

中国协同办公指数测评报告

——T研究

2020年05月
May.2020

分析师：吴勇、邳佳琦

目录/CONTENT

- 01 核心观点
- 02 市场指数
- 03 用户指数
- 04 品牌指数
- 05 发展趋势



T 研究
CNITEYES.COM

企业服务数据专家
DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

PART .ONE

核心观点



协同办公

1

◆ 中国协同办公市场将率先开启互联网模式

- 平台型协同办公、工具性协同办公及解决方案型协同办公，从产品到服务都在全力增加自身开放性、连接性，与互联网企业建立合作
- 互联网企业的生态级协同办公产品已经进入供给侧头部阵营
- 协同办公市场规模将超过600亿大关，其中新增长动力主要来自互联网化的新场景
- 协同办公引入企业组织的接触点更广、门槛更低，也愈发适合互联网的营销模式

2

◆ 互联网协同办公优先解决企业部署协同OA时的“老问题”

- 当前协同办公主要服务企业的核心场景依然是以移动化为基础的统一办公入口，全员在线的方式提高效率
- 企业或个人应用协同办公（新老产品）的核心功能依旧是流程/审批，沟通协作，企业知识/文档管理

3

◆ 对个人终端用户的应用体验优化将成为协同办公重要的改进方向

- 协同办公产品开放性加强，互联网产品商业模式的入侵，企业引入协同办公服务的门槛降低，采购协同办公服务的决策权向下释放，终端用户的应用体验感受逐渐成为重要的产品选型选项
- 互联网公司的协同办公产品在个人用户体验的优化方面优于传统协同品牌，用户对互联网企业的协同产品好感度明显高于传统协同产品

4

◆ 协同办公在帮助企业数字化、数智化的进程中，初步建立“入口”优势

- 终端用户在协同办公软件上的停留时间逐渐拉长，在时间有限原则上，协同办公相比其他企业管理软件具备优势
- 在基础的沟通协同、文档协同、项目协同基础上，企业用户将对客户管理、客服管理、流程管理、报表管理等纳入协同平台的诉求愈发强烈
- 小用户希望一套软件集成各种应用在协同办公中初步实现；大用户对“平台+应用”的协同方式更加青睐



T 研究
CNITEYES.COM

企业服务数据专家
DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

PART .TWO

市场指数



协同办公

OA (1990s)



OA (2002~2007)



协同OA (2008~2016)



协同办公 (2017~)



“无纸化公文流转的特长生”

OA最初源自政府部门、国有企业的办公需求，此类单位办公存在大量汇报、批示文件，需信息化工具统一进行管理。

典型场景：

主要集中在档案管理、公文处理和流转

“办公管理的专家”

OA逐渐进入大型企业，功能开始基于组织结构进行重构，向管理侧进化。

典型场景：

收发文、档案管理、文档管理、车辆管理、后勤管理等

“掌控办公入口的大主管”

OA的管理范畴横向延伸，连接/渗透组织内部各个业务系统。

典型场景：

与ERP、SAP、CRM等系统集成，让数据集中展现

“柔性、智能的大管家”

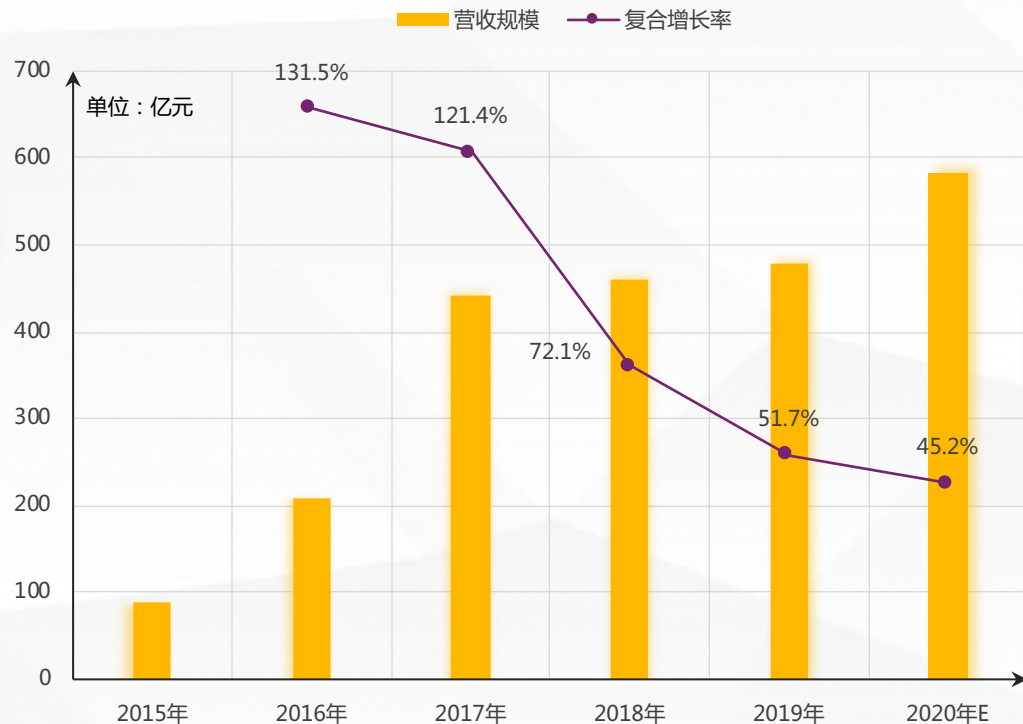
当代生活/工作方式不断变化，企业业务模式随之进化。在不断涌现的智能化系统帮助下，人的创造力价值凸显。OA从监管型向服务型系统转变，概念蜕变为协同办公。

典型场景：

移动审批，人脸识别考勤，移动会议等

协同办公市场有望突破600亿市场关口

协同办公市场营收规模

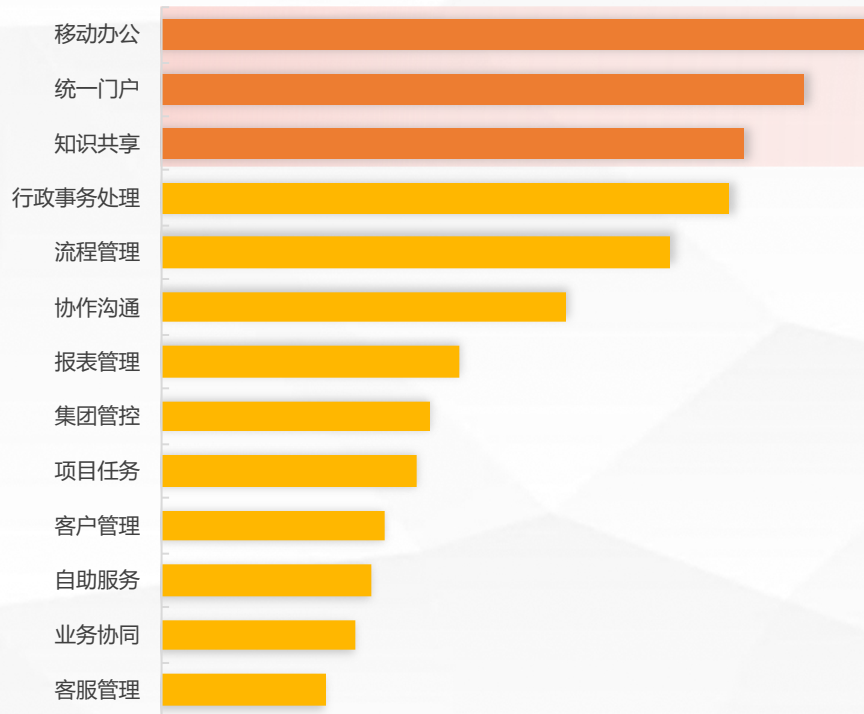


数据来源：T研究 2020/05

- **中国协同办公市场的天花板被拉高。**天花板从有付费能力的百万级企业用户池，上升为包含没有明确付费能力的千万级用户池，互联网公司引领的破圈化市场行为，让协同的信息化能力普惠到更大群体。从以企业为单位转变为以组织为单位的销售订单，扩大了销售接触面，拉升了天花板
- **协同办公市场规模将突破600亿关口。**除来自协同办公市场自身保持在40%以上的自然增长以外，以协同为最终目的的细分场景服务如远程视频、协同文档、项目协同、会议协同等，拓宽了协同的用户池宽度，这些细分服务为协同办公创造了新的增长点，并且用户为细分场景的付费意愿更加明确
- **互联网公司进场收割，阵营不再稳固。**疫情只起到助推作用，而非关键钥匙，互联网公司的生态化业务，让协同办公成为最有可能演变为企业数字化入口的管理软件。互联网公司把桌面入口、手机屏幕入口的游戏玩法引入企业协同市场，供给侧迎来变化

协同办公核心场景-解决企业移动办公、统一门户

协同办公高频应用场景



◆ 39.5 % 移动办公

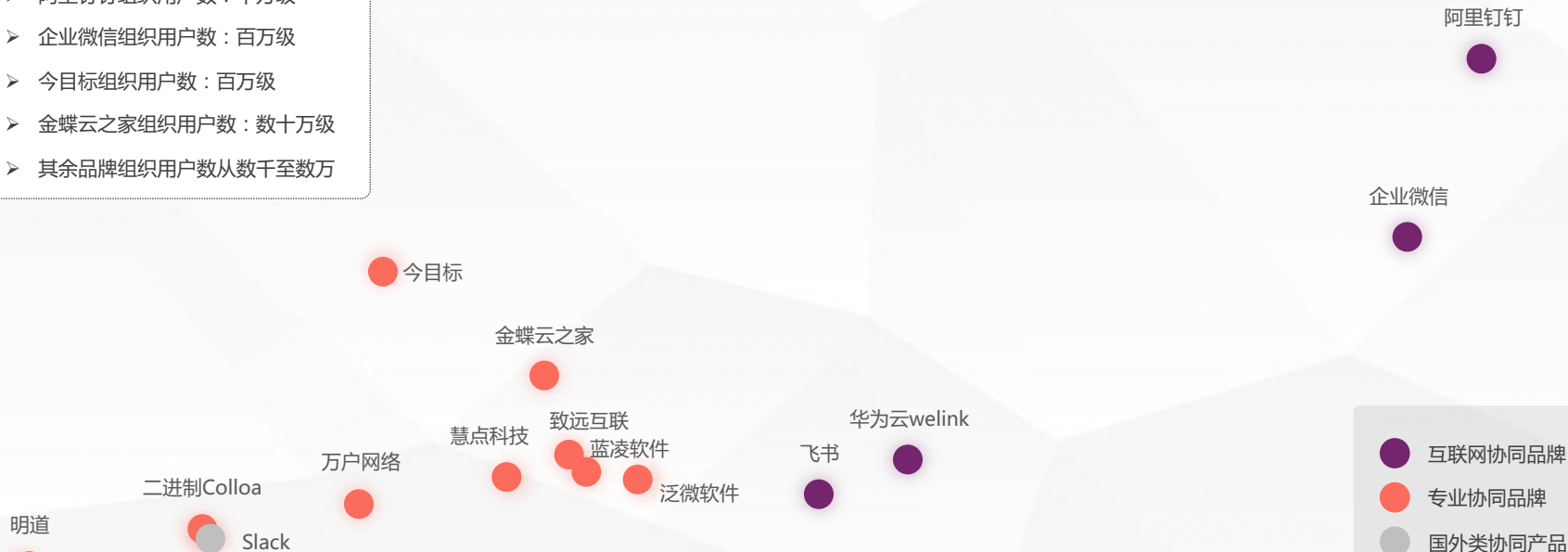
◆ 36.1 % 统一门户

◆ 32.8 % 知识共享

协同办公市场供应商格局

市场渗透指数

- 阿里钉钉组织用户数：千万级
- 企业微信组织用户数：百万级
- 今目标组织用户数：百万级
- 金蝶云之家组织用户数：数十万级
- 其余品牌组织用户数从数千至数万



市场曝光指数



T 研究
CNITEYES.COM

企业服务数据专家
DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

PART .THREE

用户指数



协同办公

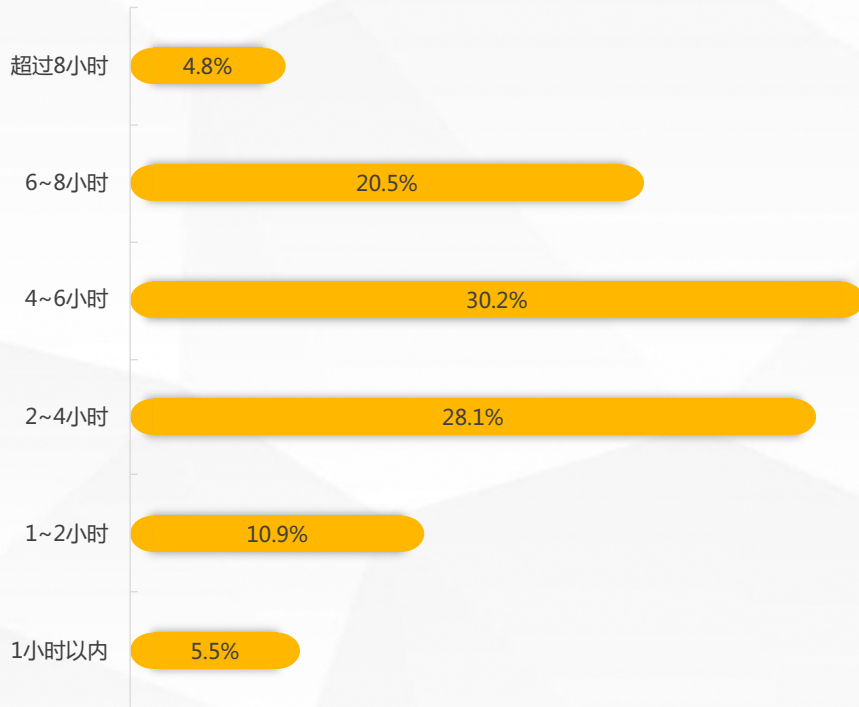
用户行为指数

终端用户在协同办公产品平均停留时间4.88小时/天



- 通过使用时长可以直观反映企业对服务的依赖程度，进一步结合使用功能、场景、应用行为交叉分析，可以帮助企业优化业务、信息化、数字化能力

终端用户日应用协同办公时长



对传统OA“老三样”能力依旧重度依赖

- 尽管新场景不断涌现，但基于**文档、沟通、审批**的协同依然是最终端用户使用的核心能力
- 用户在新功能延伸中，如CLM、任务、人事、采购等功能的使用度加重，预示协同办公向**企业数字化入口**的进化中愈加完备



59.7%

流程/审批管理



42.0%

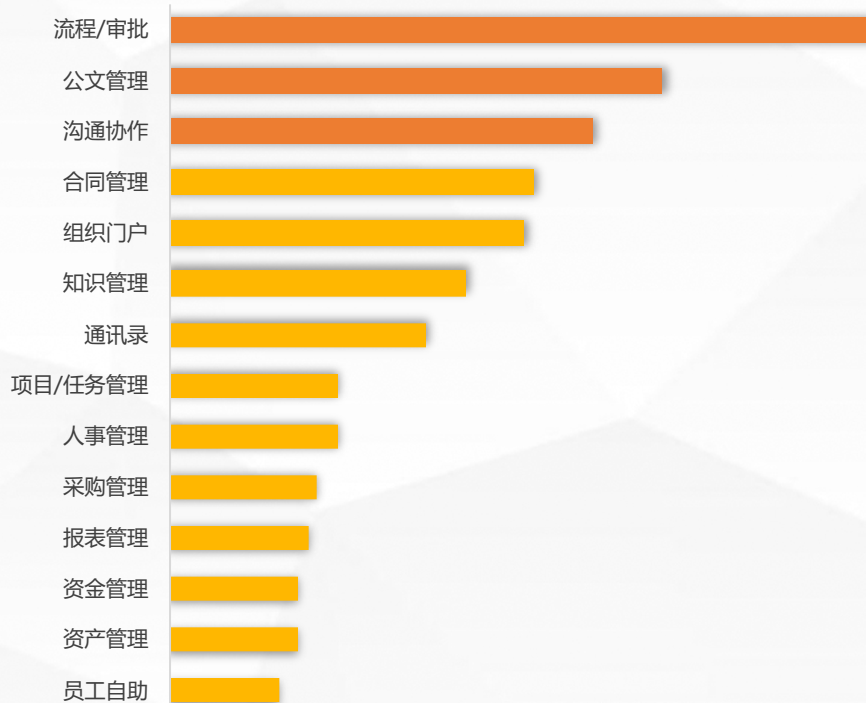
公文管理



36.1%

沟通协作

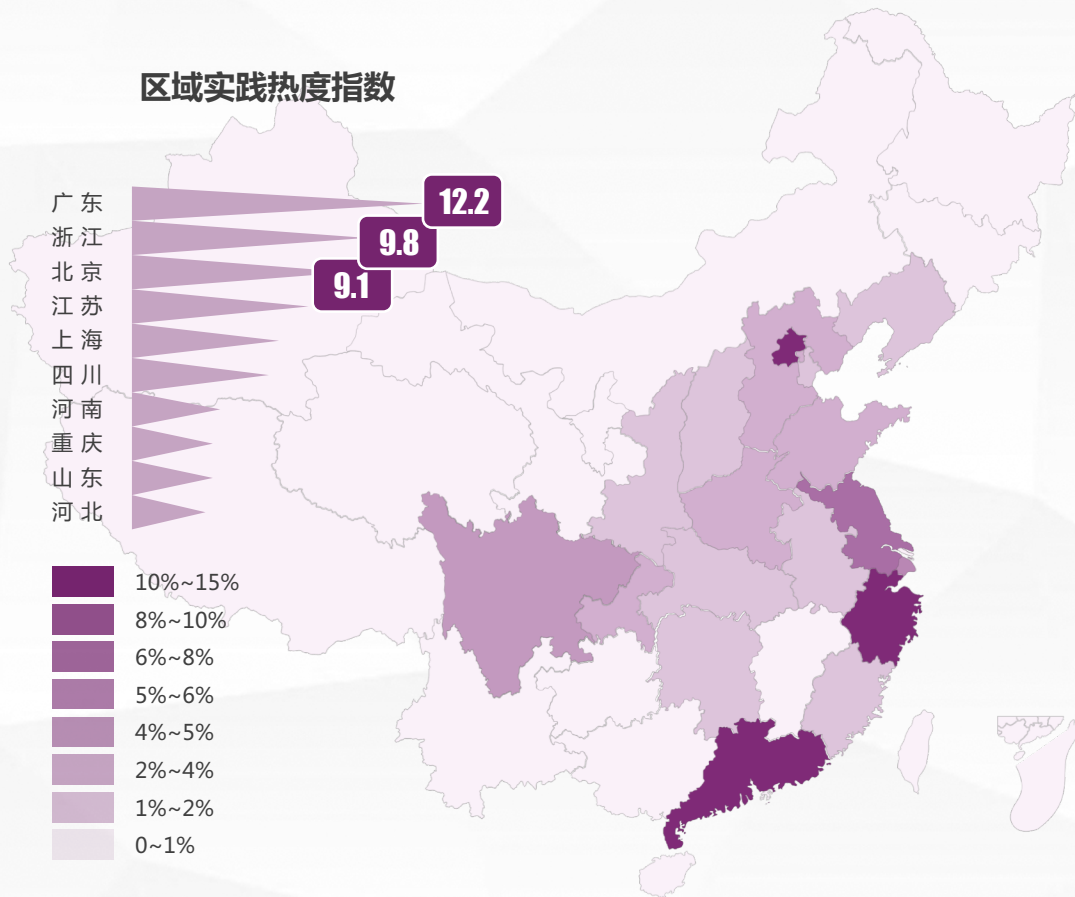
终端用户重度应用功能



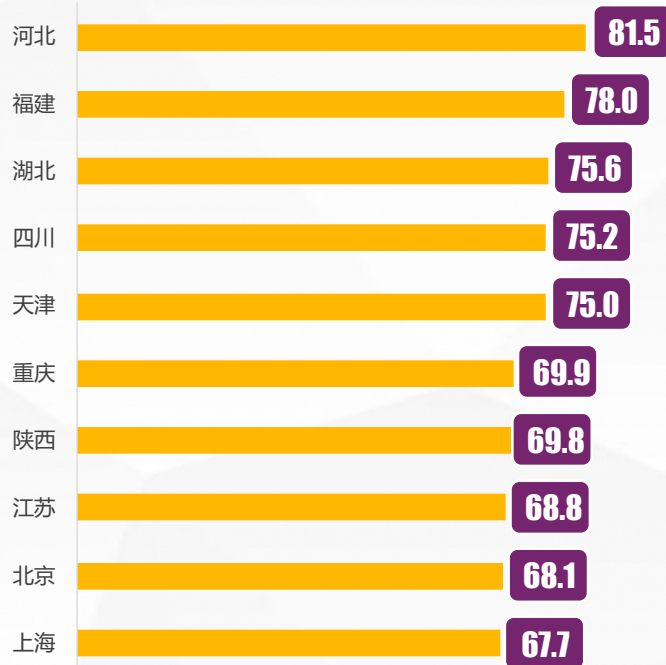
用户画像指数

新一线区域崛起，市场饱和度处于高水位

区域实践热度指数

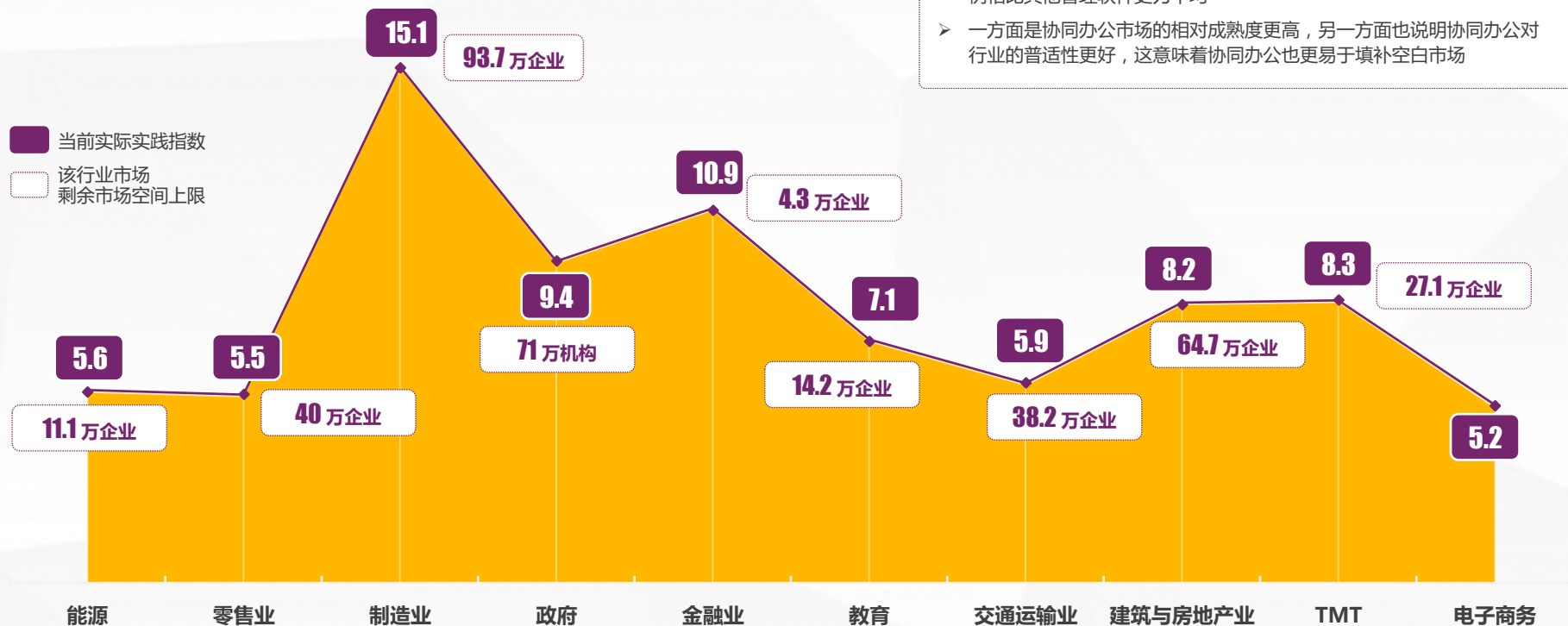


区域饱和度 (TOP10) 指数



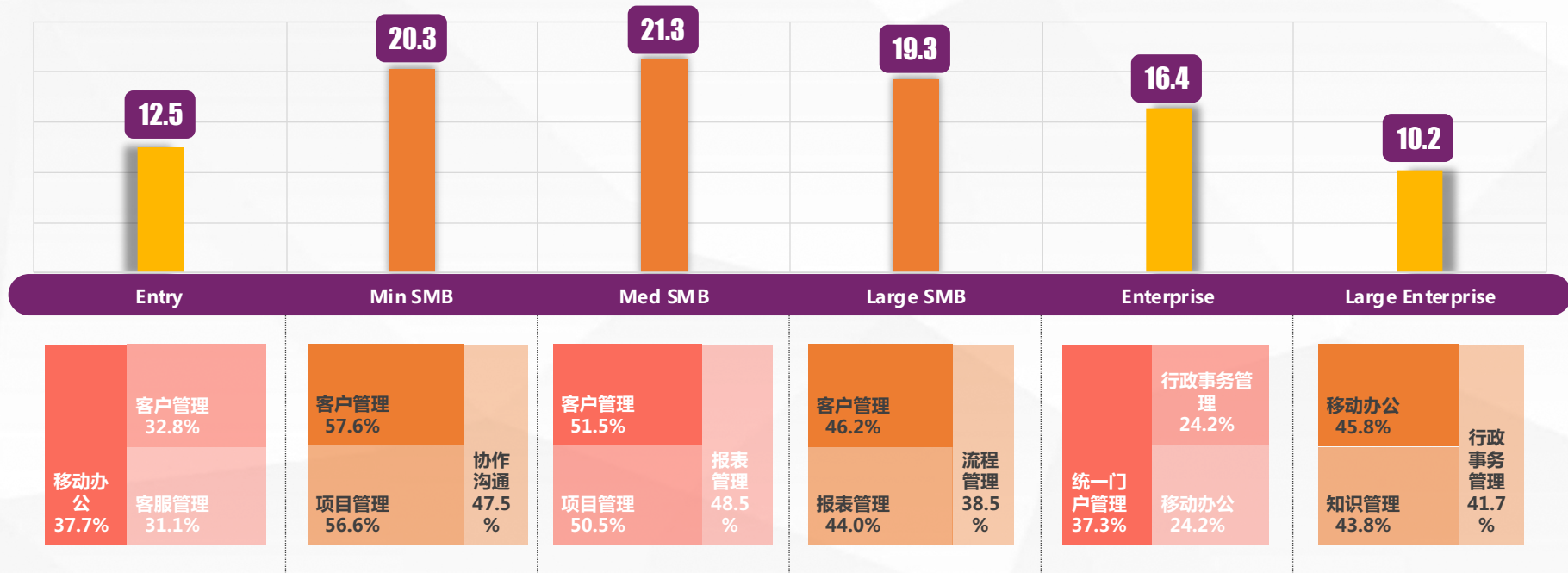
制造、金融领衔实践，房地产、政府空间潜力巨大

- 国内行业发展极为不平衡的背景下，协同办公在不同行业的应用实践比例相比其他管理软件更为平均
- 一方面是协同办公市场的相对成熟度更高，另一方面也说明协同办公对行业的普适性更好，这意味着协同办公也更易于填补空白市场



小规模企业场景在客户，大规模企业场景在行政

存量市场当中，协同办公在中小型企业中应用渗透超过60%



不同规模企业，应用协同办公——重度场景



丁研究
CNITEYES.COM

企业服务数据专家
DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

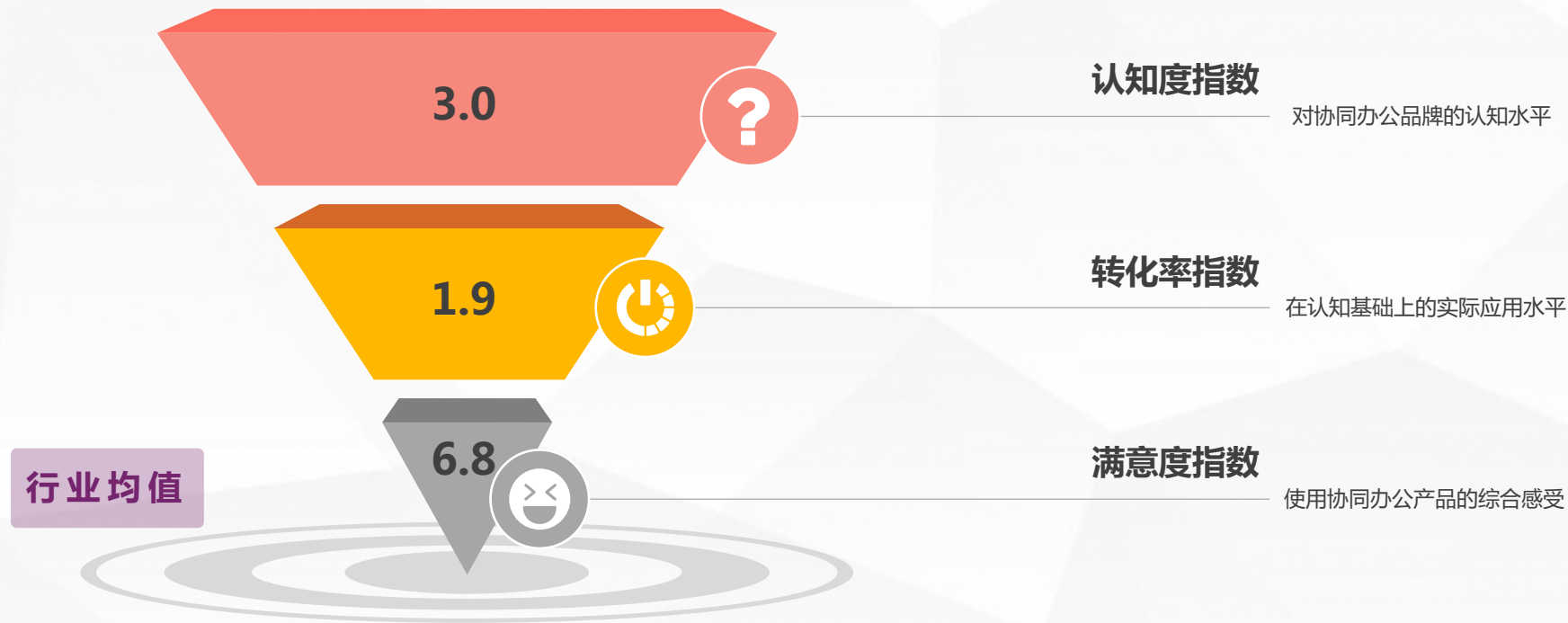
PART .FOUR

品牌指数

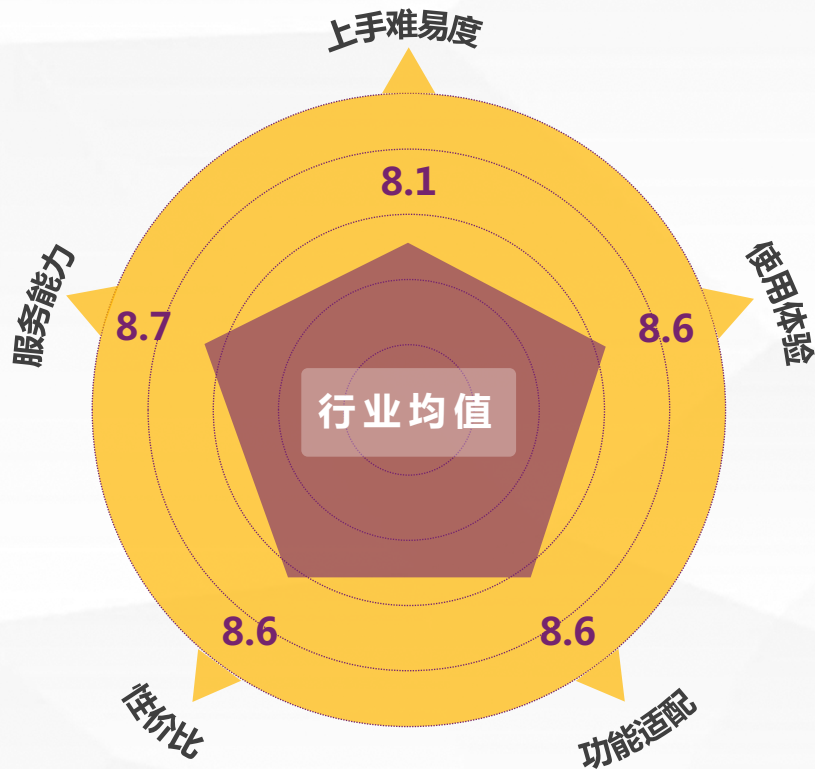


协同办公

中国协同办公品牌市场指数



中国协同办公用户评价指数



上手难易度

协同产品学习易用性和操作易用性



使用体验

终端使用者对产品性能，可用性，UI/UE的操作逻辑、人机交互等应用的综合感受



功能适配

功能全面性，对业务支持的满足程度



性价比

产品价格与价值比值的直观感受

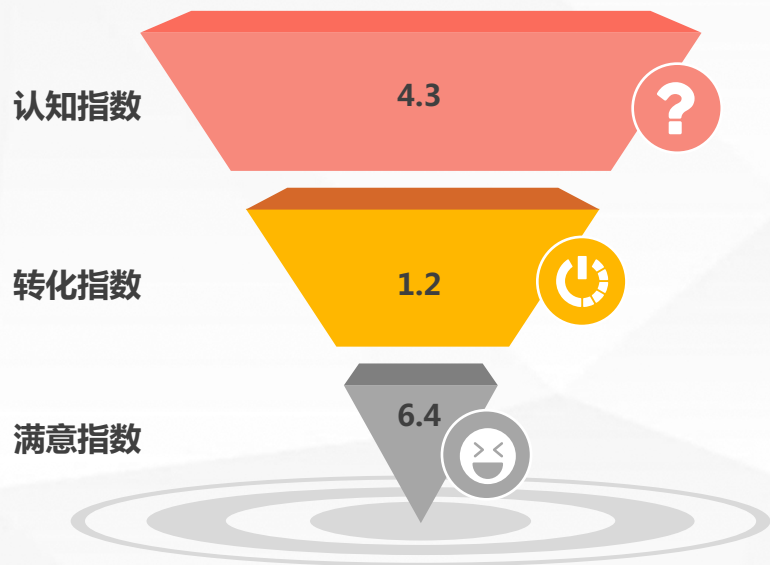


服务能力

企业用户对品牌商技术服务、商务服务的综合评价

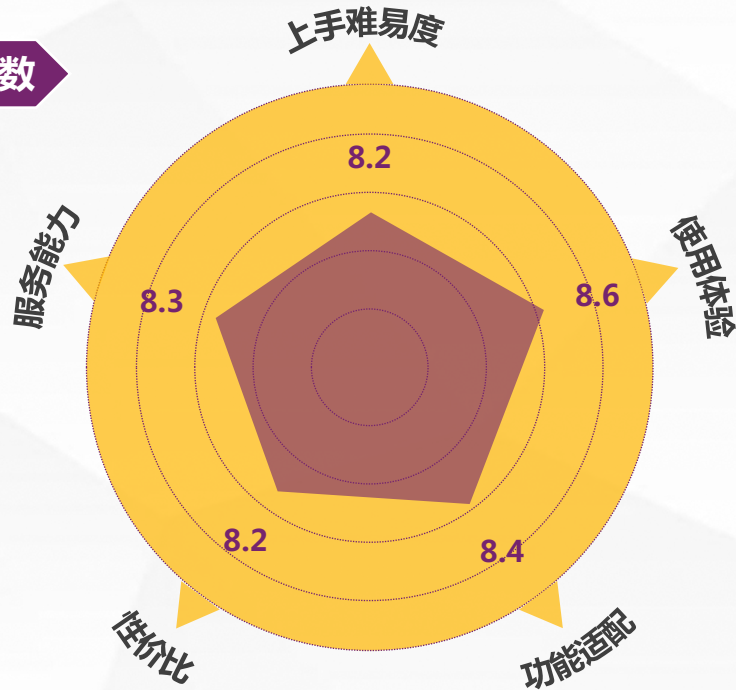
华为云Welink

WeLink



市场指数

用户评价指数



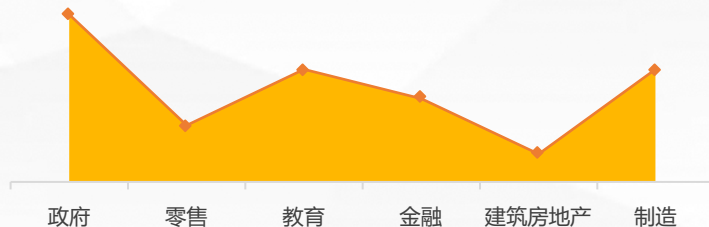
华为云WeLink源自华为数字化转型的成功实践。这款融合消息、会议、邮件、知识、小程序、能力开放等服务的企业智能工作平台，支撑了华为19万员工、1028个办公场所的高效协同办公。

2019年，华为云Welink正式对外发布，成为企业的数字化连接器为目标，让组织的联接更简单，更智能，更有温度，助力企业数字化转型。

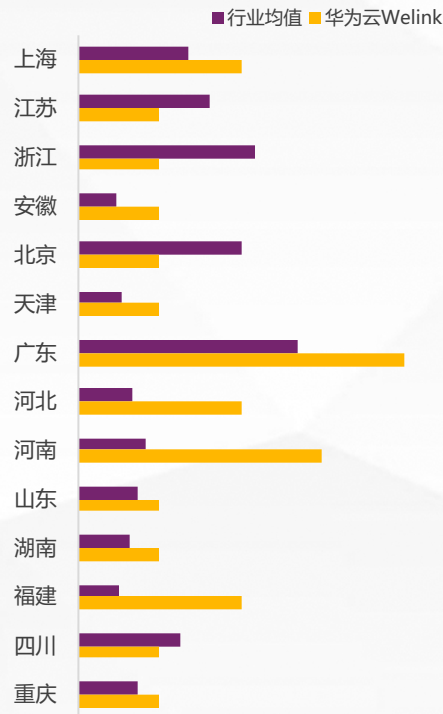
华为云Welink企业客户数量增长指数



华为云Welink优势行业案例落地指数



华为云Welink品牌优势区域指数



项目背景

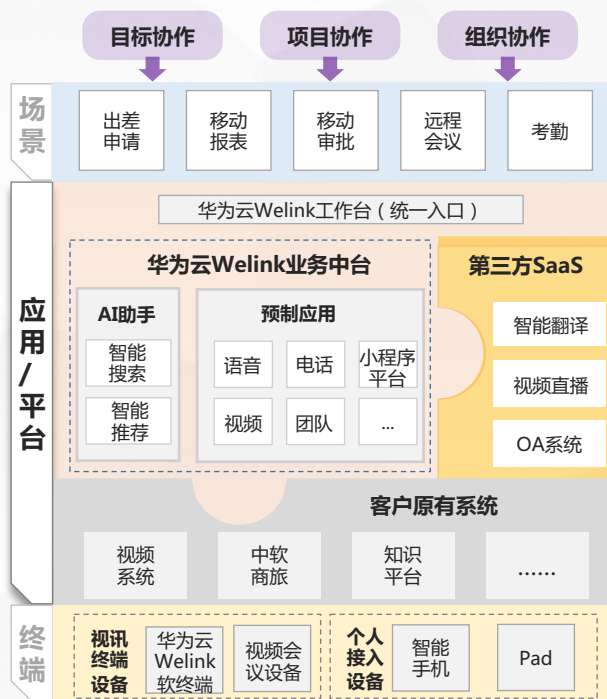
中软国际有限公司成立于2000年，是行业领先的全球化软件与信息技术服务企业之一，在国内28个城市及北美、亚洲的18个城市拥有分支机构，全球员工超过6万人。

近二十年里，中软国际在电信、政府、制造、金融、能源等行业均取得了不斐的成绩，并于2017年市值产值双双突破百亿。

客户痛点

- 企业全球化布局，员工多地办公信息不互通，急需提升跨地域、时域协同效率
- 企业办公应用多，员工多端办公繁琐且低效（工作用到各种办公应用，员工需要频繁切换业务系统）

解决方案



应用效果

- 组织架构实时同步，一键链接团队，提升沟通效率。
- 华为云WeLink已快速集成中软国际大部分高频应用，不需切换业务系统，一个手机APP即可闭环所有工作，实现一站式办公，沟通协作更高效。

飞书



飞书

市场指数

用户评价指数

认知指数

3.9



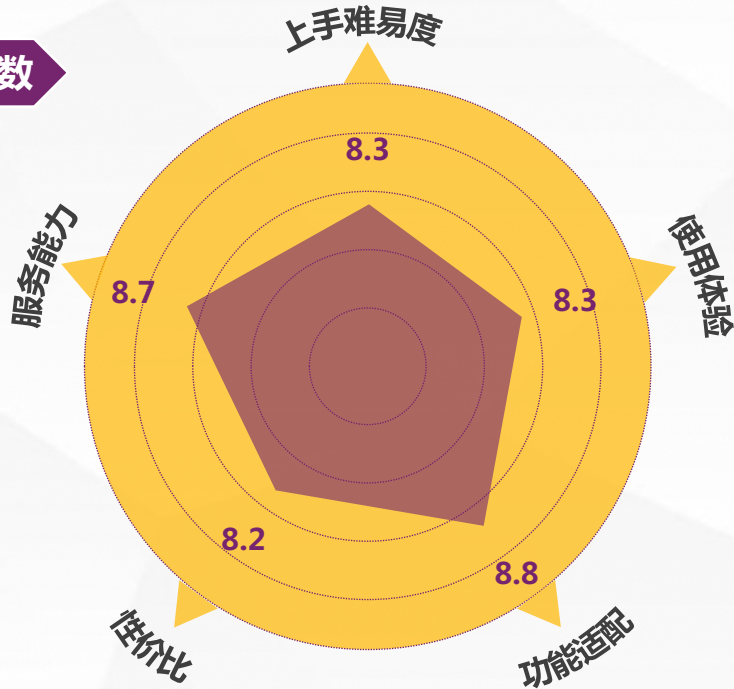
转化指数

0.8



满意指数

5.8

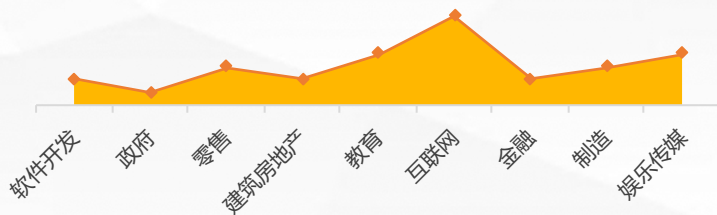


飞书企业客户数量增长指数

产品于2019年正式发布

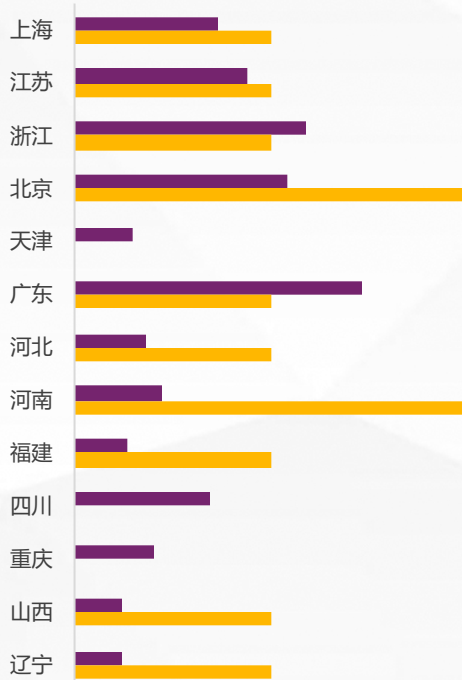
2019

飞书行业案例落地指数



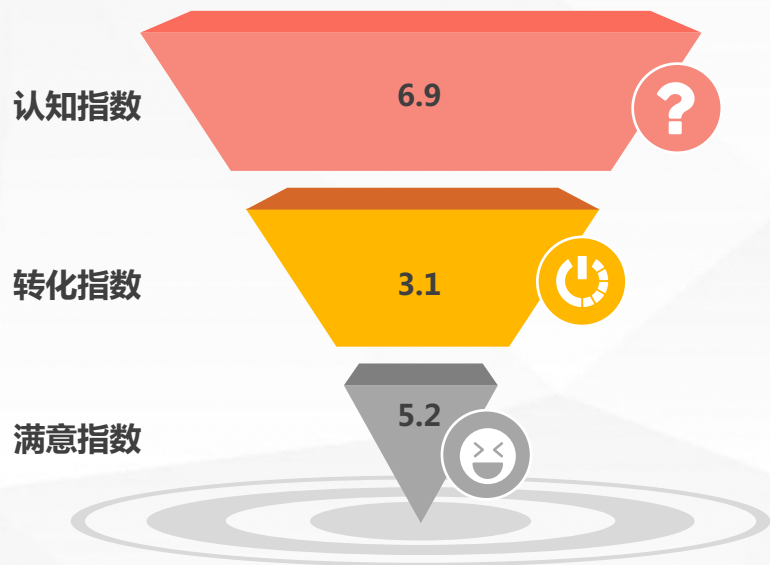
飞书品牌优势区域指数

■ 行业均值 ■ 飞书



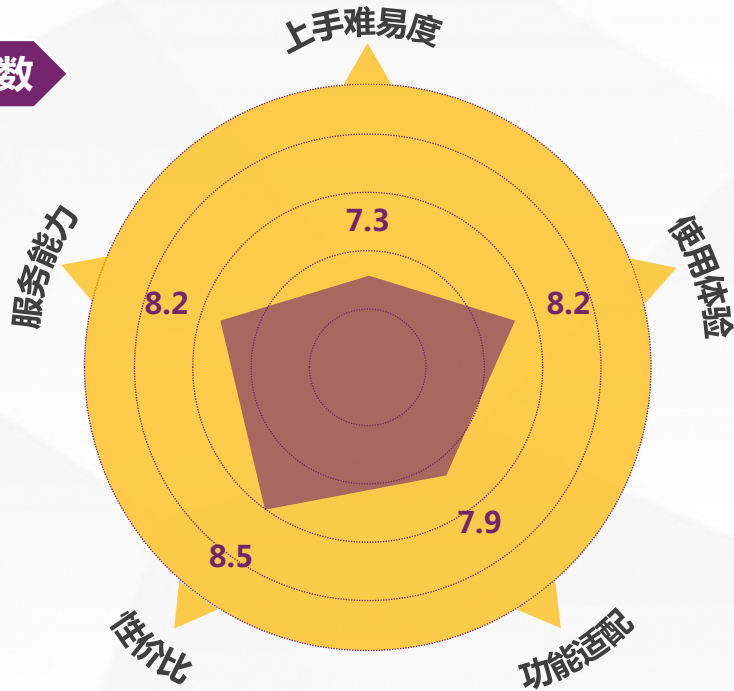
飞书是字节跳动于2016年自研的新一代一站式协作平台，是保障字节跳动全球五万人高效协作的办公工具。飞书将即时沟通、日历、云文档、云盘和工作台深度整合，通过开放兼容的平台，面向所有规模的企业和组织，让成员在一处即可实现高效的沟通和流畅的协作，全方位提升企业效率。

阿里钉钉



市场指数

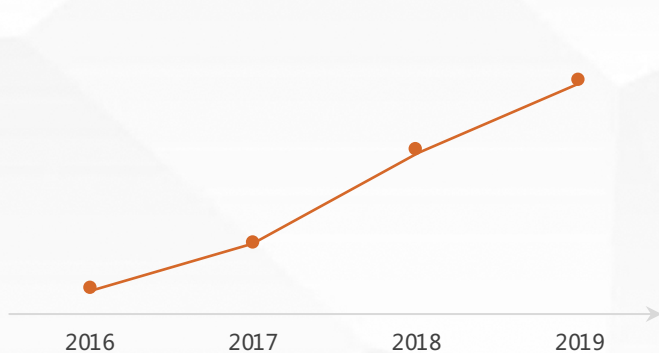
用户评价指数



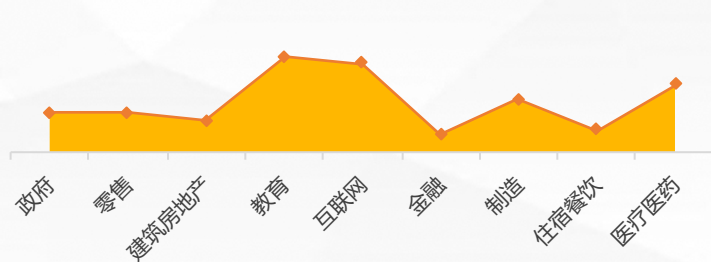
钉钉 (DingTalk) 是由阿里巴巴集团开发的智能移动办公平台,免费提供给所有中国企业,用于商务沟通和工作协同。2015年1月份正式发版上线。

钉钉致力于帮助中小企业通过系统化的解决方案,全方位提升中小企业沟通和协同效率,让工作更简单、高效、安全。目前已有超过1000万家企业组织正在使用钉钉,帮助中国企业进入智能移动办公时代。

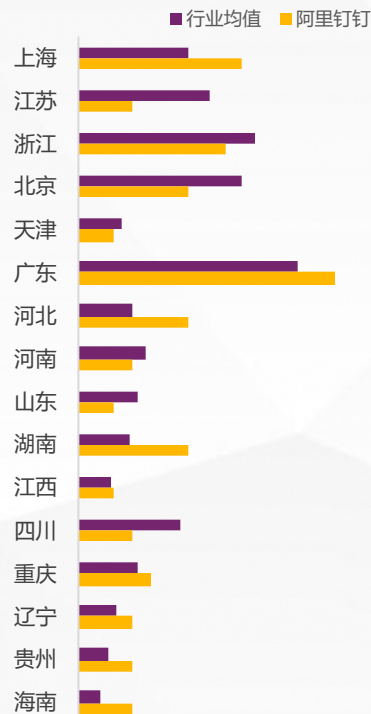
阿里钉钉企业客户数量增长指数



阿里钉钉行业案例落地指数

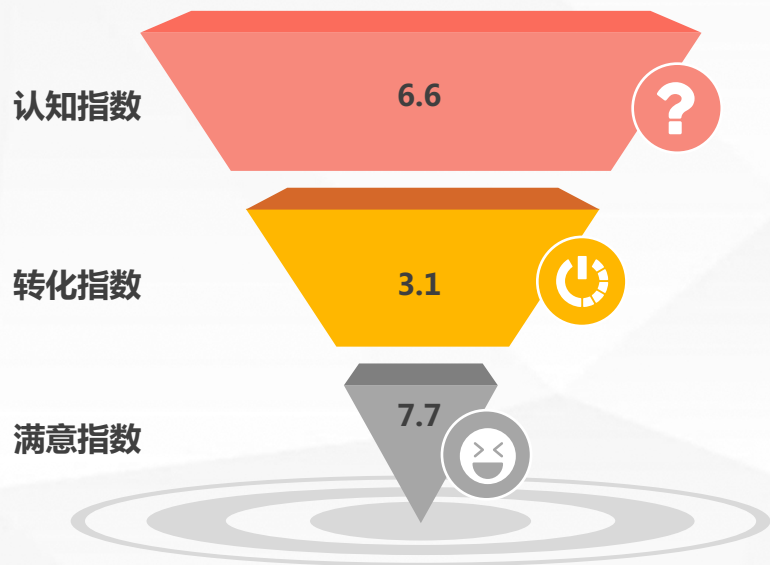


阿里钉钉品牌优势区域指数



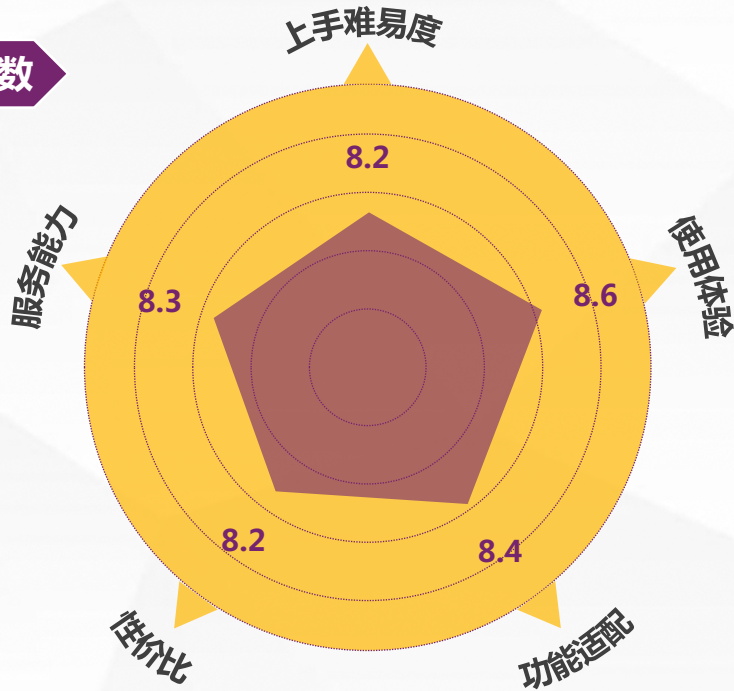
企业微信

企业微信



市场指数

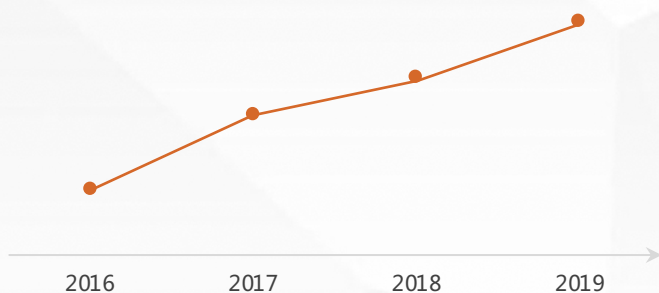
用户评价指数



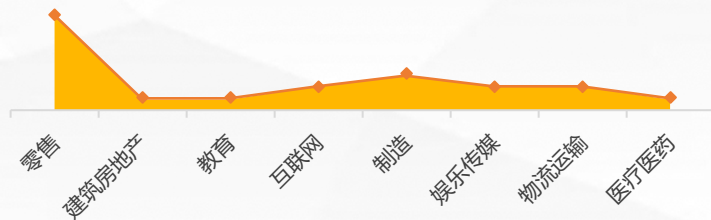
企业微信，是腾讯微信团队为企业打造的专业办公管理工具。与微信一致的沟通体验，丰富免费的OA应用，并与微信消息、小程序、微信支付等互通，助力企业高效办公和管理。

目前企业微信已覆盖零售、教育、金融、制造业、互联网、医疗等50多个行业，正持续向各行各业输出智慧解决方案。

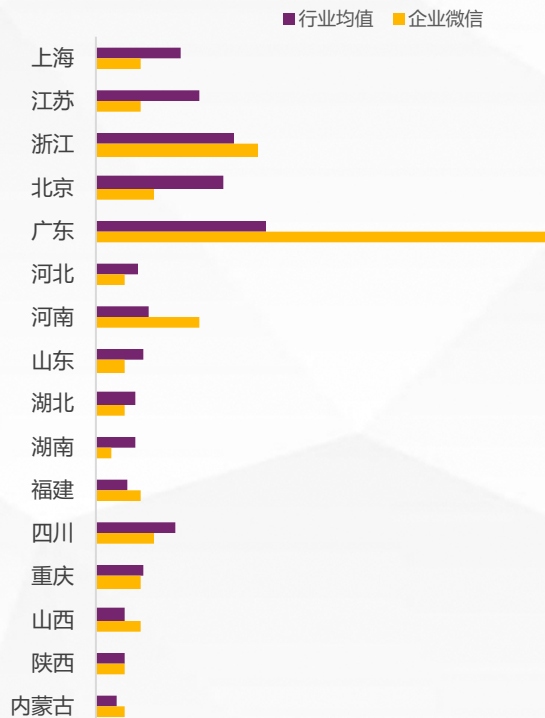
企业微信企业客户数量增长指数



企业微信行业案例落地指数



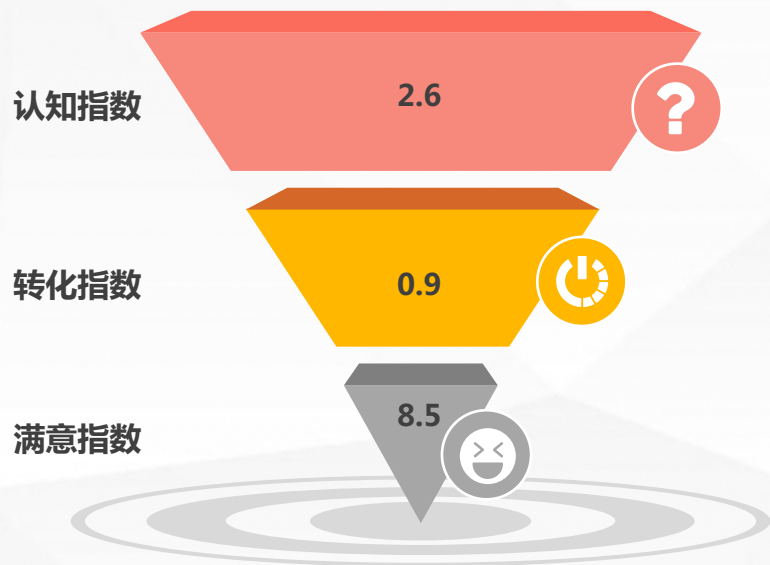
企业微信品牌优势区域指数





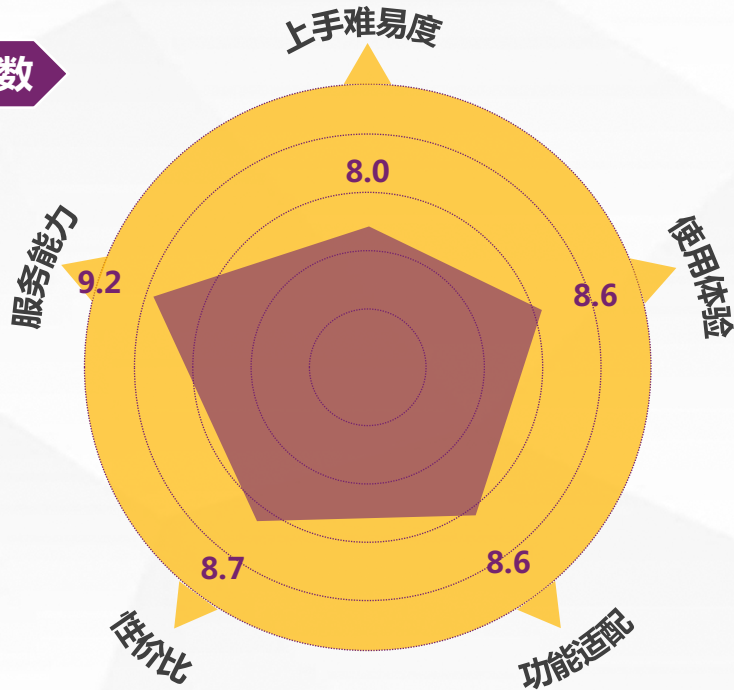
慧点科技





市场指数

用户评价指数

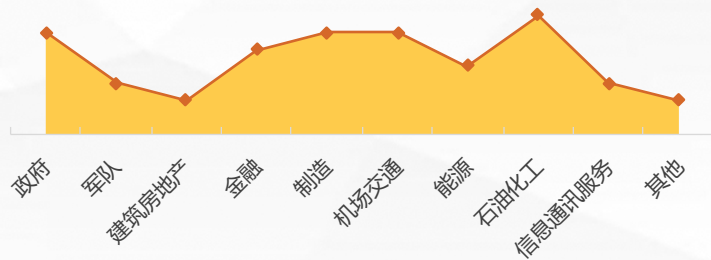


北京慧点科技有限公司是中国电科集团旗下国有控股上市公司全资子公司。98年创立以来，一直专注于为党政军和大型企业提供协同办公管理软件产品和服务，成为了大型集团型企业和政府用户市场的知名品牌，在央企、500强企业、党政军等细分市场中具有突出优势和高占有率。作为中国管理软件与服务提供商和信创国家队成员，未来仍将继续致力于为高端用户群体打造智能极简的数字化协同办公平台产品，并提供优质的服务。

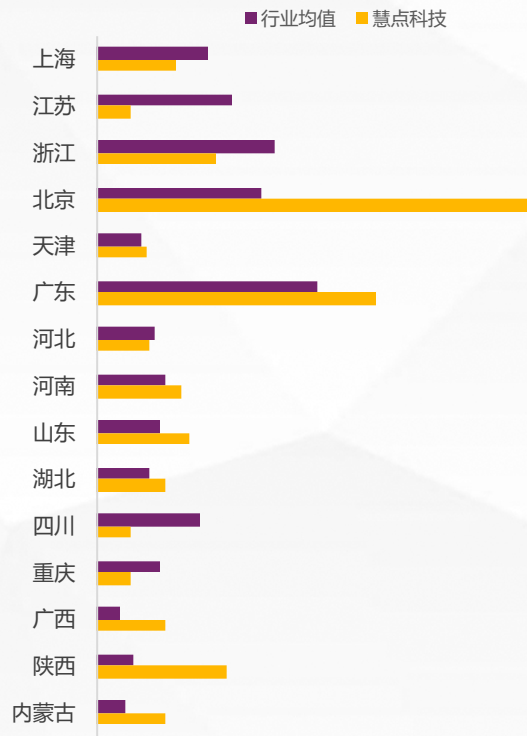
慧点科技企业客户数量增长指数



慧点科技行业案例落地指数



慧点科技品牌优势区域指数



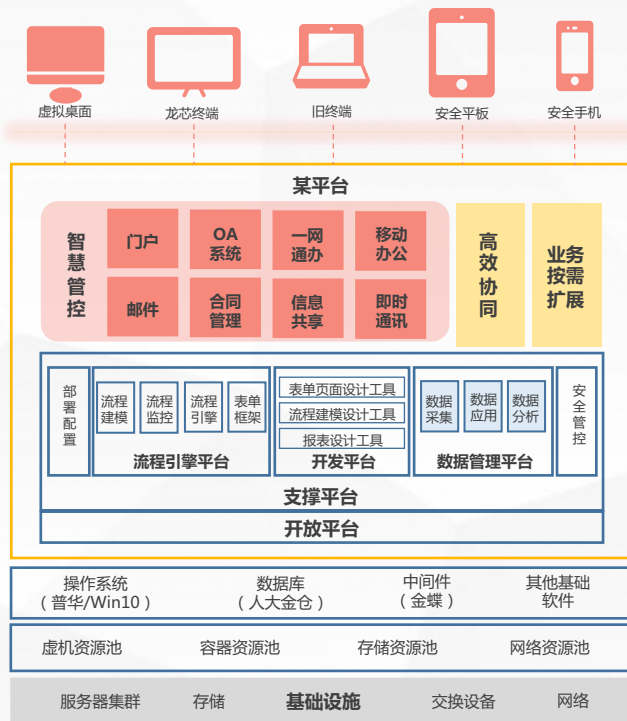
项目背景

在信息技术应用创新的政策背景下，某大型央企集团携手慧点科技，基于国产化环境，涵盖核心芯片、基础软件、计算机整机、网络设备、应用软件、信息安全等关键环节联合技术创新，共同打造完整的信息产业与技术创新生态，构建智能极简的数字化工作环境，荣获2019年国资委评选的央企信息化典型案例。

客户痛点

- 旧有的协同办公系统性能较慢
- 入口较多，流程覆盖度低，用户体验不佳
- 无法满足国产化要求
- 无法满足移动化审批需求

解决方案

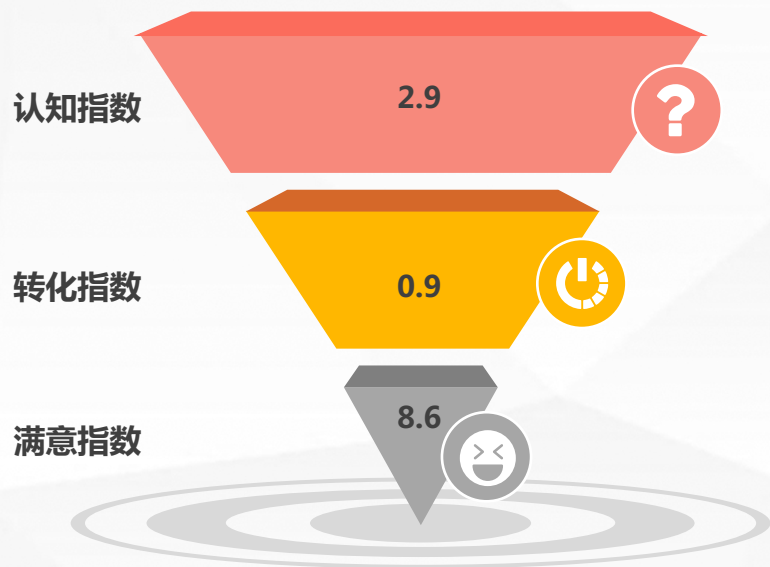


应用效果

- 统一门户：完成跨平台异构系统整合，全新门户设计，形成领导极简工作门户/员工效能综合门户
- 统一公文：实现集团全级次公文业务一体化管理
- 一网通办：采用办事大厅的理念，将集团的业务融合到一个平台中，实现了事项查询及一站式审批。
- PC/移动一体化应用，丰富的移动端应用提升了系统使用的便捷性
- 智能化应用：人脸、语音等AI智能技术应用。

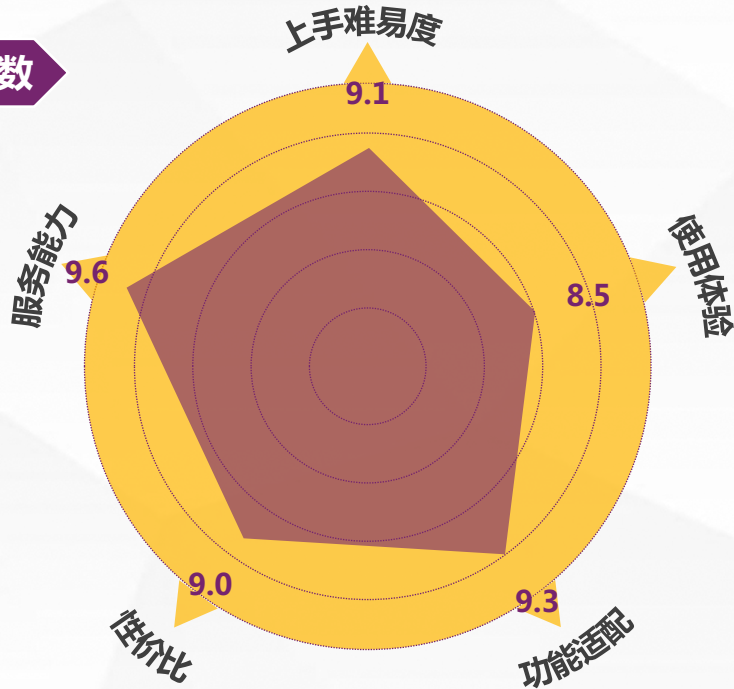
蓝凌软件

Landray 蓝凌



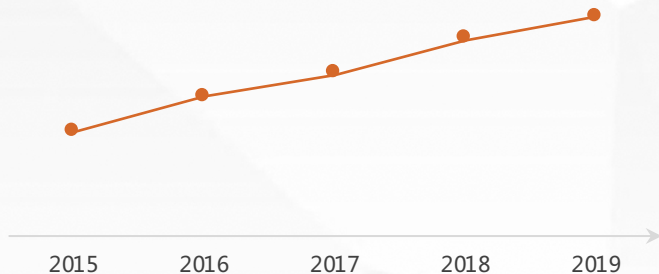
市场指数

用户评价指数

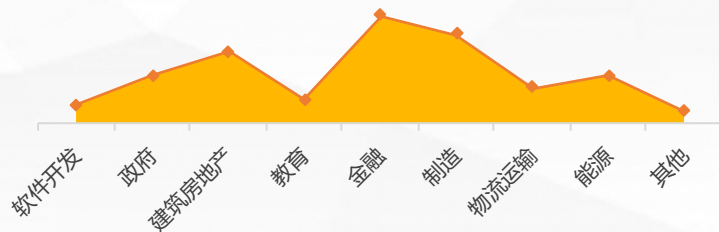


深圳市蓝凌软件股份有限公司（以下简称“蓝凌软件”）成立于2001年，数字化工作专业服务商，是阿里钉钉唯一投资的OA厂商，也是阿里云知识管理与协同领域首家战略合作伙伴。蓝凌软件专注于为大中型企业及成长型组织，提供智能办公、移动门户、知识管理、数字运营、财务共享、合同管理、专有云等一体化解决方案；已先后助力华为、万科等20000家知名企业实现了智慧管理与高效办公的工作变革。

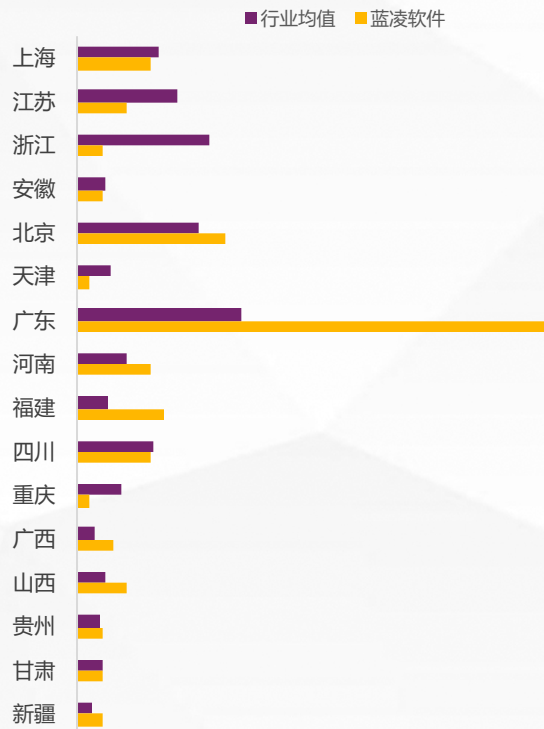
蓝凌软件企业客户数量增长指数



蓝凌软件行业案例落地指数



蓝凌软件品牌优势区域指数



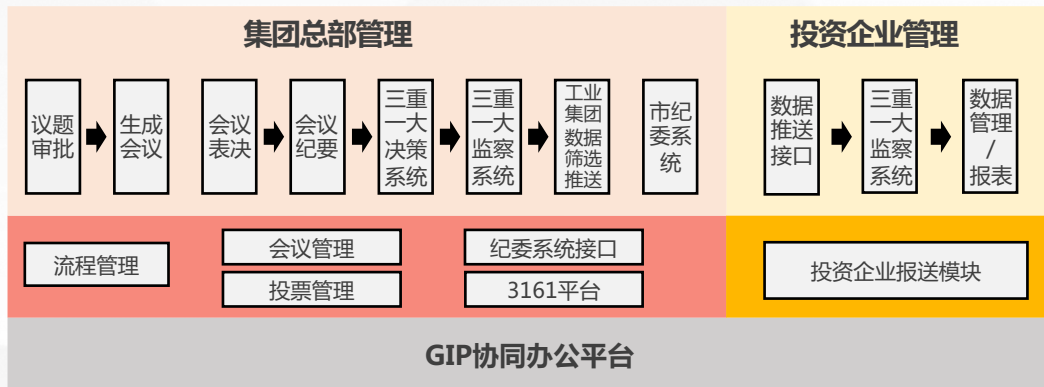
客户简介

广州汽车集团股份有限公司（简称广汽集团）成立于2005年，前身为成立于1997年的广州汽车集团有限公司，是国内首家实现A+H股整体上市的大型国有控股股份制汽车集团，目前拥有员工约9.4万人。自2013年以来，广汽集团连续七年入围《财富》世界500强，2019年位列世界500强企业第189名。

● 客户痛点

- 集团下属企业多、员工规模大，信息分享、跨组织跨部门协作有待提效
- 集团业务广泛、流程冗杂，业务流程需要进一步优化
- 集团全面落实“三重一大”制度，需要IT系统支持

● “三重一大”解决方案



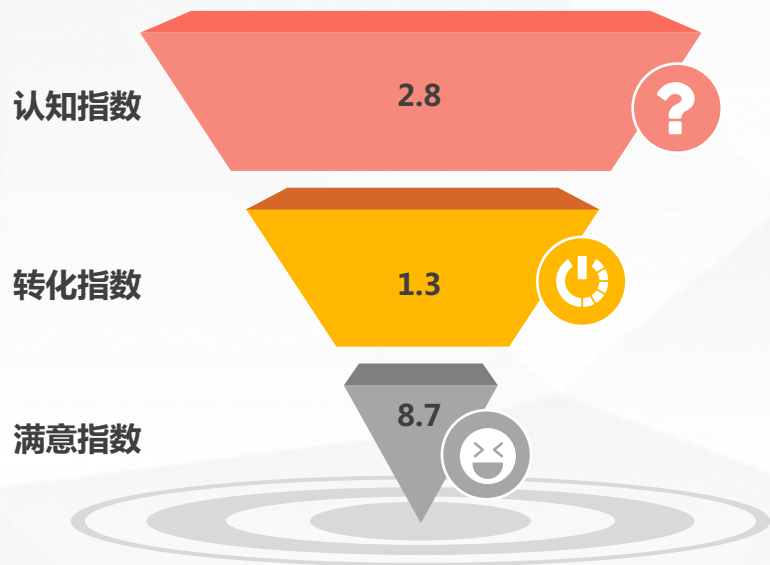
● 应用效果

- 在自建OA的基础上重构数字化办公平台：实现集团10多万员工高效协作，进一步提效业务运营
- 建立三重一大决策系统：实现总部“三重一大”重要事项的全程执行跟踪、全面信息反馈、全部痕迹保留
- 构建流程效率分析平台，深化电子化流程应用：40+个场景数据分析透视，效率指数支撑实时洞察运营优化流程



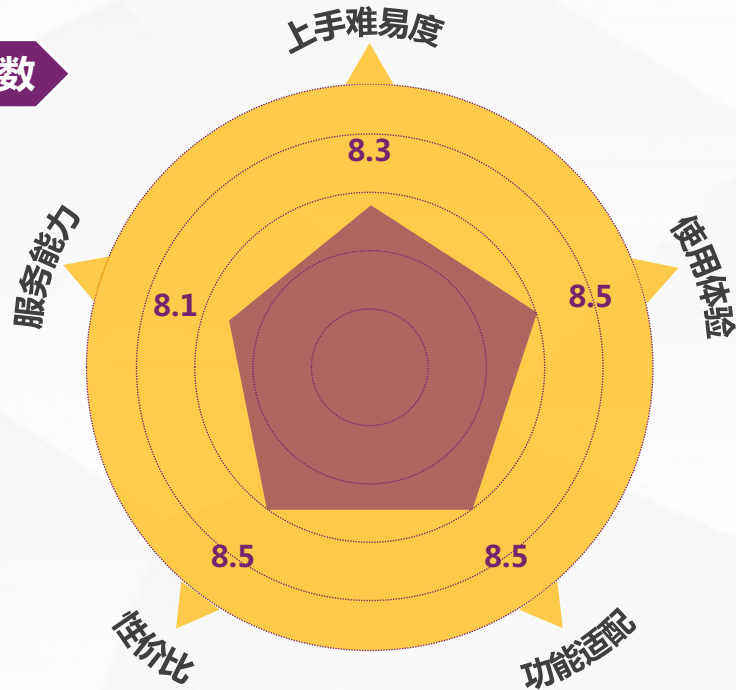
致远互联





市场指数

用户评价指数



北京致远互联软件股份有限公司专注于协同管理软件领域，为客户提供专业的协同管理软件产品、解决方案、平台及云服务。2019年10月31日，致远互联登陆科创板（股票代码：688369）。

公司秉持“以人为中心”的初心，坚持平台化产品路线，相继自主研发了V5协同管理平台以及A8+、A6+、G6等产品，持续助力全国3万家大中小型企业及政府部门提升协同运营管理效率。

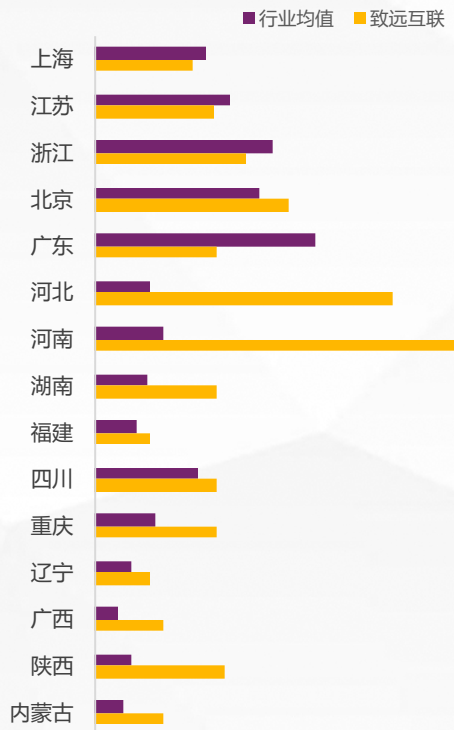
致远互联企业客户数量增长指数



致远互联行业案例落地指数



致远互联品牌优势区域指数

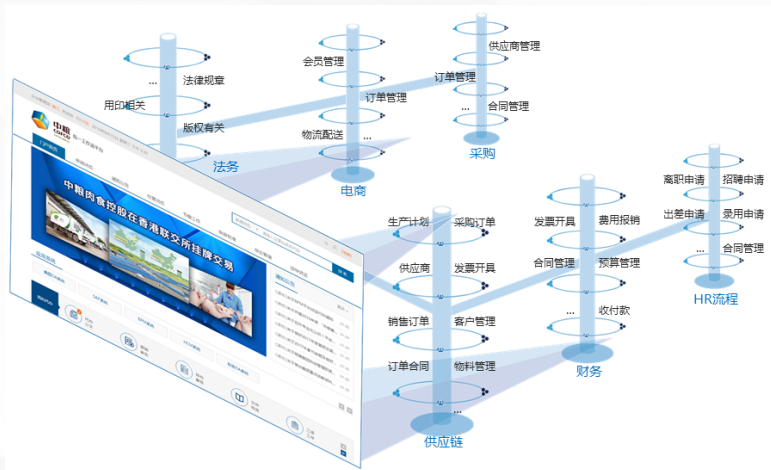


中粮集团有限公司 (COFCO) 是立足中国的国际一流粮食企业，是全球布局、全产业链、拥有最大市场和发展潜力的农业及粮油食品企业，集贸易、加工、销售、研发于一体的投资控股公司。

● 客户痛点

- 信息化建设缺少统一规划，各级单位都建立了相对专业、独立的业务系统，信息数据共享困难
- 集团管理者缺乏触及业务的入口，无法实时了解业务经营管理情况、防范风险并合理决策。

● 解决方案



● 应用效果

- **中粮集团**以致远互联智能BPM平台集成财务、供应链、采购、电商等业务流程，建设了一体化、可视化、数据化的“协同运营中枢”，实现了中粮集团及其四大子集团“一个平台、一个标准”的自动化运营过程，进而驱动组织效率的提升。
- **workflow协同**：为集团各组织制定了统一的业务和工作管理标准，实现了全面的工作流协同。
- **移动办公**：基于移动App方式实现VPN登录，在保证系统安全性的前提下独立部署移动服务。



T 研究
CNITEYES.COM

企业服务数据专家
DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

PART .FIVE

发展趋势



协同办公

“在线化”让协同的应用场景开始“无界化”

在线化

- 疫情危机让企业协同办公必须接入互联网
- 疫情时长足以促成协同办公习惯的养成
- 围绕在线场景衍生/加速新业务成熟，协同办公必须突破原有边界
- 从“管控”到“赋能”成为协同办公解放思维的考验，赋能导向才能让“协同办公”真正成为互联网化的平台级服务
- 互联网的协同办公产品，在能力和边界上不设限制，基于不同场景的协同服务变成丰富的协同产品矩阵

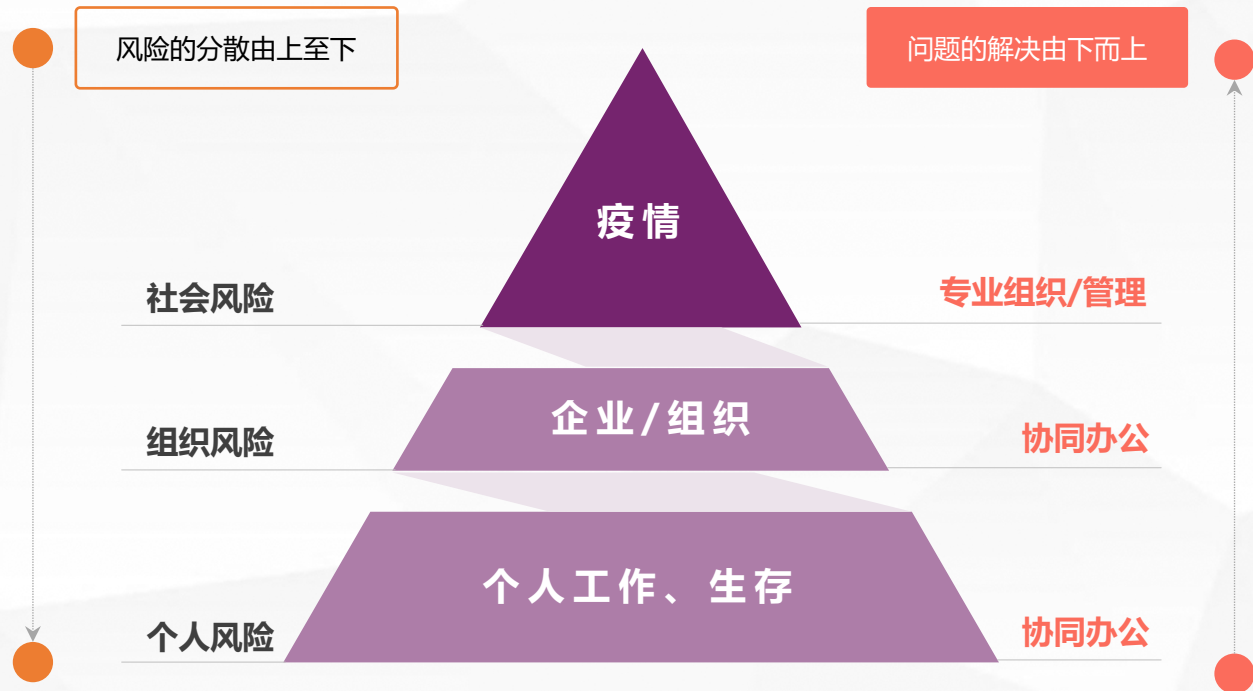
- 很多企业应用以钉钉为代表的移动办公工具，很大程度缓解了企业内、外部协同的压力，在线视频会议、在线销售例会、在线项目交付、在线文档协作、在线合同审批、在线电子采购等在线化场景充分发挥了作用。
- 疫情危机下让企业的组织形态不再是静态牢固的，而是灵活动态的柔性组织。柔性组织不仅体现在内部组织成员面向项目、任务导向的动态协同、快速重组、在线协作等，也体现在用工模式的变化，如内部On-demand人才池、人才众筹网络、自由职业者等多种形式。

- ✓ 案例：一些零售企业面对疫情，把营销搬到线上来做，导购在家上岗、人人主播带货，林清轩公司更是快速启动全员“天猫直播”，上线2小时便吸引60000多人观看，卖了近40万的山茶花油。

无界化



协同办公将成为企业应对“危机”的常态武器



- **疫情是一次对企业数字化考验的放大。**
在数字化时代，危机事件对于企业IT应用的开发节奏也提出了更高要求，以月、周为单位的敏捷迭代已经不能满足要求。疫情过后，企业将要考虑在不确定的数字化时代，如何应对随时可能发生的更多、更离散的“小危机”，相信很快，以天为单位的应用开发在很多场景中 will 形成常态，这样才能更好适应外部市场的变化与不确定性。
- **数字化时代唯一确定的是不确定性。**
身处充满不确定性的数字时代，对于企业管理者而言，转型升级当然是第一要务，而想要应对快速变化的商业环境，就需要构建更加开放、高效、灵活的信息化平台，并且具备应用定制、集成连接、智能办公、分析决策等特征。而协同办公在这次“不确定”疫情中，扮演企业IT旗手的角色，并很好地缓解了个人、组织、社会的恢复运转问题，在面对“不确定”事件中，协同办公积累了更多的经验。

国产化趋势促进协同办公新一轮增长



- **国家信创政策背景下，基础软硬件替代将加速，对协同办公需求将迎来新一轮增长**



- **疫情之后，协同市场将迎来爆发式的增长。**在疫情期间，有2~3亿人在家办公，这无疑会影响到人们未来的工作方式。疫情之后，人们也还会习惯这种远程办公方式，这是不可逆的。而且，相对而言，比较简单的远程办公应用的需求会在疫情之后有所下降，企业的主要需求会更多聚焦在能够解决复杂业务场景下的远程办公和移动办公。

协同办公将成企业数字化、数智化的“合适入口”

■ 数字化引领下，不分规模大小，企业客户对数据、技术统一标准的诉求加强，对办公统一入口的理解更加深刻。

高端用户更加注重平台的支撑能力，支撑平台微服务化，提供“平台+应用”的模式，基于快速开发平台，通过系统性配套建设构建一个可伸缩可扩展的应用支撑平台，为支撑平台之上的业务应用提供灵活而可靠的基础支撑，实现可管理的目标，以适应未来发展的需要；而小微客户则对类似阿里钉钉的服务，一套系统解决大多数信息化诉求抱有强烈期待。



■ 新基建，也是企业数字化的新机遇

基于新基建要求，云计算、大数据将被深度应用，数字化办公平台将极大地改变企业的管理工作；AI和智能办公的融合越来越紧密，办公智能化程度越来越高，协同办公智能化和数据化入口的作用也开始凸显。

■ 数智化将是协同办公的又一考验

当前，全球软件技术加速了经济网络化、平台化、智能化发展，软件产品类型不断丰富，应用领域快速拓展，融合渗透持续深化，成为数字革命的标志和新特征。不管是传统企业的转型升级，还是企业服务领域的未来发展，都在指向同一个方向，即数智化。

Thank You



企业服务数据专家

DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE