

主持人：接下来是本次发布会的论坛环节。首先有请主持人中关村移动互联网产业联盟副理事长汪云志先生。接下来有请论坛嘉宾：六度人和创始人兼 CEO 张星亮(Lansing)，六度人和战略顾问徐志献(Paul)，腾讯投资部总监梁宇鹏(Rick)先生，用友幸福投资副总裁寇双翔先生，北京联创永宣合伙人田野先生，赛富亚洲基金合伙人王求乐(Albert)先生。有请嘉宾上场。

汪云志：大家好！今天满脑子听到最多的词是社交化、SCRM，星亮是我见到的 CEO 里最含蓄的一个，通常讲社交网络改变世界的时候，作为一个 CEO 要看战略、方向，你看到的社交网络改变世界和我们看到的肯定不一样，你为 EC、六度人和选择未来的方向、判断的依据，我们想听听。

张星亮：现在整个商业社会、商业逻辑发生三个变化：第一，人的关系迁移到社交网络里面，企业系统必须跟企业网络做连接。客户在哪里，企业的销售和服务就应该在哪里。第二，终端的变化，手机的出现，让每个人身边有了个智能工具，这个工具能够为人赋能，提高效率、能力。第三，90 后、00 后成为职场主要从业人员，我们的管理也发生了变化，从原来管理主导变成经营主导，企业除了要管理软件之外，还需要经营软件，这三个方向的变化与发展，可能也是 SaaS 的未来。

汪云志：互联网圈子和投资圈子里比较盛行的一句话是“赶上风口，猪也可以飞起来”。SaaS 是不是这个风口呢？在座除了 Paul 和张星亮(Lansing)都是投资人。寇总一直在看企业应用领域，您怎么看？

寇双翔：大家下午好，用友幸福投资 2010 年成立，专注于企业服务领域的投资，我本人在用友十几年，我们从 2013 年开始研究中国以及全球软件企业。我给大家分享一组数据，国外的一组数据：从 2013 年到 2015 年，对全球软件五百强企业做了一个统计分析，2015 年世界软件五百强总收入是 7487 亿美元，软件企业从业人员 557 万，企业人均收入 13.4 万。我们再看 SaaS 领域，软件收入是 74.66 亿，很明显 SaaS 领域的软件收入占整个软件五百强企业的收入不到 1%，0.9%多点。SaaS 软件企业从业人员 2.74 万，人均软件收入 27.24 万。我们可以看到，SaaS 企业人均企业收入是传统的软件企业的人均收入一倍，我们认为这个就是投资方向，这个也就是 SaaS 的未来。谢谢大家！

汪云志：刚才寇总提到几个关键数字：7487 亿、74 亿、1%，另外一个数字是 SaaS 领域人均创造值是 27.24 万，是传统软件企业两倍。因此您判断 SaaS 将是未来。Rick 来自腾讯，腾讯是社交网络创造者，您怎么看 SaaS 在中国的前景和现状？

梁宇鹏(Rick)：谢谢主持人，非常感谢大家今天来参加发布会，我是来自腾讯投资的梁宇鹏(Rick)。主要想分享两个相关问题的理解。第一个是 SaaS 七八年前、十年之前就开始谈，为什么这两年才火起来？第二个是为什么是现在火起来，外围发生什么变化？第一个问题是由于之前的整个企业服务市场偏 PC 为主，基于 PC。其实中国整个 PC 保有量虽然是全球第一，但是渗透率其实还是相对美国比较低的，尤其是在企业里面。基于 PC 传统企业服务软件，比如像用友这种非常专业企业服务软件，也是需要专业人员来用，有着比较大的前置成本。所以过去的中国企业软件市场主要由用友软件这样的服务商主导。现在外围环境发生三个变化：第一，智能设备普及，我们渐渐不再用 PC 办公，而是大部分用智能终端；企业不需要额外投入，智能终端已经在所有员工里实现，基于这个平台，很容易可以铺设一些应用。第二，中国整个经济环境变化，之前因为中国 GDP 高增长，人工成本比较低，企业主要聚焦于增长，吃人口红利。现在整个经济下行的大前提下，人共成本在提升，所以如何提升企业效率就变得特别重要。第三，移动时代，像 EC 这样把很多把东西放到云端的软件服务商，帮助企业在某种程度上解决了前端成本前置问题，前期不需要再买大量的设备，买大量的很重的软件在企业里，而可以用比较轻的移动端的云模式，在效率上也会更加高。我们觉得，三个外围条件的变化，应该可以刺激 SaaS 快速增长。

汪云志：谢谢 Rick。求乐好像有话要说，也请求乐谈谈该问题的看法。

王求乐(Albert)：我们跟田总(联创永宣)是一轮进来的，很有幸成为一家人，今天到这见了这么多好的客户，一大堆朋友，其实我们中午已经做了一些简单的交流，就这个环节有哪些看法，各自什么角度，我说一点个人看法。

销售在信息化、越来越移动化的时代，肯定需要一个东西来管理起来。从工具本身来讲一定得有一个东西把它管起来，管的好、管的不好又是另外一个事。我们其实研究、接触过市场上很多家 CRM 工具。我们的感觉 SCRM 的一些特性，跟销售紧密连接的一些特性，很适合维护客户关系，因为客户是需要一些关系来保持黏性的。六度人和 EC 产品，首先做的很讨巧，选点非常讨巧，不可否认。

这个点选择的非常好，有些软件看似很强大，但是功能太复杂，以至于看上去更像是单纯给老板一个管理的工具，真正跟客户连接与沟通这一块是缺失的，或者是做得不够好。

汪云志：你刚才说讨巧，但你没说怎么讨巧？或者从投资人角度，你认为这个讨巧值不值得你投钱呢？

王求乐(Albert)：从功能上来讲，它是一个相对比较轻，但是又恰当好处，这是从产品定位上来讲，我们非常喜欢和看好的一个点，也是一个 SCRM 比较好的点。另外一点，我们也看中这个团队，因为做事情往往要有一个“势”，天时地利人和，我们挺看重“人和”。天时地利我们都抓住了，那么人和怎么做呢？EC 产品，有腾讯开放接口，这也是一个大的优势，并不是每个人都有这样的好资源。再者，用友是国内最早做 TO B 做到 NO.1 的，也和 EC 战略合作，我想，有这么好的资源，这么好的天时地利人和，不飞都难。

汪云志：感觉你像托儿，你已经投了，上了船了。田野，刚才都是左派，我们听听右派，星亮左边算左派(笑)。他们都在说格局啊，取巧啊，你的观点呢？

田野：我是联创永宣的田野。我们也是 EC 上一轮的投资者，其实也不是说是右派啊，今天主要想要跟大家分享一下，刚才主持人也提到关于 SaaS 前景，谈谈我们的一个看法，我们投资于 EC 和投资于未来的一些思考。从大的趋势上来讲的话，我觉得 SaaS 会在现在变得这么热，或者这么流行，我觉得外部的一个大环境是因为互联网技术的发展带来的，同时也包括移动设备普及，刚才腾讯梁总也讲了，这是外在环境。每个人都有手机，企业不再需要为员工额外配置管理销售所需的硬件设备，外在条件已经成熟了。另外一点，其实今天大家说现在是 SaaS 的风口，其实这个风没有起来，还不够大，真正的风我认为还没有到来。可以从两个角度看这个事。首先第一个，今天在中国，SaaS 用户还是以中小企业对自己提升销售效率的需求为主，我们再看一下美国 Salesforce，拿到美联证券一个单，一万用户。所以今天的市场，真正的大用户没有开始使用 SaaS 服务，大家更倾向于做私有部署。但是发展趋势来看，我们坚定地认为 SaaS 是方向，这些大企业只是因为自己在私有部署等等这些方面有自己的一些思考，同时也有自己的整个业务流对 SaaS 的一个适应过程。所以我们目前中小企业可能会先用起来这个工具，因为中国的中小企业在过去 IT 化是做的不够好。这中间包括的最主要原因也是因为成本问题，中小企业可能在 IT 这一块投入预算有限。SaaS 出现在预算等等各个方面来讲，能够提供了一个中小企业快速介入、使用工具的机会。从小企业到大企业，等真正大企业进入对 SaaS 使用，这个行业才是真正的标志性转移点。

我们非常关注 SaaS 行业的一些重要指标，其中有一个就是 SaaS 行业的人均产出，刚才说 20 多万美金，其实我觉得还远远不够。因为中国目前中小企业非常多，目前 SaaS 用户是中小企业的话，其实对于所有的 SaaS 公司来讲，获得客户成本还是比较高的，然后每个客户里面用户数相对偏少。一旦大企业进入以后，这个市场的价值才会真正显现，SaaS 企业才会真正起来。

另外一个机会点，跟 SaaS 使用的人有关，刚才 EC 的两个客户已经分享了在使用 EC 产品过程当中的一些体会，真正在企业里面管的是老板，用的是公司的业务人员。现在业务人员普遍都是 85 后、90 后，我

认为中国的差不多每 5 岁可以算是一代人。他们对于互联网产品使用习惯上，都会有很大区别。比如说 85 跟 90 后，他们已经有很大区别。我认为 SaaS 在中国未来普及的时候，是 85 后真正成为企业核心管理者和掌权者的时候，因为他们是整个中国移动互联原住民，他们掌权以后，会非常习惯地把他们的各种行为习惯带到企业管理中间，这个时候我会认为中国 SaaS 真正的大机会来了。

汪云志：刚才我们看到，不同的投资人选择和判断的时候依据有很大差别。Paul，我们看企业运用的 SaaS，HR 可以 SaaS，财务可以做 SaaS，ERP 供应链可以做 SaaS，CRM 可以做 SaaS，SaaS 如果是一鼓风，哪股风是最领先的风？

徐志献(Paul)：我个人认为是 SCRM。为什么？第一个，SCRM 是大势所趋，第二个是众望所归，第三个是风险极低。为什么是大势所趋，中国经济转型，从制造业大国开始走向销售。过去在制造业很盛行的时候，重要的是供应链软件、ERP、财务。当整个经济转型，走向互联网+，走向销售、消费经济的时代的时候，就会需要有一套在消费跟销售上面很重要的 LOB 软件跟服务。

另一个是刚才提到的，用的人。在公司里，85 后是互联网天之骄子，也是现在的这批业务人员，业务人员占很重要的一块，他们已经习惯于这套方法。所有这些软件跟服务，最重要的一件事情，是让用户用的好，改变用户习惯和用户思维极度困难。在这批人里面，用移动互联网模式跟销售的模式是最佳的。

众望所归，众望指的是付钱的人的众望，就是客户、老板。当经济开始下行，所有老板不再拼的是机会，而是竞争力。这个时候老板最在乎不再是省钱、管钱，而是能够挣钱。今天哪一套 SaaS 是帮助客户挣钱的，我左想右想，也就只有 SCRM 了。

风险极低，企业跟消费者不一样，消费者今天装个 APP，明天可能就删掉了，企业能这么做吗？企业要思考很多事情，如风险考量等。刚才提到的这些 ERP、财务软件等，企业会想，我今天把它们转成 SaaS，我得到什么？如果只是省钱，对于他们来看，没有那么大积极性。今天我们看到所有的中国企业，SCRM 是最缺的，而且是最重要、最众望所归的一套软件以及服务。这样一个情况之下，SCRM 的转换成本跟风险是极低的，而且它会被整个环境推上去。原因在于什么？以前的所有企业软件全部在企业内部做连接，SCRM 让企业连接外部。SCRM 最重要的一件事情是连接企业跟客户，客户总不能去你内部来与你连接吧，不能给个 VPN 吧，不能用你家的服务器发邮件吧。所以面对客户，SCRM 是企业对外连接一套系统、一套环境，所以真的是大势所趋，而且众望所归。而且对于企业，转换成本跟风险是最低的，所以我个人认为 SaaS 一定会起来，而 SCRM 是 SaaS 的第一炮，也就是第一个风口。

汪云志：星亮，上次我去深圳找你聊天的时候，有一句话触动我，也是今天演讲当中提到的一句话，我特别想知道你从内心深处迸发出的是一种什么样的激情，那句话表达出你做的不止是 SCRM 系统，你有个更大的梦想？

张星亮(Lansing)：作为产品经理出身的 CEO，其实蛮难有激情的，要迸发激情对于我来说挑战很大。我们看到互联网其实一直在改变人的生活，比如说最早的电子商务，让商品上架，带来很多新模式，改变了零售业。那么中国还有另外一拨企业，吃喝玩乐生活服务类；后来 O2O 又让服务上了架，又改变了这些企业。今天我们发现 SaaS 把连接上架，尤其是 SCRM，还让关系上架，它带来很多新的模式。我认为它最终的愿景是，希望用连接改变生意，创造更多的生意模式。我觉得他跟以前的电子商务，跟以前的 O2O 是一样的，并不仅仅是工具，是行业的革新。

汪云志：有的时候我在想，一个这样含蓄、温和、内敛的 CEO，可以领着 EC 这样一支队伍、这样一个产品，将要做的事是改变中国的销售生态，太淡定了。谢谢大家！谢谢诸位投资人。如果没有别的问题拷问他们。这个环节到这结束。

嘉宾提问：不好意思耽误各位的时间，也特别感恩我这个 90 后有幸参加这样的论坛。几位智者说到 85 和 90 后的问题，我也代表 90 后提一个小问题，您几位真的特别有智慧，因为您几位讲的我全都听懂了，特别具体，特别感谢。但是我也带着一个自己的问题，我之前也是在做销售，不管是创业还是工作的时候，作为销售人员，我关心我的客户，因为我每个客户都是我自己发展、挖掘过来，这个挖掘过程其实很痛苦。我现在也在用 EC，我在用 EC 的时候，其实还有一个担心，其实我除了领导能看到我所有的客户群体以外，还有谁能看到我的客户？第二个是，有一些我的高端客户，是不是能把他们的信息放作 EC 里面，比如说我之前是在做医药供应链，联系了修正、葵花等等高层采购老总。我在录入我的资料的时候，我在想，如果有什么意外发生，他们的电话号码被公布于众，可能会对他们造成很大影响，对于安全这一块，EC 有没有一些防范措施？

张星亮(Lansing)：这个问题很好。我从两个方面回答这个问题，第一方面，EC 是一个 SaaS 公司，对于 SaaS 公司来说，数据是我们的根本，我们对数据看得比你还紧，如果你的数据丢了，可能是你一家企业的数据丢了，但是如果有一家企业的数据丢了，大家会说我们公司丢数据了，所以数据安全是我们最基本的态度和保障。第二方面，我们的数据从三个技术层面去做了防范，1 是分段加密；2 是数据放在腾讯云平台上，QQ 都用了几十年，还是蛮安全的；3 是从端到服务器的加密算法。还有一个方面就是，云平台是个趋势，移动时代的到来，数据的同步，包括各种连接的存在，云平台一定是大势所趋，连银行数据都在上云，所以我们所有企业的业务数据上云也是大势所趋。

主持人：尊敬的各位来宾，六度人和 SCRM 战略及新品发布会到此告一段落。再次感谢大家的到来！谢谢！

——结束——