

2009 中国 CMMI 咨询机构年度评选调查报告

(2009 年 11 月)

CSAI

1. 要点提示

- Ø 有 21.04% 的被调查者认为 CMMI 评估有利于企业承接外包项目。
- Ø 有 25.93% 的企业进行 CMMI 咨询、评估工作的目的是仅为过级，拿证书，较去年增长 2.41%。
- Ø 有 46.20% 的被调查者表示领导支持力度不够及做形象工程是企业推行 CMMI 体系所遇到的最大困难。
- Ø 有 23.19% 的被调查者将咨询机构口碑作为企业选择 CMMI 咨询机构的首要因素，超越了去年的 21.54%，这说明咨询机构的口碑越来越重要。
- Ø 有 45.84% 的地方政府出台了对企业通过 CMMI 评估进行资金补助等鼓励政策，但很难落实。

2. 前言

从 1999 年北京鼎新公司首次通过 CMM2 级评估，到今天的数百家公司通过评估，CMMI 的引入和实施对于提高我国软件企业的管理水平和企业竞争力起着重要的作用，而 CMMI 咨询/培训机构为 CMMI 知识的导入和普及起到了极其重要的作用，作出了巨大的贡献。目前，国内从事 CMMI 咨询与培训的机构已有数十家，每一家的规模、服务质量和能力各异，机构之间的竞争亦十分激烈，导致企业在选择培训与咨询机构的时候“难以抉择”。为此，CSAI 启动“2009 中国 CMMI 咨询机构年度评选”，从行业用户角度出发，对 CMMI 咨询机构进行大范围的深入调查，为即将实施 CMMI 或进行 CMMI 评估的企业选择咨询机构提供选择依据和参考标准。

2.1 评选宗旨

2009 中国 CMMI 咨询机构年度评选秉承“效果为纲，客户至上”的主旨，致力发掘中国市场环境下软件过程改进领域处于领先地位的咨询机构和迅速崛起的新锐组织，全心锻造软件过程改进的最佳模板，倾力打造软件过程改进的权威标尺。

2.2 调查群体

本次调查对象分三大群体，分别是：

- I 已经通过 CMMI 评估的企业。
- I 准备或正在进行 CMMI 评估的企业。
- I 科研、教育、政府、中小企业等行业关注并了解 CMMI 体系及其发展的人员。

2.3 调查内容

本次调查内容分为两部分：第一部分为企业调查，第二部分为市场调查。

企业调查从客户信赖度，企业影响力，企业成长潜力，主任评估师经验和水平，咨询师经验和水平，实施效果，服务质量，性价比，市场份额与增长率及关注客户自身竞争力程度等 10 个方面对企业进行整体评价。

市场调查从企业通过 CMMI 评估所花费的时间及咨询费用及企业选择 CMMI 咨询机构的首要因素等 8 个方面进行调查。

2.4 调查原则

本次调查活动严格遵循科学性与客观性的原则，以用户的选择作为数据的主要来源与依据，以最为客观的形式寻求反映中国 CMMI 咨询和评估市场现状的准确信息，力图最大限度地接近事实。本次调查采用科学的方法设计方案、定义问题、采集数据和分析数据，从中提取有效的、准确的和可靠的信息资料。

2.5 参评标准

- I 企业注册成立超过 12 个月
- I 企业的主要经营业务属于 CMMI 咨询评估
- I 企业主营业务 60%以上在中国大陆
- I 企业不能在最近连续三年中出现亏损
- I 无重大客户投诉问题

2.6 调查评选结果

2.6.1 2009 年度中国 CMMI 咨询机构前 10 强名单

序 号	咨 询 机 构
1	北京斯福泰克科技股份有限公司
2	上海科维安信息技术顾问有限公司
3	北京翰通融达管理顾问有限公司
4	上海亚远景进出口信息科技有限公司
5	上海睿泰信息科技有限公司
6	麦哲思科技（北京）有限公司
7	深圳致卓信息技术有限公司
8	广州赛宝认证中心服务有限公司
9	循序咨询（上海）有限公司
10	中国软件评测中心（北京赛迪国软认证有限公司）

2.6.2 2009 年度最佳奖项获得机构名单

序 号	奖 项	咨 询 机 构
1	最具影响力	北京斯福泰克科技股份有限公司
2	最佳实施效果	上海科维安信息技术顾问有限公司
3	最值得客户信赖	上海科维安信息技术顾问有限公司
4	最佳实施案例	北京翰通融达管理顾问有限公司
5	最佳市场表现	北京斯福泰克科技股份有限公司
6	最具成长潜力	上海睿泰信息科技有限公司
7	最关注客户价值	上海科维安信息技术顾问有限公司
8	最佳主任评估师	北京翰通融达管理顾问有限公司
9	最佳服务质量	麦哲思科技（北京）有限公司
10	最具价值	深圳致卓信息技术有限公司
11	最佳咨询师	上海亚远景进出口信息科技有限公司

2.6.3 2009 中国 CMMI 咨询行业年度人物

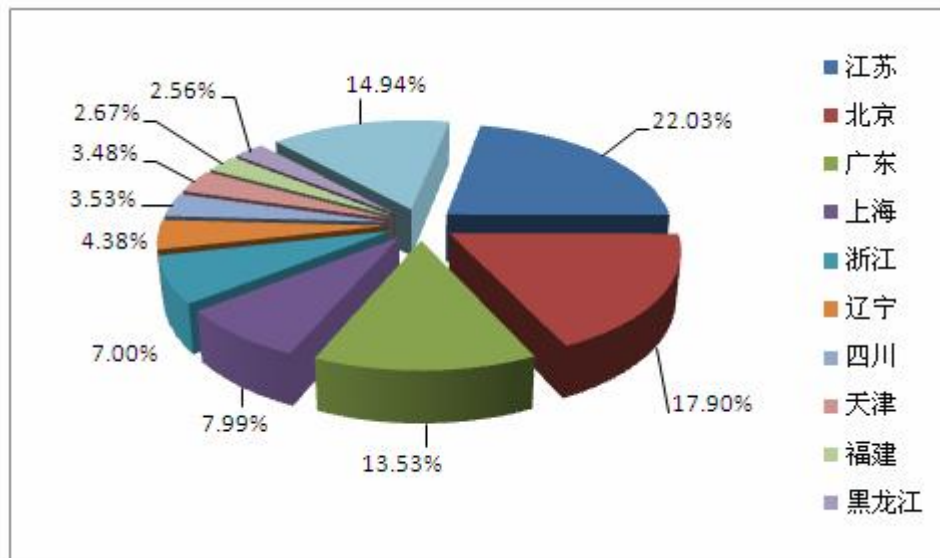
序 号	姓 名	所 在 咨 询 机 构
1	任甲林	麦哲思科技（北京）有限公司
2	田文谦	深圳致卓信息技术有限公司
3	李 瑛	北京翰通融达管理顾问有限公司

3. 数据报告

3.1 调查参与者情况

本次调查历时 46 天，共有 23996 条调查记录，按照下列原则对调查记录进行了筛选和优化：

- 2 凡是重复投票的，则只保留一条投票记录。
- 2 投票人职位、部门、地址完全一样，且记录大于等于 2 条的投票，则只保留一条投票记录；
- 2 投票人 IP 地址相同的，则进行人工审查，逐条核查信息的真实性，剔除恶意拉票成分。
- 2 按照以上原则处理后，剩余 21776 条有效调查记录，有效率为 90.75%。被调查者的基本数据如图 1 所示。



序号	省/直辖市	人数	百分比	序号	省/直辖市	人数	百分比
1	江苏	4797	22.03%	12	山东	407	1.87%
2	北京	3898	17.90%	13	湖南	405	1.86%
3	广东	2946	13.53%	14	陕西	395	1.81%
4	上海	1739	7.99%	15	重庆	385	1.77%
5	浙江	1524	7.00%	16	河南	209	0.96%
6	辽宁	953	4.38%	17	安徽	194	0.89%
7	四川	769	3.53%	18	江西	176	0.81%
8	天津	758	3.48%	19	吉林	111	0.51%
9	福建	581	2.67%	20	新疆	21	0.10%
10	黑龙江	557	2.56%	21	其他	412	1.89%
11	湖北	539	2.48%	22	合计	21776	100.00%

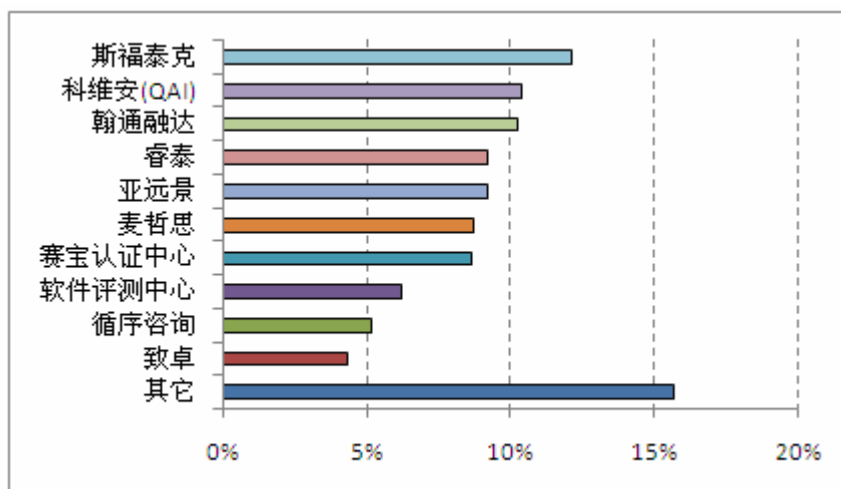
图 1 被调查者区域分布图

3.2 咨询机构评选调查

咨询机构评选调查共有 16 项内容，如下：

序号	调查内容	序号	调查内容
1	您听说过的咨询机构有哪些？	9	服务能力
2	您熟悉的咨询机构有哪些？	10	客户信赖度
3	贵公司接受过哪些咨询机构的服务？	11	企业影响力
4	贵公司准备采用哪些咨询机构的服务？	12	企业成长潜力
5	主任评估师经验与水平	13	市场份额与增长率
6	咨询师经验与水平	14	关注客户自身竞争力度
7	实施案例与效果	15	年度最佳实施案例
8	性价比	16	年度人物

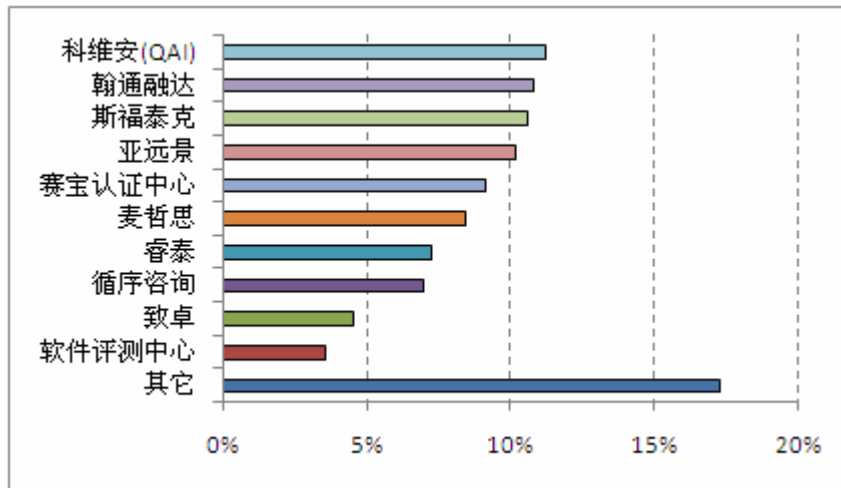
3.2.1 您听说过的咨询机构有哪些？



序号	咨询机构简称	百分比	序号	咨询机构简称	百分比
1	斯福泰克	12.14%	10	致卓	4.33%
2	科维安(QAI)	10.39%	11	英普信	3.02%
3	翰通融达	10.23%	12	解元	2.95%
4	睿泰	9.22%	13	汉捷	2.72%
5	亚远景	9.20%	14	连陆	2.68%
6	麦哲思	8.74%	15	赛柏科技	2.01%
7	赛宝认证中心	8.66%	16	中信保	1.39%
8	软件评测中心	6.19%	17	海杰资讯	0.92%
9	循序咨询	5.21%			

图 2 您听说过的咨询机构有哪些？

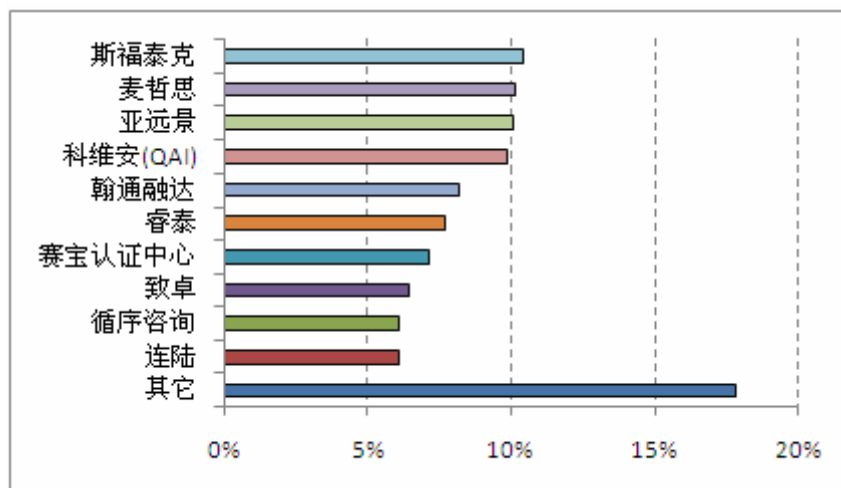
3.2.2 您熟悉的咨询机构有哪些？



序号	咨询机构简称	百分比	序号	咨询机构简称	百分比
1	科维安(QAI)	11.24%	10	软件评测中心	3.57%
2	翰通融达	10.81%	11	中信保	3.55%
3	斯福泰克	10.57%	12	英普信	3.39%
4	亚远景	10.19%	13	致卓	3.13%
5	赛宝认证中心	9.12%	14	解元	2.86%
6	麦哲思	8.43%	15	连陆	1.93%
7	睿泰	7.28%	16	海杰资讯	1.42%
8	循序咨询	6.97%	17	汉捷	0.99%
9	致卓	4.55%			

图 3 您熟悉的咨询机构有哪些?

3.2.3 贵公司接受过哪些咨询机构的服务?

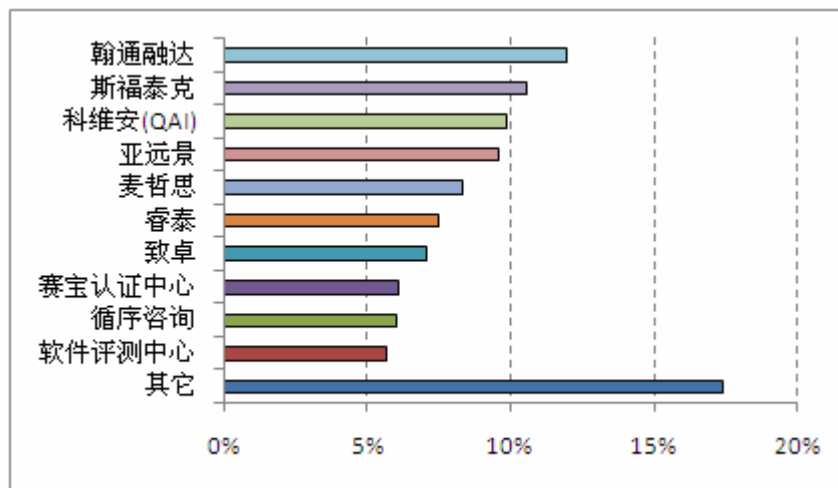


序号	咨询机构简称	百分比	序号	咨询机构简称	百分比
1	斯福泰克	10.41%	10	连陆	6.07%
2	麦哲思	10.12%	11	英普信	3.91%

3	亚远景	10.09%	12	软件评测中心	3.28%
4	科维安(QAI)	9.87%	13	海杰资讯	2.89%
5	翰通融达	8.18%	14	汉捷	2.78%
6	睿泰	7.67%	15	赛柏科技	2.17%
7	赛宝认证中心	7.18%	16	解元	1.72%
8	致卓	6.46%	17	中信保	1.10%
9	循序咨询	6.10%			

图 4 贵公司接受过哪些咨询机构的服务？

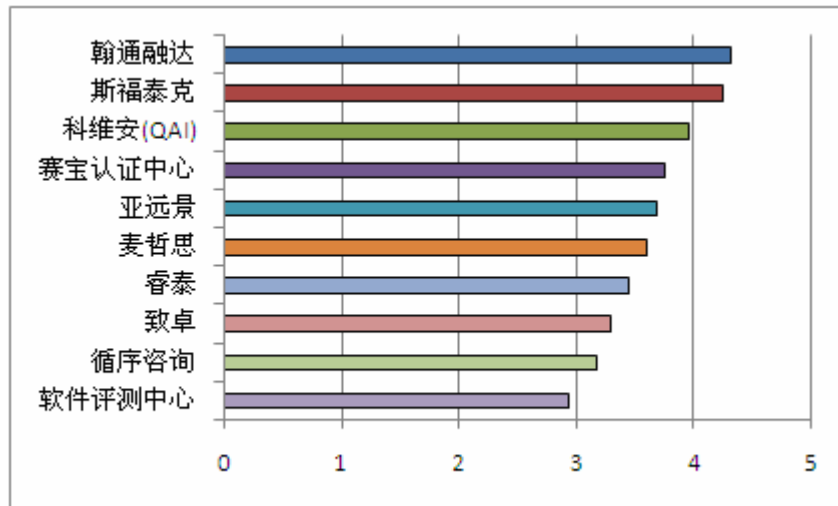
3.2.4 贵公司准备采用哪些咨询机构的服务？



序号	咨询机构简称	百分比	序号	咨询机构简称	百分比
1	翰通融达	11.95%	10	软件评测中心	5.66%
2	斯福泰克	10.57%	11	中信保	4.01%
3	科维安(QAI)	9.84%	12	英普信	3.13%
4	亚远景	9.62%	13	赛柏科技	2.81%
5	麦哲思	8.31%	14	连陆	2.29%
6	睿泰	7.48%	15	解元	2.13%
7	致卓	7.09%	16	汉捷	1.90%
8	赛宝认证中心	6.07%	17	海杰资讯	1.13%
9	循序咨询	6.01%			

图 5 贵公司准备采用哪些咨询机构的服务？

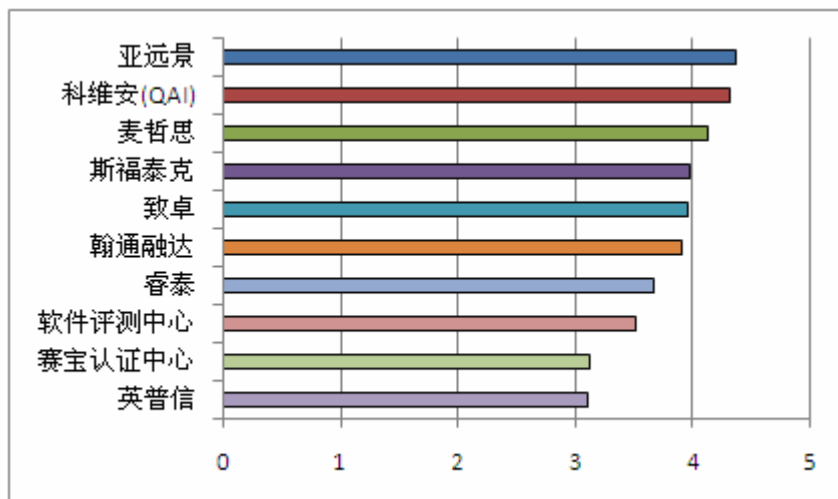
3.2.5 主任评估师经验与水平



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	翰通融达	4.31	10	软件评测中心	2.93
2	斯福泰克	4.25	11	解元	2.9
3	科维安(QAI)	3.96	12	连陆	2.7
4	赛宝认证中心	3.75	13	赛柏科技	2.18
5	亚远景	3.69	14	英普信	2.08
6	麦哲思	3.59	15	中信保	1.95
7	睿泰	3.44	16	汉捷	1.82
8	致卓	3.29	17	海杰资讯	1.76
9	循序咨询	3.17			

图 6 主任评估师经验与水平

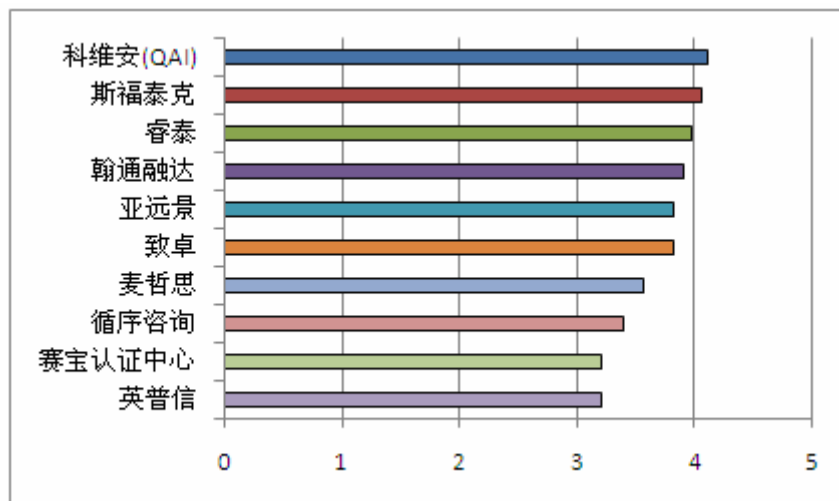
3.2.6 咨询师经验与水平



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	亚远景	4.36	10	英普信	3.11
2	科维安(QAI)	4.32	11	连陆	2.53
3	麦哲思	4.12	12	循序咨询	2.31
4	斯福泰克	3.97	13	中信保	2.19
5	致卓	3.96	14	海杰资讯	2.1
6	翰通融达	3.91	15	赛柏科技	1.96
7	睿泰	3.66	16	解元	1.73
8	软件评测中心	3.51	17	汉捷	1.71
9	赛宝认证中心	3.12			

图 7 咨询师经验与水平

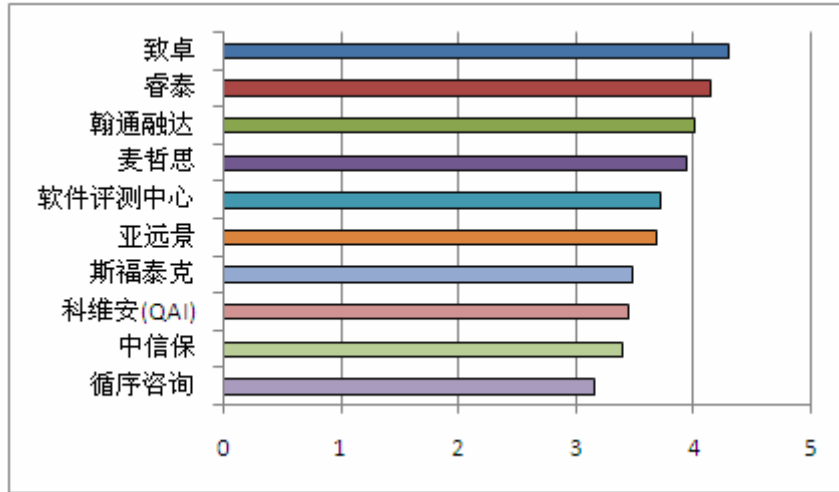
3.2.7 实施案例与效果



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	科维安(QAI)	4.1	10	英普信	3.2
2	斯福泰克	4.06	11	软件评测中心	2.94
3	睿泰	3.97	12	连陆	2.37
4	翰通融达	3.91	13	赛柏科技	2.35
5	亚远景	3.82	14	解元	2.26
6	致卓	3.81	15	中信保	2.23
7	麦哲思	3.57	16	汉捷	2.23
8	循序咨询	3.39	17	海杰资讯	2.19
9	赛宝认证中心	3.21			

图 8 实施案例与效果

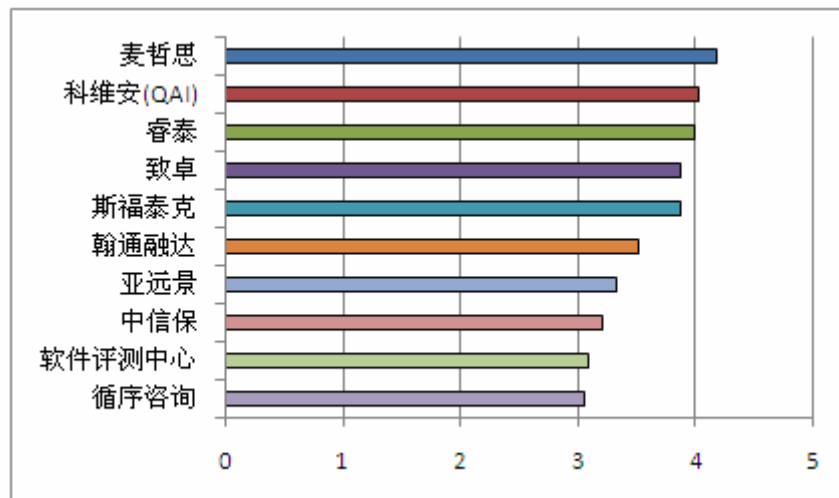
3.2.8 性价比



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	致卓	4.3	10	循序咨询	3.15
2	睿泰	4.15	11	连陆	2.9
3	翰通融达	4.01	12	汉捷	2.62
4	麦哲思	3.94	13	英普信	2.56
5	软件评测中心	3.71	14	赛宝认证中心	2.49
6	亚远景	3.69	15	赛柏科技	2.44
7	斯福泰克	3.47	16	解元	2.31
8	科维安(QAI)	3.45	17	海杰资讯	2.04
9	中信保	3.4			

图9 性价比

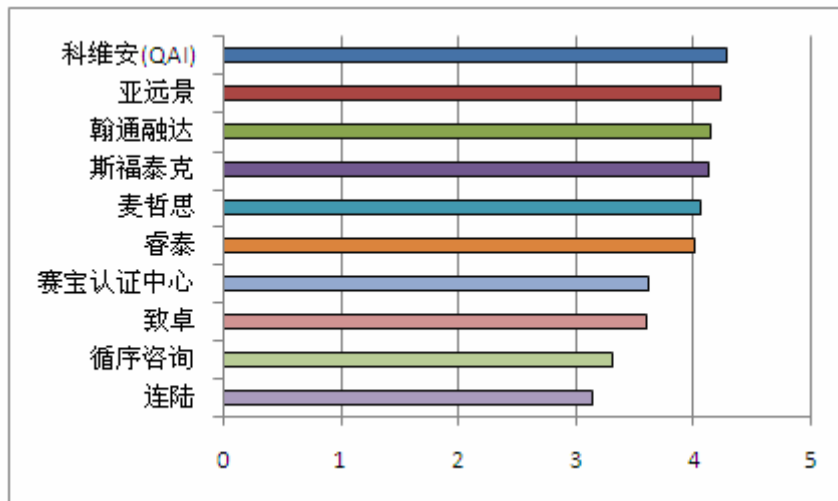
3.2.9 服务能力



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	麦哲思	4.17	10	循序咨询	3.05
2	科维安(QAI)	4.02	11	英普信	2.98
3	睿泰	3.99	12	赛宝认证中心	2.82
4	致卓	3.87	13	汉捷	2.76
5	斯福泰克	3.87	14	解元	2.21
6	翰通融达	3.51	15	赛柏科技	2.19
7	亚远景	3.33	16	海杰资讯	2.04
8	中信保	3.21	17	连陆	2.01
9	软件评测中心	3.09			

图 10 服务能力

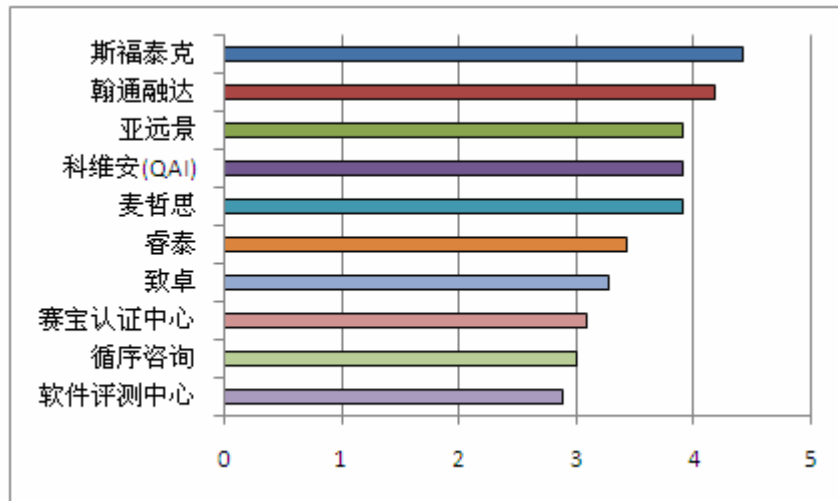
3.2.10 客户信赖度



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	科维安(QAI)	4.28	10	连陆	3.14
2	亚远景	4.23	11	英普信	3.07
3	翰通融达	4.14	12	软件评测中心	2.91
4	斯福泰克	4.13	13	海杰资讯	2.78
5	麦哲思	4.05	14	汉捷	2.63
6	睿泰	4.01	15	赛柏科技	2.18
7	赛宝认证中心	3.61	16	解元	2.17
8	致卓	3.59	17	中信保	1.97
9	循序咨询	3.31			

图 11 客户信赖度

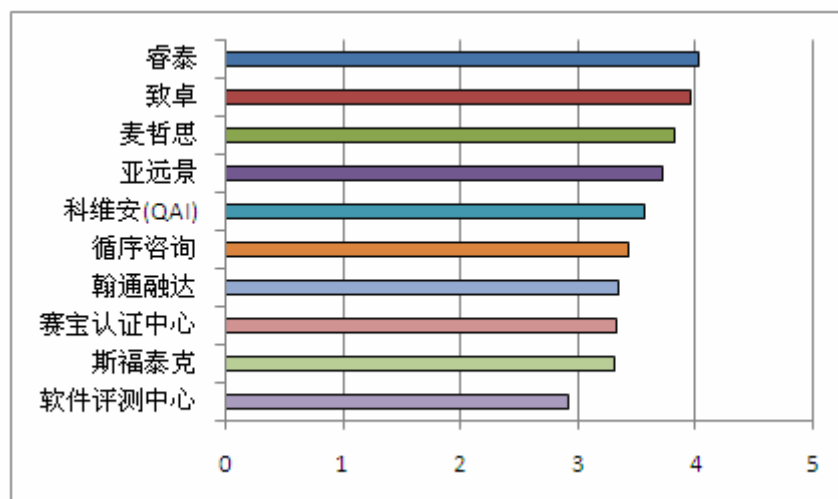
3.2.11 企业影响力



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	斯福泰克	4.42	10	软件评测中心	2.89
2	翰通融达	4.17	11	汉捷	2.84
3	亚远景	3.91	12	海杰资讯	2.35
4	科维安(QAI)	3.9	13	赛柏科技	2.23
5	麦哲思	3.9	14	中信保	2.01
6	睿泰	3.42	15	英普信	1.99
7	致卓	3.28	16	连陆	1.78
8	赛宝认证中心	3.09	17	解元	1.41
9	循序咨询	3.01			

图 12 企业影响力

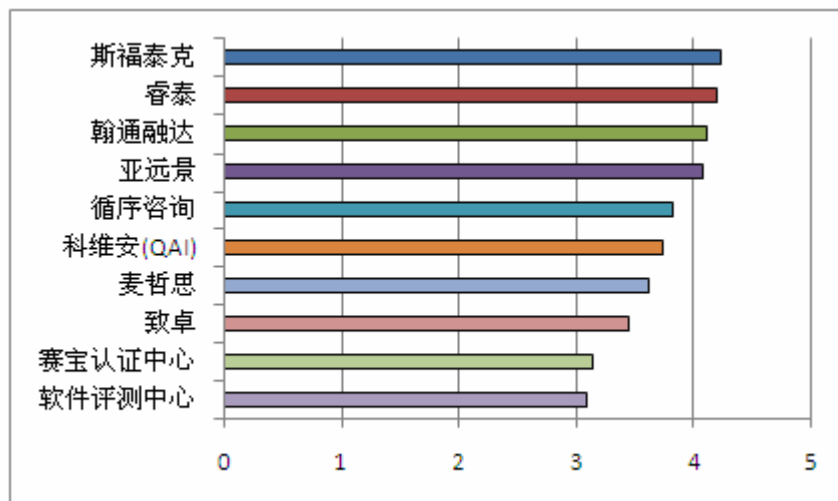
3.2.12 企业成长潜力



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	睿泰	4.03	10	软件评测中心	2.91
2	致卓	3.95	11	赛柏科技	2.89
3	麦哲思	3.81	12	连陆	2.5
4	亚远景	3.72	13	解元	2.42
5	科维安(QAI)	3.57	14	中信保	2.19
6	循序咨询	3.43	15	汉捷	2.05
7	翰通融达	3.34	16	英普信	1.99
8	赛宝认证中心	3.32	17	海杰资讯	1.76
9	斯福泰克	3.31			

图 13 企业成长潜力

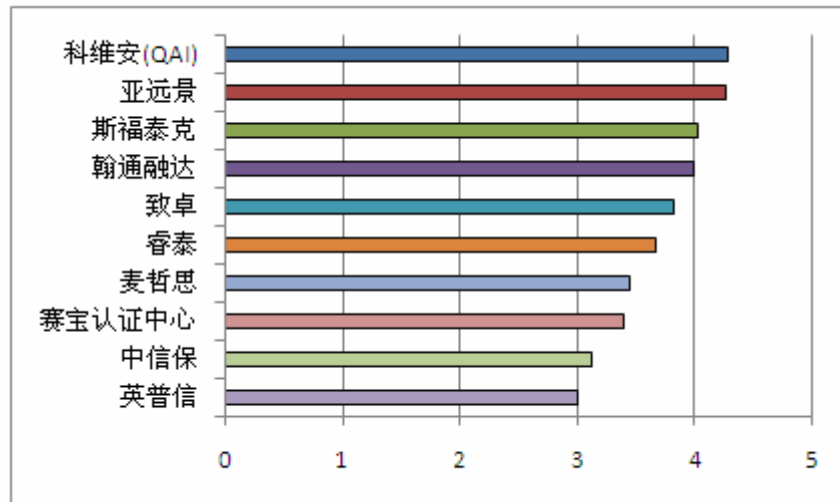
3.2.13 市场份额与增长率



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	斯福泰克	4.23	10	软件评测中心	3.08
2	睿泰	4.19	11	赛柏科技	2.95
3	翰通融达	4.11	12	英普信	2.56
4	亚远景	4.07	13	汉捷	2.31
5	循序咨询	3.82	14	解元	2.16
6	科维安(QAI)	3.73	15	连陆	1.93
7	麦哲思	3.62	16	海杰资讯	1.86
8	致卓	3.45	17	中信保	1.59
9	赛宝认证中心	3.13			

图 14 市场份额与增长率

3.2.14 关注客户自身竞争力度



序号	咨询机构简称	平均得分	序号	咨询机构简称	平均得分
1	科维安(QAI)	4.28	10	英普信	3.01
2	亚远景	4.26	11	软件评测中心	2.87
3	斯福泰克	4.02	12	循序咨询	2.47
4	翰通融达	3.99	13	汉捷	2.21
5	致卓	3.82	14	海杰资讯	2.14
6	睿泰	3.67	15	连陆	1.92
7	麦哲思	3.44	16	赛柏科技	1.8
8	赛宝认证中心	3.4	17	解元	1.43
9	中信保	3.12			

图 15 关注客户自身竞争力度

3.2.15 年度最佳实施案例

序号	案例实施咨询机构	投票数	总分	平均得分
1	北京翰通融达管理顾问有限公司	3528	16721	4.74
2	上海科维安信息技术顾问有限公司	3319	15565	4.69
3	上海睿泰信息科技有限公司	3144	14489	4.61
4	北京斯福泰克科技发展有限公司	3052	13523	4.43
5	麦哲思科技(北京)有限公司	2810	12054	4.29

3.2.16 年度人物

序号	姓名	投票数	总分	平均得分
1	任甲林	2355	11610	4.93
2	田文谦	2091	10224	4.89

3	李 瑛	1252	6147	4.91
4	武占春	1107	5380	4.86
5	王小刚	1093	5268	4.82
6	李华北	982	4684	4.77
7	万举勇	556	2574	4.63
8	李 旸	435	2083	4.79
9	陆 遥	253	1204	4.76
10	刘海笑	219	1011	4.62

3.3 市场调查部分

这一部分主要就软件企业通过 CMM/CMMI 评估的情况，拟进行 CMM/CMMI 评估的期望等问题进行了调查。

3.3.1 企业通过 CMMI 评估所花费的时间及咨询费用

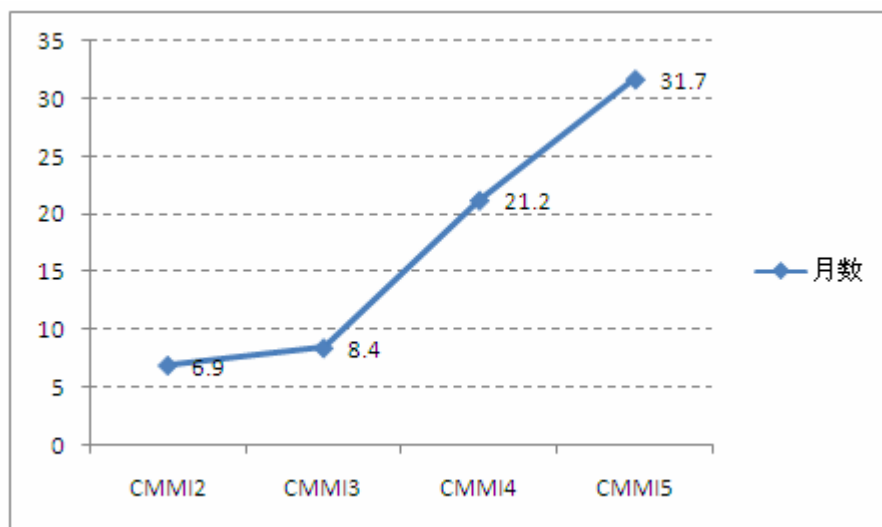


图 16 企业通过 CMMI 评估所花费的平均时间

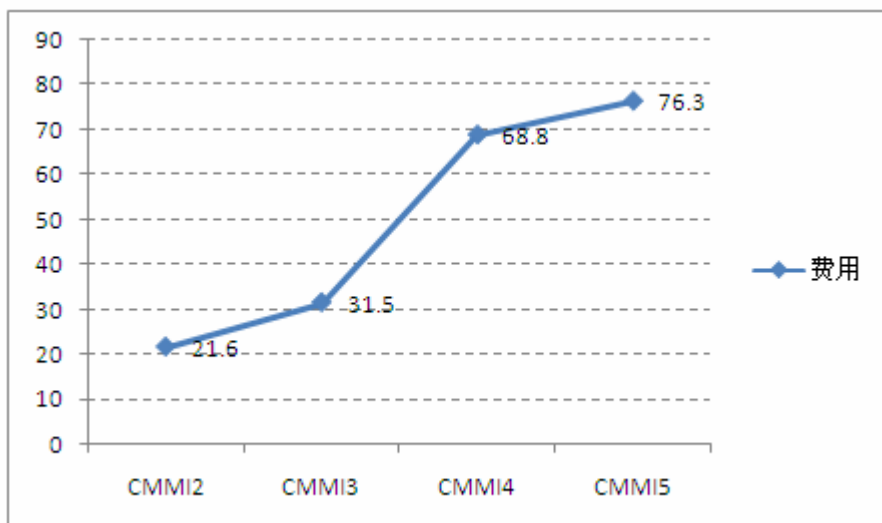


图 17 各企业通过 CMMI 评估所花费的平均咨询费用

3.3.2 近期计划进行 CMMI 咨询、评估工作的企业

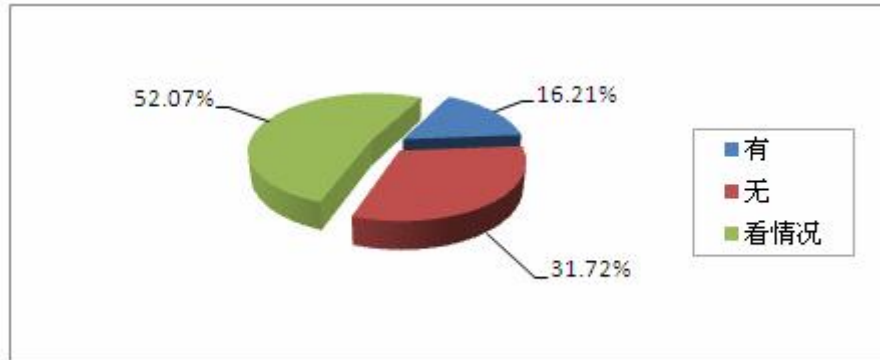


图 18 近期计划进行 CMMI 咨询、评估工作的企业

3.3.3 企业进行 CMMI 咨询、评估工作的目的

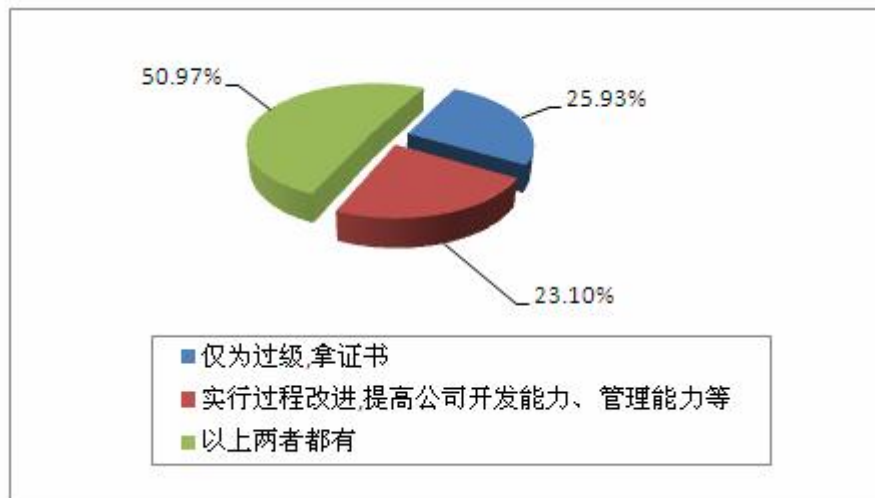


图 19 企业进行 CMMI 咨询、评估工作的目的

3.3.4 CMMI 咨询及评估对企业的作用及帮助

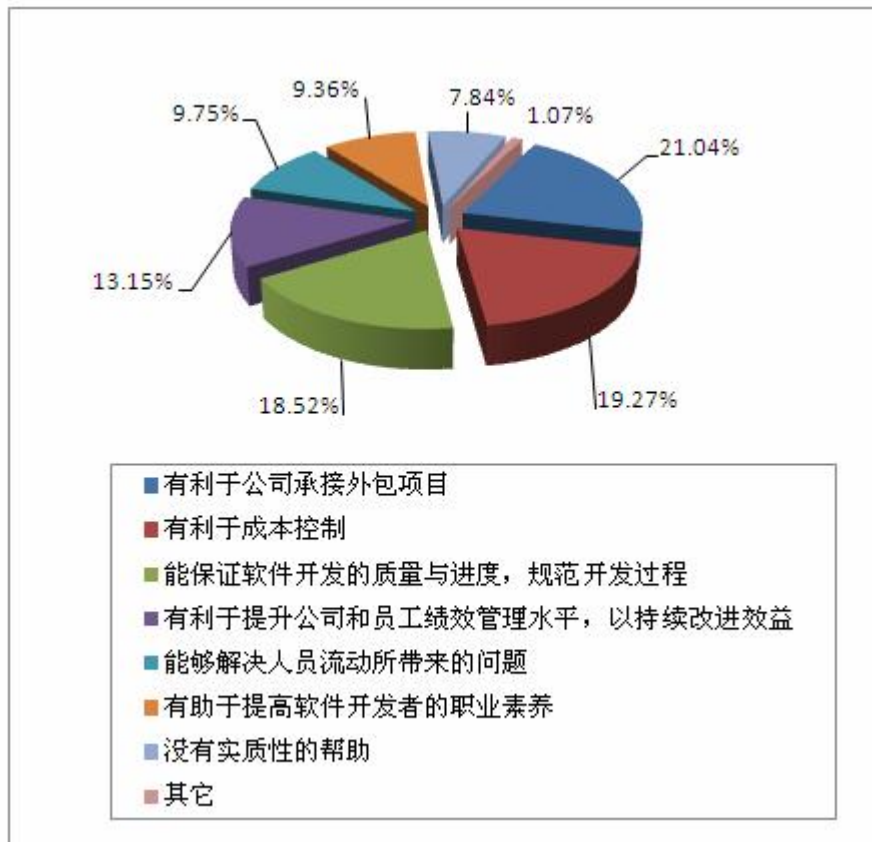


图 20 CMMI 咨询及评估对企业的作用及帮助

3.3.5 推行 CMMI 体系所遇到的困难

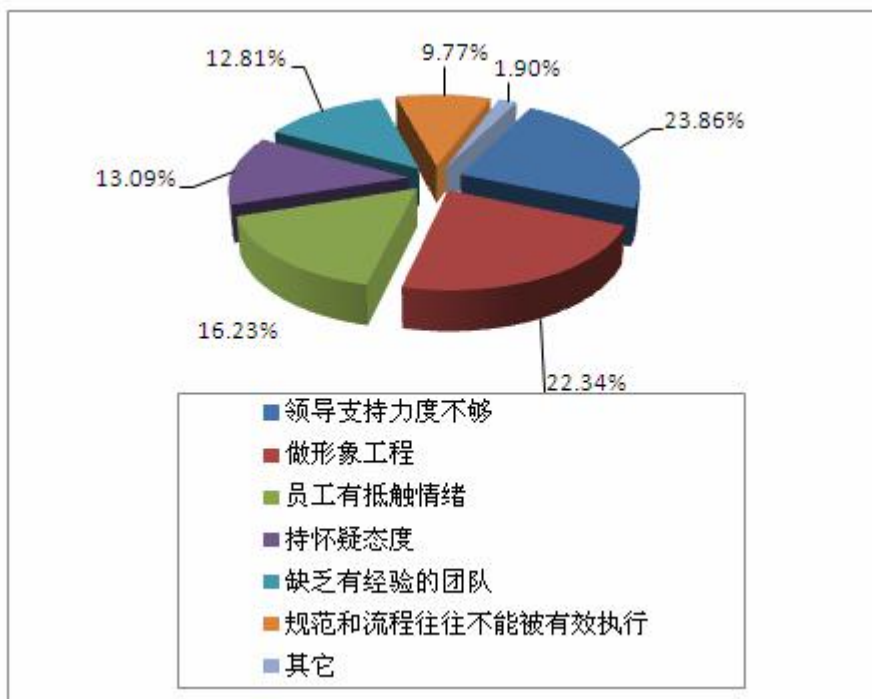


图 21 推行 CMMI 体系所遇到的困难

3.3.6 企业选择 CMMI 咨询机构的首要因素

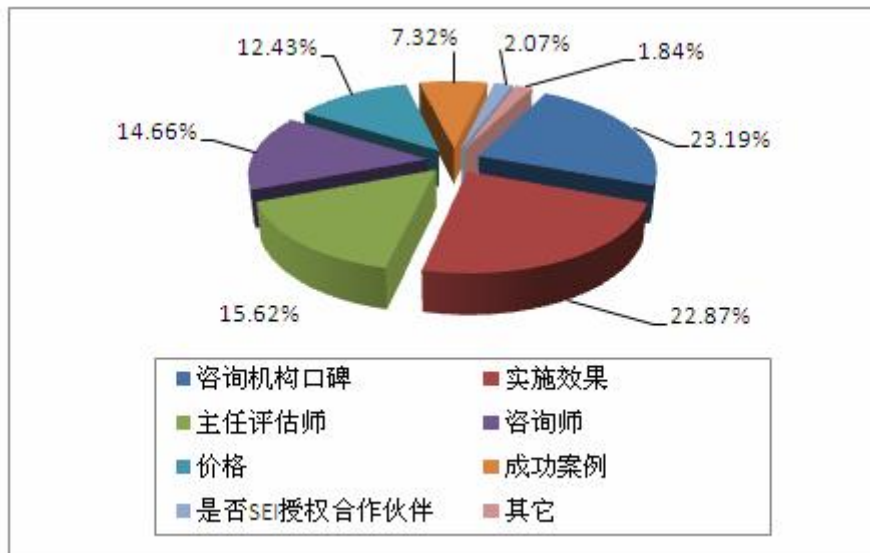


图 22 企业选择 CMMI 咨询机构的首要因素

3.3.7 各地政府对企业通过 CMMI 评估的资金补助及鼓励政策

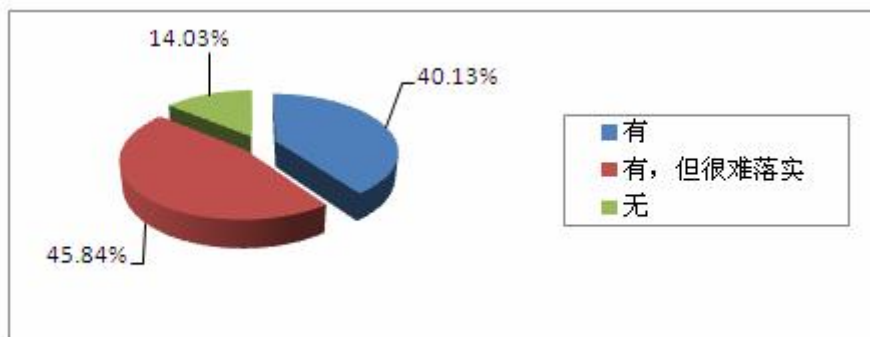


图 23 各地政府对企业通过 CMMI 评估的资金补助及鼓励政策情况

4. 调查声明

- (1) 本调查报告的实质是对参与调查者问卷的总结和归纳，其中的观点不代表 CSAI。
- (2) 本调查报告的版权归 CSAI 所有，未经授权，任何单位和个人都不得用于商业目的。