

# 中国企业采购数字化管理 调研白皮书

2020年



**概念界定：**采购数字化管理整合了大数据、云计算、流程自动化等技术，助力传统供应链中“采购”环节的数字化升级，为企业提供三位一体的综合解决方案，并不断拓展业务边界，助力产业转型。从信息化向数字化和智能化发展，关注对企业业务成果和企业价值增加。



**企业采购焦点：**采购流程复杂、系统不完善、周期漫长、采购成本高和供应商渠道有限是企业采购最主要的五大痛点，企业迫切需要在合规性和计划完善度上投入更多精力。企业选择采购产品最关注的是产品价格，其次是安全性和耦合性，现阶段采购需求中，生产性物料采购仍占大部分。



**市场规模：**中国采购市场在过去几年保持较高增速，2019年市场规模为112.4亿元，同比增长25.5%。虽然2020年新冠疫情对整体经济产生较大影响，但是就企业数字化采购市场而言，预计2020年增速仍将保持在20%以上。



**发展趋势：**大型企业对采购数字化的需求已逐渐从系统平台搭建转向物资主数据管理，需要厂商帮助其制定物资分类体系，规范产品数据标签，由集团进行统一管理。未来企业非生产性物料的采购需求将上升，服务内容呈现多元化趋势。采购厂商需要加强中台建设，打通财税业务，强化采购数字化管理能力。

中国企业采购数字化管理行业现状

1

企业采购数字化管理偏好与应用情况

2

典型厂商案例分析

3

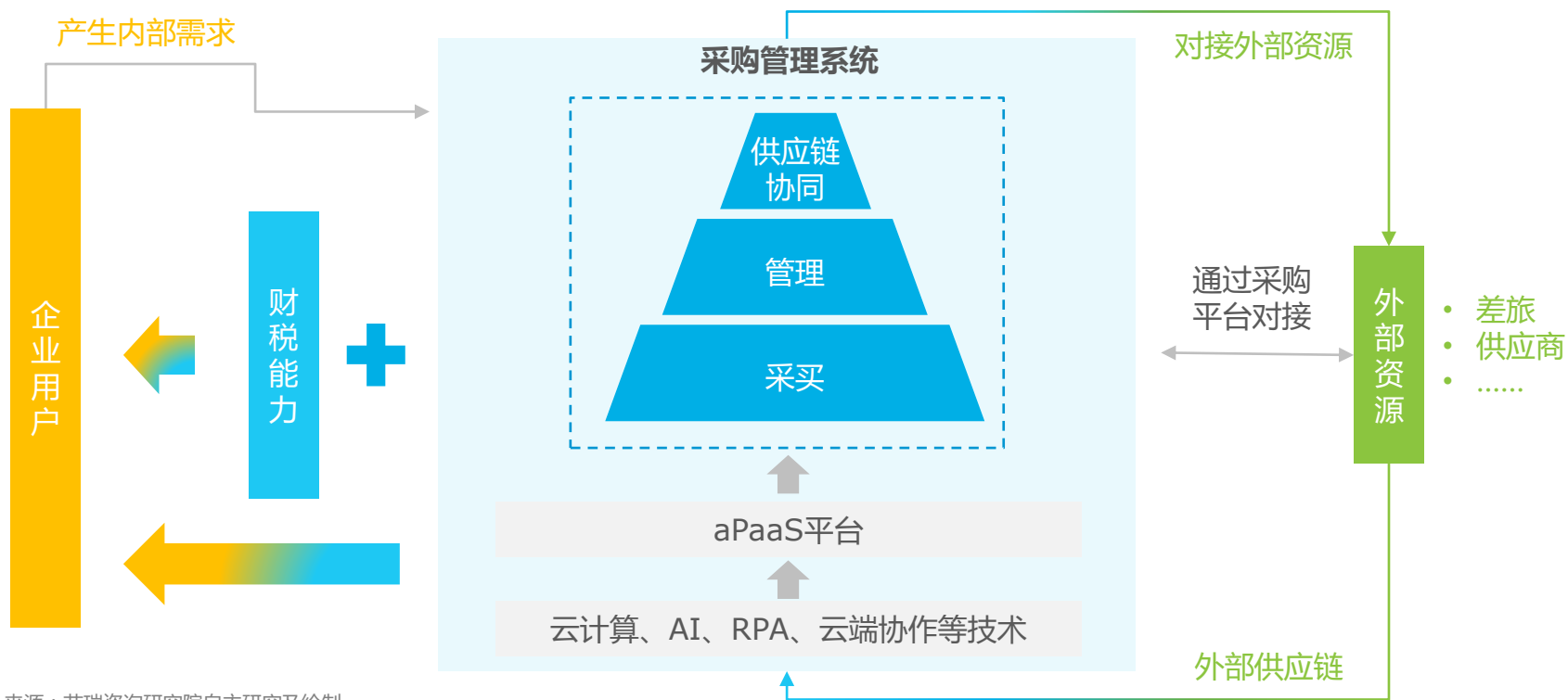
中国企业采购数字化管理市场趋势展望

4

## 拓展传统采购业务边界，深度业务洞察整合企业内外部资源

采购数字化管理是指供应商和企业用户通过大数据、云计算、流程自动化等技术，实现传统供应链中“采购”环节的数字升级。数字化管理涵盖了采购管理、结算和费用报销，为企业提供三位一体的综合解决方案，可实现整个供应链环节运行效率的显著提升。广义的采购可以被认为是企业全支出管理，是供应链能力的提升，可以帮助企业实现综合管理。在云服务助力产业转型的背景下，采购的边界在不断扩展。

### 采购数字化管理的概念界定



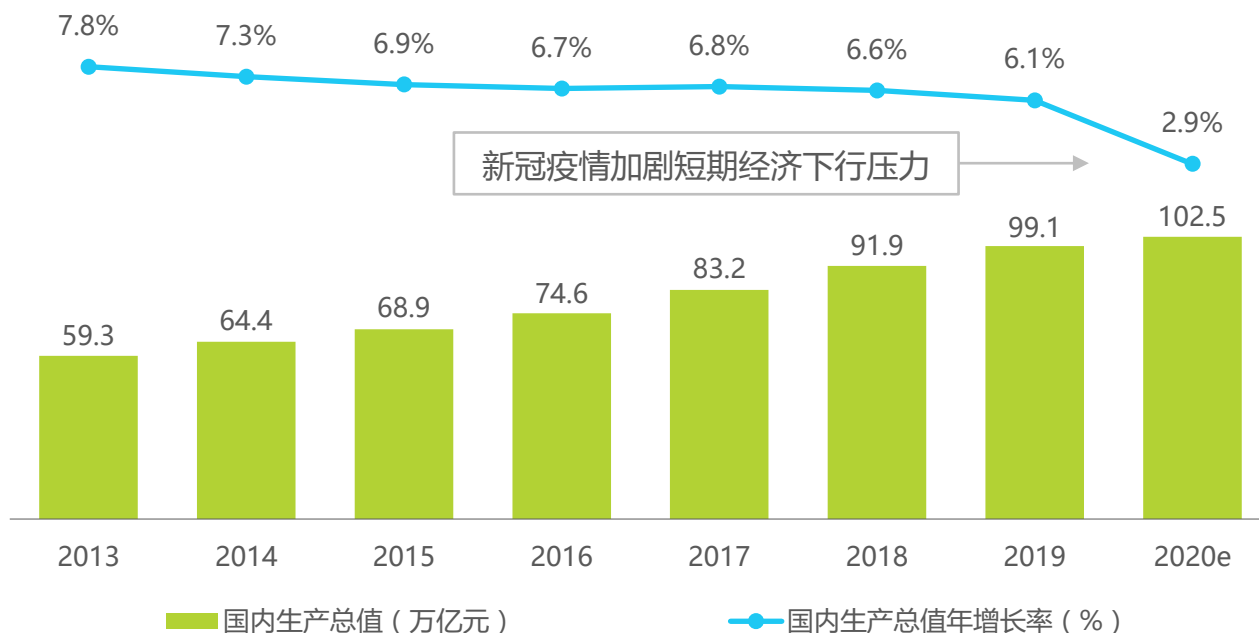
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 宏观经济发展水平

## 经济增速逐步放缓，推动企业采购数字化需求持续增加

中国经济从2013年开始向高质量转变，2015年GDP增速向下“破7”，2019年中国国内生产总值为99.1万亿元，同比增长7.8%。受新冠疫情影响，预计2020年GDP增速将跌至2.9%，虽保持正向增长，但企业发展压力显著。在这样的背景下，企业迫切需要从“节流”的视角优化业务，保持良好的业绩表现。由此，企业精细化管理需求增加，采购支出的管控和物资与需求的匹配程度都愈发受到企业的关注，企业对采购数字化的价值认知水平也得到进一步提升。

### 2013-2020年中国国内生产总值及增长率



来源：国家统计局、中国宏观经济论坛（CMF）《中国宏观经济分析与预测报告（2020年中期）》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 采购数字化管理的发展历程

## 从信息化向智能化发展，业务价值不断凸显

企业采购管理的应用经历了几个阶段：在从传统采购向智能化采购转变的历程中，第一阶段是应用系统管理软件的采购模块进行资源管理，以满足企业内部的业务需求，通常是基于ERP系统完成物资的采买行为，此时的“数字化”体现为信息化。第二阶段是发展采购与物流、交付、投产组成的供应链体系，被称为是数字化阶段，企业对资源成本降低的需求要求SaaS厂商具备寻源和整合内部资源与管理需求的能力。第三阶段是向智能化发展，从管理控制向资源运营倾斜，关注业务成果和企业价值的增加，帮助实现企业全生命周期管理。

### 企业采购数字化管理的发展历程

#### 阶段一

##### 信息化采购

- 解决企业生产性物资采购和供应链条的需求问题，关注采购与企业生产计划的协同
- 市场参与者以软件厂商为主
- 基于MRP和直接采购管理

#### 阶段二

##### 数字化采购

- 为企业做物资寻源、供应商管理评估等，与生产计划和供应商的协同性较强
- SaaS厂商入局，关注供应链采购管理，逐步构建采购网络

#### 阶段三

##### 智能化采购

- 支持企业的生产和非生产物料的费用类支出，实现内部与外部的全面协同
- 应用大数据、RPA等技术，信息系统逐步完善，整合采购方与供应方、票据和费用管理等业务模块
- 将电商模式应用于B端采购

# 企业采购数字化管理的特点与价值

## 助力企业采购成本节约和效率提升，赋能企业多维管理

采购数字化管理通过对接外部电商平台资源以及整合内部已有供应商，让企业员工能够以C端消费习惯去完成B端的物资采购，而管理者也能够应用更灵活的系统进行支出分析、流程监控等，为企业采购赋予更多形式的产品架构和更多维度的服务能力。采购数字化管理的价值主要体现在采购成本节约、效率提升和企业管理能力提升上，利用中台、RPA、云计算等技术整合资源，构建一站式资源库和流程工具，拓展服务能力的维度，做供应商评估筛选、智能价格筛选、合同条款分析和匹配以及自动风险评估等。

### 企业采购数字化管理的价值



#### 采购成本节约

端到端的采购能够节约成本，帮助企业快速搭建便捷易用的竞价、询价、招投标等应用，实现内部流程可视化、可追溯，提高采购效率，降低运营成本。



#### 采购效率提升

可全面评估供应商资质和风险，构建跨职能协作的数字化平台，实现区域间的协同。打通财税系统，实现自动化采购，助力业务全面数字化的实现。



#### 企业管理能力增强

可数据标准统一更便于管理，数据的真实性更可控，流程更加合规，企业管理者可以规范化的流程进行更有效的预算管控。

# 中美企业采购数字化管理市场对比

## 对标美国厂商Ariba和Coupa，中国玩家探索创新发展之路

美国厂商布局采购数字化管理早于中国。传统软件厂商对采购业务给予了较多重视，如SAP通过并购Ariba补充能力模块，同时也出现了一些较为成功的创业型SaaS厂商，如从服务中型企业的非生产性采购起家的Coupa。目前这两家厂商都在采购赛道中占据一席之地，并不断向更多维度进行渗透，逐步发展成为整合采购、财税、支付的综合平台。相比之下，国内的发展阶段仍较为早期，暂未出现具有垄断优势的玩家，众厂商纷纷借鉴美国厂商的成功经验，并创新本土发展路径。

### 中美企业采购数字化管理市场对比

#### SAP Ariba



##### 传统软件厂商的采购新实践

- SAP是美国头部的传统软件厂商，Ariba是SAP解决方案的一部分。
- SAP收购Ariba，意在将Ariba成功的买家卖家合作网络与SAP自己的客户库以及解决方案有效结合，创建新的云端B2B协作模式。
- SAP Ariba的优势在于产品套件丰富、安装基础完善、信息安全保障能力强、B2B网络能够覆盖数百万的公司等，有更好的市场连接能力。

VS

中国传统软件厂商基于软件系统发展采购自动化、采购系统搭建和记账管理等，主要服务大型企业。

#### Coupa



##### SaaS厂商的采购解决方案

- Coupa最初是一家为中型企业提供非生产性物料采购服务的SaaS厂商，发挥SaaS模式部署迅速、易于使用、价格合理、交付便捷等优势，已获得不错的市场影响力。
- 颇具规模后签约Salesforce等大型企业，凭借较高的续约率和客单价成为创业型SaaS厂商中的标杆，颇获资本市场青睐。
- 研发aPaaS平台，增强产品的灵活性和功能丰富度。

VS

中国采购领域的SaaS厂商服务覆盖大、中、小各规模企业，业务逐步拓展至发票、合同管理、临时员工管理等多个领域，产品矩阵进一步丰富。

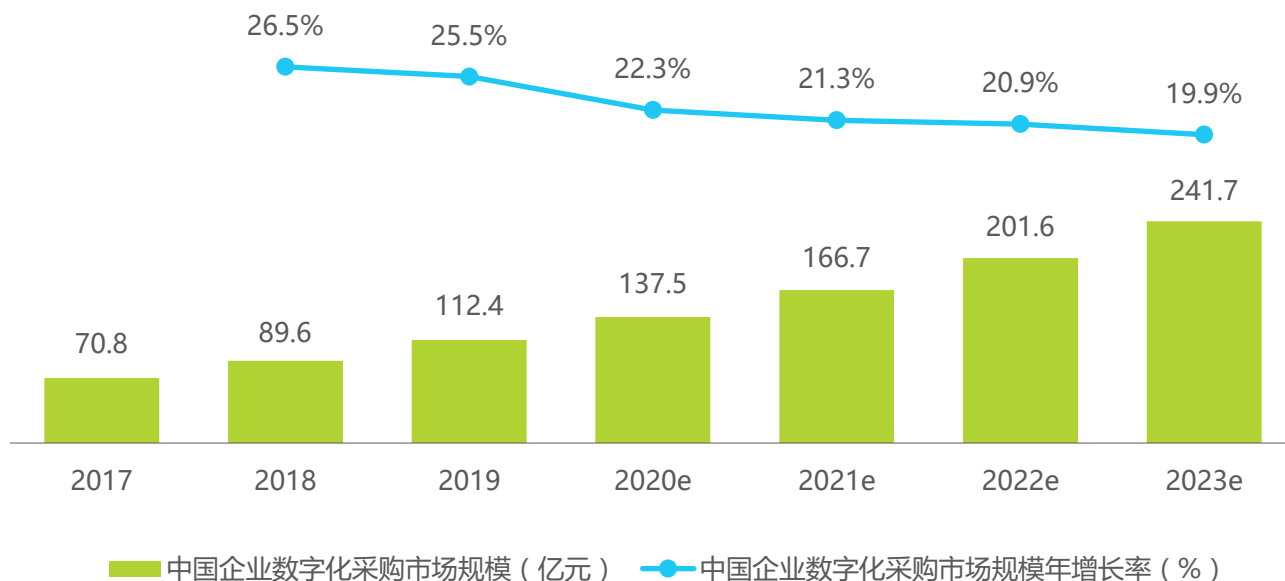


# 中国企业数字化采购市场规模及预测

## 2019年市场规模超百亿元，厂商能力提升成为发展源动力

中国采购市场在过去的几年间经历了快速增长，市场规模已经从2017年的70.8亿元上升至2019年的112.4亿元，市场增速也保持在20%以上的水平，预计2022年市场规模将超200亿元。采购数字化管理市场的增长动力主要来自于采购SaaS厂商的快速发展，各模块软件间的协同能力、供应商资源的整合能力、业务场景的服务能力沉淀都成为重要因素。

### 2017-2023年中国企业数字化采购市场规模



注释：市场规模的统计口径不包括B2B电商平台的交易规模，仅核算传统软件和SaaS厂商作为“技术供应商”的服务收费部分。

来源：国家工信部、公开资料、企业访谈、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 产业图谱



注释：企业排名不分先后。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业采购数字化管理行业现状

1

企业采购数字化管理偏好与应用情况

2

典型厂商案例分析

3

中国企业采购数字化管理市场趋势展望

4

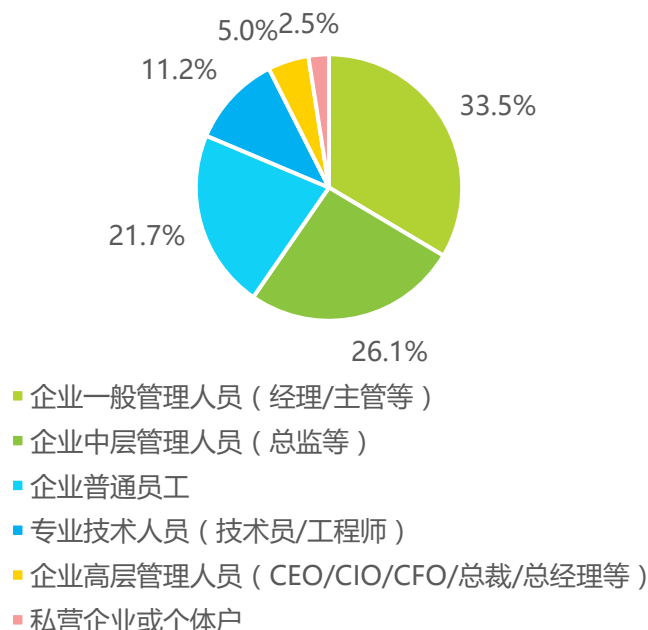
# 企业采购数字化管理调研背景

## 企业采购数字化管理覆盖行业众多，受访者多为企业管理层

本次调研，以数字化采购平台用户以及潜在用户为调研对象。根据用户使用情况，分成数字化采购平台用户以及潜在用户。本次调查，共计回收有效问卷161份，受访者中超过82%为企业的管理层（一般管理人员、中层管理人员、高层管理人员），涵盖接近15个行业。本报告试图通过对样本信息进行多维度定量分析，探寻企业用户对数字化采购的应用情况与未来期待，为研究日后行业发展提供坚实的数据基础。

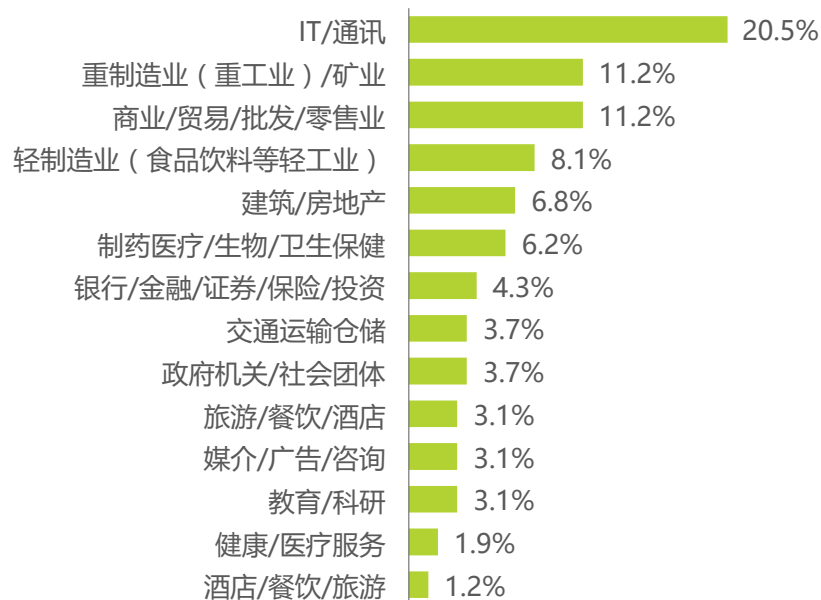
### 2019年中国企业采购数字化管理调研

#### 受访者背景



### 2019年中国企业采购数字化管理调研

#### 行业背景



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

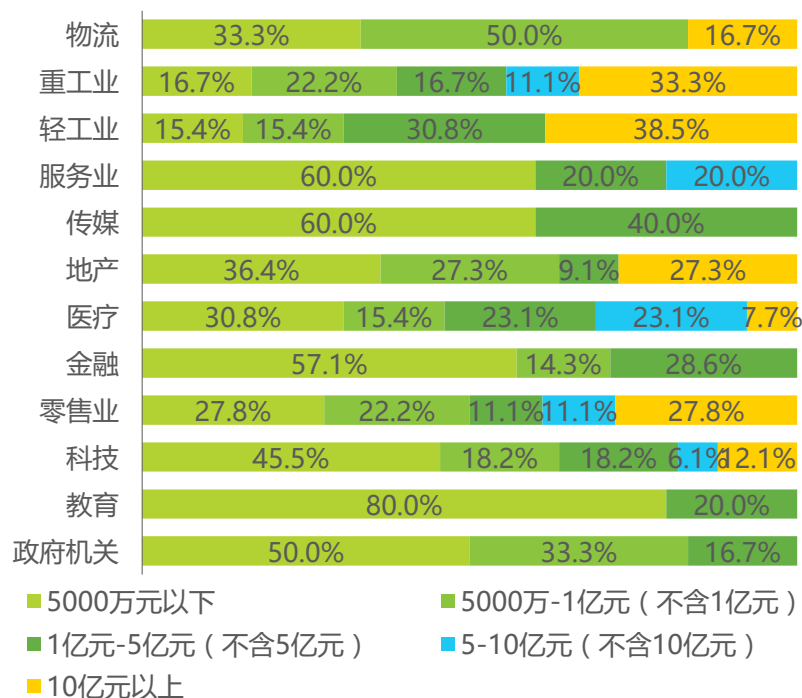
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业年度采购金额分析

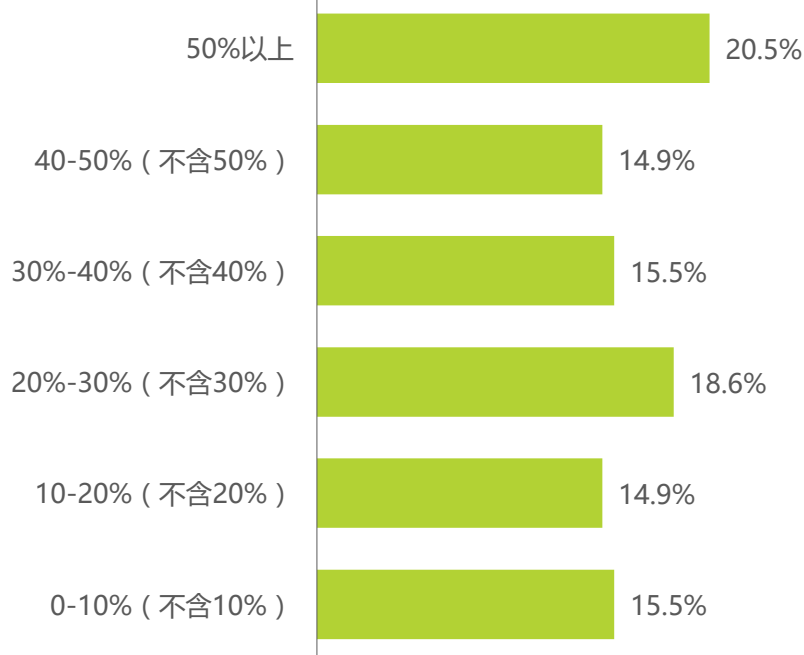
## 采购、商旅、福利成为费用支出重点，工业领域采购金额较高

有接近35%的企业，采购、商旅、福利等支出在总支出的占比已经超过50%。在人力密集型、资源密集型、技术密集型为主的产业中，大中型企业的年度采购金额大多超过1亿元。尤其是在重工业及轻工业行业，超过30%的企业的年度采购金额在10亿元以上。因此，随着采购、商旅、福利等支出在企业费用支出占比的提升，以及支出规模的扩大，势必需要企业投入更多的精力对支出进行科学管理，保证各项支出的科学性以及合理性。

### 2019年中国不同行业年度采购金额



### 2019年中国企业采购、商旅、福利支出占总费用比重



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

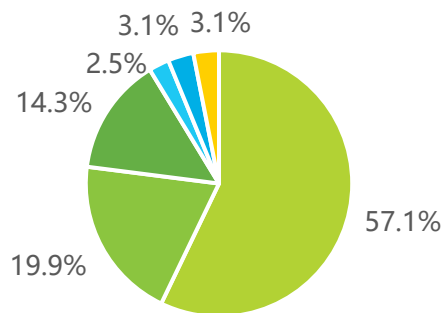
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业采购支出分布

## 生产性物料支出占主导，千万级支出已成常态

在企业采购支出中，与生产紧密相连的生产性物料支出占据绝对的主导地位。生产性物料支出规模庞大，约有57%的企业，年均生产性物料支出在1000万元以上。而非生产性物料支出，一般约为生产性物料支出比重的1/2，接近50%的企业，平均非生产性物料支出规模在500万元以上。因此，确保对企业生产直接相关的生产性物料采购环节稳定高效，和与生产间接相关的采购活动管控合理，将是企业在采购管理中的重点。

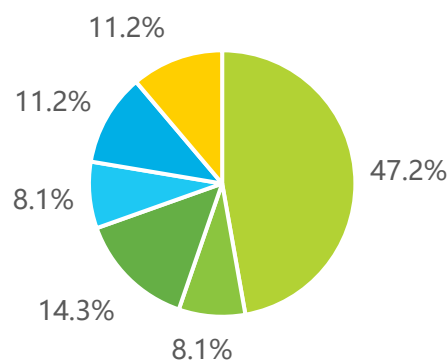
2019年中国企业生产性物料采购  
支出比重



- 1000万元及以上
- 500万-1000万元 (不含1000万元)
- 100万-500万元 (不含500万元)
- 50万-100万元 (不含100万元)
- 10万-50万元 (不含50万元)
- 10万元以下

样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019年中国企业非生产性物料采购  
支出比重



- 500万元及以上
- 300万-500万元 (不含500万元)
- 100万-300万元 (不含300万元)
- 50万-100万元 (不含100万元)
- 10万-50万元 (不含50万元)
- 10万元以下

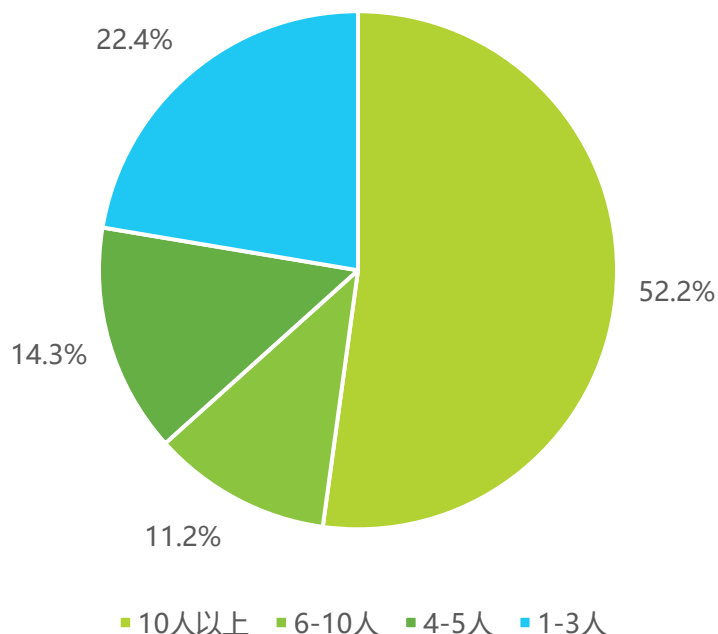
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业采购管理资源分配

## 企业有望引入数字化采购平台改善“人企”比例失衡现状

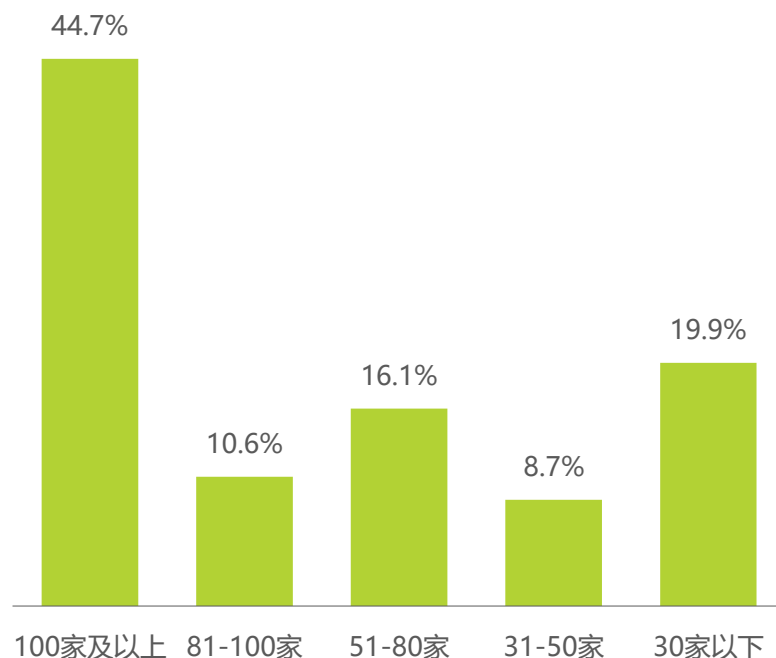
当前，接近50%的企业，对接的供应商数量在100家及以上。同时，有超过50%的企业采购负责人数量在10人以上。从比例上看，采购负责人与供应商的比例关系，约为1：10。当对接的供应商数量较少、采购负责人数量适中时，企业可以有效保证采购效果和效率。但是，对于更多大中型企业，过多的企业采购负责人以及供应商，将会造成管理交叉、信息不对称等现象。为避免上述问题，企业有望考虑引入数字化采购平台等方式，实现降本增效。

### 2019年中国企业平均采购负责人数量



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### 2019年中国企业平均对接供应商数量



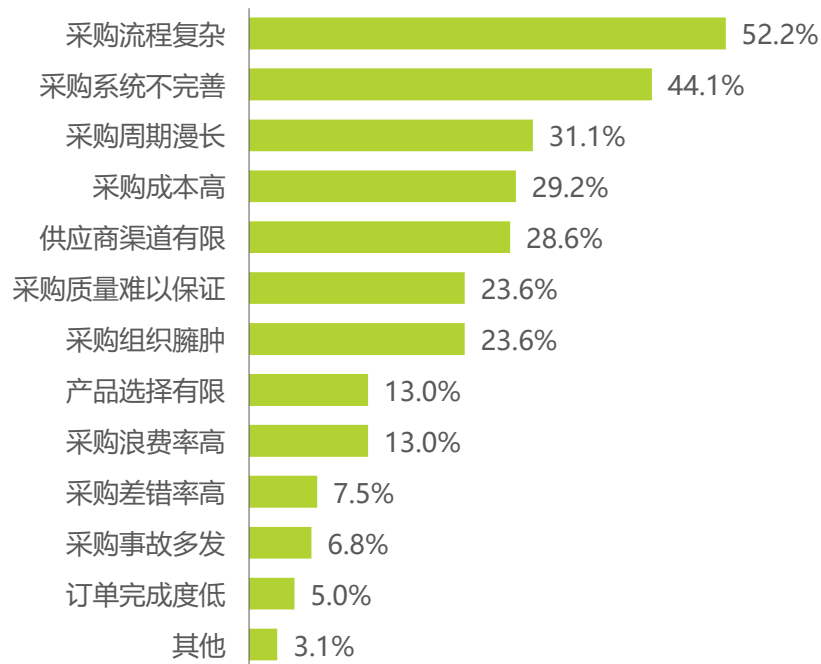
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业采购关注焦点

## 采购流程复杂成主要痛点，安全合规、计划完善是主要诉求

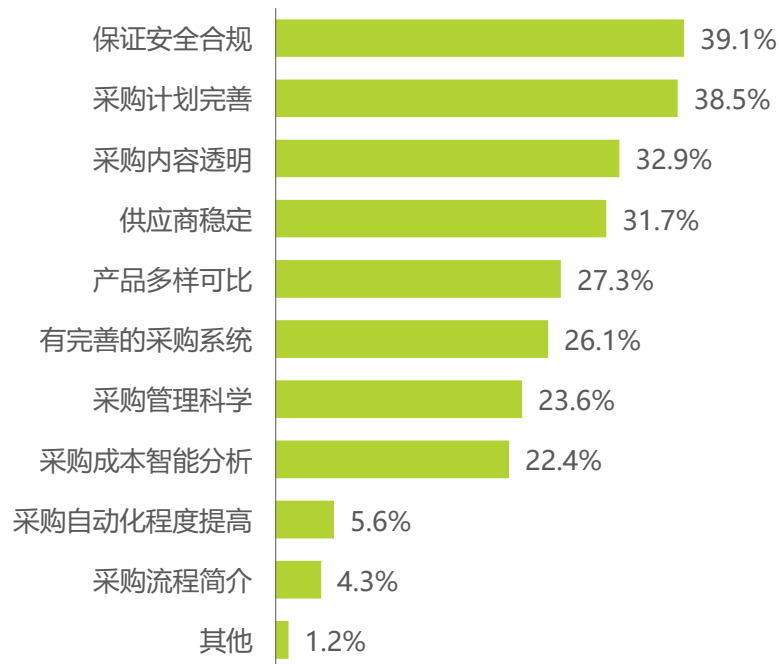
当前，采购流程复杂是企业采购环节中面对的主要痛点，有超过50%的受访者认为复杂的采购流程是影响公司采购效果的主要因素。其次，不完善的采购系统也是企业采购中面临的主要局限之一。面对上述痛点，完善、合规的采购计划成为企业采购的主要需求，有接近40%的受访者认为，所属企业应该在合规性以及规划性上花费更多的精力。

### 2019年中国企业采购的主要痛点



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### 2019年中国企业采购的主要需求



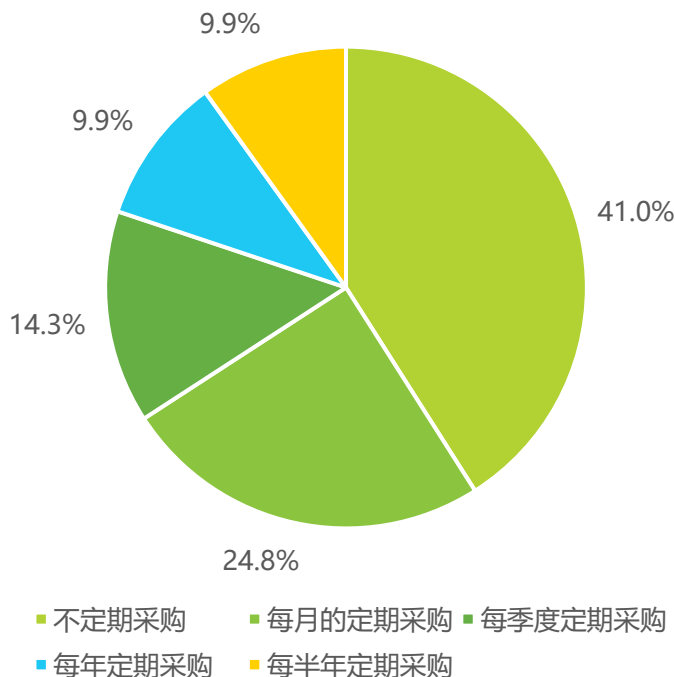
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



## 企业采购周期随机性强，采购渠道多依赖个人开拓

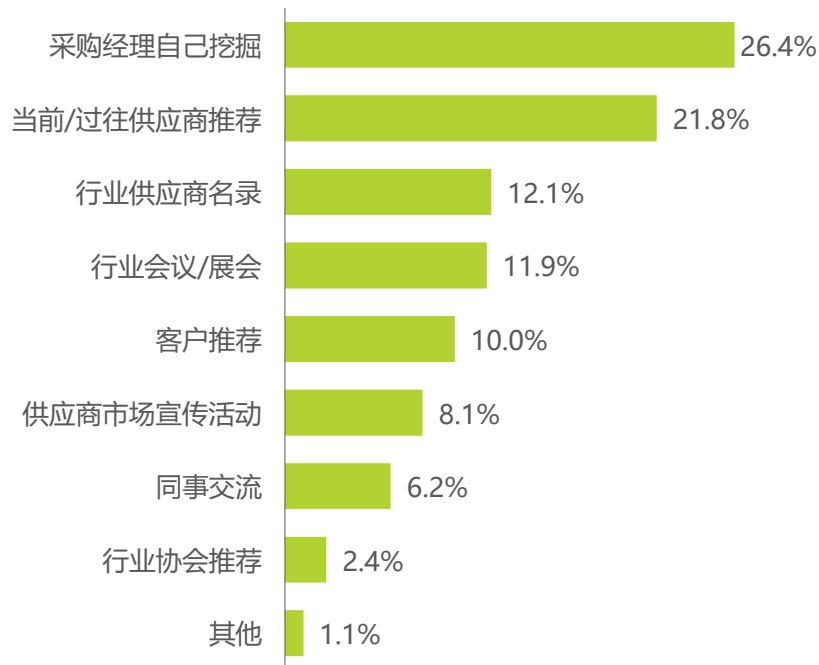
当前，企业采购周期随机性强，采购频率高。有41%的企业，一般采用不定期采购的方式，约有25%的企业采用每月定期采购的方式。此外，多数企业的采购渠道，仍然依赖采购经理独立挖掘，或者行业内供应商相互推荐。这往往带来两方面后果：一是信息渠道并不丰富；二是企业的采购效果将会“因人而异”。因此，数字化采购平台、数字化采购产品需要满足企业更灵活多样的需求，随时能够提供丰富、有效的采购信息保证企业顺利完成采购任务。

### 2019年中国企业采购的平均周期



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### 2019年中国企业采购的渠道来源

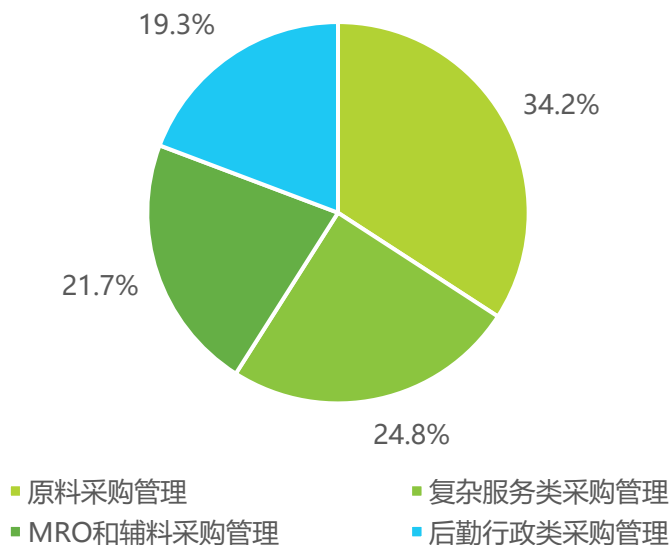


样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 原料采购成管理重点，供应商寻源为主要挑战

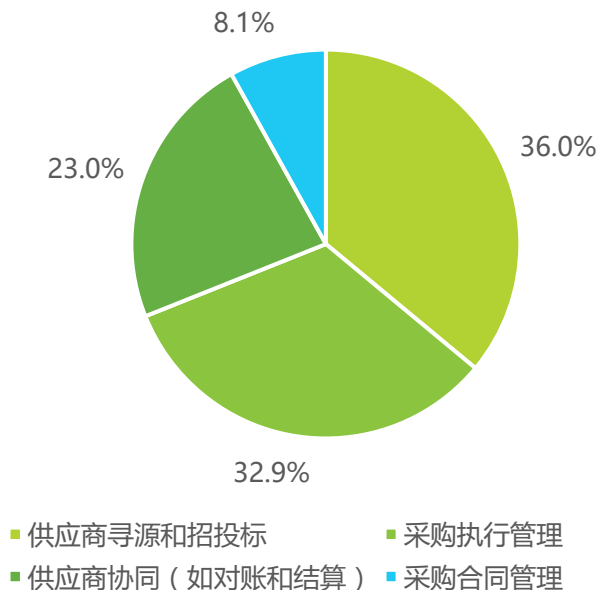
当前，企业采购的管理重点，仍是与生产紧密相连的原材料管理，有接近34%的企业将原料采购管理作为企业物资管理重点。而供应商寻源与招投标是企业采购业务流程中的主要挑战，约有36%的企业受此困扰。因此，有效的数字化采购平台，需要着重关注原材料采购领域。同时，提供覆盖全周期的产品与服务，缓解企业采购业务在供应商寻源和招投标领域的局限性。

2019中国企业采购物资种类中  
管理重点



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019中国企业采购业务流程中  
主要挑战



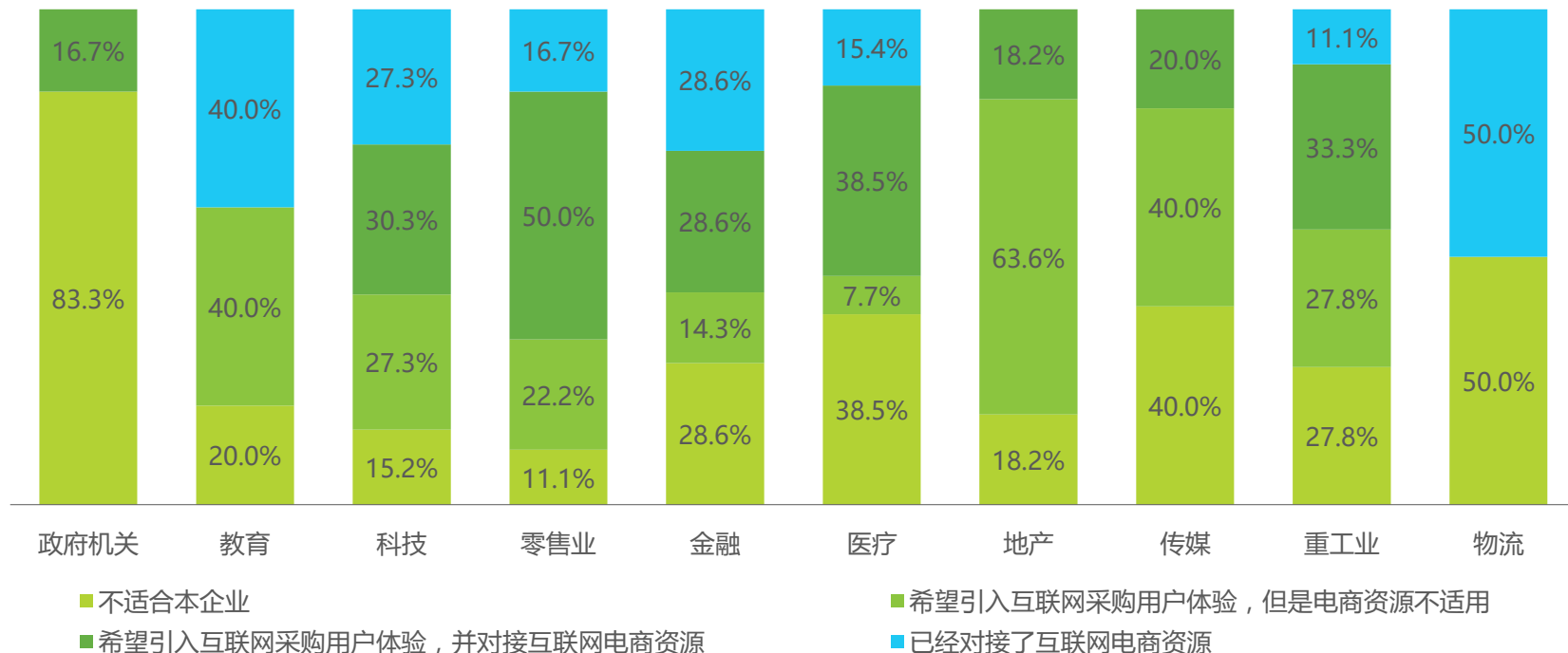
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业采购数字化意愿

## 互联网采购渗透率高，多数企业对引入互联网采购态度乐观

当前，互联网采购方式已经逐步渗透到多个行业，其中在教育、科技、零售、金融、医疗、物流等行业，已经对接了互联网电商资源。而在传统行业，如重工业、地产等，也有强烈意愿引入互联网采购体验，只是在是否应用电商资源上存在不同态度。总体而言，多数行业对互联网采购整体态度乐观。

### 2019年中国不同行业引入互联网采购的意愿

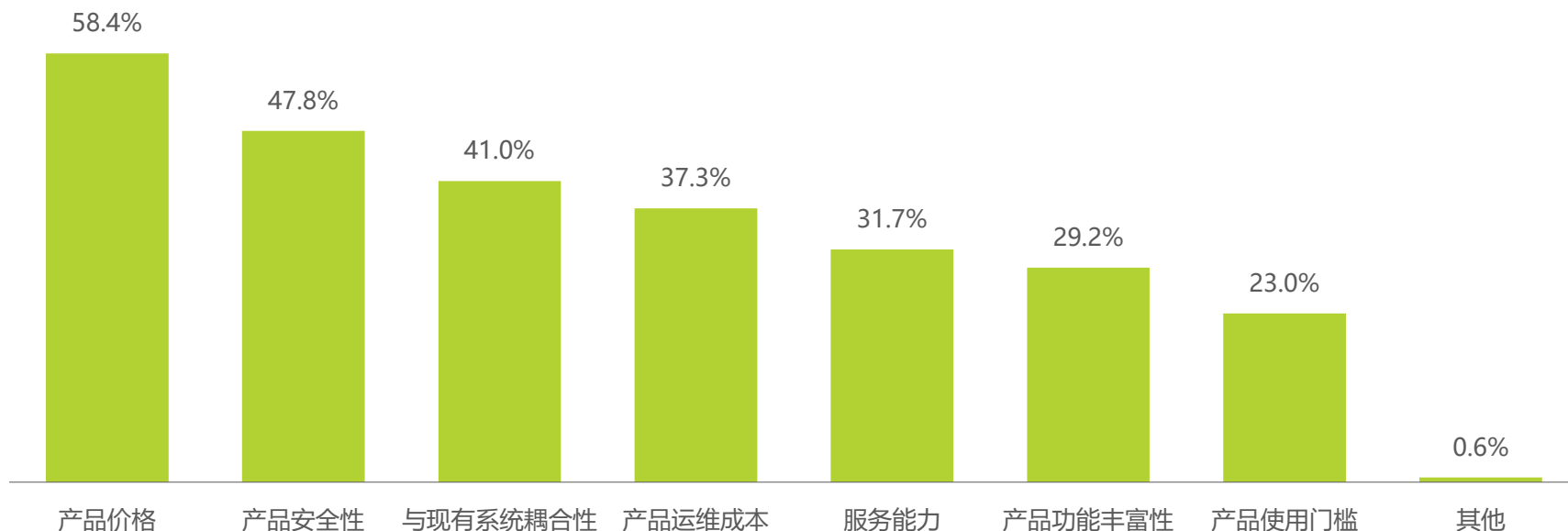


样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 企业选择采购产品最关注产品价格，其次是安全性和耦合性

有超过58%的企业，在选择采购产品时，首先关注采购产品的价格。其次，企业对采购产品安全性的关注，也接近50%。以上数据反映出，当前企业在选择数字化采购产品时对价格依然敏感，付费意愿虽然提升，但性价比仍是重要的考量因素。企业更青睐价格适中、功能丰富、应用场景广泛的数字化采购产品。此外，引入外部产品后，相关数据的安全性能否得到有效保证，企业采购信息能否得到妥善管理，也不容忽视。

### 2019年中国企业选择采购产品时的关注重点



样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。

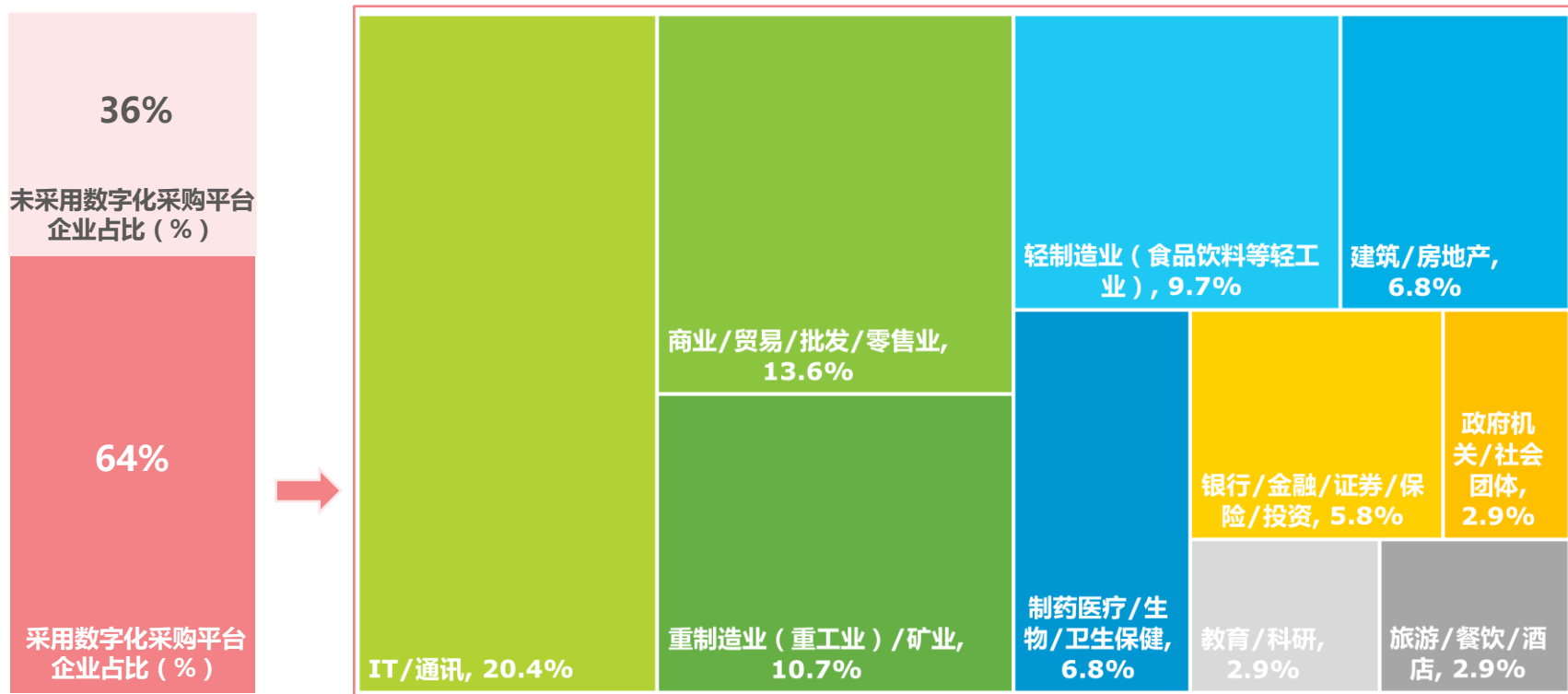
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购用户调研

## 采购数字化已渗透多种行业，市场前景广阔

超过64%的企业，涵盖10+个行业，已经使用了数字化采购产品。其中，IT/通讯行业占比最高，接近20%。其次，商业/贸易/批发/零售业紧随其后，占据14%。最后，制造业（包括轻工业及重工业）占比约10%。以上按行业分布特征，反映出数字化采购，在互联网背景企业渗透迅速。同时，在采购频率高、采购种类多的行业，以及生产性物料支出占比较高的行业获得普遍应用。

2019年中国数字化采购平台用户及所属行业Top10占比



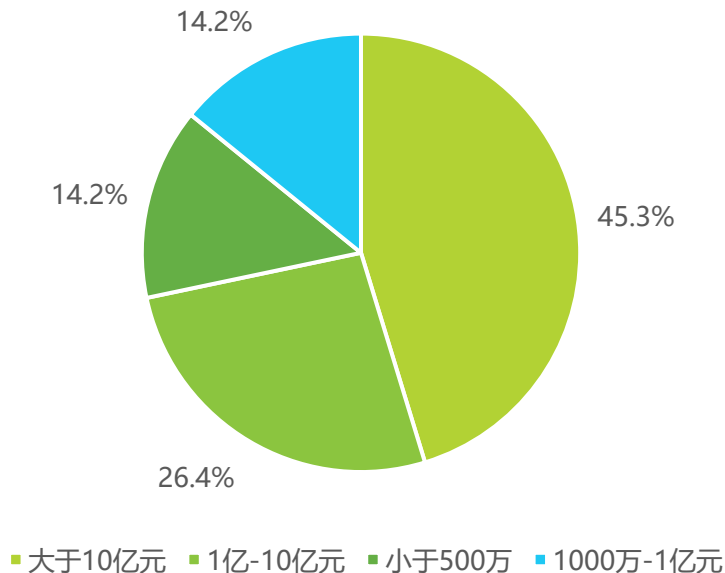
样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购用户调研

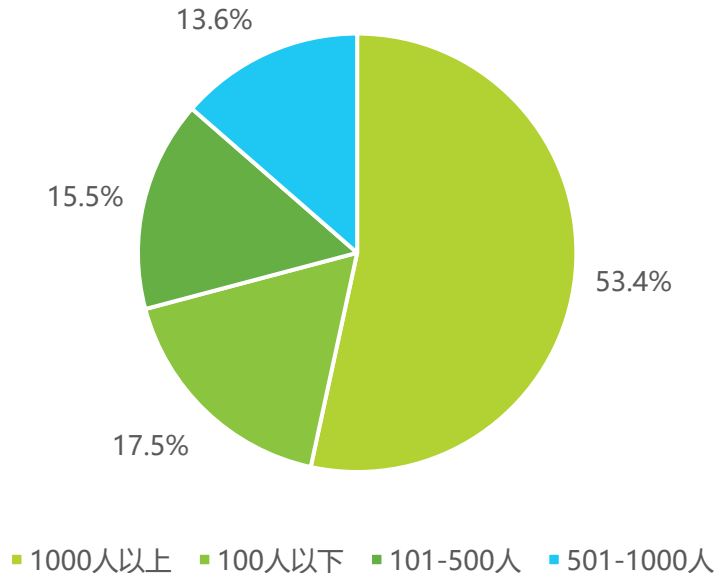
## 数字化采购平台在大中型企业渗透率高

在应用数字化采购平台的企业中，超过45%的企业营收大于10亿元。同时，有超过53%的企业员工数量超过1000人以上。以上数据表明，数字化采购平台在大中型企业渗透率较高。由于大中型企业采购规模庞大、采购种类丰富、采购内容管理复杂，数字化采购平台能很好的切合大中型企业的痛点及需要。未来，随着更多传统企业以及大中型企业数字化转型深化，数字化采购平台市场空间有望进一步提升。

2019年采用数字化采购平台中国企业  
营收规模



2019年采用数字化采购平台中国企业  
员工数量



样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

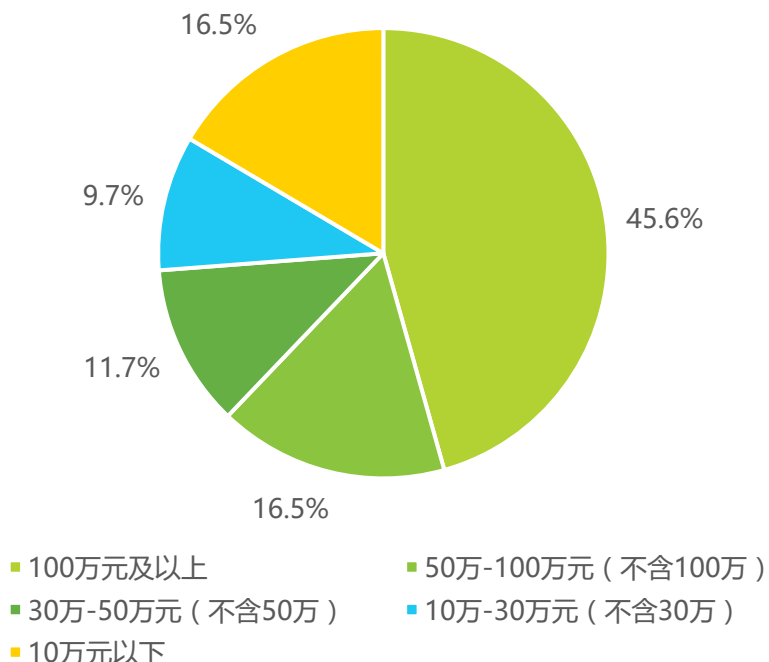
样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购用户调研

## 数字化采购管理SaaS投入提升，近半数企业投入超100万元

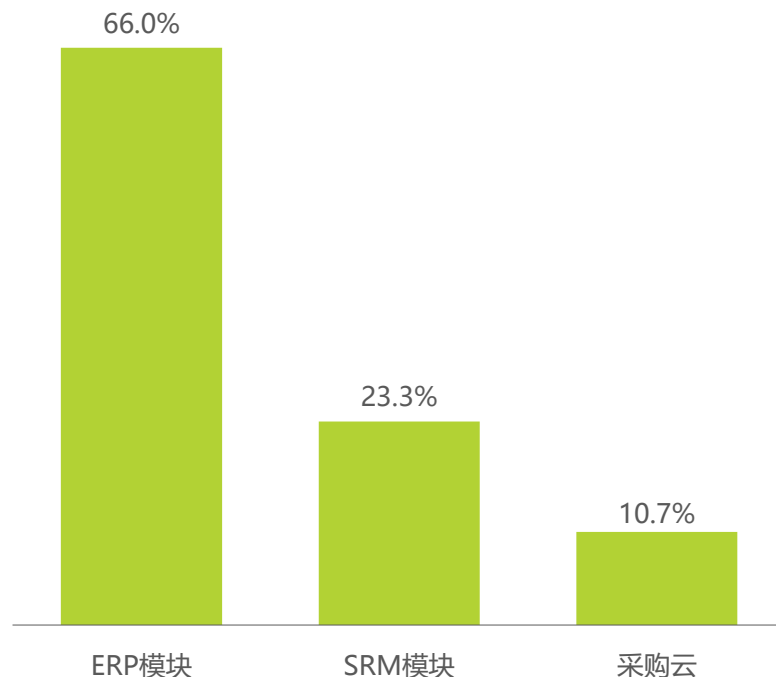
有接近50%的企业，在企业数字化采购管理SaaS的投入超过100万。企业在采购SaaS的支出反映出，企业对能有效提升采购管理效果的SaaS产品，具有较强支付意愿。此外，在采用数字化采购平台的企业中，有超过66%的企业，采用ERP模块作为主要的采购管理系统，采购云当前占比约为11%。但是，随着企业在SaaS领域的投入扩大，以及云计算在传统企业数字化转型中的应用比重不断提升，采购云占比日后有望提升。

### 2019年中国企业数字化采购管理SaaS投入



样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### 2019年中国企业主要采购管理系统



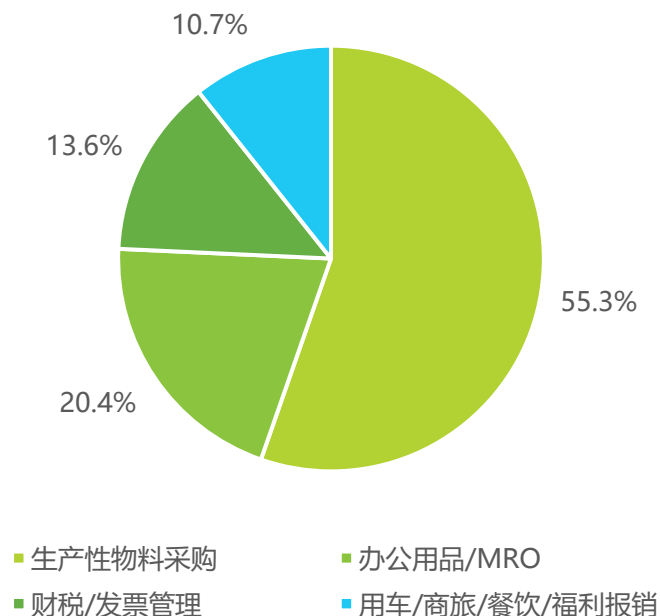
样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购用户调研

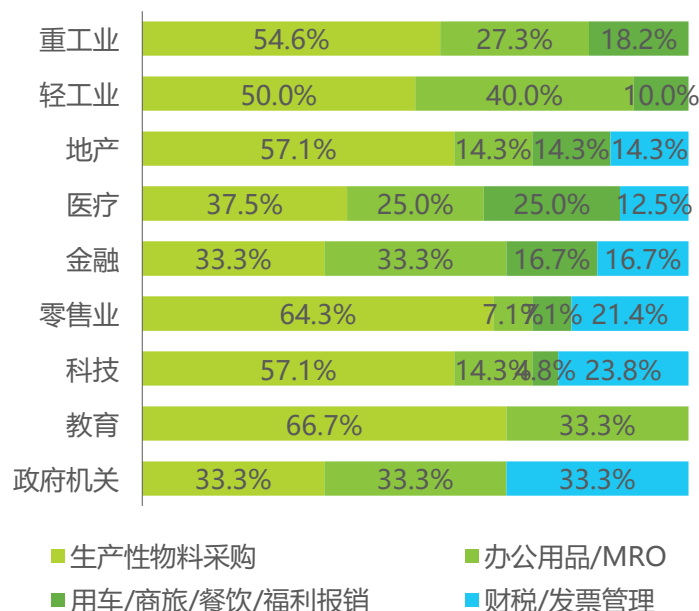
## 采购数字化管理产品需覆盖企业采购全周期

当前，超过50%的企业，主要将数字化采购管理产品，应用在生产性物料采购领域，尤其是传统行业、零售业、科技行业，占比均接近60%。此外，在涉及企业费用支出的不同环节，企业也不同程度地引入数字化采购产品。由此可见，数字化采购管理产品正逐步渗透进企业费用支出的全流程，能提供更全面管理功能的数字化采购产品是行业的普遍需求。

### 2019年中国企业数字化管理产品主要应用场景



### 2019年中国不同行业数字化管理产品主要应用场景



样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

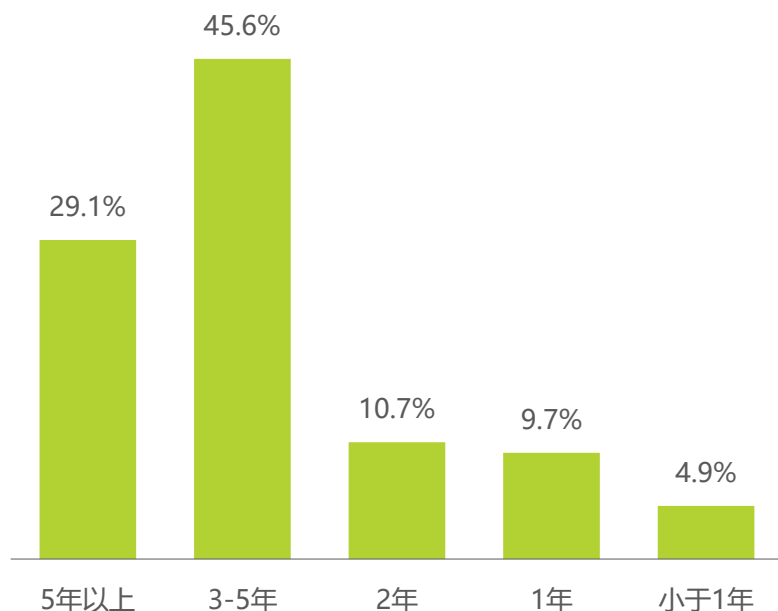


# 企业数字化采购用户调研

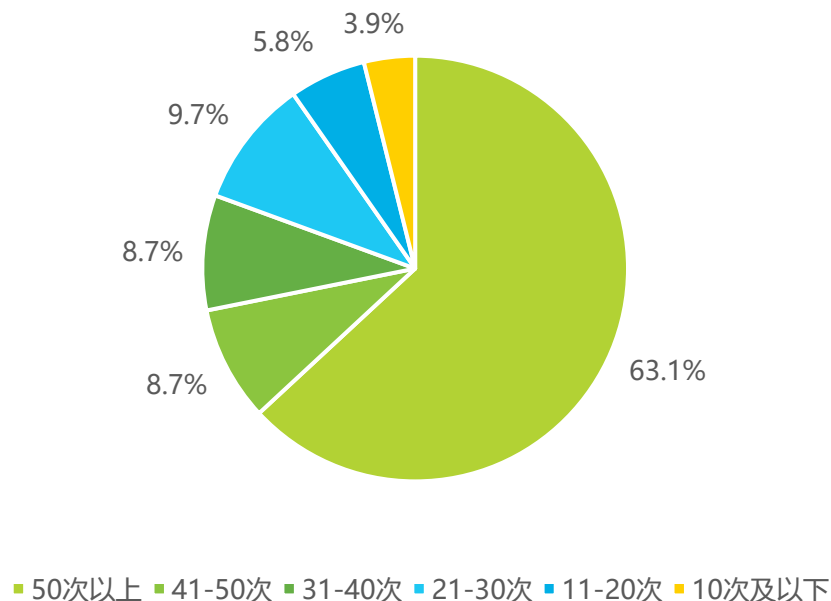
## 企业数字化采购产品使用频次较高，迭代迅速

由于企业采购周期随机性强、采购次数频繁，超过60%的企业年均使用数字化采购产品超过50次以上。随着企业使用数字化采购产品频率的提升，企业对数字化采购产品的依赖性有望进一步提升，将有助于数字化采购产品的普及。此外，接近50%的企业平均3-5年会更换数字化采购产品，反映出数字化采购产品需要持续升级；服务商需要更准确地捕捉企业采购倾向与需求的变化，从而保持长期的市场竞争力。

2019年中国企业数字化采购产品平均  
使用年限



2019年中国企业数字化采购产品年均  
使用次数



样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

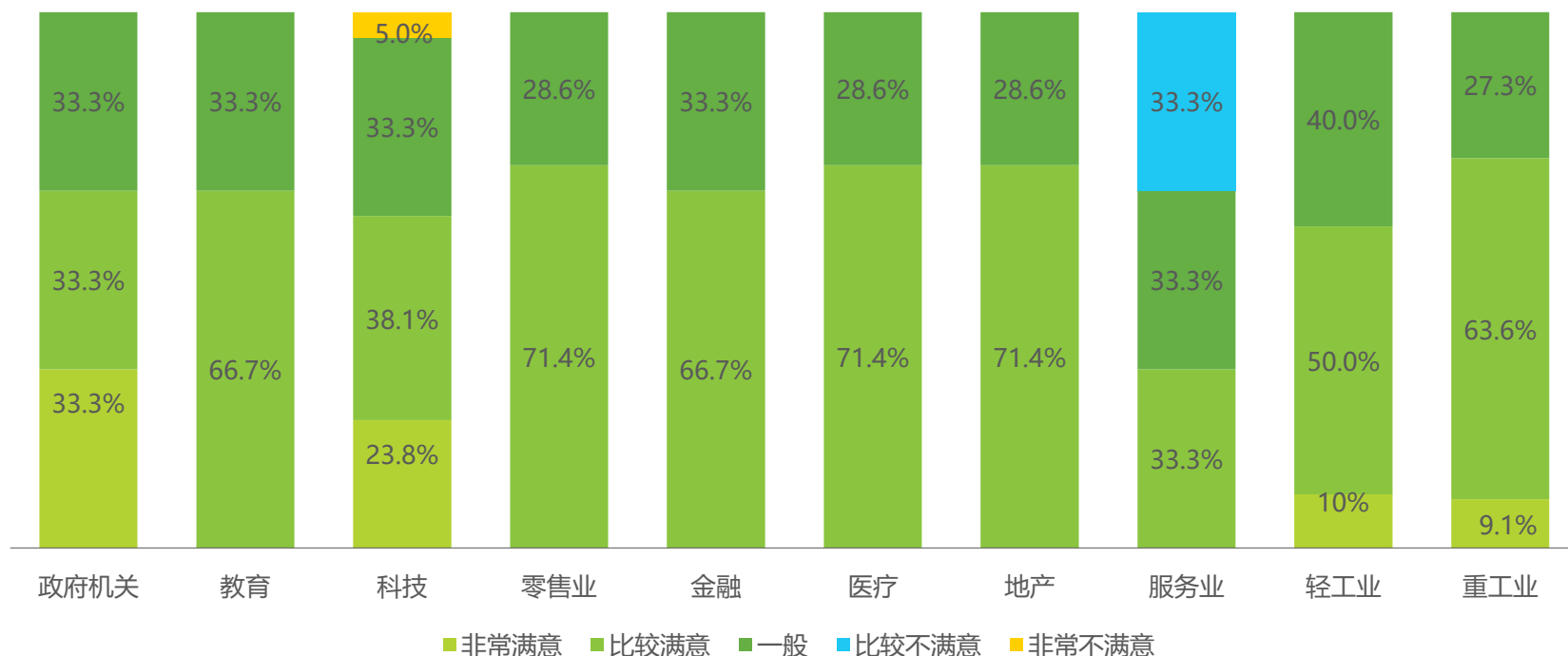
样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购产品应用效果

## 数字化采购产品降本增效成果显著，但认可度存在行业差异

多数企业在应用数字化采购产品后，均表示其能有效提升采购管理效率以及降低采购成本。尤其是数字化采购应用较为集中，渗透度较高的生产制造业（含重工业与轻工业）以及对采购较为关注，对数字化产品应用广泛的零售及科技行业。超过60%的企业，都认可数字化采购产品在企业采购管理中的积极作用。

2019年中国不同行业对企业数字化采购产品降本增效能力认可度



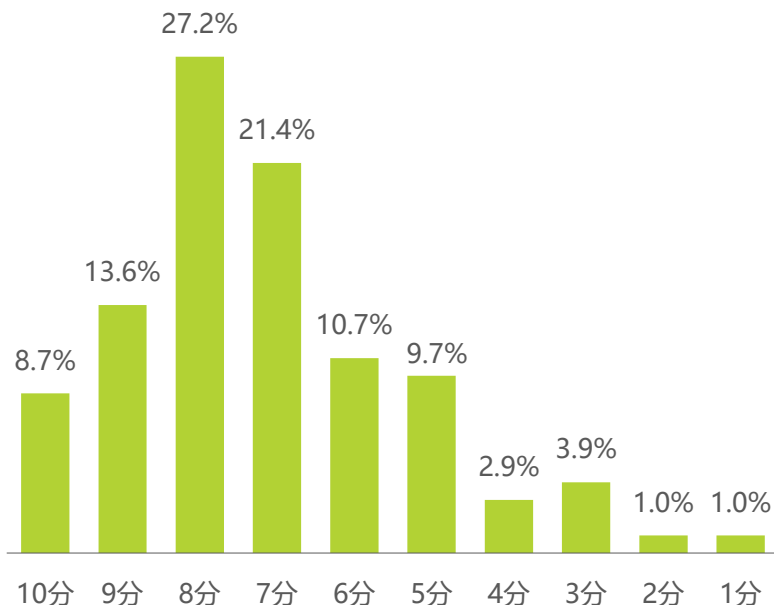
样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购产品应用效果

## 数字化采购产品受到企业认可，续费意愿较为强烈

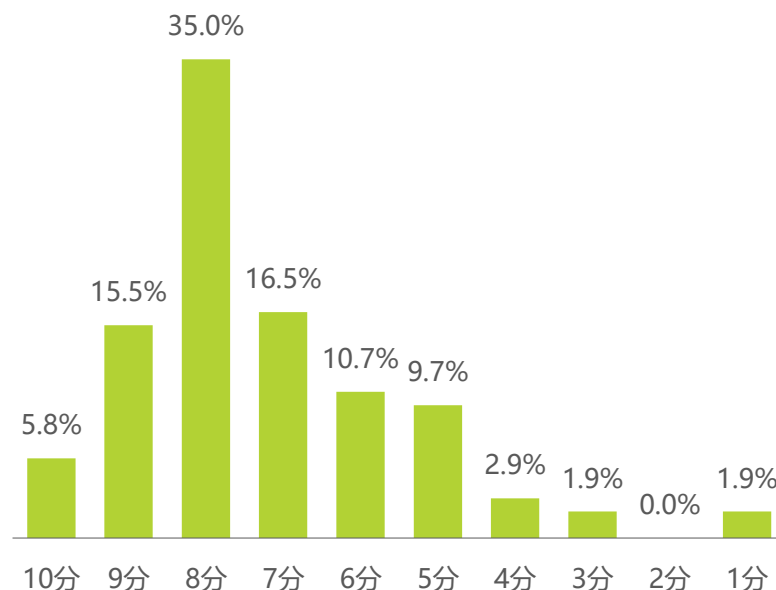
超过60%的企业对目前使用的数字化采购产品的满意度超过6分，其中8.7%的企业对产品的满意度给出了满分10分。同时，接近80%的企业，对选择的数字化产品有较强的续费意愿，超过5%的企业表示一定会续费。以上数据反映出，多数的数字化采购产品能有效满足企业需求，解决企业在采购领域的局限性，同时，企业对数字化采购产品的黏性较高。

2019年中国企业对所使用数字化采购  
产品满意度



样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019年中国企业对所选数字化采购产  
品的续费意愿



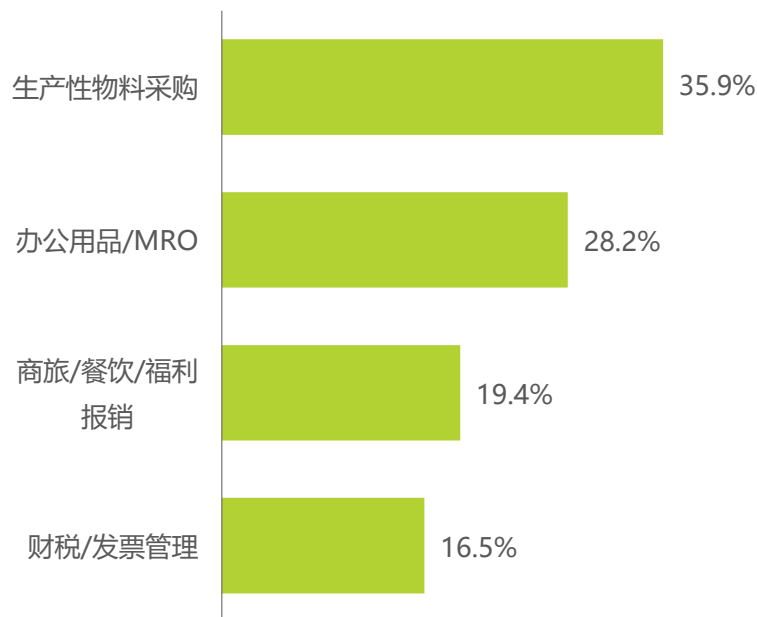
样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业数字化采购产品应用效果

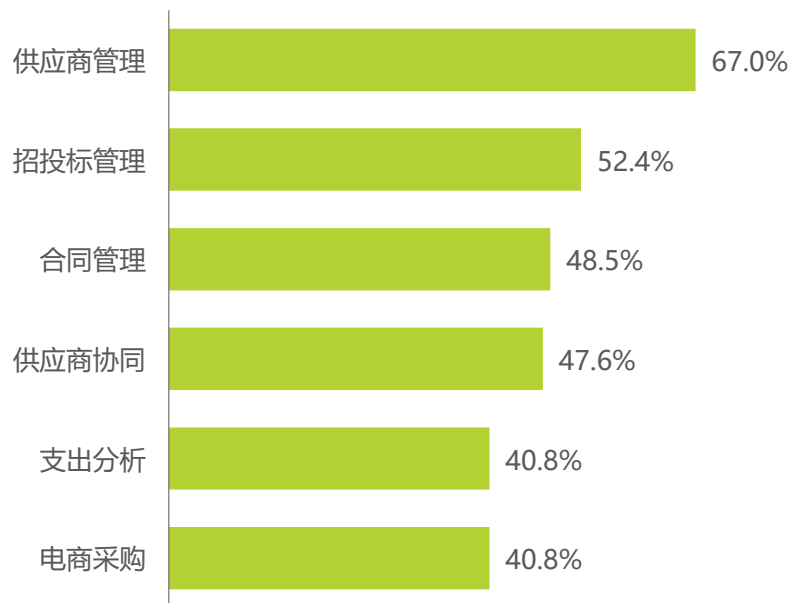
## 生产性物料管理改善明显，供应商管理受关注

已应用数字化采购产品的企业中，超过35%的企业认为数字化采购产品能有效改善其最为关注的生产性物料采购问题。同时，数字化采购产品对于生产活动间接相关的其他费用支出，也能在事前、事中、事后的各个环节提供必要管理支持。而对所有受访企业，供应商管理及招投标管理仍是企业聚焦的重点，也将成为数字化采购产品助力企业实现数字化转型时的切入点与突破点。

2019年中国企业认为数字化采购产品  
对业务改善最明显领域



2019年中国企业期待未来采购数字化  
产品应用业务环节



样本：N=103，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本：N=161，于2020年11月通过线上调研获得。  
注释：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业采购数字化管理行业现状

1

企业采购数字化管理偏好与应用情况

2

典型厂商案例分析

3

中国企业采购数字化管理市场趋势展望

4

## 一站式智能采购管理解决方案，赋能企业数字管理及决策

元年云是元年科技旗下智慧运营和数字决策平台。元年云平台致力于以“云赋能者”的角色搭建一个贯通企业上下游、连接内外部的“企业智慧运营与数字决策平台”。在采购领域，借助元年云采购中台的可靠技术支持，元年云提供“一站式智能采购管理解决方案”，实现从采购到运营的全生命周期升级：1，直连丰富电商资源、提供多平台比价、跨平台结算。2，需求提报到对账结算、发票处理，信息共享，各环节衔接一目了然。3，合同管理、结算管理、物资主数据管理、资产实物管理全面、清晰。4，内外部采购网络协同，配合采购支出大脑，全流程追踪、感知、处理采购事件，并提供采购支出分析。5，专业采购运营，广泛电商平台资源一站式对接，代开拓供应商资源，运营数据实时分析，异常数据智能预警。

### 元年元采购共享解决方案特点及应用场景



### 解决方案应用场景

- 金融行业
- 工程行业
- 餐饮行业
- 制造业
- 专业服务行业

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

## 采购解决方案可定制，协助企业智解采购痛点

为匹配企业数字化转型的全面需求，元年云一站式智能采购管理解决方案依托优势技术搭配多样产品，为企业量身定制专属解决方案。同时，元年云不断洞察采购行业需求与新趋势，以敏锐的洞察力和高效的执行力帮助企业在采购领域未雨绸缪。例如，元年云通过总结企业在物资管理中面临的产品数据参差不齐、采购优势很难发挥、采购业务不够规范化等问题，在采购产品与解决方案的设计中不断提升主数据管理能力，帮助企业“智解”采购痛点，实现采购效率与成果的提升。企业搭建商城专业运营团队成本居高不下的问题，也可以依靠元年云建立的集约化代运营服务得到妥善解决。

### 元年云智能采购解决方案代表案例

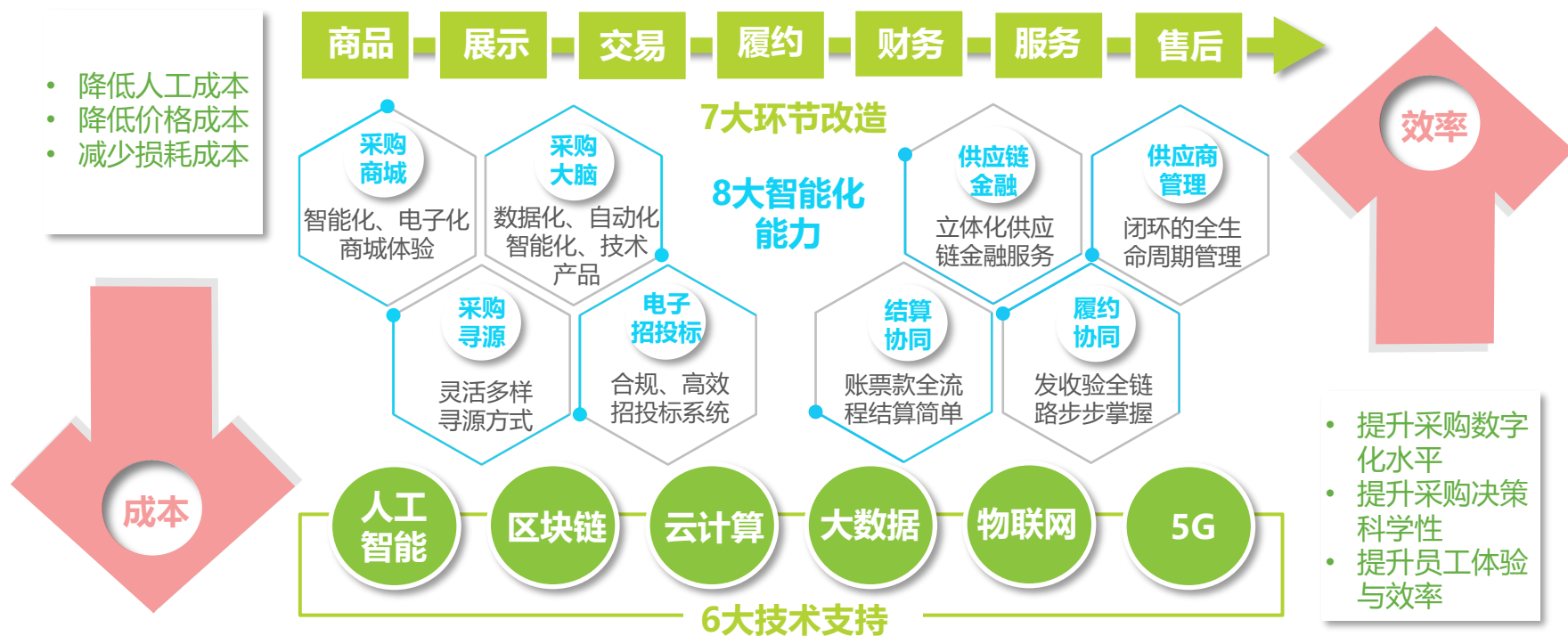


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

## 智能采购助力企业完成智能化升级，实现数字化转型

京东企业业务致力于通过技术驱动，让企业采购变得更加阳光、高效、低成本。京东企业业务通过科技驱动，将京东集团在电商、技术、供应链、金融等方面长期积累的优势，与企业运营管理上的丰富经验融合，打造成灵活、可定制的智能采购解决方案，服务于企业多场景的采购管理需求。企业业务以6大通用技术标准，结合8大智能化支撑平台，对采购中心的7大环节实现改造，使得采购行为更加人性化、精准化、生态化。当前，京东企业业务已累计服务过千家大型集团，多家世界500强企业，拥有广泛平台活跃用户。

### 京东企业业务功能、优势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



## 多样技术驱动企业业务，丰富产品赋能企业采购

京东企业业务充分发挥技术优势，融合AI、云计算、大数据等技术赋能企业数字化建设。集成京东商城海量商品和客户数据为企业决策提供科学依据。深化研发投入，打造专属算法团队，构建供应链算法体系，为采购场景提供算法支持。结合AI优势，实现采购场景全覆盖，智能荐品、场景识别、方案定制。提供SDK、SaaS、本地化部署等多种灵活接入系统，帮助企业迅速实现智能化采购部署。依托技术优势，京东企业业务打造面向不同类型的多种解决方案，包括面向大中型企业的京采云、面向公共类客户的中采云；针对企业内部/外部特殊需求，打通升级企业内部、外部采购能力，提升采购效率的慧采VSP、京东VOP和翼采VEP；以及关注员工福利需求的京东锦礼和聚焦数字化营销的京东蓝海豚。

### 京东企业业务技术优势、产品特点、行业应用

#### 场景丰富

政府

教育

金融

能源

交通

运营商

通信

医疗

制造

消费

#### 产品赋能

面向大中型企业的采购全生命周期管理的一体化解决方案。

京采云

面向公共类客户采购领域开发的专属数字化采购解决方案。

中采云

面向计划电商化转型或需要快速提升企业内部采购协同效率的企业级客户。

慧采VSP

为自身具备研发能力或已有采购电商平台的企业提供内部采购延伸多场景的接入型解决方案。

VOP

将专属采购商城内嵌到客户内部ERP系统中，为客户提供混合云部署模式的解决方案。

翼采VEP

关注员工需求及体验、助力企业员工福利数字化转型为核心的一站式智能福利管理平台。

锦礼

具有用户管理、商品管理、营销运营等服务的企业数字化营销一站式解决方案。

蓝海豚

#### 优势技术

云计算 5G 大数据  
区块链 人工智能

技术支撑

汇集海量数据 多维供应链数据 数据网关保证

数据支撑

优秀的算法团队  
聚焦采购的算法体系

算法支撑

智能化分析/决策工具  
多场景智能服务

场景支撑

支持多种接入方式  
提供多种前端支持

服务支撑

## 云端升级、技术拓展，丰富解决方案优化企业采购管理

作为具有全球影响力的B2B采购管理平台，SAP Ariba依靠智能采购管理，前沿采购技术，将自身优势与企业需求相结合，助力更多企业升级传统采购模式，优化采购流程。针对企业要求采购灵活、敏捷、透明、高效的共同性，以及不同行业、不同采购环节、采购场景的特殊性，SAP Ariba提供丰富的解决方案。SAP Ariba所提供的解决方案，不仅针对具体项目进行升级与优化，更是从管理本身着手，实现采购各环节的全生命周期管理。此外，SAP Ariba构建完善的协同网络，为企业与供应商创造共赢的合作环境。最后，SAP Ariba在引入云计算、深度学习等技术的同时，更注重技术整合，让企业更好控制IT成本，迅速完成升级。目前，SAP Ariba 的解决方案，让数百万采购商和供应商在整个寻源到付款流程中实现无摩擦交易，帮助企业简化贸易合作，制定更明智的业务决策，并基于开放式技术平台扩展业务协作流程。

### SAP Ariba 解决方案及优势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 借助海量数据实现智慧企业支出管理，提升企业业务成果

企业在进行支出管理时常会面临如下问题：用户体验糟糕使得使用意愿难以提升，数据分布零散且彼此孤立，团队流程间存在壁垒而难以实现合作与信息共享。针对上述痛点，SAP Ariba提出以企业智慧支出管理变革传统管理模式，为企业带来更高的灵活性和敏捷性，从而以新业务模式推动企业转型。借助智慧支出管理，企业能够整理更多的支出、供应商、政策和风险数据，依托海量数据在流程关键点制定优秀的行动方案，更快速、更明智地进行决策，还可以更快速、更智能地执行从寻源到结算流程的各个环节，集中精力完成核心价值任务，最终帮助企业实现智能化转型。这期间整个流程需要恰当的架构和系统部署，抓住智慧企业支出管理的五大关键要求，最终实现解决方案的增强和轻松定制。

## SAP Ariba 智慧支出管理的关键因素

### 以灵活的方式管理数据

系统能够与来自业务流程、社交媒体和供应商等领域的数据进行交互，能够自动完善和增强数据，支持随时随地获取所需

### 轻松扩展和增强解决方案，实现定制

借助开放式架构、API以及由开发人员组成的合作伙伴生态系统，安全可靠地定制解决方案，有效地管控支出，构建自己的扩展组建和功能，价格合理



### 端到端地嵌入智能

通过投资人工智能、机器学习、区块链等技术提高从寻源到付款的智能化水平。借助智能套件有效利用新的创新成果

### 实现整个企业范围内的互联

SAP Ariba解决方案与下一代商务套件以及制造和供应链等领域的其他SAP智慧企业套件进行了集成，旨在支持数据的顺畅流动、流程自动运行和企业变革

### 突破企业限制

利用Ariba Network和一系列SAP Ariba API构建更多样化的数据集，从而快速访问数据，确保采购流程更顺畅高效

中国企业采购数字化管理行业现状

1

企业采购数字化管理偏好与应用情况

2

典型厂商案例分析

3

中国企业采购数字化管理市场趋势展望

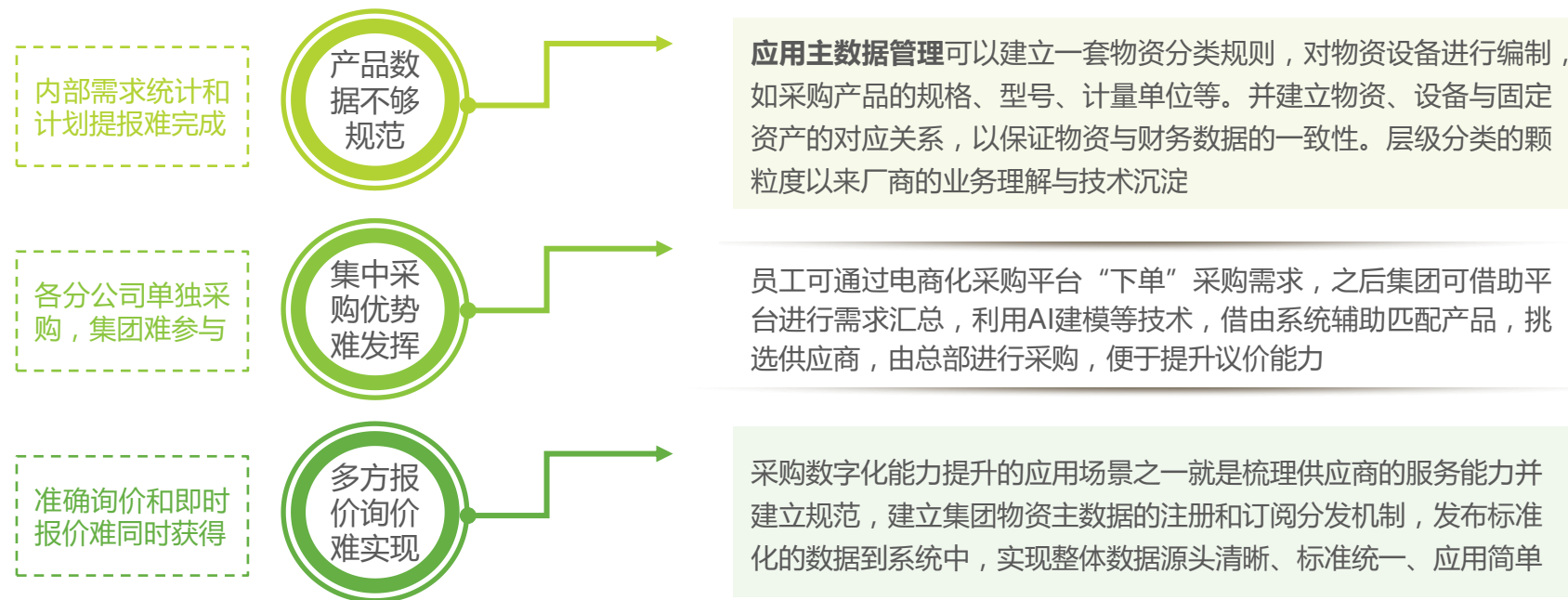
4

# 企业采购管理市场需求趋势洞察

## 大型企业对物资规范化管理需求提升，强调主数据管理能力

现阶段大型企业普遍已完成采购管理系统的搭建，需求逐渐转向物资管理能力的提升，即物资主数据管理。当前企业的采购管理普遍存在的三大痛点：第一是数据不够规范，使得内部采购需求统计和计划提报难以完成；第二是传统的主数据管理模式难以满足电商化采购下海量商品数据的管理需求，出现难以比价、难以分析价格和趋势变化；第三是物料规范不够统一，使得企业无法同时向大量供应商准确询价，供应商也很难及时、准确地报价，造成资源难以有效利用。基于上述问题，物资主数据管理成为企业“新宠”，可根据企业物资的分类和特性，如编码、描述、计量单位等信息，制定分类体系并编纂入库，对企业生产经营物料、供应商和仓库数据等进行统一管理，为企业实现采购数字化提供支撑。

### 企业采购管理市场需求洞察



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业采购管理市场变化趋势

## 非生产性物料采购需求增加，服务内容多元化成为趋势

在采购的供给层面，企业所需服务内容愈发多元化，不仅仅是供应链采购产品，也包括与财税业务、制度规范制定的结合，厂商要提升帮助企业“节流”的服务能力，以价值为导向。在企业的需求层面，现在有越来越多的企业开始从宏观层面布局采购业务，对企业采购的关注从生产性物料发展到对非生产性物料支出也给予同等重视的阶段。目前，以中大型企业为代表的企业用户逐渐对供应链中的采购环节给予越来越多关注，传统的软件厂商和创业型SaaS厂商都成为可选的实践，未来企业的需求将更加细化，厂商需提供包括软件平台、供应资源池和运营的一站式采购解决方案，才能真正实现软件加运营的云端一体化。

### 企业采购管理市场变化趋势：多元化

#### 供给端市场



——**发展趋势**：传统软件厂商逐步重视采购模块的服务能力，将云计算等新技术应用于软件的升级。专注于采购SaaS的厂商也如雨后春笋，帮助企业客户实现资源的高效运营和业务的全面协同。

资源运营

系统对接

服务价值

#### 需求端市场



——**发展趋势**：企业对采购数字化的需求逐渐增强，如对非生产性物料支出的关注进一步加深，在经济增速放缓的大背景下，从“节流”的角度提升企业经营业绩表现成为一项重要举措。

数据搜集与分析

采购效率提升

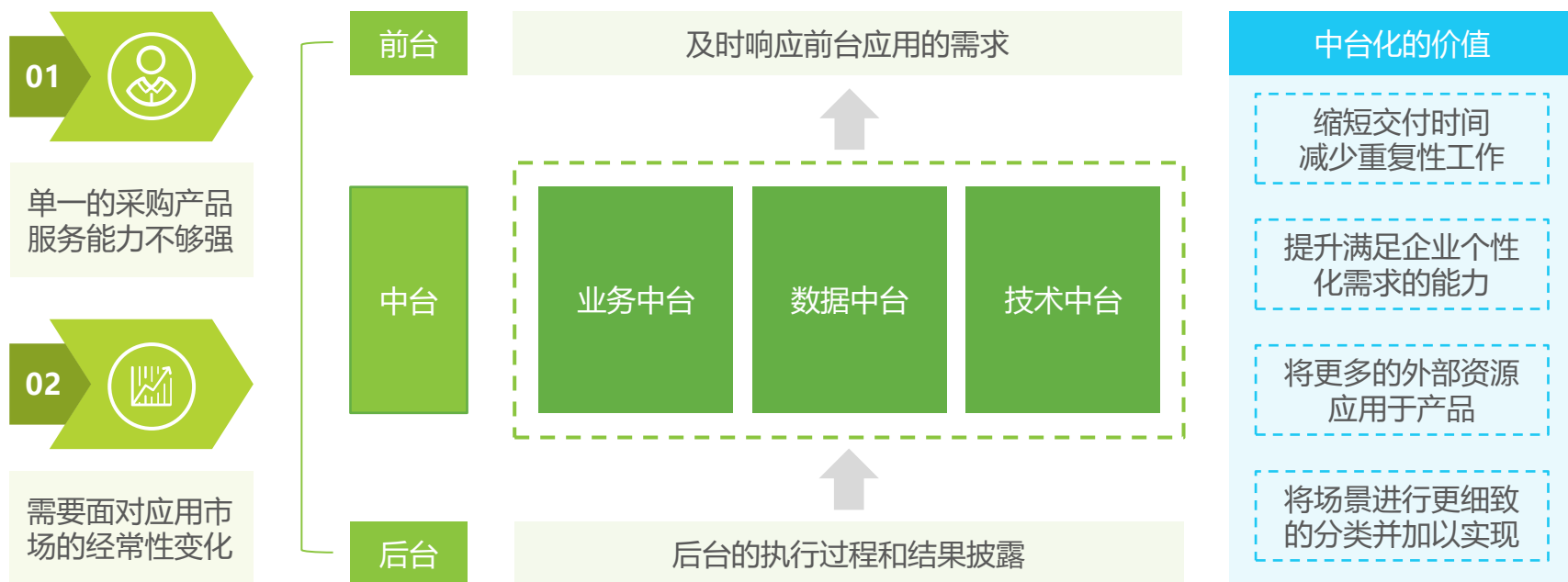


# 企业采购管理市场变化趋势

## 逐步向中台化发展，以通用能力帮助企业实现数字化采购

随着企业采购业务对数字化需求的不断增加，增强中台能力将成为采购管理厂商的发展方向。采购中台通常可分为业务中台、数据中台和技术中台三部分，技术中台用于对接外部需求，数据中台用于分析业务数据，业务中台用于快速响应前台需求。中台能力的增强能够帮助企业进一步降本增效，助力企业数字化转型中的技术应用升级，技术与业务管理进一步融合，以及组织重构。

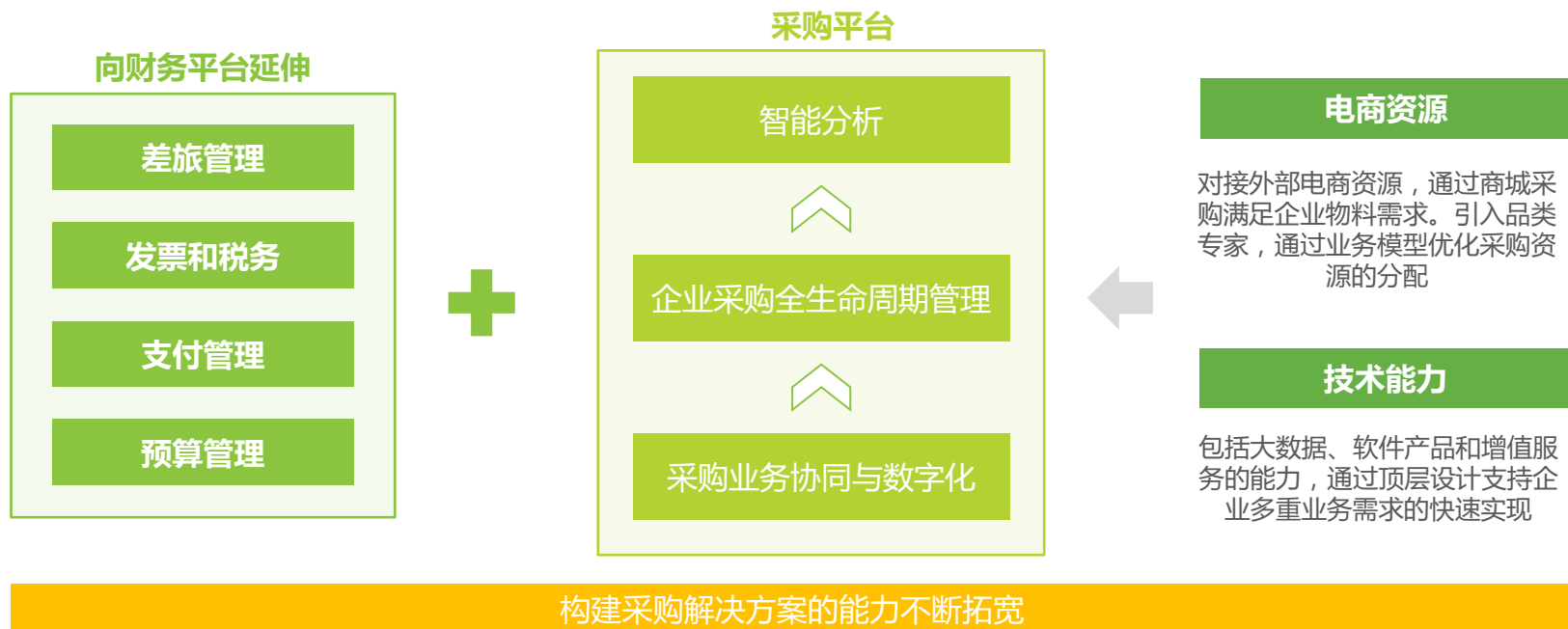
### 企业采购管理市场变化趋势：中台化



## 打通财税业务模块，实现企业采购的全面数字化发展

随着企业全面数字化转型步伐加快，采购数字化管理的边界将逐步扩展。厂商会进一步发掘采购数字化的落地场景，与外部资源供应商合作，依托业务数据和技术能力沉淀，为企业提供灵活的SaaS解决方案。采购模块将包括供应链的生命周期管理和业务的智能分析，作为中间层对接标准电商平台和企业内部ERP、CRM等系统，实现采购协同，并联结财务平台实现业务整体数字化，将采购与差旅管理、税务、支付融合，为客户提供一站式服务。这需要SaaS厂商有较强的业务洞察能力和系统性规划的行业解决方案，使得产品有更广的战略视野，更符合企业用户的使用逻辑。

### 采购数字化管理的发展方向





# 关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码  
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

## 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。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询