

中国客户服务智能化市场专题分析2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据能力





分析范畴

- 主要分析内容为人工智能赋能客户服务行业。指的是包括国内涉足客服机器人市场的云客服厂商以及专注客服机器人的厂商所在的新兴客服软件市场。所涉及的主要技术为自然语音处理技术，以及智能客服机器人所使用的单轮对话、多轮对话等。目前产品类型包括智能客服机器人、云客服系统、客服质检以及数据服务。



分析方法

- 重点聚焦人工智能的供给侧和需求侧两个层面，基于论文、专利、人才和商业数据，以及人工智能领域研发人员、行业专家访谈等多方数据源，构建人工智能发展指数评估体系，旨在通过多维度的评估，客观评价人工智能产业的发展水平，推动人工智能产业健康有序发展。



千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

- 01  | 中国客户服务智能化市场发展背景
- 02  | 中国客户服务智能化市场发展现状
- 03  | 中国客户服务智能化市场典型厂商
- 04  | 中国客户服务智能化市场发展趋势

PART 1



中国客户服务智能化市场发展背景

© Analysys 易观

www.analysys.cn

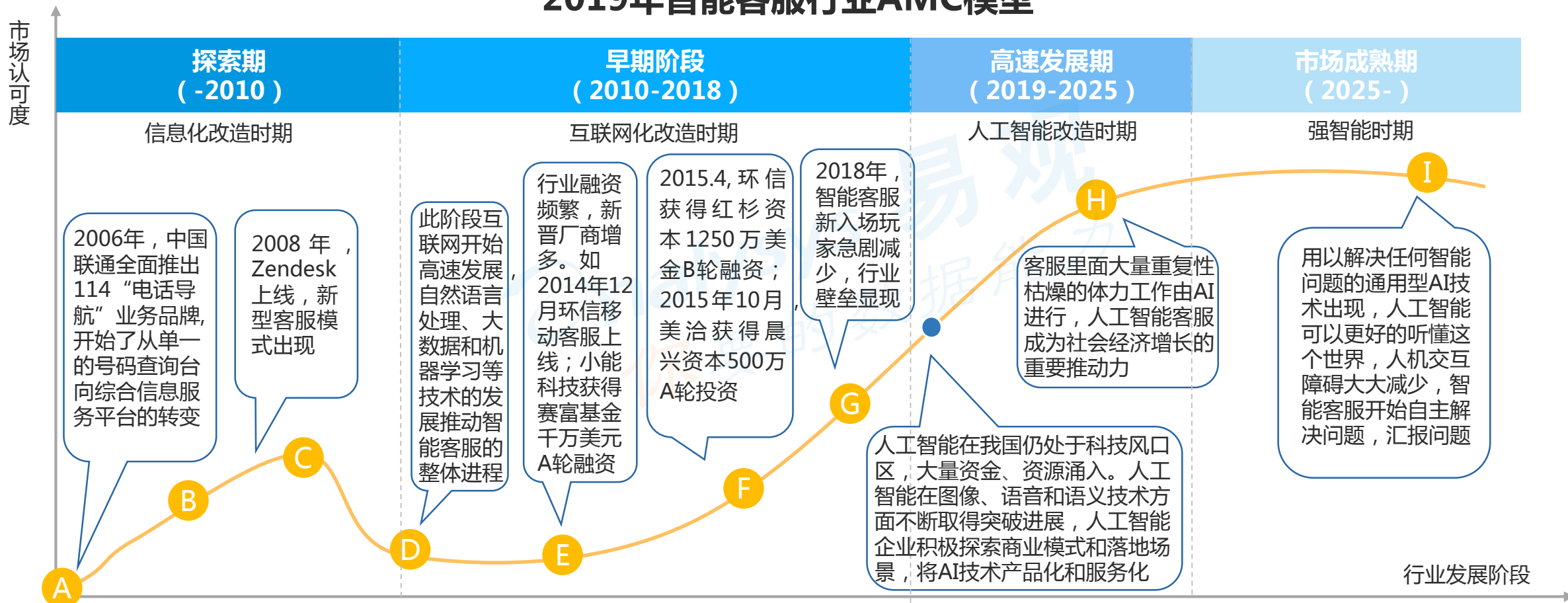
客户服务行业面临内部管理和外部服务问题

- **以用户为中心，要求客户服务差异化。** 企业在对客户服务过程中面临着服务效率低下、产品智能化程度不高、服务个性化程度不足和服务质量有待提升的行业痛点。举例来讲，智能客服从用户的语音、文字语义多方面判断客户情感，对客户进行有效安抚方面还有待提升；
- **内部人员管理难度大，管理成本高。** 客服人员流动性大，培训成本高、服务效果难以衡量，要求对客服人员管理进行优化。举例来讲，当业务场景相对复杂时，上下游信息缺失无法整合，导致反应速度慢，效率低下，服务质量难以标准化。



人工智能走出实验室，开始商业化落地，智能客服是落地应用典型

2019年智能客服行业AMC模型



政治、经济、社会和技术利好，促进客户服务智能化发展

利好政策出台，明确智能服务建设发展思路

- 2015年9月，国务院常务会议决定设立总规模为600亿元的国家中小企业发展基金，政府对中小企业发展持鼓励态度；
- 2017年7月20日，国务院发布《新一代人工智能发展规划》，正式提出我国人工智能发展的顶层战略规划，人工智能上升为国家战略；同年12月，工信部出台《人工智能产业发展三年行动计划》；
- 2019年3月，中央全面深化改革委员会第七次会议审议通过了《关于促进人工智能和实体经济深度融合的指导意见》。这份文件标志着高规格的“智能+”促进文件的诞生。

移动互联网普及，促进宏观经济发展

- 2018年中国国内生产总值（GDP）为900309.5亿元，经济发展逐步偏向服务业主导，出现越来越多的服务业支柱型产业。目前，服务业对GDP的贡献已超过整体占比的50%；
- 2018年，中国移动互联网用户达到9.91亿人次，2013年-2017年移动用户年复合增长率达到10.5%。根据易观测算，2020年中国移动互联网用户数将达到11.04亿人次，2017-2020年复合增长率为4.4%移动用户渗透率达到77.7%。

产业升级和消费者转变加速智能+客服落地

- 产业结构向中高端升级，对于效率提升的迫切要求；
- 消费者消费习惯开始转变，线上咨询、购买等行为逐渐增多，线下消费与线上消费结合，O2O呈井喷式发展；
- 消费态度逐渐转变，消费者对服务态度、客服体验要求越来越高。

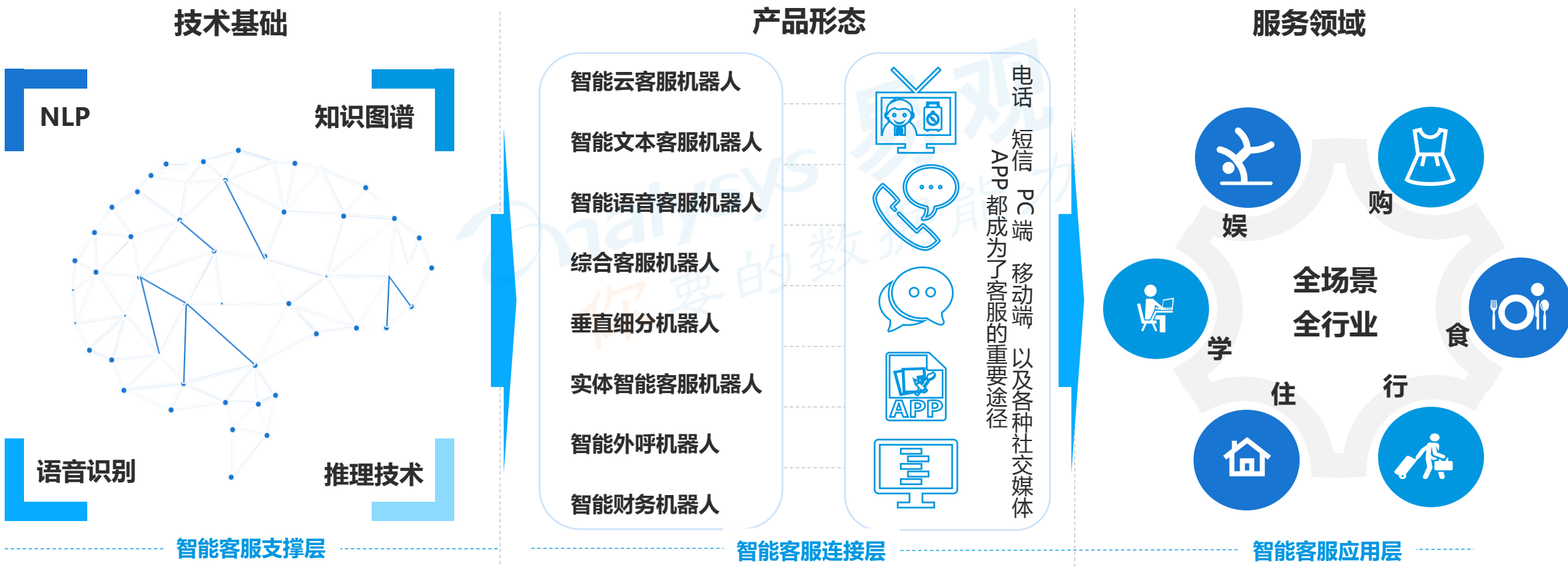
技术支撑驱动智能+客服市场不断发展

- 信息基础设施跨越式进步：移动通信在2G跟随、3G突破、4G同步的基础上，即将实现5G引领，在核心技术上得到突破；
- 技术手段突破信息瓶颈：物联网、大数据、云计算、人工智能等科学技术手段，在信息领域不断进步创新，加速构建智能+客服市场，市场系统逐渐完善。



AI技术支撑产品形态变革，服务领域扩展

- ✓ 智能客服是在大规模知识处理技术、自然语言理解技术、知识管理技术、自动问答系统和推理技术等基础上发展起来的面向行业应用，具有行业通用性的服务。它不仅为企业提供了细粒度知识管理技术，还为企业与海量用户之间的沟通建立了一种基于自然语言的快捷有效的技术手段，同时还能够为企业提供精细化管理所需的统计分析信息。



PART 2



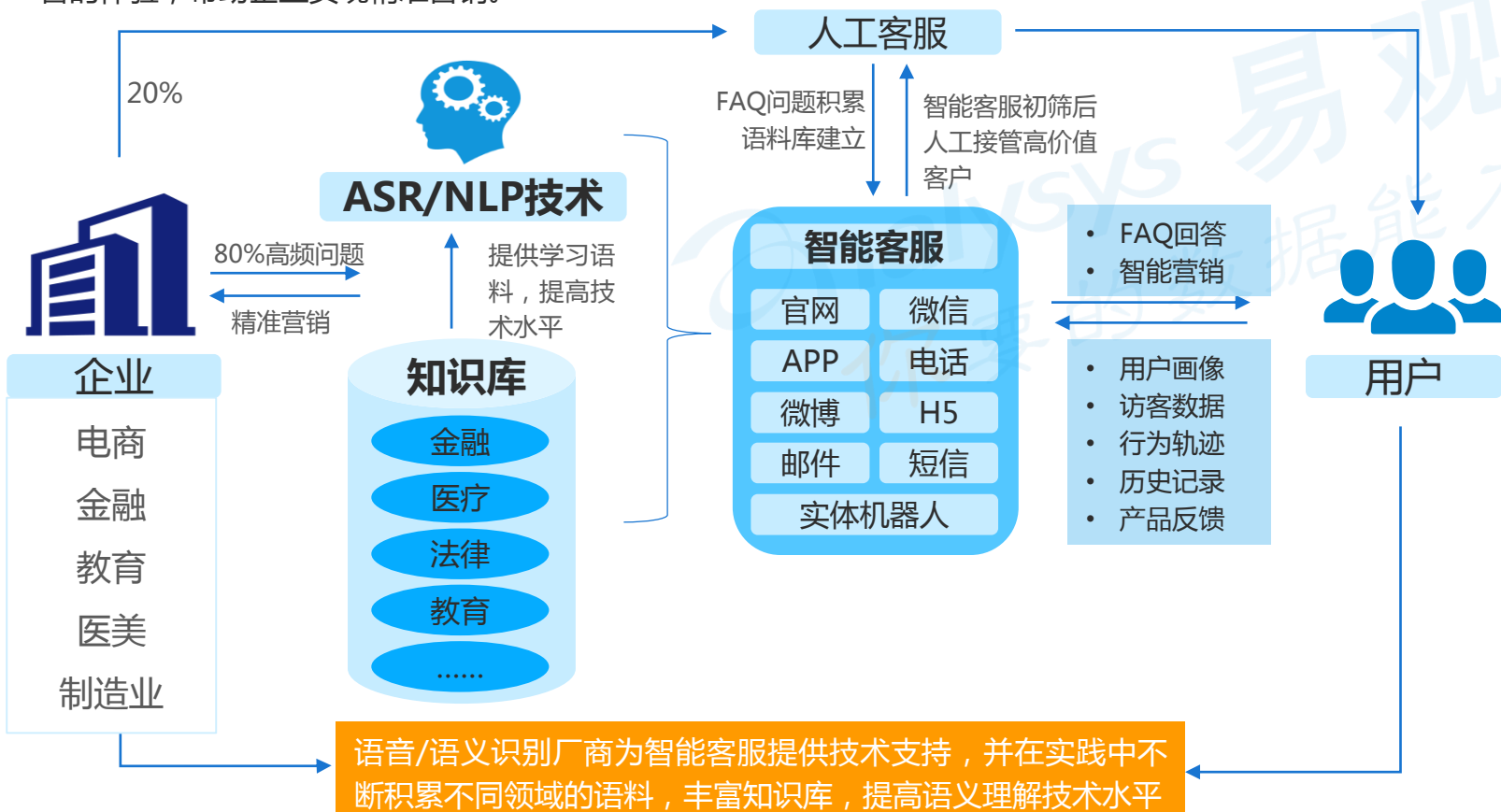
中国客户服务智能化市场发展现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

智能客服实现高频问题拦截，帮助企业降本增效实现精准营销

- 在消费者的问题中，有八成以上都是高度重复的FAQ。客服行业人工客服培训成本高、流动性大，智能客服可以全天24小时工作，通过实时数据反馈不断学习。2017到2018年我国智能客服市场呈爆发趋势，金融、电商、医疗、教育、电信运营商等领域内的规模较大的企业对智能客服有很大的需求，部署智能客服实现降本增效，不同领域内智能客服的渗透率不同，金融和电信运营商领域内智能客服的采用率约为10%；
- 智能客服可以基于语音也可以基于文本，其核心是对语义的理解。目前智能客服主要集中在售前、售后，售前主动营销逐渐起步，囿于语音识别和语义识别技术的不成熟之处，智能客服还不完善，未来随着ASR和NLP技术的进步，加上语料库的积累和训练，智能客服和大数据结合，为用户推荐更具价值的产品、提供更加完善的体验，帮助企业实现精准营销。



智能营销：

- 基于人工智能的精准营销正帮助企业提升流量价值，而且智能的销售客服机器人正在逐步替代人工成为线上销售、售后维护的主力；

多渠道覆盖：

- 智能客服能够通过官网、微信、APP、微博和机器人等多渠道触达顾客；

大数据分析：

- 通过NLP技术将客服对话转换成为结构化的文字数据，进行大数据分析与挖掘，分析客户关注的业务热点、业务趋势及产品反馈意见，优化产品和防范风险；

市场调研：

- 通过智能客服进行用户信息收集，市场调研，品牌推广等。

深度学习和NLP技术成为在线客服行业增长的推动力

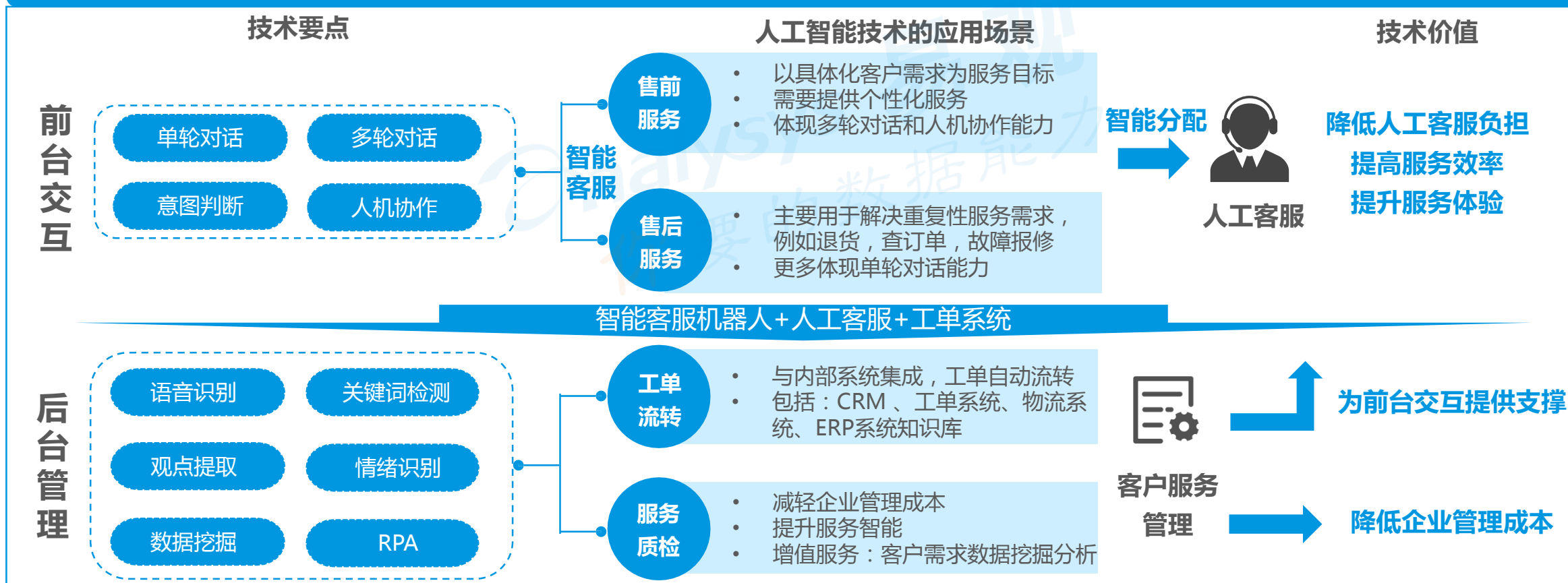


随着通信技术的发展，企业服务客户的方式随之变化

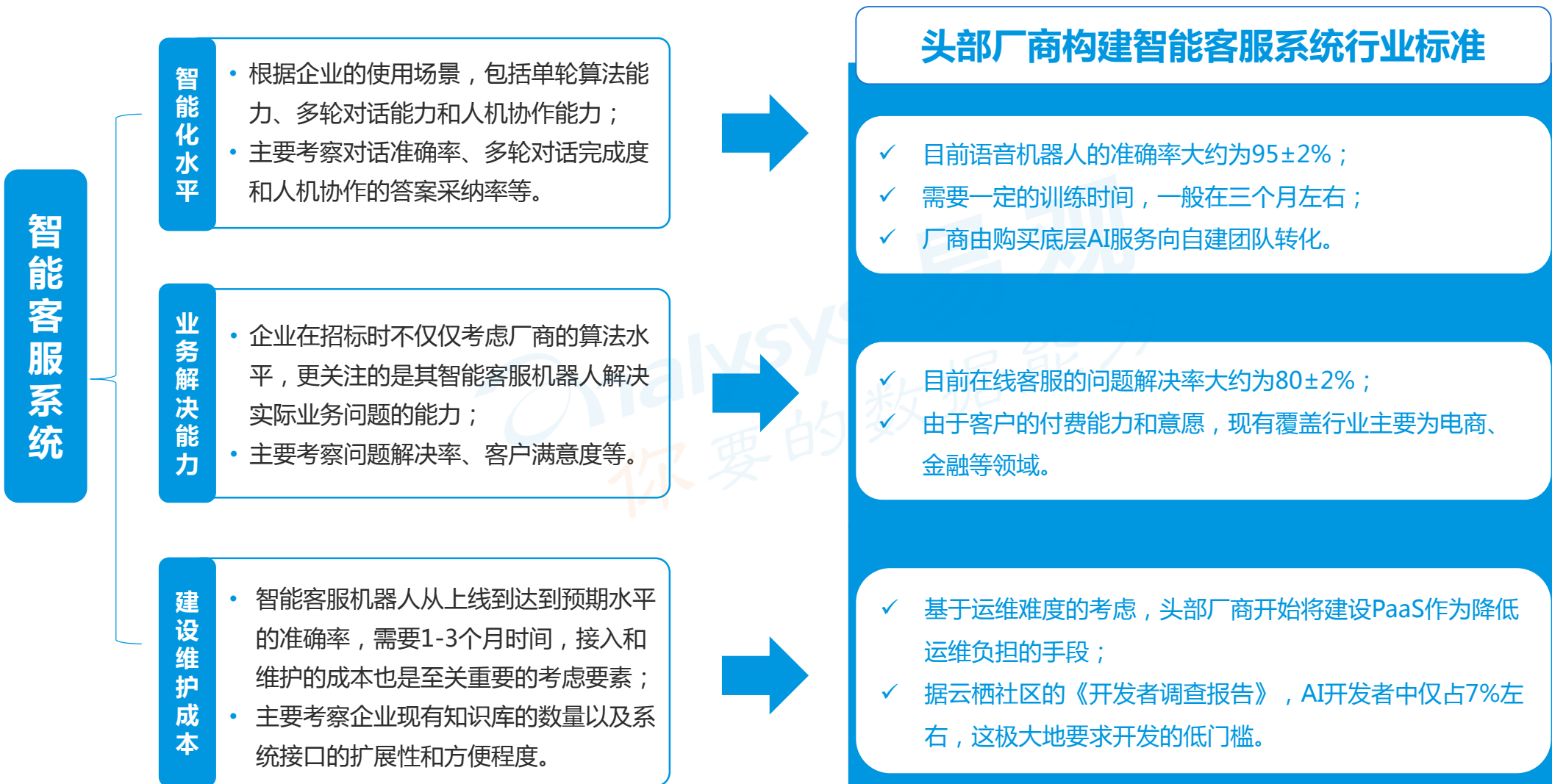
目前的智能化主要体现在人工客服的部分替代和辅助作用

- 在线客服场景相对封闭且流程固定，另外存在大量重复且低效的工作流程，大多数企业主要依靠人工方式从事在线客服工作，人工智能的技术落地将部分取代这部分重复且抵消的工作，并且辅助人工完成更多工作。目前，在线客服为人工智能首要落地的应用场景之一；
- 目前人工智能技术的应用在客服行业的前台交互和后台管理中均有所体现，包括智能客服机器人、智能分配、工单流转和服务质检。

人工智能技术辅助或部分取代在线客服流程中的工作内容



智能化水平、业务解决能力、建设成本共同考察智能客服系统服务能力



注：以上数据来源于厂商公开数据及易观访谈。

商业模式：以本地部署为主，订阅模式占比逐渐上升

大型企业倾向于本地部署，中小企业倾向于公有云

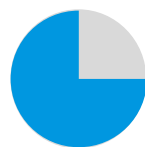
大型企业

- 关注智能客服系统的稳定性和安全性；
- 拥有自己的内部管理系统，需与内部系统进行打通；
- 倾向于定制化服务和本地化部署。

中小企业

- 更加关注产品的简单易用、快速上线，敏捷迭代；
- 通常对产品价格的敏感度较高；
- 更倾向于云端部署，以购买标准化产品满足基本的需求。

本地部署仍占据主流，云端部署以其运维更新敏捷的特点，占比逐渐增加



本地部署
营收占比超过75%

- 以定制化为主，满足复杂的业务需求；
- 服务周期长，部署所需时间长；
- 客单价高，根据客服部门规模不同，几十万到上百万不等；
- 受获客能力影响，难以形成规模化增长。



云端部署
营收占比不断增加

- 以标准化产品为主，模式较轻，维护成本低；
- 能够进行数据积累，优化客服产品；
- 客单价低，从1500-4000不等；
- 客户续费不稳定，难以完成盈利闭环。

注：以上数据来源于厂商公开数据及易观访谈。

智能客服厂商的部署方式一般分为两种，本地部署和云端部署，大型企业一般倾向于定制化项目和本地化部署方式，中小企业对价格敏感，一般倾向于云端部署，接受标准化解决方案。目前仍然以定制化解决方案为主，但是云端部署的方便运维、支持高频版本更新的特点将会越来越受到客户的认可。

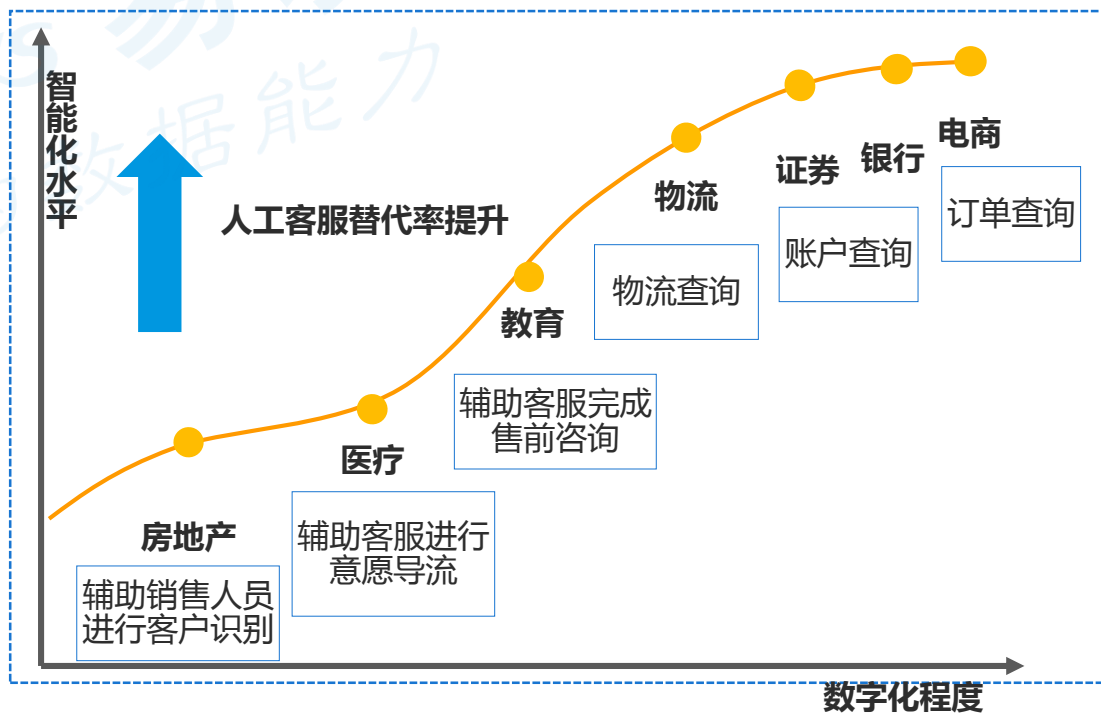
落地行业：金融、互联网相对成熟，教育、医疗、物流、房地产等

- 受到客户的企业规模与所属行业的影响，不同类型的客户对通讯云服务的稳定性、安全性、可扩展性、功能性以及部署模式等存在着不同的倾向，客户需要结合自身的IT能力和成本预算等选择合适的服务商。通讯云服务商在细分领域的经验和案例同样是客户选择的重要考量。

主要落地行业为金融、互联网等数字化程度较高的行业

政府	重点关注产品的安全性和稳定性，对服务商的资质和品牌要求高，以私有云为主。
金融	对安全、稳定和实时性要求高，传统金融倾向于私有云和线下交付能力强的服务商，关注数据分析和质检监控功能。
教育	重点考虑产品的使用便捷程度、集成能力以及通信通道的负载能力，在售前回访和二次销售中关注智能机器人的使用。
电商	关注产品的全渠道打通，对产品的功能性和更新迭代要求高，因自身IT能力较强更倾向于PaaS服务。
医疗	顺应移动医疗转型，智能客服系统需要与医院管理信息系统（HIS）进行集成。

随着数字化程度的提升，客服智能化将渗透入更多的传统行业



PART 3



中国客户服务智能化市场典型企业分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国客户服务智能化生态图谱分析

应用层

客户服务软件厂商

以提供定制化、私有化部署服务为主要业务



智能客服系统

以云端部署为主要方式，提供全栈式客户服务系统



智能客服机器人

主要输出智能机器人API接口



技术层

融合通信



IM及即时通讯工具



语音技术提供商



基础层

通讯运营商



IaaS云厂商



硬件芯片



数据分析



网易七鱼：构建服务营销一体化解决方案专家

1997年，网易成立

2000年，美国NASDAQ上市。

2006年，杭州研究院成立

2012年，组建网易感知与智能中心

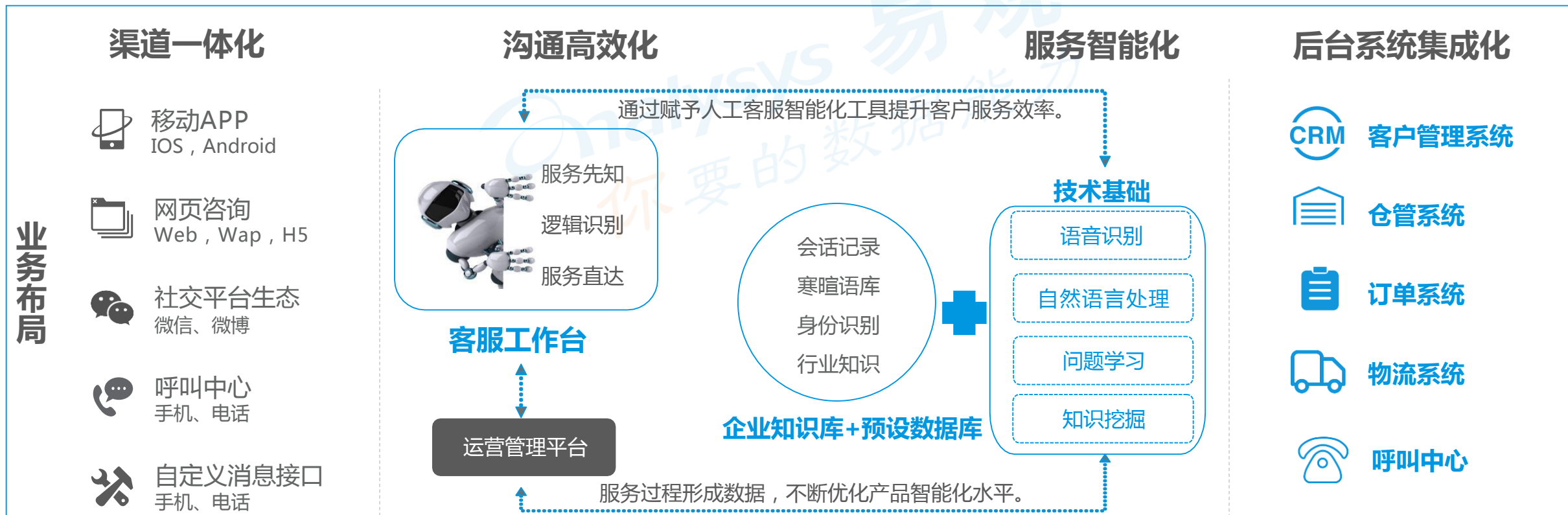
2004年，网易建立客户服务中心，并启动客服系统研发，支撑网易全线产品

2016年，推出智能云客服系统。



网易七鱼

- 网易七鱼，隶属于杭州朗和科技有限公司，成立于2009年7月，现有员工1049人，是网易集团旗下以输出自身技术实力向中小企业为主的科技型企业。以20万客户服务量的经验积累和背靠网易的技术实力，将提供服务营销一体化解决方案作为自身战略，在行业中具备一定引导作用。



网易七鱼：智能化积淀构建智能客服机器人技术护城河

电商为主要客户类型，制造业等传统行业比例提高

电子商务

YCLOSET
衣二三

bang go 邦购

金融

招商信诺
Cigna & CMS

教育

VIP KID

文化娱乐

视觉中国
VISUAL CHINA GROUP

制造业

ABB

电商案例：提升营销转化率

- 客户咨询满意度提升超过20%；
- 工作效率显著提升；
- 数据分析帮助管理者发现企业问题。

年糕妈妈
nicomama

• 母婴类电商平台
月均GMV超过6000万

基于网易在AI领域的积累，智能技术基础优势明显

算法优势

- 语义理解准确率97%；
- 语音识别字错误率2.7%；
- 杭州研发中心硕博以上学历占比超过70%。



算力优势

- 自有大规模、高性能运算集群，国内首批落地深度学习超级计算机；
- 自建分布式深度学习平台。



数据优势

- 网易22年积累的专业语料；
- 消息量50,000,000条/天；
- 动态数据与网易数据体系深度集成。



Live800：智能化以降低客户服务成本，数据优化营销效率

- Live800，隶属于成都金铠甲科技有限公司，成立于2003年，在客户服务领域具有较深的客户服务经验积淀，为最早的在线客服系统供应商之一。Live800搭建自有研发团队，在自然语言处理技术上构建竞争壁垒，目前Live800语义理解准确度已达到97.5%，问题解决率达85%。



推出在线客服产品

开启全球布局

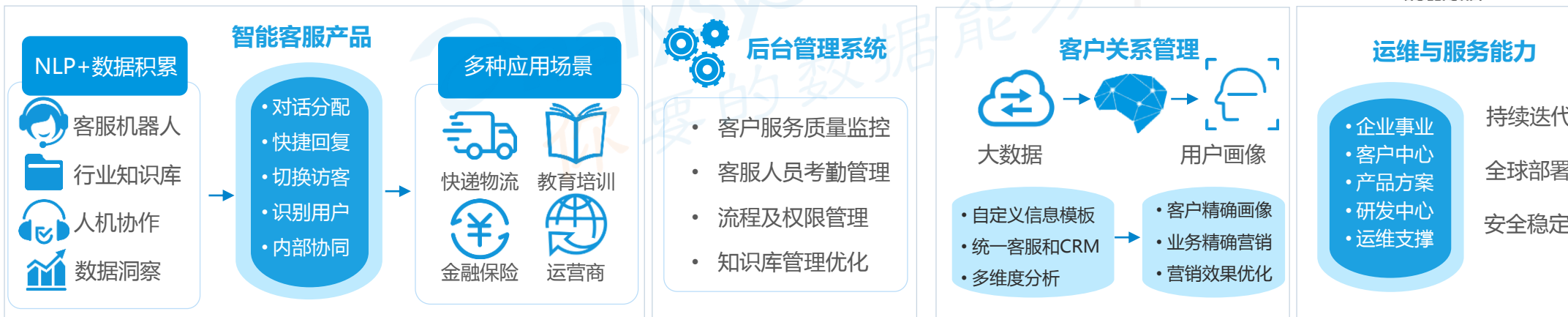
实现客服融合通讯

客户服务智能化

合作伙伴



业务布局



核心能力

智能客服机器人 + 行业数据积累 + 整体安全性能 + 客户需求理解

注：以上数据来自企业访谈数据

Live800：注重安全和运维实力，服务大客户具有行业优势

Live800 产品亮点

智能客服提升服务效率

意图理解，解决问题：基于自然语言处理技术，精准理解访客意图，并通过接入企业CRM、ERP、物流等内部系统，快速解决访客问题；
自主学习，不断优化：记录人工客服与访客对话内容，实现自主学习，不断扩充知识库并积累模型，提升语义理解准确率和问题解决率；
辅助人工，提升效率：智能分析访客问题，替代人工客服回答重复性问题，向人工客服自动推荐相关答案作为参考，提升客服工作效率。

海量客户服务能力

快速部署能力：平均1-2周完成客户部署；
多并发能力：百万并发响应速度<2s；
日均处理对话数超过2.56亿条；
日均工单流转超过2140万条。

多重安全防护

统一身份认证授权系统：自主研发的统一身份认证和授权管理系统（GAUWAAS），2004年获科技部中小企业创新基金成果，采用单点登录（SSO）模式，实现统一身份认证和授权；
A+级HTTPS安全加密，非对称加解密保护通信数据安全，避免传输过程中的信息窃取、篡改，HTTPS安全加密等级为A级。

结合行业客户需求，提供个性化解决方案

金融行业

- 服务成本降低 **80%**
- 服务效率提升 **350%**

注：以服务蚂蚁金服效果为例

- ✓ 基金机构  华夏基金
- ✓ 保险机构  中国人寿
- ✓ 银行机构  宁波银行
- ✓ 消金机构  中邮消费金融

零售行业

- 问题解决时间缩短 **12%**
- 转化率提升 **23%**

注：以服务华为商城效果为例

- ✓ 家电商超  国美在线
- ✓ 奢侈品牌  LVMH
- ✓ 日化行业  L'ORÉAL PARIS
- ✓ 食品行业  太古

医疗行业

- 转化率提升 **20%**
- 提升广告投放ROI

注：以服务美莱医疗效果为例

- ✓ 医美行业  大华医学美容医院
- ✓ 妇产科  南京玛丽亚妇产医院
- ✓ 眼科  瑞视眼科
- ✓ 临床科研  MedSci



长安汽车
CHANGAN



启德教育
EIC EDUCATION



(SF) EXPRESS
顺丰速运

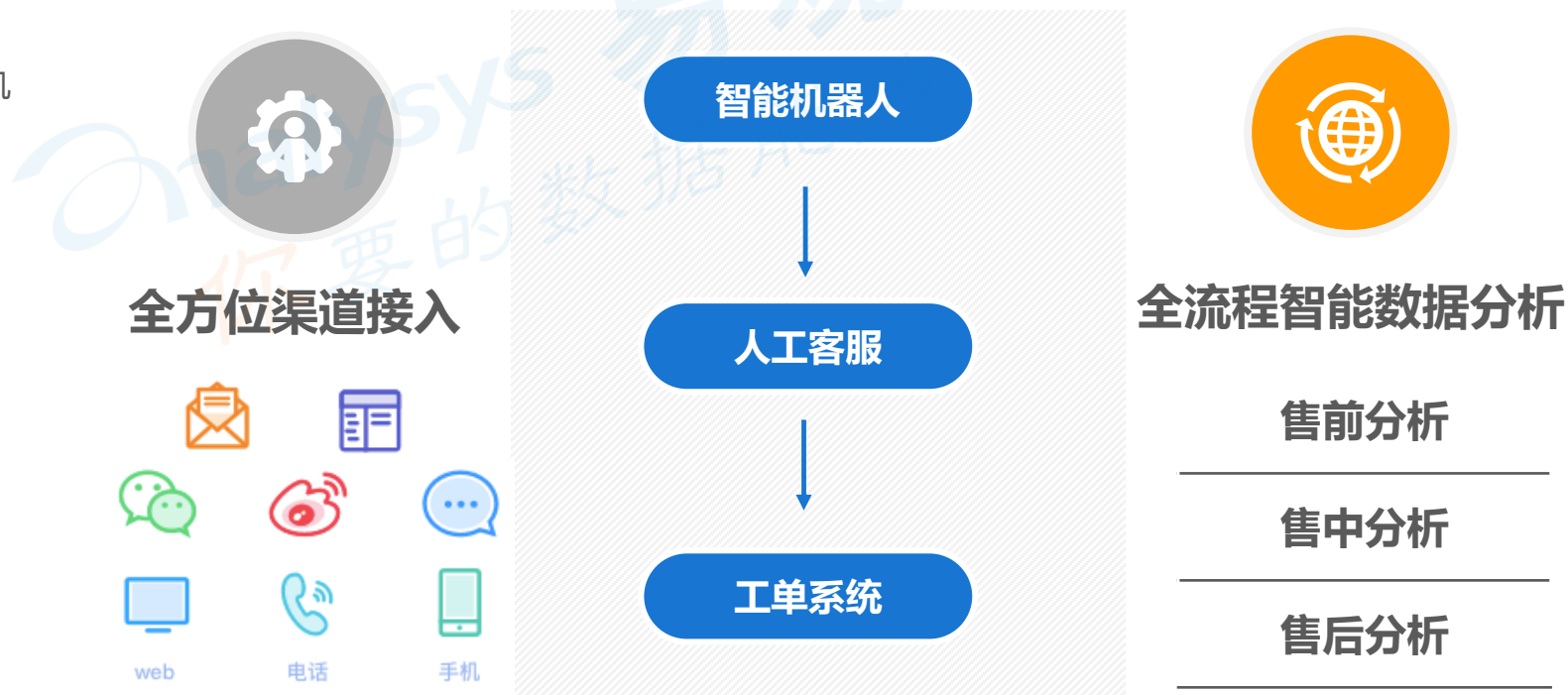
注：以上数据来自企业访谈数据

Live800在服务大客户上具有较大优势，对大型企业客户需求有较深的理解，具有较强部署能力和稳定运维能力。

Udesk：依托全场景覆盖及丰富产品优势，



- Udesk是国内领先的全场景智能客服系统提供商。自2015年产品上线以来，截至2018年9月底，企业注册用户为15万人，付费坐席量超过30万人。服务过包括宝洁、壳牌、光大银行、碧桂园等世界500强企业13家，中国500强企业36家和6家细分领域独角兽企业等。产品家族从最初的全渠道智能客服系统拓展到了工单系统、云呼叫中心、智能语音交互机器人、自助客服机器人、智能电销系统、现场服务管理系统、大数据分析系统和移动客服APP等。2018年9月获得C轮3亿人民币投资。



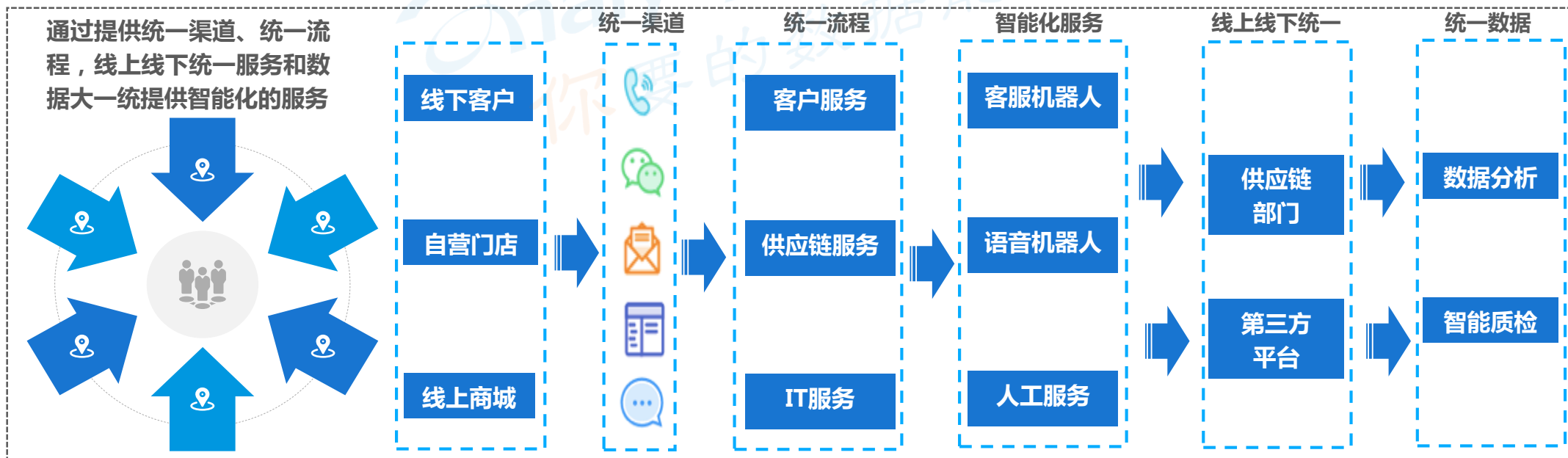
Udesk：全场景智能解决方案助力生鲜厂商更好发展

- 生鲜厂商钱大妈需要强大的后台支持，Udesk综合客户需求提供全场景智能客户服务解决方案。其中，Udesk Service Go现场管理系统+客服机器人+全渠道智能客服系统为钱大妈线下服务管理场景提供了全套的智能解决方案，帮助客户改变传统业务弊病，降本增效。

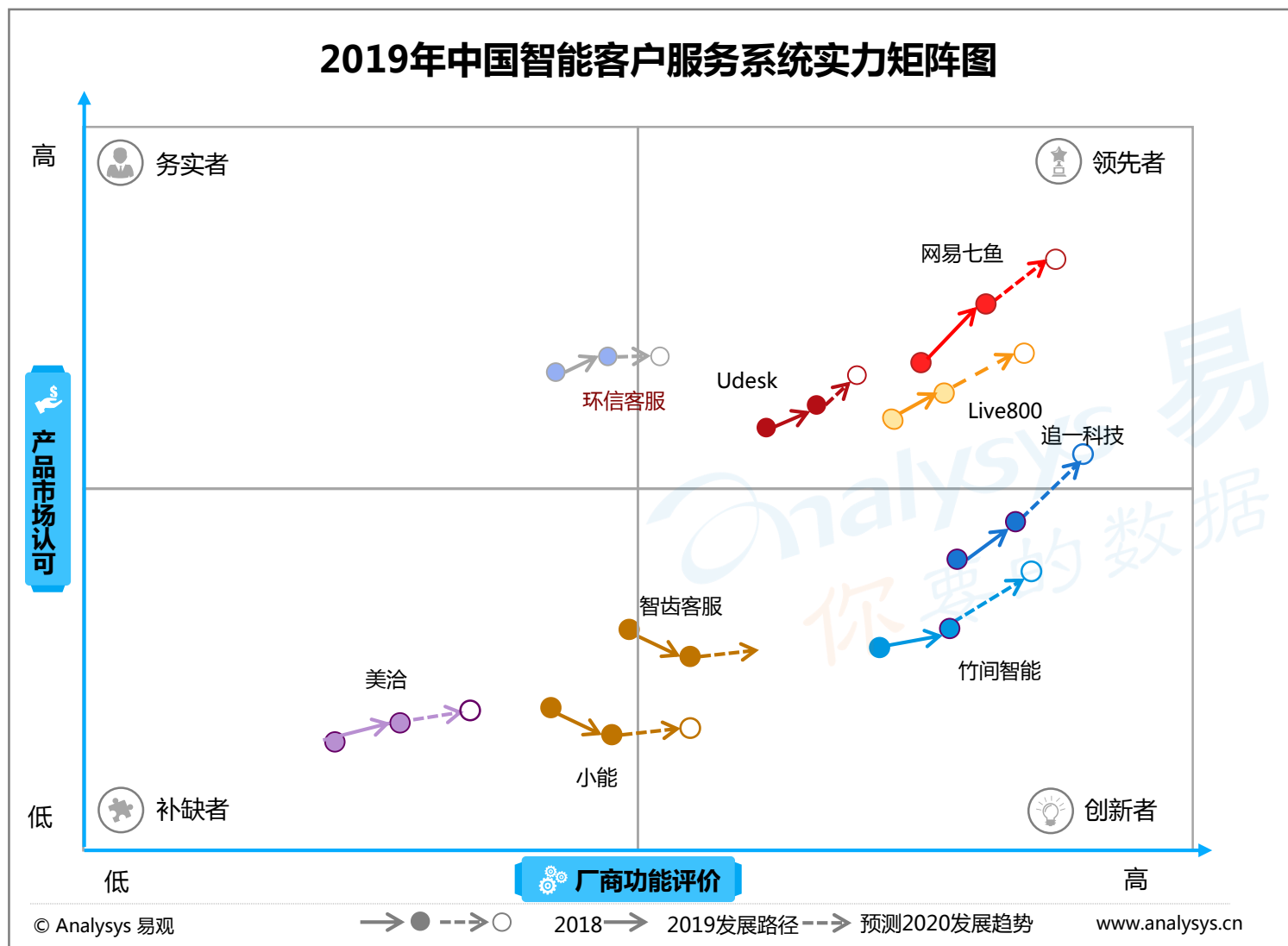
之前业务状态



现在业务状态



数据驱动精益成长



智能客服系统：务实者增强创新能力

- 以Udesk、Live800为代表的智能客服系统提供商纷纷开始自建AI开发能力，并取得一定成效。但目前平均年薪50-70万的AI开发者薪酬也成为该类厂商的一大成本负担。
- 未来趋势：NLP技术上率先取得突破的厂商将获得更大的领先优势。

客服机器人：深入业务提升服务能力

- 以追一科技、竹间智能等为代表的AI服务提供商开始深入业务和场景，一方面打磨大客户案例，一方面丰富行业数据库提升准确率。
- 未来趋势：基于NLP能力，围绕特定行业客户提供更多产品功能，例如内部知识库。

注：根据易观厂商实力矩阵评价体系评估所得。

注：数据来源于厂商公开数据及易观访谈所得。

产业链上下游之间的界限越来越模糊 下游服务商加强AI能力研发，构建技术壁垒

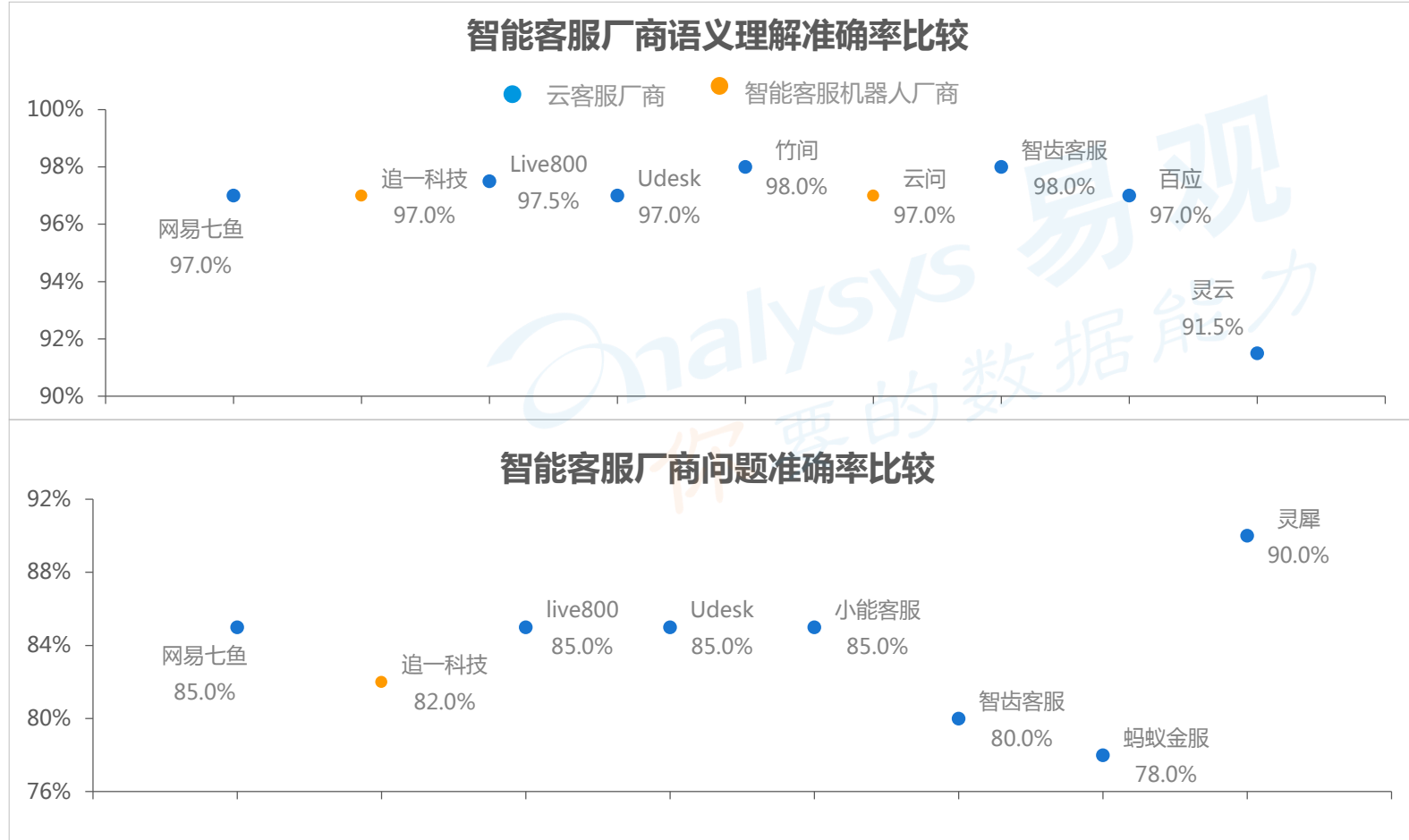
智能化水平

产品可靠度

快速部署能力

产品功能评价

产品市场认可



注：以上数据来源于厂商公开数据及易观访谈。

数据驱动精益成长

- 智能化水平取决于厂商的单轮算法能力、多轮对话能力和人机协作能力，主要考察对话准确率、多轮对话完成度和人机协作的答案采纳率等。
- 目前智能客服机器人语义理解准确率大约为 $95 \pm 2\%$ 。达到这样的准确率水平一般需要三个月左右左右的训练时间。
- 智能客服市场产业边界越来越模糊，过去主要是智能客服机器人为传统客服软件厂商提供智能技术，现在越来越多的厂商开始选择自建研发团队，并且进展迅速。

高产品可靠度是服务大客户的必备条件，传统厂商具有优势

产品功能评价

产品市场认可

智能化水平

产品可靠度

快速部署能力

智能客服产品可靠度水平

产品	整体可信度水平	安全性		稳定性			大企业案例
		对内控制	抗攻击能力	响应速度	多并发能力	持续运行能力	
网易七鱼	高	高	高	中	高	高	有
Live800	高	高	高	中	高	高	有
Udesk	中	中	中	低	低	中	有
环信	中	中	中	低	低	中	有
追一	中	低	中	中	中	低	有
竹间	中	低	中	中	中	低	有

可靠度水平较高



可靠度水平较低

来源：根据易观产品评价体系所得

一般来说，大型企业对于产品的可靠度要求较高，厂商能够证明自身产品可靠度，将获得更多大客户的青睐，在盈利上也将产生相应的保障。

产品可靠度主要包括**安全性**、**稳定性**和**大客户案例**三个维度进行评价。

- **安全性**主要从对内控制和对外抗攻击能力两个维度进行评价，对内控制包括内部权限控制、数据统一管理，对外抗攻击包括主动防御技术以及网络加密。
- **稳定性**指的是保证体验一致性的能力。
- **大客户案例**验证了厂商的服务能力，是衡量产品可靠度的重要维度。

云端部署具有快速落地优势，在中小企业客户扩展上具备优势

产品功能评价

产品市场认可

智能化水平

产品稳定性

快速部署能力

	环信	Live800	网易七鱼	Udesk	追一科技	竹间科技
预设数据库	提供保险、证券、金融、电商、教育、物流行业知识库	百万量级数据库，深度挖掘基金、电商、医疗等行业数据	拥有260万条数据库	解决方案覆盖20多个行业	覆盖近60个行业	无
自主学习	有	有	知识库功能包括了自主学习	有	有	有
机器人开发API	有	有	具有开发接口文档，但开放程度有限	提供CC PaSS平台	拥有AIForce一站式企业智能服务平台	拥有企业服务平台Bot Factory
快速部署能力	具备本地化部署和云端部署能力 平均部署周期在一周左右		支持私有云、混合云和公有云部署，能够快速落地、敏捷迭代 平均部署周期在3-5天			

厂商的快速部署能力将影响企业落地智能客服系统的成本高低，例如是否提前预设该行业的数据库，配置好的机器人系统是否具备自主学习的能力，以及进一步的面向企业的个性化需求，是否支持API接口开放以及对应的支持服务。云端部署的成本优势、快速部署和敏捷迭代使得智能客服在中小企业中得以快速落地。而API开放接口使得企业的个性化开发成为可能。需要注意的是，部分大型企业出于安全性和行业特殊性的考虑，对本地部署的需求较强，以服务大客户为主的厂商相对部署周期较长。

客户服务行业智能化将在更多企业进一步落地

产品功能评价

产品市场认可

服务企业数

营收

融资额度

➢ 以Live800、环信为代表的在线客服软件厂商在客户积累和产品稳定性上具备优势，再加上其在AI技术领域的布局，在客户认可上具备一定优势。

➢ 以网易七鱼、Udesk为代表的新兴厂商则依靠其在智能化和快速落地能力上的优势在中小企业中占领一席之地。



150,000

客户数在15万以上的厂商，占据市场领先地位，一方面受到更多客户的认可，另外一方面也拥有更多的数据积累，有利于优化自身产品。



100,000

客户数在10万量级以上的厂商，需要注意自身市场战略选择。头部厂商在多年积累下，在金融、政府等行业具有较高的占有率，发掘蓝海行业，是提升自身市场占有率的重要方式。



10,000

客户数在万级上下的厂商，一般存在以下问题：产品的可用性没有得到验证；缺乏行业案例。

头部厂商营收达到亿级，实现规模化增长

产品功能评价

产品市场认可度

服务企业数

营收

融资额度

营收直接代表了市场对产品的认可程度。目前市面上现有厂商中，头部厂商能够达到亿元营收，千万级别利润。

技术价值实现阶段

技术上具有开创性的厂商，目前仍然处于产品的市场验证状态，如何找到与实际场景的结合点，最大化发挥市场价值是这类厂商最大的挑战。

产品验证阶段

在技术上具有较强创新性的厂商，产品具有一定领先性，但在与具体场景的结合中仍然需要进一步打磨，以及建立细分赛道的市场影响力。

市场验证阶段

厂商在产品功能上具有一定先进性和创新性，在找到具有潜力的细分赛道，例如电商、教育，营收实现迅速增长。

实现规模化

在线客服软件与智能客服软件相比，相对成熟，在金融、政务、运营商等大客户聚集的成熟市场上具有一定的领先地位。

千万级别

5000万级别

上亿级



融资主要集中在A轮，少数厂商抢跑具有资本优势

产品功能评价

产品市场认可

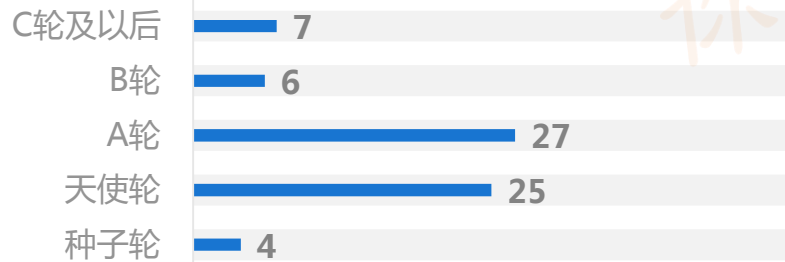
服务企业数

- ✓ 近年来，资本持续收缩，智能客服领域也是如此。在经历2014和2015年智能客服厂商进驻的高峰期后，整体行业增长放缓，特别是2018年，市场相对成熟，新晋厂商很难跻身其中，接下来的竞争将是围绕用户和资源整合能力的竞争，是真正回归本质的竞争。
- ✓ 目前融资主要集中在A轮，率先进入融资中后期阶段的厂商可能会借助资本的力量抢占先机。

2019年智能客服厂商投融资情况 2019年

公司	最新融资时间	轮次	融资额
灵犀科技	2019.8.27	A轮	未透露
百炼智能	2019.7.9	Pre-A轮	5000万
小持科技	2019.7.18	天使轮	数百万
来也科技	2019.6.27	B+轮	3500万\$
百应科技	2019.5.20	A轮	1.2亿
晓多科技	2019.5.9	B轮	数千万\$
追一科技	2019.4.2	C轮	4100万\$
小能科技	2019.3.27	B+轮	5000万
意能通	2019.2.28	A+轮	6亿

2011-2019年智能客服融资轮次分布



营收

融资额度

来源：IT桔子·易观整理

PART 4



中国客户服务智能化市场发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

客户服务智能化将成为人工智能商业化落地的先行者



客服

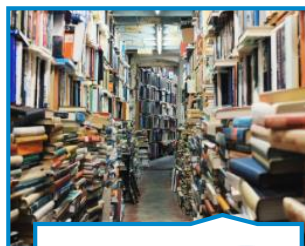
“人工智能的精髓”
——人工智能：一种现代方法



医疗



家居



教育



金融



安防



建筑



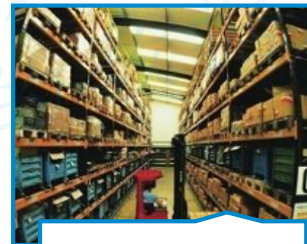
交通



制造



农业



仓储



化工



酒店服务

Analysys易观分析认为，随着人工智能的不断发展，开始寻求真正的场景落地，从“弱人工智能时代”像“强人工智能时代”跨越。很多行业的应用场景拥有落地空间，客服在人工智能落地方向将成为商业化落地的先行者。首先数据体量足以支持依赖于海量数据做支撑的AI等技术落地；其次互联网的发展改变用户的使用行为，多行业对于客服的需求极大攀升；再次人们对于同质化重复劳动需要有天然的替代，智能+客服人工，不是替代人工，而有效提高重复人工的效率。

客户服务个性化、垂直化推动多维数据融合，数据入口成兵家必争之地

宏观
你要的数据能力

01 趋势一

智能客服与场景的深度融合



- **打造统一的数据平台具有现实意义**：各大厂商通过客户积累和需求增长，在完成底层技术和行业知识图谱积累后，智能客服企业着眼于从SaaS切入PaaS，以平台的形式为客户提供服务、开发、运行和管理等一系列流程化；
- **技术水平趋同要求AI企业横向拓宽规模纵向业务下沉**：积累了这些底层技术和行业知识图谱后，智能客服企业就可以从SaaS切入PaaS，以平台的形式为客户提供开发、运行、管理AI应用程序的环境和资源。

02 趋势二

数据动能，真正产生驱动力



- **大数据+云计算+人工智能三位一体**：智能客服创业企业还可以从客服走向市场、品牌、销售等等，赛道非常长，他们有潜力做到超级独角兽；
- **科技赋能B端时代到来**：移前整体而言智能客服只在互联网新经济、金融、保险等领域被广泛接受，占更大比例的传统企业对智能客服这一新鲜事物的接受程度较低，整个行业需要强力的销售团队去大力开拓市场，完成市场的教育工作。

03 趋势三

数据安全及政策完善



- **数据安全及政策的完善有利于市场更好的发展**：智能客服创业企业还可以从客服走向市场、品牌、销售等等，赛道非常长，他们有潜力做到超级独角兽；
- **竞争激烈马太效应明显**：BATI人工智能平台入选国家队，越来越多的人才、资金、客户资源等向头部AI企业汇聚，一些专注垂直领域的AI独角兽也在向平台化发展，通过投资和孵化等形式不断扩大自己的生态，AI独角兽也开始孵化自己的小独角兽企业，商业化过程中不断向上下游产业链延伸，软硬件相结合，增加自己的话语权。预计2020年，将会出现一批经过市场验证的优秀AI企业。

深度学习框架开源使得智能化水平趋同，流程模块化、流程高效化成为新的护城河

- 由于端到端的深度学习框架让开发成本变低了很多，各智能客服公司的实力差距相比以前在逐渐缩小，这时竞争就逐渐转移打通系统，提供高效全流程方案。

运营维护平台化

随着智能客服系统业务的深化，功能繁杂，对接多维度系统功能，覆盖行业范围逐渐扩大，对智能客服厂商大的中台能力提出要求

技能平台

开发平台

行业知识库

基础技术与功能模块化

基于算法和知识库，形成综合解决方案，为客服企业提供支撑，构建完整的生态体系

NLP

自然语言处理技术是智能客服技术基础的核心要素

语义理解

问答系统

机器学习

机器学习技术帮助机器更加智能

神经网络

决策树

逻辑回归

聚类

知识图谱

知识关联、推理计算

资料

属性

类目

泛化

训练&搭建

通过数据技术挖掘，构建数字化模型，进行训练

会话中控

机器训练

智能对话调试

智能知识库

数据建模

企业建模

提升体验

根据数据分析结果形成综合解决方案，打通数据闭环，优化客户体验

智能化服务

虚拟仿真
产品优化

网络化协同

人机协作
智能分配

个性化定制

柔性制造
供需匹配

服务化延伸

智能服务
流程优化

接入方式全渠道

伴随着交互方式的转变，客户接入客服的方式从传统的电话扩展到短信、移动端APP以及IM工具，从用户行为出发，整合交互渠道，提高客户服务效率

Web

APP

公众号、小程序

邮件

短信

电话

微博

智能客户服务将与商业场景下的其他需求深度融合

- 金融、电商、医疗、教育、电信运营商等领域内的规模较大的企业对智能客服有很大的需求，智能客服需要和商业场景进行深度融合，提供更加完善的解决方案。如在消费者提出的问题中，有八成以上都是高度重复的FAQ，部署智能客服可以实现降本增效，同时与商业场景的深度融合可以有效提升服务效率，还可实现精准营销；智能客服系统切换到行业定制化程度更高的产品上，有利于问题解决率的大幅度提升，并与业务场景与数据深度耦合。



技术对人权的打扰需要受到节制，市场将受到政府和第三方监管洗牌 易观 数据能力

随着整体互联网市场的成长和人们消费水平的提升，以大数据为代表的更具商业价值有望在产业升级和需求增长的过程中得到发展，扩充市场品类。私有化部署、信息脱敏。

用户产生大量数据，厂商

在政策法规面前，规范用户的使用行为就是摆在智能客服创业企业面前的一个重要挑战。“只有针对老客户的回访场景和二次销售才是被允许的。”

厂商通过挖掘数据提供更好的服务



数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号

附录：厂商产品实力评价体系

- 产品实力主要针对产品功能维度和市场认可维度进行评价，其中功能维度包括：智能化水平、产品可靠度、快速部署能力，市场认可维度包括服务企业数、营收水平和融资额度三个维度进行分析、产品创新能力。

厂商产品实力评价体系			
	评判指标	权重	指标定义
产品功能评价	智能化水平	20%	主要以语音识别准确率；意图识别准确率；对话回应率；回应准确率；问题解决率；人机交互采纳率等多个维度进行评判。
	产品可靠度	20%	包括安全性、稳定性和大客户案例三个维度进行评判。
	快速部署能力	10%	主要从厂商是否具备预置数据库、产品的自主学习能力和是否支持个性化开发等维度进行评估。
产品市场认可	服务企业数	20%	从厂商累计服务客户数、注册客户数进行评价
	营收水平	20%	主要通过考察厂商的付费客户数及客单价评估营收水平。
	融资额度	10%	主要考察目前厂商的融资额度、融资轮次。