

网 络 经 济 译 丛

——.com 崩溃后的网络经济

F·吉拉德·亚当斯 著

叶秀敏 陈蔚珠 译

陈禹 校

The E-Business Revolution & The New Economy

电子商务革命 与新经济

【The Electronic Revolution & The New Economy】

电子商务革命 与新经济

—— 电子商务与网络经济

作者：陈维政、王健、李健

译者：陈维政、李健

定价：25.00

（25.00元）北京：机械工业出版社

网 络 经 济 译 丛

——.com 崩溃后的网络经济

F·吉拉德·亚当斯 著

叶秀敏 陈蔚珠 译

陈禹 校

The E-Business Revolution & The New Economy

电子商务革命 与新经济

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务革命与新经济：.COM 崩溃后的网络经济/亚当斯著；叶秀敏等译.
北京：中国人民大学出版社，2007
(网络经济译丛)
ISBN 978-7-300-07887-8

I. 电…
II. ①亚…②叶…
III. 网络经济-研究
IV. F062.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 020879 号

网络经济译丛

电子商务革命与新经济

——.COM 崩溃后的网络经济

F·吉拉德·亚当斯 著

叶秀敏 陈蔚珠 译

陈禹 校

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京新丰印刷厂

规 格 155mm×230mm 16 开本

版 次 2007 年 3 月第 1 版

印 张 13 插页 1

印 次 2007 年 3 月第 1 次印刷

字 数 185 000

定 价 28.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

F. Gerard Adams

The E-Business Revolution and The New Economy

ISBN: 0-324-27151-4

Copyright ©Thomson Learning 2004

Original edition published by Thomson Learning. All Rights reserved. 本书原版由汤姆森学习出版集团出版。

版权所有，盗印必究。

China Renmin University Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. 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 the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权中国人民大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾）销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。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。

981-265-152-7

Thomson Learning (A division of Thomson Asia Pte Ltd),
5 Shenton Way, #01-01 UIC Building Singapore 068808

内容简介

信息技术(IT)给商务世界的结构和运作带来势不可挡的变化。很多专家认为新经济到来了,而电子商务正是这种新经济的标志。

可是,真的发生了一场转变经济的电子商务革命吗?这是一场什么样的革命?它是如何影响商业活动的?电子商务成功和失败的经验各是什么?支持电子商务的经济理论是什么?在新经济时代,电子商务有哪些应用?世界经济将如何改变?这些都是本书关注的内容。

本书由以下四个部分组成:

1.介绍新经济。在新经济时代,经济都有哪些表现?技术又发生了怎样的变化?技术变化与经济的组织和业绩有怎样的联系?总之,是否真的有新经济?

2.讨论电子商务。在互联网上都可以开展哪些类型的商业活动?电子商务活动是如何被组织的?通过案例分析,总结出电子商务经营中的经验和教训,以及这些教训对于商业活动的启示。

3.解释电子商务的经济理论。这些理论与传统经济理论存在哪些不同?旧经济和新经济理论对于企业运作又有哪些启示?受之影响,总体经济将如何表现?对于竞争和增长,又将意味着什么?

4.最后,展望未来。生产力快速增长是否能够持续?知识经济还会扩张多久?国际社会会发生怎样的变化?谁是赢者?谁是败者?

序 言

从学术的角度来说，对于是否存在新经济一直是有争议的。作为中国信息经济学会的负责人，我在许多场合被问到，究竟什么是信息经济和信息经济学，在信息时代究竟有没有新的经济现象和经济规律。特别是在电子商务兴起以来，这个问题变得更加迫切和尖锐。正因为这个原因，当中国人民大学出版社向我们介绍这本书的时候，我们实验室欣然接受了翻译的任务。叶秀敏和陈蔚珠两位博士生集中精力完成了翻译工作，并且在博士生的例会上，向我们实验室的师生报告了该书的基本内容和观点。

我们生活在一个人类社会发生着巨大变革的时代。一方面，越来越多的学校、研究机构、刊物、企业甚至产品，争相冠以“信息”的字眼（最极端的例子是气功大师加工后的水也被称为“信息水”）。信息技术、信息革命成了当今时代的标志和旗帜，这似乎已经是全社会，包括政府、企业、媒体和公众的共识。另一方面，“违反常规”的新事物、新现象不断涌现，传统的科学理论和观念面临着严重的挑战。特别是在经济和社会领域，以往的教科书上的一些结论和规律失效了。借用一位物理学家的话来说，今天我们所理解的世界，和五十年前相比，已经完全变了样。

面对这样的情况，学术界的反应呈现出多样化的态势。一种现象是，一些未经严肃思考的、含义不清的新名词，充斥在媒体（甚至一些学术出版物）上。这种文字游戏，理所当然地引起了学术界和社会的反感。另一种趋势则是回避这些客观的情况，坚持认为没有什么新经济，信息技术的使用没有给经济生活带来质的变化。显然，这样的认识也是不符合实际的，无法为社会提供解决现实问题的启示和帮助。

科学精神的精髓是实事求是和与时俱进，科学工作者的天职就是不断研究新事物、新情况。从 20 世纪中叶以来，在经济和社会的信息化进程中，新事物可以说是层出不穷、比比皆是。电子商务就是其中比较突出的一项。尽管人们对于电子商务的理解和认识还刚刚开始，从基本概念到指标体系，都还在讨论和探索之中，然而，越来越多的商务活动（包括广义的和狭义的）已经在信息技术的影响和渗透中，发生着根本性的变化，这已经是众所周知的事实。传统的经济科学和管理科学，在电子商务的实践中，正面临挑战。这本书的优点正在于把理论的探讨和对于现实的考察紧密地结合在一起。书中介绍的许多案例，回答了自网络泡沫破灭后人们提出的各种疑问。作者令人信服地说明了：电子商务的兴起不是偶然的，它绝不能简单地理解为只是一种新技术的应用，它是一场触及经济与社会基本的运行模式的变革，我们的经济学和管理学必须与时俱进，认真地对待和研究这一场社会大变革。

我们实验室曾参与了近两年我国电子商务白皮书的编写。在研究工作中我们深感对于电子商务的理论研究的必要性和迫切性。这绝不只是理论研究的兴趣，而已经是关系到国计民生的现实需要。这种研究必须坚持科学的、严肃的态度，必须立足于对实际情况的深入考察和研究的基础上。我们认为，在研究方法和视角的意义下，本书是很值得研究经济理论和电子商务的学者和企业家参考的。当然，像电子商务这样的一件新事物，需要研究和讨论的问题是很多的，取得共识也必然需要长期的实践。这本书中的观点和见解也只是一家之言，我们把它介绍给有兴趣的同行，目的在于提供参考和借鉴。

中国人民大学，信息学院，经济科学实验室 主任

中国信息经济学会 理事长

陈禹

2007.1.30 于 北京 世纪城

前 言

经济的快速变化对任何人来讲已经不是什么新闻了。“新”经济的概念正被广泛宣传。然而，似乎很少有人能说清楚这个概念的确切含义是什么，实践在多大程度上支持它的存在，以及它将对商务和经济产生怎样的影响。

尽管.COM崩溃了，但毫无疑问，技术将不断发展变化下去，这种变化不仅影响到硬件和软件（IT：信息技术）的品质，而且也影响到他们在电子商务中的应用。目前的关键问题是，新技术是如何应用于电子商务领域的，又是如何影响传统经济的。尽管对此有许多讨论，但有关新技术发展对今天以及未来影响的研究却很少。

本书的内容衍生自波士顿东北大学的 MBA 系列讲座，以及与美国国内外的商业人士和大专院校师生关于电子商务革命及其对世界经济影响的广泛讨论。由于众多的信息和通讯技术公司都倒闭了，所以有必要提出以下问题：

- 电子商务革命真的是在创造一种新经济吗？
- 电子商务的特征是什么，成功与失败的经验教训有哪些？
- 从经济学的角度思考，网络化通讯和自动化计算将给经济带来哪些益处？
- 在计算机和网络技术发展的驱动下，未来经济是否会复兴并快速增长？
- 以上各种可能性，对美国和世界其他地区的经济而言，意味着什么？

本书的读者对象：

- 关注电子商务和新经济问题的普通商界人士。他们受到过良好的教育，希望了解商务世界将如何发展：是真的要面对一个与以往不同的世界吗？新世界有何特殊性？互联网对商业和经济总量的影响有什么不同？
- 面临快速技术变化和复杂竞争所带来困境的业务经理。为适应 21 世纪的变化，他们的业务应该如何运作？要参与电子商务，应该在硬件和软件上投资多少？他们业务的哪些部分能够从计算机化中获得好处？哪些部分仍然适合通过传统手段进行联络？在现今崩溃后的环境中，如何创建新的电子商务公司，如何获得运作资金？
- 在大学里教授课程的学术界人士。目前很多商科院校都设立了电子商务课程，本书内容在某些情况下，可以作为电子商务课程的基础材料。另外，本书也可以补充到商科院校的 MBA 或大学课程中去。值得一提的是，由于本书注重强调经济理论及其应用，使得本书内容不仅适用于各种商业课程，也可用于经济学课程。

虽然许多 .COM 公司的现状看起来仍然严峻，尤其是在硅谷的高技术腹地，但是，技术的变化却是不可逆转和勇往直前的——一种新思想引发其他的新思想，并将获得更为广泛的回报。要找到新途径来改变 .COM 公司的业绩，是需要花费大量时间，并要经过不懈努力的。然而，我对此充满信心。

我要感谢我的儿子马克，他本人也是一位 .COM 企业家，感谢他对本书的建议。

F·吉拉德·亚当斯

2003 年 2 月 18 日

作者简介

F·吉拉德·亚当斯(F. Gerard Adams)是美国波士顿东北大学(Northeastern University in Boston)公共管理学院(College of Business Administration)的教授。

1956年亚当斯教授从密歇根大学取得博士学位以后,成为了石油行业的商务经济学家,并在位于华盛顿的政府经济顾问委员会和位于巴黎的经合组织供职。在随后的36年里,他在宾夕法尼亚大学担任经济学教授,除教学之外,他活跃于商务咨询与预测领域。

虽然兴趣广泛,但亚当斯教授主要关注经济学的实际应用。他的研究工作范围很广,包括构建国家、地区、商品市场、能源、工业和厂商的模型,以及研究这些模型之间的关系。近些年,他一直关注发展和技术变化中的经济学,特别是电子商务革命的影响。

亚当斯教授还是众多文章、书籍的作者和编者,其中包括《成长与竞争的产业政策》(*Industrial Policies for Growth and Competitiveness*)、《地区经济模拟》(*Modeling the Regional Economy*)、《出口不稳定与经济增长》(*Export Instability and Economic Growth*)、《世界商品市场的稳定》(*Stabilizing World Commodity Markets*)、《商务预测革命》(*The Business Forecasting Revolution*)、《军备削减的宏观经济学尺度》(*The Macroeconomic Dimensions of Arms Reduction*)、《美-日-世界经济体系中的经济活动、贸易和工业》(*Economic Activity, Trade, Industry in the US-Japan-World Economy*)和《东亚发展:东亚地区的增长奇迹是否将继续》(*East Asian Development: Will the East Asian Growth Miracle Survive*)。

策划编辑 马学亮
责任编辑 徐嵩 董斌 梁硕
封面设计 艺美文化
版式设计 王坤杰

第一部分 新经济和 .COM 的崩溃

第 1 章 一种新经济? 2

什么是新经济? 4

案例 1.1 2001 年的衰退和 .COM 的
崩溃 11

第 2 章 新经济是否有统计数据支持..... 15

生产力是否出现了高速增长的趋势 15

案例 2.1 关于生产力的悖论 22

新经济中的价格、成本和产量的测量 23

没有通货膨胀的充分就业 28

经济周期不发挥作用了吗? 31

案例 2.2 美联储和新经济 34

第 3 章 技术和组织革命 36

网络化连接 37

技术创新 37

案例 3.1 摩尔定律和梅特卡菲
定律 39

商业组织和惯例的变化 40

第 4 章 协调增长和技术变革 42

半杯水 42

全球化 43

目 录

CONTENTS



第二部分 电子商务革命

第 5 章 电子商务的本质 48

电子商务是什么? 48

新商务和老商务的区别 50

第 6 章 电子商务:B2C 模式..... 53

电子零售 53

案例 6.1 亚马逊网站 57

案例 6.2 电子超市 59

案例 6.3 戴尔计算机 60

案例 6.4 州税和互联网 62

电子售票 62

案例 6.5 旅行预订网站 63

电子市场和电子拍卖 64

案例 6.6 eBay 65

案例 6.7 互联网和汽车销售 68

第 7 章 电子商务:供应链管理 70

案例 7.1 汽车行业中的供应链
管理 72

案例 7.2 思科系统 74

B2B 交易 76

案例 7.3 Covisint 77

案例 7.4 IT 业务和经验的人门羹 ... 79

第 8 章 金融服务:电子经纪和电子 银行业务 81

电子经纪业务	81
案例 8.1 以网络为基础的经纪账户 ...	83
电子银行业务和支付系统	84
案例 8.2 花旗集团的互联网银行 业务	85
第 9 章 其他电子商务活动	88
案例 9.1 Napster 与音像公司	97
案例 9.2 电子公告	98
案例 9.3 Eframes.com	99
第 10 章 电子商务经验	101
电子商务创新:持续的还是分裂的	101
选择电子商务模型	104
互联网上的隐私和安全	106
案例 10.1 E-Mail 和垃圾邮件	107
哪些适合,哪些不适合	109
案例 10.2 什么原因导致了 .COM 公 司的崩溃?	110
第三部分 电子商务经济学	
第 11 章 知识经济和电子商务的经济学 解释	116
知识资本和硬件资本	116
经济学和电子商务	119

目 录

CONTENTS



目
录
CONTENTS

科斯交易成本和电子商务	121
竞争和垄断	122
产品差异化	123
创新	124
规模经济	124
先发优势	125
标准	126
案例 11.1 微软的反垄断诉讼案 ...	127
信息经济学:封闭和开放系统	129
案例 11.2 Linux 和开放源代码 运动	130
创业者和行业组织	131
创业者和金融因素	132
增长理论和演化经济学	133
经济发展和电子商务	136
 第 12 章 电子商务的经济影响	 138
全球化和电子商务	138
商业实践和组织	139
关于生产率的微观经济效果	142
案例 12.1 一些个人计算机体验 ...	143
创新的扩散	144
产品生命周期的加速	146
公司电子商务的优势	148
兼并、并购和电子商务	148
案例 12.2 电动机和商业组织	149
电子配送的节约	150
成本的降低	150

无法测量的收益	152
宏观经济影响	152
数字鸿沟?	155
案例 12.3 互联网在中国	157
案例 12.4 电子贸易在日本:后 发者	160

第四部分 电子商务和新经济: 未来

第 13 章 电子商务和新经济的前景..... 164

宏观经济前景	167
发达国家	172
案例 13.1 国民的工作	172
发展中国家	173

第 14 章 如何参与新经济 175

电子商务和政策	175
微观政策	175
宏观政策	177
利益相关者如何参与?	178
是否存在新经济?	179

参考文献 181

索 引 187

目 录

CONTENTS

网络经济译丛

电子商务革命与新经济

——.COM崩溃后的网络经济

第一部分

新经济和.COM 的崩溃

