

# 中国企业费用支出管理行业 研究报告

2020年



**聚焦企业非成本项的支出管理**：企业费用支出管理厂商聚焦于企业费用项支出的管控，**涵盖事前、事中、事后全流程**，通过更强的流程管理能力进行预算规划、支出统计、财务数据分析等。相比于费控报销厂商，支出管理厂商更强调为企业用户提供**支付能力**，从而实现对企业端到端的闭环管理。



**从传统报销走向管理新生态**：新的费用支出管理生态主要服务于企业对公支出和员工个人报销等高标准化场景，如**商旅、采购、福利、用餐、用车**等，其核心价值在于提高管理的便捷程度和员工的满意度，有别于传统的事后报销的模式。这一生态的发展主要依托移动互联网崛起下，场景化的支付能力的实现。



**疫情促进了企业支出管理的需求**：受新冠疫情这一黑天鹅事件的影响，2020年国内生产总值的年增长率将出现显著下降，预计将从2019年的6.1%下降至2.9%。由于短期内经济下行压力增加，**企业对于“节流”的需求增加**，帮助企业实现精细化运营的厂商将逆势迎来更多机会。



**企业费用支出管理的市场规模**：2020年，中国企业费用支出管理市场规模预计将超过10亿元，而**支付平台的市场规模预计将超千亿元**。如在商旅场景下，2019年的支出市场规模超过4000亿美元，而出行场景近2000亿美元，采购场景下的B2B电子商务交易规模近20万亿元。支付平台的市场规模远高于纯管理软件的市场规模。



**发展方向是整合更多场景化的支付能力**：企业费用支出管理厂商的核心优势是具有连接企业内部费用管理与外部支付场景的能力，而这也是纯费控报销类厂商的转型方向。未来厂商会更加强调与前端场景的绑定，**发展成为“企业支付宝”**。

企业费用支出管理行业概述

1

企业费用支出管理行业发展洞察

2

典型企业费用支出管理厂商案例

3

企业费用支出管理的未来发展趋势

4

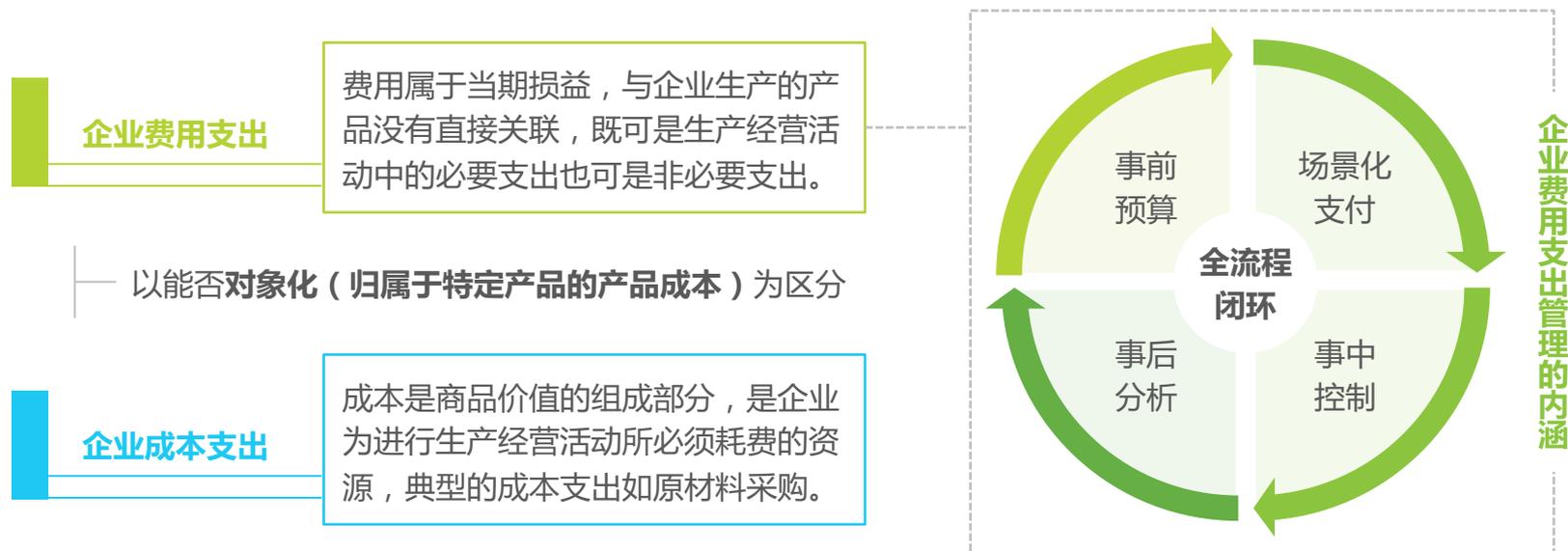
# 企业费用支出管理研究范畴界定

## 聚焦非成本性费用支出，从事前到事后及支付的全流程管理

企业费用支出是与成本支出相对应的概念，两者的区别在于是否能够对象化，即归属于某个特定产品的产品成本。费用支出与企业生产的产品没有直接关联，但同样是支撑企业正常运转的重要环节。

本报告所研究的企业费用支出管理涵盖事前、事中、事后的全流程，包括：1) 事前对总支出和各细项支出的预算管理，2) 事中商旅、出行等各个不同场景的支付和对支出的汇总更新与实时管控，3) 事后对阶段性支出的统计分析，以方便管理层了解企业整体支出情况，指导下一阶段的预算制定，完成费用支出管理端到端的闭环。

### 企业费用支出管理研究范畴界定



# 企业费用支出管理发展历程

## 费控行业的后时代，强调应用场景下的直接支付和事前管控

在20世纪80年代之前，国内的企业普遍采用传统的手工形式进行财务管理模式。从20世纪80年代开始，随着国产微型计算机技术的成熟，会计电算化的热潮兴起，此阶段也出现了很多以开发经营会计核算软件为主要业务的的专营公司。随着社会主义市场经济的飞速发展，简单的“核算型”软件慢慢无法满足企业的业务需求，会计电算化逐渐向“管理型”软件发展。20世纪90年代，SAP、Oracle等著名ERP厂商进入中国，我国开始逐渐进入ERP时代。到了21世纪，随着云计算技术的发展，ERP软件的部分功能被线上化，通用型财税SaaS产品逐渐丰富，企业的财务管理能力逐步增强，未来基于生态大数据的场景化会计和实时会计将会有较大的发展空间。由此，更强调融合场景化支付能力的“企业费用支出管理”被认为是“费控报销”赛道的后时代。

### 中国企业费用支出管理行业发展历程



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理新生态

## 连接外部支付场景，加强事前管控，摆脱传统手工报销

传统的企业费控是以内部的“物”为中心，企业费用支出管理新生态下的管控是以业务为中心，基于应用场景构建内部管理体系，从审批、业务、财务、预算四个角度出发，打通企业内外部流程，结合互联网消费和财税数据从企业整体角度对各部分费用支出进行统一管控。构建企业费用支出管理的新生态有两种发展路径，一种是从企业支付切入，融合消费场景，并补齐费控能力；另一种是费控厂商从软件交付出发，通过对接多个平台补齐应用场景，实现员工免垫资报销，并满足企业管理层的合规诉求。站在企业的角度，没有报销就是最理想的报销管理模式，而将外部支付场景与费控报销流程相连接，可以尽可能地减少传统手工报销，助力企业实现以统一支付取代报销的愿景。

### 企业费用支出管理新生态：费控+支付

企业侧

企业支出管理SaaS服务商

员工侧



最大程度摆脱传统报销

# 企业费用支出管理的应用场景

## 高频、标准化领域优先渗透，形成商旅、出行、团餐、补助、采购五大核心场景

根据付款对象的不同，企业费用支出可以分为个人报销和对公支出两大类。个人报销主要面向企业各类消费场景，如商旅、出行、团餐等，由于面向企业全体人员，员工报销流程繁琐、财务审核对账耗时耗力的痛点更为突出。相比于类型多样、流程复杂的对公支出，个人报销与企业业务的关联程度低，不同类型的企业在个人报销方面没有太多的差异化，需求的通用性强。企业费用支出管理从需求高频且标准化的领域开始渗透，补助福利、非生产性采购因标准化程度较高也逐渐被纳入进来，形成了当前以商旅、出行、团餐、采购和福利为核心场景的服务体系。

### 企业费用支出管理的应用场景



注释：商旅、出行、团餐、采购及福利场景间存在交叉，以上仅为示意图。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理的部署模式

## 外部供应商多样且分散，SaaS模式对外连接优势突出

当前费用支出管理新模式渗透率较高的多为企业消费场景，上游供应商包括航空公司、酒店、出租车公司、餐饮企业、保险公司、办公用品供应商等等，企业的选择多种多样且供应商通常不固定。在C端的个人消费倒逼B端的企业消费转型的背景下，通过连接平台型厂商及头部供应商的自有平台，即可实现与海量优质外部供应商的快速对接，相较本地部署开发周期长、迭代速度慢，SaaS模式成为新兴的费用支出管理厂商的首选。

而现阶段渗透率不高的对公支出场景大多具有流程行业属性较强、供应商相对固定的特点，企业大多选择使用OA系统或采购系统等本地部署软件来完成内部的报销审批。

### 企业费用支出管理的部署模式

#### 费控+支付的企业费用支出管理新模式

#### 针对商旅、出行、团餐、福利、采购场景：

- 主要为企业消费场景，供应商高度分散、选择多样，企业通常没有固定的供应商，对外连接需求强
- C端服务倒逼B端服务转型，出现互联网背景的平台型厂商，同时传统供应商加速数字化转型，将自有互联网化、平台化，为费用支出管理厂商的对接提供了便利

#### SaaS模式

标准化的SaaS产品只需连接主流平台及供应商，即可帮助企业对接海量供应商，通过技术复用可以有效降低开发成本

#### 传统费用支出管理模式

#### 针对其他对公支出场景：

- 具备较强的行业属性，且需求多偏向内部管控，企业目前多应用传统OA系统或采购系统等进行管理

#### 本地部署

本地部署的传统软件开发周期长、迭代速度慢

# 企业费用支出管理的核心价值

## 员工和财务双侧降本增效，增强企业支出管控能力

传统企业的消费支出模式通常需要员工先行垫资，在商旅、出行等事项实际发生后，经过一系列繁杂的报销审核流程后才能最终实现打款。无论对于报销的员工个人或是企业财务人员，都存在大量的事务性劳动，工作效率低下且容易出现虚报错报。而在“预置支出+分级管控+多场景赋能”的新框架下，企业通过聚合各费用支出场景，变散票为整票，可以大幅减少报销处理量，让员工能够聚焦在更高附加值的业务工作中。数字化的费用支出管理流程透明、标准化，能够有效避免传统报销过程中的不合规行为，通过多维度的数据分析，企业的管理者能够实时掌握预算落地情况，从而合理控制企业运营成本。

### 企业费用支出管理的核心价值

#### 员工侧

#### 员工体验简单便捷

员工**提前垫资**，涉及贴发票、提交纸质报销单、发票审核等事务性工作，**报销流程多、周期长**

聚合各类费用支出场景，简化费用支出流程，员工**无需垫付、无需报销**，大幅提升员工满意度

#### 财务侧

#### 合规性和效率提高

业务端和财务端的数据割裂，导致财务人员的审核、做账、对账**工作复杂**，容易出现**虚假报销**的情况

企业**统一支付和结算**，减少发票处理量，规避票据不合规、填写错误造成的流程反复，**提高财务合规性**

#### 管理层

#### 降低运营成本、提高企业效率，增强支出管控能力

聚合**优质平台**、连接海量供应商，通过集中比价最优化支出选择，实现企业运营成本的降低

数字化管理**流程透明、标准化**，从源头控制费用支出，有效增强企业的管控能力

多维度**数据分析**与报表呈现，实时监督和管控企业现金流和预算落地情况，指导预算编制

企业费用支出管理行业概述

1

企业费用支出管理行业发展洞察

2

典型企业费用支出管理厂商案例

3

企业费用支出管理的未来发展趋势

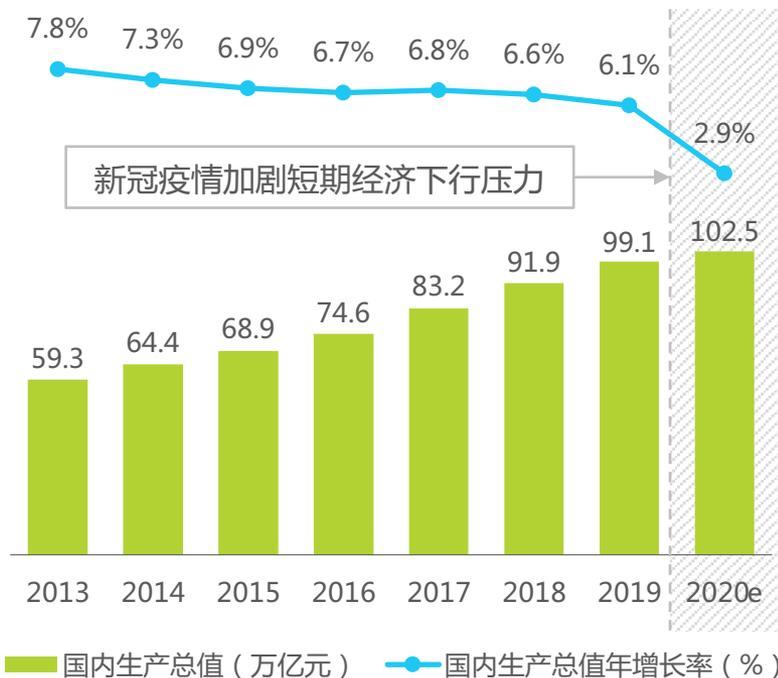
4

# 企业费用支出管理发展驱动力

## 疫情冲击来势汹汹，节流成为企业经营的重中之重

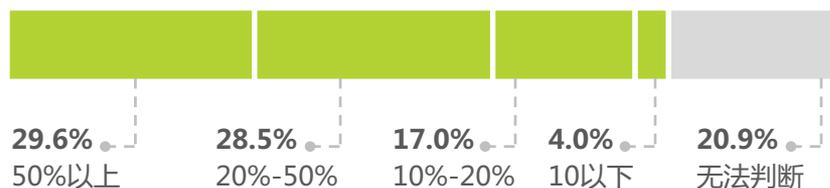
2015年起中国经济正式进入“6时代”，GDP增速持续下滑背后是中国经济由高速增长向高质量发展的转变，越来越多的企业开始强调精细化管理。受到新冠疫情冲击，2020年一季度供需两方面均出现大幅负增长，中国宏观经济论坛预测2020年全年GDP增速将放缓至2.9%。生产经营活动受限导致大量中小企业面临收入下降、现金流紧张的困境，近三成中小企业表示营业收入下降超50%，85%的中小企业现金只能维持3个月，节流无疑是现阶段企业最重要的课题。

### 2013-2020年中国国内生产总值及年增长率

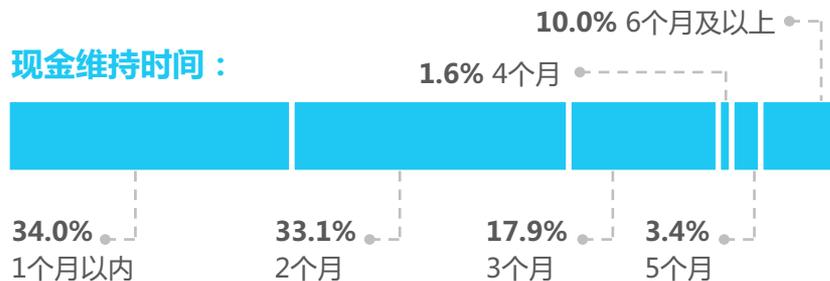


### 新冠疫情对中国中小企业营业收入和现金流的影响

#### 营业收入下降：



#### 现金维持时间：



来源：国家统计局、中国宏观经济论坛（CMF）《中国宏观经济分析与预测报告（2020年中期）》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

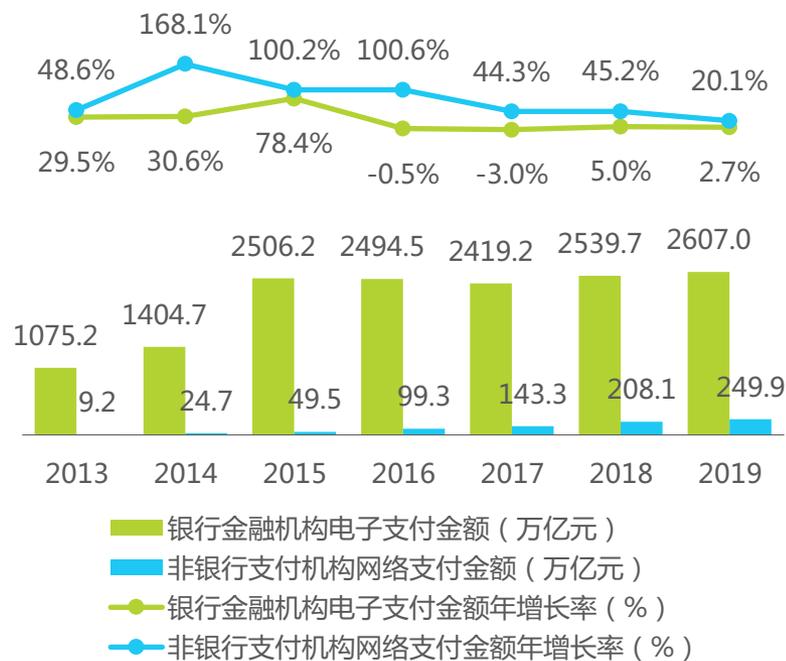
来源：朱武祥、刘军、魏炜《清华、北大联合调研995家中小企业，如何穿越3个月的生死火线》，N=995。

# 企业费用支出管理发展驱动力

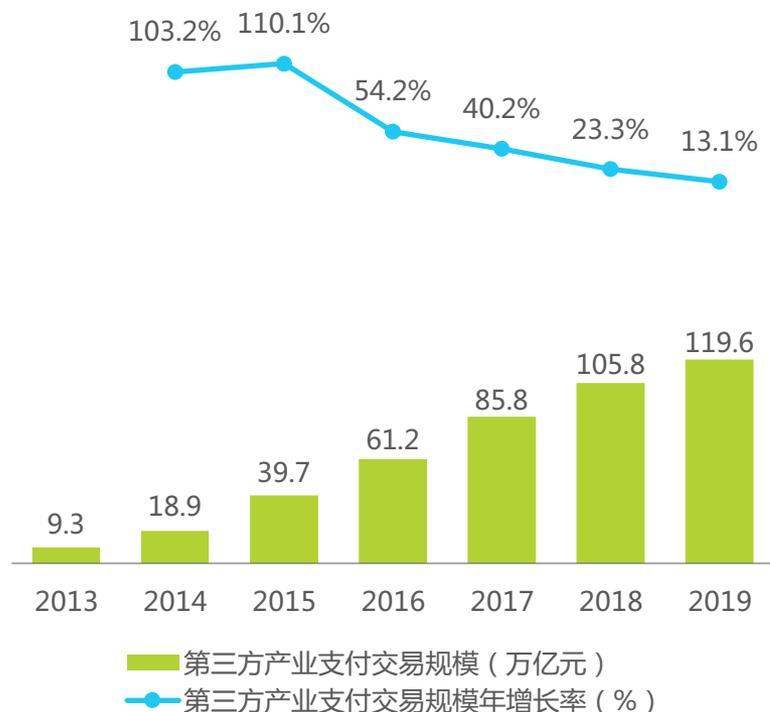
## 多样化支付体系成型，C端巨头加速布局产业支付

电商、互金、转账三大场景的先后爆发，以支付宝、微信支付为代表的第三方支付快速成长。在《非银行支付机构网络支付业务管理办法》、《条码支付业务规范（试行）》等政策的加持下，银行与非银行金融机构共同形成了复杂多样的支付体系。随着C端线上和线下的流量进入到平稳增长阶段，个人支付的极致体验倒逼企业支付的升级。C端巨头依托流量优势，以支付服务切入打通B端各场景的资金流与信息流布局产业支付，将推动企业由单一支付向全链条的数字化转型升级。

### 2013-2019年中国银行及非银行电子支付金额



### 2013-2019年中国第三方产业支付交易规模



注释：自2018年第二季度起，实体商户条码支付业务数据由网络支付调整至银行卡收单进行统计。

来源：中国人民银行《2013-2019年支付体系运行总体情况》。

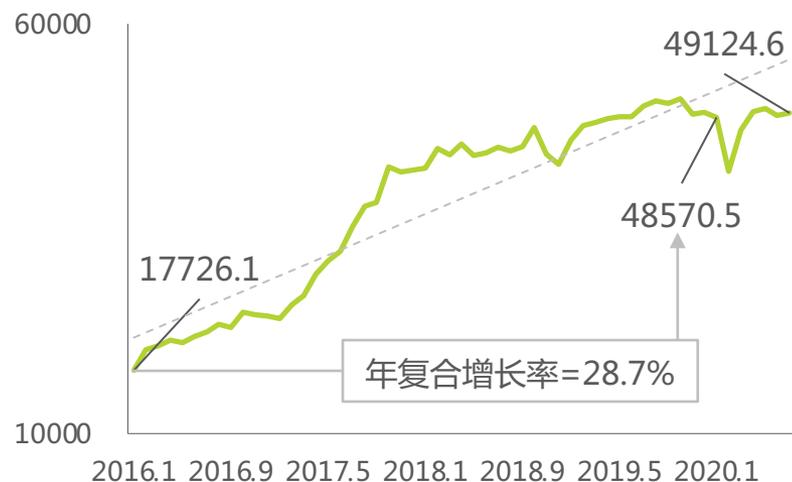
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 企业费用支出管理发展驱动力

## 高频场景O2O服务模式成熟，基于C端用户习惯向B端渗透

艾瑞咨询监测数据显示，2020年7月中国旅游出行类和美食外卖类APP的月度总设备数分别达到49124.6万台和12161.3万台。线上订票、打车、订餐的用户习惯逐渐养成，O2O服务在C端建立起扎实的产业基础，携程、滴滴、美团等各个细分领域的头部厂商纷纷开始向B端渗透，帮助企业连接海量的供应商，获得与C端一样便捷地使用体验。作为企业费用支出管理产业链中的重要环节，商旅、出行、团餐等高频场景中O2O服务模式的成熟，让原本分散化的供给端市场走向平台化、中心化，为各类费用支出的聚合管理奠定了基础。

mUserTracker-2016年1月-2020年7月中国  
旅游出行类APP月度总独立设备数变化



— 旅游出行类APP月度总独立设备数（万台）

mUserTracker-2016年1月-2020年7月中国  
美食外卖类APP月度总独立设备数变化



— 美食外卖类APP月度总独立设备数（万台）

来源：UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

来源：UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

# 企业费用支出管理发展驱动力

## 发票电子化改革全面推开，金税三期推动大数据税务稽查

增值税电子发票自2016年起开始在全国范围内推行，同年5月营改增在各行各业全面实施，增值税成为最主要的流通税种，预计到2020年底我国将基本实现增值税专用发票的电子化。电子发票的应用为传统的报销管理带来了新的挑战，包括发票查验、报销入账、保管存档、重复报销等痛点激发了企业的数字化管理诉求。金税三期在优化企业纳税申报流程的同时，严打虚开发票、虚抵进项税额等现象。应用费控管理系统对纸质和电子发票进行识别、汇总，可以帮助企业实现对各项费用支出进行统一、规范、高效地管理。

### 企业费用支出管理行业相关政策

#### 增值税电子发票

2016年

税务总局《关于推行通过增值税电子发票系统开具的增值税电子普通发票有关问题的公告》决定自2016年1月1日起在全国范围内推行增值税电子发票系统，打印增值税电子普通发票的版式文件其法律效力、基本用途、基本使用规定等与税务机关监制的增值税普通发票相同。

2019年

国务院《关于印发全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议重点任务分工方案的通知》要求2019年底前建成全国统一的电子发票公共服务平台，为纳税人提供免费的电子发票开具服务，加快电子发票的推广应用。

2020年

国务院《关于进一步优化营商环境更好服务市场主体的实施意见》要求2020年底前基本实现增值税专用发票电子化，主要涉税服务事项基本实现网上办理。

财政部、国家档案局《关于规范电子会计凭证报销入账归档的通知》明确符合档案管理要求的电子会计档案与纸质档案具有同等法律效力，除法律、行政法规另有规定外，电子会计档案可不再另以纸质形式保存。

#### 税制改革与金税三期

营改增

财政部、税务总局《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》批准自2016年5月1日起，在全国范围内全面推开营业税改征增值税（以下简称营改增）试点，建筑业、房地产业、金融业、生活服务业等全部营业税纳税人，纳入试点范围，由缴纳营业税改为缴纳增值税。

金税三期

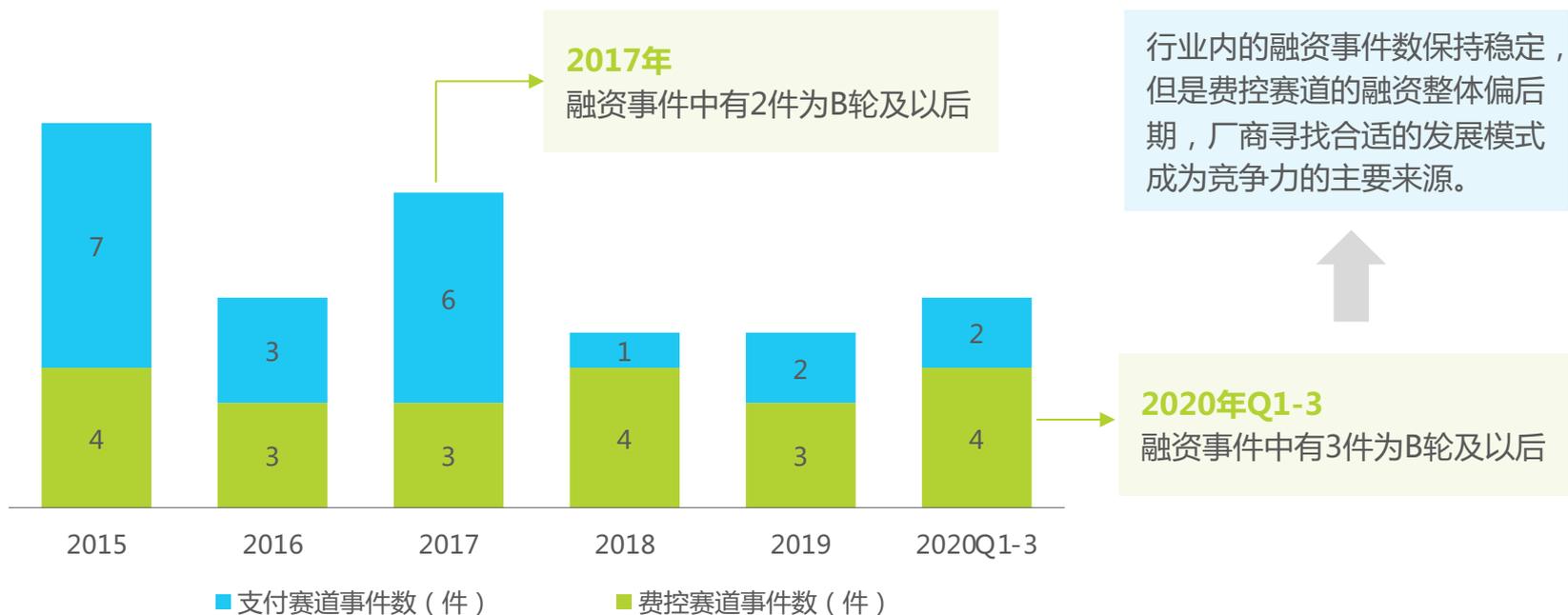
金税三期实现了国地税局并与有关部门的统一联网，可自动对收入变化异常、税款申报异常、发票缴纳异常的企业实施筛选和披露，推动传统税务稽查由“人查”、“账查”全面进入大数据税务稽查时代。

# 企业费用支出管理赛道投融资情况

## 赛道内头部厂商进入B轮及以后，疫情后投资热度回升

2020年受疫情影响，经济整体发生较大波动，投资人普遍持观望态度，市场整体融资事件数降低，但是企业支出管理赛道仍被诸多投资人看好，有多家厂商逆势拿到融资。2020年前三季度有四家费控管理厂商获得融资，相比于2015年投资多集中在天使轮、A轮，这些厂商均为B轮及以后。此外，厂商的融资规模增加明显，2019、2020两年企业的融资规模均在亿元以上。可以见得，企业费用支出管理是一个稳健发展的赛道，未来头部厂商获得进一步融资的机会将上升。

### 2015-2020Q3中国企业费用支出管理融资事件数



来源：烯牛数据，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理的商业模式分析

## 从单一营收模式走向软件+佣金双模式，发展空间广阔

企业费用支出管理厂商融合了费控管理软件及商旅、出行等场景下的支付能力，相比于传统的软件应用，采取软件收费与平台抽佣相结合的方式拓展营收维度。美国已经孕育了千亿美元市值的SaaS厂商，但在中国，纯软件模式营收难的问题困扰着费控报销SaaS厂商，身陷价格竞争的市场阶段。企业费用支出管理厂商融合式的商业模式可以突破SaaS的营收天花板，以客单价相对低的SaaS产品切入市场，在培育客户的使用习惯之后提供交易服务，作为产业互联网的中间平台同时向上下游收费。

### 企业费用支出管理行业的商业模式

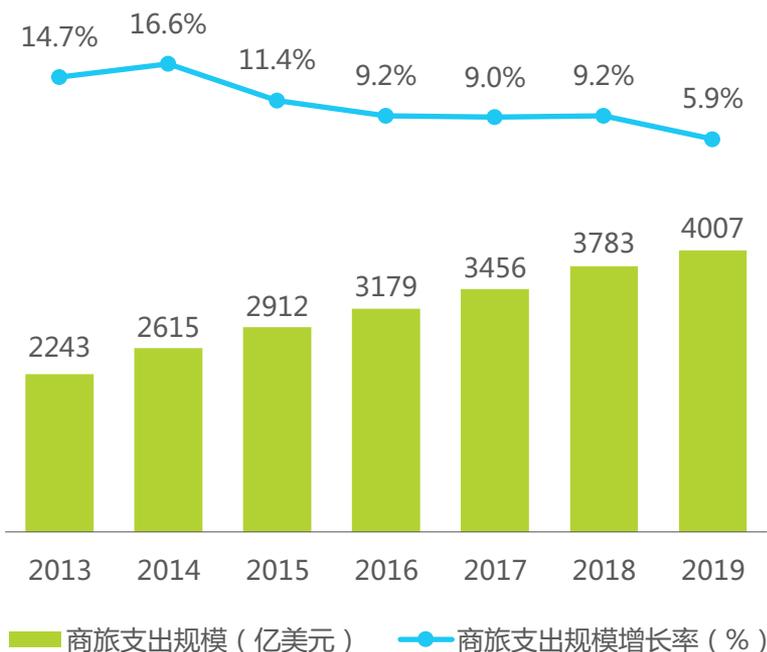


# 商旅场景对费用支出管理的需求分析

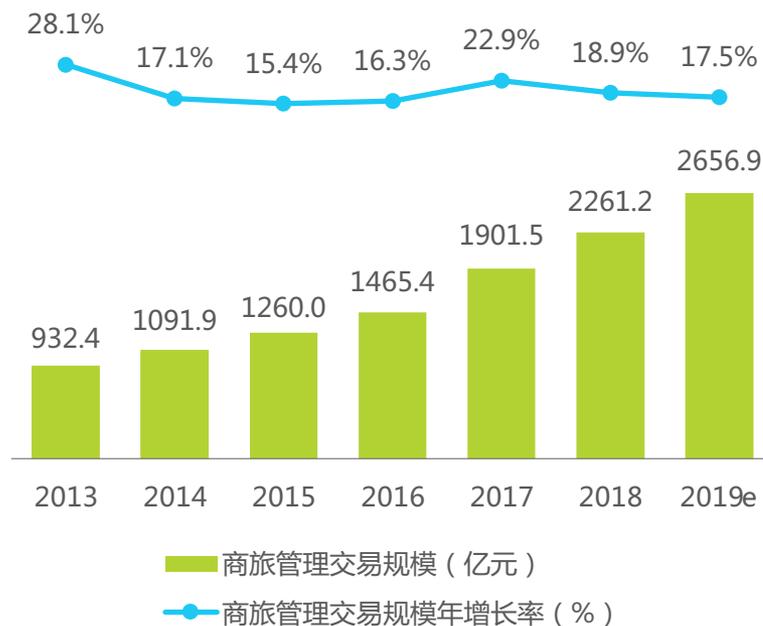
## 万亿级商旅支出市场，商旅管理渗透率提升空间大

2019年中国商旅支出达到4007亿美元，比2018年同比增长5.9%。近年来，中国商旅管理市场规模在不断扩大，但商旅管理占整体商旅支出的比例不足10%，渗透率仍有较大提升空间。在商旅场景下，企业支出需求集中在机票、酒店、打车环节，应用费用支出管理能够有效解决传统的员工垫付、事后报销、难于核验管控的问题，企业可以在系统中预支差旅额度、预订机票等，整合TMC的功能，联结各大机票供应商，自动筛选符合报销标准的飞机舱位等级，酒店的星级、价格等。

### 2013-2019年中国商旅支出市场规模



### 2013-2019年中国商旅管理市场交易规模



来源：携程商旅《2019-2020商旅管理市场白皮书》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

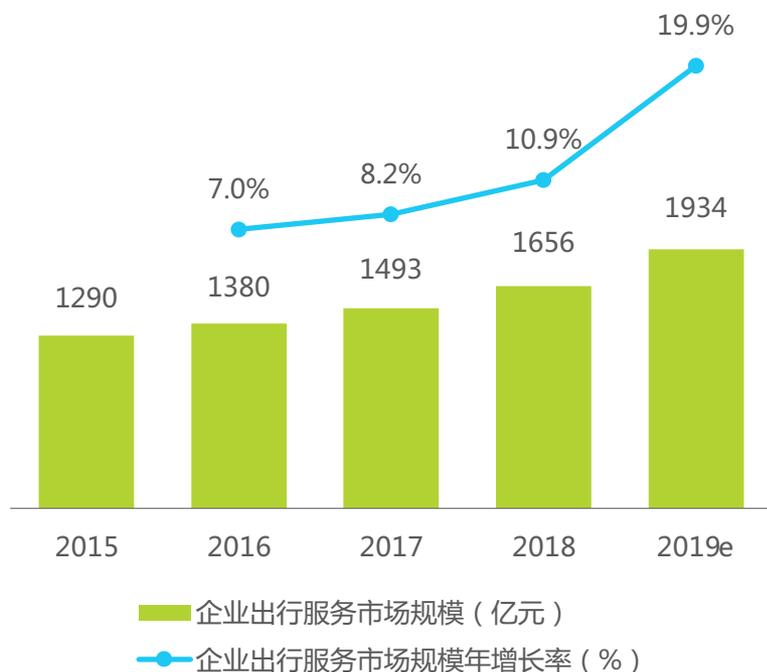
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 出行场景对费用支出管理的需求分析

## 传统用车方式弊端显现，网约车推动企业用车走向平台模式

2019年中国企业出行服务市场规模接近2000亿元，企业用车需求保持持续增长。传统的企业用车方式包括自有车辆、汽车租赁、出租车等，员工需要先行垫付车费后向公司报销，对于员工而言幸福感不强，用车灵活性低，对于管理层而言出现成本高，用车费用不透明。网约车的出现改变了C端用户的使用习惯，B端的出行服务平台也正在被越来越多的企业所接受。企业出行服务平台将场景、管控、支付一体化，变员工垫付为企业统一结算，实现高效便捷的出行数据与费用管控。

### 2015-2019年中国企业出行服务市场规模



### 2019年中国企业传统用车方式存在的问题



### 2019年中国企业出行服务平台的优势



注释：企业出行服务行业指为企业因公出行提供用车服务的第三方企业所构成的市场。  
来源：锐思锐拓，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

样本：N=104，于2019年11月通过iClick社区自主调研获取。

# 团餐场景对费用支出管理的需求分析

## 传统团餐市场亟待转型，新型团餐模式加速支出管理渗透

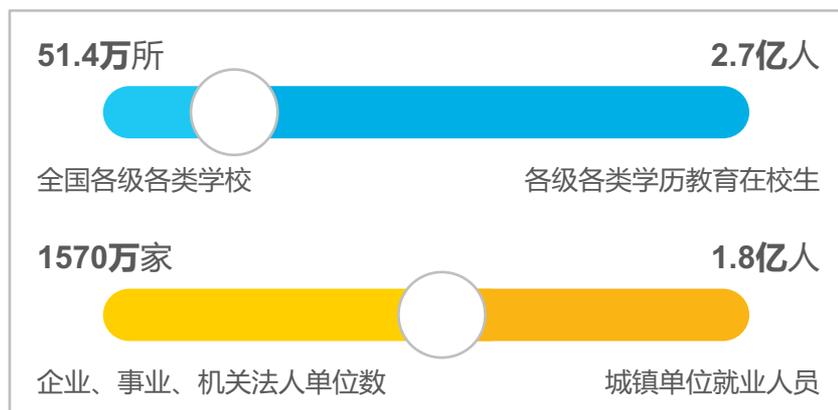
团餐是群体集中膳食管理的一种餐饮模式，传统的团餐服务商多采用进驻甲方、承包食堂的形式。《2018年中国团餐行业研究报告》显示，2017年中国团餐受众群体占全国人口的48%，学校、企业和机关食堂为主要用餐场景。2019年团餐企业营业收入同比增长17.2%，高出同期餐饮行业收入增长近8个百分点。尽管团餐行业增速喜人，但标准化、专业化程度低、市场高度分散的问题始终存在，团餐企业中超过八成的经营范围集中在省内，难以形成规模优势。

近年来饿了么、美团等外卖平台以及肯德基、真功夫、西贝等多家社餐企业跨界进入团餐市场，团餐外卖、团餐O2O等轻资产的平台型模式让企业可以灵活选择集体送餐、线上订餐、到店就餐，并通过全面整合企业用餐场景，以统一支付替代员工垫资，有利于费用支出管理厂商向团餐领域的渗透。

### 2017年中国团餐受众群体及用餐场景

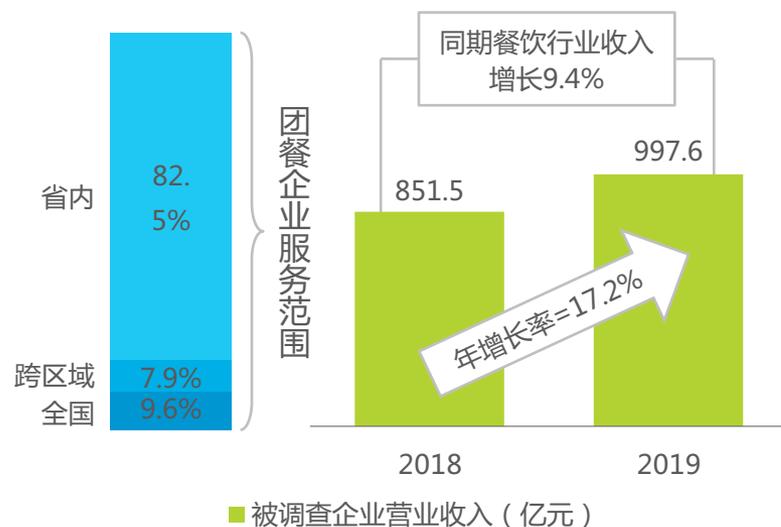


团餐受众群体约**6.7亿人**（占全国人口的**48%**）



来源：中国烹饪协会、禧云国际、亿欧智库《2018年中国团餐行业研究报告》。

### 2018&2019年中国团餐企业营业收入变化情况



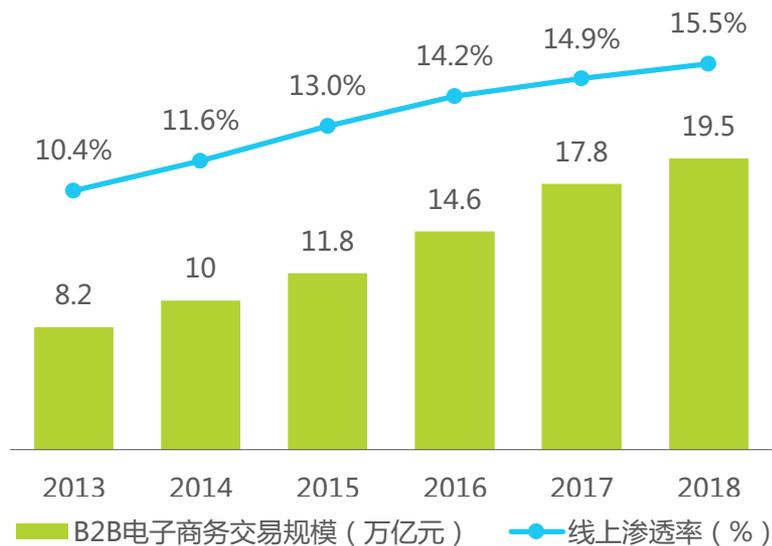
来源：团餐企业营业收入有效数据N=302，来自团餐谋、中国饭店协会《2018-2019年度中国团餐产业发展报告》；团餐企业服务范围数据来自辰智餐饮大数据研究中心、中国烹饪协会《2018中国团餐产业餐饮大数据研究报告》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 采购场景对费用支出管理的需求分析

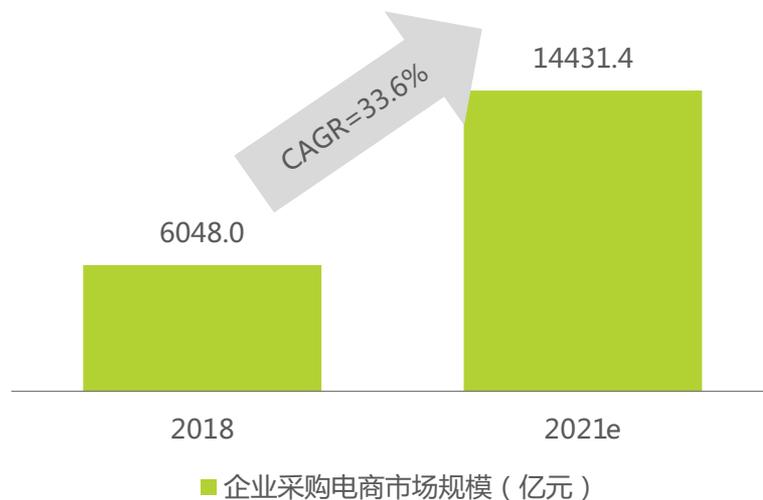
## 非生产性采购需求频次增加，电商化采购推动全流程线上化

2018年中国B2B电子商务交易规模达到19.5万亿元，线上渗透率首次超过15%，同年采购电商市场规模超过6000亿元。企业的采购需求通常可分为对生产性物料和非生产性物料两类，非生产性物料通常也被称为费用项采购，主要是办公采购、市场礼品、快递服务、对公付款四类。此类采购需求通常是高频次、单次金额低、供应商选择多、难于统一管理的。企业对费用支出管理厂商的产品需求是能够通过APP实现应用内一键管理，即员工可通过预置权限实现电商化外购，管理者也能直接通过后台进行合规性监督和支出统筹，省去了不同系统之间的接口问题。总体来看，电商化采购将是未来非生产性采购的发展趋势。

### 2013-2018年中国B2B电子商务交易规模及线上渗透率



### 2018-2021e中国企业采购电商市场规模



注释：核算的中国企业采购电商市场规模主要指企业采购的行政办公用品、商务礼品、商务服务、员工福利、工业用品、维修用品、农用机械等产品与服务的规模，不包括采购的钢铁、石油等原材料规模。核算的企业采购电商模式包括B2B电商衍生的采购平台、消费类电商衍生的采购平台与品牌商自建电商采购平台。

来源：综合公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

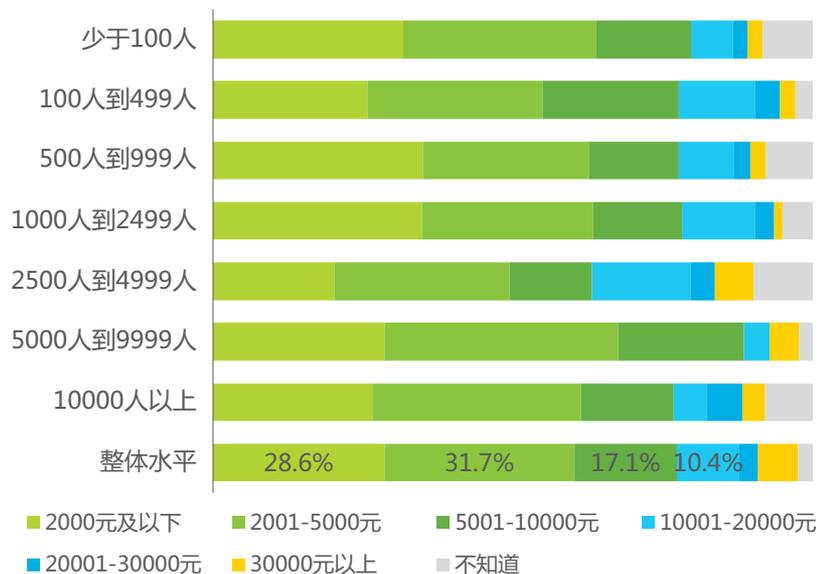
来源：综合公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 福利场景对费用支出管理的需求分析

## 员工福利重要程度提升，弹性福利平台提供跨品类解决方案

员工福利直接关系到员工的敬业度和满意度，是企业吸引和留住人才的重要手段。FESCO《2020年度企业福利管理与弹性福利深度调研报告》显示，企业的人均福利成本折合成现金的区间为2001-5000元的占比最大，达到31.7%。由于员工福利的类型多种多样，企业在选购福利产品的流程繁琐复杂，弹性福利平台应运而生。相比于传统的福利管理模式，弹性服务平台能够为企业提供更跨品类、量身定制的员工福利解决方案，正受到越来越多企业的欢迎。

### 不同规模公司一年享受的福利折合现金的金额

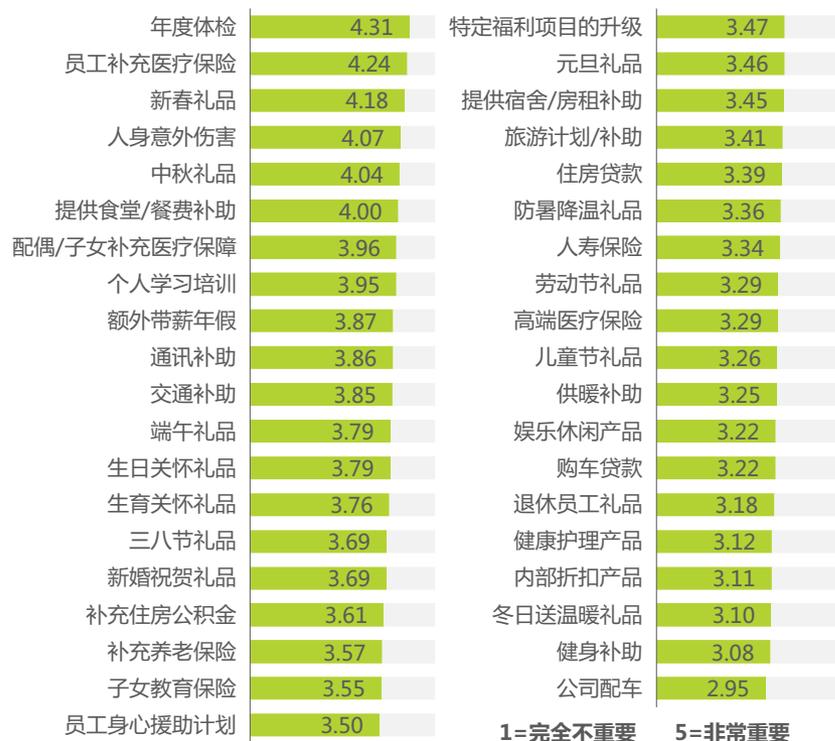


### 2019年中国企业福利支出规模 > 45000亿元

注释：企业福利支出=人均福利成本×员工人数。

来源：人均福利成本数据来自FESCO《2020年度企业福利管理与弹性福利深度调研报告》，综合企业访谈、公开市场信息及艾瑞统计预测模型估算企业福利支出规模，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### HR认为不同福利内容对员工的重要程度



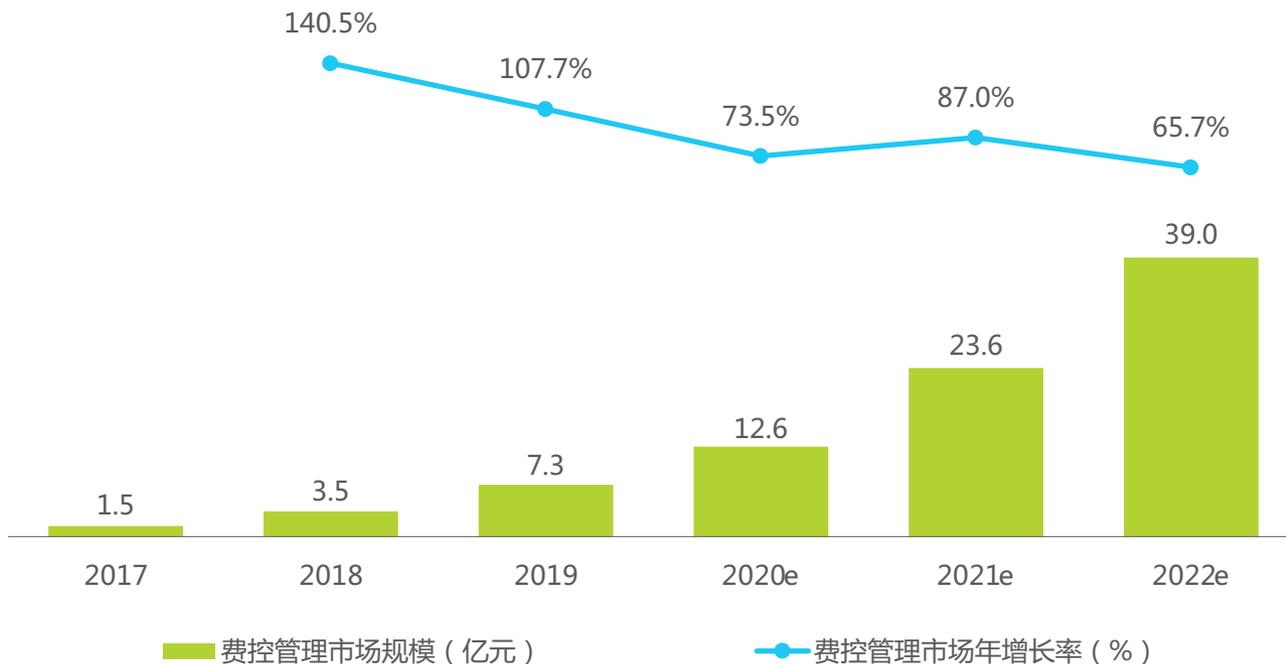
来源：FESCO《2020年度企业福利管理与弹性福利深度调研报告》。

# 中国企业费用支出管理市场规模及预测 iResearch 艾瑞咨询

## 费控管理行业规模达7.3亿元，预计未来三年增长率超60%

根据商业模式的不同，企业费用支出管理市场规模由费控管理的软件收入和场景化支付的交易佣金两部分组成。2019年中国费控管理市场规模达到7.3亿元，同比上年增长超过100%。考虑到新冠疫情影响下企业预算普遍削减，2020年的市场增速将会有一定下滑，预计到2022年中国费控管理市场的规模将接近40亿元，年复合增长率达到75.2%。

### 2017-2022年中国费控管理市场规模及预测



来源：综合企业访谈、公开市场信息及艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国企业费用支出管理市场规模及预测

## 头部玩家加速连接消费场景，支付平台潜在市场空间超千亿

当前费用支出管理厂商在支付领域的渗透较为有限，但仅核算商旅、出行、团餐、采购和福利五大场景的费用支出规模就已达万亿级别。向支付类业务拓展将让费用支出管理厂商触达到千万级的潜在支付市场，随着头部玩家纷纷加速与消费场景的连接，未来行业整体规模将有望实现成倍扩张。

### 2022年中国企业支付平台潜在市场空间推算

企业费用支出场景	企业费用支出规模（亿元）		企业支付平台潜在市场空间（亿元）
	2019	2022e	2022e
商旅	~25000	~30000	~500
出行	~2000	~2500	~50
团餐	~650	~8000	~150
采购	~150000	~150000	~2500
福利	~45000	~50000	~750



**千亿级企业支付平台潜在市场空间**

注释：企业支付平台潜在市场空间=企业费用支出规模×佣金比例；商旅、出行、团餐、采购及福利场景支出存在交叉，不可直接相加。

来源：综合企业访谈、公开市场信息及艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理产业链及产业图谱

## 领先厂商整合费控与支付能力，一体化服务为大势所趋

企业费用支出管理行业中包括费控管理厂商，也包括TMC、企业出行服务等各类场景支付厂商，这两个相对独立的领域正在由单纯的对接向商业模式融合演变，进而衍生出费控+支付综合型厂商。其中，分贝通率先融合费控管理与场景支付能力，在一体化服务方面具备先发优势，场景覆盖广泛、支付能力成熟；而后易快报和汇联易也从费控管理出发进行模式拓展，不过两者支付类业务尚处在发展初期，现阶段在场景支付方面的业务较浅，仍以费控管理为核心竞争力。

### 2020年中国企业费用支出管理产业链及产业图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理厂商的竞争要素

## 全流程、高度灵活的流程管控，一站式连接外部支付场景

企业费用支出管理厂商的竞争力由费控管理和场景支付两部分构成。在费控管理方面，产品市场匹配度（PMF）是厂商最核心的竞争壁垒。厂商应对不同场景的支出流程有充分的理解，从前期的预算制定到中期的审批流程到后期的财务处理，应能建立起与企业组织架构、预算审批规则相吻合的管理体系，并可与企业既有财务、ERP、OA等系统进行轻松对接。场景支付层面强调的是厂商的一站式场景资源及服务能力，即厂商应整合各类费用支出场景尤其是高频场景中的头部供应商，针对具体场景提供便捷、实惠的供应商选择体验，而其背后需要有底层的账号、资金、交易、结算等核心系统作为支撑。费用支出管理赛道的融合性要求厂商同时具备费控管理和场景支付的能力，跨界玩家在发挥自身优势的同时，需要尽可能弥补在其他领域的短板。

### 企业费用支出管理厂商的竞争要素



#### 流程管控

理解各场景预算、审批、规则等，以相对标准化的模块设置满足定制化流程诉求



#### 系统对接

可同企业既有的财务、ERP、OA等系统快速对接，方便进行数据整合、统一管理



#### 数据分析

沉淀和挖掘历史支出数据，提供实时多维度的数据分析，帮助企业优化管理决策



#### 资源整合

整合各类费用支出场景和资源，全面覆盖高频场景以及单个场景中的头部供应商



#### 场景服务

针对具体场景的差异化需求提供便捷的选择体验，基于数据沉淀形成个性化推荐



#### 核心系统

面向个人支付、企业支付的底层账号、资金、交易、结算等系统，支撑前端应用



# 中美企业费用支出管理市场对比

## 借鉴美国厂商创新解决方案，整合费控、支付与场景化能力

在企业费用支出管理市场，美国已有厂商提供创新型解决方案，如发展企业信用卡的综合管理厂商Divy、Brex，以及新型差旅厂商TravelBank、TripActions。具有支付能力的费控管理软件能够实现支出数据可视化，优化成本管理能力，于是企业支付与管理能力的整合将成为中美厂商共同的发展方向。但是中国市场也有一定的特殊性。美国管理软件市场发展较早，企业的支付意愿和员工的使用习惯均已成熟，信用体系也较为健全。而中国是在企业尚未实现全面信息化的时候直接迈入了移动互联网时代，员工们更习惯使用移动端完成用车、用餐、差旅等场景下的支出需求，所以国内企业的需求更倾向于整合费控管理、支付和多场景下员工支出的“支付宝”型软件。

### 中美企业费用支出管理市场对比

#### 企业支付

中国企业信用卡没有广泛普及，企业间的交易支付仍是以银行转账为主；移动端支付崛起，C端用户习惯已经养成，“企业支付宝”成为新需求

美国多使用信用卡，但是初创公司申请企业信用卡面临审批难、额度低等问题

#### 费控管理软件

中国企业对SaaS的付费意愿远低于美国，费控报销软件营收有限，厂商需要在服务模式上开拓创新以突破天花板

美国费控报销软件发展较为成熟，企业对管理软件的采购意愿较高，2018年美国企业平均SaaS费用超过2000美元/人

#### 垂直场景服务厂商

一方面，目前中美市场都已有比较成熟的差旅、出行服务厂商，头部厂商均在寻求从预订服务向管理服务转型，以期在经济下行压力的背景下帮助企业实现成本的进一步管控；另一方面，用餐、福利等场景下的支出管理，中美两国厂商均有待进一步提高服务能力

传统  
解决方案

AMERICAN EXPRESS

VISA



SAP Concur

Expensify

CWT

GLOBAL BUSINESS TRAVEL

BCD

创新  
解决方案

BREX

Divvy

TripActions  
TravelBank

lyft business

Uber for Business  
amazon business

来源：美国企业SaaS成本数据来自Blissfully《Annual SaaS Trends Report》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理厂商的投资价值

## 结合ARR及GMV估值，两者形成正向反馈的增长飞轮

海外知名的费用支出管理厂商中，TripActions、Brex和Divvy三家的估值都已超过10亿美元，且进入到C轮及之后的融资轮次。由于费用支出管理厂商的收入部分来自于费控管理SaaS收入，部分来自于场景支付的交易佣金，对其投资价值的评估应当分别采用P/S估值法和P/GMV估值法，即针对SaaS部分重点关注ARR及增长率，佣金部分重点关注GMV和毛利率。相比于独立的费控和支付赛道，企业费用支出管理体系更强调两者的相互依存、正向反馈。在典型的增长飞轮中，厂商前期依靠费控管理SaaS建立用户黏性，在加强与外部支付场景连接的同时扩大支付用户的规模，后期可通过收取交易佣金实现规模化增长。

### 企业费用支出管理厂商的投资价值

#### 海外企业费用支出管理厂商估值表现

公司名称	成立时间	融资总额 (美元)	估值 (美元)	融资轮次
TripActions	2015	11亿	40亿	D轮
Brex	2017	7.321亿	26亿	C轮
Divvy	2016	2.525亿	10亿	C轮
TravelBank	2016	3500万	3亿	B轮

#### 企业费用支出管理厂商的投资逻辑



嵌入企业管理流程，沉淀费用支出数据，建立使用习惯，形成客户黏性

将分散的支出市场中心化，转化费控管理的存量客户，实现规模化收入



#### P/S估值法

##### 关键指标：

- 营业收入及ARR：市场地位、盈利能力
- ARR增长率：SaaS业务成长性
- LTV/AVC、客户续约率和金额续费率：经营健康程度

#### P/GMV估值法

##### 关键指标：

- GMV
- 毛利率
- 支出场景覆盖
- 用户规模

企业费用支出管理行业概述

1

企业费用支出管理行业发展洞察

2

典型企业费用支出管理厂商案例

3

企业费用支出管理的未来发展趋势

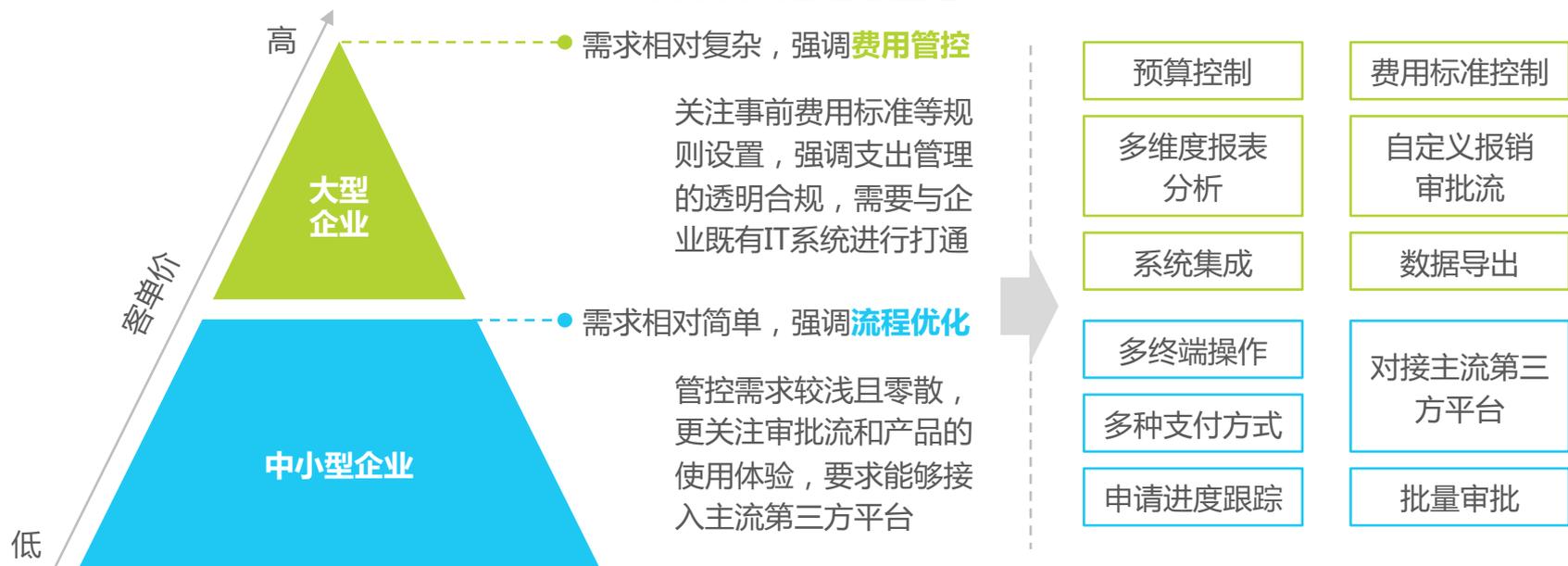
4

# 企业费用支出管理选型建议

## 大型企业强调管控、合规，中小企业关注审批流与场景连接

通常而言，企业规模越大，管理需求越复杂。大型企业在预算、审批、规则等设置上有一定的个性化需求，对费用管控的合规性要求更高，且因为既有IT系统建设比较完善，企业费用支出管理厂商需要与财务、采购及供应链系统进行数据打通。相对而言，中小企业对审批流程优化的关注更甚于财务层面的管控，能够连接主流第三方平台、让员工快速上手，实现报销效率提高、报销成本降低的厂商会更受欢迎。尽管在商旅、出行、团餐、采购、福利五大核心场景中，不同行业间企业的费用支出管理没有太大差异，但随着其他对公支出场景渗透率的提高，管控流程的行业差异会增加，企业会倾向选择有特定行业解决方案的厂商。

### 企业费用支出管理选型建议

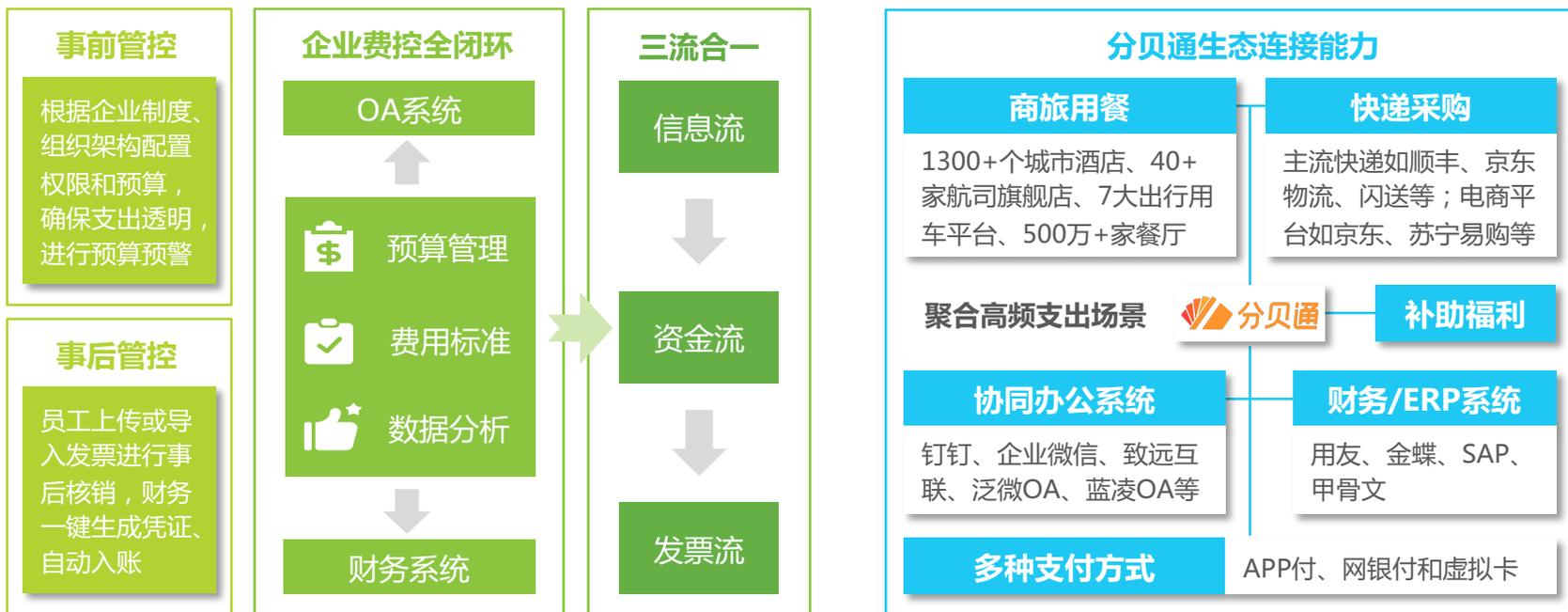


针对**商旅、出行、团餐、采购、福利**五大核心场景

## 告别报销，打造“费控+支付+场景”的企业支出数字化方案

成立于2016年的分贝通，以“日积跬步推动企业支付体验的改变”为使命，不断探索企业支出管理模式，打通“费控、支付与场景”壁垒，实现信息流、资金流和发票流三者融合，致力于成为“企业版支付宝”。分贝通立足商旅用餐、补助福利、企业采购等企业高频支出场景，支持APP、虚拟卡和网银的三种支付方式。目前，分贝通的企业支出解决方案已经覆盖了1300多个城市酒店、40余家航司旗舰店、7大用车平台、覆盖全国500多万家餐厅的商旅用餐和加班外卖，并支持到店和外卖两种形式，可满足商务消费及日常餐饮需求。成立4年来，分贝通连年获得千万级以上融资，累计融资超过4亿元，更有全球一线Fintech基金的加持，不断完善费控能力，拓展企业支付方式，丰富消费场景覆盖范围，优化企业支出体验。

### 分贝通企业支出数字化方案



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 创新前沿企业支付模式，引领智能财务变革新趋势

基于对企业财务管理的前瞻理解，分贝通创新推出“费控+支付+场景”的新模式，纵向打通企业支付各环节，横向连接企业支付各场景。分贝通从高频支出场景出发，不断引入并聚合商旅、用车、用餐等领域的专业服务商，并依托企业钱包进一步完善企业采购和福利补助等方面的支付能力。以对公支付、统一开票的前沿企业支付模式结合优质的供应链生态资源，分贝通将助力企业实现财务的数字化转型与智能化管理。截至目前，分贝通已累计服务数千家新经济高成长企业，帮助企业减少90%的发票处理量，节省开支超过20%。

### 分贝通核心价值与竞争优势

#### 产品模式轻量化

创新“费控+支付+场景”聚合模式，统一APP解决所有企业支出问题，无需多平台切换，提高企业运营效率

#### 财务工作极简化

对公支付、统一结算，变散票为整票；对接企业内部信息系统，打通财务管理闭环，财务工作更加便捷高效

#### 信息系统安全性

采取服务器、系统数据和员工管理三层安全措施隔离企业数据，传输通道高强度加密，保证客户数据安全

#### 行业认可权威性

累计获得金融科技、企业服务、科创等领域的50多项行业大奖，专业能力得到业内权威认可

#### 资源覆盖全面

覆盖2800多个县市，覆盖企业支出高频的18大场景，支持企业丰富的消费内容

#### 实施落地快速

以标准化SaaS产品结合专业的客户成功团队，快速部署+运营培训，多维度保障快速落地

#### 服务能力完善

提供完善的交付服务和持续的运营服务，全生命周期帮助企业达成支出管理目标

#### 行业实践深耕

成立4年来产品不断优化，深耕消费互联网、企业服务、文化传媒等20多个细分行业领域

## 全流程费用管控，移动互联网时代的电子化报销方式

易快报定位敏捷的企业报消费控与聚合消费平台，基于分级管控的核心思想为企业财务人员提供可靠工具，提升企业全流程费用管控能力。事前预算方面，易快报可根据企业需求按不同维度进行预算额度拆解，实现更细粒度的控制；事中控制方面，易快报能实时跟踪控制预算执行进度，并在实际发生与预算存在偏差时提供预警；事后分析方面，易快报将财务数据进行多角度分析及直观的可视化呈现，帮助企业了解花费状况。

易快报以前沿的互联网应用技术和先进的企业管理理念，打通申请-订购-报销-验票-支付-记账的全流程，为企业提供差旅订购、电子报销、预算费控、发票管理等一站式服务，帮助企业降本增效，实现合规、透明、高效的费用管理。截至目前，易快报已累计服务企业客户超17.5万家，完成C+轮融资，累计融资金额近5亿元人民币。

### 易快报全流程报消费控方案及融资历程



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 以连接为核心构建生态，打通智慧财务“最后一公里”

国家财税政策的不断调整更新，加之云计算、大数据、人工智能等技术逐渐被企业应用于日常业务及运营管理，让报销从电子报销进入智慧报销时期。智慧报销时代，报销系统既需要满足企业内部个性化需求，也需要拓展外延以适应广泛场景，从关注效率的业务层面到聚焦数据分析的管理层面。易快报以企业内部报销管理平台为基础，打通企业财务系统以及与之相连的业务系统。同时，强化内外对接能力，与企业消费平台、电子发票平台、网银平台、ERP系统、办公协同系统等合作，通过提供开放的API接口，供合作伙伴或客户在其他需求上自行开发。

### 易快报产品功能及竞争优势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 一站式商旅及费用管理平台，打通数据壁垒、保障合规透明

汇联易是汉得信息内部孵化的企业商旅及费用报销管理软件，于2016年8月成立后独立运营，以企业报销切入市场后进一步发展为提供聚合消费、授控支付、预算费控、移动报销、智能审批、AI审核及发票处理等功能的一站式平台。早期汇联易多依托汉得信息资源拓展客户，随着自身的品牌积累和市场团队扩张，汇联易正在逐渐降低对母公司的客户依赖。通过纸票电子化、审核智能化、入账自动化、费用分析等手段，汇联易可以帮助企业提升财务管理效率；打通企业消费与报销之间的壁垒，基于企业内外部的数据联动，汇联易能够保障从管理流程、发票审核到会计核算、信息归档的合规透明。截至目前，汇联易每年累计处理报销金额270亿+，用户数量140万+，服务超3000家大中型企业及过百家行业头部企业。

### 汇联易产品功能及竞争优势

业务结构	集团管控 化繁为简	丰富场景 深度对接	机票预测	 <p><b>交付能力</b></p> <p>依托母公司丰富的IT服务经验</p>	 <p><b>数据安全</b></p> <p>报销费控系统通过SOC认证</p>	 <p><b>快速迭代</b></p> <p>高效研发实力 每周稳定更新</p>			
财务结构			智能商旅						
成本合规	多维费用 合规管控	丰富场景 深度对接	免票报销						
预算管理		报销流程 全面管控	审批流						
灵活管控		报销流程 全面管控	AI自动审核						
AI识别	财税票据 智能管理	庞杂数据 多元呈现	信用报销				 <p><b>自由配置</b></p> <p>依据企业需求高度自由配置</p>	 <p><b>解决方案</b></p> <p>提供行业解决方案和最佳实践</p>	 <p><b>客户覆盖</b></p> <p>千余家中大型及200家头部企业</p>
OCR多票识别			报表模型						
电子发票			图形化报表						
			报表定制						

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 从大型企业向中小客群延伸，以日本为核心开拓海外市场

背靠母公司汉得信息23年的信息化项目经验，结合自身产品和服务优势，汇联易重点聚焦大中型企业，服务标杆客户包括滴滴出行、复星集团、三一重工、屈臣氏、中集等。凭借在大中型企业服务中积累的费用管理经验，2020年3月汇联易推出全新品牌“超级报销”，将服务延伸至下沉市场，满足数字化等转型浪潮之下中小企业对费用管理的精细化需求。汇联易自2018起开始启动全球化发展，率先在新加坡、马来西亚进行部署与实施。2019年3月，汇联易正式以新品牌 Spendia 入驻日本市场，基于同独家代理TIS株式会社的合作调研，在既有移动报销SaaS产品的基础上增加了“领收书”识别、“E文法案”、“案内换乘”等本地化功能。未来，汇联易将继续以日本为核心，其他东南亚国家为试点，积极探索海外市场。

### 汇联易业务重点拓展方向



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业费用支出管理行业概述

1

企业费用支出管理行业发展洞察

2

典型企业费用支出管理厂商案例

3

企业费用支出管理的未来发展趋势

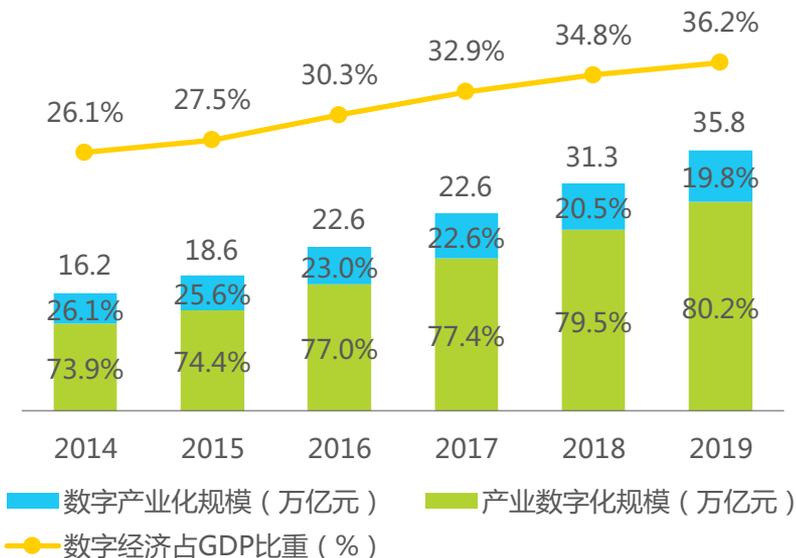
4

# 企业费用支出管理发展空间展望

## 数字化转型加速迈进，企业费用精细化管理诉求旺盛

随着国家全面推动数字经济发展进程，我国数字经济规模正在不断扩大，在2019年已达到7.1万亿元，在GDP的占比也已经从2014年的26.1%上升至2019年的36.2%，同时产业数字化规模占比达到80.2%，企业数字化程度不断加深。费用支出始终是企业一项较大的开支，2013至2017年间，A股上市公司费用占营收的比重始终在10%以上。但是在数字化转型的大背景下，企业费用管理能力提升，2019年该指标已经下降至8.3%。未来企业将更加重视数字技术的应用，通过降低费用开支提高企业经营表现也将成为企业数字化进程中的重要方向。企业希望简化报销环节、降低运营成本的诉求愈加旺盛，以取代报销为愿景的费用支出管理厂商优势进一步凸显。

### 2014-2019年中国数字经济规模、结构及占GDP比重



来源：中国信通院《中国数字经济发展与就业白皮书（2019年）》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### 2013-2019年中国A股上市公司费用占营收比重



注释：样本选择2013-2019年中国A股上市企业，剔除掉经营不善的ST公司和金融业公司；此处核算的费用包括企业的管理费用、销售费用和财务费用。

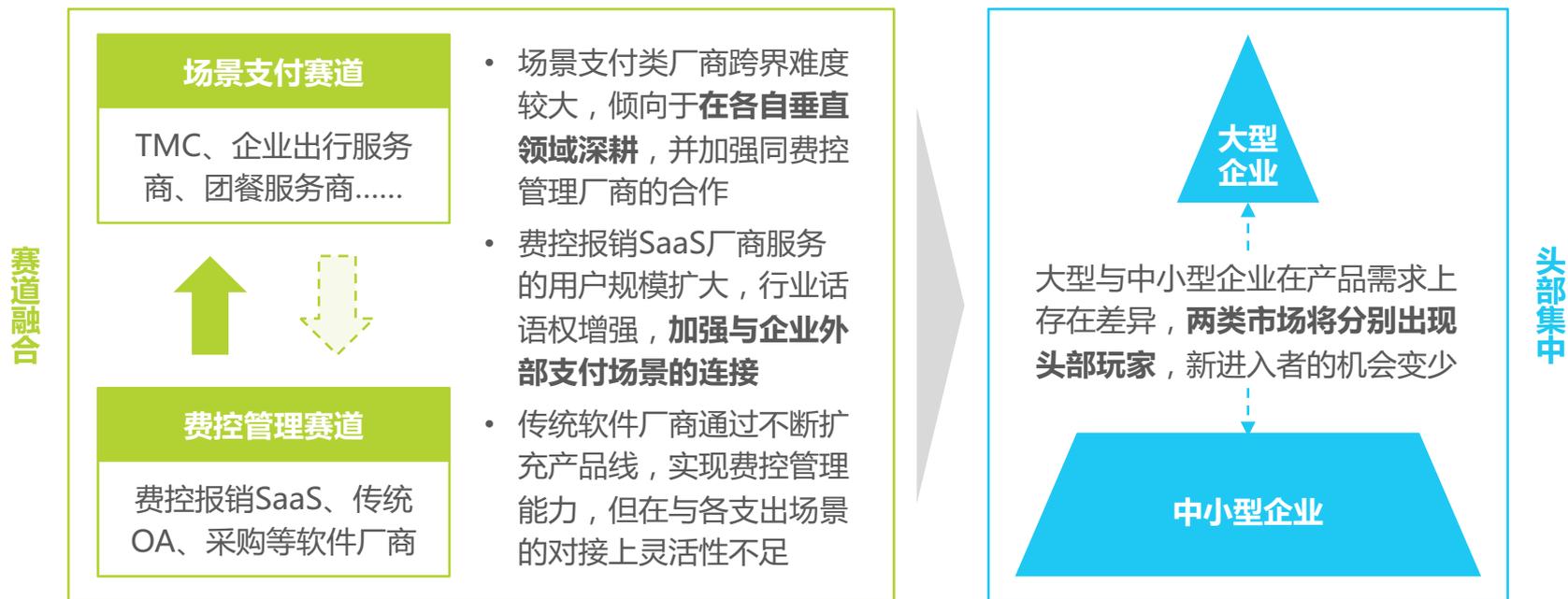
来源：Choice，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 企业费用支出管理竞争格局展望

## 赛道融合加速，场景连接能力拉开差距，市场向头部集中

随着费控+支付的价值被越来越多的企业客户所接受，过去相对独立的两个赛道将加速融合。相比场景支付类厂商倾向于深耕特定垂直领域并加强与费控管理的合作，费控报销SaaS厂商更有能力和意愿拓展既有商业模式，发展支付类业务。现阶段同时具备流程管控和连接外部支付场景能力的厂商，将在后续的市场竞争享受一定的先发优势。考虑到大型企业和中小型企业对于费用支出管理的需求侧重点不同，且目前厂商在目标客户的定位上已经表现出明显的差异，预计未来这两类市场将会分别跑出头部厂商。随着领先厂商的融资轮次进入到D轮及以后，留给新进入者的机会将会越来越少。

### 企业费用支出管理竞争格局展望

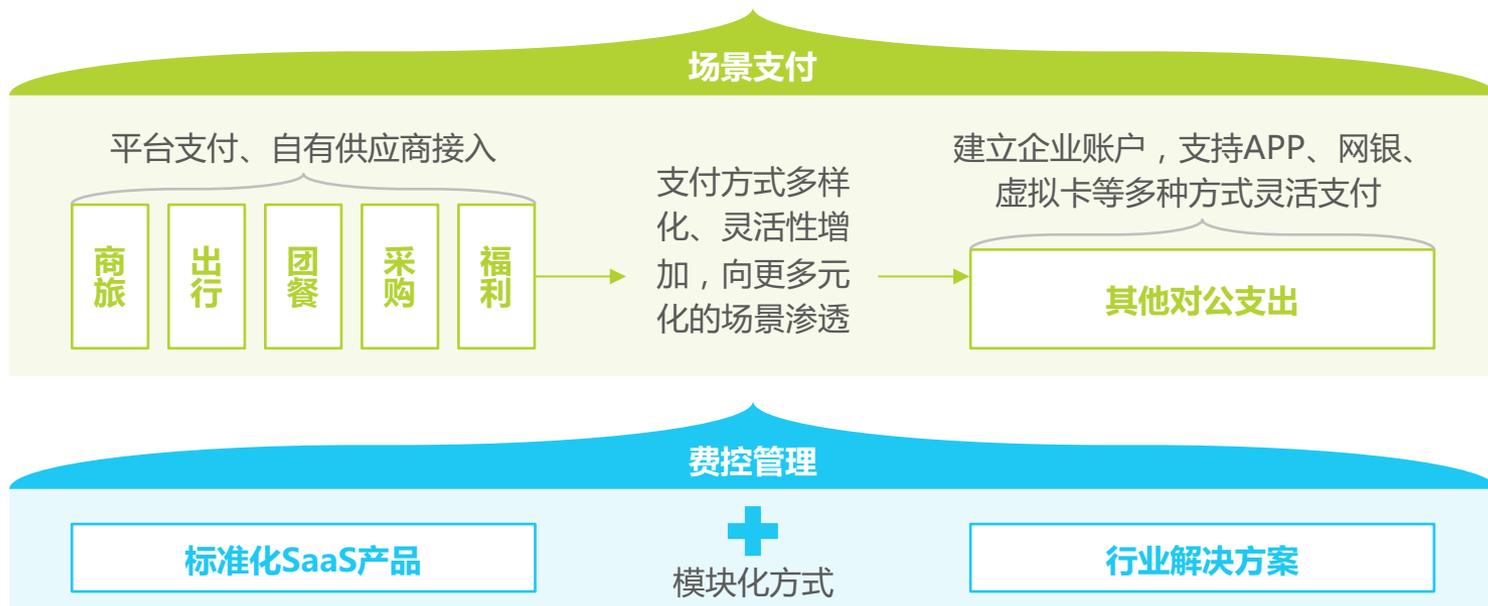


# 企业费用支出管理未来发展方向

## 拓展对公支付场景，以行业解决方案服务个性化流程管控

当前一体化的企业费用支出管理的应用多集中在高频、标准化场景，随着支付方式的多样化、企业对费控+支付理念认可程度的提升，支出场景会渗透到更多的对公领域中。在前端支出场景拓宽的同时，后端对应的费控管理流程也会更具有行业属性，且在一定程度上会和传统采购系统的功能存在交叉。费用支出管理厂商应基于服务经验的积累，沉淀面向特定行业的产品能力，并以模块化的方式输出行业解决方案，既发挥SaaS模式简单、灵活、高效等优势，又满足客户深层次支出管理的个性化需求。

### 企业费用支出管理未来发展方向：场景拓宽

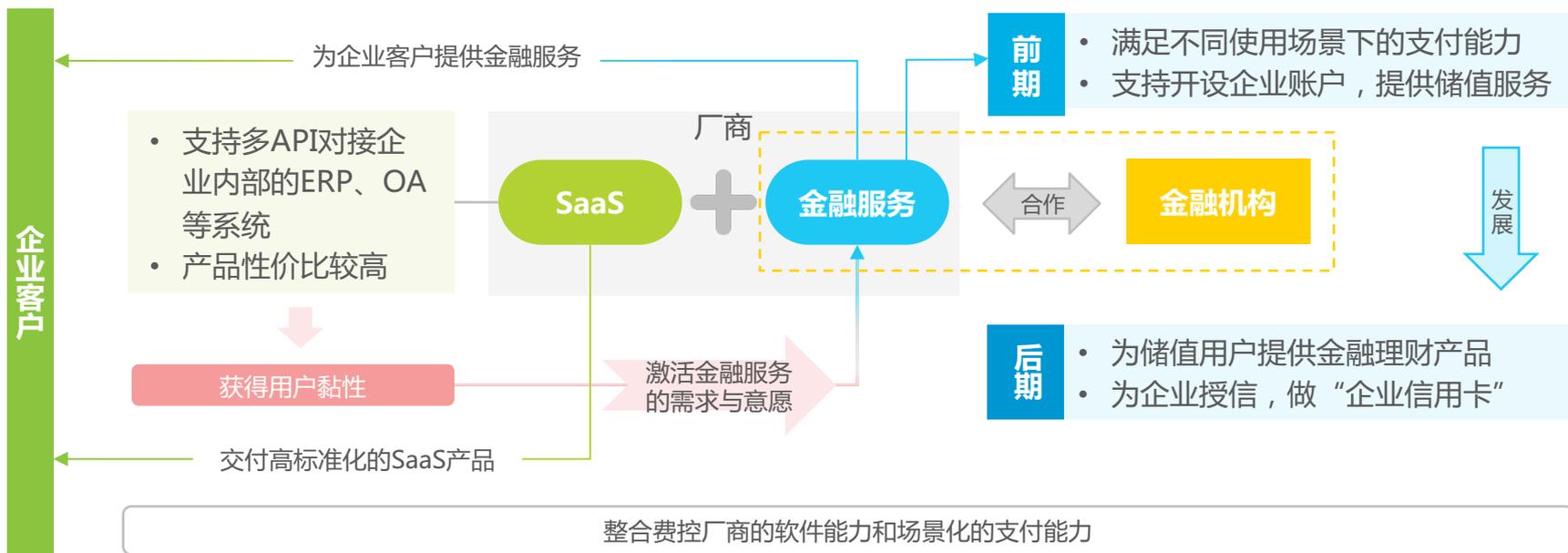


# 企业费用支出管理未来发展方向

## 加强支付能力与前端场景的绑定，发展“企业支付宝”

企业费用支出管理厂商可采用SaaS加金融服务的模式，突破传统软件厂商的营收天花板，发展成为“企业支付宝”。此类厂商一方面为企业内部提供标准化的SaaS产品，接入企业内部ERP、OA等系统，实现内部费用支出的整合管理。另一方面，在实现企业财务和经营数据整合后，厂商可基于SaaS软件获得的用户黏性发展金融服务。初期是具备支付能力，之后发展成为可充值的企业账户，支持用账户资金购买理财等金融产品，最终变成具有企业授信资质的企业费用支出管理服务厂商，成为“企业的支付宝”。

### 费用支出管理厂商发展方向：模式拓展



# 关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

扫描二维码  
读懂全行业

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询