



# API 经济中的创新

创造致胜体验和全新功能，赢得竞争

IBM 商业价值研究院

## 执行报告

技术与战略

### IBM 如何提供帮助

在云和认知计算时代，企业需要加快采用创新型业务模式，以期保持竞争优势。他们如何创造超越当前及新兴竞争对手的更高客户忠诚度？IBM 提供业务专业知识和技术，帮助企业设计战略，将 API 置于其业务的核心位置。如欲了解更多信息，请访问 [ibm.com/apieconomy](http://ibm.com/apieconomy)

---

## 产品供应新形式

在当今世界互连程度日益加深的背景下，应用程序接口（API）代表了企业的数字化水平。为了在竞争激烈的市场中脱颖而出，企业需要为最终用户创造数字功能和 API 体验，赢得开发人员以及合作伙伴的青睐。他们还需要像对待其他产品和服务那样管理 API。这就需要注意解决外部 API “外观和感觉”的问题，并开发支持完整 API 生命周期的基础架构。本执行报告是系列报告（共两份）中的第二份，探讨了 API 体验以及 API 作为产品供应动态新形式的使用。

---

## 执行摘要

API 不仅仅是用于共享数据的技术渠道。设计完善的 API 能够为企业提供获取数据和服务的关键途径，支持快速创新，帮助开拓新产品和服务的市场，进而奠定未来合作关系的基础。API 已经成为一种重要的企业外在表现形式，代表了企业的数字“面貌”，是企业塑造品牌形象的基础。我们的研究结果表明，鉴于 API 变得日益重要，企业需要专注于：

- 设计引人注目的 API 体验，吸引开发人员和企业策略分析师。为了实现这一点，企业必须建设自己的 API 品牌，从而在日益复杂的市场中崭露头角。同时，一个企业的 API 必须反映该企业的核心信息和价值。API 生产者必须能够向主要受众有效地推广 API，并营造轻松的 API 采用之旅。
- 将 API 作为一种产品来管理，利用类似于监督任何实体产品或数字服务开发和持续支持的方式，处理整个 API 生命周期中的各种元素。

本执行报告基于对 30 多位各行业企业代表所进行的采访（详见第 17 页的“我们如何开展研究”），强调了营造外部体验以及构建内部能力方面的关键挑战和有效实践，以帮助企业在 API 经济中赢得竞争。



具有吸引力的 API 体验需要汇聚品牌建设、设计思维原则以及支持者社区的力量



清晰的 API 推广策略需要整合数字营销、活动参与和影响者互动



成功的 API 品牌建设模式需要兼备一致性、明确性和持久性

## 设计 API 体验

像其他产品一样，API 也需要提供一种能够取悦各种使用者群体的体验。我们的研究表明，对于使用 API 的开发人员以及 API 所支持产品的使用者而言，丰富卓越的体验包含三个重要方面（见图 1）。

- 企业必须考虑 API 的品牌建设和定位影响。企业不仅应该满足开发人员的技术需求和体验要求，还应该考虑最终用户对 API 所支持产品的使用感受。
- 制定能够提升 API 知名度的强大 API 推广策略十分重要。面对日渐壮大的生态系统以及竞争对手，企业需要能够持续吸引开发人员使用 API。
- 企业应该在整个 API 生命周期中培养 API 采用意识，注重 API 使用者向 API 支持者的转变。API 生命周期超越了用于开发的最初采用阶段；它是一种日渐累积的体验过程，包括测试环境的使用、版本升级、服务级别协议（SLA）以及部署后的支持等因素。

图 1

为营造丰富的 API 体验来吸引开发人员和使用者，需关注三个重要方面



来源：IBM 商业价值研究院分析

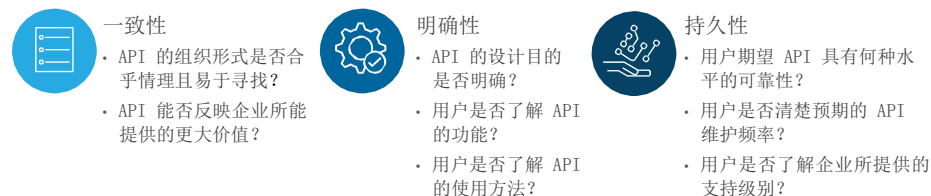
## API 品牌建设

与任何品牌建设一样，API 品牌传达了自身的业务价值，并反映了企业的更大价值。成功的品牌建设模式兼具一致性、明确性以及持久性，并关注两大用户群体：开发人员和最终使用者（见图 2）。

**一致性：**API 之旅相对顺利的企业会格外重视品牌一致性。在 API 跨越其他企业的产品和服务时，他们注重确保 API 始终如一的外观、感受和功能。美国最大的连锁药店 Walgreens，明确规定了描述服务时可接受和不可接受的措辞，并且明确了在利用 Walgreens 处方 API 的网页和移动应用中使用沃尔格林徽标的方式。<sup>1</sup>

图 2

API 品牌需要传达自身的业务价值并反映企业的更大价值



来源：IBM 商业价值研究院分析

*明确性：*很多 API 使用者主要通过社区来获取有关企业 API 的信息。正因为如此，API 生产者必须明确传达 API 的特性和功能，同时要令使用者能够在当今竞争激烈的 API 市场中轻松找到自己的 API。API 生产者应该解决的问题包括：API 所提供的功能、API 技术需求以及必要的入门介绍。

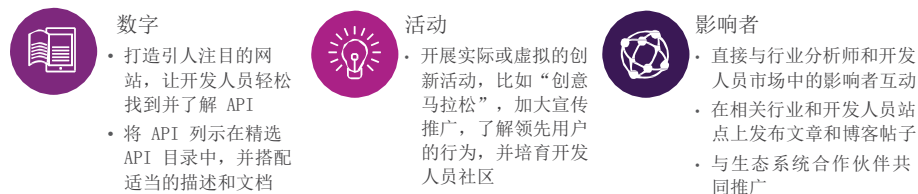
*持久性：*针对 API 功能和生命周期设定切合实际的期望，这会对 API 开发人员认知产生重要影响。确保 API 使用者在 API 功能和支持期望方面与 API 生产者保持一致，这一点至关重要。由于品牌存在淡化的风险，甚至会被依赖于这些 API 的使用者所侵蚀，所以品牌持久性变得越来越重要。提供精准易懂的预期服务水平条款和条件以及易于接受的使用和维护形式，都是保持品牌持久性的关键所在。

## API 推广

为了在成千上万的竞争性 API 中脱颖而出，API 生产者需要制定清晰明确的推广策略。要想打造 API 知名度，就要打造引人注目的用户友好型网站，让开发人员可以轻松找到并了解 API，并且还要将 API 列示在精选公共或内部目录中。实际或虚拟的创新推广活动，比如“创意马拉松”，可以加强宣传力度，培育开发人员社区，进而传播 API 知识。其他重要的 API 推广方式还包括：直接与行业分析师和开发人员市场中的影响者互动，在相关行业和开发人员站点上发布文章和博客帖子，以及与生态系统合作伙伴共同推广（见图 3）。

图 3

为了胜出成千上万的 API 竞争对手，API 生产者需要制定清晰明确的推广策略。



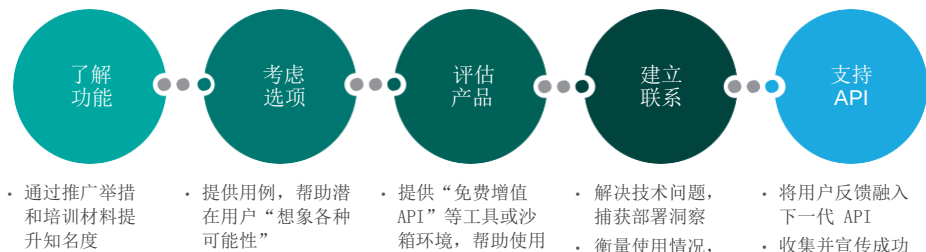
来源：IBM 商业价值研究院分析

## API 采用

社交媒体让 API 使用者可以更轻松地分享自己的成功和失败经验，达到在不同 API 论坛和社区之间“口口相传”的效果。对于潜在使用者，现有 API 使用者在知名论坛及社区上的推荐具有非常重要的影响力。API 支持者（由 API 使用者转变而来）的“粘性”和数量是 API 采用成功与否的关键度量标准（见图 4）。

图 4

企业应制定分步走战略，实现潜在 API 客户向坚定支持者的转变



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_46785](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46785)

