



数 据 分 析

CHINA DATA ANALYSIS 数据分析·因你而不凡

—中国数据分析行业核心刊物—

2026年 | 第1期

《中国数据分析》行业特刊

总第62期 (季刊)

// 协会动态

P05 3月18日我委邹主任一行赴天融信科技集团开展考察交流活动

P07 3月中旬组织了主题为“GEO优化服务实践与行业应用”研讨会

P08 3月下旬启动了专题为“舆情信息采集与分析”的案例库活动

// 政策向导

P10 智能经济新形态下的数据与AI机遇



微信扫码关注
获取更多资讯

CONTENTS

目录

主办单位

中国商业联合会数据分析专业委员会

编委成员

协会会员处 刘兆宸

出版时间

2026年04月出版 < 总第62期>

排版设计

市场处 刘宇鹏

联系我们

中国商业联合会数据分析专业委员会

地址：北京市朝阳区朝外SOHO-C座9层

电话：400-050-6600 / 010-59000991转652

传真：010-59000991转 607

官网：www.chinacpda.org

01 协会最新动态

1月19日组织了北京俱乐部新春活动 / 01

1月22日组织了主题为金融数据分析智能体如何破解业务痛点的直播活动/ 03

3月18日我委邹主任一行赴天融信科技集团开展考察交流活动/ 05

我委于3月下旬启动了专题为“舆情信息采集与分析”的案例库活动 / 07

我委于3月中旬组织了主题为“GEO优化服务实践与行业应用”研讨会 / 08

02 政策导向

智能经济新形态下的数据与AI机遇 / 10

03 学“数”交流

GEO时代：当用户开始问AI，企业该如何回答？ / 13

浅谈AI Agent未来之争 / 17

数据分析正在重塑“家”的诞生方式 /19

04 会员风采

刘姝君：未来“最小可行性落地应用产品”（MVP）模式将更为普及！ / 22

乔大宁：未来趋势不是 AI 替代人，而是释放人去做更高价值的决策与落地！ / 23

吴树伸：数据分析行业未来将以“AI 共生、应用场景落地”为核心演进！ / 25

数据委于1月19日组织了北京俱乐部新春活动

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-01

在2026年俱乐部新年活动现场，参会者真诚分享需求与创意——从“活动是否需要牵头人”的辩论，到“希望更多轻松场景深入交流”的呼声，思维碰撞不断。最终，我们共同确立了“学员自运营、共成长”的核心模式，并现场敲定了聚焦实战的5大活动方向。

更令人期待的是，这一由会员共同催生的活跃模式，不仅属于北京，也为更多志同道合者提供了可参考的范本。



所有活动方向均提炼自现场最热烈的讨论，聚焦于解决会员的实际成长关切。在本次俱乐部活动中，共同探讨出2026以及后续俱乐部活动发展的大致规划。

-实战项目攻坚营：已有会员认领《运用数据分析的劳动合同案例分析》。我们将结合公益案例库，让你从需求拆解到落地执行，全程深度参与。

-企业走访交流行：走进真实的数据驱动型公司，深入业务一线，与业内同仁面对面，吸收实战经验，拓展行业视野。

-前沿动态分享会：将围绕数据分析新理论、AI+等热点，组织专题分享与讨论，帮你保持前沿触觉。

-数据科普辩论赛：用轻松有趣的辩论形式，探讨数据如何解决问题，在思辨中深化理解，并向更广范围传递数据思维的价值。

-工作难题帮扶站：每月定期收集工作难题，组织资深会员与专家针对性答疑。践行“爱心传递爱心”，在互助中共同进步。



在本次北京俱乐部线下的活动现场，已有会员当场认领了《企业研学》、《实战项目》等活动的策划，更多的资源对接与合作正在酝酿。

1月22日组织了主题为金融数据分析智能体如何破解业务痛点的直播活动

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-01

1月22日晚19:00,「从“数”到“智”:金融业务场景数据分析智能体」主题直播开启!我委特别邀请到容联云产研中心副总经理文革,以技术揭秘+实战方案+案例拆解的形式,为金融从业者解锁数据分析智能化新路径!



正常直播围绕三大议题依次展开：

1. 多 Agent+RAG 双引擎技术深度揭秘

拆解双引擎的工作原理、优势特性，以及在金融场景中的适配逻辑，看懂智能分析的“底层密码”，摆脱对传统分析工具的依赖。

2. 破解银行数据分析三大核心痛点

针对银行在数据分析中普遍面临的“数据孤岛难打通”“分析周期长、响应慢”“结果难落地、价值难转化”三大痛点，嘉宾将带来经过实战验证的解决方案。从数据整合、智能分析到业务落地，全链路拆解如何通过数据分析智能体提升决策效率、降低运营成本，让技术真正服务于业务增长。

3. 金融级落地案例深度拆解

深度剖析金融行业真实落地案例，详细讲解数据分析智能体在客户画像、风险管控、营销赋能等核心业务场景的应用过程，包括技术选型、实施步骤、效果反馈等关键细。

本次直播累计收获了1200+人次的观看，得到了众多金融领域从业人员的广泛好评。

3月18日我委邹主任一行赴天融信科技集团开展考察交流活动

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-03

3月18日，我委邹主任一行赴天融信科技集团开展战略考察，实地调研其网络安全技术体系与产业生态，并正式达成战略合作。双方将聚焦数据分析人才培养与网络安全，开启深度协同。



我委作为数据分析领域标准制定与专业认证的专业机构，持续引领行业规范化、专业化发展。基于完善行业人才生态的战略需要，经实地考察与深入探讨，确定天融信集团为兼具全场景安全能力与成熟教育体系的战略合作伙伴。

此次战略考察中，双方就网络安全产品体系、行业生态建设等议题展开了深度交流。在战略引领与数据委相关领导的支持下，双方将以数据分析人才标准为纽带，融合天融信教育的全链条运营能力，持续深化合作，推动数据分析行业规范发展，巩固行业引领地位。



此次合作，既是人才标准与产业能力的深度耦合，更是数据分析与网络安全的双向奔赴。我委今后将持续为数字经济时代的人才培养与价值释放，贡献更多行业力量。

我委于3月下旬启动了专题为“舆情信息采集与分析”的案例库活动

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-03

中国数据分析行业案例库，是我委今年重点推进的一项战略性工程。旨在希望通过数据化应用项目的合作开发、深度交流与联合研究，系统性沉淀行业智慧，助力国内企业数字化转型。

这项工作自2022年3月经中商联审核批准立项后，得到了业界同仁的积极响应与深度参与。我委一直鼓励数据分析师、事务所，行业企业，将一线实践转化为可复用的行业知识资产，共同参与项目的设计与研究。

而本轮案例库的课题研究，我委预计将用2个月左右的时间，聚焦“舆情信息采集与分析”这一课题，力争形成高质量的专项研究成果，供其他行业企业参考借鉴，进而形成良好的行业与社会效益。



我委于3月中旬组织了主题为“GEO优化服务实践与行业应用”研讨会

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-03

本次研讨会旨在为新一年想突破自身品牌优化的行业企业，指明在决策GEO时主要关注的方向，进而推进企业数智化转型提升，因此会议聚焦GEO如何在服务实践与行业应用层面做到具体的落地。



本次研讨会上永洪科技、数据猿、Pureblue AI、Questmobile、九都佳德等多家行业知名企业代表参加并参与了讨论，并最终达成了以下共识；

关注数据信源权重：AI并不是平等对待所有信息源。在实际生成过程中，它会明显偏向那些“被反复引用过”的来源，如新闻媒体、平台数据、行业报告等结构稳定的内容节点，不是你说什么，而是你有没有被“当作来源”的资格。

控制数据表达密度：很多企业的问题，不是没有内容，而是内容“不可用”。大量描述停留在“领先”“专业”“一站式”，对人是情绪价值，对AI来说几乎是无效信息。相反，那些能被引用的内容，往往都有一个特点——可以被拆成“结论+数据+结构”。AI不缺内容，缺的是可以直接拿来用的“数据表达”。

进行交叉验证：如果一条信息能在多个来源中被印证，它被选中的概率会明显提高。反之，即使内容本身没问题，也很容易被忽略。换句话说：AI更倾向于选择“最安全的答案”，而不是“最完整的内容”。

智能经济新形态下的数据与AI机遇

来源 / 国家数据局 人民网理论

编辑/ 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-03

2026年3月，全国两会如期召开。今年的政府工作报告中，一个全新的提法引发了行业广泛关注——“**打造智能经济新形态**”。这不仅是今年政府工作的重点任务之一，更标志着我国数字经济发展从平台驱动、数据驱动，正式迈向智能驱动的全新阶段。

对于数据分析领域的从业者而言，理解这一政策转向背后的逻辑与机遇，至关重要。

从“数字经济”到“智能经济”：一次关键的认知升维

回顾近年政府工作报告对人工智能的定位变化，我们可以清晰地看到一条政策演进的脉络：

2024年：提出深入推进数字经济创新发展，开展“人工智能+”行动；

2025年：聚焦激发数字经济创新活力，持续推进“人工智能+”行动；

2026年：首次提出“打造智能经济新形态”。

这并非简单的概念更替。正如科技部新质生产力促进中心研究员丁明磊所言：“这标志着我们对人工智能与实体经济融合的认知完成了一次关键升维——人工智能不再仅仅是赋能工具或技术手段，而是正在成为像工业经济、数字经济一样，具备独立形态和完整体系的全新经济范式。”

政府工作报告进一步明确了智能经济的“四梁八柱”：以“人工智能+”为统领，以智能终端与智能体为入口，以算电协同、卫星互联网、数据要素为底座，以完善治理为保障，构建了全链条发展体系。



数据要素：从“沉睡的资源”到“流动的市场动能”

政府工作报告中，一组数据尤为亮眼：过去一年，“数据要素潜力加快释放”，数字经济核心产业增加值占GDP的比重已提高到10.5%以上。

值得特别关注的是，两会前夕，国家数据局、工业和信息化部、公安部、中国证监会四部门联合发布了《关于培育数据流通服务机构加快推进数据要素市场化价值化的意见》，首次系统部署了**数据交易所、数据流通服务平台企业、数据商**三类机构的功能定位与发展路径。

其中明确提出探索“数据换数据、换订单、换服务、换模型、换场景”等多样化流通交易模式。这意味着，未来的数据流通不再是简单的“一手交钱一手交数据”，而是以分析能力、模型服务、市场洞察等形态输出数据价值——这正是数据分析机构可以大有作为的广阔空间。



智能经济的关键支点：算力新基建与高质量数据集

政府工作报告明确提出，2026年将实施超大规模智算集群、算电协同等新基建工程，加强全国一体化算力监测调度，支持公共云发展。这是我国首次将“算电协同”纳入国家新基建战略。

对于数据分析行业而言，算力基础设施的普惠化，意味着中小企业和创业团队可以更低成本、更便捷地获得所需的计算资源，专注于算法优化和应用创新，而不必在基础设施建设上投入过高成本。

与此同时，“高质量数据集”成为政策高频词汇。政府工作报告明确提出“建设高质量数据集”，这正是数据分析机构的核心优势所在——无论是行业数据的清洗、标注，还是垂直领域的数据治理与建模，都是数据分析从业者的看家本领。

专家声音：释放数据要素潜力的三条路径

两会期间，多位代表委员围绕数据领域建言献策，其中不少观点对数据分析行业具有直接指导意义：

1. 算力分工协作路径——全国政协委员、清华大学经济管理学院院长白重恩提出：大型云服务商集中建设超大规模公共算力底座，中小企业则轻装上阵，专注于垂直场景的算法优化和应用创新，形成“大企业建底座、小企业搞应用”的良性生态。

2. 工业数据治理路径——全国人大代表、华工科技董事长马新强建议，依托国家工业互联网大数据中心体系，建设“国家工业数据基础服务平台”，在装备制造、电子信息等重点行业建设“行业级工业数据共享与赋能中心”，探索数据价值共享新模式。

3. 金融创新支持路径——全国人大代表、国家开发银行党委宣传部部长宋征建议，结合数据产业轻资产、成长快的特征，引导金融机构创新数据资产、知识产权质押等融资方式，重点支持优质数据项目和核心运营企业。

结语

2026年是“十五五”开局之年，也被国家数据局定位为“数据要素价值释放年”。从两会的政策信号来看，数据与AI领域的机遇正在从“概念”走向“场景”，从“技术”走向“价值”。

对于数据分析领域的从业者和相关机构而言，今年的核心命题是：如何将政策红利转化为业务增长？无论是深耕垂直行业的高质量数据集，还是探索“数据换服务”的创新模式，抑或是参与公共数据授权运营的试点示范，机会窗口已经打开。

GEO时代：当用户开始问AI，企业该如何回答？

来源 / CPDA学员 数据委个人会员 曹行健

编辑/ 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

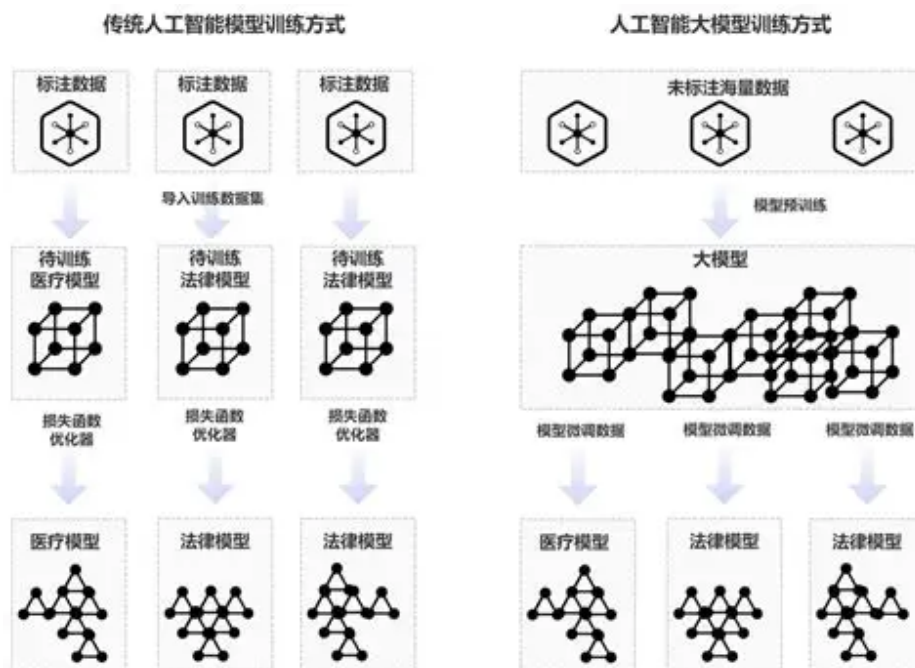
日期 / 2026/03

就我观察到，越来越多的人不再习惯性地打开搜索引擎输入关键词、逐条点击链接，而是直接向DeepSeek、豆包、文心一言提问，比如“哪款咖啡机性价比最高？”“数据分析师需要考什么证书？”“这家公司的服务靠谱吗？”

AI会在一分钟内给出整合后的答案，用户甚至不需要点开任何一个网页。

据Gartner预测，到2026年，传统搜索引擎的访问量可能下降约25%，这部分流量正在向生成式AI工具转移。这一趋势催生了一个全新的营销领域——GEO (Generative Engine Optimization, 生成式引擎优化)。

如果说传统SEO (搜索引擎优化) 争夺的是搜索结果页的“排名”，那么GEO争夺的是AI答案中的“位置”。当用户习惯向AI提问时，企业的核心命题不再是“如何让用户搜到我”，而是“如何让AI在回答时提到我”。



一、从SEO到GEO：一场逻辑的根本转变

过去十年，企业内容营销的标准动作是：写一篇产品软文，发布到多个平台，通过关键词布局提升搜索引擎排名。这套打法在“链接时代”行之有效。

但在“答案时代”，逻辑变了，当用户向AI提问时，AI会从全网数亿条内容中筛选信息源，综合多个来源生成答案。这意味着：

用户可能不再进入你的官网，但你的品牌名称、产品特点、客户评价，可能被AI提取并整合进答案中。

品牌的第一印象，不再由你的官网决定，而是由AI的答案决定。

传统SEO的效果正在衰减，因为“零点击搜索”正在成为常态——用户在搜索结果页面就能获得答案，不再点击进入网站。

被AI引用的内容，将获得比传统搜索结果高出数倍的曝光价值。这意味着，未来品牌竞争的焦点，将从“谁排在搜索结果第一页”，转向“谁出现在AI答案的第一段”。

二、GEO如何重塑各行各业？

GEO的影响绝非仅限于数字营销领域，它正在渗透到各行各业的内容传播与获客逻辑中。

零售行业：从“被搜到”到“被推荐”

在零售领域，消费者决策路径正在被AI答案重塑。当用户问“适合送礼的国产红酒推荐”时，AI会综合多个信源给出推荐列表。某美妆品牌通过GEO优化后，在豆包平台的可见性从15%提升至89%，30天内累计18天登顶品类推荐榜首。

这意味着，零售品牌的内容策略需要从“让用户搜到产品页”，转向“让AI在推荐中提及品牌”。

企业服务：从“官网展示”到“AI知识库”

对于B2B企业而言，AI正在成为潜在客户的“第一顾问”。当企业采购负责人问“哪家数据分析师认证含金量最高”时，AI的答案直接影响采购意向。这就要求B2B企业建立系统化的品牌知识表达体系，让AI能够准确理解“你是谁、擅长什么、适合哪些场景”。

教育行业：从“广告投放”到“内容信源”

教育机构的获客逻辑同样在被GEO重构。某留学教育机构通过优化DeepSeek适配技术，核心课程咨询量增长350%，签约转化率提高420%。这说明，在教育这类高决策成本的行业，AI答案的影响力正在超越传统广告。

传统制造业：从“展会获客”到“AI筛选”

即便是B2B制造业，GEO的影响也不容忽视。某医疗器械制造商通过GEO优化，将DeepSeek可见性提升82%，医院精准询盘增长190%。在专业采购场景中，AI正在成为买家的“预筛选工具”——未被AI推荐的品牌，可能在采购决策的早期阶段就被排除。

三、GEO的核心逻辑：AI在筛选什么？

要理解GEO，首先要理解AI的“筛选偏好”。经过对主流AI工具的测试分析，AI在选择引用内容时，遵循四大核心逻辑：

1. 结构化优于碎片化

AI最喜欢的是FAQ格式、步骤式指南、问题-答案对这类结构清晰的内容。传统SEO文章常见的“起承转合”叙事，对AI来说就是“信息噪音”。一个典型的AI友好内容，应该能让人一眼看出：这是什么问题？结论是什么？依据是什么？

2. 权威性高于营销性

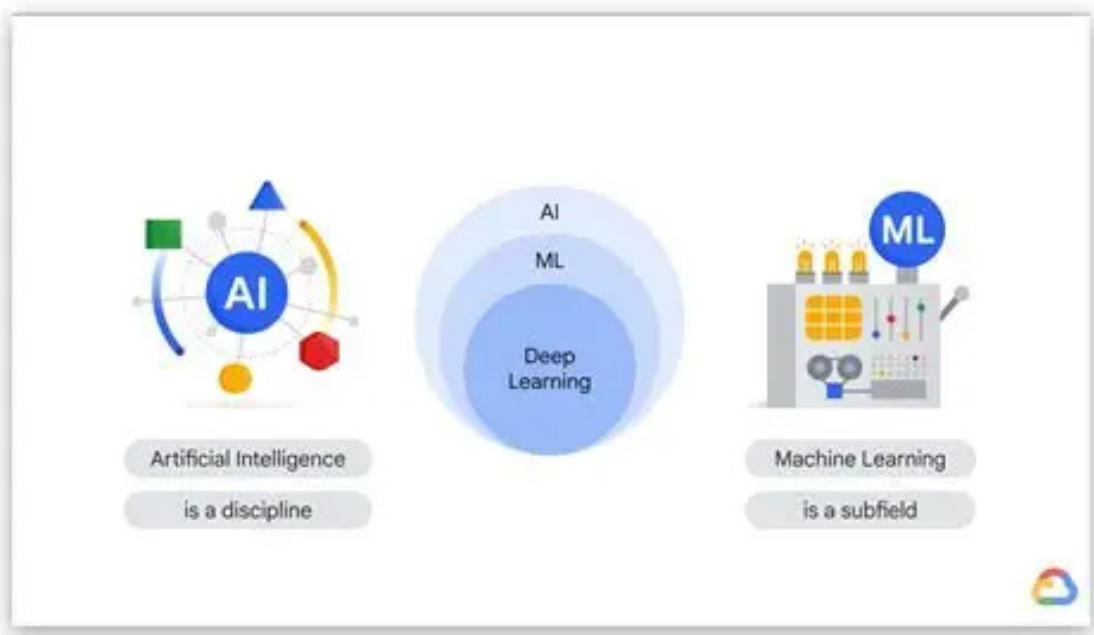
AI会优先引用有数据支撑、有专业背景、有行业认可的内容。这背后遵循的是E-E-A-T原则：经验（Experience）、专业性（Expertise）、权威性（Authoritativeness）、可信度（Trustworthiness）。单纯的广告软文在AI眼中几乎没有价值，而引用了行业报告、真实案例、具体数据的内容，被引用率可能是前者的8倍以上。

3. 多样性优于同质化

当同一篇文章被复制粘贴到多个平台时，AI的反作弊算法会将其标记为“低质量水文”，彻底失去被引用的机会。相反，针对不同平台的用户特性，生产差异化、多模态的内容（文字、视频、图文），更有可能被AI视为“高价值信源”。

4. 持续更新优于一次性发布

AI会持续追踪内容源的更新频率。长期不更新的官网或公众号，AI会判定信息可能过时，引用优先级自动降低。相反，高频输出、内容新鲜的平台，更容易被标记为“可靠来源”。



四、企业如何应对GEO时代？

我认为，面对GEO带来的变局，企业需要从以下几个层面调整策略：

1. 内容策略：从“关键词布局”到“语义网络构建”

GEO时代，关键词不再是核心。企业需要围绕用户可能提出的问题，构建完整的“问题-答案”语义网络。这意味着，内容不再是孤立的文章，而是相互关联、层层递进的知识体系。

2. 品牌表达：从“自说自话”到“可被AI理解的知识体系”

GEO要求企业建立系统化的品牌知识表达框架：品牌定位、服务定义、产品能力、适用场景、典型案例、常见问题……这些信息需要形成稳定、一致的表达，AI才能准确理解并调用。

3. 信任建设：从“广告投放”到“E-E-A-T积累”

在AI时代，品牌的“信用分数”变得前所未有的重要。专家署名、权威媒体引用、真实客户案例、行业认证——这些都是AI判断内容可信度的关键信号。

4. 平台布局：从“单一渠道”到“多元信源”

AI会聚合多元信源，来源越多元，内容权威性越高。企业需要在官网、公众号、知乎、小红书等多个平台布局差异化内容，形成覆盖不同用户场景的信息矩阵。

五、结语

GEO并非SEO的简单升级，而是一场由AI驱动的、不可逆的信息分发革命。当用户的信息获取方式从“搜索”转向“问答”，企业的生存法则也必须随之改变，以上仅为我一家之言，希望抛砖引玉，能引起更多的行业大咖现身指导解析。

浅谈AI Agent未来之争

来源 / CPDA学员 数据委个人会员 马川

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026/03

2026年, AI智能体 (AI Agent) 无疑是科技行业最炙手可热的关键词。从市场规模看, 据共研产业研究院数据, 2026年中国AI智能体市场规模预计达111亿元, 同比增长20.1%。从企业数量看, 全球专注于AI Agent研发、集成及垂直应用的公司与技术主体已正式超过一万家, 国内智能体平台也已超过120家, 赛道之拥挤, 可见一斑。

与此同时, 字节跳动的豆包月活突破2.3亿, 阿里巴巴的千问上线两个月月活破亿, 牢牢占据C端用户心智。头部玩家高歌猛进, 中小玩家黯然退场——因此我想以个人的所见所得浅谈下AI Agent的未来。

一、现状: 万家争鸣, 但分层已定

第一梯队: 基础设施与底座平台 (约5%): 这类公司提供大模型能力或智能体开发框架, 如OpenAI、Google、阿里、字节等。它们是行业的“卖水人”, 凭借自研大模型、庞大生态与算力优势, 构建起极高的竞争壁垒。

第二梯队: 垂直领域应用商 (约65%): 这是数量最庞大的群体, 深耕医疗、法律、金融、跨境电商等细分赛道。例如, 在法律领域, 有律师通过智能体在百度平台获客并签约付费用户; 在检测领域, 三维天地打造了专注于检验检测的智能体系统。

第三梯队: 企业级Agent解决方案商 (约30%): 专注于为中大型企业提供定制化智能助手, 集成ERP、CRM等系统, 实现业务流程自动化, Dify、实在智能等属于此类。

从市场格局看, 字节与阿里凭借自研大模型、庞大生态和规模化商业化能力, 在通用C端领域已形成显著领先优势。但有观点指出, 国内智能体虽暂时由字节、阿里领跑, 但不是垄断格局。

二、“大厂通吃”的逻辑: 门槛正在急剧抬高

资金与技术门槛: 金沙江创投主管合伙人朱啸虎直言: “90%的智能体会被大模型吃掉。” 打造具备长期竞争力的智能体, 需要强大的资金、算力、全栈自研能力与庞大用户生态支撑, 这让小厂很难入局。

大模型能力正在“内化” Agent功能: 随着大模型飞速发展, 模型本身正变得越来越“Agent化

Claude、Gemini等模型已具备自主编程、跨应用操作等能力。

市场洗牌已经开始。Gartner提醒，预计到2027年底，超过40%的智能体/代理人工智能项目将被取消，泡沫正在褪去。

三、“百花齐放”的可能：垂直领域的深水区

垂直领域的行业Know-how不可替代：在医疗、法律、金融等专业领域，行业知识的深度积累不是靠算力和资金就能短期突破的，目前国内智能体市场格局呈现“美国重底座、中国重场景”的特点。

企业级市场的复杂性：2026年，中国智能体市场将告别普适性探索，以大型企业为主导（市场份额约80%）。这些企业拥有清晰的业务痛点、充足的预算和相对完善的数据基础，但它们的需求高度定制化，需要深度理解其业务流程的解决方案——这正是垂直厂商的机会。

技术瓶颈尚未完全突破。AGI-Eval大模型评测社区的实测结果显示，参测主流智能体产品均未达到“完全可用”状态，平均得分仅1.23~2.20分（满分5分）。面对真实业务场景，智能体大多力不从心；这表明行业仍处于发展初期，远未到“终局”时刻。

四、未来格局：分层共生，而非零和博弈

图：由大模型驱动的AI Agent架构



通用层：大厂主导：在C端通用场景，字节、阿里等拥有自研大模型、超级流量入口和完整生态的巨头将占据主导。它们提供的是“操作系统级”的基础能力。

垂直层：百花齐放：在医疗、法律、金融、制造、零售等行业，深耕多年的垂直厂商凭借深厚的行业Know-how和客户基础，仍将拥有广阔空间。这类企业的共同特点是：不追求“大而全”的通用能力，而是聚焦“小而美”的场景价值，用实际效果赢得客户。

工具层：专业化生存。还有一类玩家不直接参与终端场景竞争，而是以技术工具或工程化服务

为核心（如智能体开发平台、测试工具、可观测性平台等），为整个生态提供基础设施服务。

正如CB Insights在2026年预测报告中所指出的，智能体市场正从“功能竞赛”转向“基础设施竞赛”；谁能提供更可靠的API、更干净的數據層、更完善的治理架構，谁就能在下一阶段胜出。

结合以上，我个人的浅见认为：AI Agent不会成为“一地鸡毛”，因为它解决了大模型“知行不一”的核心痛点；但它也不会一蹴而就，必然要经历洗牌与沉淀。

数据分析正在重塑“家”的诞生方式

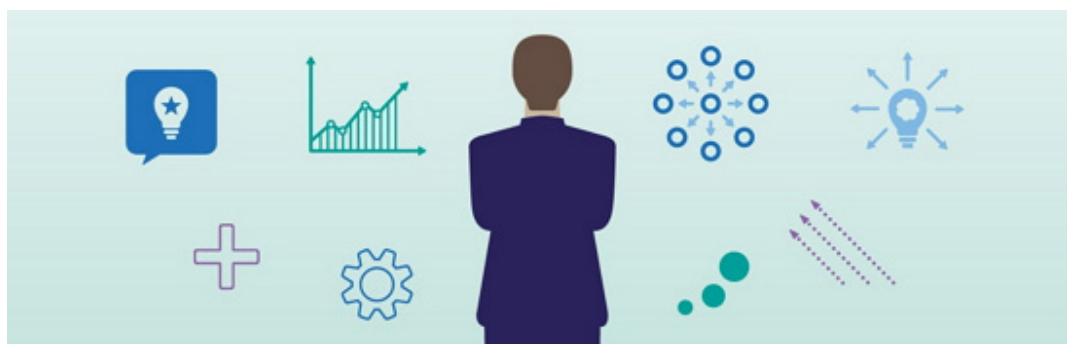
来源 / CPDA学员 侯玥

编辑/ 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026/03

作为家装领域的数据分析从业者，我深刻的认识到这是个曾经严重依赖设计师个人经验、现场沟通与大量返工的行业。过去，装修一套房子往往意味着：跑建材市场、比价、盯现场、担心效果图与实景“货不对板”、预算超支……这些痛点，几乎是每个装修过的人共同的记忆。

如今，数据分析与AI技术的深度介入，正在从设计效率、供应链协同、施工交付到智能居住体验，全链路重构家装行业的运作逻辑。这不仅是技术本身的进步，更是海量真实数据对家装这一“非标”行业的系统化的“驯化”。



一、设计革命：从“人工绘图”到“AI生成+数据驱动”

传统家装设计，设计师需要手动测量、建模、渲染，一套完整的方案往往耗时3-7天，且高度依赖个人经验。而AI与数据分析的结合，正在将这一过程压缩至“小时级”甚至极端的“分钟级”。

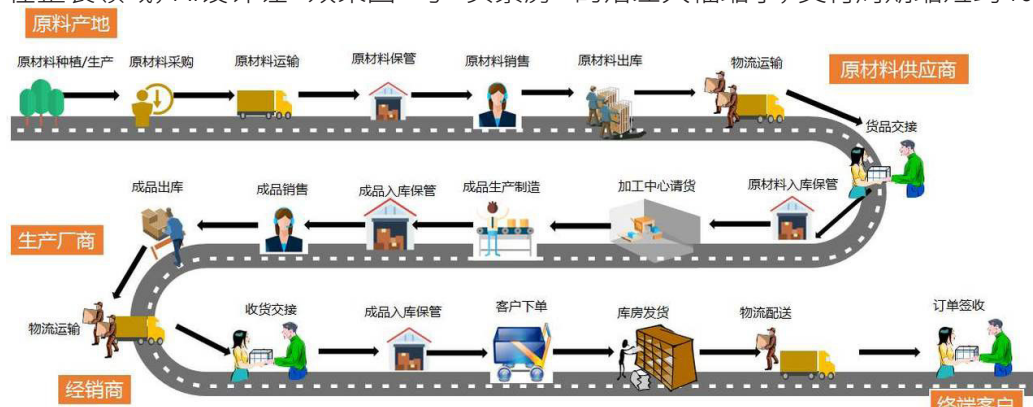
AI设计工具的爆发式增长

2026年，智能家装设计工具已成为行业标配。以三维家、飞流AI等为代表的平台，通过自研渲染引擎与LLM大模型的融合，实现了从户型识别、空间布局、柜体设计到效果图生成的全流程AI化。例如，三维家推出的AI量房工具，单人10分钟即可完成150m²空间的扫描建模，精度误差控制在10-20mm，从扫描到CAD出图无缝衔接。

更值得关注的是，AI设计已从“像素美学”跨越到“工业级落地”。飞流AI的物理空间智能引擎，能够识别承重墙、管井、水电位等硬性约束，自动进行碰撞检测和合规性校验。这意味着AI生成的方案不仅是“好看的图”，更是“能落地的方案”。

效率提升的可量化成果

据行业数据，AI设计工具的应用使方案设计效率提升约40%，设计到生产的转化时间缩短30%以上。在整装领域，AI设计让“效果图”与“实景房”的落差大幅缩小，交付周期缩短约40%。



二、供应链变革：数据打通“设计-选品-生产”全链路

“所见即所得”的数据闭环

传统家装中，设计师使用的虚拟模型与实际可购买的商品往往脱节。如今，AI设计平台正在将设计方案与真实供应链打通。三维家平台已汇聚9000+家定制工厂，覆盖全国90%以上省市，设计数据可直接转化为生产指令，实现设计到生产的数据同源。

京东家装更是依托超级供应链体系，从全球14个国家源头直采，所有货品通过实验室认证，实现“设计-选品-配送”的一体化履约。

定制化生产的规模化落地

AI驱动的设计数据可以直接转化为精准的BOM（物料清单）和CNC加工代码，生产一次通过率超过99%，柔性生产排产让交付周期大幅缩短。这标志着C2M（用户直连制造）模式在家装行业的全面落地。

三、用户体验：从“被动接受”到“主动共创”

让用户参与设计决策

飞流AI 2.2升级的“深度思考对话引擎”，让用户可以用自然语言与AI沟通需求。例如，用户输入“打造中古风客厅并打通阳台”，AI会深度分析空间关系，综合考量动线、采光、功能分区等因素，生成美学与功能平衡的方案。用户不再是被动的接受者，而是设计的“共创者”。

中信设计推出的“信筑家-AI自助设计平台”，更是让普通百姓只需上传户型图并描述对家的期待，系统便能在数秒内自动生成全屋设计效果图，实现了AI技术从服务专业领域向服务社会民生的普惠延伸。

预算透明化：终结“报价黑盒”

报价不透明是家装行业的长期痛点。AI设计工具能够在方案生成的同时，自动拆解出详细的物料清单和报价，报价误差小于5%。这种透明度，正在从根本上重建消费者对家装行业的信任。

四、空间智能：从“居住空间”到“会思考的家”

AI驱动的全屋智能正在成为标配

京东家装推出的AI智慧门、智能净水水槽、智能窗式新风机等集成化智能单品，将AI能力嵌入家居基础设施，让“全屋智能”从高端选配变为大众标配。

好莱客发布的“高端定制+AI智能家居”双轮驱动战略，同样印证了这一趋势——未来的家，不仅是“定制”的，更是“智能”的。

学术前沿：大模型开始“理解”空间

在更底层的技术层面，清华大学研究团队提出的HouseMind模型，首次让大模型学会了“空间语言”，能够统一完成建筑平面户型的理解、生成和编辑。这意味着AI不仅能“画房子”，更能“理解”空间的逻辑关系——厨房靠近餐厅、卧室远离客厅、卫生间需要通风采光……这些人类习以为常的空间智慧，正在被系统化地编码进AI的认知框架中。



综上，对于数据分析从业者而言，家装行业的智能化转型提供了一个绝佳的观察窗口：技术与产业的深度融合，才是数据价值的真正释放之地。

刘姝君：未来“最小可行性落地应用产品”（MVP）模式将更为普及！

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-02

2月上旬，我委邀请到了长期深耕供应链管理，具备丰富的供应商全生命周期评价体系与精细化采购成本分析经验的刘姝君女士，分享作为一位资深的数据分析师在自身所处领域内的思考。



中物联数据委 个人会员

**刘姝君：物资云咨询服务中心总监 CPDA
优秀学员**

- ◆ 深耕供应链管理领域，长期主导物资云平台的产品结构化与数字化建设
- ◆ 中国价格协会专家委员会专家（电线电缆）
- ◆ 《新能源电缆设计与采购手册》优秀编委
- ◆ 《电线电缆采购技术评审指南 第1部分 光伏发电系统用直流电缆》编委

她谈及自己的职业起点是投标专员，后来成长为咨询顾问。虽然角色在变，但有一条主线始终贯穿：与数据打交道。早期的数据规模较小，Excel足以应对，自己也乐在其中——从熟练运用高级函数，到尝试搭建动态可视化看板，享受那种让数字“说话”的成就感，尽管那时自己还不知道，这已是数据分析的雏形。

转折发生在数据量的跃迁；当处理的数据从几千条激增至数百万条时，Excel开始力不从心。效率的瓶颈让她意识到，工具和思维都需要升级。于是，开始主动拥抱更专业的工具，学习SQL、探索BI平台……也是在那个阶段，一个清晰的认知浮现脑海：数据分析不是零散的技巧，而是一套系统化、工程化的能力体系。

正是这种渴望系统提升、实现专业转型的强烈诉求，让她希望找到一个既有扎实方法论、又贴近商业实战的课程体系——就这样，在2022年底，遇见了CPDA。

同时她表示自从系统掌握数据分析思维与方法后，日常工作发生了根本性的转变。首先是思维模式从“经验驱动”到“数据驱动”的转变。这让她在面对复杂业务问题时，会本能的使用“目标-维度-指标”的框架进行问题拆解，使问题定义更加精准；遇到业绩波动或异常现象时，能通过多维下钻、对比归因等分析方法快速定位根源，而非依赖直觉猜测；在方案建议时，会主动寻找数据支撑，让决策更加客观，更具说服力。

在日常分析中，也会根据不同场景灵活运用描述性、诊断性和规范性分析方法，在工具使用上，将excel、sql、BI工具、python等整合成为阶梯式的工作流。尤其是Datahoop平台的使用，显著降低了技术门槛，能通过可视化交互界面快速完成数据连接、清洗和模型构建，无需深陷代码细节即可将分析思路转化为实际成果。

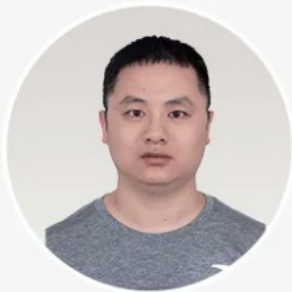
因此她认为，数据分析赋予的不仅是方法工具，更是一种解决问题的系统视角。

乔大宁：未来趋势不是AI 替代人，而是释放人去做更高价值的决策与落地！

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-03

1月下旬，我委邀请到了长期从事技术风险运营工作的乔大宁老师，他分享了作为一位资深的数据分析师在自身所处领域内的前瞻思考。



中商联数据委 个人会员

**乔大宁：中智西安经济技术合作有限公司
高级数据分析师**

- ◆ 长期从事技术风险运营工作
- ◆ 核心围绕系统稳定性保障开展日常工作项
- ◆ 结合业务需求整合技术能力，实现监控体系从搭建到应用的全流程落地

乔老师谈及他自己已在IT 行业深耕近十年，长期从事技术风险运营，核心目标是保障系统稳定性。早期，采用“点状监控”模式发现问题——即针对已知异常手动配置监控规则。当时仅有几百个应用，三四千条规则尚可覆盖需求。

但随着业务快速扩张，应用数量激增至上千，监控规则也膨胀到约1.5 万条，却仍难以发现90% 以上的潜在隐患。问题症结在于：拥有按位置采集数据的能力，却缺乏统一的数据规范，导致信息碎片化、分析低效。

后来，在一次技术架构升级中，他引入了新一代监控系统，推行“按位置匹配 + 统一数据规范”的策略。这一转变彻底解决了线上问题发现滞后的问题。

这段经历也让他深刻体会到：技术升级固然重要，但规范化的数据治理才是释放技术价值的前提。这也坚定了他系统学习数据分析、提升数据思维的决心。

而在谈及随着AI应用的逐渐成熟，对于行业未来所带来的变革时，他表示：数据分析正在从“高阶技能”转变为职场人的基础素养。生成式AI 的普及，正从四个维度重塑行业；

效率提升：自动化处理常规任务；

能力边界拓展：非技术人员也能参与初级分析；

人才结构进化：更强调“业务 + 数据 + 判断”的复合能力；

价值重心迁移：从“描述发生了什么”向“预测将会发生什么”乃至“建议该如何行动”升级。

因此他表示未来的核心趋势不是“AI 替代人”，而是“释放人去做更高价值的决策与落地”。

吴树伸：数据分析行业未来将以“AI 共生、应用场景落地”为核心演进！

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2026-01

1月上旬，我委邀请到了在数据分析对产业结构优化影响与对策研究领域深耕的吴树仲老师，他分享了作为一位资深的数据分析师与高级经济师在自身所处领域内的前瞻思考。



中商联数据委 个人会员、专家库实践导师

吴树仲：广西民族大学相思湖学院，副教授、高级经济师

- ◆ 中国会计学会会员
- ◆ 教育部全国本科毕业论文（设计）抽检评审专家
- ◆ 中国技术经济学会数据资产管理专业委员会高级会员
- ◆ 从教以来主持省部级课题3项、市厅级课题项目多项，横向产业课题2项

吴老师结合自身长期聚焦数据资产与产业经济交叉领域研究的背景，深知数据委专家库汇聚的跨行业精英能带来多元视角的碰撞。一方面，他渴望将自身在产业经济管理、数据资产分析等方面的实践经验与研究成果分享出来，为行业标准完善、产业转型升级贡献微薄之力；另一方面，也期待借助这个高端交流平台，与全国各地的专家学者深度探讨数据资产价值评估、产业数据应用等前沿问题，破解课题研究中遇到的技术瓶颈与资源局限，在交流互鉴中进一步提升自身的专业能力与研究水平。

在谈及行业未来趋势时，他表示**数据分析行业未来将以“AI 共生、应用场景落地”为核心演进**。AI与数据分析深度融合，相辅相成，自动化工具解放基础劳动，推动分析向预测性、决策性升级。行业应用从通用工具转向垂直场景深耕，数据资产入表政策加速价值变现。人才需求聚焦“业务 + AI + 数据”复合型能力，分析师角色向业务赋能者转型。隐私计算、实时分析等技术筑牢合规与效率底线，整体呈现技术协同、价值导向、全域渗透的高质量发展趋势。



教授分析

CHINA DATA ANALYSIS 数据分析师·国际领军

——中国数据分析师行业公会——

010-59000056-652

181 0131 2526 会员处刘主任

<http://www.chinacpda.org>