

網擎資訊堅持以創新研發 深耕市場 以在地思維 成就客戶

Ivan Liao

網擎資訊於 1998 年成立至今已邁入第十四個年頭，由初期的中正大學網際網路實驗室開始、到 2000 年由義美集團、叡揚資訊、威盛電子(VIA)、和信集團、網路家庭(PChome)、啟峰創投(AsiaTech)等股東投資，其間歷經了 2001 年網路泡沫化、2008 年全球金融海嘯危機等各項巨大挑戰，在這近五千個日子來的點點滴滴，我們可以簡單的用三個時期「Portal Age」「Product Age」及「Golden Age」來回顧 Openfind 的成長史。

首部曲的驚艷 - Portal Age

在網擎成立後的第一個五年 (1998~2002)，可以稱之為「Portal Age」，在此時期，Openfind 立志扮演搜尋引擎龍頭角色，除了以「台灣第一搜尋網站」自許外，也希望將搜尋服務推向全世界。當時網擎幾乎攻佔了兩岸三地所有的入口網站，包含 Kimo、Yahoo!、Sina、MSN、Yam、HiNet、SeedNet ...等，更於 2002 年 06 月 30 日正式發表超過 35 億頁的全球網頁搜尋服務，矢志在 Portal Search 的舞台上，與當時尚未完全站穩腳步的 Google 一拼高下。

然而，以廣告平台為願景的百度與 Google 分別在中國與全球崛起後，不向入口網站收取搜尋引擎服務費的策略，使得入口網站之搜尋引擎服務代工的市場徹底摧毀殆盡，網擎的搜尋服務供應商角色備受考驗。因此，Openfind 於第二個五年 (2003~2007) 決定轉向專注於企業軟體產品市場的開拓，在此稱之為「Product Age」。

二部曲的蛻變 - Product Age

市場重新洗牌後，對於體質良好的軟體公司，卻是成長的開始！2003 年起，網擎鎖定了企業客戶，展開大幅成長的二部曲「產品時期」。於 2005 年更換企業識別系統 CIS，全面從 B2C 的思維走向 B2B 資訊服務的專業軟體公司，以更貼近企業客戶的思維與形象，建立軟體研發流程、強化行銷與業務團隊，一步一腳印，在台灣市場逐步建立起軟體原廠的品牌形象。值得一提的是，我們在 Product Age 中，成功與日本合作夥伴 CyberSolutions 一起茁壯成長，這段時期 CyberSolutions 每年幾乎都有兩倍的營收成長，並逐年導入 Openfind 的新產品，在競爭激烈的日本市場，累積創下近 1,000 套的銷售佳績。在 Product Age 裡，主要的營收來源從原本的搜尋引擎服務轉移到以 Mail2000 產品線為主，並衍生出 MailGates 與 MailBase 這兩個與電子郵件防護、歸檔有關的產品，並與 Openfind 原本擅長的搜尋引擎解決方案，架構出完整的 Openfind Messaging Solution。

三部曲的淬鍊 - Golden Age

邁向第三個五年 (2008~2012)，我們將此時期定位成 Openfind 的「Golden Age」。在黃金年代中，不論是產品或是內部人員都已經漸趨成熟，市場也開始接受；儘管競爭更加激烈，

但深植在我們血液中的 Openfinder 文化已經發酵、茁壯，我們知道，路是無限寬廣的，在失敗中，我們學習成長；在逆境中，我們努力超越。

2008 年底美國暴發金融海嘯危機後，市場景氣的驟變，讓全球市場皆掉入這景氣低谷中；而面對這充滿不確定的 2009 年，Openfind 全體同仁依舊做好準備，以 S (Security) · M (Mobility) · A (Affordable) · R (Reliability) · T (Trusty) 為行銷主軸，提供客戶各項聰明又好康的選擇，陪伴客戶度過這突來的寒冬。

「機會，永遠是留給準備好的人」這句話印證了 Openfinder 十多年來對於產品品質的努力與堅持，並不因市場景氣的影響，依舊獲得客戶大力的支持。相較於 IDC 於 2009/12/15 發表的研究顯示，台灣資安軟體市場營收比前年同期下跌 16.2% 的同時，Openfind 在 2009 年營收逆勢成長 13.8%，獲利達到 2 倍以上的成長，而在 2010 年，更已經確立在營收和獲利上的表現，都已經超越 2009 年。

迎向 21 世紀第二個十年，我們將以「持續與客戶共同成長」理念，除了持續精進郵件安全解決方案與雲端服務外，Openfind 更將持續強化 Openfind Message Assurance Solution 的完整解決方案，並藉此機會投入研發資源在各項行動設備，提供使用者最佳的「雲+端資訊體驗」。

感謝有您，我們持續改變與精進

經過了三部曲的洗禮與試鍊，Openfind 客戶遍及海內外，除深耕台灣外，亦積極拓展日本、馬來西亞、越南、中國與香港等海外市場，合計服務超過 2 萬家企業用戶及一千五百多萬使用者授權。其主力產品 Mail2000 電子郵件系統、MailBase 郵件歸檔管理系統、MailGates 郵件防護系統、以及 OES 企業搜尋軟體，分別於台灣及日本市場締造出傲人的市占率。除了連續兩年在日本電子郵件安全領域，取得國產品牌市佔率第一的殊榮外，同時也於台灣市場的政府、電信及教育三大領域，奪得客戶滿意度調查第一的肯定。日前大陸市場更再次稍來佳績，Openfind 合作夥伴叢揚資訊經與多家國際級郵件歸檔產品廠商競爭，並通過嚴謹的產品測試及公開招標流程，協助全球富比士 (Forbes) 企業排名前 100 強、中國前 5 大的中國交通銀行成功導入 MailBase 郵件歸檔管理解決方案，為中國交銀每月超過 2.3T B 的龐大信件流量，完整實現郵件資訊生命週期管理政策。感謝所以客戶與合作夥伴的支持，Openfind 全體同仁也將秉持精益求精的精神，持續提供符合市場需求與客戶期望的產品與服務。

昂首闊步，與客戶攜手共創價值

Openfind 於近年針對全球雲端技術和資料稽核、外洩需求加溫的趨勢，提出了 Openfind Message Assurance 信息保全方案，能提供組織完整的資料外洩防護，符合相關資安法規，並

從資料的傳遞、保存階段，均完整考慮到相關的隱私法規與風險預防政策，包括訊息是否在溝通的過程中均能被追蹤、前稽核(資料外洩)、後稽核(事後舉證)，並能安全的負荷巨量訊息的成長，是企業走向資訊快速爆炸，又面臨個人資訊保護法議題的雲端世代時，最佳信息安全選擇。

展望未來，面對日趨複雜的網路環境與資訊架構，Openfind 除秉持創新技術與在地化思維持續開發產品外，對於下一個世紀的第二個 10 年，我們會堅守創新技術與優質服務的企業文化，與全體同仁攜手邁向國際舞台，協助客戶提昇企業知識價值與產業競爭力，一起為開創台灣軟體產業榮景盡一份心力。