



市场分析

企业社交网络和线上社群的全球市场： 未来预测（2015年至2019年）和各供应商占有率（2014年）

Vanessa Thompson

IDC的见解

2014年，企业社交网络（ESN）市场发展显著。业务应用内部所体现的社交工作流程能力呈上升趋势，但与此同时，支持客户、员工、合作伙伴以及供应商的线上社群也发展迅猛。IDC预计，独立及嵌入式ESN两类市场发展将继续显著减缓，取而代之的是更多社交性质的企业应用。然而，线上社群市场也在快速增长。在预测期间结束时，企业社交网络甚至有可能不会被视作独立的市场。此外：

- IDC预计，企业社交网络的全球市场收入将从2014年的14.6亿美元增长至2019年的35亿美元，复合年增长率（CAGR）为19.1%。
- IDC预计，线上社群的全球市场收入将从2014年的3.9295亿美元增长至2019年的12亿美元，复合年增长率（CAGR）为24.3%。
- 与客户、员工、合作伙伴以及供应商之间的联络始终是企业的关键使命性活动。由于预期的瞬息万变，社群已经成为业务网络之间的桥梁，将毋庸置疑地继续为尝试发展持续关系的企业贡献出更多的价值。

关于本研究

此次研究调查了2010年至2019年的企业社交网络市场状况，得出供应商的收入趋势和市场增长预测，提供了2014年的全球市场规模以及2013年的趋势，揭示了该市场2015年至2019年的五年增长预测，还提供了2014年在企业社交网络和线上社群方面处于领先地位的供应商取得的收入和市场占有率。

方法

参见“了解更多”部分中的方法，其中描述了本研究所采用的预测和分析方法。

除此以外，需注意下述内容：

- 此次研究所采用的信息来源于截至2015年6月8日的IDC全球半年软件追踪数据库。
- 本文件中的数据均为四舍五入而非精确结果。
- 有关IDC软件定义和方法的更多信息，参见《2015年IDC软件分类》（IDC #256767，2015年6月）。

企业社交网络市场定义

企业社交网络（ESN）在于向企业防火墙内外的用户提供社交工作流程能力。此类解决方案面向的重点人群为非客户端用户，但亦可能用于与客户的直接互动。企业社交网络的解决方案能力应当包括但不限于活动流、博客、维基百科、微博客、讨论论坛、小组（公共或私人）、构思、配置文件、推荐引擎（人员、内容或对象）、标签、书签和安全社群等等。ESN可提供某一业务的社交工作流程或关系层，呈现为单独或独立的解决方案和/或服务型API或集成应用组，与其他业务或沟通应用共存。追踪企业社交网络市场的供应商应可提供离散解决方案，用于支持某类社交功能（例如，社群管理、构思或创新管理）或者一个包含多种功能特征的广泛的平台。可实现多种部署选项（本地、服务型软件[SaaS]、应用软件代管或软件设备）。

线上社群是企业社交网络市场的一个分区，包括所有线上社群。

社群在于收集和集合用户生成的反馈（内容可能包括文件和富媒体），还可能包括博客、讨论论坛、配置文件、标签、评论和评级/排名等能力。社群可运行自身拥有的数字属性，并且以客户、员工或合作伙伴/供应商为基础，服务于特定成员/社群型企业。此类解决方案还可能用于通过社交登录、社交插件（包括专有连接器、Web服务或内联框架），将外部社交数据资源集合到自有站点。

社群市场定义不包括如下内容：

- 社交分析功能，包含在任何销售自动化、营销自动化、客户服务或联络中心的CRM部分当中。
- 社交媒体发布能力；其中还包括社交媒体广告投放。

解决方案概述

2014年企业社交网络全球市场

ESN继续成为现代企业的常用方面。在整个2014年，主要ESN供应商发生了重大的重新定位情形。由于IBM Connec-

tions为公司新邮件产品IBM Verse提供的支持，IBM继续对前者重点关注。Jive Software创建了重点关注集中于个人生产力的一系列新型产品的工作方式，反映为从Jive Chime的日程表功能到移动应用消息传递功能。Microsoft正在匆忙增加Office 365（还包括Yammer）的能力和范围，并且鼓励对Office 365 API的重点关注，该套件可提供与其他业务应用的连接。Salesforce.com不仅正积极推动Community Cloud，目前还将Chatter作为salesforce.com平台业务中的一部分。最后，有鉴于Lithium Technologies客户群日臻成熟，其将在明年做好准备进行IPO。

2014年领先供应商表现

表1和图1展示了全球企业社交网络供应商在2012年至2014年的收入以及在2014年的增长和市场占有率。市场上几乎所有供应商的同比增长均为两位数。salesforce.com的持续增长不仅有赖于改变了对Chatter的市场定位，变为Salesforce更横向的支持层，同时还有为销售、营销、合作伙伴社群提供的Community Cloud。

表2和图2展示了全球线上社群供应商在2012年至2014年的收入以及在2014年的增长和市场占有率。线上社群是企业社交网络市场的一个分区，其最基本的形式为基于Web的目的地，人们可通过该目的地连接、查找资源并且讨论与产业、企业、产品和价值集合有关的话题。

表1

2012年至2014年全球企业社交网络供应商收入（单位：百万美元）

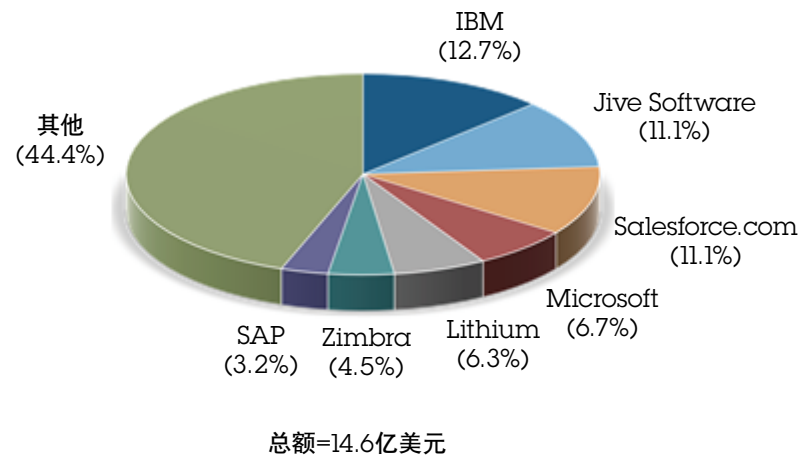
	2012年	2013年	2014年	2014年的份额(%)	2013年至2014年的增长(%)
IBM	142.7	172.7	185.5	12.7	7.4
Jive Software	102.3	130.5	162.2	11.1	24.3
Salesforce.com	29.6	91.2	161.6	11.1	77.2
Microsoft	44.0	76.0	97.2	6.7	27.9
Lithium	52.5	81.5	92.3	6.3	13.2
Zimbra	39.1	47.9	65.3	4.5	36.4
SAP	10.9	34.1	47.1	3.2	38.2
Socialtext	34.6	34.8	35.2	2.4	1.4
Mindjet	17.6	18.6	23.1	1.6	23.9
Get Satisfaction	14.9	18.5	23.0	1.6	24.4
INgage Networks	15.7	17.5	20.6	1.4	18.2
Google	-	10.9	16.6	1.1	52.7
Igloo Software	10.4	13.5	16.0	1.1	18.0
TIBCO	10.0	12.2	14.9	1.0	22.2
Zyncro	5.7	9.5	12.6	0.9	32.9

	2012年	2013年	2014年	2014年的份额(%)	2013年至2014年的增长(%)
ATOS	7.9	8.6	8.6	0.6	0.1
VMware	4.7	6.6	8.0	0.5	21.7
Cisco	2.0	1.4	1.6	0.1	18.0
TOTVS	-	0.1	0.2	0.0	204.6
Subtotal	544.9	785.8	991.6	67.9	26.2
其他	414.1	491.3	468.1	32.1	-4.7
总计	959.0	1,277.1	1,459.7	100.0	14.3

来源：IDC，2015年6月

图1

2014年全球企业社交网络供应商的收入份额



来源：IDC，2015年6月

表2

2012年至2014年全球线上社群供应商收入（单位：百万美元）

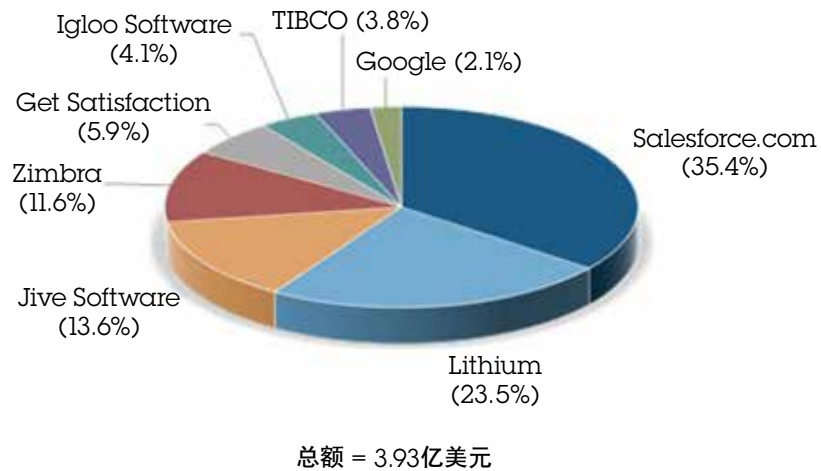
	2012年	2013年	2014年	2014年的份额(%)	2013年至2014年的增长(%)
Salesforce.com	29.6	64.8	139.3	35.4	114.8
Lithium	52.5	81.5	92.3	23.5	13.2

	2012年	2013年	2014年	2014年的份额(%)	2013年至2014年的增长(%)
Jive Software	26.6	37.8	53.5	13.6	41.5
Zimbra	27.4	33.5	45.7	11.6	36.4
Get Satisfaction	14.9	18.5	23.0	5.9	24.4
Igloo Software	10.4	13.5	16.0	4.1	18.0
TIBCO	10.0	12.2	14.9	3.8	22.2
Google	-	5.4	8.3	2.1	52.7
总计	171.4	267.3	393.0	100.0	47.0

来源：IDC，2015年6月

图2

2014年全球线上社群供应商的收入份额



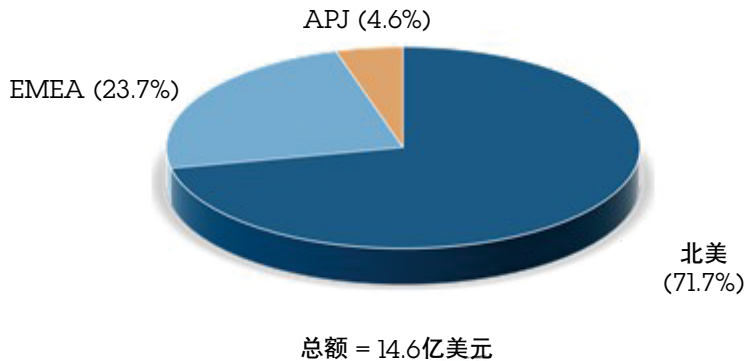
来源：IDC，2015年6月

2014年地理区域表现

北美占企业社交网络市场的最大收入份额。然而，EMEA（西欧和CEMA）在2014年增长态势良好，原因在于区域内部署了基于云的服务。亚洲/太平洋（包括日本）（APJ）仍然占企业社交网络收入的较小份额，该区域市场与北美相比仍不成熟（参见图3）。

图3

2014年全球企业社交网络区域收入份额



来源：IDC，2015年6月

未来展望

预测和假设

在预测期间，下列因素将可能推动企业社交网络和线上社群的收入增加：

- 业务重点还应包括主动与客户沟通，而不仅限于对客户的响应。如果做出这种转变，意味着企业想要推动自身品牌更多的认知度，以及实现与客户的持续对话。该情形尤其适用于启用线上社群，使得品牌能够快速建立与客户、员工、合作伙伴以及供应商的相互信任关系。
- 社交工作流程是公司创造竞争差异和优势的核心，这是仅部署一些新的软硬件以及自动化流程远远无法实现的。而是需要将其设置为公司业务的内在内容，利用技术促成。
- 由于工作的快速变化属性，意味着社交工作流程将占据越来越重要的地位，能够使用户无论选择在何处工作都能完成。使得将能够通过集合人员和系统分析及数据的新的输出（可能基于移动），做出业务决定。
- 线上社群将有机会拥有自身市场地位，使得合作伙伴和供应商能够开始社群交易，帮助解决其他用户或合作伙伴的问题。

在预测期间，下列因素可能会阻碍企业社交网络的收入增加：

- 企业社交网络的部署水平（特别是美洲地区）表明有许多企业已经部署了解决方案，因此，将无法实现独立解决方案的进一步收入增加。
- IT部门将进一步增加用于保证社交解决方案符合企业安全、合规以及IP保护要求的部署和集成。

2015年至2019年全球企业社交网络和线上社群预测

表3展示了IDC对企业社交网络和线上社群市场至2019年的增长预测。预计企业社交网络市场价值将在2019年达到35亿美元，CAGR为19.1%。预计线上社群市场价值将在2019年达到12亿美元，CAGR为24.3%。

IDC分析师通过分析全球供应区域输入，进行了企业社交网络预测。全球预测为对该区域数据的整合。预测显示，美洲地区将在预期期间保持良好的增长态势，EMEA和APJ预计将表现出更为积极的增长。截至目前，美洲地区表现出不成比例的高收入份额，EMEA和亚洲/太平洋（包括日本）地区预计可能需要独立企业社交网络方面的长期变化过程，并且可能随着更多企业应用采用社交工作流程而直接过渡至嵌入式应用。表4展示了2014年和2019年的各区域份额以及2014年至2019年的收入预测。图4展示了2014年和2019年的区域收入数据图。

表3

2014年至2019年全球企业社交网络和线上社群收入（单位：百万美元）

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2014年至2019年的CAGR (%)
企业社交网络	1,459.7	1,707.2	2,031.7	2,422.3	2,898.4	3,498.7	19.1
增长(%)	14.3	17.0	19.0	19.2	19.7	20.7	
线上社群	393.0	477.7	590.7	736.5	925.5	1,167.2	24.3
增长(%)	47.0	21.6	23.6	24.7	25.7	26.1	

注：参见表5的三大假设和表6的关键预测假设。

来源：IDC，2015年6月

表4

2014年至2019年全球企业社交网络区域收入（单位：百万美元）

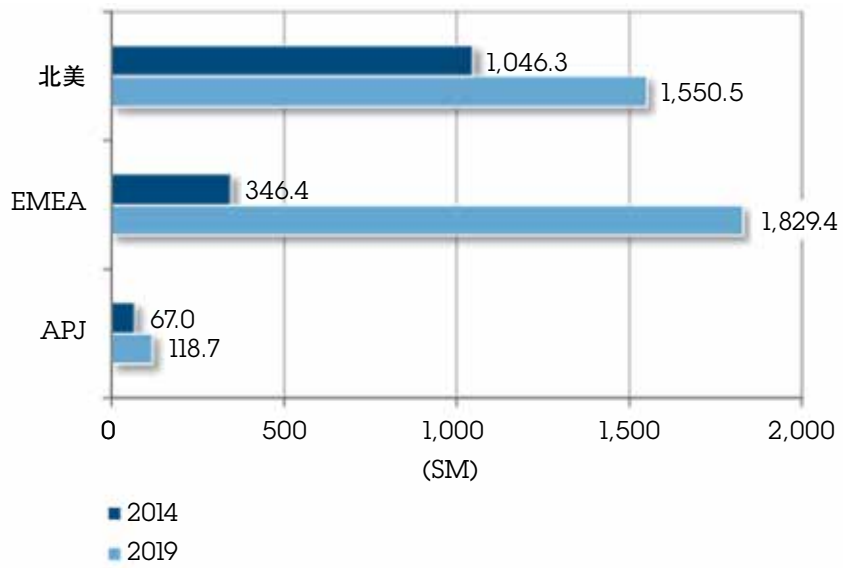
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2014年的份 额(%)	2014年至2019年的 CAGR (%)	2019年的份 额(%)
北美	1,046.3	1,138.4	1,245.3	1,347.8	1,452.4	1,550.5	71.7	8.2	44.3
EMEA	346.4	493.9	702.4	979.9	1,339.8	1,829.4	23.7	39.5	52.3
APJ	67.0	74.9	84.0	94.6	106.3	118.7	4.6	12.1	3.4
总计	1,459.7	1,707.2	2,031.7	2,422.3	2,898.4	3,498.7	100.0	19.1	100.0

注：参见表5的三大假设和表6的关键预测假设。

来源：IDC，2015年6月

图4

2014年至2019年全球企业社交网络区域收入



来源：IDC，2015年6月

假设

图5展示了企业社交网络市场的三大假设，图6展示了根据本预测的关键假设。

表5

2015年至2019年企业社交网络和线上社群全球市场三大假设

市场力量	IDC的假设	重要性	如果该假设发生变化可能会影响现有预测	评述
经济	2015年混入了经济表现。低油价促进了能源进口国（如印度）的信心，西欧继续呈现出中等发展水平（尽管存在希腊退出欧元区的持续不确定性）。另一方面，中国和日本的进程显著缓慢，同时美国经济在第一个季度表现较为疲软。据我方假设，美国将在该年的下半年有进益表现，中国将在政策作用下稳定在7%左右的增长。但由于俄罗斯和拉丁美洲的疲软态势，全球经济增长将低于3%。	经济下滑会影响业务和客户信心、信贷和私人投资的可获得性以及内部融资。全球经济衰退会导致业务IT升级和一些新项目的延迟；而如果全球经济增长，则会相反。经济危机（可能由于新兴市场更多的动荡所激发）可能导致发生一系列事件，造成近期非常低的技术支出。	根据预测得出下述假设，稳定的低能源价格利益将有助于增长，因此，工业化及发展中经济体的IT支出不会引发利率飙升。虽然中国基于当前水平展现出易于管理的低增长，但如果情况恶化，可能拉低全球GDP增长。	目前，全球仍普遍表现出负面情形。由此要求显著且重大的地缘政治转折点，促使ICT整体市场的全球价格下跌。
企业决策	支持特别决定的需要变得越来越重要。公司将更为看重本地协作应用和其他基于轻量级SaaS及移动性协作工作，用于支持其他业务决定。	协作与个人生产力变化迅速，有待定义和集合新的特征，以符合新兴业务需求。	积极方面： 过多移动应用消息传递将与特别决策相配合。 消极方面： 严格性质的业务流程将需要额外的用户互动。这意味着决策流程信息将占用更长的时间。	仅靠API拓展现有业务流程的做法将不再足够。还需要简化用户接口和可用性工作流程方面，使得用户实现通过任何设备相同的体验。
用户中心性	企业消费化继续在客户设备和Web应用的作用下被引入工作场所和供应商定位产品/解决方案，以更加适合用户需要，而非IT。	从供应商到推出社交工作流程功能的举措，将继续作为现有协作应用和业务工作流程的补充。例如，内容仓库和企业社交网络将变为内部可访问其他应用。许多企业社交软件供应商已推出支持该趋势的移动OS SDKs。	积极方面： 有鉴于业务压力的不断增加以及用户工作方式的改变，创造出机会直接通过用户行为建立和架构应用以及流程，而非通过提供现有企业业务应用的移动版本。 消极方面： 许多企业尚无明确的企业移动策略，从事于移动设备管理和移动应用管理投资。由此造成了设备和应用管理支出的巨大增加。	用户预期将继续变化迅速，但由于该情形通常不符合企业IT购买周期，因此，将需要企业变得更加灵活，并且按照预期在工作环境以外提供用户体验。

来源：IDC，2015年6月

表6

2015年至2019年企业社交网络和线上社群全球市场关键预测假设

市场力量	IDC的假设	影响	积极作用 / 消极作用 / 中性作用	假设的确定性
宏观经济				
经济	2015年混入了经济表现。低油价促进了能源进口国（如印度）的信心，西欧继续呈现出中等发展水平（尽管存在希腊退出欧元区的持续不确定性）。另一方面，中国和日本的进程显著缓慢，同时美国经济在第一个季度表现较为疲软。据我方假设，美国将在该年的下半年有进益表现，中国将在政策作用下稳定在7%左右的增长。但由于俄罗斯和拉丁美洲的疲软态势，全球经济增长将低于3%。	高度影响。 经济下滑会影响业务和客户信心、信贷和私人投资的可获得性以及内部融资。全球经济衰退会导致业务IT升级和一些新项目的延迟；而如果全球经济增长，则会相反。经济危机（可能由于新兴市场更多的动荡所激发）可能导致发生一系列事件，造成近期非常低的技术支出。	↔	★★★★☆
危机持续期间 / 复发的可能性	尽管希腊身为欧元区成员，在未来周边环境的不确定性将日益增加，但整体欧洲经济比一年前危机复发的可能性要低。由于中国经济体自上而下地克服金融危机的持续努力，可能会发生债务危机，但据我方目前的假设，中国政府拥有足够的政策力量，可避免最糟糕的情形。	高度影响。 根据2009年的观察，经济信心方面的危机将在短期内彻底动摇IT支出。有鉴于模块化IT支出对IT买方政策的支配作用，买方业务将随时延迟或推迟资本支出和新的项目。另一方面，其还创造了潜在需求，特别是在新兴市场。	↔	★★★★☆
垂直行业	有鉴于美国政府削减支出的策略以及大部分欧洲国家施行紧缩措施，公共领域的IT支出成为了主要阻力。如医疗保健等富有活力的行业继续运用现代化的步伐，应对成熟经济体中的人口老龄化并适应于服务业。制造企业致力于提高其全球竞争力的投资，而电信运营商则专注于客户维系方面的努力。行业特定解决方案将成为IT支出的主要推动力。	高度影响。 由于IT收入主要贡献方面（例如金融服务业）的下滑，会对IT支出造成重大影响。在垂直领域（如医疗保健）的动力作用下，将促使整体IT支出的增加。行业特定解决方案会越来越地展现为增长的主要贡献方面。	↑	★★★★☆

表6

2015年至2019年企业社交网络和线上社群全球市场关键预测假设

市场力量	IDC的假设	影响	积极作用 / 消极作用 / 中性作用	假设的确定性
全球大趋势				
云	云是一种新的计算模式，在未来几十年内将形成IT支出，构成IDC在多年以来称作“动态IT”的逻辑演化。云可提供互联网虚拟资源的共享接入。IDC预计，云服务支出将在未来几年间继续以两位数的比率实现增长，逐渐增长为所有IT支出中的较大比例。该情形将在中短期内对IT支出造成负面影响，使得终端用户降低对特定解决方案的整体支出。然而，从长远角度来看，我们相信云将对行业增长形成积极的整体影响，会有越来越多的用户更快速采用更为先进的计算解决方案。	高度影响。 云服务的主要优势应当在于使得IT企业有能力从维护IT资源转变为采取新的措施。该情形可反过来带来新的业务收入和竞争性，并为SMB和新兴市场的IT供应商创造新的机会。上述利益将在短期内被品牌替换所抵消，导致缩短服务实践、破坏价格模型以及某种程度的硬件商业化。从长远的角度来讲，强劲的经济将有助于大多数企业从资源型转变为新的IT发展和应用方面。尽管在未来数年间品牌替换仍将发挥作用，但云使用将成为IT支出的整体驱动力。	↔	★★★★☆
数字市场	新数字市场的作用方面在于服务型软件、互联网和企业搜索集成及其他功能、“云计算”概念以及Microsoft、Google和其他供应商的竞争性广告收益。数字市场将影响到内容交付、商业、数据中心架构、广告、营销、电信和社会互动。还可能增加新兴区域的ICT消费，促使居留用户不断增加。	中度影响。 有望实现服务型软件的快速发展进程、复合应用的进一步发展以及出现更多直接的竞争性产品（例如社交网络应用平台）。还有望新兴市场互联网广告收入的快速增加。	↑	★★★★☆
物联网	物联网涉及客户端设备和终端用户或最终使用设备在网络边缘的扩散。此类设备包括智能手机、联网娱乐设备、汽车、建筑物自动化系统、智能仪表、医疗电子设备和工业控制器，更不用说射频识别标签和传感器。客户端通信设备将以所安装PC速率的5到10倍发生扩散。设备范围同时具有收敛性（拥有更多功能的智能手机）和分离性（一次性设备，如射频识别读取器和行业特定设备）。	高度影响。 网络边缘额外数以亿计的设备将促使需要更多的企业体系，以便部署、管理和利用这些设备。还将促使占主导地位的通信量从网络中心外缘转移至内缘，影响到计算和通信架构。	↑	★★★★☆

表6

2015年至2019年企业社交网络和线上社群全球市场关键预测假设

市场力量	IDC的假设	影响	积极作用 / 消极作用 / 中性作用	假设的确定性
特定市场趋势				
聚合模式	中度影响。这种聚合性将有助于推动新的竞争动态，为客户提供新的应用和功能。拥有嵌入式视频能力的应用使得用户能够利用同一应用进行不同的任务。	中度影响。这种聚合性将有助于推动新的竞争动态，为客户提供新的应用和功能。拥有嵌入式视频能力的应用使得用户能够利用同一应用进行不同的任务。	↑	★★★★☆
企业决策	支持特别决定的需要变得越来越重要。公司将更为看重本地协作应用和其他基于轻量级SaaS及移动性协作工作，用于支持其他业务决定。	中度影响。协作与个人生产力变化迅速，有待定义和集合新的特征，以符合新兴业务需求。	↔	★★★★☆
用户中心性	企业消费化继续在客户设备和Web应用的作用下被引入工作场所和供应商定位产品 / 解决方案，以更加适合用户需要，而非IT。	高度影响。从供应商到推出社交工作流程功能的举措，将继续作为现有协作应用和业务工作流程的补充。例如，内容仓库和企业社交网络将变为内部可访问其他应用。许多企业社交软件供应商已推出支持该趋势的移动OS SDKs。	↑	★★★★☆
消费				
购买欲望	购买欲望在最近几个月内发生了波动，这要归因于股票市场和宏观经济事件 / 风险因素。在过去的12个月里，CIO始终对自身IT支出做出低的预测，反映出其谨慎和规避风险的持久态度。如果经济保持稳定，支出将可能超出购买欲望。如果经济再次下滑，买方信心会快速暴跌。	高度影响。购买欲望会明显对IT支出产生主要直接作用。买方信心可能会在每个月发生波动，然而，CIO常常对自身IT支出做出错误的判断。由于IT预算的分散化，导致越来越难以依靠买方意图的个人投票准确判断购买欲望。潜在购买欲望通常比调查显示结果要高。	↔	★★★☆☆

图例：★☆☆☆☆极低，★★☆☆☆☆低等，★★★★☆中等，★★★★★高等，★★★★★★极高

来源：IDC，2015年6月

市场背景

根据《全球企业社交网络的2014年至2018年预测和2013年供应商占有率》（IDC #249846，2014年7月），已发布企业社交网络市场的五年预测更新（2014年至2018年）。表7展示了之前文件中发布的有关区域收入及全球年增长率预测和现有预测之间的对比。表7中还展示了用作对比的历史数据（2010年至2014年）。图5展示了相同数据的图解形式。

根据IDC的预测，独立企业社交网络收入将相对之前的预测显著减少，特别是在美洲地区。该情形符合社交工作流程，其会在活动流和互动属性的作用下生成内部组织。有鉴于线上社交互动的影响，业务沟通性质发生变化，并且这些新的动态促使通过特别工作流程提升决定支持系统的自动化水平，以及提升从业务展望到通过上述新的动态创造捕捉市场机会的紧迫感。这意味着企业社交网络的内在流程，主要是活动流、消息传递和文件存储库，将变为其他应用的嵌入内容，而非独立应用所提供以及转移进入线上社群。

表7

2010年至2019年全球企业社交网络收入：2014年7月和2015年7月的预测对比(单位：百万美元)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
2015年7月的预测	569.8	806.8	959.0	1,277.1	1,459.7	1,707.2	2,031.7	2,422.3	2,898.4	3,498.7
增长(%)	不适用	41.6	18.9	33.2	14.3	17.0	19.0	19.2	19.7	20.7
2014年7月的预测	569.8	806.8	967.9	1,242.0	1,540.9	1,907.0	2,345.4	2,870.4	3,509.4	不适用
增长(%)	33.7	41.6	20.0	28.3	24.1	23.8	23.0	22.4	22.3	不适用

注：

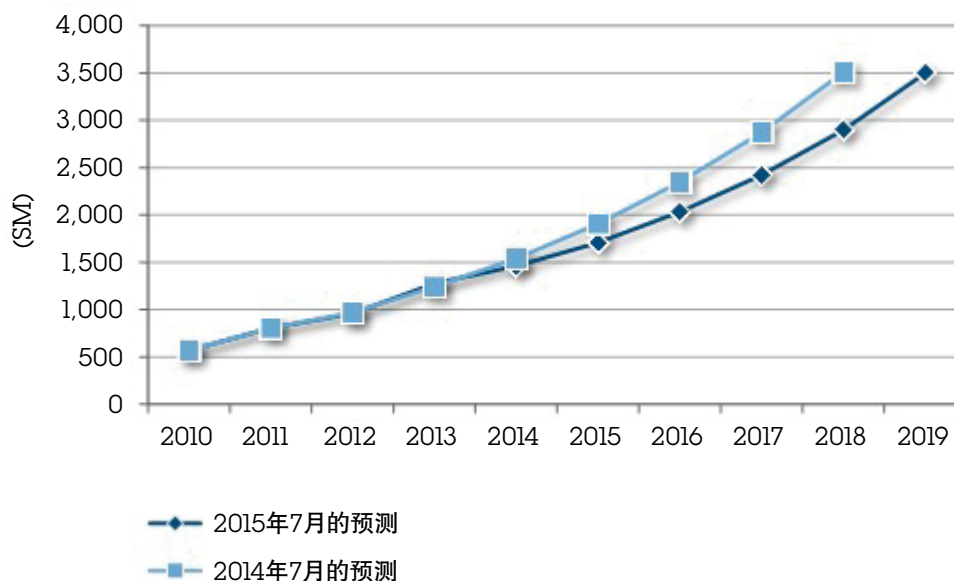
参见《全球企业社交网络的2014年至2018年预测和2013年供应商占有率》(IDC #249846, 2014年7月)中所做之前的预测。

表中展示的历史市场价值来源于之前IDC文件基于数据初始发布时存在的市场分类和当前美元汇率所发布的信息。有关更多详细信息，参见“了解更多”部分中的方法。

来源：IDC，2015年6月

图5

2010年至2019年全球企业社交网络收入：2014年7月和2015年7月的预测对比



来源：IDC，2015年6月

必要指导

IDC预计独立企业社交网络部署将持续缓慢。然而，线上社群的运用正蓬勃发展。企业社交网络将逐渐成为业务平台的一部分，salesforce.com等供应商已展开该方向上的工作。在预测期间结束时，将展现出对自助服务互动关注度的增加，其中社群将变为强大的业务工具，用于支持与客户、员工、合作伙伴和供应商的现有业务互动。此外：

- 线上社群将变为互动和交易媒介。有鉴于企业对客户支持方面的考量，意图将其作为使用户参与社群的途径，将由此产生大量机会提供综合业务平台，并可与其他业务功能连接。凭借业务和供应商网络之间的连接因素，该因素可能通过非连接的共享过程进行协作，企业可启动建立超越现有业务关系的经验。
- 捕捉业务或社群的影响力、相关性以及专业知识，仍然是一个复杂的难题。由于企业对客户和合作伙伴未来潜在目标接触点的关注，使得提供这些接触点的背景将成为重要方面，要求可快速参考所有业务利益相关者的相关专业知识。
- 为使企业工作流程内部显现企业社交网络的核心功能，必须提供开放API，使得信息资产借助API作为可调用API资产变得产品化、综合化和分散化。此外，还必须采用简化用户接口连接，提供应用程序之间的无缝用户连接。

了解更多

相关研究

- 《2014年协作应用全球市场占有率：获权工作者年度》（IDC #256775，2015年6月）
- 《2015年至2019年协作应用全球预测》（IDC #256756，2015年6月）
- 《Lithium LiNC '15：走向IPO》（IDC #1cUS25713215，2015年6月）
- 《Microsoft Office 365 — 全面有效》（IDC #1cUS25635315，2015年5月）
- 《2020年的Salesforce》（IDC #254171，2015年2月）
- 《全球企业社交网络的2014年至2018年预测和2013年供应商占有率》（IDC #249846，2014年7月）

方法

历史市场价值和汇率

本文件中的历史市场价值来源于之前IDC文件基于数据初始发布时存在的市场分类和当前美元汇率所发布的信息。所发布美国以外的市场价值在每年都适用不同的汇率。

由于贡献区域总额的主体为多个国家，因此，本文件在准确描述现有和恒定货币价值之间的差值方面存在困难。然而，我们可根据美元与主要区域货币之间的比率变动理解该差值的差异程度。

客户应考虑用每年的区域历史市场价值，乘以图8显示的美元价值与区域代表货币价值之间变动的比率。由此提供当地市场增长更优的近似值。例如，如果要将2012年的欧元区价值转换为2014年的美元价值，可利用3%的比率上调2012年的数值（原因在于在2012年至2014年期间，美元与欧元之间的汇率略有下降）。

请参考包含有对多个国家进行历史预测的IDC区域调查研究，获得更为精确的、以本地货币为单位的区域增长。注意该讨论仅适用于2014年之前的历史价值。2014年及其后年份的价值采用恒定的汇率进行预测。

表8

2006年至2014年的汇率（单位：%）

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
欧元	106	97	91	95	100	95	103	100	100
英镑	89	82	90	106	107	103	104	105	100
日元	110	111	98	88	83	75	75	92	100
加元	103	97	97	103	93	90	91	93	100
墨西哥比索	82	82	84	102	95	94	99	96	100
巴西雷亚尔	93	83	78	85	75	71	83	92	100

注：如需转换为之前年份的美元价值，应用历史市场价值乘以表中的百分比。

来源：IDC，2015年1月

小结

本IDC研究调查了2012年至2014年企业社交网络市场供应商的收入情况，并对2015年至2019年的市场状况进行了预测。此外，还阐述了企业社交网络市场中的线上社群部分在同一时期的供应商收入份额和预测数据。

IDC企业社交网络和协作技术研究总监Vanessa Thompson表示称，“业务互动性质正趋向于持续沟通和建立关系方面，而逐渐远离了规范和响应式互动。企业将会重点关注于提高品牌知名度和与客户的持续对话。这非常适合于线上社群的运用，品牌可借助该内容快速建立与客户、员工、合作伙伴以及供应商之间的相互信任关系。”

更多详情：

访问：<http://www.ibm.com/social-business/cn-zh/>

拨打热线：8008101818-5059 或 4008101818-5059

扫描二维码关注：



关于IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信和消费科技市场的市场情报、顾问服务和活动专业提供商。IDC帮助IT专业人士、业务主管和投资机构制定以事实为基础的技术采购决策和业务发展战略。IDC在全球拥有超过1,100名分析师，他们具有全球化、区域性和本地化的专业视角，对110多个国家的技术和行业机会及趋势进行深入分析。在IDC 50年的发展历史中，众多企业客户借助IDC的战略分析而取得关键业务目标的成功。IDC是IDG旗下子公司，IDG是全球领先的技术媒体、研究及活动服务公司。

全球总部

5 Speen Street Framingham, MA 01701 USA

508.872.8200

推特：@IDC

idc-insights-community.com www.idc.com

版权声明

本IDC研究文件作为IDC包括书面研究、分析师互动、电话说明会和会议在内的持续性咨询服务的一部分发布。欲了解更多IDC服务订阅与咨询服务事宜，请访问www.idc.com。如欲了解有关购买IDC服务的本文件价格信息，或者有关获取额外副本或Web发布权利的信息，请拨打IDC热线电话800.343.4952转7988（或+1.508.988.7988），或发邮件至sales@idc.com。

版权所有2015 IDC。未经许可，不得复制。保留所有权利。

