

微软中国力推正版打包增值服务攻大中企业 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/140/2021_2022__E5_BE_AE_E8_BD_AF_E4_B8_AD_E5_c100_140545.htm 在知识产权问题成为中美两国热点话题的4月，微软在中国发动了声势空前的市场攻势“微软正版增值计划”。昨日，微软正版软件事业部总经理康如松告诉《第一财经日报》，微软正版增值计划就在4月全面启动，中国大型企业是第一阶段的主攻目标。在4月开始的近三个月时间内，企业用户购买微软正版软件将免费获得最高价值18万元增值产品或服务。微软还为此次计划推出了整合市场策略。去年10月，微软委托第三方对中国大企业进行正版化调查。调查之后，微软对正版软件在中国企业级市场的空间了如指掌，微软的正版增值计划应运而生。事实上，微软只在中国设置了正版软件事业部，成立于去年年底。康如松于26年前来华，是一个中国通，目前执掌微软最具中国特色的部门，可直接向微软大中华区总裁陈永正汇报。微软总部为了配合中国正版部门的工作，甚至破例将广告制作权下放给该部门，让其根据中国具体情况灵活处理。“微软正版增值计划”就是正版软件事业部经过整合推出的规模最大的市场计划。去年，微软的重点是政府软件正版化，主攻中国政府软件采购；在不放松政府采购的同时，微软今年的重点则是大中型企业正版化。今年2月，国家推进企业软件正版化工作领导小组成立，《关于推进大型企业使用正版软件工作的实施方案》也即将出台。微软随之将目标锁定为拥有5000台pc以上的大中型企业。同时，在个人消费市场，微软也绝非放手不管，微软正加紧与联想等pc厂商结盟

，全面预装正版软件。政府、企业、pc厂商成为微软在中国推进正版化的三大主攻方向。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