

加和科技

加和科技
AddNewer Technology

- 公司网址: <https://www.addnewer.com>
- 微信公众号: 加和科技AddNewer
- 参选类别: 年度数字营销杰出服务商



公司简介

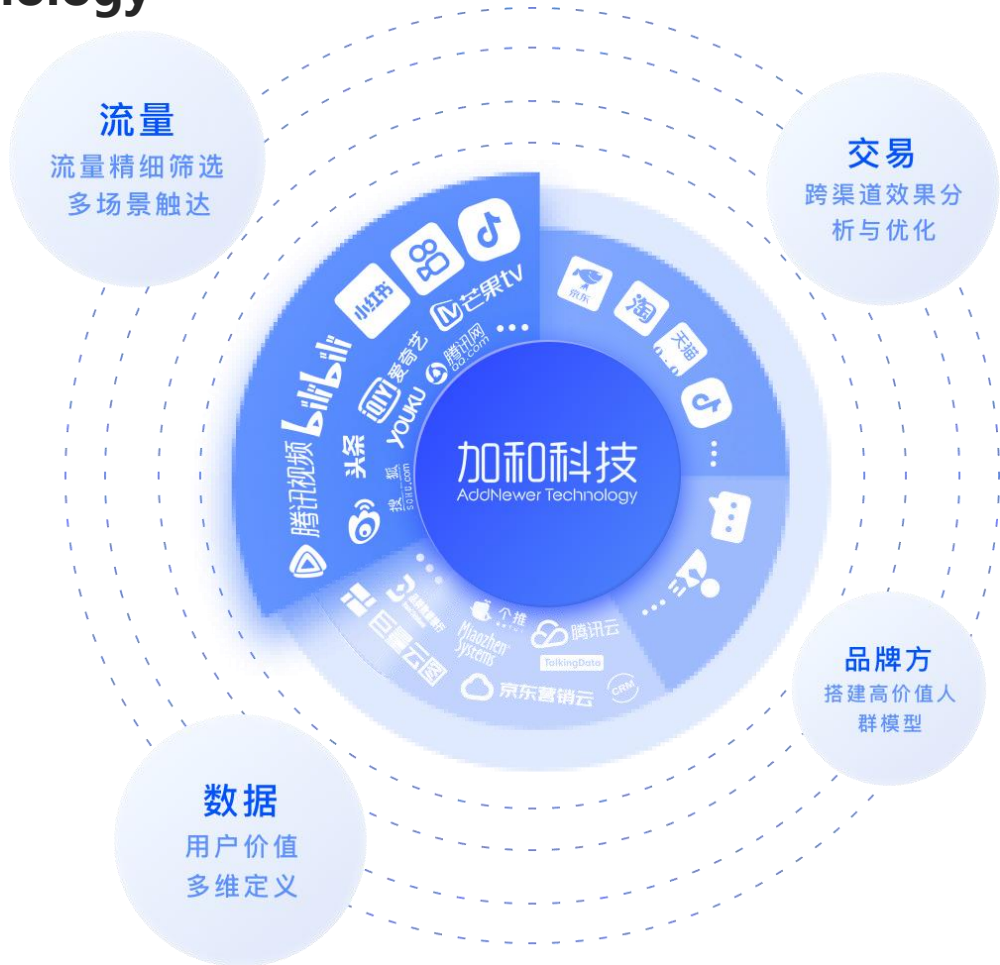
加和科技

AddNewer Technology

加和科技 (AddNewer) 是一家专业利用C端大数据提供全链路数字营销解决方案的公司。公司通过深入挖掘消费者流量、行为、情感、心智认知和地域等数据，为企业构建广告投放和数据分析的一体化解决方案。其中核心产品ReachMax在程序化广告服务领域表现突出。

在品牌营销策略中，C端数据已成为企业增长和竞争力的关键因素。然而，企业在实施这些策略时，会面临数据完整性、跨平台整合、内部数据系统化以及对数据应用价值认知的挑战。

应对挑战，加和科技不断构建“C端大数据通路”，并与中国TOP50的APP建立了紧密的合作关系，服务覆盖了全量在线设备ID。公司的产品愿景是将C端大数据无缝融入到品牌营销的各个环节，全面支持企业营销的各部门。

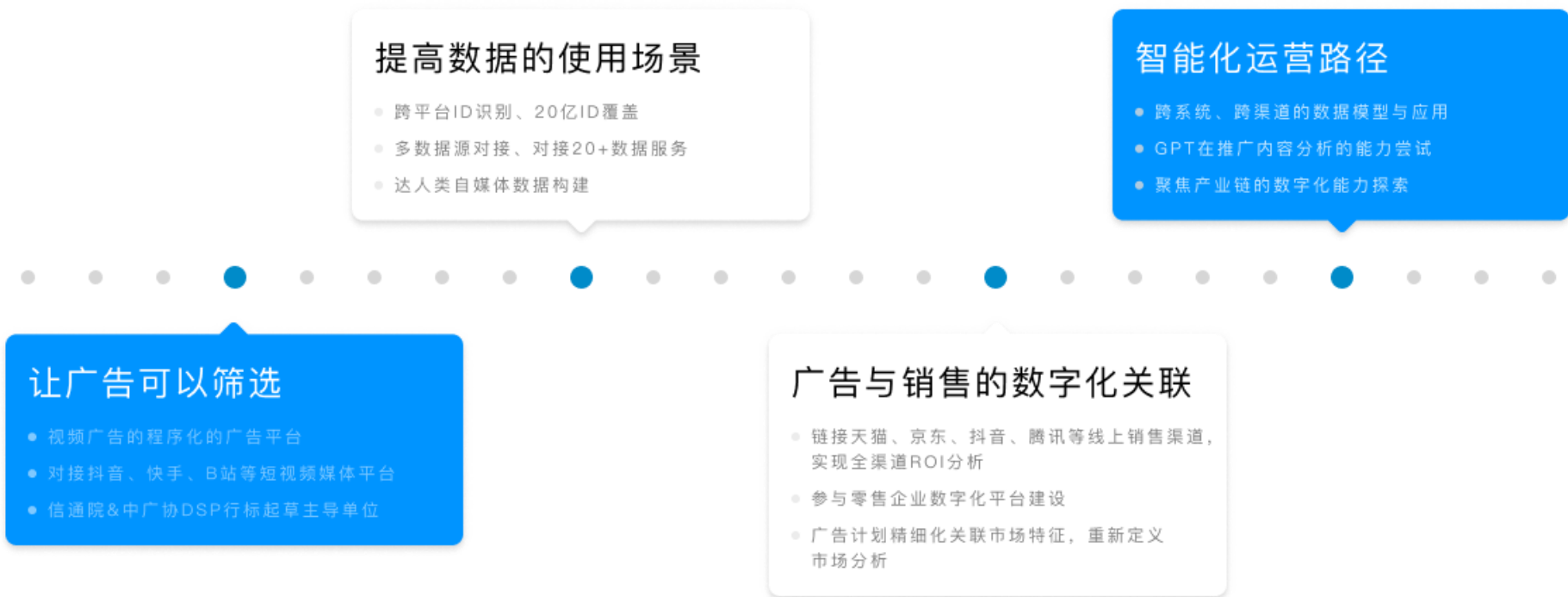


• 公司历程

加和科技自2014年成立以来，已获得“专精特新”和“高新技术企业”等荣誉，并拥有31项专利申请及33项软件著作权。

公司在中国率先实施视频媒体的程序化定量返还（PDB），并在2016年完成A轮融资，投资者包括华映资本和数智匠人。2019年，公司加入MMA China并担任“广告程序化协议小组组长”，进一步巩固行业地位。2020年，公司在用友产业投基金的领投和澄志创投的跟投下完成B轮融资，为未来发展提供了新动力。

数字化能力建设里程碑





- 企业文化



使命

把智能营销带给每一个营销人



愿景

成为业界知名的C端数据服务商

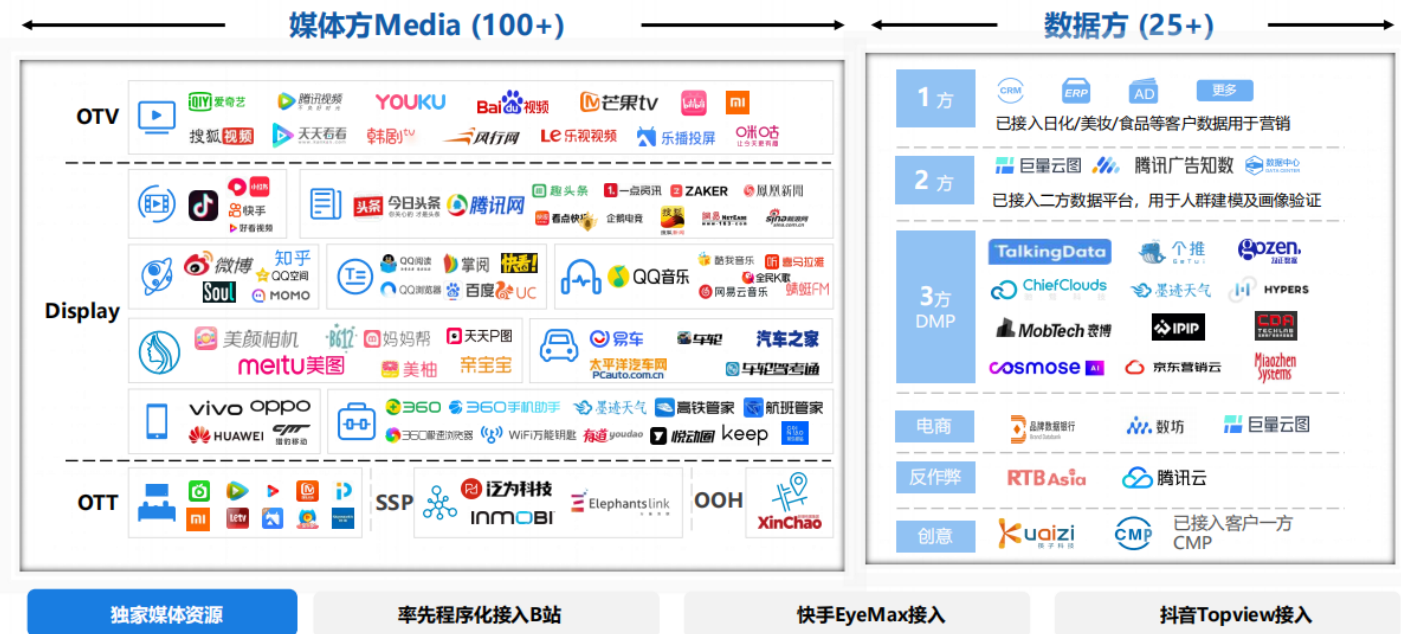


价值观

创新、务实、守信、积极

企业实力

已构建完善的C端数据接入和数据分析底层能力



全域平台连接

与阿里、京东、抖音、腾讯等主流营销平台实现数据对接，获得多平台ISV认证



同源ID整合能力

全渠道ID化，提供多终端、多设备、多渠道、多平台的C端数据同源整合计算



全链路数据安全应用能力

基于隐私计算能力，在数据采、存、通、用全链路安全合规，符合国内、外法律法规要求



核心产品/服务

加和科技

AddNewer Technology

数据分析

数据分析报告服务-赋能营销战略、策略到执行

广告投放

一站式品牌程序化智能营销管理平台

品牌区县市场渗透测量和应用

首创“品牌区县渗透度”指标体系，让品牌可以更准确认知区县市场，挖掘、找到并精细化地调整目标区域市场的营销策略

品牌电商效果分析

更安全更高效的实现跨渠道广告到电商销售效果检验，优化媒体渠道投入和营销效果

品类洞察分析

运用C端数据洞察品类动态，精准定位市场需求

ReachMax

以ReachMax平台为产品核心，提供广告计划、投放管理、效果评估、数据管理、素材管理等服务，帮助企业实现多渠道智能化、系统化的营销管理

• 五大核心优势



用户规模

持续构建“C端大数据通路”，与国内TOP50 APP合作，服务覆盖所有在线设备ID



行业标准参与

深度参与工信部信通院和中广协主导的营销系统标准制定，是广告监测SDK标准的三家服务商之一



数据平台连接

已实现跟阿里、京东、抖音、腾讯等主流线上营销平台的数据对接，并取得多个平台的ISV身份



隐私协议合作

已推动数十个知名APP在消费者协议中，将“加和（北京）信息科技有限公司”纳入第三方数据共享合作伙伴列表



行业实践领先

与日化、美妆、食品、酒水、饮料、医药、零售行业的多家世界500强企业建立了长期的战略合作伙伴关系

• 数据分析

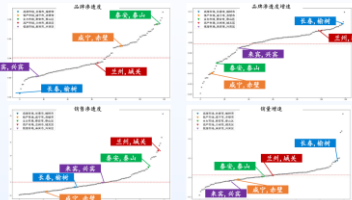
首创“品牌区县渗透度”指标体系

加和科技首创“品牌区县渗透度”指标体系，让品牌可以更准确认知区县市场，挖掘、找到并精细化地调整目标区域市场的营销策略。

四大区县市场认知和测量服务

市场潜力X品类分析

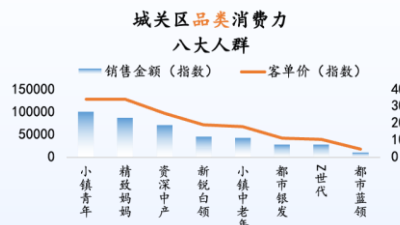
基于“品牌渗透度”指标体系，为品牌目标区县市场进行分级，并提供差异化品类营销策略



- ✓ 品牌潜力区县市场诊断
- ✓ 区县市场品类差异化策略

人群洞察X转化优化

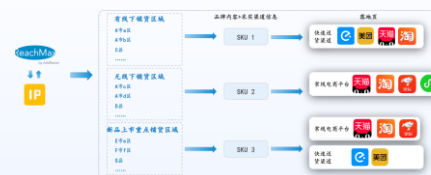
基于区县下钻数据分析，了解区县消费者人群画像，洞察市场消费机会点



- ✓ 区县市场消费者洞察及销售转化策略分析

广告资源X效果优化

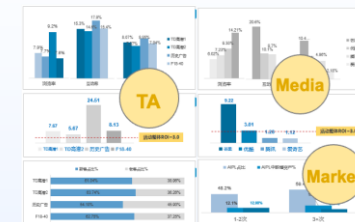
基于智能地域判定，实现区县市场精准化、差异化触达



- ✓ 区县市场投放推广策略

广告效果X销售增长

广告人群归因效果检验，辅助品牌人群流转分析，诊断区县生意变化



- ✓ 区县市场广告投放与电商销售归因分析

分析服务

分析主题

· **优秀案例**——**重塑区县市场战略，促进销售增长，加和助力某健康品牌集团，深化区县市场洞察，数据驱动营销革新**

区量级品牌测量 指标

首创区县级品牌渗透度指标体系利用C端数据建立从“推广”到“销售”的关键指标

7个

在120个目标区县市场中，找到了7个**主力区县市场**

7个

在120个目标区县市场中，找到了7个**高潜市场**



案例概述

某中国知名健康品牌上市集团面临着传统市场经营模式的局限性。由于缺乏对区县市场深入的理解和有效的数据支持，品牌在制定和执行区县市场营销策略时遇到了挑战。为了提升市场渗透率和销售业绩，客户和加和科技合作，希望通过建立一套有效的指标体系，来检验推广对销售的影响，以实现品牌在关键区县市场的增长潜力挖掘和市场策略的精准调整

挑战一

区县市场认知存在空白和盲区，难以有效制定市场营销策略



解决方案一

建立完整的区县分级数据技术路径，基于加和科技积累的20亿+网民设备数据库，形成常驻网民数据包，覆盖2800+中国区县

挑战二

现有数据样本小、颗粒度粗，无法全局了解和测量企业营销投入与市场销售表现



解决方案二

利用多平台（如抖音、京东、阿里巴巴）ISV资质，进行多渠道平台ID同源计算，量化品牌推广和渠道销售的相关性

挑战三

需要一套检验营销推广影响销售的过程性指标体系，以更好地调整区县市场业务策略布局



解决方案三

关键标签加权，形成区县分级指标，建立“区县级品牌渗透度”指标体系，实现区县推广和渠道销售的量化分析

挑战四

缺乏对区县市场进行有效量化分析的工具和方法



解决方案四

进行区县市场分级及策略输出，形成五大类型市场（主力市场、高产市场、高潜市场、低潜市场、低产市场），帮助品牌找到高潜区县市场，并优化不同市场的营销策略

数据分析

品牌电商效果分析

加和科技为品牌提供更安全更高效的电商归因分析服务，实现跨渠道广告到电商销售效果检验，优化媒体渠道投入和营销效果。

三大品牌电商效果分析服务

品牌广告投入转化效果诊断

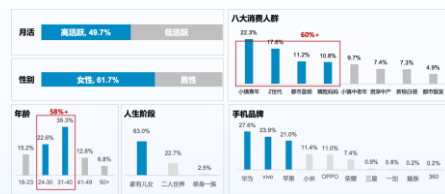
提供标准化的诊断分析报告，帮助品牌了解品牌广告到电商平台的转化效果



- ✓ 分渠道电商转化诊断
- ✓ 分资源点位电商转化诊断
- ✓ 分人群电商转化诊断
- ✓ 分市场电商转化诊断
- ✓ 分素材电商转化诊断

品牌广告效果深度分析与营销优化策略

基于下钻数据分析，从多维度视角，洞察、分析、优化品牌营销策略



- ✓ 内容多触点组合策略
- ✓ 人群资产投入策略
- ✓ 内容素材优化策略
- ✓ 产品组合推广策略
- ✓ 区域市场推广策略

达人投后效果评估

基于达人的画像数据+评论数据，让达人营销贡献可量化、可评估



- ✓ 达人种草有效性评估

分析服务

分析主题

优秀案例——提升天猫旗舰店转化率，加和助力某国际日化集团媒体渠道策略革新

10%

强化10%**高转化渠道**，转化率为3.77%，优先预算分配

7%

优化7%**低效渠道**，平均转化率为0.09%，考虑调整或淘汰

70%

处理10亿PV数据量级数据
分析时效提升70%



案例概述

某国际日化集团，通过程序化和直投方式覆盖数十家媒体，希望精细化地评估，各媒体渠道对天猫旗舰店的转化效果，以指导媒体选择和预算优化

挑战一

面临多采买方式下媒体渠道转化效果的科学归因分析不足



解决方案一

采用多触点归因模型，对广告曝光后在天猫购买的消费者进行归因分析，锁定高效/低效的媒体渠道组合

挑战二

分析效率低阻碍了营销策略的敏捷调整与实时优化



解决方案二

实时云计算技术实现对10亿量级数据的快速归因分析，便于客户及时调整营销策略

挑战三

需在法规框架内合规处理消费者广告与电商行为数据



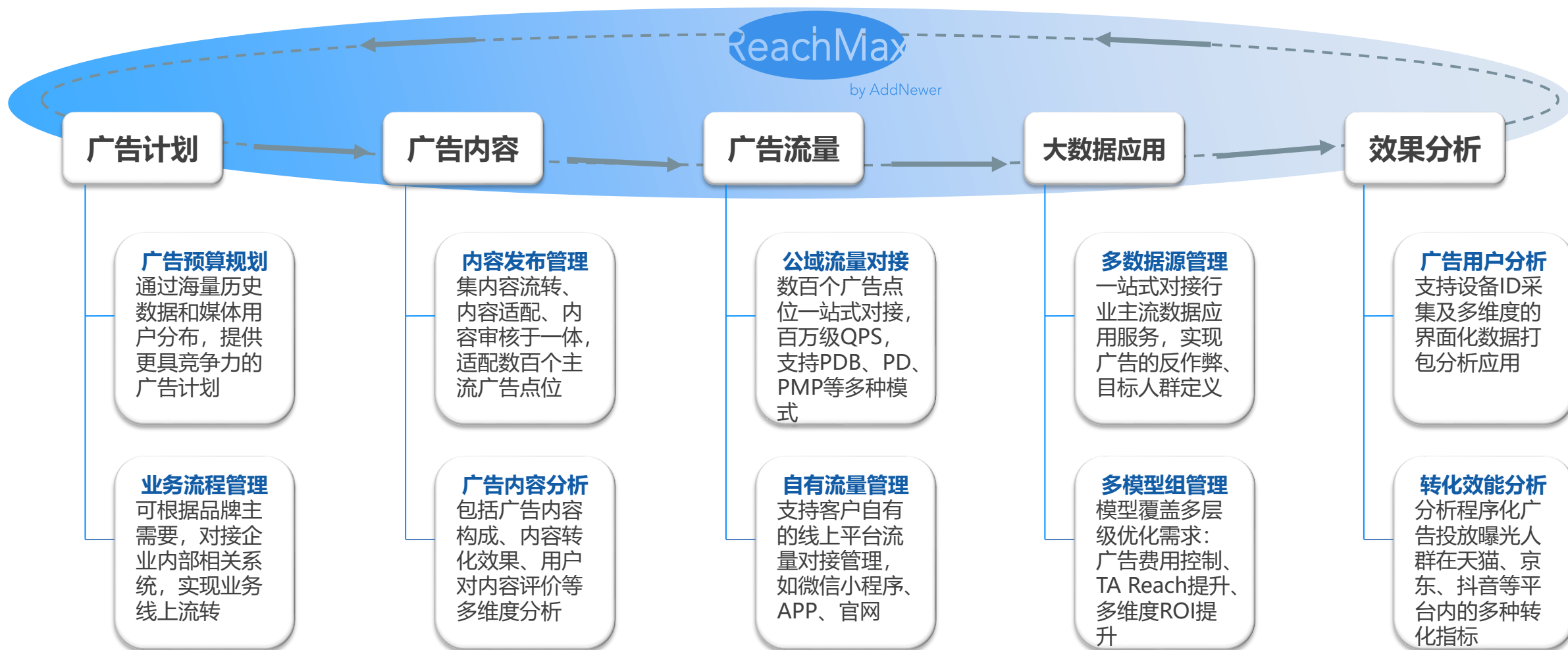
解决方案三

通过协议或授权合规获取数据，并使用隐私计算技术，确保客户数据安全

• 广告投放

ReachMax: 一站式品牌程序化智能营销管理平台

提供广告计划、投放管理、效果评估、数据管理、素材管理等服务，帮助企业实现多渠道智能化、系统化的营销管理。



优秀案例——促进线下销量增长，加和助力某国际日化快消集团区域营销

8-12%

在PD模式下，各区域Reach (触达) 平均提升8-12%

7-10%

在PDB模式下，各区域Reach (触达率) 平均提升7-10%



案例概述

某国际日化快消集团，面临线上广告投放与线下销售策略同步的挑战。他们希望和加和科技合作，解决地域定向的滞后性和不准确性问题，向特定区域的目标人群展示产品信息和利益点，以促进销量增长

挑战一

人群差旅行为导致地域定向滞后，DMP数据库更新频率不足，影响地域定向准确性



解决方案一

通过海量的大盘数据和算法能力，计算出常驻省份标签，以更准确地识别目标人群的常驻地

挑战二

媒体方与DMP方在人群定向上存在地域差异



解决方案二

加和的常驻地标签能够提供更及时的地域定向信息，减少因数据滞后造成的投放偏差。针对媒体方与DMP方在人群定向上的地域差异，加和将计算出的常驻地标签应用于广告投放的各个阶段，确保媒体方和DMP方的地域定向一致性

- **数据安全新高度**

通过隐私计算提升数据全链路安全合规及营销效率分析

由中国信息通信研究院和中国通信标准化协会大数据技术标准推进委员会（CCSA TC601）共同组织的2023大数据“星河（Galaxy）”案例征集中，阿里妈妈与加和科技合作项目——“基于隐私计算的广告跨域营销追踪和全域资产分析落地实践”，入选为【数据要素流通方向】优秀案例。

阿里妈妈联合加和科技共同探索数据安全与用户隐私问题的创新实践。在隐私计算技术上进行深入合作，利用SDH营销隐私计算平台，基于加和科技的平台广告投放数据和品牌私域数据，以及阿里妈妈的电商转化数据、平台营销投放数据和人群标签数据，实现营销中的数据要素流通和数据价值挖掘，并在数据处理、投放优化、效果衡量流程中，严格保障多方数据的隐私安全和数据合规，解决实际营销中，跨域用户识别、多方数据流通计算、多方联合建模、广告效果归因衡量等业务痛点、难点问题。

该项目提出了一套创新解决方案，即基于隐私计算技术的跨域广告投放效果追踪和全渠道用户资产分析，是广告行业主动探索数据合规、用户隐私安全的应用实践，也是隐私计算技术在广告行业中数据要素流通的创新性应用。目前已服务覆盖美妆、食品、饮料、日化等行业标杆品牌，营销分析效率大幅提升，为商家预算的合理分配提供有力参考，形成“投放→引流→增长→投放”的良性循环。

新华网官方报道 链接: http://www.xinhuanet.com/2023-12/19/c_1212317433.htm

新华网, 让新闻离你更近!

ENGLISH 新华报刊 地方频道 承建网站 中文繁体 网站无障碍 客户端 手机版 站内搜索

www.news.cn 新华网 新华通讯社主办 公司官网 股票代码: 603888

学习进行时 高层 时政 人事 国际 财经 网评 港澳 台湾 思客智库 全球连线 教育 科技 科普 体育 文化 健康 军事 访谈 视频 图片 中央文件 金融 汽车 食品 房产 信息化 乡村振兴 溯源中国 城市 旅游 能源 会展 彩票 娱乐 时尚 悦读 公益 书画 一带一路 亚太网 上市公司 投教基地



新华网 > 新闻 > 正文


— 2023 —

12/19

17:47:31

来源: 新华网

阿里妈妈联手加和科技 探索广告行业的隐私计算新范式

字体: 小 中 大 分享到:    

在广告营销行业中, 数据安全和用户隐私问题贯穿整个广告投放链路, 如何在营销场景下安全合规的使用数据, 维护在线广告商业模式的核心运作, 成为当下广告生态中各企业亟需解决的问题。

阿里妈妈联合加和科技共同探索在这一领域的创新实践, 在隐私计算技术上进行深入合作, 利用SDH营销隐私计算平台, 基于加和科技的平台广告投放数据和品牌私域数据, 以及阿里妈妈的电商转化数据、平台营销投放数据和人群标签数据, 实现营销中的数据要素流通和数据价值挖掘, 并在数据处理、投放优化、效果衡量流程中, 严格保障多方数据的隐私安全和数据合规, 解决实际营销中, 跨域用户识别、多方数据流通计算、多方联合建模、广告效果归因衡量等业务痛点、难点问题。

深度观察



新华全媒头条 | 社会各界认真学习领会中央经济工作会议精神

- 权威访谈 | 专访上海期货交易所理事长田向阳
- 新华全媒+ | 从风雪中来: 海拔1420米的云端“保电侠”
- 新华每日电讯 | 浙江德清“为民宿找未来”实

合作客户

加和科技与多家世界500强企业建立了长期的战略合作伙伴关系，服务行业涵盖快消、日化、汽车、食品、医药等多个领域。

客户代表



L'ORÉAL
欧莱雅

MARS



Coca-Cola

watsons

ABInBev
百威英博



Kimberly-Clark
金佰利



SIEMENS



.....