

2020中国RPA指数测评报告

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

PART .ONE

核心观点



①

◆ 大型企业拉动下，RPA
整体市场持续扩大

- RPA帮助大型企业大幅减少复杂繁琐的人力流程操作，实现人力资源的优化，提高企业运营效率。
- 虽然迫于疫情影响，中国企业的运营活动受到很大抑制，但RPA的用户主要为大型企业，抗风险能力较强。同时在线业务的开展也让RPA场景逐渐深入。在疫情缓解，复产复工气氛高涨的当下，RPA市场活跃度逐渐增强。

②

◆ RPA市场聚焦在头部行业，整体市场依然处于萌芽期

- RPA市场依然处于拓荒阶段，实践热度最高的北上广区域依然存在大量“无主地”，等待RPA品牌商开拓。
- 当前RPA渗透行业主要集中在制造、金融、建筑与房地产、信息通讯等少数头部行业，已形成大量RPA成熟场景，并以融入企业用户的日常运营中。
- RPA作为普适性的应用，除头部行业外，对其他行业用户业务流程结合程度不足，依然存在大量行业场景待探索。

③

◆ 短期内，专业的RPA厂商更具竞争优势。

- 以RPA为主要产品解决方案的厂商定位、宣传更清晰，从而在RPA产品知名度更具优势，渗透率较高。
- 综合IT产品解决方案的厂商虽然在行业用户服务方面积累了丰富的经验，但同时其整体产品的复杂度偏高，产品调整难度大、周期较长。短期内，综合厂商的动作较缓，但从长期来看，其产品的韧性较强，行业经验是其竞争的底气。

④

◆ RPA服务形态逐渐走向工具标准化与垂直业务化两条路径。

- 一部分RPA品牌的产品设计逐步轻量化、工具化，寻求被集成，使其更易适配三方系统，更好融入大型企业用户IT系统。
- 另一部分RPA品牌则寻求深化、进一步深入流程、了解业务，与企业的战略相结合。

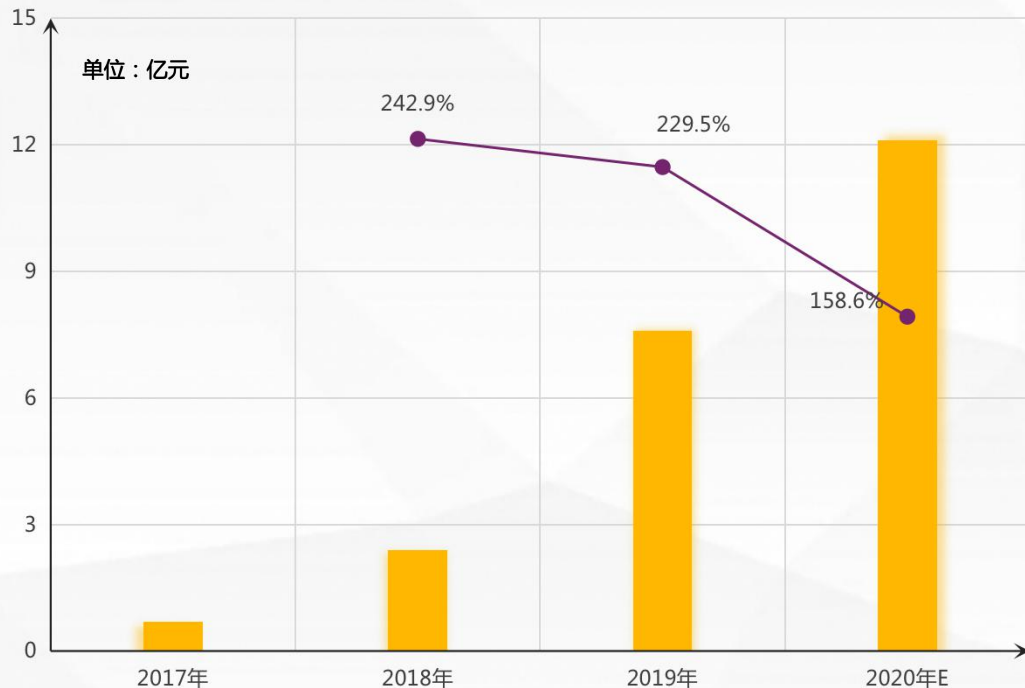
PART .TWO

市场指数



RPA市场营收规模

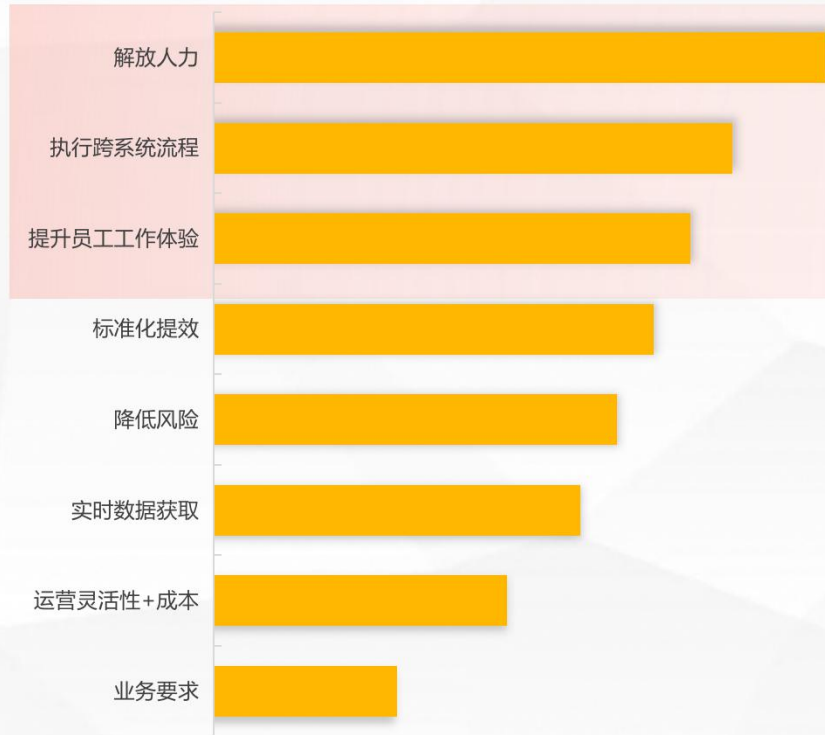
■ 营收规模 ● 复合增长率



- **抓紧大客户，RPA避过疫情之锋。**2020年开年以来，疫情为绝大多数行业按下了暂停键，营销陷于停滞，加重了企业运营负担，以往运营中的缺点被一再放大。企业被迫重新审视投入产出、提振运营效率。在此背景下，RPA“稳定”、“提效”、“易用”的特性深得企业亲睐，并在大型企业中率先得到了应用。同时，大型企业的强大抗压能力也让成长中的RPA顺利避过疫情压迫，实现了逆市增长。
- **AI概念加持，RPA搭上数字化、新基建快车。**随着语音识别、图像识别、知识图谱、OCR识别、语音识别等AI技术的逐渐成熟，以往非结构化数据造成的“流程断点”已被填平，RPA与AI的结合首次实现了长链路自动化流程的打通。同时，AI技术开启了机器人的认知力，使RPA获得了学习再进化的能力，让其能够适配更广泛的应用场景。最后，作为AI落地的重点方向，在全面迈向数智化时代的过程中，RPA作为普适性的智能自动化基础应用，未来有机会借力AI、加速拓展，甚至形成新基建的小风口。

企业用户期望借助RPA达成的目标——释放、跨越、提升

RPA重点解决的管理问题



- **释放。**企业运营中总有一些高度重复、且具有固定模式的工作（如：发票核验、简历筛选等）需要占用大量人力。通过导入RPA，此类工作可以交由机器人处理，释放的人力可投入更高级别、更有价值的工作，优化企业人力资源结构。
- **跨越。**RPA机器人部署无需更改或升级企业内部现有的核心IT基础架构，而是以“外挂”的形式存在于企业当前安装的应用程序的外部。企业可以在不影响业务系统的情况下，联通各个离散系统，整合业务流程，提升业务执行效率。
- **提升。**RPA机器人代替人工手动操作，不仅有效减少大量枯燥工作（如：数据录入）给员工造成的负担与人为错误，同时一线员工可以维护和“管理”自己的RPA机器人辅助日常工作，减负提效，提升工作体验。

◆ 72.7%

解放人力

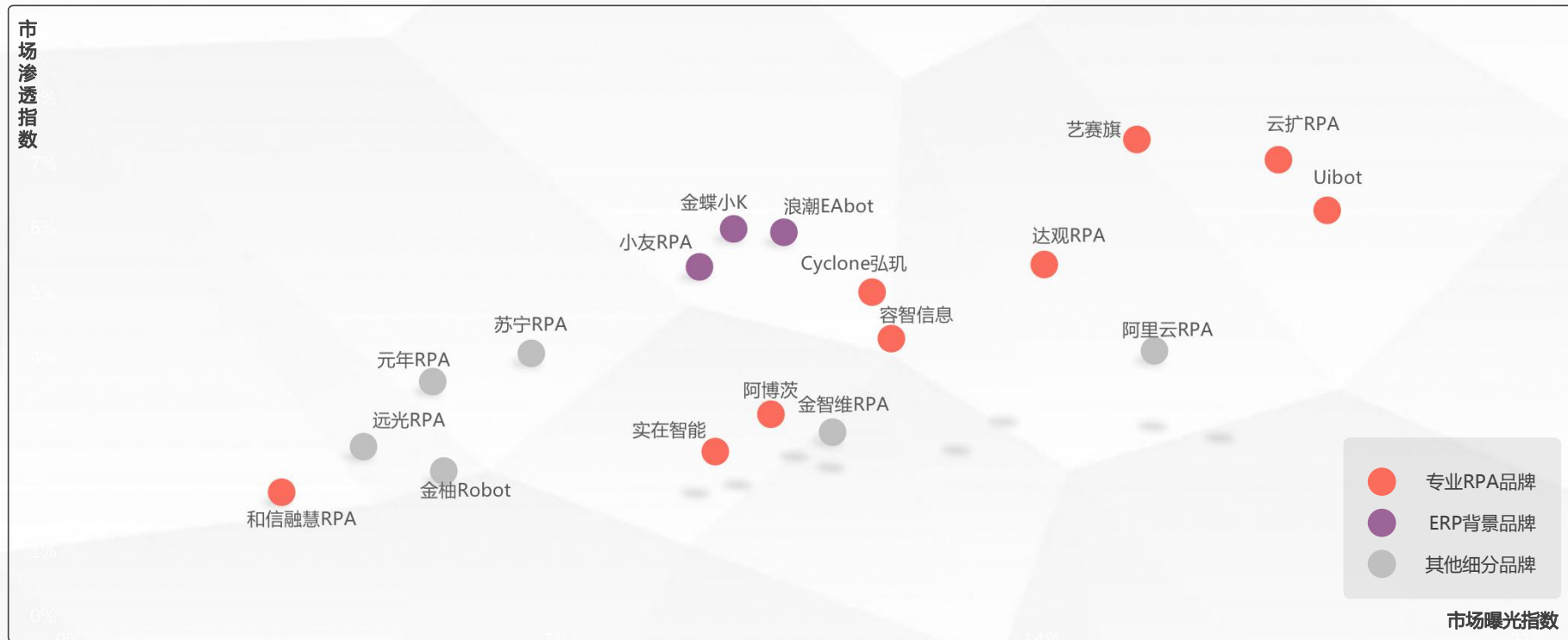
◆ 61.6%

执行跨系统流程

◆ 43.4%

提升员工的工作
体验

RPA市场供应商格局



PART .THREE

用户指数



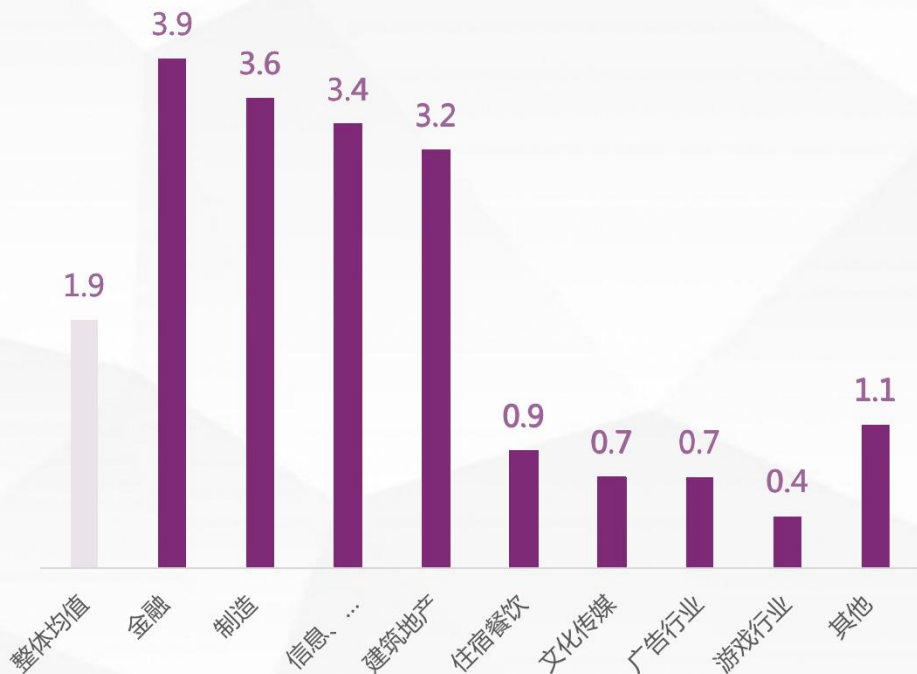
用户行为指数

RPA应用成熟场景主要集中在头部行业，其他行业水位较低



- 整体来看，企业日常运营依赖RPA的程度远落后于高频信息化应用（如：协同OA）。但进一步分析发现，头部行业对RPA的应用依赖度很高，已经出现大量成熟应用场景（如：财务、审计、采购供应、HR、IT运维等），并在向更多的部门以及相关角色渗透，帮助企业优化业务、信息化、数字化能力。而其他行业在业务流程方面与RPA匹配不足，业务场景下RPA的流程自动化通路较欠缺，供应商的RPA应用场景开发力度有待加强。

RPA渗透率越高的行业日应用时长越高



注：本报告所述的信息、通讯行业企业主要为提供电信服务的组织机构

数据来源：T研究 2020/08

终端用户的日常应用主要围绕自动化流程的设计、报表整合展开

- 自动化流程的设计、整合报表是RPA的核心能力
- 企业用户对机器人执行过程的管控（机器人运行调度、机器人运行设置）等功能的使用度不断加重，显示企业业务流程正处于不断调整的过程中，企业用户对**流程敏捷、智能化**的诉求愈发明显。受其影响，未来RPA与AI的结合会愈发紧密，启智的机器员工将逐渐展露自主适配、执行的能力。



65.2 %

自动化流程的设计



62.2 %

整合报表



54.2 %

机器人运行调度

终端用户重度应用功能

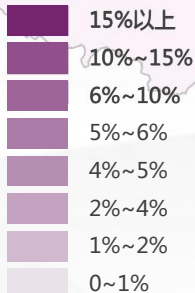


用户画像指数

北上广成RPA当前最主要的必争之地

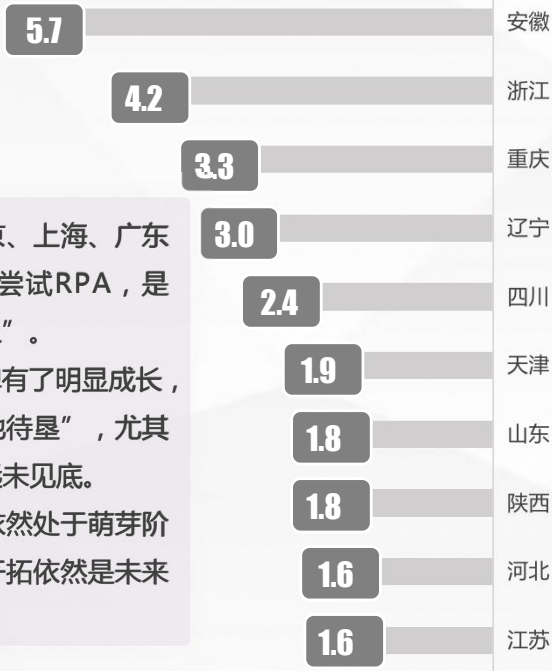
区域实践热度指数

北京
广东
上海
山东
江苏
河北
陕西
天津
浙江
四川



26.4
20.0
17.5

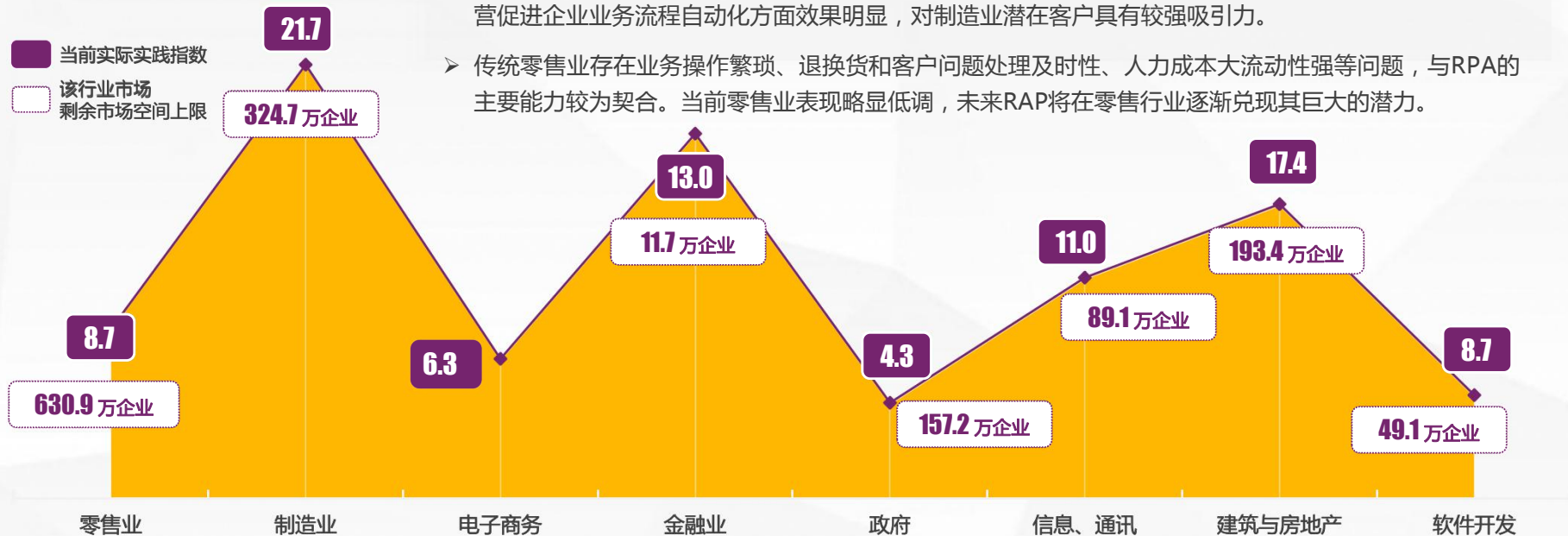
区域内饱和度 (TOP10) 指数



- 作为传统信息化高地，北京、上海、广东区域市场更易理解、接受尝试RPA，是RPA品牌成长的“天然沃土”。
- 经过几年的成长，RPA品牌有了明显成长，但市场依然存在大片“空地待垦”，尤其是热点市场北上广的潜力远未见底。
- 综上所述，本土RPA市场依然处于萌芽阶段，围绕热点区域市场的开拓依然是未来RPA品牌商的主要任务。

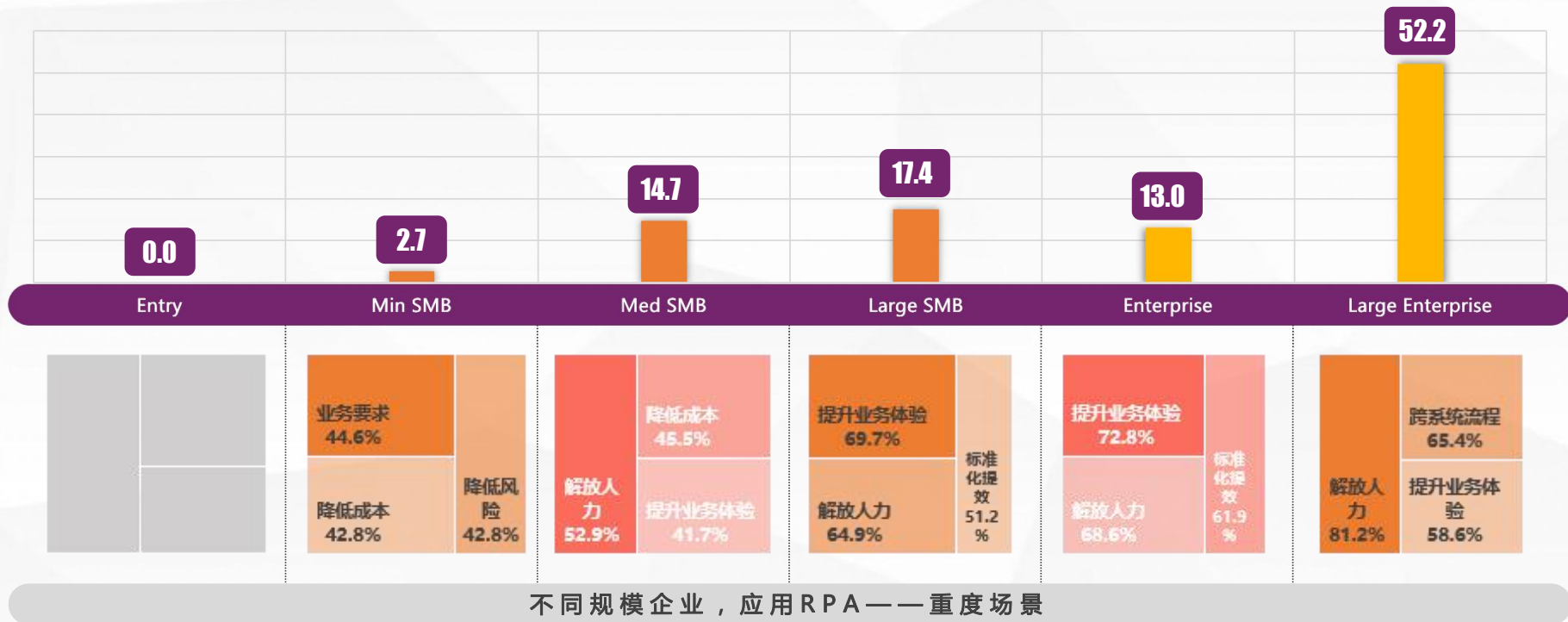
制造业实践、潜力双榜首，零售业潜力巨大

- 制造业业务流程复杂（如：流水线分多个工段，各工段均可设置监管多个岗位），存在大量规则、重复性流程，亦为RPA实践最积极的行业。当前制造业的RPA应用场景成熟度相对较高，数量较多（如：物料清单自动化生成，物流数据自动化跟踪，采购订单创建与管理等）。RPA在简化和优化复杂的后台运营促进企业业务流程自动化方面效果明显，对制造业潜在客户具有较强吸引力。
- 传统零售业存在业务操作繁琐、退换货和客户问题处理及时性、人力成本大流动性强等问题，与RPA的主要能力较为契合。当前零售业表现略显低调，未来RPA将在零售行业逐渐兑现其巨大的潜力。



以大客户为基础的RPA赛道，短期内重点依旧在大客户市场

当前RPA市场的客群主要集中在大型企业

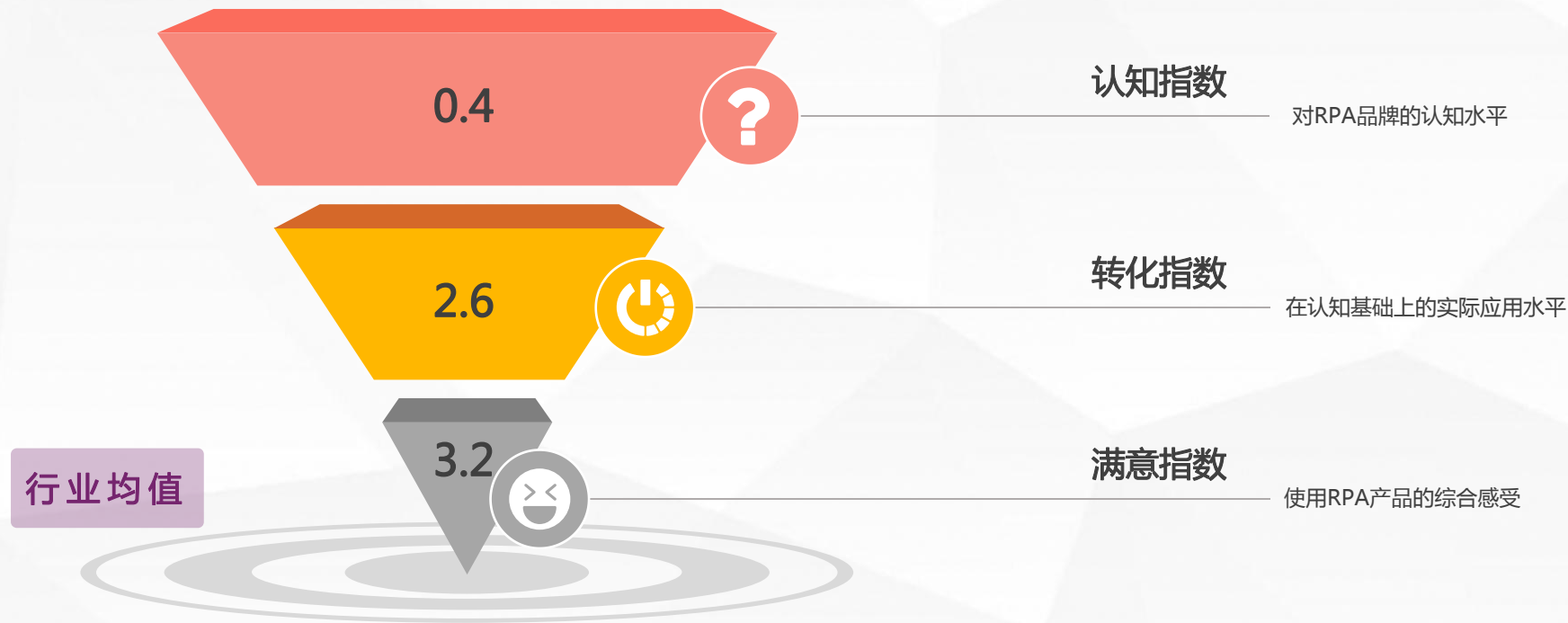


PART .FOUR

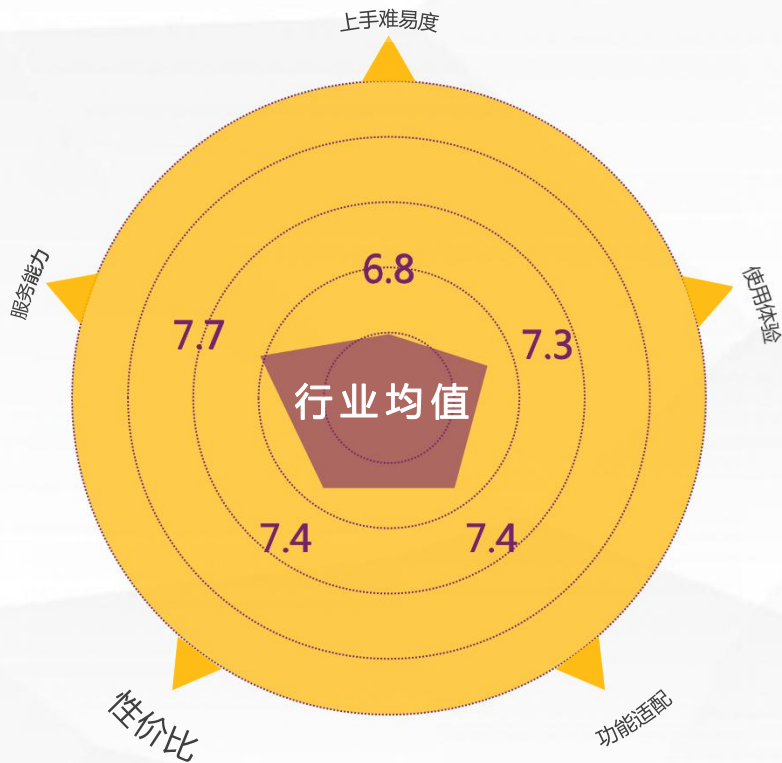
品牌指数



中国RPA品牌市场指数



中国RPA用户评价指数



上手难度

RPA的配置和部署难易度



使用体验

员工应用RPA之后对原有工作、IT系统应用体验感受



功能适配

RPA与现有业务系统的流程识别与适配



性价比

产品价格与价值比值的直观感受



服务能力

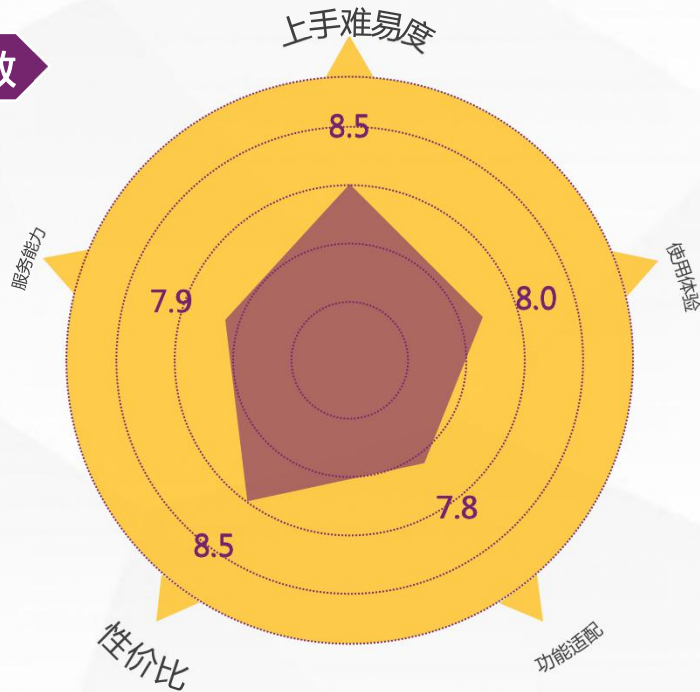
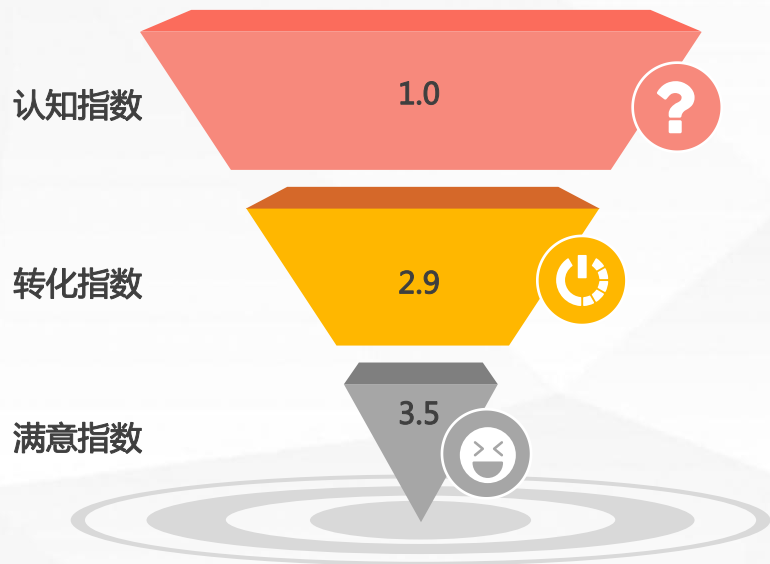
企业用户对品牌商技术服务、商务服务的综合评价

云扩RPA



市场指数

用户评价指数



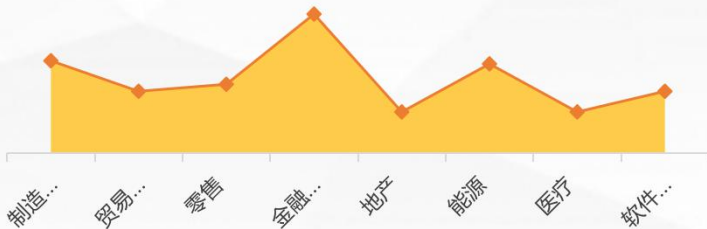
云扩科技自主研发并打造了全国首个智能开放的企业RPA平台——云扩智能RPA。迄今获得红杉资本、金沙江创投等全球一线投资机构合计超4500万美金投资。

云扩科技致力于为各行业客户提供智能的RPA+AI机器人产品与解决方案，通过RPA+AI赋能，提升行业运营效率，为企业降本增效，加快数字化变革。目前公司已服务来自金融、能源、电信、财税、制造、物流、零售等多个行业的数百家企业。

云扩RPA企业客户数量增长指数



云扩RPA优势行业案例落地指数



云扩RPA品牌优势区域指数



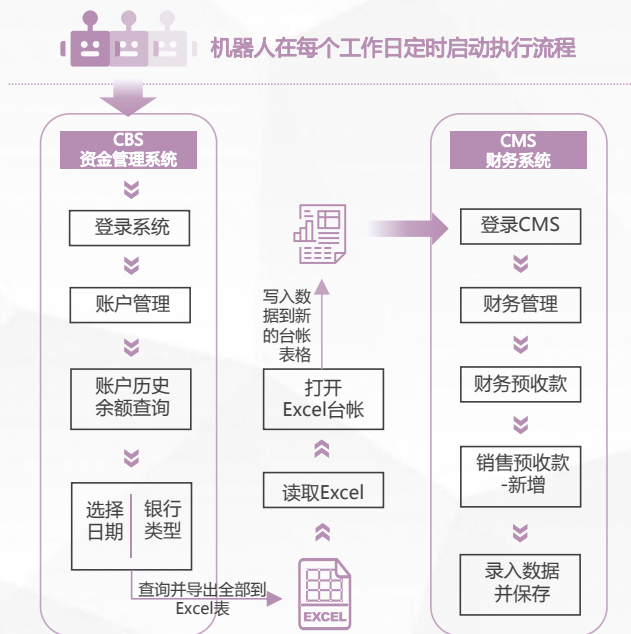
项目背景

国药集团是由国务院国资委直接管理的唯一一家以医药健康产业为主业的中央医药企业，是国家创新型企业，中央医药储备单位，是中国和亚洲综合实力和规模领先的综合性生命健康产业集团，拥有集科技研发、工业制造、物流分销、零售连锁、医疗健康、工程技术、专业会展、国际经营、金融投资等为一体的大健康全产业链。

客户痛点

- CMS*预收款制单业务涉及多个系统（银行CBS*、自研CMS*、Excel表格），整个业务流程涉及大量操作。
- CMS业务流程固定、执行频繁，且要求每日在规定时间内完成。
- 财务人员每日重复大量单调操作，不仅容易产生人为操作错误且效率较低，浪费人力。

解决方案

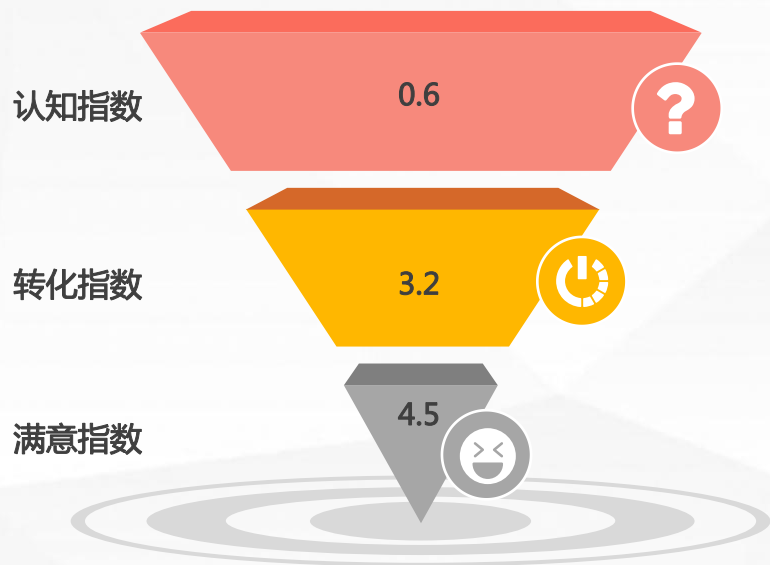


应用效果

- 实现机器人拟态操作：
 - 自动完成银行CBS数据导出
 - 自动将导出的银行数据填写到指定表格中
 - 自动将表格数据按规则录入到CMS系统中
- RPA软件机器人自动执行大量重复性工作，规范数据来源，形成标准化数据表，在释放财务人员劳动力的同时降低人为操作风险，也能及时了解公司资金回笼情况。

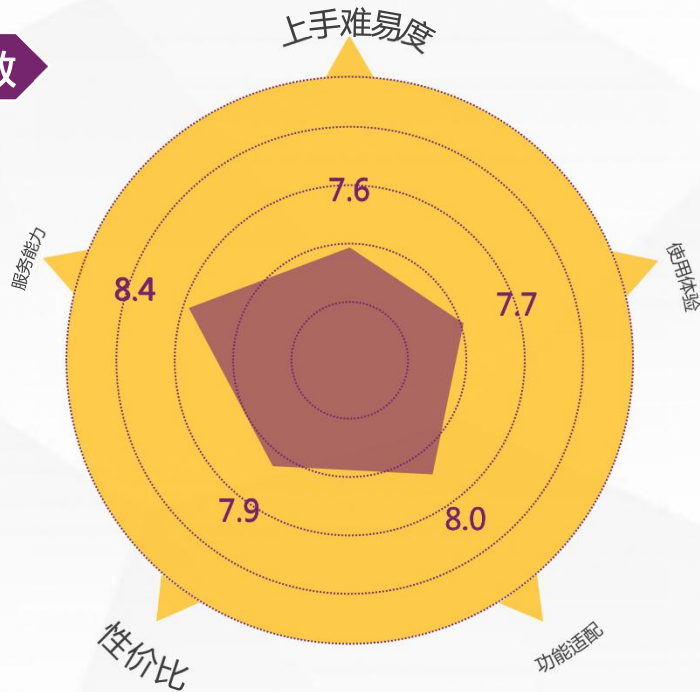
浪潮EAbot

浪潮云ERP



市场指数

用户评价指数



浪潮云ERP是中国领先企业管理软件和云服务提供商。在浪潮GS产品基础上，浪潮云ERP深度融合业务处理与人工智能，面向财务管理、供应链、人力资源管理等领域推出企业智能机器人EAbot（易宝特）。

EAbot机器人依托浪潮强大的大数据能力+AI能力，可为企业提供智能报账、智能制证、智能对账、智能报告、智能补库、自动考勤、简历智能分类等多场景全方位的智能服务，助力打造EA企业大脑，加速数字化转型。

浪潮EAbot企业客户数量增长指数



浪潮EAbot品牌优势区域指数



浪潮EAbot优势行业案例落地指数



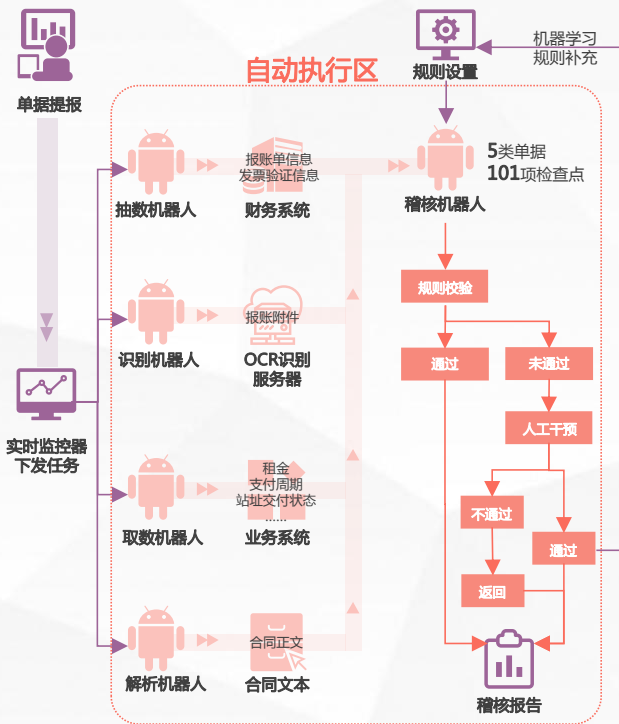
项目背景

中国铁塔是按照中央和国务院有关要求，于2014年7月18日由中国电信、中国移动和中国联通等三家电信企业共同出资设立的大型通信设施综合服务企业。公司注册资本100亿元，主要从事通信铁塔等基站配套设施和室内分布系统的建设、维护和运营。

客户痛点

- 在系统运行以及财务人员的日常工作中，存在执行规范不确定性、系统对业务涵盖的不完整性等缺陷。
- 财务人员需对业务进行大量的稽核检查工作，员工的基础工作量大，财务工作的及时性、准确性无法保障、工程应付帐款支付的及时性无法保证。

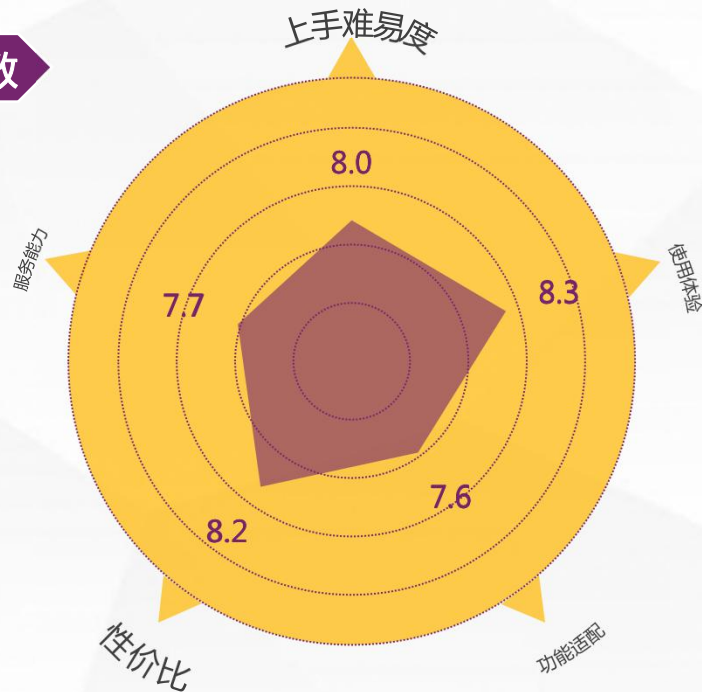
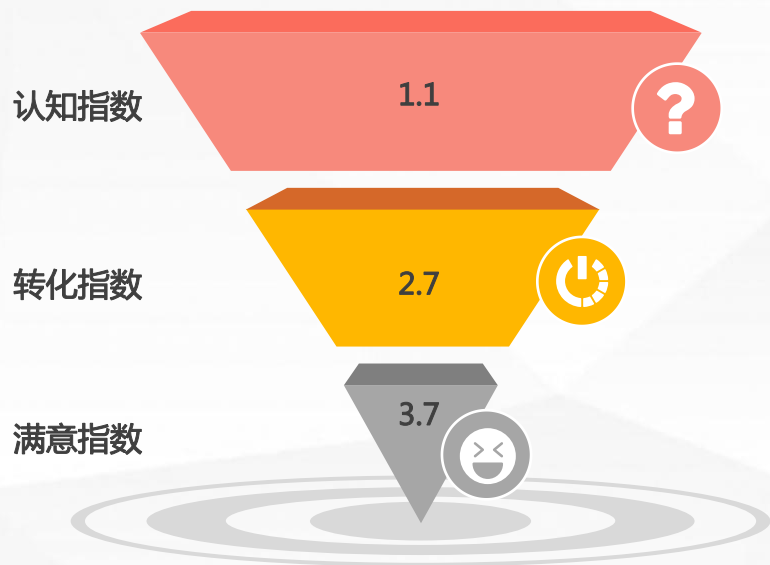
解决方案



应用效果

- 中国铁塔公司应用浪潮EAbot后，工作模式从人操作软件转变为计算机自主判断运行，不仅解放人力，同时也实现了效率的大幅提升。
- 实现了项目关闭自动化。机器人24小时不间断操作，1天可完成原3-5天的人工工作，大大提高了项目关闭效率。
- 实现了财务报账稽核检查的自动化。原某省每月稽查工作需配备19人，机器人代替人工稽核后，只需人工查验异常记录，仅需6人，且检查项成功率达70%。未来预计成功率可达90%以上，省级稽查人员可进一步精编至2人。

UiBot 来也科技



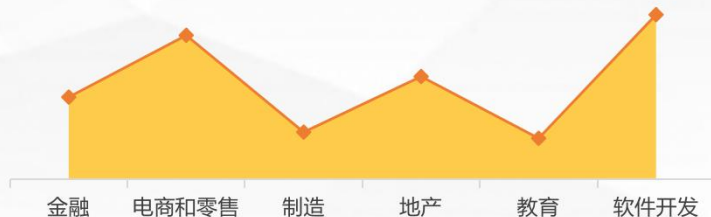
来也科技创办于2015年，致力于做人机共生时代具备全球影响力的智能机器人公司。2019年，来也科技与奥森科技合并，携手推出机器人流程自动化平台“UiBot”。

UiBot可模拟人在计算机上的操作，按照一定的规则自动执行任务，如处理邮件和文档，大批量生成文件和报告，进入CRM系统执行特定任务等。UiBot团队还在AI方面具有深厚技术积累，从流程自动化到认知自动化，推出了一系列RPA+AI解决方案。

UiBot企业客户数量增长指数



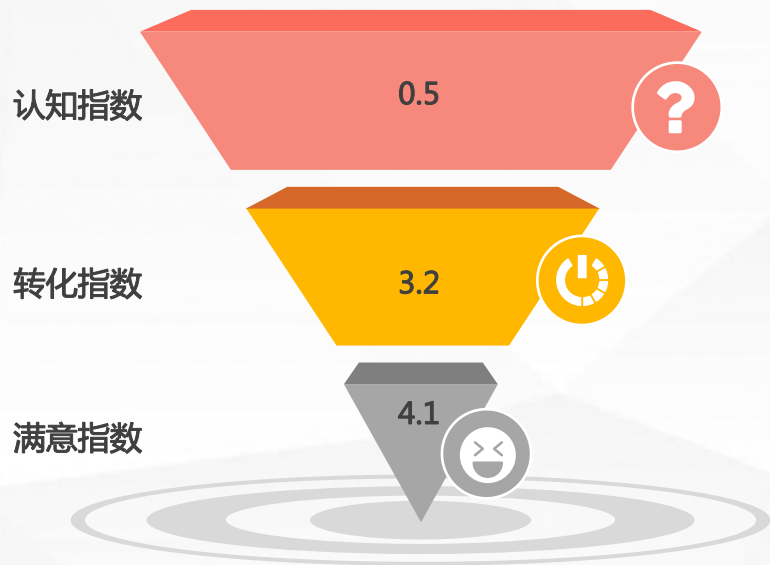
UiBot优势行业案例落地指数



UiBot品牌优势区域指数

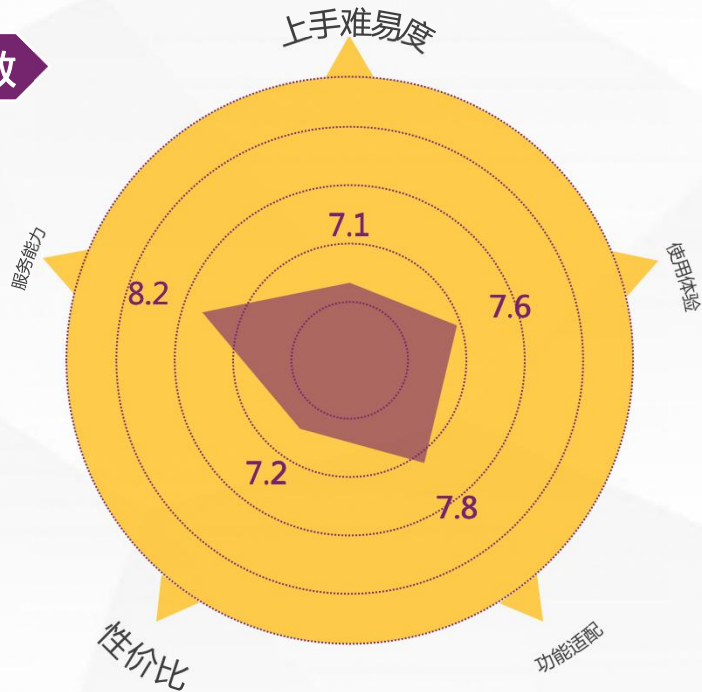


金蝶小K



市场指数

用户评价指数



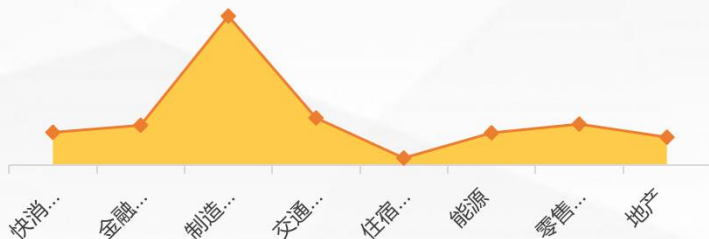
金蝶小K-RPA机器人
为金蝶自主研发推出的一
款独立RPA产品，聚焦
ERP 客户的业务流程应用。

金蝶小K是基于云计
算、大数据，深度融合语
音识别、图像识别等先进
技术，从感知能力、计算
能力、认知能力等方面推
动智能财务的全面场景化
应用，可实现智能报销、
智能审核、智能付款、智
能记账、智能报税、以及
共享运营的智能分析及预
警等多项功能。

金蝶小K客户数量增长指数



金蝶小K优势行业案例落地指数

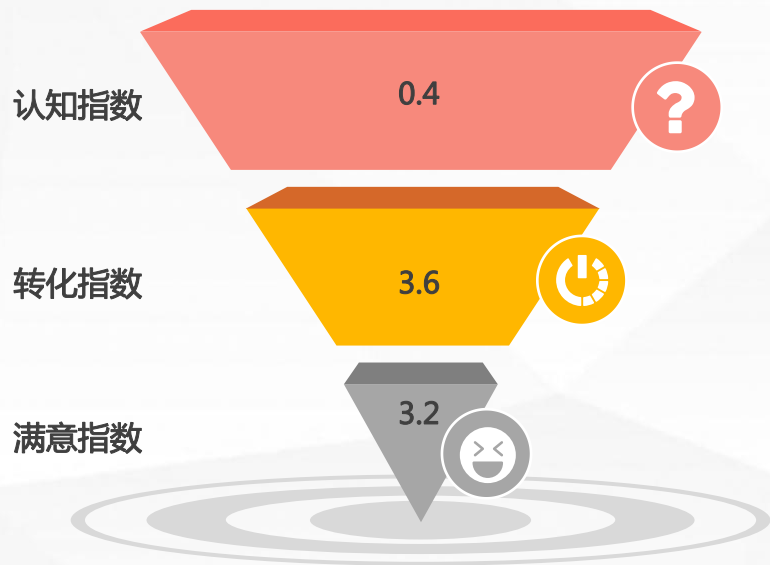


金蝶小K品牌优势区域指数



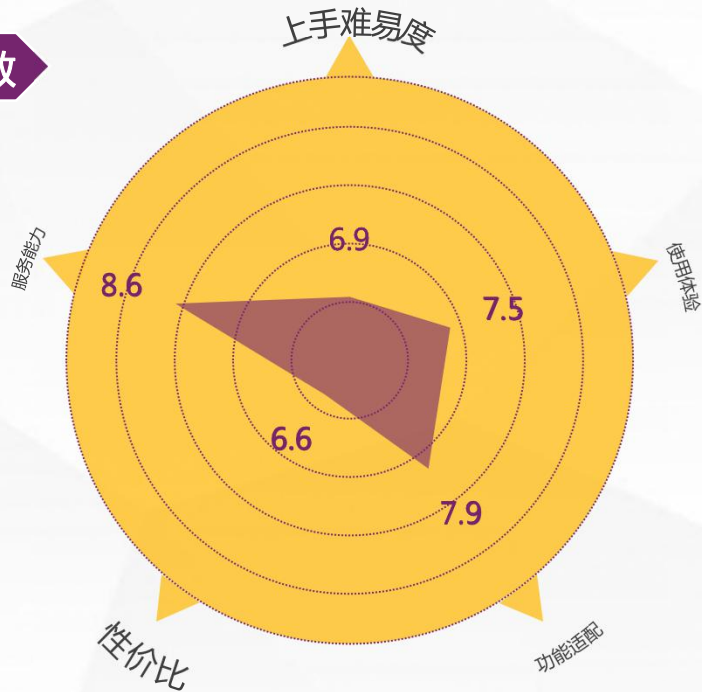
小友RPA 用友网络

用友
yonyou



市场指数

用户评价指数



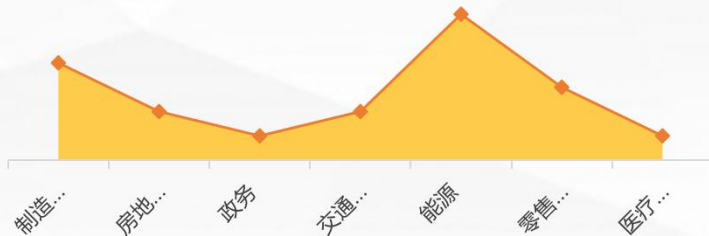
小友流程机器人（小友RPA）是用友财务云基于基于语音识别、图像识别、语义识别等诸多人工智能技术推出的财务机器人，可以结合企业实际提供多种智能化应用场景，为企业创造价值。

小友RPA帮助企业将员工基于规则的常规操作自动化，借助丰富的自动化插件，可以实现对用友系列ERP产品（特别是NC产品）、大部分B/S应用、久其报表等系统的流程自动化，赋能企业智慧经营，有效地减少成本，增强效率，提升业绩。

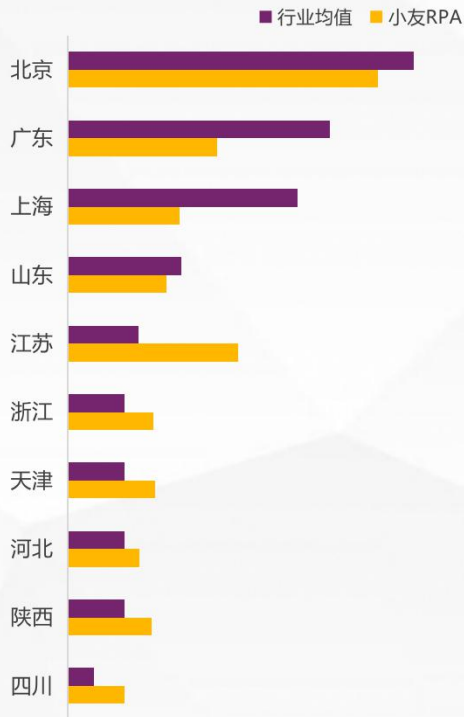
小友RPA企业客户数量增长指数



小友RPA优势行业案例落地指数



小友RPA品牌优势区域指数



PART .FIVE

发展趋势



疫情催化下，RPA的应用程度会进一步加强

突入而来的疫情几乎让所有的企业陷入“休克”，资金循环转变成单向流出，迫使企业管理者重新审视人力及管理成本，RPA展示流程自动化方式赢得更多关注。

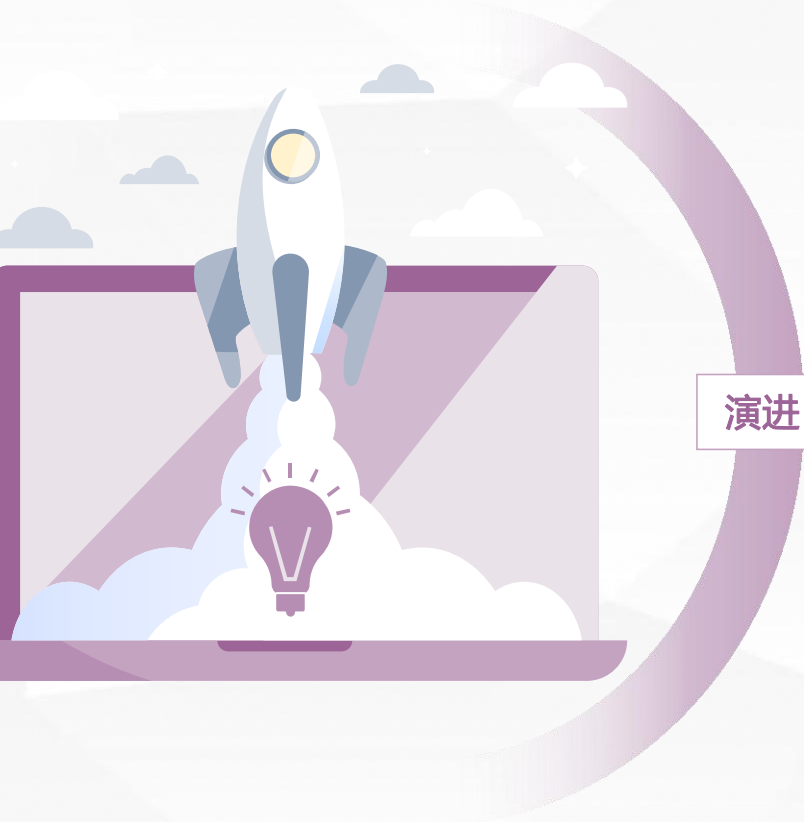
为了应对经济衰退的挑战，更多的企业组织将会选择导入RPA，通过自动化调整业务模型，降低运营成本，减少人为错误损失，提升业务流程运转效率。

在尝试并确认实践效果的情况下，企业将学习如何更好地标准化机器人，并尝试将其代入更多部门以及岗位角色中，最终应用于整个公司甚至行业。

更多的组织使用

更大的部署范围





演进

RPA品牌的演进路线开始分化，主要路线分为两大类：一类发展思路为强化产品的适配性、通用性，为企业用户提供快速的战术性优势，另一类则深入强化产品对企业长期业务发展的支持，帮助企业用户构建战略性优势。

大型企业需考虑如何将RPA整合到其数字转型战略中，明确流程治理和运营模式，确保足够的规模弹性，满足自动化越来越精细地规划、建模和设计，以持续提供价值。随着大型企业逐步扩大署规模，应用到更加大量、更为复杂密集的流程时，战术性RPA的设计局限性开始显现（包括但不限于：总体编码水平、可扩展潜力、协作潜力、安全性、可审计能力等），企业用户可能需要大量调试工作，甚至大量更改管理开销的代码密集型部署。

学习ERP深入业务化的方式



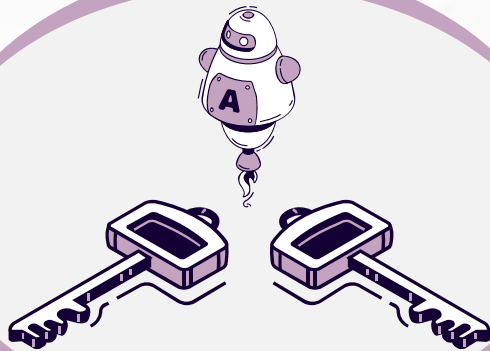
向纵向渗透发展，逐渐深入客户系统，积累服务数据，不断挖掘应用场景、融入企业流程，由体系外的“外挂”向体系内的“构件”演变，最终完成角色转变。

做大平台进行机器人赋能



由横向延伸发展，开放能力接口，联合AI厂商、咨询机构、生态核心企业等合作伙伴，形成机器人能力平台。承担机器人能力赋能角色，支持集成、引用，帮合作伙伴拓展客户，实现双赢。

独立专业RPA去哪儿？



Thank You



企业服务数据专家

DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE

AI不是万金油，亦需落地行业

➤ 随着



保险业



平安科技

零售、电商

阿里巴巴

苏宁



京东

工商银行

银行业

招商银行



兴业银行

建设银行

能源业

中海油



国家电网

其他行业



行业生态

- 跨界玩家的加入让RPA与跨界厂商所在的行业结合的更加紧密，随着更多应用场景的发掘与探索，RPA深入恒业。
- 财务