

# 中国AI+营销市场研究报告

2018年





## 背景

技术进步推动营销发展，**阶段重心从触达、交互、精准到效率**，营销技术已经进入AI+营销阶段。一方面行业自身痛点将驱动AI技术在营销应用上的不断深化，另一方面政策监管的逐渐加强和资本市场的探索尝试也为AI营销的长期发展提供了一定程度的利好条件。



## 应用

通过**数据挖掘、NLP、机器学习**等关键技术，AI对传统**营销各环节**进行优化，在用户筛查、内容创作、创意投放、效果监测及行为预测等领域做出贡献，并对搜索广告、信息流广告和互动广告等**多种营销方式**进行革新，**提升营销效果**。



## 现状

**数据和技术**是AI+营销产业各方的共同发展方向。广告主依托外部技术支持，深度挖掘自有数据价值；媒体方数据与技术两手抓，巩固自身竞争优势；第三方服务商短期不断深化关键技术，长期积极搭建智能营销平台。



## 趋势 与建议

**未来趋势：**营销流程效率优化，打通首尾形成闭环；组织架构效率优化，未来人工更专注于策略制定；用户数据效率优化，智能推荐从行为洞察到需求预测。  
**发展建议：**广告主从Adtech走向Martech，推动观念、数据、技术和组织架构升级；第三方服务商从提供数据和技术支持向提供解决方案升级。

中国AI+营销市场发展背景 1

中国AI+营销技术应用情况 2

中国AI+营销市场产业链发展状况 3

中国AI+营销市场典型企业及案例分析 4

中国AI+营销市场发展趋势及建议 5

# AI+营销的定义

## AI+营销内核：人工智能、数据、效果

AI+营销的本质是在人工智能的基础上，通过机器学习、自然语言处理及知识图谱等相关技术，对数据处理、内容投放以及效果监测等营销关键环节进行赋能，优化投放策略、增强投放针对性。其核心为帮助营销行业节约成本、提高效率、挖掘更多营销渠道。

### AI+营销定义



#### AI+营销

“AI+营销”指人工智能核心技术在营销各个环节和场景的落地应用，进而降低营销成本，提高营销效率，挖掘更多的创新营销模式和玩法。



数据处理



用户洞察



智能投放



效果监测

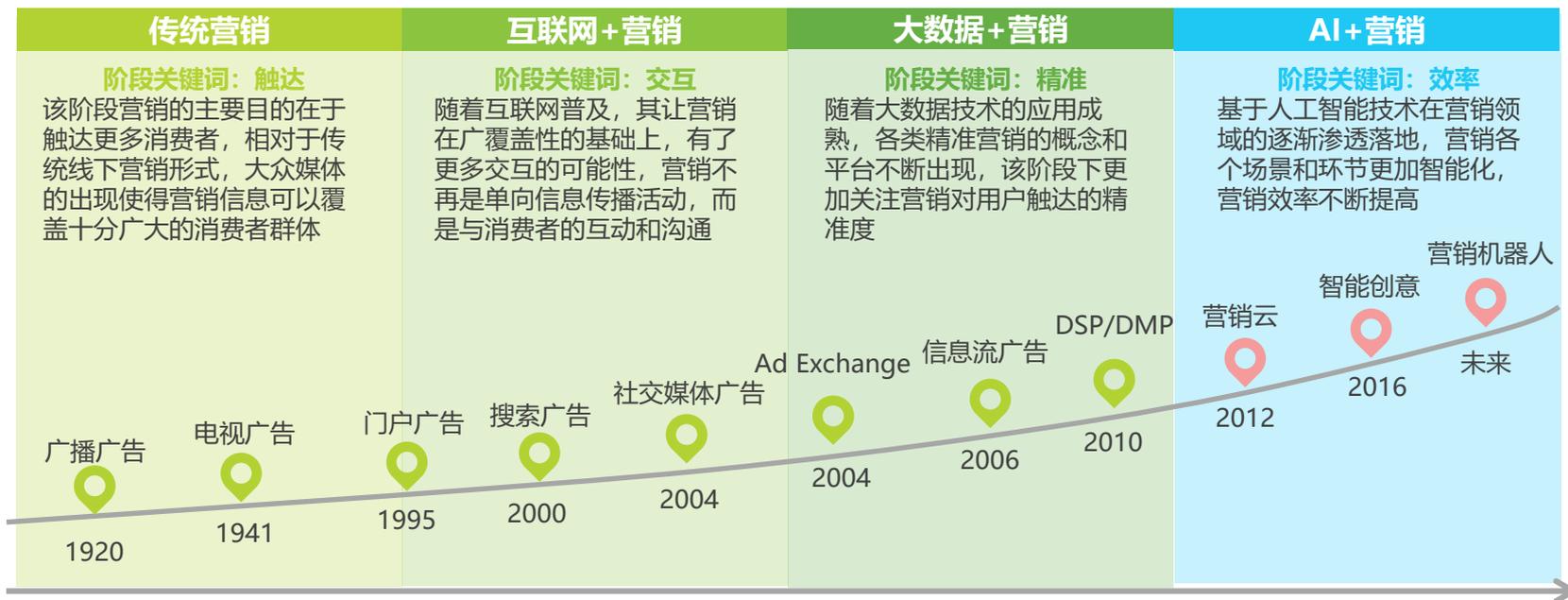
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 营销技术应用发展历程

## 技术进步推动营销发展，AI技术应用全面优化营销效率

相比营销理念的变化，技术的升级突破更加直接推动了营销的发展，不断为营销实践创造更多的可能性。整体来看，营销技术发展大致可以分为四个阶段，分别是基于大众媒体技术的传统营销、互联网技术+营销，大数据技术+营销，AI技术+营销，各个阶段相互叠加影响，进而使得每个阶段的营销重心都在升级。其中传统营销阶段更加关注对大范围消费者的触达，而互联网+营销阶段则会考虑在触达的基础上进行交互和沟通，在大数据+营销阶段则开始注重营销的精准度和个性化，到AI+营销阶段，则开始全面优化各个环节的效率。随着AI技术在营销中的应用深化，其除了提高产业效率外，在触达、交互和精准上也会提出更加优质的解决方案，未来AI技术将对营销持续产生着深刻的影响和变革。

### 营销技术应用发展历程及阶段特征



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# AI+营销政策环境

## 政策扶持力度不断加大，未来有待进一步精细化管理

近年来国务院、科技部、工信部和民政部等各大国家机关不断推出加快人工智能发展的有关政策，加快人工智能在重点领域落地情况。其中在2017年国务院印发的《新一代人工智能发展规划》和17、18年政府工作报告中多次明确发展智能产业、加快人工智能深度应用。尽管政策环境利好，对人工智能领域的扶持力度和声量都不断加大，但未来还有待进一步精细化管理。一方面，当前出台政策更多是从自上而下的宏观层面指导，并且主要集中在与社会民生联系更为紧密的细分领域，如AI+安防、AI+教育、AI+医疗等，具体到AI+营销领域未来有待更多针对性的政策出台；另一方面，随着AI营销的发展和应用，用户数据和用户隐私的平衡问题将愈发受到重视，未来针对用户隐私保护和数据监管也会不断加强和精细化。

### 中国人工智能技术落地相关主要政策

| 时间       | 政策名称                 | 政策内容   |
|----------|----------------------|--|
| 2016年11月 | 《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》 | 推动 <b>人工智能技术在各领域应用</b> ， <b>鼓励各行业</b> 加强与人工智能融合            |
| 2017年3月  | 2017年政府工作报告          | “人工智能” <b>首次</b> 被写入政府工作报告                                 |
| 2017年7月  | 《新一代人工智能发展规划》        | 人工智能上升到 <b>国家战略层面</b> 。明确指出 <b>加快人工智能深度应用</b>              |
| 2018年3月  | 2018年政府工作报告          | 加强新一代人工智能研发应用；在 <b>多领域</b> 推进“互联网+”； <b>发展智能产业</b> ，拓展智能生活 |

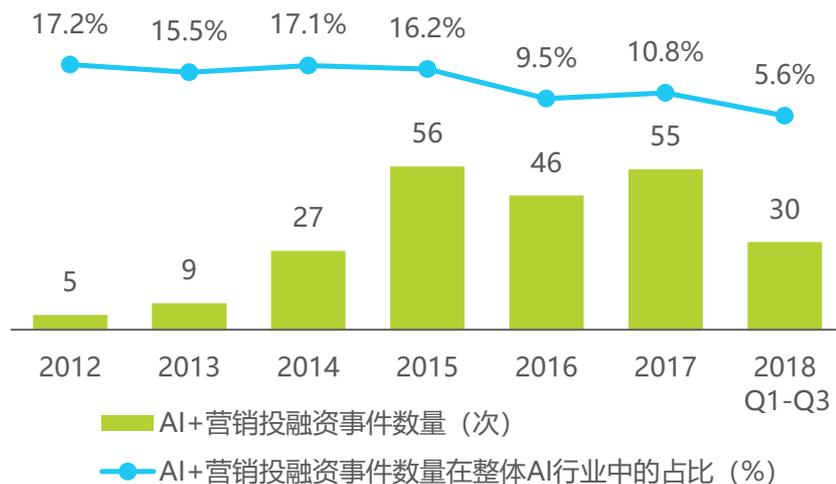
全面推动  
人工智能  
在营销等  
相关领域  
落地应用

# AI+营销资本环境

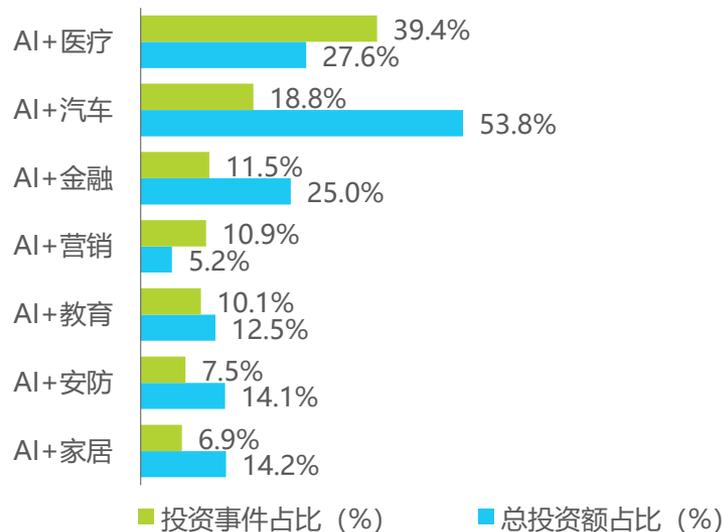
## AI行业整体资本热度高昂，AI+营销相对持观望和试水态度

近年来，整个AI行业都是资本市场格外关注的热门领域，而AI+营销作为典型的AI落地应用场景，也受到逐年受到更多资方的青睐。但相对来看，AI+营销投融资事件数量在AI整体行业中的占比在逐渐下降，一方面是由于AI赋能的细分落地场景愈加丰富，另一方面和AI营销的技术有待进一步成熟、商业模式和行业生态有待更加完善稳定也有一定关系。从AI行业主要细分领域的对比情况来看，AI+营销的投资事件总数占比为10.9%，而获投总额占比仅为5.2%，其单笔获投均额远远低于其他赛道，这也侧面说明了资本对AI+营销领域还处于观望和试水阶段，未来随着AI在营销领域的应用深化和落地，将获得资本市场更多的关注。

### 2012-2018年AI+营销投融资事件数量及占比变化情况



### 2012-2018年AI主要细分领域投融资事件和金额在行业整体的占比情况



来源：IT桔子；艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# AI+营销产业内驱力

## 行业自身痛点成为产业发展主要驱动力

相比外部环境，AI+营销的发展驱动力更多来自于行业自身痛点。随着营销产业的不断发展，传统的营销模式显示出了许多弊端。在用户时间碎片化的前提下，广告ROI效果不理想、新品牌定位不明确、目标用户不清晰等问题被不断放大，同时病毒式的投放方式以及单一的内容形式也必然会让用户产生审美疲劳，降低对广告的体验和兴趣。人工智能针对上述问题，通过技术与营销环节相结合，在提供更加充实的用户特征以及创意内容的同时，对投放的策略和形式进行优化。从而达到ROI和广告位利用率的双提升，实现全行业效果优化。

### AI+营销主要痛点及优化效果



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21183](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21183)

