

成功电子商务丛书

企 业 电子商务战略 与操作实务

张 梁 编著



兵器工业出版社

内 容 简 介

电子商务是2000年的热点。本书共分为上、中、下三编。上编从对美国在线、亚马逊、戴尔电脑、雅虎、实华开、8848等著名电子商务网站的分析入手,解析了这些电子商务网站成功的经验。中编分别讲述了企业如何制定电子商务战略、如何实施电子商务营销策略、企业电子商务战略的模式选择、企业网站建设及推广。下编分析了政府部门、教育业、金融业、零售业、旅游业、咨询代理业等各行业电子商务的操作实务。电子商务是中国企业千载难逢的机遇,传统企业上网,做电子商务是大趋势,也是中国企业实施赶超战略的桥梁。

图书在版编目(CIP)数据

企业电子商务战略与操作实务/张梁主编. —北京:
兵器工业出版社, 2000

ISBN 7-80132-786-1

I.企... II.张... III.电子商务 IV.F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第09381号

出版发行:兵器工业出版社

责任编辑:赵成森

责任技编:张 军

社 址:100089北京市海淀区车道沟10号

经 销:各地新华书店

印 刷:航天三院印刷厂

版 次:2000年5月第1版第1次印刷

印 数:1-5000

封面设计:贾 佳

责任校对:石文丽

责任印制:王京华

开 本:850×1168 1/32

印 张:9

字 数:22.75千字

定 价:19.80元

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

前 言

“Tom, Tom 我爱你,就像老鼠爱大米……”

2000 年 4 月,狂风沙暴席卷北京。

4 月 3 日中国风险投资与互联网/电子商务国际研讨会,拉开了“电子商务风暴”的序幕。6 日,第四届中国国际电子商务大会召开,讨论“企业电子商务”,有 140 位世界上最著名的企业家参加,吸引了近 10 万观众蜂涌而至。16 日,世界经济论坛从达沃斯移师北京,召开中国企业高峰会议,论坛参加者无不对“新经济”推崇备至。20 日,中国互联网大会召开。强劲火爆的“头脑碰撞”掀起 2000 年“电子商务风暴”。

“Tom, Tom 我爱你,就像老鼠爱大米……”

互联网 + 李嘉诚 = 挡不住的诱惑!

1999 年,李嘉诚之子李泽楷进军互联网,成功运作盈科动力,一天赚了 800 亿港币,等于李嘉诚辛劳一辈子赚的钱。有其子必有其父,李嘉诚马上斥巨资组建 Tom.com,2000 年 2 月推出,3 月上市,香港万人空巷排队购买,公开认购倍数达到 2000 倍。在网络神话泡沫缩水之前,李嘉诚将互联网稻草变成了金条。在大陆,1999 年以来所创立的企业纷纷披上电子商务的外衣,从 2000 年开始,传统企业大规模进军电子商务。8848 董事长王峻涛对传统企业家说:“你还想不想做生意?你不做电子商务,电子商务会自己来找你,如果你躲,你就得出局。”

2000 年是电子商务年,准确地说是传统企业、行业电子商

务年。金融、证券、教育、旅游、人才招聘、房地产、汽车、家电、医药保健、大众娱乐、图书影视、法律、商店、中介等各传统行业积极上网。照目前的热度,传统企业和企业家不看不听不理不睬不学不懂不上网不做电子商务肯定要被网络时代淘汰。

20年来,中国发财致富的机遇不断,造就了一批又一批万元户、百万富翁、亿万富豪。今天,电子商务时代同样会造就一大批百万富翁、千万富翁、亿万富翁,甚至全球首富。

不管是不是泡沫,其实,泡沫缩水就是调整实务,就是企业增值的开始。最有前途,真正有价值的电子商务是行业、企业电子商务,是真正为客户、为消费者、为企业自己创造价值的电子商务。

企业如何将互联网泡沫变成电子商务金条?我们认为,需要整合化商业运作。

首先要以客户为中心,准确定位业务方向,越专业、越与人的需要特别是有购买力且能实际购买的人的需求密切相关,就越能赚钱。只有这样,行业电子商务才能引来滚滚财源。

第二,要组建梦幻管理团队。具体来说,要有有大公司高层从业经验的CEO(首席执行官);CTO(首席技术官),必须是网络天才、工作狂;CFO(财务总监),要来自国际五大会计事务所。企业只有网络到这样的人才,才能做好电子商务。

第三,做出辉煌业绩。中国传统企业应以采购系统为电子商务方案的切入点,以BtoB(企业对企业)模式为突破口,降低成本,增加企业收入,同时努力实现传统企业的市场化、国际化、电子化,最终拓展做大企业电子商务。

第四,上市募股增值。要寻找顶级股票承销商,把握决策方向、入市时机、股市态势。一旦企业电子商务网站上市成功,便等于得到二次扩张的资本,这时应调整业务策略,避短扬长,再

创市值新高。

2000年,行业电子商务“风风火火闯九洲”。政府、企业、个人都得关注和思考电子商务:思考如何提高政府、企业、个人的竞争力,如何把握互联网带来的无限商机。

让我们拥抱电子商务吧!让互联网浪潮更凶猛吧!

“EC,EC 我爱你,爱你爱到骨头里……”

编者

2000年4月

目 录_____

前言

[1]

(上编)

著名电子商务网站成功解析

一、美国在线:电子商务巨无霸

[2]

(一) 我来自另一个星球

[3]

(二) “以增长为目的,不惜一切代价”的策略

[5]

(三) 对网景公司的兼并

[7]

(四) 千禧年诞生全媒体之王:

美国在线时代华纳公司

[8]

(五) 凯斯的成功秘诀:通才+政治家

[9]

二、亚马逊:互联网上的超级市场

[10]

(一) 电子商务的第一代表

[11]

(二) 从图书管理员到网上书店老板	[12]
(三) 全球最有价值的零售企业	[14]
(四) 亚马逊的成功秘诀和策略	[16]
三、戴尔电脑:网上直销大王	[19]
(一) 商业金童	[19]
(二) 望尘莫及的戴尔速度	[20]
(三) 我是一个偏执狂	[23]
四、雅虎:创造网络媒体	[25]
(一) 乡下人变成网络巨人	[25]
(二) 杨致远爆发电子商务天才	[27]
五、实华开:中国电子商务一条龙	[32]
(一) 跨越电子商务三大步	[32]
(二) 网站解析	[34]
(三) 一条龙的解决方案	[35]
六、8848:珠穆朗玛网上超市	[37]

(中编)

企业电子商务战略与营销

第一章 电子商务:中国经济第一增长点

- 一、2000 年:中国企业上网年 [40]
- 二、互联网:21 世纪国家、企业竞争的主战场 [43]
 - (一) 财富 500 强全都做电子商务 [43]
 - (二) 北美电子商务热潮 [45]
 - (三) 欧洲电子商务起飞 [45]
 - (四) 亚洲迎接电子商务 [46]
- 三、网络时代与知识经济 [47]
 - (一) 网络市场潜力巨大 [47]
 - (二) 统一网络与知识经济 [48]
- 四、全球化与中国电子商务 [49]
 - (一) 降低交易成本 [51]
 - (二) 缩短生产周期 [52]
 - (三) 统一全国大市场 [52]
- 五、电子商务:中国企业千载难逢的机遇 [52]
- 六、发展中国电子商务的战略与对策 [55]

第二章 企业如何制定电子商务战略

- 一、企业上网,商机无限 [61]
 - (一) 谁控制了网络,谁就是世界的主人 [62]
 - (二) 企业的信息化发展模式 [63]

二、企业领导人：从网外到网内惊险跳跃	[68]
(一) 老总上网的价值观和方法论	[68]
(二) 树立企业电子商务战略观念	[72]
(三) 发展企业电子商务的指导原则	[73]
三、企业电子商务战略计划指南	[74]
(一) 准备商务计划书	[75]
(二) 电子商务计划的主要内容	[79]
(三) 实现电子商务的步骤	[80]
(四) “中国方正”公司的成功案例	[82]
四、企业电子商务竞争战略的重点	[84]
(一) “四个现代化”	[85]
(二) 顾客与联盟	[87]
(三) 实施全球化电子商务战略	[89]
五、中小企业的机遇和策略	[91]
(一) 捕捉商机	[92]
(二) 中小企业网站建设规划	[92]
(三) 电子商务的预算	[93]
(四) 寻找特色位置	[94]
(五) 设计多种语言的销售网络	[94]
(六) 策略联盟	[95]

第三章 成功电子商务战略模式选择

一、电子商务,模式魅力何在	[96]
二、B—C(企业对消费者)	[99]
(一) 网上商店的优势	[100]
(二) 网上购物过程	[103]
三、B—B(企业对企业)	[104]
(一) 交易前的准备	[105]
(二) 交易谈判和签定合同	[106]
(三) 办理交易进行前的手续	[106]
(四) 交易合同的履行和索赔	[107]
四、网上拍卖(C—C)	[107]
五、企业成功案例	[111]
(一) 通用电气公司网站:生意+亲情	[111]
(二) CISCO 的电子商务理念:“选择重于品牌”	[113]

第四章 企业网站建设

一、第一步:域名策略	[115]
(一) 域名的类型	[116]
(二) 域名的商业价值	[117]
(三) 申请域名的注意事项	[119]
(四) 让域名发挥最大的功效	[122]
(五) 分散域名策略	[123]

(六) 抢注域名策略	[123]
二、企业网站的创建步骤	[126]
(一) 企业建立网站的两种主要方式	[126]
(二) 网站创建的步骤	[127]
三、企业网站建设策略	[128]
(一) 企业站点的主要内容	[130]
(二) 网站设计的八大战术	[130]

第五章 企业电子商务营销策略

一、网络营销挑战传统营销	[133]
二、数据库行销	[136]
三、电子商务的调研策略	[139]
四、双道法:企业电子商务渠道的最佳策略	[141]
(一) 渠道策略之一:直销	[142]
(二) 渠道策略之二:中间商代理	[143]

第六章 电子商务整合营销传播策略

一、“网络”全球顾客	[146]
(一) 顾客网络的建立	[146]
(二) 顾客网络的巩固	[148]
二、网络广告的技巧和策略	[149]
(一) 利用传统媒体推广网站	[149]

(二) 利用互联网推广网站	[150]
(三) 网站的全方位宣传推广	[151]
三、网络公关策略	[152]
(一) 站点宣传	[152]
(二) 网上新闻发布	[153]
(三) 栏目赞助	[153]
(四) 参加或主持网上会议	[153]
(五) 发送电子推销信	[153]

(下编)

各行业电子商务操作实践

第一章 政府部门:从管理向服务转变

一、电子政务	[159]
二、发展中国电子政务的六大要点	[160]
(一) 政府上网,安全第一	[161]
(二) 必须明确目的	[161]
(三) 改变旧的思维方式	[161]
(四) 建立一套完备的政府信息发布制度	[161]

(五) 保持网站信息	[162]
(六) 提高效率	[162]
三、电子税务:照单全收	[163]
(一) 自报自缴	[163]
(二) 网络税收的优点	[165]
四、外贸合作:中国国际电子商务网	[165]
五、电子战争呼唤“网络军队”	[167]

第二章 教育业:又上网又赚钱

一、网上学校:秀才不出门,便知天下事	[170]
二、电子商务硕士:21 世纪最火爆的人才	[171]
三、中国教育向 101 网校学习	[173]

第三章 金融业:如鱼得水

一、网上银行	[176]
(一) 网上银行的优势	[176]
(二) 网络银行的运作策略	[177]
(三) 美国网络银行实例	[179]
(四) 我国银行业的对策	[180]
二、网络证券与网上炒股	[181]
(一) 网上证券公司的竞争优势	[181]
(二) 网上炒股发网财	[183]

三、网上保险:一匹黑马	[185]
-------------	-------

第四章 在线销售:商机无限

一、无店铺营销模式	[191]
(一) 成本低廉	[191]
(二) 无存货商店	[191]
(三) 全天无休经营	[192]
(四) 面对高收入、高教育水平的消费者	[192]
(五) 无国界、区域界限的经营	[192]
二、如何开设网上商店	[195]
(一) 评估获利能力	[195]
(二) 设定营业目标	[195]
(三) 预估经营成本	[195]
(四) 规划购物流程	[196]
(五) 规划配送办法	[196]
(六) 确定付款方式	[196]
(七) 规划后台作业	[196]
(八) 广告与促销	[197]
(九) 充实法律	[197]
三、网上超市的经营策略	[197]

第五章 网络贸易:全球化特快列车

- 一、全球化带来的商业危机 [201]
- 二、网络贸易:生意做遍全球 [203]
- 三、成功案例:小“百维”上网做大生意 [204]
- 四、我国主要专业贸易网站介绍 [204]

第六章 文化娱乐业:无限风光在网络

- 一、书业电子商务异军突起 [209]
 - (一) 传统书店:网络会把你挤跨 [210]
 - (二) 把握网络机遇 [211]
 - (三) 20家网上书店简介 [214]
- 二、网上音乐:MP3 [218]
- 三、电影:网上好莱坞 [219]
- 四、娱乐名人:触网致胜 [220]

第七章 传播业:多媒体合而为一

- 一、第四媒体:因特网一鸣惊人 [223]
 - (一) 因特网的特性 [224]
 - (二) 引擎服务 [224]
 - (三) 用户免费资源和个性化信息设置服务 [224]
- 二、电子报社:一对一 [225]

三、广播电视:数字化生存	[227]
(一) “风格风”网上广播	[228]
(二) 维纳斯计划	[229]
(三) 有线电视网:第五传媒?	[230]
四、网络广告的黄金时代	[231]
(一) 网上广告的形式	[232]
(二) 网上广告的前景	[233]
五、传媒的未来	[234]
(一) 建立网络门户和虚拟社区	[234]
(二) 结成策略联盟	[234]
(三) 公司的多方持股	[235]
(四) 收入来源靠广告	[235]

第八章 旅游业:网上新世界

一、旅游中国:产业化大趋势	[238]
二、旅行社:迎头赶上	[239]
三、服务:旅游+酒店+代理	[241]
四、虚拟旅游:身临其境	[243]
五、旅游网站十四家	[244]

第九章 汽车工业:走上网络高速路

一、汽车商业网站何时名副其实	[247]
二、汽车商业网站“跑得”最快	[248]

三、世界名车网站扫描	[250]
------------	-------

第十章 家电业:网络全球家庭

一、通用电器的启示	[252]
二、中国家电企业的策略	[254]

第十一章 医疗保健业:网上网下忙治病

一、远程医疗多起来	[257]
二、网上心理咨询业	[258]
三、网络病医生	[259]

第十二章 咨询代理业:无限商机的网络

一、信息咨询商的两种策略	[261]
二、调查公司上网淘金	[262]
三、房地产中介:网上房展	[263]
四、法律业:在线律师	[265]