

中国数字化新采购发展白皮书

2020年



海量行研报告免费读



概念界定：数字化新采购是传统采购在数字经济下的新实践，通过人工智能、物联网、机器人流程自动化等技术实现全流程智慧管理、云端协同等。数字化采购厂商仅指为企业提供采购服务的技术型厂商，具体可分为综合型和工具型两类，不包括B2B电商采购平台。



产品选择：随着人工智能技术的发展和电商采购习惯的渗透，区域间协调保证供应时效的需求被带动，但是目前仍存在供给不足的问题。因此，综合技术实力更强、有较深技术积累的厂商的产品与服务将更具优势。



市场规模：疫情推动了数字化采购技术在大中型企业采购领域中的应用，2019年中国企业数字化采购的市场规模为112.4亿元，2022年市场规模将突破200亿元。



发展趋势：数字化新采购有较好的发展潜力，向着更贴近业务需求、更智能、更安全迈进。工具型厂商更专注于细分场景的痛点，直达采购需求，而综合型厂商能够发挥大平台背景的优势，帮助大型企业进行整体采购解决方案的顶层设计。

“新基建”下的“新采购”

1

数字化采购能力与场景剖析

2

数字化采购落地实践案例

3

数字化采购的未来发展趋势

4

“新基建”下的新采购

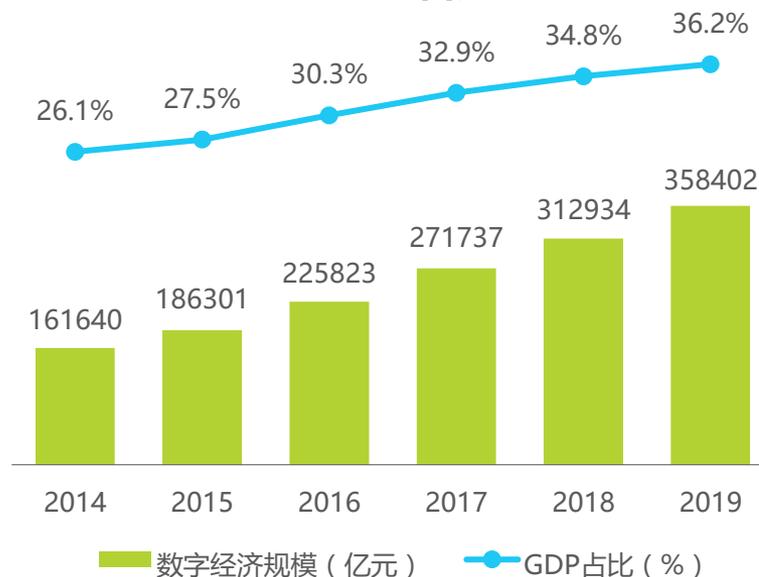
数字经济背景下的技术进步，以信息基建为核心的新机遇

“新基建”是指进行具有较高科技水平的基础设施建设，强调新技术、新需求、新机制，如5G网络、数据中心、人工智能、工业互联网、物联网等。“新基建”中的信息基础设施也被称为“数字新基建”，是数字经济的基座，是推动企业全面数字化转型的基础保障。其中工业互联网和大数据对采购业务的数字化有相对显著的影响。随着人工智能和云计算等技术的普及，采购环节的技术变革成为可能，也赋能产业进一步提升其商业价值。数字经济规模的不断增加将推进产业的数字化升级，而数字新基建带来的大数据优势、更加丰富的商城品类，以及AI赋能的自动化采购，都为数字化新采购的实现贡献了更多可能性。

2020年4月，发改委明确“新基建”范围

创新基础设施	支撑科学研究、技术开发、产品研制的具有公益属性的基础设施 重大科技基础设施、科教基础设施、产业技术创新基础设施等
融合基础设施	通过应用大数据、人工智能等技术，支撑传统基础设施转型升级 智能交通基础设施、智能能源基础设施等
信息基础设施	算力基础设施 数据中心、智能计算机中心等
	新技术基础设施 人工智能、云计算、区块链等
	通信基础设施 5G、物联网、工业互联网、卫星互联网等

2014-2019年中国数字经济增加值规模与GDP占比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：中国信通院《中国数字经济发展白皮书》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

“新基建”下的新采购

政策推动数字化采购的实施，推动供应链创新应用

近年来中央层面发布的数字化采购相关政策（部分）

时间	发布部门	政策名称
2020.03	工信部	《关于推动工业互联网加快发展的通知》
2020.03	工信部	《关于推动5G加快发展的通知》
2019.11	工信部	《企业数字化采购实施指南》
2019.07	银保监会	《中国银保监会办公厅关于推动供应链金融服务实体经济的指导意见》
2019.04	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于促进中小企业健康发展的指导意见》
2017.10	国务院	《国务院办公厅关于积极推进供应链创新与应用指导意见》
2017.04	工信部	《云计算发展三年行动计划（2017-2019）》
2017.03	国家发改委、工信部	《“互联网+”招标采购行动方案（2017-2019年）》
2016.12	国务院	《“十三五”国家信息化规划》
2014.12	国务院	《中华人民共和国政府采购法实施条例》

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

数字化新采购的内涵

综合运用数字化手段，实现企业采购全流程的效率提升

数字化采购是传统采购在数字经济下的新实践。企业采购是指企业为了满足生产和经营需求，通过一定渠道大批量购进商品的行为。数字化采购一方面强调企业内部采购业务流程上的数字化，意在提高管理效率；另一方面是指采购平台的电商化升级。企业内部的采购数字化转型主要通过引入人工智能、物联网、机器人流程自动化、云端协作等技术升级采购管理系统，从而赋予其全流程可控、采购计划可自动执行、供应商寻源能力显著提升等特性。这里的“采购”有别于供应链中将其定义为“采买行为”的传统概念，而是涵盖了从企业内部采购需求提报、供应商评估与选择、智能价格筛选、合同条款分析与匹配到自动执行采购、供应商风险评估的全流程。

数字化新采购的概念内涵示意



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

国内企业采购的发展历程

从供应链环节到核心业务，从流程信息化到数字化智能化

采购在早期仅指企业管理的一个环节，与物流、交付、投产等共同组成了供应链体系。之后随着供应链管理概念的不断深入，采购开始被认为是包括了需求搜集、采买以及投入使用的全过程。由于采购环节在企业降本增效的实践中意义重大，所以采购业务的数字化升级也被逐步重视。我们将采购的发展历程分为四个阶段，最早期是以完全的线下采购为主，范围局限在企业所在城市地区。第二阶段是信息化采购，应用计算机对业务信息进行留存。第三阶段是数字化采购，得益于工业互联网的发展和基础信息建设的进步，所涵盖的内容也扩展为从供给端的寻源、匹配、采购，管理和需求端的需求统计、上报、采购、分发全链条的泛采购概念。未来的第四阶段，采购业务将在充分数字化的基础上实现智能化，构建采购生态。

中国企业采购环节的发展历程



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

传统采购的流程痛点

供给与需求彼此割裂，整体采购效率低下

传统采购作为几乎所有企业的常规业务活动之一，在形式上常以线下人力采购为主，主要集中在月末、季末或者年末。采购业务的对象通常可分为生产性物资和非生产性物资采购两类。生产性物资主要指企业投入生产所需要的原材料、生产设备等，这类物资往往品控严格、成本高昂；而非生产性物资通常指办公耗材、生活日用等品类。

传统采购在生产性物料方面的风险预警和灵活应用方面存在明显短板，尤其在面对“新冠疫情”这类突发事件时更加凸显，使得企业的生产活动受到影响。同时，在非生产性物资方面，传统采购流程也难以保证采购物品能够贴合员工的真实需求，进而对员工满意度造成影响。

企业传统招采的流程与特点



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_20839

