

新

身有手册，神游网海！

网民手册

网络创业

● 赖 鑫 编著 / 康 创 策 划

从Rich Win到新浪——四通利方的奇迹

每天销售1000万美元——DELL的奇迹

寻找你的partner——我需要——一个合作者吗？

四岁的零售巨人——Amazon 的奇迹

科学出版社



TP393-49
ZMP/13

新网民手册

网络创业

赖 鑫 编著

康 创 策划

科 学 出 版 社

2000

JS306/28

内 容 简 介

本书的主要讲述如何在网络上创业。全书共分七章，第一章讲述了网络上成功的公司的成长历程；第二章描述了网络上创业的全过程；第三章说明了怎样建立一个营销网站；第四章、第五章和第六章讲述的是互联网上的一些经营思路；最后一章中提供了大量的有用网址，作为本书的补充内容。

本书适合想在网络上创业的人士，对网络商业感兴趣的人士以及有志于网络事业的管理人员和技术人员阅读。

图书在版编目 (CIP) 数据

网络创业/赖鑫编著, 康创策划. -北京: 科学出版社, 2000

(新网民手册)

ISBN 7-03-007940-X

I. 网… II. ①赖…②康… III. 计算机网络-计算机应用-商业经营
IV. F716

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 68850 号

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号
邮政编码: 100717

北京双青印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

*

2000 年 4 月第 一 版	开本: 787×1092 1/32
2000 年 4 月第一次印刷	印张: 9 3/8
印数: 1—5 000	字数: 216 000

定 价: 12.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换(环伟))

《新网民手册》丛书编委会

主 编：曾满平

副主编：张翊钦 陈海军

编 委：陈青林 陈文杰 黄志峰

赖 鑫 李 渝 李志鹏

廖正辉 陆宝轲 罗建曦

王 华 夏 宇 杨竞锐

赵冬泉 张 明 郑 重

丛 书 序

网络在膨胀，网络用户以几何指数在增加；但网民却似乎还是有些迷惘——网络到底能为我们带来些什么、我们到底该怎样让它为我们更好地服务？《新网民手册》丛书集实用、新颖、有趣等特点于一体，帮助网民们解困释惑。

本丛书具有以下特色

- ◇ 版式小巧玲珑；
- ◇ 便于携带和及时参考；
- ◇ 行文风格活泼生动；
- ◇ 没有复杂的理论和无聊阐述！

本套丛书包括：

《网络初航》——无须知道枯燥的历史和理论，但我们必须了解网络的基本组成及其初步应用，如 WWW、BBS、E-mail、Telnet 等。

《网络大导航》——在无际网海中怎样搜索自己需要的东西？本书将从白页目录、搜索引擎等方面做出回答。

《网中结网》——你不可能再设计一个 Internet，但你可以、也完全有必要构建一个属于自己的局域网。

《网上谨慎冲浪》——彻底了解掌握网络的最高境界便是了解、并掌握“网络安全”的方方面面，本书将引导你进入一种“幕后”的境界。

《娱乐新视野》——如果你有一份闲心，能让你神游网络而不知返的事比比皆是：欣赏流行音乐、躲进聊天角狂侃、过网络车狂之瘾、进行网络游戏大战、在书香四溢的“书库”里狂啃乱嚼……

《网络学堂》——从网上初等教育到网上大学，从英语教室到网络图书馆，从网上做实验到网络电子大论坛……圆你的“成才”之梦！

《网海拾贝》——漫步网海之滨，你还会发现许多形形色色的贝壳——免费资源：包括免费主页、电子信箱、ISP、传真……

《网络新社会》——新的网络更是一个新的社会。网络论坛、网络爱情、网上组织等，人们在网中“完全”虚拟出另一个社会。

《网上求职》——网络彻底冲击了传统的求职方式。网上求职变得越来越魅力万分：它的便捷、公平、快速、效率、效益……

《网络创业》——网上商机无限，提供无限创业契机。开辟属于自己的天空，再也无须雄厚资金、丰富经验……只要有慧眼金睛，世界便将在你面前初露端倪。

《电子商务新资源》——沸沸扬扬的电子商务宣告登场，如

房地产、IT 信息产业、计算机网络工程、商贸及金融、证券、股票……

《网上求助》——您可曾幻想过：坐在家里完成工作，坐在家求医治病，坐在家里可以购物……Internet 让这一切都可成为现实！

《网络通讯》——网中各种信息转化成神奇的二进制数据，在世界各个角落里自由流动。包括网络电话、网上 BP、网络传真、E-mail……

《网上筑巢》——在网上，你也可以拥有一个属于你的“家”。“家”任由你来捣鼓，全面展示你的风采——这就是主页制作。

最后预祝读者：身有手册，神游网海！

我们的 E-mail 地址是：adrain@263.net

曾满平

1999 年 12 月 24 日

前 言

人类正在进行着一场信息革命，而革命的推动者，则是飞速发展的互联网。通过互联网进行的交易额 1998 年大约是 230 亿美元，而 2002 年有望达到 3500 亿美元。

互联网是英雄的摇篮，Yahoo，Netscape，AOL，Amazon，Ebay 等等一连串闪亮的名字照耀着互联网。很难想象，这些网络公司在短短几年时间内，市值达到上百亿美元。Yahoo 的市值更是超过了大名鼎鼎的波音公司。在国内，也出现了一批极为成功的互联网公司，如 Sohu，Sina，Netease 等等。前不久，China.com 在美国 Nasdaq 成功上市，市值飙升至 10 亿美元。这一消息大大的激励了国内的网上创业者们的热情。互联网公司纷纷成立、资金也源源不断的流向网络事业。本书就是在这样一种情况下诞生的。

互联网的兴起是近几年的事，目前我国介绍网上商业情况的书籍十分缺乏，而很多想在互联网上创业的有志之士苦于无法得到这方面的资料。本书的目的，就是想弥补这方面的空缺。全书内容十分丰富，有网络上成功的公司的成长历程、在网络上创业的步骤以及网络上的大量经营思路。在最后一章中还提供了大量的有用网址供读者参考。

在本书的写作过程中，参考了大量业内同仁的文章，在此表

示衷心的感谢。另外作者的水平有限，书中难免有很多疏漏和不足之处，敬请广大读者给予批评指正。

作 者

1999 年 9 月

目 录

丛书序

前言

第 1 章 网络商业帝国	1
沙滩上搭起的楼阁	
——杨致远如何建立起了 Yahoo 大厦	2
搜狐的故事——张朝阳是如何成功的	6
从 RichWin 到新浪——四通利方的奇迹	10
每天销售 1000 万美元——Dell 的奇迹	13
四岁的零售巨人——Amazon 的发迹	17
第 2 章 创业之路	22
如何找到合适的项目	
——难道我也要开网上书店吗?	23
寻找你的 partner——我需要一个合作者吗?	27
商业计划书的写作	
投资商要我写一份商业计划书, 怎么办?	32
风险投资与网络企业——我到哪儿去找足够的钱?	
.....	37
第 3 章 建立你的营销性网站	41
域名的商业价值——域名跟商标一样吗?	42
域名申请的有关问题——谁都可以申请域名吗?	48

建立成功的商业网站	
——网上我能提供顾客需要的一切吗?	55
网站的推广——如何让更多的人到你的网站上来	66
搜索引擎的利用——我的网站能在 Yahoo 上查到吗?	69
网页上的广告——怎么到处都看见大公司的标志?	77
新闻组的利用——新闻组好热闹, 我可以做广告吗?	82
巧妙运用电子邮件	
——我的信箱里为什么常常收到很多公司的广告?	84
交换链接的技巧——很多网站上都有友情链接, 这 是怎么回事?	88
另类网络广告妙法——大家都这样做广告, 太平常 了, 有没有其他的方法?	90
ISP 的选择——这么多的 ISP, 我应该选哪个呢?	93
数字时代 12 条企业制胜守则	
——我可以开始我的生意了吗?	97
第 4 章 网上零售商店	101
“滚动”与“滑动”的较量	
——网上零售商店有什么不同?	102
上网用户的基本情况——什么人在上网?	104
网上畅销的产品——什么东西能在网上销售	108

网络上的安全问题	
——我的个人信息在网上传送，安全吗？	111
成功的网上商店——能介绍几个网上商店吗？	114
第 5 章 网上常见的经营思路	128
网上的咨询业务	
——我想在网上开展咨询业务，行吗？	129
网络门户——我想做中国的 Yahoo，能行吗？	142
网上数据库	
——网上的信息太多太乱了，怎么解决？	159
网上竞拍——网上也能拍卖东西？	174
网络学校——在家也能上学？	185
Internet 鹊桥——网络中的恋情，你信吗？	202
网上出版物——我也可以当主编吗？	215
虚拟社区——网络上也有社会吗？	227
网上的游戏网站——网上也能玩游戏？	234
第 6 章 网络上的其他经营思路	246
中文网络地址——用中文名字也能访问互联网？	247
CICQ 网上通讯软件——网络上的大哥大？	251
共享软件的互联网解决之道	
——共享软件怎么生存下去？	256
全球华人寻人引擎——网上也能寻人？	264
第 7 章 网上的其他有用资源	268
其他有用的站点——书上讲的就够了吗？	269

第 1 章

网络商业帝国

在网络上创业的先行者永远是令人敬佩的。在这一章里，你将了解到国际、国内著名的网络公司成功的故事：Yahoo 成长的经历、搜狐创业的曲折过程、新浪网飞速发展的 3 年、Dell 的总裁戴尔如何从直销中获得商机，Amazon 怎样打败书籍零售巨人成为网上零售商业典范的。

这些公司的名字现在听起来是如雷贯耳，确实，他们已经走在了前面。我们现在来解读他们成功的经历，必将能得到无穷的启示。



沙滩上搭起的楼阁——杨致远如何建立起了

Yahoo 大厦

“Yahoo 就像在沙滩上搭起的楼阁，然而一夜之间四周就建立起了摩天大厦”。

——《商业周刊》

网址——<http://cn.yahoo.com>，如图 1-1 所示。

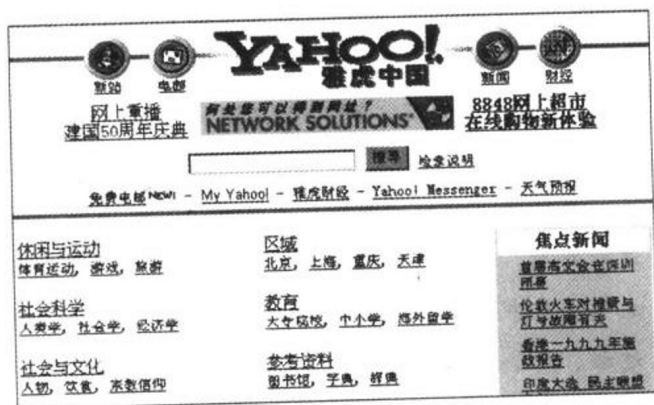


图 1-1 Yahoo 的首页

电脑时代是充满光荣与梦想的年代，白手起家成为亿万富翁的神话层出不穷，从苹果电脑的 Steve Jobs，Microsoft 的 Bill Gates 到 Dell 电脑的 Michael Dell，不过他们绝对想不到，有人只用了两年，就踏入了他们的行列，这就是 Internet 宠儿 Yahoo 的创始人：杨致远。

1993 年底在斯坦福大学电机研究所正攻读电机工程博士学位的杨致远开始使用 Internet，他和学友费洛都觉得国际网络范围广泛，要找一个题目往往需耗费多时，如果能建立一套搜寻的软件，有系统和分门别类地加以组织，使用网络资料时便会很方便。他们开发了一个数据库系统来管理资料，并把资料整理成方便的表格，将它命名成“杨和戴维的 WWW 网指南”，站点名单越来越长，他们将站点分类，很快每一类站点也太多了，他们又将类分成子类，Yahoo 的雏形诞生了，核心就是按层次将站点分类，直到现在这一点也没有改变。到 1994 年下半年，Yahoo 成了层次目录服务的冠军。在 1994 年秋天，他们非常兴奋地迎来了第一个百万访问日，这意味着一天内 Yahoo 有 100 万个访问。

非常幸运，Web 网的商机已成熟了，Netscape 发布了第一个浏览器测试版，并将浏览器上 Internet 目录的按钮指向 Yahoo，热线建立了第一个有广告的 Web 站点，大众媒体开始大肆报道 Internet 现象，风险投资基金也向 Web 涌来。第一个打来电话的是英国路透社，但 Yahoo 和路透社成了朋友，而不是合作伙伴，路透社希望将新闻有偿提供给 Yahoo，而 Yahoo 还没有任何收入，杨致远请人帮着写了一份五页的计划书，杨致远和 Dave 拿着它开始不停地拜访风险投资者。

Sequoia 是硅谷声名最显赫的风险投资基金，Sequoia 投资过数百家高科技公司，其中包括：掀起个人电脑革命的苹果电脑、开创游戏机工业的阿达利、最有名的数据库公司 Oracle、网络硬件巨人 Cisco，现在轮到 Yahoo 了。杨致远与费洛决定放弃即将完成的博士学位，因为他们认为继续开发软件工作比完成博士研究

课程更重要，而且那个时候正是推出软件的黄金机会，于是携手成立了 Yahoo 软件公司。

1995 年 4 月，Sequoia 与 Yahoo 成功合作，前者对后者估价 400 万美元，并以这一评估为基础，投入资金。Yahoo 开始了他们艰苦卓绝的创业之路。

提供路透社的新闻服务是 Yahoo 发展的重要战略，原来 Yahoo 只是提供其他站点的内容索引，现在直接在自己的站点上提供服务内容，这样就扩大了广告收入来源，因为广告版面是按页计算的。新闻服务只是第一步，11 月开辟了天气预报，1996 年春天有了股票证券信息，在夏天和秋天更是开展了一连串的新服务项目，通过不断增加服务项目，Yahoo 进入了用户的日常生活，Yahoo 成功地重新定位自己：不再是通往 Web 网的大门，而是各种信息服务的综合体。

Yahoo 系列提供了各种新的服务项目，如电话黄页和指示图就是其中之一，用户可在 Yahoo 上查到美国任何一家公司电话和地址，还有公司地址路线图，电话黄页全美一年销售额是 100 亿美金，可以预计未来这个项目收益会是可观的。Yahoo 系列最有意义的项目是分类广告，分类广告包括房产信息、汽车、招聘和个人信息，Yahoo 不需要一张纸就可以提供各类清单，分类广告的收益将十分可观，旧金山公司开办四个月后就吸引了 450 家广告客户，这几乎是旧金山新闻报的全部广告客户。分类广告不再是简单文字，可以有图像、声音、影像，用户还可以根据自己需要，如价格在什么范围、什么型号，准确得到想要的信息。网上购物也成为一门大生意，Yahoo 和 Visa 在 1997 年合作开设网上商

场，取得了非常好的成绩。1997年Yahoo的利润是6741万美金，比1996年增长了242%。新闻、电话黄页、分类广告、网上商场等等，Yahoo系列的新型服务，创造了新一代的媒体。

Yahoo的“在Web网上提供免费服务”的宗旨证明是正确的，Web网上评价一个站点的商业价值在于流量，流量越多增长的流量也越多。Yahoo在这一点上十分成功，初次访问Yahoo的用户会发现查找有用信息很方便实用，他们就会回头再来，稳定的客户群是流量的保证，Yahoo有上百万的稳定用户，这提供了一个非常好的场所来提供信息服务，越多的服务流量就越大。杨致远总结道：“这是一个正反馈，我们提供的信息越多，就有越多的用户；用户越多，广告客户就越多，我们的信息就更多。”

1996年，仅同Softbank及其附属公司签定的广告合同就让Yahoo得到207.5万美元的收入。该年Yahoo公司实现净收入907.3万美元。1997年，Yahoo公司实现净收入7045万美元，1998年实现了2.03亿美元。与1995年相比，短短四年时间，其纯收入增长了近200倍。

与Yahoo超常规发展相对应的是高投入。高额的投入和费用支出使得Yahoo不得不经常为资金的筹措而四处奔波。于是，上市成为必然。

Yahoo在1996年4月12日成功在Nasdaq（纳斯达克）上市，两个Yahoo的竞争对手Lycos和Excite在Yahoo前几天上市，不过这丝毫没有影响投资大众对Yahoo的热情，上市价是每股13美元，开盘就报24.5美元，最高达到43美元，当天的收盘价是33美元，Yahoo的市值达到8.5亿万美元，是一年前Sequoia估价的