

管理软件企业的战略转型

快速变化的技术和市场环境对管理软件提出了挑战，企业在战略上如何转型才能顺应发展的潮流，立于不败之地呢？

赵刚

在快速变换的技术和市场环境中，管理软件企业正在谋求变革。

首先是，向管理平台和服务提供商升级。软件的发展趋势也决定了管理软件的发展趋势。下一代软件架构有两个趋势：一是面向服务的架构（SOA），在SOA架构中，软件被封装成组件，组件进一步被打包成服务，软件的应用功能以服务的方式提供，服务可以被注册、共享和重用。

二是实现业务流程管理（BPM），按照业务流程来管理和组织应用服务，而不是根据业务部门职能来划分软件系统，实现以客户为中心、跨部门的流程协作，保证基于业务流程的任务分配、绩效管理和风险监控。

因此，管理软件企业都在积极升级其现有产品，向SOA架构转型，构建基于BPM的引擎，推出各类应用服务，管理软件企业则从“管理软件产品”的提供商转型为“管理架构和管理服务”的提供商。软件商无论是IBM、Microsoft还是SAP、Oracle，都想占据这个高点。

在SOA/BPM方面，IBM的研发和商业化明显领先。Oracle的先发优势不明显，为了增强其竞争力，收购BEA。Oracle本身一直是平台软件商，收购BEA后将进一步增强其领导力。SAP也不示弱，Netweaver技术架构已经整合到了SAP企业级应用的平台中。国内软

件的反应也不慢，用友推出U9，对外宣称是全球第一款完全基于SOA的商业应用套件。用友、金蝶、浪潮等公司则积极与IBM合作成立SOA创新中心，推进SOA在其产品中的应用。

其次是，专业和行业差异化细分。管理软件企业在管理软件平台整合、统一品牌的基础上，通过并购等方式提供专业化和行业化的差异化解决方案，满足不同行业 and 不同专业的个性化需求。

企业管理涉及各个领域，如生产、销售、采购、库存、物流、质量、设备、财务、人力资源、设计等，管理软件厂商在套装平台的基础上，通过自主开发和并购等方式提供专业产品和服务使得企业的专业服务能力进一步提升。

另外，不同行业遵循不同特色，在标准产品的基础上，管理软件厂商推出了面对各个细分行业的解决方案和产品。例如，PORTAL在电信行业具有解决方案和市场优势，Oracle通过收购PORTAL获得了在电信行业的优势。

第三是，向决策管理软件升级，在业务流程规范和数字化的基础上，管理软件下一步的趋势是整合商业智能（BI）软件，推出更加智能化的管理分析工具和决策工具，以支持管理决策。

Oracle收购海波龙软件、SAP收购BO软件，正是向这个方向的

努力，通过收购他们很轻松地将商业智能增加到了现有的管理软件架构中。

第四是向SaaS服务商转型，在互联网和电子商务时代，产业链上下游通过电子商务平台形成虚拟的动态联盟，管理和商务将跨越企业内部的界限，动态联盟或虚拟社区内的企业间通过电子商务平台的在线管理、电子商务将成为主流，新的演变趋势促使管理软件纷纷转型在线管理和电子商务服务商。

最后是向移动电子商务转型，在国际上，软件厂商如Microsoft、IBM、Oracle、SAP等，早已开始了对移动商务领域的拓展，Sybase更是将其转型重点放在了移动商务。

总体上看，国内管理软件企业转型采取的仍然是跟随战略。国内管理软件企业的核心优势在于对本土市场的熟悉，跟随国际管理软件厂商的发展趋势固然很重要，但突出本土企业的优势应是转型的重点。

就拿在线服务来说，根据中国制造业中心的特点，可考虑推出突出零部件供应商和品牌企业的在线生产管理，根据中国加工贸易型中小企业的集群分布特点，推出不同行业集群的特色化在线服务等。预计3到5年内，本土化创新还应是国内管理软件企业战略转型的核心。

（赵刚：赛迪顾问股份有限公司副总裁）