



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

2016 中国企业即时通讯（IM） 用户市场调研趋势报告

2016年8月

移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center



□ 关于《2016 中国企业即时通讯（IM）用户市场调研报告》

本研究报告针对2015年-2016年中国企业级IM市场的发展状况做梳理分析。内容包括：移动信息化研究中心核心观点，企业IM用户剖析及资本关注情况，企业IM部署步骤及投入状况，企业IM应用情况及使用担忧，企业IM品牌诊断及厂商点评。

□ 研究背景

近年来，SaaS服务需求在细分应用市场的变化巨大，其中企业级IM提高工作效率以及降低成本的优点逐渐显现，因此企业IM的应用部署得到了大范围的提升，但也有部分企业未部署或者引入后停用，基于对IM市场的追踪，移动信息化研究中心发起并推出本研究报告。

□ 研究目的

- 企业IM的行业发展现状（用户、部署、应用）；
- 全方位重点了解企业级IM用户；
- 探究企业IM的产品、服务、综合竞争力；
- 洞察企业IM行业的产业趋势；



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

研究方法

□ 研究方法

- ✓ 定性研究：深度访谈
- ✓ 定量研究：调查问卷

□ 样本说明

- ✓ 调研随机抽取IM企业用户样本，获得总样本数量为800+个；

□ 重要说明

- ✓ 本次报告数据采集截至2016年7月8日；
- ✓ 本报告中，企业规模分类暂按照人员规模进行划分，并且基于此作为分析划分标准：500人以下为中小型企业，500人（含）以上为中大型及以上企业；
- ✓ 在后继的研究中，移动信息化研究中心可能更新部分数据，如果市场没有质变，移动信息化研究中心不再形成单独的报告来说明。



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

目录

Contents

1

移动信息化研究中心核心观点

2

企业IM用户剖析及资本关注情况

3

企业IM部署步骤及投入状况

4

企业IM应用情况及使用担忧

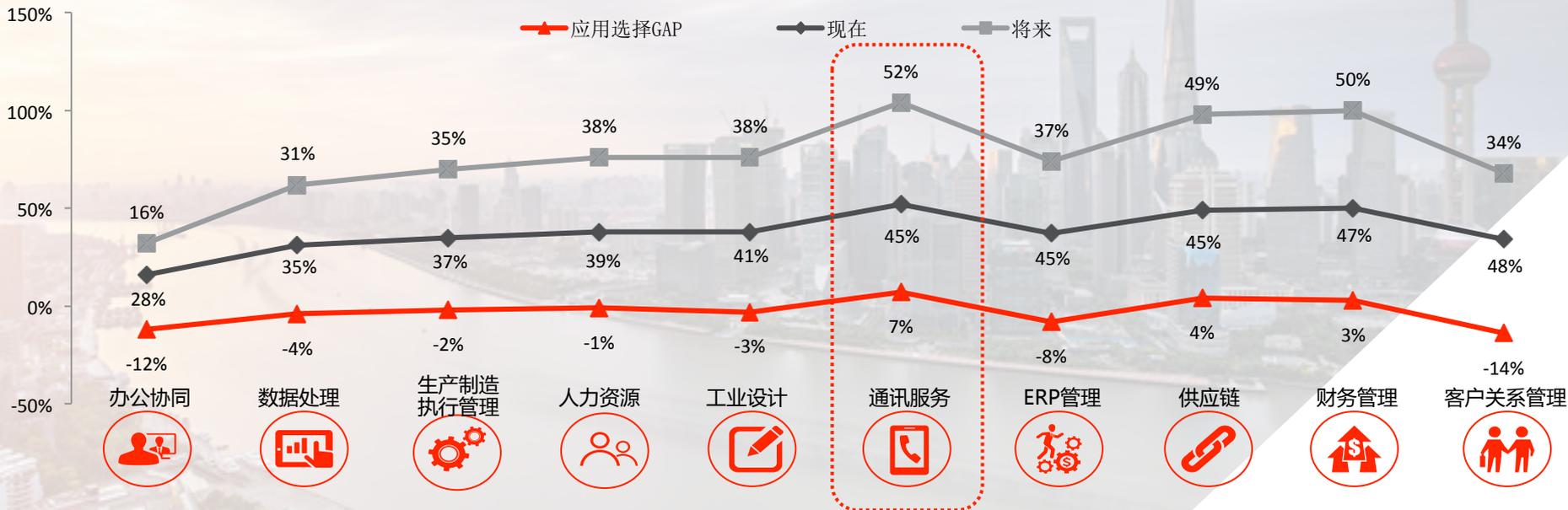
5

企业IM品牌诊断及厂商点评

观点 I：未来云通讯服务得到企业用户的进一步实践

移动信息化研究中心认为：通讯服务将成为未来SaaS应用中部署实践的重点，在企业用户中将得到较为普及的应用渗透。

企业用户SaaS应用未来实践





观点II：企业IM市场走向高速共同发展期

移动信息化研究中心认为：植根于中国高速发展且基数巨大的企业用户群发展，企业级IM市场从无到有、再到壮大。不同于个人IM市场的高度集中化，企业级IM市场现今呈现趋向百花齐放的局面，未来暂时也难以做到一枝独秀。

在电子邮件之后出现，用个人工具来实现企业通信。
代表产品：OICQ等

开始出现企业级的通信产品。
代表产品：腾讯RTX等

企业IM专业级产品兴起兴盛。
代表产品：阿里钉钉、融云、IMO、环信等

如今企业IM的百家争鸣，未来各自圈地的多点充盈。

启蒙阶段
(2003年之前)

萌芽阶段
(2003-2007)

发展阶段
(2008-至今)

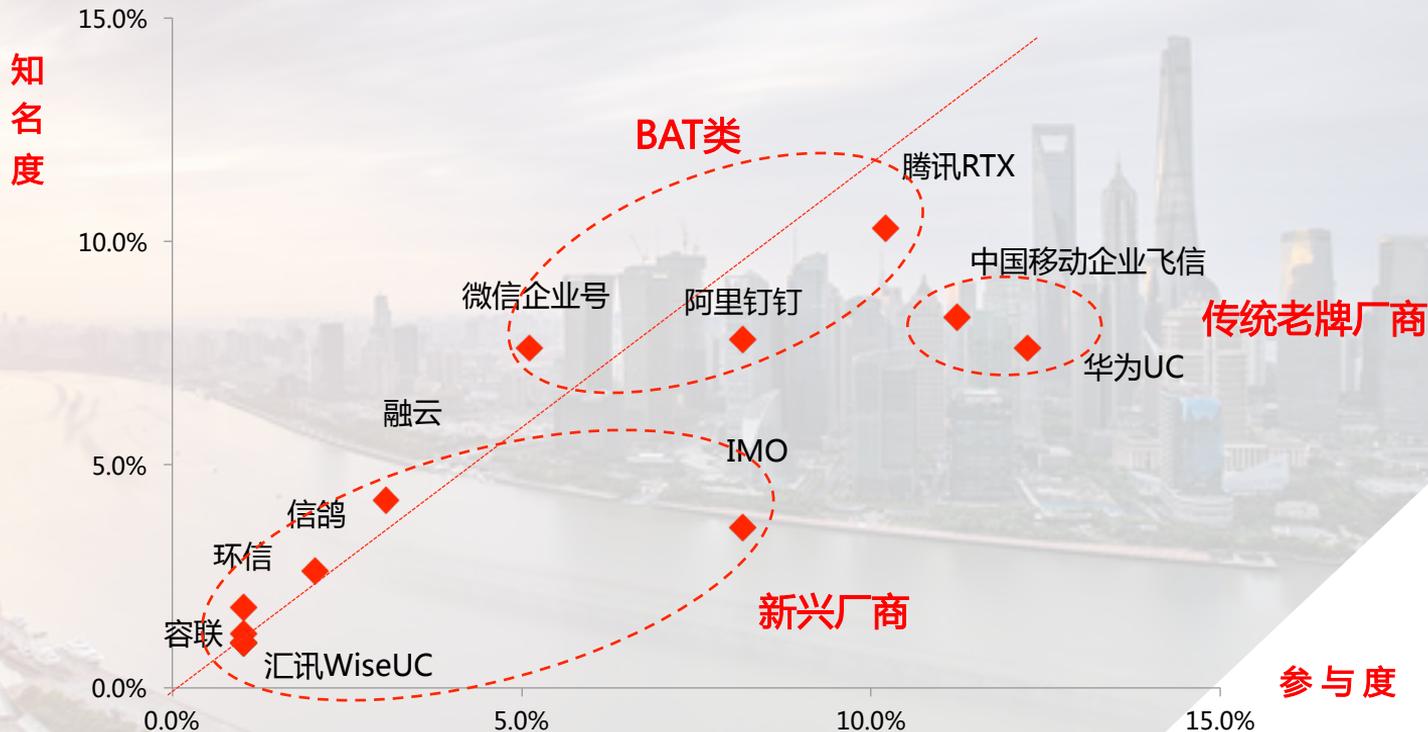
未来阶段
.....

.....



观点III：市场格局BAT类、老牌、新兴厂商三足鼎立

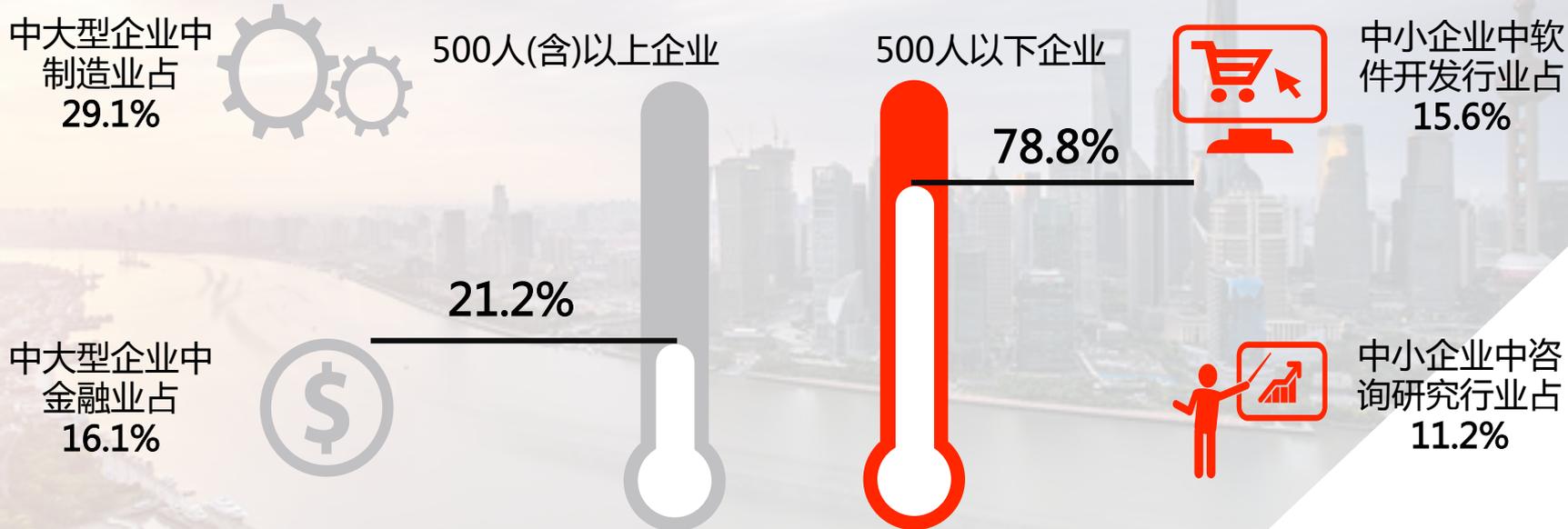
移动信息化研究中心认为：企业IM市场呈现出BAT类、老牌、新兴厂商三足鼎立的格局。老牌厂商积累用户较多，参与度较高；BAT类厂商当前知名度较高，未来用户渗透率有进一步提升的空间；新兴厂商数量较多，知名度与参与度会不断提升。



观点IV：中小型企业是潜增量市场的主力军

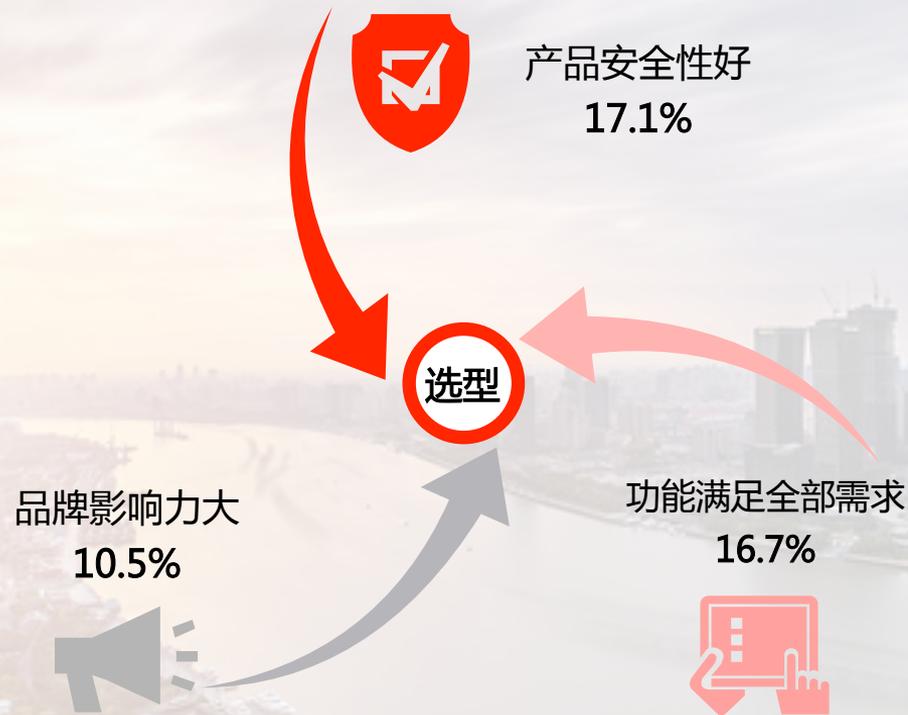
移动信息化研究中心认为：企业IM的潜增量用户市场中，中小型企业(500人以下)是未来发展的主力军，其中软件开发业和咨询研究业是主要力量；而在大型企业(500人以上)中制造业和金融业是重要用户群。

一年内有引入企业IM计划的企业



观点V:实践中用户重点关注产品安全,功能,品牌,稳定性

企业用户选型考虑因素：



企业用户在产品使用方面的担忧：



(各类信息泄露问题包括：企业通讯录信息泄露16.4%、项目相关信息泄露12.8%、聊天记录信息泄露12.5%)



观点VI：企业IM是办公协同的信息化入口之一

移动信息化研究中心认为：企业级IM（即时通讯）首先是集合了即时消息、语音、视频、会议、协同、通讯录等多种通讯功能的开放融合通信系统，再者其也是企业办公的信息化入口之一，实现了系统与人之间的交流、机器与人之间的交流，以及从另一个方面讲实现企业内外部的协同、与客户的沟通交流等。

用户认为IM最重要的功能：
即时消息20.2%、公告通知
9.5%、通讯录整合7.3%、
短信和语音7.3%等。

统一通信
方式

企业
IM

社交办公
入口

通过企业IM一个入口进入到CRM、OA、ERP等办公系统。（功能重要性：文件收发9.7%、移动设备部署7.4%）



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

目录

Contents

1

移动信息化研究中心核心观点

2

企业IM用户剖析及资本关注情况

3

企业IM部署步骤及投入状况

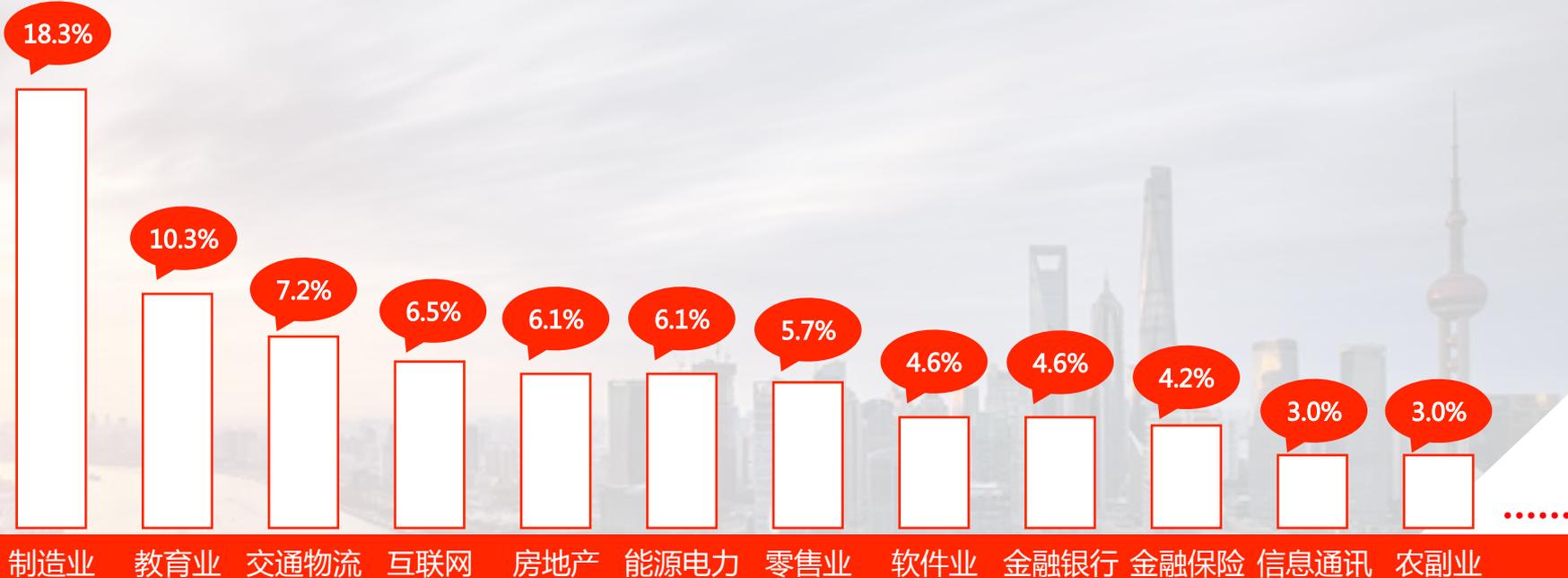
4

企业IM应用情况及使用担忧

5

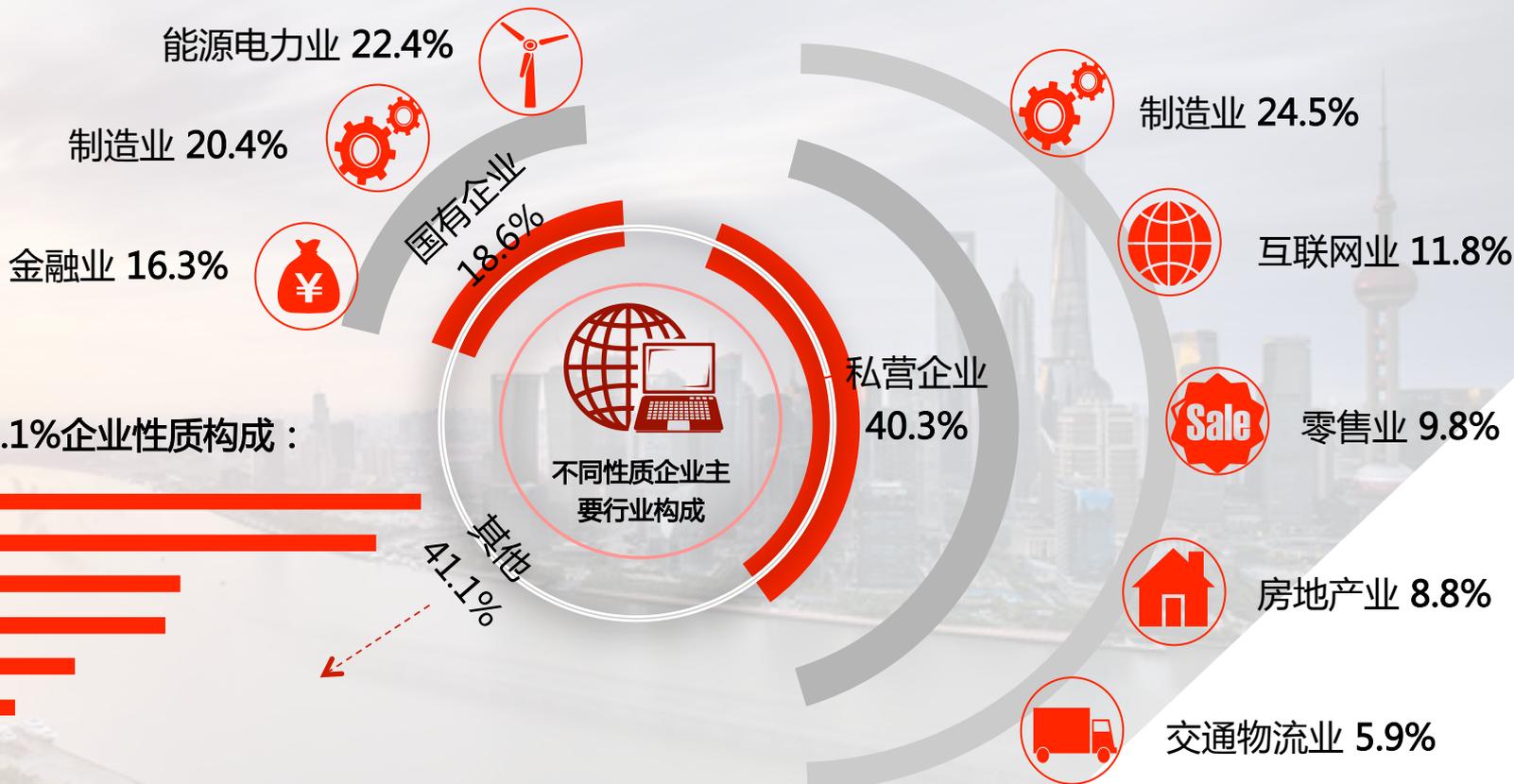
企业IM品牌诊断及厂商点评

企业IM在制造业、教育业、交通物流业等渗透率较高





私企中制造业最突出，国企中能源电力业占比最高



其他41.1%企业性质构成：

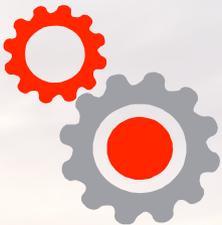




移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

中小企业中软件开发业应用企业IM比率最高

制造业29.1%



金融业16.4%



能源电力业9.1%



交通物流业7.3%



500人(含)以上企业主要行业构成

500人以下企业主要行业构成



软件开发业15.6%



咨询研究业11.2%



采矿业7.3%



电商业7.3%



金融业7.3%



最终使用者，集中在中高学历的“大叔”员工

30-45周岁年龄段构成
(男女比例6:4)

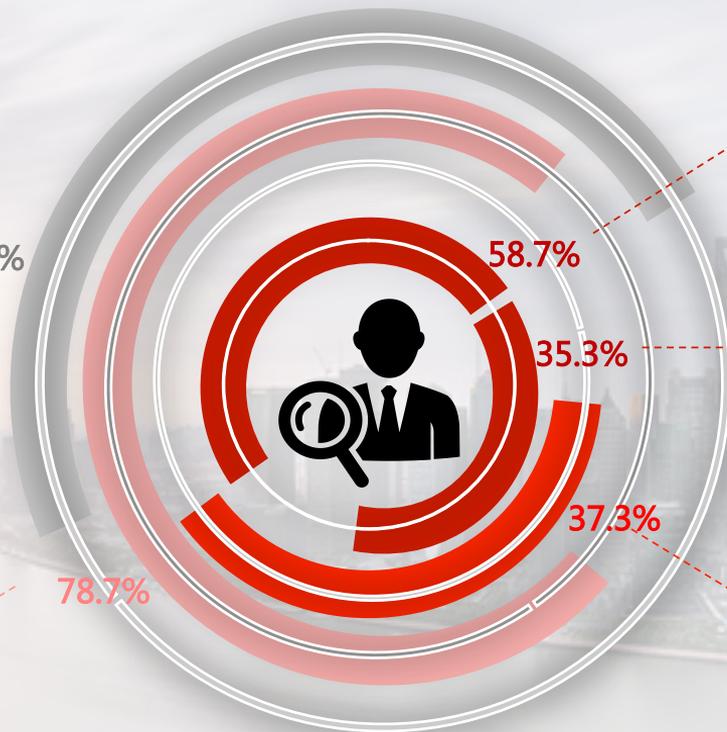
54.8%



本科55.1%



大专23.6%



普通职员



IT类36.4%



行政类31.8%



市场类24.5%



客服类7.3%

岗位工龄10年以上



企业服务市场中，企业IM成为又一个热点

移动信息化研究中心认为：企业IM取得了资本市场的关注，在资本相对紧缩的现今，针对企业IM的投融资体量相对较大。



纳斯达克上市的海外先行者Mitel

关键词组

Goodbye email.
Hello real-time.

云通讯
SaaS

业务内容

Mitel为全球商户提供整合通讯方案及服务，提供基于互联网公约、并可与电话硬件产品兼容的通讯方案。

公司简介



注册地：加拿大渥太华
第一大股东：NWQ
董事长：Richard D. Mcbee
市值：\$9亿(2016年8月)

看点借鉴

PBX SaaS模式交付，省钱方便



公有、私有、混合云通讯



通讯 + BI 提升客户体验



用户区分



Not just any cloud

企业云

商务云

办公云



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

纽交所上市的海外先行者Twilio

不以销售 & 营销为导向促进业务增长；
以API为基础，有机地打造专业且广泛的
开发者社区；

动态业务模式

CEO Jeff Lawson 从技术远见、商业直觉、
销售能力、团队打造等方面都拥有优势；

领导团队

大型企业对通讯的投资远大于对IT的投资；
未来市场渗透潜增量很大；

大而增的市场

以营收倍数为基准的理性估值定价；
理智、良好的管理是成功IPO的基石；

理智估值

市值\$31.2亿
2016/8/3

Twilio

容联

容联云通讯

最近融资

2016.7.7 C轮融资\$7000万；
红杉资本、挚信资本等投资；

业务特色

不同场景下的行业通讯解决方案；
以云服务改变通讯的连接和交付模式；

资本逻辑

看好企业云通讯行业未来，积极布局；
领投红杉资本善于放长线钓大鱼；

融云即时通讯云

2016.2.28 A轮融资¥5000万 
中兴合创领投；

业务特色

日活、日消息量等关键业务领先；
产品和服务稳定性获得开发者 
良好口碑；

融云

最近融资

 按需自定义场景化通讯；
富媒体通讯体验；

资本逻辑



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

目录

Contents

1

移动信息化研究中心核心观点

2

企业IM用户剖析及资本关注情况

3

企业IM部署步骤及投入状况

4

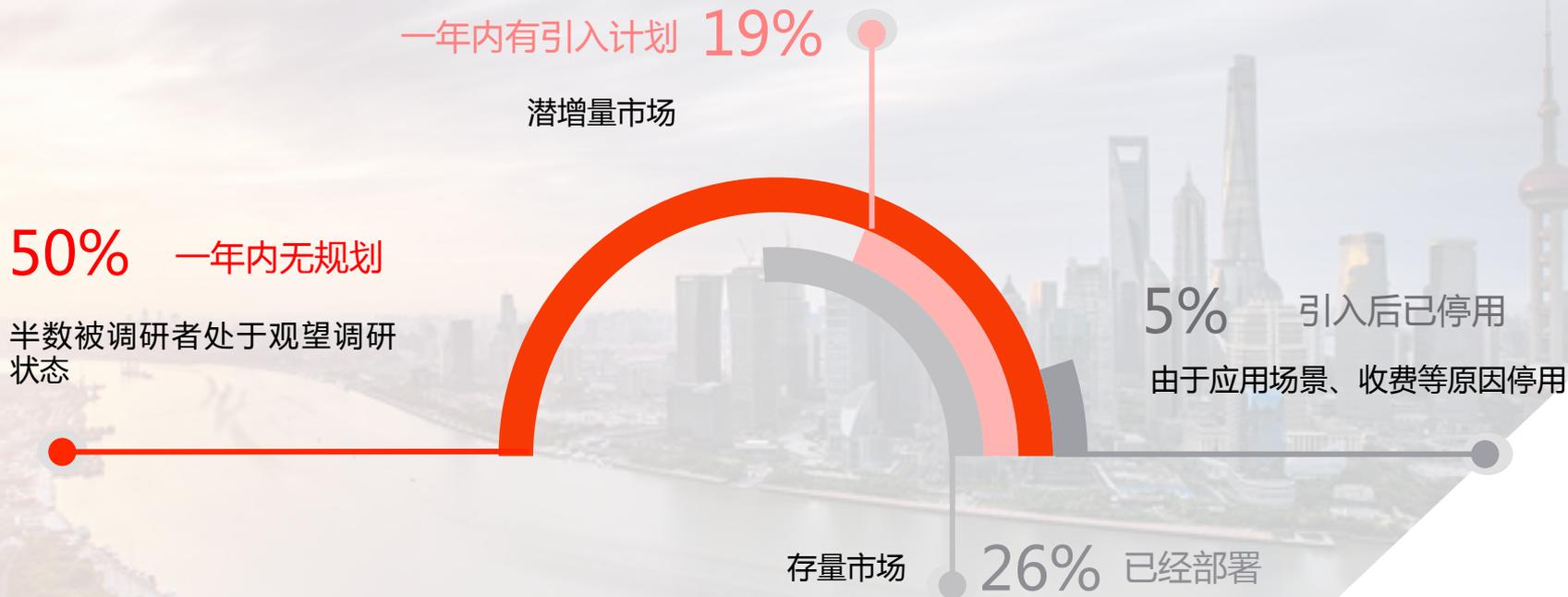
企业IM应用情况及使用担忧

5

企业IM品牌诊断及厂商点评

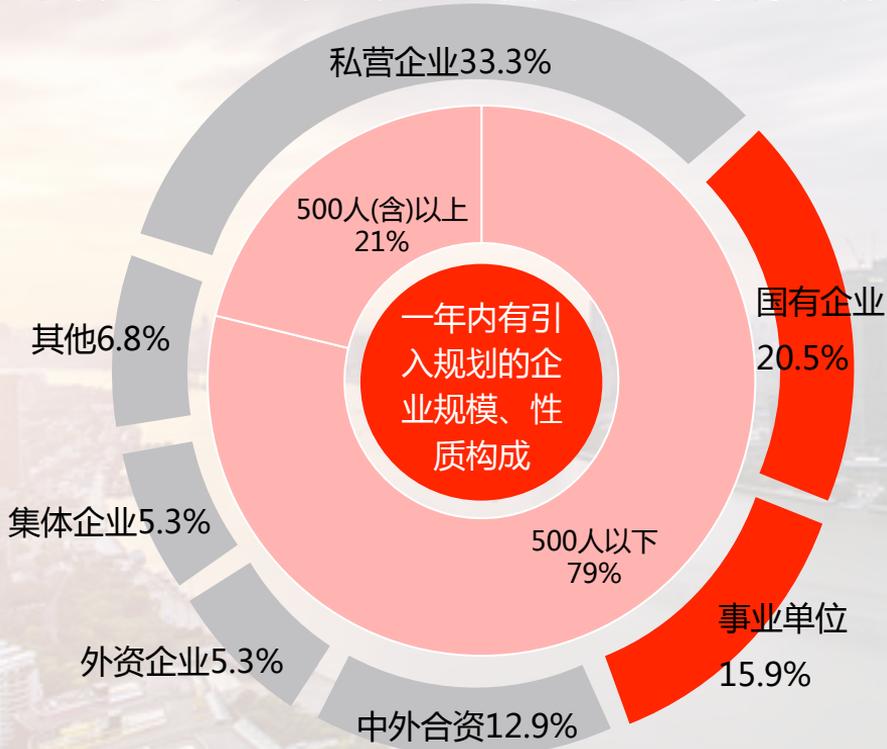
企业IM总体市场可发展性较大

企业IM当前的引入情况



潜增量市场中小企业是主力军,国企事业单位是大潜力股

移动信息化研究中心认为：企业IM潜增量市场在企业规模上中小型企业占比较高，在企业性质上国企事业单位占比较大，从行业构成上来说制造业和教育业最有潜力。



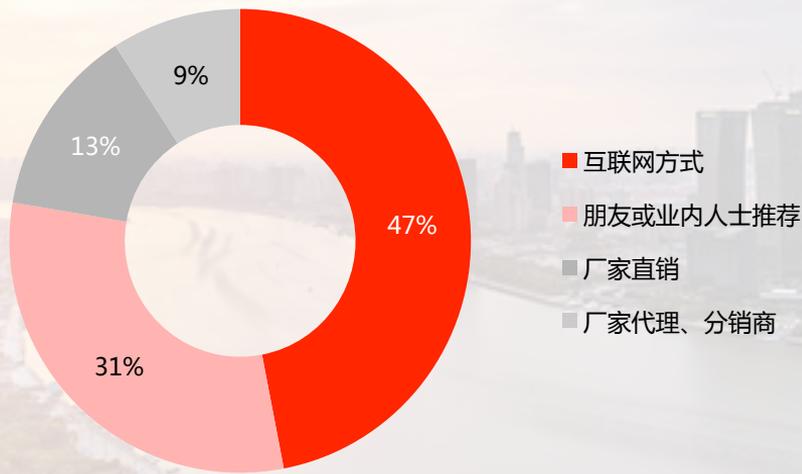
一年内有引入规划的企业行业构成



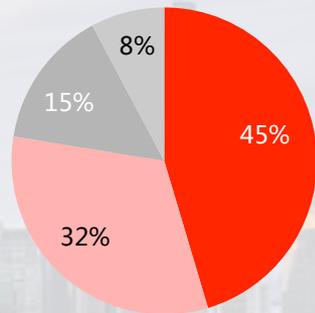
口碑传播方式是目前最实效的传播方式

移动信息化研究中心认为：互联网方式和业内人士推荐在各类规模企业中都是重要的信息获取方式，相较而言，厂家直销和分销的力量较小。

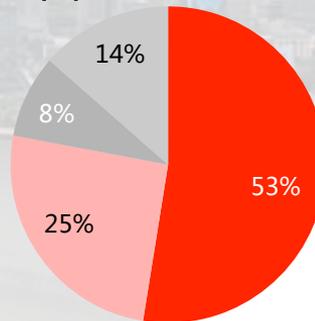
企业首次接触IM的方式



500人以下企业首次接触方式



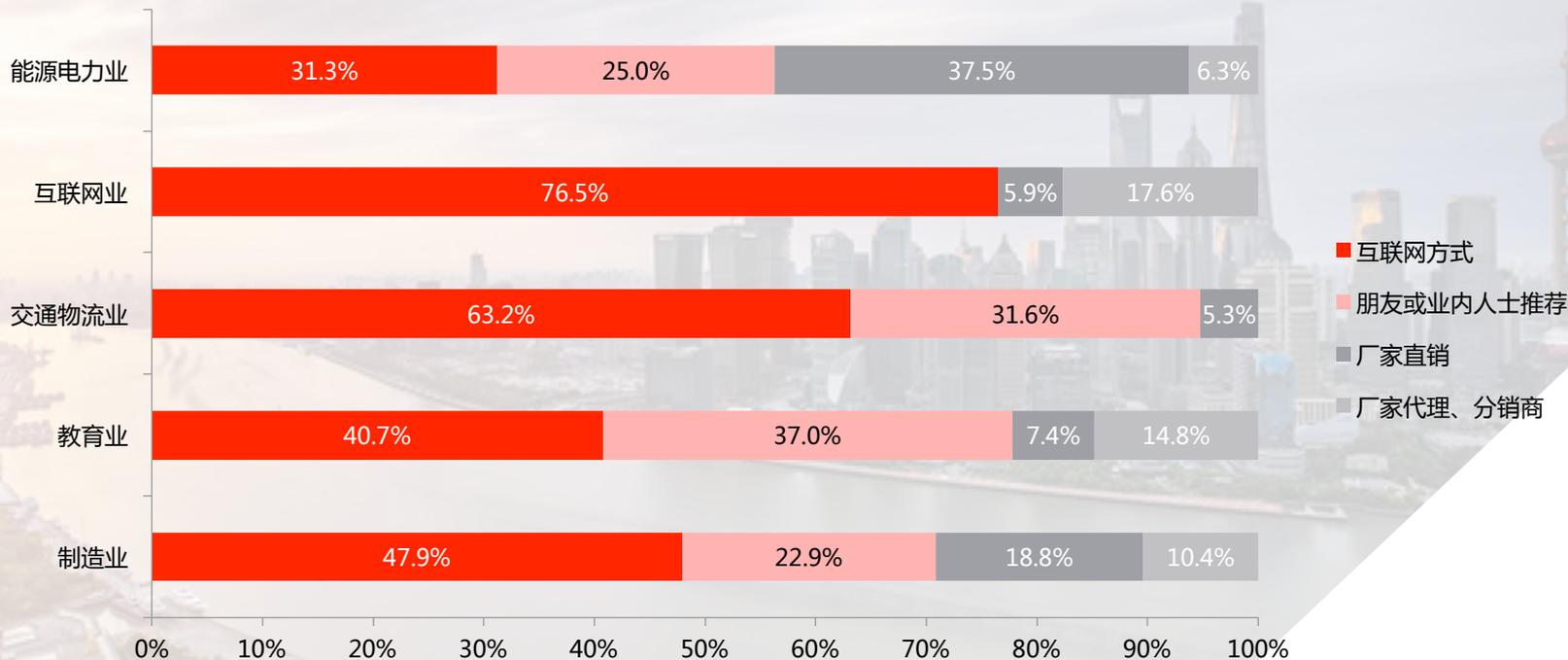
500人(含)以上企业首次接触方式



针对不同行业制定不同的高效推广方式

移动信息化研究中心认为：不同行业首次接触企业IM的方式也不尽相同，针对不同行业的特点制定不同的市场推广方式。

企业首次接触IM的方式——不同行业





抓住产品本质特点，重点提升沟通协作效率

移动信息化研究中心认为：厂商应抓住企业IM本身的沟通交流本质，以满足企业随时随地交流、降低沟通协作成本的需求为要务，帮助客户成功。



满足交流协作是企业部署IM的重要原因

重点行业用户主要部署原因



制造业



教育业



交通物流业



互联网业

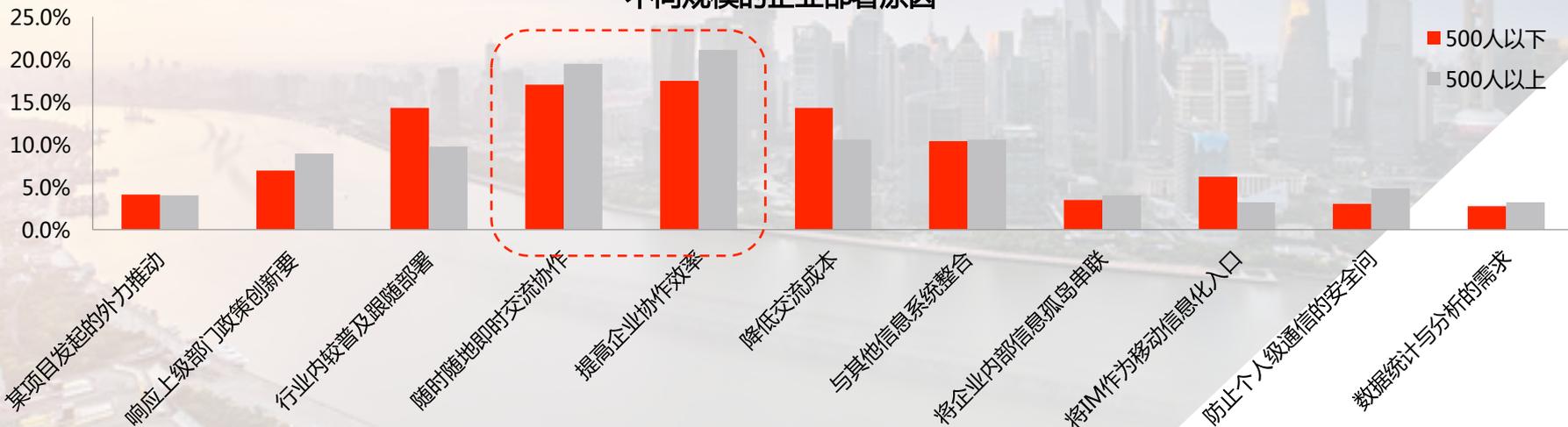


能源电力业



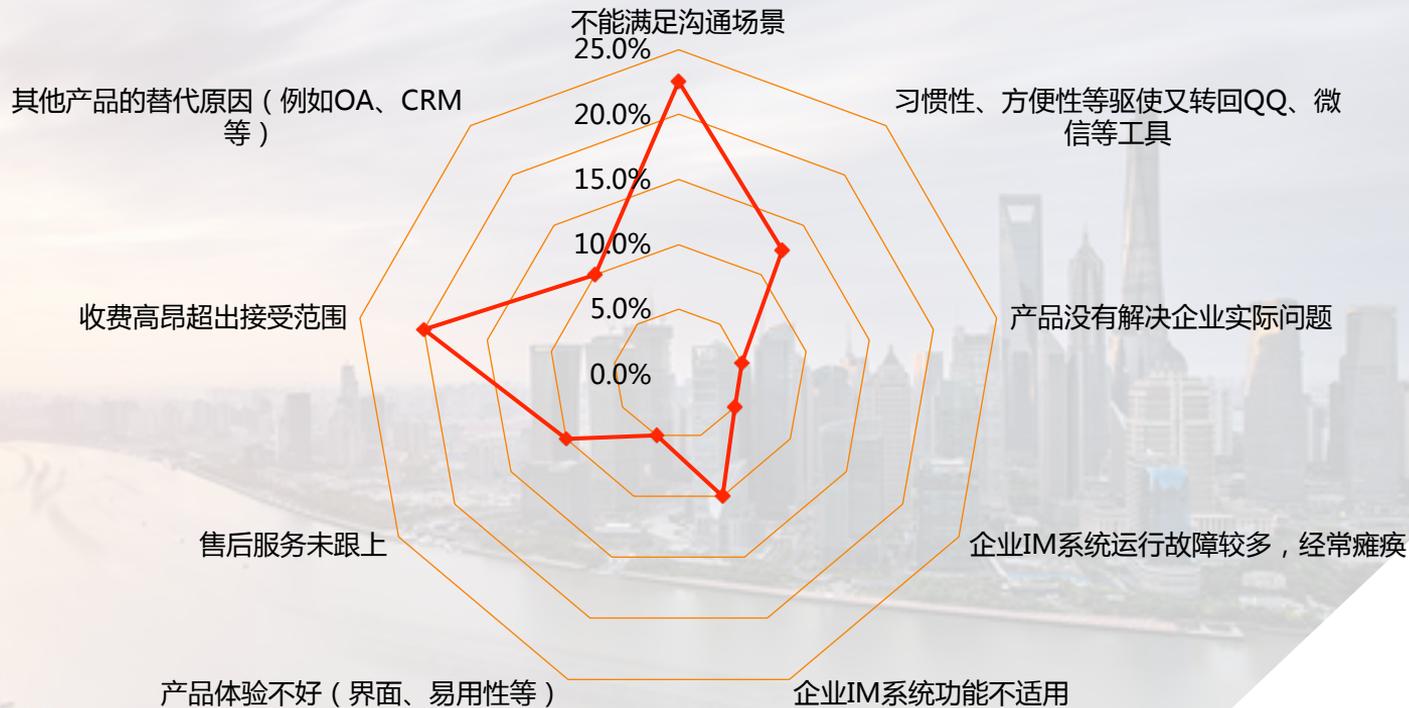
房地产业

不同规模的企业部署原因



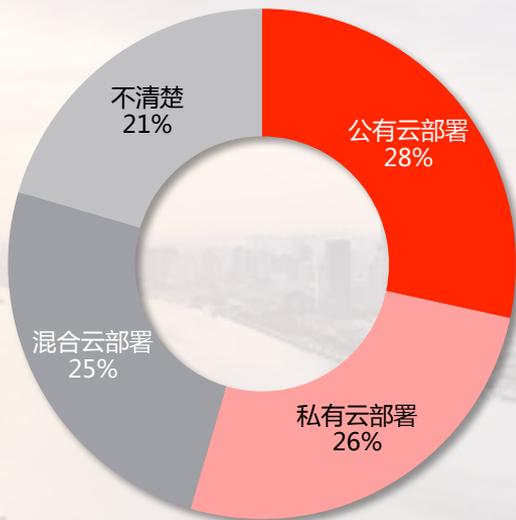
满足场景化沟通是打造生态的先行要素

企业停用IM的原因

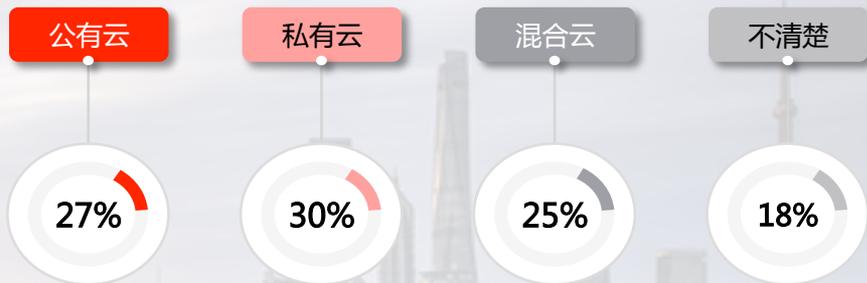


针对企业IM的部署模式，不同企业用户会有自身的考量

企业部署IM的模式



500人以下企业部署模式

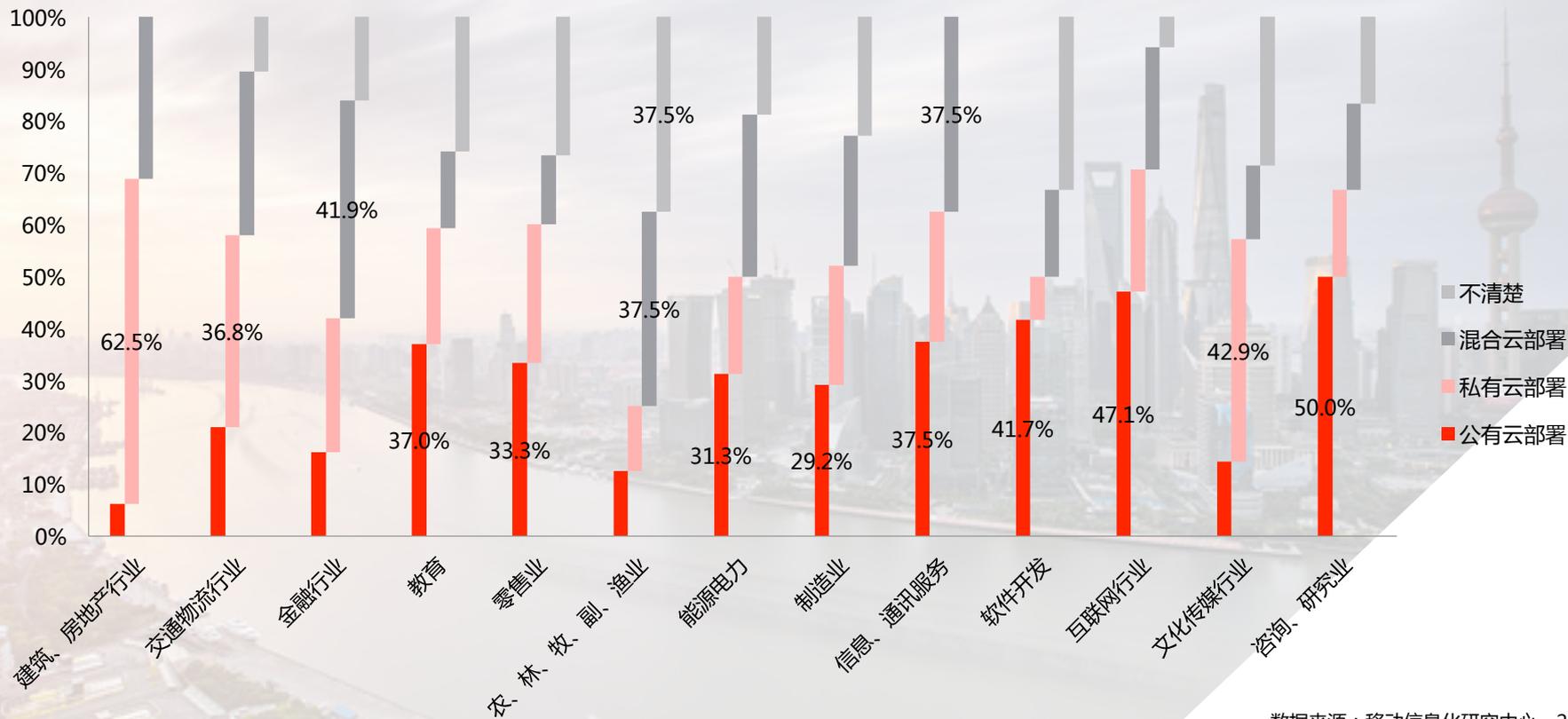


500人(含)以上企业部署模式



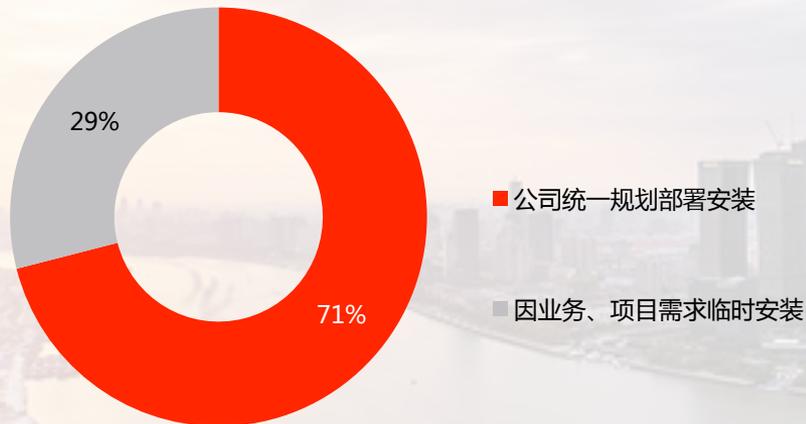
行业不同，对信息安全的重视度不同，部署模式也不同

主要行业企业IM的部署模式对比

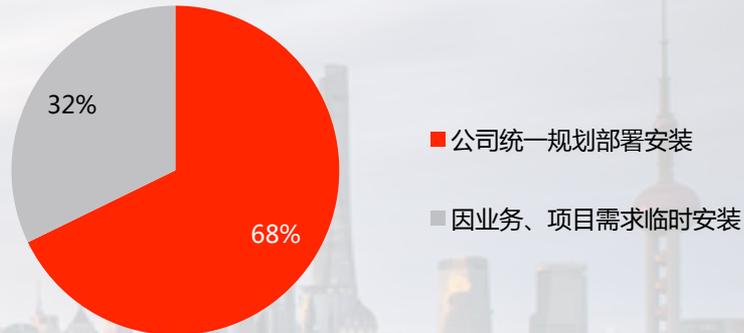


中大型企业的统一规划部署程度较高

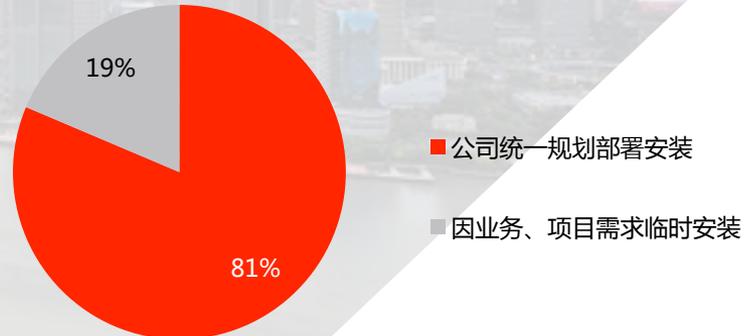
企业IM安装方式



500人以下企业安装方式



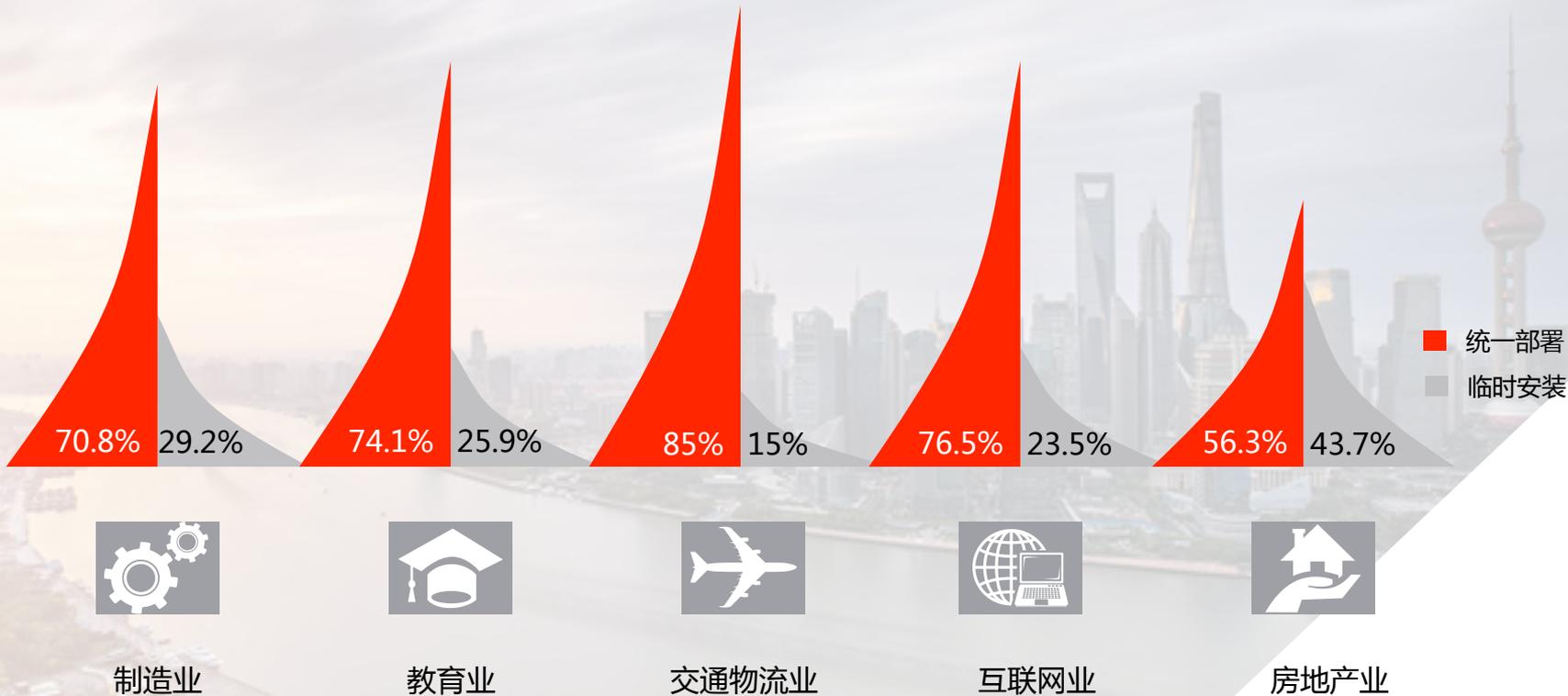
500人(含)以上企业安装方式





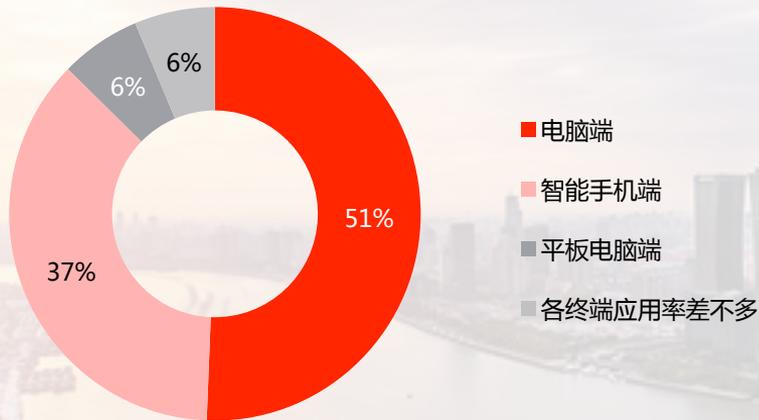
企业战略行业化特色影响产品部署方式

主要行业的企业IM部署方式

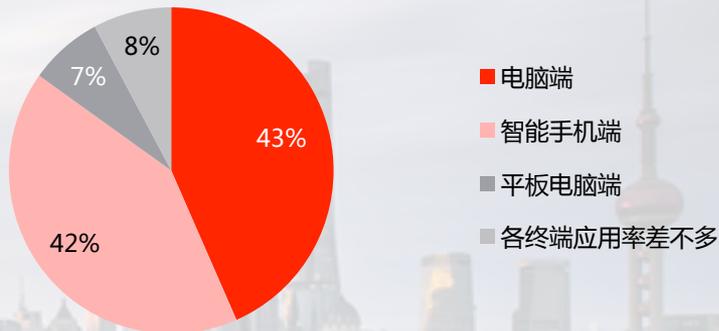


企业IM基于桌面端的使用率较高

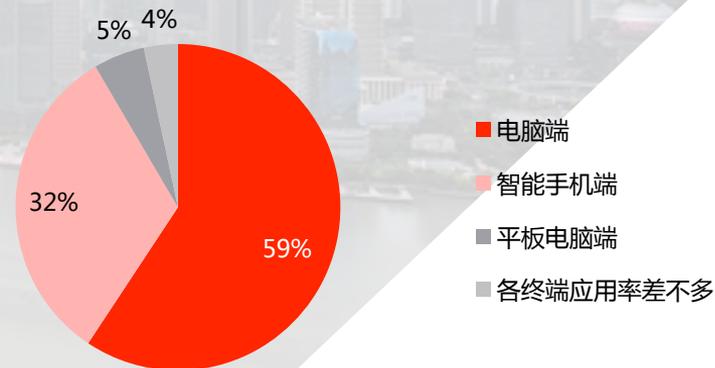
使用终端占比



500人以下企业使用终端占比



500人(含)以上企业使用终端占比



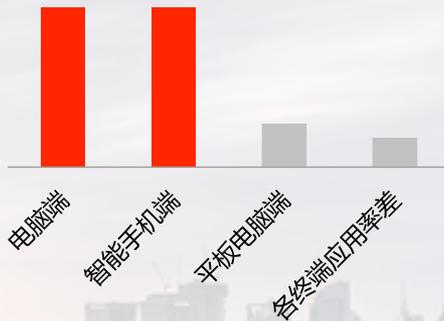


在部分行业，来自手机端的用户也较多

制造业主要使用终端



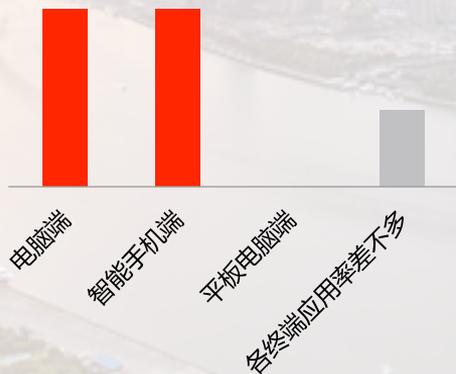
教育业主要使用终端



交通物流业主要使用终端



互联网业主要使用终端

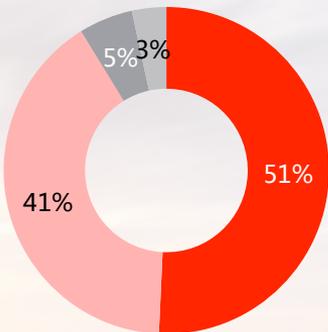


房地产业主要使用终端



企业IM的使用时段基本在上班时间

500人以下企业使用时段

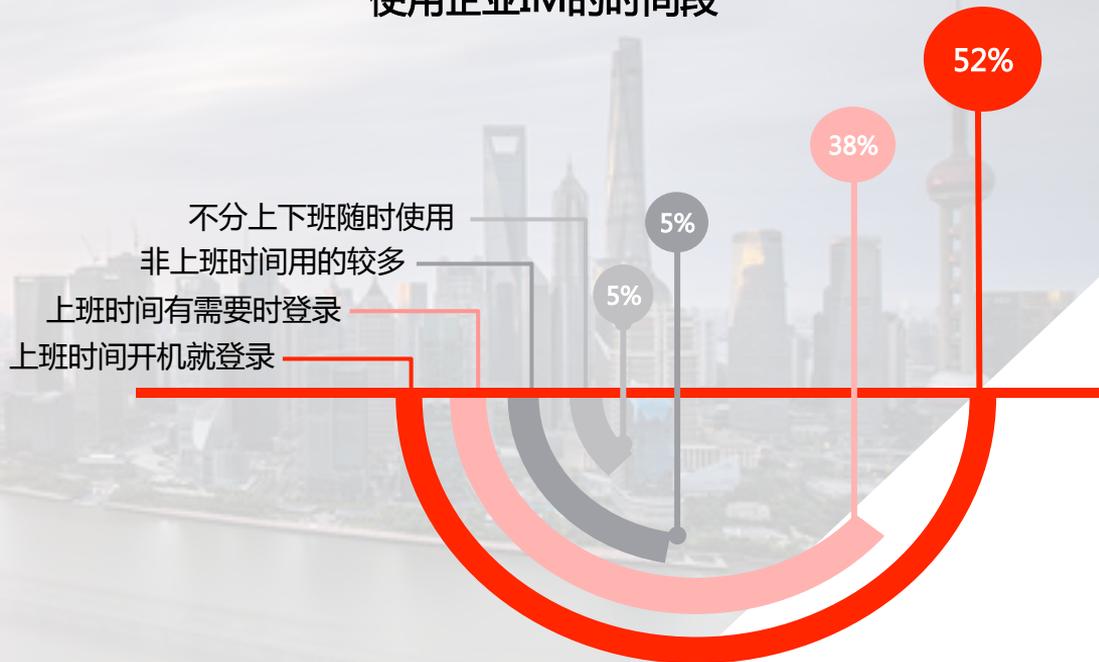


500人(含)以上企业使用时段



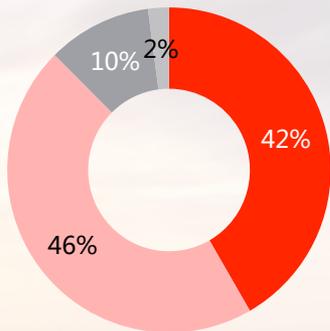
- 上班时间开机就登录
- 上班时间有需要时登录
- 非上班时间用的较多
- 不分上下班随时使用

使用企业IM的时间段

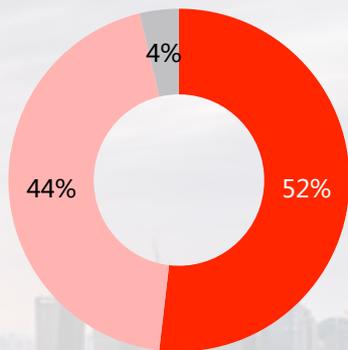


从IM使用时间上来看，互联网业是个“悲催”的行业

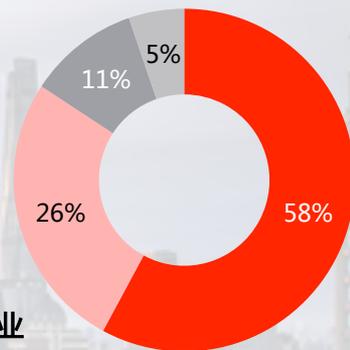
制造业



教育业

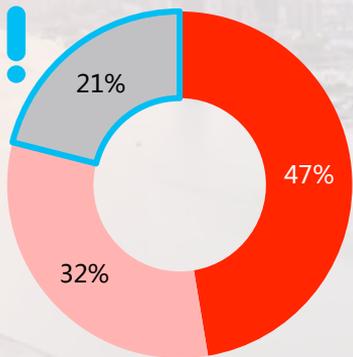


交通物流业

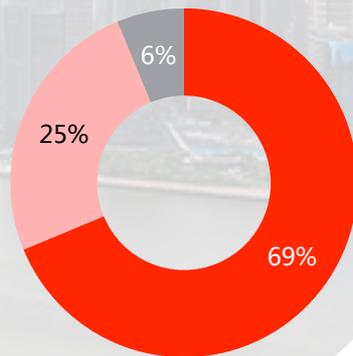


互联网业

不分上下班随时使用
企业IM



房地产业

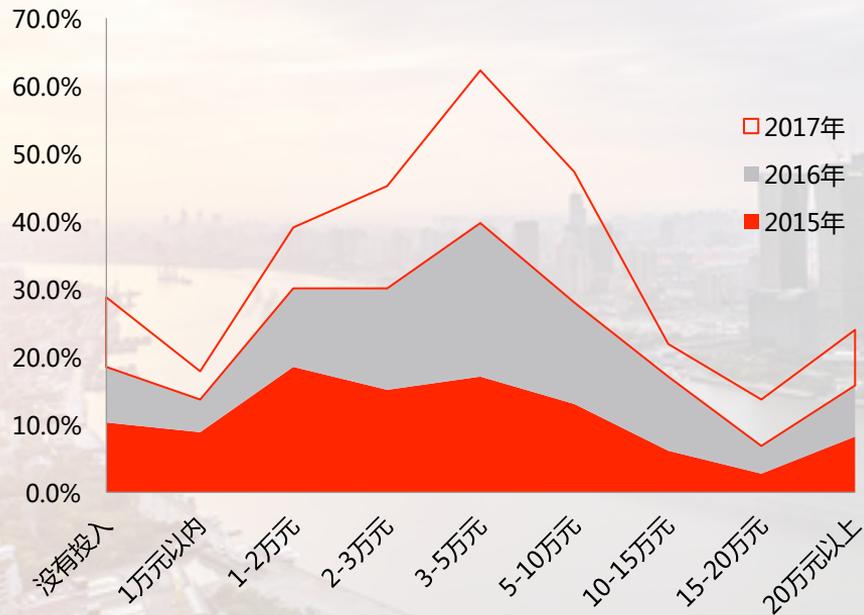


- 上班时间开机就登录
- 上班时间有需要时登录
- 非上班时间用的较多
- 不分上下班随时使用

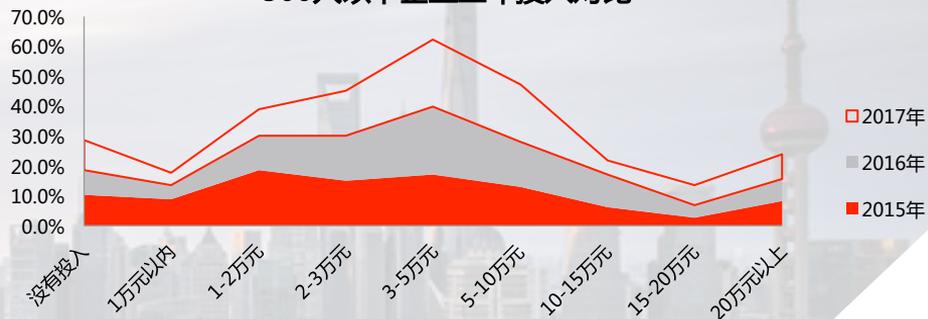
中小型企业逐渐加强投入，中大型企业持续大幅投入

移动信息化研究中心认为：虽仍有10%左右的企业在三年内没有IM投入计划，但大多数中小型企业部署IM灵活度高，试错后对IM的投入逐年增强；已部署IM的大型企业粘性较高，持续投入，且投入量级较大。

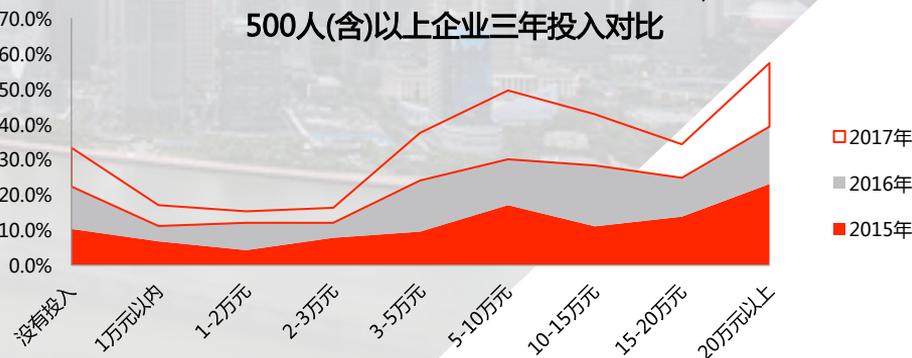
用户三年对企业IM的投入状况



500人以下企业三年投入对比



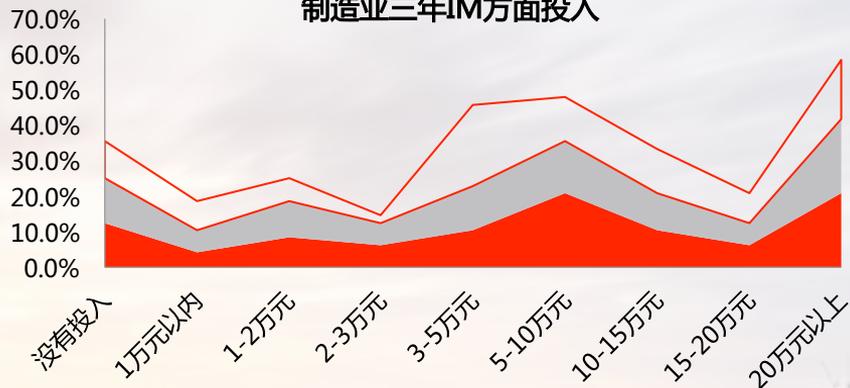
500人(含)以上企业三年投入对比



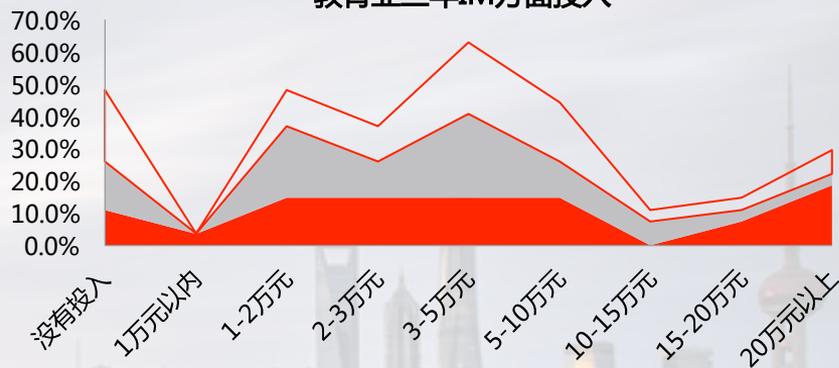


互联网业在企业IM未来的投入上增幅明显

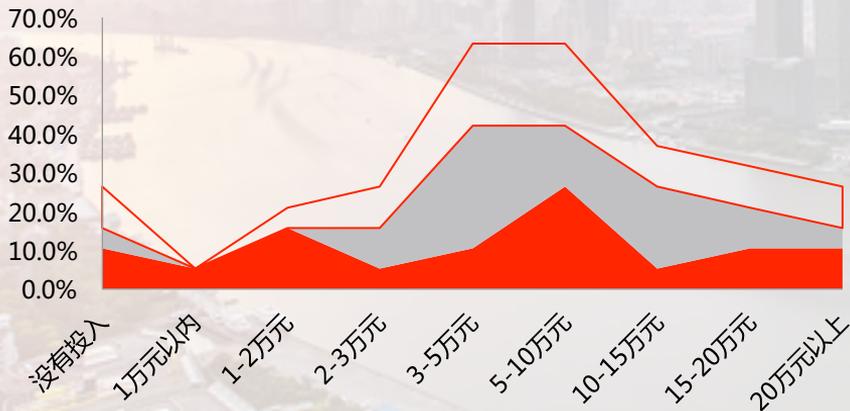
制造业三年IM方面投入



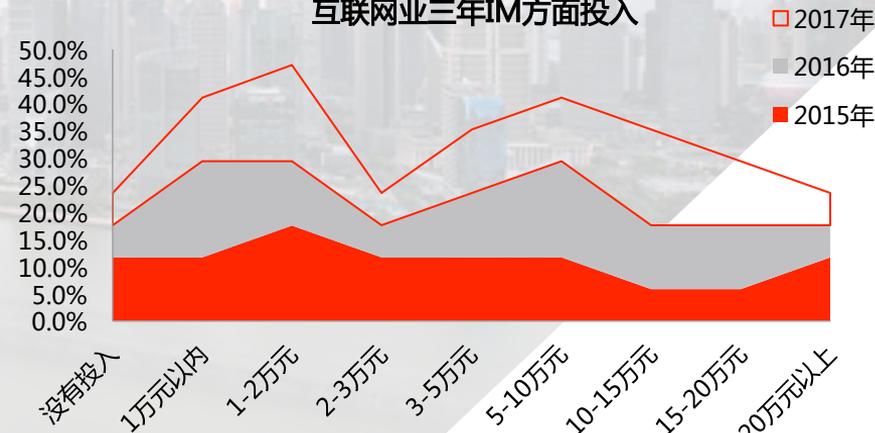
教育业三年IM方面投入



交通物流业三年IM方面投入



互联网业三年IM方面投入





移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

目录

Contents

1

移动信息化研究中心核心观点

2

企业IM用户剖析及资本关注情况

3

企业IM部署步骤及投入状况

4

企业IM应用情况及使用担忧

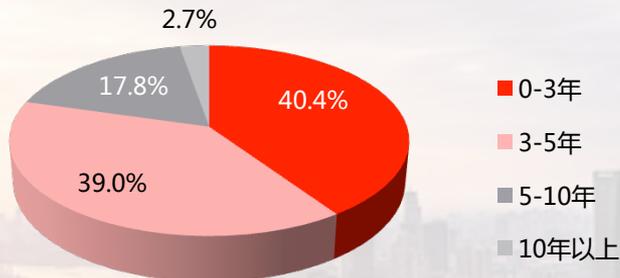
5

企业IM品牌诊断及厂商点评

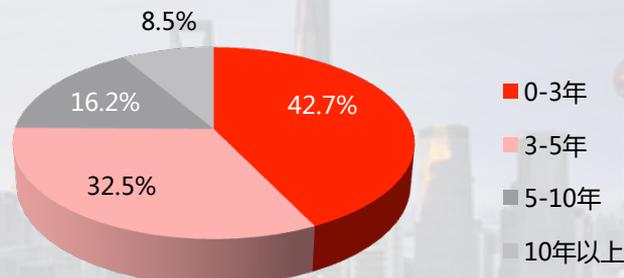
多半企业在3年以内开始使用企业IM

移动信息化研究中心认为：中小型和大型企业的使用时间基本都在5年以内，企业开始逐步的接受、尝试云端的通讯模式，使用IM时间超过10年的多为500人以上早期先行的“老干部”。

500人以下企业使用IM的时间



500人(含)以上企业使用IM的时间

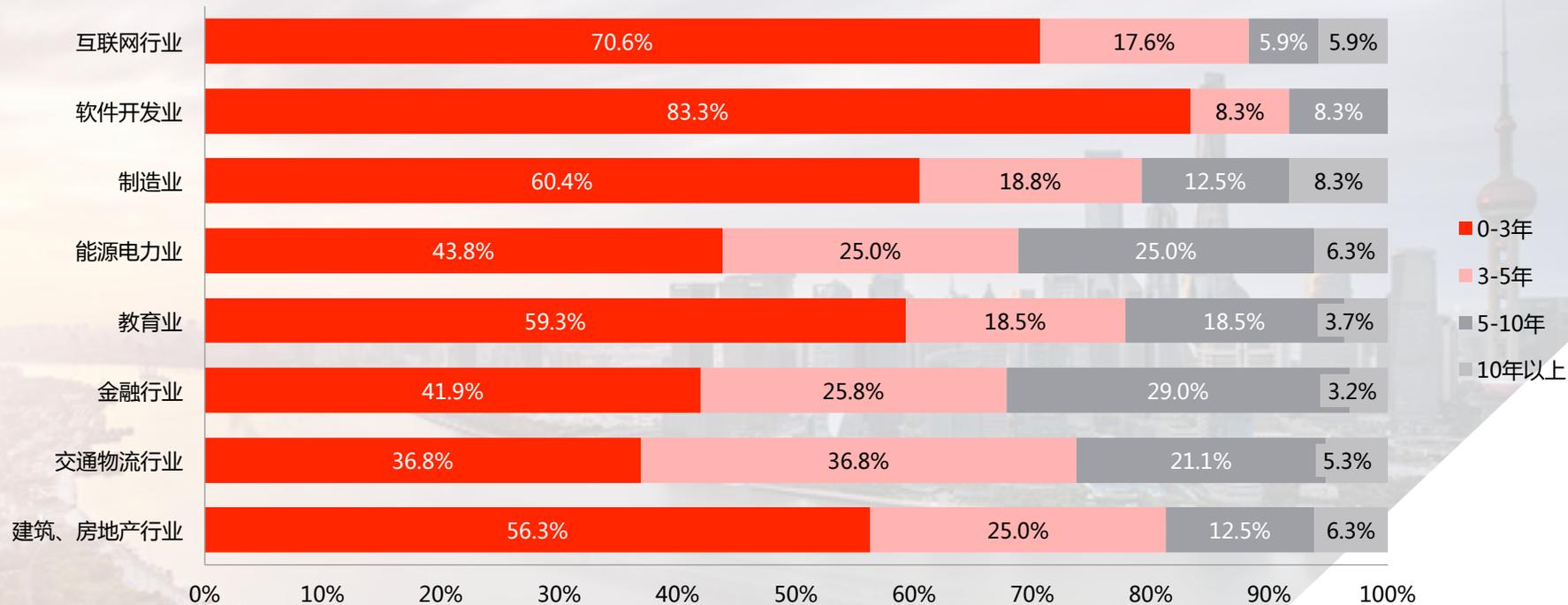


企业使用IM的时间



各行业企业IM的使用时间也基本在3年以内

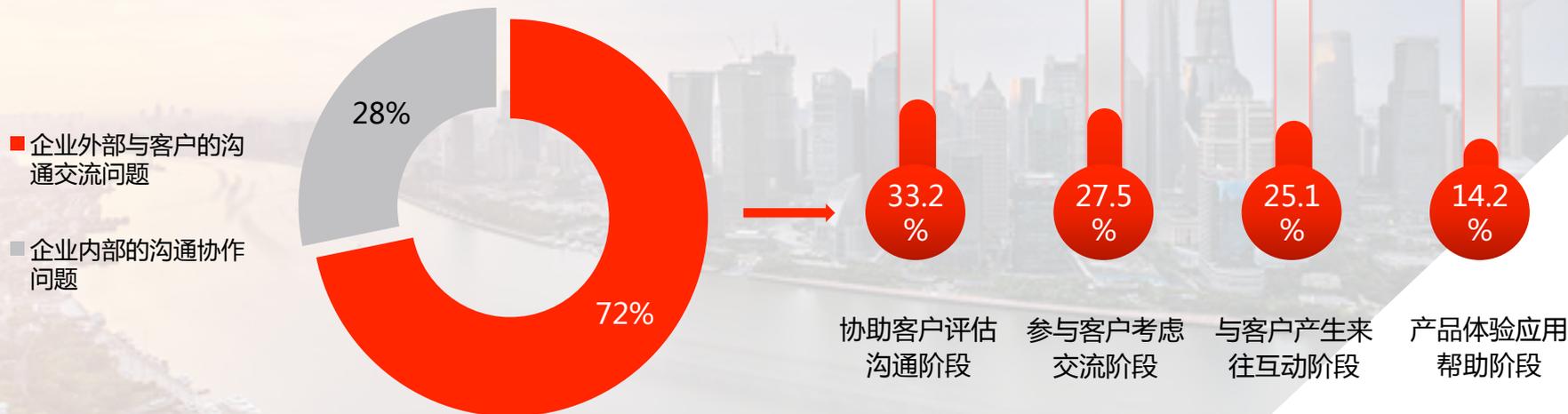
主要行业使用IM的时间



对外沟通是企业IM的主要应用方向

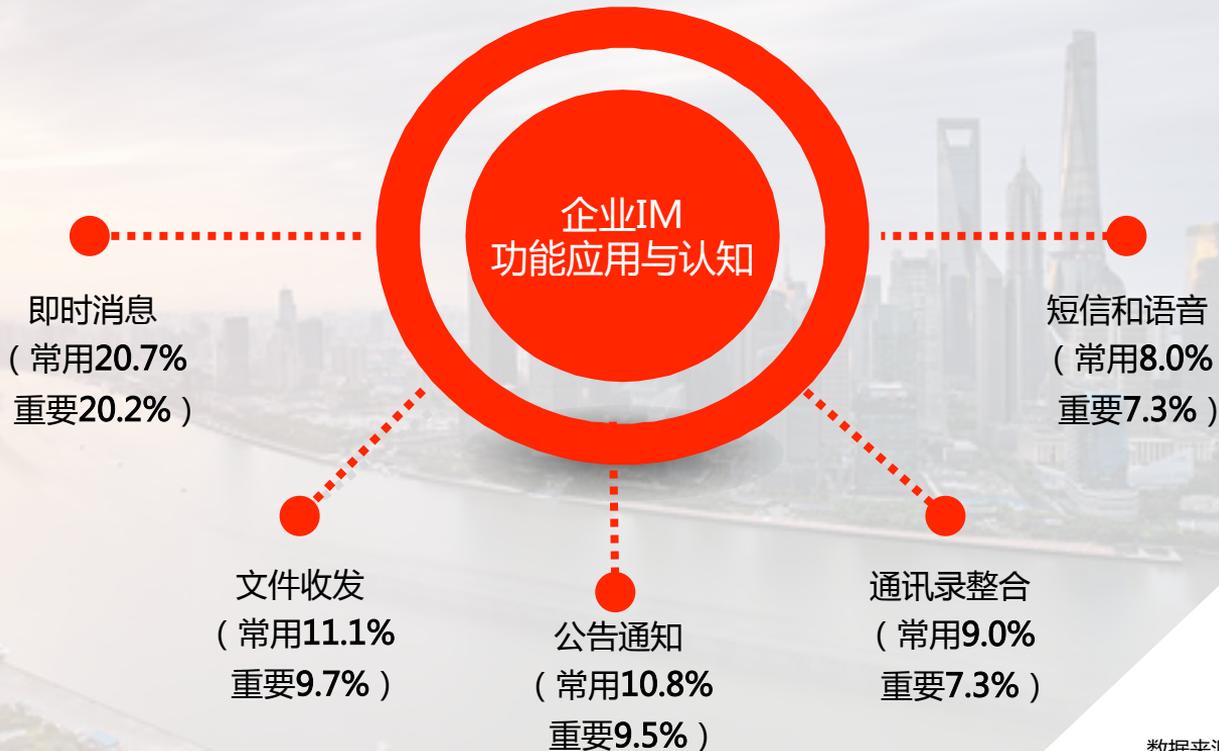
移动信息化研究中心认为：企业用户对IM的主要应用在与企业外部的沟通交流，或者其它人员，例如销售人员通过企业IM与上下游合作伙伴、客户沟通交流。

企业IM的应用方向



稳定的基本功能是企业IM的核心

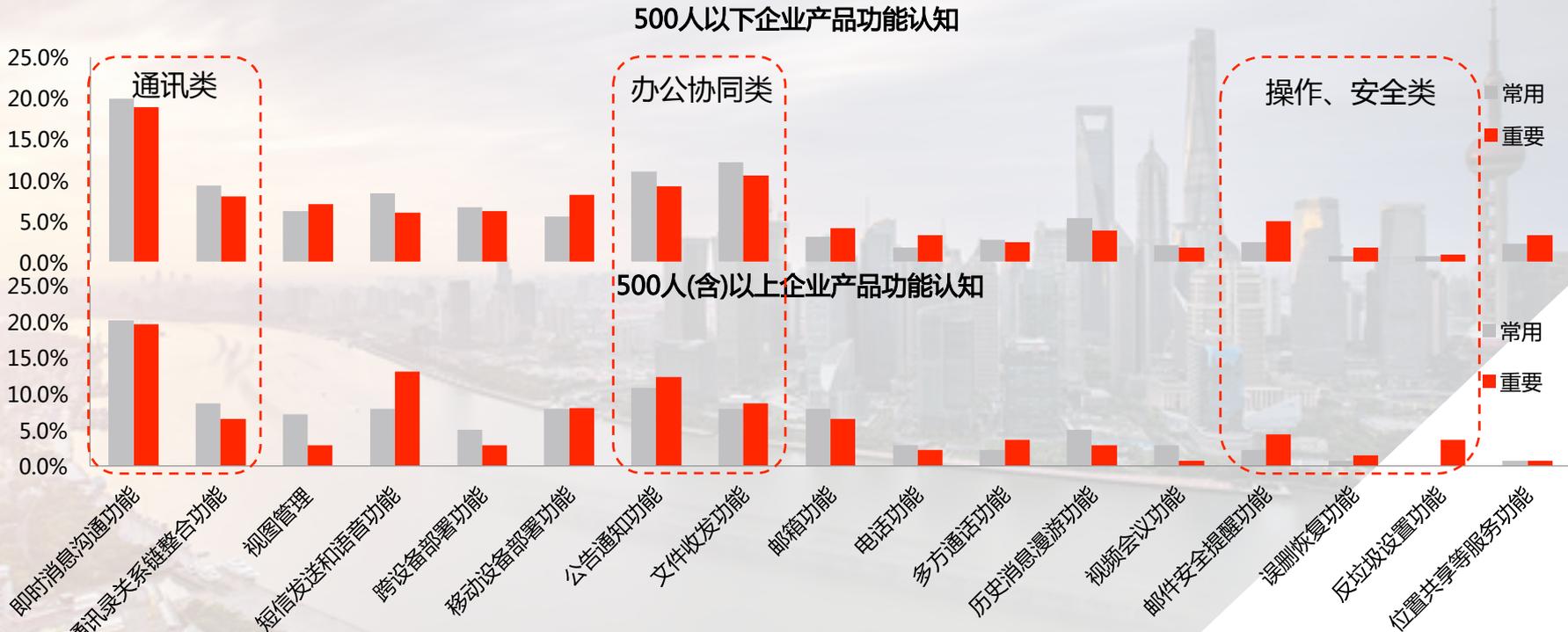
移动信息化研究中心认为：企业用户认为IM最重要的功能同样也是最常用的功能，并且这些功能属于IM的基本属性。所以，企业IM未来需要做好“本职工作”，在稳定中求长远发展。





不同规模企业对企业IM功能认知基本相同

移动信息化研究中心认为：通讯类和办公协同类功能都是企业用户认为重要且企业常用的，而一些操作、安全类的功能两种类型的企业都认为很重要但不常用。



主要行业对企业IM的主要功能认知



面向未来，企业用户需要产品功能向协同，数据向智能

移动信息化研究中心认为：企业对IM的期待是协同、数据分析和智能匹配等发展方向：企业IM沟通本身就有协同方面的能力，对自身积累的数据进行连接，从而统计分析得到新发现，再有扩展到提醒项目发起等。

用户希望企业IM添加的新功能



办公协同功能

44%



数据统计与分析功能

30%



自动匹配提示项目发起功能

26%

信息泄露,稳定性问题是用户目前使用过程中最大的担忧



企业人员通讯录
信息泄露 16.4%



通讯系统的稳定
性问题 15.1%



项目相关信息泄
露 12.8%



聊天记录信息泄
露 12.5%



文件传输风险
8.0%



陌生人接触员工
终端 7.4%



公共WiFi连接
终端 6.7%



系统自身受到黑
客攻击 4.7%



企业网络受到黑
客攻击 4.3%

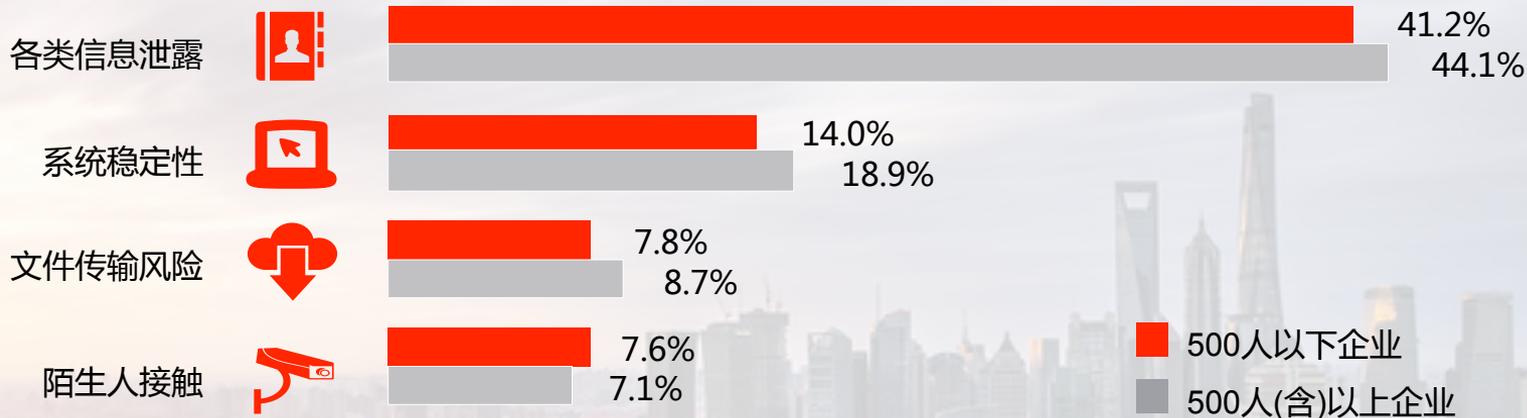


员工终端丢失
4.1%



不同规模、行业的企业在使用担忧方面基本一致

不同规模企业对安全问题的担忧



制造业



通讯系统稳定性
17.4%

教育业



通讯系统稳定性
17.9%

交通物流业



项目相关信息泄露
15.8%

互联网业



通讯录信息泄露
19.4%

能源电力业



通讯录信息泄露
25%



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

目录

Contents

1

移动信息化研究中心核心观点

2

企业IM用户剖析及资本关注情况

3

企业IM部署步骤及投入状况

4

企业IM应用情况及使用担忧

5

企业IM品牌诊断及厂商点评



品牌诊断：企业IM行业整体认知度较低

移动信息化研究中心认为：

- ◆ 由于新老厂商的入场顺序不一致等原因，企业IM整体主流品牌认知度均值水平较低，新兴厂商有必要加大品牌塑造、推广力度。
- ◆ 未来需要在销售及渠道拓展方面加大工作力度，进一步提升品牌的参与度。
- ◆ 基于当前的行业推荐率均值来看，企业在产品和服务方面具有较好的表现，未来为了提升用户的留存和推荐率，需要继续保持产品和服务的水平。

品牌认知度
行业均值
3.7%

对应市场宣传及品牌推广
问题

品牌参与度
行业均值31%

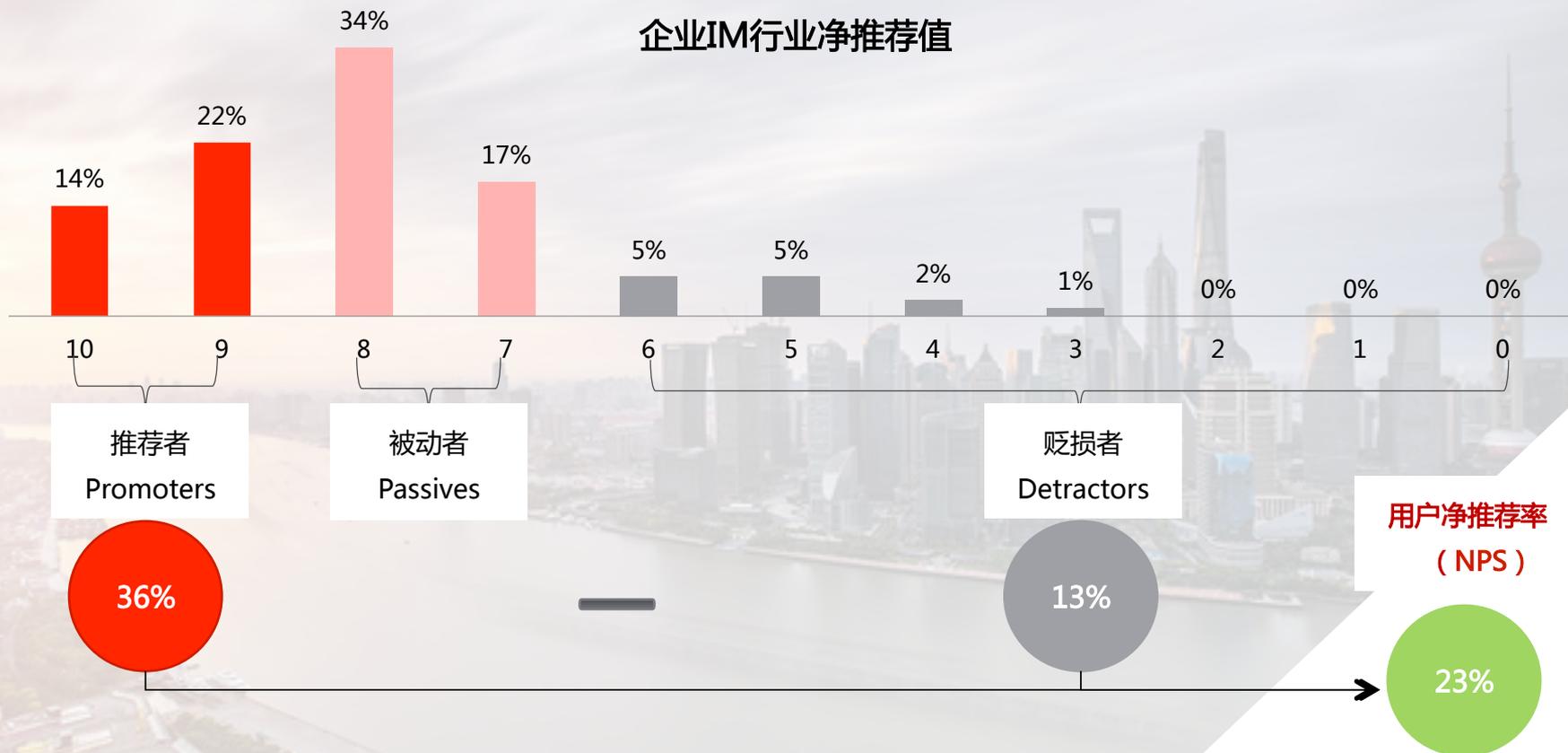
对应销售及渠道问题

用户净推荐值
行业均值
23%

对应产品和服务问题

当前企业用户对IM产品的行业净推荐均值达到23%

企业IM行业净推荐值





移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

融云即时通讯云 厂商点评

厂商简介：融云将即时通讯技术封装成 SDK 供全球开发者下载使用，并向开发者提供平台环境、技术支持以及后期运维等服务，使开发者的业务能够快速获得即时通讯的能力，实现单聊、群聊等功能，满足社交、客服、聊天室等场景需要。

IM

单聊，群聊，讨论组，支持图片语音、地理位置，自定义消息支持所有 IM 场景

聊天室

无人数上限的聊天室，配合专业级安全审核，完美支持视频直播

推送/短信

专业的消息通道，帮你精准及时推送，提升用户活跃度和留存率

客服

专业多客服平台，精湛的移动端技术，把精心选择的客服 SaaS 产品提供给你

音视频通讯

支持一对一、多人音视频电话，视频直播点播。各种场景，应有尽有

全平台/多端同步

Android，iOS，Web 多端消息精确同步。全平台支持





移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

融云优势分析：海量并发，稳定可靠

产品优势

功能丰富，产品功能包括IM、聊天室、客服、推送、短信、音视频通讯、支持全平台/多端。



技术优势

稳定可靠：能够适应各种复杂网络环境；
海量并发：可伸缩，支持亿级并发；
自由定制：扩展性强、接口丰富；
扩展丰富：集成简单、迭代轻松；
无缝融合：无需改造现有架构；



品牌优势

10万开发者的选择，
即时通讯云领导者。



团队优势

源自飞信团队,9年即时通讯专业
领域技术积累。



融云最佳客户实践——驾考宝典

案例描述：

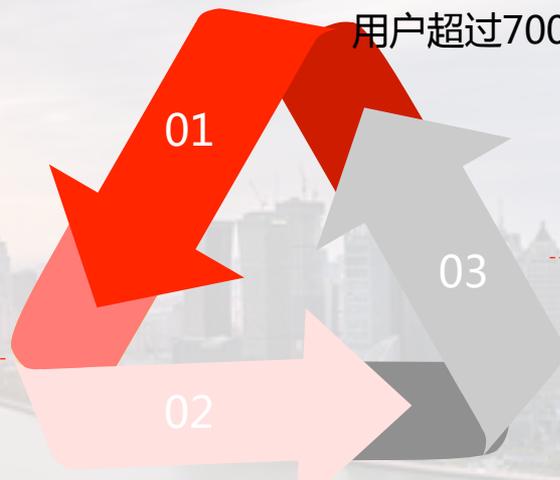
从早先的单纯线上答题到如今的驾考 O2O，从纯粹的移动互联网入口切入到市场增值空间更大的“互联网+驾校”产业，打通了多个关键环节，完成服务闭环。其中关键环节之一就是借助融云实现了学员交流。

客户背景：

木仓科技旗下的驾考宝典是国内最大的移动互联网综合学车平台，帮助2.5亿学员拿到驾照，每日活跃用户超过700万，覆盖全国1.2万家驾校资源。

应用效果：

实现平台上用户的沟通交流，同时聊天功能与已有业务完美融合。



客户点评：木仓科技 CTO 李佳文说：“我们在驾考宝典社交化的过程中，发现平台上的用户非常活跃，一方面是车主之间，另一方面学员之间，他们都有很大的沟通需求，而要实现这样的沟通场景就离不开即时通讯，这个时候我们找到了融云即时通讯云，不仅实现平台上用户的沟通交流，而且聊天功能与已有业务完美融合。”



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

IMO 班聊 厂商点评

IMO班聊愿景：互联网不仅娱乐人们生活，还正在方便人们的工作，改变企业运营。





班聊优势分析：连接办公场景的一切





IMO班聊最佳客户实践——都市丽人

客户点评

IMO班聊是一款有温度的产品，不仅管理者爱用，员工也喜欢。

案例描述

网络门店分布在全国各地：如何做运维，如何和门店进行沟通，怎么对门店下发通知，并保证公司信息及时并有效传递。





移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

环信即时通讯云 厂商点评



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

厂商点评——环信即时通讯云

厂商简介：让开发者摆脱繁重的移动IM通讯底层开发让App一天就拥有内置IM能力，提供一站式的全产业链即时通讯云服务。





移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

环信优势分析：让你的APP更有粘性

产品功能齐全。为开发者提供当下最新的基于移动互联网的即时通讯能力。



覆盖一线城市及24家省会城市，是渠道代理覆盖面积和规模最大的即时通讯云厂商之一。



产品
优势

技术
优势

渠道
优势

团队
优势



环信即时通讯云获科技部技术成果认定。采用私有通讯协议等技术创新获得了专家一直认可。



环信核心技术团队均来自自己BAT、新浪、诺基亚、大唐等顶级互联网和通信企业。



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

环信最佳客户实践——快牙

客户背景：快牙全球用户已超过4.5亿，遍及全球200多个国家和地区，被用户称为“怪兽级传输神器”，快牙的创建连接群和好友即时聊天功能都是集成环信的服务。

案例描述：在刚开始，快牙就在寻找可以增长用户和让他们的用户更有参与感的方式。

因此，快牙需要一个能处理峰值流量，具备扩展性能，同时拥有低成本及容错性的第三方即时通讯解决方案。

快牙CEO王晓东表示：“在互联网的发展下，还需要把快牙的社交性发挥出来，我们不是做一个社交产品，而是用社交互动来助推快牙的传播，使我们的核心数据大涨。”

应用效果：把复杂的大规模即时通讯移动端优化问题交由环信专家解决后，快牙就能专注于产品和app的快速迭代。快牙现在每日能处理1.2亿并发的消息并且还在持续增长。与优秀的即时通讯厂商合作，使他们对于快速扩张没有任何顾虑。



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

云之讯融合通讯云 厂商点评



移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

厂商点评——云之讯





移动信息化研究中心
Mobile Information Research Center

云之讯优势分析：全能力云通讯平台

产品优势

满足亿级用户，支持单/群聊，讨论组，推送，支持自定义可扩展的语义消息媒体接口；

服务优势

7 X 24小时运维支持；十年通讯行业运营积累，成功运营、开发注册超2亿用户的产品，集结行业70%以上的电信资源。



云之讯
优势分析

技术优势

7大数据中心，全国范围68个数据接入点，支持无限平滑扩容，满足分布式高冗余业务需求，遵循就近接入原则。

团队优势

核心成员均来自电信、互联网行业、知名IT企业，平均从业经验10年以上，具有较深的产品研发能力及运营服务经验。



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

Thanks!

移动信息化研究中心
2016年8月