

IDC MarketScape : 《2025 全球 AI 赋能的售后/服务生命周期管理 平台供应商评估》

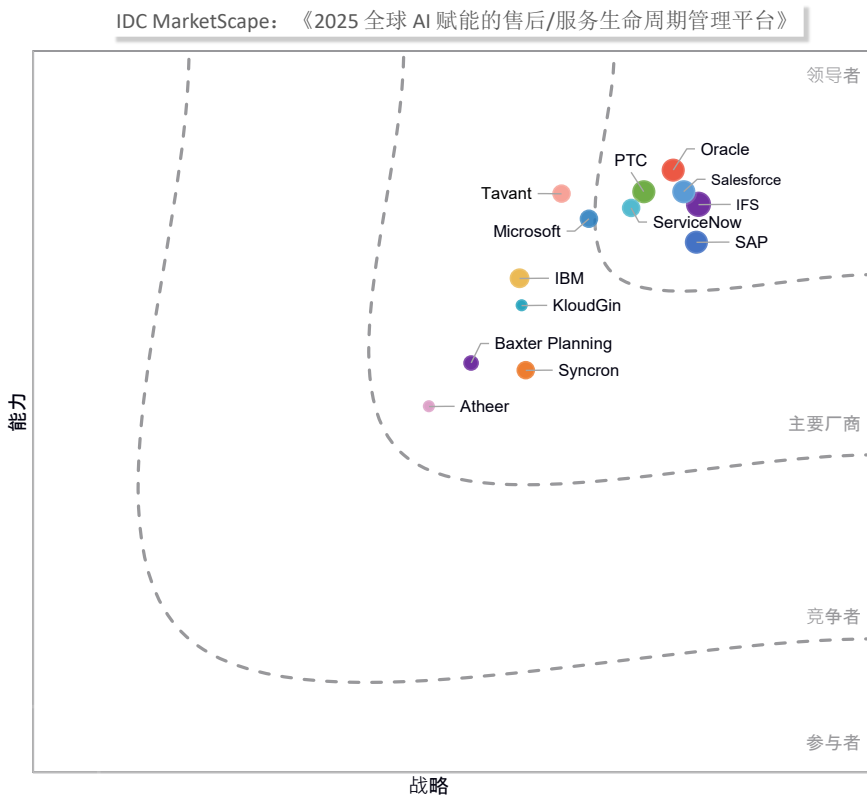
Aly Pinder

本摘录重点介绍在评估中被评为“领导者”的 PTC

IDC MARKETSCAPE 图

图 1

《IDC MarketScape 全球 AI 赋能的售后/服务生命周期管理平台供应商评估》



来源 : IDC, 2025

要了解研究方法、市场定义和评分标准等详细信息，请参阅“附录”。

关于本摘录

本摘录内容取自《IDC

MarketScape：《2025全球AI赋能的售后/服务生命周期管理平台供应商评估》（IDC MarketScape: Worldwide AI-Enabled Aftermarket/Service Life-Cycle Management Platforms 2025 Vendor Assessment）（Doc # US52968025）。

IDC 观点

在这场激动人心的技术革新浪潮中，售后服务市场各参与者为实现转型和差异化，正积极拥抱人工智能（AI）和技术现代化。售后业务部门的发展通常是渐进式的，在数字化转型过程中，从纸质化到移动应用，中间不知道经历了多少次迭代。如今，这一传统正在被迅速被颠覆。根据 IDC Product Innovation and Aftermarket Services Survey 调查，未来 12-24 个月，对售后服务领导者战略制定影响较大的两项举措是：采用 AI 和生成式 AI（GenAI）工具；提升面向客户的服务质量与响应速度，持此观点的受访者比例分别为 45.6%和 43.8%。AI 之所以能变革售后服务的运营，是因为它能打破孤岛、实现数据无缝集成和推动服务现代化。AI 工具有机会将售后服务生命周期转型为动态的、面向未来的生态系统。这种转型将提高效率，增强客户满意度，并为企业在动态的市场环境中持续创新打下基础。

主要发现包括：

- AI、生成式 AI 和智能体式 AI（代理式 AI）不只是消费市场或后台部门的追逐对象。售后服务运营领域也对 AI 的潜力充满期待，因为 AI 有望推动业务流程优化，并提升客户与员工互动的整体表现。此外，售后服务机构也在积极创新，不再拘泥于几年前以内容摘要或基本任务自动化为主的应用。AI 和智能体式 AI 的未来发展充满变化，需要持续的评估机制与合作伙伴协作，才能实现持续创新。
- 售后部门及相关部门之间仍然存在“隔阂”，导致这些相关部门无法在决策中充分利用服务数据。很多时候，应用系统与业务职能彼此割裂、相互隔离，从而错失推动创新与提升绩效的机会。许多技术厂商正在通过扩展解决方案组合以支持多项业务职能，或构建强大的合作伙伴生态体系，实现数据在团队、供应商和客户之间的无缝流动。售后服务呈现高度碎片化；不过，技术厂商正逐步拥抱“竞合”（co-opetition）模式，将重点转向价值创造与用户体验。
- 售后服务/服务生命周期部门是企业中负责管理资产或设备的部门。他们管理的资产或设备一般寿命较长，对业务至关重要。这些现实情况要求服务团队具备专业知识，才能在每一次服务环节中实现交付，而不受资历，技能或能力差异的影响。这带来了多重挑战：一方面劳动力日益老龄化，另一方面环境日益复杂。为满足市场需求，售后服务组织需要解决员工面临的知识管理挑战，并为他们提供灵活的移动工具，以便他们可以在任何地方查询知识、获取洞察和加快行动，满足客户的需求。

- 本 IDC MarketScape 的“入围名单”将重点展示各家基于 AI 的技术厂商在战略前瞻性与现有技术能力两方面的竞争优势。他们的这些优势将有力助推售后服务组织实现数字化转型与现代化升级。

在本 IDC MarketScape 中，所有 13 家厂商都直接或通过合作伙伴提供端到端售后服务/服务生命周期管理（SLM）解决方案。服务生命周期是一套复杂流程，包括资产、设备或产品的安装、管理、维护和支持，这套流程若执行得当能够提升效率，否则会造成效率低下。它涉及的功能和工艺广泛多样，要在售后服务市场上脱颖而出，售后服务组织须用战略性的眼光推进数字现代化和业务模式转型。这种演变使得售后服务组织须明确自动化、数字工具和现在的人工智能的作用，唯有如此，方能确保贯穿整个服务生命周期的业务流程得以精准调优，从而为客户、经销商、分销商、合作伙伴及服务团队创造理想的价值成果。

本 IDC MarketScape 重点介绍了各技术厂商的差异化能力与未来发展战略。这些厂商为售后服务组织或技术买家提供了相关解决方案，帮助他们推动数字自动化以及基于 AI 的业务转型。

IDC MARKETSCAPE 厂商入选标准

售后服务/服务生命周期管理市场由一系列广泛的活动和流程组成，这些活动和流程能够实现运营管理、客户成果、问题解决、经销商和客户满意度、收入来源拓展、运营效率优化和成本控制。在本研究中，我们重点关注那些目前专注于售后服务/服务生命周期管理的技术厂商，即支持资产、设备、机械、产品或车辆的安装、维护、服务、支持以及问题解决等业务流程的厂商。入选厂商须具备以下特征：

- 技术厂商须覆盖全球，至少在两个主要地理区域开展业务。
- 技术厂商的客户须至少来自三个垂直行业细分市场。
- 技术厂商须在售后服务/服务生命周期管理市场服务至少五年。
- 技术厂商须具备支持端到端服务生命周期管理活动和流程的能力或战略合作伙伴关系。
- 技术厂商须已经投资或已在可正式商用的产品中部署了基于 AI、可支持售后服务运营的能力和函数。
- 技术厂商须拥有可作为参考案例的客户，且这些客户正在使用上述的售后服务生命周期管理功能。

本研究涉及的 13 家售后服务/服务生命周期管理厂商均符合上述要求。此外，市场上也存在一些为售后服务生命周期运营的部分环节提供解决方案，或支持相关邻近流程的技术厂商，尽管这些厂商具有一定代表性，但由于未满足“端到端”能力要求，因此未被纳入本次研究。这种情况未来可能发生变化，所以本研究的后续版本可能会纳入新的厂商。

给技术买家的建议

对于众多企业而言，售后服务运营已不再是无足轻重的附属环节，而是一项至关重要的战略职能。售后服务负责人不仅需要开创新的收入来源，扩大经常性收入，还需要确保服务团队能够为客户提供卓越的服务体验与成果，并能在成本较为紧张时高效解决问题。售后服务组织能否充分利用不断增强的技术创新，将直接决定其能否持续创新和发展。在当前的技术环境下，这一点尤为明显：面向售后服务领域的基于 AI 的应用能加速创新，以更快的速度提供可实际操作的洞察，还能提升客户和服务人员的体验。AI、生成式 AI 和智能体式 AI 不仅仅是令人鼓舞的技术进步浪潮——它正在改变服务的运作方式。

对于希望借助 AI 技术实现服务运营和售后流程现代化和数字化转型的售后服务组织，IDC 提供以下建议：

- **不要刻意追求独特性——有时“刚刚好”就已足够。**在这个“AI 无处不在”的时代，许多企业正面临部署延迟的问题，而错误的技术决策可能带来相当严重的影响。几十年前，企业往往以自己的独特性为荣，导致其数字化投资需要高度的定制化。这里的关键词是“独特性”，而不是“差异化”。售后服务组织当然应当突出自身的差异化优势，但这并不意味着须对技术进行高度定制，因为高度定制往往会拖慢创新速度。技术厂商市场已经普遍提供高度可配置的产品以及行业模板，这些方案往往能够有效帮助企业推进数字化转型。售后服务负责人需要认识到技术厂商通常拥有丰富的部署经验，而过度定制往往会限制其快速推动创新的能力。
- **不要为了迎合董事会而投资自动化或 AI。**AI、生成式 AI 和 AI 智能体已经成为流行语。这在一定程度上源于消费市场和商业领域对 AI 的热炒。然而，售后服务负责人仍需要保持务实，重点关注 AI 对实现业务目标和关键绩效指标（KPI）的战略价值。与以往任何技术进步一样，AI、生成式 AI 和智能体式 AI 的价值取决于它们对业务流程的增强和支持程度。即使董事会看似只关心 AI 的发展动态，但他们真正关注的仍然是业务成果，售后服务组织不能忽视这一点。
- **要关注价值，而不仅仅是有趣或孤立的应用场景。**客户的期望值不断提高。无论是企业对企业（B2B）、企业对客户（B2C）还是企业对消费者（B2B2C）模式，满足客户需求的能力仍是成功的关键决定因素。随着售后服务组织不断探索并投资 AI 赋能和自动化技术，如果过度沉迷于孤立的应用场景，就会显得目光短浅。应用场景确实非常具体，也能够展示短期机会，但单一或部门级的 AI 应用场景往往会延续长期以来的技术孤岛问题，导致无法推动企业级转型。售后服务负责人应优先投资那些能够优化整个服务生命周期运营并对企业整体产生积极影响的项目，无论这些项目是否与 AI 相关。AI 的成败应以服务团队为客户和企业创造的价值来衡量。
- **关注技术的参与度与采用率。**数字技术现代化是一个持续旅程。整个旅程应由技术使用者和您的客户主导，而不是 IT 部门。售后服务负责人和企业高管通常会以技术投资带来的价值实现速度来衡量成效。然而，价值实现时间的一个关键决定因素是一线团队是真正在业务流程中使用该技术，还是直接绕开该技术以免影响工作。服务人员应参与技术决策，并清楚了解自动化、AI 和数字能力将如何通过增强其工作方式来创造价值。否则，服务团队可能会成为实现成功、创造价值以及推动数字化转型的障碍。

厂商综合概况

本部分将简要介绍 IDC 对厂商的重要评估，这些评估结果决定了厂商在 IDC MarketScape 中占据的地位。有关各厂商的评估标准，请参见“附录”，此处将概述各厂商的优势与挑战。

PTC

PTC 在本《IDC MarketScape 全球 AI 赋能的售后/服务生命周期管理平台供应商评估》中属于“领导者”类别。

PTC 是一家企业软件提供商，总部位于美国马萨诸塞州波士顿，致力于通过成熟的服务与售后解决方案及专业能力支持企业开展智能化产品生命周期管理。PTC 在售后服务领域拥有超过 20 年的经验。公司通过其解决方案支持实体产品的服务与维护，帮助企业规划和执行关键工作。公司客户遍布全球，主要分布在北美和欧洲，在亚太、拉丁美洲和世界其他地区也有业务。PTC 在售后和现场服务领域拥有一系列重要的战略合作伙伴，包括 Accenture-OnProcess、亚马逊云科技、Capgemini、Cognizant、德勤、Infosys、ITC Infotech、Kalypso、L&T Technology Services、微软、Rusty Beetle、Salesforce、Tata Consultancy Services、Tech Mahindra 和 Trax。

PTC 提供了基于 AI 的服务生命周期管理端到端平台套件。主要功能包括客户支持/联络中心/调度管理、服务请求管理、服务规划、现场服务工单管理、多级备件规划、维修和翻新、保修管理/权利管理、服务合同管理、召回管理、客户门户、商业智能/分析、服务专用分析、服务需求预测、产能规划、人工智能、机器学习、深度学习、生成式人工智能、智能体式 AI、承包商/合作伙伴门户、客户群管理、服务协作、物联网、远程监控与分流、服务配置-定价-报价 (CPQ)、服务化业务模式执行和游戏化能力等。PTC 还提供资产生命周期管理、服务和资产变现、增强/混合现实功能、技术文档和备件信息管理以及智能产品生命周期管理能力。此外，PTC 在计算机辅助设计 (CAD) 核心产品上具备互操作性，并与产品生命周期管理 (PLM) 深度集成，打通了工程、产品开发与服务三大领域。通过收购 ServiceMax 并持续投入，该公司进一步加速了工程与 PLM 体系之间的连接与整合。

PTC 简况：

- **员工人数**：>7,000，售后服务人员超过 850 人
- **全球业务**：产品在 100+国家/地区使用，提供 20+种语言版本
- **重点行业**：航空航天和国防、制造业（离散型、流程型）、能源和公用事业、零售业、医疗健康、服务业、电信业、消费品行业
- **合作伙伴总数**：1,000+
- **部署和交付模式**：本地部署、混合模式、私有云托管、公有云托管
- **AI 赋能能力**：AI 助手 (GenAI)，用于支持现场服务知识获取、资产数据访问以及服务供应链绩效与生产力提升；AI Actions (GenAI 自动化)，用于提供服务作业洞察与摘要；以及基于智能体式 AI 的自动化能力，用于支持现场服务的执行和服务备件供应链管理

- 支持的大语言模型：Microsoft GPT 模型、AWS Claude

优势

- **拥有实现服务创新和卓越运营必备的相关领域专业能力**：PTC 在帮助售后服务组织推进数字化转型、提升交付给最终客户的服务成果，以及引入嵌入式 AI 功能方面拥有长期积累的经验。在当今数字现代化和 AI 赋能时代，售后服务的重要性愈发凸显，其增长潜力受到企业上下甚至高层的关注。PTC 与客户合作，不仅推动售后服务的转型，还通过其 AI 创新将企业内 ERP、CRM、IT 服务管理（ITSM）和 PLM 等系统中的数据进行整合，实现企业级数据贯通。长期以来，售后服务数据往往与企业其他职能相互隔离，而 PTC 正在帮助打破这一数据壁垒。
- **PLM 和 SLM 有望通过数字线程相结合**：PTC 拥有得天独厚的优势，能够将工程和设计创建的产品数据与现场使用的服务信息联系起来。然后再将现场洞察反馈给工程部门，用以完善设计和提高质量。PTC 的技术套件包括 PLM 功能，可为现场和售后服务团队带来完全不同以往的洞察能力。无论是操作手册还是配件数据，所有服务信息都根植于 PLM 系统中的设计态与制造态数据。反过来，工程、设计和质量团队可以利用来自现场的维护态数据来改进未来和当前的产品。

挑战

- **务实的创新战略**：PTC 面临的主要挑战在于其审慎稳健的创新方法。公司虽然在其产品矩阵中不断推陈出新，但其优先级始终锚定于能为客户带来近期价值的实质性进步，而非追逐市场热点。通过正式与非正式的多元渠道，PTC 与客户保持高频互动，在引导客户创新的同时，也敏锐捕捉客户真实需求。这种贴近客户的战略可以起到务实的效果，避免 PTC 行动太快——而这正是其现有与潜在客户所珍视的品质。

在以下情况下考虑选择 PTC

售后服务企业在寻求合作伙伴时，应考虑 PTC——它不仅对服务生命周期管理有着全面的理解，更具备部署针对性解决方案的灵活性。PTC 的产品组合可分步采用，既能满足现场服务、备件规划或服务合同等特定领域的个性需求，也为有端到端诉求的企业提供了更广阔的平台。对于那些管理着具有长生命周期的复杂资产、需要专业化服务与备件协同的企业而言，PTC 的优势更为突出。此外，PTC 与 PLM 及工程系统的深度集成，以及将 AI 应用于真实服务挑战（而非停留在试验性场景）的务实策略，也是企业选择 PTC 的重要考量因素。

附录

IDC MarketScape 图解读方法

在本分析中，IDC 将成功的潜在关键指标划分为两个大类：能力和战略。

Y 轴反应了厂商目前的能力、服务丰富度及该厂商与客户需求的匹配程度。“能力”类别重点关注公司及其产品当前拥有的能力。在该类别中，IDC 分析师将着重考察厂商是否成功地构建并交付了使其能够在市场中执行其既定战略所需的能力。

X 轴（即“战略”轴）分析了厂商的未来战略与客户未来 3 到 5 年的需求的契合度。“战略”类别重点关注厂商未来 3 到 5 年内关于产品、客户群体、业务和市场进入计划的高层决策和基本假设。

本 IDC 研究不探讨市场份额，而是综合公开数据与分析师专业判断，衡量每家厂商在细分市场中的实际影响力，并以图表中的气泡大小直观呈现这些影响力的大小。

本次 IDC MarketScape 评估的 13 家售后服务/服务生命周期管理厂商，均能够通过自建或生态合作，支持端到端服务生命周期所需的广泛能力。此外，各参评厂商均部署了 AI、生成式 AI 或智能体式 AI 能力，赋能售后服务生命周期管理。本次研究的所有厂商之所以能入选“领军者”或“主要厂商”两类，是因为这些厂商能够在各种基于 AI 的场景中执行服务和支持，跨多个职能部门提供服务。

IDC MarketScape 研究方法

IDC MarketScape 的入选标准、权重和厂商得分代表了 IDC 对市场和特定厂商的判断。IDC 分析师通过与市场领导者、参与者和最终用户开展有组织的讨论、调查和访谈，制定了一系列厂商评估标准。市场权重主要基于用户访谈、买家调查以及 IDC 专家对各个市场的看法。IDC 分析师基于对厂商的详细调查和访谈，公开信息和最终用户反馈等对各厂商进行评分，并确定各厂商在 IDC MarketScape 中的位置，力求对各个厂商的特征、行为和能力提供精确的、一致的评估。

市场定义

本 IDC 研究评估了众多知名售后服务/服务生命周期管理技术厂商的能力和业务战略。

本研究所用术语及其定义如下：

- **售后服务生命周期管理**——在产品或资产的整个生命周期内为产品或资产提供服务（包括客户支持、服务申请、服务规划、服务执行和现场服务、备件管理、保修管理和召回）的流程。
- **人工智能**——帮助计算机模拟人类行为的技术
- **机器学习**——人工智能技术的一个分类，让计算机系统在无需人类编程的情况下进行自我学习的技术
- **深度学习**——机器学习技术的一个分类，使计算多层神经网络得以实现
- **生成式 AI**——深度学习技术的一个分类，使计算机能够使用已有内容（如文本、音频、视频、图像和代码）创建新内容
- **人工智能代理**——基于大语言模型的自主软件实体，能感知环境，做出决策，采取行动，并以类似人类的方式与用户或其他系统交互
- **自主式工作流**——一种迭代、交互式的 AI 开发方法，其中人工智能代理能够参与到更动态、更具自我反思能力的流程中（这与传统的“非自主式”方法形成鲜明对比，在传统的“非自主式”方法中，AI 模型只能基于提示生成一次性结果。）

- **服务化——产品即服务**（这包括按小时销售使用量、正常运行时间和功率等。）模式

进一步研究

相关研究

- *2025 Product Innovation and Aftermarket Services Global Survey — Key Findings* (IDC #US52848825, 2025 年 7 月)
- *To Get Past AI Hype, What Barriers Does Your Aftermarket Organization Need to Mitigate?* (IDC #US53580325, 2025 年 6 月)
- *IDC Market Glance: Aftermarket Services, 1Q25* (IDC #US53094025, 2025 年 3 月)
- *IDC FutureScape : Worldwide Manufacturing Product and Service Innovation 2025 Predictions* (IDC #US51483123, 2024 年 10 月)
- *IDC FutureScape : Worldwide Future of Customer Experience 2025 Predictions* (IDC #US51610124, 2024 年 10 月)

大纲

本 IDC 研究使用 IDC MarketScape 方法评估售后服务技术厂商 2025 年的能力和战略。研究重点介绍了 AI（包括生成式 AI 和自主式 AI）在售后服务运营现代化中的变革性作用。

IDC 售后服务战略研究副总裁 Aly Pinder 表示：“生成式 AI、AI 和自主式 AI 可以重塑售后服务，打破数据孤岛，实现数据无缝流动，大幅提高整个服务生命周期内的效率和客户满意度。未来的服务创新将依托 AI 赋能的生态系统，重新定义卓越运营和战略成果。”

关于 IDC

国际数据公司 (IDC) 是全球著名的信息技术、电信和消费科技咨询、顾问和会展服务专业提供商。IDC 在全球拥有超过 1,300 名分析师, 他们针对 110 多个国家/地区的技术、IT 基准测试与采购以及行业发展机遇和趋势, 提供全球化、区域性和本地化的专业意见。IDC 的分析和洞察有助于 IT 专业人士、业务主管和投资界做出基于事实的技术决策, 实现他们的关键业务目标。IDC 成立于 1964 年, 是国际数据集团 (IDG, Inc.) 的全资子公司。

全球总部

140 Kendrick Street
Building B
Needham, MA 02494
USA
508.872.8200
Twitter: @IDC
blogs.idc.com
www.idc.com

版权和商标声明

本 IDC 研究文件作为 IDC 包括书面研究、分析师互动、网络会议和现场活动在内的持续性资讯服务的一部分发布。请访问 www.idc.com, 了解有关 IDC 订阅和咨询服务的更多信息。如欲了解 IDC 全球机构分布, 请访问 www.idc.com/about/worldwideoffices。有关其他副本或网页权利的相关信息, 或要了解本档价格进一步购买 IDC 服务, 请通过 customerservice@idc.com 联系 IDC。

IDC 版权所有, 2025 年。未经许可, 不得复制。保留所有权利。