

起来

9517/100

——挑战微软“霸权”

01
01
01
01

0101010101010101
0101010101010101
0101010101010101
0101010101010101

●方兴东 ●王俊秀 / 著



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:“盗版相当地于是零关税的倾销。”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,是信息和资本联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,令传统观念和法律难以有效地制约。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。

目 录

序言	初刻拍案惊奇：知识霸权的先声	(1)
引子	“维纳斯”光临	(1)

上部 警世通言：警惕知识霸权

第1章 “维纳斯计划”福兮祸兮

一、“维纳斯计划”福兮祸兮	(3)
盖茨给中国人送女神来了	(3)
“最惠国待遇”	(4)
牵着走，还是自己走？	(6)
两副截然不同的面孔	(6)
中国 IT 业精神垮了吗？	(8)
二、“维纳斯计划”的台前幕后	(9)
盖茨在美国市场全盘皆输	(9)
“让一个村庄的人养一个小孩”	(11)
从交互电视到互联网	(11)