

——挑战微软“霸权”

0101010101010101C
0101010101010101C
0101010101010101C
0101010101010101C



中华工商联合出版社

责任编辑:王 静

封面设计:康笑宇

图书在版编目(CIP)数据

起来:挑战微软霸权/方兴东,王俊秀著. —北京:中华工商联合出版社,1999.6

ISBN 7-80100-389-6

I. 起… II. ①方…②王… III. 电子计算机工业—市场竞争—对策—研究—中国 IV. F426.67

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 21781 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

铁道部标准化印刷厂印刷

新华书店总经销

850×1168 毫米 1/32 印张 13.75 300 千字

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—15000 册

ISBN 7-80100-389-6/G·181

定 价:22.80 元

序 言

初刻拍案惊奇：知识霸权的先声

知识霸权的阴影

工业时代，霸权所掠夺的是产品和资源。要拿走这些东西，还必须先修铁路，耗费大量人力、物力和财力。但是信息时代，我们完全可以想象：凭借知识霸权，再也无需铁路，无需庞大的设备，甚至无需任何资金，无需任何人力，只需带一张软盘（连这张软盘也可以省略）。在当地招集足够的人力，实行零边际成本的拷贝，就可以每年源源不绝地拿走数十亿、数百亿的财富。而这些财富并不是合理竞争的结果（详见书中美国消费者协会的调查报告），也不是它所创造的财富的合理回报。完全是基于自己在市场上的强大控制权，而竭力谋取自己利益的结果，无须顾及需求方（用户）的要求和竞争（整个市场和产业）的存在。

这就是信息时代知识霸权的典型形象，它掠夺的不仅仅是资源和物品，而是巨大的财富，是无边际的知识扩张，是对文化和文明的掠夺（希望本书能为大家提供一点佐证）。工业时代，市场经济的第一天敌是市场垄断，市场垄断是市场竞争难以自行解开的死结。信息时代，知识经济的首要敌人是知识霸权，知识霸权是知识经济无法自我缓和的症结。“维纳斯”来了，它带来的不仅仅是一项产品，而是一种君临天下的“强权的傲慢”，是一种傲视一切的

“知识霸权的先声”。这是 1993 年微软正式进入中国以来,第一次开始完全张扬它非凡的市场强权,第一次实施全方位的市场出击。

全方位进军

“维纳斯”并不是一项孤立的市场活动,是与微软最近的全球行动相呼应的。它的核心就是以 Windows CE 夺取中国下一代信息产品的主导权,在中国未来的“后 PC 时代”到来时夺取同样的平台控制权。同时,微软已经开始利用其 Windows 3.x、95、98、Office 等盗版软件巩固下来的台式机市场控制权,正式在国内进行大范围的打击盗版活动。

据说,微软这次投入国内的盗版调查取证费就高达 1 亿元以上。包括 90 年代以来所有的新账旧账都在清算之列。几乎国内所有的大中型企业机构,所有的主要计算机厂商都在名单之中。1998 年,比尔·盖茨坦言要用十年时间用盗版让中国人上瘾。现在看来,进程已大大加快,时机已完全成熟。

微软顺利极了,没有任何一家大公司敢吃微软的控告,去冒巨大的商誉风险。毕竟违反知识产权的面子谁也丢不起、也兜不住。因此,他们都只能私底下解决。显然,没有任何一家大公司能在与微软“私了”的时候拥有主动权。

与此同时,几乎国内每一家计算机厂商都被微软掌握了证据。他们逃避被起诉的惟一途径就是老老实实表现,听候微软的一切,以求微软宽大处理。与我接触的许多软、硬件厂商中,几乎每一家都对微软愤恨不已,但又都不敢公开得罪微软一点。因为他们已被微软拿了“把柄”。一家著名的电脑公司,被微软定为“多年来中国最大的有计划有步骤的 Office 盗版者”。

如此帽子下,能不乖顺吗?

比尔·盖茨在 1998 年 7 月 20 日《Fortune》杂志上说的话表明,

微软实际上是鼓励盗版,以盗版占领市场。有人指出:“盗版相当于零关税的倾销。”不但扼杀了国内的软件产品,而且时机一到(实际已到)微软一定会让盗版者付出更大代价,而且从此牢牢拿住把柄。这就是与“维纳斯”前呼后拥同时的另一个背景。这个背景虽然很隐秘,但已经在全国范围展开。目前许多公司已老老实实给微软交上数百万元的费用。

保护知识产权是全世界人民的共同愿望。但是这一次,我们所面对的绝不仅仅是神圣的知识产权,而是把知识产权作为工具,披着神圣外衣的知识霸权的阴影。

反垄断法捉襟见肘

正如北约的三枚导弹从不同角度袭向中国驻南使馆一样,微软在中国全方位的行动也让我们措手不及。缺乏任何心理准备和策略准备。这也决定了本书就像“女媧”计划一样,是一种应急,一种呼吁。本书的论点是仓促、零碎、待进一步推敲的。但形势刻不容缓,我们惟一的目的就是让中国人能更真切地认识知识霸权的真相。

当美国司法部使用反垄断法控告微软时,一个极为尴尬的境地出现了。诞生于19世纪末威力无比的反垄断法第一次捉襟见肘。面对微软这个巨无霸,诸多法官只能从浏览器捆绑、限制性定价等细小的局部来寻找无法触及核心的制约证据。而对法律格外精通的盖茨从容地说:“微软只占整个软件业的4%,怎么算垄断呢?”

盖茨的话是有道理的。因为微软的形态与工业时代以规模和产品建立的垄断已有明显区别。实际上,微软已不仅仅是单纯的垄断,而是一种名副其实的“霸权”。

“垄断”,英文 monopoly,是指独占、独有、专卖之意,强调的是

积累和集中,还主要是数量上的概念。微软虽独占操作系统,但相对于产品繁多的整个软件业来说,的确可以很好地掩人耳目。而霸权,英文“hegemony”,指“支配(权)、统治(权)、领导(权)、霸权”之意,强调的是一种控制力,揭示的是市场权力的本质。因此只有“霸权”才能更贴切地描述微软的真实。因为**操作系统是整个计算机业的基础,微软以核心产品的垄断获取了对整个软件业的霸权,使得垄断稀释和掩饰在更大范围的霸权中,与单纯的数量、份额、比例关系不大。**

可以说,传统的法律体系已无法解释微软这种独特的经济现象。微软了然一切,旧有的法律已难以有效地制约它的行为。反垄断法要擒住它,很难。

美国有反垄断法,但全世界都不会有反霸权法。这就是人类在知识经济时代面临的集体困境。而且,软件业的霸权尤其特殊。

软件业的知识霸权

软件业的霸权是一种独特的霸权,是知识霸权。

首先,软件产品的生产成本较多,但是复制成本很低,几乎是一种零边际成本的特殊产品。这种独特的成本结构极易演化成知识霸权,产生巨大的无边际的规模经济:你生产得越多,平均成本越低。它以零边际成本扩张,具有真正赢者通吃的潜在威力。这就是现在微软 92% 的毛利率和 44.3% 纯利率的来源。

其次,软件产品具有互连和锁定效应。Netscape 为什么会败在微软手下,不是因为微软有钱,根本的原因就是 Netscape 的浏览器需在微软的操作系统上工作。这种互连性使微软可以从根子上摧毁对手。Linux 不错,但我们为什么无法马上转移。因为我们已被微软无形中锁定。这种锁定就是巨大的转移成本,包括使用经验、原有系统上的投资和培训、新系统的投资、学习和资源等等。

这种锁定不但使用户置于弱势地位,而且能将所有的供应商、衍生行业甚至合作伙伴都受制于锁定。

“零边际成本”使得霸权的程度大大加深,使竞争对手越来越无从下手。“锁定”又使霸权的范围大大拓展,使得微软可以越来越有力地控制整个产业,而且也越来越容易地将势力扩张到其他产品领域上。因此,霸权就是垄断的高级阶段,两者在本质上是一致的:违背公平竞争原则,破坏社会资源的优化配置,阻碍技术和经济的发展,损害消费者利益,破坏社会收入的合理分配。

霸权的本质就是掠夺

网景浏览器的诞生,成为互联网爆发的引擎;而微软浏览器的出手,却变成了打击对手的武器;汉王笔输入产品的完善是促进市场竞争,而微软捆绑笔输入的做法,却使产品成为扼杀竞争的“凶器”;操作系统是计算机应用的基础,但在微软手中,却变成了不断提价升级、不断扩张的筹码;知识产权是创新和知识的保障,但在霸权手中,却往往成为掠夺财富的保护伞……

同一件东西,到了霸权手中,就会威力无穷,就会变味变质。它打破了基本的价值观念,它破坏了市场公正的基石,它破坏了市场应有的秩序,它无视市场供给和需求关系,它忽视价格和价值间的联系。

用一句话来说,霸权的本质就是掠夺,尤其是对弱小者的掠夺。

微软 Windows 集成了无数公司的创新理念和创新特性。但是被微软模仿后,就变成了它自己升级谋利的筹码,并反过来将原创公司和产品挤出市场,使其窒息。微软最大的摇钱树 Office 同样是别人创意的集成。可是微软对这些原创者的知识产权又是如何保护呢?又付出过什么?

Windows 98 升级版,在美国价格为 79 美元 - 89 美元(美国消费者协会数据),不到普通工人一天的工资。但在中国却高达 1198 元,高出 50% 以上,是普通工人两个月的工资。这种无视具体国情的超额定价不就是一种赤裸裸的掠夺吗?它意味着发展中国家要以几十倍、几百倍的代价来使用同样的产品,这必然使全球经济不均衡的发展更加恶化。霸权的本质此时更是一览无遗。

新形势下的知识霸权

“在奥运会中获胜的赛跑选手,就等于立刻把自己带到了所有选手堆起来的金字塔的尖顶上,以数秒之差领先了数以千计的次佳竞争对手。而最佳与次佳之间,甚至最佳与第十名之间的差距都是如此之微,或许一阵风或不同跑鞋就是决定胜利的关键。”

这种高估顶尖人才价值的不合理状态,在一定程度上,能刺激竞争。但是恶化到某种程度必然导致各种损害公平比赛的问题。市场上同样如此。

列宁说:“帝国主义最深厚的经济基础就是垄断。”因为随着竞争的长期发展,优胜劣汰的持续演变必然导致资本的积累和集中,从而形成垄断。垄断既是竞争的必然产物,同时也是竞争的天敌。竞争本身对自己所造成的垄断后果完全无能为力,只能借助政府这只“看得见的手”来解开这个死结。

而新时代下的垄断新形式——知识霸权,也是自由竞争难以化解的,而且其加深恶化的趋势比过去的垄断更变本加厉。

因此,知识霸权本质上就是自由和垄断的结合,是信息和资本婚姻的双重杠杆的强权游戏。知识霸权还披着“知识产权”的神圣外衣,使用的是一套完全由强者制定和解释的强权话语,令传统观念和律法难以有效地制约。同时,知识霸权超越了狭隘的国家观念,是以跨国公司形态向全球渗透,增加了认识的难度。美国对微

软的反垄断官司不是出于国际主义。

中国的反知识霸权也不是狭隘的民族主义,这是整个人类面临的共同课题。

微软帝国

“资本最害怕没有利润或利润太少,就像自然界害怕真空一样。一旦有适当的利润,资本就胆大起来。如果有10%的利润,它就保证到处被使用;有20%的利润,它就活跃起来;有50%的利润,它就铤而走险;为了100%的利润,它就敢践踏一切人间法律;有200%的利润,它就敢犯任何罪行,甚至冒绞首的危险。”登宁爵士的描述用来参照微软公司的发展历史,最形象最生动不过。

微软的市场价值一度高达4700亿美元,超过全球另外前50大软件公司之和。我们不可否认,微软是一家很成功的公司。在Wintel时代,以自己的卓越推动了全球信息产业的发展,并完成霸业,以自己的强权维持了某种有益的秩序和开放。但是,它的成功已经成为巨大的包袱。

对于微软的威胁,人们往往认识不足,都仅仅将微软看作一家单纯的公司。实际上,微软合资、合伙或部分拥有的企业和全资拥有的企业数目已达近百家之多(详细请见书中的统计列表),而且还在急剧膨胀。凭借巨大的财富和无敌的威力,微软早已将势力扩大到整个信息产业,并极大地延伸到产业之外,形成了无所不至的强大帝国。

微软的力量是人才。微软吸收人才的动力来自股市,而股市的上升必须靠不断上升的利润。这迫使微软想尽一切手段获取利润。否则股市一停滞或下滑,就会出现可怕的负循环,帝国就将崩溃。盖茨说,当他们的利润率为20%时,觉得高了,想降低,结果降到现在的39%。而最近一个季度,微软公司的纯利率已高达

44.3%。

在整个 IT(信息技术)业平均利润 6% 的形势下,微软的掠夺已无法自我调节。微软的市场作为不再是盖茨或某些人的所为,而变成整个公司无法缓和的焦虑。它别无选择,在疯狂获取利润的欲望驱使下,微软只能茫然地走下去。

为什么我们会格外危险?

1. 政策、法律、法规的不完善。政府是一只“看得见的手”,这只手对市场格外重要。

工业发达国家将反垄断法放在经济法律体系的中心地位,是经济健康发展的基石。只要实行市场经济体制,则必须有反垄断法作为规范市场秩序的重要手段。它与反不正当竞争法一起构成市场竞争法,成为一项经济基本法。从一定意义上讲,市场经济是法制经济,需要完善的游戏规则。而国内因为历史原因,在许多法律方面仍是真空,还没有反垄断法,难以有效地制约和防范恶性垄断力量。

2. 市场经济意识较差。国内市场经济的历史很短,因此有许多人幼稚地认为,“应让市场决定一切。”“产品价格高,你完全可以不买,何必管那么多”。这种说法很普遍,有点悲哀。因为市场不是万能的,竞争不是万灵药。自然竞争必然导致垄断,垄断会导致市场失灵,对竞争机制产生破坏,使市场、用户的利益受损。对市场经济意识的薄弱,正是霸权发威的机会。

3. 企业竞争水平低下,尤其是缺乏产业内的联盟和合作。难以形成有效的产业力量,制约不良势力和恶性势力。TCI 与微软苦谈 9 个月,才同意使用微软的 Windows CE,但同时也用微软竞争对手——Sun 的 Java。最近,微软给 AT&T 投资 50 亿美元,才同时签下 250 万套 Windows CE 的许可,以便在有线电视领域占据一席

之地。Sun Java 部门总裁 Alan Baratz 说：“有趣的是，微软花 50 亿美元让人用它的产品。Sun 从没有花 50 亿美元让人用 Java 技术。”而在中国，盖茨得到的待遇截然不同，大有一呼天下应的气势，发人深思。就连《时代》周刊也坦言：“维纳斯计划”是盖茨需要中国的帮助，而不是中国需要他的帮助。可为什么我们要对“女神”如此虔诚？

根本的问题在自己

一支笔的良知，其作用和影响是有限的。甚至可以说，事到如今，也只能到此为止。真正的力量，真正的未来，还要看我们的政府、我们的企业、我们的用户自己如何行动。当一股超越垄断之上的极其复杂的新力量来临时，我们究竟作好准备了吗？

“维纳斯”是公司行为，不能简单说“不”，不能退回关门自守的时代。因为它对中国信息产业到底是良性的还是恶性的，关键看我们自己怎么做。其实，这首先是我们自己的事。AT&T 以 540 亿美元购并 TCI，又出价 580 亿美元要购并 MediaOne，是为了购买他们的用户。微软的 50 亿美元不是为了推销 250 万套 Windows CE，而是为了获得用户。中国有 3 亿多电视用户，7000 多万有线电视用户，远多于美国市场。这是一笔巨大的财富，是中国企业最大的筹码。可是微软分文未花，就长驱直入，反而几乎所有厂商都受制于微软，这种触目惊心的颠倒是多大的悲哀！微软研究院来了，数月内就收到一千多份国内博士的求职信。国家投资十多年的“863”计划的项目成员不少投奔而去，难道这不首先是自己的悲哀吗？

有人说：“企业追求的是自己的利润最大化，没有必要替产业着想。”但如果企业都只顾自己的利益，那永远走不出低级的商人意识，无法升级到真正的企业家的高度，最终也无法保障自己的利

益。以前为了争取微软操作系统的合理价格,计算机业内曾组织联盟,以便一同讨价还价。但有的公司却私下与微软接触,以趁机多获利益,并打击国内同行,结果被微软各个击破,导致联盟流产。难道这就是“企业追求的利润最大化”吗?难道这就是中国特色的企业精神吗?而结果,谁也没有捞到任何好处。如今面对微软 OEM 价格的层层加码,再没有一家公司能与微软讨价还价。

对微软来说,也是如此。坦率地说,微软的许多产品是不错的。我们希望微软能为中国未来发展做得更多、更好,并获得自己应有的收益。但是必须看到,IBM 推出“电子商务”概念,声势比“维纳斯”更大。Intel 推“Pentium III”,投入比微软更多。可是人们并没有大惊小怪,并没有感觉有什么可怕的企图,并没有联想到恶性的威胁。这种强烈的反差,难道不能让微软自己好好反省吗?微软还想以 PC 时代同样的对策来谋图在中国“后 PC 时代”的霸业,饱尝了 PC 时代沉重教训的中国信息产业能轻易答应吗?在新的形势下,难道微软一贯的角色意识不该好好改变吗?几年前,某中国微软员工口口声声“你们中国人”的语调,所引发的风波难道没有任何教益吗?

本书的目的

21 世纪全球的首要任务是防范霸权,尤其是防范知识霸权。21 世纪,发展中国家的首要任务是反对霸权,尤其是反对知识霸权。

我们迎来的是崭新的网络时代,因此反对知识霸权必须在开放环境下进行,不能闭门自守,不能陷于狭隘的民族主义,而应超越企业,超越国家,与全球化形成一体,作为全球人民共同的使命。不是为了单纯地排斥和抵制某个具体的公司(微软只是剖析的一个生动案例)。而且我们必须重估知识产权的话语权,必须对其中

不合理之处提出置疑。尤其是要重估由微软最早制定的软件业的游戏规则。我们必须建立完善的法律体系,抵制和约束恶性竞争力量的侵入。因为开放是必然的,我们不关门,不偏执,我们必须直面从未经历过的竞争强权。当然仅有规则是不够的。我们看到,尽管有联合国,有联合国宪章,有国际公约,有国际社会的广泛抗议,但是北约照样肆无忌惮地狂轰乱炸。

市场与战场一样,最根本的还是靠实力。没有实力就不可能有真正的保障。要防范知识霸权,更重要的是我们要在广泛的合作中,进一步发展自我知识产权,提高自我创新能力,就要有长远的规划和竞争意识,而不要轻易屈服在霸权之下,那样只会得到更糟糕的未来。

本书是无数人帮助的结果,他们或提供资料,或提供证据,或提供思路,或表示支持。他们中许多都是微软的用户,甚至是微软的主要用户。他们是本书的起因,也是得以完成的根本动力。许多朋友还因此为我承担了极大的压力。

“维纳斯”来了,带来的东西远远超越单纯的产品,甚至超越了简单的产业问题。关于知识霸权本身,我们还无力把它论述完善。本书的目的就是从个人观点出发,为知识霸权提供一点最初始的、难免偏颇的论据。希望人们对知识霸权有更好的认识,我们期待这种抛砖引玉能带来更多的声音、更多的讨论和争议,以有利于发展更深入、全面的对策。

谨希望中国信息产业能够摆脱垄断的重负!

谨希望中国人民可以走出知识霸权的阴影!

·方兴东

·王俊秀

引子

“维纳斯”光临

当盖茨目光穿过太平洋，投向东方时，他看到了什么：他看到一条红地毯把他引向荣誉的殿堂——他不知道，头戴贝雷帽的深圳保安，甚至不让记者的脚碰这条红地毯；他看到自己被引导进的房间叫“梧桐厅”——他不知道，在东方，有人在把他比成“金凤凰”；他看到中国一些“一跺脚就会引起地震”的重量级人物，像绿叶一样微笑着站在他身边——他不知道，满街的出租车司机都知道：盖茨来了。

1999年3月10日《香港经济时报》发表社论，第一句就说：“香港向来被视为高科技沙漠，但在过去两周，沙漠也长出青草来。”因为香港财政司司长宣布了一个重要决定，要把香港建成数字港。风头一时直逼新加坡智慧岛蓝图。有人算过一笔账：香港人口密集，多住高楼，通宽带网的每户成本，仅是美国同类连接费的40%。如此良辰美景，岂能错过。盖茨9日拍马赶到，闪电般宣布，与香港电讯合作，推出宽带网服务。于是港报第二天就出现“电讯+微软=宽频新世纪”的标题。

无独有偶，中国电信也在此时宣布互联网上网费用大幅下调，一时间用户排成长龙安装电话，争着抢着挤进信息时代。一个新的上网热潮就要在神州大地掀起。当有人问盖茨对深圳的印

象时，显然对深圳基础设施之好留下深刻印象，他甚至认为深圳的现代化程度，比美国许多地方还高。盖茨据此作出“三倍速”增长论，即：去年中国互联网用户翻了三番，今年还会翻三番。

正是由于看好中国互联网的发展前景，盖茨决定第七次来华，亲自推动微软在华事业。

1999年3月10日，微软公司“维纳斯计划”发布会在深圳五洲宾馆举行。硕大的四块演示墙，一台电视前摆着一对沙发，中间坐着世界首富，魔幻的 VENUS 字样在空中飞舞。

盖茨来了。面对中国记者漫山遍野的长镜头，比尔·盖茨对中国撂下一句响当当的话，要“以戏剧性的方式使互联网的使用大大增加”。

他说的是“维纳斯计划”，一个旨在推动中国人用电视机上网的计划。

盖茨发言了。他说，今天早上非常高兴，能在这里谈一谈微软与中国领先的合作伙伴们推出的一个新项目——“维纳斯”让越来越多的人使用计算机和互联网是我们的目标。我们相信互联网将成为有史以来最重要的商务和学习工具。在中国，什么样的产品才能推动计算机和互联网的应用？这一点我们进行了充分的调查。

现在，人们正在用互联网做各种各样的事情。他们用互联网获取信息、购物、制定旅行计划，以一种全新的方式进行交流。今天我们把这些使用互联网的活动称作“网络生活方式”。

正如电视、汽车和电话成为人们生活的必需品一样，我们几乎每天都离不开网络。互联网的神奇力量使许多在以前难以实现的事情成为可能。正如互联网在工作中倡导的“网络工作方式”，使它走入家庭，于是就有了“网络生活方式”。

他说全世界的互联网用户 1994 年只有 300 万，现在大约有 1.5 亿。互联网的通讯量每 100 天就要翻一番。所以，推动互联

网发展的已不仅仅是一小部分人，而是越来越多的人在使用中共同推动着它的发展。网络给人们带来的利益是难以估量的。相信中国近期将产生上千个在互联网上做业务的公司，而且，许多公司已经体验到了互联网给公司业务带来的好处。他说“维纳斯计划”是一个以 Windows CE 为核心的项目，今年下半年或明年，“维纳斯”的硬件产品将面市。现在，芯片厂商对此已经有了很大的投入，这将使“维纳斯”功能更强大，并降低产品的成本。

盖茨的发言简洁明了。在介绍“维纳斯”的同时，也没有忘记为自己的新书《未来时速》作一番广告。他似乎认为，只需要轻轻松松的六小时，“维纳斯”便可长驱直入。

在整个计划发布过程中，只有一个美联社记者的提问，使他不高兴。因为这个记者提到了微软与美国司法部的反垄断官司。盖茨在华期间的“无可奉告”回绝的记者竟是美国人。盖茨想要以戏剧性的方式使互联网增长，但想不到的是，这一次整个事情却发生了戏剧性变化。