

為硬體加值 提高影響力

# 運用OCP開放運算計畫 打造臺灣雲端產業新品牌

工研院成立 OCP 認證中心，希望能將 OCP 打造成一個雲端的「品牌」，讓更多的「非 Facebook」使用者也能夠加入，除了在選購硬體設備時有所依循，也能擴展 OCP 的市場規模，為臺灣廠商創造更多發展機會。

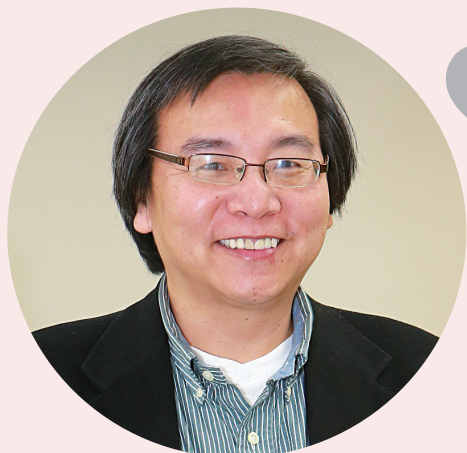
撰文／工研院資訊與通訊研究所所長暨雲端運算行動運用科技中心主任 闕志克 照片提供／工研院

今年第一季，工研院成立全球第一座正式營運的 OCP（Open Compute Project，開放運算計畫）認證中心，為計畫供應符合 OCP 規格的雲端資料中心（Data Center）的硬體廠商，提供各項相關設備的測試驗證服務。OCP 是 Facebook 自 2011 年起推動的國際性組織，主要是經由 Facebook 公開其使用的雲端資料中心硬體設計，邀集設備廠商針對此規格來製造產品，可讓更多企業藉此標準規格導入雲端資料中心的建置和運作。

國內去年 5 月即由工研院、臺灣雲端運算產業協會及多家廠商合作成立「OCP Taiwan」，以有效掌握 OCP

開放硬體規格的發展趨勢及標準制定，協助臺灣成為雲端資料中心建置技術的輸出重鎮。OCP 的一大特色，就在於是由買方所驅動主導（buyer-driven）的資料中心硬體規格，和傳統上由大型品牌廠商提供整套雲端設備的方式並不相同，只要是通過認證的廠商就可提供 OCP 規格的產品，買方的選擇也變得更多元。

尤其對 Google、Facebook、Microsoft 等資料中心設備使用量大、且具有自行開發設計能力的企業，近年來都改向硬體廠商直接採購所需要的設備，同時採高效綠能的硬體規格發展，除了採購成本為營運成本帶來顯著的節約，並成為許多缺乏建構雲端資料中心能力的企



將 OCP 打造成品牌，將雲端設備推向品牌經營，同時也能為硬體產品尋找出海口，創造臺灣雲端產業的優勢。



業想要效做學習的對象；以 Facebook 為例，過去 3 年透過 OCP 就節省了約 12 億美元。包括美國華爾街的金融商及日本的電信商等企業，不只都對 OCP 有高度興趣，甚至已經嘗試導入運作；就連 Microsoft 也於數月前加入 OCP，公開其雲端資料中心的设计。

這些企業所採購硬體設備的對象，幾乎都是來自臺灣的廠商，因此工研院才會與 Facebook 所主導的 OCP 基金會合作成立 OCP 認證中心，就是希望能夠利用 OCP 來吸引更多的「非 Facebook」使用者，除了在選購硬體設備時有所依循，也能擴展 OCP 的市場規模，為臺灣廠商創造更多發展機會。

然而也有人認為，只是透過硬體的標準化、規格化，再加上眾多廠商參與生產製造，不免會形成價格競爭；而且對於主導 OCP 的 Facebook 而言，更只是降低採購成本的手段。此外，若是當使用者少、供給者多時，也就容易淪為削價競爭的情況；因此工研院參與 OCP 的出發點，是希望能將 OCP 打造成一個雲端的「品



工研院成立全球第一座正式營運的 OCP 認證中心，提供各項相關設備的測試驗證服務。

牌」，讓更多的「非 Facebook」使用者也能夠加入，包括成立認證中心之外，工研院還與 Facebook 共同推廣 OCP，像是協助使用者取得合適的硬體設備，或是提供人員訓練等。

工研院還希望在硬體技術方面的不斷精進下，讓臺灣研發的創新技術納為 OCP 的標準、影響 OCP 規格，因此工研院積極參與爭取參與 OCP 中的相關單位，除了工研院雲端中心企劃與推廣組副組長阮耀飛於今年 1 月起擔任 OCP 產品認證與相容計畫 (Compliance and Interoperability) 主席一職，自 6 月起，系統硬體與管理組組長王啟龍也成為 OCP 規格設計標準 (Incubation Committee) 全球 9 位具有投票權的委員之一；工研院將協助廠商與雲端系統的底層管理軟體整合，為硬體設備加值、滿足使用者需求，提高發言權及影響力。

從今年初聯想宣布買下 IBM X86 伺服器部門來看，過去提供整套雲端設備的廠商，預期會退出市場，並且形成新的產業供應鏈模式；以 OCP 的規格發展，就規畫從伺服器到儲存設備、網路設備，以及冷卻系統、電力系統等，形成一個完整資料中心的硬體規格。因此在 OCP 硬體供應皆來自臺灣之下，將 OCP 打造成品牌，不但能將臺灣雲端設備推向品牌經營，同時也能為硬體產品尋找出海口，創造臺灣雲端產業的優勢。■



以 OCP 的規格發展，規畫從伺服器到儲存設備、網路設備，以及冷卻系統、電力系統等，形成一個完整資料中心的硬體規格。