

▶ 红杉中国携手246位CIO全景调研

2024 企业数字化年度指南

目录

- 1 承初心：2024企业数字化战略解码**
 - 2024全球CEO核心洞察
 - 敏捷思维助力企业发展
 - 关于数字化，一开始不要做太多
- 2 更智能：AIGC产业落地实践**
 - 技术+产业，推动AIGC场景理性落地
 - 降本增效：引入AIGC的首要动因
 - AIGC落地AGILE方法论
- 3 更广阔：拥抱大航海新时代**
 - 中国企业积极“走出去”
 - 企业出海目标市场多样化
 - 数据安全合规，支持企业出海
- 4 向内观：组织与人才**
 - 简单重复单一的工作更易被取代
 - AI产品经理成AIGC时代的热门岗位
 - 学习新工具，激发创造力
- 5 向前看：新技术，新生活**
 - 拥抱新技术，享受技术红利
 - 技术最好 ≠ 最适合
 - 科技向善，以人为本

附录

本次报告观点来自



246家
受访企业数字实践



18个
细分行业



98%
受访者为数字化管理者*



47个
受访企业的注册城市



54%
受访企业规模>500人

关于本次调查数据的说明：

本次调查共收集到246份有效调查问卷。

*数字化管理者：主要指CEO、CIO、CTO、CDO等高级管理层或科技及数据部门负责人。

2024企业数字化观察 - 你所需了解的8件事

1 重新审视战略，聚焦敏捷和弹性增长

在全球经济形势复杂多变的背景下，中国企业正积极重新审视其战略重点，聚焦敏捷性、灵活性和业务弹性以应对不确定性。许多企业通过数字化、人工智能及供应链优化来提升效率，增强市场响应速度。同时，企业也在加速全球化布局，减少对单一市场的依赖，以应对可能出现的挑战。

4 存量市场的客户价值深挖

随着获客成本的持续上升，企业不约而同地把注意力放在现有客户的价值挖掘。通过深耕存量市场，发掘潜在的业务增长机会，企业有望实现可持续发展。这种逆势中的创新和突破，将帮助企业在困境中找到更多可能，通过产品和服务的升级调整，重新塑造增长方式。

2 AIGC在产业中理性落地

研究发现，90%的受访企业已经开始尝试AIGC工具在企业内的应用，64%的企业将AIGC纳入到企业战略规划中。2024年，企业在引入AIGC时表现得更加理性，更多地选择市场上成熟的AI产品来匹配企业的重点场景，解决具体问题并验证其价值。AIGC在产业中全面深度产生价值尚待时日。

6 企业对人才提出更高要求

AI技术的应用使得自动化和智能化水平不断提高，部分重复性工作岗位逐渐减少。相反，依赖更高技能和创造力的新岗位应运而生。企业不仅要根据实际业务情况调整和优化人力资源配置，还要加强对员工的技能培训，以适应新的技术环境。企业人才成长路径呈现非线性趋势。

3 全球化业务布局深化

随着全球经济格局的调整，中国企业越来越重视国际市场的发展机会。55%的受访企业表示已在战略层面对出海做出了规划，其中31%的企业更是将出海作为核心战略。CIO们纷纷将全球数字化规划和落地能力作为工作中的重要部分，积极探索各国业务开展的数字化支持策略和生态伙伴合作。

7 数据安全合规与风控

2024年，企业把业务转型升级的重点放在AI和全球化方向。而这两个方面又同时推动了数据要素在企业中的重要性和敏感性。企业除了考虑数据安全和主数据管理等问题，还需要特别关注全球数据合规，数据治理，数据运营，AI for Data, Data for AI等新主题。

5 企业重视财务和成本支出，持续关注降本增效

2024年，企业更加重视财务和成本控制，数字化项目帮助企业实现全面的预算、费用、成本管理，优化财务流程，提升资金流转效率，减少不必要的资金占用。自动化及AI工具的引入，帮助企业优化流程，提高效率和质量。数据分析工具的引入也为风险预警和经营管理精细化提供了有效保障。

8 坚持学习，进化迭代

面对快速变化的外部环境和技术更新，企业经营者意识到过去成功经验并不能保住企业的明天。优秀企业纷纷将创新与学习深植于其文化之中。作为员工，也同样更加关注个人成长与企业成功，社会进步之间的和谐共鸣，更多员工愿意深入业务价值创造，持续学习并自我提升以适应外部变化。



承初心： 2024企业数字化战略解码

承初心，励前行

随着全球经济环境的不确定性陡增和行业竞争的日益加剧，企业正面临前所未有的增长挑战，寻求第二增长点已成为企业界的普遍共识。国际权威研究机构Gartner面向全球416位CEO进行调查，调研报告反映了CEO们对未来商业发展的战略考量，揭示了企业家们在当前复杂环境下的核心关注点以及应对未来挑战的策略。中国企业家们立足中国宏观环境和自身特点，也纷纷采取行动积极调整。



聚焦增长：十年来的最高关注度

报告显示，79%的CEO计划在2024年底前重新制定商业战略，旨在应对未来的不确定性。有62%的CEO明确将增长列为2024年的首要任务，这一数字相比2023年增长25%，达到十年来最高水平。这种关注的提升反映了企业在宏观经济压力下，依然渴望通过创新和变革寻找新的增长路径。

AI技术与全球化：转型的关键力量

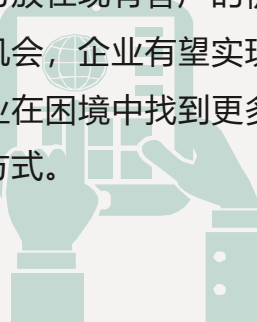
在谈到技术的作用时，59%的CEO认为人工智能（AI）是继数字化转型之后推动业务变革的关键工具。AI不仅能帮助企业提升生产力，还被视作未来行业竞争力的重要来源。同时，全球化进程也在持续推进，48%的企业计划在未来三年内进入新的国家市场，旨在降低对单一市场的依赖，寻求多元化的业务发展机会。

应对困局：从降本增效到业务创新

企业不仅要应对增长困难，还要解决生存挑战。企业的增长不仅仅是追求增量，而是需要与客户和合作伙伴共同探索解决方案，为未来找到新的发展路径。尤其在主营业务下滑的情况下，如何通过借助技术的力量，提升产品和服务收入、降本增效，将成为企业转型的重点。

存量时代的突破：挖掘客户潜在价值

随着获客成本的持续上升，企业不约而同地把注意力放在现有客户的价值挖掘。通过深耕存量市场，发掘潜在的业务增长机会，企业有望实现可持续发展。这种逆势中的创新和突破，将帮助企业在困境中找到更多可能，通过产品和服务的升级调整，重新塑造增长方式。



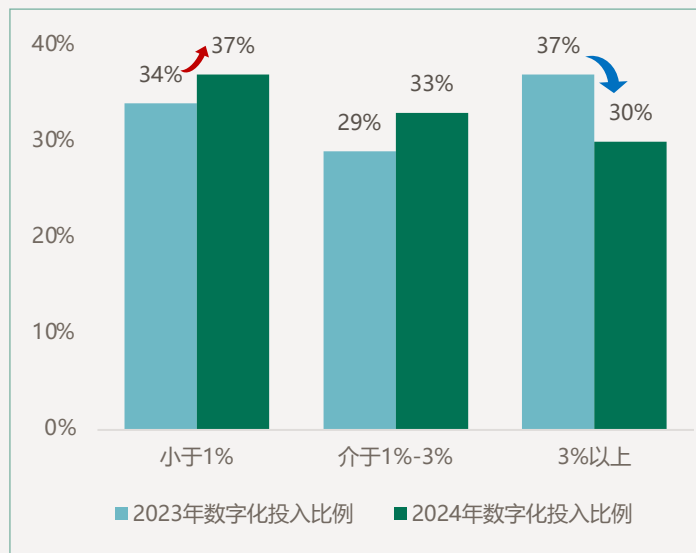
数字化投入占营收的中位数处于1%~3%，投入愈发谨慎



您的企业年度数字化投入占营业收入的比例？

在过去4年的调研中我们发现每次调研的平均数字基本稳定。**受访企业的数字化投资占营收的中位数处于1%~3%的区间内。**数字化实践领先者数字化投入力度相对更大，中位数处于3%~5%。

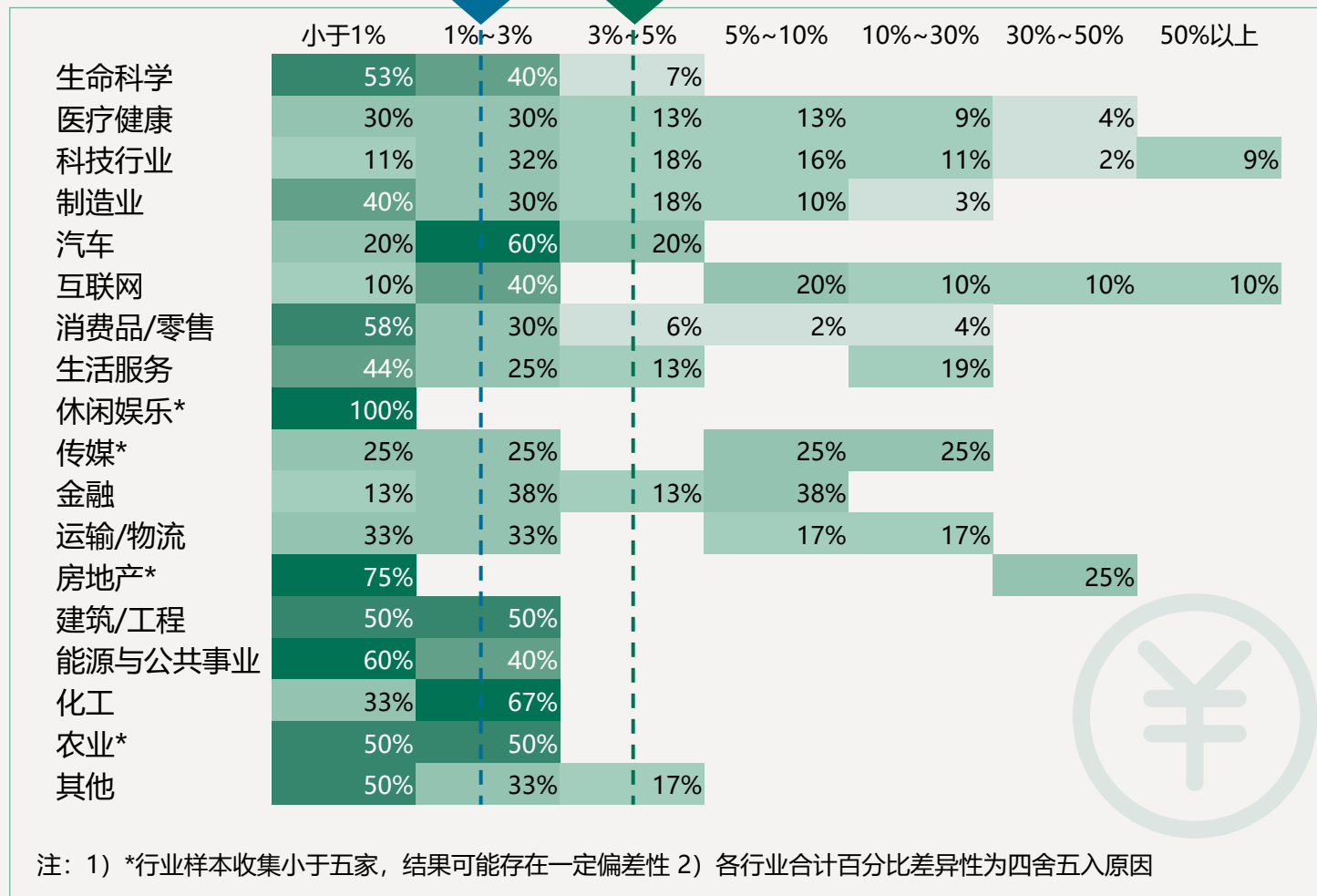
2024年调研数字与2023年调研数字相比，数据分布出现明显左移趋势，这表明**企业在数字化投入方面愈发谨慎**，数字化投入有减少趋势。



企业数量总计%: 0% 100%

数字化投入占营收中位数:

受访企业 数字化实践领先者 (科技行业+互联网)



注: 1) *行业样本收集小于五家, 结果可能存在一定偏差性 2) 各行业合计百分比差异性为四舍五入原因