

上海三联教学参考系列

电子商务管理

程大为

SERIES OF TEACHING REFERENCES OF SHANGHAI SANLIAN PRESS



DIANZI
SHANGWU
GUANLI

上海三联书店

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务管理/程大为著

—上海:上海三联书店, 2001. 7

(上海三联教学参考系列)

ISBN 7-5426-1590-4

I. 电… II. 程… III. 电子商务—经济管理—教材 IV. F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 038672 号

电子商务管理

著 者/程大为

策 划/朱慧君

特约编辑/范坚刚

责任编辑/朱慧君 姚望星

装帧设计/范昕青

责任制作/沈 鹰

责任校对/何 清

出版发行/上海三联书店

(200235) 中国上海市钦州南路 81 号

<http://www.sanlianc.com>

E-mail/sanlianc@online.sh.cn

印刷装订/江苏吴县文化印刷厂

版 次/2001 年 9 月第 1 版

印 刷/2001 年 9 月第 1 次印刷

开 本/787×1092 1/18

字 数/310 千字

印 张/16.5

印 数/1—3100

ISBN7-5426-1590-4

F·335 定价: 27.00 元

内容简介

在激烈的市场竞争中，电子商务企业怎样才能立足于不败之地？这就是本书所要回答的问题。企业经营成败，固然有许多原因，但最根本的是能否掌握和运用客观经济规律。正因为如此，本书研究了电子商务运行的经济规律，并由此告诉企业在电子商务经营中应该怎么办。

一个成功的电子商务经营管理者，首先关注的是市场，因为电子商务首先是个交换问题。但同时，还要关注消费者，这就涉及到消费环节；还要关注生产什么产品和服务，这就涉及到生产环节。谋划投资于哪种电子商务，这又是生产要素分配问题。电子商务经营管理者所需要的这些理论和知识，本书都做了全面的阐述。

本书总结了二十世纪末世界各国特别是美国电子商务发展的丰富经验。本书提出的一些管理原则都是从电子商务公司如微软、亚马逊、思科等著名公司的实践中抽取出来的。同时本书也注意到我国近年发展电子商务的实际经验，提出一些在我国条件下可行的管理措施。

没有用管理学一般原理来裁剪电子商务，这是本书研究问题的一个特点。

H623/4

前 言

这是一本具有特色的教科书。众所周知经济学目的在于研究资源配置的合理性，管理学的目的则在于研究资源配置的效率性，电子商务与网络经济在配置人类最可宝贵的资源——时间上，具有其他传统配置方式无可比拟的优越性，本书就是从理论层面探讨这一方式的内在规律性的。

当本书作者还在美国留学时，笔者曾经就电子商务的经济学含义与她进行过交谈、讨论，讨论的核心是，电子商务将从哪些方面给传统经济学、管理学以补充，而又将在哪些方面对它们产生挑战。由于本书作者在国内学的专业是经济学，在美国留学则主修商务外交与电子商务，因此看问题的角度多元化，对问题的把握也是多方面的，她所坚持的网络经济的核心是经济，电子商务的实质是商务，笔者非常赞成，这些思想在本书中得到了很好的体现。

美国著名的互联网商业专家阿莫·哈特曼指出，电子经济正在打破某些工业时代传统的理论和规则，电子经济需要一种新的词汇来描述。以电子商务为代表的新经济是与工业经济完全不同的经济形态，它必然有自己的运行规律。这本《电子商务管理概论》以当代电子商务最发达的美国的商务运作为素材，结合我国电子商务的初步实践，进行理论抽象，最终形成这本书的框架和体系，读者会发现它与现有的教科书相比，是极具特色的。

从生产力的角度分析，人类历史上具有标识性的里程碑，总是和生产力的变革结合在一起的，四大发明不仅是古代中国繁荣昌盛的骄傲，

而且是全人类的文明进步，国际互联网的建立，使得美国人从“汽车轮子上的民族”跃进为“网络上的民族”，进而借助电子商务和经济全球化欲图将世界“一网打尽”就是最好的例证。网络经济时代，产品生命周期过程的加速，产品的无形损耗日益加大，加工出来的“硬”产品很可能在短时间里就已经成为过时的压库负担，计算机从 386、486、586 到奔三、奔四的发展非常有力地说明了这一进程。人们知道，头脑的思维远快于“硬”生产过程的改进。今天，美国已经将个人电脑的生产归到了“传统产业”的范畴中，而无形的网络产业、一切带有 e-(电子)的行业——电子贸易(e-trade)、电子商务(e-Business)、电子商业(e-Commerce)、电子管理(e-Management)、电子服务(e-service)、电子学校(e-school)等等，却在逐渐居于重要地位，因为它是以创新来增提附加值的，价值的载体是无形产品，有着广阔的发展空间，又可以很好地适应快速更新换代，不怕已有库存的贬值……从以上角度来思索电子商务和网络经济，会得出仅仅探讨电子商务(更确切应该是商务电子)过程所难于得出的结论。

虽然，电子商务活动是社会经济过程。但是作为电子商务的教材却可以从各种角度予以描述。然而，如果只讲 IT 技术，不尽力揭示电子商务活动的经济规律和管理原则，停留在一般交易过程的叙述，使人们读完之后总感觉难识电子商务和网络经济的庐山真面目。根据 2000 年的情况，那一时期国内出版的电子商务概论类型的著作已有 20 多种，有些教科书的水平是很高的。阅读这些书可以清楚地感觉到，它们大多是从交易流程、电子与商务的结合来阐述，而较少从经济学或管理学方面来讨论电子商务和网络经济。如果将目前有关教科书的内容分为电子商务概论知识介绍；电子技术知识及其应用介绍；经济学或管理学知识介绍和法律知识介绍的话，多数教材是以电子技术及其在商务中的应用为基本描述对象的。笔者感觉这本《电子商务管理概论》不同，它从经济学和管理学的角度来考虑电子商务和网络经济，具有自己的视角和希望探讨的问题，别具新意，这大概与作者在电子商务发达的美国所做的实地研究是分不开的。

在阅读《电子商务管理概论》时，我从书中的内容得到了新的启发，将其归纳为以下几点，与作者和其他读者共同研讨：

首先，电子商务与网络经济在全世界引起关注的一个重要的方面是其融资的特殊形式，这部书给予了详细的论述。人们在进行理论分析时

发现，网络经济的运转与人们常谈的风险投资(或创业投资)是分不开的。美国网络经济中的风险投资，最初是由具有企业家冒险精神的富有投资者单打独斗，因此出现了一些脍炙人口的发财的故事；但是仔细探究，美国的风险资本目前经历、完成了证券化的过程(如 NASDAQ 市场)，风险投资从富有者的专利变为大众的行为，不仅中小投资者可以介入风险投资，使得资金集中、数量急剧扩大，同时投资风险也分摊到大众投资者身上，使得网络高科技创新的风险极大分散化，因此，创新可能出现的失败对于经济的危害性下降，从而使美国的网络高科技发展有了坚实的金融和社会的平台，也反映了风险投资的社会化过程和风险由全社会承担的总体发展趋势。新近的方向则更让人感到：美国正在使得高科技发展的风险进一步由世界各个经济体来承担——NASDAQ 不断国际化，最好的项目在美国上市、最好的美国高科技公司在世界上市，你中有我、我中的你，美国电子商务、网络经济发展的资金在全世界筹措，风险也正在由世界承担，这样，世界经济本身就不会容许网络高科技发展彻底失败，也不会轻易使美国经济的泡沫彻底崩溃，这样即便发生了周期变化，世界经济也会尽量集各国的力量来“大事化小，小事化了”，替美国人解忧。

其次，产业经营与治理结构的虚拟化是网络经济运营的又一个特点，网络的兴起，人们可以结合成为虚拟的社会，营运可以采用虚拟的管理结构，将员工通过游戏规则在网络上形成新的组织构成，真正实现自由人的联合，各自完成经营全过程的一个片段，在虚拟的框架下，结成真实的经营治理，达到共同的经营目标，而领导者也具有了垂直、水平、网络化进行管理的平台。同时，这种虚拟管理的过程也正在逐渐走向无纸化(EDI)，美国的电话多语言服务就是这种虚拟经营的成功范例。笔者与本书作者在美国加利福尼亚曾经对这种多语言服务进行过了解，这一系统的工作过程基本为：当使用者提出语言服务要求，15 秒后便可以通过高质量的翻译与对方交谈，而翻译人员则在网络中，通过挂牌报到(available)，公司按照虚拟的而非实体的治理结构进行着管理，高效率地向用户提供服务。所有这些向世界显示了网络经济新的运转方式的雏形和新的管理模式。

再次，电子商务的出现，对于跨国公司产生了巨大的影响。在此基础上，真正意义的全球经营，从信息获取、战略决策、指挥调度、设计生产、市场营销、财务核算便会在网络经济中出现。环球网络已经使跨

国公司的组织结构、经济利益越出了国家的限制，成了地球村的生产单位，母公司与子公司的权力及职能的分配，利益的分享，不仅将极大地有利于跨国公司更有效地在全球范围内使人才、资金、信息、技术、自然资源结合起来，而且将有利于跨国公司结成广泛的国际联盟，实行分工合作，形成优势互补，使生产经营最优化，经济价值和利益最大化。跨国公司“无国籍”超越国界的追逐利益，使得国民经济的民族性、主权性被削弱，并教育人员对于公司的忠诚超过对于民族国家的忠诚，从而在根本上超越了政府行为而推动了全球经济一体化的发展进程。

最后，美国政府实行的一系列扶助、促进政策，如减税、建立基金、形成指导，并在国际范围为网络经济的发展开拓空间，与其他国家在政策方面讨价还价，制定有利于美国公司的、超前的、全新的游戏规则，从根本上保障美国经济的利益，这些都对网络经济的发展作出了巨大的贡献。美国注重网络，一如在 19 世纪注重电话的普及：1876 年美国的亚·贝尔发明了电话，当这一技术尚未成熟之时，1925 年美国国会便通过了法律，要求在全国建立可以通向每个家庭的电话网络。事实证明，美国的这一决策是非常重要的和正确的，它不仅使美国在当时有了最为先进的信息基础设施，促进了经济的发展，至今美国的近 1.5 亿部电话对于社会经济生活所起的作用也是有目共睹的。问题的另一个方面是，美国 20 年代立法者们的超前意识能够给 21 世纪的人们在发展电子商务和网络经济时一些什么样的启发和帮助。

应该说明的是，从技术角度看，所谓高新技术都是历史的产物，如同烽火台、鸡毛信在另一个时代的巨大作用，随着技术的进步可能会被更新的技术取代，从而为人类淘汰出局，但在彼时它们的确是新技术。网络经济和管理的概念绝不等同于因特网，后者只是前者的一种物质依托。因此，一时的股市中泡沫崩溃的网络股，一定不能与网络经济与管理的概念混淆起来，否则便会出现理解上的误区。另外，美国网络经济创新过程具有其他国家无法仿效的特点：风险投资的社会化、国际化；经营管理结构的虚拟化，经济政策的鼓励等。这些经济制度框架创造了美国网络经济的运行方式，其他国家在短时期内基本无法套用美国的这一框架机制，因此电子商务和网络经济过程是全球化的，但各国的框架机制及其实施却可能是民族化的。

本书的作者在美国留学期间，不仅从课堂学习电子商务，而且实地考察，加之大量阅读能够找到的参考书籍，并在网上下载了十分珍贵的

资料，因此本书的内容非常丰富，大量的案例能够使读者感觉到作者在写作本书时从浩如烟海的资料中找寻有用资料的艰辛，以及对资料进行分析时的理论线索。全书不仅思路有新意，而且极具可读性。

黄卫平
2001年4月
于中国人民大学

目 录

前 言	(1)
导 论	(1)
第一章 电子商务技术基础	(13)
第一节 电子商务一般知识	(15)
一、电子商务的由来和发展	(15)
二、电子商务框架	(19)
三、电子商务分类	(21)
第二节 Internet 技术	(25)
一、Internet 的连入方式	(25)
二、网络协议 OSI	(26)
三、Web 技术	(29)
第三节 EDI 技术	(32)
一、EDI 的定义	(32)
二、EDI 的组成	(33)
三、EDI 的标准	(35)
四、EDI 与 Internet 结合	(39)

第四节 电子支付工具	(40)
一、信用卡.....	(40)
二、数字现金.....	(42)
三、电子支票.....	(44)
四、其他金融工具.....	(45)
第五节 安全技术	(46)
一、加密技术.....	(46)
二、认证技术.....	(48)
三、防火墙技术.....	(50)
第二章 电子商务中消费者需求	(53)
第一节 电子商务消费心理与购买行为	(55)
一、消费环境.....	(55)
二、消费需要.....	(57)
三、消费心理特征.....	(60)
四、购买行为.....	(62)
第二节 电子商务消费需求函数和预测技术	(66)
一、电子商务消费者特点.....	(67)
二、需求函数.....	(73)
三、预测技术.....	(77)
第三节 电子商务消费者信息管理	(84)
一、消费者信息的价值.....	(84)
二、消费者信息的采集.....	(87)
三、消费者信息的使用.....	(90)

第三章 电子商务产品生产	(93)
第一节 电子商务生产以顾客为中心	(95)
一、电子商务产品.....	(95)
二、电子商务生产模式.....	(99)
三、物质产品生产定制化.....	(101)
四、服务供给个性化.....	(104)
五、电子商务生产目的.....	(107)
第二节 电子商务生产函数	(109)
一、生产函数.....	(110)
二、技术变动与生产函数.....	(114)
三、电子商务的生产要素.....	(117)
四、电子商务生产函数.....	(119)
第三节 电子商务技术变革	(123)
一、建立基础结构.....	(123)
二、技术标准.....	(126)
三、莫尔定律与产品周期.....	(129)
四、技术选择.....	(131)
第四节 电子商务成本函数	(132)
一、成本函数.....	(133)
二、电子商务成本函数.....	(136)
三、其他有关成本.....	(139)
四、成本函数在决策中的应用.....	(141)

第四章 电子商务市场和竞争	(145)
第一节 电子商务市场结构	(147)
一、市场结构	(147)
二、电子商务市场结构	(149)
三、电子商务市场结构的定量分析	(150)
第二节 电子商务市场机制	(152)
一、市场机制	(152)
二、电子商务的市场机制	(157)
三、锁定	(160)
第三节 电子商务市场竞争战略	(163)
一、联合战略	(163)
二、进攻战略	(164)
三、跟进战略	(166)
四、市场补缺战略	(167)
五、扩大与细分现有市场战略	(169)
第四节 电子商务市场开拓	(170)
一、行业内开拓	(170)
二、跨行业开拓	(172)
三、提升核心竞争力	(174)
第五章 电子商务定价战略	(179)
第一节 电子商务定价原则	(181)
一、遵循价值规律	(181)

二、从实际出发	(183)
三、服务于公司目标	(184)
第二节 电子商务定价战略	(185)
一、高位定价战略	(185)
二、低位定价战略	(187)
三、个性化定价战略	(189)
第三节 电子商务定价方法	(193)
一、顾客参与定价	(193)
二、捆绑定价	(196)
三、免费	(199)
四、群体定价	(201)
第六章 电子商务资本运营	(205)
第一节 电子商务的初期融资	(207)
一、资本运营与生产要素分配	(207)
二、融资方式	(209)
三、风险投资	(211)
第二节 电子商务公司上市	(214)
一、风险分析	(214)
二、定价	(218)
三、上市程序	(221)
四、市场价值	(226)
第三节 电子商务兼并与收购	(230)

一、资本运营的核心	(230)
二、电子商务兼动因分析	(232)
三、兼并程序	(234)
第四节 电子商务兼并战略	(236)
一、传统产业和电子商务的融合战略	(237)
二、技术为本战略	(238)
三、通过并购求发展战略	(239)
四、用户为本战略	(240)
第七章 政府对电子商务的管理	(243)
第一节 反垄断	(245)
一、垄断	(245)
二、反垄断措施	(246)
三、反微软垄断案	(249)
四、电子商务非法垄断解决方案	(250)
第二节 税收	(251)
一、电子商务征税的难点	(252)
二、一些国家的政策主张	(254)
三、征税原则和解决方案	(256)
第三节 知识产权	(258)
一、著作权保护	(259)
二、域名管理	(260)
三、专利保护	(261)
四、隐私权保护	(262)

第四节 “国际政府”的角色.....	(262)
一、联合国《电子商务示范法》.....	(263)
二、世界贸易组织(WTO)对电子商务的关注.....	(265)
主要参考书目	(270)

导 论

一、电子商务是信息经济交换方式

- 以劳动工具为标志划分出不同的经济时代
- 不同经济形式有不同的交换方式
- 电子商务是信息经济交换方式

电子商务 (Electronic Commerce, EC) 这个词, 我们经常会碰到它。那么什么是电子商务呢? 国内外理论界对电子商务的解释有狭义和广义之分。狭义的电子商务指基于数据处理和传输, 通过网络进行的数字化商业交易。广义的电子商务通常指一种全新的商业模式, 涵盖以电子通信为手段的所有经济活动的各方环节。

这里列举几个国际组织的定义, 供大家参考。

(1) 联合国贸发组织 (UNCTAD) 的定义: 电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间 (BtoB), 企业和消费者之间 (BtoC) 的商业交易。

(2) 全球信息基础设施委员会电子商务工作组的定义: 电子商务是运用电子通讯作为手段的经济活动, 通过这种方式, 人们对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理环境位置、资金多少或零售渠道的所有权影响, 公有、私人企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动, 其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

(3) 世界贸易组织 (WTO) 的定义: 通过电子渠道而进行的生产、分配、市场营销、货物和服务的销售、配送。

以上观点都是正确的, 它们是从不同角度描述了电子商务的概念。我与上述观点不同, 我是从信息经济形式出发来定义电子商务的。我认为电子商务是信息经济交换方式。

信息经济是人类社会继农业经济、工业经济之后又一新的经济形态。而农业经济经历了很多个世纪。土地是农业经济赖以存在的资源, 木制或铁制的器具, 是向自然索取的工具。18 世纪发生在英国的产业革命, 使人类社会进入了工业经济的时代。能源, 从开始的蒸汽到后来的电力, 是工业经济赖以存在的资源。从手工操作的机器到自动化机器, 是工业经济普遍使用的工具。现在人类社会已经进入信息经济时代。由于科学技术的高度进步, 用于制造信息经济核心技术的资源, 几乎遍地都是。计算机和网络, 是信息经济时代人们最基本的劳动工具。

人类使用的劳动工具不同, 把人类的历史区分为不同的时代。铁木工具、机器和计算机划分了三个不同的经济时代。不仅如此, 不同的经济时代在经济活动, 社会交往, 政治统治以及文化观念等方面都有着明显的差异。农业经济时代, 农民在小块土地上日出而作, 日落而息, 很少交往, 甚至是“鸡犬之声相闻, 老死不相往来”。工业经济表现为集中、统一和大规模。摩天高楼、巨大工厂、统一时间、集中劳动是这个时代的象征。卓别林的“摩登时代”集中反映了工业经济时代的文明。在今天的信息时代, 又是另外一幅图景: IT 产业的霸主——微软公司座落在西雅图郊区楼房低矮的院落里。网络公司的雇员可以自己选择工作时间, 选择工作地点, 许多人甚至可以在自己家里上班。

经济形态不同, 归属于经济形态的交换方式也不一样。交换是指生产者之间劳动和产品的交换。它是社会经济运行的重要方面。由于农业经济是自给自足的自然经济, 商品生产和商品交换处于附属地位。最初的交换是以物易物, 没有固定的时间和地点。在中国, 北宋时期出现了纸币, 作为商品交换的固定市场墟集才大量增加, 每月只有固定时间举行“集日”。工业经济是商品生产和商品交换占统治地位的经济, 社会财富表现为庞大的商品堆积。商品交换的发展使商品资本从生产资本中独立出来, 成为资本的一种独立存在形式。如果说农业经济时代商品交换表现为 $W—G—W$, 即商品——货币——商品, 那么, 工业经济时代则表现为 $G—W—G'$, 即货币——商品——增值的货币。商品交换成