



中国e跨越：

创新战略研究丛书

通过电子商务实现
跨越式发展的战略研究

长城企业战略研究所 主持编撰

ZHONGGUO
e KUAYUE

广西人民出版社

中国 e 跨越：

通过电子商务实现跨越式发展的战略研究

长城企业战略研究所 主持编撰

广西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国 e 跨越:通过电子商务实现跨越式发展的战略研究/长城
企业战略研究所主持编撰. —南宁:广西人民出版社,2002.5
(创新战略研究丛书)

ISBN 7-219-04531-X

I. 中... II. 长... III. 电子商务—研究—中国
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 015771 号

中国 e 跨越:通过电子商务展现跨越式发展的战略研究

长城企业战略研究所 主持编撰

广西人民出版社出版

(邮政编码:530028)

南宁市桂春路 6 号)

880 毫米×1230 毫米 1/32

7.375 印张 170 千字

广西新华书店发行

北京翠明文印中心印制

2002 年 5 月第 1 版

2002 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 7-219-04531-X/F·512 定价:15.00 元

“创新战略研究丛书”编委会

主 编：王德禄 林 祥

副主编：武文生 刘志光

编 委：(以姓氏笔画为序)

丁绍连	王 丹	王 涛	王 瑛
王胜光	王素莉	王景伦	王裕弘
刘 东	刘雪皎	刘戟锋	吕文勋
宋建元	宋建敏	张 彤	张丰超
张建宁	张索佳	李 琬	李德刚
杨启智	杨德才	邵琳琳	陈义虎
陈文丰	林京耀	罗利元	金三林
俞慈声	胡志坚	胡志强	赵慕兰
郭丽斌	陶江辉	曹晴晴	黄 波
黄子瓊	璐 羽		

通过电子商务实现跨越式发展的战略研究 课题组成员

负责人：王德禄 俞慈声
成 员：张丰超 宋建元 王裕弘 张洪石
金三林 黄金华 林京耀 刘雪皎
刘 妍 张志军 张 彤 秦 颖
韩艺农 李建玲 张 震 孙月琴
黄 波 杨新华 鲍信炯 肖亚荣
綦振杰

前 言

创新是知识经济时代的主旋律。“创新战略研究丛书”(RESEARCH OF INNOVATION STRATEGY)主要是长城企业战略研究所及其合作伙伴关于创新战略,尤其是关于创新型企业(组织)、创新型区域、创新型政府管理的研究成果。这些成果,既是长城所咨询与研究人员的智力劳动成果,也凝聚着众多合作机构和人士的心血,更是长城所与众多客户互动、交流、研究的智慧结晶。

在新世纪,人类文明面临新的抉择,全球化和信息化成为势不可挡的潮流,中国经济面临同时进行两个转型的严峻挑战:一是由计划经济向市场经济转型;二是由传统的工业经济向知识经济的转型。只有以创新的思想 and 战略为指导,持之以恒地进行创新的探索与实践,才能完成“两个转型”,实现跨越式发展,并最终实现现代化的宏伟目标。从这样的基本认识出发,长城所以创新为主题,探索了一条根植本土、知行合一、战略领先、创新增值的发展道路,在咨询和研究过程中形成了自己的核心能力,集中体现在所承担并完成的咨询项目和研究领域上。

1. 转型时期的企业战略研究。通过承担一些大型企业的咨询项目,收集具有中国特点的企业案例进行深入分析,长城所形成了独特的、经过实践总结且证明是行之有效的“企业战略五要素分析法”,即根据企业的性质、企业的发展阶段、企业(企业家)的个性、企业的外部环境和竞争形势、企业的资源等五个关键要素,分析、确定企业的战略。

2. 创新研究与咨询。转型时期的企业战略，重点在于创新，这也是适应由工业经济向知识经济转型的关键。这就要求企业（组织）适应知识经济，用新思想、新方法来进行战略决策和未来选择，确定管理模式。八年来，长城所开发了一系列基于创新的企业管理工具，包括创新诊断、创新组织设计、创新管理等一系列问题。

3. 与新兴企业共同成长。长城所一直关注中国新兴企业的成长。长城所第一阶段的发展是伴随着第一代新兴（民营）企业的成长，如希望集团、四通、方正、思达等的成长而实现的；在新的发展阶段，长城所在坚持主要为大中型新兴企业服务的同时，也要和一些新生的、正处于创业阶段的、能代表中国未来的企业共同发展，这也是长城所未来的战略选择。

4. 以创新型区域发展为核心的政府决策咨询。在中国的特定历史条件下，咨询机构不仅通过咨询直接为企业发展服务；而且通过咨询对政府决策产生影响，从而间接地为某一行业或区域的企业赢得更大的发展空间。为此，长城所围绕某一类企业（主要是高新技术企业）或区域（主要是创新型区域）的发展，承担了一些政府决策咨询项目以及若干新兴区域发展创新方面的政策咨询。

5. 坚持知识发展项目的开发和研究。长城所的发展目标是知识型企业、学习型组织，因此，我们围绕转型时期的企业战略、市场导向型的企业管理体制、创新战略管理、知识经济、知识管理等内容，坚持不懈地开展知识发展项目的研究。我们倡导并要求咨询与研究人員，每年要有两个月用于进行知识发展项目的研究。坚持每月一期的《企业研究报告》，不定期地举办“企业论坛”，提高了核心竞争力。

创新是中国文化的一部分，正在成为国民精神世界的重要部

分；创新已经成为中国社会进步的重要动力，这是社会文明的进步。创新需要一个良好的环境，包括政治、经济体制与制度，包括对失败的宽容、对创业者的尊重、对商业活动的认可。正如创新无止境一样，对创新环境的改善也需要长期不懈的努力。

本丛书在广西人民出版社的大力支持下得以出版，供广大的创新探索者、实践者、研究者参考，以期对中国的企业（组织）创新、区域创新、政府管理创新有所促进；我们真诚地欢迎读者提出意见、建议和批评指正，愿与各方面进行关于创新的合作研究、交流和探讨。

长城企业战略研究所 所长

王德禄

2002 年 3 月

目 录

关于通过电子商务实现跨越式发展战略的建议	(1)
1 e 跨越战略的背景	(1)
2 中国 e 跨越战略的定位与内涵	(4)
3 中国 e 跨越战略的实施条件、障碍与政策建议	(6)
主报告：通过电子商务实现经济跨越式发展	(11)
1 跨越式发展理论分析与路径选择	(12)
2 全球电子商务战略分析	(18)
3 以制造业为突破口发展中国电子商务	(24)
4 以电子商务为基础的 E 跨越战略	(27)
5 数字北京与首都跨越式发展战略	(36)
6 发展电子商务，实现 E 跨越的政策建议	(38)
分报告一：跨越式发展理论分析	(45)
1 传统的经济发展理论	(45)
2 不同跨越式发展比较	(51)
3 e 跨越理论基础	(57)
4 e 跨越发展是中国追赶发达国家的必由之路	(62)

分报告二：电子商务发展战略的国别研究	(68)
1 美国的电子商务发展战略	(69)
2 加拿大电子商务发展战略	(74)
3 欧洲电子商务发展战略	(77)
4 亚洲电子商务发展	(85)
5 世界各国电子商务发展战略对中国的启示	(91)
分报告三：中国发展电子商务的若干问题分析	(95)
1 中国电子商务现状	(95)
2 安全与信用：自由电子商务的保证	(100)
3 知识管理：电子商务的基础	(102)
4 信息化与电子商务	(104)
5 国际贸易：电子商务最具潜力的领域	(107)
分报告四：以制造业为突破口发展中国电子商务	(110)
1 中国制造业发展现状	(110)
2 中国制造业发展电子商务的基础	(116)
3 中国制造业发展电子商务存在的问题与障碍	(122)
4 中国制造业的电子商务战略选择	(125)
分报告五：数字北京与首都跨越式发展	(133)
1 数字北京：从概念到实践	(133)
2 数字北京的内涵	(140)
3 数字北京与首都跨越式发展战略	(151)
分报告六：企业电子商务案例	(159)
案例一：方正电脑采用 B TO B	(159)

案例二：梅林正广和的 e 道路	(160)
案例三：浙江霸力集团网上销售	(161)
案例四：海尔集团实现战略调整	(162)
案例五：金蝶启动 BTOC、BTOB 电子商务战略	(163)
案例六：实达的互联网战略	(164)
案例七：北京西单商场开通网上购物	(164)
案例八：优雅网——网上商业街型的电子商务 服务提供商	(165)
案例九：雅宝竞价交易网	(166)
案例十：北京商旅假日网络技术有限公司	(167)
案例十一：首都电子商城	(168)
案例十二：珠穆朗玛电子商务网络服务有限公司	(169)
附录一：各类国际组织关于电子商务的活动	(171)
附录二：世界各国的信息技术、电子商务战略	(183)
附录三：专家论坛：电子商务与中国 E 跨越战略	(187)
参考文献	(219)
后 记	(221)

关于通过电子商务 实现跨越式发展战略的建议

势不可挡的全球化和信息化，使中国的现代化建设进程面临严峻的挑战，同时也提供了前所未有的机遇。中国加入世界贸易组织（WTO），全方位高层次地融入全球化和信息化的时代进程。有效地应对新的挑战，不失时机地抓住千载难逢的历史机遇，是中国经济和社会发展面临的重大课题。长城企业战略研究所经过几年的研究后认为，加快信息化和融入全球化进程关键在于战略模式的转变，在于选择一条适合中国国情的跨越式发展路径，通过电子商务实现跨越式发展，即实施 e 跨越战略。

1. e 跨越战略的背景

1.1 全球化与 WTO 的机遇和挑战

全球化已经成为不可遏止、无法逃避的世界潮流。在这一过程中，市场力量不断冲破一切传统的、民族的、文化的羁绊，将不同的国家和地区拉上世界市场的大舞台。随着加入 WTO，我国对外开放、改革和发展事业将迈上一个新的台阶，在货物、服

务、资本、技术、人员、知识产权等方面与世贸组织成员的交换将不断扩大,日益形成一个相互依存的利益共同体。但在获得机遇的同时也面临着挑战,对我国竞争力差的行业保护也逐渐将被取消,能否在全球竞争中生存与发展,能否在全球分工中占有一席之地,在很大程度上取决于能否及时实施富于远见的、开放的国家战略。

1.2 中国逐渐成为全球制造业中心之一

由于我国制造业拥有良好的物资资源和大量受过初级教育的、熟练的低价劳动力,并开始以集聚形式发展,我国制造业的竞争力不断增强,众多跨国公司纷纷将产品的制造环节向我国大陆转移,韩国和我国的台湾地区等更是不断将制造业基地转移到我国大陆。

改革开放二十多年来,世界制造业中心逐渐并加速向我国大陆转移。目前,较为开放的珠江三角洲、长江三角洲地区基本上形成了许多特色鲜明的专业化制造基地,某些地区的某些专有产品已达到全球供应量的 50% 以上。

无可置疑,当前中国的核心竞争优势在于制造业,目前和今后一段时期内,制造业仍将是中国参与国际分工的主要力量,而这种制造业是置于全球化背景之中的。一方面,中国制造业企业走出去,实施全球化战略;另一方面,众多的中国企业成为跨国公司实施全球化战略的重要节点。众多因素造就了中国制造业的集聚能力和竞争优势,进而使我国有可能逐步成为世界制造业的一个中心。

1.3 电子商务导致经济运行模式和社会行为方式变革

美国新经济已成为全世界关注的焦点,我们认为新经济是超

越于电脑加互联网之上的，它的核心就是电子商务。从形式上讲，电子商务改变了商业活动形式，但从本质而言，则是对商业利润的一次重新划分，是商业模式的一种革命性改造。电子商务正在改变着人类的生活方式，改变着企业和社会组织的形态，改变着产业组织关系和社会行为方式。发达国家正在从这一转变中再创优势，而发展中国家更容易从这次变革中实现跨越式发展。

1.4 中国需要什么样的跨越式发展之路

1997 年中共十五大提出“跨越”思想以来，有关跨越式发展的理论和战略引起社会各界的广泛关注。目前，我国关于跨越式发展战略的讨论出现了不同的意见分歧。

一些学者认为，我国还没有全部完成工业化的任务，有些地方甚至连基本的温饱问题还没有解决，当前的任务应集中精力发展传统产业，为我国的经济发展打下“实”的基础；另外一些学者认为目前我国的跨越式发展关键在技术突破，在于开发新技术和新产品，从技术上赶上或超过发达国家，实现传统产业的信息化，这样才能实现跨越式发展。

从根本上来讲，跨越式发展是居于战略层面的，需要从全局出发，作为国家级的经济发展战略，从战略模式上进行思考。立足于全球竞争形势下我国经济综合竞争力的提高，融入世界分工合作体系，同全球经济真正接轨，这就需要将工业化和信息化结合起来，并且找准其结合点，而 e 跨越战略正好为这种结合提供了有效途径。

新一轮的电子商务大战已经开始，三年前，英国首相布莱尔就在政府内阁特别设立了一个电子商务大臣，希望能在短期内将英国发展成为电子商务的世界高地，中国要想在这场竞争中赢得

主导地位，必须尽快实施中国的电子商务跨越式战略。

2. 中国 e 跨越战略的定位与内涵

2.1 中国 e 跨越战略的定位：国家级发展战略

e 跨越战略决不仅仅是建立电子商务网站，它的最终目标是通过电子商务带动传统产业实施全面信息化改造，通过企业的商业创新和政府管理体制创新，再造个人、企业、社会组织和政府机构间关系，全面提高中国的综合竞争力。

大力发展电子商务可以带动中国高新技术产业的发展，也是我国传统产业改造的有效途径，同时也是我国经济与国际经济接轨、融入 WTO 的最有效的途径。

e 跨越战略应该同科教兴国战略、可持续发展战略和西部大开发战略并列成为我国发展经济的四大战略。其中，科教兴国战略是经济发展的驱动力；可持续发展战略是经济发展的边界条件；西部大开发战略是促进经济发展空间布局的均衡和协调；e 跨越战略则是经济结构调整、综合竞争力提升的牵引机。只有这四大战略相互协调，联合并进，我国才能真正保持经济健康快速增长的活力、真正实现可持续发展、真正解决地区差异、真正同世界各国在 WTO 平台上接轨。

2.2 中国 e 跨越战略的内涵之一：以信息化带动工业化

在中国迎接知识经济的讨论中，中国是否完成了工业化、信息产业与传统产业各自的战略地位等问题引起了社会的广泛关注

与战略性思考。“十五”规划提出的“以信息化带动工业化”的精辟论断，深化了对中国经济发展阶段与阶段性战略任务的认识。

“以信息化带动工业化”是中国经济发展战略方面的重大创新。在“十五”期间深化对“以信息化带动工业化”的战略思考，把握好战略管理的重点和节奏是中国在全球化条件下实现现代化、实现经济运行质量逐步提升、实现经济持续快速增长的关键。

工业化和信息化的结合点就在于传统产业——用信息化逐步改造传统产业，因而中国需要完成的工业化任务，是同传统工业化有原则区别的，是信息化和全球化条件下的工业化。

信息化在中国经济发展中的战略地位，还在于它具有促进制造业升级和中国经济腾飞与跨越的重大使命。信息技术不仅仅在设计、制造管理等技术层面发挥促进作用，更进一步在促进产品同市场尤其是国际市场结合方面发挥作用。

中国的 e 跨越战略正是立足于以信息化带动工业化的思想，通过实施电子商务平台建设战略、传统商务体系 e 化战略、虚拟制造体系建设战略、电子商务软环境建设战略和政府管理体制创新战略，加快高新技术产业尤其是信息技术产业的发展，培育中国在制造业领域核心竞争力。所以说，电子商务是完成“通过信息化实现现代化”实现跨越式发展的根本方向。

2.3 中国 e 跨越战略的内涵之二：基于制造业基础实现创新增值

制造业是中国参与国际竞争的基础。尽管很多中国企业在国际经济交往中被冠以“加工者”的称谓，“仅仅赚取低廉的劳动力成本”，但实事求是地说，制造业是目前中国仅有的具有国际

竞争优势的产业之一，我们不能因为利润低而舍弃优势。不能认识到和发挥好这个优势，就不可能主动地真正地参与到全球经济体系中来。

同时，中国制造业的兴旺发展带动了一系列相关行业的成长和发展：原材料市场伴随着制造业的发展不断扩大了影响和需求；新材料产业随制造业的发展而实现需求带动型增长；设计等知识型服务业围绕制造业升级而迅速兴起；信息技术与制造业的结合更是为传统产业的振兴、商务模式的转变提供了新的途径，其中电子商务与制造业的结合将为“中国制造”提供广阔的增值空间。电子商务是一种全新的商务模式，可以增加商业机会，提高商业运行效率；同时电子商务可以优化资源配置，减少中间环节，在全球经济体系中重铸价值链条。大力发展基于中国制造业基础的市场导向型的电子商务，实现制造业本身的产业重组，大大提高“中国制造”的国际竞争力；发展电子商务，可减少中国制造业中间环节，把更多的价值留在中国，实现创新增值；同时，一批适应国际环境的新兴企业将会崛起，从根本上改变中国参与全球竞争的格局，提高国家竞争能力。

3. 中国 e 跨越战略的实施条件、障碍与政策建议

3.1 中国实施 e 跨越战略的条件

中国较为雄厚的制造业，为跨越式发展提供了产业基础。中国已形成一定规模的、行业齐全的制造业体系；这种庞大的制造业将成为全球电子商务的重要物流，而这又是电子商务体系的核心。