

甲骨文：“狂妄”的秘诀 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/253/2021_2022__E7_94_B2_E9_AA_A8_E6_96_87_EF_c102_253960.htm 提到甲骨文公司，人们脑海中浮现的往往是其高调强硬、霸气十足的CEO拉里埃利森，还有多年来数量惊人、近乎疯狂的收购行为。而甲骨文的经营理念，更是贯彻了拉里埃利森的思维哲学：消灭竞争对手最好的方法就是把它买过来。2007年3月2日，在甲骨文斥资收购SAP“余热未消”时，它又以每股52.00美元、总额约合33亿美元的现金投标价格收购了全球领先的企业绩效管理供应商Hyperion Solutions。收购交易将使甲骨文2008财年非GAAP每股收益至少提高1美分，2009财年非GAAP每股收益至少提高4美分。这或许是一种乐观的预测，但不可否认的这也可能会成为事实。到底是什么让甲骨文张开了“贪婪”的大嘴？“进攻”是成功的不二法宝 对帆船运动情有独钟的拉里埃利森认为“进攻”是成功的不二法宝。也正因如此，甲骨文一贯奉行的收购要诀是：速战速决。2002年以来，甲骨文在管理软件尤其是在ERP领域的市场份额与其竞争对手SAP的差距巨大。这促使埃里森毫不犹豫地要把甲骨文变成一家“真正的”大企业。而甲骨文要从数据库领先的厂商向包括应用软件产品在内的综合管理软件领先的“大公司”转变，全球范围内的并购是最直接的方法。在2002和2007年甲骨文还有没有进行其他的并购，在这在列举几个大的，要不无法体现并购是他的经营理念。2007年初，甲骨文豪言将收购其竞争对手SAP，不过SAP似乎并没有把甲骨文争夺市场的收购看成一件有威胁的事情。过去的30年里，SAP一直稳

坐企业级应用软件市场的头把交椅，并通过与甲骨文在数据库领域的老对手IBM和微软合作，巩固自己在企业级应用软件市场的地位，吸引开发者到自己的NetWeaver平台和BBP业务流程平台上来进行业务开发。甲骨文的Fusion和SAP的中间件平台Netweaver之间的争夺虽然日趋白热化，但甲骨文并没有放松自身在这个领域的“优势所在”。根据Gartner公司最新发布的研究报告：甲骨文公司在独立商业智能平台领域是亚太地区增长最快的厂商。2006年，Oracle独立商业智能产品在亚太市场的收入比2005年增长了64.8%，而亚太独立商业智能平台市场的平均增长率为12.1%。甲骨文公司亚太区商业智能总经理Ricky Kapur说：“这份报告清楚地显示出，甲骨文商业智能平台是亚太地区开放和异构环境的首选产品。这一地区的领先企业正在通过甲骨文商业智能平台有效地利用信息资产，以保持自己的竞争优势。越来越多的企业以信息为依据，及时采取行动，从而抓住了商机、增加了收入并提高了运营效率。”商业智能实践的普及将带来下一轮商业智能软件实施高潮。Gartner公司预计，2006年至2007年，由于“商业智能大众化”的需求不断增长，因此在商业智能应用软件领域将出现下一波投资热潮，人们需要可扩展性更高、界面更易于使用的应用软件。到2010年，亚太(不包括日本)商业智能软件和企业绩效管理与财务分析软件市场合起来将至少达到6.7亿美元。Kapur说：“商业智能实践的普及将推动亚太地区出现下一轮商业智能软件实施高潮。商业智能软件传统上仅用于编写策略报告，其实施都是孤岛式的。而现在，全球化浪潮、瞬息万变的市场、政府解除管制、竞争不断加剧等因素都使得企业越来越需要及时和有价值的的数据，企业

各个层面需要用这样的数据做出有效的决策。”作为商业分析软件和数据仓库工具的全球领先厂商，甲骨文公司拥有出色的专长和一套全面的热插拔式商业智能技术产品及应用产品，可帮助亚太地区的企业转变成以信息为主导的企业。诚然，甲骨文通过一系列的并购，拉升了业绩，但这绝不意味着疯狂的并购就已经没有了风险。不过，甲骨文很清楚自身在硬件所需的投资是有限的，惟一能保证公司不断壮大的策略就是通过收购以巩固市场，获得更多的客户。在软件行业，规模决定一切，如果规模够大就有能力增加投入，公司也有足够大的客户群体为增加的投入埋单。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com