

正版软件对企业的价值研究报告

报告撰写人：徐斌、曹开彬



2006 年 12 月

版权申明

本报告是北京时代计世资讯有限公司的调研与研究成果。本报告内所有数据、观点、结论的版权，均属北京时代计世资讯有限公司拥有。未经北京时代计世资讯有限公司的明确书面许可，任何人不得以全文或部分形式（包含纸制、电子等）引用、复制和传播。不可断章取义或增删、曲解本报告内容。

北京时代计世资讯有限公司对其独立研究或与其他机构共同合作的所有研究数据、研究技术方法、研究模型、研究结论、及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用。

本报告及衍生产品最终解释权归北京时代计世资讯有限公司所有。

感谢

本报告能够在短期内顺利地完 成，得到业内众多专家的鼎力帮助，在此计世资讯（CCW Research）向他们表示衷心的感谢！他们分别是中国软件行业协会理事长 陈冲，秘书长 胡崑山，中国软件联盟秘书长 邹忞，信息产业部电子知识产权中心主任 赵天武，商业软件联盟（BSA）亚洲区软件政策事务总监 吴少雄，中国区首席代表 张全胜，中国企业联合会信息工作委员会部长 杨志军，智囊传媒总裁付强，汉鼎咨询公司CEO 王涛，中国石化CIO 吴正宏，京东方CIO 董衍善，京汉房地产公司CIO 夏志胜，保定天鹅CIO 刘润明，用友软件集团副总裁 许建刚，Microsoft正版软件事业部总监 许弋亚，奥美集团中国区CIO 李杰，东软集团通用软件事业部总经理 彭成宝，IT经理世界总编辑 刘湘明，计算机世界副总编辑 孙定，IT168副总编 宋乐永（排名不分先后）。

目 录

主要结论.....	7
第一章 研究范围及研究方法.....	9
1.1 研究背景.....	9
1.2 研究进程.....	10
1.3 研究思路.....	10
1.4 调研方法.....	12
1.5 相关定义.....	12
第二章 软件客户价值研究模型.....	14
2.1 软件客户价值研究模型.....	15
2.2 软件应用生命周期模型.....	18
第三章 正版软件和盗版软件对企业的价值分析.....	20
3.1 正版软件和盗版软件总客户价值对比分析.....	20
3.1.1 产品价值比较分析.....	21
3.1.2 服务价值比较分析.....	30
3.1.3 人员价值比较分析.....	38
3.1.4 形象价值比较分析.....	40
3.1.5 安全价值比较分析.....	42
3.1.6 总客户价值综合分析.....	45
3.2 正版软件和盗版软件总客户成本对比分析.....	48
3.2.1 总客户成本模型分析.....	48
3.2.2 总拥有成本（TCO）模型分析.....	50
第四章 相关建议.....	52
4.1 企业用户应该全面认识正版软件的价值.....	52
4.2 企业应该加强软件资产管理.....	52

4.3 软件厂商应该大力宣扬正版软件的价值，同时，也应提高自身的服务	53
附录一 正版软件与保护知识产权、企业创新的关系	54
企业创新与知识产权保护的关系	54
树立保护自身知识产权意识，支持正版软件发展	55
正版软件对发展我国软件产业的重要意义	56
附录二 软件资产管理	58
软件资产管理的定义	58
软件资产管理对企业的价值	58
在企业中建立软件资产管理	60

图 表 目 录

图表 1	软件客户价值模型.....	15
图表 2	软件应用生命周期模型.....	19
图表 3	用户在软件购买阶段对产品价值的需求状况	21
图表 4	正版软件和盗版软件产品价值在软件购买阶段比较分析	23
图表 5	用户在软件安装阶段对产品价值的需求状况	23
图表 6	正版软件和盗版软件产品价值在软件部署阶段比较分析	25
图表 7	用户在软件应用维护阶段对产品价值的需求状况	25
图表 8	正版软件和盗版软件产品价值在软件应用维护阶段比较分析	27
图表 9	用户在软件变更、升级和卸载阶段对产品价值的需求状况	27
图表 10	正版软件和盗版软件产品价值在软件变更、升级和卸载阶段比较分析	29
图表 11	用户在软件购买阶段对服务价值的需求状况	30
图表 12	正版软件和盗版软件服务价值在软件购买阶段比较分析	31
图表 13	用户在软件安装阶段对服务价值的需求状况	32
图表 14	正版软件和盗版软件服务价值在软件部署阶段比较分析	33
图表 15	用户在软件应用维护阶段对服务价值的需求状况	34
图表 16	正版软件和盗版软件服务价值在软件应用维护阶段比较分析	35
图表 17	用户在软件变更、升级和卸载阶段对服务价值的需求状况	36
图表 18	正版软件和盗版软件服务价值在软件变更、升级和卸载阶段比较分析	37
图表 19	用户认为软件产品相关人员给其带来的价值	38
图表 20	正版软件和盗版软件在人员价值方面比较分析	39
图表 21	用户认为软件产品的形象价值对其带来的影响	40
图表 22	正版软件和盗版软件在形象价值方面比较分析	41
图表 23	用户认为软件产品的安全价值对其带来的影响	42
图表 24	正版软件和盗版软件在安全价值方面比较分析	44
图表 25	总客户价值中各类价值对用户的重要性排序	46
图表 26	正版软件和盗版软件对总客户价值的支持情况	46
图表 27	正版软件与盗版软件总客户成本对比分析	48
图表 28	正版软件与盗版软件 TCO 成本对比分析	51

主要结论

- 计世资讯（CCW Research）研究结果表明，采用软件客户价值研究模型才能够全面反映出正版软件对企业的价值。软件客户价值模型分两大部分：总客户价值、总客户成本，其中总客户价值包括产品价值、服务价值、人员价值、形象价值和安全感；总客户成本包括货币成本、时间成本、精神成本和体力成本。另外在分析总客户成本时，还采用了总拥有成本（TCO）模型进行分析。在以上分析模型的基础上还结合软件应用生命周期进行交叉分析。
- 用户购买软件产品时，是否只是关心软件的功能和价格呢？为此，计世资讯（CCW Research）对国内310家企业进行了深入调研，结果表明，有64%的用户看重软件产品的稳定性；有38.8%的用户希望软件厂商能够提供上门或远程服务；有28.5%的用户关心是否有相关的培训服务；有42.7%的用户希望厂商能够及时响应；有38.9%的用户比较关心软件厂商的知名度；有56.2%的用户认为软件的安全性非常重要；有38.4%的用户会考虑采购风险。
- 正版软件在产品价值方面能为用户提供较全面得软件产品的功能，满足用户的特定需求，产品安装盘质量比较好；便于安装和配置；软件的兼容性比较好；提供数据交换接口；软件比较稳定；便于升级等。
- 正版软件在服务价值方面能为用户提供相关知识培训；软件二次开发及定制服务；提供上门或远程服务；解决软硬件不兼容问题；及时获得更新软件补丁程序等。
- 正版软件在人员价值方面能为用户提供如下价值：对用户的问题做出及时响应；提供专业服务人员；便于沟通。
- 在形象价值方面：正版软件厂商的知名度、声誉和社会形象；软件产品的品牌及厂商的规模都会对用户带来价值。
- 正版软件在安全价值方面还能降低IT系统崩溃、宕机、病毒和黑客入侵，以及降低数据丢失和损害的可能性；

避免企业里负责采购软件的负责人及相关决策人员承担使用不合法软件的责任；避免企业用户因使用不合法的软件遭受法律方面制裁的风险。

- 从成本方面来看，用户在购买软件阶段，除正版软件的成本高于盗版软件外，在部署、维护、更新等阶段所花的费用及时间、精力、体力方面的成本均低于盗版软件。
- 正版软件在货币成本、时间成本、精神成本、体力成本各个方面都全面超过盗版软件给用户带来的价值。
- 调研结果发现，用户所关心的软件价值中从高到低，分别是产品价值、人员价值、服务价值、形象价值和安全价值。
- 从整体拥有成本（TCO）来看，用户支出的费用除了购买软件本身需要支付成本外，还包括由于采用该软件而需要相应的软硬件支持成本、售后与维护成本、相应的IT人员成本以及由此可能带来的风险成本等。在这些成本中，除了开始购买软件时，正版软件所支付的成本高于盗版软件外，其他很大一部分成本，正版软件均低于盗版软件，所以总体上正版软件的TCO要小于盗版软件。
- 企业应该加强软件资产管理，充分发挥正版软件的价值。
- 对于软件厂商来说，应该大力宣扬正版软件的价值，同时，也应提高自身的服务。

第一章 研究范围及研究方法

1.1 研究背景

二十一世纪是一个知识经济高速发展的时代，知识产权成为各国战略发展的焦点，其中对软件知识产权的保护，各个国家都在不断加强，当前我国正制定国家知识产权发展战略，软件知识产权是其中的重要组成部分，并且政府正在全国范围内，大力推广正版化工作。但是，对于很多企业用户而言，他们在选择产品时，往往更多的考虑其投入产出比，而正版软件究竟能给自身带来哪些价值，却并不是十分清楚。因此，基于这个想法，计世资讯（CCW Research）研究机构对此展开了全面的调查研究，深入分析正版软件给企业带来的价值，希望这次研究能达到两个目标，一方面让企业更全面地认识正版软件给他们带来的价值，另一方面，通过分析用户的真正需求，也给那些研发和销售正版软件的企业一些启迪和参考。

1.2 研究进程

本次研究报告是从 2006 年 9 月下旬开始，到 2006 年 12 月中旬截至，共历时近三个月。共包括以下四个阶段：立项、软件客户价值模型研究、资料搜集与调研、报告撰写。

表格 1 研究进程一览表

时间	阶段	主要内容
2006.09.20-2006.09.22	立项	前期通过可行性分析，报告正式立项，并初步确认报告内容。
2006.09.22-2006.10.31	软件客户价值模型研究	计世资讯根据在该领域的长期研究，并和其他业内专家学者等共同对模型进行深入的研究。
2006.10.20-2006.11.15	资料搜集与调研	通过查阅大量桌面资料、进行深访、调研问卷、研讨会等多种方式收集资料。
2006.11.10-2006.12.10	报告撰写	进行初稿的撰写工作，并通过研讨会等方式，从各方面征求专家的意见，对报告内容进行反复修改，最后提交终稿。

资料来源：CCW Research 2006/11

1.3 研究思路

在本次研究中，计世资讯（CCW Research）的研究人员在分析正版软件和盗版软件对企业的价值时，通过建立软件客户价值模型和软件应用生命周期模型，从总客户价值和总客户成本两个方面来进行分析。

首先，对用户 in 软件应用生命周期的不同阶段其所关心的各类细分价值和各类细分成本进行问卷调研分析，并对每项问卷结果按照用户的重视程度不同进行排序，其次分别对照分析在各细分的价值和成本中，正版软件和盗版软件在软件的购买、部署、应用、维护、变更、升级和卸载等不同阶段对以上用户所关心的价值进行比较分析，并赋予一定的分值，最后按照产品价值、服务价值、人员价值和形象价值、安全价值对打分进行汇总，再由用户对以上五种分类价值进行排序，并得出各自的权重，结合以上在这五类中，正版软

件和盗版软件的分值，最后得出正版软件和盗版软件的总客户价值。

在分析总客户成本时，也采用以上方法，分别对正版软件和盗版软件在货币成本、时间成本、精神成本和体力成本方面进行评分，从而最终得出正版软件和盗版软件在总客户成本方面的得分。另外还运用计世资讯经典的 TCO（整体拥有成本）模型，即用户除了购买所使用的软件的成本外还包括由于使用该软件而需要支付相应的软硬件成本、售后与维护成本、相应的 IT 人员成本以及由此可能带来的风险成本等。全面分析和对比用户在选择正版软件和盗版软件所需要支付的费用。

表格 2 软件客户价值分析模型

			软件应用生命周期模型			
			购买	部署	应用/维护	变更/升级/卸载
软件客户价值模型	总客户价值	产品价值				
		服务价值				
		人员价值				
		形象价值				
		安全价值				
	总客户成本	货币成本				
		时间成本				
		精神成本				
		体力成本				

资料来源：CCW Research 2006/11

1.4 调研方法

在本次研究中，计世资讯（CCW Research）的研究人员在统一的调查问卷和调查框架指引下，通过实地访问和电话访谈的方式，对企业用户的 CIO、相关高层经理，及企业内的计算机使用者进行访谈。完成用户访问后，研究人员随即利用计世资讯（CCW Research）的 TCO 测算工具软件，将相关访问数据进行整理测算，对不详尽和不明确的信息进行补充调查。

计世资讯（CCW Research）本研究的总样本数量达到了 310 家。从 2006 年 10 月初到 2006 年 11 月底，计世资讯（CCW Research）的研究人员，实地访问了华北、华南、华东、华中区域的 20 多家企业和机构，访问对象包括金融、电信、制造、能源、流通、服务等多个行业，另外，通过电话访问了 290 家企业和机构。本研究的样本是根据不同的企业性质和规模，随机选取自计世资讯（CCW Research）的企业用户数据库。同时，计世资讯（CCW Research）还和业内 14 位相关专家进行多次的交流与沟通，如中国软件行业协会秘书长 胡崑山，中国软件联盟秘书长 邹汴，信息产业部电子知识产权中心主任 赵天武等等。

1.5 相关定义

正版软件

本报告所引用的正版软件，是一个泛称，指经过合法授权可供用户使用的软件。它具备一个正版软件所应具备的所有功能，这些功能是计世资讯（CCW Research）对不同类型的正版软件经过仔细研究总结出来。当然也不排除个别企业的软件产品，在某些方面所提供的功能不在所给出的一般功能

的范围内，而有些产品的某些功能又超出给出的一般功能的范围，软件厂商据此可以判断自身产品的优势和劣势，从而进行进一步完善。

盗版软件

本报告所说的盗版软件是沿用一个大比较通俗的叫法，是指未经授权或超出授权范围，在企业内部计算机系统中使用的软件。通常有四种形式：街头贩卖的盗版光盘、网上下载的而未经合法授权的软件、硬盘预装的未经合法授权的盗版软件、最终用户超许可范围使用的软件。

第二章 软件客户价值研究模型

随着社会的不断发展，商品生产能力极大提高，从而使如今的消费者面临着纷繁复杂的商品和品牌选择，这就使客户有较大的选择余地，软件产品也是如此。显然，从经济学的观点看，消费者既然是社会经济的参与者和商品价值的实现者，他必然按“有限理性者”行事，亦即客户是按所提供的最大价值进行估价的，因而，假设的前提是买方将从企业购买他们认为获得的价值减去所付出的成本，收益最大的商品或服务。

最早提出这个理论的是美国著名的营销大师菲利普·科特勒(P·Kotler)，他早在 1994 年就提出了顾客让渡价值理论。而所谓顾客让渡价值(customer delivered value)是指总体顾客价值(total customer value)与总体顾客成本(total customer cost)之间的差额部分。总体顾客价值是指顾客从给定产品和期望得到的全部利益，这包括产品价值、服务价值、人员价值和形象价值。总体顾客成本则是顾客在购买商品和服务过程中所耗费的货币、时间、体力和精神成本。

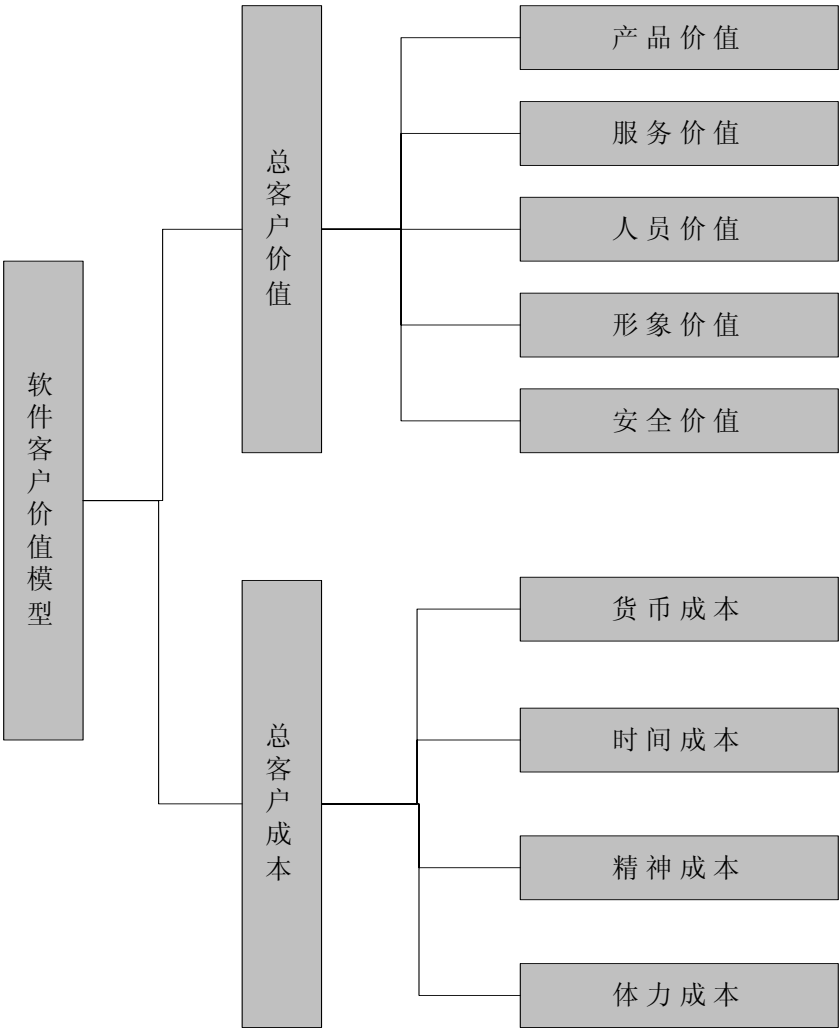
顾客让渡价值概念的提出，为我们在研究产品给用户带来的价值方面提供了一种全面的分析思路。首先，它提供了一个框架，可以全面和细致的展示其给用户带来的价值，其次，它所分析的价值不仅包含了物质的因素，还包含了非物质的因素；不仅包括显性的价值，而且还包括隐性的价值。另外，这个模型还有个好处是，它不仅仅分析产品给用户的价值，而且还分析用户在选择和使用这个产品时所要付出的全部的成本。

显然这个模型适用于所有的产品，对于本次报告研究的软件价值也同样适用，因此，本报告分析模型将主要借鉴以上模型作为参考，并结合其他模型进行交叉研究。

2.1 软件客户价值研究模型

通过计世资讯（CCW Research）研究机构的长期研究和深入调研，广泛征集知识产权和软件领域各方面的专家学者、相关政府官员、行业协会的负责人、软件厂商和各行业大量的企业用户的意见，并针对软件的特殊性对科特勒的顾客价值模型做了一些调整，在二级指标里增加了安全价值，使其更加适用于评估软件对企业价值，最终提出了软件客户价值模型（SVC Software Value for Customer）。具体模型如下：

图表 1 软件客户价值模型



资料来源：CCW Research 2006/11

软件客户价值模型由两个部分组成，分别是总体客户价值和总体客户成本，其中，总体客户价值包括产品价值、服务价值、人员价值、形象价值和安全价值；总体客户成本则包括货币价值、时间价值、精神价值和体力价值。具体指标含义解释如下：

I 类指标：总体客户价值

总体客户价值是指用户从给定的软件产品和相关的服务中获得的全部利益

产品价值

产品价值是由产品的质量、功能、规格、式样等因素所产生的价值。如：产品本身的功能、产品的安装盘、产品说明书、产品外包装、软件本身的开发技术和所支持的软硬件种类等。

服务价值

服务价值是指企业向客户提供满意服务所产生的价值。如：厂商提供送货、安装；有关产品安装、使用、维护方面的相关培训；提供电话/网络/上门等技术支持服务；产品定制及二次开发等。

人员价值

人员价值是指企业员工的经营思想、知识水平、业务能力、工作效率与质量、经营作风以及应变能力等所产生的价值。具体体现在如：市场、销售、技术支持及相关服务人员的专业水平、工作的态度等。

形象价值

形象价值是指企业及其产品在社会公众中形成的总体

形象所产生的价值。如：产品的品牌、软件厂商的规模和形象给用户带来的附加价值，用户由于采用该产品，对自身品牌的知名度和美誉度方面带来的价值。

安全价值

安全价值是指用户由于选择该产品，而从中获得的规避相关风险的价值，具体包括法律风险、信息安全风险和责任风险。法律风险是指用户因为使用不合法的产品而遭受法律方面制裁的风险；信息安全风险是指由于选择不同的产品其遭遇 IT 系统崩溃、宕机、病毒和黑客入侵，以及降低数据丢失和损害可能性的风险；责任风险是指对于企业里负责采购相关系统的负责人及相关决策人员，由于选择了不同的产品，出现问题后而要承担的责任。

II 类指标：总体客户成本

总体客户成本是指用户在获得产品的同时，所要支付相应的成本。具体包括：货币成本、时间成本、精神成本、体力成本。

货币成本

是指用户在获得产品及相关服务方面，需要支付的货币成本。

时间成本

是指用户在选择产品时，在时间方面需要花费的成本。

精神成本

是指用户在选择产品时，由于要考虑各方面的成本和利益，所以需要客户在精神方面所支付的成本。

体力成本

是指用户在选择产品时，需要支付的体力方面的成本。

2.2 软件应用生命周期模型

另外这里还要用到一个模型是软件应用生命周期模型，它是指用户在使用软件在整个应用生命周期中所经历的几个阶段。包括：购买、部署、应用/维护、变更/升级/卸载。具体各阶段所包含内容解释如下：

购买

这个阶段是指用户在购买软件之前，对不同的软件进行比较和甄选的过程，以及在选定软件后进行购买的过程。

部署

这个阶段是指用户在购买软件之后，如何将软件安装，并使其就绪的过程，具体安装可能是自行安装或由软件厂商提供上门或远程安装服务。

应用/维护

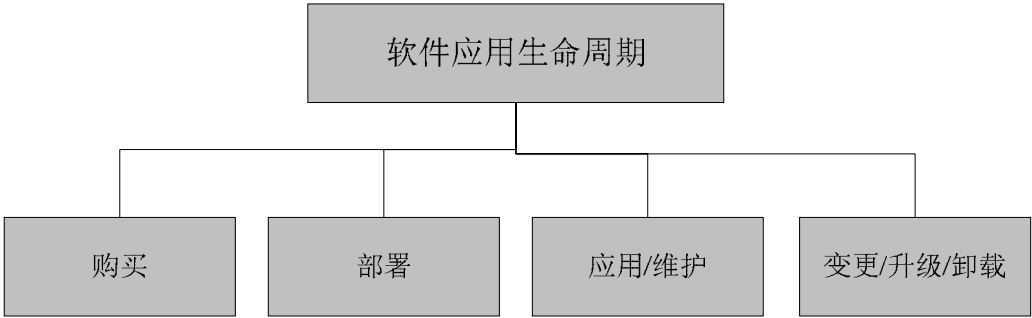
这个阶段是指用户在安装好软件后，整个使用软件的过程，在这期间，需要定时对软件进行维护，或者使用过程中出现问题，解决问题的一系列过程。

变更/升级/卸载

这个阶段是指由于一些原因，用户需要将软件从一个地方移动到另一个地方使用，或由一种平台移植到另外一种平台上进行工作的过程；软件在使用中，由于软件发现 BUG，需要打补丁，或者有新的功能，进行升级的过程；最终用户停止使用该软件，并对软件进行卸载和删除。

如下图所示：

图表 2 软件应用生命周期模型



资料来源：CCW Research 2006/11

本报告中，对于正版软件和盗版软件给企业带来的价值，将采用软件客户价值模型和软件应用生命周期模型进行交叉分析，从而更加全面和细致的解析软件客户价值模型，分别在软件应用生命周期的不同阶段所体现出的具体的价值和成本。

第三章 正版软件和盗版软件对企业的价值分析

对一般的企业用户而言，它们所关心的成本和价值不仅仅是软件产品本身，还包括相关配套的软硬件环境，相关维护和售后方面的费用，配备相关人员的费用及其他由此而直接产生的一切费用。

本章将按照所提出的软件客户价值模型，通过对用户的实际需求进行广泛调查和研究，分别对正版软件和盗版软件进行详细的分析，对比它们给企业带来的价值，从而有助于广大的企业用户充分认识这两类软件的价值，便于企业用户今后的选择及充分发挥其所拥有软件产品的价值。另外对于软件厂商而言，本报告也会让他们正确认识用户的需求，从而更好的改善自己的产品及服务，进一步赢得客户的信赖起到非常重要的指导作用。

3.1 正版软件和盗版软件总客户价值对比分析

计世资讯（CCW Research）通过使用软件客户价值模型及软件使用生命周期模型进行综合交叉分析，分别从产品价值、服务价值方面阐述正版软件和盗版软件在购买、分发/部署、应用/维护、变更/升级/卸载等各软件使用生命周期阶段所表现出来的价值，另外还对人员价值、形象价值和安全价值进行深入分析，最终全面细致的比较正版软件和盗版软件对企业用户所产生的价值。

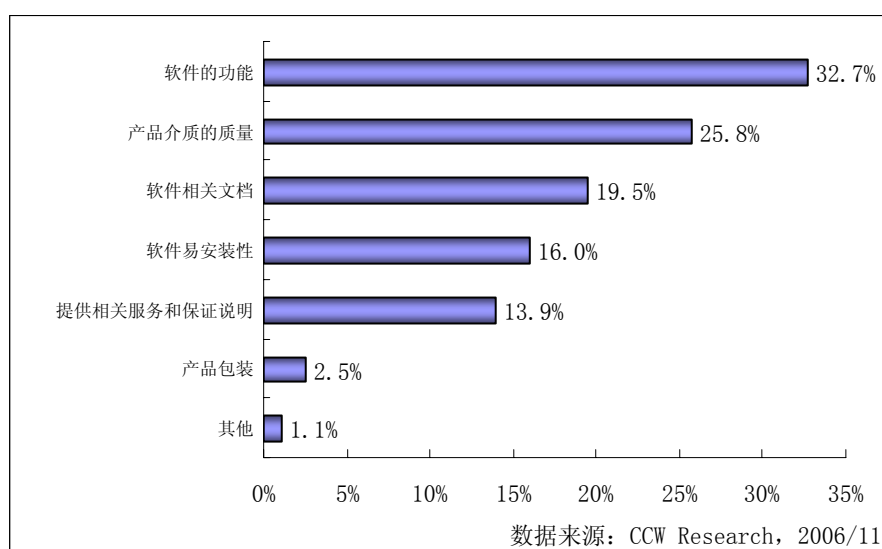
在以下对盗版软件价值的分析中，其盗版软件的现象主要集中在以下两类盗版软件，它们分别是街头贩卖的盗版光盘和网上下载的而未经合法授权的软件，而用户超许可范围所使用的软件这种盗版形式也会导致其无法得到厂商的支持，需要承担相应的法律风险等。

3.1.1 产品价值比较分析

购买阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件购买阶段对产品价值的需求状况如下图所示：

图表 3 用户在软件购买阶段对产品价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段对产品价值最关心的前三项，分别是软件产品的功能是否比较全面、是否能满足用户的特定需求；产品安装盘的质量；软件产品是否能为用户提供详细的功能和配置、适用环境、产品规格说明书、用户指南及常见问题的处理等。而这三方面恰恰是只有正版软件才能很好的给用户带来价值，盗版软件仅能满足部分需求。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的产品价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在选择和购买软件产品这个阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来产品价值。

1、正版软件产品中，一般都会提供产品规格说明书，里面详细的描述软件的具体功能，安装所需要的最低硬件环境，具体安装的步骤，详细的产品清单，用户指南及常见问题的解决办法等。这样就基本保证用户在安装和使用软件时，一些常见问题将能很容易得到解决。

2、正版软件产品中，一般都会提供软件产品相关的服务承诺和保证说明。如绝大部分厂商会提供热线电话、网站及上门服务，并且会注明哪些服务是收费，哪些服务是免费的，其次还会对产品的品质有一定的保证说明，帮助用户给予更换损坏的软件安装盘，提供产品升级及变更方面的保证等。这些都会增加用户对其产品的信心，放心的使用。

3、正版软件产品通常具有非常精美的外包装，将无形产品有形化，帮助用户增强其信心，给用户一种视觉上的享受，满足用户的传统购买心理需求。

4、正版软件产品的安装介质一般都比较可靠，产品可反复多次安装使用，安装盘上的数据也比较容易读取，并且一般正版软件所提供的安装程序，操作起来都很方便，基本上大部分用户根据产品说明书就可以自行安装。现在还有一种发展趋势是厂商通过网络来向用户提供软件，总体来看，这种方式往往软件厂商会提供高速的下载方式。

而对于盗版软件而言，它们往往价格便宜得惊人，其他方面也是能省则省，常见的盗版软件仅提供一张或几张光盘或磁盘，大多没有产品规格说明书，个别有说明书的也是粗制滥造，印刷效果很差，其中还充斥着很多的错误；没有产品合格证和其他维修单，即使有些提供这些资料，但并不能提供真正的服务；产品没有包装或包装粗糙，软件安装介质也普遍很差，或者数据读到一半发生读写错误，或者仅仅当时能够使用，一段时间后就不能再使用了。当然，现在还

有很大一部分盗版软件是通过网络提供，用户下载这些程序后，会发现很多程序有数据链报错，没有完全解密等现象，另外可以安装的一些盗版软件，其在安装的时候由于需要另外提供一些程序破解密码，往往分为几个部分进行安装，安装步骤较为繁琐，很容易发生死机的情况，导致整个操作系统崩溃的机率大大增加。

图表 4 正版软件和盗版软件产品价值在软件购买阶段比较分析

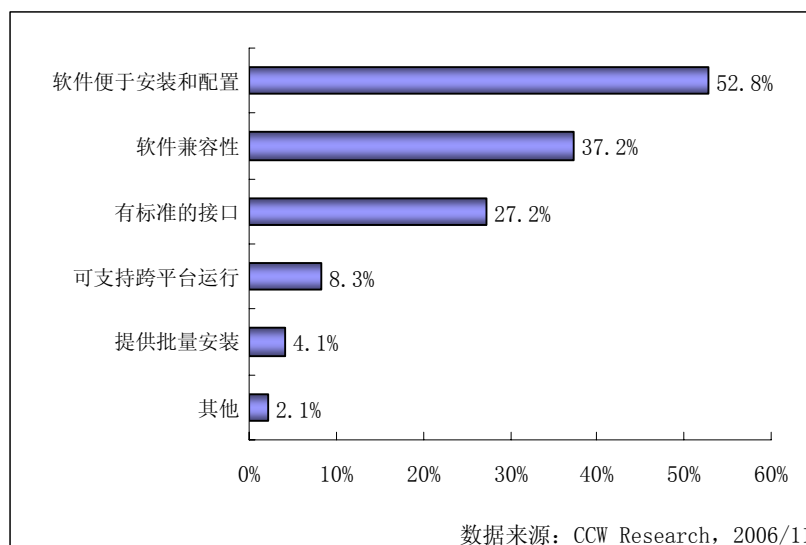
	正版软件	盗版软件
提供详细的功能和配置、适用环境、产品规格说明书，用户指南及常见问题的处理等	★★★★	★
软件的功能比较全面，可满足用户的特定需求	★★★★	★
精美的包装，给用户一种视觉上的享受	★★★★	★
产品介质的质量，如：安装光盘可容易安装，可多次使用，并容易读出	★★★★	★
软件方便安装，用户只需要很少的操作	★★★★	★
提供相关服务和保证说明	★★★★	☆

★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有

分发/部署阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件分发和部署阶段对产品价值的需求状况如下图所示：

图表 5 用户在软件安装阶段对产品价值的需求状况



可以看出，在本阶段企业用户最关心的产品价值前三项，分别是软件是否便于安装和配置；软件的兼容性是否好；软件是否提供标准接口，方便和其他软件共享数据等。由于盗版软件通常功能不够全面，安装也比较复杂，一些接口缺少厂商的支持而无法使用，因此，在这些方面正版软件也比盗版软件有明显的优势。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的产品价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在软件产品分发和部署阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来产品价值。

1、正版软件往往会通过客服电话、网站、售前服务人员为特定的潜在用户提供前期的相关咨询服务，包括产品演示和功能说明等。甚至有些会给用户提供一些前期相关知识的培训，以便于用户选择更适合自己的产品。

2、正版软件厂商会为用户提供一定期限的软件试用版产品，用户可以先试用，感觉不错以后再决定购买。

3、正版软件厂商还会为一些用户的特定需求提供一些定制的产品和服务，甚至会为某些用户提供一些二次开发的服务。

4、一些正版软件厂商会为大批量安装软件的客户，提供统一分发和部署的程序，帮助企业减少 IT 服务人员，加快部署的进程，达到快速响应的目的。

而对于一般盗版软件而言，这方面的服务完全没有，而且盗版软件种类很少，版本也相对要旧一些，不一定能够适合企业自身的情况，会增加一些其他方面的支出。用户在安

装的过程中，由于缺乏相应的指导，只能依靠自己不断地进行尝试，另外是不是将软件调试到最佳状态，和自身的硬件环境是否有不兼容的状况并不清楚。一旦出现意外的情况，用户自己也束手无策，往往还需要花高价去找软件厂商来解决问题。

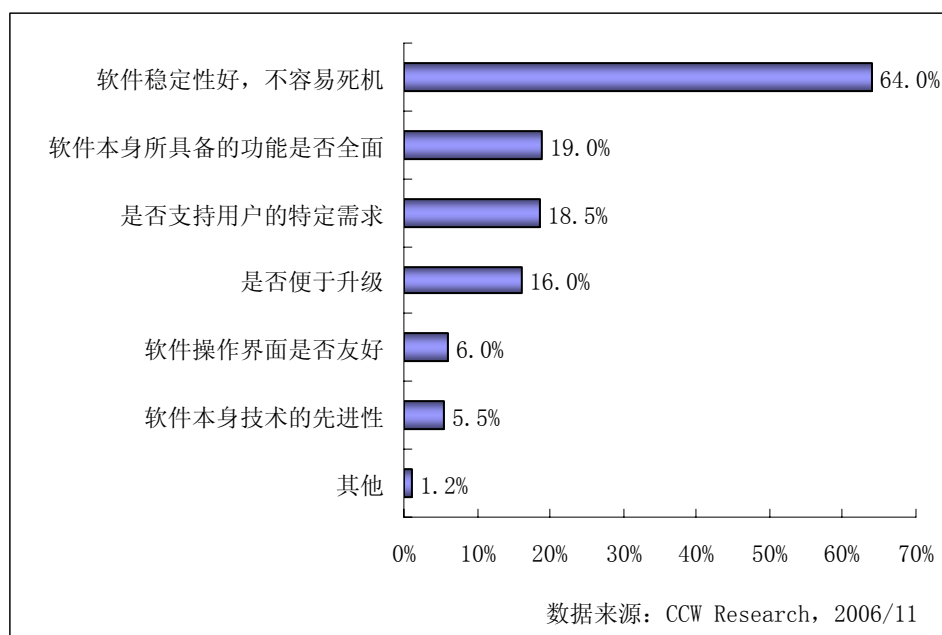
图表 6 正版软件和盗版软件产品价值在软件部署阶段比较分析

	正版软件	盗版软件
软件便于安装和配置	★★★★	★
软件对环境要求不高，支持市面上绝大多数常见的硬件设备	★★★★	★
提供批量安装	★★	☆
有标准的接口可以和其他软件共享数据	★★	★
可支持跨平台运行	★★	★
★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

应用/维护阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件应用和维护阶段对产品价值的需求状况如下图所示：

图表 7 用户在软件应用维护阶段对产品价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段最关心的产品价值是软件的稳定性，支持率占到调研对象的 64%，其次是软件所具备的功能、对用户个性需求的支持和是否便于升级，显而易见盗版软件运行的稳定性和正版软件无法比拟，其他方面也存在差距。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的产品价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在软件产品应用和维护这个阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来产品价值。

- 1、作为软件最核心的价值就是要通过软件提供的功能来满足用户的某些需求，在这方面正版软件都能很好的满足用户在功能方面的需求。
- 2、正版软件产品在上市前往往要经过多次的检验和试用，因此软件在稳定性和安全性及易操作性方面都是可以让用户比较放心的，另外即使出现问题，作为正版软件厂商也要承担一定的责任，他们会积极帮助用户解决问题。
- 3、另外作为一般常见的软件产品，本身的版本也在不断升级，用户可通过网上在线或使用升级软件进行升级，保证自己所使用的产品处于业内主流水平。

而对于一般盗版软件而言，产品解密的程度参差不齐，软件的功能总会有这样或那样的限制，一般情况下只能有部分功能可以使用，一些盗版软件会有使用次数的限制。而且对于盗版软件来说，稳定性比较差，经常会有死机的现象发生，甚至有时会损坏整个软件系统。而有些盗版软件会有很大的安全隐患，在安装的过程中有可能带入一些骇客软件，

窃取公司的重要数据或破坏整个 IT 系统的正常运转。另外盗版软件是得不到升级服务支持的，而且一般市面上存在的盗版软件都会比主流的软件落后一些。这样就有可能影响企业的长期有序的经营。

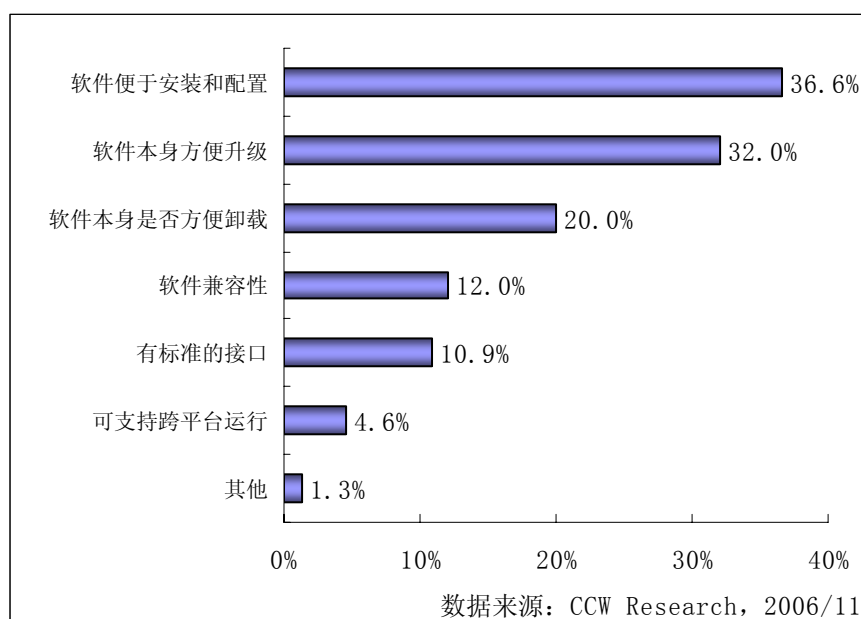
图表 8 正版软件和盗版软件产品价值在软件应用维护阶段比较分析

	正版软件	盗版软件
软件本身所具备的功能是否全面	★★★	★
是否支持用户的特定需求	★★★	★
软件操作界面是否友好	★★★	★★
软件本身技术的先进性	★★	★
软件稳定性好，不容易死机	★★★	★
是否便于升级	★★★	☆
★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

变更/升级/卸载阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件变更、升级和卸载阶段对产品价值的需求状况如下图所示：

图表 9 用户在软件变更、升级和卸载阶段对产品价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段所关心的产品价值问题，最突出的前二项分别是软件是否便于安装和配置；软件本身是否方便升级。盗版软件一般安装和配置起来要比正版软件麻烦许多，另外它最大的一个问题是不能升级，因此在这些方面正版软件也比盗版软件有明显的优势。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的产品价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在变更、升级或卸载这些阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来产品价值。

正版软件厂商在一款新产品上市前，要经过大量的测试，其基本支持市面上绝大多数常见的硬件设备，另外软件对环境要求不高，

正版软件本身一般有内置在线升级的功能，可以方便用户及时进行升级。另外软件厂商会考虑用户的一些实际需求，提供一些标准的接口或数据格式，可以和其他软件共享数据。一些正版软件厂商还会根据用户使用平台的不同，提供不同平台下的版本或软件可支持跨平台使用。正版软件在用户使用便利性方面也做了很多的优化，如方便用户进行卸载等。

而对于盗版软件而言，一般仅有一种常见平台下的软件破解版，用户如有在不同平台或不同机型进行变更使用的需求，往往不能实现，给用户带来极大的不便，如果用户一定要进行变更，只能再去购买一套这样的正版软件才能实现。对于盗版软件而言，虽然软件本身也有自动升级的功能，但是由于厂商的不支持，不能真正的进行升级，特别有些升级是会针对某种新出现的病毒，对软件打补丁，在这种情况下，

由于用户的软件没有及时得到升级，会导致整个系统发生瘫痪等严重事故，而有些升级则是一些重要功能的改进等，他们会对用户的工作效率有很大改变，如果用户不能升级，将会失去和同业竞争者的竞争优势。

图表 10 正版软件和盗版软件产品价值在软件变更、升级和卸载阶段比较分析

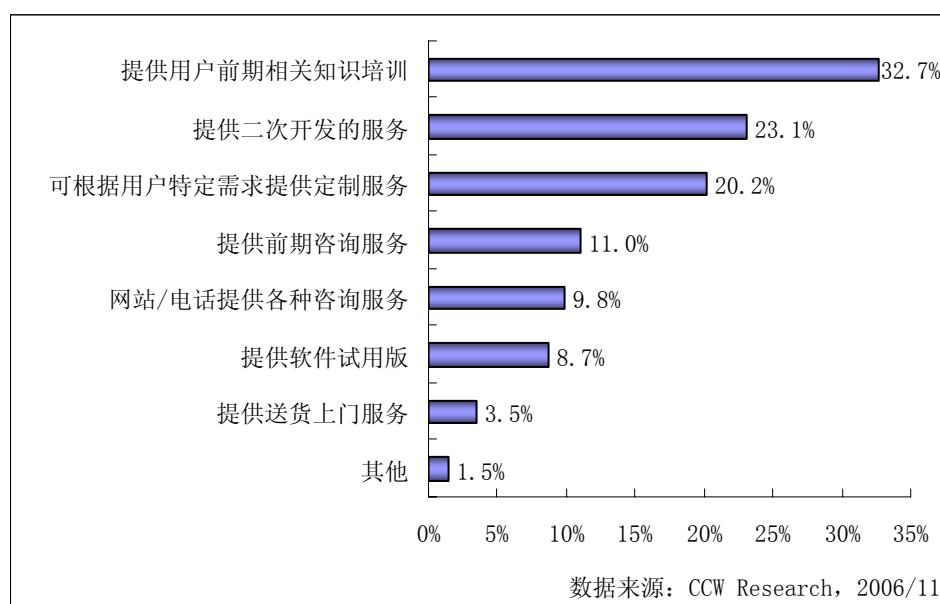
	正版软件	盗版软件
软件便于安装和配置	★★★★	★
软件对环境要求不高，支持市面上绝大多数常见的硬件设备	★★★★	★
软件本身方便升级	★★★★	☆
有标准的接口可以和其他软件共享数据	★★	★
可支持跨平台运行	★★	★
软件本身是否方便卸载，能否卸载干净	★★★★	★
★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

3.1.2 服务价值比较分析

购买阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件购买阶段，对服务价值的需求状况如下图所示：

图表 11 用户在软件购买阶段对服务价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段所关心的服务价值问题，最突出的前三项分别是软件厂商是否为用户提供前期相关知识培训；软件厂商是否能提供二次开发的服务；是否能为用户提供定制服务。这三方面也只有正版软件厂商才能提供这些服务，盗版软件厂商是完全没有的，可见用户必须选择正版软件。

下面对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的服务价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在选择和购买软件产品这个阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来服务价值。

对于大多数正版软件厂商来说，他们都有售前人员会为其潜在的用户提供前期咨询服务，根据用户的实际状况和需求来帮助他们选择最合适的软件产品。甚至会为一些用户提供前期相关知识的培训，正版软件厂商还会通过电话和网站给用户提供相关咨询服务。另外，可以根据用户的需要提供送货上门的服务。为用户的特定的需求提供定制的软件产品和服务，帮助企业用户进行系统移植、变更、数据备份和原有系统进行集成服务等，最大程度保护用户的利益。

而对于选择使用盗版软件的企业用户而言，用户仅仅能从网上搜索到一些常见的公开信息，而更多关于自身需求的个性问题，则得不到相关的服务支持。

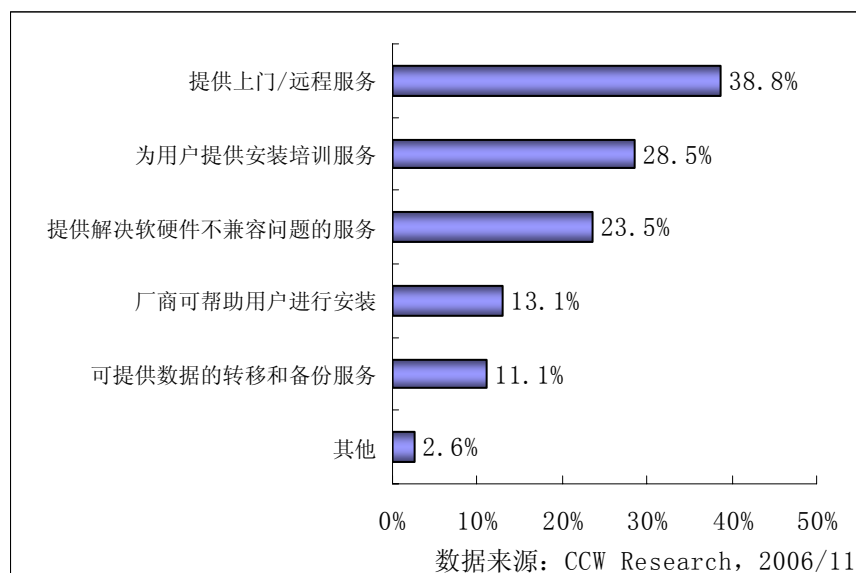
图表 12 正版软件和盗版软件服务价值在软件购买阶段比较分析

	正版软件	盗版软件
提供前期咨询服务	★★★	☆
提供用户前期相关知识培训	★★	☆
提供送货上门服务	★★	☆
提供软件试用版	★★★	☆
网站/电话提供各种咨询服务	★★★	☆
可根据用户特定需求提供定制服务	★★	☆
提供二次开发的服务	★★	☆
★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

分发/部署阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件安装阶段对服务价值的需求状况如下图所示：

图表 13 用户在软件安装阶段对服务价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段所关心的服务价值问题，最突出的前三项分别是软件厂商是否为用户提供上门或远程服务；软件厂商是否能提供安装培训服务；是否能为用户提供解决软硬件不兼容问题。这些方面也只有正版软件厂商才能提供这些服务，盗版软件是完全没有的。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的服务价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在分发和部署软件产品这个阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来服务价值。

一般正版软件厂商可对企业用户提供软件在分发和安装方面的支持，如提供安装时常见问题指导，提供上门或远

程安装服务，帮助用户实现如何大批量进行快速安装的培训
工作，如用户在安装的过程中，遇到产品和软硬件不兼容现
象，也会得到正版软件厂商的技术支持，还可为用户提供数
据备份和迁移等服务。

而对于使用盗版软件的企业用户来说，只能自己进行安
装，而盗版软件安装过程也会比正版软件要复杂一些，因此
会占用大量的工作时间，另外由于盗版软件很多解密情况不
是很好，很容易造成系统崩溃等现象，给用户带来更大的损
失。

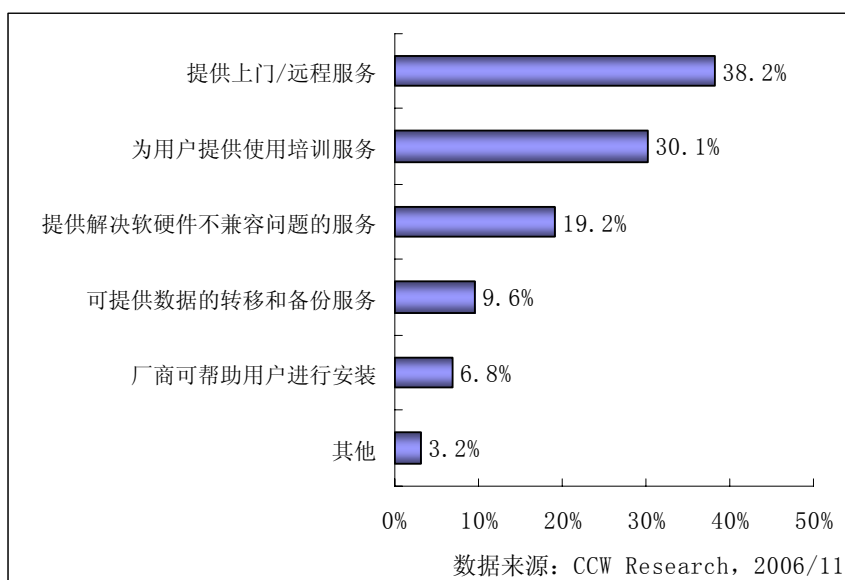
图表 14 正版软件和盗版软件服务价值在软件部署阶段比较分析

	正版软件	盗版软件
厂商可帮助用户进行安装	★★	☆
提供上门/远程服务	★★★★	☆
提供解决一些软硬件不兼容问题的服务	★★★★	☆
为用户提供安装培训服务	★★	☆
可提供数据的转移和备份服务	★★	☆
★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

应用/维护阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件应用维护阶段对服务价值的需求状况如下图所示：

图表 15 用户在软件应用维护阶段对服务价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段所关心的服务价值问题，最突出的前三项分别是软件厂商是否为用户提供上门或远程服务；软件厂商是否能提供操作使用培训服务；是否能为用户提供解决软硬件不兼容问题，这些方面也只有正版软件厂商才能提供这些服务，盗版软件是完全没有的。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的服务价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在分发和部署软件产品这个阶段，正版软件厂商将会在以下几个方面给企业用户带来服务价值。

厂商软件厂商一般会通过网上专家答疑，特服电话等为用户提供在使用过程中所遇到的各种问题的相关咨询服务；

根据用户的情况不同，有些还提供有针对性的软件操作培训；正版软件厂商会及时将一些软件漏洞或功能方面的补丁程序提供给用户，尽可能减少用户遇到的各种风险，让他们购买的软件发挥最大作用。

而对于一些使用盗版软件的企业用户来说，他们只能依靠软件在线帮助、网络或寻求用过这方面软件的用户来帮助来学习使用软件，这种方式学到的并不全面，一般仅能使用到一些非常简单的功能，而对于一些复杂的功能，由于仅依靠自己的摸索是不够的，因此无法发挥软件的强大功能。而且他们在使用的过程中，如果遇到新的问题，都无法及时获得相应的服务支持，只能自己寻找非常有限的信息来参考，并自己摸索解决，这样会给企业带来很大风险，另外盗版软件是得不到软件厂商的升级和补丁支持的，这也会导致企业降低核心竞争力。

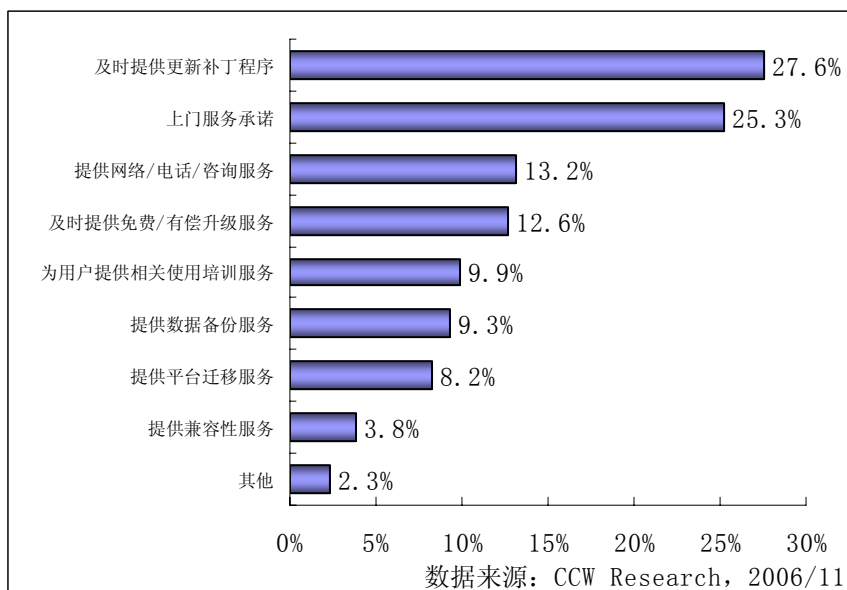
图表 16 正版软件和盗版软件服务价值在软件应用维护阶段比较分析

	正版软件	盗版软件
厂商可帮助用户进行安装	★★	☆
提供上门/远程服务	★★★★	☆
提供解决一些软硬件不兼容问题的服务	★★★★	☆
为用户提供使用培训服务	★★★★	☆
可提供数据的转移和备份服务	★★	☆
★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

变更/升级/卸载阶段

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在软件变更、升级和卸载阶段对服务价值的需求状况如下图所示：

图表 17 用户在软件变更、升级和卸载阶段对服务价值的需求状况



可以看出企业用户在本阶段所关心的服务价值问题，最突出的前二项分别是软件厂商是否能及时提供更新软件补丁程序；软件厂商是否承诺用户出现问题后，在一定的时间内上门处理问题的服务。盗版软件是不能给用户提供任何的服务，因此用户必须选择使用正版软件。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的服务价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，企业用户在变更、升级和卸载软件产品这个阶段，正版软件将会在以下几个方面给企业用户带来服务价值。

如果用户由于某种原因，需要将已安装的正版软件移植

到别的机器或别的平台上面，正版软件厂商可以在预定的时间内及时帮助用户提供这方面的服务支持，还可帮助用户提供数据备份及帮助解决移植过程中出现的一些软硬件不兼容的问题；在软件有重大版本升级的时候，正版软件厂商也会根据用户购买软件的时间不同，给用户免费升级或一定的价格优惠，并提供相关的升级服务；从始至终，正版软件厂商都会提供网络、电话咨询服务。及时的响应和良好的售后服务会给用户带来极大的方便，确保其业务保持顺畅的进行。

图表 18 正版软件和盗版软件服务价值在软件变更、升级和卸载阶段比较分析

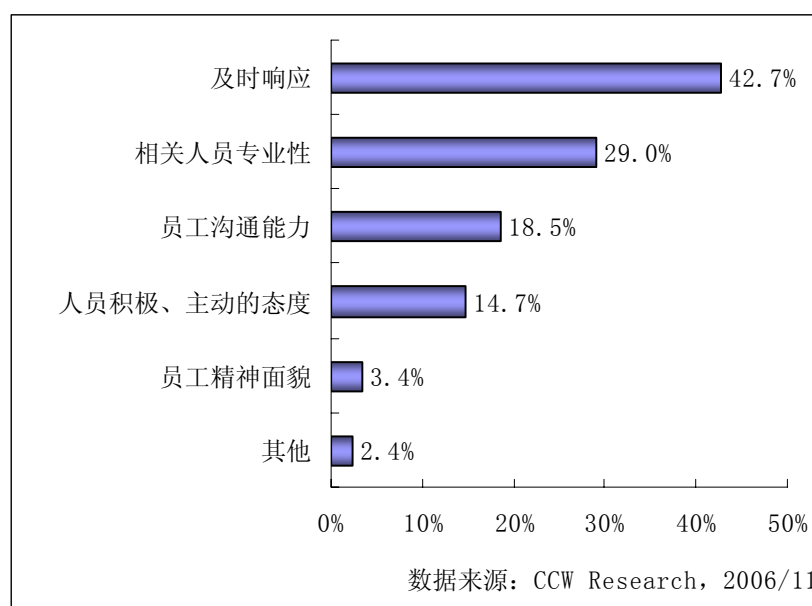
	正版软件	盗版软件
厂商可帮助用户提供平台迁移服务	★★★	☆
提供数据备份服务	★★	☆
提供解决一些软硬件不兼容问题的服务	★★★	☆
为用户提供相关使用培训服务	★★★	☆
厂商及时提供更新补丁程序	★★★	☆
提供网络/电话/咨询服务	★★★	☆
承诺出现问题在一定时间内上门处理的服务	★★★	☆
厂商能够及时提供免费/有偿升级服务	★★★	☆

★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有

3.1.3 人员价值比较分析

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在看待软件产品相关人员给用户带来的价值认知状况如下图所示：

图表 19 用户认为软件产品相关人员给其带来的价值



可以看出企业用户在本阶段所关心的价值问题，最突出的前二项分别是软件厂商是否能对用户的问题做出及时响应；软件厂商售前咨询、销售、市场、电话服务、技术支持人员的专业性；正版软件厂商是否便于沟通，这些方面的问题是用户非常迫切需要的，而盗版软件是没有人员来服务的，因此用户只能选择使用正版软件。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的人员价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，正版软件厂商人员也给企业用户带来很多潜在的人员价值，具体分析如下：

正版软件厂商的员工，包括售前咨询、销售、市场、电话服务、技术支持人员等，他们在同企业用户接触时，所体现出的专业水平，表现出热情、积极主动的态度，良好的企业面貌，有效的沟通机制及对用户问题做出的及时响应等都能够帮助用户快速的解决问题，缩短用户选择产品的周期，避免一些不必要的消耗，愉悦用户的心情。

而如果是使用盗版软件的用户，则无法享受到以上的所有服务，由于缺少服务，用户在使用过程中，遇到问题会影响其工作的效率，甚至会因此而蒙受更大的损失。

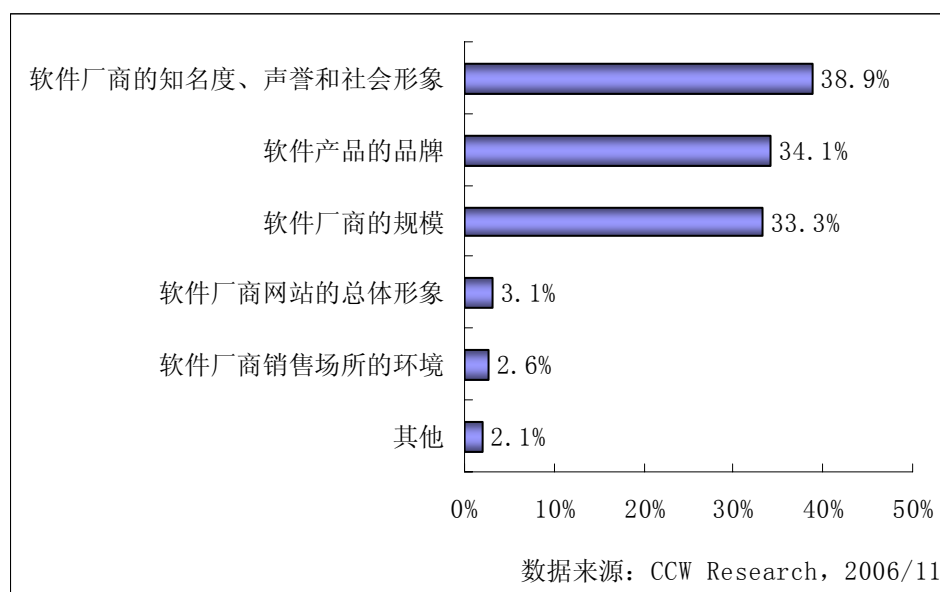
图表 20 正版软件和盗版软件在人员价值方面比较分析

	正版软件	盗版软件
售前咨询、销售、市场、电话服务、技术支持人员的专业技能	★★★	☆
软件厂商积极、主动的态度	★★★	☆
便于和软件厂商人员进行沟通	★★★	☆
厂商对用户问题能够做出及时响应	★★★	☆
软件厂商良好的精神面貌	★★★	☆
★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

3.1.4 形象价值比较分析

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在看软件产品给用户带来的形象价值方面的认知状况如下图所示：

图表 21 用户认为软件产品的形象价值对其带来的影响



可以看出企业用户认为最能给用户带来的形象价值的表现，列前三项的分别是软件厂商的知名度、声誉和社会形象；软件产品的品牌；厂商的规模。而盗版软件是不会为用户带来这些方面的价值的，用户使用盗版软件一般也不敢对外进行宣传。

下面对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的形象价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，正版软件厂商在形象方面也给企业用户带来很多潜在的形象价值，具体分析如下：

一方面，企业用户在选择正版软件时，会考虑软件产品

的品牌、知名度、声誉和社会形象、以及软件的销售场所，正版软件厂商的规模等，有些用户事先会通过查看软件官方网站，看看软件厂商的综合情况或听听其他用户的感受等，因此，正版软件厂商的整体形象会决定它是否被用户所接受。另一方面，对于企业用户来说，他们往往会选择一些知名度高或业内排前几位的正版软件厂商，以显示企业自身的实力、规范性和先进性，对于国内的企业用户尤其如此。如：很多国内大型企业在选择 ERP 软件的品牌时，往往会选择 SAP，他们认为，能使用 SAP 的 ERP 系统，说明企业自身的规模和实力都是业内数一数二的，而且他们采用了 ERP 系统中最先进的系统，那他们内部的管理也是非常先进的。因此这就是形象价值对企业用户的价值。

而对于使用盗版软件的企业用户，往往都不敢声张，他们只能悄悄的在私下里使用，如果被外界知道，害怕收到相关法律的制裁，同时也是一件很不光彩的事情，有损于企业的形象，降低企业的美誉度。企业会给外界会留下一种感觉，使用不起正版软件，有可能经营状况不佳，内部管理混乱等。

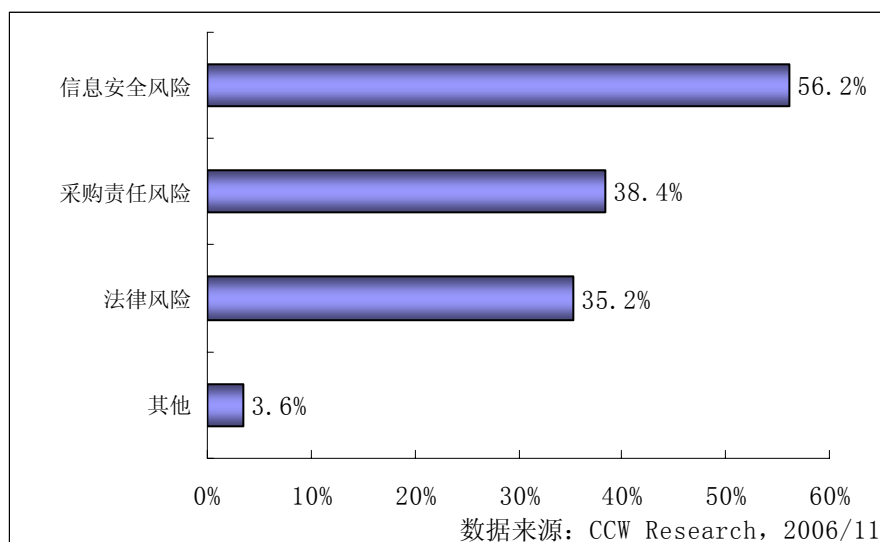
图表 22 正版软件和盗版软件在形象价值方面比较分析

	正版软件	盗版软件
软件产品的品牌	★★★	☆
软件厂商的知名度、声誉和社会形象	★★★	☆
软件厂商的规模	★★★	☆
软件厂商网站的总体形象	★★	☆
软件厂商销售场所的环境	★★	☆
★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

3.1.5 安全价值比较分析

计世资讯（CCW Research）调研结果发现，企业用户在看待软件产品给用户带来的安全价值方面的认知状况如下图所示：

图表 23 用户认为软件产品的安全价值对其带来的影响



调研结果发现企业用户对软件的安全问题都非常重视，他们认为正版软件在降低 IT 系统崩溃、宕机、病毒和黑客入侵，以及降低数据丢失和损害的可能性方面；对于企业里负责采购软件的负责人及相关决策人员可避免承担使用不合法软件的责任；避免企业用户因使用不合法的软件遭受法律制裁方面的风险，都给用户带来很大的价值，而这些方面的问题是用户在选择软件时不得不考虑的问题。

下面将对正版软件和盗版软件在此阶段给用户带来的安全价值进行详细对比分析：

计世资讯（CCW Research）研究表明，正版软件在安全方面给企业用户带来很重要的一些价值，具体分析如下：

1、企业用户选择使用正版软件，将不会遭受相关法律方面的制裁，而使用盗版软件的企业用户随时都可能遭受法

律方面的制裁，面临大量的罚款，及损坏企业的自身的公众形象，对于一些上市企业来说，甚至会导致投资者的不信任，股票价格下跌等。

2、使用正版软件的企业用户会比使用盗版软件的企业用户极大的降低 IT 系统崩溃、宕机、病毒和黑客入侵，以及降低数据丢失和损害的可能性。这种损坏对企业来说甚至可以说是致命的，会给企业带来巨大的损失，其后果不堪设想。另外盗版软件不具有正版软件的完整性，这种软件里极有可能嵌入了特洛伊木马（一种破坏性的隐藏程序）或者其他安装进系统的破坏性软件，它们不需要骇客出马就能够削弱/破坏系统。这也许并不是病毒，但却隐藏/嵌入软件之中，具有改变软件正确功能的破坏性，危害性极大，而又很难防范。

3、对于企业里负责采购软件的负责人及相关决策人员来说，他们选择使用了正版软件，即使企业的 IT 系统出现问题，他们也不会为此承担使用不合法软件的责任，而他们如果选择使用了盗版软件，一旦出现问题，他们将会因此承担全部的责任，有可能为此影响他们的职位，甚至有些还会被追究法律责任。

4、对于正版软件厂商来说，他们面临一定的保修和保证风险，这不仅体现了产品价值，而且也是为了保护客户。根据特定产品及其说明，如果出了问题，用户可以找到商家，甚至可以让正版软件厂商对其失误承担一定的法律风险（例如专利权或其他侵权风险）。正版软件用户可以找到正版软件厂商来分担风险，但是盗版软件的用户就不可以了。

图表 24 正版软件和盗版软件在安全价值方面比较分析

	正版软件	盗版软件
避免企业用户因使用不合法的软件遭受法律方面制裁的风险	★★★★	☆
降低 IT 系统崩溃、宕机、病毒和黑客入侵，以及降低数据丢失和损害的可能性。	★★★★	☆
对于企业里负责采购软件的负责人及相关决策人员可避免承担使用不合法软件的责任	★★★★	☆
★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有		

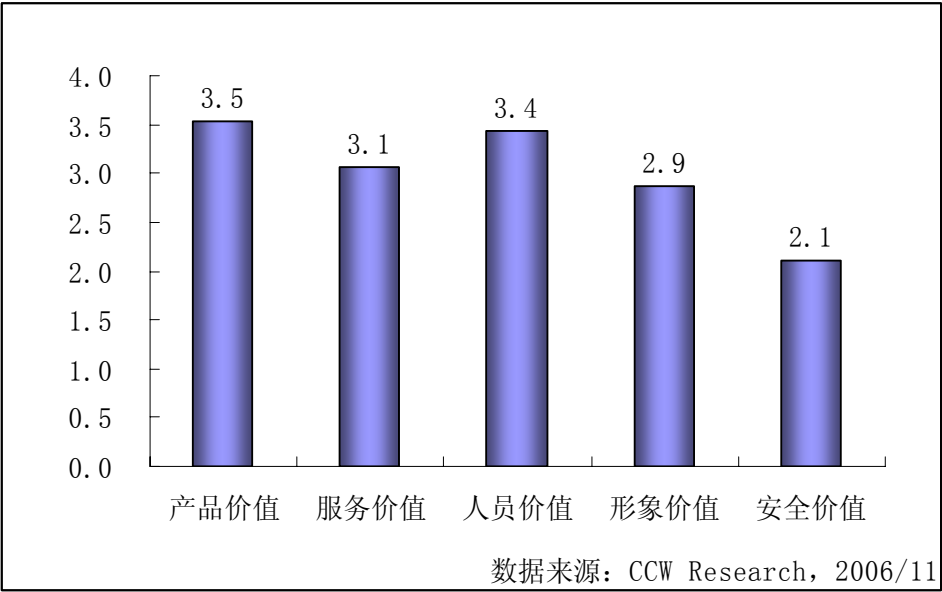
3.1.6 总客户价值综合分析

1、人员价值是客户非常重视的方面

在总客户价值中，用户是如何看待各类价值重要程度的呢？计世资讯（CCW Research）为此展开了大范围的问卷调研，问卷采用 5 分制，用户认为最重要的价值，为 5 分，其次是 4 分，以此类推，重要性最低的为 1 分，研究发现，绝大部分用户认为：在购买软件产品时，最看重的是产品本身的价值，这点毋庸置疑，其次为人员价值，得分为 3.4 分，和产品价值非常接近，可见用户认为，软件产品相关人员的专业水平、态度等方面会很大程度上影响软件产品给用户带来的价值，因此受到他们的高度重视。这一点有些出乎我们的意料之外，通常认为服务价值是用户第二关心的问题，而它却排在了第三位，第四位是形象价值，也是用户非常重视的问题，它的分值和服务价值非常接近。可见，用户在选择软件时，对正版软件厂商的知名度、规模、美誉度和软件产品的品牌，以及给自身带来的价值也是非常重视的。列最后一位的是安全价值，原因是大部分企业并没有经历过由于遭遇安全风险所带来的损失，因此他们的认识不是特别深刻，但是我们认为，虽然安全方面的风险不是很常见，但是它给用户带来的损失是巨大的，甚至有些是灾难性的，应该引起所有企业的高度重视。

另外调研结果还发现刚开始就问用户正版软件会带来哪些价值时，用户仅仅能说出仅有的几点价值，而当我们在给用户详细讲述软件的价值后，几乎得到所有被调研用户的认可。他们均认为，当真正全面了解了正版软件所带来的价值后，再购买软件时，一定会考虑选择正版软件。

图表 25 总客户价值中各类价值对用户的重要性排序



2、正版软件总客户价值远大于盗版软件

通过用户对总客户价值模型中各类模型的打分，将它转化为百分比，再结合前面各类价值中正版软件和盗版软件对他们的支持程度，最后得出正版软件总客户价值远大于盗版软件这个结论，具体情况见下表：

图表 26 正版软件和盗版软件对总客户价值的支持情况

价值分类	权重	正版软件	盗版软件
产品价值	23%	★★★	★
服务价值	23%	★★	☆
人员价值	21%	★★★	☆
形象价值	19%	★★★	☆
安全价值	14%	★★★	☆
总客户价值	100%	★ ★ ★	★

★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些 ☆ 没有

正版软件在总客户价值模型中的价值

软件应用生命周期模型				
购买		部署	应用/维护	变更/升级/卸载
产 品 价 值	提供详细的功能和配置、适用环境、产品规格说明书，用户指南及常见问题的处理等	软件便于安装和配置	软件本身所具备的功能是否全面	软件便于安装和配置
	软件的功能比较全面，可满足用户的特定需求	软件对环境要求不高，支持市面上绝大多数常见的硬件设备	是否支持用户的特定需求	软件对环境要求不高，支持市面上绝大多数常见的硬件设备
	精美的包装，给用户一种视觉上的享受	提供批量安装	软件操作界面是否友好	软件本身方便升级
	产品介质的质量，如：安装光盘可容易安装，可多次使用，并容易读出	有标准的接口可以和其他软件共享数据	软件本身技术的先进性	有标准的接口可以和其他软件共享数据
	软件方便安装，用户只需要很少的操作	可支持跨平台运行	软件稳定性好，不容易死机	可支持跨平台运行
	提供相关服务和保证说明		是否便于升级	软件本身是否方便卸载，能否卸载干净
服 务 价 值	提供前期咨询服务	厂商可帮助用户进行安装	厂商可帮助用户进行安装	厂商可帮助用户提供平台迁移服务
	提供用户前期相关知识培训	提供上门/远程服务	提供上门/远程服务	提供数据备份服务
	提供送货上门服务	提供解决一些软硬件不兼容问题的服务	提供解决一些软硬件不兼容问题的服务	提供解决一些软硬件不兼容问题的服务
	提供软件试用版	为用户提供安装培训服务	为用户提供使用培训服务	为用户提供相关使用培训服务
	网站/电话提供各种咨询服务	可提供数据的转移和备份服务	可提供数据的转移和备份服务	厂商及时提供更新补丁程序
	可根据用户特定需求提供定制服务			提供网络/电话/咨询服务
	提供二次开发的服务			承诺出现问题在一定时间内上门处理的服务
				厂商能够及时提供免费/有偿升级服务
人 员 价 值	售前咨询、销售、市场、电话服务、技术支持人员所体现出的专业性			
	软件厂商积极、主动的态度			
	便于和软件厂商人员进行沟通			
	厂商对用户问题能够做出及时响应			
	软件厂商良好的精神面貌			
形 象 价 值	软件产品的品牌			
	软件厂商的知名度、声誉和社会形象			
	软件厂商的规模			
	软件厂商网站的总体形象			
	软件厂商销售场所的环境			
安 全 价 值	避免企业用户因使用不合法的软件遭受法律方面制裁的风险			
	降低 IT 系统崩溃、宕机、病毒和黑客入侵，以及降低数据丢失和损害的可能性。			
	对于企业里负责采购软件的负责人及相关决策人员可避免承担使用不合法软件的责任			

3.2 正版软件和盗版软件总客户成本对比分析

首先，计世资讯（CCW Research）将按照总客户成本模型对正版软件和盗版软件成本进行对比分析，另外，通过大量用户调研问卷和访谈，发现用户在选择软件时，往往会从总拥有成本的角度去考虑问题，也将从这个角度来进一步分析正版软件和盗版软件的成本问题。

3.2.1 总客户成本模型分析

图表 27 正版软件与盗版软件总客户成本对比分析

		软件应用生命周期			
		咨询/购买	分发/部署	应用/维护	变更/升级/卸载
总客户成本	货币成本	正版软件	★★★★	★	★
		盗版软件	★★★	★★★★	★★★★
	时间成本	正版软件	★	★	★
		盗版软件	★★★★	★★★★	★★★★
	精神成本	正版软件	★	★	★
		盗版软件	★★★★	★★★★	★★★★
	体力成本	正版软件	★	★	★
		盗版软件	★★★	★★★★	★★★

★★★★ 非常高 ★★★ 较高 ★ 有一些

资料来源：CCW Research 2006/11

如上表所示，企业用户在选择和购买软件产品这个阶段，用在购买正版软件方面需要投入一定的货币成本，这个成本不仅仅是包括软件产品本身，它还包括很多其他方面的价值，如服务方面，厂商会为企业用户前期提供相关的咨询服务，甚至有些还会提供送货上门，货到付款等多种服务，这样可以帮助用户节约大量的了解产品所花费的时间成本、综合衡量软件各方面价值的精神成本和体力方面支出的成本。

而对于选择使用盗版软件的企业用户，他们可以从网上下载或者从电脑市场购买到盗版软件，虽然货币成本非常低

廉，但他们需要花费大量的时间去寻找这样的软件，还要去测试是否可以使用，他们还要考虑很多其他的因素，如软件功能不全、使用次数有限制、不能升级、有可能被黑客利用使系统遭受破坏、被法律制裁等多方面问题，花费大量的精力。在购买和使用盗版软件的时候，害怕被工商人员查获，承受巨大的心里压力，同时由于盗版软件的销售没有固定场所，他们为了寻找能使用的盗版软件也要付出很多体力方面的成本。

企业用户在分发和部署软件产品这个阶段，对于大批量购买正版软件的用户来说，几乎不需要再投入什么货币成本，另外其他成本也会降到最低程度，正版软件厂商会提供相关分发和安装软件的程序，帮助用户快速完成安装，大量的节约了用户的时间成本、精力成本和体力成本。而对于使用盗版软件的企业用户，往往是在每台电脑上逐个进行安装，有些由于不是专业人员，效率比较低，有时甚至需要反复多次才能安装成功，这样会占用大量的人力和时间，影响了日常的业务工作，造成各方面费用的上升。

企业用户在应用和维护软件产品这个阶段，对于使用正版软件的用户来说，他们仅需要支付很少的售后服务费用，正版软件厂商或经销商就可以帮助他们处理一些日常应用中出现的问题，用户完全可以放心使用，无后顾之忧，因此在时间方面、精神和体力方面，用户的成本都可以减少到最低程度。而对于那些使用盗版软件的企业来说，在使用过程中，出现问题，只能靠自己摸索解决，一旦出现比较大的问题，企业用户只能高价去聘请专业人员来解决，解决不了，用户甚至得出比购买软件产品更多的钱来找厂商解决，还有一些有可能导致整个 IT 系统崩溃，给企业带来非常严重的后果，企业不但大大增加货币成本，而且会消耗很长的时间

来处理这些问题，同时也会耗费用户大量的精力和体力，可谓得不偿失。

企业用户在变更、升级和卸载软件产品这个阶段，对于使用正版软件的用户来说，由于正版软件厂商事先有服务承诺，因此用户在软件变更的时候，在正版软件厂商的帮助下几乎不需要花费很多的货币成本就可以完成，另外其他费用也会降到最低；用户软件产品遇到升级的时候，也只需要花费远少于购买软件的价格，就可以获得最新的软件产品，同样其他成本也非常少。对于使用盗版软件的企业用户，如果想对产品做不同平台的变更时，由于没有厂商的支持，盗版软件本身也只能用在一个平台上，这时，用户就不得不再去购买一套新的软件产品来使用，而原来的数据很有可能会无法移植过去，耗费大量的人力和物力，给企业造成巨大损失；同样使用盗版软件的企业想对软件进行升级时，由于盗版软件不能享受到升级的服务，因此企业用户也只能花全部的钱去购买一套新的软件产品，既然是这种结果，企业不如开始就直接购买正版的软件产品，从而让产品发挥最大的价值。

3.2.2 总拥有成本（TCO）模型分析

根据计世资讯（CCW Research）在该领域多年的研究表明，用户在选择软件时，考虑的成本不仅仅是软件本身的成本，而是整体拥有成本（TCO），即由于采用了某种软件而需要相应的软硬件支持成本、售后与维护成本、相应的 IT 人员成本以及由此可能带来的风险成本等。

软件支持成本包括为支持某种软件而需要的操作系统平台、数据库以及其他相配套的软件等，硬件支持成本包括为支持某种软件而需要配备的 CPU 的运行速度、内存和硬盘的容量、显示卡的要求及网络环境方面的要求等。

售后与维护成本则包括用户在平时的使用中，为此而支付的售后与日常维护费用，软件升级费用及其他可能产生的成本。

人员成本则包括企业用户因为使用该软件产品而需要配备的相关 IT 管理、维护，甚至有个别二次开发人员及外包人员的费用。这部分费用也占整体费用中很大的比重。

从整体拥有成本中各类成本所占权重来看，软件购买成本仅占 25%，而权重最大的是售后维护成本和 IT 人员成本，它们分别占到 30%和 25%。

通过正版软件和盗版软件在各类成本中所占的比重可以很容易看出，对于使用盗版的企业用户而言，虽然在软件购买时成本小于正版软件，但由于没有正版软件厂商提供支持服务，因此其需要支付的售后与维护成本及人员成本会远远高于使用正版软件的成本，最终结果是盗版软件的总拥有成本要大于正版软件。

图表 28 正版软件与盗版软件 TCO 成本对比分析

	权重	正版软件	盗版软件
软件成本	25%	★★★★	★
配套软硬件成本	15%	★	★★
售后维护成本	30%	★	★★★★
IT 人员成本	25%	★	★★★★
风险成本	5%	★	★★★★
总拥有成本	100%	★ ★	★★★★

★★★★ 非常多 ★★ 较多 ★ 有一些

资料来源：CCW Research 2006/11

相关建议

计世资讯（CCW Research）针对本次项目研究中企业用户和软件厂商所存在的一些普遍问题，提出以下几点建议：

4.1 企业用户应该全面认识正版软件的价值

通过对企业用户的调研发现，没有一家企业用户对正版软件的价值有一个较充分的认知，大多数企业仅仅能说出正版软件的三、四点价值，因此他们往往在选择正版软件的时候，由于考虑的不够周全，而导致自己做出错误的决策，结果要么会选择使用盗版软件，遭受更大的损失或面临更多的隐患和风险，要么没有充分发挥已购买正版软件的价值，造成资金、人员等方面的浪费。

同时，企业用户如果能全面认识正版软件的价值，他将能充分发挥自己所拥有的正版软件的价值，进一步提高工作效率，减少不必要费用的支出。

4.2 企业应该加强软件资产管理

当前，随着信息化建设的不断发展，IT 系统在企业中的应用范围越来越广，其中软件系统作为重要的一部分，其费用所占的比重也在不断加大，在有些大中型企业中，软件费用的投入甚至过亿元，而软件费用在千万级数量的企业则占相当大的比例，因此软件作为企业的一项重要的资产，也需要进行有效的管理。但是由于软件产品不同于其他物理资产，它是一个无形的产品，因此比较难管理，而且也是现有管理者不熟悉的。软件资产管理（Software Assets Management），是目前在国际上流行的一种科学的管理软件的方法，它现在正在逐步形成一种成熟的解决方案，可以更有效的帮助企业充分利用软件政策和程序的总和，发挥正版软件的价值，详细资料参见附录二。

4.3 软件厂商应该大力宣扬正版软件的价值，同时，也应提高自身的服务

在本次的研究中，发现不但企业用户对正版软件的价值了解不全面，就连大部分软件厂商对正版软件所能给用户带来的价值，认识也不够充分，因此，首先软件厂商应该充分了解正版软件的价值，他们才能更有效对外宣传正版软件的价值。真正能让企业用户心甘情愿的使用正版软件，是要让他们认识到正版软件的价值是大于盗版软件的，这才是促使他们购买、使用正版软件的源动力，而斥之于法律手段或者其他形式都不能从根本上让企业用户使用正版软件。

另外，服务价值和人员价值都是用户非常看重的方面，软件厂商应该不断提高自身的服务水平，增加用户的满意度，才能促使他们更好的使用正版软件。

附录一 正版软件与保护知识产权、企业创新的关系

企业创新与知识产权保护的关系

随着中国进入 WTO 及全球经济的迅猛发展、世界经济一体化的进程加快和科学技术的迅猛发展，创新的重要性日益突出，它不但是一个国家增强国家经济、科技实力和国际竞争力的源动力，同样也是一个企业提高其核心竞争力的重要武器。要营造良好的创新环境，就需要社会各界对创新者的知识产权进行保护。

中国已经将知识产权保护提高到国家战略的高度，在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中提出，要加大知识产权保护力度。保护知识产权，对鼓励自主创新、优化创新环境具有十分重要的意义，也有利于树立我国国际信用、扩大国际合作与交流。保护知识产权，就是尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造，就是鼓励科技创新。加大知识产权保护力度是我国政府“十一五”期间社会经济发展采取的一项重要措施。2005 年 9 月 10 日，温家宝总理在珠海企业座谈会上的一次总结讲话中提到：“我们要鼓励自主创新，就更要保护知识产权，这是国家发展战略”。

对于企业个体来说，一方面应该和国家大的发展战略保持高度的一致，积极响应国家的号召，良好的创新环境是需要每个企业共同来营造，这样才能最终在全社会形成一种尊重和保护知识产权的良好氛围。另一方面知识产权已成为企业取得市场竞争优势的重要手段和核心竞争力。

树立保护自身知识产权意识，支持正版软件发展

从国内来看，我国的知识产权制度建立仅仅 20 多年的时间，远低于国外发达国家水平，因此，国内社会各界普遍存在对知识产权不够重视的现象，具体表现在：知识产权工作的政策不够到位，与法律法规不够配套；知识产权管理部门分散，管理水平和效率有待进一步提高；企业掌握与运用知识产权制度的水平不高，缺乏应对知识产权纠纷的专门人才；拥有核心技术和关键技术领域的自主知识产权数量偏少、质量偏低；各级领导对加强知识产权工作的重要性认识不够，社会公众保护的知识产权意识不强。

在国内企业中，尤其是中小企业，知识产权拥有的数量和质量相比国外同等企业，处于较低水平，尤其体现在拥有核心技术和关键技术领域的自主知识产权数量偏少、质量偏低。因此对于国内的企业应该加强树立保护自身知识产权的意识，充分利用国家在知识产权保护方面的法律法规政策，在市场竞争中占据有利位置，凸显出自身的核心竞争力，以此来获得企业更好的发展。

当然企业要想利用好保护知识产权这一有利武器，首先要培养和营造尊重知识产权这样一个健康的发展环境，同时也要尊重其他企业的知识产权，包括：各种专利、商标、版权、软件登记、集成电路布图设计等多个方面。只有尊重他人的知识产权，才能换来对方对自己知识产权的尊重，才能真正发挥知识产权保护的正向作用。

在各种知识产权保护中，软件知识产权是其中非常重要的一个组成部分。软件作为 IT 产业的核心和灵魂，在国民经济和社会生活中扮演了举足轻重的角色。当前大量的技术创新，在各行各业的发展中，都需要以软件形式体现或者借助于软件得以实现。无论在国防或经济领域，还是在金融或

科技文化领域，社会的方方面面，计算机软件无处不在，时时刻刻在发挥着作用。可以说，有史以来，还没有一种产品形态像软件产品这样，如此广泛的应用于社会的各个方面，同时又是如此深刻的凝聚了人类创新的成果，如此敏感的代表了生产力的发展方向。因此发展正版软件，对我国的整个国民经济的发展和实现创新型社会有着深远的意义，对于每个企业来说，都应该大力支持正版软件的发展。

正版软件对发展我国软件产业的重要意义

对于软件这种特殊的商品，它集中凝聚着智力创新的“无形”产品和服务，它与其他产业的发展所起到的作用越来越突出，软件的这种特定产品形态，意味着它具有极为广阔的市场，正因为如此，软件产业才发展成今天这样朝气蓬勃的产业，广大的计算机用户也正在获得越来越多丰富多彩、得心应手、功能齐全的软件产品和服务。

但软件产业同时也是一个高成本、高投入和高风险的产业。它的主要成本集中在软件的开发成本、市场营销成本和服务成本。软件产品是一个高度密集的知识型产品，它需要企业花费大量的人力和物力，经过漫长的时间周期才开发出来，往往需要销售相当数量的产品才能收回成本，而一旦产品不受用户认可，企业将承受相当大的损失，因此风险极大。

由于大量的盗版软件的存在，使得软件开发商经常不但无利可图，甚至起码的开发和服务成本也难以为继。结果会使优秀的软件产品越来越少，最终会使整个软件市场被一些低劣的软件产品所充斥，最终降低整个软件产业和国民经济的下降。

因此，社会各界都应该清醒地认识，靠盗版“免费”使用软件，永远发展不了我国软件产业。只有努力提高全社会对正版软件和一切知识产品价值的认识，大家都自觉使用正版软件，抵制盗版软件，从制度上鼓励创新，保障创新成果的合法权益，激励企业立足于努力开发和掌握自主知识产权的核心技术，我们的软件产业才能发展起来，我们的国民经济和国家在世界上的地位才会不断的提高。

附录二 软件资产管理

计世资讯（CCW Research）建议，企业应该加强软件资产管理，通过全面的管理来使企业更充分发挥其拥有软件的作用，更好的降低软件的成本，使得企业的投入产出效率达到最佳状态。下边，将引入国际上现在比较成熟的做法供企业用户参考。

软件资产管理的定义

软件资产管理（Software Assets Management），是在国际上流行的一种清晰明确和可执行的管理计划，是一种科学的管理方法，是一系列帮助企业充分利用软件政策和程序的总和。软件资产管理是一个有机的体系，倡导以完善的管理模式和适当的技术支持体系，将软件作为企业的资产加以统筹管理，其目的是将企业所拥有的软件纳入企业资产的正常管理程序，以便掌握企业IT建设的投资状况，包括：采购、分发、安装、变动、升级、维护到报废、删除等软件资产使用的整个生命周期。经过一系列有效的管理措施，配合系统管理的使用，就可以合理控制软件购置的支出，籍以提升软件资产的利用率与整体效益，并确保软件使用的合法性。

软件资产管理对企业的价值

软件资产管理将在以下四个方面给企业用户带来收益：

◆ 提升管理水平，增强企业竞争力

软件资产管理可以使企业相关管理人员对企业的软件资产状况做到了如指掌；通过实施集中软件资产管理、分发、安装和安全补丁升级，将有助于企业提高整个业务系统的运行效率；软件资产管理还能使企业管理者专注于业务运行，而无需考虑由于缺乏补丁和更新带来的诸如无支持的程序、

病毒和安全等问题；规范化、有序的管理将对企业员工的士气和企业的精神面貌带来较大的改观，因此最终实现增强企业核心竞争力的发展目标。

◆ 加强风险防范

使用无组织，未更新、缺乏必要补丁的软件使得用户很容易受到病毒的攻击，以及造成其它的安全漏洞。软件资产管理在这方面能起到很好的保护作用，软件资产管理能够定期对用户的数据进行备份，帮助用户建立一个合理的灾难恢复计划。同时保证企业用户总是拥有必需的组件，使得企业的机密信息受到保护，更加安全。

当软件许可的问题出现时，实施良好的软件资产管理能够降低企业用户在法律和财政上的费用支出。保证符合规范，并保持这种状态，能够消除法律争端给用户声誉带来的潜在损害。

好的软件资产管理还能够帮助企业的IT相关负责人及时发现一些他没有意识到的违规许可行为，以此来降低其法律责任和对当事人名誉造成的潜在损害。

◆ 合理的节约开支

一个好的软件资产管理程序使得用户可以准确的知道每个软件有多少许可。通常，用户无需获取额外的许可，而只要简单的在部门或者PC上重新部署软件。使用软件资产管理，它会显示没有使用但是仍然在维护的软件，这个软件可以删除并使它与它的许可一起在别处使用。您将可以继续使用本公司已经拥有的许可，并仅购买需要的软件和额外的许可。软件资产管理消除了企业的浪费，交叠和冗余。软件资产管理让用户更好的了解需要多少许可，以及什么类型的许

可，是需要一个单用户单计算机的版本还是需要一个包含大量许可的产品。软件资产管理计划能够显示出准确的需求，用户在批量购买许可时可以获得更多的折扣，以此来节省企业的开支。

◆ 树立良好的公众形象

企业在实施软件资产管理后，会极大的降低企业的各种法律风险及经济损失，提升企业的整体工作效率，因此企业将会在公众中树立起遵纪守法、规范运营的良好社会形象。

在企业中建立软件资产管理

那么该如何在企业内建立软件资产管理呢？一般而言，实施软件资产管理可参考以下四个步骤：

◆ 明确需求

通过和各部门的代表，包括使用者，客户的深入交流，明确企业真正需要哪些软件？企业是否在使用合适的软件？软件使用者是否对现有的软件感到满意？是否有其他可供选择的软件？有没有一些软件，您目前拥有但以后不再需要了，从而根据需求来制定软件规划。

◆ 确定现有的软件

明确企业所拥有的软件资产，查明安装的全部软件，建立相关信息资料库，包括：硬件库存 – 编号、型号、使用部门、人员；软件库存 – 产品名称、版本号、序列号；文件库存 – CD、使用手册、授权文件（单机或服务器）、发票等，删除非法使用和不予支持的软件及未授权的软件。

◆ 现在如何做

基于先前的工作，通过比较实际软件拷贝和授权证书，删除未经授权的拷贝。将合法软件和企业的需求分析相对比，有效沟通确定当前及未来对软件的需求，做出软件采购预算计划，购买软件。

◆ 下一步如何做

成立一个软件资产管理小组，制定软件使用制度，安排定期的计算机检查，起草员工手册，和有关人员签署软件责任管理书，最终使得软件资产管理能够成为一项持续化和系统化的工作。

本报告完

本研究报告是计世资讯IT价值研究中心2006年价值系列研究报告之一。该系列研究将涉及IT软硬件领域，计世资讯（CCW Research）IT价值研究中心致力于IT相关价值研究，从用户的需求入手，以提升给用户带来更高的价值为目的，通过分析当前用户实际应用中存在的一些困惑，从专业的角度进行科学的分析和调研，最终为提升用户的满意度和为软硬件厂商提供相关咨询服务。

敬请联系：

北京时代计世资讯有限公司
北京市万寿路翠微中里16号西部乐园4层
邮编： 100036
电话：+ 86-10-68130909-
传真：+ 86-10-68251257
www.ccwresearch.com.cn