

与客户协同创新

——QAD董事长Pam Lopker女士专访

e-works总编 黄培

2010年10月，在QAD的年度用户大会上，我专访了其创始人兼董事长、总裁Pam Lopker女士以及首席市场执行官Gordon Fleming先生。他们分享了QAD的技术创新、发展战略以及QAD在中国的发展情况等内容。QAD大中华区董事总经理曹建静(Jay Cao)先生也参加了此次访谈。



QAD 创始人兼董事长 Pam Lopker 女士

黄培：在2005年，我曾参加过QAD为庆祝25周年华诞在美国举办的全球用户大会。请您总结一下QAD在过去5年的发展情况，也请您介绍一下QAD在未来5年的发展目标。

Pam Lopker：在过去的5年，我认为QAD一直都在努力完善我们产品在全球应用上的可视化、可用性以及灵活性。其间最重要的一个里程碑是，我们全面重写了财务管理模块，使其达到全球一流水平，更广泛地应用于制造企业中。由于跨国企业想要用一个单独的财务管理系统来管理其全球财务，因此在QAD Enterprise Financials的最新版本中，我们构建了财务本土化功能，它能够支撑跨国企业的这一需求。我们一直在努力提高从供应商到客户到财务总监的可视化应用。我们在BI产品上也做了大量工作，以便轻松获取信息，并能够分析客户的需求。我们的另一个目标是开发一个可配置而无需定制的产品。我们不希望客户去修改源代码，因为这样会使他们很难维持对我们最新版本的升级。我们现在的报表都是数据驱动的，使用的是我们自己的报表框架，可以钻取不同字段，并且还是可配置的。

在今后的5年，这些根本性的变革不仅是我们传统应用模式的客户(On premise)所必需的，而且我们还能够提供按需应用(On demand)的环境，就像雅虎或微软门户那样。过

去 5 年中我们做的所有这些根本性变革都是为了给我们的按需应用奠定基础。我们可以为全球客户提供按需应用方式，并且能够与其他的按需应用的产品进行轻松集成，不论是我们的 HR 产品还是一个有关大型客户的跟单、收货、出货或需求的门户，以及实现供应链信息集成。库存和生产的变化将会自动反应到配送中心及供应商，并对需求预测做出改变。因此，变革的核心是提升产品可视化，更好地应对变化及需求。这与我们在过去的 20 年营销的软件完全不同。



Pam 女士在 QAD 中国用户大会上发表主题演讲

黄：Gordon，请您总结一下过去 5 年 QAD 在销售，市场以及运营上的发展情况。

Gordon Fleming: 正如 Pam 所说，我们一直专注于大幅度提升我们的产品性能。我认为我们在产品易用性方面的变革，以及 ERP 按需配置模式（On Demand）的出现大大提升了我们的竞争力。当前，我们主要关注两个焦点。首先，与我们的客户建立更深入的合作，了解他们在业务上的挑战，使他们理解我们产品的改进，帮助他们应对挑战。因此，我们更加注重培养和聘请更多的人才来切实地帮助我们的客户进行业务转型，优化业务流程。QAD 不再仅是一家优秀的软件公司，而是能够帮助客户达成业务目标的合作伙伴。其次，我们还关注那些在新兴市场中成长起来的新兴企业，以及对我们的 On Demand 产品有需求的企

业。On Demand 模式的 QAD 企业管理套件可以满足跨国企业需要的所有功能以及特定行业，比如生命科学行业需要的所有功能。我们的渠道商在帮助我们拓展新兴市场。我们的销售团队更加专注于为我们的客户提供咨询业务。

黄： QAD 按需配置(On Demand)的企业管理套件如何满足客户的个性化需求？

Pam： 客户所做的定制化服务中有 80%-90%都是围绕报表展开的。因此，我们大力改进了报表功能。我们的按需配置软件可以进行轻松配置，客户也能够增加更多字段，甚至可以创建新的窗口和文件，而且不影响系统的更新。因此，这是一个巨大的突破。

黄： 您认为全球制造业管理软件应用的趋势是什么？

Pam： 最主要的趋势是固化的东西越来越少，可配置性越来越强。所以，我们可以更迅速地革新软件的功能，并对客户的需求做出更加迅速的响应。作为一家服务于制造业的软件供应商，我们需要允许客户在每个班次改变所制造的产品，实现从需求管理到产品的盈利、销售及库存信息的可视化，以便客户能够快速做出决策。

黄： 当前，在许多中国制造业企业中信息孤岛问题比较普遍。您认为这个问题如何解决？

Pam： 集成是目前仍然有待解决的前沿问题之一。尽管许多软件已经拥有 API 和集成接口，但是集成还是有很多困难。比如，如果一个系统允许客户使用 10 位数据，而另一个系统只能使用 6 位，就会给集成带来很大困难。但是我认为，随着时间的推移，这个问题会变得越来越容易，因为这些系统都会有良好的 API 和集成接口。集成的障碍是编码系统的不同，但我认为这种情况也将随着时间的推移而改变，因为物料号正开始标准化，而商品编码也正在标准化。这是实现无缝集成需要突破的最大障碍。

Gordon： 尽管我们仍然需要为客户开发一些特殊的集成接口，但是通过适配器，我们已经在自己的核心系统与其它 ERP 系统之间实现了集成。我们希望把集成的问题变得更加简单，就好比在苹果公司的应用商店购买应用程序一样，无论对于预置(On Premise)或 SAAS 模式的产品都进行集成。我们已经建立了一系列与其它应用系统集成的适配器。

黄： 您如何看待全球制造业管理软件市场的变迁？

Gordon: 过去十年，我们看到 ERP 市场上发生了大量的整合。2000 年，整个市场上有 200 家厂商，而现在，我们在全球还剩下 12 家主要的竞争对手，其原因是一些厂商的策略是通过兼并其它 ERP 厂商来提高市场份额。但是我们认为这是一种短视的战略，并不能真正吸引客户。另一些厂商的发展策略不聚焦，他们盲目地扩展行业范围，开发面向诸多行业的功能，例如石油和天然气、政府及教育行业等。然而，他们很难满足各行业客户的特定需求，因为他们不够专注。但是，QAD 从三十年前公司成立时就一直坚持专注于制造业，以便更好地满足各行业客户的个性化需求。我们并不打算兼并其他 ERP 厂商。我们进行并购的目的是引进一些技术和组件，以便为客户创造更大的价值。这个市场很可能还会有更多的整合，但我们仍将继续为客户提供最优秀的解决方案，创造最大的价值。我们坚持我们的定位，专注于制造业。



QAD 首席市场执行官 Gordon Fleming 先生



QAD 大中华区董事总经理曹建静先生

黄：曹先生，您认为中国管理软件市场的现状如何？

Jay：我认为管理软件在中国发展前景很好。尽管有一些比较大的企业可能已经使用了管理软件，但是，还有大量的中国企业仍然没有使用。中国有大量的成长型企业以及不断涌现的新兴企业，管理软件的市场还有很大的发展空间。因为，当这些企业成长到一定阶段之后，他们一定需要应用管理软件来支撑他们未来的发展。

黄：作为一家全球 IT 厂商，对于不同国家、拥有不同文化背景的制造企业，QAD 软件如何满足他们的不同需求？

Pam：越来越多的制造企业正在走向国际化。事实上，我们有 70% 的客户都在许多国家拥有工厂。对于文化差异，我发现中美的文化比较接近，因为中国发展迅速，人们乐于接受变化。但是其它国家的文化则大相径庭，例如法国拥有太多的法规，日本的有一种追求精确的文化，我们必须去适应这些不同的文化。这是我们作为一家全球软件供应商面临的机遇和挑战。我们必须与这些有不同文化背景的企业合作，并尽可能做到最好。

Gordon：QAD 有 70% 的收入来自于跨国制造企业。国界正在变得越来越模糊，一些真正有价值的新技术将跨越文化障碍，以前所未有的速度穿越国界，在各国企业广泛传播。

黄：中国有许多快速成长的制造企业。您认为他们应当如何全面利用 IT 尤其是管理软件来提高效益？

Pam： IT 必须与业务紧密合作，这样才能使财务、生产以及物流部门能够预测需求，并对此做出反应。

Gordon：我们的理念是，IT 是支撑企业增长的基础。因此，我鼓励那些快速成长型企业投入更多的时间来检验企业的业务流程以实施解决方案，并确保他们选择的解决方案具有可扩展性，选择的厂商能够与他们共同成长，这正是我们值得骄傲的地方。起初我们的产品 QAD enterprise applications 只拥有 5 位客户，经过这三十年与我们客户的共同成长，如今我们拥有了 5000 多位客户。选择一个可扩展的 ERP 解决方案是至关重要的。正如 Pam 所说，现在部署 IT 比从前什么时候都简单，我们的 ERP 可以进行按需配置。

黄：在这 30 年的发展历程中，QAD 如何保持业务发展的稳定和赢利？

Pam：最主要的原因是我们能够准确地进行预测。我们通过准确预测以及需求管理，来把握客户的需求变化趋势，并提供相应的产品及服务。因此，这么多年来，我们保持了良好的现金流及盈利，对此我感到非常自豪。

黄：在全球经济复苏和与其它大型软件厂商的激烈竞争中，QAD 如何实现可持续发展？

Gordon：我们的增长来自在目标市场与客户的共同成长。我们不断挖掘制造企业需要的支撑其全球业务的需求，并提供最适合的解决方案、功能及服务。我们不仅要满足制造企业全球化运营的需求，也要满足不同区域的业务管理需求。我们的挑战是，要把资源放在最合适的位置，以便有效地开发客户资源，实现迅速增长。

Jay：我觉得 QAD 最强的地方就是多年以来在制造业中积累的知识与最佳实践。所以，在中国我们会专注于 QAD 竞争力最强的行业，例如汽车零部件、电子和机械设备行业等。另外，我们还会去寻找在中国存在巨大机遇的新兴市场，例如生命科学，尤其是医疗器械行业在中国有巨大的潜力，我们会专注于这些领域以获得快速增长。此外，我们还会关注中国本土企业。因为当这些企业成长到一定的阶段，走向国际化的时候，他们会去比较哪一种解决方案是最适合他们的，而这个时候就 QAD 就会有很大商机。

黄： QAD 企业文化的核心是什么？

Pam： 我认为 QAD 的企业文化是，与我们的客户共同成长。有些企业会把技术看的很重要，而有些企业追求的是不断壮大。但是，QAD 会把客户摆在第一位。

Gordon： 我们的企业文化是非常开放的，我们企业的内部以及与客户之间的合作都是公开透明的。当客户来参观 QAD 的时候，他们总感觉像是来见自己的家人一样，与我们谈论自从上次见面之后发生的新变化。我们的企业文化是把客户放在首要位置。QAD 的所有员工都充满了激情去帮助客户实现其最佳产出。

Jay： 对于 QAD 开放的企业文化，我想举个例子。对我来说，作为大中华区的总经理，我可以和 QAD 的所有高层进行交流并寻求帮助。他们所有人都非常乐于帮助我们改善业务。而这一点是与我以前工作过的许多公司大不相同的。在很多企业里，如果没有顶头上司的许可，任何人都不能直接找其他高层交流。但是，在 QAD 里没有这种阻碍，是非常高效的。

黄： Pam，您现在仍然会投入大部分的精力在技术或研发上吗？

Pam： 这些年我做了大量的软件项目。但是在最近几年我的研发重点转移到了软件的易用性方面。因此，我投入了大量精力与我们的用户界面小组一起进行持续改进。

黄： 请问，您如何保持工作和家庭之间的平衡？

Pam： 我们的孩子已经离家了，他们正在上大学。因此，我觉得他们给了我更多的机会投入到工作中。但是，从去年开始我对有机园艺产生了兴趣。现在每个周末我至少要花一天的时间去做园艺。当我看到植物从土壤中生长出来时，我会感到非常满足。另外，我还在尝试对浇水的过程进行更好的管理，我安装了一个传感器来对浇水过程进行自动控制。

黄： 在中国现在有一个非常热门的话题是，绿色制造和绿色设计。请问，您对于绿色制造有何看法？QAD 如何帮助制造企业变得更加环保？

Gordon： 21 世纪以来，可追溯性、质量以及环境等成为制造企业非常关注的问题。为了帮助制造企业解决这些问题，我们能够使他们的物料有迹可循，实现产品的追溯。QAD 是对环境非常友好的企业。我们进行了很多努力，积极主动地与客户一起解决这些问题，使

他们的供应链能够实现可追溯和可视化。

黄：Pam，作为一位成功的女企业家，请问您在职业生涯中的关键成功因素是什么？

Pam：回首我这 30 年的职业生涯，我认为关键的成功因素是拥有良好的关系，与客户之间的关系、与合作伙伴之间的关系、与 QAD 同事之间的关系。通过成功地发展这些关系，我们就能够发展优秀的合作伙伴、长期稳定的客户，以及可持续发展的业务。所以，我所做的一切都是为了创建并维持良好的各种关系。

编译：施思