# 美国软件怎样上市

○ 晓 风

## 产品投放市场的准备工作

### 1. 产品开发后期

①α 测试：主要看是否已达到目标，有否导致死机，系统混乱情况；

②β 测试：不断地修改，纠正错误，以便尽可能减少错误；

③将 β 版提供给技术开发合作伙伴：在推出新产品或升级产品时，首先将该产品提供给在此基础上做二次开发工作的合作伙伴，以检验新产品是否支持二次开发，同时，也提供给一些重要用户，以检验新产品的兼容性及新功能特性。

④请用户，技术人员寻找错误：每找一个错误，可获一定奖励。

### 2. 拟定市场推广计划

①产品价格核算

$$产品零售价格=\frac{开发成本}{预计推广数量}+技术支持费+经销售商利润(一般为出厂价130\sim150\%)+广告费+厂家利润+其他$$

②建立技术支持队伍(场地、人员、设备)

③确定市场推广目标、步骤、数量和推广渠道。

④培训经销商和重点用户(对专用软件是必需项)。

⑤拟定广告计划(媒介、时间、方式、创意及制作等)。

⑥设定展示计划(时间、地点、规模、展开内容及重点)。

⑦发布新闻，由新闻界、用户、合作伙伴、经销商参加。

## 产品投入市场阶段

### 1. 销售体系

一般地讲，Microsoft、Lotus 等公司的产品绝大多数属于通用产品，基本按东部、西部等地区结构从事销售，厂家并不直接销售。

在美国有些全国性大软件销售商和连锁店，尽管为数不多，但他们销售的软件几乎占全国市场 80%。

通过这些经销商在每个地区又联系许许多多的面向最终用户的零售商。

厂家与代理商之间均有关于双方责任、权力、义务、销售数量、销售区域、价格等内容的协议。

### 2. 销售重点

根据产品的特点(专用或通用)，结合各州的经济、人口及企业布局来确定重点销售和服务区域。

### 3. 广告宣传

产品的广告宣传通常由厂家负责(宣传产品的特点、性能、应用领域、使用情况、发展动态等)，厂家的宣传方式一般主要有 5 种：

①在报刊、杂志上做广告。美国关于计算机的杂志数以百计，软件业较有影响的全国性杂志有《PC MAGAZINE》、《PC WORLD》、《MICRO WORLD》、《SOFTWARE》等；

②请权威的中性评测部门将其产品与同类产品评测、比较、公布和宣传评测结果；

③参加规模大、影响大的贸易展览会；

④请专家写文章，请用户评价；

⑤举办大规模演示和讲座。这种演示和讲座很少面向一般用户，而主要面向各企业的技术人员、管理决策人员、合作伙伴和重点用户等。

通过这种演示和讲座告诉参加者，该厂商在哪些领域为他们提供了什么样的应用平台和手段以及今后的发展打算，同时也收集参加者的意见和评价，鼓励和影响参加者推广或在其产品基础上作二次开发，争取扩大产品数量，促进产品销售。

计算机软件产品极少做电视广告，经销商和零售商不做产品广告，而是通过报刊做宣传广告，通告用户在卖什么产品，厂家也并不向他们提供广告费用。

### 4. 售后服务

经销商或零售商通常并不承担售后服务，甚至对如何使用这样的服务也不提供。厂商为支持其产品在市场上获得推广，一般都设有一定规模的客户服务中心，并设有免费服务电话。用户购货后，凡属使用上的问题(安装、使用)均可打免费电话到厂家客户服务中心咨询。若是产品本身存在质量问题，则找销售商更换。

对于出售的每一个产品，厂家都有一张非常详细的表格由用户填写后直接寄回厂家(表格内容包括用户名称、地址、电话、硬件环境、软件环境、使用目的、该产品评价及意见等等)。用户只有填写了表格，才有可能享受厂家提供的服务，此外，当厂家更新版本时可优惠甚至免费更新。

美国软件公司对用户的培训以及技术资料的出版做得尽心尽力。有固定的经过训练的师资、统一的教材、统一的教学计划、统一的收费标准等。 ■

# 我国经济运行中四大矛盾突出

国家经贸委权威人士分析我国一季度经济形势是："高速增长有所回落，各种矛盾也日显突出。"一季度工业总产值增长 17.1%，比去年有所回落，且继续呈现非国有经济高于国有经济、沿海高于内陆、轻工业高于重工业的特点。一季度轻工业增长 24%，重工业增长 12%。工业产销率为 94.4%，比去年全年的 95.48% 稍低。全面来看，一季度我国经济运行中存在的矛盾主要表现在 4 个方面：

一、普遍反映资金紧张。资金投放的时间和投向也不甚合理，原则上应向效益好的企业倾斜。实际上为了社会稳定，不得不发放大量的"安定团结"贷款。资金的使用效果也很不理想，产品积压，互相拖欠比较严重。

二、需要受到很大抑制，市场回旋余地不大，竞争更加激烈。今年国家对固定资产投资控制偏紧，去年总投资 15690 亿，消费实际完成 16525 亿，今年计划 19500 亿，扣除价格因素，实际增长不多，另外出口形势比不上去年，换汇成本提高，加上出口退税应退未退 200 多亿，企业积极性受到影响，去年出口实际完成 1210 亿，今年计划 1200 亿，下降 0.83%。

三、部分工业材料储备不足，供应偏紧，比如棉花，今年缺口估计达 1000 万担。另外煤、电矛盾比较突出。煤炭业的财政补贴取消了，但价格到不了位，而电厂认为难以消化煤炭提价部分。东北、华北、西北等几大电网都出现储备降低、供应偏紧的情况。

四、一些企业合同不满、开工不足。国有企业的困难面有扩大趋势。去年末国有企业亏损面 34%，今年二月份又达到 44%，估计今年整个国有企业的效益不会有大的好转。 ■

## 净水器市场的新宠——超滤无菌净水器

为了防止饮水污染危害人体健康，发达国家早在 70 年代开始就对饮用水作深度净化处理，并逐步推向消费市场，各种净水器的使用日益普遍，如美国、日本的净水器普及率已达 70%。根据我国有关部门预计，全国各类净水器市场年需求量为 800 万台，从而成为今后五、六年我国大力开发的 10 类畅销家电产品之一。

将中空纤维超滤膜集成束安装于一定的壳体内即构成超滤无菌净水器，它可以滤掉除离子和较小分子量的物质以外水中几乎全部污染物质，其超滤净化水优于国家饮用水卫生指标，水质清澈透明、无任何细菌、病毒、大分子物质、农药、胶体、热源、微粒与悬浮物等，超滤无菌净水器对有机污染物滤除率为 50%，对细菌滤除率为 99.89%，对微生物滤降率为 100%，可完全避免由水污染而引发的流行性传染病和瘟疫。其净化水可消除饮用供水中的漂白粉气味；清除了水中多余的游离氯与致癌的有机氯化物、亚硝酸盐和重金属；还可有效的软化水质，水烧开后没有水碱与沉淀，用来沏茶、冲咖啡味道更好，经过超滤净化的生水仍含有较多的与人体细胞最具亲合力的六边形环状结构水分子以及较多的溶解氧，更有利于人体健康，可供直接饮用或配制各种饮料、洗净生食蔬菜瓜果等。中空纤维超滤无菌净水器内任何部分均不与空气接触，呈全封闭式过滤；而且不使用任何净化剂和消毒剂，从而不产生二次水污染；并配有反冲洗装置，可以及时排除过滤出来的有害物质；而且其体积小、超滤流量大、安装方便、操作简单、节能降耗、使用寿命长，2～3 年换一次超滤芯即可；生产成本低、售价便宜。净水器产水量可从每分钟 2～3 升至每小时 1 吨，或根据需水量组装，适宜家庭、学校、集团单位饮用水净化以及商业饮料供水使用。 ■



© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net