

林中燕◆著

电子商务视角下的 产业链优化

*Dian zi shang wu shi jiao xia de
chan ye lian you hua*

JI 吉林人民出版社
LIN REN MIN CHU BAN SHE

电子商务视角下的 产业链优化

林中燕 著

吉林人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务视角下的产业链优化/林中燕著. — 长春:吉林人民出版社,2008.12
ISBN 978-7-206-05906-3

I.电… II.林… III.电子商务—关系—产业经济学—研究—中国
IV.F713.36 F121.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 201814 号

电子商务视角下的产业链优化

著 者:林中燕

责任编辑:李艳萍

封面设计:慧 子

责任校对:魏 君

吉林人民出版社出版 发行(长春市人民大街 7548 号 邮政编码:130022)

印 刷:吉林省吉育印业有限公司

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:11.125

字数:310 千字

标准书号:ISBN 978-7-206-05906-3

版 次:2008 年 12 月第 1 版

印 次:2008 年 12 月第 1 次印刷

印 数:1-1 000 册

定 价:29.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

前 言

自 20 世纪 90 年代中期以来,互联网的迅速普及和大众化,带动电子商务的高速发展。传统的沟通和贸易方式开始向互联网转移,网络逐渐介入人们的日常生活,对传统商务模式产生冲击并深刻影响。电子商务在经历了寒冬后,在 2007 进入井喷阶段——阿里巴巴市值超两百亿美元、百度高调进军 C2C 电子商务领域、PPG 挑战雅戈尔、京东等 B2C 商城逐波网络商海……中国电子商务领域热度不断攀升。

但是,步入 2008,随着全球金融危机日益严重,我国经济贸易形势日趋严峻,个别产业链甚至出现断链现象,全球经济步入低潮。因此,如何提高电子商务效能,并进一步利用电子商务手段来优化产业链,成为当前急需探讨的问题。

本书共分五个部分:

第一部分,产业链理论研究——分析了产业链理论基础、产业链视角下的企业商业模式、产业链优化中的电子政务等方面内容。

第二部分,电子商务与产业链——从电子商务基础出发,分析了 Internet 和 WWW、电子商务对产业链的推动作用、产业链中的供应链管理与协同商务等。

第三部分,基于电子商务的农业产业链优化——主要分析了农业产业链管理和电子商务背景下的农业产业链优化路径。

第四部分,基于电子商务的旅游产业链优化——从旅游业与旅游产业链、电子商务与旅游产业链优化、网络背景下的区域性旅游产业链优化及等角度展开阐述。

第五部分，产业链节点的优化创新——探讨了中小企业电子商务应用、CRM & ERP 对产业链的推动作用及产业链人才孵化机制的建立。

本书是闽江学院科研启动项目（编号 YSQ07003）的阶段性研究成果。为进一步探讨利用电子商务手段优化产业链的途径，笔者充分借鉴和参考了国内外相关研究领域的最新观点及资料。力图通过较强的实践性，在探讨产业链理论研究的基础上，从不同行业的角度，分析电子商务视角下的产业链优化问题，突出本书在实践上的参考意义。希望读者阅读此书后，可对电子商务背景下的产业链优化问题和具体应用有一个清晰完整的了解。

本书的顺利完成得到诸多领导、师长、家人和朋友的大力支持和帮助，在此一并表示诚挚的谢意！

写作的过程，是艰苦的过程，也是愉快的过程。通过本书的写作，笔者在产学研结合方面得到了很大的提高。由于基于互联网的电子商务发展日新月异，更新度极快，本书难免挂一漏万，望学界、业界人士不吝赐教。

林中燕

2008 年 9 月

目 录

第一部分 产业链理论研究

第一章 理论基础	(3)
第一节 产业链基本概念	(3)
第二节 产业链管理理论	(8)
第三节 产业链特征	(15)
第四节 我国产业链发展存在问题及对策	(21)
第二章 产业链视角下的商业模式重建	(26)
第一节 基于循环经济的产业链整合	(26)
第二节 产业链蛛网模型的建立	(29)
第三章 产业链优化中的电子政务	(35)
第一节 基本概念和方法	(35)
第二节 电子政务与产业链优化	(41)
第三节 基于数据挖掘技术的政府门户网站评估	(45)

第二部分 电子商务与产业链

第四章 电子商务基础	(55)
第一节 电子商务定义	(55)
第二节 电子商务特征	(62)

第五章 Internet 和 WWW	(65)
第一节 Internet 发展历程	(65)
第二节 我国互联网发展进程	(75)
第六章 电子商务对产业链的推动作用	(83)
第一节 电子商务产生和发展	(84)
第二节 电子商务产业链	(90)

第三部分 基于电子商务的农业产业链优化

第七章 农业产业链管理	(103)
第一节 农业与农业经济学	(103)
第二节 农业产业链管理理论	(124)
第三节 国际农业产业链管理实践	(129)
第四节 国内农业产业链管理实践	(135)
第八章 电子商务背景下的农业产业链优化	(147)
第一节 电子商务与农业产业化	(147)
第二节 韩国信息化村分析与借鉴	(156)
第三节 基于邮政的福建省农业信息化建设	(166)

第四部分 基于电子商务的旅游产业链优化

第九章 旅游业与旅游产业链	(177)
第一节 旅游业	(177)
第二节 旅游经济	(183)
第三节 旅游产业链	(187)
第四节 旅游产业链管理	(190)
第十章 电子商务与旅游产业链优化	(196)
第一节 旅游电子商务	(196)

第二节 旅游产业链的变革	(202)
第三节 旅游产业链中的电子政务应用	(208)
第四节 旅游在线交易中的法律问题	(217)
第十一章 网络背景下的区域性旅游产业链优化	(242)
第一节 海峡两岸礼俗旅游产品开发	(242)
第二节 信息化打造“两马”旅游产业链	(250)

第五部分 产业链节点的优化创新

第十二章 中小企业电子商务应用	(259)
第一节 中小企业管理创新	(259)
第二节 移动商务对产业链的优化作用	(265)
第三节 产业链中的搜索引擎精准营销	(273)
第十三章 产业链人才孵化机制	(282)
第一节 合作学习在高等教育中的运用研究	(282)
第二节 高等院校电子商务专业实践教学体系设计	(290)

Travel E – governance in Chinese Fujian Province:

Application Problems and Countermeasures	(297)
--	-------

Discuss on Management Innovation in SMEs'

E – commerce	(311)
--------------------	-------

Countermeasures for Chinese Mobile Commerce Based on

Precision Marketing	(321)
---------------------------	-------

Design of Practical Teaching System for E – Commerce

Specialty in Institutions of Higher Learning	(331)
--	-------

参考文献	(341)
------------	-------

第一部分

产业链理论研究

在新的技术经济条件下，经营体竞争优势的基础已经超出了自身的能力和资源范围，竞争范围从单个经营体竞争扩展到了产业链之间的竞争，竞争方式也更多地表现为创新竞争和速度竞争。^①

基于电子商务的产业链优化研究首先需要对产业链理论的内涵进行准确的把握。对产业链（Industrial Chain）的研究最早来自古典经济学家的研究，亚当·斯密在《国富论》中开篇探讨的即是“劳动的分工”。斯密在《国富论》中揭示了工业生产是一系列基于分工的迂回生产的链条，并详细地分析了分工的好处。

^① 芮明杰，刘明宇，产业链整合理论述评[J]，产业经济研究，2006（3）：60-66。

第一章 理论基础

第一节 产业链基本概念

产业链是产业经济学中的一个衍生概念，真正引起人们的关注，并得到进一步分析和研究，也不过十余年时间。但是，通过对相关产业经济学著作的阅读和比较，我们很难从产业经济学学术理论体系中找到对产业链的专门描述。因此，有必要专门针对产业链展开论述，进一步推动产业链优化，提高产业竞争优势。

产业链形成源于产业集聚理论。产业集聚由三种形式组成：一是一组公司，包括专门化的投入、零部件生产、机械和服务提供，以及相关辅助企业；二是下游企业、生产互补产品的生产商、专业基础设施的提供者和其他提供专业培训、教育、信息、研究和技术支持的机构，三是包括商会在内的其他集群成员团体^①。

波特在其《国家竞争优势》、《群聚区和新竞争经济学》等论著中，提出了“产业群聚”和“群聚区”的概念。他认为：各国竞争优势形态，都是以产业群聚的面貌出现，当产业群聚形成时，一个国家（或地区）无论在最终产品、生产设备、上游供应及售后服务等方面，都会具有国际竞争的实力。且很多产业群聚或具有国

^① 刘斌. 产业集聚竞争优势的经济分析 [M]. 中国发展出版社. 2004: 56.

际竞争力的产业通常具有地理集中性^①。

但是,迄今为止,国外学者还没有将产业链问题作为研究对象进行研究,国外有关产业链的研究基本处于空白状态。通过在 Google Scholar 搜索的结果,2000 年-2008 年间发表的英文学术文章,标题完全符合关键词“Industrial Chain”的仅有 183 项(检索时间:2008/6/10)。究其原因,有学者认为主要有:

一、从管理学角度研究价值链、供应链的学者,未能对价值链、供应链在特定群聚区域内的特殊表现形式即产业链进行专门的考察;

二、提出或重视“地点竞争力”的波特等人,都将其注意力集中在国家、地区的产业集群研究,也未对产业链进行专门的考察^②。

产业发育和产业链形成对经济和企业的价值与贡献也是最近几年才开始受到国内学者的重视。

一、不同学者的观点

产业链是产业经济学中的一个概念,不同的学者对此有不同的解释:

杨公朴、夏大慰认为由同一产业内所有具有连续追加价值关系的活动构成的价值链可称为“产业链”,或是“产业活动链”^③。

龚勤林认为:产业链是各个产业部门之间基于一定的技术经济关联,并依据特定的逻辑关系和时空布局关系客观形成的链条式关联关系形态^④。

① Porter. M. E. Clusters and the New Economics of Competition [J]. Harvard Business Review. 1998: 77-79.

② 蒋国俊. 产业链理论和稳定机制研究 [J]. 西南财经大学博士论文. 2004.

③ 杨公朴, 夏大慰. 产业经济学教程 [M]. 上海财经大学出版社. 2002: 56.

④ 龚勤林. 论产业链构建与城乡统筹发展 [J]. 经济学家. 2004 (3): 121-123.

刘贵富等认为：产业链是指一定地域内，同一产业部门或不同产业部门或不同行业中具有竞争力的企业，与相关企业以产品为纽带按照一定的逻辑关系和时空关系，联接成的具有价值增值功能的链网式企业战略联盟^①。

杜义飞等认为：产业链的本质是用于描述一个具有某种内在联系的企业群结构，它是一个相对宏观的概念，存在两维属性：结构属性和价值属性。产业链中大量存在着上下游关系和相互价值的交换，上游环节向下游环节输送产品或服务，下游环节向上游环节反馈信息^②。

马士华等认为：产业链是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中的，将供应商、制造商、分销商、零售商、直到最终用户连成一个整体的功能网链结构模式^③。

卢明华等认为：产业链是某种具有内在联系的产业集合^④。

吴金明、邵昶根据产业链内含的主要因素，选取了现实中四种主要的点线对应关系（也就是四个维度）来反映产业链的丰富内涵，将产业链的概念界定为：产业链是基于产业上游到下游各环节的由供需链、企业链、空间链和价值链这四个维度有机组合而形成的链条^⑤。

1. “点和点”的链接——供需链维，它是一种表示生产环节和产业层次的客观存在，只着眼于技术和产业层次的划分，描述的

① 刘贵富. 产业链研究现状综述评 [J]. 工业技术经济, 2006, 25 (4): 8 - 11.

② 杜义飞, 李仕明. 产业价值链: 价值战略的创新形式 [J]. 科学学研究, 2004, 22 (5): 552 - 556.

③ 马士华. 供应链管理 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2000 (2).

④ 卢明华, 李国平, 杨小兵. 从产业链角度论中国电子信息产业发展 [J]. 中国科技论坛, 2004 (4): 96.

⑤ 吴金明, 邵昶. 产业链形成机制研究——“4 + 4 + 4”模型 [J]. 中国工业经济, 2006 (4): 39 - 43.

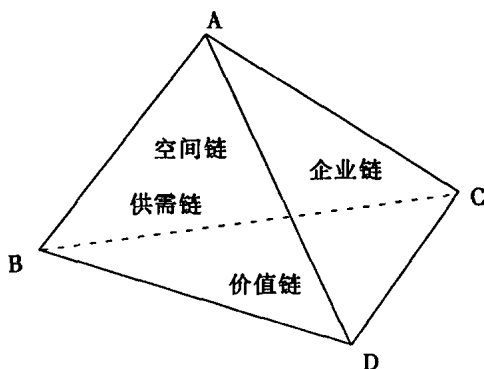


图 1.1 产业链概念四维示意图

是生产环节上的节点，而与节点上的企业组织无关。供需链是产业链研究的基础，关注的焦点是产业链上“节点”和“节点”的关系，它包括需求链、供应链和技术链。需求链不仅指通常所说的消费者需求链，还指生产者需求链；供应链是指物流链和生产要素的供应链；技术链不仅包括产品技术链，还包括技术服务链。

2. “点和线”的链接——企业链维，它是产业链的载体和具体体现形式，是指同一个产业链中不同环节所有企业的“线”型链接，处理的是产业链中如何“连点成线”的关键问题，可分为企业和企业、企业和消费者、企业和政府以及三者之间的链接。

3. “线和线”的链接——空间链维，是指同种产业链条在不同地区间的分布。如果产业链在地理上具有集中的特点，就形成产业链中的集聚。空间链按地域大小可分为全球链、国家链和地区链。

4. “链和链”的链接——价值链维，是引领产业链形成和发展变化的重要关系链。价值链的变化首先体现在供需链上，进而引起企业链和空间链的演变。

二、产业链概念的变迁

企业出于对制造资源的占有要求和直接控制生产过程的需要，传统上对为其提供原材料、半成品或零部件的其他企业采取自建、控股或兼并的“纵向一体化”（Vertical Integration）管理模式。在市场环境相对稳定的条件下，采用纵向一体化战略是有效的。但是，在高科技迅速发展、市场竞争日益激烈、顾客需求不断变化的今天，这种管理模式已经暴露出自身的缺陷：

- （1）增加企业投资负担；
- （2）在项目建设周期中承担丧失市场时机的风险；
- （3）迫使企业从事不擅长的业务活动。

鉴于纵向一体化的种种弊端，从 80 年代后期开始，国际上越来越多的企业放弃了这种经营模式。“横向一体化”（Horizontal Integration）思想日益兴起，即企业把主要精力放在提升核心竞争力（Core Competence）上，其他非核心业务外包（Outsourcing）给合作企业完成，利用企业外部资源快速响应市场需求。“横向一体化”形成了一条从供应商到制造商再到分销商和零售商的贯穿所有企业的链条。由于每个节点企业来自不同的产业，于是便把这根链条称作“产业链”（Industrial Chain）。

关于产业链的概念，理论界和实践界有各种不同的理解，经历了以下四个发展阶段：

（一）内部型

早期的观点认为产业链是制造企业的内部活动，它是指把外部采购的原材料和零部件，通过生产和销售等活动，传递给零售商和用户的过程。传统的产业链概念局限于企业的内部操作，注重企业自身资源的利用。

（二）物流型

郝礼翰（Houlihan，1988）认为产业链是从供应商开始，经生产者或流通业者，到最终消费者的所有物质流动。这种观点从商品

流转的角度对产业链进行了概括，但把产业链仅仅归结为物流是不够全面的。

（三）信息型

史迪文斯（Stevens，1989）将产业链定义为由供应商、制造商、分销商和消费者连接在一起组成的系统，其中贯穿着反馈的物流和信息流。这种观点把信息提升到与产品同等重要的地位，并且强调产业链中存在反馈过程，是产业链思想的一大进步。

（四）网链型

最近，产业链的概念更加注重围绕核心企业的网链关系，同时强调合作企业的战略伙伴关系问题。哈里森（Harrison）将产业链定义为采购原材料，将它们转换为中间产品和成品，并且将成品销售到用户的功能网链。

作为一项重大的管理创新，产业链模式可以帮助企业在最短的时间里寻找到最好的合作伙伴，用最低的成本、最快的速度、最好的质量赢得市场，受益的不只一家企业，而是一个企业群体。现在，人们已经认识到任何企业都不可能在所有业务领域成为世界上最杰出的企业，只有精诚合作，优势互补，才能共同增强竞争实力。这样，日益激烈的市场竞争就逐渐从企业之间扩大到产业链之间，竞争的层次被大大提升。

通过前文学者观点的分析，得出产业链的内涵关键词为：关联（联接）、链条（链网）、整体。为更好地描述产业链间各个节点的关系，我们尝试给出产业链定义如下：产业链是在相关产业组织中，依据特定的经济关系，客观形成的、整体的功能网链结构。

第二节 产业链管理理论

为了增强整个产业链条的竞争力，并且使每个加盟企业都能受益，就必须加强对产业链的构建及其运作的研究，由此产生了

“产业链管理” (Industrial Chain Management) 这一新的课题。它是一种集成的管理思想和方法, 目标在于提高用户服务水平和降低总的交易成本, 并且寻求两个目标之间的平衡。伊让和库帕 (Ellram and Cooper, 1993) 认为, 产业链管理就是为了让整个系统获得最高的绩效, 而对从供应商开始到最终用户的整个网络的分析和管理的。在产业链管理理论中, 最具代表性的是“快速响应” (Quick Response, QR)、 “有效的消费者响应” (Efficient Consumer Response, ECR) 以及“需求链” (Demand Chain) 理论。

一、QR 和 ECR

(一) QR (Quick Response)

QR 是 1985 年由美国著名的流通咨询公司克特·萨尔蒙公司 (Kurt Salmon Associations, Inc.) 提出的, 并在纤维生产商、服装生产商和零售商三方的合作实践中得到了完善。QR 提倡的是零售商和生产厂家建立战略伙伴关系, 共享信息资源, 利用电子数据交换 (EDI) 等信息技术, 进行销售时点以及订货补充等经营信息的交换, 用多频度小数量的配送方式连续补充商品, 零售商通过电子支付系统 (EFT) 向供应方支付货款, 从而建立起能对消费者需求做出快速响应的机制。

QR 的成功基于以下条件:

1. 革新企业的经营意识和组织结构, 改变传统的经营方式, 产业链各方建立战略伙伴关系;
2. 转变一直以来对企业商业信息保密的做法, 合作方之间实行必要的信息公开;
3. 开发和应用现代信息技术;
4. 供应方必须缩短生产周期, 建立高效的物流网络。

(二) ECR (Efficient Consumer Response)

ECR 是美国食品营销协会 (FMI) 联合美国食品加工行业 15 家大型企业会同克特·萨尔蒙公司于 1993 年提出的。ECR 指的是