

SAS公司：未来最大的竞争对手是自己 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/228/2021_2022_SAS_E5_85_AC_E5_8F_B8_EF_c108_228697.htm SAS公司亚太区副总裁菲利普贝奈克出现在上海媒体面前时，这个出生于澳大利亚、在澳大利亚完成全部学业的IT精英公司的高管对中国市场的熟悉程度令人侧目。 转贴于 学生大求职站

<http://job.studa.com> 这个高大帅气的澳大利亚人怕翻译没有完全理解自己的意思，不时与新上任的SAS大中华地区总经理龚仲宝低语，确定无误后再和媒体记者沟通。在“世界十大独立软件开发商之一”的定语之前，人们往往还会加上“全球第一大私营软件供应商”来补充说明SAS公司的特征。SAS进入中国已经有10多年的历史，但是如何在中国谋求更大的发展，成为SAS下一个十年的重要计划。菲利普贝奈克对SAS在中国的第二个十年充满信心。渠道不是唯一作为一家软件公司，SAS在过去的一年中取得了不错的成绩，在菲利普贝奈克进行演示的幻灯片中出现这样的内容，“连续28年的收益利润的增长。”支撑这个数字的背后是SAS对创新的关注，这些年SAS对研发的投资占收入的26%。这个比例在软件厂商中极为罕见。正是在研发领域的高投入，使得SAS公司的年度收入连续保持两位数的增长，并确立了SAS系统在数据仓库和决策支持软件领域全球第一的位置。软件公司更多的是卖产品，因此销售渠道经常是不少软件公司关注的要点，但是SAS不同，市场出身的菲利普贝奈克眯着眼睛笑了笑，表示SAS公司的渠道不是一般的渠道，“由于我们要做这些应用或者说这种高端的能力分析意识形态的应用，所以我们的渠道应该不是

一般的那种。我们对那些分销商来帮我们卖软件不是很感兴趣，这一点对我们不是太重要。但是如果能在地方上、在一个国家和国际上面有合作伙伴的话是真正能给我们带来价值的。”从很早以前SAS就建立起了一个策略直接进入市场，不通过第三方也不通过其他的渠道，而是直接投资。说到这里，他停顿了一下，“今天我认为像宝钢、通用、交行这样比较成熟的又有进取性的公司来说他们也是希望直接合作，直接得到服务。这不仅是一个软件层面的问题，而是在知识层面、能力层面上他们希望确保能得到最好的服务。”他认为中国的BI（商业智能）还是集中在比较基础的上面，比如说报告、数据库这种的报告。“这些都是最基础的”，因此，在他看来，关于整个长远的经营方式不是单纯地给某个客户一个解决方案。“更重要的是我们要和金融、电信、制造业、还有政府部门达成全面的合作意向。这远比为某一客户提供解决方案要更有意义。我们希望合作伙伴是像毕博以及其他各种各样的咨询公司，能帮助我们、确保我们的软件是成功的，当然我们还想和中国地方上的一些大的系统集成商合作。”菲利普贝奈克很懂得该如何从宏观上进行市场拓展。“今天的天气也非常好，我们选择了一个非常好的位子可以俯看黄浦江，我们也希望从这里能够看到整个中国内地的市场。”菲利普贝奈克意气风发，用力挥着手，表示他对中国市场的决心和信心。虽然来内地的次数不多，但他却能感受到中国经济发展的加速度。菲利普贝奈克认为，随着中国企业市场化与全球化进程的加快，随着大量生产系统与海量企业数据的就绪，如何将数据转化为企业决策的智能将是中国企业面临的巨大挑战。“SAS公司愿意借助全球40000多个商

务智能项目的丰富经验和27年的行业知识，给中国用户带来领先的智能解决方案，帮助中国用户实现企业智能化。”最大的竞争对手是自己 SAS公司早在1990年已在中国设立分支机构，1997年成立了大中国区，1999年相继设立了独资公司赛仕软件（上海）有限公司和北京办事处。过去十多年来，SAS公司在中国市场前行的步伐非常谨慎小心，中国内地的员工人数一直没有超过100个人。当然，稳扎稳打是这家全球最大的私人软件公司一贯的作风。在2000年的时候，SAS把中国市场作为今后5年内发展的一个重要目标。第二个是5年内把中国作为亚洲最大的市场。转贴于 学生大求职站 <http://job.studa.com> 在谈到第一个目标时，菲利普贝奈克耸了耸肩，很委婉地说道：“我不能说今天已经达到了这个目标，我们还有很多的事情要做。在过去的4年里面，我们公司面临着巨大的挑战。而这些挑战也带来了越来越多的挑战。我们会持续对基础设施和对人力设施进行投入。”据悉，SAS公司打算在未来一到两年内把中国员工人数增加一倍甚至两倍。目前，在大中华区，SAS有6家办事处和310名员工，“接下来几年，这些数字肯定会发生比较大的变化。不管是在人员上、资金上还是市场活动上，SAS都会使其达到一个新的高度。在SAS的下一个十年，SAS在中国市场会有一个翻天覆地的变化。”菲利普贝奈克很有信心地冲着东方早报记者笑笑。在问到SAS在中国市场上最大的竞争对手时，菲利普贝奈克很优雅地笑了笑，然后吐出一个单词“自己”。他解释：“这绝对不是自大，我们一直专注SAS在行业内的发展，我们最希望突破自己，而不是和竞争对手去争夺市场。毕竟每个软件公司的公司情况不同。我们就是如何组织、如何确保我

们是向市场推广出合适的产品。所以我不是很担心我们的竞争对手。”关于如何建立自己的品牌，菲利普贝奈克再次笑了起来，“我认为SAS不是成为一个超市牌子上列出来的一种牌子。我们想做到的是成为一个领先、成为一个可信的品牌，它能够做出并且支持它的商务智能的平台。”对SAS品牌来说必须要有好的客户。在菲利普贝奈克看来，类似宝钢、交行等“金牌客户”外，“紧密与一些大学合作，从而建立起企业的信誉”。他再次强调，“SAS是个企业的品牌，不是商品品牌。”SAS已经和北大、清华、复旦大学、上海交通大学等优秀的高校建立了很好的合作关系。“北京大学和清华大学已经利用我们提供的技术来开课了。”菲利普贝奈克自豪地表示。他表示，与中国高校的合作会进一步加强，“我们相信在接下来一到两年里面就会得到很普遍，在不久的将来相信几乎所有的高校都会用SAS的软件开展他们所有的课程。”据悉，05年5月份SAS大中国区和香港城市大学会在香港举办论坛，邀请国内高校的教授和国外同行进行交流。“我们期待下一个十年，SAS在中国有更大的发展。”菲利普贝奈克的蓝眼睛中流露出对未来的坚定。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com