

## 行業概覽

本節及本文件其他章節載有與我們經營所在行業有關的資料。本節所載的若干資料及統計數據摘錄自我們委託的獨立市場研究機構弗若斯特沙利文發表的弗若斯特沙利文報告，以及各種官方政府刊物及其他公開刊物。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、任何[編纂]、我們或彼等各自任何董事、高級職員或代表或參與[編纂]的任何其他人士均未獨立核實來自官方政府來源的資料及統計數據，亦一概不就其準確性發表任何聲明。

### 中國營銷及銷售SaaS解決方案市場概覽

#### 中國SaaS市場的發展

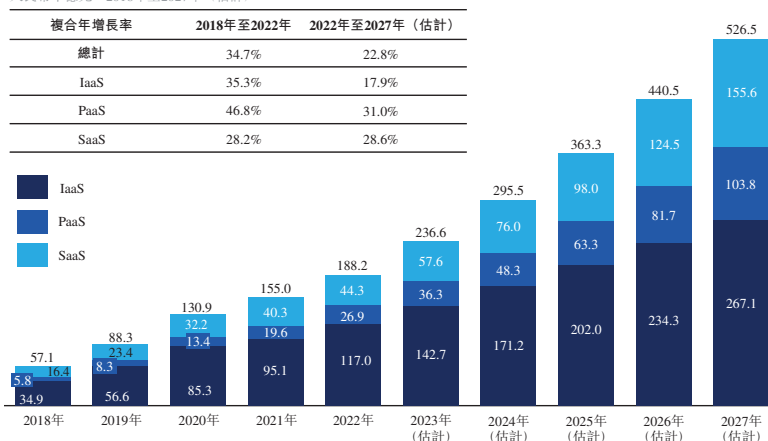
經過數十年經濟的快速發展，中國正成為一個高質量的經濟體，並越來越注重發展數字經濟。隨著COVID-19疫情期間遠程辦公需求的增加及政府對企業數字化轉型的利好政策推動下，中國企業將數字化作為最重要的長期戰略目標之一。因此，眾多企業正採用雲計算等新興技術。軟件即服務(SaaS)、平台即服務(PaaS)及基礎設施即服務(IaaS)共同構成雲計算的公有雲板塊。與本地部署軟件相比，SaaS是一種具有優勢的一站式解決方案，擁有靈活的購買方式、較低的上線成本、較短的上線時間以及便利的維護和升級方案。

根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年，以收入計，中國SaaS市場由2018年的人人民幣164億元增至人民幣443億元，2018年至2022年的複合年增長率為28.2%。在需求不斷增長、產品功能日益完善以及政府在數字經濟方面的利好政策的推動下，中國SaaS市場預期將於2027年達到人民幣1,556億元，2022年至2027年的複合年增長率為28.6%。此外，PaaS市場是公有雲市場增長的另一個重要推動因素，越來越多的SaaS提供商擴展其PaaS服務，因為PaaS為彼等的客戶帶來了附加價值。憑藉用作低代碼工具包的PaaS平台，企業能夠以高敏捷性及更短的開發週期開發定製的應用程序，所需的IT工程師更少。

## 行業概覽

中國公有雲行業市場規模

人民幣十億元，2018年至2027年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

SaaS市場包括通用SaaS及垂直SaaS分部。通用SaaS如營銷及銷售、人力資源及供應鏈管理為各行各業的企業提供特定功能的解決方案。垂直SaaS提供特定行業所需的行業特定特性及功能。

### 中國營銷及銷售SaaS解決方案市場的發展

營銷及銷售SaaS解決方案指基於雲的軟件產品組合，當中性能更佳的人工智能解決方案由雲計算、大數據及人工智能技術以及輔助增值服務賦能，旨在幫助企業在營銷及銷售階段促進銷售增長。具體而言，營銷階段是指發掘新銷售機會的業務活動。銷售階段則專注於實現銷售增長、與客戶建立可持續的關係及擴大客戶群。現代營銷及銷售流程一般包括六個關鍵領域，即內容與體驗、廣告與促銷、社交與關係、銷售與愉悅、數據與分析及策略與管理。營銷及銷售SaaS解決方案日益被中國企業採用，因為它們能夠解決痛點，並為營銷及銷售活動帶來價值：

- 內容與體驗。**內容與體驗是營銷及銷售活動的基礎。企業依靠各種內容形式通過營銷及銷售活動傳達信息，並為其受眾提供良好的體驗。如今，受眾周圍充斥著大量內容平台、網站、公眾號及視頻賬號以文字、圖片及視頻的形式提供豐富的資訊，而受眾在瀏覽信息時往往對用戶體驗的期望較高。因此，企業面臨著以更高頻率交付更優質內容的挑戰。營銷及銷售SaaS解決方案有助於智能及高效地製作內容並提升客戶體驗。

---

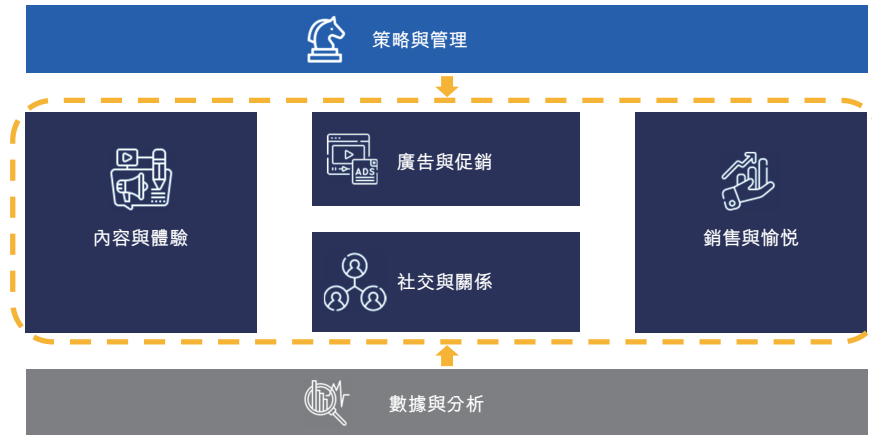
## 行業概覽

---

- **廣告與促銷。**企業通過在不同媒體平台上購買廣告位及流量，向目標受眾展示及分發數字營銷內容。廣告與促銷已成為最直接及最既定的營銷及銷售活動形式。然而，隨著整體流量增長放緩，媒體平台優質流量集中，獲取流量的價格大幅上漲，導致營銷及銷售的投資回報率下降。營銷及銷售SaaS解決方案可幫助公司管理廣告渠道、監控營銷業績及優化推廣策略以提高投資回報率。
- **社交與關係。**除了傳統媒體平台外，越來越多的企業選擇社交媒體平台傳播內容以觸達受眾、與客戶建立關係並形成私域流量。社交網絡的快速增長及與媒體的關係成為企業需要格外關注的領域。然而，隨著社交媒體平台快速發展及增加，客戶關係管理及私域流量運營場景多樣化，客戶管理策略的制定和實施愈加複雜。營銷及銷售SaaS解決方案對於企業克服相關困難至關重要，集成了一系列功能，可幫助企業以智能及高效的方式應用特定策略。
- **銷售與愉悅。**企業通過持續的客戶轉化、重複購買及轉介實現可持續收入增長。銷售及愉悅是營銷及銷售活動的最終目標及結果。由於客戶有多種產品及服務可供選擇，促使其形成強烈的個性化偏好，因此，銷售轉化如今已變得具挑戰性。營銷及銷售SaaS解決方案為企業提供數字化工具，以管理其銷售隊伍、選擇及執行銷售策略，並取悅其客戶。
- **數據與分析。**透過準確、全面與及時地獲取和應用上述四個領域生成的數據，企業可以更好地分析及優化整體營銷及銷售效率。數據及分析為企業提供營銷及銷售活動的深入見解及科學評估。企業開發及應用先進的數據和分析技術成本高昂且困難重重，而營銷及銷售SaaS解決方案以低成本向企業提供易用的數據相關功能。
- **策略與管理。**企業需要根據自身的行業特點、業務模式及發展階段選擇合適的營銷策略，以管理營銷及銷售人員以及更有效地從事上述四個領域營銷及銷售活動的執行過程。企業往往難以準確評估及識別自身特點及需求並選擇有效的方法。此外，營銷及銷售團隊以及營銷及銷售預算的內部管

## 行業概覽

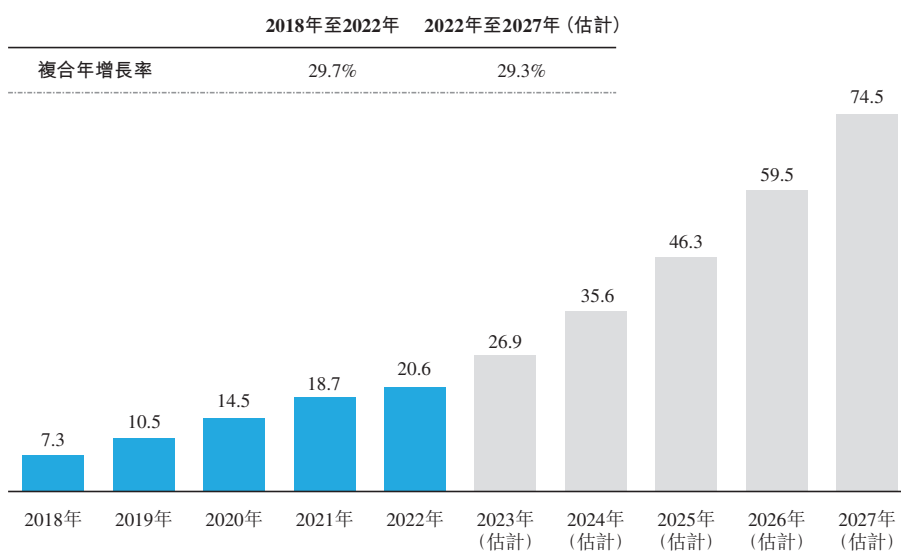
理對於營銷及銷售活動成功與否至為重要。因此，戰略及管理功能與營銷及銷售SaaS解決方案息息相關。營銷及銷售SaaS解決方案為企業提供一系列戰略及內部管理功能，以先進的營銷理念和實踐，不同行業、商業模式及規模的企業可從中選擇及執行合適的營銷及銷售策略以及內部管理功能。



與主要專注於提高後端運營效率的其他解決方案如人力資源管理及供應鏈管理相比，企業更願意為營銷及銷售SaaS解決方案付費，該等解決方案可提高潛在客戶獲取和促進收入增長，效果最顯著可行。根據弗若斯特沙利文的資料，營銷及銷售SaaS解決方案市場由2018年的人民幣73億元增長至2022年的人民幣206億元，2018年至2022年的複合年增長率為29.7%。營銷及銷售SaaS解決方案的市場規模預期於2027年達到人民幣745億元，2022年至2027年的複合年增長率為29.3%。營銷及銷售SaaS解決方案市場在COVID-19疫情期間展現了強大的抗風險能力，該市場於2021年至2022年的增速快於同期整個SaaS市場的增速。

## 行業概覽

中國營銷及銷售SaaS解決方案的市場規模  
人民幣十億元，2018年至2027年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

營銷及銷售SaaS解決方案的潛在市場規模預期將由2022年的人民幣15,466億元及1.3%的滲透率增長至2027年的人民幣42,545億元及1.8%滲透率。儘管營銷及銷售SaaS解決方案目前的市場規模相對較小，但中國企業正興起訂閱SaaS解決方案的潮流。展望未來，因為營銷及銷售SaaS解決方案具有靈活訂閱方案、高度可擴展性、易於實施且維護需要少等優勢，越來越多的中國企業預期將使用該等解決方案。

從需求側來看，隨著線上流量採購成本上升而線上營銷投資回報下降，企業現時更願意購買營銷及銷售解決方案，以優化其營銷及銷售表現。營銷及銷售解決方案幫助企業建立及管理官方平台、通過人工智能技術生成豐富的營銷內容，並在短視頻平台、社交媒體平台及長尾B2B網站等廣泛的媒體平台上分發該等內容，以具成本效益的方式實現有效的營銷效果。由於私域流量在當今中國營商環境扮演的角色越來越重要，營銷及銷售解決方案亦幫助企業在微信及企業微信等私域流量領域的潛在客戶或現有客戶中開拓更多新銷售、交叉銷售或追加銷售機會，與客戶建立可持續關係。

從供給側來看，憑藉多年的運營和商業經驗，領先的營銷和銷售SaaS解決方案提供商可以更好地了解客戶在營銷和銷售方面的動態需求，擁有為客戶提供有價值且受客戶青睞的高價值產品和服務的能力。因此，企業越來越願意採用營銷及銷售SaaS解決方案。

## 行業概覽

中國營銷及銷售SaaS解決方案潛在市場規模（「TAM」）  
人民幣十億元，2022年至2027年（估計）



附註：

- (1) TAM= 企業數量\*平均銷售價格；
- (2) 實際市場規模=付費企業數量\*平均銷售價格

資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國營銷及銷售SaaS解決方案市場的驅動因素

- **龐大的潛在客戶數目，對營銷及銷售的需求不斷增長。**根據弗若斯特沙利文的資料，中國企業總數於2023年達到56.9百萬家，預期將於2028年增至74.8百萬家。預計企業將面臨日益激烈的潛在客戶競爭，導致客戶獲取成本上升。隨著營銷及銷售活動成為業務收入增長的更重要推動力，預期相關解決方案的需求及支付意願將會增加。
- **SaaS解決方案的市場認可度不斷提高，改善營銷及銷售的效率。**根據弗若斯特沙利文的資料，就精準營銷業務而言，媒體平台的廣告流量採購成本通常佔服務總成本的90%至99%。隨著線上流量成本增加，企業現在更專注於生成優質營銷內容及開展私域流量營銷。自2019年至2023年，線上流量價格已上升約20%。因此，企業越來越願意採用營銷及銷售SaaS解決方案來助力以高效方式吸引及轉化客戶。此外，現今越來越多企業由新一代領導者管理，他們精通數字科技，更容易接受人工智能、大數據及雲計算等新技術。

---

## 行業概覽

---

- **技術進步及與其他新興技術(如人工智能及大數據技術)的深度融合。** 營銷及銷售SaaS解決方案市場的特點是技術不斷創新，功能不斷豐富。SaaS解決方案需要與人工智能及大數據等新興技術深度融合，以滿足企業不斷變化的需求。例如，大數據技術為企業提供了處理和分析來自各種來源的大量非結構化數據(包括PC和移動應用程序上的文章、圖片和視頻)的能力。運用人工智能技術，企業得以發現隱藏的現象，並從其營銷及銷售過程的過往活動中獲得見解。
- **政府對數字化轉型的有利政策。** 從中國政府的最新計劃和政策中可以看出數字經濟和雲計算的重要性。例如，「中華人民共和國國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要」將雲計算與大數據、物聯網、工業互聯網、區塊鏈和人工智能以及AR和VR列為數字經濟中的重點產業。尤其是，在「“十四五”數字經濟發展規劃」中，提到營銷及銷售數字化轉型需求是企業數字化轉型最重要的舉措之一。「關於推進“上雲用數賦智”行動培育新經濟發展實施方案」亦呼籲企業通過增加採用雲計算、大數據及其他技術來加速其數字化轉型。

### 中國營銷及銷售SaaS解決方案市場的競爭格局

中國的營銷及銷售SaaS解決方案市場目前處於增長階段並且高度分散。在中國企業及機構快速數字轉型且越來越多地採用雲端解決方案的推動下，大量市場參與者進入了營銷及銷售SaaS市場。該等參與者將現有產品改編成SaaS模式，或從頭開始開發新的SaaS解決方案，以滿足不同產業的各種需求。2022年，中國約有200家市場參與者參與營銷及銷售SaaS市場。

## 行業概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，以2022年的收入計，我們是中國最大的營銷及銷售SaaS解決方案提供商，2022年SaaS業務的收入為人民幣529.9百萬元，佔市場份額的2.6%。

中國營銷及銷售SaaS解決方案市場競爭格局（按收入計） <sup>(1)</sup>			
排名	公司	收入 (人民幣百萬元，2022年)	市場份額 (%，2022年)
1	本公司	530	2.6%
2	公司A	430	2.1%
3	公司B	400	1.9%
4	公司C	330	1.6%
5	公司D	224	1.1%

附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料，本文件所披露五大市場參與者的收入，乃根據公開可得資料（如公開市場參與者的年報或招股章程）以及與行業專業的訪談得出。由市場參與者經常從事營銷及銷售SaaS解決方案以外的其他服務，而公開信息僅對營銷及銷售SaaS解決方案（如營銷雲及銷售雲）應佔收入提供有限信息，故弗若斯特沙利文訪問了行業專家，以獲得同業於特定營銷及銷售SaaS解決方案收入方面的充分信息。
- 公司A為一家於1999年成立的公眾公司，總部位於舊金山，主要在全球提供CRM解決方案以及其他如服務雲、數據分析平台、API管理產品、團隊溝通平台等解決方案。公司A於2004年於紐約證券交易所上市。截至2024年1月31日，公司A擁有超過70,000名僱員。
  - 公司B為一家於2013年成立的公眾公司，總部位於上海，主要提供訂閱解決方案（主要包括SaaS產品及ERP解決方案）及商戶解決方案（主要包括為滿足其商戶在線廣告需求而提供的增值服務）。公司B於2019年在香港聯交所上市。截至2023年12月31日，公司B擁有超過4,000名僱員。
  - 公司C為一家於2008年成立的私人公司，總部位於北京，主要在中國提供CRM解決方案。公司C註冊資本為人民幣15.4百萬元。截至2023年12月31日，公司C擁有超過1,000名僱員。
  - 公司D為一家於2012年成立的公眾公司，總部位於杭州，主要提供訂閱解決方案（包括一套涵蓋電商及美容行業的SaaS產品）及商戶解決方案（包括為解決其商戶的支付服務等運營需求的一系列增值服務）。公司D於香港聯交所上市。截至2023年12月31日，公司D擁有超過1,500名僱員。
  - 由於弗若斯特沙利文在與行業專家簽署協議的過程中受到不得披露或不當使用商業機密或其他機密信息的約束，故將有關行業參與者匿名。

資料來源：弗若斯特沙利文

根據弗若斯特沙利文，與其他公司的營銷及銷售SaaS解決方案相比，我們提供功能最廣泛的SaaS解決方案。<sup>(1)</sup>我們認為，與同行相比，我們最重要的競爭優勢之一是能夠商業化大規模地提供涵蓋營銷和銷售兩個階段最廣泛功能的SaaS解決方案這使我們能夠以更高的價格提供標準產品及解決方案，有助於實現高盈利率，並體現在我們的高毛利率水平以及平均合約價值上。



## 行業概覽



資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- 市場上不同營銷及銷售SaaS解決方案的對比表乃根據記分卡製作，該記分卡在六個關鍵領域（即內容與體驗、廣告與促銷、社交與關係、銷售與愉悅、數據與分析、以及策略與管理）評估我們的同業及我們。每個領域有六至八個子功能，如果我們的同行和我們各自大規模提供其中一個子功能，就獲得一分。於2011年，一名營銷行業資深專業人士在營銷技術全景圖中引入了營銷及銷售六個關鍵領域的子功能選擇。自此，營銷和銷售的六個關鍵領域及其各自的子功能的概念已被其他營銷相關平台廣泛採用及引用。每個領域的得分以哈維球表示。總體而言，在營銷及銷售活動的六個領域中我們獲得的總分最高，表明我們的SaaS解決方案提供最廣泛功能。

SaaS業務的成本包括僱員福利開支、寬頻及其他硬件開支、折舊及攤銷開支、稅金及附加費開支及其他成本。其中僱員福利及寬頻及其他硬件成本佔大多數，通常分別佔我們的銷售成本的10%-35%及50%-80%。

### 中國營銷及銷售SaaS解決方案市場進入壁壘

- 基於積累的行业知識形成完善且成熟的功能。**領先的營銷及銷售SaaS解決方案提供商通常對各個行業不同階段的企業所經歷的痛點有深入的了解。解決方案提供商獲取和分析大量客戶的需求，識別最具代表性的需求，並開發提供完善且成熟

---

## 行業概覽

---

功能的營銷和銷售解決方案，從而最好地滿足市場需求。因此，解決方案提供商具備行業認知且可以將其融入產品開發的決策中十分重要。然而，新進入者短期內難以根據企業客戶複雜且不斷演變的需求實現產品迭代。

- **先進的技術。**包括大數據分析在內的收集、處理及分析大量來自各種來源的非結構化數據的技術，及發現潛在現象並產生見解的人工智能技術，對幫助企業在整個營銷及銷售階段中完成複雜任務而言至關重要。該等技術在短期內難以開發，且通常需要大量投資，為新進入者設置了壁壘。
- **具有深厚專業知識的成熟銷售網絡。**全國網絡中的銷售代表的專業知識對營銷及銷售SaaS解決方案提供商的成功至關重要。與銷售予個人客戶比較，銷售營銷及銷售解決方案要求銷售代表對下游企業客戶所需的解決方案及行業具有深入理解。利用好銷售人員的專業知識與專業精神對與客戶建立信任關係至關重要。短期內，新進入者面臨建立該等專業知識及有效銷售團隊以服務全國客戶的高壁壘。
- **強大的品牌知名度及穩定的客戶忠誠度。**領先的解決方案提供商受益於穩定的客戶忠誠度，因中國企業一般傾向於選擇具有悠久經營歷史的知名提供商的產品及服務，而該等提供商提供先進的解決方案、強大的技術及快速反應的客戶服務。此外，該等穩定的客戶忠誠度亦源於企業將面臨的高轉換成本。中國企業較樂於採納可幫助解決其於整個營銷及銷售過程中的痛點的一站式營銷及銷售SaaS解決方案。因此，一旦企業已採納領先提供商的解決方案，轉換至新進入者的解決方案，成本將變得高昂，主要是需要將數據從一個系統轉移至另一個系統，且員工須就新系統接受培訓。

### 中國營銷及銷售SaaS解決方案市場的未來趨勢

- **越來越多模塊化、一站式營銷及銷售SaaS解決方案。**營銷及銷售SaaS解決方案的功能多樣化，且於大部分情況下，單一營銷及銷售SaaS解決方案無法為企業提供所有必要功能 — 從產生新線索的營銷階段到實現銷售增長的銷售階段 — 以與來自不同渠道的客戶建立可持續的關係。隨著越來越多各種規模企業（尤其是大型公司）能夠根據其需求自主實施不同的模塊，由不同的模塊化功能組成的營銷及銷售SaaS解決方案預期將越來越受青睞。為減少採用不同工具的複雜性，市場上將出現更多模塊化、一站式營銷SaaS解決方案以幫助為企業提供更一致及靈活的用戶體驗。

---

## 行業概覽

---

- **由人工智能賦能的持續集成功能。** 人工智能技術預期將被整合至營銷及銷售SaaS解決方案的不同應用場景中，例如人工智能內容生成、內容發佈及與客戶建立關係。由於可以較低成本提高效率，人工智能可顯著增強客戶體驗及擴大客戶群。
- **國內解決方案提供商的崛起。** 儘管海外解決方案提供商曾在中國市場佔有一席之地，但隨著中國營商環境快速變化，企業營銷及銷售需求不斷演化，而海外解決方案提供商無法捕捉該等變動及企業潛在需求。國內解決方案提供商可更容易捕捉趨勢並適應動態環境，例如採納社群客戶關係管理解決方案，以通過私域流量與客戶建立更緊密及可信賴的關係。日後，中國營銷及銷售SaaS解決方案市場的發展預期將由中國國內解決方案供應商主導。
- **將服務能力擴展至PaaS解決方案。** 由於參與者為SaaS解決方案帶來協同效應，越來越多參與者（特別是領先參與者）正擴展其服務能力至PaaS解決方案。基於低代碼平台，PaaS解決方案幫助內部及外部應用程序開發人員建立具有高敏捷性、更短開發時間及所需的IT人員更少的定製SaaS解決方案。透過PaaS解決方案，領先的營銷及銷售SaaS解決方案提供商可以吸引獨立軟件供應商合作夥伴於該等提供商平台開發實用的應用程序，從而進一步服務並同時滿足客戶的標準化個性化需求。

### COVID-19的影響

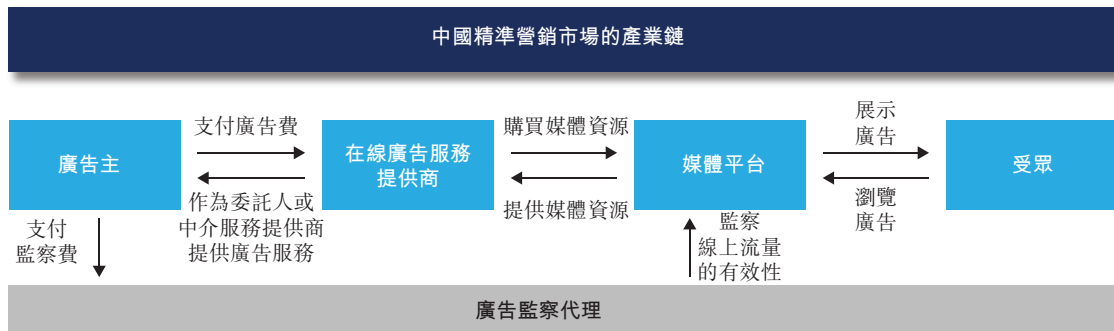
自2020年起的COVID-19疫情，對包括中國在內的全球營商環境帶來不同影響。疫情在短期內對中國營銷及銷售SaaS解決方案市場造成負面影響。2022年，中國多個省市（包括全球最大的城市之一上海）的COVID-19疫情反彈後，許多B2B企業，尤其是在受影響城市的企業無法與全國各地的客戶如常開展營銷及銷售活動，且由於中國偶爾出現的旅遊限制，線下營銷及銷售方式的限制預期將保持不確定。與此同時，預期越來越多企業將意識到加快數字轉型的重要性，投資強大且易於使用的工具，例如營銷及銷售SaaS解決方案。

## 行業概覽

### 中國精準營銷市場的概覽

#### 中國精準營銷市場的發展

精準營銷可定義為用於向相關目標受眾發送相關廣告並獲取及留存潛在及現有客戶的在線廣告技術。精準營銷是為了以效果及展示使營銷結果及回報最大化。有多種類型的參與者進入精準營銷市場，包括廣告主、廣告服務提供商、媒體平台、受眾及第三方技術提供商。廣告服務提供商（例如本公司）於產業鏈中佔據主要地位。其可作為委託人，為廣告主策劃在線廣告活動並於不同媒體平台投放廣告，或作為代理人，通過向分銷商出售從線上媒體平台購買的廣告庫存向彼等提供中介服務，而毋須策劃和進行廣告活動或對結果負責。



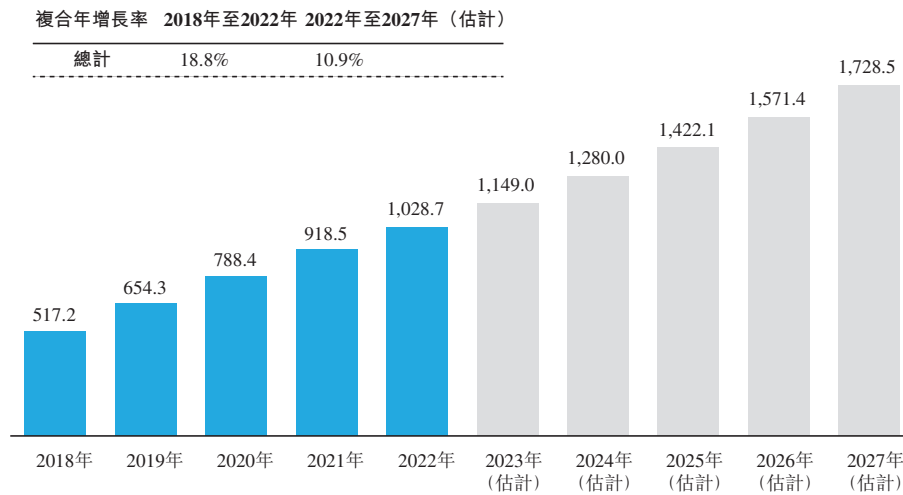
資料來源：弗若斯特沙利文

根據弗若斯特沙利文的資料，精準營銷市場由2018年的人民幣5,172億元增加至2022年的人民幣10,287億元，自2018年至2022年，複合年增長率為18.8%。展望未來，受線上營銷的重要性、線上流量的成本上升及更成熟的精準營銷解決方案的長期驅動，精準營銷市場預期將於2027年達人民幣17,285億元，自2022年至2027年，複合年增長率為10.9%。

## 行業概覽

### 中國精準營銷市場的市場規模

人民幣十億元，2018年至2027年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國精準營銷市場的驅動因素

- **互聯網用戶的數目增加。** 隨著互聯網用戶數目增加，在線廣告出現巨大機會。根據弗若斯特沙利文的資料，中國互聯網用戶由2019年的903.6百萬人增加至2023年的1,092.0百萬人，複合年增長率為4.8%及2023年的滲透率為77.5%。互聯網用戶數目預期將於2028年達1,212.8百萬人，滲透率為86.7%。互聯網用戶的規模會產生巨大的線上流量並為廣告主提供廣泛的目標基數。
- **短視頻平台商業化。** 隨著短視頻平台的快速增長，中國短視頻平台已積累極大基數的日常線上流量。彼等能夠通過出售廣告庫存變現其線上流量，從而為精準營銷市場的廣告主提供有利的媒體平台。
- **在線廣告帶來的最佳結果。** 與廣告活動期間及之後難以追蹤表現的傳統廣告相比，在線廣告使廣告主得以實時追蹤表現及分析廣告效果。此外，線上營銷可在潛在客戶於網上看到廣告後為其提供更高效率的方式購買產品／服務，從而增加潛在客戶向付費客戶的轉化率。
- **與營銷及銷售SaaS解決方案的協同效應。** 為線上精準營銷活動採用營銷及銷售SaaS解決方案的廣告主能夠更有效地鎖定潛在客戶，從而鼓勵增加在線上營銷的投資。技術進步（尤其是營銷及銷售SaaS解決方案）與精準營銷產生協同效應，推動精準營銷市場的增長。

---

## 行業概覽

---

### 中國精準營銷行業的進入壁壘

- **領先的媒體平台資源。**與領先的線上媒體平台的深度合作對於廣告服務提供商非常重要，原因為該等媒體平台一般擁有更活躍的受眾，並可幫助廣告主觸達更廣泛的目標受眾。此外，與領先的線上媒體平台建立深度關係，以及時掌握營銷內容分發制度中的規則變化，並將在線廣告投資回報最大化，對於精準營銷服務提供商至關重要。然而，新進入者則難以建立這種關係。
- **生成優質內容的能力。**鑒於市場的激烈競爭，廣告服務提供商趨向不僅作為純粹提供中介服務的代理，且亦作為負責生成營銷內容及協調整體在線廣告活動的負責人。新進入者難以製作出符合不斷變化的受眾偏好的優質營銷內容及有效營銷策略。

### 中國精準營銷行業的未來趨勢

- **加強與營銷及銷售SaaS解決方案的整合。**由於優質流量集中度相對較高，線上流量成本持續上升。因此，隨著越來越多的公司意識到營銷及銷售SaaS解決方案對提高線上營銷投資回報率的好處，精準營銷業務預期與營銷及銷售SaaS解決方案進行更深入的整合。
- **線上短視頻平台精準營銷的持續增長。**隨著線上視頻成為全球娛樂和新聞的主要來源，預期線上短視頻平台在可預見未來將繼續穩定增長。因此，預計線上短視頻平台的精準營銷市場機會將持續增加。

### 中國精準營銷行業的競爭格局

中國的精準營銷市場高度分散。精準營銷市場大量參與者作為委託人策劃在線廣告活動並代廣告主在不同媒體平台上投放廣告，或作為代理提供中介服務。於2022年，中國五大市場參與者佔國內市場份額約10%至15%。於2022年，本公司佔市場總額約0.06%，精準營銷服務的收入為人民幣612.9百萬元。

---

## 行業概覽

---

精準營銷業務的成本由媒體平台的廣告流量成本、僱員福利開支、税金及附加費組成。由於精準營銷業務的性質，其涉及採購大量媒體資源，媒體平台的廣告流量成本通常佔精準營銷業務銷售成本的90%-99%，而不論其是否作為委託人或代理人提供精準營銷服務。

### 資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘弗若斯特沙利文對我們經營所在市場開展詳盡分析，並編製行業報告。弗若斯特沙利文提供的服務包括針對不同行業的市場評估、競爭基準測試以及戰略與市場規劃。我們已同意就編製及使用弗若斯特沙利文報告的費用及開支合共為人民幣750,000元。有關金額付款並不取決於成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的結果。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[編纂]委託編製任何其他行業報告。

我們已於本節及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」各節及其他部分摘錄弗若斯特沙利文報告的若干資料，以向潛在投資者提供我們經營所處行業更為全面的介紹。除另有說明外，本節所載的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告、多份官方政府刊物及其他刊物。弗若斯特沙利文根據其內部數據庫、獨立第三方報告及來自知名行業組織的公開數據編製報告。如有需要，弗若斯特沙利文會聯絡業內公司，以收集及綜合有關市場、價格及其他相關資料的訊息。弗若斯特沙利文認為，編製弗若斯特沙利文報告所使用的基本假設（包括用於作出未來預測的假設）均為事實、正確且無誤導成分。弗若斯特沙利文已對該等資料進行獨立分析，惟其審閱結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究或會受到該等假設的準確性以及該等一手及二手資料來源的選擇所影響。董事確認而聯席保薦人亦贊同，經合理謹慎行事後，自弗若斯特沙利文報告日期以來，市場信息整體上不存在不利變動而可能會嚴重限制該等數據、與該等數據矛盾或對該等數據產生不利影響。