

导语：2023年，经济加速回暖升温，软件产业进入结构优化、快速迭代关键期

撰文：张佳

近日，已有超过2600家上市公司披露了2022年业绩预告，全部个股中预喜率仅为40.3%，而预悲率高达59.3%，其中不乏行业龙头和知名企业，包括国产软件行业的重要上市公司用友网络（以下简称“用友”）。

1月30日，用友发布2022年年度业绩预告，预计2022年实现归属于母公司所有者的净利润为2亿元（人民币，下同）到2.2亿元，同比下降68.9%到71.7%；扣除非经常性损益后的净利润为0.85亿元到1.05亿元，同比下降74.1%到79.0%。

不过，多家机构依旧看好用友，其中，中金证券给出“维持跑赢行业评级，中原证券给出“增持”的投资评级，招商证券维持“强烈推荐”的投资评级，中信建投也维持“买入”评级。

DoNews认为，用友作为我国软件行业的代表性企业，我们对其价值的判断，不应该仅仅依据于业绩预告上的财务表现，而是需要对用友公司本身，乃至软件行业更深入的了解和思考。

“历史性发展机遇”

在用友财报中，对2022年有一个特殊的表达——“面对企业数智化与信创国产化持续加速的历史性发展机遇”。

从过去一年软件行业的发展情况来看，这个说法有一定前瞻性。

据中国信通院数据显示，2022年，我国软件和信息技术服务业的业务收入突破十万亿元，达到108126亿元，同比增长11.2%。其中，信息技术服务收入达到70128亿元，同比增长11.7%，云服务、大数据服务共实现收入10427亿元，同比增长8.7%，占信息技术服务收入的14.9%，占比较上年同期提高2个百分点。

此外，《2022中国信创生态市场研究及选型评估报告》的数据也显示，2022年信创产业规模达9220.2亿元，预计2025年突破2万亿，五年复合增长率将达36%。

需要注意的是，这些数据都是在疫情第三年，经济下行的大环境下取得的。

而我国《“十四五”数字经济发展规划》提出，到2025年，数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达到10%，中国信通院预计2025年我国数字经济规模将超过

60万亿元，软件和信息技术服务业将是重要的增长板块。

随着疫情政策的放开，数字经济迅猛发展，将给企业服务产业带来了巨大的市场空间，“历史性机遇”已是大势所趋。

可以预测，用友未来的市场增量来自两部分，首先，是数字经济发展和企业数字化转型带来的自然增长，这一点通过对2022年的观察就可以发现；其次，是对原有市场的国产化替代。国家层面自主可控的诉求将长期存在，2022年9月底下发的79号文就明确提出，所有央企和地方国企落实信创全替代，包括OA、门户、邮箱、纪检、党建、档案管理的全面替换，战略决策、ERP、风控管理、CRM经营管理体系的应替就替，计划于2027年完成。

据了解，早在2017年开始，用友通过持续投入研发打造的商业创新平台——用友BIP。经过多次迭代，2022年正式发布“用友BIP 3”，以5项先进技术，6大领先应用架构，10大领域，465个场景化创新服务以及大规模生态，成为中国企业服务产品创新的一个重要里程碑。

据悉，用友BIP在多个领域已实现对国外主流厂商的国产化替代，护航企业实现管理国产化，据相关人士介绍，截至2022年底，用友已累计完成国产化替代项目270余个。

具备企业服务、云服务、信创三重属性的龙头企业用友，在外部环境好转时，跑赢行业基本不存在异议。

战略布局，升级组织

据DoNews对用友的观察，其业绩表现存在明显的周期性变化规律。而“起落周期”背后更深层的原因，则是软件行业近10年的发展变化，以及用友的战略发展共同决定的。

用友的发展大致经历了两次转型。第一次转型是从用友1.0时期的财务软件向用友2.0时期的ERP转型。这次转型，用友“踩对”了企业客户对ERP等应用服务“本土化”的迫切需求，填补了中国软件在高端领域的空白，成为当时唯一能在高端市场与外商一较高下的本土厂商。

第二次转型是从ERP向企业云服务的转型。这次用友“选对”了方向，踏着数智化和云服务的大潮，做到了全球企业级应用前10中唯一的亚太厂商，在国内应用平台化云服务APaaS市场、企业应用SaaS市场都稳居第一，成为了中国企业服务产业的“发展索引”。

2023年年初，用友又做出了一个重要的动作，就是业务组织升级。如果用最简洁的话来描述，那就是“聚焦行业”。用友的高端业务在全国原有大型企业客户业务团队基础上组建离散制造、消费品、流程制造、装备制造、能源、交通运输、公用、现代服务、农牧等23个行业客户与解决方案事业部，对大型企业客户的数智化解决方案与服务由原来以地区为主、“地区+行业”的组织模式升级为以行业为主、“行业+地区”的运行模式。

之所以进行这样的转变，是因为用友从最初提供的财务软件、ERP到现在的数智化产品和服务，越来越深入企业业务前端的场景，因此产品必须行业化，业务组织模式也要行业化，才能为企业提供更专业的服务。

另一方面，有利于提高高端业务组织能力和组织效能，将好的实践复制到行业其他企业中去。目前国际和国内领先的高端厂商，比如全球全球ERP头部厂商，还有国内的华为、中国联通，包括部分互联网ToB公司等，主流的业务组织模式也都是按行业细分，深耕行业。

领军企业的动向往往都是风向标，用友能否如之前两次一样厚积薄发？

对于这个问题，DoNews和多家机构一样，看好其2023年的表现，最近业绩预报并不能真正衡量用友未来的价值。可以作为参考的是，2022年，用友持续投入到研发和大幅增员，这本身就是对业务发展充满信心的表现。

本次的业绩预告中，2022年的前三季度，用友在最大限度克服了部分地区疫情防控、一些客户行业经营景气度等因素的影响后，还是实现了主营业务收入的较快增长，下图可以看到，前三季度用友总营收55.95亿元，同比增长了13.43%。

但是第四季度，受多地疫情管控措施以及去年12月份全国范围内新冠病毒感染高峰的先后影响，用友部分业务的商务洽谈与签约延迟，项目实施交付与客户验收滞后，尤其第四季度是用友全年业绩比重最大的一个季度，这直接导致了用友全年主营业务收入同比增长的放缓。

而净利润的下滑，则来自于2022年用友战略投入与业务结构优化对成本费用的影响。据用友财报显示，前三季度用友研发投入达到20.6亿元，同比增长31.7%，占到了营业收入的36.7%，相比2021年底，通过引进高级人才和优化人员结构，新增员工超过4000名。用友还加大推进客户项目实施与客户化开发外包，培养专业服务生态伙伴的交付能力，导致营业成本有较大幅度增长。在营收受影响的情况下，下调净利润也就不足为怪了。

但具体分析这两个原因，首先，疫情导致的营收下降是暂时的和不可控的，随着疫

情防控的放开，经济复苏后用友的业务大概率将恢复正常，甚至部分业务的延期会在下一季度带来超额增长；另一方面，对研发的投入在当期的确增加了成本，但刨去研发投入的增加，以及2021年处置子公司带来的额外收益，用友2022年的经营能力并没有下降，甚至还有增长。

也就是说，用友实际的业绩表现，要比预告中的更加坚韧。

在行业回暖乃至快速增长的时间节点上，2023年，我们期待可以看到用友业绩画出陡峭上扬的曲线。

本文源自iDoNews