中国协同办公市场研究报告

2021年

海量行研报告免费读

摘要

协同办公市场的参与者可分为综合协同办公管理平台和垂直协同办公软件两类，其中包括以传统软件见长的**老牌OA厂商**，也包括以**SaaS**模式提供服务的厂商。协同办公软件作为通用型工具，用户覆盖各行业的多种场景，是**互联网巨头的B端主战场之一**。

中国协同办公市场的发展得益于宏观经济、软件开发技术和互联网行业的发展。随着实有主体数量不断增加，中国数字经济规模逐渐扩大，**协同办公软件量质齐升**。此外，消费互联网的迅猛发展使得传统软件产业深受影响，移动端能力成为重要发展方向。

2020年中国协同办公市场规模达到440亿元，疫情带来了大量的新用户，使得市场规模增速显著提升，同比增长率为43.5%。疫情过后企业远程办公需求减弱，**预计市场增速将有所回落**，2021年市场规模将突破500亿元，增速略高于疫情之前。

国产化替代是国内厂商发展的重要机遇。对于具有较高网络安全水平、能够实现自主可控的国内厂商，将有机会享受**大型政企客户**这一增量市场的红利。为提升市场竞争力，各厂商应在产品打磨上应更具“匠人精神”，构建**功能闭环**，以个体企业为中心向外辐射，实现全产业链协同。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

引子

协同办公挑战传统办公软件，带来自下而上的采购方式

在“协同办公”的概念流行之前，办公自动化软件在国内颇为流行，被认为是企业流程管理的好帮手，实现了全面地企业管理。但是随着移动互联网的兴起，员工的办公场景不再局限于办公室，团队协同的需求愈发迫切，传统软件面临诸多新的挑战者。互联网时代的用户需求变得不同，C端产品优秀的用户体验让员工对B端产品也有了相似的期待，软件使用是否流畅、便捷、贴近业务，都是企业员工关注的要素。传统办公软件的采购必须由管理层率先做出决策，员工是决策链的最后一环，仅仅扮演使用者的角色，而协同办公软件不仅支持自上而下的管理层决策，也可以由员工自发使用，在小团队中获得认可后，再在公司层面推广。

自上而下的传统办公软件采购与双通道的协同办公软件采购



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

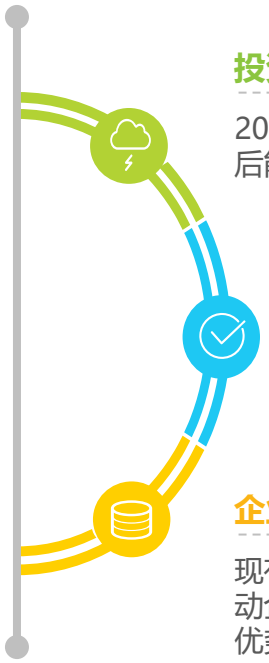
©2021.03 iResearch Inc.

引子

远程办公不再是常态，流量回落下协同办公市场将走将何方

距离新冠疫情爆发已经过去了一年，企业运作逐渐回归正轨，远程办公需求大大减少。在疫情正盛的时期，不仅企业员工需要使用协同工具打卡、开会、报销、招聘面试，学校老师与学生也纷纷用起了钉钉、腾讯会议等软件开展网课，但是疫情过后流量回落，关于协同办公市场的发展前景，不同角色有不同的观点。投资人担心市场遇冷，投资决策愈加慎重，用户逐渐发挥主观能动性，挑选合适的协同办公产品，而厂商间也波涛暗涌，竞争与合作并存。

来自不同市场参与者对发展前景的思考



投资人

2020年新冠疫情激活了多少潜在用户？短期流量退却后能有多少留存？

协同办公厂商

互联网巨头以免费模式入场，对其他类型厂商而言是机遇还是挑战？

综合平台型厂商纷纷进行生态建设，垂直厂商以ISV形式加入生态后是否会有更多的机会？

企业用户

现有的协同产品是否有更具性价比的选择？如果想推动企业数字化，还应该采购哪些软件？SaaS产品有何优势？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

互联网巨头做起B端的流量生意，钉钉助阿里圆梦企业社交

互联网行业与传统软件行业的本质不同，在于一个是供应商，靠项目盈利，另一个是渠道商，采用“薄利多销”的模式，依赖流量和技术。阿里、腾讯这样的互联网巨头在消费互联网取得巨大成功后，开始寻找新的蓝海，于是将目光投向产业互联网，而厂商基因使得协同办公成为颇受互联网巨头的青睐的入场第一站。协同办公是能触及各行业、各场景、服务全员的工具，是企业服务中最有能力聚集流量的地方，而做流量入口恰恰是互联网巨头们常用的变现的方式之一，快速扩张也是他们最擅长的打法。而流量背后，是通过将个体用户的工作场景数据与消费场景数据串联起来，构建完整的大数据库。

互联网巨头入场协同办公解读



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

首先，一起来了解中国协同办公市场的整体情况

- 定义“协同办公市场”
- 行业发展背景与历程
- 中国市场规模与产业图谱

中国协同办公市场概况	1
全球协同办公市场概况	2
中国厂商机遇与挑战	3
企业用户需求分析	4
典型厂商案例	5
协同办公市场发展趋势前瞻	5

协同办公市场的概念界定

满足多端多场景办公需求，实现企业内部协同和管理提效

协同办公是指利用计算机和网络向多人提供的软件服务，满足企业员工远程办公、实时协作和高效管理的需求，实现及时沟通、数据共享、移动办公等。随着技术的进步，其内涵在办公自动化（OA）的基础上不断丰富，逐渐强调协同能力的提升。其核心功能是简化办公流程、整合多种办公场景，具体包括统一通信应用、企业内容管理、企业社交软件、协作平台等。根据产品体系，提供协同办公软件的厂商可分为综合协同办公管理平台和垂直协同办公软件两类，而根据服务模式的不同，也可以分为传统软件厂商和SaaS厂商。

协同办公行业概念界定

01

综合协同办公管理平台

深入企业的组织管理体系，整合内部各类业务系统，从企业的日常工作与管理出发，实现流程审批、即时沟通、文件管理与传递等需求的开放平台。

- 老牌OA厂商：以定制化服务为主，近几年开始注重发展SaaS和移动端服务能力。
- 互联网巨头：企业移动办公平台，软件易用且有价格优势，是互联网巨头由消费互联网转向to B的“矛”。

02

垂直协同办公软件

关注垂直场景需求的协同办公软件，常作为企业的“工具”与其他软件共同使用，如视频会议、内容管理、项目协作、企业网盘等。

- 传统软件厂商
- SaaS厂商

定制化是突出特点

传统软件通常以私有部署的形式为企业提供服务，耗资大、迭代慢，但可以根据企业需求灵活定制，因此颇受大型企业和有行业特需客户的青睐。

轻便灵活是核心优势

企业应用SaaS软件时无需采购底层资源，具有初期费用低、迭代迅速、覆盖赛道广等特点，是针对管理平台的良好补充。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

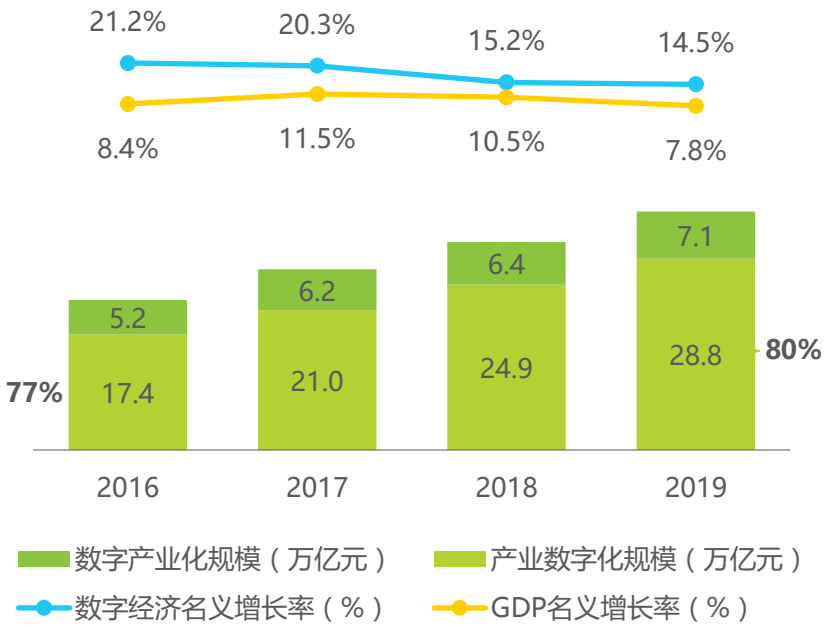
©2021.03 iResearch Inc.

发展背景：宏观经济水平

潜在用户池不断扩张，数字化是未来重要的发展方向

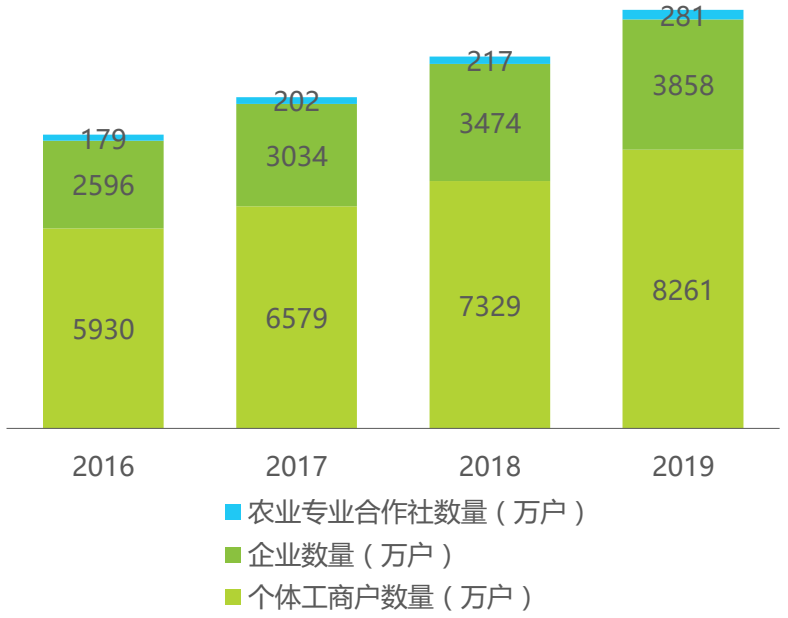
在国家的号召和政策扶持下，企业纷纷开始数字化转型，产业数字化在国民经济中表现出强劲动力，数字经济规模不断扩大。2016年我国数字经济规模为22.6万亿元，而2019年上升至35.8万亿元，占GDP比例达到36.2%，其中产业数字化占数字经济的比例已上升至80.2%。在2016至2019年间，中国企业数量从2596万户增长至3858万户，快速扩充了潜在用户池，使得协同办公市场用户的增长成为可能。

2016-2019年中国数字经济规模及结构



来源：中国信通院《中国数字经济发展白皮书（2020年）》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2016-2019年中国实有主体数量



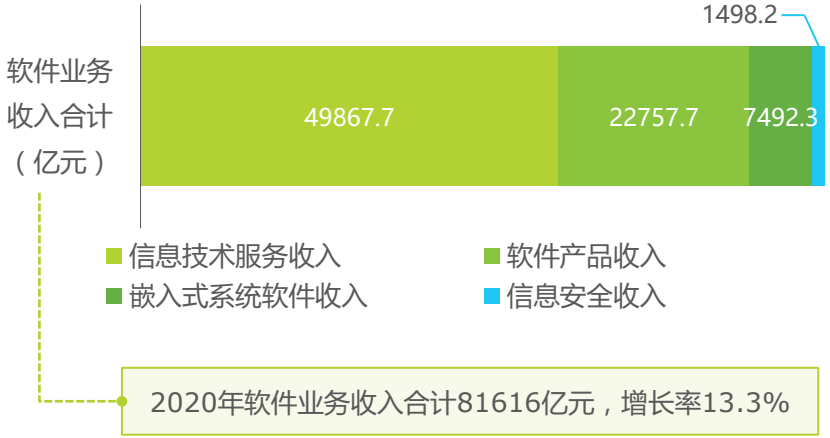
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展背景：软件行业概况

中国软件产业量质齐升，数字化转型下企业协同需求增加

中国数字经济发展势头强劲，新兴产业不断壮大，并推动传统产业数字化转型加速，使得软件业焕发新生机。得益于规模效益，中国软件产业实现量质齐升，2020年软件业务总收入超8万亿元。以传统软件形式提供协同办公服务的厂商也迎来新一轮的机会，如提供会议硬件、私有部署办公系统的厂商可借助云服务模式进一步提升服务质量、覆盖更多的业务场景，提高为企业客户服务的能力。

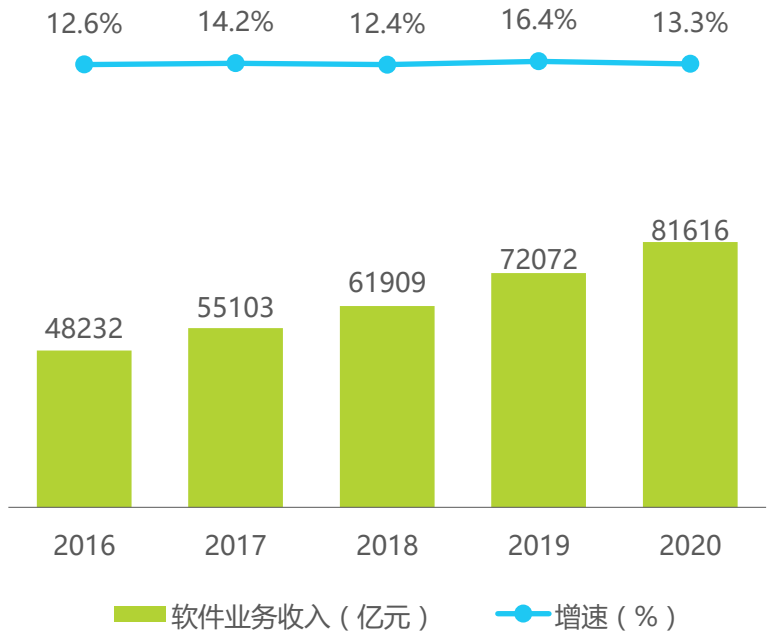
2020年全国软件和信息技术服务业主要指标



注释：软件和信息技术服务业统计范围为：1.在我国境内注册（港澳台地区除外），主要从事软件研发、系统集成及相关信息技术服务业务，且主营业务年收入500万元以上，具有独立法人资格的软件企业；2.在我国境内注册，主营业务年收入在1000万元以上，并有软件研发、系统集成及相关信息技术服务收入，且该收入占本企业主营业务收入30%以上的独立法人单位；3.在我国境内注册，主要从事集成电路设计的企业或者集成电路设计和测试的收入占本企业主营业务收入60%以上，且主营业务年收入500万元以上的独立法人单位。

来源：工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2016-2020中国软件业务收入增长情况



来源：工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

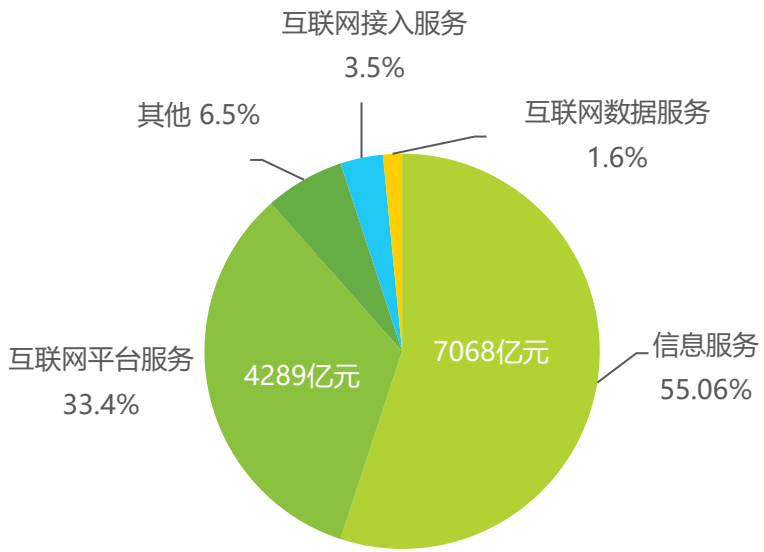
©2021.03 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

发展背景：互联网的影响

互联网影响B端服务模式，软件上云是未来方向

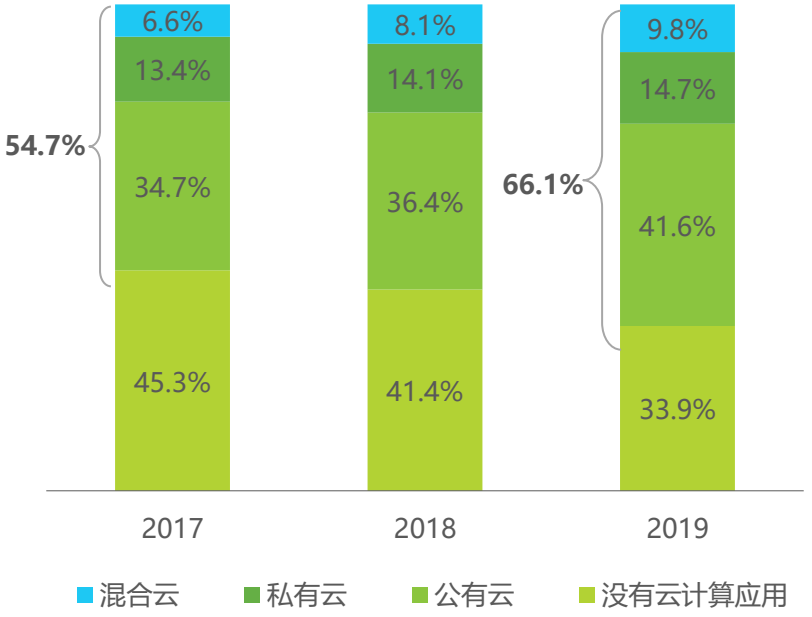
2020年中国规模以上互联网和相关服务企业业务收入12838亿元，同比增长12.5%，业务稳中有落，细分领域呈现不同增长态势。互联网改变的不再仅仅是C端用户的消费、娱乐方式，也使得企业软件从私有化走向云端，2019年云服务市场规模超1600亿元，未来市场规模保持高速增长。

2020年中国互联网和相关服务业运行情况



来源：工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2017-2019年中国企业云计算使用率



来源：中国信通院《云计算发展白皮书（2018-2020年）》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展背景：移动端需求

移动端成为互联网应用的重要场景，PC端办公软件地位动摇

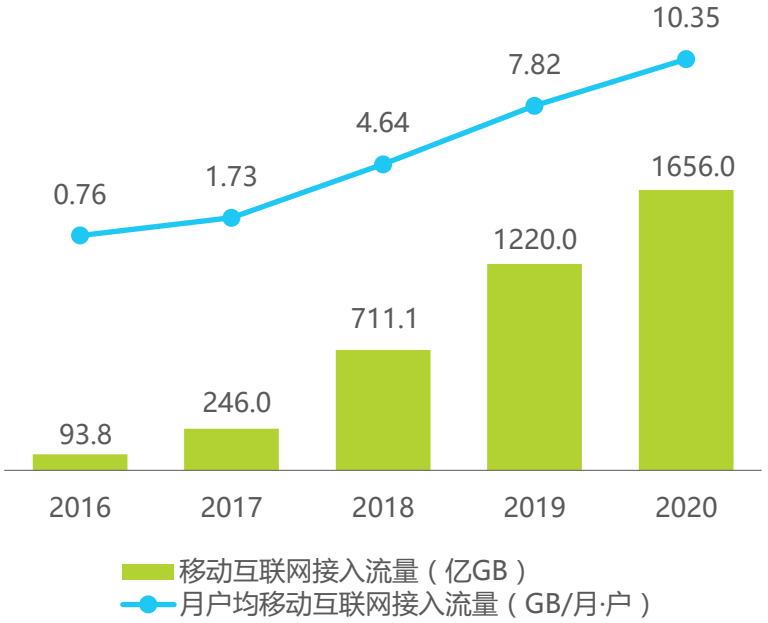
传统软件普遍是基于线下的办公场景和PC端用户建设的，已经难以适应移动互联网改造后的新时代。2017年后中国移动电话的普及率破百，即每一百人使用的移动电话数已经超过了100部，而移动互联网的流量也从2017年开始出现几何式增长，2020年每户每月的移动互联网接入流量超过10GB，移动端成为互联网应用的主要场景。因此协同办公厂商应重视用户使用习惯和需求的改变，将研发重心从办公室PC端扩展至多端多场景。

2016-2020年中国移动电话普及率



来源：工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2016-2020年中国移动互联网流量及月DOU增长情况



来源：工信部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

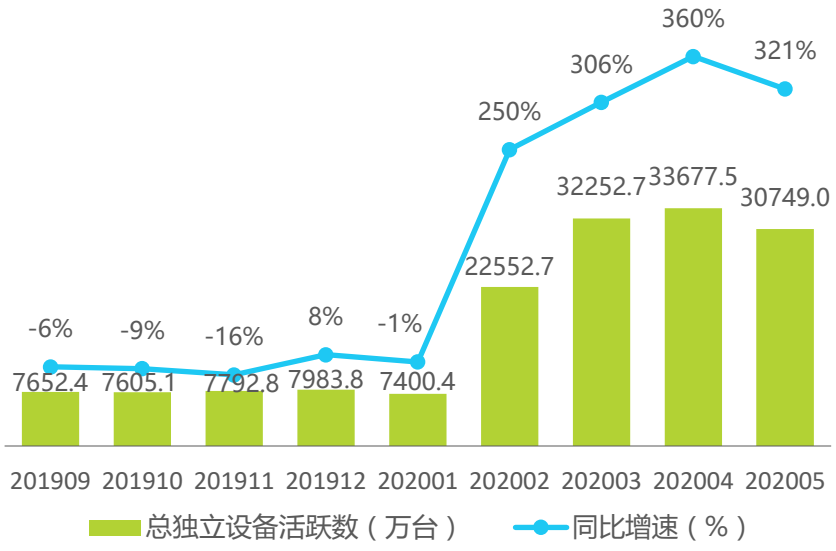
©2021.03 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

发展背景：新冠疫情

远程办公需求激增，协同办公厂商获得流量红利

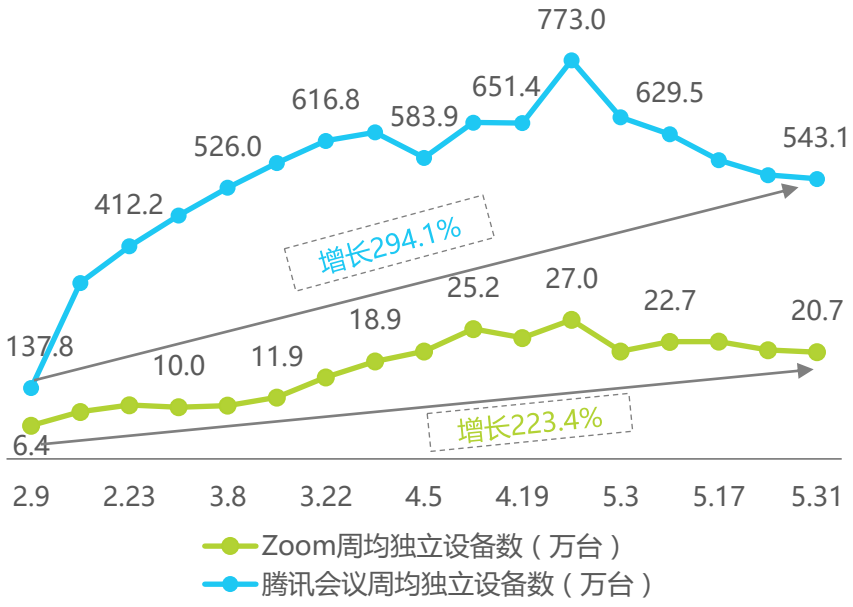
新冠疫情使得企业大规模实行远程办公，也因此为协同办公厂商带来了巨大的流量红利。根据mUserTracker数据显示，疫情期间视频会议厂商腾讯会议的周均独立设备数一度达到773万台，而2月这一数据仅为137.8万台。综合看效率办公类软件，2020年的总独立设备数比2019年增长200%以上。诚然，疫情为厂商带来了大量、优质、低成本的流量，但是疫情后的留存问题，还需要从协同办公软件的性价比、安全性、产品能力等角度向客户证明其价值。

mUserTracker-2019年9月-2020年5月效率办公类App月独立设备活跃数与同比增长率



来源：mUserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

mUserTracker-2020年2-5月Zoom与腾讯会议App周均独立设备数



来源：mUserTracker多平台网民行为检测数据库（桌面及智能终端）。

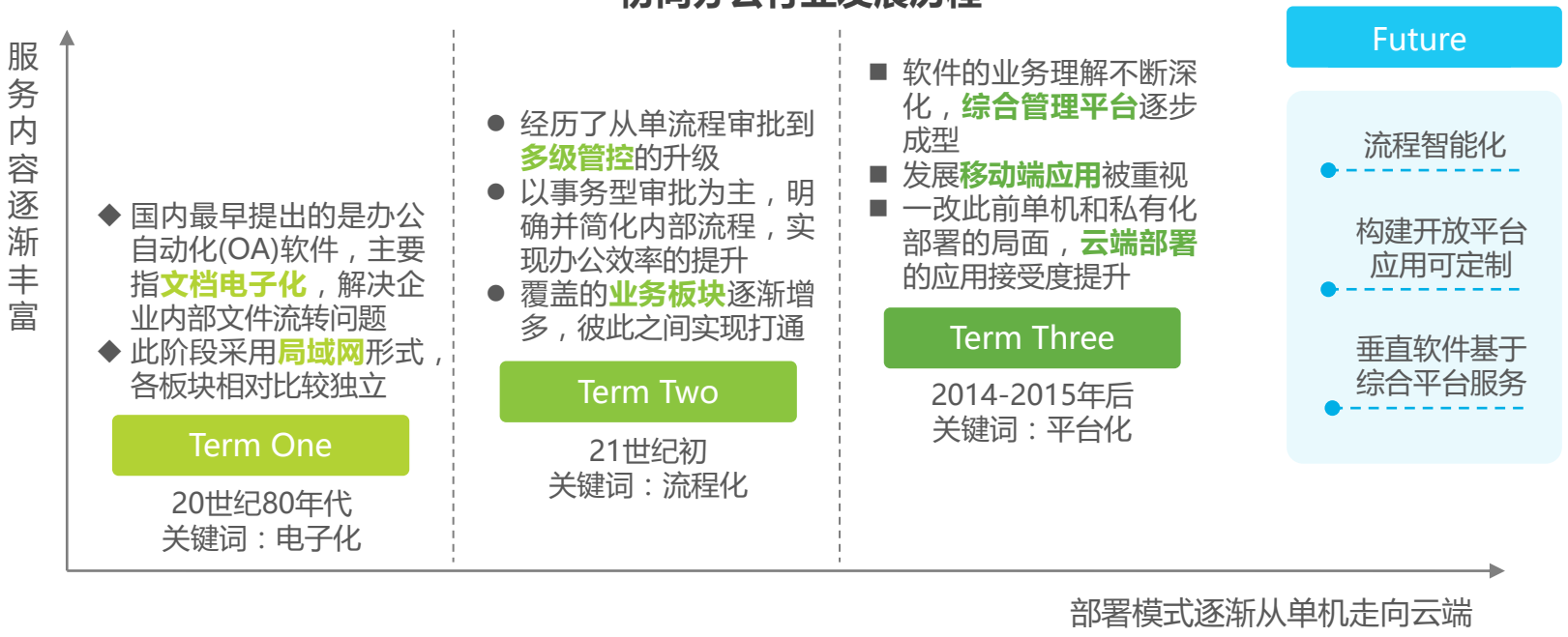
©2021.03 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

中国协同办公市场演进路径

流程管理与平台服务相得益彰，向智能化和云端部署前进

在应用发展视角下，协同办公行业的演进体现的是沟通工具的变迁与流程管理的升级。20世纪中叶世界范围内出现了电子数据处理EDP和管理信息系统MIS，而中国是源于1985年全国第一次办公自动化会议，此后提供流程审批、文档管理系统、知识管理等服务的软件厂商如雨后春笋。进入21世纪，互联网的快速发展使得企业面临信息爆炸的压力，对企业管理提出了新的需求，此时深度的企业管理和资产智慧化成为关键，头部的办公自动化（OA）软件厂商逐渐向综合管理平台发展。2014-2015年后，中国刮起了企业级SaaS的春风，此时公有云实力和互联网技术也有所提升，推动了一些深耕细分场景、发展移动端的协同办公厂数量增加。

协同办公行业发展历程



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

中国协同办公产业图谱



注释：垂直协同办公软件中，绿色表示服务以SaaS形式为主，蓝色表示以传统软件为主。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

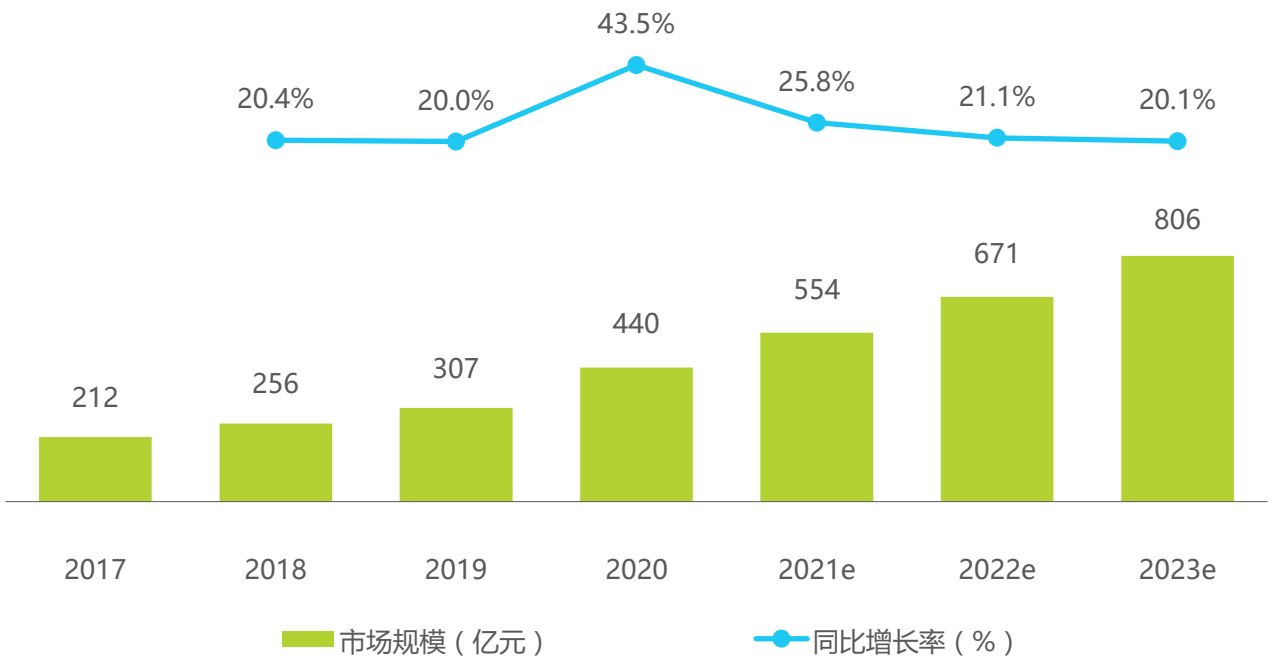
©2021.03 iResearch Inc.

中国协同办公市场规模

2020年市场规模440亿元，疫情后整体市场增速放缓

协同办公市场的组成部分包括部分传统软件和垂直赛道的SaaS软件，其中老牌OA厂商也开始向云端转型，提供本地部署+SaaS的OA系统，是综合协同办公平台中的重要类型。新冠疫情下远程办公需求使得协同办公市场增速迎来一个小高潮，2020年增速为43.5%，但是随着流量回落，市场又将回到稳健发展的路上。

2017-2023年中国协同办公市场规模



来源：根据公开资料、企业访谈，结合艾瑞统计模型核算。

©2021.03 iResearch Inc.

第二步，横向了解全球协同办公市场

- 全球市场规模
- 中美两国对比

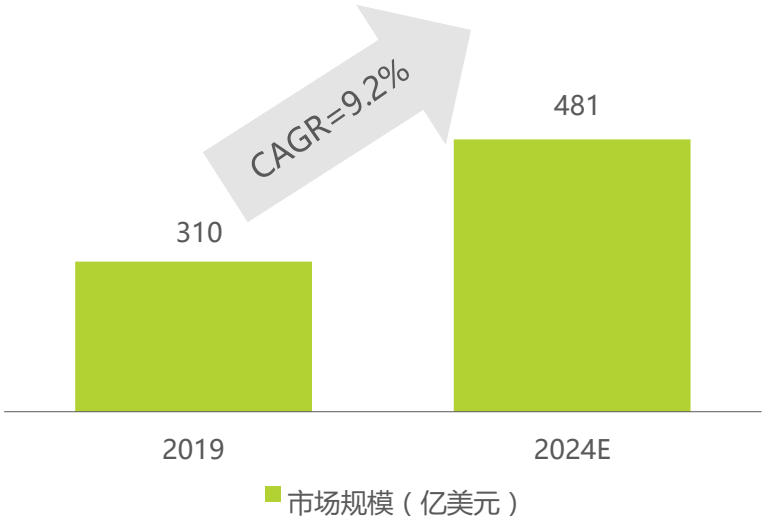
中国协同办公市场概况	1
全球协同办公市场概况	2
中国厂商机遇与挑战	3
企业用户需求分析	4
典型厂商案例	5
协同办公市场发展趋势前瞻	5

全球协同办公市场规模

全球协同办公市场增速近10%，TeamWork Apps增速超50%

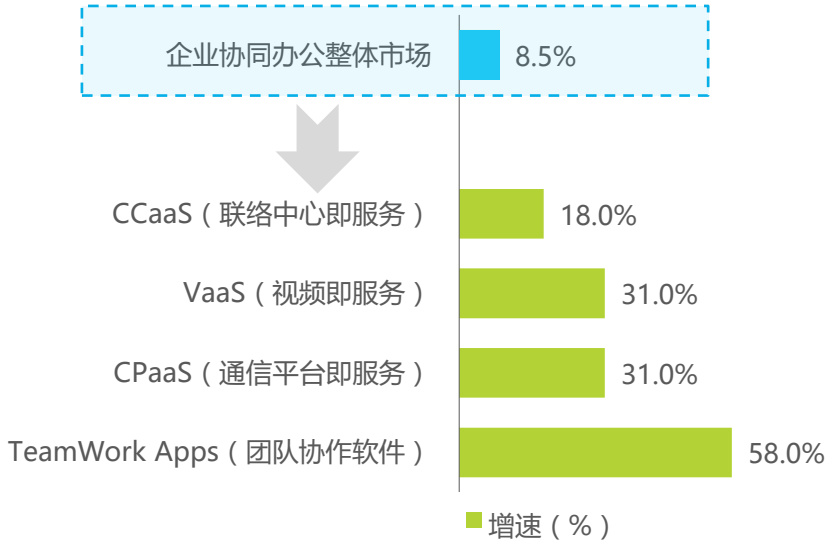
近年来，全球协同办公市场发展迅速，2019年企业协同办公市场规模为310亿美元，预计2024年将达到481亿美元，整体市场增速近10%，其中增长较快的赛道有CCaaS、VaaS、CPaaS和Teamwork Apps。厂商的成长动力主要有三个来源：第一是企业的需求驱动，即企业需要更多对业务有深度理解、能提升工作效率的软件。第二是疫情全球范围内出现大量的远程办公需求，至今一些疫情重灾区国家的企业仍保持近乎全员在家办公的状态，这使得视频会议、文档协同需求增加。第三是成长环境不同，导致发展水平呈现区域不均的情况。一些发达国家如美国市场高度垂直化，软件基础好，诸多世界知名软件厂商均来自美国，如Zoom、Slack等，是全球市场规模的重要贡献者。

2019-2024年全球企业协同办公市场规模



来源：Markets and Markets，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019年全球企业协同市场及部分细分赛道增速



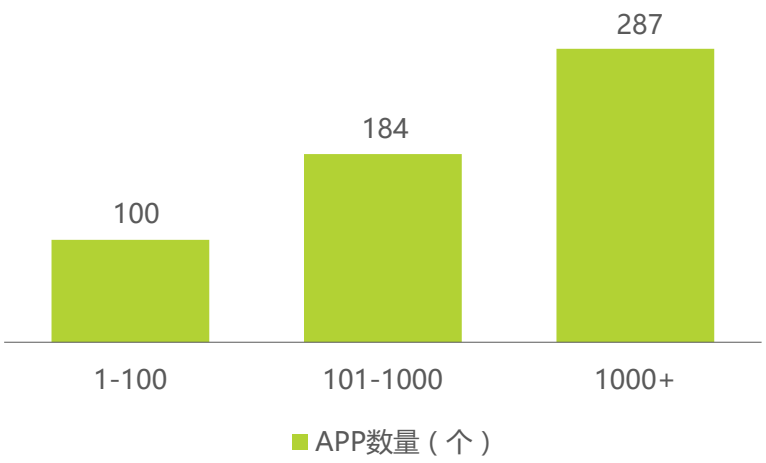
来源：Synergy Research Group，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

全球协同办公SaaS软件应用情况

企业的付费意愿是厂商营收的引擎，美国企业支出多于中国

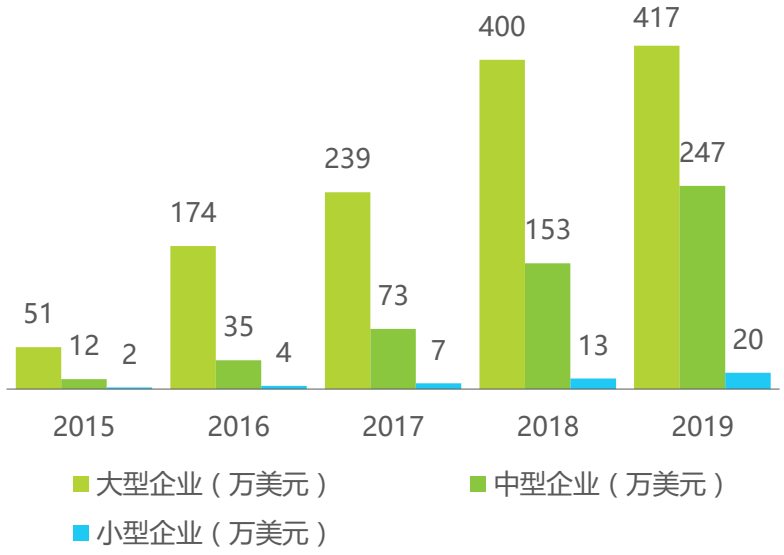
国内规模较大、经济发展水平较好的大型企业普遍已有了综合管理平台，用于满足日常流程审批、协同工作和管理的需求。但综合平台也存在一些问题，如很难满足企业多场景的深度业务需求，于是给了以SaaS模式提供垂直服务的工具型产品的厂商发展的机会。放眼整体SaaS市场，2019年企业平均使用软件数目过百，中型企业平均支出金额超百万美元，且随着经济的发展和企业逐步壮大，用到的软件数量也在显著增加。但这一数据也存在强烈的区域差异，众所周知，美国是SaaS发展最为成熟的市场，而相比之下中国小型企业使用的软件数量明显少于平均值。

2019年全球不同员工规模企业平均使用SaaS软件数量



来源：Blissfully，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2015-2019年不同规模企业平均SaaS软件支出



来源：Blissfully，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

中美协同办公市场差异

国内厂商难以复刻Slack的成功，第三方工具集成平台道阻且长

中美市场协同办公行业的发展存在诸多不同。美国存在集成了大量第三方工具，以提高沟通效率为卖点的软件，如成立六年便实现上市、估值破百亿美元的Slack，但是中国却鲜少有此类软件。中国协同办公最早的厂商是做OA系统的独立厂商，之后逐渐开始发展移动端，覆盖更多的业务场景，然而美国OA平台的建设还是由SAP、Oracle软件厂商负责。究其根本，无外乎四点：对新事物的尝试意愿、不同文化下用户对工作与生活界限的认知、移动互联网的发展进程和软件环境基础。Slack的突出优势是集成了大量的第三方工具，并以优秀的产品体验服务用户。然而中国现在是资源已有但开放性不足，需要头部综合平台厂商率先提高开放程度，才能为类Slack软件提供发展空间。

中美协同办公市场差异与原因

➢ 为何中国没有出圈的“Slack”？

中美差异：Slack是集成了Dropbox, Google Calendar, Trello等百余种软件的团队协作工具，因其减少打扰、简化入口等优势被千万用户喜爱，但是中国对这类软件需求并不强烈，也没有知名的类似产品

- 中国软件开放程度低，外部平台难以获得主流软件的API，建设集成平台难实现
- 中国员工平均使用软件数目远少于美国，对整合软件入口的需求并不强烈
- SaaS软件在中国发展不成熟，用户付费意愿和低客单价使中国厂商面临营收难题
- 微信、QQ强大的功能使得团队沟通需求被分散

➢ 为何美国没有独立OA软件厂商的概念？

中美差异：中国最早做协同办公的是OA软件厂商，如致远、泛微，但是美国没有专门做协同软件的OA厂商，巨头仍是SAP、Oracle企业软件服务公司

- 美国的OA系统通常被集成到ERP、CRM等系统中，由软件厂商综合提供，各系统之间数据打通
- SAP、Oracle这类厂商发展历史悠久，产品功能全面，能满足客户的大多数需求

➢ 为何中国移动端需求旺盛

移动互联网下的使用习惯：工作与生活没有明确的界限，因此更看重信息沟通的及时性

➢ 为何中国SaaS厂商营收颇低

比微软为例，license、订阅和私有化中license营收占比较大，但是中国是做定制化的企业营收更可观

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

基于中外市场全局，中国企业应何去何从？

- 供给端厂商
- 需求端企业
- 典型厂商案例

中国协同办公市场概况	1
全球协同办公市场概况	2
中国厂商机遇与挑战	3
企业用户需求分析	4
典型厂商案例	5
协同办公市场发展趋势前瞻	5

协同办公市场发展掣肘

传统办公软件升级需求非刚性，小微企业付费能力是难题

在企业服务软件领域，协同办公是发展较快的赛道，但是与美国的万亿市场相比，中国的发展进程仍存在不少阻碍。大型企业或多或少都应用了部分OA软件，多年来已成为企业庞大组织架构的一部分，不仅难以“大换血”，而且改造升级也是一笔不菲的支出。因此，虽然协同办公的优势管理层耳熟能详，但在实际应用中，除钉钉、飞书这类效果显著、价格较低的软件外，企业并不愿意为协同花更多的钱。而对于小微企业，“能省则省”的理念使得不以“创收”为目的的协同办公软件难俘用户芳心。

协同软件需求端和供给端发展问题

软件厂商 1

数据化：协同办公系统与ERP、CRM、财务等系统之间尚未完全打通，数据流转效率和智能化程度不高

移动端：移动端发展较好的多为互联网平台和垂直软件，服务大型企业的厂商移动端能力偏弱

服务深度：行业理解的服务深度，不能紧密满足企业需求；与其他软件的集成合作



环境难题：长期存在

- 企业的付费意愿和付费能力弱
- 小企业难以承担大型软件费用

企业认知

- 企业对OA使用价值的认知决定了付费意愿

需求端企业 2

环境问题：厂商面对营收难题被迫烧钱为济，不利于激发市场创新活力

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

协同办公市场发展新机遇

智能化、国产化与网络安全三大机遇当前，厂商应及时布局

协同管理软件在中国虽已发展了数十年，但行业整体格局仍较为分散，市场集中度较低，距离行业天花板仍有较大的空间。随着近几十年互联网对传统软件行业的改造，未来智能化办公、全面协同、软件国产化和互联网安全建设都将成为协同办公厂商发展的关键词。近年来，企业数据量的激增，如何快速从中获取有价值的信息成为难题，“智能化”频繁出场。瞬息万变的市场也使得用户对企业得服务的需求和企业对厂商软件的需求都富于变化，厂商如何解读新机遇，找到发展策略变得愈发重要。而国产化替代愈演愈烈，诸多政企纷纷转寻国内厂商，通过背景评估与安全性考量的企业将会有新的优质客户，是重要的营收增长来源。

协同办公市场发展的机遇

关键词1: 智能化办公的浪潮

实现智能化办公是指围绕企业的办公场景，软硬件结合地整合考勤、会议、流程审批、文档协作等办公需求，提高企业资源利用效率和管理决策的科学性，构建自动化、智能化的办公空间。

- 硬件厂商综合化：优质对接服务/自主开发配套软件
- 软件厂商场景化：覆盖更多细节需求，沉淀并分析业务数据，让资源分配更智能
- 针对小微企业简化办公系统，降低采购和使用门槛

关键词2: 软件国产化的风向

面对动荡的国际形势，政府和企事业单位紧锣密鼓地推进国产化软件对国外产品的替代，释放国内IT产业发展空间，大量新增需求是对国内厂商的重大利好。

- 综合协同办公管理平台厂商可对政府、大型国央企的业务需求给予更多关注，发挥平台型软件功能，集成应用
- 信息化应用创新厂商在产品创新和产品体验上发挥特色

关键词3: 网络安全建设的观念

云环境日益复杂，企业对协同软件能否保持安全稳定运行给予了更多关注，妥善应对网络威胁。大力发展信息安全产业。

- 从防守转向主动防御
- 协同软件厂商与网络安全技术厂商合作
- 航空航天、军工、能源、金融、通信等重点行业更注重采用国内自主研发、 安全可靠的信息技术和产品

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

协同办公厂商发展策略

借助国产化替代的东风，提升网络安全自主可控水平

为应对美国频频出手扼制中国科技发展的不轨企图，国家出台一系列政策扶持国内厂商，减少对国外的技术依赖，“国产化替代”被按下快进键，并向政府主导倾斜。国产化的意义在于从产业链全局的角度降低中国的采购成本，或减小因国外垄断带来的高价倾销或禁限风险。因此协同办公厂商可借此东风，打出“国产”标签，将政府和大型国央企作为增量市场。但是国产化替代的红利背后是对产品降本增效效果的评判，厂商也迫切需要提升产品服务能力，以协同办公产品帮助企业提升实时协作和管理能力，赶上全民上云的数字化转型潮流。

国产化风向下厂商的发展策略

强调“国产”属性

随着国际关系日益紧张，“国产化替代”愈发迫切。协同办公软件会涉及企业机密内容，政府和大型国央企对公司属性十分关注，企业可在拓客过程中强调自身“国产”的标签。

与头部网络安全企业合作

网络安全水平是国家信息安全的保障，对于发展较短、资金不充足、安全技术积累较少的部分垂直厂商，可选择与专业的网络安全企业合作，强化能力。

大型政企客户增量市场

在国家倡导政府数字化，推动企业数字化转型的背景下，诸多有资金实力的政府和企业开始将协同办公能力作为数字化的重要环节，是优质的增量市场。

深化产品的业务理解

虽有“国产化替代”和“云服务”的加持，但都不是发展的万能解药。企业的核心目的仍是降本增效，因此产品的平稳性、响应速度、兼容性、场景丰富度等仍是厂商的重点。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

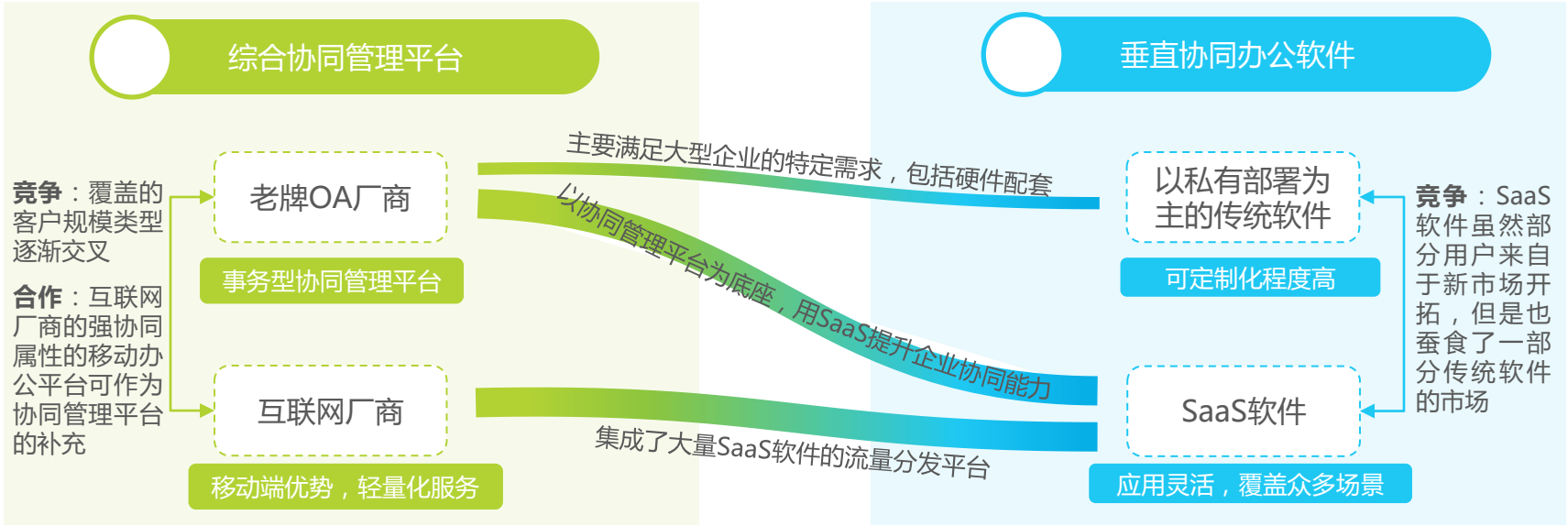
©2021.03 iResearch Inc.

厂商竞争与合作

行业走向平台+软件集成的形式布局，SaaS软件角色转变

目前协同办公市场主要有两类玩家，分别是综合协同管理平台和垂直协同办公软件厂商。综合平台可细分为传统的OA厂商和新型的互联网厂商，老牌OA厂商的服务形式仍是整套的定制化系统，可满足企业的定制化需求。而垂直软件更倾向于满足特定场景下的深度需求，目前以SaaS的服务形式居多，完全私有部署的垂直软件更倾向于与大型软件厂商共同提供服务。这些厂商之间存在竞争，却又彼此合作。在厂商竞争中，基因很重要，决定了对客户需求的洞察程度，因此各玩家均会根据自身业务特点和发展需求获取差异化的竞争优势，如采取跨界合作、优势互补、打通产业上下游等策略。

协同办公厂商的竞争与合作



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

中国协同办公市场概况	1
全球协同办公市场概况	2
中国厂商机遇与挑战	3
企业用户需求分析	4
典型厂商案例	5
协同办公市场发展趋势前瞻	5

企业用户协同办公需求分析

从需求层次视角，企业所需产品功能是逐步叠加的

企业对协同办公的需求是不断叠加的，按照基础需求、发展需求和特定需求的层级递进。演进的路径也是企业应用的产品的叠加路径，从高频到低频，从通用到特殊，从单品到平台。最基础的需求是将人与人、人与工作整合起来，如即时通讯、考勤管理、流程管理等大众化的基础功能。在有了“地基”后，开始建设产品生态和综合管理平台，整合更多的第三方应用，强化体系的服务能力。个性化需求从体验出发，在不必要的环节解放人力。发展需求中各行业之间存在较大差别，优先级不同，对软件的部署形式也有不同的倾向。满足这一层次需求的软件是为了实现高度分工，关注团队的效率。

企业协同办公需求分析：需求层次视角



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

企业用户协同办公需求分析

大型企业的协同需求是自上而下的，小型企业是由点及面的

企业协同办公的需求受企业规模影响，规模越大的企业需求越复杂，实现协同办公的管理难度就越大，所需产品的功能就越强大，数量也越多。大型企业为实现规模管理，需要管理层搭建底层的软件平台，并且通常已经有一些软件基础，因此综合平台厂商中的传统型渗透率比较高，需要平台的优化升级，其需求是从决策层向执行层落实的。中小企业经费有限，需求相对简单，采购的驱动力是必须的需求比如审批、考勤，因此通常是先满足几个刚需场景，更青睐SaaS模式，在壮大后需要进阶的统筹型。

企业协同办公需求分析：企业规模视角

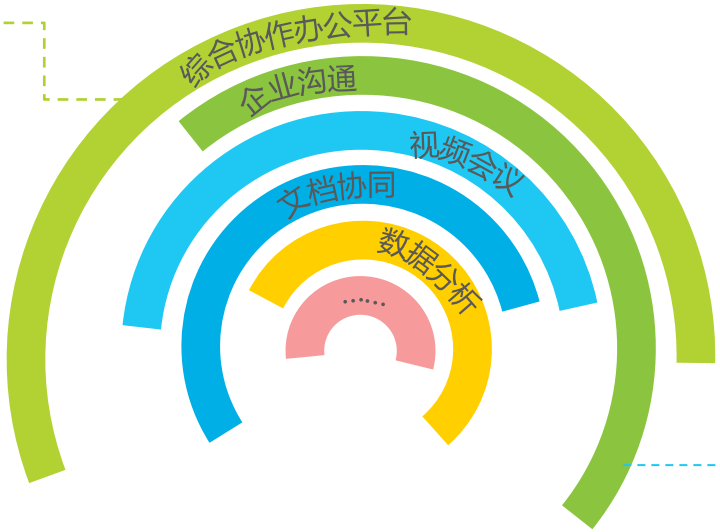
大型企业：自上而下

- 大型企业的软件采购是从决策层到执行层落实的
- 基于综合管理平台接入新软件，因此平台的建设需要高度定制化。
- 要求透明合规
- 关注与其他系统打通

信息安全：加密传输、容灾备份

满足定制化、二次开发的能力

较高的售后服务水平，即时响应



小型企业：由点及面

- 小型企业采购协同办公软件是从解决突出问题、有显著效果、成本较低的产品出发
- 要求软件上手容易、开放性好，能够自主开发，并且学习成本低

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

企业用户的关注因素

成本、价值和操作难易程度三大因素，是企业核心关注点

企业用户从传统办公软件转向协同办公软件是渐进式的，决策的核心关注要素主要有三点，分别是产品价值、采购成本和使用效率。企业选择产品时要考虑业务需求、公司规模和预算。以资金充足的大型企业为例，软件能否定制化、是否支持二次开发、信息安全防泄漏的水平都是重要的考量因素。规模越大的企业越青睐开放平台，可以基于开放平台API或者SDK化二次开发。软件采购后企业需要对实施效果进行评估，主要可根据使用人数和迁移数据量来判断是否实现了1+1大于2的效果。

企业选择协同办公产品时的关注因素

传统办公模式存在的弊端

- **办公场景局限**
  基于PC端，无法解决外勤、非上班时间紧急处理事务等需求
- **软件使用成本偏高**
  传统的采购包括软件License、实施、售后等费用
- **信息处理与反馈不及时**
  场景的局限使得业务很难在非PC端和工作场所外的地方开展
- **存在信息孤岛**
  各系统之间都比较独立，很难综合各方数据进行智能分析

“价值何在”

- 连接办公场所以外的诸多场景，实现随时随地处理办公信息，并加快信息触达
- 整合办公所需各类软件，简化入口，提高使用效率，将员工从繁琐的流程事项中解放出来
- 打通各业务模块、智能业务分析、数据可视化等，管理者也能更直观了解企业状况

“成本高吗”

- ✓ 按需付费，减轻一次性采购的资金压力
- ✓ 基于平台可进行二次自主开发，满足企业灵活多变的需求，也减少重复开发的浪费

“操作难吗”

- ➢ SaaS软件“即买即用”，为用户提供近似C端产品的便捷使用体验，学习成本远低于传统私有化部署的软件

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

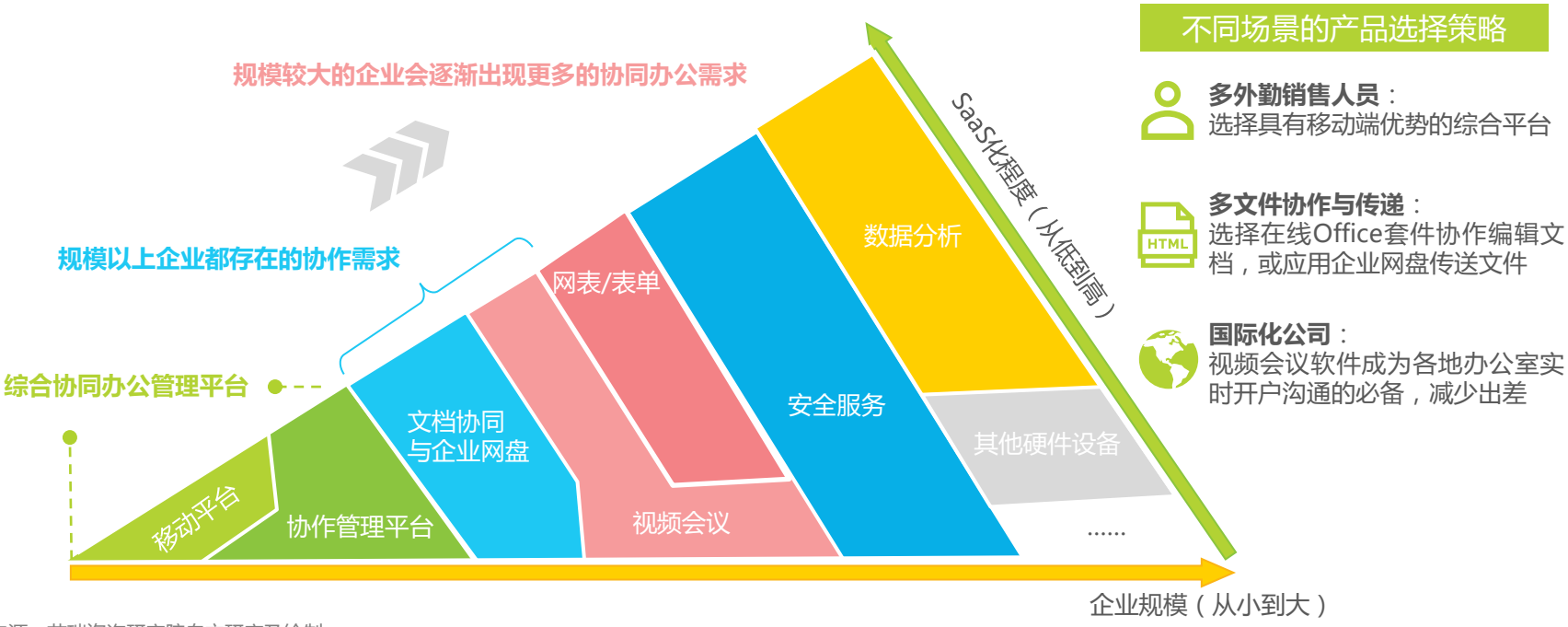
©2021.03 iResearch Inc.

协同办公产品选择策略

规模以上企业应首先架设管理平台，再集成更多垂直应用

综合协同办公平台是规模以上企业都需要的协同办公产品，一方面满足了最基本的内外部沟通和流程审批的需求，另一方面也提供了协同平台，便于更多的其他软件集成到这一平台上，整合功能与入口。这里的代表厂商既包括老牌OA厂商，也包括互联网背景的新型移动办公平台厂商，企业可根据自己的规模和办公场景需求自主选择。选择产品需要关注三点要素：第一是产品功能性，厂商的技术和产品体系是否能够满足企业需求，第二是解决方案能否覆盖云、端和垂直行业，第三是该厂商的服务是否具有可持续性。

企业协同办公产品选择策略



不同场景的产品选择策略

多外勤销售人员：
选择具有移动端优势的综合平台

多文件协作与传递：
选择在线Office套件协作编辑文档，或应用企业网盘传送文件

国际化公司：
视频会议软件成为各地办公室实时开户沟通的必备，减少出差

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

中国协同办公市场概况	1
全球协同办公市场概况	2
中国厂商机遇与挑战	3
企业用户需求分析	4
典型厂商案例	5
协同办公市场发展趋势前瞻	5

钉钉

服务1700万组织4亿用户，让工作学习更简单

钉钉是阿里巴巴旗下的协同办公平台，移动端能力较强，主要定位于服务中小企业，让中小企业也能像大企业一样应用便捷、透明、高效的工作方式。钉钉初期为企业提供即时通信服务，之后逐步涉足协同办公和人力资源管理领域。钉钉具有资金、用户数量、研发能力等优势，能够快速积累用户，将业务、生态、组织、沟通整合起来，构建智能商业生态体系。

钉钉产品体系



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

钉钉

阿里布局“云钉一体”，预计未来三年实现1000万个钉应用

2020年阿里公布“云钉一体”战略，将钉钉这种新型操作系统与阿里云进行深度融合，增强钉钉作为PaaS平台的能力，构建繁荣的应用服务生态。钉钉虽然是从企业IM通信SaaS切入协同办公市场，但现今已在集成越来越多ISV的过程中变成了具备移动端优势的综合协同办公平台，“不能把钉钉理解为一个沟通工具，因为它已经远远超越了沟通本身”。2021年1月14日，钉钉6.0发布，将目标定位于企业协同办公和应用开发平台，赋能更多中国企业的数字化转型。

钉钉发展新布局



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

石墨文档 石墨文档

八大产品套件构建可实时协作的云端 Office 办公平台

石墨文档是中国最前沿的支持多人实时协作的云端 Office 办公软件之一，现已成为集协同、传承、灵活、安全为一体的新一代企业协同效率云办公平台。石墨文档关注个人和团队在协同办公、知识传承、系统集成、数据安全等方面的痛点和需求，通过一系列功能强大的云协同办公产品、组织管理与安全管控组件等，助力企业实现跨地域、跨组织的文件安全管控和高效办公协同。石墨文档曾荣获工信部信息技术发展司颁布的 2020 年新型信息消费示范项目。截至 2020 年 9 月，石墨文档累计注册用户已超过 5000 万，服务了超过 70 万家企业客户，平均每月文字修改处理超过 20 亿次。

石墨文档的产品体系

协同：打造高效能组织

石墨的云办公产品支持多人、多端高效协作共享，可以实现跨组织、跨地域的文件协同编辑，以及支持在电脑、平板、手机进行实时编辑和分享，可以实现随时随地移动办公。

传承：知识沉淀共享

通过石墨文档，企业内部的部门、项目组可以灵活搭建专属的知识库，实现办公文件的集中结构化存储、知识沉淀共享和企业价值文化传承。



灵活：系统集成与定制

石墨文档提供多种应用版本，支持通过标准的 API 或 SDK 与企业 OA、ERP 等办公系统深度集成，支持为不同业务流程和需求定制专属轻应用。

安全：全流程安全管控

石墨文档提供多种安全管控系统，通过事前预警、事中管控和事后追溯，可实现对文件操作行为的精细管控，有效降低内容泄露风险。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

石墨文档 石墨文档

为各行业客户提供可灵活定制的文档管理平台

石墨文档从企业的实际应用场景和需求出发，针对多行业场景提供解决方案，推出了企业版、企业高级版、开发版和私有部署版四种版本。石墨文档的部署形式灵活，支持公有云、私有云和企业专属公有云部署三种形式，可通过标准的 API 或 SDK 与企业 OA 、IM 、 ERP 等系统深度集成，以满足不同规模企业的应用需求。目前，石墨文档的企业客户覆盖互联网、教育、智能制造、房地产、新零售、电商等 30 多个行业，知名企业用户有滴滴、好未来、 OPPO 、龙湖地产等。

可灵活定制的行业解决方案

特色1:多行业多场景

作为协同办公基础工具，石墨文档针对不同行业需求和不同业务场景，专业打造基于文档协同的企业云端办公解决方案，提升企业协同效率。

特色2:内部系统融合

石墨文档灵活开放，可以在企业微信、钉钉等办公平台快速使用。支持通过标准的 API 或 SDK 与企业 OA 、 IM 、 ERP 等办公系统深度集成。



特色3:数据安全管控

独有的内容级安全管控，管理颗粒度精确到单元格。事前预警、事中管控、事后追溯，全面保障文档资产的安全可靠。

特色4:企业私有化部署

国内首推在线协同文档私有化部署，根据企业业务场景和管理流程，实现可定制化的协同文档平台，满足企业更高级别安全需求。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

360亿方云

兼顾文件管理与企业协同，为企业构建非结构化数据中台

亿方云是企业网盘领域的头部厂商，在2020年被360收购后，逐渐拓展版图，将更多的文档能力融合到企业网盘中，并不断提升安全水平，逐步构建企业非结构化数据中台。亿方云为政府和各行业用户提供深度解决方案，一方面满足企业文件存储与管理需求，实现海量文件实时同步和多模板文件应用，另一方面满足企业协同和移动办公需求，为用户提供即时、安全、强大的协同产品。亿方云倡导厂商应提供更开放的API对接企业内部的各种业务系统，并整合此前分散的非结构化数据，实现企业数据的智能流转，逐步形成有价值的企业的数字资产。

亿方云产品体系



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

360亿方云

360为亿方云安全性赋能，多云部署服务大型政企客户

亿方云加入360后仍保持较为独立的运营，既能保持服务用户的连续性，又大大提升了在安全方面的能力。亿方云结合360杀毒、360浏览器等，提供云+端文件安全场景解决方案，实现全链条防护、智能杀毒防勒索、敏感内容检测预警分析和维护网间内容的安全交换。此外，一项重大进展是360帮助亿方云增强了专有云方面的能力，使其实现了公有云、混合云和专有云的全覆盖，可满足各类企业不同IT架构的部署需求。亿方云服务了用户数超过30万的碧桂园，帮助其解决全国子公司分散、项目众多、协同困难的问题，建立统一文件存储平台，打通总部和子公司之间的数据，显著提升了员工协同工作和企业文件管理的效率。亿方云在加入360后服务了诸多政府客户，已落地青岛、苏州、鹤壁等多个城市的政府项目。未来亿方云将作为360布局政企业务的重要抓手为政府和企业提供深度行业解决方案。

360为亿方云安全性赋能



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

致远互联

覆盖协同办公全场景的综合平台，提升企业组织效能

致远互联是一家在科创板上市的老牌OA厂商，致力于帮助企业进行信息化建设，提供多种协同解决方案。在产品层面，致远互联从用户专业化协作需求切入，以高标准提供产品技术、实施交付、本地化支持服务等，树立了良好的品牌形象。此外，致远互联也在遴选优秀伙伴加入其生态体系，优化赋能体系，加强市场支持，为伙伴提供补贴、赞助等，并针对伙伴业务支撑体系加快响应速度，共同为提升企业组织效能服务。

致远互联协同功能与业务场景

协同办公

企业组织管理协同与综合办公场景

“以人为中心”的移动智能管理场景

为组织提供业务生成平台，按需定制

聚焦企业行为数据分析，盘活数据资产



业务场景

01 无纸化办公
提升个人和组织间的工作效率

02 业务协同
可根据业务需要灵活定制，包括采购管理、供应商管理、合同管理、客户管理、培训管理等

03 集成协同
包括系统集成、功能集成和生态集成，让数据智能联动

04 产业链协同
联动产业链上下游，提高产业协作效率

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

致远互联

整合企业前后台应用，构建企业数字化协同运营中台

致远互联的低代码开发平台能够根据用户业务情况配置产品，既能满足企业的个性化需求，也具备部分SaaS软件的优势，不仅功能表现优秀，还实现了简化操作，在综合协同办公平台中具有较强的竞争力。在移动互联网迅速发展的背景下，OA厂商也处于转型阶段，以中台的理念构建协同平台，打通企业数据，进行数据智能分析。此外，致远互联也在构建行业生态，开放API使得有更多的企业能够基于致远互联的平台开发更丰富的应用。

致远互联协同中台



共享服务能力
降低企业综合成本、提高运行效率、强化风险控制，为企业组织和用户提供专业化的服务

业务组织能力
多形式多维度的组织形式，满足业务和管理需求，支持按需定制

安全性、开放性和高可用性
基于Java EE标准开发的企业级应用技术平台，全方位支撑协同办公

实现前中后一体、内外统一、上下游共管的统一信息平台
包括CIP集成基础服务、CIP标准集成插件、CIP集成应用组件、云端服务连接

聚焦组织行为数据分析，盘活沉睡的数据资产
包括数据存储、集成、平台与应用服务，为组织提供更多的数据应用

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.03 iResearch Inc.

道路是曲折的，前途是光明的

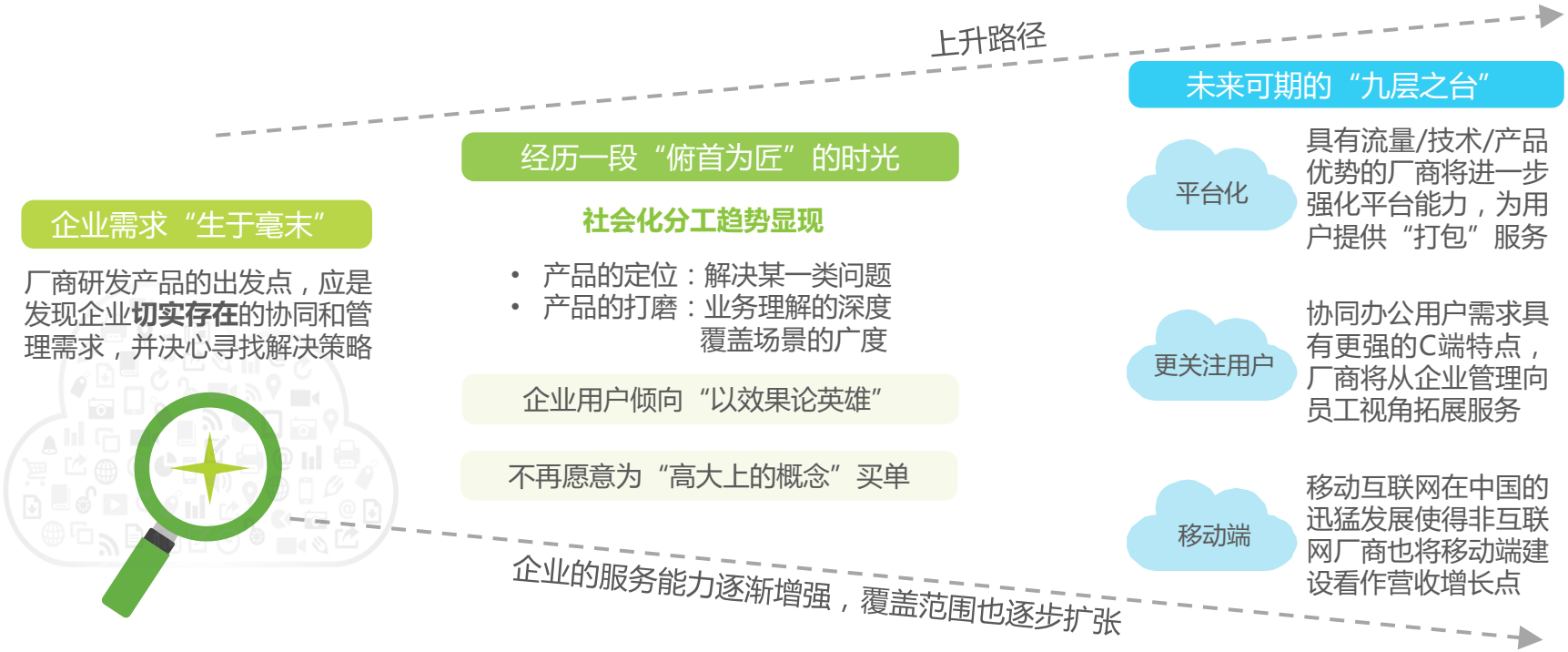
中国协同办公市场概况	1
全球协同办公市场概况	2
中国厂商机遇与挑战	3
企业用户需求分析	4
典型厂商案例	5
协同办公市场发展趋势前瞻	6

中国协同办公市场发展趋势

“匠人精神”顺应分工化趋势，不能仅仅做“概念制造者”

协同办公软件中的“协同”，串联起的其实是企业的个体员工，这也使得厂商要考虑更具C端消费习惯的需求，这也是与传统to B不同的地方，即以个体视角去寻找大中小企业用户需求的共性是未来厂商发展的思路。越来越多垂直软件背后是企业入口的繁杂，也推动了平台型产品的诞生，企业会有更多对“集成商”的需求。但是覆盖更多用户后，势必会面临售后服务的问题，而这也是SaaS厂商会面临的问题。

社会分工化趋势下的企业上升路径



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

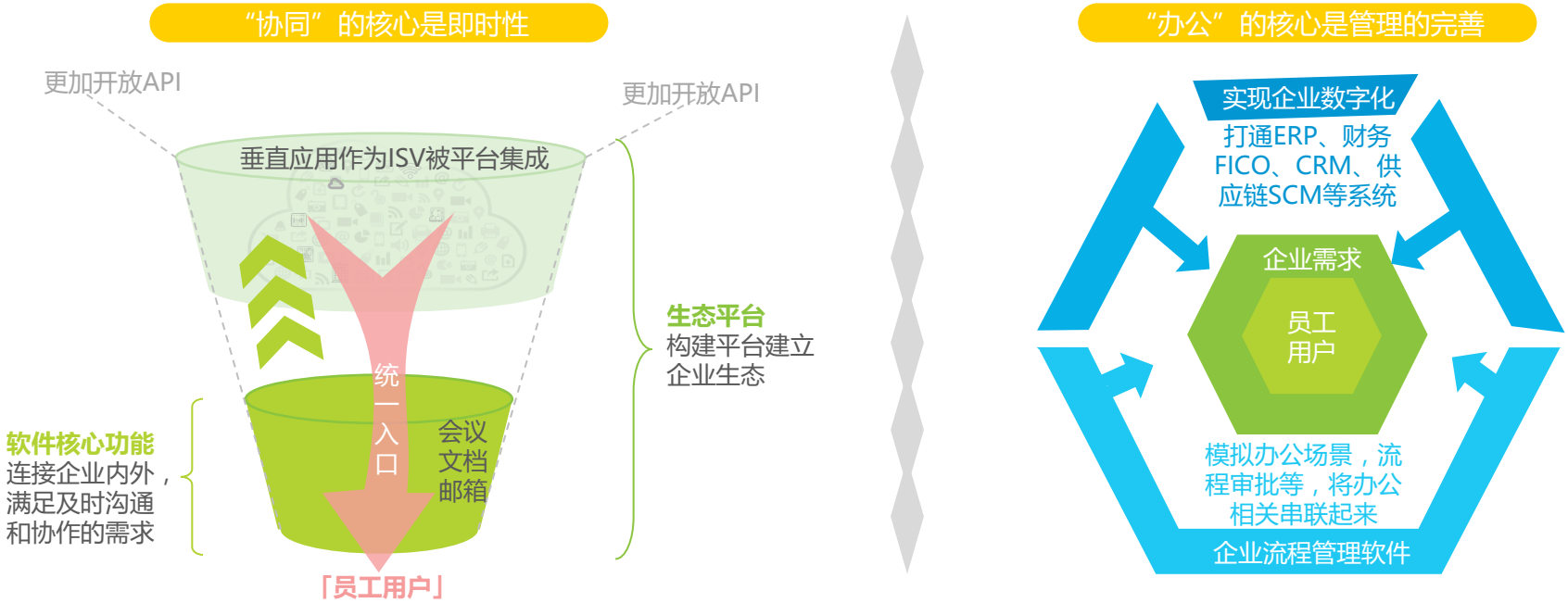
©2021.03 iResearch Inc.

中国协同办公市场发展趋势

重协同厂商需覆盖更多场景，重管理厂商应构建功能闭环

对于“协同”属性更轻的厂商，满足的是员工之间沟通协作的需求，核心是即时通讯，发展路径是通过开放API集成更多的应用，不断壮大生态体系，以统一入口为用户提供高效率的服务。这类厂商中的头部企业将逐步走上集成商的道路，做分发平台，成为用户与厂商的中间人，发展路径呈锥体，以钉钉为代表。第二类是以管理为核心的“办公”厂商，是为了满足企业自上而下的管理需求而存在的，其发展路径是从流程管理逐步发展到打通业务内部各个系统，最终实现企业的数字化，构建管理闭环，因此其发展路径是聚合向中心辐射的。两类厂商间难以出现双巨头，彼此跨界存在不小的难度，因此厂商需要明确自身业务类型，再规划发展道路。

“协同”与“办公”厂商的发展趋势



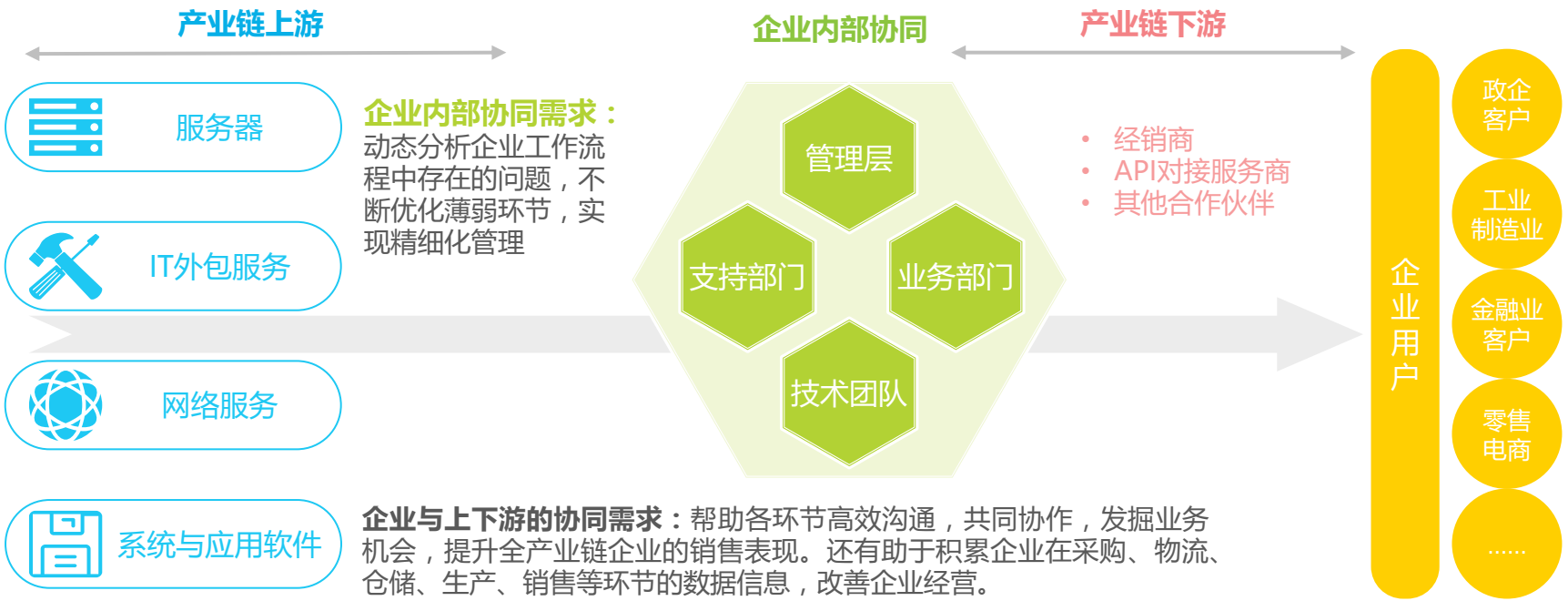
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国协同办公行业发展趋势

从企业内部协同辐射产业链协同，头部厂商发挥带动效应

协同办公市场的繁荣需要产业链的各环节都实现良好发展，从核心的协同环节向上下游的技术与服务辐射。企业应用协同办公软件会因为为了实现内部协同，提高工作效率，但这绝不是全部价值。一家行业内的龙头企业能够通过自身的影响力带动合作方共同使用某款软件，如外部企业跟阿里沟通就需要使用钉钉，这种带动效应为产品带来了免费流量，动力源于大集团的示范效应和影响力，这也是能构建生态的条件之一，是值得厂商重视的资源。

产业链协同属性逐渐增强



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

400 - 026 - 2099

ask@iresearch.com.cn

企 业 微 信

微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。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，部分文字和数据采集于公开信息，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，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

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

iResearch

艾 瑞 咨 询

海量行研报告免费读