

电子商务
精品教材
译丛

“十一五”国家重点图书出版规划项目

电子商务与 网络经济学

(美) 爱德华·J. 迪克 著

杨青 郑宪强 译

The Economics of E-Commerce and The Internet

Edward J. Deak



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

THOMSON



电子商务
精品教材
译丛

F713.36

265

2006

“十一五”国家重点图书出版规划项目

电子商务与 网络经济学

(美) 爱德华·J. 迪克 著

杨青 郑宪强 译

The Economics of E-Commerce and The Internet

Edward J. Deak

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

THOMSON

© 东北财经大学出版社 2006

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务与网络经济学 / (美) 爱德华·J. 迪克 (Deak, E. J.) 著; 杨青, 郑宪强译.
— 大连: 东北财经大学出版社, 2006. 11
(电子商务精品教材译丛)
书名原文: The Economics of E-Commerce and the Internet
ISBN 7-81084-914-X

I. 电… II. ①迪…②杨… III. ①电子商务-高等学校-教材②网络经济-高等学校-教材 IV. F713.36②F062.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 115443 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-2005-66 号

Edward J. Deak; The Economics of E-Commerce & The Internet, First Edition
Copyright © 2004 by South-Western, a division of Thomson Learning, local ISBN 981-265-360-4.

First published by South-Western, a division of Thomson Learning, United States of America. Authorized Simplified Chinese Edition by Thomson Learning and Dongbei University of Finance & Economics Press. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of Thomson Learning and Dongbei University of Finance & Economics Press.

All rights reserved.

本书简体中文翻译版由汤姆森学习出版集团授权东北财经大学出版社独家出版发行。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)
总编室: (0411) 84710523
营销部: (0411) 84710711
网 址: <http://www.dufep.cn>
读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连金华光彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 200mm × 270mm 字数: 592 千字 印张: 24 3/4 插页: 1
2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑: 高 鹏 吴迅捷 孙冰洁 张旭凤 责任校对: 齐 靓
封面设计: 冀贵收 版式设计: 钟福建

定价: 46.00 元

作者简介

爱德华·J. 迪克是位经济学教授，任职于康涅狄格的费尔菲尔德大学。迪克教授先后于1965年和1966年在康涅狄格大学分别获得经济学学士和硕士学位，并于1974年获得该校博士学位。迪克博士与人合作出版了《交通规划中的环境因素》（*Environmental Factors in Transportation Plan*）一书，并在《增长与变迁》（*Growth and Change*）、《新英格兰商业和经济学杂志》（*The New England Journal of Business and Economics*）、《社会科学杂志》（*Social Science Journal*）、《老年人》（*Aging*）和《储蓄银行杂志》（*The Savings Bank Journal*）等刊物上发表了一系列涉及多领域的文章。他还与人合写了《发达区域经济中的新城市战略》（*New Urban Strategies in Advanced Regional Economics*）一书中的一章，题为《迁出：新英格兰的调整》（*Outmigration as Adjustment in New England*）。他还多次在国会小组委员会上举证了诸多问题，涉及从老年人所面临的经济问题到区域经济状况，再到应对千年虫所造成的潜在经济影响等。自1983年迪克博士始任新英格兰经济计划康涅狄格模型负责人，其间他负责撰写和发布康涅狄格半年经济预测。自1970年他在费尔菲尔德大学讲授了反托拉斯和规制、工业组织、全球竞争和竞争力等课程，另外他还被政府任命为康涅狄格经济委员会前主席。迪克博士是康涅狄格经济和社会发展部，同时也是许多地区机构、地方政府和私营法律公司的顾问。他是海岸线码头董事会成员，斯特拉特福德市理事会公选主席。现在他是康涅狄格门罗警署委员会委员，他和妻子艾丽斯及其他家人都居住在康涅狄格门罗。

译者简介

杨青，男，1952年4月生，教授，经济学博士。1982年大学本科毕业于原辽宁财经学院基建系，同年留校任教。曾任东北财经大学投资经济系副主任，东北财经大学网络中心主任，东北财经大学电子商务学院院长。现任东北财经大学网络教育学院院长，工程管理专业和电子商务专业硕士研究生导师，同济大学研究生院管理科学与工程专业博士生导师。

杨青教授近年来主要涉猎工程信息化和电子商务领域，曾任大连市房地产经济学会副理事长，中国建设部高等院校工程管理专业指导委员会委员，劳动部与社会保障部电子商务专业委员会专家，大连市信息化专家咨询委员会委员，大连市信息系统工程监理工程师。近年来，在电子商务及相关领域的主要研究成果有：《财经类通用网络教学平台系统》，获辽宁省教委科技成果奖；《基于知识点的目标导向型远程教学平台的实现》项目，获得辽宁省自然科学学术委员会学术成果一等奖。论文《基于知识点的目标导向平台——远程教育的新模型》入选IEEE国际期刊，并应邀参加2004年3月29日在日本福岡举行的第十八届高级信息网络与应用国际会议。论文《关于数字版权公权和私权问题》入选国外著名检索工具EI检索、WOSP检索。

郑宪强，男，1977年生，江苏沛县人，2000年毕业于河海大学英语专业，2003年在东北财经大学获得国民经济学专业硕士学位，同年起在东北财经大学攻读技术经济与管理专业博士学位。求学期间，研究兴趣广泛，其间发表《数字时代的增值税政策》、*A Study on Public Rights and Private Rights in Digital Copyright* 等论文13篇。

译者序

世纪之交,信息技术革命风起云涌,以微电子、计算机、通信和网络技术为代表的信息技术成了社会技术进步过程中发展最快、渗透性最强、应用最广泛的关键技术,对全球范围的经济形态产生深远的影响,以至于生产要素等社会资源配置方式也因此而发生了巨大变革,生产效率得到大幅提升,经济结构和产业结构升级加速,经济增长方式也在悄然改变。电子商务与网络经济的时代已经到来。

在新经济时代中,电子商务与网络对经济学的影响是双重的。首先,电子商务与网络增添了传统经济学理论的分析内容,比如电子商务和网络的市场结构、电子商务企业的竞争战略等。其次,电子商务与网络也拓展了传统经济理论,这些都体现在本书中五大“争议点”上,这些争议点的解释与分析无疑又推动了传统经济理论的新发展。因此,无论是在实践中,还是在理论上,电子商务与网络经济学都是新生力量,它的成长必然与实践和经济学理论同步。

电子商务在我国的发展还处于起步阶段,其对中国经济的影响仅是初见端倪,这使得电子商务经济学的理论研究在我国还缺乏必要的实践来源。但是经济发展的规律在各国都是相似的,因此借鉴与模仿国外先行者的经验不仅可以使我们提前识其“大体”,而且可以使我们在未来的电子商务发展中取其利、去其弊。有鉴于此,我们翻译了爱德华·J. 迪克的《电子商务与网络经济学》一书。这本书内容涉猎广泛,有电子商务中的婚纱时尚,也有恐怖小说家的网络流行,这些内容使得译者在兴趣之中体会到了电子商务与网络经济学的魅力。此书的研究对象并不仅仅局限于美国等发达国家,也包括菲律宾等发展中国家的电子商务。当电子商务的浪潮席卷全球的时候,无论处于哪个经济发展阶段的国家都面临着新的机遇和挑战。对于欠发达国家,电子商务与网络经济有可能为其提供一次跳跃性发展的机会。我们由衷期望本书的译介能为那些致力于电子商务和网络经济研究的智士仁人提供一些有价值的参考和借鉴。

本书作者是从经济学的视角来研究电子商务问题的,旨在理顺新兴电子商务市场与传统经济学之间的或契合或冲突的目标,探究这一新兴经济与传统经济的相似本源及其对传统经济理论的新发现。本书共分为五个部分20章,内容涉猎电子商务与网络经济学研究的微观理论基础、电子商务市场结构、电子商务市场战略行为、电子商务市场运行绩效,以及电子商务市场有关的税收、网络隐私与安全、社会影响和电子商务经济发展展望,其中每一章都依照“引例—正文—引例回顾—讨论与复习题—网上练习”的组织结构娓娓展开,而开篇提出的五大争议点贯穿本书全文。

翻译之中,郑边江、王晓晶、陈娟不辞劳苦,为本书的翻译倾力倾策,功不可没。东北财经大学出版社的高鹏先生和吴迅捷女士为此倾注了大量精力并提供了许多帮助,在此谨致谢意。文中错误及不当之处均归咎于译者,同时也殷切期待读者能够提出宝贵的意见与建议。

翻译中我们有过一筹莫展、蹙眉数日的苦，也有过豁然开朗、猝临极致的乐。译毕搁笔，形同《苦吟》：莫话译中事，译中难更无。吟安一个字，捻断数茎须。

译事一年不寻常！

译 者

2006 年 9 月

谨以此书献给我的妻子艾丽斯
及我的家人 P. J. 布赖恩、詹尼弗、
卡罗林、克欧和帕布鲁。在他们的
鼓励和支持下，此书方得以完成。

序 言

事实上,《电子商务与网络经济学》一书是在学生的驱动下完成的。在 20 世纪 90 年代中期至末期,费尔菲尔德大学的经济学和工商专业的许多学生,既迷恋于新网络技术的日新月异,也醉心于那些新兴电子商务市场中的年轻的弄潮儿一夜间的暴富。应学生们对电子商务和网络知识的需求,我和同事罗伯特·凯利(Robert Kelly)博士开设了题为“企业家精神和电子商务经济学”的课程。课程得到了同学们的认可,同时也引起了西南出版公司(South-Western)地区销售代理的关注,并推荐给了公司辛辛那提总部的教材编辑迈克尔·沃尔兹(Michael Worls)。恰好我的老朋友奥威尔·海柏曼(Orville Haberman)在该公司任市场顾问,因此我们得以达成协议撰写本书。另外,费尔菲尔德大学研究委员会的委员们为此批准我 2001 年秋季享受罗伯特·E. 沃尔博士研究假期。毋庸置疑,如果没有我所在的费尔菲尔德大学的支持,本书将不可能按时付梓。在本书的写作过程中,学校为我提供了充足的时间并给予了充分的信任,于此,本人感激之情无以言表。

本书的早期版本是经过课堂验证的,其间学生们提出了许多意见,这些意见多是褒扬,如清晰的行文、生动的案例和有价值的信息,但其中也不乏批评。这些学生就是我的“ β 系数测定器”,其中我要特别感谢本杰明·尔凌(Benjamin Erling)和迪米特罗斯·卡乌特莫斯(Dimitrios Koutmos),他们为本书提出了许多有价值的意见,并对本书的测评做了大量工作。本书的研究方法中的许多创见也得益于多年前我在耶鲁大学做访问学者时的收获。特别值得一提的是,本书争议点都可以溯源至我在耶鲁大学时默顿·派克(Merton Peck)教授所授的课程,而这些争议点在本书中起着提纲挈领的作用。我希望,透过经济学的视角来研究电子商务问题,能够有助于大家思考那些相互冲突的目标的相似性质,这关系到电子商务和互联网两者的发展。我将集中关注五种类型的具有共性的争议点(见第 1 章定义),其中三种是内生性的(企业或产业结构、竞争行为和经济绩效),其他两种是外生性的(外部市场以及政府政策、法律、技术或社会因素)。

与本书配套的教师手册可以从网上下载,下载网址为 <http://deak.swlearning.com>。另外,大家也可以在西南出版公司众多的经济学资源中找到链接,比如在线经济学辩论(EconDebate Online)、在线经济学新闻(EconNews Online)和在线经济学(EconLinks Online)链接。

我要感谢西南出版公司的许多人。他们是:开发编辑詹尼弗·贝克(Jennifer Baker),在他的督促下,我得以按时保质完工;校验编辑谢丽尔·威尔姆兹(Cheryl Wilms),他任劳任怨、兢兢业业,挑出了许多小的瑕疵和错误;排版印刷编辑泰保诺·莫尔(Tamborah Moore),他将本书的草稿印成了易读的铅字书。

秉承学术书籍的惯例,书中错误和不足均归咎于作者本人,与上述鼎助之人无关。如果读者想对此书发表评论或提出批评,可以通过 e-mail: deak@fair1.fairfield.edu 与我联系。我

热忱希望收到你们或褒或贬的评论和意见，并会尽快给您一个满意的答复。我相信你们会在随后的章节中找到乐趣并学到有用的知识。

爱德华·J. 迪克
费尔菲尔德大学

目 录

第一部分	绪论及背景	1
	第1章 电子商务与网络经济学绪论	3
	1.1 引例：距离已逝	3
	1.2 电子商务是一种变革力量	4
	1.3 一些 .com 公司及因特网公司也难逃死亡厄运	6
	1.4 因特网是通讯革命的组成部分	8
	1.5 经济学与电子商务的交互作用	10
	1.6 本书结构：主题、案例与争议点	12
	1.7 一些重要的因特网及电子商务数据	16
	1.8 小结与展望	22
	关键术语和概念	22
	讨论与复习题	23
	网上练习	24
	第2章 电子商务微观经济模型	25
	2.1 引例：网络空间的在线银行	25
	2.2 微观经济理论——均衡分析	26
	2.3 微观经济理论：动态竞争	38
	2.4 小结与展望	40
	关键术语和概念	41
	讨论与复习题	42
	网上练习	43
	第3章 电子商务和因特网技术	45
	3.1 引例：网上技术	45
	3.2 因特网的起源及发展	46
	3.3 万维网：历史、技术和运营	48
	3.4 因特网的背后：光纤技术	49
	3.5 无线网络：未来电子商务会成为移动电子商务吗？	52
	3.6 小结与展望	54
	关键术语和概念	56

第二部分

讨论与复习题	57
网上练习	57
市场结构	59
第4章 电子商务集中度的检验：一个市场结构特征	61
4.1 引例：因特网服务提供商合并与因特网竞争	61
4.2 市场集中度的概念	63
4.3 集中度比率：集中度局部指数	64
4.4 赫芬达尔—赫希曼指数：集中度综合指数	66
4.5 引例回顾：因特网服务提供商用户数据	67
4.6 电子商务产业和因特网市场的分类	68
4.7 小结与展望	72
关键术语和概念	72
讨论与复习题	73
网上练习	74
第5章 进入壁垒：限制电子商务竞争的一个结构性因素	75
5.1 引例：AOL 和即时消息	75
5.2 进入壁垒的概念	75
5.3 技术进入壁垒	76
5.4 战略性进入壁垒	83
5.5 回顾 AOL 的 IM 系统	86
5.6 小结与展望	88
关键术语和概念	88
讨论与复习题	89
网上练习	90
第6章 法律/制度进入壁垒：专利权、著作权与政府特许经营权	91
6.1 引例：Amazon.com 的单击订购与双击订购	91
6.2 法律/制度进入壁垒要素	92
6.3 建立电子商务法律壁垒	95
6.4 Priceline.com 的反向拍卖专利	98
6.5 电子商务专利的未来	100
6.6 小结与展望	101
关键术语和概念	102
讨论与复习题	103
网上练习	103

第7章 著作权与电子商务：数字时代的知识产权保护 105

7.1 引例：Metallica 与 Napster 的数字世界	105
7.2 美国著作权法与数字时代	106
7.3 美国唱片业协会与 Napster	108
7.4 其他媒体著作权案例	114
7.5 著作权的保护：数字水印与加密	117
7.6 小结与展望	119
关键术语和概念	119
讨论与复习题	120
网上练习	121

第8章 合并引起的结构变化 122

8.1 引例：美国在线的大手笔现金战略收购	122
8.2 合并经济学	123
8.3 当代合并活动：动机、成功与失败	127
8.4 美国反托拉斯法对合并的控制	130
8.5 电子商务大企业间的冲突	133
8.6 司法介入：重新界定有线和广播电视所有权与节目 安排权	138
8.7 小结与展望	140
关键术语和概念	140
讨论与复习题	142
网上练习	142

第三部分

市场行为 145

第9章 电子商务市场控制力的建立、维持和挑战 147

9.1 引例：微软应对竞争的捆绑策略	147
9.2 市场控制力的建立与维持战略	149
9.3 竞争压力削弱市场控制力	157
9.4 政府干预限制市场控制力	158
9.5 反垄断法在电子商务中的应用	159
9.6 法庭与用于电子商务的管制手段	162
9.7 小结与展望	164
关键术语和概念	165
讨论与复习题	166
网上练习	167

第10章 电子商务定价和收入战略 168

10.1 引例：Salon 杂志，午餐不会总是免费的	168
----------------------------	-----

10.2 定价经济学：基本理论和一般方法	169
10.3 服务价值定价策略	175
10.4 应用于电子商务企业的定价模式	180
10.5 再议 Salon 电子内容的定价问题	186
10.6 小结与展望	187
关键术语和概念	188
讨论与复习题	189
网上练习	190

第 11 章 电子商务的战略行为：产品差异化和促销 192

11.1 引例：风头正劲的 estyle.com	192
11.2 产品差异化的经济学理论	193
11.3 电子零售战略：促销和产品差异化	197
11.4 传统零售商回应电子商务的挑战	205
11.5 再议 estyle 案例	208
11.6 小结与展望	209
关键术语和概念	210
讨论与复习题	211
网上练习	212

第四部分 市场绩效 213

第 12 章 电子商务与利润 215

12.1 引例：Priceline 与 Amazon：利润目标与测评	215
12.2 经济绩效测评的转变	216
12.3 利润研究：经济概念与会计概念	217
12.4 谁在网上赚钱？赚多少？为什么能赚钱？	221
12.5 小结与展望	229
关键术语和概念	230
讨论与复习题	232
网上练习	232

第 13 章 电子商务效率与生产力 234

13.1 引例：Covisint 和供应链管理	234
13.2 经济理论：效率和生产力	235
13.3 不同的 B2B 组织形式	240
13.4 B2B 效率所得和分配	241
13.5 B2B 交易效率案例	243
13.6 网络企业协作效率	248
13.7 小结与展望	249
关键术语和概念	250

讨论与复习题	251
网上练习	252
第14章 创业投资家与IPO	253
14.1 引例: Loudcloud 上市	253
14.2 VC-IPO 投资模式原理和效率	254
14.3 创业资本和IPO 年报数据	256
14.4 电子商务 IPO 热潮中创业投资公司的作用	261
14.5 Loudcloud 引例回顾	263
14.6 IPO 投机泡沫的破灭及其后果	264
14.7 小结与展望	268
关键术语和概念	269
讨论与复习题	271
网上练习	272
第15章 .com 公司破产的教训	273
15.1 引例: Webvan VS. WebHouse: 通过网络销售杂货	273
15.2 企业破产经济学	275
15.3 .com 公司破产与互联网就业损失	280
15.4 电子商务企业破产案例分析	284
15.5 Webvan 破产引例回顾	287
15.6 WebHouse 破产引例回顾	289
15.7 小结与展望	290
关键术语和概念	291
讨论与复习题	292
网上练习	293
第16章 电子商务在医疗、教育、金融和房地产中的 应用	294
16.1 引例: 应用电子商务的行业	294
16.2 医疗业和电子商务	294
16.3 远程学习: 网络教育	299
16.4 电子金融: 网上管理货币和金融交易	302
16.5 在线房地产经纪人	307
16.6 小结与展望	308
关键术语和概念	309
讨论与复习题	310
网上练习	310

第五部分	电子商务和互联网中的问题	313
第 17 章	电子商务征税	315
17.1	引例：对最终销售征税：网上零售商与传统零售商	315
17.2	销售税的经济学和电子商务复杂性	316
17.3	对远程销售的征税和相关法律	319
17.4	对电子商务征税和境外网络运营商问题	323
17.5	小结与展望	324
	关键术语和概念	325
	讨论与复习题	326
	网上练习	327
第 18 章	网络隐私和安全问题	328
18.1	引例：数字时代的“老大哥”	328
18.2	关于网络隐私和安全的公众担忧	328
18.3	网络隐私：问题的本质和范围	330
18.4	保护网络隐私：法律与技术	334
18.5	网络安全：问题的本质和范围	336
18.6	小结与展望	340
	关键术语和概念	341
	讨论与复习题	342
	网上练习	343
第 19 章	电子商务与社会	344
19.1	引例：自相矛盾的互联网——伊朗和中国	344
19.2	根据赋权计算收益：谁获益？获益多少？	345
19.3	改变经济发展路径的力量	348
19.4	改变文化的力量	350
19.5	改变社会行为的能力	352
19.6	超越国家边界的挑战力量	354
19.7	小结与展望	356
	关键术语和概念	357
	讨论与复习题	357
	网上练习	358
第 20 章	电子商务和互联网的未来	360
20.1	引例：隐忧山脉包围中的期望的土地	360
20.2	过剩能力：合并和集中的趋势	361
20.3	收益性：使网络在商业上盈利	364
20.4	让网络更易于使用	367

20.5 宽带：互联网的有线连接 VS. 互联网的无线连接	369
20.6 谁来管理互联网?	372
20.7 数字时代的知识产权努力	374
20.8 小结与展望	375
关键术语和概念	376
讨论与复习题	376
网上练习	377