



智慧小微云图

——小微企业“互联网+”白皮书

畅捷通小微企业管理研究院

2015年5月

目录

一、我们的时代.....	2
(一) 革新的时代.....	2
(二) 黄金的时代.....	5
二、小微企业互联网+.....	6
(一) 内涵.....	6
(二) 要点.....	7
1、分享经济：互联网思维的实践.....	7
2、社会化：从粉丝营销到企业变革.....	10
3、O2O：线上线下深度融合.....	13
4、互联网金融普惠小微企业.....	14
(三) 智慧小微：从工业 4.0 到互联网+.....	15
三、实践.....	18
浙江推出“水电煤”式的小微企业云服务.....	18
结语.....	21

一、我们的时代

（一）革新的时代

“不拥抱变革，便会失去这个时代。”

——趋势经济学家 杰里米·里夫金(Jeremy Rifkin)

中国经济在改革开放后的 30 多年迅猛发展后已逐步放缓，人口红利逐渐消失，中国的经济形势正在发生结构性的改变。中国正经历着告别“世界工厂”向“世界市场”转变的过程，成为全球资本与需求的来源地。进入新常态之后，中国经济发展的本质不是速度的调低，而是发展方式的转变。

2015 年的政府工作报告将“互联网+”战略提升至国家层面，“互联网+”无疑将会推动全产业的改造与升级。企业是产业的基本元素，只有企业实现了互联网模式下的产品创新、商业模式变革、管理升级，产业的全面互联网化才得以实现。因此，企业互联网化并不是空喊口号，而是切实的企业发展路径。

近年来，以淘宝、京东、亚马逊为代表的电子商务，以微信、微博为代表的社交网络，以支付宝为代表的移动支付，以Uber、滴滴打车为代表的共享经济，无不深刻影响着每个人的生活方式。但是，麦肯锡2014年发布的报告数据显示，中国的中小企业运营中互联网使用率仅为20-25%，云服务的渗透率为21%，而美国的数据分别是72-85%和55-63%。虽然互联网基础设施普及工作已基本完成，但根据企业开展互联网应用的实际情况来看，仍存在很大的提升空间。大部

分企业尚未开展全面深入的互联网建设，仍停留在电子邮件等基础应用水平上。

从全球来看，互联网化的重心正在从个人、消费者快速向企业和组织发展。电子商务等互联网公司自身企业互联网化的先行者和成功实践者，但是互联网化不会局限于互联网公司，可以预见，未来中国将没有传统行业，每一个行业都将被全面互联网化。互联网已经像高速公路一样成为企业不可缺少的基础设施，所有企业都会在互联网上飞驰。

这样一个崭新的阶段为小微企业带来了新的发展机遇，使得小微企业有机会与大企业站在同一起跑线上发展。

（二）黄金的时代

“黄金时代在我们面前，而不在我们背后。”

——著名作家 马克·吐温 (Mark Twain)

小微企业的发展直接关系到民生，与国家整体经济紧密结合，对社会经济的和谐发展起着不可忽视的重要作用。随着整体经济结构的不断调整，市场环境的不断变化，不论从政府还是企业本身都在不断地寻找小微企业发展的新动力。2014年1月28日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，确定支持发展“众创空间”的政策措施，为创业创新搭建新平台。会议确定了大力发展“众创”空间，完善创业投融资机制，简化登记手续，为创客发展提供便利的多项措施。会议还确定进一步减税降费，支持小微企业发展和创业创新。

移动互联网对于小微企业的发展可以说是又一个强有力的新引擎。近几年移动互联网发展迅猛，用户需求变化不断，更多垂直细分领域的创新服务将出现，本地化服务和移动互联网的结合将进一步深化。

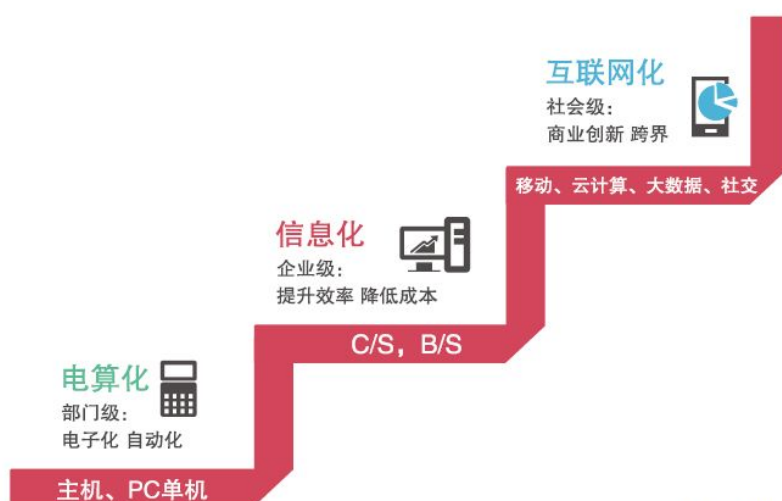
这是一个小微企业创新发展的黄金时代，同时也是互联网“焦虑”时代。几乎所有行业都在与互联网发生强关联，如果不能在互联网的创新思维来指导和改造传统业务，结果必然是在游戏规则改变后失去原有的竞争优势。互联网作为工具和新思维，已经融入到这场改造运动中。

二、小微企业互联网+

(一) 内涵

“小微企业互联网+”即“小微企业互联网化”，是指小微企业主动与互联网深度融合，通过运用互联网思维实现小微企业经营模式、商业模式的创新和变革，利用互联网、云计算、大数据、物联网等技术，降低成本、提高效率，创新产品和服务、增加客户满意度，健康、可持续发展。

回顾信息化的历史，企业主要经历了电算化、企业信息化、企业互联网化三个阶段。早期的电算化阶段主要实现企业的财务、人力资源、进销存等部门的办公数字化与自动化。企业信息化阶段主要围绕企业运营的业务流程进行。企业互联网化主要是实现企业间、产业链级的信息化。而具体到小微企业互联网化，则是小微企业充分利用互联网、云计算等技术带来的便利和低成本，以改善经营、健康成长。



资料来源：海比研究 & 用友软件

(二) 要点

1、分享经济：互联网思维的实践

随着移动互联网的发展，以分享经济为代表的创新商业模式快速崛起。分享经济，也被称为点对点经济(Peer to peer economy)。是一个建立在人与物质资料分享基础上的社会经济生态系统。“按需经济”(On-demand economy)被认为是分享经济的一种延续。分享经济是互联网思维的实践，在某些行业，也是对传统的一种重构。互联网不再是效率工具，更不仅仅是营销渠道，而是连接人与人、人与物、人与企业的基础环境。互联网可以把供给与需求方便地连接起来并随时激活。分享经济使每个人都可以同时成为消费者和生产者，这种基于互联网建立的点对点的交易平台，有助于提高社会资源的分配和利用效率。2014年，分享经济规模已经排到全球行业经济的第五名，行业规模约150亿美元，预计到2025年，分享经济规模将达到3350亿美元。

(1) 更多的细分市场机会

分享经济的概念并非最近才出现，借助移动互联网的发展，如今的消费者利用互联网将分享经济带到了另一个高度。现代社会逐渐分化出两种人，一种是有钱却没时间的人，另一种是有时间却没钱的人。在利益的驱动下，人们更愿意去承担风险。传统的企业和消费者之间的界限正在不断弱化。如今的消费者自己开始扮演着创造者、生产者、财务专家和旅店经营者等角色。对初创企业、小微企业来说，分享经

济意味着细分化市场，商机正向海量的做服务的企业倾斜。支持分享经济发展的企业将在下一波创业热中扮演主角。同时，分享经济的快速发展意味着更多的市场机会出现在不同的产业，市场上会出现很多不同领域的企业致力于为供需两端搭建桥梁，提高服务、交易、沟通的效率。服务对象也在由个人走向企业，从根本上影响社会经济结构。分享经济作为一种新的经济模式，正在带动微型就业。在分享经济发展的过程中，每一个人都可以成为微型企业家。



(2) 从消费市场到企业市场

我们正在经历这一全新的商业时代，如今的消费者正在放弃传统的、效率低下的企业，转而投入分享型企业的怀抱，来获取他们想要的产品和服务，例如 Zipcar 的座驾分享服务、Airbnb 的房屋分享服务、TaskRabbit 的劳务分享服务等。这些企业正在帮助消费者更加迅速有效的找到他们需要的商品，而且这些企业的优势在于，消费者可以在这些平台上，以更加低廉的价格找到他们所需。值得注意的是，例如为企业提供专车服务的 Uber for Business、为创业公司提供办公场地

租赁服务的 WeWork 这样的企业已经走在了 B2B 分享经济的前列。未来，我们预计这些公司业务将进一步增长，为企业提供多元化的服务，同时也能在企业之间分享更多的资产。

(3) 分享经济与云计算

现在的分享经济，已从物尽其用拓展为知识分享、需求分享、数据分享、供应分享等各个领域。云计算，正是 IT 领域的分享经济。新的 IT 资源使用模式可以称之为云计算的“技术属性”，而云计算的另一大关键特性——“可计量的服务/按使用收费”，则让云计算的技术属性跳转到商业属性，让云计算成为一种新的业务形态，从而将一种并不算新的技术，进化为一种新的服务经济模式。云时代，服务为王的模式，更成为不可逆转的趋势。通过云端把所有的同类资源汇总并组织成一个资源池，用户可以按需索取并为所需的资源付费，使用后再让资源回到池中，留给其他需要的人。这样，资源在池中被分割，并通过每一次吞吐获得经济收益。云计算模式中所强调的供需关系及其相互的利益分配，足以给“分享经济”一个有力的支点，或者说是新的起点。

2、社会化：从粉丝营销到企业变革

(1) 社会化媒体

社会化媒体即社交媒体，是人们彼此之间分享观点、资讯等信息的工具和平台。2009 年微博崭露头角，为企业提供了新的传播和营销平台。不同于传统的门户网站广告和搜索引擎广告，企业开始运用微

博等社会化媒体对外传播企业的品牌和产品信息。通过社会化媒体平台开展营销活动，尤其适合本就没有多少广告预算支出的小微企业。

如今，社会化媒体飞速发展，以人为中心的社会化媒体平台已经成为企业在社会化营销上的战略重地。越来越多的企业开始注重在微博、微信等平台上面的传播和营销，同时也涌现出一批帮助企业在社会化媒体开展营销活动的新媒体营销服务商。

企业和粉丝之间通过社会化媒体建立了一种双向的、社会化的关系，在一些企业的成功运作下，这种关系最终可以形成社群或社区。



(2) 社会化营销

根据 CNNIC 最新报告显示，利用互联网开展过营销活动的受访企业使用率最高的是利用即时聊天工具进行营销推广，达 63.1%。对企业

而言，即时通信工具不仅起到交流沟通的作用，而且在开展电子商务和网络营销方面也扮演着重要角色。即时通信工具庞大的用户基数、较强的用户黏性和丰富的管理工具，已成为企业营销的重要工具。

当今移动互联网大行其道，企业意识到社会化媒体已不仅仅只有媒体或社群属性，它可以和业务融合，改变传统的业务模式。利用移动互联网的技术，整合用户和企业在线上、线下的各个触点，提升用户体验、促进销售。企业从海量数据中精准发掘潜在用户，并使其成为忠实的消费者乃至粉丝，通过他们的社交网络推广产品并完成交易，这种数字化营销将成为企业生存发展的新挑战。

随着微营销、移动电商等新兴营销迅猛发展，小微企业应发挥小企业快速转型、阵地灵活的优势，紧紧抓住目标用户的消费习惯和趋势，开展有效的社会化营销。

(3) 社会化管理与协同

从某种意义上讲，社会化重新定义了企业员工学习、分享、沟通及协作的方式。实行社会化管理的企业，其员工无论在办公室、在家或是在拜访客户的路上，都可以在企业社会化平台随时分享消息、组建临时讨论组，甚至实时协作编辑文档。

社会化管理的根本是从过去的以流程为中心转变为以人为中心，消除上下级之间的沟通障碍，管理层级更加扁平，企业内部信息更加透明，从过去的“上传下达”变为双向沟通机制，员工归属感和凝聚力也更强。企业社会化平台与企业原有的信息管理系统及业务系统连接后，

企业的信息和数据将实现系统间、成员间共享和使用，提高工作效率和效果。

企业管理社会化将成为难以阻挡的洪流，并以前所未有的规模释放出企业创新和转型的潜能。而这种新型的管理模式、工作方式，更适合初创团队、小微企业。同时，社会化也在企业客户管理、企业各地分支机构、供应链上下游的企业之间发挥着重要的协同作用。当你的客户变化的时候企业就要随之而改变。企业不仅仅要满足客户提出来的需求、解决客户的问题，更要与客户建立起一种基于“信任”的社交关系，主动与客户进行互动。

分享经济的本质在于：沟通成为一种巨大的生产力。企业未来的竞争焦点，是从线下市场资源的竞争，上升到对在线沟通资源的竞争。借助社交网络的普遍运用，分享经济将深刻影响企业运营，企业要重新思考业务流程，并时刻准备分享相互间的资源。无论企业内外，都可通过互联网实现团队协作。这使得合作伙伴、供应商和客户间通过社会化的协同更加紧密地联系在一起，公司同各机构间的边界将会趋于无形，研发外包与众包则将日益成为常态。

3、O2O：线上线下深度融合

据 CNNIC 最新报告显示，截至 2014 年 12 月，中国网络购物规模达 3.61 亿人，年增长率为 19.7%。手机网络购物也爆发出巨大的市场潜力，用户达到 2.36 亿，增长率为 63.5%。电子商务整体呈现出普及化、全球化、移动化的发展趋势。

而很长一段时间以来，小微企业的互联网应用还停留在比较初级的水平，比如做一些搜索引擎广告、网上信息发布的网络营销，用即时通讯工具来维系自己的老客户群体。全国已开展在线销售的企业比例仅为 **24.7%**。网络营销渠道与传统渠道难以协同、电子商务人才缺失等仍是小微企业主普遍担心的问题，在很大程度上制约企业的发展。在互联网的大潮中，小微企业需要借鉴大企业的成功经验，结合市场现状，摸索出一条适合自身发展的营销道路。

随着 **4G** 时代的到来，线下的传统企业往线上走，互联网企业往线下传统行业走，线上线下融合成为大趋势。**O2O** 正在实现高速发展，**O2O** 将实体企业尤其是本地生活服务业和商业服务业与互联网紧密结合，线下企业已经成为互联网消费经济中重要的一环。在这一趋势下，企业在内部运营、市场推广与服务 and 产品销售方面，将会越来越多地与互联网深度融合。随着互联网与经济活动的全面结合、对传统商业模式的影响和改革程度进一步扩大，传统企业与互联网企业的分界将越来越模糊，互联网将成为企业日常经营中不可分割的部分。小微企业引入 **O2O** 的业务模式，首先要实现业务层面的线上线下无缝连接，需要有合适的连接工具或平台，另外还需要形成产品推广、试用、预订、交易、支付、配送、服务、口碑传播等环节的闭环。

在互联网营销平台的选择上，除了传统的电商网站、团购网站，移动电商平台、社交网络平台也是新的选择。小微企业在全网营销、全渠道营销的浪潮中，针对本行业和自身特点，创新业务模式，一定能找到新的突破。

4、互联网金融普惠小微企业

企业是市场经济的主体，经济发展是否有活力，增长是否有质量取决于企业的发展，而占我国企业数量 90%以上的小微企业及个体工商户能否健康成长则决定着中国经济发展的未来。

小微企业及个体工商户因为缺少抵押物等原因，很难从银行等传统金融机构获得贷款，而且银行等传统金融机构由于借款流程多、耗时长，难以满足小微企业灵活的资金需求。而通过以 P2P、P2B、众筹等为代表的互联网金融平台，打破了传统的以资本市场直接融资、与商业银行间接融资为主的融资方式，为小微企业的融资拓展了新的路径。互联网金融充分吸收了互联网“开放、平等、协作、分享”精神，又结合了传统金融的运作模式，弥补了传统金融在小微金融服务领域的短板。

大部分互联网金融公司的商业模式，依赖的是大数据来评定客户的信用等级，依赖大数据来跟踪判断风险程度，但小微企业普遍就连最基础的业务数据都没有。因此，互联网金融服务小微企业，必须推动小微企业规范建账核算，通过云平台积累关键业务数据，为大数据金融增信做准备。

国家提出的普惠金融，本意就是希望支持中小企业与小微企业，支持草根的创业与创新，但只有互联网金融才可能真正让普惠金融落地。

（三）智慧小微：从工业 4.0 到互联网+

在互联网时代，企业的边界将被打破，信息也从不对称变为对称，企业和客户零距离的互动与接触成为可能。在以B2C（从企业到消费者）为代表的工业时代，企业生产什么客户就得买什么；但在以C2B（从消费者到企业）为代表的信息时代，则是客户需要什么，企业就生产什么。B2C是大众传播模式，而C2B是定制和个性化服务。这就是企业互联网的思维，也是工业4.0的核心思想。人、应用系统、智能机器正在以前所未有的速度连接起来并构成一个新的智能生产时代，互联网成为创造新价值的关键生产力；在新的模式下，以物联网、云计算、大数据、人工智能为代表的创新技术正迅速渗透到企业办公、研发、生产、销售及服务等各个环节。

工业4.0的核心思想，同样适用于其他行业的企业。小微企业要充分理解和运用工业4.0的思想，整合线上线下各类资源，实现在产品创新、生产制造、营销等环节的规模化与定制化的统一，以数据为驱动，以客户为中心，最终完成企业互联网化的转变，实现“智慧小微”的蜕变。

我们认为，小微企业要成为“互联网+”时代的“智慧小微”，需要着重解决以下几个问题：

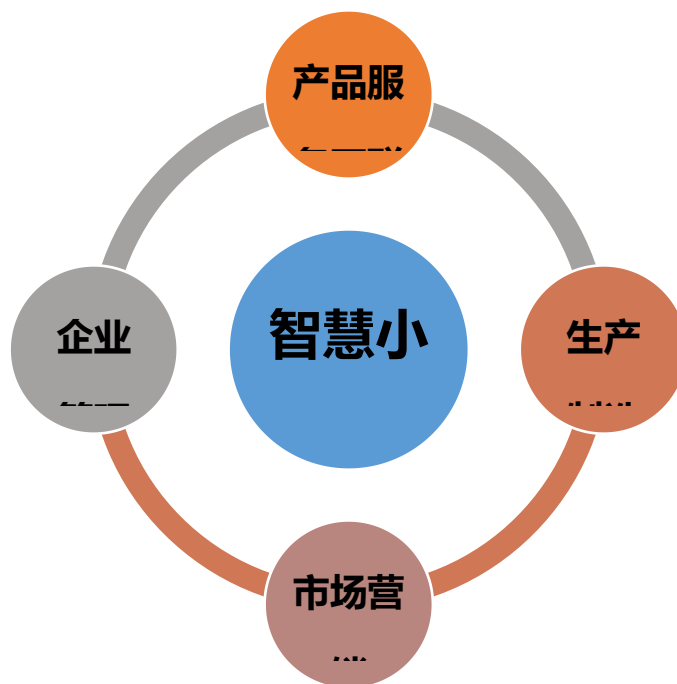
第一，产品服务互联网化。互联网+时代是以用户为中心进行产品创新，是用户积极参与到创新的全过程快速迭代式创新，是用户、上下游合作伙伴共同参与的开放式、社会化、协同的创新。

第二，生产制造互联网化。工业4.0倡导的生产制造是以智能制造、大数据、3D打印、物联网为特征的制造。通过产品的使用数据来发现

缺陷，优化设计和制造工艺。

第三，市场营销互联网化。互联网+时代的营销，是以移动、社交、大数据精准营销、O2O为主导的营销。用互联网技术来发现需求、降低沟通成本、利用O2O来更精准的发现用户需求，最大化的降低营销成本。

第四，企业管理互联网化。“平等、开放、协作、分享”既是互联网精神，也是传统企业互联网化的思想基础，甚至可以说是衡量一个企业是否已经开始互联网化的重要指标。除了要具备思想准备基础，还要加强企业内部管理的信息化建设，信息化是企业实现互联网化的基础。企业经营管理要以数据为驱动，切实把数据资产重视起来，从这个意义上讲，小微企业及个体工商户应规范地建帐核算，对财务等经营数据进行整理分析，提高抗风险能力，并为企业日后的融资、贷款打下数据基础。



三、实践

浙江推出“水电煤”式的小微企业云服务

为贯彻《国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》和工业和信息化部“关于开展 2015 年扶助小微企业专项行动的通知”精神，在浙江打造“大众创业、万众创新”良好氛围，促进浙江中小企业的平稳发展，浙江省经信委在全省推广“小微企业云服务平台（96871 平台）”。

浙江是小微企业比较活跃的地区，多年来小微企业获得了较快发展，但小微企业在互联网大潮中，面临着管理升级、产品创新的压力。如何推动浙江小微企业融入“互联网+”的浪潮中，借助互联网技术提升小微企业的竞争力，是摆在省经信委面前的问题。为此，省经信委从帮助小微企业扩大市场、降低运营成本、解决融资这三个小微企业急需的三个难题入手，联合电信运营商、专业信息化服务机构、小微金融机构，共同打造小微企业信息化云服务平台。

很多新创企业，在成立之初面临的第一个问题就是如何扩大市场。所以在 96871 平台上会定期做一些当地“专精特新”产品的推荐，帮助企业打开销路。同时部署了客户管家 APP，结合大数据应用，能快速搜索客户信息，并记录每次与这些客户的沟通过程，帮助新创企业扩大市场。

小微企业面临的第二个难题就是如何降低运营成本，以保证企业能生存下去。因此在 96871 平台上部署了适合小微企业使用的 T+企业

管理软件，具备销售管理、采购管理、仓库管理、成本核算、财务管理等功能，并能与网上商城打通，处理网店订单，实现线上线下同步管理。其具备的移动 OA 功能，在手机上实现订单审批、库存查询、价格查询、销售日报、网络会议等功能，让企业老板在手机上就能实时管理自己的企业。

针对小微企业普遍面临的融资难题，96871 平台引进小额贷款公司，借助企业健康体检，利用大数据来分析小微企业的经营状况，将以前“抵押贷款”的方式改变为“数据贷款”，这种方式改变了小微企业贷款难的难题。

以前，企业在解决市场营销效率、降低成本的问题时，往往需要购买昂贵的 ERP 软件、CRM 软件，需要购买服务器等网络设备，需要聘请专业的人员来管理这些设备，对小微企业来说这是相当大的开支。现在，浙江省经信委搭建中小微企业公共服务平台，由政府投资软硬件设备，浙江的小微企业在网上申请就可开享受到大企业才有的 ERP、CRM 管理软件，并且政府统一购买服务，让小企业免费使用，打消小微企业的后顾之忧、减轻小微企业的负担。甚至对新创小微企业，还设立创业辅导制度，对新创企业进行市场、管理等扶持。

结语

小微企业正沐浴在新一轮企业互联网的春风里，小微企业凭借更强的创新意识、执行能力，成为企业互联网生态中重要的因素。围绕小微企业，也会衍生出一系列的互联网化的服务机构，比如在线法律咨询、企业互联网理财贷款服务、在线财务服务等等。

在这一波企业互联网的创业创新大潮中，小微企业将有可能通过改变传统思维实现商业模式上的弯道超车，通过大数据实现经营诊断、提前预警，通过云计算技术实现控制成本和提高效率，通过社会化的内部管理模式和外部沟通协同机制实现效率的提升。



苹果手机从未把诺基亚、黑莓作为竞争对手，而是用手机智能化彻底颠覆了传统手机行业。其实在很多领域都是如此。正如科幻小说《三体》中写的“毁灭你，与你无关”。**小微企业应最大可能满足客户，深刻理解我们的客户在互联网时代的变化，必须从客户的角度看待变化，根据用户的使用场景提供个性化的优质产品和服务。**

“我们是旧文明的最后一代、新文明的第一代。”

——未来学大师 阿尔文·托夫勒 (Alvin Toffler)



用信息技术推动小微企业进步

中国领先的小微企业管理云服务与软件提供商

地址：北京市海淀区北清路 68 号用友软件园

网址：www.chanjet.com