

网络淘金

——电子商务能走多远

(英) 韦英海姆·罗文 著
董振华 张峰 赵绪生 译

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络淘金：电子商务能走多远/ (英) 罗文著；董振华，张峰，赵绪生译. —北京：新华出版社，2001.10

ISBN 7-5011-5399-X

I. 网… II. ①罗…②董…③张…④赵… III. 电子商务-研究 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 071384 号

著作权登记号：01-2001-3728

© Wingham Rowan 1999

中文版权属新华出版社

网络淘金

——电子商务能走多远

(英) 韦英海姆·罗文 著

董振华 张峰 赵绪生 译

*

新华出版社出版发行

(北京宣武门西大街 57 号 邮编：100803)

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

850 × 1168 毫米 32 开本 8 印张 170 千字

2002 年 1 月第一版 2002 年 1 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-5399-X/F·784 定价：16.00 元

(若有印装质量问题，请与印刷厂联系：010-65895562 65897685)

《网络商务译丛》出版说明

网络正在对人类社会的发展产生日益广泛和深刻的影响，纳斯达克股市上网络股的跌宕起伏无法改变这一基本的事实。自 1969 年因特网的最初雏形——ARPA-NET——美国国防部高级计划署网络诞生以来，与计算机一起，网络走过了一段曲折的发展历程。伴随着个人电脑的日益普及和网络技术的不断成熟，因特网正走进千家万户，成为人们日常生活不可缺少的一部分。我们看到，在 20 世纪结束时，人类迈进了信息社会的大门。

从人类以往的历史来看，任何一次重大的科技革命，都将对人类社会的发展产生巨大的影响：不仅将极大地加快人类社会的发展步伐，而且将对人类社会的政治、经济、科学、文化等等诸方面产生广泛而深刻的影响。以计算机和网络为代表的信息技术革命也是如此。

网络的广泛应用将人们带入了一个信息交流极大便利的世界，使得在知识经济时代里信息不再成为约束人类经济和社会发展的一个障碍。由于网络的广泛应用，商业世界正在发生巨大的变化。我们正在目睹电子商务风靡全球，各种新的商业运作模式应运而生，我们也看到网络正在对传统的企业与顾客之间的关系，企业传统

的组织、生产和销售结构，乃至传统的经济规律产生重大的影响。总之，网络带给我们无限的遐想，给商业世界展现了一幅迷人而又充满了变数的前景。

《网络商务译丛》精选了国外一些优秀的网络书籍，旨在跟踪网络在国外（主要是欧美发达国家）的商业化应用的最新发展和成就，并对网络对人类社会经济发展的影响等相关问题作一些较深层次的探讨。

这是一个充满了机遇与挑战的世界，也是一个竞争激烈的世界。以计算机和网络为代表的信息技术革命给我们带来了一次难得的机遇，成为我国实现经济和社会跨越式发展的一个良好的契机。

中国在实现信息化方面取得了有目共睹的成绩，网络在中国的普及和应用的速度之快是惊人的。中国网络界的精英们在这方面作出了可贵的探索和不懈的努力，值得我们由衷地钦佩和赞赏。

我们希望《网络商务译丛》能对广大涉足和关心中国网络事业发展的人士提供一些借鉴和帮助，这是我们出版这套丛书的目的所在。

新华出版社

2001年1月

序

贸易革命：困惑复杂的电子商务

仅仅在 1997 年以前，人们还只是把因特网作为休闲娱乐的一种方式：而如今它已成为众所周知的“新经济”的重要支柱。比如，在如今互联网的世界里，游客们如果想乘飞机度假，那么他们可以通过如下方式预订飞机票：给旅游机构打一个电话，或者访问一个航空公司的因特网站点，接着选定一个启程的日子，输入自己信用卡的号码和地址，以便送票上门，顺利地拿到机票。游客所输入的这些信息立刻会从自己的计算机上，通过电话线发送到航空售票处的计算机上，这个售票处的计算机可能远在地球的另一端。通过访问因特网上供应商的网址，顾客们也可以用这种方式浏览和购买鲜花、衣服、酒类、玩具以及其它各式各样的物品和服务等。这种无商店的购物方式和亲自到商业大街上选购相比，具有很大的优越性。首先，这种方式使人们有可能更便利地接触范围更广的供应商，有更大的选择余地；其次，更重要的是：因为销售商们不必再投入大量的资金用于建设商业大街和维持数目惊人的员工，所以东西可能更便宜。在线顾客将逐渐会从更低的商品价格上体会到这一点。这里就有一个生动的例子，英国有一家保险公司名叫 **Eagle Star**，就在它的因特网站点上给其在线顾客打了高达 25% 的保险折扣。

这种充满活力的新型互联网商务形式，已经对一些商业部门造成了很大的冲击和影响。在过去的两年里举行的每一个电子商

务会议上，亚马逊书店都曾被以极其推崇的口吻提到过。这种只通过因特网进行交易的经营模式是来自西雅图的创举，并且亚马逊书店所提供的图书价格要比商业大街上的便宜大约 40%。亚马逊书店现在完全有权利以“世界上最大的书店”而自居，它辉煌的成就使得那些本来安安稳稳做着图书零售的图书经营商们再也无法安稳下来了，不得不纷纷起来建立起自己的在线销售系统。与此相似，通过电话进行汽车销售的方式，也给汽车购买者们通过互联网购车提供了便利。任何人都可以把他梦寐以求的汽车的详细情况输入到计算机里，很快，库存有符合顾客要求汽车的当地经销商们就能与他取得联系，并立刻给他一个最后的销售价格。建立在互联网基础上的汽车销售服务占美国汽车总销售量的 15%，根据一个调查研究机构的调查结果，到 2000 年这个数字将达到 50%。在因特网舞台上涌现出的许多新角色来自许多与他们所提供的服务不相干的工业领域，比如 PEAPOD，就是国内一个根据人们的在线定单提供食品杂货投送服务的机构。它本来是一个软件公司，其所擅长的领域是自动化程序，现在他们就是这样义无反顾地建立了这样一种食品杂货的供应服务。

可以预见，美国很可能将在领导消费者走向电子商务的过程中处于前列。但是新市场在范围上是全球化的，并由各国的供应商所分割。一家位于纽约的熟食销售店，建立了货物定购 WEB 站点，他们惊讶地发现：首先光顾此站点的一位顾客竟远在东京。他购买了 50 美元的货物却需要花费 100 美元运送费，店员们对他的这种行为感到不可理解，他们却被告知：同样的东西在当地买大约要花 300 美元。除了价格优势之外，这种销售方式还具有一些吸引世界各地顾客的无与伦比的竞争优势。以亚马逊在线书店为例，它的经营系统软件具有这样的新特点和功能：即能够为顾客建议一种浏览器，通过这种浏览器，顾客们能够浏览到他们可能会喜欢的新书。这个系统会自动登记每一位读者所购买

的图书，并在此基础上，分析出他前后相继的购买中所体现出来的品味，然后将其已经购买的图书与其他购买者所购买的相似的图书进行比较。这种使得销售方式自动化的“相关性技术”已经成为目前迅猛发展的一个领域。还有更加先进的便利设施，这种服务设施是由几家大的包裹投递公司提供的，运用这种服务设施，顾客们在这些投递公司的 WEB 站点上键入一个识别代码，就可以从起点到终点对包裹的整个运送过程的每一个环节进行全程跟踪。随着这些公司的员工们扫描每一个包裹上的条形码，虽然运载这些包裹的运输工具还仍然在运送途中，但是其位置和情况就会自动通过卫星传送到中央计算机上，这样站点上的信息就能经常更新。令许多因特网上的销售商烦恼的是，有一种名为“智能代理”的软件正在变得越来越高级，越来越先进。举个例子，可能一个人正在寻找和购买甲壳虫乐队的一盘名为《艰难时日》的 CD，那么他就可以运用“智能代理”，访问所有的在线音乐商店，并且在很短的时间内对这些价格进行比较，以挑选一家价格最便宜的商店。

尽管经过几十年的发展，电子贸易已经成为了世界金融市场的支柱，但是这种贸易形式仍然还处在发展的初期阶段。下一步重大的发展可能来自“计算机渗透”这样一种潮流：即人们对计算机的使用已经成为了本能，计算机利用起来又是如此的便利，以至于它成为人们日常生活中不可缺少的东西。一些手提电话早已和因特网和网上商店联接起来了。NCR 公司已经郑重做出承诺：他们要发展一种微波炉，在这种微波炉上能够进行银行业务活动，诸如账户查询等活动在厨房里就能进行。但是最重要的突破性发展可能是交互式电视成为了现实。如果考虑到世界上只有 9 千万台的计算机，却有 9 亿台电视机，显然需要有一种技术使几乎每个人都能受益。人们普遍认为，充满诱惑力的、高效率的和便宜的远程控制购物方式是具有巨大影响力的。世界各国正在

为这种新型市场上的管理和税收问题而争论不休，这个市场超越国界，而且容许销售商们在转移到有利的市场体制过程中，丝毫不会失去其当前已有的客户。

这种贸易革命的巨大意义并不在于到目前为止已经发生的事情，而是在于将来要发生的事情。尽管到目前亚马逊书店没有赚取一丝一毫的利润，但是其在股票市场上的价格却以数十亿美元计。亚马逊书店潜在的价值在于建立了一种统率领袖的形象，它将在我们都采用在线购物的时候，收获巨大的利润。沃尔玛这家世界上最大的零售商早就规定：他们新开设的商店必须可以转换成居住单位，因为他们预计到：或许将来有一天整个国家都不会再需要这种昂贵的砖块和水泥建立起来的商店。即使是那些没有看到在线贸易巨大潜力的公司也不可能逃避它的影响。比如汽车销售商店，在不远的将来将从今天的 22000 家缩减到 10000 家，因为像上文提到的电话购车方式降低了目前汽车销售方式的利润，并且容许销售商用这个系统接触多得多的顾客。分析家们经常谈到电话购车具有冲击整个“工业和后工业”的影响力。这种急剧的变化可能是令人困惑的：没有人确切地知道这种贸易革命将走向何方。本书希望在这个问题上能有所贡献。

前言

电子贸易的最后领域

一项新的技术如果要充分展示它的潜力需要一个过程。比如说铁路，在它完全实现大众交通运输和普通邮费的许诺之前，早已引起了煤炭工业领域的革命。广播技术的发展历程同样说明了存在这样一个开拓期，在这个时期，人们首先感到的是这种新的技术对现存组织的有用性：它终于使得航运公司能够和它们在海上航行的船只进行无线通讯联系。家庭娱乐业这个非常激进的概念经历了二十年才浮出水面。最近的例子，使得计算机之间相互联系成为可能的硬件的开发者认为：这项发明是对美国国防体系的重大贡献。只有在万维网作为一项事业着手建设二十五年后，这些设计者们的工作所具有的巨大潜力才展现出来，为人们所认识。现在我们正目睹着新的贸易技术的出现。这本书将向人们说明：电子商务虽然已在世界零售业的实践中引起了翻天覆地的变化，但是它还仍然处在相对的开拓发展时期，就像当年的运煤铁路和船对岸的无线广播一样。在它的背后蕴涵着一种无法预料的影响，这种影响将彻底地重塑整个社会，当然这种重塑基本上都是好的方面。为了探索这种潜在的力量，我们有必要将在线购物分解成两个部分。第一个是销售渠道，特定的零售商、制造商或者服务公司通过这个渠道提供它们的产品和服务；第二个是互动的市场，任何人都可以在这个市场上卖东西。

在线商务的第一个部分——销售渠道，要追溯到 1953 年，

两个史密斯有一次在从洛杉矶到纽约的飞行中偶然相遇。R·布莱尔·史密斯——IBM 的代表发现他坐在美国航空公司总裁 C·R·史密斯的邻座，他抓住了这一难得的机会，开始说服这位航空巨子使他公司的订票过程自动化。这两家公司的对话一直持续到 1959 年。伴随美国 SABRE 订票系统的开始，无论从何种意义上讲，由消费者主导的电子贸易诞生了。刚开始的时候，那些想要预订座位的旅行机构利用它们的电话与一个在计算机房的职员通话，这位职员将告诉他是否可以订到他们想要的座位及其费用。随后，计算机终端将会把这些消息发送到各个零售站点，这样代理机构就可以查询数据库从而进行在线订票。看到了 SABRE 这样一个系统所具有的便利功能，其它的航空公司、宾馆和出租汽车公司也都纷纷开始利用它们的计算机。到二十世纪九十年代，这项业务是如此的有利可图，以致于美国的执行总裁们普遍认为：如果让他在经营 SABRE 和航空公司之间进行选择的话，他宁愿选择经营 SABRE。SABRE 在俄克拉荷马塔尔萨机场建有高度安全的地下室，核心计算机就设在这个地下室里，负责处理每秒钟来自世界各地的数以千计的信息，SABRE 是目前世界上最大的在线预订服务系统。与七十年代由其它较大规模的航空公司建立起来的此类竞争性系统相比较而言，这个塔尔萨的宝库将电子贸易定义为：建立了一个从市场入口通达内部的方法，从而为顾客的选择提供了不断增加的便利性、精确性和科学性。八十年代和九十年代的在线消费都是受这种模式的影响。包括规模巨大的亚马逊书店、CISCO 的网络部件销售公司、美国戴尔电脑公司等在内的一批杰出的因特网贸易实践者们，其经营的领域更集中于某些具体部门，已经把法国的图文终端、时代华纳全套服务网络和虚拟购物中心一个接一个地抛在了后面。这些公司都是由特定的经销商经营的通向市场的渠道，或者是代表特定的经销商经营的渠道。面对单个在线顾客的新一代“关系销售”软件的发

展，正是为了这些公司的利益。拥有商业街上著名商店屏幕形象的互动电视，使远程购物简单化了，这将进一步推动此类形式电子贸易的发展。

开放市场：电子贸易的第二个层次

正是这些在线销售渠道吸引了绝大部分的电子贸易，但是这种新的贸易技术的真正力量在于它的第二个部分：开放在线市场。一个削价竞争的销售渠道，例如亚马逊书店，可以重新定位一个零售部门，但是任何一个销售商都可以利用的计算机化的市场能够改写整个贸易规则。在过去的十年里，全球金融市场的发展就说明了二者之间的这种差异。八十年代，在全世界范围内对货币流通控制的解除，为金融公司创造了很好的贸易机会，当时，这些公司充斥着使用电话的和基于 E-MAIL 的“会话式”在线购物设备，这些都是相对很落后的，因此，持续向在线贸易发展的趋势就成为了必然。这些发展本来可能以这样的形式出现：即每一个银行都建立一个互动的销售站点，使得采购商们可以在他们所信任的卖方之间进行比较，以选择他们当时所需的最佳买方进行交易。然而，1988 年，金融信息巨头路透社，在夏威夷举行的一年一度的金融证券交易商的会议上，租用了一间旅馆，用来展示一种他们称作 2000-2 的匹配器业务。这种业务的中心是一台位于长岛的计算机，任何人交了预定金，都可以利用这台计算机进行交易，在这台计算机上，他们可以围绕他们想购进的基金或想抛出的货币列出具体的要求，这些要求随着行情的变化而不断变化。这台中央计算机可以立即使购买者与一个当时最合适的供应商始终配合在一起，并且每一笔交易的进行都通过对双方资信状况的检查，并发布一份经过确认的合同而得到保证。

这种新型的贸易研究会召开四年以后，逐渐受到人们的冷落。一位外汇时事通讯的编辑回忆说：“开始是一些资历较浅的贸易者被分配到电子业务机构中工作，这些人被他们的同事称为‘游戏男孩’”。这种排斥、冷漠的态度最终被人们热烈的欢迎所取代，尤其是那些小型的金融机构，现在由于有这种技术，它们终于可以不再借助于规模较大的、信用程度较高的机构作为它们的昂贵的中介，而是可以直接在市场上进行交易了。市场准入的费用几乎为零：任何一家公司只要具有了所要求的资金，都可以在 2000-2 这种业务程序上进行贸易。由于这种方式的贸易费用微不足道，所以推动了电子金融市场不断的扩展。随着新的竞争对手的不断加入，价格在竞争中不断攀升，因此贸易也就变得更具有吸引力了，急剧增长的营业额创造了新的机会，更广泛的交易规模吸引更多资源进入这个系统：对于所有的参与者来说，这是一个典型的、绝对公平的竞争舞台。这种协调市场的建立在很大程度上是为了金融机构的利益，这些金融机构被世界上数十亿美元不断流动的游资所压迫着。

现在已经出现了一些因特网站点，经营专门为公众开放的市场：经营二手车的 AUTO-BY-TEL 市场就是一个例子，此外还有定位于普通货物的 E-BAY 和主营计算机的 ONSALE.COM 等市场。对于这些市场的管理来说，销售者们的资格审定和身份认证永远是一个问题。每个网站都不得不在这二者之间做出选择：或者将商品销售者仅仅局限于那些能够以某种方式提供担保的人，比如说 AUTO-BY-TEL 这个网站，只允许自己的会员在这个市场上出售二手车，而不是一般的驾驶员都可以；或者任何人都可以在这个市场上提供商品或服务，但是网站必须要采用某种措施，以确保每一个供应商的诚实和可信赖。比如，某人在 E-BAY 网站上购买一个二手布娃娃，他不仅要和销售者一样交纳高达 5% 的佣金，而且最后还要给网站发一封 E-MAIL，对这位

销售者的诚实可靠性做出分析和评价，以供那些打算和这位销售者继续交易的人参考。这个过程是耗时的，而且很容易出错：国家消费者协会 1998 年的统计数字表明：对于各种层出不穷的诈骗行为来说，作为电子贸易一部分的在线公开拍卖，永远是一个温床。非常明显，那些将购买者与销售者放在一起进行比较的数据库，只是受到了这类因特网用户的重视和青睐：即那些已经花费了很多时间去思考如何使自己的风险降到最低限度这个问题的人。实际上，像 E-BAY 这样的网络拍卖公司，已经获取了丰厚的利润，这在网上公司中是少见的。但是，即使这样的服务水平远远还没有达到货币经纪人所认为的理想贸易环境：一个真正安全的市场，消息非常灵通，具有高度的信用，交易的执行完全是自动化的，交易费用微乎其微。对于那些和不可知的销售者们相关的问题而言，在因特网上尚没有现成的解决办法，因此标榜自己是安全的在线销售渠道在不断增长。

安全电子市场对任何销售商都开放吗？

对于支撑电子货币市场的这些机制和设施来说，人们以前只是用来处理数以百万计的数字货币的转移业务，如果这些市场机制和设施能够用来处理更实际的、更有形的商品和服务，那么这个在线市场是无所不能的，任何销售者都可以利用这个十分安全、便利的在线市场。进一步想象一下，如果人们通过因特网或者互动电视，就能够非常方便地进入这种市场，那么让我们来看看这种新贸易技术所蕴藏的巨大潜力吧。举个例子，在一台中央计算机上运行着一个虚拟汽车出租市场，像 HERTZ 或 AVIS 这样的当地的汽车修理厂，如果仅仅提供三辆汽车在这个市场上用于出租，那么这个市场也是受欢迎的；甚至，如果个人在周末不需要用车的时候，把自己的汽车放到这个市场上出租，那么这个市

场也同样是受欢迎的。那些需要租用车辆的人会把他们的地址、用车时间、对车辆的要求输入到计算机中去，这个市场会把最接近他们要求的、当时最便宜的待租车辆推荐给他们，并不考虑出租者是谁。这类市场目前还没有成为现实，我们暂且称为有保障的电子市场：其严密的高级贸易程序使得每一项交易都和外汇交易一样安全可靠，关于这个问题，在本书的第一部分将详细说明。还以汽车租赁为例，中央计算机应该确保任何一辆待租的汽车质量都是有保证的，而且如果汽车在出租过程中有什么损坏或者没有按期归还，那么租赁者的责任应该很容易被确认，并且赔偿损失，不仅如此，计算机还应该只将有关信息发布给那些符合出租者所要求条件的租用者，例如，可能租用者要具备很长时间的的安全归还租赁汽车的记录。市场这些功能的实现，不仅需要一定的必备程序来保证，而且还需要得到某些国家机构的支持，比如，这些机构需要采用某种方式，向市场的中央计算机确认，某个租用者具有合法的有效驾照，在交互式电视或公共因特网服务方面，这比目前我们能够想象到的所有问题都要更加复杂。对于汽车租赁的需求并不能直接保证投资的水平。但是，相对于由基础软件和设施完善的中央计算机所提供的，真正意义上的成千上万的成熟开放的电子市场来说，汽车租赁仅仅是其合法贸易领域的很小的一个部分。正如金融市场所表明的那样：如果这样一种便利的贸易方式成为了现实，那么它就可以大幅度地降低销售成本，这必然会拓展各种市场的领域并吸引新的资源，同时，反过来这也将会提高销售的“粒度”。例如，在这样的市场中，即使将一辆汽车出租一个小时也成为了可能，而且，因为待租的汽车将不再停滞于公司仓库的门口，而是分散到各处，所以不同的租用者浏览和租用这辆汽车的可能性增大了。对于除了大型汽车出租公司之外的所有人来说，这听起来也许有点天方夜谈，但是正如在本书的后面章节中将要表明的那样，在真正开放的电子市场

中，金融和资源的运营方式是迥然不同的。

为了真正充分发挥作用，在同一台中央计算机上，这个潜在的汽车租赁市场还需要其它市场的辅助。例如，速递市场就是这么一个起辅助作用的市场，在这个市场上，那些愿意为汽车租赁者送汽车的司机，标出自己具有竞争力的劳务报酬标准，可以通过竞争上岗工作，计算机会自动对每一位司机的资格进行审查，每一项交易都要订立劳务合同，并由计算机按照合同规定自动执行。保险市场也是这么一个起辅助作用的市场，同样，这个市场也不会青睐或偏爱任何一家公司，而是由计算机根据交易人所报的价格，自动选择符合租用者各项要求的、报价最低的保险商进行匹配。这样的技术如果得到了广泛应用，那么目前几乎还不存在的市场就有可能像雨后春笋一般涌现出来，比如摩托车租赁市场、儿童三轮车租赁市场等。其实在公设电子市场中，公司或个人是否愿意在这些新的贸易领域中提供商品或服务，完全是他们自己决定，他们可以随时调出有关当时市场需求状况的数据库。

在有保障的电子市场上，进行商品贸易和提供服务都同样受到保护。图书市场就说明了这么一个问题。一位因特网用户通过访问亚马逊书店的网址，购买一本图书，加上间接成本，也比在一般商业区书店购买便宜 30%。但是，在一个有保障的电子市场上，一位购书者可以找到一位刚刚读完这本书、欲以半价转让的人。假设当地又有一个红火的速递市场，那么，在有保障的电子市场上购买这本书，和通过网络从亚马逊书店购买并邮寄过来相比，读者就可以以更短的时间和更低的价格得到这本书，并有人负责把书送到家门口。有事业心和进取精神的人可能会开启这样一个市场：在当地提供送货上门租赁服务。和这个假想的系统上所进行的任何一项其它交易一样，这种交易不仅能够充分保护卖方的财产权，而且可以保证受害方从违约方获得足够的赔偿。最终，像这样的市场也许可以提供阶段性的雇用和培训、零售日

常用品、家政服务、工业原材料等。由于不仅取消了加入市场的费用，而且能够为各种需求提供充分的信息，所以其中的每一个市场部门都会不断地拓宽供应商的范围和降低价格。随着这类市场系统不断获得发展的动力，目前人们认为理所当然的经济现状都将会被推翻：比如供应商垄断、市场扭曲和市场行情信息缺乏等。取而代之的，将是一个由不计其数的个人贸易主体和不断变化的供应商所组成的分化的经济。

电子商务能够实现这种理论上的潜力吗？

在目前的发展趋势下，刚才概括的这种贸易形式在一段时期内依然处于设想阶段。在电子商务的早期阶段，人们普遍认为网络贸易将不可避免地要保证提供一个超高效的市场，并且解除无数的供应商。现在的问题在于：新的贸易软件正为小团体提供利益，但是，正如第三部分将要表明的那样，它也为大公司提供更多的优势。贸易革命不是信息革命。投资者正明智地开发新的基础设施用来增加他们公司的利润；没有相应可供分享的激励因素去生产一种新的媒介，从而使该媒介能增强国际互联网（www）的发展。此外，一个简单、更开放的网络市场要求软件标准能良好地互相进行协调，而不是网站建设上的相对简单化。将要解决的问题包括：支付制度，交易者的可靠性，提供保证金，保护隐私，在互不协调的市场间联接（例如，购买商品后，从一家开放的运输信托贸易联营公司选择运输方式），销售商间的契约和争端处理。在这些领域出现共同标准的时限可能要延长，这根本不是因为开拓者现在必须投巨资去创造这方面的程序，而是因为位居次席是一个令人不愿接受的结局。多年来的“浏览器大战”给我们提供了一幅前方发展道路上可能出现的场景的模式。因为网页建设的最初阶段需要有一个连续的软件平台支持那些想要建立

网站的人和那些希望进入网站的人。但是，已经出现的情况是网景（Netscape）和微软（Microsoft）为拥有重要的技术而斗争，双方故意开发互不兼容的程序，并且局外人也努力改进已出现的标准：Java 公司通过修正所有权使这种情况更加复杂。然而，这个优胜劣汰的过程不需要提供最好的技术：许多人把在浏览器大战中 Internet Explore 的优势归因于市场优势，而不是无法转化的高级技术。

除了为标准而斗争外，对商品有合理的恐惧可能阻止因特网向一系列真正开放的市场推进。例如，消费者金融公司正转入网络，并且投资于“关系管理”的软件。但是，网络经济可能带给消费者的真正好处就在于向消费者提供了一个以类似外汇交易市场中的直接交易方式迅速获得大笔资金的借贷市场。在这些交易中，一个借方将很少能以一个很有竞争力的利率去寻求一笔规模适当并且符合借贷期限的贷款。但是，如果一笔规模巨大并有效地支持消费者的借贷市场建立后，金融公司将变得多余。它们不得不阻挠这个新市场的发展以保持它们的地位。

人们争论说企业家的资本应该确保：如果金融企业不是为了顾客的利益去联营它的资源，那么它就由一个新的竞争者所取代而退出市场。为已经解决标准问题的竞争者建立新软件，它使贷方和借方能够见面并确保完成交易所需费用仅仅超过完成这样一笔直接服务所需成本的一小部分。谁能做到这些？当然，这需要拥有这类技术的计算机公司，但是，目前成百家金融公司的网络需要一台作服务器用的计算机，并且这台计算机很可能购自 IBM、Sun 或者康柏公司，然后，软件也是由像 SAP 或者 Oracle 这样具有可以从同一公司的顾问处得到正常升级的公司那里开发出来的。像这样的公司中没有一家公司拥有任何动力去改进与路透 2000-2 相似的真正开放的市场，路透 2000-2 能高效运行，每一台机器都不需要高昂的相关技术。出现这样的现象并不奇