

电脑理财之星的升华

——记王文京和用友软件集团公司

本刊特约记者 林七月

1995年7月14日,吉林长春,全国首次“会计电算华知识电视大赛”现场。财政部副部长张佑才就中国会计电算化的发展发表了充满激情的讲话。他说,中国政府正在加大会计电算化的发展力度,目前全国会计电算化的普及率已超过10%,而且发展还在加快。会计电算化的发展是一场技术变革,它同时促进了会计软件业的发展,促进了会计软件市场的形成。在商品化会计软件的发展中,用友软件集团公司做出了贡献,大有前途。

坐在嘉宾席上的王文京,听着这番话,不禁思绪滚滚,浮想联翩。

白手起家 从零开始

1988年12月6日,在素有“中国硅谷”之称的北京中关村一间九平米的小屋里,没有鲜花、没有鞭炮,一家专业研制、推广财务软件的企业悄然诞生了。这就是王文京和好友苏启强靠5万元贷款创办的用友公司的前身——“用友财务软件服务社”。而对现在的“集团”,它是那样的渺小和不起眼,然而正是在这间狭小的陋室里,王文京带着他青春的热望,踏上了艰难的创业历程。

白手起家,并在荆棘丛生之中踏出路来,无疑是困难的。服务社成立之初,他既是老板,又是员工,白天忙看推销产品,晚上埋头编写程序。当时电算化即便在北京也不算很“潮”,许多人还感到神秘。每推销一件产品,他都几乎快说干了嘴,跑断了腿。但艰苦、劳累和风险没有让他趴下,而是更坚定了他用电算化来改变“一把算盘一支笔,一二三四五六七”的传统理财方式的信念。他决心带领用友人用真诚和智慧来赢得社会的理解和支持,用自己的双手来迎接电脑理财时代的到来。

1989年3月,中国革命历史博物馆,全国第二届软件产品交易会在这里举行。刚刚诞生3个月的“用友”,以“专业的优势,民办的机制,用户的朋友”为口号参

展。他们的展台虽小,但那“出自财会人员之手”的会计软件却获得了客户和舆论的兴趣和青睐。3天的展期结束,他们获得了10多万元的订单。这是他们获得的第一笔值得惊喜的回报,也为他们的发展积蓄了第一份力量。

同年10月,年轻的“用友”在北京举办了首届“用友财务软件展示会”。当时在国内举办专业财务软件展示会尚属首次,会前,王文京心中不安,担心冷场。没想到这次展示会在北京引起了强烈反响,开幕当天,仅能容纳200人的展厅,足足站满了400人,整个展期吸引了2000多名财会及有关人员前来参观。“一分耕耘,一分收获”,付出的一切终于有了回报。面对络绎不绝的参观人流,面对那一双双焦灼、好奇而惊喜的目光,王文京的双眸潮湿了,他看到了中国电算市场的潜力,看到了用友事业的希望,更感受到了自己肩头的责任。把中国会计电算化搞上去的强烈使命促使他立下了一个更宏大的目标:立足北京,走向全国;在北京创牌子,向全国市场要效益!从此,用友事业的“篝火”在全国各地点燃,用友人进入了一个创造奇迹的时代。

用友的升华——小作坊到大企业

几年来,王文京带领着他的“子弟兵”,一直扮演着开拓者的角色,挑战在中国会计电算事业的潮头浪尖,创造了一个又一个奇迹。创造中,用友的价值得到升华;创造中,用友人不断赋予着我国会计电算事业新的内容。

1990年4月,用友软件首家通过了财政部的正式评审。

1990年11月,被誉为“中国第一表”的三维立体报表处理软件——“UFO”,在用友人手中问世。

1992年,适应大中型企业大数据量处理,多人操作的需要,用友推出了网络版财务软件,并于同年通过了财政部的二度评审。

1993年,为了配合我国财会制度的重大改革,他们

率先研制开发了符合“两则”、“两制”及新财会制度的新版财会软件，并于同年7月通过了财政部的三度评审。

1994、1995年，他们对会计核算软件进行了系统的改进和完善，使用友软件由核算型向管理型发展；由单一财务部门应用向财务、业务部门综合应用发展；层次划分更细以适应不同规模用户的应用要求；平台更加丰富以满足不同类型企业的应用环境。因质量优异，用友软件先后被北京市新技术开发区、国家科委、中国软件产业协会授予拳头产品奖、技术精品奖和优秀软件产品奖，并在同业中首家通过了中国软件评测中心的优秀级测评。

1996年，他们又率先致力于我国新一代财务软件——用友管理型财务软件的研制开发（已被列入国家“九五”火炬计划），为全面促进我国管理现代化迈出了新的步伐。

用友最先提出并实践会计软件走专业化、规模化开发之路。1990年，他们按专业化的思路成立了专门的软件开发机构，实现了由作坊式开发向专业化开发转变；1992年，又组建了有60多名开发人员的国内规模最大的会计及管理软件开发中心，率先进入了规模化开发的新阶段。

用友亦是提出并实践会计软件分销思想的第一家，为了实现规模化经营，他们早在1990年下半年就提出了实行分销的思想，并举办了第一批代理商培训班，组建了全行业第一家代理机构，最早实现了直销和分销相结合。分销思想的提出和实践，不仅使用友进入了市场大开拓时期，也使整个会计软件市场得以大大拓展。

……

在一个又一个奇迹的创造中，用友用他们的真诚和智慧、辛劳和汗水，换来了社会的理解和支持，换来了自身的不断发展和壮大。昔日那个9平方米的“作坊”，那个仅两个人的个体户，久已成历史的记忆，代之而起的是一个建筑面积1万平米、全智能设计的用友大厦，是一个按ISO—9000国际规范管理的现代化企业，是一个拥有180名员工（总部直属）、15个分公司和260家代理商的国内最大的财务软件企业集团。1995年集团软件销售额突破5000万元，比1988年增长了600多倍；客户拥有量5万家，比1988年增长了近7000倍；产品覆盖工、交、商、金融、房产等不同规模、不同层次的行政及企事业单位，用户遍布全国各省、市、自治区，市场占有率（30%以上）和发展速度均为全国同行业第一。

奇迹何以创造——用友成功的秘诀

用友人靠什么创造着奇迹？无疑靠天时（政策）、靠地利（北京），但更主要靠的是人和。

自“用友”的大旗树起的那天起，用友人就自觉地把推进我国会计电算化当作了自己的崇高使命。在他们的追求里，不只是金钱，也不只是个人价值的实现，而是要“与中国会计电算化事业共发展”，“与中国软件产业共发展”。

纵观他们走过的路，可以说对事业的追求和奉献是其成功的真正动力。为了事业的发展，他们不计一时得失，乐于奉献。特别是在会计电算化知识的普及和教育上，不辞辛劳，不计回报，甘作同业的“铺路石”。

早在1989年，在公司人力物力都很紧张的情况下，他们投入较大力量，率先在报刊杂志上撰写电算化系列宣传文章和专业知识讲座，使许多人对会计电算化有了最初的认识和了解。他们组织推出了国内第一本介绍会计电算化工作全过程的普及读物——《会计电算化指南》，较好指导了各企事业单位会计电算化工作的开展。他们投入大批资金、人力、物力，组织了多种“会计电算化有奖读书”活动和有奖知识竞赛，举办了不同层次的研讨会（包括国际会计审计研讨会）和培训班（含大专层次），掀起了一股股学习普及会计电算化知识的热潮。他们的这些活动，虽未获得什么直接的回报，但却使会计电算化这项事业得到了更多的理解和支持，使会计软件的商品化得到了社会的认同。反过来，随着会计电算化的发展，也促使用友不断走在业界的前头。这就是社会给奉献者的最好回报。

用友人成功的另一重要秘诀，就是“与用户真诚合作，做用户可靠朋友”。用友人的经营理念，就是把用爱心和诚心所致的产品和服务，奉献给用户，奉献给社会，按用户的需要提供产品，按用户的要求提供服务。

为了开发出满足财会人员要求的、真正实用的软件产品，他们从一开始就确立了“面向普通财会人员，实用、可靠、先进”的开发方针和“会计师、软件工程师、用户三结合”的开发方式，努力做到产品从财会人员中来，应用到财会人员中去，尽量满足财会人员的操作习惯和要求。为了能“用最成熟的技术开发出最成熟、最实用的产品”，他们不断增强开发实力，不惜重资延聘了包括国家“八五”重点攻关项目有关课题负责人在内的一大批国内优秀软件开发人才，组建了国内规模最大的财务软件开发队伍。他们除每年都对原有核算软件进行升级换代外，还不断开发推出各种新的管理功能模块。现在，已经建立起一个包括23种不同功能模块的较完

整的财务管理软件体系,较好地满足了不同行业、不同规模的用户的需要。因不断优化、完善,用友软件性能更加优良,功能也更加丰富。在1995年《计算机世界》报的综合测评中,用友软件在总共8项指标中获得了总分、功能丰富度、性能稳定度、二次开发无需厂家支持率等5项指标的同业第一。优良的产品,为用友与用户的真诚合作提供了最好的保障。

用友之所以能成为“用户之友”,除了优质的产品外,还在于优质的服务。他们始终把售后服务与产品开发同等看待,早在1989年开发部成立时,他们就成立了培训部,并在北京西郊组建了当时国内同业规模最大的培训中心。为了增强维护力量,还专门成立了维护部,开通了多部用户热线咨询电话,配置了摩托车、BP机等大量设备,组建了当时京城有名的摩托车服务队,对北京及周边地区提供24小时上门服务。

为了及时指导解决用户应用工作中的问题,增强公司与用户及用户与用户之间的沟通和交流,他们成立了全国第一家财务软件用户协会,并创办了第一家用户协会刊物——《电子财务技术应用》。通过协会的活动和刊物的作用,不仅使用户的应用水平大大提高了,还使相互间的理解得到增强。他们还从1994年起,在全国范围内开展了“用户成果万里行”活动,及时将用户的二次开发成果进行交流和推广,促进了用户之间互相学习、取长补短、共同提高。

在近年用户量激增的情况下,为把服务做得更细,他们在服务机制和服务方式上进行了新的探索和尝试,建立了二级服务的新体系。即总公司设专门机构对分公司和代理商进行培训、监督和技术支持,由分公司和代理商负责对各地的用户就近提供直接的售后服务。从而变一人之能为多人之能,利用大家的力量把各项服务工作做得更细致、更扎实。今年初,还在全国各地建立了40个授权技术支持中心和100个授权培训中心,努力使用友产品售后服务保障能力得以进一步增强。

产品售到哪里,服务就跟到哪里,产品层次越高,服务做得越细,这就是用友“朋友遍天下”的秘密,这就是用友事业为什么越来越红火的道理。

探究用友的秘密,当然还有重要的一条,那就是他们有一个好老板,一个好的事业领头人——王文京。是他,以自己的才智、胆识和魄力,为用友抓住了每一发展机遇;是他,以诚信、谦逊的品格,赢得了社会的尊敬,为用友的发展创造了一个良好的外部环境;是他,以对人才、人格的尊重和提供公平发展的舞台,吸引了一批又一批年轻人来共同为用友事业添砖加瓦,为我国的会计

应加强对一次性摊销 “低值易耗品”的核算与管理

陈书国

在对企业清产核资和日常财务检查中,常发现一些单位对一次性摊销的“低值易耗品”核算不细,管理不严,其主要表现:1.有些单位为了简化手续,在领用低值易耗品并一次摊入费用后,就以此作为财务管理的结束。2.有的不通过“低值易耗品”科目,直接纳入费用;有的不管领用与不领用,一边填写入库单,一边填写领料单,全部摊销进入当期费用,而实际尚未领用,物品仍在库内。由于上述原因,使一些思想素质不高的经营人员有空可钻,造成国家、企业、集体资产流失。笔者认为,对于有的低值易耗品,虽然制度规定可以一次性摊销,但同样要加强核算和管理。当低值易耗品购进时,财务部门根据购货发票联,行管部门或保管部门填制的人库单等原始凭证作会计分录。借记“低值易耗品——在库低值易耗品”科目,贷记“银行存款”科目。

领用时,根据领用部门实物负责人填制的领用单,财务部门作如下帐务处理:借记“低值易耗品——在用低值易耗品”科目,贷记“低值易耗品——在库低值易耗品”科目。同时,借记“管理费用——低值易耗品摊销”科目,贷记“低值易耗品——低值易耗品摊销”科目。

这时,总帐上反映的“低值易耗品”帐户余额为零,而二级明细帐中“低值易耗品——在用低值易耗品”帐户反映借方余额,“低值易耗品——低值易耗品摊销”帐户中反映贷方余额。同时在明细帐的摘要栏内注明领用人、领用数量以及在用、在库结存数量。为了起到相互牵制作用,行管部门或保管部门,也要同时详细作好财产登记,增强实物负责人的责任心,做到妥善使用、保管。

另外,对在用的财产有关部门要定期或不定期进行清查,对于确实损坏,无法使用的低值易耗品,由实物保管人提出申请,办理报废手续,经领导审批后,财务部门根据审批单作如下分录:借记“低值易耗品——低值易耗品摊销”科目,贷记“低值易耗品——在用低值易耗品”科目。

在登记二级明细帐的同时,注销该项低值易耗品的数量。

责任编辑 宋军玲

电算化事业贡献自己的青春和才智。

用友,伴随我国会计电算化的发展一步一个脚印地走过来,还将伴随着竞争一步步地走下去,直到走出国门,走向世界。

责任编辑 刘志新