

外国软件，何时按中国市场需求定价？PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/141/2021_2022__E5_A4_96_E5_9B_BD_E8_BD_AF_E4_c29_141452.htm 关于遏止软件盗版、保护知识产权的话题，已经是说者嘴皮起泡、听者耳朵长茧，但却依然需要去面对的问题。随着中国加入WTO、随着全社会保护知识产权意识的加强，软件盗版率在中国是呈直线下降的。但是比起其他发达国家，比起外国软件厂商对中国市场的收益期望值还是有很大的差距。尽管政府做了许多工作，整个产业环境也做了很多努力，但效果并不理想。买盗版，原因只有一个：外国软件价格太贵，难以承受！许多中国用户都希望昂贵的外国软件可以根据中国的市场需求来定价。事实上，几乎所有外国软件的定价，都是根据他们研发的投入、软件价值以及所在国的国民收入的比例来定的。而目前全球化的著名软件，大多数都来自发达的欧美国家，他们的软件在到中国以前已经是定好了价，根据这个价格全球统一销售。但这定价对于我们的许多用户来说贵得离谱，因此除了企业用户买单，大多数百姓还是不愿意买他们的账。因此出现了微软的软件在中国几乎是安插在所有PC上了，但收入和装机量仍不成比例。按照所在国的国民收入和需求来定价，这个呼声不仅来自中国的用户，就连这些外国软件公司在中国的经理人们也同样有这种呼吁，因为他们最了解中国市场的状况，他们承受着巨大的销售压力。如果能够按照地域市场来定价，对于用户和软件公司说应该是一个双赢的结局。但这一直是所有外国公司在中国不可跨越的鸿沟。最近有了一个破例的。Adobe公司在刚刚推出Adobe

CreativeSuite2中文版时，将根据中国市场的具体需求情况定价，这款全球同步推出的产品，首次在中国以1/5于全球英文版的价格进行销售，而根据数据调查公司的数据，美国与中国的国民收入之比是7：1，所以这个产品的价格与国民收入之比是接近的。Adobe成为第一个按中国与美国国民收入比例来定价在中国进行销售的外国软件公司。而Adobe公司中国区总经理皮卓丁先生，在他于7年前就任美国Adobe中国公司总经理之时就有这个愿望，7年之后才实现，可见破此坚冰并非易事。据悉，此消息刚刚发布就有了很多的预定订单，信息产业部、新闻出版总署的有关负责人也非常支持此举。而此前Adobe在中国曾经是遭遇盗版的重灾区之一。盗版曾令Adobe苦不堪言，其实苦不堪言的又何止Adobe一家呢？有了Adobe开此先河，谁将会成为第二个吃螃蟹的人？我们将把目光投向众多在中国的外国软件公司。全球化的商业软件需要按照地区市场的需求来定制，也只有这样，他们的软件才能在进一步满足区域客户需求，与本地厂商竞争中突显出优势。而区域市场的需求包含了很多方面：特殊的性能、特殊的界面、特殊的价格等，在前几个因素中，很多的外国软件公司都投入了巨大的努力，也取得了进展，比如在中国设立研发中心，更多更快更个性化地掌握中国用户的需求，因此，推出的新品中文版也基本全球同步了；比如在中国投资，树立与中国软件产业一起成长的良好形象，成为中国的软件产业中的一员等，以此推动他们在中国的战略。而其实最敏感也是最直接最有效地满足区域需求的方法，就是按地区市场需求定价，为什么至今没有其他公司去实施呢？原因之一，是他们担心会搞乱市场。这些中国市场销售的产品会回

流到其他市场。但如果用许可的方式进行销售而不是用软件包的产品形式就可以避免(Adobe为此就把他们的软件产品包的价格定价高于许可的软件价格，目的是鼓励大家用许可)。问题都有办法解决，关键是你是否动了要按区域需求定价的念头。面对这个双赢，什么时候比尔盖茨和其他的软件大佬们也能转过这个弯呢？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