



2年内占领办公软件30%市场 Sun中国全面挑战微软

Sun (China) has held 30% of office software market in the last two years, directly challenging Microsoft.

Sun在IT领域一直扮演着挑战者的角色。Sun中国公司近日又宣称,其刚刚推出的中文办公软件StarSuite 6.0 (StarOffice中文版)对微软最新版本的Office XP可达到95%以上的兼容程度。

“穷尽法”攻克技术壁垒

对于中文办公软件来说,与微软Office之间的兼容性是进入市场的一道门槛,但最大的问题在于,微软一直拒绝向第三方开发商公开Office的源代码。从技术上来讲,兼容微软中文办公软件不仅要能够利用StarSuite来读取Word、Excel和PowerPoint等文件,而且还要能对文件进行编辑。因此,Sun要做的就是用“穷尽法”去猜测判断微软的技术秘密。据介绍,StarOffice目前已经基本能够对Office XP以下的版本实现完全兼容。对Office XP的兼容程度也在95%以上。

微软中国高层跳槽Sun

今年5月,就在Sun公司StarOffice最新版本发布的前夕,一直担任微软在中国的OEM销售部经理的过元铮从微软中国跳槽到了Sun中国公司,担任业务拓展经理,全面负责StarOffice在中国的业务推广。这无疑对微软中国OEM业务造成重大打击,而Sun则成为最大的获益者。

大打“免费牌”

当然,StarSuite最大的优势是Sun坚持免费政策,使用者无须交纳专利使用费。除了将StarSuite的最新版本放在中国教育科研计算机网上供教育网用户免费下载以外,Sun还通过教育部、港台地区和智利等地的教育机构,进行了总价值超过57亿美元的捐赠。在Sun的计划中,StarSuite可以在Unix、Linux和Windows三大平台上运行的办公软件力争在未来两年中夺取国内办公软件市场30%上的份额。这对微软来说显然不是一个好消息。



新加坡IT企业倾情中国IT服务市场是很正常的事

It is normal for Singapore IT enterprises inclining to IT service market of China.

日前,在新加坡居于领导地位的资讯科技及信息技术服务商NCS集团,作出了一项关乎其未来发展大局的重要决策:对迄今为止在中国的最大投资项目(宇博)进行战略性投资,以扩展新业务,并增强宇博在销售、营销、产品、服务以及技术等方面的能力。国际数据公司的最新统计资料表明,中国是全球近年内IT服务需求增长最快的市场。从2001年至2006年中国市场IT服务需求率将保持41%的年增长速度,其中尤以银行金融业、电信业与政府机构的需求增长为最。宇博公司在华开展相关业务已有12年历史,以提供IT服务以及系统集成立足于中国市场,在华拥有400余家客户,现已在北京、上海、福州设立了分公司。

并且在广州、成都设有办事处。宇博的业务范围相当广泛,在银行业、航空业、分销业、能源业、公共事业等领域尤富竞争力。宇博公司综合性的解决方案与服务范畴包括:系统与技术基础平台构建、企业管系统解决方案集成、行业应用推广以及外包服务等内容。就NCS而言,宇博现有的深入市场网络、强大IT专业技术支持人员、系统集成综合能力以及丰富的本土化从业经验无疑将是一个强有力的补充。NCS将以宇博现有客户群基础为平台,迅速扩展其在中国这一高速增长的IT市场上的份额。



上海推广ERP计划为民族软件赢得了喘息之机

Shanghai is promoting ERP program, which wins a opportunity for national software.

日前,上海中建八局和用友软件公司签署了合作协议,中建八局将使用用友提供的高端ERP软件。国内的软件商又一次击败了国外巨头,在上海市场杀出了自己的一条路。据上海市经委信息中心官员透露,上海今年的主要目标是抓“百家试点”企业,在这些企业内实施较高端的信息管理系统。下一步,上海市在工业系统将主要抓1000家企业。面对上海这么大的一块蛋糕,微软、夏普、Oracle、SAP用友、金蝶等中外软件厂商谁都不愿放弃,力争能分到一块大份额。目前,国内数据库软件及其开发工具等平台软件中,90%以上的市场份额都被几大跨国软件公司所分食。但民族软件商的优势就在于最能了解中国企业的需求,设计出最适合中国企业使用的软件。现在,民族软件商们已经在上海尝到了一定的甜头,不仅仅是用友,国内的另一大管理软件商金蝶也毫不放松在上海的竞争力度。不久前,金蝶刚刚得到了上海最大的国有资产投资经营公司——上海工业投资集团的合约。目前,上海有一万多家各类公司在使用金蝶的软件产品,其中包括锦江和上海电力等大客户。跨入软件行业不久的联想集团,也在上海浦东发展银行构筑信息系统的招标中,因其本土化的设计,打败了IBM等众多强有力的国内外的软件公司。和国外软件巨头相比,民族软件商的迅速崛起还有个重要因素,就是得到上海市政府的更多支持。



以网络电脑为切入点,神州数码正面进攻联想

Taking network computers as breakthrough point, Digital China is directly challenging Legend.

日前,我国第一款拥有自主知识产权的网络计算机在京推出。该产品从中央处理器到系统、应用软件等核心系统均为“中国制造”。据了解,此次由神州数码公司联合国内企业推出的网络计算机,采用了国产“方舟”牌嵌入式中央处理器,系统软件和应用软件均由国内厂商提供,是地道的“中国牌”网络计算机。至此,联想分拆后神州数码上市时与联想签订的一年内互不竞争的“君子协定”彻底结束。与PC不同,NC没有任何本地的存储设备和扩展口,应用软件和数据也都存储在服务器上,它通过网络获取大部分资源,是一种基于高速运行的局域网来发挥作用的计算机。因此,NC虽然无法取代个人用户市场,但在集团用户市场上,由于节省了集团用户的采购成本,会极大冲击PC。与低价PC相比,在相似的使用效果下,NC成本要低出一半。据了解,2001年中国台式PC销售量为888万台,其中商用PC市场销售量为502万台,占台式PC总销售量的57%。集团用户是台式电脑销售的主要市场。2000年,全球NC的销量已占到PC总销量的20%。如果很保守地估算,中国的NC市场占到商用电脑销售的10%的话,则每年至少有50多万台的市场容量。2001年联想PC在中国大陆的市场占有率约为30%。按照这个比例,联想每年将有接近10亿PC订单要被分流。郭为指出,NC的技术壁垒比较高,暗示联想是不大可能舍PC而生产NC的。