

2014 年小型 ERP 市场满意度报告

第一章发现与结论

第二章总体满意度

1.总体满意度概况

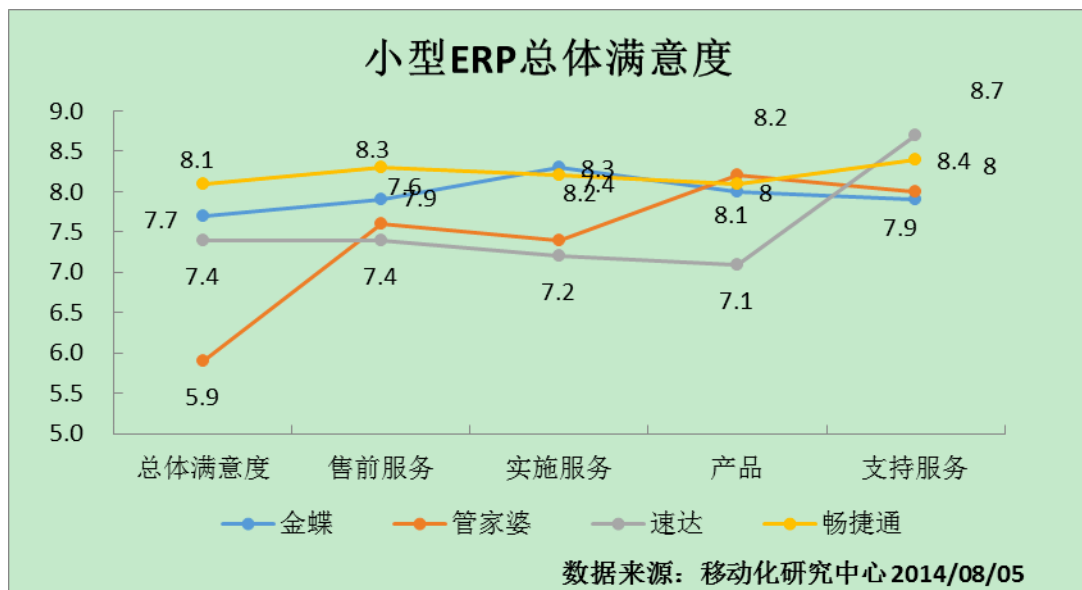
大型集团 ERP 与中型 ERP 之后，小型 ERP 以其相对低廉的价格与较完整的功能博得了一大批小微企业的青睐，特别是对于小型加工制造业，制成品分销业，小型 ERP 带动整个小微制造业市场信息化的进程。其相对更灵活的设计架构更符合小微企业的简单需求，相比大中型 ERP 产品，小型 ERP 更容易直接体现管理价值。

小型 ERP 市场竞争较为激烈，优秀的 ERP 产品多来自于大中型 ERP 厂商设计研发，主要被用友（畅捷通）、金蝶、管家婆、速达几大厂商瓜分大部分市场。

由于畅捷通从用友拆分出来上市，其 ERP 产品虽然有用友的影子，但从客户群体划分，畅捷通是主攻小团队、小微机构的产品；金蝶则是一款 K3 负责包括中型企业在内的所有中小企业，其产品覆盖比较广泛；管家婆在华东华南地区知名度颇高，主要是为中小企业提供信息化工具，包括 ERP、HR、CRM 等多种产品，在地方上影响力较大，其 ERP 产品对于中小企业的理解非常透彻；速达 ERP 在小企业市场深耕多年，有相当厚实的积累，其 ERP 产品品牌知名度在小企业市场颇有影响力。

移动信息化研究中心，对四家特点迥异的小型 ERP 厂商进行多维度的调研，定性定量分析用户对其产品满意与不满之处，客观陈述小型 ERP 市场对产品需求点和改进意见。

2.总体满意度对比



国内小型 ERP 市场全部被国产品牌垄断，ERP 传统豪强用友、金蝶依然是小企业市场中

最有力的争夺者，除这两家以外，主攻中小企业市场管理软件的管家婆、速达在与两大巨头的竞争中毫不示弱，形成了国内小型 ERP 市场四分天下的局势。也有很多管理软件厂商是做进销存、财务、生产管理等 ERP 某一模块，但在市场容量上很难与四大品牌抗衡。

从市场构成方面看出小型 ERP 市场的竞争是一场国产正规军与游击队的战争。一面是根正苗红的传统 ERP，以金蝶、畅捷通为代表，两大 ERP 产品延续了国产 ERP 的特色，都是以财务模块为 ERP 的基础设计理念，围绕财务模块展开整个 ERP 系统搭建；另一面则是以进销存为主体结构设计，简单灵活的小型 ERP 产品，这类 ERP 产品种类繁多，许多行业 ERP 也是这种设计架构，而这类适用于小企业的 ERP 品牌以管家婆与速达为代表，表现强势。

从四大厂商的数据表现可以看出，围绕以财务模块为核心的小型 ERP 在整体用户满意度的表现中有明显的优势，尽管在小企业市场中出现管家婆、速达这样更专业的小产品厂商，但仍然难以抵抗大厂对市场的侵蚀。金蝶与畅捷通处于绝对的领先地位，无论是整体综合满意度还是四个细分满意度维度都有较高分的表现，没有明显的短板；而处于追赶者角色的管家婆和速达，尽管在各项满意度都有不错的表现，但都出现了美中不足的短板，导致在与传统大厂商比拼中处于劣势。

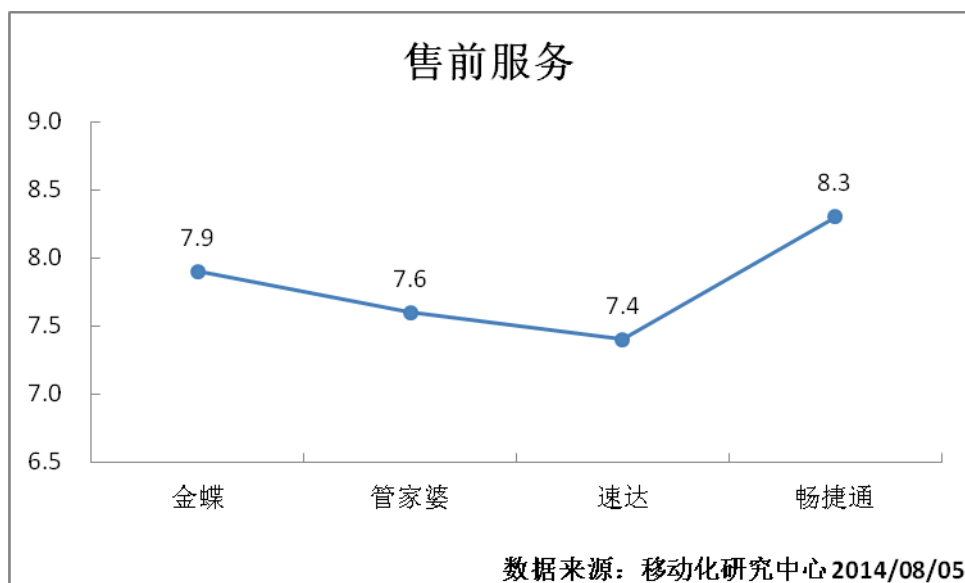
从宏观来看，小企业对小型 ERP 产品的满意度只能算较为满意，相比大中型 ERP 市场的用户反馈，小型 ERP 的满意度还有很大的提升空间，侧面反映出，在小企业 ERP 市场还没有达到成熟期。

与大中型 ERP 不同的是，小型 ERP 由于产品简单，模块儿灵活，产品设计本身难度不大，基本都能实现小用户的基础需求，所以用户对于产品服务的满意度都较高；而在实施过程中，就凸显出了厂商实力的差异，大厂商实施经验丰富，对客户需求引导把握准确，用户满意度在这一环节略微拉开差距；同样在售前咨询方面，大厂商的人才实力也是压过小厂商一头，售前动作的规范也体现出厂商的职业和专业能力，小厂商还需要补充这一能力；不过相反的，在支持服务方面，小厂商的表现十分优异，一方面是支持服务地面部队多为直系，比大厂商的渠道服务要更好，一方面则是大厂商的收益并非来自小企业市场也没有投入更多的资源，此消彼长之下，小厂商在支持服务方面的优势不言而喻。

本次小型 ERP 市场的研究中，通过调查问卷以及厂商、用户深访反馈，小型 ERP 市场的竞争更多的是看中产品本身、品牌效应。

第三章各项能力满意度分析

1.售前服务



从数据趋势中可以看出，整个小型 ERP 市场在售前服务方面的表现不如大中型 ERP 市场，用户满意度处于较为满意阶段，而四大厂商在售前服务的竞争中并没有拉开明显差距。四大厂商在售前服务中仅有畅捷通有超过八分的表现，说明整体市场仍然处于成长期，竞争格局也没有定型，目前四大厂商是处于领先位置，但还有博科、赛普、海宝这样相对年轻却有实力角逐小企业市场的厂商存在。

就目前阶段处于领先位置的四大厂商而言，畅捷通与金蝶的优势非常明显，在没有国外品牌竞争小企业市场的情况下，这两大厂商无疑是最有影响力的。畅捷通继承了用友系的最大优点——重视销售，这是用友的镇山之宝，畅捷通将其在小企业市场中也发挥的非常出色，尽管畅捷通拥有 T1/T3/T6 等小型 ERP 当中最多的产品线，但全线产品用户对于销售服务的评价都非常不错，而最具竞争力的 T3 更是获得了用户的最高的评价，可以说拆分上市的畅捷通在传承用友销售能力方面已经炉火纯青，在专业程度、售前顾问能力培养上畅捷通已经做到了小型 ERP 厂商中的佼佼者。

然后是金蝶，作为用友的老对手，当然不会放任小企业市场被其垄断，在面对用友纯基因的畅捷通销售队伍，毫不退让。面对小企业市场，金蝶派出的是原班的 K3 产品线人马，在中型 ERP 市场中，金蝶领衔国产品牌的销售能力毋庸置疑，而换到了小企业市场后，战斗力依然高昂，虽然略有不敌最大对手畅捷通，但考虑到金蝶 K3 一条产品线多线作战，加上小企业市场利润等因素，金蝶没有投入更多的销售资源，依然有这样的表现足以说明金蝶售前服务底蕴不浅。如果小企业市场逐渐产出更多的价值，K3 资源的偏向另这一分数还有成长空间。

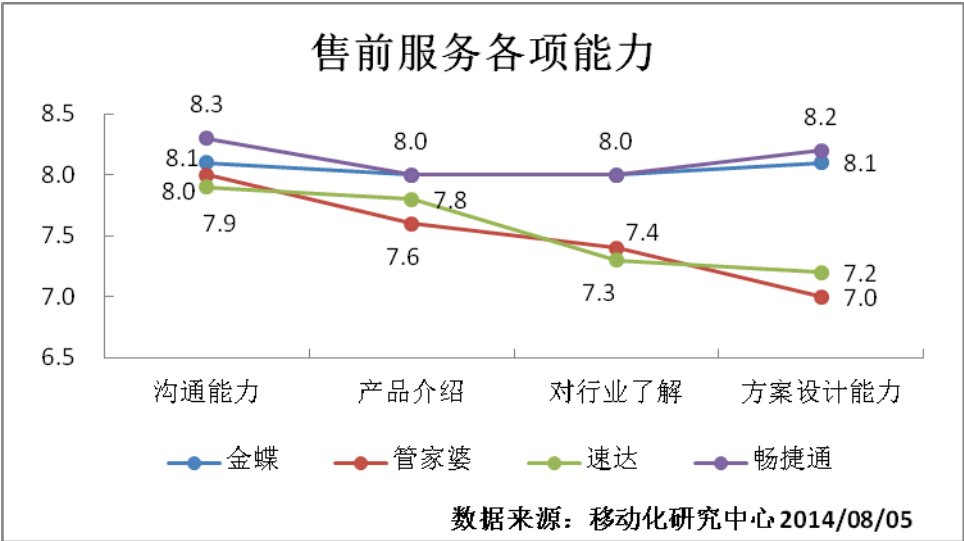
管家婆作为华东、华南市场的封疆大吏，在这些区域的小企业市场当中有着很高的号召力，随着近些年小企业 ERP 市场逐渐崛起，管家婆对于售前服务的投入逐渐加大，尽管在专业 and 标准能力方面比起前两大厂商略低，这种差距正在逐步缩小。在小型 ERP 产品方面，管家婆可谓小型 ERP 的楷模，给售前提供了非常具有竞争力的销售条件，不过如果管家婆能够对销售团队在产品讲解、信息化顾问方面的培训更多一些，其售前服务的评价将会呈现质的飞跃。

作为国内最具实力的中小企业管理软件供应商之一，速达本有冲顶的资质，奈何资本市场的瞬息万变影响速达登顶的脚步，在往云计算转型过程中出现了一些波折，也使得其国内战略调整。就售前服务而言，经过转型的创伤，依然有这样优秀的表现也体现出在销售团队

的建立上比较稳固，在华南、华东的影响力速达与管家婆难分轩轻，这为其售前服务提供了有力的品牌保障，但也如管家婆一样，尽管售前团队占据地利优势，但在售前服务的关键能力方便还有所欠缺，在专业能力以及额外的咨询能力方面，目前与畅捷通、金蝶还无法对抗，如果加强了这一环节，速达的售前服务还是非常有竞争力的。

1.1 售前非服务各项能力

根据对厂商、用户两方面的实地深访，调研问卷反馈，经过交叉对比，遴选出用户和厂商都最为关注的售前服务能力有四个方面：**售前人员的沟通能力，产品的介绍能力，客户行业的了解程度，以及更具客户情况的方案设计能力。**



从整体来看，畅捷通、金蝶的表现非常稳定，保持在高水平的位置，各个环节的表现均衡且优异，再一次凸显出大厂商的实力。而作为地方大员的速达和管家婆呈现出售前能力分布不均的现象，优势与大厂不相上下，而劣势相去甚远。可见，在整个销售团队的竞争中，大厂的优势依然突出。

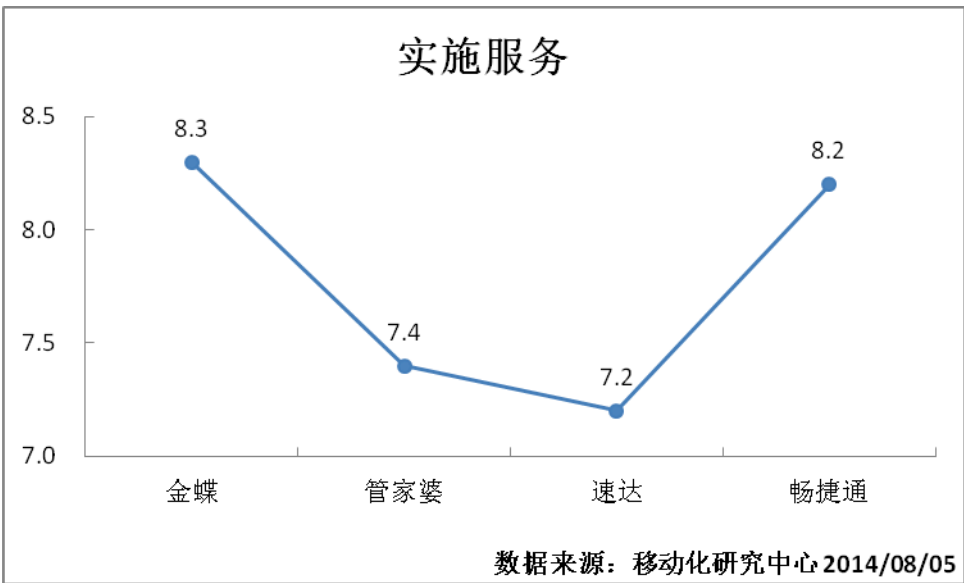
从各项数据中也不难看出，对于售前服务的标准化动作，沟通与产品介绍方面，四家厂商没有明显的差距；但在考验售前顾问个人能力，行业了解程度和方案设计能力时，畅捷通、金蝶表现突出，管家婆与速达却出现明显不足，可见在人才储备以及内部培训方面小厂商还是很难撼动大厂的地位。

畅捷通、金蝶在售前服务各项能力的比拼中一如既往的胶着，两家的稳定表现也给所有小型 ERP 厂商们树立了高标准，不过金蝶在各项细分能力上要比畅捷通略高一点，这也反映出两家销售团队的差异性，金蝶 K3 是原班直系部队，所以在经验丰富程度上储备量很大；虽说畅捷通也是用友原班人马，不过一些销售经理由其他产品线抽调过来或者本产品线转岗到其他产品线，在拆分之前是不够稳定的，并且畅捷通也存在一些新鲜血液不足的问题，尽管整体实力不错，但在个别能力上还欠缺磨合。

管家婆与速达的竞争跟两大巨擘极为相似，就两家数据显示，也是交叉错落，双方互有胜负，两家的优势是同样的，在沟通和产品讲解方面，作为销售的基本功，两家厂商的表现是可以称为优秀的，不过在个人能力培养方面，两家的劣势也如出一辙，对于销售顾问个人能力的培养还是比较欠缺，体现在，销售总监和领队的个人能力很强却在能力传递上有漏洞，一般的销售人员很难快速成长到顾问级别，导致整体的售前服务不够均衡，用户购买产品也像撞大运，遇到能力突出的销售顾问评价很高，能力一般的则评价很低。看来在内部培训上，

速达与管家婆还有很多要向畅捷通和金蝶学习的东西。

2.实施服务



移动信息化研究中心发现，在实施服务方面，小型 ERP 的实施并没有大中型 ERP 那样繁琐，由于产品较为简单小巧，实施比较快捷，用户对于实施质量表示没有太多的担忧，对于实施过程关注点仅在业务与系统的适配结果，实施效果方面。对于厂商和用户而言，实施小型 ERP 的成功率比较高，很多实施大中型 ERP 的条件也适用于小型 ERP，不过明显小型 ERP 的满意度要明显高于大中型 ERP。

从整体来看，厂商们在实施服务阶段都获得了用户不错的评价，由于实施过程相对简单、周期不长、效果有保障，加上小型企业对于 ERP 的需求明确且业务逻辑不复杂，双方在沟通和实施过程中出现分歧较少，项目很快就能落地，用户给予了较满意的评价。

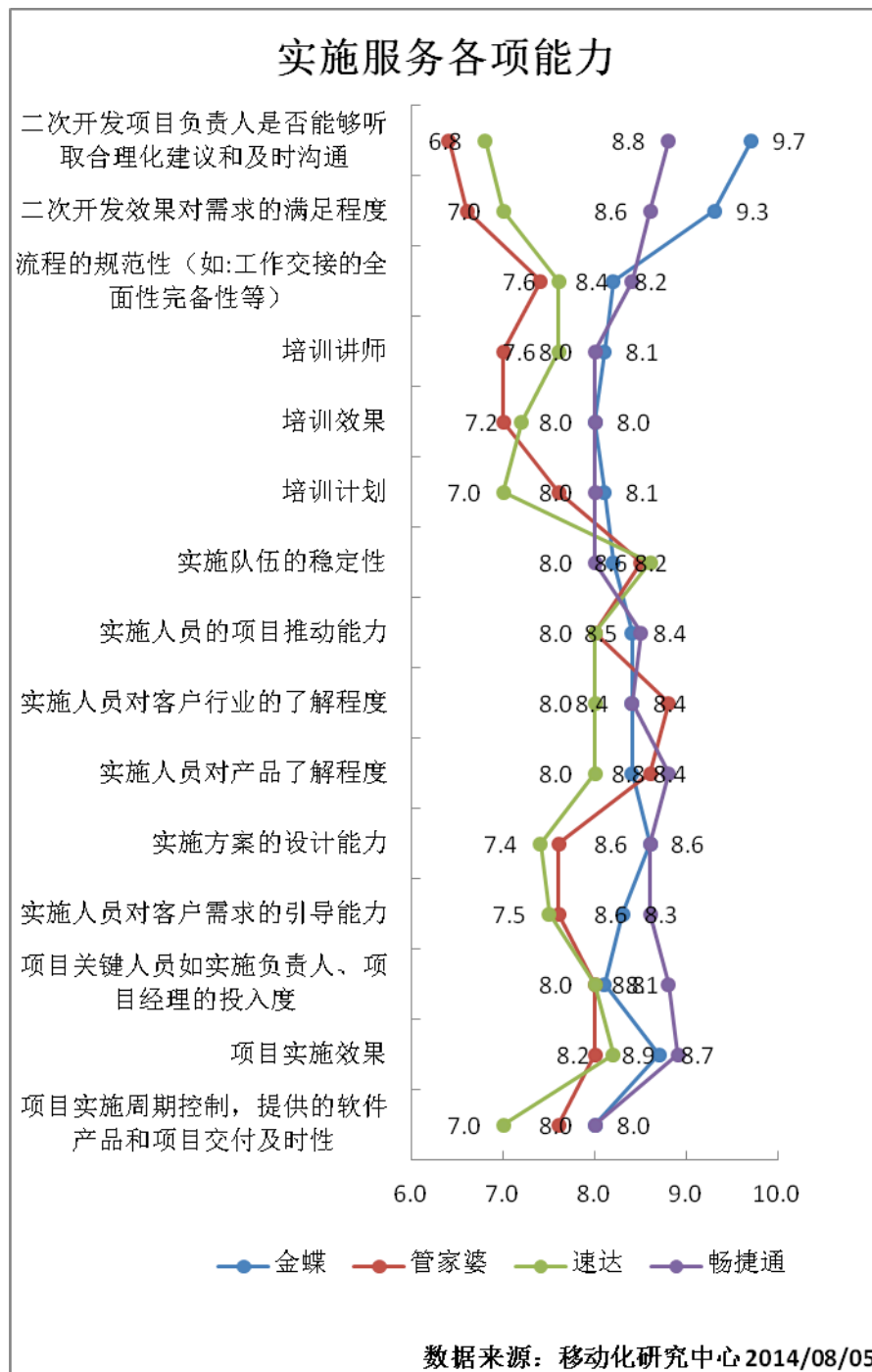
不过从单独厂商来看，显然大厂商在实施服务阶段的评价要明显高于小厂商，一个是实施团队的专业度和经验经过长期积累是小厂商短时间难以追赶的；另一个则是与售前相关，无可避免的几乎所有厂商都会在售前阶段夸大一些产品本身的能力，过分承诺效果，不同之处在于大厂商内部沟通较规范，售前与实施配合默契度高，这种漏洞不会太大，而小厂商则不同，本来在竞争中处于劣势，有时候为了能够打单售前这种过分承诺会过分夸大，给实施团队挖了大坑，造成小厂商在实施服务评价中落后。

可以看出，在实施服务过程中，大厂商的与小厂商之间开始拉出明显的差距，也说明了在实施方面，大厂商凭借集团优势是有能力将之变为小型 ERP 市场核心竞争力的；而小厂商在实施方面显然做的功课不足，在规范性和专业程度上比大厂商还有差距。作为最考验厂商实力的环节，得到这样的结果也是给小厂商们一个警示，在任何领域都会出现大鱼吃小鱼的情况，即便目前小企业市场大厂商还没有发力，但畅捷通的上市已经给小厂商们发出信号，小企业市场的争夺将开始惨烈。

2.1 实施服务各项能力

虽然是小型 ERP 市场，相比大中型 ERP 要简单很多，但实施依然是整个系统部署最困难的环节。小企业的需求比较明确，功能使用也更单一，但整套 ERP 并不是装一个模块就能独立使用，小企业用户的需求往往变化较快，对于信息化工具的认知和理解稍低，因此在与

厂商沟通时可能会出现表达不清或过于理想化的状况，这对实施团队是一个考验；同时，厂商小型 ERP 的单子数量要大，实施队伍有限，不可能在某一个项目中投入大量实施资源，这也造成了实施质量不能达到用户满意度。在小型 ERP 市场成熟度还不够高的当下，这种矛盾还会存在一段时期。



总体来看，在实施服务各项能力中，整个小型 ERP 市场的用户满意度表现都不错，不过也出现了两个梯队的趋势，在整体趋势中，厂商令用户最满意的领域在对客户了解程度和实施过程这一区域，可以说在硬性实力、可量化考核方面，各大厂商的表现还是非常不错的；在培训这一区域则所有厂商都出现明显的短板，一方面是实施队伍中实施顾问的专业能力所限，一方面实施队伍是否配备顾问级的人员也是问题；在二次开发能力方面则出现了两极分

化，大厂商强，小厂商过弱。

单独厂商来看，畅捷通和金蝶牢牢占据第一梯队，且优势较大。畅捷通与金蝶在实施服务各项能力的比拼中互有胜负，但差距不明显，两大厂商获得平分不低且表现均衡，没有明显缺憾。畅捷通的实施队伍继承了用友特点，专业能力强，且几乎全为嫡系部队，借用了用友渠道，在整体竞争力方面很强，而且畅捷通在渠道分销方面起初借用用友渠道后很快也独立开枝散叶，在全国有 2000 多高质量渠道，地面部队强大为实施提供了有力保障，因而在实施服务各项能力中都得到用户不错的评价。

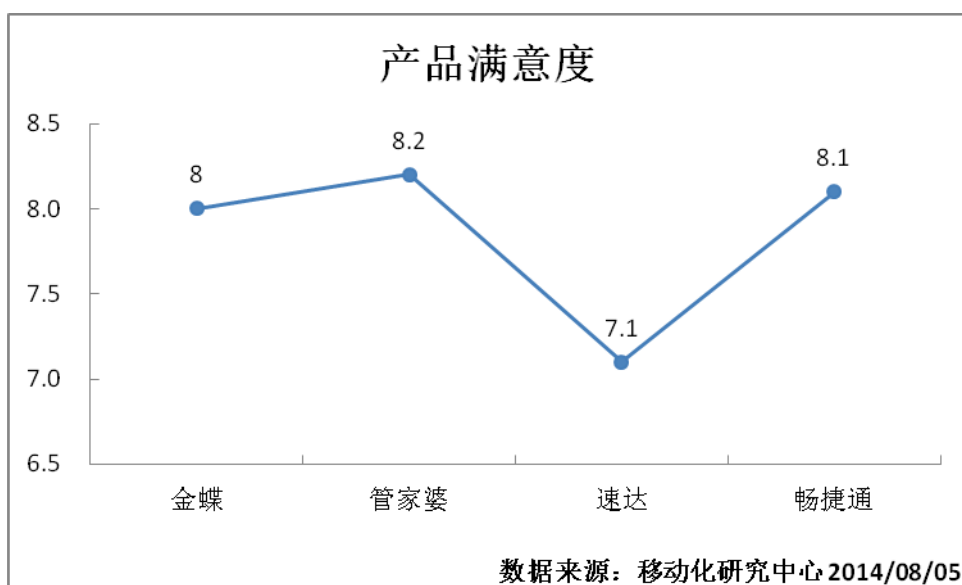
金蝶的实施自转型云端以来能力明显提升不少，特别是调整主攻中小企业市场战略以来，在 K3 产品线的投入巨大，在中端 ERP 市场异军突起，也连带着小型 ERP 市场的活跃。在实施方面金蝶也秉承了其中端 ERP 的水准，虽然看整体趋势与畅捷通不分伯仲，但从每一项能力上都略微强势上不难看出，金蝶对于中小企业市场的发力已经呈现效果。金蝶整体的云端转型不仅有利于其战略的顺利落地，在用户体验上也得到前所未有的提升，放弃难啃的大集团骨头，在不放松服务质量的情况下，给许多中小企业的体验惊喜不是小厂商可比拟的。

管家婆在实施服务方面出现的能力波动是四大厂商里最大的，强项的优势可比肩大厂商，但弱势项目几乎只能算刚刚及格。管家婆的实施服务优势在于对用户业务、行业了解，这是多年来深耕中小企业市场积累的财富，但在考验实施队伍专业能力时却出现明显短板，对于客户需求引导、方案设计、实施培训、二次开发等凸显出实施队伍能力不足。实施团队人才问题是目前管家婆亟待解决的短板，如果管家婆能弥补这一短板，其企业多年积累的经验才能爆发出能量。

速达作为国内最大的由资本诞生的中小企业管理软件厂商，对于小手工制造加工业的了解程度很深，而且其产品初级的 3000 是一种打包软件，在实施方面是比较让人放心的，如果实施做得好，软件基本不会出现问题。但是问题也很突出，速达的实施渠道层次不齐，用户需要自己甄别好的渠道商才能得到好的实施服务，其内部培训有所欠缺；由于速达在实施服务方面的收费是相对低廉的，实施队伍也是希望走量保证实施环节收益的，因而在对单个项目投入的实施资源有限，具体表现为在实施服务各项指标中没有特别出彩的成绩。

3. 产品

小型 ERP 的产品也具有大中型 ERP 产品的基础功能，区别在于管理层次的简化，系统流程的简化，但小企业同样需要 ERP 的全面集成和协同。如果是传统的 ERP 缩略版给小企业用，这种方式目前已经行不通，对于作为企业基础系统的 ERP 而言，小企业需要基础平台有更高的灵活性和延展性，可以根据企业的快速发展在 ERP 上做集成应用，显然云平台成为小型 ERP 的乐土。而移动信息化研究中心根据调研结果也得出，前 10 的小型 ERP 厂商全都有基于云的产品，而四大厂商无一例外都是相对云化程度较深的 ERP 产品。



移动信息化研究中心发现，在产品接受程度方面，小企业市场的包容性更强，也更愿意尝试新技术新概念产物，相比大中型 ERP 市场，小型 ERP 产品创新元素更受青睐，而用户也愿意为新品买单，云 ERP 产品在小企业市场可谓是大放异彩。云 ERP 的价格能让多数的小企业接受，而且在灵活性方面也能满足小企业的需求，至于在功能完整性方面，云 ERP 的接入第三方能力又很强，十分对小企业的胃口。

从调研数据不难看出，在对产品满意度方面，小企业用户几乎给出了很满意的评价，这样的产品认可度几乎可以与大中型 ERP 产品媲美，不出意外云 ERP 产品将会统治整个小企业市场。而在四大厂商中，虽然都曾经是传统 ERP 的代表，不过也是云化最快的，因而很快的站稳了市场脚跟，速达稍微比其他三家落后一点一个是因为从云化最快到最慢所致，一个是其云产品被诟病的服务一直跟不上，导致用户不买单。

畅捷通在小型 ERP 方面应该是业界最有发言权的，毕竟土豪背景不容小觑，用友将 U8 以下的 T 系列产品线全部归到畅捷通，并且将云 ERP 的使命也让畅捷通背负起来。畅捷通的小型 ERP 产品线是厂商中最做的，从 T1 到 T6 功能逐步增强，应对不同行业、各种小型企业的需求基本都能满足，加上其稳定性很好，又有接入云端的能力，所以获得小企业的一致好评。

金蝶的小企业市场产品依然是 K3，只不过是 K3 Cloud 作为主力。对于用户而言，K3 的功能完全足够业务需求使用，K3 cloud 除了基础的 ERP 功能外能够组合一些模块儿，在灵活性上也足够了。依托于原有的 K3 产品，其 K3 cloud 也已经达到了中型 ERP 的标准，小企业在考虑到自身发展的情况下，可以相当长一段时间内不考虑更换系统，只需要对系统升级即可。

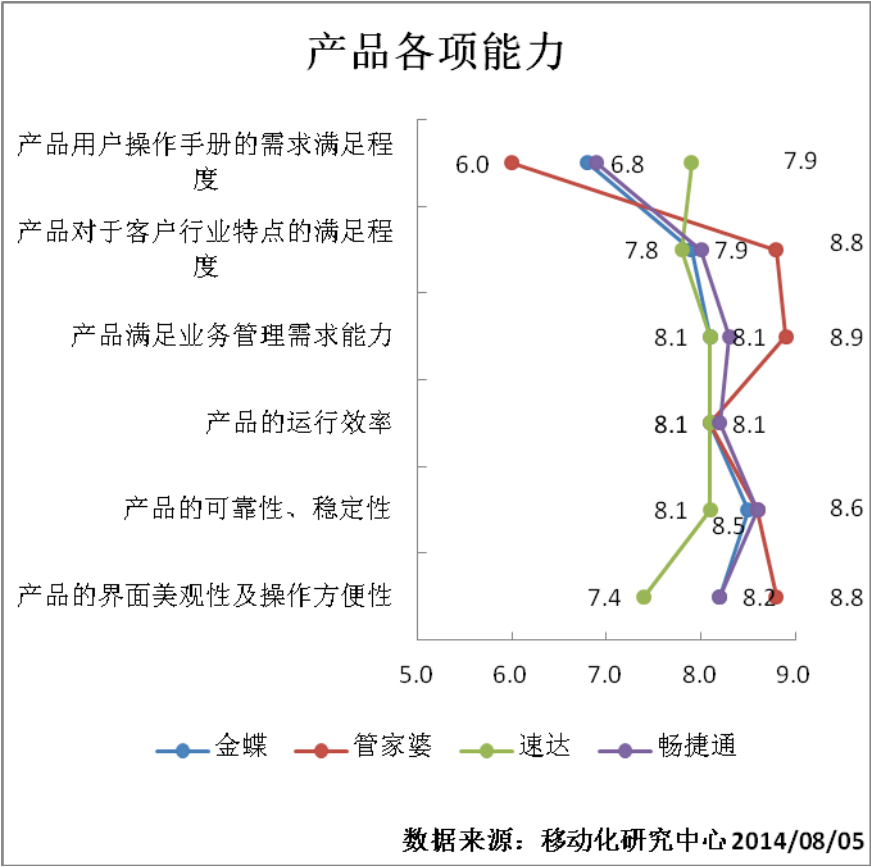
管家婆是在东南沿海地区备受推崇的小型 ERP 产品，对小企业市场的研究特别是小制造、小加工业的了解程度非常深，而这类企业上 ERP 是信息化建设的最佳选择，可以说在行业方面，管家婆的产品非常具有竞争力。从 2012 年起，管家婆也开始将 ERP 产品进行云化，相比其他的厂商，管家婆相对更保守一些，云产品的推出是比较晚的，但一个好处是，借鉴了很多云 ERP 失败的经验，因此在产品稳定性方面，管家婆的云 ERP 还是有保障的，只不过在较新的概念和接入能力上还稍微欠缺。

速达的产品也是比较多条线，与畅捷通较为类似，从功能上区分 3000 到 7000 不同类

型的，适用于不同需求和规模的小企业，论性价比而言应该是非常高的。不过速达产品也经历了云计算的阵痛，作为一个由众多 VC 集结起来的公司，当然希望在新概念方面是引领市场的，但在速达转云的过程中，其脚步太快，产品与安全解决方案还没有磨合好急于推出云 ERP 产品，结果由于出现了数据安全问题差点导致云产品夭折，经调整后速达放慢脚步，现阶段的云产品还是比较可靠的。不过速达在服务方面的差强人意使得用户抱怨较多，从而影响了其品牌美誉度，只能得到一个较低的分。

3.1 产品各项能力

小型 ERP 产品更接近于扁平化的内部管理，流程相对简单，功能也不复杂。因此在调研过程中，用户感受也是最直观的操作界面、易用性以及稳定性方面。



移动化研究中心发现，就产品而言，无论是以财务为核心的产品还是以进销存为核心的产品，在产品竞争中呈现胶着状态，对于小企业而言，以进销存为核心的产品略微比财务核心的 ERP 占优势，但优势不明显。面对都可以以跨平台作战的云 ERP，大厂商在产品上的优势逐渐被追赶上，小厂商则以灵活、性价比优势符合小企业需求更被认可，可以说在产品上各项能力中，大小厂商的评价几乎持平。

从宏观来看，小型 ERP 厂商对小企业市场的深耕卓有成效，所有的产品在用户业务需求和行业了解程度方面都得到了用户非常高的评价；由于有这样的知识储备，在产品设计上符合小企业的需求，在操作、界面、易用性方面也不低；在最基本的产品稳定性方面，由于本身产品架构也不负责，在运行上可以得到保障；不过同时也正是由于产品较易操作和理解的原因，厂商在操作手册等需要用户自学的方面做得就比较粗糙，这就给用户增加了学习成本，用户主要不满意的也是在这方面。

就产品各项能力值，从数据显示，畅捷通与金蝶的竞争依然是不分彼此，表现中规中矩，仅在操作手册方面出现无伤大雅的短板，不过可能考虑到本身畅捷通与金蝶的产品结构就相对更庞大，小企业的信息部门技术能力有限，如果出现问题依旧是需要厂商远程或上门服务，两家厂商都在这一环节稍微降低了标准；在用户对行业了解和满足业务需求方面，两家大厂商也做到较高的标准，用户对于其产品以及品牌信赖度值得肯定；相对的，在操作便捷性、美观度方面，两家大厂显然延续了传统大中型 ERP 的方案，相比小厂商可能略有不足；不过在系统稳定性方面，两家大厂的优势很可靠。

管家婆在产品各项能力上的表现非常突出，优势项目超越大厂，弱势项目就垫底。这个弱势项目也是在操作手册方面，看来管家婆在效仿大厂的同时，连这个也照搬了；强势的方面在对用户行业了解和业务需求把握上，乃至大厂不十分在意的界面美观度在做了充分的产品设计，这是值得友商学习的，如果能把产品手册这一环节加强，可以说就产品这一项而言，管家婆在小型 ERP 市场几乎没有对手。

速达的产品在所有产品中是性价比最高的，从各项能力中的表现可见一斑，速达在产品各项能力中的发挥是最稳定的，对于小厂商而言这是难能可贵的，没有短板的产品即便能力不是最优的，但综合表现一定是最好的。在对用户需求、行业了解程度、乃至销售手册方面都没有弱势，不过也因为受到过云计算转型的创伤，在界面方面做了调整，导航式的操作也是所有小型 ERP 产品当中的创举，用户对这种方式给予了肯定，但是 UI 方面值得更进一步。