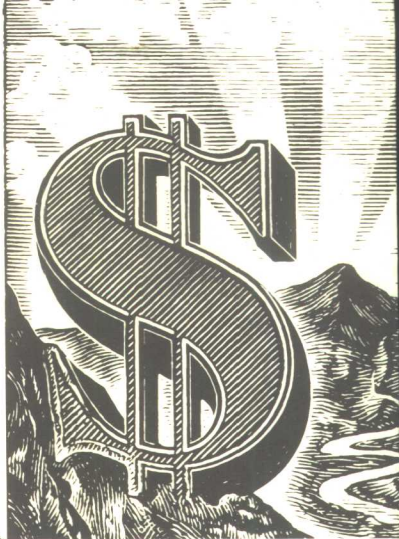


• [美] 唐·塔普斯科特 / 戴维·蒂科尔 / 亚历克斯·洛伊 著
• 孙 予 / 陈建年 译



数字资本与商务网

财富创造的两大要素

Digital
Capital

Harnessing the power
of Business Webs



W 世界图书出版公司

数字资本与商务网
——财富创造的两大要素
DIGITAL CAPITAL
Harnessing the Power of Business Webs

(美) 唐·塔普斯科特 戴维·蒂科尔 亚历克斯·洛伊 著
孙 予 陈建年 译

世界图书出版公司

上海·西安·北京·广州

图书在版编目(CIP)数据

数字资本与商务网: 财富创造的两大要素 / (美)塔普斯科特, (美)蒂科尔, (美)洛伊著; 孙予, 陈建年译. - 上海: 上海世界图书出版公司, 2002. 1

ISBN 7-5062-5024-1

I. 财... II. ①洛...②塔...③蒂...④孙...⑤陈...
III. 电子商务-研究 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 072811 号

© Don Tapscott, David Ticoll, and Alex Lowy, 2000 The rights of Don Tapscott, David Ticoll, and Alex Lowy to be identified as the authors of this work have been asserted in accordance with the Copyright, Designs and Patents Act 1988.

Simplified Chinese Edition Copyright: 2001 Shanghai World Publishing Corporation.

ALL RIGHTS RESERVED

数字资本与商务网 ——财富创造的两大要素

(美)唐·塔普斯科特 戴维·蒂科尔 亚历克斯·洛伊 著
孙 予 陈建年 译

上海世界图书出版公司出版发行

上海市武定路 555 号

邮政编码 200040

上海申光印刷厂印刷

各地新华书店经销

开本: 850×1168 1/32 印张: 8.5 字数: 213 000

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1—6 000

图字: 09-2001-028 号

ISBN 7-5062-5024-1/Z·135

定价: 16.00 元

NBA 63/07

序

工业时代是一个巨人的时代,是一个有着数以百万计超级公司的时代,他们从事的业务包罗万象、一应俱全。信息时代正带来一种新的商业形态:商业的流动聚合——有时极其有序,有时毫无规则——它们在因特网上聚集,并为顾客和它们的股东创造价值和财富。我们把这些体系称为商业万维网(business web,以下简称“商务网”)。

人们将许多名字赋予了相互合作的公司网络,比如外发业务服务,虚拟公司,外延企业,关系企业^①(keiretsu),商业生态系统和集群。依我们的观点,其中的每一个名称表明了商务网——不停增长的全球商业平台——的一种先兆,或者是一种特别的形态。商务网对管理和商业战略的传统方式提出了挑战,最终甚或会对商业的作用和政府的作用提出挑战。商务网是数字资本——一种基于知识和关系的新经济所通行的货币——积聚的机制。要想在数字经济中取得成功,每个雇员、每个企业家和经营者必须紧紧抓住一个全新的商务网战略日程。我们希望,本书能成为阐明商务网现象的有意义的尝试:描绘它,并且提供为商务网创造价值而发展和实施富于创新的竞争战略的某种战略方法的基本知识。

本书共有 4 个部分:

^① 原文为日文“keiretsu”,这一词汇用于日本的商界和金融界,意思是“联系”或“从属关系”(affiliation)。

- 第一章是对商务网的概述,包括商业战略的驱动力和主要含意。介绍了两种核心构架:数字资本的要素和商业模式的一种新分类学——将商务网分成5种类型。
- 第二章到第六章对商务网的5种类型的每一种提供了战略概念:集市型(agora),聚集型(agggregation),价值链型(Value Chains),联盟型(Alliances)和配送网型(Distributive Networks)。
- 第七章和第八章描述了数字资本不断变化的动力:人力资本(人)和关系资本(市场营销)。
- 第九章和第十章描述了如何设计商务网战略和从中获得收益。

感谢各位花费时间来听取我们的意见。我们希望,当你们在确定加入数字经济的战略并对其重新评价时,会发现本书有所助益。请参加我们在网站上<http://www.actnet.com> 关于这些问题的对话,或者直接与我们联系,电子邮件地址: digitalcapital@actnet.com。

唐·塔普斯科特
戴维·蒂科尔
亚历克斯·洛伊

本书的由来

聚合技术联盟(Alliance for Converging Technologies)是我们于1994年与保罗·伍尔纳一起创建的一家咨询和调查公司,在这家公司的指导下,进行了一项花费数百万美元的研究项目,本书就是汲取了研究中的透彻见解而写成的。我们深深地感谢那些公司以及其中的许多人,它们对我们的系列调查题目给予支持和资助。

到了1996年,也就是在《数字经济》一书出版后,早期的网上社区——网上的人对人网络——已经变得十分普遍。我们形成了一个观点:电子社区或者说万维网促成的集体行动,也适用于商业世界。我们调查了一个概念,起初,我们把这个概念称之为电子商务社区;后来,我们选择了商务网一词,用来描述正在涌现的工业时代公司的继承者。对一系列案例进行的研究揭示了一些当时还鲜为人知(而且现在仍由私人拥有)的公司,比如 eBay 和 E*trade,以及像思科公司(Cisco)这样的正在出现的领导者的故事背后的故事。

一开始,我们调查了170家潜在的商务网络公司,并对其中的28家进行了报道。当我们审视这28家网络公司初步取得成功,并开始转而调整他们的商业战略的故事时,我们注意到了跨越行业界限的各种模式。这些模式最终成为我们在本书中使用的分类学。起初,我们看见了4种商务网的“类型”:集市型,聚集型,价值链型和联盟型,它们都经过了价值整合(由低到高)和经济控制(是等级控制还是自我组织)这两种调整。然而,等到1999年写作

此书时,我们已经得出了这样一个结论:已经被我们归入价值链子类型中的一种类型要求得到自己的独立地位,于是我们把它定义为配送网,作为这一分类的新的组成部分。

这5种商务网“类型”的每一种总是或多或少存在。但是,在因特网降低了传输成本之前,尽管联盟型网络跟语言和科学的发展一样取得了成果,也已被视为创造经济价值的一种模式,然而它的效率还是太低,发展也太慢。如今,联盟型网络已经成为主流,于是修整这个分类学才有了意义。

正是我们所列举的商业和战略方面的领导者和思考者——他们中有许多人物我们还未提及——促使我们撰写此书。在此我们仅列举两位,是他们帮助我们开始了这个独一无二的行程,他们是罗纳德·科斯和詹姆斯·穆尔。我们也感谢维纳·阿利、查尔斯·法因、拉维·卡拉科塔、汤姆·马隆、查克·马丁、道格·尼尔、尼古拉斯·尼葛洛庞帝、卡尔·夏皮罗、休伯特·圣翁奇和哈尔·瓦里安。1994年,里尔·米勒将科斯的工作带入了我们的视野,就我们所知,他是第一个以科斯的企业理论来处理网络应用的人。

我们在聚合技术联盟的精诚合作,集中体现了一种奉献和品质,没有这种精神,便不会产生这本书。纳塔利·克莱姆是我们从头至尾最可信赖的合作伙伴,他起了一个编辑协调者、研究者和第四章(价值链)的先行撰稿者的作用。戴夫·科斯格雷夫是一个有价值的研究者和第三章(聚集)起先导作用的撰稿者。关键联盟这一章节的研究、分析、对话,并有着深刻见解的撰稿人是安迪·德、迈克·多弗、达塞拉·霍尔、菲尔·胡德、艾伦·梅杰、迈克尔·米洛夫和保罗·伍尔纳。联盟的其他一些相对次要的研究的撰稿人是詹尼弗·艾克罗依德、罗伯·黑姆斯、戴维·兰开夏、艾德·麦克唐纳、克里斯·麦克雷尔德和尼科尔·莫林。新范例学习公司(New Paradigm Learning Corporation)的比尔·吉利斯提供了富有思想见地的编撰支持,而朱迪·史蒂文斯和安托瓦内特·沙茨提供了有价值的编撰建

议和研究支持。

言尽于此,作为作者,我们对本书的内容负全部责任。

哈佛大学商学院出版社的高级编辑柯尔斯顿·桑德伯格对如何修改本书提供了一针见血的忠告;我们对她在编撰过程中所表现的奉献和原则性表示由衷的感谢。简·贾奇·波那萨帮助我们印制本书,并为我们免去了许多舛误。我们进而还要感谢哈佛的这个富有创新和聪慧的团队的所有参与者。利(Leigh)事务处的韦斯·内夫是我们的对外事务代理人,他帮助提供了必要的资金,那是我们从日常工作中抽出时间完成这个项目所必需的。

最重要的,我们得十分感谢我们各自的家庭。每一本有思路的写作选题都占去了我们家庭的宝贵时刻——晚上、周末和假日,有时甚至是数周时间。衷心感谢我们的妻子:安娜·洛普斯(塔普斯科特),特蕾茜·麦赛(蒂科尔)和朱莉娅·莫斯塔德(洛伊),还有我们的孩子:安德烈·洛伊、本杰明·洛伊、阿历克斯·塔普斯科特、尼柯尔·塔普斯科特和艾米·蒂科尔。

本书的作者们警告说，是否参与商务网不是可以随意选择的。为了面对数字顾客并令他们满意，公司必须领导这些新型的商务网络，或者成为一种或者多种商务网络的合伙人。取得商务网的成功并非只有一条途径，这时，各个公司应采用有效的商务网战略——要不，他们只能黯然退出。

工业时代的公司正在分崩离析。创造财富的新形式就是商务网，财富的这种新基础就是数字基础。

保持数字经济优势所需要的并不只是肤浅的行动，比如说吸引“注视”，启动一个热门的综合采购单，遵从“新规则”，建立一个酷网站，或者甚至只要以顾客为中心就行了。我们最终有了《数字资本与商务网》这样一本书，它的意义远超出今天关于竞争战略的焦点的那些最时尚的陈词滥调。



唐·塔普斯科特是国际畅销书《数字经济和数字增长》的作者。他与戴维·蒂科尔和亚历克斯·洛伊一起，合作编辑了《数学经济的蓝图》一书。塔普斯科特是聚合技术联盟（www.actnet.com）的董事长，戴维·蒂科尔是首席执行官，而亚历克斯·洛伊是总经理，这个联盟是一个国际研究和咨询机构，它为全世界的公司和政府提供有关数字经济的战略建议。

责任编辑
刘大可

封面设计
范晓青

“无可争议，数字资本成为在新经济中生存的公司唯一最佳向导。如果你的公司还想列名2003年和那年之后的电话簿中，请读读这本书”。

——沃伦·班尼斯，南加利福尼亚大学（USC）企业管理系著名教授，《组织天才》一书的作者之一

“塔普斯科特、蒂科尔和洛伊让你明白，如何通过为你的公司在今日经济中得以生存而确定商务模式并驾驭因特网。请阅读这本书来获得领先地位。”

——约翰·钱伯斯，思科系统公司的总裁和首席执行官

“《数字资本》是新经济的约定规则的一个富有洞察力的向导。对于每一个想获得数字顾客的人来说，应当去读一读《数字资本》对合作商务网——正在呈现的价值链市场模式——的解释。”

——迈克尔·S.戴尔，戴尔电脑公司的董事长和首席执行官

“至今为止，这是一本关于参与电子商务竞争所需求的新商务模式的最好作品。但愿你的竞争者没有读过它！”

——J.布鲁斯·哈勒尔德，IBM公司的战略高层副总裁

ISBN 7-5062-5024-1



9 787506 250245 >

WS/5024 定价：16.00 元

目 录

序.....	1
本书的由来.....	1
第一部分 引言.....	1
第一章 商务网络的价值创新.....	3
MP3 的故事.....	3
数字经济的驱动力.....	5
公司的分解与重组.....	7
商业模式创新的通行途径	14
什么是商务网	18
商务网的必然结果	23
数字资本	27
商务网分类	29
第二部分 财富创造的新模式	37
第二章 集市型商务网	39
集市型商务网的内在生命力	39
未来的集市型商务网	48
集市型商务网的设计要素	51
数字商务模式	58

关键的成功要素	67
---------------	----

领导者对集市型商务网的指导	69
---------------------	----

第三章 聚集体商务网	71
-------------------------	-----------

数字杂货商	71
-------------	----

聚集有何作用	78
--------------	----

聚集体网络：销售员之死(和生)	82
-----------------------	----

取得优势的战略要点	82
-----------------	----

吸引顾客创造价值	94
----------------	----

关键的成功要素	98
---------------	----

领导者对聚集体商务网的指导	98
---------------------	----

第四章 价值链型商务网	101
--------------------------	------------

思科：典型的商务网领导者	101
--------------------	-----

价值链型商务网的定义	103
------------------	-----

工业时代的价值链危机	106
------------------	-----

改造价值链型网络	107
----------------	-----

杠杆点	109
-----------	-----

价值链型商务网技术：数字纺车	122
----------------------	-----

关键的成功要素	126
---------------	-----

领导者对价值链型网络的指导	127
---------------------	-----

第五章 联盟型商务网	130
-------------------------	------------

开放源代码现象	130
---------------	-----

联盟型商务网之力	132
----------------	-----

从联盟型商务网中获取价值	135
--------------------	-----

赠予经济：黄金法则	142
-----------------	-----

联盟型商务网的类型	147
-----------------	-----

关键的成功要素	152
---------------	-----

领导者对联盟型商务网的指导	153
---------------------	-----

第六章 配送型商务网	155
你生活中的网络	155
定义配送型商务网	157
工业时代的恐龙	159
配送型商务网的效应	162
数字配送型商务网	165
由谁来担当配送型商务网	176
关键的成功要素	177
领导者对配送型网络的指导	178
 第三部分 数字资本的人力因素和关系因素	181
第七章 人：商务网的人力资本	183
人力资本的分子构成	185
企业的网络化人力资源	189
商务网文化：九条规则	190
第八章 营销：万维网的关系资本	204
四“P”寿终正寝	205
关系资本的崛起	207
对人们的影响力	209
销售的新实践	211
新型营销：八项规则	214
 第四部分 商务网络的战略	223
第九章 如何编织商务网络	225
第一步：描述目前的价值取向	227
第二步：分解	229
第三步：展望运用商务网的价值	233
第四步：重组	235

第五步：准备一份价值图	237
第六步：混合商务网	238
本节要点	241
第十章 获取数字资本	242
着眼价值	243
重新确定公司的边界	245
商业模式专利：是或否	254
数字资本产生市场资本	256
商务网的力量	260

第一部分

引言

