

20世纪：东西方政治冲突与南北方经济摩擦
20th Century: Ideological conflict between the East and the West vs Economic friction between the North and the South.

中国电子商务蓝皮书

China Electronic Commerce Blue Paper

2001

本书由中央多部委领导、成功企业家、知名学者联合撰写

主编：曾强
By Edward Zeng, et al

中国经济出版社
China Economic Publishing House



21世纪：全球信息网络化与社会经济互动化
21th Century: IT driven globalization vs social economic interdependent.

20 世纪:东西方政治冲突与南北方经济摩擦 21 世纪:全球信息化与社会经济互动化

中国电子商务蓝皮书

China Electronic Commerce Blue Paper

2001

本书由中央多部委领导、成功企业家、知名学者联合撰写

主 编 曾 强

By Edward Zeng, et al .

中国经济出版社

China Economic Publishing House

20th Century: Ideological conflict between the East and the West vs Economic friction between the North and the South . 21 st Century : IT driven globalization vs social economic interdependent .

图书在版编目(CIP)数据

中国电子商务蓝皮书:2001 年度/曾强主编. —北京:中国经济出版社,2001.8
ISBN 7-5017-5244-3

I. 中… II. 曾… III. 电子商务—概况—中国—2001 IV.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 050085 号

责任编辑 王振德 (010—68319284)

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有我社特制的激光防伪标签,无标签的视为盗版。
虽有标签,仍疑为盗版者,可把书寄来我社鉴定,举报有奖。

Copyright © 2001 by China Economic Publishing Hous

All rights reserved

中国电子商务蓝皮书(2001 年度)

China Electronic Commerce Blue Paper 2001

主编 曾 强

*

中国经济出版社出版发行

<http://www.economyph.com>

(北京市百万庄北街 3 号)

邮编:100037

各地新华书店经销

北京市新丰印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/16 20 印张 472 千字

2001 年 9 月第 1 版 2001 年 9 月第 1 次印刷

ISBN7 — 5017 — 5244 — 3/F · 4233

定价:58.00 元



江泽民等国家领导在APEC会议上与我国代表合影（第二排右起第6位为本书主编曾强）

“中国将大力发展电子商务，加快信息化进程，支持企业运用现代信息网络技术开展国际合作和交流”

—— 中华人民共和国主席 江泽民

（在“2001《财富》全球论坛”开幕晚宴上的讲话）

China is committed to vigorously promotion e-commerce and speeding up the development of Information Technology. In the process, full support will be made available to Chinese enterprises to utilize network technologies for the growth of business and international co-operation and exchanges.

-Jiang Zeming, President of the People's Republic of China, at the opening banquet of 2001 Fortune Global Forum, Hong Kong.



本书部分作者合影（左起：第10人为本书编委会顾问郑新立，第8人为本书主编曾强，第9人为执行主编王潼）

《中国电子商务蓝皮书（2001年度）》编委会

顾 问：郑新立

主 编：曾 强

执行主编：王 潼

编 委：	向 欣	张 经	李善同	郭诚忠
	陈耀东	蔡金荣	郑友敬	陆首群
	张振铭	陈 凡	张晓刚	欧阳宇



主编曾强近照

东方与西方在黎明前窃窃私语，互联网大声疾呼：醒来吧，中国！从此全球一片光明……

—— 本书主编 曾 强

Before dawn, amongst the murmuring in both the East and the West, breaks the thundering call of the Internet: Wake up, China! And then there is light in the world.

Edward Zeng, Editor in Chief of the Blue Pape



主编简介

曾强，1963年生于北京，中国电子商务与互联网著名企业实华开公司的创始人和现任董事长兼CEO。全球信息基础设施委员会中国委员，中共中央政策研究室委托课题负责人，国家计委等几大部委客座研究员。因其在中国和北美全球经济网络理论与东西方创业实践的突出成就，在1998年连续两次被《时代周刊》评为中国网络精英；同年还被“世界经济论坛”授予98年度“百名未来世界领袖”；克林顿访华期间，就中国Internet发展与利用Internet促进中美中小企业交流问题先后两次会见曾强；1999年到2001年，三次受美国时代华纳公司所属《财富》杂志邀请，参加“财富全球论坛”，99年上海财富论坛期间与40多位当今世界IT业精英与政府首要共同探讨中国未来50年的发展。2000年到2001年曾在APEC论坛、国际货币基金组织（IMC）年会上作大会发言，多次受到党和国家领导人的接见。



作者具有清华大学经济管理学院MBA硕士学位。清华大学数学学士学位。加拿大多伦多大学经济硕士学位。美国现代西方经济学硕士学位（由福特基金赞助，由哈佛大学、斯坦福大学、密执安大学、MIT大学等美国著名大学联办）。



1980-1989年10年间，曾强在国内外一级学术报刊发表50多篇论文，出版图书4部；1988年的论文获中央国家机关优秀论文唯一特等奖。《电子商务的理论与实战》一书成为国内首部进入高等学府的电子商务教材和清华大学MBA的指定教材，并获得了2000年中国优秀畅销图书奖。2001年与中央多部委、成功企业家、知名学者联合撰写了《中国电子商务蓝皮书》。



Biography-Edward Q. Zeng

Edward Q. Zeng, born in Beijing in 1963, is the founder and CEO of Sparkice.com, a leading China-based Internet and e-commerce company. Mr. Zeng is also an IT advisor to the Chinese government and a visiting professor at the Business School of Tsinghua University. Mr. Zeng is the designated project leader of the China State Policy Research Office and the commissioner of the Global Information Infrastructure Committee. Mr. Zeng was named as one of China's pre-eminent IT entrepreneurs by TIME Magazine in 1998 and 1999. He was named as one of the Global Leaders for Tomorrow by the World Economic Forum in 1998. Former US President Clinton had two meetings with Mr. Zeng to discuss the Sino-US enterprise communication by the Internet during his visit to China. Mr. Zeng was also invited by Time Warner Inc. three times to attend the Fortune Global Forum from 1999 to 2001. He was one of the IT round table speakers at the Fortune Global Forum in Shanghai, where he discussed China's next 50 years with the world's top business executives, and other high level Chinese leaders. In 2000 and 2001, as one of China's representatives, Mr. Zeng delivered two keynote speeches at the APEC CEO Summit and the IMC Annual Meeting.

Education:

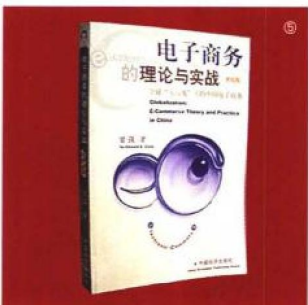
1980-1985 BA in Applied Mathematics at Tsinghua University

1985-1986 MBA at Business School of Tsinghua University

1986-1987 MA in Advanced Western Economics, sponsored by leading American institutions such as Harvard, Stanford, Michigan, MIT, and UCLA

1989-1990 MA in Finance at University of Toronto, Canada

He has published some fifty articles in well-known newspapers and journals in the People's Republic of China and several books on Chinese economics and government policy. He won the only special prize in the Governmental Institution of Excellent Articles. Mr Zeng's "The e-Commerce Theory and Practice" was the earliest e-commerce teaching material for university students and the designated textbook for MBA students at Tsinghua University. This book won the prize of China Excellent Books in 2000. In 2001, Mr Zeng co-authored The "China e-Commerce Blue Paper" with State departments and other well-known entrepreneurs



照片由上至下：①克林顿与曾强 ②曾庆红与曾强在APEC2000 ③奥尔布赖特与曾强在实华开网吧 ④世界经济论坛主席施瓦布授予曾强“百名未来世界领袖”称号 ⑤曾强著《电子商务的理论与实战》（获2000年国家畅销书奖） ⑥曾强等著《历史的雄辩》（获1990年国家级优秀图书奖）

Photo from top to bottom: ① President Clinton& Mr.Zeng ② Mr.Zeng QingHong& Mr.Zeng ③ Ms Albright & Mr.Zeng ④ Mr. Schwab& Mr.Zeng ⑤ Mr.Zeng's works The e-Commerce Theory and Practice ⑥ Mr.Zeng's works A Sketch of Chinese Economy:1949-1998.

内 容 简 介

2000 年是中国电子商务大发展的一年。本书用翔实的事例,准确的数据,丰富的史料和详尽的描述,分析和展望了中国电子商务的国际环境,按一、二、三产业近 40 个行业和 8 个地区介绍了 B2C、C2C 和 B2B 电子商务、电子银行、电子证券和电子保险的发展,以及 100 多个知名的电子商务网站的有关情况,同时,探讨了中国电子商务的法规政策环境和电信基础设施建设,以及电子商务和加入 WTO 的互动影响,指明了中国电子商务的发展的历史阶段和主要特征。

2000 年,中国电子商务发展的三大瓶颈问题均有所缓解,本书如实地记述了中国金卡工程的进展、物流事业的发展和安全认证的进步。结合中国国情,本书还特别讨论了中国电子商务的工商行政管理和税收管理问题。

政府的指导,有力地推动了电子商务的发展。本书第七章专题介绍了中国政府上网工程和中国电子政府的建设;也对中国政府进一步支持电子商务的发展,提出了远瞻性的战略选择和可操作的政策建议。电子商务是中国信息化的主要内容之一,本书第十五章,用数量分析的方法,在世界范围内,比较分析了我国信息化的程度,同时也对我国 31 个省市的信息化水平进行了比较分析和列表排序。为了便于国外读者阅读,本书除英文目录、英文内容简介外,第十九章也用英文撰写,以便于国外读者更好理解。

本书可供各界从事电子商务的技术和管理人员及政府部门的有关公务员阅读,也可做为大专院校计算机、通讯、网络等各信息专业,金融和经济各专业师生的教学用书以及研究生及博士生阅读。

INTRODUCTION

China's electronic commerce has maintained a good momentum of growth in 2000. This book describes China's E-Commerce to the international community through case studies, facts, statistics, various historical documents, and detailed description. In the light of the country's primary, secondary and tertiary industries, through analyses of nearly 40 different kinds of industrial sectors and eight regions, the book explains China's E-Commerce expansion in three models: B2C (business to consumers), C2C (consumers to consumers) and B2B (business to business) — along with the development of E-Banking, E-Securities and E-Insurance. It also introduces more than 100 famous E-Business portals and websites in China. The author illustrates China's E-Commerce's main characteristics and development stages through a study of related laws and policies and an analysis of China's current telecommunication infrastructure. The book discusses the possible impact on the development of E-Commerce from China's entrance into the WTO.

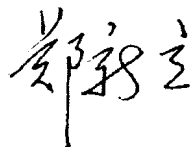
The three bottleneck problems that used to hinder expansion of E-Commerce in China have been partly eased in 2000. The book gives a true account of the development of China's Golden Card project — the major National IC scheme that aims to solve E-money related problems. It also explains how China improves its e-Commerce distribution environment and its security certification business.

Taking the country's present situation into consideration, the book discusses the problems and the solutions of industrial and commercial administrative management that e-Commerce has brought upon. It points out government should consider the issues about tax and levy management of e-Commerce. The author argues that the Chinese Government should strengthen its regulation and guidance of the country's e-Commerce expansion. Government involvement can greatly improve e-Commerce's steady growth in China. The book chapter7 to introduce the project "Chinese Government on Internet" and the construction of China's E-Government. At the same time, it puts forward potential strategic choices and exercisable proposals for the Chinese Government to continue to support the expansion of E-Commerce, one of the key goals for China's information technologization. Chapter15 With various analytical methods, to compare and analyze the degree of China's information technologization with that of the rest of the world. It also compares and analyses the degree of information technologization of the 31 provinces and cities of the country. The book not only offers an English translation for the parts of its Contents and Introduction, but it also has Chapter 19 in English as well.

This book can be used as teaching material for finance, economics and IT professionals, including computer science, telecommunications, communication networks and the Internet. It will also be beneficial to company managers, technicians, high school students, and researchers who want to know how China has developed its e-Commerce and what the situation is for e-Commerce in China.

序 言

——交易方式的一场革命



中共中央十五届五中全会通过的关于“十五”计划的《建议》，提出了加快国民经济和社会信息化的重大战略决策。根据这一建议，九届人大四次会议批准的“十五”计划《纲要》，对如何加速发展信息产业，以信息化带动工业化，进一步明确发展目标 and 战略重点，特别是提出了要“加快电子认证体系、现代支付系统和信用制度建设，大力发展电子商务。”在党和国家的重要文献中，把信息产业和电子商务摆在如此重要的位置，是前所未有的，这是在对世界科学技术和经济发展趋势准确把握的基础上提出的，是抓住机遇、迎接挑战，实现跨越式发展的客观要求。这一正确战略的提出，在全国引起广泛热烈的响应，可以预见，在未来一段时期内，中国的信息业和电子商务必将出现一个空前活跃的飞速发展阶段。

在人类历史的长河中，我们的祖先发明了造纸和印刷术，为信息的传播和人类文明做出了巨大贡献。但在近代工业革命中，由于闭关锁国，使我们远远落在西方发达国家的后边。当代信息技术的发展和信息网络的出现，为中国人民赶超世界先进水平提供了千载难逢的机遇。在发展网络经济方面，我们同发达国家几乎处在同一起跑线上。只要我们高度重视，采取正确的策略，完全可以使信息产业跟上世界先进水平，并通过信息化，大大缩短工业化过程，加快工业化、市场化、现代化步伐，使 12 亿多中国人民更多更快地分享到现代技术进步带来的成果。

对于信息网络化问题，江泽民总书记提出了“积极发展、加强管理、趋利避害、为我所用，努力在全球信息网络化的发展中占据主动地位”的要求，这是我国信息网络和电子商务发展的指导方针，也是我们运用法律手段保障和促进网络经济发展的重要指导思想。

20 世纪 90 年代以来,信息网络的迅速发展,对各国政治、经济、社会产生了广泛、巨大、深远的影响。到 2000 年底,全球互联网上网人数共 4.71 亿。美国上网人数超过 1.5 亿,欧盟国家超过 4600 万,日本超过 4700 万。到今年 6 月底,我国上网人数已达 3000 万人。近几年来,我国电子信息产品制造业的增长速度远远高于整个经济的增长速度,总产值已突破 1 万亿元,成为我国工业的第一支柱产业。随着信息网络对经济社会的渗透程度迅速扩展,全球电子商务更呈爆炸性增长。据瑞士信贷银行的研究报告,1999 年全球电子商务销售额达到 980 亿美元,比 1998 年增 1.6 倍,2000 年又比 1999 年翻了一番。报告预测今后几年,世界电子商务贸易总额仍将以每年翻一番以上的速度增长。又据一市场调查公司的预测,到 2004 年全球企业间的电子商务市场规模将达到 7 万亿美元以上。联合国贸易与发展组织的专家认为,未来 10 年国际贸易将有 1/3 通过互联网贸易的形式进行。我国电子商务也有了良好的开端。据不完全统计,2000 年的网上交易额已达 7 亿元以上,比上年增长数倍。而网上撮合、网下成交的贸易额则达 700 多亿元。电子银行的营业额上万亿元,网上股票成交额达 700 亿元。应当说,我国信息产业包括电子商务的发展速度还是慢慢的。

商品生产和商品交换,是推动社会生产力发展的强大动力。在人类社会发展的历史中,交易方式的每一次革命,都带来了生产力的巨大进步。如果说实物交换的出现是交易方式的第一次革命,货币和价值交换的出现是交易方式的第二次革命,那么,电子货币和电子商务的出现,可以称得上是交易方式的第三次革命。由此引发的交易规模的扩大和生产力的迅速发展,是前所未有的和难以估量的。

随着信息网络的日益扩展,电子商务贸易额迅猛增长,对全球经济、社会、政治正在产生着越来越大的影响。电子商务的应用,使企业采购中可以挑选的供货商的范围覆盖全球,为最大限度地降低生产成本提供了条件;同时,在产品销售中可以使市场的覆盖面大大扩展,为企业的发展提供更多的机遇。电子认证、网上结算等交易方式,大大简化了交易过程,足不出户,即可实现远程交易。交易方式的这场革命,扩大了市场规模,使市场可以在更大的范围内实现对资源的优化配置。在市场规模达到的范围内,先进的生产力就将代替落后的

生产力。所以,电子商务的出现,必将推动经济的全球化,为生产力的大发展创造新的前提条件。

对发展中国家来说,电子商务的出现,既提供了发展的机遇,又带来了新的挑战。一方面可以利用信息网络了解全球商品、资本、技术、人才市场信息,引进生产要素,发展优势产业,扩大销售市场,尽快缩短同发达国家的距离;另一方面,面对发达国家的技术、经济等方面的优势,在竞争中处于不利地位。我国作为发展中的社会主义市场经济国家,为了加快现代化建设,必须大力发展网络经济,重视电子商务的应用,扩大对外开放,使中国经济融入全球经济之中。要善于抓住机遇,迎接挑战,趋利避害,为我所用。要用信息化带动工业化,加快产业结构的升级。政府要站在全局和长远的立场上,把推进国民经济和社会信息化放在优先位置。

目前,我国电子商务的发展与一些发达国家相比,还存在着很大差距,突出的是软件环境跟不上硬件发展的要求,电子认证、网上结算等瓶颈问题尚未完全突破,缺乏社会信用,立法明显滞后。为了真正落实“十五”计划的要求,促进电子商务的发展,需要政府部门和企业界的人士进一步加强对发展网络经济重大意义的认识,以只争朝夕的精神,为电子商务的发展创造良好的外部条件;企业应积极地把以传统形式进行的购销业务转移到网上来进行,并同招标投标制结合起来;大力发展网络中介服务组织;研究解决保证电子商务安全的有关技术和法规问题;加强信息基础设施建设,大力发展高速宽带信息网。要鼓励企业间应用电子商务,推动购销、运输、服务方式的变革,扩大企业发展空间,提高经济效益。要加快电子认证体系、现代支付系统和信用制度建设。加快覆盖大中型企业的企业信息库及服务体系建设,搞好覆盖城镇消费者的消费信息库及服务体系。建设完善的物流配送和客户服务系统。加快制定电子商务标准和法律法规,建设全国统一的认证体系。推广金融、外贸、税收、海关、民航、铁路、公路、水运、邮政、钢铁、有色金属、石化、汽车、建材、农业等行业的电子商务应用,力求在“十五”期间使电子商务出现一个飞跃。

实践证明,发展 B2C 和 B2B 电子商务,可以带来巨大的经济效益和社会效益。凡是开展电子商务的企业,采购成本明显下降,商品销路大大拓宽,企业竞争能力进一步增强。重视和支持电子商务的发展,已成为企业领导人和政府

管理人员现代经营管理观念的重要内容,成为衡量他们是否称职的一个标准。

由曾强、王潼同志主编,有关部门管理人员和专家编写的《中国电子商务蓝皮书》(2001),全面反映了2000年我国电子商务发展的现状,介绍了中国有关电子商务的行政法规,对解决网上结算、电子商务配送、电子认证体系、电子商务税收等问题进行了探讨。这是中国第一本反映电子商务发展的蓝皮书,它的出版,对企业管理人员、政府有关部门和立法机构的干部以及所有关心中国电子商务发展的人员了解有关情况,必将起到有益的作用。对渴望进入中国电子商务市场的外国投资者更是不可替代的工具书。

《中国电子商务蓝皮书》(2001)的编辑出版,是我国电子商务领域里的一件喜事。通过蓝皮书,总结电子商务的进展情况,介绍企业开展电子商务的经验,讨论有关法律、法规和政策问题,将会对发展电子商务起到推动作用。感谢蓝皮书的编辑者为我国电子商务的发展作了一件很有意义的工作。

2001年8月15日

前 言

——2000 年中国电子商务的基本特征和当今中国网络业的大趋势

一、中国电子商务的经济体制背景

1. 中国是从 1984 年起改革商业流通体制的。16 年来,主要农产品的统购统销,工业消费品的统购包销和工业生产资料的计划调拨的体制逐渐消亡;社会商品被分为 1、2、3 类的概念已不复存在;部属、省属和县属的一、二、三级批发站均已撤消。

特别是 1992 年中共 14 大明确提出中国的经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制以后,一大批按行业和地区组织起来的各种商品批发和零售市场不断涌现,大量的商贸公司诞生,零售领域中新增了许多超级市场,各种专卖店和各种经济所有制的零售商店。

国有企业生产经营自主权的落实,使它们不单是商品生产者,而且,也成为商品的经营者,原材料、零部件的独立的市场采购和产成品的独立的市场销售,成为企业生产经营的重要组成部分。这样,市场经济的流通体制在中国已初步形成。

这时,一种新型的社会商品流通方式——电子商务,从发达国家(首先是美国)传入中国。成为中国商业体制改革中的一件新鲜事物,它很快地受到具有丰富改革意识的中国生产者、消费者和经营者的欢迎,并很快地被吸收接纳。

如果说 1995 年亚马逊网上书店的开业和美国第一安全银行网上支付的实现,标志着美国电子商务的开端,那么,中国的电子商务起点只比美国晚三年:1998 年,杭州的网上书店开张,实华开公司联合中国银行实现了网上支付。

2. 中国商业体制改革虽然取得了巨大的进展,但距发达的高效率的社会商品流通体制仍有许多距离,这主要表现在:

(1)中国的商业效益不高,90 年代,中国商业增加值的增长速度均低于同年 GDP 增长速度,致使批发和零售商业增加值在 GDP 的比重,逐渐下降,由 1992 年的 10.3%下降到 1999 年的 8.4%。

(2)中国的商品流通费用较高,批零差价较大。平均而言,中国商品的批零差价为 25%左右,个别商品可高达 40%。

(3)中国尚未形成连锁的销售体制。无论是超市,还是零售店,中国都尚未形成大规模

的连锁的经营,更没有形成 24 小时连续的经营。这样,消费者购物尚未感到十分方便,消费者的购物嗜好也没有完全被满足。

(4)中国商品流通体制的上述缺陷,恰恰为电子商务的生存和发展预留了足够大的空间。批零差价较大,为中国 B2C 电子商务创造了盈利的条件;而连锁经营的缺乏,使中国的消费者青睐网上的购物。企业,特别是大型企业的自主采购和销售经营,为中国开展 B2B 电子商务创造了条件。

二、2000 年中国电子商务的基本特征

至今,电子商务尚无一致公认的定义。严格来讲,电子商务指通过 Internet 网完成的商务交易。交易的内容可分为商品交易和服务交易。交易是指货币和商品的易位。交易要有信息流、资金流和物流的支持。

1. B2C 电子商务飞速发展,规模大增

2000 年,中国出现了近 1300 个购物网站,2250 万 Internet 网用户中,有 31.7%的用户曾在网上购物,网上购物额约 3.9 亿人民币,是 1999 年的 7.1 倍。

在旅游、交通、票务、医疗、教育、电信、邮政等服务业中,都开展了 B2C 电子商务。

2. B2B 电子商务刚刚起步,轻工重工 B2B 特点各异

2000 年,在第一、第二和第三产业中,都开展了 B2B 电子商务。B2B 网站约有 300 多个,年网上商品成交支付 3.5 亿元,是上年的 1.4 倍;若以网上撮合,网下成交来计算,交易金额达 767.7 亿元。

第一产业中,粮食、棉花、农业生产资料和农特产品均有 B2B 网站,其中以棉花大宗交易数额较大。

第二产业中,在轻工的 44 个行业中有 13 个行业开展了 B2B。重工行业 B2B 主要集中于电子、化工、冶金、机械和建材业。中国轻工 B2B 大多依托于现存的批发市场兴建,将传统商务改造为电子商务。重工行业中,原国家级管理部门下属信息科研单位,在兴建 B2B 专业网站,组织本行业电子商务方面,做出了贡献。

第三产业中,金融业电子商务规模特别巨大,另为描述;非金融服务业的 B2B,主要集中于对外贸易业和招标采购业。

大型外贸 B2B 网站为数不多,并且具有外资支持。30 多个省、市政府设立了招标采购网站,大型企业的网上原材料采购已经开始。

3. 2000 年,中国网上金融规模巨大,形势喜人

(1) 网上银行

招商银行是最早起步电子业务的。2000年,电子商务营业额达5000亿人民币。工商银行的电子银行(包括网上银行、企业银行、电话银行和手机银行)2000年营业额,高达1.9万亿。中国银行、中国建设银行也开展了电子商务业务。

(2) 网上证券

2000年,中国近百家证券公司中有43家开办了网上委托业务,在网上交易的股民约25万,网上股票成交额约700亿元。

(3) 网上保险

2000年,中国25家保险公司的半数,开展了网上保险销售业务。

4. 大企业电子商务成为后起之秀,前途光明

国家经贸委、信息产业部和科技部在2000年下半年启动了中国“企业上网”工程,这将成为中国电子商务的大范围扩张奠定基础。

在“企业上网”工程中,大企业电子商务一马当先,立竿见影,许多大企业开设了自己的网页、网站,开办了网上商店,走上了电子商务之路。

“海尔”电子商务起点很高,已可实施“定制经济”。2000年,海尔电子商务交易额约15亿元。

“神州数码”为支持大规模电子商务,2000年完成了“企业资源规划”(ERP)二期工程,实现了企业生产管理的电子化。

宝钢网上采购额达4亿元,宝钢的“数据仓库”达国际先进水平,年创效益4000万元。中国大型企业即将成为我国电子商务的主力军。

三、2000年中国电子商务瓶颈问题有所缓解

1. 2000年中国电子商务的政策法规环境明显改善

2000年,中共中央关于“十五”计划的建议,提出了信息化的宏图远谋,为中国电子商务的发展指明了光辉的坦途。全国人大常委会关于“互联网安全的决定”标志中国最高立法机构已涉足电子商务,中国电子商务的法律环境将越加改善。国务院、国家计委、财政部、信息产业部和中国证监会,2000年分别颁布了有关电子商务的6件法规性管理条例和政策文件,指导中国电子商务的发展。

2. 金卡工程取得阶段性成果

1993年起步的中国金卡工程,2000年已经开花结果。北京地区、12家商业银行已成为金卡会员,他们各家的信用卡均可跨行交易和结算。北京地区,每天平均有2000笔的信用卡跨行交易。这缓解了电子商务(尤其是B2C)的支付瓶颈。

3. 第三方物流迅速发展

随着中国电子商务的发展,2000年,在中国各大城市中出现了近百家快递公司和物流公司,尤其是中国邮政系统着手从事商品递送业务,为向中国中小城市拓展电子商务开辟了条件。

4. 安全认证工作逐渐强化

安全认证工作是电子商务一项核心的保障工作。具有自主知识产权的强度加密算法已在中国诞生。外贸系统是最早引用这一算法的。2000年,中国人民银行电子商务认证中心正式开始工作,为商业银行开展电子商务发放证书提供安全保障。上海、北京地区认证中心也于2000年建成,向企业事业单位和个人发放电子身份证书。

四、整合网络资源 打造“航空母舰”

——当今中国网络业“分久必合”之大趋势

至今人们还在争论“千年虫”到底是网络精英向世界开了个大玩笑?还是社会网络化的历史必然。无论如何,伴随着21世纪钟声的敲响,从她诞生的第一秒起人类社会的几乎每个角落就和网络世界结下千年之缘。

1. 大融合——千年时空、百年一体、廿年改革、数年互动

纵观千年历史,追溯百年风云,我们正处在人类历史四大融合的共振期。

第一个历史融合即几千年以来人类时空的大融合。二千年前的今天,人类用公元制完成了全世界多民族、多文化的时间大统一。二千年后的今天,人类用互联网完成了全世界多国家、多语言的空间大统一。人类历史上第一次实现的时空大统一正在彻底改变以地缘时代为中心的地缘经济、地缘政治、地缘军事、地缘文化,并将开创全球信息化的新纪元。

第二个历史融合即几个世纪以来世界三大体系的大融合,即政治体系、贸易体系、金融体系。刚刚过去的20世纪是东西方政治冲突与南北方经济冲突的历史。联合国的建立标志着世界政治体系的形成;世界银行、IMF的形成建立起世界金融体系的核心;中国即将重返WTO标志着全球贸易体系的健全。上述三大体系的第一次历史性的融合必将导致全球互动化的开始。

第三个融合即几十年以来中国特色的改革与全球开放式改革的大融合。自1978年以来的具有中国特色的改革在中国境内即取得了巨大成就,也走到了深化改革的关键地带;而放在全球生产一体化、要素再分配、资源再重组的互动角度去重新审视中国的改革,有可能使中国借电子商务的大市场步入世界制造业的中心国地位。

第四个融合即几年以来传统经济与新经济的大融合。不论是新世纪伊始美国上演的