

# 以市场为主导,坚持技术开发

希望电脑公司\*

希望公司是 1985 年 1 月开办的,在两年多的风风雨雨中,我们既有成功的喜悦,也有失败痛苦和教训,但我们咬紧牙关闯过来了。在奋斗过程中,我们认识到:要使公司逐步发展壮大,立于不败之地,必须以市场为主导,坚持技术开发,不断推陈出新。

## 按市场需要不断开发新产品

技术开发公司面对的是整个社会市场,公司产品研制的基点是社会需求,产品必须不仅能满足当前社会的需求,而且也能在一定程度上刺激社会需求。

1985 年公司成立初,我们首先面临的是选择产品的问题。当时,市场已有大量 16 位机引进,家庭用的娃娃机也成批引进散件和生产线。但我们认为,从国外引进的娃娃机从性能上不能适应我国中小学教学机市场的要求。我们研究了当时已引进的几种娃娃机,觉得它在结构和工艺上较简单,在技术上的可行性有保障,而且价格较低,投资风险小。同时,我们分析了中小学教学机市场,全国有中小学一百多万所,教学机有广阔的市场前景。目前引进的娃娃机在学校里一般作为计算机语言教学用,因此仅在少数重点中学中使用。如果将计算机作为一种辅助教学的工具,将会开辟一个崭新的应用领域。同时,我们认识到要使微机成为我国中小学的教学工具,必须要有汉字,这正是国外引进的娃娃机不能适应国内市场要求的最重要之处。因此我们决定在机器中加上三千多一级汉字,并针对教学需要加强了图形功能。针对我国中小学教学经费的情况,我们决定研制低档的中文教学机,而且能充分利用现有的电视机、录音机等作外设,尽量减少学校投资。

H-01 型中文教学电脑的样机在 1985 年 6 月推出,在性能价格比上远远超出进口的娃娃机,成为我国第一台具有汉字处理能力的中文教学机。通过学校试用和试生产,于 1986 年 5 月通过院级鉴定,并在 1986 年 6 月教委和 1986 年 8 月电子部举办的教学机演示会上得到各界的好评,获得了全国计算机应用展览项目二等奖。该产品的开发成功说明了只有细致调查并预测市场,开发出的产品才具有生命力。H-01 机自推出至今,用户对它的欢迎程度一直未减,市场情况也一直很好。

在推广教学机的同时,我们开始研制 CAD 系统。我们提出了两套方案,一种方案是在分析、解剖国外同类软件的基础上,重新开发一套供机械、建筑方面应用的 CAD 系统软件;另一种方案是将已有的 CAD 软件汉化。市场分析表明,目前市场上已流行了国外的 Autocad 软件,用户已有相当数量,普遍反映的问题是不能使用汉字,所以在使用过程中不太方便。从技术角度考虑,前一方案需要一年到一年半的周期才能开发成功,周期长,而且产品出来以后还

\* 希望电脑公司是由计算所的一些青年科技人员创办的高技术企业。

要与国外已有软件竞争，必须从头开始打市场。而我們有很强的汉字处理技术，若采用后一种方案，可以在 2—3 个月的时间将已有软件汉化，并可以利用已有的市场。通过论证，我们采用了后一种方案，只用了两个月，就完成了软件的汉化工作。由于投入市场快，很快就得到了用户的欢迎。至今，全汉化的 Autocad 软件用户已超过一百，软件销售额已超过十万元，影响越来越大。

全汉化 Autocad 软件的成功之处在于清楚地了解用户需要什么，而且在最短的时间里就提供所需要的产品。在技术上则充分发挥了我们的特长且利用了已有的市场。

1986 年，我们决定开发新一代产品——汉字终端。由于近年来国内微机装机台数剧增，多用户系统装机台数也超过二万。目前，微机大部分应用于管理及事务处理方面，因此汉字处理功能是必不可少的。针对这个有很大潜力的市场，许多企业包括香港的一些公司纷纷开发汉字终端，市场上已有的汉字终端不下十几种。在这种形势下我们为什么还要开发汉字终端呢？

通过分析市场上已有的终端，我们发现这些终端在兼容性上未能彻底解决问题，尤其是汉字终端的应用环境一般是比较复杂和大型的多用户系统，如果采用与 IBM PC 同样的手段改造系统来达到汉化目的，一是工作量大，二是可靠性降低。针对这一弱点，我们通过仿真试验，验证并提出了结构码的新编码体制，并在硬件设计上根据结构码和兼容性的特点，重新设计出与众不同的终端，在性能价格比方面全面超出已有终端。通过联机试验，完全达到了设计目标，并得到了许多用户的好评，因为对用户来说，有了一台汉字终端就等于拥有了汉字系统，不用为修改系统花费大量的人力物力。目前该终端第一批十台生产性样机已供给用户试用，批量生产的准备工作基本就绪，二季度将正式推出。

该产品的研制表明，有些产品有广阔的市场，并不怕重复。问题是必须有自己产品的特点，必须要高人一筹。

从公司成立至今，我们坚持不断开发，不断创新，年年有新产品投放市场，年年有新的效益。目前我们又在为明年的新产品问世作准备。

### 开发新产品的目的是占领市场

不断地开发新产品的最终目的是为用户所欢迎，只有用户欢迎才能占领市场，才能产生效益。产品的成功与否，有许多因素，除了它的先进性、实用性外，商品化和投放市场的速度是很重要的因素。

由于我们都是搞研究的，一开始对商品化的问题没有引起足够的重视。在开始组织生产 H-01 机时，从开模具、定做键盘到安装工艺都没有严格地把关，花了半年时间只做了很粗糙的产品。虽然机器的芯子性能很好，但外观及手感却令人很不满意，所以只试销了几十台就立即停产。我们充分意识到目前我们远不具备全面组织生产的能力，所以决定该产品以技术转让为主，通过三个接产厂家来占领市场，扩大 H-01 机的影响。由于及时进行技术转让，虽然耽搁了时间，但还是产生了一定的社会效益和经济效益。

针对这种情况，我们对自己的生产部门进行了整顿，在生产方面订出了各种规定，严格把住质量关。目前正在制订和验证终端生产的各道工序的工艺要求。已试生产的样机在外观、性能及工艺方面均达到一定水平，预计终端产品能按质、按量及时地投放市场。

硬件产品的商品化比较直观,一般可以从外观及直接接触中体会到,作为软件产品的商品化有时要困难得多。我们在推出全汉化 H-CAD2.17 版本之后,用户普遍反映很好,但有的用户在使用中感到原版本在性能上有不足,等待着新版本的问世。针对这种市场需求,我们跟踪 Autocad 软件的新版本,不断率先推出 2.18、2.5 版本,使用户能尽快使用到最新的汉化版本。此外为了适应用户的不同使用要求,我们把全汉化 Autocad 软件移植到 0520CH, 0520AS 联想汉卡,PC XT 兼容机等多种机型上,还开发了多种设备驱动程序,进一步拓展了 Autocad 连接外设的能力。目前我们已开始与应用单位合作开发上层应用系统。由于 CAD 软件开发逐步在用户心目中建立起信誉,用户对具有我公司软件的完整的微机 CAD 工作站的需要逐步增加。根据用户的这种要求,我公司自 1986 年底起进入微机 CAD 工作站增值销售领域。从 1987 年初的情况看,我公司的 H-CAD 汉字微机工作站深受用户的欢迎。

汉化 Autocad 之所以能够一年多来始终畅销不衰,关键在于成功地开发出一个版本之后,不断跟踪用户需求,不断开发出适合用户要求的升级版本和新功能。在创新中保持延续性,根据用户的需要由简单到复杂,由单个产品发展到整套系统。目前 CAD 微机工作站系统已成为我公司的一项主要产品。

两年多来,我们通过自己的实践,在思想上逐步完成了从以前的不关心市场到最后认识到产品开发必须用户至上的转变。逐步学会了分析用户市场需求,以适应用户需要,开拓新的市场。当然,我们还刚刚学会走路,相信以后的路会更长更艰难,但我们既然选择了这条路,就不会害怕面对富有挑战性的市场。