

# 2018中国HR服务 趋势洞察报告



报告团购电话

18610853070 张先生

洞见

2018

整合·突围

中国HR服务峰会

## 版权声明

本报告所有数据来自于中国软件网、海比研究的独立调查，仅供报告购买者内部使用，未经授权，严禁使用者将相关数据对外发布。

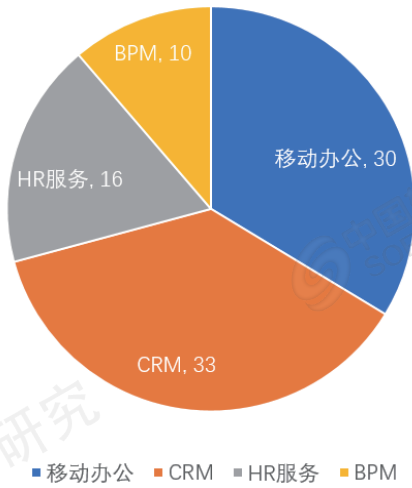
## 前言

中国软件网每年年底都会联合海比研究、中国软件行业协会应用软件产品云服务分会推出企业服务领域的三个重要报告：《2018 中国移动办公趋势洞察报告》《2018 中国 CRM 趋势洞察报告》《2018 中国 HR 服务趋势洞察报告》。

依托中国软件行业协会应用软件产品云服务分会、中国软件网的核心资源，海比研究于 2017 年 9 月初成立了 7 人专项研究小组，中国软件网、海比研究、中国软件行业协会应用软件产品云服务分会秘书长曹开彬亲自担任组长。项目小组历时两个月，主要采用桌面研究、问卷调查、深度访谈、案例研究等研究方法，对全球、中国企业服务的整体市场状况，尤其是移动办公、CRM、HR 服务三个领域的发展现状与趋势，进行了深入的调查与分析。项目小组共对市场上的 89 家厂商进行了调查，其中移动办公厂商 30 家、CRM 33 家、HR 服务 16 家、BPM 平台 10 家。

其中，面对面或电话深度访问了 55 家厂商，包括移动办公 20 家、CRM 17 家、HR 服务 15 家、BPM 平台 3 家。

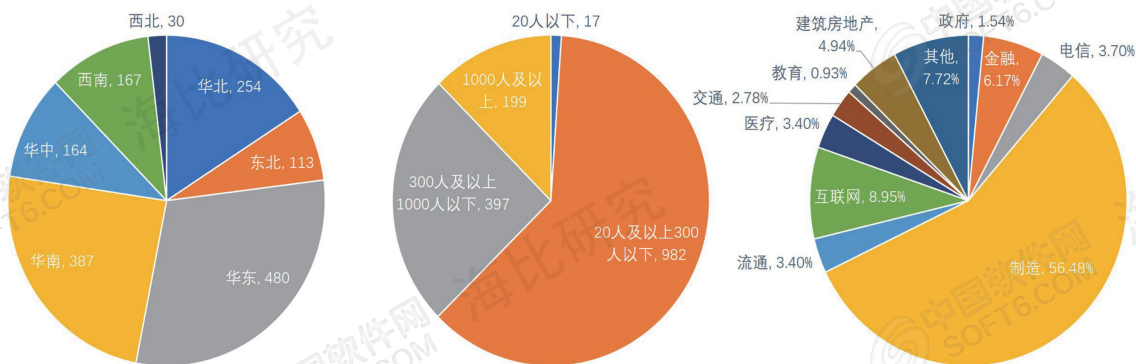
图表 各领域受访厂商数



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

项目小组还对 10 个行业的用户用线上 + 线下的形式随机进行了问卷调查，最终回收有效问卷 1595 份。这些行业用户的行业分布、区域分布、规模分布如下图所示。调研对象涉及高层管理、LOB（业务线负责人）、部门经理、一般职员，以及 IT 负责人。

图表 各地区、企业规模、行业受访人数



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

三本报告基本采用一样的内容结构，主要分为两大部分、八大版块。文前是核心观点，第一部分是产业研究与趋势洞察，包括 PEST 分析、市场规模与市场结构、竞争格局分析、用户应用状况与满意度分析、生态发展状况分析、发展趋势，第二部分是优秀案例展示与海比研究点评。

中国软件行业协会应用软件产品云服务分会也正联合中国软件网、海比研究筹备云服务研究的专家委员会，有意愿参加的业界人士，欢迎与我们联系。

报告的很多观点是研究小组与业界资深专家共同探讨的总结与归纳。此外，在本报告中关于针对厂商产品与服务满意率、续费率及推荐度等的调研，不是针对厂商的某一具体产品而进行的，而是所有被调研用户对使用同一品牌厂商产品（可能包括该厂商的多个产品）相关反馈的综合分析。由于时间、精力和专业水平等因素限制，报告难免存在疏漏之处。研究小组希望各位业界人士能多提建议，我们将虚心接纳，并与各位有志于企业服务事业、推动产业健康发展的人士共同探讨，与各位同仁共同打造有洞察力的产业趋势研究报告。





## 核心观点

1. 在海比研究的本报告研究范畴中，HR 服务主要指 HR 应用，即企业应用的各种 HR 软件或 SaaS 服务。但海比研究认为，对企业而言，HR 应用正在从工具向服务转变，未来纯粹的 HR 工具市场将会逐渐被基于云计算、大数据、移动互联网等 IT 技术的 HR 外包服务所替代。

2. 海比研究认为，HR 应用市场的主要矛盾是 HR 应用厂商碎片化的产品与用户一体化 HR 服务的需求之间的矛盾。现在大多数厂商产品都只是 HR 服务中的单点应用，还很少有 HR 应用厂商站在以人为本的角度，统筹考虑组织与员工的关系。更进一步，在向数字化企业转型的过程中，HR 应用会起到重要的支撑作用。

3. 海比研究预测，2017 年中国 HR 服务市场规模达到 31.4 亿元左右，这其中主要指 HR 应用市场，不包括招聘等 HR 外包服务市场。其中，SaaS 市场规模占比为 16.5%，国产化品牌占比比较高，为 87%。

4. 从整个 HR 应用市场来看，海比研究认

为，其竞争格局从之前的清晰有序，过渡到现在的全局混战态势，格局不清晰、不稳定。

在 SaaS 以前的年代，以用友、东软、金蝶、浪潮、Oracle、SAP、肯耐珂萨等为代表的国内外厂商占据市场绝大部分份额；但到了现在的云计算时代，以理才网、北森等为代表的新兴 SaaS 厂商成长迅速，同时老牌厂商也开始发力 SaaS 市场。由于 HR 应用市场新进入者众多，并且都贴着 SaaS 的标签，格局混乱、良莠不齐是当前竞争的最大特点。

值得关注的是，用友 2017 年整合大易，这对于未来塑良性的市场竞争是一个好开端。海比研究预计，HR SaaS 领域的并购整合将在 2018 年全面升级。

海比研究调研表明，市场份额较大且公司产品技术较好的国内 HR 应用重点厂商如下：用友、东软、Oracle、SAP、浪潮、肯耐珂萨、北森、金蝶、理才网、e 成。从整体来看，HR 应用厂商的竞争层次还不稳定。并且，在不同行业、不同规模、

不同领域的目标市场，其差别较大。例如，在金融行业，重点厂商为东软、SAP、Oracle 等；在中小企业市场，用友人力云、理才网、金蝶等为重点厂商。

5. 海比研究调研认为，HR 应用产品在 2017 年有三个突出变化。

- 一是更加重视平台，并在平台基础上开始推出一站式的 HR 应用。理才网、北森、用友人力云、金蝶是这方面的典型代表。

- 二是 HR 应用和 HR 咨询服务开始整合。例如，肯耐珂萨便将组织能力的咨询诊断作为自身的重要业务。

- 三是 HR 外包服务商与 HR 应用厂商开始相互渗透，外包服务商推出应用产品，而应用厂商则推出外包服务。例如，金柚网、薪太软等 HR 外包服务商推出 HR 应用，而大易、e 成等 HR 应用厂商也推出招聘等外包服务。和移动办公产品的同质化竞争不同，HR 应用产品技术的竞争正处于百花齐放的阶段，差异化和创新空间巨大。

总体来看，海比研究认为，HR 应用产品还没有建立起与以人为本核心理念相匹配的产品。

6. 海比研究调研发现，和移动办公、CRM 厂商热炒 AI 技术不同，HR 应用厂商对此大多不以为然。AI 不会成为 HR 应用厂商 2018 年的炒作热点。一体化应用、大数据分析将成为 HR 应用厂商的炒作热点。用户的需求热点将会集中在招聘管理、自助服务、员工关怀、在线学习等方面。不过，海比研究认为，AI 将会为人力资源服

务带来巨大的改变。海比研究建议，HR 应用厂商应该给予 AI 更多的重视，一些甚至可以将 AI 作为超越对手的战略机会。互联网、专业服务、教育、政府等行业是 HR 应用新增市场的热点行业。

7. 除用友人力云、金蝶外，直销是当前主要 HR 应用厂商最主要的营销模式。海比研究认为，2018 年这仍将是 HR 应用市场最有效、也是最主流的模式。但从长期来看，厂商通过在线手段获取销售线索、由渠道商负责销售跟进和实施服务将成为 HR 应用厂商的终极销售模式。

8. 和 CRM 市场一样，2017 年资本对 HR 服务市场持续热捧，其程度要高于 CRM。海比研究认为，2018 年 HR 服务市场最值得资本关注，因为 HR 应用与外包服务结合起来，将会具有巨大的发展潜力。海比研究的调研数据表明，2017 年 HR 应用的普及率为 16.1%，正是市场爆发的前夜。

9. 在用户体验和满意度方面，海比研究调研发现，员工自助服务的出现让 HR 应用的体验友好性和满意度大大提升。海比研究的调研数据表明，总体来看，HR 应用体验比较好的产品有浪潮 HCM、点滴关怀等，满意度较高的产品有宏景世纪、肯耐珂萨等。

10. 海比研究认为，中国 HR 应用市场正处于高速成长期。未来三年将保持 40% 的复合增长率，SaaS 市场仍处于高速发展阶段。到 2020 年，SaaS 市场规模占比将达到 35.2%。

# 目录

## 第一部分 产业研究与趋势洞察

- 一、迎来 ICT 需求被充分激发的五年 1
- 二、不断攀升的市场增长 3
- 三、HR 应用的竞争格局 5
- 四、一体化与共享化 9
- 五、更高层次的用户需求 14
- 六、刚起步的 HR 服务生态 20
- 七、未来的蚂蚁雄兵 28

## 第二部分 案例展示

- 中国海洋石油总公司 31

中国中车	35
深圳市银宝山新科技股份有限公司	39
中国农业发展集团	43
陕西创维电子有限公司	47
佰仟金融	51

第三部分 附录

一、中国软件网介绍	57
二、海比研究介绍	58
三、致谢——被调研厂商	59
四、致谢——合作伙伴	61



报告团购电话

18610853070 张先生

# 洞见

2018

整合·突围

## 中国HR服务峰会

目录

报告团购电话

18610853070 张先生

洞见

2018

整合·突围

中国HR服务峰会

## 第一部分

## 产业研究与趋势洞察

中国软件网  
SOFT6.COM

企服三会

中国软件网  
SOFT6.COM

海比研究

## 一、迎来 ICT 需求被充分激发的五年

十大胜利召开，圆满结束，预示着未来五年，将是中国发展的黄金五年。中国走入了一个以创新发展为目标追求的新时代。

可以说，未来五年，将是中国 ICT 发展环境最好的黄金年代。

### （一）迎来极佳的政治环境

十九大的召开，给我国未来五年的发展打下了坚实、有序、可预期的政治环境。蓝图已绘好，不确定性已消除，接下来就是大家按照党中央的部署全面推进。“懒政、庸政”的情况将会消失。规范性、法治性会大大加强。

政府职能转变、放管服、创新驱动，这是未来的政策的导向。

### （二）平稳增长的经济环境

据樊纲的预测，我国经济的未来走向不是

V 字型，而是 L 型。未来五年，我国的经济增长将不会继续从一路攀高，而是会维持在 6~7% 左右，有着小幅波动。但总体来看，经济不会更差。

未来五年，一带一路将带动中国经济的国际化进程加速；未来五年，西部经济、乡村经济、老区经济将带动中国经济的均衡发展。国际化、三至六线城市，将是未来五年重要机会。

投融资环境有巨大改善。不仅民间投资机构大量增加，政府主导的投资机构也迅速增加，并且其资金规模非常大，国家甚至还成立了专们的国家级创新基金、引导基金。

### （三）人口红利消失的社会环境

未来五年，我国的人口结构开始出现明显变化，老龄化、劳动力缺乏将会越来越明显；并且，劳动力成本越来越高，从事体力劳动的人口将越来越少。人口

红利将不再出现。

90后、80后一代将走向重要工作岗位，年轻一代的中国人更具有开放性、创新性。他们更为兴趣工作，更不为金钱所困。

#### （四）引领创新的技术环境

未来五年，中国的技术基础设施将更为成熟、更为可靠、更为好用。目前，中国已形成了以宽带、云计算、移动互联网、物联网等技术为代表ICT基础设施。展望未来，中国政府在对待新技术的应用方面表现了更多的宽容、理解，给了更多的试错机会。这为新技术的应用创造了非常良好的氛围，也为技术发明创造提供了更为坚实的基础。

当前，人工智能正在中国迅速地成为热点；融入开源也是中国技术发展的一个重要途径；中国正在全面追求技术领先性、原创性。

更重要的是，互联网+、大数据、云计算等国家战略的实施，已让中国各行各业，尤其是一把手形成普遍共识：要想办法利用信息技术进行各种业务创新，实现转型升级。

组织利用ICT技术提升竞争力和创新能力的的需求已被充分激发出来。

#### （五）快速变化的组织与业务创新

随着移动互联网、社交网络、共享经济等的渗透和流行，组织与商业模式正处于巨大的变革之中。这种变化主要表现在以下几点：

##### 1. 组织架构与形态在发生变化

去中心化、扁平化管理，以人为本，平台型组织正成为新的组织形态。传统的层级架构正在瓦解，但新的架构还未形成，也还未稳定。

##### 2. 业务运营与商业模式正在发生变化

企业的业务运营模式正全面和技术融合，其创新的源泉来自于技术创新。商业模式也正向平台模式、分享经济演变，或与其实现对接与整合。商业创新的频率和速度在加快，对技术的依赖性在加强。

##### 3. 人工智能的全面渗入

人工智能正在逐渐渗入到企业运营的各种方面，数据成为企业运营资产，数据驱动企业运营。这对企业的运营将产生巨大的影响。

##### 4. 以产品为中心正全面转向以客户为中心

C2B、客户的全生命周期运营正受到越来越多企业的重视。

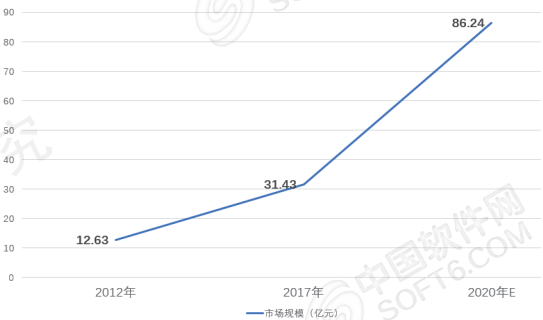


## 二、不断攀升的市场增长

### （一）整体规模不断攀升

根据海比研究的数据显示，从市场规模来看，HR 应用领域 2012 年市场规模为 12.63 亿元，2017 年增长为 31.43 亿元，到 2020 年这一数据预计将达到 86.24 亿元。

图表 HR 应用市场规模变化

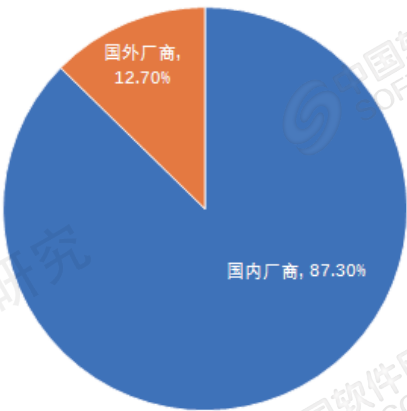


资料来源：海比研究，2017 年 11 月

海比研究的数据表明，从移动办公、CRM、HR 服务这三个企业服务市场整体来看，2017 年国内品牌厂商市场份额超过

70%。相对而言，HR 服务领域的国产化率较高，HR 应用市场的国内品牌市场规模约为 27.43 亿，总体占比 87.3%。

图表 2017 年 HR 应用市场国产化规模

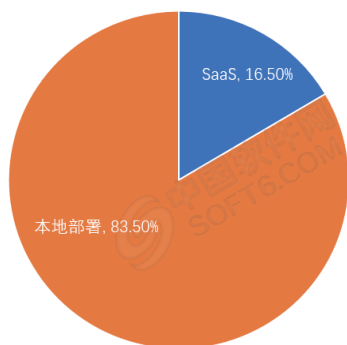


资料来源：海比研究，2017 年 11 月

此外，云化转型也是 2017 年甚至未来三年的关键词之一。在云化层面，SaaS 已走过导入期，开始进入成长期。从市场所占份额来看，SaaS 当前还只是配角，所占比例不超过 30%。其中，HR 应用的 SaaS 占比

为 16.5%，是三个领域中占比最低的。从未来三年发展趋势来看，SaaS 将进入快速发展期。海比研究预计，HR 应用的 SaaS 占比在 2020 年将会达到 35.2%，总规模将达到 30.3 亿左右。

图表 2017 年 HR 应用市场云化规模

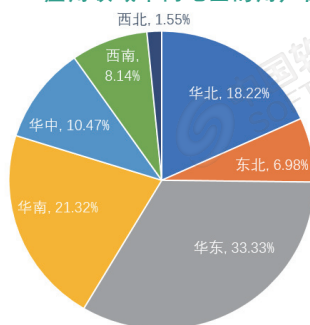


资料来源：海比研究，2017 年 11 月

## （二）用户分布分析

从使用用户的分布来看，2017 年 HR 应用领域的用户数量主要集中在华东、华南、华北三大地区。其中，华东最高，达到 33.33%；其次华南，占比为 21.32%。

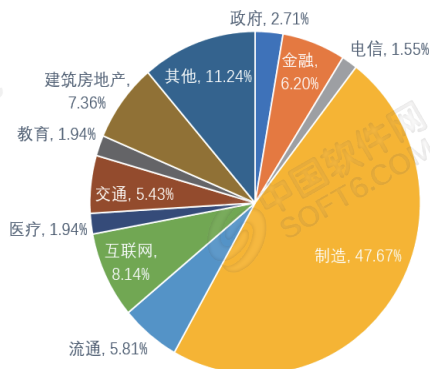
图表 HR 应用领域不同地区的用户占有率



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

从行业来看，整个使用 HR 应用产品的用户中，制造业的用户占比最高，紧随其后的是互联网行业。

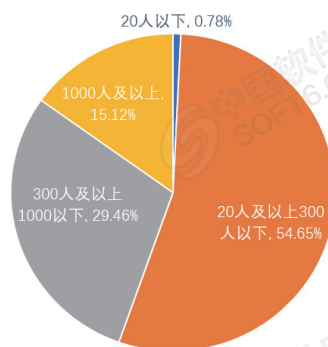
图表 HR 应用领域不同行业的用户占有率



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

从企业规模来看，使用 HR 应用产品的不同规模企业中，“20 人及以上 300 人以下”的中小型企业用户占有率最高，占到了整个用户规模的一半以上，而“20 人以下”的微型企业使用 HR 应用产品的人数最少。海比研究通过厂商走访调研也发现，“20 人以下”的企业并不是大多数厂商的目标客户群，对这一群体的关注较少。

图表 HR 应用领域不同企业规模的用户占有率



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

## 三、HR 应用的竞争格局

2017 年是中国 HR 应用市场非常热闹的一年。资本运作频繁，厂商竞争呈现出多样化的特点。海比研究调研发现，和三年之前相比，HR 应用市场的竞争态势发生了很大的变化。

### （一）从格局清晰到重新混乱

三年以前，HR 应用基本是本地部署为主的时期。海比研究调研发现，那个时代的 HR 应用市场的竞争格局是非常清晰的。格局基本可以分为两大阵营，国内品牌和国外品牌。国外品牌在产品理念和产品功能、技术架构方向比国内品牌先进，因此大型企业和跨国公司往往选择国外品牌。国内品牌则在 HR 应用的工资、员工档案、考勤等基础功能方面比较适合国内企业的实际情况，同时在价格、服务等方面具有优势。从厂商的层次来讲，也非常清晰。国外品牌是 SAP、Oracle、肯耐珂萨为第一阵营；国内品牌则是以用友、东软、金蝶、浪潮等为第一阵营。他们的目标客户均以大型企业尤其是集团企业为主。

但自从向云计算转型、向 SaaS 转型以来，这种层次分明的竞争格局发生了变化。海比研究调研发现，当前 HR 应用的竞争格局非常混乱。就厂商侧而言，一下子多了很多新兴的 SaaS 厂商，甚至多了一些从 HR 外包服务延伸过来的 HR 应用厂商。几乎不错的 HR SaaS 厂商都拿到了投资，都在资本的驱动下快速地扩张。这种现象让厂商侧的竞争层次感一下子消失了。每家厂商看上去都高大上！就需求侧而言，竞争格局更为混乱。很多用户根本无法分辨自己到底要找哪类厂商，更别提仔细辨别哪个厂商实力更强，是否适合自己的需求。

### （二）四大阵营混战

海比研究调研发现，当前 HR 应用市场的竞争可以大致分为四大阵营。

第一大阵营为在本地部署时代就一直专注于 HR 应用的厂商。这些厂商对 HR 应用理解较为深入，其产品功能覆盖也比较全面。典型代表有用友人力云、东软、浪潮 HCM、金蝶、肯耐珂萨、朗新天霖、万古、

宏景等。他们的最大特点是基本依靠自身资金在滚动发展，或者依靠集团的力量在发展。

第二大阵营为新兴的 SaaS 厂商。这些厂商往往是从单点应用切入的厂商，有的从人才测评切入，有的从薪资切入等。典型代表有薪人薪事、北森、人事人、理才网、才到等。他们的最大特点是基本依靠资本投资在发展，本身还处于亏损期。

第三大阵营为国外品牌厂商。这些厂商既有第一阵营的 SAP、Oracle 等高端品牌，也有 IBM、Kronos 等众多中端品牌。既有传统部署模式的 HR 应用厂商，也有完全采用 SaaS 模式的厂商。他们的最大特点是产品理念较为先进，应用场景较为丰富，资金实力较强。

第四大阵营为从 HR 外包服务转型而来的厂商。这些厂商往往是本身在做传统的人力资源外包服务，从业务外包走向 HR 应用。典型代表有 e 成、金柚网、薪太软、薪资通、51 社保、点滴关怀等。他们的最大特点是客户资源充足，切入的 HR 应用也相对聚焦。

另外，更值得关注的是，HR 应用厂商也开始向 HR 服务延伸。例如，大易在招聘应用的基础上推出招聘服务，肯耐珂萨在 HR 应用的基础上推出了 HR 的专项诊断和咨询服务。

也就是说，HR 应用厂商、HR 服务商开始相互渗透、相互整合。这种相互渗透的局面让 HR 应用市场的竞争格局变得更加复杂。

### （三）新一轮整合浪潮到来

2017 年，国内 HR 应用领域的一件大事是：用友网络与大易达成资本合作。大易是专注于招聘领域的细分市场厂商，用友是 HR 领域的综合厂商、领导厂商。另外，内购网与爱关怀之间的整合，也是员工关怀领域的一个重大事件。

海比研究调研发现，用友之所以与大易合作，有两个重要因素。第一，HR 是未来企业服务领域潜力巨大的细分市场。用友要在这个领域树立绝对的领导地位，因此，不惜以资本运作的方式来巩固自己的领先地位。第二，用友人力云非常看重 HR 应用从工具向服务的转变。大易已在招聘领域进行了好几年的从工具到服务的探索与实践。这对于用友人力云的进一步实践有借鉴意义。

市场混战之时，需要有一些并购与整合来加速市场的洗牌。这对于推动行业的发展具有非常重要的作用。海比研究认为，用友与大易的合作，是中国 HR 应用厂商步入云计算时代之后的一个标志性事件。当前，HR 应用厂商还有众多具有较高的专业水准，但规模处于三四千万元徘徊的厂商。这些厂商应该是很好的收购与整合对象。

值得关注的是，钉钉在年底强势推出智能人事应用，这对 2018 年 HR 应用的市场竞争格局会产生较大影响。其实不仅钉钉，很多移动办公厂商都有相关的 HR 应用，如泛微、致远互联等。海比研究认为，这预示着移动办公和 HR 应用会出现更多的融合，甚至整合。



#### （四）国内厂商占据绝对优势

海比研究数据表明，在 HR 市场中，国产化的比例高达 87.3%，占据绝对优势。

海比研究调研发现，从竞争态势来看，国内品牌的 HR 应用厂商在产品技术方面和 SAP、Workday 等国外厂商还存在较大差距。这种差距主要表现在产品顶层设计、框架设计，以及技术架构平台、与 AI 结合等方面。但值得注意的是，国外产品的这种优势并没有在市场竞争中得到充分发挥，因为国内企业的人力资源管理水平和应用环境也没有到达与之相匹配的水准。

国内品牌厂商的优势主要集中在中小企业客户、服务、价格等方面。但从未来来看，海比研究非常看好国内品牌的发展前景，他们在未来三至五年会快速崛起。从长期来看，国内品牌的市场份额还会持续地扩大。主要原因有四点：

第一，国内品牌拥有相对充足的、可供快速发展的资金支持，用友、东软、浪潮、金蝶等都是大型集团公司，都拥有相对充足的资本，这为他们引进高级人才、改进产品奠定了基础。

第二，在移动互联网时代，国内客户的营销理念、水平和手段都开始引领全球趋势，这优质的客户需求将会倒逼国内品牌快速地成长。

第三，未来，基于 SaaS 模式构建的公司是典型的互联网公司。对于互联网公司，国家有政策合规性要求，其数据中心必须放在国内。这对于国外品牌在中国长远发展

是一个巨大的政策壁垒。

第四，对于国内的大型企业而言，采用国产化品牌也是他们的一个重要发展战略。

#### （五）新兴 SaaS 厂商形势不乐观

对于上面所说的几大阵营，SaaS 厂商没有特别的优势，相反还面临较大的竞争困境。其原因主要有以下四点。

第一，SaaS 厂商往往是聚焦于一个单点应用。但这与企业当前的需求不太吻合。企业的需求正全面朝一体化应用快速迈进，单点化的应用无法满足企业的深度和广度需求。

第二，移动办公应用的厂商们越来越多地会提供一些单点化的 HR 应用。这对 SaaS 型的 HR 应用厂商是一种挤压。

第三，综合型的 HR 应用厂商开始覆盖 SaaS 厂商的相关功能，并在市场推广上开始发力。他们拥有品牌、拥有渠道，也不缺乏资金，这对 SaaS 厂商又是一个挤压。

第四，SaaS 厂商都还未赢利，都依靠资本输入。资金困难时，这对他们是一个非常大的挑战。资金问题，将会使他们的发展遇到很大的不确定性。

## （六）HR 外包服务商将笑到最后

在上述几大阵营中，海比研究分析认为，HR 外包服务商很有可能将会成为 HR 应用市场的最终赢家。主要原因有三点：

第一，从客户的需求来看，客户需要的是最终的服务，而不是工具。

第二，HR 外包服务商介入到 HR 应用市场，其商业模式设计可以非常有侵略性。它可以工具免费，服务收费。这种模式将会对只能从工具收费的 HR 应用厂商带来致命攻击。

第三，HR 外包服务商在客户资源、资金、品牌方面具有更深厚的积累，有一定的比较优势。

## （七）2018 年迎接突围

海比研究数据表明，2017 年中国 HR 应用市场中，市场份额较大且产品技术实力较强的重点厂商如下：用友、东软、Oracle、SAP、浪潮、肯耐珂萨、北森、金蝶、理才网、e 成。

从整体来看，这个厂商的竞争层次还不稳定。并且，在不同行业、不同规模、不同领域的目标市场，竞争排名差别较大。例如，在金融行业，重点厂商为东软、SAP、Oracle 等；在中小企业市场，用友、理才网、金蝶等是重点厂商。

从整体来看，这个厂商的竞争层次还不稳定。2018 年，这种不稳定状况不会有实质性改变。厂商间的收入差距会进一步拉大。

## 四、一体化与共享化

海比研究调研发现，回顾 2017 年、展望 2018 年，中国 HR 应用的产品技术有众多创新与突破。将自己打造成覆盖人力资源各个环节的一体化应用、同时拥有 HR 外包服务与咨询服务能力的立体化 HR 服务商，是 HR 应用厂商发展的方向。

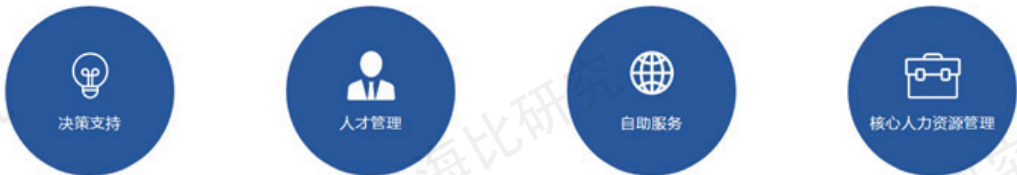
### （一）一体化应用成为共识

海比研究调研发现，从单点到一体化应用是所有被调研厂商们在产品技术方向上的共同选择。在这个方面，无论是一直都在这个领域奋战的老牌厂商，还是新兴的 SaaS 厂商，都在加速自己在一体化产品与服务方面的布局。

在这方面进展非常快的是薪人薪事。从薪资开始起步，薪人薪事在短短两年时间内迅速发布了覆盖 HR 业务各个环节的全新产品——Growth-Oriented 增长型人力资源系统。它聚焦于成长型公司在多变环境和战略中的组织增长痛点，提供 Efficiency-System-Ideology（效率 - 系统 - 意识形态）一体化的 SaaS 解决方案。它不仅在功能上支持企业人力资源管理的整体流程和全部模块，更为成长型企业的人才和组织内源性增长提供系统解决方案。用友人力云、东软、浪潮 HCM、Oracle、SAP 等公司在这方面都走在了前列。

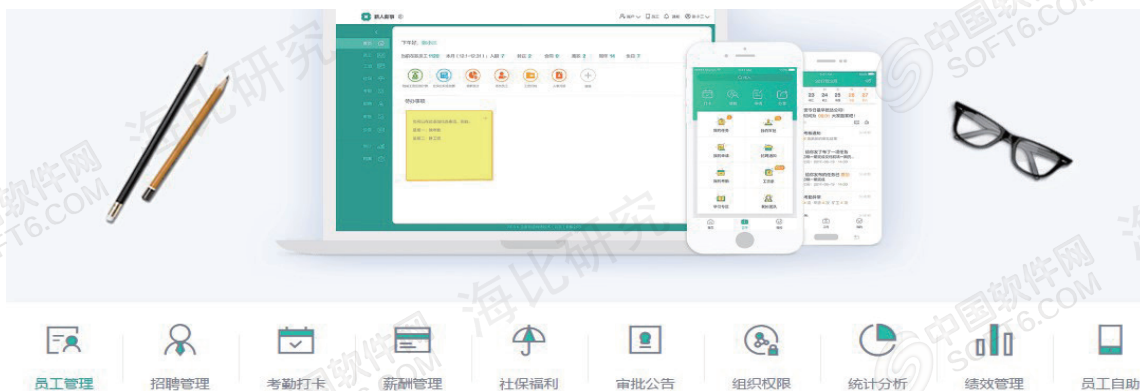
图表 东软慧鼎的一体化应用

最新一代eHCM产品，成功实现HR战略转型，内置全面战略人才管理最佳实践流程与工具，驱动商业战略完美执行。



资料来源：海比研究整理，2017 年 11 月

图表 薪人薪事 HR 应用的覆盖范围



图表 浪潮 HCM 产品架构图

## 浪潮HCM：基于“互联网+”的HCM服务平台



### 坚固的人力资源管控平台

### 人力资源云服务平台

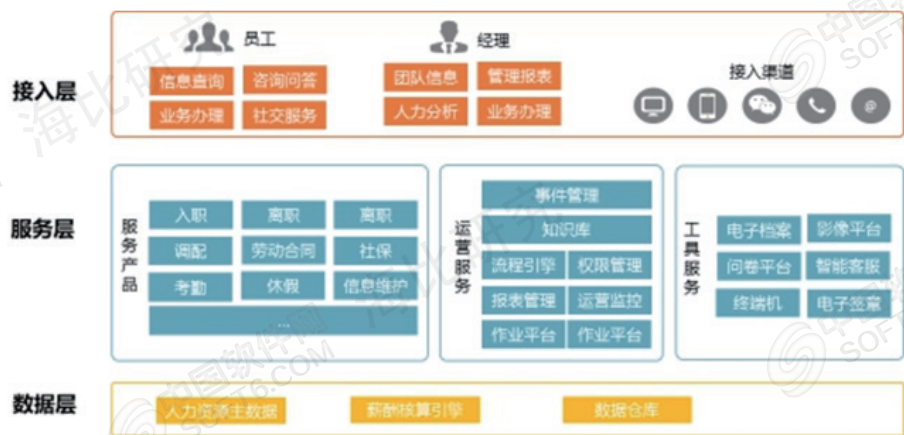
资料来源：海比研究整理，2017 年 11 月

## (二) 自助、社交、共享、大数据

海比研究调研发现，和以前相比，HR 应用厂商这两年对员工的绩效管理更为重视。但和以前不同的是，绩效管理的方式与手段有了很大变化。这种变化来源于 HR 应用的四个重要转变。



图表 用友人力云提供的 HR 共享服务方案



资料来源：海比研究整理，2017 年 11 月

第一个重要转变是 HR 应用开始走向全员化应用。海比研究发现，所有 HR 应用厂商都重新审视 HR 应用的定位，都已将它从 HR 的部门应用开始面向全员应用。最典型的做法就是为广大员工提供自助服务。非常有创新的是，浪潮 HCM、用友人力云等厂商开始向客户提供员工自助服务机。这种自助服务机不仅提供和 HR 相关的自助服务，还提供各种和财务、办公等相关的各种服务。

第二个重要转变就是把 HR 应用从一个业务工具向社交化应用延展。企业的全体员工不仅能在上面完成自己所需要的各种服务，还能在系统和同事们展开各种社交活动。它将 IM、微博式的分享等完全融合在一起。这方面典型的代表有用友人力云、浪潮 HCM。

第三个重要转变就是落地人力资源的共享服务。用友人力云、浪潮 HCM 在共享服务

都投入了大量的研究和探索，并且形成了相对较为成熟的解决方案。在当前，HR 共享服务更多的是为大型集团企业服务，推动他们将公共服务集中化、共享化。但在未来，HR 共享服务也能走向中小企业。这可以由厂商们设立第三方共享服务中心，由社会化的共享服务中心向广大中小企业提供服务。

第四个重要转变就是 HR 应用与大数据分析充分结合。有自助服务、社交化应用的基础，HR 应用不再像以前那样依托领导或同事的评估来实现绩效管理，而是通过对自助服务、社交化应用的留痕数据进行收集、归纳、整理、分析，并以此为基础进行绩效分析和管理。

### （三）员工关怀与在线学习

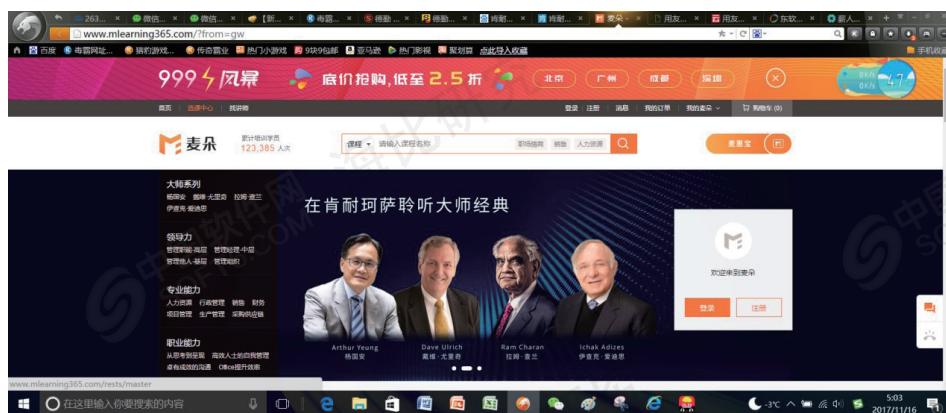
海比研究调研发现，员工关怀领域在 2017 年发展非常快。这个领域的领先厂商点滴关怀在 2017 年的营收预计能实现 300% 增长。这主要的原因就在于大型企业客户对福利外包、员工内购、员工关怀等服务的接受度在大幅提高。海比研究认为，这会成为近 5 年内 HR 应用与服务里增长最快的一部分。并且，其商业模式有巨大的想象与创新空间。

图表 点滴关怀提供的员工关怀服务



资料来源：海比研究整理，2017 年 11 月

图表 肯耐珂萨提供的在线学习平台麦朵



资料来源：海比研究整理，2017 年 11 月

与此相关的是员工在线学习领域也在快速增长。给员工提供方便的学习机会，让其能力有快速成长，这成为 HR 部门、也是企业各级领导日益重视的工作。自助式员工在线学习成为 HR 应用的亮点。在这方面，肯耐珂萨走在了前列。它不仅提供了类似功能，还开始引入 HR 领域最先进的课程，供各级 HR 人员学习使用，并为此专门成立了麦朵来运营在线学习系统。

### （四）AI 还未得到足够重视

和移动办公、CRM 厂商热炒 AI 技术不同，海比研究调研发现，HR 应用厂商对此大多不以为然。务实的 HR 应用厂商们大多数认为 AI 当前还属于不能落地的技术，不能和 HR 应用有效结合。AI 不会成为 HR 应用厂商 2018 年的炒作热点。

不过，海比研究认为，AI 将会为人力资源服务带来巨大的改变。海比研究建议，HR 应用厂商应该给予 AI 更多的重视，一些甚至可以将 AI 作为超越对手的战略机会。

在智能化方面，浪潮 HCM、薪人薪事走在了业界前列，提供社保服务的薪太软、金柚网、51 社保等也有所尝试。

(五) 从工具到服务，从服务到咨询

海比研究调研发现，HR 应用正处于转型升级的关键时期。对于 HR 应用的发展路径，业界也有相对统一的认识，即从工具到服务，从服务到咨询。

HR 应用厂商不仅要给客户提供 HR 业务管理的工具，还要向提供相应的 HRO 方向迈进。HRO 才是终极目标。不仅要给客户提供 HRO，还要提供人力资源优化的咨询服务。东软、用友人力云、肯耐珂萨都在这方面做了精心准备。

图表 用友人力云的立体化 HR 服务



图表 东软慧鼎提供应用、服务到咨询的立体化 HR 服务

图表 肯耐珂萨的立体化 HR 服务

- 咨询规划
- 云应用服务
- 建设实施
- 运维服务



资料来源：海比研究整理，2017 年 11 月

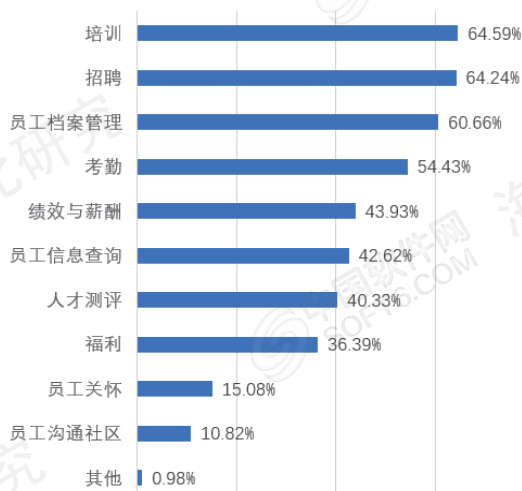
## 五、更高层次的用户需求

随着社会的发展，员工体验逐渐被企业所关注，提升员工体验，推进 HR 应用的标准化，降低企业成本，提升效率日益成为企业对 HR 应用产品的诉求，也是 HR 应用未来发展的趋势，对于直接使用 HR 应用产品的个体用户来说，随着业务复杂程度和模式的变化，对 HR 应用产品的需求也随之发生着变化。对此，海比研究将从用户应用现状、满意度和体验现状三方面进行分析，希望能够呈现用户对目前市场上主流产品的真实感受，发掘用户潜在需求，为 HR 应用产品的优化提供线索。

### （一）用户应用现状分析

海比研究通过分析调研数据发现，在目前主流 HR 应用产品的 10 个主要功能中，用户使用率最高的三个功能分别为：“培训”“招聘”“员工档案管理”。而使用率最低的三个功能分别是“员工沟通社区”“员工关怀”“福利”。

图表 使用 HR 应用产品的主要目的



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

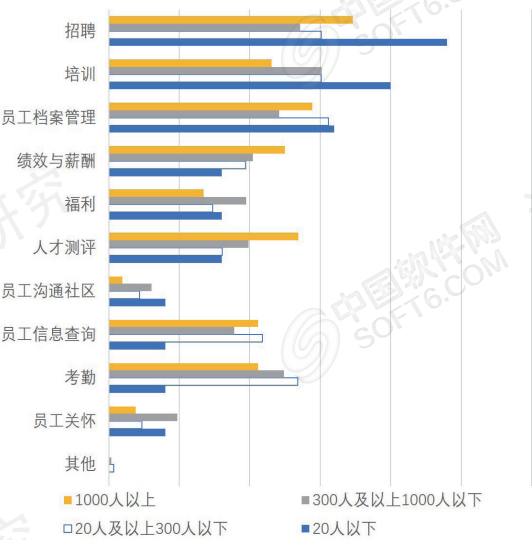


1. 按企业规模

考虑到不同规模的企业对 HR 应用产品需求的差异性，根据企业的人数将受访企业分为了“20 人以下”“20 人~300 人”“300 人~1000 人”“1000 人以上”四类。

通过海比研究调研数据表明，所有企业对“招聘”这一功能的使用都较多，对“员工沟通社区”和“员工关怀”功能使用都较少。其中，“20 人以下”的企业对 HR 应用产品的使用主要集中在“招聘”“培训”方面，“20 人~300 人”的企业对“员工档案管理”“培训”“招聘”使用较多，“300 人~1000 人”的企业主要使用的是“培训”和“招聘”功能，“1000 人以上”的企业主要使用“招聘”和“员工档案管理”功能。

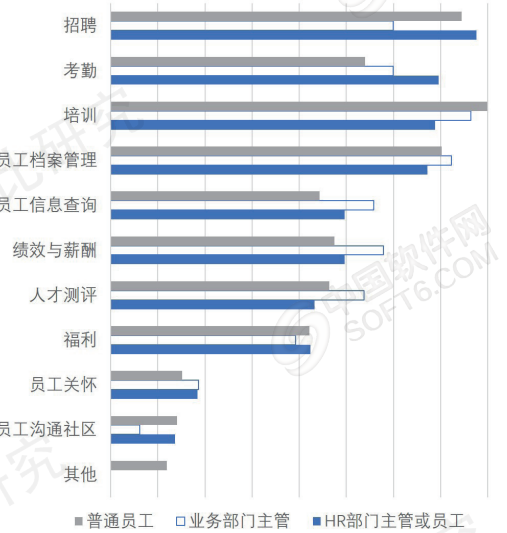
图表 不同规模的企业使用 HR 应用产品的主要目的



2. 按职位

海比研究通过对目前主流 HR 应用的发展历史和功能变化研究，发现目前 HR 应用产品功能的范围日益宽泛。对于使用 HR 应用产品的企业来讲，不同职位的人对于 HR 应用具体功能的使用也存在一定的差异性。从海比研究的具体数据来看，“HR 部门主管或员工”更常用“招聘”“考勤”等常规 HR 应用功能，而“业务部门主管”则更常“培训”和“员工档案管理”功能，而对于“普通员工”来说，则更常使用“培训”和“招聘”功能。

图表 不同职位用户使用 HR 应用产品的主要目的



资料来源：海比研究，2017 年 11 月



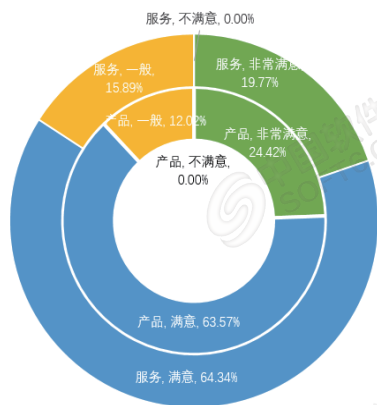
## （二）用户满意率现状分析

满意率是用户对一款产品真实使用感受的体现指标之一，通过对满意率、不满意因素等指标的调研，结合用户忠诚度、推荐指数等数据，能够反应出用户体验与产品销售、厂商业绩之间的关联线索，进而为产品优化方向，优化项目选择提供参考。

在海比研究的本次调研中，我们针对 HR 应用产品的产品部分和服务部分分别进行了满意率调研，产品指的是 HR 服务产品本身，包括 PC 端和移动端，服务是指 HR 服务产品的售后及相关服务。

从海比研究调研的整体结果来看，HR 应用领域整体产品满意率为 87.98%，服务满意率为 84.11%，通过将满意率数据拆解为“非常满意”和“满意”来看，产品的“非常满意”率仅为 24.42%，服务的“非常满意”率仅为 19.77%，由此可见，HR 应用厂商的产品和为其产品所配套的服务还具有可提升的空间。

图表 HR 应用产品满意率与服务满意率



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

## 1. HR 应用的产品满意率与服务满意率排名

海比研究根据调研的 16 个 HR 应用厂商的产品中，依据满意率排序，当满意率相同时以“非常满意”的占比排序，挑选出 HR 应用产品满意率前五强的厂商。分别是：宏景世纪、Oracle、朗新天霁、才到、北森。

在这 16 个厂商中，依据满意率排序，当满意率相同时以“非常满意”的占比排序，挑选出 HR 应用服务满意率前五强的厂商，分别是：朗新天霁、宏景世纪、北森、万古科技、肯耐珂萨。

## 2. 忠诚度与推荐度

续费率是评价用户忠诚度很重要的一项指标，HR 服务行业整体用户忠诚度为 74.42%，各厂商的忠诚度前五强分别是：宏景世纪、Oracle、肯耐珂萨、才到、万古科技。

在推荐度方面，我们采用 NPS 作为评判依据。NPS (Net Promoter Score, 净推荐值) 是一种计量某个用户将会向其他人推荐某个企业或服务可能性的指数，它是最流行的用户忠诚度分析指标。其计算公式如下：

净推介值 (NPS) = (推荐者人数 / 总样本数) × 100% - (贬低者人数 / 总样本数) × 100%

NPS 数值范围为 -100% ~ 100%，数据越大，推荐度越高。

从产品的市场推广方面来讲，在买方市场条件下，客户忠诚度与推荐度是企业最宝

贵的资产之一，能够为企业带来广告效应、示范效应、降低成本效应、竞争优势效应等诸多好处，因此也是评价一个企业未来市场发展趋势的重要指标之一。通过对 NPS 的分析，不仅可以在一定程度上反应出用户对产品整体的满意程度，还能够从一定程度上为产品的市场发展趋势等提供参考。在本次调研的 16 个 HR 应用厂商的产品中，NPS 前五强分别是：宏景世纪、朗新天霁、北森、才到、大易。

### （三）用户体验状况分析

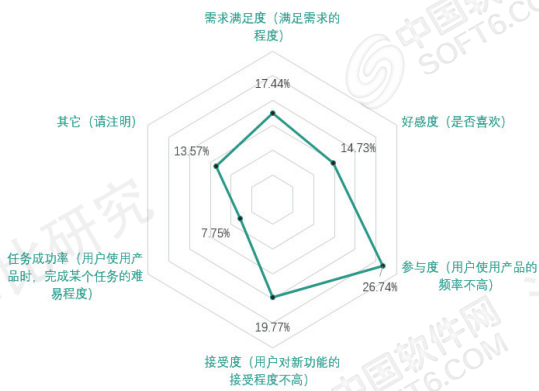
虽然海比研究通过调研对 HR 应用产品的满意度有了一定了解，但我们更希望能够知道，当下的用户对产品和服务的哪些因素更加在意，或者说是哪些因素的缺失更易导致用户的不满。由此，希望能够给产品的优化提供参考。

#### 1. 与“产品”相比，企业更需要的是“战略”

海比研究对用户的不满原因进行调研分析发现，用户对产品最不满意的因素为“使用频率不高”，其次是“对产品新功能接受度”不高。对于用户来说，如今是一个产品过剩的时代，产品带给用户的价值是否能够与用户挑选一个产品所付出的时间成本与机会成本相匹配，对用户来说越来越重要。

此外，用户对 HR 应用产品的“接受度”成为用户次重要的不满意因素，也与 HR 应用产品的特性有关。用户对 HR 应用产品的使用更多的是集中在人力资源管理相关层面，因此当 HR 应用产品的主要功能无法让用户经常使用的时候，用户粘性自然会较低，如果这时还不断的有用户“用不着”的新功能推出，反而会进一步加强用户的不满。

图表 产品不满意因素

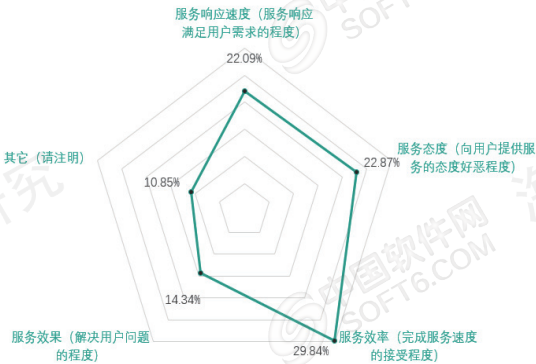


资料来源：海比研究，2017 年 11 月

从各 HR 应用产品的服务不满意因素分析来看，用户对各产品所提供的后续服务最不满意的因素是“服务效率”，其次是“服务态度”。通过具体调研各产品所提供的服务后发现，不少产品虽然提供了线上服务或自助服务，但往往答非所问，无法帮助用户快速解决问题，或者是需要用户等待较长时间，经过 3 次以上的转折（转接、换人等）才能为用户解决问题。在这一过程中，虽然大部分产品服务的人员有较好的语气、较为热情亲切的态度，但由于其专业性不足，往往导致“绕圈子”的情况出现，或是“很客气地拒绝”。因此，对用户而言，不能急用户之所急，这样的服务态度不能算好。这一点在国外厂商所提供的服务中尤其明显，这与国外厂商与国内用户存在文化差异也有一定的关系。而整个的服务过程则因低效增加了用户的时间成本与精力成本，以及因多次转折带给用户的茫然感和焦躁感，导致用户整体体验的急剧下滑。

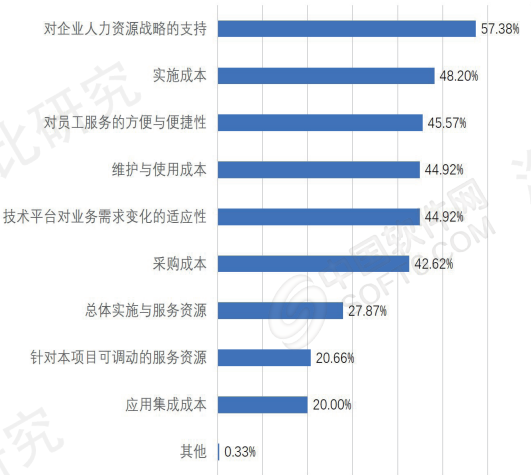
用户希望产品“有用”这一点，还体现在海比研究统计的用户在“选择 HR 应用产品时所关注的要素”数据上。用户在挑选 HR 应用产品时，首要关注的是“对企业人力资源战略的支持”，其次是“实施成本”，而与价格有密切关系的“采购成本”仅位于第六位。

图表 服务不满意因素



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

图表 选择 HR 应用产品时关注的要素

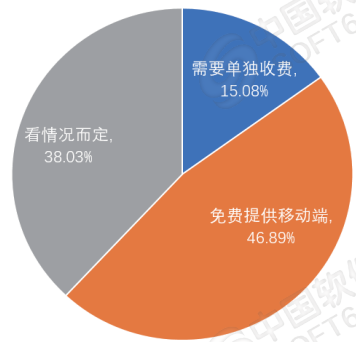


资料来源：海比研究，2017 年 11 月

2. 用户更愿意为服务买单

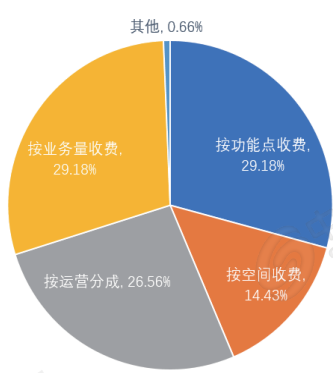
海比研究在对整个行业的 HR 服务产品进行观察时发现，HR 服务产品呈现出由工具向服务发展的趋势，并且，有从免费往收费发展的倾向。海比研究从是否收费的角度对用户进行了调研，数据显示，46.89%的用户希望能够使用免费的移动端。

图表 移动端是否需要收费



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

图表 愿意接受何种付费模式



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

3. 助力人才选拔和培养，是企业对 HR 服务产品的最大期待

“21 世纪什么最贵？——人才”这不仅仅是葛优的一句台词，也是现在企业的心声。通过海比研究对企业期望的 HR 服务产品功能调研数据显示，“人才测评”是受访人群最期待使用的功能，占比为 56.07%，而“培训”功能，无论是在“目前使用 HR 应用产品的目的”调研中，还是在“期望使用 HR 应用产品的功能”调研中，占比均较高。由此可看出企业对“人才”的重视，希望能够借助 HR 应用产品更好地完成选拔和培训的工作，为企业的人力资源战略提供良好支撑。



## 六、刚起步的 HR 服务生态

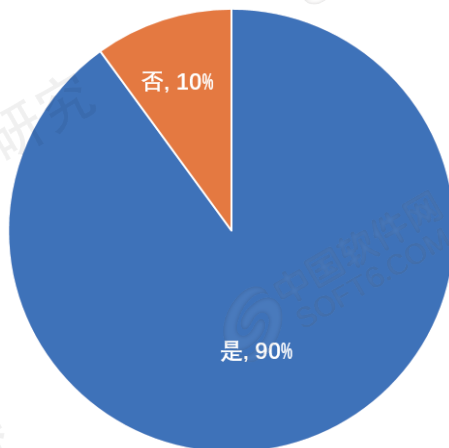
**构**建或参与生态是企业服务提供商的一个重要使命。用友网络董事长兼 CEO 王文京曾说过，“未来的企业服务提供商，要么自己是生态主，要么是参与到某个生态中的生态伙伴。”海比研究对此深表认同。

海比研究调研发现，当前整个企业服务生态呈现两大发展特点，即覆盖整个企业服务的大生态蓬勃发展，专业领域的服务生态跃跃欲试。

### （一）三类企业服务大生态

海比研究调研发现，从整个企业服务市场的供给侧来看，搭建生态、共同为最终用户提供一站式服务已成为普遍共识。在“企服三会”报告所准备的过程，我们所调研的近 100 家厂商，90% 以上都对此认同。

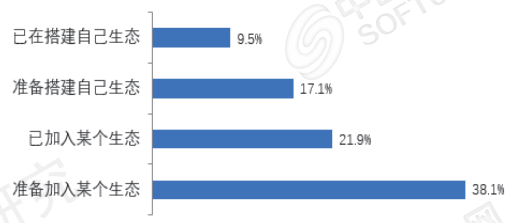
图表 您是否认同要搭建一站式的企业服务生态？



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

对所有企业服务提供商而言，基本在做或在策划两个动作：第一，加入某个生态主；第二，为自己搭建生态做准备。在我们所调研的厂商中，已加入某个生态的厂商占比为 21.9%，并且已有 9.5% 的厂商在开始搭建自己的生态。（注：我们所调研的企业服务商，都是规模相对较大的厂商，这些数据会比整个企业服务商的比例更高些。）

图表 贵公司在构建生态方面有何举措？



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

小资料

生态主

生态主是海比研究对于企业服务生态主要角色的一种称谓。它是专指那些已构建了自己强大生态的厂商。生态主一般有四大特性。第一，有一个核心产品或服务；第二，靠这个核心产品拥有了巨量的企业用户，一般要有百万级的企业数，同时拥有千万级的个人使用账号数；第三，拥有开放平台；第四，在自己的平台上拥有大量的第三方服务合作伙伴。

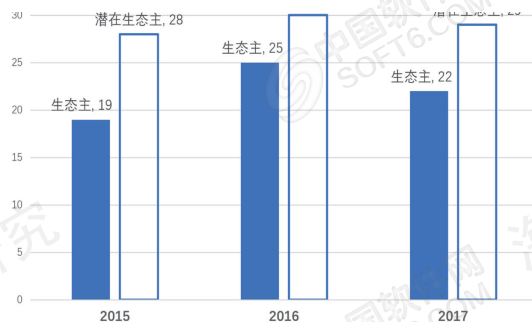
当前，典型的生态主有阿里云、Salesforce、企业微信、用友云、华为云等。

除生态主之外，企业服务生态还有三个重要角色：最终用户、企业服务提供商，以及渠道商。企业服务提供商是指移动办公、CRM、HR 服务等各种企业应用或服务的开发商、提供商，它们一般会依托生态主的开放平台进行研发，或以其平台为支撑提供服务。渠道商是指帮助生态主或企业服务提供商对用户进行销售、部署实施、培训售后等各种服务的提供商。

综观目前整个企业服务市场的生态发展状况，已有很多生态主出现。海比研究将其归结为三类。第一类是以 IaaS 厂商为代表的企业服务生态主，典型的有阿里云、腾讯云、华为云、微软 Azure、AWS；第二类是以 IM 厂商为代表的企业服务生态主，典型的有钉钉、企业微信；第三类是以企业应用、SaaS 厂商为代表的企业服务生态主，典型的有 Salesforce、用友云、SAP、云之家等。

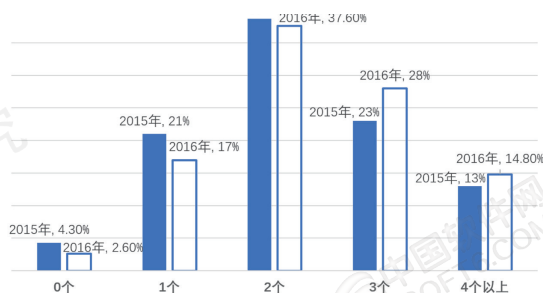
海比研究根据自己的生态研究模型，对当前市场上的主流厂商进行了深入调研和分析，认为当前已呈现出生态主特性的企业有 22 家。这个数字在 2016 年是 25 家，2015 年是 19 家。潜在生态主数量是 29 家。2016 年，潜在生态主的数量为 30 家，2015 年为 28 家。

图表 中国企业服务生态主数量



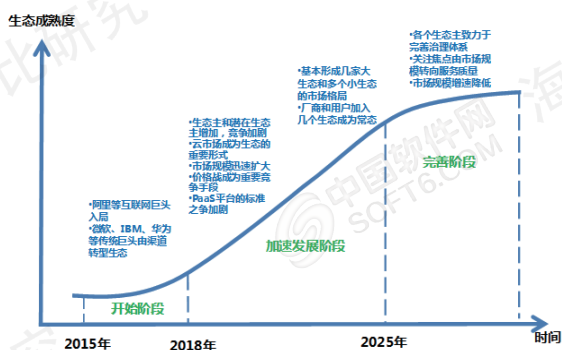
海比研究调研数据表明，在那些已加入别人生态的企业服务提供商中，他们已开始和生态主的合作模式形成了一定程度的互动，并且开始有了相对明确的要求。例如，从之前的加入一个生态，到现在开始倾向于加入多个生态；从之前的更看重品牌展示，到现在的更看重加入生态之后带来的实际效果。

图表 已加入的生态数量



但海比研究认为，企业服务生态当前还处于起步阶段。主要表现为：企业服务生态主还没有形成一套完整的生态运营体系和规则；在为最终用户提供一站式服务层面，生态中的各个角色还没有形成产品层面的合作机制。海比研究预计，2018 年左右，企业服务生态将从起步期跨入到快速成长期。2025 年左右，将会形成比较成熟的企业服务生态。

图表 企业服务生态未来发展阶段



资料来源：海比研究，2017 年 11 月

(二) 四家重要的企业服务大生态

对于企业服务生态主，海比研究开发了一个评估其未来竞争力、生命力的研究模型。该评估模型主要从四个方面评估生态主的发展潜力，用户数量、合作伙伴数量、核心产品竞争力、治理体系成熟度。

1. 用户数量

是指生态主在其核心产品方面拥有的总用户数。一般情况下，用户数量越多越好，越多则说明其潜在市场越大。但用户数量更为本质的是，用户所代表的潜在市场规模。

2. 合作伙伴数量

是指加入生态的企业服务商数量。这包括两种合作伙伴。一种是企业服务提供商，他们负责提供各种第三方的企业服务，如CRM、ERP、商事服务等；一种是渠道商或代理商，他们负责给企业服务提供商提供销售、实施、培训，及售后服务等。合作伙伴非常看重覆盖面，在全面覆盖的基础上，再保证数量和质量。

3. 核心产品竞争力

是指生态主本身核心产品的竞争力。例如，阿里云的IaaS、钉钉的移动办公产品等。核心产品是生态主的原点所在，如果其竞争力丧失，将导致其生态存在的地基不稳，最终使其生态消失。

4. 治理体系成熟度

治理体系是指生态主运营整个生态的商业模式、治理制度。例如，生态主与合作伙伴之间的利益如何共赢共享，合作伙伴之间的利益如何共赢共享，整个生态运营的监测监管措施等等。这套体系越成熟，越稳定，则其生态的生命力越强大。

图表 企业服务生态主评估模型



资料来源：海比研究，2017年11月

在整个中国企业服务市场，海比研究评估认为，当前有四家非常值得关注的、覆盖整个企业服务的生态主。他们分别是阿里云、腾讯云、用友云、微软 Azure。



## 阿里云

<b>成立时间</b>	2009 年	<b>核心产品</b>	IaaS		
<b>当前收入规模</b>	75.69 亿 (截止 2017 年 9 月底)	<b>用户数量</b>	100 万 (付费用户)	<b>合作伙伴数量</b>	1000 多家企业服务厂商, 4000 多家渠道商
<b>治理体系建设情况</b>					
<p>阿里云市场有 1000+ 企业服务厂商, 3000+ 产品。2016 年阿里云市场上有 10 家季度交易额过 100 万的企业服务厂商, 3 家季度交易额过千万的企业服务厂商。多家入驻市场的厂商获得大量融资, 其中聚合数据获得融资 3.6 亿人民币, Face++ 获得 1 亿美元融资, Udesk 融资 1 亿人民币, 悠络客新三板定增市值 2.76 亿。2017 年阿里云市场借鉴天猫模式, 推出云市场品牌馆, 目前入驻的厂商及产品有 SAP HANA ONE、神州数码 Office 365、Blue Event Analytics 旗舰版、用友超客营销等。</p> <p>阿里生态内进入成本较低, 基础配套服务和技术支持能力较强, 同时也能给生态内厂商带来更多的销售线索。</p>					

## 腾讯云

<b>成立时间</b>	2010 年	<b>核心产品</b>	IaaS		
<b>当前收入规模</b>	约 10~12 亿 (截止 2017 年 9 月底)	<b>用户数量</b>	20 万	<b>合作伙伴数量</b>	1000+
<b>治理体系建设情况</b>					
<p>腾讯云通过开放 API, 来为合作伙伴赋能, 有大数据 API、人脸核身 API、直播的 API 等。腾讯云只做 IaaS 和少量 PaaS, 而在此基础上的更多应用和服务, 则由合作伙伴来提供, 还致力于促进合作伙伴之间的相互合作。腾讯云提供便捷线上售卖代理与 API 代理两种代理模式, 通过 TPTS 合作培训计划来提升合作伙伴能力。</p> <p>云市场主要的产品和服务有镜像服务、运维服务和软件服务三类。镜像服务类有数百家公司提供, 其服务几乎都免费; 提供运维服务的厂商有数百家, 运维服务价格大多在几十元到几百元不等, 还有部分几千元的产品和服务; 软件服务类有近百家厂商提供服务, 也有大量免费产品和服务, 其他服务价格大多为几百元。</p> <p>腾讯各个产品线尤其是 QQ 和微信, 会沉淀大量社交数据, 腾讯云将这些数据经过脱敏处理之后抽象成产品, 提供 API 与合作伙伴对接。大量的用户基数和高质量的社交数据共享, 是腾讯生态对合作伙伴最大的吸引力。</p>					

用友云					
上线时间	22017 年 4 月 19 日（用友云全新上线运营）	核心产品	（领域云）财务云、人力云、协同云、营销云、采购云、电子发票、云通信（行业云）小微企业云、工业云、建筑云、餐饮云、链融云、汽车云、能源云、政务云、医疗云		
当前收入规模	约 3 亿（预计截止至 2017 年底）	用户数量	约 353 万	合作伙伴数量	超过 300 家生态合作伙伴
治理体系建设情况					
<p>用友云定位于数字化商业应用基础设施，基于新一代互联网技术，为企业提供智能化云服务，帮助企业构建数字化商业应用平台。用友云由 PaaS、SaaS、BaaS、DaaS 以及与软件的融合服务等组成，包括企业云服务平台、领域云、行业云、企业金融云和云市场等。用友云是一个开放的生态化平台，通过打通 IaaS 与 XaaS，让云计算在千家万户企业真正落地；通过聚合企业服务，一站式服务客户，带动生态伙伴发展；通过提供公共能力和领域服务，让生态伙伴能力聚焦，快速创新从而推动企业服务产业的整体能力发展，赋能企业服务产业。</p>					

微软 Azure					
成立时间	2008 年	核心产品	IaaS 和 PaaS		
当前收入规模	约 26 亿（截止 2017 年 9 月底）	用户数量	超过 8 万家企业客户	合作伙伴数量	超过 1000 家解决方案合作伙伴
治理体系建设情况					
<p>由世纪互联运营的 Microsoft Azure 是在中国大陆独立运营的公有云平台，以“微软爱开源”的基本原则，Azure 云服务支持数百万开发人员和 IT 专业人士依赖并信任的相同技术。Azure 是个开放的平台，包含了开源软件和系统在内的服务器操作系统、各类编程语言、框架、软件包、开发工具、数据库以及客户端设备。Azure 在国内分别有几十家的金牌合作伙伴和银牌合作伙伴。</p> <p>Azure 镜像市场包含的产品和服务主要包括基础软件组件、开发运维工具、商业应用、解决方案四类，每一类目前都有几十家厂商提供产品和服务。镜像市场并不直接显示价格，而是一个复杂的价格体系，并提供价格估算器。每个产品都有比较详细的介绍，设置了用户评论模块，以及星级评价体系。</p>					

（三）两家 HR 应用生态

在 HR 应用领域，构建生态是很多 HR 应用厂商的理想。在我们所调研的 HR 应用厂商中，绝大部分参与了生态的构建。多数是参与到了别人的生态中，少数开始构建自己的生态。

在构建自己生态的厂商中，海比研究评估认为，有两家公司的生态非常值得关注。他们分别是理才网和用友人力云。

理才网					
成立时间	2014 年	核心产品	DayHR		
当前收入规模	1 亿元	用户数量	10 万	合作伙伴数量	100 家
治理体系建设情况					
从免费的 HR 起步，daydao 的定位是集工具型、平台型和生态系统型三位一体的企业服务云厂商，它致力于为客户提供一站式企业管理云服务。它的核心是所有产品都基于 daydao PaaS 平台打造，目前已集成了 dayHR、dayCRM、dayOA、day 测评等多款企业应用的核心产品。理才网依托“产品 + 生态”双轮战略，全面开放 API 接口，广泛与国内外优秀 SaaS 解决方案友商展开合作，还可帮助第三方快速部署应用，为企业用户提供全生命周期的企业管理服务和解决方案。目前拥有并吸引了华为、中兴、阿里巴巴、腾讯、平安、万国数据、卓朗、双高集团、仁云、Knovia 等众多战略合作伙伴，基于 Daydao 平台开发了中周信息、智慧畅行、中康建信等多款明星产品，涵盖从人力资源管理、销售管理、协同、供应链、财务管理到舆情管理、交通管理、餐饮管理、建设管理等的全方位服务。理才网在与合作伙伴共同构建行业应用的生态合作模式方面进行了有益探索，其合资公司模式类似“小米生态模式”，取得了较好的效果。					

用友人力云

用友人力云依托用友云的整体生态，在 HR 服务生态方面正加强发力。用友云生态的详细介绍参见 P33。

用友人力云最重要的生态措施是搭建了一个 HR Mall，将各种 HR 服务在商城里一站式销售，为客户提供全面的 HR 服务。并且，它还依托用友云 iUAP 平台，将 HR Mall 中的各种 HR 应用和服务实现数据打通、业务打通。

#### (四) HR 应用生态特点

海比研究调研发现，当前 HR 应用生态的发展有三大特点。

第一，国内的 HR 应用服务商基本上以加入别人的生态为主，自己当生态主的意愿、基础都还不够。

第二，从过去两年的发展态势来看，HR 应用厂商们加入钉钉、企业微信生态的积极性有所降低。主要原因有两点：一方面，在于生态主们没有向合作伙伴们清晰地传递出自己的产品战略，划定自己的产品边界，HR 应用厂商在和生态主们合作时，缺乏安全感；另一方面，加入他们的生态并没有给他们带来所期望的效果。

但海比研究发现也有例外。例如，专注于员工福利的点滴关怀就对此更加热心。他们正想尽一切办法、全面拥抱和加入到其他厂商的生态之中。这主要源于它

的服务可以和其他应用厂商完全融合。

第三，一些 HR 应用厂商开始更加专注于构建自己的生态，主要的就有上面提到的用友人力云、理才网。另外，肯耐珂萨在生态尤其是在 HR 培训服务生态搭建方面，做了很多探索，并形成了一定的运营机制。北森等也有推出平台，但在打造生态方面还未将其战略完全实施。

总之，在平台与生态方面，2017 年 HR 市场没有太大的变化。从整体来看，HR 应用厂商们更多还是在加入钉钉、企业微信、阿里云等的生态之中。海比研究认为，2018 年，HR 应用生态仍然不会本质变化，厂商自身的生态搭建仍处于起步阶段。



## 七、未来的蚂蚁雄兵

**基**于对近 100 家企业服务厂商和 1500 多名使用者的调研，以及众多业界专家的一起探讨，海比研究分析认为，从全球范围来看，企业服务市场正处于一场大变革之中。这场变革已然开始，但其还没有结束。更为重要的是，它变革的目标都还没有清楚。

### （一）从软件到应用到服务

这是企业服务领域最为重要的战略变化。在传统 PC 软件时代，软件就是软件，是一个工具，可以按许可证方式收费。

但到了互联网时代，企业软件演变成了基于互联网的企业应用。虽然还是工具，但其收费模式发生了变化，不再按许可证方式收费，而是按租赁或按订阅费方式付费。或者，采用基础应用免费，高级功能或增值服务收费的商业模式。

到了云计算、移动互联网和物联网时代，企业应用将向企业服务转变，其定位也不再是工具，而是具备流程服务外包性质的

企业业务外包服务。只是和普通的服务外包不同，现在的企业服务是基于自己先进的 IT 技术平台来支撑执行，而不是像以前那样仅仅依靠人力来运作。

### （二）正在肢解的企业应用

在传统的企业软件市场，有一个最大的核心，即功能超级大的 ERP 套件。它可包括 MRP、财务、人力资源、销售、物流等模块。有了 ERP，企业的信息化基本就搭建了主体框架。对企业软件厂商而言，依靠一个 ERP 产品，就能创造一个独角兽企业。

但在移动互联网、云计算时代，随着容器技术、微服务架构的兴起，超级强大的单一软件正在被各种闭环的、单点应用所肢解。ERP 在云时代还会存在吗？很多接受访谈的业内专家都对此表示了怀疑。

海比研究分析认为，未来超级巨型的单一应用将不会存在，平台 + 微应用将会成未来企业服务的数字化架构。有实力的公司研发支撑数字化企业的统一平台，而众多

的应用厂商将开发出适合各种场景的微应用。平台商会成为行业巨头，但微应用服务商将成为小而美的公司。

### （三）云市场将会成为未来主流

海比研究分析认为，依托平台、搭建应用生态将是未来企业服务商巨头的发展模式。而云市场将是其最重要的承载渠道。

云市场将要承载两大功能。第一，为客户各种企业服务的选择，这些企业服务要覆盖企业需求的所有领域，要有一站式功能；第二，将各种不同的企业服务打通，包括数据打通、业务协作打通。这对于面向企业客户的云市场是一个巨大的挑战。

未来专注于微应用的企业服务提供商，就只要做一件事，专心致志地做好产品研发，其他工作甚至都可以交给云市场来完成。

报告团购电话

18610853070 张先生

洞见

2018

整合·突围

中国HR服务峰会

## 第二部分 案例展示

中国软件网  
SOFT6.COM

企服三会

中国软件网  
SOFT6.COM

海比研究

# 中国海洋石油总公司

用足用友系列关键业务场景，实现覆盖全员的人力资源管控体系，管理者、HR 和员工都找到用武之地

在友友的帮助下，中国海油建成了覆盖近 10 万员工的全集团人力资源信息共享平台（eHR），涵盖人才招聘、人员信息实时监控、绩效管理等业务模块，实现全集团人员数据的完整和统一。这种全面应用 HR 信息化的举措有力地推动了中国海油“人才兴企”战略的落地。

——中国海洋石油总公司

用户企业名称	中国海洋石油总公司
用户企业介绍	中国海洋石油总公司（中国海油）是国资委直属的特大型国有企业（中央企业），总部设在北京，现有 98750 名员工，有天津、湛江、上海、深圳四个上游分公司，是财富世界 500 强企业、中国品牌 500 强企业。经过发展，公司已由一家单纯从事油气开采的上游公司，发展成为主业突出、产业链完整的国际能源公司，形成了油气勘探开发、专业技术服务、炼化销售及化肥、天然气及发电、金融服务、新能源等六大业务板块。
用户诉求	1. 覆盖近 10 万员工 2. 涵盖众多 HR 业务 3. 实现全集团人员数据的完整和统一

## （一）用户场景再现

### 1. 用户痛点

在过去 30 多年中，伴随改革开放而生的中国海洋石油总公司实现了第一次跨越，成功建成“海上大庆油田”。如今，中国海油正在向全面建成国际一流能源公司的“二次跨越”而努力。

中国海油将信息化视为核心竞争力之一，建设数字海油，推动智能发展是其实现“二次跨越”的重要内容。中国海油要求建立覆盖近 10 万员工的全集团人力资源信息共享平台（eHR），涵盖人才招聘、人员



信息实时监控、绩效管理等业务，实现全集团人员数据的完整和统一。这种全面应用 HR 信息化的举措推动了中国海油“人才兴企”战略的落地。

## 2. 应用方案

人员全覆盖，应用全面化，针对中国海油人力资源信息化现状，项目分为两期建设。一期以满足总公司、有限公司机关应用及集团管控需求为主，主要实施机构编制管理、人事管理、招聘管理、培训管理、绩效管理、出国管理、员工自助、干部管理、党群管理、专业技术队伍、技能人才管理、国际化队伍管理、人力资源网、领导桌面、报表管理模块。二期在一期建设成果基础上，根据各所属单位的实际情况，向各所属单位进行推广实施。

在用友帮助下，中国海油通过一系列关键业务场景的信息化举措，实现了覆盖全员的人力资源管控体系。

首先，搭建中国海油人才招聘平台，规范人才招聘渠道。通过搭建中国海油招聘管理系统，全面信息化上线使用，统一的招聘平台，不同的招聘流程，满足不同招聘管理的信息化需求。

其次，实现对中国海油人员结构及人员信息的实时监控，为总公司对各下属单位人员结构调整提供数据支持。

第三，搭建全海油统一的绩效管理平台。实现两级机关的部门和员工考核；绩效考核专员随时可以跟踪评价进展情况；考核结果可以自动导入到其他系统中。最后，

还搭建了全海油人力资源工作网站，实现了自助服务等功能。

## 3. 应用价值

中国海油 eHR 平台可以在满足全海油繁杂业务线差异化特色管理基础上，实现海量数据的整合梳理及行政指令成功下达，实现统一协调。

建立了完善的人力资源管理门户，不同需求的员工都在该平台可以查看处理相关人力资源信息。它不仅仅是一个常规意义的人力资源管理信息系统，而是包含了人力资源管理业务、服务全集团人力资源的管理平台，不仅仅实现了业务人员的在线管理，还满足了领导、员工的人力资源应用。

提升应用效率的同时，提高了员工的人力资源管理满意度。中国海油人力资源门户涵盖了企业人力资源的介绍、政策制度查询、问题管理与反馈、人力资源业务平台、人力分析平台、员工（经理）自助平台、报表平台，实现了门户单点登录、平台畅游的效果。

实现了从线下业务的紧密联系到线上业务的充分互通。在这样一个多层次的大型央企中，实现了少有的“一统到底，分层实施”的特色。系统与同级别 HR 系统的信息集成、与企业身份认证系统集成、与企业门户（单点登录）集成、与分析系统集成与自建招聘网站及自身进行关联、并与各下属单位门户进行互连。不仅满足了人力资源管理信息系统的自我应用，也与企业信息化部署紧密联系，不仅仅实现了人力资源管理业务的互连，还实现了信息系统间的互连，保证了信息间的有效互动。

（二）公司及产品介绍

1. 公司介绍

公司名称	用友网络
公司介绍	用友专注企业软件与服务 30 年，是全球领先的企业服务提供商，拥有多家面向不同行业和领域的子公司，在数字营销、智能制造、财务、人力资源、社交与协同办公、企业金融等企业云服务领域快速发展。目前，用友已进入 3.0 新时期，形成了以用友云为核心，云服务、软件、金融服务融合发展的新战略布局，服务企业的业务、金融和 IT 三位一体的创新发展，为企业提供云计算、平台、应用、数据、业务、知识、信息服务多态融合的 2.0 版智能化企业云服务，致力于推动企业和公共组织互联网化、金融化创新发展，服务企业 IT 产业转型升级。用友始终坚持用户之友、专业奋斗、开放创新与诚信合作，累计服务企业与公共组织客户已达到 353 万家。

2. 产品介绍

产品名称	用友 HCM+ 人力资本生态系统
产品介绍	用友 HCM+ 人力资本管理系统在从传统模式的集团管控到人力共享服务管理创新模式转型过程中，通过管理信息化、管理服务化，打通企业业务、管理以及人才持续有效供给的通路，为帮助集团企业人力资源管理打造集社交服务、专业服务、员工服务、数据分析服务的一站式 HR 共享服务平台。
产品特色	功能完整的人力资本管理信息化平台，不仅仅是为人力资源管理者服务的管理平台，同时也是为员工服务、领导决策服务的综合平台；不仅仅是内部管理平台，也是可以连接外部服务的生态服务平台；不仅仅是落实管理方法的工具，更是业务交流高效工作的社交平台；不仅仅是层级制的人力资源管理模式，更可以支撑共享服务模式的运营平台；既保证了敏感数据的保密性又兼顾了外部服务连接的便捷性；一站式、一体化的解决组织人力资源管理工作的生态平台。

### (三) 产品界面展示



## 海比研究点评

用友是全球领先的企业服务提供商，是软件和云服务的第一品牌，其 HR 应用产品和解决方案占据了国内 HR 服务市场的领先地位，在中端、中高端市场和集团型客户市场，具有较强的影响力。用友 HR 解决方案与产品服务覆盖面全，在组织架构构建、人才发展、三定、薪税筹划以及 HR 共享服务中心等方面，具有很强的竞争优势。同时，在与用友 ERP、财务共享、协同办公等企业服务实现数据集成、流程集成、业务集成和人员集成的同时，可以连接很多具有云服务模式的产品与应用来实现人力资源服务于业务运营深度结合。当前，用友还推出了采用云架构的友人采，以及面向 HR 服务的薪福社人力资源福利服务、大易人力资源招聘服务，构建了一个人力资源管理服务的生态体系，开始进行从 HR 应用工具到服务的有益探索。

# 中国中车

根植中国服务全球，东软与中车联手破解超大型企业复杂用工关系、协同业务模式下的全面人才管理难题

HCM系统优化集中部署后，整合系统资源，强化一体管理观念，运用集团管控手段，提高内部沟通和资源利用效率；以先进理念与运作体系为基础升级系统功能，固化和优化业务流程，支撑变革落地，提升中车HCM系统功能应用。

——中国中车人力资源部部长 吴新林

用户企业名称	中国中车
用户企业介绍	中国中车股份有限公司（中国中车，CRRC）是经国务院同意，国务院国资委批准，由中国北车股份有限公司、中国南车股份有限公司按照对等原则合并组建的A+H股上市公司。经中国证监会核准，2015年6月8日，中国中车在上海证券交易所和香港联交所成功上市。现有46家全资及控股子公司，员工17万余人。总部设在北京。
用户诉求	1. 改善庞大的、复杂的人员管理 2. 实现国际化布局的组织管理 3. 向全员的“业务管理 + 服务员工”的方向转变 4. 实现人力战略转型

## （一）用户场景再现

### 1. 用户痛点

2015年3月，作为国内轨道交通行业的两大巨头——中国南车与中国北车正式宣告合并，随之而来的庞大的、复杂的人员管理及组织管理成为最重要的发展限制。

从面向人力资源管理者业务管理，向面向全员的“业务管理 + 服务员工”的方向转变，从而推动人力资源管理模式的转型。

面对双方业务上的合并，更多地推进组织及人员的合并，如何在一个体系内管好近



20 万的员工。加快从人力资源向人才资本管理的转化。

## 2. 应用方案

在此之前，东软已经和中国南车精诚合作，为其量身打造了一个适合央企多级管理、规范、标准、体系化运作的 eHR 系统。经过几年时间，同一版本、同一标准的人力资源管理信息化系统完全建成。

同时，近一段时间以来，根据中国南车“十二五”人力资源战略规划，集团人力资源部开展了 16 个项目体系研究、咨询与业务设计工作，并取得了多项成果。

此时，选择一个符合人才资本管理框架，并对未来人才的选、用、育、留及更多的参与国际化竞争进行储备已成为可能，势在必行助准备就绪。

## 3. 应用价值

从人才管理理念上进行转型。项目建设引入全员参与的“人才资本管理”设计理念，推动人力资源管理模式的转型。在管理理念上，人力资源是一切资源中最宝贵的资源，经过开发的人力资源可以升值增值，能给企业带来巨大的利润；在管理内容上，重点是开发人的潜能，激发人的活力，使员工能积极、主动、创造性的开展工作；在管理形式上，强调整体开发，要根据企业目标和个人状况，为其做好职业生涯设计，不断培训，不断调整职位，充分发挥个人才能；管理手段上，在人力资源信息系统等方面均由计算机自动生成结果，及时准确地提供决策依据；在管理层次上，

人力资源管理部门处于决策层，直接参与企业的计划与决策。

不变应万变支撑变革落地。一体化、集中部署项目是重中之重。双方将核心人力资源业务平移升级，包含组织发展、员工团队、合同协议、全面薪酬、保险福利、战略绩效、人才招聘、学习管理、时间管理、员工调查、系统管理、员工自助等。项目成果信息化业务模块开发落地，包含职业发展通道、能力素质、领导力发展、继任计划、资格管理、持证上岗、概要管理等。

面向未来的发展，中国高铁业也将面临调整，跨国经营和高端装备制造业发展对人才的需求战略引领，东软也将同中国中车一起贯彻人力资源管理战略，加快从人力资源向人才资本的管理转化，清晰直观反映人才资本整体状况，提升人力资源规范化管理水平为建设目标，实现系统建设一体性、前瞻性、易用性、灵活性、稳定性、安全性的建设要求。

（二）公司及产品介绍

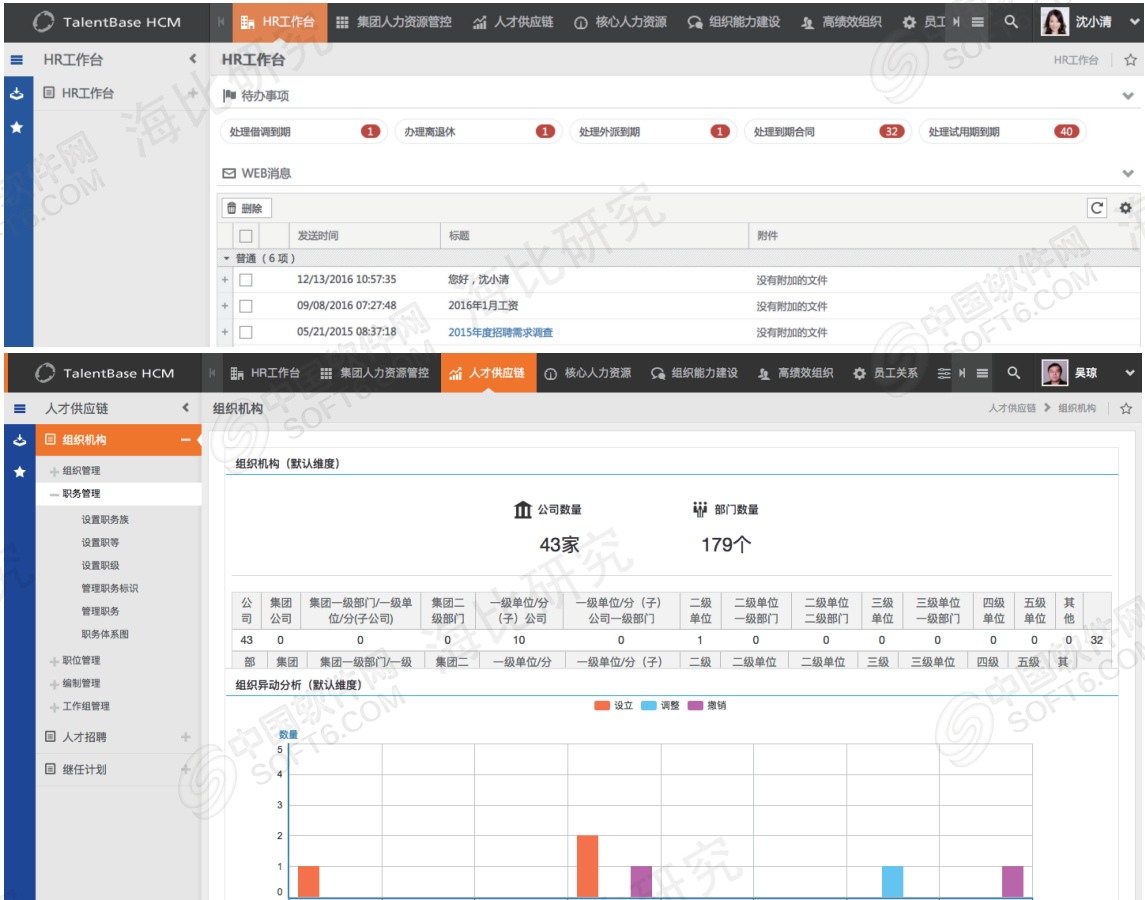
1. 公司介绍

公司名称	东软
公司介绍	东软 1991 年创立于东北大学，是中国第一家上市的软件公司，也是最先通过 CMM5 和 CMMI5 级认证的中国软件公司，目前拥有近 18000 名员工。东软以软件科技为核心，为客户提供行业解决方案、智能互联产品、平台产品及云与数据服务。目前 500 多家客户通过东软慧鼎 HCM，实现了核心人力资源信息化、战略人力资源管理信息化及人才管理信息化。

2. 产品介绍

产品名称	东软 Talentbase HCM
产品介绍	<p>东软慧鼎产品 1997 年启动研发，2012 年，中国首个人才资本管理软件——东软慧鼎人才资本管理系统 (TalentBase HCM) 发布，2017 年，以云模式为企业提供更多的选择，赋能中国企业人才管理。</p> <p>慧鼎 HCM 的核心能力是通过五大引擎来驱动人才管理业务。五大引擎内置人才供应链系统、组织能力建设系统、高绩效组织达成系统、高效员工关系维护系统、核心人力资源应用系统，构建起完整的人才管理生命周期。</p> <p>东软慧鼎产品实现真正意义上的全员人力资源管理。它面向人力资源管理者、机构主管和员工，提供全方位人力资源管理服务的平台。</p>
产品特色	根植于中国、服务于全球，定向解决中大型企业、复杂用工关系及复杂组织结构、协同业务模式下的全面人才管理工具；PCMM5 人才管理实践有效内化于系统，集过程管控、结果度量与趋势预测于一体的智慧的系统；以简化 HR 日常操作、规范 HR 管理流程、创新 HR 伙伴价值为己任的智能的系统；紧跟时代趋势，将大数据、移动、互联网完美连接的全新的系统；累计服务员工数量、累计服务在线发薪数量最大的系统；以云模式提供企业更多的使用选择，赋能中国企业人才资本管理。

(三) 产品界面展示



海比研究点评

东软“慧鼎 TalentBase”是国内最大的解决方案提供商东软和全球顶级人力资源咨询服务机构翰威特的合作产品，是国内 HR 服务领域的领导厂商之一。其最大的特点是产品理念先进、功能全面、架构灵活，能提供产品、运维及 HR 咨询等立体化的 HR 服务。同时，东软在项目管理、实施、培训、运维等交付服务方面，具有东软运营的独特优势，它是国内不多能够覆盖全国、迅速响应客户需求的 HR 服务商。这让东软在大型企业的 HR 应用中取得了非常好的竞争优势。

# 深圳市银宝山新科技股份有限公司

线下部署于企业内部，云端部署在互联网，浪潮助力银宝山新 HR 应用上云，享受云计算的红利

员工在浪潮 HCM Cloud 人力云中的使用率将是衡量系统成功与否的标志。在全集团内，平均每人每日登入平台次数达 10 次，若以 8 小时为一个工作时间段，即在工作时间段内每人每小时登入系统 1.25 次，换句话说，在 8000 余人的银宝山新里，每时每刻都有员工在使用服务平台。

——银宝山新人力资源中心总经理 马丽莹

用户企业名称	深圳市银宝山新科技股份有限公司
用户企业介绍	深圳市银宝山新科技股份有限公司是中国重点骨干模具企业，向宝马、奔驰等著名汽车生产商以及 TCL、GE 等企业提供服务，分别在天津、昆山、长沙、惠州、广州设立制造基地，员工达到 8000 余人。
用户诉求	1. 组织庞大，考勤不准成为一个负担 2. 员工服务跟不上发展需求

## （一）用户场景再现

### 1. 用户痛点

银宝山新从 1993 年成立起，不断创新制造技术，业务迅速拓展，企业员工数量日益增多，组织架构越来越庞大，传统的考勤机、考勤系统以及单一的打卡方式，已无法满足考勤计算方式多样的制造业需求，出现考勤错误率有时高达 10%，经常会出现新入职员工因没有及时登记信息而缺失打卡数据，月末人力专员需花大量时间重复统计整理考勤数据等情况。

对于考勤不准确、不灵活的旧时考勤方式，



打卡员工烦恼，统计员工也烦恼。要摆脱烦恼，银宝山新迫切需要二次信息化建设。经过灵活性、易用性等多方面测试，银宝山新最终选择了能够提供线上、线下双重服务的浪潮 HCM 混合云应用系统。

浪潮 HCM Cloud 人力云链接“管控 + 服务”的双核心，融合企业私有云与公有云的混合云互联网部署模式，对内连接 HR 专员、高管、部门经理、员工、候选人，对外连接招聘网站、移动设备、地图等，提供自助服务云、招聘云、考勤云、绩效云、共享服务云等服务，打造以外围体验为导向、移动互联为基础、共享服务为支撑的人力云。

## 2. 应用方案

银宝山新与浪潮合作，首先从完善集团人员信息入手，针对组织部门众多，人员流动性较大的特性，利用浪潮 HCM Cloud 人力云，在组织架构和人员信息模块上设置“自定义增添、删除”的功能，如此，人力资源根据人员流动情况，进行实时更新，确保管理层能够准确、全方位的了解员工；

其次，考虑到制造业行业性质的异同，浪潮 HCM Cloud 人力云为银宝山新设计了多种排班方式，为一线生产员工量身定做智能倒排班；对于一线生产员工的不同工种，考勤人员可以实行分组考勤，并自定义计算公式，月末导入打卡数据，点击公式计算按钮，轻松实现薪资核算。

随着 80、90 后员工增多，员工满意度成为企业核心竞争能力，公司 HR 工作重心也由“管控员工”转向以“取悦员工”为目标

的员工服务转型，追求极致员工体验。在这一目标上，浪潮 HCM Cloud 人力云面向经理人和员工，提供灵动的人力资源服务平台，为集团员工提供移动签到、工资 / 通讯录查询、圈子沟通等便捷且人性化的服务。在银宝山新，进入公司园区，即可通过微信签到，传统的排队刷卡已被说“Goodbye”。

## 3. 应用价值

浪潮 HCM Cloud 人力云系统上线以来，银宝山新人力专员每月的考勤及薪资统计工作效率提高了 3 倍以上；每日根据打卡数据形成的日报，让员工考勤情况一目了然，为准确发放薪资提供了可能；企业领导还可以实时、准确掌握全局人员动态数据，快速实现人员信息精细化管理。

在 HCM Cloud 人力云，员工除了可以实现每天的移动打卡，还可以随时随地地利用手机查询同事联系方式、个人工资，与同事或上级进行圈子沟通，实现“掌上沟通管理”。借助于微信端的社交“圈子”，员工可以及时分享公司信息，减少指令层层下达的时间，提高工作效率，提升员工满意度。

银宝山新 HCM Cloud 人力云布局，把人力资源核心数据与移动服务结合，一方面借线下私有云将企业核心人力资源数据放在“自己家里”，保障安全、提高效率；另一方面，开通移动服务端，利用线上公有云服务，广泛连接、无线扩展，服务员工日常需求，提高员工满意度，使银宝山新全员玩转工作。

(二) 公司及产品介绍

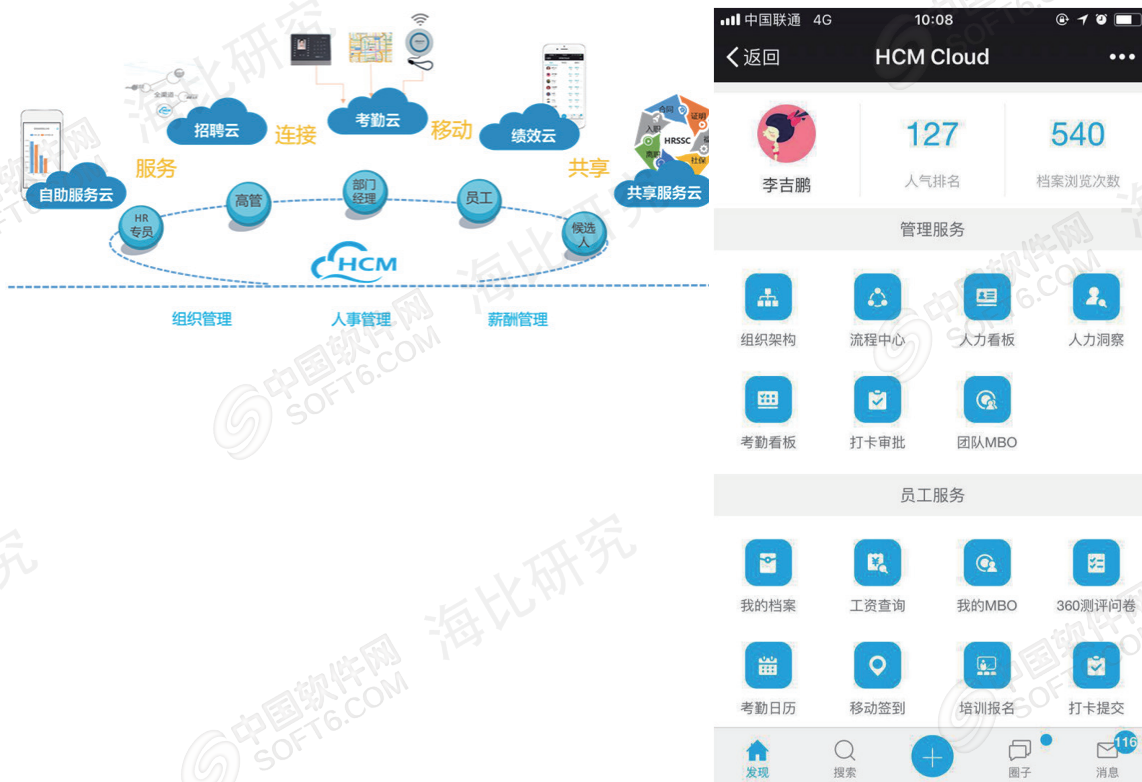
1. 公司介绍

公司名称	浪潮集团
公司介绍	浪潮通软是浪潮集团的全资子公司，云时代企业管理软件的领导厂商，最大的行业 ERP 提供商，集团管控、财务共享第一品牌，智能制造领军企业。拥有大型企业云平台 GS7、中小企业云平台 PS365、小微企业 SaaS 应用的“易云在线”平台，以及企业大数据、财务共享、司库与资金管理、电子采购、HCM Cloud 等云产品。

2. 产品介绍

产品名称	浪潮 HCM Cloud 人力云
产品介绍	<p>浪潮 HCM Cloud 人力云定位于基于互联网 + 的人力资源服务平台，开创性的采用 “线上 + 线下” 的互联网 + 架构，链接管控 + 服务的双核心，拥有稳定的核心系统、便捷的互联网模式以及人性化的服务。</p> <p>线下部署于企业内部，确保安全可靠，定位于以流程与标准为核心的管控平台，提供包括核心人力、人才管理、劳动力管理在内的全面人力资本管理应用。</p> <p>云端系统部署在互联网，定位于全员服务，让 HCM 系统走出人力资源部，发挥 HCM 系统真正价值，实现对人事、薪酬、考勤、绩效等核心模块的线上不同角色服务体验。</p>
产品特色	<p>面向高管、经理人、员工的应用桌面，发挥 HR 真正价值。</p> <p>基于微信，免安装、免部署、免实施。</p> <p>充分发挥企业微信公众号价值，提升企业形象。</p> <p>签到、同事圈等社交应用拉近同事距离，让员工快乐工作。</p> <p>融合最先进的移动技术，提升集团人力资源服务价值。</p>

### (三) 产品界面展示



### 海比研究点评

浪潮是国内管理软件领域的 TOP3 厂商，其 HCM Cloud 人力云是一个诞生于移动互联网时代的，全新的、基于社交网络、移动互联网架构的一体化 HR 应用产品，是国内老牌厂商在 HR 应用领域的创新代表。它开创性的“线上 + 线下”的互联网 + 架构，能够实现集团企业 HR 部门管控 + 服务的双核心。它的特点是产品易用性极佳，在全员应用、自助服务方面非常有特色，既保证以人为本、人性化管理与服务，又能实时监控全部员工的基本情况，控制相关的用人风险。

# 中国农业发展集团

融合中国管理模式最佳实践，金蝶为中国最大的农业集团企业构建卓越的人力资源管控平台

通过金蝶 e-HR 系统的建设和深度应用，摸清了集团组织、人员和薪酬情况，实现了管理的流程化、精细化和规范化；通过大数据分析为人力资源综合开发利用打下了坚实基础，为科学决策创造了有利条件，为组织和人才规划建设提供了有力支撑。

——中国农业发展集团党委副书记兼人力资源部主任 彭教瑞

用户企业名称	中国农业发展集团
用户企业介绍	中国农业发展集团是唯一一家由国务院国资委直接管理的大型综合农业类中央企业，是由原农业部直属 9 家大型农业企业重组而成。集团以服务“三农”为宗旨，以“推进现代农业，引领健康生活”为使命，是我国农牧渔业“走出去”发展、国家动物疫病防控、现代种业及国内外农业资源开发等领域的龙头企业，是我国农业产业化龙头企业协会会长单位。
用户诉求	1. 搭建统一的人力资源管理系统平台 2. 搭建动态的人员管理平台 3. 搭建集中的薪酬管控平台 4. 完善 HR 服务支撑体系，提升员工满意度 5. 搭建集团各级领导人员决策服务平台

## （一）用户场景再现

### 1. 用户痛点

随着中国农业发展集团（以下简称“中农发集团”）的不断发展，集团的资产总额超过 236 多亿元，员工人数高达 5 万多人。集团拥有全资及控股子公司 17 家，上市公司 3 家，业务遍及全国各省（自治区、直辖市），在世界 40 多个国家（地区）建立了分支机构或基地，与 80 多个国家（地区）保持经贸往来。

人力资源管理和信息化是深化人力资源管理体制改革、完善内部组织、人事、绩效

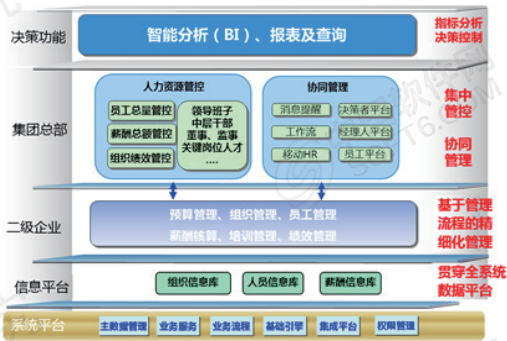


考核和薪酬激励体系，提升人力资源效率的重要环节，是“人才强企、文化强企”的基础。中农发集团人力资源管理信息化是集团人力资源管理专项提升活动的重要组成部分，按照国资委对央企人力资源管理和信息化的指导意见、结合中农发集团人力资源管控的要求，集团希望通过对原有信息化系统进行升级改造，围绕以下重点展开信息化建设工作：

- 1) 搭建统一的人力资源管理系统平台。
- 2) 搭建动态的人员管理平台。
- 3) 搭建集中的薪酬管控平台。
- 4) 完善 HR 服务支撑体系，提升员工满意度。
- 5) 搭建集团各级领导人员决策服务平台。

2. 应用方案

基于对中农发集团的需求，金蝶 s-HR 团队为中农发集团人力资源信息化建设梳理了系统、完整的人力资源系统建设蓝图：



中农发人力资源系统建设蓝图

根据系统建设蓝图，中农发集团确立了“全员覆盖、发准薪酬、集全信息、分析决策”的人力资源系统建设目标。

金蝶 s-HR 结合中农发集团的实际业务需求，为中农发集团提供了组织管理、员工管理、员工自助、预算管理、薪酬核算、数据智能分析等六大人力资源信息化模块应用方案。

3. 应用价值

通过金蝶 s-HR，中农发集团搭建了统一、稳定、准确的人力资源管理信息化平台，实现了组织、人员和薪酬的“纵向到底、横向到边”全覆盖管理和动态监控，实现了人力资源业务组织扁平化、工作无纸化、操作标准化、业务规范化、信息数字化”。

搭建了中农发集团全系统组织架构，精准盘点下属企业、职位、员工数量，建立了 5 万员工电子档案和合同管理，统一了员工数据标准，规范人事业务流程；加强了集团人力资源劳动用工总量、工资总额预算、企业薪酬发放、人工成本核算等管控力度，实现对“人”和“财”的动态监控；快速生成各类统计分析报表，由过去集团下发模板各单位手工填报、层层汇总的模式，转变为通过系统及时自动汇总。上报报表的时间从一周缩减到几分钟，大大提高了工作效率；搭建人力资源决策服务平台，集团领导可通过数字地图精确查看全国各地的下属企业、人力资源的地域分布情况，为领导层提供多维、智能、实时、准确的决策参考。

## （二）公司及产品介绍

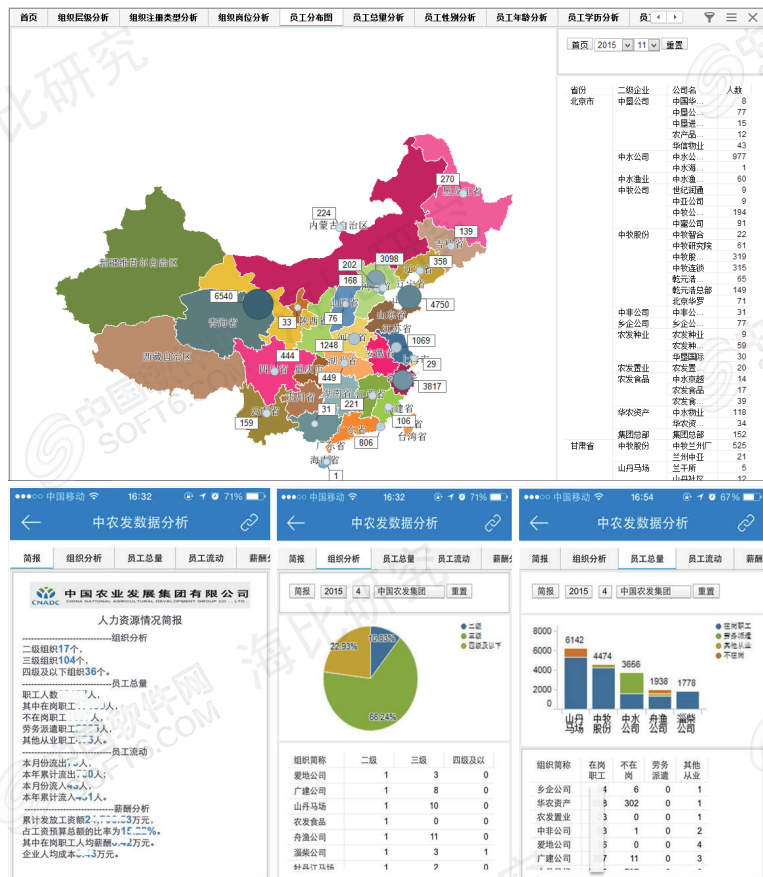
### 1. 公司介绍

公司名称	金蝶软件（中国）有限公司
公司介绍	金蝶软件（中国）有限公司是金蝶国际软件集团全资子公司，金蝶国际软件集团始创于 1993 年，是香港联交所主板上市公司（股票代码：0268）。运用前沿科学技术，金蝶以管理信息化产品服务为核心，为超过 660 万家企业和政府组织提供云管理产品及服务，是中国软件市场的领跑者。2016 年集团营业收入达 18.6 亿元，员工超过 8000 人。

### 2. 产品介绍

产品名称	金蝶 s-HR 战略人力资源管理系统
产品介绍	金蝶 s-HR 战略人力资源管理系统（简称“金蝶 s-HR”）是金蝶集团旗下核心产品，主要面向中大型集团企业，是金蝶在近 20 年的人力资源信息化积累和超 10000 家人力资源客户实践的基础上，推出的新一代社交化人力资源软件产品。秉承“战略决策、社交协作、全员服务、人才供给”的 4S 设计理念，金蝶 s-HR 通过人力资源管理专业应用平台、多角色社交化的自助服务平台、开放的云端轻应用平台，为企业构建战略驱动、全员互联人力资源管理体系，从人力资源角度构建和提升企业核心竞争力。
产品特色	<p>无须安装客户端，纯 B/S 架构，用户使用更方便。</p> <p>为用户提供轻盈的移动智能终端，用户通过手机可随时随地查看个人信息和团队动态。</p> <p>针对高管、经理人、员工、HR 等不同角色提供不同的一站式业务服务。</p> <p>开放云平台集成关联系统一体化应用。通过 OSF、WIF、RSF 打造开放的生态链，可快速、低成本的实现与各类相关系统和应用的集成。</p> <p>互联网运营模式，快速响应用户体验。建立 HR 应用、用户评价反馈和在线试用三大中心，快速响应用户需求。</p> <p>搭建人力资源共享服务平台，助力 HR 转型。</p>

### (三) 产品界面展示



## 海比研究点评

金蝶是国内企业管理软件领域的领导厂商，旗下的战略人力资源管理系统也是国内较早的HR应用产品。其新一代社交化HR产品——金蝶s-HR的战略决策、社交协作、全员服务、人才供给“4S”设计理念和“赋能个体、激活组织”的核心思想在业界具有引领作用。该产品具有Web应用化、移动社交化、全员参与化、集成一体化、互联网运营化、人力资源服务共享化等六大特色，在中大型企业集团市场独树一帜，现已成为集团人力资源管理软件的首选品牌之一。

# 陕西创维电子有限公司

金柚网 HR 服务外包专业高效，既解决企业难题 又激发 HR 活力

在启用了金柚网的社保管理业务之后，社保工作的分担使创维 HR 团队可以集中在公司业务的开拓上，工作效率明显提高。金柚网广泛的网点分布实现了客户员工社保属地化缴纳，提高了员工的满意度，企业人才留存率因此有了明显上升。

——陕西创维电子

用户企业名称	陕西创维电子有限公司
用户介绍	陕西创维作为当地消费者最为信赖的家电经销批发公司，以多品种、薄利多销的经营特色在当地享有较高的地位。创维与多家零售和代理商建立了长期稳定的合作关系，在当地享有非常好的口碑。
用户诉求	1. 企业的需求高度聚焦且复杂繁琐 2. 成本高企，成为一种负担 3. 辅助 HR 提高日常工作的效率

## （一）用户场景再现

### 1. 用户痛点

我国的社保体系是对劳动者基本生活的全面保障，通过以医疗、养老、失业、工伤、生育五险为主的强制保险与非强制性的公积金为依托，为劳动者当下及未来的生活提供了一个较为全面的基础保障规划。

这种保障的涵盖范围比较广且具有强制性，但对企业社保缴纳的操作人来讲，经常被搞的焦头烂额。企业的需求因为高度聚焦在复杂繁琐又可外包的领域，是金柚网业务开展的土壤。同时，企业因为成本



问题，也有更强烈的业务外包需求。

HR 团队为了可以更好地专注在公司业务上，同时能激发员工可以全身心地投入到产品、商务市场的开拓中。创维 HR 部门希望能够有专人接管日常管理工作，分担 HR 人员的工作量，带领团队冲刺业绩。

## 2. 应用方案

系统采用了金柚网自主研发的天吴系统，从社保管理、人事管理进行技术和平台创新，提供更高效、实用的人力资源管理体验，为客户提供全面人力管理的大数据应用支持，包括归档、查阅 & 调取、统计、分析等。

核心模块社保管理应用平台特色包括：

首次实现将社保计算以时时状态，推进到省 / 市 / 县区 / 户籍四级的在线社保计算器。

对企业人力资源社保业务进行流程改造与重组，首创并完成以 C 端购物体验与 B 端社保管理进行业务流程对接。

首次实现了社保缴纳环节全程在线化、全程无人工干预，客户可根据金柚网的指引及计算完成社保缴纳工作。

提供社保管理全流程的独立和批量操作。部分内容引导 C 端完成，分担 HR 数据收集工作。

首次实现社保管理业务全流程查询与跟

踪，并提供所有流程的大数据云端存储、信息留存与无人工干预的智能化交互。

提供中国最全面最细致的社保预收账单与实缴账单明细。

## 3. 应用价值

在启用了金柚网的社保管理业务之后，带来价值包括：

社保工作的分担使创维 HR 团队可以集中在公司业务的开发上，对如何带队、如何应对市场竞争等有了更多的思考空间，工作效率明显提高。

而专业的社保政策咨询回复、每月详细的社保明细单证等服务，也让 HR 团队在面对员工的咨询时更有自信。

金柚网广泛的网点分布实现了客户员工能够社保属地化缴纳，提高了员工的满意度，企业人才留存率因此有了明显上升。

(二) 公司及产品介绍

1. 公司介绍

公司名称	杭州今元标矩科技有限公司
公司介绍	<p>金柚网（杭州今元标矩科技有限公司）是国内领先的专业人力资源综合服务商。运用业界领先的云+SaaS模式，研发出全国首家100%在线人力资源服务平台，为客户提供社保管理、薪酬管理、劳务派遣、岗位外包、商业保险等全方位的人资管理解决方案。</p> <p>金柚网已在全国135个城市开设分公司，付费企业用户数突破32000家，服务网点覆盖全国400多个城市和地区，全面开启中国社保无死角时代。</p>

2. 产品介绍

产品名称	社保管理模块（金柚宝、企业社保通）
产品介绍	<p>金柚宝（高效全面的会员套餐）：为企业提供全国范围内五险一金缴纳、跟踪查询、线上转移、咨询等全方位在线社保服务，通过业内领先的云+SaaS模式技术平台，随时随地在线管理，全程可实时查询反馈，帮助企业高效、准确的解决社保管理的事务性工作。</p> <p>会员费 5880/年 服务费 9.9/人·月</p> <p>企业社保通（简单灵活的会员套餐）：企业社保通为企业提供全国范围内五险一金缴纳、跟踪查询、线上转移、咨询等全方位在线社保服务，通过业内领先的云+SaaS模式技术平台，随时随地在线管理，全程可实时查询反馈，帮助企业高效、准确的解决社保管理的事务性工作。</p> <p>服务费 29.9/人·月</p>
产品特色	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 全国400+城市网点覆盖，随时随地在线社保缴纳。</li><li>2. 资料云端递交、服务准确率高达99.99%。</li><li>3. 标准化社保动作，繁琐事务一键搞定。</li><li>4. 打破行业低价，服务价格低至9.9/人·月。</li><li>5. 数据全程加密，信息安全有保障。</li></ol>

### (三) 产品界面展示



### 海比研究点评

金柚网是国内 HR 人力资源管理云平台的代表公司，它致力于为企业 HR 提供一站式、全方位的 HR 人力资源管理解决方案。在为企业提供五险一金缴纳、跟踪查询、线上转移、咨询等全方位在线社保服务，以及薪酬管理、商业保险及福利商城等一站式人力资源在线管理服务，金柚网在国内市场取得了一定的领先优势，尤其是金柚网社保服务能实时掌控 30 个省份、覆盖 400+ 以上城市，在全国 135 个城市开设分公司，服务网点覆盖全国 400 多个城市和地区！它是 HR 服务领域的一匹黑马，具有很高的成长性与发展潜力。

# 佰仟金融

爱关怀、爱福利、爱内购、爱激励，点滴关怀把福利关爱带给佰仟金融三万员工

佰仟金融与点滴关怀达成合作，通过引进“爱关怀、爱福利、爱内购、爱激励”全线产品，为佰仟金融三万员工带来福利新体验与优质服务，充分提高员工福利满意度。推广期间得到佰仟员工的全面认可与好评。佰仟金融将与点滴关怀共创美好未来，让爱和关怀不可辜负！

——佰仟金融福利经理 毛志娜

用户企业名称	深圳市佰仟金融服务有限公司
用户企业介绍	深圳市佰仟金融服务有限公司 2013 年 12 月注册成立，总部位于深圳，全国近 100 家分公司，员工 30000 余人。秉承“金融科技助飞平凡梦想”的企业使命，凭借一流的金融科技和金融服务水平，公司始终致力于为普通消费者提供优质的消费分期服务。佰仟金融分期服务已涵盖手机、电脑、家电、电动车、摩托车、汽车、医美、时尚消费品等领域，成功服务于来自全国各地的 1800 万用户，2016 年销售额近 500 亿。
用户诉求	1. 异地员工福利发放困难 2. 企业关怀员工满意度低 3. 关怀场景运营方面遇到瓶颈

## （一）用户场景再现

### 1. 用户痛点

深圳市佰仟金融服务有限公司在采用点滴关怀前面临问题主要为：

集团在两年内由 30 人急速扩张至 3 万多人，员工分布全国各地，各类年节福利、员工生日、公司激励等福利发放成了日常工作中的一大难题。员工对福利的诉求又不一，HR 很难解决“众口难调”的问题。特别是异地员工，经常反映感受不到企业关怀。需要寻求一套解决员工关怀的方案，提升员工满意度。



佰仟金融自 2016 年下半年起通过接入“爱关怀”平台，解决了集团 3 万多名员工，超过 350 个城市区域，全国统一管理福利的大难题；在此基础上，HR 从日常事务性关怀事项中解放出来，更好地将精力聚焦在员工关怀创意、规划和迭代上，但在关怀场景运营方面遇到瓶颈，希望将员工关怀的广度延伸至员工激励及赞赏文化层面。

## 2. 应用方案

点滴关怀提供的方案包括：

**一站式员工关怀解决方案**。通过使用爱关怀平台提供的超过 40 种关怀场景，集团人力资源部门顺利将日常员工关怀事务性工作移交至爱关怀云平台上，从而将精力聚焦到员工关怀创意、规划和迭代优化上。一方面，既能解放 HR 工作时间：如针对穆斯林员工做古尔邦节关怀；如日常员工生日关怀，将生日设成一个全年计划，根据员工生日信息，系统每天自动发送生日福利；另一方面，又能满足大规模个性化关怀需求：通过推行“福袋项目”，将生日福利由单一品转变成套餐方式，将选择权交给员工，在预算不变的情况下，有效提高员工满意度。这一场景应用，真正意义上实现企业省钱，HR 省心，员工满意。

**年节活动方案**。打造“新春·带爱回家”系列策划案，从春节福利礼品方案出具到结合内部赞赏文化场景包装宣传新春福利，从春节红包概念衍生出线上“完成新春回家里程”到“领取企业红包”的创意文化活动。

将劳动节包装成劳模节，为其定制开发线

上 H5 互动游戏，通过“点赞”、“打赏”的游戏行为实现员工间即时激励、赞赏文化的传播。在应用了点滴关怀提供的方案之后，带来价值包括：让员工行为激励数据化、可视化，助力企业提升员工敬业度和忠诚度。

## 3. 应用价值

覆盖集团 3 万多名员工，超过 350 个城市区域，实现全国统一管理；覆盖全年 28 个东西方节气，打通员工从入职到离职全周期 17 种职业关怀场景，囊括员工家属、亲人、外部合作伙伴等全方位关怀对象。

结合企业业务特点，在关怀场景中引入金融服务、健康服务、员工职业成长等新型福利服务；引入弹性福利方案，采用 N 选一模式，让福利更弹性，一招解决员工“众口难调”的困惑。

春节及 51 劳模节，还帮助 HR 更好地以运营手段来经营员工关怀（如：新春福利三重奏 H5 宣传，福利领取竞猜方案，企业随机红包定制等）。

通过点滴关怀的爱激励产品，企业管理者及 HR 可以更好地探索员工行为即时激励落地方案，搭建企业赞赏文化；让激励无处不在，给到员工不同的刺激体验，打造独特的雇主品牌形象。

(二) 公司及产品介绍

1. 公司介绍

公司名称	星光物语（北京）电子商务有限公司
公司介绍	点滴关怀是“内购网”与“爱关怀”合并后、强强联手于 2017 年打造的以“互联网 + 员工关怀”模式为核心的企业福利共享平台，为企业提供员工关怀与生活服务的技术系统与相关服务。点滴关怀是全国总工会员工关怀联盟合作企业，HRA 中外企业人力资源协会战略伙伴，上海外服（北京）战略合作伙伴。目前，团队成员 150 人，总部在北京，上海、深圳及南京均设有分公司。

2. 产品介绍

产品名称	点滴关怀 SaaS 平台
产品介绍	点滴关怀旗下拥有多个知名产品，分别是： 爱关怀，企业文化与员工关怀利器。 爱内购，仅限员工专享的内购福利。 爱福利，走心又好用的积分与弹性福利平台。 爱激励，可量化的即时激励工具。
产品特色	点滴关怀在已有的员工关怀基础产品形态上，对互联网 + 员工服务上做了很多创新与升级，率先提出了企业福利共享、员工内购服务等理念，并得到众多会员企业人力 / 行政 / 工会部门的认可。 企业福利共享，拥抱员工服务生态圈。对上游供应链、平行服务商的整合（supplier），为企业提供系列增值服务。 员工内购服务特权，助力企业搭建员工共享服务平台。单点应用产品形态，可快速为人力、行政、工会的部门赋能，帮助企业搭建员工内购平台。

### (三) 产品界面展示



## 海比研究点评

点滴关怀于 2015 年 2 月上线，是 HR 服务领域的创新代表。它从员工关怀、员工福利作为切入点，对 HR 服务形成特有的支撑。其产品与服务特点是职业关怀与福利服务覆盖全面，涉及员工入职、在职、离职、生日、周年、节庆等多达 48 种员工关怀场景，同时交付简单，容易使用，性价比高。作为国内获得多家资本认可，又获得致远互联和蓝凌投资的企业，点滴关怀对 2B 市场本身具有深刻的了解，同时又拥有丰富的企业资源和资本支持，是 HR 服务领域的具有高成长潜力的服务商。

报告团购电话

18610853070 张先生

洞见

2018

整合·突围

中国HR服务峰会

企服三会



中国软件网  
SOFT6.COM

海比研究



报告团购电话

18610853070 张先生

洞见

2018

整合·突围

中国HR服务峰会

## 第三部分 附录

中国软件网  
SOFT6.COM

企服三会

中国软件网  
SOFT6.COM

海比研究

## 一、中国软件网介绍

中国软件网成立于 2003 年，是国内企业级 ICT 领域的权威媒体、研究机构，是国内企业应用营销领域最大的专业服务机构，是中国软件行业协会应用软件产品云服务分会的秘书长单位、秘书处常设机构，也是工业和信息化部、中国软件行业协会、北京市科委、北京市经信委、上海市经信委、河南省经信委、浙江省经信委的服务支撑单位，拥有媒体（中国软件网）、海比研究、海比营销三大业务板块。

中国软件网是中国企业服务生态各个领域合作的重要平台，拥有大量的会员单位、投资机构与政府部门和资深专家等行业深度资源。其中：

- 拥有 7.3 万家会员单位，包括覆盖全国一、二、三、四线城市的企业服务渠道商代理商、系统集成商库 3.5 万家；覆盖移动互联网、SaaS、大数据、物联网、行业解决方案等各个领域的 ISV、互联网公司 3.8 万家。
- 拥有 40 余家投资机构，包括 IT 类上市公司投资部门和重点企业服务机构等。
- 拥有 200 个政府部门和资深专家。包括国信办、工信部、科技部等中央政府部门；北京市科委、经信委；上海市科委、经信委；浙江省、江苏省、河南省、山西省、广东省、深圳市等地方政府部门；全国 20 多个地方软件行业协会等。

通过十余年的行业深耕，拥有中国软件生态大会暨中国软件渠道大会、企服三会（中国移动办公峰会、中国 CRM 峰会、中国 HR 服务峰会）、中国企业服务年度人物评选、中国企业服务选型排行榜、中国企业服务生态研究报告、中关村软件园发展状况调查报告等一系列企业服务领域知名品牌活动与产品。

## 二、海比研究介绍

海比研究成立于 2010 年，是中国软件与信息服务领域的专业研究机构，在企业服务、大数据、云计算、物联网等 ICT 技术创新与应用方面有深入研究和积累。

海比研究聚集了以中国软件行业协会应用软件产品云服务分会秘书长、中国软件网总裁曹开彬为核心的业界资深研究人员，拥有企业服务生态研究模型、企业服务满意度与推荐度研究模型、中国企业服务产业发展周期模型、科技园区发展模型等研究方法，擅长于市场研究、案例研究、满意度与体验研究、白皮书撰写、地方政府产业发展规划、科技园区调查与发展规划等研究咨询服务。

海比研究目前已形成多个有影响力的权威研究报告。在每年的中国软件生态大会上会发布《中国企业服务生态发展状况研究报告》；在每年的“企服三会”上，会推出一年的三本专业领域研究报告，即《中国移动办公趋势洞察报告》、《中国 CRM 趋势洞察报告》、《中国 HR 服务趋势洞察报告》；在 2011 年首创企业应用选型方法论、企业应用选型评估指标体系，并在此基础上推出覆盖 200 多个应用或解决方案领域的中国企业服务选型排行榜。

### 三、致谢——被调研厂商

每年年底，盘点企业服务领域的动态与事件、搜集市场数据、访谈各路大咖，最终集结成书，为业界呈现我们的观察与思考，分析现状、洞察趋势，已成为中国软件网坚持了十余年的老习惯，也是我们与企业服务领域各位业界人士的年度之约。

今年的趋势洞察报告，我们对企业服务三大主要领域进行了重点观察和思考，最终发布了《2018 中国移动办公趋势洞察报告》《2018 中国 CRM 趋势洞察报告》《2018 中国 HR 服务趋势洞察报告》。在报告的前期调研和资料搜集阶段，我们得到了业界近百家厂商的大力支持，他们不仅为我们的研究提供了翔实的基础资料，为我们分享了他们的所思、所想、所虑、所愿，还对报告的撰写提出了众多具有建设性的意见，表达了他们的期待。正是有了他们的大力支持与不吝赐教，才为这三本报告的最终成稿打下了坚实的基础，在此，中国软件网、海比研究的研究团队表示衷心的感谢。

以下是为本次研究报告撰写提供支持帮助的被调研厂商（按名称首字母排序，排名不分先后）：

#### 移动办公

钉钉、二六三云通信、泛微、纷享销客、高速波、慧点科技、iWorker、今目标、金山办公、蓝凌、明道、OCQ、企业微信、启迪国信、随锐、TeamBition、通达 OA、微软、用友友空间、云之家、致远互联



## CRM

百会、纷享销客、红圈营销、互动吧、环信、活动行、L2Cplat、六度人和 EC、容联云通讯、Salesforce、SAP、神州云动、数字营销实验室、腾讯企点、微软 CRM、小能、销售易、XTools、易企秀、用友营销云、智齿客服、总管家、智简 CRM、ZMT

## HR 服务

北森、点滴关怀、东软、e 成、金蝶、金柚网、肯耐珂萨、开薪点、浪潮、理才网、Oracle、人事人、SAP、薪人薪事、薪太软、用友人力云

## BPM 平台

炎黄盈动、IBM、沙鲁

## 四、致谢——合作伙伴

在本次报告的发布过程中，得到了众多合作伙伴的大力支持与帮助，在此，我们表示衷心的感谢。

《2018 中国移动办公趋势洞察报告》《2018 中国 CRM 趋势洞察报告》《2018 中国 HR 服务趋势洞察报告》的合作伙伴如下（按名称首字母排序，排名不分先后）：

### 创头条

创头条成立于 2014 年，依托在互联网、企业服务、创投等领域的积累和资源优势，通过垂直的资讯产品、双创数据服务、企业服务 etc 等综合性创新服务，构建线上线下一体化的创新创业服务平台，助力创业创新公司快速成长，完善双创服务生态，推动相关产业发展升级。其中，创头条 APP 是创投领域影响最大的智能推荐类 APP，“双创地图”已发展成为中国最大的开放式双创生态地图。

**创头条**  
资讯 数据 企服



### 合创新业

合创新业致力于构建全球创新生态发展平台，专注于科技园区、孵化器、加速器运营，以及天使和风险投资基金运营。目前正在运营的园区包括北京金蝶软件园、成都青



蓉国际广场、扬州软件园、徐州鼓楼云创科技园、重庆仙桃数据谷，以及北京、重庆、成都、邛崃、扬州、徐州、苏州、呼和浩特、硅谷等城市的10个专业孵化器与加速器，合创新业与微软、亚马逊、今日头条等行业领军企业合作，通过全球布局的孵化网络，订制创新加速项目，构建创新生态，链接培育精英创业公司。目前园区与孵化器内在孵项目约1000多个。



## 活动行

「精彩城市生活 尽在活动行」

活动行每天有2000档以上的活动上架、超过80万的日活，主办方会员10万+、参与者会员500万+，微信服务号“活动行”粉丝20万+。如果您是活动主办方，活动行提供您：免费发布活动、多元化推广资源、线上线下收款、专业签到设备、报名信息统整等一系列专业服务。如果您是活动参加人，活动行让您享受：免费&付费优质活动、便捷的报名、安全的缴款、快速的分享活动等等拓展人脉的功能。



## HR 经纪人

HR 经纪人是上海拉恩杰管理咨询有限公司旗下的一个垂直于北上广深一线城市的人力资源管理领域的自媒体平台，目前已经得到数万家企业HR和职场管理层的广泛关注，平台主要通过新媒体内容、微信

HR 经纪人

社群和互联网技术手段运营。

平台业务上，目前主要通过新媒体等技术手段获取优质客户和候选人信息，经过严格筛选进行高度匹配以实现微猎头、人才招聘、职场培训与诊断等人力资源管理方案解决供应服务，目前主要服务客户为金融、互联网、文化传媒等行业，并取得了一致好评。



### 机房 360

机房 360 是国内首家服务于机房行业的专业网站，是中国绿色数据中心第一门户网站！

机房 360 以科技为导向，专注于绿色数据中心的运营与推广，全面报道机房行业的相关资讯；以绿色·节能为主题，推动绿色创新、高新技术在绿色 IT 行业领域的应用，展示最新节能理念的绿色产品，为广大机房用户、设备厂商及经销商等业内人士提供便捷的信息交流平台。



### 快拍视频

快拍视频重新定义企业级视频制作方式，我们为客户提供拍摄视频所需的专业设备套件和技能培训，让客户自己也能拍摄出专业的视频并快速提交到我们的快拍云平台，我们将在 24 小时内完成剪辑、调色、配乐、片头等专业的后期制作，确保企业真正做到每日都能拍摄完成一部杰作。





## 快侠科技

快侠科技，快营销方法和工具开创者。

快侠科技 = 顶层设计 + 快营销，我们为企业  
提供从顶层设计到产品升级开发、品牌  
营销升级、新零售及新媒体微信生态营销  
等开创性服务，助力企业转型升级！

微信公众号：快营销、快侠科技、快营销  
管家。



## IT 大佬

“IT 大佬”创办于 2013 年，是专注于 IT 领  
域专业资讯的垂直新媒体，现已入驻微信、  
微博、今日头条、一点资讯、搜狐、网易、  
企鹅、百度百家等十多家平台，直接覆盖  
IT 用户 100 余万人，辐射科技及互联网人  
群近千万。

“IT 大佬”始终坚持客观专业的媒体风格，  
受众以著名 IT 和互联网公司中高级管理  
层人群为主，如 CIO、CTO、IT 专家、技  
术工程师、程序员等等，同时也包括一定  
数量的投资人、MBA/EMBA、互联网人、  
学生等。



## 猎聘

猎聘 (www.liepin.com)，于 2011 年上线。  
作为实现企业、猎头和职业经理人三方互  
动的职业发展平台，猎聘专注于打造以经  
理人用户体验为核心的职业发展服务，追  
求“让职场人更成功”的企业愿景，全面顺



覆传统网络招聘以信息展示为核心的广告发布形式。截至 2017 年 10 月，猎聘拥有超过 3600 万的经理人注册会员，已服务超过 50 万家优质企业。目前，有超过 25 万名猎头在猎聘平台上寻找核心岗位的候选人。



### 邻感

邻感，会议商务社交工具，让参会者在会议现场高效地发现身边可对接的资源 and 感兴趣的人。为会议参会者，邻感提供可以快速查看现场人和寻找现场商机的工具；为会议主办方，邻感可以提供参会者数据挖掘的后台系统；为需要宣传的企业，邻感可以提供会议虚拟展位的服务。



邻感已经服务了几百家企业、近百家大会、上万参会人次。所以，如果您需要让会场的参会者能快速互相认识、快速管理您会议中参会者的参会数据，或会议渠道的品牌传播，您可以来找我们，我们是邻感！

### 码客

北京码客信息技术有限公司（简称码客）是国内领先的社会化销售平台及服务提供商，国家高新技术企业，北京市优秀创业项目。已为超过 9 千家企业提供社群销售平台及联合运营服务，服务企业包括光环国际、销售易、环信、鹏博士、建研科技、网易七鱼、微软、畅捷通、中驰车福、爱波瑞、荣创教育、oTMS、国家开放大学等。



### 纳什空间

- 纳什空间是目前国内行业规模领先的商



用办公租赁综合服务运营商，同时为高净值业主提供专业资产管理及投资服务的财富管理公司。

- 纳什空间拥有联合办公、独立办公、分布办公等多种办公形态及企业配套服务，能够满足企业从 1 人到 300 人以上的办公空间需求，旨在打造以“指尖上的办公室，身边的企业顾问，云端的办公服务”为核心的办公生态，致力于为企业提供全生命周期的一站式办公空间、企业服务解决方案。

## 外包大师

外包大师是互联网产品技术服务供应商，基于 PMCAFF30 万产品经理的人员和经验优势，以全包的方式帮助客户规划产品、梳理需求、筛选优质可靠开发团队、全程管理和把控项目研发，直指项目完整交付，以及售后服务全过程。从而真正实现外包大师从始至终的追求——帮客户赢。

## 消费时报

《消费时报》每周一、三、五出刊，每期 8 个版，对开，彩色印刷。我们的办报宗旨是为中高端消费人士提供务实、有价值的新闻和观点，服务消费生活，引导消费潮流，倡导现代商业文明，促进现代商业规范。一份中国与世界的报纸，消费文明的推手。一份消费与新生活报纸，投资理财的益友。一份挣钱与花钱的报纸，引导消费的助手。



## 亿蜂

亿蜂是国内领先的中小企业服务交易平台，作为“国家高新技术企业”“中关村高新技术企业”，是目前国内唯一一家将企业服务电商资源、科技园区产业化服务资源、国际化高端服务资源、科技金融服务资源以及政府政策资源相融合的一体化服务平台，为全国 1000 万中小企业打造满足其从初创到成熟发展期的全要素、全链条的服务交易市场。



## 阳普医疗

阳普医疗（股票代码 300030）成立于 1996 年，于 2009 年成为中国首家在创业板上市的广东医疗器械企业，更是全球唯一通过美国 FDA 注册的真空采血管中国品牌。



## 专家汇

北京语博信息科技有限公司打造的专家汇，是以专家为核心的学习社交平台，通过整合一线的互联网、投融资以及企业管理专家的时间和知识，通过线上线下课程和分享活动，为职场人士提供体系化的、系统化的知识学习，为企业提供专家式营销服务平台，建立起专业人士学习社交平台和圈子，助力创新创业企业快速成长，襄助职场人士进步。





# 2018HR服务 趋势洞察报告



官网：www.soft6.com

电话：010-84802535

地址：北京市海淀区中关村软件园孵化器3号楼B座1208室

扫描二维码购买报告



定价：2980.00元