



中国数字智能生态大会



中国软件网
SOFT6.COM

数字进化论

——中国企业数智生态解析

中国软件网、海比研究院

2020.08.27

数字进化论

生态在重构，旧的世界在瓦解，新的世界尚未成型.....

数字化是旧世界衰落的动因，也是新秩序建立的途径.....

海比研究院致力于洞察趋势和机遇，发觉新生力量，助力探索者前行！



- 重新思考边界
- 提供一站式服务成为共识
- 锁住最终用户成为追求
- 合作模式还在不断探索

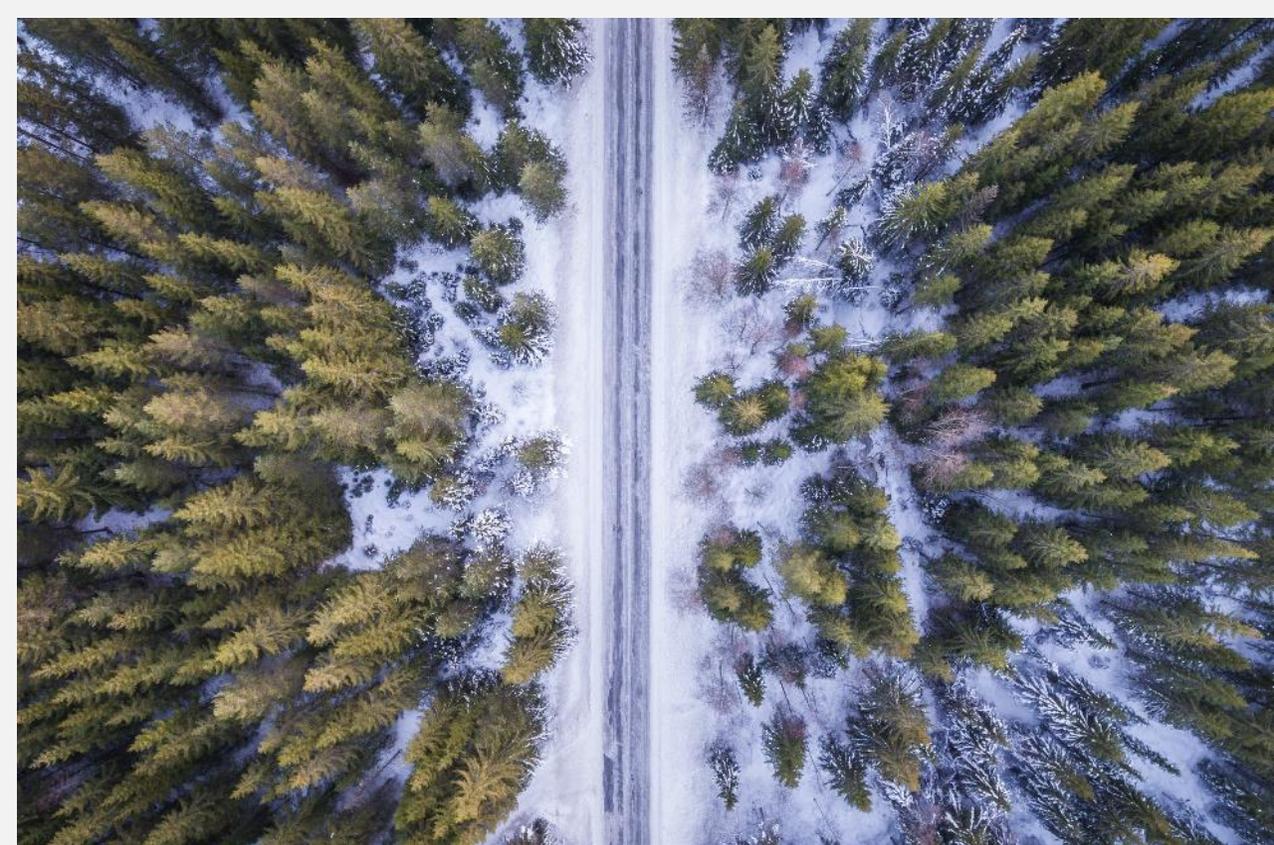
平台商
赢者通吃

厂商
做平台有多难

渠道
转型or转行

用户
选择数字化伙伴
更加困难

- 新兴渠道商成为生态的关键
- 能否成为一站式服务商？



Digital Evolution Theory

Enterprises Digital Intelligence Ecology



中国数字智能生态大会

一、生态演化篇

二、能力重构篇

三、价值突破篇

环境切变：后疫情时代，泛智能生态

经济下行叠加数字化提速，预期企业数字智能市场规模仍然保持稳中有增。疫情提供了理想的“数字化实验室”，使生活、生产、商务等场景数字运营最大化，同时也对高并发、差异化、自适应等进行了压力测试。



现代社会治理

政府社会治理体系和治理能力现代化，打通最后一公里，注重社会突发重大事件管理、公共卫生管理、民生服务、社区治理等，政务数字化和公共事业数字化加速

新基建与产业升级

以新基建为契机，产业结构加速优化调整，传统产业依托数字化升级，新兴产业赋能社会发展，包括新制造、新消费、新服务等，进一步覆盖中小微企业和多元业态

城镇化与产业下沉

下沉市场在消费互联网领域释放增量红利后，在产业互联网领域也将成为增长新契机，包括特色小镇、乡村经济数字化、乡村治理网格化、科技兴农等



产业互联网与企业数智服务

城市大脑

智能认知

物联感知

行业应用

信息安全

- 智能化应用：适配多终端、可定制、可集成、快速整合交付的丰富智能应用
- 智能化服务：匹配场景、精准画像、满足用户全程高品质体验的智能化服务、确保信息安全
- 智能化平台：虚拟化、资源灵活部署、能力开放、低门槛开发
- 智能化运营：基于大数据和深度学习、可视可管可控、敏捷灵动

环境切变：企业服务步入数智强渗透阶段

企业服务是指一个组织所需要的所有服务。海比研究院将其分为技术服务、应用服务、业务服务，以及贯穿各层的咨询服务。当前在业务服务和应用服务领域，数字智能走向普惠，呈现强渗透态势。

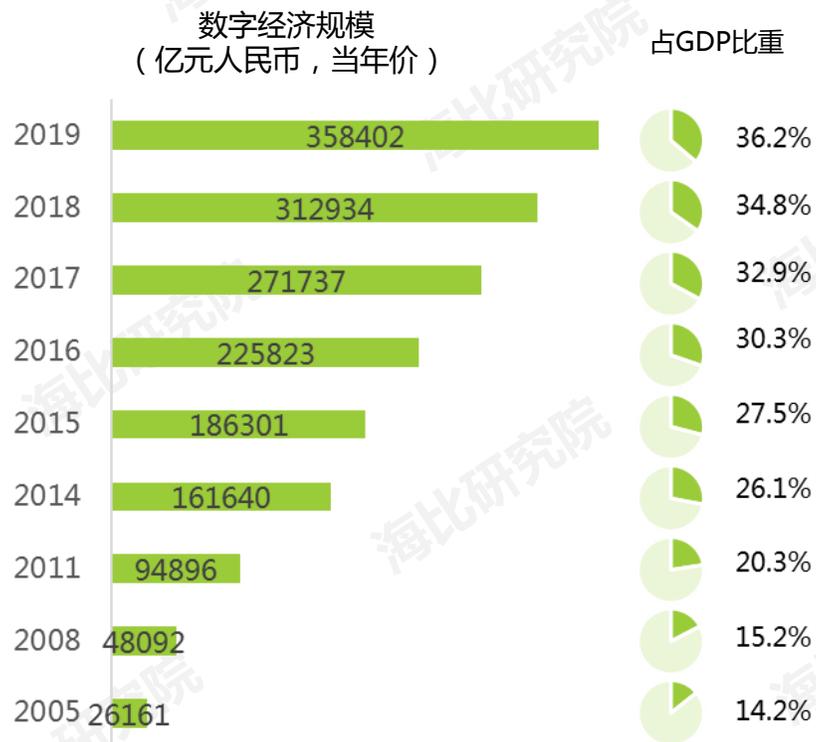
业务服务	业务外包 职能与业务	招聘	财务	社保	行政	法务	金融	商事	设计
		研发	生产	采购	物流	营销	渠道	服务	传播
	新物种 职能与业务	招聘	财务	社保	行政	法务	金融	商事	设计
		新零售	新金融	新能源	新制造	新消费	新文化	新医疗	新教育
应用服务	SaaS 通用/行业	MRP	报销	TMS	SFA	审批	预算	SRM	文档管理
		MES	PLM	仿真	电信	教育	医疗	电力	政府
	软件 通用/行业	ERP	财务	HR	CRM	OA	PM	供应链	内容管理
		MES	PLM	仿真	电信	教育	医疗	电力	政府
技术服务	PaaS	DevOps	物联网	AI	RPA	游戏	区块链	数据管理	感知交互
		数据库	云管理	迁移	集成	通信	视频	Office	安全
	IaaS	计算	存储	网络	边缘	桌面	OS

咨询服务

环境切变：数智服务在拐点之上加速发展

中国数字经济在GDP中占比跨过35%的创新临界点，意味着社会进入深度数字化时代，对各行各业的普惠性赋能带来巨大的蓝海空间。同时，软件和信息技术服务市场在2019年出现增速U型反转，加速态势显现。

中国数字经济规模及占比



中国软件与信息技术服务业收入情况



信息技术服务收入增速持续上升，增长主要来自于平台技术服务、云计算和大数据服务等。

Source: 中国信通院《中国数字经济发展白皮书(2020)》、工信部运行监测协调局统计数据

环境切变：从贸易战到科技战，从一体化到双循环

中美科技战，商业和科技越来越倚重国内大循环，特别是数据库和应用系统领域。一方面国产化替代导致市场格局重塑，国内企业面临机遇；另一方面也是国内企业聚焦本土特色需求，培育自主产业生态的契机。



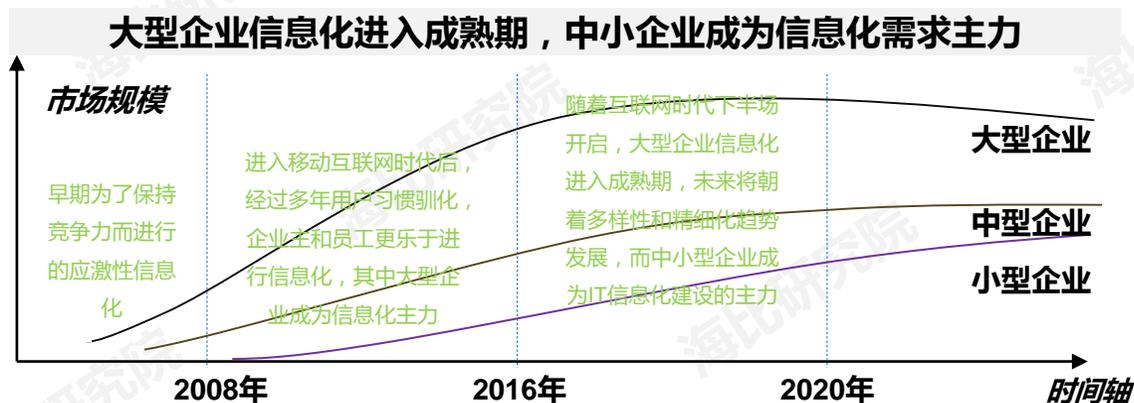
逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局

供需再平衡：云化、智能化、服务化

需求侧实体经济疫情遇阻叠加数智化提速，供给侧产业加速结构调整。

中国实有市场主体1.1亿户，其中大型企业约30万家，中小企业3000万家，个体经营者7000万家

需求侧



企业服务收入规模（万亿元）

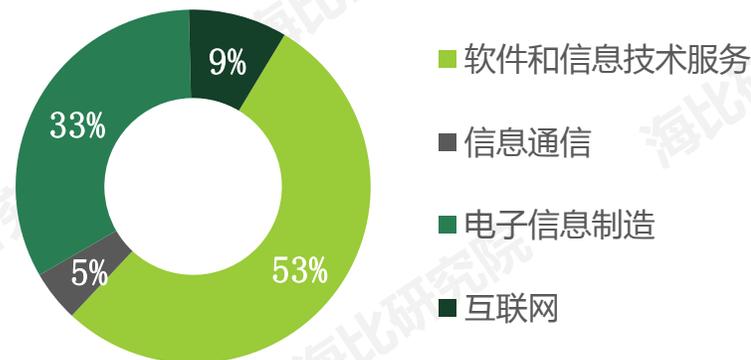


供给侧

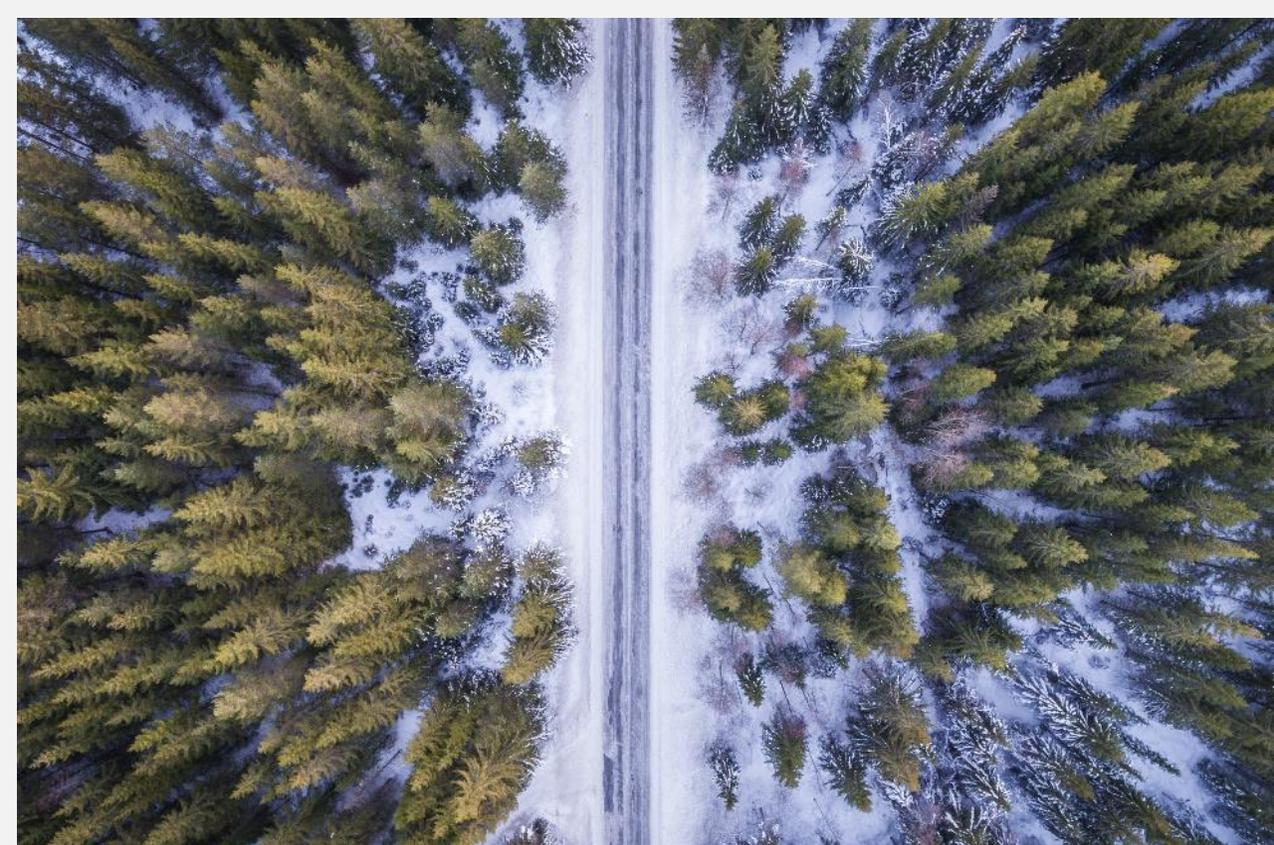
中国有软件和信息技术服务业规模以上企业4万家，ISV近5万家，渠道商3万家

- 企业服务市场中，电子信息制造业占比持续下降，软件和信息技术服务增速迅猛，在数字经济基础部分中占比显著提升。
- 在软件与信息技术服务中，软件的占比在缓慢下降，信息技术服务持续上升，主要受大数据、云服务和AI等业务快速增长的驱动。

企业服务细分市场收入规模占比



Source: 海比研究院根据工信部运行监测协调局统计数据计算



Digital Evolution Theory

Enterprises Digital Intelligence Ecology



中国数字智能生态大会

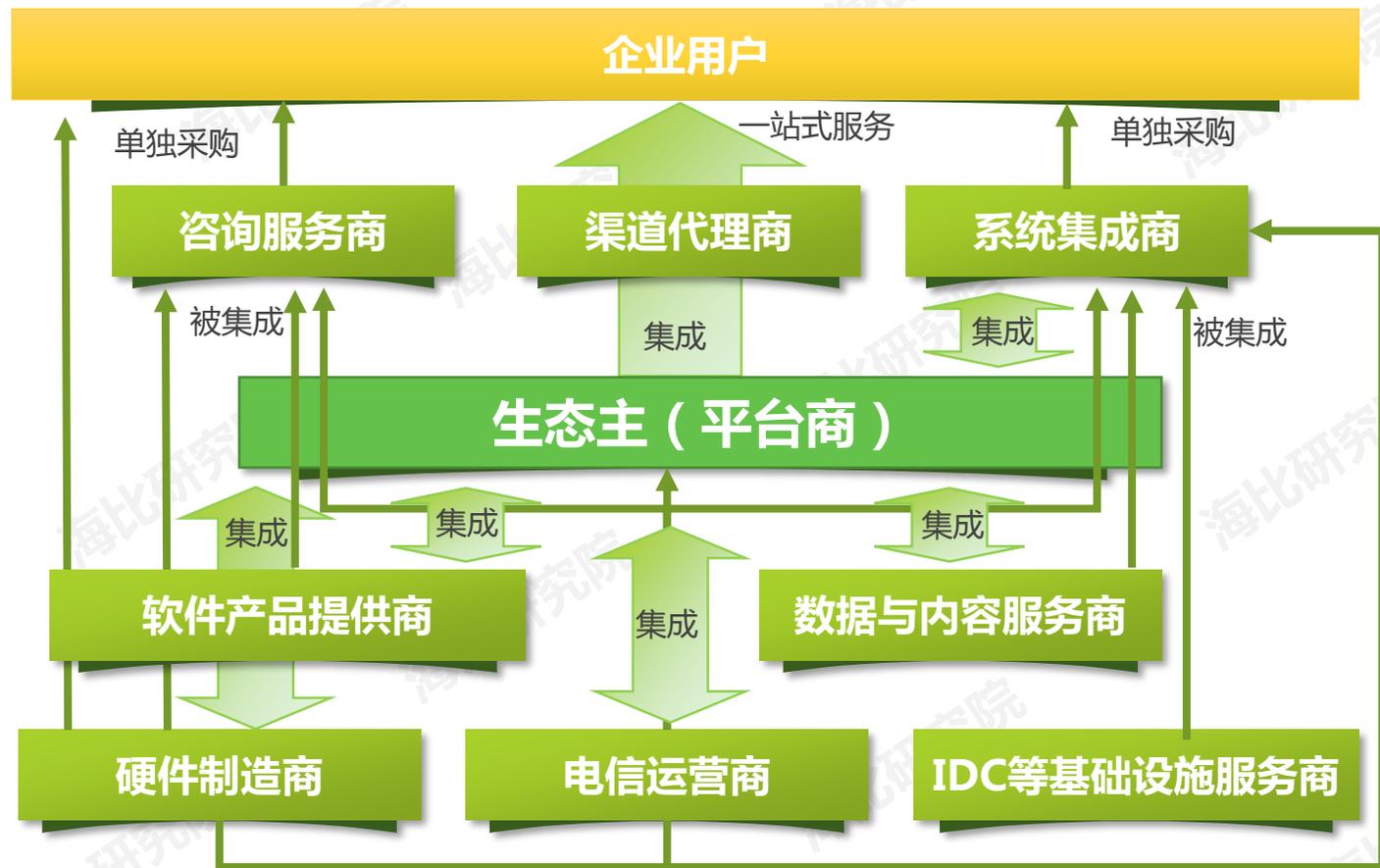
一、生态演化篇

二、能力重构篇

三、价值突破篇

生态共同体：生态构建的新规则——以客户为中心，共生共赢

生态愈加错综复杂，价值流从串联走向并联，每个生态主体的产品和服务到达用户都有多条路径，使伙伴角色多元化，竞合关系和融合发展成为主流。海比研究院致力于帮助生态各方建立演进方法论，更好融入数智新生态。



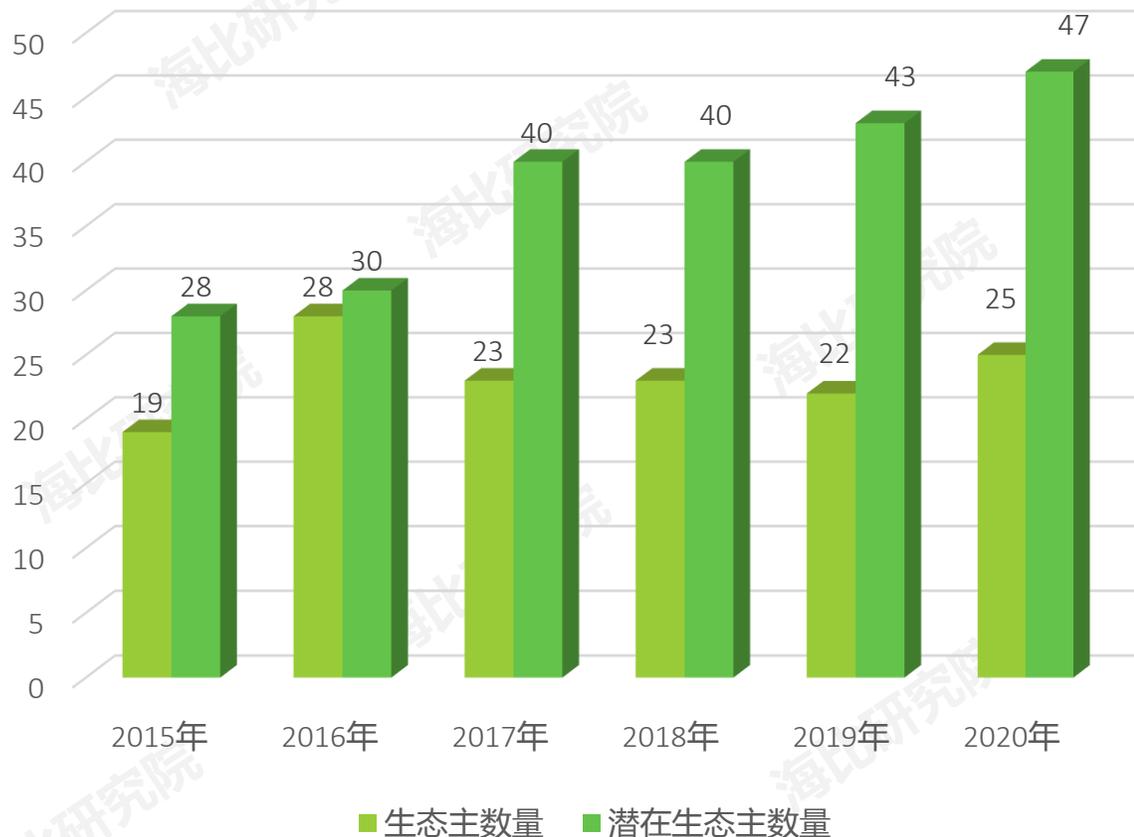
新生态的普世价值观：

- 拉升品牌影响力，锁住最终用户，扩大生态价值流份额；
- 通过生态伙伴增强用户获取能力、产品供给能力、方案交付能力和运维服务能力；
- 重新思考定位和边界，积极探索合作模式，广泛聚合生态伙伴。

生态共同体：生态主稳步发展，做大做强

生态主力量不断壮大，潜在生态主偏重差异化发展。2C转向2B、国产化、工业互联网成为三大重点领域。

生态主与潜在生态主演化



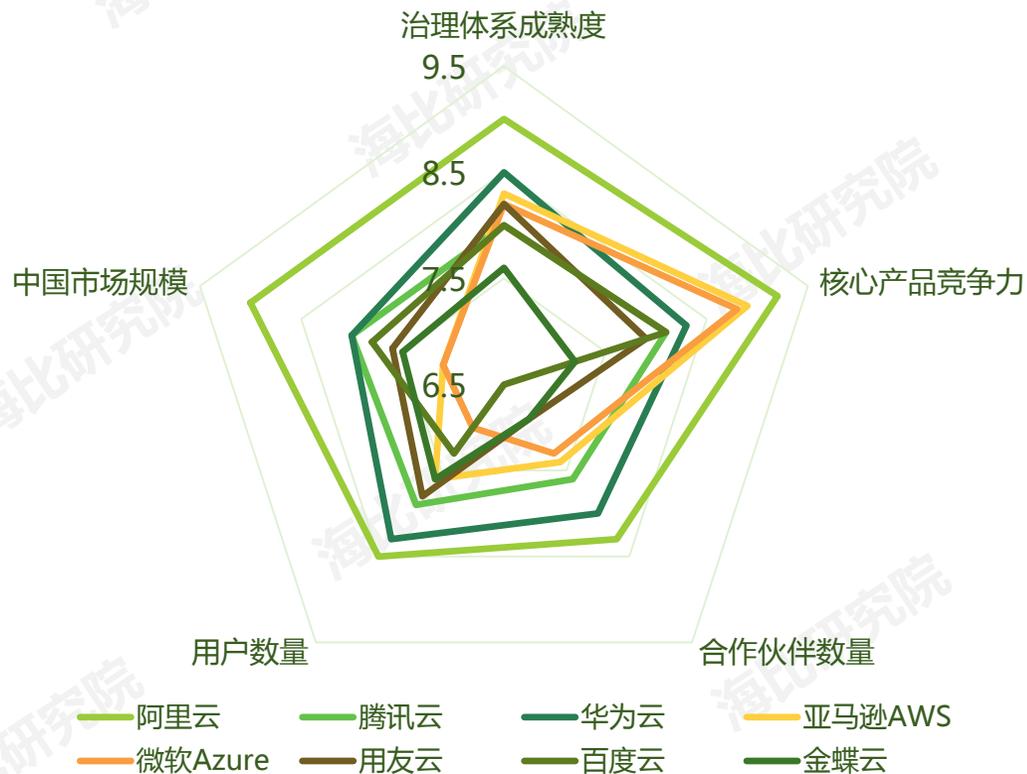
生态主	潜在生态主	
阿里云	华胜天成	葡萄城
腾讯云	东方通	Ucloud
百度云	普元	七牛云
微软	新华三	华云
用友	中兴	金蝶
华为	航天信息	APICloud
浪潮	世纪互联	解放者号
字节跳动	软通	云之家
小米	青云	商汤科技
苹果	今目标	帆软软件
京东	达梦	北森
Salesforce	纷享销客	中服软件
谷歌	滴滴	神州航天
Oracle	树根互联	肯耐珂萨
SAP	致远	美云智数
AWS	泛微	360集团
英特尔	销售易	亚信安全
IBM	科大讯飞	启明星辰
中国移动	EC	百望
中国联通	旷世科技	惠普
中国电信	深之度	联想
东软	灵雀云	中标软件
美团	奇安信	
中国电子		
海尔COMSplat		

Source: 海比研究院根据调研数据整理

生态共同体：大生态主竞争优势明显

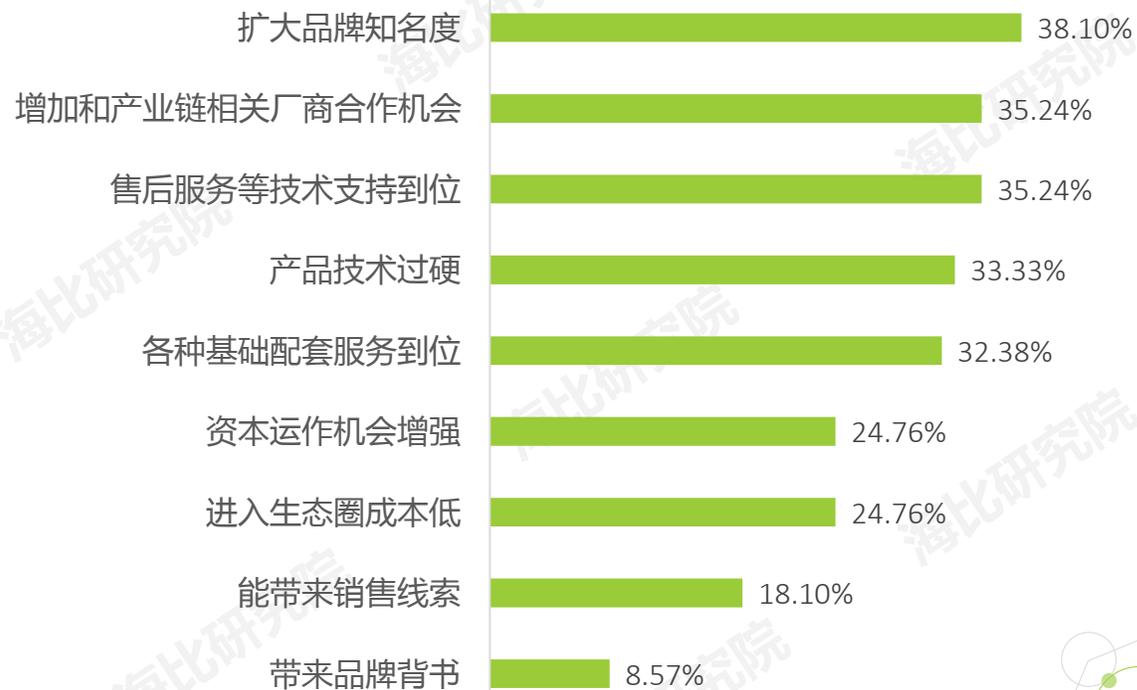
海比研究院采用五大维度评估生态主综合竞争力，大生态主具有显著的马太效应，大者恒强；生态伙伴更看重生态主的品牌影响力、产业集聚力和技术支持力等。

2020年生态主综合竞争力分析



Source: 海比研究院根据调研数据整理

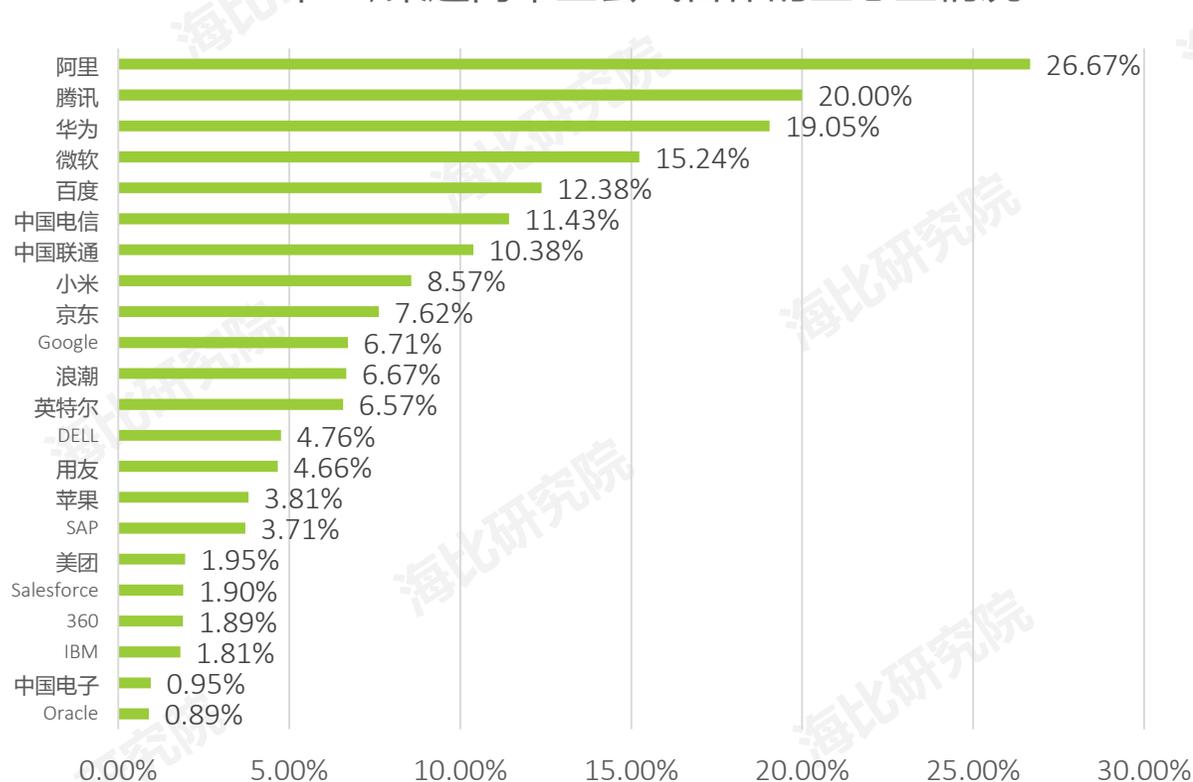
2020年ISV/渠道对生态主满意因素



生态共同体：生态主头部合作效应明显

生态主目前正处于三种力量的角逐之中：云厂商，应用厂商，电信运营商。阿里云最为强大，华为云、腾讯云快速发展，中国电信正成为三线以下城市的首选，应用厂商还比较薄弱。

2020年ISV/渠道商希望尝试合作的生态主情况



2020年ISV/渠道选择生态主考虑的因素情况



Source: 海比研究院根据调研数据整理

变革新势能：生态主战略升级——集成与被集成

生态主对产业生态的本质诉求：突破自身能力局限，打开发展天花板，让利以集聚优质力量形成生态优势。

C端厂商做B端业务的挑战：行业落地、本地化实施交付、合作利益分成。

阿里云：被集成

- **做深基础**：软硬件结合，做硬底座：算力底座、芯片、操作系统/数据库。
- **做厚中台**：中台是数字经济时代新型操作系统，推动数据中台、业务中台向移动化倾斜，提供综合解决方案，支撑平台应用开发。
- **做强生态**：重新组建了生态服务部，发挥合作伙伴用户需求理解和产品行业落地优势，打通营销、咨询、应用开发、方案建设、交付、售后等。

用友：新融合

- **“融合”新生态战略**：把“集成和被集成”做大做强，将行业化和个性化的开发交由生态伙伴来完成。以品牌、PaaS、培训、大赛、投资等全方位赋能，以商业创新为SaaS加速。
- **用友商业创新平台（YonBIP）**：先进高可用技术平台和公共与关键商业应用与服务融合一体，应用与服务 and 各类生态伙伴的应用与服务融合一体



华为云：可靠

- **企业上云三大引擎**：HCS混合云架构、智能云应用平台3.0和EI企业智能。
- **华为云生态伙伴计划3.0**：包括认证级、优选级、领先级和战略级的四层云伙伴生态系统，覆盖云市场、严选市场、华为云学院、华为营销体系四个支持平台，开展伙伴赋能。
- **凌云行动（联合品牌营销计划）**：深入垂直行业传播，共同打造行业标杆。

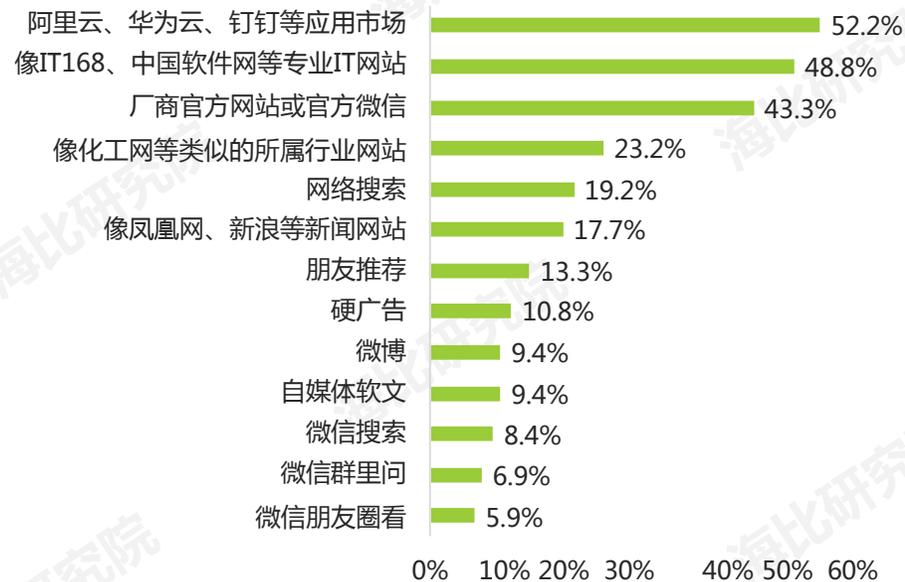
浪潮云：平台+生态

- **浪潮云平台+生态体系**：浪潮云提供全方位生态支持，打造四类生态伙伴——咨询伙伴、产品伙伴、服务伙伴、方案伙伴，涵盖SI、ISV、SAAS伙伴或软件代理商。
- **同舟计划**：重点针对面向中小企业的SaaS服务商、开发者，提供包括资源补贴、营销推广、认证培训等在内的支持与帮助。

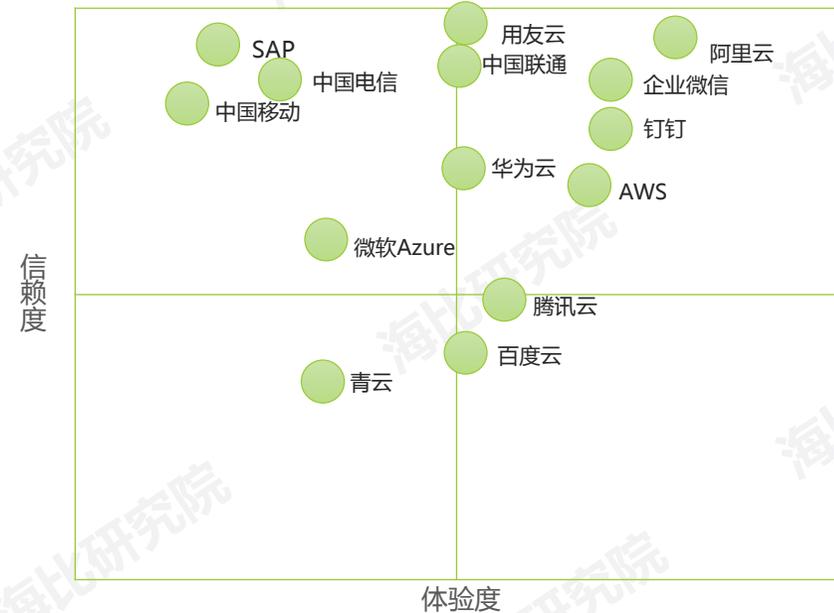
变革新势能：云市场成为生态主的重要平台

生态主大多建立了自己的云市场。它既是交易平台，又是交付平台，同时也是业务合作平台。云市场已成为企业用户在选择 SaaS 时最重要的参考渠道，但不一定从云市场直接购买。阿里云、中国联通沃云、用友云市场等在体验度、信赖度方面保持领先。

Q：从哪儿获取 SaaS 信息？（N=300）



2019 中国 SaaS 云市场平台发展态势



Source: 海比研究院根据调研数据整理

变革新势能：渠道走向多元化

生态复杂化要求渠道承载更多的功能，渠道销售职能也逐步扩展到更多生态主体，线上线下融合销售成为新业态。



总代模式的困境

软件应用逐步云化后，版权分销模式转向服务付费模式，不需要垫资，对传统的总代模式提出挑战。



分销模式的升级

新型分销模式不只局限于销售，还包括前期咨询、通用产品的本地化、行业化、定制化开发与实施、后期运营支持等。



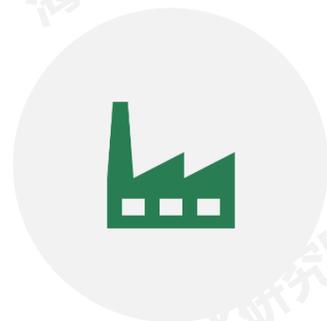
开发模式的崛起

具有开发能力的代理商对于用户需求的理解、行业场景的洞察以及产品的设计交付有着独特优势，更适应具有二次开发需求的销售。



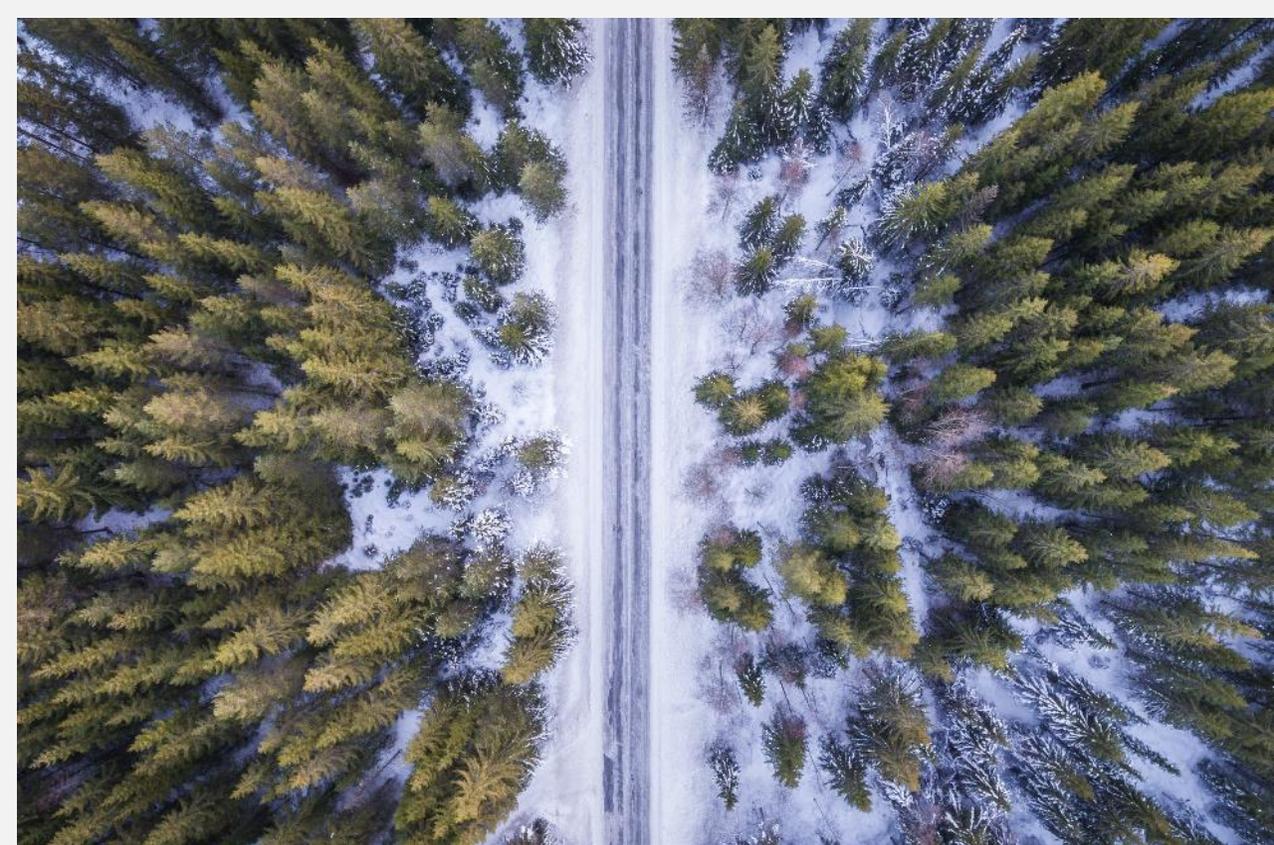
平台力量的整合

用户对于平台品牌强认知，对技术标准有综合考虑，云市场的发展，使销售涉及更为复杂的商务流及交付合作。



商业模式的创新

集成与被集成的广泛合作，涉及更为复杂的利益分成、营销资源置换和资金投入、责任划分等，模式尚未成熟。



Digital Evolution Theory

Enterprises Digital Intelligence Ecology



中国数字智能生态大会

一、生态演化篇

二、能力重构篇

三、价值突破篇

生态赋能：生态合作的关键



用户分配体系

- 用户群和市场划分
- 商机匹配和派单规则
- 联合拓展



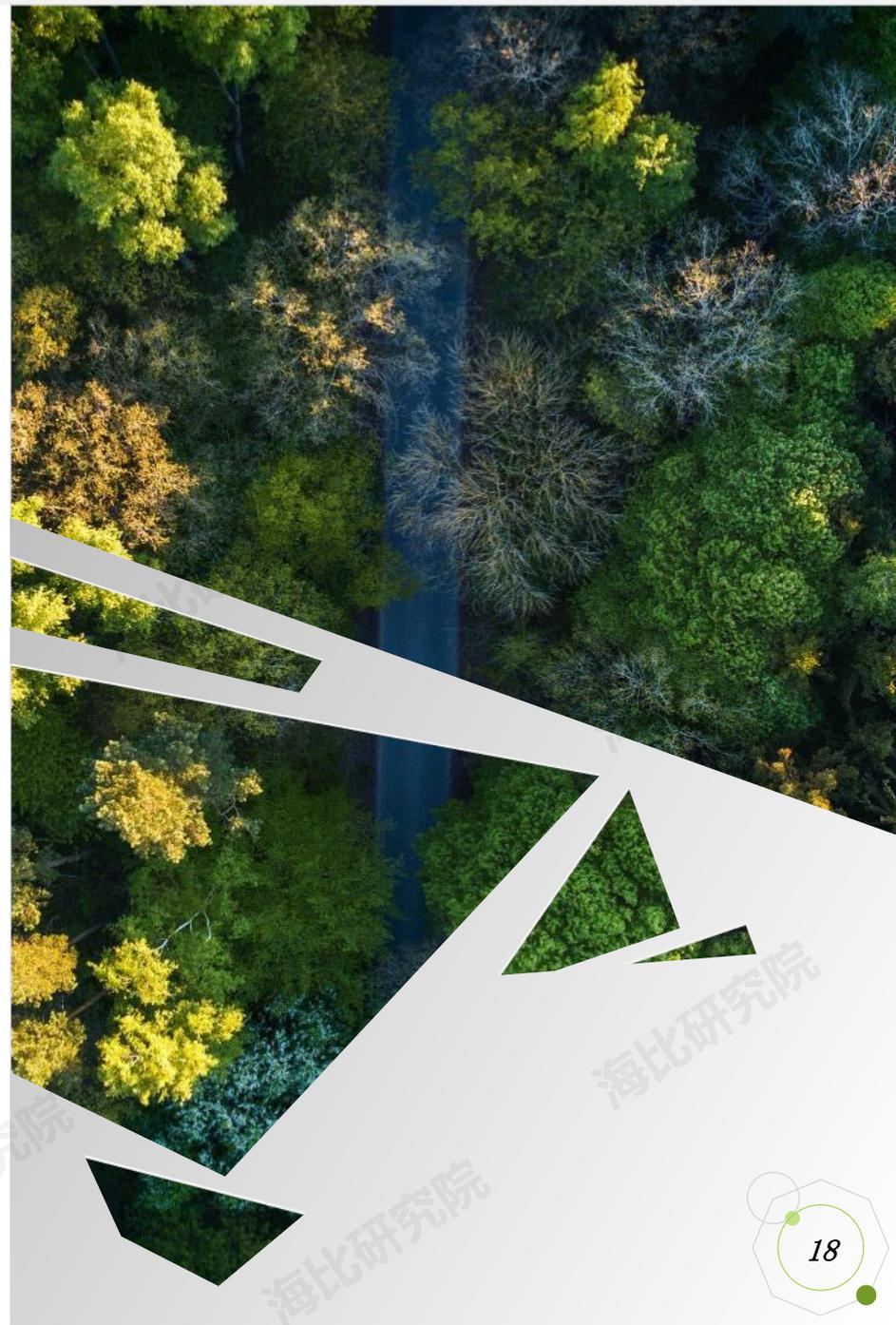
伙伴认证体系

- 企业资质类认证：通用类认证、行业类认证等
- 个人资质类认证：岗位认证、专业能力认证等



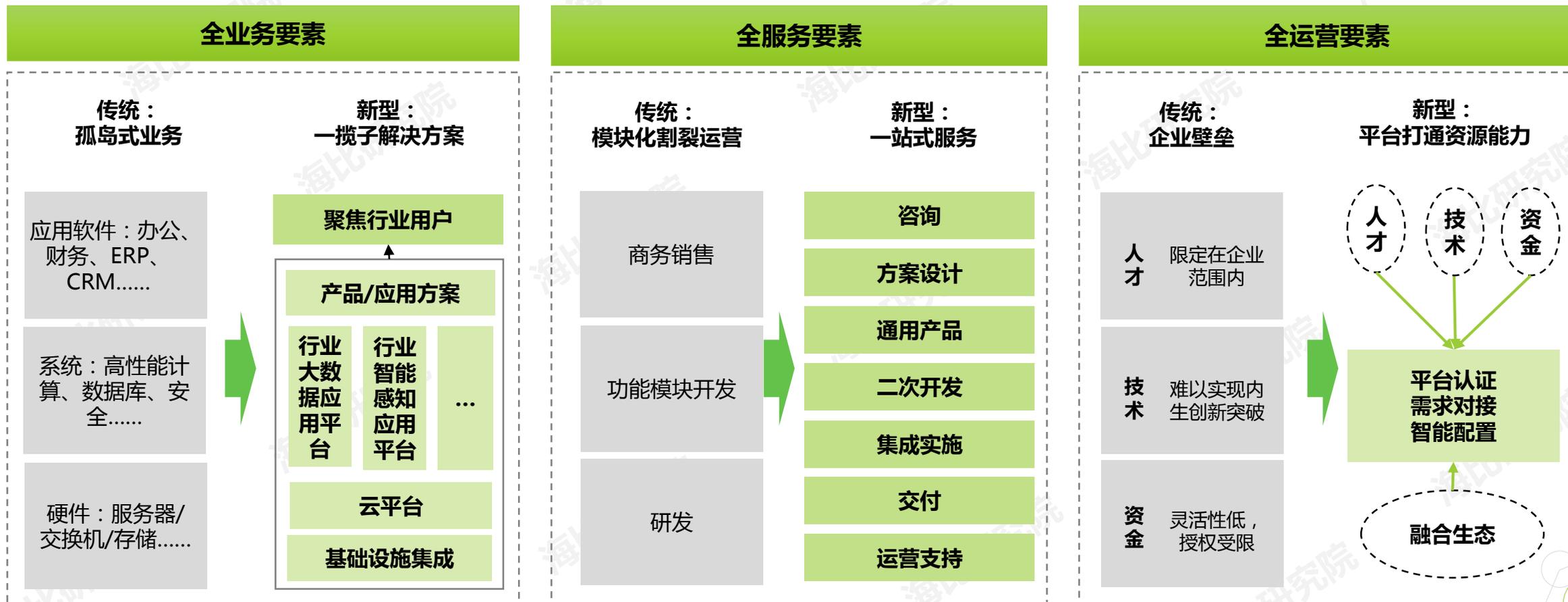
利益结算体系

- 集成与被集成分成机制
- 常规机制与谈判机制
- 激励与约束机制



生态赋能：以全要素合作视角搭建生态体系

包括全业务要素、全服务要素和全运营要素。



生态赋能：五大发展模式并举

企业服务应用生态寻求突破的五大发展模式：

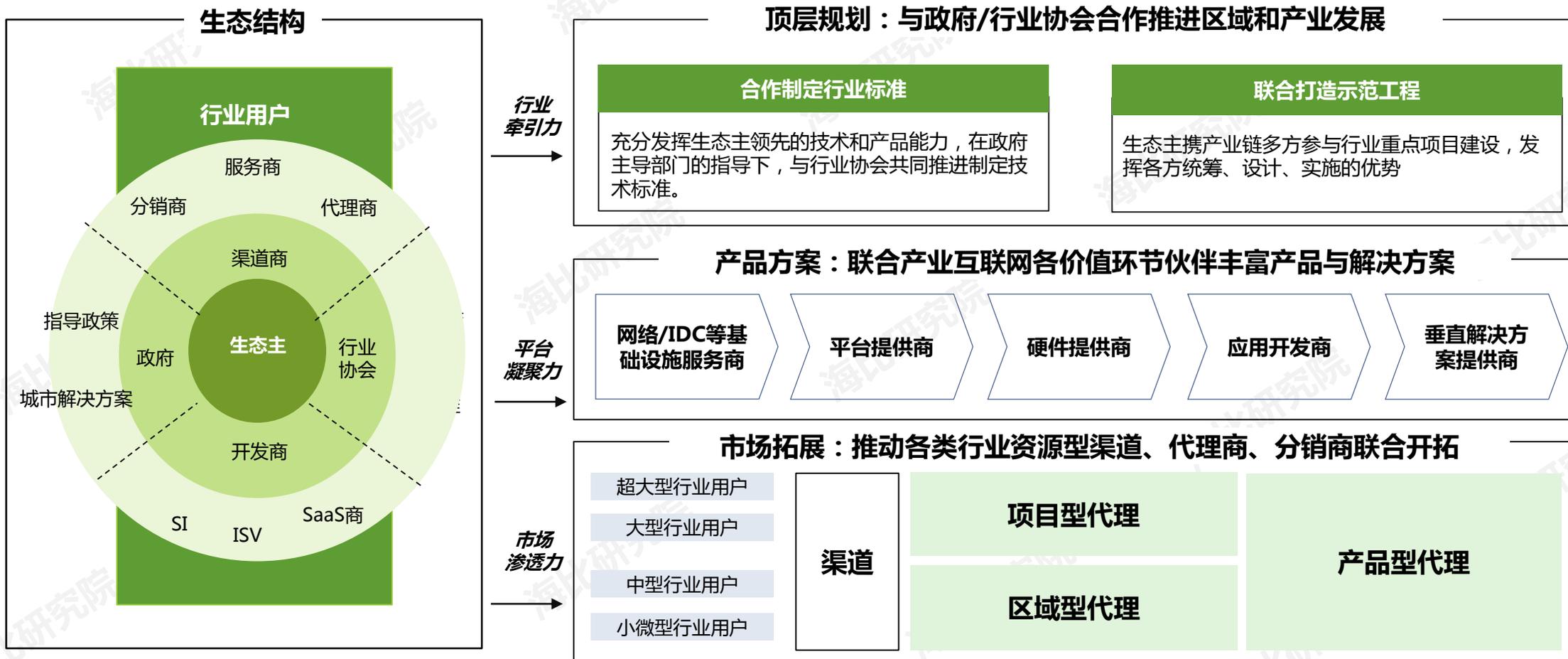
五大发展模式



- 直销与分销并重，渠道分销的服务能力得到重视。“独立部署+买断授权”为主要特征的传统软件行业，七成以上的销售来自于分销渠道；SaaS市场有超过85%的销售来自于直销。
- 与BAT融合、打通，借助ToC经验，吸引企业用户。
- 应用提供商打造PaaS平台，构建SaaS应用生态。

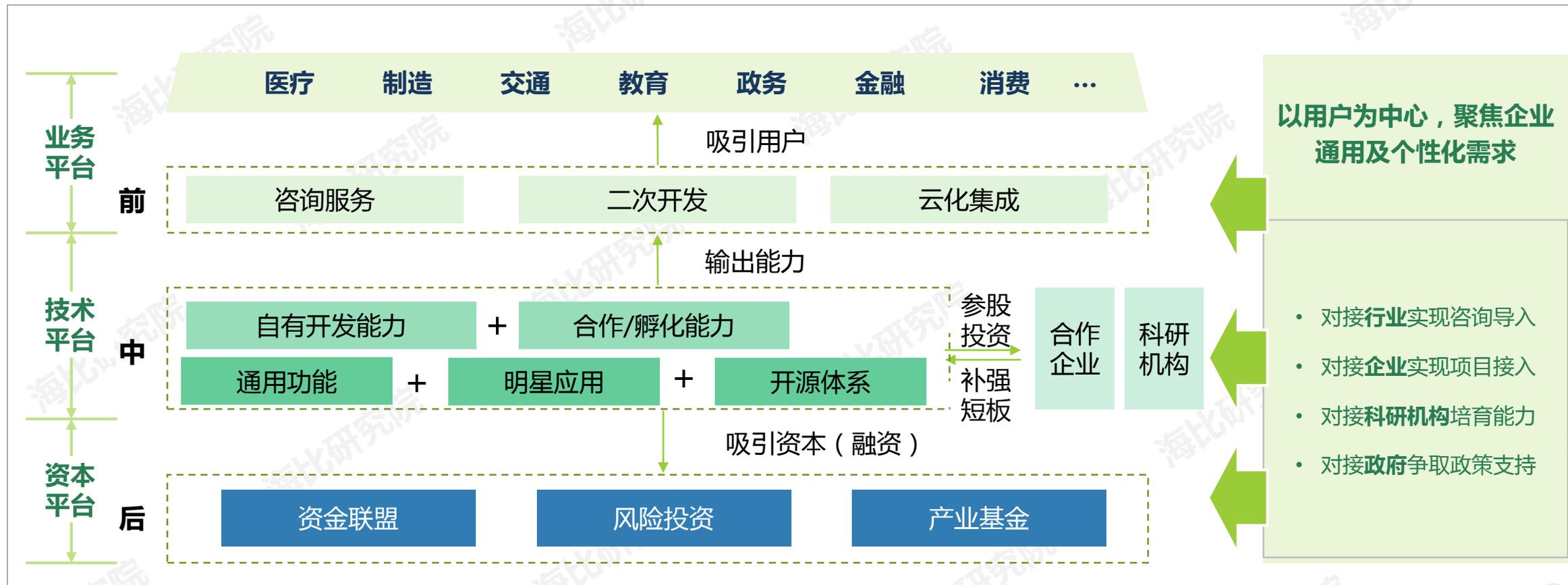
生态主发展策略：以行业为轴心推动伙伴集聚和应用下沉

新一代企业数智生态正在形成，行业将逐步成为生态聚合轴，需要贯通生态的多个维度，用平台将用户、伙伴汇集在一起交流、沟通、协作。



渠道商发展策略：蜕变中，聚合更广泛的能力和生态资源

在企业数智生态中，渠道除了不断丰富自身能力实现蜕变外，还需要更多团结生态伙伴，实现合作共赢。

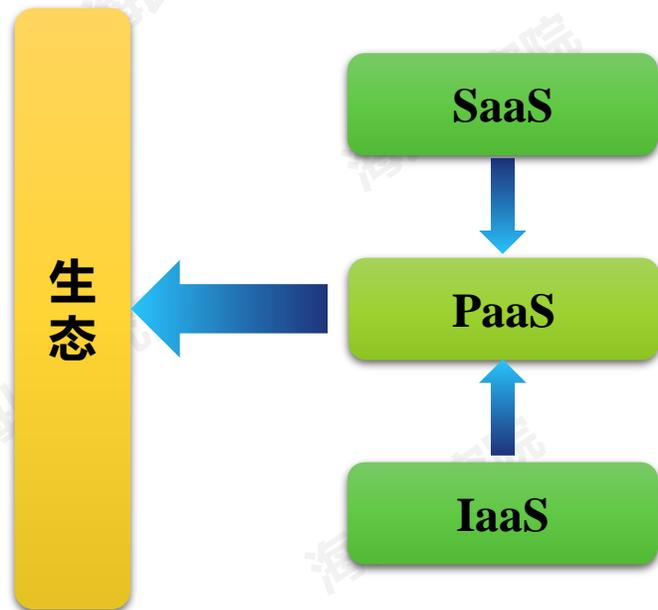


厂商发展策略：布局低代码平台

PaaS将成为众服务厂商展开角逐的新领地，低代码平台成为关键要素。

SaaS+PaaS的生态模式

实力较强的SaaS厂商，开始构建PaaS平台，使产品和组件微服务化，实现更加容易的调用与配置，同时开放API接入其他厂商的企业应用。采用PaaS平台既打破了SaaS结构化、工具化产品属性的限制，同时也实现了SaaS+PaaS的生态建设。



PaaS：充分整合低代码开发平台

通过IaaS为企业提供基础的计算和存储服务，聚集大量用户，然后从IaaS层向上发展，开发通用的PaaS平台，在平台上开放众多的SaaS应用接口，完成整个生态。

IaaS+PaaS的生态模式

未来五大重点方向

中台与数字营销



工业互联网与智能制造



数据资产管理



低代码



国产化



Thank You



中国数字智能生态大会



中国软件网
SOFT6.COM

报告内容及研究合作，敬请垂询：

海比研究副总裁：

汤媛媛 13811819315

汪剑眉 13910121098

报告责任分析师：

Eric 15810360828

aijia@soft6.com

tn@soft6.com