

2021年 中国企业数字化采购行业概览

2021 China Digital Procurement Industry Overview

2021年中国デジタル購買業界の概要

概览标签：数字化采购、降本增效、产业链协同

报告主要作者：李金灿

2021/04

摘要

01

传统采购模式下，供应链各环节分散，信息不对称造成的逆向选择和道德风险问题导致采购效率低下，采购时效性和功能性差

- 传统的采购模式下，企业投入大量精力进行供应商寻源和比价，却依然找不到高性价比的供应商。数字化采购依托大数据、物联网、云计算、人工智能、移动互联网等数字化技术，全供应链快速传递供销数据，集约化提高效率，企业实现柔性生产和规模化生产高效切换，逐步形成供应链生态体系。

02

数字化采购服务商通过低代码和高效开发能力，向企业提供定制化产品方案，与企业管理流程深度融合

- 从采购需求来看，企业采购重点关注采购产品质量、采购时效性、物流配送、采购流程信息化等因素；从供给端来看，电商化采购平台具有品控优势、快速响应客户需求的供应链能力、品类齐全等特点，企业采购电商平台联合产业带，直接连接产地与采购企业，从而满足企业便捷的一站式采购需求。

03

通过数字化转型，促进全产业的有机发展和全链路集成，供应链管理进入合作共赢的高效循环

- 数字化采购除了覆盖企业的采购全链路，还可以实现库存、物流、财务、金融的智能协同。通过数字化转型，促进全产业的有机发展和全链路集成，供应链管理进入合作共赢的高效循环。
- 资本市场将在2021年对数字化采购赛道持续关注 and 资本加持，行业龙头格局3-5年可定。从不同场景切入的竞争者势必会走向整合，国内市场未来应该也会出现系统性并购机会。未来可诞生至少两家百亿独角兽。



数字化采购如何推动中国企业数字化转型实现产业链协同？

早期采购以满足“交付”为主要目的，被视为产品和研发的后勤供应部门。采购形式单一，供应链各环节分散，信息不对称造成的逆向选择和道德风险问题导致采购效率低下，采购时效性和功能性差。随着供应链管理理念的深化和企业管理信息化发展，采购逐渐形成多源协同，出现产业链集成趋势。近年来，大数据、人工智能、物联网等的发展为采购信息化提供技术支持，采购进入4.0时代。2020年我国企业数字化采购市场规模达到8809亿元，同比增速达到49.3%，2021年有望超过万亿元人民币。未来，采购业务将在充分数字化的基础上实现智能化，重构采购生态。

目录

CONTENTS

| | |
|--------------------------|----|
| ◆ 名词解释 | 08 |
| ◆ 中国数字化采购行业市场综述 | 10 |
| • 定义及分类 | 11 |
| • 发展历程 | 12 |
| • 政策分析 | 13 |
| • 用户画像 | 14 |
| • 采购流程 | 15 |
| • 市场规模 | 16 |
| ◆ 中国数字化采购行业驱动因素 | 17 |
| • 驱动观点一：宏观经济角度 | 18 |
| • 驱动观点二：市场供需角度 | 19 |
| ◆ 中国数字化采购行业产业链分析 | 20 |
| • 产业链概览 | 21 |
| • 上游：系统软件开发商、网络服务及设备供应商等 | 22 |
| • 中游：数字化采购服务商 | 23 |
| • 下游：企业用户 | 24 |
| ◆ 中国数字化采购行业竞争格局 | 26 |
| ◆ 中国数字化采购行业发展趋势 | 27 |
| ◆ 企业案例 | 29 |
| ◆ 方法论 | 32 |
| ◆ 法律声明 | 33 |

目录 CONTENTS

| | |
|--|----|
| ◆ Terms | 08 |
| ◆ Overview of China's Digital Procurement Industry | 10 |
| • Definition and Classification of Measuring Equipment | 11 |
| • Industry development history | 12 |
| • policy analysis | 13 |
| • classifying the consumers | 14 |
| • purchasing process | 15 |
| • Market Scale of Electronic Measuring Equipment | 16 |
| ◆ Drivers of China's digital procurement industry | 17 |
| • Driving Point 1: Macroeconomic perspective | 18 |
| • Driving view two: market supply and demand perspective | 19 |
| ◆ Analysis of of China's digital procurement industry | 20 |
| • Industry Chain Overview | 21 |
| • Upstream of the industry chain | 22 |
| • Mid-stream of the industrial chain | 23 |
| • Downstream of the industry chain | 24 |
| ◆ Future Development Trend of China's digital procurement industry | 26 |
| ◆ Performance of Local Manufacturers | 27 |
| ◆ Methodology | 29 |
| ◆ Legal Statement | 32 |

图表目录

List of Figures and Tables

| | | |
|----------------------------------|-------|----|
| 图表1：数字化采购行业全流程概览 | ----- | 10 |
| 图表2：数字化采购行业政策概览 | ----- | 13 |
| 图表3：采购企业数字化采购全流程概览 | ----- | 14 |
| 图表4：中国数字化采购行业市场规模 | ----- | 15 |
| 图表5：中国制造业与非制造业行业指标分析 | ----- | 18 |
| 图表6：工业品行业企业分配给数字化技术预算 | ----- | 18 |
| 图表7：各行业采购金额占销售金额的比例 | ----- | 19 |
| 图表8：中国企业电商采购市场规模 | ----- | 19 |
| 图表9：2019年中国数字化采购平台用户及所属行业Top10占比 | ----- | 21 |
| 图表10：数字化采购行业产业链上游简图 | ----- | 22 |
| 图表11：2019Q4 中国云基础设施市场份额 | ----- | 22 |
| 图表12：2020Q4 中国云基础设施市场份额 | ----- | 22 |
| 图表13：数字化采购产业链中游商业模式概览 | ----- | 23 |
| 图表14：数字化采购行业竞争格局概览 | ----- | 26 |
| 图表15：甄云科技功能全貌 | ----- | 30 |
| 图表16：甄-CRP与传统方案实施对比图 | ----- | 31 |

名词解释

- ◆ **ERP系统：**企业资源计划 (Enterprise Resource Planning) 的简称，是指建立在信息技术基础上，集信息技术与先进管理思想于一身，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台。
- ◆ **SRM：**(Supplier Relationship Management) 的缩写，即供应商关系管理。改善与供应链上游供应商的关系的，它是一种致力于实现与供应商建立和维持长久、紧密伙伴关系的管理思想和软件技术的解决方案。
- ◆ **MRP：**(Material Requirement Planning)，物资需求计划（即指根据产品结构各层次物品的从属和数量关系，以每个物品为计划对象，以完工时期为时间基准倒排计划，按提前期长短区别各个物品下达计划时间的先后顺序，是一种工业制造企业内物资计划管理模式。
- ◆ **RPA：**机器人流程自动化 (Robotic process automation) 简称RPA，是以软件机器人及人工智能 (AI) 为基础的业务过程自动化科技。
- ◆ **MRO：**(Maintenance, Repair and Operating) 的缩写，指维修与作业耗材。也可解释为非生产性物资。
- ◆ **API：**(Application Programming Interface, 应用程序接口) 是一些预先定义的接口（如函数、HTTP接口），或指软件系统不同组成部分衔接的约定。用来提供应用程序与开发人员基于某软件或硬件得以访问的一组例程，而又无需访问源码，或理解内部工作机制的细节。
- ◆ **RFX：**(Request for Information, Proposal or Quotation) 的缩写，请求信息、建议和报价。
- ◆ **WMS：**(Warehouse Management System)的缩写，仓储管理系统。
- ◆ **MES：**的中文名称为制造执行系统 (Manufacturing Execution System)，MES系统是一套面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统。是处于计划层和现场自动化系统之间的执行层，主要负责车间生产管理和调度执行。
- ◆ **CRM：**(Customer Relationship Management) 的缩写客户关系管理，客户关系管理是指企业为提高核心竞争力，利用相应的信息技术以及互联网技术协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程。
- ◆ **CPO：**(Chief Process Officer) 的简称，首席采购官员，职责是通过技术辅助手段管理公司的流程资产，并且支持知识工人在公司内外按照“连接促进合作”的模式顺利地完成工作。
- ◆ **物联网：**(Internet of Things, 简称IOT) 是指通过各种信息传感器、射频识别技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器等各种装置与技术，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程。

第一部分：中国企业数字化采购行业综述

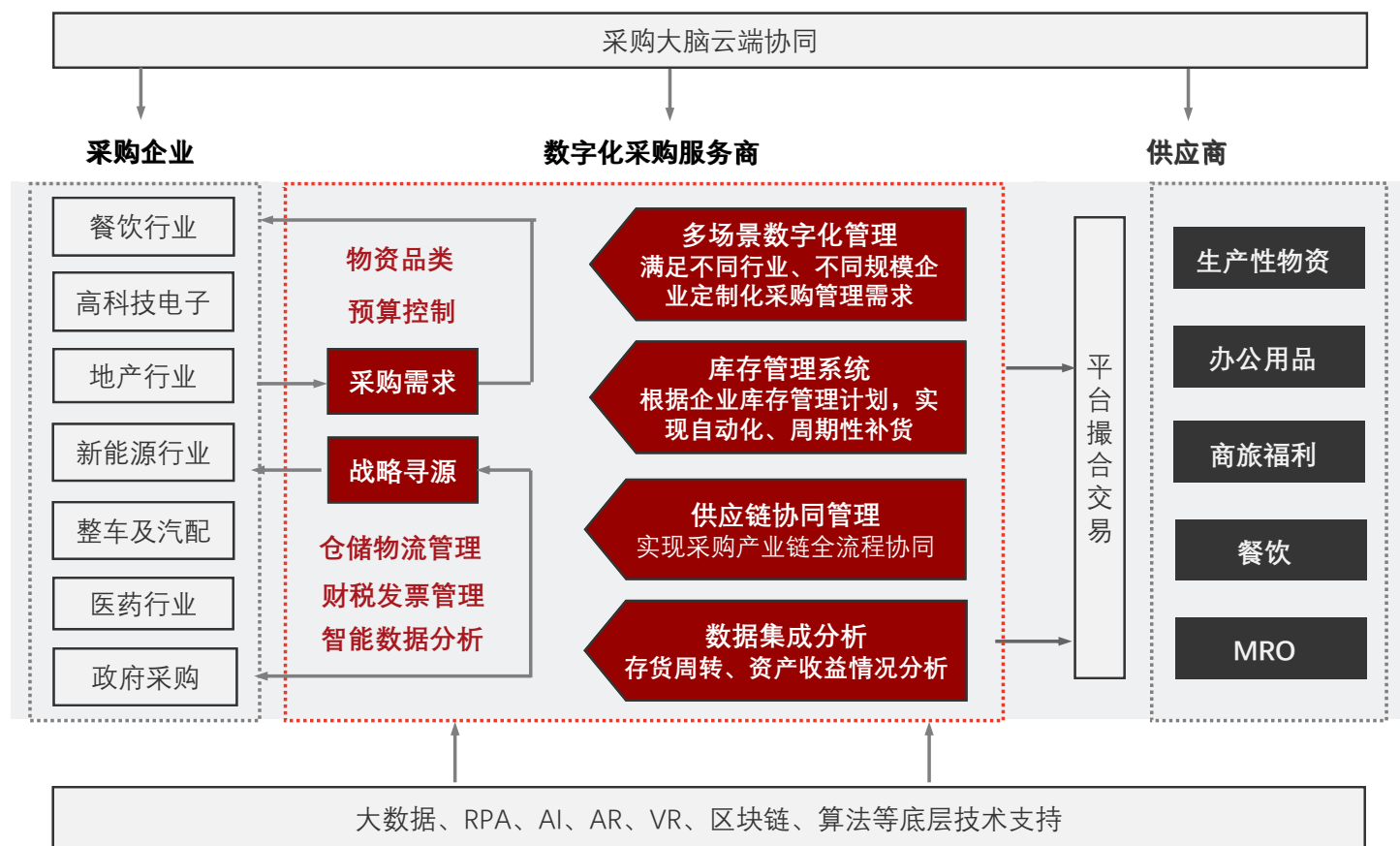
主要观点：

- 数字化采购是指供应商和企业用户通过大数据、云计算、人工智能、物联网及区块链等技术，实现采购流程的自动化管理和云端协同
- 从企业商业模式、产品和服务形态、采购品类和支出类型三个维度，对数字化采购服务商类型进行划分。市占率前三分别是京东企业业务、阿里企业采购体系和苏宁大客户
- 近年来，大数据、人工智能和物联网高速发展，为采购信息化提供底层技术支持，采购进入4.0时代。未来，采购业务将在充分数字化的基础上实现智能化，实现采购生态重塑
- 数字化采购除了覆盖企业的采购全链路，还可以实现库存、物流、财务、金融的智能协同。通过数字化转型，促进全产业的有机发展和全链路集成，供应链管理进入合作共赢的高效循环
- 不同类型企业采购的需求与痛点不同，对于数字化采购产品的选择各异。大企业对于云端SaaS的接受度更高，也会对今后的中小企业起到示范作用
- 数字化采购服务商通过低代码和高效开发能力，向企业提供定制化产品方案。与企业管理流程融合，连接供应商及互联网电商，实现一站式全品类全链路电商化采购与销售
- 企业采购管理正加速进入数字化阶段：2020年我国企业数字化采购市场规模达到8809亿元，同比增速达到49.3%，2021年有望超过万亿元人民币

Chapter 1.1 定义

数字化采购是指供应商和企业用户通过大数据、云计算、人工智能、物联网及区块链等技术，实现采购流程的自动化管理和云端协同

图表1：数字化采购行业全流程概览



来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

数字化采购行业定义

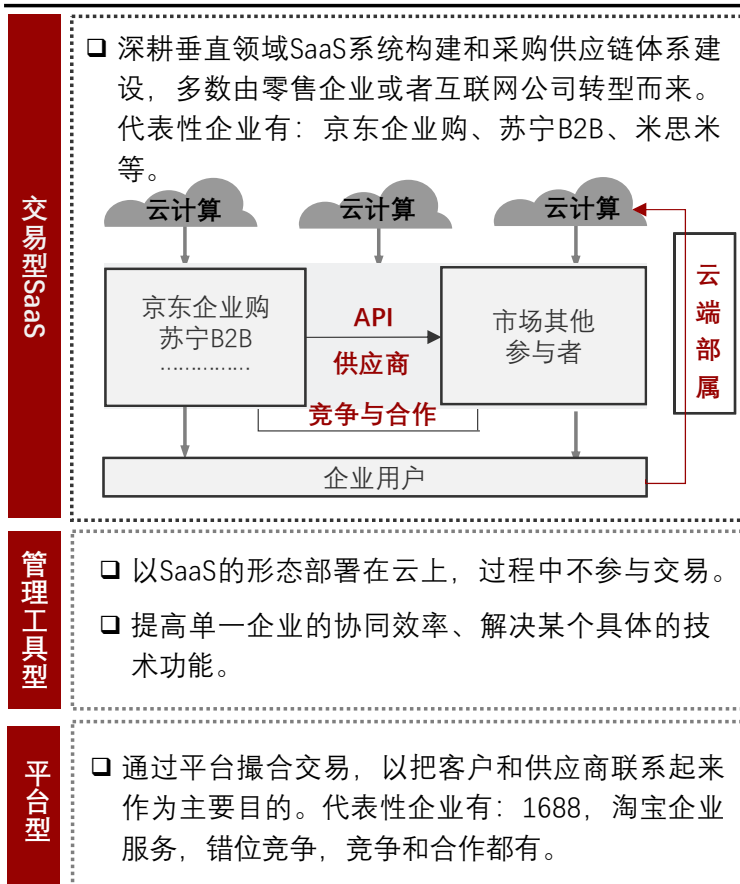
- ❑ **数字化采购**：供应商和企业用户通过大数据、云计算、人工智能、物联网及区块链等技术，实现采购流程的自动化管理和云端协同。通过数字化赋能、资源集群管理和调度，帮助企业在采购过程中开源、节流和提效，进而实现数字化采购生态建设和企业价值提升。
- ❑ **数字化采购流程**：涵盖了供应商寻源、电子招投标、交易履约、供应商金融、库存管理、财务结算及售后管理全过程。
- ❑ **数字化采购流程参与者**：采购企业、供应商、数字化采购服务商。数字化采购服务商是指为企业提供采购服务的技术型厂商。
- ❑ **头豹洞察**：采购数字化作为企业数字化转型的重要一环，通过推动企业个体转型和产业协同升级，加速产业生态的变革与重构。数字化采购服务商依靠底层技术支持、云端协同和数字化赋能，减少企业采购舞弊，降低采购成本与库存管理风险。

www.leadleo.com

Chapter 1.2 分类

从企业商业模式、产品和服务形态、采购品类和支出类型三个维度，对数字化采购服务商类型进行划分。市占率前三分别是京东企业业务、阿里企业采购体系和苏宁大客户

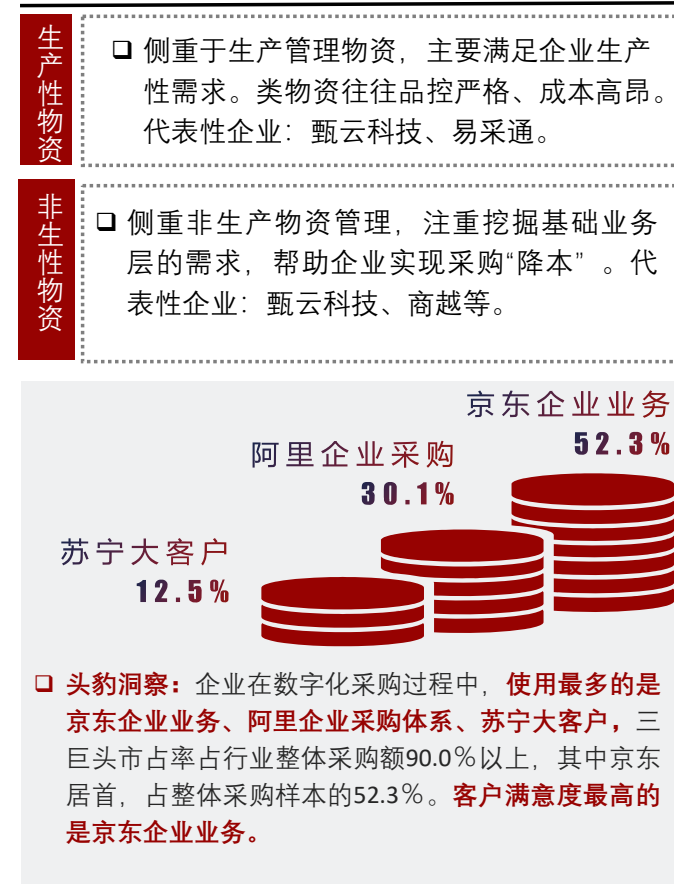
维度一：按照企业商业模式划分



维度二：按照产品和服务形态划分



维度三：按照采购品类和支出类型划分

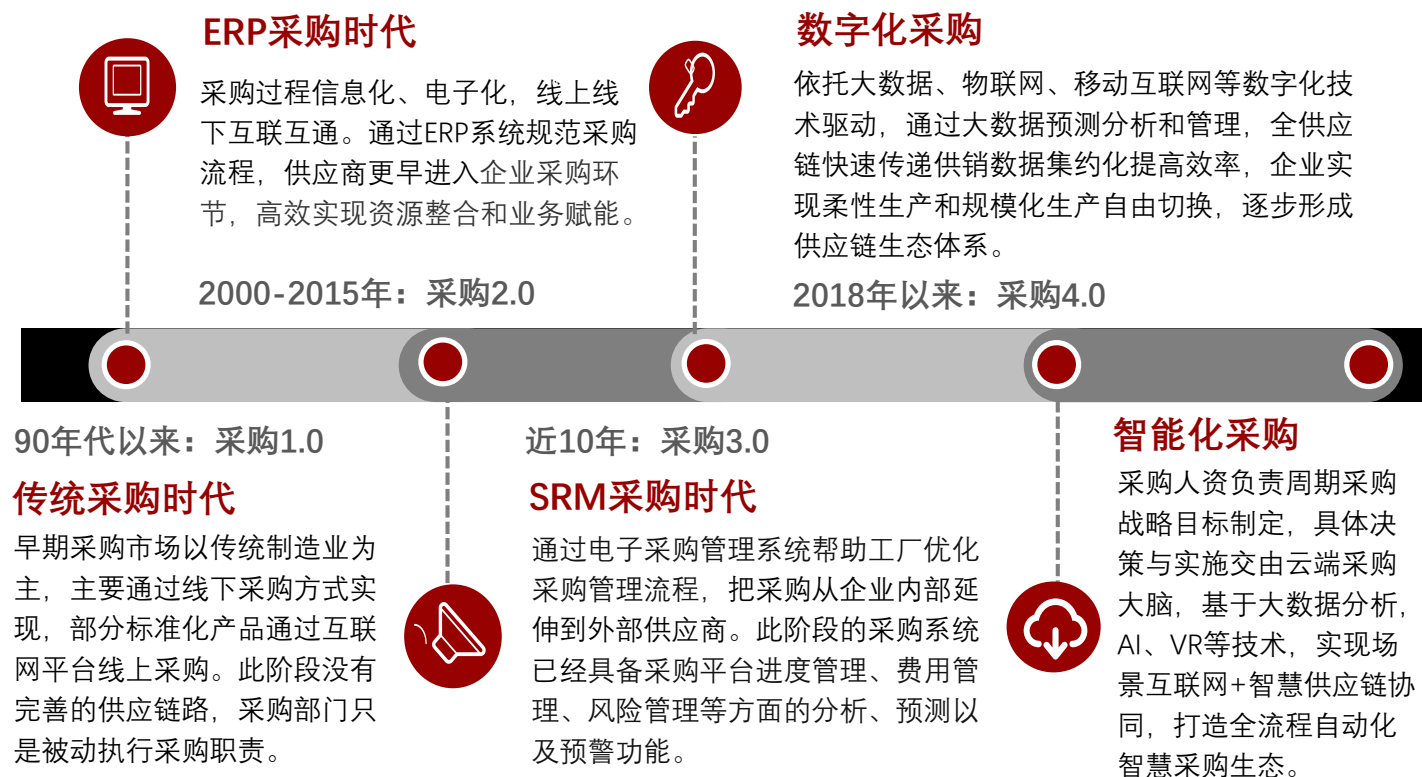


来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

近年来，大数据、人工智能和物联网高速发展，为采购信息化提供底层技术支持，采购进入4.0时代。未来，采购业务将在充分数字化的基础上实现智能化，实现采购生态重塑

中国数字化采购管理发展历程



描述

- 传统的采购模式下，企业投入大量精力进行供应商寻源和比价，却依然找不到高性价比的供应商。
- 这样的状态直到2000年左右才被Ariba等企业打破。伴随着云计算等技术的成熟，Ariba尝试将SAM系统SaaS化和云化。之后，COUPA从企业单一的非生产性物资采购场景切入，通过SaaS为企业搭建采购商城，不仅链接企业私域供应商，还链接B2B电商平台。
- **头豹洞察：**早期采购以满足“交付”为主要目的，被视为产品和研发的后勤供应部门。采购形式单一，供应链各环节分散，信息不对称造成的逆向选择和道德风险问题导致购效率低，采购时效性和功能性差。随着供应链管理理念的深化和企业管理信息化发展，采购逐渐形成多源协同，出现产业链集成趋势。近年来，大数据、人工智能、物联网等发展为采购信息化提供技术支持，采购进入4.0时代。未来，采购业务将在充分数字化的基础上实现智能化，重构采购生态。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

Chapter 1.4
政策分析

数字化采购除了覆盖企业的采购全链路，还可以实现库存、物流、财务、金融的智能协同。通过数字化转型，促进全产业的有机发展和全链路集成，供应链管理形成合作共赢的高效循环

图表2： 数字化采购行业政策概览

| 时间 | 部门及政策名称 | 相关政策 |
|---------|---|---|
| 2021.03 | 十三届全国人大四次会议 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》 | 推进网络强国建设，加快建设数字经济、数字社会、数字政府， 以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革。 |
| 2020.12 | 工业和信息化部副部长答记者问 | 在重点领域布局一批国家制造业创新中心 提升产业链供应链现代化水平,利用好“5G+工业互联网”的发展机遇 ，推动传统产业改造升级。 |
| 2020.03 | 工信部 《关于推动工业互联网加快发展的通知》 | 提升工业互联网平台核心能力。引导平台增强5G、人工智能、区块链、增强现实/虚拟现实等新技术支撑能力， 强化设计、生产、运维、管理等全流程数字化功能集成。 |
| 2020.03 | 工信部 《关于推动5G加快发展的通知》 | 推动“5G+医疗健康”创新发展，实施“5G+工业互联网”512工程，促进“5G+车联网”协同发展， 构建5G应用生态系统。 |
| 2019.11 | 工信部 《企业数字化采购实施指南》 | 推进采购数字化转型、优化采购组织和流程、增强数字化采购能力。 从调整业务流程和管理入手，以打造透明高效、协同共赢的数字化采购新体系。 |
| 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》 | 银行保险机构应基于核心企业与上下游链条企业之间的真实交易， 整合物流、信息流、资金流等各类信息，为供应链上下游链条企业提供一揽子综合金融服务。 |
| 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》 | 到2020年，形成一批适合我国国情的供应链发展新技术和新模式， 基本形成覆盖我国重点产业的智慧供应链体系。 力争使中国成为全球供应链创新与应用的重要中心。 |
| 2017.04 | 国家发改委、工信部 《“互联网+”招标采购行动方案（2017-2019年）》 | 大力发展电子化招标采购， 促进招标采购与互联网深度融合，提高招标采购效率和透明度 ，降低交易成本，充分发挥信用信息和交易大数据在行政监督和行业发展中的作用。 |

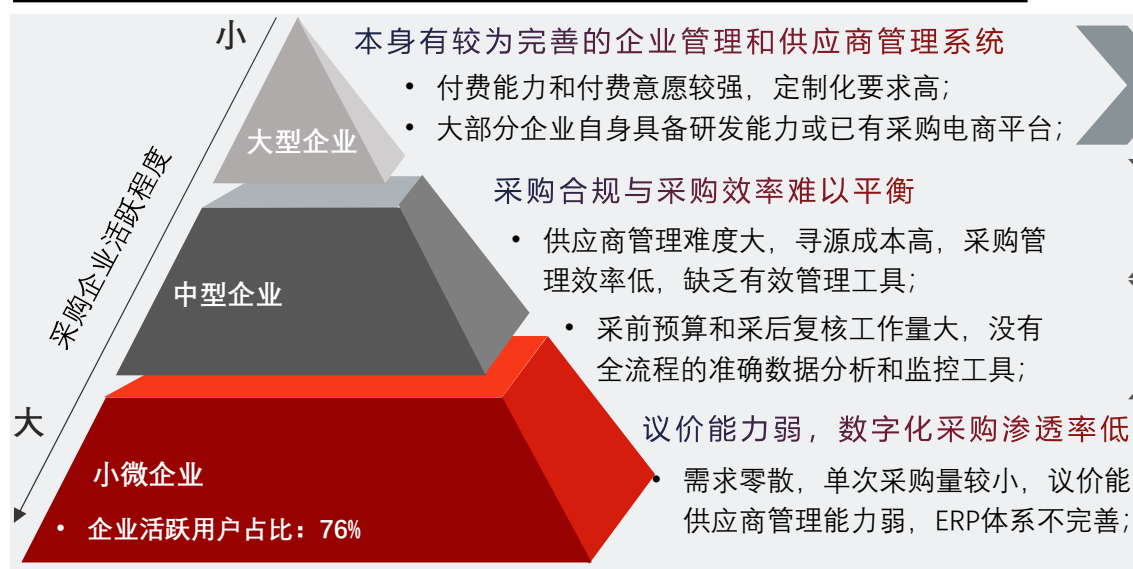
来源：头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo

政策解读

-
- ❑ 对于如何推进采购数字化转型、优化采购组织和流程、增强数字化采购能力等方面，从宏观政策角度，为企业 提供一套客观、可行、有效的实现方法、可选路径和策略建议。
-
- ❑ 鼓励企业在战略寻源、补货请购、合同执行、订单管理、发票管理、预算审核、物流过程管控、质量追溯等环节，**应用物联网、大数据、人工智能、区块链、机器人流程自动化等新技术**，提高业务流程效率，优化数字化采购体系，提升供应链水平。
-
- ❑ **头豹洞察：通过数据驱动供应链的重构**，减少人力资本投入，从生产、消耗、价格、质量、资金等多维度评估和优化采购方案，利用大数据进行智能决策。**数字化采购除了覆盖企业的采购全链路**，还可以实现库存、物流、财务、金融的智能协同。通过数字化转型，供应链管理进入合作共赢的良好循环。
-
- ❑ 除对采购企业自身的重塑，**推进数字化采购生态建设，垂直产业链的大中小型企业得以融合，促进全产业的有机发展和全链路协同效率。**

不同类型企业采购的需求与痛点不同，对于数字化采购产品的选择各异。大企业对于云端SaaS的接受度更高，也会对今后的中小企业起到示范作用

不同规模企业需求分析



数字化采购服务商产品供应

通用接口与原有企业系统深度集成

- 将包含商品、物流、金融在内的供应链各环节打包成通用接口，标准API与企业内部采购平台、OA审批、预算、财务等信息系统深度集成；
- 为企业提供内部采购延伸多场景的接入型解决方案；

全生命周期采购解决方案

- 提供通用标准技术和开放接口，帮助中型企业实现：成本透明，流程合规，过程可控；提供从采购需求、采购执行、采购支付到财务管理和数据分析全生命周期采购解决方案；

简易标准化模块的采购数字化产品

- 发挥数字化采购平台的寻源与规模化优势，降低采购成本；
- 提供简易标准化模块的采购数字化产品，优化运营效率。支持高效的采购业务结算，助力小微企业采购管理标准化；

❑ 目前，中国市场仍处于数字化采购发展早期，**数字化采购服务商从行业大客户切入是最优选择**。大中型企业的政策响应速度更快，IT预算充沛，自身具备较为完善的企业管理系统作为数字化采购接入基础。

❑ 其次，**大客户的灯塔效应能带动更多供应商入网，也会对今后的中小企业起到示范作用**，有利于之后自上而下的拓展。

❑ **头豹洞察：**国外知名企业管理SaaS公司：Salesforce, Ariba, COUPA, Workday等，他们主要的收入都来自于全球1000强等大型企业，**大企业对于云端SaaS的接受度更高**。但是，**大企业客户出于对数据安全的考量，对于数字化采购模块的引入更为谨慎**。

❑ 对于中小企业而言，**没有采购方和供应商捆绑，反而可能有机会建立起协同网络**。比如，如果企业有大的供应商B2B平台，会吸引其他供应商的入网。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

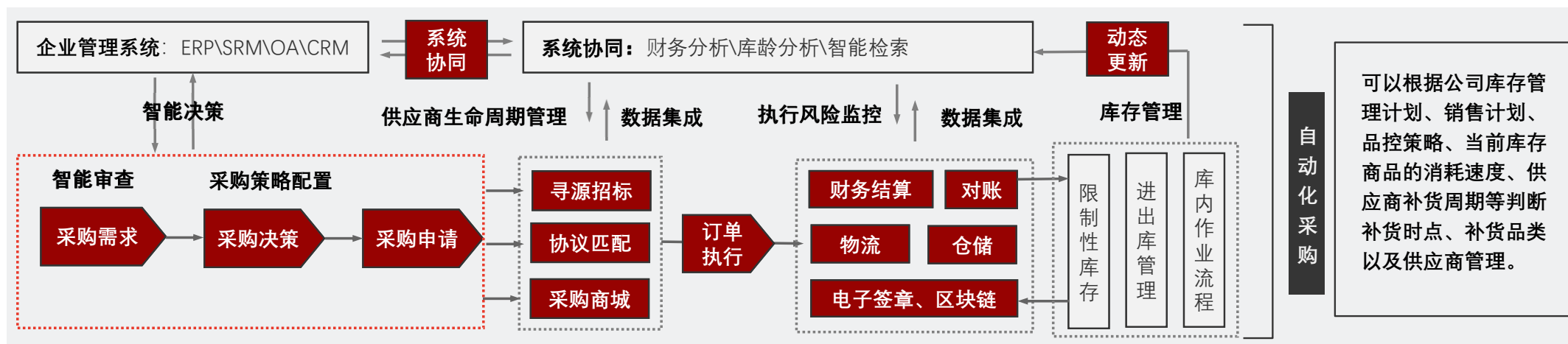
14

Chapter 1.6 采购流程

数字化采购服务商依托低代码的高效开发能力，向企业提供定制化产品方案。与企业管理流程融合，连接供应商及互联网电商，实现一站式全品类、全链路电商化采购与销售

图表3：采购企业数字化采购全流程概览

- 数字化采购服务商依托低代码的高效开发能力，向企业提供定制化产品方案，企业核心业务系统通过互联网技术架构重新搭建。业务覆盖计划、寻源、采购、营销、服务、销售、交易、履约、结算等企业供应链业务领域。



- 在传统的企业采购链路中，整个流程为：采购需求—>根据生产计划定制采购计划—>询价/处理报价—>物流—>检验入库—>财务付款，外部环节涉及寻找供应商、比价沟通和货品跟踪等过程，很多企业的采购环节还是通过很传统的人力对接方式。
- 上下游产业链之间缺乏信息共享，容易产生“牛鞭效应”，扭曲放大了终端企业的消费需求，问题的根源在于缺乏高效协同。

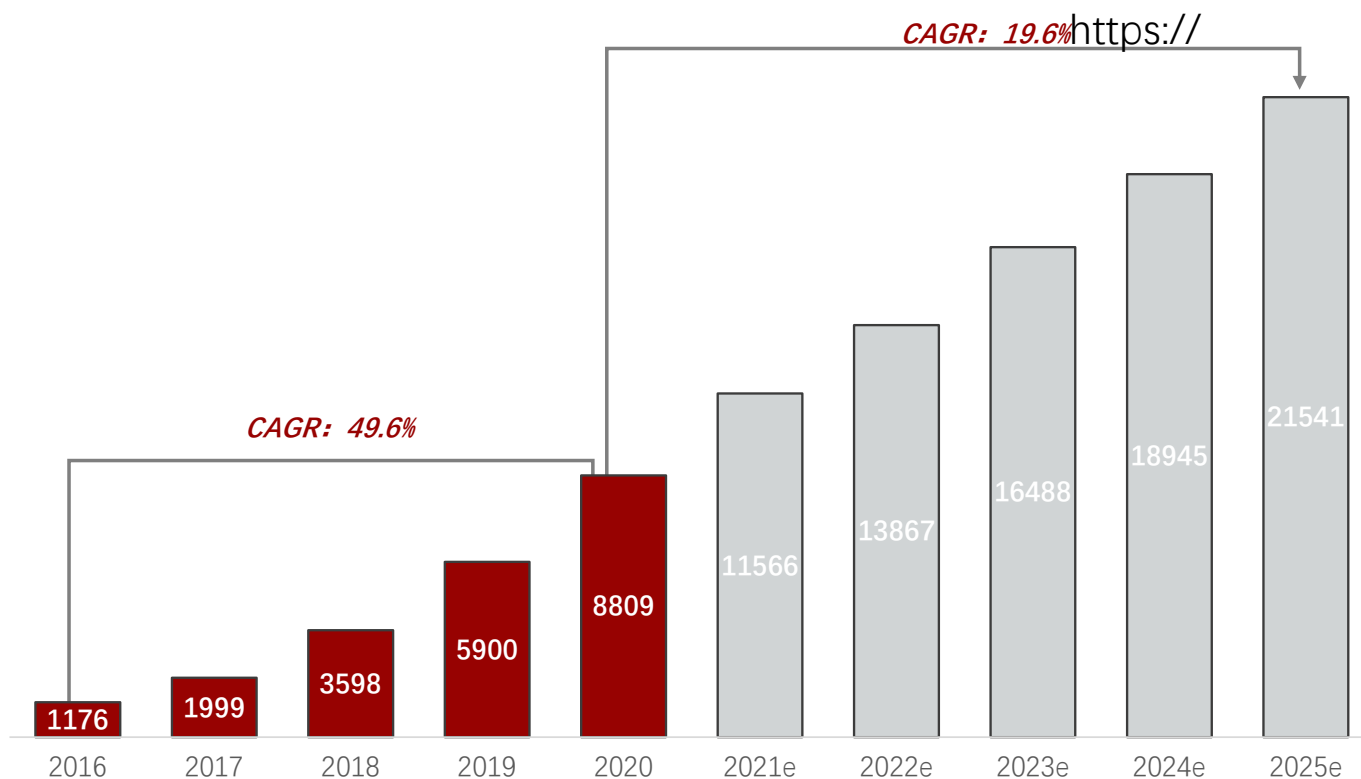
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

企业采购管理正加速进入数字化阶段：2020年我国企业数字化采购市场规模达到8809亿元，同比增速达到49.3%，2021年有望超过万亿元人民币

图表4：中国数字化采购行业市场规模（按年交易额计）

单位：[人民币亿元]



来源：头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo



400-072-5588

描述

- 随着大数据、云计算、物联网、区块链及人工智能等新技术的飞速发展，企业采购管理正加速进入数字化阶段：2020年我国企业数字化采购市场规模达到8809亿元，同比增速达到49.3%，2021年有望超过万亿元人民币。
- 企业对消费通用型产品的数字化采购交易额达到2200亿元，增长率达到47.0%。2020年新冠肺炎疫情刺激数字经济发展，数字化采购增幅保持高位。数字化采购虽然只是企业数字化转型过程中的一个环节，但在企业管理中辐射面较广，影响意义重大，未来市场空间也较为可期。
- 采购是整个供应链数字化的第一环，会对仓储、物流、财务等环节起到带动作用，有较大的想象空间。现在有许多行业头部公司为进一步提升地位，产生整合行业供应链上下游的相关诉求，而数字化软件是一种帮助其落地这些计划的有效工具。

第二部分：中国企业数字化采购驱动因素分析

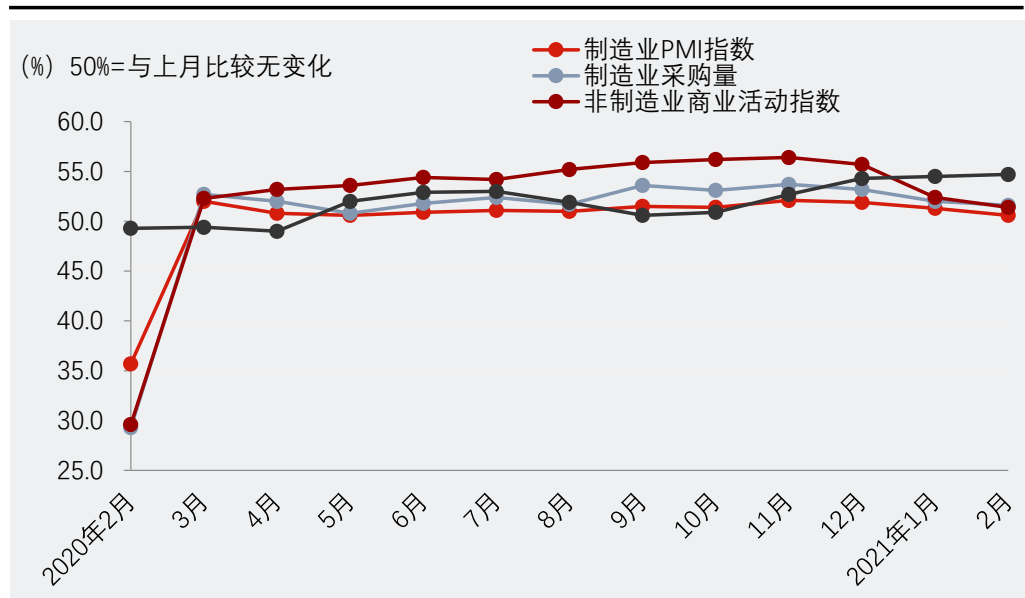
主要观点：

- 从宏观经济角度来看，政策导向、市场趋势、企业发展等多股力量迸发。5G、AI、IoT、云计算、大数据和传感器技术加持，正在推动企业数字化采购向产业链更深层渗透
- 供应端电商化渗透率提高助力采购数字化发展，从采购切入费控赛道，满足企业降本增效诉求。采购数字化的供需两端都存在着巨大的动能和空间，双重驱动下，采购数字化发展不断提速

Chapter 2.1 驱动因素

后疫情时代，经济发展不确定性对企业采购管理能力和抗风险能力提出更高要求。5G、AI、IoT、云计算、大数据和传感器技术加持，正在推动企业数字化采购向产业链更深层渗透

图表5：中国制造业与非制造业行业指标分析

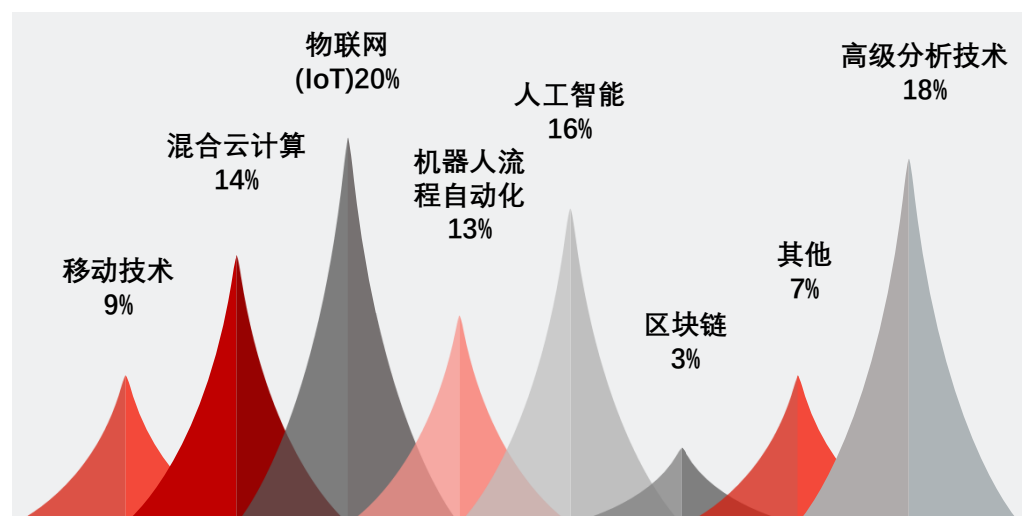


- 2021年2月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为50.6%，连续12个月位于临界点以上；非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体持续上涨。
- 疫情防控和经济社会发展的成效持续显现，后疫情时代，经济发展不确定性对企业采购管理能力和抗风险能力提出更高要求，整体而言，疫情对采购业务数字化起到了助推的作用。

来源：国家统计局，《SAP的工业4.0战略》，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

图表6：工业品行业企业分配给数字化技术预算



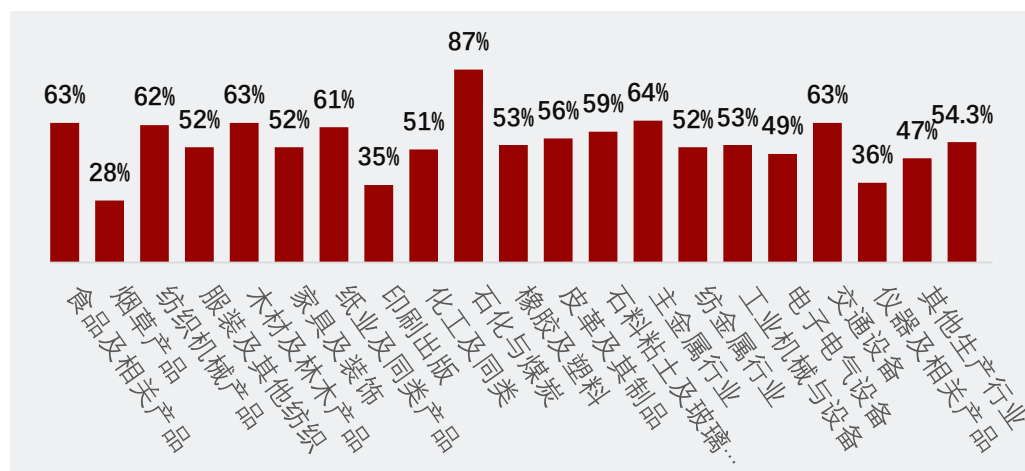
- 5G、AI、IoT、边缘计算和云计算、大数据、传感器、自主系统和协作机器人等技术创新，正在推动企业采购从数字化迈向智能化的阶段。
- 云计算的成熟使得数字化采购服务商以SaaS形式向企业提供服务，服务商负责管理软硬件的安装和运维等工作，企业可快速启动应用程序以及定制化服务，省去大量前期部署成本。
- 采购工作人员可以通过智能设备获得量身定制的信息和决策支持，改变离散采购和流程采购模式，公司采购流程的自动化和智能化水平提高。

Chapter 2.2 驱动因素

供应端电商化渗透率提高助力采购数字化发展，从采购切入费控赛道，满足企业降本增效诉求。采购数字化的供需两端都存在着巨大的动能和空间，双重驱动下，采购数字化发展不断提速

图7：各行业采购金额占销售金额的比例

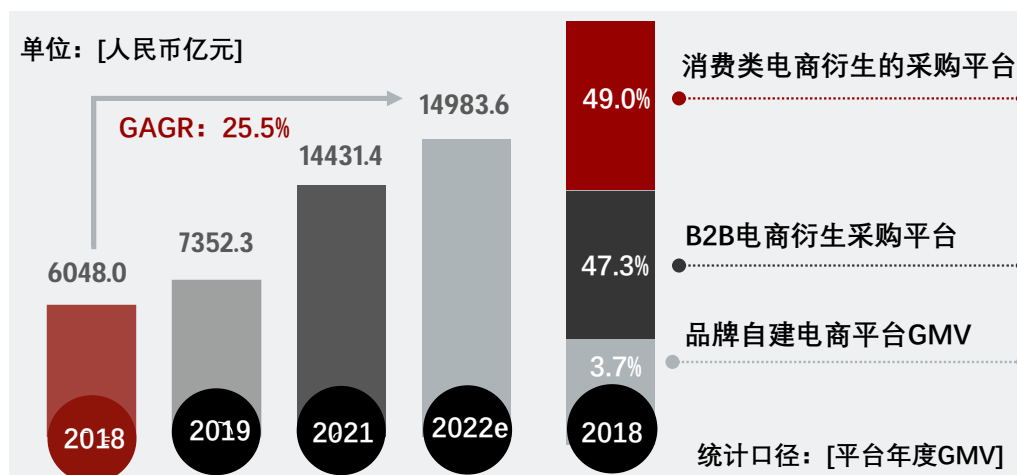
不同公司、不同行业的占比不一样，汽车零部件行业占比在70%左右，奢侈品消费行业占比较低，但是行业平均为54.3%。



- ❑ 从采购切入费控赛道，满足企业降本增效诉求。从行业平均来看，采购占到公司营收的一半，采购成本每降低10%，资产收益率增长100%。因此，企业间的竞争也是供应链的竞争，而采购端供应链更应该在公司战略角度去审视。
- ❑ 通过数据驱动供应链的重构，减少人工比对，从生产、消耗、价格、质量、资金等多维度评估和优化采购方案，利用大数据进行智能决策。数字化采购除了覆盖企业的采购全链路，还可以实现库存、物流、财务、金融的智能协同。

图8：中国企业电商采购市场规模

未来，随着产业互联网与消费互联网的深度融合，将加快并深化企业采购电商产业链发展，企业采购电商市场发展空间广阔。



- ❑ 供应端电商化渗透率提高是采购数字化爆发的前提。从采购需求来看，企业采购重点关注采购产品质量、采购时效性、物流配送、采购流程信息化等因素；从供给端来看，电商化采购平台具有品控优势、快速响应客户需求的供应链能力、品类齐全等特点，企业采购电商平台联合产业带，直接连接产地与采购企业，从而满足企业便捷的一站式采购需求。
- ❑ 对于上游供应端，利用公域流量为品牌商拓展客源、提高品牌影响力，通过数据集成与算法分析，优化生产计划与产品定价。

来源：《Purchasing in China 2025》，艾瑞咨询，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

19

第三部分：中国企业数字化采购产业链分析

主要观点：

- 上游供应商为系统软件开发商、网络服务及设备供应商等，为中游厂商提供系统研发环境、网络服务及算力，中游参与主体为数字化采购服务商，下游参与主体为各行业采购企业
- 产业链上游参与主体为云计算技术提供商、系统开发商和网络服务商，上游市场标准化程度高、集中度较高，龙头企业占据较大市场份额
- 中游行业集中度较高，大量新兴企业涌现。普遍从大客户渠道切入，利用其灯塔效应带动更多供应商入网，抢占市场份额。大量一线资本已布局投资版图
- 针对企业传统采购模式存在的弊端，开发专属数字化采购解决方案为用户提供从采购预算，采购需求，采购执行到资产管理/报销支付的全流程数字化解决方案

Chapter 3.1 产业链概览

上游供应商为系统软件开发商、网络服务及设备供应商等，为中游厂商提供系统研发环境、网络服务及算力，中游参与主体为数字化采购服务商，下游参与主体为各行业采购企业

上游

系统软件开发商



- 软件基于计算机系统开发。
- 市场上超95%的SaaS产品都是基于Windows系统开发。

网络服务商



- 云计算技术提供商。
- 提供了IAAS和部分PAAS层能力。

设备供应商



- IT设备、基础软件、中间件、网络服务提供商，如IT设备厂商联想、浪潮、戴尔、华为等。

中游——数字化采购服务商

服务商代表性企业



- 服务商为企业数字化转型提供专业技术服务和综合解决方案。以京东企业业务、阿里企业采购体系、苏宁大客户为代表的梯队企业占行业整体采购额90.0%以上，其中京东居首，占整体采购样本的52.3%。

供应链协同资源



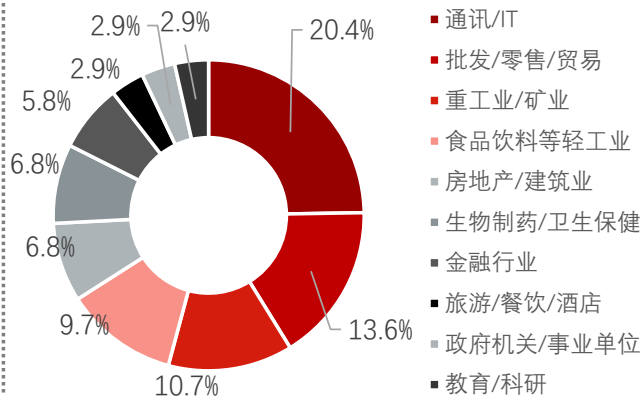
下游

使用数字化采购平台64%

未采用36%

头豹洞察

图表9：2019年中国数字化采购平台用户及所属行业Top10占比



- 超过64%的企业，涵盖10+个行业，已经使用了数字化采购产品。
- 从行业分布特征来看，数字化采购转型在互联网背景企业渗透速度较快。同时，在采购物资标准化程度高、采购频率高、采购种类多的行业，以及生产性物料支出占比较高的行业渗透率和接受程度更高。

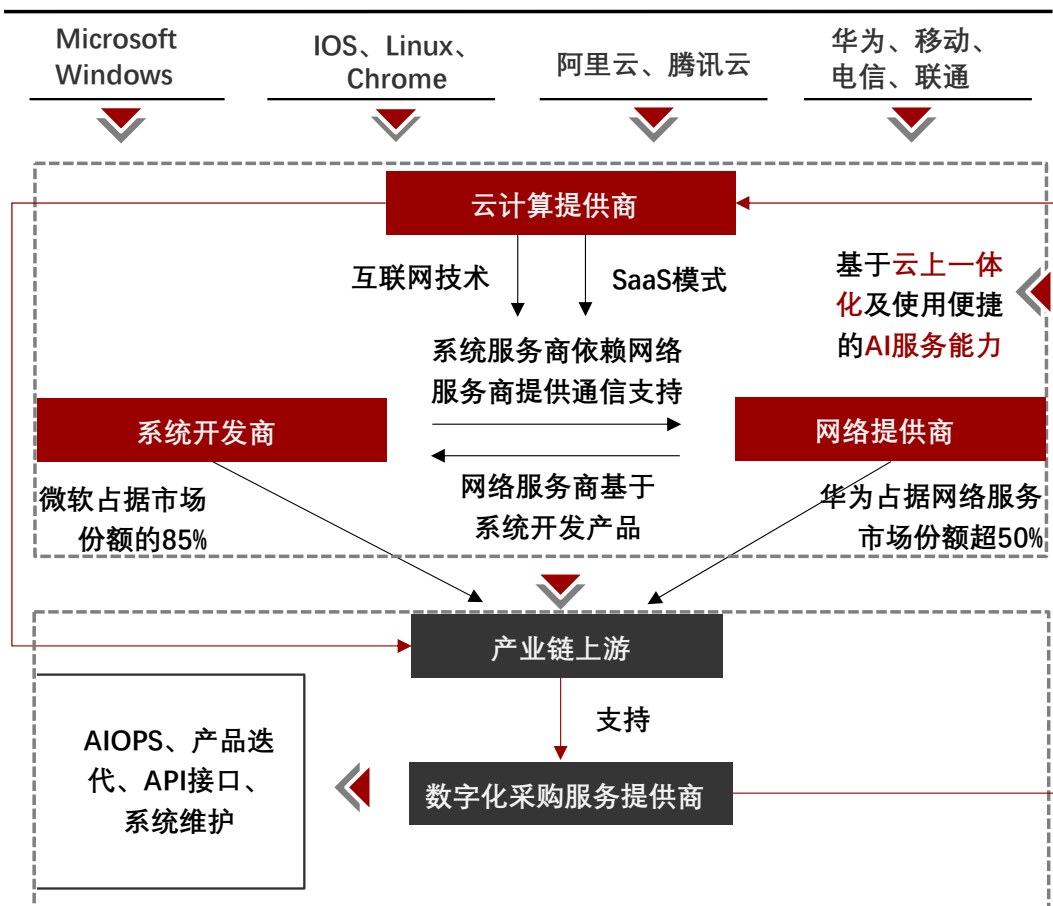
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

Chapter 3.2 产业链上游

产业链上游参与主体为云计算技术提供商、系统开发商和网络服务商，上游市场标准化程度高、集中度较高，龙头企业占据较大市场份额

图表10：数字化采购行业产业链上游简图



来源：中国产业信息网，Canalys，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

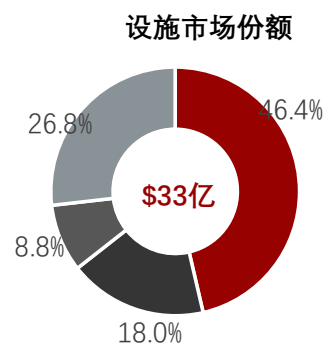


头豹
LeadLeo

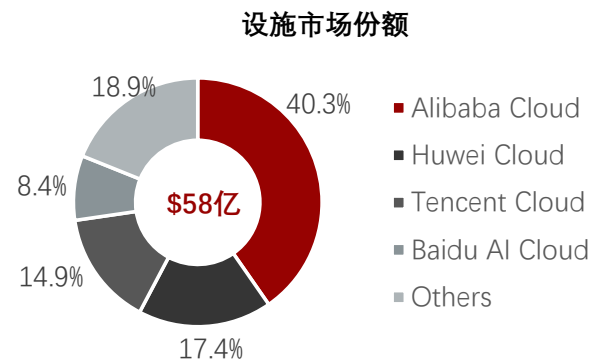
400-072-5588

中国云基础设施市场规模

图表11：2019Q4 中国云基础设施市场份额



图表12：2020Q4 中国云基础设施市场份额



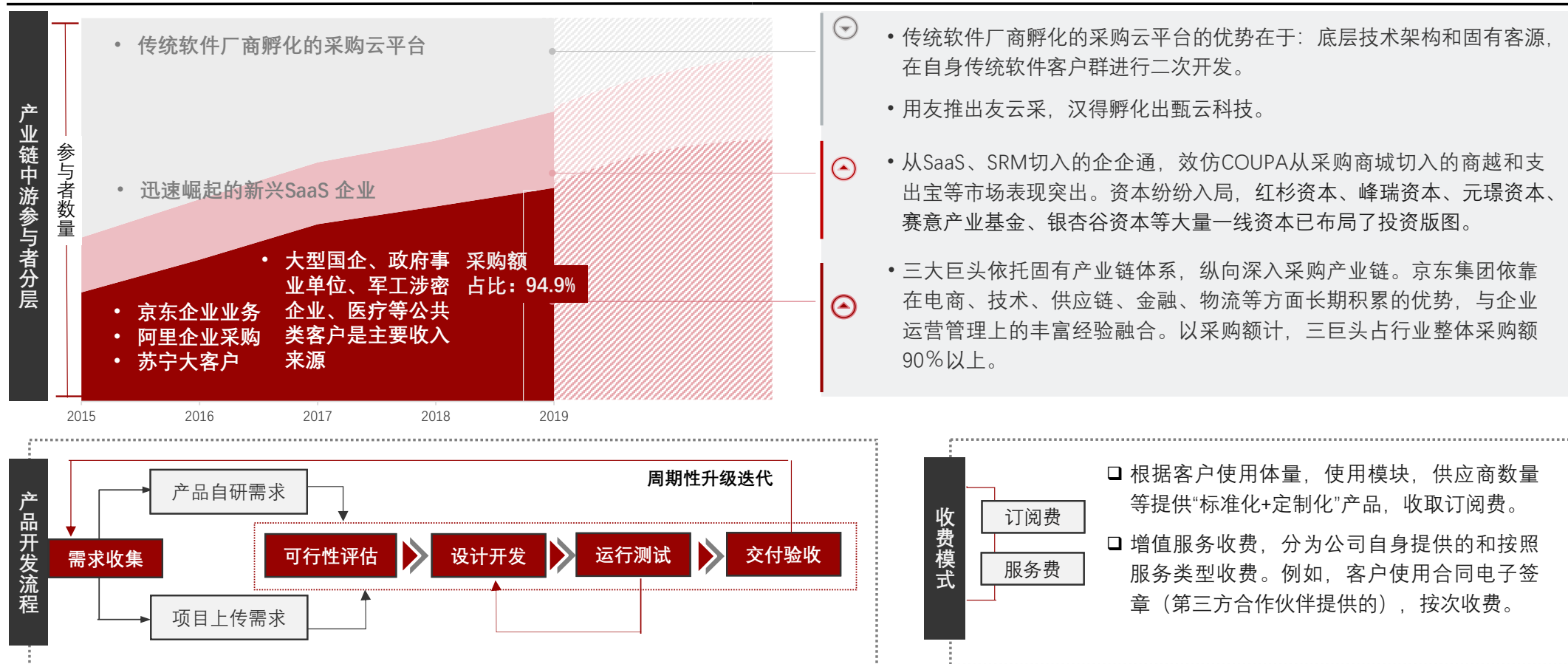
- 2020年四季度，中国云基础设施服务支出增长62%，达到58亿美元。阿里巴巴以40%的市场份额位居市场领先地位。
- 目前，中国是全球第二大云基础设施市场，占有10.8%份额。远程学习和工作、游戏、流媒体、电子商务和其他在线服务，成为推动2020年中国云基础设施服务消费的关键领域。
- 按服务对象和层次划分，可分为 IaaS（基础设施即服务）、PaaS（平台即服务）和 SaaS（软件即服务）三个层次；按客户部署方式分类，云计算可分为公有云(标准化服务)、私有云(软硬件产品)及混合云(多种云架构及多种交付形式)三类。

www.leadleo.com

Chapter 3.3 产业链中游

中游行业集中度较高，大量新兴企业涌现。普遍从大客户渠道切入，利用其灯塔效应带动更多供应商入网，抢占市场份额。大量一线资本已布局投资版图

图标13：数字化采购产业链中游商业模式概览



来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

针对企业传统采购模式存在的弊端，开发专属数字化采购解决方案，为用户提供从采购预算、采购需求、采购执行到资产管理和报销支付的全流程数字化解决方案

公共行业类企业数字化采购解决方案

面向政府，高校，医疗等公共类客户，开发专属数字化采购解决方案，提供从采购预算，采购需求，采购执行到资产管理和报销支付的全流程数字化解决方案。

政府事业单位

- 前期合规监管和后期评价监管问题导致采购过程存在舞弊现象
- 采购政策和采购目录要求严格，合规性、透明性及规范性的要求高
- 预算、报销管理制度

- 面向财政性、自筹等资金类型的通用货物、工程及服务的采购需求分级分类智能管理
- 建立标准化目录及描述体系，全场景全流程电商接入

高校

- 高校采购涉及的部门及员工较多，采购计划分散，
- 采购审批环节众多，难以环环留痕，配合审计工作量大
- 采购流程繁琐导致采购周期较长，效率低

- 建立竞价系统、招投标系统、预算管理系统和仓储管理全链路管理框架
- 为科研机构提供共享预算管理平台，加强预算过程和节点管控

医疗行业

- 医院内外协同链条冗长，医疗物资管理质量与效率较低
- 高值耗材入库、消耗审核、使用后结算等，缺乏标准化可视化管理机制，增加了医院资金压力

- SPD耗材精益化管理为SPD的运营提供数据支持与售后支持
- 医院物资上下游统一管理，医院库存统一分配，实现院内全流程节点可视化

非公共行业类企业数字化采购解决方案

数字化采购平台通过串联电商及自有供应商、通过询报价、比价多种方式，从采购需求端驱动企业降本，通过云端部属，撮合交易，实现供应链协同

地产行业

- 如何规范招采流程，防范采购风险和减少采购失误？
- 招、评、议、定标工作量大，如何提高企业招采效率？
- 招采过程全程留痕难度大，容易暗箱操作

- 多样采购模式满足不同采购需求，流程规范提高招采效率。行业专家辅助遴选，评议和定标
- 合同模块辅助供应商履约管理，提升建设管理能力

酒店行业

- 采购源头分散，品类繁杂，小批量、多品种采购常态造成采购效率低
- 供应商数量和质量有限，开发成本大
- 较于营销板块，酒店采购信息化程度较低

- 针对传统单体酒店，采用联合采购形式
- 集团型、连锁型酒店，统一集采，科学系统地采购保留所有采购记录，便于查账监督

制造业

- 原材料价格变动快，采购品类繁杂，机械重复率高。采购涉及品类、质量管控，与研发部门配合度，采购管理多维度、复杂程度高
- 供需信息双向传递不规范、不透明、难以追溯

- 共享供应资源，采购运作和供应商管理系统化。数据集成分析，科学决策
- 资源整合优质供应商，规模化集采降低采购成本

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

24

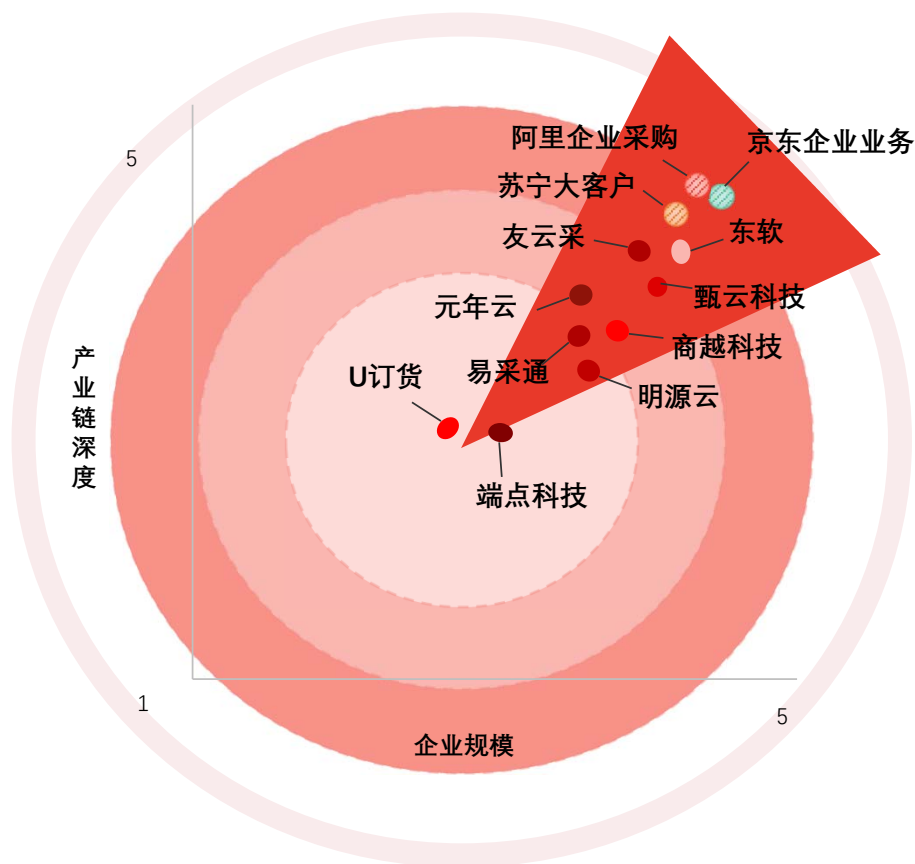
第四部分：中国企业数字化采购行业竞争格局与发展趋势分析

主要观点：

- 从COUPA和Ariba的收购路径来看，早期从不同场景切入的竞争者势必会走向整合，国内市场未来应该会出现系统性并购机会。行业龙头格局3-5年可定，未来可诞生至少两家百亿独角兽
- 采购商城、交期管理与采购协同成为热点需求，采购中台或将成数字化采购平台服务商核心竞争力。未来切入交易，收取成交额扣点，营收想象空间巨大

从COUPA和Ariba的收购路径来看，早期从不同场景切入的竞争者势必会走向整合，国内市场未来应该会出现系统性并购机会。未来可诞生至少两家百亿独角兽

图表14: 数字化采购行业竞争格局概览



来源：头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo

描述：

■ 京东企业业务：

根据不同企业不同需求场景，提供中采云、京采云、慧采、VOP、锦礼、翼采和蓝海豚多平台解决方案，从不同角度解决企业痛点。按照企业全生命周期实现产业链上、中、下游资源要求的最佳组合。

■ 阿里企业采购：

1688大企业采购、1688企业汇采、1688工业市场、天猫企业购、钉钉智能办公企业店以及淘宝企业服务等多个平台。工具+市场+数据服务"的创新综合解决方案，从信息流、资金流、物流“三流合一”解决企业的采购痛点。

■ 苏宁大客户：

苏宁大客户利用双线优势，建立了苏宁易企购、专属商城、品加商城、苏宁礼遇、API商城五大产品解决方案。以专属商城为例，企业没有能力搭建互联网不要紧，苏宁免费帮你搭企业专属商城，这是苏宁特有的优势。

□ **头豹洞察：**和美国企业间采购53%的线上率相比，中国仅为2%。相较于国外较为成熟的数字化采购龙头SAP Ariba和COUPA，中国数字化采购行业正处于快速成长期，玩家通过大量的产品开发抢占市场份额。从COUPA和Ariba的收购路径来看，早期从不同场景切入的竞争者势必会走向整合，国内市场未来应该也会出现系统性并购机会。

□ 资本市场将在2021年对数字化采购赛道持续给与资金支持，行业龙头格局3-5年可定，未来可诞生至少两家百亿独角兽。



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

Chapter 4.2 发展趋势

采购商城、交期管理与采购协同成为热点需求，采购中台或将成数字化采购平台服务商核心竞争力。未来切入企业交易环节，通过收取成交额扣点，营收想象空间巨大

需求变化趋势

采购中台或将成数字化采购平台服务商核心竞争力

- ❑ 对于服务商来说，降低产品价格、缩短交付周期和快速满足个性化需求是快速提升竞争力与控制成本的关键节点。
- ❑ 因此，通过自身的采购中台构建采购交易平台、采购协同平台、数据分析平台，会成为数字化采购解决方案提供商的共识。

采购商城、交期管理与采购协同成为热点需求

- ❑ 采购商城、交期管理与采购协同需求显现。
- ❑ 不同企业个性化需求增多、需求变化快，应用场景复杂，对于服务商技术逻辑提出更高要求。
- ❑ 如何快速地处理客户需求变化带来的影响，需要有一套专门的采购协同工具。

产品与商业模式发展趋势

切入交易，收取成交额扣点

- ❑ 采购SaaS服务商希望通过协同网络构建平台生态圈。
- ❑ 单纯依靠SaaS工具盈利并非长久之道，未来切入交易，收取成交额扣点，营收空间巨大。
- ❑ 以COUPA公司为例，其拥有的供应商协同网络年交易额1万亿美元交易额的，即使货币化率只有1%，就可以创造10亿美元收入。

SAAS+PAAS，灵活产品呈现

- ❑ “SAAS+PAAS”产品呈现形式应对不同层次客户的多元化需求。
- ❑ 采用云原生的微服务架构，以解耦的方式较灵活地提供服务。
- ❑ 在技术合作上，服务商也会和行业伙伴合作探索，采用其PaaS组件，同时根据客户具体情况支持开源组件等。

竞争格局发展趋势

市场未来应该也会出现系统性并购机

- ❑ 资本市场将在2021年对数字化采购赛道持续关注并给与资本加持，行业龙头格局3-5年可定。
- ❑ 从不同场景切入的竞争者势必会走向整合，国内市场未来应该也会出现系统性并购机会。未来可诞生至少两家百亿独角兽。

龙头未定，小微企业潜力巨大

- ❑ 竞争格局在2021年仍处于变化之中。
- ❑ 在大中型企业市场中，第三方独立的数字化采购平台越来越受欢迎。
- ❑ 小微企业则更青睐于电商巨头的企业采购平台。

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

27

第五部分：企业案例——甄云科技

主要观点：

- 甄云科技是国内采购数字化管理平台提供商，为中大型企业提供企业生产性及非生产性物资采购数字化解决方案，推动企业采购更加智能、高效、透明，赋能企业经营发展降本提效
- 甄云科技提供全流程开发运维服务，涵盖服务器、存储、网络、操作系统、应用、中间件及虚拟化的一揽子解决方案，帮助企业内部IT能力从面向工具到面向服务的转型
- 基于HZero融合中台的微服务开发架构，提升开发效率高和产品迭代速度。产品开放接口，对接多方供应商及企业内部系统，满足功能不断升级迭代需求

Chapter 5.1 企业案例

甄云科技是国内采购数字化管理平台提供商，为中大型企业提供企业生产性及非生产性物资采购数字化解决方案，推动企业采购更加智能、高效、透明，赋能企业经营发展降本提效

甄云科技企业概览

企业简介

上海甄云信息科技有限公司（简称甄云科技）

成立于2017年6月，是国内采购数字化管理平台提供商，致力于企业数字化采购变革，为中大型企业提供企业生产性及非生产性物资采购数字化解决方案，推动企业采购更加智能、高效、透明，赋能企业经营发展降本提效。

主打产品——甄采云

基于云部署的采购全场景管理平台，覆盖企业的生产性及非生产性物资采购，一站式满足企业供应商管理、采购申请、寻源定价、合同、订单执行、对账、开票付款等采购全流程管理。能够帮助客户提升采购效率、降低采购成本。

融资情况

A轮融资：1.5亿元



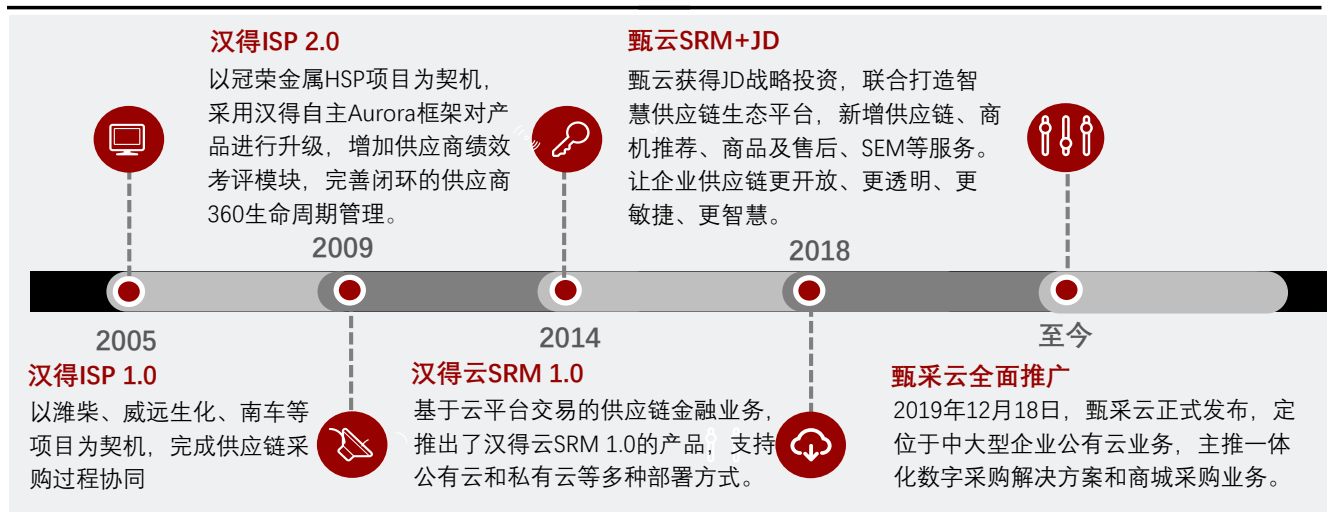
B轮融资：3亿元



来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

发展历程



核心业务优势



Chapter 5.2
企业案例

甄云科技提供全流程开发运维服务，涵盖服务器、存储、网络、操作系统、应用、中间件及虚拟化的一揽子解决方案，帮助企业内部IT能力从面向工具到面向服务的转型

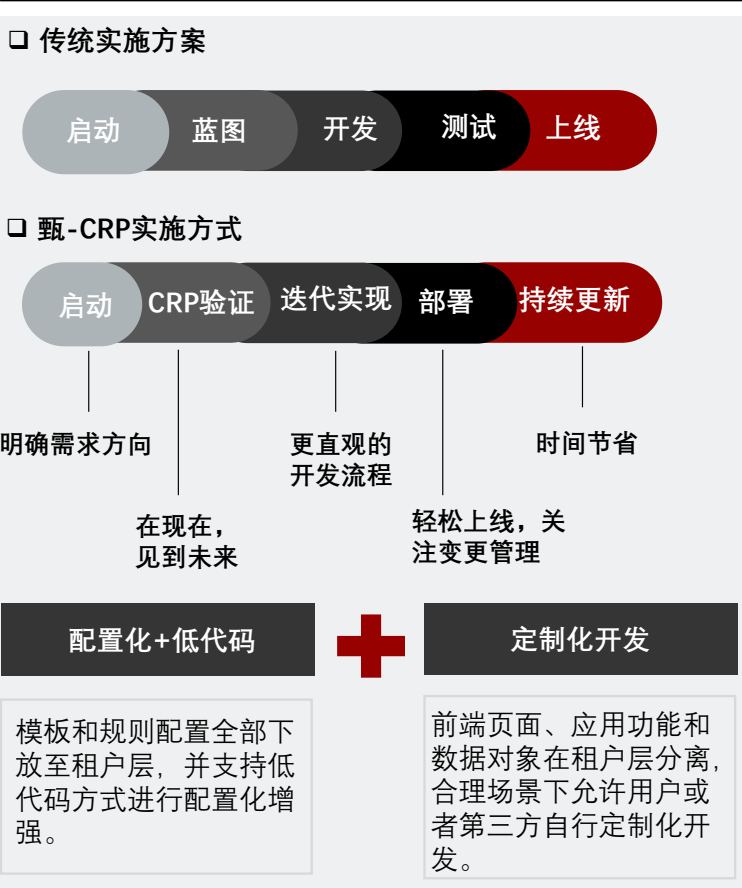
图表15：甄云科技功能全貌

甄云提供全流程开发运维服务，帮助企业内部IT能力实现从面向工具到面向服务的转型，采用前沿技术极速迭代，适应供应链业务前沿需求，涵盖服务器、存储、网络、操作系统、应用、中间件及虚拟化的一揽子解决方案，运维专家团队全天候监控、诊断并修复异常，专业服务团队为采购企业提供最佳实施运维服务。



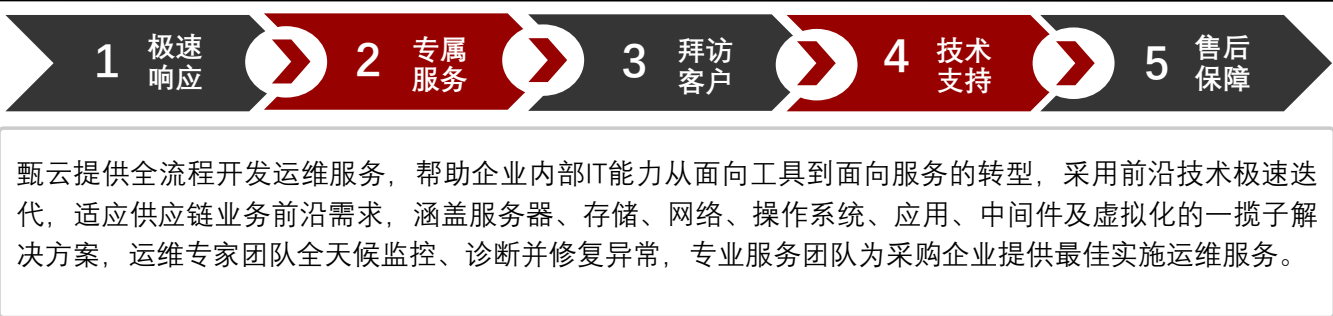
来源：头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo

图表16：实施方案对比图



来源：头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo

服务流程——服务全生命周期管理



产品迭代与产品价值

| 战略寻源 | 敏捷协同 | 采购商城 |
|---|--|--|
| <div>□ 战略寻源套件为企业实现从需求提交与收集、供应商开发、采购招标、询比价、竞价、合同管理等全流程、低成本的寻源过程。提高人效采购专业化程度。</div> | <div>□ 敏捷协同套件通过需求预测，订单下达，制定备货和送货计划，通过甄采云直达供应商安排生产，备货，送货，最大化压缩流程间的空档时间。</div> <div>□ 配合微信及移动端的审批。</div> | <div>□ 采购商城为企业非生产资料物资采购，提供了线上一站式交易平台。</div> <div>□ 串联电商平台及自有供应商、通过询报价、比价多种方式，从采购需求端驱动企业降本。</div> |

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从数字化采购领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。