



BYOD (自带设备办公) 助商业价值增长

白皮书

Ian Song 宋一扬 IDC 亚太区企业客户端设备研究经理 2013 年6 月



华为赞助

Analyst Profile and Research 分析师介绍

Ian Song
IDC 亚太区客户端
设备研究经理

Ian Song 是 IDC 亚太区客户端设备研究经理。宋先生目前常驻新加坡，负责亚太区客户端虚拟化项目发展并参与 IDC 企业移动研究的设立。他的研究范围包括下一代工作环境以及 IT 消费化等新兴技术和趋势。

加入 IDC 亚太区之前，宋先生是驻守在波士顿的 IDC 全球企业虚拟软件团队高级分析师。他的研究方向为企业虚拟软件产品的部署，主要研究客户端环境虚拟化软件。他曾负责全球客户端虚拟化市场规模与预测的研究。宋先生代表 IDC 在多个行业大会上演讲，他的研究内容被华尔街日报、新闻周刊、CIO 杂志、网络世界及计算机世界等多家媒体引用。

加入 IDC 之前，宋先生是美国哈佛大学的信息技术咨询师，领导过诸如虚拟服务部署、应用精简交付、客户支持服务集中等多个项目。此外，宋先生曾供职于蓝宝石技术 (Sapphire Technologies)，作为技术咨询师他参加了多个大型项目的部署。实习期间，他曾加入 IBM 全球服务部门以及思科产品营销部门。

宋先生在美国马萨诸塞大学阿默斯特分校获得信息系统与电子媒体专业学士学位。此后，他还获得了美国卡耐基梅隆大学泰珀商学院工商管理硕士学位。



Contents 目 录

02 IDC 观 点

12 未来展望

03 关于白皮书

13 要点提示

04 市场综述

- BYOD 的定义
- BYOD 在亚太地区的发展趋势
- BYOD 终端平台
- BYOD 的好处
- BYOD 的挑战
- 管理 BYOD
- 创建企业移动架构

14 结论

IDC Opinion IDC 观点



IN THIS WHITE PAPER 关于白皮书

自带设备办公 (BYOD) 的兴起给企业带来了全新的挑战, 开始动摇 IT 部门以往拥有的对整个企业系统的绝对掌控权。尽管有些企业依然质疑 BYOD 不过是一时风潮, IDC 相信 BYOD 将成为企业计算的“新常态”。事实上, BYOD 代表了企业移动模式的起始阶段, 而企业移动应用终将改变员工和企业未来的工作方式。对 BYOD 持续的大力宣传似乎并没有扭转许多企业对移动办公所持的保留态度。原因在于, 这些企业一直在努力寻找单点解决方案, 用于管理大量涌入办公环境的个人设备。而 BYOD 和企业移动办公能够带给企业的远非仅仅帮助企业维持 IT 系统的现状。制定整体的 BYOD 和企业移动办公战略, 可大幅改善企业内部的业务及运营状况, 同时为企业创造可持续的竞争优势。

BYOD 和企业级移动应用的价值绝非单点解决方案可实现。BYOD 和企业级移动应用的涅槃之旅漫长且充满挑战, 非一己之力可完成。对企业来说, 首先要理解移动应用可以带给企业带来的具体价值, 并以此来推动企业整体移动应用战略的部署。相比利用单点解决方案来解决具体问题, 整体的平台式解决方案更适合, 因为其可以随企业需求的变化进行动态调整。在实施方面, 除了潜在的安全保障需求, 企业还需要考虑移动应用平台的可扩展性和灵活性。许多企业已经意识到安全保障是一个复杂且费钱的任务。这是因为移动安全涉及到终端设备、网络、内容和使用模式等多方面因素的考量。虽然复杂, 但在基于开放的生态系统, 即允许最终用户充分利用其正在使用的所有设备的理念来设计整体移动平台时, 安全扮演着至关重要的角色。

在亚太地区, 越来越多的用户开始自带移动设备上班。IDC 最近的一项调查表明, 该区域超过 90% 的受访企业听过 BYOD 或者正面临如何管理 BYOD 的问题。许多企业面临着如何管理 BYOD 趋势的挑战, 有证据表明 BYOD 正演变成企业 IT 的一种新常态。

本 IDC 白皮书聚焦 BYOD 及广义上的企业移动办公, 进行深入探讨。IDC 在本文中分析了 BYOD 和企业级移动应用对企业的意义。同时, IDC 概述了移动应用市场的情况, 并分析了整体市场发展趋势。

在企业中解决“消费化”问题, 需要制定有效的移动战略。但是, 在制定和实施该战略之前, 应对 BYOD 的商业驱动力有清晰的认识。在本白皮书中, IDC 在探讨移动应用为企业带来的好处的同时, 分析了企业在规划、测试及执行移动战略时面临的挑战。随着消费化势头渐增, 企业环境中存在的无管理、不安全的设备, 会导致企业暴露于更多的安全威胁之下; 同时, 企业还会错失移动办公带来的发展机会。



SITUATION OVERVIEW

市场综述

BYOD 的定义

BYOD 是指员工使用自己的个人设备开展工作，并通过此类设备接入企业专有资源，如企业电子邮件、数据、数据库和应用以及个人应用和数据等。

BYOD 在亚太地区的发展趋势

BYOD 在亚太地区发展迅速。由于用户自用的技术和设备往往优于企业提供其办公所用，消费化最终带动了 BYOD 的发展。传统的最终用户管理模式下，IT 部门能够集中管理并全方位保护最终用户所使用的设备。而 BYOD 使得 IT 部门部分丧失集中管理用户设备的能力。IDC 的 BYOD 最终用户调查显示，在亚洲地区，93.3% 的受访者在公司使用个人智能手机，但只有 13.5% 的受访者称其所在公司制定了 BYOD 的正式规定，并提供各种支持。许多企业未针对 BYOD 制定政策或提供支持的一个重要原因在于管理多样化非标准的移动设备是一项复杂的工作。尽管对于大多数企业来说，当提及移动设备时，安全依然是首要问题，但即使部署了安全解决方案，没有恰当的管理，BYOD 对企业来说仍然是不安全的。对于面临 BYOD 挑战的企业来说，最重要的问题并不是如何限制 BYOD，而是如何从整体上对其加以利用和管理，凭借精心设计的战略推动生产率的提高。

BYOD 终端平台

以下是广受用户青睐的三种终端平台：智能手机、平板电脑和笔记本电脑。每种终端在用户使用模式上不尽相同。关键发现如下：

智能手机

智能手机凭借其小巧造型和强大功能，成为 BYOD 最受欢迎的终端平台。智能手机不仅小巧方便用户随身携带，其处理能力也能够满足完成一些基本工作职能的需求。根据 IDC 最近的一项调查，大多数 BYOD 用户除了使用智能手机通话和发短信外，主要用其查看邮件和日历、浏览网页及阅读文档。在亚太地区，上述 BYOD 活动占用户使用个人智能手机所从事的全部活动的 36.7%。其他较复杂的任务，如建立文档、访问企业应用（云端和本地）及参加会议等的使用率约占 13.4%。

平板电脑

对于许多白领来说，平板电脑正逐渐成为电脑的替代品。在亚太地区，越来越多的用户自带平板电脑上班。因平板电脑的尺寸较大，其用途比智能手机更加多元化。尽管用户也会使用平板电脑执行“标准”任务，如查看邮件 / 日历、阅读文档及浏览网页，但平板电脑的 BYOD 用户会花更多的时间在“非标准”任务上。IDC 发现平板电脑 BYOD 用户在以下活动上消耗更多的时间，如访问云端服务、使用社交媒体及参加虚拟会议。毋庸置疑，平板电脑功能齐全，与智能手机相比，用户使用平板电脑时的工作效率更高。

笔记本电脑

与智能手机和平板电脑的用户不同，笔记本电脑的 BYOD 用户多为大量信息内容创建者。这是因为笔记本电脑仍然是以内容创建为中心的 BYOD 用户的主力设备。IDC 的调查显示，与智能手机和平板电脑用户相比，亚洲地区的笔记本 BYOD 用户在创建内容上花费的时间更多。IDC 认为虽然笔记本电脑在便携性方面有所欠缺，但是只要符合用户的需求，他们实际上远比完全依赖智能手机和平板电脑工作的用户的工作效率更高。

BYOD 的好处

BYOD 的核心价值在于其完美的迎合了企业工作模式变迁趋势。固定办公正快速向移动办公拓展，BYOD 允许员工使用自己熟悉的设备办公，提高整体工作效率、促进团队协作、推动创新。对于企业而言，安全且可管可控的 BYOD 模式带来的好处体现在以下三方面：运营方面、财务方面和组织架构方面。

运营方面

精心部署且具备完善支持的移动解决方案，不仅可改善业务运营状况，还可提高员工的工作满意度。甘心于朝九晚五伏案工作的人越来越少。员工希望拥有灵活的工作方式，由 IT 部门来决定是否提供支持此类工作安排的解决方案，由员工来决定是否使用公司配备的设备还是自身拥有的设备。

如今，移动解决方案使得员工不在公司，在传统的非办公时间（即下班时间），尤其是可以使用他们偏爱的设备进行工作相关活动，带来更高的工作效率。

财务方面

由于多种原因，企业很难评估从最初的移动应用投资中所能获得的收益，包括难以量化软性效益，如生产力；以及相关费用的明确和分配（包括语音和数据通信费用及支持成本）。然而，一旦移动解决方案从员工移动化阶段过渡到业务流程移动化阶段，量化和衡量业务收益将会更容易（如销售和 / 或销售转换率）。

对企业而言，另一个财务方面的收益是，BYOD 方案使得企业在无相关资本开支的情况下，大幅增加了企业提升生产率的“资产”，即使那些设备的管理和支持需要持续运营支出。



组织架构方面

IT 消费化已经动摇了 IT 部门在很多企业中的地位。过去，IT 部门被视为给业务发展提供技术支持的推动者。现在，一般用户在家使用的设备（如笔记本电脑和智能手机）都比公司提供的更强大，用户开始将 IT 部门视为限制其生产力的障碍。界定明确并予以实施的移动策略可以改变这种观念，同时仍可提供全方位的安全架构来保障设备、应用和内容的安全。

此外，与企业的 IT 和业务战略相一致的移动战略将给企业带来切实的收益，推动企业业务朝战略目标迈进并使移动应用成为成功的核心。

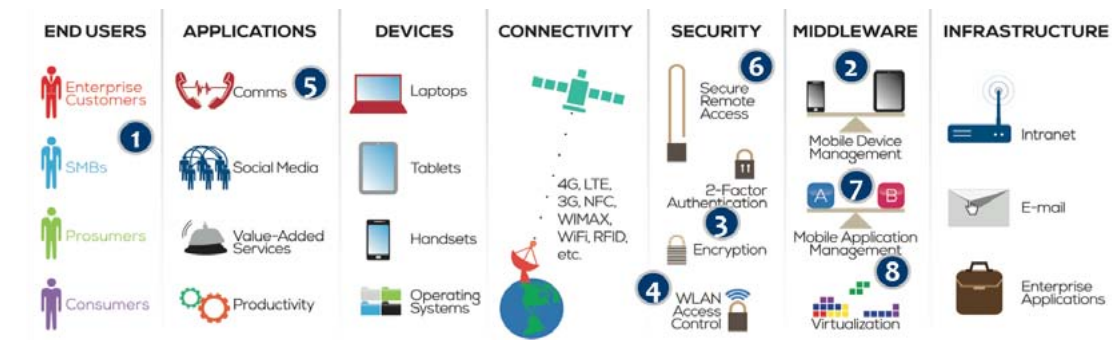
BYOD 的挑战

当被问到这个问题时，很多企业称安全是其在工作环境中部署 BYOD 最大的挑战。尽管安全必然是企业面对 BYOD 时的最大问题，但绝非唯一的挑战。管理个人移动设备是一个复杂问题；单点的解决方案难以应对。对企业而言，BYOD 带来的挑战，不论是安全、管理、还是部署等，都是要提醒企业需要全面估量移动性挑战并制定更具可持续性的企业移动战略。

管理 BYOD

图 1 企业级移动应用生态系统

来源：IDC，2013



以下 8 个重点领域构成了日益复杂的企业级移动生态系统（图 1），近几年快速演进。要在企业环境中合理管理 BYOD，企业需要从不同的供应商那里获得各种解决方案，以满足员工和业务流程需移动化的需求。

- **界定用户。**企业里的每一个员工都能够自带设备工作，并不意味着企业里的每个人都应该 BYOD。企业需要做的第一步工作就是对企业中的用户进行分类，界定允许或禁止其使用 BYOD 的权限。基本上，如若一个用户使用 BYOD 不能带来实实在在的好处，那么无需对该用户开放使用 BYOD 的权限。在用户分类界定的基础上制定 BYOD 政策，是任何企业在设计 BYOD 策略时的首要任务。
- **移动设备管理（MDM）。**对于应对 BYOD 的企业而言，MDM 在确保一般设备管理和安全方面，正成为必不可少的解决方案。由于很多企业已经推进或谨慎推进 BYOD 企业政策，MDM 成为管理员工自有设备的基础技术。近年来，MDM 解决方案不断演变，以满足现代企业瞬息万变的需求及复杂的移动化要求。现今大多数企业工作场所的现实情况决定，能够支持和整合多个移动操作系统平台管理和安全的 MDM 解决方案将成为企业的最终选择。随着 MDM 技术持续演进，以及大型 IT 厂商开始进军 MDM 领域，MDM 解决方案将逐渐与企业的基础设施融合，如网络。
- **额外的安全性。**额外的安全是指现有 MDM 或企业安全解决方案以外的所有安全措施。它可以是策略驱动亦或额外设备干预，或两者兼备。通过安全策略，企业应当积极教育和引导用户，明确用户在公司使用个人自带设备能做什么和不能做的事情、应该和不应该使用的应用程序，并且为用户使用各自设备提供最佳实践。通过额外设备干预，IT 部门可以增加专门的工具进行用户行为监控，基于不同位置来限制设备功能，进行数据加密。
- **无线局域网访问控制。**部署 BYOD，企业需要重新审视现有的无线局域网接入控制能力，以确保业务能够传输到个人设备的同时，敏感数据不会被泄露。为此企业可能需要部署能够结合 MDM 能力的新的网络解决方案，从而根据设备类型和用户身份进行正确的访问级别授权。

- **统一通信和协作。**在个人设备上实现统一通信和协作能力，可以通过提高员工的生产力为企业产生附加价值。通过将现有的企业通信和协作解决方案延伸但员工个人设备上，实现员工无论身在何处都能参与虚拟会议并发表意见。
- **安全远程访问。**安全远程访问保障了员工能够在公司以外使用个人设备安全地访问企业内部网络。然而，并不是所有 BYOD 用户都具备为自己的移动设备设立安全 VPN 等解决方案的专业技能。因此，IT 部门应该利用 MDM 或其他方案的功能，对用户终端设备进行远程配置，简化最终用户的设置工作。
- **移动应用和内容管理。**现有的企业资源可能无法进一步优化以适用于移动设备。而为移动设备专门设计的应用可以带动更大的生产力提升。因此，IT 部门必须深入了解管理和安全解决方案，以保障移动应用和内容交付到员工个人设备的过程安全且可管可控。许多 MDM 厂商已经将移动应用和内容管理作为其解决方案的一部分。此外，对于那些员工经常在移动设备上使用的企业内部开发的应用程序，企业还应该考虑将优化或升级为移动版本，提升可用性，从而带来更高的生产力。在这个过程中，可以使用第三方的软件开发工具包（SDK），以提高应用的整体可管理性和安全性。
- **虚拟化。**桌面虚拟化对使用笔记本电脑和平板 BYOD 模式的用户非常有用。类似虚拟桌面架构（VDI）这样的技术可以在数据中心里的一台服务器或一组服务器上托管多个不同和独立的桌面操作系统。虚拟桌面通过网络传输到用户的终端设备上。这样，用户能完整地访问所有企业资源和应用，同时确保安全性。虚拟化模式使得 IT 部门无需大量投资设备管理，就能够对个人笔记本电脑和平板电脑进行管理，因为用户访问的所有资源都位于安全策略和措施完备的数据中心。从技术上看，桌面虚拟技术不同于终端管理，根据企业需求，其可以作为终端管理的补充，亦可代替终端管理。

对于面临 BYOD 管理压力的企业，在评估具体软件解决方案之前，应该优先梳理其现有基础设施。传统的网络基础设施不适合管理大量涌入企业网络中的新设备。企业不仅需要考虑接入级别的管理问题，还要关注移动终端的带宽、流量及资源管理能力。移动设备网络访问及安全层应利用专门构建的硬件解决方案。因基础设施层解决方案可带来的直接管理收益，以及硬件解决方案在企业整体移动生态体系中的必要性，IDC 建议企业在评估具体的软件解决方案之前精简其基础设施。另外，企业通过部署移动相关的基础设施（例如服务器及存储器等），产生协同效果。企业通过改进整体基础设施层，使其具备全面可扩展能力以企业移动性产生的额外负荷，同时减少故障时间。厂商通过提供融合或整体解决方案来应对客户的移动基础设施需求，协助客户将实施费用降至最低，同时加快部署步伐。



创建企业移动架构

随着消费化及 BYOD 的兴起，迫使企业 IT 部门放开以往安全的基础设施，以顺应潮流。为减少因此而产生的新风险，企业开始部署 MDM 解决方案，来管理公司配备的及员工自带的设备。然而，很少企业开始制定相应的移动策略，通过用户角色进行访问权限设定，或部署保护移动设备上应用及内容的解决方案，以及在整个网络中文件访问、存储及共享的解决方案。一家企业的移动战略应用范围往往取决于其使用的 MDM 解决方案的能力。

2012 年企业级 MDM 解决方案出现爆炸性增长。2013 年，企业开始评估其当前的移动解决方案并修订其移动策略。许多企业认识到，他们针对 BYOD 采取的对策使其现有在移动方面的投资不能支持其长期目标。接下来，企业将以更加条理化、结构化的方式，通过引入企业中更多的利益相关者，开发面向未来的移动策略。在某种程度上，很多企业通过 BYOD 向企业移动化迈进一步，但目前不少企业却开始后退两步，优先制定适合企业情况的移动策略。

下图展示了 IDC 定义的企业移动旅程的三个阶段，企业在移动化战略部署的过程中需要重点关注。

图 2 企业移动的三个阶段



- 第一阶段：员工移动化。员工移动化是指企业需要投资全力支持带入企业环境的消费级移动设备，无论该设备是个人所有还是企业所有。在这个阶段，企业面临的挑战主要是技术层面的问题。事实上，员工移动化阶段，企业应采取的措施与企业在应对 BYOD 管理方面的问题时采取的措施非常相似（参见图 1）。员工移动化的目标是为移动平台奠定基础，使 IT 部门可以将移动化应用拓展到其他业务部分，从而创造价值。尽管此阶段，在技术方面可能挑战重重，但整个方案只需要 IT 和部分高层的参与即可推进。此外，员工移动化阶段，资本投入较高，投资回报率却难以量化。
- 第二阶段：业务移动化。一旦企业移动相关基础得以建立，业务移动化就变得顺理成章。也正是在这个阶段，企业移动应用的价值能够得以体现。同时，会有更多的企业业务部门参与到此阶段的过程中。本质上，业务移动化是指将现有的企业流程进行优化，使其适用于移动设备。例如，销售部门可以通过智能手机或平板电脑使用优化过的移动 CRM 应用，与客户进行互动交流。通过业务移动化，可实现更高的生产率及效率，移动化收益也可量化。还以上述示例为例，企业可通过统计登录移动设备进行互动的客户数量，了解雇员生产率的增长。业务移动化会面临两个方面的挑战：首先，企业中更多利益相关者会参与进来；有时可能涉及公司的各个业务线。企业需要仔细分析各个业务流程，以确定哪些更加适合移动应用场景，从而获得最大投资回报率。其次，对于部分企业而言，业务移动化会带来复杂的技术挑战，需要企业采购额外的软件解决方案或重新设计现有的解决方案，有时二者同时需要。其额外成本支出可能成为获得利益相关者支持的障碍。
- 第三阶段：合作生态链移动化。合作生态链移动化涉及到企业与其价值链合作伙伴的协同合作。这与第二阶段颇为相似，但企业层面与技术层面的复杂性明显提高。然而，如设计和实施得当，合作生态链移动化的回报也更为可观。合作生态链移动化有助于简化整个价值链的运作，加快市场进入，并对潜在问题未雨绸缪。

对于已经涉足 BYOD 的企业，保守和抵制是不可取的。相反，企业需要高瞻远瞩，重点关注移动化能够给企业带来的可量化的业务收益。诚然，在起始阶段，企业更多是在建立移动化基础，企业移动性的收益难以量化。不过，一旦移动平台建立，企业可开始通过改造业务经营方式，从移动平台获取价值。

FUTURE OUTLOOK 未来展望



2013 年下半年，企业客户将不再寻求单点解决方案来应移动化要求，如单纯的 MDM，而是寻求支持多重需求并与消费化趋势接轨的移动性平台。许多大型安全厂商和企业系统供应商已经在开发自有的或收购 MDM 解决方案作为其企业移动应用平台的一部分。大厂的平台化策略意味着：他们在提供个性化方案的同时，能向企业客户提供更具吸引力的整合的一体化解决方案。因此，IDC 认为单一的 MDM 厂商将难以为继。为推动业务，涉足企业移动领域的厂商只能通过技术专家为以平台化的策略接触客户，同时与客户企业中核心的利益相关者及领导建立的长期的战略性沟通机制。

对于已有完整的移动化策略的客户而言，2013 年他们将更加大刀阔斧地利用技术进步，推动企业颠覆性变革。企业移动应用在企业中的作用将超越员工和业务移动化；新业务模式及工作方式将随着移动化的深入而应运而生。因技术限制思想而止步不前的日子已不复存在；当今业务的创新只会受限于合作伙伴及供应商所能提供的产品或服务。作为客户可求助的对象，能够充分了解客户的策略并提供符合客户愿景的解决方案的供应商与合作伙伴，将更加具有竞争优势。

实质上，企业移动应用只是整个用户工作空间的一部分。尽管 BYOD 推动企业认真应对工作模式变化带来的管理需求，事实上，如果没有全盘的用户工作空间策略，企业移动应用始终只是用户工作应用解决方案的一部分。厂商正致力于寻求针对用户的端到端解决方案，将多种平台整合，真正提升下一代生产力。此类解决方案的理想应用案例当属白领阶层，白领雇员可在办公室之外使用移动设备，回到公司可以无缝的切换到效率更高的办公室桌面环境。此类解决方案所需的技术通常涉及多平台应用（桌面及移动）支持、内容及终端管理，贯穿企业 IT 的多个部分如基础设施、虚拟化、移动化、终端设备（个人电脑、瘦客户端、智能手机及平板电脑）及服务。能够提供下一代工作空间解决方案的供应商更具市场优势。

ESSENTIAL GUIDANCE 要点提示

毫无疑问，在过去，MDM 一直是许多想要解决 BYOD 问题的企业讨论的焦点。然而，未来，企业开始意识到仅仅 MDM 已不足以支持企业级移动应用远景战略。制定面向未来的移动战略，企业不仅需要关注终端管理，还需要将其策略覆盖整个最终用户工作环境。要想从 BYOD 趋势中获益，企业需要简化整体最终用户环境，实现可量化的收益。某种程度而言，依托 MDM 的支持，许多企业通过 BYOD 向企业移动应用迈出了第一步，但不断发展的企业级移动应用需求将会迅速超越 MDM 可以解决的范围。

这意味着单一的 MDM 解决方案，将最终不得不为那些能够帮助客户建立满足多种需求、且融合其他消费化趋势的移动平台让路。然而 MDM 仍然是基础解决方案的一个重要组成部分，它在移动平台讨论中更多地扮演着配角。IDC 相信单一的 MDM 解决方案时代即将结束。企业移动应用的下一阶段，企业需要考虑更广泛涉及最终用户工作环境方方面面的能力建设，涉及数据中心硬件到终端设备到管理解决方案，再到服务等。

尽管复杂性提高，企业级移动应用是企业应对 BYOD 等带来的直接挑战以及建立长期竞争优势的关键。推进企业移动应用需要正确的观念。IDC 建议企业考虑以下方面：

- 具备策略性。IT 部门必须与业务部门、安全部门及员工等移动解决方案利益相关者协作，共同开发全面的移动策略，包括详尽的用户画像及解决方案路径。企业的移动策略应与现有的 IT 及企业业务策略吻合，并从根本上支持上述策略。通常，移动应用通过与其他解决方案相辅相成，进一步提升商业价值。
- 保障安全性。将企业应用及企业数据推送到多种移动设备上，无疑增加了企业敏感数据丢失或被盗的风险。确保网络中可用的设备遵守与现有联网设备相同的 IT 安全策略，以降低此类风险。
- 有选择性。市场中众多的厂商均表示可解决用户的移动化挑战；然而，企业在选择供应商应该关注关键因素包括，其是否满足用户的技术要求、是否了解企业业务、能否与现有的基础设施集成，其移动解决方案平台是否支持企业未来移动应用化部署的进一步拓展。
- 时刻准备着。移动产业日新月异，新终端、操作系统及解决方案不断演进。面向未来，目光长远的移动化投资要求企业的整体策略及精选的合作伙伴能够根据产业的变化适时调整。

企业始终会对移动应用的兴起给予不同的考虑，视其对企业经营的影响而定。企业必须自问：移动应用对企业意味着什么？移动化对经营有何积极作用？如果不能真正理解移动应用的价值定位，企业将始终视 BYOD 及移动应用为待解决的问题，而未当作机遇去把握。IDC 建议面临 BYOD 挑战的企业首先应后退一步，将移动化视作为业务问题而非技术问题，而公司的移动化策略应基于其可产生的商业价值而制定。

CONCLUSION

结 论

企业应透彻理解，消费化及 BYOD 不仅仅是一种潮流或时尚，更是企业 IT 的新常态。另外，80 及 90 后进入到企业中，预示着由移动化及社交媒体推动的新型生产率文化的形成。当前是决策者着手为此做好计划的最好时机。当应用刚刚被引入企业时，无非是有限的一些人员可随时收发电子邮件，但企业移动已经迅速成为智能化转型的一大主旋律。这可能是当今时代最伟大的变革性技术之一。企业必应将移动应用视作威胁或感到恐惧，而应将其视为企业运营模式带来深远改进的机遇。

踏上移动应用之旅的企业应该知道他们并不孤单，事实上，许多厂商已经开始提供具体的企业级移动应用解决方案。对用户来说，移动应用之旅中最好的合作伙伴是那些共享彼此愿景，且有整体硬件、软件和服务能力，能够随着用户的发展，提供可扩展的、安全的平台的厂商。

版权声明

如需向外界公布 IDC 资讯，包括用在广告、新闻发布、宣传资料等文件中，须经 IDC 相关地区级副总裁或该国分支总裁书面核准。该文件本身也应与 IDC 咨询一同提交。IDC 保留拒绝此类公开引用的权利。版权所有 2013 IDC。未经书面许可，不得复制。