

微软霸业，谁与争锋

比尔·盖茨的成功，验证了一条经济学的基本规律：如果市场起飞，那些恰好在起飞点进入市场的人，将会获得超过一般数学期望值的投资回报。正如历史上叱咤一时的石油大亨、汽车大王一样，比尔·盖茨把握了一个与新兴产业一起成长的市场机会，一飞冲天。

自 1975 年微软公司创立以来，在短短的 24 年时间里，比尔·盖茨创造了一个又一个现代神话，建造了童话般的“微软帝国”，毫不夸张地说，整个地球现在都笼罩在比尔·盖茨的光环之下。到 1999 年 7 月 16 日，微软公司的股票市值已突破 5000 亿美元的大关，成为有史以来世界上第一家突破 5000 亿美元大关的企业。其股票市值已接近美国最大的三家传统企业之王——埃克森石油、可口可乐、AT&T 股票市值的总和。事实上，目前世界上只有 8 个国家的经济规模超过了 5000 亿美元，美国的国民生产总值也是到 1960 年才达到 5000 亿美元。比尔·盖茨已连续 4 年稳坐在世界首富的宝座上，其个人财富仅仅是他所持的微软股票的市值大约就有 1000 亿美元，在 1999 年 7 月 16 日一天，其个人财富就增加了 47 亿美元。

微软的成功，表明了知识是创造财富的一种至为重要的资源。特别是信息高速公路联网后，知识对经济增长的贡献率将提高到 90%以上，以知识作为主要生产资源的企业，比如微软、英特尔、IBM 等信息产业企业已经成为这个时代的主导型企业。

当然，如果没有知识创新体系的物质支持体系，高新科技的突飞猛进也是不可想象的，而风险投资正是知识创新体系的重要一环。

如果说，知识创新是财富的源泉，那么风险投资则是“水泵”，是促使源泉流向财富的渠道。因此说，微软公司的成功，表面上看来是知识创新的功劳，但实际上风险投资也在默默地发挥着无与伦比的作用。

西方发达国家和新兴工业化国家高新技术产业发展的经验雄辩地证明了这样一个真理：高技术产业和风险投资是一对孪生兄弟，在风险投资贫瘠的土地上不可能出现高技术产业的绿洲。

微软霸业就是其中的一个经典神话。

1. 胜者通吃，王者至尊

所谓“文无第一，武无第二”，企业之间的竞争是一种全武的游戏。一旦某一领域里出现一个通吃天下的胜者，好像狐狸走进鸡窝一样，那只是所有小鸡的末日，不存在和平共处，没有任何退路。

20 世纪 90 年代，信息产业作为知识产业的“火车头”，迎来了它的全面繁荣。而微软公司的比尔·盖茨，就是信息产业无可争议的代表人物，他在 20 年间聚集了超过 700 亿美元的财富，成为现代社会的最大神话。有人甚至在因特网上设置了一个“比尔·盖茨财富钟”，以显示这位世界首富与秒俱增的庞大资产。

知识经济的理论家推崇比尔·盖茨为知识时代的英雄，并以此强调，与昔日的资金、劳动推动经济的模式不同，在知识经济时代，经济增长的原动力在于创新，知识的创新可以产生巨额的财富。但是，知识的创新只是使比尔·盖茨成为英雄的其中一个前提，如果离开了风险投资的物质支持体系，微软和盖茨的成功将无从谈起。

比尔·盖茨得以成为信息产业的代言人，并不是由于他的创新能力，也不是由于他的知识占有，而是由于他超乎常人的市场直觉、经营手法以及杰出的推销能力。这也是风险投资家所具备的良好的素质，盖茨虽然不算是一个严格意义上的风险投资家，但是他无意中具备了风险投资家所具备的最起码素质。

信息产业界都知道，比尔·盖茨从来都不是专业技术的领先者，但比尔·盖茨的商业天才是无与伦比的。他以高人一筹的市场远见与不凡的经营策略，成功地占领了信息产业的制高点。比尔·盖茨经营手法之凶悍与霸道，使别人几乎无处容身，业界人士只能无奈地表达他们的痛苦：“最好的市场就是没有比尔·盖茨的市场。可惜，在信息产业界，他的阴影无处不在。”

让微软得以崛起的 DOS 系统绝对不是当时最出色的操作系统，但比尔却能成功地将这个买来的软件推上 IBM 的战车，借助蓝色巨人的威力，迫使许多在技术上更加完善的操作系统黯然淡出历史舞台，使信息时代打上了比尔·盖茨神采飞扬的烙印。

让比尔成为世界首富的 Windows 系统的图形界面，是苹果电脑公司研究人员的杰出创意。当时，麦金托什（Macintosh）的图形界面操作系统以其无与伦比的友好界面轰动业界，被称为“比尔·盖茨终结者”。但市场是残酷的，比尔·盖茨对苹果毫不留情地亦步亦趋，推出换面版 Windows 系统，借助强大的宣传攻势与销售策略，占领市场，独霸天下，而苹果只能在狭小的专业领域艰难挣扎。

比尔·盖茨就此赢得了市场，被比尔·盖茨视为偶像的苹果公司缔造者乔布斯赢得的只有尊敬和同情。

今天，比尔凭借他富可敌国的资金在市场上叱咤风云。在因特网开疆辟土的并非微软，在网络时代曙光初现之际，不具备技术优势的微软不以为然，推动了把握先机的机会。以网景、雅虎为代表的网络公司乘势而起，在没有比尔·盖茨的黄金市场中脱颖而出。即便微软并没有技术优势，还是会给同业带来巨大的威胁。比尔·盖茨以强大的市场势力蚕食网络市场，并将可能把因特网的技术先锋一步步逼出市场。

1996年，电脑业的老将与新贵掀起了一场争夺 Internet 浏览器市场的大战：微软的“探险家”大战网景的“导航器”。这场 Internet 之战被誉为环球第一商战。

盖茨正在遭遇一生中最大的挑战。

1995年8月8日，网景公司成为众人瞩目的焦点。其引人注目的原始公开股票在发行第一天就从28美元涨到了58美元，使 Internet 股票行市呈现牛市走向。公司成立后18个月，董事长克拉克便成为亿万富翁。而盖茨直到微软公司成立12周年的时候，才达到这一里程碑。

网景公司所赢得的远不只是华尔街的一批追随者。它在网络浏览器方面取得了微软式的统治地位，获得了与那些在经营中一贯处于获利地位的客户们签约的机会。这些公司正使用网景公司的服务器程序建立其网络地址。与此同时，整个电脑王国因为太阳公司的 Java 软件而变得充满生气。这一软件使得通过 Internet 改变程序或网络页面成为可能。这一体系所导致的威胁在于有了它，Windows 在环球网上的地位将变得无足轻重。

仅仅两年，在网景通信公司和太阳微系统公司的带领下，一群电脑和软件公司将 Internet 变成事实上的信息高速公路，不仅震动了电脑业，而且使其他工业也发生了变化。网景公司创始人之一兼董事长吉姆·克拉克（Jim Clark）说：“将被彻底改造的产业，包括广播、出版、软件、金融、购物、娱乐，乃至电子消费业……这是一场深刻的变化。”

网景这一首先开辟浏览器市场的公司大干快上，一举成为硅谷蓬勃发展的 Internet 业务公司中富有活力的旗舰，拥有几百万用户和几十亿美元的市场价值，使用其王牌浏览器“导航器”的用户达85%。

浏览器使漫游网络成为一件轻松事，它将 Internet 相互分割的文本文件一举转化为一

个巨大的超链接的多媒体网络。用户只需用鼠标点击想看的内容，屏幕就会跳到相关网页，几乎不需要什么培训，与视窗相比，浏览器是更好的处理文件的工具。网景的创始人安德森因此说：“5 到 10 年后，你回首往事时会感到纳闷：视窗有什么了不起的呢？”

然而结果让人看了害怕：微软利用了所有的资源，包括 14 亿美元的研究开发资金、2 万名员工、在操作系统领域年年在握的胜利，以及众多的软件用户。去年年初，当人们争先恐后下载“导航器”时，微软只有 4 人在开发自己的浏览器，现在已增加到 600 人——几乎与网景创建之初用的人数一样多。微软的头一排重炮就是“探险家 3.0”（IE3.0），它与“导航器”相比，在功能上毫不逊色，在价格上却低出许多——用户可以免费从环球网上下载。推出后第一周，下载统计就已突破 100 万次。目前，微软股价上升了 50%，而网景却比去年下降了 1/3。

紧接着，IE4.0 又将登场，与 Windows' 95 紧密集成，使个人机与环球网结合得天衣无缝。微软吹嘘它将是“最好的 PC，最好的 Web”。

在具有重要战略意义的服务器方面，微软在最新推出的 Windows NT 操作系统上，安装了信息服务器 Microsoft IIS (Internet Information Server)，免费供用户使用。这一软件的功能十分强劲，可以把普通的台式机转化为环球网服务器。微软的这一手真可谓毒辣。

如果你还不清楚微软力图怎样取得压倒性优势，了解一个数字就明白了：1997 年，微软投资 20 亿美元进行研究开发，这一数目是网景年收入的 6 倍。微软用于研究开发的资金占总收入的 23%，而其他竞争对手能拿出 10% 的钱用于同样目的就不错了。从风险投资家的角度来看，对于老企业，风险投资家更乐意把风险资本投向那些敢于大量投资于研究开发的公司，因为大量的研究开发意味着潜在的技术和盈利场所，这也是风险投资家所追求的。从这种意义上看，微软意欲获得风险投资无疑易于反掌。因此说，微软真正拥有了风险投资这个物质支持体系。

关于 Internet 的预言，现在孰对孰错大约有以下几点判断了：

网景成为下一个微软：非常难。

微软将完蛋：这和有关民族国家的命运一样，必有其发展衰亡的规律。

那么，微软会不会吞并整个 Internet 呢？

跟盖茨赌输赢，往往是一场已经预知了胜负的游戏。如果存在这样的市场，即一种产品的价值取决于它与另一产品配合的好坏程度，那么软件市场就是如此。微软首先借助于 IBM，把 DOS 系统变为计算机业的标准；然后，用它所掌握的 DOS 系统的知识建立了便于使用的接口，称为视窗，再通过视窗在电子数据表市场超过了 Lotus1-2-3，在文字处理市场超过了

Word Perfect。现在，这一大堆连锁产品使微软在市场上取得了几乎不可逾越的优势。

巴克斯代尔把自己的公司比作一只在公路上被一辆正在加速的卡车追逐的兔子。不论是兔子，还是卡车驾驶员，都很明白这场赛跑的重要意义：由于浏览器将成为访问全球范围信息的普遍使用的工具，谁先到终点，谁就将成为信息时代的统治者。

所以，胜者通吃的法则应该成为今天所有企业家清醒的共识，假如哪一天鸿运当头成了胜者，那么你就将连本带利全部收回，那些由失败者付出的代价将统统成为你的回报。因为胜者通吃，王者至尊。这是千古不易的至理。

2. 行业老大，舍我其谁

比尔·盖茨的奇迹，只是印证了一条经济学的基本规律：如果市场起飞，那些恰好在起飞点进入市场的人，将会获得超过一般数学期望值的投资回报率。

1975年1月，美国《流行电子杂志》封面刊出了首部阿尔泰电脑机组（微型仪器遥测系统公司研制）的图片，并指出“世界上第一部微型计算机，堪与商用型号相匹敌”。

两个年轻人，比尔·盖茨和艾伦从这篇文章窥到了他们未来的事业——为阿尔泰电脑编制系统程序——BASIC语言。

利用为市政当局研制处理机以分析交通计数纸带所赚的2万美元，两位好友开始了他们艰难的创业之路。1975年7月，微软公司也宣布诞生。在最初的公司股份中，盖茨占60%，艾伦占40%。

艾伦和盖茨认真阅读了关于“阿尔泰”的文章，立刻给微型仪器遥测系统公司负责人罗伯茨打电话，宣称已经研制出一种BASIC语言，只需稍加修改就能够用于“阿尔泰”。而实际上，他们两个并未研制出来，但为了抢先一步，提前获得订货，他们耍了个花招。这种伎俩以后盖茨多次使用，用来抢占其他公司的市场和客户。随后的8个星期，盖茨和艾伦夜以继日地在机房干别人认为不可能的事——为阿尔泰电脑发明一种语言。盖茨全神贯注为新的BASIC编制数码，而艾伦由于没有“阿尔泰”，不得不用PDP-11机模仿来做一些技术性工作。

盖茨后来说他在哈佛大学8个星期编制出的那套BASIC程序是“我编制得最好的一套”。以前从未有人为微机编过BASIC程序，可以说盖茨和艾伦为软件工业开创了先河，制定了基本标准。

1975 年 7 月，BASIC 语言得到了微型仪器遥测系统公司的认可。

1975 年 7 月下旬，他们与埃德·罗伯茨达成了关于阿尔泰电脑 BASIC 使用权的协议。对盖茨而言，这是运用法律保护自己的开始。一个 19 岁少年除了懂得复杂的技术外，还懂得用法律来保护自己。

这份合同被作为后来软件业协议的范本，成为产业界形成有关此类问题的标准。通过此协议，只要罗伯茨出售或转让 BASIC，盖茨就会从中获取一定比例的收入。在产业界，版权意味着可以获得持续收入。

不久，微软公司又赢得了两个最大的客户，著名的通用电气公司和全国收款机公司准备购买 BASIC，这使得微软公司名声大振，到 1976 年底，这个创业仅一年多的小公司的收入已达 10 万美元。BASIC 获得成功后，盖茨和艾伦又随后推出了 FORTRAN 语言。

帕特森的西雅图计算机产品公司研制出一基于阿尔泰电脑的称为 SCO—DOS 的操作系统，微软以合适价格收购了其使用权。这节省了微软一年的工作量。盖茨打算在此基础上研制出自己的操作系统。

盖茨和 IBM 一致决定争取开放的程序设计。这从根本上扭转了 IBM 的自大形象，如果没有这点，IBM 在个人机领域独霸一时就无从谈起。盖茨想方设法使 MS—DOS 设计成为整个行业所用的操作系统，因此力主开放型设计。他认为，如果一个人知道了操作系统的细节，便不难为其设计软件。尽管有非法复制之嫌，但他认为，索性公开设计技术比保密而被别人抢先的做法更明智。他对艾伦说：“只要法律还起作用，我们终会成功。”实践证明，这种开放设计相当重要，它很容易推向市场和形成市场规模，进而有规模效应和先入优势。

微软在与西雅图计算机产品公司的谈判中大作许诺，盖茨看到了这种如果被 IBM 推广普及就将成为行业标准的新操作系统的美好前景，因此下决心独占。可是布洛克和帕特森这两位 DOS 的当然拥有者却不明白这其中的奥秘，更不知微软与 IBM 的私底下的勾当，他们认为能够签订协议，将净赚 5 万美元而且并未失去使用权，于是欣然同意，这使盖茨隔着窗帘欣喜若狂。从此，微软才有了真正属于自己的操作系统，关键性的一步已经迈开，就看蓝色巨人 IBM 了。

IBM PC 研制成功了，微软 DOS 也因之而成为行业的唯一标准。自此，由于 IBM PC 销量日增，MS-DOS 影响也与日俱增，为其开发的应用软件也愈多，更加巩固了其基础地位。盖茨最终成了最大的赢家。

此后，微软公司丝毫没有懈怠，MS-DOS 的升级版不断开发出来，并于 1982 年 5 月正式面市，这个名叫 DOS1.1 的版本，磁盘容量由原来的 120KB 增加到 360KB。此时的盖茨才 26

岁，但已是行业中颇有影响力的人物了，全部产业界已日渐被他所感染。

当以操作系统为主导的微软以令人难以置信的速度膨胀起来之时，盖茨的目光又转向了应用软件。

对应用软件的需求直线上升，应用软件的市场潜力超过了系统软件，而微软竟然迟迟未进。

盖茨依旧像往常一样试图建立整个软件行业的标准，为此他一再为 MS-DOS 扩大开放性。BASIC 和 MS-DOS 已不仅是一种标准，更是一个聚宝盆。软件以难以置信的速度增加，引起盖茨的忧虑。

Lotus1-2-3 的异军突起将微软和 Visicalc 挤出市场，莲花登上软件公司榜首的宝座。盖茨深受触动，一不留神就会落伍的现实使他备加警醒，微软开始布置反击。

MS-DOS2.0 版随即问世。微软的计划是“要么莲花不运行，要么 DOS 不启动”，一些秘密指令被写入，当莲花软件被导入，DOS 将引起计算机死机。只有几个微软人员了解此事，这充分表明盖茨的好斗性格和天生的领袖魄力。

盖茨决心挤垮 Lotus1-2-3。因此在 1984 年底决定开发 Excel 以应付 Lotus。盖茨不断派人观察莲花的动态，务求每招胜算。当 Excel 于 1985 年 3 月公开演示时颇受青睐，包括一向慎于言辞的乔布斯也赞不绝口，并与微软达成谅解协议。这样盖茨又成为应用软件领域的标准制定者了。微软已不再只靠系统软件获利了。

在微软急剧扩大的同时，盖茨并没有因为这种发展而有丝毫大意。早在 1983 年初，他就计划完成被许多人并不看好的“图形用户界面”的技术开发，以应付苹果公司的挑战。

开发新项目用了 20 名盖茨认为“微软最优秀”的程序设计者。盖茨的计划分两步：先与苹果合作为仍处于封闭的苹果机开发应用软件，以便比莲花公司抢先进入图形运行环境；再将“界面管理者”树为 IBM PC 及其兼容机的图形界面标准，这将有更多软件开发商为其编写应用程序，进而说服制造厂商在出厂机中捆附“界面管理者”。盖茨为此绞尽脑汁，四处奔波。

微软高级管理人员汉森指出，“界面管理者”作为内部开发项目名称是可以的，可是如果推向市场，则不得要领，他建议更名为“窗口”(Windows)，这就是日后举世闻名的“视窗”的由来。

1990 年 5 月 22 日，纽约市立戏剧中心张灯结彩，人们为视窗 3.0 版问世举行庆祝会，从此 IBM 个人电脑及其兼容机开始进入一个新纪元。3.0 版当年即被评为最佳软件。这一天，

盖茨有意身着节日盛装，他母亲也专程赶来，一睹爱子风采。《今日美国》惊呼：“这是历史上最让人渴望的产品。”一度曾贬低视窗的人也加入了歌颂大合唱。玛丽·盖茨为爱子倍感自豪，她说：“这是她儿子一生中最伟大的一天，他可以不再依靠 IBM 了。”全世界为视窗 3.0 而震动，微软股票牛气冲天。

微软的巨大投入同样获得了巨大的回报，而一向是图形用户界面上的佼佼者的苹果公司遭受沉重打击。在推销视窗 3.0 的策略中，关键的一条是告知用户：这是软件而非硬件，将主导整个产业，微软将不再考虑 IBM 硬件，视窗 3.0 已远离 IBM。相反，IBM 今后硬件设计须考虑微软的软件支持。因此，连 IBM 也只有服从盖茨先生的权势了。

就像比尔 80 年代关注着图形用户界面一样，此时的比尔正密切关注着多媒体的发展动向。

研制中的人机界面，将字符、声音、图形、图像、影像等媒体结合在一起，最终是电脑科学有和产业界渴望的目标。多媒体就是这种技术，或者说是一种友好的人机界面。整个视窗 3.0 的开发设计便是围绕着多媒体人机界面展开的。现在，视窗 3.0 与多媒体的联姻使梦想成为现实。视窗 3.0 最吸引人的是其多媒体功能。比尔·盖茨的事业才刚起步，随着多媒体个人计算机的出现，微软又立刻行动起来。

对电脑业而言，一旦新产品出现，经过一番合并联合之后，最终的胜利者就会颁布行业标准。只有标准化，才能使软硬件的通用和资源的共享成为现实。谁建立了标准，谁就拥有了取之不尽的摇钱树和聚宝盆。同过去一样，盖茨希望为 MPC（多媒体个人计算机）建立标准。多媒体正式问世是在 1990 年 11 月，其时，微软举行了多媒体大会，确立其规格。会上，MPC 宣布诞生了。MPC 的支撑软件是微软操作系统，微软于是具有绝对优势。拥有 MPC 的控制权，人们开始称比尔为比尔皇帝。

然而，比尔皇帝依旧踌躇满志，他要进军信息高速公路。未来的时代不仅是多媒体时代，更是网络时代。面向新的世纪，网络就是计算机，计算机就是网络。信息高速公路一开始来自美国，是以信息交流为目的的信息网。未来的信息高速公路将融合现有的计算机联网服务、电话和有线电视等功能，成为广泛的服务载体。人们能够远距离浏览图书馆藏书（还有书吗？），能够坐在家购物，能够接受远距离医疗保健服务。制造商可以通过电子方式转账结账和获取制造信息。各国政府，从美国和欧洲再到亚太，均不示弱，对信息高速公路倍加重视，认为是又一次信息革命。各国政府都想采用现行的各种软件体系，这正中盖茨下怀——他成了信息时代首家的“油料”供应商。盖茨认为，微软必须掌握这一新兴行业的咽喉。哪里有商业，哪里就有微软！盖茨说：“我们正提出让‘视窗’软件处于中心，为全部交易提供服务的口号。”这是一个千载难逢的良机，是通往新世纪的入场券。

当微软以 5 亿美元为“视窗 95”(Windows 95) 进行促销时,全世界为之震惊! 纽约《世界广告》季刊说:“这是一次前所未有的广告促销尝试,其成功指日可待。”微软太强大了,比尔·盖茨皇帝所向披靡,英国《卫报》说:“世界上 50 多家最成功的计算机公司正在联合起来想方设法防止比尔·盖茨称雄世界。”“凯撒的归凯撒”,也就是说未能在应用软件和系统软件的业务方面划清界限,他们认为微软从其占绝对优势的系统软件中获得了广泛的不公正优势。可是,许多微软人却把微软的成功归因于他们的比尔皇帝:“盖茨从不虚度光阴,而是不断提出问题,解决问题,可是其他公司做不到。这才是我们成功的秘诀!”微软并非都是坦途,但因比尔的不懈努力才终获成功。

在 1995 年推出的“视窗 95”中,大大增强了联网功能,这意味着盖茨在占领了多媒体技术标准这块阵地之后,又开始向信息高速公路发起了冲锋。视窗 95 在推出的当天就销售了 30 万套,4 天内全球销售突破 100 万套。微软正在全力以赴发展其“微软网”,这使现有的 Internet 和其他公司网深感不安。微软愿意同他们分一杯羹吗? 盖茨会对他们手下留情吗? 比尔皇帝会网开一面吗?

微软,当今软件业的巨人,已厉兵秣马,踌躇满志。5 年或 10 年后,还能看到那面 Windows 旗帜飘扬在世界各地吗? 或许,是微软的另一面旗帜吧。

在这种大势所趋之下,微软已无法藐视 Internet 的存在,盖茨已向他的全体员工说明。然而,这个软件帝国,仍然信心十足,微软还没有很强的竞争对手。对于一浪高过一浪的 Internet 浪潮,微软显示出大家气魄,凭借雄厚的技术实力、广阔的市场以及众多的用户,微软沉稳而凝重,以巨人般的视野审视着世界的动态,从而制定了没有 Internet 战略的战略——全面出击。微软的所有产品,从操作系统到多媒体,从应用软件到开发工具,现在都将功能进行了扩展,支持 Internet。正可谓你有你的救命草,我有我的万灵丹。

微软公司很清楚若要在网络计算机时代保住自己的位置,就必须参与 Internet 的竞争,就必须遵守网络的规则,也就必须接受 Internet 的标准——接纳它们、扩展它们,点缀上微软的装饰,努力保持微软的轴心地位。

1991 年底,微软利润较上年增加 55%,员工总数达 1 万人之多。标有微软徽记的大巴将工人载往 260 个工作场地。微软价值已高达 219 亿美元,甚至超过举世闻名的通用汽车公司。自 1986 年上市以来,微软股票已涨了 12 倍。微软是仅有的一家造就三个拥有 10 亿美元资产的亿万富翁的公司,他们是盖茨、艾伦和鲍默尔。据悉,到 1992 年底,微软大约有 2000 名雇员神奇地成为百万富翁。到 1992 年第一交易日,微软股票升至每股 114 美元,

盖茨成为《福布斯》排行榜之冠。

现在，盖茨个人持有的股票市值已突破 1000 亿美元，这是世界上前所未有的一个人拥有过的数字！比尔·盖茨，这位对钱并不在意的昔日电脑发烧友，成为全世界最有钱的人，这真是有趣！

3. 最杰出的一次风险投资

比尔在他有生之年将——无意间——掌握到他没有刻意追求、过去也没有人得到过的大权力。中世纪的教皇最支持精英知识分子，但自诩为所有思想和沟通渠道的中介者。在今天这史无前例的革命中，教皇的角色模式最足以描绘盖茨将扮演的角色。

比尔·盖茨，1955 年 10 月 28 日生于美国西雅图。1972 年，与保罗·艾伦一起创办了交通数据公司。1973 年第一次成功地研制出微机 BASIC 语言，1975 年创办微软公司。1995 年，盖茨投资 5 亿美元为其“视窗 95”开展促销活动，一年内“视窗 95”共销出 3000 万套。根据《福布斯》资料，到 1998 年，盖茨的总资产近 900 亿美元。这使盖茨成了美国历史上最年轻的世界首富。

盖茨在八年级的时候与挚友艾伦一起发明了一种在繁忙的十字路口统计过往车辆的电脑装置。

在一个很偶然的场合，盖茨和他的挚友艾伦同时注意到了《大众电子》杂志封面上世界上第一台个人电脑的照片，正是这本杂志里的有关介绍个人电脑的文章使盖茨和艾伦下决心成立了微软公司。当时是 1975 年，盖茨才 20 岁。

有关盖茨创业最有名的故事，也是风险投资至今最杰出的案例是，当年 IBM 公司找他为 IBM 的新型个人电脑写操作系统时，盖茨手头并没有现成的程序。但他知道有一家叫“西雅图计算机产品”的小公司有一种操作系统叫 SCO-DOS，他果断地以 75000 美元买下这个系统，加以改写后，改名为 MS-DOS，放到 IBM 公司的个人电脑中。就是这个名叫 MS-DOS 的操作系统打下了后来微软帝国的江山。现在 IBM 每卖一台电脑，都要付给微软版税。目前，全世界约有 7000 万台 IBM 和与 IBM 兼容的个人电脑，其中使用 MS-DOS 系统的约占市场的 90%。另外苹果电脑占该市场的 10%，而苹果电脑的软件主要供应者也是微软。

这项交易，被称作是划时代的交易。盖茨眼明手快，看准了 IBM 公司的个人电脑将来会执计算机市场的牛耳，为了拉住 IBM 个人电脑这个大客户使用微软公司的操作系统，盖茨就

这样把一个实际上不属于自己的东西买下后立即又卖给 IBM 公司。如果盖茨要等到自己写出操作系统，不仅会失去 IBM 公司这个大主顾，整个微软公司的历史都有可能重写。

从这一“伟大”的交易中，人们确实可看到比尔·盖茨的伟大之处。事实上，这也是一位优秀的风险投资家应具备的素质——并不是虚伪的谦恭与卑鄙的奸诈，而是在把握机会时的果断、审慎与理智。

盖茨的创业史，勾勒出一页个人电脑发展的简史。他的成功除了个人条件之外，也是时代所赐。盖茨成长的 20 世纪 70 年代，正是个人电脑萌芽的时期，像各种行业的先驱一样，他适时地掌握了先机。如果他晚生 10 年，与现在一样聪明，可能也很难创造与今天同样的成就。

任何一种新科技在成为趋势之前，谁先洞察先机，掌握了这个新的科技，也就控制了未来的市场。盖茨的成功可以证明，科技可以是垄断的工具，掌握了时代的新媒体，就是最大的赢家。

在《幸运》杂志的访问中，盖茨给自己的定义是一个科技专家，而不是商人，他说做生意很容易。但是很多人不以为然，科技专家中比盖茨聪明的人多得是。而盖茨与众不同的是，他是科技专家中真正懂得如何做生意的人。他除了了解科技如何在现实中应用，还深谙市场、法律和金融。

盖茨的聪明和对市场的掌握，充分反映在他创业的过程中。70 年代末，当他和挚友保罗·艾伦在电脑方面开始创业时，他选择了软件来发展。软件相对而言，制作成本低，可以避开设厂的风险与竞争。

在美国人的口头上，有关盖茨的传奇远不止如此。他衣着随便，眼镜常不擦干净，说话又直又冲，爱开快车，满口是青少年最爱讲的“COOL”（酷）、“SUPER”（绝了）之类的语言，无论怎么看他都不像是一个大公司的老板。

戴着一付厚厚的大眼镜，上身穿一件普通的长袖衬衫，总是一条淡颜色、宽松的家常裤，比尔·盖茨看起来实在不像是一般人想象中的亿万富翁。就是这个电脑奇才，1992 年开始成为美国最有钱的人，当时他的总资产为 63 亿美元。他可能是有史以来最年轻的、完全是白手起家的巨富。当时他刚刚 37 岁。

盖茨自小便是个精力旺盛、活泼好动的孩子。至今，微软总裁喜欢坐在椅子上前后摇晃的习惯仍在计算机行业盛传，正如乔丹投篮时爱伸舌头一样，妇孺皆知。这种习惯已成为微软文化的一个组成部分，比尔·盖茨前后摇晃，用来稳定情绪，作出决策。

盖茨的精明和他孩子气的外表、谈吐，形成了有趣的组合。盖茨衣着很随便，好几次人

家来参观微软公司或谈生意时，都把他当成公司的小职员。有一次，他和挚友艾伦通宵达旦准备次日和 IBM 谈判的材料，天亮时，一切准备妥当，这时艾伦才发现盖茨没有打领带，他们只好跑到附近的百货商店门口，等着开门买领带。

盖茨以爱开快车出名，他常因开快车而收到警察给他的超速罚单。甚至有一次警察惩罚他除了上下班以外，不准开车。

盖茨每一次在公众面前掏钱包时，整个世界都会看到有关交易的报道。或者说如果没有掏钱包，如一个商业报纸的闲话专栏称有人看到盖茨未付款就离开了酒吧，生气的服务员追上去要钱；或如果他身上没带钱包时——如芝加哥的一位记者报道说：盖茨从一个会议中心冲进了一辆汽车时，他的总管对另一位助手说：“你有他的钱包吗？”助手冲上前递上了钱包。这位记者说，这是成功的最高境界。你富有到让别人为你扛钱包的地步。

如果说 Internet 已通达全球，把地球变成了一个村落的话，绝无夸张之意。事实上，Internet 从诞生之日起，就一直以“滚雪球”的速度在世界范围内急剧膨胀。目前，它已把世界上 175 个国家的 1200 多万台计算机和近 50 万个局域网连为一体。

在发达国家，把 Internet 的电子信箱（E-mail）地址作为仅次于社会保险号码的最重要的个人标志物的人，已不仅限于研究领域和白领阶层，范围已扩展到沿街乞讨的乞丐。《网络为王》的开篇讲述了这样一个有趣故事：

美国华盛顿州，西雅图——微软公司总部所在地。当公司老板比尔·盖茨步出一家餐馆时，一位无家可归者拦住他要钱。这并不奇怪：盖茨是世界上最富有的人，拥有资产数百亿美元。接下来的事令见多识广的盖茨也目瞪口呆：游浪者主动提供了自己的 E-mail 地址（西雅图一家社会庇护所在网上建立了地址以帮助无家可归者）。“简直难以置信”，盖茨之后说，“Internet 是很大，但我没有想到无家可归者也能找到那里。”

1997 年 3 月 26 日美国加州的 Zona 公司的研究报告宣称：到 2000 年整个 Internet 互联网与 Internet 内部网市场将达到 1000 亿美元，相比 1996 年全球 356 亿美元增幅将达 181%。网上价值千金，淘金机会诱人，一场有史以来最激烈的商战已拉开大幕，让大家先看 IT（信息技术）界的第一条好汉——比尔·盖茨先生的表演吧。

4. 微软之路：高科技企业腾飞的秘密

风乍起，吹皱一池春水，微软凭借自身高科技力量的原动力，乘风险投资之风，以资本

市场为翼，驰骋千里，尽显风流。

微软公司在软件开发上获得巨大成功后，其公司规模不断扩大，为保持自己的领导者地位，微软公司必须不断有所创新，以应付诸多公司的挑战。而实现这种扩张就需要资金的支持。

为此，1986年3月，微软股票在NASDAQ市场首次公开上市，开盘报价为每股21美元，第一天收盘时，共成交360万股，收盘价为每股29.25美元，上市获得巨大成功。一周后，公司股票涨到每股35.50美元，一年后，达到90.05美元。股票升值超过了400%。

应该说，微软公司从NASDAQ市场筹集的资金为其发展提供了坚实的基础。发行上市前的1985年，微软公司的总收入仅为1.62亿美元，到1997年，其总收入增加到130.98亿美元，增长了80倍，其净收入则从0.31亿美元增加到38.95亿美元，增长了125倍。

股票的上市发行也为微软实行增资扩张创造了良好的外部条件，从1995年到1998年4月，微软公司顺利实施了28项兼并和12项投资计划，使其总资产和净资产分别增长了1.7倍和1.4倍。

员工人数由1985年的910人上升到1990年的5636人，1996年更达到20561人。办公地点也由上市前在西雅图北区的办公场所搬至新办公楼，并在短短的6年内购买了269英亩土地，修建了22幢建筑。

微软公司不仅占据了操作系统的霸主地位，在应用软件领域也不断地攻城掠地，所向披靡。现在又在向互联网络进军，如前所述，其浏览器已经成为网景公司最有力的挑战者。

与技术上的领先和独占相对应的是其耀眼的财富，对于微软，人们关注的还只是它的公司和产品的品牌；对于财富，人们更关注的是比尔个人的财富，其占有微软的股份近20%，总市值达到近1000亿美元，相当于欧洲一个小国的全部国民生产总值，是伊拉克国民经济总量的两倍。

微软的成功或者说盖茨的成功，技术是其立身之本。而真正实现了微软的不断扩张的是盖茨的商业头脑——一个懂技术和技术应用发展方向的头脑。

比尔·盖茨的微软公司没有高大的厂房、堆积如山的原料和产品库房，只有软盘和软盘中储存的知识。自1975年该公司创立以来，短短的20余年间，创造了神话般的奇迹，到1997年底，公司拥有资产460亿美元，其市场价值已超过美国三大汽车公司的总和。比尔·盖茨连续4年成为世界首富。1990年美国全年新增产值的2/3是通过微软公司这样的知识企业创造的。美国金融投机家索罗斯的量子基金，没有生产设备，仅仅依靠对衍生金融的认识和运用，不但成为世界上的巨富，而且在东南亚掀起震惊世界的金融危机。索罗斯金融投机的胜

利，比尔·盖茨创办微软的成功，表明了知识是创造财富的一种更为重要的资源。特别是信息高速公路联网后，知识对经济增长的贡献率将提高到 90%以上，以知识作为主要生产资源的企业，比如微软、英特尔、IBM 等信息产业企业，其生产总值已经超过通用、福特和克莱斯勒等企业，成为信息时代的主导型产业。

5. 微软公司新动向

1998 年微软公司的收入达到 140 亿美元，其中利润高达 40 亿美元，增长率比 1997 年提高了 23%。在全球软件行业之中，微软公司的收入占 10%以上，而利润占 30%以上。鉴于收入丰厚，微软公司财大气粗，每年投入的 R&D 费用为 25 亿美元，超过世界其他 10 大软件公司利润之和。在技术领域之中，如果微软来不及开发，则采取兼并方法，以获得自己所需要的先进技术。过去两年之中，微软公司兼并或投资入股的公司总数已达 37 家。目前，微软公司所拥有的现金总数为 100 亿美元之多。微软锋芒毕露，气势咄咄逼人，不仅行业内部人皆避之惟恐不远，生怕成为微软下一个兼并对象，即便其他行业公司，也是人心惶惶，朝需虑夕。美国一家杂志最近发表一篇文章，题为：“谁是微软下一道菜？”(WHO WILL BE THE NEXT MEAL?)，说是美国前 500 强公司主管皆有畏惧之心，恐怕比尔·盖茨会依仗 100 亿美元现金之优势，强行进行敌意收购。这篇文章语不惊人誓不休，即或稍有过头之嫌，亦不是全无道理。

目前，微软公司触角伸得很大，从网络旅游服务、网络汽车销售、投资咨询一直到有线电视、游戏娱乐业等，影响无所不在。即便面对司法部的指控，微软仍无所畏惧，处变不惊。看来，比尔·盖茨先生并不想隐瞒自己的观点，他认为隐瞒自己的观点是可耻的事情。最近，比尔·盖茨公开表示：“我们不会停止视窗系统的功能强化工作；我们不会为竞争对手的言辞所吓退；我们决不会停止倾听客户的呼声，也不会止步不前，不继续去满足客户的需求。”

比尔·盖茨缘何如此胆大包天？美国一些分析家认为，比尔·盖茨自恃有功，因为美国软件业的发展、信息业的发展甚至整个经济的发展，都离不开微软。但是，美国司法部似乎也没有退路，这场旷日持久的官司恐怕还得长期打下去。1998 年，微软发展势头受挫，美国司法部对微软所施加的反托拉斯压力日益加大，尽管微软可能拖延时日，但是，比尔·盖茨最终将不得不做出某种妥协和让步。

微软公司诉讼案已经闹得满城风雨。但是，根据美国科技界权威人士的看法，比尔·盖茨先生并不害怕美国司法部的指控和起诉，这是因为漫长的诉讼程序长达数年，大可不加理

会。令比尔·盖茨先生最为担心的有三点：

首先，微软公司为了应付华尔街股市贪得无厌的期望值，必须保持每年企业 20% 以上的增长率，而为了达到这一目标，微软只能进军新的领域。比尔·盖茨在软件行业中堪称奇才，但在其他行业里，诸如卫星通信、有线电视、万维网电视、网络信息内容服务等，恐怕就没有那么威风了。竞争对手可能在软件领域中让他三分，但在其他行业中，何尝将他放在眼里？毕竟隔行如隔山。目前，微软公司在万维网电视、有线电视等领域中，进展尚未尽如人意，但又没有退路，实在是嚼之无味、弃之可惜，进退两难。

其次，微软公司由于急剧膨胀，员工数目已过 25000 人。公司太大，反应势必缓慢，在市场判断、对策制定、架构调整等方面，比尔·盖茨时有难以驾驭之感。船大难掉头，再也没有昔日那么灵活、那么进退自如了，这当然会使比尔·盖茨相当苦恼。

第三，目前竞争对手一拥而上，联合出招，使得微软疲于奔命。最令比尔·盖茨头痛的是，由于数字电视技术迅速发展，有线电视业集市场、客户之优势，在上网速度和技术性能方面，远远超过网络服务公司和通信公司。以时代—华纳公司为例，该公司早已掌握出版物、电视等数字信息内容，又拥有有线电视公司，自然对利用数字电视技术抢占网络地盘颇有兴趣。他们根据客户需要，在有线电视服务上，增加了高速上网服务项目，还将推出客户点播影视节目等新型服务。有市场，有客户，又有节目内容，这些强项几乎全是微软公司的短处。尤有甚者，历来自高自大的时代—华纳公司居然另辟蹊径，不用微软公司的软件系统，自己另行开发了一套新型软件，这就使得比尔·盖茨先生是可忍、孰不可忍了。

当然，微软公司财大气粗，完全可以强行收购电视台或者电影公司，只要比尔·盖茨愿意，甚至可以强行兼并时代—华纳公司。但是，树大招风，一旦成为众矢之的，那就很难招架了。微软在过去几年里，越过自己领域，全面出击，在卫星通信、信息服务、有线电视等领域频频出手，使得其他行业巨头颇有戒心。据说，美国许多大型企业对微软高速膨胀颇有微词。司法部起诉微软，大型公司中窃窃暗笑者为数甚众。

对于今后的发展前景，谁也没有把握。鹿死谁手，看来只有老天爷才知道。至少到目前为止，比尔·盖茨先生似乎毫无退却之心，也不想向司法妥协。对于微软而言，继续拼下去，在因特网中杀开一片新天地，何乐而不为？即使遇挫，不能垄断万维网，也不至于全军覆没。进可轻取天下，退可偏安一隅，仍不失为一方诸侯，在这种情况下，何惧之有？

在 1998 年，微软步伐迈得更大，比尔·盖茨竭力使视窗系统扩展至汽车导航产品、移动电话通信领域、商业产品销售系统等领域，从食品连锁商店一直到大型主机，微软公司无所不为、无所不在。

在消费电子产品领域之中，微软公司所推出的视窗 CE 系统将广泛使用于数字产品之中，诸如万维网电视、电话及汽车导航系统等；在手提电脑系统市场中，微软所占份额将达到 20% 左右。视窗 CE 系统为微软公司最新推出的产品，是一种可支持不同芯片、可扩展的操作系统，为视窗操作系统产品系列中的最新成员。视窗 CE 系统模块化设计特点使得各种产品制造可根据市场需要，灵活选择自己企业所需要的模块，因而能够广泛适应手提电脑、车载电脑、移动电话、商业销售终端等各种产品需要，受到厂家欢迎，市场进展很快。

比尔·盖茨先生的雄心并不局限于视窗 CE 这种小玩艺方面。其实，明眼人一下子就能看出，他的终极目标还是在主机领域中夺取霸主地位。

微软公司比较薄弱的环节当为数据库产品。目前这一领域群雄竞起，各有千秋，现有市场份额为：奥拉克尔公司：38.4%；IBM：21.8%；INFORMIX：9.7%；SYBASE：6.9%；国际联合电脑：5%；微软公司：4%。

奥拉克尔公司在数据库市场占有率方面高达 38%，遥遥领先于微软。微软 SQL 服务器仅占 4%，实在是难以望其项背。对于许多大型公司而言，SQL 系统的功能未能达到处理大型公司的数据任务，难怪奥拉克尔公司董事长爱立森踌躇满志地声称：“微软的作为无济于事，因为他们的数据库一无是处。”爱立森历来快人快语，对于微软公司恨之入骨，在对微软口诛笔伐的声讨之中，爱立森的声音历来是高过任何其他讨伐者的。尽管微软公司在数据库领域所占比例较小，但是，其咄咄逼人的气势已令人不寒而栗。

美国大型企业电脑软件系统市场，包括数据库、电子函件、大型企业服务器等，每年销售总额为 300 亿美元左右。四年以前，微软公司在这一领域之中毫无影响，鲜为人知。为此，比尔·盖茨先后投资数十亿美元，加强视窗 NT 产品的研究开发工作。到目前为止，局面已大为改观，微软几乎占有半壁江山。1997 年，微软视窗 NT 在服务器操作系统领域市场占有率为 25% 左右，而到 1998 年，达到了 40% 以上。1998 年年底，随着视窗 NT5.0 系统的问世，这一比例进一步提高。鉴于视窗 NT5.0 系统可以胜任大型主机的计算任务，微软公司高级主管表示：“微软公司前途在此一搏。”这一次微软的搏杀是胜算在握的。尽管视窗 NT 系统不会马上完全取代大型主机，但是，微软将在今后几年里逐步蚕食 IBM AS/400 等中型机市场，分食 34 亿美元的市场份额。

分析家认为，在今后两年之中，视窗 NT 与 BACKOFFICE 销售额将达到 50 亿美元，增长率为一倍以上。业界有些人士甚至认为：目前在台式电脑系统之中，微软视窗系统无所不在，而在 10 年之后，全球服务器系统之中，微软视窗 NT 系统将霸占 90% 的地盘。

但是，微软公司的操作系统目前只占电脑服务器系统的 20% 收入。在其他方面，微软受到来自 IBM 公司的全力阻击。IBM 公司在其董事长郭士纳统帅下，90 年代中期进行了全面战

略调整，一切围绕网络计算，再次中兴，在大型主机市场重新确立了霸主地位。IBM 公司成功地在大型主机中使用 PC 微机技术，大幅度削减生产成本，目前大型主机成本只有 10 年前 1/10 左右，从而保住了许多大型公司客户。

在 JAVA 系统之战中，目前正式投入 JAVA 系统研发项目的软件开发商为 70 万家左右，而微软视窗系统软件开发商则有 450 万家，因此，即使 JAVA 能够用在所有计算平台上，也不会很快取代视窗系统。许多公司业已投资购买视窗系统，在可预见的将来，还会继续使用视窗系统。即便如此，与奥拉克尔公司爱立森董事长同样蜚声业界的太阳公司老板麦克尼利也是口锋犀利，所向披靡。他最近振臂高呼：“在 JAVA 卡、JAVA 电话、JAVA 接收器等所有 JAVA 产品领域，我们将在销售量方面彻底摧毁他们！”他们是谁？不言而喻。

微软的战略目标是针对大型公司客户。在最新推出的 Backoffice 系统中，微软业已增加商业服务器软件系统，以供网上商业交易之用。视窗 NT 系统也包括网络信息服务器等基本万维网服务器系统，使得微软公司在万维网与企业内部网市场上，后来居上，夺取了 55% 的市场份额，UNIX 厂商被迫退居老二，仅占 36% 的市场份额。

随着微软视窗 98 操作系统的问世，新上市的个人电脑将采用视窗 98 系统，原有的视窗 95 将被逐步淘汰。微软公司现已表示，视窗 98 系统将是视窗系统的终极版本，以后只会略加增删。到新世纪初，视窗 NT 系统将会一统天下，即使是一般用户也要向视窗 NT 升级。电视、电话与电脑三位一体的发展趋势已成定局，然而，未来何种体制将会决定操作系统，目前尚无定论。微软正在密切关注市场局势的发展，以便尽快采取对策。一旦局势明朗，微软将会采用自己开发、收购、兼并、入股等市场战略，控制局面，继续主导操作系统市场。

所以，微软陷入到了反垄断的官司中，不管比尔失败成功与否，风险投资的奇迹却令人眩目。