



2021年中国SaaS

市 场 研 究 报 告

出品机构：海比研究院

研究指导：曹开彬

研究团队：宋涛、吴跃、李进宝

专家顾问：吴昊

发布时间：2021.06

核心观点

行业概况

- **行业周期:** 中国SaaS市场目前处于成长期的尾端未来几年将进入成熟期
- **市场规模:** 2020年中国SaaS市场规模为498.2亿元, 预计2021年市场规模将达666亿元。
- **数量规模:** 中国SaaS厂商数量4500家, SaaS用户数915万家, SaaS付费用户数102万家。
- **核心能力:** 数据安全、技术成熟度以及技术先进性、满足部分企业数字化应用场景能力、产品定制能力是核心能力
- **技术水平:** 中国SaaS技术水平基本与全球先进水平持平, 用户认知的技术水平显著高于厂商认知。

厂商供给

- **经营情况:** 56%厂商收入规模低于2000万, 49%的厂商利润低于500万
- **产品供给:** 大数据、电商、数据服务、研发管理、数据仓库、物联网为主要方向
- **竞争格局:** 用友、甲骨文、广联达等厂商处于第一梯队, 钉钉、云之家、明源云、企蜂云等起势明显
- **商业模式:** 82%的SaaS厂商选择加入生态联盟, 阿里云、华为云和钉钉是生态联盟首选。
- **客户情况:** 近六成SaaS厂商客单价低于10万, 大中型企业是购买主力

用户需求

- **渗透率:** SaaS用户渗透率43%, 付费用户渗透率5%。
- **用户画像:** 大中型企业为主, 重点分布在一、二线城市, 以制造、互联网等行业居多
- **价格接受度:** 最佳可接受价格范围是4000元-9000元/年, 近4成用户购买数量为1-3个, 70%SaaS产品采购价低于10万
- **产品需求:** 大数据、网络安全、数据服务、财务管理、项目管理、数据安全、数据中台、业务流程管理BPM
- **购买要素:** 数据安全、技术成熟度、产品功能、业务适配型、技术先进性、口碑评价

趋势展望

- **发展潜力:** 中国SaaS市场容量高达万亿, 未来五年年均复合增长率26%。
- **技术发展:** 人工智能、多模一体、移动化和PaaS化是未来SaaS技术路线发展的四大趋势
- **产品趋势:** SaaS厂商推出自营PaaS产品并与SaaS产品结合推广将是重要发展趋势
- **用户需求:** 66%的用户属于成长型企业, SaaS厂商应注重挖掘成长型企业需求。
- **市场趋势:** 数智化时代, SaaS将与PaaS和IaaS更深度融合

目录

CONTENTS

01 行业概况



02 市场规模

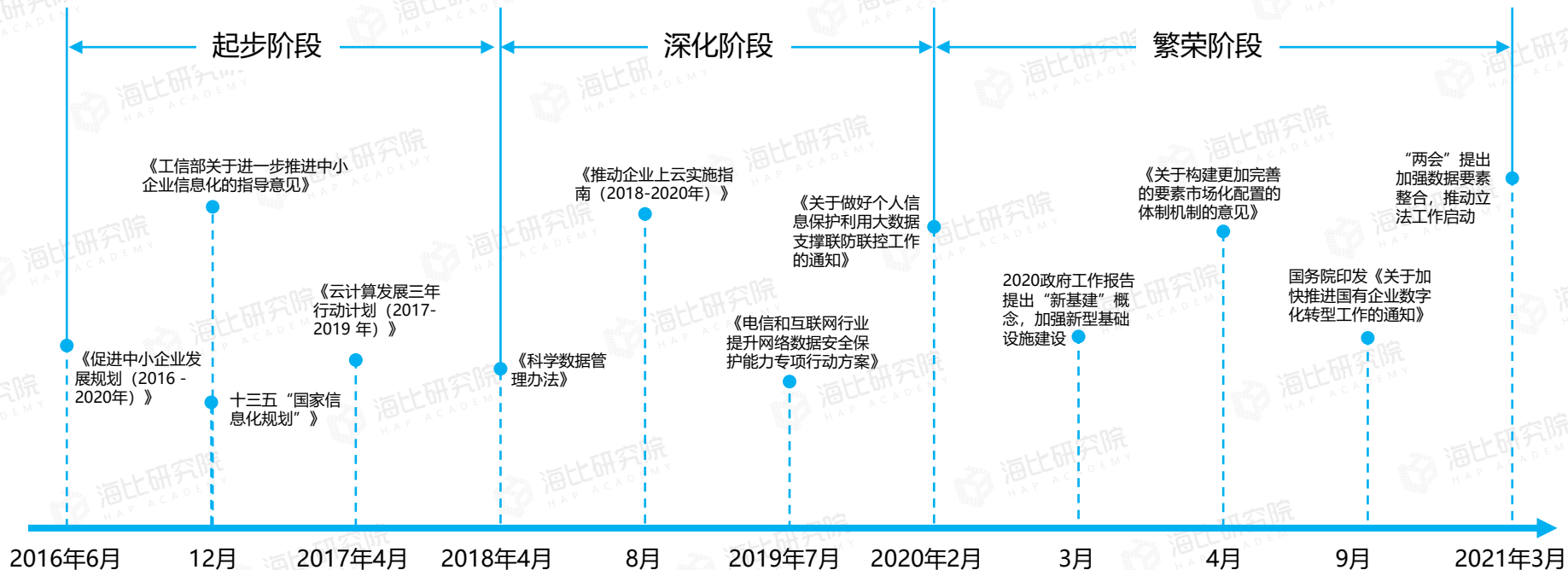
03 厂商供给

04 用户需求

05 趋势展望

1.1 市场环境分析：政策环境

政策鼓励企业数字化转型，推动企业上云

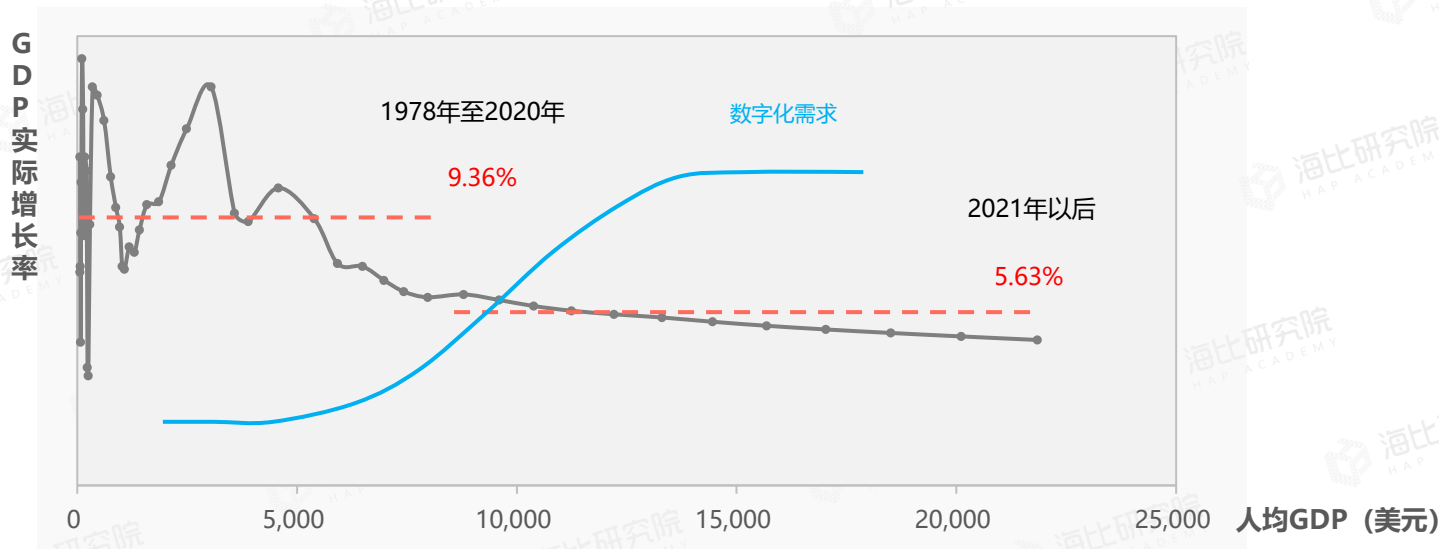


1.1 市场环境分析：经济环境

经济进入增速换挡期，企业数字化建设需求旺盛

- 中国经济现已迈入增速换挡期，中国市场的数字化建设需求呈现急剧增长的态势。伴随中国数字化建设水平的不断提高，企业对于数字化建设的需求提高，企业上云需求旺盛。

图：中国经济进入增速换挡期的发展走势图



数据来源：海比研究院，2021年；

1.1 市场环境分析：社会环境

数智化发展历程已经历四个阶段，现处于生态级数智化阶段，上云成为主流

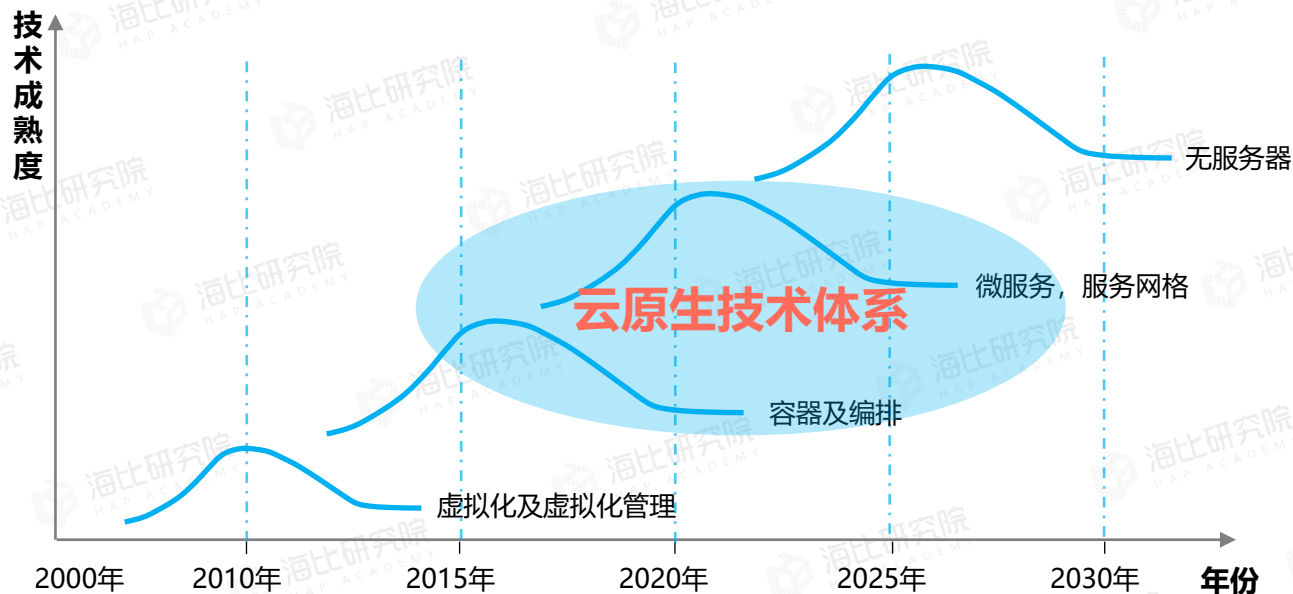


1.1 市场环境分析：技术环境

云计算技术的成熟与应用，降低了数字化门槛，为云端化与普及化提供技术基础

- 伴随云计算技术在中国市场已经进入成熟阶段，企业在数字化建设中的上云率逐步提高，为企业数字化建设的云端化和普及化提供了技术基础。同时，大数据、人工智能、物联网、5G等技术的发展，也推动企业的数字化建设向数智融合方向转型，带来了更多降本增效的数字化解决方案。

图：中国云计算领域技术发展趋势分析



主要优势

以容器、微服务、DevOps 为代表的技术逐渐成熟

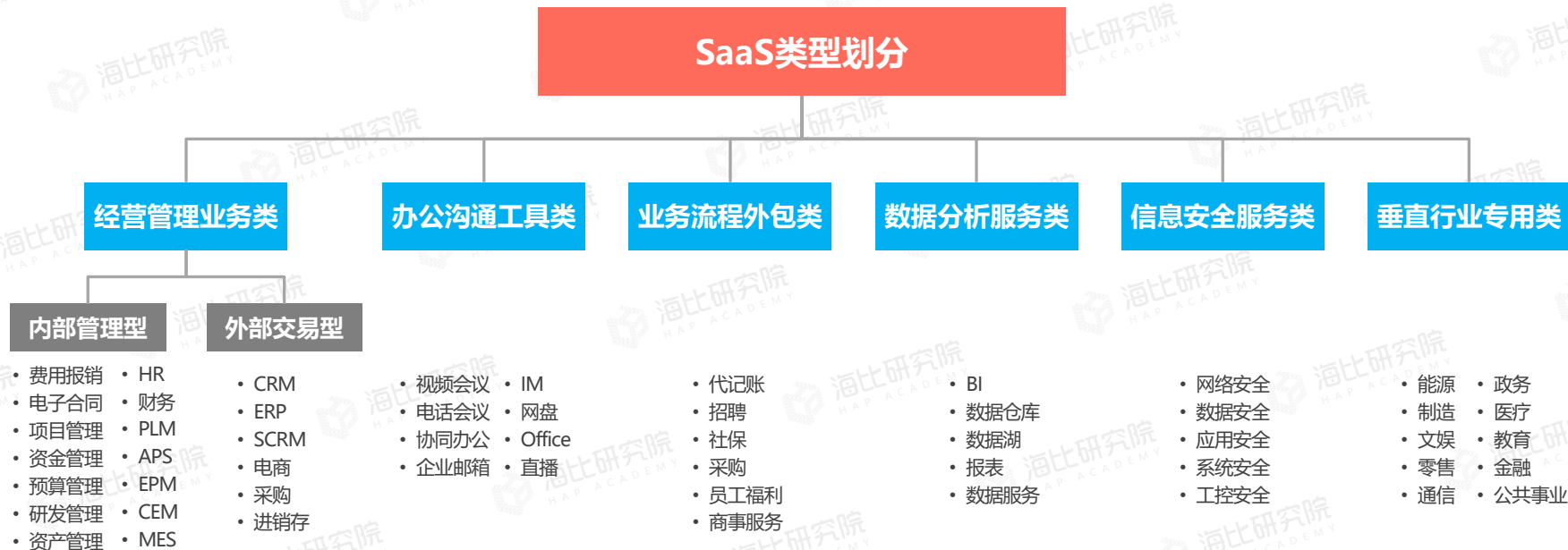
- ✓ 为企业提供更高的便捷性、时效性、弹性和跨云移植
- ✓ 缩短交付周期，易于开发和维护
- ✓ 降低新兴领域试错成本
- ✓ 降低企业数字化的准入门槛

数据来源：海比研究院，2021年；

1.2 SaaS类型划分

企业数字化转型升级，业务场景应用市场具有更快加速度

中国数字经济加速发展改变原有产业格局，倒逼企业转型，业务场景应用助力企业数字化转型，对原有价值链条进行整合。海比研究对业务场景应用SaaS进行赛道划分，分为经营管理业务类、办公沟通工具类、业务流程外包类、数据分析服务类、信息安全服务类、垂直行业专用类六大类。

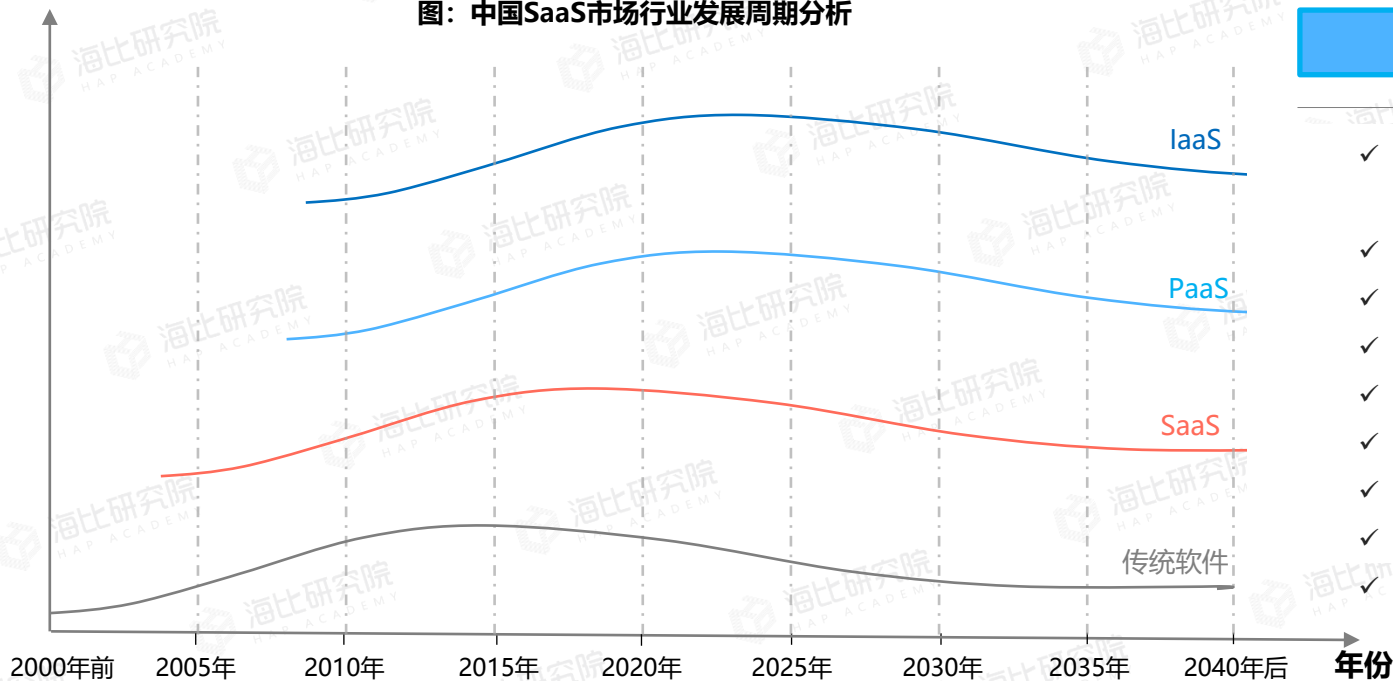


1.3 行业发展周期分析:

中国SaaS市场目前处于成长期的尾端未来几年将进入成熟期

- 中国SaaS市场经过十几年的发展，现在已经正处于高速发展的成长期，预计在2025年之前进入成熟期。随着企业上云需求的进一步提升，企业对于SaaS产品的需求较高，SaaS产品逐渐多样化、个性化，为SaaS厂商带来了更多发展机会，SaaS市场规模进一步扩大，产品细分领域众多，市场竞争激烈程度也会逐步提高。

图：中国SaaS市场行业发展周期分析



主要特点

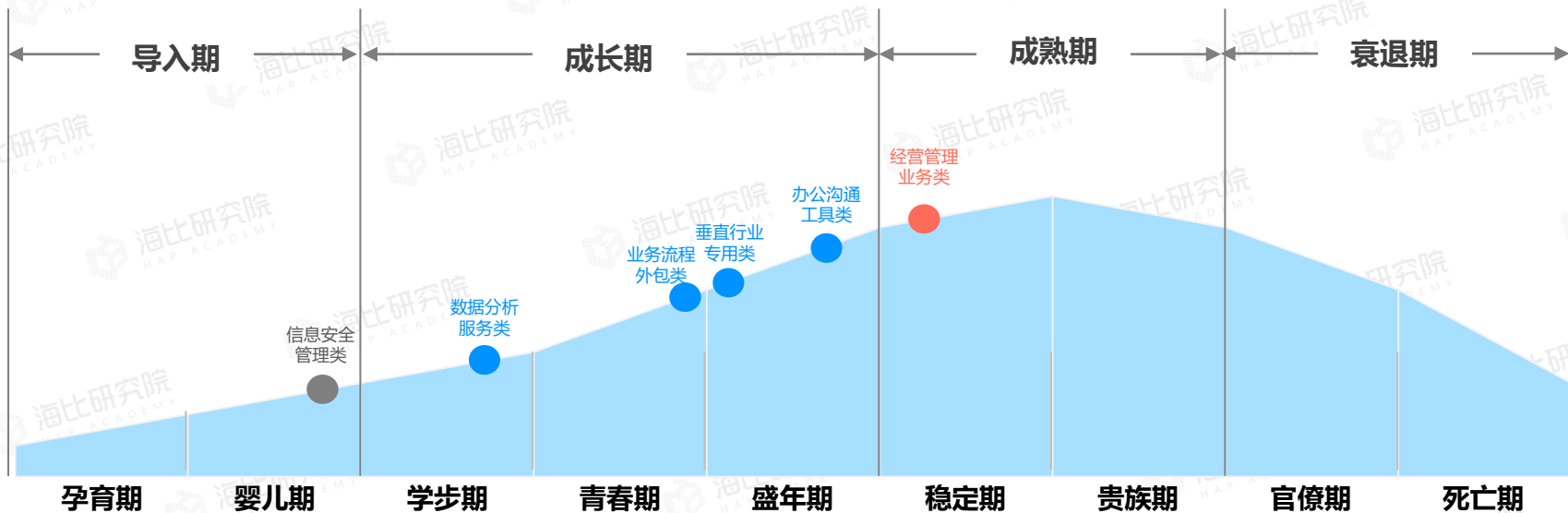
- ✓ 行业发展处于成长期向成熟期过渡阶段
- ✓ 行业规模增速快
- ✓ 需求高速增长
- ✓ 已有固定的商业模式
- ✓ 已出现生态合作模式
- ✓ 产品细分领域众多
- ✓ 从业企业数量众多
- ✓ 产品种类繁多
- ✓ 市场竞争激烈

1.3 行业发展周期分析:

不同类型的SaaS产品发展周期不同，经营管理业务类SaaS成熟度最高

- 从SaaS产品细分类型的发展周期来看，经营管理业务类SaaS的行业发展处于成熟期，如CRM、费控管理、HR SaaS等；办公沟通工具类、垂直行业专用类、业务流程外包类和数据分析服务类处于行业发展周期的成长期阶段，未来继续保持快速增长；信息安全类SaaS处于行业发展的导入期，安全类SaaS产品的技术水平需要进一步提升。

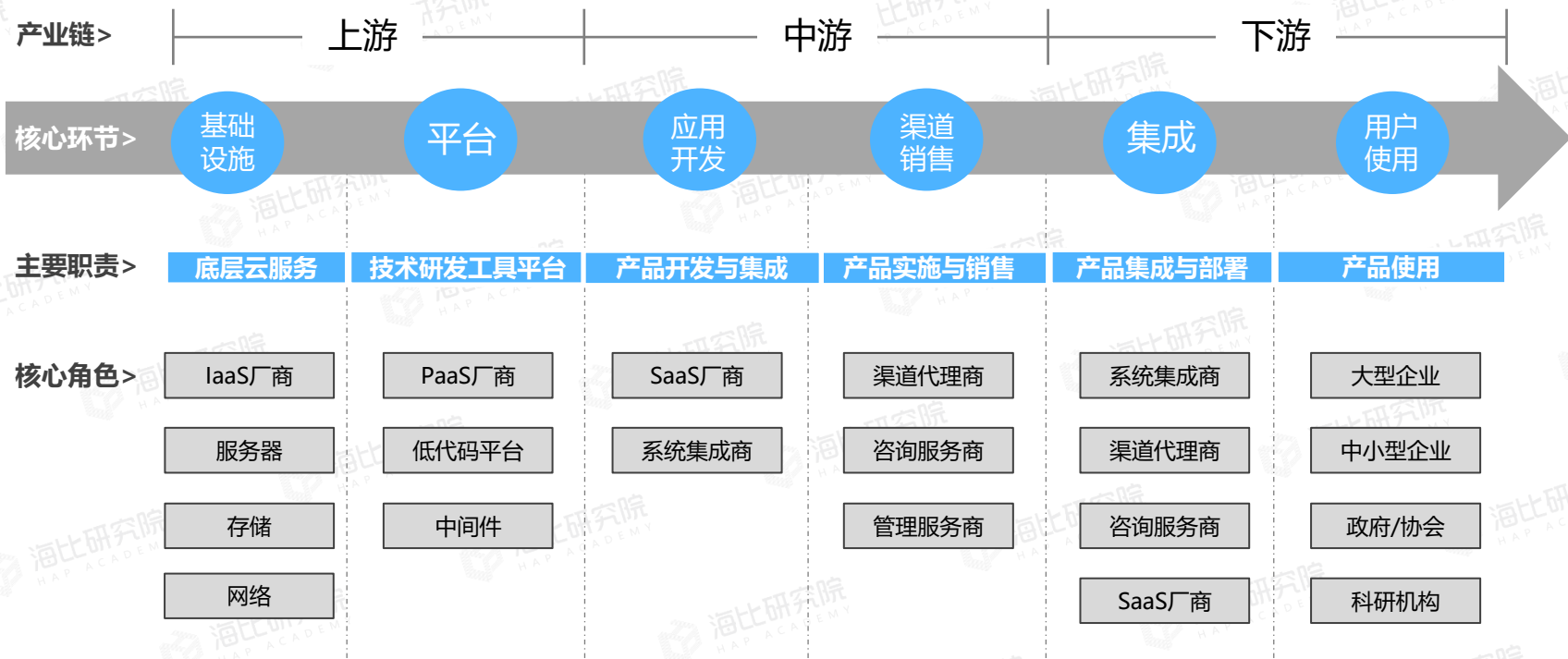
图：中国SaaS市场各细分类型行业发展周期分析



数据来源：海比研究院，2021年整理；

1.4 SaaS产业链分析:

产业链主要有六大环节，中下游是业内厂商关注重点，部分厂商上游关注少

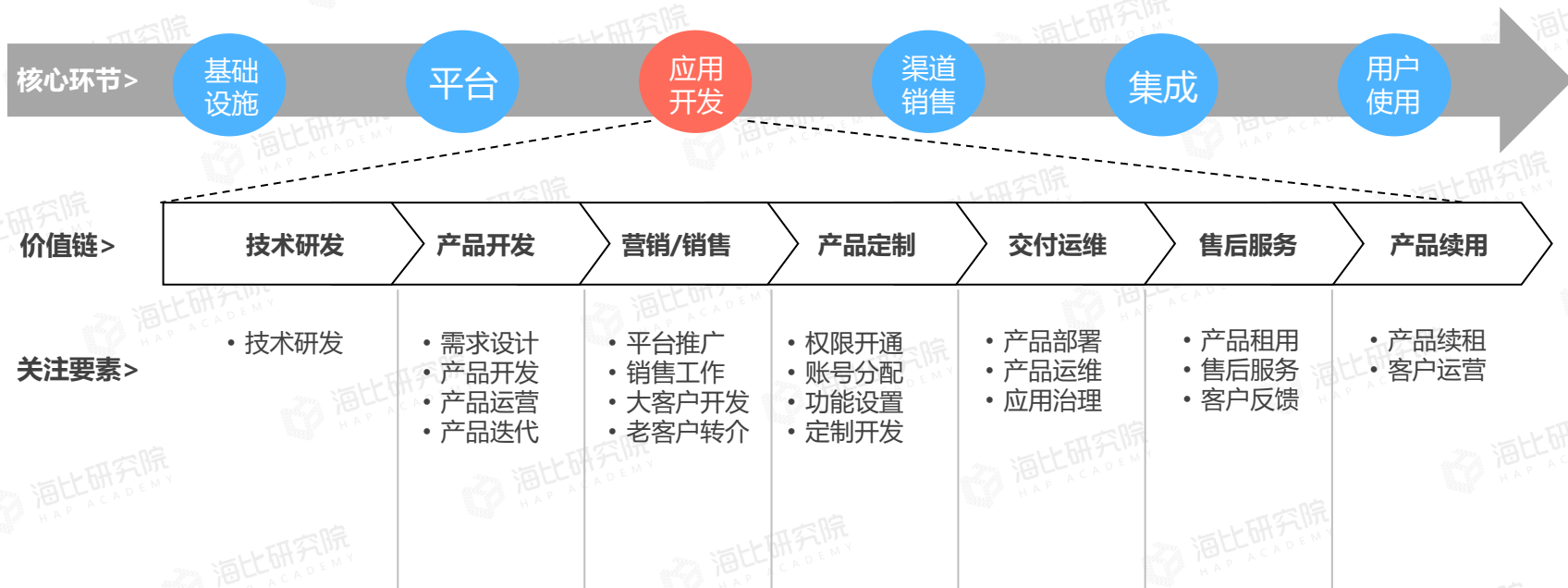


数据来源：海比研究院，2021年整理；

1.5 SaaS业务价值链分析

SaaS产品业务链主要有七大环节，企业在各业务链中侧重不同

SaaS产品的业务价值链可分为七大环节，主要分为技术研发、产品研发、营销/销售、产品定制、交付运维、售后服务、产品续费。



数据来源：海比研究院，2021年整理，平台厂商无排名先后；

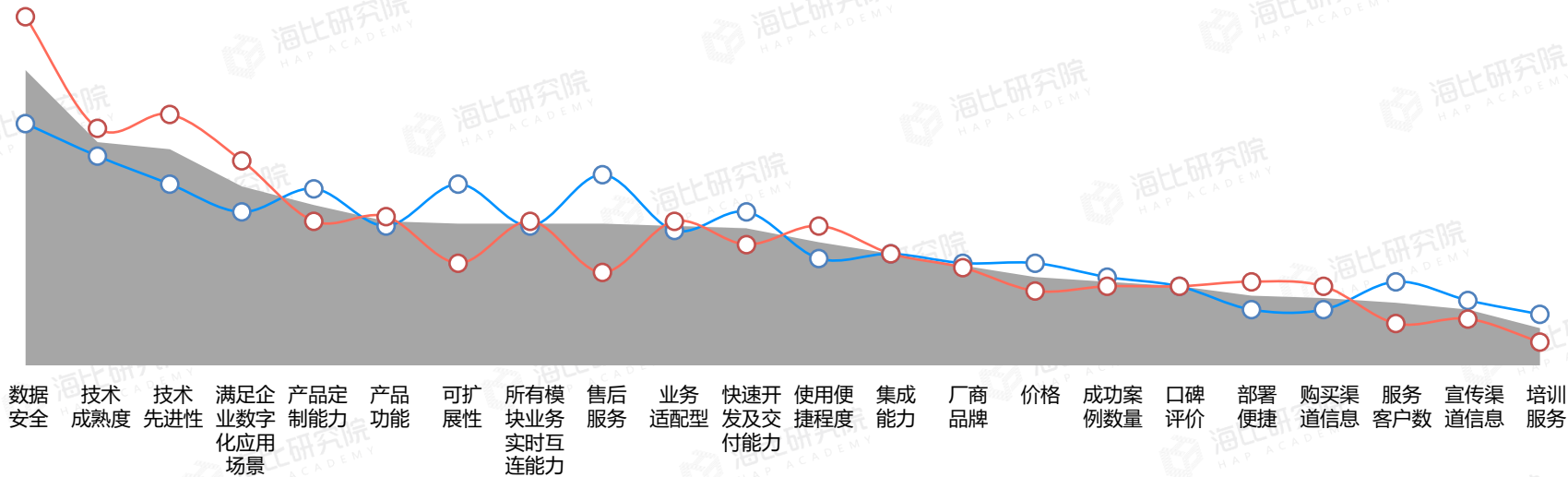
1.6 关键成功要素

数据安全、技术成熟度、技术先进性、满足企业场景需求和定制能力是关键要素

- 从核心能力来看，数据安全、技术成熟度以及技术先进性、满足部分企业数字化应用场景能力、产品定制能力是最重要的核心能力。从厂商的角度来看，产品的可扩展性、售后服务能力、快速开发及交付能力高于用户认知；从需求端来看，则对SaaS产品的数据安全、技术成熟度、技术先进性更为重视。

图：SaaS产品关键成功要素分布情况

■ 行业整体 ● 厂商 ● 用户



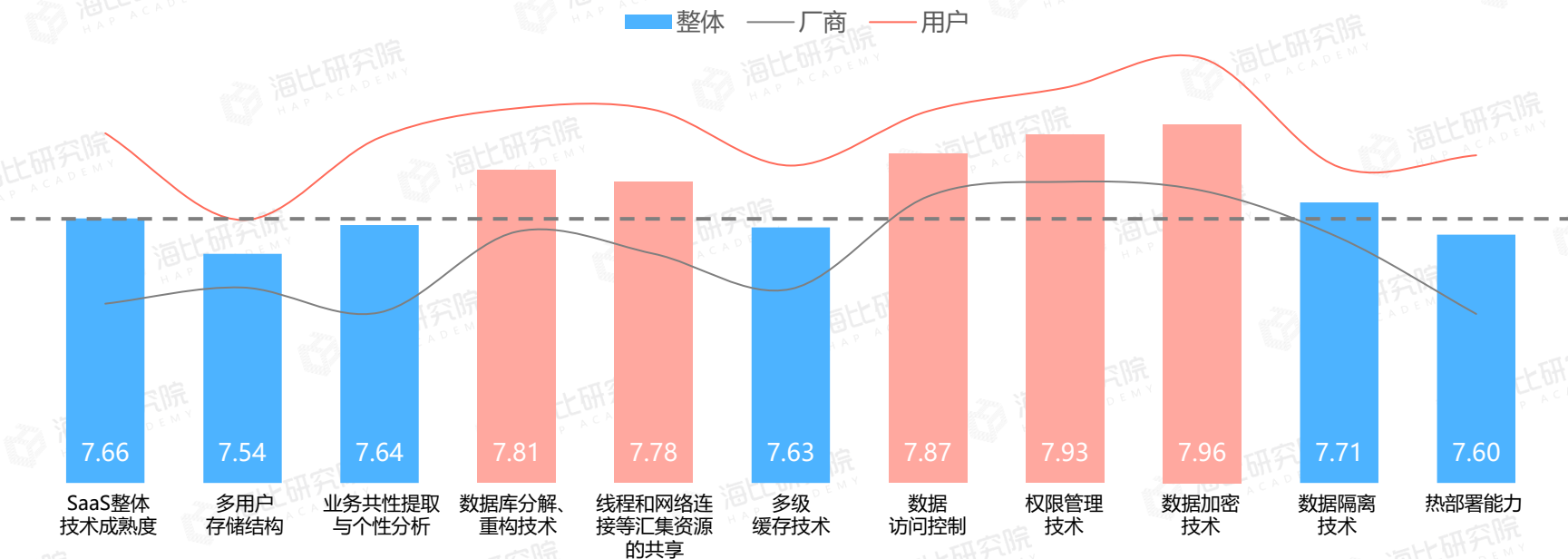
数据来源：海比研究院，2021年整理；

1.7 技术水平分析

最终用户认为目前SaaS产品的各项技术水平均高于厂商认知

- 从SaaS产品的技术成熟度来看，目前用户对于中国SaaS产品各项技术水平的认知均高于厂商。从行业整体来看，数据加密技术、权限管理技术、数据访问控制等技术高于SaaS产品的平均水平，而多用户存储结构、热部署能力、多级缓存技术等能力仍还有较大进步空间。

图：2021年SaaS产品技术成熟度比较分析



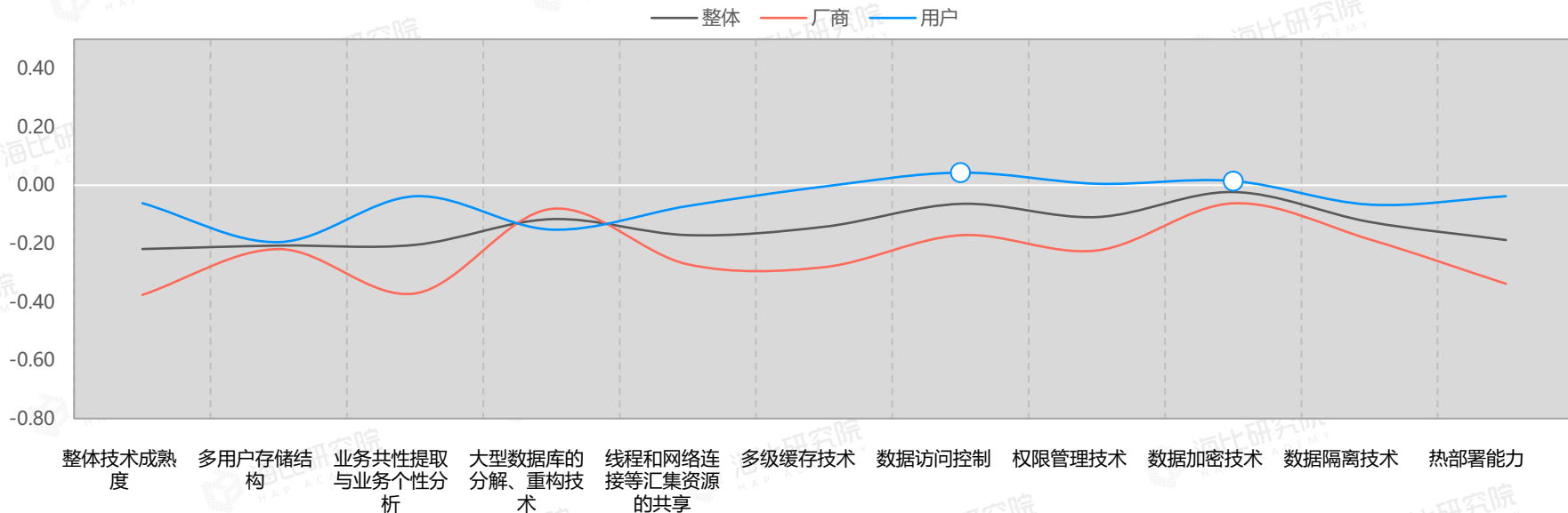
数据来源：海比研究院，2021年整理；

1.8 中国市场与全球领先市场的技术差距

中国SaaS市场与全球领先市场的技术水平基本持平

- 中国SaaS市场的技术成熟度与全球领先市场差距基本持平，差值仅有0.22，最终用户认为中国SaaS产品技术水平与全球相比仅低0.06，但厂商认为与全球相比低0.38。最终用户对中国SaaS产品的技术水平普遍有较强信心。
- 比较中国与全球SaaS产品的核心技术的成熟度发现，中国的数据访问控制、数据加密技术基本与全球技术水平持平；多用户存储结构、业务共性提取与业务个性分析、热部署方面的技术差距与全球相比较较大。

图:中国与全球的核心技术成熟度差值对比分析



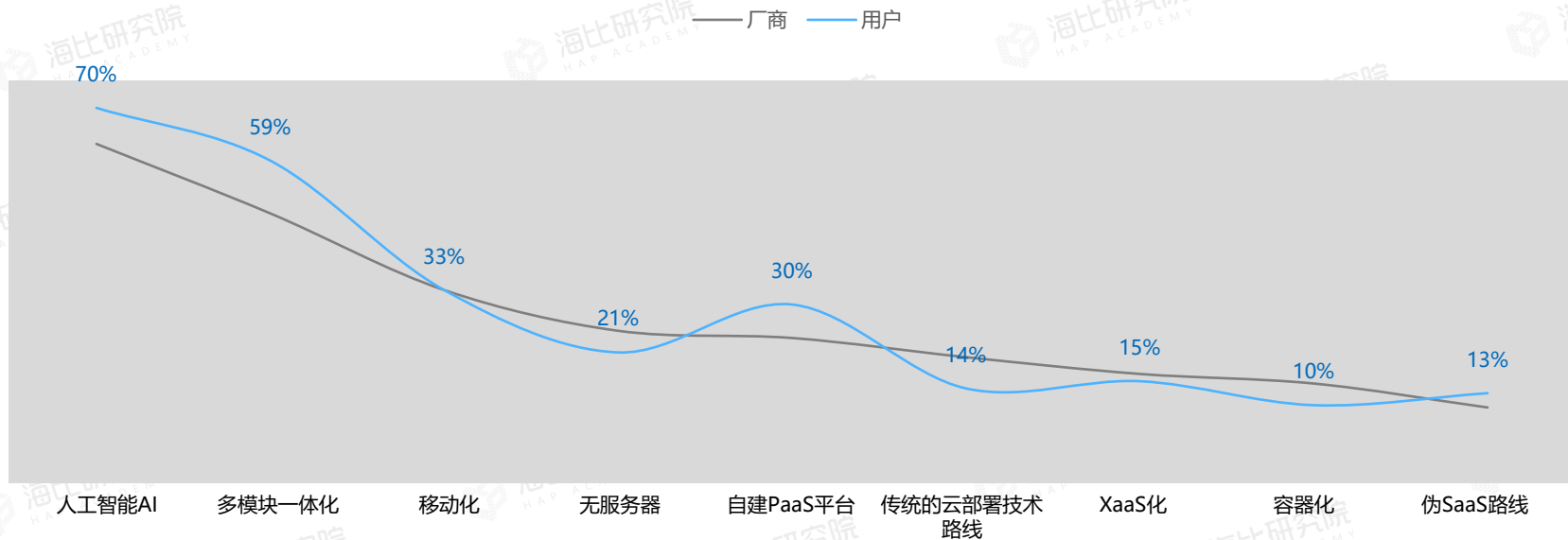
数据来源: 海比研究院, 2021年, 成熟度差值=中国成熟度-全球成熟度;

1.9 未来技术路线

人工智能AI和多模块一体化技术是厂商和用户认为的未来重点技术发展路线

- 人工智能AI技术是厂商和用户共同认为的重点技术发展路线，其次是多模块一体化技术、移动化、自建PaaS平台技术，用户与厂商对无服务器、XaaS化、伪SaaS技术路线、传统的云部署技术路线以及容器化的未来技术发展路线期待较小。

图:中国SaaS产品未来技术发展路线



数据来源：海比研究院，2021年整理；



录

CONTENTS

01 行业概况

02 市场规模

03 厂商供给

04 用户需求

05 趋势展望



2.1 云市场规模及结构

2020年中国公有云市场规模1356亿元，其中SaaS市场占比达37%

- 海比研究院调查显示，2020年中国公有云市场规模达1356亿元，其中SaaS市场规模37%。预计2022年将会增长至2397亿元，其中SaaS市场规模将会增长至866亿元，PaaS市场规模为358.8亿元，IaaS市场规模将增至1172.5亿元。

中国公有云市场规模将会持续上涨

中国SaaS市场规模增速将超过IaaS

图1:中国公有云细分市场规模 (亿元)

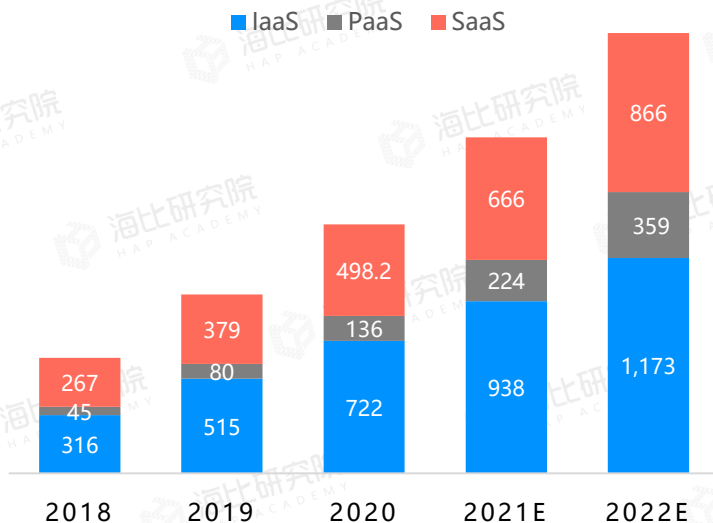
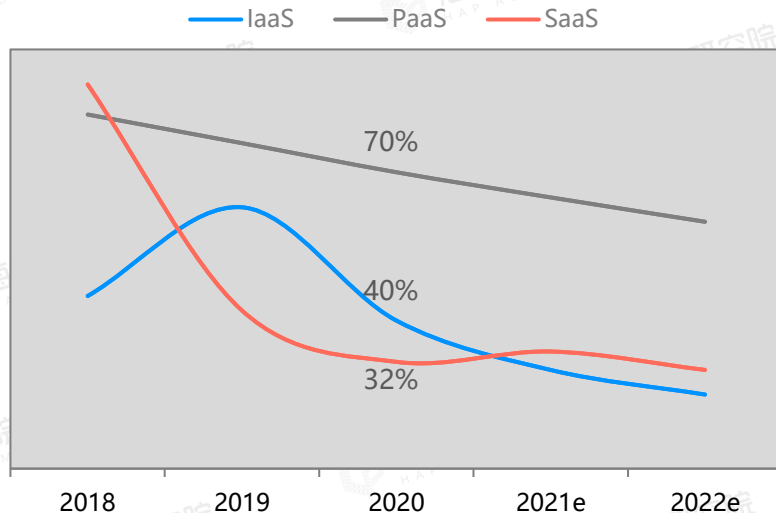


图2:中国公有云市场增长率



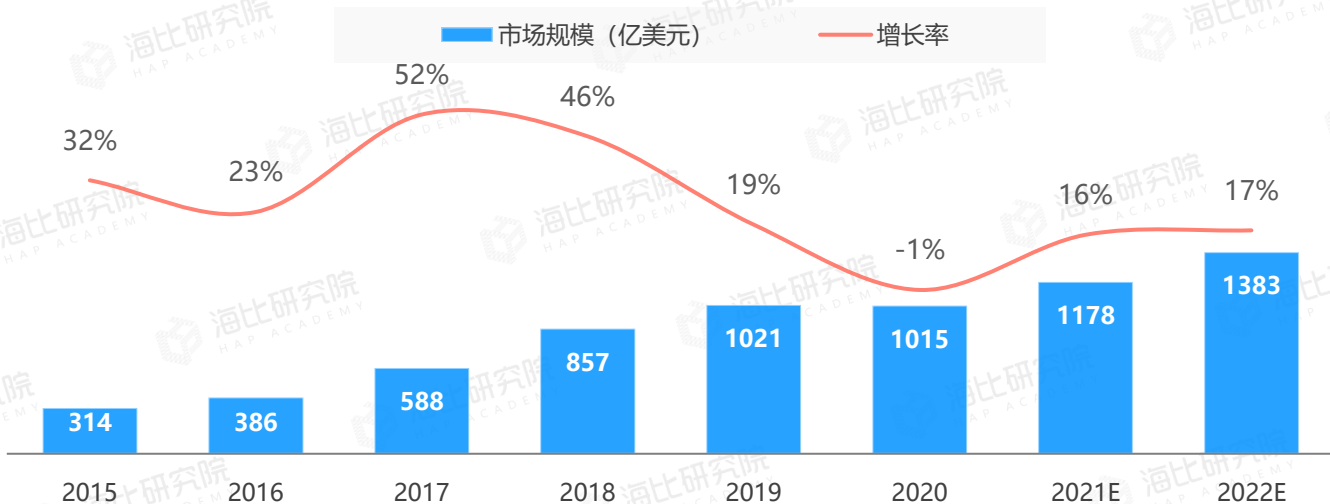
数据来源：海比研究院，2021年；

2.2 全球SaaS市场规模分析

全球SaaS市场规模2020年达1015亿美元，相比2019年有下降，首现负增长

- 2020年全球SaaS市场规模1015亿美元，相比2019年下降1个百分点，预计2021年开始继续保持上升态势，未来两年将保持16%左右的增长速度，这主要受到全球疫情的影响，导致2020年全球SaaS市场首次出现负增长。

图：全球SaaS市场规模走势图



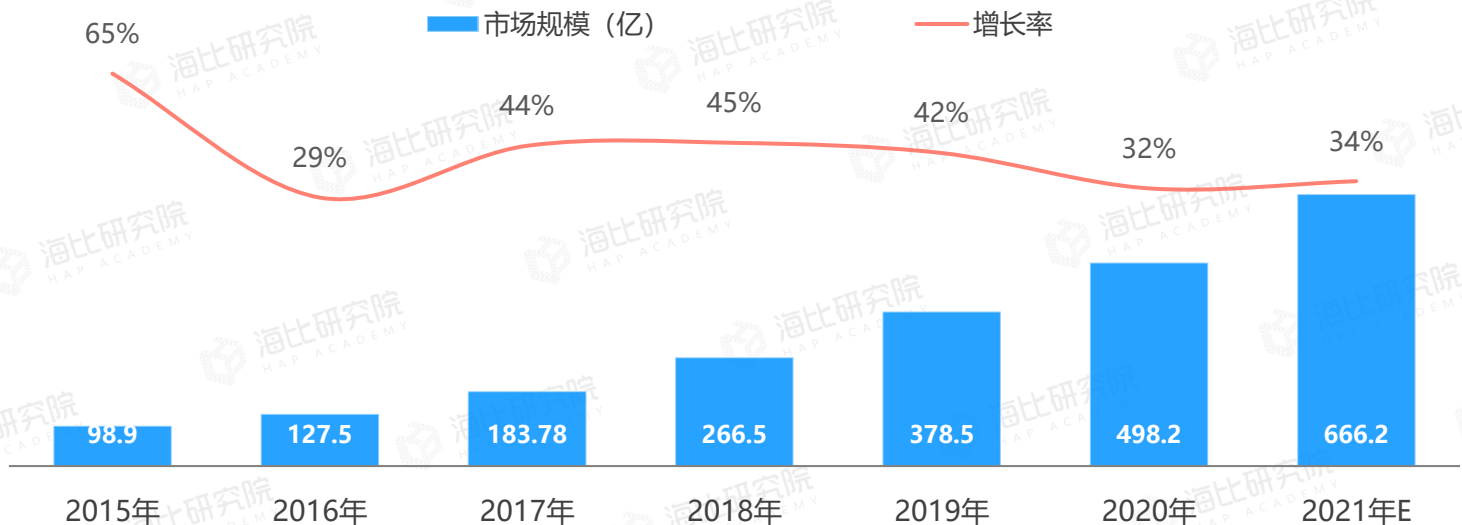
数据来源：Gartner，海比研究院，2021年；

2.3 中国SaaS市场规模

2020年中国SaaS市场规模为498.2亿元，预计2021年市场规模将达666亿元

- 海比研究院调研数据显示，中国SaaS市场规模稳步上升，2020年中国SaaS市场规模为498.2亿元，同比2019年增长了31.6%，预计到2021年中国SaaS市场规模为666亿元。

图：中国SaaS市场规模走势图



数据来源：海比研究院，2021年整理；

2.4 中国SaaS细分市场规模

经营管理类SaaS产品市场份额最高，占比达40%，且保持高速增长

- 从中国SaaS细分市场规模来看，经营管理类SaaS市场份额最高，占比为40%，规模达到200.6亿元，其次为垂直行业应用类市场份额为26%，规模也达到130亿，办公沟通工具类占比为14%，市场规模也达到69亿元。
- 相比2019年各细分领域市场规模来看，信息安全服务类、数据分析服务类、办公沟通工具类和经营管理业务类均有较大幅度的增长。

图1：2020年中国SaaS细分市场规模及其增长率

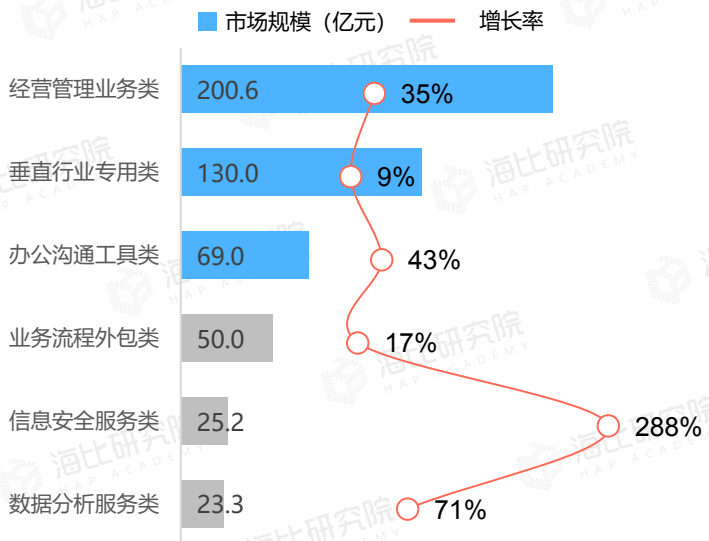
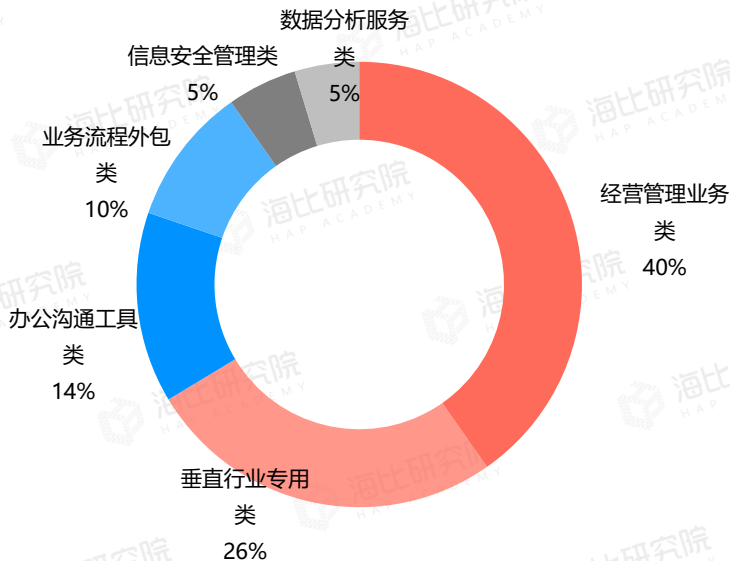


图2：2020年中国SaaS细分市场规模分布



数据来源：海比研究院，2021年整理；

2.4 中国SaaS细分市场规模：区域市场

东部市场规模达400亿元，占比达八成，北上广是各省份细分市场的前三名

- 从不同区域的SaaS细分市场规模来看，东部地区市场规模达400.2亿元，占比80%，其次是西部地区61.0亿元，中部地区为22.7亿元，东北地区最低为14.2亿元。
- 从不同省份市场规模来看，北京、广东和上海是前三大细分市场，其次是山东、浙江、河南、江苏、四川、河北和辽宁。

图1：2020年中国SaaS市场不同区域市场规模分布

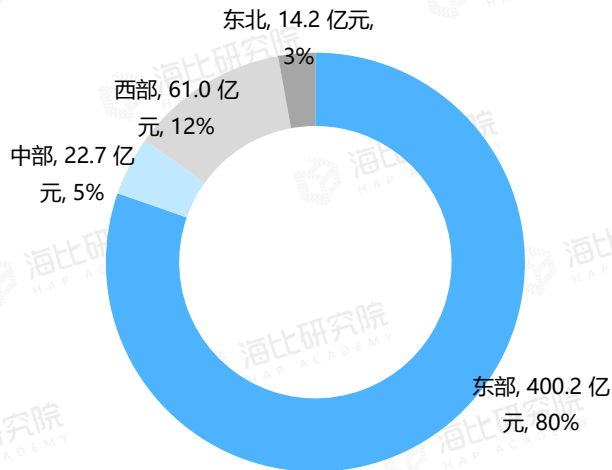
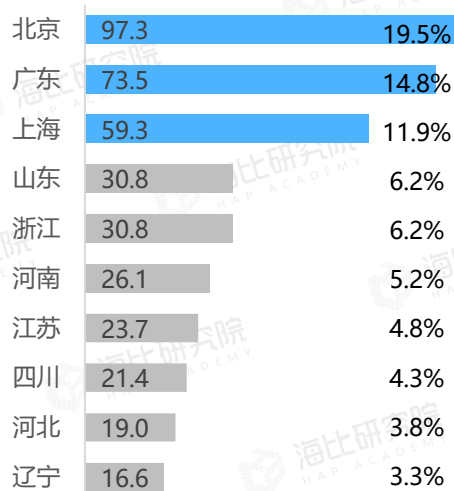


图2：2020年中国SaaS市场top10省份市场规模分布

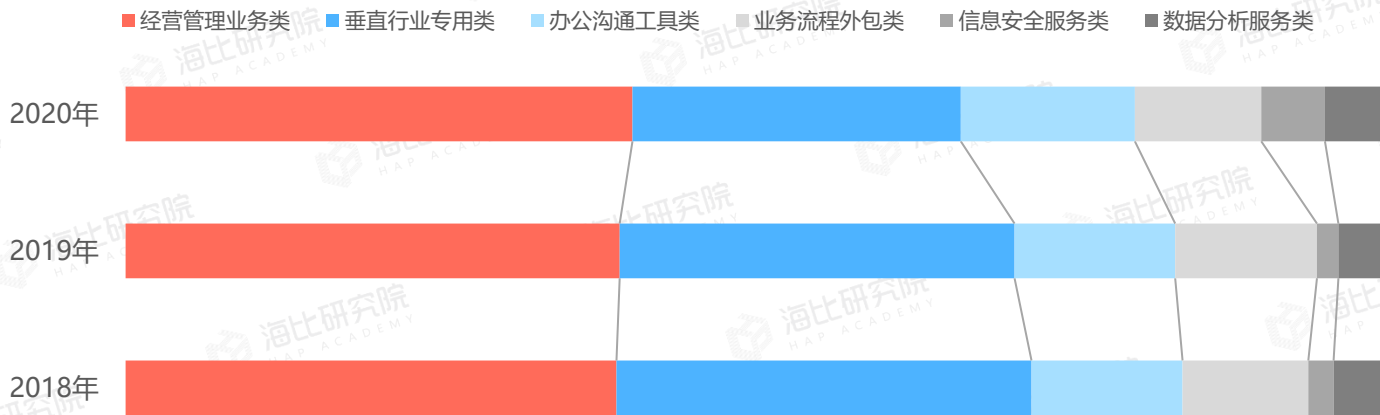


2.4 中国SaaS细分市场规模：结构分布趋势

经营管理业务类、信息安全服务类、数据分析服务类呈现逐年上升的态势

- 从近三年中国SaaS细分市场结构分布趋势来看，经营管理业务类、办公沟通工具类、信息安全服务类和数据分析服务类的结构占比呈现不断上升的态势，尤其信息安全服务类和办公沟通工具类的结构占比提升显著。相对而言，垂直行业专用类和业务流程外包类的市场结构占比有所下降。
- 这说明未来经营管理业务类、办公沟通工具类、信息安全服务类将会有更好的发展空间。

图：2018-2020年中国SaaS细分市场结构变化情况



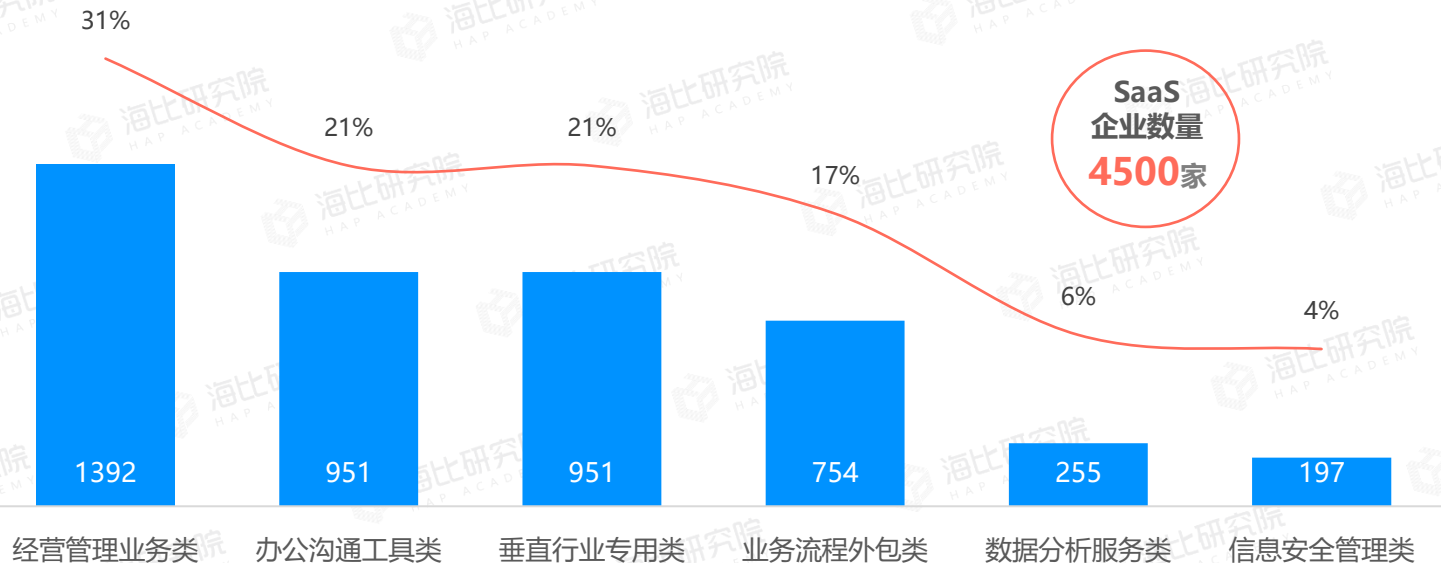
数据来源：海比研究院，2021年整理；

2.5 中国SaaS各细分市场的厂商数量规模

SaaS厂商数量达4500家，经营管理类厂商数量超过千家，占比为31%

- 根据海比研究院调研数据显示，2020年中国SaaS厂商数量达到4500家，其中经营管理业务类SaaS厂商数量最多达1392家，占比31%；其次为办公沟通工具类SaaS厂商和垂直行业专用类SaaS厂商，占比均为21%，数量超过900家；相比而言，数据分析服务类和信息安全管理类SaaS厂商数量略少，分别是255家和197家，占比分别为6%和4%。

图：2020年中国SaaS厂商数量分布情况



数据来源：海比研究院，2021年整理；

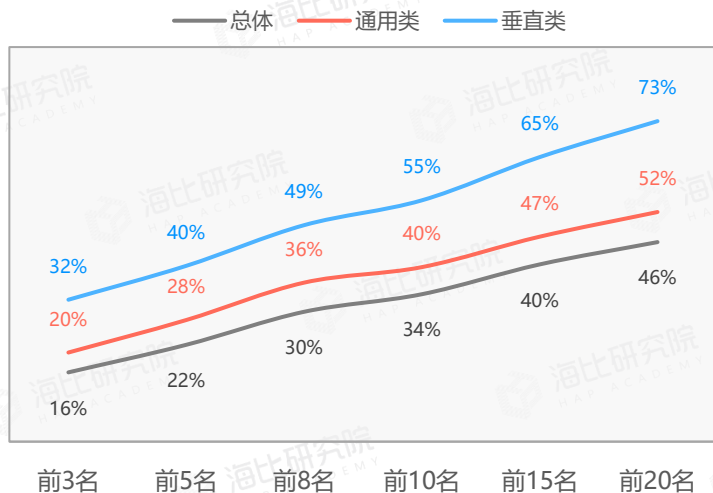
2.6 SaaS行业集中度分析

SaaS市场整体的行业集中度不高，垂直类集中度显著高于通用类

SaaS市场行业集中度不高

- 从SaaS市场的行业集中度分布来看，市场整体的行业集中度不高，钱十名市场占比仅为34%。从类型来看，垂直类集中度明显高于通用类。

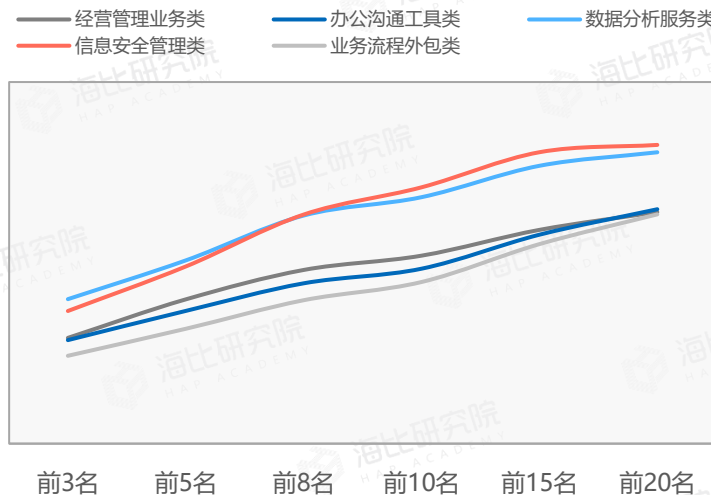
图1：SaaS行业集中度分析



信息安全管理类集中度高于其他类型

- 从通用类SaaS的集中度分布来看，信息安全管理类和数据分析服务类的集中度最高，而办公沟通工具类、经营管理业务类和业务流程外包类的集中度较低。

图2：通用类SaaS各细分类型集中度分析



数据来源：海比研究院，2021；

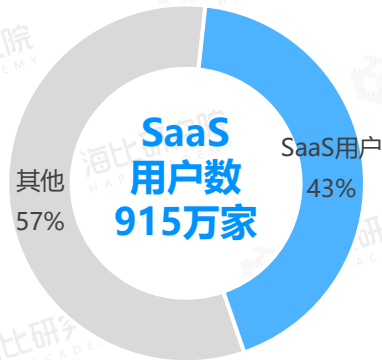
2.7 SaaS市场企业用户数量

SaaS市场用户数达915万家，其中付费用户数102万家，2020年新增18万家

SaaS用户数915万家

从SaaS用户数量来看，SaaS用户数已达到915万家，占全国法人数量的43%。

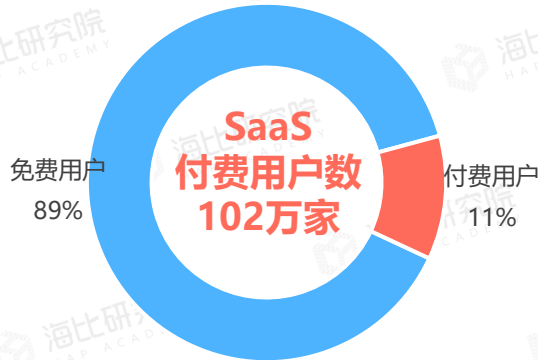
图1：SaaS市场用户数量



SaaS付费用户数102万家

从SaaS付费用户数量来看，有102万家付费用户，占SaaS用户的11%，可见SaaS的普及率还有较高的提升空间。

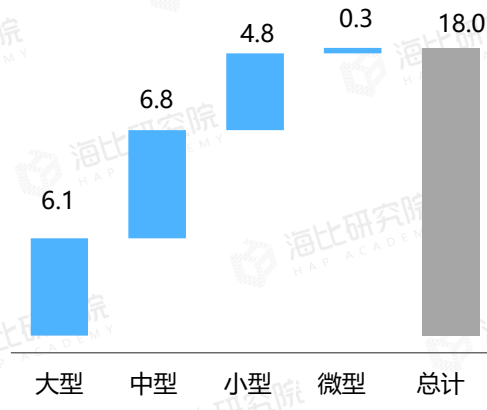
图2：SaaS市场付费用户数量



2020年新增SaaS用户18万家

从2020年新增SaaS用户数量来看，2020年新增18万家SaaS用户，其中型企业最多达6.8万家，其次是大型企业6.1万家。

图3：2020年新增SaaS付费用户数分布（万家）



数据来源：海比研究院，2021年；

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 市场规模

03 厂商供给

04 用户需求

05 趋势展望



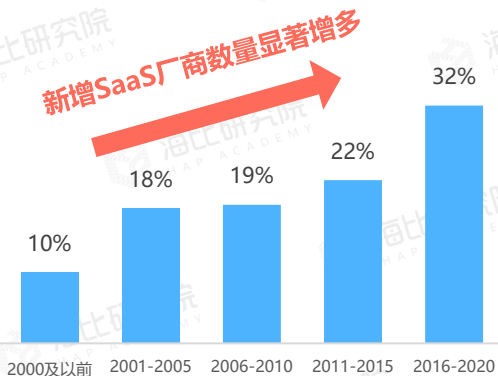
3.1 厂商画像：成立时间与所在地区

新增SaaS厂商显著增多，八成SaaS厂商集中在一二线城市

超三成SaaS厂商是近五年成立的

- 从SaaS厂商的成立时间分布来看，随着时间的推移，每五年新增SaaS厂商数量呈现显著提升的态势，说明SaaS市场竞争激烈程度在增加。

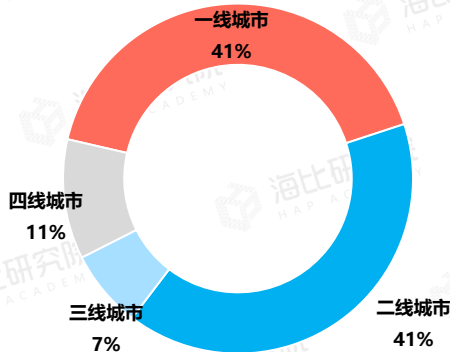
图1：SaaS厂商成立时间分布情况



八成SaaS厂商集中在一二线城市

- 从SaaS厂商的地域分布来看，一二线城市占比均达到41%，这说明SaaS厂商的地域分布较为集中，一二线城市是市场主体所在。

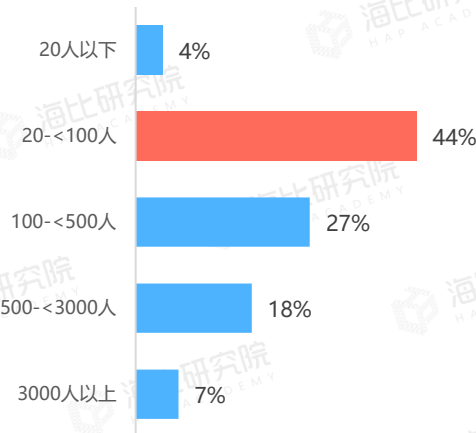
图2：SaaS厂商所在地区分布情况



接近一半SaaS厂商人员少于100人

- 从SaaS厂商的人员规模分布来看，20-100人规模的企业最多，占比达到44%，其次是100-500人，占比27%，超过3000人的SaaS厂商仅占比7%。

图3：SaaS厂商人员规模分布情况



数据来源：海比研究院，2021；

3.2 厂商经营情况

SaaS厂商盈利水平仍有较大提升空间，56%厂商收入规模低于2000万

- 从盈利能力来看，56%的厂商收入规模低于2000万，49%的厂商利润低于500万，可见SaaS厂商盈利水平仍有较大提升空间。
- 从SaaS厂商年均销售订单数量分布来看，订单数量低于50个的占比最高，达33%，其次是51-100个占比25%，超过500个的仅有21%。

图1：2020年SaaS厂商收入分布情况

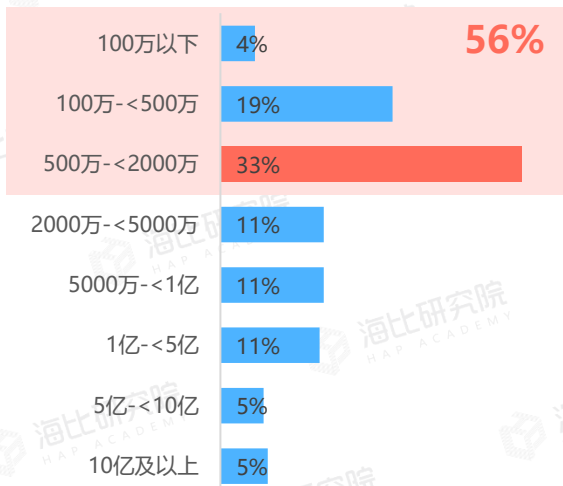


图2：2020年SaaS厂商利润分布情况

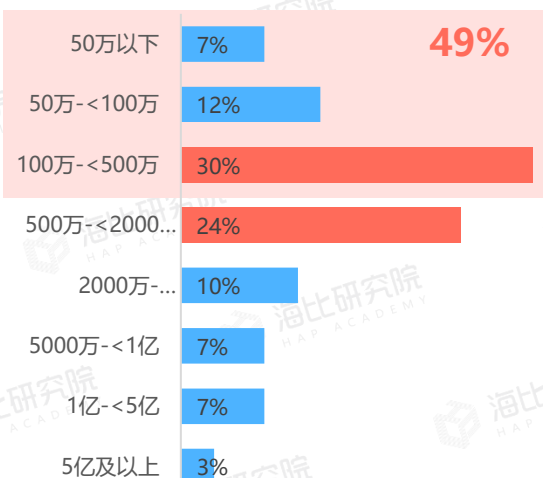
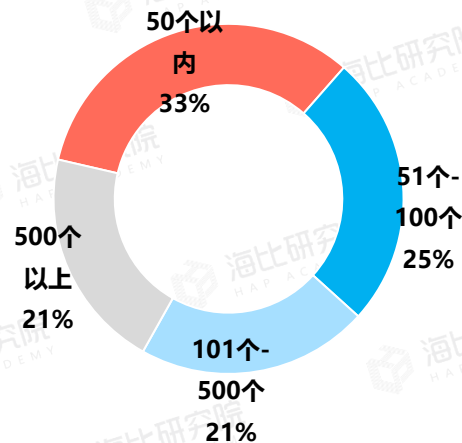


图3：SaaS厂商年均产品销售订单数量



数据来源：海比研究院，2021；

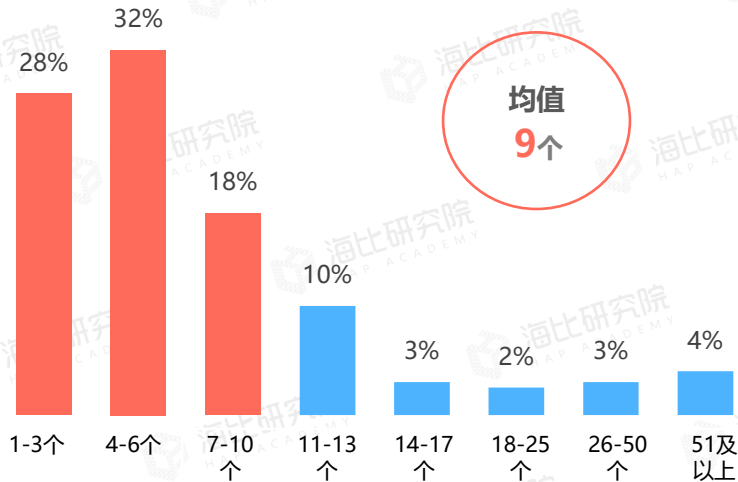
3.3 产品供给情况：产品数量与类型分布

SaaS厂商提供产品以4-10个居多，经营管理业务类产品是主流

平均每家SaaS厂商提供9个产品

- 从SaaS厂商的经营产品数量分布来看，4-6个SaaS产品数量占比最高达32%，其次是1-3个产品和7-10个产品，平均来看每家厂商提供9个产品。

图1：2020年SaaS厂商经营产品数量分布情况

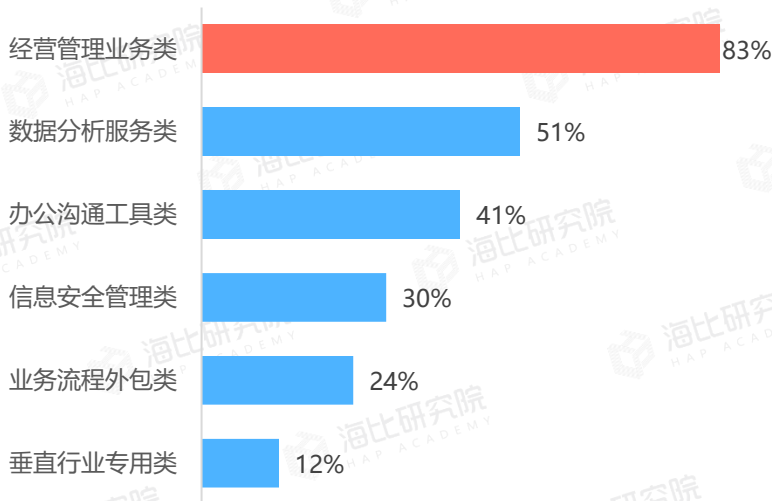


数据来源：海比研究院，2021；

经营管理业务类SaaS产品是主流

- 从SaaS厂商的产品类型覆盖情况来看，经营管理业务类占比最高达83%，其次是数据分析服务类51%，再次是办公沟通工具类41%。

图2：2020年SaaS厂商供给产品类型分布

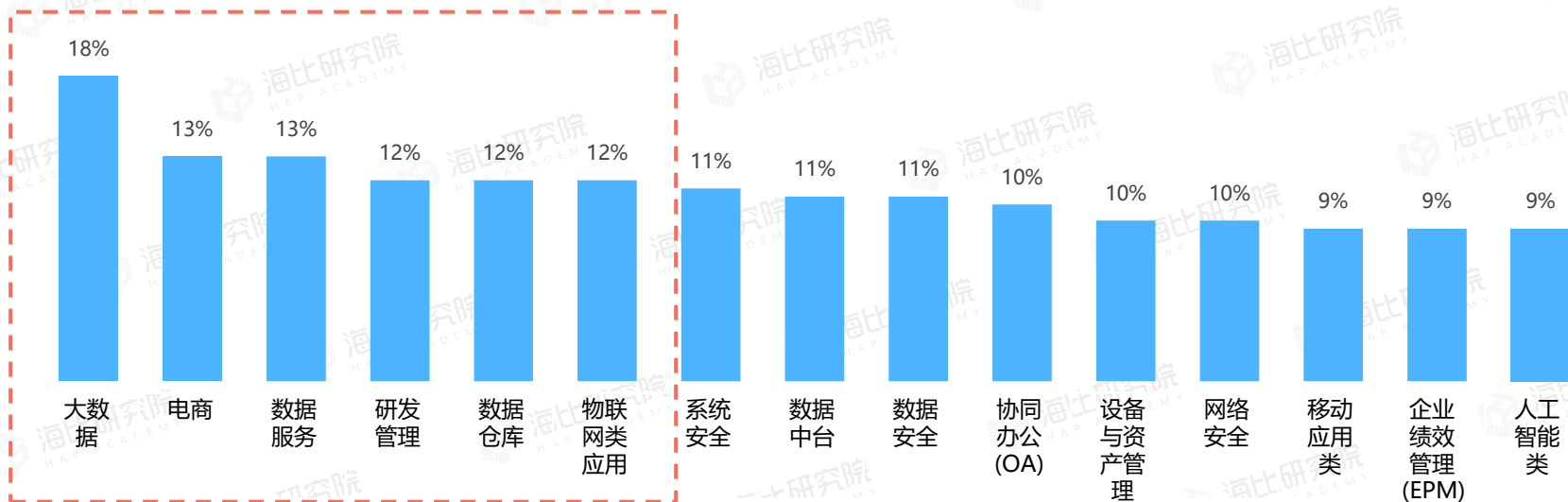


3.3 产品供给情况：热门产品类型

大数据、电商、数据服务、研发管理、数据仓库、物联网等是热门产品

- 从厂商产品供给的前十五名热门产品类型来看，数据、电商、研发管理、物联网、安全、中台、OA等方向是当下的热门产品类型。
- 因此，注重电商营销的沃丰、企蜂云、明源云、微丰、景栗科技等公司、以及注重OA产品的云之家、蓝凌等厂商的产品符合当下热点方向，未来会有更好发展前景。

图：2020年SaaS厂商Top15产品类型分布情况



数据来源：海比研究院，2021；

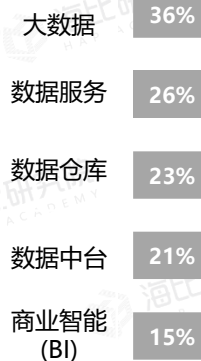
3.3 产品供给情况：不同细分类型的热门产品

- 不同细分领域的热门产品类型有所不同，经营管理业务类比较热门的产品是电商、研发管理、设备与资产管理、ERP等，数据分析服务类热门产品则是大数据、数据服务和数据仓库类，办公沟通工具类热门产品则是OA、视频会议、设计与图像、office和文档管理等。业务流程外包类比较热门的产品则有企业培训、员工福利、代记账等。

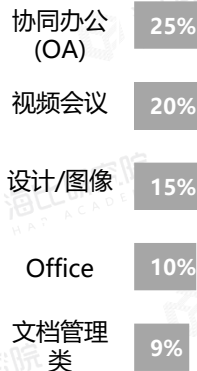
经营管理业务类热门产品



数据分析服务类热门产品



办公沟通工具类热门产品



业务流程外包类热门产品



数据来源：海比研究院，2021；

3.3 产品供给情况：新锐产品分析

八成SaaS厂商推出新锐产品，以数据、移动应用、电商、协同办公等为主

- 从厂商推出新锐产品的比例来看，有80%的厂商在2020年推出新锐产品，可见SaaS厂商在推出新锐产品方面较为积极，像用友就推出YonSuite、YonBuilder、友空间三大产品，但七成厂商的新锐产品数量多是1种或2种。
- 从新锐产品类型分布来看，主要以数据安全、大数据、移动应用和电商为主，因此像沃丰、企蜂云、明源云、微丰、景栗科技等公司的产品均注重营销方向，符合当下热点趋势。

图1：厂商是否推出新锐产品

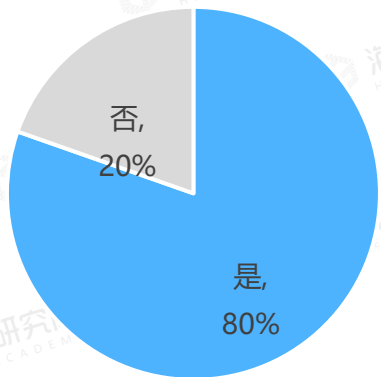


图2：厂商推出新锐产品数量

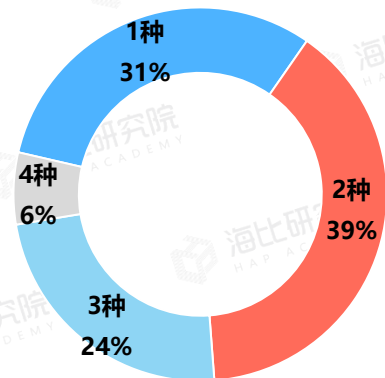
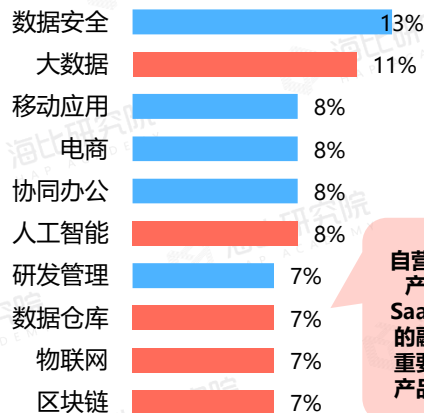


图3：Top10新锐产品类型



自营PaaS产品与SaaS产品的融合是重要新锐产品类型

数据来源：海比研究院，2021；新锐产品是指SaaS厂商新推出的产品。

3.5 生态竞争格局分析：SaaS生态联盟

八成以上SaaS厂商选择加入生态联盟，阿里云、华为云和钉钉是生态联盟首选

- 从SaaS厂商对加入生态联盟的态度来看，有82%的SaaS厂商选择加入生态联盟，仅有18%的SaaS厂商未加入SaaS生态联盟，可见厂商加入意愿高。
- 从SaaS厂商对生态联盟的偏好来看，阿里云SaaS加速器是SaaS厂商最优选的对象，占比达30%，其次是华为云和钉钉。

图1：2020年SaaS厂商是否加入生态联盟

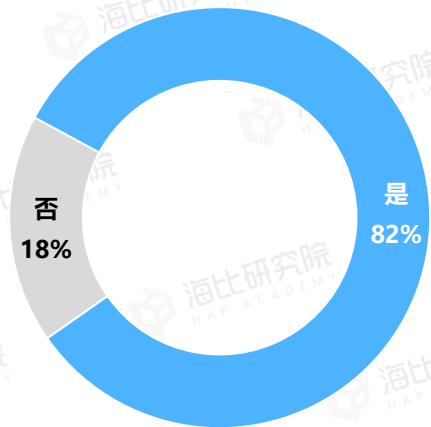
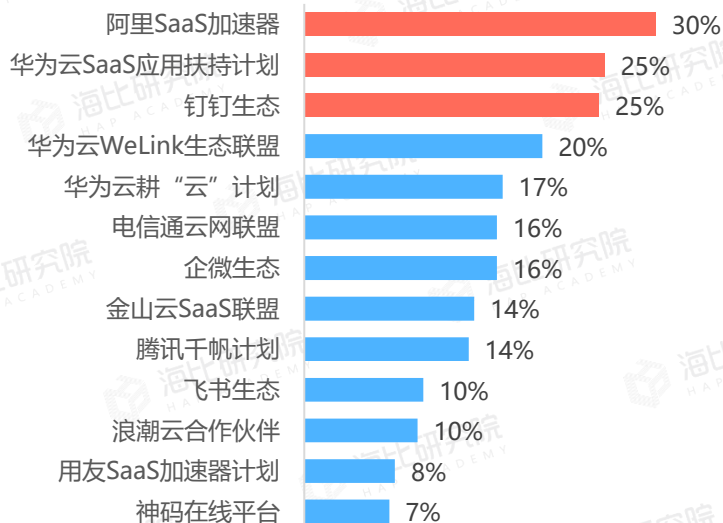


图2：SaaS厂商加入生态联盟分布情况



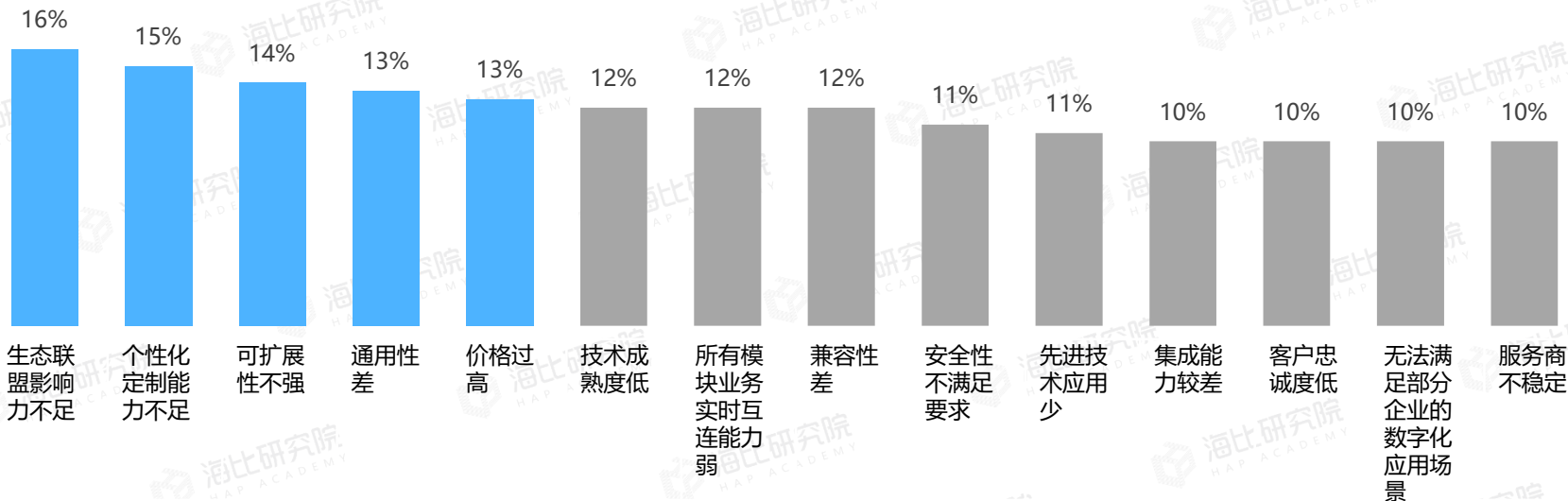
数据来源：海比研究院，2021；

3.5 生态竞争格局分析：SaaS生态短板

联盟品牌、个性化定制、可扩展性、通用性和价格仍是SaaS生态发展的短板

- 从SaaS厂商角度来看，SaaS生态联盟仍然存在一些短板，特别是生态联盟品牌影响力不足、产品个性化定制能力不足、可扩展性不强、通用性差、价格过高等是制约SaaS生态发展的主要短板，应该进行优化调整。

图：SaaS厂商认为SaaS生态联盟的主要短板

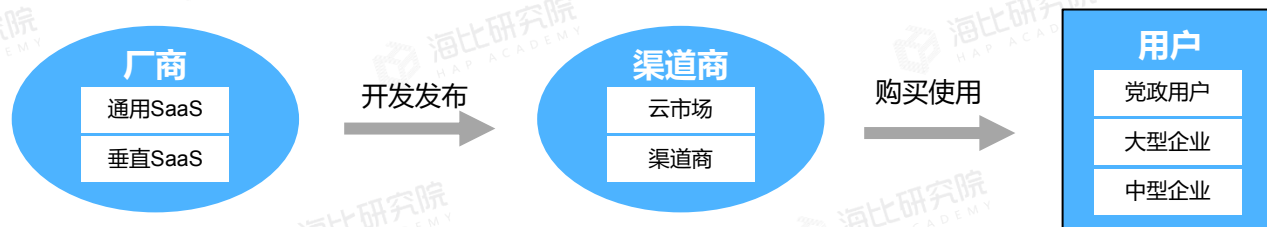


数据来源：海比研究院，2021；

3.5 商业模式:

厂商→渠道→用户的商业模式

图：厂商→渠道→用户的商业模式分析



主要特点

- 商业模式：厂商独立开发并销售的模式
- 服务对象：党政、大中型企业为主
- 产品特点：单一产品为主，解决方案很少
- 交付主角：厂商负责交付事宜
- 盈利水平：客单价较高，但订单数量少

典型企业



数据来源：海比研究院，2021年整理；

3.5 商业模式： 厂商→联盟→渠道→用户的商业模式

图：厂商→联盟→渠道→用户的商业模式分析



主要特点

- 产品模式：厂商将产品与联盟其他产品整合发布
- 服务对象：中小微型企业用户为主
- 产品特点：以解决方案为主
- 交付主角：生态联盟负责交付事宜
- 盈利水平：客单价较低，但订单数量多

典型企业

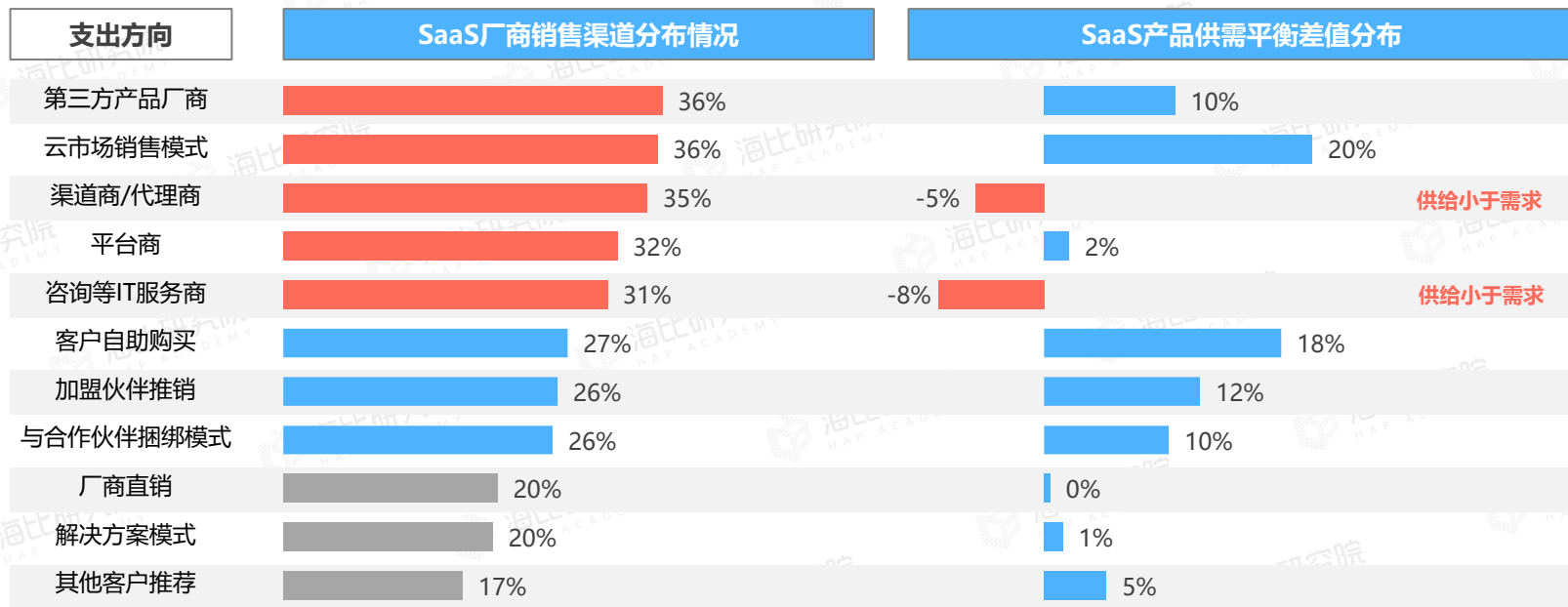


数据来源：海比研究院，2021年整理；

3.7 销售渠道分析

第三方厂商、云市场、渠道商、平台商和咨询服务商是主要销售渠道

- 从SaaS厂商的销售渠道体系分布来看，第三方产品厂商、云市场销售模式、渠道商/代理商、平台商和咨询服务商是主要销售渠道所在。但是从供需平衡来看，渠道商/代理商和咨询服务商的供给显著小于需求，说明SaaS厂商在这两个渠道的布局力度无法满足需求，SaaS厂商应该加大这两个渠道的推广。



数据来源：海比研究院，2021；供需平衡差值=厂商供给比例-用户需求比例，反应市场供需平衡水平，差值为负且越接近-1，说明供给越无法满足需求。

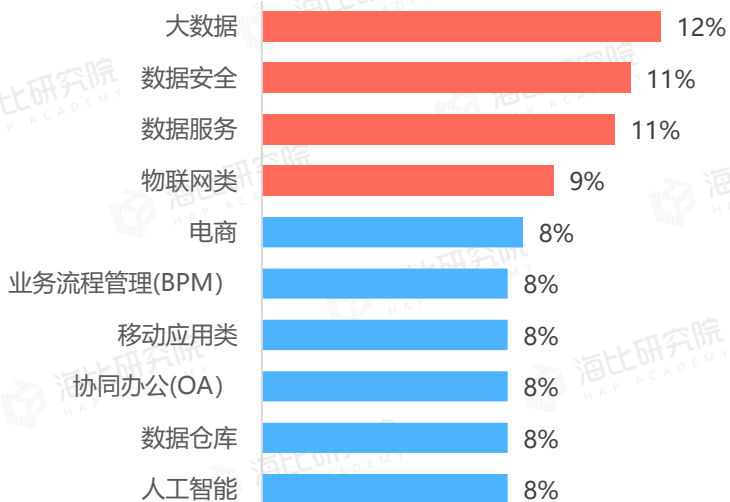
3.8 客户情况：产品实际销售与行业分布

SaaS厂商在数据类、物联网类产品方面销售较好，互联网和制造是重点行业

数据类、物联网类是实际销售较好

- 从SaaS厂商的实际销售的产品类型分布来看，大数据、数据安全、数据服务和物联网是销售较多的产品类型。

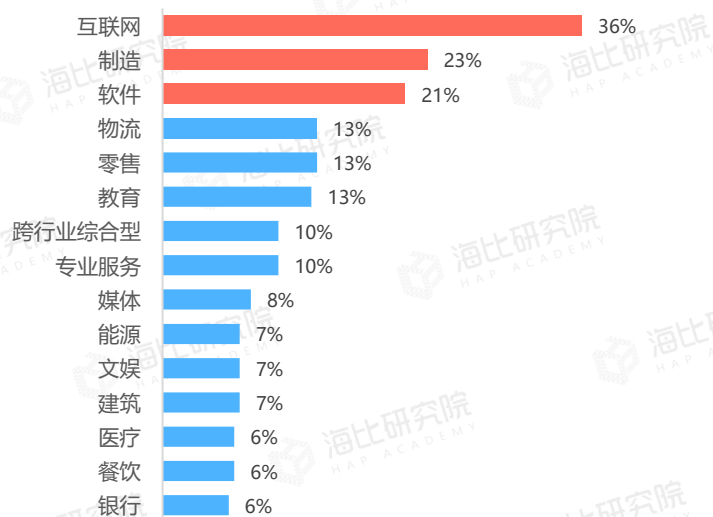
图1：SaaS厂商实际销售产品类型Top10



新增客户主要在互联网、制造和软件业

- 从SaaS厂商新增客户的行业分布来看，互联网、制造、软件、物流、零售等行业的占比较高。

图2：SaaS厂商新客户行业分布Top10



数据来源：海比研究院，2021；

3.8 客户情况：购买情况

近六成SaaS厂商客单价低于10万，中小型企业是购买主力

- 从SaaS厂商的客单价分布来看，5- <10万的占比最高达27%，其次是2万以下和2- <5万均为16%，可见SaaS厂商中有58%的客单价是低于10万水平的。从客户类型来看，当下SaaS产品的客户主体仍是中小型企业为主，二者占比达到73%，是SaaS产品的购买主力。

图1：SaaS厂商客单价分布

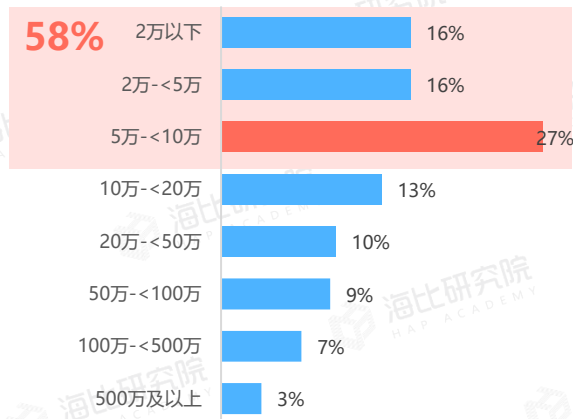


图2：SaaS厂商客户类型分布

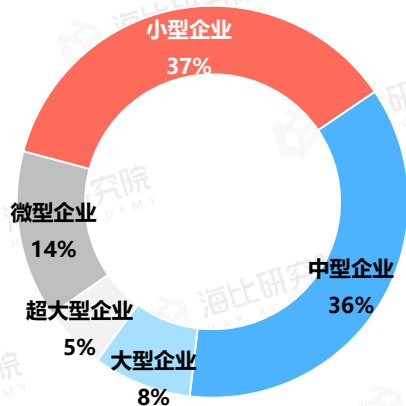
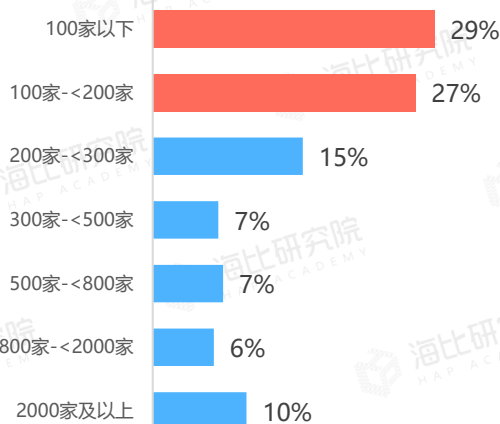


图3：SaaS厂商客户数量分布



数据来源：海比研究院，2021；

3.9 SaaS市场产业图谱

经营管理业务类

办公沟通工具类

3.9 SaaS市场产业图谱

业务流程外包类

51个税 税务健康管理专家
金柚 JOYOWO.COM
薪巴巴
人力窝 HOMOHR
知HR
HR 仁云 人事能手
薪资通 用友 薪福社
社保公社 FESCO
安心云人事 五云 研发绩效
易社保 上班族
酷学院 COOL COLLEGE 小鹅通
魔学院 MOXUEYUAN.COM 保险极客
GaiaWorks 盖雅工场
心福利 heartia beyond Experience 51社保

数据分析服务类

云徙 | 数盈 腾讯云
数据驱动 营销智能
百度智能云 华为云
明略科技 MINGLUO TECHNOLOGY 元年 yuonian
滴普科技 DEEPEXI 阿里云
袋鼠云 DTSTACK 数澜科技 DTWAVE.COM
神策数据 SENSORS Data GrowingIO 用数据驱动企业增长
Percent 百分点 爱数
SMARTBI 思迈特软件
URORA 极光
观远数据 GUANYUANDATA.COM FineReport 帆软报表

信息安全管理类

360安全卫士 网易七鱼
安全派 HanSight 瀚思
数盾科技 SHUDUN TECHNOLOGY Nascent 南讯
天融信 TOPSEC 国科华盾 Huadun Information Co., Ltd.
SANGFOR 深信服科技 启明星辰
亚信安全 NSFOCUS
Jump 交大捷普 CETC 电科云 CETCLOUD

垂直行业专用类

明源云 客如云 KERUYU 国朗 GOLONG
Midea Cloud 美云智数 美团 美团 JMS
爱农友 Agricultural friend 智小媒 zhi Xiao Mei 吉客云
三体云动 junny 中建君联 未名企鹏
思为科技 IDEAMAKE 美味不用等
Teamface 让数据驱动一切 企典 匠匠科技
百家云 DALIYUN.COM knowbox 小盒科技
EduSoho 拓课云 勤鸟
智造云 环球软件 Univalsoft

3.10 中国SaaS市场隐形冠军与新锐厂商研究模型

SaaS市场隐形冠军与新锐厂商评估模型

SaaS市场的细分领域越来越多，越来越细，很多领域涌现出了非常具有代表性的企业，海比研究院通过数据分析、深度访谈、评审调研，从不同维度进行综合评定，制定科学的评估体系，希望通过详尽的研究，进而筛选出各细分领域的隐形冠军和新锐厂商，后期将推出专题研究内容进行解读。

隐形冠军



评估模型

新锐厂商



部分SaaS市场隐形冠军展示

CRM

沃丰科技

采购

SunYur 商越

SCRM

微丰

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 市场规模

03 厂商供给

04 用户需求

05 趋势展望



4.1 SaaS市场目标用户定位

将有数字化建设需求且已使用SaaS产品的用户定位为SaaS市场目标用户

- 根据海比研究院的调研数据显示，有96%的企业有数字化建设的需求，其中企业对于SaaS产品的需求旺盛，有90%的企业有SaaS产品的需求。
- 海比研究院将有数字化建设需求、愿意并使用SaaS产品的用户定位为目标用户，目标用户在当下市场的占比高达43%，而付费SaaS用户的渗透率则仅有5%，由此可见SaaS市场用户群体庞大，但付费用户比例还不高，市场潜力巨大。

图1: 用户数字化需求

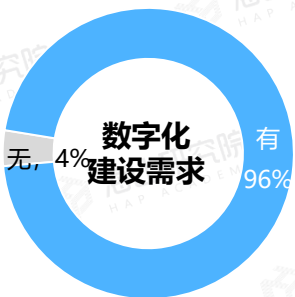


图2: SaaS产品需求

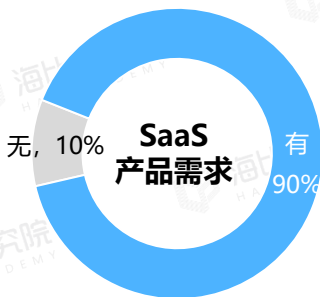


图3: SaaS市场目标用户分布

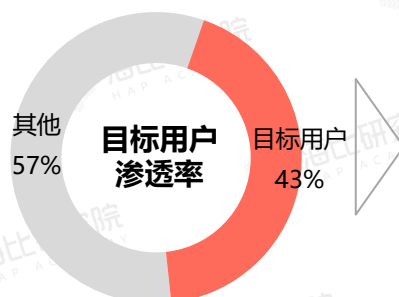
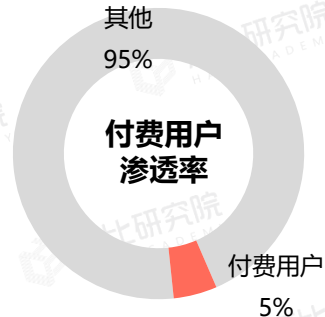


图3: SaaS市场付费用户分布



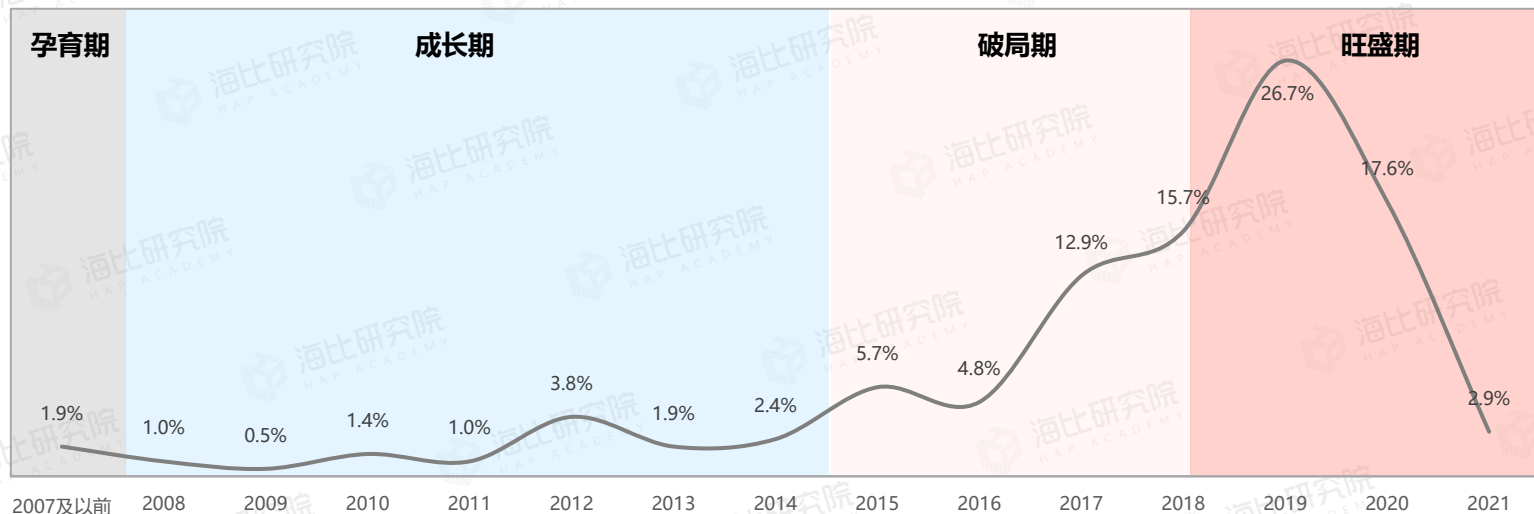
数据来源：海比研究院，2021年；

4.2 目标用户SaaS产品使用历程

2015年之后使用SaaS产品的企业数量显著增多，如今正处于旺盛期

- 从目标用户开始使用SaaS产品的时间分布来看，孕育期和成长期阶段用户使用SaaS产品的比例较低，但从2015年开始进入快速增长期，2019年到现在SaaS产品使用已经进入旺盛期。

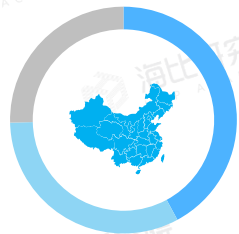
图：目标用户使用SaaS产品的时间分布情况



数据来源：海比研究院，2021年；

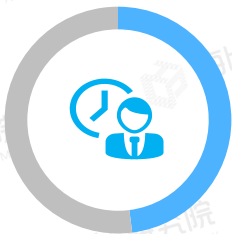
4.3 SaaS目标用户画像

中型企业为主，重点分布在一、二线城市，以制造、互联网等行业居多



41.9%

超过四成SaaS用户在
一线城市



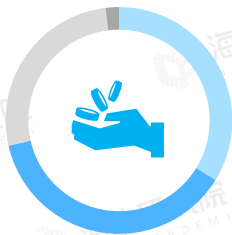
48%

近五成用户人员规模超过
300人



51%

超五成企业年收入超过
3000万元



38%

近四成是中型企业



62%

六成以上用户集中在制造业、
互联网、软件、能源、交通等
行业

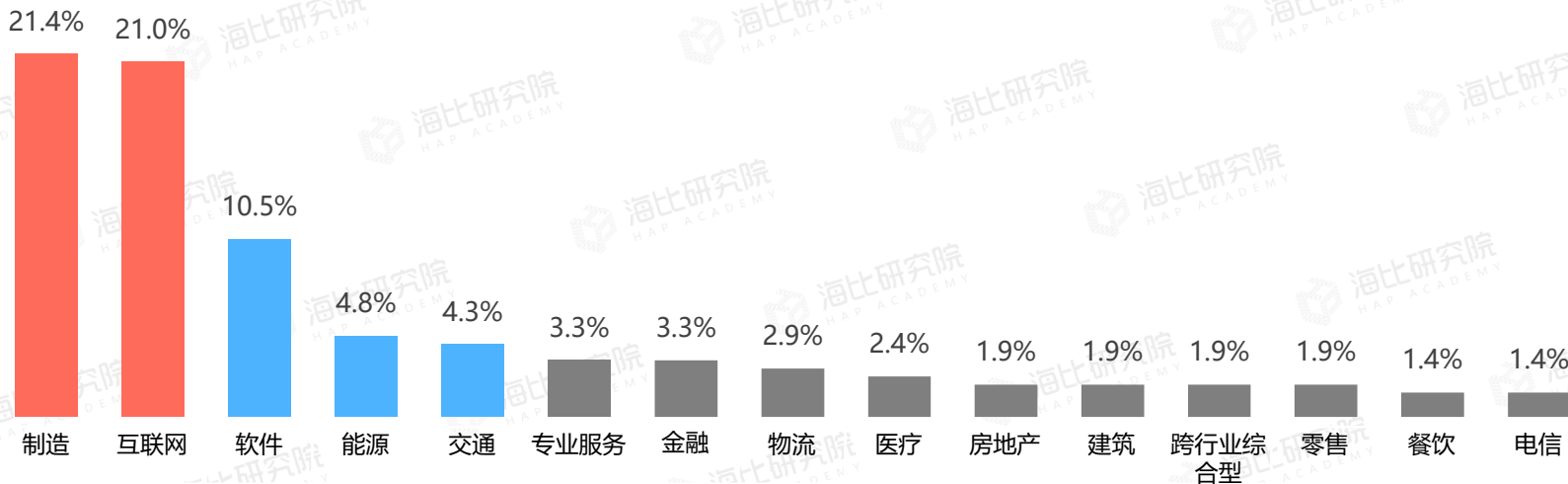
数据来源：海比研究院，2021年；

4.3 用户行业分布

SaaS用户主要集中在制造、互联网、软件、能源、交通、专业服务等行业

- 从SaaS用户的行业分布情况来看，SaaS用户比例较高的行业有制造、互联网、软件、能源、交通、专业服务等行业，其中制造和互联网占比均达21%，其次是软件、能源和交通占比也较高。
- 由此可见，SaaS用户的行业集中度较高，前四大行业占比接近六成，因此SaaS厂商应该对这四大行业进行重点布局。

图：SaaS用户需求较高的行业Top15分布情况



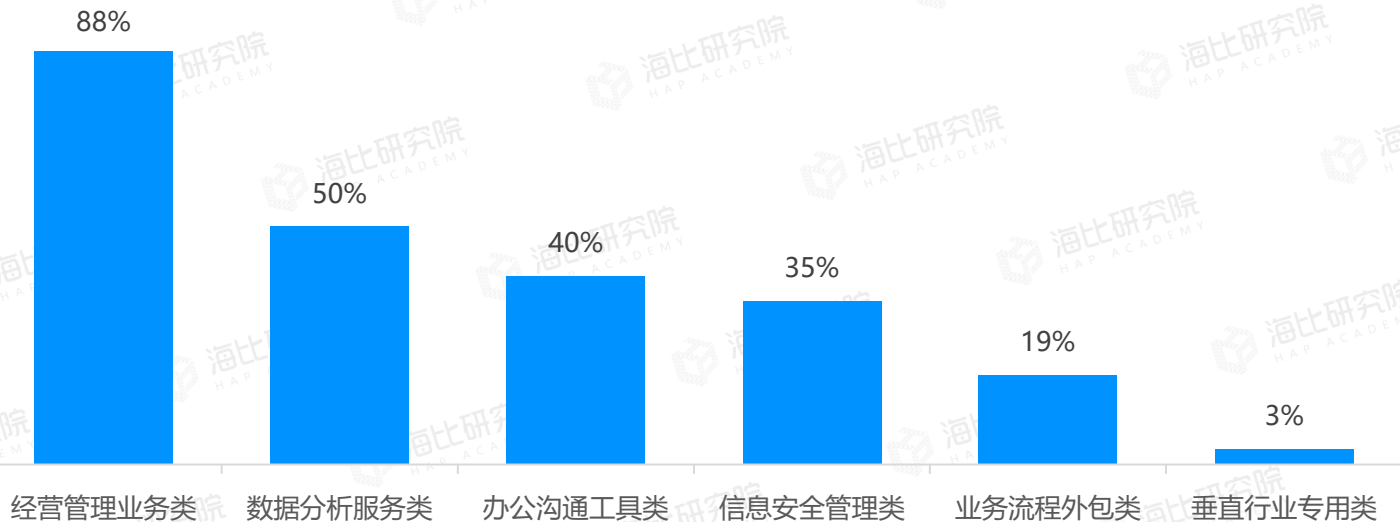
数据来源：海比研究院，2021年；

4.4 用户产品需求

用户对经营管理业务类SaaS产品需求最高，其次是数据分析服务类

- 从SaaS用户对产品需求的偏好来看，经营管理业务类SaaS产品需求度最高，有高达88%的用户均有需求，其次是数据分析服务类50%，再次为办公沟通工具类和信息安全管理类。因此，用友YonSuite、YonBuilder、友空间、神州云动CloudCC、e签宝、沃丰、企蜂云、明源云等主营产品是经营管理业务类的企业会更符合用户需求。

图：SaaS用户产品需求分布情况



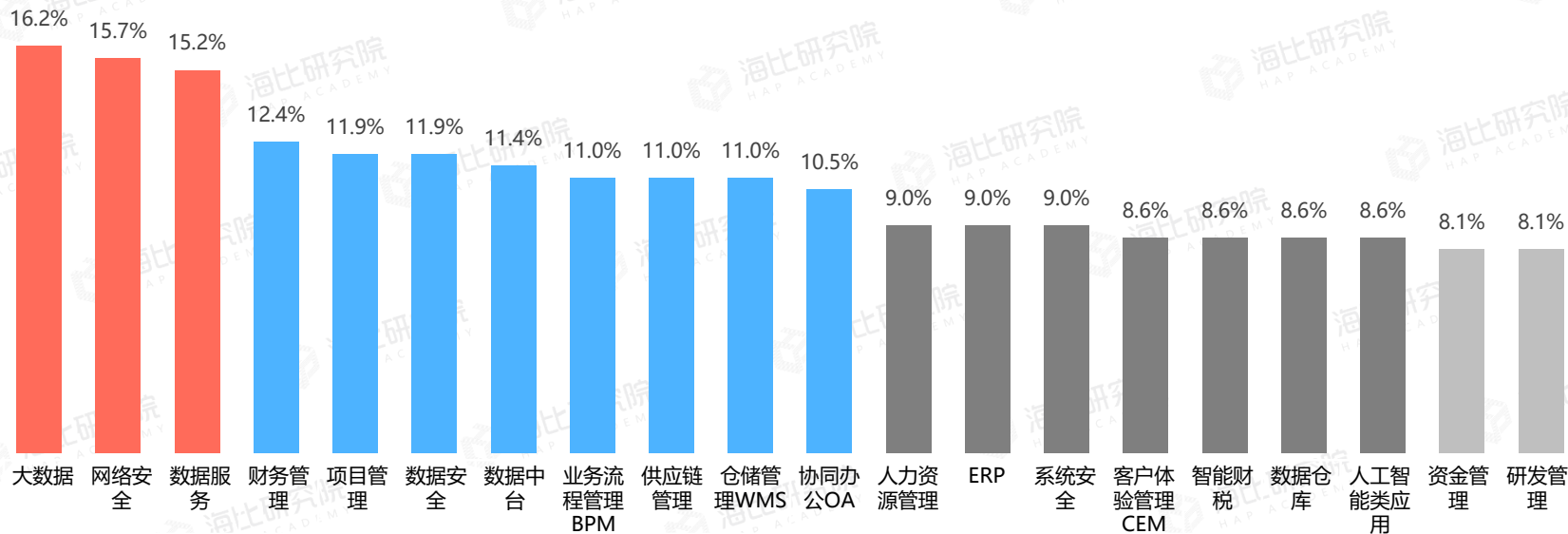
数据来源：海比研究院，2021年；

4.4 用户产品需求：细分产品类型需求

数据服务、信息安全领域的SaaS产品需求旺盛，垂直领域SaaS产品需求较少

- 海比研究院调研数据显示，用户产品需求较高的SaaS产品类型主要集中在数据服务和信息安全领域，其中大数据类的SaaS产品需求较高，占比为16.2%，其次是网络安全、数据服务类SaaS产品，占比分别为15.7%和15.2%。财务管理、项目管理、数据安全、数据中台、业务流程管理BPM类型的SaaS产品需求较多。垂直专用类的SaaS产品需求较少，未被收入用户产品需求的前20名排名中。

图：SaaS市场用户对产品类型的需求分布情况



数据来源：海比研究院，2021年；

4.4 用户产品需求

企业SaaS产品需求超一半来自非IT部门，接近六成由中层管理者进行购买决策

- 从海比研究院调研结果来看，50%的企业非IT部门对SaaS产品提出购买需求，其中管理部门、生产部门和财务部门占比分别为13%、10%、10%，说明SaaS产品需求发起部门已经不再是以IT部门为主。而且SaaS产品购买主要决策者不是企业的一把手，而是更多的集中在中层管理者手中。

图1：SaaS产品需求部门

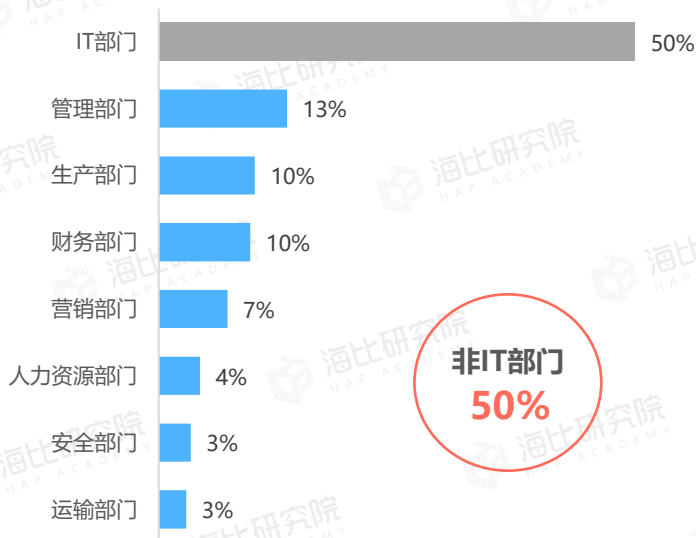
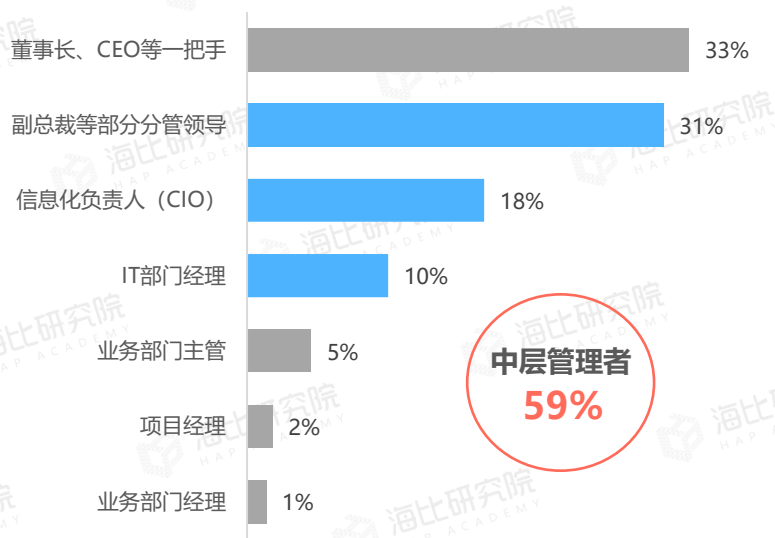


图2：SaaS产品购买决策者



数据来源：海比研究院，2021年；

4.5 购买行为

2020年超过五成企业用户购买软件支出在50万以内

- 2020年54.8%的企业用户软件支出规模在50万元以内，其中企业软件支出规模占比最大的区间为【20, 50】万元以内，占比为17.6%，其中近4成企业SaaS产品的购买数量为1-3个，SaaS产品的平均采购单价为10万以内，占比为70%，

图1：SaaS软件支出规模

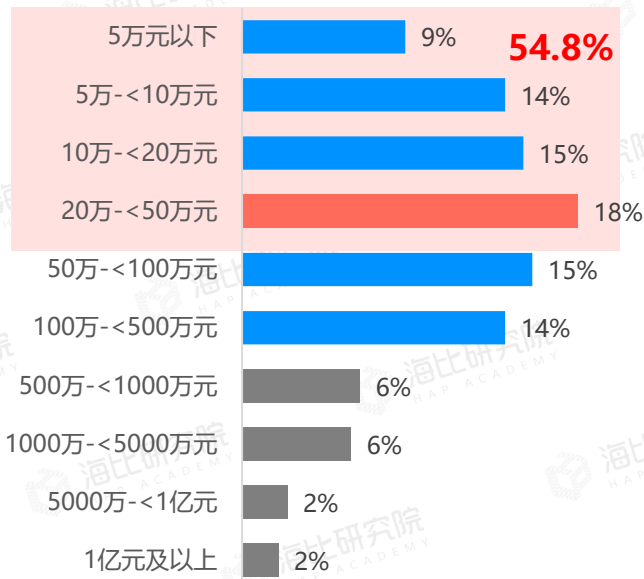


图2：SaaS产品购买数量

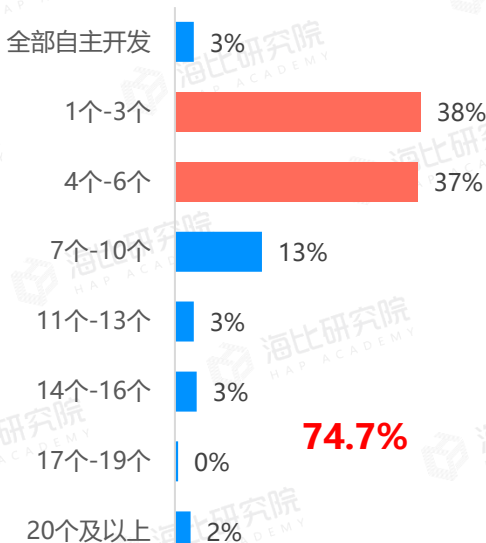
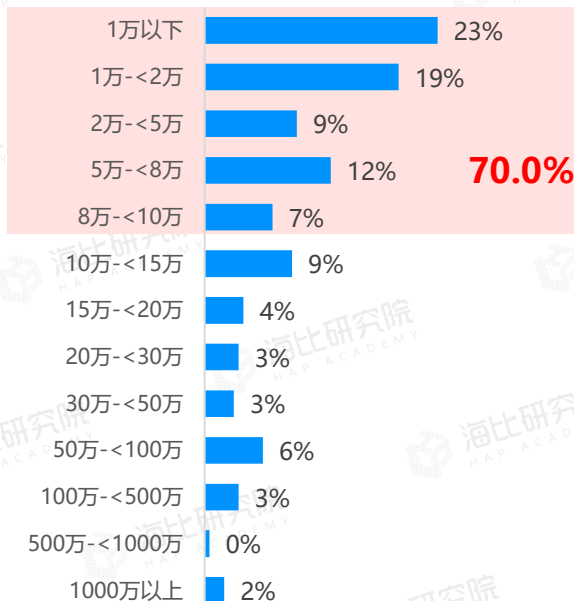


图3：平均采购单价



数据来源：海比研究院，2021年；

4.5 购买行为：购买渠道和购买时段

渠道商/代理商仍为SaaS产品的主要购买渠道，超过六成企业在上半年进行采购

渠道商/代理商仍然为SaaS产品购买的主要渠道

八成固定时段购买SaaS产品，3-6月份是高峰期

图1：SaaS产品购买渠道

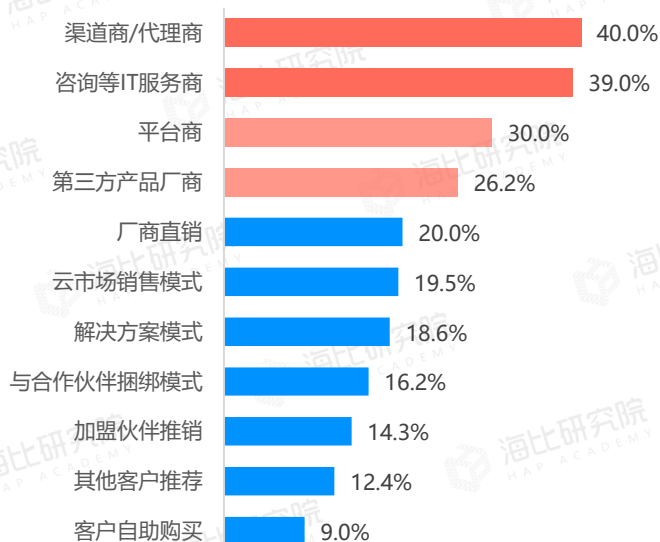
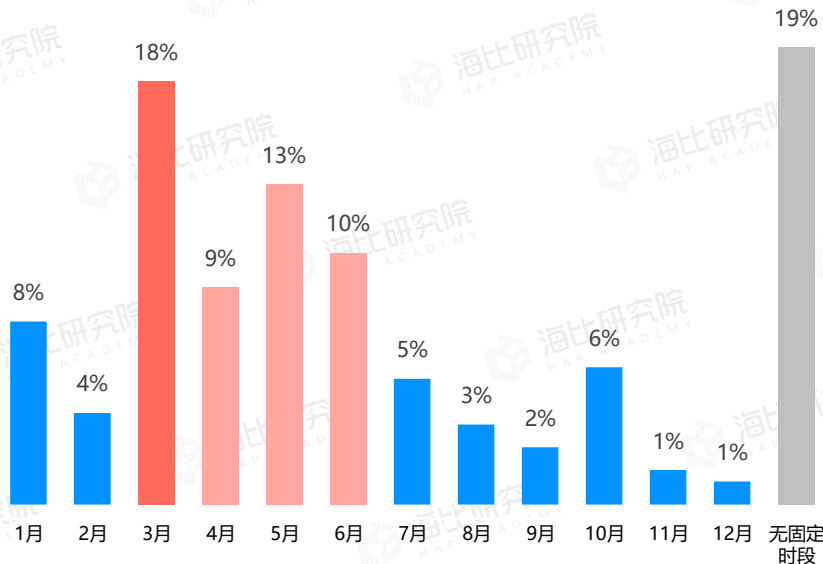


图2：SaaS产品购买时段



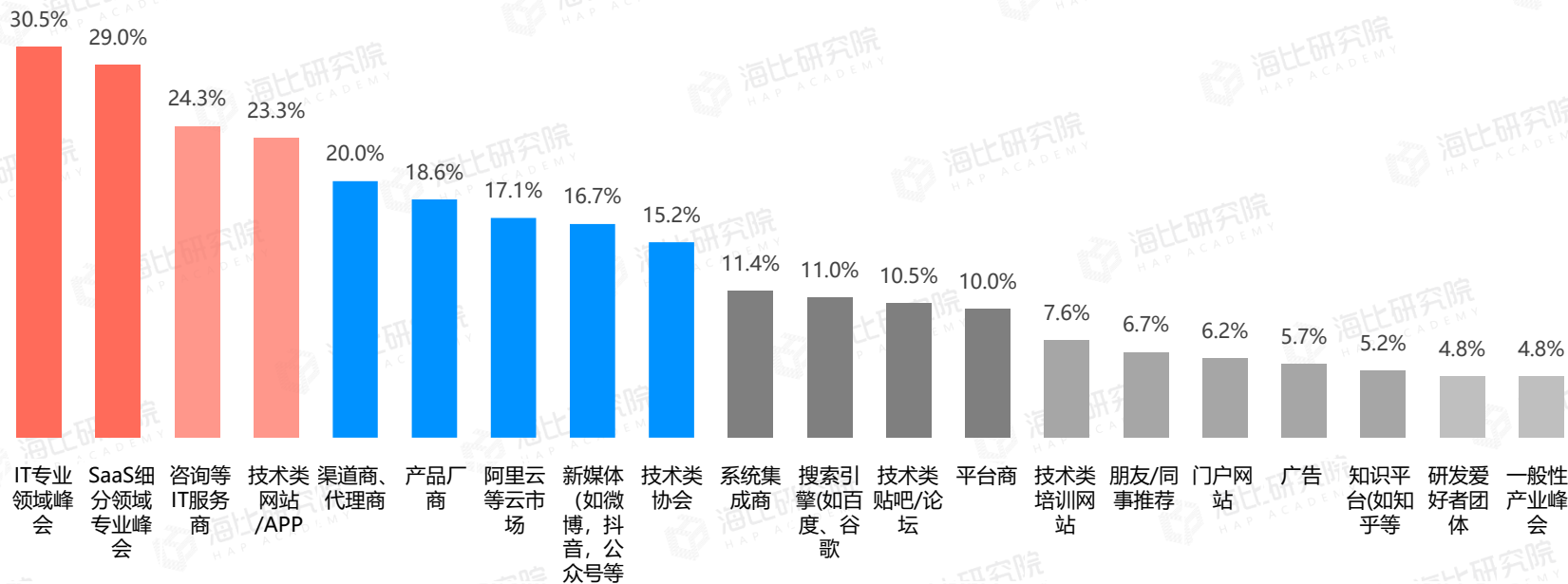
数据来源：海比研究院，2021年；

4.5 购买行为：触媒渠道

IT专业领域峰会及SaaS细分领域专业峰会成为最终用户首选了解渠道

- IT专业领域峰会、SaaS细分领域专业峰会成为用户了解SaaS产品的主要渠道，占比分别为30.5%和29.0%。其次咨询等IT服务商、技术类网站/app、渠道商/代理商、产品厂商、阿里云等云市场也是最终用户选择SaaS产品的重要渠道。

图：SaaS产品的主要触媒渠道



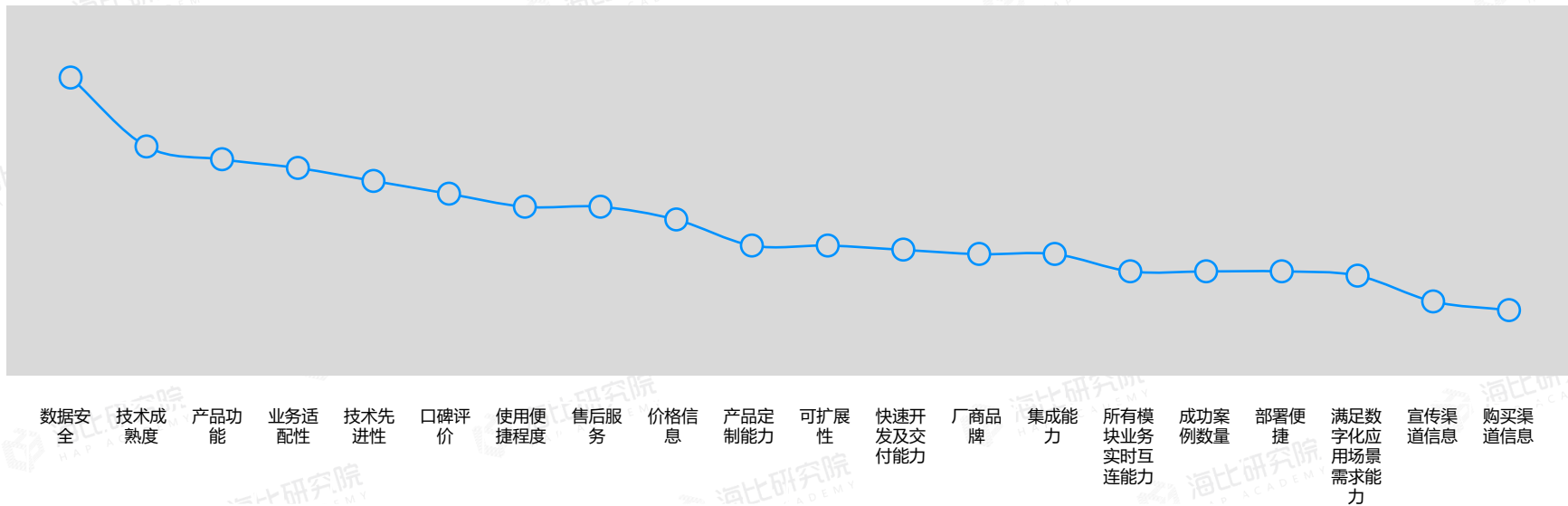
数据来源：海比研究院，2021年；

4.5 购买行为：购买影响要素

数据安全能力是用户最关注的SaaS产品，其次是SaaS产品的技术成熟度

- 数据安全是影响用户购买SaaS产品的首要因素，其次是技术成熟度、产品功能、业务适配性、技术先进性、口碑评价等也是最终用户的主要关注重点。

图：购买影响要素



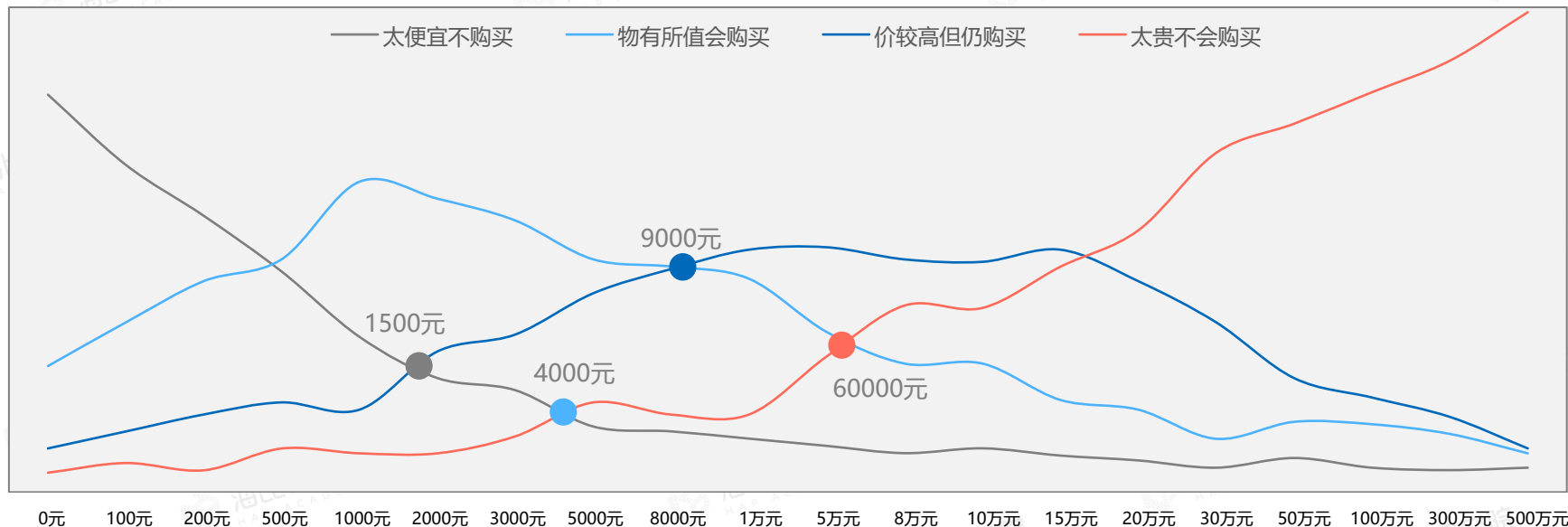
数据来源：海比研究院，2021年；

4.6 价格接受度

SaaS产品单价的最佳可接受价格范围是4000元-9000元/年

- 根据SaaS产品的市场价格测试显示，低于1500元的SaaS产品价格，消费者会怀疑其质量太差而不会去购买；高于6万元的SaaS产品，消费者会认为价钱太高，从而也不会去购买。
- SaaS产品单价的可接受价格范围是1500元至60000元，SaaS产品的最优单价在【4000-9000】元的区间内。4000元的SaaS产品是最终用户认为的SaaS产品最优价格，9000元/年的SaaS产品为最终用户可接受价格。

图：SaaS用户价格接受度分析



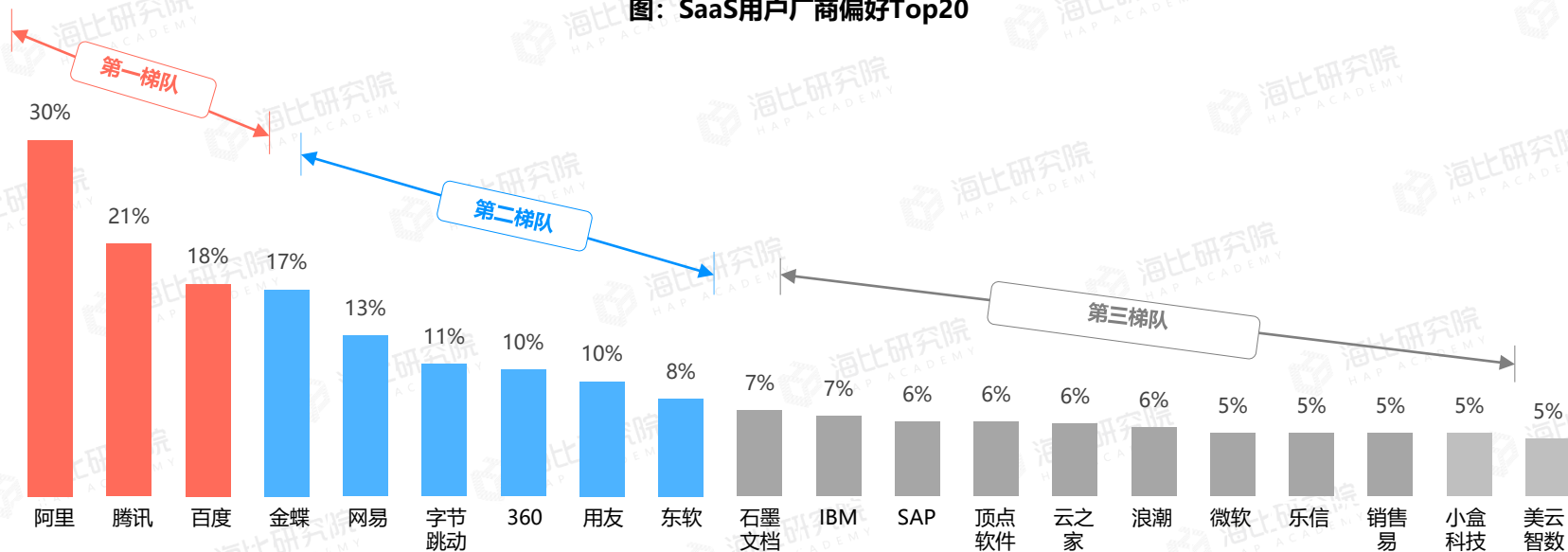
数据来源：海比研究院，2021年；

4.7 厂商偏好

SaaS用户对阿里、腾讯、百度的偏好更高，处于第一梯队

- 从用户对SaaS厂商的偏好来看，top20厂商可以分为三大梯队，处于第一梯队的SaaS厂商是阿里、腾讯、百度；处于第二梯队的SaaS厂商则有金蝶、网易、字节跳动、360、用友和东软，处于第三梯队的则有云之家、销售易、石墨文档、IBM、浪潮、微软、美云智数等。

图：SaaS用户厂商偏好Top20



数据来源：海比研究院，2021年；

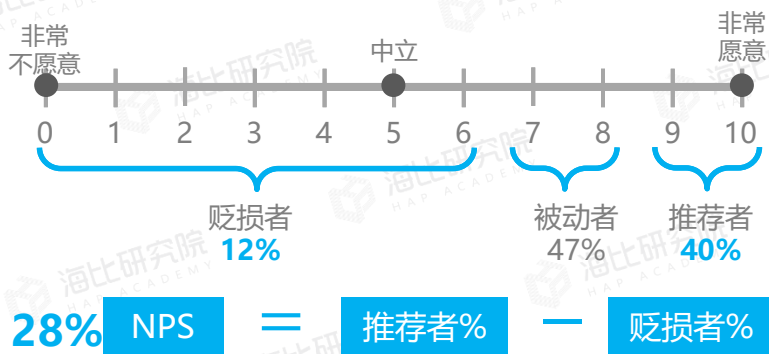
4.8 净推荐值分析：

用户对SaaS产品的净推荐值为28，主动推荐传播意愿较高

SaaS产品的净推荐值28

- 最终用户对SaaS产品的净推荐值为28，说明SaaS产品在口碑营销上的潜力较强，同时也代表忠诚用户的人数较多，发展前景较好。

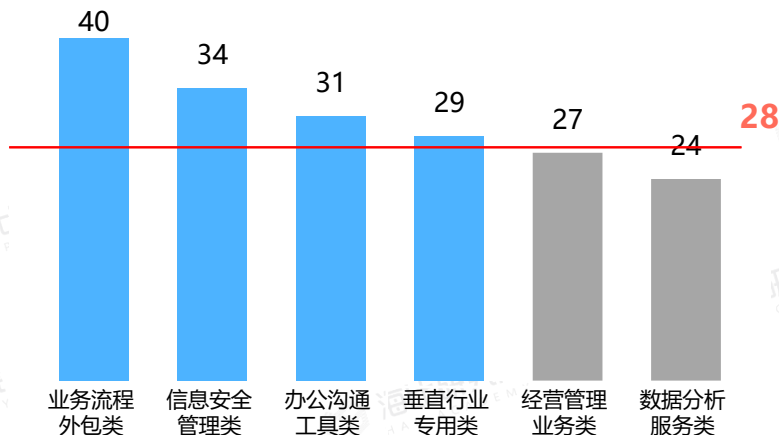
图1：用户对SaaS产品的NPS值



业务流程外包类净推荐值高

- 从细分领域来看，业务流程外包类、信息安全管理类和办公沟通工具类的净推荐值高于行业平均水平，更适合口碑营销。

图2：各细分市场NPS值



数据来源：海比研究院，2021年；

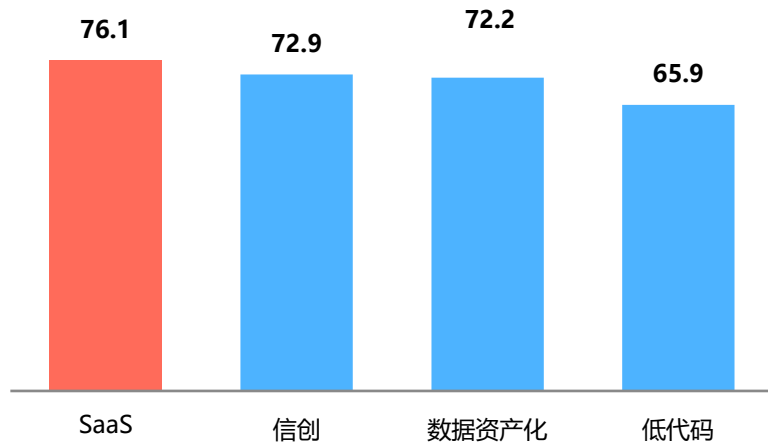
4.9 SaaS产品满意度分析

行业满意度水平较好，经营管理业务类和数据分析服务类的满意度尚需提升

SaaS行业标准满意度达76分

- SaaS的行业标准满意度为76.1分，满意度水平高于信创、数据资产化、低代码等常见ICT领域，说明SaaS产品的用户评价较好。

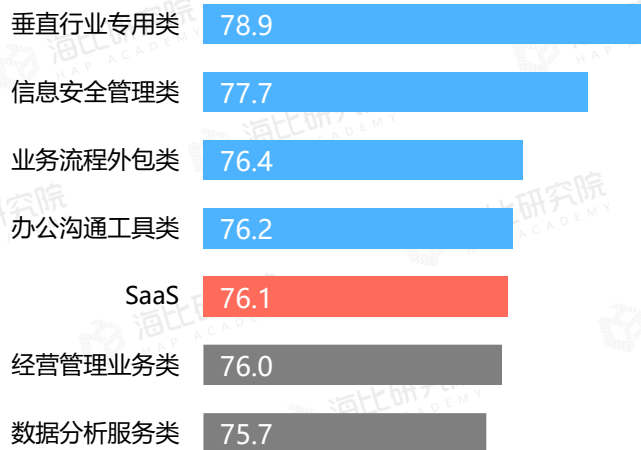
图1：各ICT领域的满意度分析



垂直类满意度较高，数据类最低

- 从细分领域满意度来看，用户对垂直行业专用类的满意度最高，其次是信息安全管理类，另外业务流程外包类和办公沟通工具类也高于行业整体水平。

图2：不同细分类型SaaS满意度分析



数据来源：海比研究院，2021年；满意度满分为100分，1-70分为不满意，71-90分为满意，90分以上为很满意；

4.10 满意度水平较高的厂商



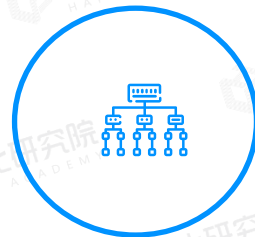
经营管理业务类
(内部管理型)



经营管理业务类
(外部交易型)



办公沟通工具类



业务流程外包类

YonSuite YonBuilder

e签宝
签合同·用e签宝

易趋云

友空间

聚通达
JYTORUN

神州云动
CloudCC.com

沃丰科技



景栗科技

微丰

ServiceGo

明源云

UDESC

励销云
lixiaoyun.com

Neocrm 销售易

云之家
Cloud-Hub

Landray 蓝凌

51个税
税务健康管理专家

数据来源：海比研究院，2021年整理；

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 市场规模分析

03 厂商分析

04 用户分析

05 趋势展望



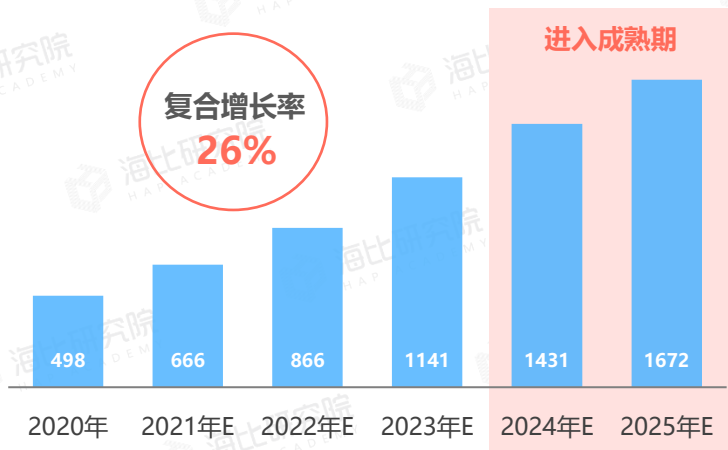
5.1 行业发展潜力分析

中国SaaS市场容量高达万亿，未来五年保持较高增长，5年后开发率可达16%

未来五年复合增长率26%，进入成熟期

- 2020年中国SaaS市场规模仅498亿元，预计五年后可达到1672亿元，未来五年复合增长率委26%，预计在2024-2025年市场告别成长期进入成熟期。

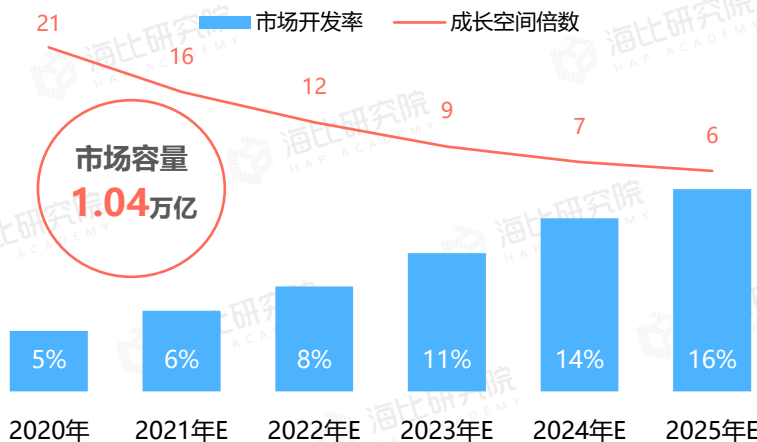
图1：中国SaaS市场规模未来五年发展走势分析



SaaS市场容量高达万亿，现市场开发率仅5%

- 预计中国SaaS市场容量达1.04万亿元，而2020年市场规模仅498亿元，市场开发率仅有5%，尚有21倍提升空间，说明未来成长空间巨大，预计到2025年市场开发率可达16%。

图2：中国SaaS市场未来五年市场开发率与增长空间



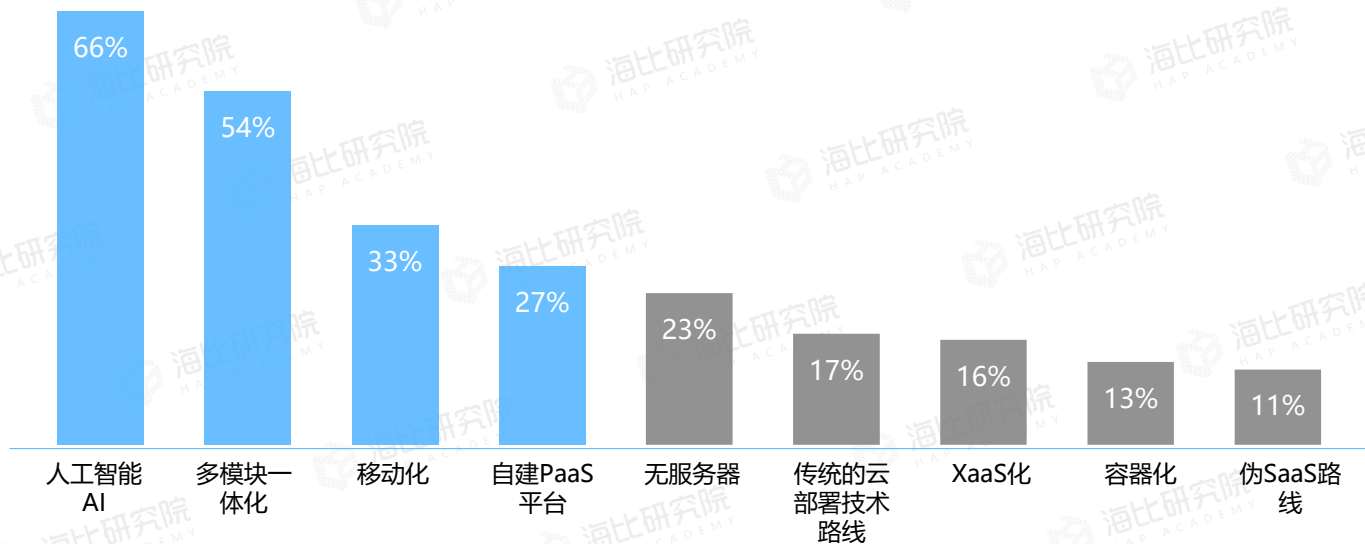
数据来源：海比研究院，2021年；

5.2 技术发展趋势分析

人工智能、多模一体、移动化和PaaS化是未来SaaS技术路线发展的四大趋势

- 中国SaaS市场发展即将告别成长期进入成熟期，未来技术路线将会发生变革，通过调研数据来看，人工智能、多模块一体化、移动化、自建PaaS平台是当下业内较为认可的四大技术路线发展趋势。

图：中国SaaS市场未来技术发展路线趋势分析



数据来源：海比研究院，2021年；

5.3 产品发展趋势分析

SaaS厂商推出自营PaaS产品并与SaaS产品结合推广将是重要发展趋势

- 中国SaaS市场发展即将告别成长期进入成熟期，未来技术路线将会发生变革，通过调研数据来看，人工智能、多模块一体化、移动化、自建PaaS平台是当下业内较为认可的四大技术路线发展趋势。

图1：SaaS用户未来产品需求变化情况

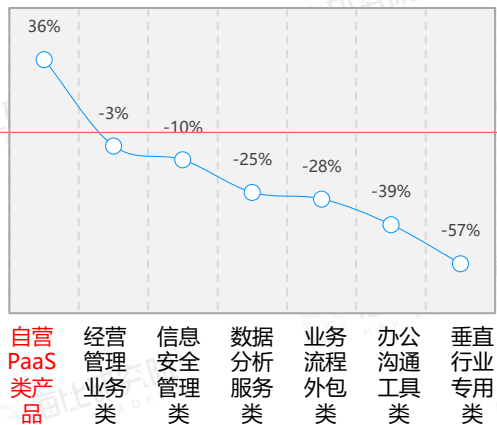


图2：自营PaaS类+SaaS产品需求显著增长

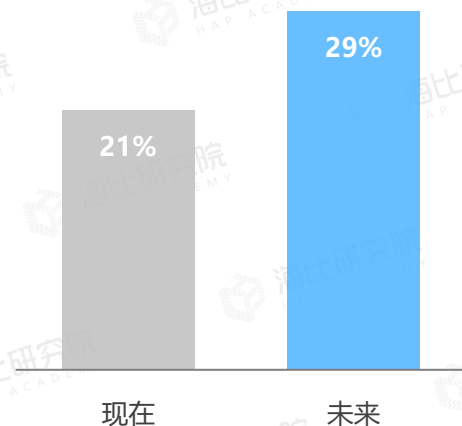
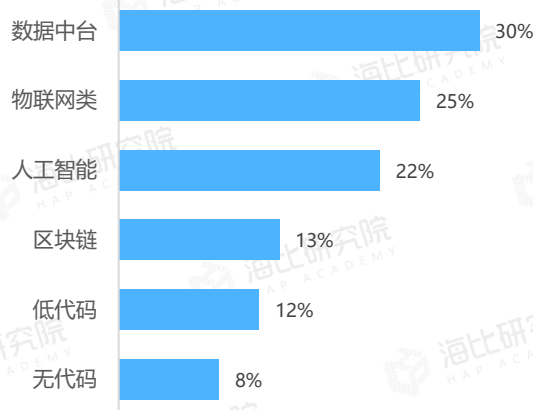


图3：自营PaaS类热点产品类型分布



数据来源：海比研究院，2021年；

5.4 用户需求趋势分析

中小型企业已经成为SaaS用户的主力，SaaS厂商应注重挖掘成长型企业需求

- 比较近两年SaaS用户的结构占比可以看出，2020年大型企业和小微型企业占比相比2019年有所下降，而中型企业的占比则出现明显的上升，这与中型企业也开始注重数字化建设转型有密切关系。
- 海比研究院将中小微型企业定位为成长型企业，在2020年成长型企业已经占到SaaS用户的66%，可见成长型企业将是SaaS市场的重要客户群，SaaS厂商应该注重对成长型企业的业务布局与开发。

图1：近两年SaaS用户结构变化分析

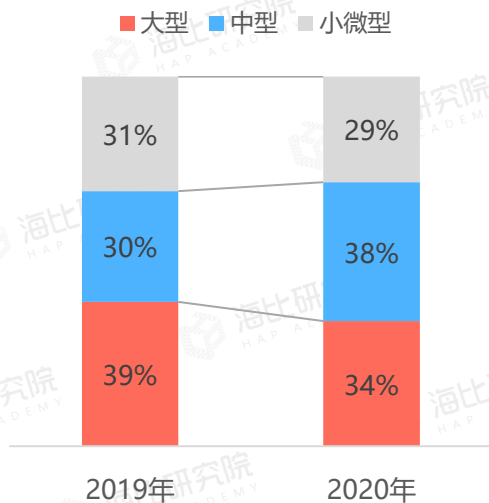
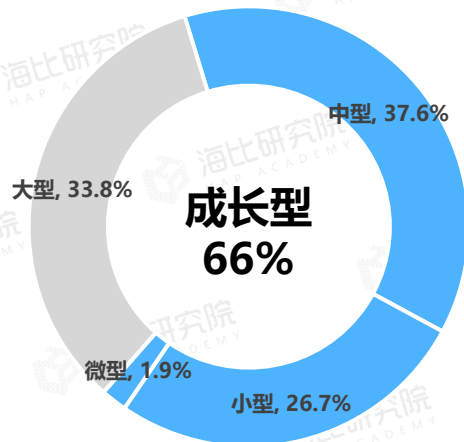


图2：2020年 SaaS用户中成长型企业结构占比



数据来源：海比研究院，2021年；

5.4 未来重点行业需求分析

大型企业用户和成长型企业用户的热点行业分布存在显著差异

- 从SaaS用户的行业分布情况来看，大型企业行业分布与成长型企业的行业分布存在显著不同，大型企业热点行业中除互联网、制造、交通、软件、能源等之外，在建筑和电信领域也较为热门，成长型企业除这些之外则是在医疗、零售领域需求更高。

图1：大型企业用户主要行业分布Top10

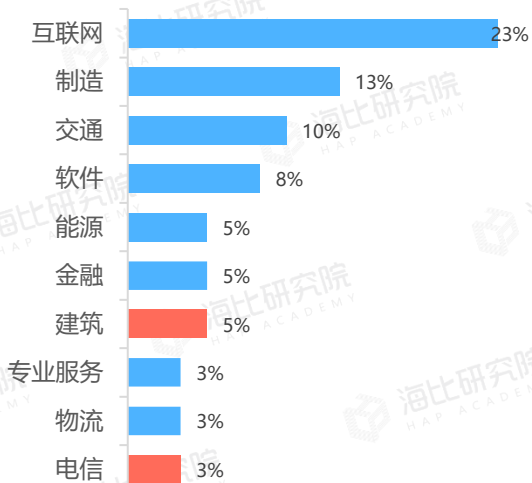
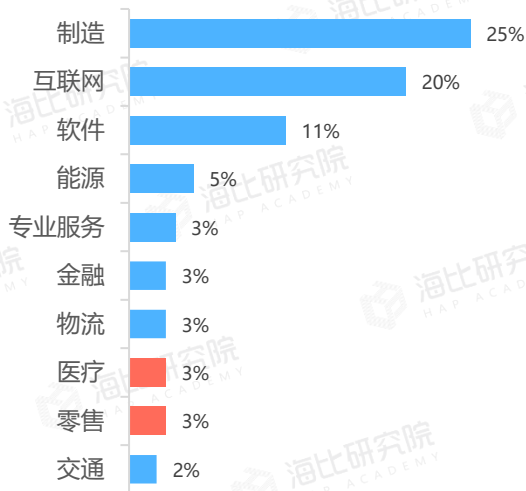


图2：成长型企业用户主要行业分布Top10



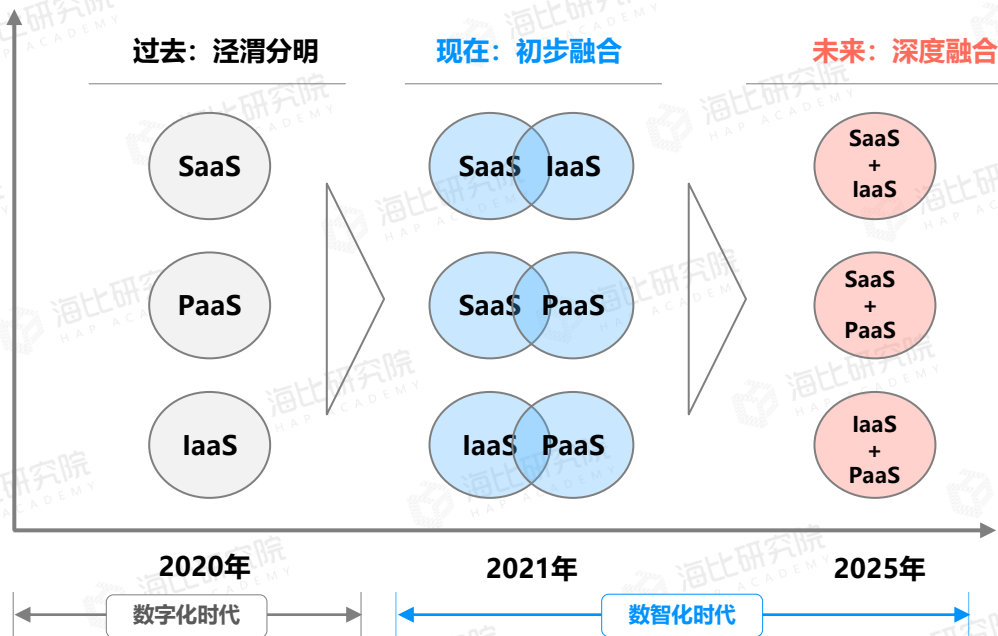
数据来源：海比研究院，2021年；成长型企业包括中型企业、小型企业和微型企业。

5.5 数智化转型对 SaaS市场的影响

数智化时代，SaaS将与PaaS和IaaS更深度融合

- 中国市场的数字化历程已经四大阶段，现在已经第三阶段的数字化时代迈入到第四阶段的数智化时代，在数智化时代云计算市场过去IaaS、PaaS和SaaS三者泾渭分明的情况已经无法满足新时代数智化建设的需求，在新需求的驱动下，未来云计算市场将会走向融合，当下的热点是SaaS与PaaS的融合，SaaS与IaaS的融合。

图：数智化转型对SaaS市场的影响



数智化推动SaaS融合发展

- ✓ **过去：**云计算市场IaaS、PaaS和SaaS三者泾渭分明
- ✓ **现在：**开始出现SaaS、PaaS、IaaS的融合发展，特别是SaaS与PaaS融合和SaaS与IaaS的融合。
- ✓ **未来：**将实现IaaS、PaaS和SaaS的互融

数据来源：海比研究院，2021年；

5.5 成长型企业上云助推SaaS市场发展

近八成的成长型企业有上云需求

- 成长型企业中，有上云需求企业占比达78%，接近八成。其中一二线城市占比超70%。
- 从上云类型来看，有上云需求企业选择以SaaS为代表的公有云占比近60%，混合云占比43%，这也与企业针对多种业务模式进行多云管理趋势相关。

图1：成长型企业上云率分布情况

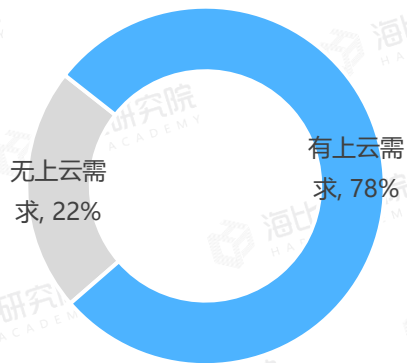


图2：企业上云类型分布情况

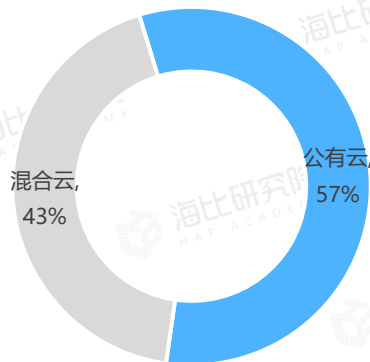
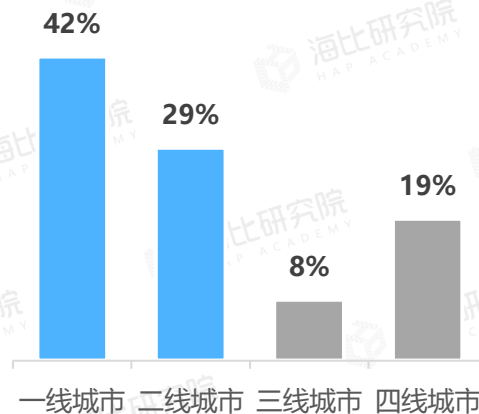


图3：主要分布地区



数据来源：海比研究院；成长型企业包括中型企业、小型企业和微型企业。

5.5 成长型企业上云助推SaaS市场发展

成长型企业需求产品以数据服务、数据安全、项目管理、商业智能等为主

- 从成长型企业需求产品类型来看，经营管理业务类是需求最高的，其次是数据分析服务类、信息安全管理类，需要特别注意的是成长型企业对PaaS融合发展类的需要比较高，达到31%。
- 从具体产品需求来看，成长型企业对数据服务、数据安全、项目管理、系统安全、商业智能、研发管理等产品需求较高。

图1：成长型企业产品需求偏好

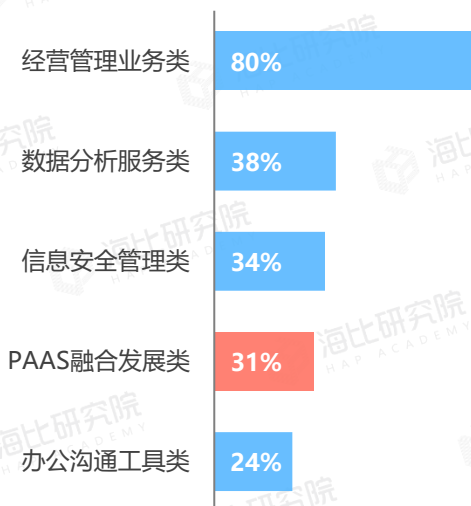
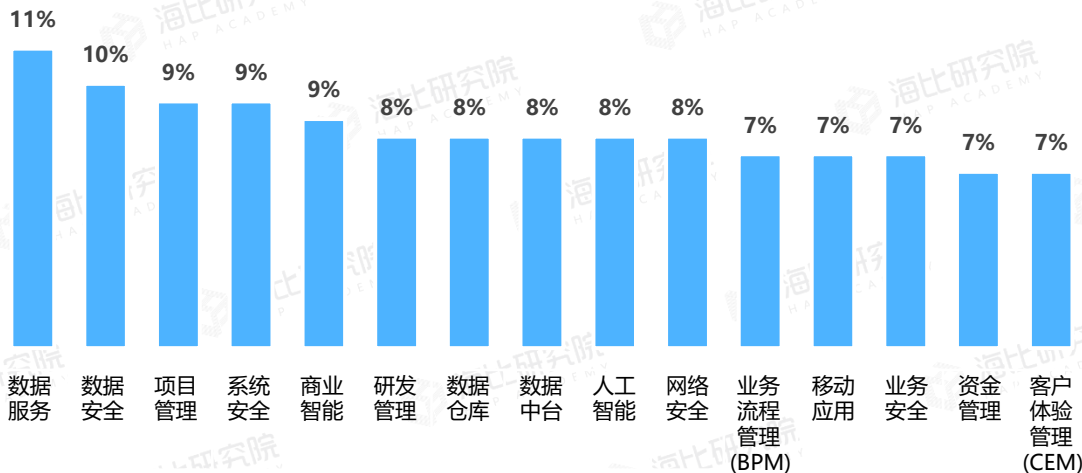


图2：成长型企业产品需求Top15



数据来源：海比研究院，2021年；成长型企业包括中型企业、小型企业和微型企业。

5.6 低代码对SaaS市场的影响

低代码拓宽了用户群体，对于部分SaaS产品具有推动作用

- 从产品开发需求发起部门来看，开发、运营和管理三大部门发起需求最多，可见低代码的出现让业务人员参与产品开发已经成为重要趋势，进一步拓宽了SaaS产品的开发人群和使用场景。
- 从行业场景来看，低/无代码平台开发的产品主要以互联网、专业服务、零售、金融、制造和教育等行业场景为主。对数据仓库类、人工智能和区块链等先进技术类、生产制造类等方面均具有较高的低代码开发需求。

图1：低代码开发的用户需求部门

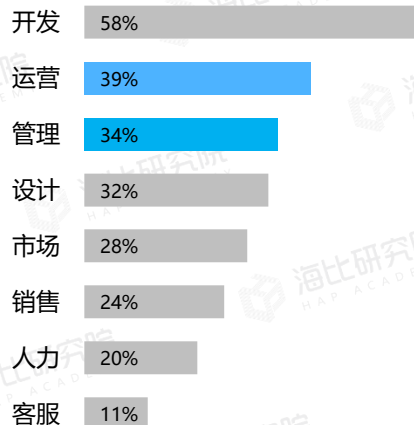


图2：低代码主要应用行业场景

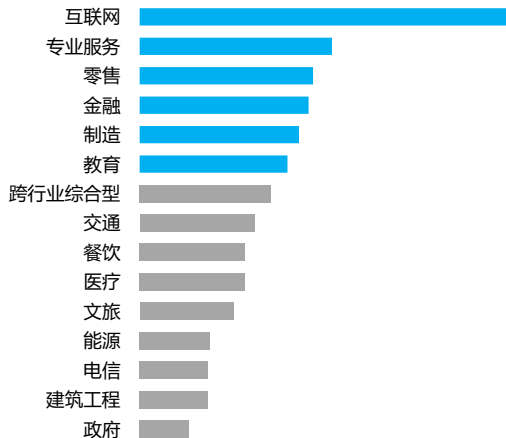
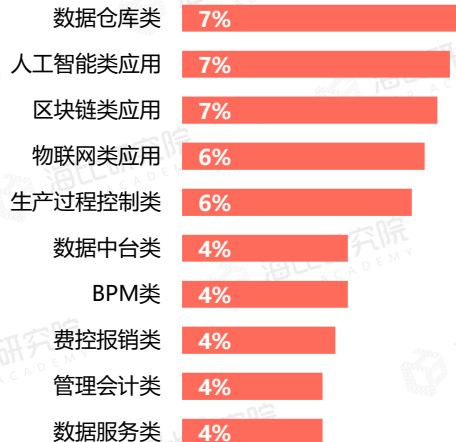


图3：适合低代码开发的产品类型



数据来源：海比研究院，2021年；

5.7 未来热点厂商案例推荐目录:

推荐等级>

经营管理业务类
(内部管理型)

经营管理业务类
(外部交易型)

办公沟通工具类

业务流程外包类

重点推荐>

YonSuite YonBuilder

沃丰科技



云之家
Cloud-Hub

51个税
税务健康管理专家

友空间

e签宝
签合同·用e签宝

明源云

微丰

ServiceGo UDESK

推荐>

易趋云

聚通达
JUTONCON

景栗科技

励销云
lixiaoyun.com

Landray 蓝凌

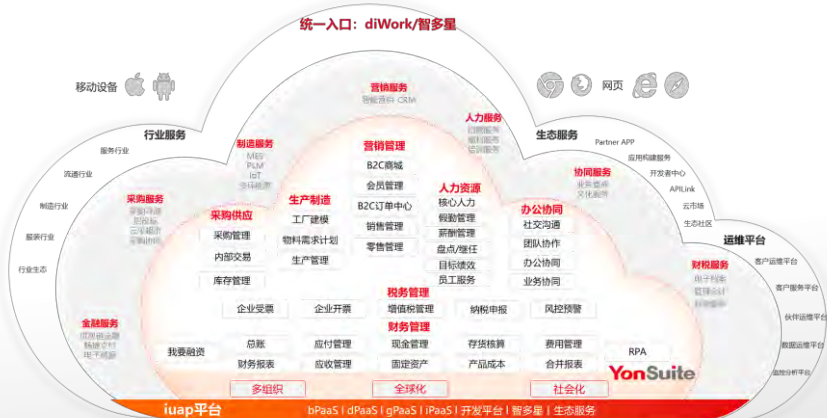
神州云动
CloudCC.com

Neocrm 销售易

数据来源: 海比研究院, 2021年; 排名不分先后, 仅列出部分企业;

用友网络创立于1988年，专注企业服务市场32年，当前在中国企业云服务市场占有率位居第一，是中国企业数智化服务和软件国产化替代的领导厂商。用友致力于用创想与技术推动商业和社会进步，通过构建和运营全球领先的商业创新平台YonBIP，服务企业数智化转型和商业创新，成就千万数智企业，让企业云服务随需而用，让数智价值无处不在，让商业创新更加便捷。

产品展示



产品类型



智能营销



HR SaaS



财税管理



生产管理

核心优势

- 完整全面的协同办公服务，流程驱动企业行政业务
- 支持多组织、档案集团管控、规范核算、统一财务政策。依托社交平台进行互动、分享传播，通过权益激励实现销售转化。
- 支持制造企业工厂数字化建模，支持多工厂设置，能够方便搭建物料清单，多级展示维护等

主要应用领域



房地产



零售快消



数字城市



制造业



建筑行业



能源电力



保险行业



金融行业

SaaS优秀案例

用友网络·丽水市兰迪鞋业制造有限公司

- “兰迪鞋业”，一家集设计、生产、加工、仓储、销售、运输一体化的企业集团。十几年来，公司以生产加工布、皮、革等300余个品类鞋为主，兰迪鞋业现拥有国内外80余条生产线，日产量超过二十万双，产品销往乌干达、肯尼亚、卢旺达、刚果、喀麦隆等东、中、西非十余个国家。

案例背景

由于非洲各区域文化、制度、语言、经营环境的差异，兰迪鞋业面临三大业务挑战：企业无法从集团层面统一管理和规划、海外业务管理复杂、信息化管理水平差异大的问题。

技术架构图



项目亮点

实现企业组织统一定义

搭建以丽水为枢纽的全球组织架构，实现多公司交易关系、国内外企业协作关系、财务集中核算制度的建设，并建立中非不同的会计账簿和科目体系。

实现全球数据的统一规范定义

完善企业基础业务数据并实现电子化，初步建立供应商管理体系，实现采购、出入库系统化的数据采集和流程处理。

实现自动化财务、智能核算

解放财务人员核账、对账、盘点等基础工作，极大减轻财务手工工作量。

建立供应商管理体系

初步建立供应商管理体系，着手统一全球业务范围的供应商管理，将不同国家、地区的供应商档案电子化。

应用效果



e签宝成立于2002年12月，致力于为客户提供具有法律效力的电子合同全生命周期服务。2020年11月，完成中国电子签名行业首个D轮融资，金额超10亿元。合作伙伴包括阿里巴巴、索尼、华夏银行、海康威视、吉利、百威、顶新集团等顶级企业。截至2020年6月底，e签宝已服务超过502万家企业用户，个人用户突破2.7亿，累计签章量超121亿次，日均签署量超2000万次。

产品展示



产品类型



电子合同



电子签章



身份认证服务



区块链证据保全



印控解决方案

核心优势

- 自主研发电子签名系统，行业资质证书最齐全。
- 拥有G（政务及其他公共服务平台）+B（企业用户）+C（个人用户）全领域的解决方案覆盖能力。
- 提供丰富的API接口及控件，支持一定程度的客户定制化需求。
- 提供存证、出证为一体的第三方电子数据保全服务，所有存证数据保存至第三方公有云或者司法机构，防抵赖防篡改。

主要应用领域



人力资源



金融行业



医疗行业



政府组织



房地产



教育行业



物流行业

.....

SaaS优秀案例

义务不动产登记“一次都不用跑”

- 改革开放以来，义乌不仅经济发展飞速腾起、欣欣向荣，在政务改革上也走在全国同等城市前列，不动产登记“综合创新示范”工作就是一个典型代表。

项目成果

2019年11月，“义乌市不动产登记在线服务平台”正式上线，国有建设用地上房屋所有权转移登记、首次登记、抵押登记、查封登记、预告登记等各类登记均实现在线办理。2021年1月，义乌不动产借助e签宝视频双录功能，率先完成第一笔公积金贷款抵押首次登记联办的业务。

项目亮点

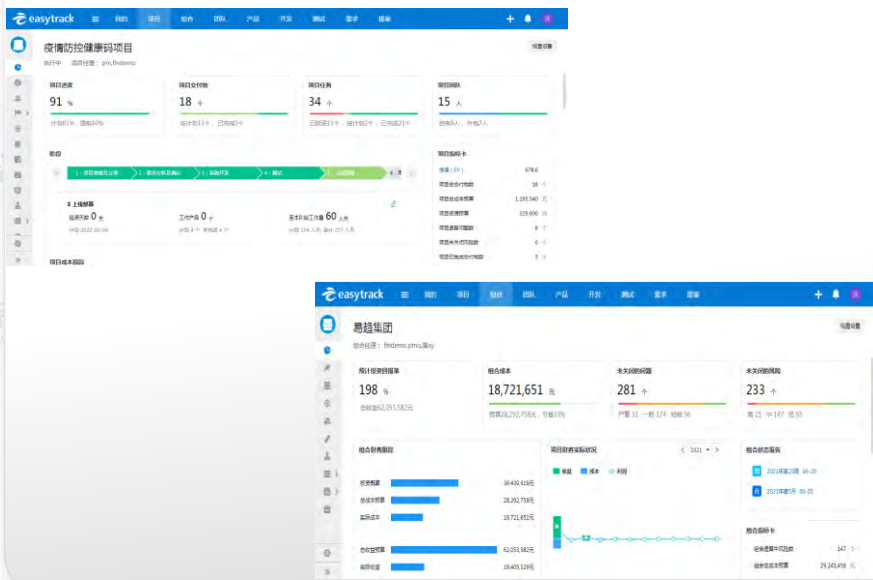
e签宝提供远程身份认证（人脸识别/视频双录等）、电子签名签章、在线合同签订、电子证书证明、电子档案管理、司法存证等强力技术服务支撑，助力义乌市不动产登记在线签署，实现“零材料、一件事、全程零跑腿”的创新模式。

应用效果



深圳市蓝云软件有限公司成立于2004年，专注于项目组合管理方法及工具的研发，旗下产品有易趋项目组合管理软件、易趋应用开发管理软件，并于2017年推出SaaS项目管理软件——易趋云，面向IT、产品研发、专业服务领域提供项目管理标准产品和解决方案。公司是国家高新技术企业、深圳市信创联盟副理事长单位、信创工委会员单位，拥有软件企业证书、深圳市优秀软件产品证、深圳市软件行业创新产品奖等资质和殊荣。

产品展示



产品类型



项目管理



费用管理



资源预算管理

核心优势

- 能够支撑企业全面完整的业务流程和项目全生命周期管理
- 拥有强大的功能和成熟稳定的平台
- 支持灵活配置，满足客户个性化要求
- 可即时开通使用，全面降低成本
- 运行在安全可靠的平台上，保障客户的数据信息安全
- 易趋云采用J2EE技术，具有良好的可维护性、可扩充性和可伸缩性。

主要应用领域



电子行业



食品/医药行业



IT互联网行业



金融行业



高端制造业



国防军工

SaaS优秀案例

蓝云软件·明略科技集团有限公司

- 深圳市蓝云软件有限公司成立于2004年，专注于项目组合管理方法及工具的研发，旗下产品有易趋项目组合管理软件、易趋应用开发管理软件，并于2017年推出SaaS项目管理软件——易趋云，易趋云以项目全生命周期管理为主线，使企业能够通过项目运营实现战略目标和财务收益。
- 案例客户背景：明略科技集团有限公司是中国领先的一站式企业级人工智能产品与服务平台，致力于探索新一代人工智能技术在知识和管理复杂度高的行业中的落地。

案例背景

随着集团业务的发展和扩大，明略科技的交付中心遍布全国，项目跨省导致项目进度的跟进和人员的管理面临挑战，因此明略科技希望能引进专业的项目管理软件，提高项目管理效率和质量。

技术架构图



项目亮点

项目全生命周期管理

加强对明略科技项目的全生命周期管理，涵盖项目的启动、规划、执行、监控、收尾全过程管理，提升跨省项目的管理效率和质量。

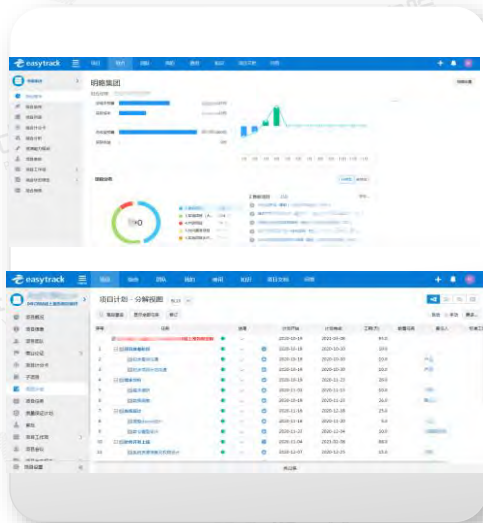
统一进行人员管理及调控

系统支持按照项目维度管理团队，能够全面掌握团队人员的基本情况，包括角色、技能等，以便于团队负责人监督和管理手下人员的工作进度与成果。

预算成本管理，实现投资收益最大化

精细化管理财务，减少资源浪费，提高资源利用率。

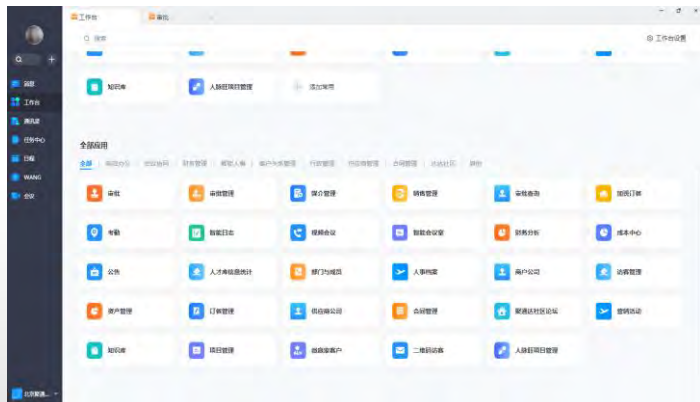
应用效果



北京聚通达科技股份有限公司成立于2007年，以北京为总部向外辐射，成立上海、广州、西安、成都、武汉、青岛、甘肃、云南分公司，是值得信赖的企业数字化转型专家。公司先后获得北京市和国家级专精特新“小巨人”企业称号、国家高新技术企业、中国通信工业协会分会副会长单位等多项荣誉。

产品展示

人脉旺企业数字化服务平台为北京聚通达科技股份有限公司潜心多年研发推出的，以满足企业级用户的协同办公需求为核心场景，同时提供企业数字化转型所需的五种业务能力，帮助企业形成自有数据仓库、构建企业自有私域生态系统。



产品类型

人脉旺智慧管理云服务，全生态无边界融合办公平台。



智能OA



CRM



PM



eHR



电商小程序

核心优势

- 为企业提供建设、管理、营销数字一体化服务；
- 全场景全域协同办公管理，有效提升企业办公管理效率；
- 集成OA、CRM、PM、eHR等多个内控中台，杜绝数据孤岛；
- 通过接口加密技术增加数字资产的安全可靠性；
- 系统支持公有云，私有云，混合云部署方式。

主要应用领域



新零售



媒体互联网



金融行业



物联网



房地产



教育行业

SaaS优秀案例

聚通达科技·某大型证券公司

- 聚通达基于云计算、SaaS、大数据、物联网技术，推出人脉旺智慧管理云服务平台，助力企业从建设、管理到营销的数字一体化转型升级。
- 案例客户背景：某大型证券公司，是经中国证监会批准设立的全国性大型综合证券公司。

案例背景

- 集团庞大，部门繁多，沟通机制无法彻底完善，亟待破解；
- 项目流程监管疏漏，导致项目响应慢，项目周期长；
- 人员流动性复杂、客户跟踪和管理工作非常繁重。

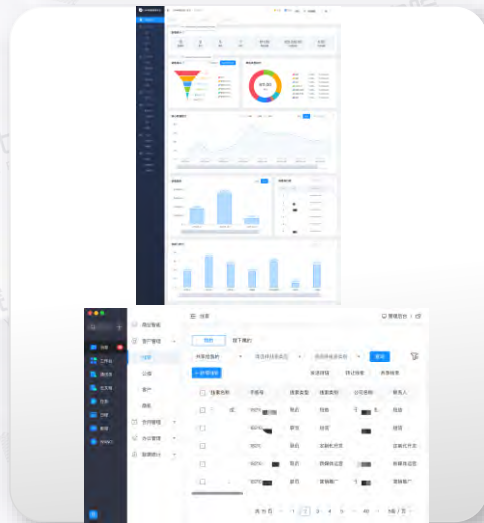
技术架构图



项目亮点

- 搭建本地化办公系统，配置人员管理、流程管理、沟通机制等模块，打通集团横向纵向沟通阻碍，提升效率；
- 嵌入PM管理系统，设置项目人员、项目截点、项目汇报、总结等功能，强化项目链条管理；
- 搭建本地化CRM系统，客户跟踪、进展和后续维护全流程管理，提升销售体系效率。

应用效果



SaaS优秀案例

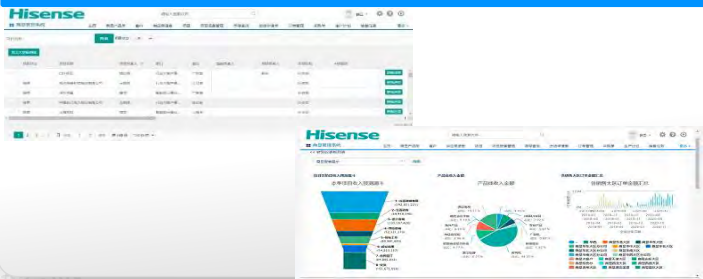
北京神州云动科技股份有限公司·海信电器

- 北京神州云动科技股份有限公司成立于2008年9月。初期作为Salesforce.com的全球咨询实施商，2012年推出自主知识产权的SaaS及PaaS产品CloudCC.com。公司总部北京，在上海，深圳，济南，成都，广州，设有分/子公司及办事处，在加拿大，美国设有研发中心。
- 案例客户背景：海信电器拥有海信、东芝和VIDAA三个品牌，连续15年蝉联中国电视销售第一。是中国著名的家电生产厂商。主要从事电视机、数字电视广播接收设备及信息网络终端产品的研究、开发、制造与销售。海信是世界杯首个中国消费电子品牌赞助商，同时也是2016、2020接连两届欧洲杯的官方赞助商。

案例背景

随着海信电器业务的不断扩张，急需规范业务人员的业务操作流程，提升业务效率，同时建立起完善的客户运维流程，以及实时数据分析系统，辅助管理层进行决策。

应用效果图



项目亮点

精细化客户信息管理

对销售过程、销售行为进行规范化管理，规范全员业务操作，提升工作效率

提升客户粘性

建立高粘度大客户关系管理流程，提高成单率

业务流和数据流信息化

打通各部门、各相关业务系统间的信息流，共享平台促进业务流和数据流信息化

建立可视化数据面板

各部门的实时数据解读、挖掘和分析，以图表、看板形式提供。为领导层的决策分析提供有力支撑

技术架构图



沃丰科技创立于2014年7月，是国内领先的AI驱动的客户服务、CRM和客户体验解决方案提供商。依托人工智能、大数据、云计算等核心技术，沃丰科技旗下Udesk、GaussMind、ServiceGo、微丰、CusBridge等产品成功将全维度的智能系统应用到企业客户服务、营销、客户运营等各个场景，得到众多世界500强客户的认可。沃丰科技坚持创新，以 AI 驱动服务，用技术提升客户体验，全面助力企业实现数字化转型。

产品展示



产品类型



CSM
客户服务管理



CRM
客户关系管理



CEM
客户体验管理

核心优势

- 自研AI核心技术，能够基于自研AI技术和数字化产品打造定制化方案，将AI能力赋能到全线产品中去。
- 作为客服领域的Top1企业，行业经验丰富，能够为客户提供服务、营销、客户运营等多维度的解决方案。
- 产品支持灵活拓展，自定义能力强、扩展性强，根据客户需要灵活配置。

主要应用领域



教育



大健康



制造业



政府



零售快消



公共事业



房地产



互联网

SaaS优秀案例

沃丰科技·新华三

- ServiceGo是沃丰科技打造的全新一代智能销售服务一体化平台，提供领先的市场、销售、服务管理解决方案。借助低代码PaaS平台的底层架构，灵活的功能模块，可视化配置的设计理念，及沉淀下的多个行业优质解决方案，轻松满足各类管理需求，让业务不再因软件限制削足适履，构建属于企业自己的客户管理平台，实现全流程数字化管理，提升管理效率，提高客户满意度。
- 案例客户背景：紫光旗下新华三集团作为数字化解决方案领导者，致力于成为客户业务创新、数字化转型最可信赖的合作伙伴。新华三拥有计算、存储、网络、安全等全方位的数字化基础设施整体能力，提供云计算、大数据、智能联接等在内的一站式数字化解决方案，以及端到端的技术服务。

案例背景

随着新华三集团客户服务需求的不断扩大，对CRM系统的要求不断提高，急需一套同时具备客户管理能力，如线索商机管理、订单管理等，以及完整的配套售后现场服务场景的SaaS产品，从而让CRM系统能够高效运转。

技术架构图



项目亮点

客户业务场景贴合度高

可以满足客户对智能派单、现场服务、轨迹跟踪等需求。

一体化现场服务管理系统

自定义配置界面、工作流、现场服务模块、以及智能化的派单逻辑、线下服务人员轨迹跟踪等。

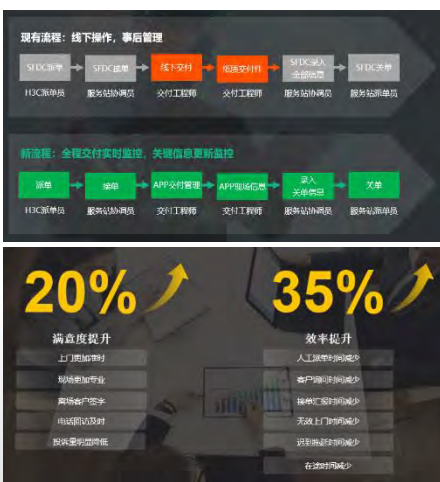
快速交付, 快速变更

灵活度较高, 客户不断变化的业务场景且不需要做底层代码的修改, 实现快速交付。

完善的服务交付流程

提供配套的整体方案设计、业务咨询指导、以及实施的响应等服务。

应用效果



SaaS优秀案例 沃丰科技·伊利

- 微丰是沃丰科技推出的基于企业微信的新一代CRM，覆盖售前-售中-售后-管理全流程，深度整合引流获客、客户关系管理、聊天合规监管、社群运营推广、智能客户服务等能力，助力企业多元化营销、智能化服务。
- 案例客户背景：伊利集团稳居全球乳业第一阵营，蝉联亚洲乳业第一，也是中国规模最大、产品品类最全的乳制品企业。同时，伊利还是中国唯一一家符合奥运会标准，为2008年北京奥运会提供服务的乳制品企业；是中国唯一一家符合世博会标准，为2010年上海世博会提供服务的乳制品企业。

案例背景

深入线下渠道，搭建企微社群+小程序+微信公众号的私域流量运营矩阵，助力品牌持续获客；

重点实现由导购为触点引流消费者至O2O/KA平台完成购买，并回流社群转化数据，以支持导购销售转化与激励量化；

技术架构图



项目亮点

串联多渠道链路

在企业微信开放平台的基础上接入其他渠道数据，实现数据互通，数据归因分析

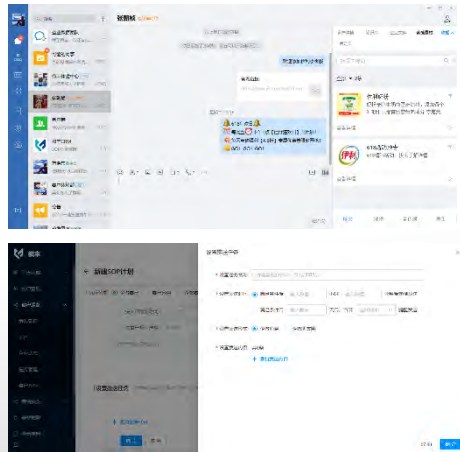
社群引流到线下消费

企微社群+小程序+微信公众号+线下门店的私域流量运营矩阵，为品牌持续获客，为门店带来销量增长

导购KPI量化考核

全链路带导购参数，方便追溯导购业绩，将导购社群运营的成果进行量化，提升导购积极性

应用效果



SaaS优秀案例

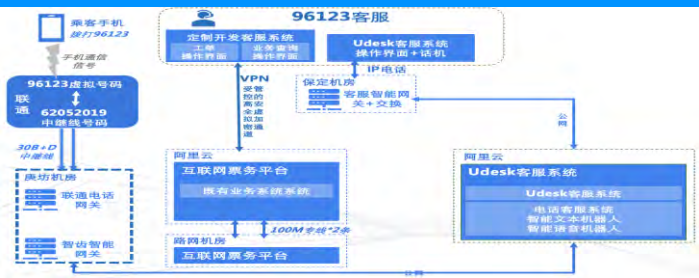
沃丰科技·北京地铁96123服务热线

- 沃丰科技旗下Udesk全渠道客服系统、GaussMind智能化产品线，自研领先的AI基础设施“原心引擎”，为企业提供营销、管理、服务全场景AI解决方案，用技术提升客户体验，全面助力企业实现智能化转型。
- 案例客户背景：为迎接2022冬奥会，整合提升运营服务水平，向乘客提供更为便捷、高效的热线咨询服务，北京轨道交通将原有多条服务热线进行整合，升级为北京轨道交通路网乘客服务热线96123，于2021年3月31日上线试运行。

案例背景

- 一线客服压力大：是否可通过AI机器人缓解一线人员压力，加快工单流转效率？
- 乘客咨询典型问题突出：是否可通过AI机器人解决乘客典型问题？
- 人员成本高：在保证服务质量的同时是否可降低人工成本？

技术架构图



项目亮点

1成熟稳定的系统运行

Udesk客服系统保证了轨道交通96123热线的稳定运营。

2减少一线客服压力、增加了服务效率

AI语音机器人在轨道交通客服的应用，减少了客服接听量，缓解了一线客服的接电话压力，提升了服务效率。通过AI学习，处理问题能力不断提升，提升效果会越来越显著。

3智慧地铁，提升出行体验

与沃丰科技在AI领域加强合作，在智慧地铁建设中不断探索。

应用效果



浙江企蜂云是一家聚焦企业销售、服务和人事为主的企业应用云服务商。公司总部坐落在杭州，经历了十年高速发展，目前公司员工规模200多人，在上海、湖南等地设有分支机构。企蜂云拥有雄厚的技术研发实力和成熟的产品框架体系，自主研发各类软硬件产品，拥有多项国家发明专利及知识产权成果，获国家高新技术企业认证，经过互联网领域多年深耕，在行业中形成强大核心竞争力。

产品展示



产品类型



CRM



营销服务



市场引流

核心优势

- 帮助企业建立线上交易闭环，为企业智能的决策提供赋能支持
- 每年保持1-2个版本升级迭代，不断完善营销服务功能及搭建私域流量
- 具备自主研发软硬件能力，竞争力强
- 拥有嵌入式系统开发技术等多项核心技术
- 打造“云平台+云通信+智能硬件”模式

主要应用领域



教育行业



金融行业



电商行业



媒体出版



汽车行业



房地产

SaaS优秀案例

浙江企蜂云·杭州快门网络技术有限公司

- 企蜂云构建从资源端、平台端到应用端一体化的云应用生态圈，为客户提供完整的云应用服务解决方案。在数字化营销环境下，企蜂云采取全渠道、多点触达引流模式，为客户提供裂变传播和营销推广的前端触角，快速获取线索与商机，强调从推广到数据收集每个销售节点的追踪与转化，实现每个渠道精准分析。
- 案例客户背景：杭州快门网络技术有限公司是国内B2B运营一站式电子商务解决方案服务商，是专业的网络运营/整合营销服务商、电子商务代运营/诚信托管机构。先后被评为阿里巴巴钻石服务商，中国B2B行业示范企业等荣誉奖项，是以实战型服务项目、高端电商人才培养基地为一体的国内一流运营平台。

案例背景

随着业务规模的扩大，企业在客户管理方面遇到了一些问题，包括客户撞单、客户录入重复等，需要建立一套完整的营销SaaS软件，帮助企业高效获客、快速获取客户线索及商机，满足客户运营方面的需求。

技术架构图



项目亮点

客户去重，避免撞单，添加自定义标签
通过CRM系统进行客户信息筛选，为销售工作提供便利和准确性，提升工作效率。

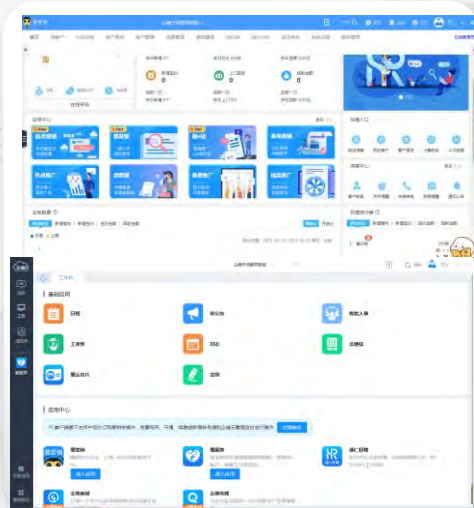
多渠道获客引流，提升销售效率
整合多种开发工具，实现整合线上多种营销方式引流，覆盖面广，精准高效获客

公海客户管理机制，提高资源利用率
根据企业自定义需求，自动回收待分配资源或公海客户池中，客户资源再分配

员工过程透明管理
员工多维度考核形成多维度多层次报表。

保护客户资源安全，减少资源流失
整合客户信息，方便业务对接。

应用效果



明源云，是国内领先的地产业生态链数字化解决方案服务商，香港联交所主板上市（0909.HK），秉承产品领先战略和让用户成功的经营理念，累计为全国超过7000家房地产企业提供智能商业解决方案和管理系统。目前明源云形成了以核心ERP为数字底座，以云客、云链、云空间、云采购、云物业、沃享等互联网业务场景为支撑的战略布局，提供互联网平台租赁服务、软件产品、管理咨询等相关服务。

产品展示

全面构建新时代房企数字神经网络

业务场景覆盖、内外信息打通、行业数据接入、中台赋能管理



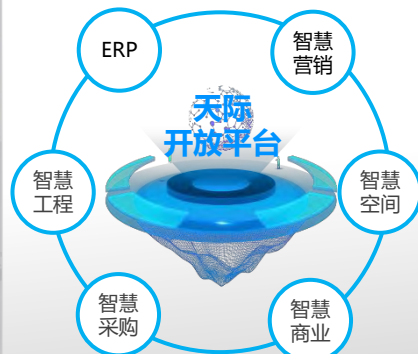
产品类型



核心优势

- 累计为全国超6000家房企提供智能商业解决方案和管理系统
- 超千人研发团队，敏捷式开发，高频版本迭代，探索更优解决方案。
- 企业级整体解决方案及产品矩阵，满足房企业务场景管理需求，实现全局经营统筹。
- 全国30+家区域机构，超5000人专业团队，直连企业内部，无地域边界提供专业服务。

主要应用领域



SaaS优秀案例 明源云·保利发展

- 明源云，是国内领先的地产生态链数字化解决方案服务商，目前明源云形成了以核心ERP为数字底座，以云客、云链、云空间、云采购、云物业、沃享等互联网业务场景为支撑的战略布局，提供互联网平台租赁服务、软件产品、管理咨询等相关服务。
- 案例客户背景：保利发展控股集团股份有限公司，简称保利发展控股，前身为1992年成立的保利地产，是中国保利集团控股的上市公司。保利发展控股专注于房地产开发及销售，经过近 30 年的稳健发展，已形成以不动产投资开发为主，以综合服务与不动产金融为翼的业务板块布局。

案例背景

随着保利集团业务的不断扩张，需要对集团整体业务进行全方位的管控，降低业务风险，同时打破企业内部各部门之间的数据壁垒，将业务流程标准化，提高员工工作效率，扩大集团整体收入规模。

技术架构图



项目亮点

管控项目风险

通过将日常管理人员管理动作线上化，使工程线相关的质量品质、交付、安全、供方、进度等管理更为标准化、可视化、智能化，提高从开工到产品交付全生命周期的项目质量管理及风险预控水平。

强化工程、客服管理职能

改变过去旧式的管理手段，推动了集团工期工艺标准化体系和客户服务标准化体系的落地。

提高效率

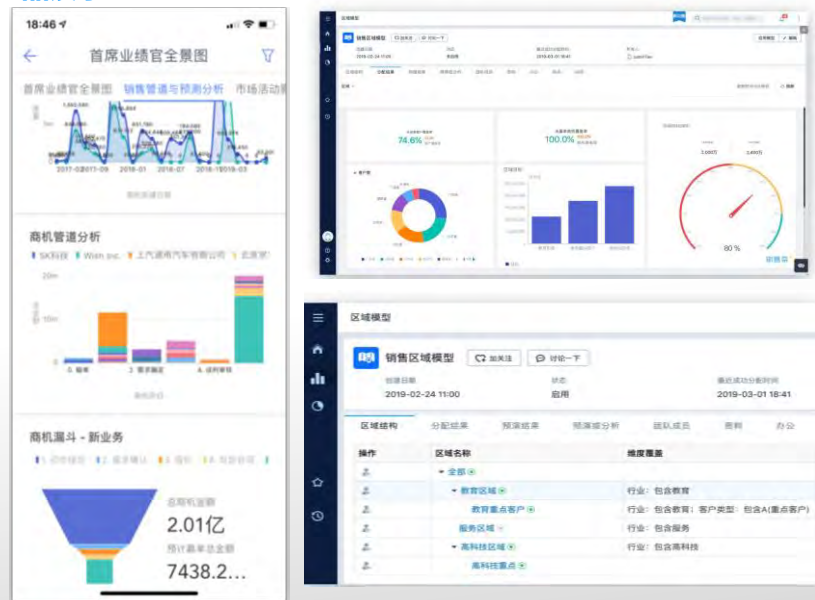
打通项目建设期间的工程、客服、计划等其他业务，让各部门打通壁垒，实现整体协同，提升业务开展效率。

应用效果



销售易隶属于北京仁科互动网络技术有限公司，是融合新型互联网技术的企业级CRM开创者。销售易CRM支持企业从营销、销售到服务的全流程自动化业务场景，创新性地利用AI、大数据、物联网等新型互联网技术打造双中台型CRM，赋能全行业企业客户真正转型为以客户为中心的数字化运营组织，实现产业互联时代下的业绩规模化增长。

产品展示



产品类型



核心优势

- 从营销获客到销售转化，再到售后服务，销售易双中台一体化CRM支持客户体验全链条的数字化
- 销售易灵活的PaaS平台，乐高式组件实现企业“私人订制”
- 借助腾讯，强化外部连接能力，打通B to B to C全链条
- 销售易多语言、多地域、多币种的国际化能力以及海外服务器集群，支撑企业的全球化业务需求

主要应用领域



SaaS优秀案例

销售易·联想集团

- 销售易坚持创新，不断提升产品与服务的专业性及可靠性，并且在多项能力指标上超越国际厂商。凭借丰富的行业洞察和大中型客户服务经验，已获得了知名风投红杉资本、经纬中国以及腾讯的鼎力支持，一举成为移动互联网时代的企业服务领军企业。
- 案例客户背景：联想集团是一家成立于中国、业务遍及180个市场的全球化科技公司。作为全球领先的ICT科技企业，联想拥有6.3万名员工，服务全球超过10亿用户，连续10年入选《财富》世界500强。

案例背景

随着联想集团在实际业务当中的需求，联想集团需要与MDM主数据系统无缝实时同步，建立360度客户画像，同时需要及时跟进客户运维以及内外协作，精准的分析区域、漏斗、行业等数据，完成商机跟进，提高客户管理水平。

技术架构图



项目亮点

打破数据孤岛

打通各个系统，建立了统一的销售管理一体化平台

提高销售团队工作效率

通过销售方法论标准化管理销售行为，提升销售团队工作效率

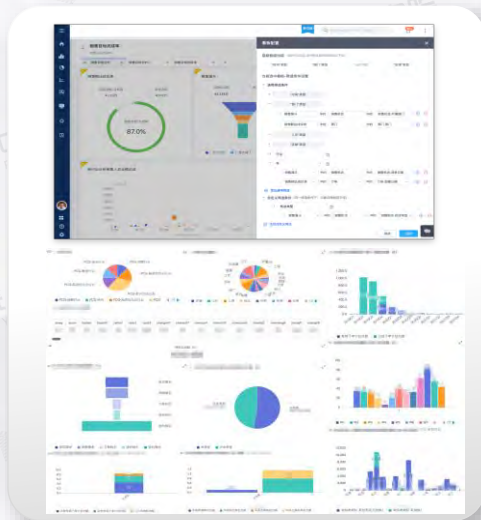
业务流程可视化

可视化、移动化地管理大客户销售 pipeline 各个阶段

数据分析提供精准的销售预测

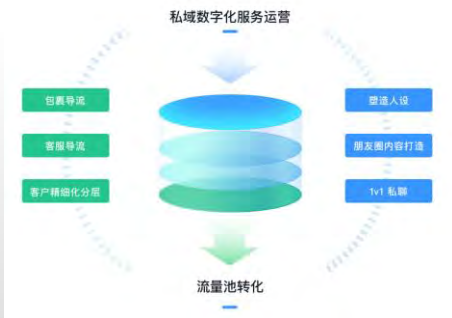
通过精准的销售预测，实现精细化排产
通过智能数据分析，助力销售管理者及时做出更科学的销售决策

应用效果



景栗科技成立于 2016 年，是全国领先私域新零售服务商，企业微信官方服务合作伙伴。景栗科技相信社交网络的快速发展，对商业世界持续产生深远影响。以微信为代表的社交网络有效拉近了品牌与用户的距离，并将以颠覆性方式改变传统用户服务模式。景栗发展至今连续获得分众传媒、经纬中国、顺为资本、挚信资本等多家头部机构支持。

产品展示



产品类型



SCRM



客服管理



数据分析

核心优势

- 提供客户管理、主动营销、数据分析等一体化解决方案
- 打造企业微信私域流量池
- 私域营销让品牌更深入洞悉用户需求
- 千万级社群运营能力
- 全链路一站式服务
- 优质资源整合能力
- 资深专业研发团队

主要应用领域



母婴行业



餐饮行业



医疗行业



零售快消

SaaS优秀案例

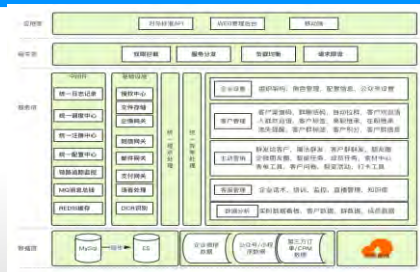
景栗科技·乐再康

- 景栗科技是深耕企业微信生态的私域深度服务商，以科技能力和卓效运营赋能产业，在私域领域已服务上百家行业头部品牌，覆盖数千万用户。Magicflow是景栗旗下的一款SaaS产品，是基于微信生态，提供一体化私域流量解决方案。全渠道触达的智能化营销，让企业实现营收增长，持续变现！
- 案例客户背景：上海乐再康信息科技有限公司由创始人孙红领于2020-08-11在闵行区市场监督管理局注册成立，主要从事网络信息科技领域内的技术服务、医疗器械生产、医疗器械销售等。

案例背景

乐在康作为初创公司，需要迅速的扩大用户规模，打造企业微信私域流量池，进行有效的运营及管理，同时保障用户信息安全，有针对性地进行营销，提高企业收入水平。

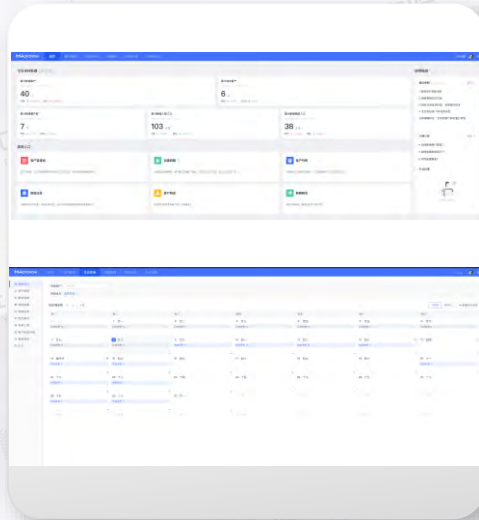
技术架构图



项目亮点

1. 全国慢性病专业医生覆盖率50%以上；
2. 全国三甲医院覆盖率60%以上；
3. 月均患者净增数10万以上；
4. 3个月内，社群患者体量达到50万+；
5. 日平均解答患者问题超过千条；
6. 开设医生直播超过200场，患者效果明显；
7. 用户信息100%安全留存，无系统性风险。

应用效果



SaaS优秀案例

励销云·起跑线中小企业服务有限责任公司

- 励销云，国内领先的主动式获客智能销售系统，依托2亿+企业数据覆盖能力，融合新一代信息技术创新应用，形成了“找客-筛客-管客”的全流程智能销售服务，旨在帮助中小企业“低成本、高效率”开发新客户和经营老客户。
- 案例客户背景：起跑线公司主要从事上海地区公司注册代理服务，财税咨询以及企业管理咨询等方面的业务，在工商注册以及税务筹划方面有着丰富的专业经验以及实际操作经验。秉承诚信，专业，快捷的服务宗旨，帮助客户快速创业起步，较大限度降低公司运营成本。

案例背景

在起跑线日常销售过程中遇到了获客渠道少、获客成本高以及电销效率低、销售难管控、客户易流失等问题，急需建立一套完善的数字化销售系统，从而提高业务人员工作效率，提高企业营收水平。

技术架构图



项目亮点

增加客户获客渠道

励销搜索宝持续带来客户，20个工号查企业，每月AB意向客户近200；

降低客户获客成本

励销电话机器人筛客，同时推送销售跟进转化成交每条线索成本低至11.8元；

提高客户电销效率

统一励销电话机器人销售话术，优化销售话术，转化高质量客户，最快2天就能成交；

销售各环节实时监控

各个销售环节查看销售客户跟进进度，及时发现销售问题，并规范销售行为；

提高客户留存率

将全部客户信息沉淀到励销CRM中，设置标签，方便及时跟进管理，防止客户丢失；

应用效果

近200
每月AB意向客户

11.8元
每条线索成本低至



办公沟通工具类 推荐厂商与优秀案例

云之家是金蝶在2011年推出的面向全平台和场景的企业协同办公产品，秉承金蝶深厚的企业级客户服务能力，聚焦于中大企业市场，凭借与ERP、HR、CRM等系统无缝集成的“平台+协同”一体化SaaS产品，及全场景、全流程的客户服务能力，成为中国企业团队协作云市场的重要企业级产品供应商之一。典型客户包括如中国兵装、碧桂园集团、万科集团、海尔集团、温氏集团、宁波银行、九州通集团等各行业头部企业。

产品展示

手机端APP、桌面端
以及WEB端三端同步



产品类型



智能门户



智能审批



智能考勤



报表秀秀



生态圈

核心优势

• 专业的产品与服务团队

提供业务、数据、生态三大协同应用的公有云解决方案；提供公有云、私有云、专属云、混合云等多种部署方式；

凭借客户成功服务模式及成熟的生态服务团队，可为提供全生命周期的一对一VIP专属运营服务。

• 大中型企业服务能力和行业经验

可满足大中型企业在服务响应、定制化、集成服务等方面的需求；

• 国际顶尖水平的安全保护

是国内率先通过ISO27001认证的企业云服务及最新版ISO/IEC27018国际认证的企业

主要应用领域



制造业



房地产



零售快消



医疗行业



食品行业



综合性集团

SaaS优秀案例

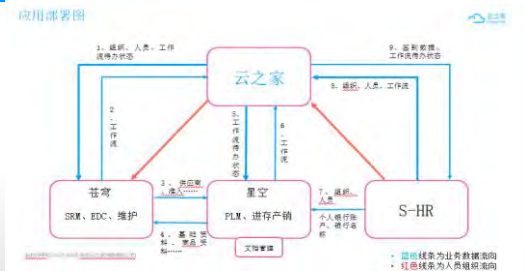
深圳云之家网络有限公司·华为海洋

- 云之家是面向企业服务的移动办公平台&新一代智能协同云，以客户为中心，以奋斗者为本，以全心全意为企业服务、改变亿万人工作方式为公司使命，致力于成为值得托付的移动办公行家。
- 案例客户背景：华为海洋网络有限公司（简称华为海洋）是华为技术有限公司和全球海事系统有限公司联合成立的合资公司，致力于全球海缆通信网络的建设，为海缆运营商提供高可靠、高性价比的产品技术解决方案和包括项目管理、工程实施和技术支持于一体的端到端服务。

案例背景

华为海洋作为全球海缆通信商在实时经营的过程中，急需一套适合自己企业特色的协同办公平台，同时保留原有系统的使用习惯，提高用户反馈处理效率、及时传达指令等，从而提高企业员工工作效率。

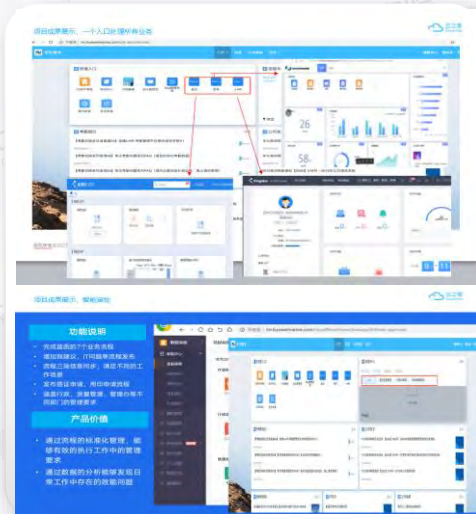
技术架构图



项目亮点

- 完成华为海洋自己特色的平台定制
- 新闻公众号结合项目推广定时推送信息，快速指导员工进行平台系统的切换，并且及时处理用户反馈的问题。
- 保留原有系统的使用习惯，一个门户处理所有工作
- 实现了7大功能、10个核心功能应用，二期增加门户切换为智能门户/会议室

应用效果



深圳市蓝凌软件股份有限公司，20年数字化办公服务商，为大中企业、500强及行业百强提供低代码平台、信创办公、EKP-数字化OA，EOP-知识管理、采购管理、合同管理、流程数据、项目管理、费控管理；成长型组织EIS-智能OA；SaaS产品：EIS-Cloud、OKR、智能绩效。适用PC及移动端，为100多个行业实现公有云、私有云、混合云的智慧管理及高效办公。

产品展示



产品类型



智能OA



智能绩效



OKR管理

核心优势

- 为企业提供一站式的绩效解决方案，帮助企业告别传统纸质与Excel考核
- 移动办公，随时随地沟通协作
- 目标管理层层对齐、OKR管理简单落地
- 智能绩效支持随时随地在线考评，提升考核效率
- 流程化绩效考核使考核进度一目了然
- 自动算分，告别人工统计的低效繁琐。

主要应用领域



医疗行业



保险行业



政府组织



制造业



房地产



教育行业

SaaS优秀案例

深圳市蓝凌软件股份有限公司·万科地产

- 深圳市蓝凌软件股份有限公司，20年数字化办公服务商，为大中企业、500强及行业百强提供低代码平台、信创办公、项目管理、费控管理；成长型组织EIS-智能OA；SaaS产品等。适用PC及移动端，为100多个行业实现公有云、私有云、混合云的智慧管理及高效办公。
- 案例客户背景：万科企业股份有限公司成立于1984年5月，是中国最大的专业住宅开发企业之一。1988年进入房地产行业，1991年成为深圳证券交易所第二家上市公司。经过二十多年的发展，成为国内最大的住宅开发企业，业务覆盖珠三角、长三角、环渤海三大城市经济圈以及中西部地区，共计53个大中城市。

案例背景

根据万科地产在日常经营管理中遇到的多种需求，解决万科地产组织过于庞大臃肿，不同组织个人间信息不互通；员工难以看到全局，缺乏创新和突破点；缺乏沉淀，对下个阶段没有进行复盘和指导；没有追踪跟进结果，过程管理缺乏联动等问题。帮助万科地产最大化实现信息互通有无，以及组织高效目标管理模型塑造。

技术架构图



项目亮点

上下对齐、左右拉通

叮当OKR帮助万科地产快速落地目标管理体系，员工可按企业目标为自己及下属设定关键任务，明确目标如何落地执行，且产品无缝融入日常工作，实时沟通，提升协作效率。

瞄准目标、聚焦重点

叮当OKR透明的关系视图，让万科员工能够聚焦重点，对齐企业目标。实现目标层层对齐，路径清晰，把控全局，确保了全体目标方向一致。

定期复盘、在线透明

四象限看板清晰呈现OKR进展，高效复盘总结；多维度图形化的数据分析，清晰呈现OKR实施情况。

应用效果





谢谢!

合作咨询：石永静 15712907321

海比研究院 呈送
2021年6月