目錄

**鍵入章節標題 (第 1 層)1**

鍵入章節標題 (第 2 層)2

鍵入章節標題 (第 3 層)3

**鍵入章節標題 (第 1 層)4**

鍵入章節標題 (第 2 層)5

鍵入章節標題 (第 3 層)6

# 與CEO對談第四期：蔡佳宏, 伊雲谷(6689 TT)創辦人暨執行長2020-07-01

<https://www.qtumic.com/tw/article/485-ceo-conversations-installment-iv-mp-tsai-founder-and>

文章內容摘錄：

要回溯到公司另一塊業務：企業級硬碟分銷。創業之前，蔡佳宏擁有多年在中國運營硬碟業務的經驗，因此他先於2012年成立聯佳（現為伊雲谷的企業級硬碟分銷部門），目前是Western Digital在大中華區最大的企業級硬碟分銷商，這塊業務2019年佔伊雲谷合併營收約六成。聯佳創立初期，蔡佳宏表示，「我們觀察到公司的硬碟產品主要都賣往資料中心，所以當AWS在2014年3月進軍台灣時，我們就開始跟AWS接觸，成為首批AWS代理商。」

最早伊雲谷是從串流（streaming）切入，蔡佳宏表示，「我們第一個重要專案是2014年11月台北市長候選人柯文哲與連勝文的直播辯論，現在你們可能沒辦法想像，當時根本沒有人會做直播，就我們在做。」取得成功之後，蔡佳宏前往中國與當時AWS大中華區執行董事容永康洽談，但由於串流在中國需要政府審批，容永康建議伊雲谷轉為MSP。經過評估，伊雲谷於2015年5月正式轉為AWS的MSP，「那一年我們的雲端營收較前一年成長十倍，我們因此覺得這是對的商業模式，當然也考量了這個業務有很好的現金流，因為我過去做生意是沒有賠過錢的。」在確定MSP是伊雲谷未來的策略方向後，蔡佳宏便開始大量投入資源並與AWS密切合作。

蔡佳宏形容，「伊雲谷的勝出，經歷的是競爭對手在初期市場還小的時候『看不起』這個市場，接著在缺乏必要資源投入之下『看不懂』市場，後來『學不會』必要的技能，最終『打不過』我們。一開始我們可能不是AWS最好的合作夥伴，但我們一直調整自己，去變成他最好的合作夥伴。」目前伊雲谷已經在AWS的生態系統中創造了許多第一。

它是第一家得到AWS認證的大中華區高級諮詢合作夥伴，也是台灣第一大的AWS MSP。憑藉台灣的成功經驗，伊雲谷在2016年受到AWS的邀請，進軍香港，不到兩年即做到香港第一大，接著陸續布局中國與東南亞各國，並於大中華區建立起最大的AWS MSP服務團隊。此外，在全球新興的雲端服務商中，伊雲谷是第一家成功公開發行、於2018年7月登錄台灣興櫃市場的公司，至今已吸引超過16%的外資股東持股。蔡佳宏表示，「未來伊雲谷絕對會繼續保持我們的先進者優勢，拿下更多第一名，先進者會稱霸這個市場，是贏者通吃的概念，如果要做小，就不要做。」

**用一張巨大的蜘蛛網「黏」住客戶**

為什麼企業上AWS不自己上，還要找MSP？蔡佳宏回應，「我們之所以有價值，是因為AWS每四小時會推出一項新服務，一般企業的IT不會特別去學習這塊技能，他們因此希望有一個靠譜的MSP提供最好的建議。」蔡佳宏以樂高比喻MSP的角色，「AWS的每項服務像一塊塊樂高積木，我們協助客戶從千百塊積木中，挑選與善用資源拼成他們想要的成品，客戶想要車子我們就協助他拼成車子。透過提供顧問（consultation）、導入（implementation）與遷移（migration）等服務，我們做出符合客戶需求的方案，並協助後續的管理跟運維。這些服務的價值讓客戶通常會選擇持續留在我們的平台上，因此MSP的營收是經常性的（recurring）。」

伊雲谷過去幾年觀察到MSP業務有兩個重要特質，第一是前述提到的高客戶續約率，第二是既有客戶每年上雲金額通常會持續往上，亦即既有客戶是驅動伊雲谷營收成長的一大關鍵因素。蔡佳宏表示，「特別是你不知道客戶會長到多大，以我們一個金融業客戶為例，一年後用量比剛開始上雲時漲了50倍。如果用水來比喻客戶的雲端用量，雲端服務就像一個可以乘載無限水流的水管，一旦客戶打開水流，水不只持續流過，水流還越來越大。因此我們的長期目標就是積極增加客戶數、提升客戶續約率、並讓客戶使用更多服務。」蔡佳宏並指出，「我不斷告訴我的員工，如果五年後IaaS (Infrastructure as a Service) 變成大宗商品（commodity），我們必須要提供差異化的服務去黏住客戶，也因此我們的策略是賺錢了就再投資人才、技術、新區域的擴充。」

「例如我們自己開發的ATLAS自動化雲管理平台，是從公司剛成為MSP就開始建置。我們不斷在這個平台上用長時間累積的經驗增添新的功能與創新，持續保持先進者優勢，建構很多別人還沒有的雲端服務去佔領先機，讓企業客戶可以自動化監控他們在世界各地機房的機器。」另外伊雲谷也走在競爭對手前面，為企業的數位轉型做準備，投資不同的技術，「每一個能力都可以長出來新的業務，我們之前就是不斷經歷這樣的過程。」

蔡佳宏表示，「過去幾年，AWS不僅看著我們不斷投資技術與人才，也見證我們的專業能力不斷提升。他們看到一家像我們這麼擅長使用他們『樂高積木』的合作夥伴，當然很開心。這在我們進入新區域時帶來很大好處，因為一開始大多數的客戶都是經過AWS推薦，讓我們儘管是一家才創立六年多的公司，還是能取得當地政府或是大型企業的案子。例如我們今年才剛在馬來西亞設好辦公室，AWS就已經介紹很多大型企業的案子給我們準備去執行，前幾年我們布局菲律賓跟新加坡市場時也是同樣的情形。我們現在光是做AWS的生意，都要一直補人才了。」「這是一個夠大的市場，可以容納很多競爭者，而我們的目標很明確，就是在AWS當中不斷增加滲透率，成為全亞洲最懂AWS的專家。」