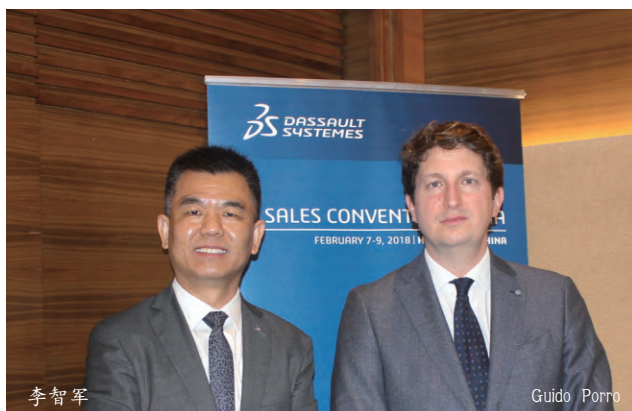


达索系统： 用法国科技加速中国创新

撰文 / 赵龙

法国达索系统公司在中国的业务发展正如火如荼。过去两年，该公司大中华区市场连续保持了两位数的销售增长。达索系统取得这份成绩与“中国制造 2025”、“一带一路”和“智慧城市”等政策利好息息相关。今年初，法国总统马克龙来访，中法两国发布的联合声明，中法两国愿推进“中国制造 2025”与法国“未来工业计划”对接。双方支持两国企业在自愿和平等的基础上开展互利合作，制定未来工业共同规范和标准。对接后，“中国制造 2025”和法国“未来工业”计划一定会寻求更加一致的战略目标，未来必将带来更多的科技应用推广和经济效益。

转型升级拉动市场需求



“这对我们今后经营全球市场是非常重要的一步。”今年刚刚履新的达索系统全球渠道销售负责人 Guido Porro，上任伊始就来到中国参加达索系统 2018 VS Sales Convention 经销商大会。Guido 表示，中国是达索系统非常

重要的市场，居于全球领导地位，高级管理层人员都在聚焦中国。达索系统有能力为正处于转型升级阶段的中国企业带来价值，并且深信只有通过协同化的系统平台有机整合工业物联网、大数据和人工智能等新技术，才能面对“中国制造 2025”带来的“中国速度”的挑战。

过去近 40 年里，达索系统通过一系列的创新引领了整个行业。在率先开发计算机三维设计取代二维绘图之后，运用三维技术创造了数字样机，在虚拟世界里试制和验证适合真实世界的产品，极大提高了生产效率并降低了成本。上世纪 90 年代，达索系统在行业里最早提出了产品生命周期管理的概念，即 PLM。随后 PLM 作为标准术语被业界广泛使用。从开始仅是数字样机和 PDM 的结合，到把协作环境有机地融入其中，达索系统的 PLM 产品在市场上也取得了巨大的成功。近年达索系统推出“3D 体验平台”进而构建了一整套虚实融合的技术体系，几乎跨越企业所有的业务流程，涵盖产品三维建模、仿真分析、生产制造、运营维护、商业分析和体验营销等，为用户提供产品全方位的最新数据，打通了企业的“信息孤岛”。

达索系统大中华区总裁张鹰认为中国已经发展到了重视加速创新和提高质量的新阶段。达索系统希望以新技术帮助中国企业转型，在价值链里摆脱低价值竞争，同时提升能力去面对高品质竞争。中国工业的转型升级为创新工具带来了巨大的市场需求。达索系统大中华区渠道销售副总裁李智军表示，过去五年，达索系统已经在中国市场实现了不止一倍的增长。未来五年，达索系统有信心保持同样的增长。这份信心来自于李智军对中国市场的洞见，中国拥有庞大的市场、

完备的行业与成长的人才。更重要的是，达索系统拥有与之匹配的创新能力。



合作伙伴身怀独门秘籍

“以合作伙伴为中心是我们的理念，合作伙伴的成功带来最终客户的成功是我们的逻辑。”从2017年开始，李智军的策略就是注重合作伙伴的能力提升。从过去的重“量”转变为如今的重“质”，透过合作伙伴给终端用户提供更多的价值。从供应链转变到价值链，达索系统体系渠道已经形成从线到面再到体的业绩形态。李智军要求渠道合作伙伴“要更加丰满、更加立体、更加多面化，并且术业有专攻。”

为了提升合作伙伴的能力，确保给终端用户提供有价值的解决方案和服务，达索系统启动了渠道代理商拓展项目，进而帮助合作伙伴进行转型。拓展项目分为三个层面，首先是针对代理商公司管理层的培训，形成公司顶层的战略规划。其次，开展基于业务部门和职能部门的培训，帮助代理商形成健康有力的运营实体。第三，提供个体的个性化培训，提升项目经理职业素养和工程师的技术实力。

为了更好地与市场匹配，达索系统还推行了分为铜、银、金和白金四级的代理商奖励项目，根据代理商的能力和愿景有的放矢地推动和拓展不同的业务。李智军表示，“通过这两个项目，最终实现我们希望构建的立体生态群落，使我们的代理商成为终端客户可以信赖的业务伙伴。”

达索系统将业务领域分为12个行业，每个行业再进行细分之后，形成了60多个细分子行业。这两年，达索系统正在积极介入“中国制造2025”所涉及的行业。李智军将其分为三大类映射到达索系统的销售之中。一是中国制造，包

括航空航天、汽车和工业设备等传统行业。在这些行业，历史证明达索系统确实已经带来价值，推动了行业进步。二是中国建造，在一系列“超级工程”的背后同样有着达索系统“3D体验平台”的身影。中国铁路总公司最大的设计院铁三院和承担建造的中铁十八局等，都是达索系统的行业标杆用户。三是医疗健康，涉及生命科学以及新材料等未来的高科技新兴行业。作为技术创新赋能者，达索系统已经准备好相应的技术平台和解决方案。

达索系统在中国的渠道合作伙伴数量目前已经超过100家。合作伙伴按照细分子行业先做发散，再做聚焦。发散是从达索系统的角度，让合作伙伴深入到不同的子行业中。而聚焦是要求合作伙伴针对专注的细分子行业，培养人才，提升能力，为客户提供的真正有价值的服务。李智军说：“我期待我们的生态群落里的每一个合作伙伴都身怀独门秘籍，作为他的核心价值，帮助中国的细分行业进步。”

秘籍一：实现增值应用开发



“江达目前不仅是达索系统销售的合作伙伴、培训的合作伙伴，还是开发的合作伙伴。”上海江达科技发展有限公司（以下简称“江达”）总经理闫兆发表示，开箱即用的软件有时并不能完全满足客户的特定需求，江达会在调研行业通用功能的基础上为客户进行二次开发。2017年，江达为船舶行业做了多联管路支吊架设计的开发，并把它定义为产品。这也是江达成为达索系统“3D体验平台”增值应用开发合作伙伴以来开发的第一款应用。随着功能的进一步增强和优化，这款产品未来在船舶海工、能源（水电及核电）等行业具有广阔的使用前景。目前该产品已经在国内船厂拥有很高

的知名度，也有欧洲的合作伙伴希望能将其应用于本国客户。

这款由江达开发的产品已经纳入达索系统的产品线，所有的渠道合作伙伴都可以进行销售。闫兆发表示，“只有通过产品化才有销售机会，我们会不断基于达索系统做实自己的产品开发，并在市场上赢得良好的口碑。”

江达作为达索系统最早的渠道合作伙伴之一，自 1997 年成立之日起便与达索系统展开合作，业务范围 100% 围绕达索系统，业务构成与达索系统关系紧密。闫兆发认为，代理商如果希望取得长远稳定的发展，首先要有足够的忠诚度。原厂商一定会重点培养具有较高忠诚度的代理商。其次，代理的产品要足够强大和广泛。江达早期主要代理 CATIA 产品，随着客户业务升级开始涉及 DELMIA 工艺系列和 Abaqus 分析仿真，后来发展到 ENOVIA 数据管理和整个 PLM 平台。在江达一步步拓展业务范围的过程中，达索系统提供了充足适合的产品。第三，要找准市场的定位。在资源和精力有限的的情况下，代理商挑选自身擅长的行业深耕才会产生价值。

江达的愿景是打造成一家技术驱动型的公司，而不是销售驱动型的公司。“我们希望靠技术驱动，靠价值去做生意。”在闫兆发看来，只有价值创造才能使达索系统、代理商和用户三者形成良好的生态圈。对用户有利，对厂商有利，同时对代理商也有利。这与达索系统的理念不谋而合，达索系统希望渠道合作伙伴更加有价值，为客户提供更好的服务。“其实这两年江达的变化还是挺多的，我们不停地增加技术人员，针对细分市场尽量去做比较深入的应用。江达要基于达索系统的转型，做自己合理的定位。”

经过二十多年的发展，江达与达索系统的业务已经非常健康稳固。江达 2017 年的营业额也实现了两位数以上的增长。

秘籍二：打造服务创业平台

“我们这种科技公司其实就是人的公司，达索系统的产品基本是靠人来传递知识和实现价值。这也是迅利发展到现在价值。”北京迅利创成科技有限公司（以下简称“迅利”）总经理陈军表示，达索系统的产品已经从过去的工具软件上升到“3D 体验平台”，这必将需要大量的现场服务。达索系统的产品也相对越来越复杂，不仅有工具层面的应用，还有很多协同的应用，以及移动化和云的服务。

迅利作为达索系统渠道规模较大的代理商，技术服务团



队现在已经超过 50 人，随着市场需求的扩大还需要进一步扩招。而这无疑带来了人力成本的增加。陈军算过一笔账，在达索系统的产品上如果每个专业配备一名人员，从设计、仿真到制造一体化，面对客户就至少需要五六个人。

作为达索系统的中小代理商如何应对人力资源，成本上升以及专业知识需求增多的挑战？迅利给出的答案是成立面向达索系统的专业服务商。此外，迅利认识到智能制造是一个系统工程，而目前大多数企业还是在单点改善，通过专业服务公司进行顶层设计，能为客户的转型升级带来真正的价值。上下游两方面的新形势带来了新需求，迅利大胆应对，做出模式调整，对内改革，对外联合，实现了业务突破，并为 IT 转型以及制造业转型服务探索出一条新路。

“我的目标就是把迅利打造成创业平台。”北京迅利创成科技有限公司董事长代军致力通过建立整体服务的生态圈共享资源。“应该把它理解成一个君子之交，宁愿别人负我，我也不负别人。走正道，做正确的事情，最终还是会有回报。”同时，生态圈也搭建起原厂商、合作伙伴与客户中间的桥梁与网络，能够为客户提供多样、便利和实惠的选择。迅利的技术服务都是基于达索系统解决方案的增值服务，也都是基于本地化的增值服务，融合中国企业实际的应用场景，加入专业化、定制化的解决方案，满足客户特定的业务需求。

迅利和达索系统同样拥有创新的基因。在未来达索系统的生态体系里，专业服务将会是一种趋势。代军认为，建立专业服务机构与达索系统的政策没有背离，而且对达索系统的销售起到了促进作用。达索系统销售经理母舰表示，达索系统鼓励所有的代理商通过提高自身能力，为客户提供更专业的服务。

迅利依靠价值、增值和坚持的核心理念跟随达索系统一起走过了二十年。同时，达索系统也为迅利提供了充足的成长空间和创造价值的舞台。未来，达索系统的技术领先性必将在中国工业转型升级中大有作为，迅利也将继续追随达索系统拥抱市场。陈军说：“我相信迅利会和达索系统一起走向下一个二十年。”

秘籍三：开拓蓝海空白市场



“其实我们加入达索系统渠道合作伙伴算非常晚了，进来的时候大块的好肉已经被分了。我们当时选择了空白区，然后跟达索系统讲，韵华的价值就是开拓空白市场。”上海韵华科技有限公司（以下简称“韵华”）副总经理周丹当年选择了市场里最难啃的骨头，专攻其他合作伙伴没有覆盖的民营企业。2009年，周丹加入韵华任职销售，此前完全没有销售经验及行业经验，却通过短短两年的时间成长为销售冠军。2013年，韵华正式成为达索系统代理商，周丹担任达索系统事业部总监。“当时民营企业不重视软件，那么他们掏钱也就不是特别的快速。但我们当时定位很清楚，我们要从民营企业一点点做起来。”

攻克民营企业的难度之大可想而知。周丹亲自从一线做起，打电话，跑客户。她对民营企业推广软件技术有着抚育婴儿一般的耐心，“他可能一开始要慢慢地先爬，再走，然后再跑。如果上来就讲‘3D体验平台’，企业会担心内部是否有能力实施。”韵华帮助客户从单一的软件用起，之后再根据客户的业务发展逐步匹配提升其竞争力的工具产品。同时，韵华辅助企业做好研发设计的未来规划。“达索系统

的产品线非常丰富，具有可扩充性，能够保持业务延续，因此打消了客户的后顾之忧。”

这些年，周丹看到民营企业的意识也逐渐开始转变。中国从制造大国迈向制造强国，需要转型创新，民营企业同样感同身受。“我告诉他们，你要创新就要有新的能力，不可能总是模仿，有自己的能力才能具备竞争力。”

持续发力，久久为功。2014年初，韵华获得了达索系统最快进步奖的荣誉，此后其达索系统业务每年都取得了突飞猛进的增长。2016年，韵华成为达索系统最有价值的代理商之一，排名全国第四。凭借在销售实战和销售团队管理上非常丰富的经验，周丹于2017年正式担任韵华副总经理一职，并带领韵华在2017年销售额破亿。

周丹实现了自己的“从0到1”。学习是她提升自身价值最直接的手段。“因为加入达索系统的渠道，让我有了非常好的平台，接触了很多高端的人群。在这次达索系统会议上，他们分享了很多东西，我觉得可以学以致用，运用到我自己的销售之中。”另外，“专注，这也是我们仍然要坚持的。”

2017年，韵华的达索系统业务年增长超过40%，跻身全国排名前三。韵华目前正处在快速上升的发展阶段。周丹说：“未来，韵华还有很大的空间去走，跟着市场走，跟着政策走，跟着达索系统携手共进。”

后记

达索系统在尽力把全球各个行业中最好的方案和中国的小伙伴们结合到一起，努力让中国企业实现从虚拟到现实的科技创新，以此来提高中国企业的竞争力，乃至整个国家的竞争力。达索系统关注的重点不仅是产业链前端的设计工具，已经延伸到生产制造和后端的运营维护，这势必需要更多的服务团队作为支撑，自然与渠道合作伙伴的关系将更加紧密。其合作伙伴们也深刻意识到提升能力和价值的必要性和紧迫性，不约而同地实施转型和升级，展现出动态演进的发展活力。除了达索系统带来的改变，他们一定直接感受到了中国工业创新的温度。IM