亚马逊、微软、Figma、Workday等软件厂商与云服务商，正面向客户和咨询合作伙伴推出AI产品新折扣方案。客户受定价模式频繁变动困扰，已经感到疲惫。

此前企业增加预算采购Anthropic的Claude Code、OpenAI的Codex等产品，同时削减其他开支来承担这笔新增投入。如今客户挑选AI工具时变得更加审慎。软件厂商改为按使用量或完成任务数量收取AI服务费，这种计费方式可能推高成本，不少企业客户对此颇有怨言。

举例来说，一家市值超400亿美元跨国制造企业的高管称，微软将GitHub Copilot代码助手改为按量计费后，为该公司提供了至少一个月的宽限期，在此期间企业仍可以按席位订阅制付费。这次定价调整意味着，该制造企业员工使用该工具，每月需要额外向微软支付约15万美元。

按量计费落地之后，微软还连续三个月每月向这家企业赠送数万美元的免费额度。但这名高管表示，由于计费规则变动，其团队正在考虑将代码开发工作迁移至Anthropic的Claude Code以及SpaceX旗下Cursor。

新一轮降价说明，AI热潮已走过四年，传统软件厂商仍在摸索如何与Anthropic、OpenAI这类新兴AI公司竞争。这些新入局企业持续迭代技术，可在金融、设计等众多领域实现工作自动化，两家公司今年营收均有望达到数百亿美元。更棘手的是，OpenAI本身也在下调模型价格，进一步挤压传统软件厂商。

而传统软件厂商本身，需要向Anthropic和OpenAI采购模型，用来嵌入企业应用、打造新增AI功能，以此留住客户，避免客户把预算转向AI原生公司。但采购这类模型成本不菲，这也是近期各大厂商调整定价的原因。

部分软件企业，例如Snowflake，AI相关收入增速有所提升；但Workday、HubSpot、Salesforce、Adobe等多数厂商，AI业务收入尚未出现明显加速增长。

信用评分公司FICO首席信息官迈克·特凯表示，很多传统软件厂商努力挽留像FICO这样的客户，避免预算流向Anthropic与OpenAI，而FICO也从中受益。他称，今年续约时，数十家软件供应商免费提供新增AI功能，但拒绝点名这些厂商（FICO拥有3000余名员工，合作供应商包括Salesforce、甲骨文、Workday）。

“如果服务商不给出大幅折扣，或者不把AI功能打包进基础许可套餐……我们基本不会再签这类合同。”他解释，客户认为这些AI工具不值额外付费。

人力资源软件厂商Workday就是向指定客户推出优惠的企业之一。该公司称，今年夏季推出项目，面向头部大客户开放为期一年、无限制免费使用其AI平台Sana E

nterprise的权限。约20家大型企业参与该项目，平台提供AI智能体，自动处理员工入职等人力资源、财务工作。

Workday技术总裁格里特·卡兹迈尔在8月底财报电话会上表示：“我们现阶段核心目标就是落地、落地、再落地。”他补充道：“如何转化为销售收入，目前很难回答，因为这并不是我们现阶段的重点。”

“定价更加灵活”

与此同时，Figma首席执行官迪伦·菲尔德本月在旧金山高盛科技大会上表示，这家设计软件厂商近期将旗下AI产品最高降价五成。Figma在3月切换至按量计费模式，8月末宣布：用户在订阅包含额度之外，可以同等成本获取更多AI积分。他称Figma的首要目标是扩大使用量，而非靠Figma Make这类AI设计自动化工具赚取高毛利。

科技咨询公司Thoughtworks首席数据与AI官沙扬·莫汉蒂称，过去半年软件厂商定价策略明显更灵活，目的是留住客户——客户正面对AI产品按量计费带来的成本上涨。软件与AI产品普遍给到30%-35%折扣，新产品试用周期也有所延长。他说，此前Thoughtworks及其客户通常只能拿到低于20%的折扣，获取优惠难度更高。

FICO首席信息官迈克·特凯称，数十家软件供应商在今年续约时免费提供新增AI能力。软件厂商调整定价策略的同时，对客户“变得更加灵活”。

HubSpot就是一例。这家销售软件厂商首席执行官亚米尼·兰根表示，4月起，公司在订阅费之外新增AI智能体按任务计费模式，同时提供最长30天免费试用。听起来优惠力度有限，但该策略付出了代价：6月所在季度，HubSpot收入增速放缓。

Adobe则向客户免费开放部分AI产品基础版本，高级功能单独收费。Adobe称，该策略拉动图像视频生成AI套件Firefly使用量，但高管在本月财报电话会上坦言，这套免费增值模式拖累了递延收入与年度经常性收入的增长。

微软、亚马逊同样参战

并非只有传统软件厂商打响价格战，微软、亚马逊这类大型云服务商同样推出更优厚方案，推动客户使用自家AI产品。

一名熟悉微软政策调整的员工透露，除免费额度、计费宽限期之外，微软近几个月面向企业客户，Copilot AI软件折扣力度进一步加大。

微软Copilot订阅定价为每用户每月30美元，企业如使用Copilot Cowork等特定功能，会产生额外按量计费。这名员工称，为留住Copilot客户，微软近期规定：采购至少2000个席位的企业，可享受单席位5%-10%折扣。此前，这类折扣仅面向毕马威、普华永道这类采购数十万席位的超大客户。新折扣每年可为客户节省数十万美元。

AWS除云算力业务外长期发力软件销售。AWS合作咨询公司Rhythmic Technologies联合创始人克里斯·达尼卢克称，AWS向其提供Kiro（AI代码助手）最高档位产品四个月免费使用权。达尼卢克表示并未接受该优惠，公司目前使用Claude Code。

“在客户已经选定技术路线的市场环境下，他们试图依靠折扣抢占市场份额。”达尼卢克说。尽管AWS给出优惠，但Rhythmic以及大部分客户并未采用Kiro，不过该产品在开发者群体中拥有一部分支持者。

AWS发言人表示：“我们致力于让尽可能多客户用上我们的AI技术。”发言人还称，2026年一季度至二季度，使用Kiro的开发者数量实现翻倍。

一名项目参与人士透露，AWS正在敲定一项新项目，为部分咨询合作伙伴提供资金，用于给客户制作AI产品演示与试点项目。该项目可为咨询商提供最高约5万美元用于产品演示，试点项目最高可拿到40万美元资金。