

2008 计世资讯研究系列白皮书

2008 年中国生产制造 ERP 行业白皮书



中国权威 ICT 研究咨询机构
<http://www.cwresearch.com.cn>

目 录

第一部分 前言	4
一、管理软件市场整体现状	4
二、生产制造 ERP 市场研究的必要性	6
三、生产制造 ERP 市场定义	8
第二部分 生产制造 ERP 市场现状研究	9
第一章 中国生产制造 ERP 市场总体状况	9
一、市场总量分析	9
二、市场发展状况和特征	10
三、产品结构分析	12
四、品牌结构分析	12
五、行业结构分析	14
六、区域结构分析	15
一、用户需求分析	16
二、竞争格局	17
三、产品和技术	18
四、服务和渠道	19
第三章 生产制造 ERP 市场专题研究	21
一、高端市场需求研究	21
二、延伸产品需求研究	29

第三部分 生产制造 ERP 市场未来趋势研究.....	32
第一章 中国生产制造 ERP 市场规模预测	32
第二章 中国生产制造 ERP 市场发展趋势	33

图 表 目 录

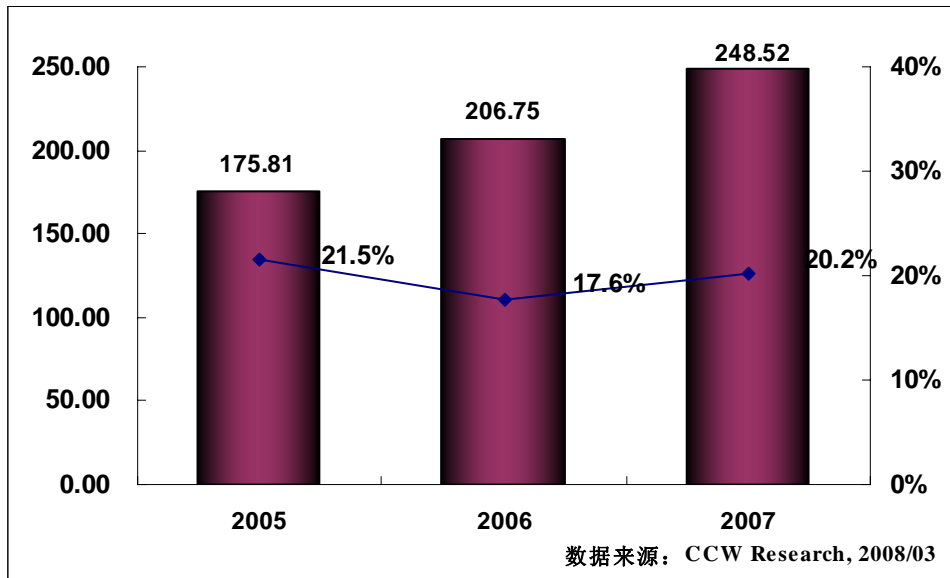
图表 1: 2005—2007 年管理软件市场规模状况	4
图表 2: 2007 年中国管理软件产品结构图	5
图表 3: 2007 年中国 ERP 软件行业结构图	5
图表 4: 中国生产制造 ERP 市场定义示意图	8
图表 5: 中国生产制造 ERP 市场规模分析图 (亿元)	9
图表 6: 中国生产制造 ERP 市场产品结构分析图	12
图表 7: 2007 年中国生产制造 ERP 市场占有率分析图	13
图表 8: 中国生产制造 ERP 品牌知名度分析图	13
图表 9: 中国生产制造 ERP 产品成熟度分析图	14
图表 10: 2007 年中国生产制造 ERP 市场行业结构分析图	14
图表 11: 2007 年中国生产制造 ERP 市场销售份额分析图	15
图表 12: 中国生产制造 ERP 用户 IT 投资规模及结构 (亿元)	16
图表 13: 国内生产制造 ERP 厂商竞争格局	17
图表 14: 当前国内主流生产制造 ERP 厂商营销模式	20
图表 15: 高端管理软件与中低端管理软件的区别	21
图表 16: 不同时代用户需求变化发展与软件应用状况	23
图表 17: 2007 年中国高端管理软件市场份额	24
图表 18: 2006-2007 年中国高端管理软件市场用户满意度分值及增长	25
图表 19: 高端管理软件生态系统发展过程及特点	26
图表 20: 中国生产制造 ERP 市场发展趋势图 (亿元)	32

第一部分 前言

一、管理软件市场整体现状

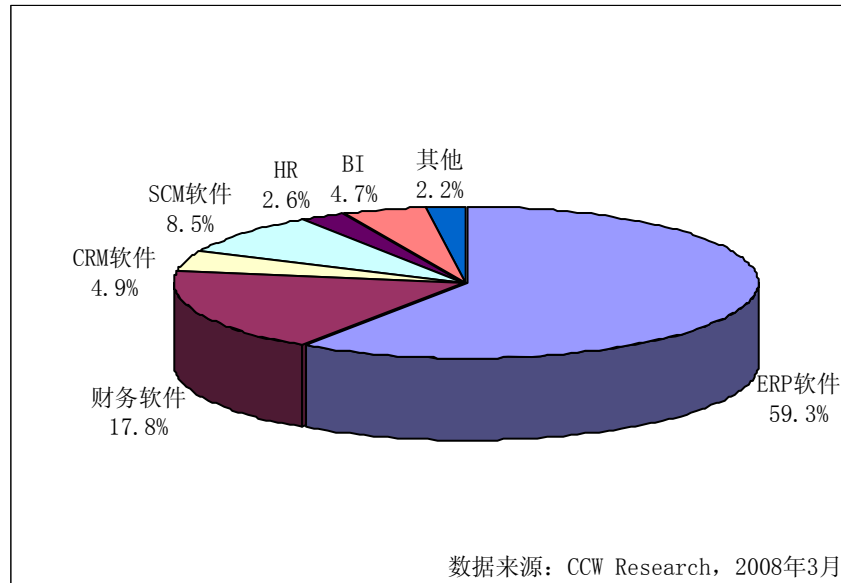
近几年，在国内宏观经济快速发展及国家政策的大力支持下，迎来了国内管理软件市场持续快速发展的大好时机，尤其是在 2007 年，中国管理软件市场更是保持较好的增长趋势，国内管理软件市场开始步入成熟阶段。根据计世资讯（CCW Research）的调研数据显示，2007 年国内管理软件市场整体规模已达 248.5 亿元人民币，比 2006 年 206.8 亿元增长了 20.2%。具体情况见下图。

图表 1: 2005—2007 年管理软件市场规模状况



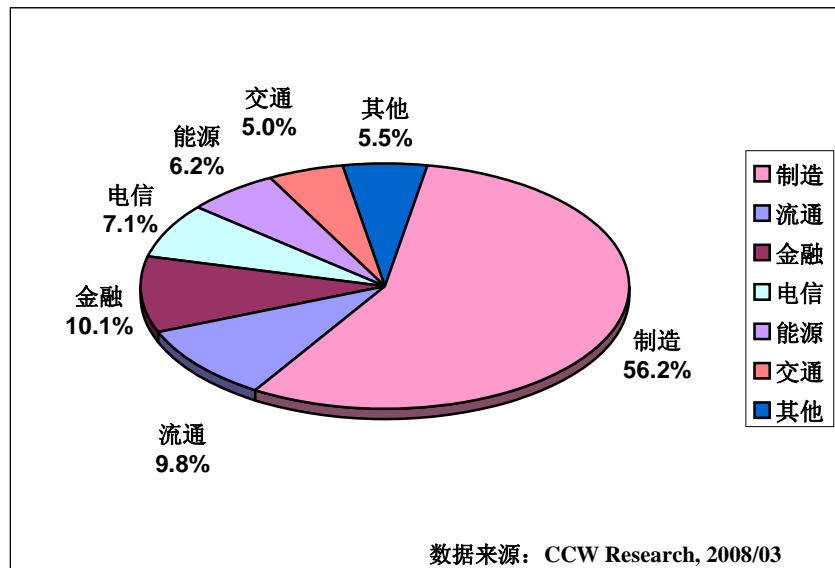
数据显示，2007 年国内管理软件市场中，ERP 软件则以 59.3% 的市场份额牢牢占据了市场的第一位，其市场规模达到 147.47 亿元人民币。由此可见，ERP 软件已成为国内管理软件市场的主流应用产品，ERP 软件的发展直接影响到国内管理软件的发展形势。

图表 2: 2007 年中国管理软件产品结构图



在国内整个 ERP 市场中,从各行业的应用情况分布来看,制造业是应用 ERP 的主要行业,其市场份额占到全部的 56.2%,应用规模达到了 82.9 亿元人民币。对于我国这样的制造大国来说,研究制造行业 ERP 的应用情况对于研究我国整个管理软件市场的具体发展具有非常重要的意义。

图表 3: 2007 年中国 ERP 软件行业结构图



二、生产制造 ERP 市场研究的必要性

制造业与其它行业在实施 ERP 系统时侧重点最大的不同是在生产制造模块方面，计世资讯（CCW Research）在现阶段对生产制造 ERP 市场进行专项研究主要基于以下两个原因：

制造型企业对生产制造管理越来越重视

从用户需求角度来看，中国制造企业大约有 135 万家左右。其中，大型企业大约有 2000 家，中型企业有 3.4 万家，小型企业共有 131 万户，制造行业是 ERP 的主要需求领域。

中国制造业存在几个主要的特征是：第一是劳动生产率比较低；第二是产品以低端为主，附加价值不高；第三是产业结构不合理。近两年国内制造型企业又面临新的考验，主要原因是国际竞争压力在不断增加，近两年原材料价格不断上涨，人民币不断升值，导致企业的生存环境不断恶化，如何有效的控制成本，增加产品的附加值已成为当务之急。尤其是越来越多的中小型制造企业把实施 ERP 系统作为有效改善以上问题的主要手段，因此它们对 ERP 系统越来越重视，尤其是其中的生产制造环节。

从前几年的 ERP 市场应用来看，多数制造型企业在 ERP 厂商的主导下首先应用了财务和进销存等管理模块，然而随着 ERP 应用的逐步成熟，制造企业不仅需要运用 ERP 对财务、采购、销售等环节进行信息化管理，还需要对其他业务环节采用相应的手段，那么从目前和未来发展来看，企业更需要对哪个业务环节进行信息化管理呢？

计世资讯（CCW Research）对制造企业进行了深入研究，发现虽然企业在生产经营管理过程中面临的问题是多方面的，但解决不同环节难题的迫切程度存在很大差距。首先，不同的制造细分行业在生产流程、技术上存在很大的差异；其次在企业的整个业务流程中生产制造环节相对复杂。正是由于上述两点问题，企业用户需要在生产制造环节具备强有力的管理手段和管理能力，但是由于行业差异大、企业生产的个性化特点强等现实因素，目前市场现有的 ERP 产品从总体上看在满足用户需求上存在不足，不如其他模块产品。

生产制造模块成为 ERP 厂商提升系统价值的重要方向

从 ERP 提供商的角度来看，国内众多 ERP 厂商起源于财务软件，因此它们产品同质化严重，如何提升自己产品的价值是扩大市场份额，取得有利竞争地位的重要手段。前几年国内各行业对 ERP 的需求程度还不是很，尤其是企业在初始阶段只上几个模块，主要集中在财务、进销存等方面，随着企业信息化的深入，必然会提出更高的要求，而生产制造是制造企业的核心业务环节、是企业用户提出需求最集中的地方，这方面也是国内管理软件厂商的短板，因此国内的 ERP 提供商对生产制造模块也越来越关注。随着这几年 ERP 厂商的不断沉淀，在生产制造方面产品的成熟度正在不断提升，并且已有部分品牌的产品在这一领域开始获得了用户越来越广泛的认可，形成了相对的领先优势，这些都说明生产制造 ERP 市场将成为未来需求的主流细分领域。

因此，计世资讯（CCW Research）认为，ERP 的生产制造模块是用户目前和未来需求最迫切的产品，包含生产制造模块的 ERP 系统是制造企业未来几年的重要需求方向。正是基于上述背景，计世资讯（CCW Research）开展了中国生产制造 ERP 市场专项研究。

三、生产制造 ERP 市场定义

在介绍生产制造 ERP 市场之前，先介绍一下 ERP 市场的定义。

ERP 市场定义

虽然 ERP 在国内的发展已有十多年的历史，但对 ERP 的定义仍然没有一个统一的表述。最具代表性的定义有三种：

A. 信息产业部 ERP 系统规范中所述定义。在该规范中，ERP 系统的主要功能模块被定义为：库存、采购、营销、BOM、车间任务管理、工艺、MRP、成本、人力资源、质量管理、经营决策、总帐、自动分录、应收、应付、固定资产等功能模块。

B. Gartner 定义。Gartner 所定义的 ERP 系统主要包括三大功能模块：即财务管理、人力资源管理、生产制造管理。该公司将销售管理定义为 CRM 系统。

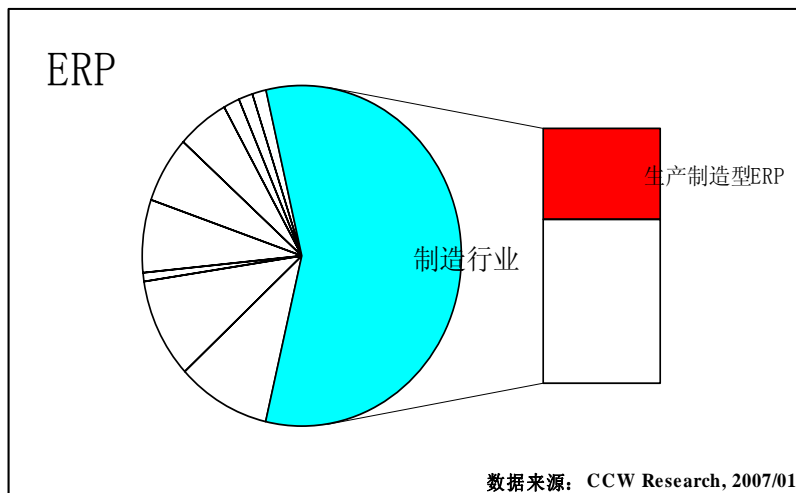
C. 计世资讯（CCW Research）定义。计世资讯（CCW Research）定义的 ERP 系统主要包括五大功能模块，即生产制造管理、物料管理、财务管理、销售与分销，以及人力资源管理（HR）。

计世资讯（CCW Research）所定义的 ERP 市场是指：用户在采购 ERP 系统时，包括五大主要功能模块中的两个或两个以上模块，该项目所产生的软件和服务支出，即视为 ERP 市场。

生产制造 ERP 市场定义

计世资讯（CCW Research）定义的生产制造 ERP 市场是指用户在购买 ERP 软件时包含了生产制造模块的细分市场。反之，称为非生产制造 ERP 市场。

图表 4： 中国生产制造 ERP 市场定义示意图



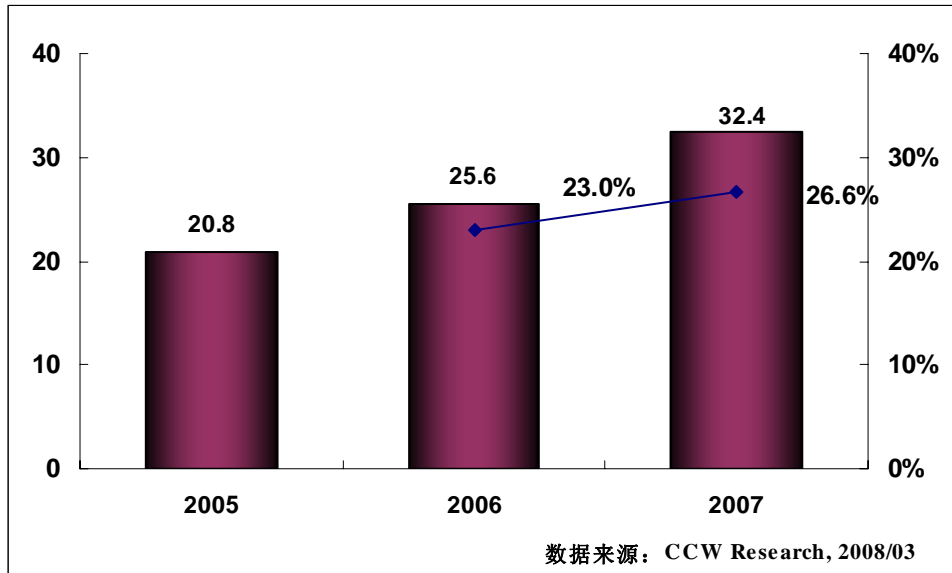
第二部分 生产制造 ERP 市场现状研究

第一章 中国生产制造 ERP 市场总体状况

一、市场总量分析

2007 年中国生产制造 ERP 市场规模达到 32.4 亿元，比 2006 年同比增长 26.6%，而上一年度的市场增长率是 23%，生产制造 ERP 市场处于加速上升的阶段。从 2007 年 ERP 整体市场情况来看，其整体增长幅度是 20.8%，生产制造 ERP 市场增速继续领跑于 ERP 总体市场。

图表 5： 中国生产制造 ERP 市场规模分析图（亿元）



二、市场发展状况和特征

1、管理应用系统的应用成熟促进生产制造 ERP 市场的增长

随着当前制造各行业中型企业正在逐步发展壮大、同时细分行业中的大型企业已经初步实现了 ERP 的普及应用，他们不仅采购了 ERP 中生产制造模块，而且已经开始或准备进一步投资 CRM、MES、BI、PDM 等扩展应用，这也刺激和推动着行业内的中型企业开始更多的投资建设 ERP 这一管理系统中的关键应用，而且由于对信息化工具可以有效降低成本共识的普遍达成，促进了生产制造 ERP 的快速增长。

2007 年在电子、汽车零配件、制药、机械等行业竞争日益激烈、成本压力非常明显、中小型企业普遍意识到进行信息化管理是降低成本、提高生产力的最直接、最有效的方法，因为行业内的大型企业部分已经都通过成功实施 ERP 等应用管理系统提升了企业竞争力，因此形成了不上 ERP、尤其是生产制造 ERP、不进行信息化，就会被行业竞争所淘汰的环境，因此中型企业应用 ERP 的意识明显提升，正在向普及应用的方向发展。

2、随着方法论的不断成熟，各生产制造 ERP 厂商实施周期比前几年有所缩短

在前几年，一般企业在实施 ERP 系统时，大约花费半年到 1 年半时间，而随着各管理软件厂商方法论的不断完善、产品日渐成熟、行业应用案例的增多，项目实施经验也有很大的提升，因此，企业在实施生产制造 ERP 系统时，实施周期在逐步缩短，目前大部分项目在中小型企业 3 个月内可以实施完成，大型或集团化制造企业在 9 个月时间内也可以完成。

3、本土生产制造 ERP 厂商与国际厂商的差距进一步缩小

从当前国内的生产制造 ERP 厂商在生产制造领域的整体表现情况来看，随着各管理软件厂商的不断耕耘，各自在它们的优势细分子行业有进一步的发展，生产制造部分的模块功能更加细腻，更贴近用户的实际需求。除了原先在该领域处于绝对优势的国际厂商 SAP、ORACLE 以外，国内以神州数码为代表的管理软件厂商在生产制造领域，无论是市场占有率、产品成熟度和品牌知名度都有很大提升，尤其中小型生产制造企业中这种情况更加明显，这也是由于中小生产制造企业的信息化建设费用较少所决定的，正在逐步的缩短同国外同类厂商的差距。

4、产品已能满足制造各细分行业要求，标准化产品分行业转向行业内的标准化、精细化趋势明显

前几年在一些离散制造行业，生产制造 ERP、或者说 ERP 中的主生产计划

或生产制造模块还存在这样那样的问题，对生产系统中的重要环节的管理或细分行业的差异化特点还不能很好的满足应用，而到了 2007 年，生产制造 ERP 产品已基本成熟，国内各主流品牌的产品都能够满足各细分行业的应用需求，这是产品成熟的一个重要的质的转变。2007 年对于厂商或产品最大的变化趋势在于行业化，如果说前几年制造业强调的是将 ERP 要结合不同细分行业领域实现不同的功能应用，要贴合细分行业的差异化特点，也就是所谓的标准化产品要注重分行业特征。而到了 2007 年，国内领先生产制造 ERP 软件提供商神州数码、用友、金蝶等明显感到用户已经需要在不同细分行业内提供相应的子行业标准化、精细化的产品和功能应用，这样突出的需求特点令国内厂商开始研发相应的子行业标准化应用，并尝试在产品行业版本中固定下来。应该说这是行业细分应用的必然趋势。

5、软件与服务结构进一步调整

2005 年以前，对于国内生产制造 ERP 软件提供商的系统实施上线，前期咨询、实施费用高于软件产品价格本身是不可能的，在一个项目中服务费用高于软件费用，只有 SAP、ORACLE 等国外提供商才可以做到，而 2007 年以后，在国内各管理软件厂商的生产制造 ERP 销售过程中已经出现这样的情况，尤其主流国内厂商遇到的个案则更多，这说明随着用户应用的成熟，制造行业应用生产制造性 ERP 的软件、服务支出比例结构正在得到进一步优化，可以说这也是 2007 年生产制造性 ERP 应用从量变到质变的另一突出特点。

6、实施能力满足用户要求仍有欠缺

主要是实施人员的能力存在欠缺，实施工程师通常对于自己的产品都非常熟悉，但是对于行业的具体业务特点、对于管理都存在知识、经验的欠缺，这造成在进行生产制造 ERP 的实施时会遭到用户的抱怨，尤其是针对那些较大型的企业、或对 IT 应用有较多经验的用户。在这方面国内品牌的实施人员队伍与国外品牌的还有较大差距，但是本土品牌的本地化服务能力还是具有一定优势。这对用户的满意度会有重要影响，而且随着项目用户数量的增多、知名度的提升，这一问题将显得日益重要。

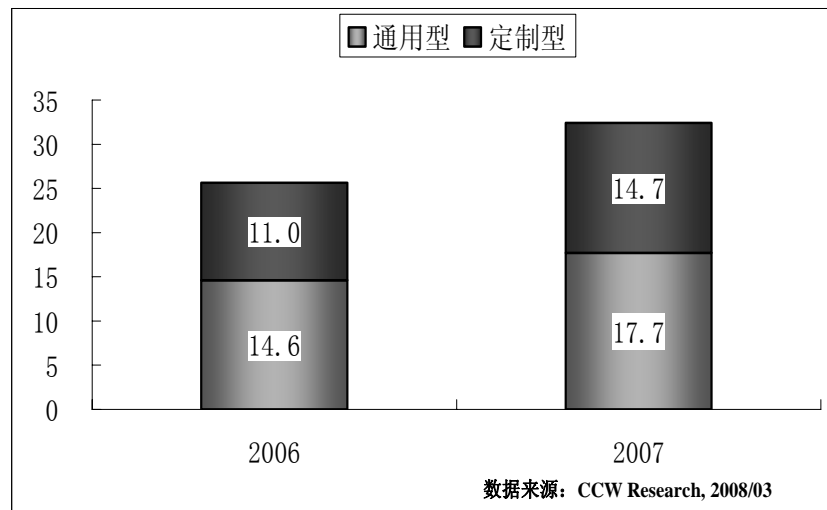
7、中西部生产造型企业的需求增长特征明显

管理软件的发展和自身的发展有非常高的黏合度，由于这两年沿海地区的厂商受人力、土地等成本的制约，正在向中部地区迁移，同时，内地城市也涌现出许多新兴的中小型制造企业、乡镇企业等，因此，中西部地区的生产造型企业需求趋势增长明显。

三、产品结构分析

2007 年中国生产制造 ERP 市场规模达到 32.4 亿元，其中通用型产品份额为 54.6%，达 17.7 亿元，定制型产品份额 45.4%，为 14.7 亿元。目前通用型产品市场规模仅略高于定制型产品市场，这说明厂商的通用产品还不能全面满足用户的需求，虽然厂商的通用产品在不断的积累行业经验，但是许多用户在日益增长的市场竞争面前，其需求正朝着进一步深入细化发展，生产制造 ERP 产品有待进一步成熟、完善。

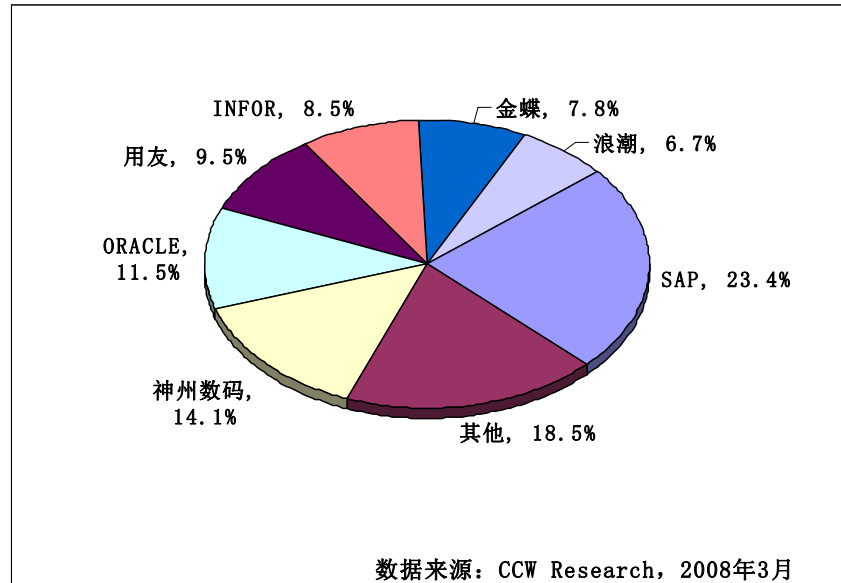
图表 6：中国生产制造 ERP 市场产品结构分析图



四、品牌结构分析

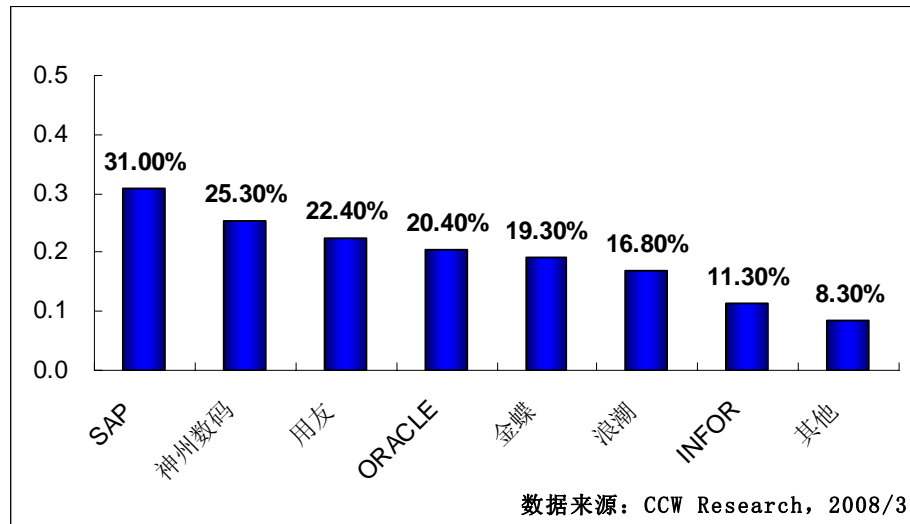
2007 年中国生产制造 ERP 通用型产品市场规模为 17.7 亿元，参与该市场竞争的厂商包括 SAP、ORACLE、infor 等国际厂商、也有神州数码、用友、金蝶、浪潮等国内厂商。在所有品牌中，排在前三名的品牌分别是 SAP、神州数码和 Oracle，他们的市场占有率分别为 23.4%、14.1%、11.5%。在国内品牌中，排在前三位的分别是：神州数码、用友和金蝶。

图表 7：2007 年中国生产制造 ERP 市场占有率分析图



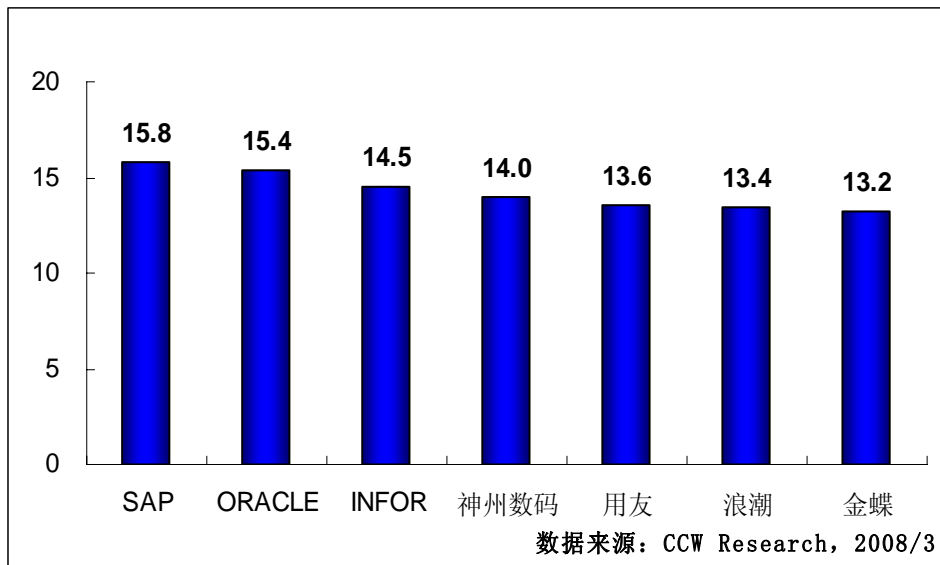
从国内生产制造 ERP 品牌知名度调研情况显示，在国内本土厂商中，神州数码、用友、金蝶、占有领先优势，国外厂商中 SAP、ORACLE 处于领先，国内厂商在中小企业中的品牌认知度明显拥有优势，国外品牌主要覆盖大型企业。

图表 8：中国生产制造 ERP 品牌知名度分析图



针对产品成熟度的研究，我们从以下几个维度进行分析：首先是产品功能模块的覆盖度，其次是产品功能的深度，第三是技术架构的灵活性，第四是稳定性。综合以上四个方面进行分析，计世资讯认为，SAP、ORACLE 等国际品牌依然处于市场的领先地位，但是国内厂商的产品成熟度与国际品牌的差距正不断的缩小，尤其是神州数码的产品成熟度，依靠其 20 多年的发展历史和专注于制造领域，在国内本土厂商中处于领先水平。

图表 9：中国生产制造 ERP 产品成熟度分析图



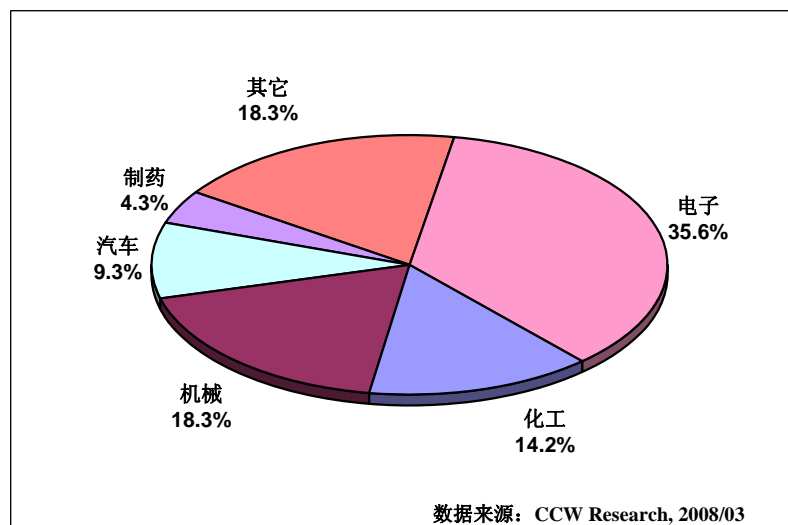
五、行业结构分析

从各子行业信息化建设情况来看，电子、化工、机械和汽车的需求比较旺盛，尤其是电子行业，由于企业数量巨大，信息化水平较高，占到整个行业 35.6% 的市场份额。

汽车行业整个信息化水平也比较高，但由于汽车行业进入门槛比较高，因此它的数量要小于其它的子行业。

随着国内机械行业朝从精细化管理纵深发展，行业对信息化的需求也比较旺盛。

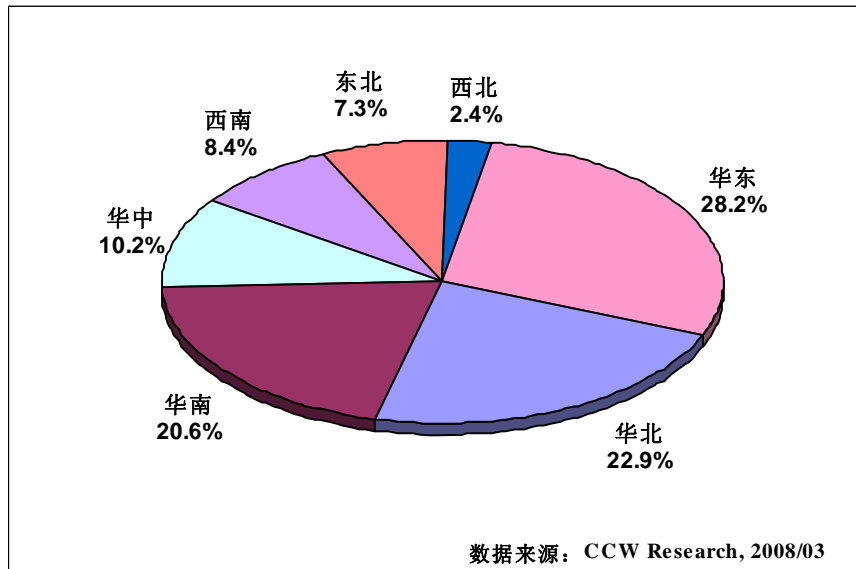
图表 10：2007 年中国生产制造 ERP 市场行业结构分析图



六、区域结构分析

ERP 的需求主要集中于东部地区，生产制造 ERP 市场更是以华北、华东、华南等大中型企业密集的地区为主。相比较而言，华东地区长三角的市场增长最为旺盛，市场份额达到 28.2%。

图表 11：2007 年中国生产制造 ERP 市场销售份额分析图



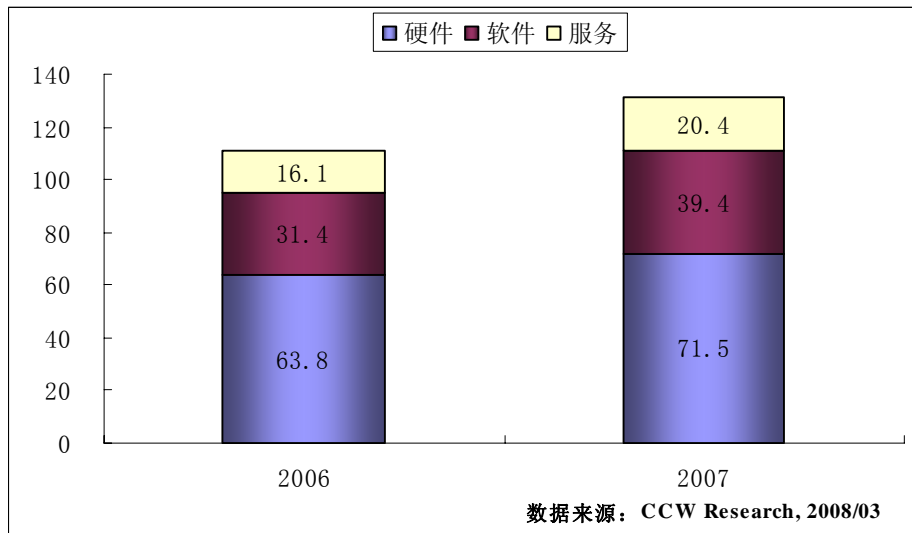
第二章 2007 年生产制造 ERP 市场特点

一、用户需求分析

2007 年生产制造 ERP 用户的 IT 投资总额为 131.2 亿元，比 2006 年增长 17.9%。

其中，硬件产品为 71.5 亿元，比 2006 年增长 11.9%。占总投资的 54.4%；软件投资额度为 39.4 亿元，占总投资的 30.0%，增长速度为 25.7%。服务的增长率为 26.3%，投资规模达到了 20.4 亿元。具体情况见下图。

图表 12：中国生产制造 ERP 用户 IT 投资规模及结构（亿元）



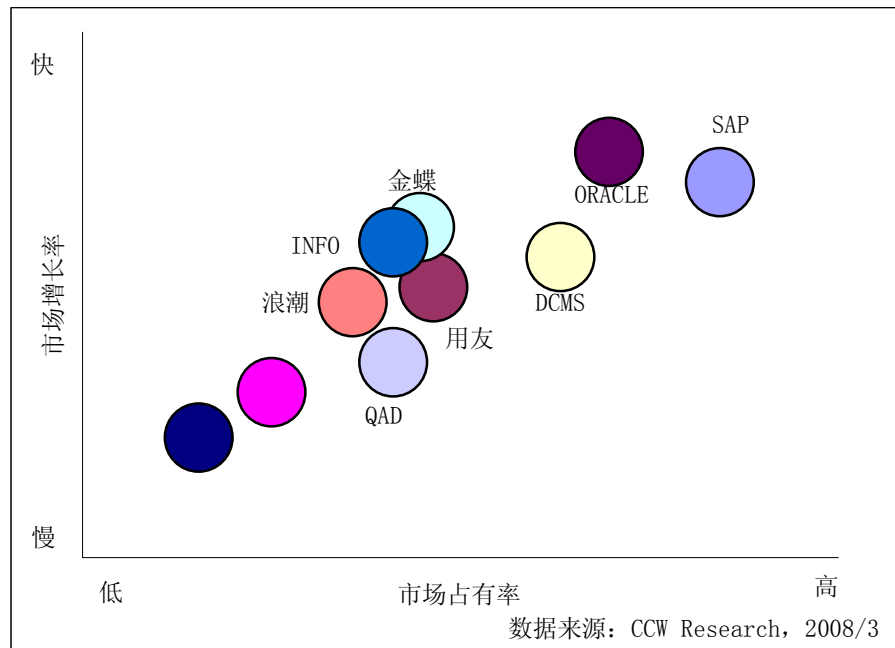
在研究中，计世资讯（CCW Research）为进行比较分析，对生产制造 ERP 用户的需求进行相同角度的调研分析，研究重点在于了解用户当前可用 ERP 来解决的管理难点和需求重点。研究结果变化不大，结果显示制造行业企业运营管理中最大的难点在于生产制造环节，接近 40% 的企业认为此环节需要并且可以利用 ERP 进一步优化。其次是费用成本管理、采购供应管理和营销渠道管理次之。

二、竞争格局

前文我们已经进行了分析，在生产制造型 ERP 的通用产品市场中，从所有品牌的营业收入来看，排在前三名的品牌分别是 SAP、神州数码和 Oracle，在国内品牌中，排在前三位的分别是：神州数码、用友和金蝶。从产品成熟度来看，我们发现，SAP、ORACLE 等国际品牌依然处于市场的领先地位，但是国内厂商的产品成熟度与国际品牌的差距正不断的缩小，尤其是神州数码的产品成熟度，依靠其对生产制造 ERP 的专注，在国内本土厂商中处于领先水平。从增长率来分析，由于 SAP、ORACLE 被认可程度高、实施能力强，项目单价贵，因此总体增长水平居前，而国内厂商中金蝶的增势最猛、神州数码增幅也较大。

从以上几个竞争维度来分析，计世资讯认为在生产制造 ERP 领域 SAP、ORACLE 依然保持领先优势，但国内厂商与其的差距正在快速缩小。在国内厂商中神州数码在该领域表现最为突出，而金蝶、用友正在逐年加大对生产制造 ERP 这一细分产品市场的投入力度，也呈现明显增长态势。

图表 13：国内生产制造 ERP 厂商竞争格局



三、产品和技术

国内生产制造 ERP 产品将呈现以下几个特征：

随着 ERP 应用、乃至生产制造 ERP 应用的逐渐成熟，企业在采购关注因素中参考技术层面的权重在降低，企业越来越看重不同品牌产品成功应用的客户数量、产品和实施中积淀的管理经验、技术成熟所带来的产品稳定性、以及人才供应等，上述这些已经成为部分企业、尤其是 IT 应用相对成熟的大中型企业选型时所看重的要点。

当然，也有部分企业在选型时仍然受到厂商概念炒做的影响。一方面这是部分厂商所制定的差异化优势和既定的产品推广策略，另一方面 IT 系统应用永远无法脱离技术创新、以及技术发展对应用所带来的影响。所以结合正反两方面进行综合分析，计世资讯认为在技术推动的前提下，实际应用正在成为用户选型中权重占比迅速增加的关键衡量因素。

以下再从产品技术层面谈两点市场的发展及竞争特点：

1、基于 J2EE 和 .net 平台的软件之间竞争会更加激烈

目前国内生产制造 ERP 厂商的产品主要是基于当前两大主流开发平台 J2EE 和 .net 所开发的产品。通常大多数情况，ERP 厂商对于其高端市场所提供的产品是基于 J2EE 平台开发，而针对中低端市场的产品则是基于 .net 平台，但是也不完全如此，如：浪潮通软的产品全部是基于 .net 的平台之上进行开发，而用友即将推出 U9 产品也是基于 .NET 开发，但用友把它定位为面向高端市场，这两种架构各有利弊，所以很难完全从其所采用的研发平台来断定该产品适应什么样的企业。

2、厂商针对不同规模企业的 ERP 软件分工越来越明确

从国内生产制造 ERP 厂商的产品来看，针对不同规模的企业产品分工也更加清晰，产品本身在研发时也非常有针对性，如支持不同的网络架构、不同的并发用户数、跨地域的应用等等，以下是各厂商针对不同企业规模的产品

Oracle 应用系统 11i 版本是真正完全基于互联网 INTERNET 架构，并且采用开放的 JAVA 语言和技术标准进行编写的应用软件，这种技术的开放性，使 Oracle 应用系统 11i 版本有越来越强的生命力（开放的标准意味着应用系统软件不受硬件平台，不受企业规模大小，不受地域限制等因数的影响），而 SAP 软件的主体部分还是完全用其私有的 ABAP 语言编写的，学习和使用都很困难且与 INTERNET 或网络应用 WEB 技术不兼容（JAVA 目前已经成为全球 INTERNET 应用系统的应用开发标准，而懂 ABAP 语言的开发人员非常少），虽然 SAP 也

在试图转向 JAVA 标准,但由于其目前的系统过于复杂和庞大,完全的转型几乎不可能。非 INTERNET 结构上的应用系统,基本是基于客户/服务器(C/S)的结构,这在现在的 INTERNET 时代,是已经过时或被淘汰的技术,它将限制应用系统的规模和并发用户数,也不可能用于全球一体化的管理系统 - 即跨国或跨地区的大型企业将不可能应用一个数据库的管理系统,这将给这些选用该 C/S 系统的企业带来巨大的系统投资费用和系统维护成本,也使企业不可能在今后发展时,继续使用已投入的信息系统,即在原系统上增加新功能/系统的逐步实现企业信息化的设想成为不可能。

四、服务和渠道

就服务方面,前文已经阐述,2007 年有两大特点,一是用户对服务的投资需求意识经进一步提升、国产软件提供商的售前咨询和 IT 规划服务被认可度提高。但实施能力存在欠缺、不能满足用户要求。

以前对于国内生产制造 ERP 软件提供商的系统实施上线,前期咨询、实施费用高于软件产品价格本身是不可能的,在一个项目中服务费用高于软件费用,用户只有向 SAP、ORACLE 等国外提供商才会支付这样的价格,2007 年在国内厂商的生产制造 ERP 营销中已经出现这样的情况,而且在各主流国内厂商中已不少见。

实施工程师通常对于自己的产品都非常熟悉,但是对于行业的具体业务特点、对于管理都存在知识、经验的欠缺,这造成在进行生产制造 ERP 的实施时会遭到用户的抱怨,尤其是针对那些较大型的企业、或对 IT 应用有较多经验的用户。在这方面国内品牌的实施人员队伍与国外品牌的还有较大差距,这对用户的满意度会有重要影响,而且随着项目用户数量的增多、知名度的提升,这一问题将显得日益重要。

在渠道方面，总结了各主要品牌厂商的渠道模式。

图表 14：当前国内主流生产制造 ERP 厂商营销模式

		高端市场	中端市场	低端市场
国外 厂商	SAP	分销		分销+SaaS
	ORACLE	分销		分销
	INFOR	直销分销相结合		
国内 厂商	用友	直销为主	直销分销各一半	分销
	金蝶	直销	直销分销相结合	分销+SaaS
	神州数码	直销	直销	分销+SaaS
	浪潮	直销为主	分销为主	分销

结合上表，进行综合性的渠道与服务竞争分析，计世资讯认为在厂商的典型优势中值得提出的包括：SAP 形成了包括众多咨询公司在内的完善的生态系统；用友、金蝶渠道广、覆盖全国；神州数码咨询顾问团队优秀、在国内品牌中较为突出；INFOR、QAD、浪潮在优势的细分子行业拥有很高的用户认可度和渠道合作伙伴的粘合度；而在突出的弱点方面反映出：国外厂商普遍服务渠道和服务人员不足、甚至影响用户满意度；国内厂商要么渠道覆盖面窄、要么渠道广而服务压力太大；在未来发展的机会分析上计世资讯强调：以金蝶、神州数码为首的对于 SAAS 模式的尝试将是重要的创新和领先；而 SAP、ORACLE 开始搭建业务基础平台的渠道架构将为未来竞争奠定强大基础。

第三章 生产制造 ERP 市场专题研究

一、高端市场需求研究

1、高端市场管理软件特征

计世资讯（CCW Research）研究认为，高端管理软件是为解决用户复杂需求的管理软件。高端管理软件是管理软件中的明珠，它不仅能帮助用户解决业务管理的问题，还能帮助用户解决企业运营管理的问题，能帮助用户实现客户经营模式的转变，为企业的可持续发展提供支撑。符合以下三个特点的管理软件，都可以归属为高端管理软件：

图表 15：高端管理软件与中低端管理软件的区别

	高端管理软件	中低端管理软件
功能完整性	覆盖人、财、物、产、供、销等企业经营管理的各个方面，甚至考虑到了供应链管理、客户关系管理等外部环节；实现“物流、资金流、信息流”的三流合一。	只是涉及企业管理的某一方面。
功能深度性	融合了先进管理思想；能适应多组织、多业务、全球化等各种经营管理模式，适应多语言、多币种、多会计制度；具有行业功能特性；可以为管理决策提供更多支撑。	适合单一经营管理模式，无法满足复杂的管理需求；更多的是自动化工具。
技术架构	采用弹性架构，具有很强的灵活性和可扩展性；能支持到万级的大并发量，TB 级的海量数据；具有完善的二次开发平台，统一规范的接口标准，以及友好的人机界面。	架构较为僵硬，灵活性和可扩展性差；无法支持大并发量，以及海量数据。
服务体系	要有成熟的方法论支持；实施与应用往往比较复杂，必须由具备丰富的管理经验、行业经验，具有很强的咨询与实施项目管理经验的专业人员来负责。	实施与应用相对简单。

功能完整且深入。一般而言，高端管理软件功能的完整性表现为，她能覆盖企业管理的各个方面，能实现“资金流、信息流和物流”三流合一，且能完成三流流转的闭环；其功能的深度性表现为，高端管理软件往往融合了 JIT、6 西格玛、先进制造管理等先进的管理思想和管理模式，能适应企业的各种管理方式。另一方面，高端管理软件往往具有行业特性，对于不同的行业，会有适应该行业的特定功能；

技术架构具有弹性且灵活。高端管理软件的架构具有较好的弹性，能灵活配置和自主扩展，她最高能支持到万级的大并发量，TB 级的海量数据。同时，高端管理软件都具有完善的二次开发平台，统一规范的接口标准，以及友好的人

机界面；

带有完善的服务体系。高端管理软件的实施与应用往往比较复杂，她的实施与应用要求提供商必须具备丰富的管理经验、行业经验，具有很强的咨询与实施项目管理能力。尤为重要的是，高端管理软件的实施要有成熟的方法论支持，否则很难在组织中得到成功的应用。

当前，中国经济快速稳定发展，企业管理水平也在迅速提升，全球化与信息化成为社会认同的两大趋势。应用管理软件提高企业管理水平，提升企业核心竞争力成为各界的共识。正因为如此，很多企业都有购买与实施管理软件的需求，管理软件也因此在我国迎来了最好的发展时期。计世资讯（CCW Research）预计，2012 年中国管理软件市场将达 548 亿元，复合增长率为 17%。更进一步，和两三年前不同的是，现在用户的需求呈现出多样性的特点：不同行业的企业有不同的需求，同一行业不同的企业也有不同的需求。与之相对应的，一个个不一样的需求形成了一个细分的管理软件市场。计世资讯（CCW Research）认为，细分是当前管理软件发展的重要趋势，而针对解决用户复杂需求的高端管理软件将是未来五至十年最重要的细分方向。可以说，在当前的生态环境下，高端管理软件面临着一个前所未有的发展机遇。

2. 高端市场用户需求

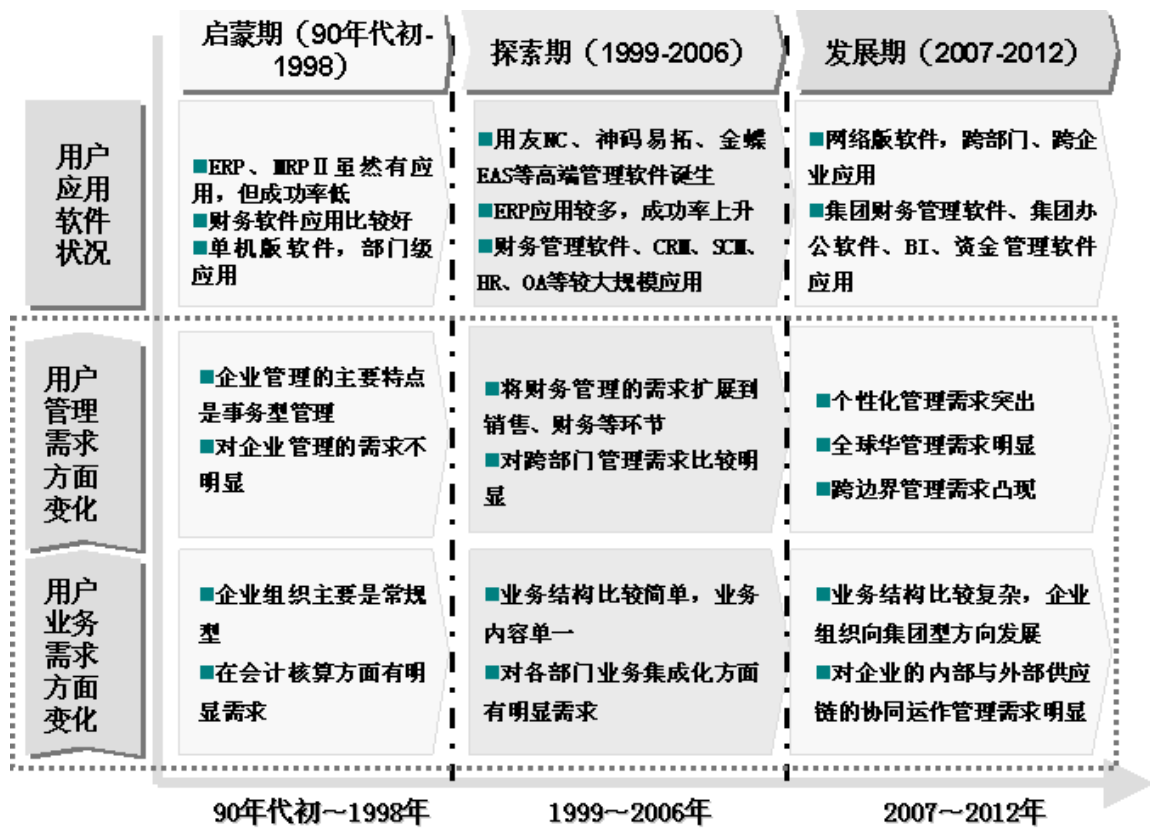
1) 生产制造环节的应用需求显著增长

前几年 ERP 市场应用的普遍状况是，多数制造型企业在 ERP 厂商的主导下首先应用了财务和进销存等管理模块，然而随着 ERP 应用的逐步成熟，制造企业不仅需要运用 ERP 对财务、采购、销售等环节进行信息化管理，对生产制造模块的需求越来越强烈，尤其在高端企业用户这一细分市场，用户随着其他系统应用的逐步完善、ERP 各分支模块通过前期实施、磨合后积累较多经验，开始发挥其 IT 管理的效力之后，对生产制造这一核心环节的需求就显得尤为强烈。生产制造作为制造企业的核心业务环节、是企业用户、尤其高端用户提出需求最集中的地方，前几年在这方面是国内管理软件厂商的短板，针对不同细分行业更是存在产品技术层面的不足，但近两年国内的 ERP 提供商对生产制造模块加大投入、积极研发、结合行业典型企业的应用摸索知识经验，更有典型的国内 ERP 提供商专门主打这一细分产品市场，这就从供给方面满足了快速增长的高端用户的需求。随着这几年 ERP 厂商的不断沉淀，在生产制造方面产品的成熟度正在不断提升，并且已有部分品牌的产品在这一领域开始获得了用户越来越广泛的认可，在供需的双向刺激下，高端市场针对生产制造 ERP 的需求趋势正在快速发展起来，形成了未来需求的主流细分领域。

2) 不同时期高端管理软件用户需求特点

随着用户自身的不断成长发展，从启蒙期、探索期到发展期，用户对软件的需求不断发生变化，不同时期的用户需求特征是不一样的,相应的软件应用层次逐步深入。部分用户的需求由简单的业务层面需求上升到复杂的管理层面需求，用户对管理软件的需求从模糊状态走向清晰明朗化，最终趋于理性，软件应用从部门级的单机版软件应用到网络版软件的全面应用，从中低端管理软件的应用到高端管理软件的应用。

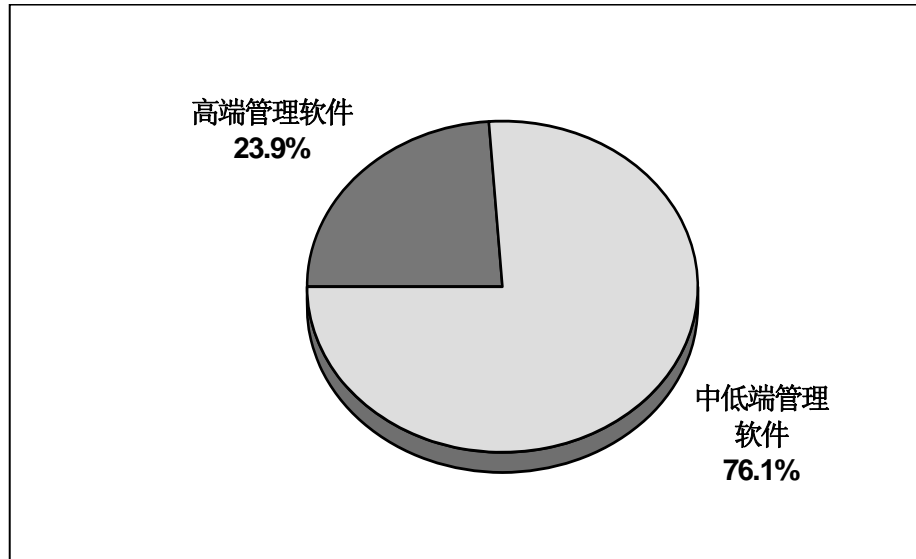
图表 16: 不同时代用户需求变化发展与软件应用状况



3) .2007 年中国高端管理软件市场份额超过 20%

根据计世资讯对中国管理软件市场的调查显示：2007 年中国管理软件市场中，高端管理软件占据 23.9% 的市场比例。目前随着网络化、数据大集中趋势的发展，用户需要管理软件具有可扩展性、一致性、实用性、可比性，而中低端管理软件无法满足这种需要，因此用户对高端 ERP、财务管理等高端管理软件的需求旺盛。

图表 17：2007 年中国高端管理软件市场份额



4) .高端管理软件的主要应用对象为大型集团用户与行业用户

目前集团型企业在经营管理中的最大痛点是集中管理难度大，企业效率低。在发展过程中迫切需要建立一种集中管理体制，优化内外协同机制，发挥资产和规模优势。而高端管理软件能够满足集团型企业的管理需求，能够为用户建立集中的管理模式，支持集团化运作，并且能够提供内部和外部的协同商业模式。

高端管理软件主要面向高端用户，高端用户主要包括大型集团用户与行业用户，大型集团用户一般规模比较大，组织比较复杂，跨地区经营(有的是跨国家)，跨行业运作，国产高端管理软件大型集团企业用户中占比重（按用户数量）最大的是国有企业，其次是民营企业 and 外资企业。

高端管理软件产品应该不只是某一个行业的，是能够适应多行业的。高端管理软件行业用户主要分布于制造、金融、电信、烟草、能源行业等，高端管理软件产品竞争力的提高在一定程度上取决于其行业应用的广度和深度。目前国内高端管理软件龙头厂商通过自行开发和生态链合作模式，在标准化产品的基础上提高行业插件形式，形成多种“标准化行业解决方案”，行业解决方案可以为用户带来紧贴行业特点，满足行业用户个性需求的价值。行业解决方案可以面向更大范围的行业用户，这将推动高端管理软件在行业领域进一步普及，

高端管理软件的行业应用领域由此不断拓宽，目前高端管理软件的应用行业已经由先期的制造、电信等行业扩展到建筑及房地产、广电传媒及文化产业等。

5) .现阶段部分集团与行业用户已进入深化应用阶段

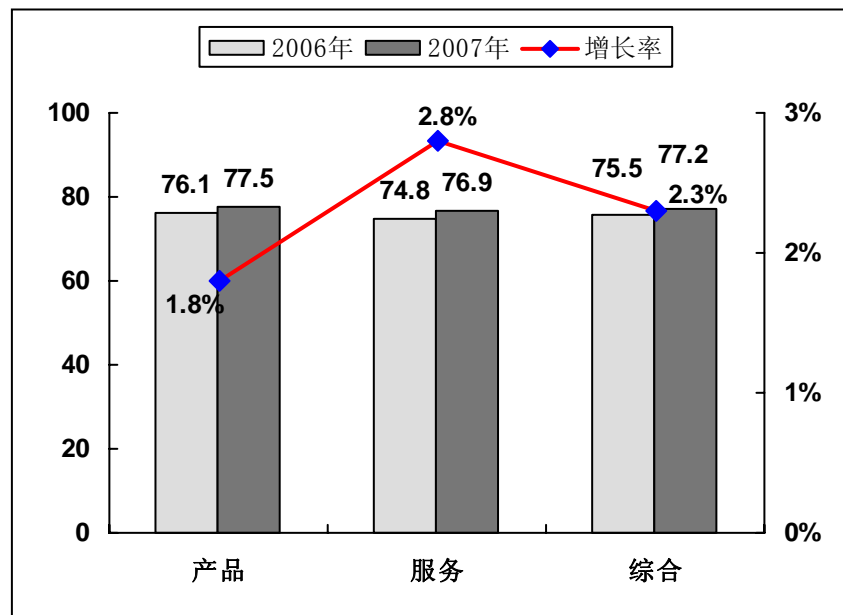
目前在用户应用需求方面，用户更需要一体化解决方案及能提供关键应用的行业解决方案，高端管理软件的应用已经从单一的部门级应用步入到差异化和行业化的深化应用阶段，从初期的财务软件和人力资源软件发展到集团财务软件和 BI 等。部分集团与行业用户已进入深化应用阶段，在集团与行业用户中一部分信息化基础积累比较深厚的企业，已开始进入应用集成的全面应用阶段，这对高端管理软件厂商提出了平台化技术为基础的应用集成专业服务的需求。

6) .高端管理软件的用户服务满意度增长最快

根据计世资讯(CCW Research)“2007 年用户满意度调查”的结果分析，2007 年与 2006 年相比，高端管理软件用户的产品、服务、综合满意度均有一定程度的提高（满意度分值中 100 分为最高），尤其是服务满意度，增长最快。

目前软件厂商的竞争策略由产品经营向用户经营转变，在软件产品已经比较成熟的前提下，用户经营的策略使销售和交付更加精细化，有利于提高用户服务满意度。软件厂商根据高端用户的个性化需求设计出完善的解决方案，在制造业高端 ERP 方面，神州数码易拓 ERP、用友的 NC 和金蝶的 EAS，在技术的先进性、服务实施以及对业务能力的适应都取得了用户的高度认可。另外国产品牌厂商能够为用户提供一对一的贴身服务，从而满足用户的个性化、定制化需求，用户满意度不断提高，如神州数码易拓 ERP、用友 NC 的管理思想和管理模式的先进性与实用程度已经得到了用户广泛的认可。

图表 18：2006-2007 年中国高端管理软件市场用户满意度分值及增长



2、生态系统

1) .高端管理软件生态系统经历四阶段的发展已初步形成

中国的高端管理软件经过 10 多年的发展历程，目前已经进入发展阶段。而高端管理软件生态系统伴随着软件产业的发展，经过 10 多年的演化和升级，已经初步完整。

图表 19：高端管理软件生态系统发展过程及特点

高端管理软件发展阶段	启蒙期	探索期	发展期	成熟期
高端管理软件生态系统	<ul style="list-style-type: none"> ■ 用户群体规模小 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 用户群体规模开始增加 ■ 用户需求逐步明显 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 用户在生态系统中的角色和定位已经基本明确 ■ 用户自身不断成长完善 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 生态系统角色功能更强大 ■ 生态系统进一步演化，产业链进一步细分 ■ 生态系统内部规则更清晰合理
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内没有出现专业的第三方合作伙伴 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 开始出现专业的咨询实施合作伙伴 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 战略合作伙伴、技术合作伙伴、教育培训合作伙伴进入生态系统 ■ 咨询、实施合作伙伴开始成熟 	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 以国外厂商为主，国内厂商还没有出现 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内高端管理软件厂商开始进入市场 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内外厂商并存 ■ 国内厂商结合本土优势缩小与国外厂商差距 	
生态系统特点	生态系统还不完整	生态系统初具雏形	生态系统初步完整	生态系统进一步演化

我们将高端管理软件生态系统的发展过程与高端管理软件的发展过程划分为 4 个阶段，即启蒙期、探索期、发展期和成熟期。在高端管理软件发展的启蒙阶段，生态系统只是一个将要发育的胚胎，没有清晰的轮廓和显著的特征。在高端管理软件经历了将近 10 年的发展之后，高端管理软件进入探索期，生态系统也逐渐初具雏形。到了发展阶段，生态系统的轮廓已经相对清晰，其内部角色的功能和定位明确，对未来生态系统的发展方向也有较明晰的判断，至此高端管理软件的生态系统已初步形成。

2) .高端管理软件生态系统角色基本健全

在高端管理软件的启蒙期，厂商与用户构成了最为原始的生态系统，产品的交付和服务存在众多问题。高端管理软件实施成功的案例凤毛麟角。这个阶段，生态系统中一些关键的角色还不完善。

在高端管理软件的探索期，生态系统中出现了 3 个较大的变化。其一，用户的需求更加明显，用户自身更加成熟；其二，出现了专业的合作伙伴；其三，国内高端管理软件厂商进入高端管理市场。这 3 大变化给生态系统注入了新的

活力，系统内部的相互作用相互影响提高了生态系统各角色的竞争力和价值。在高端管理软件的探索期，用户有了更多的选择，而且用户的需求更加理性，厂商的产品成熟度更高，加上合作伙伴的支持，产品的交付得到了支持，因此，高端管理软件经过探索期的发展生态系统已初具雏形。

3) .高端管理软件生态系统规则已经成熟，逐步形成商业模式

在高端管理软件的启蒙期，由于生态系统比较简单，各角色之间的关系也非常单一。到了高端管理软件的探索期，生态系统角色越来越多，生态系统内部关系越来越复杂，商业模式也在不断的摸索之中。到了高端管理软件的发展期，生态系统在内部外部环境的影响下，有了进一步演化。具体表现在第三方合作伙伴的细分，即产业价值链的进一步细化。这个阶段，高端管理软件厂商的重点任务主要集中的产品的研发和营销，而产品的售前服务、运维服务、咨询实施服务、教育培训服务均出现了相应的合作伙伴来提供支持。这是产业链成熟的标志之一，也是生态系统初步完善的标志。

整体来看，目前的高端管理软件生态系统的角色已经健全，生态系统内部的规则已经基本形成。对用户而言，在生态系统经过不断的演化和升级之后，之前生态系统内部缺失的角色得到不断补充，生态系统的基本功能得到进一步完善，使得用户可以享受到更高质量更高附加价值的产品和服务。同时，生态系统内部多种角色的关系也随之发生变化，厂商和用户直接交付的模式有了新的补充，咨询和实施的关系有了更深层次的含义。当内部的规则通过多年的演化和磨合之后，从一开始的杂乱无章到现在的有序进行，表示生态系统本身已经基本完善，为满足用户更复杂更高层次的需求提供了支持和保障。

缺乏高端管理软件的特征，如实践用户？产生路径？价格模式方面？

3、竞争格局

大部分行业中的企业，相互之间的利益都是紧密联系在一起，作为企业整体战略一部分的各企业竞争战略，其目标都在于使得自己的企业获得相对于竞争对手的优势，所以，在实施中就必然会产生冲突与对抗现象，这些冲突与对抗就构成了现有企业之间的竞争。在高端管理软件市场中，来自国外高厂商的竞争威胁显而易见，SAP、Oracle、Microsoft 等世界巨头通过兼并收购管理软件细分行业中的领袖级厂商，不断提高其产品性能、扩充自身的实力，扩大影响力及行业覆盖面。通过合作伙伴，多渠道抢夺国内市场份额，巩固品牌优势，占领行业制高点，这对国内厂商而言无疑构成了巨大的压力。

国外厂商在很长一段时间仍然是高端管理软件市场的领跑者

计世资讯 (CCW Research) 认为, 以 SAP、ORACLE 为代表的国外厂商仍然是我国高端管理软件市场的领跑者, 不论从规模、技术、经验、管理、品牌影响力以及社会认可度来讲, 他们都具有一定的优势, 一方面其自身的实力得到了业界公认, 另一方面在中国通过合作伙伴广泛的开拓市场使得其市场占有率和市场增长率都达到了很高的水平。

国内厂商经过市场的考验, 将持续快速增长

同时, 计世资讯 (CCW Research) 也认为, 就 IT 技术和实施能力而言, 本土厂商并不落后于国外 ERP 厂商, 甚至在操作性、本土化等方面要优于国外产品。然而在高质量 ERP 产品所必需的高质量管理、高稳定性、高可靠性方面, 在管理知识和最佳实践方面, 在高端产品的业务合作和市场推广方面, 国内厂商与之相比还有一定的差距。但国内厂商更了解中国的政策环境和市场状况, 针对市场和政策变化快速应变的能力更强, 在产品的价格、灵活性、操作性、二次开发能力上有独到的优势, 实施难度较小, 随着产品性能的提高、管理经验的积累以及品牌影响力和认可度的提高, 国内产品销售量的将会以较快速度增长, 市场占有率将会逐步提高, 规模也将继续扩大, 进入一个高速增长阶段。

在国内厂商中值得关注的是神州数码, 其是目前唯一一只专注并主打生产制造 ERP 这一细分市场的 ERP 提供商, 并且保持了高于市场平均增长速度的快速发展, 这既说明神州数码的细分市场战略的成功, 也说明在高端用户市场和生产制造 ERP 市场神州数码已经取得了一定的竞争优势。前几年, 由于各制造细分行业、尤其是离散制造的生产制造环节相对复杂, 很多国产品牌 ERP 无法满足应用, 随着以神州数码为代表的国内厂商对不同行业业务的深化理解、积极投入生产制造模块的研发、在各行业企业的应用中大量积累案例经验, 使得产品、尤其是生产制造模块快速成熟起来, 而且目前以神州数码 ERP 为首的国产 ERP 已能满足制造、流通各主要细分行业的差异化需求特点, 这是国内品牌与国外品牌竞争中非常关键的进步。以神州数码作为典型代表, 计世资讯综合分析, 认为在高端市场其具备如下一些优点: 一、生产制造 ERP 产品已在关键的生产制造模块方面能够满足各细分行业的差异化需求, 形成了与国外先进品牌的竞争力, 在产品成熟度方面获得了用户的认可。二、产品功能实用、性能稳定, 综合性价比较高, 同时贴近用户需求, 获得了用户较高的认可, 这些都成为用户选型时的主要偏好因素, 在实施应用后获得较好的品牌忠诚度。三、用户数量规模大, 各类典型应用案例丰富, 在高端市场用户比较看重同规模企业的示范效应, 而且有一定的品牌趋同性, 神州数码在这方面也已经拥有了很多资源。相信随着市场需求层次的提升, 以神州数码为首的同类国内厂商将会获得更快发展。

二、延伸产品需求研究

1、SCM 软件市场

2007 年 SCM 管理软件市场规模达到了 21 亿人民币，增长比例为 20.3%。其中通用型软件的应用比例为 37.49%。这一市场应用结构与 ERP 软件导入市场初期比较接近。

目前来看，供应链和物流管理软件市场还不是很成熟，主要表现在：企业的销售和物流管理模式的不断变化、用户的需求的不稳定、用户对供应链和物流管理软件的经验缺乏、软件供应商的经验积累时间短。

但是由于营销在企业的重要性较高以及降低成本的内在要求，企业更愿意在供应链和物流管理软件上投资。所以行业领先者对营销网络的精细化管理的要求，带来了供应链和物流管理软件市场的蓬勃发展。

从提供商方面分析，国外厂商如 SAP、Oracle、Infor 的 SCM 软件产品基本已经成熟、性能优越，功能齐全，大都包含了从采购、计划到执行、监控等功能全部具备，但是价格偏高。而在这块市场上的一些专业厂商，由于受到 ERP 厂商的不断挤压，正在逐渐没落下去，如 i2 等。相对而言，国内的 ERP 厂商的价格较低，是中小企业可以接受的，但是其中很多国内厂商只有 SCM 的部分模块，比如 DRP 分销系统，往往缺失了 SCM 系统的关键一环：APS（高级排程），但值得关注的是用友、金蝶、神州数码、金算盘等国内厂商，正在积极产品研发和学习之中。

2、CRM 软件市场

2007 年国内 CRM 市场保持稳步增长，其市场规模为 12.24 亿元，投资额度增长 23.1%。CRM 管理软件通用软件产品市场规模达到 4.43 亿人民币，增长率为 23.1%。

经过近三年的发展，中国的 CRM 软件市场开始全面恢复，增长率连年保持高位。2007 年我国 CRM 软件市场突出表现为三个特点：第一，Turbo、SAP、Oracle 等老牌软件供应商在 CRM 软件市场上继续领跑；第二，以 salesforce 和微软等国外厂商为代表的新兴 CRM 软件提供商开始向传统老牌厂商争夺市场份额。同时国内开始出现被业界普遍看好的一种新型软件模式——软件服务化（SaaS）——正在软件行业内掀起软件模式转换的热潮，而 CRM 软件正是这股高潮的排头兵，它为中小企业购买 CRM 软件提供了实惠可用的模式。第三，以用友、神州数码为代表的国内厂商在 CRM 方面已有一定产品积累，也与 ERP 产品、生产制造 ERP 产品有着较好的集成技术和应用案例经验，随着 CRM 市场需求的快速发展，相信国内厂商也将在这细分领域增加更大的投入。

3、HR 软件市场

自 2005 年 HR 管理软件市场已出现快速增长态势，在 2006 年的研究报告中计世资讯已对这一增长的动因进行了深入分析，由于 2007 年乃至 2008、2009 年仍处于这一市场上升阶段，因此本报告中再次简要阐述此轮市场增长动因：

首先，宏观经济向好刺激人力资源管理的加强。经济高速增长、人才市场开放，企业人力资源管理意识的普及和强化以及加入 WTO 所带来的巨大的人力资源挑战都使这个市场的需求膨胀而且多样化。其次，部分企业在实施 ERP 后重新重视 eHR 的投资建设。随着 ERP 应用逐渐走向成熟化、并且有相当数量企业已经完成 ERP 的实施投资之后，开始重新规划新的 IT 系统建设，此时人力资源管理的信息化需求就迅速提升到公司的重要地位上来了，而且此时企业对于 IT 系统的投资建设已经具有相对成熟的经验，并且在财务、ERP 等系统的应用中对 IT 管理的价值有更为清晰的认识，因此对 eHR 的需求就更加明确了，企业领导也肯于投入建设资金。第三，那些无力实施 ERP 的企业，先从 HR 软件、财务软件的部分功能实现管理的自动化，这是一个循序渐进的选择。

进入 2007 年，总体市场高速增长格局未变，计世资讯认为 HR 管理软件市场作为已经发展了 10 年的产品市场，近两年的需求爆发反映的是企业 IT 系统建设进入到了一个新的成熟阶段，一方面是经济向好、人力资源管理的成熟，另一方面是 IT 应用的深入发展，这使得 HR 软件需求出现了阶段性或者说周期性的增长高峰，在这一轮高峰的前两年、也就是 2005、2006 年市场表现是快速增长、加速度很大，但随着市场规模基数的增大，增速将有所放缓，但高需求的状态未发生改变。

2006 年中国人力资源管理软件市场销售额 5.0 亿元，2007 年中国人力资源管理软件市场销售额达到 6.52 亿元，同比增长 30.3%。

在 HR 软件提供商方面存在三类厂商，SAP、东软、用友、ORACLE、金蝶等综合提供商表现为在 ERP 和 HR 均拥有竞争优势，同时在 HR 领域各自分别覆盖不同的高中低端细分市场，拥有细分市场的领先优势，第二类是万古科技、明基逐鹿、铂金等专注 HR 的厂商，虽然市场份额有限，但均保持了持续稳定的经营发展，第三类是神州数码为代表的厂商，在生产制造 ERP 方面拥有竞争优势，同时在 HR 方面能够满足用户需要。

4、BI 软件市场

目前国内 BI 市场处于初级阶段，大多企业的 BI 应用限于报表层面，深层的、智能型的应用很少。在 BI 市场上，以国际公司的产品为主。BI 的各层工具的前三位的產品，基本为国外公司。国内厂商更多是基于国际产品做解决方案。从计世资讯的研究来看，当前神州数码、用友、金蝶等厂商均已在此方面进行

了市场拓展。

2007 年国内 BI 市场规模达到 11.6 亿元，增长率为 32.5%，其中通用 BI 产品市场为 5.6 亿元，其增长率达到 33.2%，占整个 BI 市场的 48.14%。

2007 年 BI 软件总体规模达到 11.62 亿元人民币，增长率为 32.5%。从各厂商的竞争情况来看，2007 年可以说整个市场变化非常巨大，相关并购事件接连发生，特别是 ORACLE 并购了 Hyperion，SAP 并购了 BO，IBM 并购了 Cognos，可以说除 SAS 外，原先专注于 BI 领域的前几位厂商无一幸免。可见业内都非常看好 BI 未来的发展。从当前市场份额来看，处于第一位的是 IBM，市场规模达到 2.28 亿元，占 19.6% 的市场份额，其次是 SAS 和 ORACLE，分别以 10.4% 和 7.7% 列二三位。

5. MES、协同、审计软件市场

2007 年还有一些管理软件也有比较突出的表现，如 MES、协同和审计软件等。

在钢铁和有色金属等冶金行业，MES 越来越得到众多企业的重视，原因是 MES 作为企业信息化建设的重要组成部分，起到承上启下的作用，它通过收集生产过程中大量的实时数据，并对实时事件进行及时的反应和处理，来进行生产过程的优化管理，既接收生产实际数据并反馈生产结果给上一层管理系统（ERP），又把上一层管理系统的生产指令下达到过程控制层（PCS），因此可以为企业成功实施 ERP 系统起到重要作用，同时，MES 为企业在柔性生产、小批量生产方面起到重要的作用。上海宝信可以说是一个比较典型的代表。

协同软件在国内很早就提出来了，并且一直被各家厂商看好，国内厂商纷纷加入其中，据不完全统计，国内从事协同软件的厂商一度超过 500 家，但总体来看，前几年市场的增长并没有大家预计的那么乐观，相反甚至很多国内小型协同软件厂商因为难以为继，相当一批倒闭或转型，2007 年，则形势发生一些变化，像用友志远等国内厂商开始发力，并有不俗的表现，市场增长情况要好于国内管理软件整体水平。

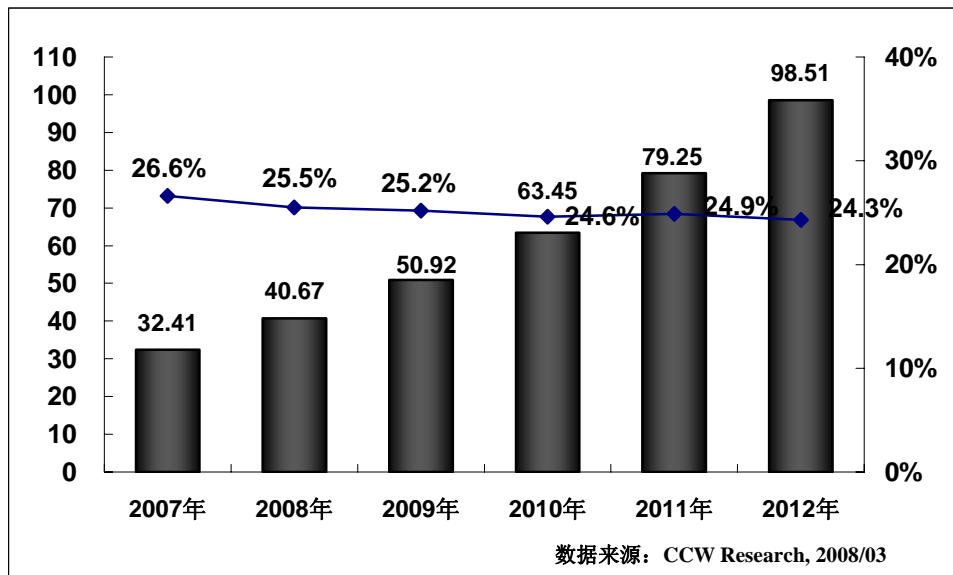
随着各企业越来越重视内部控制和监管，同时国家也加大了审计力度，企业对审计软件的需求逐步显示出来，2007 年，国内的审计软件市场也初具规模，有望成为未来管理软件重要的组成部分，这个领域比较典型的代表企业是上海博科。

第三部分 生产制造 ERP 市场未来趋势研究

第一章 中国生产制造 ERP 市场规模预测

2008 年中国生产制造 ERP 市场规模预计为 40.67 亿元，比 2007 年同比增长 25.5%。未来 5 年生产制造 ERP 市场将呈高速发展态势，复合增长率达 24.9%，其增长幅度不会有很大的波动，生产制造 ERP 增长速度将继续领先于国内 ERP 的总体市场，在整个 ERP 市场中占有越来越重要的地位，全面带动国内 ERP 总体市场的发展。

图表 20：中国生产制造 ERP 市场发展趋势图（亿元）



第二章 中国生产制造 ERP 市场发展趋势

1、几大主流趋势将在未来 3 年保持不变

去年计世资讯已经阐述了下述热点趋势，由于生产制造 ERP 的需求特点和应用增长趋势不变，所以再次强调如下热点。这里就不详细论述了。

- 生产制造 ERP 将主导未来 ERP 市场发展
- 生产制造 ERP 市场将向行业化纵深发展
- 主流厂家的生产制造 ERP 软件产品日益成熟、灵活和实用

2、SOA 正在改变用户的 IT 采购行为

这两方面的含义：一是随着国外几大软件厂商对 SOA 持续推动，目前用户已经开始认知和认可 SOA，并且 SI 正在面向制药、化工、食品饮料、装备制造、快捷订单、造纸、军工国防等细分行业推出基于 SOA 架构的解决方案。在财务、供应链、销售与分销、客户关系、生产制造、人力资源、电子商务、商务智能，以及企业信息门户等模块应用中考虑与 SOA 结合，这些都导致未来的生产制造 ERP 产品和解决方案必须向 SOA 靠拢。二是随着 SAP 和 ORACLE 大规模推广 ERP 与业务基础平台集成的套装软件，部分用户将会更愿意接受这种综合型的产品，而不再考虑单独采购中间件或单独建设 ERP 系统，而且目前几大国内主要 ERP 软件提供商在业务基础平台产品方面均有较成熟的准备，因此有理由相信未来生产制造 ERP 与业务基础平台的整合营销将成为重要趋势之一。

3、用户需求向 ERP 外延扩展，更强调相互集成

ERP 就是信息化，这是前些年制造行业的谚语，但 2007 年随着企业的业务发展、信息化水平的提升，管理系统应用开始向 ERP 外延扩展，如 SCM、CRM、电子商务、PDM、MES、APS 等这些与 ERP 紧密相连的应用开始逐步被制造企业用户所关注，并开始进行深化应用，同时与 ERP 集成、提高企业对外部供应、销售环节、对内部产品设计、车间制造的管理水平。当前对扩张应用有需求的大中型企业基本都采购应用了生产制造型的 ERP，所以未来这种相互集成的需求会愈加突显。