

企业IM市场调查

## 企业IM优劣势对比调查

企业IM正在成为当下的热点,从新兴公司到传统企业级服务提供商都在这一领域进行着激烈的争夺,但是从各家企业的市场份额看,这个千亿量级的市场还未形成稳定竞争格局,企业在群雄逐鹿中也形成了各自的特点,同样也暴露了短板。北京商报记者特意选取企业微信、阿里钉钉、班聊等七个主流产品,对产品功能特点和缺点进行了横向比较。在行业人士看来,现有的企业IM还没有哪一个产品能够解决大部分企业用户诉求方面的痛点,行业仍在发展,企业也在不断摸索、试错。

## 企业微信(腾讯)

**特点:**拥有浓厚个人微信风格  
**缺点:**使用效率不及微信  
**盈利模式:**增值服务收费、推送相关生活服务信息以及与商家分成收取广告费、变卖广告资源。

在界面设计上基本与微信别无二致,在聊天中缩减了小视频录制、发红包、转账等娱乐功能。当前主流小团队协作一般都是通过Tower、Worktile、Teambition等包含任务、讨论、资料上传等功能的在线协作工具完成,而沟通则直接利用微信完成,作为小公司的IM沟通工具而言,从微信迁移到企业微信有着极高的成本,微信依然在效率上大于企业微信。

## 钉钉(阿里巴巴)

**特点:**切入中小企业级市场  
**缺点:**缺少私有化部署  
**盈利模式:**目前钉钉所有的功能基本免费,只有企业的定制化需求需要收费,而这一部分的利润主要划归ISV,钉钉收取的比例极少。目前还未实现盈利。

在钉钉诞生之后,阿里本部到旗下的蚂蚁金融、UC、高德等部门都要进入钉钉进行工作协作,可以说钉钉是为整个阿里帝国量身定做的产品,钉钉所反应的正是阿里日常的工作方式。

产品服务依然尚不完善,比如很多企业所需要的“私有化部署”服务没有开发。

## 班聊(易睦网络)

**特点:**去娱乐化  
**缺点:**高级功能收费不适用初创企业  
**盈利模式:**企业端收费

在推出时期,以彻底的纯净以及去娱乐化的风格受到企业认可。能够做到PC与移动端的即时消息同步,在班聊中用户可以通过任务建立IM,同时也可以把IM中的文字或语音转成任务。

班聊目前已经高度成熟,很多高级功能都已进入收费状态,而刚刚起步的微型公司则需要更多地考虑到自身的经济承受能力,只能免费使用其基本功能,因此班聊更适合已走过初创阶段的企业。

## 纷享逍客(纷享逍客)

**特点:**弱化沟通、强化业绩管理  
**缺点:**缺少人性化氛围  
**盈利模式:**用户付费

主推页面为“CRM”,CRM为客户关系管理,其中包括“月销售指标”、“客户跟进”等,该产品重点切入销售领域,一切以KPI为导向。过于标准化的设计,从CRM到考勤一律上纲上线,也使其缺少一种更为“人性化”的氛围,在该系统中难以看到激励机制,有的只是冰冷的业绩考核,“数据”的管理重于“人”的管理。虽然纷享逍客所代表的企业CRM需求确实又是另一块市场,对于“人”的设计比重应当远远大于“数据”。

## 蓝信(中国联通、奇虎360)

**特点:**信息安全性强  
**缺点:**耗电高  
**盈利模式:**企业端收费

可以在手机端支持超百万规模通信录;能够消除企业员工因将个人社交软件应用于工作而造成信息遗漏、信息安全隐患等问题;被叫方网络不好或者没有网络的情况下,系统会自动判断,保持呼叫方使用网络,被叫方转为使用电话线路接听电话,被叫方的感觉与正常的电话接听无异。定位于适合大中型企业、政府机关。

有些功能不够完善,而且耗电奇高,有时候还有小bug。

## 易信(中国电信、网易)

**特点:**三大运营商发送免费短信  
**缺点:**更适用于学生群体  
**盈利模式:**没有明确盈利模式

免费短信横跨三大运营商。“电话留言”的功能比传统的语音消息更加实用,电话留言功能除了针对手机用户外,固话用户同样适用,在发送语音留言后,该语音信息会以免费电话的形式送达至对方的固定电话或者手机,传达率比微信高出很多,实用价值也更加广泛。

定位模糊,主打的几个功能都是用于省钱的,更适用于学生群体,后期又仿造微信开发了公众账号,没有新意。

## 企业飞信(中国移动)

**特点:**依靠更稳定的运营商网络  
**缺点:**更多效仿微信功能  
**盈利模式:**增值服务收费、广告服务收费、企业端用户收费

电话会议依靠运营商专线网络,更稳定、更高清;鸡毛信3分钟消息未读会自动转成短信发给对方,不装App也能收到通知;支持自定义审批类型,可快捷发起出差、请假、报销、外出、物品领用等流程。

在相当一部分功能上,飞信的功能与微信是重合的,创意不足。

北京商报记者 孙麒麟 石飞月

(上接B1版)

飞信归来  
中移动企业IM的三大难题

目前,企业飞信确定将采取前期免费、后期部分收费的模式,基本上与其他企业IM产品相似。在这一点上张毅认为,像企业IM这样的互联网产品,在前期一定需要大量的资金投入,经历长期的亏损也属正常。数据显示,中国移动2015年营业收入达到6683亿元,较上年上升2.6%,收入增幅行业领先。全年净利润1085亿元,同比下降0.6%。数据业务收入规模首次超过语音业务,占通信服务收入比达52%。行业人士表示,尽管中国移动资金实力相较民营企业更为雄厚,但是中国移动这样的国有企业或难容忍一个亏损的业务长期存在。而且中国移动缺乏有效的融资渠道,外部资本很难进入,这就为企业飞信的前景和可持续性打上了问号。

在企业IM的发展中,外部资金的进入起到了很关键的助推作用。就在2016年3月,纷享逍客完成了成立五年来的第五次融资。中信产业基金领投,高瓴资本、DCM、北极光及IDG资本跟投。而距该公司2015年7月D轮融资1亿美元还不到10个月。从2011年类Yammer(企业微博)模式的“纷享”企业内部交流平台,到2013年销售管理工具“纷享销客”,再到此次战略调整为一站式移动办公平台“纷享逍客”,这家企业级软件公司几乎每隔一年就要做一次战略调整,其中2014年7月至2015年7月,一年内迅速拿下了B、C、D三轮融资,而从B轮到E轮用时仅20个月,融资金额达2亿美元。

因此,未来中国移动能否愿意长期为企业飞信输血,也决定着飞信的二次创业能否长久且成功。

北京商报记者 孙麒麟 石飞月

积极分享咖啡种植科技  
雀巢研发力量持续支持云南咖啡产业稳步发展

11月13日-19日,为期一周的第26届世界咖啡科学大会在云南昆明举行。本届大会主题为“分享咖啡科学进步”,由世界咖啡科学和信息协会、中国咖啡工程研究中心共同主办,这是中国首次举办世界咖啡科学大会。来自世界各国的科学家共聚昆明,围绕咖啡与健康、咖啡化学、咖啡农学等科学议题展开学术分享与技术交流。雀巢法国图尔研发中心的胡安·卡洛斯·埃雷拉·皮尼利亚(Juan Carlos HERRERA PINILLA),作为植物育种及农艺支持方面的咖啡专家,也在大会上发表了主旨演讲,向全球同行介绍了“咖啡杂交育种促进哥伦比亚咖啡产量发展”的情况和经验。

近年来,雀巢法国图尔研发中心研究发现,低生产率、病害发生率和全球变暖正威胁着全球咖啡豆产量,也将在未来几年减少大部分咖啡产区的宜植面积。因此,图尔研发中心认为对于咖啡产业来说,目前的工作重点应当是开发和评估更适应气候变化的新咖啡品种。

于是,以胡安·卡洛斯为代表的

团队于2010年向哥伦比亚引进了新咖啡树种,经过长期的试验和观察,他发现其中一些新品种更适应当地条件。胡安·卡洛斯表示:“今天,我们代表雀巢把这个成功经验分享给全球同行,我们也会进一步研究将新品种向其他国家推广的可行性。针对这项工作我们开发了杂交品种繁殖的创新方法,给农民带来更具价格竞争力的新品种。”

作为雀巢集团专门研究植物科学的研发中心,雀巢法国图尔研发中心多年来一直致力于对包括咖啡、可可在内的农作物进行科学研究。借助于各国顶级学术合作伙伴的基础研究力量,以及雀巢在全球主要咖啡和可可生产国的实践经验,并利用雀巢全球研发网络作为坚实后盾,法国图尔研发中心工作重点支持环境可持续发展,从长期战略角度确保咖啡、可可等农产品原料供应的质和量;同时也保护消费者和农民的利益。

自1988年扎根云南以来,雀巢始终秉承“创造共享价值”经营理念,致力于与当地政府和咖农合作,

共同推动咖啡的产业化进程。为此,雀巢公司向普洱派驻了包括6位外籍咖啡农艺师在内的专家团队,针对咖农在种植咖啡方面所遇到的问题,先后为超过1.6万位咖农提供了田间管理、加工技术和良好农业规范实践的培训,从而有效带动了当地咖农的生产能力、生活水平以及国际竞争力。

自那时起,雀巢法国图尔研发中心就向云南提供了不同的咖啡树品种。雀巢的农业专家在云南的试验田及示范农场对这些品种进行评估,研究咖啡豆的哪些品质由环境决定,又有哪些品质由遗传物质决定。这些旨在推动人才培养、技术创新、知识分享、信息共享的项目和科研合作为云南咖啡产业的坚实、可持续发展做出了良好的科学贡献。

世界咖啡科学大会旨在评价现有的咖啡科学和技术水平;鼓励咖啡各科学领域的研究;建立科学和实用的知识库,鼓励开展和协调咖啡产业链的研究;提高咖啡品质;使咖啡生产者、贸易商、实业家和消费者共赢。