

## 競爭分析

### 全球整合性協同環境 2006 供應商佔有率：新商機撼動 ICE

Mark Levitt

#### IDC 觀點

2006 年整合性協同環境 (ICE) 銷售的全球營收成長了 11.8%，達到 \$23.51 億，相較於去年的成長率，略為下滑。期望未來持續成長的供應商，應從 2006 年汲取關鍵性的教訓，包括：

- ☐ 新成立的公司如果可以提供客戶真正的新產品，就可以順利打入成熟的市場。Zimbra 證明了這一點，他們啓用了一套在 Linux 上執行的協同伺服器，並配備創新的可延伸式使用者介面，上市第一年就創造了數千萬美元營收。
- ☐ 雖然 ICE 飽和度已高，但主要供應商從維護合約和贏得的移轉機會，以及外包的 ICE 服務創造即可觀營收。
- ☐ ICE 及其他電子郵件解決方案提供可結合各類型協同工具（即時、團隊、Web 2.0 等等）的連結，這些工具必須與電子郵件整合（而不是取代電子郵件），才能網羅最大範圍的潛在使用者。



## 本研究內容

此 IDC 研究調查了 2002 到 2006 年這段期間的 ICE 市場，依據全世界的營收提供 2002-2006 年整體市場規模及主要供應商的市場佔有率。另外還依區域提供總市場營收預估值（美國；歐洲、中東和非洲 [EMEA]；以及亞太地區）。

這裡所包含的供應商佔有率更新了下列報告的資料：*全球整合性協同環境 2006-2010 預測及 2005 供應商佔有率：沒有跡象顯示全球暖化會影響 ICE 市場* (IDC #202617, 2006 年 7 月)。

---

## 方法

請參閱「進一步瞭解」區段，以取得此研究所採用之資料收集和分析方法的說明。

此外，請注意以下幾點：

- 本研究所包含的資訊來源為 2007 年 5 月 31 日發表的「IDC 軟體市場預測 (SMF)」。
- 本文件中的所有數據經四捨五入，不一定完全精準。
- 如需 IDC 軟體定義及方法的相關資訊，請參閱 *IDC 的軟體分類法 2007* (IDC #205437, 2007 年 2 月)。

---

## ICE 市場定義

ICE 依據共用的目錄及傳訊平台提供電子協同作業的架構（通常是在組織內部）。核心整合功能領域為電子郵件、群組行事曆和排程、共用資料夾/資料庫、交叉討論，以及自訂應用程式開發。管理和自訂作業通常是由統一的 IT 人員執行。這個市場的代表性產品包括 IBM Lotus Domino/Notes、Microsoft Exchange/Outlook、Novell GroupWise 及 Zimbra Collaboration Suite。

獨立的電子郵件及聯合的傳訊應用程式未包含在內，但會包含在傳訊應用程式市場中。

## 狀況概觀

這裡依據 ICE 供應商的分區營收，呈現 2006 年的供應商市場佔有率預估值，另提供 2002-2005 年的供應商佔有率記錄，以供比較（請參閱「表 1」及「圖 1」和「圖 2」）。

**表 1**

2002-2006 全球整合性協同環境營收（依供應商）(\$M)

	2002	2003	2004	2005	2006	2006 佔有率 (%)	2005-2006 成長率 (%)
Microsoft	725.0	770.0	950.0	1109.3	1209.1	51.4	9.0
IBM	735.0	709.1	745.0	825.0	940.0	40.0	13.9
Novell	115.0	116.0	110.7	99.0	95.0	4.0	-4.0
Zimbra	-	-	-	-	35.0	1.5	NA
NEC	18.2	18.6	19.5	20.1	21.1	0.9	5.0
Handysoft	6.0	14.3	14.1	11.4	12.8	0.5	12.3
Hitachi	8.0	13.5	12.7	13.2	13.1	0.6	-0.8
Fujitsu	10.0	9.7	10.9	11.3	10.9	0.5	-3.5
Oracle	1.0	3.0	5.0	5.0	5.4	0.2	8.0
其他	17.4	7.1	8.6	9.6	9.1	0.4	-5.4
總計	1635.6	1661.3	1876.6	2103.9	2351.5	100.0	11.8

附註：

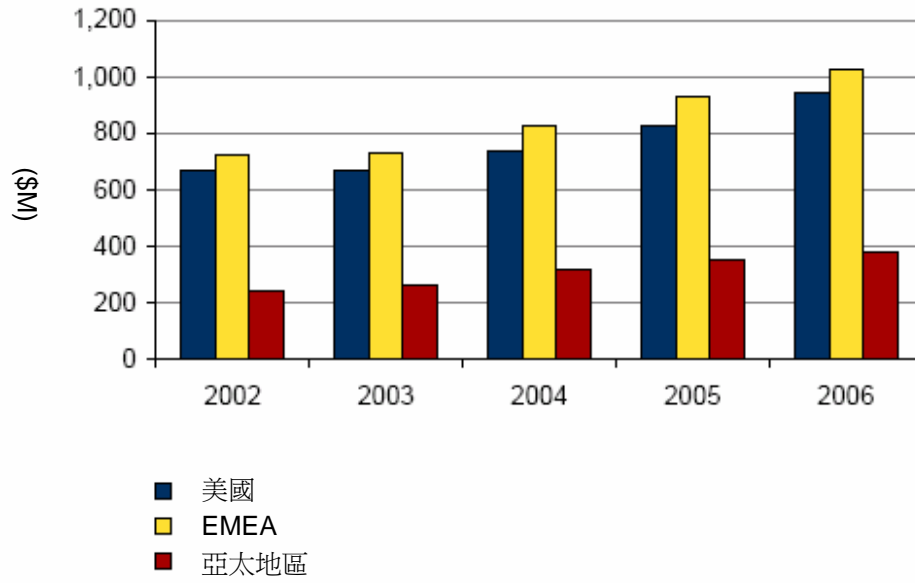
這些值不包括 2006 年少於 \$5 百萬的全球產品營收，或是賣給代管獨立電子郵件服務提供者的授權營收。

這些值反映 Handysoft 群組軟體產品在韓國市場更新後的歷史預估值。

資料來源：IDC，2007 年 7 月

圖 1

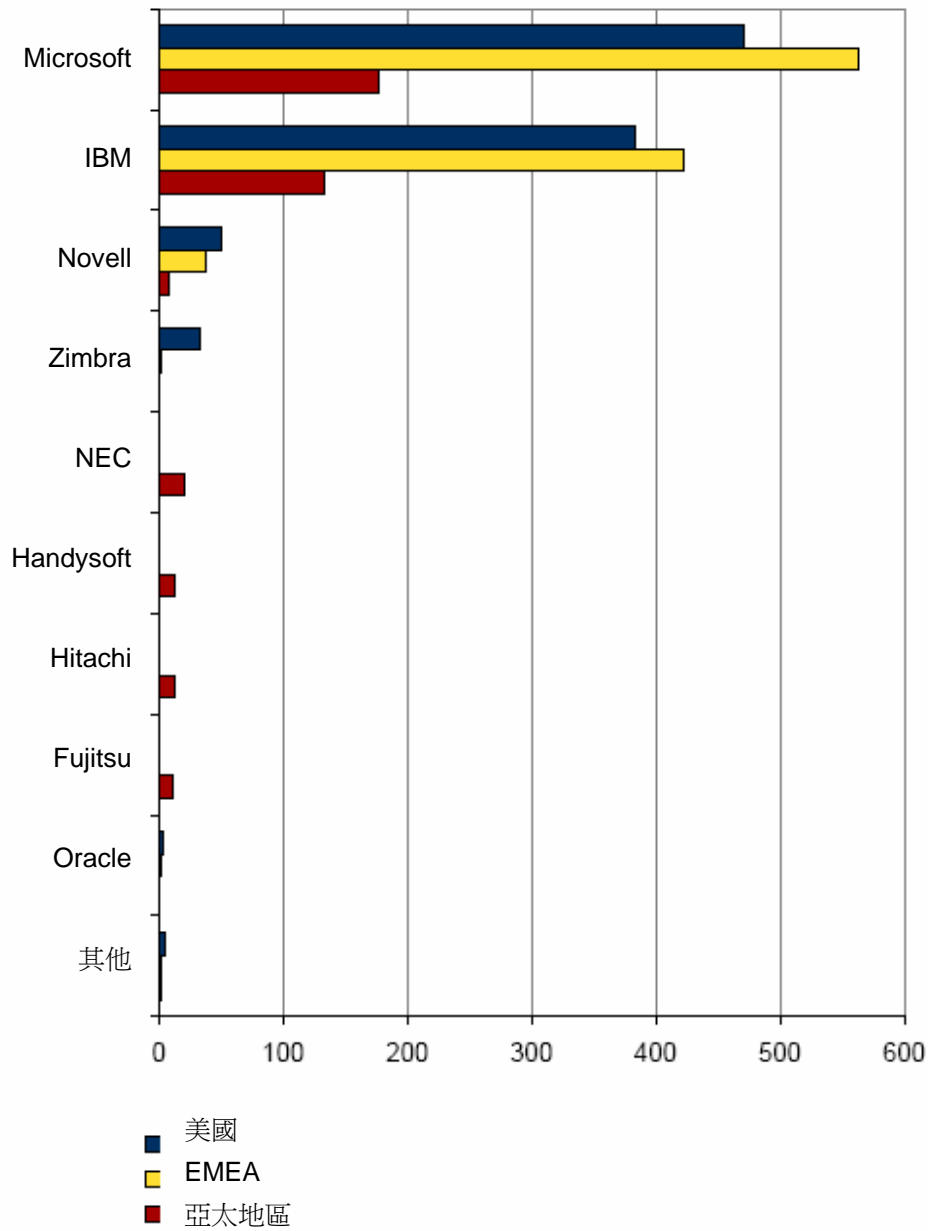
2002-2006 全球整合性協同環境營收 (依區域)



資料來源：IDC，2007年7月

圖 2

2006 全球整合性協同環境營收（依供應商及區域）



附註：

這些值不包括 2006 年少於 \$5 百萬的全球產品營收，或是賣給代管獨立電子郵件服務提供者的授權營收。

這些值反映 Handysoft 群組軟體產品在韓國市場更新後的歷史預估值。

資料來源：IDC，2007 年 7 月

## 未來展望

另一項研究會更新 2007 年 3 月發佈的最初 ICE 預測。

## 主要建議

期望未來持續成長的供應商，從 2006 年汲取關鍵性的教訓，包括：

- ☐ **新成立的公司如果可以提供客戶真正的新產品，就可以順利打入成熟的市場。** Zimbra 證明了這一點，他們啓用了一套在 Linux 上執行的協同伺服器，並配備創新的可延伸式使用者介面，上市第一年就創造了數千萬美元營收。Zimbra 致力製作更優良的滑鼠鎖，以提供 IT 開放式標準及開放程式碼支援，並提供使用者全新的使用經驗，因此，Zimbra 持續吸引了大眾矚目，銷售量履創佳績。其他新公司若要參考 Zimbra 模式，必須提供獨一無二的 ICE 滑鼠鎖，唯有獨特才能同時吸引 IT 及使用者的目光。
- ☐ **雖然 ICE 飽和度已高，但主要供應商從維護合約和贏得的移轉機會，以及外包的 ICE 服務創造即可觀營收。**要在這個成熟市場繼續成長，必須積極銷售 ICE 授權給新客戶、銷售授權給現有客戶中的新使用者，以及銷售升級、附加程式和維護合約給現有的客戶。很多大型及中型的 ICE 客戶對於必須持續投資在員工和網路及伺服器基礎架構，才能保持 ICE 流程順暢，已感到愈來愈疲乏，而很多較小型的公司一直都缺乏適用於 ICE 的 IT 資源，這類公司都可以求助於各種受管理及代管服務提供者（例如：Apptix、AT&T/USi、Azaleos、HP、IBM、Intermedia、Unisys），這些服務提供者都有愈來愈多的客戶選擇外包 ICE 作業。
- ☐ **ICE 及其他電子郵件解決方案提供可結合各類型協同工具（即時、團隊、Web 2.0 等等）的連結，這些工具必須與電子郵件整合（而不是取代電子郵件），才能網羅最大範圍的潛在使用者。**唯有即時傳訊這類使用者驅動的工具可以靠自己成功，無須連結電子郵件系統（但是與電子郵件整合對使用者有利）。其他多數協同合作工具都非常依賴電子郵件來提供警示、排程會議，以及擷取和散佈內容給選擇不使用或無法使用專為協同合作工具設計之使用者介面/用戶端的人。由於聯合通訊提供了更好的替代方案，為傳訊和即時通訊/協同合作分別提供環境，所以 ICE 可能會提供電子郵件、傳真和語音訊息（聯合傳訊）的信箱和儲存庫，以及可以新增即時通訊（即時傳訊；上線；Web、影音會議；IP 電話/網路電話）的行事曆、聯絡人、作業、簡易工作流程和常見的使用者介面。

## 進一步瞭解

### 相關的研究

- ☒ 全球協同應用程式 2007-2011 預測:數字分析(IDC #206167, 2007 年 3 月)
- ☒ 全球電子郵件使用情形 2007-2011 預測:垃圾郵件復甦之影響 (IDC #206038, 2007 年 3 月)
- ☒ IDC 的軟體分類法 2007 (IDC #205437, 2007 年 2 月)
- ☒ 全球獨立電子郵件應用程式 2006.2010 預測及 2005 供應商佔有率:企業電子郵件 ICE 興起及服務提供者電子郵件興起 (IDC #204588, 2006 年 12 月)
- ☒ 全球企業即時傳訊應用程式和管理產品 2006.2010 預測及 2005 供應商佔有率:IM 邁向工作區 (IDC #203848, 2006 年 10 月)
- ☒ 全球整合性協同環境 2006.2010 預測及 2005 供應商佔有率:沒有跡象顯示全球暖化會影響 ICE 市場 (IDC #202617, 2006 年 7 月)。
- ☒ 請給我 Linux 伺服器上的協同應用程式,留住客戶 (IDC #202555, 2006 年 7 月)
- ☒ 企業用全球聯合傳訊應用程式 2006.2010 預測及 2005 供應商佔有率:聯合通訊之路 (IDC #202525, 2006 年 7 月)

### 方法

IDC 軟體市場規模及預測都是以套裝軟體營收的觀點呈現。IDC 使用套裝軟體 這個術語來區分商用軟體及「自訂」軟體，而非暗示提供軟體必須採用塑膠膜封裝或是實體媒體。套裝軟體是透過銷售、租賃、租借或服務等商業形式提供之任何類型的程式或程式碼集。套裝軟體營收通常包括一開始和繼續使用套裝軟體授權的權利。這些費用可能包括（內含在授權合約中）存取產品支援及/或其他不可與軟體使用權費用結構分開計算的服務，或者此支援可分開計費。升級程式可納入繼續使用權，或是分開計費。IDC 將上述所有費用都計算在套裝軟體營收中。

套裝軟體營收不包括 衍生自訓練、諮詢和系統整合的服務營收，這些營收與使用權分開計費，但是在以不同計價方案來提供軟體功能的服務中，的確包括了內含軟體所隱含的價值。這是進一步配置到市場、地理區域和作業環境的套裝軟體總營收。



市場預測及分析方法包含了五種不同但相關之來源的資訊，如下所示：

- ☒ **所報告和觀察的趨勢以及金融活動。**此研究包含了自 2006 至 2007 年 4 月底所報告和觀察的趨勢以及金融活動，包括針對從事北美股市交易之公開招股公司所報告的營收資料（幾乎所有案例都是 CY 1Q06.4Q06）。
- ☒ **IDC 的軟體統計調查訪談。**IDC 訪談所有重要的業者，以判斷產品營收、營收統計資料、計價及其他相關資訊。
- ☒ **產品簡報、新聞報導及其他公開的可用資訊。**IDC 全球軟體分析師每年都要訪問數百個軟體供應商。這些簡報提供機會來檢閱目前及未來的商業和產品策略、營收、出貨、客戶群、目標市場及其他主要產品和競爭資訊。
- ☒ **供應商的財務聲明及相關檔案。**雖然有許多軟體供應商為民營企業，並選擇限制公開財務資訊，但是來自公營企業的資訊提供了重要基準，可評估民營企業所提供的非正式市場預估值。IDC 也透過深入分析師關係，來建立民營企業的相關詳細資訊，並針對 IT 產業建立了豐富的金融及企業資訊庫。我們還依據產品領域模式，進一步維護全球超過 1,000 家供應商的詳細營收。
- ☒ **IDC 需求端研究。**這份研究包括每年與軟體解決方案商業使用者進行的數千次訪談，並提供具權威性的輔助觀點，來評估競爭績效和市場動態。IDC 的使用者策略資料庫提供信實一致的產業趨勢及發展時序觀點。直接與技術採購者對談，為廣泛的研究結果提供了寶貴的補充資料。

最後，本研究所提供的資料，代表 IDC 的最佳預估值，其依據除了上述資料來源，還有供應商所報告和觀察的活動，此外，我們也將所採用的資料進一步建模，以補充任何資訊不足之處。

本研究資料衍生自上述所有來源，並輸入「軟體市場預測 (SMF)」資料庫中，軟體供應商營收相關新資訊出現時，我們也會持續更新資料庫。因此，讀者比較此研究中的資料與其他軟體營收研究的資料時，應留意本研究前幾段「方法」討論中提及的「截至」日期。

---

## 版權聲明

本 IDC 研究文件隨 IDC 連續智慧服務發行，提供書面研究、分析師互動、電話報告及會議。請造訪 [www.idc.com](http://www.idc.com)，以進一步瞭解 IDC 訂閱及諮詢服務。若要檢視全球 IDC 辦公室清單，請造訪 [www.idc.com/offices](http://www.idc.com/offices)。如需參考本文件的定價以購買 IDC 服務，或需要 Web 權利的相關資訊，請撥 IDC 熱線 800.343.4952 分機 7988（或 +1.508.988.7988），或來信寄至 [sales@idc.com](mailto:sales@idc.com)。

Copyright 2007 IDC. 未經授權禁止重製。All rights reserved.

---

本文件隨下列服務發行：協同運算；傳訊應用程式