

微软巨人紧密备战,开源界应有所警惕? PDF转换可能丢失图片或格式, 建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/139/2021_2022__E5_BE_AE_E8_BD_AF_E5_B7_A8_E4_c100_139506.htm 全世界都在静候微软的脚步声。而且, 排在微软日程表上的重磅产品发布并非一两个, 而是一系列。微软是在用如此密集的破局之举, 逼自己尽快完成其公司历史上最至关重要的一次转型。对微软而言, 其正在和将要经历的这三个月, 足以被视作自比尔盖茨和保罗艾伦 (Paul Allen) 创立微软公司以来, 最为紧张兴奋和忐忑不安的一段时光。先是微软首款便携式播放器Zune在11月14日的高调登场。微软继续重复着其屡试不爽的“技术实现”和“后发制人”路线, 终于正式向苹果以及其他掌端娱乐设备制造商们发起了野心勃勃的挑战。紧接着, 自11月底开始, 被全世界期待已久的微软下一代操作系统Vista以及下一代商业办公平台2007 Microsoft Office System的一系列版本也将会陆续亮相, 其中还将包括最新版的Windows Mobile平台以及Exchange Server 2007。虽然微软这两部最新面貌的“印钞机”最早要到2007年1月底才能和普通消费者见面, 但许多人已经为此等待了五年, 也不在乎再多等一个月。与此同时, 体系更为庞大、范畴更为广阔的Live战略也正在微软内部全面推行。除了广为人知的Windows Live、Office Live和Xbox Live之外, 微软已经计划在2007年第二季度, 率先面向北美市场发布其Dynamics CRM产品的Live版本, 这也将是微软紧随企业管理软件市场潮流的最新部署, 目标直指当红的Salesforce以及在今年早些时候已推出了各自的在线版CRM软件的Oracle和SAP。然而, 在即将到来的圣诞销售旺季里,

全球市场究竟会对微软这些纷至沓来的划时代产品做何反应？如此密集的重大产品发布，会不会引发消费者的集体疲劳或者再次引来有关垄断的质疑？就像乔布斯毫不留情的讥讽Zune已经错失了市场良机一样，其实微软自己对这些问题的答案也并没有绝对清晰的把握。伴随着这一批重磅产品发布日期的逐渐临近，微软上下早就被来自方方面面的无形压力重重包围。这家刚过而立之年的传奇公司由此愈发老成持重，甚至谨小慎微的处理着与业界各方的关系。一方面，盖茨的逐渐淡出，使得微软不得不经历一场以创始人情结为主题的转型，这一过程没有捷径可寻；另一方面，微软还要同时面向互联网做出战略重心的重新调整，Google和雅虎们近两年间的风光，已经让微软倍感失落。双重的转型压力当前，微软并没有给自己留下退路。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com