

代理 Navision 產品，多次獲選為微軟最佳事業夥伴，挾微軟之聲勢進入台灣，以「全球支援在地服務」支援跨國企業營運為主要訴求，香港瀚思資訊集團要在激烈的競爭中脫穎而出

進入 21 世紀商用軟體界最引人注目的大事，莫過於軟體巨人微軟(Microsoft)跨足商用軟體。但在台灣的社會大眾一直等不到微軟正式推出商業應用軟體的消息，反而是微軟的合作夥伴，香港瀚思資訊(Enterprise Solution Group Inc., ESG)推出了 Microsoft 商業解決方案 Navision 的代理與顧問服務，加入了這個邁向成熟、競爭激烈的市場。

### 微軟進入商用軟體市場

微軟公司成立於 1975 年，多年來在全球個人電腦軟體市場居領導地位。微軟的崛起和 1981 年硬體巨人 IBM 推出個人電腦(Personal Computer, PC)有關，個人電腦價格低廉，不同於以往的大型主機，是每一個企業都買得起的電腦，造成了個人電腦的快速成長，也點燃了商業應用軟體的火苗。IBM PC 推出時搭配微軟的 MS-DOS 作業系統

(Microsoft Diskette Operation System)，由於 IBM 採取開放策略，爭取到許多軟體公司為其開發應用軟體，造成了個人電腦的流行，也使 MS-DOS 同樣成為主流，建立了微軟的軟體王國。

微軟的主力產品是個人電腦的作業系統(從 MS-DOS 到後來的 Windows 系列)和辦公室自動化產品 Office 套裝軟體。在作業系統部份，由於個人電腦不斷的被不同的公司模仿複製(IBM、Compaq、Dell、宏碁、大眾等，又稱為 IBM PC Compatible)，作業系統的版權卻一直掌握在微軟手中，搭 PC 的順風車，



圖：微軟進入商用軟體市場

微軟也晉升為電腦產業中重量級的企業。微軟隨後推出了視窗作業系統(Windows)，從 Win 31 到 Windows95、Windows 98、Windows NT、Windows2000、一直到 Windows XP，都維持了個人電腦上作業系統的主流地位。

微軟的成長標示了個人電腦時代的來臨，更一度成為全球股票市值最高的公司。微軟 1986 年 3 月在美國納斯達克(NASDAQ)公開上市(MSFT)，隨著企業的快速成長，1992 年 12 月 7 日超越 IBM，成為全球電腦產業市場資本額最高的公司。全球個人電腦的出貨量在 1998 年達到了歷史的最高峰，當年的 11 月 23 日微軟更一度進而取代了奇異企業(GE)，在股票市場的價值上成為全球霸主。

微軟的地位與其競爭策略有關，除了不斷以購併來強化競爭力，與網景公司(Netscape)的瀏覽器(Browser)的王位爭奪戰也令人津津樂道，並影響了微軟的起伏。

網景成立於 1994 年，主攻瀏覽器市場，其產品 Navigator 很快成為業界的領導品牌。微軟看到網際網路的發展潛力，極欲搶入這個市場，在 1998 年推出的 Windows98 系統中將新一代瀏覽器 IE(Internet Explorer)當作 Windows 作業系統的標準配備，隨同作業系統一起出貨，而不再另行收費。相較之下網景的 Navigator 卻需要付費取得，再加上微軟在作業系統市場佔有率上的優勢地位，終於擊敗網景。此舉固然為微軟爭取到瀏覽器王座的地位，但也留下了嚴重的後遺症。網景執行長巴克斯岱爾(Jim Barksdale)向司法部提出控訴，最後促成了司法部對微軟提出反托拉斯的訴訟案件。

聯邦政府的反托拉斯訴訟纏訟多時，2000 年 4 月 3 日傑克森(Thomas Penfield Jackson)法官宣判微軟違反了反托拉斯法。在兩天內，微軟的市值便跌了六

分之一，並帶動高科技股向下沉淪，使奇異得以再次躍居全球首位的寶座。到了 4 月 24 日，微軟已經跌掉 2,140 億美元，若從 1999 年 12 月 30 日開始計算，到 2000 年 12 月 15 日，微軟的市值總共下跌了 3,650 億美元，損失的金額足以建立一個全世界第二大軟體公司。雖然最終裁判還沒有定案，但卻嚴重的牽絆住微軟的成長腳步。

受到個人電腦市場的衰退，作業系統及 Office 軟體成長趨緩，加上反托拉斯法案的影響，微軟企圖轉向企業市場尋求成長，跨入商業應用軟體成為理所當然。在 2001 年併購美商 Great Plains、2002 年 7 月併購丹麥軟體公司 Navision，連帶拿下 Axapta，以及之後的 Solomon，迄今共購併了四家 ERP 軟體公司，加上自行開發的 CRM 軟體，成立了「微軟商務解決方案公司(Microsoft Business Solutions, MBS)」，來勢洶洶的踏入了商業應用軟體市場。

這些應用軟體在市場上的佈局，採取先在歐、美推出，再逐漸擴及亞洲的策略。CRM 1.0 已於 2003 年底問世，而 ERP 產品中，Microsoft Great Plains 8.0 將於 2004 年 6 月上市，Microsoft Solomon 6.0 則在 7 月上市，2004 年年底，微軟將發佈 Microsoft Navision 4.0，Microsoft Axapta 4.0 則預定明年上市。其中 Great Plains 和 Solomon 以歐洲市場為目標，Navision 與 Axapta 因為可以支援雙位元語系，會優先在亞洲地區銷售。

台灣微軟表示已展開市場評估，將視產品的成熟度以及潛在市場的大小，原訂在 6 月決定成立台灣的 MBS 部門，推出相關的產品，但目前這個計畫已經延後。其中 CRM 屬於水平產品，可以以套裝方式銷售，已有微軟數家本地軟體廠商如飛雅高科技與漢康等，都開始參加微軟的訓練課程，以形成加值合作夥伴。但 ERP 則屬於垂直產業型產品，需有充份的技

術支援能量，問題也較為複雜，因此微軟對於 ERP 的態度更形謹慎。

## 瀚思資訊集團

香港瀚思資訊集團成立於 1999 年，由來自 ERP 大廠 J.D. Edwards 和知名顧問公司 Arthur Andersen 的兩位華人馮艾力克(Eric Fung)和張宇遜(Derek Cheung)所創立。總部設在香港，是位於亞太區的全

顧問諮詢、系統整合及營運管理等服務。瀚思的客戶也包括 Fortune500 大企業，例如全球知名的東芝 Toshiba 和可口可樂 Coco Cola 公司等。

在微軟購併 Navision 之前，瀚思資訊便已取得其亞洲代理權，並提供導入服務。在 Navision 併入微軟之後，瀚思繼續提供 Navision 的導入服務，並擴充至微軟的整個商業解決方案，包含 ERP、CRM、KM、BI 等產品線，成為微軟合作夥伴的一員。



圖：瀚思集團連續三年榮獲微軟最佳夥伴獎

球性顧問服務公司，在全球 17 個重要城市設有辦事機構，分佈於東南亞、亞洲北部、澳洲、美國和歐洲，現有員工超過 250 名，並有超過 150 個系統導入專案的經驗。台灣分公司成立於 2002 年，目前有員工約 20 餘人，以顧問人力為主。

瀚思自詡為專業的企業 e 化顧問，服務範圍包含商業策略顧問諮詢及系統導入服務。瀚思在中階市場的企業應用系統導入方面，擁有亮麗的紀錄，曾為間斷式生產(discrete manufacturing)、加工業、時裝業、零售業、汽車代理業、印刷業及物流業等企業，提供

瀚思資訊多次獲選為 Microsoft Business Solutions 國際認證合作夥伴，更於 2002 至 2004 年連續三年蟬聯微軟「年度最佳合作夥伴」獎。Microsoft Business Solutions 東南亞總經理 Joy Paul Tharakan 指出：「隨著企業經營的本質邁向全球化，瀚思資訊這樣遠見與創新兼備的組織，扮演的角色不但更具戰略性也日益重要。瀚思資訊在企業生命週期管理上之所以能信譽卓著，原因在於它瞭解客戶所面對的挑戰，並樂於協助客戶因應挑戰。我們與企業間的合作關係，必將成為客戶的龐大資產。」

瀚思資訊總裁兼最高執行長 Eric Fung 回應表示：「我們將繼續努力成為微軟在亞洲地區首屈一指的合作夥伴。我們持續傾聽客戶的需求、提供相關服務並打造商用方案，不論何時、何地，不論需求大小，客戶的需求就是我們的責任。」

瀚思專業的顧問團隊以國際化全方位專業服務與執行能力為基礎，確保企業用戶能即時有效的獲得全

方面的協助。除了提供一流產品的卓越導入服務之外，全球佈局是瀚思與其他競爭對手不一樣的地方。瀚思台灣總經理吳彤指出：當企業的競爭邁向全球化的時候，企業所需要的資訊技術供應商與支援夥伴，也必須是全球佈局的。

美商美呈企業(Metron)之所以選擇瀚思作為全球的夥伴，便是在可以在美國、日本、新加坡、上海和台灣都得到瀚思所提供的全球一致性的在地服務，而不需要和不同的 ERP 供應商或顧問公司打交道，或為了尋求同一顧問公司的服務，而付出高額的全球差旅成本。另一家重要客戶趨勢科技(Trend)之所以選擇瀚思，同樣是基於能夠在全球各地有一致性的服務(single point of contact)。

瀚思資訊的座右銘：「成為領先業界的低槓桿顧問諮詢夥伴，全心全意為客戶奉獻，協助客戶贏得整體營運成功。」任何一筆合約，瀚思資訊都是全程充分參與，絕不分包給眾多的商業夥伴，正是座右銘最有力的印證。

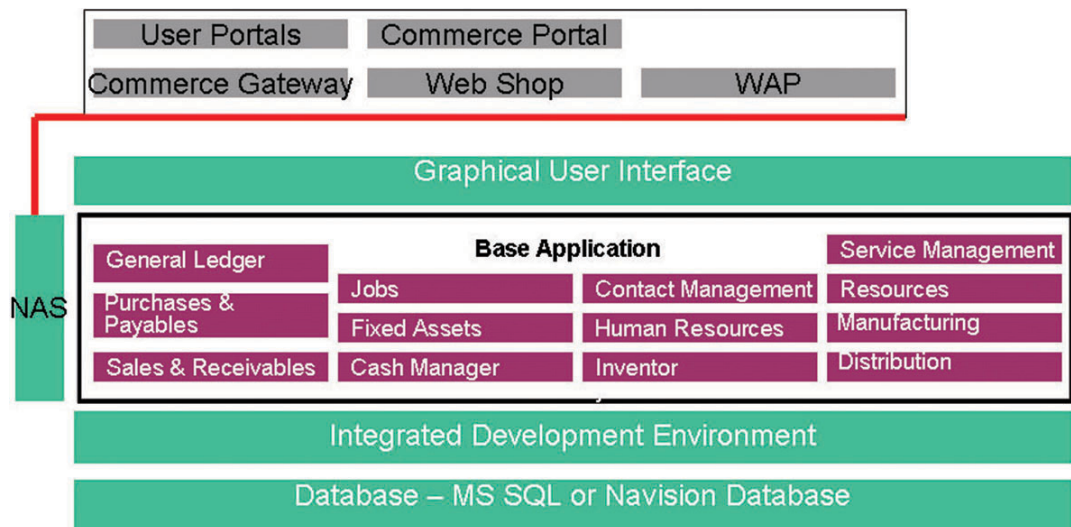
2003 年瀚思資訊首次參加台灣資訊軟體大展，並展出其代理已經中文化的微軟 CRM 與 ERP 產品。瀚思資訊台灣總經理吳彤相當看好台灣市場，他指出不少企業在新舊 ERP 版本更新的過程中，基於成本考量而傾向選擇

整體擁有成本更為低廉的 ERP，因而造就微軟 ERP 的市場機會，其中也不乏有企業因導入世界級 ERP 大廠的產品卻失敗了，改利用微軟 ERP 來「收尾」的案例。吳彤表示，去年一年，ESG 全球營收出現三倍成長，今年還要在倍數成長，營收將達 18 億美金。

### 主力產品 Navision

原 Navision 公司總部在丹麥，已經有 20 多年的歷史，產品包括 Navision 和 Axapta。Navision 原為歐洲第五大的商務軟體經銷商，全球擁有 13 萬 3,000 多家客戶以及 2,300 名經銷商。2001 年的銷售額達到 1 億 8,100 萬美元，佔有歐洲 ERP 市場約 3%，德國的 SAP (SAP)的市場佔有率為 37%，排名歐洲第一，而英國的 Sage 位居第二，Navision 緊隨其後。

Axapta 原為丹麥另一家獨立的 ERP 供應商，主



圖：Navision 系統架構

攻製造業的中大型市場，2001 年為 Navision 收購，並在 2002 年 7 月微軟收購 Navision 之後，隨同轉至微軟旗下，成為微軟眾多商業解決方案的一環。

瀚思資訊主要負責 Axapta 和 Navision 兩種 ERP 產品，並且提供中文化版本。Axapta 著眼中高階與多語系的全球化企業，系統採用 web-based 的三層式架構，以中大型企業為主，目標年營業額在美金 2 仟 5 百萬以上的企業，在製造業上有特色，除了一般 ERP 系統的四大功能(生產製造、銷售管理、財務會計、人力資源)外，並提供工廠現場管理(Shop Floor Control)和生產規劃排程(Planning)等功能。

Navision 則是以中小企業為目標市場的 ERP 產品，採主從式(Client-Server)架構，也支援多語言、多計數單位等多國環境的轉換與顯示。Navision 除了

中的需求規劃(Demand Planning)、電子商務的商業入口網站(Commerce Portal與Commerce Gateway)、個人入口網站(User Portal)等。

Axapta 和 Navision 原本即採用微軟的解決方案，以 Windows NT 為平台、支援 SQL Server，暫時不會提供其他的系統平台與資料庫。併入微軟家庭後，採用和微軟的其他產品上類似的圖形操作介面，例如複製/剪下/貼上等標準功能，以及列印圖示(icon)等，都是使用者所熟悉的，和 Excel 和 Word 等 Office 軟體之間轉換資料也相當容易。

為了加深 Axapta 和 Navision 和微軟 Office 應用軟體

系列的整合性，微軟推出了綠色專案 (Project Green)，目標在 2008 年第二季整體轉換到微軟 .NET 平台上，但似乎有些延誤。

Navision 提供了足夠的多國語言支援，SQL Server 也可以處理多語資料；應用程式方面，Navision 的程式化物件，只要匯入相關的語言檔，介面就能夠



圖：熟悉的 Navision 操作畫面

提供企業營運核心關於MRP部分的生產製造，財務管理也提供著本地化與行業特色發展，比第一代的ERP多提供行銷與服務用的CRM、供應鏈管理模組

轉換成需要的語言介面。Navision 的開發工具 C/Side 相當友善，和微軟系列的介面相通，只要有 Visual

Basic 基礎的應用工程師很快就可以上手，且相當簡易而有效率，瀚思台灣只花了一個月的時間便利用 C/Side 完成統一發票系統開發的工作。

瀚思資訊目前在台灣提供導入 Navision 和 Axapta 的服務，主要集中在流通業和製造業，流通業的代表案例包括時裝、書店與汽車代理，製造業則是以產品組裝的跨國企業為主。Navision 在歐洲算是知名品牌，但在亞太地區卻缺乏知名度，瀚思在台灣 ERP 市場也是新兵，但在微軟的加持下，未來仍有一定的成長空間。

### 對台灣的影響與衝擊

Navision 挾微軟的背書在瀚思資訊代理下進入台灣，給已經趨向飽和的 ERP 市場投下一顆震撼彈，主攻中大型企業的 SAP、Oracle 等外商受到影響暫時較少，但本土商用軟體業者則飽受威脅。

ERP 市場趨向成熟，近幾年無論在技術或市場面新陳代謝速度緩慢，甚至有 ERP 已死的說法。有人認為，這兩年 ERP 市場不見起色，微軟能入注新的思維與能見度，對台灣商用軟體市場生態會有正面的刺激，尤其在功能和服務方面注入新氣象，可激發潛在的商機。但對大多數 ERP 供應商而言，看到的卻是排擠效果的威脅。

台灣 ERP 廠商眾多，本土加外商不下數十家，市場戰況熱烈，過去瞄準大型企業用戶的 Oracle 和 SAP 也相繼走入中小型市場，推出適合小規模組織的模組化 ERP 產品之外，還為不同產業量身打造不同的解決方案，也在部署經銷通路上卯足功夫，爾後有可能和微軟 Navision ERP 在中小企業市場遭遇。

但台灣本土的 ERP 供應商中大多數長期即以中小企業為目標市場，所受到的衝擊更大。而這些本土 ERP 廠商，有許多還是微軟的本地合作夥伴，像是鼎新、天心、正航等，這也使得長久以來，軟體開發商(ISV)對微軟撈過界做應用的疑慮可能成真。事實上，數年前微軟便企圖曾經推出 ERP，後來因為軟體合作夥伴的反彈而作罷，此次微軟再度推出商業應用軟體，仍難免於這個問題。

微軟則表示將會提供使產品變成合作夥伴解決方

案一環，「我們與合作夥伴將會發揮互補性，而不是競爭關係。」微軟的理想是這些 ERP 供應商都不再開發自己的產品，轉作微軟商用解決方案的代理商或建置顧問夥伴。

瀚思總經理吳彤表示，即使如此，瀚思仍有先行者的優勢。瀚思

目前要作的是做好每一個專案，建立信譽與口碑，提高瀚思在台灣知名度與信心度，成為企業客戶心目中的第一。另外吳總經理特別強調，瀚思的全球佈局在地服務，也是台灣一般 ERP 供應商所無法提供的，「我們的目標是為在競爭激烈的全球商業環境下的客戶，提供獨特的高附加價值服務，確保客戶的高滿意度。」



圖：瀚思台灣總經理吳彤

香港商瀚思資訊集團有限公司  
 台北市仁愛路四段 107 號 10 樓 A 室  
 (02)5582-0865  
<http://www.esg-inc.com/tw/>