

訊連總經理

張華禎：

搶進前3名 才能存活

■林宗勳

在網路日益發展的未來，**軟**體龍頭微軟(Microsoft)於2006年底在新一代作業系統Windows Vista中加入Media Center模塊，讓個人電腦具備DVD光碟播放功能，但是，此舉亦讓原本7成營收來自影音播放軟體的訊連遭受外界質疑，可能衝擊既有營運。不過，2007年訊連以原異化的影音工具帶動全年營收成長20%，每股盈餘10.03元的成績寫下歷史新高。訊連成立於1996年，員工從原本僅個位數，經過多年耕耘員工數已達670人之多，成為台灣上市、櫃軟體商中，極少數維持高獲利表現的企業者，接下來訊連將朝向網路連結相關的應用開發新市場，預計是未來3到5年的重要方向。專訪訊連總經理張華禎，以下內容紀要。

問：訊連從原本PC端影音應用工具，橫橫轉進「數位家庭」市場，目前的發展狀況如何？

答：這可能會是一個新的起點。2年前公司專注在「Digital Lifestyle」(數位生活)，不過，在2007年時加上

未來發展的趨勢為何？

答：2年前我們覺得光是家庭內的裝置連結還不夠，因為一出家裡就慘了；又會是Disconnect的狀況；基本上，人在外面也可以存取家中的資料，只要連上Internet、用手機或MID都可以，只要上網就可以連回家中的資料庫，建立一個無所不在的平台，影像、聲音、文書檔案都可以隨時取得。

未來整個世界應該是1個平台，當然PC還有很可以進步的地方，例如高畫質的影音產品、PC和PC之間的連接，這是1個值得建構的大環境，一個Ecosystem(生態體系)。

另一個則是Web 2.0的可能性，Social Network社群網絡如何從找尋到新的價值，以影音播放工具軟體PowerDVD來說，全數有上千萬的使用者會員，理論上這些人應該是喜歡在PC看電影的，因此，也在PowerDVD上架1層Web 2.0的服務，讓所有員除了解了「看」之外，還

解決，現行環境下還是做不到的。

不過，不同的應用取向思考就會不同，像是數位學習(E-learning)這樣的產品，E-learning當然可以放上網路，但是到目前為止，E-learning的平台還是用賣的，因為，如果某公司把密性的資料以SaaS方式與平台供應業者分享，可能是最好的方式。當然，現在Web Service、Web 2.0的環境是如此成熟，必須趕上這樣一個大的潮流，讓Web Service加上產品，讓Web Service轉成產品的新價值，可以供給更多的價值讓原本的產品使用者來使用。

問：網路興起可能改變訊連這類軟體公司的商業模式嗎？

答：公司目前與PC硬體業者像是惠普(HP)、宏碁(Acer)、戴爾(Dell)這類B2B2C的搭售佔營收比重超過8成，至於直接B2C的方式，零售或是網路下載後付費的比重約2成；當然透過網路提供加值服務、授權付費使用者更炫的特效、上傳、下載功能等，這樣的模式才剛開始也還在嘗試。

得很快才行。

問：台灣軟體產業應該從哪些市場切入，還會有那些發展的可能性？

答：要站上前3名才能有機會存活，如果從ERP市場切入，要看是不是有能力做到第1名；12年前多媒體工具是沒有人做的，因為Video大難PC也大難；但是，現在想再跳過多媒體市場，就會看到有業者擋在前面，所以要再找新的藍海才有機會。

手機軟體的市場也許是個機會，但是，手機的應用軟體很多都是自己就做掉，不像PC是在一個微軟的平台上，再去買各家的應用軟體，像諾基亞根本是什麼都自己做，開發應用軟體就要看在PC還是手機平台上，當然也要看有沒有意願做。

IT產業的軟、硬體市場確實有一個大量集結的潮流存在，就以IC設計來說，以前1顆IC就可能稱霸世界，但現在大型廠商開出來就有一堆IC，一般業者很難去比擬；創投業界的人說，以前創業是為了IPO(招公開發行上市)，現在則是想要賣給大公司，這

像是Google在10年前投入搜尋引擎，其中最棒的就是創造「關鍵字廣告」這樣的商業模式，不然尋找引擎也到處都是，可是最後只有Google起來；要創新到能找到一個新的商業模式才行。

不然，就像YouTube這樣的網站，有很好的技術、平台，雖然真正的商業模式究竟會在哪裡還有待觀察，不過就先賣掉了，也有不錯的價錢。

問：台灣的資本市場，應該可以給軟體產業什麼樣的幫助？

答：像趨勢這樣從台灣起家的公司，1998年選擇在日本東京上市，因為當時台灣並不把軟體視為可上市的目標，但是，訊連2000年上市時的氣氛已經有所改變，當然，現在不賺錢的公司在台灣還是不行的，但是，即使在美國網站Web 2.0的公司，如果不賺錢的話籌資也有一定難度，重點還是應該放在自己的商業模式上。

當然，在台灣募資也許會困難一點，因為很多的投資人都把焦點鎖定在硬體公司，比較知道硬體業者的模

找到發展新途徑。

之前公司走過發展，提供娛樂需求的創新影音科技」，至今還是在運作中，以影音為核心往外擴，或是從既有的PC再往外擴。

PC的功能有愈變愈強的趨勢，但是，PC與其他裝置之間還必須能夠分享；於是公司從4年前開始投資數位家庭產品，2008年初開始出貨，例如，與日本日立(Hitachi)的Woo TV電視機合作，透過數位家庭軟體工具，讓電視機與家中其他PC或各類裝置互通連接，可以使用不同裝置所儲存的檔案內容。

PC雖然只是所有裝置中的一個，但是PC的進步速度很快，網路功能也是一定會有的，至於其他家電的更新速度較慢，通常家電擁有上網功能也是比較少的，所以，當提到類似WiMAX這樣新興的網路連接技術，通常只有PC能夠與其互動、連結和運用。因此，若以Connectivity(連結性)的發展概念來說，PC有其重要的中介位置。

其實4年前包括D-Link友訊、建漢等業者都在喊數位家庭，訊連也是那時候跳進去的，但是一直也不見市場起來，不過，當時整體的生態系統還未完整，也沒有相關的應用。不過，現在PC開始進去了，而且PC的動力是比較強的，會有帶動的效果，而2008年看來會是1個數位家庭的元年，從現在真的開始往前走：像是印表機、週邊硬體、手機、MP3播放器、電冰箱未來都會是數位家庭中的1員。

問：Connectivity的概念不只在於家庭內裝置的互連，還包括對外與網路連結，另外有關於影音分享網站，

因此，網站平臺可以從電影為起點，使用者可以在網站上看到電影的預覽、評論，只要有2%的人願意提供素材，其他98%就可以使用，甚至使用者只要放入DVD光碟，透過網路連結就可以判斷是哪部電影，立刻就可以供應相關的訊息；也就是說在原本純屬PC的工具服務當中，再架構1層Web Service的外圍，便可以讓使用者相互分享甚至交朋友。

問：跨入網路服務後是否看到新的市場？外界評估以網路推動軟體即服務(Software as a Service : SaaS)的可能性是存在的，對未來的發展會有何影響？

答：其實SaaS有很多的類型，包括認為PC上不需要軟體，所需要的只能要直接上網就可以使用，於是，就Video來說是困難的，其實現在有許多網站也提供影像編輯的功能，卻不符合實際的需求，因為透過網路傳輸所需要等待的時間太長，至於像藍光(Blue-Ray)這樣新的高畫質影像效能需求，目前為止仍需要把軟體工具裝在PC中，但沒有法僅透過SaaS進行處理。

其實，影音軟體工具的複雜是複雜的，硬體的VGA改一下、CPU改一下，影音工具軟體就必須更動，加上這5年來影像從標準畫質(SD)到高畫質(HD)，從DVD到藍光，後端所有影像編輯、燒錄、播放功能全部要改，當然，透過網路提供類似服務的服務商，是有可改善的空間，但是，短期3~5年內要全由網路來取代PC端的硬體操作，可能還是很難。

當然，網路或許會取代目前PC上的軟體工具需求，但是，就目前的生態環境來說，還是要讓一般使用者易於使用的話，所能想到的模式是經由PC上的軟體連結網路以提供其他功能，而非調整個軟體工具直接放上網路。

對於網路持續發展，訊連也思考在其中可能扮演的角色會是什麼，未來會不會把PowerDVD直接放上網路成為播放工具？現在當然不可能，包括效能、網路頻寬等都還不足，同時技術有了，還有很多授權的問題待

問：網路會帶給軟體產業新機會嗎？

答：Web 2.0應該還是一個機會，因為，目前還沒出現強大的對手在，還可能有一些廣告收入可以進帳。

問：台灣整個軟體產業的發展，有什麼樣的觀察可以分享？

答：軟體雖然看起來像是一個產業，但是，實際上是非常分衆的，除了多媒體市場，其他像SAP、Oracle、sap等是ERP的業者，趨勢科技則是在anti-virus防護領域，都被稱之為軟體公司，但是技術、商業模式完全不同，整個操作的模式不同。

但是，以全球軟體產業發展來說，大概每1個分衆領域只有3家業者能夠存活，第1名當然很好，第2名可能還可以，第3名其實都還慘，第4名之後恐怕就只等著被淘汰；當然全世界如果有3家，台灣怎麼可能會有3家，前3家也不會都在台灣，其實是一個產業的特性；像蘋果在台灣、大陸的ERP市場都有不錯的表現，但是，全世界的排名就得看是否還能再往外出。

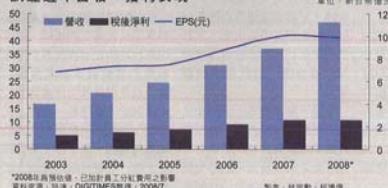
就軟體公司的發展環境來說，台灣其實是一個人才、資源都非常豐富的地方，而軟體產業需要的是大量的工程人員；台灣是人才品質極佳的地方；發展的過程非常幸運可以找到好的人才。

10年前台灣可以說沒有軟體公司，如何說服戴爾、惠普等硬體大廠用台灣業者的軟體，尤其競爭者就是這些硬體大廠的鄰居，卻能讓他們採用要飛12個小時才能到達的台灣公司產品，確實有其困難，必須從技術、產品、支援都要夠好才有機會。

即使現在夠好，還要有能力跨過下一個世代，如果跨不過還是會死；其實3年前藍光這個世代讓迅速一度很吃緊，因為當時PowerDVD銷售非常好，藍光一出來就得分兵去打，也知道新版塊上不能贏的話，可能就被淘汰了，像12年前相關領域的競爭者現在很多都不在了，就是跟不上世代被淘汰。

其實Video的技術、平台及格式的世代交替是快速的，愈快的技術也較難用網路就可以達成，當然，技術、格式變化愈快業者才會愈有價值，要跟

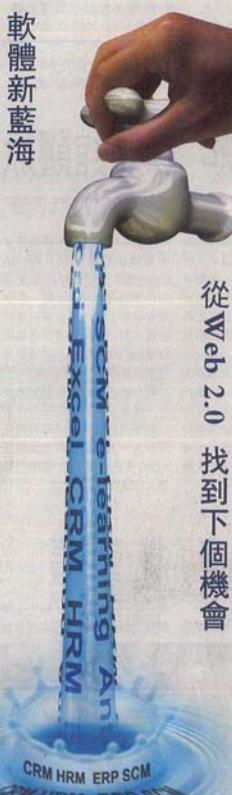
訊連近年營收、獲利表現



資料：林宗勳、柯博偉



古鑒豪攝



從Web 2.0 找到十個機會