

2020中国BI指数测评报告

分析师：吴勇、邛佳琦



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

◆ 疫情期 BI 市场积蓄的
“弹性势能”持续释放。

- BI 市场依然以大型企业为基本盘，对比其他企业管理软件赛道，客户教育程度处于较高水平，疫情更加深了企业用户对 BI 价值的认知。
- 作为企业“内视”运营的 IT 系统，BI 天然与企业业务融合。企业成功的实践带来业务场景的覆盖面扩展，客户粘性 & 价值持续释放。
- 疫情形成的业务需求爆发具有较强突发性，BI 厂商需要更有效率地配置资源持续消化。

②

◆ 面向全员、自助式数据分析能力渐成 BI 标配。

- 随着企业对精细化运营诉求的愈发迫切，越来越多的 BI 系统开始下沉至一线业务场景，实现业务数据的贯通闭环。同时，一线业务数据开始向员工开放，尝试进行业务分析支持。
- 作为面向客户的服务供应端，一线业务人员需要快速响应客户服务诉求，提升服务效率，对数据分析能力（业务自助分析）的诉求越来越高。

③

◆ BI 品牌竞争主要集中在
业务理解力、场景覆盖
能力的比拼。

- 整体来看，ERP 背景的 BI 品牌阵营比较稳固，借助母品牌 ERP 的行业积累以及打通的数据链条，BI 产品可以较快速抓住企业的整体管理模式重点进行呈现输出。
- 越来越多的企业注重发掘价值，通过数据锚定问题进行诊断分析，BI 系统需要基于业务逻辑还原业务数据。企业用户也倾向于选择行业经验丰富的 BI 品牌。

④

◆ 创新品牌在 BI 赛道难以
撼动老牌厂商的先发优势。

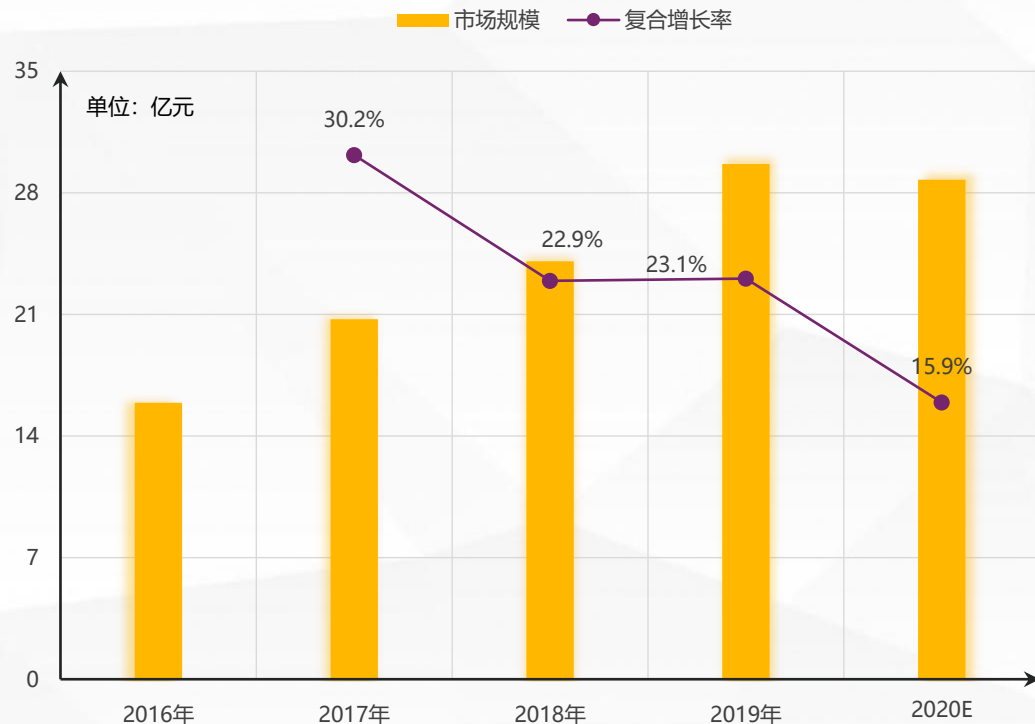
- 老牌厂商深耕 BI 领域多年，具有丰富的服务头部客户的经验，并积累了大量的业务场景分析模型与数据。丰富的业务模型与数据不仅助其更好赋能客户，而且依此构筑了深厚的竞争壁垒。
- 进入 BI 赛道的新玩家不仅需要突破成熟竞品的竞争壁垒，且服务客户经验方面与老牌差距较大，维护老客户方面需要耗费更多精力。

PART .TWO

市场指数



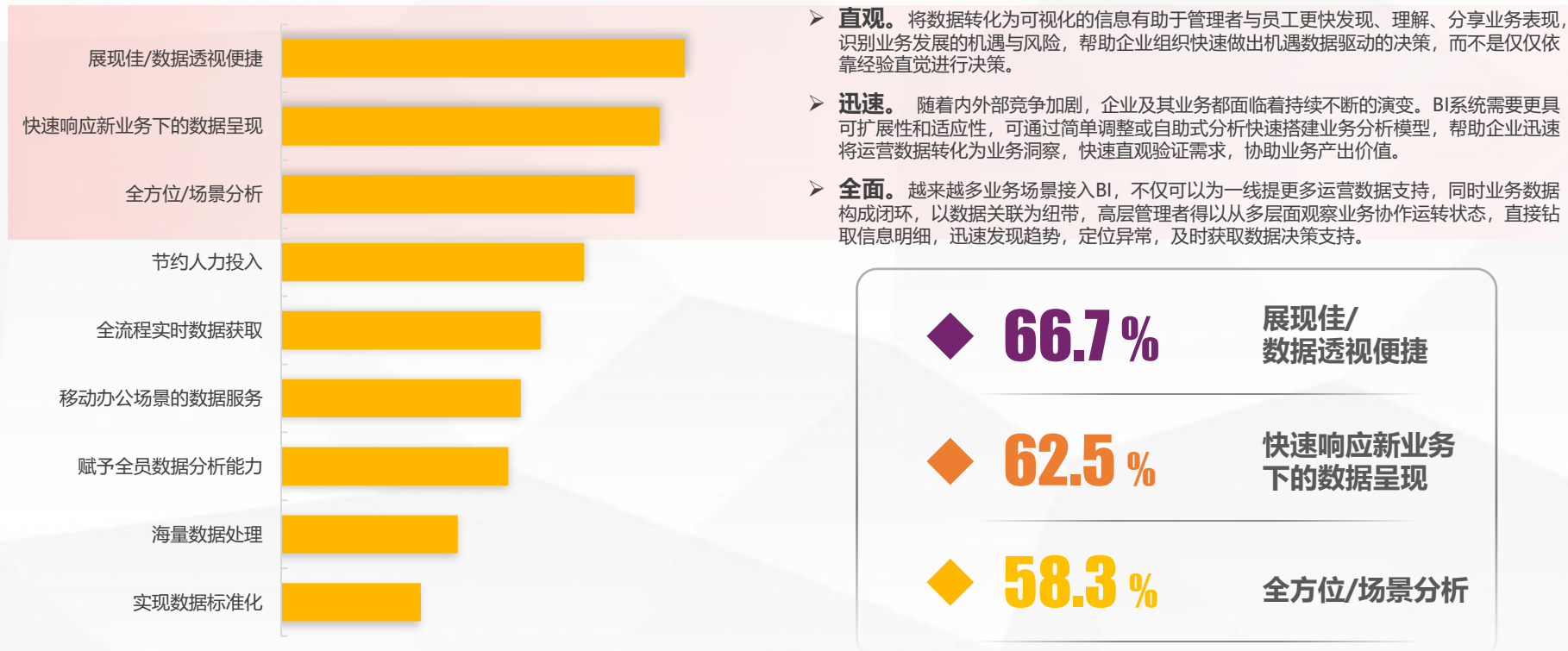
BI市场营收规模



- **疫情对BI市场的影响？大一些的麻烦。** 2020年开年的疫情对于多数行业的打击是灾难性的，其中BI市场也受到了疫情冲击，项目停滞、线下服务活动推迟，但由于客户基本盘锚定中大型客户，市场、客户需求并未大幅削减，而仅仅是暂时被抑制、押后。因此，2020年上半年BI市场处于蛰伏而非衰退状态。
- **蓄势已久，动则雷霆。** 进入下半年，随着中大型企业复苏，以及疫情洗礼下大幅推动的线上业务活动，企业用户从认知到业务对BI进行了重新评估，BI的需求迎来了一波高峰。但受到疫情积压、延后的项目影响，供应商的服务资源紧张，资源始终处于高速运转状态，BI市场无法快速消化这波需求，预计这波红利的影​​响将会持续2021年第一季度末。

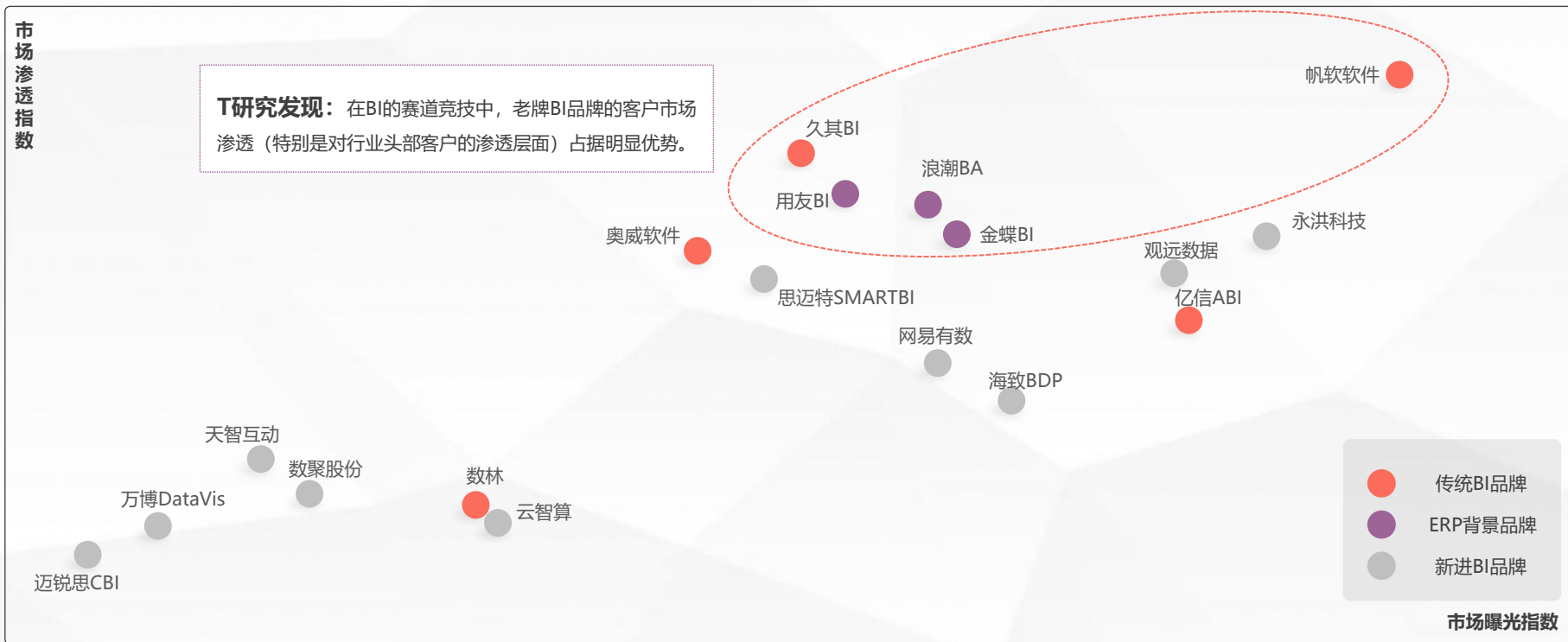
企业用户对BI的期望——直观、迅速、全面的“内视”

BI重点解决的管理问题



ERP背景的BI品牌已在本土BI市场形成较为稳固的第二集团

BI市场供应商格局



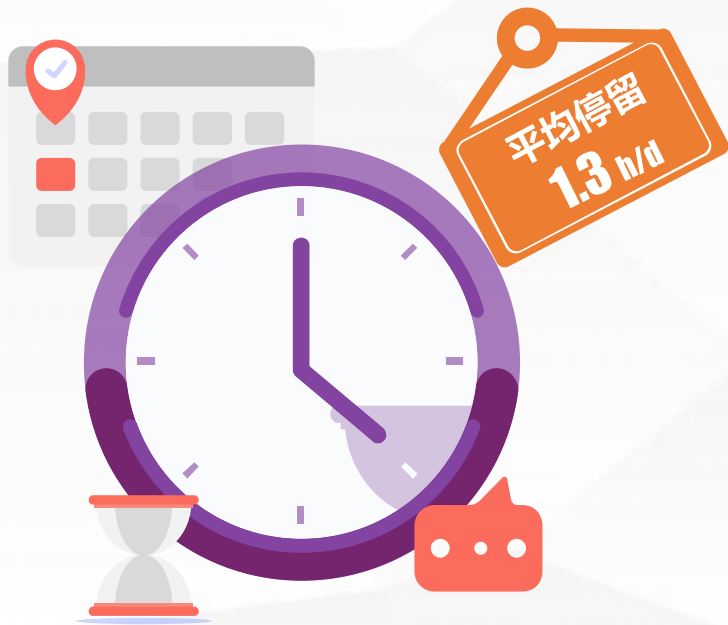
PART .THREE

用户指数



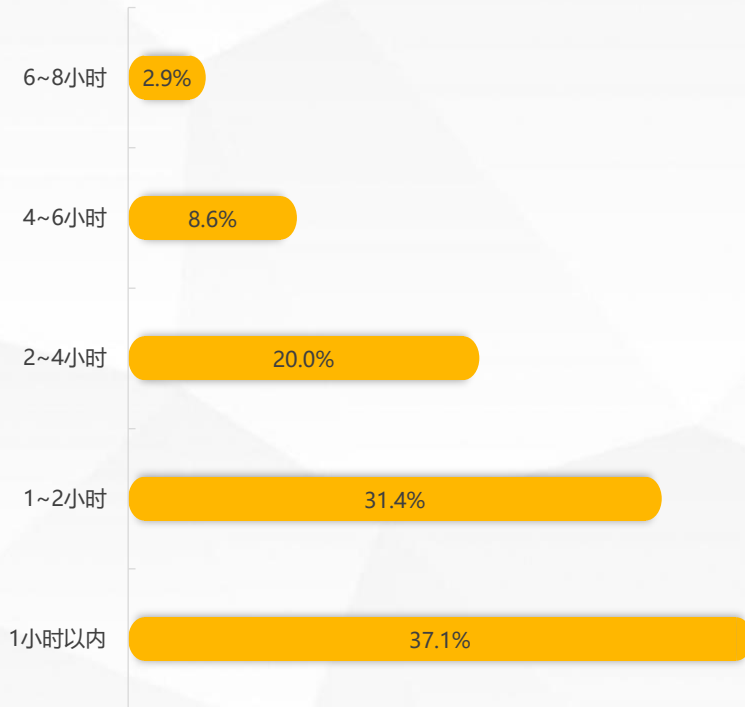
用户行为指数

用户平均每天在BI系统停留时间约1.3小时



- 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BI时长



BI正在向一线下沉，为员工提供灵活、自助式的数据分析能力

- **管理驾驶舱**是BI的重度应用场景，满足管理层对企业运营情况的掌控依然是BI的核心任务。
- 但随着“以客户为中心”运营理念的逐渐深入，围绕服务客户的业务目标，一线业务人员对数据分析能力（业务自助分析）的诉求越来越高，企业对**响应敏捷化、运营精细化**的诉求愈发明显。BI将更加敏捷、易用，更加深入融合行业场景，进一步延展数据驱动决策的场景与纵深。



66.7%

管理驾驶舱



62.2%

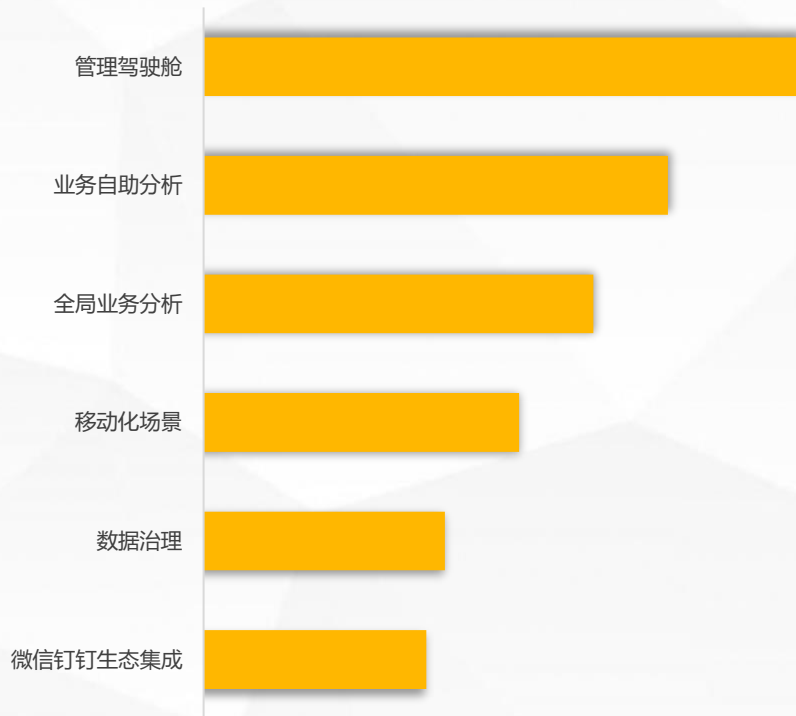
业务自助分析



54.2%

全局业务分析

终端用户重度应用场景

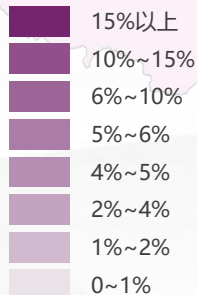


用户画像指数

四大区域经济带构成了BI市场的主要支点，区域市场潜力依然可观

区域实践热度指数

广东
北京
江苏
山东
上海
陕西
重庆
河南
四川
浙江



14.1
11.5
10.4

区域内饱和度 (TOP10) 指数

23.3

18.9

18.4

17.8

15.9

15.6

15.2

15.1

15.0

14.6

天津

陕西

河南

湖北

湖南

辽宁

浙江

江苏

黑龙江

广东

- 作为传统信息化的代表之一，BI市场与信息化渗透分布基本趋于一致。京津冀、长三角、珠三角、川渝四大城市群经济带撑起了中国BI市场。
- 但随着BI理念、内涵的发展演变，BI市场已逐渐从传统信息化的背后走出，开始逐步向腰部以及以下市场渗透，市场天花板正在不断上升。

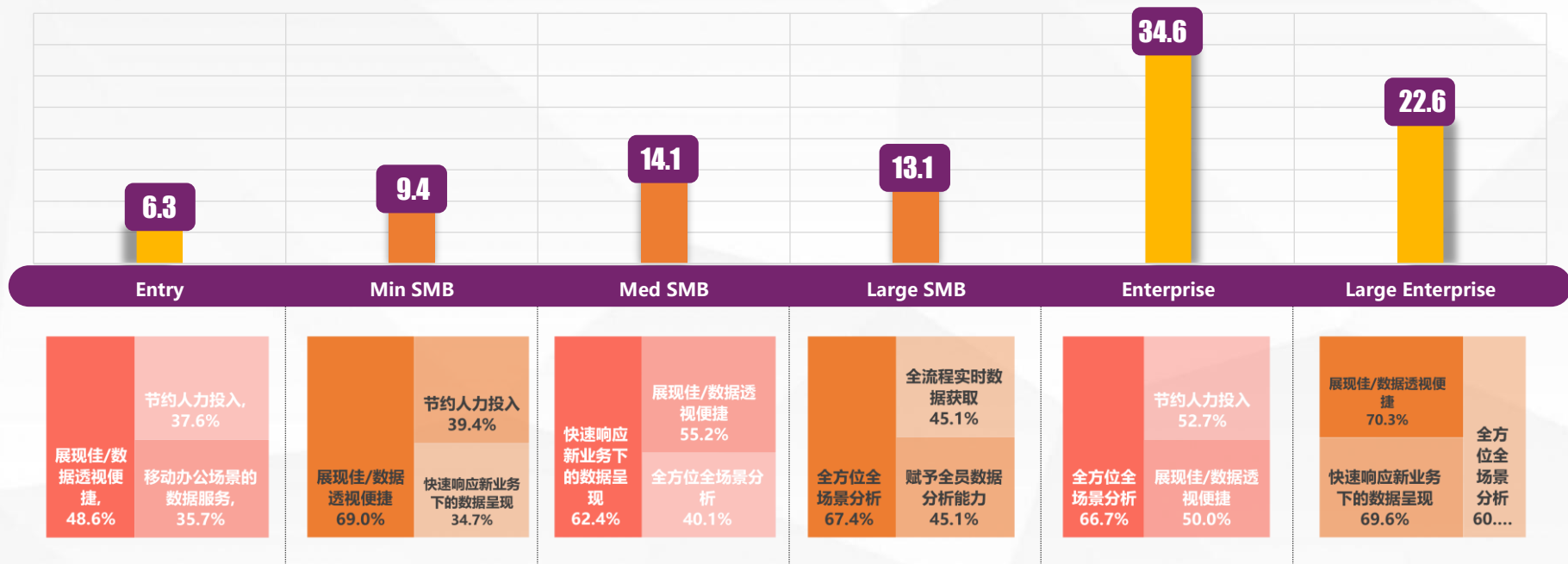
强调过程管控的金融业、制造业是BI市场两大台柱

- 制造业需要对工艺流程执行过程严格，企业会通过引入BI实现精细化运营管控。以车间现场监控为例：早期各流程点生产过程通过手工记录报表，报表传阅到执行层后再下达执行调整，无法实时掌控现场生产情况，工人也缺乏及时的工作指引，而且人工记录不免出现录入错误阻碍数据获取的真实性和及时性。BI将生产端采集数据自动化并实时呈现在看板上，管理人员可实时掌控每道工序的实际执行情况（如：良品率产出、生产效率等），实现了生产过程的清晰透明，便于对产品进行更合理的生产安排（如：下料、加工、清洗、转移到下一道工序等），提升生产效率。



挖掘大客户价值依然是当前BI品牌的核心目标

当前BI市场的客群主要集中在大型企业



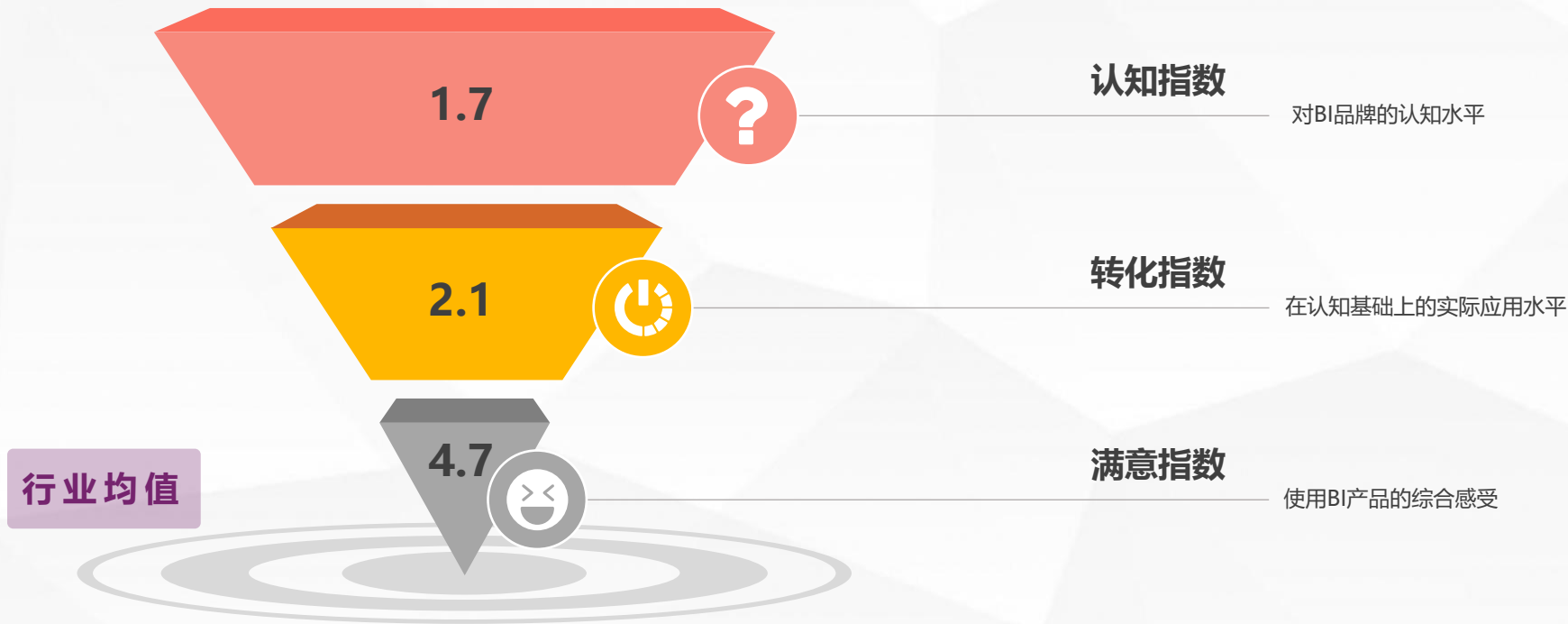
不同规模企业，应用BI——重度场景

PART .FOUR

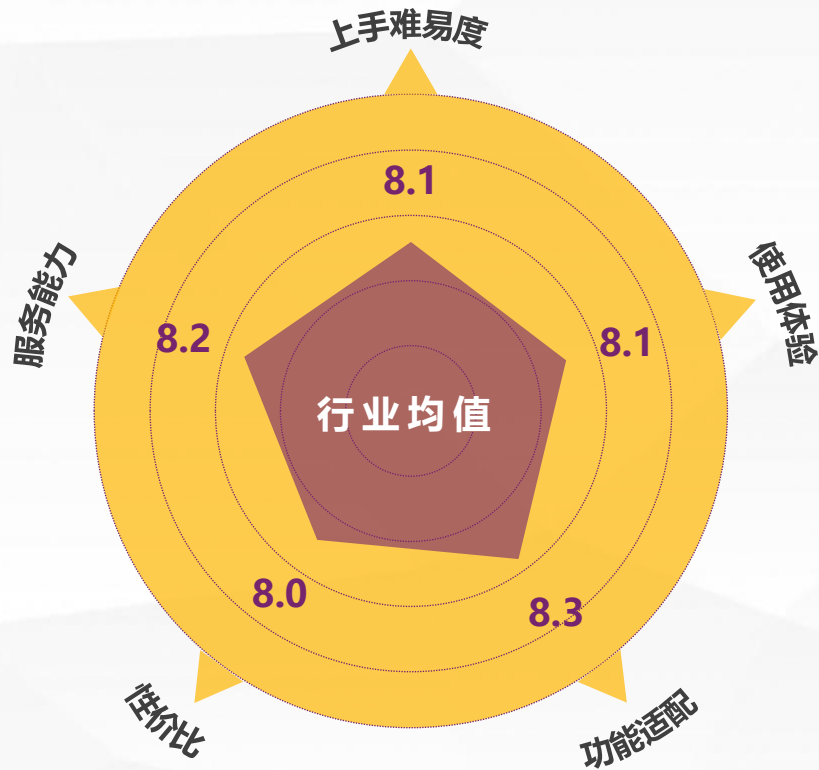
品牌指数



中国BI品牌市场指数



中国BI用户评价指数



上手难易度

BI的配置和部署难易度



使用体验

员工应用BI之后对原有工作、IT系统应用体验感受



功能适配

BI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

帆软软件



让数据成为生产力！

认知指数

3.0



转化指数

1.8



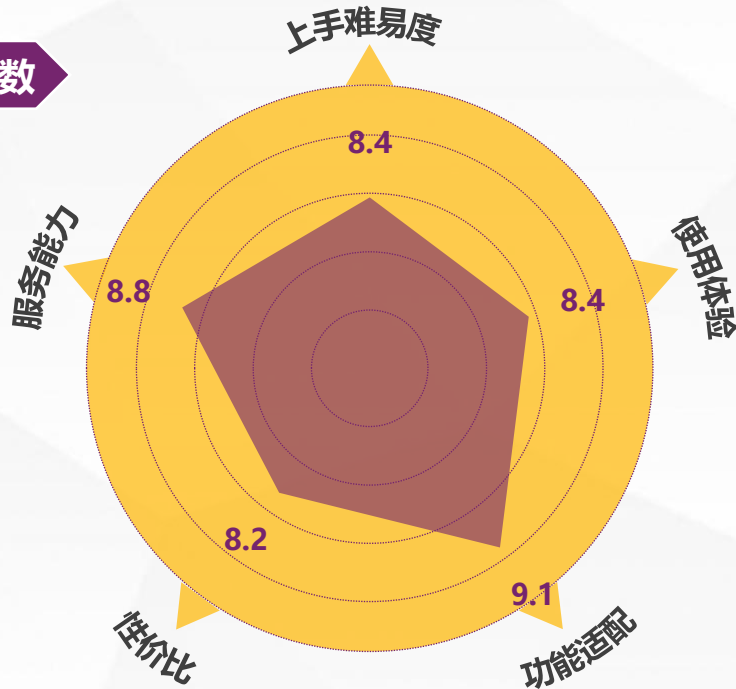
满意指数

5.7



市场指数

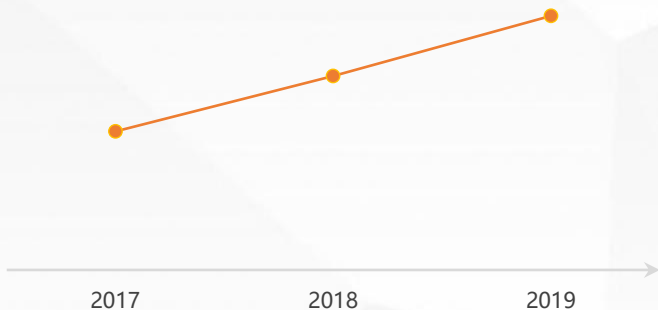
用户评价指数



帆软软件有限公司（以下简称“帆软”）成立于2006年，专注商业智能和数据分析领域。帆软连续多年处于中国BI市场领先地位，先后获得包括Gartner、IDC、CCID在内的众多专业咨询机构的认可。

帆软已与超11000家企事业单位和组织合作，其中包括中信银行，兴业证券，天弘基金，58同城，绿城集团，北京大学，海康威视，云天化集团，新希望六和集团为代表的多家世界与中国500强客户以及组织单位。

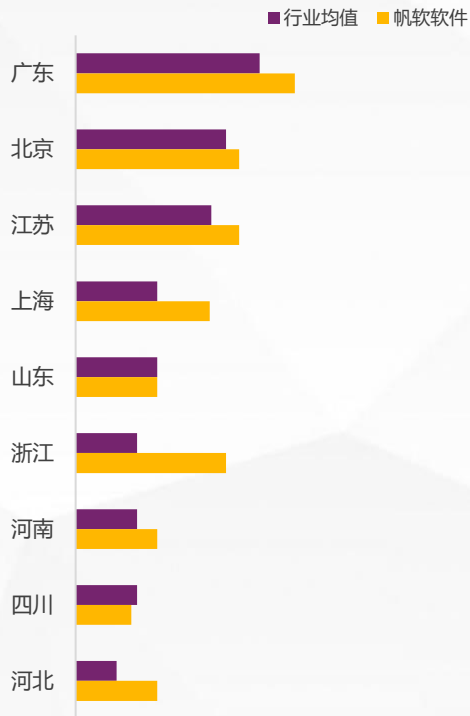
帆软软件企业客户数量增长指数



帆软软件优势行业案例落地指数



帆软软件品牌优势区域指数



项目背景

苏州工业园区清源华衍水务有限公司成立于2005年，由中新苏州工业园区市政公用发展集团有限公司与香港中华煤气有限公司合资组建。公司承担苏州工业园区行政区域内自来水、污水厂网的建设和运行管理，为园区经济、社会发展和人民生活提供一体化的水务服务。公司重视节约资源的能耗，是一流的环保领先型企业，拥有省内第一座完全按照太湖流域排放标准建设的新建污水处理厂。

● 客户痛点

- 数据体系缺乏统一标准。原指标缺乏标准的指标命名规范，多以孤立指标呈现，存在重复定义现象。
- 数据质量较差，难以支持决策。数据可视能力弱且集成不完整，无法获取完整信息以支持决策。

● 解决方案

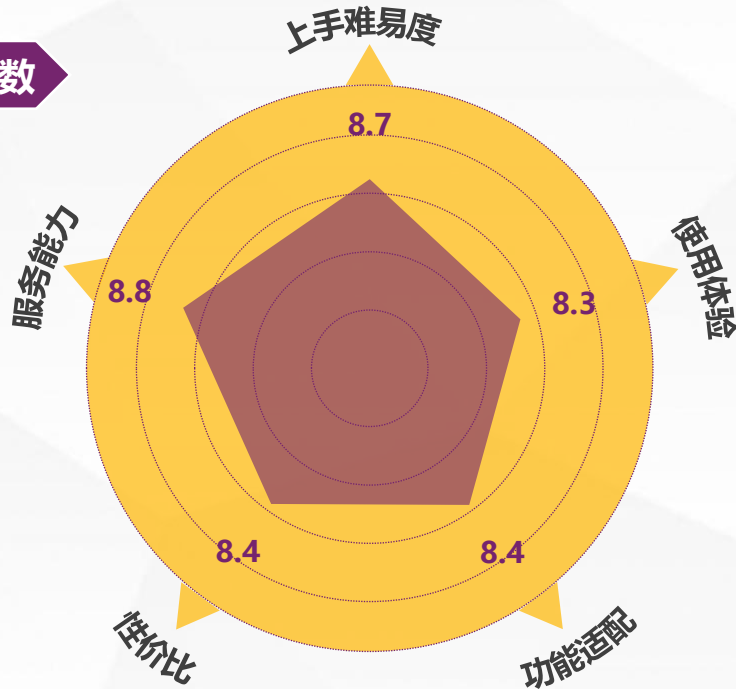
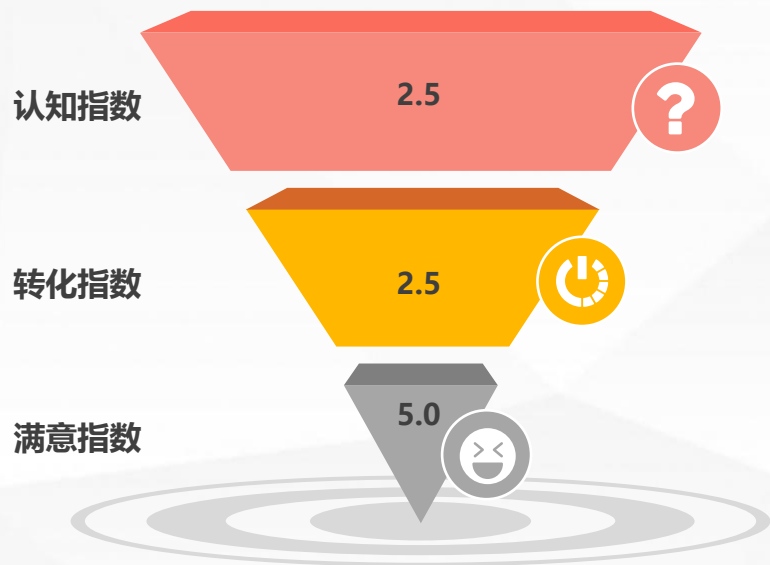
- 为实现高层领导对公司的高效管理，信息部门提出一套依据信息化的实现方式，也就是借助帆软产品搭建的智能决策系统。
- 帆软的系统平台可以实现以下功能：
 - ◆ 统一的应用平台
 - ◆ 统一的管理
 - ◆ 灵活的输出能力和强劲的数据分析能力
 - ◆ 支持预警与工作流
 - ◆ 丰富的展现方式
 - ◆ 支持移动应用

从具体的管理场景出发。首先，从公司最为关注的KPI指标出发，通过KPI监控，及时发现企业的经营管理是否出现了异常。如果发现指标出现异常，则通过管理驾驶舱对异常情况进行层层钻取分析，追根溯源，找到异常情况的具体原因。针对出现的异常情况，由业务、客户部门提出解决方案，解决方案的效果则反映到KPI指标上，实现整个管理过程的闭环。

● 应用效果

- 公司整体管理水平提升：
 - 智能决策系统满足不同管理层级实际应用需求，提升了整体管控能力，提高服务质量和效率，降低运维成本
- 数据资产利用程度提升：
 - 打破信息壁垒，实现数据融合，打造全公司级数据平台，形成数据资源池
 - 沉淀行业知识图谱，建立高度场景化数据产品和决策模型，帮助各级人员掌控运营现状
 - 灵活展示指标，智能数据挖掘，助力管理者理性决策

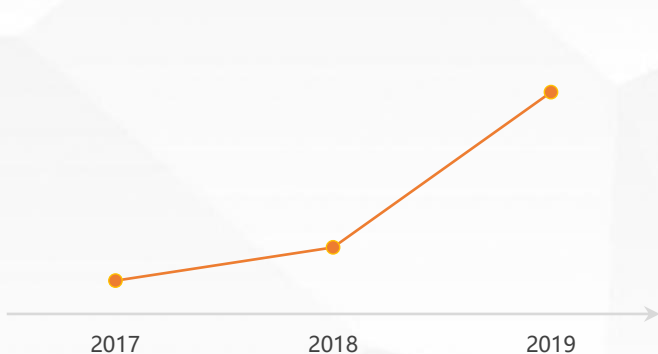
观远数据



观远数据以“让决策更智能”为使命，深耕零售与消费行业，致力于为客户提供新一代智能数据分析平台以及零售行业的最佳数据分析实践。

基于客户实践，观远数据首创性提出了从敏捷分析到智能决策的“5A”落地路径，可根据企业的数据基础，协助客户规划相应的数字化升级路径，一步步实现面向未来的数据驱动智能决策。

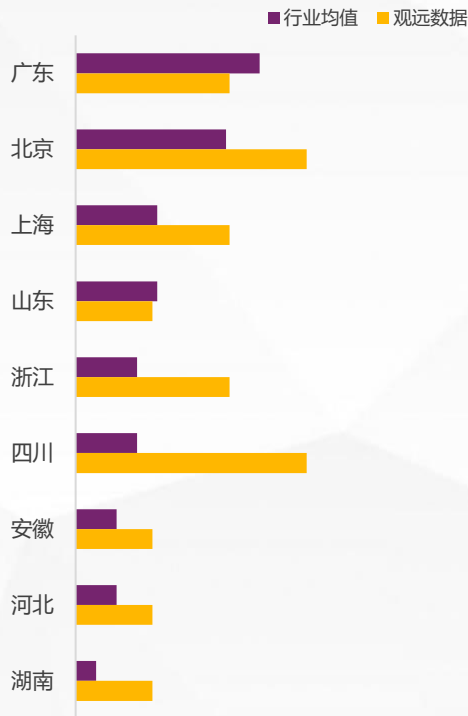
观远数据企业客户数量增长指数



观远数据优势行业案例落地指数



观远品牌优势区域指数



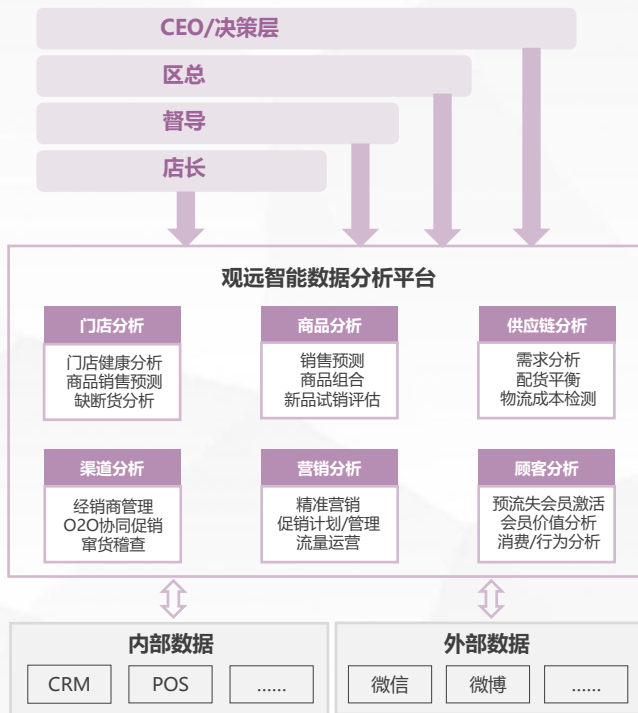
项目背景

鲜丰水果创始于1997年，是集新零售、智慧冷链物流和供应链B2B的全渠道数字化平台。目前，全国门店数已超1900家，主要辐射江浙沪皖渝川豫闽津等省（市），并拥有19个共计10万方的现代化冷链仓储中心，200多位产品专家常年驻扎全球300多个种植基地，监控种植和采摘过程，实现供应链的稳定性和可靠性。

客户痛点

- 缺少有效的数据分析工具和方法，原有Excel报表工作量大
- 以前人工调整报表极其复杂，但指标内容或组织架构却变动频繁，原有的报表体系不堪重负

解决方案

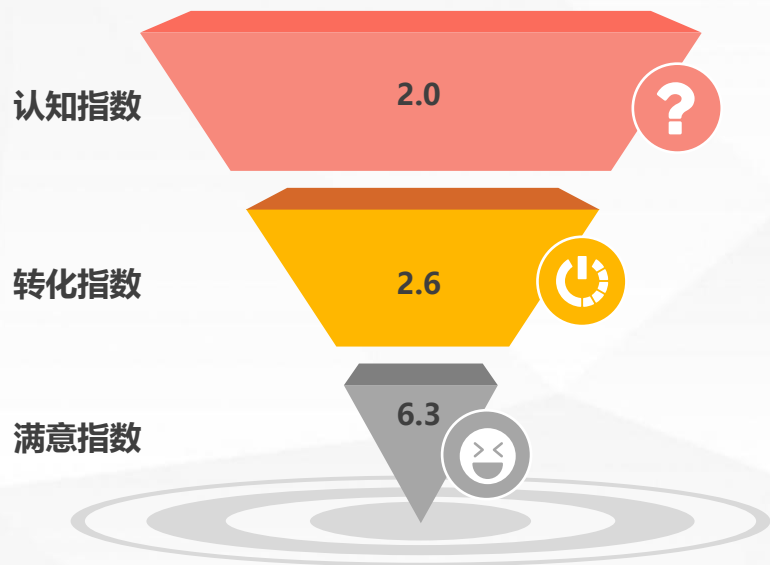


应用效果

- **改善数据管理流程**：将数据业务化，报表使用率可监控可追踪，精简无效报表上千个，节约大量人力和IT资源。
- **减负赋能**：让数据分析师摆脱重复无效的描述型分析工作，通过培训赋能让其更多地投入到诊断型、探索型分析工作中，提高工作的价值感和创造性。
- **改善业务流程**：可根据数据结果改善活动策划流程，提高会员拉新转化率和高质量会员留存率等。

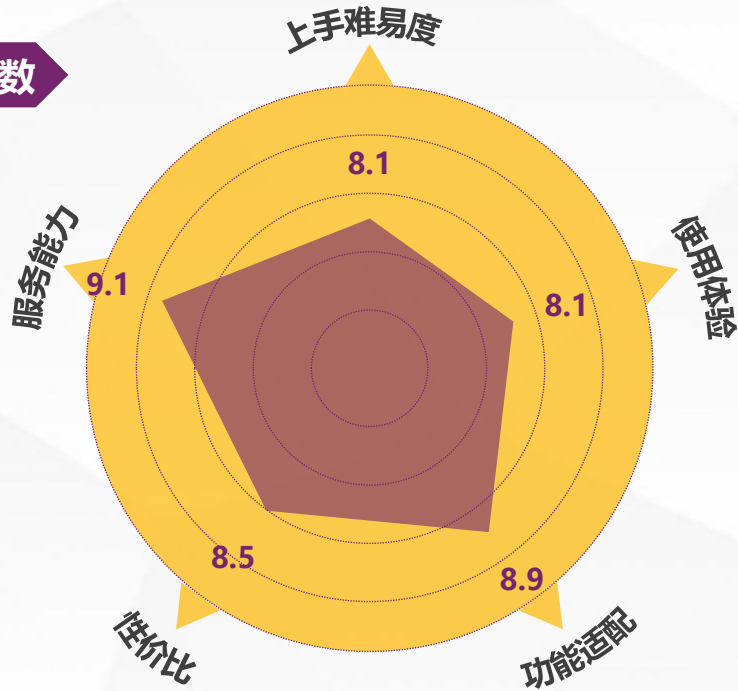
浪潮BA

浪潮云ERP



市场指数

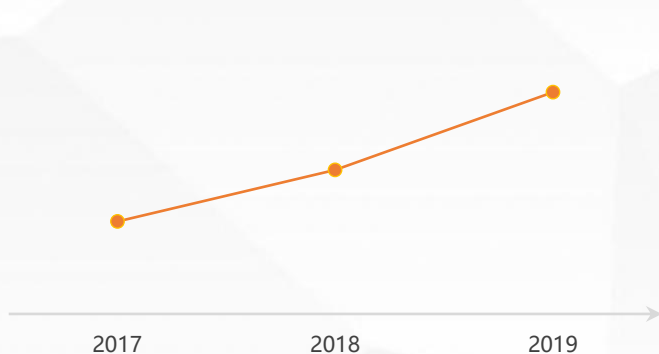
用户评价指数



浪潮云ERP是中国领先企业管理软件和云服务提供商。浪潮BA为浪潮云ERP推出的一站式企业大数据解决方案。

浪潮BA集数据管理、数据分析挖掘、数据建模于一体，提供采、存、管、用的灵活工具，实现数据管理平台、主数据、可视化工具的“一站式”集成，聚焦制造、能源、建筑、投资等行业提供分析应用，为管理者提供决策支持，将企业管理创新落到实处。

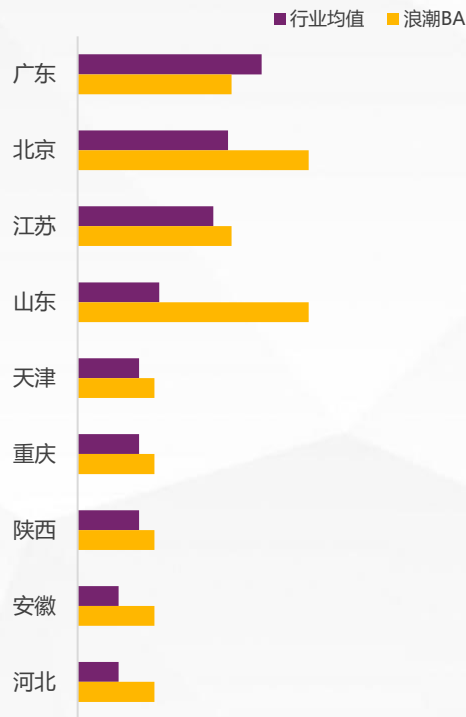
浪潮BA企业客户数量增长指数



浪潮BA优势行业案例落地指数



浪潮BA品牌优势区域指数



项目背景

中国节能环保集团公司作为国内唯一一家主业为节能减排、环境保护的中央企业，形成以节能、环保、清洁能源、资源循环利用为主业板块，以节能环保综合服务为强力支撑的“4+1”产业格局，是中国节能环保领域最大的科技型服务型产业集团。

客户痛点

- 中国节能正加速向产业公司转型，管理模式、管理深度不断变化；同时企业所处节能环保行业涉及领域广，业务和管理的多样性强、差异性大，对中国节能的数据采集以及统计分析提出很大挑战

解决方案

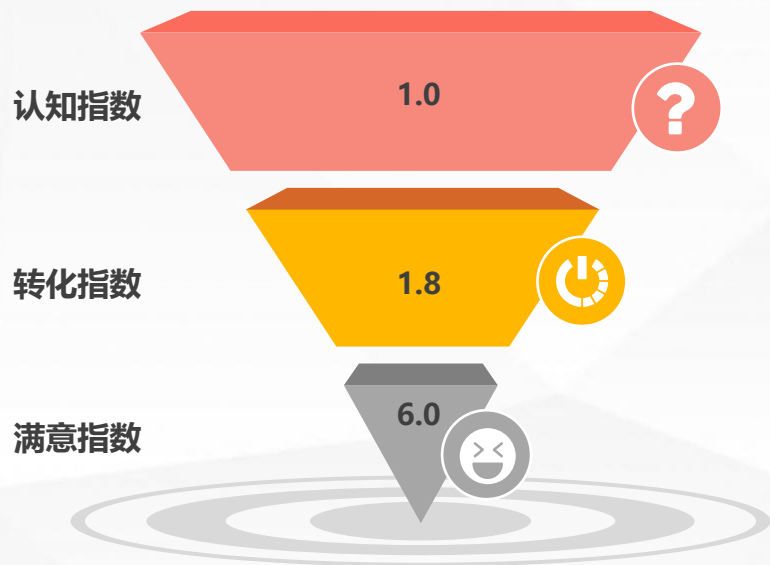


应用效果

浪潮BA满足了中国节能全级次月度经营统计分析需要，强化了集团对下属各层级单位的管控：

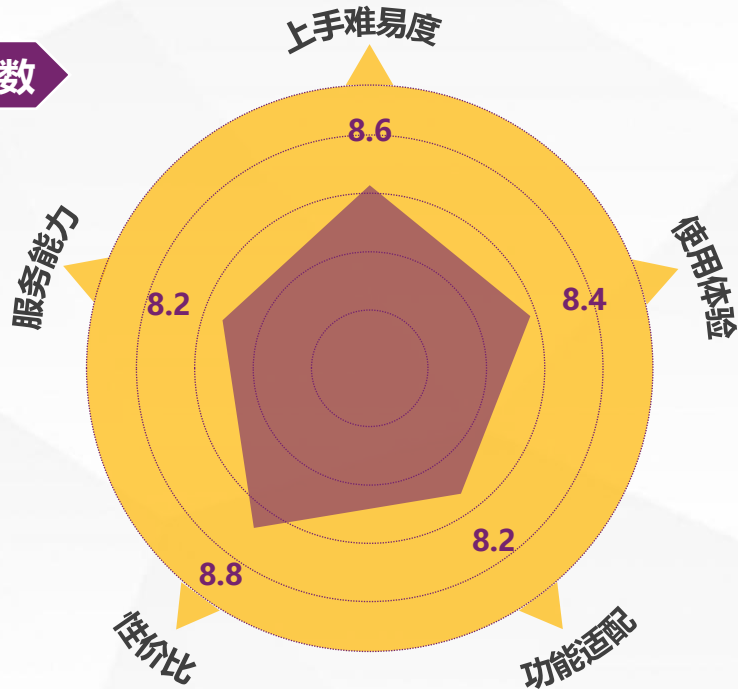
- 对业务全集的数据源进行细分形成行业指标管理蓝图，满足下属497个成员单位不同业务的管理需求
- 消除了各个业务板块、职能部门的信息孤岛，横向联通，纵向到底，形成了各业务数据集市
- 将不同业务、场景下的892个指标，归集在统一的指标多维度模型中，大幅减少业务场景转化业务模型的数量

云智算 深圳中天云智



市场指数

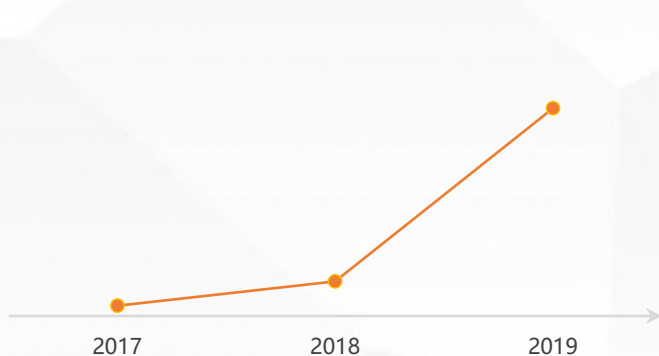
用户评价指数



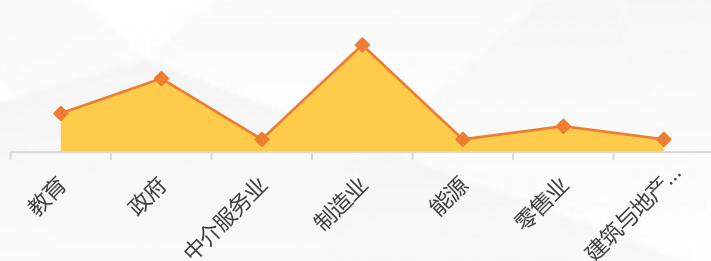
深圳市中天云智网络科技有限公司专注于为组织提供功能强大而又极致易用的BI产品。公司研发团队实力雄厚，拥有多名UML、Java、Web等软件设计及开发专家，其核心成员都来自于全球顶尖的BI或ERP企业。

公司致力于开发兼具语义层技术与H5渲染技术的大数据分析BI产品，同时基于BI产品为业务软件系统开发标准的BI分析应用包，从而让组织以更低的实施成本导入BI系统。

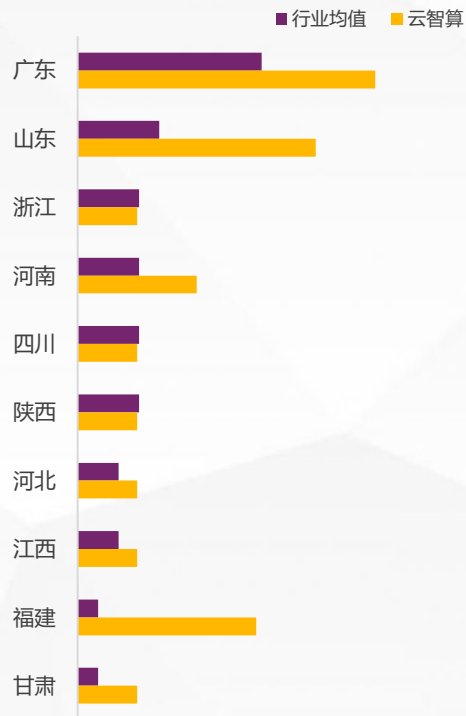
云智算企业客户数量增长指数



云智算优势行业案例落地指数



云智算品牌优势区域指数



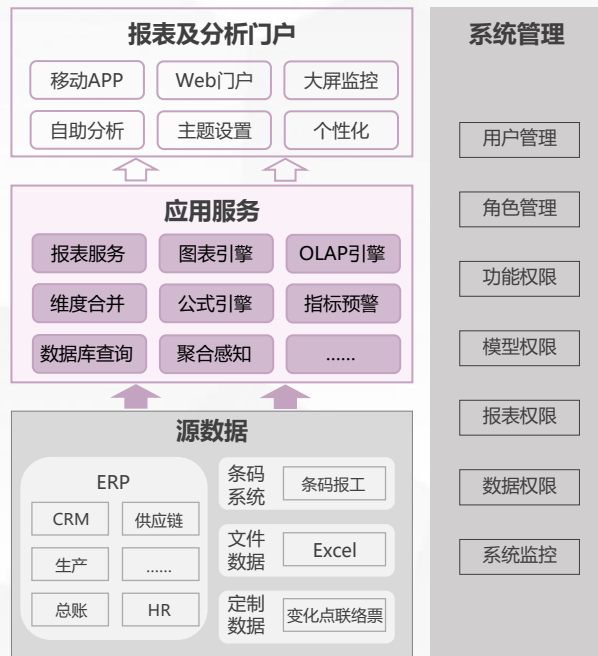
项目背景

广岛技术（南京）汽车部件有限公司成立于2006年3月,是日本株式会社HIROTEC和台湾和骏工业股份有限公司在中国投资设立的公司。公司采用HIROTEC公司的先进生产设备和技术,依靠二十余年的汽车排气系统的开发研究积累,为客户提供汽车排气系统装置开发到生产的高质量服务。

客户痛点

- 车间现场没有实时状态监控及提示, 执行层与工人缺少工作指引
- 办公室不能实时监控车间生产情况, 管理层与执行层沟通效率低

解决方案



应用效果

- **总部署署**: 采用分总结构开发和部署, 车间设计各自的大屏, 管理办公室轮播各车间大屏;
- **实时决策**: 管理者与工人都可实时监控生产全面情况, 数字化沟通及实时决策;
- **提质增效**: 实时可见各班组生产情况, 生产效率及产品质量在上系统之后都有大幅度提升。

PART .FIVE

发展趋势



增强分析牵引下，BI分析能力迈向更高阶的阶段

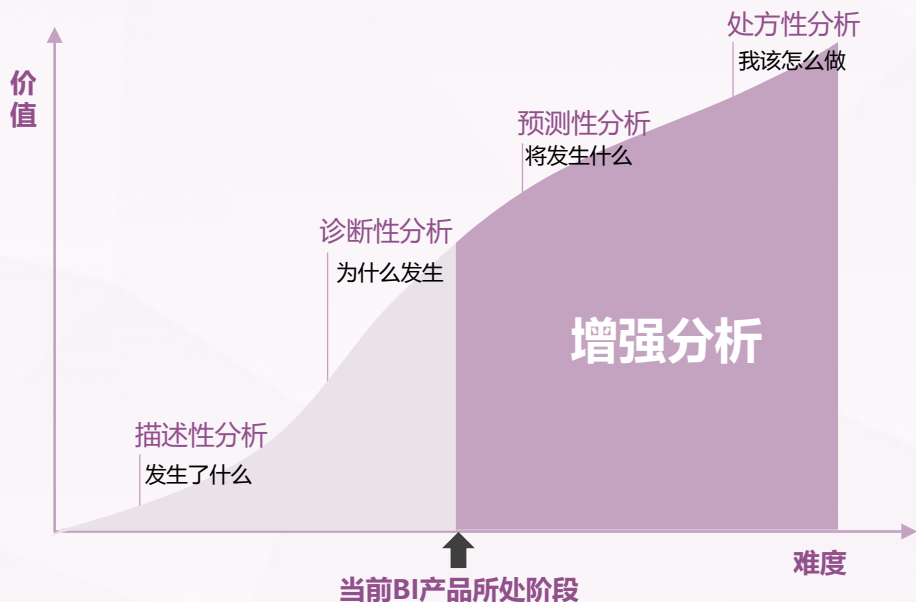


随着数据运营更进一步深入到企业的业务发展过程中，企业的竞争力已经在相当大的程度上取决于数据价值，越来越多的企业开始寻求增强数据分析能力：如何发掘出更多的维度，并自动进行数据挖掘，以寻求问题的最优解。



但伴随数据价值提升与数据量的增长，数据的规模和复杂度已经逐渐超过人类可以处理的程度，同时需要降低数据分析门槛。只需高专业技能的数据科学家来建立模型并对模型的准确率进行测算，一线业务员工即可在分析系统的协助下访问有效数据，展开分析验证提供业务洞察，充分释放创新力。

企业数据分析的能力阶段



愈发智能化的BI正从发现警示者向解决指引者的身份转变

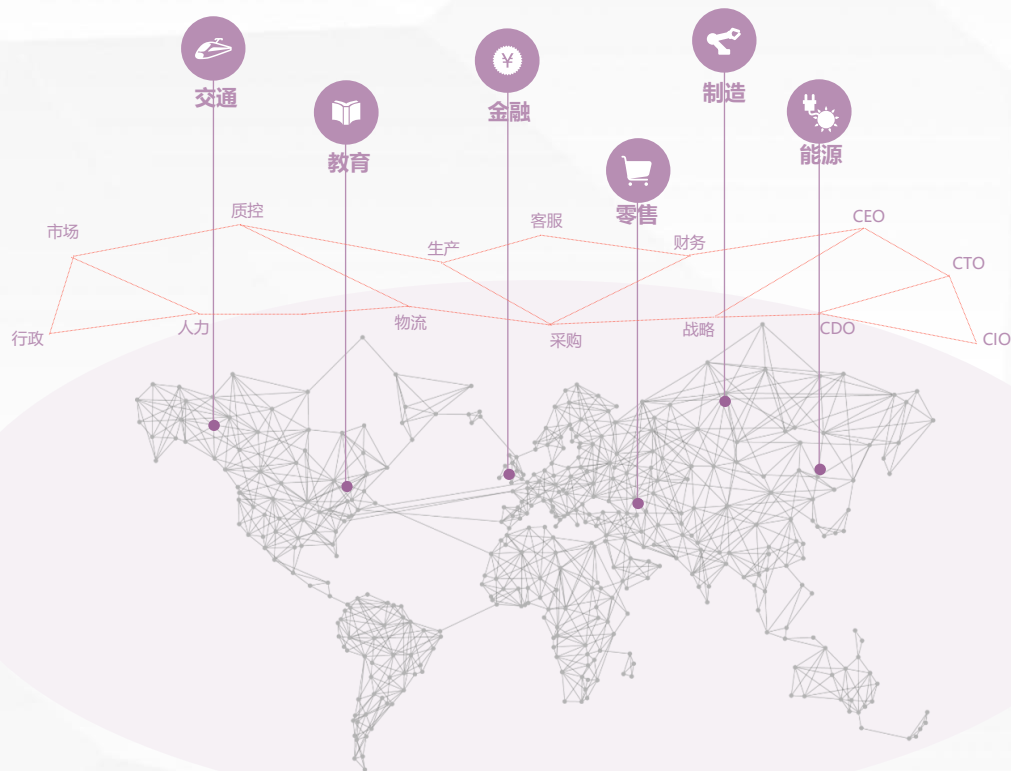


传统BI上手门槛高，企业内部的专业人士（IT和专业的数据分析师）才能顺利使用。且部署开发周期长，需进行整体的架构设计，各个模块均需进行技术开发；且以分析历史数据为主，无法支持动态更新。

随着AI技术应用的逐渐成熟，BI向“BI+AI”转化，操作门槛大幅降低，分析更加智能化，比传统BI更灵活易用。不具备IT背景的业务人员即可通过自助分析实现业务探索，通过实时追踪实现业务预警等。

企业面临越来越多的数据初始量大、数据获取复杂，数据收集准确性无法保证，数据变更发现不及时，数据分析应用等问题。通过大数据以及不断进步的算法融合，BI会实现更自动、更智能的数据探索、实时预警、未来预测、自动诊断以及行动建议。

BI将形成为企业全员提供业务洞察的数据价值平台



企业数字化转型让企业从经验驱动决策向数据驱动决策进行转变。BI愈发强调敏捷、易用与行业场景化，不断接入整合更丰富、更细颗粒度的数据源，进一步延展数据驱动决策的应用场景和纵深。



BI正在成为创造数据价值的核心平台，为身处一线的业务人员提供更深刻的业务洞察力，帮助他们随时随地掌握市场变化、掌握各式数据情况，服务客户，提升企业效益。

Thank You



企业服务数据专家

DATA EXPERT OF ENTERPRISE SERVICE