



移动信息化研究中心  
Mobile Informatization Researching Center

# 2016年移动办公全景报告

移动信息化研究中心

2016年1月

**移动办公——**

**碎片化解决企业生产、销售、运营、管理四大核心问题。  
你永远无法定义它的边际，但它客观存在。**

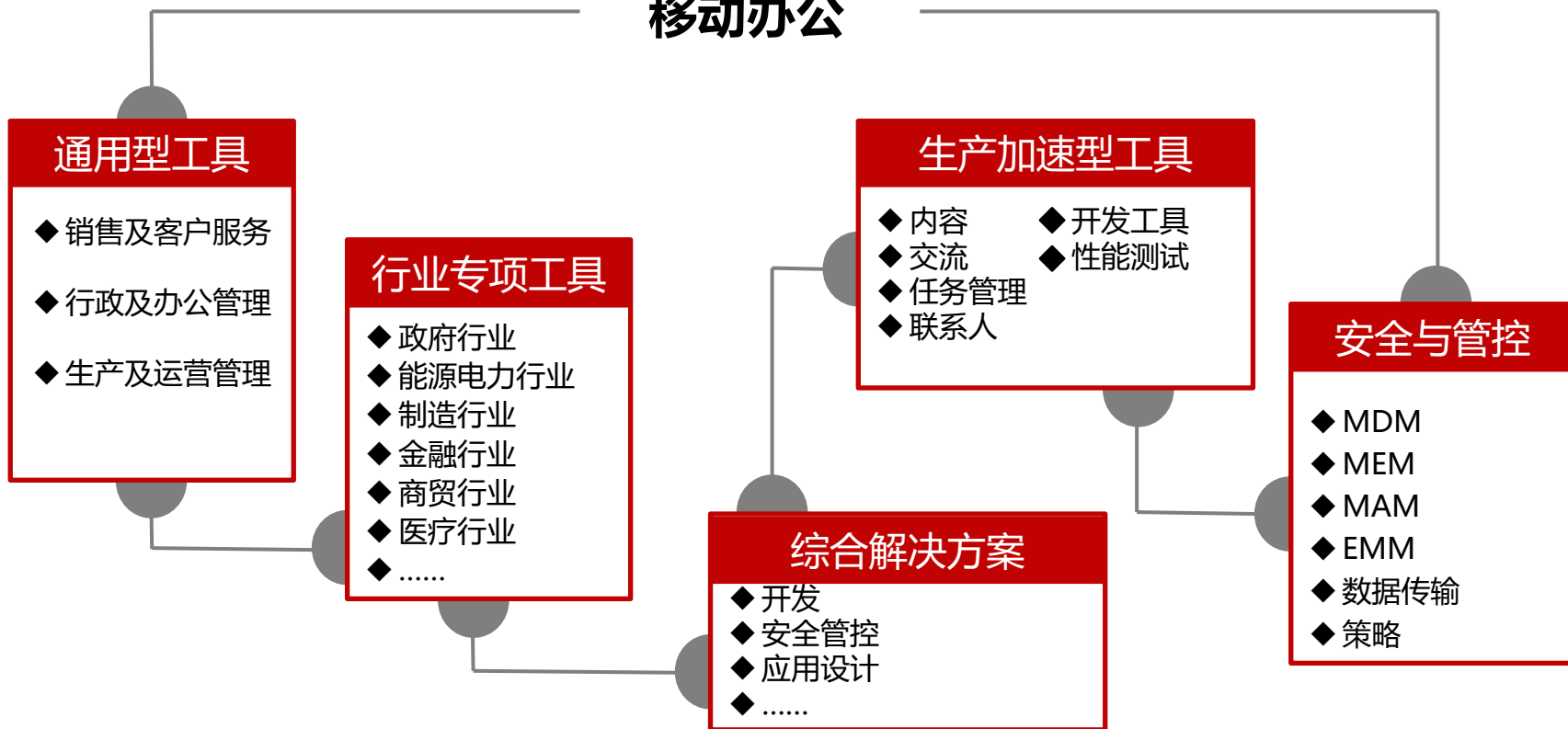
**——移动信息化研究中心**



**用一张具象化的图，尽可能阐释抽象的移动办公...**

**——人称T客**

## 移动办公



# 移动办公全景图

## 通用型工具

销售及客户服务				行政及办公管理 (OA、HR、财务等)					生产及运营管理				
销售机会管理		销售服务管理		销售过程管理		协同OA	知识管理	HR	考勤	财务	人资社保		
销售易 SalesEasy	环信 HuanXin	销售服务管理 Udesk	销售过程管理 红圈营销 RedCircle	协同OA 泛微 Weeek	知识管理 企明岛 Qimingdao	HR Beusen Beusen	考勤 慧学考勤 HuiXue	财务 闪电报销 Lightning	人资社保 STARS STARS	Lenx Lenx	博特数据 BotData		
CORACLE 圆舟科技	蓝鼎CRM LanDing	智齿 ZhiChi	外勤360 WaiQin360	数讯软件 SeeYon	Lendray Lendray	Paycom Paycom	魅味办公 MeiWei	闪电报销 Lightning	集白包 JiBao	UnisPark UnisPark	DSshield DSshield		
MIKE CRM MIKE CRM	友盟 Youmeng	ec ec	玄武科技 XuanWu	万户网络 WanHu	WISH Wish	HR HR	KaoQin.cn KaoQin	闪电报销 Lightning	金柚云 JinYun	金柚云 JinYun	LOVOTECH LOVOTECH		

## 行业专项工具

政府	金融	能源电力	制造	教育	传媒	医疗	交通物流	商贸	地产建筑	其他
HBC HBC	国脉互联 GuoMai	链通科技 ChainWay	三信天翼 SanXin	Wisedu Wisedu	FOURNET FourNet	Sinldo Sinldo	eBest eBest	浙江行 ZheJiang	Glodon Glodon	博特数据 BotData
YouDe 山东程大	PYTUNG PYTUNG	信大捷安 XinDa	HXR HXR	LEEONE Leeone	博华科技 BoHua	Neusoft Neusoft	物流 WuLiu	蓝云包 LanYun	经营管家 JingYing	慧利科技 HuiLi
TRS TRS	链通科技 ChainWay	PARNER Parner	ivMobi ivMobi	KUJIAN Kujian	华夏智联 HuaXia	天通软件 TianTong	CORACLE 圆舟科技	霸王帮 BaWang	经营管家 JingYing	爱加密 AiJiaMi
TEMOB TEMOB	PKALL PKALL	DSshield DSshield	ZeroWire ZeroWire	NOS NOS	传媒 ChuanMei	LANSTAR LanStar	TEMOB TEMOB	SiSS SiSS	经营管家 JingYing	洋葱 YanJiong
VISION VISION	点德网络 DianDe	DSshield DSshield	NEDIX Nedix	奥证电子 Aozheng	MYDhouse Mydhouse	Blue Drive Blue Drive	XIANG Xiang	RUNSA Runsa	经营管家 JingYing	Emoto Emoto
链通科技 ChainWay	博士通 BoShi	大唐云通 TaTang	R R	奥证电子 Aozheng	limei Limei	Newtouch Newtouch	SCHMIDT Schmidt	2D 2D	经营管家 JingYing	博特数据 BotData

## 生产加速型工具

内容	有道云笔记 Youdao	Qiniu Qiniu	亿方云 Yifang	石墨文档 Shimo	一起写 Yiqixie	金山云 Kingsoft	WPS轻办公 WPS	够快云库 GouKuai	115+ 115	edoc Edoc	百度云 Baidu	360 RingShare 360	坚果云 JiNuo
交流	蓝云 LanYun	容联云通讯 RongLian	工作宝 GongZuo	微吼直播 WeiHou	31会议 31	全时 QuanShi	gensee Gensee	好视通 HaoShiTong	易会 YiHui	tower Tower	七喜云信 QiXi	作业帮 ZuoYe	作业帮 ZuoYe
联系人	企业空间 QiYe	微洽 WeiCha	云脉 YunMai	imo Imo	DO1道 DO1	35.COM 35	北企星 BeiQiXing	快信通 KuaiXinTong	经纬名片通 JingWei	Just4Cloud Just4Cloud	光云 GuangYun	Team Team	OpenSNS OpenSNS
任务管理	eteams Eteams	Worker Worker	今目标 JinMubiao	明道 Mingdao	微办公 WeiBogong	V部落 V	DM DM	99云办公 99Yun	云之家 YunZhiJia	teambition TeamBition	YOP Yop	ACE Ace	口碑助理 KouBei
开发工具	UAP UAP	云适配 YunShiPei	MASTUDIO Mastudio	企联 QiLian	Think-Bright Think-Bright	Justep Justep	Smartdot Smartdot	Primeton Primeton	Apper Apper	CrossApp CrossApp			
性能测试	Bugly Bugly	人人测 RenRen	Testin Testin	ONES ONES	BugTogo BugTogo	听云 TingYun	博普 BoPu	云 Yun	看视宝 KanShiBao	BaiduMTC BaiduMTC	移动应用中心 YiDong	bita Bita	fir.im fir.im

## 安全与管控

360天机 360	江南信安 Jiangnan	国信灵通 GuoXin	Justsy Justsy	宝利明威 Poly Miwin	Adin Adin	Asanto-Linkage Asanto	明朝万达 MingChao	Esafernet Esafernet	PRING PRING	SUNINFO Suninfo
--------------	------------------	----------------	------------------	--------------------	--------------	--------------------------	------------------	------------------------	----------------	--------------------

## 综合解决方案

烽火星空 Fohuo	天畅 Techown	AppCan AppCan	HUAWEI Huawei	Digital-Edison Digital-Edison	聚创 Juci
---------------	---------------	------------------	------------------	----------------------------------	------------

# 目录

- I. 报告研究说明
- II. 移动信息化研究中心观点
- III. 移动办公发展环境与现状
- IV. 移动办公建设与实践
- V. 重点行业移动办公建设与实践
- VI. 移动办公未来趋势与展望
- VII. 附录



**PART1 :**  
**报告研究说明**

### □ 关于《2016年移动办公全景报告》

本研究报告主要针对国内移动办公市场进行研究。首先对“什么是移动办公”进行初步的定义；其次，对2015年移动办公市场发展状况，包括移动办公市场的现状、未来发展的有利条件、不利因素进行全面分析；再次，基于企业用户视角，通过企业对移动办公认知、理解、部署、运营阶段总结的经验，判断移动办公“真正”面临的机会和挑战；进一步，通过不同行业的移动办公应用状况，深度挖掘具有鲜明行业化特性的移动办公实践，为企业用户提供高价值的参考标准；最后，通过资本视角，观察移动办公市场发展潜力。最终形成多视角、多维度、动态化的，集现状与未来趋势一体的，可数据化的研究报告。

### □ 研究背景

“移动办公”这四个字其实非常大，但在移动信息化浮躁的营销及宣传攻势下，被理解的很小，甚至出现了某一个细分应用来替代“移动办公”概念这样哗众取宠的现象。令整个市场从厂商到用户都出现谈“移动办公”而“不明觉厉”的阿Q效应。移动信息化研究中心参考大量的国内外移动办公的实践经验，从落地实践到概念演进重新梳理“移动办公”，为厂商和用户展现一个相对客观、可视化的移动办公全景。

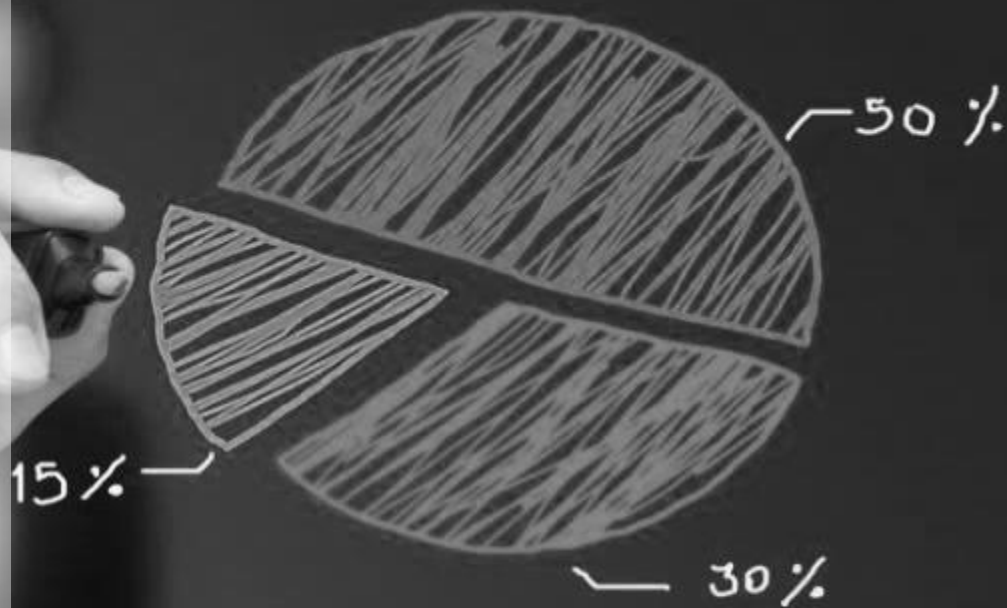
### □ 研究目的

- ✓ 梳理移动办公市场发展现状、环境变化
- ✓ 展现移动办公市场全景图
- ✓ 寻找用户痛点，寻找最具价值的解决方案



**PART2 :**

**移动信息化研究中心  
观点**



国内移动办公发展迅猛异常，虽然在传统互联网时代国内信息化水平发展落后于国际水平，但在移动互联网时代，国内移动办公的发展进度与国外基本一致。企业对于移动办公的接受程度越来越高，厂商的进步节奏越来越快，移动办公产业从跨越式的爆发增长进入平稳增长阶段；国内移动办公发展环境进一步优化，产业成长的空间依然巨大。

### □ 目前来看移动办公市场从野蛮增长开始进入理性调整期，逐步走向稳定发展的正轨。

- ✓ 从2010年起，移动办公市场规模6年时间翻8倍，预计2016年将达到320亿元，整个国内移动办公市场迈过发育阶段。
- ✓ 2014年之前，移动办公市场保持40%以上的高增长率，到2015年增长率保持在30%以下，进入平稳增长阶段。

### □ 从政策环境到技术支撑，国内移动办公发展具备多项有利条件。

- ✓ 政策方面，国家大力支持移动信息化发展，从基础建设到产业发展，多项政策条例为移动办公推进背书。
- ✓ 企业对移动办公接受程度达到较高水平，超过80%企业认同移动办公的价值，超过40%企业已经部署移动办公。
- ✓ 不同终端职能属性日渐明晰，硬件和移动操作系统的选择已经不再成为企业选择的难点。

### □ 随着移动办公的不断深入应用，企业依然面临诸多挑战。

- ✓ 与移动办公高速发展不匹配的是“标准”与“支持”的落地非常滞后，造成供应商与用户在推进移动办公时出现信心不足。
- ✓ 移动办公所处的安全环境更为复杂，需要解决的安全隐患更多，但目前的移动安全解决方案依然不能满足企业用户需要。
- ✓ 虽然设备类型选择不再成为企业的困扰，但企业又开始面临选择如何去分发和部署设备，这一难题令企业再次陷入部署困局。

- **如何令移动办公能够与原有的信息化系统平滑稳定的融合，成为贯穿企业部署移动办公周期当中的头号难题。**
  - ✓ 规划阶段，如何与原有信息化系统平滑对接，成为企业考虑的第一要素。
  - ✓ 实施阶段，如何保障现有业务的连续性、稳定性成为移动办公部署过程中最重要的基础。
  - ✓ 运维阶段，保障原有和移动办公系统的稳定、有效使用的基础上，安全性问题日益突出。
  
- **资本对移动办公的投入并不均衡，某些行业已经存在资本饱和状态，而另一些则非常饥渴。**
  - ✓ 资本市场在企业级服务市场越来越活跃，获投企业近三年来持续增长。
  - ✓ 目前在所有被关注的企业当中，仅有26.7%的提供移动办公解决方案的企业成功获得融资。
  - ✓ 在销售营销、IT服务类领域中，呈现投资饱和现象，进驻风险较大；同时，在行业解决方案、综合解决方案等领域，资本还有很大的发挥空间。

A black and white photograph showing a person's hand touching the screen of a tablet. The tablet displays an email inbox with several messages from 'Demo Microsoft' and 'Peng'. The background is blurred, showing another tablet and a laptop.

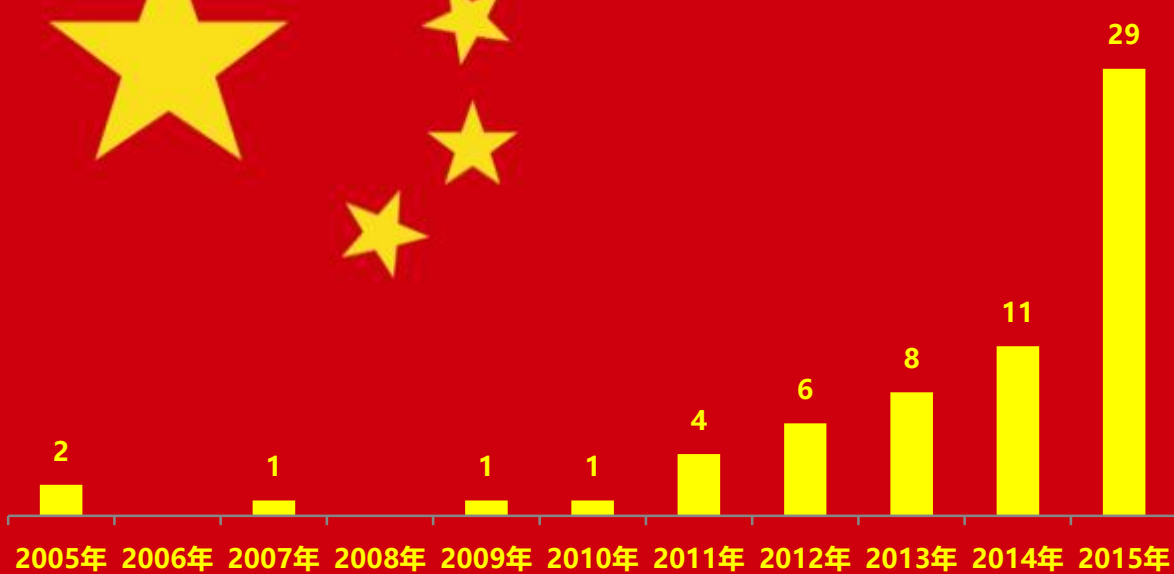
**PART3 :**

# 移动办公发展环境与现状



**大勢**

### 移动信息化相关政策数量情况



起步阶段

推进阶段

发展阶段

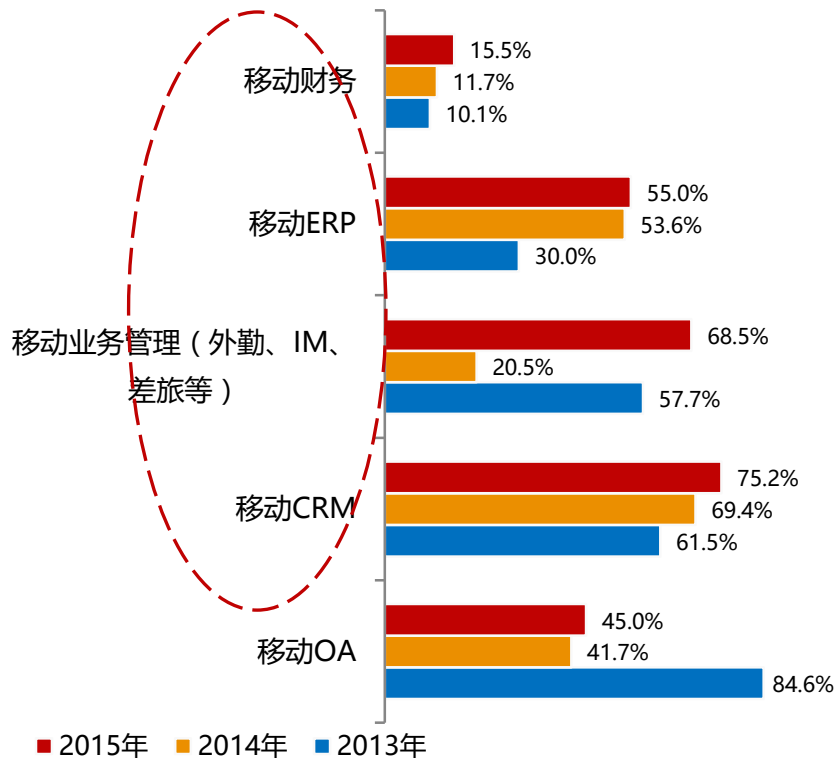
□ 中国的移动信息化规划建设是沿着“基础建设、智能设备产业化→政务服务试点、电子商务先行→全行业拓展”这一条发展线路铺开的。总的说来，移动办公政策可分为三个阶段：起步阶段、推进阶段、发展阶段。

- ① 起步阶段（2005年-2010年）：加强移动通信基础网络建设，促进智能终端产业化。
- ② 推进阶段（2011年-2013年）：进一步开放电信服务，促进移动通信产业化；支持移动电子商务发展，政府公共事业服务尝试引入移动终端优化服务体验。
- ③ 发展阶段（2014年-2015年）：充分利用移动互联技术提升执法监管与服务保障能力（普惠金融等），鼓励生产制造业融入移动互联网技术（智能制造等）。



## 以业务为导向的移动办公方式成企业首选

### 企业移动应用首次部署情况



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

- 企业用户移动应用需求已经从解决因出差、外勤等原因造成的业务流转的停滞，转向满足优化或构建新业务模式的深度应用需求。

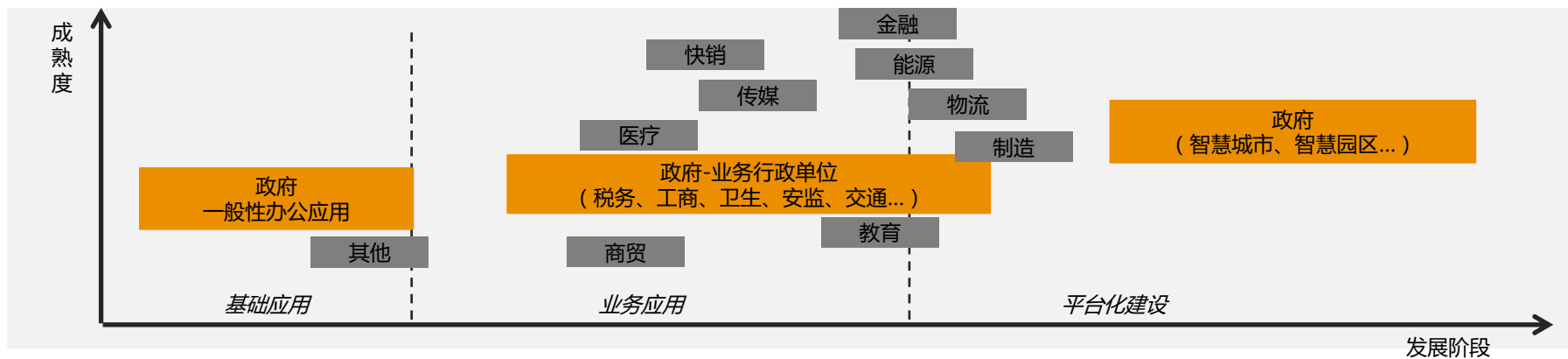
- 移动CRM、移动ERP等涉及企业核心数据的移动应用部署逐年提高，企业的移动办公需求逐渐向生产、经营、服务等实效性业务关联的深水区挺进；
- 财务、移动ERP的深度应用只是表象，它们体现出企业对移动数据的进一步深度挖掘的需求逐渐旺盛；
- 同时，以OA为主的这类事务性移动应用已经走过快速增长的巅峰期，这类移动办公产品越来越“消费化”。



## 建立有效的IT基础架构成为中大型企业移动化发展的方向

□ 多数行业开始进阶到**多业务应用阶段**，金融、能源行业应用成熟度较高，**部分领先企业开始往平台化建设方向发展**。

- **应用开发转向平台建设**：随着应用的增多，尤其是和后台业务做相应集成的移动化应用越来越多，企业已经意识到移动化建设不能单独从应用入口，而应该**建立一个有效的IT基础架构**，用于满足企业的整体移动化诉求；
- **单一的开发平台向全生命周期迈进**：开发平台在解决移动应用的统一开发规范以及统一的集成规范，企业移动信息化并不是只有移动应用开发，除了这点之外还应该考虑信息安全的问题，所以企业的移动应用平台逐渐提供了**全生命周期的解决方案——开发、测试到部署、管理**；
- **单一应用入口向门户转变**：随着企业的移动应用的增多，应用的发行和下载成为移动应用使用者的难题，同时为了满足用户的使用便捷性需求，如何将常用应用放置于显眼的位置也是需要考虑。所以**移动化门户诞生了**，不但能够是应用超市，同时也是一个应用快捷入口。



但在实际过程中，前路迷茫，只能自行摆渡

1.

基于某一业务问题or满足某一移动办公需求，部署相对单一的移动应用

很久以前

2.

构建统一的企业移动办公基础设施，降低管理、运维和IT支持成本

以前

3.

解决因移动设备带来的安全风险，提供统一的管控与安全机制

现在

4.

提供统一的企业工作台以及应用超市

不远的将来

5.

解决应用/数据的整合与协作，避免因单一应用开发造成的数据孤岛问题

未来

# 在移动办公演进过程中，厂商跟随企业需求不断升级服务

企业需求

①应用阶段 第一阶段：企业通过以点带面的方式展开移动信息化，应用是主流

②平台阶段 第二阶段：企业面对复杂移动环境，需要平台化治理

③开发整合 第三阶段：企业尝试开发与管控打通

④生态圈 第四阶段：企业个性化需求加深，细分需求增大



## 生态化发展

厂商专业化服务趋势凸显，上下游供应链服务分工越发清晰，厂商间合作成常态，生态圈发展成为必然。



## 开发与应用整合

为更好的打通传统与移动办公的连续性，从开发、应用、管控一体化的整合解决方案供应商开始崛起。



## 平台化解决方案

随移动办公程度加深，厂商需要满足用户更多的移动办公需求，厂商开始基于某一应用或者重新构建移动平台化服务体系。



## 应用解决方案

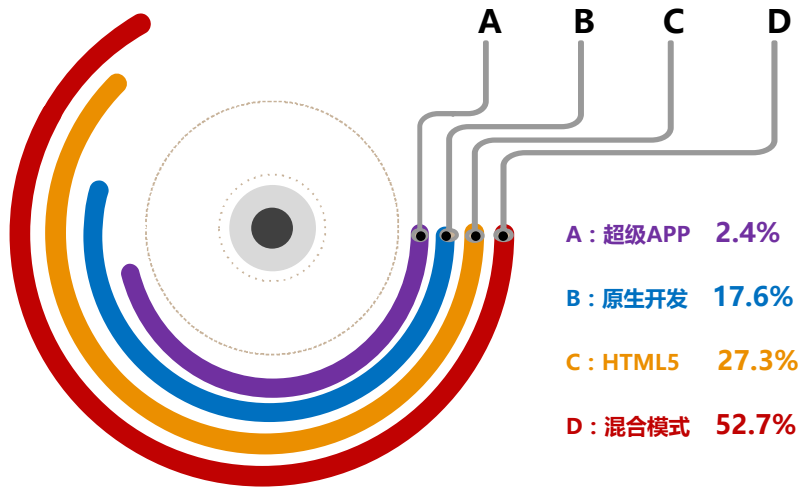
厂商提供单一的移动应用，解决企业用户具体的移动需求，特别是业务层面的移动应用，为企业提供更直观、可视的业绩提升，为企业加强移动办公的信心。

## 厂商服务

纠缠！

## 应用开发模式选择集中于混合模式

### 企业移动应用开发模式对比

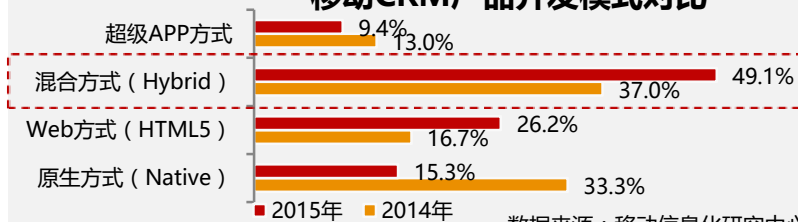


混合模式已经成为当前移动应用开发者的最爱。原生的开发模式逐渐进入困途，HTML5的开发模式随着标准的完善逐渐占有一席之地，而超级App的方式注定“大规模小市场”。

- **只说一点：**超级App一个看起来很美的方式，概念大于实际价值。超级App的应用对象和应用场景更多的是适合小微企业的简单管理逻辑，并且超级App在伴随企业成长过程中，自身很难向更精细化、个性化靠拢，所以超级App更多的是扮演陪伴企业成长发育期的“学步车”角色；而面向大中型企业，超级App几乎无法抗衡专业的移动办公产品。超级App最终无法成为BAT进入企业级市场的核武器，只能是一闪而过的信号弹。

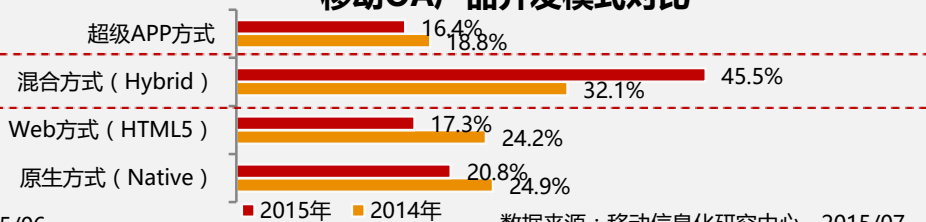
注：超级APP包括“微信企业号、阿里钉钉等”应用。

### 移动CRM产品开发模式对比



数据来源：移动信息化研究中心，2015/06

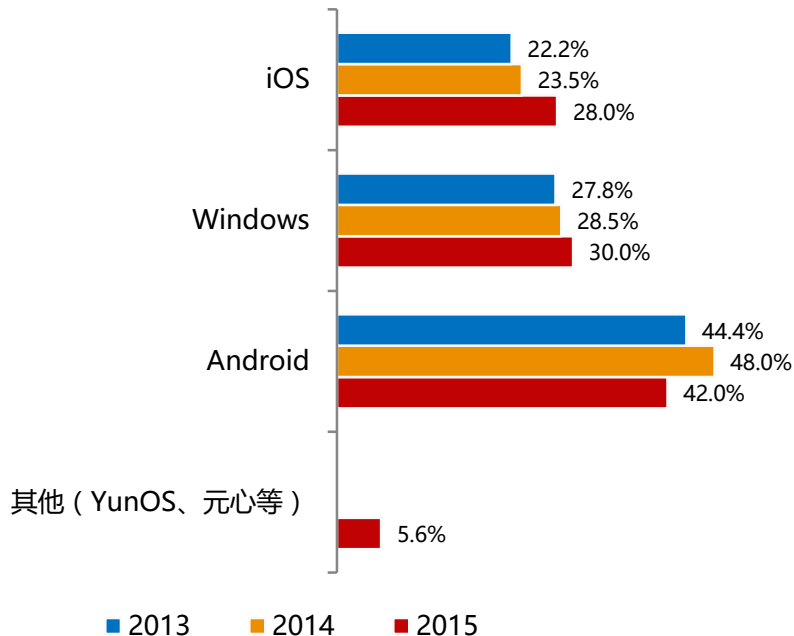
### 移动OA产品开发模式对比



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

# Android八风不动，iOS渐有逆袭之相，国产OS一息尚存

## 2013-2015年用户倾向于在终端部署的移动操作系统变化



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

- 主流的移动操作系统当中，Android依然是企业的主流选择，iOS系统的选择有明显提升，Windows系统尽管使用很少，但企业对其的期待值有增无减，值得注意的是国产移动操作系统YunOS等逐渐进入企业视野，并且获得非常有利的成长环境。

- Android系统在移动办公市场的占有率已经达到一个相对高值，在没有大的系统性错误、政策强烈干预等因素情况下，Android将呈现移动办公市场占有率高位震荡的趋势。
- iOS系统的部署持续提升，这与企业开始大量采用BYOD的方式有很大关系，并且随着政策的松动，去IOE等影响逐渐降低，iOS在移动办公市场的机会也越来越大。
- Windows随着win10的推出，移动端与PC端的统一整合，令企业用户对Windows系统的期望再次提升。
- 国产操作系统如YunOS、元心等，有政策的强力支持，在这种大环境下，争夺企业市场具备非常霸道的“二代”优势。



**利好** PK **利空**



**利好**



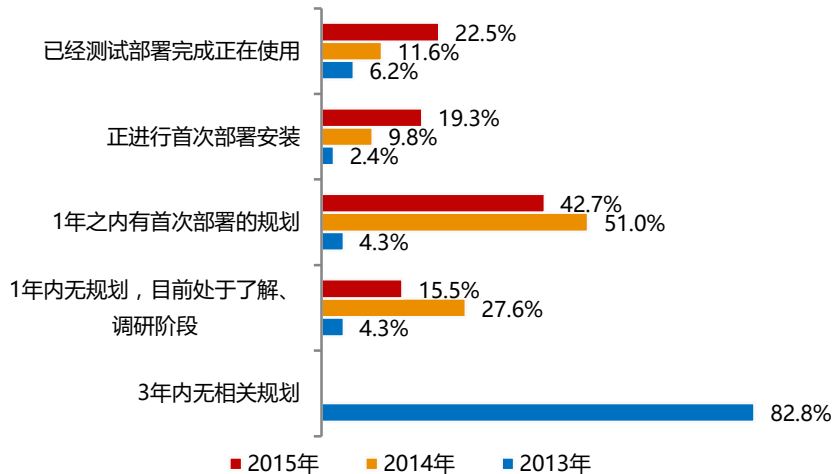
## 移动办公势不可挡

移动信息化研究中心2015年CIO生态调查显示，47.1%的受访CIO表示，移动性能为业务带来极大的推动作用，并认为它能明显提升企业与客户之间的沟通效率，对市场和品牌的建设作用显著。调查还显示，超过93%的CIO表示对移动化的认可，34.8%的CIO已经完成了移动办公的导入。而就未来一年的发展，58.7%的CIO表示，他们正在部署或者已经开始测试移动办公系统，并且这些移动办公系统与业务的结合非常紧密，下一步对企业整体的移动信息化部署工作将全面展开。



# 未来已来，企业移动信息化建设已经成为摆在眼前的工作

## 企业用户移动办公部署

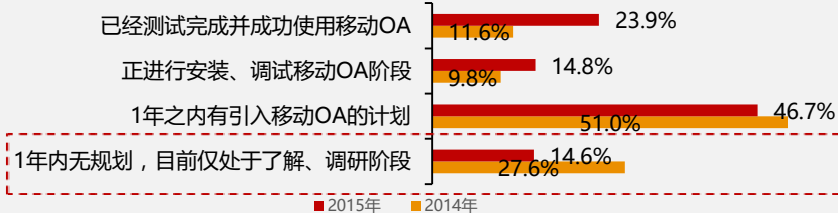


数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

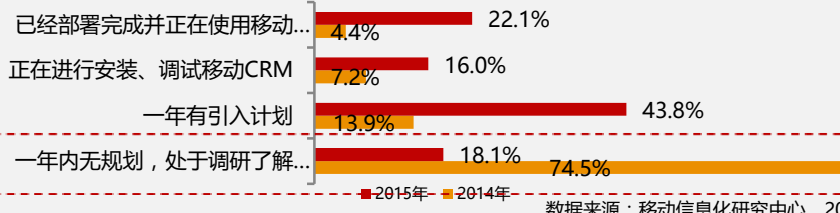
随着移动应用在适配的应用环境中的价值凸显，并且在各行业的实践中得到正面印证，相关的应用部署条件逐步开始成熟，企业用户内外部业务需求的发展对信息交互的及时性要求越来越高，促使更多的企业用户开始对移动办公产生兴趣。

对移动办公在1-3年内无规划的企业数量呈现崩塌式消亡，与此同时，已经部署和正在部署的企业高歌猛进，占比已经超过40%。再次证明，移动办公已经成为活在当下的未来。

## 2014年/2015年企业用户移动OA部署规划情况



## 2014年/2015年企业用户移动CRM部署规划情况



数据来源：移动信息化研究中心，2015/06

## 移动办公市场6年翻8倍，百亿市场一起嗨

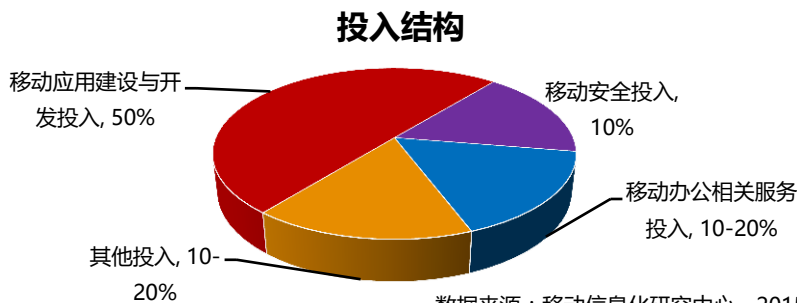
### 2010—2016年移动应用市场规模及增长状况 (不含服务器、网络设备等硬件基础设施)



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

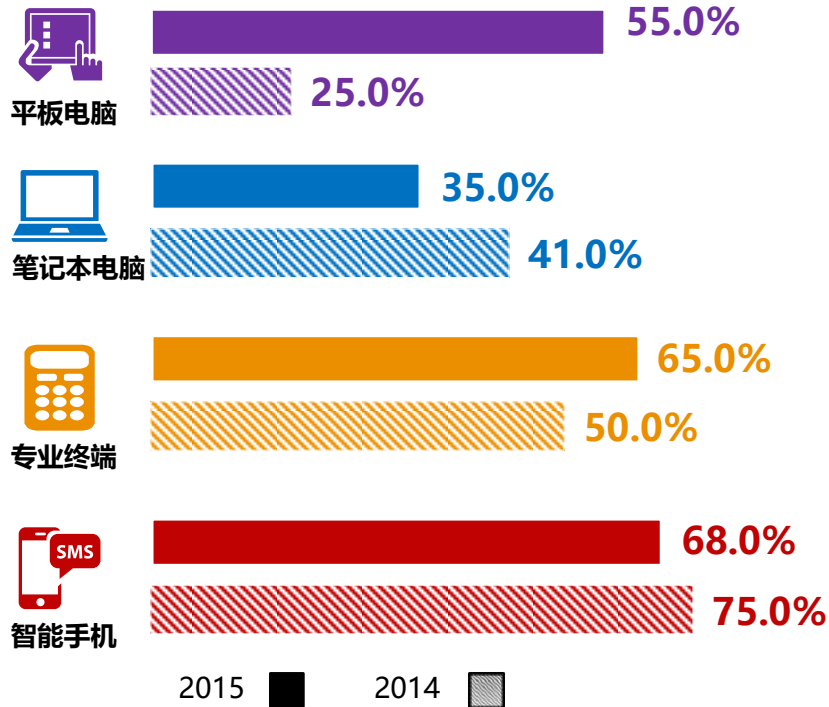
- 移动办公市场快速发展，逐渐从快速增长爬坡期向稳定增长发展期迈进。

- 经过大刀阔斧的大跃进，移动办公也开始适当放慢激进的步伐，移动办公市场开始静下心来，进入稳定的成长阶段。
- 从投入结构来看，移动应用的投入依然是重中之重；同时，10-20%的相关服务投入体现出，移动办公带来的更具深远的影响，企业对服务价值的认可，从这个市场的起步期就表现出了高标准，“服务”已经成为移动办公投入的重要组成部分。



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

## 企业用户对移动智能终端的选择



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

□ 智能手机依然是移动办公的首选终端，但**专用终端逐渐成为移动办公的重要选择**，同时Pad的使用度也开始逐渐提升，笔记本对于移动办公而言，不再是不可取代的终端。

- 经过两三年的不断挖掘，不同终端所能胜任的工作逐渐被企业用户和厂商探索出来，无论是服务供应商还是用户，已经对不同终端的使用范围不再模糊不清。
- 智能手机作为普适性移动终端，依然是企业移动办公的上上之选；平板电脑也找到了适用于展示方向的办公之路；而专业终端以其稳定性、专业性、可靠性赢得了企业用户的高度认可；江河日下的笔记本，则成为移动办公不可或缺的补充。

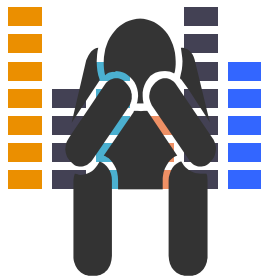


利空

## 与高速发展的移动办公相比，“标准”的制定与“支持”的落地严重滞后

标准缺失  
53.8%

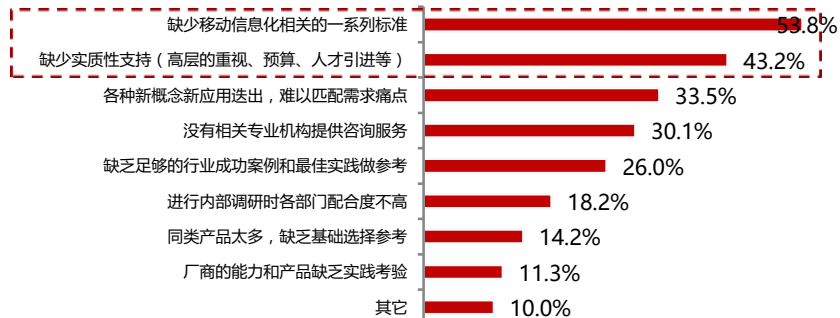
移动办公相关的一系列标准缺失



缺乏支持  
43.2%

缺少实质性的支持，如高层的重视、投入预算、人才引进等

### 移动办公规划推进的障碍



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

□ 无论是技术支撑还是实践经验，移动办公的实质性工作效果显著，全面推行移动办公，还欠缺“标准”与“支持”。

移动办公概念的深度普及，以及相关成熟应用、实践案例的不断验证，企业和员工对移动办公所能带来的价值抱有极高的期待。

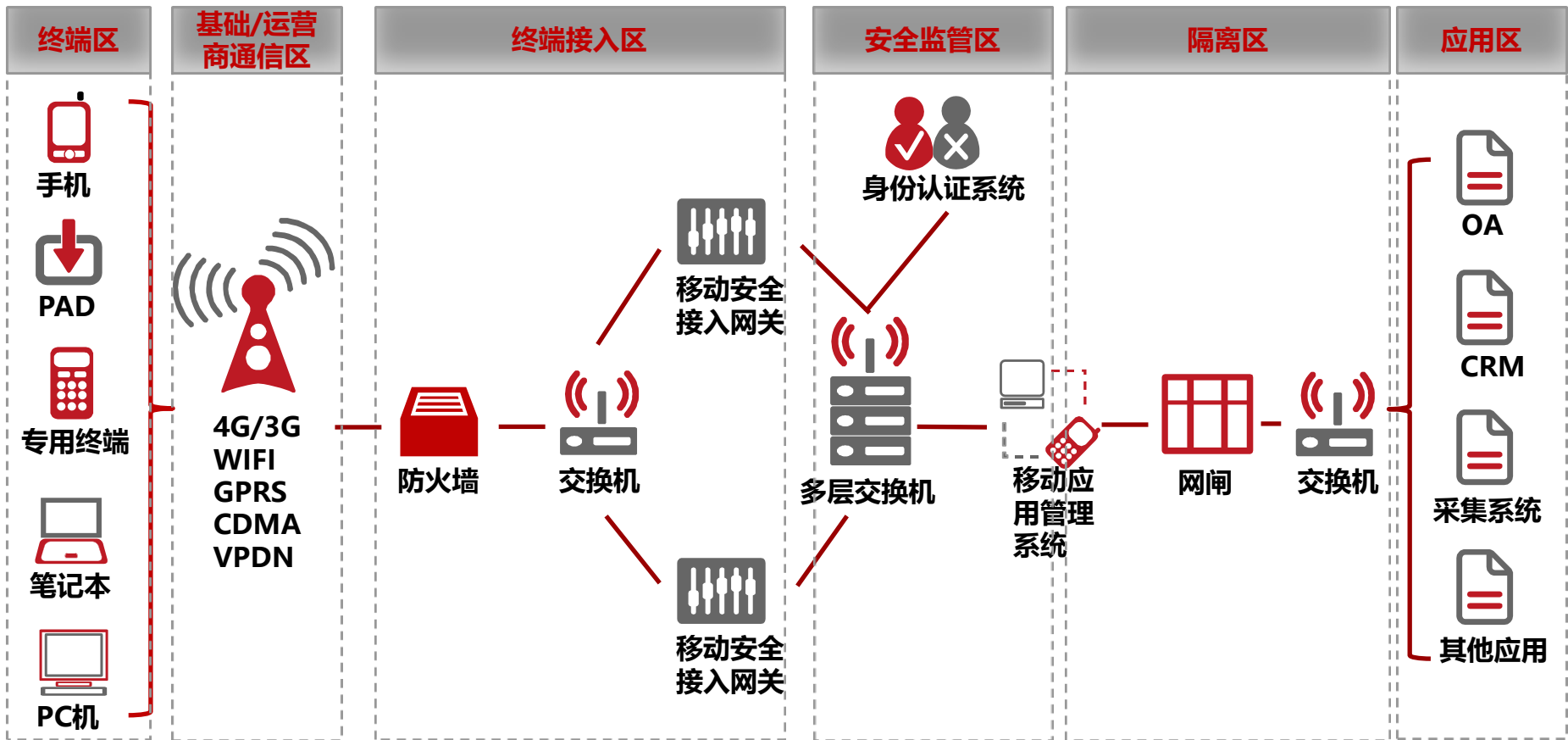
**企业用户：**企业愿意为移动化进行尝试，配合相关移动产品、政策的实施。但是企业已经对过度的概念包装感到厌烦，企业需要更加落地、实用的移动办公产品。

**供应商：**大量的新概念、新技术支持的移动应用铺向市场，已经开始向企业不同业务需求提供种类繁多，有针对性的移动解决方案。

但缺少一个关键环节——标准与实际的支持。

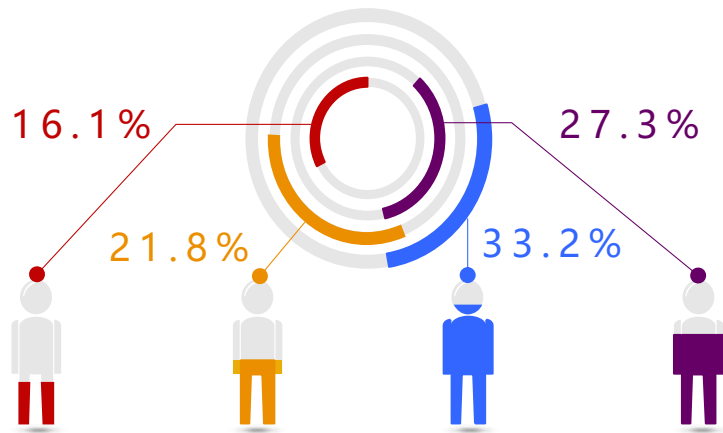
对移动办公市场来说，缺乏标准成为阻碍移动办公发展的首要问题。最核心的安全方面，现在移动办公沿用传统信息化的等保标准，但这一标准并不适用于移动办公。与此同时，实质性的支持也成为移动办公推进的障碍，多数的企业并没有对移动办公有专项的政策、资金支持等。

# 安全不解决，移动办公的美好愿望只能“狗带（go die）”



## 企业对于移动办公的安全理解，目前尚处于“野蛮时代”

### 安全部署规划



进行了深入了解和调研，并且基于调研部署了相对完整的安全解决方案

部署应用之前，没有一个完整的安全架构规划

针对安全风险方面设计，基本依靠厂商提供的建议

主要依靠原有的信息化系统安全防护体系

数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

□ 从企业用户市场来看，对于移动办公安全问题的解决办法，大多只能依赖厂商建议以及传统经验。企业对移动办公安全的认知只能算是“我们知道、我们重视、然后……就没有然后……”

安全问题无论是对传统办公还是移动办公，都非常重要，然而一个可怕的现实是，现阶段，仅有很小一部分企业针对移动办公部署了相对完整的安全解决方案。

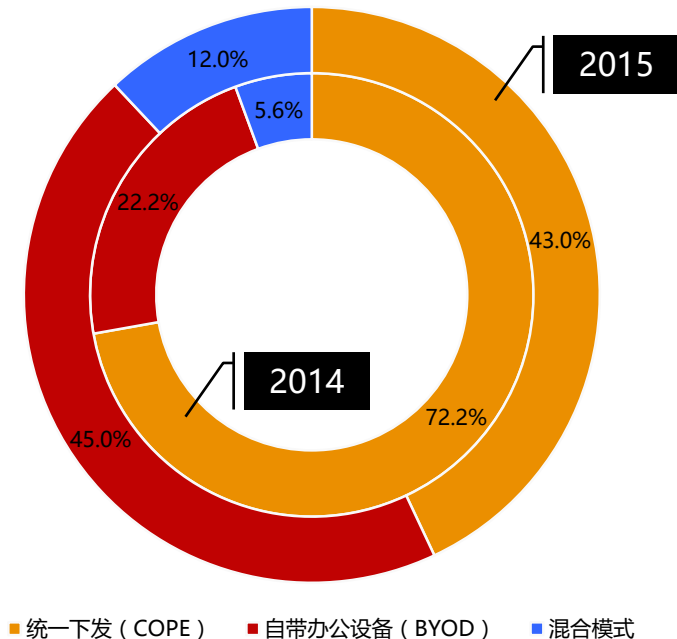
移动办公面临的安全问题是一个比传统办公更为复杂的环境。传统办公可以依靠技术手段解决大部分的“人为”问题，相当于遏制了大部分“人”的安全风险；然而移动办公，目前很难通过技术手段规避“人为”风险，比如个人对移动设备的使用习惯造成的信息泄露风险，人为因素导致的设备丢失等等，这些全都是传统安全手段无法防御的层面。

同时，面向这种问题，推出的移动安全解决方案（MDM、EMM等），当前阶段，无论是普及度、还是产品的完善程度方面，还只能算作入门期。

对于企业而言，在部署移动办公时所能参考的安全解决方案，多数还只能依赖于应用供应商与传统信息化解决方案。

# CIO面对不同的移动设备分发、管理模式左右为难

## 企业用户移动智能终端的导入方式

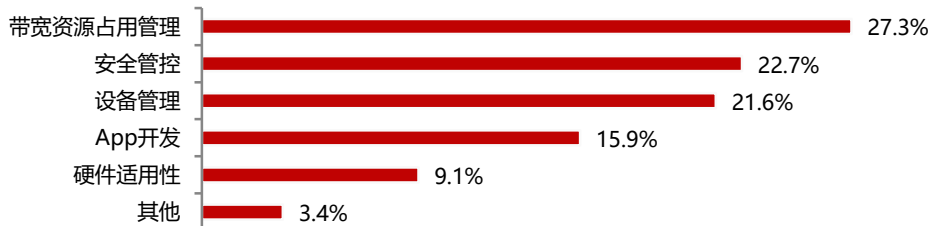


数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

□ COPE的分发方式正在逐渐被BYOD和混合下发方式挤占空间，BYOD的方式逐渐有称王之势。

- 当前许多CIO在部署移动办公时，对于移动设备的不同分发管理出现选择困难症。
- COPE：一年的时间内，迅速从王者沦为诸侯。面对性价比更高的其他模式，其高安全性的优势荡然无存，高成本的劣势一览无遗。
- BYOD：一年时间内，屌丝逆袭。在中小企业市场的崛起，为其带来巨大的市场机会。
- 混合模式：面向不同的职能岗位，对象进行不同模式的管理，一定程度上解决了企业控制成本与满足移动办公诉求的问题，但同时也带来了更为复杂的管控难度，包括权限、对象的复杂化，不同设备数据联通等问题。

## 对BYOD最关心的方面



数据来源：移动信息化研究中心 2015/12

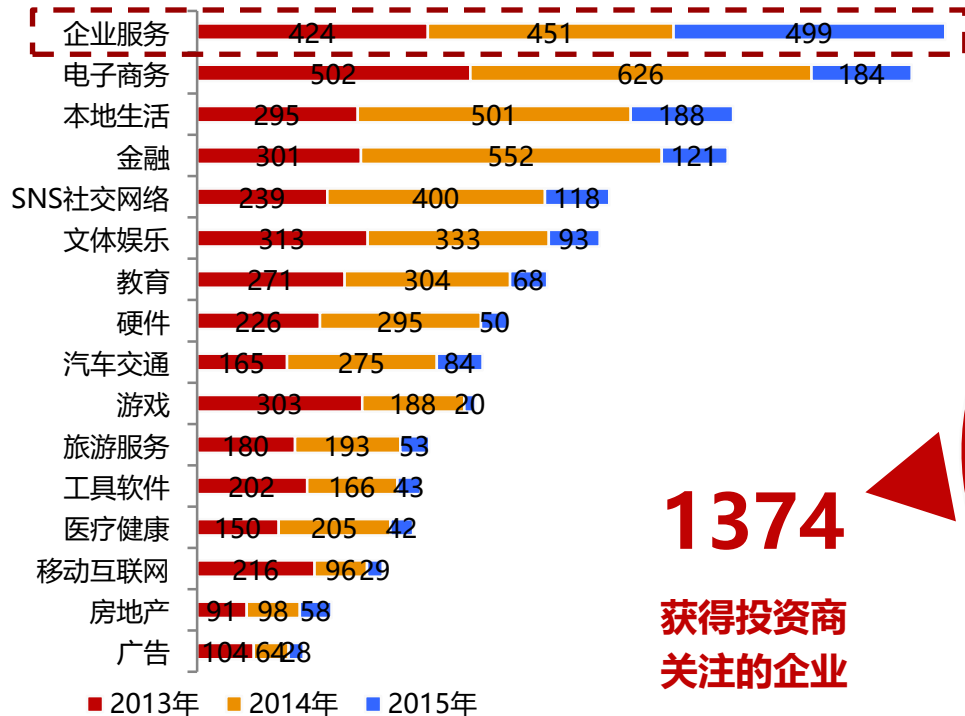




# 资本环境

# 面对这样的融资需求，VC 们好污

## 2013-2015年国内企业获得投资关注情况



1374

获得投资商  
关注的企业

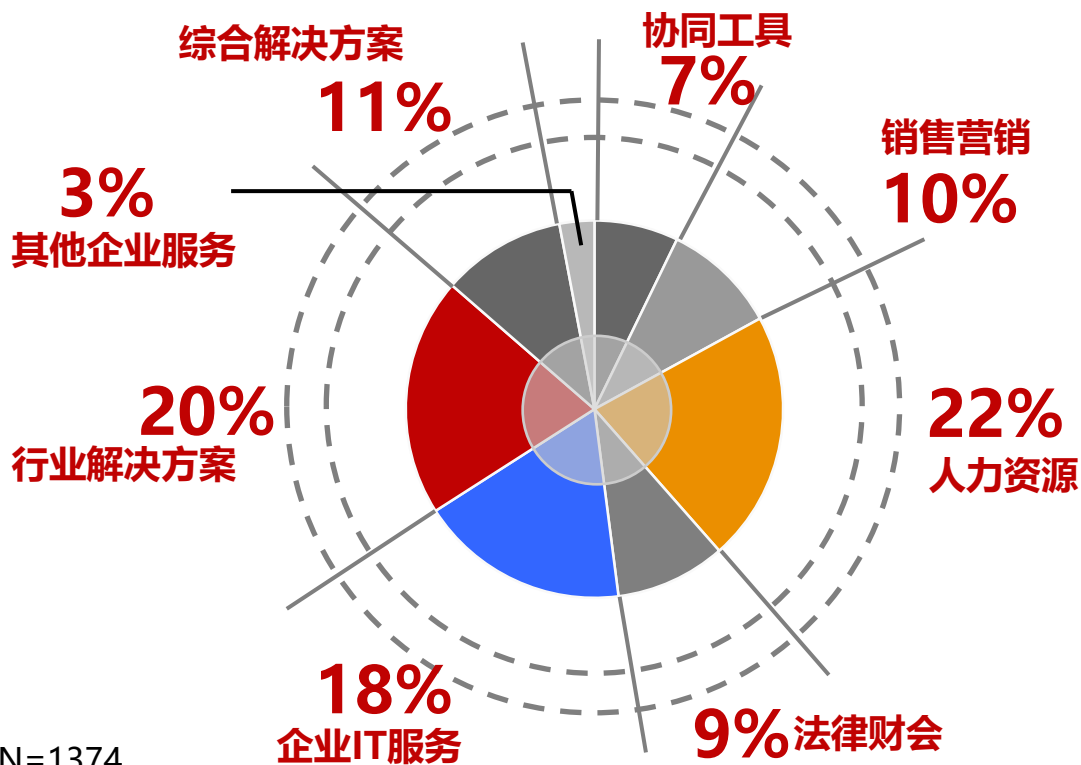
成功  
获得融资的企业

540

775

迫切  
希望融资的企业

## 这些领域备受资本瞩目



N=1374

数据来源：移动信息化研究中心根据披露资料整理

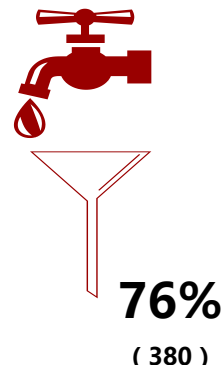


被关注的企业服务供应商主要分布领域

- 协同工具
- 销售营销
- 法律财会
- 人力资源
- 企业IT服务
- 行业解决方案
- 综合解决方案
- 其他企业服务

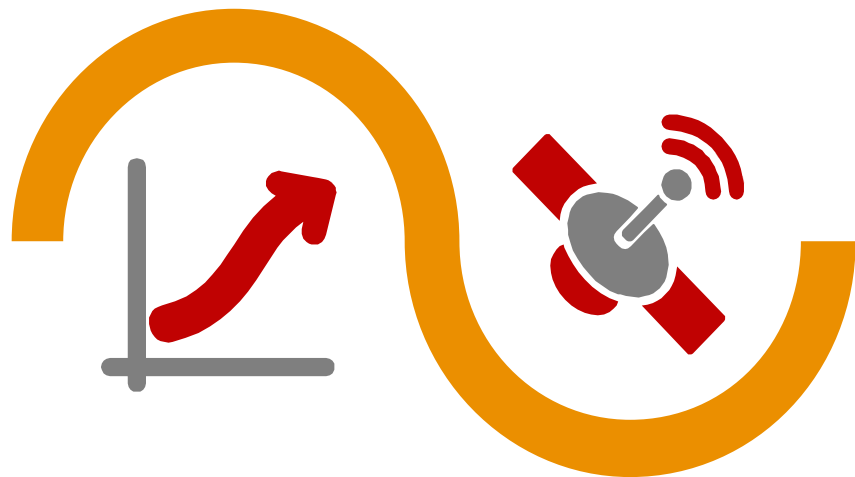
# 帮助企业移动信息化技术与创新应用，过去三年一直是企业服务领域的投资热点

企业服务 —— 2013年 ( 424 ) —— 2014年 ( 451 ) —— 2015年12月 ( 499 ) —— Total ( 1374 )



云存储  
即时通讯  
O2O  
SaaS  
IaaS  
数据服务  
LBS  
CRM  
移动办公  
协同办公  
大数据  
WiFi  
可视化  
BI商业智能  
PaaS

## 往这些领域进驻，非土即豪



销售营销

24.4%

$N=1374*10\%$

企业IT服务

25.9%

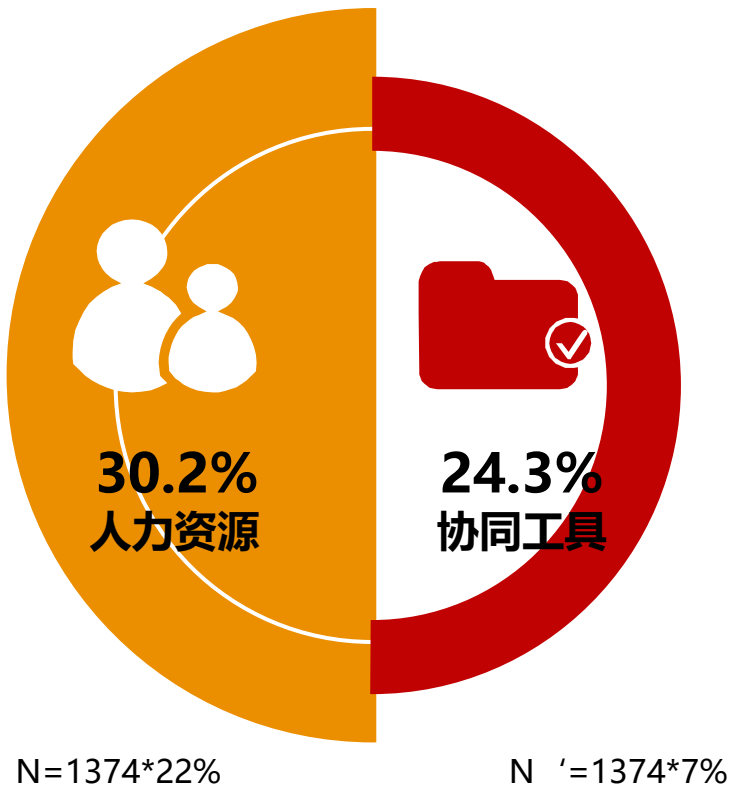
$N'=1374*18\%$

数据来源：移动信息化研究中心根据披露资料整理

- 移动化销售营销产品的企业获得融资比例为24.4%，面向移动化市场提供IT服务类企业成功获得融资占比为25.9%。

- 虽然这两类信息化服务的融资占比并不高，但从投资价值来看，获得高回报比的可能性相对较低。
- 销售营销型产品在2015年疯狂了一回，获得融资的企业数量急剧增长，获投数额出现了单轮1亿美金的峰值，大量的资本进驻直接导致某些企业还没有上市其市值已经远高于上市企业，投资风险不言而喻。
- 企业IT服务属于一个异类，目前国内服务外包类公司已经形成规模效应，主要大规模服务外包被几大厂商截断。在资本层面，需求方比供给方牛叉，只有“壕”标志的资本方能玩得起。

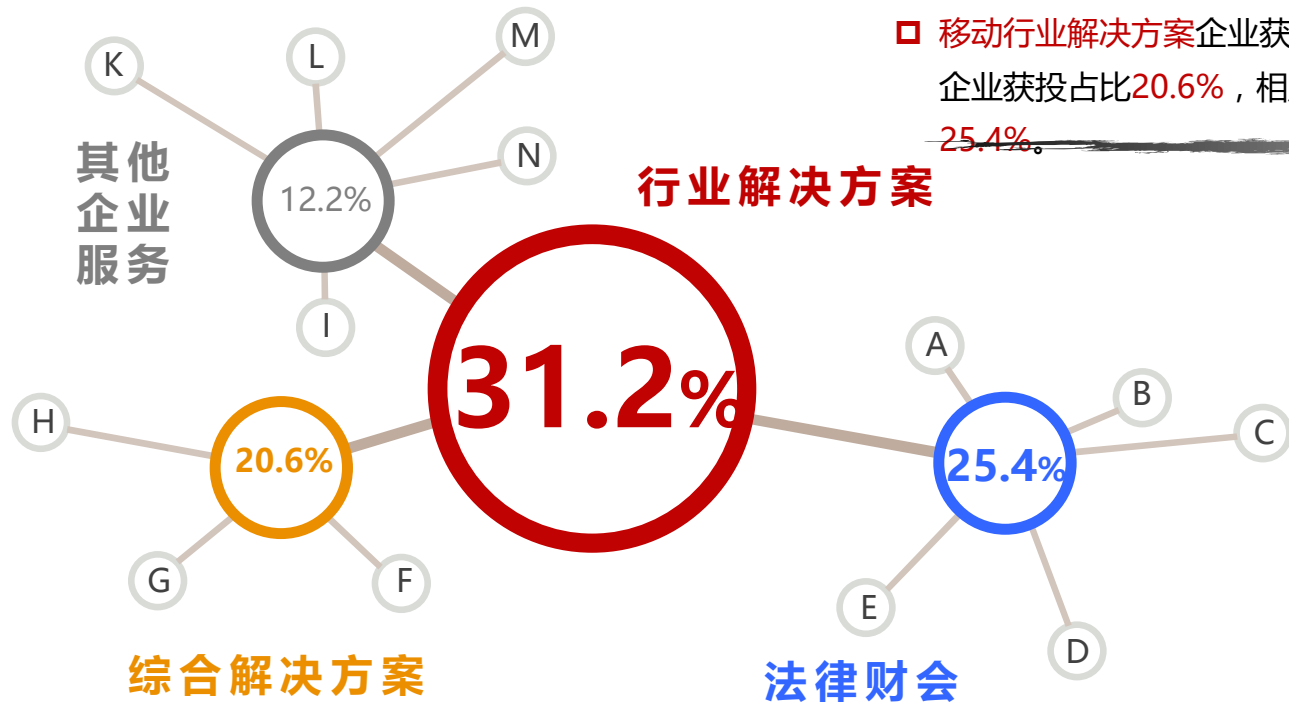
## 这些领域都是半妹，并无半月



□ 移动化人力资源领域获得融资的企业数量占比30.2%，移动协同办公领域获得融资的企业数量占比24.3%。

- 人力资源 (HR) : 这个领域虽然获得融资的企业数量占比较高，但并没有出现“巨头企业”，并且由于HR的业务模块非常离散，很难形成聚合。对资本来说这个领域是企业的刚需，但形成规模效应并不能准确判断。
- 协同办公 : 又一个企业刚需产品，但也是一个替代率很高的产品，协同市场自身发展并不顺利，使得这个并不年轻的行业也没有诞生领头的产品，对资本而言投与不投是可有可无。

## 这些领域表现出对资本的无比饥渴，不投不如哔了狗



□ 移动行业解决方案企业获投占比31.2%，移动综合解决方案企业获投占比20.6%，相应的法律财会企业获投占比25.4%。

- 行业解决方案：移动办公正在向行业化深度应用迈进，这一领域将会热起来。
- 综合解决方案：企业对移动办公的需求已经进入综合性的平台治理阶段，而能够提供综合解决方案的供应商也将迎来有利的发展时期。
- 法律财会：这一细分领域对移动办公需求旺盛，但能提供全业务解决方案的供应商并不多，供应商发展机会较大，对资本而言也是一个非常有潜力的市场。

$$N(\text{行业}) = 1374 * 20\% \quad N'(\text{综合}) = 1374 * 11\% \quad N''(\text{法财}) = 1374 * 9\%$$



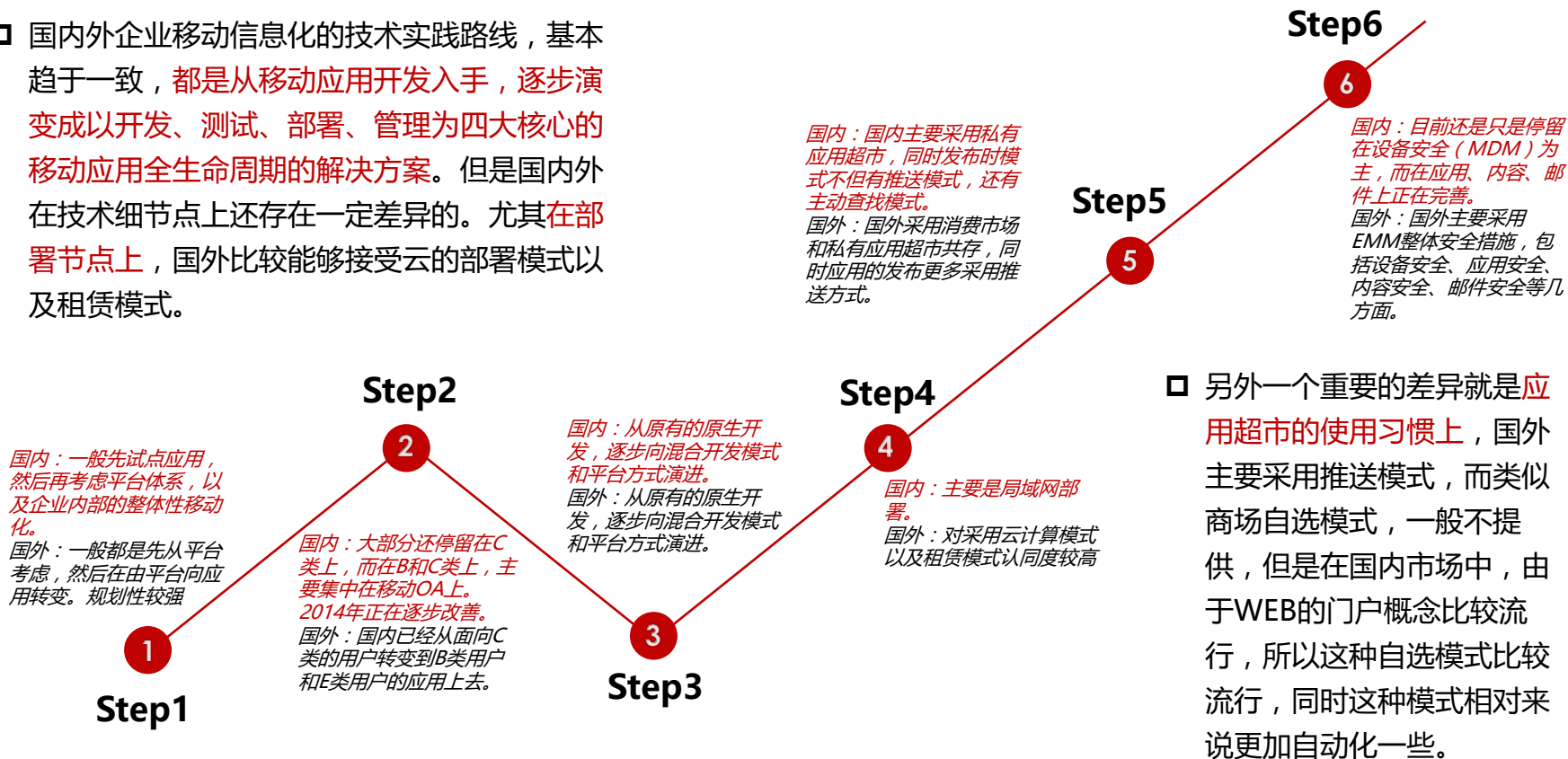
**PART 4 :**

**移动办公建设与实践-  
部署策略**



## 移动办公发展过程，中外企业差异不大

- 国内外企业移动信息化的技术实践路线，基本趋于一致，都是从移动应用开发入手，逐步演变成以开发、测试、部署、管理为四大核心的移动应用全生命周期的解决方案。但是国内外在技术细节点上还存在一定差异的。尤其在部署节点上，国外比较能够接受云的部署模式以及租赁模式。



- 另外一个重要的差异就是应用超市的使用习惯上，国外主要采用推送模式，而类似商场自选模式，一般不提供，但是在国内市场，由于WEB的门户概念比较流行，所以这种自选模式比较流行，同时这种模式相对来说更加自动化一些。

中期

### 小步快跑，经验积累

- 尽可能多的将企业适合的业务系统移动化
- 尽可能多的深入挖掘移动办公的业务系统，将更多的模块儿移动化

前期

### 移动办公深化整合及安全管理

- 超市型管理，门户化展现各类移动办公
- 屏蔽移动设备及移动办公在安装、使用过程中当中的各类风险，如数据加密、数据篡改、设备丢失等

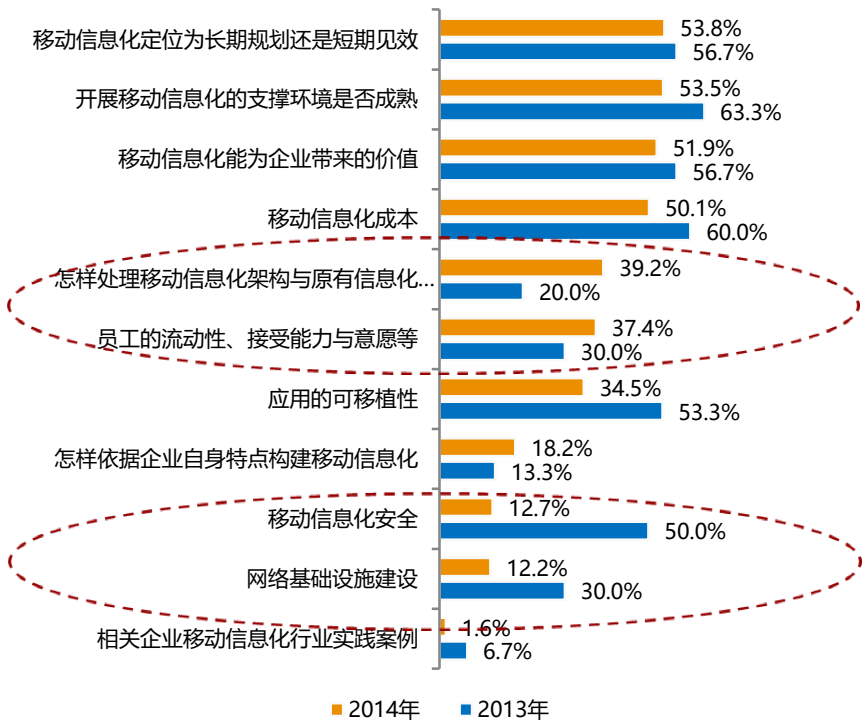
后期

### 移动互联网+

- 全面推进企业现有移动办公与更多移动互联网应用、物联网设备集合，全面落实“移动互联网+”战略

# 如何与原有系统平滑对接，成企业规划移动办公时的痛点

## 2013年/2014年移动应用规划阶段关注的问题对比



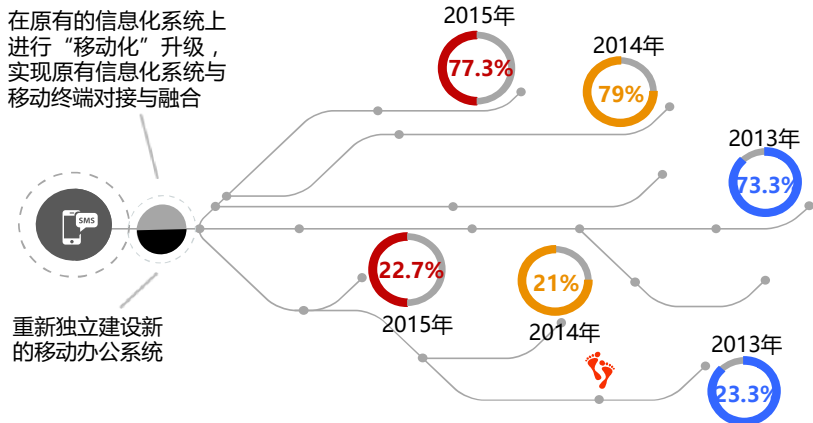
数据来源：移动信息化研究中心,2015/10

□ 在规划阶段，安全、网络基础设施、应用可移植性问题逐渐淡出企业关注的焦点，移动系统与传统系统的平滑过渡、员工使用意愿问题大幅提升。

- 首先，企业对移动办公的理解认知进一步加深，传统信息化的移动移植这种移动办公的陈旧概念逐渐被正确的移动办公概念取代，企业在规划移动办公时，从更符合技术进步和高效的“移动化特性”来梳理和规划自身的移动办公进程。
- 其次，企业更理性的考虑将移动办公作为现有信息化办公的能力延伸，而非彻底颠覆，因此移动办公系统与传统信息化系统的有机融合、平滑对接问题开始成为企业规划移动办公时需要解决的重要环节。
- 再次，企业意识到移动办公是一个更加贴近最终使用者的办公方式，使用者的个人使用习惯会影响移动办公的实施落地，因此包括员工接受能力、使用意愿、流动性等相关的用户体验逐渐成为企业在规划阶段考虑的重点。
- 最后，在安全问题上，随着更加完善和可靠地移动安全解决方案不断出现，专业的第三方安全机构在一定程度上帮助企业在规划阶段缓解了安全顾虑。

# 从PC向移动端延展，构建两端一体化的平台式治理成规划期主流

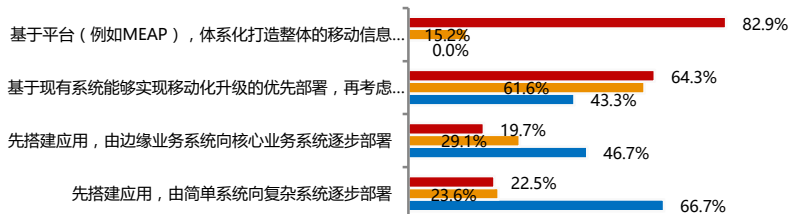
## 企业建立移动办公的方式



注：2013年有3.6%的企业对移动办公方式处于不明确状态

## 企业实现“移动化”的策略

■ 2015年 ■ 2014年 ■ 2013年



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

□ 超过七成企业更愿意以现有和已有的信息化系统为基础，将移动化能力在此基础上做延展，并且不是简单地应用延伸，而是能够通过移动平台化的方式，实现包含传统和移动化的整体平台化IT治理。

- 移动办公已经跨过概念期，企业与厂商的大量实践为移动办公的发展开辟出有效、实用的路径。在实现移动办公的方式上，颠覆传统信息化、重新建立新的移动化系统并非最佳的移动办公实现路径，在原有信息化基础上进行移动化升级成为“主流”。
- 信息化程度较深，移动办公进程较快的企业，已经逐渐走出应用为先的移动办公发展阶段。移动应用种类增多、应用程度加深令企业面临多移动应用、移动应用与传统应用割裂的局面，企业意识到“打补丁”方式已经无法解决新老系统的信息处理、数据共享、价值挖掘的问题，体系化的打造整体移动办公系统才能从根本上解决信息孤岛问题。

A black and white photograph of a Go board with several black and white stones placed on it. The board is a grid of lines, and the stones are arranged in a pattern that suggests a game in progress. The lighting is soft, creating subtle shadows on the board.

**PART5 :**

**移动办公建设与实践-  
实施路径**

# 保障原有业务系统的稳定与连续性，成移动办公实施阶段的第一大坑

## 移动办公建设阶段 “三”个大坑！



49.4%

部署过程中保障现有业务系统的连续性、稳定性

44.7%

对终端以及部署方式的选择

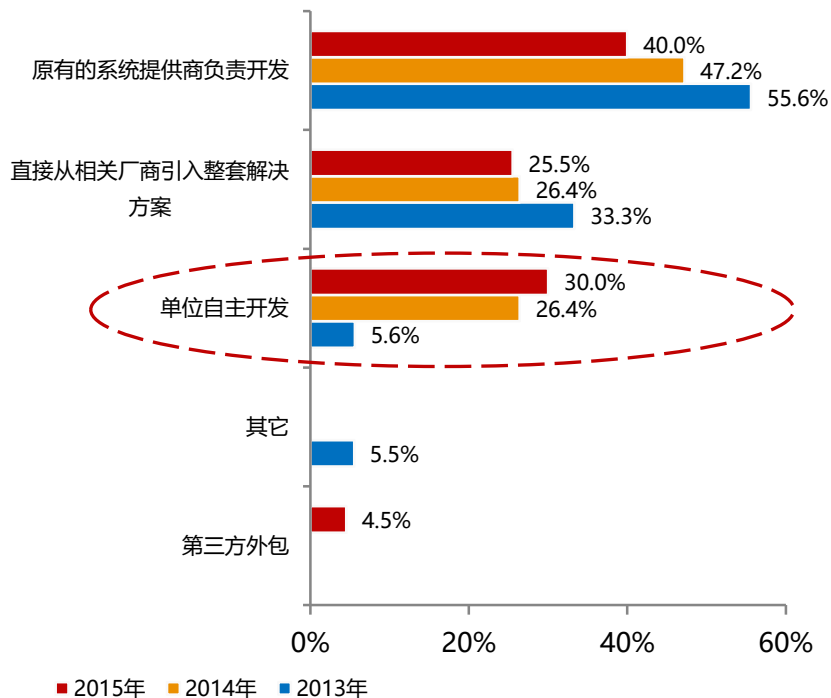
43.5%

移动应用产品的功能

- 在实施过程中，企业关注点聚焦于移动办公系统是否能够保障现有业务系统的连续性和稳定性，同时在如何选择终端与应用开始令企业焦虑。

- 在实施过程中的众多问题当中，保证企业业务系统不因部署移动化而无法使用的问题成为横在移动办公实施当中的第一个大坑，移动办公既要*对现有业务系统改造*，同时还要保障现有业务系统正常稳定的运行，在实际的部署过程中是一个非常大的挑战。
- 然后，企业需要考虑终端的部署问题成第二个坑，设备成本、系统安全性、稳定性、风险控制等，在目前标准缺失的情况下，是一个复杂的决策过程。
- 最后，移动应用的效能问题成第三个坑，应用功能是否满足企业的业务需求，个性化能力、特殊性需求等等，都是在实施阶段需要解决的困难。

### 移动应用开发者承担者选择



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

□ 尽管企业依然对原有信息化系统供应商保持依赖，但随着移动应用的成熟，企业培养开发型人才培养渐入佳境，MEAP平台的开放性增强，越来越多的企业选择自主开发。

- 信息化程度较深的企业在部署移动办公方式时，考虑到移动系统与原有系统的平滑对接、原有供应商对自身行业、业务了解程度等问题，更倾向于由原有信息化供应商来解决移动办公系统的升级改造。
- 引入市场当中成熟的相关解决方案也是中大型企业的重要选择，但从实际应用状况来看，在传统与移动系统的数据交互、对业务了解程度、原有业务系统的连续性问题等方面，独立解决方案供应商在满足程度上有所欠缺，中大型企业逐渐对这种部署方式接受度在持续下降。
- 移动开发人才渐增，而统一的移动开发平台开放性逐渐提高，企业自主开发移动应用门槛降低、应用更贴合企业业务需求的优势逐渐凸显，中大型企业对于自主开发的依赖度也越来越高。

## 实施过程中，企业要求移动办公产品必须兼容并蓄

企业用户  
倾向移动  
办公应用  
产品具备  
的能力



89.7%

可与ERP、CRM、HR等主流管理软件实现数据互联互通

75.8%

基于云模式部署，降低成本提高运营效率

75.5%

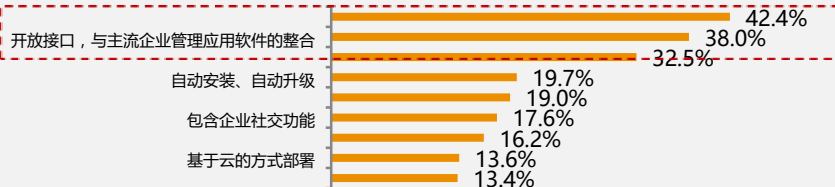
支持统一登录

数据来源：移动信息化研究中心 2015/12

- 在部署具体的移动应用时，企业重点关注应用与现有和已有如ERP、CRM、HR等信息化系统的兼容能力，云已经成为刚需。

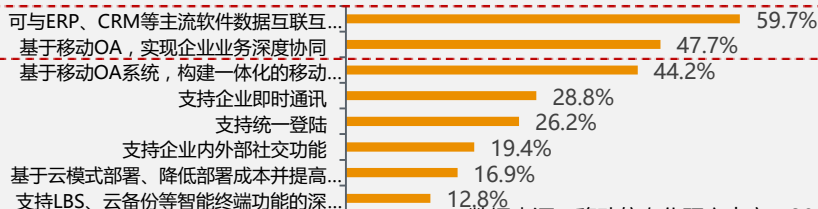
- 企业对部属的移动应用需求较高的兼容能力，一方面是保障移动数据和原有数据的联动性，使数据价值尽可能被挖掘，避免因移动化而导致出现新的信息孤岛。
- 另一方面带来的效果是，良好的兼容能力真正使得移动办公与传统桌面办公成为有机整体，不再是割裂的两部分，达到传统办公与移动的平滑过渡。

### 企业用户当前最关注的移动CRM能力



数据来源：移动信息化研究中心，2015/06

### 企业用户当前最关注的移动OA能力

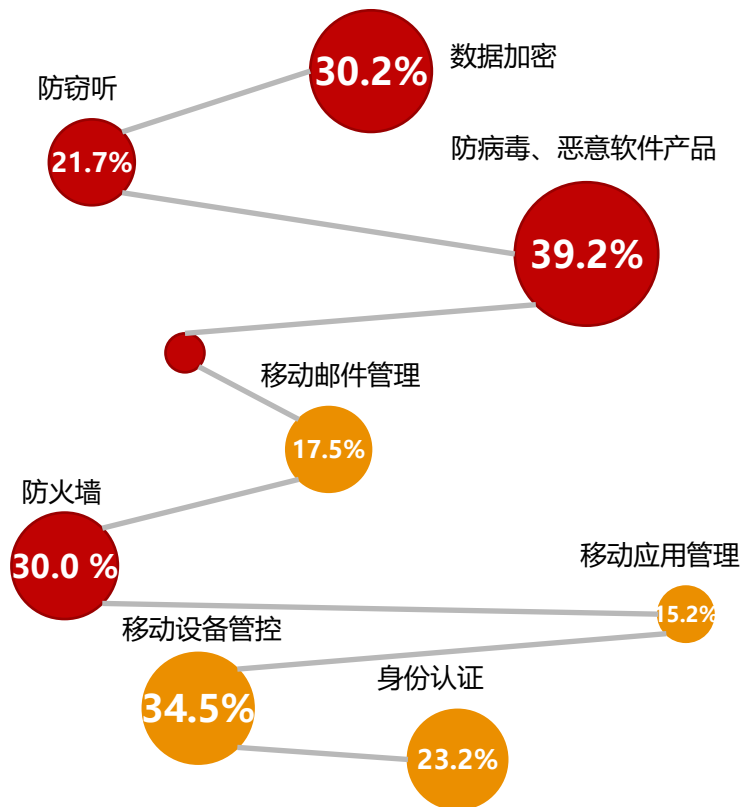


数据来源：移动信息化研究中心，2015/07



## 对于移动安全的实施，多数企业仍旧被传统意识荼毒

### 移动办公安全产品部署情况



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

- 在移动安全产品选择上，企业用户首要还是加强对病毒和恶意软件的防范，其次重点解决针对移动智能终端的管控，同时对基础网络环境的重视也较突出。

- 移动信息化研究中心认为，目前在安全管控方面，最重要的问题在于缺乏相关的安全标准作为参考，而安全管控建设的不足也实质性的阻碍了移动信息化的发展；
- 同时用户对于安全产品的选择，一定程度上体现出对移动信息化安全的考虑还是受到传统安全定义边际的影响，欠缺整体性和“移动化”特性，虽然目前这种选择一定程度上解决了“疯狂的”病毒和恶意软件，以及加强了对终端的管控，但安全是需要基于一个整体的方案，从目前的直观数据可以看见，身份认证、网络窃听风险、移动邮件管理、应用管理方面的渗透较低。
- 需要注意的是，包括MDM、MAM、MCM在内的产品都属于后置性产品，当前这些单一的安全管控产品已经逐步整合成为移动信息化的标准组件之一EMM，或者打包在整体的移动应用管理平台中，这些原因导致在数据方面，显示渗透率降低。



**PART6 :**

**移动办公建设与实践-  
运营使用**

## 移动办公实现的最大价值在于“首先满足领导装逼的需要”

□ 从面相服务的对象来看，移动办公主要是方便领导层对企业的实时掌控以及生产、业务部门员工效率的提升。



## 其次，对于提升工作效率，可以给满分



管理作业层

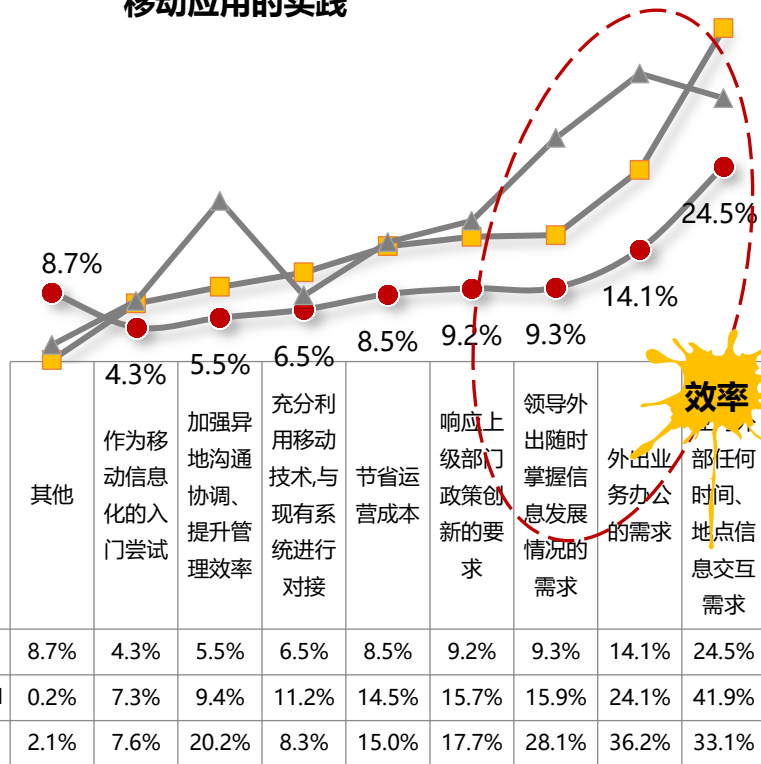
- ❑ **传统桌面端信息化系统的束缚**：管理层在办公室的时间少，无法对审批文件进行及时批复；
- ❑ **审批、文件流转处理时效性低**：传统桌面端的局限，邮件堆积、批复迟滞，无法及时批复、工作流传缓慢；
- ❑ **实时掌握关键数据/报表障碍**：外勤过程中无法及时查看企业关键数据，关键决策受影响。



外勤作业层

- ❑ **实时业务支撑障碍**：外勤过程中很难获得及时有效的内外部业务支撑数据，影响工作效率和竞争力；
- ❑ **外勤现场便携障碍**：传统桌面端、甚至笔记本、超极本都很难满足当前的移动办公特点和需求；
- ❑ **内外部数据、信息交互障碍**：单纯依靠电话或聊天工作很难保障信息安全、对相关人员进行有效的管理。

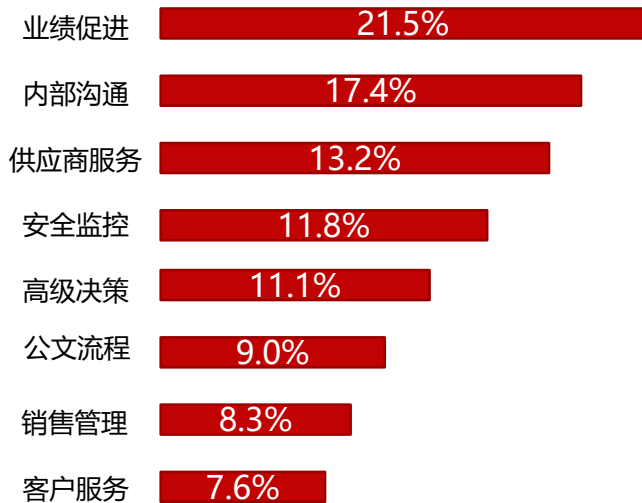
### 移动应用的实践



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

## 在推动业绩、解决沟通方面，傲娇的移动办公想问“还有谁？”

### 企业利用移动化实现的目标



数据来源：移动信息化研究中心，2015/07

- 移动办公的主要目的是提升业绩，解决内部沟通，以及打通上下游供应链。

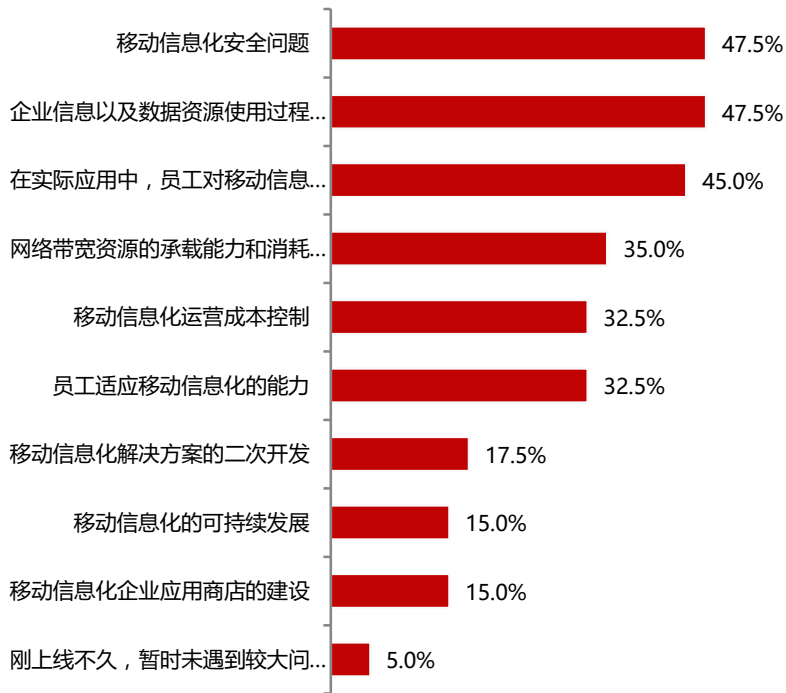
- 基于提升业务为目标的移动办公成为主流，企业对移动办公的实用性需要提升，对移动办公在市场推广、业务提升、绩效提高、内部沟通等方面提出了重点需要。
- 过气的内部事务处理等移动办公能力已经失宠，基于OA相关的功能需求在持续降低。



先搞业绩，  
再谈沟通，  
打通供应链

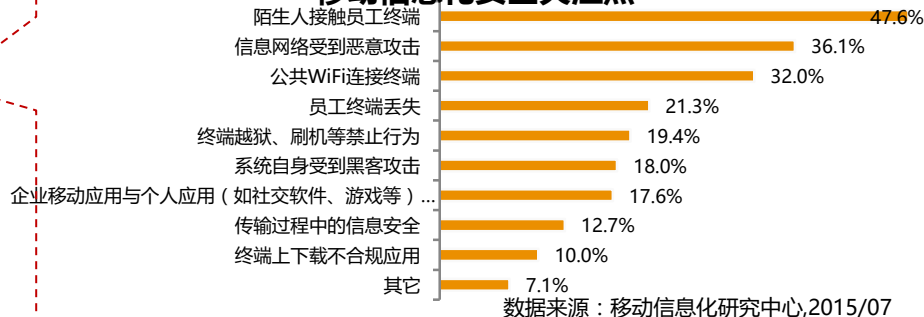
# 如何解决移动办公的安全隐患，请参考“杜蕾斯”解决方案

## 企业用户实践中的主要问题



数据来源：移动信息化研究中心,2015/07

## 移动信息化安全关注点



□ 与**安全相关的问题**成为企业用户在移动办公运维中面临最大的挑战。

- 安全标准的缺失、安全解决方案的滞后以及企业对移动安全认知的匮乏，造成用户在移动办公中面临严峻的挑战，甚至有的大型企业由于移动安全问题得不到解决，最终使得移动办公系统在最后运维环节夭折。
- 在用户面临的安全威胁中，来自于移动设备造成的隐患（包括设备丢失、误操作、其他人接触设备等）最大，其次是恶意攻击、不安全网络接入等。具有显著移动化特点的安全问题在复杂度和范围上全面超越传统安全问题，成为移动办公面临最严峻的挑战。

# 不爱用移动办公的最核心问题是，“你占用了老子（娘）的个人时间，说法呢？”



□ 目前移动化需求并不突出的部门最易对移动信息化产生抵触情绪，包括“售后服务”、“行政部门”、“财务部门”等。

- 有些部门对移动办公比较抵触，特别是那些对传统信息化依赖度较高，对移动办公并不感冒，或者移动办公方式并没有为其带来明显提升，以及移动办公带来反效果较明显的部门。
- 如售后服务部门——移动办公只会带来更大工作量，甚至彻底打乱生活与工作时间轴，移动办公对他们来说就是噩梦。
- 类似于财务、行政管理等部门，连传统信息化都没有全面克服的“老顽固”，拜拜移动办公就不要再创造更多的“下岗人员”了。
- IT部门也对移动办公排斥，显而易见，传统IT部门要增加额外的移动管理系统运维任务，但企业用户谁愿意给IT部门付更多的“薪水”？一天到晚“只想马儿跑，还不给马儿草”，IT部门只能回应f\*\*k u。

**PART7 :**

**重点行业移动办公建设与实践**





# 多数行业围绕“生产、销售、办公管理”来构建移动办公

商贸



- ◆ 经营管理
- ◆ 营销服务
- ◆ 办公管理

政府



- ◆ 电子政务
- ◆ 城市管理
- ◆ 行政监管
- ◆ 应急安全
- ◆ 智慧城市

医疗健康



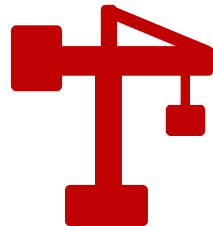
- ◆ 临床护理系统
- ◆ 就诊
- ◆ 急救调度
- ◆ 健康管理

交通物流



- ◆ 生产控制
- ◆ 营销服务

地产建筑



- ◆ 营销管理
- ◆ 设计生产管理
- ◆ 施工管理
- ◆ 平台化管理
- ◆ 办公管理

# 多数行业围绕“生产、销售、办公管理”来构建移动办公

金融



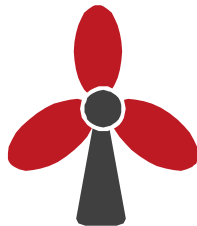
- ◆ 营销服务
- ◆ 生产管理
- ◆ 办公管理

教育



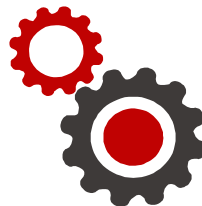
- ◆ 互动沟通
- ◆ 数字校园

能源电力



- ◆ 生产控制
- ◆ 营销服务
- ◆ 办公管理

制造



- ◆ 生产控制
- ◆ 营销服务
- ◆ 办公管理

传媒



- ◆ 现场采编
- ◆ 办公管理



# 商贸行业

## 商贸行业



商贸行业与人们日常生活息息相关，也是我国近年改革中变化最快，最具生气的行业之一。近年来我国商贸行业发展迅速，竞争日趋激烈。

在激烈的竞争中，商贸企业需要借助信息技术与应用，对外改善营销服务，平抑营销成本并为客户提供差异化的服务，对内优化经营管理，加快商品流通，提高对市场的反应能力。

近年来，商贸行业的并购规模空前，渠道通路多元化。中国商贸行业面临现实空间全球化和虚拟空间全球化的双重竞争，曾经拥有的成本、价格、时间、地理等竞争优势正在快速消失。国内外地理商圈和虚拟商圈的竞争对手层出不穷，使得市场环境日益透明，市场竞争异常激烈，面对贸易全球化带来的一系列严峻挑战，如何迅速洞察市场变化，如何实时响应客户需求，如何灵活配置企业资源，如何全面提高管理效率，已经成为贸易型企业亟待解决的难题。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 行业竞争白热化，为提升用户体验，信息化服务迫在眉睫

- 商贸市场竞争环境日趋激烈，竞争手段趋于同质化，广大消费群体更加关注差异化的营销服务和无微不至的客户关怀，商贸企业需要以丰富的营销手段，无处不在的贴心服务，为客户创造良好的消费体验，不断提升客户关系管理水平。
- 在全球化激烈竞争的形势下，信息化发展成为了企业成长的关键要素。信息技术的适应性运用已经是零售企业经营成功的必要条件，或是成为零售企业经营的必备手段。跨国零售商已经运用各种新技术对企业进行管理，除了建立现代化的物流配送中心，运用扫描技术对商品购销进行管理，建立网上销售平台等以外，还利用云技术，在更大的网络空间范围实施了精细管理。

### 2 商贸业由“经验管理”至“数据管理”再到“智能管理”的转变

- 全球化导致零售业竞争的加剧，使得零售业开始关注影响它的两大客户，即供应商及顾客。信息化不仅仅是硬件与软件的集成，它在不断发展企业内部应用信息化技术进行管理的同时，还有效地拓展了供应商和顾客的领域。在信息化进程中，以射频识别（简称RFID）系统的普及、客户关系管理系统（简称CRM）的升级和商业智能分析系统（简称BI）的应用为标志，零售行业出现了由“经验”到“数据管理”，再到“智能管理”的转变。当这些技术与日益发展的物联网有效对接后，零售企业开始成为真正意义上的目标顾客的管家——从顾客需求出发，做到即缺即补，从而实现零售卖场由坐商向行商的转变。

## 行业发展特点

### 3 跨境电商刮起潮流，海淘代购成新生力量

- 2014年中国进口零售电商市场规模为 0.613万亿元，相比中国网络零售总额的 2.8万亿来看，规模非常小。在参与调查的 9,300名网购消费者中，曾经网购过海外商品和经常进行跨境网购的用户比例分别只有 25.2%和 3.4%，这反映了跨境网购在中国的渗透率还很低，大众消费者对跨境网购的认知尚待开发。2014 年中国跨境电商交易规模进口占比为 14.6%，较 2013年的 12.4%增长 2.2个百分点，显然跨境电子商务已成为中国电子商务交易市场的新增长热点。随着普通消费者对跨境网购认识的逐渐普及和深入，进口零售电商的市场渗透率和市场规模仍会在未来几年里进一步迅速上升和扩大。

### 4 信息化发展成为商贸业新型商业模式的推手

- 上海市商务委员会与沃尔玛签署了《在沪发展电子商务合作框架备忘录》据此，沃尔玛将在上海设立沃尔玛电子商务中国区总部，全面负责沃尔玛全球电子商务在中国市场的运营。虽然这仅是一家外资企业的行为，但是，鉴于沃尔玛公司的实际运营状况，这一行为标志着在经历了初级阶段的引入IT系统后，中国零售业的信息化进入了信息化建设的核心——挖掘价值的时代，即从简单数据收集向不断挖掘信息价值转型。从数据中寻找知识和思想，获取财富，发现决策依据，这些也正是信息数据对企业的直接贡献。

## 移动办公需求点



经营管理



营销服务



办公管理

## 需求点分析





## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

厂商需要加深对商贸行业的理解，发掘引导客户的信息化需求，形成核心产品或解决方案。

### ▲ 痛点2

目前多数厂商的解决方案集中在面向最终消费者的交易环节，但对支撑其他行业关键环节的移动解决方案较少。



**政府**



## 政府



政府行业的信息化就是应用现代信息和通信技术，实现政府机构内外管理及服务，同时对政府需要的和拥有的信息资源进行有效的开发和管理，从而提高政府的工作效率、决策质量、调控能力、廉洁程度、节约政府开支，改进政府的组织结构、业务流程和工作方式，全方位地向社会民众提供优质、规范、透明的管理和服

自2002年出台的《关于中国电子政务建设指导意见》（即中办发17号文），提出电子政务建设主要围绕“两网一站四库十二金”展开以来，我国电子政务网络基础设施建设取得了积极进展，网络支撑能力不断加强，成为治国理政的重要基础设施。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 政策保障，推动政府行业移动信息化发展

- 《2006-2020年国家信息化发展战略》是我国信息化的总纲，对于政府行业信息化，国家明确提出信息化战略重点是要推行电子政务，包括：改善公共服务、加强社会管理、强化综合监管。
- 2015年，作为“十二五”规划的最后一年，将是承上启下至关重要的一年。当前，伴随着中央和地方政府在智慧城市方面政策的不断出台，中国政府信息化仍处在稳定增长期，并将保持理性、稳步增长。
- 2014年3月，国务院发布了《国家新型城镇化规划（2014 - 2020年）》，这是指导全国城镇化健康发展的宏观性、战略性、基础性规划，对中国智慧城市建设具有深刻的指导意义。同年8月27日，发改委发布了《关于印发促进智慧城市健康发展的指导意见的通知》，旨在规范智慧城市市场，落实智慧城市建设任务，确保智慧城市健康有序推进。其出台将会带动新一轮的智慧城市建设，有力促进新型城镇化发展。

### 2 党和国家一直将发展信息化视为助力政府转型的有力工具

- 全面推进政府信息化，将有效提升执政能力的效率化、公开化，管理机制的程序化、人性化，践行科学发展观，建设一个先进的服务型、责任型政府。
- 十六大报告中明确了“优先发展信息产业，在经济和社会领域广泛应用信息技术”，十七大报告又对信息化发展赋予了新的历史重任，将信息化作为与工业化、城镇化、市场化、国际化并举的重大任务。
- 在党的十八大报告中有19处表述提及信息、信息化、信息网络、信息技术与信息安全。更重要的是，报告明确把“信息化水平大幅提升”纳入全面建成小康社会的目标之一，并提出了走中国特色新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化道路，促进这“四化”同步发展，信息化与工业化深度融合。这充分反映了信息化本身已不再只是一种手段，而成为发展的目标和路径。

## 行业发展特点

### 3 整体建设由“整合”开始向“深度应用实践”发展

- 目前阶段，政府行业的移动信息化建设已经开始从起步阶段迈入整合，并向深度应用实践发展。

实现各层级政府之间畅通、政府各部门之间无缝、条块之间有机结合

行业垂直系统的整合与深度应用实践

地方政府的横向整合与深度应用实践

垂直系统与属地部门系统的整合与深度应用实践

### 4 移动应用部署围绕提高行政水平，加强民生建设展开

- 政府行业的移动应用部署，主要围绕着如何进一步提升政府内部管理水平、促进政务公开和廉政建设、提高政府公共服务水平、以政府移动化应用的发展带动企业信息化水平的发展等为主要特点。

#### 提升政府内部管理水平

政府在加强内部管理，提高工作效率方面，需求增长较快。而移动业务应用，如移动OA、移动审批、移动业务管理等，可以有效提高政府的内部管理水平和工作效率。

#### 促进政务公开和廉政建设

基于移动App应用，替代传统的门户网站、短信、热线、邮箱等信息技术为政府政务的公开与廉政建设提供了平台，确保构建公开、公正、公平的环境。

#### 提高政府公共服务水平

通过运用现代移动信息化技术，应用移动数字城市管理解决方案，改进传统方式和方法，提高政府服务于人民群众的水平 and 能力。

#### 政府移动化应用的发展带动企业信息化水平的发展

中国信息化建设的一个突出特点是政府主导，发挥政府信息化的示范和影响作用，带动全社会信息化的发展，是中国政府信息化的一项重要内容。

## 行业发展特点

### 5 围绕移动信息化建设，针对基础支撑体系、公共服务体系、政务管理体系建设方向，进一步得到明确

- 政府行业针对移动信息化的特点，结合现有移动信息化产品的应用特征，以全方位提升政府内部管理水平，促进政务公开和廉政建设，改善政府公共服务水平，降低行政运营成本，打造一个管理高效、政务透明的服务型政府为前提，针对基础支撑体系、公共服务体系、政务服务体系做进一步完善。
  - **完善基础支撑体系**：完善网络基础设施建设和管理；推动业务信息系统建设，加强区域基础数据整合；完善并建立政务信息资源目录体系和数据交换体系。
  - **完善公共服务体系**：各级政府机构将会推进整合政府网站，打造新型公共服务集合体；完善互动方式，架设政府与公众交流桥梁；拓展公共服务手段，拓宽公共服务渠道。
  - **完善政务管理体系建设**：提升办公自动化水平，加强政务协同办公能力；建设电子监察和电子绩效考评体系；提高辅助政府决策的服务水平。

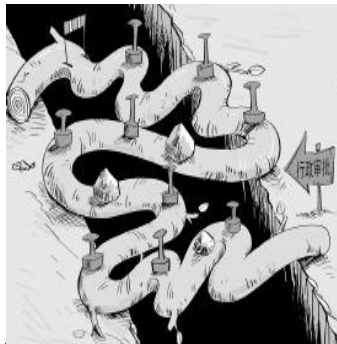
## 移动办公需求点



**电子政务**  
(面向所有政府部门)



**城市管理**  
(面向政府行业管理机构)



**行政监管**  
(面向政府行业管理机构)



**应急安全**  
(面向政府行业管理机构)



**城市服务智慧化**  
(面向政府行业管理机构)

## 需求点分析

### 电子政务

办公管理

便民服务

政府管理水平和办公效率迅速提升，且部门间信息沟通需求不断增长，政务管理需要从传统的固定模式逐步走向移动和高效。

政府和市民之间传统的信息沟通多在办公时间、指定地点进行。服务方式单向、被动，服务信息局限在各部门内部，难以共享。

### 城市管理

城市通

警务通

城市管理事项多而分散，传统手工方式问题发现率低，处理慢，服务方式被动。移动化管理可以极大提高管理效率和管理范围。

公安部门外勤人员众多，担负着人口管理、交通执法、治安管理、案件侦破、应急事项处理等重要工作，需要在移动环境下查询内部信息、问题上报立案、多人协同或指挥调度，以高效完成执法。

### 行政监管

城市司法矫正

工商通

税务通

目前我国司法体系中，对于犯人的行为矫正措施已经不局限于最初的监狱内劳动改造，对于社区的矫正对象，也需要进行定期及时的辅导。

工商行政管理部门具有“范围广、责任重、强度高、任务多”的特点，经济的快速发展对工商的职能管理、监管执法及公共服务都提出了更高的要求。

税务监管工作覆盖范围广、执法难度大、服务对象多样，需要为税务管理机构提供移动税务、电子发票、电子报税、税务信息发布等多类应用

### 应急安全

平安城市

应急指挥

构建社会主义和谐社会”成为城市重要的战略任务，政府需要为市民提供生命安全保障，为产业提供安全生产指导。

现代城市具有人口高度密集、流动性强、人际交往频繁等特点。政府需要提高对公共事件、暴发疫情和反恐斗争等突发事件的快速反应和处理能力。

### 智慧服务

智慧城市

智慧园区

智慧城市、园区智慧化服务。



## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

政府和原有信息化合作伙伴合作多年，拥有深厚的合作关系，在移动办公业务领域已占有先机。

### ▲ 痛点2

方案高度定制化，各地的业务功能、流程各不相同，规模推广的成本高。

### ▲ 痛点3

整体移动信息化项目投入高，安全要求高，虽然具有很高的品牌标杆效应但效益不明显，需要探索合适的盈利模式。

### ▲ 痛点4

厂商项目资质可能影响移动信息化项目投标。



# 金融-银行

## 金融行业



数据通信技术的发展，不仅改变了银行与客户相互联系的方式，也改变了银行的服务方式、产品营销方式和交易处理方式。数据通信技术的发展极大推动了银行业的业务创新，移动金融服务的实时数据交换是金融业业务发展方向，消费行为正日益从固定地点消费模式向各种不受地域、时间、固定通讯线路限制，随时进行交易的模式发展，移动支付方式的出现改变着人们的消费习惯，使刷卡支付逐渐成为付款、消费的主流。

信息化发展战略已经成为银行业共识，而银行业作为中国金融行业中信息化投资的主体，历年其信息化投入占整个金融行业的50%以上。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 银行业基于政策的保障，继续加大信息化建设的力度

- 早在2013年城市商业银行年会上，时任中国银监会主席尚福林表示，当前城市商业银行发展已经进入了关键时期，应继续加大信息化建设力度，制定符合本行实际的IT蓝图，切实提高信息系统建设水平和支撑能力，有效防控各类风险。
- 2014年9月，中国银监会联合国家发展改革委、科技部、工业和信息化部发布《关于应用安全可控信息技术加强银行业网络安全和信息化建设的指导意见》，文件明确指出建立银行业应用安全可控信息技术的长效机制，制定配套政策，建立推进平台，大力推广使用能够满足银行业信息安全需求，技术风险、外包风险和供应链风险可控的信息技术。到2019年，掌握银行业信息化的核心知识和关键技术；实现银行业关键网络和信息基础设施的合理分布，关键设施和服务的集中度风险得到有效缓解；安全可控信息技术在银行业总体达到75%左右的使用率，银行业网络安全保障能力不断加强；信息化建设水平稳步提升，更好地保护消费者权益，维护经济社会安全稳定。
- 面向银行业提出六项具体任务，包括：完善信息科技治理机制、优化信息系统架构、优先应用安全可控信息技术、积极推动信息技术自主创新、积极参与安全可控信息技术研发、加强知识产权保护与标准规范建设。

### 2 整个金融业的改革与发展，金融数据通信网络框架基本形成，大大提高了金融业的整体竞争力和现代化水平

- 金融信息化基础设施已基本建成体系并不断完善。基本实现了计算机机房达标改造、网络资源优化整合、灾备系统建设部署等“十一五”金融信息规划确定的目标，全国范围内的金融科技发展与业务创新信息化高速公路基本铺设完成。
- 数据大集中工程稳步推进并初见成效。完成上下级数据（即总行与分支行之间数据关系）中心技术框架搭建和业务平台整合阶段性任务，积极开展“后集中时代”的科技管理探索与研究，以集约型信息化建设助推金融业升级转型。
- 大批现代化业务信息系统上线应用并平稳运行。在持续提升金融业务工作数字化水平和网络化水平同时，进一步加快了区域金融服务向更高层次科学决策和改革创新前进的步伐。

## 行业发展特点

### 3 银行业信息化建设当前阶段突出强调“安全可控”

- 在金融行业日渐成为国民经济重要基石的当下，从信息安全乃至国家经济安全的长远战略出发，银监会适时提出了“安全可控”的意见和要求，并在2015年初制定和发布了银行业应用安全可控信息技术的年度推进指南文件，这是银监会在“棱镜门”事件暴发之后及信息安全形势日益复杂严峻的国际背景下第一次旗帜鲜明地倡导和要求银行业认真、具体地对待信息技术的安全可控。
- 针对银监会提出的信息化安全可控的战略目标，中国工商银行首席信息官林晓轩撰文指出，商业银行落实银监会安全可控的要求，应该主要通过信息系统体系架构的总体顶层设计和主要信息系统的自主研发，实现对科技信息风险的可管理、可监控和可审计。广发银行首席信息技术官王兵在关于安全可控的文章中提出，按照监管机构的信息科技建设战略要求，银行业除了需要积极推进实施基础软硬件国产化 and 持续提升核心技术自主研发能力以外，还需要国内信息产业协同构建银行业信息技术自主可控的生态链。这些理性、务实的观点，从根本上开始推动银行业信息化安全可控的目标向前迈进。



## 行业发展特点

### 4 新常态下我国金融业向信息化金融转变，符合我国社会经济发展的客观实际

- 科技创新是新常态下经济转型发展的核心驱动力，经济发展的本质是在要素禀赋发生变化的条件下，技术不断创新，产业不断升级和经济结构不断转化的过程。长期以来依靠价格低廉的劳动力等生产要素驱动，我国经济在不断扩大投资基础上得到了高速增长，取得了令世界瞩目的成绩。目前以原有低成本要素驱动的粗放式模式难以为继，并且加快经济发展方式，调整经济结构，更加依赖科技创新驱动经济增长。
- 2015年3月在政府工作报告中李克强总理明确提出制定“互联网+”计划，促进电子商务，工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场，打造大众创业，万众创新，和增加公共产品，公共服务双引擎，实施中国制造2025，坚持创新驱动，智能转型，强化基础，绿色发展等一系列的战略部署。国家对互联网+，大众创业，万众创新以及中国制造2025等战略措施的实施，意味着科技创新将成为我国经济转型发展的重要驱动力，科技创新背景下的结构调整将是未来我国经济发展的新常态。

### 5 银行业的移动化业务实践以内部办公需求为基础，同时解决生产监控需求和营销服务需求

- 移动信息化的推进，不仅改变了银行与客户相互联系的方式，也改变了银行的服务方式、产品营销方式和交易处理方式，以及内部办公的方式。目前银行业的移动化业务实践，主要由三大部分组成，具体包括：内部办公需求、生产监控需求、营销服务需求。

移动办公需求点



营销服务



生产控制



办公管理

## 需求点分析

### 营销服务

账户管理服务

减轻实体  
渠道压力

降低营销  
服务成本

客户群体庞大，且非常关注资金和账户的安全。银行需要将账户变更和营销信息低廉、快速、准确地传递到客户。

营业网点排队现象日益明显，柜台服务成本高。需要相应的移动化方案来缓解网点压力。

以纸质和人工为主的宣传服务方式难以满足需求，营销服务成本日益增加。移动化方式可以降低供需双方的资源浪费，提高业务办理和受理效率。

### 办公管理

### 生产控制

银行员工人数众多，办公位置分散，员工对信息化服务接受程度高。需要快速简便的内部沟通方式，随时随地的移动办公方式，以及对员工通过人性化的管理以实现企业高效运转。

分支机构数量不断增加，跨地区协作乃至跨国界协作日益频繁，对于实时协同需求旺盛，移动化方式成为便利通道。

ATM设备分散，管理难度大，如出现吞卡、缺币等情况需要提高维修速度。

ATM & POS采用有线方式布设成本高，而且容易受到场地条件的影响。



## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

银行业对于移动方式的金融服务等解决方案的安全性和稳定性始终有顾虑。

### ▲ 痛点2

银行业的信息化整体框架经常由总部制定，各省、地市分支机构决策权不高。

### ▲ 痛点3

银行业的信息化程度高，原有合作伙伴在移动化升级部分已占有先机。



**医疗健康**

## 医疗行业



医疗行业信息化是国际发展趋势，随着信息技术的快速发展和社会经济的进步，医疗水平与效率直接影响民生问题，信息化建设与应用已经成为各级政府和医疗机构重要工作之一，更成为人民群众关注的热点，医疗行业市场规模巨大，应用前景广阔。

随着医药卫生体制改革的深化，中共中央、国务院大力推进卫生信息化的建设，要求建立实用共享的医药卫生信息系统。在政府的倡导下，信息集成类项目如雨后春笋般地出现，但是建设者缺乏实践经验，在“摸着石头过河”的过程中面临许多挑战。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 医疗行业移动信息化呈现井喷式增长、市场竞争加剧

- 基于医疗刚性需求的不断扩大，互联网医疗正以前所未有的速度快速发展。一方面，我国人口老龄化进程加快，目前65岁以上的老龄人口占总人口的比例为9.5%，预计2030年该指标将达到16.2%。人口老龄化的加剧将带来老年群体的医疗、保健需求的急剧增长。另一方面，我国医疗资源供需严重失衡，这一缺口为互联网与医疗行业的结合提供了切入点。《2013中国医药互联网发展报告》显示，2013年中国互联网医疗领域仅移动医疗的市场规模就已经达到23.4亿元，同比增长25.8%。
- 互联网医疗的巨大潜力和无限商机吸引越来越多企业前来“抢滩”，竞争较为激烈。今年以来，苹果、谷歌、三星分别推出了各自的智能健康平台，百度、阿里、腾讯也通过投资或并购的形式入主国内知名在线医疗平台。但是整体来看，上述巨头的相关布局更多地属于战略卡位，而在底层数据的收集环节仍处于各自为战的探索阶段，互联网医疗的价值主要体现在对大数据的分析和利用上。未来，随着市场参与者对数据资源的掌握和利用能力变化，竞争格局也会处于不断的动态调整过程中。

### 2 医院需要高度集中、整合型的信息化

- 医院信息化建设已经历了一个很长的探索过程。自1995年卫生部提出“金卫工程”设想，医院信息化建设迅速发展。作为医疗行业信息化建设的“经脉”，网络系统的建设成为保障医院应用系统正常开展的基石，HIS、LIS、PACS系统的搭建不断完善，各大中小型医院基本都购置了基础的MIS系统，较大规模的医院也都竞相采购了LIS、PACS系统，基本形成了医院HIS系统框架；但没有行成真正的HIS系统，由于各医院资金、申报、采购、自身原有流程、文化观念的限制，应用较好的信息系统是经济管理系统，即挂号系统、划价收费系统、出入院管理系统；以及部分必须但相对独立的放射信息系统、超声信息系统和内窥镜信息系统，在整体应用上存在一定的问题，需要高度集中、整合型的信息化。

## 行业发展特点

### 3 医疗信息化的政策坚冰逐渐消融

- 鉴于互联网技术有助于均衡地区医疗资源分配差距，提升现有医疗资源的使用效率，政府对于互联网医疗的肯定态度也日趋明朗化。2011年以来，各部门相继出台一系列文件和政策鼓励和支持互联网医疗发展，其中远程医疗、健康数据采集、可穿戴设备、移动医疗解决方案等被列为发展重点。

### 4 商业模式落地难、标准缺失

- 国外互联网医疗起步较早，商业模式相对成型。以软件类企业为例，其收费对象主要包括药企(为其提供广告和问卷调查服务)、医生(根据地理位置、保险状态及专业专长等信息将其推荐给患者，并提供预约服务)、保险公司(基于软件经济价值吸引其承保)。与此相比，我国互联网医疗商业模式除了收取广告费和向上游药企收费外，还处于不断探索的过程中，大部分企业的生存主要依赖融资。偶有如好大夫在线、春雨掌上医生等以电话问诊形式收取费用也是直接支付给医生本人，且这一模式不够规范，不具大规模推广的可行性。
- 一方面，目前各类移动医疗设备未形成统一、标准的数据接口，难以实现数据互通，既影响个人健康信息的全面整合，也不利于健康数据的汇总和分析利用。另一方面，由于现有医疗体制的不足，我国的病种编码、收费代码、药品和耗材数据库等都是各省、各医院各自为政，阻碍了信息共享和流通。

## 移动办公需求点



临床护理系统



就诊



健康管理



急救调度

## 需求点分析



## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

医疗卫生行业特征明显，要求深入了解行业的业务流程（临床诊疗、药剂管理等），做定制化开发。

### ▲ 痛点2

各地医院卫生组织机构信息化差距较大，解决方案内容差别较大，规模推广存在一定困难。

### ▲ 痛点3

患者医疗信息的隐私保护，移动设备以及数据安全需要重点关注。





# 教育培训

## 教育培训行业



教育行业的发展直接关系到国民素质提高和国家的振兴。在科教兴国战略的指引下，我国教育事业取得了长足的发展。随着社会和经济发展对劳动者素质的要求越来越高，教育产业正在蓬勃发展。为建设高效率的教育管理体系，信息化技术越来越多的被运用到“数字校园”建设中，通过与校园现有平台或资源紧密结合，建立学校、家长、学生之间互动与沟通、资源共享的信息化平台。

教育信息化建设目标可以概括为“三通两平台”，即宽带网络校校通、教学资源班班通、网络学习空间人人通和数字教育资源公共服务平台、教育管理信息系统平台。按照教育部《教育规划纲要》和《教育信息化十年发展规划（2011-2020年）》的政策指引，推动信息技术与高等教育深度融合，创新人才培养模式，实现教育信息化可持续发展是教育业未来十年的发展方向。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 政策导向——以教育信息化带动教育现代化

- 2011年的全国教育工作会议上，胡锦涛提出了以教育信息化带动教育现代化的指导思想，而《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》中也明确提出信息技术对教育发展有革命性的影响。为了大力推进国家教育信息化行业的发展，推动教育的改革，培养适应信息社会要求的创新型人才，国务院和教育部先后出台了一系列产业扶持政策和指导性意见：《教育信息化十年发展规划（2011-2020年）》、《国家教育事业第十二个五年规划》、《教育部等九部门关于加快推进教育信息化当前几项重点工作的通知》、《关于进一步加强教育管理信息化工作的通知》等。

### 2 软硬件投入比例不均衡

- 经过多年的投入和建设，当前我国教育信息化发展进程中硬件环境的大投入与应用效果的低产出是主要矛盾。
- 在以往的教育信息化建设中，政府和学校往往更注重硬件设备投入，计划预算也是按照硬件投入来做，很少将软件费用计入。由于不注重软件投入，导致很多已经建成的信息化硬件应用水平不高，与教学实践结合不紧密，难以发挥应有的作用。师生没有充分享受到有效的教育技术成果，对教育的影响远未达到预期目标。

### 3 信息化建设缺乏统一规划

- 我国的教育信息化建设主要是以区县或者学校这样的基层交易机构为实施主体。这些区县教育局或者学校往往按照上级下达的项目任务来完成学校的教育信息化建设工作。每家学校各自为政，按照自己的需求和能力配置不同标准的信息化项目。教育信息化建设比较散、乱，缺乏整体、统一规划，区域、校际之间不能链接，“资源孤岛”现象严重。不同区域之间，同区域不同学校之间，数据封闭，资源封锁，不能交互操作，存在重复建设问题，不能发挥信息化硬件和资源共享优势，造成严重的资源浪费。

## 行业发展特点

### 5 人才培养数量及质量不足

- 相当数量的教师的信息化准备不足，新课程培训与信息技术应用培训存在严重脱节情况。相当部分的应用培训仍停留在演示型的课件制作上，或者是机械地套用国外的某一种课程设计模式，真正把信息技术应用融入教与学全过程中的培训很少，培训在质的方面没有创新，应用仍在初级层次徘徊。

### 6 集约化成为未来教育行业信息化建设的重要趋势

- 目前我国教育行业信息化相关部门和主管已经深刻意识到国内以前的教育信息化建设缺乏统一标准和统一规划，进而在造成很多不必要的资源浪费和粗放型管理，并开始尝试研究制定各类以统一化、规范化、集约化为重点的顶层设计，并将在未来三年内陆续进入执行阶段。

### 7 以区域为单位的教育云建设模式初见成效

- 教育云是以一个市地或县一级的教育主管部门，让其区域内成千上万的各类学校、幼儿园、培训机构、教育科研、学生社团、教师、班会等单位，都能在自己的一套教育云平台上，零门槛、微费用享用多种教育信息化应用服务资源，并快速形成一张先进、高效的教育系统管理与服务网络，多、快、好、省跨越式地提升本区域教育系统整体信息化的应用水平。目前，云计算已经从市场培育期转入高速发展期。以区域为单位的教育云建设模式已经兴起，并逐步取代原有的零散建设模式，通过统一建设和集约化管理，节约教育机构信息化经费开支，同时，有利于实现区域内的办公协同与信息资源共享。例如，北京西城区教务建设了区域虚拟化服务平台，并统一向辖区所有学校提供服务，类似的建设模式将会在未来大批涌现。

## 行业发展特点

### 8 “移动-开放-参与” 将成为教育信息化建设的核心关键词

- 随着云计算、移动互联网、物联网等新技术新应用的发展，教育行业信息化也将呈现出与之相匹配的新业态，随着无线局域网成为教育行业网络建设的新重点，移动互联将逐渐与教育信息化接轨，如电子书包、智慧教育、数字化校园等项目的重要性将会在未来的建设过程中进一步凸显。

## 移动办公需求点



互动沟通



数字校园

## 需求点分析

### 互动沟通

家校互动

中小学生学习年纪小，自控能力弱。家长希望能实时获得子女在校情况，学校也希望家长配合，共同关注学生成长。

大学生信息服务

大学生就业目前已经成为一个社会问题，学生希望获取更多的就业信息，企业需要找到合适的大学生，而高校需要建立一个方便灵活的就业信息发布平台，帮助大学生尽快就业。

教育机构信息服务

教育管理机构和培训机构受众面广，教育政策、考试信息、培训信息、成绩信息等需要及时有效的发送到受众手中。同时，公众也可以通过移动终端进行信息查询、网上报名等业务办理。

### 数字校园

教务教学管理

学校需要通过建立教务教学管理信息系统提高教务管理效率，并配合传统教学手段提升教学质量。

校园一卡通式管理。

办公协作

传统文件传达和事项通知耗时长或传达不到位。教师需要及时与校内系统联系，查阅相关数据和资料，进行现场办公。

校园安全监控

尤其是对幼儿园及小学低龄儿童的安全监管措施。

## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

厂商在争夺学生市场资源方面非常激烈，原有合作伙伴合作关系紧密，后进厂商进入壁垒较高。

### ▲ 痛点2

各地解决方案内容差别较大，规模推广或经验借鉴存在一定困难。





# 交通物流

## 交通物流



交通物流业是融合运输业、仓储业、货代业和信息业的复合型服务产业，是国民经济的重要组成部分，涉及领域广，吸纳就业人数多，促进生产、拉动消费作用大，在促进产业结构调整、转变经济发展方式和增强国民经济竞争力等方面发挥着重要作用。

随着行业的不断发展以及信息技术的不断革新，带动了信息化在交通物流行业的应用，货物跟踪识别、物流作业的运筹和决策支持、城市实时交通等应用是交通物流信息化的发展方向。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 提出充分发挥信息化智能化在引领交通运输转型升级，推动交通运输现代化发展中的重要作用

- 《交通运输部办公厅关于推进交通运输信息化智能化发展的指导意见》明确提出到2020年，基本形成目标一致、功能协调、运转高效、有机衔接的交通运输信息化智能化发展总体格局，交通运输信息化普及程度大幅度提升，重点领域智能化发展取得突破，交通运输信息化智能化发展水平显著提高。

### 2 信息化孤岛问题突出、行业信息共享交换需求迫切

- 交通行业具有多业务点、多管理点、分布广泛、流动性强、人员庞大等基本特征，广为分布的业务单位非常容易形成“信息孤岛”，使得信息沟通不畅通、不及时，在信息沟通中也常常存在被动沟通的形态，这种状况不仅仅出现在偏远地区，也经常会表现在城市交通管理、高速公路管理，甚至一个交通管理部门内部，如车场、单车管理等。如何利用有限的资源，使用快捷便利的手段，加强各业务单元的信息沟通、传递能力已经成为交通行业急需解决的问题。
- 交通行业现存体系中存在多层级管理体系及多形态运营组织，如政府交通行政管理部门，公路、水路等维护部门，铁路管理部门，交通安全管理部门，城际交通运输企业组织，城市公共交通体系等，而且交通行业所承载的是千百万人员及货物的转运等工作，可谓受众面广，管理体系复杂，如何将管理部门、路政部门、交管部门、企业组织的信息及时有效的传递给广大使用者和运营服务者是交通行业面临的巨大挑战。

### 3 交通行业正在强化政务公开建设

- 政府政务公开，特别是交通行业管理部门的政务信息公开是交通行业信息化的基础工作，虽然多年来已经逐步建设了相关的上网工程等，但是手段单一，解决问题、沟通协调的能力相对还较弱。

## 行业发展特点

### 4 行业内加大对运营管理智能化、信息化建设的投入

- 随着交通运输行业的快速发展，相关问题也日益突出，对交通运营管理提出了更高的要求。为了适应发展，交通运营管理需加强系统平台建设体现智能化应用服务，并结合多种通信手段强化信息沟通能力。
- 由于电子商务、现代物流理念逐步渗透，计算机联网售票，车站、港口、车辆、船舶的计算机管理系统已经普遍应用，工作效率大大提高。大中型港口和大型航运企业(集团)积极开展企业信息化建设，围绕运营管理、调度指挥、运输过程控制和企业内部事务处理等业务需求，开发了企业内部管理方面的信息系统，并通过国际互联网开展用户服务。大量信息的涌现和需求的变化对交通运输企业管理也提出了更高的要求，为了适应广泛、不同类型的需求，交通运输企业需要从自身内部管理和外部沟通管理入手，一并解决面向需求的企业信息化管理。

### 5 强化网络与信息安全保障体系、推进信息化智能化标准体系建设

- 建立健全交通运输网络与信息安全保障机制，全面落实信息安全等级保护和分级保护制度，提升信息安全预警能力，加强网络与信息安情况报送和通报。完善交通运输密钥管理和证书认证体系，应用密码技术保障集成电路卡、电子标签、智能信息终端设备，以及重要信息系统的数据存储和传输安全，为交通运输信息化智能化发展提供信息安全保障。
- 建立健全交通运输信息化智能化标准体系，强化基础性、关键共性标准的制修订，加快综合运输、物流信息服务等领域的标准制修订。加强各专业领域标准之间、行业标准与国家标准之间的协调，积极推动信息化智能化标准的国际化进程。积极组织 and 吸引企业开展信息化智能化标准制修订工作。加强信息系统、产品和服务的行业准入管理，建立交通运输信息化智能化标准一致性、符合性检测体系和技术平台，形成标准制修订、宣贯应用、咨询服务和执行监督的闭环管理体系。

## 移动办公需求点



生产控制



营销服务

## 需求点分析

### 生产控制

运输定位调度

车、货、人的实时监控调度。

货物全程管理

简化货物揽收信息处理环节，降低成本和出错率，对运输中的货物进行实时追踪，保障货物安全，对客户做到全程透明。

内河航道管理

航道管理机构需要对内河航道、船只、船闸等进行实时监控和管理，航运公司需要对船只内部运行情况进行动态监控。

公交视频监控

公交站点分布较分散，车辆时刻处于移动中，对安全保障带来较大难度。

### 营销服务

上门支付

物流企业需要支持送货到门结款、揽货上门收费、大客户定期结算等灵活的付费方式。

交通票务

铁路、长途汽车、航空等交通运输机构票务工作繁多，售票机构分散，需要统一的管理，同时旅客也期待方便快捷的取票、验票方式。

实时交通

城市交通拥堵现象日趋严重，交管部门、城市居民急需发布或查询实时交通信息。

营销宣传

统一服务形象，提升服务水平。

## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

行业特征明显，要求深入了解企业（物流、票务等）的业务流程，做定制化开发。

### ▲ 痛点2

行业产品会综合定位、识别等多种技术，对销售团队技术层素质要求高。

### ▲ 痛点3

无线视频监控对网络条件、视频格式算法等技术要求高。

### ▲ 痛点4

视频监控容易引起客户对隐私的顾虑。



**能源电力**



## 能源电力



电力行业指服务于国民生产和居民生活的电力需求的发电、输送配电和相关电力设备供应的产业组合。按照业务范围，电力行业可以分为电力设备与器材行业、发电行业、输电行业。

在电力经营里，有发电、输电、配电和售电四大环节，相对应的分为电力生产企业、电网经营企业、电网调度机构、电力供应企业。按电力的来源分类，电力企业一般分为水电、火电、热电、核电、风电类等。

我国电力行业信息化建设开展得比较早，IT技术应用较为成熟。随着3G/4G技术的成熟与推广，移动互联网技术正与传统互联网技术融合，电力行业信息化将进入移动信息化时代，移动应用在电力行业信息化过程中将发挥越来越重要的作用。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 网络系统初步形成，信息化程度较高

- 电力专用通信网经过几十年的建设已初具规模，形成了微波、载波、卫星、光纤、无线移动通信等多种类、功能齐全的通信手段，通信范围已基本覆盖了全国32家省（市）级电网公司、1000多家供电公司，国家电力公司调度系统数据网络（SPD net）、国家电力公司信息网（SPI net）、电话会议网等设施早已建成并投入使用。
- 电力系统的规划设计、基建、发电、输电、供电各环节均有信息技术的应用，各级电力企业在发电厂计算机控制、变电站自动化、电网调度自动化、电力负荷管理、管理信息系统、计算机辅助设计、计算机仿真、科研试验等领域有了一定的应用，在发电厂计算机控制、电网调度自动化方面取得了较高的水平。

### 2 电力行业移动信息化技术正得到进一步发展

- 随着信息系统覆盖能力的增强，移动化应用也在电力系统有了进一步的发展，包括办公、生产管理系统、设备管理系统、燃料管理系统、电力市场和营销系统、电力调度系统、送电和配电地理信息系统等在内的信息化系统开始大量进入移动化应用阶段。

20世纪60年代，电力行业就开始了最初的信息化建设。应用主要集中在电力系统的计算以及电厂和变电站的自动检测、监控等方面。

第一阶段

到20世纪80年代中期，信息技术已经开始进入电力系统的各个应用领域。整个范围涉及电网调度自动化、电力负荷控制、计算机辅助设计、计算机仿真系统、电厂管理信息系统、用电管理等多方面。电力行业从那时开始，就已经应用信息系统，介入部分的管理工作。

第二阶段

到20世纪末期，电力信息技术进一步向综合应用方向发展。由操作层向管理层延伸，各级电力企业建立管理信息系统，实现管理信息化。相对于传统应用，电力信息资源的开发尚处于刚刚起步及发展的阶段，基本建成覆盖全行业各门类的电力信息资源共享体系。

第三阶段

随着信息系统覆盖能力的增强，移动化应用也在电力系统有了进一步的发展。

第四阶段

## 行业发展特点

### 3 中国的电网企业普遍已经完成了初始投资建设阶段，进入到需要通过运营改善获取价值回报的阶段

- 中国的电网企业普遍已经完成了初始投资建设阶段，进入到需要通过运营改善获取价值回报的阶段。一方面实现提高运营效率，电力行业作为典型的资产密集型行业，运营效率对企业业绩的影响至关重要；另一方面提升并改善服务质量，电网直接服务于广大居民和企事业单位，客户服务的水平也逐渐引起了各电网企业的高度关注。

## 移动办公需求点



生产控制



营销服务



办公管理

## 需求点分析

生产控制

营销服务

办公管理

电网企业一直采用人工入户抄表方式进行抄表，因电表数量众多，地理位置分散，常需投入大量人力、物力和财力，传统抄表方式已经不能满足居民的要求，同时电网也希望实现电费实时扣取。

电力设备不断入网，管理难度日益增加，原有人工现场作业的方式已经远远不能满足输电设备管理的要求

实时监控及自动化管理，并且系统通过配电终端上传的信息判断故障区域并作出应急控制。

电力公司非常注重日常输电设备的管理与维护，通常一个城市就可部署近百个工程抢修点，配备百余辆电力设备抢修车。

电厂的生产设备采用并联结构，当某一路设备出现故障时，如线路电压的不稳定，炉膛压力异常情况，希望通过采集器采集有功功率，主蒸汽等数据，经判断后将必要的预警和报告信息准确发送至相关负责人。

电力客服承担着用电查询与咨询、业务受理、故障报修、投诉举报、欠费催缴等大量工作。而停电抢险等各类通知还需要上门派发、电话通知、电视报纸公示。传统的单向客服成本高效率低，不能及时将各类信息及时准确传递到客户，也不便于收集客户的建议和反馈。

电力企业员工众多，厂区和管理机构较为分散，每个单位都希望能加强各部门之间的协同工作，保持与分支机构的实时联系，希望自己身处异地仍能及时了解和处理单位事务，能有效利用企业内外信息资源，传统的文件传达和事项通知耗时长或传达不到位。

## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

能源企业与原有信息化合作伙伴合作多年，拥有深厚的合作关系，在移动办公业务领域已占有先机。

### ▲ 痛点2

方案高度定制化，技术壁垒较高，厂商的实施成本较高。

### ▲ 痛点3

整体移动信息化项目投入高，安全要求高，虽然具有很高的品牌标杆效应但效益不明显，需要探索合适的盈利模式。

### ▲ 痛点4

厂商项目资质可能影响移动信息化项目投标。



**制造业**

# 制造

## 制造业



制造业行业的企业移动信息化发展历史接近20余年，近几年随着，移动信息化整体发展速度的加大、调研发现目前超过80%的制造型企业表示将发展自己的企业移动应用。

未来，制造业可以基于移动信息化技术支撑系统促进资金流、物流的高效流转，提高生成效率和质量的一致性，走出一条科技含量高，经济效益好、资源消耗低，环境污染少的新型工业化道路。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践



## 行业发展特点

### 1 “两化”深度融合，推动制造业移动信息化发展

- “两化”深度融合要求工业化、信息化的相互促进，移动信息化作为信息化的新领域，同样被传统制造行业关注。大型企业将加快从生产经营关键环节的单项应用向综合集成发展，长链条供应链管理将会成为深度融合的重点。

### 2 安全挑战颇多，给移动信息化发展带来麻烦

- 制造行业的信息化系统复杂、分散，传统安全监管模式在移动化背景下难以胜任。



## 行业发展特点

### 3 替代传统作业方式的移动业务管理是制造业需求最集中的地方

- 制造业在生产管理、客户管理、物流运输等方面的业务办理需求较多，相应的部署移动应用系统引入比例也较高。未来的应用比例会呈现大幅增长，而国内做这方面业务的厂商还没有形成规模和垄断格局，未来市场潜力巨大。

### 4 行业化、定制化需求突出

- 制造行业细分众多，直接导致相应的产品方案行业特征明显，并且在产品和服务的交付方面需要贴合企业的具体生产流程才能产生价值，定制化开发工作量大。

制造行业

离散制造

流程制造

项目制造

多品种小批量制造

重复制造

连续流程

批流程

01 农副食品加工业  
02 食品制造业  
03 酒、饮料和精制茶制造业  
04 烟草制品业  
05 纺织业  
06 纺织服装、服饰业  
07 皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业  
08 木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业  
09 家具制造业  
10 造纸和纸制品业  
11 印刷和记录媒介复制业  
12 文教、工美、体育和娱乐用品制造业  
13 石油加工、炼焦和核燃料加工业  
14 化学原料和化学制品制造业  
15 医药制造业  
16 化学纤维制造业

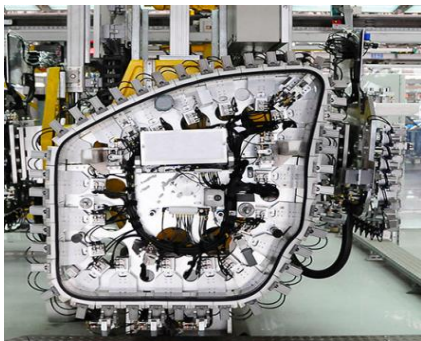
17 橡胶和塑料制品业  
18 非金属矿物制品业  
19 黑色金属冶炼和压延加工业  
20 有色金属冶炼和压延加工业  
21 金属制品业  
22 通用设备制造业  
23 专用设备制造业  
24 汽车制造业  
25 铁路、船舶、航空航天和其他交通运输设备制造业  
26 电气机械和器材制造业  
27 计算机、通信和其他电子设备制造业  
28 仪器仪表制造业  
29 其他制造业  
30 废弃资源综合利用业  
31 金属制品、机械和设备修理业

.....



制造

## 移动办公需求点



生产控制



营销服务



办公管理



# 制造

## 需求点分析





# 制造

## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

行业特征明显，需要贴合企业的具体生产流程才能产生价值，定制化开发工作量大。

### ▲ 痛点2

制造行业存在较高的技术障碍，如信息化节点比较分散、信息孤岛较多等，移动化渗透阻力较大。



传媒

## 传媒文化行业



在文化传播领域,信息化与文化传播的相关度也越来越高,文化实力与文化传播对信息化的依赖与要求也越来越高。随着信息化时代的来临,传媒产业的发展存在诸多的不足,要想在新的历史形势下提升传媒文化产品的市场影响力和份额,必须进行改革。

传媒文化产业带来了新的发展机遇和改革方向,面对新的历史形式,传媒文化产业应该拥抱变化,顺势而为,理清未来发展思路 and 方向,引入先进技术,拓宽新的市场,促使传媒文化产业迈入新的历史发展时期。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 政策支持，大力支持新传媒行业信息化建设

- 中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平强调，要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。
- 文化传媒领域的议题成为深改组的第四次会议的焦点之一，并且集中在“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”上。此高度已经超过了对于一般国计民生问题的关注程度，可见最高决策层已经将对媒体的发展和管理放在了重要的位置上。

### 2 传媒行业信息化面临转型阵痛

- 媒体行业综合信息化建设是一种新的企业管理思路。媒体企业拥有很多潜在终端客户资源，如何将这些客户资源转化为单位的效益是企业一直在思考的问题。过往的通过电话、邮件、电子信件、报纸等方式和客户进行的沟通，成本高且效率低，客户的传达率和反馈率难以统计和达到预期目的。



## 行业发展特点

### 3 行业信息化发展态势不均衡，不同区域、城乡发展差距巨大

- 近年来，国家实施“西新工程”等大力扶植信息化相对落后地区的传媒文化信息化建设，一方面反映出传媒行业自身信息化系统发展和覆盖范围的不均衡，一方面也体现出传媒信息化发展具有巨大的市场空间。
- 国家进一步增加广电、出版、科教事业投入，传媒行业必将进一步加大内容、水平、辐射范围的建设，信息化基建再次成为传媒行业关注的一个焦点。

### 4 行业化、全台解决方案盛行

- 传媒行业信息化程度的加深以及采购行为的成熟，用户需求正在转化，由原来孤立的企业级产品转向需求整体解决方案，行业化产品需求旺盛，企业级产品与专业设备结合的“整台解决方案”成为传媒行业信息化的建设新重点。
- 优化完善企业级产品配置以适应快速变化的现场采集、内容生成、传播等相对规范化的行业解决方案需求增加，同时企业迫切期望提高传媒信息化的应用水平，在配套的培训方面也呈现出大量需求状态。

## 移动办公需求点



现场采编



办公管理

## 需求点分析

现场采编

新闻资源调度

新闻采集

稿件快速生成

新闻指挥调度中心可通过调度系统，把新闻线索通过企业即时通讯方式推送给位置最近的记者，提高调度效率，以便记者能够第一时间到达现场获得一手新闻信息。

基于移动互联网，构筑统一的移动发稿平台，无论记者在国内还是国外，均可以实现现场情况拍照、录音等新闻采集，并通过移动通讯网络，将新闻内容回传到新闻中心。

移动采编内容编辑模块通过连接报社全媒体新闻生产系统后台数据库调用常用稿件模板、素材资料，可以将新闻工作人员在PC机上的稿件编写、稿件编辑、稿件传递、稿件审核、稿件签发等常用操作进行掌上集成，随时随地都可以通过移动设备进行新闻内容处理工作，提升记者、编辑人员的工作效率。

办公管理

针对新闻采编等媒体行业所有内部员工，基于企业原办公信息系统，通过移动平台，利用手机终端随时随地实现办公接入、公文审批、移动编审、指挥调度、日程管理、文件传递、邮件收发、远程管理等功能。

## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

对设备管理以及网络接入安全要求较高。

### ▲ 痛点2

采编获取的海量资料不仅类型多样，且调用频繁，包括文稿、图片、音频、视频等，对数据快速、准确、智能化筛选的要求较高。

### ▲ 痛点3

各媒体组织业务特点、管理流程各不相同，方案定制化程度较高。



# 地产建筑

## 地产建筑



中国房地产业正处于向规模化，品牌化，低成本，规范运作的转型时期。房地产业的增长方式也正在由速度规模型向总量效益型转变。随着WTO各项有关条款的实施，竞争对手从国内的企业扩大到国外的企业，竞争规则从国内规则变为国外规则。土地储备制度实施，“经营性土地必须挂牌拍卖”政策的出台，使以土地为核心的房地产市场，逐渐走上了健康运行的轨道。但目前国内的房地产竞争激烈，主要表现有众多的投资者进入；区域性，垄断性逐步被打破，因此则需要更高要求，如提高行业技术和服务水平；降低成本和营销费用，提高利润率。

- 发展环境
- 移动办公需求点分析
- 厂商进入痛点
- 行业应用实践

## 行业发展特点

### 1 技术政策、标准滞后于信息化发展的需要

- 我国在项目管理、工程设计、施工、监理、房产管理等各个领域，尚无较为完善的标准体系，不能有效的引导、规范、整合信息化的进程，已有的信息不能得到充分的应用。
- 房地产行业的管理软件的解决方案的研究相对其他行业有所滞后，一方面因为房地产业在早期是一个相对暴利的行业；另一方面对管理规范化、科学化的强迫程度在前些年比较弱。

### 2 流程对于地产企业来说更为复杂，流程管理的价值也更大

- 起步阶段：重点是理顺项目开发过程，建立项目开发流程，通过有效的管理和监控提高开发效率，防范项目风险。
- 高速成长：正在经历从经营一个项目到同时经营多个项目，从经营城市公司到区域性公司再到全国性公司的跨越，单项目成熟，流程也规范，但往往要面对解决高速成长所带来的组织膨胀、信息不畅、效率低下等问题。该阶段管理重点在于：如何通过有效手段规范集团与下属项目公司的关系；如何解决不同项目之间的资源分配问题。
- 稳定阶段：区域化和全国化早已完成，虽有行业特性，其规模和市场占有量仍然会较快增长，流程形成规范，也已经比较好的解决了高速成长阶段所面临的问题。公司考虑的问题转移到：如何在降低系统风险的同时，又能够有效的提高效率。和制造业、流通业等其他行业相比，建筑行业的信息化进程略显滞后，一方面的原因在于建筑企业信息化建设中逐步投入，分步发展的“小步快跑”的模式在整体信息战略规划上差强人意，信息孤岛现象比较严重，企业内部众多的系统造成了企业各部门之间、企业与供应伙伴之间协同和管理方面的困难

## 行业发展特点

### 3 建筑行业信息化要面对其他行业同样要面临的人才、资金等问题

- 建筑行业中从事信息化工作技术人才不仅仅数量严重不足、结构也不尽合理，既懂信息技术，又懂建筑专业知识的复合型人才极为缺乏。知识经济时代要求以知识和信息为增值的主体和对象，要求知识和信息成为企业具有竞争力的核心要素，要求企业的所有员工都要高度重视知识和信息的作用，这就迫使企业信息化建设，而信息化建设又恰恰提供了一个知识和信息被获取、被利用、被增值的平台。

### 4 信息化建设缺乏组织保证，导致实施周期长，信心下降

- 信息化工程是“一把手工程”，但我国的房地产企业普遍没有专门的信息化负责人，现在许多企业也只是临时在办公室等非信息化部门下面任命了电脑管理人员来负责此类工作，企业的高层一般对信息化的重视程度都相对较低。可想而知，由于信息化过程中通常会涉及企业流程整合甚至重组，关乎岗位、部门之间的一些工作方式甚至利益的调整，如果没有一个强有力的组织保证，很可能会中途夭折。
- 有的企业对于信息化期望值太高，认为信息化能够包医百病，希望信息化能够一次性地解决所有问题，所以在实施过程中将目标定得过高，什么都要实现，导致各业务部门的需求没完没了，系统实施周期一拖再拖，而核心业务功能反而迟迟发挥不了效益。



## 移动办公需求点



营销管理



设计生产  
管理



施工管理



办公管理



平台化管理

## 需求点分析

营销管理

销售管理

虚拟展示

围绕移动设备建立从销控到签约到收款的房地产交易流程管理系统，实现管理的数据化、实时化、可视化。

通过3D技术与移动设备结合，现场销售人员可通过电子沙盘将建筑产品以及周边交通、地理环境、配套设施等信息——模拟，直观地为客户进行展现。节约选房环节的看房成本，避免沟通中售客双方的理解差异，提高营销效率。

设计生产  
管理

基于移动互联网技术，不但使业主、设计、建设等单位沟通更加高效便捷，也加强了各专业之间（以及专业内部）的协同效率，减少沟通不畅或不及时导致的错、漏、碰、缺，实现所有图纸信息元的单一性，提升设计效率和设计质量。

施工管理

引入移动设备，有利于现场管理人员提升工作效率，满足工地对视频监控、移动监管工作、移动协作会商及移动应急指挥等的业务诉求，实现施工管理的精细化、实时化、扁平化。

办公管理

企业规模大、层级多，工作场所和管理机构较为分散，传统的文件传达和事项通知耗时或传达不到位。各厂区人员需要及时与总部系统联系，查阅相关数据和资料，进行现场办公或数据采集等工作。

平台化  
管理

建筑模型平台

BIM融合移动互联网技术，帮助项目现场管理人员能够更有效、更直观地查询BIM信息，发挥BIM可视化，协调性，模拟性，优化性和可出图性的特点，进行协同合作。

## 厂商进入痛点



### ▲ 痛点1

建筑行业涵盖专业领域众多，必须深入了解行业业务流程，做定制化开发难度较大。

### ▲ 痛点2

建筑行业先入品牌经营日久，品牌影响力巨大，新入品牌由于用户使用习惯等因素，可能会花较长时间进行品牌培养。

### ▲ 痛点3

BIM产品尚处于起步期，在数据格式及其互通性、软件能力、BIM标准等方面尚不成熟，与业务融合的模式也属于探索阶段，目前应用范围较小。



# 行业经典 应用实践

## □ 客户背景

酒鬼酒股份有限公司，中国知名白酒企业，上市公司。酒鬼成为“中国驰名商标”，位居中国白酒前20名，湖南省第一。公司在全国各省设立了30多个直属办事处，营销团队400多人。

## □ 解决方案概述

➢ 外勤365是移动销售管理系统，以手机APP为载体，将销售终端装进手机，让销售人员在外真正实现移动办公，帮助企业管好销售团队、客户和商品，有效提升企业线下销售效率。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

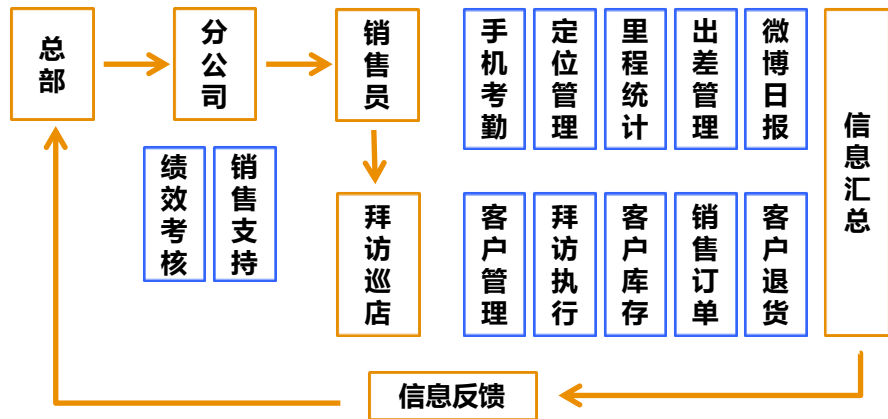
- 一是人员管理方面，销售人员流动性很大，新来的人如何能做到快速地交接？对客户、产品、市场布点、终端网点布局如何快速熟悉？过去这是个很难解决的问题，现在使用外勤365以后，企业要求业务员在每一个拜访环节都要执行到位，终端信息录入、客户拜访记录要完整，方便新人快速上手。
- 二是进销存管理精细到终端网点。销售人员手机直接查库存、下订单，订单信息实时传送到后台系统，后台管理人员及时审核、及时发货，大大提高了订货效率。

## □ 客户痛点

➢ 随着白酒行业的深度调整，对白酒企业的服务范围要求越来越广，服务程度也越来越深，对销售团队的管理，也变得越来越细。酒鬼酒迫切需要通过先进、高效的管理工具进行队伍的精细化管理转型。

## □ 最终应用效果

- 管理者将外勤365作为一个管理的辅助，为企业的营销发展规划奠定了基础，帮助企业提升销售团队管理水平，降低运营成本。
- 同时，提升了员工的自我管理水平和销售业绩。



## □ 客户背景

2013年9月28日，恒大冰泉集团正式成立；2013年11月9日，恒大亚冠夺冠庆典上，恒大冰泉横空出世，一夜成名；2个月完成全国200多万家网点铺货，日均8000家网点；30天全国订货额突破57亿元，日均完成2亿元订货额；如此迅如闪电的开拓之势，归功于全国超万人的销售团队以及近3000家的经销商合作伙伴。

## □ 解决方案概述

- 玄讯快销100营销价值链管理解决方案，为企业的销售管理建立一套切实可行的控管机制，让企业对业务人员的拜访工作获得有效的过程监控和执行指导，实时跟踪销售的工作目标达成，即时反馈市场信息，以及监控渠道营销费用的落实，提高通路运作的把控度。
- 玄讯快销100通过终端管理（SFA）、经销商管理（DMS）、费用管理（TFM）、促销管理（PMS）系统，推动市场工作改善，加强对人员、门店、经销商、订单、费用、促销活动等及时、全面、高效管理。

## □ 客户痛点

- 营销组织庞大，人员管理成本高，销售执行力低下。
- 分销客户众多，客户管控力度弱，渠道库存不透明。
- 市场费用巨量，费用核销难度大，费用预算难管控。
- 促销活动频繁，活动监管难度大，促销执行难落实。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 2014年4月1日，恒大项目正式启动，至同年11月30日，成功上线了SFA、DMS、TFM、PMS系统，并推广全国市场应用。
- 通过SFA系统落实可视化拜访管理，提升终端销量。
- 通过DMS系统落实经销商的采购订单管理，提升渠道信息透明度。
- 通过TFM系统落实促销费用预算管控，实现促销费用申请与审批流程化。
- 通过PMS系统落实在线招聘促销员，人员考勤排班与业绩管理，提升促销活动的执行效益。

## □ 最终应用效果

- SFA系统的应用，覆盖全国31个省359家地市分公司；系统录入和维护超过106万条终端数据，以及5万多条线路信息，上传和保存每日近4万家活跃客户的拜访信息；销售代表每日拜访频次从30次上升至40次，人数从16000名降低至12000名，效率提高的同时还节省了4000个人力成本。
- DMS系统的应用，覆盖全国超过1700家经销商，采购订单使用率100%，分销订单使用率超过70%；经销商采购订单流程审批，从原来的2-3天，大幅缩短至最快1个小时。
- TFM系统的应用，大幅减少了不合理的费用损失，使得费用实投率提升至92%，平均费销比从16%降至12%，终端建设费节省了10%以上。
- PMS系统的应用，维护超过10万人的促销人员信息库，恒大冰泉的促销人员招募费用降低超过20%，同时对全国售点数据采集和分析周期也可以大幅缩短至1天内完成。

## □ 客户背景

中山市顺宏电气有限公司是一家从事工业自动化领域产品的推广和技术服务，集自动化系统成套、工程设计、安装调试及工控产品代理销售和技术服务为一体的专业性公司。销售工作是顺宏电器的重中之重，急需专业的销售工具来解决日益扩大的业务中所出现的销售管理问题。

## □ 解决方案概述

- 顺宏电气一直在寻求高效的客户管理系统，希望能够提升销售效率。爱客CRM围绕客户展开线索-客户-商机-合同-报表等业务活动，通过这条完整的销售链条形成闭环。
- 每个业务员从第一次得到线索，将所有信息录入之后，员工可定时提醒，及时跟进，所有客户相关信息、动态全部留存，不可更改，方便领导进行销售进程的把控；在销售过程中，顺宏电气所有的线索、客户信息、报表信息都安全的留存在系统内，销售人员离职无法带走，也不能恶意删除，方便了公司的客户资源管理；同时，还有地图签到、数据上报等实用功能，方便领导进行团队管理。

## □ 客户痛点

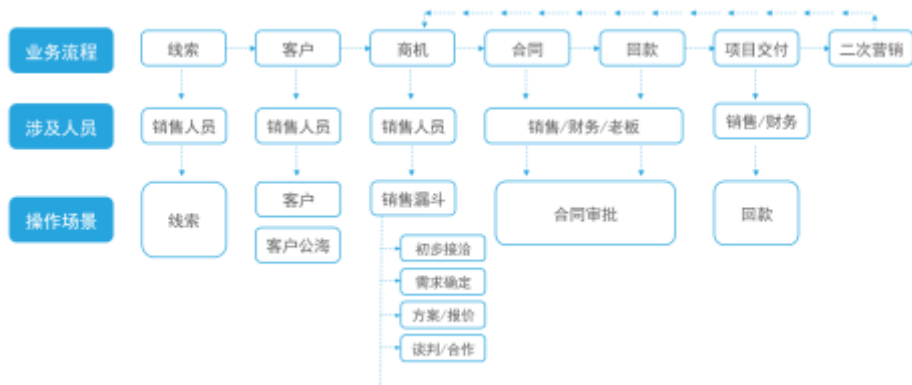
- 业务员销售能力不一，销售流程混乱。
- 业务员抢单、囤单等现象严重，销售行为不规范。
- 之前配置的CRM管理系统全部流于形式，还在使用传统销售模式管理，效率低下。

## □ 最终应用效果

- 使得业务员销售能力有了提升，销售行为也更加规范和流程化，不再出现抢单、囤单等现象，大幅度提升了公司的销售效率和营销绩效。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 爱客CRM有强大的后台逻辑和完整的销售流程链条，员工可根据销售进程进行录入，销售日志可分享，互相学习，提高学习能力。
- 重复客户不可录入，上级有权进行线索的调配，无权限不可查阅他人客户，规范销售行为。
- 移动端采用社交式交互界面，更符合主流人群使用习惯，消息更有针对性，可快速写跟进、语音汇报、签到等，简化了以往传统模式中的繁琐工作。



## 客户背景

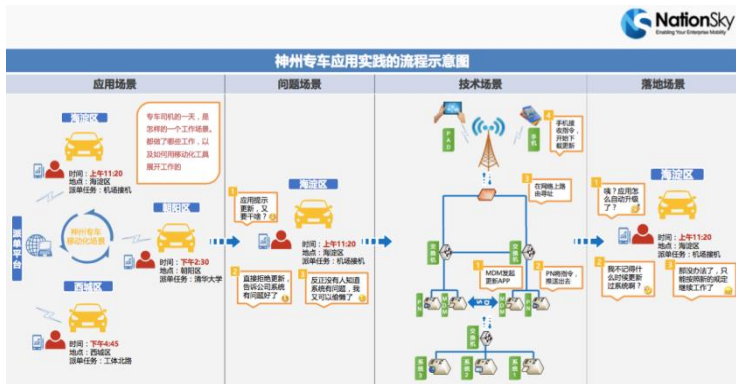
神州专车全部使用自有车辆，并和专业化的驾驶员服务公司进行合作。通过利用移动互联网和大数据技术，为客户提供“随时随地、随叫随到”的全新用车体验。神州专车公司目前正在推进神州专车移动化项目，本项目通过在每部专车中部署手机终端（终端的采购方式为公司统一采购，统一配发），向专车司机提供派送订单等业务支持，并通过终端对专车及司机进行管理。

## 解决方案概述

- 国信灵通MDM在此项目中，作为移动化基础构建，为神州专车公司提供设备、应用、资产等维度的管理服务。
- 通过移动终端管理系统，能够将具备个人娱乐属性的消费手机，平滑的转变为具备企业管理属性的神州专车工作用机，并达到符合专车工作场景、工作条件和企业安全要求的开机即用效果：
  - 安全桌面**：可以在神州专车的终端上创建一个专有的企业桌面。生效后，用户无法私自退出安全桌面；
  - 静默安装**：在神州专车的终端上，实现应用的静默安装、更新、卸载。
- 通过移动终端管理系统，能够通过后台的平台策略配置和下发，帮助神州专车通过技术手段将管理要求落地，并达成设备、应用、安全、资产等多维度一体化的移动化管理要求：
  - 应用安装状态**：提供应用的已安装/未安装用户列表。可以针对应用，筛选出应用未安装成功的用户名单，并做下一步处理；
  - 设备流量报表**：提供终端设备的流量信息报表，用户在后台可主动发起流量查询，系统获取到终端流量数据后，以报表的方式进行呈现。

## 最终应用效果

- 帮助神州专车，通过应用自动化批量安装、更新的移动化落地方式，提高了业务工作的效率；
- 将具备个人娱乐属性的手机，转变为具备企业管理属性的工作机，保障了专机专用的业务数据安全；
- 掌握应用安装失败的终端并及时处理，保证了业务高可用效果；
- 掌握终端流量的使用情况，解决了业务成本管理的问题。





## □ 客户背景

重庆市公共交通控股(集团)有限公司于2002年6月11日正式挂牌成立，现隶属重庆城市交通开发投资(集团)有限公司，主要从事资产经营及管理。2015年，决定启动“订制公交”项目，通过它乘客可以提前来预订线路、选座位和付款，目前大部分人都习惯使用微信，因此重庆公交集团希望通过微信端让乘客完成网上预订。

## □ 解决方案概述

➢ 用友iUAP Mobile移动平台是覆盖开发、集成、部署实施和运维管理等各个阶段的移动综合能力平台，是支撑B2E(企业员工)、B2C(公众客户)、B2P(合作伙伴)等不同类型通用应用或行业应用的统一平台。用友iUAP Mobile包括移动开发平台、企业移动管理、移动中间件、移动安全四部分。

## □ 客户痛点

➢ 微信平台本身提供的功能有限，无法满足“订制公交”的业务需求，而市场上一些基于Web技术原型的产品也不成熟，没有现成的应用可以直接拿来用。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

➢ 通过用友iUAP Mobile来实现跨平台开发“渝约公交”，实现多端多入口的功能，并满足消息推送的需求。  
 ➢ “渝约公交”前端采用的是基于HTML5技术的混合开发模式，后端使用的是nodejjs服务器。基于iUAP Mobile，做出微信平台 and APP端两个平台。并且，APP可同时发布Android和IOS两个不同的版本。并通过UPush满足客户消息推送服务的需求。

## □ 最终应用效果

➢ 通过“渝约公交”，重庆公交集团能方便掌握乘客的公交出行需求，从而按需定制合理的公交线路，随时调整既有线路和新招募线路。市民可以根据自己的定制需求，登陆微信公众账号自助申请，比如可以在“渝约公交”的“出行需求”中进行定制，一旦同样的需求达到一定数量，私人订制的线路就会进入新线招募，同时也可以可以在“渝约公交”上购票。  
 ➢ 同一区域，具有相同出行时间和相同出行目的的市民，可以量身定制“一人一座、定时定点、快速直达、优质优价”的快速公交服务方式，满足了乘客“出门即乘车，下车到单位”的愿望。  
 ➢ 有效改善了重庆目前公共交通需求比较集中的区域情况。



## □ 客户背景

立马车业集团有限公司成立于2003年，是一家集电动车研发、制造、销售、服务于一体的大型集团化高新技术企业。员工近4000余人，整车年生产能力达500万辆，超过2500个专卖店和售后服务网络遍布全国，是电动车行业的一个标志性品牌。

## □ 解决方案概述

- 圆舟科技为立马车业集团量身定制的移动化解决方案，建立了其PC和移动端混合的渠道管理体系，可实现对渠道中经销商和门店的销售库存管理及门店的销售结果管理，进一步将消费者人群聚集吸引到移动端，行成移动互联网时代全新的服务和销售体系，建立了业内领先的创新型信息化及移动化管理平台。

## □ 客户痛点

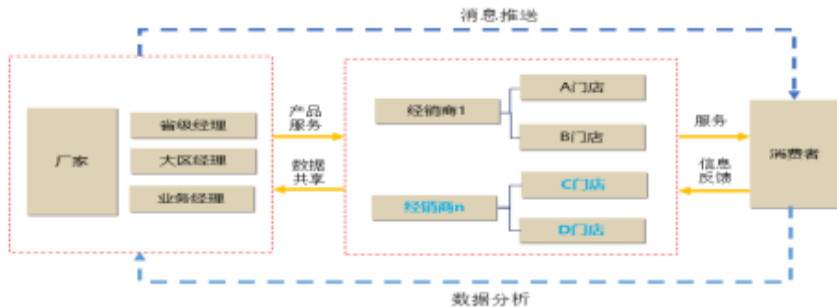
- 厂家对经销商掌握力差，没有统一的进销存管理平台，无法准确获取销售数据、市场动态和消费者习惯。
- 外勤人员管理难，无法掌控业务人员行踪，难以提高业务人员工作积极性。
- 售后体系不健全，服务水平参差不齐，售后满意度低。

## □ 最终应用效果

- 以放羊+实时掌控的巡店管理模式，极大提升品牌厂商对一线市场动态、门店数据的掌控能力，提高战略决策能力。
- 为经销商提供在线进货、移动进销存管理，牢固客户关系。
- 消费者数据云管理模式，建立品牌厂商和终端消费者的直接对话模式，极大提升行业竞争力。
- 移动售后模式，为消费者排除后顾之忧，提升优越感和忠诚度，提升品牌竞争力。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 巡店管理平台：创新前端业务人员的放羊式管理模式，通过一线业务人员实时图文并茂+语音+录像的综合方式汇报客户、门店、活动现场实况，更加精准的获取全国各地的门店详细数据。
- 门店管理平台：搭建移动智能化的门店管理平台，门店数据采用移动智能技术+云技术管理模式，经销商可以随时随地用智能终端下单进货，扫描条码或二维码即可完成进货入库、销售出库和库存盘点，完美替代纸质或Excel管理模式，让厂商、经销商、店长实时掌控门店动态。门店销售战况图表化呈现，支持管理决策。
- 消费者管理平台：得终端用户者得天下，采用企业私有云方式建立完整准确的消费者档案，搭建消费者论坛，掌握消费者的喜好、对产品的建议，最终形成消费者大数据，为厂商、经销商带来产品创新和营销模式创新。



## □ 客户背景

欧神诺陶瓷是国内陶瓷行业第一高端品牌，公司拥有三大现代化建陶生产基地，分布在佛山和景德镇，在全国各地拥有共计10000余人的办公、销售、设计和工程管理队伍。

## □ 解决方案概述

- 工作宝是款移动协同办公平台，有公有云、私有化部署多种模式，是以即时消息、语音电话等方式满足企业内外的沟通需求，用审批、项目管理等协同功能处理工作相关事宜，把自有IT、通讯等系统接入应用开放平台，打造移动信息化统一办公入口。

## □ 客户痛点

- 欧神诺战略升级，以客户为中心建设o2o生态圈，实现“线上提供设计装潢一体化解决方案，线下通过经销商体验店、经销商销售服务人员、工程施工队伍专人服务”的新型商业模式；
- 需要解决工程施工人员、销售服务人员、工厂管理人员、总部办公人员之间的跨地区、低成本、高效率的沟通协作和管理需求；
- 需要打通与客户的对话通道。

## □ 最终应用效果

- 项目成功辅助欧神诺o2o战略，构建了以工作宝APP为入口的移动办公平台；
- 欧神诺从传统的总部、大区、省、市、经销商的5层架构简化为了总部、经销商的扁平化组织，实现了“组织扁平化、沟通全息化、信息移动化”的战略转变。
- 很好的解决异地沟通和管理的问题；可以更有针对性地做消息通知，比传统邮件通知效果好多了！

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 统一通信中心：全员安装工作宝客户端，并部署IP话机、NTX等设备，实现集消息、语音、邮件、电话、电话会议等沟通方式于一身的统一通信。
- 客户服务中心：客户端对接微信服务号客服通道，还与邮箱系统进行集成，加以工作宝移动分机功能，实现随时随地为客户服务。
- 协作应用中心：工作宝提供考勤签到、流程审批、公告广播等功能，满足欧神诺日常办公所需，还通过开放平台，将原有7大业务系统以H5方式嵌入到工作宝的应用频道，实现传统信息化向移动办公的平滑过渡。
- 鉴权管理中心：设立第三方统一鉴权认证中心，实现员工的通讯录权限、信息系统操作权限控制等功能，保护欧神诺的信息资产。



## □ 客户背景

中联重科股份有限公司创立于1992年，主要从事建筑工程、能源工程、环境工程、交通工程、农业机械等基础设施建设所需重大高新技术装备的研发制造，其主导产品覆盖11大类别、51个产品系列，1200多个品种的主导产品，是一家持续创新的全球化企业，是中国工程机械首家A+H股上市公司。在移动信息化建设方面，中联重科希望利用先进的移动互联网技术，实现移动设备、无线网络以及OA系统的有机结合，使企业全员能够随时随地使用移动智能终端安全访问OA系统，便捷、高效的沟通，共享信息，掌握业务状态、处理流程事务，进一步提升办公效率。

## □ 解决方案概述

万户网络移动办公解决方案包括evo客户端和微信企业号两个入口：

- 通过将PC版OA系统与手机、Pad等移动智能设备相结合，将OA系统上的公文管理、流程管理、通讯录、日程管理、通知公告、内部邮件等应用扩展到手机移动终端，为用户提供更便捷、更安全的移动办公应用。

## □ 客户痛点

- 管理者需要及时了解到企业每天的运转情况和各部门、各人员的工作内容及工作状态。
- 对于企业重要事项的办理情况和办理状态亟需实时跟进和监督。
- 企业员工不能在第一时间内获取新闻通知、企业文件等信息。
- 经常有外出办公或者出差需求的工作人员无法及时进行处理公司紧急业务等。

## □ 最终应用效果

- 万户evo移动协同办公平台的应用定位于企业事业组织行为的需求，融入先进的管理理念，为企业提供一个移动办公门户和管理平台，涵盖了协作管理、审批管理等内容，有效帮助组织解决管理规范、公文流转、知识共享、资源整合等难题，提高办公效率，实现资源共享，降低组织管理成本，全面提高企业核心竞争力。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 与VPN整合：用户每次登陆系统，需先通过VPN验证，确保内部信息安全。管理人员可以通过统一认证系统对系统用户信息进行集中的管理，控制用户的访问范围和权限，使系统的安全管理水平得到极大的提高。
- 个性化界面定制：移动端页面可进行个性化定制，体现企业特色，满足客户需求。
- 移动审批：管理层在外或者出差时，需要实时地进行业务审批，以便规范流程。根据用户的设置，主动推送待审批消息至手机客户端，工作人员在手机客户端上即可直接查看单据详情，并完成审批操作，并将最终审批结果传递至信息平台。
- 移动协同办公：移动办公平台涵盖了组织运营所涉及的协作管理、流程管理等内容，功能包括：消息、公文、公告、新闻、文档、通讯录等。可在任何时间，任何地点高效、快捷地处理和工作相关的任何事情，实现管理与掌控。

## 客户背景

中国中纺集团公司创建于1951年，集团注册资本4.22亿元，是国务院国有资产监督管理委员会管理的大型企业集团，中国五百强企业之一。中纺集团专注于纺织和粮油两大主业，纺织业务涵盖棉花、羊毛贸易、棉纺生产、纺织品服装的贸易和生产等；粮油业务包括大豆、玉米、油菜籽、豆油、棕榈油等的贸易、加工、仓储物流等。

## 解决方案概述

- 烽火星空以“标准化、安全性、开放性、可扩展性、可靠性、可维护性”为原则，重点打造包括公司新闻、电子公告、重要通知、日历日程、流程审批、邮件、通讯录等相关功能。
- 同时，还提供了基础应用管理和设备管理平台，即可以查看连接到移动平台的设备或者用户，具有远程擦除功能；应用管理则具备应用的发布、升级、移除甚至权限管理等功能。

## 针对客户痛点实施的解决方案

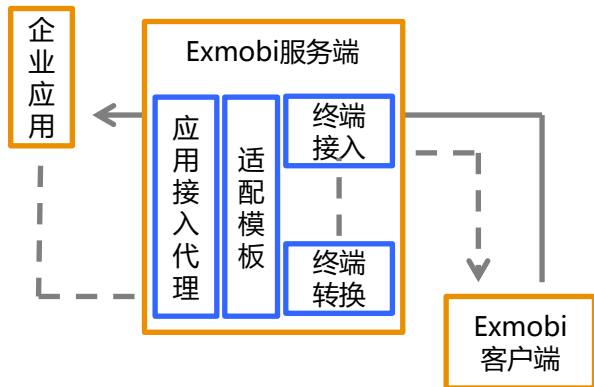
- 烽火星空ExMobi移动开发平台通过全面的数据集成技术和丰富的跨平台客户端展现能力，将业务系统快速、安全、高效的移植于移动终端。
- 采用一致的技术架构及开发模型，以混合模式（Hybrid）为主，有效的开发、运行和管理HTML5、Hybrid和Native应用程序，屏蔽不同终端设备及浏览器的差异，为不同终端提供统一的开发模型，简化开发。
- 将协同办公平台功能延伸到移动端，覆盖ios和安卓两个系统，应用于手机和平板两种设备。

## 客户痛点

- 企业移动应用是对现有协同办公平台的延伸与优化，但在开发时无法完全获得原系统开发者的支持，现有业务系统平滑延伸到移动困难重重。
- 企业员工使用的手机五花八门，原生开发无法保证在不同的终端统一交付，且展现与功能基本一致，另外原生开发带来的人力成本、开发成本、版本维护成本巨大。

## 最终应用效果

- 有效提升了中纺集团移动应用系统开发效率，降低了开发成本。
- 实现移动业务与原有业务的无缝对接，令传统信息化平滑过渡到移动办公中。
- 将传统信息化与对移动办公实现了平台化治理。



## □ 客户背景

河北京腾博悦纺织品制造有限公司于1980年建厂，为中国家纺协会会员单位、注册商标为京京毛巾，是一家集毛巾产品开发设计、生产、后整、仓储、销售于一体的大型民营企业。

## □ 解决方案概述

- 畅捷通工作圈是专为中小企业和团队打造的移动办公多端平台，含手机版和Web。移动办公、签到、审批、文件柜，让工作更轻松；消息已读未读，圈子、电话会议，让沟通更高效；一步整合ERP等管理工具，让管理更简单。

## □ 客户痛点

- 业务员全国出差，出差过程中的安全问题和经销商的备货、商超牌面情况，无法及时了解；
- 业务遍及全国，经销商众多，每次对公司促销优惠、紧急会议、临时调价等很难及时通知到位，多次往来电话沟通耗时费力；
- 审批流程复杂，繁琐，审批效率低。

## □ 最终应用效果

- 2014年京京毛巾借助畅捷通工作圈，开启了新的企业办公方式，在业务做大的同时，实现了工作更轻松、管理更简单。之前公司审批的层级非常复杂，但是通过工作圈，它不仅具有移动办公的这个好处，它还把公司内部审批流程给清晰化了；
- 很好的解决异地沟通和管理的问题；工作圈发公告，谁看了谁没看都有记录，可以更有针对性地做消息通知，比传统邮件通知效果好多了！

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 借助工作圈审批功能，外勤人员发起流程直接跟财务对接审批，同时将王腾列为知会人，原本一对一要走3次以上的流程，现在一次流程就能搞定！业务员第一时间得到公司关于客户促销折让的指示，行动起来更快速。
- 京京毛巾的外勤人员借助外勤签到这个功能，实时记录当地信息，总经理王腾和公司其他同事能第一时间了解外勤人员的安全情况；签到时使用拍照功能可以把当地商超的牌面情况、经销商及渠道的情况展示得一清二楚。一个功能解决多个异地沟通和管理的问题。
- “我们公司每个季度都有相应的促销政策，业务员在出差的情况下，都是电话告知业务员。现在通过公告这个功能，外勤出差人员能在第一时间掌握公司关于客户政策的一手信息，第一时间告诉顾客，促成销售！同时，人力部门的员工也反馈，用工作圈发公告，谁看了谁没看都有记录，可以更有针对性地做消息通知，比传统邮件通知效果好多了！”

## □ 客户背景

正泰集团，创建于1984年，我国工业电器龙头企业和新能源领军企业。国内规模最大、品种最齐全的清洁能源供应商和能效管理系列解决方案提供商，已为100多个国家和地区提供产品与服务，并进入欧洲、亚洲、中东和非洲等国际主配套市场。

## □ 解决方案概述

微洽为正太集体量身打造移动办公解决方案：

- 为正泰提供私有化部署，并开放API接口，无缝对接企业原有系统，企业信息安全存储；
- 搭建统一可管理的移动沟通平台，满足全国几万员工同时在线跨部门跨地区协同办公的需求；
- 搭建可覆盖全员的“工作用的朋友圈”，让员工不知不觉爱上分享，盘活企业隐性知识资产，强化企业文化建设；
- 搭建可跨组织协作的移动办公管理平台，打通企业上下游客户沟通壁垒。企业级移动IM和办公协作应用让总部在人员统一管理上不再受限时间和地点，员工可随时随地进行工作沟通、协作和分享，管理者能随时查看公司经营实况，作出决策，大大提升企业全员协作效率、组织活力和核心市场竞争力。

## □ 客户痛点

- 通用的IM软件难以满足正泰近50000人左右的统一管理需求，企业迫切希望能有一个可以统一管理的移动沟通平台；
- 企业对信息传递过程的安全性要求极高，希望可以私有化部署，建立统一安全的移动消息中心，并能够开放API，实现与企业原有系统的对接；
- 企业规模大，员工广、层级多造成信息流通严重不畅，企业迫切希望能够改变现状，让一线信息能够快速呈现在企业信息池。
- 企业希望能够搭建一个覆盖全员，并为员工喜闻乐见的“工作用的朋友圈”，让员工更乐于分享，强化企业文化建设。
- 企业希望能够逐步将供应链体系纳入正泰的“企业微信”，实现跨组织高效协作。

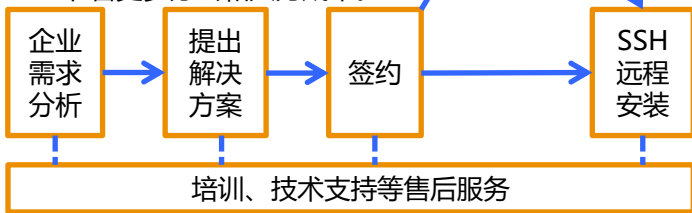
## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 微洽提供标准的私有化部署服务，让企业信息存储安全独立。
- 开放的API接口完美兼容企业原有系统，满足企业多元化办公需求，为企业提供卓越安全的移动办公协作解决方案。

## □ 最终应用效果

- 企业沟通扁平化、效率倍增；
- 全面提升员工工作效率；
- 企业组织活力焕发新生；
- 节省更多办公和人力成本。

完成私有化部署版本功能开发与调试



## □ 客户背景

神华集团是中央直管国有重要骨干企业，全集团员工总数32万人，943个下属公司。是我国规模最大煤炭企业和世界上最大的煤炭经销商。在2014年度《财富》全球500强企业中排名第165位。

## □ 解决方案概述

- 随着员工越来越多、工作节奏越来越快，传统的办公方式已经不能满足神华的需要。全终端管理服务的引入是必然趋势。
- 经过严格的考察与试用，神华集团选择了iWorker工作家。从传统PC作业一步跨越到移动办公SaaS服务的新时代中。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

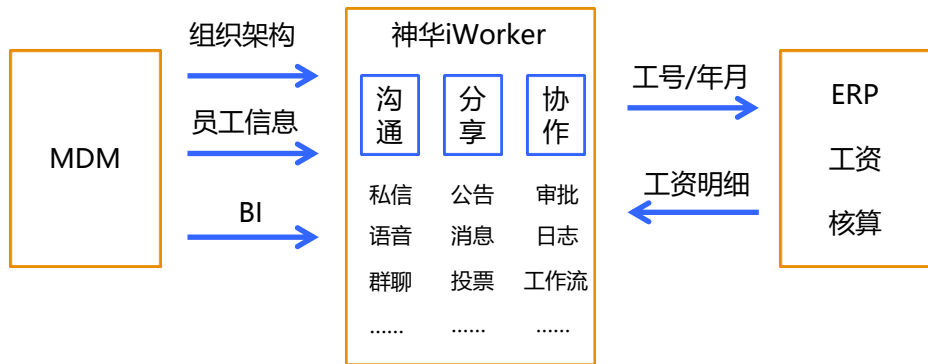
- iWorker为神华集团搭建的移动工作平台，包括企业日程、任务协同、项目管理、 workflow、iWorker Tools等几个主要的模块，实现全集团员工的信息即时沟通与协同工作。

## □ 客户痛点

- 安全——作为一家央企，神华集团对内部数据的安全性尤其重视。
- 开放——神华作为国内现代化程度最高的能源企业，在IT建设上一直不遗余力，需要移动办公能兼容现有的信息化系统。
- 企业间协作——集团旗下公司、供应商与合作伙伴众多，需要有机整合在一起。

## □ 最终应用效果

- 集团IT部组建了安全考核组，实现安全环境的初步成熟。
- 提供168个API接口，既可以接入第三方应用，也能关联集团现有的ERP、BI系统，有效避免了重复投资。
- 通过权限上的隔离，既保证内部沟通的私密性，又能实现内外部人员通过项目、 workflow、任务、私信等方式紧密协作。





## 客户背景

新华联不动产股份有限公司是在深圳主板A股市场上市的企业，下辖30多家房地产开发公司，开发项目遍及全国乃至海外，除了房地产开发，公司目前还拥有金融业、商业、商贸物流业等多种产业布局。

## 解决方案概述

- 飞企互联提供的移动业务开发平台，快速、低成本地实现高质量的移动轻应用，企业应用移动化，实现了新华联的全面移动办公，帮助新华联企业互联网化。

## 客户痛点

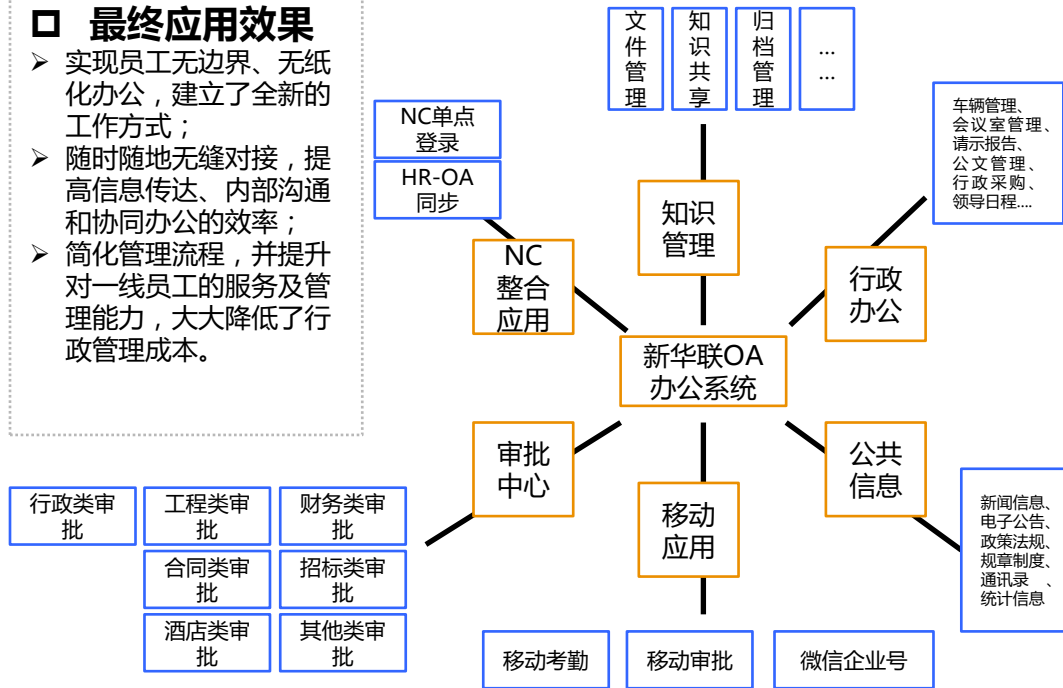
- 没有统一的即时通讯系统。
- 公司多且变化频繁，对简化流程、高效信息传达、成本控制等提出了新的要求。

## 针对客户痛点实施的解决方案

- 与微信企业号全面整合，企业号独立入口，操作简便，融合通讯录、公告通知、知识管理、问卷调查等移动应用；
- 移动考勤，涵盖GPS位置上报、现场拍照上传、行程轨迹记录、考勤日、周、月报表统计分析等应用功能；
- 移动审批，多种审批模板，支持自定义审批流程、审批人，PC、移动端实时同步。

## 最终应用效果

- 实现员工无边界、无纸化办公，建立了全新的工作方式；
- 随时随地无缝对接，提高信息传达、内部沟通和协同办公的效率；
- 简化管理流程，并提升对一线员工的服务及管理的能力，大大降低了行政管理成本。



## □ 客户背景

上海医药集团股份有限公司（港交所股票代码：02607；上交所股票代码：601607）是一家总部位于上海的全国性医药产业集团，公司主营业务覆盖医药研发与制造、分销与零售全产业链，2013年营业收入782亿元。根据2013年中国企业联合会评定的中国企业500强排名，公司综合排名位居全国医药行业第二，是中国为数不多的在医药产品和分销市场方面均居领先地位的医药上市公司，入选上证180指数、沪深300指数样本股，H股入选恒生指数成分股、摩根斯坦利中国指数（MSCI）。

## □ 解决方案概述

- 泛微第一步是标准移动OA的应用的搭建与部署。
- 第二步是让OA应用与其他系统应用集成。
- 第三步是通过泛微移动建模平台，构建一个数据决策模块，方便高管层在移动端实时查看各数据。

## □ 客户痛点

- 在数据匮乏时代，管理者们不得不依靠拍脑袋的方式来进行决策；
- 如今数据越来越多，管理者们想要通过数据实现科学决策，也并非信手拈来，相反会越来越难：业务数据越来越多，且分散在不同的业务部门、不同的系统之中，管理者要在第一时间获取到及时、准确的数据信息并不容易，甚至在某些大型集团企业根本不具可能性；
- 管理者在公司之外的时间远远高于在办公室里的时间，可想而知移动化的管理决策有多么难能可贵。

## □ 最终应用效果

- 通过上线移动化决策分析系统，让上海医药集团管理层实现了业务数据的实时跟踪，从而在决策制定方面有更准备的数据支撑。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 随需而应的移动报表展现：在pad端，用户可以随时随地进行管理透视，丰富图表为管理者实时展现公司经营情况。
- 引擎化平台打造实时报表：泛微OA通过后端引擎化平台来实现既有系统的集成应用，以及快速地生成新的应用和报表，其中移动引擎能够帮准企业高效地将PC端的既有内容转化成移动端的应用并展示出来。

## □ 客户背景

中信金融租赁公司于2015年2月经中国银行业监督管理委员会批准筹建，注册资本40亿元人民币。是中信集团和中信银行服务实体经济的重要战略布局，也是中信银行综合化经营战略的重要内容和多元化发展的重要组成。

## □ 解决方案概述

- AWS EMM是炎黄盈动为企事业单位提供的一体化、轻量级企业移动化管理平台，实现从设备到数据中心的端到端安全性和跨系统的应用集成。
- 与其它同类产品相比，AWS EMM在部署方面提供托管云和私有部署两种方式，灵活满足用户的IT投资策略；
- AWS EMM基于AWS PaaS架构，面向简化移动应用交付和管理来构建EMM及延伸服务设施（如MEAP企业移动应用开发平台、PaaS平台即服务、后端应用集成和开放API等）。全面、生态的企业移动化管理解决方案得到了大中型企业/政府的广泛采纳。

## □ 客户痛点

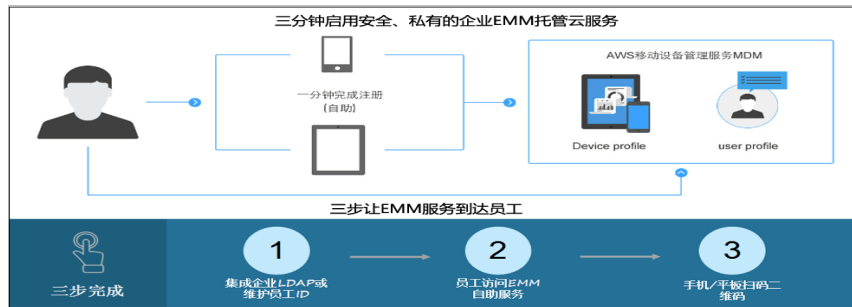
- 市场竞争激烈，传统办公方式营销通道获取信息不及时；
- 移动设备和型号繁多安装不易，各应用版本迭代快运维困难；
- 营销类员工变动频繁，应用权限和数据管理存在安全隐患。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 帮助用户上架辅助营销APP，用户通过扫二维码即自行安装应用，提升用户体验；
- 管理员可对设备进行统一管理确保移动设备的安全、合规，对应用统一进行分发、升级、卸载等操作降低运维成本；
- 统一员工移动应用门户和身份集成，加密隔离的移动存储区域和SSL传输，加固数据安全。

## □ 最终应用效果

- 借助AWS EMM，上架辅助营销APP并与核心租赁系统集成，业务人员能够通过移动设备进行营销活动的自动化管理，管理层能够随时了解营销情况，帮助用户打通营销通道，持续获取竞争优势的同时为企业私有移动商店的建立奠定了基础；
- 帮助IT统一、高效、合规的管理移动环境，确保设备、内容、数据的安全，应对不断增长的移动设备和应用带来的挑战。



## 客户背景

光明网是国家重点新闻网站及传统媒体网站，也是国内唯一一家定位于思想理论领域的中央重点新闻网站，日均页面浏览量（PV）近两亿次，访客数千万，随着用户获取信息的方式向移动端迁移，光明网需要实现采编人员随时随地可以发布稿件，但由于新闻监管，光明网之前的新闻发布都要在内网的系统中完成，为此，光明网需要安全、高效的实现发布系统的移动化；除此之外，为了便于管理，提高效率，光明网正在实践将OA等办公系统移动化，从而实现移动办公。

## 解决方案概述

云适配企业办公移动化解决方案，即提供自主可控的“统一办公入口+安全管理平台+移动适配开发工具”的一体化办公移动化解决方案，满足企业对各类办公应用的“开发+部署+管理”全生命周期管理需求，极大的节省研发成本和研发效率，帮助企业安全、高效地实现移动化战略。

## 客户痛点

想依赖原有系统进行移动化，复用原有业务流程及数据，从而节省成本和提高开发效率；  
在安全管理方面，光明网希望有一套完善的安全体系。

## 针对客户痛点实施的解决方案

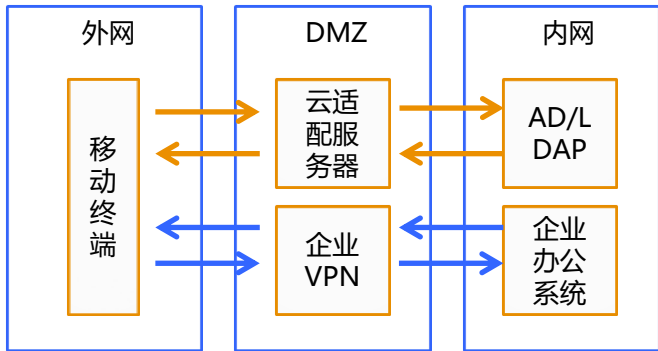
为此，云适配企业应用系统移动适配解决方案应运而生：通过Enterplorer Studio，开发人员可快捷实现对原PC端B/S结构的业务系统的移动化适配，同时，适配后的应用可以在云适配办公浏览器Enterplorer上统一部署、应用和管理。

安全：隧道加密，客户若不用VPN，隧道传输用HTTPS加密；缓存加密；Cookie加密；设备信息擦除；设备锁定，用户无法登陆；禁止截屏。

策略：采用针对不同用户、部门、平台不同的下发策略，文档加密、文档可编辑VPN/代理、通讯录可见策略、多设备管理策略、不同级别管理员设定等策略。

## 最终应用效果

云适配为光明网提供了快捷的应用系统适配开发，一个跨平台、跨终端的移动入口及具有安全容器和管道的统一的后台管理平台，帮助企业迅速实现移动办公战略，极大的节省企业的研发成本和研发效率。



## 客户背景

辽宁百特物业管理有限公司成立于1997年，国家一级资质。专业提供物业外包、保洁外包、商业物业、商业置业、地产物业、保洁服务、餐饮服务。

## 解决方案概述

海致微办公致力于帮助企业实现：

- 提升销售技能；
- 管理高效规范；
- 沟通便捷畅通；
- 协作执行到位。

## 客户痛点

- 管理层对下面的监督与管理难；
- 项目分布比多，人员分布散，公司的一些传达和指示不及时；
- 客户资料分散，公司无法掌控销售进度，销售人员时常发生业务冲突，撞单率高，不仅处理费时费力，影响企业形象。

## 针对客户痛点实施的解决方案

- 海致微办公的自定义的审批流程和标准审批流程,把传统的纸质审批表直接搬到系统上，随时提交随时审批，操作简单;企业网盘可以对各类型文档进行搜索、筛选、分类，手机端和电脑端实时同步，永不丢失；
- 同时针对中小企业定制开发了一套完整的客户管理系统(CRM)解决方案，支持三种客户资源导入方式，秒拍名片，或选择手动录入及批量导入将客户分类筛选、维护和管理。

## 最终应用效果

- 客户在使用过海致微办公后，规范了流程，规避了风险，提高管理效率也提升了生产力。
- 及时有效地使领导层的决策项和各种实行政策执行到位。
- 微办公可以使公司的流程审批时间由原来的一两个月缩减到一到两天。
- 微办公能够把销售的每一个环节都管起来，即保证客户不受到骚扰，又提升了销售效能，让客户的公司业务得到了良性、高速的发展。



## □ 客户背景

成都任我行软件股份有限公司是中国中小企业管理软件行业的创始者和领导者，长期专注于中小企业信息化，为各种规模和处于不同成长阶段的中小企业提供信息化解决方案，产品涵盖进销存、财务、ERP、CRM、OA、电子商务和移动商务等领域。目前，任我行软件产品已经成功地应用于国内及海外50万家中小企业。

## □ 解决方案概述

- 管家婆签到通为企业提供外勤定位、手机考勤、日志汇报、客户管理、手机签到、手机请假、工作审批、即时通信等多项应用功能。其中，即时通讯借助融云即时通讯云使客户端能够快速、低成本的获得即时通讯能力，能够实现单聊、群聊等功能。

## □ 客户痛点

- 电话、短信效率低下，需要提供企业内部即时通讯产品；
- QQ、微信等普通社交软件公私难分、干扰信息太多，还容易被窃取商业数据，更重要的是无法与自有其他办公业务完美融合。
- 自建即时通讯产品，开发时间、成本等高，实现该功能需要长期技术积累，自己搭建往往难以保证消息质量，并且难于应对快速的业务发展。

## □ 针对客户痛点实施的解决方案

- 在服务稳定性方面，融云专注于提供通讯能力，使用私有的二进制通信协议，消息轻量、有序、不丢消息；不仅解决了移动办公的弱网络环境问题；同时保障沟通的稳定性。
- 在与企业业务融合方面，融云提供的即时消息传输服务，不在 App 之外建立并行的用户体系，不需要同步用户账户，不影响 App 现有的系统架构与帐号体系，与现有业务体系能够实现完美融合。
- 在功能需求满足方面，融云提供的功能多达数百项，比如针对办公等特点，融云支持消息类型自定义，例如发红包、发名片、发视频、发文件消息等特殊消息。

## □ 最终应用效果

- 节约了企业开发时间；
- 节约了企业人力投入；
- 节约了服务器等投入；
- 企业 App 通过融云即时通讯云来实现沟通功能，如此一来企业成员们无需场地，无需出差，更不用考虑酒店机票，零成本会议、工作沟通，同时，它还可以和移动OA、移动CRM等其他办公业务无缝相融，默契配合全面提升企业内和企业间用户的协同工作效率，极大的降低沟通成本。

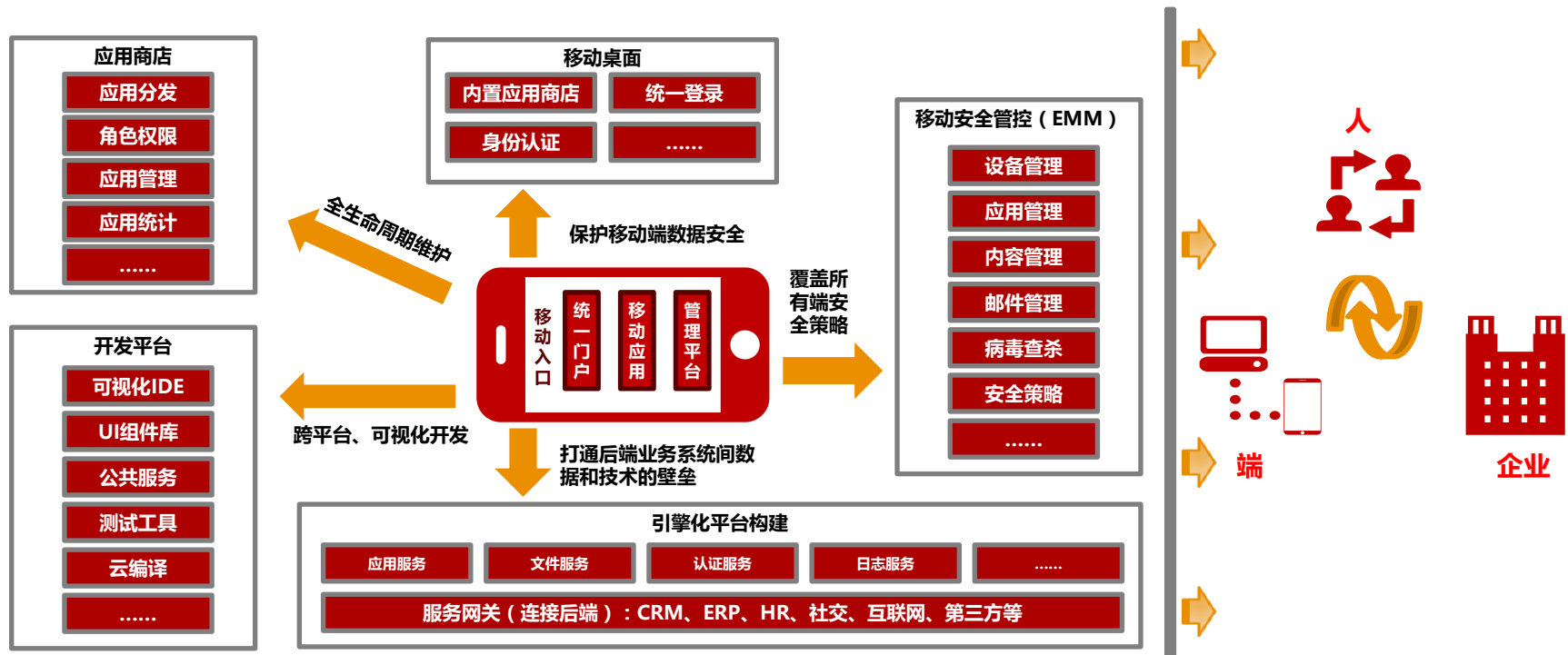
**PART8 :**

**移动办公未来**

**趋势与展望**



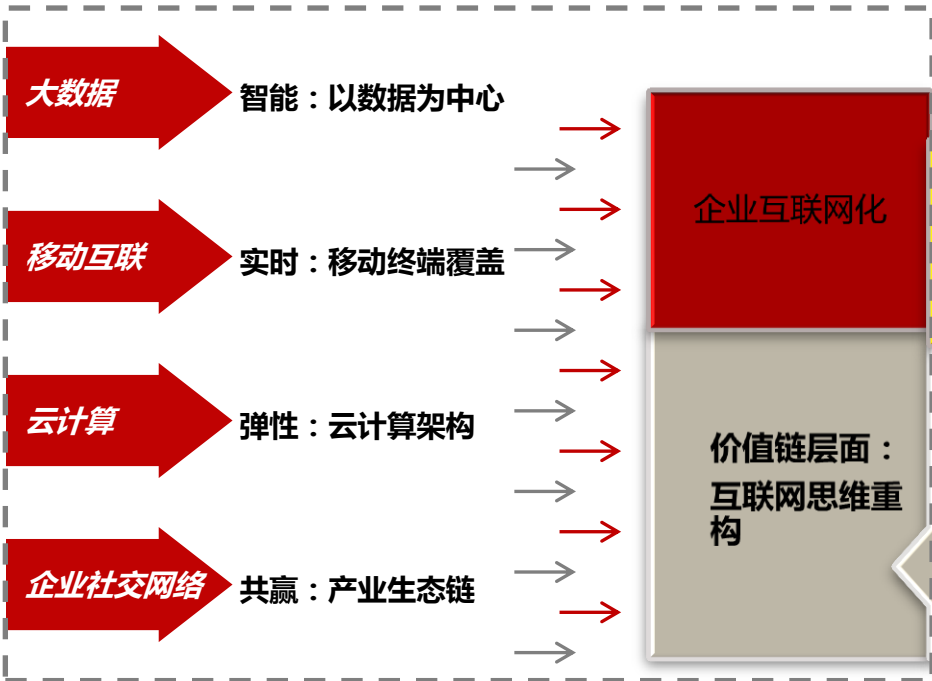
企业移动信息化的实践强调以“移动”为纽带，以“沟通”为目的，强调“协同合作”的价值体现



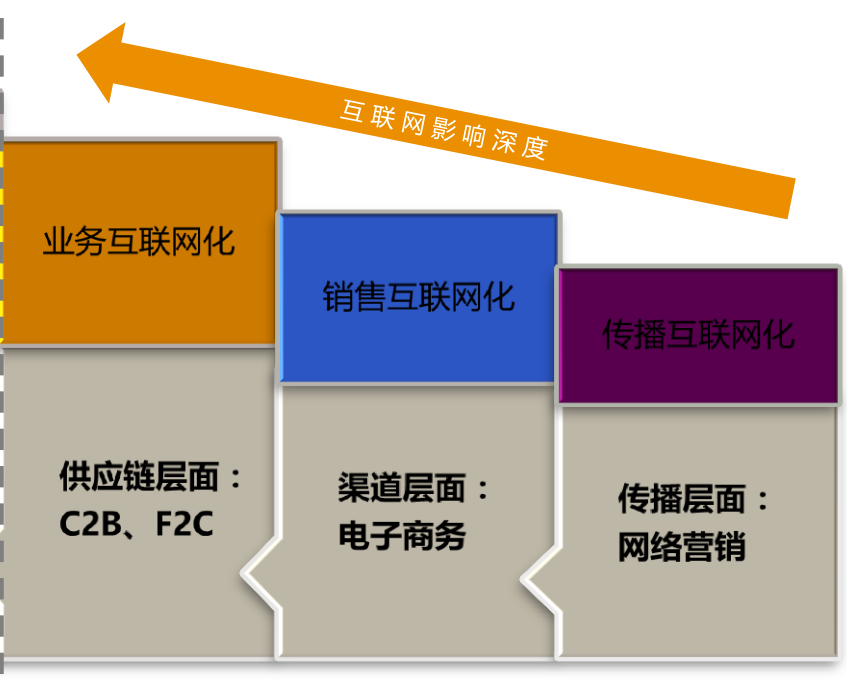


基于移动信息化技术与应用的创新，从而帮助支撑传统企业实现互联网化转型

### 新一代关键技术

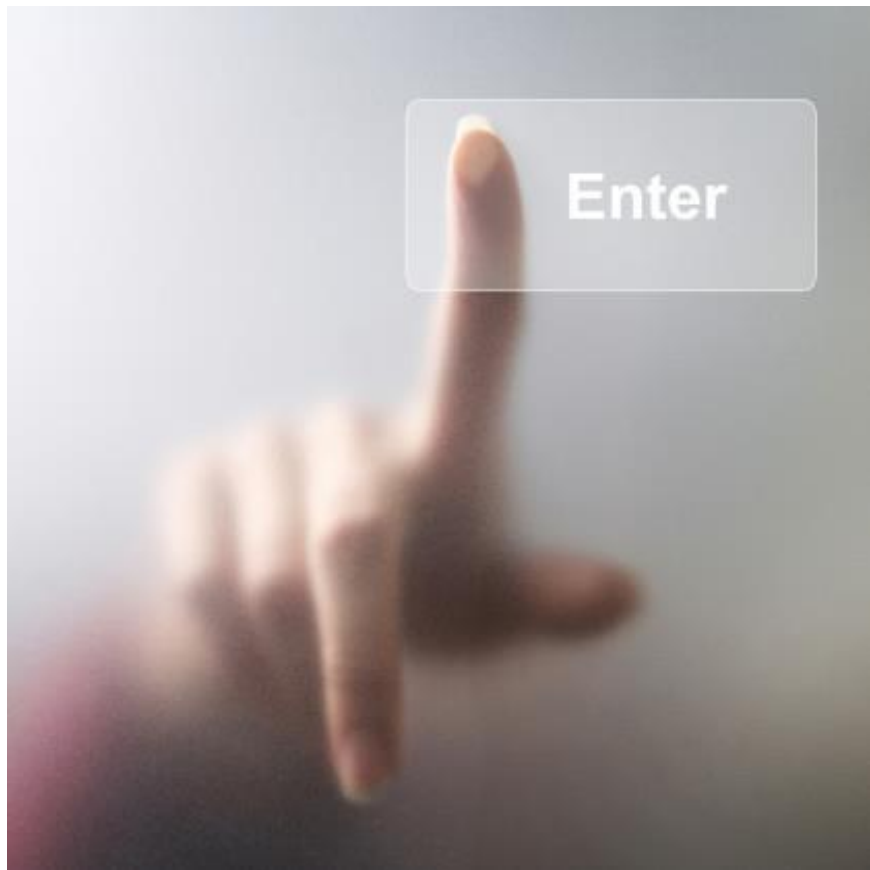


### 传统企业的互联网转型过程



### 移动信息化已成为企业信息化建设的“标配”

每一次技术变革均将带来行业的重新洗牌。毫无疑问，移动互联网的发展势必对整个社会生活与工作方式带来全方位的变革。未来企业在日常经营中将不可避免融入到全社会“移动化”浪潮之中，这也要求企业必须进行改变以适应外部移动化应用需求。而随着智能终端的普及和移动通信网络技术的不断进步，移动终端将逐渐取代PC占据主导地位，或将开创一个新时代。甚至是可以想象，未来除了一些大型的计算处理需求之外，绝大多数需要使用网络的工作都可以通过终端即可完成，同时在未来部分大型计算也可以在云端进行，然后将结果回传到终端上。可以预见，未来企业级移动化应用将成为信息化标配之一，并体现出更为突出的应用价值。



### 平台化建设成为企业级移动信息化的发展的方向



在移动信息化初期，移动应用数量少，专业性突出，企业级移动信息化应用整体呈现“小而专”，随着应用越来越多，尤其是和后台业务做相应集成的移动化应用越来越多，企业已经意识到移动化建设不能单独从应用入口，而应该建立一个有效的IT基础架构，用于满足企业的整体移动化诉求。2014年开始企业移动应用平台在企业市场中逐渐受到欢迎，因为平台不但能够提供各类开发技术，而且还能无缝的和后台系统做集成。

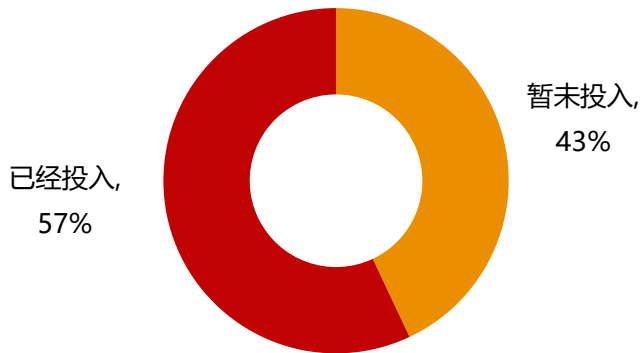
## “走向深水区、实现行业化”在移动信息化产品中将更为突出

从具体的应用层面来看，目前的产品多数还是围绕着企业边缘业务系统进行发展，深入业务核心系统的产品并不多见，例如移动ERP、移动PLM等，针对企业核心业务系统实现移动化的需求一时还不能充分满足，企业希望未来能有更多融合行业特点并紧贴核心业务系统的移动应用方案推出，未来移动信息化产品也将具备越来越多的业务属性，而业务属性的增多也将促使厂商开始推出行业性解决方案，构建竞争壁垒。



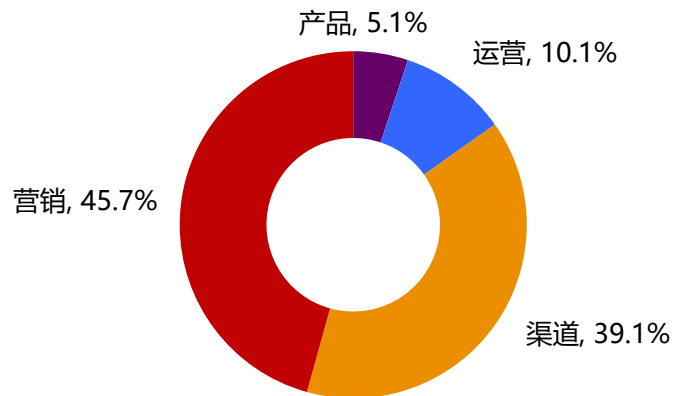
企业用户将在企业互联网化中进行更多的投入

## 企业在互联网化的投入情况



数据来源：移动信息化研究中心根据公开披露的资料整理

## 企业互联网化支出细分统计



数据来源：移动信息化研究中心根据公开披露的资料整理

**57%**的企业在企业互联网中已经进行了一定的投入，而**88%**的企业CIO表示将会在企业互联网化中进行更多的投入。

**PART9 :**  
**附录**





水浅王八多，就听T客扯；  
满地都是移动化，拿到融资才大哥。

## 移动办公厂商



通用型工具厂商



解决方案  
SOLUTIONS



行业解决方案厂商



生产加速型工具厂商



**Thanks!**



移动信息化研究中心  
Mobile Informatization Researching Center