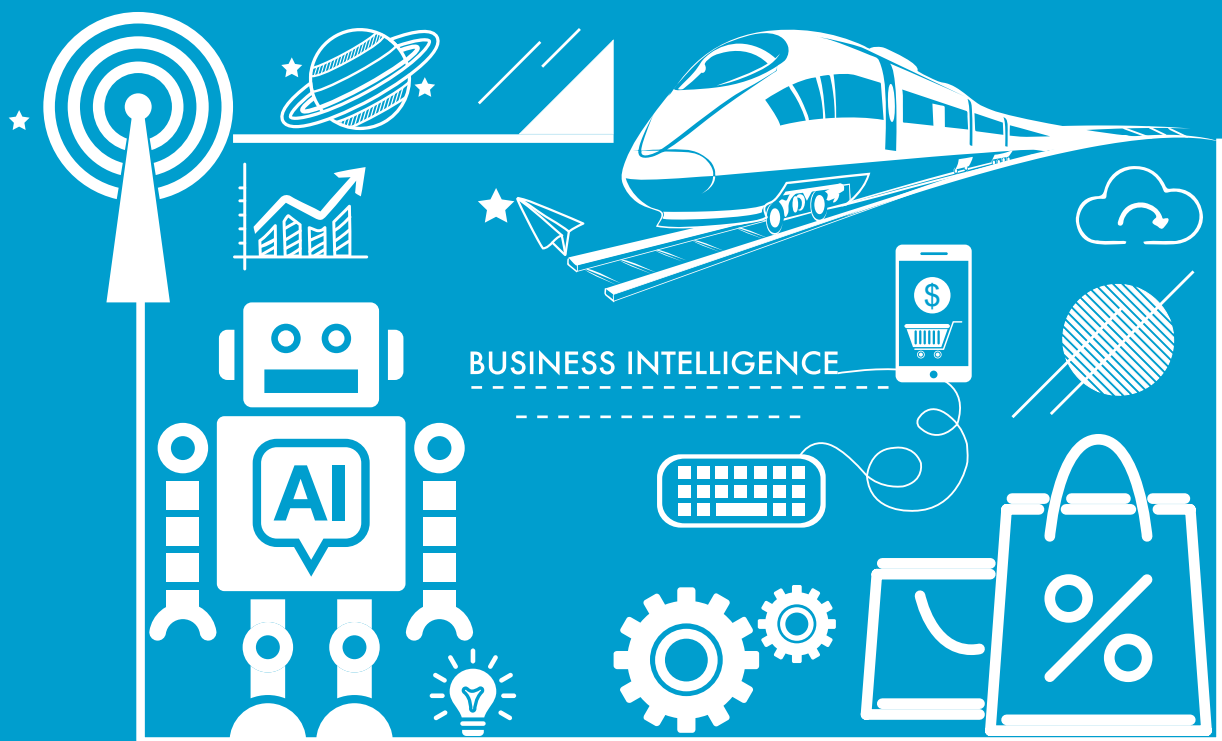




2020

中国商业智能化发展研究报告

2020 CHINA RESEARCH REPORT ON THE DEVELOPMENT OF BUSINESS INTELLIGENCE

ZMT//众盟

创业邦
CYZONE



前言

二十一世纪以来，随着国内互联网发展与信息化基础设备的跃进逐步变迁，国内各行业的经营业态、消费行为、市场商业价值逻辑已经发生了剧烈的变动，数字经济已经成为了国内GDP的重要组成。

2019年中国数字经济规模为31.3万亿元，占GDP比重达34.8%，数字经济已成为中国经济增长的新引擎。数字经济的主要构成，新经济模式只占了其中20.49%，传统产业的数字化则占79.51%。可以看出，当前中国数字化经济的发展，仍以传统产业的数字化为基石展开的，这也与《新基建》中发展产业互联网等相关内容一致；

进入2020年以来，随着国内外形势的不确定性增大，国家提出了以建设发展新基建作为拉动经济的重要战略。在新基建的内涵中，5G与智能化、工业互联网的提出本质上是基于大数据的生产工具革新，这也更强化了数字化将是未来产业发展的核心驱动与竞争力，在驱动商业智能化升级、促进国家新旧动能转换方面发挥更重要的作用。

同时我们也需要认识到，新基建发展对商业智能化的推动并不是一蹴而就的，而是渐进的。在这一过程中，如何调整原有模式，适应新型工具，找到转换的关键有效点，对于整个商业智能化来说都是重点和难点。

以营销端为例，很多企业寄希望于通过开通线上商城，小程序店铺，跟风做营销中台等实现商业智能化，是片面和不切实际的。商业的智能化转型，应是基于对原有商业通路的重新梳理，找出提效降本的关键环节和要素，使用新型工具和营销技术重塑业务链条，以提升效能，构建基于线上线下全链路的智能新商业。这也是众盟科技为代表的新一代商业智能化服务商所提供的价值。

本报告将从商业智能化转型的宏观背景、商业逻辑和企业实践入手，分析中国智能化市场现状以及转型中存在的问题点，以众盟科技等第三方赋能型企业为代表，分析国内商业智能化典型参与者及其产品案例，探究商业智能化的成功实践。最终建立创业邦对国内商业智能化行业与核心玩家的研判，并分析未来存在的机会和挑战，提出预测和建议。

创业邦研究中心



研究方法

文献研究法

本项目基于桌面文献研究法（素材涵盖文章、观点、书籍、新闻资讯、音视频等），对国内商业智能化现状进行全方位梳理，并提出相应观点和思考，为分析国内商业智能化进展与关键要点提供事实依据和逻辑洞察支撑；根据对项目需求和可行性的判断，我们确立以定性研究方法为主，在可能的环节辅以量化分析。

访谈研究法

本次报告为追求一手信息，并对整体产业判断更加准确，对相关从业者与关联行业从业者，相关领域专业学者进行了深度访谈。访谈主要围绕：目前智能化发展现状的看法，要点问题，可能存在的机会与风险等相关层面。同时也对相应的从业者所在公司的运营模式进行了探讨，力图全面客观还原现阶段市场情况以作为报告的结论关键论据支撑。

创业邦研究中心



目录

CONTENTS

P06 中国商业智能化市场概述

商业智能化领域数据安全现状

P21

P28 以众盟科技为例：商业智能化典型实践

商业智能化未来发展趋势

P40



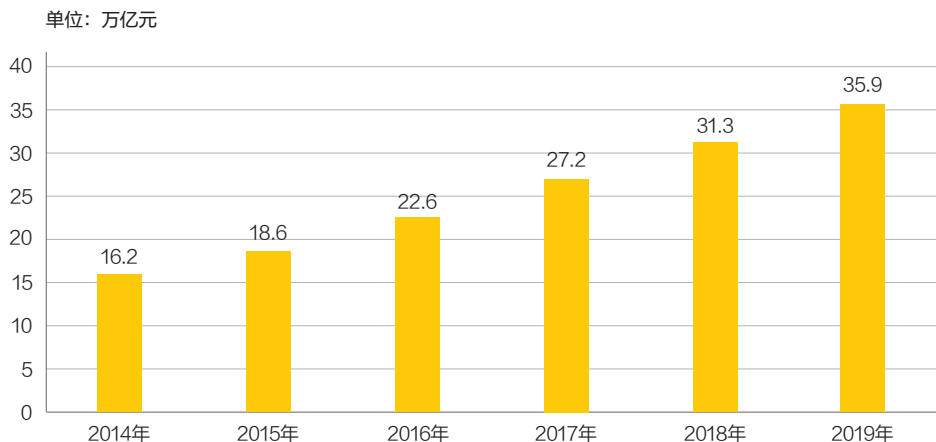
CHAPTER 1

中国商业智能化市场概述

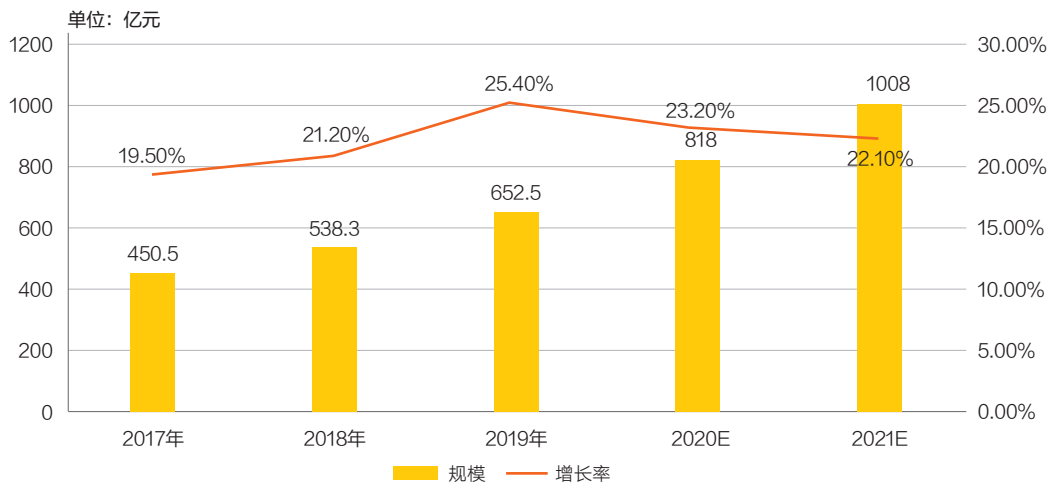
数字经济是经济新动能，数字营销是重要的赋能手段

- 经历过去十几年国内TMT产业及基础设施的飞速发展，数字经济已经成为中国经济的重要组成部分，成为国家产业转型升级、参与国际竞争和协作的新的驱动引擎。
- 与大多数传统产业不同的是，数字经济本身既是一个新兴产业，也是传统经济的赋能者和增益工具；在数字经济中，数字营销是较早发展并且现阶段相对成熟的模块，也是直接作用于其它传统商业业态的智能化转型过程。

2014-2019年中国数字经济规模



2017-2021 (预测) 中国数字经济规模



数据来源：信通院、中商产业研究院、赛迪、浙商证券研究所

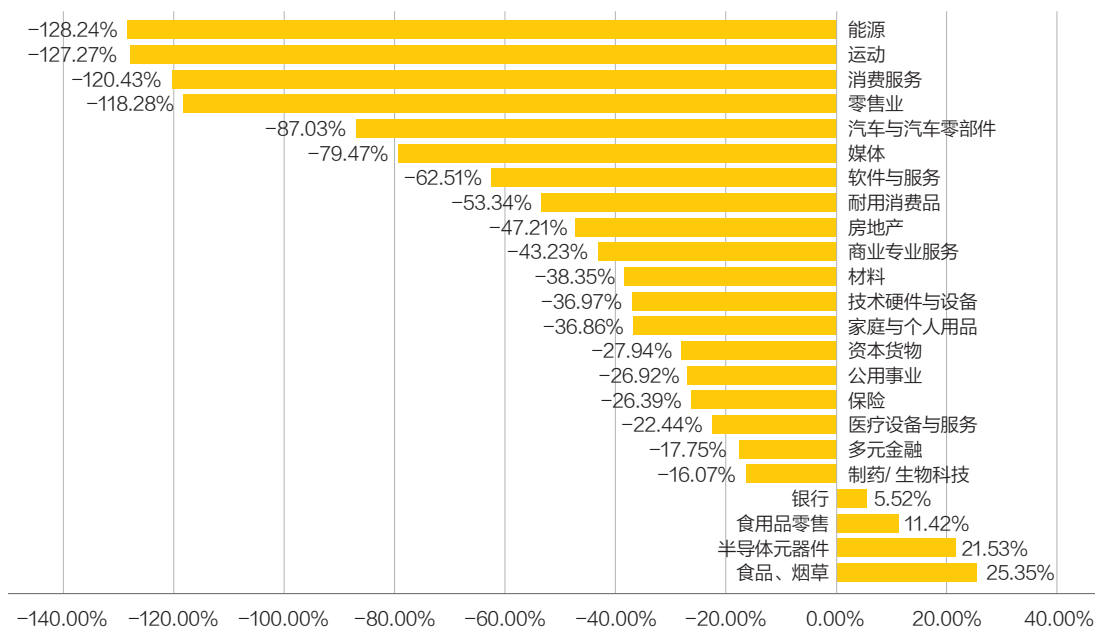
新冠疫情，让数字经济参与商业智能化变革变得更为迫切

- 新冠肺炎病毒扩散使得传统产业面临着巨大的压力，尤其对风险抵抗能力弱、数字化程度低的部分中小微企业影响严重。
- 疫情影响横跨一、二、三产业。传统的农产品、畜牧业产品生产和进出口受到较大影响，制造业面临用工荒、开工难的问题，尤其是疫情严重的湖北、浙江、广东等省份进出口企业订单大幅减少；最严重的是第三产业，旅游观光、交通运输、住宿餐饮、批发零售、租赁商业服务等第三产业连续数月无法开展商业活动，甚至引发倒闭潮。

2020年1~2月 主要中国经济指标累计增速



2020年Q1A股各行业净利润增速



数据来源：国家统计局、wind

2020年中国经济新动能，已经指向新基建与消费结合的商业智能化领域

- 根据一季度出台相关政策看，基建投资和消费必然是2020年中国经济增长的重要引擎。对于新基建来说，最大意义是在供给侧提供投资拉动的新增长点，进一步为商业智能化时代的到来奠定基础设施保障，而对于消费层面来说，中央和地方也密集推出了具体措施，以激发商业活力；
- 在此背景下，“新基建+消费”成为2020年中国经济的确定性趋势。谁先抓住机会构建智能+消费的新商业生态，谁就能占据经济复苏的先机。

国家新型基础设施建设的七大组成部分

新型基础设施建设指的是发力于科技端的基础设施建设



我国出台19条硬举措促进消费扩容提质

国家发展改革委等23个部门日前联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，聚焦改善消费环境、破除体制机制障碍、提升消费领域治理水平，提出19条政策举措，意见从六方面促进消费扩容提质：

大力优化国内市场供给，全面提升国产商品和服务竞争力，加强自主品牌建设，改善进口商品供给，进一步完善免税业政策。

重点推进文旅休闲消费提质升级，丰富特色文化旅游产品，改善入境旅游与购物环境，创新文化旅游宣传推广模式。

—

着力建设城乡融合消费网络，结合区域发展布局打造消费中心，优化城乡商业网店布局，加强消费物流基础设施建设。

四

加快构建“智能+”消费生态体系，加快新一代信息基础设施建设，鼓励线上线下融合等新消费模式发展，鼓励使用绿色智能产品，大力发展“互联网+社会服务”消费模式。

五

持续提升居民消费能力，促进重点群体增收激发消费潜力，稳定和增加居民财产性收入。

六

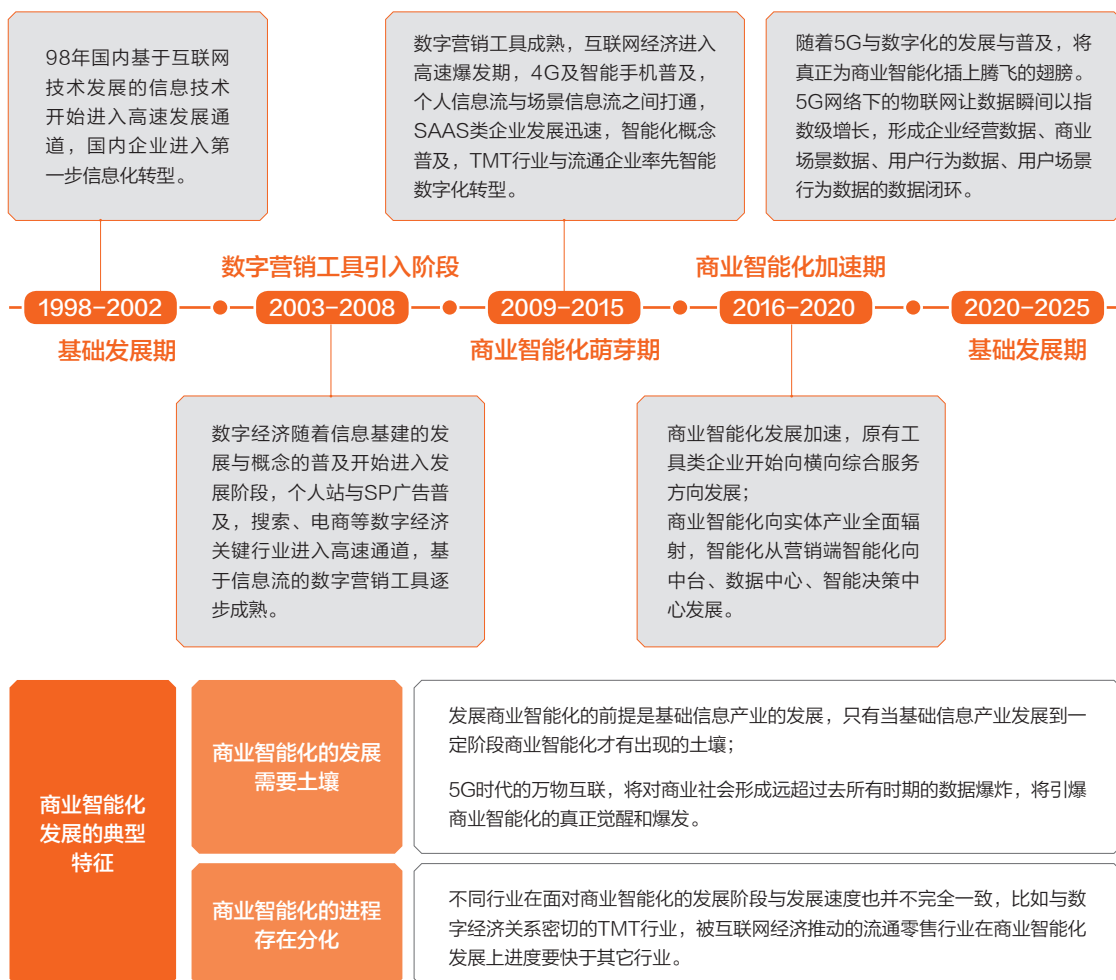
全面营造放心消费环境，强化市场秩序监管，积极推进消费领域信用体系建设，畅通消费者维权渠道。

数据来源：网络公开资料

中国商业智能化发展历程

● 商业智能化，是产业数字化经济转型发展的必经之路。商业智能化的发展并不能一蹴而就，而是随着技术的发展、设备的普及、链路的重塑来迭代，在这一过程中，行业赋能者也在快速成熟，通过技术和工具为传统商业的升级提供支撑，加快了商业智能化步伐。

商业智能化发展的前生、今世和趋势



商业智能化是国家战略新兴产业的重要组成部分

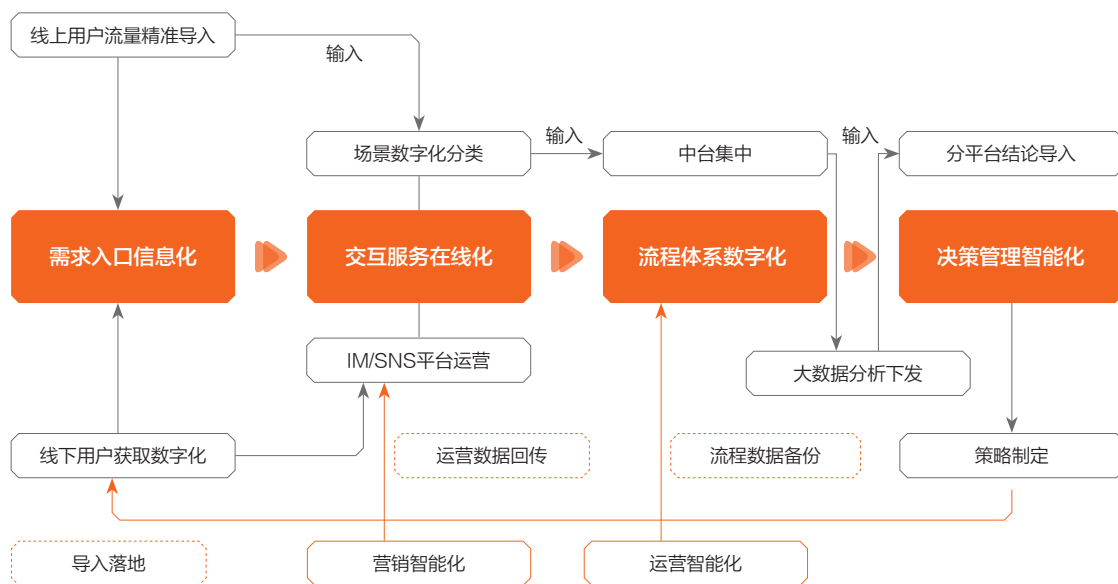
- 在政策端，商业智能化一直属于国家十二五、十三五期间的战略新兴产业的重要部分。尤其是2015年以来，国家密集出台了一系列的支持政策，其中明确指向传统经济要借助人工智能、大数据、云计算等科技的赋能，实现转型，引导社会资本和资源持续对这一领域加注。
- 2020年的疫情，既是挑战也是契机。国家必然大力扶持5G为代表的新基建高速发展。而5G网络及终端设备体系的铺设，进一步为商业智能化的各场景数据流打通提供了基础，这要求企业必须尽快转型，以适应新的商业价值链；



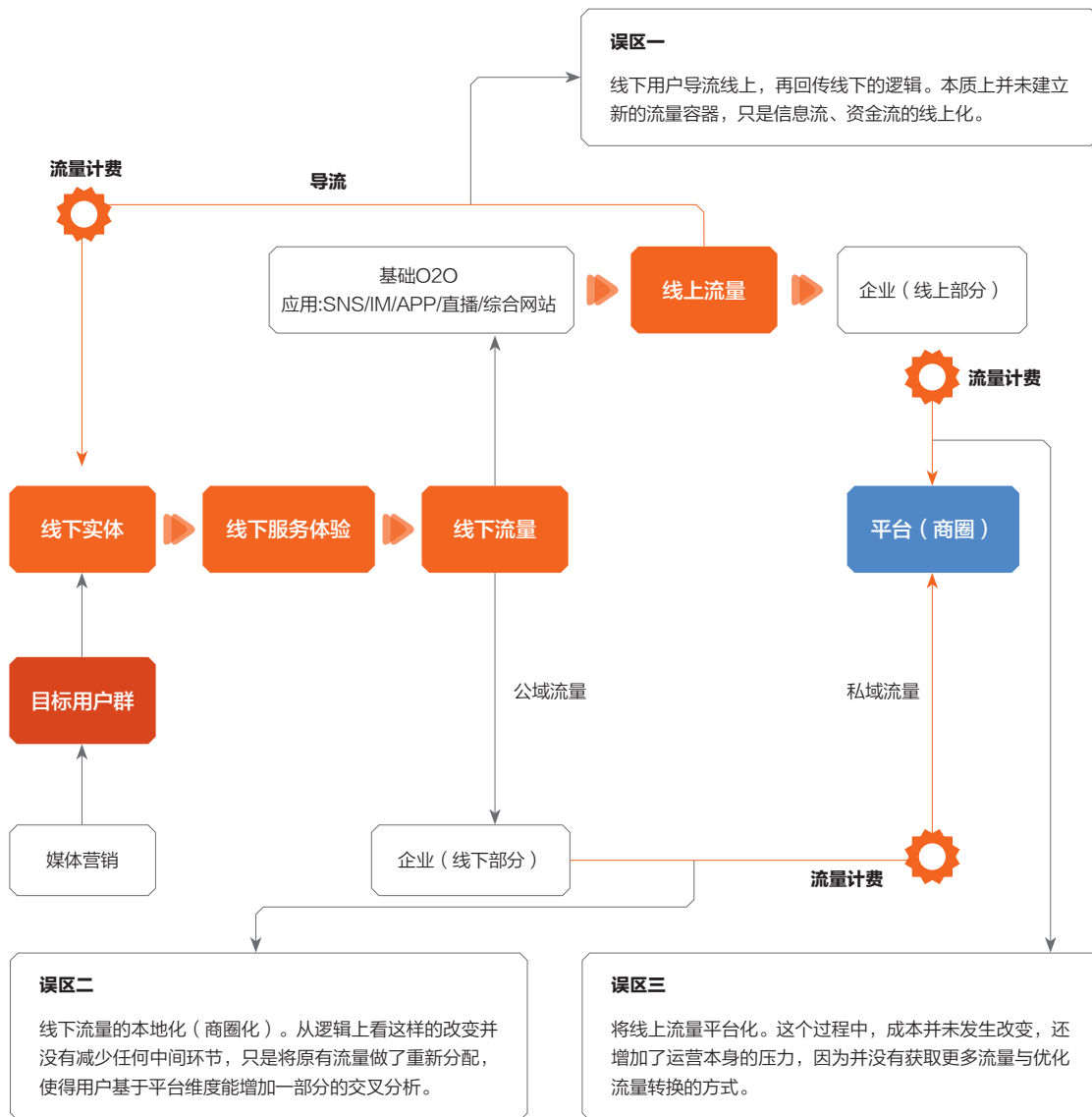
什么是商业的智能化？

- 商业智能化是传统商业在新技术、新模式、新工具的赋能下，通过对商业全链路的全面改造和创新，实现在更优效率、更低成本的情况下完成对客户的需求理解与价值交付，创造远超传统商业的产品、服务、体验。
- 具体来说，智能商业化是利用各种数据体系与新型的系统工具（大数据、RPA、运筹学、机器学习）优化了原有的商业运营通路，将松散信息流与运营集中化管理输出，从而实现需求入口信息化、交互服务在线化、流程体系数字化、决策管理智能化。
- 商业的智能化发展，是人工智能、大数据、物联网等新兴技术应用的重要商业途径，也是数字化经济深度落地商业社会的必然结果。

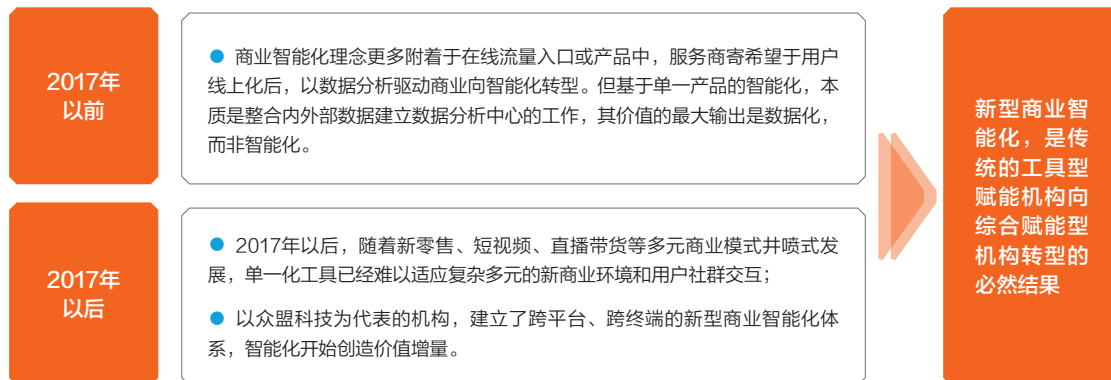
商业智能化的业务逻辑：商业全链路各环节模式、流程、工具、技术的新型集成方式，以及要素价值的自动化输出



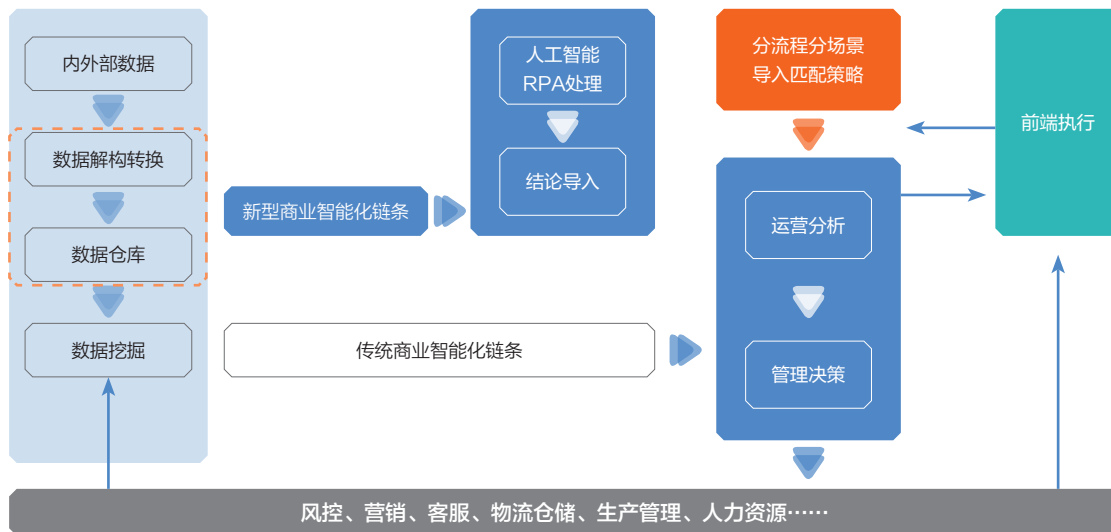
过去的智能商业误区：内部经营流量的再分配



商业智能化的迭代 – 从存量价值挖掘到增量价值创造



新型商业智能化：基于机器与运筹学理论，在数据收集时同步完成数据解析、场景细分和交叉分析，并输出分场景、分阶段落地策略



中国商业智能化矩阵（典型企业示例）

场景营销

营销



金融



安全



零售



客服



技术平台



基础设施

芯片



IT系统



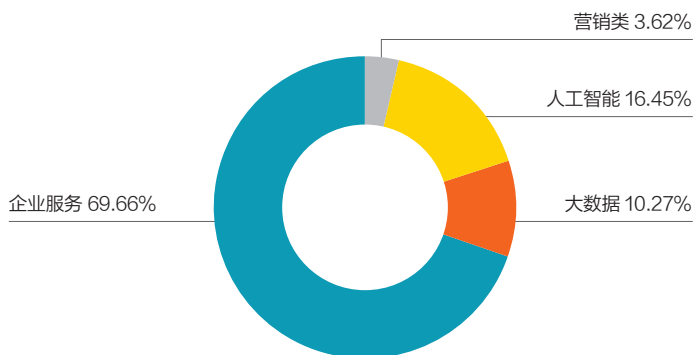
云



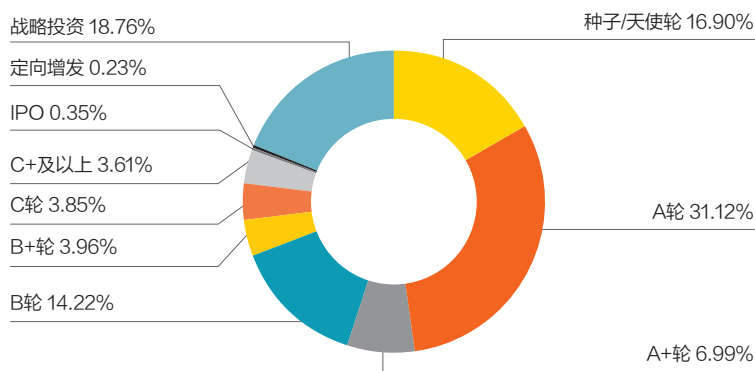
中国商业智能化相关领域资本进入现状

- 基于创业邦数据库统计，从2019年10月-2020年4月商业智能化相关领域的融资轮次来看，A轮融资与战略投资比重接近5成，这说明资本在近阶段对商业智能化相关领域进入加速，对于商业智能化的发展具有长期期望。
- 从去年以及今年截至4月的投资领域分布的占比来看，资本逐步减少在营销端与纯工具端的投资，在企业综合服务端的投资比重增加，从以上变化来看，资本对于未来传统企业商业智能化的加速预期明显，对提供综合服务能力的企业服务型公司更为看好。

2019.10-2020.04商业智能化相关领域投资分布



2019.10-2020.04商业智能化相关领域企业融资轮次分布



信息来源：创业邦

智能化要为企业解决的问题：开源创收和增效降费

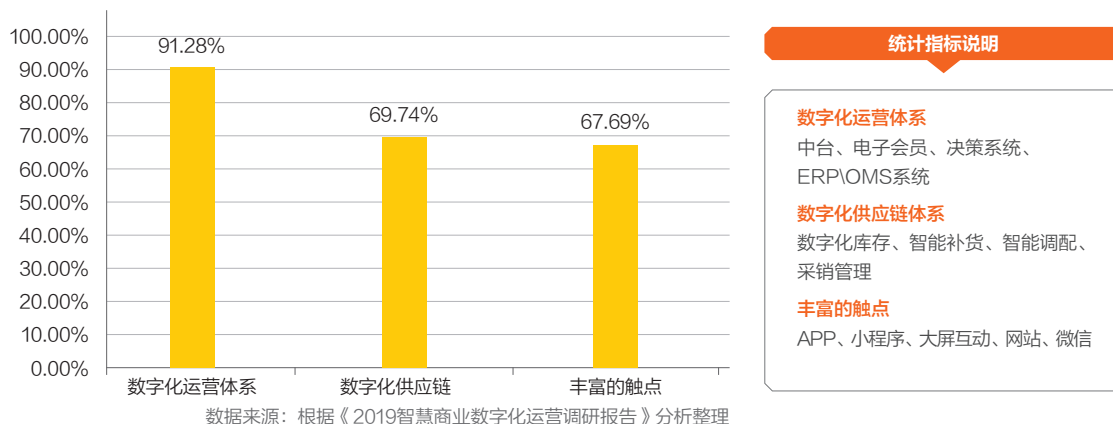
- 商业智能化要解决的问题主要为两点，分别是开源创收与增效降费。
- 而实现上述目标的关键在于建立场景化、端到端的产品覆盖和数据触达能力，也是以众盟科技为代表的解决方案类企业的业务重心。这类企业正在围绕开源创收和增效降费的核心目标，部署全链路的产品、技术和服务支撑体系，逐渐实现对原有决策工具和流程的迭代。



企业普遍认知的数字化优势，在于数字化运营体系的先进性

- 数字运营体系的打造，是企业目前最为迫切的需求点，也是企业认为智能化赋能给予自己最大的优势。
- 数字化运营体系的需求反映出企业要求的是整体的商业逻辑解决方案，而不简单停留在营销工具与系统工具层面。

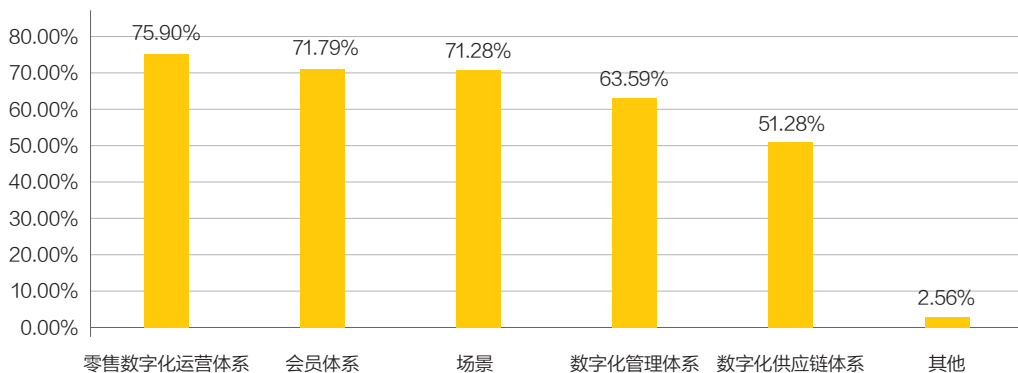
企业对于数字化所带来优势的认知统计



企业对商业智能化需求现状

- 目前国内企业普遍的需求，是需要商业智能化解决用户运营与多场景赋能的问题，但是从权重来看，前端问题与后台的问题一样迫切。
- 商业智能化在企业经营者的预期中就是要统管全局，成为企业开展系统性数字化改革的关键。

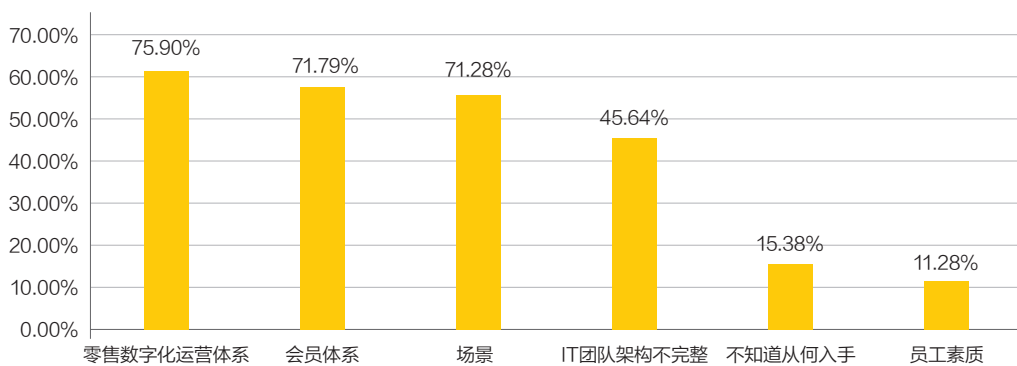
企业对商业智能化落地的热点关注环节



阻碍企业商业智能化进程的关键，是认知不足与技术储备不足

- 在企业从业者与经营者的认知中，企业数字化（智能化）变革的阻碍集中在三点：企业本身人才储备、投入产出比不确定性、与原有体系的契合度（能否有效果）。
- 商业智能化对于企业来说是关键的变局，但是从企业本身来看无论是人才与知识的储备都存在不确定性与自我认知不清晰。

阻碍企业数字化与智能化进程关键因素

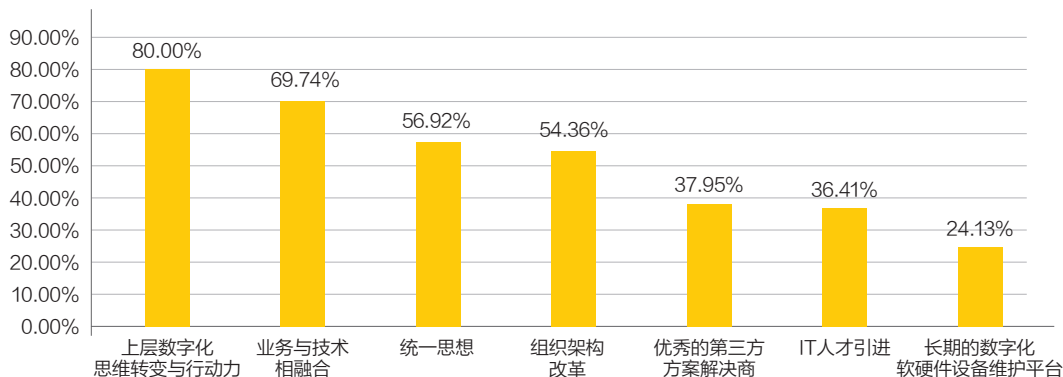


数据来源：根据《2019智慧商业数字化运营调研报告》整理

企业商业智能化进程的关键：认知、人才、专业第三方

- 企业与企业管理层对商业化的认知不足所带来的问题迫切需要解决，所以专业化的市场宣导显得尤为重要。
- 专业人才的引进与专业第三方的深度服务，是企业目前认知明确的发展企业智能化的关键因素。

企业数字化（智能化）进程的决定因素

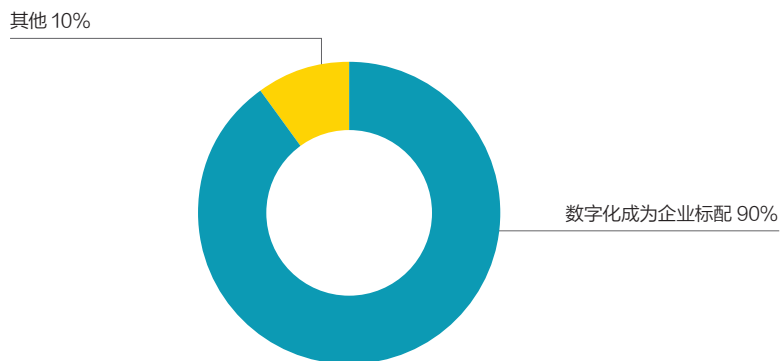


数据来源：根据《2019智慧商业数字化运营调研报告》整理

▶ 九成受访企业相信商业的智能化是必然趋势

- 毫无疑问，对于企业从业者与经营者来说，商业智能化是企业发展的必经之路。

企业对商业智能化转型未来空间的认知



数据来源：根据《2019智慧商业数字化运营调研报告》整理



CHAPTER 2

商业智能化领域数据安全现状

近年来网络数据安全一直是国家政策重点关注领域

- 信息安全是数字经济的重要保障，也是国家整体安全策略的重要组成部分，是经济建设的基础建设之一。
- 《中华人民共和国网络安全法》是网络安全领域的核心法律。同时，行业企业，到协会组织，再到国家各部委各层面已经初步形成了各项行规、法规、法律等层面的多级管控体系。

国家关于网络信息安全颁布相关法规

1. 国家互联网信息办公室会同国家发展改革委等十二部门联合发布《网络安全审查办法》自2020年6月1日实施
2. 《中华人民共和国网络安全法》由全国人民代表大会常务委员会于2016年11月7日发布，自2017年6月1日起施行。
3. 中办、国办转发《国家信息化领导小组关于加强信息安全保障工作的意见》（中办发[2003]27号）
4. 中办、国办《关于进一步加强互联网管理工作的意见》（中办发[2004]32号）
5. 中央网信办《关于加强党政机关网站安全管理的通知》（中网办发文[2014]1号）
6. 中央网信办《关于印发<2014年国家网络安全检查工作方案>的通知》（中网办发文[2014]5号）
7. 工业和信息化部《关于印发<2013年重点领域信息安全检查工作方案>的函》（工信部协函[2013]259号）
8. 《通信网络安全防护管理办法》（工业和信息化部令第11号）
9. 《电信和互联网用户个人信息保护规定》（工业和信息化部令第24号）

企业与协会发起相关倡议

1. 2019年5月中国信息通信研究院、众盟科技、及四川、安徽等地行业组织发布《线下大数据行业自律公约》
2. 2015年2月，中央网信办组织全国50家行业组织和网信企业签署了《维护网络信息安全倡议书》
3. 2013年12月，中国互联网协会在京发布《互联网终端安全服务自律公约》

- 网络信息安全分为个人、企业和政府三个维度，逐级递进。在智能商业领域，个人和企业的数据安全是关键命题。

2020年5月，中信银行某支行人员因泄露客户隐私导致严重商业后果，引发了广泛社会关注，也成为推动个人信息安全的重要事件。

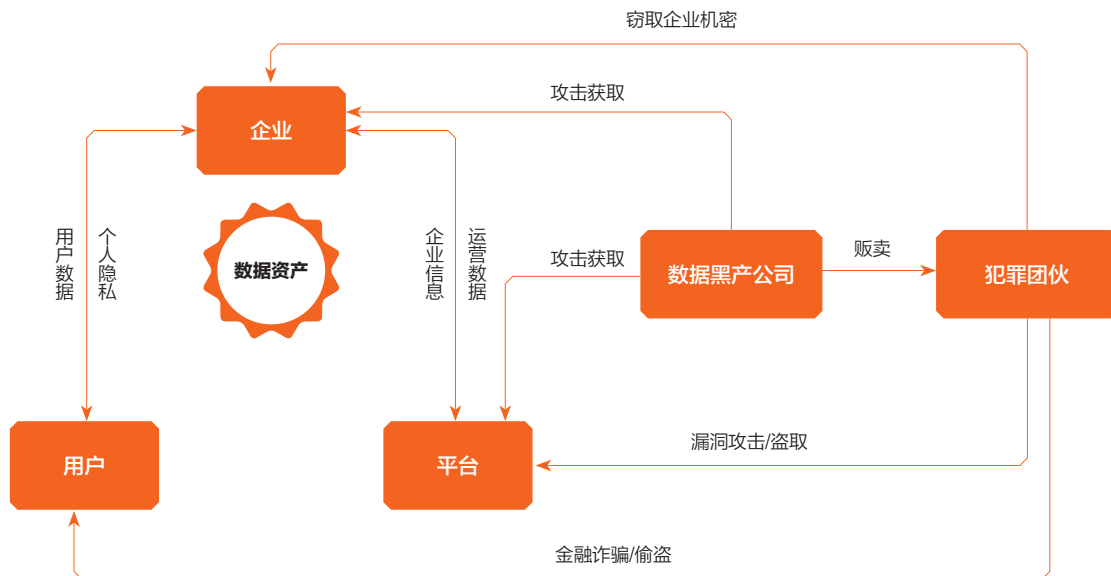
网络信息安全的组成



安全是商业智能化绕不开的环节

- 在商业智能化发展的过程中，数据已经成为企业经营中的核心资产，如果不能保障数据安全，那么用户的隐私与企业的关键信息将有可能被不法分子所窃取，进而酿成各种网络诈骗与网络资产窃取案件，造成难以挽回的损失。
- 企业在进行智能化转型建设数据中，必须考虑整体系统的安全问题，否则无论从用户角度还是企业自身经营利益来看，没有保障的数据化运营都暴露在巨大的风险中，而由被污染的数据所传导出的错误的“智能化”商业决策，甚至可能带来灾难性后果。

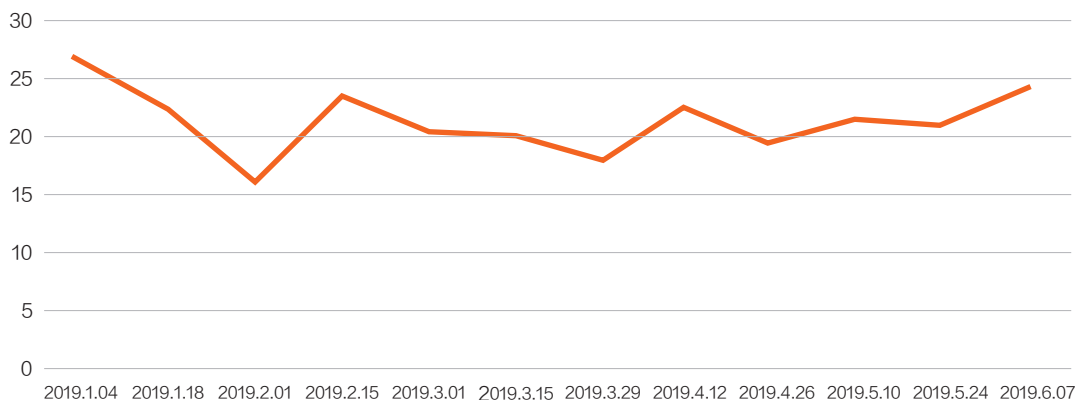
用户、企业、平台三方面面临的网络安全风险示意



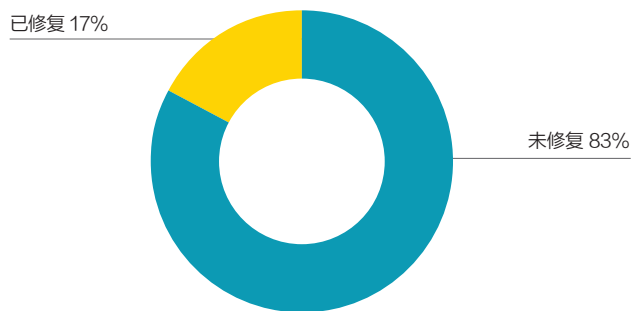
虽然企业业务线上化进程加快，但数据安全隐患并未得到重视和解决

- 引用腾讯发布的《2019上半年企业安全总结》报告数据，企业染毒与被攻击的情况仍然处在一个相对高位，并且有上升趋势。
- 企业在面对安全高危漏洞的时候，能够及时进行修复的只有17%，这意味着大多数的企业存在极高的被攻击风险，并且并不自知。
- 面对企业安全的现状，在进行商业智能化赋能过程中，如何帮助企业建设数据信息安全屏障，制定网络信息安全规范成为关键。

调查中发现染毒中端的企业占比（%）



调查中企业对终端所存在高危漏洞的修复情况



数据来源：根据腾讯电脑管家《2019上半年企业安全总结》整理

商业智能化发展的同时，应当同步建立起企业信息安全屏障的作用

- 在企业推进商业智能化体系的建设中，安全屏障的建立必须同步于其它信息体系的建设，要评估并制定符合公司实际信息安全现状的总体计划，并明确配套的落地机制、考核指标与工作权责。
- 但是，即使通过商业智能化构建了安全屏障，企业也应充分认识到，信息安全不只是流程控制与机制问题，还有安全意识的建设，需要同步对相关企业人员的意识教育和进行相关技术培训，可以同专业的第三方机构建立技术交流，危机处理，信息共通的协作机制。
- 总之，智能商业中的安全防控必须要基于合规的流程、统一的数据管理中枢和明确的制度，并实时监管、定期审计。

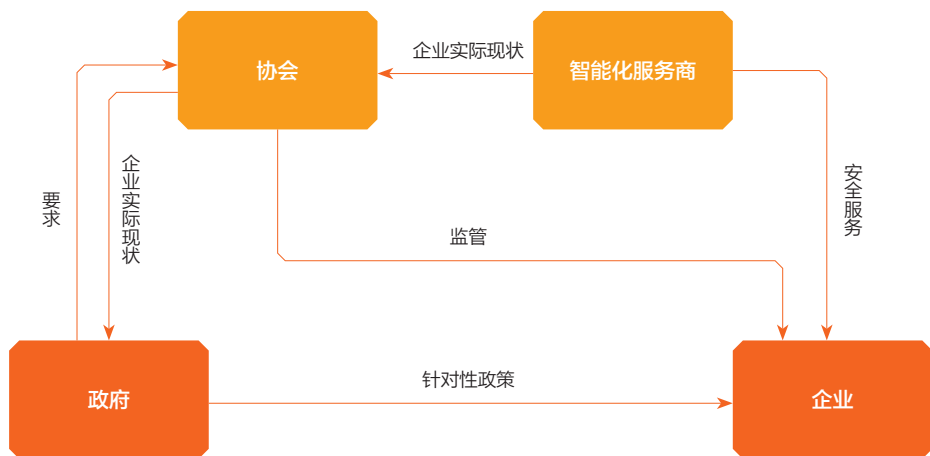
企业信息安全建设基础框架示意



以众盟科技为代表的商业智能化服务商，也是信息安全建设规范化的重要环节

- 2019年5月中国信息通信研究院、众盟科技、及四川、安徽等地行业组织发布《线下大数据行业自律公约》，这表明智能化服务商与行业协会自下而上推动的行业自治行为，以及相应的安全相关实践的落地，成为政府在制定政策和规则时重要的沟通纽带和决策依据。
- 具体来说，智能化服务商在对企业进行服务的同时，可以将众多企业的常规安全建设问题系统地给予协助，并与政府机构反馈，从而促进整体安全规范性的建设进程，并且让政府了解企业实际现状，出台有针对性的帮扶政策与约束条例。

信息安全的建设，是全价值链自上而下与自下而上相结合的共建逻辑

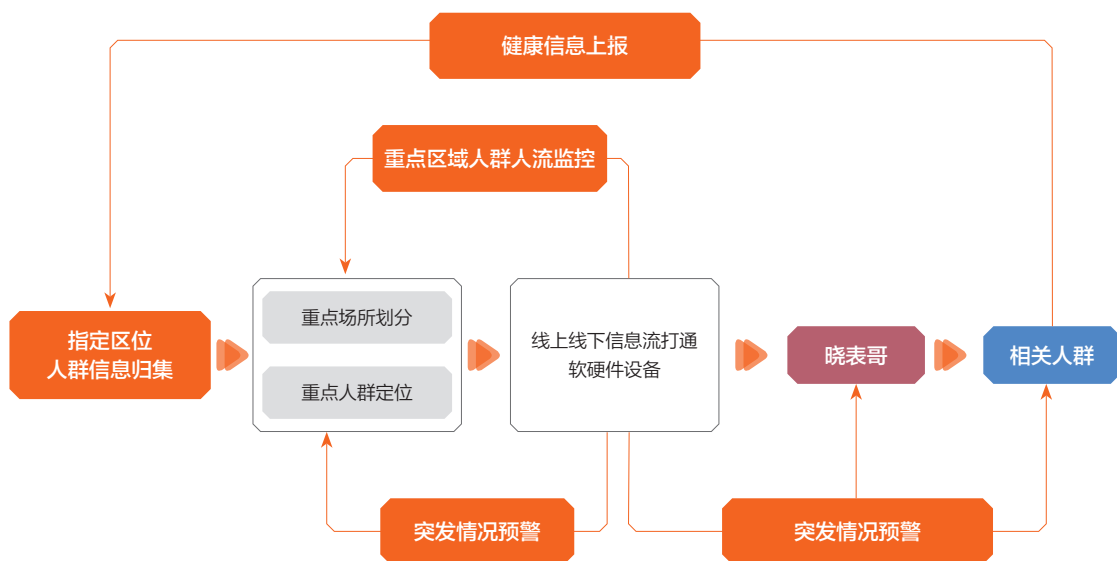


案例

众盟科技智慧安全产品“晓表哥”，助力COVID-19防控过程的数字化管理

- 智能化安全解决方案，本质是依托于对于各种场景下信息流的归集管理与分类分析能力，推动安全和风控的优化。
- 晓表哥是为缓解武汉疫情期间无接触人群健康普查所研发出的智慧安全产品，依托于众盟科技智能化网络安全解决方案，以智能硬件及大数据技术为基础，通过数据收集、分析、预警、跟踪，及时对重点场景、重点人员、突发事件进行监测及跟踪，并及时预警。

“晓表哥”助力COVID-19数字化防控





CHAPTER 3

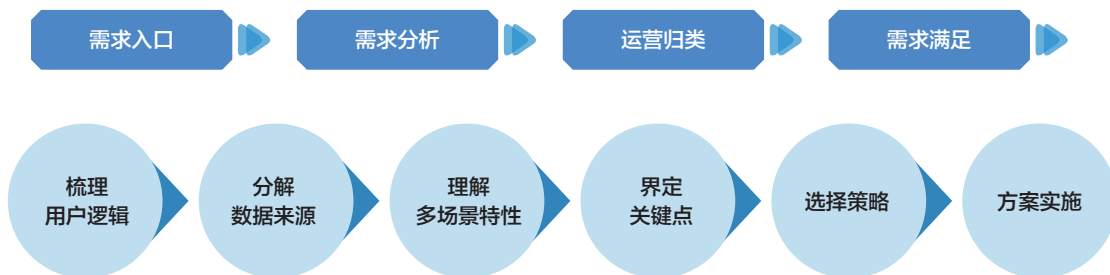
以众盟科技为例 商业智能化典型实践



商业智能化的落地实践，关键是与企业现有商业链路和经营逻辑的深度契合

- 基于前文所述，商业智能化的价值在于开源、增效和降本，而这些价值必须在对企业的商业价值通路的深度优化中才能体现。
- 商业智能化部署的前提，要理清企业商业价值链条，从用户来源到需求满足整个链路中，将智能化能具体赋能的环节和手段界定清楚。
- 本案例部分的内容，将选取国内具有典型意义的商业智能化赋能企业众盟科技及其落地案例，来做分析。

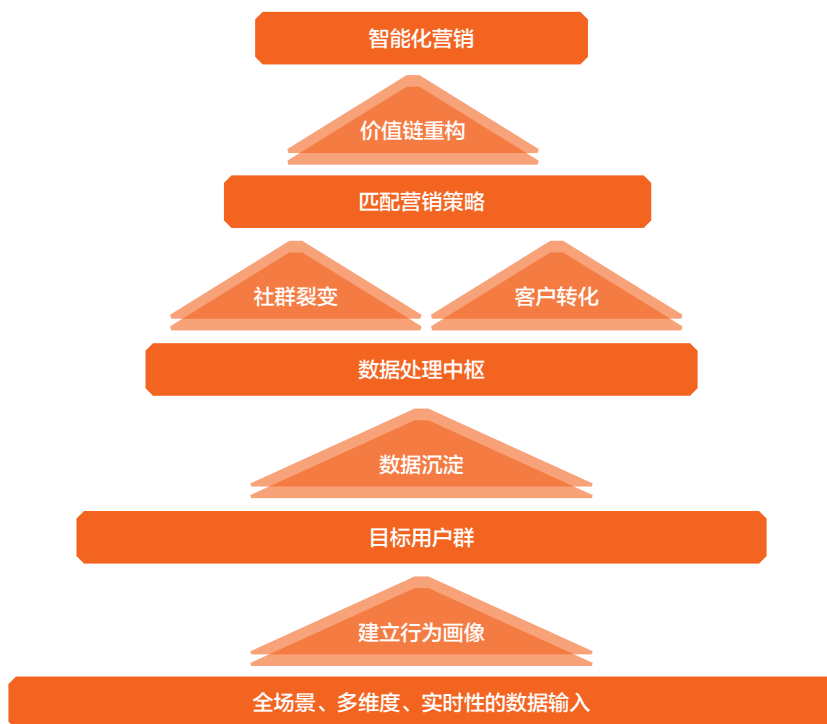
商业智能化需要嵌入企业商业链路的具体环节



众盟科技：基于全场景数据，提供用户为中心的企业商业智能化解决方案

- 一 众盟科技从场景切入，给予企业商业智能化赋能。
- 二 业务逻辑层面，首先利用智慧营销场景信息流进行梳理，对其中不同场景下的目标用户群数据分析筛选，进而根据数据性质匹配不同的策略，进行有目标的转化。
- 三 在上述逻辑链中，前端的全场景消费数据是智能化营销发起的起点，企业拥有大量的线上线下场景的消费数据，但是转化率低是通病，尤其是中小型与传统企业对于数据的利用挖掘还停留在简单的消费行为分析，没有更系统的处理能力。
- 四 在这种情况下，众盟科技利用长期以来积累的大数据与技术优势，可以帮助企业：
 - 1、对消费数据进行场景化分流（公域与私域流量的充分运营）；
 - 2、针对不同阶段的用户行为进行分段的转换运营（架设线上运营通路，增加线下运营工具，结合直播、IM通讯、短视频等进行营销工具创新）；
 - 3、最终完成整个用户旅程（Customer Journey），实现全链路、端到端的智能化营销。

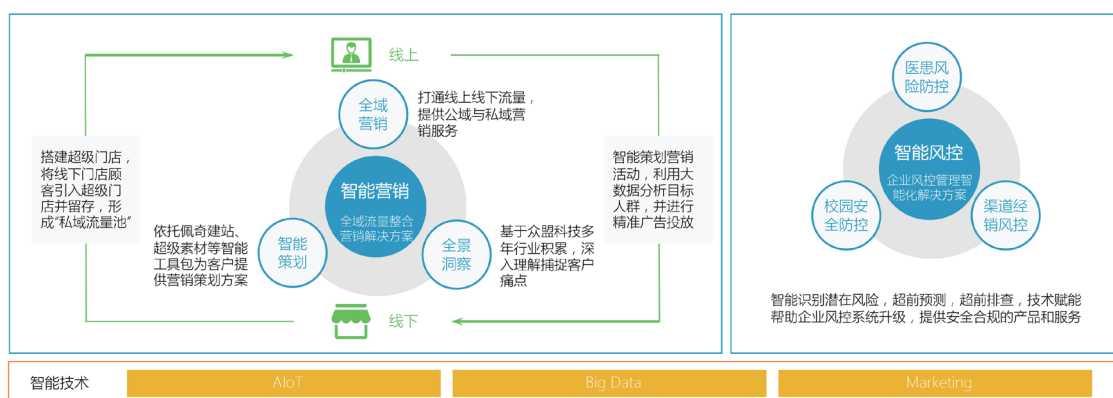
众盟的商业智能化解决方案服务逻辑



众盟科技：以“智能营销”与“智能风控”为双轮驱动，打造线上线下商业智能生态体系

众盟科技成立于2013年，作为一家商业智能化的技术服务平台，众盟科技围绕企业“降本增效，控制风险”的生存命题，以“智能营销”与“智能风控”为双轮驱动，打造线上线下商业智能生态体系，帮助企业数字化转型升级，实现商业智能化发展。

众盟科技商业智能生态体系



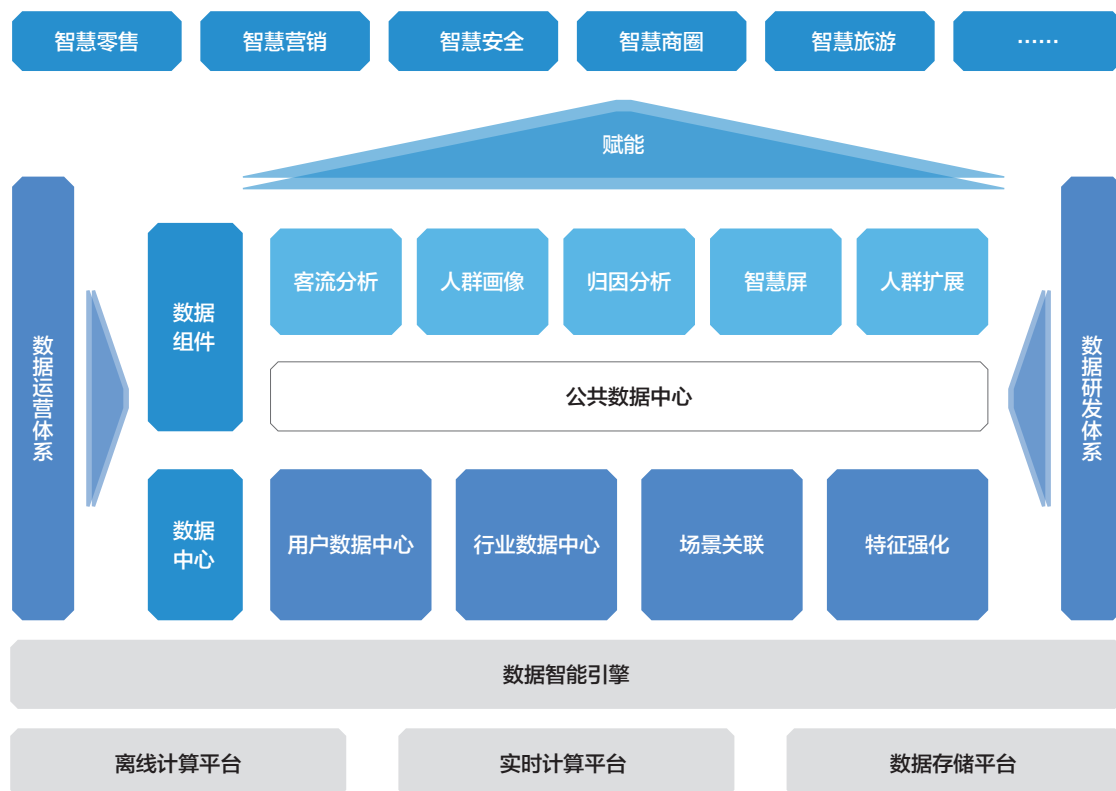
众盟科技融资历程



完备的数据中台体系，是众盟科技以商业智能化解决方案实现赋能的保障

- 众盟科技构建了完备的数据中台，根据企业价值链各环节的多数据群落进行拆分，建立相应的数据处理中心，实现对每个环节中存在的数据特征与影响因子的交叉分析，从而能够为不同类型客户生成定制化的商业智能化解决方案，帮助企业解决单一链条数字化，与整体运营体系的智能化转型之间的鸿沟。
- 在中长期来看，众盟科技的数据中台能力可以在服务过程中持续不断积累数据量，并通过企业案例对数据体系进行训练，使得数据驱动的前端产品获得持续迭代，最终趋向实现自动化的机器学习。

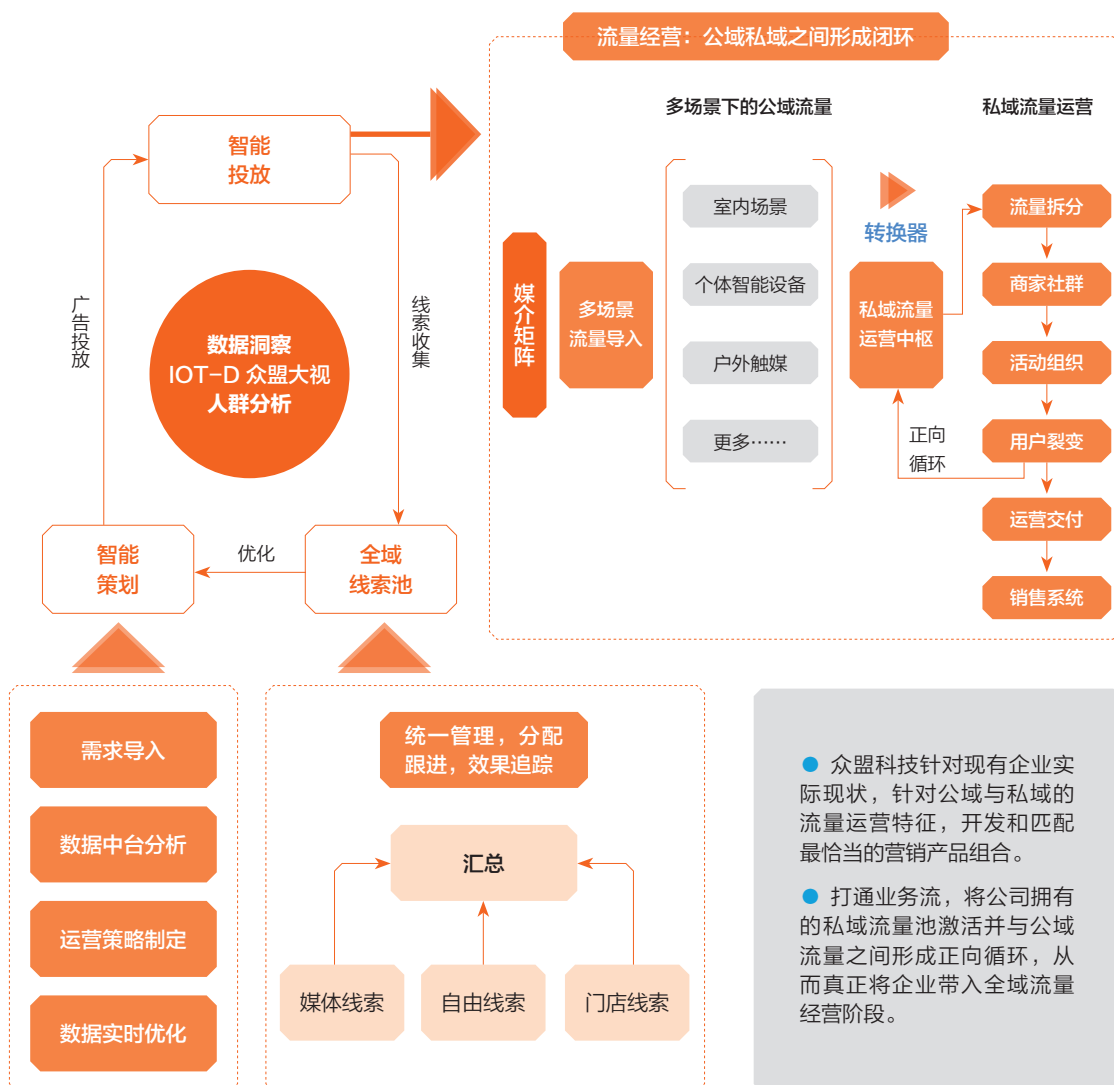
众盟科技数据的数据中台体系构成及基本运作机制示意



众盟科技超级推：软硬件结合，公域私域打通的商业智能化服务能力体系

众盟科技超级推的总体业务逻辑示意

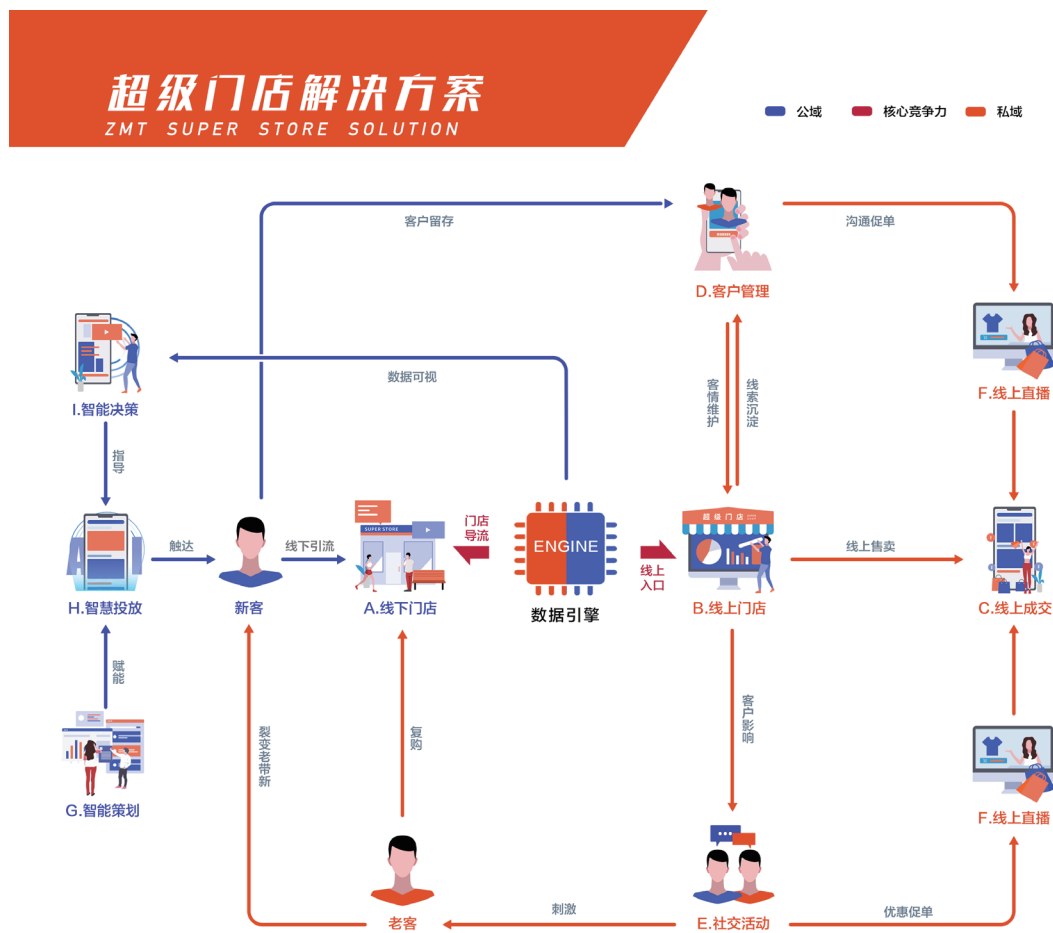
在新基建发展大潮下，众盟科技进一步以技术为驱动力，以数字资产推动产业创新持续发展，帮助企业实现智能营销和智能风控的数字化转型升级，为游戏、电商、网服、汽车、房产、旅游等垂直行业提供系统化的商业智能解决方案。具体到产品层面，众盟科技为企业主打造超级门店解决方案——超级推（Super M），旨在依据超级门店模型，帮助企业主实现由传统门店向超级门店的转型升级，助力企业提质增效。此外，众盟科技还在积极探索线下实体店直播模式，进一步帮助企业主更好地进行营销、推广和客户转化。



不同于单一营销工具，众盟科技产品覆盖用户全触点，可基于数据做全场景运营

- 众盟科技的产品比较全面的覆盖了用户决策链，掌握端到端数据，并根据场景的不同，结合门店实际的运营情况，制定流量经营策略；
- 在上述逻辑下，最终给予企业一套基于众盟科技数字产品体系、覆盖企业实际场景的公域+私域流量的运营经营策略，重塑整个企业的数字化经营模式，改变用户与企业的交互形式，重新构建有效触达能力。

众盟科技基于多场景产品覆盖和流量入口，建立了系统性的用户触点体系和分析决策能力



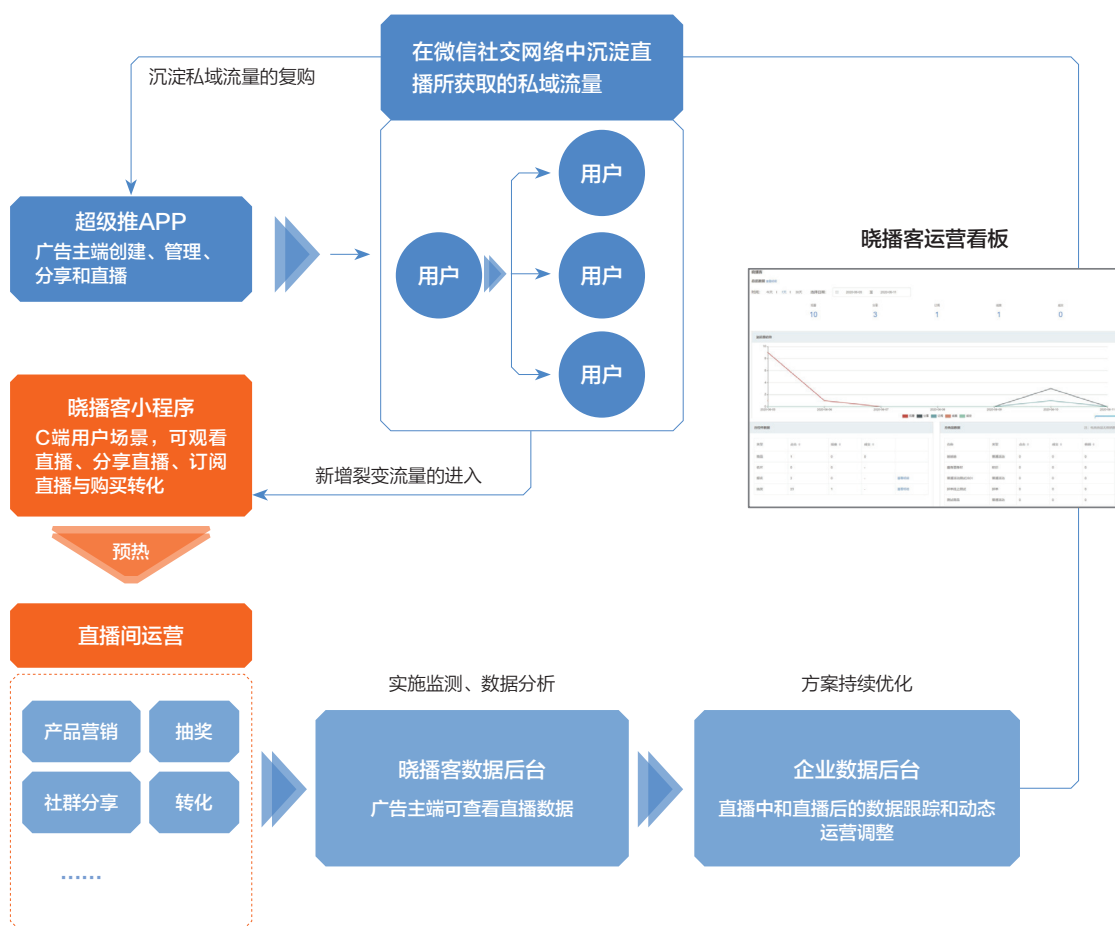
不同于单一营销工具, 众盟科技产品覆盖用户全触点, 可基于数据做全场景运营

企业独立运营直播的痛点

- 企业在进行营销活动中如何与用户互动, 并有效即时的转换流量是一大难点。
- 对于缺乏直播运营能力的企业来说, 直播活动的准备期长, 流量驳杂, 盲目上线直播缺乏性价比。

晓播客的产品和运营解决方案

- 晓播客产品逻辑是针对上述问题, 将营销活动、直播互动、线上即时用户运营、后台数据分析相关环节进行打通, 可一站式对企业私域流量进行有针对性的效果转化, 确保流量经营效率。





案例：

众盟科技晓播客联合快手，帮助传统商家找到线上精准流量，并转化至私域



飞拉戈慕 | 极致睡眠

飞拉戈慕是一家专注高品质的软体家具工厂。公司主力打造意大利极简风格、轻奢风格、现代风格三大风格体系的上千款精美的家居产品。

挑战：疫情之下实体店客户流量骤降，严重打击了耐消品行业的现金流周转能力。

众盟科技帮助飞拉戈慕改变传统的线下经营模式，有效的捕获了目标地区的潜在用户，使得线下潜在流量实现线上化、私域化的转换，通过短暂的直播促成消费周期较长的家居品类快速走量。

成果：

线上直播净增加粉丝数百个（均为本地高意向、高客单价的潜在购买者），小店成单近200单

运营策划



精准流量池

直播间运营

山西太原

安卓用户

80、90后

短视频爱好者

.....

私域流量裂变

向微信端流量容器转化

社群传播素材

直接流量

准私域流量

圈定核心利益输出点

数据中台

筛选

活动投放

用户流

直播平台

数据流

数据后台

确定主题

活动分析

精准画像

快手号

目标群属性复核

围绕商圈

人群定位

打通转化链

在线运营

活动复盘

基于线下场景

流程策划

多场景投放

社群活动

即时数据

平台选择

补贴奖励



案例：

众盟科技基于私域流量运营能力，提升蓝领用工平台在疫情期间的运营效能



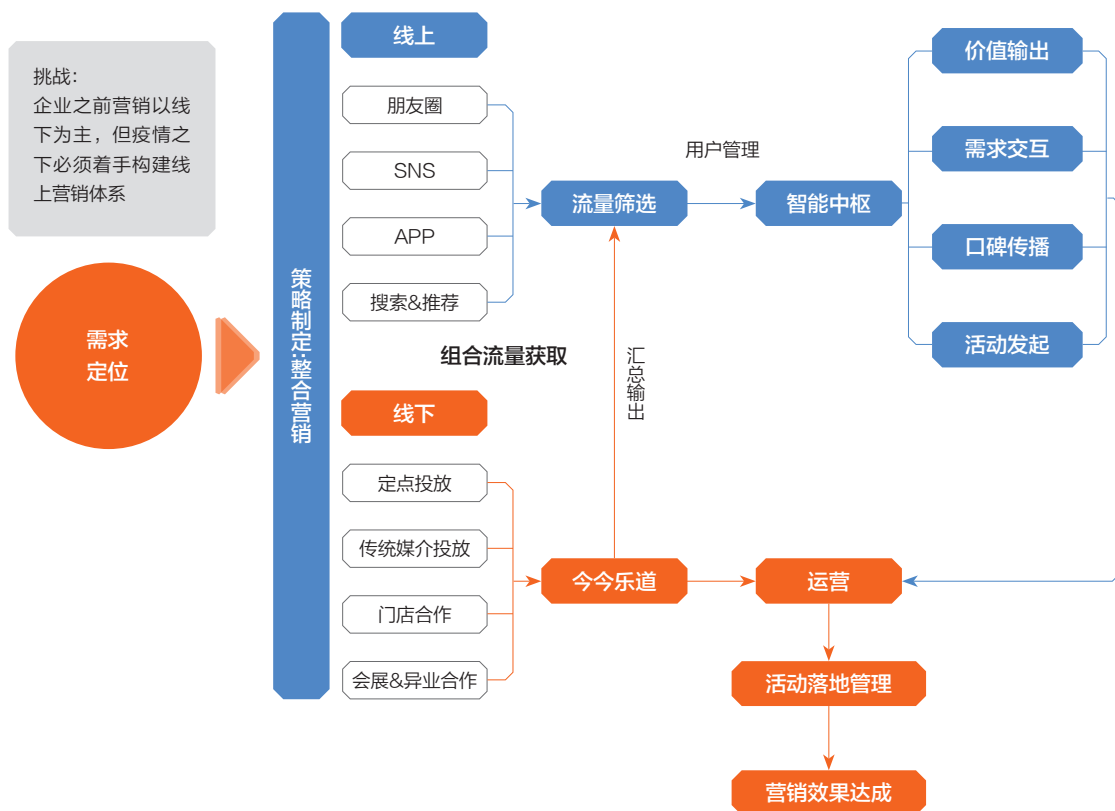
信息来源：访谈整理

案例：众盟科技整合线上资源，帮助知识服务商全面开辟数字化营销的新通路



今今乐道读书会作为联想控股的核心资产，专注为蓝领阶层服务，是国内最大的读书知识体验服务商之一，拥有中国最资深的内容架构和课程体系。

众盟科技整合线上线下资源，为今今乐道建立立体的数字化营销运营体系



- 在本案例中，众盟科技帮助今今乐道改变了传统线下为主的营销与运营模式，开辟并完善了今今乐道全场景的营销通路。
- 同时由于知识服务用户特点，众盟科技在帮助其进行流量运营的同时，也促使线上体系成为新的企业用户运营抓手。

信息来源：访谈整理

案例：众盟科技通过社群化裂变，为安徽含山玉龙湖城市广场提供数字营销服务





案例：

众盟科技基于直播全流程运营能力，为地产商提供一站式的楼盘直播营销



锦泰苑项目位于安阳市龙安区金华街与钢花路交叉口东南，是当地2020年的新开楼盘。

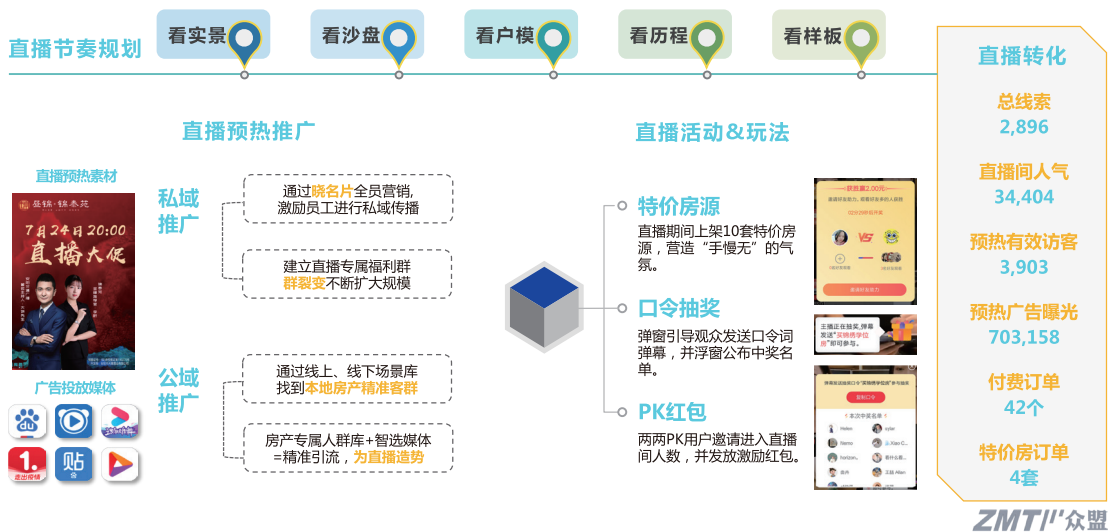
挑战：

地产商如何在疫情常态化时代革新营销渠道和打法。

在此案例中，众盟科技通过晓播客提供了一站式的直播营销服务，聚焦“直播观看的基础流量，直播过程中的留存度，以及直播后的获客线索量”三个关键的营销指标，为地产商创造了远超线下活动的流量效果和转化比率。



私域活动案例-安阳锦泰苑





CHAPTER 4

商业智能化未来发展趋势

商业智能化领域的政策趋势和资本趋势

政策

经历疫情，政府会加快推动企业数字化转型，尤其对智能化领域会更加予以扶持

- 智能化、数字化已经是政府明确的未来发展方向，随之相关的推出政策正在陆续出台。
- 国内经济在短期内仍然处于一个相对瓶颈期，在过去高速发展的三十年中，企业主要解决的是民众的有跟没有的问题，接下来企业要获取发展必须要进行自身的服务供给能力改革，这也是从2015年就提出的供给侧改革中的核心内容，也是“新基建”的核心目的之一。
- 随着疫情的结束，地方政府会加速对企业数字经济的驱动，给予相应转型企业政策上的扶持，帮助企业增加综合竞争能力与抗风险能力。

资本

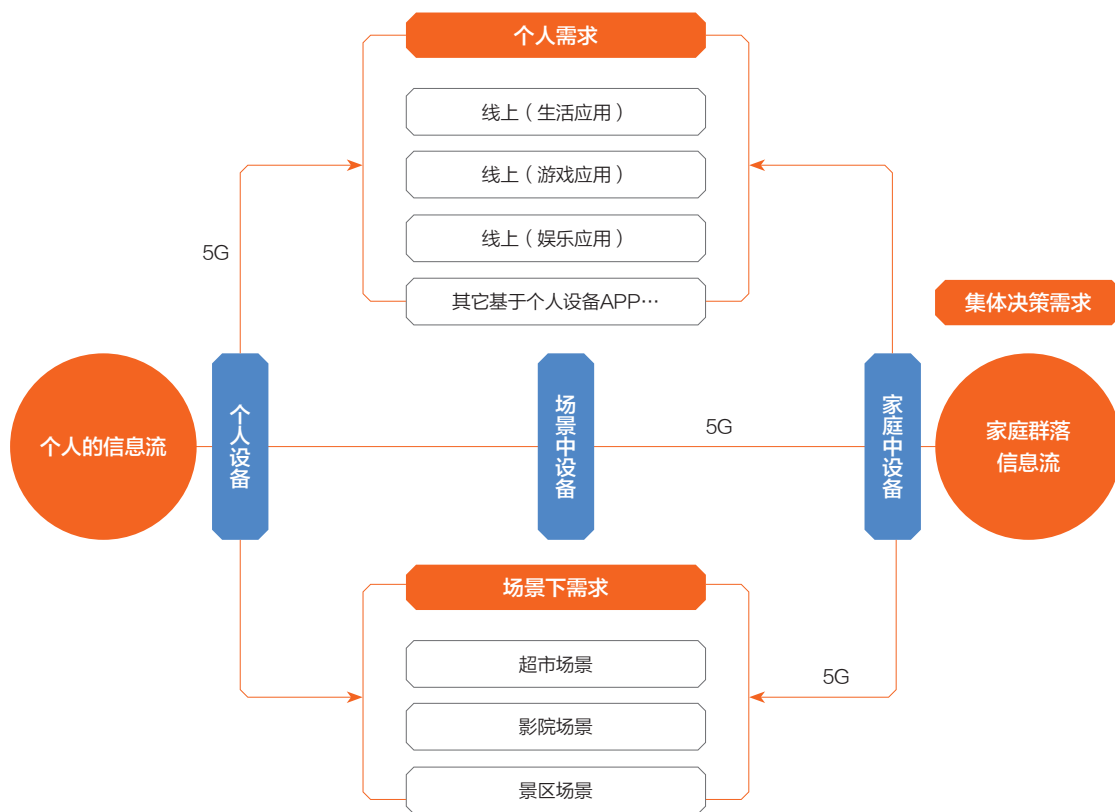
商业智能化将是资本未来投资的核心领域

- 中国企业商业智能化目前还处于初级阶段，其市场需求巨大，并且转型需求迫切；
- 资本的本质是理性与逐利的，疫情之下全球金融危机的当下，中国商业智能化市场的确定性为资本标注了清晰的避风港；
- 商业智能化可覆盖领域较多，除了已经逐步成型的工具市场，还有待发展的综合服务市场与企业智能化应用市场，并且伴随企业的智能化进程加速，原行业价值链一定会重构，价值将重新进行分配；

5G发展对商业智能化影响 – 指数级数据爆炸，带来新机遇新挑战

- 5G网络建设及相关电子设备的普及，为以物联网为核心的新一代万物互联体系带来了巨大空间。
- 在万物互联时代，设备、传感器、边缘计算等支撑的大数据将呈现指数级增加，让个人的行为与场景中的智能设备完全打通，并且实现实时、高频、快速响应和反馈等特征，这对商业带来了巨大的机遇和挑战。

多场景信息流打通，供需之间的信息交换和交易变得更加简洁和高效



产业互联网的深化落地，将与商业智能化形成共振式发展

产业互联网的发展，为商业智能化带来了更广泛的应用场景和协同性价值

智能化场景无限延伸

智场景进化

产业互联网的发展也会增加新的应用场景，让智能化快速的嵌入新的场景中发生作用，并产生新的数据池。

技术和应用的升级

科技迭代

产业互联网在推动产业变革的同时，也会要求原有数字化技术顺应产业的变迁进行迭代发展，这也反向的推动了智能化应用技术的成熟。

产业价值链条重构，新的流量洼地产生

价值链变革

产业互联网的加速发展，势必会改变原有产业格局，倒逼企业加速转型，运营新型的技术对原有价值链条进行整合。

产业互联网建设

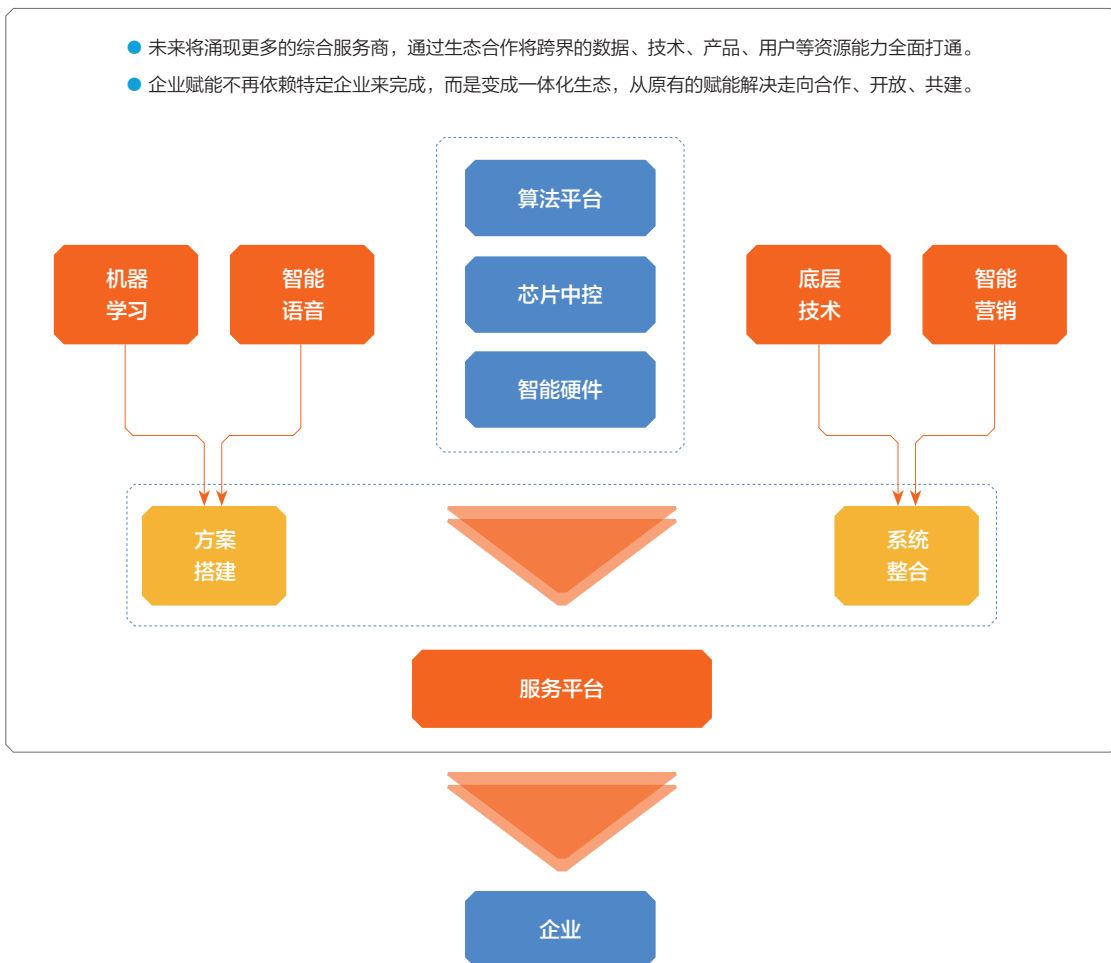
更广阔应用基础

产业互联网的发展本质上匹配了商业智能化发展的趋势，也给商业智能化细分建立了应用与实施基础。

跨界合作生态—商业智能化时代企业竞争的必然趋势

- 随着商业智能化的技术与方案越发成熟，基础设备逐步完善，未来单一工具型企业与单一方案整合赋能型企业都会相应减少，商业智能化的落地形态，可能是更加跨界联合的集团生态（如设备方、场景方、数据方、技术方、平台方等，共同成立一个智能商业经济体）。
- 在上述生态中，拥有平台与流量的巨头将整合技术资源搭建底层系统与接口，综合智能化赋能企业则会深入到垂直行业和场景，走向更深度的方案落地与策略制定，形成多企联动的集团性合作（其竞争对手可能是以同样逻辑组成的智能商业集团）。

未来的商业智能化服务，可能形成跨界联合的市场竞争主体形态



ZMT//众盟

用数据与智能，让生意更好做！

创业邦
C Y Z O N E

帮 助 创 业 者 成 功

创业邦研究中心
research@cyzone.cn