

# 創業熱情奔流不休——陳澧

王耘 採訪撰文

「就網路設備的市場而言，以區域性來講，臺灣可能小了點，如果是以收益來看，那麼臺灣市場可就不小。」這是 Foundry Networks 創辦人之一陳澧的觀察。網捷網路（Foundry Networks）是一家網路設備廠商，於 1996 年由三位美國人與一位臺灣人共同創辦。其中，來自臺灣的創辦人，是畢業於交通大學電物系 65 級的陳澧（Lee Chen）。總是帶著靦腆笑容的陳澧，在談到一手創立的網路設備公司時，他說，再怎麼苦，也不會喊累，因為創業的基因在我血液中熱情地奔流。

## 說小不小的臺灣市場

**網**捷網路（Foundry Networks）是一家網路設備廠商，於 1996 年 6 月成立，Bobby Johnson、Earl Ferguson、Lee Chen 及 Jeff Prince 四人創辦，總部現設在美國加州矽谷。1999 年 9 月進行首次的公開上市（IPO）招股，就募集了 1.34 億美元，並同時以 525% 創下最高單日升幅，及科技股單日最高估價的兩項記錄。

致力發展高階及高效能的網路設備，網捷網路的產品包括了：網路路由器、網路流量管理第四至第七層交換器、第二、三層 Gigabit Ethernet 多協議交換器等。設備供應對象則以大型企業及服務供應商（ISP）為主。

目前主要負責日本、臺灣及中國市場的陳澧認為，在全球景氣緩步復甦之下，網路設備的需求也會隨之增加。「我們在日本市場表現較好，臺灣及中國則是持平。」陳澧說，今年網捷在公司政策做了調整，準備擴展臺灣及中國市場的佔有率，推出適合不同市場特性的產品。

陳澧以車子做比喻，保持捷可能在歐美市場賣比較多，但若想要在臺灣市場要獲得普及，就必須以豐田打進大眾化市場。「以區域來講，臺灣市場是比較小，但以收益來看，臺灣市場可就不小。」陳澧說，今年網捷在臺灣會推出平民化的產品，相信對擴大臺灣網路設備市場佔有率會有幫助。

以往，網捷總是著重在高端設備的高效能表現，而如今，在保持產品穩定性

## Foundry Networks 創辦人

的前提之下，降低產品的成本與價格，才比較容易爭取到臺灣的客戶。以新推出的 Gigabit 和 10 Gigabit 乙太網模組，自 2003 年 11 月以來，在北美、歐洲及日本已經有 20 位客戶下訂單，包括美國政府單位、日本 ISP 及大型企業.....。

網捷網路在 2003 年 3 月推出支援 I p v 6 的路由器；2002 ~ 2003 年，日本市場達到成長率

50%；2004 年 1 月，成功簽下日本 NTT DoCoMo 採用第四到第七層交換機的訂單。在 46 個國家設有辦事處的網捷，能拿到 NTT DoCoMo 訂單，除了以網捷本身產品的高效能與品質之外，在測試期間，DoCoMo 發現有問題，但不知道是與另兩家廠牌產品相容時的哪個環節出了問題，DoCoMo 的人員不遠千里跑到聖荷西去找原廠要解決問題，卻正好是週末，日本客戶打電話到另兩家公司，都得到“今天不上班”的答覆，而 Foundry 就憑著那股連星期天都不休息的服務精神，取信於日本人，成功拿到大案子。這也說明了 Foundry 將客戶擺在員工前面的經營原則。



▲ 陳澧學長(右)獲頒 2003 年傑出校友獎

### Foundry 說：我七歲，我很健康！

根據 2003 年資策會資訊情報中心的調查資料顯示，Foundry 路由設備在全球市場佔有率是 6%，雖然與思科的差距甚大，但是成長的潛力卻是與日俱進。陳澧建議企業在採購網路設備時，除了不同廠家之間的产品相容性之外，更要重視與原廠所建立的長期的夥伴關係。他說：「就像你買了一個東西，常常故障要修理，也是相當麻煩。因此，要找一家健全的 vendor，不然花一百萬買了他們的機

器，過沒幾天倒掉了，那往後的幾年，要找誰維修？」

今年作戰策略就是在擴大實際佔有率，陳澧說，一家公司的成長就像一個小孩子的成長過程一樣，小孩在小的時候最重要把體質打好，公司在剛成立的前幾年，最重要的也是讓財務運作健全，在日後的發展才能無後顧之憂。「思科是我們視為長期且唯一的對手，同時也是我們的目標。」雖然在全球市場率仍落後思科許多，但是陳澧很驕傲地指出，「從營業額來看，思科的確是比我們大很多，若是從每位員工所創造的收益比來看，我們就勝過他們。」

然而在產品面，陳澧分析了 Foundry 與競爭對手思科（Cisco Systems）在網路監控技術最大的不同，Net Flow 是監管 IP 路由，因為 S-Flow 是內建在硬體上，就可以監視整個網路流量，後者的範圍比前者要來得大多了。

打敗成立已二十多年的思科不是一天兩天的事情，陳澧說，七歲半的 Foundry 要先把自己的體質調養得很健康之外，還有一個三年計畫。「未來三年最重要就是擴大市場佔有率。」根據 Foundry 臺灣區技術經理黃志輔的觀察，華人在買東西時，通常改不掉殺價的習慣，在企業採購網路設備的時候，也是一樣。從前，Foundry 的做法是，為了維持對客戶服務品質及產品效能與擴充性，寧可不賣，也不願做降價銷售。但在公司上市後，就必須兼顧考慮到股東、客戶及員工的想法，採取彈性的市場策略。

## 宣判工程師的死刑？！

陳澧觀察 2004 年網路設備的發展趨勢，要求速度，整合多功能於一機之外，安全更是永無止境的挑戰。而網捷在未來 3 年的發展計畫，則是以提供 L2 ~ L7 全產品線交換器及平價產品來加強市佔率為主。視思科為唯一的對手，陳澧表示，網捷的財務健全，不但沒有負債，還有相當龐大的現金可周轉，而目前共有六百位員工的網捷，平均每位員工所創造的產值也都高於思科的員工。

創新與研發是科技公司的驅動力，網捷平均每年投入營業額的 10% ~ 15% 作為研發費用，而且相當重視工程師的意見，「永遠要讓工程師做有興趣的案子，」陳澧認為，要工程師企畫無趣的案子，就像是宣布了工程師的死刑。「在技術討論的時候，沒有職位大小之分。」陳澧說。黃志輔打趣地說，公司對工程師比較好，對業務人員比較兇。

與其他競爭對手比起來，網捷似乎較不熱衷打品牌的廣告行銷，這方面，陳澧認為，網捷的財務相當健全，不需要花時間在打廣告上，費用多花在技術研討

## Foundry Networks 創辦人

的會議舉辦較多。網捷臺灣區技術經理黃志輔表示，行銷重心只放在專業技術人員的縱向發展，比較不從大眾化的橫向認知作加強。

Foundry 是一家以工程師為主要的公司，在公司草創初期，Foundry 找來的工程師都是身經百戰、經驗豐富的老手，而且大多都是從同學朋友下手，後來，也多經由推薦。陳澧笑著說，矽谷很多工程師的休閒活動就是看電影，曾經連續四年，在電影院裡也可以看到 Foundry 的廣告。「我們不找很多人，如果是我們想找的人，薪水不是問題，重要的是人的質而不是量。」好人找好人，這是陳澧找人的原則，另外，成為 Foundry 一員的另一項重要的因素，就是要有熱情。

### 有熱情，就不辛苦

2003 年獲頒傑出校友，陳澧不好意思地笑了笑，直說自己書念得不好，不能給學弟妹什麼建議。但交大有一個最大的長處就是校友之間很團結，而且交大人的平實風格不會改變。陳澧也找了許多交大校友一起到 Foundry 打拼，其中有一位電工系 66 級的陳中原，是陳澧小學、中學、大學的同學，還是多年鄰居，緣分堪稱不淺。

陳澧說，他大學的時候成績平平，但是非常喜歡打籃球、聯想、觀察，「讀書是一輩子的事，找知識的方法很多，不單在書本裡。」他相信，個人的力也能改變世界。尤其是創業這件事，「我很早很早就想創業，這個念頭從沒斷過。」陳澧展現了過人的韌性與抗壓性，單槍匹馬到美國異地，圓了自己的夢。

黃志輔以工程師角度來看這位創辦人說：「想法不傳統，而且觀察力很敏銳。」陳澧想起小時候的一個例子，正好可以說明他從小的想法就與眾不同。陳澧的姐姐從小功課就很好，很注重作業的整齊乾淨，有一天晚上，陳澧不小心把一杯水打翻在姐姐的作業上，姐姐一見，氣得都哭了，只見當時還在念小學的陳澧不是急著跟姐姐道歉，反而是拿起另一杯水，澆在自己的作業上，說：「妳看，我的作業也毀了！」讓家人啼笑皆非。

在 2000 年時，網路當紅的時候，網捷的營業額從 1 億 3 千萬美元猛地跳升到 3 億 7 千萬美元，幾乎是 3 倍成長。他曾經在某天晚上，半小時之中，接了來自 25 位客戶的電話，「當時.com 競爭速度快，客戶都是直接打電話問。」在.com 泡沫化之後，雖然網捷 80% 的 ISP 客戶消失，但由於事前評估得宜、用人謹慎，因此並沒有損失，也沒有裁員。

「有很多人都認為要跟著潮流走，但有時潮流不一定是對的，有些路或許沒有

人要走，但只要是對的路，我就會走。」陳澧覺得回歸到現實面，還是比較踏實些。

在工作上不感覺到辛苦的陳澧，在短短幾天從巴黎、倫敦、德國，再到臺灣，像這樣緊湊的商務旅行是家常便飯。在CEO交付他要帶起網捷在亞洲的業務大任，陳澧連最愛的籃球都很少打了。他笑著說，現在的他跟10年前的目標不同，方向改變爲了公司整體的成長，要對股東、客戶和員工負責。帶著熱情，踏著平實的步伐，陳澧要交出亞洲市場的漂亮成績單。

#### 陳澧學長小檔案：

學歷：美國聖荷西加州州立大學電機工程碩士 1981年

交通大學電子物理學士 1976年

現職：美商網捷網路共同創辦人／資深研究員

## 友聲徵信

### 九十三年二月份、三月份

周邵武	民46級	續定一年
李蒼松	電工69級	續定一年
魏寶生	海運69級	續定五年
錢松齡	電工59級	續定一年
李青峰	控工78級	續定一年
莫若礪	土木系	續定一年
王寧遠	電工59級	續定一年