

2024年中国企业服务研究报告

部门：企服研究一组

CONTENTS

目 录

01 企业服务概述

Overview

02 企业服务的演进与变革

Evolution

03 典型厂商与应用实践

Case study

04 发展挑战与建议

Development trend

ABSTRACT

摘要



市场规模：企业服务的本质是技术驱动下的社会分工变革，围绕数字化转型的核心理念，**技术手段和数据要素**的重要性不断提升。2023年中国企业服务市场规模达到**约11.4万亿元**，同比增长4.5%，预计到2026年市场规模将达到13.6万亿元，通过促进专业化和标准化，推动中国企业的现代化经营管理。



技术变革：1) **大模型：**大模型赋予生成式AI应对复杂任务的泛化能力，拓宽企业服务的能力边界。将行业专业知识、企业私有数据与大模型相结合，降低模型幻觉，提高对特定任务的适应性，可以更加符合专业场景的诉求。

2) **Agent：**大模型兴起后，Agent与大模型两者融合相互成就。AI Agent通过选择性综合大模型和多种先进算法，形成具备独立思考、工具调用能力等特征的系统，满足更广泛的垂类场景需求。

3) **数据治理：**随着业务规模和系统规模的不断增加和扩大，为了支持海量数据的存储、高并发访问以及保证数据的可靠性，分布式数据管理概念应运而生。同时，传统单一、静态和被动的数据管理模式也将向全面、动态和主动模式转变。



商业变革：1) **出海：**当前企业服务厂商出海的主要服务对象为中国出海企业，本地化生态与竞争力有待提升。2) **信创：**信创在基础硬件、云基础设施、基础软件、应用软件、网络安全领域已实现规模化推广，初步构建起从芯片到软件的信创生态，未来将继续向核心应用推进。3) **行业化：**针对需求高频的垂直领域沉淀最佳实践，形成行业解决方案，助力厂商提高市场竞争力和盈利能力。



发展建议：1) 需求侧应综合企业的成长阶段、采购偏好等因素选择**一体化或垂直化**产品。2) 供给侧在保持各自核心竞争力的同时，无需拘泥于**标准化或定制化**的服务模式，可以适度拓展服务范围，相互渗透。3) **大模型应用**过程中，建议企业综合评定短期与长期投入产出，明晰其能力边界，构建系统性工程。

01/

企业服务概述

Overview

企业服务的定义及研究范畴

面向企业提供的，以外包型、平台型或租用型为典型供给模式的服务

企业服务是指面向“企业”的“服务”。区别于为个人提供的服务以及一次性交付的产品，**企业服务往往需要通过较长的时间逐步实现价值转移，具备定制性**（针对客户的具体需求提供个性化解决方案）、**专业性**（融合专业的知识、技能和行业know-how）、**复杂性**（甲方需在文化、组织上配套；乙方需在交付、培训上配套）、**持续性**（一般情况下甲方不会轻易迁移，刚需服务一般会稳定续费）**以及技术驱动**（依赖先进的技术手段提供高效、智能化服务）等特点。

依据服务模式，企业服务可以划分为外包型、平台型与租用型。外包型包含专家型、经验型、程序型，服务特点为：复杂性高、标准化程度低、客单价较高；甲方花钱买省心。平台型囊括B2P2B和C2P2B等，服务特点为：标准化程度高、使用高频、低价，但通常无法完全自动完成。租用型包含传统租赁型与云服务型，服务特点为：可自动完成，或依赖于资源。关于这三类企业服务的详细定义和对比可参考艾瑞咨询《2020年中国企业服务研究报告》与《2021年中国企业服务研究报告》，此处不再进一步赘述。

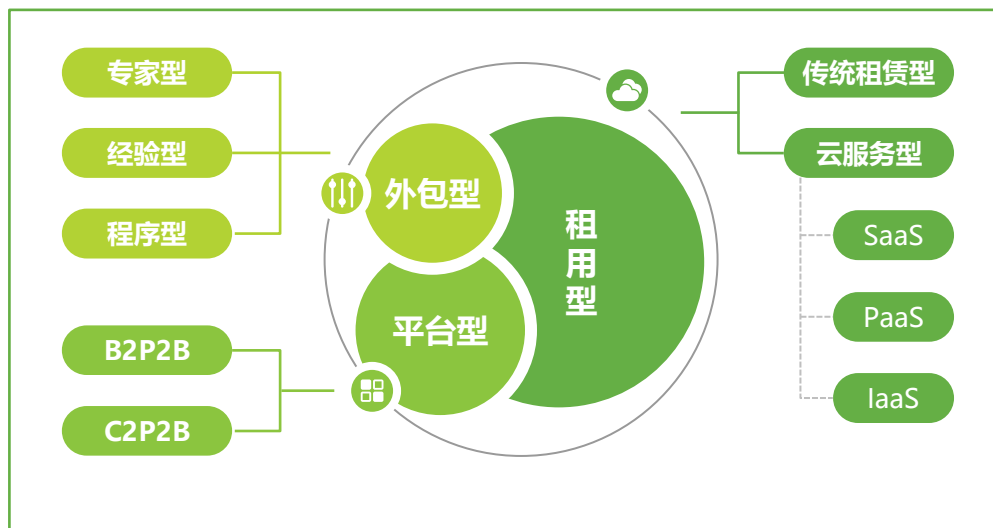
企业服务的定义及分类

分类

定义及特征

企业服务指由第三方公司或专业机构面向企业提供的支持性服务，通常涵盖“To B”（服务对象）和“段时间”（交付周期）两大基本要素。

区别于2C服务，企业服务主要具备如下特点：



企业服务的演进历程与时代背景

数字化转型加速，围绕数据和技术要素提升服务能力与价值

早期的企业服务市场以外包服务为主，诸如人力外包、市场调研、法律咨询、物流配送等等，此类服务大多以劳动力为载体，搭载知识、信息或土地等其他要素形成竞争力。进入数字化时代，以云计算、物联网、人工智能、大数据等为代表的新一代信息技术开始成为重要的生产要素。围绕数字化转型的关键词，租用型服务兴起，技术手段和数据要素的重要性不断提升。即使对于传统外包服务，内部管理的数字化升级同样至关重要。2023年以来，由OpenAI掀起的大模型浪潮席卷企业服务领域，各细分赛道的头部厂商纷纷以大模型为技术底座探索“AI+”。未来，企业服务将继续通过促进专业化、标准化，推动中国企业迈向现代化经营管理。

企业服务演进历程

关键词：数字化

- **外包型服务**占据早期企业服务的主导地位
- 随着供给和需求的细化，衍生出多种多样的服务类型
- 在信息化进程的推动下，逐渐衍生出平台型服务和租用型服务
- 从生产要素的角度，这一阶段的企业服务以**劳动密集型**为主，**知识密集型**为辅

- 外包型服务的发展趋于成熟
- 2015年国家首次提出数字化转型的概念，以**云服务**为代表的租用型服务进入快速发展阶段，**技术密集型**企业服务的占比开始增加
- 不仅是租用型服务本身，对于劳动或知识密集型的**服务**也力求通过叠加**技术手段、数据要素**来增强服务能力与价值，提升市场竞争力

关键词：大模型

- 基于大规模数据训练而来的大模型在跨领域、多任务的**处理**中表现出更强的学习和理解能力
- 各细分赛道的企业服务厂商，通过寻求叠加**大模型**能力，对现有服务进行升级，实现服务价值的跃升
- 结合企业管理理论与各类技术手段，促进企业流程**标准化**，提升企业经营的现代化程度

技术密集

知识密集

劳动密集

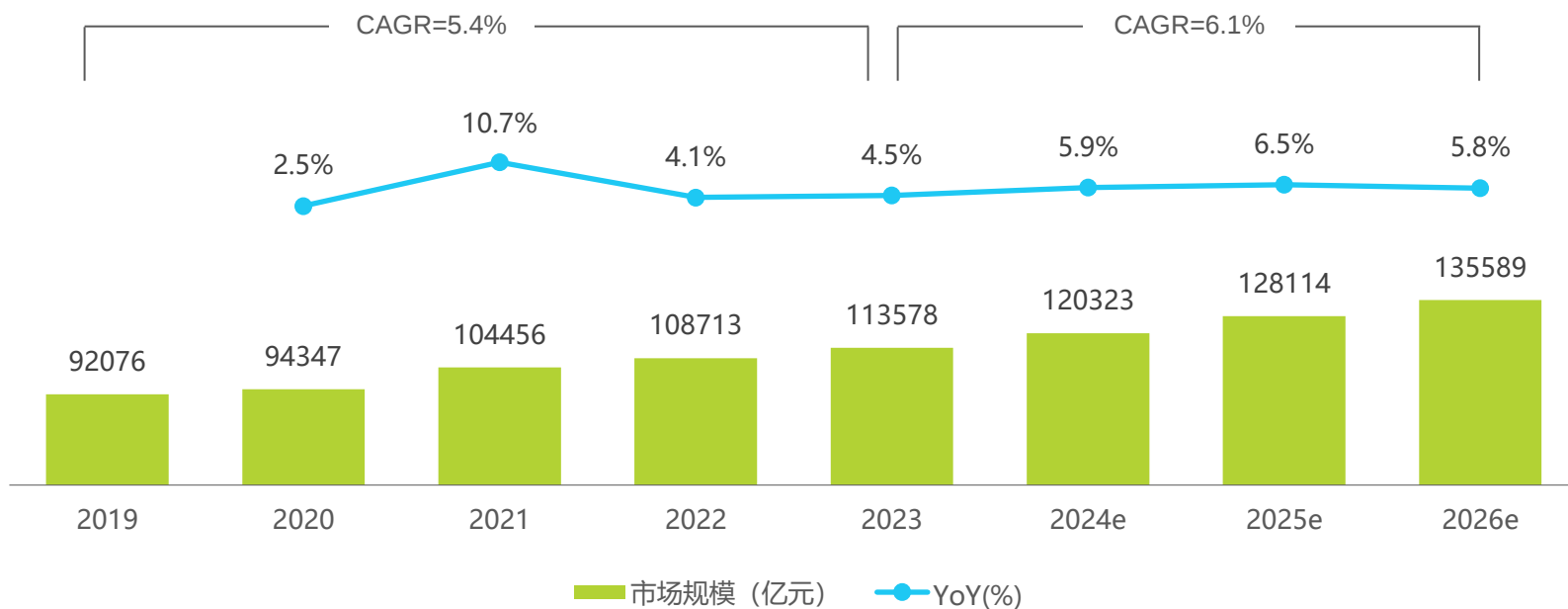
注释：上述技术密集特指新一代信息技术。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业服务市场规模及预测

2023年市场规模约11.4万亿元，未来三年CAGR为6.1%

长期来看，企业服务的本质是技术驱动下的社会分工变革，科技创新的东风推动企业服务市场发展，使企业服务的管理半径得以扩大，同时推动服务内容、服务形式更趋多元化。此外，整体产业数字化与企业数字化的推进相辅相成，加之国家政策的大力支持，也成为了企业服务市场发展的主要驱动力。根据艾瑞推算，2023年中国企业服务市场规模达到约11.4万亿元，同比增长4.5%，预计未来三年复合增长率将达到6.1%，到2026年市场规模将达到13.6万亿元。尽管2023年疫情封控措施放宽，但由于各行业企业预算和市场乐观度的恢复相对有限，中国企业服务市场规模增速较2022年提升较为温和，仅实现从4.1%到4.5%的小幅增长。未来三年随着宏观经济的进一步复苏、AI大模型等技术的广泛落地，预计市场增速将逐步恢复。

2019-2026年中国企业服务市场规模



注释：市场规模统计口径为国内（GDP概念对应下的“国内”）企业购买企业服务的支出总额，不包括企业向金融服务供应商支付的融资费用，也不包括企业向业主支付的购买或租赁物业、厂房等生产经营场所的费用。

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料、专家访谈及自有模型统计核算及绘制。

中国企业服务赛道总览

基于业务和职能部门对企业服务赛道进行划分（详细版图谱见附录）

企业服务赛道分类



注释：仅展示部分典型赛道。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

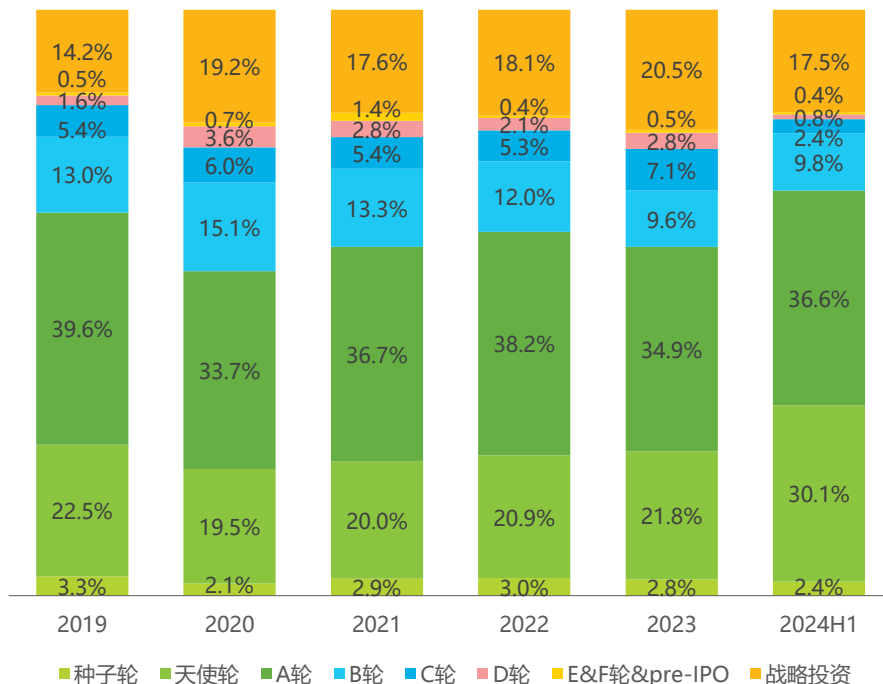
中国企业服务投融资梳理（1/2）

早期投资数量占比扩大，单笔投资金额在2023年达到峰值后呈下降趋势

近些年，企业服务市场的绝对投资数量和投资金额均在减少，表明资本市场的热钱趋冷，投资正逐渐由草莽阶段回归理性。然而，值得注意的是，天使轮融资动作频繁，其投资数量占比正迅速增长，表明投资者当前更倾向于选择更早阶段/更小规模的投资，并对早期创新项目的关注度和信心依然存在。

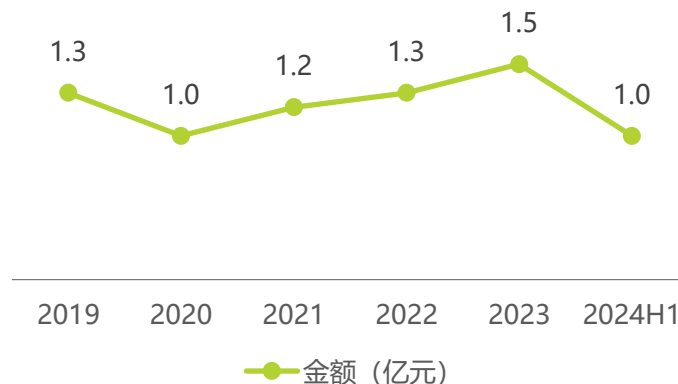
2019-2024H1中国企业服务市场投融资概况

2019-2024H1中国企业服务投融资数量占比情况



	2019	2020	2021	2022	2023	2024H1
投资数量	578	563	799	565	395	246
投资金额 (亿元)	749.7	543.9	957.9	707.4	594.7	250.7

2019-2024H1中国企业服务平均单笔融资金额



来源：IT桔子，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业服务投融资梳理（2/2）

云服务、前沿技术和数据服务板块的市场关注度较高

将中国企业服务投融资市场进行年份和子行业的二维拆分，可以发现2022-2024H1数据服务、销售营销和云服务的投资数量相对而言始终较多。此外，2022年人力资源和财税服务板块的单笔投资均额较高，2023年云服务和办公OA受资本关注度攀升，2024年上半年前沿技术成热门投资主线。分析各细分板块的年度变化趋势，发现2022-2024H1法律服务板块的投资数量和单笔投资均额都较为稳定；人力资源、财税服务、办公OA板块在近两年都呈现了显著的下滑；云服务和前沿技术板块的市场关注度提升明显。

2022-2024H1中国企业服务细分市场投融资概况

投资金额和单笔均额的单位：亿元

人力资源				法律服务			数据服务★			财税服务			云服务★		
	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额
2022	28	29.94	1.07	9	3.29	0.37	60	35.47	0.59	14	24.07	1.72	40	32.37	0.81
2023	12	5.63	0.47	8	2.34	0.29	49	29.66	0.61	10	10.1	1.01	30	44.27	1.48
2024H1	7	1.18	0.17	10	3.85	0.39	31	10.77	0.35	4	0.71	0.18	20	29.48	1.47

前沿技术★			办公OA			销售营销			其他			
	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额	投资数量	投资金额	单笔均额
2022	16	11.15	0.70	23	13.54	0.59	49	32.94	0.67	326	524.67	1.61
2023	8	3.11	0.39	7	9.34	1.33	26	14.84	0.57	245	475.44	1.94
2024H1	9	22.28	2.48	2	1.1	0.55	13	6.36	0.49	150	174.96	1.17

来源：IT桔子，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业服务上市厂商分析

经营效率小幅提升，但仍需寻求新的增长点以实现可持续健康发展

2023年，企业服务领域的上市企业营收均值和中位数均较2022年实现了小幅增长，中坚企业的归母净利润也同步增长，这表明企业经营效率有所提升。然而，市盈率的中位数和算术平均值偏低，反映出市场对企业服务行业的增长潜力持谨慎态度。与新三板和港股公司相比，A股上市公司的增长表现较为温和。面对这一现状，A股上市公司需采取创新策略并加强与投资者的沟通，以增强市场信心。同时，企业应密切关注宏观经济和行业政策变化，灵活调整战略规划，把握新的市场机遇，力求提升自身的市场竞争力，并实现可持续的健康发展。

中国企业服务部分上市厂商概况

➤ 整体中位数

1.12 亿元 总市值	0 市盈率 (TTM)	1.56 市净率 (MRQ)	0.94 亿元 2022年营收	1 亿元 2023年营收	0.02 亿元 2022年归母净利润	0.01 亿元 2023年归母净利润
----------------	----------------	-------------------	--------------------	-----------------	-----------------------	-----------------------

➤ 整体算术平均值

49.4 亿元 总市值	-6.5 市盈率 (TTM)	14.2 市净率 (MRQ)	29.4 亿元 2022年营收	30.7 亿元 2023年营收	1.2 亿元 2022年归母净利润	1.5 亿元 2023年归母净利润
----------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------	----------------------	----------------------

新三板

单位: 亿元

	中位数	平均数
总市值	0.59	1.61
2022年营收	0.60	1.54
2023年营收	0.66	1.68
2022年净利润	0.01	0.00
2023年净利润	0.01	0.03

A股

单位: 亿元

	中位数	平均数
总市值	39.50	84.26
2022年营收	11.06	36.57
2023年营收	10.10	36.18
2022年净利润	0.43	0.54
2023年净利润	0.31	0.34

港股

单位: 亿元

	中位数	平均数
总市值	113.22	1470.47
2022年营收	43.38	965.08
2023年营收	49.42	980.83
2022年净利润	-3.76	50.13
2023年净利润	-1.43	62.92

注释：通过检索点米科技、用友、东方国信、玄武云等行业相关公司，依据申万行业分类，收集其可比上市公司数据。由于采用抽样调取的方法，因此所提供的数据仅供参考。
来源：iFind，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

02 / 企业服务的演进与变革

Evolution

技术侧：大模型

- 生成式AI重塑企业服务
- 大模型在企业服务领域的落地路径
- 大模型部署及服务模式探讨

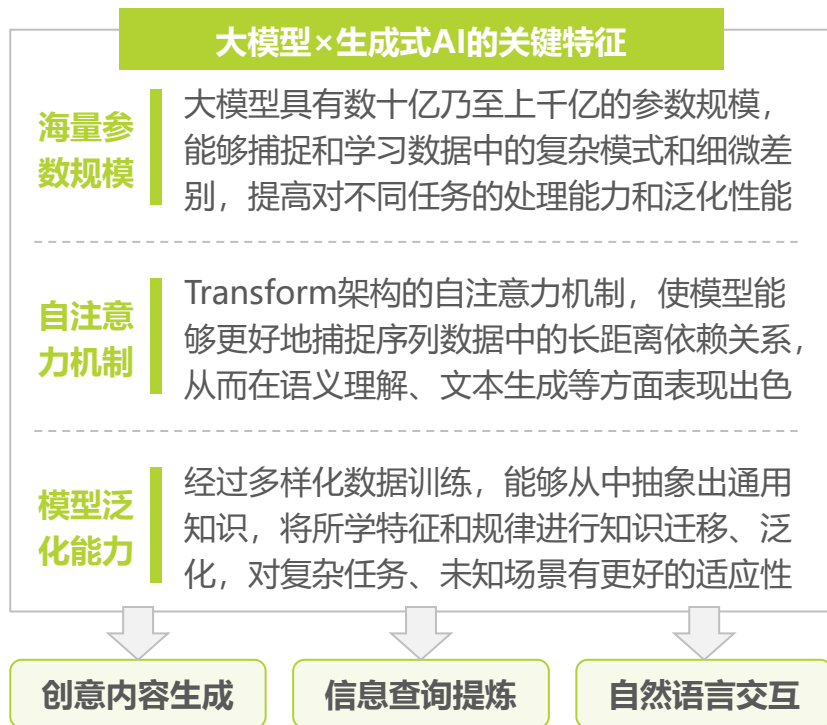


生成式AI重塑企业服务

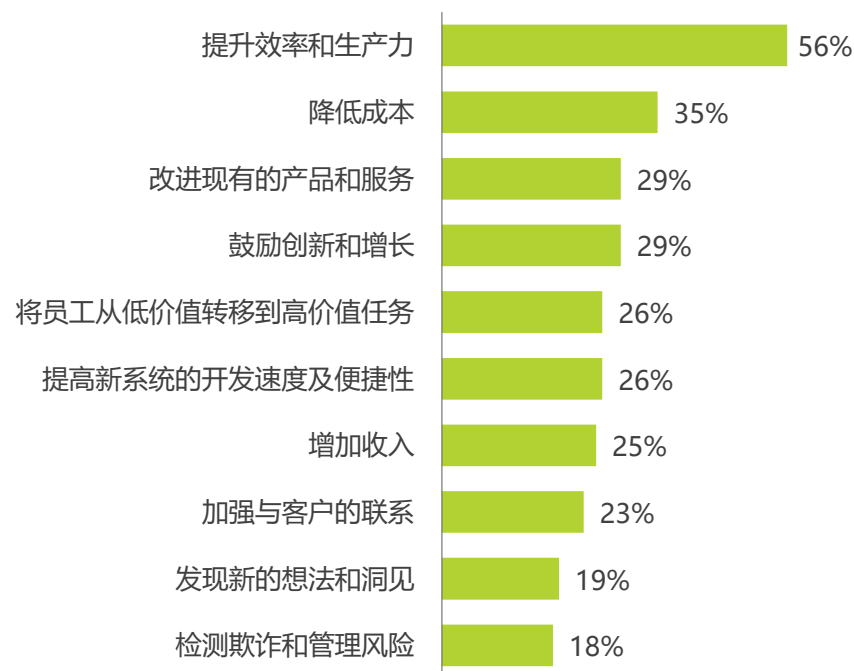
大模型赋予生成式AI应对复杂任务的泛化能力，拓宽企业服务的能力边界，实现服务价值提升

生成式AI是一种基于已有数据生成新的数据实例的人工智能技术，得益于Transform架构大模型的自注意力机制和泛化能力，由大模型加持的生成式AI表现出智能水平的跃升。越来越多的企业希望能够在具体业务之中结合生成式AI，实现降本增效、产品改善、创新激励等一系列目标。目前，生成式AI的主要能力方向集中在创意内容生成、信息查询提炼和自然语言交互三个领域，通过与营销获客、产品研发、服务运营、战略管理等各种不同的场景叠加可以发挥出不同的价值。这也意味着不论哪个细分赛道的企业服务厂商，都有机会把握生成式AI的机遇，实现服务边界的拓展与服务价值的提升。

生成式AI的优势能力与应用方向



组织希望通过生成式AI实现的关键收益



注释：问题：您希望通过生成性人工智能努力实现哪些关键收益？（2023年10月/12月）；N= 2,835。

来源：德勤2024年一季度《企业生成式AI应用现状》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

大模型在企业服务领域的落地路径

从通用大模型到企业级应用，领域专业知识是关键壁垒

由于大模型不可避免的存在一定的幻觉问题，而企业级应用对于稳定性、精准性、可解释性的要求更高，参数量大、适用范围广的通用大模型对于多数大企业场景而言，并非最好的选择。将行业专业知识、企业私有数据与大模型相结合，可以有效降低模型幻觉，提高对特定任务的适应性，更加符合专业性强的场景诉求。厂商可以在预训练、微调和RAG（检索增强生成）环节选择性地引入领域专业知识，如首先通过预训练获得具有丰富专业知识的基础模型，然后通过微调使其适应特定的行业或任务，最后结合RAG来增强模型对特定查询的理解和回答能力，也可以仅在其中某一个或某两个步骤中对模型进行优化。具体选择何种技术路径，应结合场景特征、数据基础来对投入产出比进行综合判断。

从通用大模型到企业级应用的实现路径



数据的重要性

企业服务领域对大模型的**准确性和可解释性**要求更高，数据成为大模型应用的关键

数据质量

- ✓ 减少错误学习
- ✓ 提升模型可解释性

数据规模

- ✓ 降低过拟合的风险
- ✓ 提升模型复杂度

数据多样性

- ✓ 促进特征学习
- ✓ 增强模型适应性

Tips

- 对于**规模小但高质量**的数据集，可以通过数据增强、迁移学习等技术来提高模型性能
- 对于**规模大但质量一般**的数据集，通常需要额外的数据清洗和预处理步骤

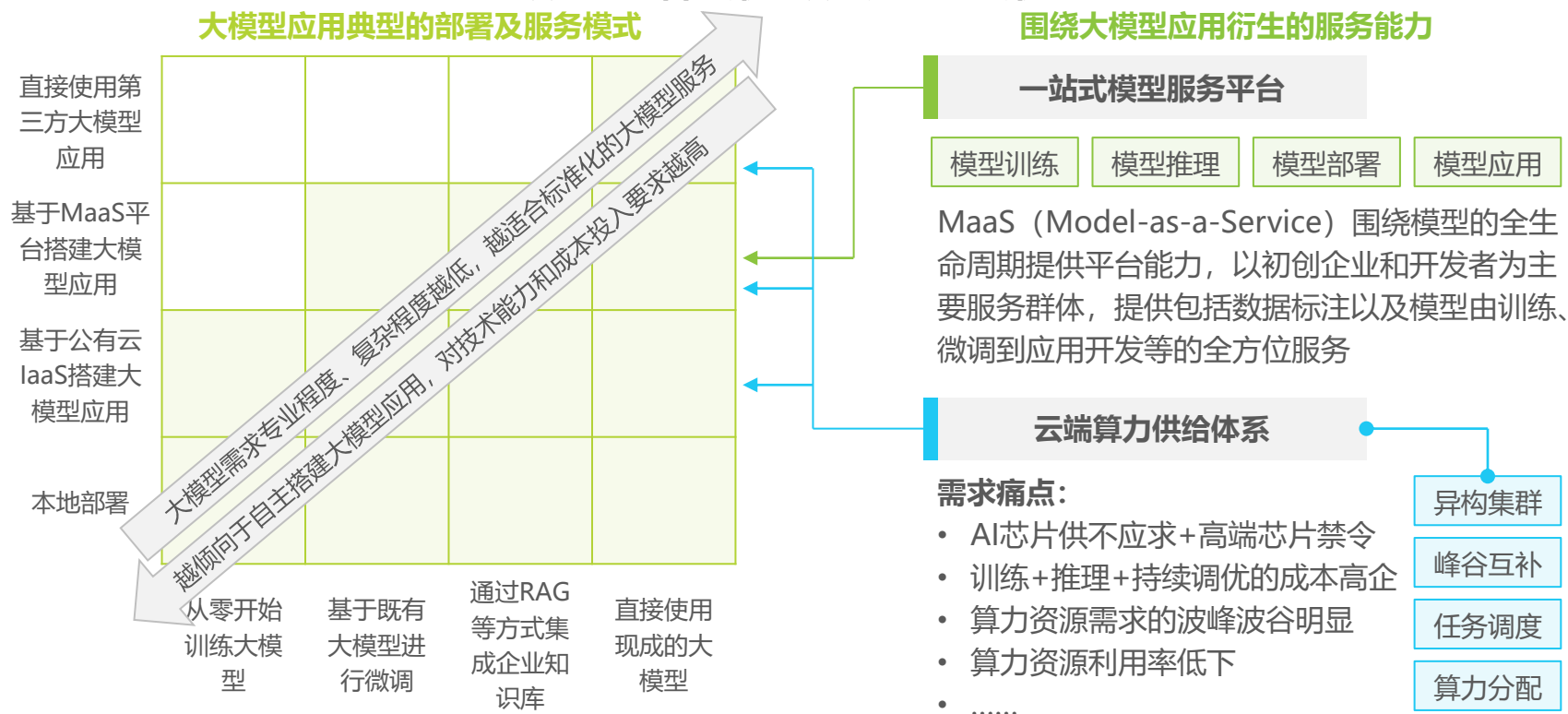
来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

大模型部署及服务模式探讨

云上智能算力：提供算力资源供给、调度、分配到一站式模型服务平台

大模型的部署应用存在较高的技术和资金门槛，因而训练通用大模型、行业大模型只会是少数企业的选择，更多的企业会考虑以商用模型或开源模型为基础部署自有的大模型应用。尽管在部分场景，企业客户对安全性、可靠性的要求极高，但由于AI芯片供不应求、算力资源成本高企、利用率低下等诸多原因，云上智能算力依然是性价比更高的选择。在此背景下，衍生出了云端算力供给体系及一站式模型服务平台两类新型的服务模式，同时具备资源积累和模型能力的云厂商将成为其中重要的参与者。同时，相关服务商也应当提供可靠的数据安全保障，以降低企业客户对云端部署大模型应用的顾虑。

大模型的部署与服务模式及衍生云服务



来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

技术侧：Agent

- Agent的发展历程
- AI Agent概念界定
- AI Agent的应用概括



Agent的发展历程

Agent早就存在，大模型兴起后两者融合相互成就，落地方式多样灵活

1

大模型兴起前—Agent萌芽期

公元前·Agent单词出现

Agent指有欲望、信念、意图，并能采取行动能力的实体。

20世纪50年代·人工智能领域Agent概念萌芽

Agent单词被引入人工智能领域，去描述一些实体（实体如计算机系统、计算机软件程序等形式），这些实体能接收主体（如用户、计算机程序等）的任务委托，为其提供帮助和服务，并能在此执行任务的过程中感知环境的动态变化，做出适当的反应。至此Agent在人工智能领域的概念开始萌芽，但尚且没有技术落地。

20世纪60年代-21世纪·Agent在有限范围内进步

Agent技术应用相继出现，例如20世纪60年代开始出现专家系统，通过结合一些领域专家水平的知识和推理机技术，模拟人类专家完成决策。彼时，社会的计算能力和技术资源有限，Agent相关技术并未造成重大影响。在20世纪80年代到21世纪，计算能力、算法、Agent的概念都在不断进步、一些具备“交互”“任务驱动”等特征的智能体代理技术被应用在客户服务、搜索推荐等场景中，但仍未引起广泛关注。

2

大模型兴起后—AI Agent概念再次导入

2023年上半年·AI Agent强调和大模型的融合

大模型兴起后，在2023年上半年，部分学术组织推出**以LLM为控制中心，综合多种算法的智能体应用**，如斯坦福大学的**虚拟小镇**（25个虚拟人类的AI智能体在小镇上生活、工作，交际等）、浙江大学和微软亚洲研究院推出的**Hugging GPT**（通过ChatGPT管理数百个模型，在收到用户请求时进行任务规划，调用合适的模型处理问题）。在此期间，OpenAI的Safety团队的负责人Lilian Weng发布了一篇6000字的博客，详细介绍了AI Agent，界定了Agent是**大模型和规划、记忆、工具调用能力**的组合，在此之后的研究人员在推出Agent概念的界定时，关注的能力特征也与之类似，并更多成称呼为**AI Agent**。

3

大模型兴起后—AI Agent的成长期

2023年下半年—2024年上半年·应用场景持续拓展

2023年下半年至2024年上半年，多个厂商推出Agent功能，众多原生Agent初创企业涌现，或将Agent集成在自己原有产品中作为辅助，或应用于原生型Agent场景，或发布零代码/低代码搭建Agent的平台。

AI Agent的概念界定

目前，AI Agent是指通过选择性综合大模型和多种先进算法，具备独立思考、工具调用能力等特征的系统

AI Agent没有严格的技术定义，它通常结合了一系列的组件和能力来执行任务、做出决策、并与环境或用户进行交互，尤其在大模型成长稳定后，AI Agent通常会在大模型之上选择性叠加能力，具备自我学习、反思的独立思考能力和任务规划、工具调用等能力特征，从而输出更符合用户场景需求、更精准的答案，或者为用户完成流程性操作，为人类解决更广范围的问题。

AI Agent的能力特征

【记忆】赋能AI Agent理解、检索，并辅助规划组件的能力

记忆的调用方式

长期记忆

短期记忆

- 对照人类的记忆，AI Agent的记忆可以分为**感觉记忆**（原始输入的学习文本、图像等材料）、**短期记忆**（上下文学习）、**长期记忆**（外部向量存储，可通过快速检索访问）
- 通常，AI Agent可以利用**最大内积搜索方法**来快速检索与当前任务或环境最相关的经验和知识，来利用记忆，提升AI Agent的效率和准确性

【LLM】中心枢纽作用，理解用户需求并按需调用其他三部分的能力

【规划】指AI Agent需要具备自我反思和任务分解的能力

自我反思能力的实现方式

- 首先要有反应**：一般是使用**React**方法，使语言模型的推理能力能够根据知识进行计划安排，行为决策能与外界工具交互
- 其次能自我批评**：使用**Reflexion**框架来提高推理能力，赋予Agent通过**语言反馈**和**短期记忆**形成优化任务目标的二次过程，也即自我反思的能力

任务分解能力的实现方式

思维链

子目标分解

- 可以通过采用**思维链**、**思维树**的算法策略分解任务，也可以用LLM先把自然语言问题转为**PDDL**语言，也就是机器可以理解的形式，再使用**P规划器**，生成合理的计划路径，最后再由LLM将PDDL语言翻译输出为自然语言的计划步骤

【工具】指AI Agent按需寻找和调用工具的能力

工具搜索和调用的实现

搜索引擎

代码块

工作流

数学计算

知识库

...

- 寻找合适工具**：**LLM**被引入扮演路由器的角色，通过**LLM**查询路由找到最合适的专家模块
- 工具的调用步骤**：AI Agent通过**TALM**（工具增强语言模型）和**Toolformer**来学习使用外部工具和API

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

AI Agent的应用概括

企业级AI Agent以原生或业务辅助模式提供，可广泛结合垂类需求场景

AI Agent兴起后，同时在C端与B端催生出广泛的应用：

- 面向C端的模式通常是独立的Agent搭建平台，释放了个人用户的创作热情（但也由于由于创作门槛较低，即使创作出的Agent数量庞大，整体AI Agent的可用性仍有待提升），也涌现出不少成熟的社交类AI Agent应用。
- 而企业级的AI Agent可从供应商维度分为两类。**一类为原生型AI Agent厂商**，以提供AI Agent搭建平台或定制化服务方式，满足客户的Agent需求。**另一类厂商则将AI Agent能力与自身其他主营业务结合，以完善产品矩阵或提升原有产品使用效率/体验为目标**。例如，代码开发工具厂商可提供辅助代码编辑的AI Agent助手，或提供开发AI Agent的平台，让开发人员自己创作Agent。再例如RPA厂商，可为RPA代码开发人员提供AI Agent编辑助手，或提供生成RPA专用代码块/流程的AI Agent。
- 目前，供给侧集中于代码辅助开发和营销场景的内容生成类应用。而需求侧的应用场景则显得相对灵活且分散。

企业级AI Agent应用模式全景

供给侧提供AI Agent的模式

1 为企业提供定制AI Agent服务

这类服务的供给商类型以**原生AI类厂商或初创型AI Agent企业**为主，为企业客户提供深度定制化智能体解决方案，占比较少

2 原有业务下，为企业提供AI Agent搭建平台/标准化应用

这种模式下，供应商通常有自己其他的主营业务，提供AI Agent搭建平台/标准化应用的**主要目的在于丰富自身原有产品矩阵，或提升客户使用原有业务的效率/便捷性**。此类模式下，应用场景集中在代码辅助编写、营销等场景，普及的企业较多

综合ICT与云厂商

ERP/CRM/BPM/OA/BI等软件厂商

RPA/低代码/零代码等PaaS厂商

SaaS厂商

需求侧AI Agent应用场景

电商类

产品推荐/智能客服/内容生成与营销/用户行为分析/售后反馈...

人力资源类

智能招聘/员工培训/职业规划/任务分配/员工反馈...

教育类

智能辅导答疑/虚拟教育助手/虚拟外教/考试内容生成...

金融类

产品创新设计/金融法规遵从/金融营销/智能风控...

制造类

质量控制/产品设计与开发/智能供应链管理...

医疗类

药物研发/手术辅助模拟/医疗数据研究分析/医疗培训...

...

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

技术侧：数据治理

- 分布式数据管理
- 围绕数据全生命周期的动态防御
- 人工智能与数据治理深度结合

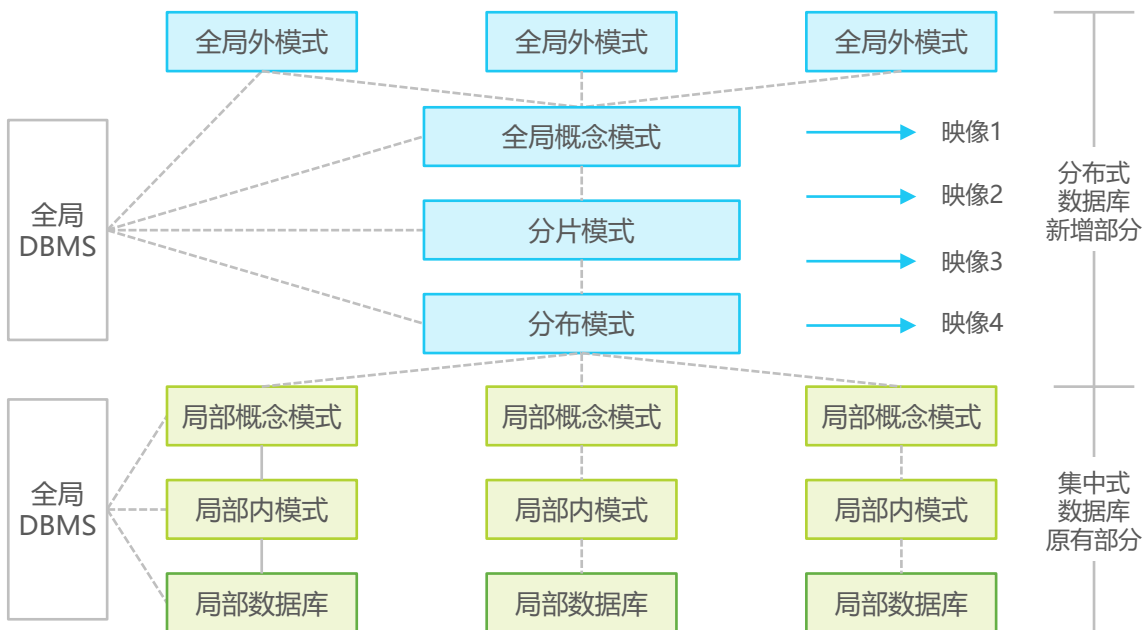


分布式数据管理

处理大规模数据和高并发访问请求，同时保证数据的安全性和一致性

随着业务规模和系统规模的不断增加和扩大，为了支持海量数据的存储、高并发访问以及保证数据的可靠性，分布式数据管理概念应运而生。分布式数据库（通过计算机网络将物理分散的多个数据库单元连接组成的逻辑上统一的数据库）是分布式数据管理的实现方式，包含数据分片、数据复制、事务处理、查询处理、数据安全和隐私保护等核心技术，具备以下几大特征：（1）分布透明性：用户不必关心数据的逻辑分区和数据物理位置分布；（2）集中节点结合：集中控制共享数据库，保障数据库的安全性和完整性；（3）复制透明性：用户可以将某个场地的数据复制到其他场地存放且不用关心各个节点间的复制情况，系统自动更新被复制数据；（4）横向扩展性：支持增加节点数量以扩展系统的处理能力；（5）数据一致性：即使数据分布在不同节点，应用程序仍能获得一致的数据视图。

分布式数据库系统模式结构



核心技术



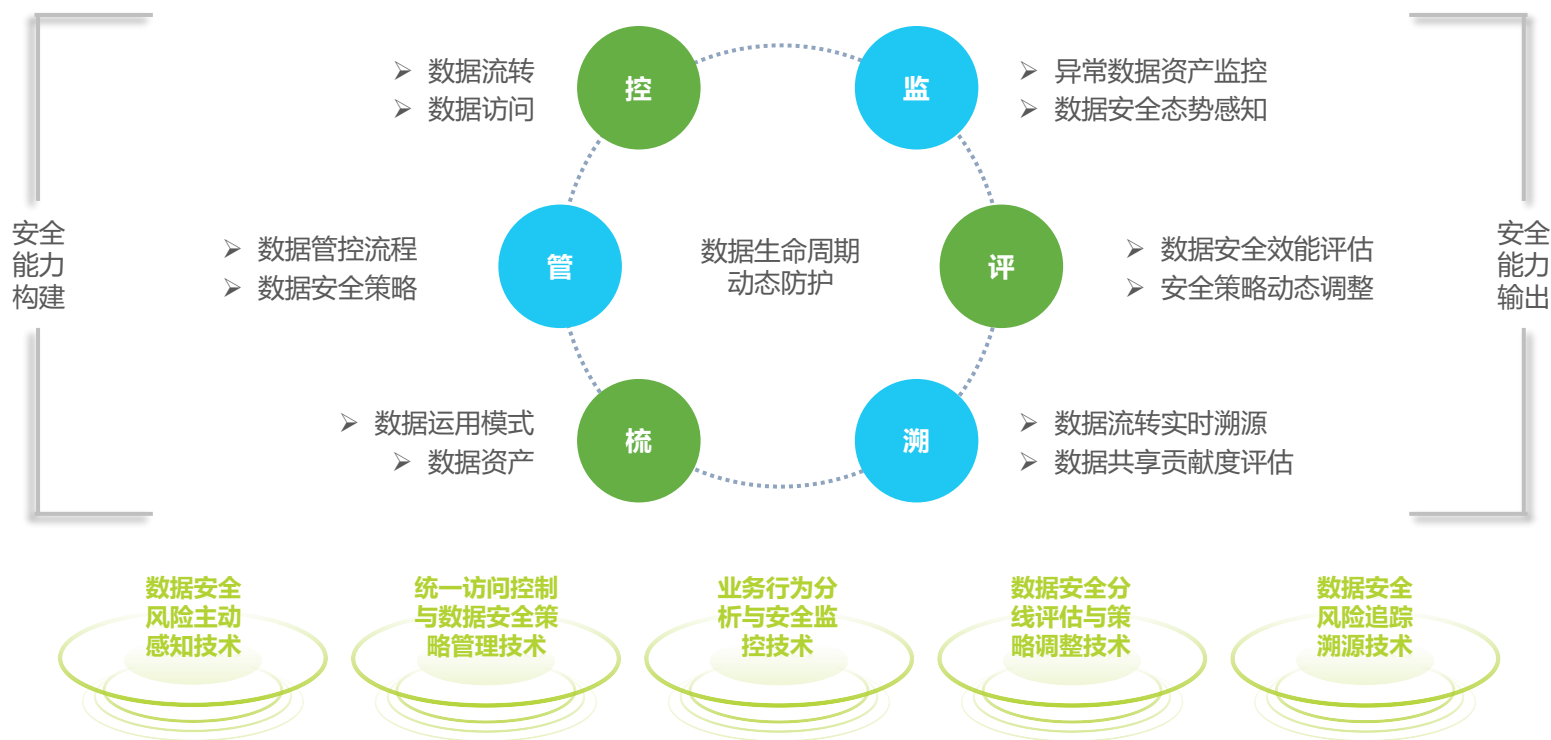
来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

围绕数据全生命周期的动态防御

由单一、静态和被动模式完成向全面、动态和主动模式的转变

大数据背景下，数据的生成和处理变得日益多样化和复杂，数据安全也面临更多前所未有的威胁。传统的安全措施往往局限于孤立的防御点、静态的策略和被动的反应，已不足以应对大数据环境中的复杂安全问题。为了有效保护大数据环境下的信息资产，安全防御策略必须考虑到数据流动的复杂性、数据间的相互关联以及数据内在的价值，强调对数据从创建到销毁的每个阶段实施持续的、适应性措施。这种策略要求安全技术与体系实现从单一、静态和被动模式向全面、动态和主动模式的转变。通过这种转变，组织能够更有效地预测、识别和抵御各种安全威胁，确保数据的完整性、安全性和可用性，支持业务的可持续发展。

大数据安全动态防御体系和核心治理技术



来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

人工智能与数据治理深度结合

人工智能优化数据治理，数据治理为人工智能奠定基础

人工智能的发展与数据治理相辅相成，为数据价值的彰显带来“质的提升”。一方面，随着数据量的增加，数据治理变得越来越复杂，而人工智能的应用能够自动化数据治理流程，提高数据治理的效率和准确性。同时，人工智能在数据分类、异常检测、模式识别等方面的能力，有助于加强数据质量管理和风险防控。另一方面，人工智能的发展也取决于对大量数据的处理和分析，数据治理可以提升数据质量，增强数据合规性与安全性，从而为人工智能的应用提供结构化、高质量的数据基础，确保算法训练和模型决策的准确性和可靠性。两者结合，不仅提升了数据驱动决策的智能化水平，也为构建可信、可持续的智能系统奠定了基础。

人工智能与数据治理的价值循环

人工智能降低数据治理门槛



面向人工智能的数据治理

数据采集准备	✓ 离线建模时获取真实业务数据 ✓ 接入实时性数据
数据质量&标准	✓ 提供高质量数据原料，提高模型拟合效果 ✓ 一致性语言减少数据反复治理工作
数据特征维度	✓ 减少重复性特征工程的精力投入 ✓ 提升数据特征维度，优化模型拟合效果
数据安全	✓ 从技术工具和保障措施等方面设计保护隐私数据的诸多环节，实现数据合规性
模型迭代优化	✓ 模型基于数据变化实时更新迭代 ✓ 拟合效果优化达到持续且自动化

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

技术侧展望：交互与开发模式变革

内外兼修、化繁为简，自然语言交互与代码生成能力推动厂商进化

得益于上述技术侧的演变，企业服务厂商将在交互模式上探索更便捷的使用体验（自然语言交互+All in One），在开发模式层面探索更高效的投入产出（代码生成+千人千面）。这一变革将不仅局限于各类IT服务商，传统以劳动力作为最终交付的企业服务商，同样可以把握新技术带来的机遇，通过科技转型夯实自身的核心竞争力。

企业服务在交互与开发模式上的变革

企业服务厂商的进化方向



交互模式变革

从以GUI（图形交互界面）为主，发展为NUI（自然语言交互界面）与GUI协同，创造**更加便捷的使用体验**

- **人机协同**：人机协同由表层的操作层面，进一步深入至思考和决策层面，通过更紧密的人机协同激发人的创造力
- **All in One**：整合散落在各个业务系统的数据，识别不同数据源之间的关联，基于自然语言交互实现跨应用集成，向构建统一的数据视图、提供统一的交互界面演进

开发模式变革

在简化代码编写工作投入的同时，高效满足企业客户的差异化的需求，促进企业服务厂商**投入产出比的提升**

- **代码辅助生成**：基于自然语言提示或部分代码输入生成代码，并基于对整体项目的理解提供代码诊断和优化建议
- **千人千面**：在理解客户意图和需求的基础上，提供灵活、可扩展的选项，提供一对一的个性化功能、界面或服务，实现千人千面

商业侧

- 出海
- 信创
- 行业化



中国企业服务厂商的出海趋势

主要服务对象为中国出海企业，本地化生态与竞争力有待提升

随着国内市场竞争日趋激烈和政策的积极推动，国内企业纷纷寻求海外市场以实现增长。跨境电商和移动应用成为出海的先锋领域，带动了相关服务商业务的增长。这些服务商专注于提升企业的内部管理、外部协作能力以及产品本土化竞争力，以适应海外市场更长的产业链和消费者需求，旨在加强出海企业在全球市场的竞争力。同时，另一类企业虽然主要服务于中国出海企业，但其服务同样适用于海外本土市场，并具备规模化扩展的潜力。这类企业在海外市场的拓展需要更加深入的本土化策略，包括与当地生态的合作、品牌建设以及建立本地服务团队，通过深入的市场调研，制定符合海外市场特点的本土化业务拓展策略，实现可持续的业务增长。

中国企业服务出海热点板块

“业务导向式”出海

客户群体特征

中国出海企业  海外本土企业

海外业务特征

主要围绕中国企业在海外的业务提供服务，业务的增长主要基于中国企业的海外市场拓展。多数服务商根据中国企业客户的具体需求提供适应海外环境的解决方案/产品/服务，拓展海外本土企业业务的主动性较低。

➤ 热点领域：跨境电商服务商

跨境电商在美国、欧洲、东南亚等地区业务增长旺盛，服务商围绕跨境电商的供应链管理、产品销售、产品交付等环节进行赋能，帮助跨境电商企业实现商业增长。

➤ 热点领域：围绕移动应用出海的开发者服务

游戏、社交与泛娱乐、购物类APP均为出海热门应用，围绕移动应用出海，相关服务商提供API、SDK等技术支持和变现解决方案，帮助开发者加快开发和部署更加适应海外用户的应用，实现收益。

“精耕细作式”出海

客户群体特征

中国出海企业  海外本土企业

海外业务特征

此类企业出海业务的主动性较强，**尽管客户群体仍旧以中国出海企业为主，但其服务能够提供给海外本土企业，并具备在海外规模化扩张的能力。**此类企业在进入海外市场时，通常需要花费更多精力，采取更为细致和深入的策略。

➤ 热点领域：SaaS

服务的中国出海企业占比约9成，以中国跨境电商及其产业链为主。在整体出海SaaS的细分赛道中，营销、支付、办公平台、数据分析场景较多，出海目的地集中在亚太和欧美。

➤ 热点领域：基础云

竞争格局以外资云厂商为主，**外资云厂商的全球布局具备竞争优势，本土厂商以企业用云特征为导向，为客户提供灵活服务。**服务的客户主要场景为互联网行业（游戏、音视频等），其次为金融和零售行业。

中国企业服务厂商的信创趋势

发展已成定势，初步需求已满足，生态纵横联合正加速

信创是指自主技术创新，旨在为我国经济发展和社会运转构建安全可控的信息技术支撑。目前，信创在基础硬件、云基础设施、基础软件、应用软件、网络安全等领域规模化推广，初步构建起从芯片到软件的信创生态。经过多年发展，信创基础软硬件的基本性能已满足日常办公及部分生产场景所需，正在向核心应用渗透，预计后期中国信创市场规模将保持高速增长，并在2026年突破2000亿元。随着信创应用的不断拓展，面向的用户需求差异性增大，业务场景复杂度提升，将对信创厂商的生态发展提出更高要求。

企业服务信创重点板块及纵横生态价值

横向生态发展的重要性及现状

信创的价值遵循“木桶原则”，要在信创产品的每个生产环节中做到“自主”，才能将技术创新的价值发挥到最大。尤其在基础硬件的制作工艺、基础软件的底层源码中，各个环节的自主性差异跨度较大，尽管最终产品的自主技术含量较高，但仍有少部分环节的自主性有待提升。

应用软件

协同办公

办公文档

ERP

...

...

应用软件的信创门槛相对不高，厂商创新行为较为发散，通常结合自身软件应用场景进行技术创新，并利用人工智能热潮积极迭代功能，在智能化应用软件中抢跑。

基础软件

操作系统

中间件

数据库

桌面云

...

基础软件的信创在依赖头部厂商推动的同时，对生态的依赖性强，开源手段的利用就至关重要，多数厂商利用开源吸引开发人群进行大量迭代，提升性能的同时扩大使用生态，提高适配便捷度。

云基础设施

计算

存储

超融合

云操作系统

...

云基础设施的信创主要依靠头部厂商推动，覆盖率较高，只是在技术性能上有一定提升空间。此外，云基础设施由多种联动性较强的云产品构成，横向生态的构建对云基础设施发挥信创价值至关重要。

基础硬件

芯片

服务器与电脑

...

...

基础硬件的信创主要依靠头部厂商的推动，起步较晚，壁垒较高，目前信创覆盖程度有较大上升空间，并且信创产品的技术性能与海外相比仍有待提升。

纵向生态发展的重要性及现状

➤ 不同板块之间的信创形成技术协同效应，相互促进，共同推动发展。目前纵向生态的协作并不成熟。

➤ 从下往上：基础硬件的信创起到“根基”的作用，为云基础设施、基础软件、应用软件的信创提供支撑。

➤ 承上启下：基础软件通常需要向下适配硬件，向上连接应用软件，因而如果上下游环节的信创覆盖度较高，那么基础软件的信创将更加便捷。

➤ 从上往下：应用软件直接接触用户，其信创场景的用户使用需求影响下层基础软硬件的信创发展方向。

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

企业服务厂商的行业化趋势

针对需求高频的垂直领域沉淀最佳实践，提高市场竞争力和盈利能力

随着市场竞争的不断加剧，为寻求拓宽收入来源，面向泛行业领域的企业服务厂商往往会针对需求高频的行业推出专业化的解决方案。此举意在通过挖掘重点行业客户的需求特征，在通用的产品和服务底座之上叠加行业化的能力，从而满足各个细分领域的需求。从投入产出的角度看，聚焦在特定行业领域，以相对标准化的方式满足一类客户的共性需求，既有助于将研发、供应链资源集中，也能够使得厂商在该领域树立起专业的品牌形象。通常而言，行业解决方案沉淀了企业服务厂商在特定行业的最佳业务实践。与之相对应的，厂商也需要在销售策略上进行一定的改变，围绕重点行业客户划分行业线，建立从售前到交付的完整服务链路。

企业服务的行业化探索

垂直行业化发展的原因

供给层面

增加收入和利润

- 面向泛行业的通用型解决方案收入增长陷入瓶颈，发展行业化解决方案有助于厂商拓宽收入来源
- 为满足客户的差异化需求往往会带来成本的增加，研发行业解决方案，将使得研发投入、供应链上下游合作更为集中，投入产出比更高

需求层面

满足细分领域需求

- 基于特定行业的独特需求对服务内容、产品模块等进行针对性的优化，通过相对标准化的行业解决方案提升服务效率，形成厂商的差异化竞争力
- 针对需求高频的垂直领域进行重点投入，将有助于厂商在特定行业领域建立专业的品牌形象

行业化落地实践

产品层面

推出行业解决方案

- 通过与标杆客户的解决方案共创和中腰部客户的服务经验积累行业理解，定义最佳业务实践
- 由细分产品功能出发，逐渐形成端到端的行业解决方案，将最佳业务实践沉淀到产品功能和服务流程之中，赋能企业客户

组织层面

组建行业销售团队

- 基于不同行业客户的需求特点进行市场细分，尤其针对头部和中腰部客户的销售划分行业线
- 为各个细分市场制定专门的销售策略和营销计划，加强销售团队对特定行业知识的培训，把握需求痛点

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

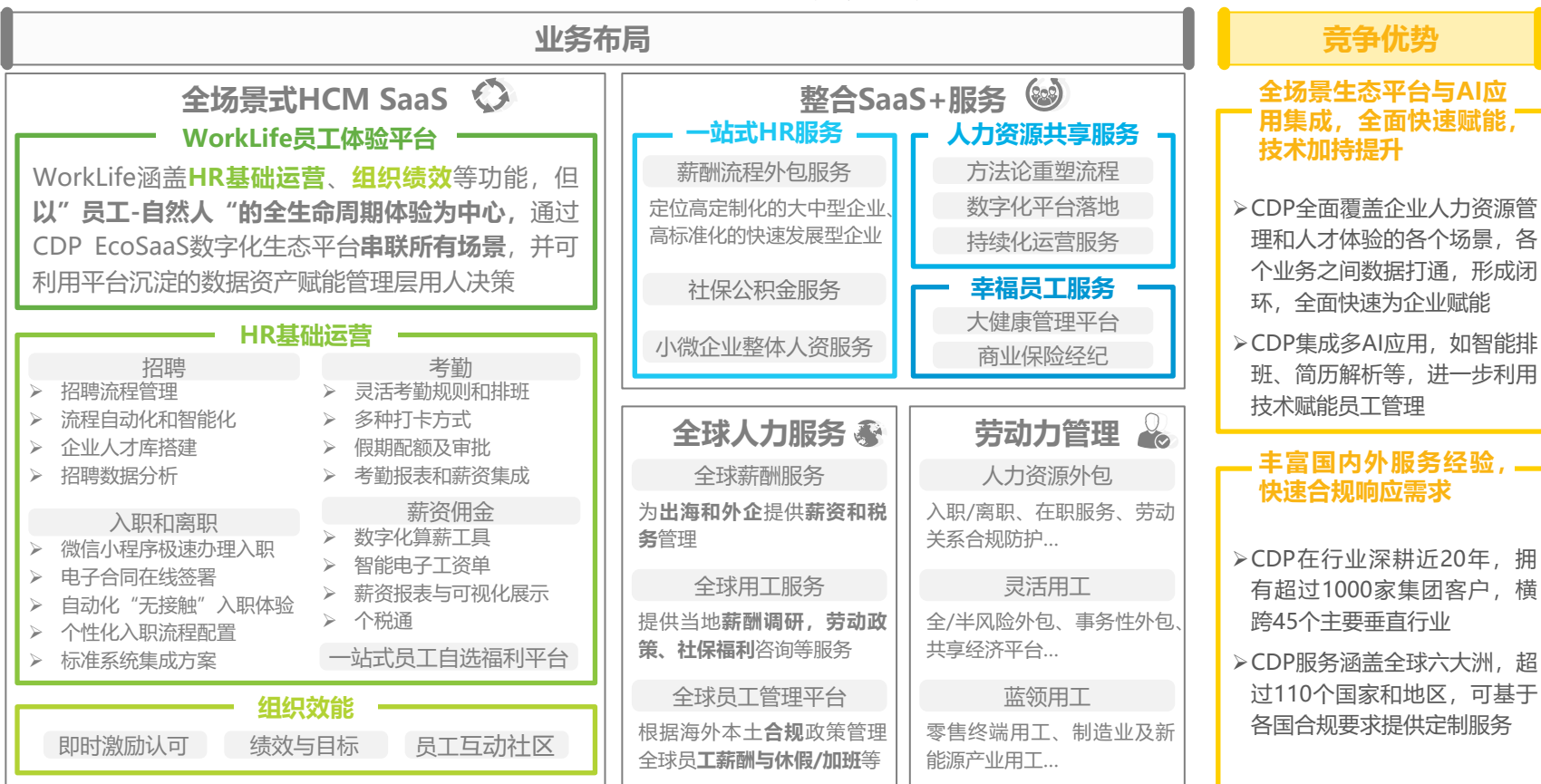
03 / 典型厂商与应用实践

Case study

赋能企业，将人力资本管理转型为战略优势并通过技术提升员工体验

CDP集团成立于2004年，早期以提供人力资源管理服务为主，具备丰富的经验，并沉淀方法论。CDP后期紧跟企业数字化转型趋势，提供整合SaaS+服务，利用技术加持，进一步提升管理效率和员工体验。2020年，CDP推出Worklife员工体验平台，平台以员工为中心，提供全场景的服务，提升人力资源管理的效率的同时实现员工激励等功能，提升员工留存率，进而提升企业组织竞争力。

CDP业务布局及竞争力



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

针对行业痛点提供定制化服务和产品解决方案，提升管理效率与员工体验

针对不同行业的劳动力资源使用痛点，提供劳动力资源使用全生命周期的解决方案，减轻企业原有人力资源管理任务的负担，并进一步通过提供具备自动化、标准化等特征的产品，提升企业后期人力资源管理效率，实现高效用人。此外，CDP提供结合行业特性提供员工体验提升的多种解决方案，赋能企业人才激励与保护，提升员工工作效率，增强企业竞争力。

CDP多行业解决方案及标杆客户案例

多行业解决方案布局

高科技行业

- 提供**雇主品牌打造**服务，定制专门的认可激励制度
- 在薪酬水平、人均水平、人均利润等方面提供**市场基准参考数据**

泛零售行业

- 提供基于业务量的**智能排班、门店考勤方案、自动化佣金计算、员工利用率数据分析**等功能
- 提供具备**自动化特性**的HR管理流程

医疗健康行业

- 提供数字化人才激励与互动平台、数字化员工体验平台**挽留高素质人才**、解决医院**24小时服务轮班安排**

低碳新能源行业

- 提供**咨询+系统+服务**闭环体系,提供从员工**入职到离职的全周期服务**
- **整合打通**HCM系统、ERP系统、OA系统等
- 为**中企出海**提供整体咨询、发展规划，海外政策，管理制度，落地服务

智能制造行业

- 精益化管理生产力，**结合互联互通的全域制造数据**，辅助制造业科学决策
- 使用**智能设备有效获取**劳动者在岗位上的**工时切片数据**，通过记件、工时数据的比对，**消除设备和劳动力的资源“浪费”现象**

客户案例：[延锋彼欧] i-benefits即时激励平台

项目背景

新时代员工对企业激励方式有多样化诉求，企业也希望能及时与员工高效便捷的互动，以提升员工满意度和忠诚度，但缺乏合适的平台实现即时收集员工激励的诉求、及时给予反馈与奖励的需求

解决方案

CDP通过结合自身专业知识积累和延锋彼欧实际状况，从“**专属关爱时刻、多样个性激励、多维点赞认可、丰富互动体验**”四个维度出发，打造了一个集“**点滴贡献、即时认可、精彩瞬间、成长记录、特殊时刻、关爱祝福、全员参与、互动体验**”于一体的i-benefits即时认可平台

项目收益

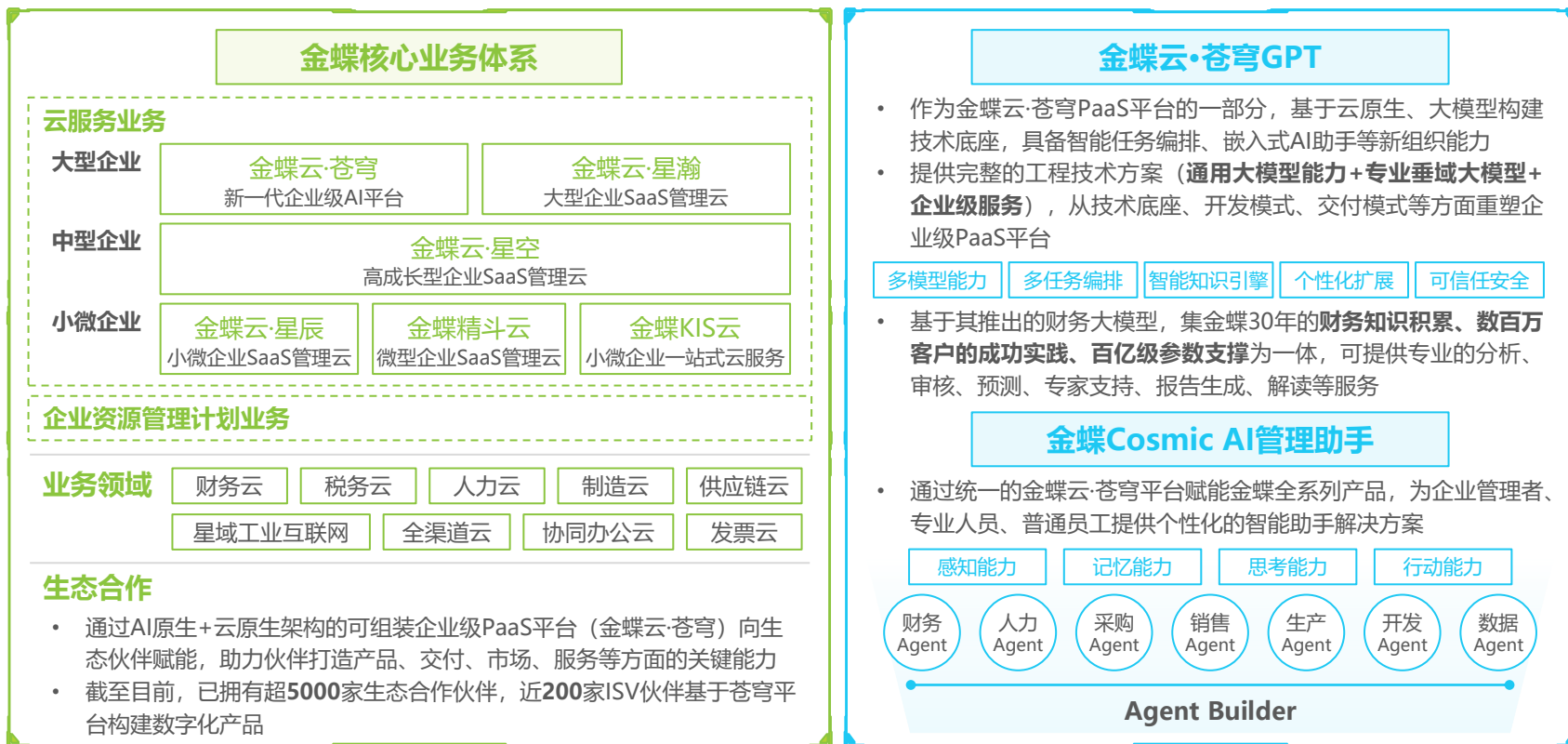
平台上线后员工参与度高，满足了及时表达和反馈激励的需求，并在上线后两个月已达到：

4.9W浏览量 **近1000张定制化特色贺卡发送**
1.25W访问次数 **数1000条员工互动更新** ...

围绕平台+人财税+生态的战略布局，深化云转型，推进AI优先

金蝶始创于1993年，是最早一批上市的企业管理软件厂商。自2011年提出云转型战略，金蝶逐步形成了覆盖大型、中型和小微企业的云产品矩阵，2023年其云服务业务收入占比已经接近80%。围绕平台+人财税+生态的战略布局，金蝶持续升级金蝶云·苍穹平台，发布金蝶云·苍穹GPT、财务大模型、Cosmic AI管理助手等多款AI产品，并将苍穹平台由可组装企业级PaaS平台升级为新一代企业级AI平台。未来，金蝶将以“订阅优先、AI优先”为核心战略，发挥过去三十年的行业积累与客户实践优势，为企业的数字化管理赋能。

金蝶核心业务体系及AI产品布局

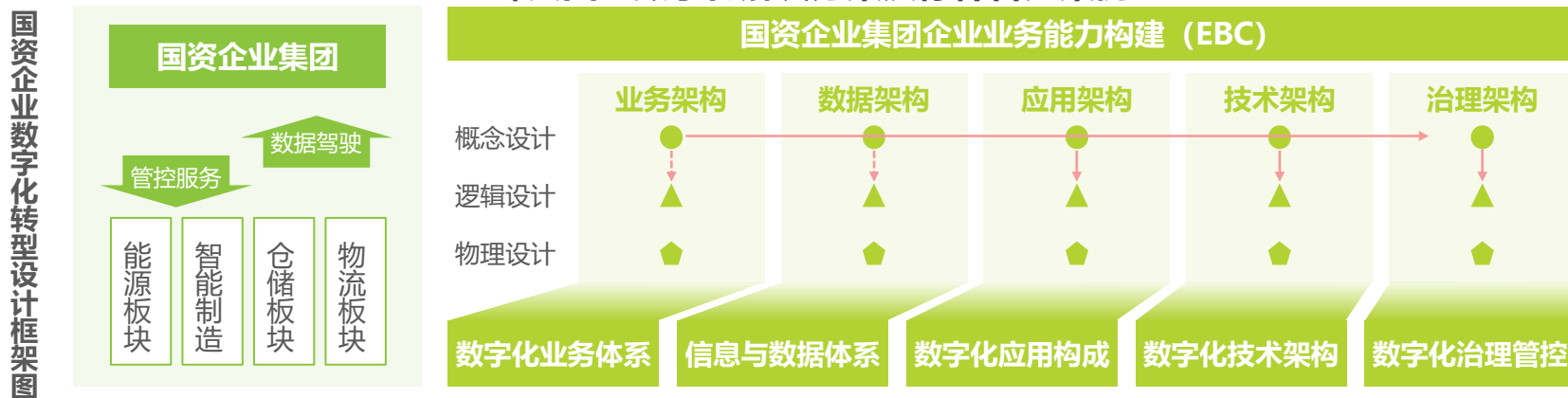


来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

把握信创国产化机遇，基于可组装的EBC赋能央国企数字化转型

当前，数字化转型已经成为央国企转型升级的核心引擎。针对央国企业务场景复杂多样、体量巨大的特点，其转型过程中往往需要完整的方案规划，同时其对自主可控的需求也要求厂商能够提供相应的信创解决方案。基于价值驱动+数据/智能驱动的核心指导思想，金蝶通过业务、数据、应用、技术、治理等五大架构，形成了全业务、全数据、全治理的国资企业业务能力（EBC）体系，采用“积木化、标准化”思路，灵活组装，满足差异化需求。凭借面向大型央国企、大型头部企业的国产信创云服务——金蝶云·苍穹、金蝶云·星瀚，金蝶已帮助山西国运、浙江交通集团、河钢集团、云南中烟等数百家国资央企和头部领军企业实现信创目标。

金蝶央国企数字化解决方案及标杆客户案例



云南中烟 国产化替代 | 三流合一的智能预业财一体化平台 解决方案

- 使用**国产ERP软件**替换国外“大、笨、重”架构的ERP软件，借助基于动态领域模型的低代码平台帮助实现自主可控可扩展
- 以金蝶云·苍穹平台作为支撑，**统一信息化平台 (ERP系统)**实现解耦，解决云南中烟过去多套ERP系统架构下，各集团采购、销售业务线下沟通、独立做账的痛点

项目成果

20%费用报销率 **60%**物流费用结算 **80%**跨组织办公协同

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

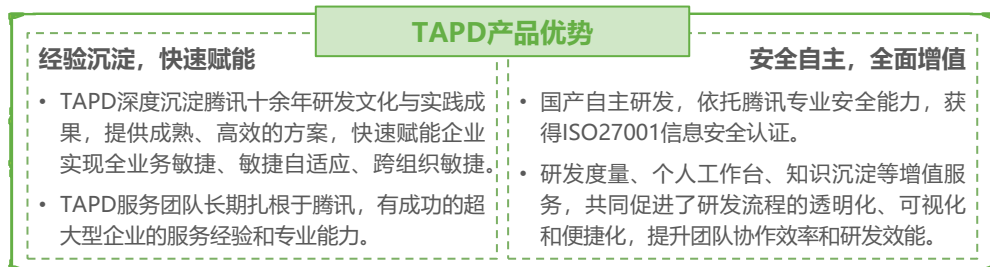
山西国运 国有资本运营数智化管理平台 | 从管资产向管资本转型 解决方案

- 投资管理：**构建投资全生命周期管理平台，纵向贯通国资监管、企业集团、投资主体的三重风险管理体系，横向覆盖项目投前、投中、投后的全生命周期管理，促进国有资产监管职能转变
- 人力管理：**结合山西各省属企业庞大而复杂的管理现状，国运端聚焦“管、看、分析”，同时考虑各省属企业业务差异和管理特色，省属企业聚焦“执行、应用和内部赋能”，搭建“二维一平”数字人力治理体系，提升各省属企业人力资源管理水平

软件研发全生命周期管理平台，敏捷协作，快速迭代，持续创新

腾讯TAPD敏捷协作平台是支撑腾讯旗下包括QQ、微信、企业微信和腾讯会议等产品敏捷研发实践的关键工具，平台建立了一套成熟的研发体系，覆盖了研发理念、方法、实践和工具，全方位敏捷支持企业研发。TAPD不仅具备“行业Know How沉淀”和“安全自主”的优势，平台还具备AI融合和生态开放两大亮点，能够实现解决方案标准化与个性化之间的最优平衡，满足不同规模和行业的团队在敏捷研发上的需求。

腾讯TAPD功能布局及竞争力



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

针对多垂直行业提供敏捷研发定制解决方案，沉淀卓越实践，快速赋能

腾讯TAPD敏捷协作平台为多行业提供定制化的解决方案，其优势在于能够深入理解不同行业的特定需求，在配置个性化需求接口和定制化增值服务的前提下，进一步提供贴合行业需求的标准化模板，为各行业企业研发快速赋能。其覆盖的行业不仅包含研发是重要生产力的游戏和金融，还扩展至互联网成长型企业、高科技制造行业产品研发管理，以及传统行业的敏捷转型，通过提供全面的敏捷实践支持和工具链整合，帮助企业提升研发效能，加速产品创新和市场响应速度。

腾讯TAPD多行业解决方案及标杆客户案例

TAPD解决方案覆盖多领域

企业敏捷转型解决方案

TAPD提供全方位敏捷转型解决方案，帮助传统企业建立企业级敏捷研发能力。它基于腾讯十余年互联网敏捷研发经验，覆盖文化理念、实践到产品工具，支持企业提高效率 and 创新能力，实现数字化转型目标。

金融行业解决方案

针对金融行业数字化转型需求，TAPD通过构建全流程研发一体化规范，打造“稳态+敏态”融合管理体系。它拉通需求到研发再到运营的端到端价值流，进行效能评估和持续改进，实现金融业务的高效交付。

高科制造行业解决方案

TAPD将敏捷和精益的软件研发管理能力适配到高科制造行业，支持产品项目管理、需求协作、测试缺陷和发布管理等。它帮助制造业软件研发实现规范性和敏捷性，推动智能化产品研发的高效能管理，使产品的市场竞争力得到提升。

互联网行业解决方案

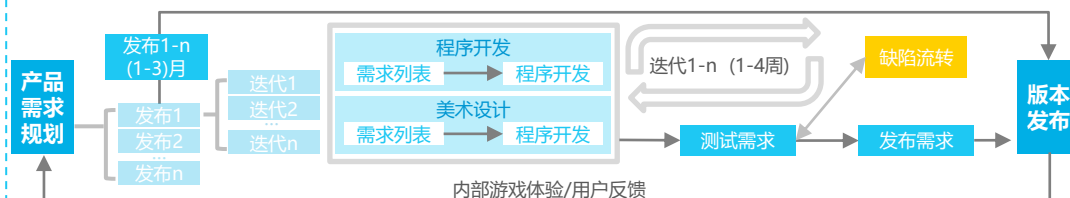
腾讯TAPD为互联网行业提供可成长型敏捷研发解决方案，结合精益、Scrum等敏捷实践，支持从产品创业到稳定期的全周期管理。它帮助团队快速响应市场，采用敏捷迭代，实现产品持续创新和快速交付，满足用户需求。

游戏行业解决方案

TAPD针对游戏行业特点，提供全生命周期研发协作和管理工具，支持从布局到运营期的协作。它具备美术协作、工具链集成等精细化管理能力，帮助游戏团队高效管理程序和美术开发协作，实现高质量持续交付。

游戏行业解决方案图示及典型客户案例

游戏解决方案图解：包含游戏规划、开发、测试、发布、持续跟踪度量



游戏解决方案典型客户案例

- 王者荣耀** 协助王者荣耀在成都和深圳的异地开发团队快速对齐颗粒度，百人团队高效跨部门协作。
- CALL OF DUTY 使命召唤手游** 利用 TAPD 实现运营期游戏大规模美术制作闭环管理实战，从容应对海量需求并发，高效实现持续稳定交付。

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

基于MaaS理念，提供完整的大模型产品矩阵和全流程服务支持

智谱AI脱胎于清华大学计算机系知识工程研究室，自2019年成立以来，即专注于大模型技术的创新与发展。基于全自研的基座大模型能力，智谱AI形成了多方向、多类型的大模型产品矩阵，业务横跨B端和C端市场。基于MaaS（Model as a Service，模型即服务）的理念，智谱AI提供包括轻量级的API调用服务、基于云端的私有化方案，完全私有化的方案以及国产化适配的软硬件一体化方案，并提供全生命周期的服务支持，帮助企业完成从大模型到业务场景的应用落地。截至目前，智谱AI已获得君联资本、启明创投、美团、蚂蚁、阿里、腾讯、小米、金山等著名投资机构和互联网公司的投资，累计融资金额超过7亿美元，C轮融资估值约30亿美元。

智谱AI MaaS服务及模型能力



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。



与头部企业共创，打通技术与商业壁垒，推动大模型的场景化落地

随着大模型从早期的技术炒作阶段逐步进入行业化应用阶段，企业客户对于高频场景、交付形式、ROI等问题的关注度不断提升。为寻找适配场景，智谱AI会综合模型基础能力和企业业务节点进行矩阵分析。通过与各行业的头部客户共创，由客户提供行业实践层面的支持，智谱AI围绕大模型提供优化建议，智谱AI积累了丰富的行业理解，初步形成大模型商业落地的良性循环。目前，智谱AI的生活合作伙伴已经超过2000家，在1000多家企业内实现大模型的规模化应用，深度共创企业超过200家，服务客户覆盖汽车、大消费、制造、医疗健康、金融、游戏娱乐、文旅等20多个行业。

智谱AI行业解决方案及典型客户案例

行业解决方案

汽车行业

文旅行业

游戏娱乐

医疗健康

智能终端

智能制造

零售行业

典型客户合作案例



马蜂窝

需求痛点

- 海量旅行内容，用户难以快速、精准**筛选有价值信息**
- 无法根据用户旅行需求和标配，自动提供**个性化方案**
- 缺乏开发、变现大量**非结构化**高质量内容的有效手段

解决方案

研发**AI旅行伙伴**（小蚂），提供全球旅行问题咨询服务

意图理解

语义补全

信息抽取

内容生成

内容总结

应用价值

- 个性化旅游定制
- 在准确性、完整性、实用性全链路测评中拿到**80+**分



上汽集团 SAIC MOTOR

需求痛点

- 售后维修人员的能力水平缺乏**一致性**，希望得到提升
- 加强总部支持的“**预诊断**”功能，统一积累经验知识

解决方案

打造**汽车维修AI师傅**，通过耳机+麦克+触屏的智能终端为一线的售后咨询人员和车辆维修人员提供实时交互支持

全流程AI赋能：

初诊

诊断

修理

验收

报告

应用价值

- 提升售后服务效率和质量
- 单独对话**80%**准确率，多轮对话修正后可达**90%**

04/ 发展挑战与建议

Suggestions

产品选型探讨：一体化和垂直化

需求侧应综合企业的成长阶段、采购偏好等因素选择一体化或垂直化产品

企业服务供应商的产品定位可以分为两种：追求“全面性”的多板块解决方案，和追求“专业化”的单一功能板块服务。例如，人力资源供应商可能提供全面的HR服务，但也有供应商专注于薪酬管理的服务。

受限于经营精力和成本，供应商通常在“全面”或“专业”中选择一个作为核心战略。尽管目前市场上出现了两种模式相互渗透的趋势，但这种渗透通常是有选择性的，供应商会基于自身的优势和市场定位，选择性地拓展或者部分功能，而不是全面铺开。这种策略更多是在原有基础上进行能力的深化和拓展，而非简单的市场争夺。需求方企业则需要根据自身的特定需求、业务特点和发展战略来综合考虑，以确定是选择一站式的全面服务，还是选择在特定领域具有深度专长的专业化服务。

一体化和垂直化的差异与需求侧选择

一体化

一体化是指在某个领域的厂商提供的产品/方案中，涵盖了多个细分领域的功能板块，或涵盖了多个垂直行业专用的产品/方案

供给商特征

企业规模较大

趋势相互渗透

原先走一体化路线的厂商会在特定几个功能板块/垂直行业深化专业能力，以提升竞争力

原先走垂直化路线的厂商，在深耕某一功能板块/垂直行业后，也在积极探索向其他领域拓展，以实现更广泛的市场覆盖

垂直化

垂直化是指某个领域的厂商提供的产品/方案中，仅针对某个功能板块，或者某个垂直行业做专门的产品/方案

供给商特征

初创企业较多

客户群体特征

- 需求企业偏好**一站式采购**，减少解决方案/产品选择的人力与时间成本
- 需求企业具备**多元化需求**，并且对各功能板块的**独立性要求较低**，允许它们之间存在一定程度的相互依赖和联系

客户群体特征

- 企业的规模增长到一定程度，研产供销服等经营流的某个环节的流程变得极其**复杂**，一体化解决方案难以应对
- 需求企业某个功能板块的**任务量激增**
- 需求企业功能板块运转流程/内容的设计需要与垂直行业“**know-how**”紧密结合

来源：结合公开市场资料和专家访谈，由艾瑞咨询研究院整理及绘制。

服务模式探讨：标准化和定制化

供给侧在保持各自核心竞争力的同时，适度拓展服务范围，相互渗透

标准化与定制化的渗透发展建议

标准化与定制化的定义、营收逻辑

标准化

- **标准化产品**是指按照一定标准生产的，具有统一规格、功能和性能的产品。这些产品通常适用于广泛的市场和客户群体。
- **标准化产品**依靠规模化生产实现**成本效益**，追求的是**高销量和市场占有率**，它们的优势在于能够迅速满足广泛的市场需求，同时通过大规模分销降低单位成本。

定制化

- **定制化产品**是根据客户的具体需求和偏好定制的产品。这些产品通常具有独特的设计、功能或规格，以满足特定客户的需求。
- 定制化产品则**侧重于单笔项目的收益最大化**，它们的优势在于能够提供个性化解决方案，满足特定客户的独特需求，通过高附加值服务来实现收益。



标准化模式厂商，是否要拓展**定制化**业务？

➤ 为什么选择拓展定制化业务？

定制化业务有助于探索新的市场机会和增值服务，可以帮助标准化企业保持市场竞争力的同时，寻求创新和差异化发展。

➤ 为什么不选择拓展定制化业务？

提供标准化业务模式的企业，多数为初创型企业，缺乏资源完成定制项目。此外，坚持标准化业务模式的企业，因其能够充分利用规模经济以实现显著的营收增长，往往更易于吸引投资者的关注和支持，因而有些企业拓展定制化业务的意愿不高。

➤ 如何权衡判断业务是否需要拓展？

为了持续推动业务创新、快速响应市场需求变化，并维护与定制化客户的紧密联系，建议标准化模式的厂商在能力范围内适度涉足定制业务，并通过合作伙伴分担研发压力。在探索合作伙伴的同时，可以拓宽渠道，为自身原有标准化业务带来新的增长机会。



定制化模式的厂商，如何拓展**标准化**模式的业务？

定制化厂商应重视经验知识的复用，利用与客户互动积累的洞见，在**小规模内开发标准化功能模块或产品套件**，或**打造行业通用的标准化解决方案**。此外，通过提供成熟高效的解决方案架构，可以帮助客户避免不必要的弯路，同时提高自身产品的复用性和规模化潜力，从而实现更高的盈利能力。

大模型应用探讨：误区与建议

综合评定短期与长期投入产出，明晰其能力边界，构建系统性工程

当前大模型技术尚在快速迭代过程中，多数企业对是否要应用大模型、在何种场景应用大模型仍存疑虑。同时，大模型前期投入高、应用效果不确定性强，也使得企业决策者普遍对大模型的态度较为谨慎。为此，建议企业结合自身发展战略、资源与技术的就绪程度，首先明确是将大模型作为战略方向，还是作为试点/孵化项目。在计算大模型的投入产出模型时，不宜过度追求短期财务指标，建议将目标收益预期放长至2-3年。在落地应用大模型时，切忌对大模型能力的盲目乐观，将可以用传统技术手段解决的问题全都交由大模型解决。而应当从场景出发系统性设计 workflow，在适合大模型的模块充分发挥其价值，协同各种技术手段共同解决问题。

大模型应用的误区与建议

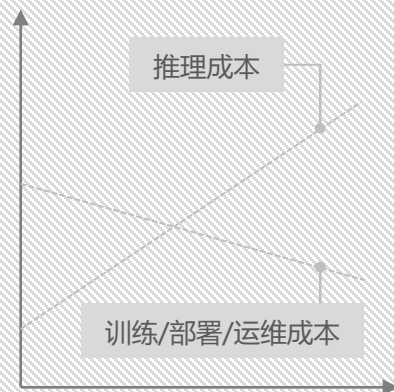


误区一：片面追求短期收益

应用建议：

综合评估大模型在短期的投入产出与未来的收益可能性

短期的成本模型（示意图）



长期变化因素

阶段一：普惠奇点

长期来看，在保证模型可用的同时，单位推理成本的降低将支撑大模型成为重要的生产力工具

阶段二：智能奇点

模型性能进一步突破，实现多模态+复杂任务处理，将可能为企业带来新的业务增长



误区二：过度依赖模型能力

应用建议：

对整体 workflow 进行系统性设计，利用大模型重构关键模块

定位大模型的能力边界

- 以业务场景为中心设计整体 workflow，针对大模型在语言交互、内容生成和信息提炼方面的优势能力，明确需要应用大模型的关键模块

设计适合大模型的工作流

- 针对大模型模块可以考虑引入思维链（Chain of Thought, CoT）或利用多智能体，将单一逻辑推理问题分解为多个步骤，提升对复杂问题的解决能力，以及模型的可解释性

多手段构建系统性工程

- 同时在其他非大模型能力范畴的模块，选择合适的技术手段与大模型协同，共同构建系统性工程

附录：企业服务产业图谱

从企业各业务部门和职能部门的需求出发，对企业服务的赛道进行划分：

- 研发设计
- 生产制造
- 采购供应
- 营销获客
- 业务流程与协同管理
- 人力资源
- 财税金融
- 法律事务
- 信息技术



企业服务产业图谱：研发设计

IPD咨询服务



产品策略与设计服务



工程设计咨询服务



医药研发外包 (CRO) 服务



原型设计软件



研发项目管理软件



计算机辅助设计 (CAD) 软件



计算机辅助工程 (CAE) 软件



产品生命周期管理 (PLM) 软件



电子设计自动化 (EDA) 软件



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：生产制造

制造执行系统（MES）



计算机辅助制造（CAM）软件



分布式控制系统（DCS）



计算机辅助工艺过程设计（CAPP）



先进控制系统（APC）



数据采集与监视控制系统（SCADA）



先进规划排程系统（APS）



质量管理体系（QMS）



工业互联网平台



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：采购供应

仓储物流服务



供应链管理（SCM）软件



供应链执行（WMS/TMS）软件



供应链管理服务



供应商关系管理（SRM）软件



物流运力交易平台



B2B采购平台



企业服务电商平台



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：营销获客（1/2）

营销策略

营销策划服务



品牌设计咨询服务



市场调研服务



DPM/CDP/MA平台



内容创意平台



广告投放

DSP/Ad Network



SSP/Ad Network



Trading Desk



程序化户外



程序化OTT/TV



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：营销获客（2/2）

渠道运营

代运营服务



微商城



企业直播平台



会务/活动管理软件



客户管理

呼叫中心外包服务



CRM/SCRM软件



客服/呼叫中心软件



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：人力资源

人力资源外包服务



人才寻访服务



人力资源咨询服务



人力资源培训服务



网络招聘平台



一体化人力资源管理（HRM）软件



招聘管理软件



劳动力管理软件



薪酬社保软件



企业培训平台



员工福利平台



灵活用工平台



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：财税金融

财税综合服务



融资顾问 (FA) 服务



供应链金融服务平台



跨境支付平台



代理记账软件



企业绩效管理 (EPM) 软件



财务/会计软件



发票管理软件



费控报销软件



税务管理软件



资金管理软件



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：法律事务

法律咨询

咨询服务

金杜律师事务所
KING & WOOD
MALLESONS

JUNHE | 君合律师事务所



FANGDA PARTNERS
方達律師事務所

競天公誠律師事務所
JINGTIAN & GONGCHENG

通商律師事務所
COMMERCE & FINANCE LAW OFFICES



环球律师事务所
GLOBAL LAW OFFICE

HAI
WEN
海问律师事务所



中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM



盈科律师事务所
YINGKE LAW FIRM



Chang Tsi & Partners
铸成律师事务所

服务平台

易法通
YIFATONG

法保网
FABAO.WANG

找大状
ZHAODAZHUANG.COM

蓝星法务
LANXING.FAWU

法伴云
FABANYUN

一点享法
YIDIANXIANGFA.COM

法斗士
FADASHI

法度云(山东)信息科技有限公司
FADUYUN (SHANDONG) INFORMATION TECHNOLOGY CO., LTD.

法家云
FAJIA.YUN.COM

电子合同/电子签名软件

e签宝

爱知之星
AI你所知 知你所爱

法大大
FADADA

上上签
——电子签的云平台——

云合同
yunhetong.com

法天使

甄零一诺
ONE CONTRACT CLOUD

一签通

契约锁
QIYUESUO.COM

云签

律大大

金格科技
KINGGRID TECHNOLOGY

北京安证通
何思科技股份有限公司

I-Signing 亲笔签

LinkSign

易保全
EBAOQUAN.ORG

君子签

小信科技
NEOTRUST TECHNOLOGY

易企签
WESIGN

esign爱签

今承达
JINCENDA.COM

腾讯电子签

数字认证

知识产权平台

IP TALENT
集思智佳

权大师

中细软集团
CIPRUN GROUP

八戒知识产权
IPR.ZBJ.COM

知呱呱
ZGG.COM

八月瓜
BA YUE GUA

新微知产
SIMIC IP

麦知网

知果果
ZHIGUOGUO.COM

快版权

工商服务平台

快法务

泓灼集团
HONGZHUOJITUAN.COM

公司宝
GONGSIBAO

顶呱呱
DINGGUWA

小微律政
LVZHENG.COM

企业湾
QIYEWAN.COM

绿狗LVGOU.COM

北京名企科技有限公司
主营：注册 记账 建站 社保 推广

企常青
QICHANGQING

电子认证服务

GFA

北京国富安电子商务安全认证有限公司
GFA E-COMMERCE SECURITY CA CO., LTD.

深圳CA

可信
ZXCA

SECA

上海市数字证书认证中心有限公司
Shanghai Electronic Certification Authority Co., Ltd.

网证通
NET CA

广东省电子商务认证有限公司
Guangdong Electronic Certification Authority CO., LTD.

江苏智慧数字认证有限公司

Jiangsu Smart Certification Authority Co., Ltd.

FNCA

华测电子认证有限责任公司
CTI Network Security Certificate Authority Co., Ltd.

SoCA

山东省数字证书认证管理有限公司

数字认证

诚信威
iTrusChina

沃通
WoTrus

大陆云盾
MCSA

臻博云科
SUPER CLOUD TECH

东方中讯
EAST-ZHONGXUN

亚洲诚信
TRUSTAsia

注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：信息技术（1/2）

IDC服务



低/零代码



超级自动化



基础云服务



云通信服务

互联网通信



数据库



短信



语音



大数据平台



IoT平台



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：信息技术 (2/2)

人工智能技术服务

AI技术

AI开发平台



智能语音



自然语言处理



计算机视觉



知识图谱



机器学习



AI开放平台



AI大模型与工具

AI大模型



AI Agents



模型平台/模型服务



AI算法框架



安全产品及服务

网络安全



云安全



数据安全



IT外包服务



IT运维服务



系统集成服务



注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业服务产业图谱：业务流程与协同管理

ERP软件

思爱普 SAP ORACLE Dynamics 365 用友 金蝶 鼎捷软件
infor 畅捷通 Neusoft 金算盘 eAbax 管家婆 sage software 赛捷软件

零售电商ERP软件

Shiji HEADING 慧策 旺店通 聚水潭 万里牛
光云 网上管家婆 shopex 商派 金蝶管易云 E店宝
BAISON 百胜软件 生意专家 多点DMALL 银豹

跨境电商ERP软件

LINGXING 领星 店小秘 赛狐 G+ 积加ERP
BANMA-ERP MABANG 芒果店长

业务流程管理（BPM）平台

ActionSoft 普元 FLOWPORTAL 流程软件专家 金蝶
ORACLE IBM GALAXYPOINT Colloa K2 ULTIMUS

协同办公平台

泛微 致远互联 Landray 蓝凌 钉钉 企业微信
飞书 Microsoft Teams 云之家 Cloud-Hub 蓝信 360 织语
华天动力 友空间 九思软件 TDXK 万户软件

视频会议软件

腾讯会议 小鱼易连 Quanshi 全时 好视通 zoom
Yealink 亿联网络 BIZCONF 会畅通讯 Polycom webex 随锐

文档协同软件

金山办公 腾讯文档 石墨文档 印象TEAMS 飞书 Foxit 福昕

企业邮箱

263 云邮 阿里邮箱 腾讯企业邮 网易企业邮箱 xinnet 新浪企业邮箱

企业网盘

Filez 360 亿方云 AISHU 爱数 坚果云 燕麦云 百度网盘企业版

行业信息化服务及应用

Glodon 广联达 HUND SUN DCITS 神州信息 卫宁健康科技集团 EWELL 思创医惠 Shiji 直客通 美团·餐饮系统
建筑 明源云 唐吉诃德 金融 宇信科技 金证股份 医疗 KYEE 京颐科技 B-Soft 创业慧康 酒店 TITAN 泰坦云 餐饮 客如云 哗啦啦
酷家乐 Sunvega 三维家 Sunline 长亮科技 天阳科技 Neusoft 久远银海 GREEN CLOUD 众荟 二维火 天商

注释：仅展示部分典型赛道及典型企业，图谱中所展示的公司logo顺序及大小并无实际意义。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能