商业创新平台 BIP 白皮书

商业创新 如此便捷

用友网络科技股份有限公司

地址：中国北京市海淀区北清路68号用友产业园
网址：www.yonyou.com
邮编：100094

yonyou Network Technology Co.,Ltd.
Address: yonyou industrial park, no. 68, Beiqing road, Haidian district, Beijing, China
Website: www.yonyou.com
Postal code: 100094

用友与IDC联合出品

前言

Introduction

前言

数字经济时代的来临 …… 02

新冠疫情对全球经济造成巨大冲击 …… 03

加快数字化转型是企业的唯一生存之道 …… 04

第一章

CHAPTER 01

一. 未来企业 创新为本

1.1 数字化转型 2.0： 成为 “未来企业” …… 05

1.2 未来企业的商业创新策略：数字化创新 …… 08

1.3 未来企业需具备的四大能力

——客户能力、组织能力、技术能力、生态能力 …… 10

1.4 数字技术平台——未来企业四大能力的使能与支撑 …… 11

第二章

CHAPTER 02

二. 商业创新平台（BIP）

2.1 企业商业创新的现状 …… 17

2.2 基于数字化技术平台的商业创新 …… 19

2.2.1 基于平台的商业创新特点 …… 21

2.2.2 商业创新平台应该具备的基本特点 …… 22

2.2.3 商业创新平台为企业数字化创新提供的关键价值 …… 24

第三章

CHAPTER 03

三. 未来商业展望

3.1 未来商业创新的意义和重要性 …… 26

3.2 商业创新是企业生存发展的必由之路 …… 27

3.3 基于 BIP 的商业创新将更加常态化 …… 27

第四章

CHAPTER 04

四. IDC 建议

4.1 脚踏实地，从最基础的 “上云” 开始逐步推进 …… 28

4.2 打造未来企业，制定适合自己的数字化战略 …… 28

4.3 借势商业创新平台，提升数字化运营四大能力 …… 29

4.4 培育创新企业文化，促进企业长期稳定发展 …… 29

第五章

CHAPTER 05

五. 用友商业创新平台YonBIP

5.1 从 ERP 到 BIP，企业服务跨向“全生命周期” …… 30

5.2 用友YonBIP，用搭积木的方式助力企业数字化转型 …… 32

5.3 “平台 + 生态” 让商业创新更加高效便捷 …… 35

前言

一直以来，中国经济面临着产业结构调整的压力和向数字化转型的焦虑。2020年，世界经济经历了巨变，由新冠疫情带来的全球经济增长放缓和逆全球化浪潮让中国企业面临的挑战更加严峻。如何充分认识宏观经济和产业结构发生的巨大变化、如何更加主动地融入数字经济时代、如何在跨界融合的大市场里保持竞争优势是所有中国企业面临的时代命题。

创新是企业发展的不竭动力，构建能够灵活应对市场变化、充分发挥自身产业和资源优势的商业创新平台（BIP，Business Innovation Platform）被认为是企业保持竞争优势的重要抓手

数字经济时代的来临

经济发展离不开技术进步和管理变革。在云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链等数字技术的推动下，全新的数字经济时代已经来临。

- **数字经济的GDP占比持续提高：**IDC研究显示，经过多年来的数字化转型，数字经济时代已初现端倪。我们已经到了一个时代临界点，数字技术将从根本上改变经济形态的运行模式。IDC预测，到2023年，全球52%的GDP将由数字化转型成功的企业所提供的产品和服务驱动产生。

- **技术进步将为经济发展提供更多驱动和突破：**IDC提出了以四大支柱技术（云计算、大数据、社交及移动技术）和七大创新加速器（物联网、人工智能、虚拟/增强现实、机器人、3D打印、下一代安全和区块链）的第三平台“4+7”模型。随着这些技术的进步及其在企业中的实践应用，它们将为企业的创新突破提供更多动力和潜能。

图1 IDC第三平台4+7研究

来源：IDC，2020

新冠疫情对全球经济造成巨大冲击

2019年，中美贸易战已经令全球经济发展忧心忡忡。2020年，新冠疫情的全球肆虐更是引发了百年未有之世界政治经济格局的大变化。

- **世界财经格局发生巨变：**新冠疫情加上地缘政治和文化冲突，使得经济全球化出现倒退迹象。2020年，全球主要工业国家的GDP增长预测均有大幅度萎缩。尽管中国是此次新冠疫情最先爆发的国家，但由于高效的国家治理体系和以人为本的文化体系，让爆发于武汉的第一波疫情在几个月内就得到了有效控制，全球第二大经济体的经济实力和充沛的物资供应让中国成为全世界的抗疫模范和标准。作为世界工厂的中国在全球供应链的价值和地位得到了进一步凸显，也引发了其他国家（如美国、日本）出台吸引本国企业回归的奖励政策。

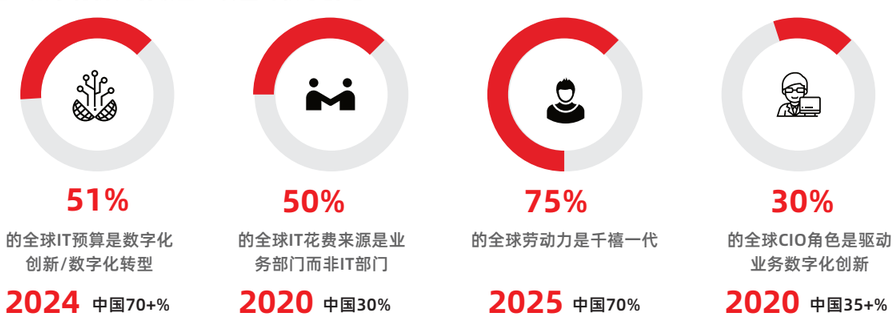
- **企业全球化布局调整：**企业融入经济全球化浪潮原本是促进全球资源优化配置，延伸自身业务链、产业链的重要举措，但在当前逆全球化思潮泛起的今天，以企业为主体的全球化布局将不得不面临重大调整。企业需要更复杂和更强健的供应网络，而当地的政商环境和数字化基础设施建设也将成为企业是否布局当地市场的重要考虑因素。

- **非接触连接商业兴起：**疫情期间，非接触商业模式兴起，加速了所有行业的转型与创新。无论是无人售货、在线办公、互联网医疗、直播卖货，还是更加硬核的企业运营、智能导购、网络教育都得到了更加广泛的应用。数字技术增强或者替代人、减少人员接触的能力为疫后新常态下企业的经营提供了更多可能。

- **工作生活方式发生重大变化：**朝九晚五的工作方式被无时不在的移动办公替代，在线协同和视频会议让不能见面的工作伙伴依然可以进行有效沟通，传统面对面的工作和生活方式逐渐向线上化迁移。移动支付和社交媒体让生活增加了更多可能性，人们工作和生活的边界变得更加模糊，工作生活方式发生了巨大变化。

> **后疫情时代全球营商环境更加复杂多变，未知的挑战加剧，非接触商业和移动办公成为常态。在这样的时代背景之下，企业的数字化战略将在很大程度上决定企业的商业成功，数字化优先（Digital First）将成为引领企业转型的核心战略。**

图2 数字化优先引领企业转型的核心战略



来源：IDC，2020

01. 未来企业 创新为本

加快数字化转型是企业的唯一生存之道

目前中国经济正处于宏观环境和新旧动能转换的关键时期，2020年初中国提出的以5G基站建设、特高压、城际高速铁路和城市轨道交通、新能源汽车充电桩、大数据中心、人工智能、工业互联网七大领域为主，涉及诸多产业链的新型基础设施建设（简称：新基建）更是彰显了中国经济的新一轮增长将更依赖于数字化转型和数字经济。中国经济的高质量发展能更好地支持和鼓励商业创新、绿色环保和消费升级，在补短板的同时，为新的经济发展引擎助力，这是区别于传统基建的新基建政策的本质内涵。新基建政策的实施将带来更广的乘数效应，在推动投资和生产的同时可促进消费和扩大内需，参与主体将更加多元化。

尽管新冠疫情和地缘政治博弈让全球经济环境恶化，增长乏力，但成功控制疫情的中国将继续成为推动全球经济增长的巨大引擎，中国经济未来发展的巨大红利依然存在。一系列国家层面的发展红利，如简政放权，改善营商环境的改革红利；“一带一路”倡议、设立自贸区、自由港的开放红利；大量各类技能人才的人才红利；粤港澳大湾区、长江经济带、京津冀发展战略的区域红利；不断发展进步的城镇化发展红利等，这些利好因素将为包括教育培训、文化休闲、金融服务、智能制造和信息技术产业等拓宽发展空间，于企业而言未来商机巨大。

企业作为商业活动的关键主体，必须在战略上高度重视中国经济未来发展的关键红利，直面数字经济规模大、增速快、潜力大的特点和多方共建、跨界融合的模式。抓住新技术的应用和发展带来的宝贵的、黄金发展时期，企业必须做好准备，把握制胜先机。

> **企业要想抓住这一时期的发展红利，获得可持续发展与增长，必须突破其自身发展的瓶颈和障碍。从战略上重视未来的发展布局和数字化优先战略，抓住机遇，加速实现规模化的商业创新，将企业自身打造成为面向未来的企业。**

1.1 数字化转型2.0： 成为 “未来企业”

IDC将“未来企业”定义为数字化转型2.0阶段的目标，其核心就是能够实现规模化的倍增创新。这些企业在数字化的道路上坚定前行，实现规模化的数字运营，数字化的创新速度比传统业务高出一个数量级。然而实现这个目标并非一蹴而就，而是需要经历可能长达十年之久的转型历程。企业作为转型的主体必须充分认识到转型过程的长期性、持续性和复杂性。从商业模式、企业内部管理、数字化技术的应用与实践等战略维度，覆盖从研发、制造、营销到管理架构和运营理念的全面更新，将数字化转型这一关键任务从实验到实践、从局部到全局、从浅尝辄止到深入践行，不断地朝着未来企业的方向迈进。

现阶段整体的数字化转型呈现出阶段性的特点：

- **数字鸿沟正在形成：**较早开启数字化转型进程并坚定不移实施转型战略的数字化坚定者，与传统制造业等数字化转型进程起步较晚、成熟度较低的行业和企业，他们之间的数字化程度差别较大，数字鸿沟正在形成。

- **创新速度越来越快：**在数字经济时代，产品的研发和走向市场的速度将呈现越来越快的趋势。“快鱼吃慢鱼”被称为是互联网经济的典型特征，长板理论改变了传统企业之间的全要素竞争模式。在更短的时间内把握市场动向，创造出符合市场需求的产品，从而赢得更多的时间去完善并提升产品力，最终赢得竞争优势。

- **数据和智能变成新的生产要素：**数据的价值越来越得到企业和商家的重视，智能化特征也将成为企业获得竞争优势的要素之一。智能化的产品既是赢得客户体验的重要载体，也是企业进行产品研发、快速迭代的重要数据来源。相比于工业经济时代，数据和智能无疑已成为数字经济时代最关键的生产要素。

- **规模化越来越重要：**数字经济时代，以大数据、AI、云计算为代表的关键技术在企业的规模化应用中的作用越来越明显。客户的需求也由千人一面、千人千面到一人千面的趋势转变。于企业而言，只有进行规模化的战略布局、获取更大的市场空间，建立核心竞争壁垒，才能有效进行市场竞争，进而在数字经济时代占有一席之地。

> **IDC认为，在数字化转型的1.0阶段，企业通过一系列转型，在领导力、全方位客户体验、运营模式、信息与数据、工作资源等方面的投入和努力开始逐渐显现成果。伴随中国整体企业数字化转型成熟度的提升，企业更加重视数字化技术的使用、重视数字化产品和服务的投入，成为实施数字化转型战略的坚定者。**

在这一进程中展露头角的数字化领先企业也将战略目光放置于更长远、更广阔的布局上。引领企业在数字化转型2.0阶段竞赛的关键趋势如下：

- **数字技术重新定义产业与行业：**大数据、人工智能、移动、云计算、物联网技术的不断成熟发展，新兴产业不断涌现，行业边界被重新定义。以IDC乘客经济研究为例，出行产业脱离传统上的乘客与交通工具的对应关系，将乘客需求与出行资源从简单的购买形式转变成出行即服务的模式，由一个规模庞大的跨界生态系统构成。乘客经济涉及5大关键角色，包括数字化交通基础设施、ICT技术提供商、自动驾驶厂商、法律法规和行业组织、数字化相关拓展服务如娱乐、保险、支付等，新兴技术赋能下的各类参与角色必将重新定义出行行业及相关的产业。IDC预测，到2023年，乘客经济规模将达到1.2万亿美元。

- **数字化产品与服务渐成主流：**数字化浪潮正在席卷所有行业，整个商业运营环境正在发生天翻地覆的变化。随着技术的发展，数字化产品和服务完全代替了传统的产品和服务形式，以数字化的方式进行交付。

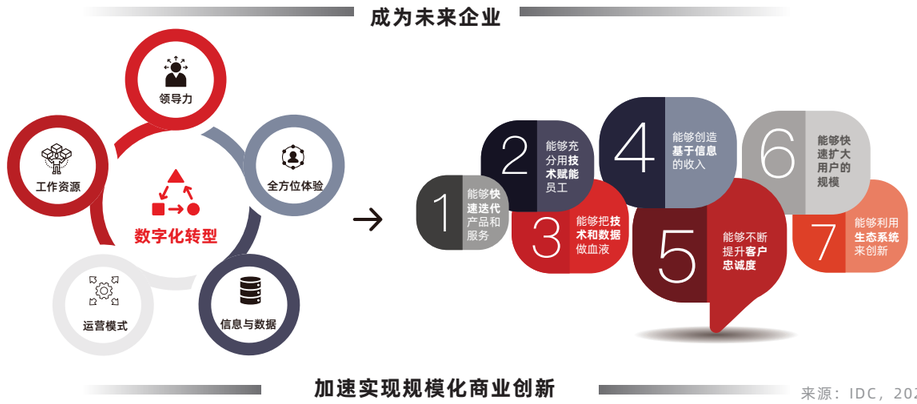
- **供应链与中介重构推动效率倍增：**从供应链的角度看，所有商家都处在供应链的一端，或提供实务服务，或提供信息中介服务，最终将其提供给终端消费者。在数字化转型2.0时代，面向大量消费者的平台被不断整合重组，平台与整个供应链产业生态的整合效果将直接影响服务质量。换言之，平台不仅仅是信息中介服务，更是涉及整个供应链竞争优势的集中体现，中介服务模式的巨大改变让企业效率倍增。

- **生态系统促进企业创造新价值：**跨界融合是未来数字经济的新常态，生态系统堪比知识产权，为企业创造新价值。技术平台和生态系统将是企业业务双轮驱动，围绕数字化转型的生态系统创新将重新定义数字经济中的价值理念。在未来，新的行业引领者将选择真正惠及全部生态伙伴的新模式开展合作，积极融入生态的企业能够在与伙伴的互助成长中受益，而孤立者则更加难以开展业务。传统的一对一可信关系将发展成为整个生态圈的数字化协同创新。

- **人才争夺与未来工作愈演愈烈：**在数字化转型2.0时代，未来工作模式将成为常态。通过数字技术提升员工数字化能力，重塑企业与员工、合作伙伴和客户的互动方式，最终提升企业运营效率并让员工获得卓越的数字化体验。在数字化转型2.0之下，企业将围绕专业人才的争夺、数字化劳动力资源的分配和管理方式等展开竞争。

> **对大部分企业而言，如何在数字化转型2.0阶段竞赛中占据有利地位，成为未来企业需要一次全面的转型升级。以技术革新为基础，对内要深入到关键的业务流程及企业的管理运营中，对外要延伸到客户触点所在的多样化场景中，加速成为未来企业，以迎接不断发展变化的未来商业生态。**
>
> **IDC未来企业研究认为，数字化技术将重新定义企业的业务流程、客户体验、产品和服务、商业模式。而成为未来企业的关键在于打造企业自身面向未来的5大关键维度，全面推进面向未来的经营策略。**

图3 成为未来企业 加速实现规模化商业创新



来源：IDC，2020

- **未来文化-规模化领导力：**数字化转型的领导者始终要保持对不断变化的企业生态系统的深入、细致的理解——从市场模式的转变到客户需求的变化，从劳动力的动态变化到合作伙伴的目标的转变。传统上，这些洞察需要执行层或高管具备，但越来越明显的是，数字化转型时代已经不再信奉自上而下的传达而是更倾向于将企业的数字化文化渗透到组织中的每个人，通过不同层级的管理团队、不同渠道的传播途径，让身处不同岗位、不同场景下的团队都能准确传播企业独有的文化，形成规模化领导力。

- **未来客户-规模化共情：**数字经济时代的最大特征就是可以以规模化的方式收集客户和消费者的个性化需求，未来企业通过数字技术向不同的客户和消费者表达理解和共情，以满足客户对企业产品和服务的期待。规模化共情既是对相同或类似需求的归集处理，将汇总后的个性化需求通过大量的规模化生产组件得以满足，又是通过数字化手段向不同的客户提供相应的个性化服务。

> **IDC预计到2022年，品牌和客户之间的共情力将推动合作伙伴和竞争对手之间的生态系统产生协作和共同创新，帮助客户生命周期的价值产生20%的集体增长。**

- **未来智能-规模化洞察：**在大数据技术的支持下，企业对市场的洞察能力大幅提升。在海量数据的支持下，通过先进的数据清洗、分析方法，企业对市场的洞察能力更加深入，维度更加灵活和多元化，快速迭代企业的产品研发和服务水平，快速扩大用户规模。

- **未来运营-规模化弹性：**由于客户需求的快速变化和需求量级的快速提升，未来企业的运营也需要更加灵活，富有弹性。企业的数字化管理和运营架构需要更加灵活，汇集各种标准流程、应用等各类能力的企业中台将成为打造企业弹性的重要手段。既要赋能前台一线员工，让其能规模化地迅速满足客户需求，又要快速收集海量数据，在强大的数据处理能力的支持下，迅速做出洞察分析，并给出智能决策建议，整体上满足企业规模化弹性的管理需求。

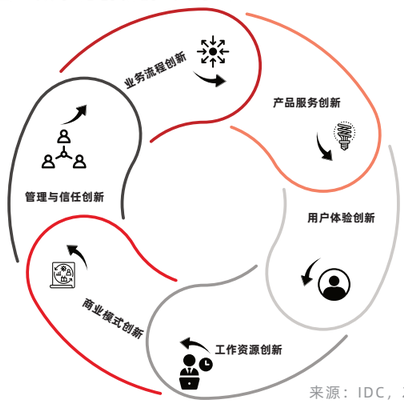
- **未来工作-规模化协同：**充分利用技术赋能员工，让拥有不同技能的员工可以迅速组建相应的工作团队，实现不同的工作目标。在特定目标完成后，这些员工又可以作为其他任务的人力资源进行优化调配。这样的工作模式将成为主流，员工之间，上下游合作伙伴之间，管理层和员工之间的协同效率将在数字化协同工具的赋能下成倍增加，未来规模化协同的需求将更趋常态。

1.2 未来企业的商业创新策略：数字化创新

在数字经济时代，企业要获得可持续的发展与增长，创新是一项长期的任务。未来企业创新的本质为数字化创新。数字化创新是企业利用数字化知识与技术进行全面的革新，既包括数字化技术的应用与实施，也包括业务、管理和工作模式等各方面的探索与改造。

IDC认为数字化创新具体包括以下六个方面：

图4 数字化创新的6大方面



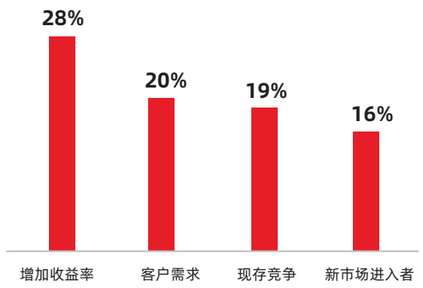
来源：IDC，2020

- **业务流程创新：**将产品、服务、资产、商业流程等通过数字化的方式连接起来，进而让企业的运营更加快速高效。业务流程创新是数字化转型的前提和基础，任何数字化系统的设计和实施都是基于流程梳理的结果来实现的。反过来，在实践过程中遇到的新问题、新挑战，也首先经过流程优化进行迭代升级，让创新成果通过数字化手段加以实现。

- **产品服务创新：**用数字化产品和服务替代原有的产品和服务，并通过数字化技术不断丰富其产品和服务类别。产品和服务创新是大部分企业进行数字化转型中表现最突出的一部分，也是改善和提升企业效益的有效手段。以智能化产品和服务创新是未来企业的突破重点和主要方向。

图5 企业推出数字化产品和服务的主要原因

Q：贵司提供数字化产品、服务/体验的主要原因是什么？



来源：IDC，2020

- **用户体验创新：**通过新的数字化信息和交互方式重塑客户、合作伙伴乃至员工体验，用数字化转移价值主张，不断地提升用户体验。在“持续客户（continuous customer）”的经济模式中，多种终端和支付机制与数字化市场平台相连，在一个自动化环境里，用于接收由消费数据驱动的产品和服务，以技术为手段如精准营销等提升客户体验。

- **工作资源创新：**云计算和移动应用让员工获得工作资源的时间、地点、路径更为灵活方便，彻底改变传统的工作资源获取、部署方式，也改变了整合内部资源（全职和兼职员工）和外部资源（合同工、自由职业者）的方式和能力。数字技术重塑了企业高管与员工、合作伙伴和客户的互动方式以及未来企业的“未来工作”战略。企业在工作资源的创新也成为关键的数字化创新之一。

- **商业模式创新：**基于大数据的市场洞察和运营模式优化，寻找差异化的竞争优势进行跨界融合发展，实现商业经营模式的转变是未来企业商业模式创新的主要方式。有了数字技术支撑的商业模式创新领先者加速对传统运营模式的颠覆改造，创造崭新的经营模式参与市场竞争。

- **管理与信任创新：**信任将成为数字经济时代下企业的重要资产，基于数字基础的信任关系是企业未来管理和经营的重要基础。基于信任的业务和管理创新将为企业在客户和合作伙伴之间维持良好的外部交互环境。管理内外部的运转方式和信任基础是企业商业创新的关键维度。

> IDC预计，到2022年，随着数字信任成为一项至关重要的企业资产，超过70％的G2000公司将制定完整的方法与流程，以监控其“数字信任度”。

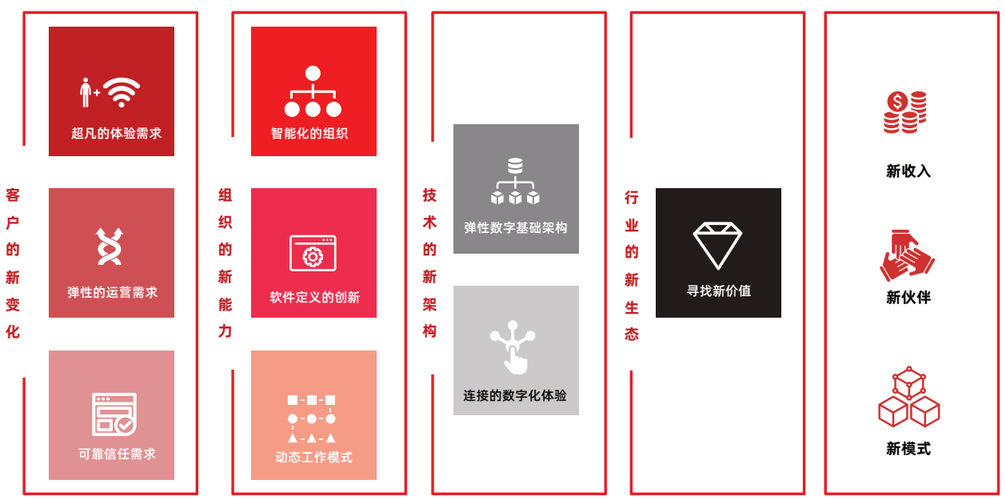
围绕业务流程、产品服务、用户体验、工作资源、商业模式、管理与信任等六大方面的创新将进一步优化企业在数据经济时代的持续增长模式、用数字化产品服务创造新的业绩增长点。新的工作模式将连接企业与企业之间、企业不同部门之间、企业与员工、企业与顾客及合作伙伴之间等涉及企业内外部的一切经营活动。通过大数据和智能化技术大大提升市场洞察能力，寻找到新的商业机会，优化商业运营模式，完成胸有成竹的商业模式创新。基于数字技术的未来企业将建立与传统企业截然不同的管理和信任机制，创建独具数字经济时代的企业文化。

对于企业而言，以商业创新为目标，以数字化创新为手段参与市场角逐，从复杂庞大的商业生态中脱颖而出，获得长足的生存和发展是企业经营不变的目标。这一目标的实现建立在企业是否具备足够强大的硬核能力之上。

1.3 未来企业需具备的四大能力——客户能力、组织能力、技术能力、生态能力

面对客户的新变化、技术的新架构、行业的新生态以及企业组织的新变化，IDC认为洞察客户能力、智能化组织能力、坚实的技术能力和强大的生态能力是企业数字化创新的内生能力，这些能力的构建需要企业对策略、人员、流程、技术、治理和数据等各方面有纯熟的把控。

图6 未来企业应该具备的四大能力



来源：IDC，2020

客户能力：超凡的体验需求、弹性的运营需求和可靠的信任需求是数字化转型2.0时代的客户需求新变化。随着数字原生代的加入，数字化、个性化、快速化和全景化的需求奔涌而至，客户需求正在转变为千人千面和一人千面的个性化需求之网。因此企业必须具备深入了解和洞察客户的能力，真正以客户的需求为出发点。

组织的能力：应对未来企业的竞争，企业必须建立一个智能化的组织架构和管理体系，以适应新时代的动态工作模式。企业的创新思维通过强大的软件系统进行重新定义和落地实现，形成企业组织的新能力。智能组织的能力是企业从组织层面迎接客户、市场变化、参与市场竞争的软实力。

技术能力：企业的IT技术架构需要得到全新改造和升级，利用弹性数字基础架构和连接内外应用的数字化体验提升企业的数字化管理水平。技术和数据是企业的活力源，新的技术架构和数据治理能力将支持企业更高效的运营，创造更多利润增长点。企业认识到企业业绩和IT技术架构之间的密切关系，着重建立坚实的数字底座。

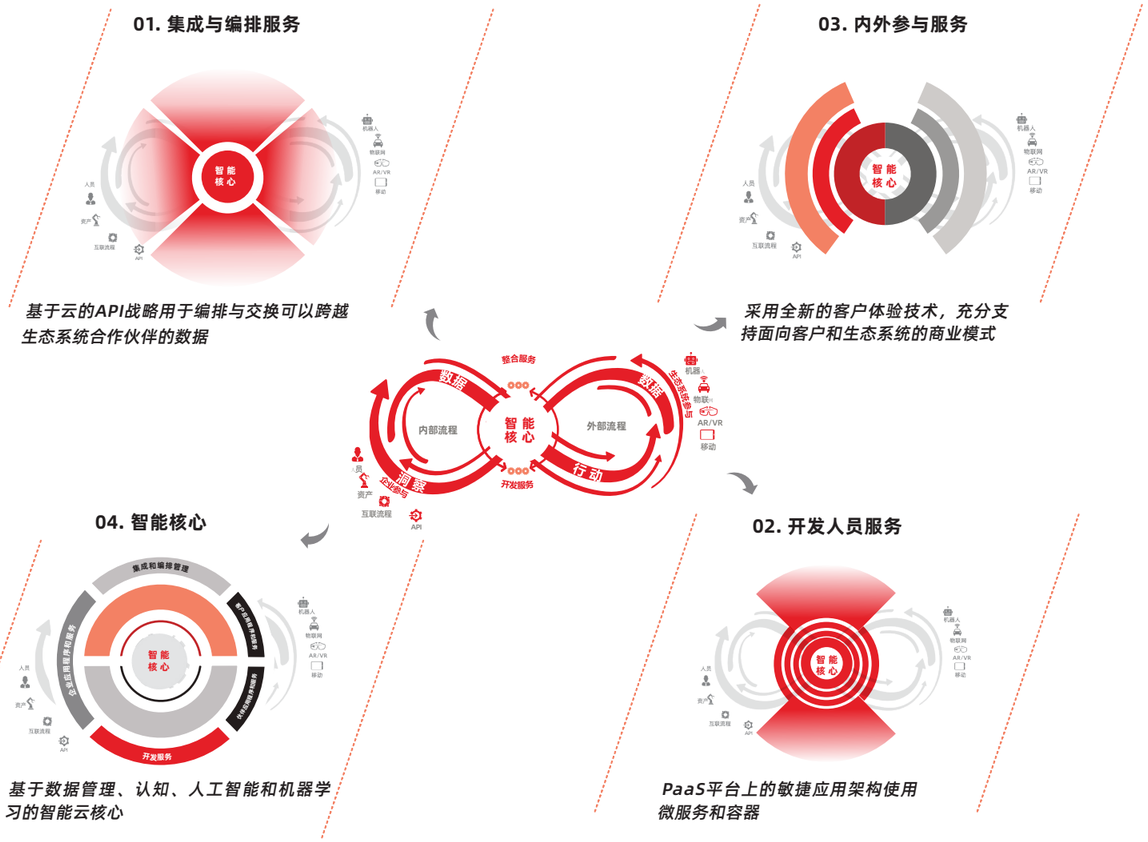
生态能力：未来企业采用一种“由外及内”的方法，通过打造利益相关者的生态系统（例如：客户，合作伙伴，员工和社区等），建立广泛的连接，使其产品及业务模式实现动态发展。企业运营是一个系统化体系，企业的运营成败将取决于处于什么样的生态系统中。无论是产品生产的上下游合作伙伴，还是在整个产业生态中的定位，或者是企业发展的金融支持资源。相应的，未来企业会有效、充分地参与共享经济，搭建数据系统，使数据产生经济效益，打造基于平台的盈利模型，有效评估风险和回报，高效优化产品，使其更符合实际需求，实现动态定价。因此生态系统的能力是一种全局化的能力。

在数字经济时代，数字技术让企业更加清楚自身的经营状态，更加紧密地与供应链伙伴、内外部员工资源进行协同互动，进而及时发现自身和整个生态系统的问题和挑战，解决问题，提升生态系统整体的运营能力。

1.4 数字技术平台——未来企业四大能力的使能与支撑

洞察客户能力、智能化组织能力、技术架构能力和生态系统能力的构建离不开技术的深度赋能。通过对云计算、大数据、AI等数字化转型关键技术的融合使用，企业在以云为基础、以智能为核心的数字化转型平台上，以统一的数字化平台实现和规划创新，才能真正构建出数字经济时代市场亟需的企业核心能力。通过统一的数字技术平台，在内部外实现数据交换共享、产生基于数据的洞察，构建敏捷弹性的基础架构体系支撑，为企业的四大关键能力的构建提供坚定的数字化底座，同时面向外部伙伴以数字化能力实现规模化效益输出。

图7 四大能力需要数字平台使能与支撑



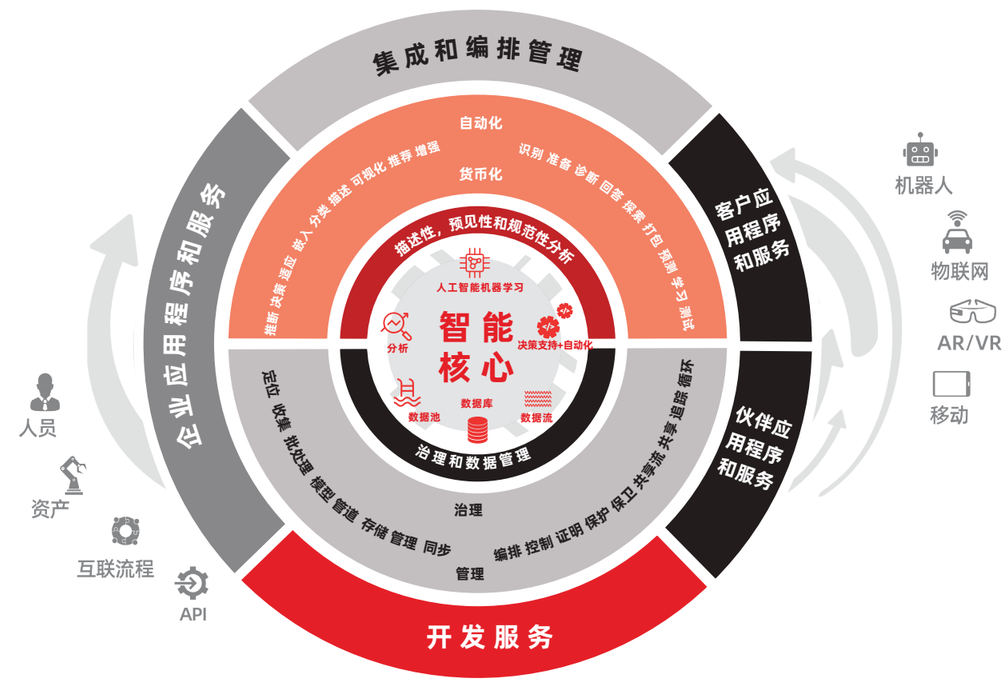
来源：IDC，2020

> IDC认为，能有效支撑企业进行数字化创新的新一代技术平台应该具备在企业数字化转型之旅中对技术、业务、管理、人员等方面的全面护航能力。数字技术平台的本质是融合技术、聚合数据、赋能管理和业务应用的企业数字服务中枢，其以智能化技术为核心，以数据为生产要素，以数字化的产品和服务面向客户、生态合作伙伴提供全面均衡的数字化服务，全面使能企业的业务创新和管理运营，为企业在数据管理、价值挖掘、降低运营和技术管理复杂度等方面提供支撑。

IDC认为数字技术平台应从4大维度为企业提供基础的能力支撑：

智能核心：基于数据管理、分析、认知、人工智能和机器学习的智能云核心。智能核心将帮助未来企业建立提升企业和员工的智能化运营管理和协同能力。

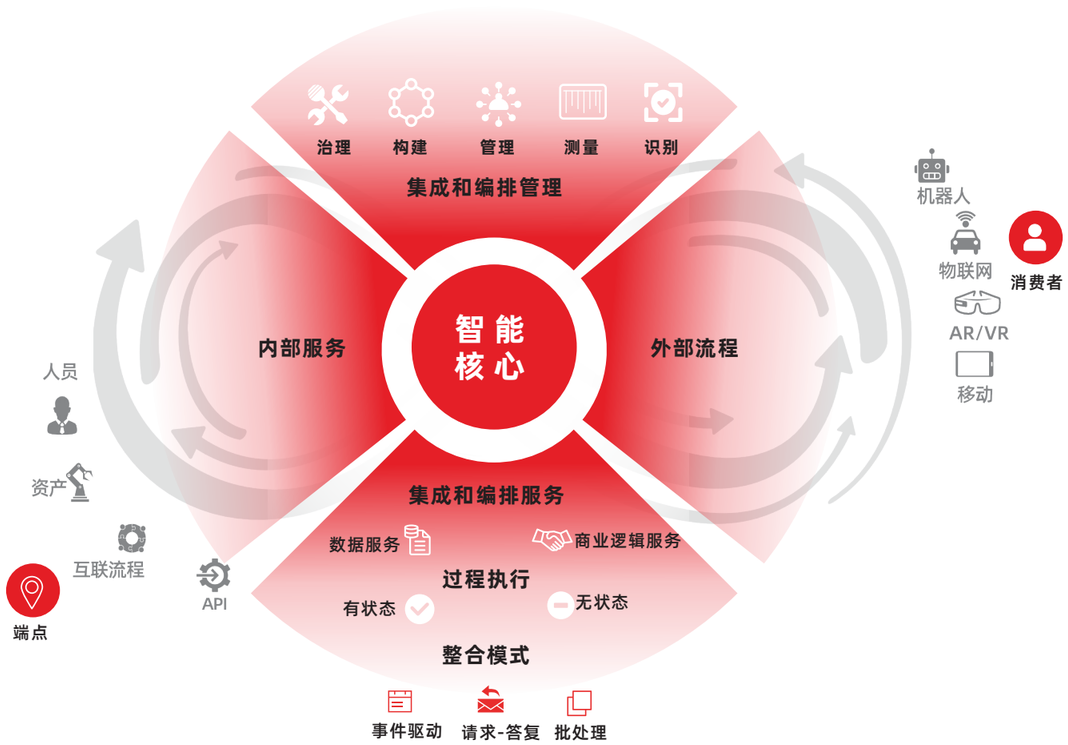
图8 数字技术平台—智能核心



来源：IDC，2020

集成与编排服务：基于云的API策略，协调整个生态系统的数据交换：基于云的API策略，开放应用程序编程接口，支持云端的可扩展性，与生态体系内的合作伙伴在数据的发现和获取，数据价值开发与实现，知识的整合与工作流的协同方面通力合作，实现有效的信息与数据转型。

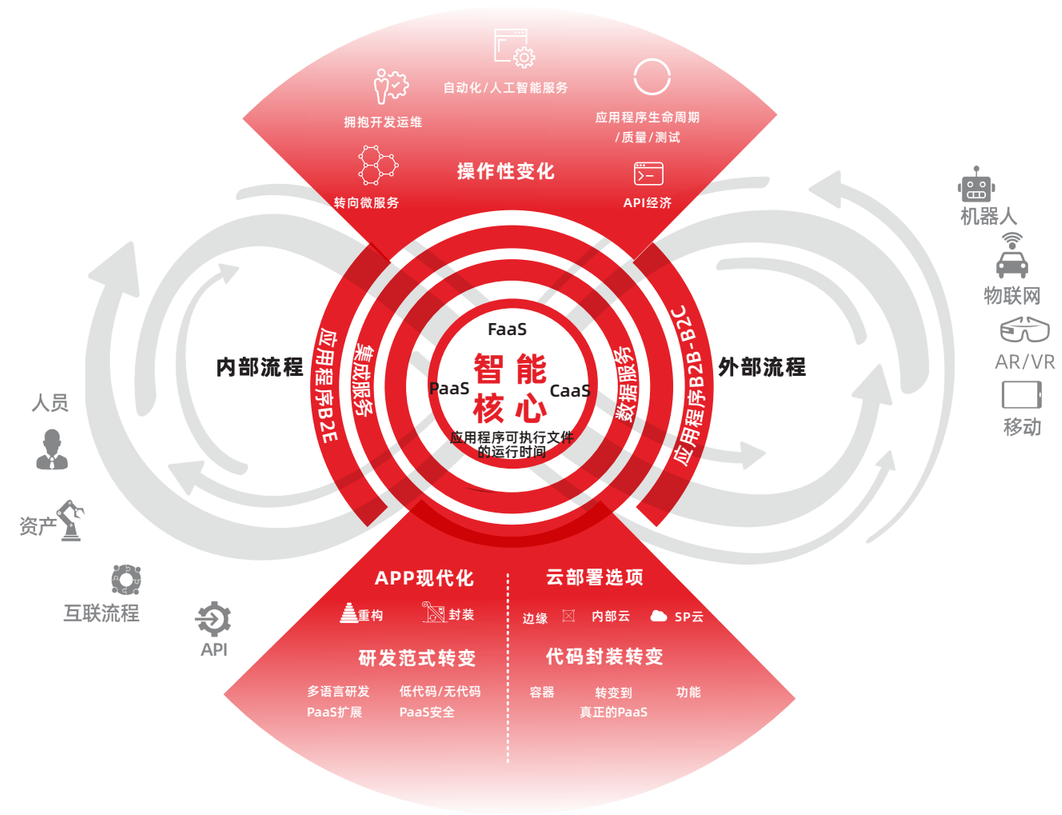
图9 数字技术平台——集成与编排服务



来源：IDC，2020

开发人员服务：开发者将围绕企业数字化转型中的技术需求与业务需要，在产品层面开发和集成更加丰富的产品；在行业生态层面，企业与行业开发者一起构建基于行业特性的解决方案，为企业深耕行业集聚专业的力量。数字技术平台围绕云计算的开源生态系统的形成，能够为开发人员服务于企业的生态创新提供更多的可能。数字平台的开发人员服务应为企业的商业创新从APP的现代化、云部署的位置的方式、开发模式、代码迁移等提供基础的服务。

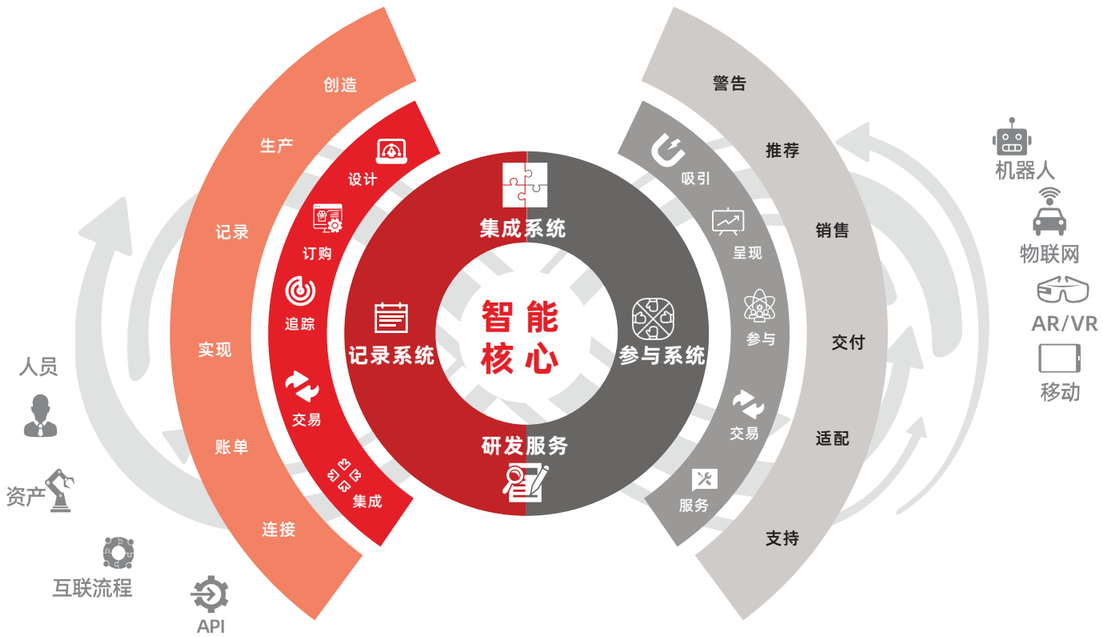
图10 数字技术平台——开发人员服务



来源：IDC，2020

内外部参与服务：以数字技术平台为基础融合应用能有效提升客户体验技术，充分支持面向客户和生态系统的商业模式，从系统的集成到更好地基于统一系统的深度参与，协调企业内部的各方参与和互联互通，企业外部信息和资源及时有效交换，提升客户洞察能力和更好地进行生态系统建设。

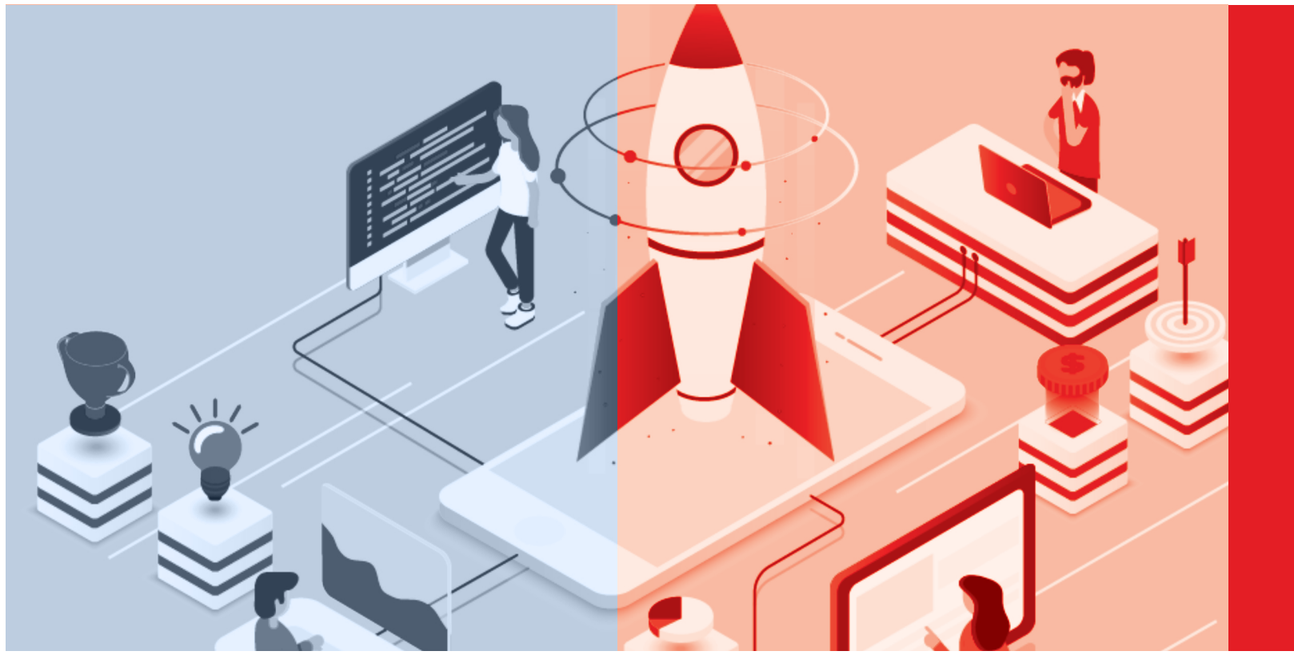
图11 数字技术平台——内部外参与服务



来源：IDC，2020

> **在企业数字技术平台的支持下，企业获得内部和外部相关数据，不断提升客户洞察能力，利用智能核心技术，提升企业数据管理、数据认知和人工智能、机器学习能力，提升组织管理的智能化水平，通过内外参与服务，加强面向客户营销和生态系统的协同能力建设。基于云的API战略的集成与编排服务让企业建立自己的技术架构，跨越生态系统合作伙伴进行数据交互，支撑未来企业的数字化运营底座。**

02. 商业创新平台



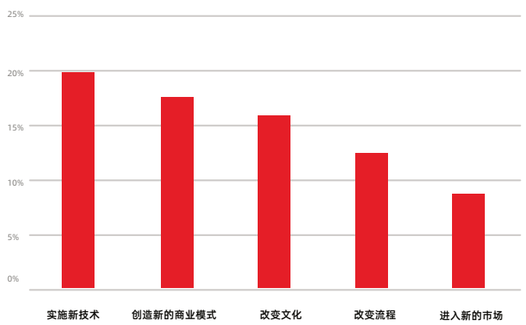
数字经济时代下的创新必须有不负这个时代的成熟的平台化基础设施，进而来支撑传统产业的改造升级和新兴产业的蓬勃发展。而企业以新型基础设施为基础展开的创新活动，必将提升企业生产效率、运营管理，促进商业模式的转型。企业整体进入大商业创新时代，必将促进整体数字经济经济和社会运转的健康发展。

然而IDC一项针对企业CEO的调研显示，企业在进行商业创新时，不同程度上都显示出在技术、流程、人员、组织以及如何进行数字化产品和服务等方面的迷茫和能力限制。

2.1企业商业创新的现状

图12 企业商业创新的挑战

Q：您认为对贵司而言商业创新的最大挑战是？



来源：IDC 2020，亚太地区企业CEO调研，N=80

- **技术水平的限制是CEO认定的企业进行商业创新时的首要挑战**

根据IDC对亚太地区CEO的调研，影响企业进行商业创新的最大障碍为新技术的应用和推广。一方面企业认识到必须以积极开放的心态在企业中部署和使用新技术，他们渴望创新，拥抱变革，但由于企业自身缺乏必要的技术能力，以及无法有效地实施这些技能和能力，以取得业务成果，因此在引进新技术方面也态度保守，20%的受访CEO认为技术水平的限制是他们进行商业创新时的首要障碍。

- **如何创造新的商业模式是企业的第二迷茫点**

随着中国人口红利的逐渐消失、成本优势的淡化，国内众多企业原先奉行的技术领先、差异化和低成本战略已经难以适应企业发展的要求，面对新的商业环境，仅从战略、营销、技术创新、组织行为等方面调整改善，越来越难以奏效，重构商业模式已经成为企业持续发展、保持竞争优势的选择。据某杂志调查显示：在创业企业中，因为战略原因而失败的只有23%，因为执行原因而夭折的也只不过是28%，但因为没有找到赢利模式而走上失败的的却高达49%。商业模式是企业竞争制胜的关键，此次IDC的调研结果也显示如何创造新的商业模式确实是受访企业的第二迷茫点。

- **缺乏创新文化，难以改变经验主义的决策模式**

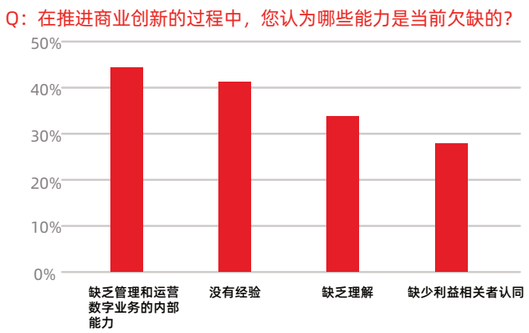
尽管企业有程度不一的数字化转型成果，但对大部分传统企业而言，他们离在数字经济时代以数据为基础分析的智能决策要求还相差甚远，基于人工经验和部分数据支持的决策模式仍然是大部分企业的真实现状，缺乏创新文化可能是最难逾越的障碍。

- **管理和运营数字业务的内部能力的欠缺和经验的匮乏成为企业发展严峻的考验**

越来越多的企业认识到并且已经开始专注于为客户提供数字产品、服务和解决方案，但与此同时，他们意识到企业自身内部管理和运营数字化的产品和服务的能力依旧欠缺。IDC调研显示，近50%的亚太地区受访企业承认，他们在数字经济时代谋求发展的商业创新在管理和运营数字业务所需的内部能力和经验方面有所欠缺，并且正在成为企业向纵深发展的严峻考验。

图13 企业商业创新的能力欠缺

Q：在推进商业创新的过程中，您认为哪些能力是当前欠缺的？



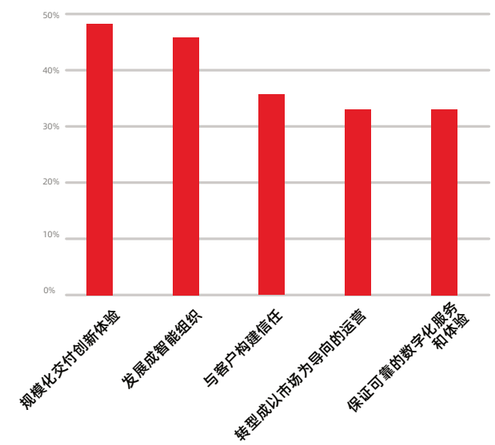
来源：IDC 2020，亚太地区企业CEO调研，N=80

- **规模化交付创新的产品和服务、获得客户的信任、成为智能组织是企业商业创新最难以突破的3大议题**

提升数字化的产品和服务在企业盈利来源中的占比是在数字化转型浪潮中的企业已经达成的基础共识，而如何满足创新性的交付体验，获得持续稳定的客户信任是难以攻克的命题。将第三方解决方案整合编排到现有流程中，并大规模创造以软件为基础的商业创新，以使他们的产品和服务在行业中保持可持续的差异化，则必须要求企业成为灵活自治的智能化组织，对内实现工作资源的有效管理，对外实现与生态合作伙伴的灵活、敏捷和智能化对接。而实际上如何发展成为与业务需求相匹配的智能化组织也是本次受访企业所面临的难题之一。

图14 企业商业创新时的最重要的三项任务

Q：在推进商业创新的过程中，您认为最重要的三项任务是？



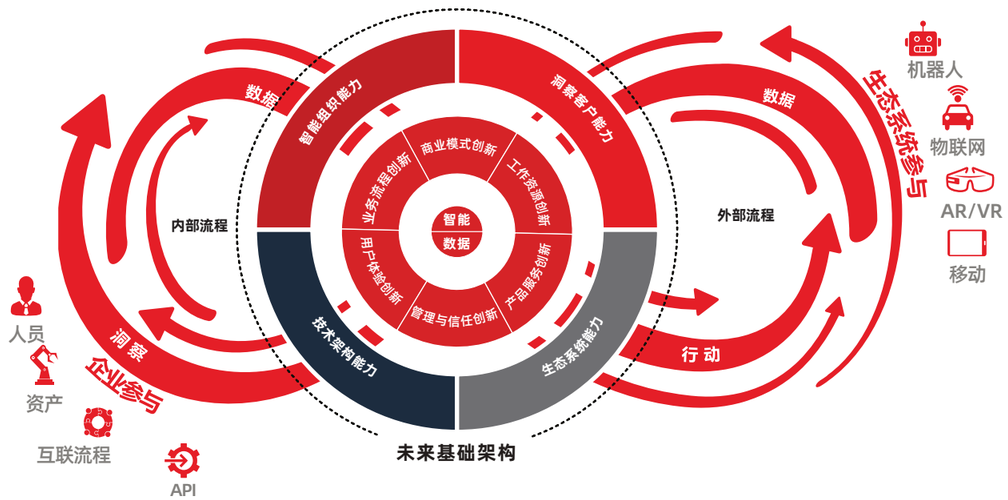
来源：IDC 2020，亚太地区企业CEO调研，N=80

以服务于企业商业创新为终极目标的综合性平台，从技术、流程、业务、应用、管理运营等方面为企业的商业创新理清障碍、打破创新瓶颈，突破传统意义上企业创新在人员、技术、行业知识、试错成本、管理、信任等方面的限制，成为数字经济时代背景下快速实现规模化的关键抓手。

2.2 基于数字化技术平台的商业创新

商业创新平台的定义：商业创新平台（BIP，Business Innovation Platform）是指基于数字技术平台，利用新一代数字化和智能化技术，以服务于企业的商业流程、用户体验、产品和服务、商业模式、工作资源以及管理与信任创新，为企业业务和管理实现可持续发展与增长的综合服务平台。商业创新平台是在数字化技术平台上以服务于商业创新为第一目标、聚焦企业数字化创新策略，为企业的商业创新提供服务的专门平台。

图15 数字技术平台与商业创新平台BIP



来源：IDC,2020

如IDC商业创新平台研究架构所示，商业创新平台BIP是基于数字化基础设施IaaS之上的综合性创新平台，通过集成与编排服务、智能核心和开发人员服务，创建企业洞察客户能力、智能组织能力、技术架构能力和生态系统能力。在总体框架上，企业要构建适应自身业务发展的PaaS（平台即服务）、SaaS（应用即服务）和BaaS（业务即服务）三大类平台，满足不同的应用场景，构建强大的业务中台和数据中台。通过中台和前台之间的技术与应用，达到商业流程、用户体验、产品服务、工作资源、管理与信任和商业模式的六大创新，实现企业的可持续发展和增长。

图16 IDC 商业创新平台

来源：IDC,2020

2.2.1 基于平台的商业创新特点

商业创新平台（BIP）以企业的整体发展和增长为目标，与专注于业务流程集成的ERP和各类专业应用的垂直类应用软件有巨大的差别，属于从属概念的逻辑范围之内。从企业整体商业创新出发，重新认知和定义不同的专业应用，就会让企业既看见森林，又看见树木，达到整体与局部、短期和长期利益的相互融合和平衡发展。新一代的ICT技术包括互联网、大数据、云计算、人工智能、物联网，最新的区块链等的进一步发展，企业业务创新、管理变革有了更好的技术支撑。基于新一代的数字化、智能化的技术，商业创新平台构建了一个把技术和商业应用服务结合在一体的面向企业创新的服务平台，平台呈现出面向数字经济的规模化、敏捷化和大众化的特征：

- **规模化：** 基于数字化基础设施和数字化商业创新平台，使得企业与客户之间，企业与上下游合作伙伴之间的接触面进一步扩大，企业运营规模呈指数级上升状态，完全颠覆了传统运营模式和节奏。在新的商业模式设计中，基于规模化的运营模式是一种常态，管理架构和业务流程的设计必须以此为前提展开，更多地利用数字化渠道和工具，采用新型的工作形态，这样才能真正打造一家数字经济时代的数字化企业，实现企业的长期发展目标。

- **敏捷化：** 在数字经济时代，消费者的采购行为受到各种数字化营销工具（社交媒体、电商平台、团购、游戏等）的影响，与供应商的互动都是实时化、碎片化、移动化的全面覆盖。如果供应商没能及时反应，就会瞬间丧失商机，劣势逐步累积将影响到整体的商业运营。市场营销层面的快速变化必须及时反馈到运营管理层面，对数据的采集、治理和分析、报告是企业实现精细化管理的重要基础。企业无法像过去那样按照自己的流程和节奏来应对市场变化，必须从管理理念、体系和IT系统建设等多个层面实现数字化运营，打造敏捷企业。

- **大众化：** 传统的商业创新，主要由专业的技术开发人员，有敏捷商业嗅觉的商业专家实现。而商业创新平台整合技术和应用，从技术层面以低代码或者无代码的形式开放技术逻辑，从业务层面直接以中台化的形式，开箱即用，以便捷、方便地开展商业创新。实际上把商业创新让它大众化、便利化，让整个企业的商业创新变得简单化和大众化。

2.2.2 商业创新平台应该具备的基本特点

- **以云为基础底座**

云服务是数字化的支柱技术之一，计算力和社会化是云服务的重要特征。云原生则是一套构建和运行应用程序的技术体系和方法论。云原生表示应用程序从设计之初即考虑到云的环境，原生为云而设计，在云上以最佳姿势运行，充分利用和发挥云平台的弹性和分布式优势。

- **以数据为生产要素**

与企业经营相关的数据种类越来越多，数据量越来越大，数据已经成为企业生产的关键要素，商业创新平台以数字为生产要素，在平台实现数据资源的交换和获取，产生洞察，为企业的创新提供不可估量的生产价值。

- **以智能为加速引擎**

商业自动化、智能化将成为未来企业经营的常态。经过人工智能武装的企业将会对市场和运营管理的变化做出快速反应，使其比竞争同行对客户、竞争对手、规则制定者、合作伙伴的反应速度更快，赢得更大的竞争优势。商业创新平台注入企业创新所需的智能化能力，以AI赋能为关键的技术驱动点，服务于企业进行智能化转型。

IDC预测，到2024年，借助AI赋能的企业对市场和运营变化的反应时间将比其客户、竞争对手、监管机构、合作伙伴等快出50%，进而能提前参与解决方案的制定。

- **具备广泛的连接能力**

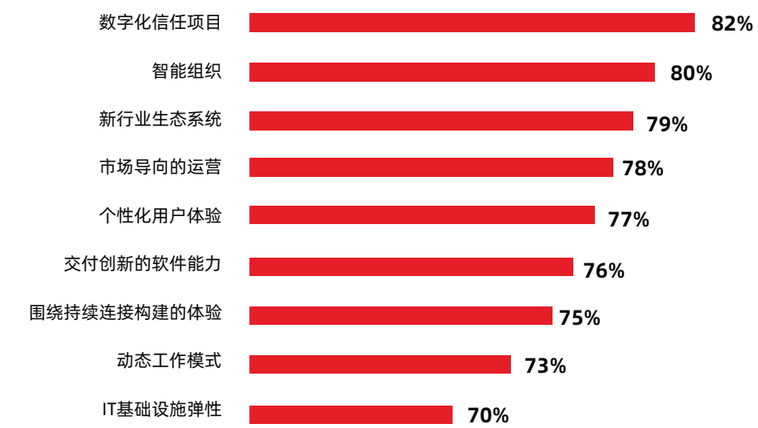
5G、WiFi6等通信技术的发展，将进一步提升互联网和物联网传输速度和连接数量。商业技术平台以连接为触角覆盖更广的连接、共享、可协同，将链接的价值链在网-端-平台-应用中有效协同，将会迎来一波商业模式创新的高潮，商业价值会大幅提高。企业的商业创新和其所在的生态系统密切相关，基于一定规则的开放共赢是未来企业的运作模式，商业创新平台BIP也必然满足企业生态化发展的要求。因此商业创新平台应该能够帮助企业在进行商业创新时将不同平台有效连接，此连接不仅是技术层面的广连接，更是生态力量的强效聚合。

- **提供安全信任的保障**

任何商业运作的基础保障就是安全和信任。在数字经济时代，网络信息安全一直是企业和生态系统合作过程中最为关注的话题。商业技术平台在服务于企业的商业创新的同时必须构建安全可信任的平台环境和能力，信任力不但保护企业基本的运营安全，更是推动业务发展的潜在力量。信任的建立能够产生新的业务价值，推动企业自身和生态伙伴的持续创新，商业技术平台应服务于企业内部IT风险、企业与外部共享IT资源的风险以及企业数字活动的声誉和企业整体声誉。

图17 数字化信任成为亚太地区CEO关注的第一事项

Q：以下事项中您最关注的是？



来源：IDC 2020，亚太地区企业CEO调研，N=80

- **中台化**

数字经济时代的规模化和弹性经营特征，对企业搭建中台架构和提升中台能力建设提出了明确要求。中台化几乎是未来企业的技术架构的典型特征，也是企业打造自身独特竞争优势的具体表现。商业创新平台应该具备企业开展业务和进行商业创新所需的技术、业务、数据、AI等中台，为企业提供便捷、快速、更优成本投入的服务。

提供简单、易用的应用技术基础设施能力接口。

海量数据的存储、计算、产品化包装过程，构成企业的核心数据能力。

快速实现后端业务资源到前台应用能力的转化。

将模型算法、AIaaS等智能化能力中台化，快速调取企业所需的智能能力。

技术中台助力前台和业务中台、数据中台的快速建设，业务中台与数据中台、技术中台相辅相成，互相支撑，AI中台为企业商业创新智能化赋能，4大中台相辅相成，为企业的商业创新提供强大的中台能力支撑。

- **低代码化**

数字经济时代，行业发展和市场变化速度加快，传统企业相对稳定的管理流程和模式已经不适应新时代的要求。企业IT架构、软件系统都将保持不断迭代的状态。因此，低代码化的研发模式和微服务化的迭代升级将是未来企业打造自身技术架构的常用方法。越来越多的企业意识到低代码为企业IT团队带来的益处，从而转向低代码平台，此类平台能够让团队通过可视化的模型来协调配置新的应用程序，用较低的成本来打造POC，在实现快速的部署和规模化的同时减少企业自身的试错成本和IT人员的压力。商业创新平台作为社会化和大众化创新的基础平台，应该以低代码化为更多的企业和开发者在应用程序的开发过程中提供便捷的服务。

- **微服务化**

微服务将整体应用分割成项目关联的独立小型化服务，一个服务通常会实现一组独立的功能，包含自己的逻辑，各个微服务之间的关联通过API来实现。每一个微服务独立部署，可快速迭代，敏捷开发。

- **高弹性、可传承、可演进上升发展**

基础架构的弹性伸缩是云服务架构的显著特点，产品和管理方式的每一次演进都是传承上一次的演进成果，未来发展也是基于大的架构来做小幅修改，螺旋上升。因此理想的商业创新平台需要立足长远，以长久、持续地为企业的商业创新提供服务为目标，同时随着企业创新发展的需求，及时演进，升级、和发展自身的能力，随需而动，弹性运转。

2.2.3 商业创新平台为企业数字化创新提供的关键价值

- **技术基底和商业应用融合发展**

技术的终极目的是为了更好的服务于企业的商业发展。没有商业应用，技术能力将无法发挥，而技术水平的停滞不前导致商业应用也无法获得真正的进步。互联网、大数据、人工智能、物联网、区块链等新一代ICT技术为企业的业务创新和管理变革提供了更好的技术支撑，商业创新平台是集技术基底和商业应用服务于一体的面向企业的综合性平台，企业就可以在这个平台上进行业务和管理创新。比如电子合约、电子票据、供应链协同、组织模型、商品、客户、财务资金等企业级应用在新兴技术的支撑下，都放在商业创新平台BIP之中，致力于商业创新的企业在这个平台上可以很简单、很便捷地采用融合了最新技术的商业应用。

> **IDC 预测到 2022 年，企业环境中构建的 35% 的新型工业 IoT（IIoT） 应用程序将使用无代码/低代码工具进行开发。**

- **业务创新和管理变革高效协同**

业务的开展离不开科学有效的现代企业管理，因此企业业务创新需要和管理的变革高效协同并进。商业创新平台创建了一个从技术架构到管理流程再到业务应用创新的综合服务平台，为企业在进行商业创新时在人力、物力、财力、信息等资源上的投入，以科学的方式进行管理和资源利用，实现省、快、多、好的目标，取得最优的投入产出效率，使得业务创新变得更加便捷。商业创新平台应该能具备服务企业业务创新和管理变革所需的高效双向协同。

- **企业个体与产业的互联互通**

商业创新平台服务整体企业的创新发展，无论是企业个体还是产业联盟，均可立足平台的优势，借助平台上同行佼佼者的先行优势和行业资源的共享，实现企业个体与产业生态的互联。商业创新平台作为综合性平台，将企业个体在长期数字化转型过程中形成的大量分散的数据和行业深耕的沉淀和积累，通过平台传递，企业与其上下游间的信息流、价值流和生态系统之间形成合力，让企业的商业创新变得更加便捷，让商业创新更加大众化、便利化，让整个企业的商业创新变得简单，这实际上也是给商业带来一次新的革命。

- **企业共创与共赢，价值共享**

业务共创、业绩共赢和价值共享是数字经济时代下大众创新的基本原则，面对未来经济发展的红利和广阔空间，企业之间以商业创新平台为共同的合力点，以资源整合、业务链接为手段，以共创共赢和价值共享为目标让企业可以拥有更多更加高效的多边协同，让生态系统企业共创供应，价值共享。

03. 未来商业展望

3.1 未来商业创新的意义和重要性

未来商业具有强烈的数字化特征，以数字化创新为手段的商业创新对企业的未来生存而言，重要性不言而喻。未来商业将在数字化下的万物互联，人机交互的供需对接，商业交付的数字化协同的三大趋势下齐头并进。

- **数字化下的万物互联：**无论是产品、生产线，还是商业服务、社交化分享都将数字化，才能完成基于规则和互惠互利下的互联互通，才能创造更大的商业价值。万物互联的基础是数字化，而互联的目的是创造更大的商业和社会价值。

- **人机交互的供需对接：**数字经济并非把人变成机器，而是让机器更懂得人的需求。人机互动的智能化应用场景不断增多就是数字化发展的成果。无论是企业还是消费者，都是用语音、自然语言，甚至手势进行表述，这些表述将很快被数字化转达，并通过云和网络获得更多范围的传播、交互、处理和分享，让消费者获得产品和服务，让企业获得相应的收益，实现商业价值。客户需求的表达途径也越来越多样化，无论是手机、彩电，还是冰箱、穿戴设备，都可以成为需求表述的渠道。“一网多屏”或者“一云多屏”的现象将成为常态。

- **商业交付的数字化协同：**云原生和计算能力的大幅提升，为企业设计更多的数字化产品和服务提供了便利条件，大大激发了更多数字化产品和服务的出现，比如金融、文化、娱乐产品和服务的交付方式将更多依赖数字化途径和手段。有形产品也依赖数字化手段提供信息收集、分享和智能化功能优化，这样才算完成完整的产品和服务交付。从消费者到厂家（C2M）模式的兴起，使得客户选择厂家或供应商的渠道更加便捷。谁能成为这个供应链条中的链主将取决于谁拥有对最终客户和消费者的话语权，商业链条的数字化协同效应的高低，将决定着该产业的兴衰沉浮。

  从量变到质变，规模化的运营模式与传统产业的运营模式已经完全不同。定价标准不仅基于成本、竞争和客户需求，更基于规模，价格的定价模式是一个动态的过程。从产业链分工来看，服务模式将更加深入和多元化，营销推广将更趋于社交化，比如直播热潮将归于平静，直播模式的迭代升级将进一步加剧。

3.2 商业创新是企业生存发展的必由之路

- **商业环境已经发生了重大变化：**客户需求、营销渠道、供应链条等商业环境的巨变要求企业的产品研发、生产方式和服务模式都要随之改变，企业必须从这种应激式的被动反应转化为主动布局的模式。在经过一段时间的“数字化焦虑”之后，企业对未来商业环境的变化已经有了较为清晰的认识，只有商业创新才能保持企业竞争优势：创新是企业保持竞争优势的基石和源动力，只有基于具体的商业环境和企业特定的禀赋优势，才能把创新成果落地实施，发扬光大。

- **商业创新应选择合适的平台：**创新并非没有规律可循，培养企业或个人的创新意识必须遵循科学规律，依赖正确的创新方法论来了解企业的具体创新行为。在此基础上，要充分利用适当的数字化应用平台，帮助企业在数字化转型过程中完成在产品研发、生产方式、服务模式和管理体系上的创新，并通过数字化应用平台得以巩固、继承和发扬。从追踪行业先进，跟跑、并跑，最终通过商业创新实现超越传统领先者是大部分企业走过的创新之路，但最根本的是，在这个追赶过程中，希望企业能找到可以借势的创新平台，发挥自身特点的创新规律，形成持续创新机制，这样才能在实现超越，成为行业领导者之后继续前行。

3.3 基于平台的商业创新将更加常态化

创新分为不同类型和阶段，如技术创新、产品创新、商业模式创新、服务创新；创新主体可以是企业，也可以是个体。每个人都可以创新，每个阶段都可以创新，每个人的创新成果和权益都需要得到保障。随着无代码、低代码等数字化工具的不断发展，个人的经验和创意都有机会成为技术创新、产品创新的具体体现。基于云计算服务的商业创新平台BIP，使得保存这些创新成果都变得更加方便。小功能、微创新层出不求，将更加趋势常态化。

微创新、阶段性创新的成果如果得到进一步转化，就需要更大的创新整合平台通过API、微服务等形式，把基于个人或小团体组织的创新成果穿插进去、整合起来，便捷地与其它系统平台集成在一起，让所有创新成果成为一个一个具有格局特色的应用体系，发挥更大的创新价值。

04. IDC 建议

在数字经济时代，企业数字化进入深水区的今天，企业必须更加积极、深入地进入企业数字化转型2.0阶段。我们给正在积极寻求数字化转型的企业提出以下建议：

4.1 脚踏实地，从最基础的 “上云” 开始逐步推进

企业数字化转型是一个不断发展的过程，尽管在总体趋势上，企业数字化转型已经进入2.0阶段，各类数字化产品和应用层出不穷，企业有更多的选择来推进自身的数字化步伐和进程。但对每一家企业来说，要根据自身条件来设计规划数字化转型的步骤和节奏。云计算作为数字经济背景下最基础的技术，是企业数字化转型之路的基本起点，也是未来新兴应用部署的基础。科学合理的上云、用云，从最基本的上云开始，选择适合企业自身的云部署模式，脚踏实地，逐步迁移，逐步扩大云计算应用范围和深度关键一步。

4.2 打造未来企业，制定适合自己的数字化战略

在数字技术不断发展，应用更加广泛的数字经济时代，把自己打造成未来企业是企业的必经之路。企业必须从长远发展的角度出发，结合自身发展特点和优势，整体设计和规划适合企业自身的数字化转型战略，打造自身在与客户之间的规模化共情、以智能化手段实现规模化洞察、构建具备数字化弹性的面向未来运营的关键能力、以未来工作和未来文化为导向，成为未来企业。

图18 打造未来企业、实施数字化战略的7大关键步骤

来源：IDC,2020

4.3 借势商业创新平台，提升数字化运营四大能力

商业创新平台BIP是未来企业数字化的重要平台和抓手，积极利用商业创新平台的能力，推动企业的商业流程、用户体验、产品和服务，商业模式和管理信任等方面的创新，实现可持续发展与增长。但商业创新本身具有非常强烈的行业和个性特点，商业创新平台既有行业通行的大原则、大框架等行业知识的沉淀，同时又在新技术、新应用等中开放符合企业特点和企业自身禀赋的个性化架构、流程和功能。

未来企业需要全面提升适合数字经济时代的四大能力，即客户能力、组织能力、技术能力和生态能力，需要充分利用商业创新平台，对企业的商业策略、人员、流程、技术、治理和数据等各方面有纯熟的把控。把每位员工的创新动能激发出来，整合起来，进行商业化、渠道化建设，以创造更大的商业价值。

4.4 培育创新企业文化，促进企业长期稳定发展

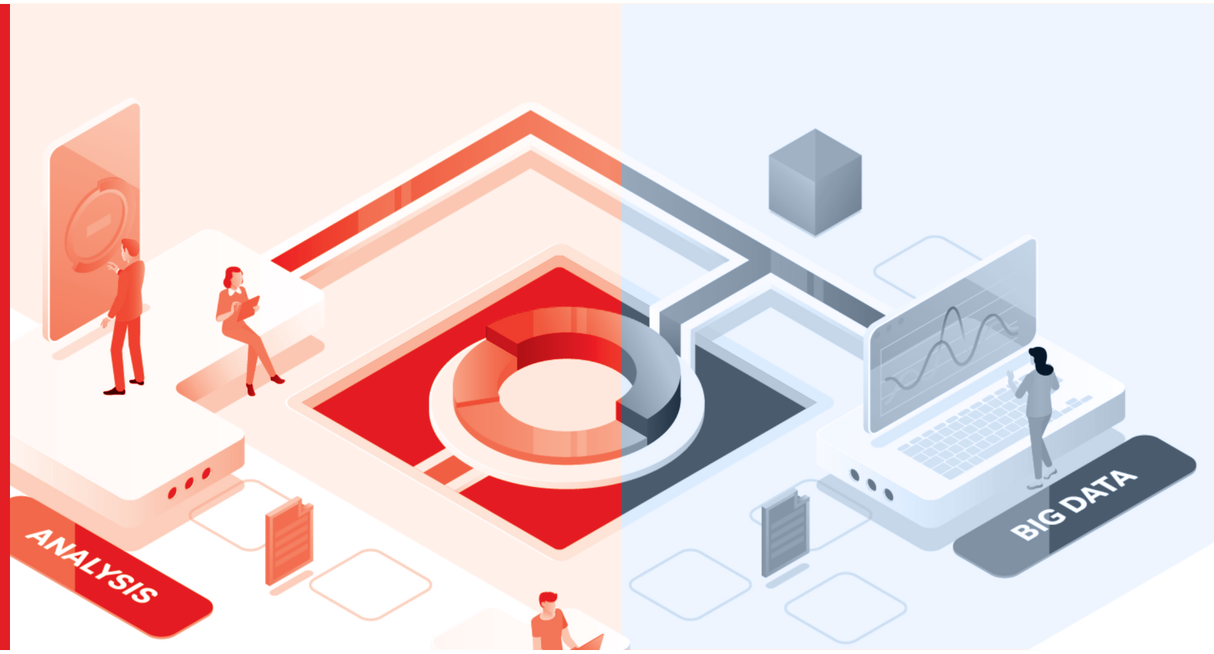
创新是保持未来企业长期稳定发展的基石和源头活水，要保持长期创新的源动力就要建设符合自身发展需求的创新文化。

- **鼓励试错的激励创新文化：**尽管数字技术提供了更多更广泛的创新工具，但是创新本身是一个不断试错的过程，从企业领导到每一位员工，都要树立鼓励试错的创新氛围，这样才能不断激发每一位员工、内部组织的创新动力。建立创新成果评价机制也是让每一位创新者认真开展创新工作，正确认知自己的创新价值的重要手段，企业在收集、整合每一次创新成果的同时，也在合理评价每一项创新成果在不同应用场景、不同发展阶段体现的创新价值，正确鼓励每一位创新者在成本、时间、精力的投入上，思考与创新成果的实现时机、商业价值密切相关的问题，做到合理付出和相对平衡。

- **形成成本投入服务商业创新的投资文化：**任何产出都需要成本的支撑，因此，合理规划成本支出和财务分析是企业经营绩效评估的重要内容，在数字经济时代，这类评估更是以数据分析为基础，让绩效评估更加精准。企业的IT或者数字技术的支出不仅仅用于提高企业运营效率，还在于建立企业创新的平台基础。企业的IT支出或者数字技术相关支出都应以服务商业创新为目的，形成服务支持商业创新的投资文化。

- **以目标导向的弹性组织文化：**实现商业价值是企业的根本目标，因此，建立目标一致的组织架构和人力资源安排是企业的一贯做法。只有利出一孔和力出一孔的组织才能实现既定目标。在数字经济时代，企业组织的变化既是整个商业环境、市场变化的结果，也是数字技术促进企业数字化转型的结果。建立弹性组织文化，就是要打破传统的组织边界，让企业内外部员工、长短期员工都能为一个共同的目标来完成相应的工作。因此，建立相应的生态系统是企业弹性组织的重要内容。倡导以目标为导向的弹性组织文化，将使得生态系统中的每一位合作伙伴都能获得相应价值。

05. 用友商业创新平台



5.1 从ERP到BIP，企业服务跨向 “全生命周期”

随着数字化经济的不断推进，特别是在疫情的影响下，商业创新的需求不断增长，在充满不确定性的环境中被提上新的高度。对于企业而言，数字化和智能化的转型要更加深入，上云的步伐要更加速度，这样才能应对未来太多的不确定因素，支撑企业的商业创新，助力企业在数字化转型中不断成功，铸就“未来企业”。

用友作为中国传统的ERP厂商，在成立三十多年之来，从用友1.0战略“成为中国领先的财务软件”、到用友2.0战略“成为亚太领先的ERP管理软件”再到用友3.0战略“成为全球领先的云服务提供商”，用友一直激励自己敢于尝试，不断创新，成为助力企业不断发展的战略合作伙伴。在新时代背景下，用友提出将升维自己的云服务，从产品服务模式升维到平台服务模式，全力打造商业创新平台，成为用友后续助力企业上云，进行数字化转型并实现规模化商业创新的重要承载。这一理念的转变不仅代表用友从ERP的蜕变，还代表着中国软件企业的一个飞跃发展，能够为全球企业提供跨越 “全生命周期” 的企业级云服务，全力服务于企业的商业创新。

图19 用友从ERP到BIP的全面升级

项目	ERP	BIP
客户价值	流程优化，提高效率	商业创新、转型升级
驱动方式	流程驱动/导向（以流程为中心）	数据驱动/数据导向（以数据为中心/富数据）
价值方式	侧重管控	运营服务+管控
协同范围	企业级应用/企业内协同	社会化协同（商业）/产业互联网平台
智能化	RPA强、智能交互、有限数据智能	RPA、智能交互、强数据智能
实时性	延时/批处理+准实时	实时+准实时
数据量	大量数据的接入、处理与存储	海量数据的接入、处理与存储
全球化	基本全球化	彻底全球化
国产化	基本支持	全面支持
架构	SOA、一体化套件	云原生、微服务、中台化
弹性化	有限弹性	高弹性化（含可扩展）
可用性	高可用	更高可用
产品形态	块服务套件	微服务群/组合（单独或组合售卖）
应用方式	功能型、模块化应用	场景化/任务化/特性化服务
报价方式	软件使用许可费+软件产品服务费	账号使用费（公有云）/年使用费（私有部署）
生态方式	有限生态合作	强生态运营
……	……	……

来源：用友,2020

用友从ERP到BIP的升维，背后是商业技术与企业应用更深度融合的需求，企业对信息技术的应用不仅仅着眼于内部管理、提升效率，更多关注于面向外部商业的创新。在数字化转型2.0时代，用友致力于而企业服务的价值理念产生关键的变化：

- **从单维到多维，BIP助力企业实现“全生命周期”管理：**随着云计算的快速发展和不断深入，企业上云的速度逐渐加快，需求也愈发复杂化。从ERP到BIP的升维，精准地展示了企业上云的需求变化。传统的ERP服务更多的是针对企业资源的管理计划，而BIP所涵盖的范畴早已超越了ERP的服务领域，为企业提供核心财务、采购、人才管理、供应链管理以及内外部协同、敏捷个性化配置等等；BIP提供的企业服务将会覆盖企业需求的方方面面，并伴随企业共同成长，成为有力的战略合作伙伴。

- **从聚合到破圈，生态的突破助力企业全面转型：**上云是一个生态整合的趋势，在数字转型经济时代，企业不只是寻求内部资源的整合，更加迫切需要借助云服务提供商的生态资源力量进行破圈，支撑未来业务发展，实现商业模式的创新。对此，我们可以看到云服务技术提供商不断加快生态的建设，BIP将运用云平台的优势，凝结生态力量将企业服务的边界扩大，为企业构建资源池，由此使得的中小的服务提供商可以借助生态伙伴的力量协同开展新业务、新管理，共建商业创新平台。

- **从软件到云平台，灵活部署加速企业创新速度：**从ERP到云，再到BIP，都传递着一个新的信号——标准的软件和通用的方案已经无法满足企业的多样化需求，针对不同的客户，云服务技术提供商需要提供更加个性化、便捷可用的解决方案。企业上云亦需要“因地制宜”，快速灵活部署正在成为云服务厂商的关键验证，而能够实现此目标，平台的优势不可欠缺。

5.2 用友商业创新平台 YonBIP，用搭积木的方式助力企业数字化转型

和IDC所观察到的企业创新现状相似，用友凭借其30多年的企业服务经验，充分了解企业在商业创新的需求，也了解企业需要突破的障碍。缺乏专业知识和经验，技术的开发难度、部署与应用的复杂性，商业创新依旧是精英创新，大众创新困难，服务企业创新的社会资源分散，创新的运行成本不可估量等是企业数字化转型过程实施商业创新策略面临的主要障碍。为有效服务于企业的数字化转型和商业创新，用友商业创新平台YonBIP运用数字化创新技术来帮助企业突破发展障碍，助力实现商业创新，完成向成为未来企业这一目标的关键转变。

如下图所示，在用友YonBIP的整体架构中可以看到，BIP搭载着云平台，凝练中台思想（技术中台、数据中台、业务中台等），为企业在数字化转型中提供各个业务场景中的SaaS服务。通过“搭积木”的方式为企业构建智能的核心，助力企业不断商业创新，实现数字化转型2.0阶段的关键蜕变。

图20 用友商业创新平台YonBIP架构图

来源：用友,2020

用友商业创新平台 YonBIP用“搭积木”的方式助力企业商业创新的三层含义：

简单易上手

积木之所以受众面广，就在于其足够简单。而企业上云，就应该像“搭积木”一样简单，具有广泛的普惠性。为了降低企业上云的门槛，特别是没有技术团队的中小企业，用友YonBIP倡导用“搭积木”的形式助力企业上云。强调企业数智化的过程中，通过云服务包来帮助企业无障碍上云，以此来降低企业上云的成本和技术门槛，推动云服务应用的落地和普及，完成商业创新的技术步骤。

智能可定义

上云不是终极目标，其本质要服务于业务和管理的协同创新。这就意味着通过上云来完成商业模式创新将为企业带来更加全面、弹性可拓展的价值。用友从产品服务模式（SaaS为主）升维到平台服务模式（PaaS+SaaS+BaaS+XaaS）,打造商业创新平台，所看中的就是平台服务模式具有更加灵活的部署能力和资源整合、数字可控能力，使得企业上云后能获得更高、广泛的操作空间，以此借助云上资源来完成自我突破，更好地投入商业创新。

安全且稳固

“积木”游戏的成就感在于需要保持稳定性，不能一触就倒。对应在商业创新，实际上就是上云服务和在平台上进行商业创新的安全性和稳定性。用友在商业创新平台YonBIP打造的SaaS层在提供覆盖企业进行商业创新时所需的产品和内外部应用类服务，在IaaS层与众多云服务商紧密合作，共同强化整个服务体系的安全可信，以此保障服务的稳定。

在用友商业创新平台YonBIP上，企业（包括其中的各类各级组织与角色）、相关组织与个人可以简单、便携、随需、随时、随地开展商业创新，使商业创新超越了技术、商业两道专业屏障，变得简单化、大众化、社会化。

—— 用友 王文京

5.3 “平台+生态” 让商业创新更加高效便捷

在数字经济时代，企业千人千面的个性化需求特点更加突出，传统标准功能的软件和通用方案已经无法满足企业的多样化需求。“平台”+“生态”突显优势，更加符合企业未来的发展需求，为企业在数字化转型中不断增强创新能力。

- **用友商业创新平台YonBIP应云而生，实现从企业级到社会级平台建设。**其采用开放的平台与架构，以业务中台、数据中台和技术中台为核心，聚焦财务、人力、协同、采购、营销、供应链、制造七大企业核心领域云服务，基于统一的平台和公共服务，整体提高领域、行业产品开发效率和质量，同时打造商业创新生态的强大底座，成为用友及生态未来整体业务的统一平台。用友商业创新平台YonBIP完全基于云原生技术，采用无服务器计算和微服务架构，生态伙伴可以基于低代码开发平台和连接集成平台快速实现商业应用创新，大幅提升SaaS开发效率。用友商业创新平台YonBIP从企业中后台管理延伸至前台管理域外部互联互通和交易，远超出传统ERP范畴，支撑和运行客户的商业创新、业务创新、以及管理创新，力图构建一个社会化商业的应用级基础设施和企业服务产业的共享共创平台。

- **用友商业创新平台YonBIP通过平台聚拢形成企业服务的一个大生态：**用友商业创新平台YonBIP基于以平台化服务、生态化发展为核心理念，制定了服务超过千万家的企业客户、汇聚超过十万的企业服务的生态伙伴、连接超过亿人的社群，实现千亿营收的发展目标，体现出用友服务于企业商业创新的战略级考量和坚定决心。

关于IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。成立于1964年，IDC在全球拥有超过1100名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。IDC于1982年正式在中国设立分支机构，是最早进入中国市场的全球著名的科技市场研究机构。在中国，IDC分析师专注于本地ICT市场研究，与本地市场结合度非常高，研究领域覆盖硬件、软件、服务、互联网、各类新兴技术以及企业数字化转型等方面。欲了解更多信息，请登录www.idc.com。

IDC China

IDC中国（北京）：中国北京市东城区北三环东路36号
环球贸易中心E座901室

邮编：100013

+86.10.5889.1666

Twitter：@IDC idc-community.com

www.idc.com