

# 从金蝶徐少春、用友王文京、鼎捷叶子祯近期发言看国产软件商的数字化建设态度

为什么要研究这三位的公开发言？

非软文、没拿钱、别乱猜。单纯为了年底研究业内厂商的发力方向、并从国产软件出海视角对国产软件商提出期许。向上看、向外观、向内修，仅此而已。

一、**金蝶徐少春** 10月26日，金蝶徐少春在全球创见者大会上提出了数智化转型五项修炼总结——正心、修身、齐家、治国、平天下：

1、**数智化转型不是锦上添花、也不是雪中送炭，而是一场释放巨大禁锢价值的全面管理变革。这是“正心”，坚持信念，我们心中有一个美好的蓝图，我们相信这个蓝图一定能实现成功。**虽然各大厂从信息化到数字化到数智化的用词提升，但是国内能把信息化做好的企业（无论甲乙方）都不多，做不实业务的数据化、就做不真数据的业务化、也就做不好“数据+业务”的智能化。没有基础条件的大跨步，甲方和乙方都容易扯档，就像沙滩上建房子，不牢靠。若从“正心”出发，还是希望乙方厂商可以从甲方管理根基出发，可以整体规划、但要稳步夯实。

2、**数智化转型领导者不要把自己锁在茧房里，而是要自我变革成为愿景型领导者和变革先锋。这是“修身”，就是要自我革命。**小编很赞同这一点！

网上流行一句话“越往上走、越和能力无关”，因为走到上层的人在聚拢核心人员的时候都是选择自己人、能力其次。这个现象在大厂常见。所以很多时候一堆高层坐在一起探讨数字化未来、产品创新优化，这些场景都是笑话！哪怕是交付、产品、开发等领域的领导者，坐在办公楼里想方案，那

也是形而上学!“修身”一定从行为上自我革命，否则就是“牛对牛的弹琴，不懂的人做不懂的事儿”。

**3、甲乙双方合作不是薄薄的一张纸而是厚厚的一本书。这就是“齐家”，甲乙双方是一家人，我们心心相印，一起把这场变革进行到底并且取得最后胜利。**“一张纸”是合同，很多厂商拿了钱就变张脸；“一本书”是蓝图、是愿景、是挖掘甲方的现状痛点及规划战略后得出的长远策略。“齐家”如果真的可以贯彻执行，甲乙双方减少一些索取和利润的拉扯，“模范家庭”估计就多了。

**4、中国企业管理软件不仅要百分之百的替代国外软件，而且还要更好的实现用户体验与管理模式创新。这就是“治国”，我们一起共创共赢，实现国产化替代与创新。**理想很丰满，现实有点骨干。从信创要求下，这一点的可行性是存在的；但是从软件平台的国际化业务支撑本身，小编还是保守的。最近和一些 SAP 领域顾问交流，弃国产品牌、转国际品牌的企业，并非单纯从属地要求层面出发，**本质还是看平台在国内应用验证的效果、以及对跨国财务核算/业务流程的友好度。所以“治国”和“100%替代”可以是愿景，根本上还是要“自强”！**

**5、不仅要对标世界一流，更要敢于定义世界一流，定义中国自己的管理模式。这是“平天下”，成就每一个企业的不凡。**对标一流是必要的，而定义一流就要从市场和用户的需求实现出发，不是从软件厂商视角出发。咱也不能说追的上就超越、追不上咱就改变标准和规则，对不对？

综上，金蝶向市场传输的夯实交付与开发基础、走出一亩三分地用实践提升创造、将项目视同经营家庭一样用心、比上虽有不足但要尝试突破固有认知而改变现状、向国际化迈进的几点方向，体现了国产软件的大家风范！

不说大话，不讲空话，专注实事，希望金蝶能够将这样的思想从上到下贯彻，而不是停留在上层认知和场面发言。

二、**用友王文京** 10月24日，用友王文京在天津软博会上发表了以《中国新一代企业软件在全球市场已具有竞争力》为核心的主题演讲，关键点有：

**1、中国软件产业经历了技术升维、产品换代、业务转型、产业生态化、市场全球化的积极创新、进化发展。**这个演变过程，用友是具备发言权的。

企业软件从0到1突破技术和管理模式、到业务场景线上化的功能扩展、再到甲方业务的创新转型对软件的迭代要求、又到产业布局下软件架构的开放性、直至现在的全球化空间功能需求，眼看国产软件的成长，用友的产品化到平台化，大浪淘沙中坚挺存在。看着自家娃学习成绩好，要出国留学了，千叮万嘱一句话：管好自己，注意安全，为国争光，报效祖国！

**2、基于前沿技术，云化、数据化、智能化、全球化、移动化、协同化，中国企业软件主流厂商的产品换代基本完成。**“主流”厂商的产品换代“基本”

完成？是这样嘛？技术的层出不穷、并赋予软件产品的高光附加值逐渐成为潮流。**但潮流底下隐藏的，可能是数家企业信息化的烂尾与失败**，还有可能是多家数智化**高代价的试验过程与结果**。作为甲方，我们提倡的一直是“从现实出发做优化、从实际战略出发做规划、以始为终迭代软件平台”，但乙方大多是“从未来着眼、从市场策略迭代、先有再好、结果就一直那样了”。我们希望的产品换代，是融入行业最佳实践后的、并从技术上稳扎稳打做创新的换代。大多的国产主流厂商，还是需要从根本出发。

**3、中国企业软件厂商的业务模式转型加速推进，软件产品云化，软件许可使用—>软件订阅、运营服务。**之前和行业不同品牌的朋友交流，表达金蝶

的云转型受益中小企业，而用友的云转型受益在大型企业。所以解释了之前“用友连续 7 年蝉联中国 SaaS 市场第一”的新闻，当时是质疑的，后来算算也差不多。产品云化是趋势，但是我们更期待见到的是技术迭代之后的云化，而不是原产品的云化搬迁；更重要的是云化之后的产品发力方向需要聚焦在平台如何更稳定、而不是更新一次出现很多 BUG 然后业务部门一堆抱怨。

**4、中国企业软件产业的生态化发展在加速，产品开放融合，厂商与服务商分工协作，共荣发展。**这一点讲到点子上了，横向生态包括用友和上下游软件及服务类型团队的生态，纵向生态包括用友与渠道代理商之间的生态。做好横向，互赢了一批厂商的同时、还可以真正做到“术业专攻”、而非大包大揽；做好纵向，得渠道者得天下，**财报这么凄惨的背景下，直销给不给力咱不评价，渠道商是指望数字养活团队的。希望用友可以出具一些实在落地的友好政策，而不是“飘在云上”。**

**5、电脑化时代落后欧美，信息化时代追赶欧美、数智化时代进入全球领先行列，中国新一代企业软件，已具备替代国际厂商系统的能力，越来越多的中国大型企业国际厂商系统升级到中国企业软件。**王总这个观点和金蝶徐总的部分观点相似，后面鼎捷叶总也有提及。可见，目前国产软件头部企业，都在往国际化、企业出海方向努力。作为国产软件团队，虽然我们认可一部分国外软件还是很多值得学习的地方，但仍然希望自家品牌系统能够傲立世界舞台，真正走到国际前列。

**6、在中国企业软件行业继续积极创新产品，提升服务的同时，也期待企业和政府客户进一步提高对软件的价值认同和采购价格，当前中国企业软件**

**在国内市场也面对产品和服务采购价格偏低的经营压力。**一半同意一半警醒。国产软件的价值往往被低价打压与评估，甲方爸爸想要管理转型与优化，却用逼近人工工资的价格去评估项目价格，忽视顾问团队以往项目的经验沉淀与总和，交付过程还常见项目变更与无偿增项。良心的乙方打碎了牙往肚子里咽，狠心的乙方就用投入产出比衡量、不值当的那就降低高级顾问投入甚至撤场。“既要又要”，“高值低价”，最后**市场恶性循环**。

但同时我们也要看到，为什么甲方如此价格战？除去经营情况和采购政策原因外，是不是也有来自乙方的大量失败案例带去的不安全感？是不是也有自己不把自己当回事儿的恶性竞争导致的？

综上，用友的发言方向，直指下一步数字化发力的关键举措：市场国际化、产品前沿化、业务模式云化订阅化、横纵向生态化加深、价值提升并呼吁减少恶性竞争。不偏不倚，用友在行业的影响力还是非常大的，如何将规模化、年代化影响力，转化成专业化、客户化认可的影响力，靠的绝不是只言片语，走向国际之前，这些也是需要冷静思考的。

三、**鼎捷叶子祯** 7月10日，中国资本市场发展论坛暨上市公司论坛、私募基金论坛上，鼎捷数智叶子祯的部分观点：

**1、随着“一带一路”的不断推进，企业抢抓“出海”机遇，从业务出海到研发出海，再到产能出海。这些不仅带来了管理模式上的变化，对企业的销售和产品都是很大的挑战。**叶总提及的“出海”具象化的阐述了甲乙双方的关键课题，面对业务链和产业链的多重挑战，国产软件商如何从平台、交付、服务等方面满足出海带来的管理模式的变化、以及模式变化下的产品灵活度调整、以及国外交付团队对于价值化服务和业务优化提升带来的软件适

应性等课题，都是国产软件商该去思考并且落到实处的。仅靠国内资源输出、国内产品平移的初级办法，解决不了出海带来的国产软件购买动力。

**2、ChatGPT 面世之后，智能被定义成两方面，其一是数据驱动，其二则是生成驱动，合在一起形成数智驱动。尤其今年，各大软件商纷纷加强研发投入搞 AI，搞大模型，但是我们的观点依然是：雕花可以，但要基于主业的根基稳固。甲方的老专家很多都说不清楚高级排产排程的影响要素、从而不停的调，AI 怎么实现？乙方的专家顾问很多也搞不清为什么充分考虑了销售预测、采购计划、在途、库存要素但是依然做不出高价值的物料需求计划？从想不清、到说不清、到无法提炼，导致知识模型无法以计算机语言贯彻到 AI 大模型中；再从产品贵、功能浅、实用性差等视角，导致 AI 大模型很难渗透到实际业务场景中，至于靠劳动力重复输出入的 AI 替代，这个在我看来不算什么科技进步。所以 AI 这朵花如何雕刻得形象逼真，从而让用户执行购买力，那是关键，切记胡扯淡。**

**3、“新出海”呈现出新趋势，即“结伴出海、大带小、强带弱”。**很开心看到一家企业可以从“小我”到“大我”去抱团思考。面对陌生的海外市场，国产软件无论在国内如何互相攻击、撻黑话、抹黑打击，出海之前都要坐在一起研讨一下，如何从一根筷子形成一捆筷子的能量，一口口夹起海外的肉、细嚼慢咽却又高执行力的消化掉，必要性准备和防守攻击举措是要清晰的，其中，核心竞争力是硬实力，屎上雕花只会闹剧一场。

**4、引领企业从“钢铁侠”进化“变形金刚”，人和系统合二为一。**钢铁侠是通过不断升级装备来增强能力，但本质上还是人和设备的结合；而变形金刚则可以随时拆卸、变形，适应不同环境。甲方有柔性生产，乙方是不是也

要构建柔性平台？不是东施效颦的低代码平台、不是固步自封的产业内闭环、不是紧耦合性的功能串联、更不是一套方案打天下的“小白鼠繁衍”的历程。国产软件如果真能做到随行业变、随区域变、随模式变、随环境变，**那用户就是最好的广告。**

**写在最后**这两天，各大厂要发财报了，据说数字都不太好看，原本按照前三季度的分析预测，希望解读部分厂商的数据，但转念一想，寒冬不是一家两家，是整个环境。但作为信息化领域从业者，不该只从悲观消极面去发现问题，偶尔也是需要从正向积极面去思考解决方案并呼吁社会——无论海外海内，秋收冬藏、闲置忙用、自我提升、着眼用户，都是毋庸置疑的；无论寒冬酷暑，国产软件面向信创及内部革新都要根本性发力，而面向环境及强劲对手的追赶、向上生长-向下扎根-向内修炼的意识需要时刻具备并付诸行动。

备注：1、单一 IT 厂商支撑不了企业整体信息化智能化；工信及非科班组织既搞不清甲方的详细需求也搞不清乙方的产品和项目交付能力。

2、中国 IT 生态联盟是中国最大最专业的信息化智能化咨询及落地组织。主要做 30 个工业大类 100 个细分行业的企业信息智能化咨询、规划设计、落地、监理、智慧工厂建设，提供各类企业信息化智能化整体解决方案和最佳落地实践，涉及汽车及其零部件、石油化工、机械装备、钢铁冶金、电气电子、纺织服装、食品医药、橡胶造纸、陶瓷家居等行业，欢迎交流合作！VX 同号 18353937116