

数智赋能，变革加速

中国企业服务研究报告

2021年



海量行研报告免费读

| | |
|-------|---|
| 定义与概述 | 1 |
| 供给侧 | 2 |
| 需求侧 | 3 |
| 典型案例 | 4 |
| 行动建议 | 5 |

定义与分类

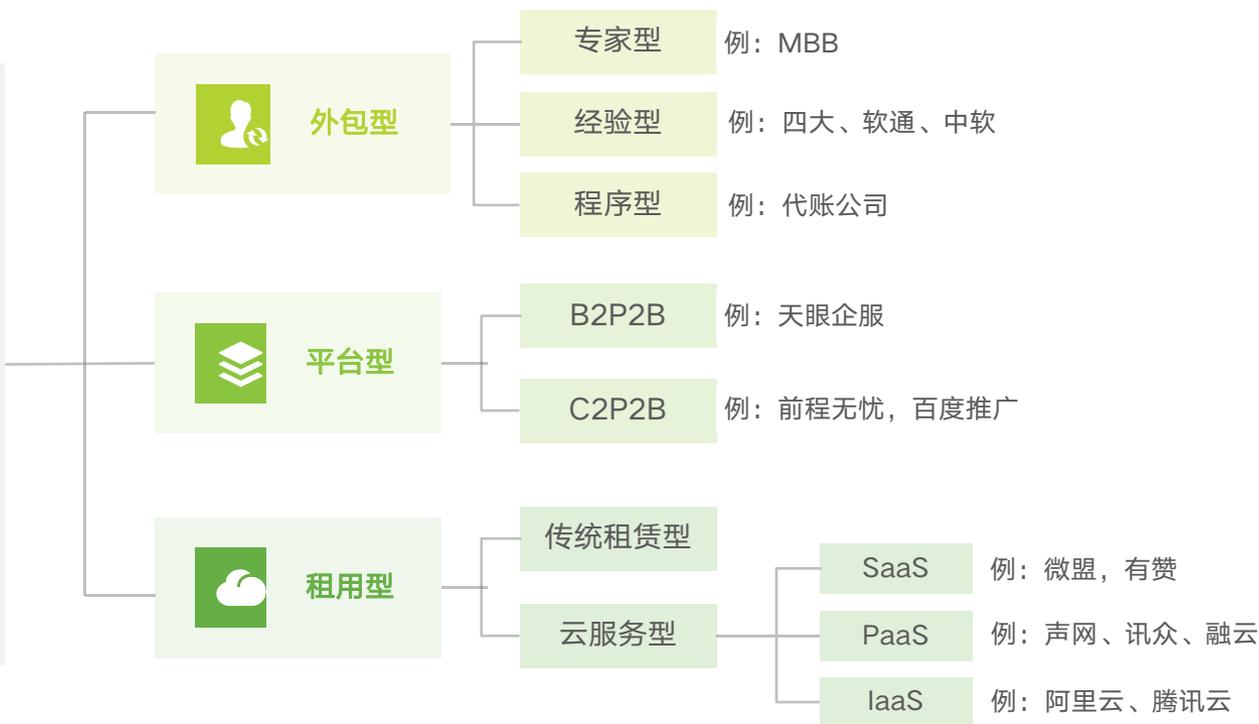
企业服务分为外包型、平台型和租用型三类

企业服务是指面向企业（服务对象为企业）的服务。由于C2B类型占比较小，因此可以近似等同于B2B类型的服务。企业服务不单指云服务，更不单指近几年比较火的SaaS。企业服务，可以分为外包型、租用型和平台型三种类型，三种类型的定义、特点和演进关系，可参考《甲方乙方：2020年中国企业服务研究报告》，此处不赘述。因平台型和租用型边际成本更低，因此更受到投资者关注，热度更高。但外包服务，不仅在企业服务中占比最大，而且往往是平台型、租用型落地的关键所在。

企业服务定义及分类

企业服务指面向企业的服务，区别于2C，具有交付周期长、标准化程度低、客单价高、项目复杂、产业发展渐进性的特点。

根据服务模式的不同，企业服务厂商可划分为外包型、平台型和租用型三种。



来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

数字化与智能化将为企业服务带来新的生机

尽管，企业服务包罗万象，但其在较长一段时间内的主要特征为企业数字化。这是因为，互联网在ToC消费领域带来翻天覆地变化后，早已将触角触及ToB领域，这就导致企业走向以“链接和获客”为主的初级数字化。随着客户的增多、触点的增多、流量的日益昂贵，企业重视客户体验与客户旅程成为必然，而此时大数据和人工智能技术恰恰已经成熟，必要性和可行性均已具备，企业数字化成为必然趋势。数字化和智能化成为企业服务的新引擎：即使看上去最为传统的人力外包领域，也在通过平台化和软件定义等方式（详见“新外包”部分）进行业务的数字化。加之《2020年中国企业服务研究报告》已经对企服的主要形态和特征进行过较为详尽的梳理，因此，本报告重点关注数字化与智能化为企业带来的新变量。

数字化在不同场景下的赋能体现

开源

■ 触达型拓客

通过数字化工具，充分链接企业和下游客户，帮助企业放大声量，扩大触达面

e.g. 门户网站、广告投放、搜索推广、第三方营销平台等

■ 转化型拓客

通过大数据采集和分析功能，精细化管理现有客户，拓展未来目标客户，提高转化率。

e.g. CRM、SCRM、大数据分析平台等

节流

■ 采购型节流

降低企业采购和库存持有的费用
e.g. 采购平台、比价平台等

■ 生产型节流

降低生产消耗的相关成本
e.g. CAD、MIS、DNC等

■ 人力型节流

数字工具替代一部分人工生产力
e.g. RPA、智能客服等

■ 管理型节流

降低销售研发办公等的管理费用
e.g. OA、ERP、DevOps等

提效

■ 生产型提效

通过数字相关技术进行智慧生产和研发，提高生产质量和效率
e.g. 自动化、智能化工具等

■ 非生产型提效

通过一系列数字化相关工具提高办公、管理等各个场景的效率
e.g. OCR、云盘、电子签章等

■ 协同型提效

加强生产、非生产型各部门间的联系，提高协作的效率
e.g. 即时通讯、在线文档等

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

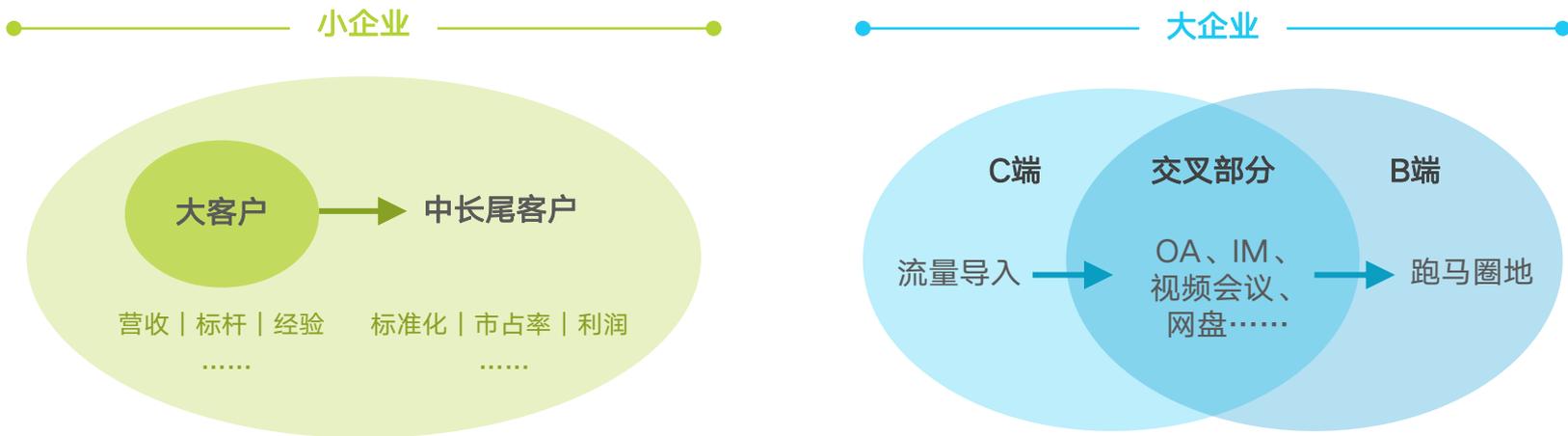
当下企业服务特点（1/4）

小企业以大客养小客，大企业以C端带B端

企业服务，一贯有大客户贡献较大的特点。SaaS的出现，似乎带来一些改变：创业者和投资人希望将ToC领域的“性感”模式复制到ToB领域，即通过边际成本的骤减，来服务好长尾客户，以此来实现自身的快速规模化复制和利润的提升。但过去几年，这一理想在国内屡屡碰壁，小客户自身的生命周期、付费习惯、付费水平，以及各行各业的新马太效应（一旦头部企业实现数字化转型，迅速收割全国客户，拉开与其他企业距离），都导致在较长时间内服务小客户成为费力不讨好的事情。大多企业短期行动策略转向服务大型客户：第一，可以有较为可观的营收增长；第二，可以积攒一批标杆客户，有助于品牌的提升；第三，可以通过复杂业务场景，打磨产品细节。但从长期上，大多企业并未放弃服务小客户的规划，因此，现阶段可认为不少企业是在“以大客养小客”。

大型互联网企业除服务大型客户外，还有另一套打法：即从C端入手，不计成本地抢占高频、覆盖广的企业业务场景，OA、IM、视频会议等，成为必争之地。因这类B端产品均与自身的C端产品保持了一致的体验和账号体系，可以看作是以C端带B端。

企业服务的典型商业模式



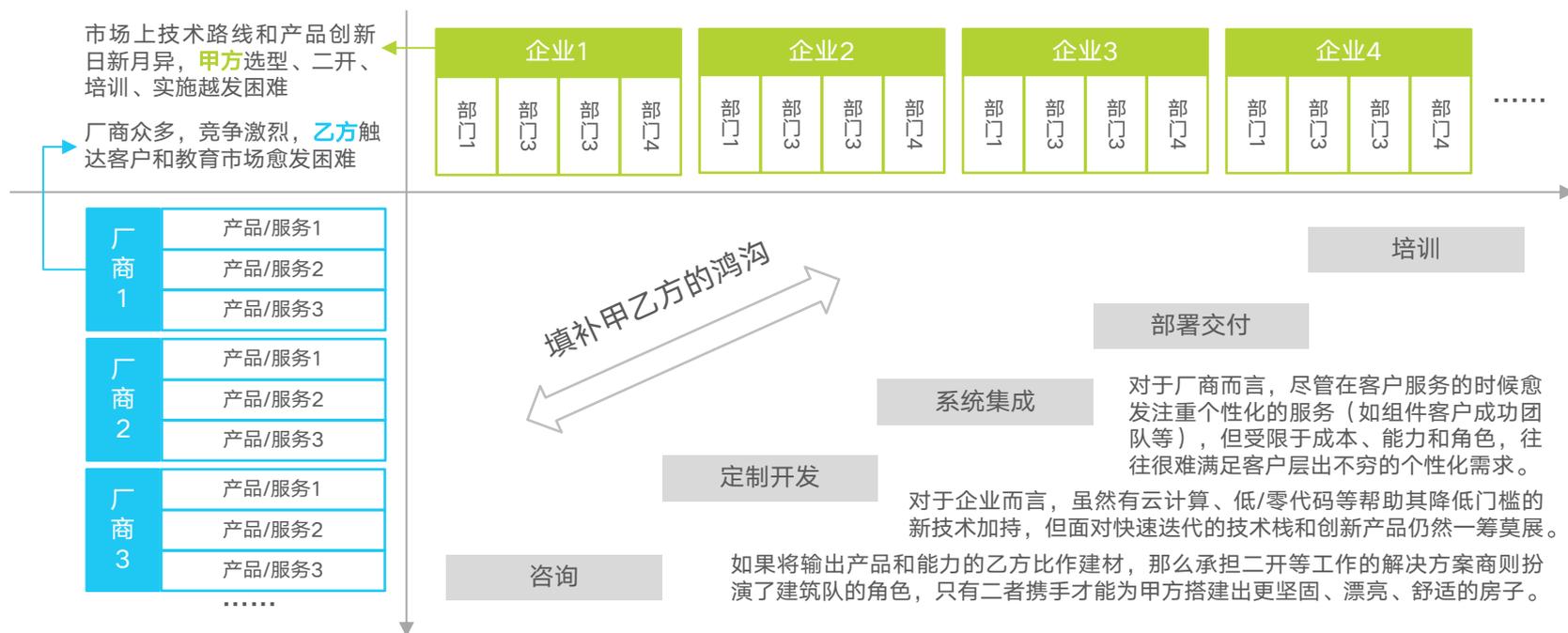
来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

当下企业服务特点（2/4）

解决方案商在填补甲乙双方鸿沟中，承担重要角色

在新型企服领域（如云计算）出现的早期，一般会强调成本优势、去中间化、自主定制等。但ToB本身的复杂性导致很难完全去中间化。以云计算为例，用户/客户是不再关注风火水电，不再关注物理组网等，但层出不穷的API文档也并不好消化，即使有低/零代码加持，业务逻辑转化成设计语言也不简单。甲方场景和乙方产品和能力之间，总存在鸿沟。所以，未来只是单纯赚取差价或者负责简单实施的中间商占比将减少，而既能理解甲方场景，又能理解乙方产品功能及特色的解决方案商，会发挥越来越重要的作用。目前，大型互联网厂商、大型设备厂商、传统集成商、咨询公司等均在争夺这一领域市场。

解决方案商的重要作用



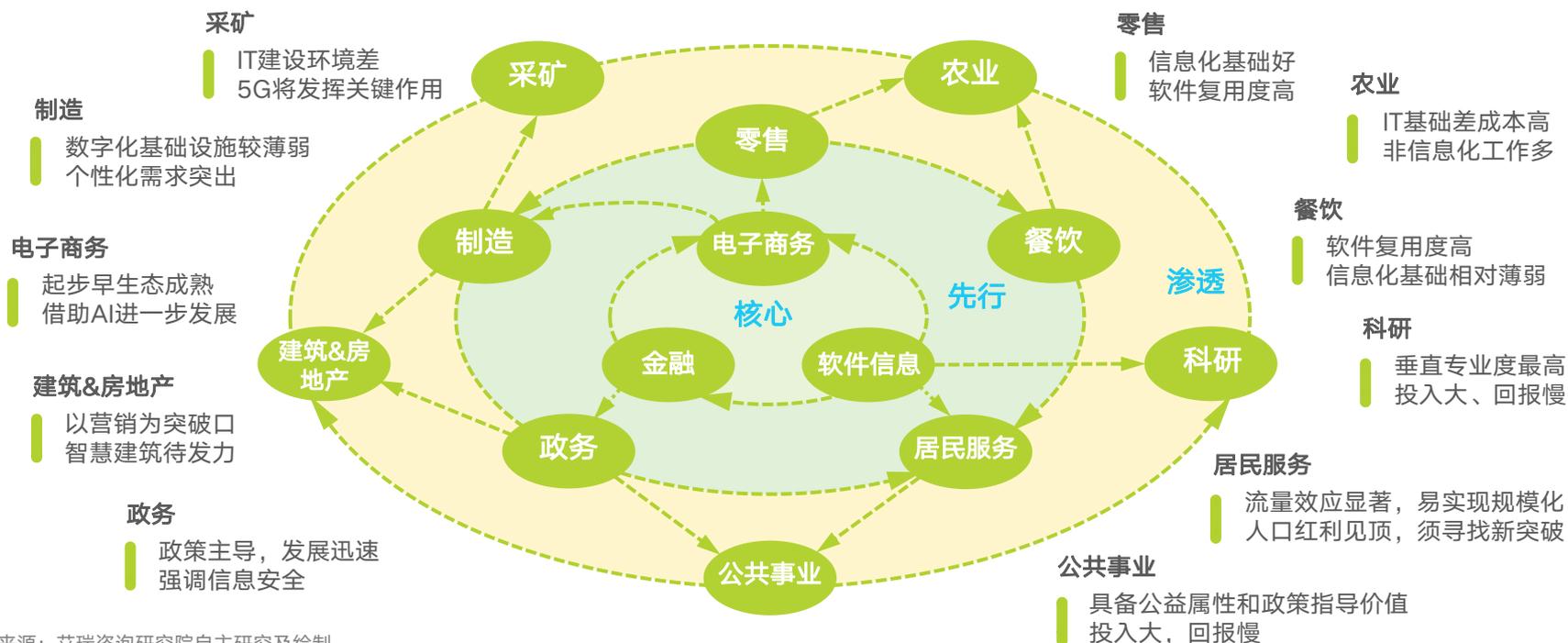
来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

当下企业服务特点（3/4）

数字化作为企业服务新引擎，辐射不同行业

在宏观行业层面上，目前我国各行业的数字化发展阶段具有相当差异。按照国家统计局对我国宏观大类行业的分类，我们认为，金融、电子商务、软件信息三类行业在数字经济生态中位居核心地位，为其他行业进行数字化改造提供支撑，同时，它们也是数字化程度最高的三类行业。从行业内生角度来看，这三类行业的数字化通过业务协同和示范作用向周边行业传导，催生“先行”行业和“渗透”行业逐步进行数字化改造，例如：电子商务的发展促进了零售行业数字化程度的提升，进一步向与之紧密关联的餐饮、（消费品）制造领域渗透，最终以网状形式促成全行业数字化的协同进步。

中国宏观大类行业数字化（部分）传导路径与协同关联



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

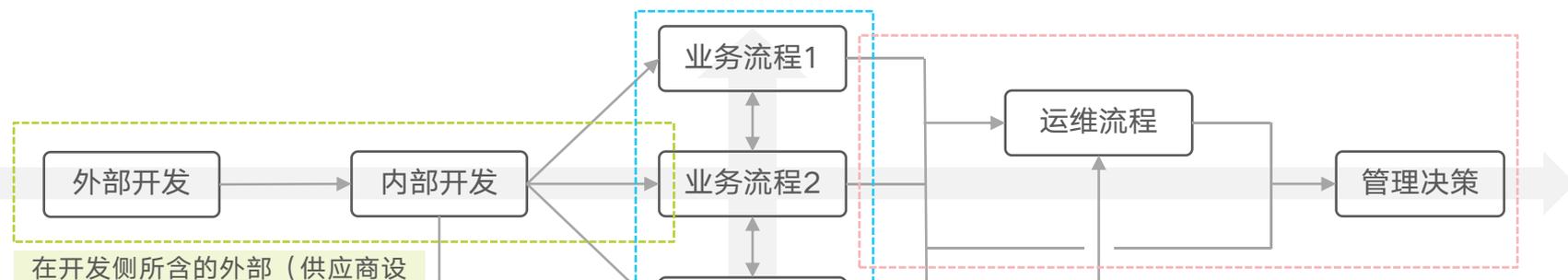
当下企业服务特点（4/4）

数字化作为企业服务新引擎，贯穿不同场景

受限于企业的整体信息化程度和服务厂商的技术，企业在数字化建设的初期往往以“点”状模式逐步开展，在设计和实施过程中缺乏统筹管理的工具和思维，这一现象在随着新的数字化工具应用正在得到改善。云原生平台为企业带来了灵活的IT资源和统一的开发运行环境，数据库及其他数据服务为企业整合不同业务和流程提供了一致的信息流环境，API、RPA及低代码工具为提升企业流程自动化程度、优化开发和运维效率带来了显著的赋能效果，成为企业提升数字化经营效率过程中的有力臂助。

数字化工具帮助企业打通软件架构及流程，提升企业的经营和管理效率

数据是信息化企业的“血液”，**数据服务**帮助企业高效地收集和统筹管理客户、业务、运维及管理等多方面数据，为企业通过其他自动化和数字化工具打通整体软件架构、实现不同业务及多个经营流程融合搭建信息流基础。



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_24732

