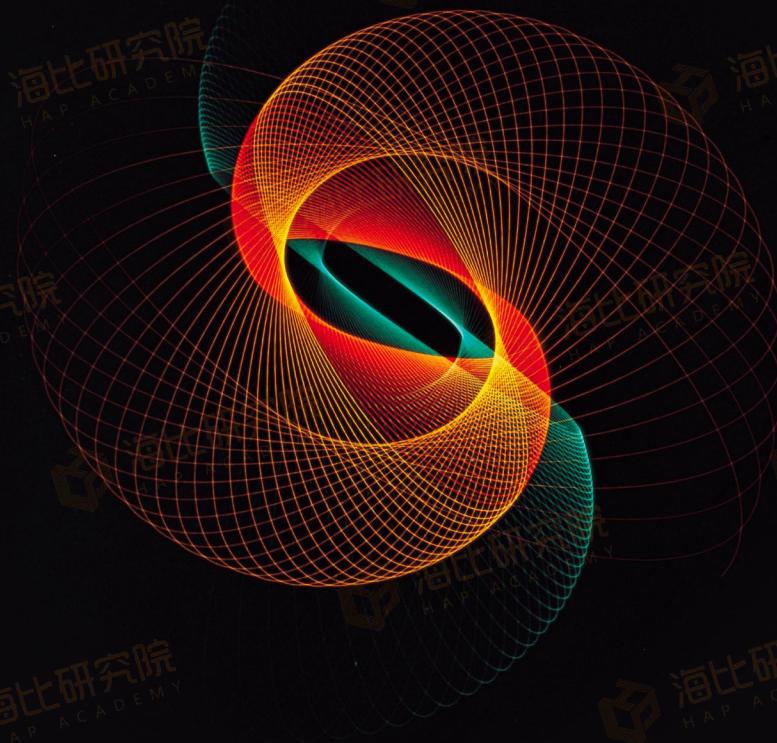




# 2021中国企业数智服务市场趋势洞察报告

2020.11

洞见2021·中国企业服务年会  
CHINA ENTERPRISE SERVICE ANNUAL CONFERENCE



双循环时代的数智新局

## 研究范围

本报告研究范围包括业务服务类的新物种职能与业务、应用服务类的SaaS通用/软件行业及软件通用/行业、技术服务类的IaaS、PaaS。

## 研究方法

### 桌面研究法

本报告基于中国软件网、海比研究院的专业积累，对企业服务领域的长期洞察和深度参与，基于桌面文献研究法（素材涵盖文章、观点、书籍、新闻资讯、音视频等），对中国企业数智服务市场现状进行全方位梳理，并提出相应观点和思考，为分析国内企业数智化进展与关键要点提供事实依据和逻辑洞察支撑。

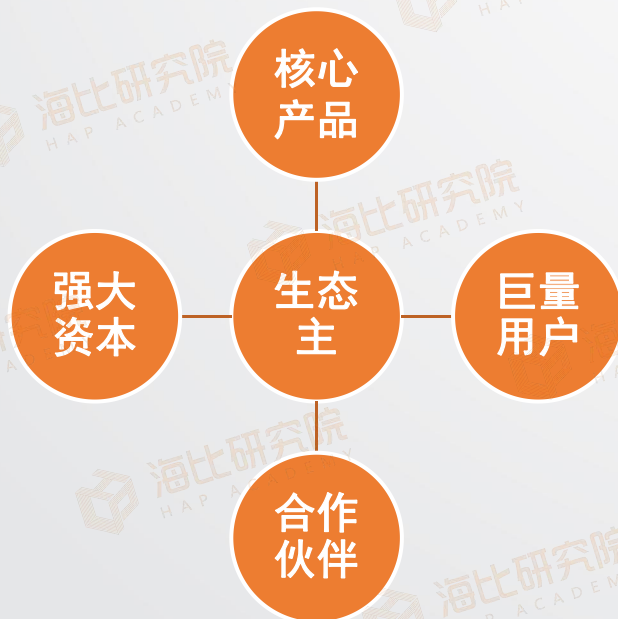
### 调研访谈法

本次报告为追求一手数据，对企业数智服务整体产业判断更加准确，将面向500家行业用户展开问卷调查，并对10个CIO、30个产品厂商、渠道商和平台商进行深度访问。调研访谈内容围绕企业基本信息、企业IT支出情况、对企业数智服务市场发展现状的看法、竞争格局、几大热点市场及趋势、可能存在机会与风险等相关层面。同时也对相应的从业者所在公司的运营模式进行了探讨，力图全面客观还原现阶段市场情况以作为报告的结论关键论据支撑。



## 生态主评估模型

对于那些有能力构建自己产业生态的厂商，海比研究、中国软件网将其称为生态主。一个生态主必须具备四个必要条件：核心产品、巨量用户、开放平台和合作伙伴。



## SaaS厂商发展潜力评估模型

海比研究对于SaaS新锐企业，通过数据分析、深度访谈、评审调研，从创始团队、产品技术、生态伙伴、商业模式、资本战略等方面进行综合评定，制定科学的评估体系，由此推断与判别企业未来发展潜力。



创始团队30%



产品技术30%



生态伙伴20%



商业模式10%



资本战略10%

业务服务

应用服务

技术服务

业务外包  
职能与业务

新物种  
职能与业务

SaaS  
通用、行业

软件  
通用、行业

PaaS

IaaS

|    |    |    |    |    |    |       |    |       |
|----|----|----|----|----|----|-------|----|-------|
| 招聘 | 财务 | 社保 | 行政 | 法务 | 金融 | 商事    | 设计 | ..... |
| 生产 | 营销 | 采购 | 物流 | 服务 | 研发 | ..... |    |       |

|     |     |     |    |    |    |    |    |       |
|-----|-----|-----|----|----|----|----|----|-------|
| 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 | 采购 | 物流 | 服务 | 研发 | 营销 | ..... |

|     |     |     |     |    |    |     |      |       |
|-----|-----|-----|-----|----|----|-----|------|-------|
| 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   | ..... |

|     |     |    |     |    |    |     |      |       |
|-----|-----|----|-----|----|----|-----|------|-------|
| 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   | ..... |

|        |     |    |     |    |     |        |       |       |
|--------|-----|----|-----|----|-----|--------|-------|-------|
| DevOps | 物联网 | AI | RPA | 游戏 | 区块链 | 数据管理   | ..... |       |
| 数据库    | 云管理 | 迁移 | 集成  | 通信 | 视频  | Office | 安全    | ..... |

|    |    |    |    |    |    |       |  |  |
|----|----|----|----|----|----|-------|--|--|
| 计算 | 存储 | 网络 | 边缘 | 桌面 | OS | ..... |  |  |
|----|----|----|----|----|----|-------|--|--|

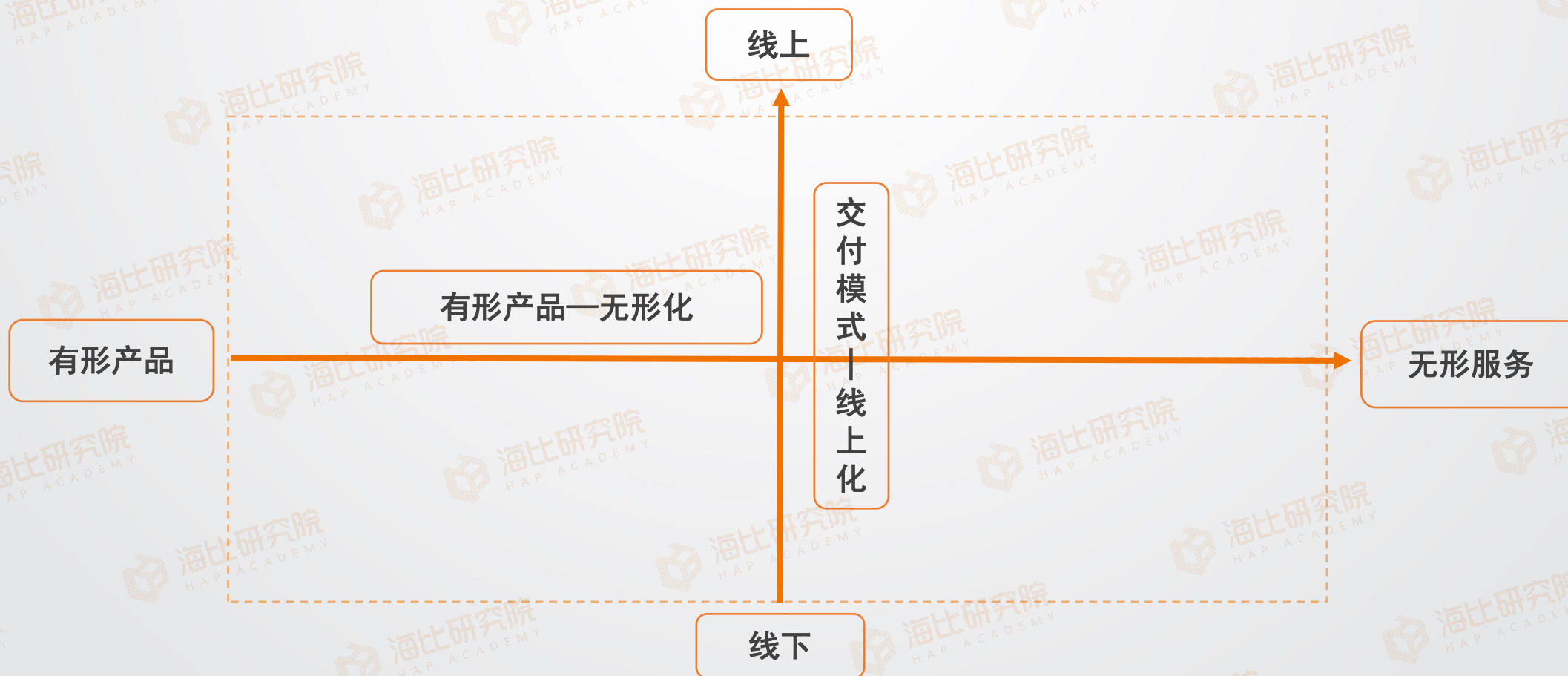
咨询服务



# 产业数字化模型

产品维度：有形产品向无形服务迁移演变，向数字化业务方向转型

交付模式维度：传统的线下模式不断向线上模式演化，向业务数字化方向转型



## 企业支出

### 有形物品采购

机器设备

直接采购

设备租赁

线上

传统

办公设备

直接采购

设备租赁

线上

传统

电子设备

直接采购

设备租赁

线上

传统

运输工具

直接采购

设备租赁

线上

传统

MRO

直接采购

设备租赁

线上

传统

原材料

直接采购

线上

传统

零部件

直接采购

线上

传统

### 服务采购

软件和数字化  
技术服务

信息技术服务

软件产品

信息安全

嵌入式系统软件

非软件服务

人力资源

线上

传统

财税服务

线上

传统

法律服务

线上

传统

知识产权

线上

传统

物流

线上

传统

设计

线上

传统

...

线上

传统

应用  
场景



# 目录

## CONTENTS

01

确定性与不确定性的2021

02

迅速增长的市场

03

五大热点市场分析

04

谁会成为最大的生态主？

05

谁走在企服前沿？

06

洞察新趋势

# 01 迅速增长的市场

# 拥抱不确定性的2021？

著名的“金融杀手”乔治·索罗斯曾说过：“我不害怕风险，我害怕不确定性。”

2020年是不确定性肆意横行的一年，全球疫情加速升级、中美贸易战导致全球化步伐放缓，经济逆周期持续下行导致资本市场持续遇冷等。究竟开启2021年的方式是否还将是hard模式？

全球疫情  
加速升级

中美贸易  
摩擦

经济  
逆周期

全球化  
步伐放缓

资本市场  
持续遇冷



# 后疫情时代，泛智能生态



疫情提供了理想的“数字化实验室”，在极端非接触条件下，使生活、生产、商务等场景尽可能借助数字化手段正常运转，同时也对各解决方案应对需求高并发、运营差异化、平台自适应、智能可感知等特性做出了验证。



## 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

## 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新增量红利后，在产业互联网领域也将成为增长新契机，包括特色产业小镇、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字服务

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、满足客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

# 疫情影响下，企业IT支出仍稳中有升

在疫情影响下，2020年企业为信息化数字化服务所花费资金在100万及以上比率较2019年有明显上涨，其中100万~1000万元、1000万~1亿元以上规模的支出增长最快，30万以下IT支出普遍明显减少，10万元以下的支出占比为8.9%。





# 政策加持：新基建加速企业数智化进程

自2015年以来，国家密集出台了一系列的扶持政策，其中明确指出传统经济要借助人工智能、大数据、云计算等新兴科技赋能实现转型，引导社会资本和资源持续关注。

2020年，随着国内外形势的不确定性增大，国家提出了以建设发展以5G为代表的新基建作为拉动经济的重要战略。5G网络及终端设备体系的铺设，也进一步为企业数智化的各场景数据流打通提供了基础。

## 5G

- 2020年5月，国务院《2020年政府工作报告》指出加强新型基础设施建设，发展新一代信息网络，拓展5G应用。
- 2020年3月，中央政治局常务委员会会议内容指出要加大公共卫生服务、应急物资保障领域投入，加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设进度。
- 2018年7月，工业和信息化部、发展改革委在《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》提出加快5G 标准研究、技术试验，推进5G规模组网建设及应用示范工程， 确保启动5G商用。

## 工业互联网

- 2018年6月，工信部在《工业互联网发展行动计划（2018-2020）》提出，到 2020 年底 我国将实现“初步建成工业互联网基础设施和产业体系”的发展目标， 具体包括建成5个左右标识解析国家顶级节点、遴选10个左右跨行业跨领域平台、推动30万家以上工业企业上云、培育超过30万个工业APP等内容。

## 人工智能

- 2019年11月，发改委在《产业结构调整指导目录（2019 年本，征求意见稿）》文件直接提及人工智能的条目共计18条，全部为鼓励性政策。
- 2019年3月，中央全面深化改革委员会第七次会议在《关于促进人工智能和实体经济深度融合的指导意见》提出构建数 据驱动、人机协同、跨界融合、共创分享的智能经济形态。

## 区块链

- 2019年8月，发改委在《产业结构调整指导目录（2019 年本）》在“鼓励类”信息产业中增加了“大数据、云计算、信息技术服务及国家允许范围内的区块链信息服务”，成为我国区块链发展的重要支持性文件。

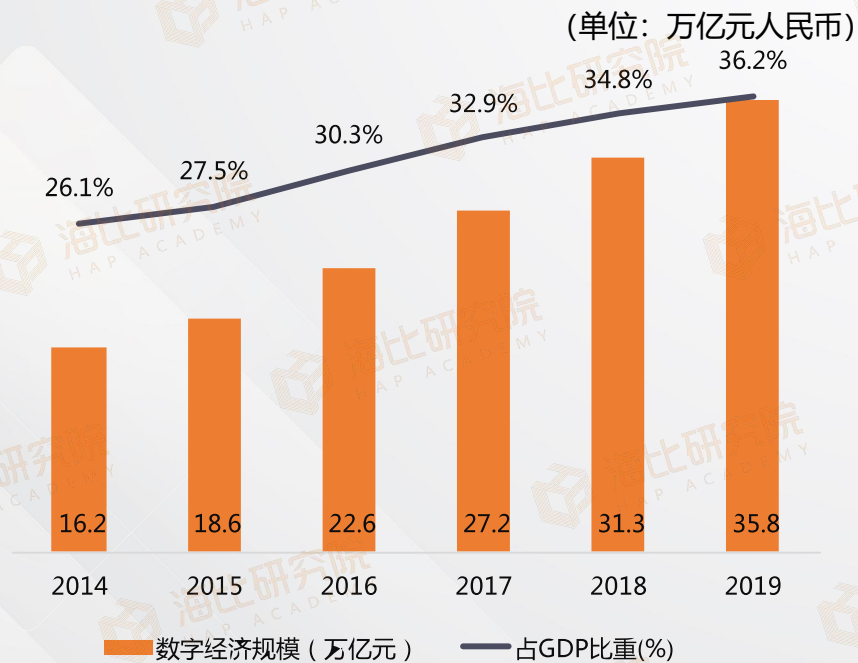


# 数字经济时代的蓝海

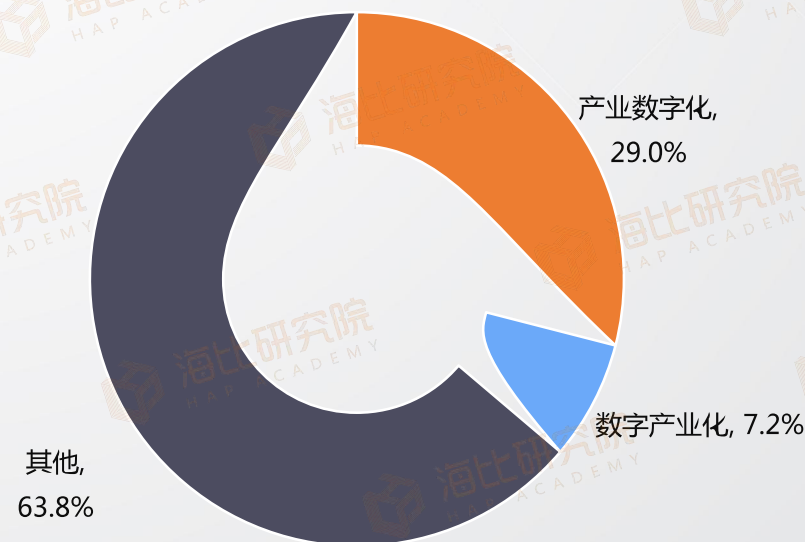
中国数字经济在GDP中占比跨过35%的创新临界点，预计2022年将超过50%，其中，数字产业化增加值占到GDP比重的7.2%。数字化将全面深化渗透各个产业，对各行各业的普惠性赋能带来巨大的蓝海空间。

企业信息化意识增强，无论是中小型企业还是集团企业，都在通过数字化转型探索企业发展新道路。

## 中国数字经济规模及占GDP比重



## 2019年数字化产业占GDP比重



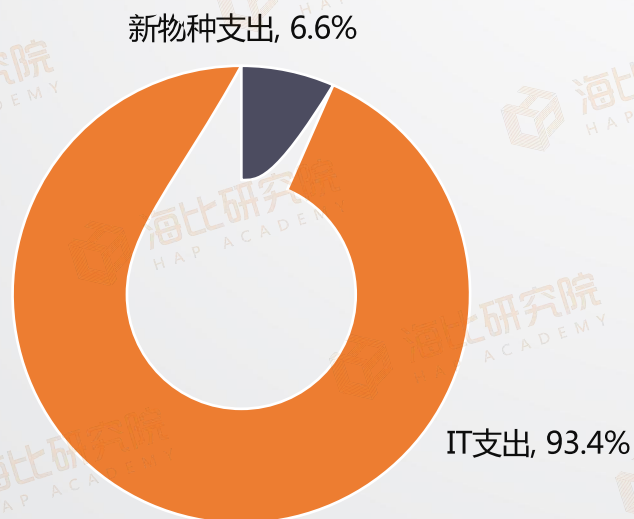
## 02 迅速增长的市场



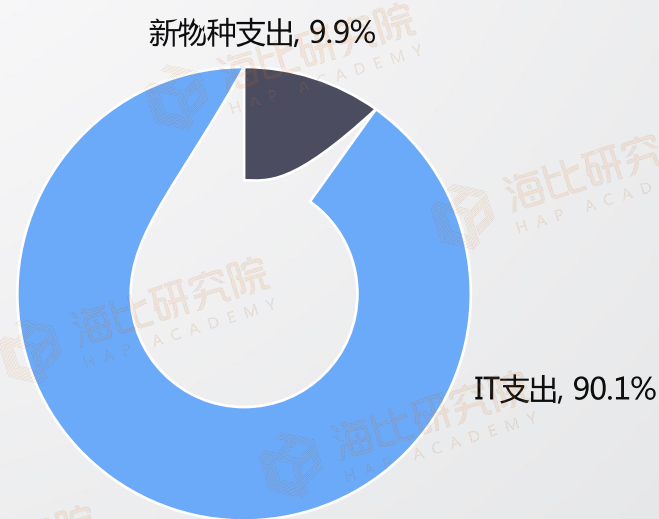
## 2021年，新物种支出占比将达10%

根据Gartner数据，海比研究预测，2020年中国企业数智服务市场规模为3.04万亿元，其中IT支出占比93.4%，新物种支出占比6.6%。2021年，新物种支出将保持高速增长，预计所占比例将增至10%。

### 2020中国企业数智服务细分市场结构



### 2021中国企业数智服务细分市场结构

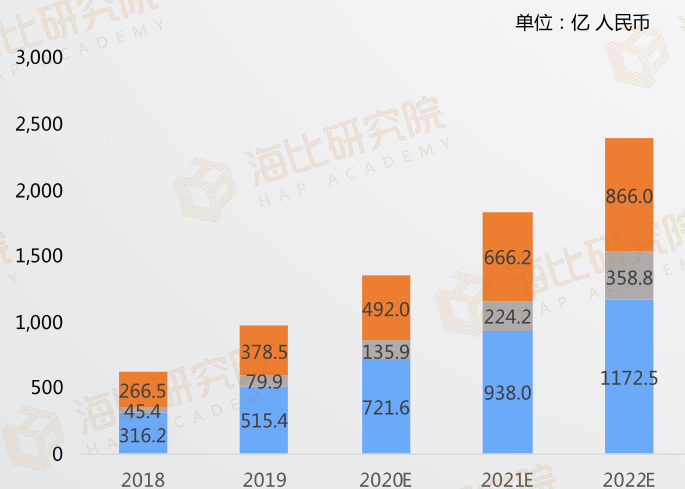


## 企业数字化转型催化下，SaaS发展潜力巨大

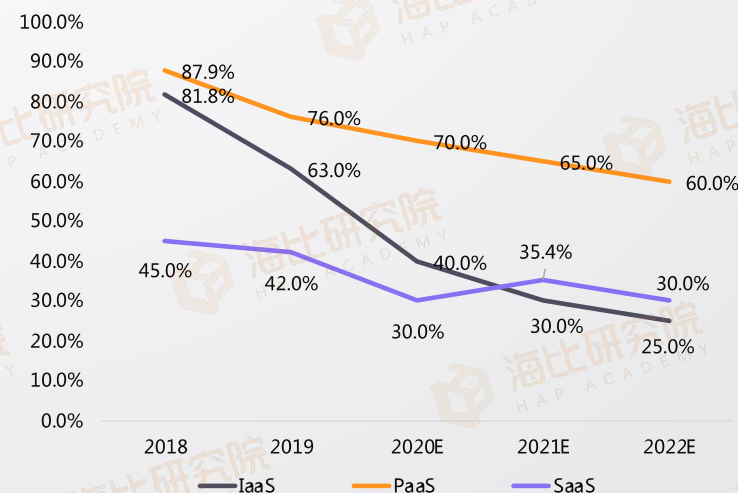
中国SaaS市场增速不及PaaS，比重不及IaaS，再次印证了中国公有云市场结构的独特性。

据海比研究预测，2020年中国SaaS市场规模为492亿元，同比增长30%。结合全球SaaS整体发展态势来看，成熟度仍差距明显，增长空间巨大。2021年中国SaaS市场在疫情倒逼企业数字化转型影响下，将加速发展，增长率达35.4%，并超过IaaS。

### 中国公有云细分市场规模



### 中国公有云市场增长率



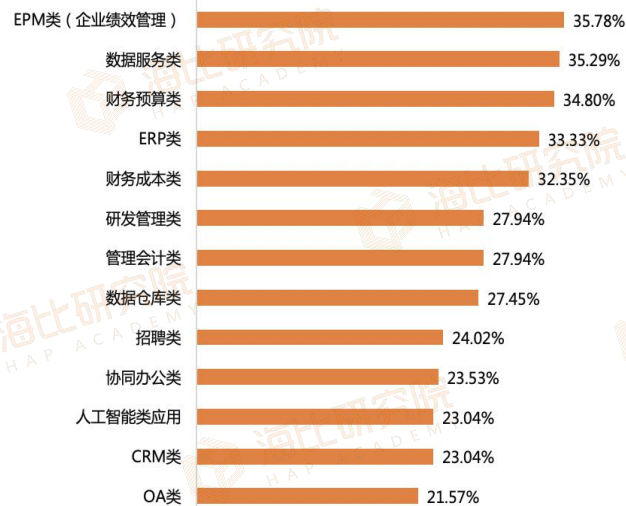
数据来源：IDC、Gartner中国软件网&海比研究院，2020



## 需求端重构，平均每家企业采购7个应用

2021年，企业购买通用型应用，如财务管理类、HR类、协同办公类等应用依然占多数。大数据应用类软件发展较快，其中数据服务类采购比例达35.29%，位列第二位。据海比研究调研显示，平均每家企业采购7个应用来满足企业IT系统和应用需求。

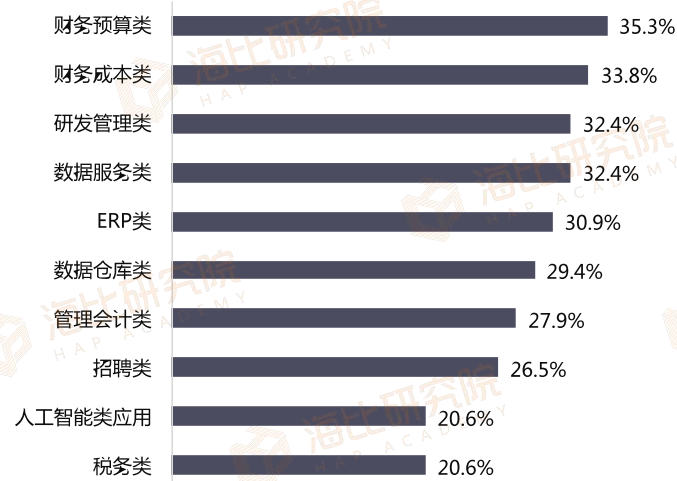
### 2021年企业IT系统和应用欲采购类型情况



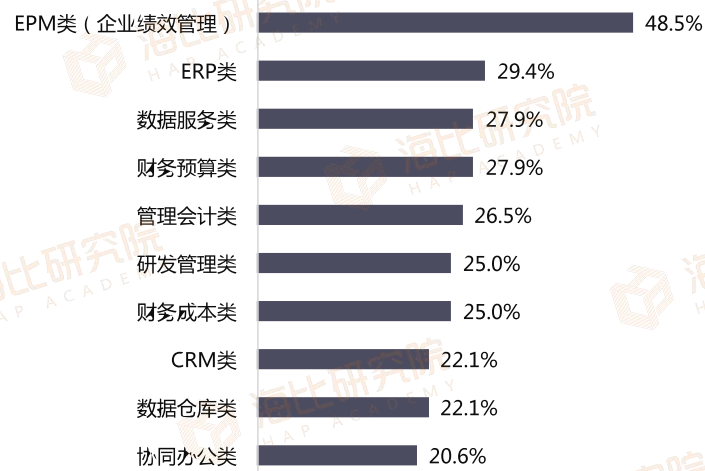
## 不同规模企业应用选择各有侧重

从2021年不同规模企业系统和应用采购TOP10来看，小微型企业，主要偏重于财务类、HR类、营销类、行业解决方案等通用型应用；中型和大型企业，更多地选择研发类、EPM、大数据和BI类软件等新技术应用。

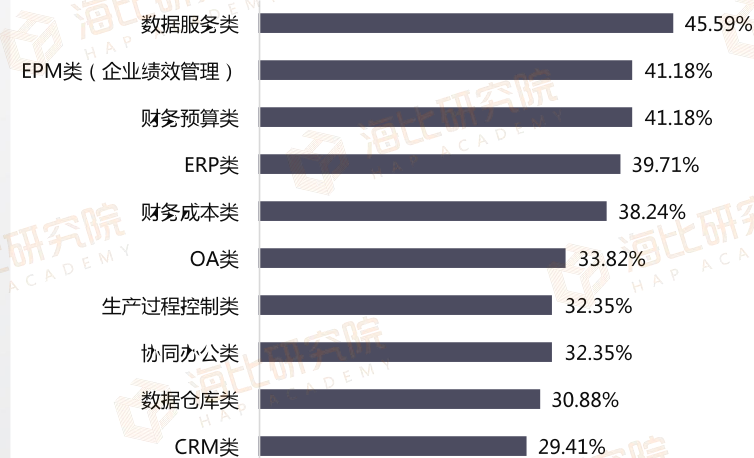
### 2021年小微型企业系统和应用采购TOP10



### 2021年中型企业系统和应用采购类型TOP10



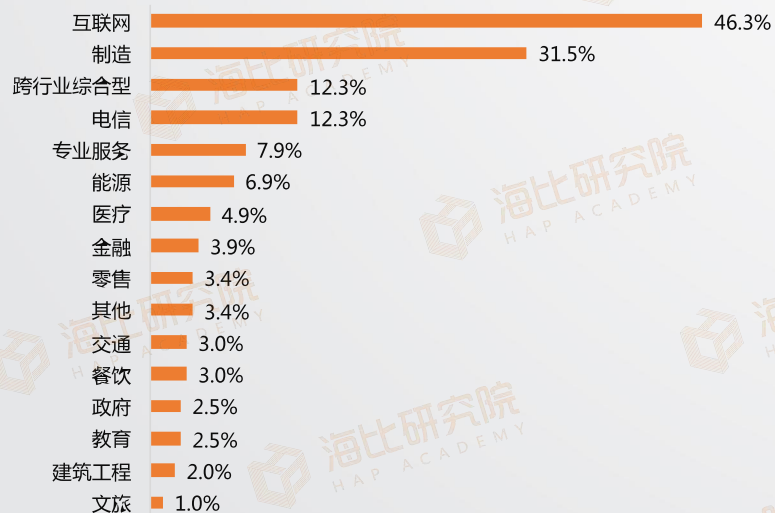
### 2021年大型企业系统和应用采购TOP10



# 企业系统和采购类型与行业相关性明显

2021年，互联网企业首选数据服务类应用，跨行业综合型企业多选择通用型应用，如财务类、ERP类、协同办公类等。制造行业企业选择系统和应用倾向性明显，以研发管理类、生产过程控制类、供应链管理类为主，MES类关注度较高。

## 行业领域分布



数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

## 互联网行业企业系统和应用采购TOP5



## 制造行业企业系统和应用采购TOP5



## 跨行业综合型企业系统和应用采购TOP5

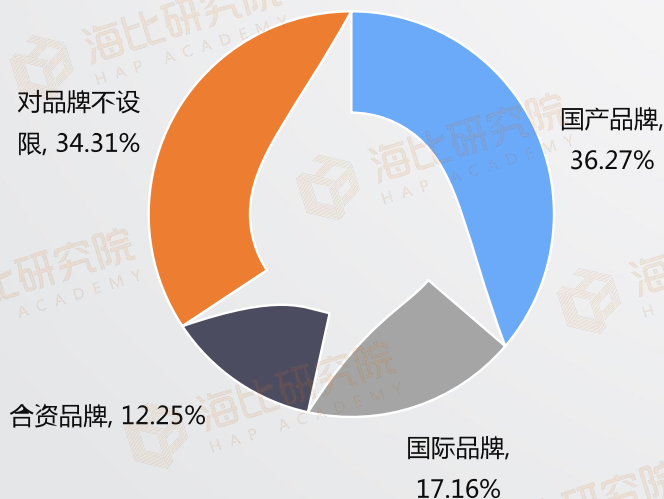




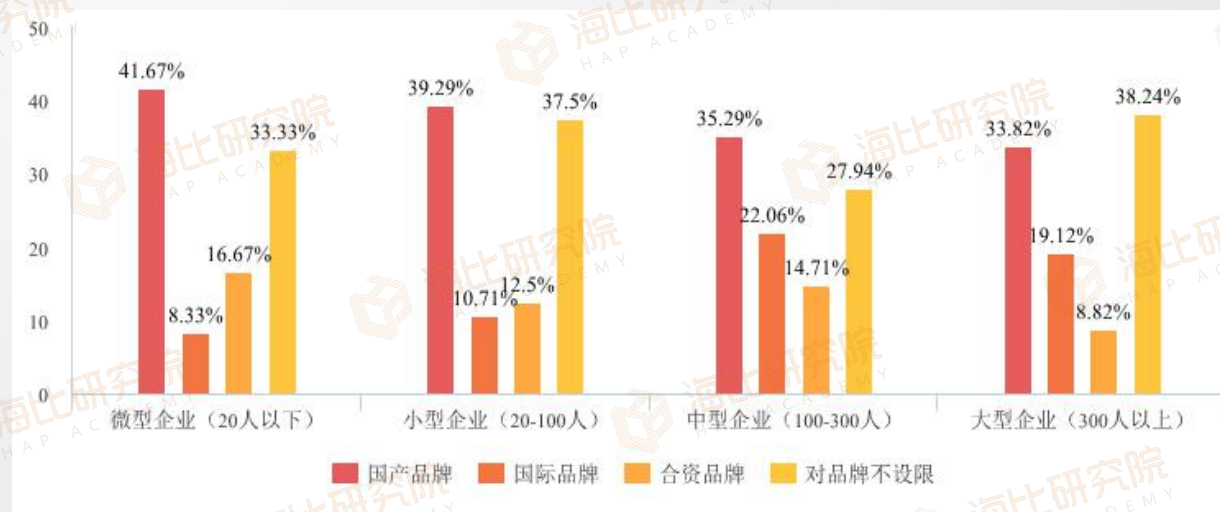
## 国产品牌是首选，中大型企业国际品牌青睐度高于小微企业

在应用品牌选择上，有34.31%的企业对品牌不设限，其中大型企业占比38.24%，选择符合自己实际需求的服务品牌。国产品牌占比最高为36.27%，小微型企业占比较大，随着国产化进程不断推进，国产品牌成为企业首选。国际品牌占比为17.16%，较去年下跌7%，主要以中大型企业为主。选择合资品牌的情况较少，占比仅为12.25%。

### 企业购买系统和应用品牌选择情况



### 企业规模与品牌选择情况



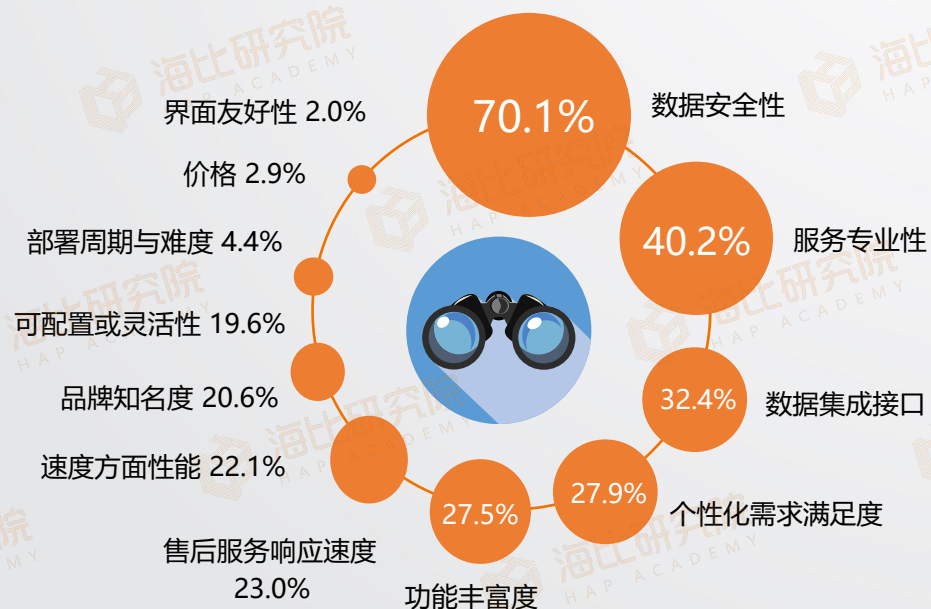
数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

## 数据安全成为用户重点关注要素

随着企业服务需求多元化的发展，企业购买应用时关注要素最多的是数据安全性，占比70.1%，服务专业性、数据集成接口、个性化需求满足度、功能丰富度、售后服务响应速度、品牌知名度等因素也是企业所看重的。

企业购买系统和应用信赖品牌有：阿里云、腾讯云、华为云、百度云、用友等。

### 企业购买系统和应用关注要素



### 企业购买系统和应用十大信赖品牌





# 企业数智服务场景应用图谱——人力资源

人力资源平台主要包括HR SaaS、HR0、招聘管理、企业培训、薪酬福利、绩效工时、员工关系等。

## HR SaaS



## 代账平台



## 招聘管理



## 企业培训



## 薪酬福利



## 其他





# 企业数智服务场景应用图谱——财税管理

财税管理平台主要包括ERP、代记账平台、费控报销、电子发票、法律服务等。

## ERP



## 代账平台



## 费控报销



## 电子发票



## 法律服务



# 企业数智服务场景应用图谱——协同办公

协同办公平台主要包括OA、项目管理、音/视频会议、文档协同、BPM、电子签约、企业云盘等。

## OA



## 项目管理



## 音/视频会议



## 文档协同



## BPM



## 电子签约



## 企业云盘





# 企业数智服务场景应用图谱——数据管理

数据管理平台主要包括BI、数据采集与加工、数据中台、数据安全等。

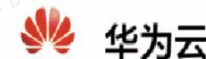
## BI



## 数据采集/加工



## 数据中台



## 数据安全



注：仅列出部分企业

# 企业数智服务场景应用图谱——营销采购

营销采购平台主要包括CRM、SCRM、内容视频营销、在线客服、企业采购等。

## CRM



## SCRM



## 内容营销



## 在线客服



## 企业采购





# 企业数智服务场景应用图谱——热点行业及新物种

工业互联网平台、低代码/零代码平台、区块链应用、企业出行服务及新物种是未来热点市场，值得业界关注。

## 工业互联网



## 低代码/零代码



## 区块链



## 企业出行服务



## 新物种



## 03 五大热点市场分析



# SaaS、工业互联网等领域值得高度关注

海比研究通过对2020CDEC参会应用厂商、平台商、渠道伙伴、用户等生态伙伴高管进行调研，对于SaaS、工业互联网、低代码、数据资产管理、中台、国产化、区块链等热点市场关注热度进行打分，满分为5分。通过竞争格局雷达图模型研究分析得出SaaS、工业互联网、低代码、企业中台、区块链五大领域是未来热点市场，值得业界关注。

## 热点市场竞争格局趋势预测



# 业务场景应用

## 企业数字化转型升级，业务场景应用市场具有更快加速度

- 中国数字经济加速发展改变原有产业格局，倒逼企业转型，业务场景应用助力企业数字化转型，对原有价值链条进行整合。海比研究对业务场景应用SaaS进行赛道划分，分为经营管理业务类、办公沟通工具类、垂直行业专用类、业务流程外包类、数据分析服务类、信息安全管理类六大类。

| 经营管理业务类 SaaS                                                        |       | 办公沟通工具类 SaaS                                    | 垂直行业专用类 SaaS                     | 业务流程外包类 SaaS            | 数据分析服务类 SaaS                  | 信息安全管理类 SaaS |
|---------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------|-------------------------------|--------------|
| 内部管理型                                                               | 外部交易型 | 视频会议、电话会议、IM、网盘、Office、协同办公、企业邮箱、直播、设计与图像、视频制作等 | 政务、医疗、教育、金融、能源、制造、文娱、零售、通信、公共事业等 | 代记账、招聘、社保、采购、员工福利、商事服务等 | BI、数据仓库、数据湖、报表、数据服务、大数据、数据中台等 | 网络安全、数据安全等   |
| HR、财务、费用报销、知识管理、电子合同、项目管理、PLM、APS、设备与资产管理、资金管理、预算管理、EPM（绩效管理）、研发管理等 |       | CRM、ERP、SCM、采购、电商、业务中台等                         |                                  |                         |                               |              |



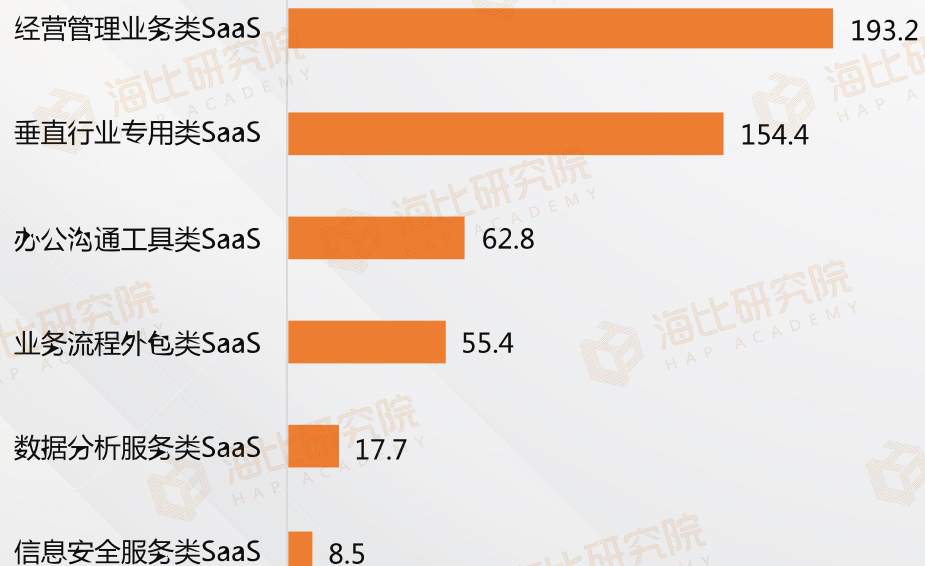
# 业务场景应用

## 通用型的经营管理业务类SaaS占比最高，垂直行业专用类SaaS增长速度较快

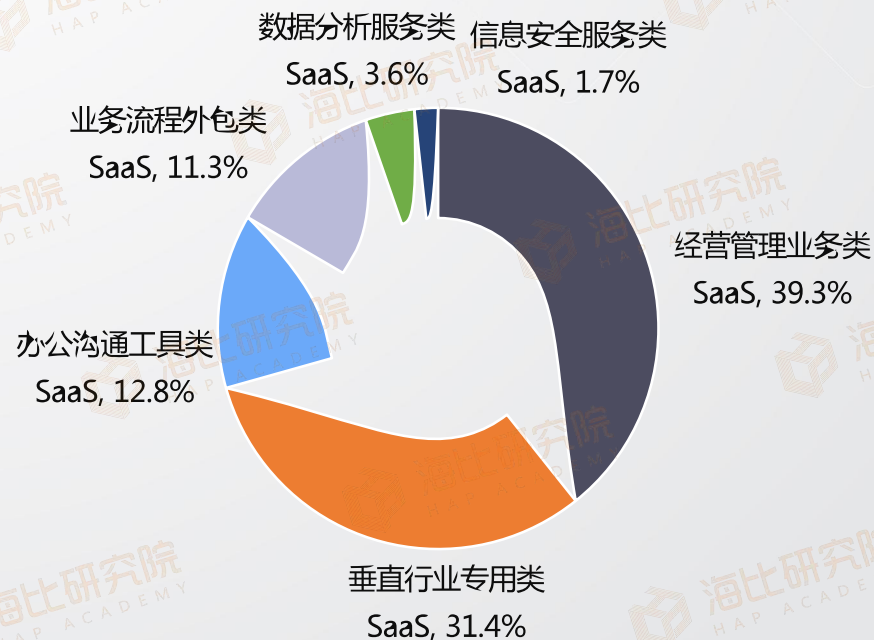
- 在六类细分业务场景应用SaaS市场中，经营管理业务类SaaS和垂直行业专用类SaaS占比最高，分别为193.2亿元和 154.4亿元，两者占据70.7%。业务流程外包类SaaS和办公沟通工具类SaaS增长最快，未来极具成长空间。

2020年业务场景应用SaaS细分市场规模

单位：亿元 人民币



2020年中国业务场景应用SaaS细分市场比例



数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

# 业务场景应用

## CRM、ERP、智能办公是经营管理业务类场景应用主力军

- 2020年，以CRM、ERP、智能办公等为代表的业务场景应用持续保持高增长，也是国内经营管理业务类SaaS最大的细分市场，占比达 39.3%。随着线上办公常态化，智能办公SaaS是增长最快的细分市场，增长率达到 50.3%，钉钉、企业微信、腾讯会议等办公类应用商业模式明朗，其市场规模会越来越大。

2018-2020年中国经营管理类SaaS细分市场规模对比



数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

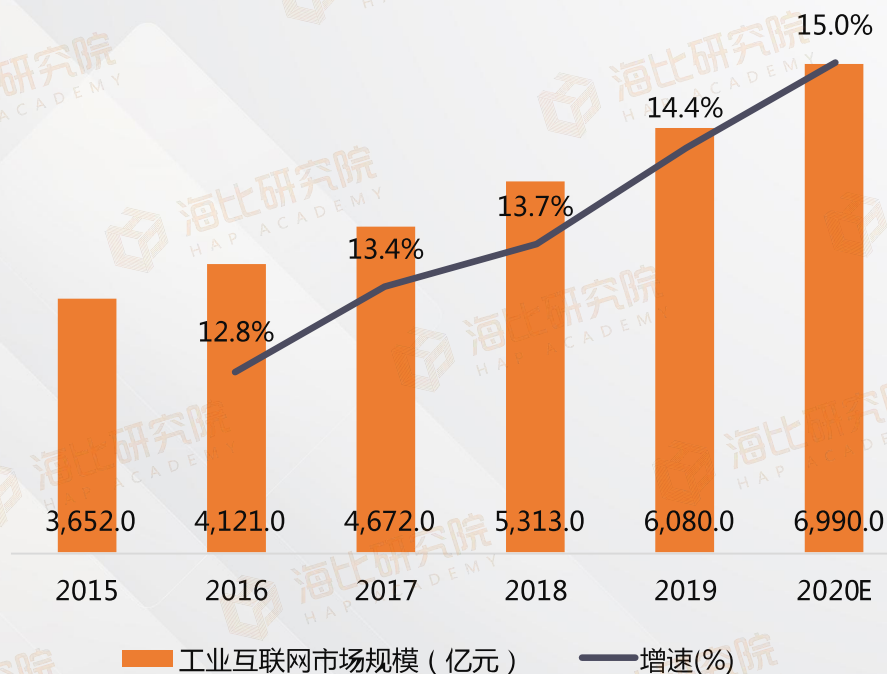


# 工业互联网

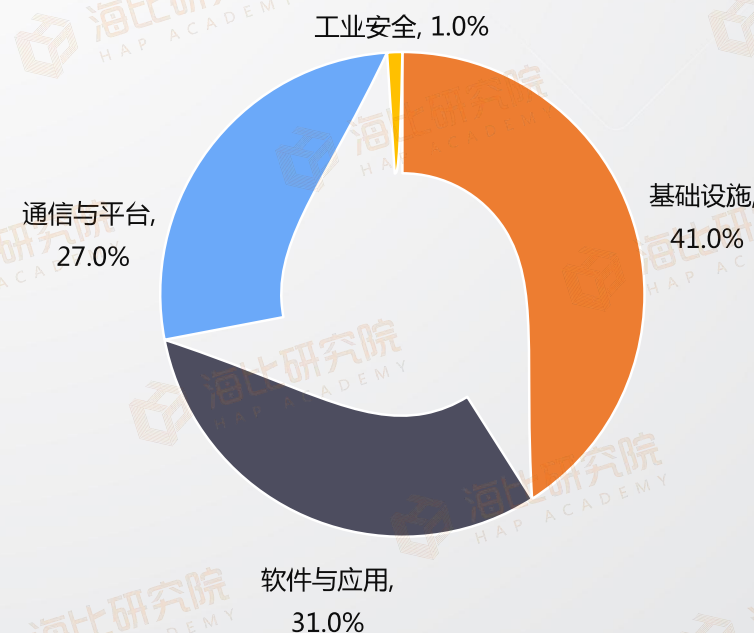
## 政府政策补贴极大促进了工业互联网的应用市场发展

- 中国工业互联网2015 年市场规模为 3652 亿元，2019年为 6080亿元，年复合增速13.7%。预计2020年市场规模可接近7000亿元。

2020年中国工业互联网市场规模



2020年中国工业互联网市场结构



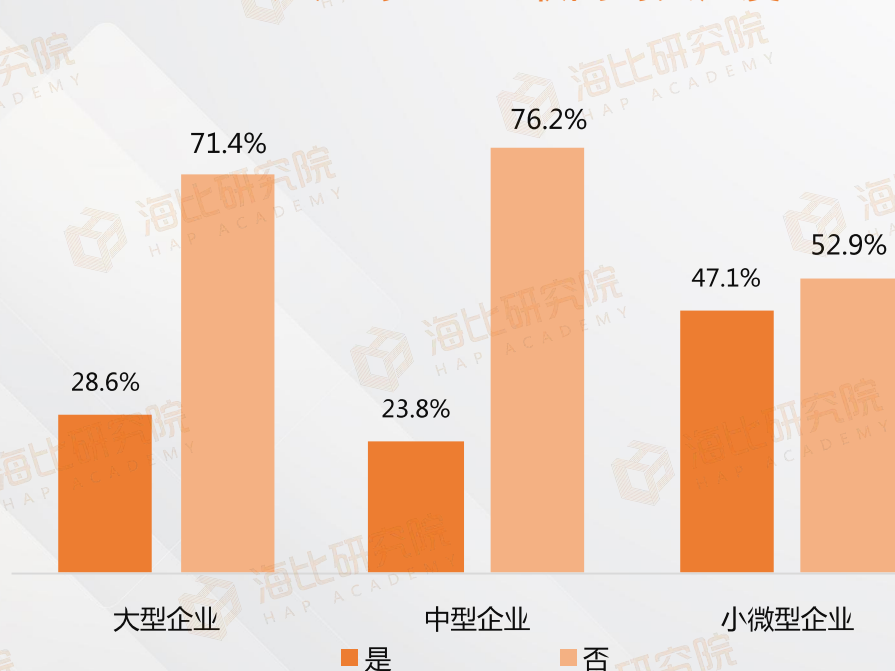
数据来源：中国信通院，中国软件网&海比研究院，2020

# 工业互联网

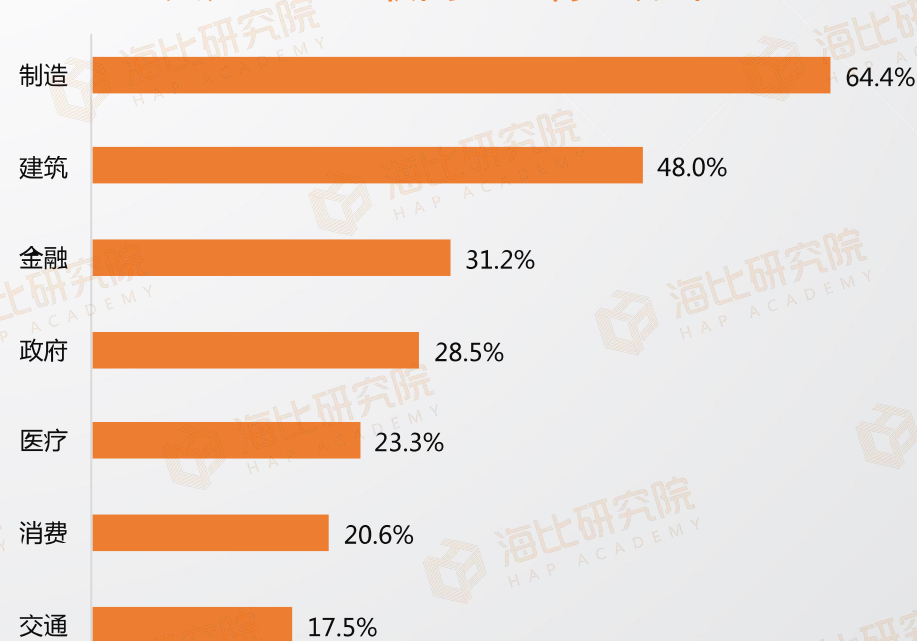
## 小微型企业对工业互联网关注度较高，多为制造行业

- 近年来，随着小微企业对数字化性的需求日益旺盛，在政府政策利好及新技术的驱动下，小微型企业作为最具创新力群体对工业互联网关注度高于大、中型企业；其中制造行业占比最高约64.4%，建筑、金融、政府行业也颇为关注。

企业用户对工业互联网的关注度



关注工业互联网企业行业分布



数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

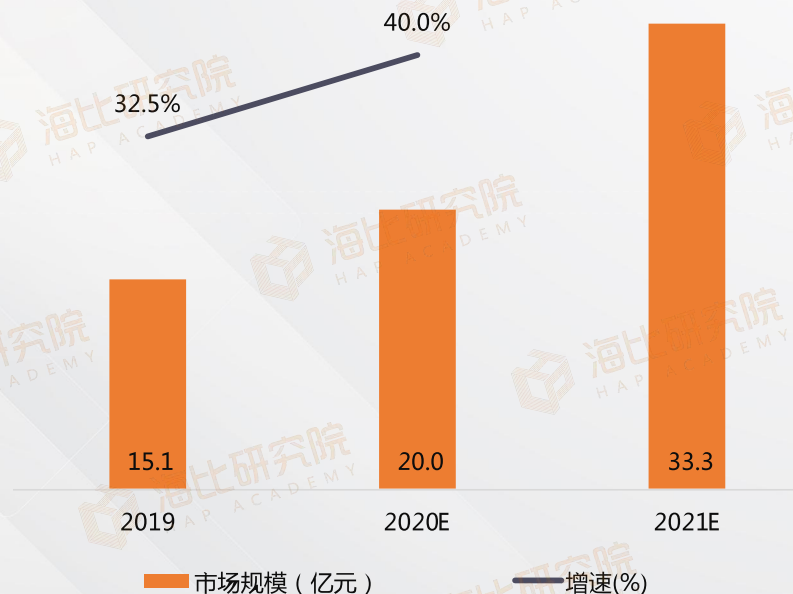


# 低代码/零代码

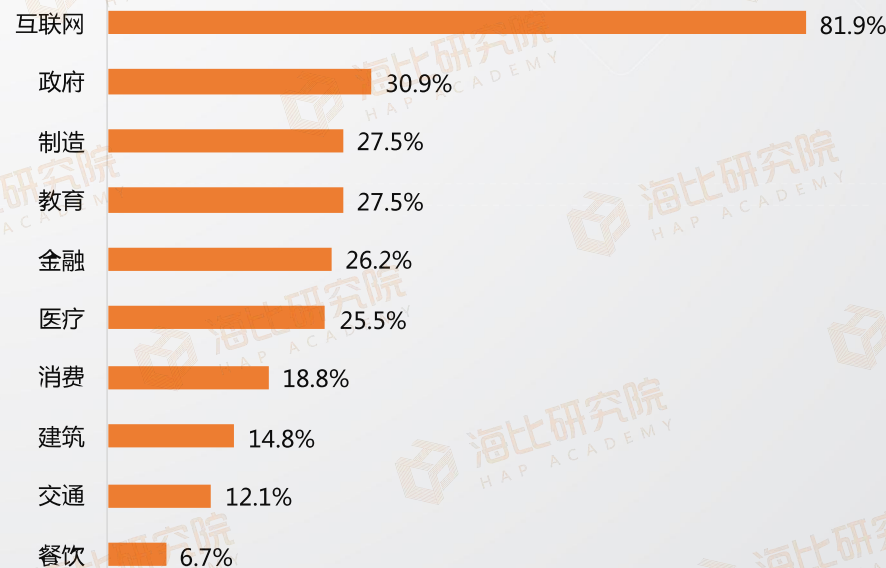
## 低/零代码开发平台处于早期探索阶段，受垂直行业关注度较高

- 据海比研究预测，2020年中国低代码、零代码市场规模将持续快速扩增，达到20亿元人民币，增长率32.5%。
- 随着应用场景不断拓宽，政府、制造、教育、金融、医疗等行业垂直领域对低代码/零代码关注度较高。未来，随着低代码/零代码开发平台效率提高，企业降低技术门槛即可满足个性化的企业管理需求。

2018-2022年中国低代码/零代码市场规模



关注低代码/零代码行业分布

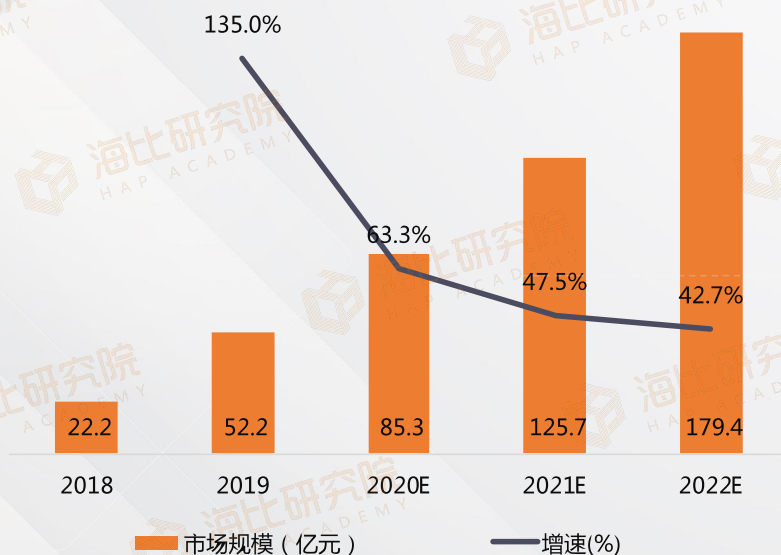


# 企业中台

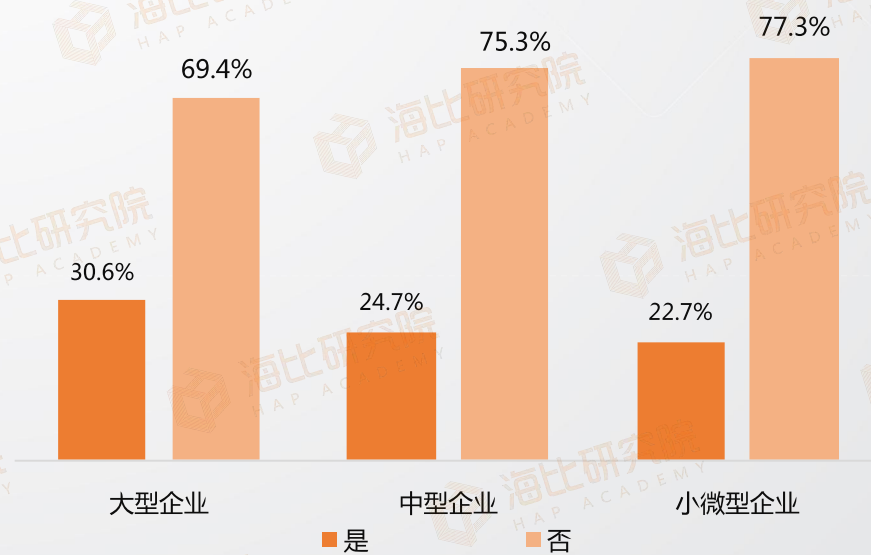
## 企业中台行业迎来爆发期，增长势头明显，业务规模迅速扩张

- 2020年数字中台市场规模将超过85亿元，同比增长率63.6%，未来两年依旧保持高速增长。
- 大中型企业对中台关注程度高于小微企业，对于大中型企业而言，市场部门无法覆盖全国各区域、各细分市场的“小趋势”和“小机会”，各地营销团队自身市场洞察能力也参差不齐。同时，企业内部自身复杂的流程、制度和“本位主义思想”，导致市场反应力不足。

2018-2022年中国数字中台市场规模



企业用户对中台的关注度



数据来源：艾瑞咨询、中国软件网&海比研究院，2020



# 区块链

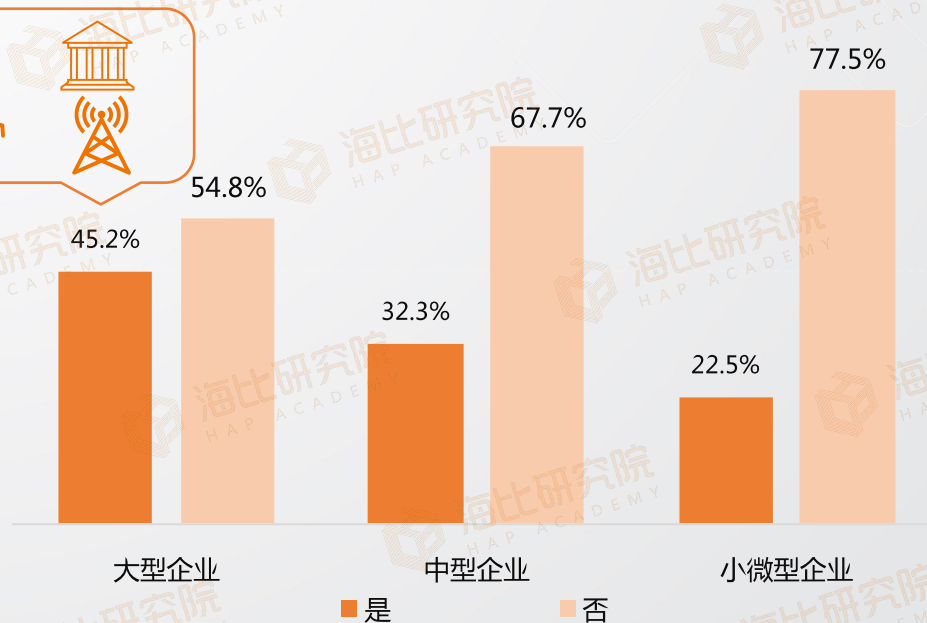
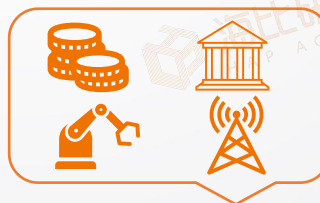
## 中国区块链市场受疫情影响，但仍为全球区块链市场规模第二大的单体国家

- 据IDC预测，2020年全球区块链市场整体支出在新冠肺炎疫情的影响下有所减少，将达到42.8亿美元；中国区块链市场总体支出达4.7亿美元。
- 大中型企业用户关注区块链行业占比77.5%，远高于小微企业，其中以金融、政府、制造、电信行业为主。

2017-2022年中国区块链市场规模



企业用户对区块链的关注度



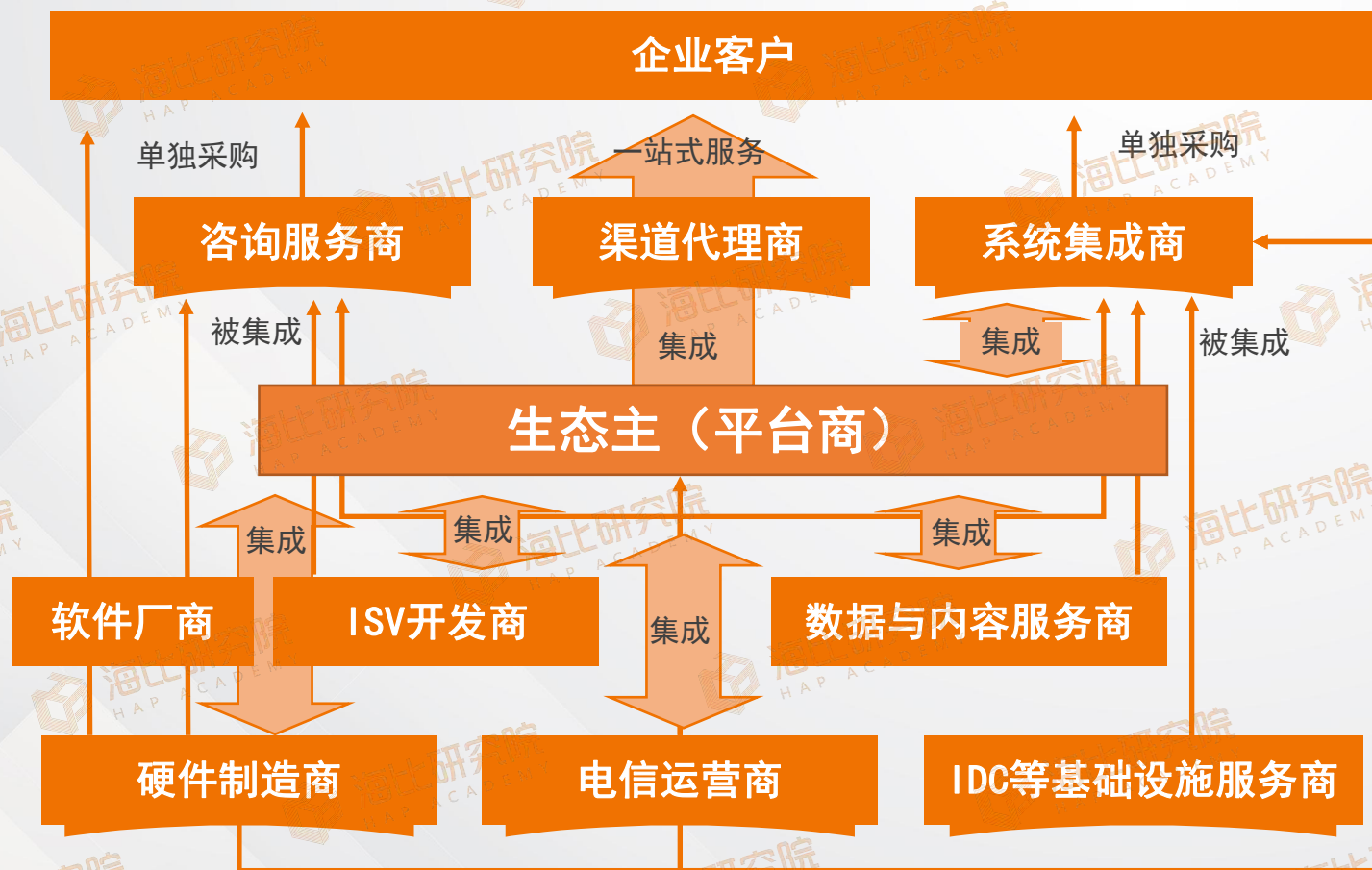
数据来源：IDC、中国软件网&海比研究院，2020

## 04 谁会成为最大的生态主？



# 生态构建的新规则——有效触达客户

生态愈加错综复杂，遵循平台经济学法则：“平台大者恒强，但在细分市场小而精的企业极具优势”。



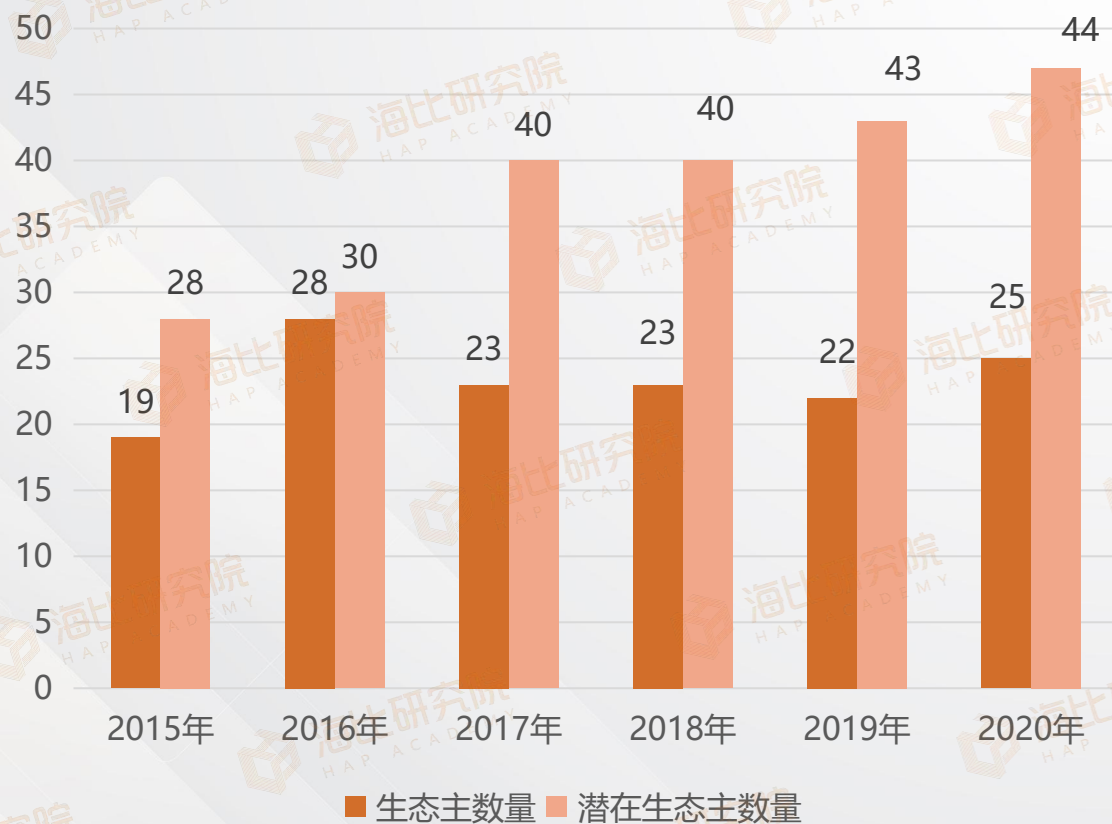
## 产业生态的普世价值观

- 拉升品牌影响力，锁住最终客户；
- 通过生态伙伴增强客户获取能力、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。

# 生态主格局趋于集中化

大生态主数量减少，潜在生态主逐渐增加。2C转向2B、国产化、工业互联网是三大重点领域。

## 生态主与潜在生态主演化



数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

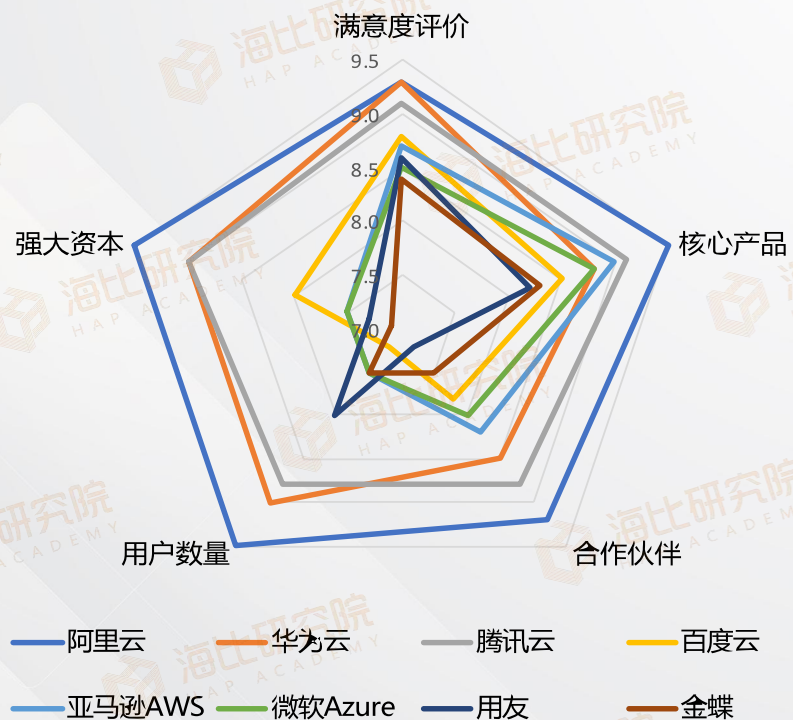
| 生态主        | 潜在生态主 |          |
|------------|-------|----------|
| 阿里云        | 华胜天成  | 葡萄城      |
| 腾讯云        | 东方通   | Ucloud   |
| 百度云        | 普元    | 七牛云      |
| 微软         | 新华三   | 华云       |
| 用友         | 中兴    | 金蝶       |
| 华为         | 航天信息  | APICloud |
| 浪潮         | 世纪互联  | 解放者号     |
| 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         | 统信    | 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       | 奇安信   | 联想       |
| 东软         | 灵雀云   | 中标软件     |
| 美团         |       |          |
| 中国电子       |       |          |
| 海尔COMSPlat |       |          |



# 大生态主竞争优势明显

根据海比研究生态主评估模型，从核心产品、巨量用户、强大资本、合作伙伴及用户满意度调研数据评估生态主综合竞争力。2020年，ISV和渠道更希望与生态主联合做品牌营销、产业链拓展和售后支持等。

## 2020年生态主综合竞争力评估



## 2020年ISV/渠道对生态主满意因素



注：本生态主综合竞争力评估调研样本量为500家企业，根据调研样本及公开资料，结合海比研究生态主评估统计模型绘制。

数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

# 生态主头部合作效应明显

生态主正处于三种力量的角逐之中：云厂商，应用厂商，电信运营商。以阿里云、腾讯云、华为云等为代表的云厂商成为企业主要合作的生态平台，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。品牌知名度成为渠道/ISV选择合作生态主的关键标尺。

目前，生态主主要分为三种类型，控制型、开放型和自主型。

2020年企业主要合作十大生态平台（生态主）



2020年ISV/渠道对生态主满意因素





# 开放型生态主案例研究——腾讯云

腾讯云作为巨头生态主秉承开放共生的理念，在云基础上将腾讯AI、大数据、区块链等技术、产品和解决方案能力资源统一开放给合作伙伴。同时融合腾讯的海量连接力，与合作伙伴互联共赢，C2B共建智慧产业新生态。

近两年营收迅猛增长，增长率100%。

特点：

- 资本雄厚，计划5年建设投资千亿。
- 投资孵化SaaS加速器厂商。

核心  
产品

目前拥有300余个产品或解决方案，覆盖了20余个行业，包括政务、金融、工业、文旅、教育等。

特点：

- 产品边界性较强，覆盖IaaS，PaaS和SaaS，技术能力全面开放，布局产业产品生态和服务生态
- 技术领先，核心产品合作较为开放，以用户需求为中心。

强大  
资本

生态  
主

巨量  
用户

2019年，腾讯云合作伙伴数量增长40%，目前拥有8000多家合作伙伴。

特点：

- 丰富的市场资源助力伙伴拓展市场。
- 专业的赋能培训提高伙伴能力。
- 领先的技术与强大的生态资源与伙伴共建生态。

合作  
伙伴

腾讯云服务客户超过百万，其中企业级客户服务超过20余万家，且持续增长。

特点：

- 充分发挥C端优势，以腾讯生态（微信、小程序等）吸引用户，用户在游戏、音视频、社交领域较多。
- 加快渠道下沉和渗透，覆盖更多的中长尾客户。
- 腾讯云与客户签署方式无倾向性，更多以用户需求为主。

## 关键举措

腾讯践行产业互联网战略，为客户提供一站式数字化解决方案，离不开SaaS厂商的支持与共建。腾讯云布局“千帆计划”等战略举措，为成为巨头生态主起到扩大生态的作用。

## 海比点评

根据海比研究生态主评估模型评估，腾讯云的开放性最突出，推动新生态发展的潜力较大。具体：

### 优势

- 自主开放型强，资源灵活度较高，C2B吸引力大。
- 安全度高，全面防护，稳定性强，支持低代码。
- 性价比较高，计费模式灵活且没有倾向性。

### 挑战

- 区域覆盖度需要进一步加强，需投入资源扩大区域下沉深度

# 腾讯云战略布局——腾讯SaaS生态“千帆计划”



腾讯SaaS生态“千帆计划”于2019年10月底发布，其联合了腾讯云、微信生态、腾讯SaaS加速器等内部资源与外部优质SaaS合作伙伴，旨在共建生态，向客户提供优质SaaS解决方案，推动国内SaaS市场快速发展。

该计划包括“一云多端三大项目”，“一云”代表腾讯云将为SaaS企业提供稳定的基础设施和底层技术支持，“多端”是基于企业微信、微信、QQ、腾讯会议等多个触点发挥腾讯C2B连接能力；“三大项目”则包括SaaS加速器、SaaS臻选、SaaS技术联盟。

## SaaS加速器

通过技术、资本、商机、生态等层面的扶持，从战略到落地全方位加速SaaS企业成长，从而助力产业转型升级。

截至目前，腾讯SaaS加速器共两期80个入选项目。行业覆盖通用SaaS、金融、地产、出行、教育、医疗、游戏、零售、工业等，总估值超过1000亿元。

## SaaS臻选

将SaaS厂商的服务品质与产品能力作为重要评判标准，选择优秀伙伴给予品牌背书，并为SaaS厂商提供销售赋能，共创联合方案。目前已有上百家合作伙伴加入SaaS臻选。

### 甄选模型维度

|       |      |
|-------|------|
| 产品能力  | 收入规模 |
| 用户情况  | 商业模式 |
| 腾讯相关性 | ...  |

### 甄选企业案例

|      |      |
|------|------|
| 销售易  | 微盟   |
| 肯耐珂萨 | 六度人和 |
| 法大大  | ...  |

## SaaS技术联盟

通过设立SaaS集成行业标准、打造SaaS行业技术中台等方式，解决SaaS厂商服务客户过程中经常遇到的数据安全性差、账号/数据打通成本高、定制化需求难满足等诸多技术难题。

未来企业数字化需求将会以“SaaS组合拳”方式进行落地，IDaaS、iPaaS与aPaaS将在其中作为“黏合剂”发挥重要作用。



# 腾讯云战略布局——腾讯企点

腾讯企点作为腾讯内部孵化的自研产品，以即时通讯、音视频、AI、大数据、云呼叫中心等科技为基础，结合自有社交软件渠道优势，提供专业的企业级SaaS服务，为客户提供价值。

截至目前，腾讯企点服务客户约10数万家，解决方案覆盖大中小微型企业，其中工业、政府、互联网领域较多。在业务规模方面，预计2021年将仍保持高速增长。

## 腾讯企点覆盖客户全生命周期闭环

收集全渠道的线索；支持从网站行为、营销活动、客户属性等不同维度创建个性化人群包精准投放；对接多渠道营销推广及客服接待通路，打通线索库与客户库数据，并利用AI技术提供个性化服务，打造覆盖客户全生命周期的客户关系管理系统。



## 腾讯助力“云上广交会”

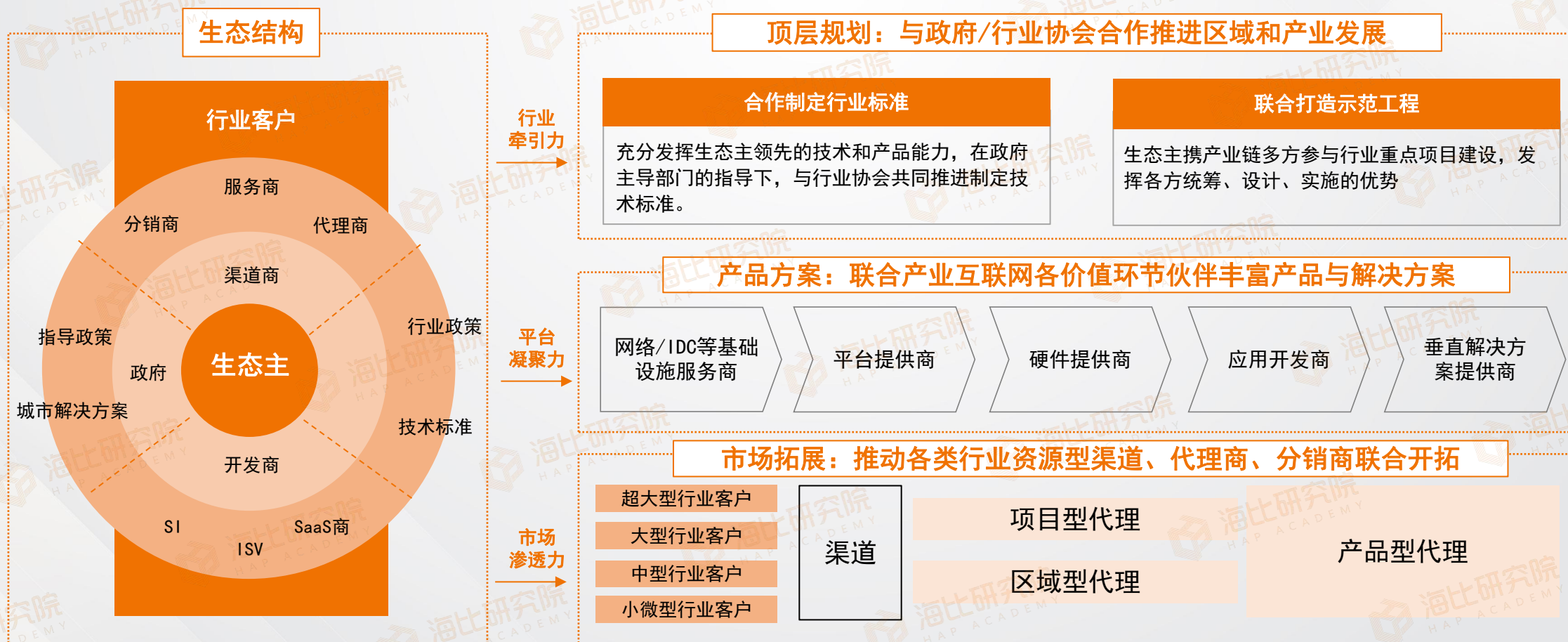
为了保障全球客商的供需对接体验，腾讯组建了上千人团队，涉及5大事业群，22个部门来支持线上广交会，同时也拿出了旗下多个明星产品。

### 以腾讯企点场景为例：

| 痛点           | 解决方案                                                      | 效果                              |
|--------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 采购商与供应商对接服务。 | 基于企点客服的B2B行业千万级商品知识库和供需AI匹配引擎。采购商可随时随地在线询盘，帮助提升供需双方的匹配效率。 | 帮助来自全球各地的供采双方突破时空及语言的阻碍及时沟通和互动。 |

# 发展策略：以行业为轴心推动伙伴集聚和应用下沉

进入数字化、云时代，旧的企业服务生态正在瓦解，新一代企业服务生态正在形成，行业将逐步成为生态聚合轴，需要贯通生态的多个维度，以平台将客户、伙伴汇集在一起交流、沟通、协作。





## 05 谁走在企服前沿？

# 低代码前沿实践——西安葡萄城

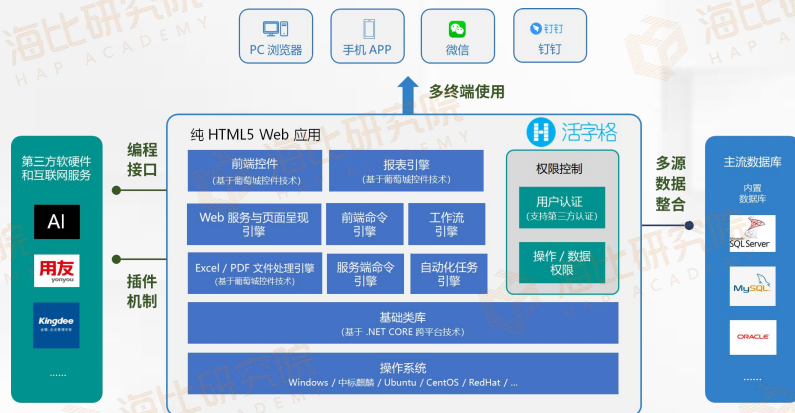
## 发展图景

葡萄城成立于1980年，是全球领先的软件开发技术提供商，以“赋能开发者”为使命，致力于通过开发控件、商业智能解决方案与低代码开发平台等各类软件开发工具和服务，创新开发模式，提升开发效率，服务企业数智化转型。2015年以来，葡萄城基于专业控件的技术积累发布低代码开发平台，进一步推动软件开发方式的革命性变化，驱动新一轮数字经济发展。

## 特色产品

活字格企业级低代码开发平台，基于葡萄城在专业控件领域 40 年的技术积累，由简单易用的可视化设计器和部署灵活的服务器构成，能帮助开发人员、IT 技术人员和业务人员快速构建美观易用、架构专业、安全可控的企业级多终端应用，并随需而变。活字格高度开放灵活，支持云部署和本地部署，能与微信、钉钉及各行业应用软件无缝集成，并可对接智能硬件、AI 等技术，全面支撑核心业务系统开发。

相比于传统的开发方法，使用活字格可大幅降低应用系统开发的技术门槛，并显著提升开发效率。活字格推动着软件开发方式的革命性变化，引领中国低代码平台发展，曾获中国优秀软件产品、软博会十佳优秀产品等多项荣誉称号。



## 海比点评

海比研究认为，活字格高度灵活，来自企业内部和软件公司的开发者可以使用活字格，为各行各业构建各种类型的信息化系统，推动数字化转型升级。其有以下几大优势：

**生产力强：**可视化开发，快速搭建支持多终端的企业应用

- 简单易用的可视化开发模式
- 开箱即用的组件和外观样式，提升交付速度，节约开发成本
- 提供跨平台APP，无需针对各平台单独开发

**开放性高：**软硬件集成，构建新一代企业级信息化系统

- 大量实用插件，无需编码即可对接 AI、IoT 等先进技术
- 支持主流数据库，提供单点登录机制，快速实现客户化开发
- 全面开放编程接口，可深度定制业务逻辑和页面样式

**技术领先：**从架构到部署，支撑大规模企业级应用开发

- 采用“模型驱动”方式开发，所构建的应用架构清晰；可定制服务端逻辑，支持前后端分离架构等
- 引入协作工程和版本管理功能，支持敏捷项目管理，缩短开发周期
- 支持本地部署和云部署，内建数据加密和 HTTPS 加密传输协议等安全防护功能，符合大型企业客户对软件系统的合规可控需求



# 客户案例 —— 聚轩科技

## 背景介绍

宁波聚轩信息科技有限公司，是一个年轻充满活力的科技创新型企业。作为“智能工厂建设的先行者”，公司核心人员于 2009 年开始从事 MES 系统的开发与建设。到目前为止，经过近10年时间的行业积累与沉淀，已在智能制造、工业 4.0、系统方案集成等领域有较深的认识，并在轴承、涂布、模具加工与制造行业形成了较为成熟的整体解决方案与产品。

聚轩在智能制造行业内不断开拓，适应时代潮流，形成了聚轩 ERP、MES 和 WMS 三大云平台产品。

## 应用场景

聚轩 MES 系统是宁波聚轩自主研发的软件产品。该系统为工厂全息建模，高效管理生产运营，人机料法数字化，规范保存，智能管理。聚轩科技使用葡萄城自主研发的活字格企业级低代码开发平台，打造了包含ERP、MES。

和WMS的轴承行业智造平台和涂布行业平台产品。截止目前，该产品已经在十余家制造业企业中投入使用，获得了客户的一致好评。



## 应用效果

运用活字格企业级低代码开发平台后，聚轩科技应用效果明显提升；

- 开发效率提高超 100%，比如采用传统方式需要一个月开发量的项目，现在需要半个月甚至更短的时间就可以完成。
- 高效率支撑快速迭代开发，在定制化项目需求不是太明确的情况下，可以先发初始版本，然后快速迭代升级版本，达到准确、快速交付的目的。
- 界面修改方便灵活，可以根据客户的喜好，进行快速的调整。
- 管理方便，传统开发项目有很多源代码文件，采用活字格开发只有一个项目文件即可，内置的版本管理功能也很方便。

## 解决方案

活字格的出现，促成了宁波聚轩的业务转型升级。升级后的宁波聚轩能够以更优化的报价、更快的速度，为客户提供定制化的数字化平台系统，大幅提升了宁波聚轩的竞争力。在平台开发过程中，活字格展现出了革命性的生产力优势。

# 大数据服务前沿实践——WakeData惟客数据

## 发展图景

WakeData惟客数据成立于2018年，目前人员规模240人，核心团队来自BAT、SAP、Oracle、IBM、Cisco、华为等国内外顶级互联网和IT企业。为适应公司发展需求，WakeData团队正在快速稳健地扩张，目前已启用深圳、珠海双总部运营模式，并于北京、广州设立分公司。

WakeData是一家以大数据和AI人工智能为核心的数字化升级服务商，率先提出数字连接、数据智能、数字运营的数字化升级实践路径。以数据中台为依托、数字化运营 SaaS 为载体、营销代教服务为辅助，为企业提供一站式数字化升级产品与服务，帮助企业实现数据驱动，赋能客户经营与资源管理，助力企业实现数字化升级。唤醒数据，让数据成为生产要素。

目前已完成IDG资本、红杉中国、红点中国领投的三轮融资。服务了碧桂园、万达集团、富力集团、融创中国、越秀地产、中南集团、中骏集团、绿景集团、红星地产、鲁商集团等20余家头部地产客户；屈臣氏、格力集团、喜茶、以纯、掌上明珠、左右沙发、箭牌卫浴、嘉宝华等30余家泛消费行业客户；国家铁路集团、崖州湾科技城、香港医管局等多家政企客户。

## 海比点评

WakeData率先提出数字连接、数据智能、数字运营的数字化升级实践路径。以数据中台为依托、数字化运营 SaaS 为载体、营销代教服务为辅助，为企业提供一站式数字化升级产品与服务，帮助企业实现数据驱动，赋能客户经营与资源管理，助力企业实现数字化升级。

## 特色产品

客户经营大数据是指企业经营所涉及的用户群，全链路全场景全渠道的用户数据，经过数据打通和数据加工处理，应用于精准营销、客流运营、提升复购率、提升客单价、推荐服务和经营分析的大数据活动。这一概念由WakeData惟客数据创始人兼CEO李柯辰提出。

客户经营大数据解决方案以数据中台为依托，以数字化运营SaaS为载体，从数据资产化、价值化等维度，实现企业客户经营精细化、经营管理数字化，赋能企业数字化转型升级。中台层，大数据基础平台帮助企业进行全域数据的存储、计算、处理、埋点、Data-IN、Data-Mapping等中台工具采集和打通各异源数据，数据治理平台、用户画像平台则进一步帮助企业实现全域数据资产化建设；应用层，电商云、客流云、导购云、营销云等上层云应用帮助企业实现全面的数字化经营；服务层，WakeData专业的数字化运营团队可以给线下企业提供大数据用户运营的咨询或营销代教服务。



# 客户案例——中骏集团

## 背景介绍

中骏置业总部位于上海（上海中骏置业有限公司隶属中骏置业控股有限公司），依托集团30年沉淀与积累的实力优势，重点围绕长三角、环渤海、珠三角和海西经济区域，聚焦一线城市及核心二线城市，全力构建并优化涵盖城市房地产开发全过程的产业价值链。中骏置业作为一家从事住宅地产、商业地产、文化旅游地产、产业地产、长租公寓等房地产开发及物业管理的综合性城市运营商，开发足迹遍布上海、北京、深圳等近30个城市。2017年开始布局方隅公寓FunLive、联合办公Funwork、超燃健身Funsuper及大健康的“FUN+幸福生活”生态圈。是一家具有多业态产品综合开发实力的全国性城市运营商。

## 需求痛点

中骏商业地产以“5年100城”为发展目标，目前已拥有3家购物中心，2020年年底将再开2家购物中心，后续将会有更多的商城开业，多业态的特征让中骏集团急需构建数字化营销体系，在客户资产管理、数字化营销闭环、线上线下交互触点、会员管理体系等多方面转型升级，通过建设用户数据化营销平台，完善数字化营销流程，提升潜客发掘、会员运营能力，以实现自身的引流拓客，促进客流增长。

## 应用效果

1、增长试点：裂变助力获客

通过砍价、竞答、集卡、大富翁等多种裂变活动，上线首月获客15万+，优惠券核销率提升45%

2、深度运营：会员线上粘性迅速提升

打通积分、停车多种交互场景并达成会员团队运营诉求；累计访问次数428万次，单日最高访客数1.34万人次

3、能力沉淀：敏捷响应业务需要

沉淀营销能力，活动工具化，项目业务团队使用工具完成活动效率可达到 1天内组织1场模板活动，上线前后CDP周活提升131.06%

## 解决方案

WakeData帮助中骏集团拉通商业项目数据，通过构建集团客户数据平台和商业会员营销平台，覆盖会员积分统一管理，优惠券线上发放线下核销，短信、公众号等渠道消息精准触达，积分抵扣停车费等业务场景，建立用户数字营销流程闭环落地，同时以共建的方式帮助中骏集团获得数字化营销中台的自主研发技术能力。

# 企业出行服务前沿实践——滴滴企业版

## 发展图景

滴滴出行是领先的一站式移动出行和本地生活服务平台，在全球为超过5.5亿用户提供出租车、快车、专车、豪华车、公交、代驾、企业级、共享单车、共享电动车、汽车服务、外卖、支付等多元化服务，年运送乘客超过100亿人次。

滴滴出行致力于利用大数据、人工智能等技术推动智慧交通创新，解决全球交通、环保和就业挑战。我们将持续致力于提升用户体验，创造社会价值，建设安全、开放、可持续的未来移动出行和本地生活服务新生态。



## 海比点评

海比研究认为，滴滴企业版始终从员工角度出发，将乘车人服务线上化、场景化，为员工提供包括差旅、加班、通勤等服务场景。据悉，2019年滴滴企业版为企业和员工节省了283万小时的贴票报销时间，约合1400名财务人员近1年的工作量。为员工提供良好体验的同时，实现企业管理效率大幅提升，达到“双赢”。

未来，随着企业业务的增长，员工用车场景和频次进一步提升，企业出行服务将不断拓展边界，具有更广阔市场空间。滴滴企业版将继续以员工为先，运用数字化助力企业实现出行精细化管理，与合作伙伴共同打造企业出行服务新生态。

## 特色产品

滴滴企业版是滴滴出行旗下为企业提供出行服务及出行管理解决方案的一站式管理服务平台，通过智能化出行管理系统，简化报销流程，整合行程数据，在改善员工出行体验的同时，确保出行合规，降低出行成本，助力企业创新变革管理方式，让出行管理更简单。

目前，滴滴企业版已累计服务30万家企业，覆盖超过1700万职场人群。

滴滴企业版从出行服务、出行管理两大方面，为企业提供全面、优质的企业出行服务：

### 一、出行服务方向

满足加班、差旅、客户接送等9大核心出行场景，支持快车、优享、礼橙专车、豪华车等8大车型，覆盖400+城市，满足企业多样化的出行需求。

### 二、丰富管理功能

- 1、安全管理：通过设定紧急联系人、一键报警、行程分享、录音录像等功能，全流程守护员工出行安全。
- 2、流程管理：后台自行设定人员、部门、制度、限额等，有效规范审批和使用流程。
- 3、制度管理：无纸化智能报销系统让报销更简单，让员工更轻松。
- 4、费用管理：费用明细一键导出，让财务团队更好地跟踪费用和分析财务数据。
- 5、数据管理：全面精确的后台行程数据，实现信息化、数据化管理。

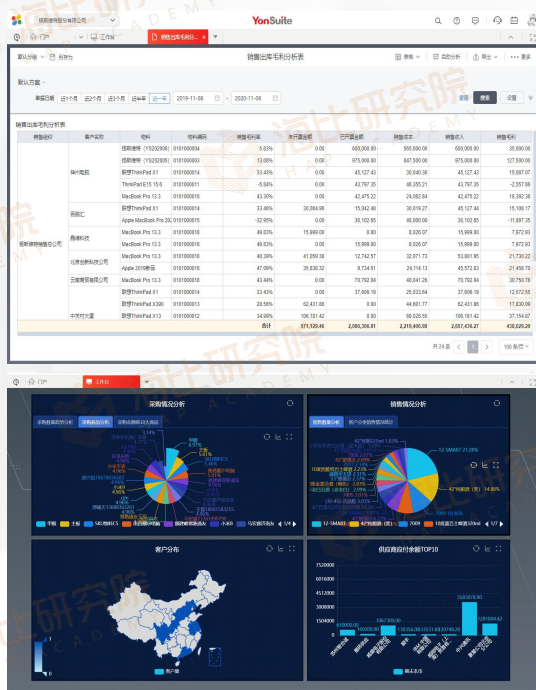


# 企业业务场景应用实践——用友

## 发展图景

用友创立于1988年，是全球领先的企业与公共组织软件和云服务提供商。用友致力于用创想与技术推动商业和社会进步，通过构建和运营全球领先的商业创新平台，服务企业数智化转型和商业创新，成就千万数智企业，让企业云服务随需而用，让数智价值无处不在，让商业创新如此便捷。

用友长期专注并持续领航企业服务市场32年，在营销、采购、制造、供应链、金融、财务、人力、协同服务等领域为客户提供数字化、智能化、高弹性、安全可信、生态化、平台化、全球化、社会化的企业云服务产品与解决方案。用友秉承用户之友、持续创新、专业奋斗的核心价值观，一切源于为客户创造价值。目前，用友员工超过17000人，用友在全球拥有230多个分支机构和7500多家生态伙伴，服务超过627万家客户。



## 特色产品

用友YonSuite是基于云原生架构微服务技术，为成长型企业提供“营销、制造、采购、财务、人力、办公、平台”融合一体，支持企业全球化经营、社会化商业的云服务包。

首先，YonSuite是完全云原生服务，它充分利用了微服务、DevOps、容器化等云服务的技术优点，实现企业应用永远在线、快速上线、快速支持业务，企业无需投入硬件及运维资源，并且永远都在使用最新版本。

同时，YonSuite拥有丰富的微服务集群，具有高扩展性和高弹性，按照场景、行业、功能进行分类，可以像乐高积木一样拆解组合，企业可根据自身需求定制“智慧之选”。此外，YonSuite应用构建平台，还可以帮助企业以低/零代码的开发方式，构建不同场景的个性化应用，将成本和投入降到最低。

YonSuite支持全部云端应用，通过一体化云服务，让企业无需比对多个云产品，营销电商一体化、产供销一体化、业财税金档一体化、协同人力一体化一步到位，轻松便捷全面上云。

使能企业数字化、智能化发展，YonSuite助力企业随需而变，低成本变革、快速商业创新，成就以客户为中心，数据驱动、实时运营，轻松管理的数智企业。

## 海比点评

YonSuite依托于用友深耕企业服务市场32年的积淀，深谙成长型客群对商业创新的需求，在传统企业创新升级、新兴企业家极速创新、双十一海量吞吐高并发、跨界开拓新业务、企业全球化发展等实际场景中，YonSuite通过完全云原生、真正微服务，以简化、灵活、开放、松耦合的技术优势，充分满足当下企业对业务的敏捷要求，实现低成本变革、快速商业创新。

# 客户案例 —— 中孚达

## 发展图景

江苏中孚达科技股份有限公司（简称“中孚达”）是一家专注于高端动物纤维绒类、纱线及其制成品的生产、研发、销售的高新技术企业。公司成立于2010年，于2015年在新三板挂牌上市。

## 需求痛点

纺织行业作为我国传统支柱产业和重要的民生产业，正处于转型升级的关键时期。目前，整个行业面临着人口红利消失、原材料价格上涨、环保压力增大、出口缩减、竞争者涌现等诸多现实问题。面对发展挑战，不少企业加快新旧动能转换，以智能制造为突破，打通纺织全产业链、生产制造等关键环节的数据流，开展生产模式、商业模式的变革，以此推动自身向高端发展。中孚达就是其中之一。为了抢滩创新高地，他们重新制定了发展战略。

在“产业协同，智能制造”的策略指引下，中孚达明确目标定位，致力于成为以绒业加工为核心，高端动物纤维生产、加工、交易的生态平台。同时，公司整合供应链平台、智能制造及品牌运营于一身，打造“高端化、科技化、国际化、时尚化”的高端动物纤维纺织产业集团。为了支撑战略落地，企业重新构建的商业平台应具备六大特征：AI 驱动，以数据为中心，可替代，创新人才，敏捷交付及灵活分配，面向客户。

## 应用效果

结合企业的战略部署，中孚达描绘了一张数智化转型的蓝图。从供应链的维度来说，通过充分运用YonSuite，整合行业资源，打通从原材料供应、原材料加工、代工生产，到品牌运营、销售渠道等产业链关键环节，组建供应链平台，提高行业整体运营效率，以此构建企业护城河，提升企业盈利能力，提高行业话语权。从运营的维度来说，为提高公司盈利空间、品牌价值及产品附加值，中孚达将大力进行品牌运营，通过线下旗舰店加盟店、线上交易平台、天猫京东等第三方平台渠道进行销售，并借助于YonSuite，构建线上线下一体化运营平台。从智能化经营的维度来说，中孚达将充分利用企业信息平台产生的数据资产，用数字赋能企业，辅助企业经营决策。

## 解决方案

采用云原生架构、微服务技术的用友YonSuite，可以帮助成长型企业构建以营销、采购、制造、财务、税务、人力、办公等全过程为核心的高效透明协同平台。其中，通过一体化的云服务，企业可以轻松实现营销电商一体化、产供销一体化、业财税金档一体化、协同人力一体化。而基于用友多年在财务、制造等方面的优势，YonSuite可以满足中孚达在数智化转型过程中，对于财务管理、智能制造，以及采购供应、营销管理、社交协同和人力资源等方面的基础能力。

同时，YonSuite本身是基于生态能力建立起来的。开放、融合、互惠的产业资源可以帮助企业连接社会化商业网络，如在线的伙伴服务、数据服务、社会服务等，支持以客户为中心的产业链协同商业创新。

中孚达表示：“数智化是价值创造的源泉。从夯实经营管理基础，到提升效益，到辅助战略决策，到商业模式创新，最后完成核心竞争力的价值创造，希望通过供应链平台、运营平台和智能分析平台的共同作用，完成构建特种动物纤维产业生态协同平台，以此真正诠释商业创新的力量。”



# 数字商业前沿实践——微动天下

## 发展图景

微动天下成立于2012年，是一家拥有近10年企业服务经验的高新技术企业，通过专业的SaaS产品应用、新零售电商、新流量平台（短视频、直播等）运营和社媒营销及精准的流量推广，提供覆盖全行业、全场景、全链路的数字商业全域应用服务。

SaaS核心产品包括围绕营销云、私域云、会员云、创意云、直播云、交易云六大云平台产品，帮助企业和商家加速产业发展和转型升级，衍生出新的云端商业共生关系，成为品牌主值得信赖的互联网商业伙伴。

微动天下目前在北京、天津、宁波、广州、杭州均设有分（子）公司，业务遍布全国26个省市，产品服务覆盖电商、服装、美业、生活、游戏、旅游、社交、教育等30多种行业领域，服务超过180万企业商家用户，拥有400家经销代理商。

## 海比点评

微尘平台聚集百种营销玩法，实现海量引流曝光，吸引用户到店。该平台可实现零基础开发、可视化操作、组件随意拖拽、模板直接套用、多页面随意添加，可调性及兼容性高，一键提交审核速度快，将小程序+公众号深度互通，3分钟打造企业个性小程序。运用稳定的系统，强大的安全防御，高弹性扩展能力，多服务器均衡负载，帮助商户将线上流量和线下服务无缝对接，实现双向运营。

## 特色产品

微尘（自由/极速）是全行业小程序生成平台，为商户提供完整的在线开店系统，快速搭建商家独立在线微信商城，实现双线运营，迅速展开线上业务。

直播、拼团、周期购等30余种店铺组件及丰富的店铺模板灵活选择，辅助店铺个性化装修；拼团、砍价、秒杀、限时购、限时折扣、抽奖、签到、推荐有礼等多种高效化的营销活动，多种营销玩法，实现流量销售双增长；商品高效管理、多种物流模式、会员营销管理、强大的数据分析全面掌握转化路径；SCRM客户管理、会员精准化营销提升用户忠诚度；分销管理提升销售转化。

微尘（自由/极速）服务覆盖电商、餐饮、服装、美业、生活、游戏、旅游、社交、教育等30多种行业领域及场景，帮助商户将线上流量和线下服务无缝对接。



# 客户案例 —— 龙德商业管理

## 背景介绍

北京龙德商业管理有限公司于2008年在北京成立，是按照现代企业管理制度建立的商业物业经营性企业，同时取得了ISO9001标准和安全生产标准化认证，全面负责龙德广场、龙德紫金两个项目共34万平方米的商业运营和物业管理工作。

龙德广场是一座集生活超市、家居市场、翠微百货、餐饮娱乐、国际影城及各类品牌专卖店于一体的一站式大型商业购物中心。

作为一家传统高端购物中心，一方面，龙德商场保持着10多年来对服务品质的坚持，另一方面，龙德商场也在积极寻求新零售时代实体商业转型的数字化解决方案。

## 需求场景

2019年3月，龙德购物中心借助微动天下的生态体系和技术力量实现线下数字化，以获得顾客在商场中不同场景和接触点的行为数据。「龙德广场」小程序通过将商业链路拆解，从产品经营转向客户经营，微动天下数字商业全域服务贯穿客户生命周期，结合私域流量产权既有产品和服务体系拓展，与原有业务相互协同、支撑，在最大化盈利能力的前提下，有效降低运营风险，以“营销数据化→会员资产化→流量私域化→运营智能化→交易服务化”的智慧商业数字化升级路径，以数据中台为依托、智慧运营为载体、互动营销为触点、交易服务达成为终点，让商家能够深入洞察客户全生命周期，实现以数据驱动业绩增长。后期，微动天下还将继续优化并深度开发全新功能，助力龙德购物中心全面打通线上与线下零售场景。

## 解决方案

「龙德广场」小程序页面设计简约时尚界面符合商场定位，为了帮助龙德购物中心提高复购率、增强与顾客之间粘性，微动天下首先为「龙德广场」小程序开通了会员系统，给购物中心解锁了更多的营销玩法，锁住精准用户。

目前，「龙德广场」小程序仅仅是开始，双方还将在人、货、场三方面共同实现前台数字化，并将商场数字化进程延伸至后台服务领域。在新零售技术下数字化转型方案的落地和实施，将有机会为我们带来一种全新的购物体验，也让购物中心的管理者能够以一种全新的视角和维度来管理和运营商场。

## 应用效果

「龙德广场」小程序上线3个月用户累计访问超20万次；龙德购物中心会员系统已经全部移植到「龙德广场」小程序上，目前累计忠实会员超14万，客户活跃积分超1.2亿；龙德广场除会员营销外和积分营销外，停车系统和小程序数据也进行了对接，可以满足顾客用积分支付、微信支付、积分+微信混合支付停车费用。同时上线多种互动营销玩法如：新店推荐、限时秒杀、优惠券、积分兑换、搜索、扫码、折扣、分销、拼团、卡券、加盟入驻、直播等吸引用户参与营销活动，进行线上线下消费，日活用户超10万人，销售额突破RMB 1300万元。



# 产业智能化最佳案例——Testin云测

## 发展图景

Testin云测创立于2011年，是一家以人工智能技术驱动的企业服务平台，为全球超过百万的企业及开发者提供云测试服务、AI数据标注服务及安全服务。

Testin云测的使命是助力产业智能化，即在全球化产业升级浪潮中，Testin云测通过工具、技术、人才、服务四位一体的共享，加速企业的智能化、数字化、科技化的进程，为企业在各行业中的智能化升级与商业化落地保驾护航，释放创新力量，赋能企业改变世界。

## 特色产品

Testin云测试是Testin云测旗下品牌。作为云测试模式的开创者和引领者，Testin云测试通过资源的汇聚和技术的创新，为企业软件应用生命周期提供全方位测试服务，以测试体系规划作为基础，服务涵盖DevOps体系咨询、功能测试、性能测试、兼容测试、安全测试、自动化测试、自动化监控、远程真机等多项服务。与传统测试模式相比，云测试模式能帮助企业降低30%的测试成本，测试效率提高50%以上。



## 海比点评

海比研究认为，云测试模式解放了传统人力外包测试中的生产力和生产资料，我们调查发现，软件和系统企业在测试预算分配中正在向云测试倾斜，预估未来占比将达到30%以上。在云测试领域，Testin云测试的表现最为突出，通过人工智能技术在云测试领域中的不断应用和实践，持续为各行各业注入新的增长动力，保证软件和系统企业的高质量发展，成为软件和系统企业最值得信赖的智能化转型伙伴。

# 客户案例 —— 兴业银行

## 发展图景

兴业银行股份有限公司（简称：兴业银行）成立于1988年8月，总行设在福建省福州市，是经国务院、中国人民银行批准成立的首批股份制商业银行之一，也是中国首家赤道银行，2007年2月5日正式在上海证券交易所挂牌上市，目前注册资本207.74亿元。截至2016年末，已在全国各主要城市设立126家分行、2003家分支机构，在香港设立首家境外分行，与全球1500多家银行建立代理行关系，并建立了网上银行、电话银行、手机银行和直销银行，已建立起虚实结合、覆盖全国、衔接境内外的庞大服务网络；拥有54208员工组成的专业化的金融服务团队。

### 需求痛点

项目组分布不同地区，测试设备每个项目组都需要单独进行采购，成本高

用户人群广而多

行内规定内部不允许有WiFi环境，内部测试环境搭建困难

### 解决方案

Testin云测试拥有海内外大型真机实验室，统一部署在云端，兴业银行只需要选择机型，按需付费，随时随地即可使用

拥有数千款终端，覆盖市场上所有主流机型，并且Testin云测试兼容测试具有24小时极速交付的优点

Testin云测试提供的深度兼容测试，可以为使兴业银行在已部署完的测试环境进行测试

### 应用效果

使各个项目组都能及时地解决兼容性问题，极大地提升了测试效率，降低了测试成本

兴业银行在各主流设备上进行测试，解决问题，避免了因兼容性带来的用户流失

解决了测试环境搭建困难的问题，使测试能够顺利进行，节省时间成本



# 低代码前沿实践——奥哲

## 发展图景

深圳奥哲网络科技有限公司（以下简称“奥哲”）是一家领先的低代码数字化平台服务商，致力于通过低代码技术助力企业与组织实现数字化升级。旗下拥有瓴云、奥哲·云枢两款核心产品，目前已服务超过10万家企业组织，包括40%中国500强及众多行业标杆企业。

发展至今，奥哲秉承“客户第一”的服务理念，建立以深圳、北京、上海、广州、杭州、成都、山东、武汉为中心的八大直属机构，辐射全国54个大中城市的本地化服务网络。奥哲·云枢在金融、能源、电信、地产、制造等各行各业都得到了广泛的应用。

## 特色产品

奥哲·云枢，一款低代码（Low Code）应用服务平台，旨在帮助企业打造敏捷高效的数字化综合能力复用平台即业务中台。依托云枢低代码应用服务平台，企业可以根据自身特点和实际需求，以零代码或者低代码方式，快速交付高质量、可扩展的企业应用解决方案，让开发效率得到十倍提升的同时，为应用带来超强扩展和开发定制能力，实现业务场景化管理。

奥哲·云枢通过三大应用产品：业务中台、云端应用定制、云BPM，敏捷构建企业业务应用，快速响应用户需求，连接企业上下游，帮助企业实现业务在线、数字化经营，推动企业核心运营能力的变革和升级。



低代码开发平台方案  
基于云原生架构的敏捷型  
低代码开发平台



流程中台方案  
移动互联网时代企业在线的  
新一代云BPM



行业解决方案  
提供专业的多行业  
数字化解决方案

## 海比点评

奥哲·云枢既有作为流程管理的普遍性，可以作为企业的基础管理平台，又有作为流程引擎和IT实现的技术性，可以成为企业基础技术平台。

1. 以业务为中心的敏捷式运营。通过图形化的界面设计和少量代码扩展即可快速构建业务应用，替代企业原有的烟囱式业务系统，高效支撑企业规模化创新，推动企业敏捷发展。
2. 以流程为中心的协同式管理。为企业实现端到端业务流程管理，连接企业后台专业系统解决数据孤岛问题；以角色为中心的流程平台串联和驱动企业员工、事务之间的高效协同，减少人员、部门、组织间沟通成本。
3. 以服务为中心的中台赋能。云枢通过业务服务建设，为企业构建业务中台，实现业务价值最大化沉淀，基于平台快速形成支撑前台业务端的能力，让企业整体运营和创新效能得到有效提升。
4. 以连接为中心的产业链协同。通过多组织集成服务，为企业提供跨内、外组织协同能力，快速连接企业上下游，帮助组织实现生态在线、高效协同。
5. 以数据为中心的智能化转型。联合阿里云提供全方位的智能联合解决方案，通过数据集成、数据应用、报表智能、阿里云等AI能力接入，为企业提供智能化服务。

# 客户案例 —— 佛吉亚

## 发展图景

佛吉亚 (FAURECIA) 是法国标致雪铁龙集团旗下汽车零部件企业，全球第八大汽车零部件供应商，每四辆车中就有一辆使用佛吉亚生产的零配件。佛吉亚致力于为汽车制造厂商提供高质量的创新产品、技术解决方案和服务，在汽车座椅、排放控制技术系统、汽车内饰和外饰四大业务领域居业界领先地位。2012年跃居北美第五大汽车配件和排放技术供应商。

## 需求痛点

奥哲·云枢帮助佛吉亚构建全新的员工自助服务平台，利用数字化技术打通传统，结合智能机器人、在线审核、移动申报、在线学习、在线培训等多维管理模式，构建更加高效、智能的人事服务平台。

## 应用效果

在云枢系统上线前，一个新入入职需要在三四套系统上手动录入信息，请假也需要联查不同系统才可审批，云枢上线后打通三四套系统，统一一个工作入口，通过预入职、云小蜜、假期申请、在家办公、培训模块等功能，实现端到端高效管理，大大减少HR工作量，工作效率提升50%以上。

### 1. 提升业务效率

采用智能机器人模式的知识库，持续为企业提供各类知识文档服务，让企业文档、知识、学习课程等内容搜索效率提升80%。

### 2. 实现全流程闭环管理

从员工待入职、预入职到最终入职，实现全链路闭环管理，并采用移动办公和邮件，让办公操作入职手续工作效率大大提升。

### 3. 全方位自助服务，实现智慧协同

提供假期管理、在家办公等特色服务流程，持续服务员工，为员工提供最好的保障。

## 解决方案

### eHR智能定制平台解决方案

**智能知识库：**采用阿里云小蜜，通过智能机器人，实现人事日常工作智能应答，以及人事培训相关资料文档的智能管理工作。  
**假期管理：**实现员工档案、年假计算、年假规则、带薪假申请流程等相关内容。

**在家办公：**用于员工申请在家办公管理流程，涵盖公司关于个人在家办公相关管理规范。

**入职管理：**实现从员工offer发放、入职确认、预入职、入职等一系列人事管理流程，实现入职工作过程中多部门工作协同。  
**培训管理：**课程建档、课程发布、培训报名、课程邀请、课程日历、培训签到、培训后调研、讲师管理等一系列业务内容，同时还提供培训过程中培训统计、课程学习统计、培训签到、培训费用统计等业务报告报表，此外提供课件上传、课程推送等服务。

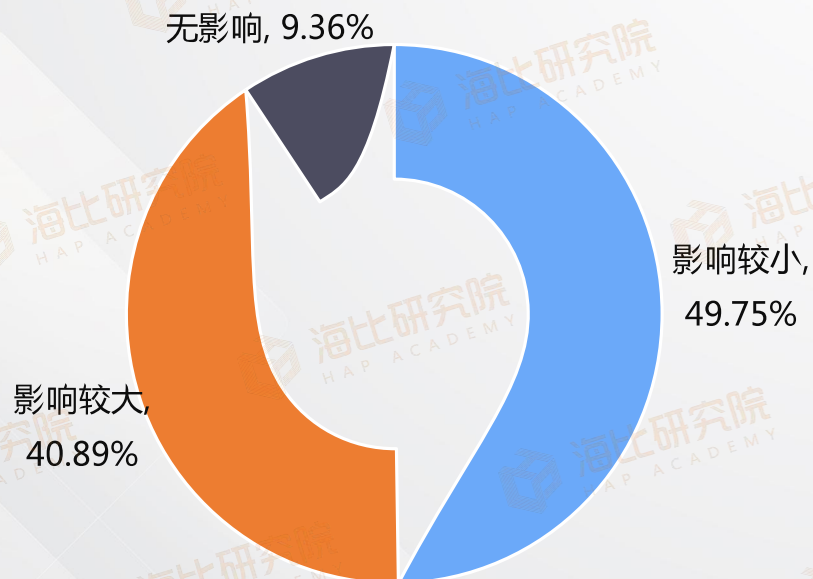


## 06 洞察新趋势 —— 用户需求

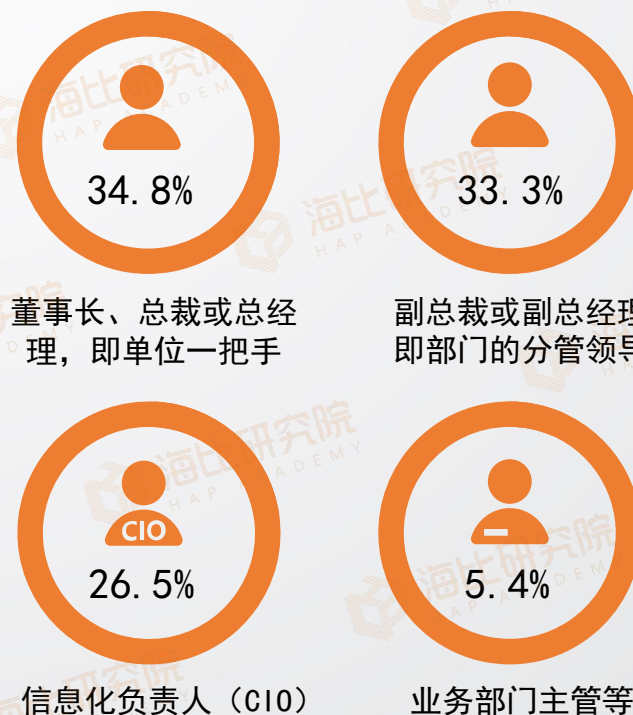
# 2021年企业IT支出受疫情影响呈现两极分化

受疫情影响，2021年企业IT支出呈现两极分化趋势，对将近50%的企业影响较小，但是同时有40.89%的企业认为疫情对于IT支出影响较大。同时，欲购买软件或服务的最终决策者主要是董事长、（副）总裁、（副）总经理等企业高层管理者以及信息化负责人（CIO），企业一把手占比最高为34.8%。

## 疫情对于2021年企业IT支出影响情况



## 企业购买软件应用最终决策者情况



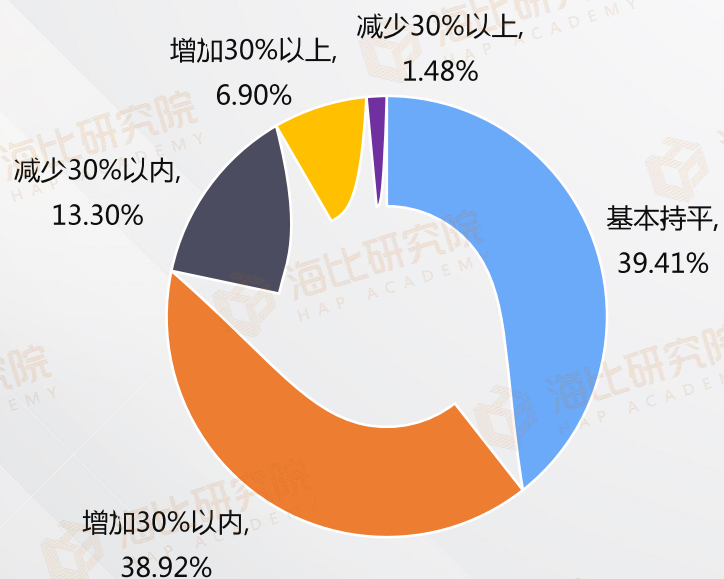


# IT支出增加企业多为互联网、制造行业

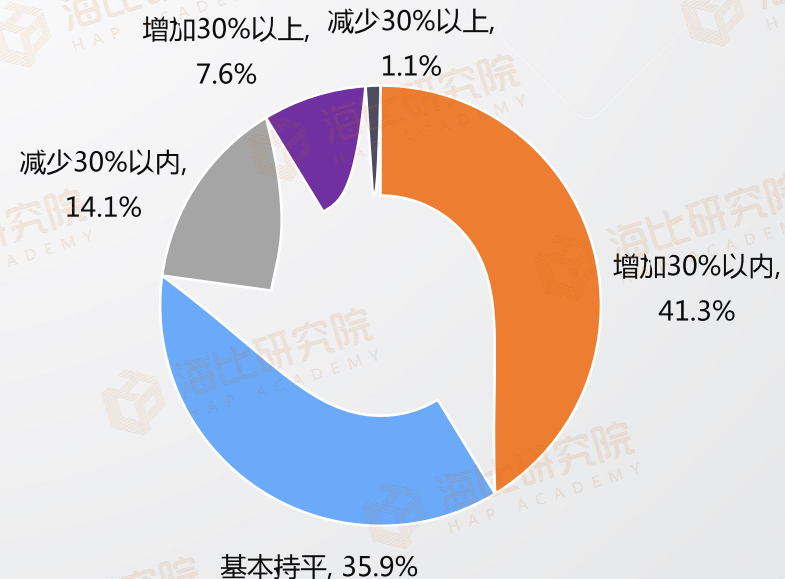
2021年，企业想要增加IT投资预算的比例达到45.82%，相较2020年减少22%，大型企业占比32.3%；其中增加30%以内的企业占比为38.92%，对IT软件或服务的未来需求较大。

从行业分布来看，2021年IT支出增加的企业中互联网行业占比28.4%，制造行业占比17.9%。其中互联网行业IT支出增加30%以内占比最高，达41.3%。

## 2021年企业IT支出变化情况



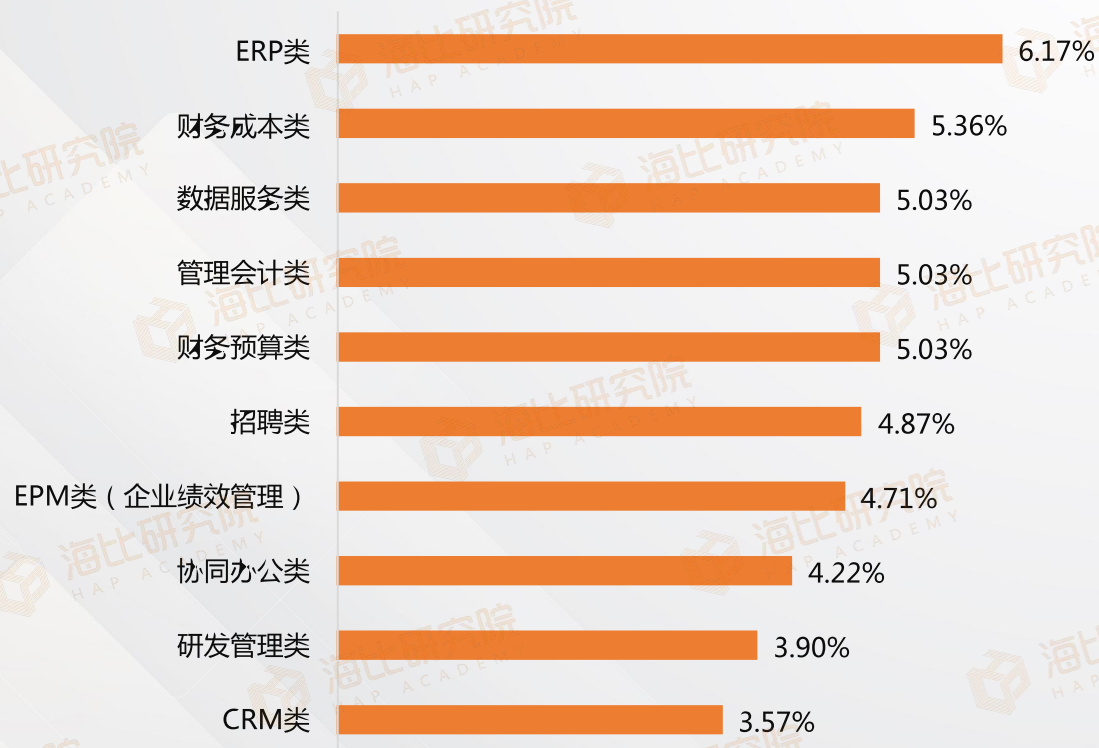
## 2021年互联网企业IT支出变化情况



# IT支出增加的企业中，购买ERP仍然排第一

2021年，IT支出增加企业欲采购应用中，财务类、协同办公类、HR类、营销类等主流通用型应用依然占多数，占比超过50%，新技术类应用仍值得关注。

## 2021年IT支出增加企业采购应用类型TOP10



值得关注的是，新技术应用类软件发展较快。

在2021年IT支出增加的企业中，超过10%欲采购新型技术类应用。与2020年不同，关注度前五名分别为大数据类、区块链类应用、物联网类应用、供应链管理类、人工智能类应用，其占比超过了部分通用型应用。

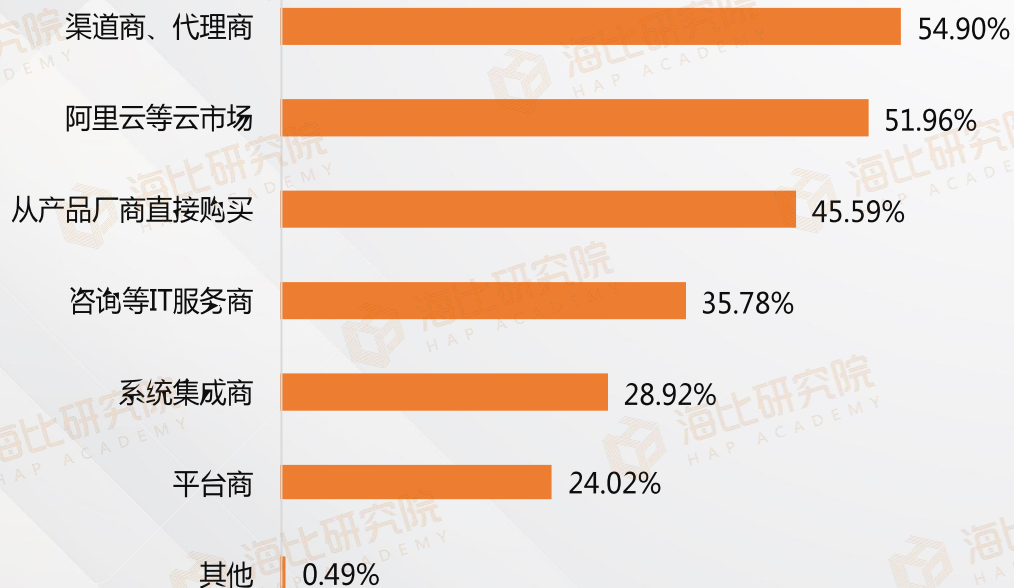




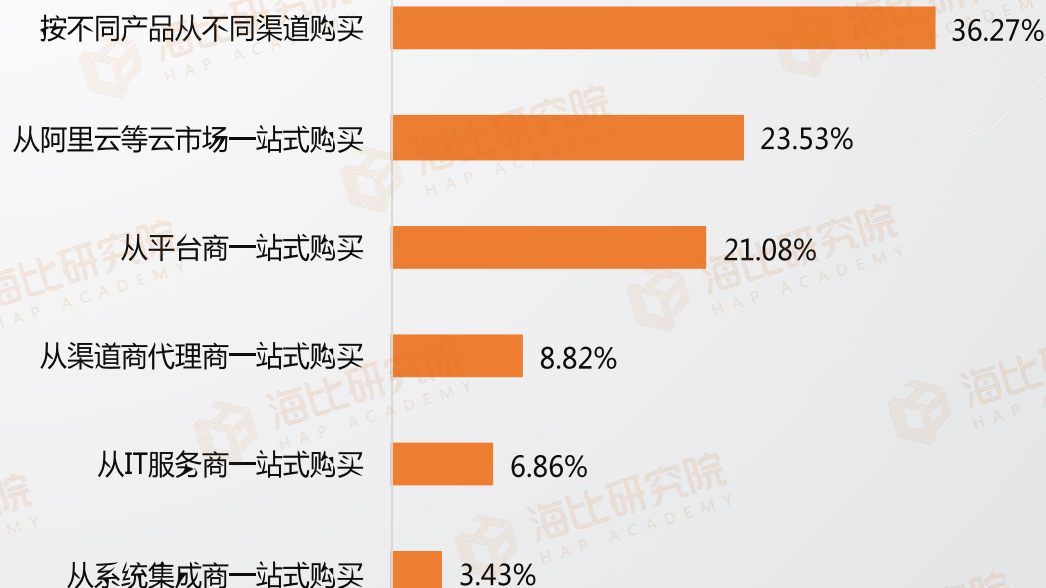
# 云市场将会是一站式服务最佳供应商

随着企业服务需求多元化的发展，越来越多的用户倾向于选择一站式服务的供应商，作为一站式服务的载体，云市场面向客户提供一站式采购服务，提供一体化运营及营销服务。根据海比研究调研数据，51.96%的企业选择通过阿里云、腾讯云等云市场来购买IT系统和应用，云市场逐渐成为用户选择软件或服务的最佳渠道。

## 2021年企业系统和应用购买途径



## 2021年企业系统和应用购买模式



数据来源：中国软件网&海比研究院，2020

# 云市场案例分析——阿里云云市场

阿里云云市场是阿里云的战略发展点，承接中国云生态各个链条产品的落地。作为企业服务交易及交付平台，阿里云市场每年服务近百万家企业，致力于为中小型企业提供全方面的IT服务，打造企业上云、产品选购、服务落地、交易一体化流程。阿里云云市场希望和伙伴共同构建云上生态，让信息化更简单。

云市场平台帮助商家融入阿里云生态，为商家提供一系列推广，借助阿里云技术和流量，帮助初创ISV完成冷启动，头腰部ISV获得增量市场。云市场为用户提供了丰富的商品品类。用户可以通过网站首页推荐和商品搜索功能寻找商品，也可发布定制化需求。

## 产品战略

目前产品和解决方案达10000余种，包含十大类目：基础软件、服务、安全、企业应用、建站、解决方案、API、IoT、数据智能及新零售市场。

- 产品入驻云市场集市需满足入驻条件和流程，如初始化配置、产品接入、商机系统等。
- 阿里云IaaS基础设施资源技术成熟，2020年将提升通用软硬（摄像头、一体机、大屏等）件能力。

## 平台推广

目前入驻云市场的服务商达2000余家。云市场把更多的产品、品牌及销售资源赋能商家。2020年，阿里云将扩大业务规模与基础能力，和三方厂伙伴合作共建。阿里云市场与伙伴有四种合作模式：分别为产品共创、产品集成、产品组合和产品托管。

## 云市场

## 支撑体系

阿里云云市场提供完备的服务监管支撑体系，从售前、交易到售后保障企业用户利益，为企业用户提供安全、安心、丰富、有保障的商品。2020年，阿里云将联合产品侧、服务侧、销售侧形成铁三角，以更好地交付云市场行业化解决方案。

## 合作伙伴

### 海比点评：

根据海比研究云市场评估模型，从产品战略、平台推广、支撑体系、合作伙伴四要素评估阿里云云市场生态体系。

### 优势：

- 阿里云强大的技术和流量资源可帮助入驻的ISV开拓新的商业模式和更大的市场。
- 阿里云云市场产品和解决方案资源覆盖面广，可满足用户需求。
- 未来，基于阿里云“云钉一体化”战略，将会继续扩大规模，构建繁荣生态。

### 劣势：

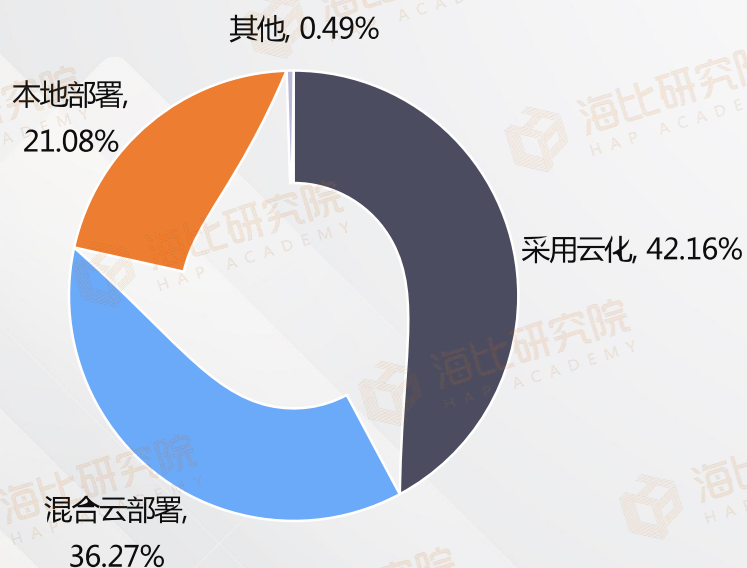
- 目前云市场以中小客户为主，应增大直销投入，深挖大客户市场。



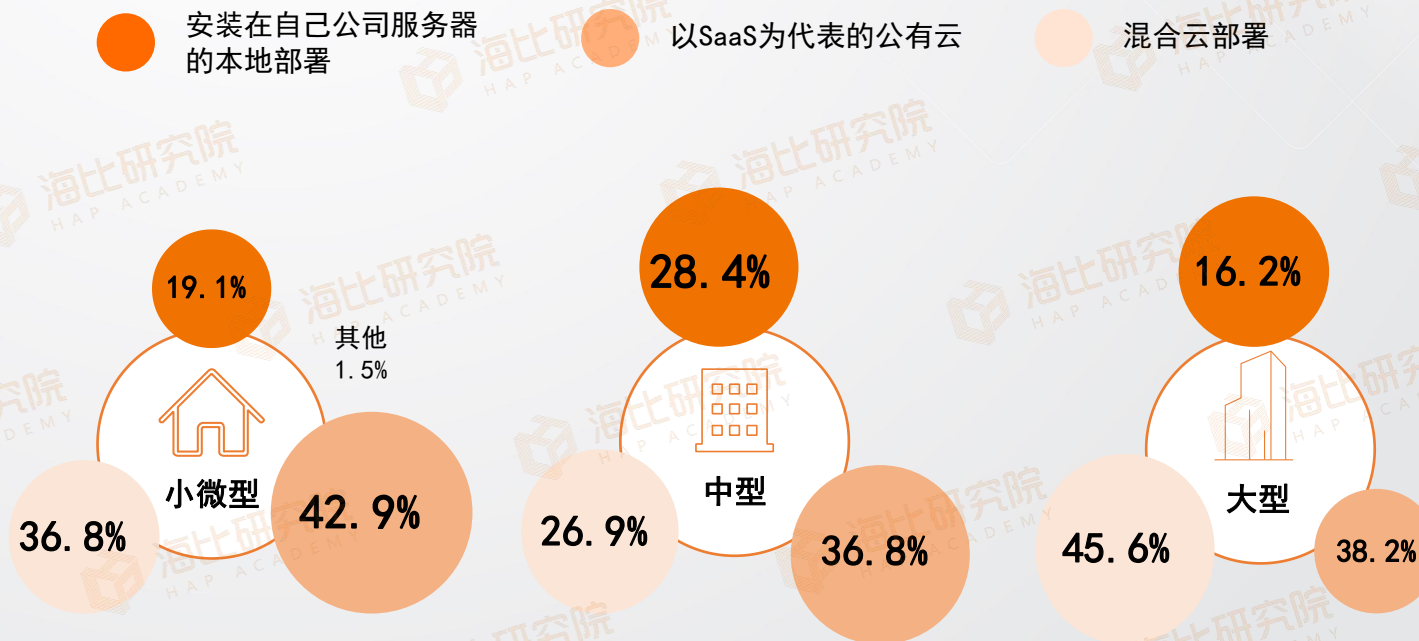
# 企业上云率连年攀升，小微企业更倾向于SaaS

在部署方式上，企业欲部署公有云占比42.16%，混合云部署占比36.27%，这也与企业针对多种业务模式进行多云管理趋势相关。从企业规模来看，42.9%的小微企业更倾向选择以SaaS为代表的公有云。

## 2021年企业系统和应用部署类型情况



## 2021年不同规模企业购买服务部署对比情况



## 06 洞察新趋势 —— 行业领域



中国软件网联合企业服务各个热点领域的领导品牌，对2021年企业数智服务细分市场的发展趋势进行预测，推出了“2021中国企业服务热点领域十大趋势”，对每个细分领域的所处发展阶段、竞争态势、产品技术、用户需求、生态合作等方面进行了2021年的趋势洞察。意在打造中国企业数智服务市场“风向标”，引导产业发展，完善产业生态，促进应用落地。

腾讯研究院、腾讯云——2021中国SaaS市场十大趋势

用友——2021中国企业中台十大趋势

华为——2021中国十大5G行业应用场景

滴滴——2021中国企业出行服务平台市场十大趋势

云徙科技——2021中国数字营销市场十大趋势

商越——2021中国数字化采购市场十大趋势

蓝凌——2021中国知识管理十大趋势

帆软——2021中国BI市场十大趋势

Testin云测——2021中国软件和系统测试市场十大趋势

EasyStack——2021中国超融合十大趋势

# 中国软件行业协会、中国软件网、腾讯研究院、腾讯云联合发布 2021年中国SaaS市场十大趋势



## 1 SaaS成为更多企业生存所需

2021年中国SaaS市场仍处于快速发展的成长阶段，增长率将达到35.4%。继2020年新冠疫情之后，SaaS将因数字化需求的提升、远程办公接受度的提升而出现大幅增长。

## 2 标准产品+私有化部署流行

将会有越来越多的SaaS厂商在2021年推出标准产品的私有部署模式，但不接受定制化的项目。大型企业对SaaS的接受度呈现两极分化趋势，小部分充分接受公有云的SaaS，但开始有越来越多的超大型企业开始强调私有部署。中小企业对SaaS的接受度持续提升。

## 3 SaaS厂商需展现服务可持续

SaaS厂商的可持续运营和服务越来越受到用户的关注。弹性扩容与灾备、数据集成、零信任安全成为厂商们的关注重点。

## 4 刚需型SaaS将更加明确

外部经营和交易类SaaS、信息安全服务类SaaS、垂直行业专用类SaaS成为2021年资本关注的重点。尤其是外部经营和交易类会诞生1至2家独角兽企业。

## 5 SaaS类咨询将持续增加

一些头部的本土SaaS厂商和越来越重视咨询服务，2021年会有越来越多的厂商建立自己的咨询团队，有些本土厂商也开始和四大等独立咨询公司展开项目型的合作。

## 6 低代码和无代码开发普及

低代码和无代码开发平台成为SaaS市场的热点，财税、智能办公、数字营销、HR、云ERP、MES、工业仿真、数据中台等是2021年增长较快的细分市场。

## 7 云市场加速但传统代理依然重要

渠道商代理商仍然是SaaS覆盖区域市场的最重要模式，但云市场的吸睛与引流作用越来越明显。2021年，将会有30%以上的用户通过云市场寻找各种SaaS应用。

## 8 传统企业将加入SaaS厂商行列

以SaaS自己运营的核心、以提供业务服务为交付的新物种越来越多。尤其是很多垂直行业的传统企业开始推出相关的服务，他们将成为SaaS产业中一支重要创新力量。

## 9 SaaS生态差异化格局初现

SaaS的生态竞争越来越激烈，2021年将是生态竞争格局初步成型的关键一年。以腾讯云、阿里云、华为云等为代表的生态主，在生态策略上开始出现差异化，阿里云生态会更重视可控性，腾讯云会更发扬开放性，而华为云生态会更强调自主性。

## 10 多种商业模式并存

随着5G的应用，SaaS厂商的收费模式在2021年会变得更加丰富多彩，按用量、与业务价值紧密结合的收费会变得越来越流行。



# 中国软件行业协会、中国软件网、用友联合发布 2021年中国企业中台十大趋势



1 2020年是中台发展历程中受到质疑最多的一年。但海比研究调查发现，总体而言，中台是数字化的发展趋势还是得到了业界的普遍认同，70%以上的企业对中台十分关注。尤其对于大型企业而言，在考虑新时期IT战略时，企业平台必须是由中台理念与架构去构建的。海比研究认为，了解中台、接受中台、应用中台会在2021年得到进一步加强。

6 中台的本质是一种可以复制且可持续迭代的能力，需要业务和组织形态来承载。如何在中台架构上设置前台业务组织也是中台化的一个关键。中台的发展脉络是越来越向上（业务）走，和业务越来越深度融合。2021年会有越来越多的厂商推出面向垂直行业或垂直业务领域的中台。比如财务中台、人力中台、营销中台等。

2 越来越多的企业会意识到，中台是企业数字化的必备能力。2021年中台的发展会进一步标准化、体系化。海比研究认为，无论是业务中台、数据中台，还是技术中台、AI中台，其终极目标都是建立一个体系化的企业中台。企业中台将成为数字化企业的核心枢纽。

7 海比研究认为，面向中小企业推出SaaS化的中台产品，是未来的发展趋势。2021年业界会有领先厂商在中台产品SaaS化方面抢占布局，但其市场接受度仍然有限。

3 中台市场在2021年仍然处于导入期，但竞争格局会更加清晰。一方面，阿里云等互联网巨头越来越清楚自身在中台市场中的定位，他们的中台更多的是为自身运营、解决方案的构建提供支撑；另一方面，中台产品或解决方案提供商的阵营变得更加精简，一些伪中台厂商逐渐退出中台市场。海比研究预计其增长率将达到30%以上，国内总体市场规模将突破50亿元。同时，厂商之间的竞争压力会大大减少，有实力的中台厂商将会迎来一个难得的发展机遇期。

8 新零售、房地产、快消品、汽车等行业的企业，尤其是大型企业，对中台有较大的需求，他们仍然是2021年中台的重点市场。教培、直销、餐饮等行业的需求也增长较快，是值得关注的热点市场。

4 中台是一种技术和业务架构。它的实现需要厂商有全面的技术能力，例如容器、DevOps、低代码\无代码开发、区块链、AI等。2021年，中台实现和底层技术平台的关系会越来越紧密。没有技术领先的、统一平台的厂商，将无法满足客户通过中台构建可复用能力，以及支撑前台灵活创新的需求。它也会逐渐失去核心竞争力。

9 营销数字化、数据中台仍然是2021年企业用户最大的需求。中台项目越来越和具体的业务数字化相结合的方式出现。独立的中台项目在2021年会逐渐减少。但海比研究预计，2023年以后，独立的中台项目将会越来越多。

5 云原生架构将成为2021年中台技术上的竞争焦点。以用友为代表的本身在业务应用拥有多年积累的企业服务厂商，在这方面拥有突出的竞争优势，他们通过真正的云原生，能够保证企业IT架构具有足够的灵活性和扩展性，以及微服务的敏捷部署。同时在分布式架构下，保证事务一致性方面具有独到之处。将中台的微服务架构纳入到低代码和无代码开发平台，成为中台发展的一个重要亮点。

10 产业中台将会成为2021年中台市场的热点。随着腾讯等企业加入中台市场，中台的概念得到扩充，各大综合性巨头会推出针对生态赋能的技术中台、安全中台、AI中台等。

# 中国软件行业协会、中国软件网、滴滴企业版联合发布 2021年中国企业出行服务平台市场十大趋势



- 1 当前，企业利用第三方出行服务平台提供的出行服务，正处于快速增长期。受新冠疫情影响，2020年企业出行服务平台的发展受到一定限制，但在2021年，认可和选择企业出行服务平台的组织会大幅增加。
- 2 企业出行服务平台市场的竞争格局仍在变化之中，但滴滴企业版已取得绝对的领先优势，已为30万家企业、1700万职场人士提供服务。2021年，这种领先优势将进一步扩大。
- 3 实现智能化出行成为企业出行服务平台的重点发展方向，数据化、线上化、智能化是企业进行出行成本管控的重要着力点。
- 4 企业支付将在企业出行服务平台中占据重要地位。越来越多像出行服务这样的企业消费场景趋向于采用企业支付。这能让员工的报销更加便捷，也让出行服务的管控更加透明、合规。
- 5 企业选择出行服务平台的应用场景越来越多，他们在出行用车上更加重视效率、合规和成本控制。
- 6 企业越来越重视员工出行体验。在保障安全、便捷的同时，企业出行服务平台商必须通过制度搭建、人员搭建，简化企业的用车流程；通过企业支付和线上化用车管理，谋求企业员工获得良好出行体验，免贴票、免报销，极大减少员工在流程性事务上精力消耗，进而提升在核心业务上的专注度与时间。
- 7 大型集团企业、金融、互联网行业是企业出行服务平台应用的重点市场。政府公务用车改革正如火如荼，他们也越来越重视利用第三方出行服务平台。各级政府部门是2021年企业出行服务平台值得关注的热点行业。
- 8 企业出行的服务生态还处于完善之中。以滴滴企业版为代表的企业出行服务平台将在2021年更加重视软件产品和解决方案生态伙伴、渠道销售伙伴的建设。
- 9 依托数据化能力，大商旅场景将在2021年进一步融合，为企业提供出行、机票、酒店等一站式商旅服务成为新热点。
- 10 从企业出行市场切入，利用数字化、智能化工具方案提升管理效率赋能企业数字化转型，是企业数字化实践的一个新突破点。



# 中国软件行业协会、中国软件网、云徙科技联合发布 2021年中国数字营销十大趋势



1 新冠疫情是数字营销的一幅催化剂。它促使2020年数字营销大放异彩，也将带动它在2021年更大爆发。海比研究，它已成为企业数字化最好的切入点、最大的细分市场。

2 数字营销在2021年仍处于成长阶段。市场增长迅速，其标准和方法论还不太成熟。但在营销数据中台开始形成一些共识性的标准。

3 数字营销产业链条非常复杂，导致现在数字营销市场非常混乱，服务厂商也良莠不齐。2021年这种情况仍将继续。但各种厂商的专业分会会更加明朗。

4 2021年将会有越来越多的以实现数字营销闭环为目标的产品和解决方案提供商，以及相应的咨询与服务商。但高质量的项目交付会成为他们快速发展的难点。

5 营销中台成为数字营销的枢纽，也是大型企业发力数字营销、取得实际效果的基石。以云徙科技等为代表的营销中台，开始在大型企业的实践中展现明显效果，2021年会得到更多大型企业青睐。

6 与人工智能、物联网、大数据等最新技术深度融合，进行直播等各种营销模式的创新，实现数字营销全过程的自动化、智能化、社交化（IP化），是2021年数字营销产品和解决方案的发力方向。

7 继汽车、房地产行业之后，金融、新零售、教育培训、直销等正成为2021年数字营销应用的热点行业。

8 如何拓客，并且形成客户资源池、客户数据平台（CDP），以及与之相应的互动交流平台，成为2021年用户越来越关注的需求。

9 2021年，将会有越来越多的企业重视营销和客户体验管理（CEM）结合，营销数字化与客户体验数字化的深度融合与深入分析，将会大大提升营销效果，提升客户满意度。

10 客户数据管理成为未来数字营销的难点。客户隐私等数据保护会在2021年被政府部门更加重视、监管会更加严格。稍有不慎，数字营销便会给企业的正常经营带来巨大影响。

# 中国软件行业协会、中国软件网、商越联合发布 2021年中国数字化采购十大趋势



1 数字化采购将成为SaaS领域增长最快的细分市场。海比研究预计，2021年将成为SaaS市场中的明星。其增长率将达到40%，市场规模将达到20亿元。数字化采购市场2021年由导入阶段进入成长阶段。

2 竞争格局在2021年仍处于变化之中，在中大型企业市场中，第三方独立的数字化采购平台越来越受欢迎；，小微企业则更青睐于电商巨头的企业采购平台。

3 数字化采购覆盖的范围将从供应商寻源、订单、收发货，到对账、结算、开票等全流程。海比研究认为，数字化采购平台的应用框架会在2021年基本成型。一个完整的数字化采购平台将包括采购交易、采购协同、数据分析三大核心部分。

4 采购商城、交期管理与采购协同成为2021年的热点需求。由于个性化需求增多、需求变化太快，采购订单的变化成为经济发生的事情。如何快速地处理订单变化带来的影响，需要有一套专门的采购协同工具。

5 互联网、医药医疗、地产建筑、物业服务、能源化工、制造、金融等行业是2021年数字化采购的热点市场，它们对采购商城的需求较为迫切。

6 采购中台会成为数字化采购平台提供商的核心竞争力。海比研究认为，基于自身的采购中台构建采购交易平台、采购协同平台、数据分析平台会在2021年成为数字化采购解决方案提供商的共识，并且会成为他们降低产品价格、缩短交付周期、快速满足个性化需求的重要法宝。

7 采用云原生架构是2021年数字化采购平台的技术共识，所有厂商都会将自己的产品向云原生迁移。其中微服务化是一个重要发展方向，也是厂商获得技术竞争优势的重要来源。

8 发展渠道伙伴，加强自己的销售力量，将成为2021年数字化采购平台头部厂商们的工作重点。但海比研究预计，由于这些厂商在渠道体系、生态合作的机制建设方面还刚刚开始，2021年他们发展渠道伙伴的成绩不会很理想。

9 如何高质量、快速项目交付成为2021年明星厂商们发展的最大难点。人才不足、尤其是实施项目经理不足，是制约的关键因素。海比研究认为，在当前，尽量标准化的产品交付，是解决这个难题的最有效办法。

10 资本市场将在2021年对数字化采购赛道给予继续加持。以商越等为代表的独立厂商越来越受到资本的欢迎。



# 中国软件行业协会、中国软件网、蓝凌联合发布 2021年中国知识管理十大趋势



1 经过近20年的发展，知识管理在国内已进入成熟发展阶段。但2020年的新冠疫情，以及人工智能、移动互联网、区块链等新技术与知识管理的深度融合，让整个市场迸发出了新的活力。2021年，国内知识管理将迎来新的发展机遇——智能时代的知识管理。海比研究预计，2021年国内知识管理市场规模将突破60亿元，增长率达到25%，创造近年来新高。

2 国内知识管理市场竞争格局开始出现新的变化。以蓝凌为代表的知识管理品牌厂商仍占据头部阵营。百度如流、飞书、钉钉等互联网巨头，以及印象笔记等一些基于AI、大数据等新技术而诞生的新兴公司开始角逐知识管理市场。在2021年，本已平静、成熟的知识管理市场将因此而引来更激烈的竞争。

3 人工智能将在2021年和知识管理有更深度的融合。例如，借助机器学习、文本处理等手段实现知识内容的自动化整理；知识图谱技术将得到越来越多的应用，实现数据关联的图谱化，并进一步构建企业的智能知识管理。

4 2021年，知识内容的形态将越来越多样化、应用场景将越来越多元化。除日常的各种文档外，知识地图、知识维基、多媒体视频、FAQ、文档图谱、AR/VR等各种知识载体也会纳入到知识管理的统一处理之中。除了在组织内部的查询等日常各种应用场景外，知识管理也在众多重大场景中得到应用，例如2022北京冬奥会、防疫抗疫等。

5 知识服务中台化是2021年知识管理发展的重要方向。将会有更多企业接受知识中台理念，实现“业务知识化、知识服务化”。知识中台从数据中台及业务系统将知识汇入，进行知识的共享融合、组织处理、建模分析、管理治理和服务应用，统一知识标准口径，以API的方式提供服务，可以形成综合性知识支持能力平台。

6 传统的知识密集型行业，如传媒、金融、法律、教育、咨询等，仍然占据知识管理的主要市场。政府、互联网、医疗卫生、文旅等行业将成为新的热点市场。

7 大型国企、出海企业会在2021年成为知识管理的值得重点关注的细分市场。面向信创的知识管理系统是他们研发的重中之重。

8 知识管理厂商仍然没有形成成熟的销售渠道，以及实施和服务渠道。国内知识管理厂商的生态搭建、市场拓展能力还需要进一步加强。相对而言，采用EBC运营模式的蓝凌在这方面做得已比较到位了。

9 知识管理的核心是复用知识，实现组织的高效。在2021，会有越来越多的HR部门来主管知识管理。这将是企业获得人才竞争优势的一个极佳方法。

10 资本市场，尤其是来自国企的服务商将会更加关注知识管理厂商。他们会有更多的资金投入到其中，2021年的并购也会成为市场热点。这会给工信部带来很多动人的好政策、好技术、好产品。

# 中国软件行业协会、中国软件网、帆软联合发布 2021年中国BI市场十大趋势



1 2021年国内BI市场将继续保持高速发展态势。海比研究预计，2021年国内BI市场规模将达到74亿元，同比增长33%。

2 2021年，随着国内企业尤其大型企业国产化要求的提升，国产品牌所占份额将大幅提升，国内BI市场的竞争格局也逐步成型，但帆软一家独大的局面仍将继续保持。已经突出帆软的地位。

3 “数据仓库+BI工具”的大平台模式在2021年基本构建完成，开始朝财务线、营销线等细分业务探索应用价值。而在企业的不同业务中，生产制造、研究与开发、人力资源管理、财务、营销等成为2021年BI市场需求增长最快的领域。

4 报表式BI面向IT，可用于固定的、大型的BI项目，自助式BI面向业务人员，可用于灵活的、动态的分析需求。这一搭配能够满足处于不同数据应用成熟度企业的需求，符合Gartner所倡导的双模IT模式。

5 随着越来越多的数字化产品与解决方案提供商不断推出数据中台、数据湖的理念和解决方案，和他们的深度结合将成为2021年国内BI市场的应用热点，但是需要注意的是，双方的结合要在业务层次有落地的效果闭环。

6 AI与BI的融合成为这两年业界探讨的热点话题，2021年这种状况仍将持续。但主要集中在理念层面，真正落地的产品会很少。AI与BI所解决的问题并不一样，在当前的国内市场仅存在极小的重合部分。预计在2025年左右，BI开始迈入智能化阶段。我新加的一个点，延续去年的情况。

7 新零售、医疗保健、金融服务、技术行业的数据分析人员是2021年BI需求的重点应用对象，区县、街道等地方政府则最值得关注的热点行业。海比研究调研发现，这些行业着重关注的功能聚集于企业级数据管控、细分业务场景的成熟度、快速的计算引擎等，而且疫情常态化下，他们对数据采集也有了更多的需求。

8 经过新冠疫情的洗礼，小微企业也开始重视经营管理的数字化，更加重视数据驱动。海比研究调查数据表明，有32.4%的小微企业将在2021年采购数据服务类的应用。免费或低成本的SaaS BI成为他们的首选。

9 受小微企业对SaaS BI需求的推动，海比研究预计，SaaS型BI在2021年会迎来快速的发展，其增长率将达到40%以上。但总体而言，它还处于市场导入期，不会成为BI市场的主流，而且企业对自身数据的以来也将会成为一个大的制约点。与此同时，云服务巨头在2021年会更加重视与BI厂商的合作，云上BI应用生态走向多样化。

10 政府部门、国有企业在2021年都会有大量基于信创体系的BI项目出现。因此，打造一体化的国产BI生态正成为厂商们的重要战略选择。在应用倒逼之下，BI的国产化软硬件适配在2021年将取得重大进展，性能和稳定性有显著提升。



# 中国软件行业协会、中国软件网、Testin云测联合发布 2021年中国软件和系统测试十大趋势



1 虽然软件和系统测试已进入成熟阶段，但随着人工智能、物联网、大数据、云计算等各种新技术新产品的涌现，新的测试理念、测试技术、测试产品、测试模式这几年正发生变革。软件和系统企业在测试预算分配中正在往云测试倾斜，由过去的20%云测试占比上升至30%以上。海比研究预计，2021年，云测试模式和方法将更加成熟，并逐渐成为业界主流模式。

2 数字化的普及浪潮让软件和测试市场迅速增长。海比研究预计，2021年中国软件和系统测试市场规模将达到2167亿元，增长率达到13.4%。

3 国内软件和系统测试市场的竞争格局正在发生巨大变化。以Testin云测为代表的云测试，开始从自建测试团队、外包测试模式中抢占越来越多的市场份额。预计到2021年，云测试模式的市场份额会进一步扩大。

4 2021年，人工智能技术会更多地渗透到软件与系统测试领域。与AI结合的自动化测试脚本大幅提升测试效率。测试行业将会有更多智能化的产品诞生。目前，AI技术主要从三个方面助力自动化测试，分别是测试用例的智能生成，测试的智能执行，以及测试结果的分析。

5 端到端测试、混沌测试在2021年会成为市场热点。各种新型数字终端设备的推出，云计算、物联网、5G等新技术、新模式的普及，催生了市场对端到端测试、混沌测试的关注。

6 软件和系统测试与运维开始出现“合二为一”的趋势。海比研究认为，这种融合趋势会在2021年进一步加强，并且他们大概率会由技术主导型企业提供相关服务，由此大大提升软件和系统交付的速度和质量。

7 传统企业是近年来软件和系统测试的热点行业。值得重视的是，随着数字化应用的普及，互联网、金融、交通、能源等行业用户开始推出自己的各种数字化业务系统，他们的测试需求在2021年会有快速增长。

8 数据接口、数据完整性、数据一致性等数据方面的测试成为用户需求的一大重点。同时，安全测试也是2021年用户测试的关注焦点。

9 第三方的软件和系统测试认证机构将会在2021年发挥更重要的作用。一方面，市场需要认证机构对软件和系统质量的权威评定；另一方面，测试需要认证机构制订统一的标准。

10 软件和系统测试人才尤其是高级软件测试人才在2021年会更为紧缺。

# 中国软件行业协会、中国软件网、易捷行云EasyStack联合发布 2021年中国超融合十大趋势



1

超融合仍然是IT市场中的热点。2021年中国超融合市场的增长率将达到25%。总体而言，超融合市场仍处于成长期。

2

超融合市场的竞争在2021年将更为激烈。云计算产品厂商入围，云化超融合产品因满足私有云的业务场景而取得了较好的竞争优势。

3

超融合产品类目逐步走向云基础设施序列。作为云的初步部署形态，不仅能随着业务需求扩容，还可以升级到云形态。

4

超融合逐步具备云就绪能力。超融合从资源服务化走向应用服务化，具备云服务的承载能力，并完成快速实施交付。

5

超融合产品成熟度逐渐提升，对产品能力提出更高要求，需要支持不同种类处理器，满足对操作系统、云平台、数据库等基础软件之间的多样化适配。

6

超融合用户正从腰部向两端扩展。尤其在大型企业中，2021年将会出现越来越多的超融合应用场景，超融合一体机将逐步侵占市场份额。

7

2021年会有更多企业选择将ERP、HR等核心业务应用迁移到超融合系统。同时，他们非常看重超融合厂商提供的自动化部署、运维能力。

8

在信息技术应用创新的大潮下，超融合作为基础设施产品，在国计民生领域需要满足国产化要求。

9

政府、交通、教育、医疗等行业成为2021年超融合的重点市场。华东、西南、华南市场增长较快。

10

搭建生态成为超融合厂商2021年的共同发力点。技术战略合作伙伴、业务应用合作伙伴将成为生态角色的关键点。



# 中国软件行业协会、中国软件网、华为联合发布 2021年中国十大5G行业应用场景



1

5G+智慧工厂

2

5G+智慧电网

3

5G+智慧警务

4

5G+智慧医疗

5

5G+智慧机场

6

5G+智慧港口

7

5G+智慧汽车

8

5G+智慧煤矿

9

5G+智慧钢铁

10

5G+智慧景区

# 中国软件行业协会、中国软件网、腾讯研究院、腾讯云联合发布 2021年中国产业互联网十大机遇



1

企业采购平台/  
B2B电商/  
企业直播

2

工业互联网平台

3

云工厂

4

产业中台

5

在线教育

6

远程医疗

7

供应链  
协同平台

8

人力资源  
服务平台

9

智慧交通  
/车联网

10

智慧城市





# 感谢观看

## Thanks!

报告咨询：汤媛媛 13811819315

洞见2021·中国企业服务年会  
CHINA ENTERPRISE SERVICE ANNUAL CONFERENCE

双循环时代的数智新局

