

# 中国政企采购数字化转型 白皮书

©2022.5 iResearch Inc.



政企采购按采购主体不同可分为政府采购和国企采购，主要采购标的为货物、服务和工程。政企采购有着**授信采购**、**采购粘性**和**公平性**的特点，其中政府采购还有较强的**政策性**。



根据政企采购的数字化渗透程度不同，可以将市场分为**信息化**、**电商化**和**平台化**三个阶段。目前大部分政企处于电商化向平台化转型阶段，并且**数字化成熟度不统一**、**技术水平参差不齐**和**管理理念差异**是制约政企采购数字化升级的主要原因。



政府采购有**电子卖场**和**电子招投标系统（项目电子化交易系统）**两种形式。电子卖场系统一般适用于公开招标数额标准以下的货物、工程、服务项目。电子招投标系统一般适用于公开招标数额标准以上的货物、工程和服务项目。以上两类系统，可以以本地化部署方式由各地分别建设，也可以基于云架构集合各地系统，形成区域协同的一体化采购平台即政府采购云平台。



国企采购除自建商城外有**数字化采购平台**和**专属商城**两种形式。数字化采购平台是由技术型服务提供商辅助搭建采购系统，通过开放平台对接内部信息系统和外部供应商，开发难度大，适合中大型国企。专属商城是以B2B电商平台提供的采购商城模板为基础，国企自定义人员权限和审批流程的采购平台。相比数字化采购平台，专属商城的灵活性更高，但商品采购渠道存在局限性，适合中小型国企。



受政策和疫情双重刺激，2020年开始我国政企采购线上渗透率明显提升，**2021年我国政企采购平台交易规模约2.8万亿**。随着各地政府积极构建区域一体化采购平台和国企加码布局线上采购，预计2025年政企采购平台交易规模将达5.9万亿元。



随着采购平台的节资提效优势显露，政企采购主体会进一步扩大，工业品也将成为重点采购品类。同时政企采购平台正朝着**移动化**和**智能化**升级，并向外延伸丰富采购供应链，以及**与第三方合作形成服务生态**，共同服务政企客户。

概念解析：政企采购的基本特征 1

发展概览：政企采购数字化发展现状 2

价值分析：政企采购平台的价值及应用 3

典型案例：政企采购平台服务商梳理 4

趋势展望：政企采购平台的发展方向 5

# 政企采购的概念界定

## 采购主体为政府及国企，采购行为受法律规范

根据《中华人民共和国政府采购法》(以下简称政府采购法), 政府采购是指“各级国家机关、事业单位和团体组织, 使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为”。《政府采购法》规范了政府采购行为, 明确了政府采购的资金来源为财政性资金及与财政性资金配套的单位自筹资金, 采购目的以公共目的为主。而政企采购的定义比政府采购更宽泛, 主体上增加了国企。国企虽不在《政府采购法》的适用范围内, 但大量国企在采购时仍会参照《政府采购法》相关规定进行采购。根据《中华人民共和国企业国有资产法》(以下简称企业国有资产法)、《中华人民共和国招标投标法》(以下简称招标投标法), 依照《政府采购法》, 国企采购是国企使用国有资金或自有资金以合同方式有偿取得货物、服务和工程的行为。国企采购兼具企业采购和政府采购的双重属性, 既要满足企业的生产经营和持续发展需要, 又要实现国有资产的保值增值。简言之, 政企采购是政府采购与国企采购的总和, 在采购行为上均有规范、高效、廉洁、节资的要求, 采购行为更偏重于实现国家实施宏观调控的目标与方向引导。

### 政府采购及国企采购概念对比

	主体	资金来源 (主要)	采购方式	采购目的
政府采购	各级国家机关、事业单位以及非盈利性团体组织	财政性资金及与财政性资金配套的单位自筹资金	公开招标、邀请招标、竞争性谈判、单一来源采购、询价、框架协议采购以及国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式	实现政府职能或公共服务的需要, 维护国家利益与公共利益
国企采购	国务院和地方人民政府分别代表国家履行出资人职责的国有独资企业、国有独资公司以及国有资本控股公司	财政性资金、银行信贷资金、非银行金融机构资金、企业自筹资金和外商资金	参照《政府采购法》和《招标投标法》相关规定进行采购, 此外还有合作谈判、单源直接采购、多源直接采购等采购方式	满足企业的生产经营和持续发展需要, 实现国有资产的保值增值

政企采购 = 政府采购 + 国企采购

注释: 本报告中, 国企采购包括国有企业采购和国资企业采购。

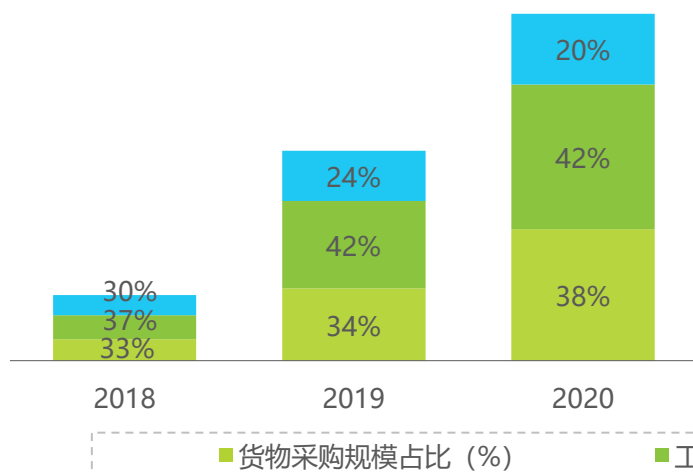
来源: 《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国企业国有资产法》《中华人民共和国招标投标法》《政府采购框架协议采购方式管理暂行办法》《国有企业境外投资财务管理办法》等, 艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购的主要标的

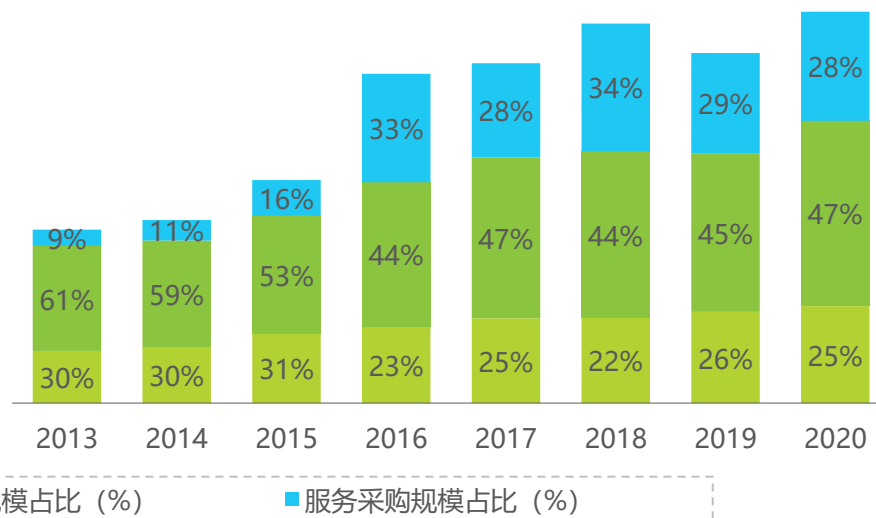
## 三大类采购规模持续增长，2016年后政府服务采购占比提升

政企采购标的主要包含货物、工程及服务三大类。根据《政府采购法》，货物指各种形态和种类的物品，包含原材料、燃料、设备、产品等；工程包括建筑物及构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮等；服务指除货物与工程之外的其他政府采购对象。从政府采购上看，2013年以来货物、服务、工程三大类采购的规模呈稳步上升态势，2016年政府购买服务改革促使服务采购规模迅猛增长，2020年受到疫情影响采购规模略有下降。从国企采购上看，以某国企采购平台交易额为例，2018年至2020年的采购交易额逐年上涨，同时货物和工程采购比重上升，服务采购受疫情影响比重下降。另外，由于政府和国企的采购规模较大，国家还赋予二者发挥政策导向、引导产业发展等功能和目标，比如实现绿色可持续发展、扶持中小企业发展、助力乡村振兴等。

### 2018-2020年某国企采购平台交易额结构变化情况



### 2013-2020年政府采购交易额结构变化情况



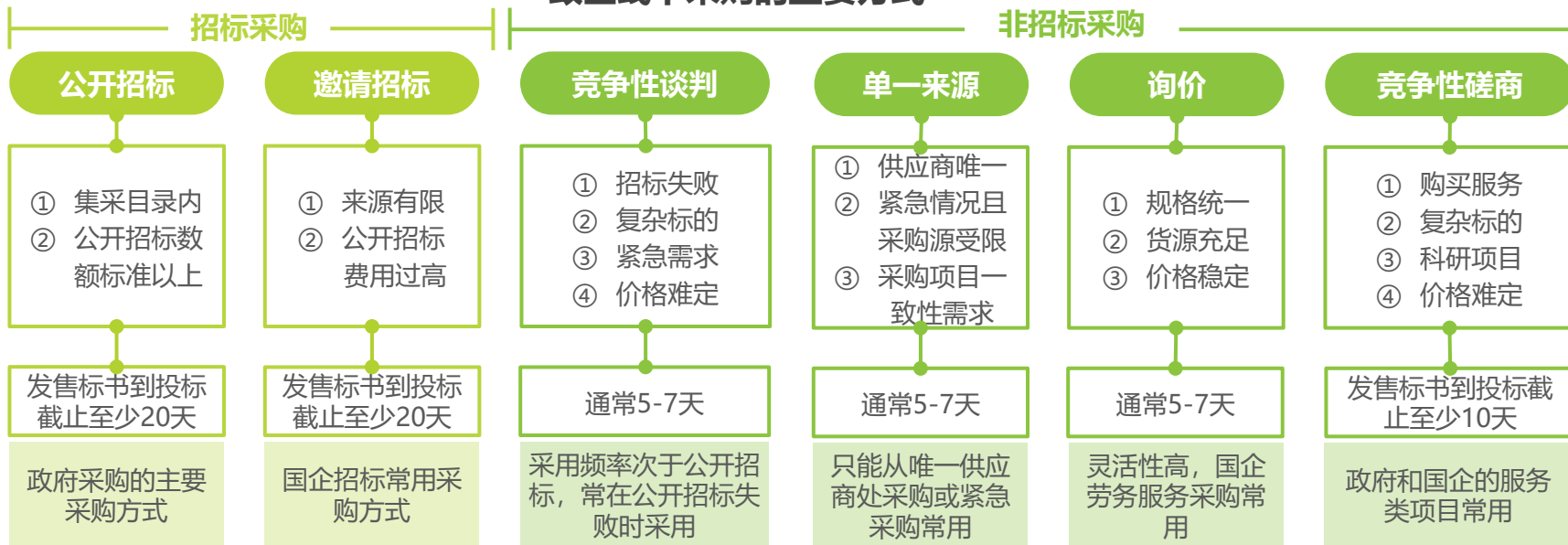
来源：《政府采购法》，财政部，杜英男论文《国企采购第三方平台运营优化研究——以M采购平台为例》，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购的主要方式：线下采购

## 线下大额采购流程繁杂冗长，公开招标是政府采购主要方式

根据《政府采购法》，我国的政府采购方式有：公开招标、邀请招标、竞争性谈判、单一来源采购、询价和国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。财政部2014年12月31日实施的《政府和社会资本合作项目政府采购管理办法》将竞争性磋商认定为政府和社会资本合作模式项目采购法定的其他方式。2022年3月1日起施行的财政部第110号令《政府采购框架协议采购方式管理暂行办法》，新增框架协议采购为第七种法定政府采购方式。其中，公开招标是政府采购的主要方式。招标后没有供应商投标或者没有合格标的或者重新招标未能成立的，可依法采用竞争性谈判的方式采购，或依据《政府采购法》各类采购方式规定的适用情形转为其他采购方式。国企采购不属于《政府采购法》管理范畴，但对依法必须进行招标的项目，以及采购人自愿选择招标方式的采购项目，其招标投标过程需要遵从《招标投标法》。目前政府采购和国企采购中金额较大的货物、服务和工程，大多仍从线下采购，流程复杂且耗时冗长。

### 政企线下采购的主要方式



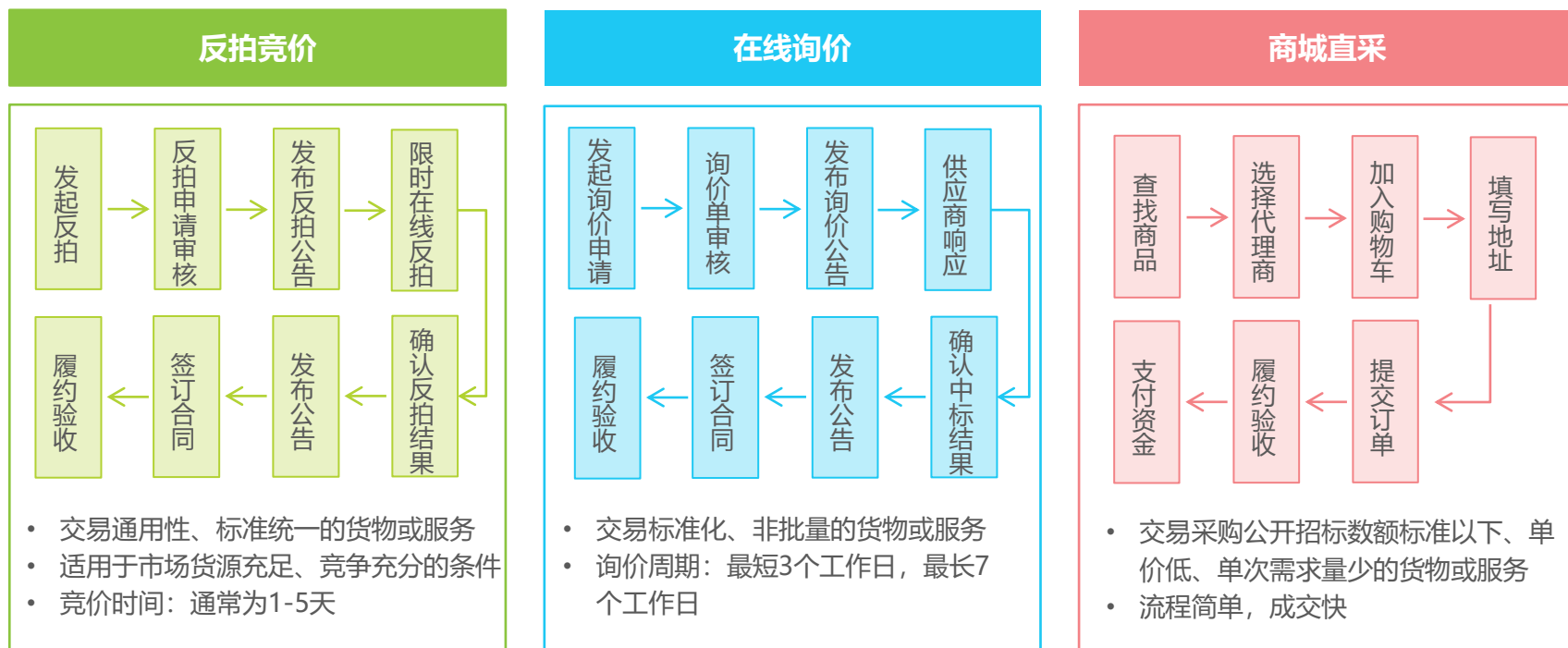
来源：《政府采购法》《招标投标法》《政府和社会资本合作项目政府采购管理办法》《政府采购框架协议采购方式管理暂行办法》，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购的主要方式：线上采购

## 线上小额采购标准化、通用性高的货物或服务，流程便捷高效

政府采购线上交易主要通过包括电子卖场系统、电子招投标系统在内的在线交易系统进行。在线交易系统提供直采、团购、电子竞价、反向竞价等交易方式，为金额较低、标准化程度较高的货物或服务的采购打造全流程电子化交易模式，减少采购单位寻源、比价、采购过程中产生的行政成本。国企大多通过采购平台完成经营性物资的采购，采购平台有自建和第三方搭建两种形式，其中自建采购平台非本报告研究重点。国企对于工程类项目的采购目前多通过招投标平台发布采购信息，从线下渠道进行采购。

### 政企线上采购的主要方式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购的特点

## 授信采购、采购粘性、公平性和政策性是政企采购的典型特征

政企采购以政府、国企信用为担保，以政策为导向，以授信的形式进行交易，与大量线下供应商形成了长期稳定的供求关系。随着传统线下采购高成本、低效率、不透明等劣势渐显、国家阳光采购政策稳步推进以及互联网技术的飞速发展，政企采购数字化转型升级已成大势所趋。疫情的出现推动着无接触采购的发展，为政企采购的数字化进程再提速。此外，物联网、大数据、云计算、人工智能的应用逐渐深入，让政企采购朝着平台化和智能化方向进一步发展。

### 政企采购的典型特征

01

#### 授信采购

政企采购需等商品收到后才启动回款流程，回款时间在1-2个月不等

对供应商来说，政企采购回款时间的不确定性会对资金周转造成影响。通常采购平台会承担部分催收工作，少数平台能为供应商提供金融服务

02

#### 采购粘性

对于公共资源和国企生产性资源采购，早期在线下积累了大量渠道和供货资源，形成了长期稳定的供求关系

对于金额较大、周期性强的采购项目，政企采购通常有稳定的战略合作伙伴。因此现阶段在政企采购中仍会存在部分“线上比价，线下采购”的行为

政企采购项目广泛且复杂，且采购金额巨大，为保障采购公平性与采购数据安全性，政企对互联网、云计算等新技术的应用相对保守

03

#### 公平性

政府采购原则上应给予所有供应商公平竞争的机会，并在自核审核和评标中对所有供应商一视同仁

政府采购的政策性与公平性相呼应，为保障政策落实，政府采购需要更加透明的交易环境，推动了线上采购的发展

04

#### 政策性

政府采购行为与政策支持相关联，部分采购行为有政策导向，并重视采购行为和平台的合规性



概念解析：政企采购的基本特征 1

发展概览：政企采购数字化发展现状 2

价值分析：政企采购平台的价值及应用 3

典型案例：政企采购平台服务商梳理 4

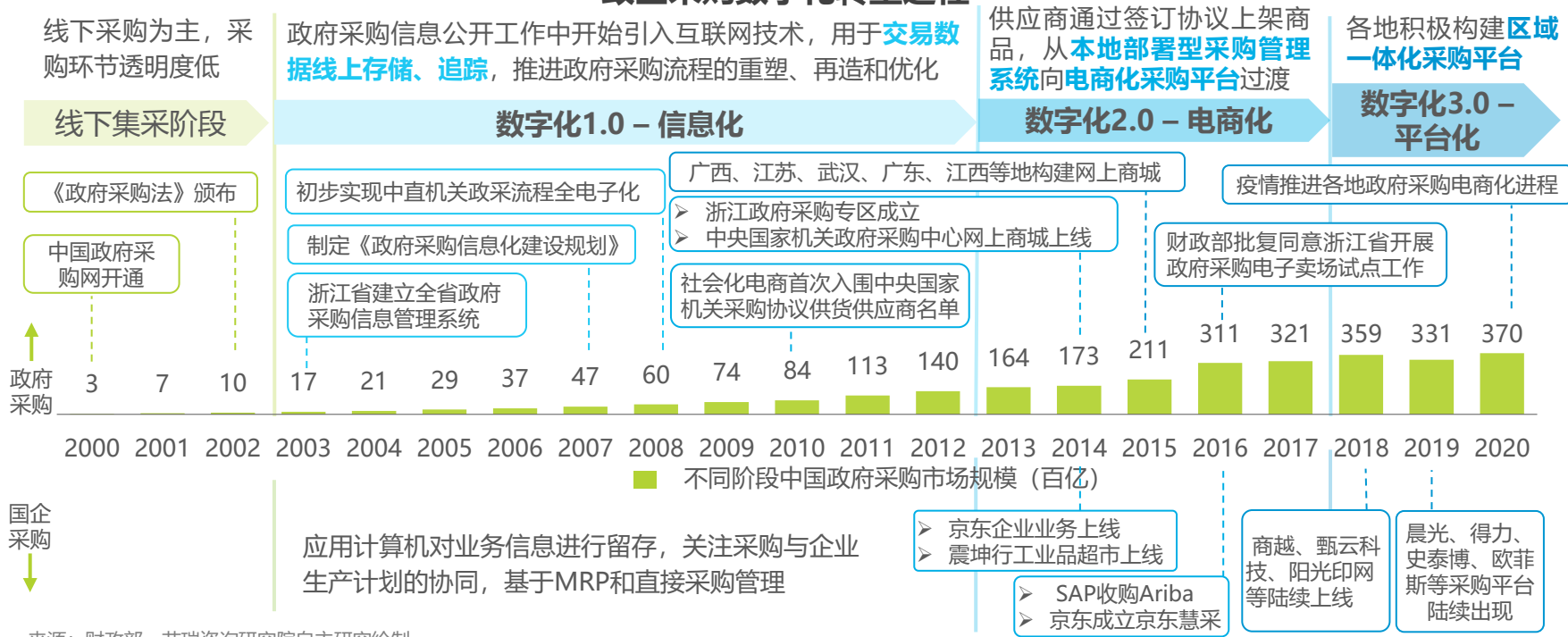
趋势展望：政企采购平台的发展方向 5

# 政企采购数字化的发展路径

## 国企采购成熟度略高于政府采购，管理平台化驶入快车道

政企采购从2003年正式开启数字化转型新时代，根据政企采购的数字化渗透程度可以分为信息化（2003年-2012年）、电商化（2013年-2017年）和平台化（2018年-至今）三个阶段。信息化阶段是数字化管理思维培养及数据迁移阶段，逐渐将零散的政企采购集成综合业务管理系统。电商化过程中，各地政府开始搭建电子卖场，同时段大型互联网企业开始投身B2B电商平台的建设，为服务国企采购奠定基础。2016年前后各地政府开始积极构建连接交易、监管和市场的区域一体化的采购平台，并在2018年达到平台构建小高峰。同一时段国资委下属近半数央企都以自建、外购甚至整合软件公司的方式构建或规划自有电商平台，并从央企向国企渗透。整体上看，政府采购相比国企采购阶段节点相同，但进度略慢。

### 政企采购数字化转型进程



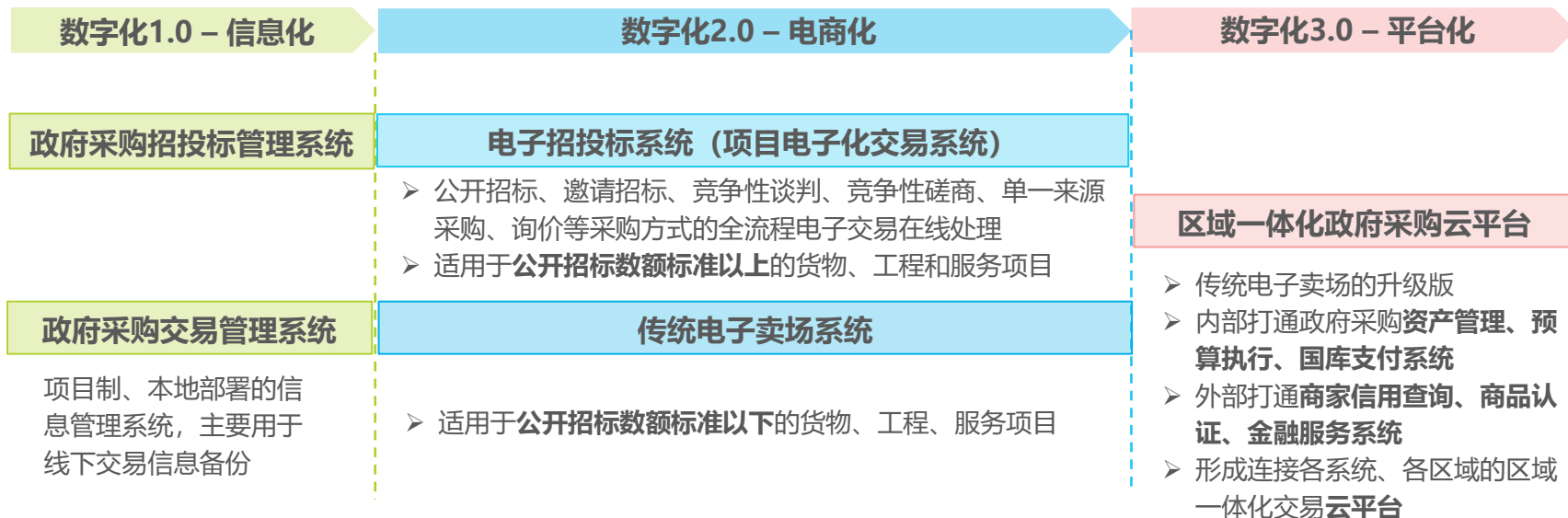
来源：财政部，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政府采购数字化的产品形态

## 电商化阶段，按公开招标数额标准划分有不同的交易场所

信息化阶段，政府采购以建立交易管理系统为主，为线下交易进行数据备份和流程录入。电商化阶段，各地政府开始通过自有技术部门及第三方技术支持辅助搭建电子卖场。这类电子卖场是各省市自行搭建的协议供货系统，以本地部署模式为主，供应商和采购方通过申请入围和签订协议上架商品。不同平台间供应商信息不互通，平台监管和数据标准化收集处理难度大。同期还形成了电子招投标系统（项目电子化交易系统），用于承载公开招标数额标准以上的货物、工程和服务项目，这类政府采购对采购流程规范性和采购物资专业性要求较高。平台化阶段，省级政府通过平台化的方式打造区域一体化的政府采购平台，整合下属各县市的交易和监管，供应商无需多次重复入围和签订协议，各地商品交易信息实现标准化和同调。

### 政府采购数字化各阶段主要产品



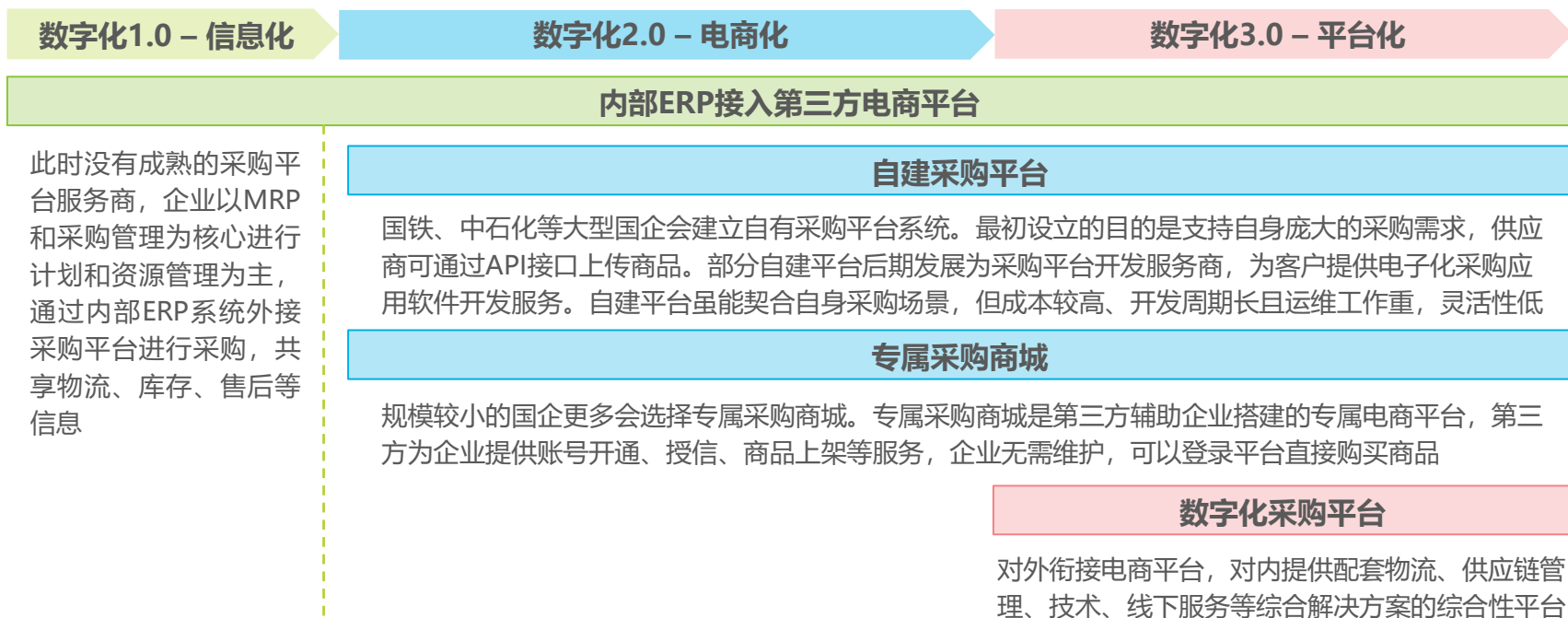
注释：“公开招标数额标准”具体适用标准根据各地制度办法确定。  
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 国企采购数字化的产品形态

## 国企采购形成自建平台、专属商城和数字化采购平台三大类

信息化阶段，市场中并未出现成熟的对B端的专业采购平台，国企通过内部的ERP系统与第三方供货平台对接进行采购，实现底层数据共享。电商化阶段，国企采购平台出现两种形态，其一为自建采购平台，如中石化自建内部电子采购系统，后期升级为易派客，对外提供采购服务；其二为专属采购商城，仅需为国企提供账号权限就能够实现专属商城采购，降低了大量中小企业使用采购平台的门槛。平台化阶段，市场上供应商变多，史泰博、齐心、欧菲斯、领先未来陆续涌现。同时国企对采购供应链的需求向前端技术和后端物流延伸，衍生出综合采购全链路解决方案的综合性平台。目前国企采购平台主要覆盖非生产性物资的采购，对于采购量较大的原材料物资采购以线下招投标为主。

### 国企采购数字化各阶段主要产品



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购数字化的驱动力：政策支持

## 从中央到地方相继出台相关政策推进政企采购数字化转型

### 政府采购数字化相关政策梳理

发布时间	发布单位	政策名称	关键内容
2021.08	浙江省财政厅	《浙江省财政厅关于开展政府采购数字化共建共享改革试点工作的通知》	推进“互联网+政府采购”走向纵深，加快实现政府采购交易、监管、服务全域全程数字化、一体化
2021.03	两会	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	构建基于5G的应用场景和产业生态，在智能交通、智慧物流、智慧能源、智慧医疗等重点领域开展试点示范。将数字技术广泛应用于政府管理服务，推动政府治理流程再造和模式优化
2019.12	广西区财政厅	《广西优化营商环境攻坚突破年政府采购指标实施方案》	自治区各级政府有关部门要加快实施“互联网+政府采购”行动，积极推进电子化政府采购平台和电子卖场建设，建立健全统一的技术标准和数据规范，提升供应商参与政府采购活动的便利程度
2019.08	浙江省财政厅	《浙江省财政厅关于加快实施“互联网+政府采购”进一步贯彻落实政府采购政策的通知》	加快推进政府采购电子化交易管理系统建设，加快实施“互联网+政府采购”，进一步拓展和提升政采云平台功能
2017.02	发改委	《“互联网+”招标采购行动方案（2017-2019年）》	建立电子招标投标系统，充分发挥“互联网+”监管优势，促进招标采购与互联网深度融合
2014.12	国务院	《中华人民共和国政府采购法实施条例（中华人民共和国国务院令 第658号）》	规范政府采购行为，国家实行统一的政府采购电子交易平台建设标准，推动利用信息网络进行电子化政府采购活动

### 国企采购数字化相关政策梳理

发布时间	发布单位	政策名称	关键内容
2020.09	国资委	《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》	着力推进智慧营销、智慧物流、智慧金融、智慧旅游、智慧供应链等建设，提高数字政府建设水平
2020.03	工信部	《中小企业数字化赋能专项行动方案》	建设产业供应链对接平台，打造线上采购、分销流通模式，基于工业互联网平台，促进中小企业深度融入大企业的供应链、创新链
2019.12	工信部	《企业数字化采购实施指南》	引导企业采购业务和管理活动的数字化转型，打造透明高效、协同共赢的数字化采购新体系

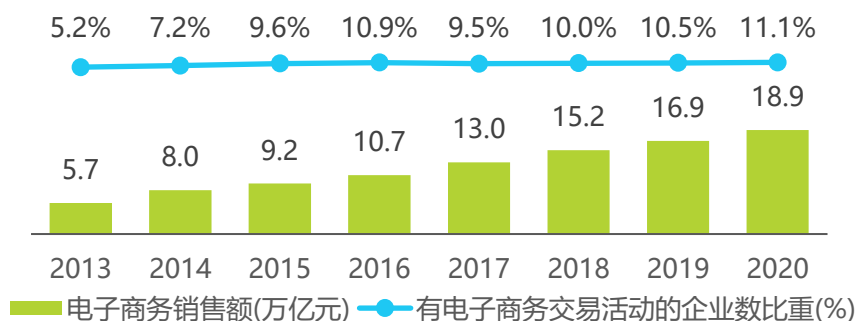
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 政企采购数字化的驱动力：外部环境

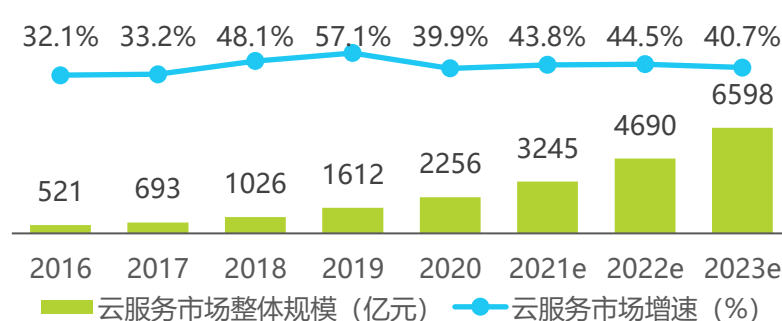
## 电商采购普及和日渐成熟的云服务推动政企采购电商化升级

近年来电子商务销售额一路高歌，推动着企业采购从线下向电商化迈进。电商化采购带来的资源有效利用和成本节约进一步推动政企采购电商化，各地政府和国企纷纷引入第三方辅助搭建采购平台。云服务市场的发展和政务云的成形是政企采购从电商化向平台化升级的助推器。云计算能有效应对采购数量增加和金额增长造成的系统处理压力，使政企采购系统能够整合不同地区、不同供应商形成的海量采购信息，帮助政府和国企在采购数字化的道路上走得更快。

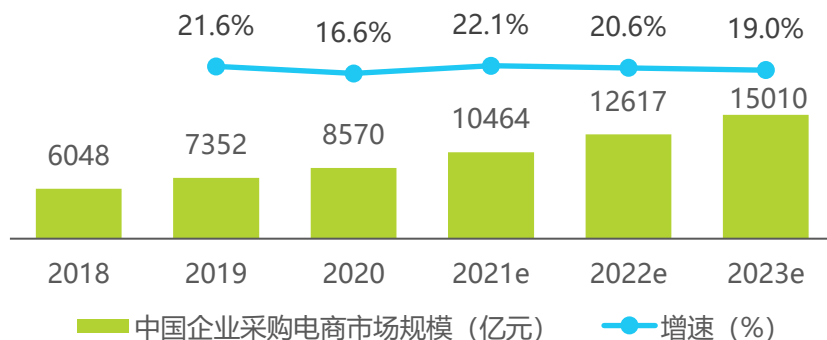
### 2013-2020年电子商务销售额及相关企业占比



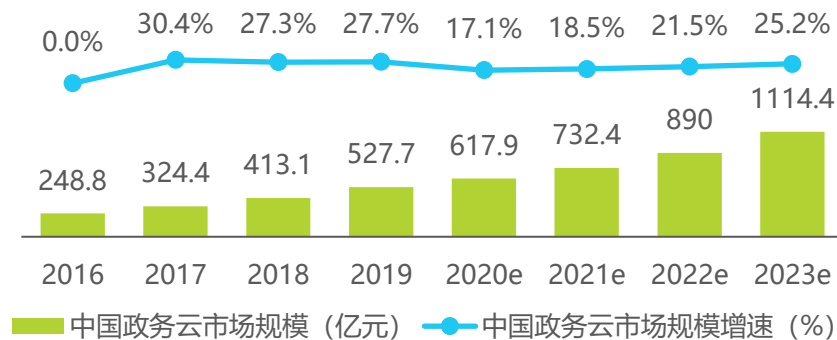
### 2016-2023年中国云服务市场规模及预测



### 2018-2023年中国企业采购电商市场规模



### 2015-2023年中国政务云市场规模及预测



来源：公家资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

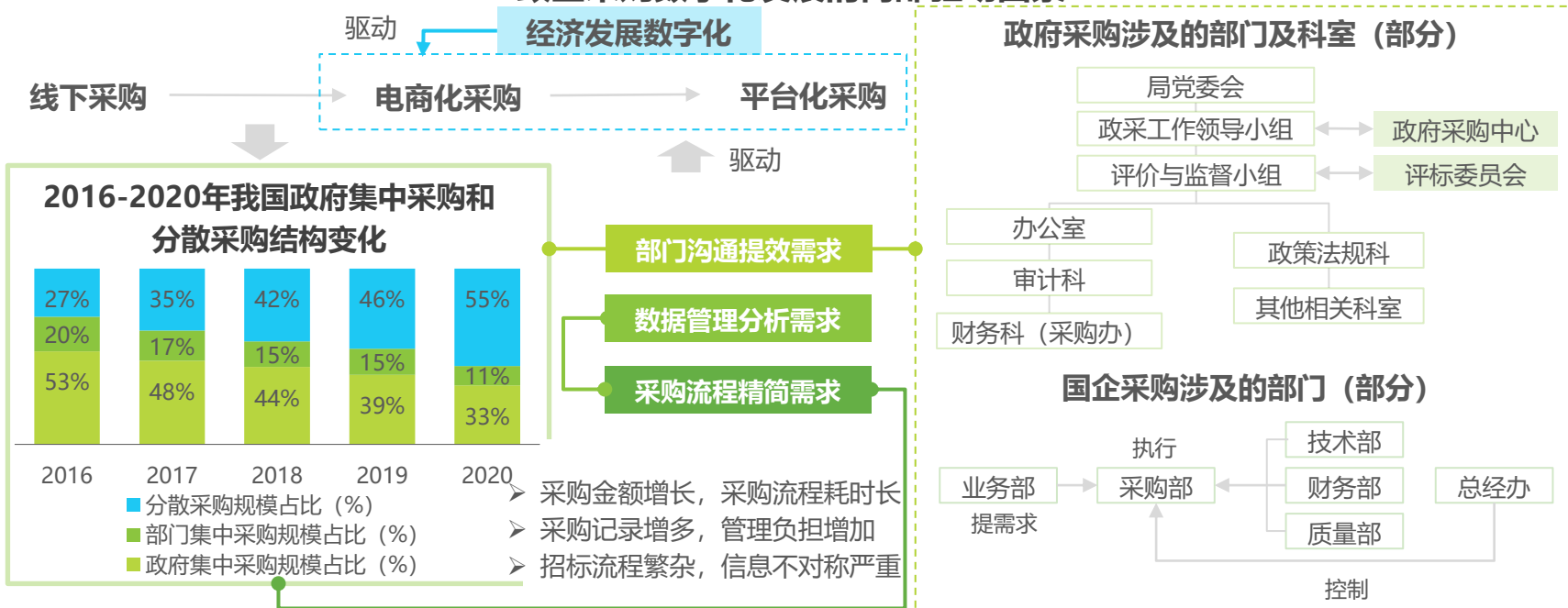
注释：云服务整体市场包含公有云、私有云、专有云、混合云等部署模式下的服务。  
来源：根据公开资料、企业访谈，结合艾瑞统计模型核算。

# 政企采购数字化的驱动力：内部诉求

## 采购管理高效、透明的内部诉求与经济发展数字化共同推进 政企采购数字化的发展

政企采购数字化是内外合力共同驱动的成果。在数字化转型过程中，分散采购占比逐年递增，2016年至2020年地方政府分散采购的占比呈现上升趋势，这与线上采购平台的发展密切相关，越来越多的分散采购项目纳入规范化、透明化管理。同时随规模扩张和管理规范化，国企也步入采购需求多而频繁的阶段。这一阶段产生的采购金额增长、待管理记录变多、沟通成本增加、供求信息不对称等问题均要求政府和国企应用技术，通过优化采购业务流程，提升数据分析能力和监管水平，让数据辅助决策，为实现数字治理和数据治理奠定基础。

### 政企采购数字化发展的内部驱动因素



来源：财政部，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购数字化的影响因素

## 资金、技术与政策导向直接影响建设水平与进展

不同省市的政企采购数字化发展阶段不同，转型进程受到多重因素影响。由于政企采购的两大主体均受国家管控，因此国家对采购数字化的态度是关键影响因素。政府和国企对采购数字化转型的建设资金投入也会影响采购主体的数字化转型速度，可以通过财政预算和PMI指数衡量。同时地区经济发展水平和信息化水平也是影响政企采购数字化转型发展的重要因素。经济发展水平直接对财政预算规模产生影响，进而影响到政企数字化建设，信息化水平能为政企采购数字化转型提供技术及基础设施支撑。此外，一些非量化指标也会对采购数字化转型产生影响，如制度导向与补贴政策，政府及国企主体的重视程度、治理理念等，政府及国企自身的数字化、信息化渗透程度也会影响采购数字化转型。

### 影响政企采购数字化转型的因素

地区经济发展水平	采购主体资金投入	信息化水平	制度与政策导向	采购主体重视程度
<ul style="list-style-type: none"> <li>经济发展水平体现地区经济的发展规模与速度，侧面体现经济健康状态，直接对财政预算规模产生影响，进而影响到政企数字化建设</li> <li>地方经济结构的改变还能反映数字化转型进程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政企数字化采购的一大主体是政府，各项支出均依赖于财政拨款，财政预算可直接决定用于采购数字化的资金量级</li> <li>政企数字化采购的另一主体为国企，主要依靠自有资金进行转型</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部因素上，城市的信息技术产业发展能为政企数字化改革提供相对健全基础设施</li> <li>内部因素上，政府政务数字化阶段及企业的信息化渗透程度能决定采购数字化的推进速率以及推动阻力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国家出台的相关政策为政企改革指明方向</li> <li>政府端：进行采购数字化是对“十四五”规划的落实，是发挥政府公共职能的要求</li> <li>国企端：进行采购数字化不仅是响应政策要求的举措，更是商业目的的要求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政府高层及国企管理层的重视程度以及创新意识决定具体实施层面的推进情况</li> <li>政府主体对采购数字化的重视主要来源于政绩考核要求</li> <li>国企主体对采购数字化的需求来源于企业管理要求</li> </ul>

GDP ↑

第三产业占比 ↑

财政预算 ↑

PMI指数 ↑

IT产业发展水平 ↑

软件行业收入 ↑

中央相关政策发布 ↑

地方相关政策发布 ↑

数字化渗透率 ↑

领导层创新意识 ↑



# 政企采购数字化的主要瓶颈

## 成熟度不统一、技术瓶颈和理念差异制约政企采购数字化升级

目前大部分政府的采购业务仍处于电商化或电商化向平台化转型的阶段，而国企采购已大部分进入平台化。政企采购数字化转型的主要障碍有两方面，一方面是采购行为从传统本地部署的交易平台向电商化采购递进过程中，各省及下属各市没有形成统一的数字化升级路径，由于平台化成熟度不统一产生了信息壁垒。另一方面，由于政府和国企信息化水平参差不齐或提供技术支持的第三方协作机制不足，建成的采购平台功能局限或未能完全解决采购痛点，不利于实现线上交易和管理协同。此外，小部分政府和国企尚未完全转换采购的管理理念，仍沿用传统管理模式和交易渠道，没有运用数据进行科学决策和优化资源配置，同样成为制约采购数字化的原因之一。

### 政企采购数字化发展瓶颈

#### 1 各地政府平台化成熟度不一，信息资源互通和标准统一仍有障碍

- 各省平台化成熟度不统一
- 省内各市平台化成熟度不统一



- 全省一体化云平台
- 传统电子卖场/网上商城
- 网上商城对接第三方采购平台
- 不在统计范围内

#### 2 政府和国企的技术水平和数字化认知参差不齐

采购数字化成熟度存在差异

政府采购数字化呈现东部南部较高、西部北部较低的特征

大型国企技术实力强，政策执行力高，中小型国企技术水平较弱

#### 3 管理理念存在差异，部分有稳定线下采购渠道的政府和国企仍处于采购习惯转换缓冲期

线上比价、线下交易或沿用稳定的线下采购渠道

线上比价并交易

以程序为中心

以数据为中心

监管驱动

数据驱动

概念解析：政企采购的基本特征

1

发展概览：政企采购数字化发展现状

2

价值分析：政企采购平台的价值及应用

3

典型案例：政企采购平台服务商梳理

4

趋势展望：政企采购平台的发展方向

5

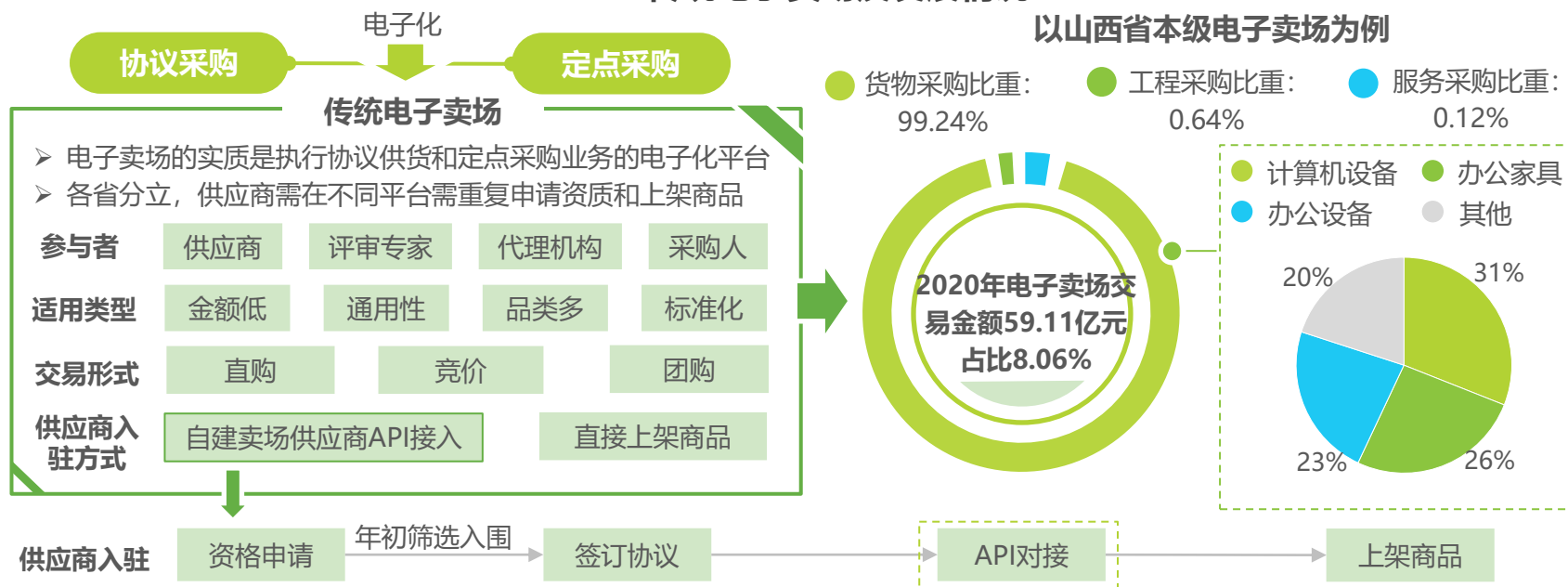
# 政府采购平台：电子卖场

## 传统电子卖场是“互联网+政府采购”的初步实践，用于交易公开招标数额标准以下、市场品类丰富的标准化采购项目

政府数字化转型的2.0和3.0阶段，政府主要以构建电子卖场的形式承载交易行为。电子卖场指依托互联网，利用云计算、大数据、移动互联网等技术，实现公开招标数额标准以下的货物、工程、服务项目全流程网上交易的动态监管的公共服务平台。因各省市政府采购规则不同，对电子卖场的称呼有电子商城、网上超市、网上商城等。作为“互联网+政府采购”的实践成果，电子卖场是电子政务和电子商务优势互补的产物，能将交易行为产生的数据标准化处理，辅助政府管理决策。传统电子卖场的交易、监督与管理功能相对割裂，且省市间信息协同难度较高。为更好地实现跨系统、跨区域信息协同，优化资源配置效率，同时促进交易流程合规性和商品服务标准化，部分政府开始向平台化转型，构建采购云平台，集管理跨区域的采购业务。

### 传统电子卖场及发展情况

#### 以山西省本级电子卖场为例



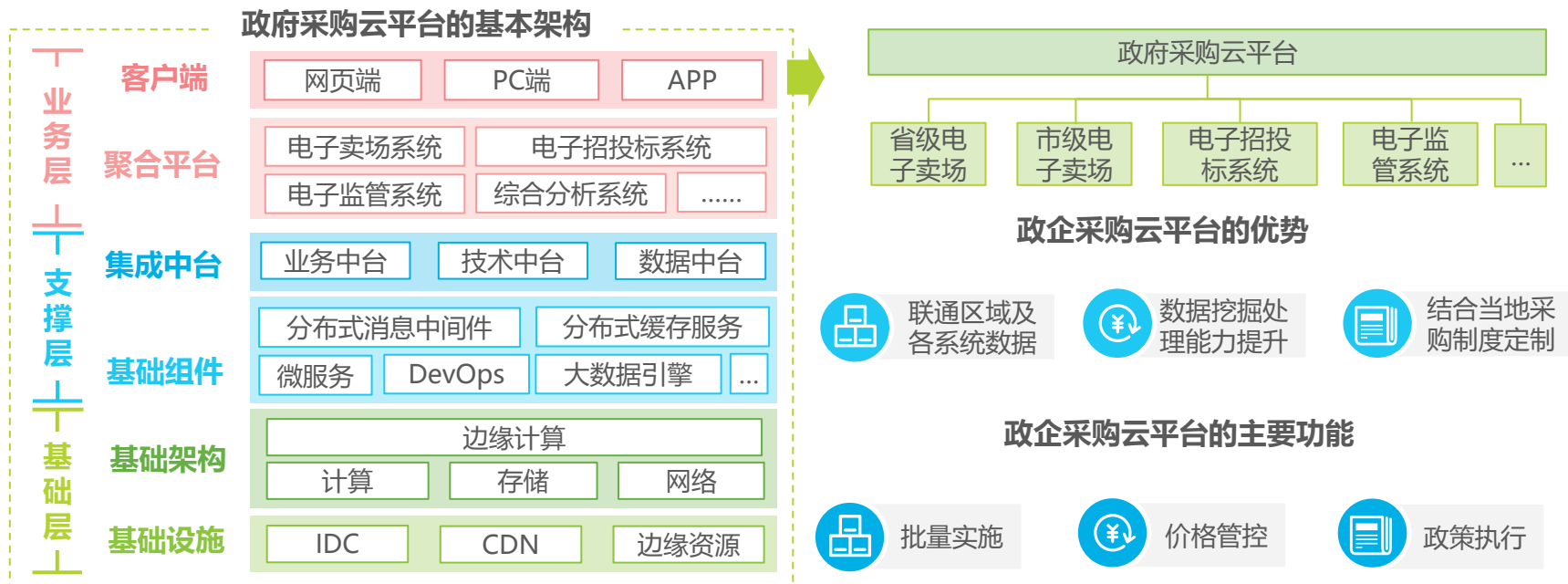
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政府采购平台：云平台

## 基于云计算延展电子卖场基本功能，推进政府采购区域协同

政府采购云平台是将政府采购的商品、服务、信息集成到云网络中，并利用云计算的优势对交易数据进行挖掘和整合的智能化云平台。作为“云服务+政府采购”的革新性产物，也是区域一体化的成功实践。政府采购云平台能将交易行为产生的海量数据进行充分整理和利用，提升政府采购的交易、服务和决策能力。其功能不限于承载传统协议供货和定点采购，还基于平台化和云架构技术跨地区联通交易、监管与服务，促进交易流程合规性和商品服务标准化。此外，政府采购云平台还具有批量实施、价格管控和政策执行等特色功能。为保障线上采购行为的合规性和服务质量，提供云平台技术支持的服务商需要通过中央网信办党政部门与云计算服务网络安全评估，让交易平台更安全地服务政府采购的各方参与者。

### 政府采购云平台的基本架构及特征



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

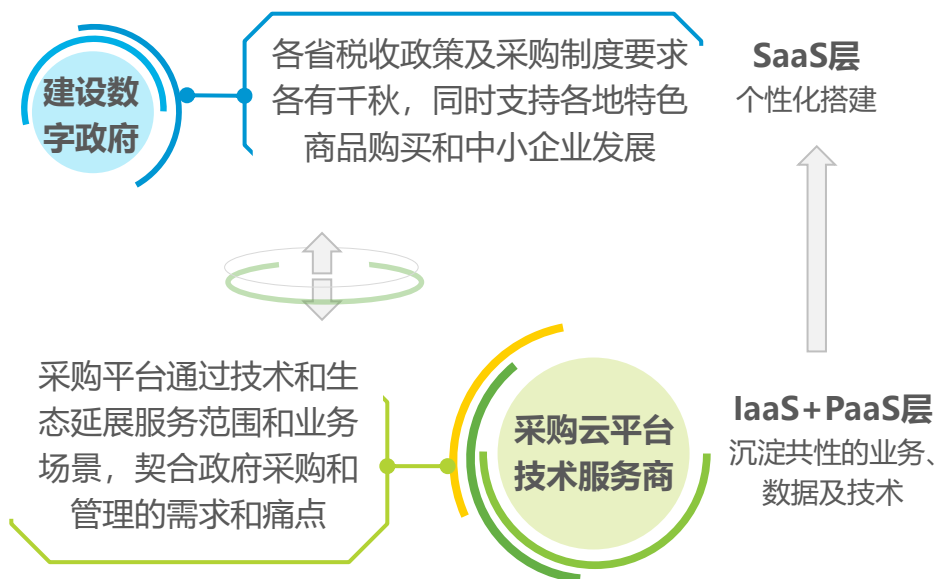
# 政府采购平台：云平台

## 基于云架构搭建个性化采购平台，快速寻源价格透明有效节资

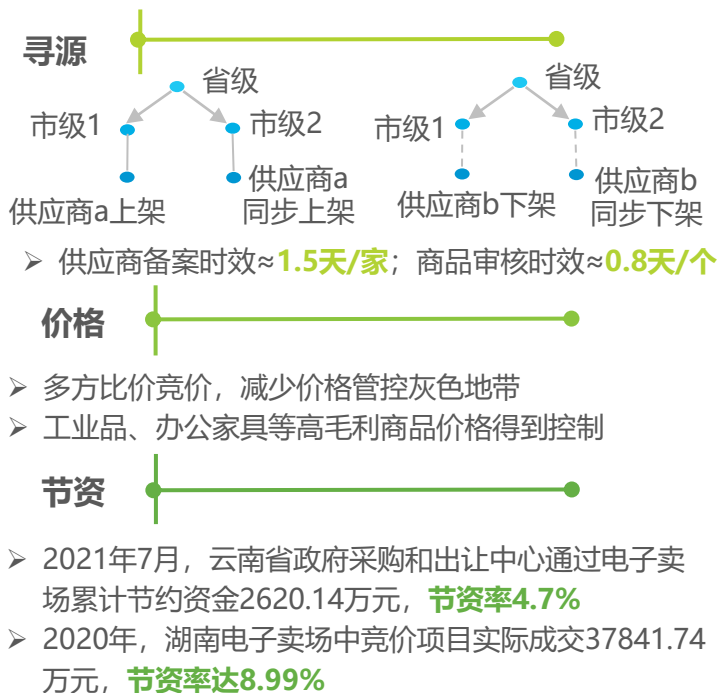
政府采购云平台集合了政府对采购行为的管理要求和平台运营的业务经验，将制度成果、理论成果和平台运营经验融为一体。云平台底层架构沉淀了历史采购数据和技术，技术服务商能根据各地区的采购规范搭建满足其个性化需求的采购平台。相比传统电子卖场，政府采购云平台将零散的供求集中管理，减少供应商入驻的重复操作，对供应商信用控制也能实现一方操作多方同步。此外，政府采购云平台的竞价和比价机制让价格更透明，让交易更公正，减少价格管控灰色地带，让政府有效规划预算，实现节资提效。

### 政府采购云平台的特色

#### 契合政府个性化制度需求



#### 相比传统电子卖场提效更甚



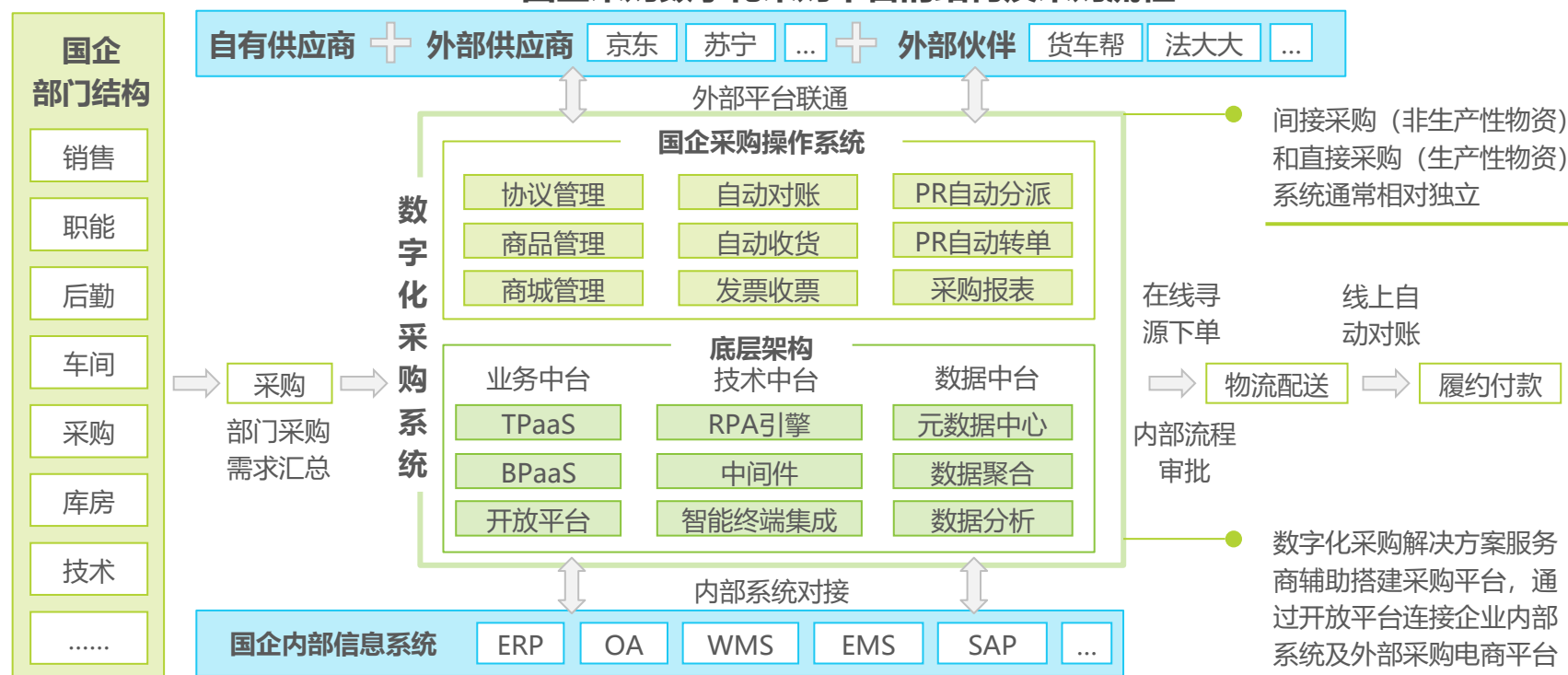
来源：云南省机关事务管理局，山西省本级电子卖场，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 国企采购平台：数字化采购平台

## 内接信息管理系统外联电商采购平台，赋能中大型国企采购

中大型国企的内部系统复杂，除自建采购平台外，还可以通过数字化采购解决方案提供商辅助搭建商城。完整的数字化采购平台能对内通过API衔接ERP、OA、WMS等管理信息系统，对外通过Punchout等方式接入京东、苏宁等电商平台和其他长期合作的供应商渠道，以及外部物流、电子合同等采购相关合作伙伴。对于有多个分公司的国企，还可以通过系统对接实现采购协同和数据共享，解决采购平台分散、专业人才不足、管理水平参差不齐、交易规则不统一等问题，提高采购规范化程度，让国企采购计划的执行和管控更加透明高效。

### 国企采购数字化采购平台的结构及采购流程



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 国企采购平台：专属采购商城

## 基于模板快速搭建，按需对接内部系统的轻量采购平台

对于中小型国企，资金和技术水平较弱，可以选择使用电商平台提供的专属商城进行采购。如京东、苏宁、西域等平台均为企业提供专属采购商城模板，平台和采购单位约定好采购授信和账期后，即可根据集团组织架构和采购模式自定义采购审批流程和操作人员权限，灵活性高。采购行为发生后，专属采购商城还提供采购订单数据报表，操作人员可自行设置字段，辅助数据分析和预算管理。专属采购商城轻量便捷，采购单位可根据需要选择是否接入ERP系统，且无须承担系统运维工作，有效帮助中小型国企采购降本提效。

### 国企专属采购商城的结构及采购流程



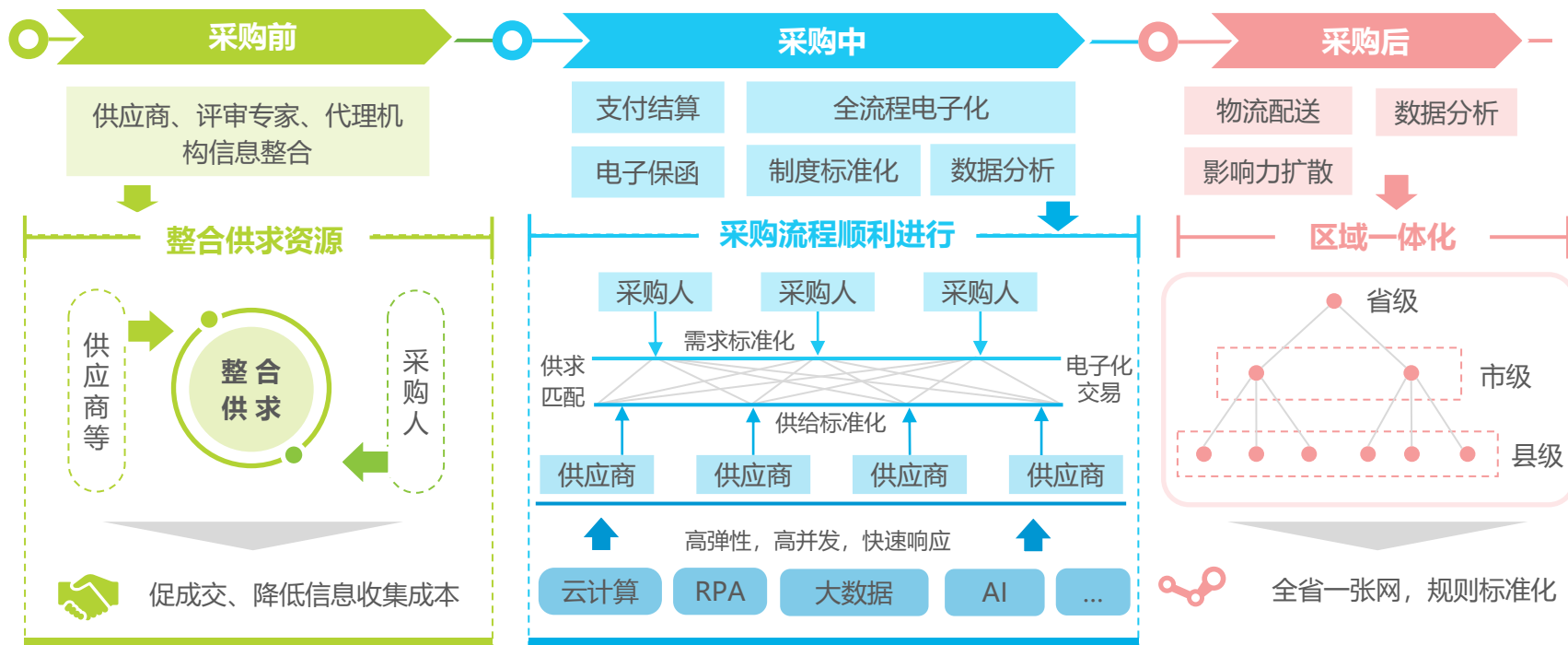
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购平台的价值：交易规范化

## 一张网整合供求及交易信息，快速响应提高资源配置效率

传统集采需要经过繁琐冗长的招投标流程，采购平台则利用互联网创新了政企采购形式。通过采购平台集成供求信息，在采购前端降低信息收集门槛和成本，让更多中小供应商有机会参与竞标，让市场竞争更充分。同时，通过标准化采购规章制度，将招投标流程线上化，以云计算、大数据、AI图像识别等技术支撑，大幅提高政企采购效率。对于金额小、价格透明且通用的商品，采购人可以在平台上直接采购；金额较高、需求量较大、技术复杂度较高的商品可以通过竞价、反拍等方式采购。对政府采购来说，采购平台以省为单位整合省内交易信息，能充分利用区域集聚效应，为采购行为的统一治理提供帮助。

### 政企采购平台引导交易规范化



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

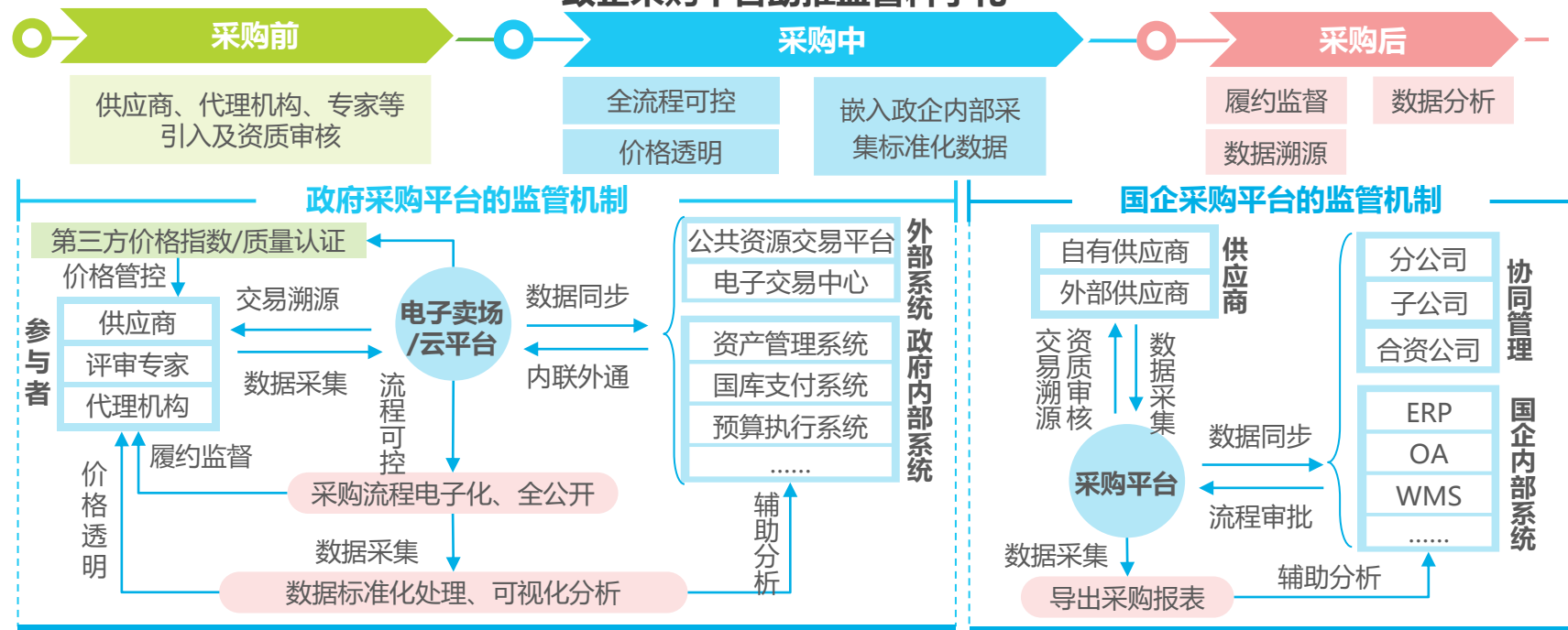


# 政企采购平台的价值：监管科学化

## 全流程透明公开减少信息不对称，严格审核机制延长监管尺度

采购前期，供应商、评审专家和代理机构的注册和资质认证均需要监管机构和集采机构的双重审核。采购行为发生时，政府采购平台通过对接政府资产管理、预算执行等系统采集标准化交易信息，辅助采购人进行供应商选择 and 数据分析。同时，从历史成交数据中提取价格指数或引入第三方价格参考指数，辅助推进采购行为全流程价格管控。此外，政府采购平台还能引入第三方监管机构辅助监管，并通过CA溯源和数据分析对交易行为进行控制，对交易中出现违反规则、懈怠履约的供应商及时进行管控，保障交易行为健康有序发展。国企采购平台主要承载非生产性物资采购，主要由内部流程审批及平台提供的报表辅助采购行为监管，采购平台还能衔接集团分公司、子公司，扩大管理范围。

### 政企采购平台助推监管科学化



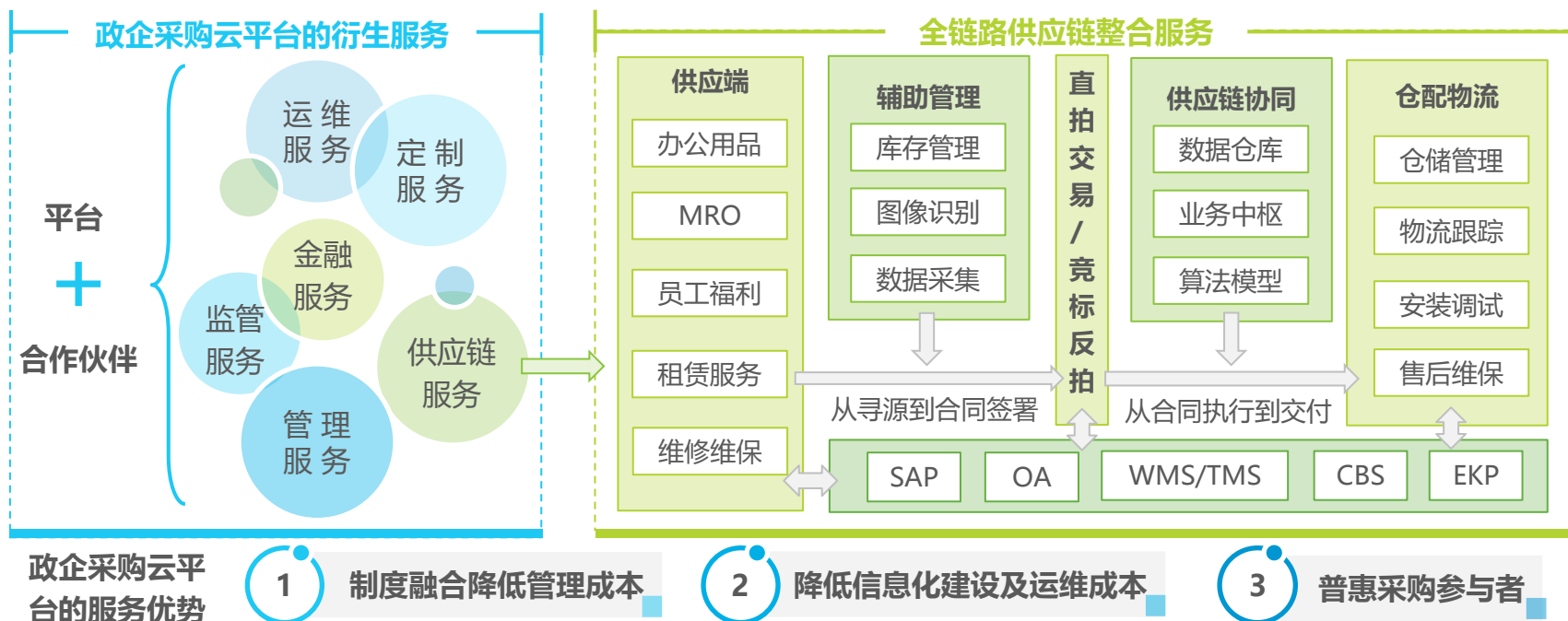
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购平台的价值：服务普惠化

## 引入第三方整合政企采购全链路的供应链服务，并融合政企管理要求和平台业务经验，推动制度改革

政企采购平台集合了政企对采购行为的管理要求和平台运营的业务经验，将制度成果、理论成果和平台的实践成果融为一体。除为采购参与者提供基础的交易服务外，政企采购云平台还会引入第三方合作伙伴，建立完善的生态链，为供应商提供资金融通、供应链协同、仓储配送等服务。同时，平台还为采购单位提供专业的产品使用培训、平台运维、商品管理和委托监管服务，帮助政企降低信息化建设投入与运维成本，推动政企内部数字化转型升级。此外，政企采购平台还有助于落实国家政策，宣传和支持乡村振兴、绿色发展、创新制造、弱势群体和地方性产业，辅助落实政企采购的政策导向。

### 政企采购平台促进服务普惠化



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购平台的选型关注点

## 政府采购侧重政策合规，国企采购侧重经济效益

政府选择采购平台技术提供商以及入围供应商时，首先关注其合规性和政策性，保证采购平台能与政策制度相结合，有效规范政府采购行为，辅助建设廉洁透明政府。其次关注政府采购的效益性，通过采购平台节省寻源成本并控制货物、服务和工程的采购价格，节省财政开支。国企的经营属性较强，因此在采购平台的选择上更关注平台带来的经济效益。同时，部分国企有生产属性，为保障最终产品的品质，在原料和工业品的选择上会有更高要求，同样对于办公用品，国企也会关注其性价比。

### 政府采购选择平台的关注点

#### 合规性

通过采购平台规范政府采购行为、提高财政资金使用效益、防止政府采购领域商业贿赂等行为

#### 政策性

为支持地方企业高质量发展、实现共同富裕和科技自立自强等作用

#### 效益性

破解政府采购效率难题，提升采购节资率，实现政府采购规模效应

### 国企采购选择平台的关注点

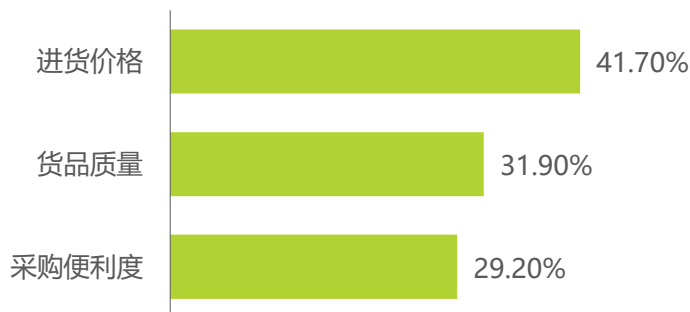
#### 效益性

国企经营属性较强，选择平台时优先关注平台带来的经济效益

#### 高品质

部分国企有生产属性，因此在采购中会更关注货品质量，保证优质产出

### 2021年中小微企业对电商平台采购因素的关注度



■ 2021年中小微企业对电商平台采购因素的关注度 (%)

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

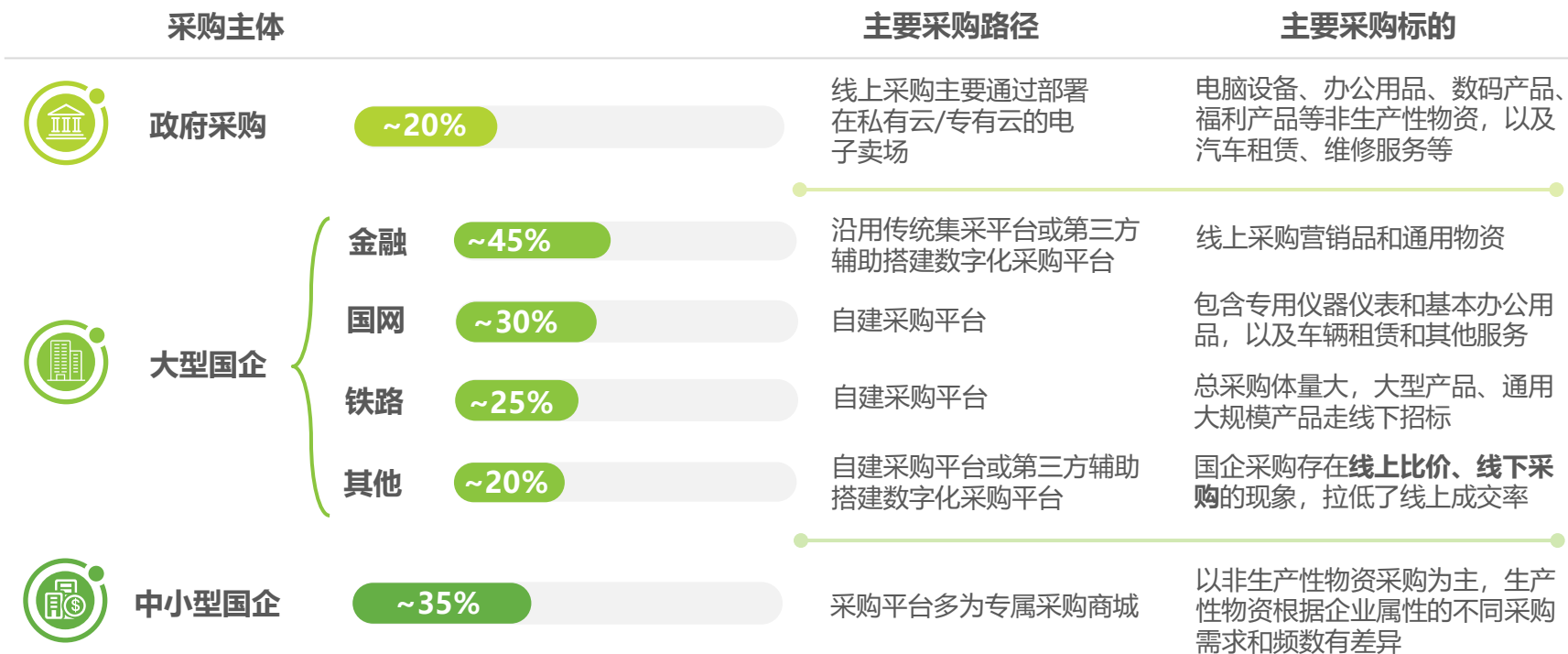
来源：N=72，于2021年8月艾瑞通过中小微企业调研获取，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购平台的场景渗透

## 采购以非生产性物资及轻量服务为主，国企渗透高于政府

政企采购中，政府大多以区域为界建立电子卖场或公共资源交易中心，线上采购渗透率约20%，部分易耗品如劳保、照明、家具、装修等大规模通用物资仍旧以线下招投标采购为主。近年来大型国企纷纷自建采购平台进行集中采购，如国铁采购平台、国网采购网上商城等，这些行业采购总需求量大，并且积累了大量线下采购渠道，目前线上采购的货物仍旧以边缘的非生产性物资为主，渗透率尚有发展空间。地方国企体量相对较小，采购需求实现路径灵活，多以代建专属采购商城为主进行采购，采购品类多且金额分散。

### 各行业线上采购渗透情况



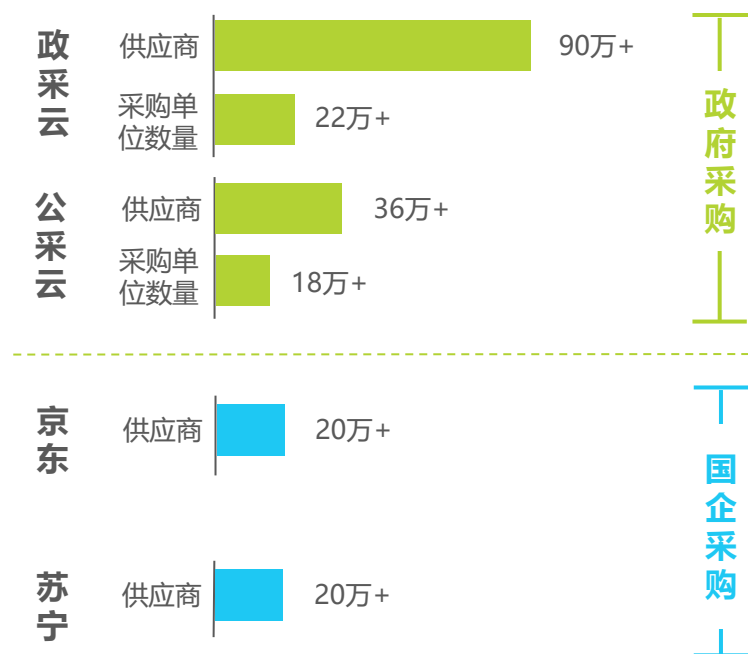
来源：综合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购平台的发展现状

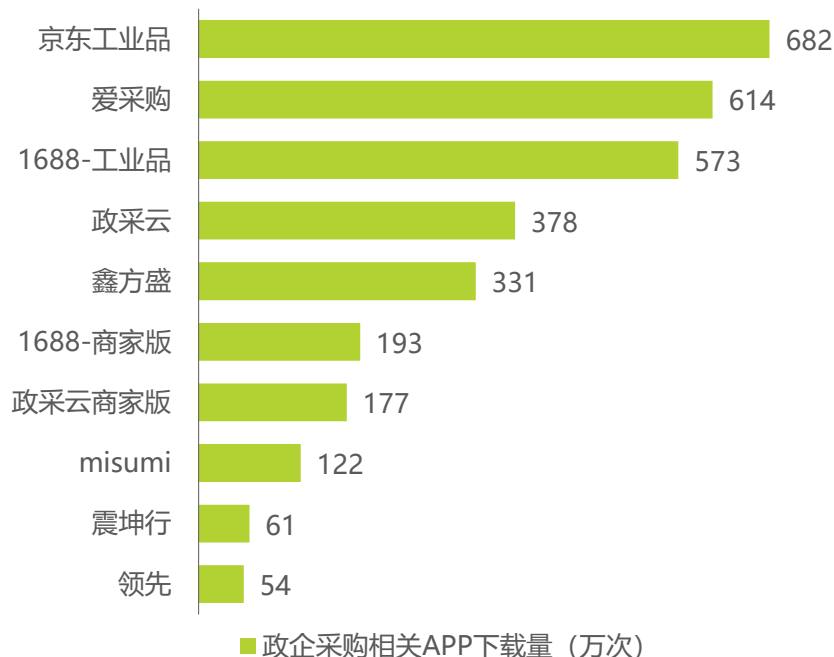
## 政府采购平台供应商数量更多，国企采购移动端相对成熟

从采购平台入驻的供应商和采购单位数量上看，政府采购平台上入驻的供应商数量要高于国企采购，其中政采云入驻的供应商数量高达90万余家，公采云入驻的供应商数量达36万余家，较国企采购平台上入驻的供应商数量多。主要原因是2017年后政府采购平台入驻门槛降低，给予中小企业更多发展机会。同时政府采购的商品还包含防护用品、疫苗、教学科研等产品，种类相对丰富。从移动端下载量上看，国企采购平台对移动端的渗透要高于政府采购。政府采购平台中仅政采云有移动端，通用版累计下载量378万次，商家版累计下载177万次。国企采购中京东工业品下载量最多，达682万次。

### 平台入驻供应商及采购单位数量统计



### 截至2021年政企采购相关APP累计下载量



注释：数据统计截至2021。  
来源：综合公开数据，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

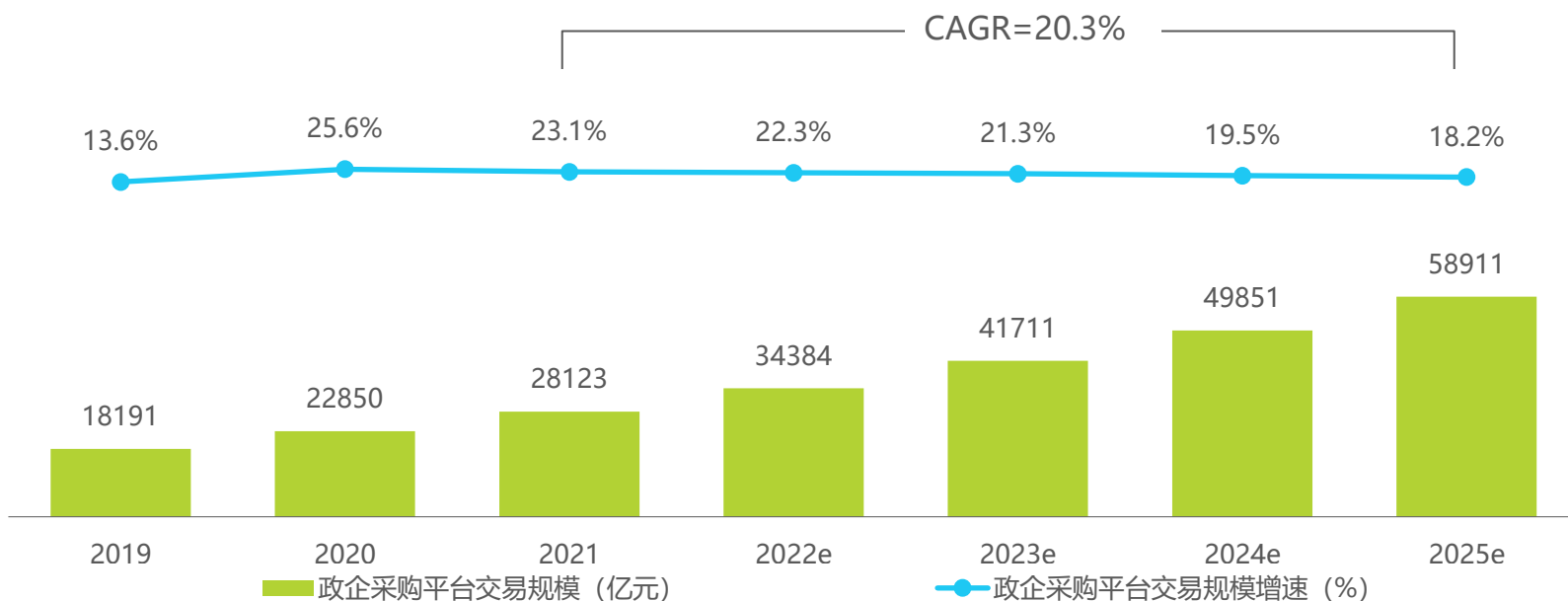
注释：根据酷传的安卓端下载量和七麦数据提供iOS端下载量，二者求和作为累计下载量。  
来源：七麦数据，酷传，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 政企采购平台交易规模及预测

## 2021年交易规模2.8万亿，疫情和平台化双重刺激下未来可期

受到新冠肺炎疫情爆发刺激，线上采购行业发展迎来机遇。与2019年相比，2020年政府采购规模显著提升。各省加速建设区域一体化采购云平台：2021年4月，上海政府采购依托政采云实现区级全覆盖；同年12月，安徽省政府采购“徽采云”正式启用，并委托政采云搭建政府采购云服务平台。同时，各省线上采购政策下发，区域一体化平台建设逐渐完善，共同推动政府线上采购金额增长。2021年我国政企采购平台交易规模达2.8万亿，预计未来政府采购占比将进一步提升。同时，近年来大型国企加速采购平台建设，为线上交易注入新动能。多因素助力下，政企采购平台将维持较高增长态势，预计2025年交易规模将达5.9万亿元。

### 2019-2025年政企采购平台交易规模及预测



注释：市场规模测算口径包括：

①政府采购：仅包括从电子卖场/网上商城进行交易的公开招标数额标准以下的货物、服务和工程，不包括电子招投标系统（项目电子化交易系统）上产生的货物、服务和工程的采购；

②国企采购：仅包括企业通过线上平台采购的办公用品、商务礼品、商务服务、员工福利、工业用品、维修用品、农用机械等产品与服务的规模，不包括钢铁石油等原材料的规模。

来源：根据公开资料、各省政府电子卖场统计的交易数据、财政部公开数据、专家访谈，结合艾瑞统计预测模型核算。

概念解析：政企采购的基本特征

1

发展概览：政企采购数字化发展现状

2

价值分析：政企采购平台的价值及应用

3

典型案例：政企采购平台服务商梳理

4

趋势展望：政企采购平台的发展方向

5

# 产业链及产业图谱

## 平台型服务商更具中立性，采购平台的服务终端向移动端延伸

政府在采购数字化升级阶段中，可以借助传统软件服务提供商的技术支持辅助搭建采购平台，也可以对接平台型服务商和专区型服务商。平台型服务商作为第三方承载平台运营而不直接提供产品，而专区型服务商多以API接口的形式嵌入采购平台提供商品。政府采购电子卖场并非经营性电子商务平台，因此中立性更高的平台型服务商在合规上更有优势。国企采购可由数字化采购解决方案提供商辅助搭建平台，也可由电商平台提供专属采购商城或自建采购平台。随着采购电商化的渗透加深，承载政企采购行为的终端也从网页和PC端向移动端延伸，让政企采购更轻，更快。

### 政企采购平台产业链及产业图谱



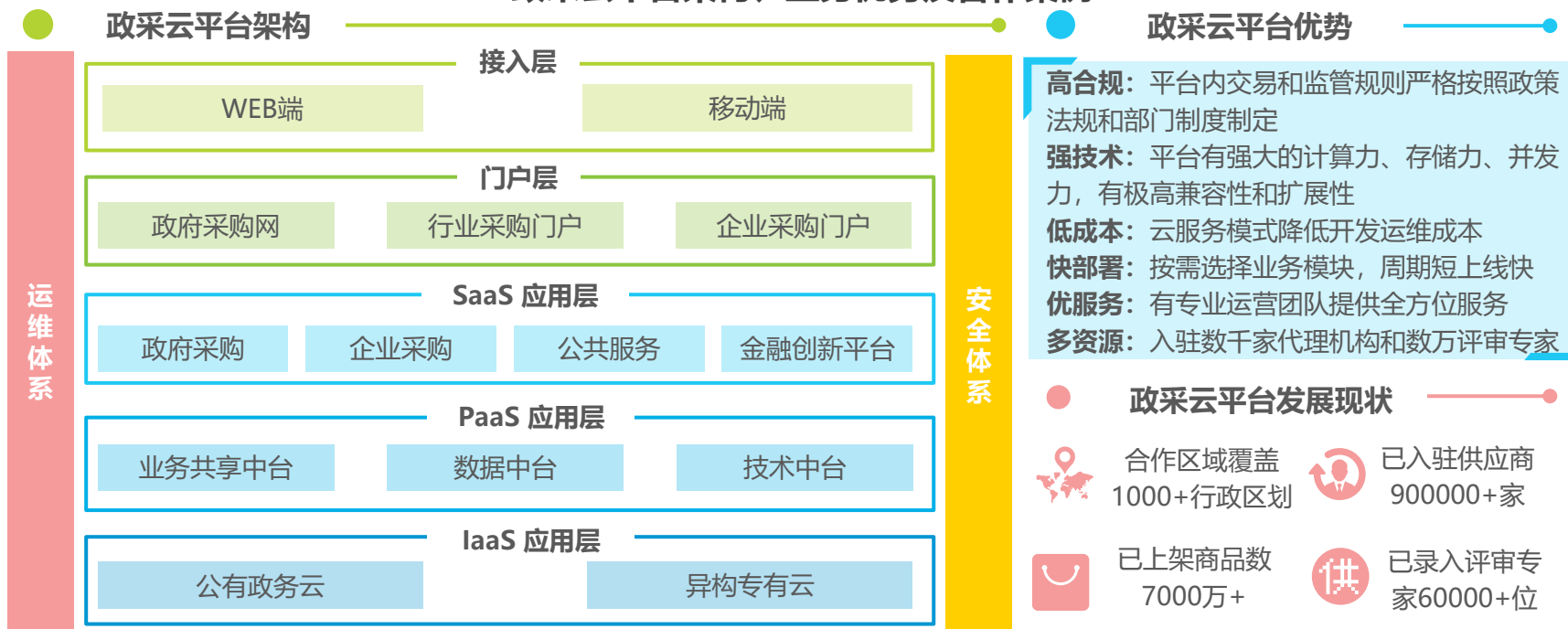
来源：《国有企业在构建新发展格局中的作用研究报告》，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



## 高兼容性和扩展性的云服务平台，构建政企采购云服务生态

政采云成立于2016年8月，是浙江省按照政企合作模式建设的全国首个“互联网+政企采购”的云计算服务平台。自成立以来，政采云在节约采购成本、优化采购流程、强化监管、落实政策等方面均取得重要成效。政采云的交易平台以云计算、大数据、人工智能等技术为基础，通过搭建政企采购、公共服务和金融创新平台，助推政府采购数字化转型。其坚实的底层技术为平台提供强大的计算力、存储力、并发力，保障系统运行稳定高效。目前政采云已推出通用版和商家版APP，并提供公有云和专有云部署模式，服务范围覆盖浙江、上海、重庆、湖南等1000余个市县区和全国税务系统、国家体育总局等中央单位，入驻供应商逾90万家，采购单位逾22万家，代理机构7000余家，全方位整合采购资源。

### 政采云平台架构、业务优势及合作案例

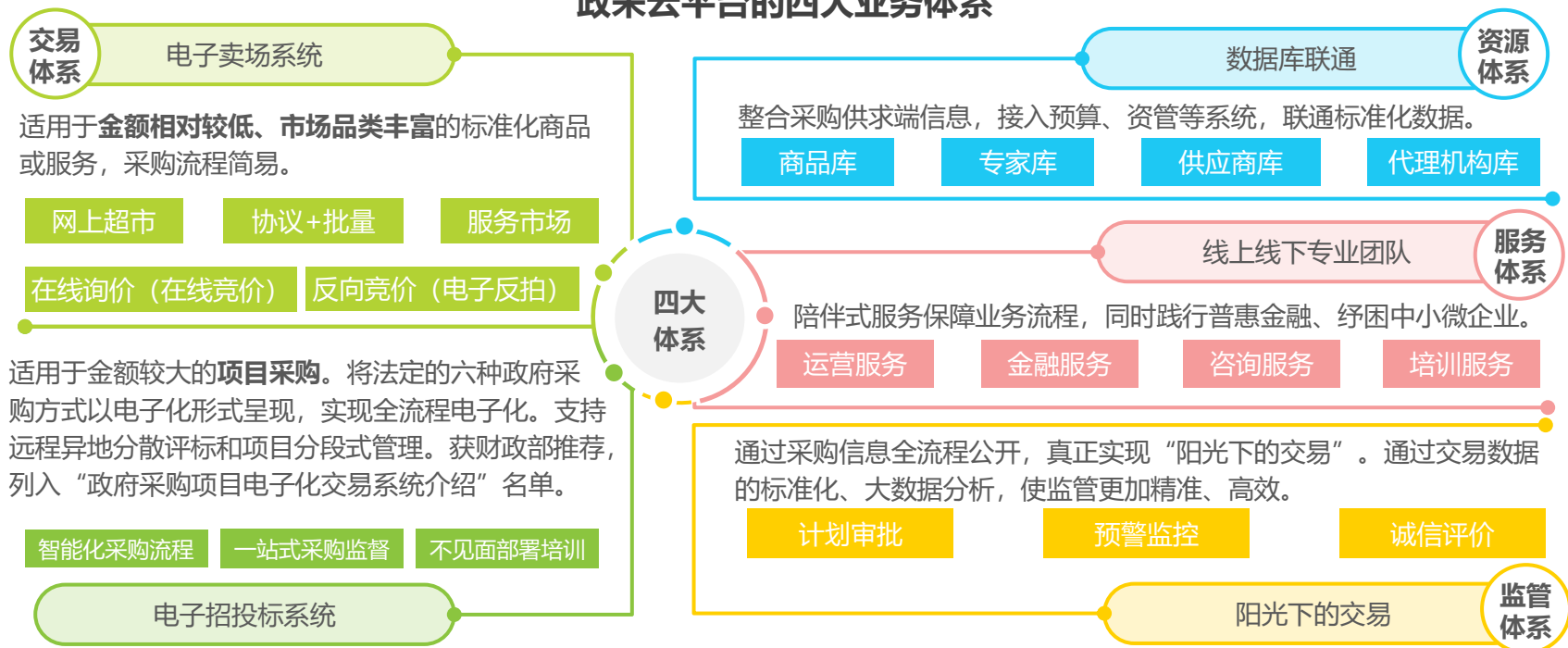


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

## 四大业务体系实现数据联通，为交易主体提供专业产品与服务

政采云将六种法定政府采购流程电子化，并联通政企内部系统，收集标准化数据进行处理和分析，为价格防控、质量监督及采购行为分析提供数据支撑。同时，政采云围绕采购交易行为提供专业运营和咨询服务，保障交易业务顺畅进行。除帮助各地政府搭建“全省买货、货卖全省”的网上商城外，还帮助温州等地国企搭建采购平台和招商平台，承载2万余家国企的采购业务。此外，政采云还为供应商提供了金融服务，解决供应商“融资难、贷款难”的问题，支撑中小微企业和实体经济的发展。政采云依托云平台构建业务生态，集合第三方服务商和开发合作伙伴，为采购单位提供一站式生态应用服务，帮助快速开拓政企采购应用市场。

### 政采云平台的四大业务体系

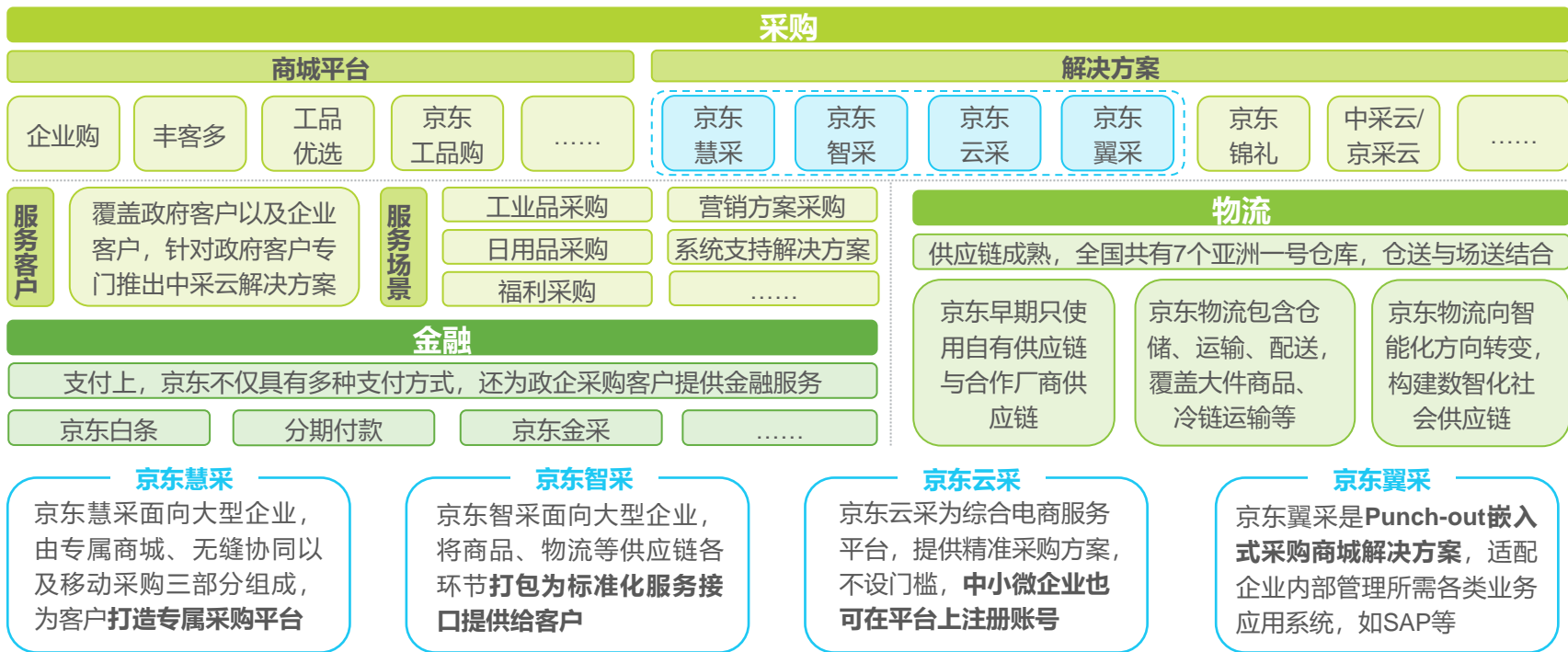


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

## 政企采购布局时间早，四大板块构筑智慧采购数字化之路

京东是政企采购使用最为广泛的平台之一，于2015年推出“京东慧采”最早布局线上2B政企采购。京东政企采购的板块分类较细，包含直接销售产品与服务的直销平台与采购管理解决方案提供平台，其中京东企业购是面向政府事业单位、中国大型企业以及在华外企等客户的全品类综合采购平台。京东政企采购包含四大板块，分别为智采、慧采、云采以及翼采。京东慧采主要为大型企业客户提供专属商城定制服务；京东智采为大型企业提供商品、物流等标准化接口服务；京东云采面向中小微企业，可提供金融白条服务；京东翼采为企业提供嵌入式解决方案，可以与企业内部系统进行对接。

### 京东政企采购服务网络



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

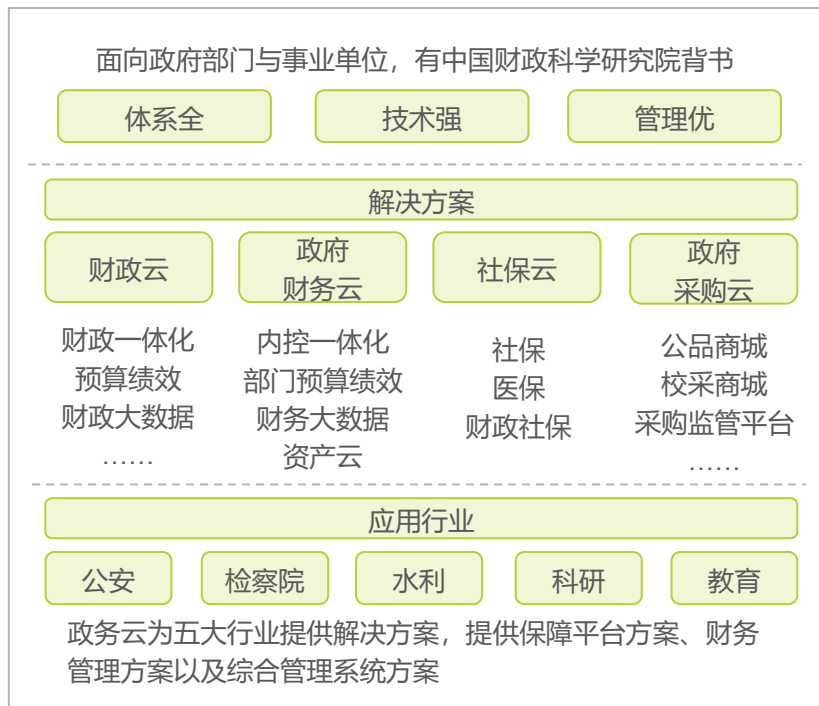
## 财务领域优势强，具备完整的软件产品生态链

用友是领先的企业服务软件提供商，旗下产品几乎覆盖企业生产各个流程，对大中小型企业均有针对性产品。用友的国企优势领域为财务软件以及ERP系统，后期推出针对企业用户的采购云与供应链云，各领域云服务渐次完善，整体软件生态完备。用友于2003年与中国财政科学研究院共同成立用友政务，2015年开始布局互联网成立政府采购电商事业部，2018年正式推出用友政务云，另外对国企推出国资启业云。在采购领域用友提供的服务为软件服务，为客户搭建技术平台。

### 政企采购类服务在用友中的位置



### 用友政务云产品

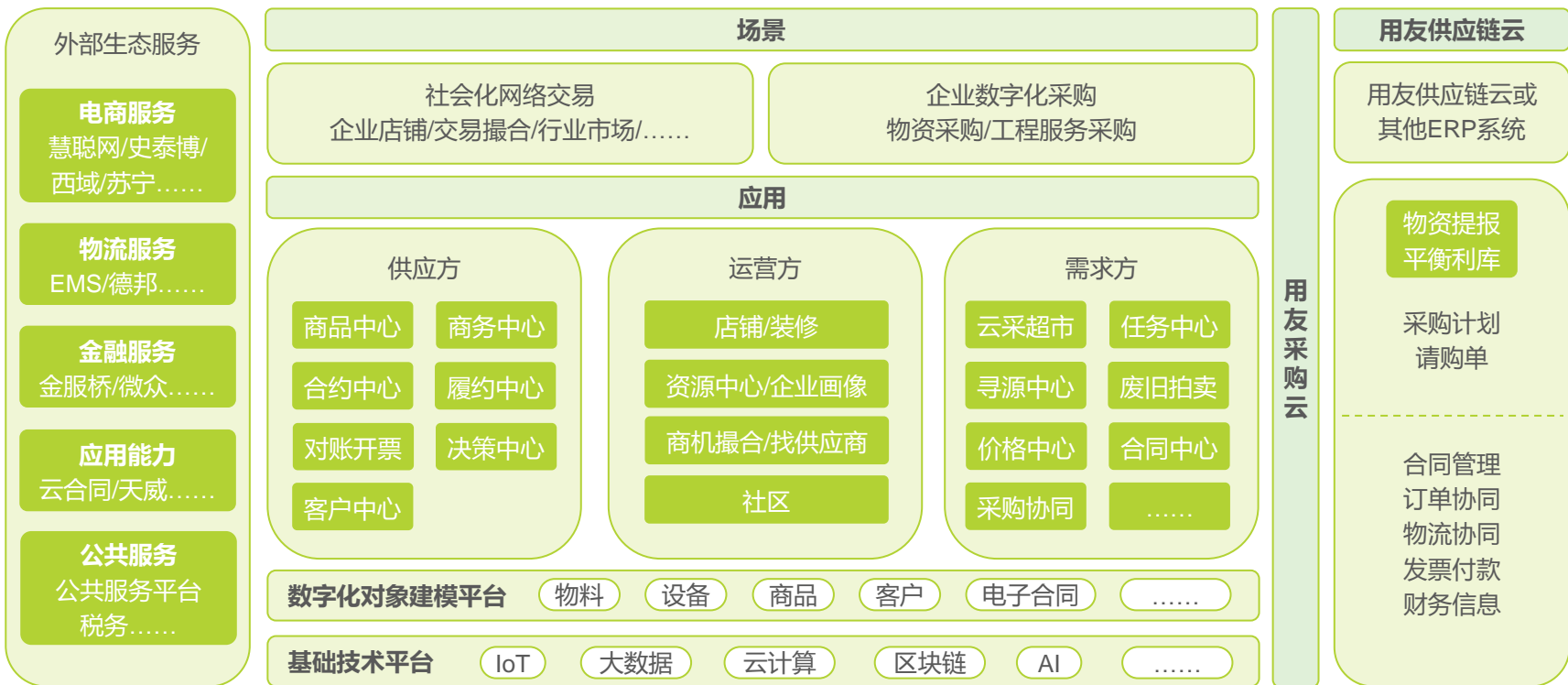


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

## 采购与财税融合，搭建社会化网络交易平台

在采购领域用友有两类服务，分别为采购云与供应链云。用友采购云建立社会化网络交易平台，链接采购环节中的不同主体。但用友采购云仅提供数字化平台服务以及寻源、招投标等服务，货源和供应链方面则由供应商以外部生态的形式接入提供电商服务。用友供应链云将采购与传统优势领域——财务软件或ERP软件链接，通过与采购云、营销云、财务云、制造云深度融合，连接税财服务，实现产供销、业财税流程一体化高效协同。

### 用友采购云服务架构



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



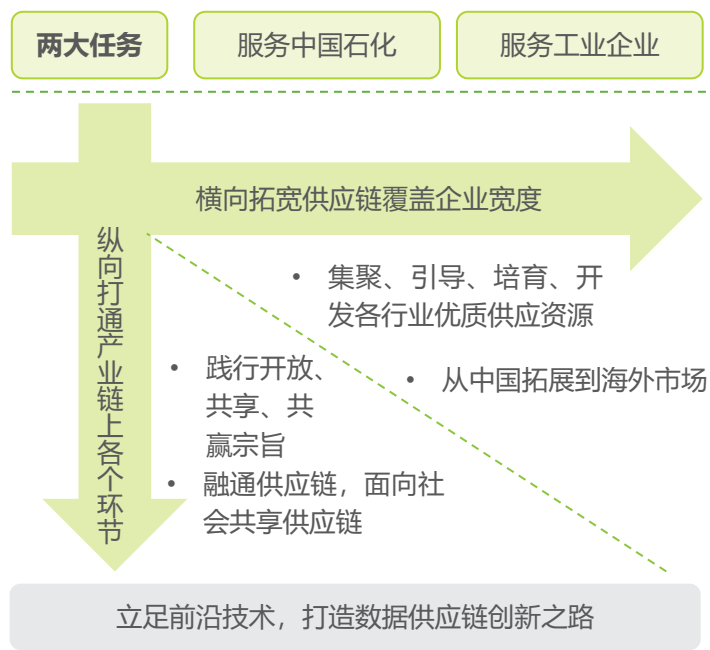
## 脱胎于中国石化电子化采购系统，创新SC2B电商新模式

易派客的前身为中国石化电子化采购系统，2015年易派客正式上线，次年正式投入商业运营。易派客设立之初就是为了中石化面对的大量供应链需求提供支持，由此在工业品采购领域表现强势。在互联网渗透的背景下，易派客将“互联网+”与SC2B模式融合，服务范围以供应链为核心向外延伸，提供保险、保理、商旅等综合服务。易派客还服务国际业务，提供英语、俄语、西班牙语等版本，覆盖104个国家和地区。在发展历程中，易派客始终秉承“用户中心”的理念，对内服务中国石化采购需求，对外致力于打造工业制造企业采购专业平台，纵向打通产业链上各个环节，横向拓宽供应链覆盖企业宽度。

### 易派客发展历程



### 易派客发展理念与价值



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



## 深入打磨采购服务、销售服务、金融服务以及其他综合服务，提供采购管理咨询服务以及供应链智能解决方案

易派客向企业提供的服务多种多样，主要包含四大类核心业务，分别为采购服务、销售服务、金融服务及综合服务，提供相应的SaaS产品及解决方案。通过采取易派客的供应链管理数字化采购解决方案，可搭建供应链管理一体化、智能化信息平台，易派客可帮助客户实现供应链资源全面整合，与易派客平台进行深度对接。通过易派客采购管理咨询服务，能够优化管理模式、制度流程以及信息系统，助力企业提升供应链数智化水平。

### 易派客供应链管理数智化采购解决方案



搭建供应链管理一体化信息平台，构筑“过程公开透明、信息高度集成”的电子化采购管理体系

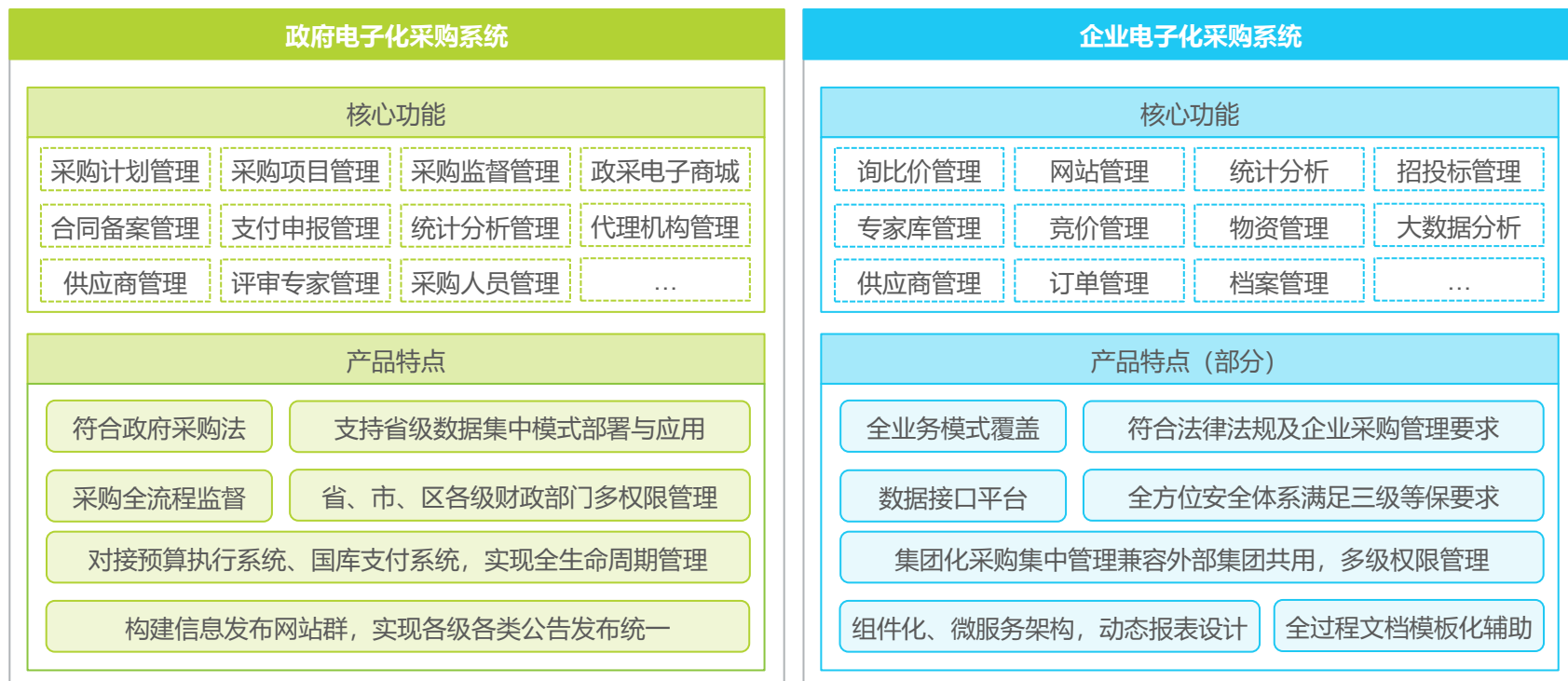


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

## 作为技术提供商为客户搭建平台，提供电子化采购应用软件

郑州信源信息技术股份有限公司（后简称为郑州信源）在电子化采购软件领域深耕16年，为客户提供电子化采购应用软件开发服务。与京东、苏宁等不同的是，郑州信源并不直接作为供应商，只向用户提供平台搭建以及后续的运维服务。郑州信源针对不同采购主体研发出五大系统服务，其中与政企采购相关的产品有3个，分别为企业电子化采购系统、政府电子化采购系统以及公共资源交易中心业务系统，在国内有广泛应用客群。

### 郑州信源电子化采购系统



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



概念解析：政企采购的基本特征

1

发展概览：政企采购数字化发展现状

2

价值分析：政企采购平台的价值及应用

3

典型案例：政企采购平台服务商梳理

4

趋势展望：政企采购平台的发展方向

5

# 趋势一：渗透再升级

## 采购主体数量扩大，工业品将成为重点采购品类

从政企采购行为的主体来看，以疫情为节点，线上采购逐渐受到重视，政府及大型国企将发挥示范性作用，政企采购数字化转型程度进一步加深。从政企采购标的上看，受疫情影响导致线下采购受阻以及政策导向的双重影响，国企采购的商品品类中工业品将成为重点增长领域。从政企采购平台的服务模式来看，服务提供的形式将更加灵活，有自营属性的采购平台服务商除提供技术服务外还可作为供应商接入平台提供货物或服务。此外，政企采购平台还会把与采购相关的其他服务与边缘服务集成在平台上，形成完整的采购生态。

### 政企采购的发展趋势

#### 采购主体扩大

- 十四五规划中提出推进政府治理数字化，政企采购主体将在政策导向影响下进一步扩大
- 受疫情影响，线下采购通道受阻，政企日常采购需要以及提高采购效率的需求倒逼政企选择线上采购



采购标的将愈发丰富多样，未来发展的一大重点为**工业品**。在政企采购范畴下，工业品的采购以具有生产行为的大型国企为主，具有采购量大，需求稳定的特点



疫情对传统本地供货商的物流造成冲击，进而限制工业生产，进一步推动工业品的采购渠道从线下向线上转移

#### 采购标的丰富

#### 采购平台完善

##### 服务形式更灵活

服务商可作为供应商通过API提供产品，也可以作为技术提供商为采购主体搭建平台，部分实力雄厚的服务商可为客户提供专属商城

##### 服务生态更完整

政企采购平台上将集成更多的流程相关服务，如合同、法务等，囊括更多服务类型，提供后勤等外围需求的执行服务

##### 服务流程更规范

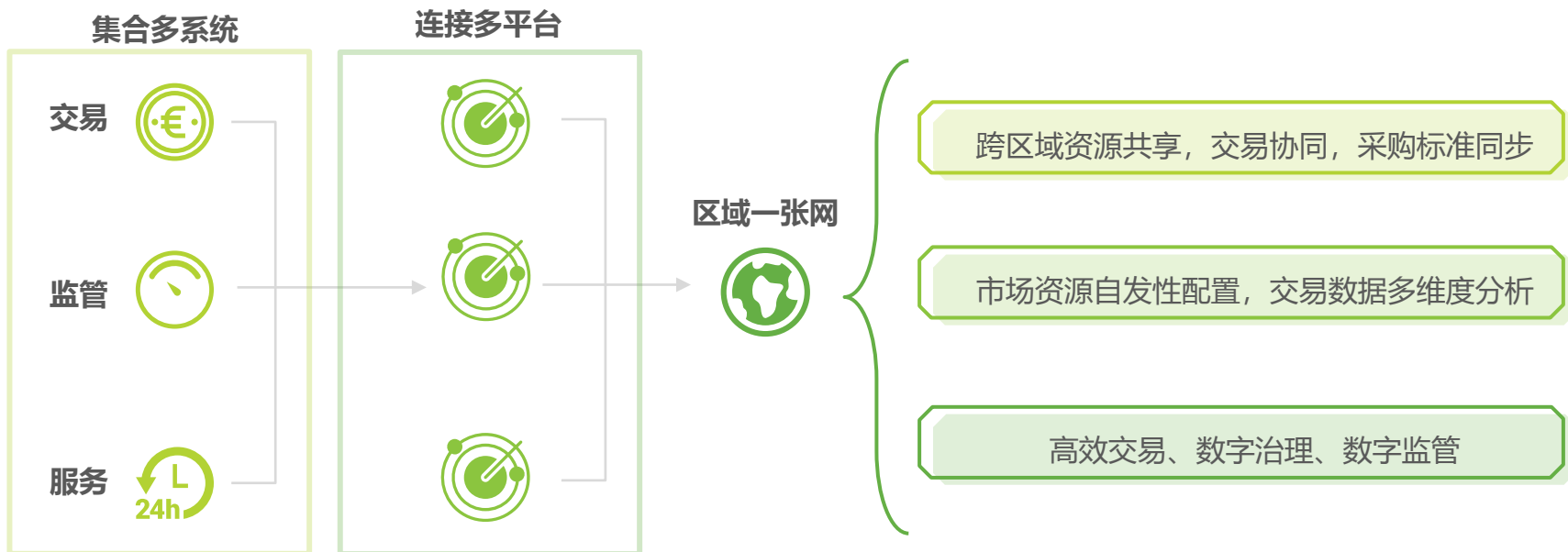
政企采购平台的资质审核严格，需要具备计算机软件著作权证书、电信增值业务许可证等资格证，采购过程线上留痕

# 趋势二：区域一体化

## 发挥平台资源整合优势，打破地方信息壁垒，提高管理效能

政企采购平台打破了区域信息不对称和不确定的壁垒，实现省内数据协同。随着政府和国企采购从电商化向平台化转型步伐加速，采购信息系统、监管系统和服务系统将进一步整合。未来政府采购将从“全省一张网”向“区域一张网”发展，实现跨区域资源共享、交易协同。国企采购也将从上至下覆盖集团各组织，打破地方壁垒和区划格局，让市场通过充分竞争自发调控价格，提高资源配置效率，助力国企内部数字治理和数字监管。形成区域一体化的交易平台后，才能消弭信息不对称和地区差异造成的多种壁垒，构建统一开放、竞争有序的市场体系。同时，区域一体化的政企采购平台还能推动区域内采购单位的信用体系建设，辅助规范市场秩序、优化营商环境。

### 政企采购平台发展加速区域一体化



● 当前进度 (少数政企)

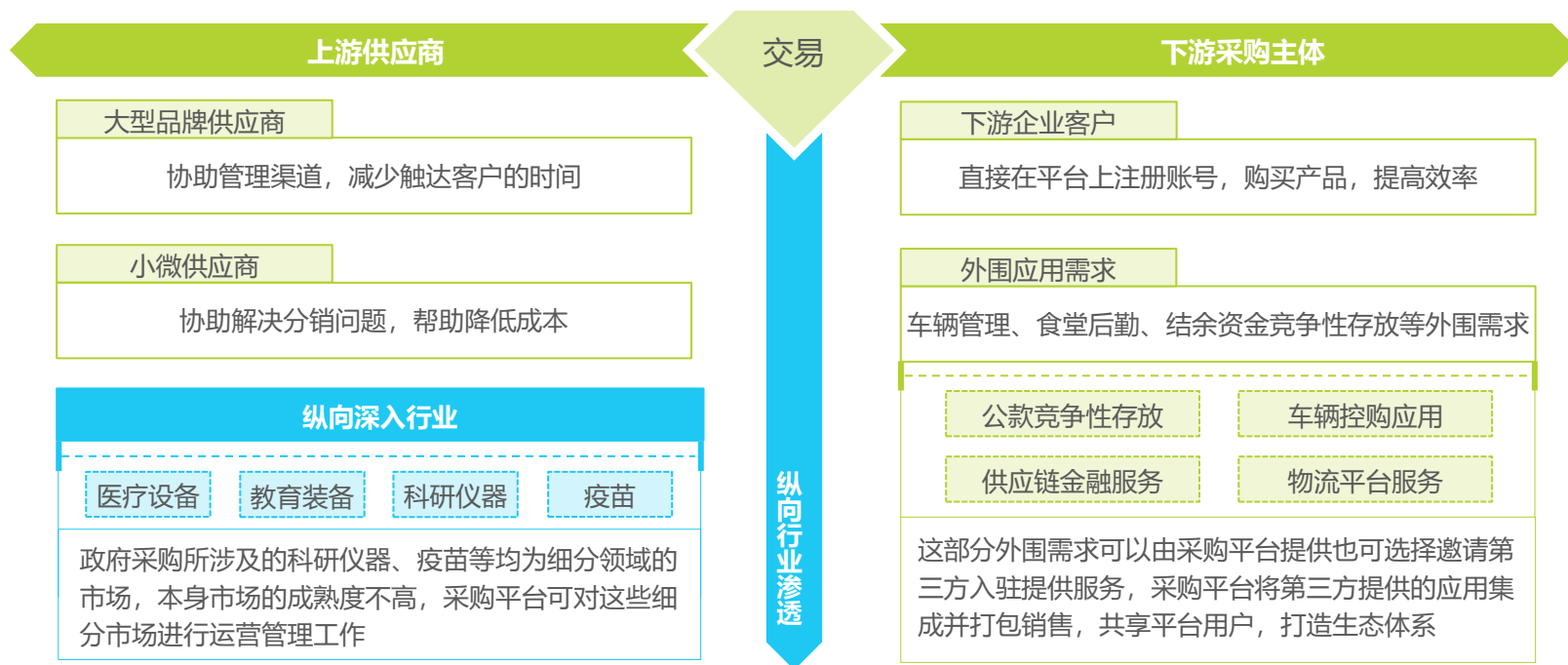
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 趋势三：聚合生态

## 横向贯通供应链，纵向深耕不同行业，与第三方合作形成生态

政企采购平台进行数字化转型的最终目的是形成智能采购生态，包括横向的采购全流程生态打通与纵向的行业深耕。横向打通主要围绕交易这一核心流程，向下直接触达采购主体，可直接在平台上注册并购买产品，优化交易流程；向上往供应商延伸，解决小微供应商分销环节问题以降低成本，缩减大型品牌供应商触达客户的环节。纵向深耕医疗设备、科研仪器等具体行业，这类行业具有针对性强、市场小的特点，政企采购平台可对其进行管理维护。此外，政企采购需求还包含车辆管理、食堂后勤、结余资金竞争性存放等外围需求，政企采购平台可采取邀请第三方合作的形式打造应用生态体系。

### 政企采购形成生态链



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

# 趋势四：移动化和智能化

## NLP与区块链技术赋能交易业务智能化，同步发展移动端交易

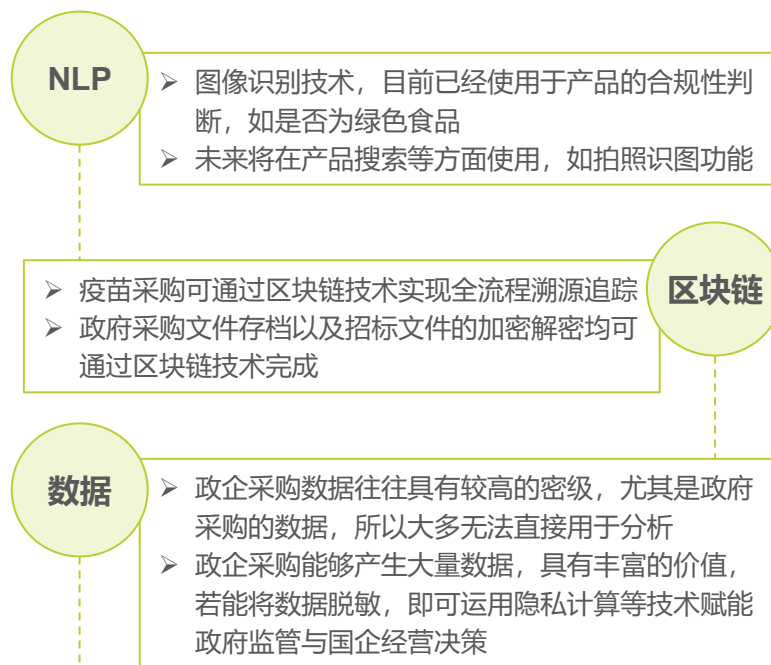
政企采购平台的发展除拓展应用场景外还朝着移动化与智能化方向发展。移动化指将政企采购的入口从Web端、PC端扩展到移动端，使政府采购行为更加轻量，满足用户的便捷办公需求，避免出现因设备问题导致的供应商无法接单、政府无法审批的问题。智能化指利用技术与数据赋能采购，利用图像识别、区块链等技术，实现采购流程溯源、数据及文件加密保存的功能，使采购流程更加智能合规。智能化的政企采购平台能盘活平台交易数据，在确保数据安全的情况下挖掘脱敏数据，并运用数据赋能决策。

### 政企采购终端向移动端延伸



- 对政府以及国企来说，移动化意味着采购系统的所有功能以及权限在Web端、PC端与移动端互通，即在手机移动端即可完成采购信息查询与采购业务处理等相关工作
- 对供应商来说，移动化使之对信息的处理更便捷，可实时收取消息通知

### 政企采购技术向智能化升级



# 艾瑞新经济产业研究解决方案



## 行业咨询

- 市场进入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞争策略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



## 投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

# 关于艾瑞


艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

## 联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 [ask@iresearch.com.cn](mailto:ask@iresearch.com.cn)



企 业 微 信



微 信 公 众 号

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，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。



为商业决策赋能  
EMPOWER BUSINESS DECISIONS

