式展示，創造沉浸式及互動的環境讓目標消費者記憶更多的營銷信息。因此，線上短視頻營銷解決方案可幫助電商廣告主創造具吸引力的購物場景，以多角度交付更多產品信息，並以較低的營銷成本實現理想的營銷效果。
- **輕鬆進入電商產品頁面。**現時，大多數線上短視頻平台及社交媒體平台均容許線上短視頻營銷解決方案提供商在彼等的營銷內容中加入鏈接，當消費者點擊鏈接時將彼等轉向至產品或活動頁面。這為電商廣告主提供了一個便捷的互動功能，讓消費者可在觀看營銷內容後迅速出現購買需求，從而提升營銷內容的轉化效益。

行業概覽

- **與電商環境配合。**由於線上短視頻平台正在擴大其電商相關內容及業務，越來越多用戶瀏覽線上短視頻平台，並關注彼等與電商環境的關係。這進一步提升了社會對電商營銷內容的認可，從而鼓勵線上短視頻營銷解決方案業務的進一步發展。此外，該等線上短視頻平台上的熱門流媒體及線上短視頻KOL可通過有吸引力的線上短視頻或直播向終端用戶有效地介紹產品的外觀及使用感受。
- **達致直接轉化的潛力。**隨著中國線上短視頻平台在用戶覆蓋方面的快速發展及觀眾黏度急速提升，當中部分平台現時正積極尋找機會，擴展其電商市場業務，並開始建基於自身的線上短視頻平台經營自身的線上商城。倘電商廣告主客戶自行在該等頂尖線上視頻平台開設線上店鋪，則彼等在有關平台投放的營銷內容將可轉至彼等店鋪的登錄頁，其將直接達致潛在轉化。

競爭格局

近年來，中國線上短視頻營銷市場及線上營銷市場高速增長，並吸引更多高的營銷預算金額。與此同時，由於頂尖線上短視頻平台現時正於彼等的平台上推廣電商業務，預期於電商營銷解決方案領域，具有專長且擁有強大內容製作能力的線上短視頻營銷解決方案提供商已作好準備，可於未來實現更快的業務增長。此外，擁有較多優質媒體資源、較強大科技能力及迅速服務能力的線上營銷服務提供商預期將能更好地把握於可見將來出現的發展機會。

根據艾瑞諮詢的資料，我們於2020年為中國線上營銷市場的營銷總賬單貢獻約1.1%。根據同一來源，按於2020年投放在線上媒體平台的線上短視頻廣告產生的總賬單計，我們為中國第二大線上營銷服務提供商，市場份額約為3.0%¹。按於2020年在線上短視頻平台投放的廣告產生的總賬單計，我們亦為中國第二大線上營銷服務提供商，市場份額約為3.9%¹。此外，按於2020年由綜合電商平台廣告主在線上短視頻平台投放的廣告所產生的總賬單計，我們為中國最大的線上營銷服務提供商，市場份額約為16.0%。

附註：

1 這兩個市場均為中國線上營銷市場的子行業。

行業概覽

中國線上短視頻營銷市場的未來趨勢

預期中國線上短視頻營銷市場將受以下趨勢影響：

- **AI及5G科技。**5G網絡高速發展將進一步提升線上短視頻的上載及下載速度，從而為互聯網用戶提供更流暢的線上短視頻觀看環境，並讓廣告主客戶將更深入的信息整合至營銷內容中。此外，AI科技的利用將能讓線上營銷提供商以更智能及有效的方式製作及傳遞線上短視頻解決方案。AI算法的運用亦將協助廣告主客戶精準地向最終消費者推送線上短視頻，以更有效及迅速的方式達到最大化的營銷效果。
- **營銷SaaS解決方案。**線上短視頻營銷SaaS解決方案的應用將可讓線上營銷解決方案提供商脫離傳統的溝通和協作方式，保障信息的實時在線與共享，並進一步促進線上營銷解決方案製作及交付的效率。營銷SaaS解決方案亦可以協助線上短視頻營銷服務提供商利用彼等的數據並完成數據閉環，藉以優化彼等的內容製作及客戶溝通的過程。此外，其亦將透過連繫更多市場參與者在平台上進行交易、提供精準獨到的營銷策略，以及交付量身定制的營銷解決方案以滿足彼等客戶的多樣化的營銷需求，協助線上短視頻營銷服務提供商改善客戶體驗。
- **頂尖及優質的媒體平台資源。**隨著中國線上媒體平台日益集中，線上短視頻營銷解決方案提供商的關鍵之處在於與擁有更大最終用戶基礎及最終用戶粘度較高的優質媒體資源建立關係。這將令服務提供商以更高效及有效的方式交付營銷解決方案，亦可鼓勵廣告主客戶投入更多營銷內容預算及支持彼等未來的可持續業務發展。