



飞轮增长:

中国软件企业的持续增长之道

—
借鉴亚马逊飞轮模式, 构建可盈利的规模化增长引擎

ABSTRACT

摘要

在当前充满不确定性的全球经济环境下，实现强劲且可持续的增长，已成为中国软件企业面临的共同挑战。传统的增长模式正面临瓶颈，而新的增长范式尚未完全建立。如何打破增长僵局，构建一个能够自我驱动、持续加速的增长引擎？

亚马逊云科技的“飞轮模式”为我们提供了一个极具启发性的答案。它并非一个复杂的理论，而是一个以客户为中心、由相互关联的举措组成的良性循环。当软件企业与亚马逊云科技合作时，这个飞轮便开始转动，并通过技术、工具、专业知识和服务的叠加效应，持续推动业务增长。

本电子书旨在为寻求突破的中国软件企业，系统性地解读亚马逊云科技的飞轮增长模式。我们将深入剖析飞轮的底层逻辑，并结合中国市场的特殊性，为您提供一套可落地、可执行的行动指南。无论您的企业是刚刚起步，还是准备进行下一轮融资，亦或是计划拓展全球市场，我们都希望这本电子书能帮助您找到启动和加速增长飞轮的钥匙，开启一段可盈利的规模化增长之旅。

Contents.

飞轮增长：中国软件企业的持续增长之道
借鉴亚马逊飞轮模式，构建可盈利的规模化增长引擎

01

CHAPTER

理解飞轮——软件企业增长的底层逻辑

- P01 什么是飞轮模式
- P01 为何传统增长模式正在失效
- P02 飞轮模式的三大核心支柱

02

CHAPTER

启动飞轮——以客户为中心的增长引擎

- P03 客户至上：飞轮的第一性原理
- P03 中国软件企业的客户洞察
- P03 通过技术创新提升客户体验

03

CHAPTER

加速飞轮——工具与专业知识的叠加效应

- P05 云平台：飞轮的技术底座
- P05 战略合作：超越技术的业务支持
- P06 关键计划与服务
- P06 中国软件企业的实践路径

04

CHAPTER

持续飞轮——全程支持与价值提升

- P07 飞轮不会停止：全生命周期支持
- P07 成本优化与资源重新分配
- P07 可盈利的规模化扩展

05

CHAPTER

行动指南——开启您的飞轮之旅

- P08 评估您的当前状态
- P08 制定飞轮增长计划
- P08 联系亚马逊云科技
- P09 结语
- P09 附录

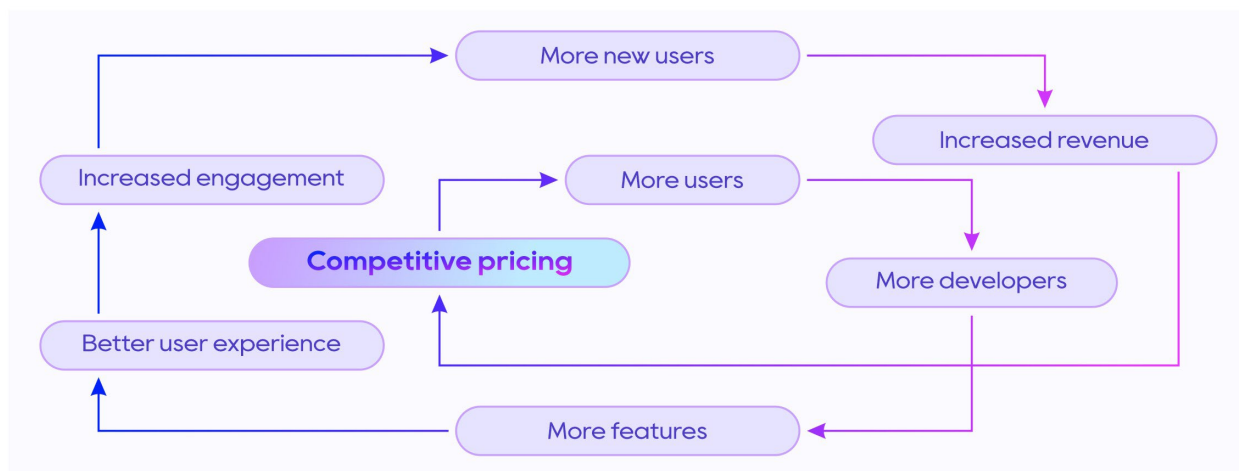
01.理解飞轮

软件企业增长的底层逻辑

1.1 什么是飞轮模式

飞轮模式 (Flywheel Model) 的核心思想是，通过一系列相互关联、相互促进的举措，构建一个能够自我驱动、持续加速的增长循环。就像一个沉重的飞轮，开始转动时需要花费很大力气，但一旦转动起来，其自身的动能就会让它越转越快，只需较小的力量就能维持高速运转。

在软件行业，这个飞轮的核心是客户体验。通过持续提升客户体验，可以吸引更多用户；更多用户的加入，可以带来更多收入和数据，从而吸引更多开发者，开发更多功能；更多功能进一步提升了客户体验，并使得产品在定价上更具竞争力；有竞争力的定价又吸引了更多新用户……如此循环往复，形成一个正向的、指数级的增长循环。



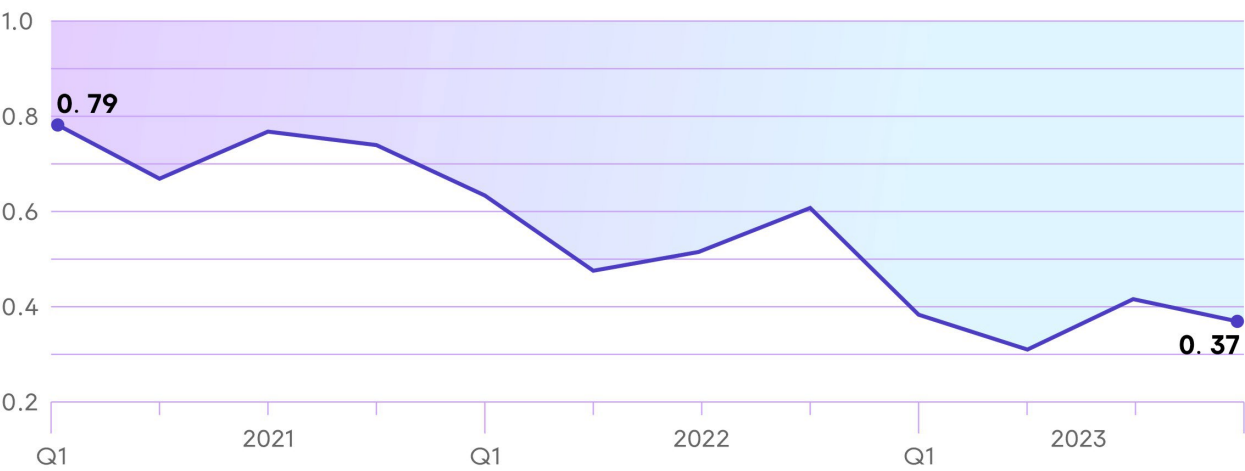
附图：飞轮模式示意图

这个模式的强大之处在于，它将企业的增长动力从外部的、一次性的市场投入，转变为内部的、可持续的价值创造。飞轮的每一个环节都在为下一个环节积蓄能量，从而实现增长的叠加效应。

1.2 为何传统增长模式正在失效

许多软件企业仍然依赖传统的线性增长模式，即通过增加销售和市场投入来获取新客户。然而，这种模式在当前环境下正面临越来越大的挑战。根据McKinsey的研究，受利率上升等宏观经济因素影响，2021年至2023年全球软件行业的增长效率下降了50%以上，而且这一趋势仍在继续 [1]。这意味着，企业需要花费比以往多一倍的成本，才能获得同等规模的增长。

Growth efficiency,²
ratio (quarter on quarter)



附图：全球软件行业增长效率图

对于中国软件企业而言，挑战尤为严峻。国内市场竞争日趋激烈，获客成本不断攀升；与此同时，出海虽然带来了新的增长机遇，但也面临着文化差异、合规壁垒、本地化运营等一系列复杂问题。在这样的背景下，仅仅依靠增加投入的线性增长模式，已难以为继。

企业必须从“漏斗思维”转向“飞轮思维”，将关注点从如何获取一次性客户，转变为如何通过提升客户体验来驱动内生增长，实现从线性增长到指数增长的根本性转变。

1.3 飞轮模式的三大核心支柱

成功的飞轮模式，建立在三大核心支柱之上。

01 以客户为中心	这是飞轮的轴心。所有决策都应从客户的特定需求出发，逆向工作。企业不仅要关注直接客户，更要深入理解最终用户的需求和痛点，将提升客户体验作为一切工作的出发点和归宿。
02 持续创新投入	飞轮的转动需要持续的能量输入，而这股能量就来自于持续的创新。企业需要将增长带来的利润，持续投入到技术研发和产品创新中，不断为客户创造新的价值。
03 生态协同效应	飞轮的加速，离不开生态伙伴的共同推动。软件企业需要与技术提供商、渠道合作伙伴、开发者社区等建立紧密的合作关系，通过工具、专业知识和服务的共享，共同放大飞轮的增长效应。

02.启动飞轮

以客户为中心的增长引擎

2.1 客户至上：飞轮的第一性原理

“客户至上”是亚马逊云科技从第一天起就根植于企业文化的核心原则，也是驱动其增长飞轮的第一性原理。每一项服务、每一个计划，都始于对客户需求的深入洞察，并以此为指南针，贯穿整个决策过程。通过始终聚焦于客户体验，亚马逊云科技得以持续进行有意义的创新，并与客户共同成长。

这种以客户为中心的理念，并不仅仅停留在口号上，而是体现在具体的行动中。例如，亚马逊云科技会深入探究其软件公司客户的最终用户的需求指标，以便产生更广泛的飞轮效应。通过集成人工智能等前沿技术，帮助客户节省成本、提高效率，最终让用户的生活变得更加轻松。随着最终用户体验的不断增强，软件公司的产品也变得更加具竞争力，从而吸引更多用户，形成良性循环。

2.2 中国软件企业的客户洞察

对于中国的软件企业而言，践行“客户至上”需要结合中国市场的特殊性。

首先，国内市场的客户需求呈现出多样化、场景化的特征。

不同行业、不同规模的企业，对软件的需求差异巨大。软件企业需要深入垂直行业，理解特定场景下的业务痛点，提供“小而美”的解决方案，而非“大而全”的通用产品。

其次，出海市场的客户期望存在显著差异。

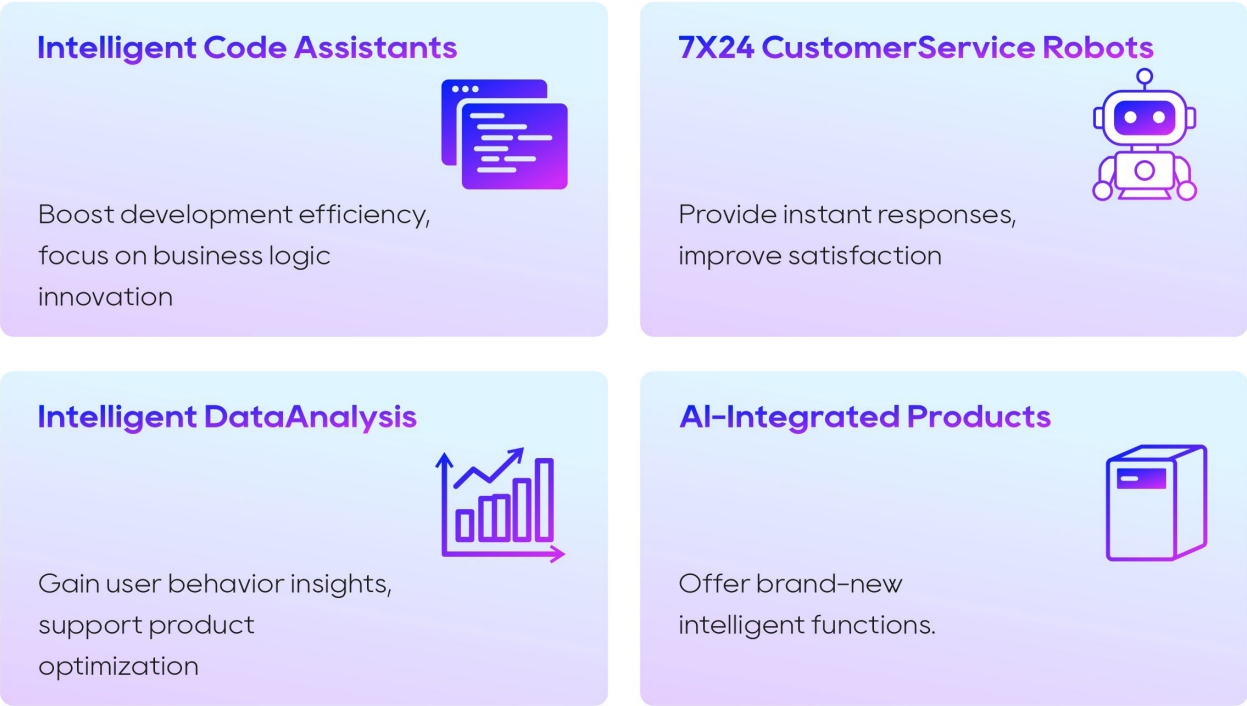
欧美市场的客户更看重产品的安全合规、数据隐私和可扩展性；东南亚市场的客户则更关注移动端体验和本地化支付。软件企业在出海前，必须对目标市场的客户需求和文化习惯进行深入研究，避免“水土不服”。

要真正建立以客户为中心的产品文化，企业需要建立一套从客户反馈收集、需求分析、产品规划到功能上线的闭环流程，让客户的声音能够真正驱动产品的迭代。

2.3 通过技术创新提升客户体验

技术创新是提升客户体验最直接、最有效的手段。特别是以生成式AI为代表的新技术，正在为软件产品带来革命性的变化。

软件企业可以利用生成式AI，在多个场景中提升客户体验。例如，通过智能代码助手提升开发效率，将更多精力投入到业务逻辑创新上；通过智能客服机器人提供7x24小时的即时响应，提升客户满意度；通过智能数据分析洞察用户行为，为产品优化提供数据支持；甚至可以将AI能力直接集成到产品中，为用户提供全新的智能化功能。



附图：生成式AI赋能四大核心场景

03.加速飞轮

工具与专业知识的叠加效应

3.1 云平台：飞轮的技术底座

一个安全、稳定、高性价比的云平台，是驱动增长飞轮的技术底座。通过在亚马逊云科技上运营，软件企业可以获得多重优势。

首先，抵御风险，优化成本。

亚马逊云科技被广泛认为是全球最安全、最经济高效的云平台之一。企业可以利用其完善的安全防护体系来抵御各类网络攻击，并通过灵活的计费模式和丰富的成本优化工具，将节省下来的资金投入增值创新中。

其次，提升敏捷性，加速交付。

亚马逊云科技提供了完善的DevOps工具链和基础设施即代码 (IaC) 服务，可以帮助企业自动化构建、测试和部署流程，显著缩短DevOps周期，更快地响应市场变化。

3.2 战略合作：超越技术的业务支持

亚马逊云科技提供的价值，远不止于技术平台。它还提供跨越众多业务领域的战略合作，帮助软件企业在商业上取得成功。

确定产品与市场契合度 (PMF)	在产品早期阶段，亚马逊云科技的专家团队可以提供业务支持，帮助企业进行市场分析、竞品研究，找准产品的市场定位和目标客群。
扩展全球覆盖能力	对于计划出海的中国软件企业，亚马逊云科技提供从战略规划、技术准备到市场进入的全方位支持，帮助企业顺利拓展全球业务。
加速客户互动与转化	通过一系列市场推广和销售支持计划，亚马逊云科技可以帮助软件企业扩大品牌影响力，获取更多销售线索，加速客户转化。

3.3 关键计划与服务

亚马逊云科技提供了一系列具体的计划和服务，来帮助软件企业加速飞轮。

Amazon Marketplace 联合销售	这是一个强大的软件销售渠道。通过在Marketplace上架产品，企业可以简化客户的采购流程，触达全球数百万活跃的亚马逊云科技企业客户，有效扩大客户群。
Amazon Service Ready Program	该计划可以帮助企业验证其软件产品的技术可靠性和卓越运营能力。获得认证后，企业可以在全球范围内更有效地推广其产品，提升客户信任度。
Amazon Global Passport	这是一个专门为出海企业设计的支持计划。它提供全面的支持，包括市场进入战略、技术架构准备、上市策略制定、本地合规性解读等，帮助企业扫清出海障碍。
大型活动与精准对接	通过re:Invent全球大会等大型活动，企业可以向全球客户展示其产品和技术实力。同时，亚马逊云科技还会根据企业需求，安排与潜在客户或合作伙伴的一对一精准对接。

3.4 中国软件企业的实践路径

面对如此丰富的工具 and 计划，中国软件企业应如何选择和实践？

首先，明确自身所处阶段和核心诉求。

初创企业应优先利用技术支持和业务咨询，打磨产品，验证PMF。成长型企业可以重点关注Marketplace联合销售和Service Ready计划，扩大市场份额。成熟企业则可以借助Global Passport计划，加速全球化布局。

其次，充分利用出海支持资源。

对于有出海计划的企业，应尽早与亚马逊云科技的出海专家团队联系，获取针对目标市场的定制化建议，特别是在数据合规、本地化运营等方面，避免走弯路。

最后，积极参与社区和活动。

通过参与re:Invent、技术峰会、线上研讨会等活动，企业不仅可以学习最新的技术和最佳实践，还能与全球的同行、客户和合作伙伴建立联系，发现新的商业机会。

04.持续飞轮

全程支持与价值提升

4.1 飞轮不会停止：全生命周期支持

增长飞轮一旦开始转动，就不会轻易停止。亚马逊云科技为软件企业提供覆盖其整个生命周期的全程支持，无论企业处于哪个发展阶段。

从初创期的产品开发、市场验证，到成长期的规模化扩展、市场扩张，再到成熟期的IPO准备、全球化运营，亚马逊云科技都有相应的技术专家、业务顾问和支持计划，来帮助企业应对不同阶段的挑战。

4.2 成本优化与资源重新分配

即使企业发展到一定规模，甚至在私募股权投资的周期中，飞轮的优化也不会停止。亚马逊云科技的企业战略分析师团队，可以为企业提供独特的价值。

这些分析师大多是前首席采购官、首席技术官或首席执行官，他们非常理解软件企业的运营模式和资本市场的运作逻辑。他们可以帮助企业：

发现隐藏的 成本优化机会	通过深入分析企业的云资源使用情况，找到非必要的开销，优化成本结构。
重新思考 资源分配	建议企业如何将节省下来的成本，更有效地投入到能够带来更高回报的创新项目中。
提升企业估值	通过优化财务模型和业务故事，帮助企业在下一轮融资或IPO时获得更高的估值。

4.3 可盈利的规模化扩展

增长并非唯一目标，可盈利的增长才是企业长期生存和发展的关键。亚马逊云科技的支持体系，旨在帮助企业在实现快速规模化扩展的同时，保持健康的盈利能力。

通过持续的成本优化、高效的运营管理和全球化的销售渠道，企业可以在扩大市场份额的同时，不断提升利润率。对于中国的软件企业而言，这意味着在激烈的国内市场竞争中，能够拥有更强的抗风险能力；在拓展海外市场时，能够拥有更可持续的商业模式。

05.行动指南

开启您的飞轮之旅

5.1 评估您的当前状态

开启飞轮之旅的第一步，是清晰地评估您企业当前的增长状态。您可以尝试回答以下问题

- 您的增长主要依赖外部投入还是内部驱动？
- 您是否建立了以客户为中心的产品迭代流程？
- 您的技术架构是否能够支撑业务的弹性扩展和快速创新？
- 您是否有效利用了生态伙伴的力量来加速增长？

通过这些问题，您可以初步判断您的“增长飞轮”处于哪个成熟度阶段，并识别出当前最主要的增长瓶颈。

5.2 制定飞轮增长计划

在评估的基础上，您可以制定一份分阶段的飞轮增长计划。

短期行动清单	明确未来3-6个月内可以立即着手的改进项。例如，与亚马逊云科技的架构师进行一次架构评估，申请加入Marketplace联合销售计划，或为您的核心团队安排一次云技能培训。
中长期战略规划	规划未来1-3年的增长路径。例如，制定产品AI化路线图，规划出海市场的进入顺序，或设定下一轮融资的估值目标。

5.3 联系亚马逊云科技

在您的整个飞轮增长之旅中，亚马逊云科技都将是您最坚实的伙伴。我们提供广泛而深入的支持资源，包括：

- 免费的架构评估与咨询
- 迁移加速计划 (MAP) 的资金与技术支持
- Marketplace、Service Ready等市场推广计划
- Global Passport等出海支持计划
- 丰富的线上线下培训资源

准备好开启您企业的飞轮增长之旅了吗？请联系我们，详细了解我们如何为实现您的雄心壮志提供全方位的支持。

结语

在充满挑战与机遇的时代，中国软件企业需要一种新的增长范式，来应对不确定性，抓住全球化机遇。亚马逊云科技的飞轮模式，为我们提供了一条被反复验证的、通往可持续发展的清晰路径。

它不仅仅是一套商业理论，更是一种以客户为中心、以创新为驱动、以生态为支撑的增长文化。通过与亚马逊云科技合作，您将获得的不仅仅是全球领先的云技术，更是一整套加速增长飞轮的工具、方法论和全球资源。

现在，就是开启您企业飞轮增长之旅的最佳时机。让我们一同行动，构建属于您自己的增长飞轮，在未来的全球市场竞争中，赢得先机，基业长青。

附录

参考资料与数据来源

[1] McKinsey & Company, "The new rules of growth for software-as-a-service companies," 2023.

相关服务与计划链接

- 亚马逊云科技云市场 (Amazon Marketplace)
- 亚马逊云科技服务就绪计划 (Amazon Service Ready Program)
- 亚马逊云科技全球护照 (Amazon Global Passport)
- 亚马逊云科技迁移加速计划 (MAP)

