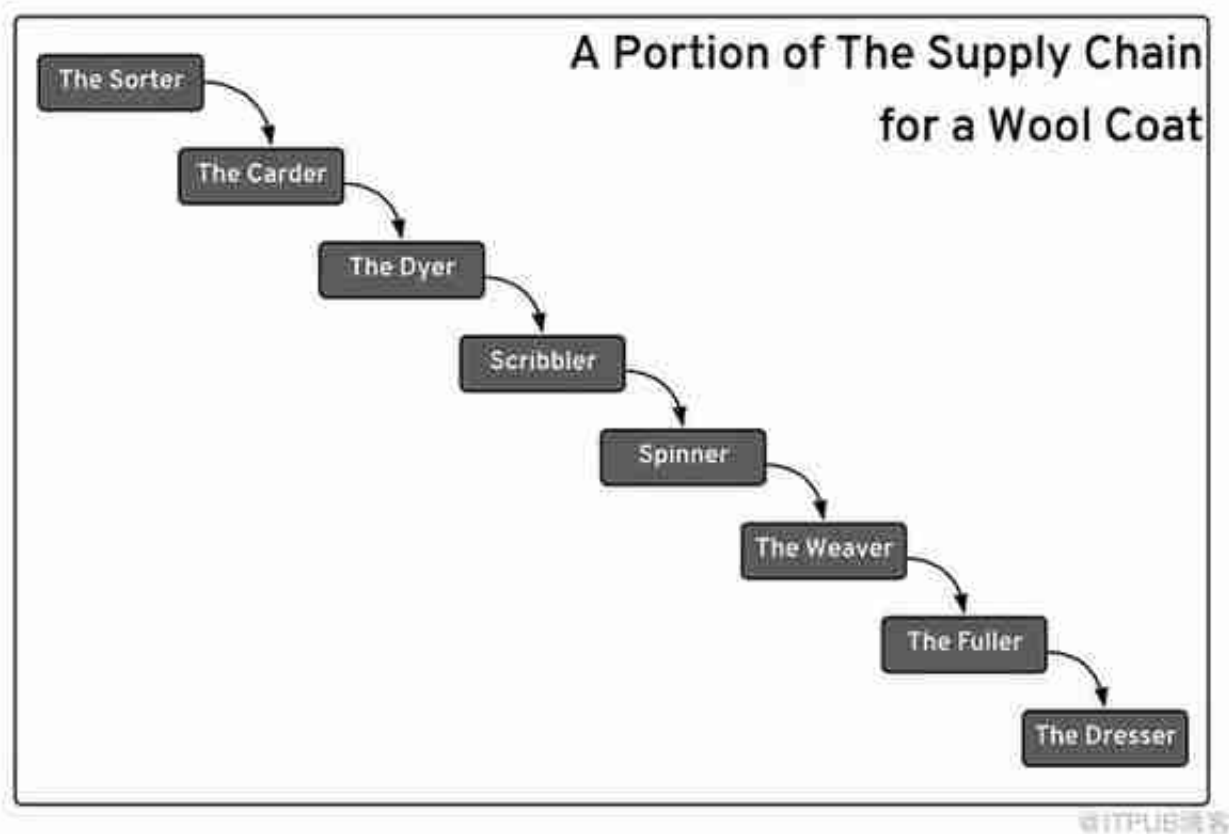


“开源”一词是在1998年由开放源码组织(OSI)举行的战略会议上提出的。OSI维护着开源定义(OSD)，它对任何声称是开源软件的发行条款做出了规定。OSI还制定了一个符合这些准则的官方开放源代码许可列表。

OSD给出了开源软件的明确定义，但没有提供太多关于开源软件如何影响公司构建和人们需要的产品或服务能力的见解。换句话说，关于在开源基础上建立企业的最佳方式，仍然存在巨大的争议。

在这个由多个部分组成的系列的第一篇中，我将为理解什么是产品，产品经理做什么，以及如何将开源视为一个供应链奠定基础。在以后的文章中，我将深入探讨这些主题，但我将从剖析一些常见的、但从根本上说令人困惑的词汇开始。



我们大多数人可能没有听说过一件羊毛大衣的供应链所涉及的角色，但有一点是显而易见的：劳动分工和协作是健康供应链的关键，特别是在开源方面。

产品还是项目？

如果你接受开源是一个构建解决方案的供应链，这就导致了围绕项目和产品的另一个误解。红帽公司的首席执行官Paul

Cormier对开源项目和开源产品进行了务实的区分。

虽然我同意Paul的观点，但我不得不承认，世界上大多数人并没有认识到这种明显的区别。在与客户、合作伙伴、用户、分析师、记者，甚至我自己的家人的谈话中，大多数人都在交替使用项目和产品这两个词。

我将试图通过提出一个简单的定义来澄清：产品是人们用货币购买的东西，而项目是人们参与、贡献或使用的东西。这就为更好的定义提供了部分途径，但要真正理解，你需要定义什么是产品，以便清楚地看到什么不是项目。

软件产品，像任何其他产品或服务一样，有一系列的活动需要把它们推向市场。它们有商业计划、定价和包装、定位和信息传递、分销策略、销售支持、组合调整、构建/购买/合作伙伴决策和路线图。

管理这些产品的团队进行焦点小组，分析潜在市场，向记者和分析师介绍他们的产品如何融入市场，带领客户了解路线图。最重要的是，根据付费客户的需求来定义这些路线图。产品团队花费了大量的时间和金钱来了解客户的问题，但这很少是社区成员的工作成果。

产品团队对他们在产品中使用哪些供应商有一个基本的选择。这可能意味着在一个产品中使用两个、三个、四个、甚至十个不同的上游项目。也可能意味着当上游项目不再满足购买产品的客户需求时，就会切换到上游项目。

最后，它也可能意味着定位合作伙伴的解决方案或产品组合的不同部分，以填补客户需求的空白。产品团队也可以决定将开源作为供应链的一部分，将专有软件作为另一部分，从而将产品与项目区分开来。他们甚至可以使他们的产品只作为一种服务提供;这就是定价和包装的力量。

几乎所有的产品都是通过向一组由供应商提供的商品组件添加一层差异化的价值而建立的。无论它们是建立在开放源码还是专有组件上。换句话说，上游供应商不能提供与下游产品相同的解决方案。

当上游项目和下游产品处理完全相同的商业问题时，就会出现差异化程度很低的现象。这类似于上游供应商和下游产品公司都在销售轮胎--上游供应商需要销售轮胎，而下游产品公司则需要销售汽车。

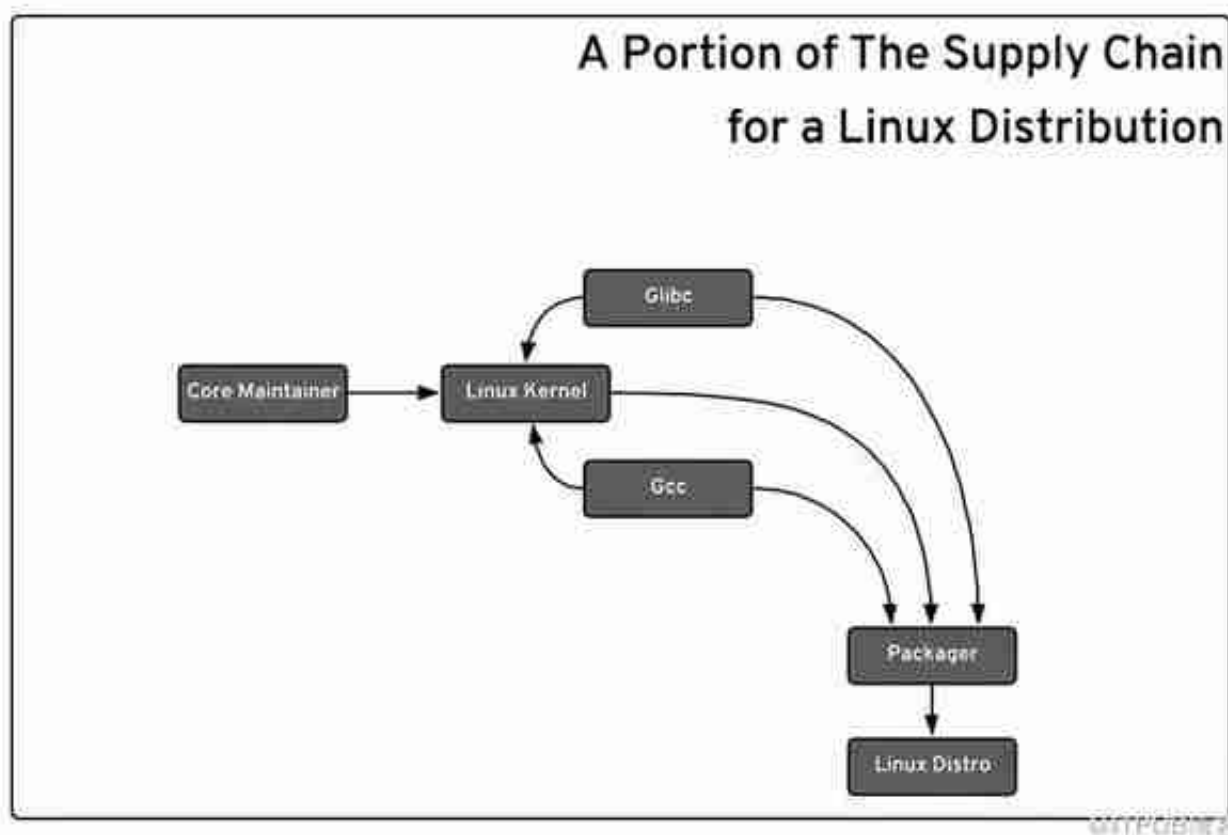
供应链组件和下游产品之间缺乏差异化，是开源公司遇到问题的地方。

每天，产品团队都必须在付费客户的驱动下做出定价、包装、构建、购买、合作伙

伴和路线图的决策。这就是产品的差异化，也是它与社区驱动的开源项目的根本区别所在。

从开源供应链中购买

“Free”是言论自由的自由，而不是免费啤酒的免费。任何人都可以下载和使用开源软件，但只要你出售使用开源的产品，你就必须对客户负责。这种责任包括检查软件是否打过补丁，是否安全，是否运行良好。一个产品团队对客户有承诺，并对供应链中选择的每个部分负责。



音乐界有一句话：关键不在于你演奏的音符，而在于你不演奏的音符。约束力孕育着创造力。如果你知道你不能根据上游供应商的代码来区分你的产品，你的产品团队就必须要有创造力。你必须找出其他值得购买的价值。我将在本系列文章的后面挖掘这个问题；在下一篇文章中，我将对什么是开源产品以及如何用它创造价值的范围进行补充说明。（雪薇）