

# 2024年中国采购数字化平台 行业研究报告

部门：企服研究一组



采购数字化平台是采购管理向研发、物流、生产及销售等产业链环节延伸的结果。其服务对象既包括**采购方**，也包括**多层级的供应商**，利用云计算、大数据、人工智能、物联网等数字化手段为供需**双方赋能**，最终实现供应链网络的价值提升。



采购数字化平台对采购方和供应商的赋能包括产业赋能和技术赋能两个层面：

- **产业赋能**

采购方赋能：围绕SRM核心功能，向全生命周期的供应链管理进行拓展。

供应商赋能：基于供应链上下游数据，为供应商提供资金赋能、商机赋能等服务。

工业协同赋能：工业套件满足供需双方在生产环节的协同需求，共建高质量供应链网络。

- **技术赋能**

iPaaS赋能：开放接入第三方资源及能力，围绕供应链场景打造融合应用。

AI赋能：应用大数据及人工智能技术，推动采购各环节由数字化向智能化升级。



采购数字化平台以SRM为中心拓宽服务的边界，通过双向赋能形成**网络效应**，带动市场天花板的提升。根据艾瑞咨询的测算，采购数字化平台的潜在市场空间接近**7000亿元**，市场发展前景广阔。



未来，采购数字化平台将综合利用AI、RPA、iPaaS、低代码/零代码、物联网等技术，打通系统间壁垒，在促进业务流程优化的基础上，进一步实现采购及供应链流程的**自动化与智能化**，满足企业在降本增效、服务拓展、数据赋能三方面的需求。

## CONTENTS

# 目 录

---

### 01 采购数字化平台概述

Overview

---

### 02 采购数字化平台行业新风向

Industry Insight

---

### 03 采购数字化平台典型案例

Case Study

---

### 04 采购数字化平台发展趋势

Development Trends

# 01 / 采购数字化平台概述

O v e r v i e w

# 研究范畴界定

## 以采购管理为核心向全产业链拓展，赋能供需双方的连接协同

学术角度，供应链一词是企业实现产品从设计到销售的完整链条，采购是其中一个重要的环节。随着现代企业管理理念的逐步普及，越来越多的企业认识到与外部供应商连接协同的重要性，采购数字化的概念开始向供应链的上下游延伸。本报告所指的采购数字化平台，是在采购管理基础上向研发、物流、生产及销售等环节延伸的结果。其服务的对象既包括采购方，也包括多层级的供应商，利用云计算、大数据、人工智能、物联网等数字化手段为供需双方赋能，向全产业链扩展，最终实现供应链网络的价值提升。

### 采购数字化平台研究范畴



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台的演进历程

## 由采购管理出发逐步覆盖供应商需求，形成面向供应链网络的产品能力

采购数字化平台前身是SRM（供应商关系管理）系统，更早则是ERP系统中的采购模块，其发展演进的背后是企业对于采购及供应链协同管理专业化诉求的提升。企业的外部协同需求由单一的采购环节向研发、生产、物流、服务等环节延伸，从与直接交易的供应商协同拓展至多级供应商协同。SRM厂商基于真实供应链交易数据，结合AI大模型，逐步积累起为供应商提供资金、商机等多元化服务的能力。以上两者共同促使了SRM产品进一步向采购数字化平台演化。产品能力边界和服务客户群体的拓展，让采购数字化平台具备了更强的双边赋能属性，云端部署的价值也得到提升。

### 采购数字化平台的演进历程



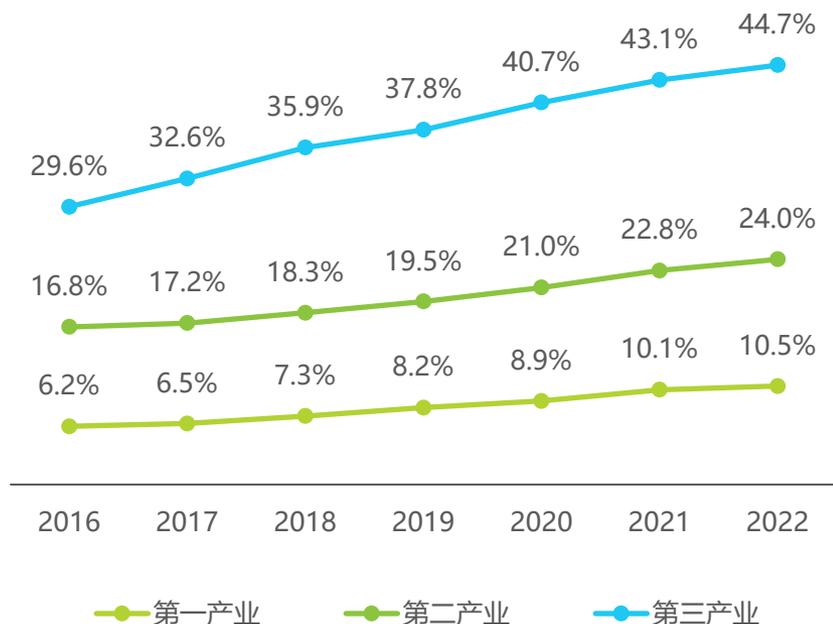
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台需求背景 (1/3)

## 数字化应用深入，竞争环境严峻，企业愈发关注供应链整体的价值提升

2022年中国数字经济规模达到50.2万亿元，同比增长10.3%，三次产业的数字经济渗透率均呈现稳步提升态势。数字技术与实体经济在各领域加速融合，采购商城、SRM等数字化采购应用持续深化。采购数字化为供应链数字化提供了必要的连接与数据基础，过去难以获取的采购方、供应商数据正在逐步迁移到线上平台，让供应链的数字化协同成为可能，与此同时，日益严峻的竞争环境下，企业持续面临成本和效率的压力，用户对需求定制、高品质和高服务的要求提升，企业愈发需要从供应链整体的角度提升自身竞争力，搭建快速响应、高效协同的供应链将成为企业重要的竞争力来源。企业对外协同管理的需求增强，推动以采购环节的数字化为中心向产业链、供应链数字化延伸。

### 2017-2022年中国数字经济在各产业中的渗透率



### 2018-2025年中国B2B行业规模及增速



来源：中国信通院《中国数字经济白皮书（2021）》、《中国数字经济发展报告（2023）》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

注释：中国B2B行业规模为原材料、工业品和消费品国内贸易口径，不包括出口贸易；且仅测算B2B行业线上化规模。

来源：公开资料，专家访谈，由艾瑞自主核算。

# 采购数字化平台需求背景 (2/3)

## 政策鼓励制造业高质量发展，以数字化促进转型升级、强化供应链韧性

作为实体经济最重要的组成部分，推动制造业的高质量发展是近年来国家政策关注的重点方向。在中美脱钩、断供的压力之上，国家期望通过数字化实现制造业的转型升级，强化供应链的韧性，以应对外部市场环境的变化。《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》以数字化转型为抓手、围绕两化融合提出了多项发展任务，其中针对制造业的产业链、供应链优化升级主要集中在数字化与网络化两个方向。《中国两化融合发展数据地图（2021）》显示，2017到2021年间，制造业产业链、供应链优化升级效果明显，但就目前来看，相比于内部的产供销集成，制造业对外的产业链协同水平仍有较大的提升空间。

### 制造业产业链供应链优化升级的政策方向

#### “十四五”信息化和工业化深度融合发展规划

#### 网络化协同：

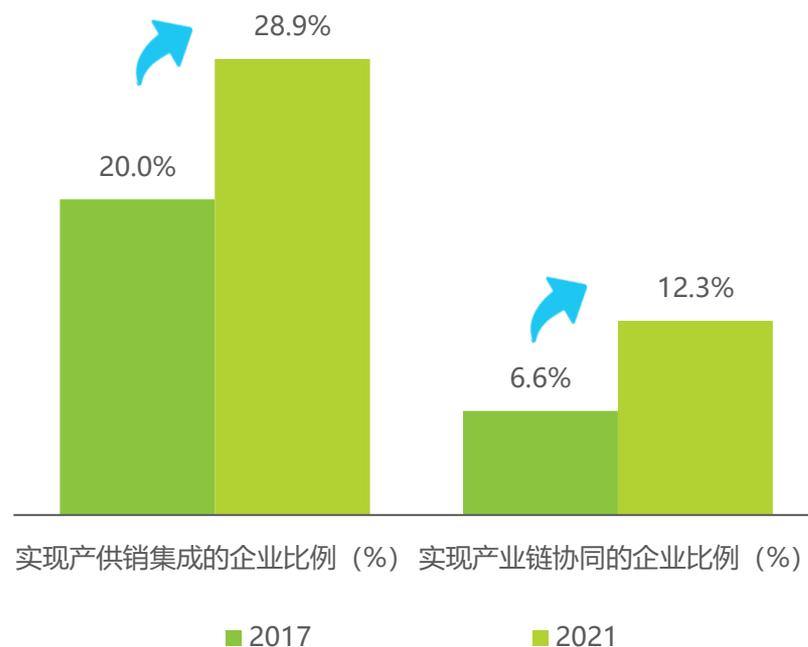
- **促进企业间的数据互通和业务互联**，推动供应链上下游企业与合作伙伴共享各类资源，实现网络化的协同设计、协同生产和协同服务。

#### 推动产业链供应链升级：

- **推动数据赋能全产业链协同转型**，深化应用5G、互联网、大数据、区块链等新一代信息技术，重构产业链的结构、流程与模式，强化产业链全渠道智能管控和动态优化，促进产业链向产业网络转型，增强产业链的自适应、自修复能力，提升产业链稳定性和竞争力。
- **推动供应链全链条云端协同**，引导上下游企业加强供应链数字化管理和一体化协同，基于平台开展协同采购、协同制造和协同配送，推动企业健全供应链安全管理体系，打造敏捷高效、安全稳定的数字化供应链和供应链网络。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### 2017&2021年中国制造业产业链供应链优化升级数据



来源：《中国两化融合发展数据地图（2021）》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

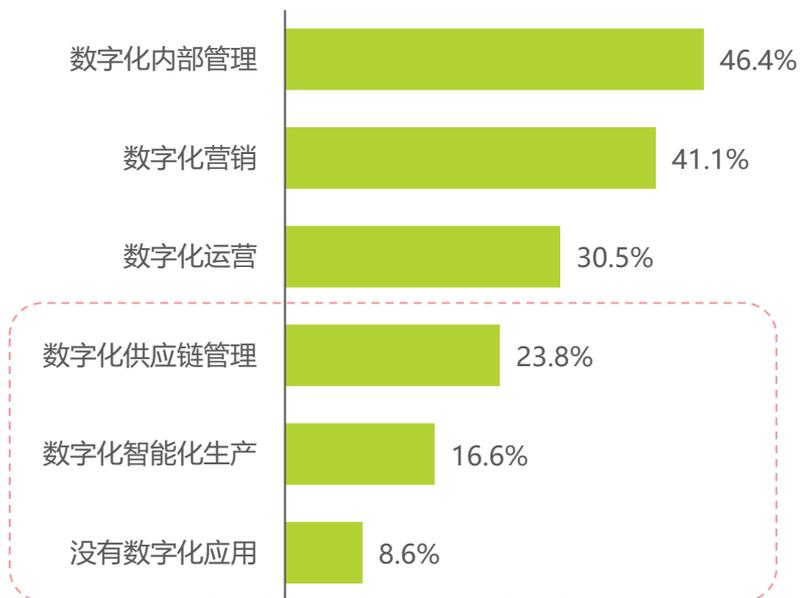
# 采购数字化平台需求背景 (3/3)

## 核心企业带动周边企业，头部厂商推动技术应用，惠及中小企业

中小企业是数字化转型中的重点和难点，由于信息化基础薄弱，能够投入的资金和人力有限，其数字化进程普遍落后于大型企业。调研数据显示，2022年尚有8.6%的中小企业没有数字化应用，处于产业链条后端的供应链管理、智能化生产，发展滞后的情况更加严重。《“十四五”促进中小企业发展规划》《中小企业数字化转型指南》等政策相继颁布，多措并举，帮助中小企业以数字化转型推动综合实力与核心竞争力的增强。

一方面，中小企业在供应链网络中往往扮演着核心企业上下游的角色。作为采购方的核心企业数字化水平持续攀升，供应商管理体系不断完善，将带动作为供应商的中小企业在供应链协同方面的转型升级需求。另一方面，随着云计算、大数据、人工智能、物联网等新兴技术向各领域的渗透，技术的使用成本逐步降低。采购数字化平台的出现，进一步让数字化能力惠及广大的中小企业。

### 2022年中国中小企业在数字化转型中的实践



### 2021年中国中央企业采购及周边企业辐射情况



来源：腾讯研究院&腾讯营销洞察《中小企业数字化转型高质量发展报告》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

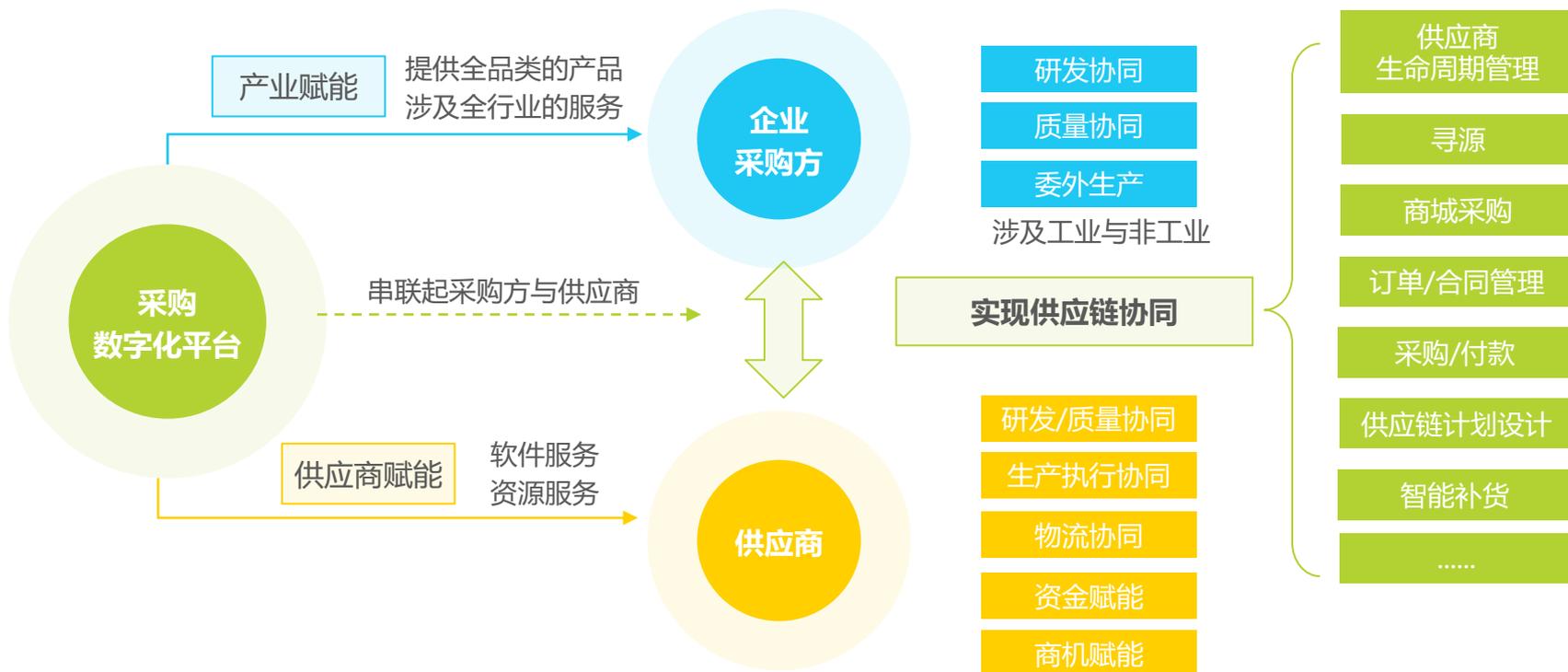
来源：国资委，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 采购数字化平台的产业链结构

## 采购数字化平台串联企业采购方与供应商，实现全链条的数字化协同

采购数字化平台的参与方包括采购方企业、供应商、平台服务方，串联起了采购、物流、财务、研发、销售等环节。企业采购方的核心需求是采购品类的丰富带来选择的多样性，以及研发生产协同性提升带来的效率提升，此外，供应商的管理效率、产业链协同能力也将影响企业采购方的最终实践，因此采购数字化平台为供应商提供软件服务与资源服务，能够建立起二者的沟通桥梁，通过产业链双方参与者的资源整合实现全局协同。此外，采购数字化平台可对供应链数据采集、整合与分析，助力企业实现供应链数据的可视化与透明化，提高管理效率。

### 2022年中国采购数字化平台产业链结构



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台产业图谱

## 整合采购电商平台资源，可同步技术赋能企业客户与供应商

采购数字化平台型厂商是从此前的ERP采购管理、SRM、数字化采购演变而来，具有全链条服务能力的厂商。采购数字化平台厂商提供采购数字化及供应链协同解决方案，为企业采购方提供基于供应链的全链条协同平台，包括帮助其改善采购管理，实现共赢保证与降本增效，以及在工业深度场景进行多维度协作，满足企业内外部协同。另一方面，平台型厂商具有供应商赋能能力，通过对其商机、资金、IT等维度赋能，实现业务边界拓展。产业链上还可能涉及到其他第三方服务商，如物流运输、供应链金融等，这些服务商为厂商提供支持和服务。

### 2022年中国采购数字化平台产业图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 02 / 采购数字化平台行业新风向

Industry Insight

# 采购各环节拆解及企业痛点分析

## 应用强协同属性和AI技术能力的供应链软件，实现产业链上下游的协同

企业在采购相关的经营活动各环节中存在诸多痛点，如前期计划与研发环节中调度的及时与准确性，核心采购环节的寻源、比价，执行环节的物流商选择与费用结算，以及后续质量的反馈、财务付款等。以采购环节为例：企业需要寻找合适的供应商，确保供应的商品或服务的质量、价格、交货时间等符合需求，可能面对供应商选择不当、供应不稳定、价格不合理等问题。由此，具有强协同属性和AI技术能力的采购软件能够加强对生产全流程的管理，并提供企业所需的供应商资源、物流资源、供应链金融服务等，进而提升全流程的运转效率。

### 采购数字化环节拆解与企业痛点分析



#### 供应链协同能力

- 对客户需求进行预判，提前规划，增强客户需求匹配度
- 优化客户响应速度，提升迭代更新能力
- 优化供应商质量，使得产品质量也相应提高，供应链全流程服务提升
- 优化履约交付时间、提升库存周转效率、降低售后维护成本



#### AI技术

智能计划/寻源	智能核价	智能合同	智能排产、质量管理	智能物流调度	智能供应商画像与风控
大数据信息寻源、基于过往经验进行分析，产出计划	基于报价、行情、历史价格、企业预算等	模版化起草、内容自动校对、履约风控	数字化管控生产、实时进度把控、模型跟踪核定、成本管控	根据实时物流情况按排货物流转	基于过往供应商数据建立画像，智能匹配潜在新供应商，并评估风险

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 产业赋能：采购方赋能

## 围绕SRM核心功能，向全生命周期的供应链管理进行拓展

采购数字化平台为企业提供全生命周期的管理，意指在企业内部及外部的整个供应链运营过程中，涵盖从供应商开发、采购、生产、仓储、配送，到客户服务的全过程，为采购方提供经营所需全流程、全场景、全品类的产品与服务。核心是围绕SRM系统相关功能，分别向底层发展技术能力，关注多场景需求解决企业面临的资源、资金、信息、技术等问题。在企业全生命周期供应链中，每个阶段都相互衔接，逐步形成一个完整的供应链体系，进而企业可以降低成本、提高产品质量、增强客户满意度等，这一综合性的管理方法能够优化产品供应链的运作和效益。

### 采购数字化平台面向采购方的产品赋能



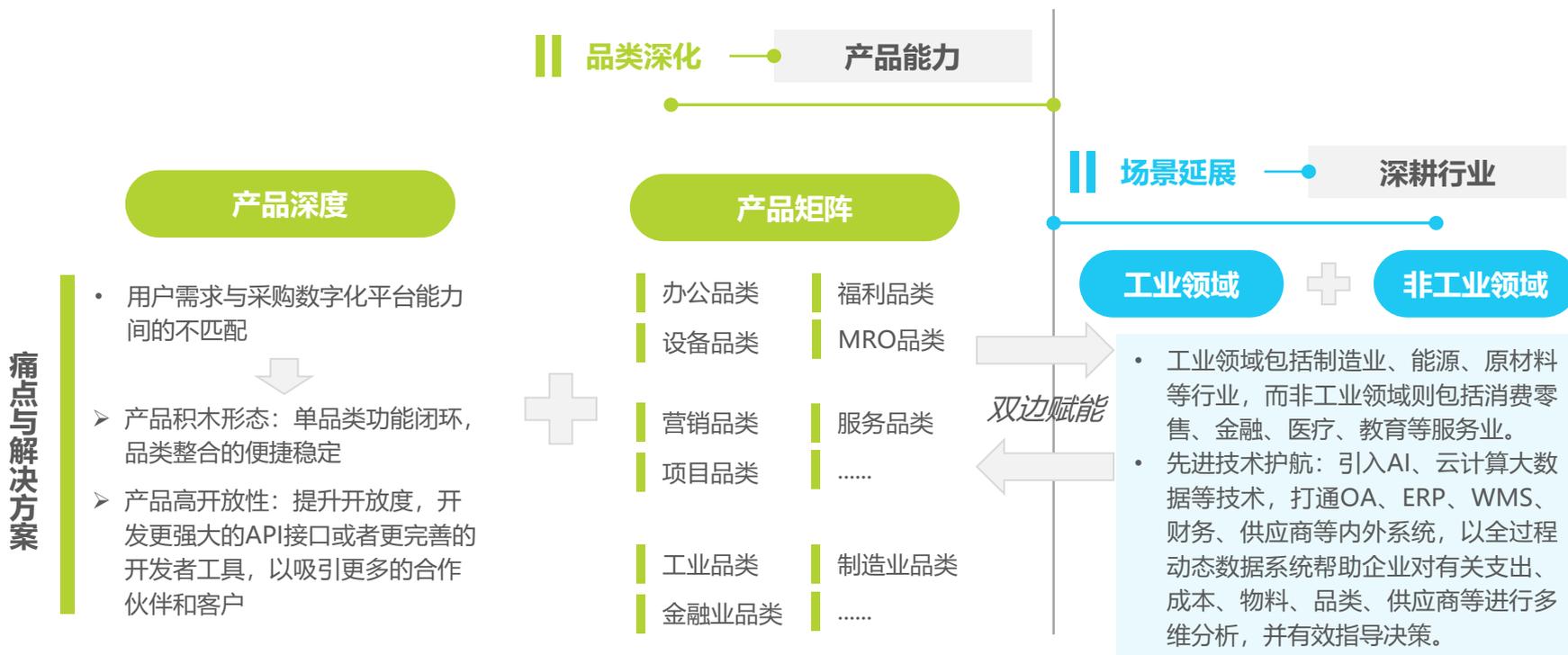
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 产业赋能：采购方赋能

## 针对典型采购品类进行深化管理，持续深化服务能力

采购数字化平台用户覆盖工业、医疗、金融、电子装配等各行业，不同行业内的供应链环节分布、模式、所需产品品类均存在差异。面向企业用户时，平台服务能力集中于深化品类和拓展场景，即深耕各行业实际业务链条。品类与行业的概念可彼此交叉，但不完全替代，企业在行业下根据需求以搭积木形式采购对应品类，可有效解决企业使用成本。对此，采购数字化平台针对不同行业提供数字化解决方案，或者针对特定的产品类别提供更精细的解决方案，并不断深化，如提供更高级的供应链优化工具，或者更智能的采购管理系统，而产品的开放性也是平台型产品的优势所在。

### 采购数字化平台进行品类深化



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 产业赋能： 供应商赋能

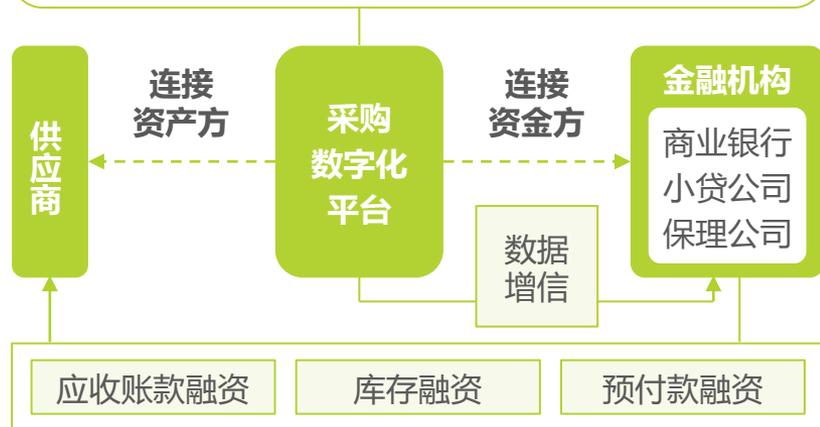
## 基于供应链上下游数据，为供应商提供资金赋能、商机赋能等服务

采购数字化平台不仅是简单地连接了供应链的上下游企业，平台所积累的交易数据更是进一步面向供应商赋能的基础。一方面，中小供应商在交易中大多处于弱势地位，但因为财务信息不透明、缺乏有效的抵押物等原因，其资金需求往往难以得到满足。而采购数字化平台则可以基于历史交易、行为等数据对供应商进行综合的信用评估，并对接银行等金融机构为其提供供应链金融服务。另一方面，针对中小供应商获客难的痛点，采购数字化平台搭建了连接采购方的通道，能够帮助供应商匹配到潜在客户，通过营销工具和策略建议促进转化率的提升。未来，采购数字化平台将持续挖掘供应商侧的服务价值，开拓更广阔的市场空间。

### 采购数字化平台供应商赋能的核心能力

#### 资金赋能 — 供应链金融

- 连接供应链两端的采购方与供应商，拥有供应链真实交易数据，并接入第三方数据进行辅助验证
- 建立数据化的风控体系，对接资金对接平台，为中小微企业提供资金赋能



#### 商机赋能 — 线索匹配

- 供应商在平台建立企业档案，并发布自己的产品信息，采购方可根据自身需求进行搜索、浏览和购买
- 将采购方的需求与供应商的产品信息进行匹配，帮助供应商寻找潜在客户
- 供应商实时监控销售线索活动，并对销售线索、客户画像、关系活动等可视化管理

#### 商机赋能 — 智能荐品

- 根据客户需求和市场趋势，为供应商提供产品展示优化及营销策略建议
- 提供内容素材和营销工具，对接广告投放渠道，支持多种营销场景、精准触达客户

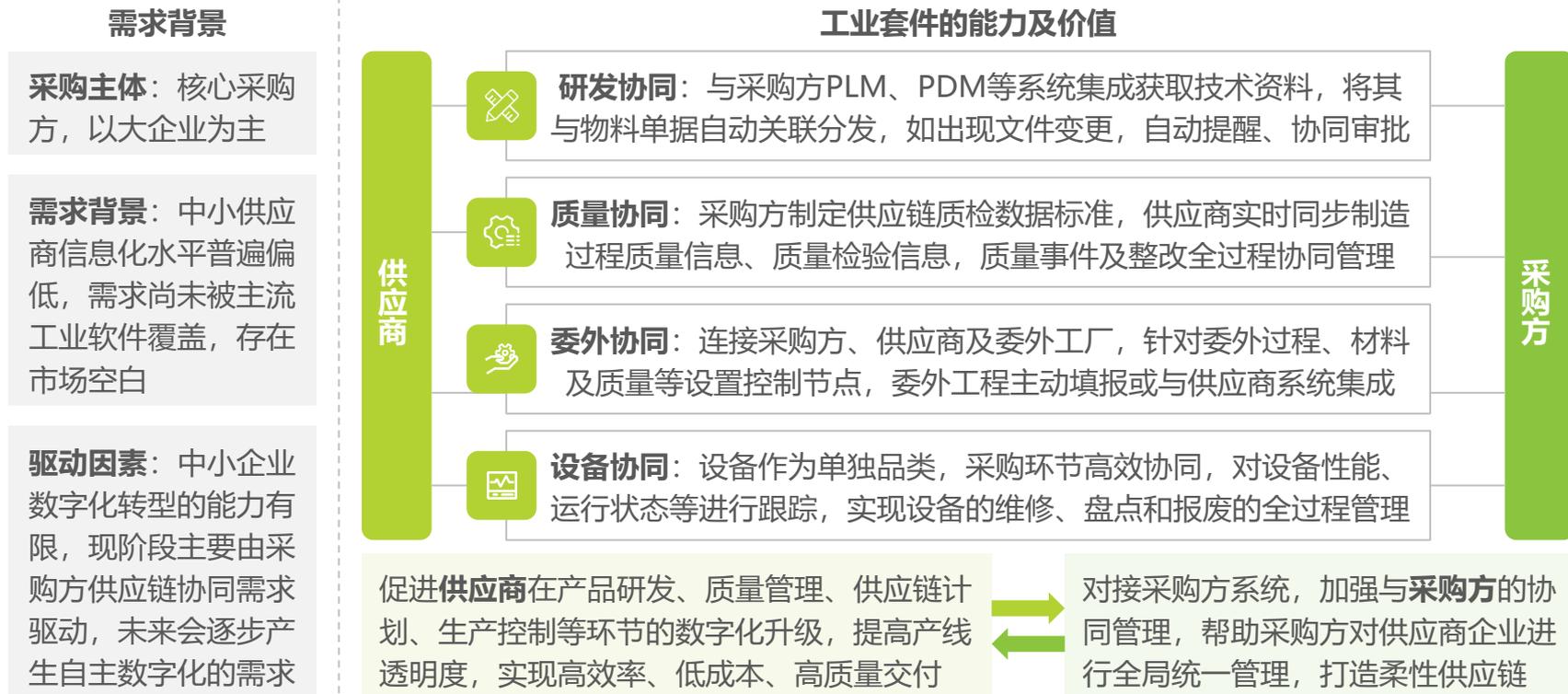
# 产业赋能：工业协同赋能

## 工业套件满足供需双方在生产环节的协同需求，共建高质量供应链网络

工业软件市场长期被国外厂商垄断，然而国外的本地部署产品普遍定价较高，造成中小工业企业在信息化方面的空白。随着采购数字化发展的逐步深入，核心的采购方企业对与供应商协同合作的诉求增强，进而带动中小供应商的转型升级。在此背景下，供采购数字化平台除面向采购方提供数字化应用外，更将能力拓展至供应商侧。通过为供应商提供研发协同、质量协同、委外协同、设备协同等工业套件，采购数字化平台既帮助供应商提升了自身的数字化管理能力，又能够反哺采购方，助力供需双方降本增效，共同打造更加高质量的供应链网络。

### 采购数字化平台的工业协同赋能

#### 工业套件的能力及价值



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 技术赋能：iPaaS赋能

## 开放接入第三方资源及能力，围绕供应链场景打造融合应用

iPaaS致力于为应用间的数据集成提供一套统一的工具和流程。采购数字化平台以连接供应链上下游为目标，提供iPaaS能力可以满足企业客户跨系统连接的诉求，通过与企业自有系统进行集成，实现跨系统的数据交互。同时，通过引入不同类型的第三方生态服务商，采购数字化平台可以为采购方和供应商提供一站式的解决方案，降低客户的使用门槛，满足灵活、可扩展的需求。

目前来看，多数厂商的iPaaS赋能集中在开放接入的层面。随着未来场景化应用的深入，厂商将第三方资源和能力与自有产品能力进行深度整合，并以标准化的形式进行输出，可以为客户带来更流畅的使用体验与更深度的价值提升。

### 采购数字化平台的iPaaS赋能



# 技术赋能：AI赋能

## 应用大数据及人工智能技术，推动采购各环节由数字化向智能化升级

采购数字化平台在提供管理工具和连接能力的基础之上，叠加大数据与人工智能技术，为供需双方提供数据驱动的AI赋能。其在底层应具备数据标准管理、数据模型管理、数据安全治理等能力，确保充分发挥采购数据资产的价值。

应用层面，AI+采购的典型场景可以分为采购流程、供应商管理、采购决策及风险管理四大板块。采购数字化平台不仅能够促进采购流程的自动化、智能化，还能对供应商进行科学地评估与筛选，通过建立实时的监测及分析体系，针对风险问题实时预警，为采购及供应链决策提供有效的数据支持，从而实现企业效益的最大化。

### 采购数字化平台的AI赋能



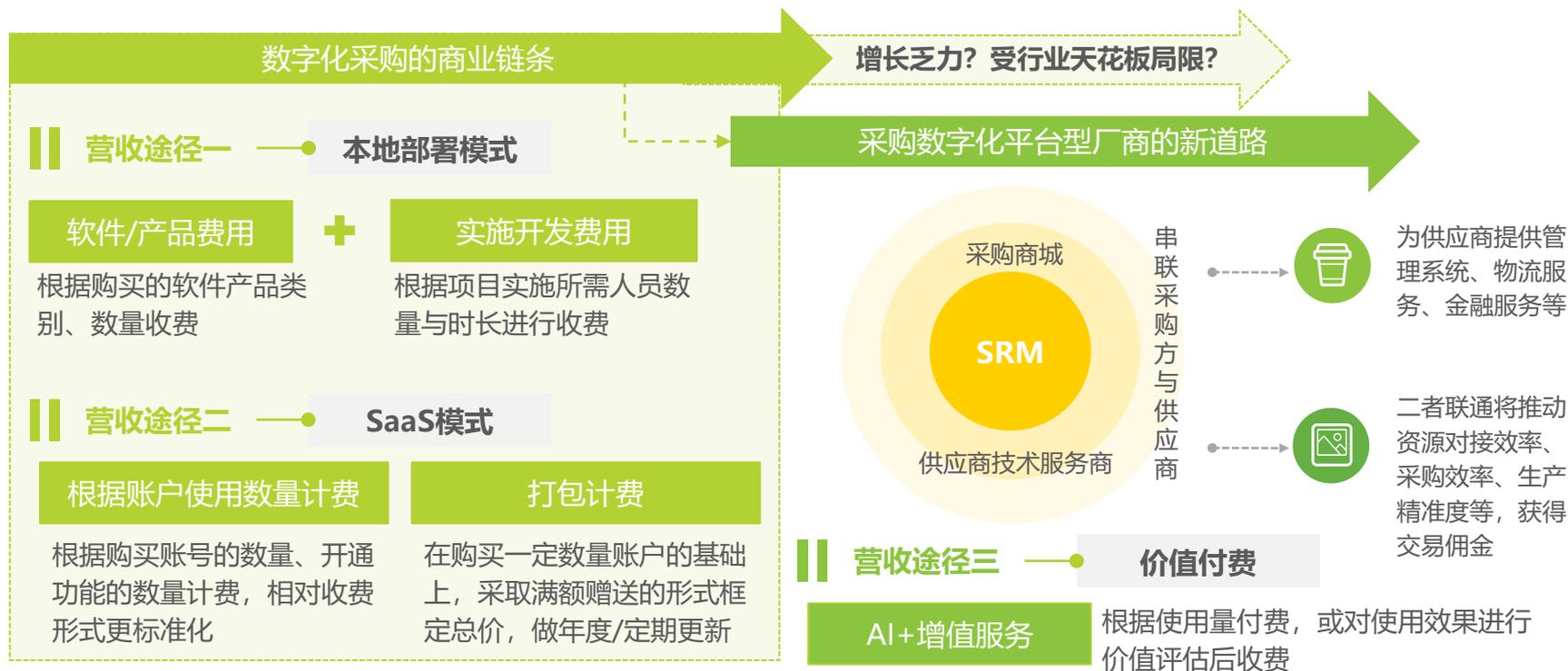
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台商业模式分析

## 服务供应商，获得新的技术服务收入与交易佣金

采购数字化平台型厂商的商业模式比数字化采购厂商更为丰富，除了来自采购方的本地部署和SaaS营收外，还可通过向供应商销售软件，获得新的营收增长点。平台型厂商将由此获得更强的SRM产品用户粘性，企业采购方对平台资源更为依赖，供应方也能由此直面客户需求，优化产品服务能力配置，而平台将在拉通二者交易中获益。平台型厂商提供更全面的解决方案满足采购方和供应商双方的需求，也使得自身商业模式更加多样化，从而应对快速变化的市场环境。

### 采购数字化平台的商业模式分析



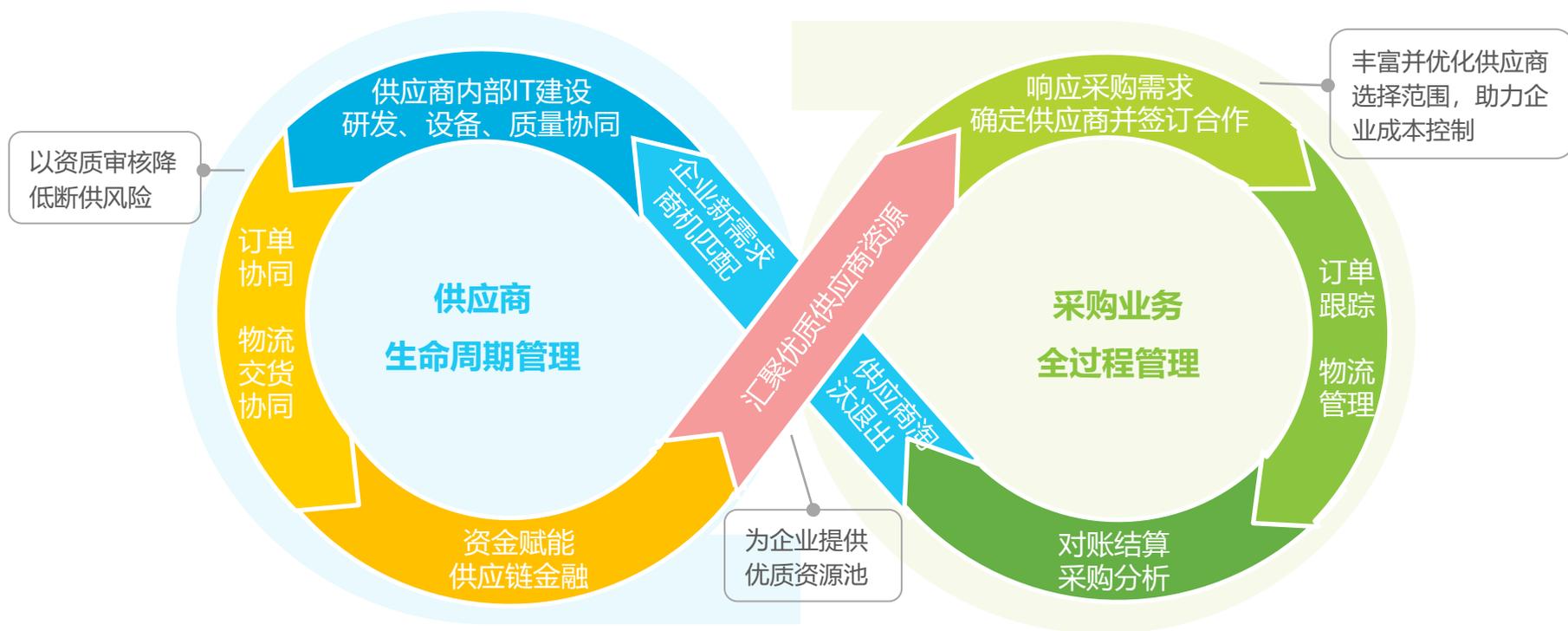
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台的网络效应

## 建立企业服务应用商店，构建供应链全链条业务闭环

采购数字化平台的发展将使得采购与供应链市场原本天花板被突破，迎来更为广阔的新市场空间。采购数字化赋能聚焦于供应商与采购方，串联起二者能够实现大量第三方资源的汇聚，实现支持企业主营业务与非主营业务、聚焦工业与非工业行业，并对供应商的计划、招标、采购、物流、财务等环节进行全方位的管控，构建起帮助企业进行采购供应链管理的协同平台，助力企业数字化升级与创新。基于供应链协同平台，采购方可对开发需求进行深度评估，结合同步寻源成果，基于全面评估敲定合作，并在后续环节对订单进度、物流状态和财务结算进度进行跟进，最终项目数据将经过沉淀，将反哺后续合作。

### 采购数字化平台网络效应的产生与价值

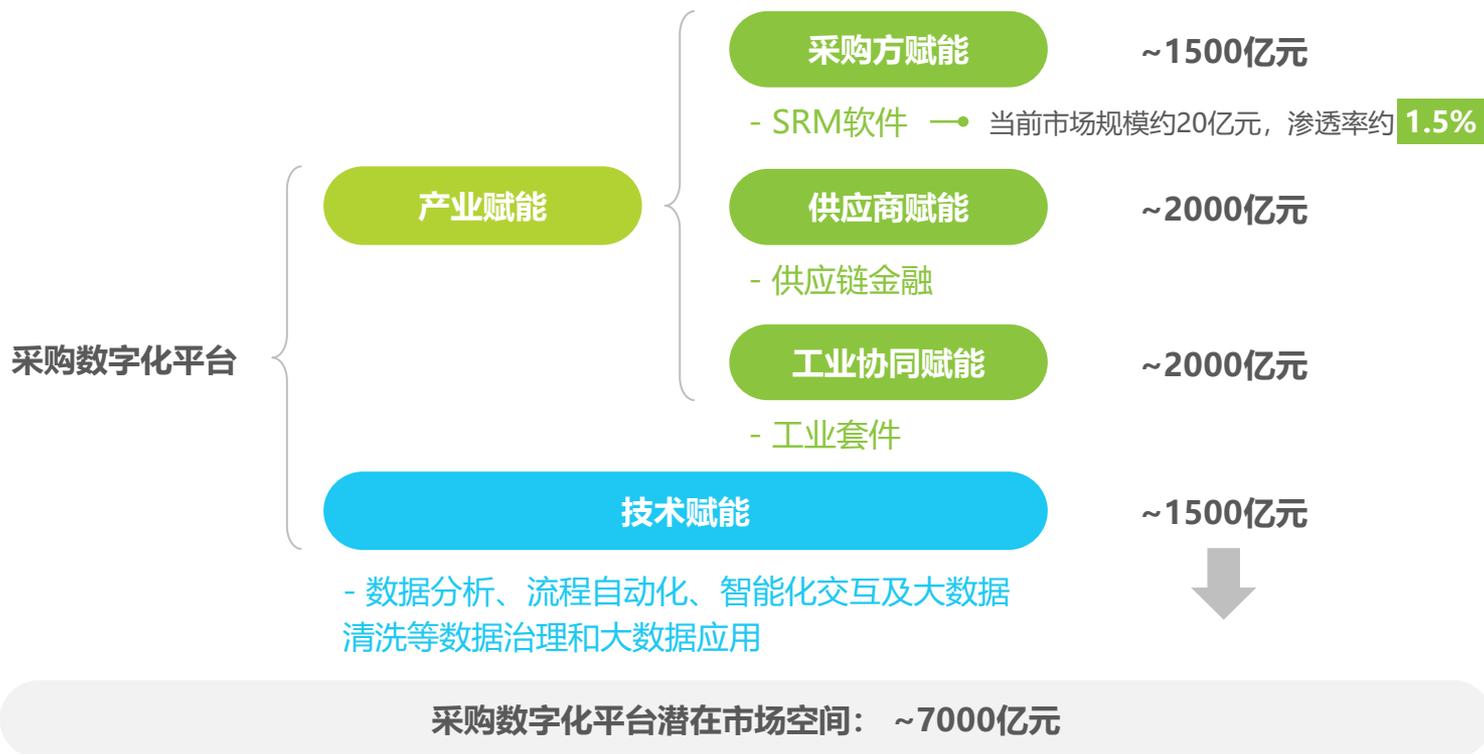


# 采购数字化平台的潜在市场空间

为供需双方提供产业与技术赋能，建立双向连接，潜在空间近7000亿元

根据艾瑞咨询测算，当前SRM软件的市场规模仅在20亿元左右，渗透率仅1.5%。随着企业数字化采购需求的不断深入，SRM软件的受众将由头部企业逐步向腰部企业渗透，潜在市场空间约在1500亿元。在此基础上，以SRM为中心拓宽服务的边界，从采购领域向供应链的上下游环节延伸，将进一步带动市场天花板的提升。通过为采购方和供应商双方提供产业和技术赋能，形成网络效应，采购数字化平台的潜在市场空间接近7000亿元，市场发展前景广阔。

## 中国采购数字化平台潜在市场空间测算



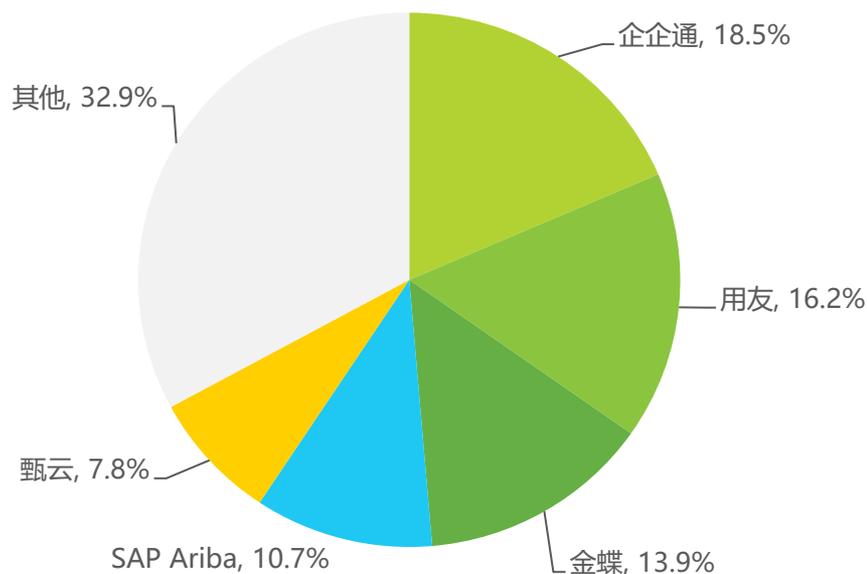
来源：综合企业访谈、公开市场信息及艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台的行业竞争格局

## 以SRM和ERP背景的厂商为主，企企通市场份额第一达18.5%

当前，中国采购数字化平台市场的头部五家厂商为企企通、用友、金蝶、SAP Ariba及甄云。其中，企企通、SAP Ariba、甄云以SRM为核心向平台模式拓展，SaaS服务的占比高；用友、金蝶则是在ERP软件的基础上逐渐分化出独立的采购及供应链数字化产品，相较而言，仍有较多的本地部署服务。整体来看，采购数字化平台在采购方侧的服务能力基本健全，但在供应商侧所覆盖的需求深度不一，尚有较大的提升空间。

### 2022年中国采购数字化平台市场份额



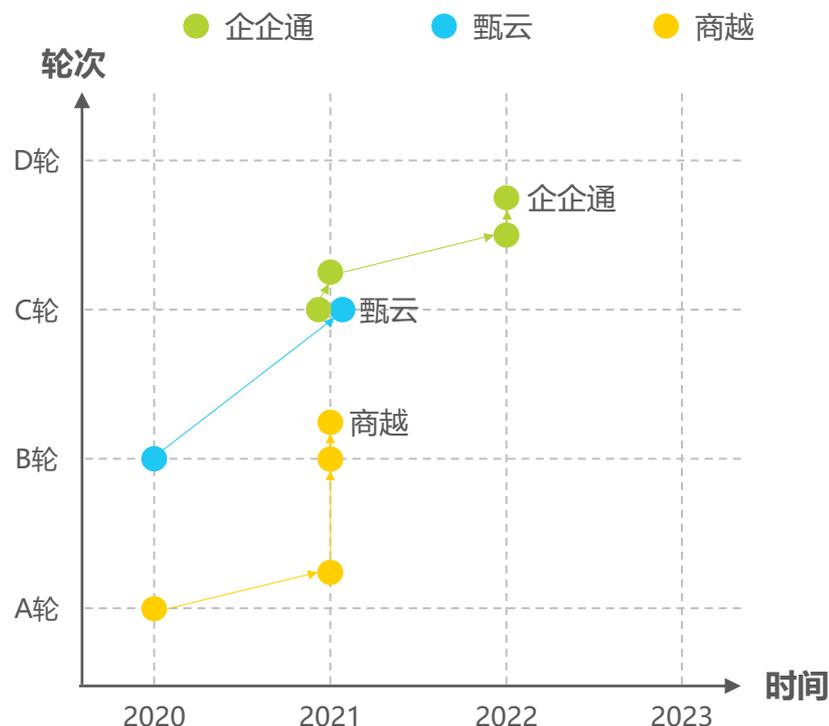
# 采购数字化平台行业投融资情况

## SRM领域头部厂商进入融资中后期，工业4.0概念持续走热

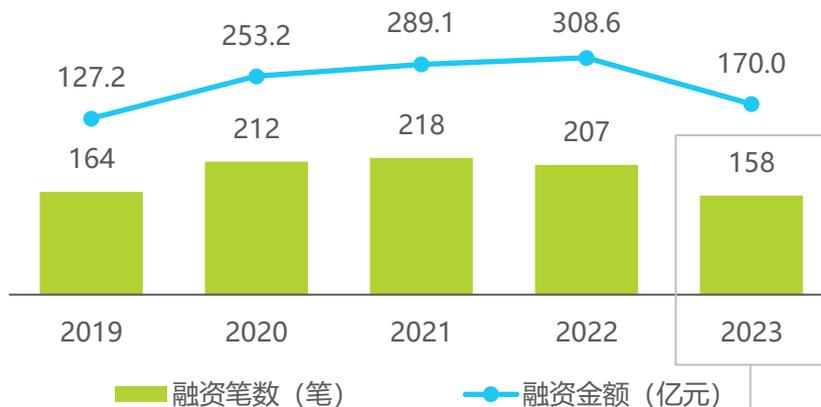
过去几年间，采购数字化领域一直为资本市场看好，频繁出现亿元及以上的单笔融资。截至目前，SRM厂商方面已有企企通、甄云两家的融资进入中后轮。头部厂商目前已经具备较强的自我造血能力，未来将继续进行市场扩张。

工业软件方面，工业4.0赛道近年来始终保持较高的热度，但相较SRM领域，早期融资的比例更高。以SRM起家的采购数字化平台凭借积累的企业资源、交易数据向工业软件渗透，投资价值有望得到进一步提升。

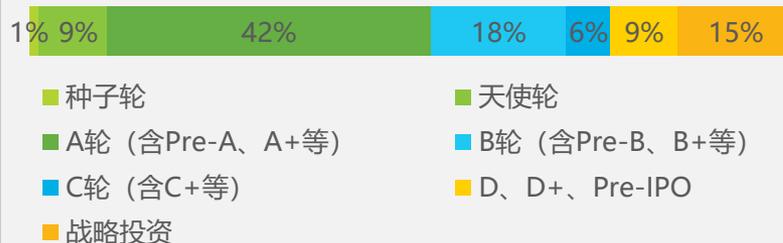
### 2020-2023年中国SRM头部厂商融资情况



### 2019年-2023年中国工业4.0厂商融资情况



### 2023年中国工业4.0厂商融资轮次分布：



注释：针对IT桔子“工业4.0”标签下的厂商进行统计。

来源：IT桔子，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

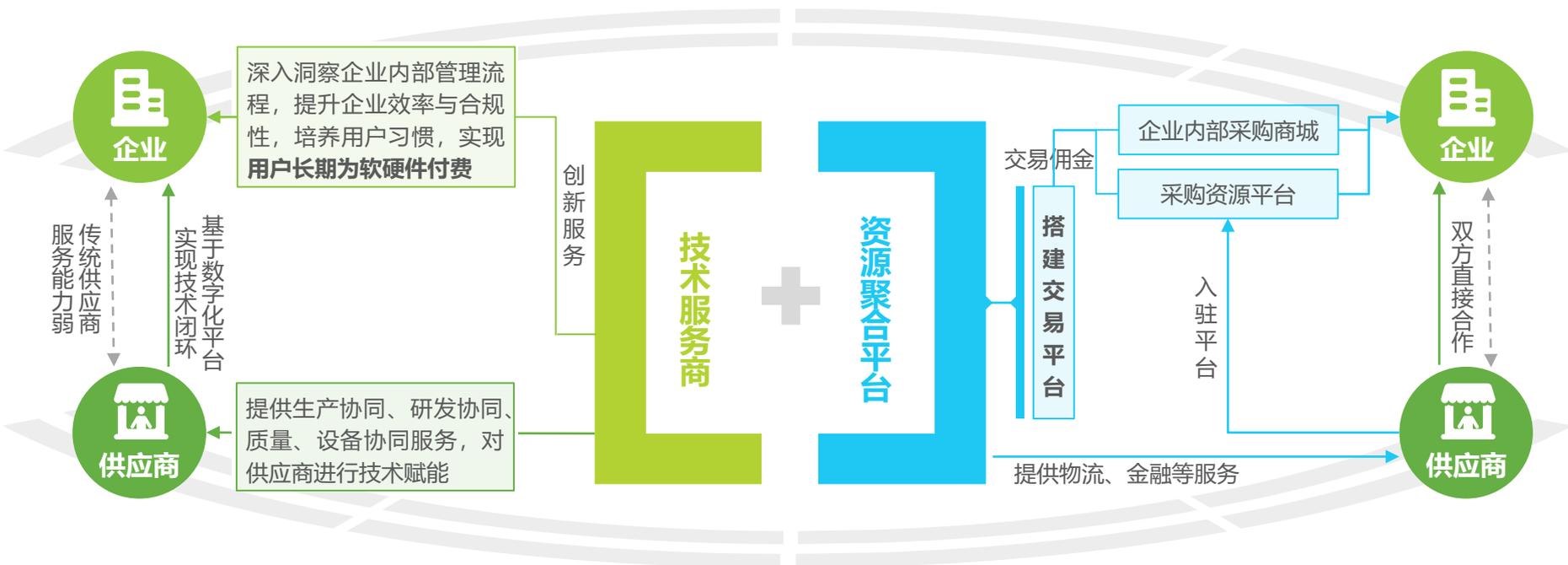
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台投资价值判断

同时作为软件服务商和资源平台提供服务，二者结合获得增长飞轮

随着数字化转型的推进，越来越多的企业和组织需要一个高效的采购数字化平台来提升运营效率和降低成本。早期采购数字化厂商主要为企业提供采购相关的软件服务，收入来自于本地部署实施费用、软件卖断费用和订阅制收费，如今在增加服务供应商能力后，新增一部分来自于供应商内部采购软件的费用。随着平台能力的发展，另一部分价值基于作为资源提供商，打通企业与供应商双向交流的壁垒。采购数字化平台厂商通过提供高效、智能的解决方案，可以帮助企业提升运营效率、增加销售机会、提高客户满意度、优化供应链管理等，从而实现投资回报。这种回报不仅体现在财务指标上，也体现在企业竞争力的提升和品牌形象的塑造上。

## 采购数字化平台厂商的投资价值



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 03 / 采购数字化平台典型案例

C a s e   S t u d y

## 面向全行业、全品类、全场景，提供采购数字化及供应链协同平台

企企通多年来深耕采购及供应链数字化领域，其核心产品覆盖供应链协同平台、工业赋能及供应商赋能三大板块，满足各行业、各品类及各场景的采购数字化及供应链协同需求。目前，企企通平台已经沉淀了几十万亿的交易数据，产品和服务广泛应用于高科技制造、新能源、消费零售、汽车和零部件等30+细分行业。借助iPaaS应用商店，企企通汇聚第三方优质资源，通过建立连通企业与企业间的供应链生态及产业互联网络，实现对采购方和供应商的双边赋能。

### 企企通产品体系及竞争优势

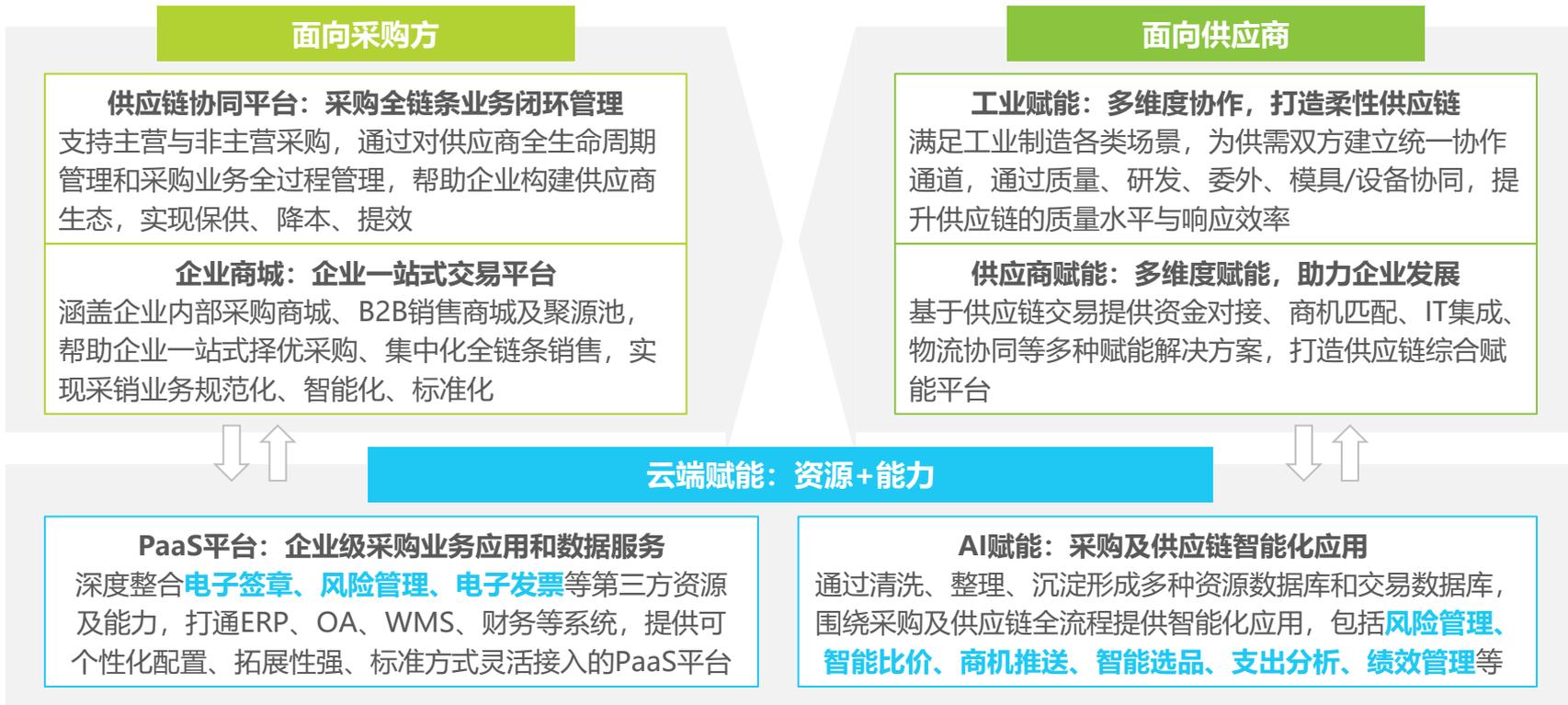


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 由采购方需求拓展至供应商需求，共建云端价值驱动的产业互联网络

企企通以采购方的需求为切入点，面向不同采购品类持续深化全链条业务闭环的管理能力。在满足大型企业对供应商管理的需求后，企企通进一步将服务客群拓展至广泛的供应商群体。一方面帮助供应商在质量、研发、委外、模具/设备等多维度与采购方协同，一方面为供应商提供资金对接、商机匹配等多种赋能解决方案，在提升供应链的质量与效率的同时反哺采购方，最终实现双向的价值提升。同时，企企通引入了电子签章、风险管理、电子发票等第三方伙伴的资源与能力，并围绕采购数字化将其与自有产品进行深度整合，在形成采购供应链数据体系的基础上构建AI模型，充分发挥云端服务的价值，以数据驱动供应链由数字化向智能化迈进。

### 企企通面向采购方与供应商的双边赋能



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 为企业提供全场景一站式采购平台，推动采购环节数字化

上海甄云信息科技有限公司（简称甄云科技）成立于2017年6月，是国内领先的一体化数字采购管理平台服务商。甄云通过提供SaaS采购数字化产品，致力于数字化采购变革，为中大型企业提供企业生产性及非生产性物资采购数字化解决方案。产品上打造出供应商管理、智慧寻源、敏捷协同、采购商城等四大套件；部署上推出成熟的“多云部署”模式；架构上形成数据、业务等多个中台，形成多个领域的行业解决方案。并基于企业采购场景，先后推出多个细分场景下的创新产品。

### 甄云数字化采购体系总览

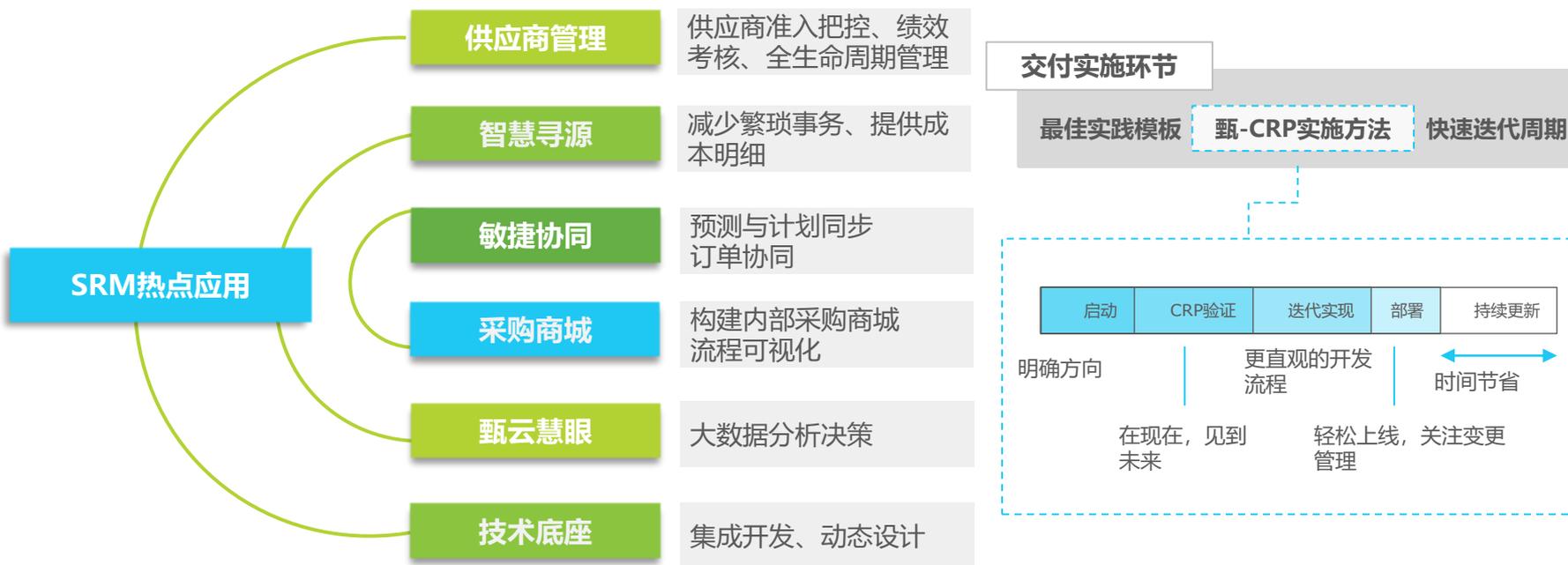


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 基于IT建设运维一体化的数字化采购服务模式，优化产研与交付

甄云SRM热点应用解决方案是针对企业采购供应链管理的全面解决方案，旨在帮助企业实现采购过程的数字化、智能化、可视化和协同化。该方案结合了甄云独创的5阶复合风控模型、多源大数据融合、AIoT、机器学习等技术，提供了一系列热点应用，包括：  
 寻源与供应商管理：通过多维度的供应商评估模型，快速准确地评估供应商的能力和 value，实现更优的采购决策。同时，开放的企业级寻源系统可以与供应链创新应用平台相互融合，为企业提供更广泛的寻源渠道和更高效的寻源过程。

### 甄云SRM热点应用与场景解决方案

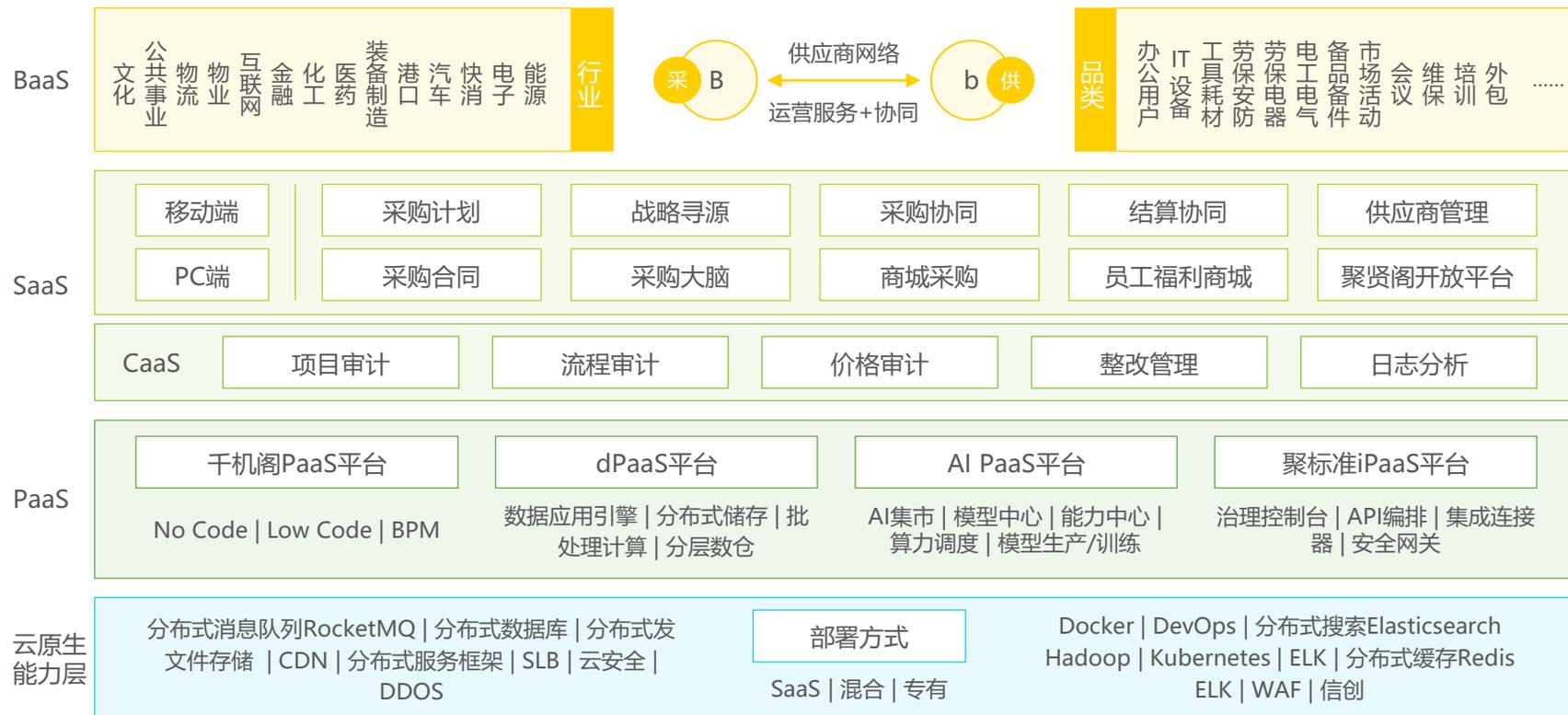


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 专注大中型企业采购数字化，利用智能采购平台实现提质、降本、增效

商越自成立以来一直深耕企业采购数字化领域，面向大中型企业构建了全流程数字化采购解决方案。2023年5月，商越发布大中型企业采购数字化底座——智能采购平台R5，基于云原生基础能力层、PaaS层、SaaS层、BaaS层的四层产品架构，覆盖从需求到支付，以及供应商全生命周期管理的采购数字化全场景。目前，商越智能采购平台已经服务于高端制造、地产物业、消费品、能源化工、医药医疗、金融保险、互联网等20多个行业领域，通过为数百家企业搭建专属采购互联网平台，帮助其实现采购提质、降本、增效。

## 商越大中型企业采购数字化底座：智能采购平台R5



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购大脑赋能场景化智能决策，开放平台连接电商平台及第三方应用

商越采购大脑是驱动采购业务智能化的核心，利用采购业务数据和AI能力，商越在商品智能比价、供应商风控等多个核心业务场景为企业提供智能决策支持，利用算法帮助企业洞察业务机会、优化采购链路。聚贤阁开发平台为企业提供标准化的连接能力，不仅连接了40家企业级电商，还连接了20多家第三方生态伙伴，将连接能力从产品延伸到服务，无论消息通知、OCR识别、电子发票或第三方征信，均可按需开启、开箱即用，无缝集成到采购场景中。

## 商越采购大脑



## 商越聚贤阁开放平台



### 从连接商品到连接服务

- 构建标准电商连接能力，无缝对接各大企业级电商平台，电商平台的海量商品及其图片、属性、价格、库存可与采购商城自动同步，实现在企业自有采购商城内同时采购、管理多家电商平台的商品
- 与生态伙伴合作提供第三方应用能力，支持多种业务场景，生态伙伴能力按需开启、开箱即用，助力企业实现采购数字化转型和升级

### 深度融合业务，智能辅助决策

- 赋能业务**：提供丰富的数据应用场景，以数据能力辅助采购业务的智能决策，通过业务流程切片定位风险与机会
- 分析决策**：提供开箱即用的采购主题分析库，企业可基于业务社交自助选择指标维度进行动态分析计算
- 数据回流**：针对已有大数据应用和BI能力的企业，通过数据回流服务实现海量、异构数据之间的高效同步

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 04 / 采购数字化平台发展趋势

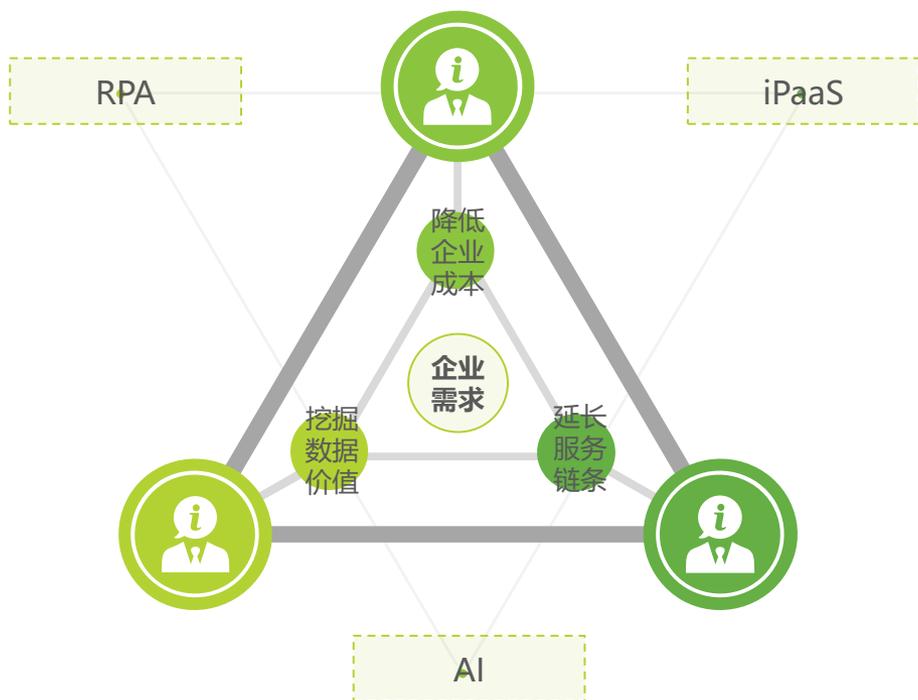
Development Trends

# 采购数字化平台发展趋势 (1/4)

## 立足企业与供应商经营实际，串联企业全链条管理环节

随着市场竞争加剧，无论是企业还是供应商都在寻找新的技术能力和管理手段来实现效率提升、成本降低、资源扩张、决策精准，从而铸就新的经营增长点。采购数字化平台的出现满足了企业在降本增效、服务拓展、数据赋能三方面的需求：企业通过优化供应链管理，实现更加高效的供应链协同和信息共享，基于数据分析成果提升采购和物流的准确性，并以自动化技术减少人力成本的投入，这些方面的数字化升级可以帮助企业提高供应链的效率和质量，增强企业的竞争力和可持续发展能力。未来企业需求的发展方向不在于新模块、新功能的增加，而是基于平台化、生态化的全能力延伸。

### 采购数字化平台发展顺应企业需求



#### 数据分析

##### 采购数字化平台帮助企业进行数据分析与挖掘

- 企业基于业务数据展开分析，通过对供应商的绩效评估和优化，提高供应商合作质量和效率。
- 建立信息共享平台，从而获取到更加准确和及时的供应商信息，提高采购决策的准确性。

#### 供应链管理

##### 提升企业供应链管理能力，实现降本增效

- 增强与企业上下游的协同融合，形成更加完整的供应链体系。
- 以数字化技术协调供应商、生产商、物流商等各方资源，帮助企业更好地管理供应链。

#### 物流与金融

##### 丰富物流服务与供应链金融服务

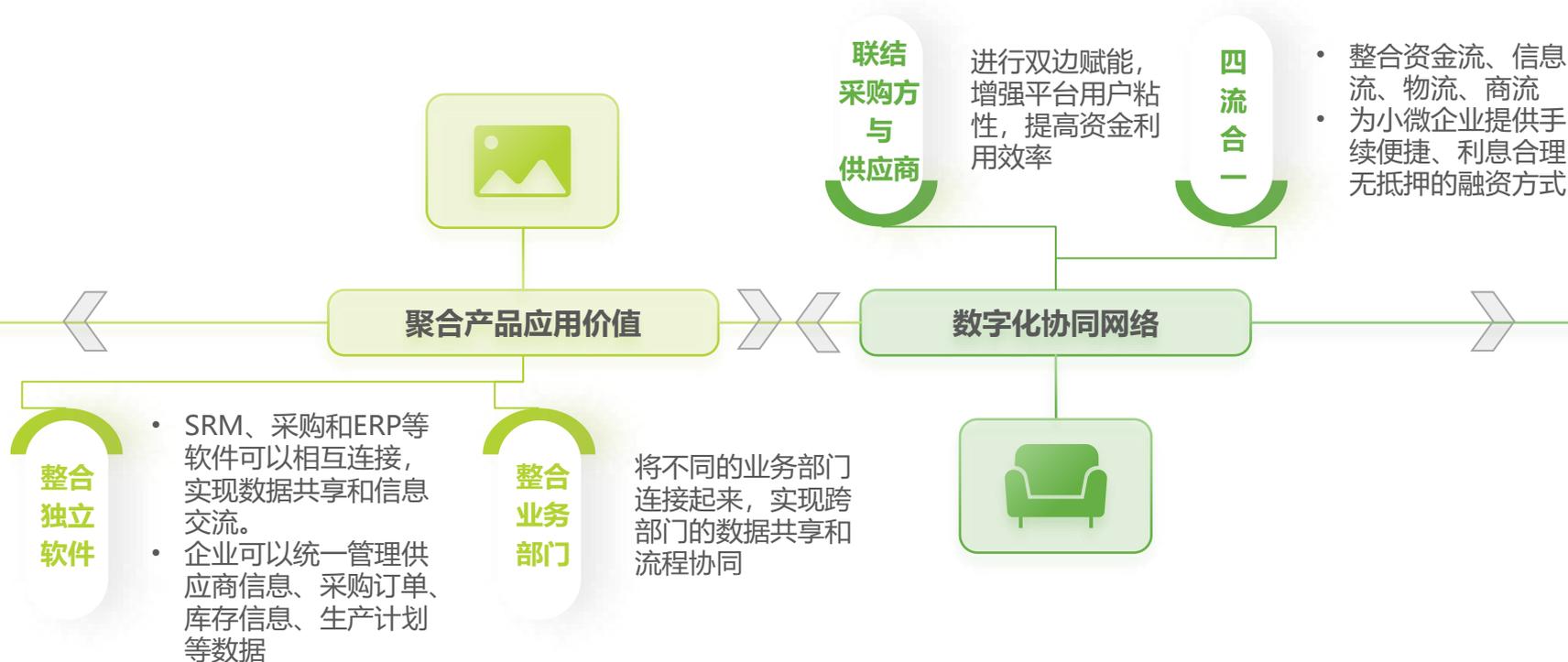
- 为企业提供更加高效、智能的物流服务，如货物实时追踪、优化物流调度、应用自动化机器人等。
- 为供应商、生产商、物流商提供更便捷、低风险的金融服务，包括订单融资、保单融资、电商融资、应收账款质押融资等。

# 采购数字化平台发展趋势 (2/4)

## 建立委外协同供应链模式，构筑多层次数字化协同网络

采购数字化平台融合了ERP、CRM、数字化采购、大数据分析、人工智能等新一代产品与技术，通过对供应链全业务流程进行计划、执行、控制和优化，从整体规划实物流、信息流、资金链，建立起数据融通、资源共享、业务协同的数字化管理体系。采购数字化平台不仅能够帮助企业提升产品质量、降低成本、缩短交货时间，更能有效提升产品的最终价值，如通过优化库存管理减少呆滞库存的价值损失。未来，随着新技术应用的不断深入，采购数字化平台的能力将趋于多元化，通过开放平台和数据共享，实现更加公平和高效的资源配置和市场竞争。

### 采购数字化平台多层面应用趋势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 采购数字化平台发展趋势 (3/4)

## 泛行业管理标准化、精细化诉求增强，工业套件为广泛的行业领域赋能

随着外部市场环境及终端用户需求的变化，各行业领域对成本管控、供应链协同的要求越来越高。包括建筑、零售、餐饮等在内诸多行业，都开始借鉴制造业的管理方式，促进采购及供应链管理的标准化及精细化。采购数字化平台的工业套件将不再局限于制造企业，越来越多的行业都可以应用相关能力进行采供双方乃至上下游多方的协同、联动管理。一方面，采购方可以更加直观地了解多级供应商在研发、生产、交付等环节的业务情况，对其进行实时管控，另一方面，供应商数字化水平的提高也有助于最终产品和服务质量的提升，将帮助采购方在激烈的市场竞争中取得优势。

### 采购数字化平台的上下游协同赋能向泛行业领域渗透

#### 需求背景

##### 供应市场

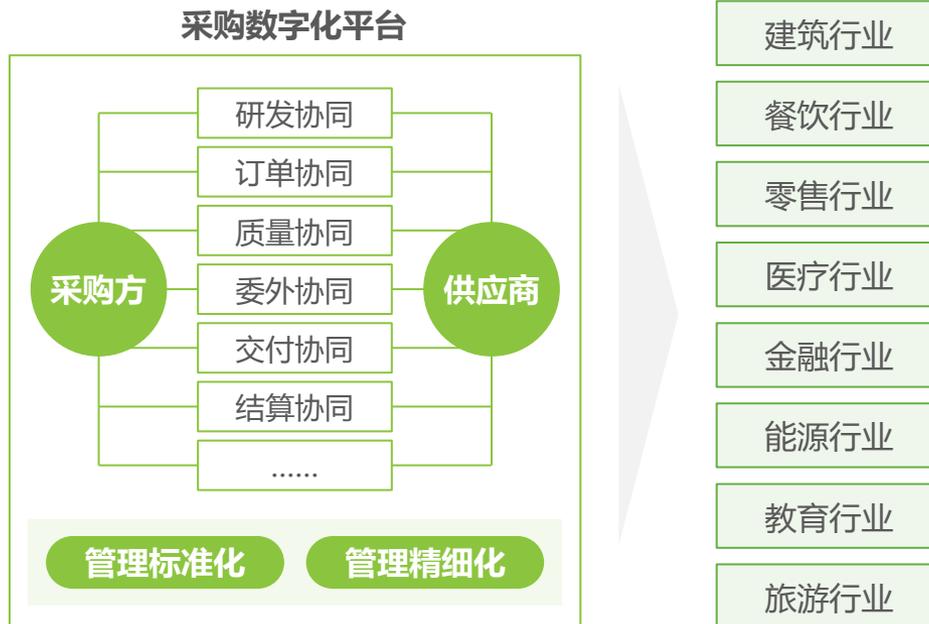
上游成本波动大、供应链条长导致采购管理中存在较高的风险及不可控性

##### 竞争环境

市场竞争激烈，降低采购成本的诉求增强，呼吁更加精细化的成本管理

##### 用户需求

终端用户的个性化需求涌现，要求企业加强供应商协同，打造柔性供应链



# 采购数字化平台发展趋势 (4/4)

## 综合运用大数据、物联网及AI技术，实现采购流程自动化与决策智能化

技术层面，采购数字化平台将进一步向自动化、智能化方向演进。一方面，采购数字化平台作为连接采购方与供应商的桥梁，与企业内部各业务系统之间存在相互连接的诉求。厂商可以利用RPA、iPaaS、低代码/零代码、物联网等技术，打通系统间壁垒，并对业务流程进行梳理及定义，实现采购及供应链流程的自动化。另一方面，AIGC领域的突破性进展为采购数字化平台带来了新的想象空间，基于平台所积累的专业语料、高质量数据迭代行业垂直大模型，不仅能够为企业客户带来更便捷的使用体验，更有助于促进供应链决策的智能化水平。

### 采购数字化平台的技术发展趋势

#### 流程自动化

##### 数据打通

灵活选择API联接与UI联接的方式，将采购数字化平台与ERP、CRM、WMS等业务系统集成，实现跨系统数据互通

##### 物联智控

在物流、生产等环节中引入物联网设备，对货物进行自动识别、跟踪和监控，助力供应链上下游企业之间的信息共享

##### 流程协同

允许企业根据自身采购业务的实际需求设计自动化流程，利用低代码/零代码快速进行跨应用的业务流编排



#### 决策自动化

- 对采购、生产、销售等多维度数据进行汇总，以利润最大化为目标进行综合决策优化，实现**全局协同运营**



- 在通用大模型基础上对采购领域进行优化和调整，形成**行业垂直大模型**，加强对复杂数据分析的处理能力，如比较分析、因果分析、预测分析等，辅助采购决策



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