

中国协同办公行业研究报告

©2023.2 iResearch Inc.



随着工作模式恢复，企业对协同办公的需求从满足协作过程中的沟通管理需求向**沉淀并调用内容**、提升企业管理与员工工作效率升级。在此过程中，员工更加关注**办公体验、创造性与便捷性**，管理者更注重产品能为**时间成本、沟通成本带来的减法效果**。



近年来，协同办公产品和解决方案有几方面升级：（1）通过**AI技术整合办公内容沉淀**，并基于用户使用惯性进行调用；（2）产品**平台化提升集成能力**，同时**解耦关键功能**，填补企业少量增量需求和存量替换需求；（3）通过**软硬件结合**，增加产品功能厚度及物理办公环境舒适度；（4）政企客户需求释放，产品**安全及信创适配度**是主要关注点。



协同办公已完成概念上的市场教育，赛道整体进入成熟期，**2021年市场规模为519亿元**，且增速逐年放缓。同时，**云转型是国内外市场发展共同方向**，转云过程中市场需求碰撞也会使短期内行业增速产生波动。未来，协同办公厂商会更多地将重心放在产品打磨和功能提炼上。



在厂商经营过程中，资金充裕、企业发展步入发展期后半程的协同办公厂商可以尝试通过小额收购完成功能或技术升级，对功能性研发需求和技术性研发需求进行优先级排序也能减少非必要性研发支出。对于产品模块化的垂直型厂商而言，产品相对成熟后通过参与应用生态集成有机会获取资源倾斜。



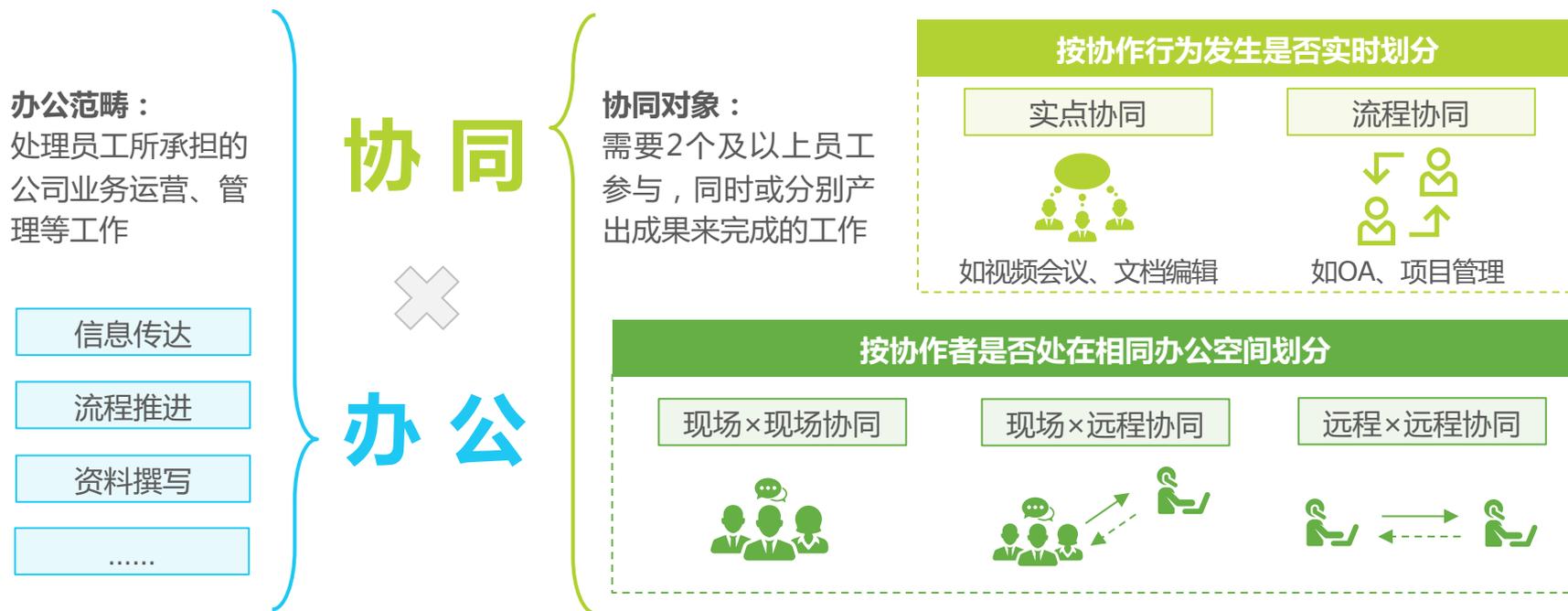
未来，**产品安全性和集成能力**会是协同办公产品的必备属性，**功能灵活性和协作实时性**会成为企业选型的重要考量，协同办公的范畴逐渐从**办公内容协同向办公场景协同升级**。随着技术应用的深入，VR和AR技术会让协同更加虚实结合，实现全域办公无感协同。

研究范畴界定

服务办公中多人合作场景的软件或软硬件结合的解决方案

协同办公狭义上指由两位及以上员工共同合作完成特定工作，广义上延展至通过计算机、网络等技术对办公中的协同行为起提效、降本等支撑作用的软硬件产品。本报告就广义协同办公数字化软件或软硬件结合的解决方案展开研究。主要研究标的有垂直型办公协作软件、综合型办公平台产品、软件+硬件整体解决方案，不包含厂商为部署产品提供的技术服务、业务咨询服务等。

报告研究范畴界定



研究主体：为办公中需要进行协同的场景提供支撑的数字化软件或软硬件结合的解决方案

需求篇：协同办公供需动态

1

厂商篇：协同厂商经营与发展

2

实践篇：厂商的业务布局与案例

3

发展篇：协同办公市场发展趋势

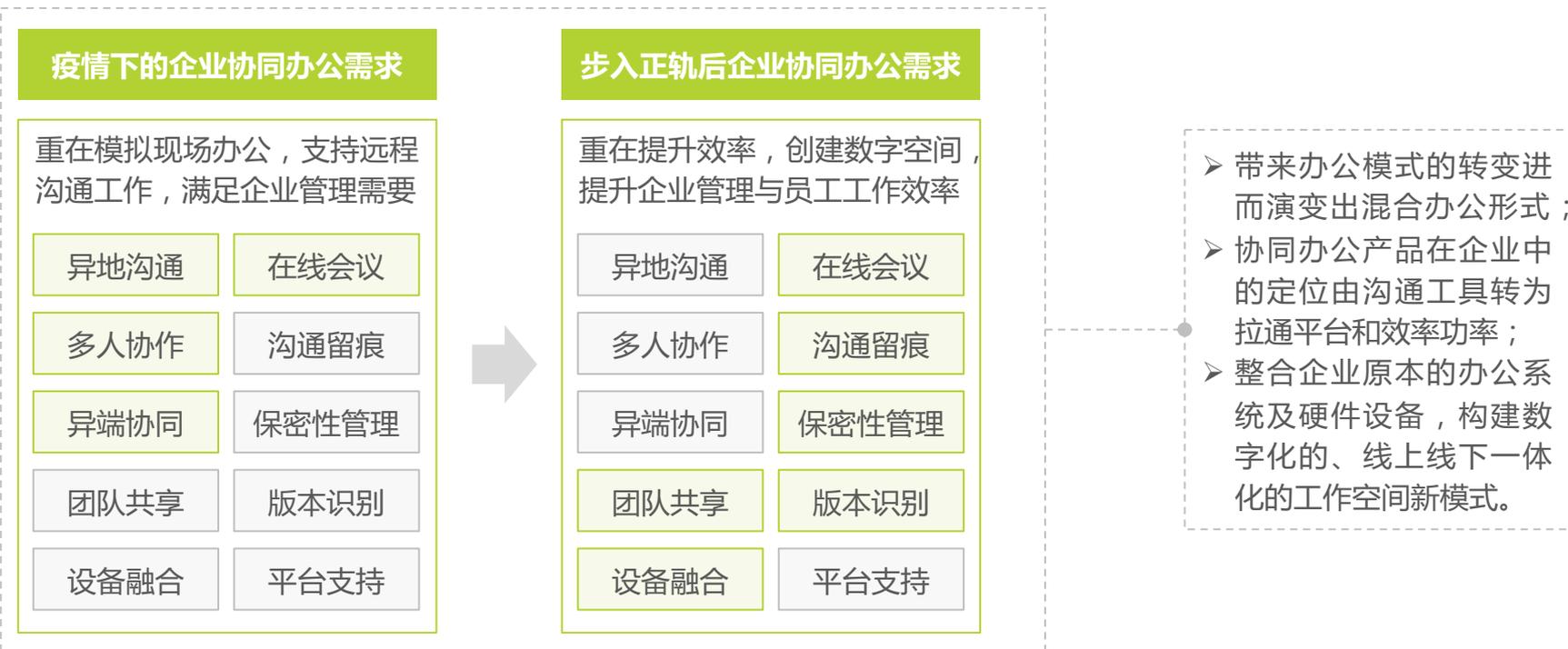
4

全面复苏后的企业协同办公需求

疫情时代落幕，企业协同办公需求从刚性转为价值导向

新冠疫情的三年也是协同办公市场快速发展的三年，由居家办公带来的对远程办公、团队协作产品的需求是刚性的，能够满足远程办公中高频场景需求的赛道发展迅速，企业用户对产品的价值评估也更侧重于易用性、性价比。但随着生产生活恢复如常，企业用户的需求将更注重产品的切实价值，协同办公行业将向着完善企业办公形态、提升工作环节的数字化水平发展。

新环境下企业协同办公需求解读



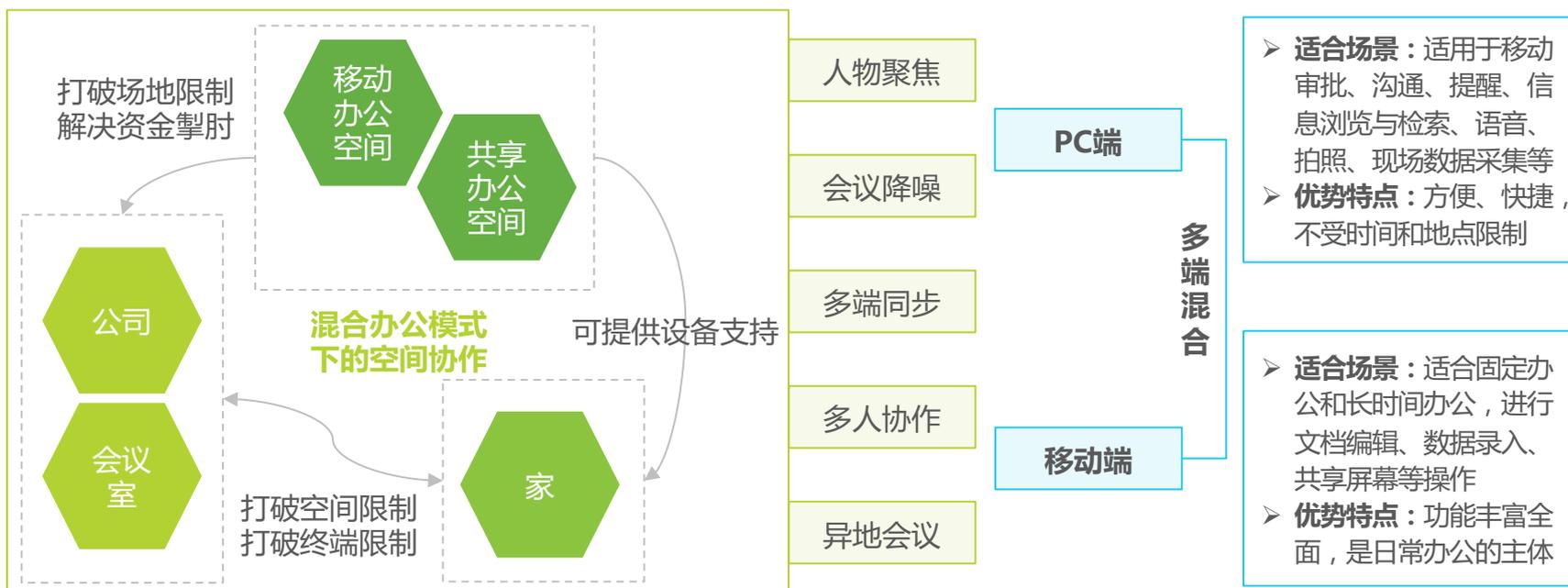
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

需求侧的双重驱动力

企业以高效为目标，员工以体验为标准，催生混合办公需求

协同办公行业发展的底层动力是经济水平、企业管理模式和互联网技术发展，新冠疫情只是短期内带来突破性增长的驱动力之一，核心在于企业经营需求和员工对工作体验的追求。目前协同办公产品已经可以满足远程沟通和一定程度上的团队协作需求，但是在团队管理、业务内容传递、办公硬件设备统筹等方面仍有待提升，企业以效率提升为目标，而员工除此之外也会关注办公体验、创造性与便捷性，从而产生从PC端向双端整合的趋势。

混合办公模式下的协同形态



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

协同办公产品的迭代方向（1/4）

沉淀内容构建新时代生产力，产品跨赛道融合形成协作空间

在产品功能上，协同办公厂商开始聚焦内容价值，主要体现在两个方面：（1）“人+数”：深挖内容管理价值，提升协作层次。通过AI、RPA等功能增强文档内容识别、分类和调用能力，并根据员工产品使用惯性，形成以项目管理为渠道的专业知识库，或以培训学习为目的、服务全体员工的通用知识库，让知识成为业务的生产力；（2）“数+场”：产品组合，发挥功能倍乘效应。目前部分协同办公厂商能做到在产品内部嵌入云盘和文档协同作为各类协同模块的基础功能。其中云盘发挥内容存调中枢的价值，而文档协同不仅是团队间图文协作的媒介，还是内容沉淀、知识管理的信息入口。

产品功能朝挖掘信息价值方向延伸

建立知识体系提升协作层次，构建个人及团队数字协作空间



从使用惯性出发，增加产品服务主动性



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

协同办公产品的迭代方向（2/4）

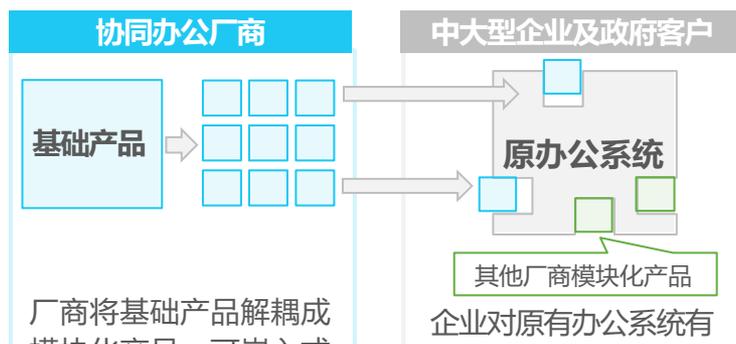
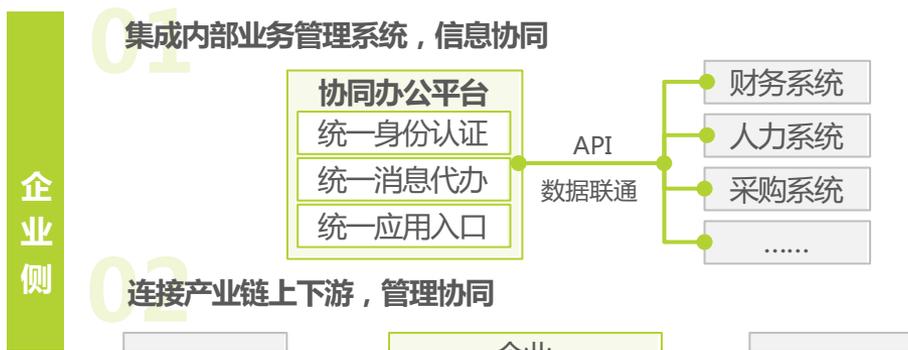
强化连接的一体化平台型产品与解耦功能的高灵活性功能模块

在产品形态上，协同办公产品同时向平台化和松耦合方向演进：（1）平台化：对客户而言，平台化指协同办公产品的连接属性增强，以平台形式面向用户提供服务。平台化产品一方面可以加强内部组织协同，还能通过即时通讯和视频会议增进产业链上下游伙伴的联系。对厂商而言，平台化指增强开放性，以平台形式集成其他厂商功能模块，让产品成为技术和流量入口。（2）松耦合：指提升整体产品包容性的同时，通过云原生架构对功能进行拆解，形成松耦合结构，让产品功能能以客户需求为中心自由集成。

产品形态向平台化和模块化演进

“平台化+强连接”，从独立产品转为信息枢纽和流量入口

解耦产品功能，模块化填补企业个性化需求孔隙



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_52113

