

# 中国企业协作指数白皮书

2017年



# 开篇摘要



## 协作变革 云化加速

企业协作将走向**云化**、**集成化**与**全员化**。

## 协作现状洞察

协作产品是企业工作中**不可或缺**的一部分。



## 协作痛点与诉求

协作产品的**功能性**有待增强，**安全顾虑**制约协作云产品的应用。

## 高分企业画像

指数TOP 100企业更倾向于使用**协作云**产品。



## “我”的协作指数

**互联网企业**最关注产品质量，**制造业企业**会议系统渗透率最高。

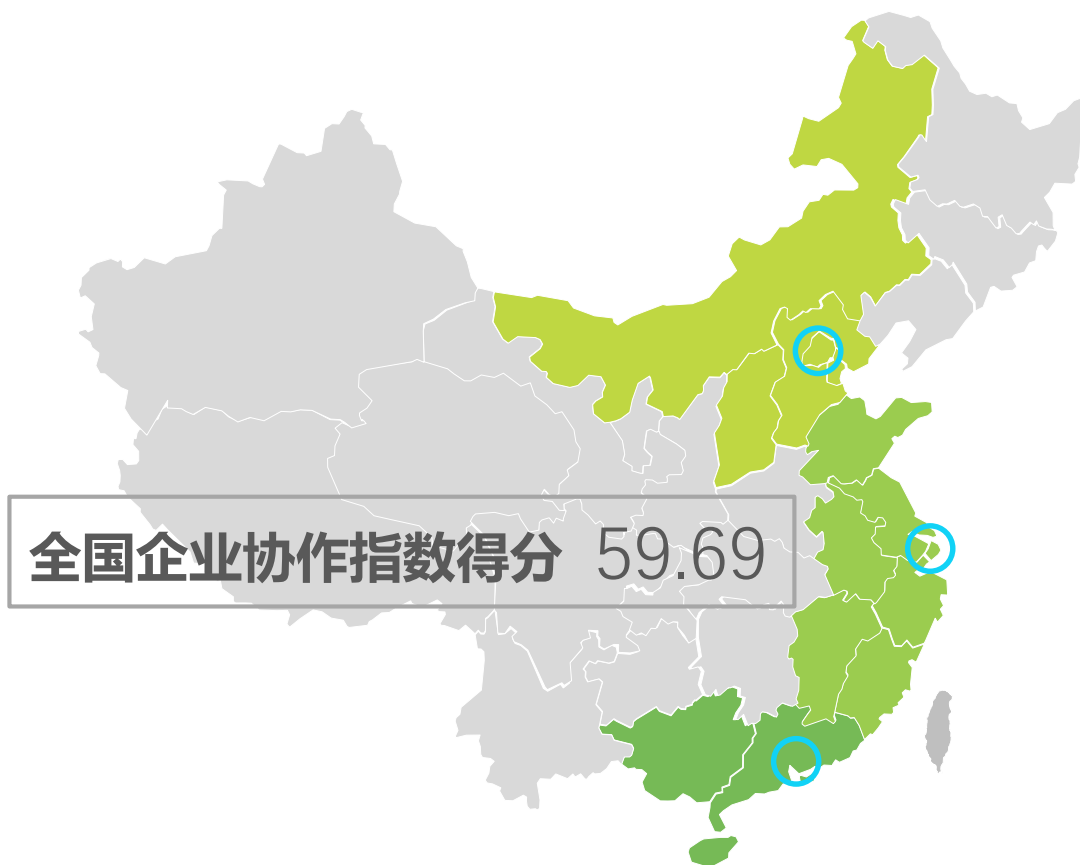
# 企业协作指数框架

## 企业协作指数 ( 100% )

协作云化 与整合 ( 15% )	协作产品使用 ( 55% )			协作贡献力 ( 10% )	协作效果 ( 20% )
	会议系统 ( 25% )	即时通讯产品 ( 20% )	呼叫中心系统 ( 10% )		
协作产品云化 (10%)	使用次数与时长 (5%)	产品协作能力 (5%)	座席数量 (5%)	销售 / 客户拓展 (2.5%)	节约成本 (5%)
协作整合度 (5%)	产品协作性 (5%)	产品定制化程度 (5%)	与业务联系程度 (5%)	供应链沟通 (2.5%)	提升工作效率 (5%)
	员工覆盖率 (5%)	产品使用深度 (5%)		内部工作效率 (2.5%)	虚拟组织 (5%)
	使用场景多样性 (5%)	IP电话使用深度 (5%)		核心生产业务 (2.5%)	提高响应速度 (5%)
	移动性 / 兼容性 (5%)				

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国企业协作指数



## 按区域划分

华南	63.50
华东	59.71
华北	59.47

## 按城市划分

广深	64.68
上海	61.74
北京	59.31

## 按行业划分

能源制造业	60.57
快消零售业	59.76
IT互联网	59.73

样本：1. N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得；2. N=929，由科天云提供用户会议系统使用时间相关数据。

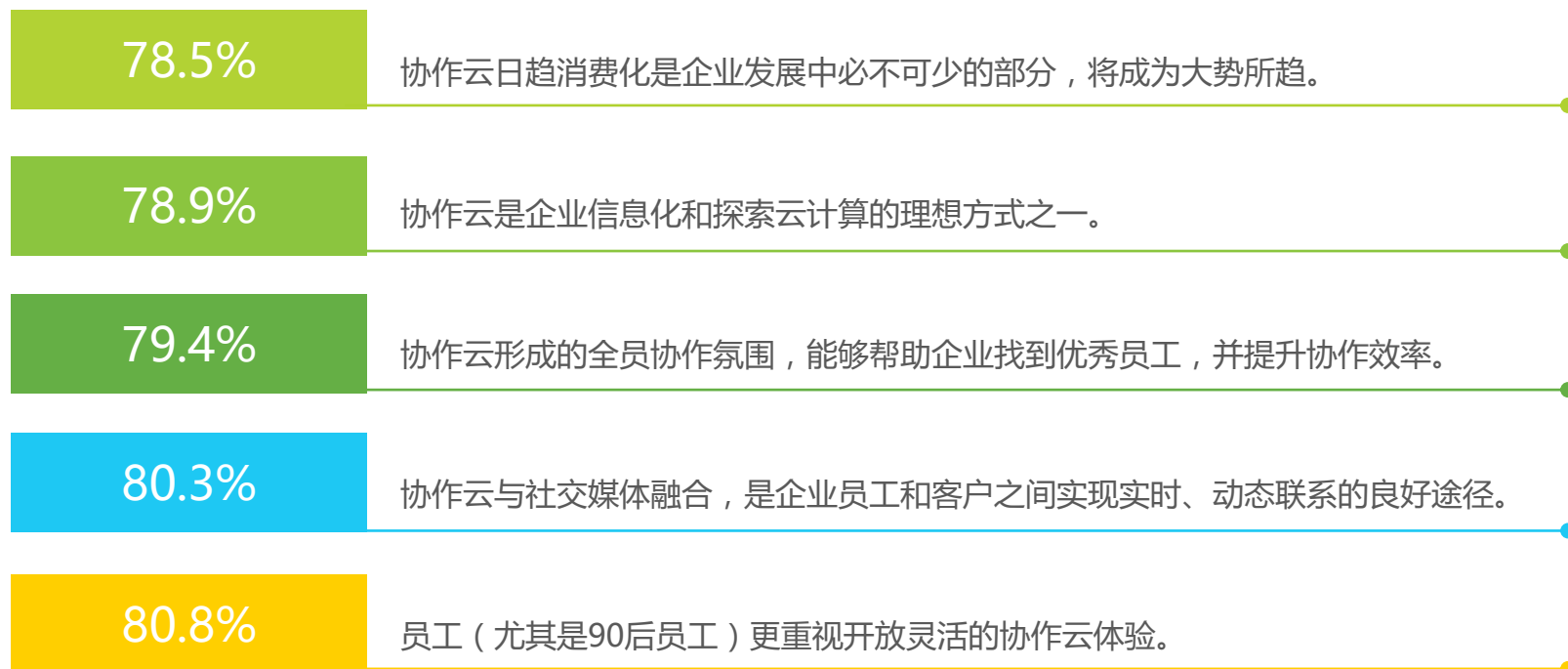
协作变革 云化加速	1
企业协作现状洞察	2
协作痛点与诉求	3
高分企业画像	4
“我” 的协作指数	5
附录	6

# 协作变革——云化

随着云服务技术日益成熟，企业通信协作开始加速云化，且逐渐走向消费化，客户认知进一步提升。近八成企业认为协作云作为企业发展必不可少的一部分，将成为大势所趋。

## 2017年中国企业对协作云的认知与理解

### 企业认同率

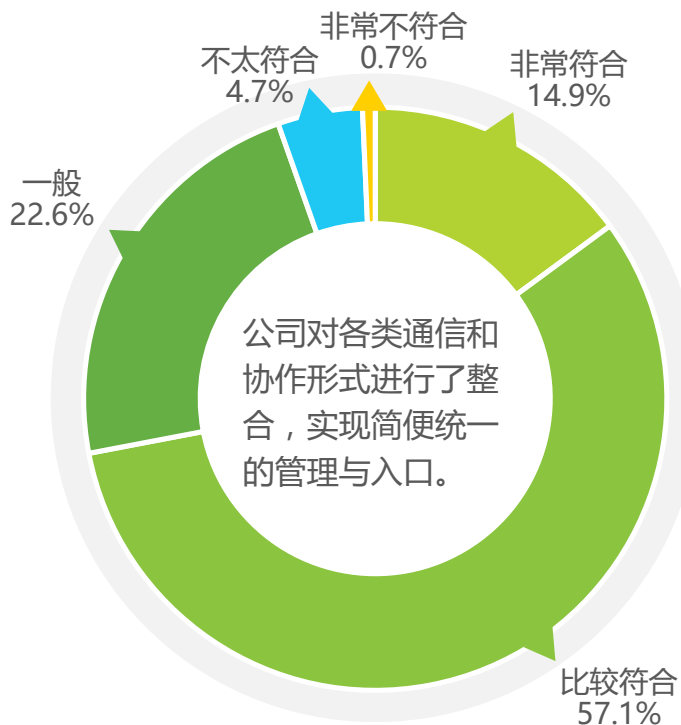


问题：请问您是否认同下列各项关于企业协作云的陈述？  
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 协作变革——集成化

超过七成的企业表示所在公司对各类协作形式进行了有效整合，打造统一的入口，更加便于管理。  
随着富媒体时代的到来，企业协作将摆脱传统单一终端、单一通信形式的束缚，集成通信、统一通信将成为企业协作的主流。

## 2017年中国企业的协作整合表现



问题：请问下列关于企业协作的陈述是否符合您公司的实际情况？  
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 协作变革——全员化

超过八成企业的会议系统能够覆盖过半员工。

企业协作产品的使用不再是少数人的“特权”，而是逐步走向全员化，成为企业内部全员效率提升的利器。

## 2017年中国企业会议系统的员工覆盖情况



**11.4%**的企业表示企业内**所有人**都会用到会议系统



**37.7%**的企业表示**80%的员工**会用到会议系统



**36.3%**的企业表示**约一半员工**会用到会议系统

问题：请问您公司在平时工作中会使用到会议系统（包括主持会议及参加会议）的人数在总体员工中的占比情况大约是？  
样本：N=491，于2017年6月通过线上及电话调研获得。



# 企业协作的发展方向

## 2017年中国企业协作产品的未来发展重点



### 易用性

产品是否简单易用、交互设计是否友好，是衡量产品的核心要素。



### 场景化

与客户所在行业的特定场景相结合，能够创造更多价值，并树立起产品壁垒。



### 国际化

协作产品必须着力提升国际化服务水平，为企业的全球拓展提供帮助。



### 集成化

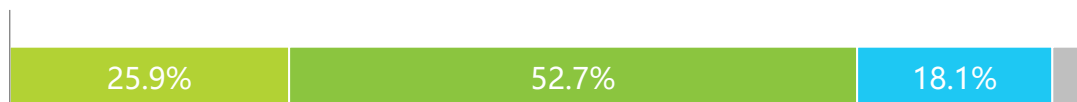
协作产品应打通多种协作服务，形成统一简便易于管理的入口。

# 协作效果

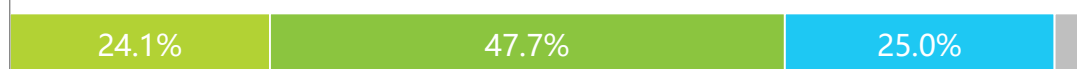
八成企业认可协作产品在跨地域沟通方面的效果，以及带来基于虚拟组织的灵活沟通；  
超七成企业认为协作产品能够有效节约成本、提升工作效率和信息流动效率。

## 2017年中国企业协作产品的协作效果表现

① 企业协作产品与企业业务场景相结合，降低了成本。



② 公司使用协作产品作为生产力工具，有效提升了工作效率。



③ 企业协作产品方便公司各分支机构间实现跨地域沟通，在企业内部形成固有部门之外的虚拟组织。



④ 使用企业协作产品大大加快了公司的信息响应速度（决策速度）。



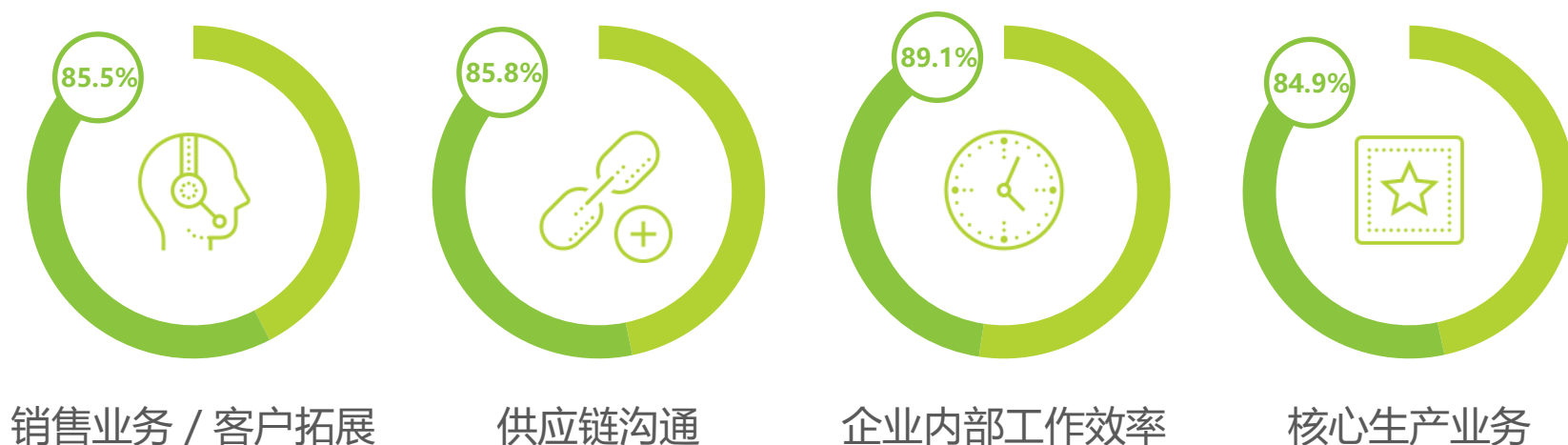
■ 非常符合 ■ 比较符合 ■ 一般 ■ 不太符合 ■ 非常不符合

问题：请问下列关于企业协作的陈述是否符合您公司的实际情况？  
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 协作效果

企业普遍认可协作产品对企业各项经营的作用；  
近九成企业认为协作产品对企业内部工作效率而言是重要的。

## 2017年中国企业协作产品对企业各项经营的重要程度



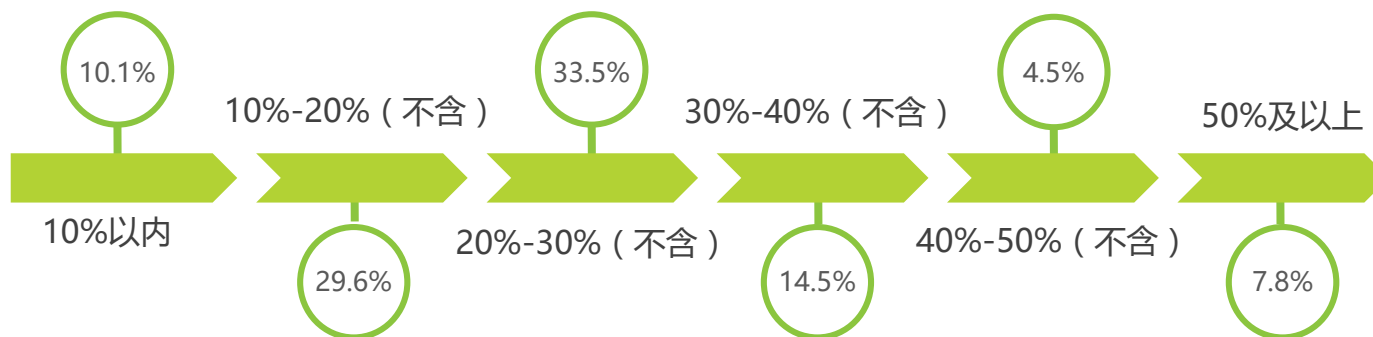
问题：请问您认为企业协作类产品对您公司下列各项经营的重要程度如何（是否与各类企业协作产品联系紧密）？

注释：图中数值为选择“非常重要”或“比较重要”的样本占比。

样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

33.5%的企业表示使用协作云产品可以为企业节约两成至三成的信息沟通成本。

## 2017年中国企业使用协作云产品后沟通成本节约比例



平均节约了23.9%的沟通成本  
中位数为20%

问题：您公司在使用协作云产品后节约了大约百分之多少的原有沟通成本？  
样本：N=481，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

协作变革 云化加速	1
企业协作现状洞察	2
协作痛点与诉求	3
高分企业画像	4
“我” 的协作指数	5
附录	6

# 企业协作的构成

## 企业中人与人、人与信息之间的互联互通

企业协作综合使用群件（groupware）、工具、互联网及其他各类网络，支持企业范围内团队、个人间文档及各类信息的分享与传播。

### 企业内外部信息沟通与协作的常用方式



#### 会议系统

语音或视频介质的远程沟通系统



#### IM即时通讯平台

能够传输文本、图片、音视频的实时在线聊天工具



#### IP软电话系统

通过互联网协议（IP）实现语音传送的虚拟电话



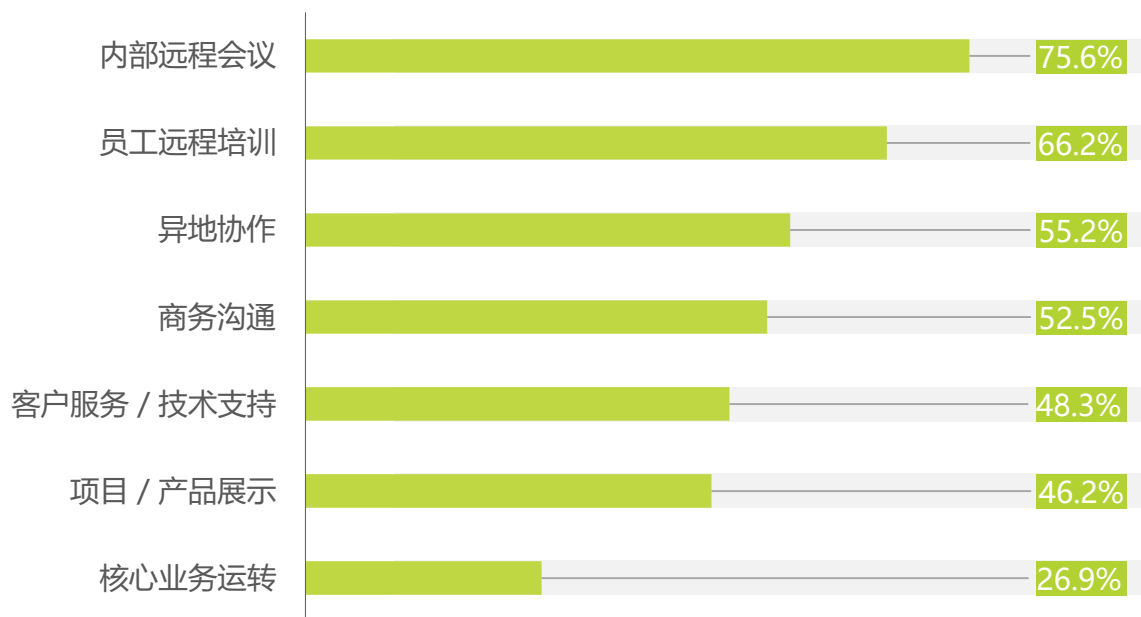
#### 呼叫中心系统

使用自动化技术处理来自客户及其他来源电话的集中化场所

# 会议系统的使用场景

内部召开远程会议和对员工进行远程培训是会议系统最常见的使用场景。

2017年中国企业会议系统的主要使用场景



问题：请问您公司的会议系统主要用于以下哪些场景？  
样本：N=491，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 会议系统的设备兼容性

分别有83.5%和66.0%的会议系统能够通过PC客户端和手机接入；  
40.3%的会议系统可以兼容其他厂商的终端设备，支持网页Web端的仅31.0%。

## 2017年中国企业会议系统的设备接入情况



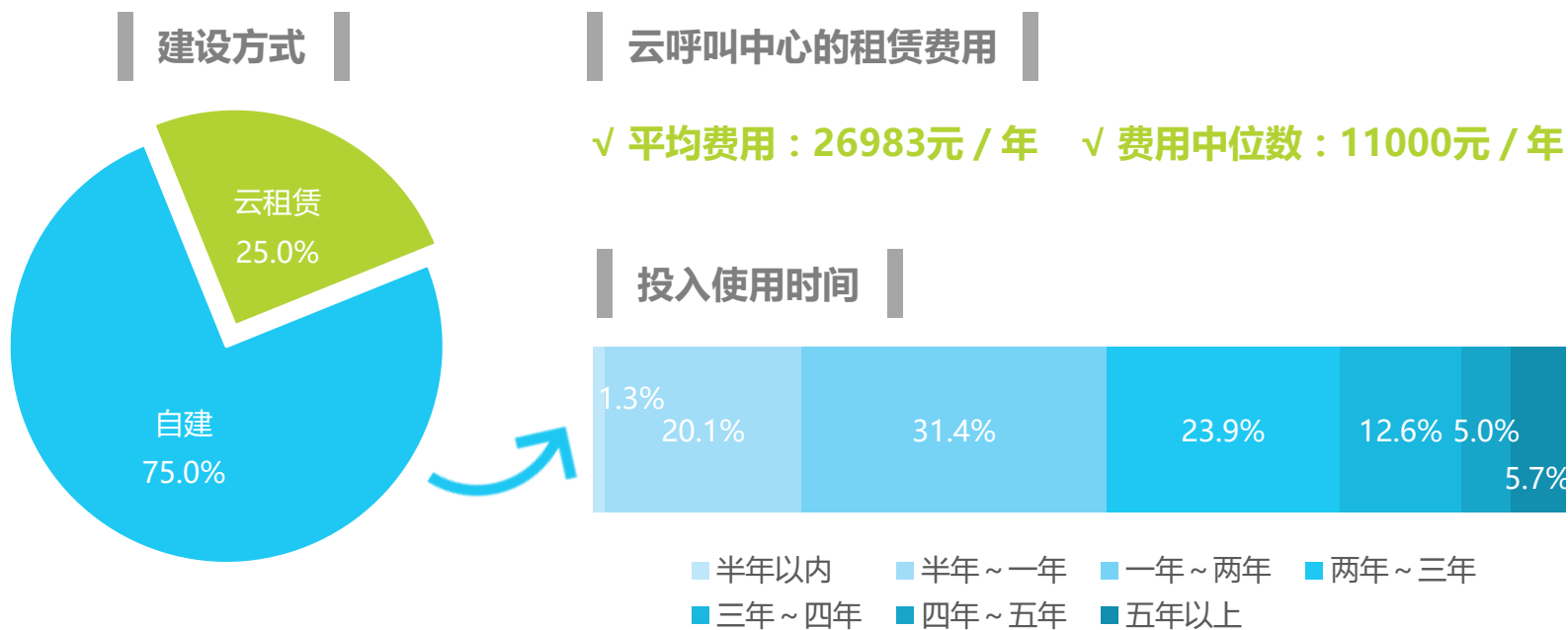
问题：请问您公司的会议系统支持接入的设备包括以下哪些？  
样本：N=491，于2017年6月通过线上及电话调研获得。



# 呼叫中心的建设方式与费用

75.0%的企业选择自主建设呼叫中心系统；  
云呼叫中心的平均租赁费用为26983元/年，中位数为11000元/年；  
大多数企业呼叫中心的投入使用时长在半年至三年之内。

## 2017年中国企业呼叫中心的建设方式和投入使用时间



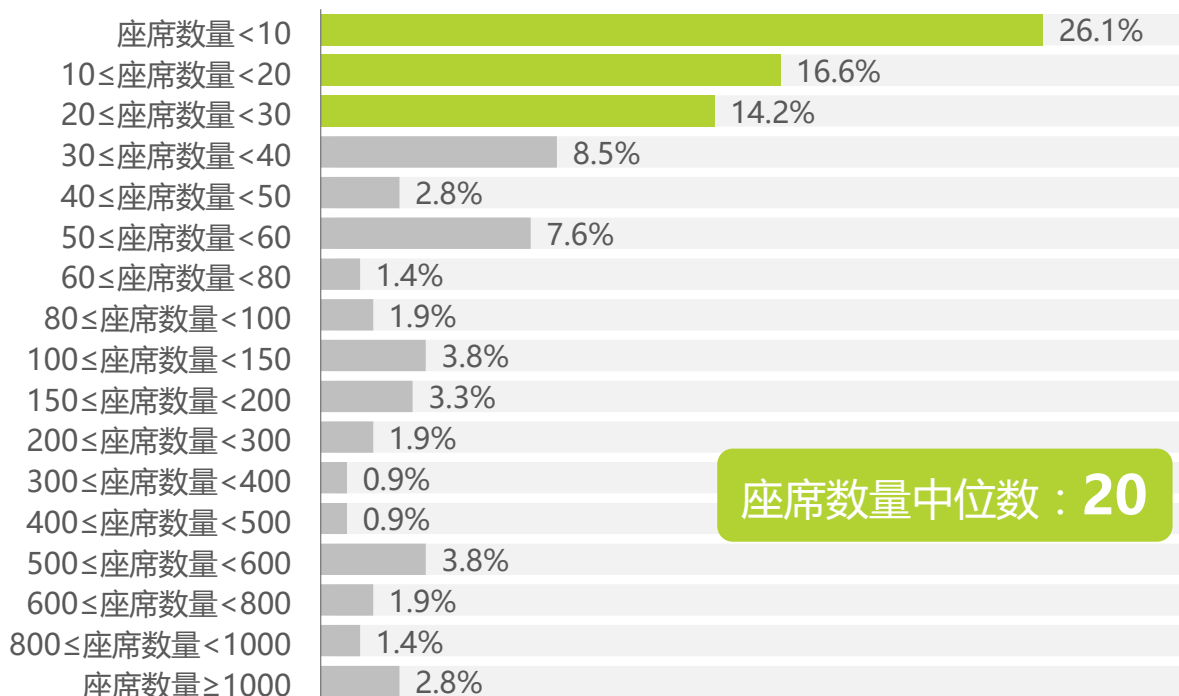
问题：请问您对公司目前使用的会议系统在以下各方面表现的满意程度如何？  
请问您公司的自建呼叫中心已经投入使用多长时间？  
请问您公司租赁的呼叫中心费用大约为多少元/年？  
样本：N=212，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 呼叫中心的座席数量

56.9%的企业呼叫中心座席数量集中在30个以内；

不同企业的业务模式存在差异，对呼叫中心的依赖程度区别较大，座席数量分布十分分散。

## 2017年中国企业呼叫中心座席数量分布情况



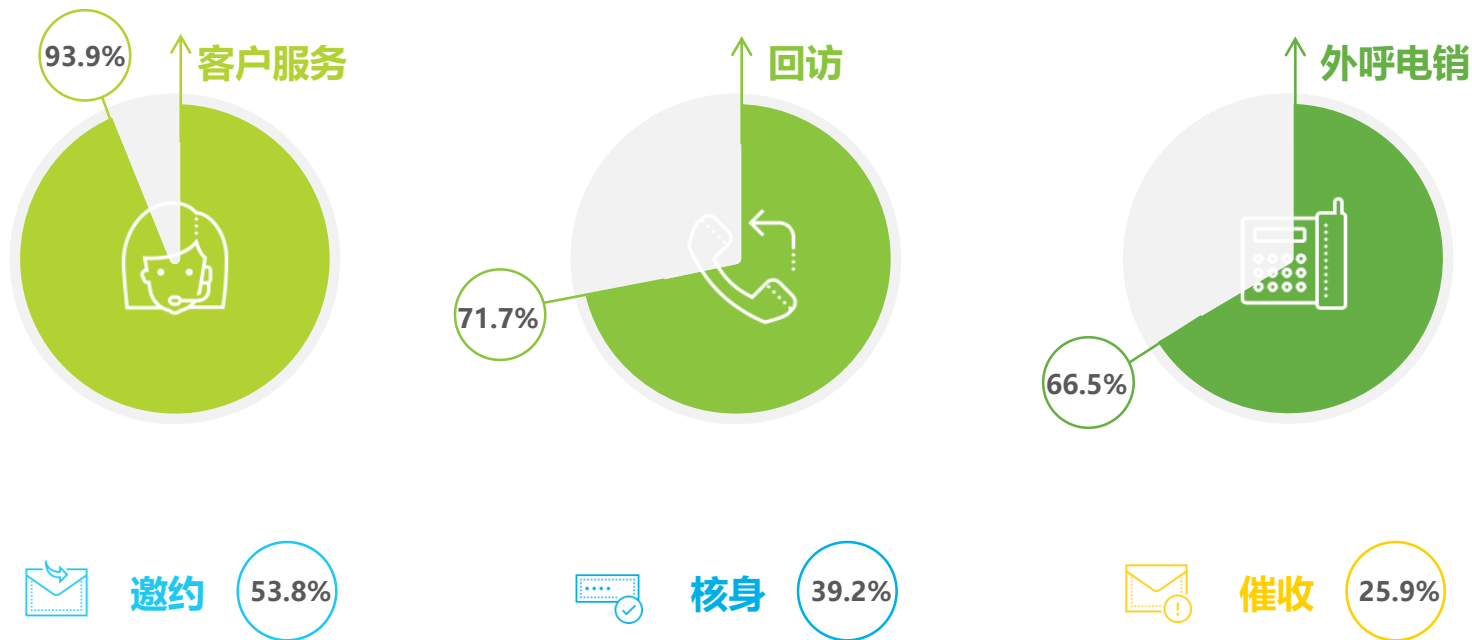
问题：请问您公司的呼叫中心拥有的座席数量大约为多少个？

样本：N=212，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 呼叫中心的使用场景

客户服务、回访、外呼电销是呼叫中心的最主要使用场景。

## 2017年中国企业呼叫中心的主要业务场景



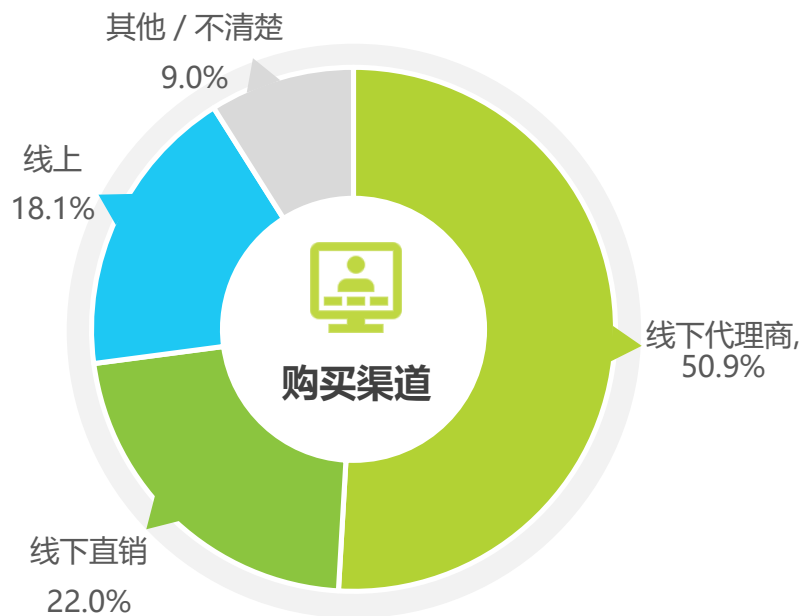
问题：请问您公司的呼叫中心平台主要承担以下哪些业务？  
样本：N=212，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

协作变革 云化加速	1
企业协作现状洞察	2
协作痛点与诉求	3
高分企业画像	4
“我” 的协作指数	5
附录	6

# 会议系统的购买渠道

50.9%的企业通过线下代理商购入会议系统，22.0%的企业通过线下直销，通过线上渠道购入的企业占比为18.1%。

## 2017年中国企业购入会议系统的渠道

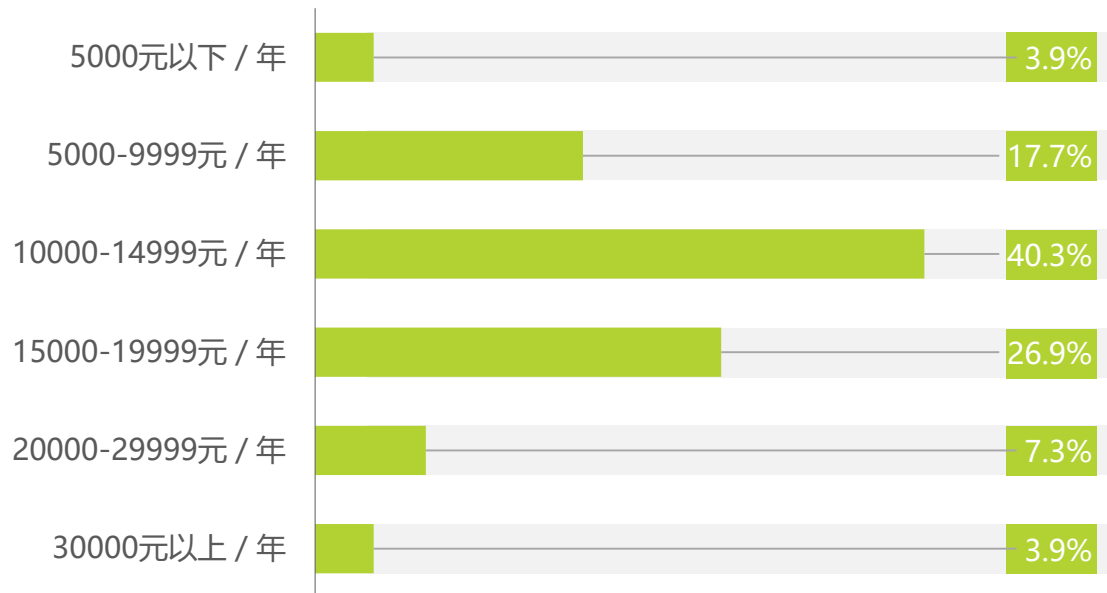


问题：请问您公司的会议系统从以下哪个渠道购入？  
样本：N=491，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 购买会议系统的心理价位

超过四分之三的企业对视频会议软件系统的心理价位集中在10000至19999元 / 年的区间内。

## 2017年中国企业对视频会议软件系统的心理价位

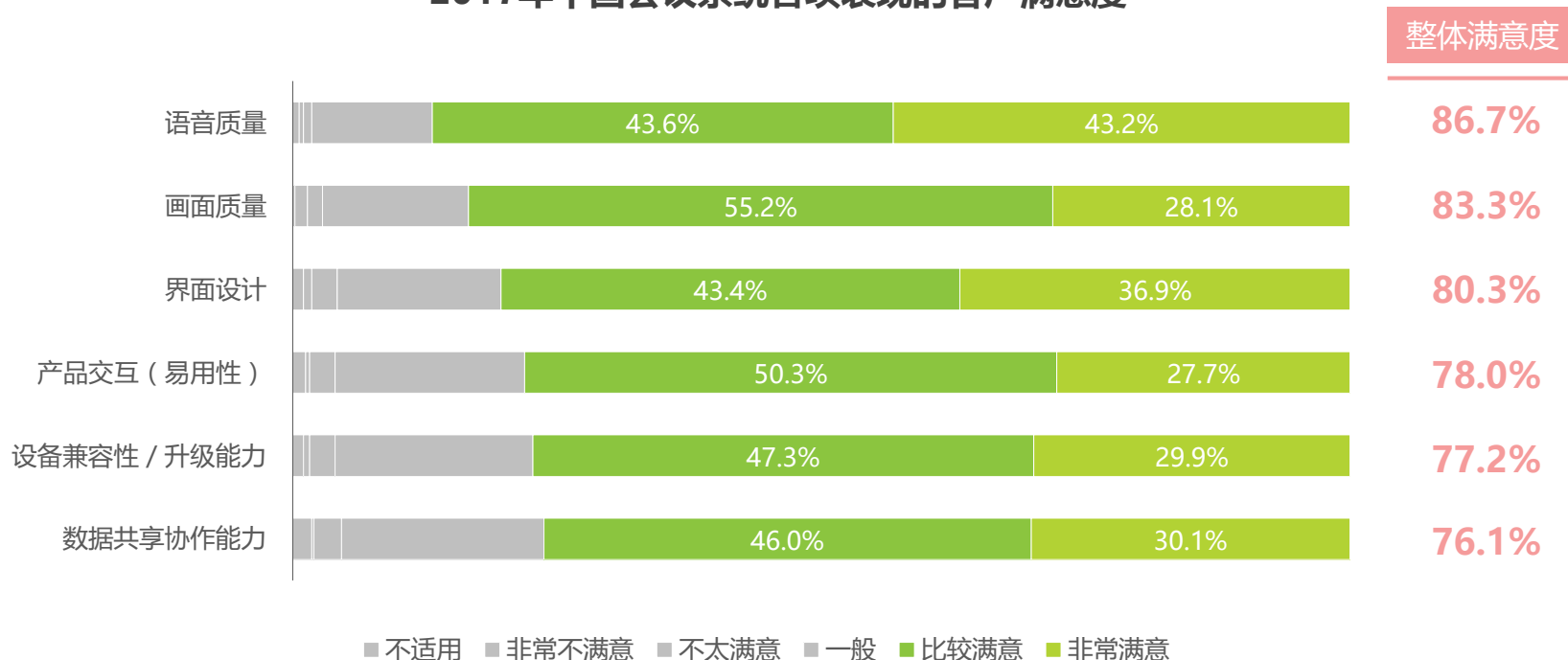


问题：请问您能接受的采购一套视频会议软件系统的价位是？  
样本：N=491，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 会议系统的客户满意度

企业对会议系统各方面的满意程度上，语音质量>画面质量>界面设计>产品交互>设备兼容性>数据共享协作能力。

## 2017年中国会议系统各项表现的客户满意度

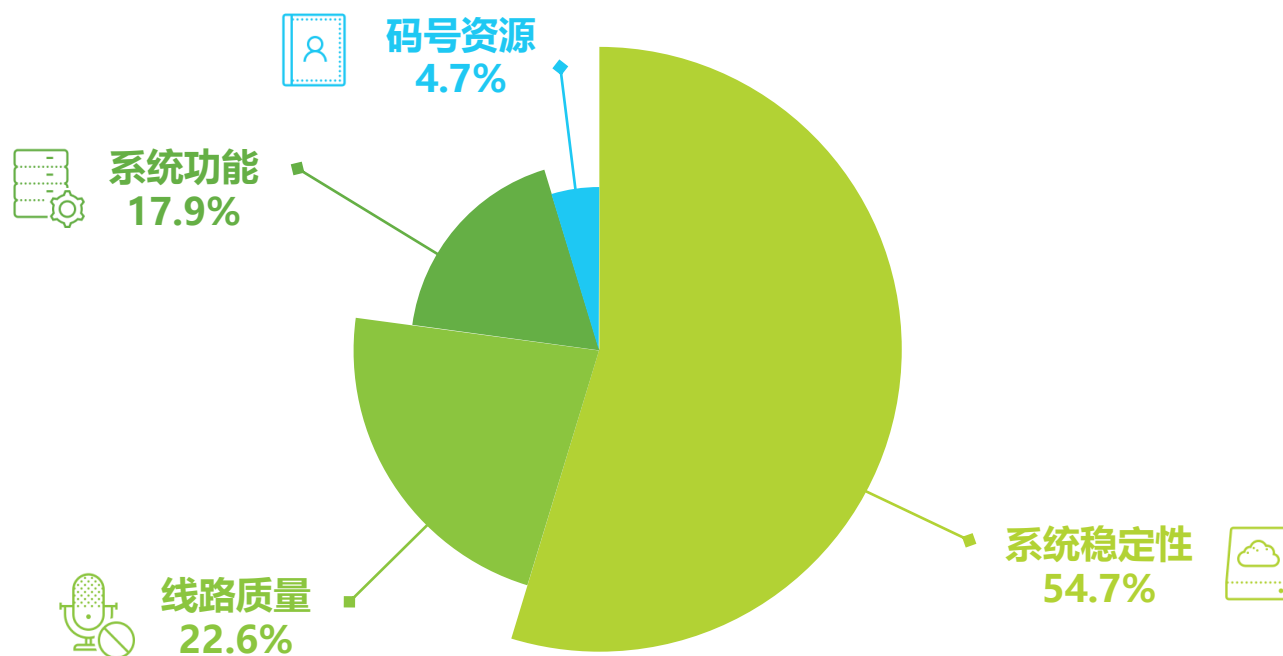


问题：请问您对公司目前使用的会议系统在以下各方面表现的满意程度如何？  
样本：N=491，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 企业对呼叫中心的关注因素

54.7%的企业表示系统稳定性是选择呼叫中心产品时的首要关注因素。

2017年中国企业选择呼叫中心产品时最关注的因素



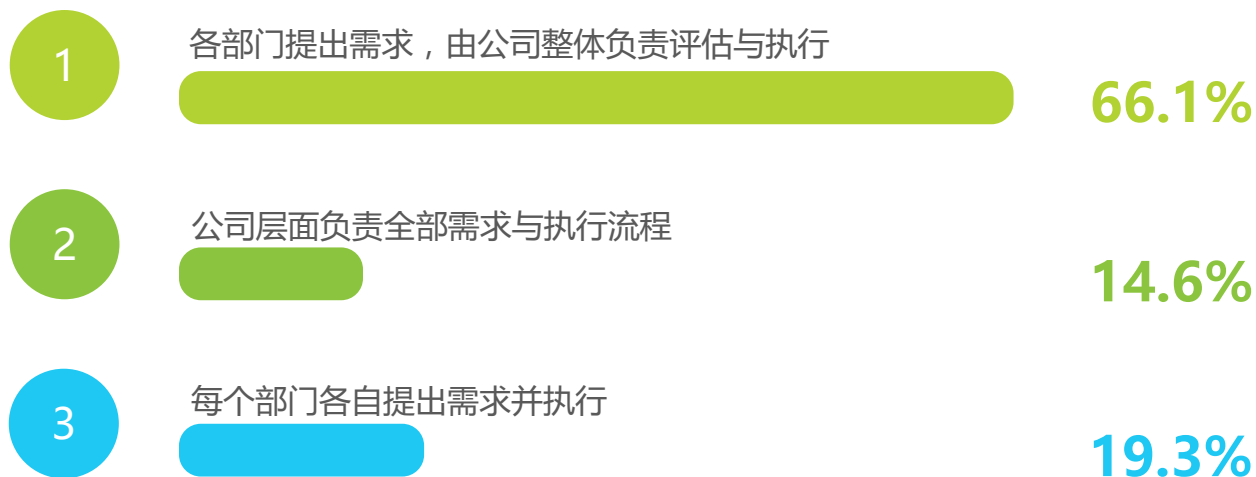
问题：请问您在选择呼叫中心产品时最看重的因素是什么？  
样本：N=212，于2017年6月通过线上及电话调研获得。



# 协作产品的企业决策

66.1%的企业表示企业协作类的需求是由各部门提出需求，再由公司整体负责评估与执行。

## 2017年中国企业协作需求提出与执行方式

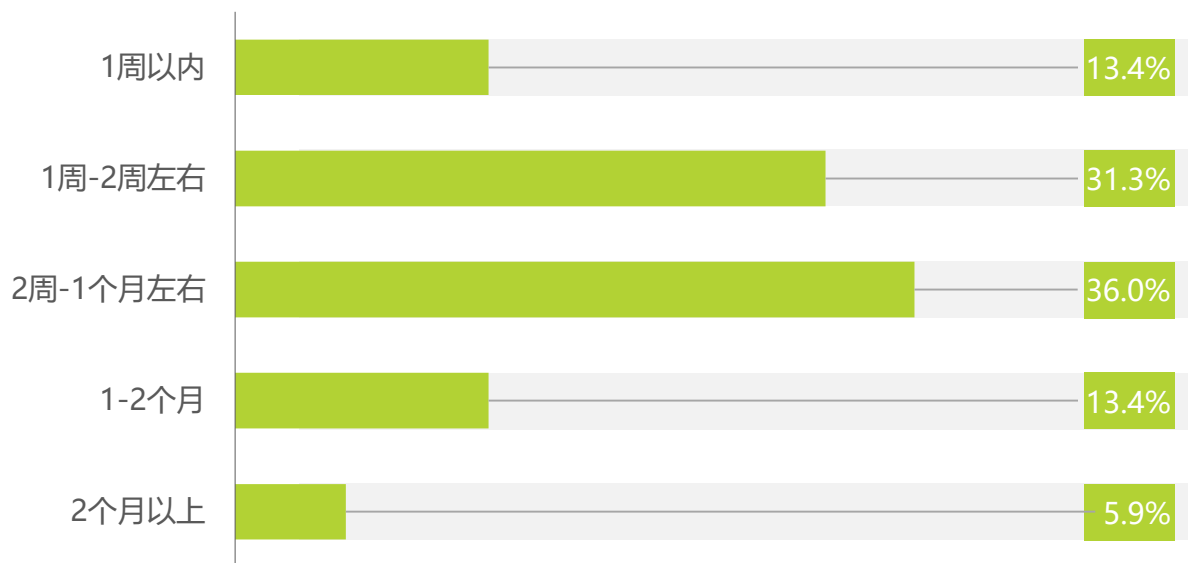


问题：请问您公司的企业协作类需求一般由谁提出和执行？  
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 协作产品的企业决策

从提出企业协作类产品的需求到决策购买的时间长度，大多数企业的决策时长在1个月以内。

## 2017年中国企业采购协作类产品的决策时长

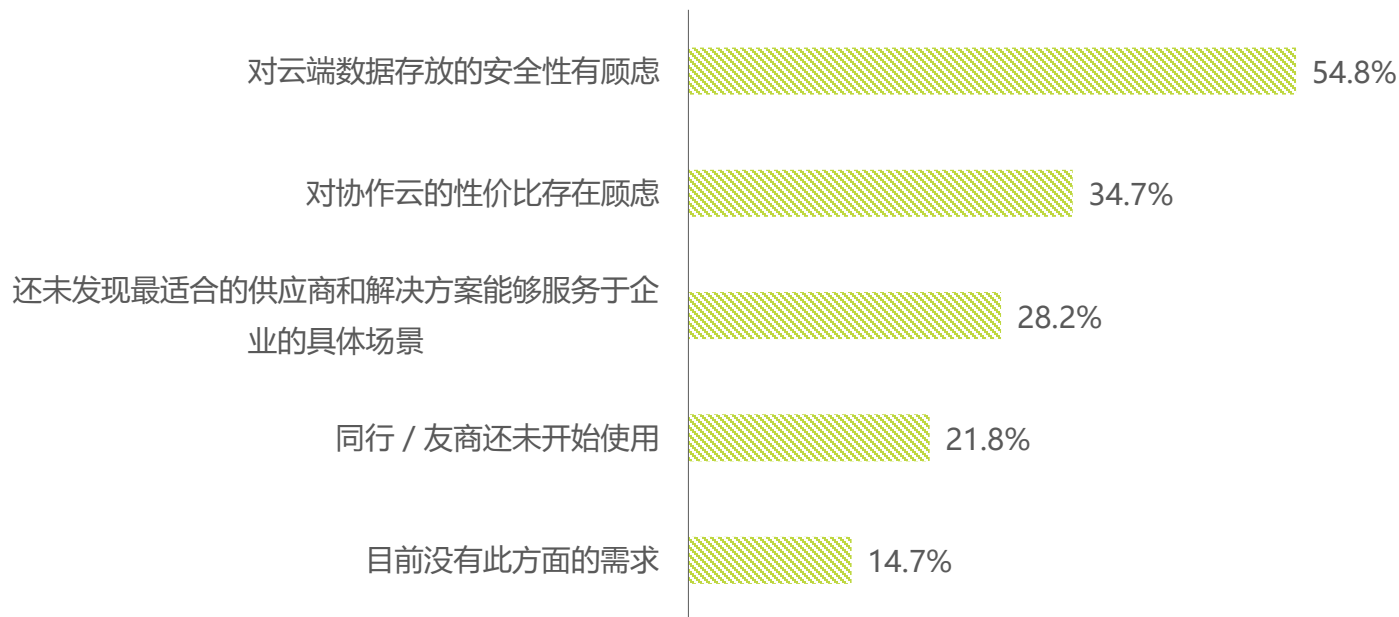


问题：您公司从提出企业协作类产品的需求到决策购买的时间长度大约为？  
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 协作云的使用顾虑

54.8%的企业对云端数据的安全性存在顾虑，成为企业使用协作云的最大“拦路石”。

## 2017年中国企业暂不考虑使用协作云的原因

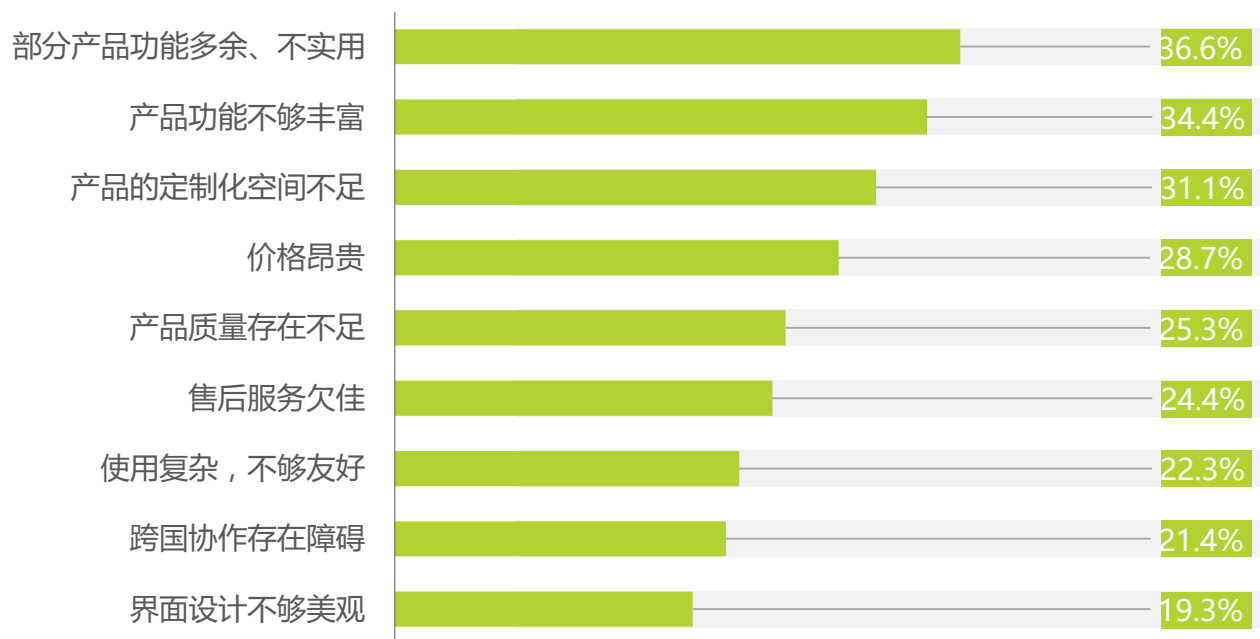


问题：请问您出于什么原因暂时不考虑使用协作云产品？  
样本：N=219，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 企业协作产品存在的问题

企业认为协作类产品存在的问题主要集中于产品功能方面，部分功能显得“多余”“不实用”，同时又有一些功能缺失。

## 2017年中国企业认为协作类产品目前存在的问题



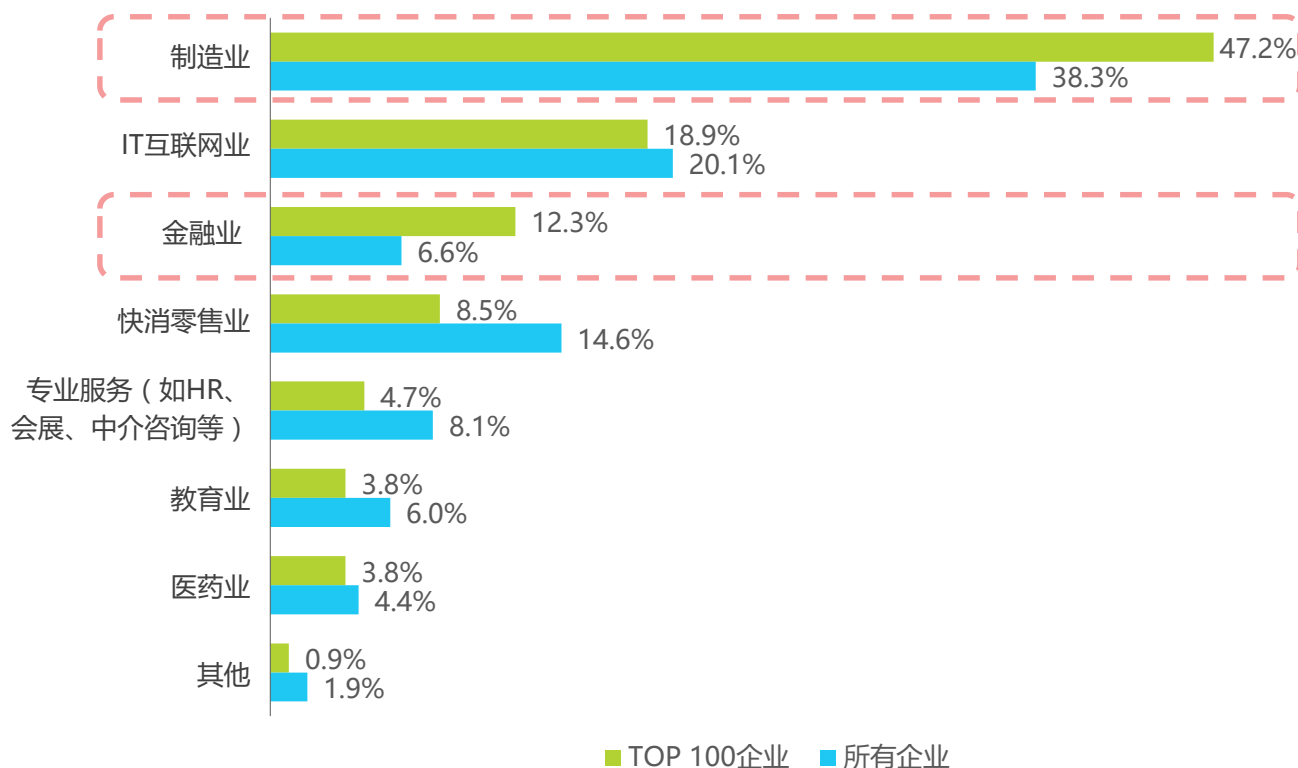
问题：请问您认为企业协作类产品目前存在的主要问题有哪些？  
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

协作变革 云化加速	1
企业协作现状洞察	2
协作痛点与诉求	3
高分企业画像	4
“我” 的协作指数	5
附录	6

# 高分企业的行业分布

协作指数排名前100的企业中，分别有47.2%和12.3%来自制造业和金融业，明显高于调研企业平均水平。

## 2017年中国企业协作指数TOP 100企业行业分布



问题：请问您所在的企业属于哪个行业？

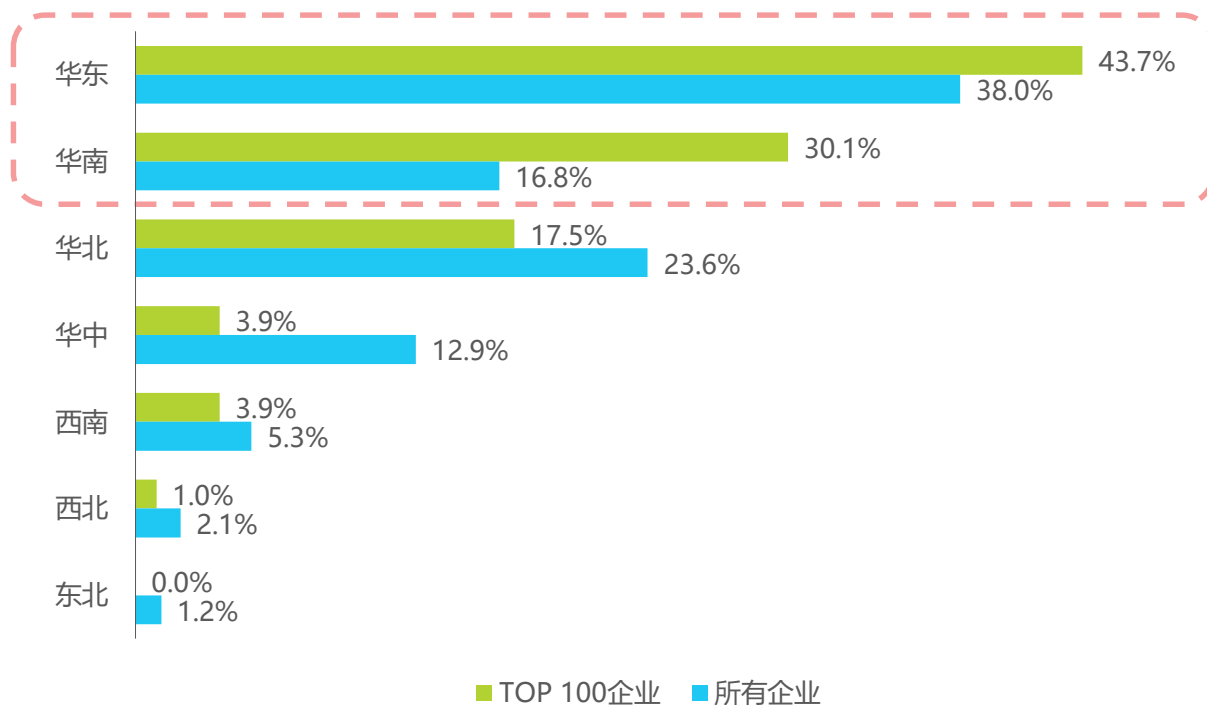
注释：“所有企业”指此次调研的所有样本企业。

样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。由于协作指数得分存在并列情况，TOP 100企业实际包含106条企业样本。

# 高分企业的区域分布

TOP 100企业中三成是华南企业，这一比例约是所有调研企业的两倍。

## 2017年中国企业协作指数TOP 100企业区域分布



问题：您的企业总部位于哪里？

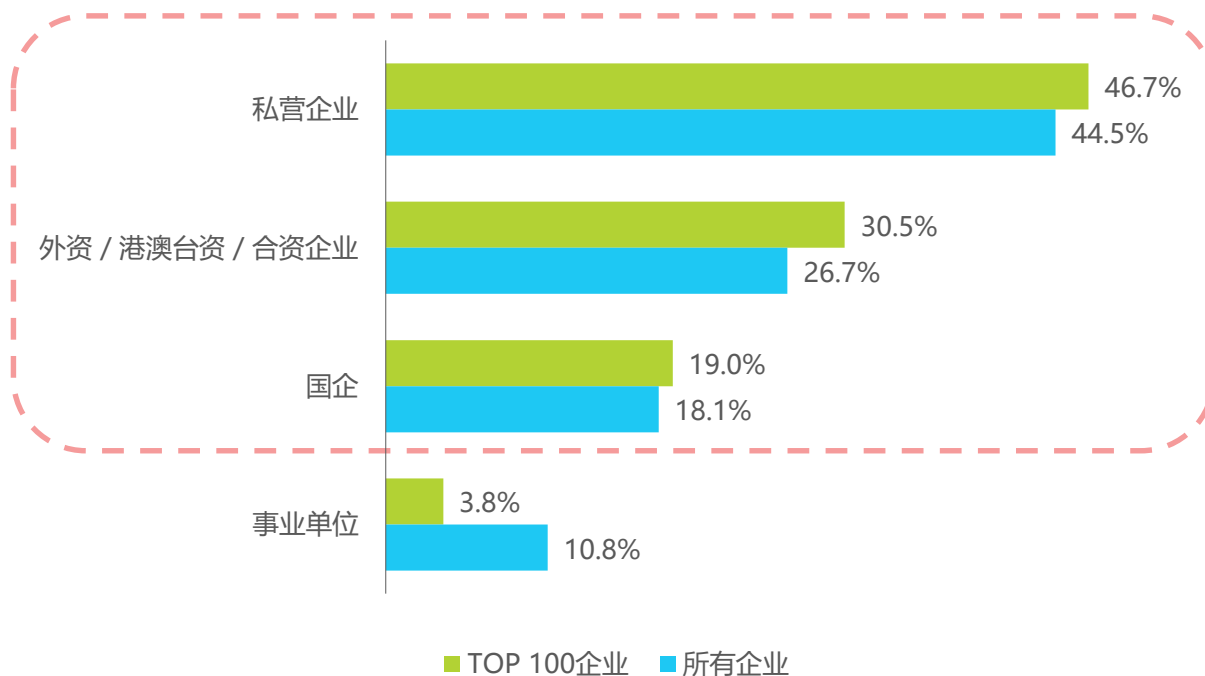
注释：“所有企业”指此次调研的所有样本企业。

样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。由于协作指数得分存在并列情况，TOP 100企业实际包含106条企业样本。

# 高分企业的企业性质分布

私营企业占TOP 100企业中的46.7%；  
事业单位的比例最小，远低于调研样本的平均水平。

## 2017年中国企业协作指数TOP 100企业区域分布



问题：您的企业属于下列哪类？

注释：“所有企业”指此次调研的所有样本企业。

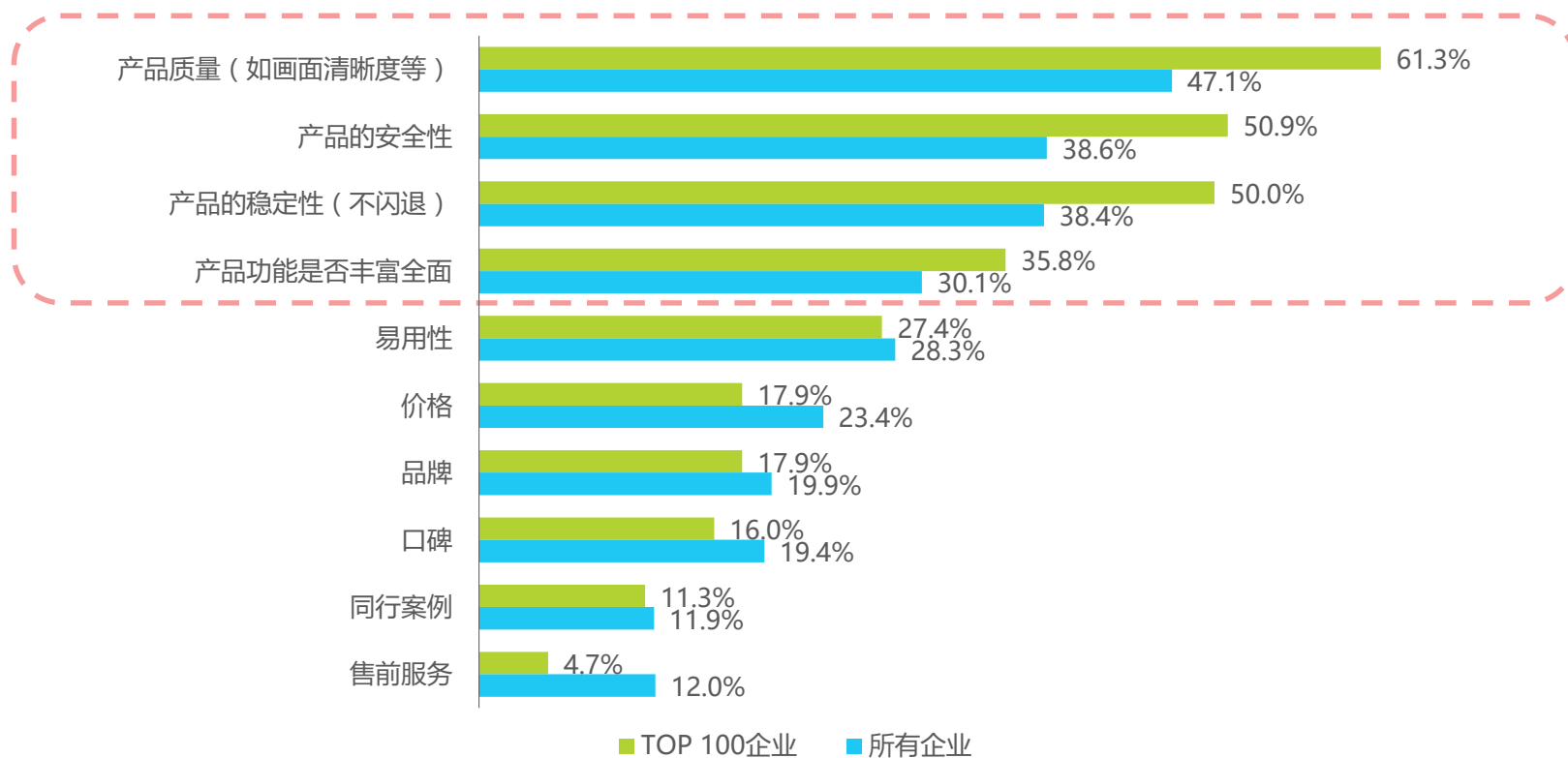
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。由于协作指数得分存在并列情况，TOP 100企业实际包含106条企业样本。



# 高分企业对协作产品的关注因素

相比所有调研企业的平均水平，协作指数得分高的企业明显更加关注产品本身的性能，如质量、安全性、稳定性、功能等，而非价格、品牌、口碑等外部因素。

## 2017年中国企业采购协作产品时看重的因素



问题：影响您公司采购企业协作类产品的决定因素有哪些？（多选，限选三项）

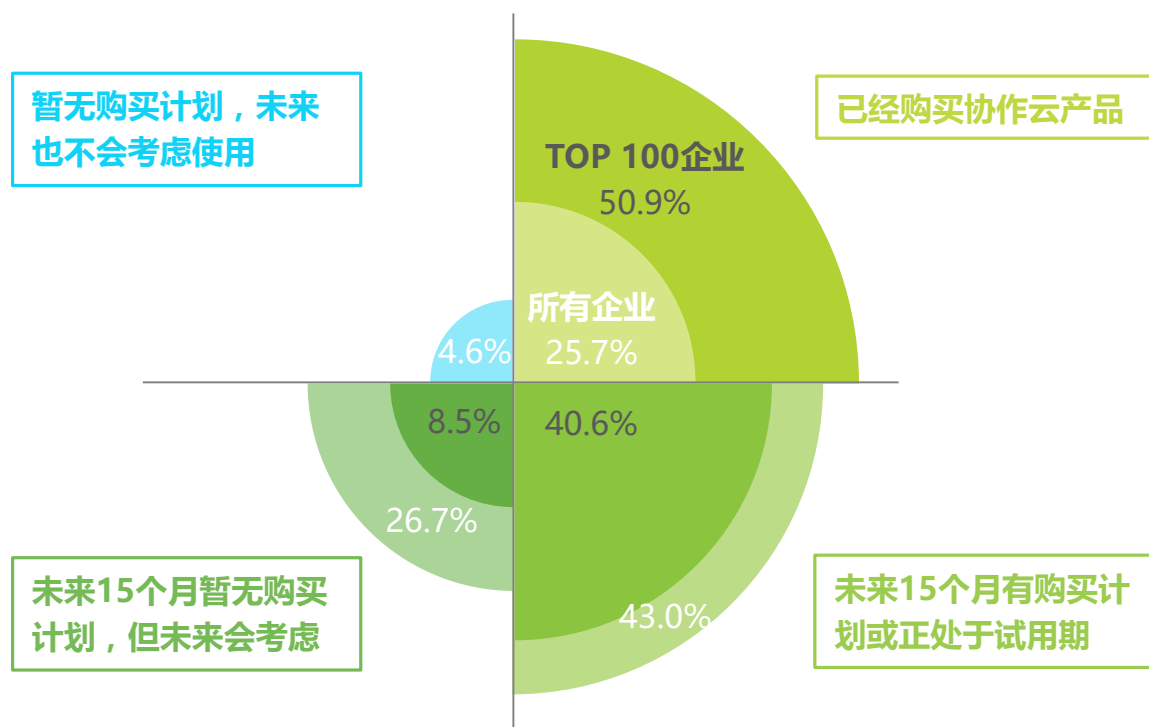
注释：“所有企业”指此次调研的所有样本企业。

样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。由于协作指数得分存在并列情况，TOP 100企业实际包含106条企业样本。

# 高分企业的协作云使用情况

在协作指数排名前100的企业中有50.9%已经购买协作云产品，远高于所有调研样本的平均水平。

## 2017年中国企业协作云产品的使用意愿



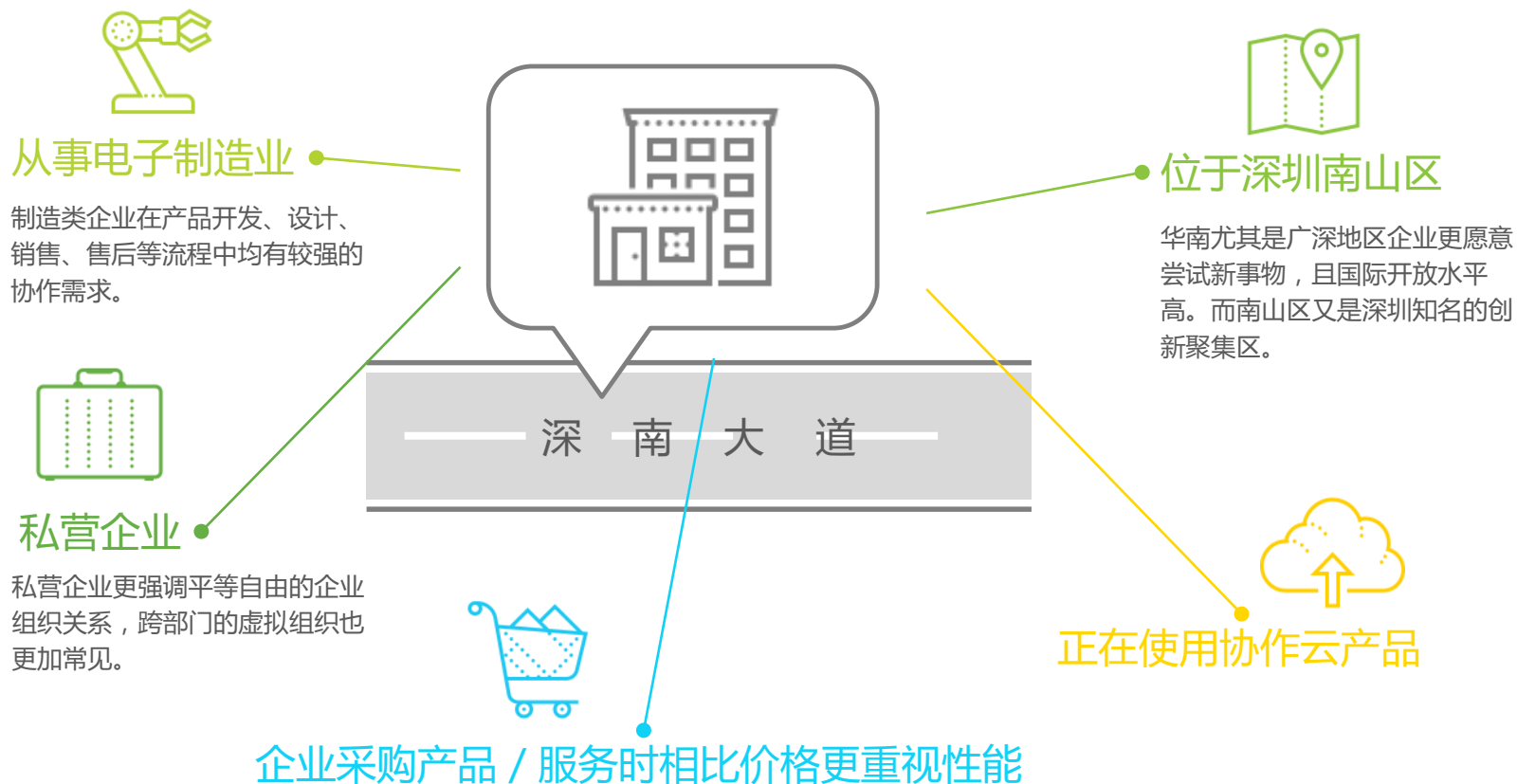
问题：请问您公司是否已经购买或未来15个月计划购买协作云产品？

注释：“所有企业”指此次调研的所有样本企业。

样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。由于协作指数得分存在并列情况，TOP 100企业实际包含106条企业样本。

# 高分企业画像总结

## 2017年中国企业协作指数TOP 100企业典型画像



样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

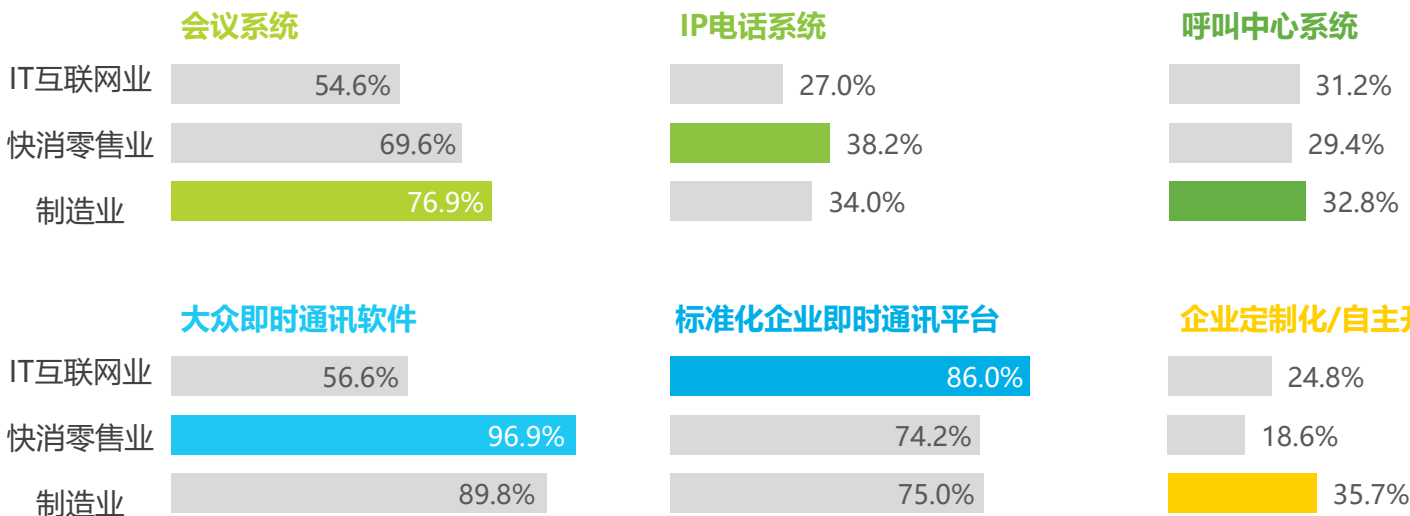
协作变革 云化加速	1
企业协作现状洞察	2
协作痛点与诉求	3
高分企业画像	4
“我” 的协作指数	5
附录	6

# 行业使用偏好

制造业企业最爱使用会议系统；

快消零售企业偏爱微信、QQ等大众化IM软件，IT互联网企业则多用钉钉等企业级IM软件。

## 2017年中国各行业企业不同类型协作产品的比例



问题：请问您公司在工作中使用以下哪些企业协作类产品？

请问您公司在工作中使用的即时通讯产品有哪些？

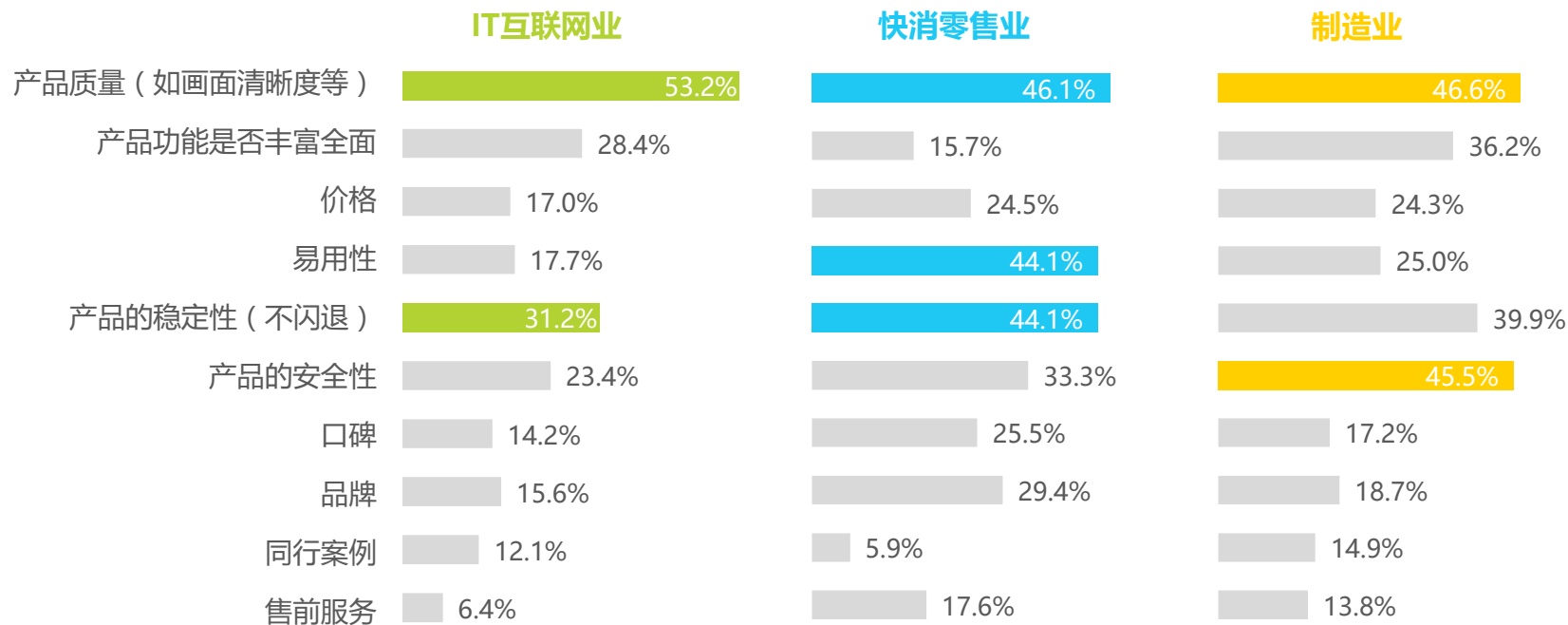
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 行业使用偏好

产品质量是各行业在采购协作产品时共同关注的重点因素；

45.5%的制造业企业关注协作产品的安全性，44.1%的快消零售企业关注产品易用性和稳定性。

## 2017年中国各行业企业采购协作产品时看重的因素



问题：影响您公司采购企业协作类产品的决定因素有哪些？（多选，限选三项）

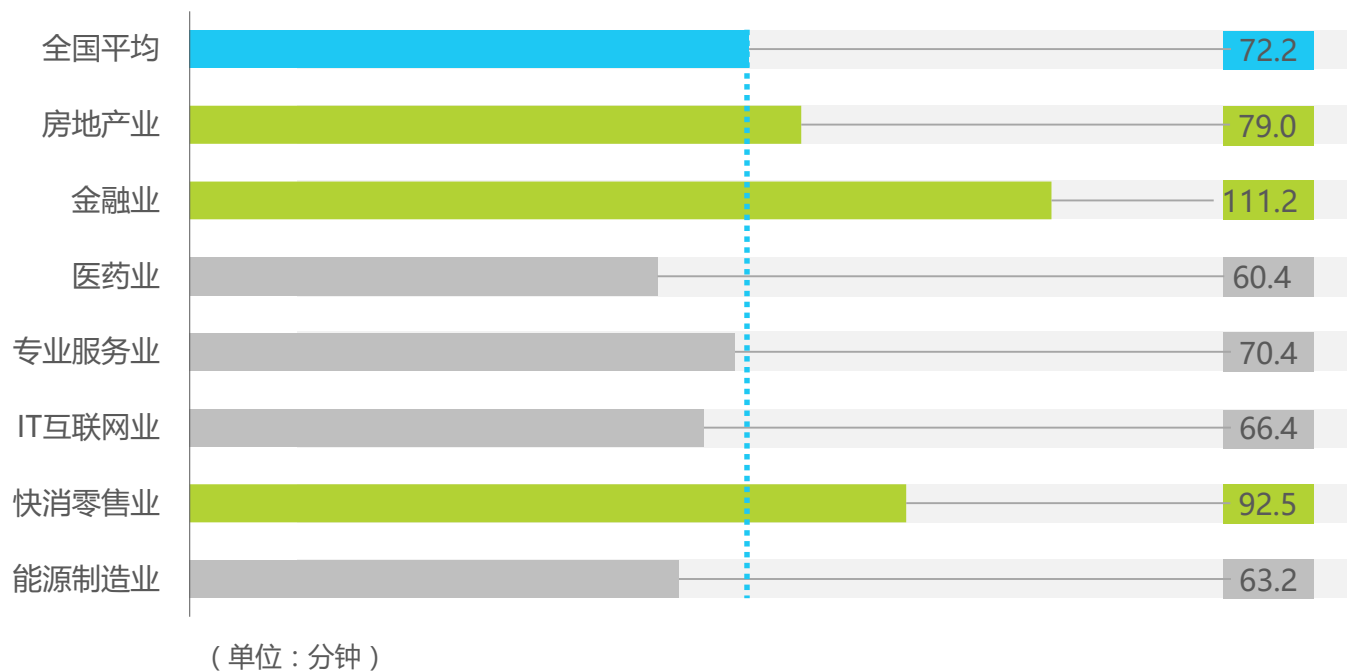
样本：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 行业使用偏好

全国企业平均每场远程会议要开72.2分钟；

金融企业以111.2分钟遥遥领先，快消零售企业和房地产企业单次会议时长也高于全国水平。

## 2017年中国不同行业企业使用会议系统单次使用时长

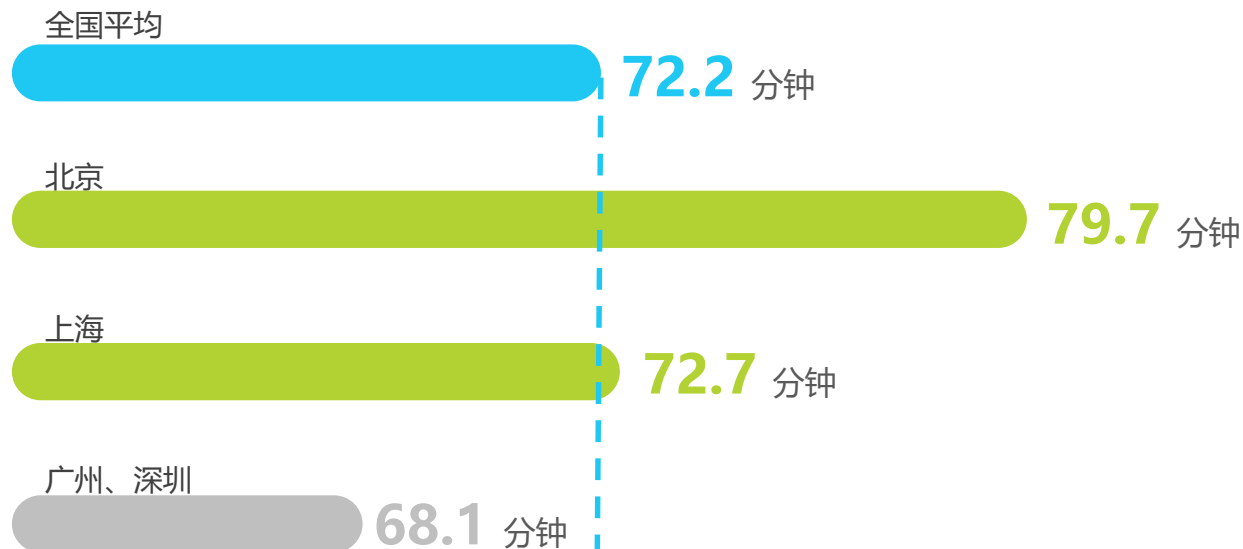


样本：N=929，由科天云提供用户会议系统使用情况相关数据。

# 城市使用偏好

在几座一线城市中，位于北京的企业平均每场会议要比位于广深的企业多开10分钟。

## 2017年中国不同城市企业使用会议系统单次使用时长



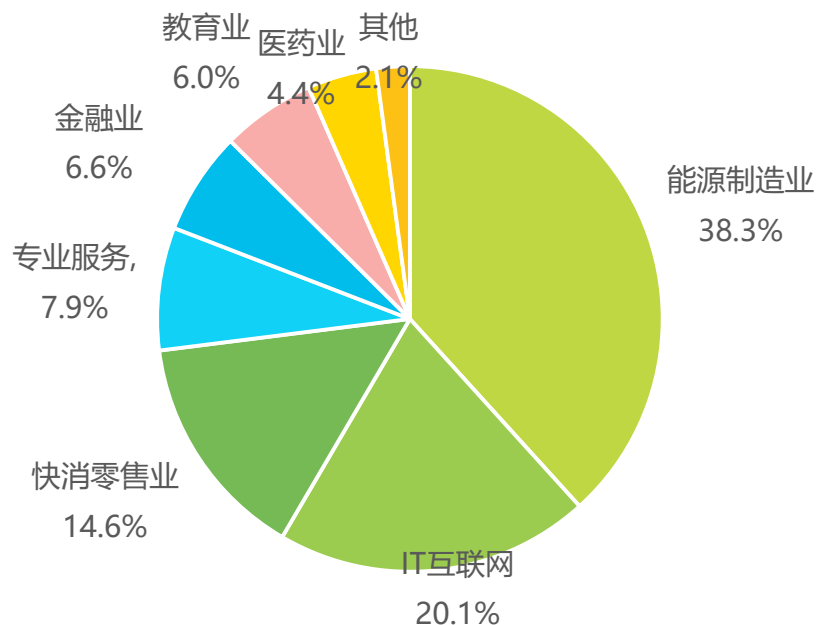
样本：N=929，由科天云提供用户会议系统使用情况相关数据。



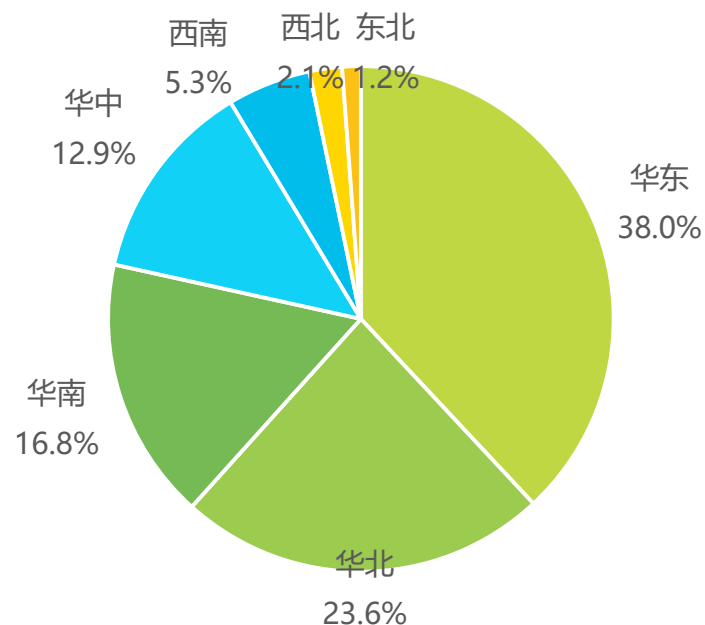
协作变革 云化加速	1
企业协作现状洞察	2
协作痛点与诉求	3
高分企业画像	4
“我” 的协作指数	5
附录	6

# 调研样本分布

## 2017年中国企业协作调研样本行业分布



## 2017年中国企业协作调研样本地域分布

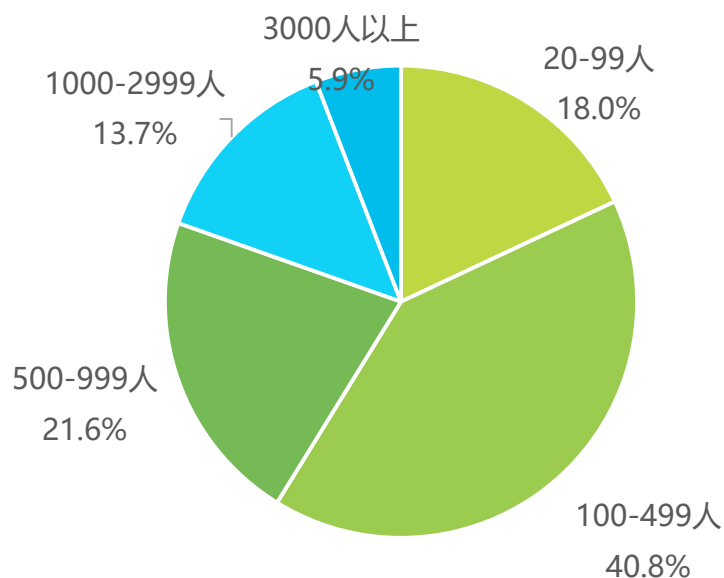


来源：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

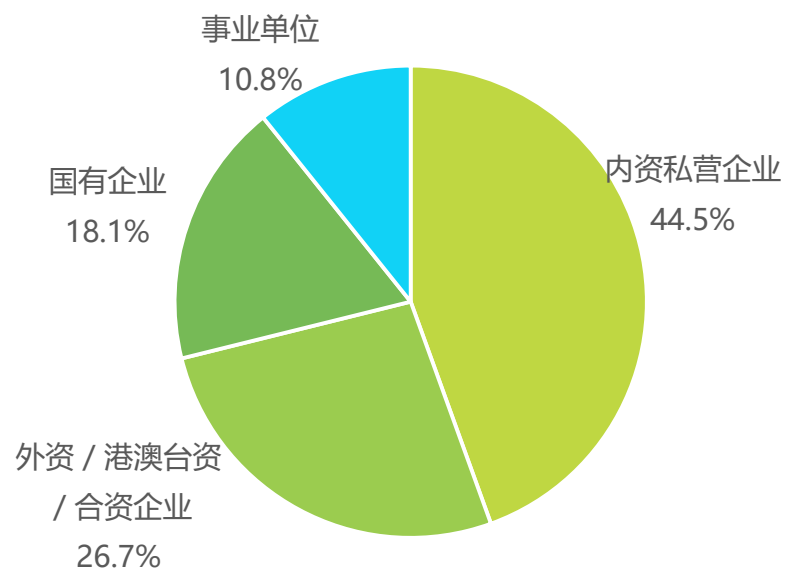
来源：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 调研样本分布

## 2017年中国企业协作调研样本规模分布



## 2017年中国企业协作调研样本类型分布



来源：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

来源：N=700，于2017年6月通过线上及电话调研获得。

# 相关统计指标说明

## 行业指标——

- “能源制造业” 对应《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）中的“制造业”和“电力、热力、燃气及水生产和供应业”；
- “快消零售业” 对应“批发和零售业”；
- “IT互联网业” 对应“信息传输、软件和信息技术服务业”；
- “专业服务” 对应“租赁和商务服务业”、“科学研究和技术服务业”和“居民服务、修理和其他服务业”；
- “医药业” 对应“卫生和社会工作”；
- “金融业” 对应“金融业”；
- “房地产业” 对应“房地产业”；
- “交通运输业” 对应“交通运输、仓储和邮政业”。

## 地区指标——

- “华北” 包括北京、天津、河北、内蒙古、山西；
- “华东” 包括上海、江苏、浙江、安徽、山东、福建、江西；
- “东北” 包括黑龙江、吉林、辽宁；
- “华南” 包括广东、广西、海南、香港、澳门；
- “华中” 包括河南、湖北、湖南；
- “西南” 包括重庆、四川、贵州、云南、西藏；
- “西北” 包括陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆。

## 城市指标——

- 统计指标中的“广州、深圳”包含广州市、深圳市及周边与广深联系较紧密的城市群——珠海市、中山市、东莞市和佛山市。

## 企业类型指标——

根据企业（单位）在工商行政管理部门的企业登记注册类型，本次调研的企业类型指标分为如下几类：1. 国有企业（包含集体企业）；2. 内资民营企业；3. 港澳台资企业；4. 外资 / 合资企业；5. 事业单位（不在工商行政管理部门进行登记注册的行政机关、事业单位和社会团体）。

# 公司介绍/法律声明



## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，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，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

# 生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



科天云  
ketianyun.com

联合发布