



政企业务前沿技术和业态

第十六期

前言

我们正处于一场由人工智能引发的、前所未有的软件生产力革命之中。传统的 SaaS(软件即服务模式)，正被注入“AI 原生”的灵魂，从被动响应的工具，进化为主动预测、自主执行并持续进化的“数字员工”与“商业伙伴”。AI 与 SaaS 的深度结合，标志着软件产业从“流程数字化”迈入“决策智能化”的新纪元。它赋予了 SaaS 产品前所未有的能力：从理解自然语言、生成多模态内容，到基于数据进行复杂推理与自动化工作流。这种转变，使得 SaaS 从解决效率问题的“后背”，转变为驱动业务增长与创新的“前脑”。

本报告将首先对“AI 驱动的 SaaS 产业”进行基本界定与概述，我们将重点剖析中国在这一赛道上的独特路径、市场驱动因素、核心参与者以及面临的普遍性挑战。同时，我们将选取关键垂直领域进行案例剖析，揭示 AI 如何具体地重塑行业应用场景。

随后，报告将聚焦于这场革命的核心载体——“AI Agent (智能体)”。我们将探讨其技术内核、从“自动化”到“自主化”的能力阶梯，并重点分析其多元化的商业化路径。AI Agent 不仅是功能的增强，更是 SaaS 产品形态与商业模式进化的关键节点，它正开启一个软件与人协同共生的新阶段。

最后，报告将深入到“AI 与 SaaS 融合的细分领域”，从广告营销、编程、教育等具体场景出发，展示 AI 如何深度解构并重构这些职能的工作流，创造可量化的业务价值。

江苏有线数据公司

产品技术部

2025 年 12 月

目录

AI 驱动的 SaaS 产业基本介绍

中国 AI 驱动的 SaaS 产业概述	6
一、AI 与 SaaS 的基本概念	6
二、AI 与 SaaS 的技术互补性	7
三、AI 与 SaaS 的深度融合	8
AI 驱动的 SaaS 垂直案例及挑战	10
一、标杆企业垂直案例	10
二、主要风险与挑战	11

AI Agent 介绍

AI Agent 爆发元年所带来的影响	14
一、AI 迈向 L3 智能体时代	14
二、MCP 和 A2A 协议推动生态繁荣。	17
三、企业级 Agent 应用前景广阔	18
四、企业服务 SaaS 厂商有望率先受益	20
海外企业服务 AI Agent 商业化路径	24
一、Salesforce: Agent 产品灵活定价	24
二、ServiceNow: Agent 采用价值抽成计价	26
三、国内重点公司列举	27

AI 与 SaaS 融合的细分领域

AI+SaaS 具体细分领域	34
一、细分赛道的具体情况	34
二、海外 AI+SaaS 融合情况	37

AI+广告营销	38
一、广告创意优化.....	38
二、广告投放优化.....	39
三、广告方案优化.....	40
AI+编程	41
一、L1 阶段：代码补全，加速软件开发	42
二、L2 阶段：专注于任务级自动化	42
三、L3 阶段：代码理解与重构	42
AI+教育	44

01

AI 驱动的 SaaS 产业基本介绍

一、中国 AI 驱动的 SaaS 产业概述

二、AI 驱动的 SaaS 垂直案例及挑战

中国 AI 驱动的 SaaS 产业概述

过去五年，中国 SaaS 市场规模从 150 亿元左右快速膨胀至 2024 年的 700 余亿元，年复合增长率保持在 30% 以上。2020-2021 年的高速增长后，行业进入成长期尾端，进入 2025-2030 年的高速增长窗口期。核心驱动因素包括：企业数字化转型需求持续升温、云计算成本持续下降、以及 AI 大模型的商业化落地。

从渗透率来看，整体 SaaS 渗透率仍低于 10%，但在细分行业（如营销、财税、制造、跨境电商）已突破 20%-30% 的门槛，意味着未来仍有巨大的增长空间。用户付费渗透率仅 5% 左右，说明大多数企业仍处于试用或免费版阶段，付费升级潜力巨大。

一、AI 与 SaaS 的基本概念

AI（人工智能）是一种让计算机和机器能够模拟人类学习、理解、问题解决、决策制定，以及发挥创造力和自主性的技术。其核心在于利用输入数据训练出算法模型，并利用模型模拟人类的智能行为，实现语音识别、图像识别、预测分析、聚类等功能。

SaaS（软件即服务）是一种将软件部署在云端服务器上，通过互联网向用户提供应用软件服务的模式。与传统软件相比，由于 SaaS 具有初始成本低、易于部署和维护、迭代更新快、可扩展性等优良特性，已成为企业软件消费的主流模式。用户无需自行购买硬件设备或进行复杂的软件安装，只需通过浏览器等终端接入，即可使用相应的软件功能，大大降低了企业的信息化门槛，提升了用户的服务体验。

图表 传统软件 VSaaS		
维度	传统软件	SaaS
初始成本	一次性购买，初始成本高	订阅模式，初始成本低
部署与维护	本地安装，设备限制；自行维护难	云端部署，互联网访问；用户无需维护
迭代更新	手动更新，用户承担	自动更新，厂商承担
可扩展性	依赖本地硬件，扩展性有限	高可扩展性

AI 技术落地依赖具体场景，SaaS 的行业渗透能力为其提供商业化载体。AI 本身具有较高的技术门槛，其价值实现需要与生产生活中具体应用场景相结合，SaaS 则已被广泛应用于多个行业的多项环节，能够为 AI 提供丰富的落地场景，使 AI 能够快速实现商业化应用。根据艾媒咨询报告，预计到 2025 年，全球人工智能市场规模将达到 36885 亿美元，且在经历两年的下降后，2024 年人工智能行业投融资金额再创新高，达到 5482 亿元。这一增长态势印证了 AI 技术完成商业化需求的迫切性，而 SaaS 作为成熟的商业化载体，为其提供了重要支撑。

二、AI 与 SaaS 的技术互补性

云计算技术的发展为 AI 算法的运行提供了强大的算力支持。根据中国信通院数据，2023 年中国云计算市场规模达 6165 亿元，较 2022 年增长 35.5%，大幅高于全球增速。伴随着 AI 原生带来的云计算技术革新及大模型规模化落地应用，预计到 2027 年中国云计算市场将超过 2.1 万亿元。依托分布式计算架构，云计算平台可以提供按需供给的算力支持，当 SaaS 产品需要处理大量数据、运行复杂的 AI 模型时，云计算平台能快速提供足够的算力支持；而在需求减少时，又能自动缩减，避免资源浪费。这项技术打破了传统硬件设备的性能限制，保证 AI 功能得以稳定地嵌入 SaaS 服务中，同时降低了企业在算力基础设施上的投入成本，为 AI 技术的快速落地创造了条件。

机器学习、深度学习等算法的不断优化，提高了 AI 模型的准确性和效

率，让 AI 在 SaaS 产品中的应用更加精准可靠。随着模型的不断革新和训练方法的不断改进，AI 系统在特征提取、模式识别、决策推理等方面的核心能力不断突破，能够更精准地理解复杂业务

场景的需求。在能力日益增强的小型模型的推动下，从 2022 年 11 月到 2024 年 10 月，性能达到 GPT-3.5 水平的系统的推理成本下降了超过 280 倍。在硬件层面，成本每年下降 30%，而能源效率每年提升 40%。开源模型与闭源模型之间的差距也在缩小，在一年内，部分基准测试中的性能差异从 8% 降至仅 1.7%。这些趋势共同作用，使得人工智能变得更加高效、经济、易于获取。算法效率的提升使得 AI 功能在 SaaS 产品中可实现实时响应，帮助企业快速决策。泛化能力的增强则让同一套 AI 框架能够适配多行业的个性化需求，降低了企业定制化开发的成本，加速了 AI 技术在 SaaS 产品中的规模化应用。

SaaS 平台在长期运营中积累了大量的用户数据和业务数据，为 AI 模型的训练和优化提供了丰富的素材，促进了 AI 技术在 SaaS 领域的深度应用。SaaS 服务在长期服务客户的过程中，积累了大量数据，包括用户行为、业务流程、交互反馈、市场趋势等多方面信息。相比之下，AI 本身在数据服务化方面的积累则远远不如 SaaS。因此，在 SaaS 与 AI 结合的模式下，数据的持续积累形成了正向循环，即 SaaS 平台提供其在长期服务中沉淀的海量数据，为 AI 模型提供贴近实际应用场景的训练样本，使其能够持续提升性能，而性能的提升又进一步增强 SaaS 产品的用户粘性，带来更多数据输入，推动 AI 与 SaaS 的融合向更深层次发展。

三、AI 与 SaaS 的深度融合

AI 已从“功能插件”演变为 SaaS 产品的核心竞争力。2024-2025 年，AI Agent、生成式大模型、智能客服、AI 驱动的定价与预测引擎在营销、CRM、ERP、质量管理等模块中实现了“主动洞察”。

AI Agent 时代: 从单一工具向多 Agent 协同的智能网络转变，形成业务闭环的主动化、交互拟人化和功能原子化三大突破。

模型中心化开发: 代码生成、低代码/无代码平台开始围绕模型进行设计，提升了业务快速落地的效率。

可信度与可解释性: 随着 AI 在财税、合规、质量等高风险场景的渗透，模型的可解释性、数据安全与合规性成为竞争壁垒。

AI 的渗透不仅提升了 SaaS 产品的功能深度，也显著压缩了客户获取成本和运营费用，成为资本市场对 SaaS 估值重新定价的重要因素。

AI 驱动的 SaaS 垂直案例及挑战

一、标杆企业垂直案例

企业	细分赛道	关键业务	2024- 2025 业绩亮点	AI 赋能路径
迈富时	营销 SaaS	T 云、珍客、AI- Agentforce	2024 收入 15.6 亿元, 毛利率 53%, 净利润 7920 万元	大模型 + AI- Agent 双轮驱动, 90% 客户已嵌入 AI
山推股份	ERP/制造	Oracle ERP 整合营销、质量、主数据	ERP 项目实现横向贯通, 提升库存准确率 30%	AI 预测模型支撑供应链计划
光云科技	电商 SaaS	超级店长、快递助手、AI 客服	2024 收入 4.78 亿元, 2025 Q1 收入 1.15 亿元, AI 客服效率提升 300%	AI 语义理解提升客服响应速度
美登科技	电商 SaaS	‘美折’与‘我打’平台、直播电商	2024 收入 1.48 亿元, 净利润 4178 万元, AI+大数据驱动业务增长	AI 推荐引擎、数据清洗提升转化
税友网络	财税 SaaS	用友云、金蝶云	2024 市值 1500 亿元, AI 财税模块占比 20%	AI 自动记账、税务合规审计
北森控股	HCM SaaS	招聘、绩效、薪酬全流程	2025 收入 9.45 亿元, 云端 HCM 收入占比 76%, AI 商业化 ARR 超 600 万元	AI 招聘助手、智能绩效评估
汇通达网络	金融 SaaS	交易平台 + AI 大模型	2025 上半年 SaaS+ 订阅收入环比快速增长, 毛利率 4.6%	与阿里云合作推出行业大模型 “千橙云 AI”
易鑫集团	金融 SaaS	二手车融资、AI 风险管理	2025 上半年收入 54.52 亿元, SaaS 收入 18.73 亿元 (增长 124%)	AI 贷前审查、智能定价模型
百度集团 - SW	AI+云 SaaS	AI 搜索、云服务、Robotaxi	2025 Q3 预计云服务收入 59 亿元, AI 相关经常性收入超 130 亿美元	大模型赋能企业 AI SaaS, 提供行业化模型服务

这些案例共同体现了“AI+SaaS+行业深耕”的成功路径：先在行业痛点上构建垂直化 SaaS 基础能力，再通过大模型或 AI Agent 实现功能升级与商业化变现。未来，AI+SaaS 要在下面几个方面发展：

AI-Agent 生态化：从单体智能体向多 Agent 协同网络演进，形成企业内部的“智能操作系统”。预计 2026 年前，AI-Agent 将覆盖 60%-70% 的 SaaS 功能模块。

模型即服务（MaaS）：SaaS 平台将提供可订阅的大模型能力，企业无需自行训练即可快速落地 AI 场景。此趋势在营销、财税、质量、供应链等高价值场景中最先实现。

行业化深耕：细分行业 SaaS 将继续向行业标准化、合规化方向发展，尤其是金融、医疗、制造、跨境电商等监管严格的领域。

定价与商业模式创新：从传统的座位/年度订阅向基于使用量、功能模块化、AI 计算资源计费转变，以适配 AI 计算成本的波动。

数据安全与合规：随着 AI 与数据的深度融合，数据安全、隐私合规、模型可解释性将成为监管重点，也是企业竞争壁垒的关键。

二、主要风险与挑战

风险因素	可能影响	对策建议
宏观经济波动	企业 IT 投资预算收紧，SaaS 续费率下降	加强客户成功管理，提升粘性；提供灵活的付费模式
技术迭代不及预期	AI 大模型性能、成本不达预期，导致产品竞争力下降	多模型布局、混合云部署、持续研发投入
监管政策变化	数据合规、跨境数据流动限制可能影响 SaaS 业务	建立合规体系，提前布局本地化数据中心
竞争加剧	海外巨头（Salesforce、Microsoft）与本土独角兽争	差异化的行业深耕、生态合作、AI 场景化创新

	夺市场	
资本市场波动	估值回撤导致融资成本上升	多元化融资渠道（债券、战略投资），保持现金流健康

中国 SaaS 正站在“AI+行业深耕+平台化”的十字路口。过去的高速增长为行业奠定了规模与技术基础，AI 大模型的商业化则为下一轮增长注入了强劲动力。无论是营销云、财税云、制造 ERP 还是基础设施 SaaS，核心趋势都是“从工具向数字劳动力转变”——即 SaaS 不再是单纯的企业支撑工具，而是能够主动洞察、自动决策、持续学习的企业数字化核心。

在此背景下，以下三点值得企业聚焦。

1. 深耕行业痛点，构建可复用的垂直化 SaaS 基础能力；
2. 加速 AI 能力嵌入，通过模型即服务或 AI-Agent 中台实现功能升级；
3. 构建生态闭环，通过平台化的 API、合作伙伴网络以及数据共享机制提升客户粘性与平台价值。

只有在技术、业务与资本三方面实现协同，才能在竞争激烈、监管趋严的环境中保持高速增长，实现从“规模扩张”向“价值创造”的转型。未来五年，中国 SaaS 市场有望突破万亿元规模，AI-Agent 将成为行业新常态，资本将继续向具备“数据安全、技术成熟、场景适配”三大核心竞争力的企业倾斜。把握这一轮技术红利，企业与投资者均有望在数字经济的浪潮中获得丰厚回报。

02

AI Agent 介绍

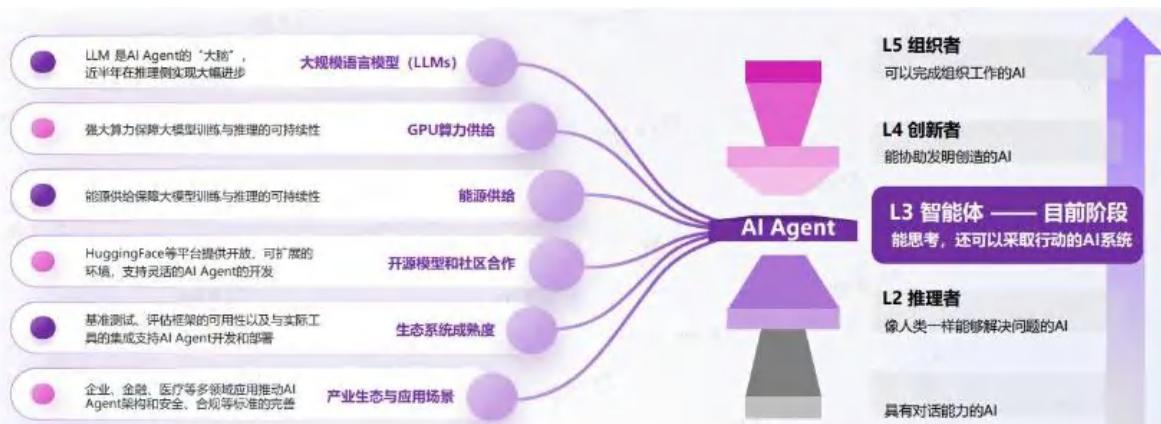
一、AI Agent 爆发元年所带来的影响

二、海外企业服务 AI Agent 商业化路径

AI Agent 爆发元年所带来的影响

一、AI 迈向 L3 智能体时代

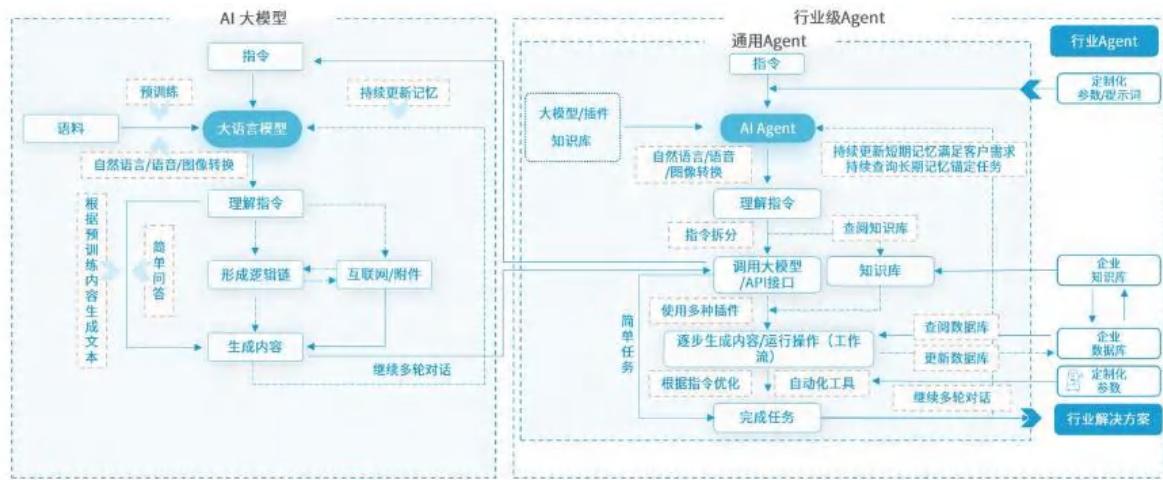
OpenAI 曾将 AI 发展划分为五个阶段：从 L1 的“聊天机器人”（可进行基本的对话交流）、L2 的“推理者”（具备更高级的逻辑和推理能力），到 L3 的“智能体”（能够思考并自主采取行动）、L4 的“创新者”（可协助人类进行创造性发明）、L5 的“完整组织”（能够完成组织工作）。当前，在大模型基础能力提升、API 调用成本逐步下降、开源模型崭露头角降低开发门槛、强大算力及能源保障模型训练及推理的可持续性等多重因素共同作用下，AI 发展进入新阶段。人工智能正从“能聊天、会思考”的 L1、L2 阶段向“能决策、会用工具”的 L3 阶段迈进，实现从思考到行动的质变。



AI 发展的阶段划分及驱动因素

AI Agent 重塑人机协作方式，推动效率变革。AI Agent（智能体）是由大语言模型（LLM）驱动的具有感知环境、推理、决策及行动能力的智能实体。一般而言，智能体能够根据用户的需求，理解并执行对应操作，

完成复杂任务。区别于需要人类指令触发任务的传统人工智能大模型，AI Agent 可主动与周边环境及其他主体进行互动，动态适应变化情景，并具备分解任务和调用多种大模型、API、插件的能力。目前主流模型包括 ChatGPT、Kimi、DeepSeek 等模型已经具备部分 Agent 能力，同时也是 Agent 主要调用的模型。在这些大模型的支持下，AI Agent 正在从“工具附庸”转变升级为“智能协作者”，重塑人机协作方式，有望推动生产效率变革。



AI 大模型与 AI 智能体系统架构

AI Agent 爆发元年，海内外科技巨头快速落地相关产品。AI Agent 作为新一代智能交互范式，目前成为海内外科技巨头、大模型厂商集中发力的方向，2025 年有望成为 AI Agent 商业爆发元年。2025 年 1 月，OpenAI 发布首个 AI Agent 产品 Operator，用户只需简单描述需求，Operator 即可模拟人类操作计算机的能力，完成在线订餐、购买机票等任务。2025 年 3 月，Monica 发布了全球首款通用型 AI 智能体 Manus，其具备复杂任务自主处理能力，能够完成筛选简历、旅行规划、股票分析

等任务。在 GAIA 基准测试（评估 AI 智能体综合性能测试）中，Manus 取得 SOTA 成绩，展示其性能超越 OpenAI 同级别模型，Manus 的发布标志着国内通用型 AI Agent 的崛起。此外，海外谷歌、亚马逊等科技巨头和国内字节跳动、百度、阿里巴巴、腾讯等头部互联网厂商均已推出智能体相关产品与解决方案，行业竞争趋于白热化。

时间	产品/技术	所属公司	功能/意义
2025年1月	AI Agent Operator	OpenAI	拓展 AI Agent 的功能边界，为用户提供更强大的自动化任务执行和知识生成能力，推动 AI Agent 在多领域的应用。
2025年1月	阿里云推出通义千问 Qwen2.5-Max模型	阿里云	提升国内大模型在多模态交互和复杂任务处理方面的能力，为 AI Agent 的开发提供更强大的基础模型支持。
2025年1月	拓尔思拓天大模型AI Agent 工具链	拓尔思	降低 AI Agent 的创建门槛，推动 AI 在多个行业的应用落地，为行业智能化转型提供有力工具。具备任务规划、流程编辑与自动执行功能，已在金融、政务、媒体和智库等多个行业场景落地。
2025年2月	GitHub Copilot Agent 模式	GitHub	提升 AI 在代码开发中的自主性和智能性，推动软件开发模式的变革，提高代码开发的效率和质量。
2025年2月	DeepSeek-R1	幻方量化	降低 AI Agent 开发门槛，推动开源生态与行业应用的结合，为国内 AI Agent 的发展提供新的技术支撑和开源资源。
2025年3月	Manus	Monica.im	工具链整合能力的规模化跃升迎来中国 AI Agent 重大突破时刻，推动 AI Agent 从对话智能升级为生产力操作系统。
2025年3月	AutoGLM 沉思	智谱	AutoGLM 沉思能够模拟人类的思考过程，尤其是在面对复杂问题时，能够进行深度研究和反思。同时，AutoGLM 沉思还具备感知世界和使用工具的能力。它能够像人类一样获取并理解环境信息，并灵活调用工具完成复杂任务，标志着 AI Agent 进入了“边想边干”的全新阶段。
2025 年 4 月	扣子空间	字节跳动	通用型 AI Agent，从回答问题到解决问题全线打通；拥有专家 Agent 生态；探索/规划双模式，人机协同完成高难度任务；MCP 扩展集成，拓展 Agent 能力边界。
2025 年 4 月	心响 App	百度	聚焦移动端，通过自然语言交互帮助用户实现复杂任务拆解、动态执行与可视化结果交付。心响 App 已上线了包括例行任务、城市旅游、AI 相亲等十大场景超 200 个任务类型，未来计划将任务类型扩展到 10 万以上。
2025 年 4 月	飞猪“问一问”	阿里巴巴	由多个 Agent 驱动的 AI 产品，能像专业旅游服务从业者一样思考问题、执行任务，并基于飞猪在供应链、

时间	产品/技术	所属公司	功能/意义
			服务等领域的专有数据以及全网的出行及玩法内容，为用户提供真实、可用的旅行方案。
2025 年 5 月	AI 智能体项目 Project Mariner	谷歌	是一个用于网络的 AI 智能体，该工具可以与操作浏览器和其他软件，Mariner 现在可以监督多达 10 个同时进行的任务，订阅用户可以将复杂规划和任务委托交给 AI 来完成
2025 年 5 月	腾讯云智能体开发平台 (TCADP)	腾讯	基于大模型的智能体构建平台，可基于 DeepSeek 模型快速搭建 Agent、RAG、工作流等模式应用。提供多种智能体开发框架，支持智能体配置-评测-发布-调优一站式工具链。内置行业实践流程和 RAG 算法，可对接企业多模态知识，助力企业与开发者打造场景多元的智能客服解决方案，覆盖出行、医疗等行业场景。
2025 年 7 月	Amazon Bedrock AgentCore	亚马逊云科技 (AWS)	AgentCore 是一个模块化服务堆栈（目前处于预览阶段），为开发者提供将 AI 智能体从原型转向生产所需的核心基础设施，包括运行时、内存、身份认证、可观测性、API 集成以及网页浏览和代码执行工具
2025 年 7 月	ChatGPT Agent	OpenAI	ChatGPT Agent 将 Operator 的网站交互能力、Deep Research 的信息整合能力以及 ChatGPT 的深度对话能力融合在一起，形成统一的智能体系统。支持网页操作、数据分析、文件生成等功能，并开放给付费用户使用。

2025 年海内外 AI Agent 领域行业动态列举

二、MCP 和 A2A 协议推动生态繁荣。

预计 2025-2030 年全球 AI 智能体市场规模增速高达 46.3%。在 MCP 出现以前，Agent 若想调用外部工具或数据源，面临着接口各异、生态割裂、开发与维护成本高等难题。为应对该问题，2024 年 11 月，Anthropic 发布了 MCP 协议。

MCP 就像是 AI 应用中的 USB-C 接口，Agent 可以通过这个标准化的“万能接口”自由调用外部工具或者数据源，从而支持开发者构建更强大的 AI Agent 生态。2025 年 2 月以来，海内外科技巨头纷纷宣布支持 MCP 协议，并推出自己的 MCP 平台，邀请各路开发者、应用服务

商入驻，极大方便了各方的数据往来。3 月，OpenAI 宣布对核心开发工具 Agent SDK 进行更新，正式支持 MCP 服务协议，以自身的影响力，将 MCP 协议的行业地位提升至类似 HTTP 的底层基础设施属性程度。随后，Cursor、Windsurf、Cline 等开发工具平台相继接入，国内的百度、腾讯、阿里等大模型厂商也密集布局 MCP 协议，进一步推动该协议普及。此外，4 月，谷歌在 MCP 协议基础上推出 A2A 协议作为功能“互补”，旨在让 AI Agent 实现跨平台、跨框架、跨厂商间的互联互通，打破智能体间的信息孤岛问题。MCP 协议打通 Agent 与工具/数据的连接，A2A 协议则解决了多 Agent 间的操作，两者并行运行，推动 AI Agent 加速发展。根据美国咨询机构 Markets and Markets 最新预测，未来全球 AI 智能体市场规模将从 2025 年的 78.4 亿美元，增至 2030 年的 526.2 亿美元，复合年增长率高达 46.3%。按照地区划分，亚太地区 AI 智能体市场规模增速最快，预计 2025-2030 年复合年增长率高达 48.5%。

公司	MCP 布局情况
OpenAI	对其核心开发工具 AgentSDK 进行重大更新，正式支持 MCP 服务协议，并且即将推出对 ChatGPT 桌面应用和 Responses API 的支持。
谷歌	Gemini 更新 API 文档，正式宣布接入 MCP，Gemini 可以调用 MCP Server。
阿里云	阿里云百炼平台上线了业界首个全生命周期 MCP 服务，集成高德地图、无影云桌面等 50 余款工具，5 分钟可生成专属 Agent。
腾讯云	升级大模型知识引擎，支持调用 MCP 插件，接入腾讯位置服务、微信读书等生态工具。
支付宝	率先在国内推出“支付 MCP Server”服务，让 AI 智能体一键接入支付能力，打通从 AI 服务到 AI 商业化的“最后一公里”。
百度	宣布全面兼容 MCP 协议，推出全球首个电商交易 MCP 及搜索 MCP 服务。智能云千帆平台已接入第三方 MCP Server，搜索平台索引全网资源降低开发成本。
360“纳米 AI”	旗下纳米 AI 正式发布“MCP 万能工具箱”，基于 MCP 而生，已接入超过 110 款工具。

科技巨头及上市公司布局 MCP 情况

三、企业级 Agent 应用前景广阔

按照应用场景和最终用户划分，AI Agent 主要可以分为消费级 AI Agent（ToC）和企业级 AI Agent（ToB）。消费级 Agent 通常为具有跨领域任务处理能力的通用平台，主要面向的是多样化消费场景，例如撰写调研报告、一键生成 PPT、生成旅游攻略等。这类任务的共同点是容错率相对较高，用户可以容忍一定程度的幻觉率。消费级 Agent 的目标客户主要为 C 端个人用户，其应用价值在于为用户提供便利、节省时间及增强用户体验。而企业级 Agent 则是针对特定场景提供特定能力，需要垂直聚焦业务场景，与企业的 ERP、CRM、OA、HRM、财务系统等业务系统进行整合，以产生闭环业务价值。企业级 Agent 面向的是 B 端企业客户，其应用价值在于帮助企业实现降本增效、减少错误以及创造直接业务价值。当前，大模型竞争已从上半场聚焦通用大模型技术的竞争，转向下半场生态协同与垂直场景落地效率的比拼，未来聚焦垂直场景、助力解决企业降本增效刚需痛点的企业级 Agent 有望成为行业下一块必争之地。根据 Marketsand Markets 的研究报告显示，从最终用户来看，预计 2025 年企业级 Agent 市场所占份额将超过消费级 Agent 市场。同时，根据 Gartner 最新测算，2024 年仅约 1%的企业软件内置 AI 智能体功能，但到 2028 年，这一比例有望飙升至 33%，届时约 15%的日常业务决策将可由 AI 自动完成，企业级 Agent 发展空间广阔。

对比维度	消费级 AI Agent (ToC)	企业级 AI Agent (ToB)
确定性要求	容错率高用户可以容忍一定程度的幻觉例： 调研 100 个网站，成功率 70% 已足够	零失误要求任何错误可能导致直接的经济损失和信誉危机例：财务报销、供应链管理不容出错
思维模式	发散思维 自主规划，提供多样化创意结构	收敛思维 业务路径确定化，结果可验证 在特定场景提供特定能力，输出稳定结果
应用范围	通用平台 处理多种任务，研究型导向， 广泛覆盖数据、网页、金融等领域	垂直聚焦 针对特定业务场景深度优化 例：深度绑定 CRM 业务流程和数据
工具与系统集成	开放工具箱 浏览器、虚拟机、搜索引擎、代码解释器等 通过 MCP 调用各种互联网工具	业务系统整合 需要与 ERP、CRM、HRM、财务系统等整合挑战： 对接运行多年可能缺乏 API 的老系统
使用场景	多样化消费场景 调研报告撰写 创意内容创作 一键生成 PPT 旅游攻略规划 休闲娱乐服务等	企业核心业务 财务报销流程 供应链管理 客户关系维护 会议纪要自动生成与同步 销售跟进任务创建等
价值创造方式	便捷性与体验感 提供便利、节省时间、增强用户体验	闭环业务价值 提高效率、减少错误、创造直接业务价值例：自动 将会议纪要同步到 CRM 系统

消费级 AI Agent (ToC) 和企业级 AI Agent (ToB) 关键特性对比

四、企业服务 SaaS 厂商有望率先受益

SaaS 厂商在企业级 Agent 落地竞赛中具备优势。AI Agent 市场的核心参与者主要分为三类。第一类为以 OpenAI、智谱 AI、月之暗面等为代表的原生 AIGC 创业型企业，此类企业具备大模型算法层面的优势，能够提供 AI Agent 搭建平台或定制化服务方式，满足客户的 Agent 需求。第二类为以谷歌、阿里、腾讯等为代表的云厂商或互联网大厂，它们依托云计算基础设施和全栈技术中台，通过云市场规模化输出 Agent 服务，具备较强的工程化能力。第三类为以 Salesforce、金蝶国际、鼎捷数智等为代表的传统企业软件/SaaS 厂商，这里企业能够将 Agent 能力嵌入到

现有的产品线，以完善产品矩阵或者提升原有产品使用效率为目标。总结而言，AI 原生大模型厂商和互联网大厂更侧重于底层技术能力的研究与开发，凭借其过往的技术积累和行业经验，能够以更高的全行业视角推进底层模型的发展，所以它们所开发的 Agent 更多是面向泛行业的通用型 Agent 产品。而 SaaS 企业在垂直行业或场景中积累了丰富的数据资源，能够将 Agent 能力无缝嵌入企业工作流，并凭借存量客户基础实现快速变现。因此，SaaS 厂商在企业级 Agent 落地竞赛中具备优势。

参与者类型	代表企业	已发布的 Agent 产品方案（部分）	核心特征	应用领域
传统 SaaS 厂商	金蝶	金蝶云苍穹 AI Agent	助力企业在财务、人力、供应链等领域构建智能体，提升企业的智能化水平	企业服务
	用友	用友 BIP“数字员工”、Data Agent	以 ChatBI 技术为核心，依托智能服务平台，融合领域智能服务，深度构建数据价值释放	企业服务
	微盟	导购任务 AI+(导购 Agent)	AI 智策引擎、AI 智效洞察和 AI 智域管控三大核心模块，为品牌提供用户运营策略生成、精准营销方案优化及交易转化路径规划等智能化管理方案	电商零售
	迈富时	AI Agentforce	AI Agentforce 2.0 实现企级 AI 从开发、部署到运维的全流程闭环管理，突破行业长期面临的碎片化落地瓶颈。	营销服务
AI 原生企业	智谱 AI	AutoGLM 沉思模型	集深度研究（Deep Research）与实际操作（Operator）能力于一体的 Agent 产品	通用型 Agent

	月之暗面	Kimi-Researcher	擅长多步骤搜索与推理，可自主完成复杂课题的调研和分析	通用型 Agent
	MiniMax	MiniMax Agent	专为解决长期复杂任务设计的智能代理，具备专家级的多步骤规划能力、灵活的任务分解机制以及端到端的执行效率	通用型 Agent
互联网大厂	阿里云	合合信息&阿里云百炼平台联合开发的智能文档处理 Agent	集成于阿里云平台，搭建交互 Agent 方案	文档处理
	腾讯云	自研数据分析智能体 TCDATAAGENT	错误自动识别与修正、理解数据库内哦让那个、高质量训练筛选三大方向取得突破	通用型 Agent
	字节跳动	扣子空间	实现了从文本到音视频的全流程打通，为内容创作者等群体解决了内容转化效率低的痛点	内容创作
	百度	心响	通过自然语言交互帮助用户实现复杂任务拆解、动态执行与可视化结果交付	通用型 Agent
	华为云	ModelArts Versatile	内置各类业务场景的经验模板，支持自助式的智能体开发，赋能企业组织与开发者构建更专业、更高效	通用型 Agent

国内 AI Agent 行业三类主要参与者及其产品

侧重场景属性的协同 OA/ERP/CRM 等企业服务类 SaaS 厂商有望在 AI Agent 浪潮中率先受益。从应用细分场景来看，企业级 Agent 可以分为侧重行业属性的行业垂直型 Agent 及侧重场景属性的业务垂直型 Agent。行业垂直型企业级 Agent 对行业（如法律、医疗等）数据质量和领域知识深度（法律条文、医疗指南等）要求较高，因而产品开发难度较大、价值验证周期较长。而业务垂直型企业级 Agent 聚焦企业通用智能场景，深度绑定协同 OA、ERP、CRM、HRM 等适用于各个行业的业务系统，这些系统承载着高度结构化流程，具有明确的规则和节点，为 AI Agent 的自动化应用提供良好基础。此外，业务垂直型企业级 Agent 通过无缝集成到企业系统实现端到端自动化，能够直接提升业务效率，快速得到可量化的降本增效指标（如人力成本降低 40%、合同处理时效提升 50%）。

等），商业化验证更为明确，企业接受程度高付费意愿更强。因此，综合企业级 Agent 的参与者层面及落地细分场景方面的考量，侧重场景属性的协同 OA/ERP/CRM/HRM 等企业服务类 SaaS 厂商有望在 AI Agent 浪潮中率先受益。



海外企业服务 AI Agent 商业化路径

部分厂商已实现 AI Agent 从概念到营收的实际转化,如 Salesforce 和 ServiceNow 推出的 AI 产品 (Agentforce、Now Assist 等生成式 AI 或 Agentic AI 产品) 和定价模式 (按对话次数、按实际操作、按价值抽成等) 日趋成熟,商业化价值初步显现,有望为我国厂商探索 AI 与业务的深度融合提供借鉴意义。

一、Salesforce: Agent 产品灵活定价

Salesforce 推出 Agentforce, AI 技术实现从工具辅助到自主决策的跨越。Salesforce 是全球领先的客户关系管理 (CRM) 软件服务提供商, 提供各种 SaaS 解决方案, 旨在帮助企业和优化客户关系、销售、服务、市场营销和其他业务流程。早在 2016 年, Salesforce 就开始了 AI 领域的探索, 推出人工智能工具 Einstein AI, 将预测式 AI 嵌入到公司多个云产品中, 助力提供个性化客户体验。此后, Salesforce 在 AI 技术上不断突破。2019 年, 公司推出了 AI 语音助手 Einstein Voice, 实现了语音交互功能; 2023 年, 公司推出 Einstein GPT, 该产品创新性地将 OpenAI 的企业级 ChatGPT 生成式 AI 技术与 Salesforce 的私有 AI 大模型、实时数据云深度融合, 能够高效获取、协调并统一公司的所有客户数据, 极大提升了 CRM 的智能化水平。2024 年 9 月, Salesforce 正式推出 AI 智能体 Agentforce, 能够为销售、服务、营销等场景提供自动化解决方案, AI 技术实现从工具辅助到自主决策的跨越。2024 年 12 月, Salesforce 推出 Agentforce 2.0, 该版本中首次对 Atlas 推理引擎进行升级, 借助数据云 (Data Cloud) 提供的丰富数据增强其推理能力, 使其能够进行更复杂

的分析和决策。2025 年 6 月，Salesforce 正式发布 Agentforce 3.0，新版本上线了全新的指挥中心（Agentforce Command Center），提供完整的可观测性；引入 MCP 协议，实现与其他服务、工具和智能体的即插即用兼容性。此外，3.0 版本再次对 Atlas 推理引擎进行升级，使 AI 智能体响应速度更快（较年初提升 50%）、引用来源更透明，还支持更多大模型选择。

Agentforce 的 ARR 已突破 1 亿美元，AI 智能体商业化价值初现。产品定价方面，目前 Agentforce 提供三种灵活定价模式，一是按照客户与智能体对话次数收费，每次收费 2 美元。二是 2025 年 5 月新推出的“Flex Credits”定价模式，按照 Agentforce 执行的具体操作付费，以 10 万积分/500 美元打包销售，每个操作消耗 20 个 Flex Credits，即每次操作约 0.10 美元。三是按用户许可的附加组件订阅捆绑积分计价，销售、服务等场景的附加组件从 125 美元/用户/月起，行业版 150 美元/用户/月起，1 Editions（一种高级定价版本）550 美元/用户/月起，该高级定价版本下，为特定云服务添加了更多定制功能和更大的许可灵活性，每家公司每年可获得 100 万个 Flex 积分和 250 万个数据服务积分。AI 商业进展方面，2025Q1，Salesforce 的 Data Cloud 和 AI 业务表现尤为突出，年化经常性收入（ARR）突破 10 亿美元，同比增长 120%，公司 AI×Agent×Data“飞轮效应”已经启动。Salesforce 表示，在 Agentforce 推出以后，仅两个季度的时间就完成了超过 8,000 个相关项目，其中付费客户占比 50%，Agentforce ARR 已突破 1 亿美元。截至 2025 年 5 月，已有 800 家客户将 Agentforce 投入生产使用，ENGIE、OpenTable、

Finnair、Grupo Global、Falabella 等客户使用后均有不错的表现。例如，巴西的媒体集团 Grupo Global 在购买 Agentforce 后，三个月内将用户留存率提高了 22%，实现收入升级、交叉销售和非订阅用户成功转化。

二、ServiceNow：Agent 采用价值抽成计价

ServiceNow 积极探索 AI 与业务融合，Studio、Orchestrator 等 Agent 产品快速推进。ServiceNow 是以 Now Platform 为核心的数字工作流服务企业，通过 SaaS 模式为全球客户提供跨部门业务流程自动化解决方案，其业务覆盖 IT 服务管理（ITSM）、IT 运营管理（ITOM）、客户服务管理（CSM）等。近年来，公司积极探索 AI 与业务的融合，先后推出对应“辅助智能”和“自主智能”的 AI 技术/产品。2023 年，公司推出 Now Assist，将生成式 AI 嵌入到全平台工作流，提供内容总结生成、代码生成等功能，辅助用户更高效完成任务。2025 年初，公司推出 AI Agent Studio，允许开发者使用自然语言提示来定义 Agent 的角色、可用工具和应用场景，极大降低了用户创建复杂 Agent 的门槛。公司同时推出了 Agent 调度平台 AI Agent Orchestrator，可有效协调跨任务、系统的 AI Agents 团队完成任务。ServiceNow 还推出多个适用于不同行业解决方案的专用 AI Agent。例如，面向电信行业推出的 AI Agent 能够助力解决客户服务和网络运营中的常见劳动密集型工作流程，使客服和工程师能够专注于更高层次的工作；针对美国联邦政府的业务提效需求，公司推出了政府转型套件（Government Transformation Suite），并宣布加快向公共部门提供代理式 AI 能力，以提高透明度、加速投资回报率并提高效率。2025 年 5 月，公司发布两项全新 AI 工具套件 Control Tower 和 AI Agent

Fabric, AI Control Tower 充当“指挥中心”，帮助企业客户治理和管理所有 AI 工作流程，提供智能体监控、网络安全风险识别及销售指标追踪功能。AI Agent Fabric 则是一个旨在打通不同 AI 代理之间沟通的解决方案，兼容 MCP、A2A 等多种协议，助力构建高效协作的 AI 生态系统。

客户对 AI 产品需求强劲，Now Assist 净新增 ACV 超预期。产品定价方面，根据此前 ServiceNow 的 CFO 在参加巴克莱第 22 届全球科技年会上透露出的公司 AI Agent 收费模式，ServiceNow 采用的是价值驱动的定价策略，客户获得 90% 左右的增量价值，ServiceNow 保留 10%。这种定价策略强调根据客户获得的实际价值来定价，并通过与客户实际收益挂钩（如公司保留 10% 的价值增量）来达到双赢的价值分配。在 Now Assist 产品定价方面，公司在原有的 ITSM、CSM 等产品线基础上推出了增强版订阅套餐 Pro Plus，对比基础版 Pro 套餐集合了生成式 AI 工具 Now Assist 等 AI 产品，价格上 Pro Plus 订阅相比 Pro 提价超 30%。在 AI 商业化进展方面，2025Q2，Now Assist 需求强劲，Now Assist 累计净新增 ACV 超出预期，AI Pro Plus 交易数量（包括 ITSM、CSM 和 HR）环比增长超过 50%。公司签下了 21 笔交易包含了 5 款或以上的 Now Assist 产品，并在 TOP20 大单中有 18 笔包含了该产品，体现高端客户对公司 AI 产品的认可。

三、国内重点公司列举

(一) 汉得信息：业内率先布局企业级 AI 中台，AI 相关业务收入增长显著。

公司前瞻性布局 B 端 AI 融合，在业内率先推出企业级 AI 中台。汉

得信息为国内领先企业数字化综合服务商，提供全链条数字化智能化产品和解决方案。公司早在 2019 年开始探索 B 端 AI 融合应用，并于 2023 年开始形成产品及服务的商业化，向市场输出。2023 年 7 月，汉得正式发布 AI 中台“大圣”，定位其为 B 端智能化不可或缺的产品与服务平台，成为业内率先推出企业级 AI 中台的公司。而中台式整合模式是当前 AI Agent 与企业服务领域融合最具潜力的发展方向，其突破了单个 SaaS 产品的边界，以“中台”或“编排器”的角色存在。AI Agent 作为独立的智能层，能够连接并调度企业内部多个 SaaS 系统（包括传统系统），实现跨系统的任务执行和数据流转。在这种模式下，能够打破企业内部长期存在的数据和系统孤岛，实现业务流程的端到端自动化和智能化，构建一个高效协同的企业智能生态系统。

发布“得·灵”AI 产品/服务应用体系，构建各大业务领域业务场景 AI 智能体。2025 年 3 月，汉得信息 2025 用户大会上，公司正式发布了全新的汉得信息“得·灵”AI 产品/服务应用体系，标志着汉得正式从 ERP 咨询服务为主业，转型为 B 端智能化产品和解决方案提供商。“得·灵”AI 产品/服务应用体系主要包括三大产品系列+一大服务体系，涵盖工具层、应用层、模型层和服务层，具备全方位技术层面能力，助力企业加速 AI 开发与应用。其中，在应用层“灵手”业务智能体系列方面，公司基于 AI 中台“大圣”构建了营销、制造、财务、供应链等业务领域的 AIGC 应用解决方案，支持公司各产品线在众多业务场景应用 AI 为企业创造价值。以智慧导购场景为例，公司某客户为国内知名电器企业，其面临的主要痛点在于，公司产品持续迭代更新，销售导购培训体系也随

之不断变化，为适应体系变化，导购达到完全胜任的状态需要 3~4 个月的较长的培训时间。该客户选择携手汉得团队合作，借助 AI Agent 打造“AI 顾客”与导购进行交互，通过 AI 模拟真实购物场景，对导购话术进行评分和优化指导，并将培训时长缩短至 2 个月。

新增 MCP 接入和 AutoAgent 两大重磅新功能，提供更稳定、高效的 AI 应用落地支持。2025 年 6 月，汉得升级发布“灵猿”大圣 AI 1.6 版本，该版本引入一系列创新功能，其中包括新增 MCP 接入和 AutoAgent 能力两大重磅新功能，新增 Agent 工作台、向量库支持 ElasticSearch 等重要功能，以及对众多原有功能进行了优化更新，从而进一步提升平台的效率与智能化水平，为客户提供更稳定、高效的 AI 应用落地支持。在 MCP 接入方面，AI 中台新版本支持配置和展示外部 MCP，方便企业的 Agent 调用各种外部工具，包括地图、搜索、天气、火车查询、飞机查询、时间查询等。除了外部能力的对接，在内部服务（接口平台）方面，新版本提供企业对接 ERP、CRM、OA 等业务系统的流程处理能力，能够满足企业多元化 AI 应用场景，帮助实现复杂流程的自动和智能化。在新增 AutoAgent 能力方面，相较于静态 Agent 流程，AutoAgent 能够自动适应灵活变化的业务，避免在业务调整时需要即刻对静态流程进行调整。在使用过程中，AutoAgent 可与静态流程配合，使 Agent 具备动静结合的能力。

公司 AI 布局成果显著，2025 年上半年 AI 应用业务收入破亿元。截至 2024 年，“大圣”AI 中台已拥有百余客户，AI 相关业务全年实现约 7800 万元的收入，成为公司重要增长引擎。2025 年上半年，公司 AI 应

用业务加速拓展，突破亿元大关，实现约 1.1 亿元收入，AI 布局成果显著。

（二）鼎捷数智：基于雅典娜数智底座加速 AI 布局，AI 应用前景广阔

鼎捷雅典娜数智原生底座潜力逐显，公司 AI 应用效益显著。鼎捷数智是国内领先的数据和智能方案提供商，持续深耕制造、流通两大产业数字化领域，为生产制造型企业提供自研数智软件产品、数智一体化软硬件解决方案及数智技术服务三大类服务。公司早在 2015 年就提出了“智能+”战略，探索人工智能在企业级应用领域的实践路径，在 2019 年启动鼎捷雅典娜数智原生底座的研发，并于 2022 年正式发布。鼎捷雅典娜数智原生底座是一款数智原生型 PaaS 平台，融合了云计算、5G、物联网、移动互联网、人工智能、大数据等 6 大底层技术，打造业务中台、知识中台、数据中台、互联中台、智驱中台为支撑，赋能企业加速从流程驱动向数智驱动的转型。公司持续升级迭代鼎捷雅典娜数智原生底座，并不断丰富 AI 应用。2024 年，公司推出鼎捷多模态大模型及 Agent 开发及运行平台（IndepthAI），并对零代码自驱动、工作流设计器、API 插件系统等功能模块进行升级，赋能企业及 ISV 伙伴快速构建 AI Agent 应用。此外，公司依托鼎捷雅典娜底座的数智化能力，融合微软 Azure GPT、通义千问、豆包、DeepSeek 等通用大模型能力，发展 AI Agent 应用。公司 AI 应用效益显著，以 AI 数智销售为例，其实现了设备异常处理时效 20%的提升，降低设备厂商 20%的售后服务成本。

发布 AI 套件等多项创新成果，有望加速打开公司 AI 应用市场空间。2025 年 6 月，鼎捷数智于武汉举办 2025（第四届）数智未来峰会，会

上市公司发布智能数据套件、企业智能体套件、四大工业软件 AI 智能套件、AIoT 指挥中心与工业机理 AI 套件等多项成果。其中，智能数据套件涵盖企业数据管理全栈，从数据引擎、数据治理，智能指标管理，到决策智能和敏捷问数组件，打造企业数据底座为 AI 赋能业务强基；企业智能体生成套件专注企业级的 AI 智能体构建与开发，是工业化量产 AI 的“母机”，两者构成了鼎捷雅典娜平台助力 AI 软基建落地的“双抓手”，有望加速打开公司 AI 应用市场空间。

（三）金山办公：WPS AI 3.0 上线，开启 AI 办公智能体时代

WPS AI 3.0 上线，有望重塑国内办公工作流。金山办公是国内领先的办公软件产品和服务提供商，其核心产品 WPS Office 功能丰富，支持文字、表格、演示、PDF 等多种办公组件。2023 年，公司发布了基于大语言模型的智能办公应用 WPS AI，锚定 AIGC（内容创作）、Copilot（智慧助理）、Insight（知识洞察）三个战略方向发展，将 AI 在国内办公软件领域率先落地的成果带给用户。2024 年，公司发布 WPS AI 2.0，新增 AI 写作助手、AI 阅读助手、AI 数据助手和 AI 设计助手。2025 年，金山办公正式发布原生 Office 智能体 WPS 灵犀，即 WPS AI 3.0 版本，新版本融合多项 AI 功能，用户只需通过自然语言、多轮对话即可完成文档创作、演示文稿生成及语音助手等功能，全程无需复杂操作和外部跳转，标志着公司 AI 功能由工具型向协同智能体转变。此外，基于 WPS AI 3.0 版本，公司推出 AI 改文档、灵犀语音助手、WPS AI PPT、WPS 知识库等多项 AI 功能。截至 2025 年 6 月 30 日，WPS AI 月活跃用户数达 2951 万，相较于 2024 年底公布数据 1968 万提升近 50%。随着上半年

AI 权益持续惠及用户，及 AI 新产品落地推广，预计下半年 WPS AI 月活跃用户数将继续快速增长。

WPS 365 AI 能力提升，业务继续保持高质高速增长。WPS 365 作为面向组织和企业的办公新质生产力平台，其包含了 WPS Office、WPS 协作和 WPS AI 企业版。该平台打通了文档、AI、协作三大能力，让各组件间无缝切换，全面覆盖了一个组织的办公需求，提供一站式 AI 办公。2025 年上半年，WPS 365 升级智能文档库（AI Docs）权益，支持用户通过问答快速检索库内信息、根据企业知识图谱智能创作文档，目前已上线智能问答、智能搜索、AI 打标签等功能，产品 AI 能力不断完善。市场开拓方面，公司持续推进 WPS 365 深入行业、场景，积极推动 AI 项目落地，并与头部客户进行共创，以标杆项目为牵引进行复制推广。2025 年上半年，WPS 365 新增中国联通、长江三峡集团、中国电气装备集团等标杆客户，WPS 365 产品市场影响力不断提升，推动 WPS 365 业务收入实现强劲增长，同比增长 62.27%。

03

AI 与 SaaS 融合的细分领域

- 一、AI+SaaS 具体细分领域
- 二、AI+广告营销
- 三、AI+编程
- 四、AI+教育

AI+SaaS 具体细分领域

当前, AI 与 SaaS 的融合已从概念探索阶段迈入规模化应用初期, 在各行各业的数字化进程中扮演着愈发重要的角色。企业正通过嵌入 AI 能力的 SaaS 平台, 显著提升运营效率、优化用户体验并驱动创新发展。国外, Salesforce Einstein GPT 作为 CRM 类型 SaaS 产品, 凭借 AI 实现知识库生成、即时对话摘要等丰富功能, 为企业客户管理与服务流程注入智能活力, 让客服响应更高效、业务洞察更精准; Microsoft 365 Copilot 聚焦办公场景, 借 AI 助力文件起草、数据处理等工作, 重塑办公自动化流程。

一、细分赛道的具体情况

(一) 营销与销售 SaaS (CRM、营销云)

市场规模: 2024 年国内营销 SaaS 市场约 356 亿元, 预计 2027 年突破 700 亿元。

核心趋势: 营销云从技术平台向全渠道一体化转型, AI-Agent 成为客户旅程的智能化引擎。

代表企业: 迈富时 (02556.HK) 通过 AI-Agentforce 中台实现 90% 客户已嵌入 AI 模块, 2024 年收入 15.6 亿元, 毛利率 53%。其“双轮驱动”(AI SaaS + 精准营销) 模式被视为行业标杆。

(二) 客户关系管理 (CRM)

演进路径: 从传统的客户信息库向 CRM 4.0 的一体化服务平台升级, 强调私域流量运营、行业化与场景化。

竞争格局: 品牌商呈分层竞争, 头部企业(如 Salesforce、国内的用友、

金蝶) 在大型企业市场占据优势, 细分行业 SaaS (如房地产、医疗) 形成新兴细分赛道。

(三) 企业资源计划 (ERP) 与供应链 SaaS

业务需求: 制造、分销、质量、主数据管理等模块的横向贯通与纵向管控是企业数字化的关键。

案例分析: 山推股份的 ERP 项目通过 Oracle 高级供应链模块实现预测-生产-采购联动, 提升库存准确率; 德勤报告指出, ERP 与质量、主数据的深度集成可实现 30%-40% 的运营成本下降。

(四) 财税与合规 SaaS

增长动因: 税务数字化、财务共享服务、跨境合规需求驱动行业快速扩张。

典型企业: 税友股份的“亿企赢”平台已实现 AI+财税 SaaS 的全链路覆盖, AI 业务占比突破 20%, 2024 年收入 19.45 亿元, 净利润 1.13 亿元。

(五) 低代码/无代码平台

市场阶段: 低代码已进入成长期初段, 无代码仍在导入期。技术重点在数据安全、接口集成、可视化建模。

行业价值: 低代码平台为企业快速构建内部业务系统提供了“数字劳动力”, 与 AI 大模型结合后将进一步降低业务创新的技术门槛。

(六) 基础设施 SaaS (Infrastructure SaaS)

资本热点: Databricks、Snowflake、Datadog 等基础设施 SaaS 在 2024-2025 年持续获得大额融资, 2024 年整体投资额突破 120 亿美元。

技术驱动：AI- 驱动的数据治理、备份安全、DevOps 自动化成为资本青睐的细分方向。

（七）跨境电商 SaaS

行业背景：全球消费复苏、区域分化明显，中国跨境电商出口保持高速增长。

产品需求：从订单管理、物流追踪到多语言客服、AI 内容生成的全链路 SaaS 解决方案成为卖家提升竞争力的关键。

（八）零售与本地生活 SaaS

案例：多点数智通过 AI+零售 SaaS 为本地连锁提供门店运营、供应链、库存的数字化解决方案，2024 年实现收入 18.59 亿元，净利润转正。

趋势：AI 赋能的门店运营、客流预测、智能补货正在从试点向规模化推广。

（九）质量与主数据管理

痛点：系统分散、数据不共享、质量信息孤岛是制造业的普遍难题。

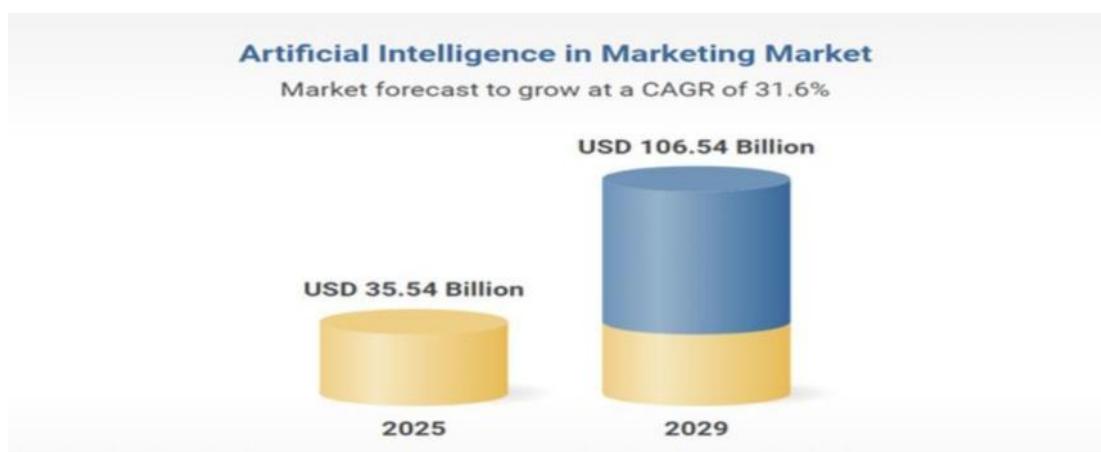
解决方案：通过 ERP 与质量模块的深度集成，实现质量在线管控、实物质量追溯以及质量数据平台的统一管理，可显著提升客户满意度并降低投诉率。

二、海外 AI+SaaS 融合情况

产品名称	AI 能力	公司	类型
Salesforce Einstein GPT	知识库生成、即时对话摘要、生成电子邮件、总结摘要、客服助理、智能洞察和建议	Salesforce	CRM
Microsoft 365 Copilot	文件起草、数据处理、智能排版、自动转录、日程创建	Microsoft	办公
Slack AI	AI 搜索、任务管理智能助手、自动化工作流、数据分析、频道回顾、一键式主题摘要	Slack	协作通信
Adobe Sensei AI	智能设计助手、自动图像优化、智能裁剪与排版、深度学习与艺术创作	Adobe	(数字媒体) 图形设计
Oracle AI	智能聊天机器人、文本分析、客户服务自动化、辅助创作	Oracle	ERP
Zoom AI	视频会议优化、语音识别、实时转录、虚拟背景、智能场景识别、智能摄像头调整、会议数据分析、自动摘要与关键点提取	Zoom	视频会议

AI+广告营销

AI 不仅改变了广告的创作和投放方式，还重塑了整个广告生态系统。通过数据分析、机器学习、自然语言处理等技术，AI 不仅提升了广告投放的精准度，还优化了广告创意、投放策略和效果评估。2025 年，人工智能在营销领域的应用已从概念验证进入规模化部署阶段。根据 Research And Markets 发布的最新报告，AI 营销市场 2025 年达到 35.54 亿美元，2029 年预计将增长至 1065.4 亿美元，期间复合年增长率高达 31.6%。



AI 营销市场有望快速增长

一、广告创意优化

AI 工具已经能够自动生成广告文案、图像和视频内容。这不仅降低了广告制作成本，还提高了创意的多样性和效率。

Persado: Persado 是一家利用 AI 生成广告文案的公司。其高度聚焦于追求用户即时情感响应和行动的前线营销文案。如在社交媒体广告（如 Facebook、Instagram）展示广告等需要瞬间抓住眼球、激发点击的短文案

则是 Persado 的核心战场，其能快速测试并找出点击率最高的情感组合词句。其次在邮件营销中，邮件主题行（Subject Line）和行动号召按钮文字（CTA Button）是决定邮件打开率和转化率的关键。Persado 能生成大量情感丰富的主题行变体（如制造紧迫感“限时优惠仅剩 24 小时！”或激发好奇“揭秘您不知道的 3 个功能...”）以及更具说服力的 CTA（如“立即解锁特权”vs “了解更多”），显著提升邮件营销表现。

Admaker: Admaker 提供了多种功能，包括：1) 自定义模板：用户可以选择或生成背景，添加文本，以及使用 AI 生成的广告文案。2) 广告渠道支持：支持在 Facebook、Instagram、LINE、LinkedIn、Pinterest、Reddit、Snapchat、TikTok 和 Twitter 等社交媒体平台上发布广告。3) AI 广告制作：AI 分析用户的产品细节，创造出与特定受众产生共鸣的个性化视觉效果和吸引人的短语。

二、广告投放优化

AI 通过分析用户的行为数据（如浏览历史、购买记录、地理位置等），能够精准定位目标受众，并为其推送个性化的广告内容。这种精准投放不仅提高了广告的转化率，还减少了广告资源的浪费。

Google Ads: Google 通过推出 Google Performance Max 提升广告投放效率，该平台集成了竞价、出价、受众定位、创意生成和归因分析等自动化技术。将所有谷歌广告类型结合在一起，通过设定营销目标、预算、出价之后，由 Pmax 机器自动化学习实现智能竞价、智能投放广告，最大化效果的实现广告目标。Pmax 广告的优点在于它能够通过用户在搜索引擎中的反馈，去尽可能提高转化价值，无论是直接搜索、已经浏览过相关

网站、已查看过相关产品、潜在用户的开发或者是现有用户的再营销，Pmax 都能量身定制合适的广告进行展示推送。

APP: 自研 AXON 人工智能广告引擎，这套系统能够高效处理海量数据，极其精准地匹配广告主与目标用户，显著提升了广告投放效果和开发者的收入。公司也有外延式并购，通过收购 Adjust, MoPub 等公司，构建了从广告投放到效果归因的完整技术闭环，形成了强大的“数据-算法”增长飞轮。AXON 模型采用了先进的算法，专注于营销广告投放，因此它的模型体量不需要和传统的语言大模型一样庞大。但 AXON 最大的特色在于动态调整，它能够以更快的速度更新最新数据，帮助广告主找到最高回报的投放模式。

三、广告方案优化

AI 可以给出根据各平台的投放效果进行实时监测，如监测广告的表现数据（如点击率、转化率等），并根据反馈自动调整投放策略，针对广告投放方案进行优化。

Meta: 10 月 2 日，Meta 更新了一款免费且可定制的销售 AI 代理“Business AI”，可直接添加到企业网站。据了解，品牌方可在 Meta Business Suite 中创建专属的、部署在自己网站上的 Business AI 代理，用于回答产品问题、协助定制选项并推动销售。在广告投放方面，Meta 还推出了 Meta AI Business Assistant，该工具旨在基于 Meta 平台的用户数据为企业主与营销人员提供投放与帖文表现的解答，并能处理账户相关问题，包括被禁用账户与支出限额等账户问题，从而在操作层面提供直接支持。

AI+编程

自动化代码生成的核心在于通过自然语言处理（NLP）与机器学习模型，将人类语言描述的需求转化为可执行代码。AI+编程对软件产业的影响是全方位且深远的，其能够作为代码生成助手，补全助手，甚至自主程序员等角色存在。根据 OSCHINA，全球 AI 代码工具市场在 2024 年达到 67 亿美元，预计到 2030 年将达到 257 亿美元，年复合增长率（CAGR）为 25.2%。

图表 部分 AI 编程工具与定位

产品名	核心定位	核心功能	定价模式
GitHub Copilot	业界领先的 AI 代码助手，与开发环境深度集成	代码补全、聊天助手、自主编程代理、代码审查、多模型支持	免费版、Pro 10 美元 / 月、Pro+ 39 美元 / 月、企业版
Cursor	AI 原生代码编辑器，照片理解和代码库分析	智能自动补全、代码库查询、多行预测、上下文聊天、VS Code 兼容	免费版、Pro 20 美元 / 月
Replit	云端全栈开发环境，零配置即时协作	云 IDE、AI 代理全应用构建、实时协作、内置数据库和认证	免费版、Core 20 美元 / 月、Teams 35 美元 / 用户 / 月
Tabnine	专注隐私的 AI 代码助手，支持本地部署	代码补全、隐私保护、本地部署、企业级安全、多语言支持	免费版、Pro 12 美元 / 月、企业版 39 美元 / 用户 / 月
Claude	Anthropic 的对话式 AI，在编程任务中表现出色	代码生成、代码解释、复杂推理、多文档处理、代码审查	免费版、Pro 20 美元 / 月、Team 25 美元 / 用户 / 月
Amazon CodeWhisperer	AWS 集成的 AI 代码生成器，专注安全和企业应用	代码补全、安全扫描、AWS 服务集成、优化建议、企业级支持	个人版免费、专业版 19 美元 / 用户 / 月
Codeium	免费的 AI 编程助手，支持 70+ 编程语言	代码补全、聊天助手、搜索功能、多语言支持、IDE 集成	免费版无限制、Teams 12 美元 / 用户 / 月、企业版定制
Windsurf	AI 原生代码编辑器，专注多文件协作编辑	多文件编辑、上下文理解、实时协作、代码优化、项目管理	免费版、Pro 15 美元 / 月
v0 by Vercel	专为前端开发设计的 AI 工具，支持设计稿转代码	设计转代码、React/Next.js 特化、组件库集成、即时预览、Vercel 部署	Hobby 免费、Pro 20 美元 / 月、Team 30 美元 / 用户 / 月

技术架构上，现代 AI 编程工具可分为 5 个能力层级：L1 代码补全、L2 代码生成、L3 代码理解与重构、L4 自动化测试与部署，以及 L5 全自主开发团队。目前主流产品多处于 L3 级别，正在向更高层级迈进。

一、L1 阶段：代码补全，加速软件开发

开发者常常会面临一些重复、繁琐的代码输入，这类工具极具实用价值，通过智能建议与代码补全功能，能极大地简化编码流程。

GitHub Copilot：GitHub Copilot 是基于 OpenAI Codex 技术的 AI 编程助手，它能够根据上下文自动生成代码建议，支持多种编程语言，包括 Python、JavaScript、Java 等主流语言。Copilot 能够根据注释和现有代码预测下一步要编写的内容，并通过描述性注释直接生成完整代码，最后选中代码后，Copilot 可以解释代码功能。

二、L2 阶段：专注于任务级自动化

L2 级别的工具专注于任务级自动化，这类工具擅长处理各种开发任务，能够依据描述性提示来开发新功能、修复漏洞以及重构代码。

Cursor：能够参与从代码生成到架构设计的完整开发流程。如 IntelliSense 功能，它能够根据代码的上下文智能地提供代码补全建议。无论你是在编写 JavaScript、Python，还是其他编程语言，IntelliSense 都能够预测你要输入的内容，并为你建议下一行代码或单词。同时，Cursor 还集成了快捷的 AI 询问功能，帮程序员快速理清思路，找到解决方案。

三、L3 阶段：代码理解与重构

L3 代表着项目级自动化的早期阶段，像 Codegen、Sweep 和 Pythagora 这样的工具，具备分析项目需求并生成相关拉取请求的能力。

L3 级工具的一个关键特性在于，它们能够通过与项目管理工具（如 Jira）和源代码平台（如 GitHub）集成，实现软件开发多个步骤的自动化，包括需求收集、代码生成、拉取请求创建和部署。然而，目前这些系统尚处于初级阶段，仅能管理较为简单的编码项目，并生成基本的代码片段。在实际应用中，还需要人工进行干预，以确保代码的质量和相关性，这在一定程度上限制了它们的自主性。

Pythagora: 能够自主开发工作流，从而管理从需求到部署的整个开发生命周期。其次，其可用于生产环境的代码生成：生成可用于部署的模块化、可维护的代码，并进行自动测试。自然语言开发：通过用简单的英语描述需求来创建应用程序，AI 负责实现。

AI+教育

在全球政府、社会、资本的高度关注下，AI 技术不断突破已有上限，并拓展教育应用想象空间。以 OpenAI 为例，其于 2024 年 5 月推出专为高校场景设计的 GPT-edu，为学生与教师提供个性化的服务，可灵活应用于学习、教学、科研等细分场景，并且为教育场景提供定制化功能，如更高级别的数据安全控制，模型微调合作许可等。2024 年，AI 教育市场规模约为 24.6 亿美元，预计到 2032 年将达到 282.2 亿美元，从 2024 年到 2032 年复合年增长率约为 35.66%。

1、学生侧：AI 产品主要协助学生进行疑题解答或进行语言学习

在学生侧，AI 主要帮助学生完成题目解答，学习陪伴，作业帮手等功能。如 1) Answer AI：允许通过拍照、扫描问题、上传 PDF 或聊天与 AI 导师互动，并可以回答所有学科的问题，包括数学、生物、历史、物理、化学等。2) Gauth：AI 学习陪伴、AI 作业&学习帮手，其能使用 AI 对照片或拍照后的题目进行分析，由 AI 技术在几秒钟的时间内为用户提供详尽的解答步骤、解题的逻辑思路。3) Duolingo：2024 年 9 月 25 日，多邻国举办第六届全球分享大会 (Duocon)，公布其重大产品创新，推出两项全新 AI 驱动功能——视频通话 (Video Call) 与多邻国大冒险 (Adventures)。在“视频通话”功能中，用户可以与多邻国角色 Lily (拽姐) 对话，且对话内容会根据用户语言水平灵活调整，即使是初学者也可以轻松地进行对话练习，公司同步发布了“duolingo 大冒险”，作为一款探索类游戏，用户可以沉浸其中与 Duolingo 的经典 IP 人物对话，十分契合公司游戏+教学的思路。自 2025 年，公司新增 148 门语言课程，全部

由生成式 AI 辅助开发。

教师侧：在教师端，生成式人工智能成为提升教学水平的得力助手，助力教师专业发展，教师借助人工智能优化教学过程，不断积累经验、提升能力，进而更好地推动学生核心素养的落地。