中国SaaS企业服务平台市场研究报告

2014年

www.iresearch.com.cn





- 1 中国SaaS企业服务平台市场概述
- 2 中国SaaS企业服务平台市场发展背景
- 9 中国SaaS企业服务平台市场发展现状
- 4 中国SaaS企业服务平台典型企业分析
- 5 SaaS企业服务平台发展趋势

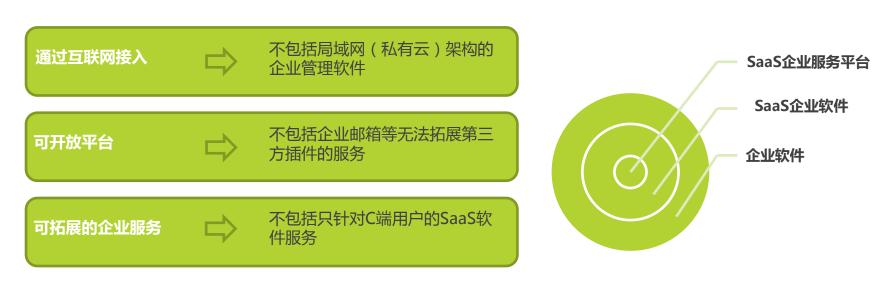


SaaS企业服务平台市场概念定义

SaaS是Software-as-a-Service(软件即服务)的简称,随着互联网技术的发展和应用软件的成熟,在21世纪开始兴起的一种完全创新的软件应用模式。它与"on-demand software"(按需软件), the Application service provider(ASP,应用服务提供商), hosted software(托管软件)所具有相似的含义。它是一种通过Internet提供软件的模式,厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上,客户可以根据自己实际需求,通过互联网向厂商定购所需的应用软件服务,按定购的服务多少和时间长短向厂商支付费用,并通过互联网获得厂商提供的服务。

企业管理软件是面向企业的,能够帮助企业管理者优化工作流程,提高工作效率的信息化系统。企业管理软件重视系统功能的全面性,流程的可控性,技术的先进性,系统的易用性。

SaaS企业服务平台是指基于SaaS模式,为企业提供管理软件服务的平台。此外我们定义的"平台"要有一定的可拓展性,在SaaS时代来临之后,单一的企业软件无法满足客户需求,平台化已经成为发展趋势。因此SaaS企业服务平台需要满足以下几个要素。





SaaS企业服务平台分类

目前,SaaS企业服务平台都较为开放,功能向多样化方向发展,并且逐渐开始接入第三方应用,因此在功能上都有一定的趋同。我们根据不同SaaS企业服务平台的核心功能,可以将其划分为以下几类:

企业即时通讯,销售CRM,轻量OA,协同办公及社交工作平台。

企业即时通讯类办公软件核心功能是为企业员工提供通讯工具,区别于个人即时通讯软件,并且能够提供一些相关的办公应用;销售CRM主要针对企业的销售人员,便于销售人员管理销售线索,客户需求等内容;轻量OA主要指一些日常的办公管理功能,包括审批流程,知识管理,考勤管理等;协同办公是提供给多人沟通、共享、协同一起办公的软件,给办公人员提供方便、快捷、降低成本,提高效率的一款在线软件;社交工作平台是指在企业内部形成一个社区,企业员工可以通过这个平台分享工作动态,进行一些工作沟通、流程管理以及其他的一些相关功能。





SaaS企业服务平台发展历程分析

ASP: 90年代末期,随着网络的兴起,开始有应用软件服务供货商推出由其负责开发、执行与维护的软件,企业只要通过网络租赁、使用所需服务,收费方式则是采用月缴或年缴。软件租赁模式刚问市时,被喻为企业数字化的最佳解决方案。但因当时整体网络环境不够成熟,例如频宽速度、普及率与稳定性较低,再加上当时的业者多无法提供客户量身订制的服务,功能很少,因此,随着网络泡沫化,软件租赁模式也就逐渐被人淡忘。

SaaS: SaaS与ASP的概念类似,企业服务商通过互联网、提供企业用户商业应用软件。相较于ASP兴起的年代,由于 SaaS服务兴起于网络环境成熟时,再加上服务商历经ASP年代的磨练后,技术服务能力亦较之前更富弹性与多样化,因 此基于互联网提供的企业软件服务受到企业主青睐,成为企业信息化的优先选择。

云计算:2008年资本市场开始热炒云计算概念。云计算把SaaS涵盖了进去,使得原本不温不火的SaaS概念以云计算的一部分的全新面貌出现在市场上。云计算囊括了众多相关的厂商,大厂商的进入加大了云计算概念的普及速度,他们的传播加速了整个市场上企业用户对云计算的认知度,快速完成了用户的普及教育。这是他们 这些小的SaaS厂商原先无法办到的。

ASP SaaS 云计算

2000 2004 2008

ASP,即Application service provider,2000年兴起。ASP是企业服务平台的雏形,实现了互联网平台为企业提供管理服务。但ASP提供一对一服务,服务层面多停留在软件授权、维运或代管等范畴。

SaaS服务于2004年兴起, SaaS开始出现就带来了不同的理念,它实现一对多服务,节省IT资源,并且把服务从软件授权、售卖等方式彻底转变为为企业提供服务,实现了服务方式的变革,真正成为了企业服务平台 2008年以后云计算概念兴起,并且将SaaS囊括进了云计算的范畴,使得不温不火的SaaS概念以新的面貌受到了市场的关注。随着企业互联网化的不断发展以及移动互联网的兴起,SaaS逐渐开始面临新的机会。

future



SaaS企业服务市场的平台化发展

在互联网to c领域,开放平台的存在已经广泛为用户所接受。当用户积累到一定程度,许多企业选择平台化发展,开放第三方接口,引入第三方应用,这样可以节省自身开发各类插件的资源,同时能够为用户提供更多功能选择。而在SaaS企业服务领域,众多企业也开始尝试开放平台化发展。由于不同企业针对企业服务有不同的需求,客户需求的多样化、定制化决定了单独一家企业很难满足客户的需求,而此时开放平台则能够显示出足够的优势。通过开放平台引入其他企业服务厂商,可以实现功能模块丰富性、完整性的提升,客户可以针对自身需求进行选择和组合。因此当一家SaaS企业服务商规模发展到一定程度,则会开始向平台化方向发展,众多厂商甚至能够互相引入其功能模块,提升自身产品完整性。

流程审批

表单制作 流程设定 审批处理 工作催办 审批统计

协同办公

即时沟通 项目管理 流程管理 事务管理

行政综合

公告管理 新闻管理 调查投票 员工评选 外出登记

工作报告

报告撰写 工作总结 工作汇报

电子邮件

内部邮件 POP3邮件收发 邮件管理

资产管理

资产分类登记 资产使用 归还维修 清理管理

知识管理

公共文件夹 文件上传管理 知识文档分类 文档查询

企业文化

电子论坛 企业格言 欢迎新同事 文体活动

计划安排

部门计划制定 计划审核执行 任务下达执行 任务进度监控

即时通讯

在线文字 在线语音 视频会议 待办工作即 时提醒



企业服务领域的入口之争

SaaS企业服务平台纷纷开始发展开放平台战略,使得这一类平台成为了B端的一大重要入口。所谓入口,是指能够掌握较大流量,对于下游的产品进行分发,并且能够一定程度上影响用户选择的平台。因此作为企业服务的入口,SaaS企业服务平台具有以下特点:1.通过互联网提供服务,能够提供开放的接入方式;2.拥有开发平台,有入口直接让用户对于相关服务和产品进行选择;3.用户数量足够大,能够为平台上的拓展应用带来足够的流量。目前各大SaaS企业服务平台均开始平台化过程,因此在功能上存在许多交叉,其产品的核心功能决定了其作为平台的定位差异。

SaaS企业服务平台四种模式入口性质对比

	核心目标	侧重人群	使用频率	移动化需求	平台化程度
销售CRM	销售	销售	高	高	中
协同办公	协作	全部	中	中	中
轻量OA	管理	行政	中	中	高
即时通讯	沟通	全部	高	高	高



企业即时通讯类将引领企业服务入口之争

在几个类别的SaaS企业服务平台当中,企业即时通讯类的各项特征决定了,企业即时通讯类应用将可能引领企业服务入口之争,一方面从时间上来说可能较早实现平台化,另一方面从单个平台的规模上来看也可能更为可观,主要原因是企业即时通讯类应用拥有以下几个特征:

- 1)用户习惯已经形成,由于个人即时通讯软件在PC端和移动端的使用习惯早已形成,企业员工也同样习惯于将即时通讯 类软件作为入口获得其他的相关服务;
- 2)企业即时通讯类软件自身特征决定了其用户覆盖度高,用户活跃度高粘性强,并且PC端移动端均适用;
- 3)产品形态决定了企业即时通讯基本以客户端形式存在,拓展性强,发展空间广阔。企业即时通讯应用是任何类型的企业均需要的产品,市场空间更为宽广,国内主流的企业即时通讯企业包括腾讯企业QQ,易睦网络的imo云办公室等。

优势(机遇):

面向企业销售人员,与盈利能力相关,

企业较为重视;

实时联络沟通,活跃度高;

移动情境要求高;

劣势(挑战):

用户群体相对较小。

▲ 活跃度

优势(机遇):

面向企业全体员工,用户覆盖度高;

实时联络沟通,活跃度高;

移动情境要求高;

日常办公入口,可拓展性强;

劣势(挑战):

个人即时通讯类产品的竞争。

销售CRM

即时通讯

覆盖度

协同办公

优势(机遇):

适用于多人团队合作情境,项目导向; 强调基于任务和项目的社交关系,逻

辑性强;

劣势(挑战):

用于需要协同的特定任务和场景。

轻量OA 优势(机遇):

面向企业全体员工,用户覆盖度高;

工具种类丰富多样,可拓展性强;

使用场景多;

劣势(挑战):

用于一些流程性工作,非实时使用。



国外典型SaaS企业服务平台



客户关系管理平台——Salesforce

Salesforce是创建于1999年3月的一家客户关系管理(CRM)软件服务提供商,提供所需应用的客户关系管理(On-demandCRM), 其产品家族基于 sforce 客户 / 服务整合平台,允许客户与独立软件供应商定制并整合其产品,同时建立他们各自所需的应用软件。2004年6月,该公司在纽约证券交易所成功上市。取得初步成功之后Salesforce开始向SaaS供应商的基础架构平台发展。它建立了一个软件开发平台force和一个交易平台Appexchange,第三方可以通过这个平台获得赢利,而他们的加入也会丰富Salesforce上可选的应用模块,从而建立起一个更大产业生态圈,增强Salesforce的竞争力。国内如八百客、纷享销客、销售易等具有类似功能。

yammer[₹]

企业社会化服务社区——Yammer

Yammer是2008年9月推出的一个企业社会化网络服务,随着Yammer平台上功能和应用程序的逐渐增多,Yammer不再仅是一个通信平台,而是增加了如投票、聊天、活动、链接、主题、问答、想法等新的应用程序。它提供的Activity Feed(活动源)可以聚合用户在所有企业应用程序中的活动,而且用户还可以对内容进行关注。Yammer拥有超过500万已认证的企业用户。Yammer的基本版本是免费的,用户可以付费升级其网络以获得高级的管理和安全控制、与企业应用之间的整合、优先客户服务以及指定的客户成功管理人等服务。可以和企业的邮箱系统进行整合,只供企业的内部员工访问,即提供了企业内部的信息交流平台,又防止了企业敏感信息外泄,是替代企业内部论坛的一个工具。国内如明道等具有类似功能。



企业内部沟通协作平台——Slack

Slack是一个企业内部沟通协作平台,2014年4月获得4275万美元的融资,估值已达2.5亿美元。作为企业内部沟通协作平台,Slack的目标是将分散的沟通方式聚集到一个地方,邮件、IM、短信、类似Yammer 的工具、企业内网和Wiki等都能在Slack 找到。除了整合沟通方式外,Slack还整合了文件分享系统,公司内所有共享文件,包括上传到Slack上的、储存在Google Doc的或者Dropbox里的,通过内置的搜索工具,都能进行全文检索。Slack还整合了Twitter、Zendesk、Crashlytics和Heroku等服务,将他们的通知提醒、Bug追踪等数据融入到公司内的信息流中,力争一站式解决各种沟通协作需求。国内如imo云办公室等具有类似功能。



- 中国SaaS企业服务平台市场概述
- 2 中国SaaS企业服务平台市场发展背景
- 3 中国SaaS企业服务平台市场发展现状
- 中国SaaS企业服务平台典型企业分析
- 5 SaaS企业服务平台发展趋势



整体网民平稳增长,移动网民占比大幅增长

2013年中国整体网民规模达到6.2亿人,其中移动网民为5亿人,渗透率为81%,移动网民增速高于整体网民,二者差距将逐渐减小。

移动互联网发展初期,用户规模是构建移动互联网快速发展的重要基础,移动网民呈现了较快的发展势头。未来伴随移动 互联网的深入发展,移动网民规模增加,基数变大,发展增速将逐渐趋缓。大规模的网民数量增长决定了互联网已经深入 人们生活,而用户习惯的形成也为办公信息化的普及提供了用户基础。



注释:中国移动互联网用户是指过去一年内通过手机或平板电脑接入并使用互联网,但不限于仅通过手机或平板电脑接入互联网的用户。

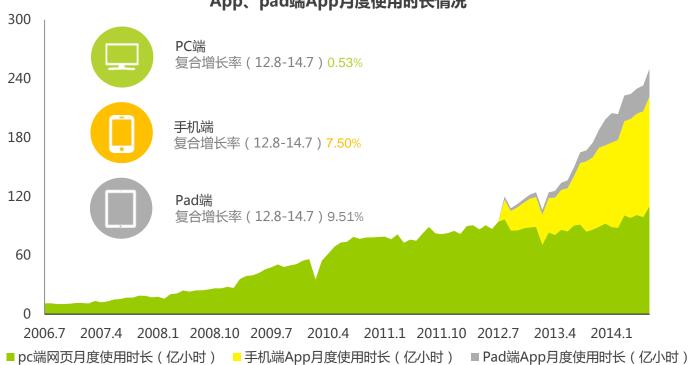
来源: 2009-2013年数据为CNNIC数据,之后为艾瑞预测数据。



互联网流量不断增长,用户跨屏行为活跃

从2006年至今,整体互联网用户流量发生了大幅度的增长。2006-2010年,PC端用户实现飞跃式增长。2010年移动端开始兴起,但是用户增长缓慢,到2012年移动端用户实现了大规模爆发,移动端流量激增,而PC端人口红利逐渐消失,用户数量保持平稳发展,用户流量开始逐渐向移动端转移。包括智能手机和平板电脑在内的移动端成为拉动互联网流量增长的主要动力。未来整体互联网的市场规模及发展潜力均集中在移动端。

iUserTracker&mUserTracker-2006年7月-2014年7月PC端网页、手机端App、pad端App月度使用时长情况

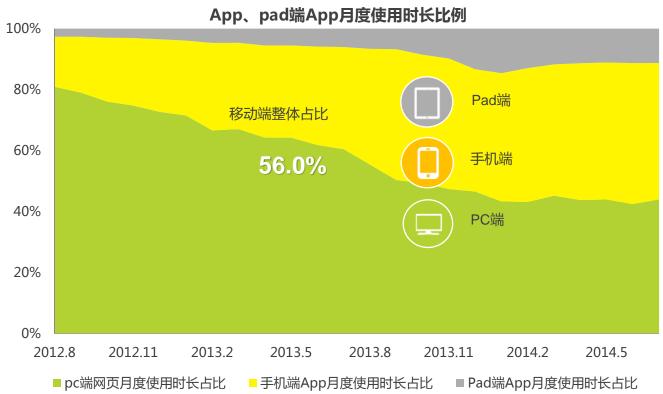


来源:1.iUserTracker.家庭办公版2014.8,基于对40万名家庭及办公(不含公共上网地点)样本网络行为的长期监测数据获得;2.mUserTracker.2014.8,基于对15万名iOS和Android 系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。



移动办公成为刚性需求

从2012年8月到2014年7月,移动端用户月度使用时长占比不断上升,到2014年7月移动端整体占比已经高达56%,超过了用户在PC端消耗的时间。移动端不仅占用了用户大量的碎片化时间,部分成段时间用户也会消耗在移动端,使得智能手机和平板电脑已经成为用户生活中不可或缺的一部分,无论是生活还是工作都有在移动端完成的需求。移动端的便携性决定了用户在远离电脑的时间也可以完成原本在PC端进行的操作,而办公也不再局限于于PC端,移动办公已经成为了用户的刚性需求。 iUserTracker&mUserTracker-2012年8月-2014年7月PC端网页、手机端



来源:1.iUserTracker.家庭办公版2014.8,基于对40万名家庭及办公(不含公共上网地点)样本网络行为的长期监测数据获得;2.mUserTracker.2014.8,基于对15万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。



企业服务平台发展正当时

互联网和移动互联网的渗透率不断提升为企业服务平台发展提供了良好的发展条件:

- 1、随着智能手机迅速普及,移动办公需求可能会迅速增长。智能手机的普及为企业员工随时随地方便获取信息和老板利用碎片化时间提供了可能,这会为已有软件的移动化延伸和新型移动化应用创造机会。
- 2、基于互联网的商业模式培养了企业的互联网使用习惯。对于中小企业来说,对于互联网的利用已经相对成熟:一方面 电商类的平台为其提供新的销售渠道,大大降低了渠道成本,同时又能触达海量用户;另一方面,互联网营销已经成为一种成熟的营销手段,社会化营销和搜索关键词营销成为不少中小企业的选择。而企业服务平台对于中小企业来说较为容易接受,其操作简便购买流程简单,培养用户成本较低。
- 3、to c开放平台模式已经已经相对成熟,PC端和移动端均有大型开放平台,其商业模式的拓展已经成型,而业内对于C端入口的关注和探讨也已经持续了较长时间,为B端服务企业提供了较好的样板。B端服务企业也逐步开始摸索平台化发展,进一步拓展其利润和价值空间。
- 4、制造业和服务业人工成本上升明显,促进对管理软件的需求。过去的5年里,中国的制造业人工成本年增长10%—15%,且该趋势在未来的5年会继续发展,企业信息化发展能够有效降低人力和管理成本,已经成为企业的重要需求。





互联网企业抢滩企业软件服务市场

腾讯:微信服务号+企业号

微信CRM,移动互联网天生的和最大的CRM入口。自打微信诞生之初,业界关于这类的讨论就延绵不绝。特别是9月18日晚,在阿里上市前夕,微信发布企业号的测试与发布,让管理软件行业迎来了重磅炸弹。在企业号发布之前,很多企业已经利用公众号进行客户关系的维护。在公众号上,企业可以针对公众进行文章类消息推送,也可以通过公众号的标准接口开发基于微信的各类与客户相关的应用。微信公众平台可以对接CRM系统,是"社会化媒体+企业级客户关系管理"的结合体,在维护老客户以及维系客户忠诚度方面,拥有着天然的优势。

百度:移动搜索+直达号

在联盟大会后的百度世界大会上,李彦宏就推出了"直达号",即商家在百度平台的官方服务账号。百度也想要连接"人和服务"了,挑战微信公众号的强项。直达号类似于微信公众账号的服务号,可以通过搜索"@商户名"被用户主动找到。也可以直接在百度移动产品(百度搜索App、百度地图App)中调用。目前来看,微信公众号重在客户关系管理,被用于老客户的维护,直达号则希望以"拉新"击中商户的痛点。但是相对于微信公众账号来说,百度直达号没有打通支付服务,将使得直达号在商业模式上欠缺了一个重要环节。

支付宝:服务窗+移动支付

支付宝的目标是彻底打通线下商户,且将商户原有的 CRM 体系和支付宝进行打通,推出"支付宝会员卡"。不同于微信的"微生活会员卡",支付宝不仅是要打通会员体系,还要彻底打通支付。据了解,支付宝会员卡不但能够享受普通电子卡的会员折扣,还可以与实体卡进行绑定,并与商户的 CRM 系统打通,实现积分、返利等会员运营管理,还能够配合商家发行的储值卡,进行在线充值。另外在现在的支付宝钱包中,已经推出了"商家公众服务账号",和微信的公众账号功能基本类似。即将推出的"支付宝会员卡"还将配合公众服务账号进行运营,建立属于支付宝钱包的线下生态体系。今年5月,支付宝钱包已把公众服务平台升级为"服务窗"。









SaaS企业服务平台专注于企业市场

李彦宏在百度联盟峰会上做出预测,看好"新企业级软件",认为企业软件服务市场前景广阔,并且未来3到5年内BAT不大可能会涉足,值得互联网创业者关注。企业应用服务软件系统主要的目的在于提升管理效率和员工工作效率,而各个企业的管理模式和工作流程干差万别,这也是为什么一直致力于为企业提供咨询服务的众多咨询公司如IBM,埃森哲等公司没有为企业设计标准化的行业应用软件系统,而是采取咨询服务方式为企业提供信息化咨询服务。相对于to c业务来说,企业级软件市场具有以下几个特点,一是定制性较强,企业需求多种多样,很少有标准化软件能够完全满足企业需求,因此必须在企业需求方面有较深积累;二是企业需要一对一的服务,长期进行服务和关系维护,投入较大;三是企业经营环节多样,一家公司很难覆盖全部需求。因此对于以to c服务见长的BAT来说,涉足企业市场更大可能是作为平台模式出现,而与一些专业做企业软件服务的企业不存在竞争关系,而是合作关系。作为专业从事于企业服务行业的SaaS企业服务平台来说,他们具有以下几个特点:

基因

SaaS企业服务平台专注于企业服务市场,从基因角度来说与做to c业务的企业有一定的人差异。经过长期的积累,他们能够更清楚地把握企业需求,以及企业所需要的服务形式,从而业务也更加具有针对性。

灵活

SaaS企业由于业务专注,整体来讲企业体量较小,大部分都还是处于创业阶段的企业。企业规模也决定了企业较为灵活,能够及时根据市场调整自身业务内容,在服务客户方面也更加及时周到,能够实现一对一及时服务。

开放

SaaS企业服务平台的每一家企业都拥有自身的核心优势业务,在这一业务基础上衍生的开放平台又能够满足客户的差异化需求。目前整个行业都处于成长阶段,因此各家企业态度较为开放,在一定程度上能够实现互利共赢的开放性合作。

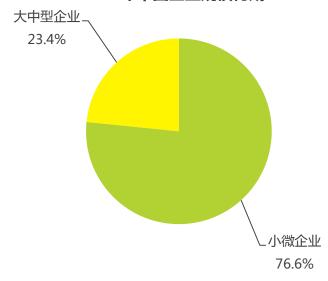
中国SaaS企业服务平台市场潜力分析



中国企业数量庞大信息化程度低

根据国家工商总局发布的《全国小微企业发展情况报告》,截至2013年年底,全国各类企业总数为1527.84万户。其中,小型微型企业1169.87万户,占到企业总数的76.57%。而目前我国企业的信息化程度较低,尤其小微企业信息化程度仅10%左右。对于大中型企业来说,实现企业信息化可以通过自建局域网的方式,或者通过定制软件服务,而对于小微企业来说定制型的企业软件服务成本较高,且企业自身没有足够资源进行维护。这就决定了小微企业更加适合采用SaaS企业服务平台。AMRResearch公司早在2005年11月发表的一份针对美国地区用户的调查报告显示,在美国的各主要垂直行业和不同规模企业中,超过78%的企业目前使用或考虑使用SaaS服务,只有18%的企业暂时没有使用SaaS的计划。而SaaS企业服务目前在中国市场渗透率仅5%,距离美国差距非常遥远,同时也意味着中国国内市场潜力巨大,可能迎来市场的快速发展期。

2013年中国企业规模构成



来源:国家工商总局《全国小微企业发展情况报告》,其中企业总数为1527.84万户。

中国SaaS企业服务平台市场潜力分析



传统企业加速走向互联网化

当前互联网的迅速发展在深刻影响着各个行业的变革,企业信息化的变革也在悄然发生。对于任何企业来说,企业的生存和发展都不可能离开互联网,对于传统企业也是一样,因此大量的传统企业也开始探索新的模式,逐渐拥抱互联网。然而传统企业互联网化是一个循序渐进的过程,不可能一蹴而就,对于企业来说,走向互联网主要会经过三个步骤:企业内部信息化,企业外部互联化,企业战略互联网转型。

企业内部信息化,将企业的管理流程、数据处理等环节构筑在云(包括私有云和公有云)的基础上,利用计算机处理大规模的企业信息,实现内部管理的精细化和自动化。

企业外部互联化,是指企业的对外活动,包括营销活动、销售活动等,开始依靠互联网手段,可以通过网络广告进行营销活动,通过一些第三方的电商平台、企业服务平台实现销售以及其他运营环节。

最后是企业战略层面的转型,真正用互联网思维指导企业的战略转型,融入互联网,寻找新的企业增长点。

而SaaS企业服务平台作为企业互联网化的起点,是企业互联网化前两个步骤的重要影响因素,对于促进企业互联网化,帮助传统企业转型将会起到重要的作用。



中国SaaS企业服务平台市场潜力分析



SaaS市场投融资火热

2011年12月,SAP以34亿美元收购了人才管理云服务商SuccessFactors。2012年2月,Oracle以19亿美元收购了SuccessFactors的竞争对手Taleo。2012年8月,IBM公司斥资13亿美元收购人力资源管理企业Kenexa。美国市场近些年来SaaS市场投资非常活跃,而中国市场发展晚于美国市场,近两年随着市场环境的不断成熟,也出现了多起投融资案例。

2012年,互联网领域的创业与投资热点经历了社交、O2O、电商的轮换后,2013年市场有一部分注意力开始投向企业市场。2014年移动互联网发展成熟,企业级市场开始继个人服务领域之后向移动互联网转移,而传统的互联网企业尚未染指企业服务市场,移动端企业服务市场存在新的发展机遇。2013-2014年中国资本市场开始看好SaaS企业服务,投资不断增长,市场热度正在提升。

2011-2014年中国SaaS企业服务平台融资案例

时间	企业	副	资状况	投资机构
2013年2月	北森	B轮	千万美元	经纬创投和红杉资本
2013年8月	明道	A轮	2000万元	合鲸资本
2013年10月	worktile	天使	百万元	-
2013-2014	imo	B轮	2000万美元	GSR和UMC Capital
2014年3月	teambition	A轮	百万元	戈壁创投
2014年5月	今目标	A轮	1000万美元	老虎基金领投
2014年6月	麦客	pre-A轮	百万元	-
2014年7月	纷享销客	B轮	干万美元	北极光创投领投

来源:根据各企业公开信息整理。

中国SaaS企业服务平台商业模式



收费模式变迁:从卖软件到卖服务

研发观念的改变:传统软件开发商的研发模式,是以产品为中心的模式研发模式,软件公司更重视研发和市场推广,以不断寻找更多的客户购买产品来实现业务增长。在新的模式变革的大潮下,应用软件向互联网演进的趋势不可阻挡。未来,企业有可能通过互联网得到它们的关键应用程序软件开发从"以产品中心"转换到"以客户为中心"的商业模式中来,通过技术变革,通过SaaS实现以低廉的价格服务于大量客户,谁可能长期拥有客户,谁就会拥有更多的收益。

营销观念的改变:营销观念的改变,主要改变的是传统的营销模式,将软件从分销渠道模式向电子商务发展。传统的低端套装企业管理软件畅销的重要原因就是渠道,大部分都是只卖产品、不做实施、服务通过渠道来做的。使用SaaS的电子商务模式后,类似直销的销售方式,渠道分销的服务成本大为降低,客户软件的安装和实施更为方便,产品价格更为低廉,这无疑将推动软件在中低端市场的利润大幅增长。

产品观念的改变:传统软件厂商售卖的是软件,针对客户进行一次性售卖,软件作为一项实体商品卖给客户。而SaaS企业服务平台售卖的是服务,产品按账号数按年付费,并且为客户提供长期持续性的服务,从理念上来讲存在着根本性的差异。而SaaS企业服务平台的性质也决定了产品的客户忠诚度以及附加价值更高。

小微版	20人	10G	5003₭	20M	受限	100元/G
商务版	实际购买的个 人用户数	1G/人	不限	50M	不限	20. E /G
6注:商笋	秀版10人、1年起	购,一次购买2年	可享9折优惠,一次	《购买3年可享8折位	till.	ale
8注:商务 用户数量 (人)		购,一次购买2年i 后续年服务费 (万元)	可享9折优惠,一次 赠送存储空间 (T)	8购买3年可享8折6 名片扫 单个 描张数	Sam'	
				描张数		

	企业邮箱	免费使用,可购买升级	免费使用,可购买升级
	视频会议	按需购买,参考单独报价	按需购买,参考单独报价
	往来文件传输记录	标准版无法购买	专业版:30元/license/年
	电子公告升级版	标准版无法购买	专业版: 30元/Hense/年
	电子白板	标准版无法购买	专业版:30元/licelse/年
增值功能	多个域名绑定	标准版无法购买	る 毎世紀 30元/license/年
	企业微博	标准版无法购买	专业版,30元/license/年
	群共享加密	标准版无法购买	专业版:30元/license/年
	自定义任务栏图标	标准版无法购买	专业版:30元/license/年
	聊天记录上传	标准版无法购买	专业版:30元/license/年
	聊天记录还原备份	标准版无法购买	专业版: 30元/license/年

□ 从定价体系可以看出SaaS企业服务平台产品定价均按时间按账号数及增值服务收费,从售卖软件转化为售卖服务。

中国SaaS企业服务平台商业模式



开放平台分成模式

开放平台第一阶段:企业软件平台。平台集成众多第三方办公软件,如视频会议系统,各种办公流程管理插件等。在自身核心功能基础上,更好满足客户需求,同时通过与第三方软件进行分成,拓展自身盈利空间。这一阶段操作较为容易,企业客户数量积累到一定规模,就能够实现。在这一阶段,开放平台相当于一个第三方软件的营销推广及销售渠道。

开放平台第二阶段:企业服务平台。SaaS企业服务平台开放的第二阶段,能够完成比企业办公软件更多的功能。比如一些专门针对企业进行服务的网站、企业可以在SaaS企业服务平台上增加入口,如to B电商类企业,又如其他各类别的企业服务,类似法律、培训等。这些企业可以将企业服务入口作为渠道获得收入,而平台也可以通过分成进行盈利。这种模式就更类似于C端的用户入口,B端的开放平台也没有必要完全局限于企业管理及办公领域。当然达到开放平台的第二阶段对于企业的客户数量、客户忠诚度等有更高的要求。





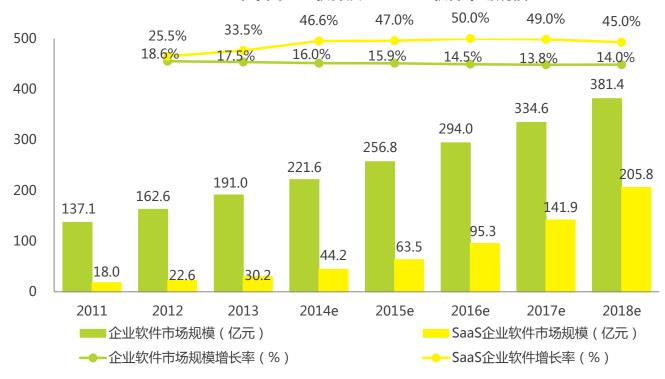
- 中国SaaS企业服务平台市场概述
- 中国SaaS企业服务平台市场发展背景
- 3 中国SaaS企业服务平台市场发展现状
- 中国SaaS企业服务平台典型企业分析
- 5 SaaS企业服务平台发展趋势



企业软件及SaaS企业软件市场规模

企业软件市场发展多年,市场已经进入相对成熟阶段。且相对于产品快速更新迭代的消费端(c端)产品来讲,针对于企业的软件和产品更新换代相对较慢,尤其是目前占据企业软件市场主体地位的传统的企业软件。因此整体企业软件市场保持较为平稳的发展态势,2014年市场规模可能达到221.6亿元,增长率为16.0%。而SaaS企业软件目前占据企业软件整体份额还相对较小,但增速较快,市场会保持较高速度的增长,未来在企业软件市场占比不断提升。

2011-2018年中国企业软件及SaaS企业软件市场规模

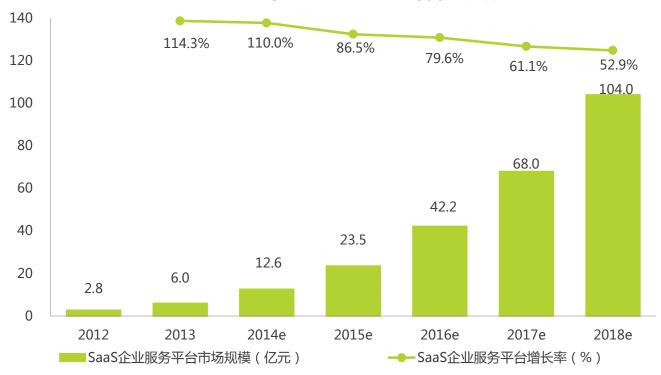




SaaS企业服务平台市场规模

相对于整个SaaS企业软件市场来说,SaaS企业服务平台市场规模更小,如企业邮箱等工具类的SaaS企业软件不包含在SaaS企业服务平台当中,而这类工具型SaaS可能成为平台上一个插件。SaaS企业服务平台发展整体还处于早期阶段,等待进一步的市场培育,体量较小但增速可观。预计2014年SaaS企业服务平台的市场规模将达到12.6亿,增长率为110.0%。未来几年整体市场还将保持高速的发展,玩家越来越多,市场竞争日渐激烈。



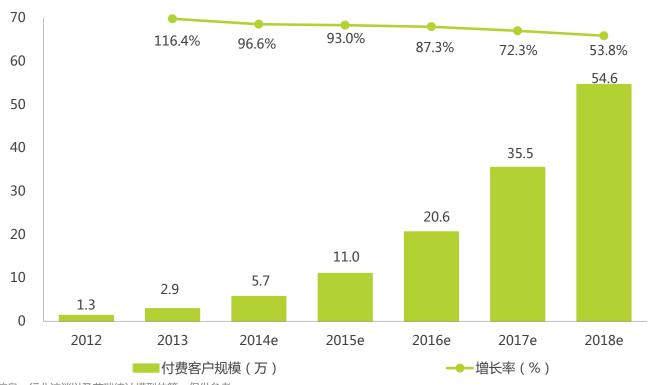




SaaS企业服务平台企业付费客户规模

SaaS企业服务平台付费客户是指付费购买SaaS企业服务平台服务的企业客户。购买方式包括购买平台企业基本服务账号的,也包括一些免费服务平台的付费第三方应用。目前SaaS企业服务在企业当中渗透率还比较低,而且大量的平台尚未开始收费,仍处于免费积累用户拓展市场的阶段,因此目前付费客户规模还较小。2014年付费企业客户数量为5.7万,未来几年随着企业服务平台提供商加速商业化,客户对于产品认知度和认同度进一步提升,付费客户数量会进一步提升。

2012-2018年中国SaaS企业服务平台企业付费客户规模

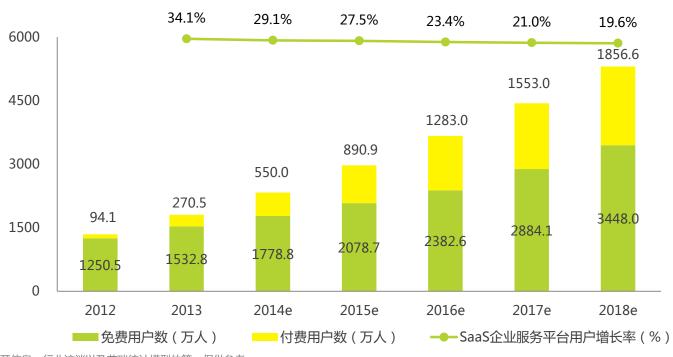




SaaS企业服务平台用户规模

SaaS企业服务平台的用户规模是指具体对于服务进行日常使用的普通用户规模,即平台企业客户的员工。这一用户规模既包括付费企业客户的员工,也包括免费企业客户的员工。目前企业信息化发展到一定程度,在PC端进行办公已经成为常态。2014年中国使用SaaS企业服务平台的付费用户可能达到550万人,免费用户数超过1700万人,这其中包括一些大中型企业的员工,也可能包括一些小的创业团队的成员。SaaS企业服务平台的特性是,虽然其提供的是to b的服务,但是最终应用这一服务的还是具体的c端用户,因此从根本上来讲改善用户体验还是企业服务平台提供商首先需要解决的问题。

2012-2018年中国Saas企业服务平台用户规模

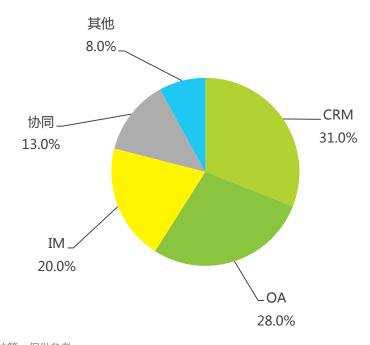




SaaS企业服务平台各形式市场份额

2014年中国SaaS企业服务平台市场当中,销售CRM类企业市场规模占比为31.0%。对企业来讲,销售和拓展新客户是企业营收增长的动力,因此企业对于CRM十分重视,在此领域也投入较多,因此市场占比较高。OA因为种类繁多,而且与企业日常办公息息相关,因此市场占比也较高,占比为28.0%。即时通讯是企业沟通的基本方式,日常使用较多,但是因为功能较为专注,因此竞争企业相对于CRM和OA来说较少,占比为20%,此外协同类与其他类别的SaaS企业服务占比为21%。未来随着SaaS企业服务平台不断发展,各平台核心功能均有可能发生变化,功能交叉较为常见,对于其形式进行区分较为困难。

2014年中国SaaS企业服务平台各形式市场份额





- 中国SaaS企业服务平台市场概述
- 中国SaaS企业服务平台市场发展背景
- 3 中国SaaS企业服务平台市场发展现状
- 中国SaaS企业服务平台典型企业分析
- 5 SaaS企业服务平台发展趋势



企业即时通讯imo云办公室概述

imo是由易睦网络研发,金沙江、台联电以及上海市科投等联合投资的企业即时通讯平台。

imo通过云计算技术为企业提供云端的沟通协作平台,为企业用户提供全面的企业沟通解决方案。同时,基于imo平台,为企业和组织提供包括:EPS座位系统、电子传真、企业短信、轻审批、电子公告、远程协助、企业文件柜等其他在线应用,进一步拓展业务空间。

通过imo,用户既能够进行即时沟通、语音对讲、群组聊天,还能在统一平台上管理多种业务系统,将执行和沟通有机统一到一起,增强沟通协作效率。目前,imo已有包括和记黄埔、恒大地产、海通证券、EMS、罗莱家纺、KOSE、乐视影业等各行各业超过25万付费用户,营收达到干万级;同时,imo还先后与金山软件、致远软件等企业达成战略合作,进一步完善自身的行业布局。





imo云办公室产品功能

企业沟通协作平台:整合碎片化的企业信息及协作功能

1、沟通

imo云协同基于组织结构树的沟通,与企业行政层级保持一致。企业可通过文字、语音、视频等方式联络同事。

2、轻OA

搭载了多种轻量办公应用:电子公告、企业邮箱、电子投票、电子考勤、日程提醒、网络文件柜、视频会议等,还可以将企业内部孤立、分散的各类应用系统整合在一起,为企业日常沟通协作提供统一办公入口,并化繁为简、提升效率。

3、可管理

平台高度可管理,银行级数据安全,权限分级,行为可控。

4. Teamplus

能够提供团队任务协同工具,让用户组建目标明确的虚拟团队,以事件任务为驱动,提升沟通效率。

5、移动办公

PC、手机一体化,实现跨屏信息沟通无障碍,方便用户在移动端进行办公。





imo云办公室产品特色

"沟通+协同办公"一体化,提升企业执行力

员工登陆imo后,可以通过基于组织架构的联系人列表迅速找到目标对象,就日常工作任务进行包括文字、语音、视频等多种方式在内的沟通;

同时,imo支持在任务小组中直接点击组员进行具体任务讨论,以任务为核心纽带,通过即时沟通的方式把员工日常工作任务串联起来,真正实现"沟通的目的是协同,协同的目的是执行"。

另外,imo将电子公告、轻审批、邮箱、OA、CRM等多种办公工具集成在一起,为企业日常运营打造统一入口,员工所有的工作都可以在imo上进行基于即时沟通的推进,切实提升企业执行力。

"手机+电脑"同步化,移动办公更便捷

imo能够保障各种类型的消息在PC端及手机端的即时同步性,杜绝由于PC端、手机端的交替办公所导致的信息缺失及 丢失现象,更好实现跨终端办公的同步化。同时,从安全角度来看,imo采用的加密技术,及安全的机房环境、国家保密 局安全证书、七年安全运营无事故等条件,让imo能从多个角度保证企业客户信息的私密性和安全性,安心办公有保障。





任务清晰 有始有终



imo云办公室移动战略

imo云办公室最初在PC端推出,随着移动互联网的发展,移动办公逐渐成为人们的刚性需求,同时用户跨终端行为越来越活跃,办公软件的跨终端使用也势在必行。2014年推出的v5.6版本针对移动端产品进行了全面升级,具有以下功能:

- ▶ 跨终端的即时沟通满足了公司内、外办公人员的即时沟通需求,真正实现信息流通上的PC、手机一体化。
- 为满足高效移动办公需求,系统会自动在用户在手机端首次登陆后存储相关信息,实现"点击即办公",无需等待。
- > 为满足即时办公需求,imo采用后台在线模式,所有工作信息都能第一时间看到,反馈无延迟,方便移动办公需求。

产品的升级进一步优化了移动端用户体验,提升了PC、手机办公的同步,实现了移动互联网时代的终端互通。未来,imo将在移动端继续发力,通过企业级微信和个人工作版微信的推出,完善其产品体系,提高在SaaS行业当中的竞争力。







移动销售管理工具纷享销客概述

纷享销客于2011年底正式推向市场,纷享销客是一款移动销售管理工具。通过纷享销客,员工可以用手机汇报销售日志、 更新客户资料、外勤签到打卡、急件审批、工作沟通。管理者能够用手机掌握销售数据、了解客户动态、阅读员工销售日 志、实时掌握业务一线状况、批示急件、布置工作。手机端和电脑端的数据同步呈现,帮助企业提升沟通效率和执行力。

纷享销客在2014年6月获得干万美元B轮融资。投资方包括北极光创投、IDG资本(同时也是A轮投资方)、华软创投和博雅资本。截至2014年10月,其付费客户突破1000家,日均活跃企业6000家。包括CCTV、汽车之家、新浪乐居、京东方、好想你枣业、贝亲、民生保险、特变电工等企业都是纷享销客的客户。





纷享销客产品功能

公司创立之初,团队的产品目标还是"企业微博"Yammer,但从2013年年中开始,纷享科技开始转型向Salesforce学习,专注于为销售人员开发办公协同软件。公司的产品思路从强调全体员工和内部的社会化交流变为了专注销售人员和办公协同。2013年年底,纷享销客在社会化协同的基础上进一步开放了动态CRM功能——可以让销售人员在手机上对沟通流程、项目进度和客户资源进行统一查看和管理。

纷享销客的做法是先做底层——通讯层,解决企业内外部沟通的问题:IM、SNS和Email, "IM是即时沟通,强调有效;SNS是离线沟通,做业务层的承载;Email是内外沟通。"通讯和协作之上才是CRM。比如,纷享销客会将销售人员的签到和定位信息与客户资料关联起来,以此统计他见客户的频率和频次,看销售布点是否合理。销售日志也会关联到客户名下,这样就能看到服务客户的整个过程。这样做的好处还在于,纷享可以基于这些数据进一步分析,为企业的销售活动提供参考。



销售日志

销售工作总结,客户拜访情况记录分析,帮助销售人员分析客户状况,发现潜在需求。



移动CRM

管理客户信息,记录销售动态,管理 销售过程,并为销售人员提供数据分 析工具。



手机签到

利用移动端位置功能,记录位置动态,分享实时信息,并且帮助销售人员分析外勤状况。



协同支持

移动协同工具,使得领导、同事及其他相关人士能够提供实时的工作协同和帮助。



企业微信

不同于个人微信,作为通讯工具来说纷享销客当中包含了个人的工作关系,处理工作事宜更为便利



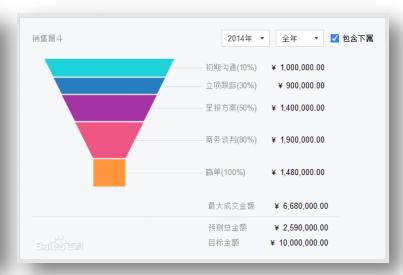
纷享销客产品特色

纷享销客作为一款移动销售管理应用,其最大的特色就是移动性。11月3日,纷享销客正式上线了4.0版本。这一次改版也被称为纷享销客上线3年来变动最大的一次,参照微信的功能布局,使得用户使用门槛大大降低,同时也更凸显了其移动特色。

- ▶ 目标用户群体就是企业的销售人群以及经常出外勤的员工,更加适用于销售主导型的企业。
- ▶ 针对销售人员长期在外的需求,移动产品更能贴近其需求。用户可以通过纷享销客在公司之外完成一系列工作流程,以及进行工作协同获取工作支持,实时地描述现场状况和问题,并保持在线。
- ▶ 跨终端适配功能较为优秀,不同于一般企业办公软件从PC端发展到移动端的特点,纷享的产品一出来就考虑到PC端和移动端完全匹配,在手机端像"微信+微博",PC端更像"微博+微信"。









企业工作平台今目标概述

今目标成立自 2005 年,服务于 06 年正式上线,团队目前 120 人左右,从 05 年开始到去年止,已累计获得超过 5000 万人民币天使投资。今目标是一个基于 SaaS 模式的企业工作平台,目前其平台已经部署了超过 30 个的企业应用,功能涵盖企业的即时通讯、传统 OA 及项目管理等。相较同类产品,今目标最大的不同在于:1. 今目标采用全免费模式。2. 今目标是纯 SaaS 平台,没有私有云。3. 它将 OA 功能模块化,企业可根据自己的需求,任选 OA 功能。产品目前覆盖Windows/Mac/Android/iOS/WP/iPad 等多个平台。

今目标认为免费可使获取企业用户的门槛大幅降低,纯 SaaS 平台也可帮助用户降低购买服务器所用的成本,OA 的模块化给企业提供更加灵活的选择,不再一买买全套。通过免费 + 纯 SaaS+OA 功能插件化模块化的方式,快速获取企业用户,然后通过其开放平台获取盈利。盈利模式方面,在今目标开放平台上的企业用户通过该开放平台选择第三方合作伙伴的服务,今目标会有一定的提成。目前该平台约有 20 家合作伙伴,包括京东、微软 Surface 和 Office 365 等,每月新增的第三方服务提供商在 5 家左右。





今目标产品功能

企业工作平台

通过云服务模式,已在平台上部署了30多种成熟的办公应用,以充分满足企业多方面的需求:内部沟通和信息工具;网络化的办公平台;辅助企业的基础管理;用于企业业务的协作;开展企业间的业务协作。

企业云服务平台

今目标建立在云服务平台基础上,相比传统软件的提供模式,云服务模式可为客户极大地节省IT成本:设施建设成本,包括服务器、带宽及其它机房设施;软件购买成本,今目标的所有应用全功能免费;安装维护成本,无;配备专业的安装和IT维护人员;实施时间成本,开通即用;系统管理成本,无需配置专职系统管理员;总体拥有成本将极大降低。

企业应用中心

企业应用(Enterprise Application)是类似应用商店中的应用集合,功能上可理解为传统管理软件模块的概念。将功能设计为企业应用,能更好利用互联网和移动互联网的优势,为用户带来更为敏捷的应用体验:不断有新的应用加入平台,使应用越来越丰富,应用持续快速升级,总能用到最好用的功能和特性。





今目标产品特色

企业软件的新架构

利用企业云平台+企业应用的企业互联网架构模式,增强了功能应用的灵活性和业务协作的柔性,使今目标更具通用性。 企业云平台以云服务方式提供多样化的企业应用,具有安全、集约、易部署和跨屏访问的特点。

企业应用消除了传统企业软件模块间的耦合性,具有多样化、独立升级、独立增强、按需使用和更经济等特点。

信息存储与内容聚合

企业应用所产生的各种信息内容,自动保存于企业平台之上。通过聚合碎片化的信息内容,完整地描述和还原业务过程;业务信息内容的聚合能力,构成业务协作的基础。

内容驱动的业务过程

相对于模块间信息流转的数据驱动方式,今目标所采用的内容驱动模式,更加贴近企业实际的工作过程;使规范的工作过程兼具柔性,并提高业务协作的敏捷性,符合和利用了互联网的信息传递特征。

支持深度的业务协作

办公系统或协同软件的主要作用,是支持业务协作的过程;表现为协同工具的协作和效率价值;今目标借助主线的统一协作视图,将业务过程和业务结果融为一体,实现了完整的业务价值。

支持跨企业的业务协作

除支持企业内部的业务协作之外,今目标为企业间的业务过程创造了新型协作模式。 在建立企业间可信关系的基础上,实现了企业间实时的业务协作和持续的生意。



随时随地 沟通到位

集成多种沟通工具,跨屏交流,统一通讯。沟通记录自动保留,永不丢失,授权查询。



办公协同 工作留痕

30多种办公应用,企业自由 组合,轻松找到最适合自己 的工作方式。让工作看得 见,让管理看得清。



提升效率 超低成本

集成企业最常用的信息工 具,注册后即可永久免费使 用。无须安装维护,最大限 度地提升效率,创造价值。



数据安全 云端储存

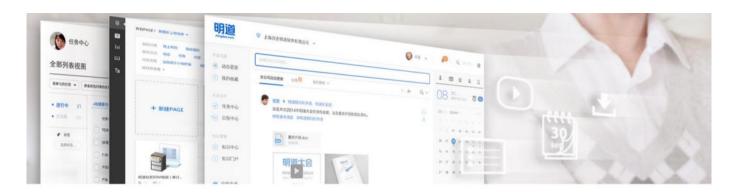
工作过程中的所有信息,都 将自动汇聚到云存储之中, 并且有严格的授权保护以及 完整的访问记录。安全可 靠,永不丢失。



项目协作工具明道概况

明道是一款2012年由梅花信息发布的SaaS企业软件,企业2.0产品,主要用于企业内部沟通、协作和知识管理等目标,同时提供移动客户端和开放平台,该软件同时提供适合小团队使用的免费模式,也包括面向企业正式使用的收费模式。截止2013年,明道共有1.8万左右客户,大多数都是规模在50-200人之间,积极拥抱互联网的新型行业、IT、电商等领域客户,但也有像零售、广告业的客户。公司目前的有部分功能是付费的,比如管理员功能,使用付费功能的企业用数量在200家左右。2013年,明道获得了2000万元的风险投资。

明道已经成为企业应用的开放平台,引入了大量的第三方应用,如果明道本身简单的写作功能无法满足用户需求,用户还可以选择明道平台的第三方应用,功能拓展性大大增强,并且进一步提升了盈利的潜力。



新一代SaaS

SaaS提供商通过有效的技术措施,可以保证每家企业数据的安全性和保密性。







移动端



简单易用

价格低廉

云服务



明道产品功能

明道是一个典范的Freemium SaaS产品,无需安装,快速部署且简单易用。任何能够连接互联网的终端设备,都能够随时随地登陆平台进行沟通协作。

开放沟通

明道把社交软件的诸多特性带入企业软件世界,通过社会化沟通范式加强内部沟通中的协调性,工作进度及时知会,保持全员的目标导向,打破沟通边界。

项目/任务管理

明道的项目管理与任务协作,可通过创建任务、托付任务、任务分解和任务提醒,允许每一个参与任务的成员在其中进行分享讨论,文档归集。使得团队或个人的任务管理井然有序,随时追踪进度。

知识沉淀

明道通过员工的日常分享,渐进地积累企业的知识资产,和移动应用整合,成为随时携带的企业智库。

移动端

明道在ios和Android系统都有移动端App,界面简洁友好,与网页版信息实时同步。内嵌通讯录可直接拨打同事电话,并可将网页版日程中心同步到手机日历,实现移动办公需求。







明道产品特色

社交性+任务驱动

社交工作平台类的鼻祖是国外的Yammer,明道在借鉴Yammer的概念后,又成功融入了具有浓厚本地特色的功能。首先明道首页以用户为核心组织信息流,以企业社区形式呈现。而鉴于国内企业与国外企业的风格差异,明道又进行了一定的本地化,将更多重点放在团队协作上,甚至在移动端打开界面当中,更新动态与其他的团队协作板块是并列关系。

跨终端发展

过去手机端只是整个明道平台的附属模块,主要功能都是基于PC实现的,手机实现的只是一部分,甚至是很小部分;现在手机端产品与PC端同步,甚至再超越一步,比如有些场景可能只在手机上适合,在PC上反倒不支持。从框架性技术来说,明道团队已经把基于iOS和Android平台的手机客户端软件,从原生App初步HTML5化。这在理论上意味着,明道的移动客户端未来可以直接在网页上绘图、嵌入音视频、实现信息互动,可以跨iOS、Android等多个平台,轻易地将网页应用转换成桌面应用。未来其团队还将对于移动端进行进一步优化,适应移动互联网的潮流。





- 中国SaaS企业服务平台市场概述
- 中国SaaS企业服务平台市场发展背景
- 9 中国SaaS企业服务平台市场发展现状
- 中国SaaS企业服务平台典型企业分析
- 5 SaaS企业服务平台发展趋势

SaaS企业服务平台发展趋势



企业服务全面向SaaS转化

SaaS将会成为企业服务的主要发展方向

互联网已经成为人们生活的组成部分,企业已经从"信息化"向"互联网化"的阶段发展。目前SaaS服务在中国企业软件市场整体的占比还较为有限,但是SaaS将会成为企业服务的主要发展方向已经成为业界共识。相对于传统的企业软件售卖模式,SaaS企业服务模式有以下几个优势:第一,运营维护简单易行,节约大量人力物力成本,ROI较高,成为企业考虑的关键因素;第二,操作简单容易上手,对于已经经过互联网充分培养的员工来说使用率将可能大大提高;第三,没有使用场合限制,只要能够接入互联网的地方均可办公,更加符合移动办公的发展趋势。

私有云企业服务及SaaS企业服务对比

私有云企业服务	SaaS企业服务
基于局域网,需要在公司/企业的网络环境下进行 办公	基于互联网,不限制使用场合,可PC可移动
需要专人维护	无需专人维护由SaaS企业提供服务
系统更新升级成本较高	实时在线,持续更新,无更新升级成本
价格相对较高	价格相对较低
操作复杂,使用率难以保证	操作简便,利用率提高

转化过程中基础应用先行

目前SaaS渗透率较高的领域如OA, CRM, 财务等领域,都是通用性较强,且结构相对较为简单的基础应用。成熟的管理软件产品越容易走向SaaS模式,而相对细分且数据较为深入的类别SaaS化难度则较高。一方面,通用性的应用市场空间更为宽广,利润空间较大,潜在客户规模也较大,另一方面,专业性较强的应用针对性也较强,另外加之可能涉及到企业重要核心数据,使管理者难以放心使用公有服务器。实际上无论各种类别的服务都适用于SaaS模式,未来SaaS市场是从简单到复杂逐渐渗透的过程。

客户从小微企业到大中型企业

企业最初对于SaaS服务的认知是为了节约成本,而经过长时间的发展,企业的认知发生了一定的变化,SaaS服务能够为企业带来更多的利益。最初一些小企业不愿付出太多成本而选择SaaS企业服务,大企业会选择架设服务器设置私有云,SaaS企业的服务的优势未来会被更多企业看到,客户群体也可能从小微企业扩展到全类型的企业。

SaaS企业服务平台发展趋势



企业服务全面向SaaS转化

移动端成为新的竞争焦点

移动互联网的时代已经来临,移动端办公已经成为刚性需求。对于已经发展多年的SaaS服务企业来说,推出移动端产品,打通PC和移动端已经成为当务之急,而如果在这一过程中转型失败则可能面临被市场淘汰的风险。而对于一些企业服务领域的初创企业来说,则可能直接从移动端发力,移动端市场已经形成,市场空间庞大,目前来看资本市场也较为重视移动端的企业服务,因此发展潜力很大。目前很多互联网巨头也逐渐开始看好移动办公市场,想要参与进来,随着整个SaaS企业服务市场的后热,移动端会成为主要的竞争焦点。

安全性成为企业的重要考虑因素

随着云计算的普及以及用户越来越多的数据储藏在云端,云安全已经成为用户十分关注的一个问题。对于许多企业来说,安全问题也是选择SaaS服务的一个最大障碍。因为如果企业大量的核心数据储存在云端,一旦发生安全问题数据泄露,对于企业来说将是一个巨大的损失,这也是如ERP等系统SaaS化较慢的原因之一。而SaaS企业服务提供商也十分重视安全问题,诸如加密技术等安全保障的不断成熟,会有更多企业选择SaaS企业服务。

行业进入快速成长期

SaaS企业服务行业已经发展了十年,这是一段不短的时间,但是由于整个市场发展环境的影响,整个行业规模还未迎来爆发。近两年SaaS企业服务行业已经进入快速成长期,参与竞争的玩家越来越多,市场竞争越来越激烈,市场竞争的结果是整个行业发展进入正轨,核心企业竞争力不断增强,未来SaaS企业服务领域也会出现几家巨头型企业。 未来三年,是4G网络铺设的关键阶段,直观的说是移动化从趋势变现实的关键阶段。因此各个领域对于"SaaS+移动"的模式将会有爆发性的需求,而与早前"云+端"模式不同的是,未来的企业的SaaS将更加多样化,不再拘泥于终端形式,更能够发挥出新技术带来的突破。无论是IT转型的角度,还是从市场的角度,SaaS模式已经经受了近两年的考验,而这两年的技术进步也为SaaS模式的探索提供了很好的条件和基础。SaaS模式的互联网属性将会让更多的企业更快的拥抱互联网,并成为这些企业创新最直接的技术途径。

关键词、概念和定义



概念	定义描述
SaaS	SaaS是Software-as-a-Service(软件即服务)的简称,它是一种通过Internet提供软件的模式,厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上,客户可以根据自己实际需求,通过互联网向厂商定购所需的应用软件服务,按定购的服务多少和时间长短向厂商支付费用,并通过互联网获得厂商提供的服务。
SaaS企业服务平台	SaaS企业服务平台是指基于SaaS模式,为企业提供管理软件服务的平台。
ASP	即Application service provider, 2000年兴起。ASP是企业服务平台的雏形,实现了互联网平台为企业提供管理服务。但ASP提供一对一服务,服务层面多停留在软件授权、维运或代管等范畴。
云计算	云计算(cloud computing)是基于互联网的相关服务的增加、使用和交付模式,通常涉及通过互联网来提供动态易扩展且经常是虚拟化的资源。

附录



研究目的

随着互联网的不断普及,无论是新兴行业还是传统行业的企业在企业管理、办公、销售、客户管理等各个办公流程当中都开始互联网化,因此众多针对企业提供软件服务的企业不断兴起发展,市场竞争激烈。而企业网络服务平台针对企业管理及服务的各个环节,功能众多,市场较为复杂。也有不少企业服务提供商把企业服务作为争夺B端用户的一个重要入口。本报告将针对企业网络服务平台领域进行研究,对复杂的市场结构进行全面梳理,分析整个市场发展阶段及规模,并对于其中的典型企业进行深入分析,力求为相关人士提供更加清晰的认识。

研究方法

1.深度访谈

通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈,对相关行业主要情况进行了解,并获得相应销售和市场等方面的数据。

2.桌面研究

艾瑞获得一些公开信息的渠道: 政府数据与信息、相关的经济数据、行业公开信息、企业年报、季报及行业资深专家公开发表的观点。

3.自有监测数据

结合艾瑞咨询网民行为监测系统mUserTracker进行数据分析,获得不同网站及软件的PV、UV、时长及用户基本属性等数据。 mUserTracker由艾瑞咨询集团研发,是目前最精准的中国移动智能终端用户行为研究产品。 能够提供手机用户属性特征分析、行为 差异分析、App和媒体网站的跟踪、趋势监测和不同维度排名以及媒介方案效果评估。

样本定义:18-60岁之间,使用智能手机的中国大陆地区用户。7天*24小时无间断了解用户的环境,行为和观点,360度洞察移动通讯用户的智能手机生活;

样本容量:基于超过7万名移动智能终端用户样本,样本将以一定配比,分布在iOS,Android两大主要智能手机终端系统平台; 抽样配比方式:参照CNNIC每半年发布的移动网民数量及性别、年龄、地区比例,进行分层抽样获取单样本;然后对样本行为数据进行分层加权,推算得到国内整体移动网民网络行为数据。

法律声明



本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作,报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可,任何组织和个人,不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息,所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可,任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得,部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法,其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制,调查资料收集范围的限制,部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料,本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍:

艾瑞咨询集团:http://www.iresearch.com.cn

公司产品介绍:

艾瑞客户解决方案:http://www.iresearch.com.cn/solution 艾瑞连续数据研究产品:http://www.iresearch.com.cn/product

艾瑞专项研究咨询服务:http://www.iresearch.com.cn/consulting

艾瑞研究观点报告: http://www.iresearch.com.cn/report 艾瑞学院培训业务: http://www.iresearch.com.cn/institute 艾瑞媒体会议服务: http://www.iresearch.com.cn/meeting

公司资讯网站:

艾瑞网:http://www.iresearch.cn

艾瑞广告先锋:http://www.iresearchad.com

艾瑞网络媒体精品推荐:http://www.iwebchoice.com

联系方式

北京:86-010-51283899 上海:86-021-51082699 广州:86-020-38010229

洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET



400-026-2099