

VMware 中国渠道地图再升级

在拓展销售渠道的同时，对授权服务商所进行的大力扶植，可以视为是 VMware 中国渠道地图再次升级的一个明显信号

本刊记者 郭嘉凯

经过几年的市场培育，虚拟化在国内市场已经开始落地。而且，从用户的需求来看，虚拟化应用不仅仅停留在成本节省等方面，已经开始逐步深入到应用层面。“未来两三年，虚拟化应用将会在国内用户中呈现出爆发的局面。” VMware 公司大中华区总裁宋家瑜如是说道。

市场的商机已经出现，但面队如此广阔的中国市场，单靠厂商自身的力量显然很难进行覆盖，因此，渠道就成为各虚拟化厂商争夺市场的重要一环。对于这一点，身为虚拟化领导厂商 VMware 大中华区掌门人的宋家瑜当然心知肚明。因此，在 2010 年，如何完善 VMware 中国的渠道地图，构建一个完善的渠道体系，就成为 VMware 中国的重要工作之一。

在宋家瑜看来，中国的渠道大致可以分为两种类型，一类是关系型的渠道，一类是增值型的渠道。“对于关系型渠道在很多的特定项目里面需要跟它配合，因为这是一个传统的需求。对于我们更重要的是增值型渠道，增值型渠道是指那些在垂直行业或跨行业有很大的自身附加价值的渠道，这个附加价值可以是它自己本身的产品、它的应用或它整合的能力。”

显然，由于增值型渠道所具备的行业经验以及技术能力，他们对于虚拟化的理解深度和推广能力会更强，因此，他们在虚拟化落地过程中所起到的作用也会更大。

对于这一点，宋家瑜也坦言，VMware 今年的第一重点就是要找到这些渠道，同他们一起制定规划，并针对

他们自己特定的领域（或是垂直行业或是某一个地域得的覆盖），提供 VMware 很好、很重要的技术培训和认证，同时也会提供一个快速实践的机会。

渠道的发展确实可以加速虚拟化的落地进程，不过，随着用户数量的逐渐增多，有关虚拟化的服务也将成为虚

由于增值型渠道所具备的行业经验以及技术能力，他们对于虚拟化的理解深度和推广能力会更强，因此，他们在虚拟化落地过程中所起到的作用也会更大。

拟化能够顺利落地的一个重要因素。毕竟，虚拟化的应用和实施，和用户的整体 IT 架构和具体应用，都有很大的关联。但目前一个现实的问题是，具备虚拟化服务能力的渠道商数量有限，如果单靠厂商的服务人员，则很难满足众多用户的需求。

“我们现在碰到的几乎所有的客户，都很迫切地需要有一些好的专业服务的团队来帮他完成事情。这对 VMware 本身而言是有很大的压力，因为我们自己的顾问也有有限。”针对这一情况，宋家瑜透露说，今年会大力扶植一些授权的专业服务商。

“这些伙伴不见得一定是很大的公司，他们很专注在他们本身的专业，他们也很愿意投资在 VMware 提供的专业服务里，所以我们的做法就是找到这些公司，给他们做一些技术的培养、认证，甚至从现在开始就带他们进入到我们项目里面，一起来做一些协同实施，培养他们的能力。最后，我们会把这些公司介绍给 SI。这些公司本身规模定位跟真正做市场的 SI 之间其实是一个互补的关

系，不冲突，因此，他们也很愿意跟 SI 去合作，同样，SI 也很放心跟这些服务商合作，因为这些服务商不是过去抢他们的客户，而是合作的关系。”

对于服务商的扶植，确实是 VMware 在渠道体系构建上的一次重要升级。不过，在有些人看来，这种扶植

是否能在短期内发挥效用，毕竟，对虚拟化实施和服务的熟悉，需要一定的时间和过程。

对于这一点，宋家瑜认为，通过 VMware 全力的支持，具备一定技术和专业经验的渠道，成为授权服务商并不十分困难。“我们在去年年底做了第一批，共八家。有一些之前就做过服务的，有些是现在开始做服务的。经过我们培训和认证后，陆续让他们参与到一些服务项目里面，现在已经有一些服务商开始显现出效果。”

深圳君思科技就是其中典型代表之一，在去年通过 VMware 的相关培训和认证后，君思科技已经成功为几家用户进行了虚拟化的实施和服务。“我们公司之前主要从事网络安全方面的服务，在成为 VMware 的合作伙伴之后，我们在虚拟化方面的服务能力得到了迅速的提升，现在已经为奇瑞汽车、深圳报业集团等几个用户成功实施了虚拟化服务。这一块的业务也会成为我们今后重点发展的方向之一。”君思科技涂卫华介绍说。■