

用友、金蝶2025年中期业绩“同框”

亏损收窄、AI提速，云转型仍待“止血”

8月底，用友网络和金蝶国际先后发布了2025年中期财报。数据显示，用友网络上半年营收35.81亿元，同比下降5.89%；归母净利润为-9.45亿元，亏损同比扩大18.97%。而金蝶国际营收31.92亿元，同比增长11.2%；公司权益持有人应占亏损为0.98亿元，但同比大幅收窄55.1%。两家公司合计亏损额超过10亿元，凸显出传统软件商向云服务转型过程中的艰难与阵痛。

■新快报记者 郑志辉

业绩分化：用友扭亏压力山大，金蝶逼近盈亏平衡

用友与金蝶在客户结构上有着明显差异。用友网络以大型企业客户为主，报告期内，大型企业客户业务实现收入23.18亿元，同比下降2.9%，但二季度单季同比增长16.2%，新增2家一级央企签约，累计签约46家央企，服务中国500强客户占比达76.4%。中型企业客户业务实现收入4.62亿元，同比下降23.0%，主要受软件业务收入下降59.7%拖累。

金蝶则更注重大中小型客户均衡发展，其中大型企业客户收入占比仅26.5%，但增速(34.3%)显著高于整体营收增速(11.2%)；面向中型企业的云星空订阅收入7.4亿元，同比增长19%，形成了多点支撑的增长格局。

这种客户结构的差异直接影响了两家公司的转型进程。用友服务的大型国企业务场景复杂，项目周期长，定制化需求高，拖累了毛利率。金蝶凭借中小客户和标准化产品，在云转型方面进展更为迅速。

根据财报，用友云服务收入27.63亿元，同比微降1.5%，第二季度虽实现8.2%的同比增长，但未能扭转上半年整体下滑趋势。金蝶云服务收入26.73亿元，同比增长11.9%，其中云订阅收入16.84亿元，同比大幅增长22.1%，显示出更强的可持续增长能力。

盈利指标的对比更揭示转型阵痛的不同程度。用友毛利率逐年走低，由2017年的71.43%下滑至今年上半年的48.33%，同比下降4.22个百分点；净利率为-27.4%，同比下降28.63%；高昂的运营成本成为沉重负担，销售、管理、财务三费合计16.44亿元，占营收比例高达45.9%。金蝶则通过订阅模式规模化效

应实现毛利率改善2.4个百分点，经营活动现金流净额同比改善约89%，展现出更健康的财务结构。

自救策略：裁员与AI赋能

面对持续亏损，两家公司都采取了一系列自救措施。裁员降本是一事。截至2025年6月末，用友员工相比2024年底减少2178人，金蝶减少1106人。这在一定程度上反映了企业为应对亏损局面采取的节流措施。

优化研发投入是另一项重要举措。金蝶2025年上半年研发费用同比下降约3.9%。用友研发费用虽然同比增长5.8%，但部分原因是前些年研发投入分摊导致。

押注“AI+SaaS”成为两家公司共同选择的突围方向。今年3月重新执掌用友网络的王文京表示，全面升级了AI与数据能力的用友BIP5是全球覆盖领域最宽的企业软件，其在财务、人力、供应链等十大领域的覆盖以及打通，“在AI时代更具价值”。“ALL IN AI”的金蝶则推出了“苍穹AI Agent平台2.0”以及多个AI原生智能体。

2025年，用友已经签约了AI项目的首批客户，包括鞍山钢铁、佰工钢铁、港华集团、中油燃气等知名企业。用友和双良集团、中国中化等多家客户合作的AI项目也成功上线。金蝶宣布其AI合同签约金额合计已超人民币1.5亿元。金蝶小微产品的AI助手活跃用户数已达17万家，公司有信心“在2030年AI业务收入会占公司收入的30%”。

国际化成为另一条重要的破局路径。金蝶以卡塔尔公司为桥头堡，大力拓展东南亚、中东等海外市场，重点服务“走出去”的中国企业。用友则将海外市



场拓展至美洲、欧洲及中东地区，与金蝶形成部分竞争重叠。但从当前财报看，海外业务尚未成为主要增长引擎，两家公司90%以上收入仍来自国内市场。

三十年“缠斗”进入决胜局

截至今年一季度末时，用友持有现金及等价物28.9亿元，但一年内到期的有息负债达65亿元，流动比率仅1.05倍，短期偿债压力明显。公司已于6月底向港交所递交招股书，拟赴港二次上市，筹资“补血”意图明确。

而金蝶集团CFO林波在中期业绩发布会上表示，“公司去年同期亏损2.18亿元，今年上半年归母利润减亏至0.98亿元，经营性现金流大概是-0.18亿元，去年同期-1.66亿元。我们相信今年一定是实现盈利的一年，今年的经营性现金流一定会在十亿元以上。”

就在今年6月，中国企业软件行业迎来历史性时刻：金蝶国际市值突破504亿港元(约461亿元人民币)，首次超越老对手用友网络(454.8亿元人民币)。

从财务软件到ERP，再到云与AI，用友与金蝶缠斗三十余年，如今同时站在“国产化+智能化”的风口。2025年下半年，将是检验“北用友、南金蝶”谁更能“止血”、谁更配“称王”的关键半年。

最长小长假“十一”出行指南： 上海、成都、北京 机票预订热度前三

新快报讯 记者郑志辉报道 今年“十一”，国庆与中秋节假期相连，达成连放8天的“最长小长假”。随着假期将至，气氛也愈发热烈。

根据美团旅行数据显示，“十一”假期机票预订热门Top10目的地分别为：上海、成都、北京、深圳、广州、昆明、重庆、西安、南京、杭州，而云南、新疆、贵州、西藏、青海、甘肃等均为热门长线小团旅游目的地，而热度居前的Top5小众旅行目的地分别为：云南昭通、广西防城港、云南红河、宁夏吴忠、内蒙古锡林郭勒。

“十一”出行，购票是头等大事。美团旅行根据数据预测，9月15日-9月18日、9月22日-9月23日将是机票、火车票的购票高峰期。其中，9月16日预计为购票峰值日，当日将开售“十一”假期前一天，即9月30日的火车票。

从购票人群来看，年轻人是“十一”出游的主力。美团旅行数据显示，18-29岁的年轻人在“十一”机票预订人群中的占比达46%。美团旅行相关负责人表示，“十一”出行人群中，年轻人结伴出行规模大、增量多，“拼假”行为也多发于年轻人，其次亲子出游也有增加。银发族则更多选择在10月8日之后错峰出行。”

据美团旅行此前数据，异地出游场景下，30岁以下用户的占比更高，他们对文旅的需求更加多元。年轻消费者愿意走得更远，也更愿意为了兴趣和体验出行，青睐深度旅游，其中，300公里以上的“中长线游”需求增速超15%。

三大运营商开启卫星通信全民普及时代

新快报讯 记者郑志辉报道 近日，工业和信息化部向中国联合网络通信集团有限公司颁发卫星移动通信业务经营许可。此举标志着中国联通将依法开展手机直连卫星等创新业务，深度拓展应急通信、海事通信、偏远地区通信等关键应用场景，进一步丰富我国通信服务与产品供给。

根据工信部发布的消息，此次许可的颁发是落实今年8月27日印发的《关于优化业务准入促进卫星通信产业发展的指导意见》的重要举措。该《指导意见》明确支持电信运营商通过与卫星企业共建、共享等模式，深入挖掘天通、北斗等高轨卫星应用潜力，目标到2030年卫星通信管理制度及政策法规进一步完善，手机直连卫星等新模式新业态规模应用，发展卫星通信用户超千万。

手机直连卫星技术是指终端设备无需依赖地面基站，直接通过卫星网络实现通信。该技术在应急救援、远洋航行、地质勘探、森林防火等地面网络难以覆盖的场景中具有不可替代的作用。

近年来，全球科技巨头纷纷布局该领域，美国企业如AST SpaceMobile、Lynk Global及SpaceX均在测试或推出

相关服务。中国卫星通信市场也迎来爆发式增长，2025年市场规模预计突破2000亿元，年复合增长率超过20%。到2030年，卫星通信产业有望成为万亿级蓝海市场。

随着中国联通入局，我国卫星通信市场呈现三足鼎立竞争态势。中国电信此前已获得卫星移动通信业务牌照，中国移动也表示，正积极向工业和信息化部申请卫星移动通信业务牌照。中信证券预期，卫星通信产业牌照发放工作将于近期加速推进，首批牌照发放或涉及大型基础电信服务商、头部央企、民企卫星产业运营商。

记者进一步了解到，目前三大运营商正以不同路径推动卫星通信加速普及应用。

中国联通近期成功发射了“联通星系”01-04星，其中04星采用载荷可重构等核心技术，支持低功耗物联网终端直连卫星通信。此外，中国联通还探索卫星与车联网融合，2025年2月完成车载卫星通信外场试验，为自动驾驶等场景提供通信保障。中国移动也在卫星物联网领域发力，2025年7月发布MU329N等多款模组新品，适用于定位器、应急对

讲机等终端。

中国电信则联合华为实现技术突破，通过多频段天线复用技术，使普通手机卫星通话功耗降至5G通话的1.5倍，千元机麦芒40的推出更是推动技术普惠。截至2025年8月，全国已有35款终端支持卫星通信功能，形成完整产品矩阵。

在应用场景方面，应急通信成为率先落地的核心领域。在近期北京暴雨汛情期间，卫星电话通过低轨卫星互联网架起了“空中生命线”，在抢险救援工作中发挥了重要作用。

中国电信2023年已率先推出手机直连卫星商用服务，2024年又推出“汽车直连卫星”。今年5月，电信卫星通信分公司与老树通信有限公司签署合作协议，将天通服务落地老树，成为首个将直连卫星业务推向海外市场的运营商。中国移动依托北斗系统发布短信业务，在网络终端突破1600万部。

资本市场对此反应热烈。9月8日中国卫星涨停，中国联通A股盘中拉升超6%，最终收涨4.82%，市值达1766亿元；卫星制造企业海格通信、华力创通分别上涨3.82%和7.81%。



更多优质数智资讯
请关注新快数智视频号及新快网数智频道