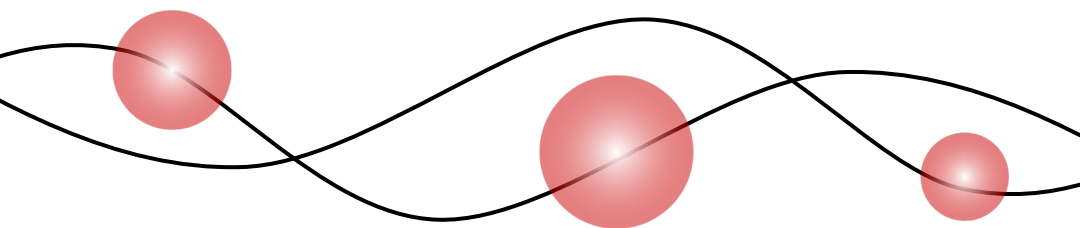
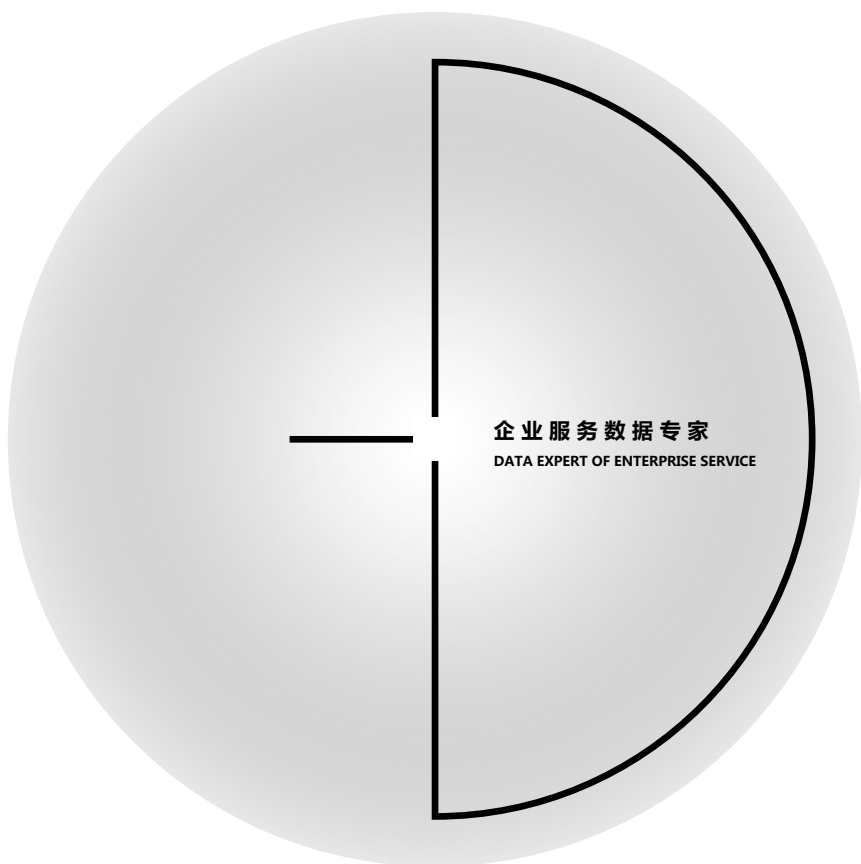


2015-2017中国企业移动化发展 回顾报告



——三年动荡、剩者为王



短短10年，中国企业移动化经历了蛮荒到现代化的巨变

回望过去，中国企业IT服务，试图在移动时代用10年走完西方100年的路，或许中国市场是自信满满、也或许是不愿错失良机，总之在这个随时链接的时代，**中国的确引领了移动化的潮流。**



2008年~2010年

企业移动化的萌芽期

- **2011年**：微信点燃中国移动互联网的巨大能量。这一年又被称为企业的移动之年，**移动化**与**云计算**的融合开启移动办公时代的大门。
- **2013年**：4G网络蓄势待发，企业移动办公市场集齐所有基础设施条件，**移动信息化应用**成为**企业**尝试移动化**探索**的重点。

企业移动化的启蒙期

- **2010年**：移动广告业务飙升**22%**，PC端流量开始大量流向移动端，企业移动化市场蠢蠢欲动。

2011年~2013年

企业移动化的跃进期

- **2014年**：**企业移动化**市场成为**风口**，微信、百度、阿里钉钉等互联网公司，传统企业服务厂商，创新厂商在这一年纷纷进军企业移动化市场。
- **2015年**：企业**移动化**正式开启**平台之争**。超过**51%**的企业将移动化列为IT建设的必要部分。
- **2016年**：企业移动化市场**开启融资的狂飙时期**，资本对移动化的追逐，在催熟企业移动化市场的同时，也留下了“**堰苗助长**”的隐患。

2014年~2017年

企业移动化夯实的契机

- **2018年**：精彩还将继续~~~

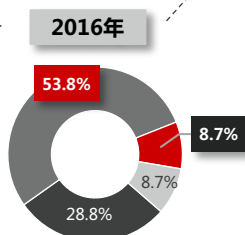
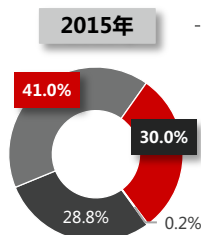
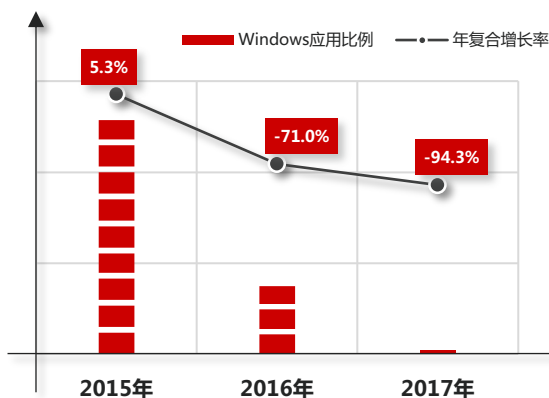
2018年~.....

- **2017年**：企业移动化市场迎来“**移动化下半场**”的唏嘘！资本渐冷、企业移动化市场从场景化、行业化突破困局，**84%**的企业成为移动信息化的用户。

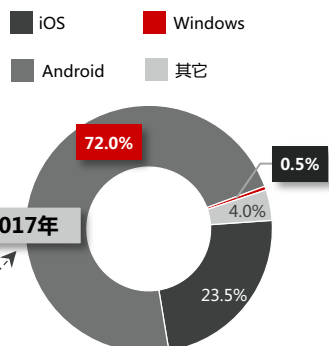
那些曾经吹过的风，3年后快将偃旗息鼓

曾被预测必有一席之地的Windows移动，即将谢幕

Windows移动操作系统日渐衰微



Android 展现企业级市场的统治力

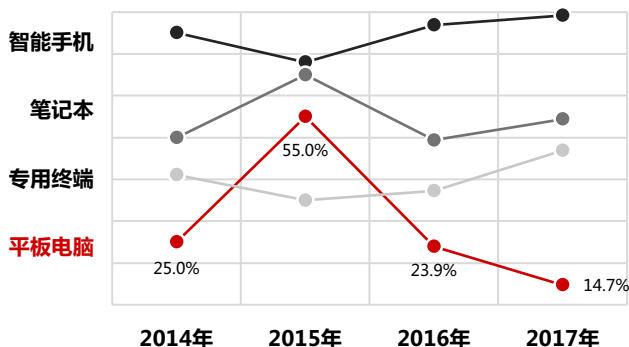


三年见证时代的变迁

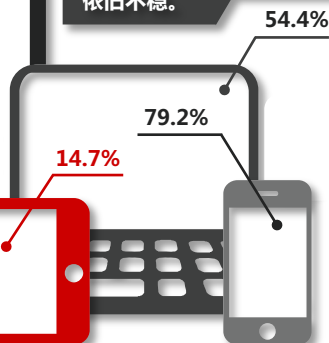
- 在移动时代**Windows**荣光不再，**Android**用事实证明，开放才是未来。

被寄予厚望的平板电脑，在移动办公界“高开低走”

平板电脑在移动办公终端中的应用占比昙花一现

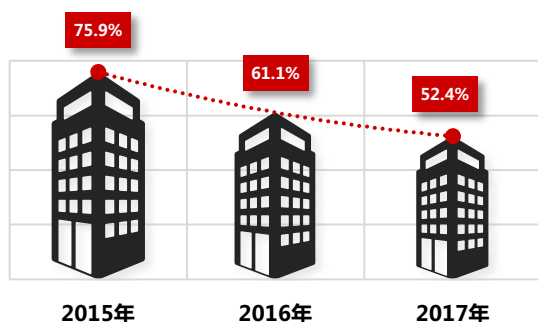


2017年平板电脑在商用终端的占比尽管趋于边缘化，但在餐饮、金融等行业的柜台业务场景中已经扎根，然而根基依旧不稳。



名噪一时的MDM、EMM如今不复当年之勇

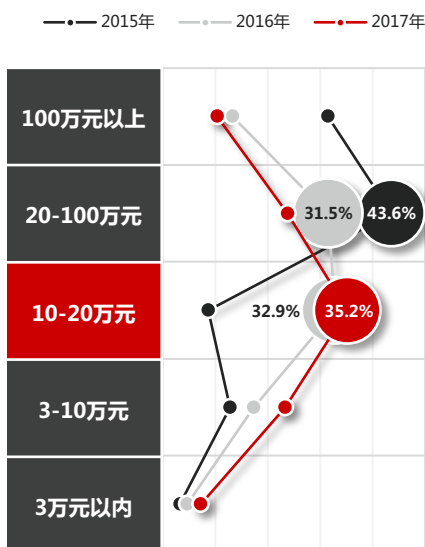
部署MDM/EMM的企业占比持续走低



● 移动安全必说设备管理的时代落下帷幕

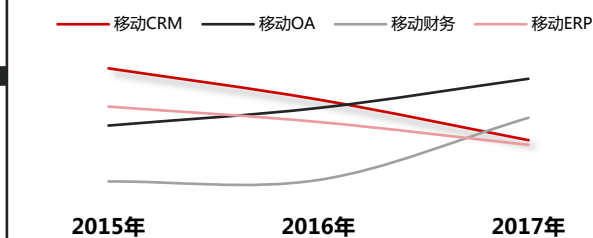
- 无论是从企业对MDM的热情还是实际部署量来看，热度衰退已是不争的事实；
- 三年间，具备持续付费能力的主力企业对MDM/EMM的预算情况也从高额向低价转变。

企业用户对MDM/EMM投入走向低价格区间

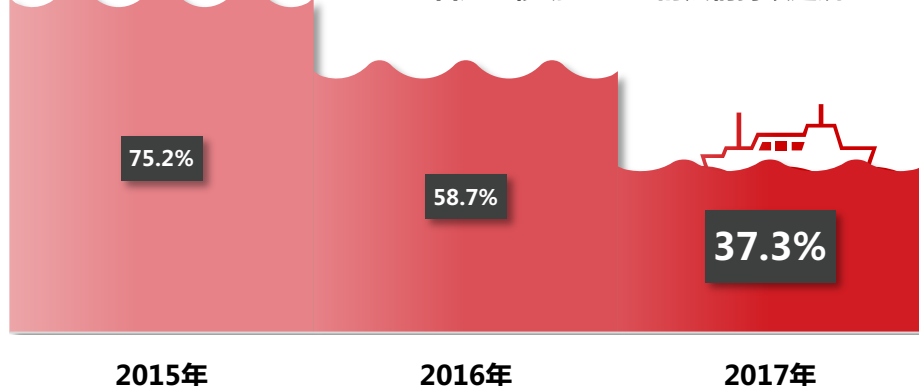


风头一时无两的移动CRM，难寻昨日的辉煌

企业对移动化应用的布局（重型应用都在走下坡）



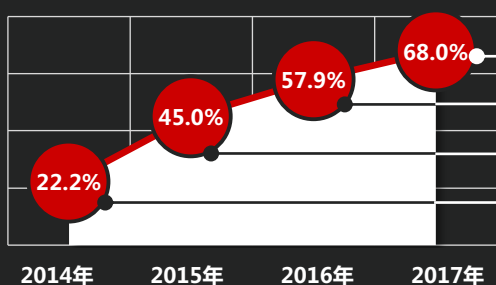
企业首选“移动CRM”的热情持续退烧



过去被低估的配角，当下都活出了主角的气质

如今再无人质疑BYOD能否担当设备部署模式的重任

企业部署移动设备时采取BYOD的比例



BYOD已经成为中国企业部署移动设备的最主要方式

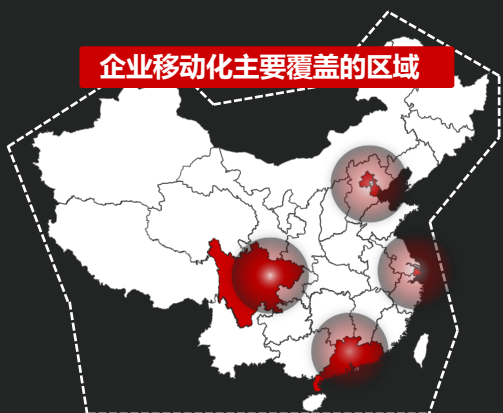
BYOD带来的困难被初步攻克，BYOD被企业用户认可

BYOD的困难太多，被认为并不是一个“靠谱”的部署方式

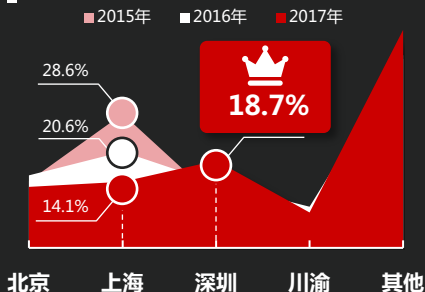
此时BYOD普遍被认为是一个伪命题

移动时代：上海逐渐没落，深圳成移动化的引领之都

企业移动化主要覆盖的区域

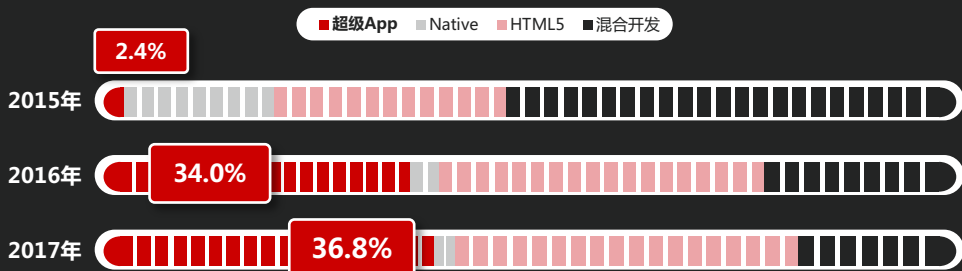


三年来，深圳已成新的领头羊



从前叫超级APP的菜鸟，现已成一方诸侯

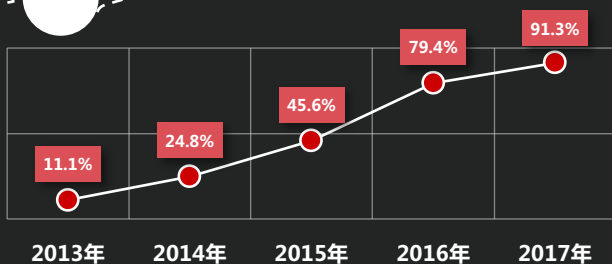
企业应用不同开发模式获得办公APP的变化



➢ 2015年超级APP（微信、钉钉）一度被认为缺乏对企业管理体系化、经验化的积累，在企业市场是很难立足的，然而几乎所有人都低估了生态与流量的力量。仅仅过去1年，在互联网巨头的大力推动下，通过超级APP来获取移动办公应用的方式俨然在中小企业市场中颇为流行。

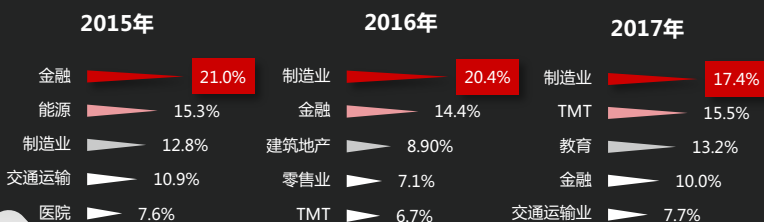
是时候来认识一下企业移动化的新面貌！

企业对移动化的需求达到高位



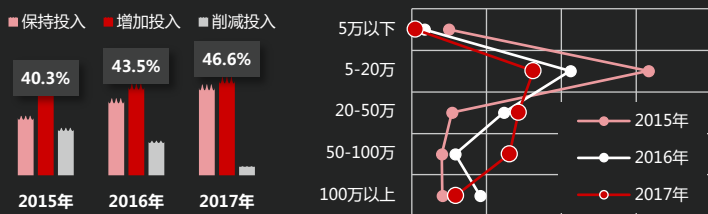
行业变化

TOP5行业座次轮换，行业风口不断更新



投入预算

企业对移动化投入更加坚定，从投入规模映射出用户愈发理性

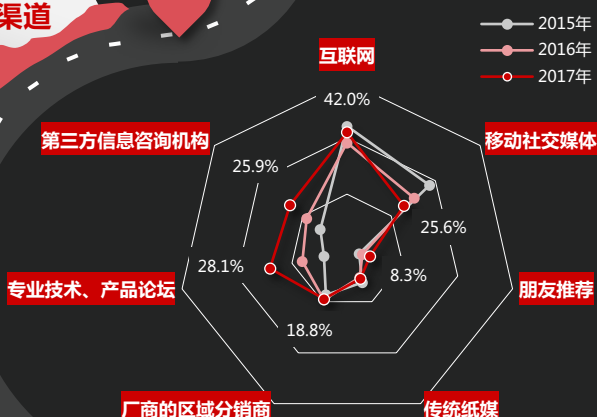


应用移动化的企业走向大体量，中小企业的韭菜割不久



信息获取渠道

企业获取移动化相关信息的渠道趋向专业化



明显增长的渠道

28.1%

专业技术、产品论坛

25.9%

第三方信息咨询机构

明显衰退的渠道

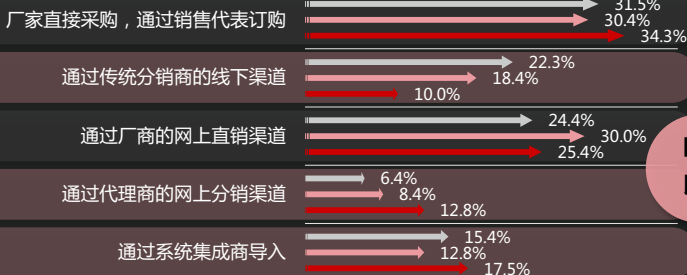
25.6%

移动社交媒体

产品采购通道

企业采购移动化相关产品的通道逐渐转向网络 and 直销

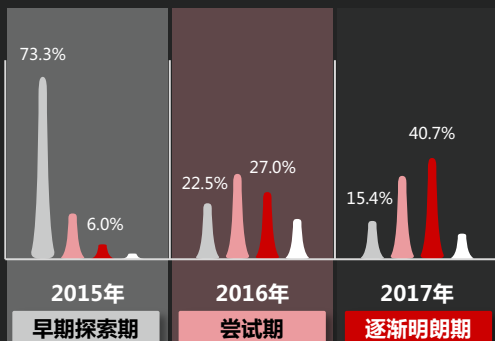
— 2015年 — 2016年 — 2017年



网络销售签约比例逐年提高

直销逐渐占据优势地位

企业构建移动化系统时采取的策略走向平台化



在传统系统上做移动延展
从移动业务应用入手移动化
以大平台模式构建整体移动化
其它

企业用户实践移动化的行为巨变，昭示移动化市场从供应端到需求端的迅速成熟！

- 企业越来越倾向对移动化进行整体布局，凸显出企业用户面对移动化时，已开始觉醒高屋建瓴的大格局意识。
- 同时，这种变化也开启了企业移动化从“应用时代”到“平台时代”的新篇章。



T研究：回望企业移动化这三年散落的一地鸡毛！

- **疲于奔命，已忘初心：**企业移动化市场的三年巨变，似乎已经击破企业市场“三年稳定论”的认知。移动化技术、概念、商业模式的迭代速率展现出传统管理软件无法比拟的“高效”，而这种高效促使供应商、资本方出现能够快速实现大规模收益的“幻觉”，其实企业用户市场并没有快速成熟到能跟上前两者的节奏。从追逐用户到追逐风口，移动化这几年似乎仅仅是为了奔跑而奔跑。
- **优势仍在，向死而生：**但中国企业移动化的应用经验快速积累是不可磨灭的，供应商接下来比拼的是谁能熬得住、扎实做用户，同时构建高服务壁垒的围墙，竞争的格局不局限于专业的厂商，2B与2C的界限模糊已经蔓延到供应端。厂商对市场培育的资源更加需要精打细算、合理利用，毕竟“忽悠”的黄金时间早已过去。

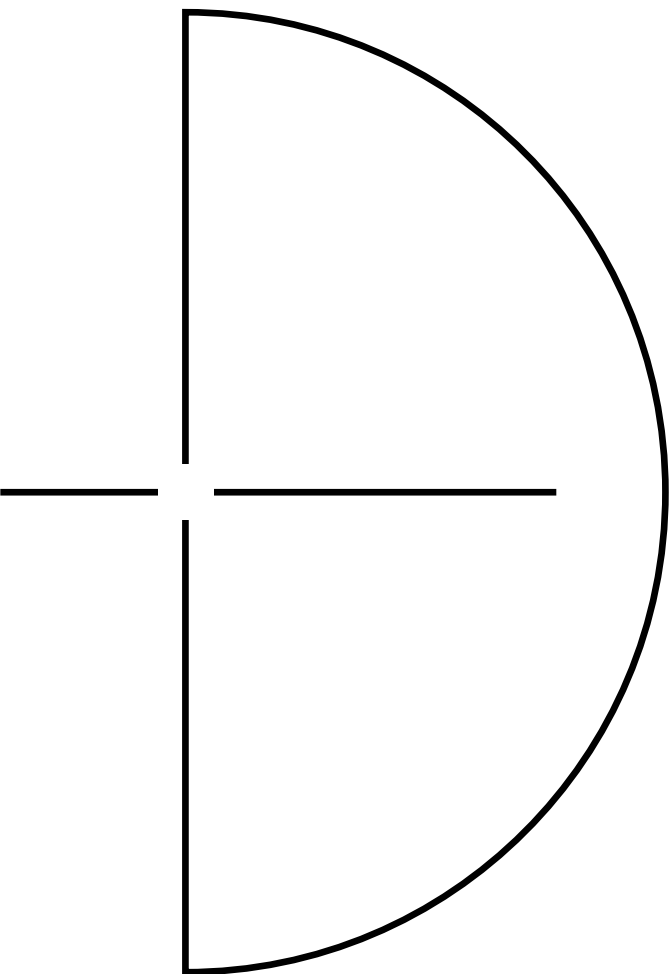
T研究分析师：吴勇



人称T客

● 人称T客：

- **移动化崛起的新机遇——IOT与工业互联网：**移动信息化正在经历从高峰到谷底，再从谷底攀上高峰的励志曲线，沉寂了一段时间的移动信息化市场有可能会借助工业互联网和物联网的兴起重新回到我们的视野。
- **重新定义移动化：**移动信息化也将被重新定义，不再是从PC到移动，也不是为了移动化而移动化，而是要顺应新的消费模式的变化和用户价值设计移动化解决方案，移动信息化会成为企业信息化系统中的补充而非全部。



Thank You

企业服务数据专家

DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

关于“人称T客”

我们是

“人称T客”（曾用名“T客汇”）以“专业的企业数据服务”为宗旨，于2012年成立了国内第一家研究型媒体，旗下包含“T媒体”、“T研究”、“T数据”三大业务。专注于企业级IT信息化服务，现已成为各大IT垂直媒体、研究机构、企事业单位信赖的数据引用源。

“人称T客”先后为中国信息通信研究院（国家工业和信息化部电信研究院）、中国移动、阿里、AWS、华为等提供数据研究和决策参考服务。

2014年“人称T客”受邀成为中国信息通信研究院移动信息化外聘专家团队。

我们做，我们有

“T媒体”致力于传播企业级最前沿的信息化服务动态，为业内人士提供丰富的产业资讯、专家观点、高层访谈、行业数据等内容服务。

“T研究”每年发布企业级信息化相关研究报告、数据分析成果上百份，面向企业级IT信息化市场提供全生命周期（包括市场竞争分析、品牌策略研究、销售与市场份额监控等）的数据、调研、咨询服务。

“T数据”基于开放的平台，可迅速获取各区域、各行业以及各种类型的IT信息化产品在企业用户端的实践情况，为机构提供更敏捷、更灵活的数据决策参考服务。

联系我们

报告官方发布平台：

“人称T客”微信公众号及官网

(1) 微信公众号：



(2) 官网：

www.tikehui.com

www.cniteyes.com



VIP服务：18600161217