



市场份额

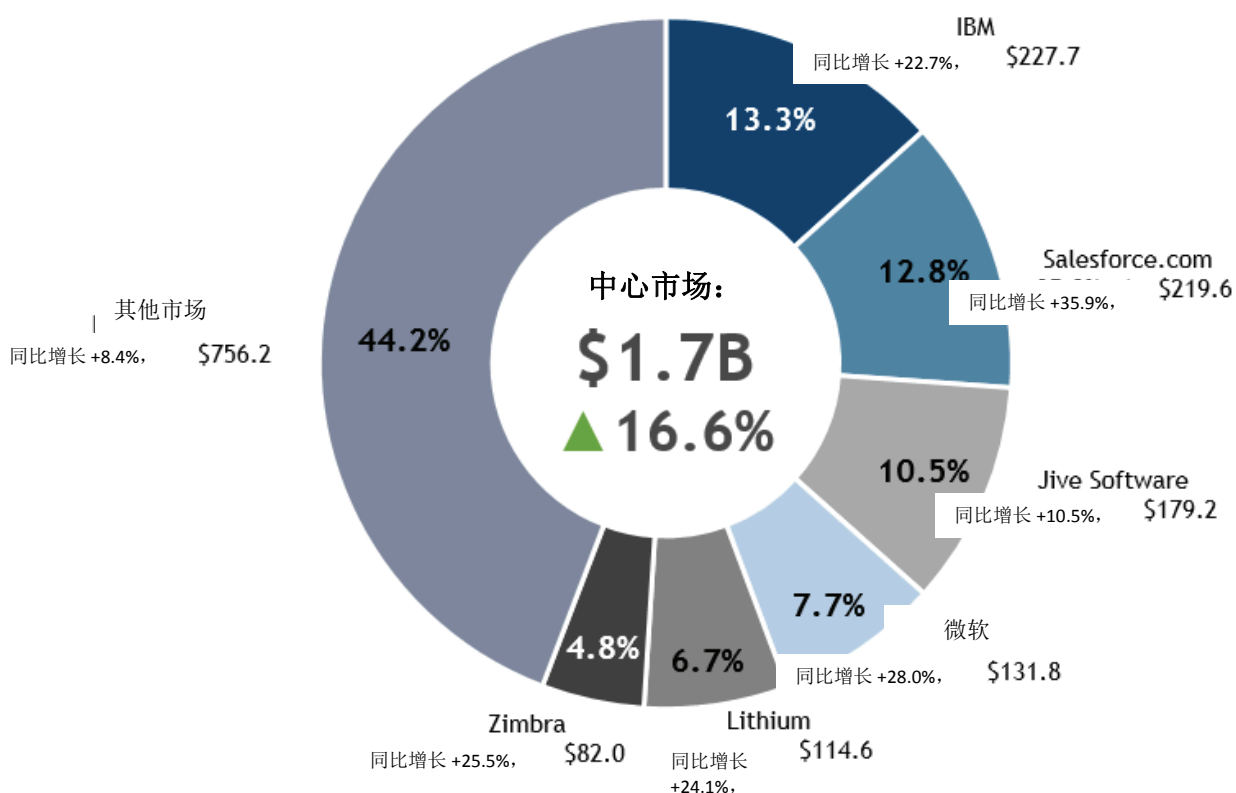
全球企业社交网络、在线社区及创新管理市场份额，2015： 规模创新

Vanessa Thompson

IDC 市场份额图

图 1

2015 年全球企业社交网络快照共享



注：2015 年份额 (%)、增长率 (%)、收入 (百万美元)

数据来源：IDC, 2016 年

经营综合报告

本次 IDC 研究探讨了 2013 年–2015 年企业社交网络市场，并对在线社区和创新管理作了进一步细分。主要供应商的收入和市场份额为 2015 年的数据。本研究完整列出了占据企业社交网络市场全部份额的跟踪供应商，还列出了各项级供应商在企业社交网络、在线社区和创新管理中的份额。研究成果包括：

- 2015 年综合企业社交网络市场中前 5 大供应商占市场总额的 51%。
- 2015 年核心企业社交网络市场中前 3 大供应商与 2014 年持平，但微软已经超过 Jive Software，位列第二。
- Salesforce.com 领先在线社区市场，而 Lithium 的情况也比较稳定，同比增长强势，增速达到 24.1%。
- 某些拥有国际业务的供应商增长显著放缓，主要原因是美元对外币走强。
- 从位居 3 大供应商之后的几个供应商所公布的情况来看，其 2015 年的增长异常强劲，包括谷歌和 Sprinklr。

本次 IDC 研究探讨了 2013 年–2015 年的企业社交网络市场，并对在线社区和创新管理作了进一步细分。

“轻量级社区解决方案不断升温，”IDC 社区与协作研发副总裁 Vanessa Thompson 说道，“企业希望与客户和合作伙伴建立持续关系，而社区正是为它们提供点对点和自助服务接触点的绝佳方式。”

给技术供应商的建议

以轻量级自助服务作为社区导向是令人鼓舞的，但独立企业社交网络的部署仍然进展缓慢。随着时间的推移，企业社交网络将成为业务平台的一部分，而在线社区和创新管理（灵感捕捉和管理）解决方案将成为价值创造点。此外：

- 由于企业希望与客户、合作伙伴和供应商建立并维持关系，它们将越来越关注自助服务社区解决方案，同时会更注重点对点的互动。
- 由于企业在吸引用户参与社区方面不再依赖客户支持，在社区内部创建市场或商业互动模式的机会将越来越多。而且，业务和供应商网络可以通过独立但共享的流程进行协作，企业只要将这个网络的各部分相互连接，就能实现超越现有业务关系的体验。
- 在共享知识的同时实现企业社交网络是重要的，但面对客户、合作伙伴和供应商们瞬息变换的需求，似乎也不那么重要了。虽然大力采用企业社交网络已经证实是成功的，但企业将越来越关注未来与潜在客户和合作伙伴的接触点，而非跨业务的专家整合。

市场份额

表 1 显示了 2013 年-2015 年的全球收入、2015 年的增长率和企业社交网络市场的市场份额。

表 1

按供应商划分的 2013 年-2015 年全球企业社交网络收入（百万美元）

供应商	2013	2014	2015	2015 年份额 (%)	2014-2015 增长率 (%)
IBM	172.7	185.5	227.7	13.3	22.7
Salesforce.com	91.2	161.6	219.6	12.8	35.9
Jive Software	130.5	162.2	179.2	10.5	10.5
微软	78.5	103.0	131.8	7.7	28.0
Lithium	81.5	92.3	114.6	6.7	24.1
Zimbra	47.9	65.3	82.0	4.8	25.5
SAP	29.5	40.7	45.2	2.6	11.0
黑莓	32.4	36.0	40.0	2.3	11.1
Socialtext	32.7	32.8	33.6	2.0	2.4
Sprinklr	18.5	23.0	29.2	1.7	26.9
Mindjet	18.6	23.1	28.1	1.6	21.7
谷歌	10.9	16.4	25.8	1.5	56.7
INgage Networks	17.5	20.6	24.9	1.5	20.8
Igloo Software	13.5	16.0	18.8	1.1	18.0
TIBCO	12.2	14.9	12.9	0.8	-13.0
Zyncro	6.7	9.3	11.0	0.6	18.8
VMware	6.6	8.0	9.1	0.5	13.6
Brightidea	6.2	7.2	9.0	0.5	24.2
ATOS	8.6	8.6	7.4	0.4	-13.6
Hype Idea Management	1.4	1.7	2.6	0.1	53.6
Kindling	0.8	0.9	1.3	0.1	43.0
Enterprise Hive	0.3	0.4	0.6	0.0	50.0
小计	818.4	1,029.5	1,254.4	73.3	21.8
其他	413.5	438.2	456.7	26.7	4.2
总计	1,231.8	1,467.7	1,711.1	100.0	16.6

数据来源：2016 年 4 月 IDC 全球半年度软件追踪报告

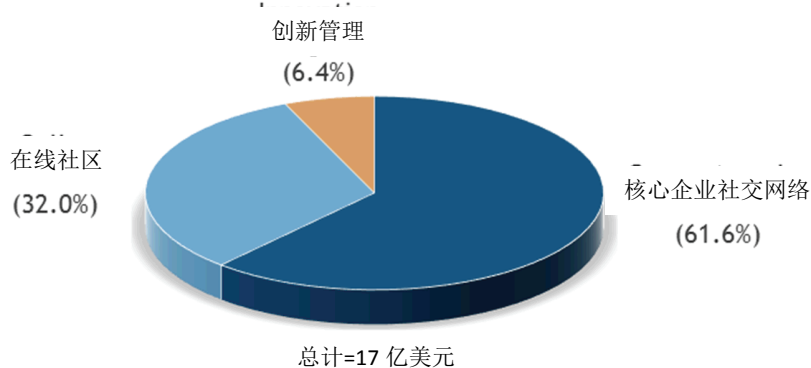
综合企业社交网络市场

综合企业社交网络市场在 2015 年较 2014 年增长 16.6%。前 5 大供应商共占市场总额的 51%（见上表 1）。2015 年前 3 大供应商份额相比 2014 年几乎不变，但 salesforce.com 取代了 Jive Software，位列第二。

图 2 为细分的 2015 年综合企业社交网络收入份额。

图 2

综合企业社交网络收入份额细分，2015 年



数据来源：IDC，2016 年 6 月

企业社交网络（不含在线社区和创新管理）

2015 年企业社交网络市场较 2014 年增长 12.1%。企业社交网络的前 5 大供应商为 IBM、微软、SAP、Jive Software 和黑莓（见表 2）。2015 年，黑莓收购了一家名为 AtHoc 的危机沟通企业，AtHoc Connect 产品就此成为企业社交网络市场的一部分。

表 2

按供应商划分的 2013 年–2015 年全球核心企业社交网络收入（百万美元）

供应商	2013	2014	2015	2015 年份额 (%)	2014–2015 增长率 (%)
IBM	167.1	179.2	220.2	20.9	22.9
微软	78.5	103.0	131.8	12.5	28.0
Jive Software	87.4	102.7	116.2	11.0	13.2
SAP	29.5	40.7	45.2	4.3	11.0
黑莓	32.4	36.0	40.0	3.8	11.1
Socialtext	32.7	32.8	33.6	3.2	2.4
INgage Networks	17.5	20.6	24.9	2.4	20.8
Zimbra	12.7	17.6	22.3	2.1	26.6
Salesforce.com	24.1	18.8	15.8	1.5	-16.0
TIBCO	11.3	13.4	11.9	1.1	-11.0
Zyncro	6.7	9.3	11.0	1.0	18.8
VMware	6.6	8.0	9.1	0.9	13.6
ATOS	8.6	8.6	7.4	0.7	-13.6
小计	514.8	590.6	689.5	65.4	16.7
其他	330.6	350.4	365.2	34.6	4.2
总计	845.4	941.0	1,054.6	100.0	12.1

数据来源：2016 年 4 月 IDC 全球半年度软件追踪报告

在线社区（不含企业社交网络和创新管理）

2015 年在线社区市场增长良好，较 2014 年增长 27.2%。Salesforce.com 以 36.5% 的份额领先在线社区市场，但 Lithium 在 2015 年同样增长良好，较 2014 年增长 25.1%（见表 3）。

在线社区迅速成为很多组织的数字战略的重要组成部分。这是因为终端消费者了解品牌/产品的方式发生了改变，他们拥有无限的在线资源，而这些资源改变或扩大了他们的期望。从社区内提供故障排除/支持信息就是一种更基本但更有影响力的社区解决方案使用案例。此外，各行业的企业纷纷发觉自己的顾客已经开始搜索需求和缩小范围，他们往往在和服务提供商接触之前就做好了决定。因此，对汲汲于满足顾客期望的企业而言，以自助服务为导向的在线社区愈显强大。

表 3

按供应商划分的 2013 年–2015 年全球在线社区收入(百万美元)

	2013	2014	2015	2015 年份 (%)	2014–2015 增长率 (%)
Salesforce.com	64.8	139.3	199.9	36.5	43.5
Lithium	73.5	83.8	104.9	19.2	25.1
Zimbra	33.5	45.7	57.4	10.5	25.5
Jive Software	37.8	53.5	56.7	10.4	6.0
Sprinklr	18.5	23.0	29.2	5.3	26.9
谷歌	10.9	16.4	25.8	4.7	56.7
Igloo Software	13.5	16.0	18.8	3.4	18.0
小计	252.5	377.8	492.6	90.0	30.4
其他	49.6	52.6	54.8	10.0	4.2
总计	302.1	430.3	547.4	100.0	27.2

数据来源：IDC，2016 年 6 月

创新管理（不含企业社交网络和在线社区）

2015 年创新管理市场增长良好，同比增长 13.2%。由于收购了 Spigit，Mindjet 仍为市场领导者，其 2015 年的市场份额为 25.8%（见表 4）。

面对具有破坏性的新业务模式的竞争，企业如果不想被抛弃，那么创新管理就是一个战略性的重要环节。由于企业希望通过差异化的产品和服务来实现革新，创新管理解决方案越来越受到它们的青睐。

有关创新的精品咨询服务越来越多，对创新管理解决方案的兴趣也越来越高涨。IDC 调查研究表明，50%的企业拥有战略创新计划，而 30%的企业有专门的高管负责相关事务。这些企业通过行政倡议表达了对创新的重视，同时也意味着只要市场需要转变，它们能够重新定位自己。

表 4

按供应商划分的 2013 年–2015 年全球创新管理收入(百万美元)

	2013	2014	2015	2015 年份额 (%)	2014–2015 增长率 (%)
Mindjet	18.6	23.1	28.1	25.8	21.7
Lithium	8.0	8.5	9.7	8.9	14.3
Brightidea	6.2	7.2	9.0	8.2	24.2
IBM	5.6	6.4	7.5	6.9	18.5
Jive Software	5.3	6.0	6.2	5.7	4.2
Salesforce.com	2.3	3.5	4.0	3.6	13.4
Hype Idea Management	1.4	1.7	2.6	2.3	53.6
Zimbra	1.7	2.0	2.3	2.1	15.9
Kindling	0.8	0.9	1.3	1.2	43.0
TIBCO	0.9	1.5	1.0	0.9	-30.9
Enterprise Hive	0.3	0.4	0.6	0.6	50.0
小计	51.1	61.1	72.3	66.3	18.3
其他	33.2	35.2	36.7	33.7	4.2
总计	84.3	96.3	109.0	100.0	13.2

数据来源：IDC，2016 年 6 月

谁塑造了这一年

以下章节讨论 2015 年对企业社交网络市场具有重大影响的供应商。

Salesforce.com

在向第三方平台转变的过程中，Salesforce 已成为一个先锋，一个市场培育者。自从 2013 年 Salesforce 引入社区以来，它一跃而起，成为在线社区市场的领导者，在整个企业社交网络市场上扮演着强者的角色。Salesforce Chatter 已经植入 Salesforce1 平台元数据，也就是说，建立在该平台上的所有产品都具有内在的社会功能。凭借社区云，Salesforce 着重将数字品牌与网络资产、门户网站和社交互动相互连接，使客户能够最大限度地利用现有投资，同时还提供了丰富的动态体验。

Jive Software

借助内部公司网络和在线社区产品的解决方案，Jive Software 对企业社交网络市场的影响不容忽视。然而，由于竞争加剧，销售环境随之恶化，该公司 2015 年的增长率较 2014 年下降 10.5%。2015 年，Jive Software 继续保持 Jive-n 平台的功能更新，重新设计了用户体验，同时仍在强化 Jive Chime（通讯）、Jive Daily（新闻）和 Jive Circle（连接专家）等移动端产品。

Lithium

Lithium 最早在 2001 年就进入了在线社区市场，自那时以来，它就建立了强大的品牌和声誉。为使客户自行定制社区并将社区融入自身品牌的成熟业务和营销活动之中，Lithium 付出了艰苦卓绝的努力，为客户实现了灵活性和控制力。它不仅重视社区经理的使用便利度，还帮助客户依托社区互动的特殊理念来实现目标，在它不断增长的历程中，这些都是值得铭记的事。

市场背景

虽然近期的汇率冲突对美元有利，企业社交网络市场仍然表现强势。

企业社交网络市场成长的主要驱动力包括：

- 消费者了解品牌/产品的方式发生了改变，他们拥有无限的在线资源，而这些资源改变或扩大了他们的期望。这表明，他们更可能通过在线社区网站来寻找答案或解决方案。
- 兼并、分拆和收购正在发生，而且很多，它们催生一种需求，即把组织内部的用户连接起来、把新企业和现有企业连接起来。在变革管理中，企业社交网络是一个卓越的辅助工具。
- 通信与人力资源等业务部门仍然寄望于将员工连接到企业社交网络，以证明他们对组织的价值。

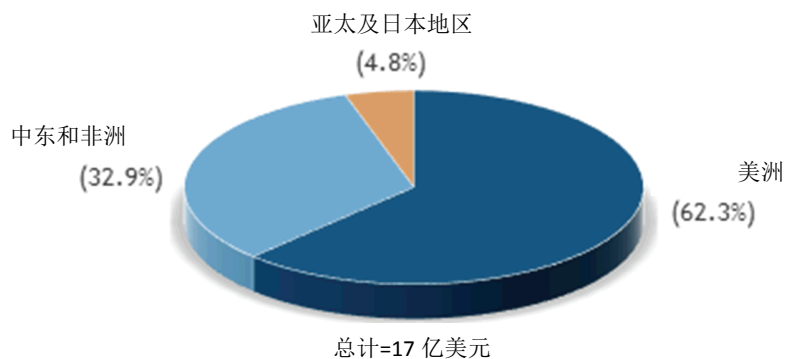
2015年，美元相对其他货币大幅走强。因此，16.6%的浮动汇率或2015年的“报告”增长并不代表软件销售的实际增长。按固定汇率来算，不考虑汇率冲突，市场增长率为25.6%。

此处是一个重要的区分点，读者在理解本文时应加以注意。考虑到固定汇率，IDC预计许可证和会员销售的增长会比按浮动汇率估算的收入增长更强劲。

图3为2015年的各地区收入份额，图4为2015年按部署类型细分的全球收入份额。

图 3

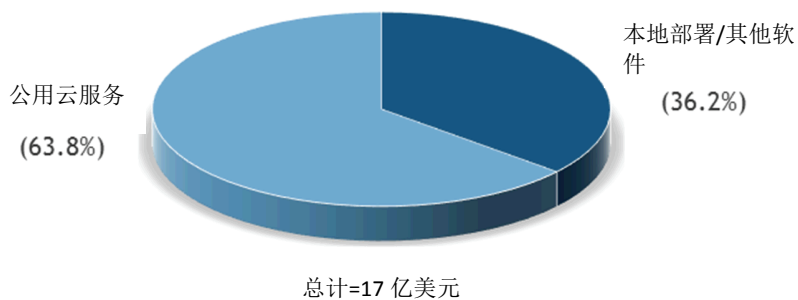
按地区划分的 2015 年全球企业社交网络收入份额



数据来源：IDC 全球半年度软件追踪报告，2016 年 4 月

图 4

按部署类型划分的 2015 年全球企业社交网络收入份额



数据来源：IDC 全球半年度软件追踪报告，2016 年 4 月

重大市场发展

2015 年呈现强劲增长的供应商们具有共同的特点，它们被视为当地公共云，所需维持的实地软件很少，甚至没有。这些供应商也享受到美国的核心地位，可以免受不利汇率的最坏影响。

国际收入巨大但同时经历了收入或市场份额下滑的供应商是受到了美元走强造成的不利汇率影响，从而大大减少了从美国方面确认的收入。

方法学

IDC 软件市场规模及预测按商业软件收入提出。IDC 使用术语商业软件来区分来源于定制软件的商购软件。商业软件是任何商购类型的程序或代码集，可以销售、租赁、出租，或者作为一种服务。商业软件收入通常包括初始商业软件许可证和继续使用权的商业软件许可证。这些费用可能包括，作为许可合同的一部分，获得的产品支持和/或使用权许可证费用结构中不可分割的其他服务，或者可能单独定价此类支持。升级可能包括在继续使用权中，也可能单独定价。IDC 将所有这些都算作商业软件收入。

商业软件收入不包括来源于培训、咨询和（使用权许可证中独立的（或非捆绑的））系统集成的服务收入，但包括包含在服务中的软件隐性价值，这类服务通过不同定价方案提供软件功能。商业软件总收入进一步分配到市场、地理区域和操作环境。全球软件市场包括跨越所有功能市场或市场聚集的所有商业软件收入。如需了解更多详情，参见 IDC 全球软件分类，2016 年(IDC #US41572216, July 2016)。

日历年 2015 年自下而上/公司级的数据收集从 2016 年一月开始，使用深度供应商调查和分析来制定详细的按市场、地理区域和操作环境分的 2015 公司模型。

注：由于四舍五入，该文档中的所有数字可能不确切。

市场定义

企业社交网络

企业社交网络(ESN)使企业防火墙内外的用户获得社交协作能力。解决方案能力应该包括但不限于活动流、博客、维基、微博、论坛、（公众或私人）团体、思想、简介、推荐引擎（人、内容或对象）、标签、书签和在线社区。ESN 为企业提供社交协作或关系层，它可以成为离散的独立解决方案和/或以服务为导向的 API 集，或其他企业与通信应用共存，形成集成应用。离散的解决方案可以支持一种类型的社会功能（如在线社区、思维能力或创新管理）或一个包括许多功能特性的广泛平台。

IDC 定义了两个次市场，作为企业社交网络的一部分：在线社区与创新管理解决方案。

在线社区

在线社区可用于收集、吸收用户生成的反馈和想法（内容可以包括文件和富媒体），也可能包括能力，如博客、讨论论坛、配置文件、标签、评论和评级/排名。社区在已有数字属性的基础上运行，可以基于客户、员工或合作伙伴/供应商，并服务特定成员/以社区为基础的组织。解决方案可用于通过社交登录和社交插件（包括专有连接器、Web 服务或 iFrames），聚集外部社交数据源至已有网站。

在线社区市场定义不包括：

- 销售自动化、营销自动化、客户服务或联络中心等任何一种客户关系管理细分领域中所包含的社交分析功能
- 社交媒体发布能力；这也包括社交媒体广告投放

创新管理

在企业社交网络的背景下，创新管理被分为两个核心组成部分：共同创造与开放创新。共同创造是系统、产品或过程用户所生成的反馈和想法的集合。共同创造可以存在于企业外部，此时可以向客户、合作伙伴或供应商征求想法和反馈；共同创造也可以存在于企业内部，此时用户可以在社交内联网发表观点并反馈给内部用户。这些内部案例的拥有者可能是人力资源或其他共享的企业服务。开放式创新更多地抓住管理环节，它接收到输入的信息并呈送到更为正式的环节，而这一环节包含任务驱动的工作流程，也能添加更为丰富的媒体，如视频或文件等。这种形式的创新已经定义旨在解决的问题集，所以输入更趋结构化，但出现在创造创新产品和服务的过程发生的时候。创新管理市场不会延伸到 PLM 供应商。

相关研究

- *IDC 全球软件分类，2016 年 (IDC #US41572216, 2016 年 7 月)*
- *创新是战略举措吗？ (IDC #US41083016, 2016 年 3 月)*
- *全球企业社交网络与在线社区 2015 年–2019 年预测、2014 年供应商市场份额 (IDC #257492, 2015 年 7 月)*

关于 IDC

国际数据公司（IDC）是全球首屈一指的市场情报、咨询服务和信息技术、电信行业和消费技术市场会展服务供应商。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 1000 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 多个国家的技术发展趋势和业务营销机会进行了深入分析。在 IDC 五十年的发展历史中，众多企业客户借助 IDC 的战略分析而实现关键业务目标的成功。IDC 是 IDG 旗下子公司，IDG 是全球领先的媒体出版、研究咨询和会展服务公司。

全球总部

5 Speen Street
Framingham, MA 01701
USA
508.872.8200
Twitter: @IDC
idc-insights-community.com
www.idc.com

版权声明

本 IDC 研究文件是 IDC 连续智能服务的一部分，它提供书面研究、分析师互动、电子简报和会议。更多关于 IDC 订阅和咨询服务的信息请访问 www.idc.com。如需查看 IDC 全球办事处，请访问 www.idc.com/offices。如欲了解有关购买 IDC 服务时应用本文件价格的信息或有关其他副本或 Web 权限信息的信息，请致电 IDC 热线 800.343.4952 转分机号 7988（或 +1.508.988.7988）或发送邮件至 sales@idc.com。

版权所有 2016 IDC。除非授权，禁止复制。保留所有权利。

