

微软离破产永远只有 18 个月。

——微软公司创始人比尔·盖茨

断臂的维纳斯

——微软中国在 1999

美国微软公司 (Microsoft) 是世界最大软件制造厂商, 而其创始人比尔·盖茨 (Bill Gates) 则是世界首富。微软的神奇经历使得他们一直是渴望成功的企业和人士崇拜的偶像。但是进入 1999 年以来, 微软在中国却遇到了麻烦, 由于在维纳斯计划、解决盗版、Windows 操作系统等问题上的失误, 频频受到中国各界的抨击, 几乎成了“过街老鼠”, 微软在中国的经营也几乎陷入了绝境。

祸起“维纳斯”

1999 年 3 月 10 日, 国内计算机业、家电业的众多巨头云集深圳, 出席“维纳斯计划”新闻发布会。会上, 微软老板比尔·盖茨与其主要合作伙伴——台湾宏基电脑股份有限公司、联想集团有限公司、海尔集团、四通津滨电子有限公司、广东步步高电子工业有限公司及北京裕兴公司的老板们, 一起推出了以“电视上网”为诉求点的“维纳斯计划”。微软公司称, 该计划是由微软中国研究开发中心专门为中国市场设计开发的基于 Windows CE 的预装软件平台。预装有这一软件平台的硬件产品将于当年下半年面市, 它集教育、娱乐、上网浏览等多种功能于一身, 是计算机技术与家电产品相融合的产物。“维纳斯计划”中的其他技术供应商 AMD、C-Cube、ESS、联阳半导体股份有限公司和飞利浦公司消费电子产品事业部也在现场展示了他们为“维纳斯计划”开发的相关技术。

近年来, 随着计算机和互联网在中国日益普及, 中国上网人数至 1998 年底已达 210 万, 增长率高达 213%。同时, 据《中国家用电脑市场调查报告》显示, 1997 年我国 2.45% 的城市家庭拥有家用电脑, 总拥有量为 153.1 万台。但与全球一亿的上网人数及美国 55% 的家用电脑普及率相比, 中国要真正实现网上生活方式还有很长的路要走。主要原因有两个: 一个是家用电脑的价格仍无法为大多数老百姓承受; 另一个是电脑对多数中国人来讲仍然是一种操作复杂、不易使用的高科技产品。广大普通百姓因此被隔绝在电脑和网络世界的外面, 无法领略信息技

术带来的便捷和效率。

但是,中国却是一个家电大国,拥有3.2亿台电视机、4千万台VCD,是世界上最大的家电市场。微软公司正是看准了中国信息产品和家电市场的这一现状,由微软中国研究开发中心在国内自行研制、开发出特别为中国市场设计的“维纳斯计划”。该计划声称,微软将开发出计算、通讯和消费融合在一起的革新产品,旨在把徘徊在电脑和网络大门外的人们领进这个神奇的世界,让信息技术真正为普通人所用;“维纳斯”可以以电视作为显示器,利用键盘,甚至遥控器即可享受到家用电脑的一些最常用的功能,还可以轻而易举地访问国际互联网。它具有简单易用,功能强大,无需维护等优越的性能,而且价格仅相当于一般的家电产品,特别适用于普通中国家庭的教育、娱乐和上网浏览等,无论男女老幼,教育程度高低,都可以从中享受到信息技术和互联网带来的无穷乐趣。因此微软公司称,它将会对推动互联网在中国的发展以及中国信息产品家电化,或家电产品信息化起到举足轻重的作用。同时微软还声称,希望通过“维纳斯计划”,联合国内的IT厂商和已经成熟、有相当实力的家电厂商,让中国在家电信息化革命中与世界同步,共同携手为中国经济提供新的增长点。

阳春三月的深圳,和风送暖,盖茨的计划也让人如沐春风。诸如比尔·盖茨关注中国老百姓上网,给中国送来了女神,信息家电将取代电脑等类似的报道铺天盖地。但是没过多久,这一经过精心包装的计划便开始遭到迎头痛击,媒体也纷纷掉转矛头。

先是中科院的凯思软件集团称,它们早已花了多年时间进行类似的研究并已经基本成熟,准备年内公布计划。在微软抢占先机的情况下,凯思毫不示弱,立即推出了女娲计划与之抗衡,并且声称这才是最适合中国人的模式。由于3月初微软在推出“维纳斯计划”时并没有多少实质性措施做支撑,而主要只是发布一个概念,远不及女娲计划具体,再联想到微软抢在金山公司正式发布WPS2000之前推出Office2000测试版等所作所为,有人猜测微软很可能是得知了消息后,抢先发布类似计划。

同时,业内人士的分析使越来越多的人相信:“维纳斯计划”号称为中国老百姓和中国产业创造机遇,实际上是微软Windows CE平台的第一次冲击,微软试图一举拿下包括袖珍电脑、掌上电脑、PDA、机顶盒在内的整个下一代袖珍信息装置的市场,全面控制中国新一代产业的平台。

连美国《时代》周刊都指出:“Windows CE 需要帮助”、“如中国人能更谨慎地思考盖茨的动机,才能把事情做得更好。当他(盖茨)再来中国时,可能他要问的不是他能为这个国家做什么,而是这个国家能为他做什么。”

1998年,微软在中国成立微软研究院,据说高薪聘走了不少国家重点项目组的人才,引起业内人士对人才流失的恐慌。现在,微软在深圳的“维纳斯计划”操作又过于张扬,更使人产

生对“微软霸权”君临天下的担忧。于是出乎微软意料,“维纳斯”推出不久成为媒体反面焦点目标,在中国,迎接比尔·盖茨的不再是赞美和欢呼,而是批评和敌意,微软第一次受到这么多的质疑,尤其是被称为无冕之王的媒体在这场争斗中几乎都将矛头指向了微软。

再诉亚都

一波未平,一波又起。1999年4月28日,北京亚都科技集团接到了北京市第一中级人民法院的传票,被告知微软公司诉其侵犯计算机软件著作权,该院将于5月27日开庭审理。

早在2月份,微软就拿两家小电脑公司开刀,状告北京四达科技开发公司和民安投资咨询公司侵权,获得胜诉,分别获赔54万元和25.344万元,还迫使它们在指定的报刊上向微软公开道歉。随后,南方某大型程控交换机生产厂商和北方某著名计算机公司也成为被告,后来由于人所共知的原因,均采取了庭外和解的方式,两家被告分别向微软支付近200万元了事。这一起诉讼较以往任何一起都更为引人注目,除了诉讼双方一为大名鼎鼎的微软,一为曾经以加湿器而名噪一时的北京亚都外,另一个重要原因是,这是微软首次将一个最终用户推上被告席,而此前的几例诉讼的理由都是非法预装。由于“最终用户盗版是否违法”问题在知识产权保护方面一直存有争论,此案的最终结果将对今后类似案件的判定起到重要示范作用。因此,微软对此案高度重视,微软中国公司副总经理兼法律及政府事务总监刘凤鸣先生称:微软对亚都的诉讼一定要进行到底。并且说,微软针对的并不是亚都公司本身,而是这一类盗版行为,以此作为反盗版的重要步骤。

的确,有消息称,对亚都提起诉讼只是微软反盗版攻势的一个步骤而已。微软在这个强大的攻势中将投入上亿美元,调动全国一些中心城市的公证、执法等力量,许多中国知名企业被列入调查名单。

不少人分析,微软在反盗版时煞费苦心。首先针对的是非法预装,因为这一问题在法律上比较明确。在具体实施时双管齐下,一为诉讼,一为和解,先将两家较小的公司送上法庭,继而向深圳华为等大公司动手,或是对方愿意息事宁人,或是微软为今后利益考虑,最终多以庭外和解作结。微软在这一阶段做得颇为得心应手,接下来,微软将目光投向了有争议但却可望获得丰厚赔偿的领域。

微软的反盗版征程到这时已经是“万事俱备,只欠东风”了。这个“东风”就是最终用户,这一部分虽然不会像前两者一样可以一次出很多钱,但却是数目最多的那一群,最终用户的盗版问题解决了,企业的收益自然也就可观了。早在1997年,IT评论人方兴东就给微软算过一笔账,1998年中国国内市场预计销售计算机500万台,当时市面上一套标准版Windows95售

价 1800 元, 一套中文专业版 Office97 售价 8760 元, 二者总价近万元, 相当于当时主流机型 PII 配置的硬件价格, 如果 500 万台都装这两套软件(这显然不可能, 只是假定而已), 就是 500 亿元, 而 1997 年中国计算机市场的销售额才刚刚突破千亿元大关, 整个微软公司的年收入也不过 110 亿美元, 这 500 亿占二者的比重均高达 50%。这充分说明国内市场之大和微软受版权侵害之深, 微软费尽心机反盗版也就不难理解了。

对此, 金山软件总经理雷军评价说: “世界上没有白吃的午餐。现在看来, 盗版终究是要付出代价的, 人家撒网, 让你来钻。” 某 IT 行业评论家在其文章中揭示了微软的反盗版策略。据他分析, 软件有两个特性: 一是软件产品投入成本高, 但复制成本几乎为零, 多卖一份的边际成本也几乎为零。如此开拓市场对微软并没有多大损失, 因此盖茨表现得很慷慨。实际上, 盗版就相当于以接近于零的价格倾销, 可以拼命打击竞争对手, 最大限度地占领市场。二是用软件会 “上瘾” (比尔·盖茨语)。用户一旦用上一种软件后再换其他产品, 就要付出极高的转移成本。因此, 在微软产品尚未在市场上站稳脚跟时, 微软并未在反盗版问题上有所表示, 甚至还有纵容的意味, 比尔·盖茨这时只是带着微笑说他早晚会收网, 只是通过美国政府不断向中国施加压力, 迫使中国制定了一项又一项它日后可资利用的法律。现在, 微软的视窗和办公软件已经占据了 90% 以上的市场份额, 用户已经基本锁定, “是 ‘收网’ 的时候了”, 于是微软大规模、有预谋的反盗版计划开始了。

微软这一着不可谓不高明。但是, 微软的安排也存在致命的错误。

首先, 亚都公司总裁何鲁敏认为, 由于本案要经公开审理, 可能危害公司声誉, 也可能引起其他更大的危害, 因此亚都将不惜代价与微软 “打到底”。微软遭到了激烈的阻击: 首先, 亚都的财务部门并未发现有购买盗版软件的记录, 因此公司某些计算机上的盗版软件只能是个人行为, 微软并没有得到它所想要的证据; 同时, 当初亚都加湿器享誉京城时公司做得最出色的就是公关, 亚都在北京各界的人缘很好, 他们必定会帮助亚都度过难关; 在愤怒之余, 亚都还做出了强有力的反击, 声称将就微软价格歧视和垄断问题进行反诉。显然, 选择亚都来杀鸡骇猴并不是微软的最佳选择, 如果微软首先选择一家在华外资企业的话, 情形恐怕就会大不一样。

同时, 国内 IT 人士也开始同微软算总账。也许, 以前大家有个心照不宣的默契: 国内企业对微软在中国推行垄断高价不予过问, 微软也对国内企业盗版微软软件产品睁只眼闭只眼。现在, 既然微软率先违反 “君子协定”, 认为它已经有力量来对抗整个中国计算机业, 那中国计算机业对它也没必要客气(少数拥有既得利益者除外)。人们开始细数微软给予中国的 “特别优惠待遇”: 国外标价 100 美元左右的 Windows98, 在中国的售价是 1980 元; Office97 在国外约 300 美元, 而在中国的价格是 8760 元(中文专业版); 在国外免费赠送的 Windows98 和 Office2000 测试版, 到中国分别标价 188 元和 200 元, 堂而皇之地与正式版软件并排摆在柜台

之上销售；Windows98 OEM 预装软件给 IBM 的价格是 10 美元，但给中国大厂商是 300 元左右，给中小品牌厂商更高达 690 元，而现在每台 PC 机的利润仅以百元计；1992 年，操作系统的价格是 10 美元，占当时一台高档整机价格的 0.5%，1998 年，这一比例迅速上升为 3%，对小公司和低档机可高达 10%，1992 年到 1998 年，微机的硬件性能提高了 10 倍以上，价格下降了 50%，而操作系统在性能并没有如此大幅度提高的情况下，价格却上涨了许多倍；今年 4 月 3 日，WPS2000 上市后，微软立即将其 Office97 价格降至 4000 元，降幅达 50%，人们一方面看穿了微软所实行的价格歧视，另一方面回头一算——近 3 年来，Office97 降价前的利润率高得令人眩目！如果以上情况属实，并且法制健全的话，微软早应该因为垄断、进行价格歧视和不正当竞争等受到严厉的惩罚。

这件事情的发展显然已经大大超出了案件本身。中国企业面对微软可能的起诉，“怒不敢言”，但是，微软先撒网后收网、先倾销后垄断的不光彩竞争策略已经为中国企业所识破并引起了成千上万企业的不满。

“后门”起火

如果说在以上两个问题上微软的做法尚有争议，接下来微软却犯了一个完全理亏的错误。

1999 年 5、6 月份，奔腾 III 微处理器和 Windows98 具有泄密功能的消息被炒得沸沸扬扬。Intel 公司今年 2 月推出的奔腾 III 微处理器大大提高了计算机的处理速度，同时公司宣布为增强网上电子商务的安全，在新一代微处理器中设置了用于识别用户身份的序列码。序列码确实提高了保密性，但是，它也被发现可能将计算机用户的个人资料悄悄传送出去。而且，不知出于什么原因，美国政府机构至今尚未批量使用奔腾 III。消息一经公布，举世哗然。

Windows98 比这还要糟，在性能上它并没有比 Windows95 有显著改进，但是它同奔腾 III 一样易于泄密。这是因为 Windows 有“后门”，微软 1998 年推出的操作系统 Windows98 会根据用户的计算机硬件配置情况生成一串与用户名字、地址相关的代码——全球唯一识别码，这个码会通过 Windows98 的电子注册程序，在用户不知情的情况下将信息传送到微软自己的网站上去。这一发现最早出自澳大利亚一位海军军官，他在不经意间惊奇地发现：使用 Windows95 接入互联网时，有些文件会在他发 E-mail 时莫名其妙地丢失。如果说以前操作系统的“后门”可以归结为微软无意识的产品失误和缺陷，那么 Windows98 的注册序列号，就是微软故意设置了“后门”。同样，美国政府机关的办公用机最初也没有安装 Windows98。

微软已经承认公司确实存在失误并且采取了相应措施，比如让用户选择关闭、提供补丁程序让用户修改、删除已收到的信息等。但是，这件事已经成为用户心中永远的痛。因

为,Windows 的核心技术掌握在微软手中,它肯定知道这些不能用做别的用途的程序的妙用,而且,早在 Windows95 中就已发现类似的问题,明知故犯,敢冒天下之大不韪,这与 Intel 序列码泄密只是副产品相比,其动机不能同日而语,简直不可饶恕。

分析人士认为,微软刚进入中国市场时,也一度因为过于“嚣张”而打不开中国市场,在杜家滨就任微软(中国)公司总裁期间,与政府有关部门修好关系,使微软业务达到了一个新的高度。但是,“好了伤疤忘了疼”,微软公司这次的所作所为使公司失去的是特别注重机密的政府部门的信任和支持,是用户对微软的信心和信任。

四面楚歌

俗话说:种瓜得瓜,种豆得豆。微软的所作所为使自己在中国市场上处于极为不利的位置,陷入了四面楚歌的困境。

首先,Wintel 联盟名存实亡。Intel 和微软所建立的 Wintel (Windows+Intel)联盟曾被认为是业界合作的典范,实现了软硬件的完美结合。但如今,这种神话早已有名无实。Windows98 中文版在北京公布时不见 Intel 的踪影,人们就有各种猜测;接着,二者在美国又因微软违反“反托拉斯法”一案对簿公堂,矛盾进一步公开化;而 1998 年 10 月 30 日英特尔新任总裁兼首席执行官贝瑞特博士在北京召开的新闻发布会上的话,则含蓄地印证了这样一个事实:Wintel 联盟名存实亡。当记者问及英特尔和微软的关系时,贝瑞特博士回答道:“任何商业伙伴都会有各自的目标,当目标一致时就携手并进,当目标不一致或有冲突时,就另寻合作伙伴,这是很正常的商业行为。”话虽含蓄,但是弦外之音谁都明白:道不同,不相与谋。英特尔和微软分道扬镳,在微软面临困境的情况下,无异于釜底抽薪,让微软失去了最坚强的后盾。

维纳斯计划也处处受到挑战。女娲计划适时推出,博得了更多人的同情,微软在深圳发布计划时的主要合作伙伴之一,北京裕兴公司总经理祝维沙先生于 1999 年 6 月 1 日与中科院凯思集团总裁钟锡昌先生举行会晤后公开宣称,裕兴有选择的权力,微软也得按市场规则走路,明显有临阵倒戈的意味。在媒体的激烈抨击下,其他维纳斯计划的合作伙伴也谨言慎行。更有甚者,还有一些人于 1999 年 3 月 30 日创建了反击“维纳斯”联盟,专门与微软的维纳斯计划为敌。

微软对亚都提起诉讼之初,明眼人士就指出,微软的根本错误在于:亚都不像深圳华为和北大方正(即本文前面提到的程控交换机生产厂商和著名计算机公司),非用微软软件不可。果然,7 月初,一则并不令人意外的消息传出:被微软诉其软件侵权的亚都公司已决定全面购

买金山公司的 WPS 2000 。

针对奔腾III和 Windows98 的后门,信息产业部已经建议政府机关慎用奔腾III,对 Windows98 可能有同样甚至更严厉的内部控制措施。社会各界则考虑得更远:谁来保护我们的信息安全?显然不是微软:一个 100 多 K 的黑客小程序,就能让任何人随意控制你的电脑,获取你机器里的任何信息。这种黑客程序逞威的关键就是 Windows 的设计弱点;而 CIH 病毒的作者称:他编一个小小的软件就可以让所有使用简体中文操作系统的机器全部崩溃,这种病毒发作的基础,就是 Windows 的根本缺陷;更别谈微软自己还在其中设置了某些泄密程序。由于认识到微软霸道的资本在于它的视窗,已经有目光直接瞄准了 Windows NT 系统,一方面要求开发自主操作系统的呼声日益强烈,另一方面以免费下载、复制为特征的自由软件——Linux 中文版 1.0 已经于 1999 年上半年开发成功,中国各界肯定会对其给予特别的关注。长城电脑公司推出的长城飓风 499,以令人震惊的 4999 元的超低价位,剔除了 Windows 操作系统,剥离服务,销售不仅丝毫未受影响,反而创下了中国 PC 市场有史以来单一型号同一时间内销售业绩的最佳记录,提起不安装 Windows 操作系统,长城还振振有词:“我们要给用户更多的选择。”

与此同时,清华大学博士方兴东的近作《起来,挑战微软霸权》将微软定义为“知识霸权”,似乎也赢得了大多数人的认同。

1999 年对微软中国公司及其在中国的业务都是“伤心的一年”:“维纳斯计划”过早暴露了微软意欲统帅中国信息产业的野心;更为严重的是微软操作系统 Windows98 留有后门使用户特别是政府和企业对微软更增加了一层戒心;PC 厂商、用户对微软在中国的价格策略和“先撒网,后收网”的竞争策略也强烈不满。因此,微软在中国的形象日渐消瘦,6 月 18 日下午 5 时,原微软(中国)有限公司总经理吴士宏正式辞去了微软(中国)有限公司总经理的职务,其职位暂时由微软大中华地区总裁罗麦克兼任。对于吴士宏的辞职,微软对外称“出于个人原因”,但是分析人士认为,这主要来自美国微软的压力,她仅仅是微软在中国市场业务受挫的一个替罪羊。无论如何,微软(中国)有限公司领导人“下课”,至少表明:微软对在其中国的表现并不满意。

点评

比尔·盖茨有句名言:“微软离破产永远只有 18 个月”。正是在这一名言的激励下,微软怀着巨大的危机感,不断积极进取,短短 20 年就发展成为世界最大的软件企业。如今,微软的操作系统占有了 90%以上的市场,成为绝对的垄断者,微软似乎忘记了这一名言在此时的警

示作用。他们自以为已经天下无敌,可以为所欲为,于是“霸权”行径不断出台:他们首先在美国国内推行霸权,已经遭到重重阻击,但是它的垄断地位好像并未动摇;因此他们丝毫不以为然,又进一步在中国推行其种种竞争策略,意欲统帅整个中国信息产业,无怪乎受到举国上下的一致反对,四面楚歌使它几乎陷于绝境。现在对微软的未来作出悲观预测似乎不太现实,但是它在中国的惨败无疑将留给所有大企业一个难忘的教训。

中国也有一些像微软一样对市场具有高度影响力甚至支配力的企业,比如长虹、海尔、中国电信、铁路系统、邮电局等。长虹 1998 年底垄断彩管的行为曾经受到全行业和社会各界的抨击;海尔特别注重自身形象,但同行对它也颇有微词;中国电讯和邮电局更是因为垄断和服务常年受到业内人士和顾客的“特别关照”。应该说,这与中国企业成长的环境不佳有一定关系,但不可否认的是,也跟他们的错误观念和错误行为有关,可能觉得自己是老大,谁也奈何不了他们,结果到头来只能是“搬起石头砸自己的脚”。铁路系统就明智多了,在 3 年前就开始积极进入市场,为消费者着想,不断改善服务,结果铁路形象有了明显改善,铁路系统的经济效益也明显提高。而中国电信,本来是最有资格首先进军世界 500 强的中国工业企业,但由于就是不肯转变观念面向市场和消费者,非议越来越多。传闻其将被分解,有关方面正在考虑“横切”还是“竖切”,如此巨型企业落到任人宰割的地步,难道不是咎由自取?微软出现重大失误尚不足以引起生存危机,而中国企业与微软相比实力相差甚远,恐怕无法承受这种巨大打击。

海尔集团曾说过“只有自己能够打败自己”,并一直因此被斥为狂妄,但是结合海尔总裁张瑞敏这许多年“战战兢兢、如履薄冰”的心态,可知海尔集团这句话未尝不是真情流露,是颇有自知之明的至理名言。我国大企业特别是一部分具有相当市场支配力(market power)的王牌企业则应从微软的案例中吸取教训:要做仁义之师,多行不义必自毙。

另外,中国软件市场出现的这些现象,归根结底还是因为中国的法制存在不可弥补的巨大漏洞。如果保护知识产权、反垄断、反不正当竞争等方面的法律完善,真正做到了“有法可依、有法必依、执法必严、违法必究”的话,以上现象就不会发生。首先,如果知识产权保护法规健全、打击盗版有力的话,中国的民族软件业早已形成了自己的核心竞争力,积累了大量资本,面对微软等世界强手就不会束手无策了。其次,如果反垄断、反不正当竞争等相关法规完善并能够得到切实执行,微软借助垄断推行高价、为自己谋福利,“先撒网、后收网”的不正当竞争策略早已受到制止,并被处以足以令其警醒的惩罚性罚款……因此,我们必须明确:中国知识经济的最大敌人不是微软,而是以盗版为代表的正当市场行为,造成这些行为泛滥的根源又在于中国不健全的法律制度和法律文化。