



▶▶ VMware (威睿) 大中华区总裁 宋家瑜

■ 现任 VMware 公司大中华区总裁，主管中国大陆、香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的业务。主要负责战略规划、关键职能部门（包括销售、渠道和市场营销）的业务运营与管理。

■ 曾担任 IBM 重大客户部门总经理，负责企业管理和产品与服务分销。在 IT 和商业管理方面拥有超过 26 年的经验。

■ 拥有亚太地区及美国市场的实际管理经验。在诸如金融、电信、能源和航空等重点行业，亦拥有全面而丰富的 IT 和客户管理经验。

■ 毕业于台湾大学，主修经济学。

# “我们是在创造历史”

## 专访VMware（威睿）大中华区总裁宋家瑜

■ 电脑商报记者 祁萌 王晓民

作为虚拟化市场的先锋，2008年，VMware（威睿）依靠年收入19亿美元的业绩成为增长最快的上市软件公司之一。在中国市场，VMware的发展同样迅猛。2008年，针对中国市场的特点，VMware对公司架构进行了重大调整，以此加大对中国渠道伙伴的覆盖与支持力度。

日前，主导此次架构调整的VMware大中华区总裁宋家瑜在与电脑商报社副社长兼总编辑王晓民的访谈中，详细介绍了VMware的成长历程与其在虚拟化市场中的优势，并就该公司调整、渠道策略等问题进行了深入交流。以下为此次访谈的主要内容：

署虚拟化技术之后，只需要几台服务器就能支撑，这大大提升了PC服务器的利用率，减轻了数据中心空间的压力，节省了管理成本。这就是VMware虚拟化的起点。

随着虚拟化技术日趋成熟，被部署到了更多涉及关键应用的环境中。当虚拟化的益处逐渐得到全球客户的认可时，虚拟化技术在中国市场也逐渐普及，VMware公司业绩大幅提升便不难理解了。

**CPW：**在PC服务器上实施虚拟化技术的为什么不是服务器供应商，而需要由专门的软件公司完成？



### 精彩言论

利润率上升，是众多服务器供应商选择与VMware合作的原动力；更重要的是，能够提供高效的虚拟化解决方案，无疑使产品供应商更具市场竞争力。



**CPW：**作为快速崛起的软件企业，VMware最近两年在中国市场产生了重要影响力。你认为VMware在短时间内迅速成长，2008年全球收入达到19亿美元的原因是什么？

**宋家瑜：**我认为VMware的崛起得益于准确的市场定位和客户需求的提升。早在11年前，VMware就已经看到了潜在的市场机会——PC服务器的利用率很低。

举个非常简单的例子。十几年前，一些大公司的销售和技术支持类的员工经常出差，其工位长期闲置；于是，这些公司开始尝试移动办公。一些员工的工位不再固定不变，公司根据工位日常使用情况估算出工位的需求，再按比例确定工位的实际需求。事实证明，一个工位服务三四个人是没有任何问题的。员工一旦回到办公室，可以使用任何处于闲置状态的工位及办公资源。这种方式不仅节省了办公成本，还提高了办公资源的利用率。

虚拟化技术发挥的正是类似的作用。原本需要数量庞大的PC服务器才能支撑的应用系统，通过部

**宋家瑜：**服务器厂商分成两类。一类像IBM和惠普，他们拥有全线的软硬件产品及服务，他们有能力做目前VMware所做的工作。但是，由于他们提供的很多关键应用集中在小型机而非PC服务器上，所以他们把虚拟化的主要精力放在了小型机上。同时他们也考虑到，既然在PC服务器虚拟化领域有VMware这样成熟且开放的虚拟化解决方案供应商，那么完全可以选择与VMware合作。就目前的情况看，双方合作得很好。

第二类，是以PC服务器为主的供应商。他们不是没有能力去做，而是他们的企业模式并不适合去开发这些软件；同时，他们也不愿为此投入太多资源。基于这一点，VMware与这类供应商也建立了良好的合作关系。

**CPW：**那么反过来看，VMware为什么只在PC服务器上做虚拟化？

**宋家瑜：**随着互联网技术的发展，以及关键技术的提升，未来市场将会逐渐出现两个趋势。一是

出现大的超算中心，类似IBM这类公司将维持比较大的市场份额；二是PC服务器的功能得到逐步提升。以前小型机具有的管理、灾难恢复和安全等功能，现在的PC服务器已经陆续具有了。

VMware正是看到了这样的趋势，同时考虑到要保证合作空间的最大化，所以VMware选择了专注于PC服务器领域的虚拟化方案。

**CPW:** 虚拟化是个抽象的概念，想向客户解释清楚并不那么容易，你觉得如何才能让客户迅速接受虚拟化？

**宋家瑜:** 我发现，现在许多CIO熟悉业务和管理，但不熟悉技术。所以，单纯介绍虚拟化技术可能会比较难，但如果从应用的角度来描述虚拟化，客户就会比较容易接受。

当客户了解到VMware能帮助他们将应用集中在PC服务器上，甚至将小型机上的应用迁移到PC服务器上，客户就开始有兴趣了。接下来还可以谈云计算，就是将所有的IT资源包括服务器、存储和网络都进行虚拟化，使之成为一个资源池。客户可以按照实际需要使用服务器、存储和网络资源。这是向客户解释虚拟化概念最有效的方法。

最近几个月，国内的IDC服务商和运营商已经开始热衷于讨论这些问题。我们相信，中国的虚拟化市场将会有很大发展。

**CPW:** 目前，虚拟化技术供给和市场需求都已经相对成熟，客户为什么一定要选择VMware？

**宋家瑜:** 是的，市场上还有很多其他的虚拟化技术提供商，如微软和Citrix等。但他们现在面临一个挑战：缺少数据中心虚拟化的成功案例。

相反，VMware目前在全球各地区各行业都有了大量的成功案例。例如在中国，VMware的大型银行客户比比皆是。可以想象，VMware银行客户如果遇到应用问题，可以和国内外其他银行分享应用经验，这对用户而言非常重要。这是企业的历史积淀，也是市场的先发优势。

**CPW:** 提到中国的客户群，目前VMware在中国哪些行业有了突破？

**宋家瑜:** 在加入VMware之前，我也问过同样的问题。我们的CEO告诉我，VMware在各行各业都有案例，是比较均衡的。现在经过自己的了解，我想用同样的话回答这个问题：发展很均衡。

在中国市场，首先是跨国公司的分支机构开始应用VMware，因为他们的母公司已经应用了；第二

批客户就是大量的银行客户和政府机构。2008年至今，VMware在制造、航空航天、石油、电力等行业的应用案例也迅速增多。

之所以行业覆盖如此均衡，是因为VMware的虚拟化方案不是针对特殊应用，而是面向基础应用平台的方案。

**CPW:** VMware的虚拟化技术能够帮助客户削减采购服务器的数量，但这势必将减少服务器供应商的销量。而目前，众多服务器供应商却和VMware结成了合作伙伴，他们为什么要选择这种合作？

**宋家瑜:** 是的，服务器供应商的销量减少了。原来他们可以卖出100台服务器，而合作以后，他们或许只能卖出10台了。除非客户坚持，他们似乎没有理由要这么做。

但服务器供应商已经发现这是一个误区。因为他们知道10台采用了虚拟化技术的4路服务器甚至刀片服务器比100台2路服务器的利润要高出一大截。虽然整体销量下降了，但是利润率却上升了。这便是众多服务器供应商选择与VMware合作的原动力。

更重要的是，能够提供高效的虚拟化解决方案，无疑将使产品供应商更具市场竞争力。

**CPW:** 刚才所谈涉及的客户里，很多都是大型企业客户，但PC服务器的客户更多的还是中小企业，VMware将如何说服中小企业应用虚拟化技术？

**宋家瑜:** 我们去年制定的策略是，让销售和技术人员广泛接触市场。为实现这一目标，我们当时做的一个决定就是延伸区域市场的触角，从北京、上海、广州这三大市场扩展至沈阳、济南、武汉、南京、深圳、西安和成都，在这些城市建立分支机构。

此外，我在中国市场服务了15年，了解做中小

企业市场必须依靠合作伙伴。因为客户缺少相关的技术人员，他们非常信赖为他们提供服务的SI。

同时，中小企业市场也是目前我们需要加强投入的部分，因为不是每个SI对我们的技术和方案都有所了解，这对VMware而言仍是一个挑战。

**CPW:** 谈到和SI的合作，VMware采取了什么样的合作模式？

**宋家瑜:** VMware的合作模式是成体系的。在全球，我们与IT设备供应商建立了战略合作伙伴关系。

在中国，VMware建立了针对不同行业和市场的稳定的渠道认证体系。我们将保持三家总代理的数量不变，以保证他们拥有充分的发展空间。其中，渠道规则也保持着清晰、透明和稳定。

例如VMware的报备制度。当SI报备成功后，即便项目最终没有达成，为保护SI的先期投资，VMware也将提供给SI一笔激励奖金。而当项目达成后，仍会有相应的销售奖励。

这是我们的合作伙伴非常喜欢的制度。一些渠道伙伴曾告诉我，VMware是外企中，很少几家关心渠道赚钱与否的公司之一。

**CPW:** 你入职VMware已经超过1年，你和你的团队对VMware在中国的发展有什么期待？

**宋家瑜:** 我希望在4年内使VMware在中国市场成为一家年营业额超过1亿美元的公司——这可能是软件公司在中国市场发展的最快速度。

在我们的团队看来，VMware是一个很酷的公司，因为它有很酷的技术。我和我的很多同事能够感觉到，我们是在一起创造历史。这不只是一份工作而已，因为这份工作可能是以前从没有人做过的。 **CPW**

## 采访手记



电脑商报副社长兼总编辑  
王晓民

人过50还有创业激情的人，相信不会很多，宋家瑜却是其中的一个。

放弃IBM平稳的职业经理生涯，毅然加入一家充满活力的年轻公司，实现二次创业，做这样的决定绝不容易。不夸张地说，一年前，宋家瑜选择加盟VMware时，这家美国近几年刚崛起的软件新贵在中国市场尚属一穷二白，品牌、团队、合作伙伴、客户这些市场要素，VMware当时都很薄弱，宋家瑜等于白手起家。

一年后，VMware频繁出现在各大媒体的重要版面上，品牌已小有名气，团队中汇聚了众多的外企精英，合作伙伴超过1000家，市场局面初步打开。这与宋家瑜的努力和个人号召力有很大的关联。他甚至说服美国总部，于不久前完成了品

牌本地化的切换，给VMware起了一个响亮的中文名字——“威睿”。

VMware找到宋家瑜，应是一件幸事。