

上海交通大学出版社

网络社会的 崛起

梁建章 著



专家点评

● James用大量生动的实例，深刻的分析，展现了今天和明天的网络社会。我把这本书推荐给不仅局限于电脑专业人事的广大读者。

复旦大学首席教授、计算机科学研究所所长施伯乐

● 如果你是一个企业经营者，正在被铺天盖地的电子商务的理念所困惑，那么这本书是一本网络商务的指南，它用多个成功的案例，从多方面剖析了网络商务的本质和精髓。

Oracle公司大中国区总经理庞伯华

● 一本难得的好书，作者充分显示了他在技术、管理、经济和社会方面的深厚功底，他对网络营销的理解、对美国和中国网络发展的大环境的分析，尤为精辟。

新浪网执行副总裁茅道林

● 你如果想更好地了解网络公司成功的奥秘，你必须读完这本书，这本书会让你振奋，也会让你担心，更重要的是这本书会启发你如何在未来的网络社会中取得成功。

香港Cyberbank执行副总裁沈南鹏

ISBN 7-313-02345-6



9 787313 023452 >

ISBN7-313-02345-6/TP·414

定价:25.00 元

电脑风云丛书

网络社会的崛起

梁建章 著

上海交通大学出版社

内 容 简 介

网络将如何影响未来中国社会的发展?为什么近年来美国经济能持续快速增长?网络公司成功的奥秘是什么?为什么网络成了各大企业董事会的烫手话题?中国网络业的发展机遇和挑战是什么?网络将如何影响人类社会的精神生活?读完本书,你将从网络的金泡沫中,了解网络经济和网络社会。

图书在版编目(CIP)数据

网络社会的崛起/梁建章著. —上海:上海交通大学出版社

ISBN 7-313-02345-6(2000.5 重印)

I. 网… II. 梁… III. 计算机网络-普及读物
IV. TP393-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 54113 号

网络社会的崛起

梁建章 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64281208 出版人:张天蔚

常熟市印刷二厂印刷 全国新华书店经销

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:12.75 字数:248 千字

2000 年 1 月第 1 版 2000 年 5 月第 2 次印刷

印数:3001~8050

ISBN 7-313-02345-6/TP·414 定价:25.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

21世纪被称为网络时代,这究竟意味着什么? 电脑网络作为一种通信技术,的确具有前所未有的特性,问题是它到底会怎样改变21世纪的人类社会。从历史的经验看,人们在一项技术发明初期,一般会高估技术本身的发展和普及速度,却往往低估或忽略了其对社会和经济的长远影响。因为线性地预测技术的发展速度容易,但要预见人类行为的改变就困难得多了。当电话刚出现时,人们想到的是能和亲友通话,却很少有人想到在电话上所能进行的各种商务活动;在汽车刚出现时,人们想到是驾车郊游所获得的乐趣,却很少有人想到它所带来的城市扩张和人类居住环境的变化;当电视刚出现时,人们想到的是看戏不用去剧场了,却很少有人想到它对人们整个娱乐文化生活的影响。

因特网刚刚出现时,大多数人以为它主要用于科研机构的资料交换,现在人们才意识到它对传播媒体和电子商务的作用。但是大多数人至今还没有清晰地意识到网络将对人类生活、经济、社会产生的深远影响。

当电视、汽车出现并普及时,人们也曾兴奋地宣布“汽车时代”、“电视时代”的到来。我们称21世纪是网络时代,不仅因为网络将以更快的速度普及到千家万户,而

且因为网络将成为下世纪社会发展的主旋律。网络会给全球的经济运作模式、企业经营方式和社会生活格局,带来深刻的变革。网络将造就一个可以和工业文明相提并论的网络文明,网络文明将是人类文明史中的下一个里程碑。

掌握社会和经济发展的趋势,对每个人都有实用价值,一个美国人如果当时知道汽车将扩大城市范围,在旧金山的市郊买了农地,如今就发财了。如果在前几年,有人预料到网络的发展前途,买了网络设备厂商Cisco的1万美元的股票,现在就成了百万富翁。

中国社会在工业化的同时,也将迅速跟上整个世界网络化的大趋势。如果我们能够对网络化进程有深层的理解,并灵活地运用到中国的国情上,将有助于预测中国社会发展的趋势,并从中受益。为什么中国高科技企业很多都是归来的留学生所创办,不是因为他们有钱、有关系,而是他们的眼界和眼光。我希望这本书能够帮助每个读者更深地理解网络社会的特点和发展动向,使他们在投资、工作、求学、定居等方面作出明智的人生选择,从而最大限度地享受网络文明的果实。

梁建章

1999年末

目 录

第一篇 概论篇

1	网络社会的崛起	3
	网络社会的七大趋势	3
	网络文明与民主社会	10
	权力再分配	11
	人类文明的成熟期	14
2	网络技术概论	18
	过去一千年中最伟大的技术	18
	因特网的七大特性	23
3	网络技术浅析	29
	网络发展史——一个必然发生的奇迹	29
	网站的分类介绍	36
	网络基本原理和术语介绍	38

第二篇 生活篇

4	第四媒体	47
	巨大的信息资源库	47
	挑战传统媒体	50
	独特的网上广告	54
	实例:华尔街时报网络版	56

真正的大众媒体	58
5 网上购物	60
传统购物与网上购物的优劣比较	61
网上购物男女有别	64
实例: 亚马逊书店	66
网上购物支付的安全性	68
消费者的天堂	69
6 网上理财	74
网上炒股——人人可当金融专家	74
网上保险, 银行, 贷款和融资	79
实例: 威斯发格银行	81
网上支付方式介绍	83
金融服务一体化、虚拟化的大趋势	86
7 网上休闲	89
网上游戏——天涯共一局	90
网上交友——找个虚拟知己	91
网络的社交功能	93
交互式电视, 网络音乐, 网络电话	96
网络对传统娱乐业的影响	99
2002 年小王的一天	101

第三篇 经济篇

8 网络经济	111
迟到的信息革命	111
完美的市场经济	115
中国经济的良方	121
9 新经济格局	126

世界各国的网络化道路	126
网络经济中的分工格局	129
21 世纪的信息产业	133
21 世纪中国和美国的较量	134
新经济——人的经济	136
全球的地块——世界经济的分类	138
10 网络经济中的明星	140
纯网络公司的发展奇迹剖析	140
网络企业和传统企业的角逐	144
中国网络业的预测	150
实例:新浪网	156

第四篇 企业篇

11 以客户为中心的营销策略	165
提供一对一式的全套服务	166
直接接触最终客户	169
对客户透明	171
建立虚拟社区	173
实例:戴尔的故事	177
12 网络企业的商业模式和伙伴策略	187
如何选择和管理合作伙伴	187
信息共享,融为一体	189
占领商业模式的制高点	192
实例:theknot.com 婚结网站	199
实例:askthebuidr.com 装修师网站	202
13 网络企业的内部管理	205
以客户为中心的组织结构	205

非关键部门的职能转化	208
企业的人才策略	211
企业文化	216
实例:ctrip.com 携程中文旅游网	220
实例:ebid.com.cn 易必得拍卖网	225
14 网络企业的信息系统	230
网络型企业信息系统的特征	230
网络信息系统的组成部分	235
企业网络化建设的三部曲	242
实例:Oracle 公司	243

第五篇 社会篇

15 政府和国家	250
网络与民主社会	250
政府职能的转变	252
中国政府的网络化进程	259
16 游戏规则——网络的法律	264
言论自由	265
隐私权的保护	270
知识产权保护	274
17 网络与文化	279
美国文化的误解	281
什么是网络文化	284
蓝色 + 黄色 = 绿色	288
18 成长在网络社会	290
学习的革命	290
网络教学技术	294

网络与软技能培养	299
网络与性格培养	302
19 网络社会的问题	307
安全性	307
网上糟粕	312
侵犯隐私权	314
失业	317
贫富两极分化	318

第六篇 未来篇

20 网络社会 15 年展望	323
中国经济的迅速崛起	
——网络化工业化双管齐下	328
2010 年的老王一天	330
后网络社会——2100 年	334
21 选择——如何在网络社会取得成功	336
工作	336
投资	341
安居	343
做好网络村的一员	345
附录一 中国 Internet 发展状况统计报告	350
附录二 新兴的数码经济	367

第一篇

概论篇

20 世纪末,网络已震撼着世界经济的脉搏。以美国为代表的网络经济出现了前所未有的繁荣景象。网络公司的发展速度更令人惊叹。美国网络股票的市价总和已经超过了三大汽车公司之和。许多大企业的老总们已经被网络搅得睡不着觉了。企业能否转变其经营模式,以适应新经济,成了企业董事会的热门话题。

中国也正在刮网络风。香港的几个地产巨头大肆收购网络公司。国外的风险基金、香港的地产商、国内的上市公司和海外留学生们正在演出一场新经济的圈地运动。与此同时,中国网络的先天不足:网上支付、网络通道、相关法律等问题也日益突出。大家都意识到网络是个金矿,但如何发掘,却需对网络社会的本质和趋势有深刻的理解。

网络社会的七大趋势

网络表面上的功效是显而易见的,人们可以在网上快速查找到大量的信息,可以享受网上购物的便利,一些网络公司能够成为暴发户。但是更深一层,它对整个经济和社会有什么样的影响呢? 19 世纪的蒸汽机,不仅提

高了生产效率,而且触发了资本主义革命。20 世纪末的电脑网络,不仅带来了更高效的网络经济,而且将触发深刻的社会变革。网络社会的主要特点归纳为:透明化、个性化、直接化、扁平化、全球化、多元化、微型化。

透明化

在网上不仅可查到国家大事、明星新闻,更可以查到每个单位、个人在网络社会中的一举一动。在网络社会,人们不管是购物、存钱,还是旅游、住酒店,都会在某个电脑网络中留下痕迹。实际上你可以把整个社会想象成两个世界,一个是物理上的现实世界,另一个是发生在电脑网络里的数字化模拟世界。现实世界的每笔交易都在电脑网络里得到了记录,而因特网(Internet)则是将这个数字化的模拟世界搬进千家万户,整个社会变得透明了。

一个透明的社会是一个更公正的社会,顾客可以获得更准确的产品信息,竞争更公平了。投资者可以更方便地了解所投资的公司的业绩,小股民的利益有一个更好的保障。

一个透明的经济是一个更加高效的,个人可以更好地安排工作生活,企业根据准确的市场信息,更好地制定经营策略,投资者可以更聪明地进行投资,得到最好的经济效益。

个性化

工业革命之前,个性化服务是贵族的特权。设想你

若生在 500 年前的贵族家庭,那时还没有大型百货商店,你每件衣服都是到附近的小裁缝店里去买的。该店对你衣服的尺寸、号码、样式的爱好等都非常熟悉,你一进门,店主就热情地招呼,并向你推荐了几种款式,你很快挑选了其中一种。过了五天,你就拿到了定制的衣服,非常合身,又很漂亮,衣服上还绣上了你的生肖和名字。你的购物经历是令人羡慕的,但问题是在那个时代,只有像你那样少数的有钱人才能享受这样的服务。

到了工业革命之后,手工作坊被大规模生产所代替,裁缝店被大型自选商场所代替。做一件衣服、卖一件衣服的成本大幅度降低了,每个平民都能够买到便宜、优质的衣服。但是你在自选商场挑选着自己的号码时,试了一件又一件,还找不到一件合适的号码和自己喜欢的颜色,而服务员正在同时为三个顾客服务。你想去光顾一家名牌的专卖定制店,可是对你来说那里的价格又太贵了。这时,你又不得不羡慕从前的贵族阶级了,在工业革命发生二百年后的今天,还是只有少数有钱人能享受古代的“个性化”的贵族服务,因为个性化的服务成本太高了。

用现代的网络技术既可以“大规模地进行生产服务”,又可以让平民享受到与贵族一样的“个性化服务”。当你登录到网上书店时,网上会自动向你打招呼,然后会向你推荐一些你感兴趣的有关信息技术和因特网的好书,而且当你买书时,它早已知道你的信用卡号码、送货地址等等,在网上书店你得到了个人化的贵族服务。网

上报纸是另一个“个人化”服务的例子,在因特网上可以根据你的爱好,为你定制出一张报纸,连上面的广告也都是为你定做的。

直接化

人们到日本旅游,第一感觉是日本的东西太贵了,同样的东西,日本要比美国贵 30%~70%。据统计,在日本一个商品从制造商到消费者手中要换手四次,总分销商、分销商代理们,层层传递,每换手一次的成本就增加 30%,而美国商品的平均换手只有 1 次,难怪日本商品要比美国贵很多了。

很多商品的流通成本远大于商品的生产成本,书价的 50% 是流通成本,衣服的 70% 是流通成本,包装食品的 90% 是流通成本。如果能在网上直接订货即直销,则极大地降低了产品的流通成本,从而产生巨大的经济效益。直销的另一特点是厂家收到订单后才生产,这样可以减少甚至消除厂商的库存积压。美国戴尔(Dell)公司是世界上赚钱最快的个人电脑公司,它推行直销方针,竟然从来没有在商店里卖过电脑。

厂商要想不压货,就必须能够按照客户个性化的要求,进行“大规模定制”。美国有家牛仔裤公司,是大规模定单制造的典范。这家公司很聪明地意识到女士的牛仔裤不同于男士,非常不容易合身,男士的牛仔裤只需腰围和裤长 2 种尺寸就可以了,但女士的牛仔裤至少需要 5 种尺寸,如按 5 种尺寸排列组合,产品的品种太多了,一个