

Analysys 易观智库



# 中国企业移动管理市场 专题研究报告 2016



本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

## 研究背景

本报告主要针对国内企业移动管理进行研究。包括市场的市场规模、发展历程、生态系统、应用痛点、竞争情况等；以及金融、政府等典型行业；企业方面，主要研究企业对于移动管理的需求以及主要应用方向、难点进行了总结分析；此外，比较分析了中国企业移动管理市场的典型参与厂商；最终，对于企业移动管理市场的发展趋势提供了方向预测，并对市场中厂商和企业的发展进行了建设性的预测分析。

本报告涉及的关键字主要包括企业移动管理、产业链、行业应用、企业应用、智能移动终端、生态系统、移动安全、定制化。

本报告涉及的厂商包括宝利明威、东方通（数字天堂）、国信灵通、嘉赛、天畅信息、正益移动等。

本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

## 研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。

报告中的一手数据和信息主要有两个来源：

第一个来源，易观智库企业级移动管理市场历史数据库。

第二个来源，易观智库采用深度访谈的方式与业内资深人士进行了深入的交流，相关信息如下：

企业移动管理厂商资深人士 12 位。

## 易观智库发现

### ◇ 市场规模、增速及结构

2015年中国企业移动管理市场规模达到147.1亿元，同比增长41.1%，政府和金融行业为市场份额最大的两个行业，分别为19.8%及17.5%。

### ◇ 用户需求意识逐渐成熟，移动管理与业务规划联动越发紧密

随着企业移动管理市场的发展，2015年，用户对移动管理的需求已经逐渐明确，企业在移动管理方面的投资规划与业务联动也越发紧密，并且越来越多的企业开始考虑整体安全体系的建立，即在移动设备、内容、应用等方面管理的同时，同步实现对移动应用设备和应用行为等方面的安全管理。

### ◇ EMM厂商和安全厂商、虚拟化厂商的较量会继续

目前市场上已呈现出传统企业移动管理厂商与安全厂商、终端安全厂商、虚拟化厂商多方共存的局面。不过由于各类厂商的传统用户群体及市场切入方式不同，市场上尚未出现多方共同竞争的格局。同时，由于移动安全管理从软件层面涉及到移动操作系统，因而在生态链中还受限于操作系统厂商的策略调整，使得目前企业移动管理市场的竞合关系较为复杂。

### ◇ 企业普遍注重以 EMM 为统一界面打通 OA、ERP 等系统的远程管理

企业经过多年的信息化建设，通常已经具备了多个管理系统，当企业准备提出企业移动管理建设时，会需要厂商提出清晰的系统梳理，或者以业务为主，或者以管理为主，使用户通过一个产品界面就可统一处理所有的系统。

### ◇ MDM 与 MAM 仍是企业移动管理的强需求

从企业移动管理产品的应用特点来看，企业应是首先具有了移动应用，之后考虑做移动管理，在做设备管控时考虑使用MDM，即参考“MAM—MDM—MCM”的建设路径。但在实际案例中，大量企业前期MAM能力太弱，因此造成了企业前期仍采用PC管控思维去侧重用MDM技术去管控移动设备，使得市场上MDM方案最为流行。相比较而言，企业提出移动管理建设构想时，通常已经具备了移动应用及移动设备的使用条件，加之MDM涉及到安全，因而MDM和MAM对于企业是强需求，而MCM的需求程度相对较弱。

### ◇ 不同行业中企业移动管理的需求环境将会两极分化

一方面政府和金融行业对移动管理的依赖度会越来越高，对移动管理产品的价值认可度会不断攀升，在推广方式上也将出现变化。此外，上述行业的热点需求方向也出现了向智慧城市、企业的软硬件资产管理（资产的移动、申请、换发是否相关）等方向拓展的趋势。

而另一方面，包括医疗、教育在内的新兴垂直行业需求将会不断变化，其 BYOD 应用环境复杂，且各类硬件环境变化频繁，因而企业单位很难找到一劳永逸的方案，厂商的挑战将会比较复杂。

# 正文目录

<b>1 中国企业级移动管理市场发展现状分析 .....</b>	<b>7</b>
1.1 研究范畴.....	7
1.2 市场规模.....	8
1.3 发展历程.....	10
<b>2 中国企业级移动管理市场发展环境分析 .....</b>	<b>12</b>
2.1 发展环境.....	12
2.2 商业模式.....	13
<b>3 中国企业级移动管理市场需求分析 .....</b>	<b>16</b>
3.1 需求特点.....	16
3.2 需求难点.....	18
<b>4 中国企业级移动管理市场厂商分析 .....</b>	<b>20</b>
4.1 保利明威.....	20
4.2 嘉赛.....	20
4.3 数字天堂.....	21
4.4 国信灵通.....	21
4.5 天畅信息.....	22
4.6 正益移动.....	22
<b>5 中国企业级移动管理市场趋势分析 .....</b>	<b>24</b>
5.1 市场规模趋势 .....	24
5.2 市场特点预测 .....	24
5.3 易观智库建议 .....	25
5.3.1 厂商建议 .....	25
5.3.2 企业建议 .....	27
<b>6 易观国际版权声明 2016 .....</b>	<b>28</b>
关于易观智库.....	29
易观智库主要特色.....	29

## 图 目 录

图 1-1 2016 年中国企业移动管理市场规模预测 .....	8
图 1-2 2015 年中国企业移动管理市场行业结构 .....	9
图 1-3 中国企业移动管理市场 AMC 模型 .....	10
图 2-1 中国企业级移动管理产业链 .....	13
图 5-1 2016-2019 年中国企业移动管理市场规模预测 .....	24

# 1 中国企业级移动管理市场发展现状分析

## 1.1 研究范畴

### **企业级移动管理（EMM, Enterprise Mobility Management）:**

企业级移动管理指对大规模移动设备、无线网络和相关服务进行的专业技术管理，使大量移动计算工作可以在商业环境下被使用。狭义的企业级移动管理包含移动设备管理、移动内容管理、移动应用管理；广义的企业级移动管理泛指所有与移动办公环境下的相关服务。

### **移动设备管理（MDM, Mobile Device Management）:**

保护、监控和管理个人及企业移动设备。MDM 功能包括提供移动设备生命周期管理，从设备注册、激活、使用、淘汰各个环节进行全面管理。具体能实现用户及设备管理、配置管理、安全管理、资产管理等功能。

### **移动应用管理（MAM, Mobile Application Management）:**

针对员工移动设备应用的安全保护、分发、访问、配置、更新、删除等策略和流程。通过企业应用商店控制和推送应用，能集中监控应用的使用情况，对应用设置相应策略以满足企业的规范。

### **移动内容管理（MCM, Mobile Content Management）**

通过使用一种通常称为容器化或沙箱化的技术，MCM 可以隔离、监控和控制敏感信息的分发与访问，且这些信息是由组织的安全策略所规定。容器是加密的和集中管理的，并且由管理数据访问、复制、电子邮件及其他功能的策略保护。

### **BYOD（Bring Your Own Device）:**

指携带自己的设备办公，这些设备包括个人电脑、手机、平板电脑等，目前更多的情况指智能手机或平板电脑这样的移动智能终端设备。

### **CYOD（Choose Your Own Device）:**

指公司为员工提供不同种设备，员工可以根据自己的使用习惯来选择设备，但是设备只能用于办公使用。

### **COPE（Corporate-Owned, Personally-Enabled）:**

公司为员工设备买单，使员工可以在个人生活或工作中使用，但是设备的所有权归公司。

## 1.2 市场规模

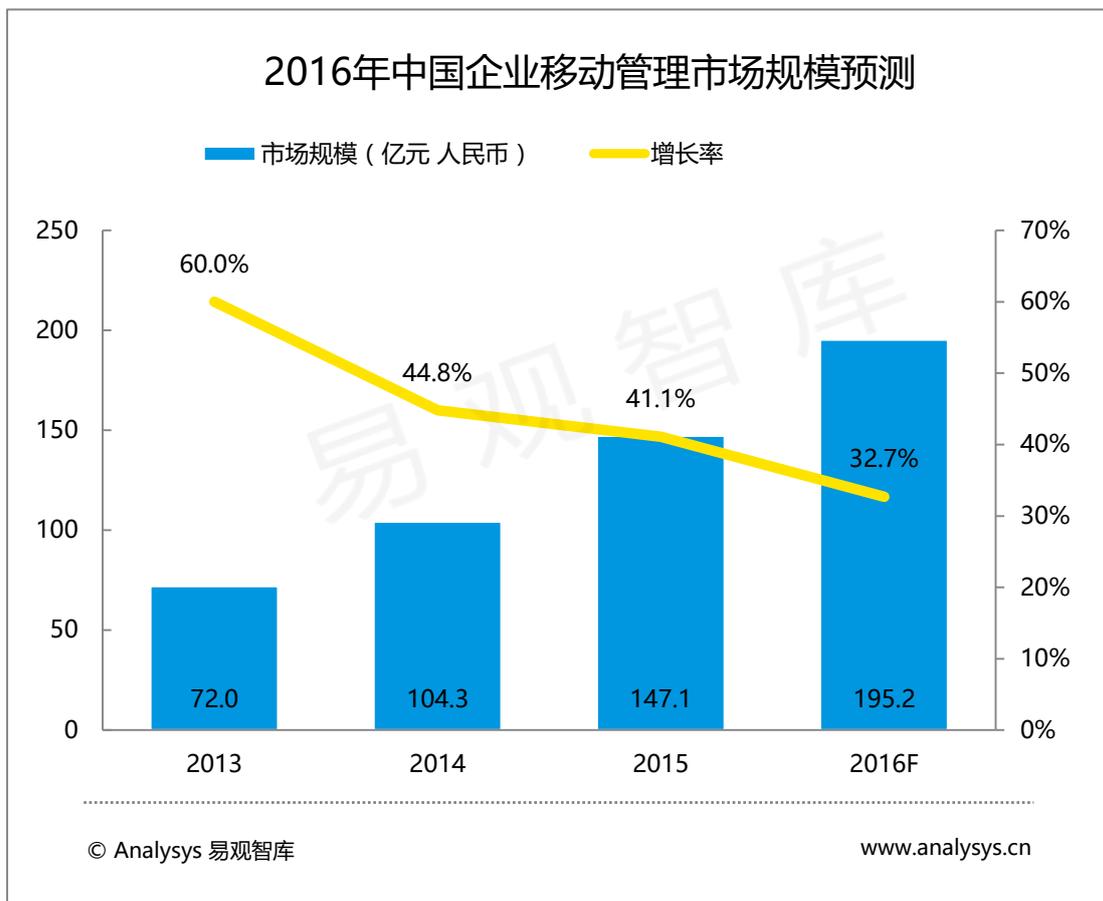


图 1-1 2016 年中国企业移动管理市场规模预测

从 2013 年开始，企业级移动管理市场成为当下互联网领域发展最为迅速的行业之一，各路创业者和投资机构纷纷进入企业级移动管理市场，市场中的产品也从早期的 MDM 陆续丰富，融入了更细分的 MCM、MEM 等方向。根据易观智库对于中国企业级移动管理市场规模的判断，中国企业移动管理市场增长逐渐趋于常态，2015 年的增长率达到了 41.1%，市场规模从 104.3 亿元人民币增长到了 147.1 亿元人民币，而 2016 年的增长率将达到 32.7%，市场规模增长到 195.2 亿元人民币。

2015 年政府和金融行业仍然是市场的主要基石，部分厂商抓住例如需求从大银行向农信社等转型的机会，收入增幅达到 50% 以上。未来，市场结构将逐渐稳定，企业移动管理供应商会进一步明确自身的产品定位，通过差异化的产品战略在市场获得一个稳健的发展。

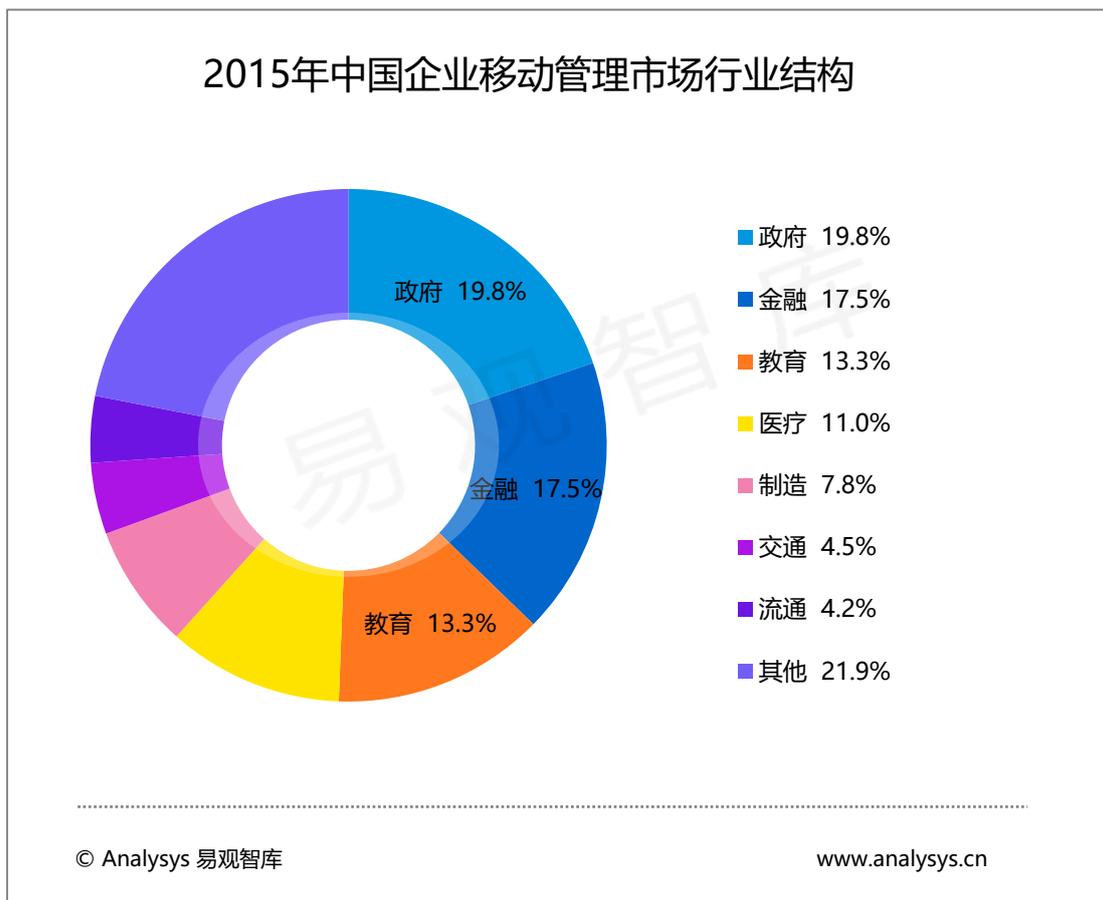


图 1-2 2015 年中国企业移动管理市场行业结构

2015 年，政府和金融行业仍然是市场中最大的两个组成部分。其中政府的市场份额为 19.8%，而金融的市场份额为 17.5%。上述行业的特点是对移动管理的功能要求相对不高，但安全性要求较高，数据保护是其投资建设的主要推动力。

另外，教育和医疗也是市场中越发重要的两块市场，其份额分别为 13.3%和 11.0%。该行业中移动设备保有量及增长率均十分可观，同时对方案的功能全面性有较高要求。其他行业例如制造、交通、流通、物流、能源等，也都有不同程度的厂商涉足。

### 1.3 发展历程

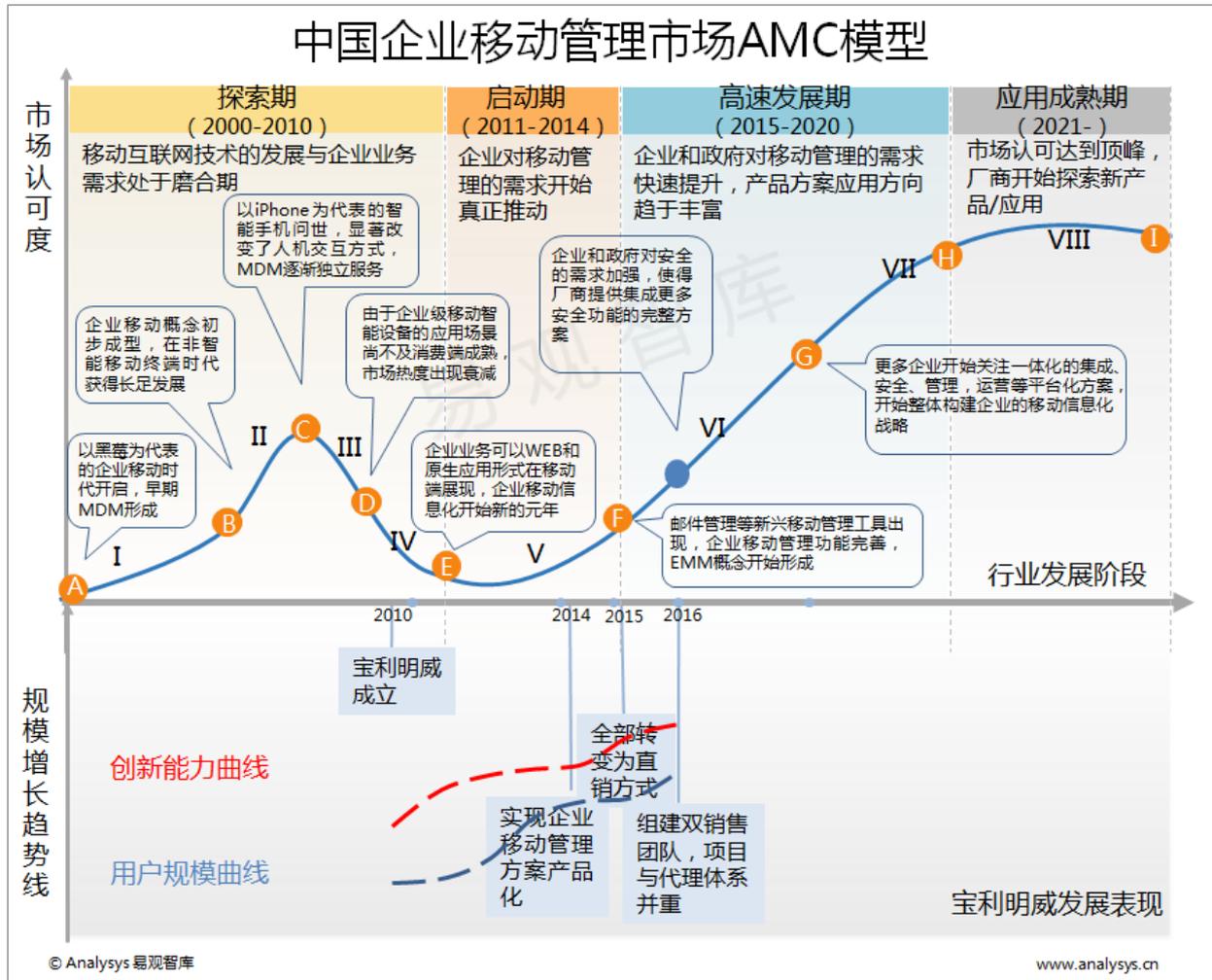


图 1-3 中国企业移动管理市场 AMC 模型

根据易观智库中国企业移动管理市场 AMC 模型，市场最初启动于 2000 年左右黑莓手机的应用，黑莓的出现使得市场中开始出现最初的 MDM 概念，并带动企业正式进入移动管理时代，市场形成最初的雏形。2008 年前后，iOS 和 Android 类移动工具陆续出现，同时 MDM 也开始被终端设备提供商剥离出来独立提供服务。而在 2009-2010 年前后，iPhone、Android 等智能手机带来的用户体验提升，使得更多的企业业务可以 Web 和原生应用形式在移动端展现，企业移动信息化逐渐进入新的元年。但由于企业级移动管理的场景尚不及消费类成熟，市场认可度的积累还需时日。

2011-2012 年间，MDM 大行其道，但仍然是孤立系统。2012 年，原生 App 开发人员数量增加，H5、Hybrid 等跨平台开发技术开始流行，越来越多的业务以 APP 形式呈现到 BYOD 设备上，移动管理开始从 Web 应用转战到 APP 形式。2013 开始，市场开始出现基于移动端的内容管理（MCM）、邮

件管理（MEM）等服务，移动管理的概念进一步丰富，演变出 EMM 概念。这一时期，企业移动管理市场主要由政策拉动，以简单的移动办公类业务为主，如典型的政府移动公文审批，运营商的无线城市等。

2014 开始，企业除了关注 APP 的跨平台开发和敏捷性外，开始关注一体化的集成、安全、管理、运营等平台化方案，开始整体构建企业的移动信息化战略。同时随着微信的迅速火爆，MIM 类应用呼声渐高。企业偏重应用管控、数据安全、分发、授权，而设备管理仅限于截屏、拍照、擦除等，越来越多的业务场景已脱离设备级管理。

2015 年之后，MDM 等移动信息化产品工具已基本普及，并开始融合移动应用开发、OA、移动流量管控等综合需求，厂商会集成多家安全厂商合作伙伴，提供完整方案。同时，企业移动管理市场转向由企业业务需求拉动，产品应用更加偏向业务层面，并开始出现 MEAP 的市场需求，如保险移动出单，电力移动巡检等丰富场景。

2016 年，易观智库预测集团型企业对业务导向的 MEAP 会比较看重，同时 EMM+MAM 的结合开始流行，企业实现基于身份的准入控制。EMM 向以人为中心过度，并实现加密隧道与 EMM 的结合，企业移动管理市场会进一步资源整合。另外，部分中小企业仍会选择开源软件或者 SaaS 移动管理类服务。而在 2017 年之后，由于仍有大量企业会花时间不断尝试各类应用移动管理方案，市场的优胜劣汰会使部分厂商陆续退出。

## 2 中国企业级移动管理市场发展环境分析

### 2.1 发展环境

#### 用户需求意识逐渐成熟，移动管理与业务规划联动越发紧密

随着企业移动管理市场的发展，2015年，用户对移动管理的需求已经逐渐明确，企业在移动管理方面的投资规划与业务联动也越发紧密，并且越来越多的企业开始考虑整体安全体系的建立，即在进行移动设备、内容、应用等方面管理的同时，同步实现对移动应用设备和应用行为等方面的安全管理。同时，企业IT部门的移动信息化投资也从粗放式投入开始转为趋于谨慎，更加注重投资的回报效果，使得用户的需求意识相对于2-3年前已逐渐成熟。

#### 企业移动应用开发生态仍然较为封闭

在企业移动信息化早期，往往认为开发上线个移动APP就是完成了企业移动信息化，而真正的移动信息化应包括移动开发、管理、集成、运营一整套方案。目前，包括上述内容的混合式开发尚无国家和业内的统一规范，各厂商提出了不同的标准，导致不同厂商开发的应用只有该厂商自己才能管理，造成了生态圈的封闭。因此，目前对于企业来讲选择拥有一体化的移动平台解决方案提供商十分重要，这将为企业带来相对兼容性较高的应用环境。

#### 政府提供了强大的市场推力

2015年，政府行业的移动管理发展速度很快，其原因是政府在移动应用管理方面出现了一些安全问题，要求政府机关必须使用纯国内移动化产品，接入政务内外网从而产生的强大的推动，并且各省级信息中心都在强力推动，以实现政务移动安全化。政府的推动既包括把原有PC应用迁移到移动设备中来，也包括在BYOD环境下使用原有PC的应用，并把原有安全设备和移动设备对接，从安全、便捷角度打造政务统一安全入口。

#### EMM厂商和安全厂商、虚拟化厂商的较量会继续

随着赛门铁克、蓝代斯克等各终端安全管理厂商已经具备在相关移动终端安全管理的产品和方案中提供管理的价值，因此该类厂商也同时是企业移动管理市场的参与者。同时，由于思科、VMware等传统专注于虚拟化建设的厂商也不同程度开发或并购了企业移动设备管理方案，因而目前市场上已呈现出传统企业移动管理厂商与安全厂商、终端安全厂商、虚拟化厂商多方共存的局面。不过由于各

类厂商的传统用户群体及市场切入方式不同，市场上尚未出现多方共同竞争的局面。同时，由于移动安全管理从软件层面涉及到移动操作系统，因而在生态链中还受限于操作系统厂商的策略调整，使得目前企业移动管理市场的竞合关系较为复杂。对于尚不具备充分竞争实力的厂商而言，市场或许并不如自身想象的那样美好。

## 2.2 商业模式

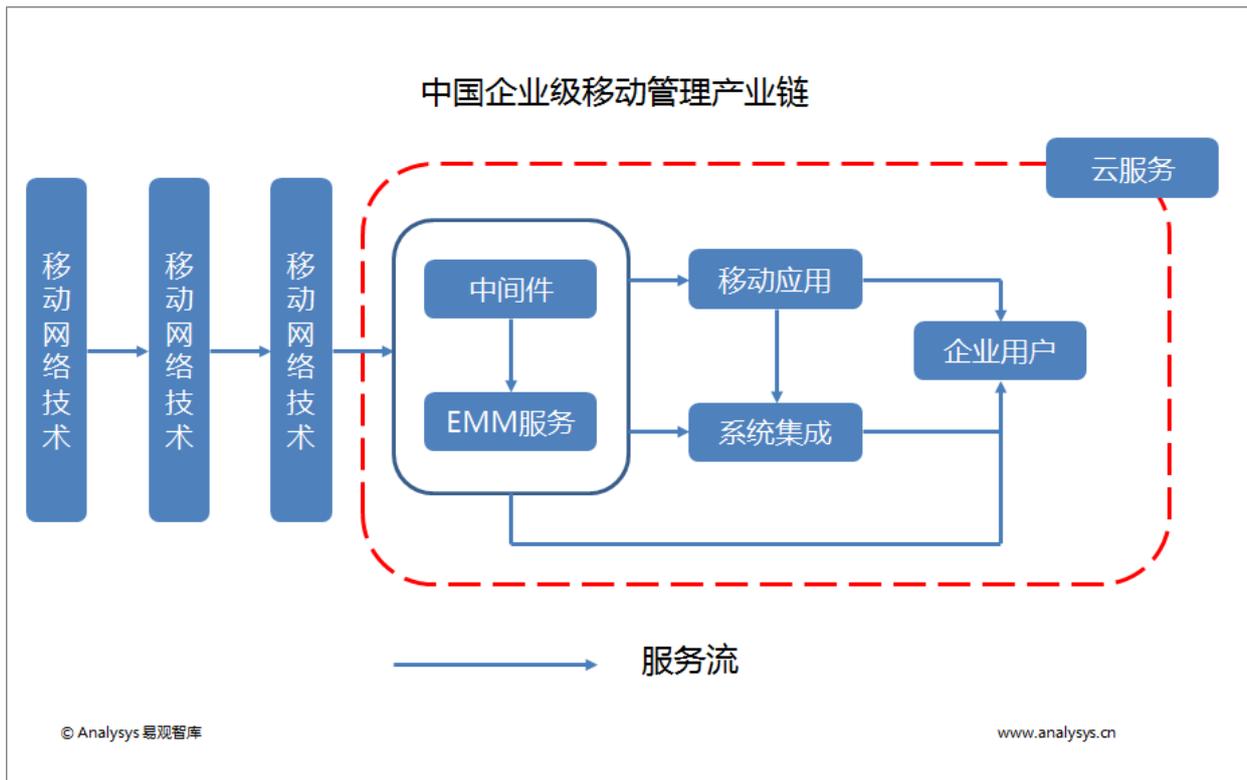


图 2-1 中国企业级移动管理产业链

### 移动网络技术

电信运营商构建移动信息化服务的基础网络条件，同时为企业提供相应的企业优惠套餐。目前国内三大运营商都有相关业务。

### 移动操作系统平台商

目前以 Android、iOS 为主，其次为 Windows 和 Blackberry 系统。Android 设备普及度越来越高，以智能手机为例，自 2014 年开始，Android 智能手机的销量占比已经超过了 90%。因此未来 EMM 市场的产品将重点覆盖 Android 平台的设备。

### 硬件终端设备

为企业提供硬件终端部署服务和相应的企业级 WLAN 设备服务。在硬件解决方案提供商中的代表企业为华为、联想、三星等传统 IT 电子企业。EMM 对移动终端的管理为 MDM，能够实现对设备的远程管理、安全擦除等服务。

## 中间件

中间件是一种独立的系统软件或服务程序，分布式应用软件借助这种软件在不同的技术之间共享资源，中间件位于客户机服务器的操作系统之上，管理计算资源和网络通信。目前许多中间件供应商都与 EMM 服务提供商有强合作关系。

## 移动应用开发

移动应用开发商负责为企业提供企业级办公和业务软件，包括 OA 软件、ERP 软件、CRM 软件等。提供 EMM 服务的企业会针对于这些移动办公应用进行加密保护，防止企业信息外泄。移动应用开发者的主要服务商包括用友、金蝶等企业。EMM 对企业移动应用的管理为 MAM，能够实现对应用的重新封装，保障应用处于安全管理状态；同时还可以提供企业级应用商店，方便企业统一部署应用，更有利于实现规模化管理。

## 系统集成

系统集成的本质就是最优化的综合统筹设计，一个大型的综合计算机网络系统，系统集成包括计算机软件、硬件、操作系统技术、数据库技术、网络通讯技术等集成，以及不同厂家产品选型，搭配的集成。

## 云服务

为企业提供企业云服务，帮助企业与员工建立实时连接，方便企业移动用户能够与企业资源实时对接，在移动场景正更有利于员工提升办公效率。MCM 能够帮助企业保障云端数据与资料的安全，建立更好的访问机制和更快捷的文件共享路径。

EMM 解决方案提供商所包含的服务是管理为主。通过提供标准化和定制化的软件和硬件管理服务来为企业提升生产力，使办公效率最大化。这里面提供的整套服务包括移动设备管理、移动应用和信息的安全管理，对于安全性的管理辐射范围大，因此 EMM 企业在产业链中会向产业链上下游进行渗透，以达到最终为企业提供一站式服务的能力。在这一领域的代表企业包括国信灵通、联信摩贝、天畅、360 等。

## 盈利模式

EMM 市场盈利模式一般为以下两种种服务为主

**License 授权：**采取标准化产品授权服务，是目前 EMM 企业中最为常见的服务之一。

**定制开发项目：**通过对企业特殊需求的了解，做定制开发服务。由于现在各行业的信息化水平不同，企业需求服务也不尽相同，标准化的 EMM 产品很难满足企业。因此，EMM 产业中定制开发性质

的服务将逐渐增多。

## 3 中国企业级移动管理市场需求分析

### 3.1 需求特点

#### 企业普遍注重以 EMM 为统一界面打通 OA、ERP 等系统的远程管理

企业经过多年的信息化建设，通常已经具备了多个管理系统，当企业准备提出企业移动管理建设时，会需要厂商提出清晰的系统梳理，或者以业务为主，或者以管理为主，使用户通过一个产品界面就可统一处理所有的系统。

由于企业通常只选择一家移动管理厂商的系统，因而各企业移动管理厂商之间的系统产生重叠还比较少，但 EMM 与其他移动应用如移动 OA 等进行对接整合比较多，包括用户希望实现 EMM 与 OA、ERP 等系统的打通、实现单点登录、且原有系统的终端数据和用户数据仍然保留等。目前诸多厂商会帮助客户进行系统梳理方案的规划，以 EMM 界面为主导，并整合为 OA、ERP 的入口，打通 OA、ERP 的远程管理功能。另一方面，如果少数企业选择了多家厂商不同的细分产品来进行移动管理，就会存在多家厂商的多个移动管理系统共存的局面，这时就需要企业的系统从数据层、管理层打通，包括用户信息、设备信息、管理员信息、安全策略等，都可以集成到一个 Portal 门户中，进行整体管理。

总的来说，企业移动管理各系统之间会各司其职，扩展融合，可以以 EMM 为中心，通过 API 提供扩展能力实现所有模块都在一个平台上做展现，当与 EMM 为中心时，其他管理系统可以输出其功能和能力，反之亦然。

#### MDM 与 MAM 仍是企业移动管理的强需求

从企业移动管理产品的应用特点来看，企业应是首先具有了移动应用，之后考虑做移动管理，在做设备管控时考虑使用 MDM，即参考“MAM—MDM—MCM”的建设路径。但在实际案例中，大量企业前期 MAM 能力太弱，因此造成了企业前期仍采用 PC 管控思维去侧重用 MDM 技术去管控移动设备，使得市场上 MDM 方案最为流行。相比较而言，企业提出移动管理建设构想时，通常已经具备了移动应用及移动设备的使用条件，加之 MDM 涉及到安全，因而 MDM 和 MAM 对于企业是强需求，而 MCM 的需求程度相对较弱。

另外，目前在企业移动管理方面，不同需求方向会导致对产品有不同的关注点，例如关注移动设备安全管理的会要求应用 MDM，关心应用下发、安装的会应用 MAM，关注文档管理的会应用 MCM

等。在企业移动管理市场发展早期，方案比较凌乱，企业选择余地不多，但现在随着 EMM 不断完善，包括以 SAAS 方式提供服务的出现，企业选择弹性扩展的余地也越来越大。除了租户弹性扩展，模块也可以拓展。相对于 MDM，MAM 和 MCM 等其他会选择会更加灵活。

### 行业、企业与产品层面的移动管理均离不开定制化

由于不同移动管理系统的应用目的和应用环境不尽相同，因而定制化是移动管理绕不开的一个话题，大到行业、企业层面，小到设备系统层面，均会涉及不同程度的定制化。

从行业层面而言，目前业内主要厂商普遍会就各行业进行归类，并针对各行业提供一个标准化的行业移动管理产品。相对而言，政府、军队、电信运营商、大型企业和金融机构等容易产生定制需求，其定制需求通常集中在满足界面设计、特种功能及产品的易用性上。

从企业层面，不同规模的企业或多或少都会存在定制，一方面由于各企业组织结构的差异，在大型企业中，在组织结构方面的定制很常见；另一方面由于企业中不同应用设备的规格千差万别，移动安全管理产品和方案需要根据不同设备进行适配，尤其是针对不同屏幕尺寸和 Android 碎片化程度较高的特点进行优化。

从具体产品层面，MDM 等标准件都是统一的，但 MEAP 基本都是定制的需求，比如车险试算模型，寿险的出单方式等，每家企业都离不开定制。但是，由于同一行业中业务模型是相通的，因而定制主要出现在业务的展现形式上。例如车险就是一个细分定制方向，任何一个保险公司的车险模型基本是一致的，只是在业务展现和流程上有些许区别。

### 大型企业 with 中小企业分别看重厂商实施能力与标准化产品

总体来看，企业移动化基本上没有固定的路线，只有目标用户群的需求差异。对于集团型企业来说，以业务驱动为核心，所以更加看重厂商的实践经验和实施能力。例如在进行移动应用管理时，需要将某些应用脱离设备本身进行沙箱管理，以实现更高级别的数据防泄露。又例如某些移动管理策略需要跟 EMM 结合发挥最大效率，以避免出现在一个越狱手机上应用 MDM 的矛盾局面。

而对于中小企业来说，更多的看重标准化的移动管理产品。目前由于 SaaS 类移动办公业务正风生水起，市场上出现很多标准化移动办公厂商，而其产品本身也或多或少具备了一定的移动管理职能，从而也使得中小企业具备了更丰富的选型资源。

### 行业业务属性的区别对厂商技术能力有着不同要求

企业移动管理的需求由于直接来源于业务变化，因而不同行业间对于移动管理的应用存在着显著差异，例如金融行业看重移动化所实现的业务增长，政府和军队对安全管控要求更高，而零售要求分发更多。这便要求厂商能够对行业的业务属性有深入的把握，并能从技术层面得以实现。

以金融行业为例，无论是银行、证券、保险等单位均十分看重借助移动应用拓展业务机会，他们在管理中会看重管理系统对硬件的支持、对操作系统的兼容，对数据的安全等（包括通道、底层数据的安全、国密算法的支持，本身设备策略、定位的关联，保证设备和人的强结合、设备的使用频率、设备产值、如何产出数据报告等）。金融一些应用开发时会有代码不合规、团队转换时的维护问题等，厂商需要通过安全容器化，保证客户已开发和正开发的应用的数据传输安全，使得两个应用的数据传输，通过容器化实现传输方向、使用时长、应用加密、数据复制粘贴转发、电子雷达、定位管理等方面的严格控制。

## 3.2 需求难点

### 企业短时间内尚不会将移动安全管理作为第一要务

当前在企业中，各类 EMM 产品已经被广泛认可，但仍尚未达到与业务中的各类移动应用本身同样的重视程度。易观智库认为，当前仅仅在银行、政府等安全级别较高的行业会把安全管理作为第一要务，而对于其他广大行业来讲，移动应用和设备本身的通信是硬需求，而安全不是刚需，因此不会将其作为第一要务去对待，由此造成了 EMM 市场影响力短时间内难以大幅突破。

### Android 设备的碎片化增加了巨大的匹配任务

当前，移动设备中 Android 和 iOS 累计占据了 95% 以上的操作系统份额。而一个明显的事实是，iOS 系统相对来讲十分标准，企业也从 iOS5 系统之后逐步实现了基于 iOS 的移动办公。反观 Android 系统则碎片化十分严重，在各式各样 Android 版本和屏幕尺寸在组合下，当前市场上至少存在 7000 种各式各样碎片化的 Android 版本，这导致企业移动管理厂商需要花费十分巨大的精力进行 Android 端产品的匹配，而基于 Android 的企业 BYOD 应用往往也需要前期进行更长时间的匹配调试。

### 部分厂商复杂处理能力亟待考验

目前主流的 EMM 产品中通常会具备上百种不同功能，但用户日常往往仅使用到二三十个功能，加之部分厂商只有几百至几千的部署数量，因此，市场中部分厂商在实践中缺乏高强度的复杂处理能

力检验，在面对与操作系统的结合、高并发处理、定制化的数据安全策略时，仍会出现经验不足的情况，这也成为了该部分厂商进一步提升市场地位的阻碍。

### 定制化与通用化厂商需要分别面对能力模块化和 SaaS 移动办公爆发的挑战

目前企业移动管理厂商分为定制化与通用化两大主流发展路线，其中定制化以为企业提供集成性的移动管理方案为主，而通用化以提供标准化的移动管理软件产品为主。易观智库研究发现，两大类厂商在发展过程中分别会面对不同的挑战。其中，定制化厂商主要面临的是如何让能力模块化的问题。这是由于大多数定制项目后期需要形成单独的操作版本，开发及维护成本会很高，且不具有复制性。对于这类厂商来讲，可能的方式是把接口放出来以鼓励企业自行定制开发，因此，厂商开放出来的 API 的易用性和可用性对于企业非常重要。

而对于通用型厂商而言，其主要面对的是周边产品的冲击，尤其是随着 SaaS 移动办公厂商大规模爆发，大量 SaaS OA、SaaS CRM 工具本身也具备一定的移动管理功能，由于企业往往会首先接触到上述业务性工具，因而无形中会覆盖掉部分对移动管理需求较弱的厂商，相当于蚕食了部分企业移动管理市场，加之近两年 BAT 通过各种尝试不断介入中小企业的移动办公市场，同样也对上述专注于提供标准化移动管理的厂商提出了挑战，并且在未来 3-5 年内，这类挑战将会不断上演。

## 4 中国企业级移动管理市场厂商分析

### 4.1 宝利明威

宝利明威成立于 2010 年，公司成立之初即获得哈尔滨市政府战略注资入股，是国内领先的企业移动信息安全解决方案提供商之一。公司的核心技术是以云计算为基础的企业移动信息安全技术。宝利明威开发了基于 SaaS 云平台的集移动设备安全管理（MDM）、移动应用安全管理（MAM）和移动内容安全管理（MCM）、移动邮件管理（MEM）于一身的企业移动信息安全平台 PolyEMM，为企业的移动设备、应用程序、文档、电子邮件和数据提供全方位的移动安全管理策略和支持服务。

宝利明威在 2014 年之前采取项目制策略，2014 年将产品商品化，并在 2015 年实现了全部产品的直销。在其业务体系中，政府和金融占据了较大份额，并持续获得了高速增长，尤其在 2015 年面向农信社等小型银行的销售机会挖掘中占得先机。

相对于企业业务本身，宝利明威的优势更聚焦在 EMM 平台的技术体系搭建。因此，易观智库预计 2016 公司会继续扩充销售团队，在自身销售团队之外搭建更广泛的代理体系。

### 4.2 嘉赛

嘉兴嘉赛信息技术有限公司成立于 2011 年，是一家专注于企业信息移动化的专业咨询服务和运维支持的公司。其服务包括企业信息移动化专业咨询服务、移动设备部署与日常运维实施、移动信息化平台的规范与维护。目前，嘉赛已经为金融、保险、政府、医疗、教育、能源等各行业成功部署和提供了移动信息管理平台解决方案和服务

作为南方市场的代表性厂商，嘉赛的目标是凭借基本功扎实、前后台技术储备深厚、对所有操作系统底层的控制非常熟悉、擅长进行产品适配等优势，专注把 EMM 做好。并且凭借产品设计架构和后台并发压力测试能力的优势，更专业地解决国内企业的移动管理问题。

### 4.3 数字天堂

北京数字天堂信息科技有限责任公司成立于 2003 年，是国内无线中间件产品和移动信息化领域的领军厂商之一。公司 2004 年开始移动信息化行业应用，包括移动办公、手机 CRM 等通用应用、向开发商/集成商提供无线中间件、搭建中央云平台、为运营商提供信息机、手机邮箱、综合办公等标准化通信或应用类产品等。2015 年，数字天堂被国内领先的中间件厂商东方通收购，但数字天堂仍以独立品牌运营。

2015 年，数字天堂在金融行业积极布局，行业中推广了诸多案例。而能源行业作为数字天堂另外一大重要板块，也已在核电、风电等行业发掘出线路巡检、隐患排查、零部件更换等方面的市场机会。反观资源型能源行业如煤、钢铁等，随着 2015 年大宗商品价格暴跌和国家去产能的推进，其对移动管理的需求不可避免地出现了下滑。

数字天堂定位是集团企业服务，其更加擅长的是移动业务深度定制能力。因此，易观智库认为 2016 年数字天堂的发展策略会走两条路线，面向中小企业会发展 PaaS 为主的云服务平台，面向集团型企业服务会走深度业务定制的策略，当然，PaaS 云平台也会向集团企业服务线输出技术和产品。此外，例如通信云、安全云、开发云等移动云端产品也会是数字天堂值得考虑的方向。

### 4.4 国信灵通

国信灵通成立于 2005 年。早在 2006 年，国信灵通就开始与电信运营商及黑莓（BlackBerry）中国公司合作推动黑莓业务在中国企业的应用落地服务，并陆续与苹果、三星、联想、中兴、微软、诺基亚进行业务合作，凭借十年对于企业移动化及企业移动安全领域的专注和积累，及企业移动安全领域的专注和积累，为政府和大型企业提供整体企业安全移动化咨询规划。在行业移动应用上，国信灵通尤其聚焦于银行、保险和证券行业，形成了包括移动保险展业系统、银行移动财富管理、信用卡开卡开户管理系统、大堂展业系统、移动微贷系统等行业应用解决方案，并成功服务于众多大中型银行、保险、证券公司，区别于传统的软件开发商。

国信灵通一贯的策略是专注产品能力，开放生态融合。其优势在于以下方面：1、开放性的统一扩展管控接口 API，使其他 APP 具备企业的安全和管控标准。2、统一身份认证管理系统，能够提供统

一的身份认证服务。3、统一安全隧道，企业中只要纳入 EMM 管控的应用，均会自动进入安全管控隧道。基于上述优势，国信灵通为企业提供端到端的安全与管理。

易观智库预计，随着企业移动管理市场受到来自国家鼓励政策的支持、移动设备的增多、企业管理意识的提高等有利因素影响，未来国信灵通会继续加大市场投资，进行产品前瞻性设计。另外由于 Android 系统终端的碎片化严重，致使产品的研发和适配成本居高不下，国信灵通仍需要在产品的研发和适配上有持续的投入。

## 4.5 天畅信息

上海天畅信息技术有限公司（简称天畅信息），是国内专业的移动信息化应用解决方案提供商，主要业务涵盖了金融、制造、快消、服务、物流、通讯、媒体等领域，是国内最早进行移动信息化研究和开发的公司之一。公司总部设在上海，在北京、江苏、广东、山东设有分支机构办事处。

天畅信息拥有多个自主知识产权的核心产品：NAZA 移动中间件、ZIYA 企业移动管理（包含 MDM、MAM、MEM、WEM）、WINDA 统一消息平台等，相比于市场中部分走全面化路线的厂商，天畅信息更专注于企业移动信息化服务本身。同时由于天畅信息前期具有大量金融业客户服务经验，其产品的 IT 架构相对成熟。此外，天畅信息目前与 IBM、联想、苹果、SAP、RIM、三星等建立了合作关系。同时与中国移动、中国电信、中国联通等运营商展开合作。

预计 2016 年，天畅信息会积极进行行业上下游整合，会与包括杀毒软件、安全通信等在内的各类厂商积极合作。

## 4.6 正益移动

正益移动拥有国内领先的移动应用开发平台 AppCan.cn，在移动技术与移动互联网应用方面有着深厚的技术底蕴和丰富的项目研发经验。AppCan 行业解决方案已经成功应用于金融、航空、政府、石化、传媒等领域，其特征是形成了一体化移动开发、集成、管理、运营的产品体系。目前公司已成功上市新三板，并朝向主板迈进。

另一方面。由于公司定位为移动互联网厂商，因此其方案中不仅仅会考虑安全保护、防泄露等端的安全，还会从平台整体安全考虑，以“云——管——端”整体构建安全体系，从后端管理到移动接入再到前端保护等安全层面，实现移动用户管理、移动身份管理、移动运营管理、移动内容管理等诸多方面价值。

易观智库预计随着金融、政府和大型企业集团的业务机会持续涌现，以及大量企业纷纷向线上进行业务转型，2016 年正益移动将专注于上述方向做精做深。

## 5 中国企业级移动管理市场趋势分析

### 5.1 市场规模趋势

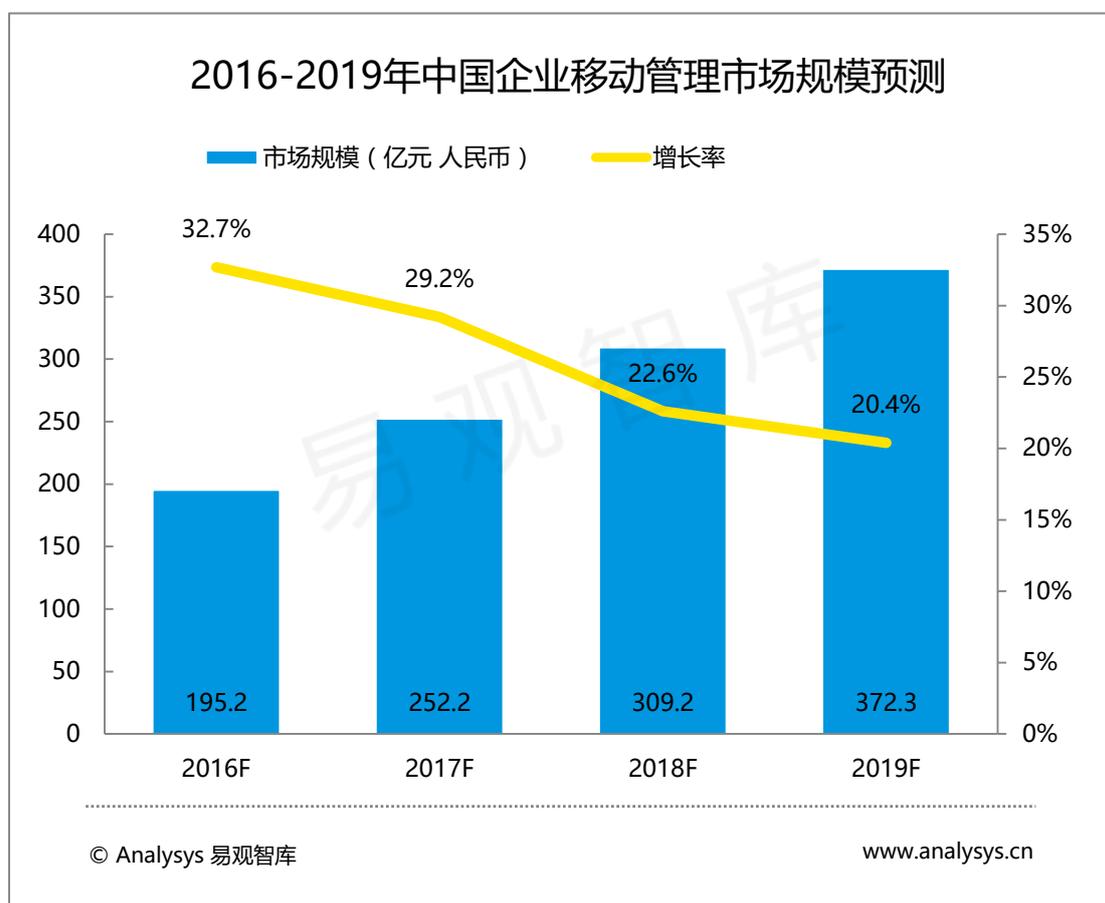


图 5-1 2016-2019 年中国企业移动管理市场规模预测

易观智库研究认为，2016-2019 年中国企业级移动管理市场发展将逐渐企稳，市场中主流厂商的营收规模将保持在相对稳定的水平，部分厂商之间会继续存在并购、重组等现象，同时会不断有大量创业型厂商进入和退出市场。但在这一过程中，政府、金融和大型企业集团随着对安全性的重视及向线上业务转型等原因，需求将会持续存在。

### 5.2 市场特点预测

不同行业中企业移动管理的需求环境将会两极分化

一方面政府和金融行业对移动管理的依赖度会越来越高，例如金融行业的终端数量会进一步增多，例如一家金融机构可能会拥有的移动终端数量会达到几千、几万甚至十万以上，且平板形式的终端将会更多，一个单位中原有的 2-3 个管理人员将越发不可应付。而政府行业的需求将会更加复杂，包括不同级别机构管控策略的设定、数据安全的保证等。因此，上述行业对移动管理产品的价值认可度会不断攀升，包括远程擦除通信录等各类便捷的应用的需求将不断提升。此外在推广方式上也将出现变化，例如保险行业中 EMM 将会整合多种移动化工具，并通过 SDK 植入第三方应用，以进行大数据分析等功能拓展。此外，上述行业的热点需求方向也出现了向智慧城市、企业的软硬件资产管理（资产的移动、申请、换发是否相关）等方向拓展的趋势。

而另一方面，包括医疗、教育在内的新兴垂直行业需求将会不断变化，其 BYOD 应用环境复杂，且各类硬件环境变化频繁，因而企业单位很难找到一劳永逸的方案，厂商的挑战将会比较复杂。

### 软硬件技术结合将成为厂商可选的突破方向

企业移动管理厂商本身是软件厂商，但是，随着各类移动互联网技术的纷繁崛起，未来企业移动管理厂商值得加大移动互联网的投入，包括关注可穿戴设备的管理及物联网管理，深化上述方向的技术投入，成为软、硬件功能价值齐全的移动互联网厂商。例如，随着企业员工对可穿戴设备使用的逐渐频繁，厂商可以与行业业务相结合，与可穿戴设备厂商及操作系统厂商合作，实现基于可穿戴设备的娱乐、会议、考勤等管理方案，向更全面的管理能力迈进。

### 企业移动管理必将向深度和广度方向不断拓展

企业移动管理方案及产品经过多年的发展，按照市场普遍的发展规律，未来必将进一步向深度和广度方向渗透。例如在深度方面厂商可借助大数据技术的普及，实现更精细化的运营分析和精细化的行业方案，为企业提供更丰富的增值服务。而在广度方向，厂商还可向一些热点领域，例如移动医疗、智慧城市、在线教育、航空运输、装备制造、零售百货等方向不断突破，实现基于上述方向的业务管理，从而具备更强的业务突破能力。

## 5.3 易观智库建议

### 5.3.1 厂商建议

#### 紧随国家政策捕捉创新型应用方向

企业移动管理作市场由于与软件、移动互联网、电子制造行业紧密关联，因而其市场的发展前景与国家政策是息息相关的，需要紧密关注国家相关政策的动向。而未来市场中潜在的机会就往往蕴藏在其中。

例如，2016年春节过后，农产品大量涨价释放了农业市场的发展信号，诸如集体农庄、农产品保险等新兴热点开始崭露头角。例如在农产品保险方面，随着各种农产品的互联网化，越来越多的农场主开始利用移动终端划定农田面积，而保险公司开始根据农田的位置、土壤、产出等情况对农田的收成、灾害等方面设计保单，从而打开了农产品保险市场。

另外，新能源作为中国产业转型的一个重要风口行业，承载着国家产业调整弯道超车的重要战略意义。在这种条件下，诸如“互联网+新能源（包括风电、核电等）”、车联网等前沿技术领域有望成为企业移动化的新战场，值得厂商进行前瞻性布局。

### 合理引导企业的定制化需求

企业在应用各种移动管理方案时，或多或少会把业务需求加到产品需求中，从而导致产品的被迫定制化，这时就需要厂商能够对用户进行合理引导。

一般而言，厂商在进行产品规划时需要尽量覆盖到企业的各种移动管理的实施和管理使用场景，从而大幅降低定制点。相对而言，目前比较多的定制点主要出现在与企业现有系统集成对接上，主要包括认证对接和 OA 等业务系统的人员、组织机构同步对接等方面，这就需要厂商能够在售前环节对企业进行必要的教育和引导，确定产品功能模块的合理边界。同时，厂商也需要通过插件化技术和标准化接口封装各式常用使用场景。

### 厂商需要不断加强产品与业务的关联程度

移动设备与移动应用自融入企业的业务开始，便已和企业的整体业务流程密不可分，因此，企业的移动管理产品方案必定需要与业务紧密关联。然而，当前部分厂商是手机设备代理商出身，或是在代理手机设备的同时，兼顾提供 EMM 产品服务，这对于企业来讲就未必是好事。这是因为，企业采购移动管理系统一定关注的是后台是否好用，企业要将其纳入 IT 运维的整体范畴，EMM 一定需要是与业务有关的事件，而不是仅仅进行工具层面的管理。因此易观智库认为，厂商无论何种出身，都需要不断加强其产品与企业业务的关联程度。

### 产品应定位于管理而非管控

企业移动管理之所以称为“管理”而非“管控”，正是因为其目标是通过移动化的工具实现企业的业务改善与优化，从而带来经营效益的提升，而非单纯实现权利的约束。因此，厂商在产品推广时也一定要把握住准确的定位。大量的实践经验表明，如果厂商将产品定位为管控，大量使用人员出于对被管控的排斥心理，会对推广带来很大阻力。而如果定位是管理，无论从功能定义还是迭代计划方面，都将会更有利于进行产品的推广。同时在上述环节中，厂商产品设计者的定位也十分重要，设计者对整个对操作系统的掌握有多深，其能够传达的理念就会有多通透与专业。

### 5.3.2 企业建议

易观智库认为，对于多数企业来讲，移动管理并非其首先部署的系统，也并非其首要的系统，因而企业移动管理的着眼点应是对接到企业现有体系，而非对现有体系进行改造。因此，企业在进行各个管理体系的构建时，应采用开放式、标准化的方式构建，以便于包括移动管理在内的诸多后期系统能够通过标准协议对接原先的各个管理系统。反之，如果企业采用非标准化方式，会对后期系统的集成与数据打通造成严重障碍。

此外，经过多年的发展与演进，企业移动信息化已成为一套整体解决方案，易观智库建议企业在移动化项目招标过程中尽量避免需求分标，以实现最优的管理效果。

## 6 易观国际版权声明 2016

1. 本报告包含的所有内容（包括但不限于文本、数据、图片、图标、研究模型、LOGO、创意等）的所有权归属易观公司（Analysys，下称“本公司”），受中国及国际版权法的保护。对本报告上所有内容的复制（意指收集、组合和重新组合），本公司享有排他权并受中国及国际版权法的保护。对本报告上述内容的任何其他使用，包括修改、发布、转发、再版、交易、演示等行为将被严格禁止。
2. 本报告及其任何组成部分不得被再造、复制、抄袭、交易，或为任何未经本公司允许的商业目的所使用。如果正版报告用户将易观公司提供的报告内容用于商业、盈利、广告等目的时，需征得易观公司书面特别授权，并注明出处“易观公司”，并按照中国及国际版权法的有关规定向易观公司支付版税。如果正版报告用户将易观公司提交的报告用于非商业、非盈利、非广告目的时，仅限客户公司内部使用，不得以任何方式传递至任何第三方机构、法人或自然人。如果本公司确定客户行为违法或有损企业的利益，本公司将保留，包括但不限于拒绝提供服务、冻结会员专有帐户、追究刑事责任的权利。
3. 本公司对报告中他人的知识产权负责。如果你确认你的作品以某种方式被抄袭，该行为触犯了中国及国际版权法，请向本公司做版权投诉。
4. 本公司正版报告的客户，可以易观国际会员身份享受以下增值服务（不同级别会员享受不同的增值服务）
5. 本报告有关版权问题适用中华人民共和国法律。我们保留随时解释和更改上述免责事由及条款的权利。

## 关于易观智库

Analysys 易观智库是易观国际旗下的大数据分析与评级公司。通过大数据的产品、工具和分析，助力企业在线业务的成长。Analysys 易观智库常年为中大型互联网公司及初创开发团队、投资机构以及品牌企业提供可信、可靠、有效的数据和服务，已成为他们了解市场、提升数字用户资产价值的首选大数据服务提供商。

## 易观智库主要特色

- ◆ 帮助客户认知宏观经济环境的发展变化趋势；
- ◆ 帮助客户了解产业环境和市场发展趋势；
- ◆ 帮助客户洞悉现有或潜在的竞争对手与合作伙伴；
- ◆ 帮助客户掌握竞品的发展变化情况及创新产品动态；
- ◆ 帮助客户探求用户需求和行为变化。



官方网址：[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

客服电话：4006-515-715

电子邮件：[co@analysys.com.cn](mailto:co@analysys.com.cn)

