

SAP中国的下一个10年

本刊记者/李卫忠

在SAP进入中国十周年之际，完成了大中华区领导人的新老交替，SAP中国自此从西曼时代进入李文俐时代。

10年前，初到中国的西曼乘车行驶在长安街上时曾想，道路两旁高楼大厦里的公司有一天都将成为SAP的客户。如今，包括从东边的国贸中心、到最西边的首钢在内，现在SAP在中国的客户已经多达1500多家，其中不少是声名显赫的企业，应该说，西曼在中国交出了一份辉煌的成绩单。

前不久，西曼升任为SAP北亚区董事长，在介绍新上任的SAP大中华区总裁兼首席执行官时，西曼笑称，下一个SAP大中华的十年现在正式交给了李文俐。

5月16日是李文俐44岁的生日，这也是其履新后第一次与中国媒体见面，从兴奋溢于言表的他对一些问题的看法中，我们可以一窥SAP中国未来的模样。

关于增长空间

目前，中国已经成为SAP全球增长最为显著的市场之一。面对2007年第一季度SAP中国地区高达45%的增长率，李文俐笑称自己此刻的兴奋要远大于压力。

李文俐出生于新加坡，现居住在香港。身为华人，他说自己在全球各地时刻都能强烈地感受到中国的高速发展，以及世界对华人的尊重。

在他的规划中，SAP中国的业务将倍速增长，除了在大型企业继续保持绝对优势以外，已经占SAP全球收入60%以上的SMB市场将是未来最大的成长空间。“如果把中小企业市场纳入SAP的版图，你就会发现，这个市场真是太大了！”

关于好的公司

李文俐在SAP已经工作了17个年

头。接手大中华区这副担子，就是因为感到背后有令人放心的SAP团队、流程以及工作方式的支持。

“我们有很多同事都已经共事了10几年，这真的很不容易，10多年的SAP工作经验让人值得骄傲。很多人问我为什么要选择SAP，我的答案就是人！SAP是一家很稳定的公司，只要你对SAP有更多的了解，你会发现SAP九成的管理人员都是SAP内部所培养出来的。我从来不只看业绩，还看重周围能够有一群高素质、一起开开心心共事的同事。等老了以后，可以让人回忆起当年我们一群人曾经在中国做过一番轰轰烈烈的事业，期间无论环境如何变化，大家都能同舟共济，没受外界的诱惑。SAP就是这样一家有着稳定可靠、延续一致的企业文化和环境的好公司。而很多公司的人员总是在更换，到后来换着换着连公司也不见了。”

关于竞争

有竞争，客户才会有选择。这是健康市场的标志之一。不同规模、定位的供应商的存在，可以使各种大小类型的客户都有获得教育与培训的机会，对整个软件产业也是一件好事。“我们欢迎竞争，SAP最大的挑战不是来自于竞争对手，而是我们自己：我们怎样更快地增长以及如何更好地服务客户。我们的竞争对手在做很多市场教育的工作，SAP将从其中获益。另外，很多供应商在实践中会培养出一批批的人才，这些人最终总要寻找一家象SAP这样的好公司去发展，这方面的例子不胜枚举。”

关于人才与技术

西曼升任北亚区董事长以后，更



SAP大中华区总裁兼首席执行官李文俐。

多的精力将放在战略方面。他认为，SAP的战略是靠优秀的技术与服务来赢得客户，而不会像一些公司只能依靠并购的手段去扩大客户群。SAP的收购则侧重在一些小型的技术性公司，看重的也是它的人才与技术。2003年，SAP宣布未来全部产品方案和流程管理都要基于NetWeaver平台，这一战略转型将于2007年底按时完成。

“有了这么好的技术，我将首先重点花力气在人才的培养方面。我觉得做人有三个要点，第一个就是热情（passion）；第二个就是态度（attitude）；第三点就是主人翁意识（ownership）。我是从培训生开始在SAP这个培养的机制下长大的。如果工作时候没有激情，每天上班就盼望到点回家，这是很痛苦的。但是，如果你找到一个好的工作，这就不仅仅是工作了，它更意味着使命。中国区管理层的后备力量是非常强大的，这也是我们对未来充满信心的源泉与动力。”李文俐兴奋地说。©