

2024-2030年中国人工智能 商业化产业发展现状与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国人工智能商业化产业发展现状与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202401/436587.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2015年人工智能成为市场热点，相关产业正式被提上国家战略层面，各地政策措施的出台，商业成熟度不断提高。作为人工智能的重要组成部分，视觉人工智能开始向驾驶、家居、保险、零售、金融等多个领域拓展，人工智能行业以及视觉人工智能行业市场规模持续增长。2017年国务院发布《新一代人工智能发展规划》提出了面向2030年我国新一代人工智能发展的指导思想、战略目标、重点任务和保障措施。人工智能的概念诞生于1956年达特茅斯会议上，距今已经有半个多世纪的发展史，但人工智能真正走出实验室，走进人类生活却是近几年才有的事。据WIPO2022年人工智能趋势报告显示，50%的AI专利在过去5年内发表，这意味着从2014年-2018年这五年内，AI产业进入了快速发展的阶段。人工智能基础技术渐趋成熟至达到商用条件，从而能够在更广泛的场景下发挥价值，是其商业化的前提。加之近年来，互联网产业进入洗牌期，资本市场对人工智能的投资也表现得更加理性。技术成熟且具有较强商业落地能力的项目持续受到资本的关注，这在一定程度上推动了行业从早期普遍强调技术优势过渡到更加重视产品、解决方案等商业化能力的发展阶段。整体来说，中国人工智能技术商业化速度非常快，计算机视觉、生物识别等是相对成熟度更高、商业化更早的技术，已经在公共安全、金融、零售、广告营销等领域有了较好的应用；自然语言处理技术也在智能客服、智能语音交互等场景下服务于各行各业；机器学习应用范围则更广，比较典型的应用如自适应教育、智能推荐等已逐渐走入人类生活。可以说，商业化将是近几年维持人工智能热度的主要力量。AI商业化发展面临的难点，一方面是投入巨大，目前AI公司的业务涉及到的主要是上游的任务、模型及算法，但是为了实现方案，AI公司还需要做更深层次的软件实现、系统以及设备硬件的选择；另一方面则是数据不足，没有优质的数据，再好的算法都没有用武之地，各行业如教育、基础设施、制造等领域的数据获取，也是一个巨大的问题。AI商业化发展遵循ToB到ToC的路径。判断人工智能技术将优先在B端落地，语音识别、图像识别持续在B端服务。原因在于：1) B端对于生产力效率的提升需求最为强烈，新技术可显著提高效率；C端对技术不敏感，更重视体验和产品；2) B端场景和需求比较明确，如安防、政务、工业、商业等，而人工智能和C端需求结合场景下的产品模糊。公司“平台+赛道”的战略布局也正是在产业发展初期就认准了ToB到ToC这一路径，形成教育、政法、车载、医疗等行业应用，在提供现金流的同时提供了行业刚需场景和数据的先发卡位优势。中企顾问网发布的《2024-2030年中国人工智能商业化产业发展现状与投资战略报告》共十章。首先介绍了中国人工智能商业化行业市场发展环境、人工智能商业化整体运行态势等，接着分析了中国人工智能商业化行业市场运行的现状，然后介绍了人工智能商业化市场竞争格局。随后，报告对人工智能商业化做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国人工智能商业化行业发展趋势与投资预测。您若想对人工智能

商业化产业有个系统的了解或者想投资中国人工智能商业化行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第一章 人工智能商业化行业产品定义及行业概述发展分析 第一节 人工智能商业化行业产品定义 一、人工智能商业化行业产品定义及分类 二、人工智能商业化行业产品应用范围分析 三、人工智能商业化行业发展历程 四、人工智能商业化行业发展地位及影响分析 第二节 人工智能商业化行业产业链发展环境简析 一、人工智能商业化行业产业链模型理论 二、人工智能商业化行业产业链示意图及相关概述 第三节 经济环境 一、国民经济运行情况GDP（季度更新） 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 三、全国居民收入情况（季度更新） 四、恩格尔系数（年度更新） 五、工业发展形势（月度更新） 六、固定资产投资情况（季度更新） 七、2020年我国宏观经济发展预测 第四节 人工智能商业化行业税收及进出口关税 第五节 社会环境 一、人口数量及老龄化分析 二、网民规模情况 三、90后消费群体特点分析 第六节 人工智能商业化技术发展现状 一、人工智能商业化行业技术发展 二、人工智能商业化生产工艺 一、人工智能商业化技术发展趋势 第二章 2024-2030年人工智能商业化行业国内外市场发展概述 第一节 2024-2030年人工智能商业化行业发展分析 一、人工智能商业化经济发展现状及预测 二、人工智能商业化行业技术发展现状 三、人工智能商业化行业发展概述 第二节 2024-2030年人工智能商业化行业供需及规模分析 一、人工智能商业化行业市场供需情况 二、人工智能商业化行业市场规模及区域分布情况 三、人工智能商业化行业重点国家市场分析 四、人工智能商业化行业发展热点分析 五、2024-2030年人工智能商业化行业市场规模预测 第三节 2024-2030年中国及人工智能商业化行业对比分析 一、中国人工智能商业化行业生命周期分析 二、中国人工智能商业化行业市场成熟度情况 三、中国和国外人工智能商业化行业对比SWTO 第四节 2024-2030年人工智能商业化行业相关产品进出口情况 第三章 2024-2030年我国人工智能商业化行业发展现状 第一节 中国人工智能商业化行业发展概述 一、中国人工智能商业化行业发展现状 单一软件垄断流量一去不返，云端芯全方位布局是未来。AI时代终端碎片化的特征，导致了没有一个单一端口可以垄断数据流量。而AI时代数据流量不仅是变现的工具，更是算法的养料，只有足够多的数据才能训练出更好的模型，才能更好的挖掘出客户的真实需求，这要求各大巨头必须云端芯全方位布局，才能最大程度占据碎片化场景和硬件的流量入口。此外，终端企业参与研发或深度定制芯片，已成为强化终端实力的有效方式：苹果从iPhone4开始，就采用自研的A系列应用处理器芯片，并强调与其iOS系统的耦合优化实现了更好的终端性能表现，三星部分旗舰机自2009年起就搭载其猎户座系列芯片，而

华为也拥有自己的麒麟芯片。 二、中国人工智能商业化发展面临的问题 三、2024-2030年中国人工智能商业化行业市场规模 四、中国人工智能商业化行业需求客户结构 第二节 我国人工智能商业化行业发展状况 一、2024-2030年中国人工智能商业化行业产值情况 二、2022年我国人工智能商业化产值区域分布分析 第三节 2024-2030年中国人工智能商业化行业产量分析 第四节 2022年人工智能商业化行业需求分析 一、2024-2030年我国人工智能商业化行业需求分析 二、2024-2030年我国人工智能商业化市场价格走势分析 第四章 人工智能商业化行业竞争态势分析 第一节 人工智能商业化行业集中度分析 一、人工智能商业化市场集中度分析 二、人工智能商业化企业分布区域集中度分析 三、人工智能商业化区域消费集中度分析 第二节 人工智能商业化行业主要企业竞争力分析 一、重点企业资产总计对比分析 二、重点企业从业人员对比分析 三、重点企业全年营业收入对比分析 四、重点企业利润总额对比分析 五、重点企业综合竞争力对比分析 第三节 人工智能商业化行业竞争格局分析 一、2022年人工智能商业化行业竞争分析 二、2022年中外人工智能商业化产品竞争分析 三、2022年我国人工智能商业化市场竞争分析 四、近年国内人工智能商业化行业重点企业发展动向 第五章 2024-2030年中国人工智能商业化所属行业运行及进出口分析 第一节 2024-2030年中国人工智能商业化所属行业总体运行情况 一、人工智能商业化企业数量及分布 二、人工智能商业化行业从业人员统计 第二节 2024-2030年中国人工智能商业化所属行业运行数据 一、行业资产情况分析 二、行业销售情况分析 三、行业利润情况分析 第三节 2024-2030年中国人工智能商业化所属行业成本费用结构分析 第四节 2024-2030年中国人工智能商业化所属行业经营成本情况 第五节 2024-2030年中国人工智能商业化所属行业管理费用情况 第六节 中国人工智能商业化所属行业或相关行业进出口分析 1、2024-2030年所属行业进出口数量及金额 2、行业进口分国家 3、行业出口分国家 第六章 2024-2030年中国人工智能商业化行业区域发展分析 第一节 中国人工智能商业化行业区域发展现状分析 第二节 2024-2030年华北地区 一、华北地区经济发展现状分析 二、市场规模情况分析 三、市场需求情况分析 四、行业发展前景预测 第三节 2024-2030年东北地区 一、东北地区经济发展现状分析 二、市场规模情况分析 三、市场需求情况分析 四、行业发展前景预测 第四节 2024-2030年华东地区 一、华东地区经济发展现状分析 二、市场规模情况分析 三、市场需求情况分析 四、行业发展前景预测 第五节 2024-2030年华南地区 一、华南地区经济发展现状分析 二、市场规模情况分析 三、市场需求情况分析 四、行业发展前景预测 第六节 2024-2030年华中地区 一、华中地区经济发展现状分析 二、市场规模情况分析 三、市场需求情况分析 四、行业发展前景预测 第七节 2024-2030年西部地区 一、西部地区经济发展现状分析 二、市场规模情况分析 三、市场需求情况分析 四、行业发展前景预测 第七章 人工智能商业化重点企业发展分析 第一节 深兰人工智能(深圳)有限公司 一、企业经营情况分析 二、企业产品及竞争优势分析 三、市场营销网络分

析 四、公司战略规划分析 第二节 山东融信恒基人工智能科技有限公司 一、企业经营情况分析 二、企业产品及竞争优势分析 三、市场营销网络分析 四、公司战略规划分析 第三节 海南瑞众合盛智能化安防科技有限公司 一、企业经营情况分析 二、企业产品及竞争优势分析 三、市场营销网络分析 四、公司战略规划分析 第四节 珠海市香洲区人工智能协会 一、企业经营情况分析 二、企业产品及竞争优势分析 三、市场营销网络分析 四、公司战略规划分析 第五节 珠海市香洲区人工智能协会 一、企业经营情况分析 二、企业产品及竞争优势分析 三、市场营销网络分析 四、公司战略规划分析 第六节 湖北海瑞璞天人工智能科技有限公司 一、企业经营情况分析 二、企业产品及竞争优势分析 三、市场营销网络分析 四、公司战略规划分析 第八章 2024-2030年中国人工智能商业化行业上下游主要行业发展现状分析 第一节 2024-2030年主要上游产业发展分析 一、A行业发展分析 1、行业市场规模情况 2、产品价格分析 3、产品生产情况 二、B行业发展分析 1、行业市场规模情况 2、产品价格分析 3、产品生产情况 …… 第二节 2024-2030年主要下游产业发展分析 一、D行业发展分析 1、行业现状分析 2、行业发展前景 二、E行业发展分析 1、行业现状分析 2、行业发展前景 …… 第九章 2024-2030年中国人工智能商业化行业发展预测分析 第一节 2024-2030年中国人工智能商业化行业产量预测 第二节 2024-2030年中国人工智能商业化行业需求量预测 第三节 2024-2030年中国人工智能商业化行业规模预测 第四节 2024-2030年中国产业的前景及趋势 一、中国人工智能商业化市场发展前景乐观 二、2020年中国人工智能商业化市场消费趋势分析 第五节 2024-2030年中国人工智能商业化行业发展趋势 一、中国人工智能商业化行业的发展前景 二、2024-2030年中国人工智能商业化产业规划分析 三、我国人工智能商业化行业的标准化发展趋势 第六节 2024-2030年中国人工智能商业化行业“走出去”发展分析 第十章 人工智能商业化行业投资前景研究及销售战略分析 第一节 影响人工智能商业化行业发展的主要因素 一、影响人工智能商业化行业运行的有利因素 二、影响人工智能商业化行业运行的稳定因素 三、影响人工智能商业化行业运行的不利因素 四、我国人工智能商业化行业发展面临的挑战 五、我国人工智能商业化行业发展面临的机遇 第二节 行业投资形势分析 一、2024-2030年中国行业投资规模 二、行业投资壁垒 三、行业SWOT分析 四、行业五力模型分析 第三节 2024-2030年人工智能商业化行业投资效益分析 第四节 2024-2030年人工智能商业化行业投资前景研究 第五节 人工智能商业化行业投资前景预警 一、2024-2030年人工智能商业化行业市场风险预测 二、2024-2030年人工智能商业化行业政策风险预测 三、2024-2030年人工智能商业化行业经营风险预测 四、2024-2030年人工智能商业化行业技术风险预测 五、2024-2030年人工智能商业化行业竞争风险预测 六、2024-2030年人工智能商业化行业其他风险预测 第六节 市场策略分析 一、人工智能商业化价格策略分析 二、人工智能商业化渠道策略分析 第七节 销售策略分析 一、媒介选择策略分析 二、产品定位策

略分析 三、企业宣传策略分析 第八节 提高人工智能商业化企业竞争力的策略 一、提高中国人工智能商业化企业核心竞争力的对策 二、人工智能商业化企业提升竞争力的主要方向 三、影响人工智能商业化企业核心竞争力的因素及提升途径 四、提高人工智能商业化企业竞争力的策略 第九节 对我国人工智能商业化品牌的战略思考 一、人工智能商业化实施品牌战略的意义 二、人工智能商业化企业品牌的现状分析 三、我国人工智能商业化企业的品牌战略 四、人工智能商业化品牌战略管理的策略 第十节 市场的重点客户战略实施 一、实施重点客户战略的必要性 二、合理确立重点客户 三、重点客户战略管理 四、重点客户管理功能 图表目录： 图表：人工智能商业化行业历程 图表：人工智能商业化行业生命周期 图表：人工智能商业化行业产业链分析 图表：2024-2030年人工智能商业化行业产能分析 图表：2024-2030年人工智能商业化行业市场规模分析 图表：2024-2030年人工智能商业化行业产量分析 图表：2024-2030年人工智能商业化行业需求量分析 图表：2022年人工智能商业化行业需求领域分布格局 图表：2024-2030年人工智能商业化行业市场规模预测 图表：中国人工智能商业化行业盈利能力分析 图表：中国人工智能商业化行业运营能力分析 图表：中国人工智能商业化行业偿债能力分析 图表：中国人工智能商业化行业发展能力分析 图表：中国人工智能商业化行业经营效益分析 图表：2024-2030年人工智能商业化行业市场规模预测 图表：2024-2030年人工智能商业化行业产量预测 图表：2024-2030年人工智能商业化行业需求量预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436587.html>