

# 中国中小企业用云情况调研报告

## 2021



**中国中小企业协会**

China Association of Small and Medium Enterprises

# 再不上云就晚了？

## ——中国中小企业用云情况调研报告（2021）

在信息化、数字化、智能化浪潮中，地域分布辽阔的中小企业所处的发展阶段各异，他们多有着强烈的“上云用数赋智”的动力，可惜缺乏相应的技术人才和技术能力储备。

在中小企业上云进程中，云服务商、第三方服务集成商正扮演着至关重要的角色，他们结合行业应用场景，把复杂的数字化、智能化技术以具体产品/工具的形式交到企业手中，从单个业务环节、应用开始，让中小企业真切感知到数字化、智能化带来的效率提升。云智融合带来的业绩效果也推动中小企业更积极主动地拥抱数字化、智能化大潮。

从具体实践看，中小企业上云，并不完全遵循信息化-数字化-智能化的发展路径，很多时候他们的上云和智能化是同步的。云智融合给中小企业带来了生产效率提升，随之而来的产业协同、敏捷创新推进，将催生更多新产业、新业态、新模式，以及更多“专精特新”企业。

一些中小企业对“云智融合”可能还存在各种顾虑和困难，但如果不早做准备，会逐渐在通过数字化、智能化实现效率提升的同行面前失去竞争力，未来的生存空间会越来越小。



# 问卷背景及调查方法



自2006年“云计算”的概念诞生以来，“云服务”正逐渐成为企业和社会发展的基础设施。

“上云用数赋智”，激活数据要素潜能，以数字化转型驱动生产方式、商业模式变革，已然成为企业在数字时代的生存发展之道。

当前中国中小企业的数字转型、智能升级的情况尤其值得关注。中小企业机制灵活，“小而专”“小而活”，市场变化的适应性强，是当前中国社会中成长最快的科技创新力量，正逐步成为发展社会生产力的主力军，也是“数字中国”的重要组成部分。

云服务的出现，为中小企业提供了强大的基础能力支撑、发展动力支持，智能云更是极大地降低了中小企业的AI使用门槛，加速技术和产业深度融合，为产品、技术、商业模式融合创新，带来无限可能。

南方周末科创力研究中心、中国中小企业协会联合发起本次调研，主要针对中小企业的决策者，围绕中小企业对云+AI产品和服务的认知、上云决策过程、使用情况、使用成效、市场供给情况等展开，一窥中小企业“云服务”市场的真实情况，以期对企业、行业发展有所借鉴和启发，同时也为云服务商、各地政策制定者提供一定的参考。

本次调研主要面向中小企业决策者，采用综合问卷+个案访谈的方式展开。

# 样本情况



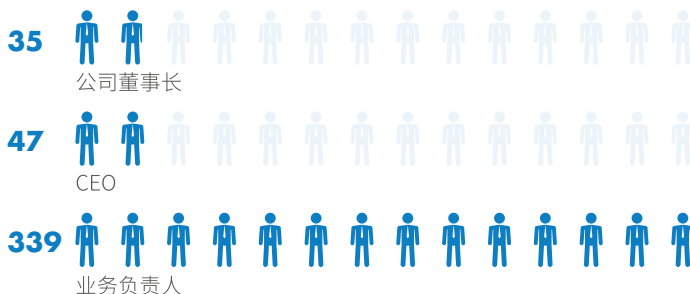
2021 年 7 月至 9 月，调研项目小组向 625 家中小企业发放在线问卷，经问卷反馈、收集和整理，最终确认 531 份有效问卷，并从中选取了 5 家企业代表进行个案访谈。

根据 2011 年 6 月工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合印发的《中小企业划型标准》，以营业收入、从业人员、资产总额为主要指标，把从业人员在 2000 人以下、或年营业收入在 20 亿元以下的企业划为中小企业，具体行业的指标数值各有差异。

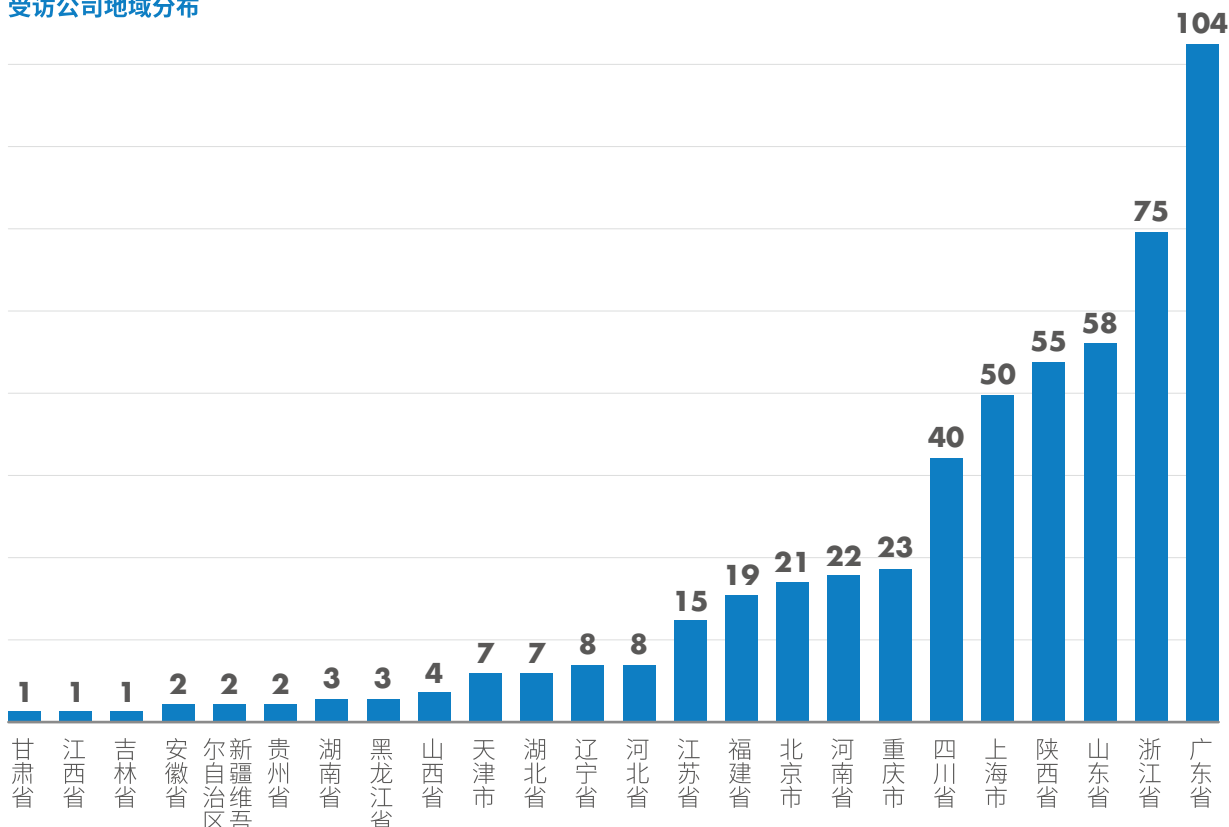
在本次调研中，我们依据该标准，按照企业提交的所属行业，剔除了部分不符合标准的企业。

这些受访企业来自 24 个省（直辖市、自治区），其中 104 家（19.6%）来自广东省、75 家（14.1%）来自浙江省、58 家（10.9%）来自山东省、55 家（10.4%）来自陕西省。受访者中 339 人（64%）是公司的业务负责人、47 人（9%）是公司 CEO、35 人（7%）是公司董事长。

### 受访者职位



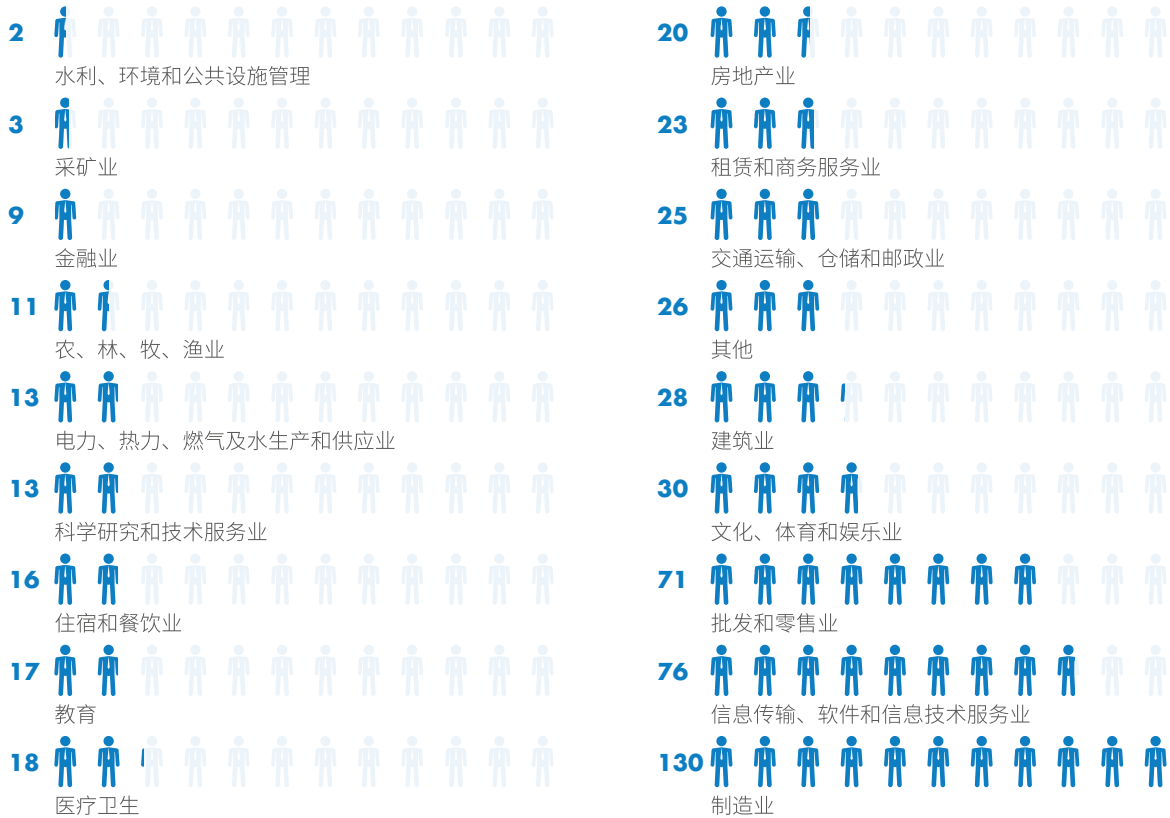
### 受访公司地域分布



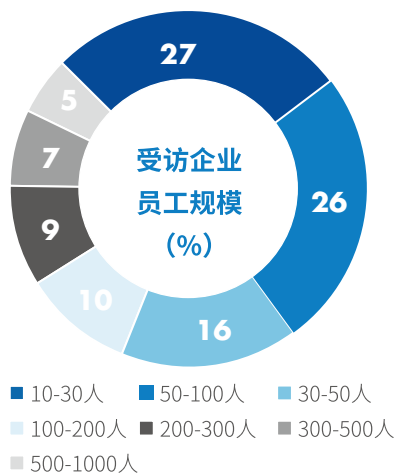
数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

从行业分布来看，受访企业中130家（24%）从事制造业，76家（14%）从事信息传输、软件和信息技术服务业，71家（13%）从事批发和零售业。

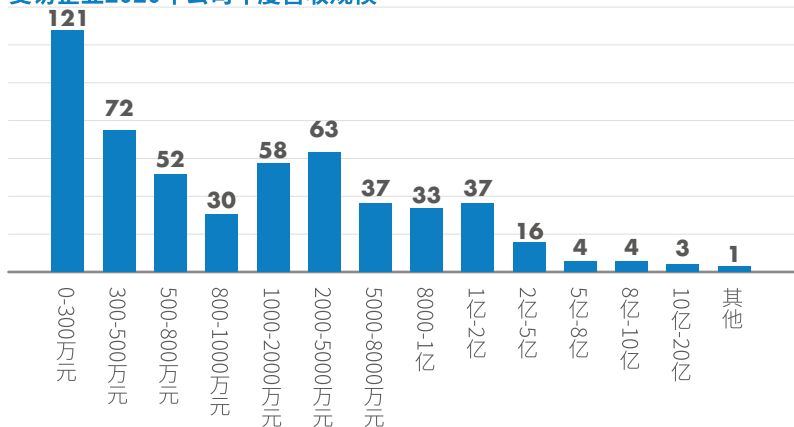
受访企业行业分布



从公司规模来看，被访企业中69%企业员工少于100人，其中27%企业员工少于30人、26%企业员工在50人到100人之间；62.7%受访企业年度营业额低于2000万元，其中121家（22.8%）企业2020年度营业收入低于300万元，73家（13.6%）企业年度营业收入在300到500万之间。



受访企业2020年公司年度营收规模



数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

# 数据分析







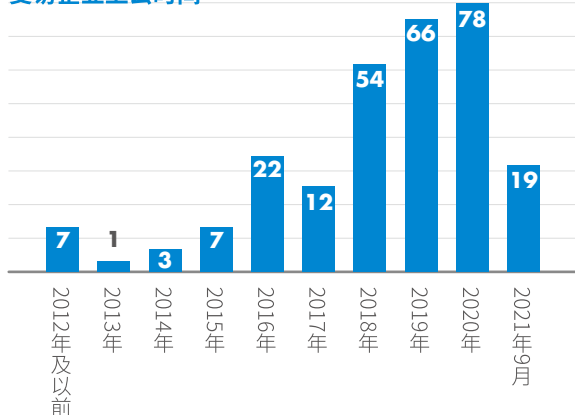
## 中小企业对云服务的认知情况

八成中小企业从2015年开始了解云服务，八成中小企业上云用云发生在2018年以后。

对中小企业来说，2015年是云服务认知的一个分水岭，531家受访企业中有85%是从2015年开始知道“云服务”一词，其中半数以上（291家，54.8%）企业是在2018年之后。

中小企业上云用云，则以2018年为界。全部531家受访企业中，有269家企业使用了云服务，占比为50.66%，其中，217家是在2018年及之后开始上云用云，占比约80.67%。2018年上云企业增长率最高，同比增长350%。

受访企业上云时间



2015、2018这两个时间节点，基本与中央、地方政府关于云计算、云服务的政策导向保持一致。2015年1月，国务院发布《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》，提出发展云计算，有利于分享信息知识和创新资源，降低全社会创业成本，培育形成新产业和新消费热点，对稳增长、调结构、惠民生和建设创新型国家具有重要意义。



随后，各地政府陆续出台“企业上云”行动计划。2017年浙江省率先提出“十万企业上云行动”，随后有《山东省实行“云服务券”财政补贴助推“企业上云”实施方案（2017-2020年）》《广东省支持企业“上云上平台”加快发展工业互联网的若干扶持政策（2018—2020年）》《河北省企业上云三年行动计划（2018-2020年）》等等，以上云标杆企业奖励资金、云服务券等方式，大力推动企业上云。

2020年受新冠肺炎疫情的影响，不少企业把业务搬到线上。2020年3月，工信部特别针对中小企业印发《中小企业数字化赋能专项行动方案》，助推中小企业通过数字化网络化智能化赋能实现复工复产，增添发展后劲，提高发展质量。在我们调研的269家上云企业中，有78家在2020年上云，占比约29%。

从中小企业所知道的云服务商、使用的云服务商来看，中国云服务市场基本形成了阿里云、腾讯云、百度智能云、华为云为代表的第一梯队。



有意思的是，中小企业对云服务品牌的认知和使用情况，与公有云市场整体市场份额情况并不完全一致，百度智能云的品牌认知排在第二、使用排在了第三。按照此前各企业财报披露，以及第三方调查机构Canalys、IDC等的数据，百度智能云在中国公有云市场整体市场份额排在第四位。

这可能与中小企业获取云服务信息的来源有关。从问卷结果看，中小企业获取云服务信息的主要来源为：媒体241（占比45.38%）、云服务商推介132（24.86%）、同行95（17.89%）。

另一种可能，则是与中小企业的上云业务需求，以及各云服务商对其业务需求满足程度相关。



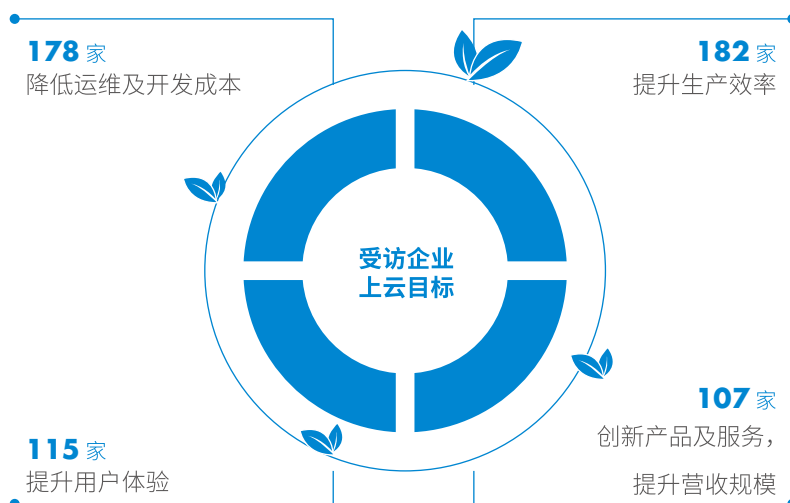
## 云服务使用情况

云基础是主流，云智融合是趋势。

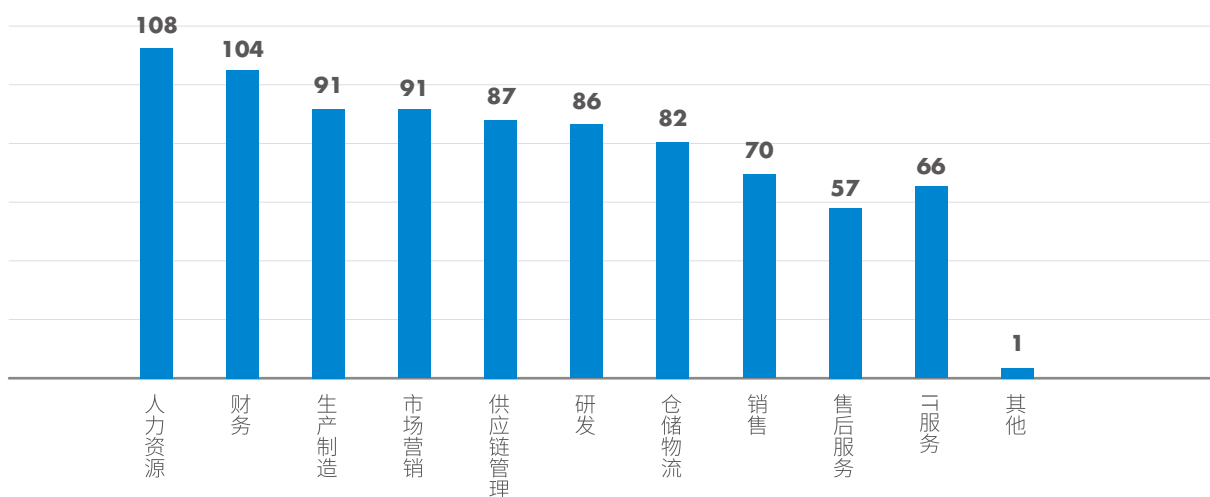
由于企业所处行业不一、“上云用云”的需求各不相同，需求主要涵盖企业基础设施、企业平台系统、企业业务应用等方面。

中小企业上云用云主要目标是为了降本增效，降低运维及开发成本，提升生产效率以及用户体验。

云服务贯穿中小企业生产经营的各个环节，大多数企业在企业基础系统、企业管理或企业核心业务阶段使用云服务，使用最多的是人力资源(40.1%)、财务(38.7%)、生产制造(33.8%)、供应链管理(32.3%)、仓储物流环节(30.5%)。



### 受访企业使用云服务的业务环节



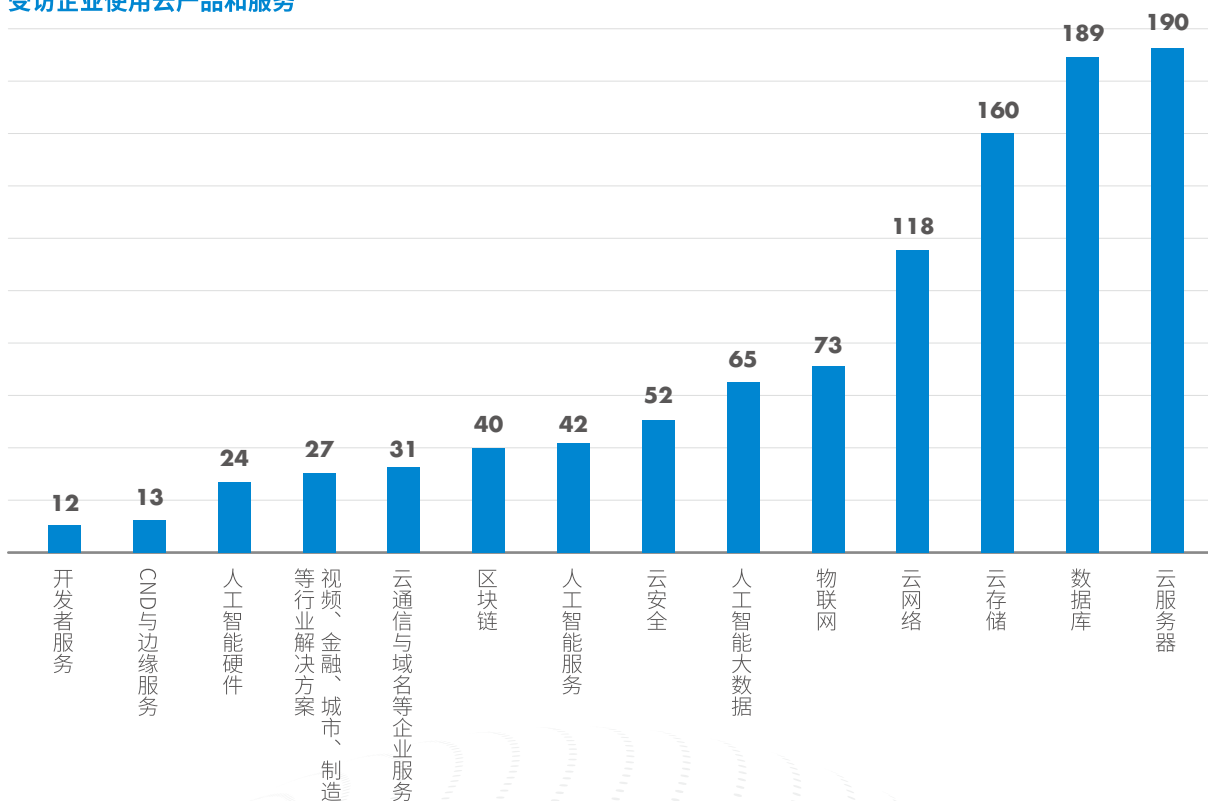
数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

目前中小企业的云服务费用支出不高，47.6%的企业年度云服务费用在10万元以下。

从本次问卷调查结果看，上云企业所使用的云产品和服务中，云基础服务是中小企业上云的主流选择，上云企业中有70.63%使用云服务器、70.26%使用数据库、59.50%使用云储存、43.87%使用云网络。

另一个值得注意的趋势是，人工智能服务和产品的使用也不少，上云企业中65家企业（24.16%）使用了人工智能大数据、42家企业（15.61%）使用了人工智能服务，还有24家企业（8.9%）使用了人工智能硬件。

### 受访企业使用云产品和服务



数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

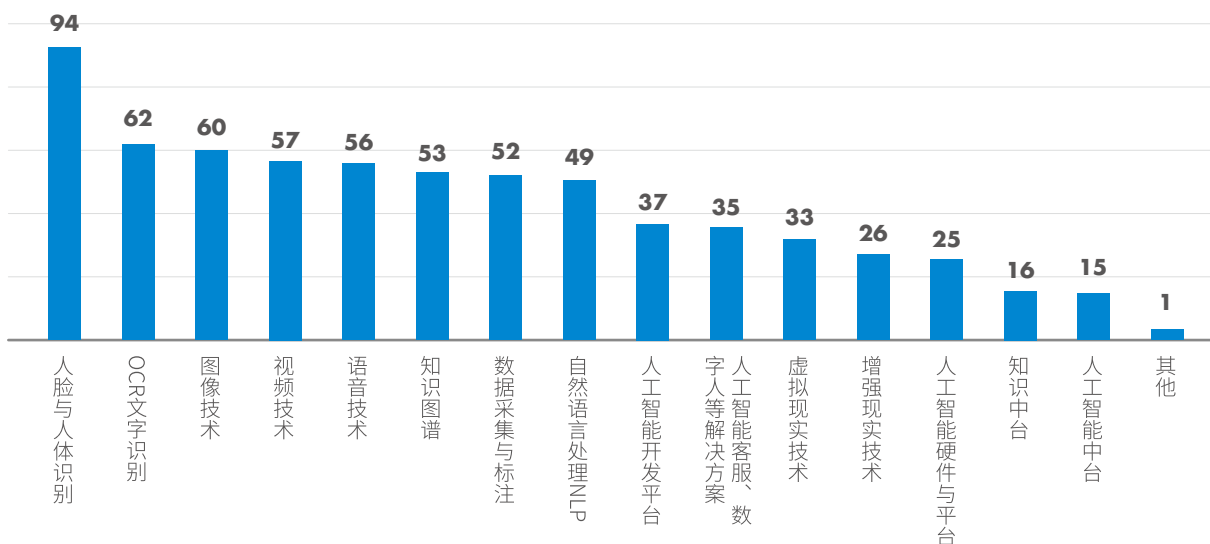


## 智能云使用情况

已上云企业中有162家（60.22%）使用了人工智能云服务

在269家已上云企业中，有162家（60.22%）企业使用了人工智能云服务，使用了人工智能云服务的企业中有94家（58.02%）企业使用了人脸与人体识别、62家（38.27%）使用了OCR文字识别、60家（37.04%）使用图像技术、57家（35.19%）使用视频技术、56家（34.57%）使用语音识别技术。

### 受访企业使用的人工智能云服务



数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

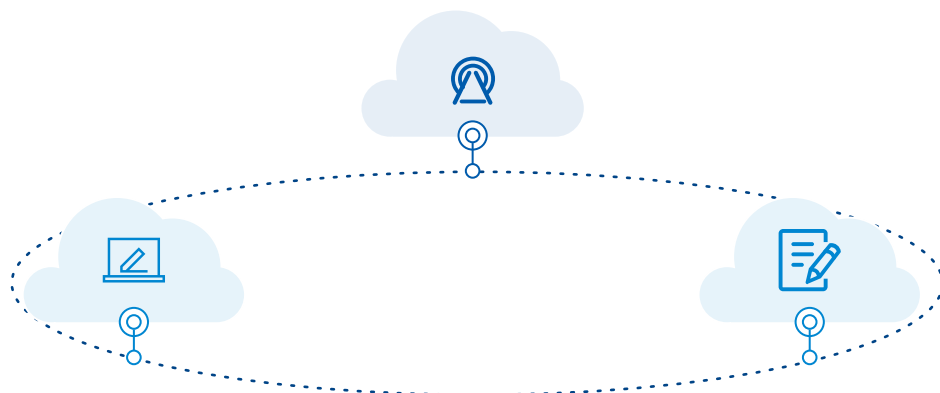
云服务商向中小企业特别是创业团队开放人工智能云服务产品和能力，提供平台接口、数据，大大降低了创新创业门槛。

成立于2019年的南京云链智运科技有限公司（以下简称“云链智运”），就是直接依托云服务创业，试图构建中国规模最大的智慧物流平台云联盟。

云链智运创始人杨昕吉是一位连续创业者，有着物流、互联网科技企业的创业和从业经历。早在2008年，他就尝试做过云端解析、数据加工处理再推送到客户端的服务。不过那时候并没有云服务商，初创企业租机房、购买服务器和宽带的成本很高，创业难度大。

现在有了云服务商提供的基础设施平台，初创企业可以把时间和成本放到更具创造性、建设性的事情上来，专注自己更擅长的事情，项目启动周期更短。

用一年时间，云链智运搭建了一个结合 SaaS 和 PaaS 的技术架构，为物流企业提供垂直场景下的技术服务、企业之间的连接工具。如果说面向 C 端用户群体的物流业更适合用平台整合分散的资源进行集中管理，云链智运选择了物流行业的 B 端服务，为物流企业、制造企业、大型商贸企业提供物流的整体运输方案服务，企业可以基于自身的行业上下游整合能力，构建一个智能运力交易和管理平台，连接企业与企业之间的运输能力。



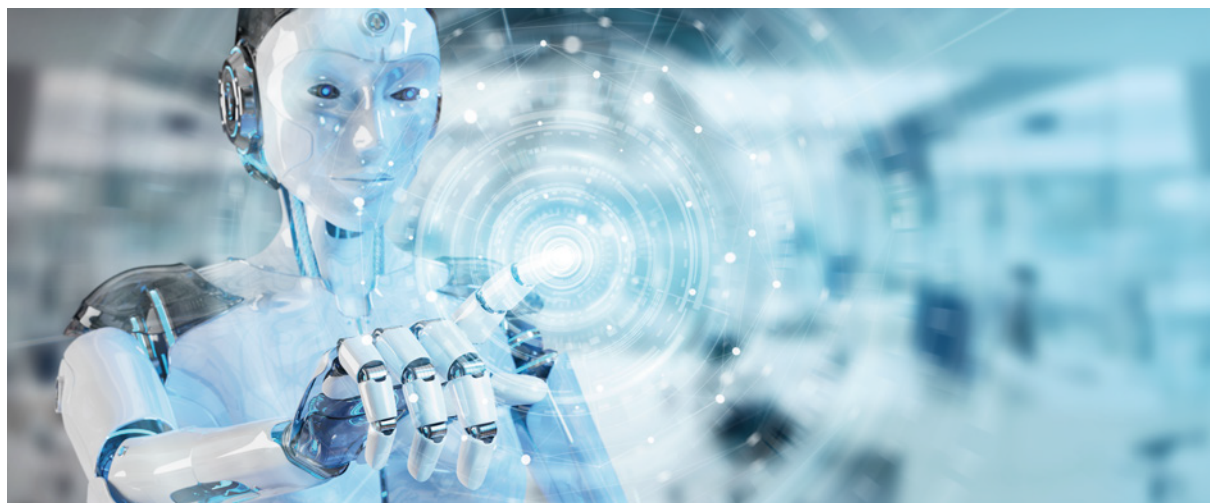
中国物流行业，个体经营者偏多，难以进行统一化管理，组织业务的主要是第三方物流公司，他们掌握具体车辆的运输行为，大一些的企业可能会自建信息化平台，但行业整体数字化程度偏低，很多物流公司没有信息系统，很难数据共享，只有帮助企业建立数据系统，并链接企业与企业之间的孤岛，才能真正实现物流行业提效。

在搭建智能货运平台的新用户注册环节，企业有大量的证件采集和信息录入需求，云链智运接入了云服务商的 OCR 身份证识别、驾驶证识别、行驶证识别，实现了对司机身份信息和货车车辆信息的自动化录入，提升了新用户注册效率，进一步助力实现货运物流智能化升级，杜绝造假、冒用等安全隐患。

杨昕吉坦言，让初创企业自己做 OCR 算法并不经济，云服务商的基础设施更是对行业的反哺。初创企业在平台基础设施上叠加创新，按需索取，既有成本优势，也更符合企业的价值——帮助更多物流企业实现数字化、智能化转型，提高物流行业效率。



本次调研企业中，有 109 家企业集成了云服务商的人工智能技术，研发出新产品在市场上销售（另有 1 家正在产品研发中）。华智生物技术有限公司（以下简称华智生物）是其中的一家。



华智生物，是一家成立于 2013 年的种业科技企业，总部位于中国长沙。华智生物 CIO 龙晓波介绍，2015 年他们试图做一个科研信息化产品，来管理企业内部的基因、田间环境、育种等复杂数据，2016 年年中推出的华智育种管家 APP 是其中一个业务模块。

育种专家们经常在田间作业，户外光线强烈时采集数据，时常看不清楚屏幕，沾上汗水、田间水之后，屏幕也经常失灵，数据录入困难，2016 年下半年华智生物试图在育种管家 APP 增加语音录入功能，与一家语音企业合作开发了一年，但识别效果不佳。其主要障碍在于，株高、叶色、分蘖等农业专业词汇，育种实验品种编号多为数字+字母组合，都难以准确识别。

2018 年，华智生物与百度合作，华智育种管家的专业词汇库、结合百度 EasyDL 零门槛 AI 开发平台的模型训练能力与短语音识别技术，语音识别准确率很快提升，几经迭代，终于实现了田间数据采集从手写记录到语音采集的转变。

自用之余，华智育种管家 APP 也得到了同行认可，实现了对外销售。龙晓波介绍，目前有四十多家企业在使用该产品。





## “上云”力量

如果说便利店收银员、餐厅服务员曾是中国移动支付普及最佳推广员，云服务商、第三方集成商是中小企业“上云用云”的技术支持，是推进中小企业数字化、智能化转型的最活跃力量。

云服务商和第三方集成商是中小企业上云用云的技术支持，同时也是云服务的重要“科普员”，在全体受访企业中有 24.9% 的企业是通过云服务商推荐获得云服务信息，有了云服务商的推动，才有更多的中小企业了解云、使用云。

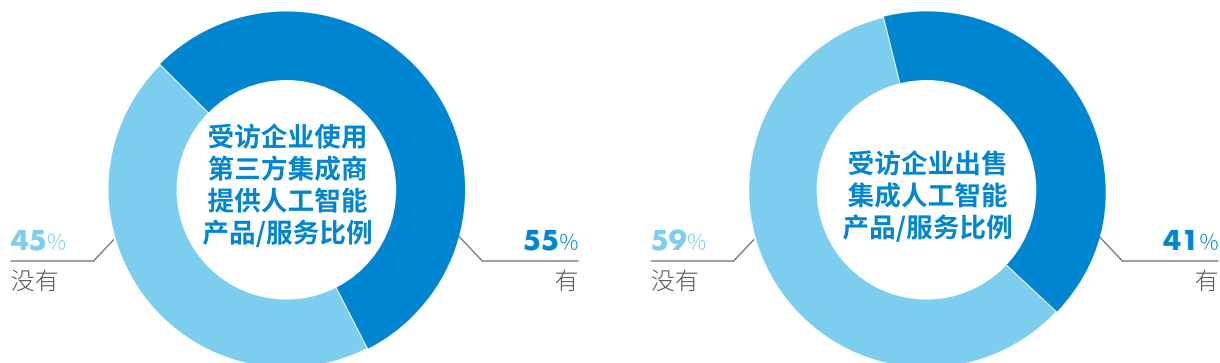
武汉慧联无限科技有限公司（以下简称“慧联无限”）是一家专业从事低功耗广域物联网 LPWAN 核心技术研发与应用的企业，产品和服务涉及建筑、园区、社区、电力、环保、市政、教育、农业、医疗等数十个行业的数百个智慧场景。

慧联无限 CTO 霍俊龙明显感觉到，从 2015 年开始，越来越多的企业客户更容易接受云服务来部署他们的应用，不再像过去那样，在提交给客户的项目设计中还得要有关于服务器资源、机房等的规划，比过去简单了许多。

他认为，这很大程度上得益于占公司员工总数近半的销售团队不断将公司已有的云服务产品案例和解决方案推介给用户，让用户逐渐认识到在云端跑数据，更加安全、便捷、可行。

本次受访的上云企业中，有 51 家企业认为没有达到预期的上云目标（上云目标实现一半及以下），主要因为技术人才欠缺：基础云服务方面，受访者认为没有实现目标的主要原因为公司缺少懂技术的人才（59.3%），投入过大、超出公司成本（37.5%）；在智能云方面，受访者也将主要原因归为公司缺少懂人工智能的人才（52.6%）、人工智能技术门槛太高（42.1%）。

中小企业专业技术人才匮乏，这是客观现实，但在“上云用数赋智”实践中，中小企业其实并不一定需要太执着于自建专业技术团队，在受访的 269 家上云企业中，有 148 家企业使用了第三方集成商提供的人工智能服务或产品。







以 OCR（光学字符识别）为例，很多云服务商都提供这一产品，如果只是把 OCR 技术给中小企业，很多企业并不知道该如何使用，而第三方集成商会把 OCR 应用到具体场景之中，比如单据采集、凭证采集等等，企业可以直接使用。

如果说云服务商提供的是底层和基础技术支持，第三方集成商则是在细分领域中实现技术的行业场景落地，帮助中小企业“云 + 智能”融合，满足中小企业研发设计、生产制造、经营管理、市场营销等业务系统数字化、智能化需求的重要推手。

2019 年创办珠海华创智能科技有限公司（以下简称“华创智能”）的江明，对此深有感触。2014 年，江明和朋友一起创业投身智慧工厂业务，背靠珠三角地区发达的制造业，在工业自动化的基础上，帮助企业完成数字化和智能化转型。

在业务拓展过程中，他们了解到不少制造企业的共同痛点，决定单独成立华创智能，专攻工业质检。

企业的工业质检，过去大多采用的是人工检测，或者光学原理检测，前者主要依靠人力，重复劳动容易错检漏检，且人力成本越来越高，后者实施时间短但通用性和灵活性不够。华创智能要做的是人工智能质检平台，实施周期稍长，但是在针对具体行业建立特定数据模型，随着人工智能不停学习，检测精度会越来越高。

华创智能采用物体检测模型，在真实流水线中完成训练数据采集，通过百度 EasyDL 完成数据标注、模型自动化训练，在模型训练过程中不断验证效果并增加新产品的照片，通过对模型持续的迭代优化，最终获得高质量高精度 AI 模型，最后通过公有云 API 的方式进行部署，嵌入已有操作系统，实现对流水线产品配件的实时检测。

华创智能通过 EasyDL 打造的配件识别系统，通过生产线、终端、系统三个环节，解决产品模型、配件情况比对两大关键问题，实现对所有流水线产品的闭环判断，并通过语音直接提示缺失的配件名称与数量，实现产品配件安装管理。

很多工厂关注数字化、智能化成本，华创智能在推进人工智能质检平台时，会以量化指标与企业沟通，把管理成本、质量成本、人工成本这笔账说清楚，甚至在合同中明确约定。

智能质检只是工厂生产的一个环节，不像智慧工厂所涉及的环节、人员数量大且复杂，相对实施成本比较低，等到智能质检在企业实施完成，企业真切看到效率提升，然后再继续推进智慧工厂项目，企业就更容易接受。

华创智能目前已经在电子、门窗、膜片等 6 个行业有了人工智能质检应用方案，业务范围也从珠三角扩展到了内陆省份。一些客户在用了这一套质检解决方案之后，收获很大，甚至会主动向自己的产业链供应商推介。

“我先把最让你觉得痛苦的痛点给解决了，后续慢慢就把整个市场打开了。”江明还总结出规律：年产值规模在 5 千万元 -1 亿元的企业，会遇到人力管理的瓶颈，比较有动力来借助系统、智能化设备的改造来改变工厂管理模式；产值达到 3 亿元的企业，更有动力来做智慧工厂升级转型。

人工智能工业质检，在同一个行业的识别是通用的，华创智能想快速在不同行业拓展，做成一个工业级的质检平台，同时寻找各地方的工业合作伙伴一起推广，用类似“连锁店”的模式，把业务平台细分给不同行业的各地企业，共同把蛋糕做大。

这一工业质检解决方案在企业生产线运转的同时，企业业务上云，同时进行数字化转型、智能化升级；而华创智能自身，则开启了全新的业务模式，把非实体的解决方案销售给企业，甚至还能开启连锁模式。





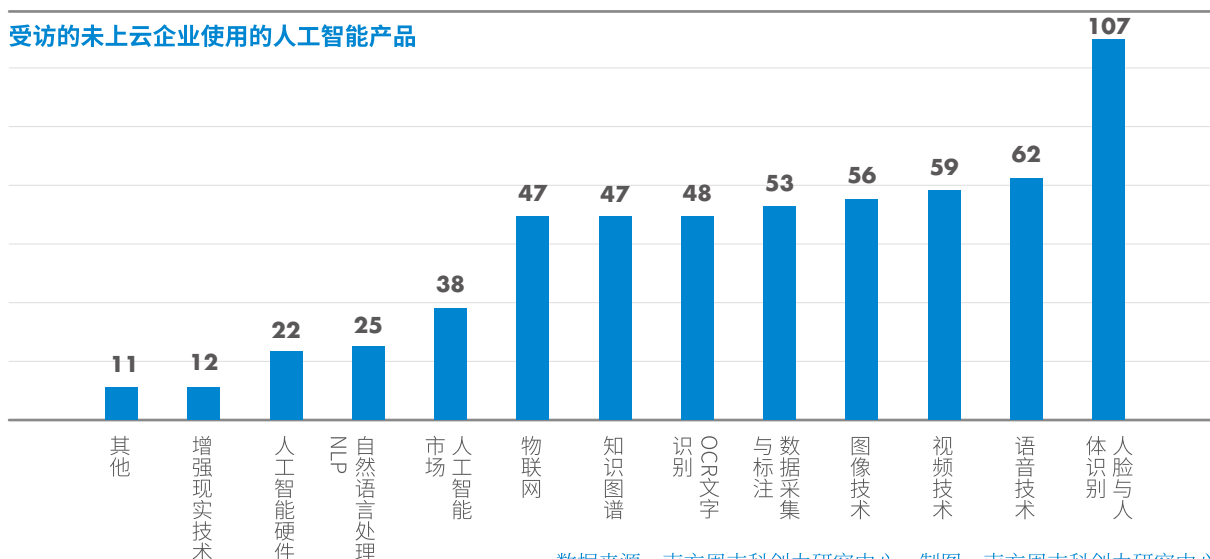
# 谁在左右中小企业上云决策?

尽快上云，提前打好云智一体的平台基础，为智能化升级建好数字底座。

在本次受访的全部 531 家企业中，有 49.3%(262 家) 企业尚未上云，但有 75 家计划在最近一年内使用云服务。

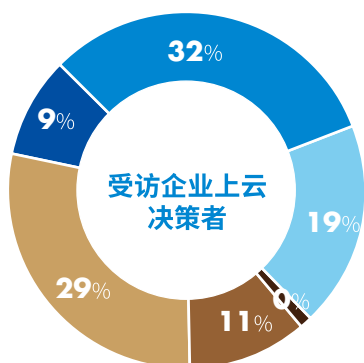
同时，未上云企业中，有 107 家使用了人脸与人体识别、62 家使用了语音识别技术、59 家使用了视频技术，他们也有着朴素的智能化需求。

### 受访的未上云企业使用的人工智能产品

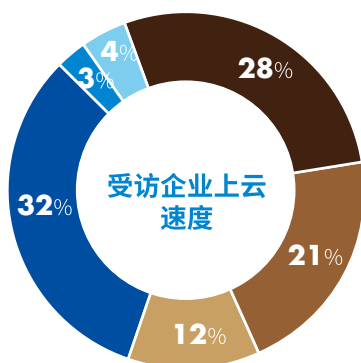


数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

在上云决策方面，受访的中小企业主要以董事长（32%）和总经理（29%）为决策中心，上云的速度也比较快，60%的企业在五个月内完成了从决策到上云的过程。



■ CTO ■ 董事长 ■ 高管集体决策 ■ 其他 ■ 业务部门负责人 ■ 总经理



■ 1-3个月 ■ 3-5个月 ■ 5-8个月 ■ 8-12个月 ■ 12-18个月 ■ 18个月以上

整体来看，受访企业对云服务的顾虑，主要为数据泄露和迁移风险（413 家，占比 77.78%）、稳定性和可靠性不足（226 家，占比 42.56%），而他们在选择云服务商时，以安全保障、稳定性和可靠性为主要考虑因素，在选择智能云时，则更看重懂行业的定制化产品能力、高性价比的人工智能算力和易用的人工智能开发平台。

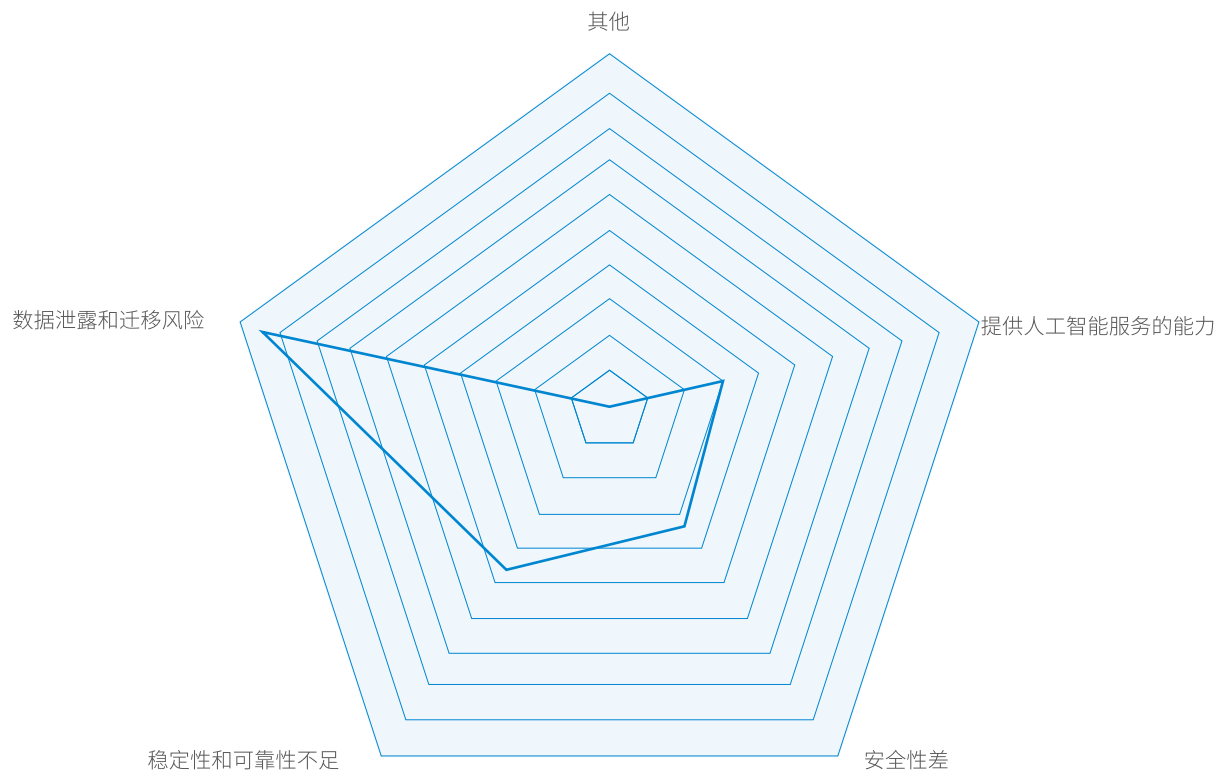
在企业发展过程中，数据价值越来越重要，如何以更好的产品和服务打消企业顾虑，也是云服务商、集成商需要思考的问题。

同时，在我们的访谈中，多家企业谈及在与中小企业业务沟通中他们对于上云用云的成本考虑。以工业企业为例，中国国家统计局数据显示，2019年末，规模以上（年主营业务收入2000万元及以上）中小工业企业共有36.4万户，同比减少4883户，企业数量连续两年下降；同时，中小工业企业普遍存在盈利能力下降、企业亏损面扩大的问题，从业人员下降与招工难结构性矛盾并存。

2019年，中小工业企业利润总额增速低于营业收入增速2.7个百分点，营业收入利润率为5.6%，比上年同期下降0.2个百分点。2019年末，中小工业企业亏损面为15.9%，比2018年末扩大0.7个百分点。这也很大程度影响到了企业投资增速和投资信心。

转型不易，中小企业对“上云用云”可能还存在各种顾虑和困难，但如果不早做准备，会逐渐在通过数字化智能化提升效率的同行面前失去竞争力，未来的生存空间会越来越小。

### 受访企业对云服务存在对顾虑



数据来源：南方周末科创力研究中心 制图：南方周末科创力研究中心

北京朗知网络传媒科技股份有限公司（朗知传媒），是一家以技术赋能信息传播的商业营销机构。他们在2020年底使用百度图文转视频产品进行营销类短视频制作，在投喂足够素材之后，不到两周时间里剪辑制作了1万多条视频，并得到认可、应用在客户的项目上。

这个数字简直让人难以想象。朗知传媒常务副总裁朱海峰介绍，用人工智能的方法实现智能剪辑和制作，解放人的生产力，去提供更好的创意。否则，单靠个人的创意，没有技术支持，很难做大规模。

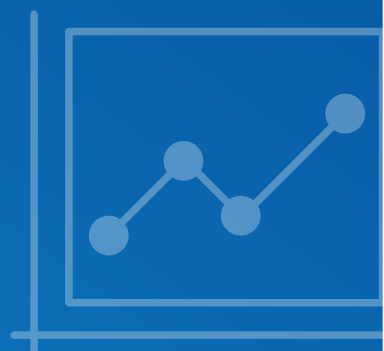
市场上各类图文转视频的产品不少，朱海峰称此前他们也使用过其他产品，但是效果并不理想，更难以支持视频投放之后的大量并发访问，而通过百度智能云可以一站解决，因此并没有太多犹豫便在第一时间使用并投入生产。

在他看来，中小企业船小好调头，对新应用更要敞开怀抱，对新事物要多听多看，不要放大缺点、忽视其优点。

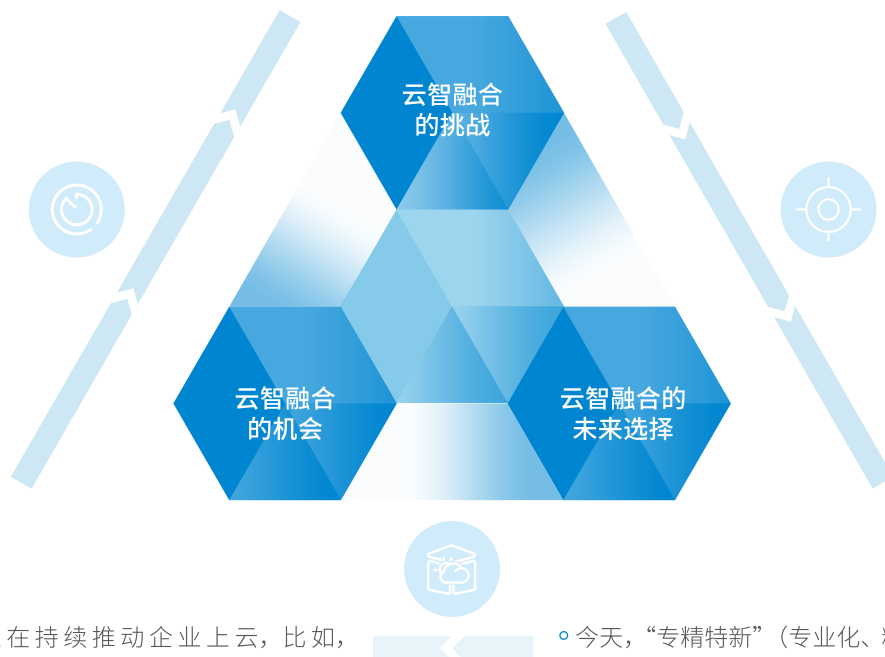
本次问卷调查中唯一一个开放式问题，是请已上云企业对未上云企业给出建议，从词频分析看，他们说得最多的是：上云、尽快上云。



# 云智融合的未来



- 2020 年以来，新冠疫情给全球供应链、生产和消费带来巨大挑战，加速了全球数字化进程，触发了企业生产方式、管理方式甚至商业模式的系列变化，从而进一步加剧各行各业的头部集聚效应，这也使得中小企业的生存发展尤其艰难。
- 中小企业的决策机制，意味着企业主的眼界很大程度上决定了企业的发展路径和未来。中小企业要发展，除了应对眼前的生存问题、也需要更好地了解宏观经济和产业趋势。



- 各地政府正在持续推动企业上云，比如，2021 年 7 月发布的《广东省制造业数字化转型实施方案（2021—2025 年）》提出，要推动超过 5 万家规模以上工业企业实施数字化转型，带动 100 万家企业上云。中小企业也应关注当地政府的扶持政策，抓住机会，更好地为己所用。
- 相比十年前从长三角、珠三角地区开始的“机器换人”，将生产线上一些单一、重复、高强度、危险的工序进行自动化改造，以应对企业用工难题，“上云用云”更考验企业主对自身所处行业的理解和判断，准确清晰地给企业定位，只有在产业链、产业生态中具备不可替代的独特价值，才是企业真正通往未来的门票。
- 今天，“专精特新”（专业化、精细化、特色化、新颖化）越来越频繁地出现在政府政策文件中，我们很快会看到，这将是中小企业发展的唯一选择。
- 在 21 世纪，手工作坊当然也能继续生存，但他们注定只是凤毛麟角般的存在。在整个社会都往数字化迁徙的时候，那些越早拥抱数字化、智能化，创新产品、再造流程、重塑商业模式的企业，越能快速脱颖而出，持续发展。
- 临渊羡鱼，不如退而结网。相比大企业，中小企业嗅觉灵敏，反应灵活，有能力将认知快速转化为行动。尽管各企业所处的发展阶段不一，但无论是从工厂自动化梯度进化到数字化、智能化，还是直接通过“上云用数赋智”实现一步跨越，它们都殊途同归，指向“云智融合”的未来。

云智融合大势之下，有了“云+智能”作为基础能力支撑，创新创业、转型升级都将更为便捷，产品、技术、流程、模式的创新创造，市场效应将得以指数级放大，使得每一个细分市场的进入者，都有可能以利基（Niche）市场作为起点，不断拓展其产业边界，他们的发展壮大，也将成为影响云服务市场格局的一个重要变量。

早期进入市场的云服务商，通过云基础服务集聚了行业头部客户，具备一定的先发优势，随着数字化和智能化的持续演进，云智融合正在成为云服务市场的竞争焦点，也是未来。

就像智能手机生态一样，应用商店提供了通用 APP，但消费者的个性化需求，更多是通过众多 APP 开发者来满足，云服务生态也需要更多集成商，结合行业特点去满足中小企业的不同需求。

谁的生态更智能、更用户友好，产品和解决方案更具智能性、可用性、易用性，也将会是云服务商决胜未来的关键。







**中国中小企业协会**  
China Association of Small and Medium Enterprises

