

網

絡

淘

金

夢

金銀時代

李皓

著

TNet

<http://www.i-tnet.com>

---

---

# 網絡淘金夢

---

---

李皓著

電訊坊出品



[www.i-tnet.com](http://www.i-tnet.com)



新世界傳動網國際自動漫遊服務, 覆蓋美國, 意想不到咁全面。

盡享美國3,000多個城市通訊之便, 致電銷售熱線: **2133 9999**

己，辦個小網，自供自給。好成績的還有機會透過上市集資，謀取更大的發展及更多的財富。這樣的社會，理想嗎？

新經濟社會，必然帶來新的社會結構及新的生產結構的改變。物競天擇，適者生存，是不易的道理。

本書是筆者在九九至二千年期間，經歷世紀轉型的社會觀察，在資訊科技及電訊每個題目及環節都有細心的探討，以期拋磚引玉，吸引更多學者專家及前輩參與討論，在新時代找尋一條出路。

李皓

二千年夏天

## 自序：新經濟過渡

自從99年初 china.com 在美國上市成功之後，掀起一陣華文網站的熱潮，不少香港富豪新生代都期望，這股美國互聯網熱潮可以在香港翻版，造就新一輪的財富大轉移，於是繼往開來，不少人前仆後繼地辦網站。可是十八個月下來，成功的少，失敗的多，不少網站大洒金錢，難有回本的一天。不管已經上市還是未曾上市集資的，只要等到手頭上的資金花完，不易再尋得新的資金注入支持，都難免有被淘汰的一日。

綜合失敗的原因，發現大部份辦大型網站的人，都不去探求網站在新時代的任務及特色，如何順應時勢去苦心經營，他們只視網站為新的財務遊戲，只求在短時間上市套現，不計開支，大洒金錢。大部份的網站缺乏獨特內容，跟報紙相若，縱然有高的瀏覽人數及頁數，但仍不易找到廣告商的支持，在電子商貿方面亦未有足夠的收入維生，以致在IT時代出現饑荒的現象，難免有餓死的一天。

廣告商的開支減少，一則是收入下降，二則是大眾傳媒的魅力已大不如前，綜合網站目標不清晰，亦不見成效，反而是一些主題清晰的小型網站反而更易取得支持，即使收入不多，但成本較輕，所以能生存的機會也較大。

個人相信在新經濟未完全成熟，生態環境未能讓網站獨立生存的時候，難免會有大量的淘汰。這個時候我們必須調整方向，過渡這個艱難時期。

網站要生存，必先有足夠的食物，所以必須有實業的支持，有實際的收入。同時要調較清晰的目標，有清晰的主題及對象，人手方面亦可以精簡起來。網站要維持小本經營，才是一盤實際的生意。多個成績好的小網站集合起來，就可以上市集資了。這裡頭各適其職，財務人仍有清晰的作用及地位，但如何辦得一個好網，還是交給對內容熟悉的人去做好了。

小網成本低，SOHO 是一個趨勢。人人都可以各展所長，三兩知

## 序二

跟李皓小姐認識已有一段頗長時間。在電訊文化界中，她可算是老大姐了。李小姐寫關於電訊的文章，我一向都有拜讀。作為香港通訊業聯會的主席，我個人認為這本「網絡淘金夢」實是今天互聯網世界熱潮中的一帖“清涼劑”。我落力推薦業內及業外人士閱讀。

侯東迎



香港通訊業聯會主席

二千年夏天

### 序三

過去一年，互聯網的發展可謂一日千里。它的出現無論對商業運作及個人生活模式，均帶來不可逆轉的改變。當中的變數，特別是在互聯網的運用、網民的需求、以致數碼科技的整合發展等，正推動著網上商貿的蓬勃發展。每一轉變均為互聯網市場帶來嶄新局面，並締造無數商機；此等變數更代表現今的互聯網市場只屬雛型，前面有著長遠的發展歷程，當中更少不了一個接一個的調整及淘汰過程。

要靈巧跨越在網上世界發生的種種挑戰及急速變化——從寬頻市場的熱潮到近期dotcom發展的調整期，以致漸趨普及的電子商貿應用，從而充分掌握過中的商機及發展空間，「創意」就是成功的秘訣，更是財富的來源。

「創意」並非抽象概念，而是如何洞悉每一市場變數，繼而在競爭策略、產品及服務發展、市場合作關係、管理程序等層面上去創新及取得成果。《網絡淘金夢》不但網羅本地網絡發展的概況，更輯錄業界人士的專業意見及深入淺出的分析。對有意投入網上發展的人士，此書更是值得一看。

梁德昇

香港電訊

互聯網及電子商貿高級副總裁

## 序四

與李皓結文字緣始於信報，往後大家於媒界隨緣而相識，雖然大家同走差不多路線，但方向有別，蘋果手機版走大眾化路線，而李皓之專欄，文字深入淺出，方向獨導，其具學術性，亦創媒界電訊專欄之先河。更不約而同地，今天大家都成網中人，我專注手機進程與電質，TNET 網站電訊方向清晰，相互於網絡虛擬世界互相切磋。

近期網股夢碎，新科技、新經濟致令一眾再作評估，是否單純一個主題，叫一個口號B2C、B2B，空空泛泛內容，睇睇PAGEVIEW，HIT RATE 便能計算產值呢？況且無實際收入，無法收支平衡，如何能生存？「殺頭生意有人做，蝕本生意無人做」，不如收檔為妙，無謂浪費資源！

我的理念深信，必須能夠實質有效地推展業務，利用網絡知識、互動性去結合傳統經營手法，一眾市場社群以現實加虛擬產生新意，令廣告商、供應商、買家、投資者各取所需，成為眾社群都能長期生存之虛擬場地。

此書結集李皓近期關於對網絡世界之專題文章，當中論點頗有同感，絕對值得一看，更值得大眾關注網絡世界之仕三思，是否真正能夠實踐你的「網絡淘金夢」。

KING 哥

蘋果日報手機專欄作者

二零零零／夏

# 目錄

## 一. 互聯網熱潮

|                  |    |
|------------------|----|
| 網絡淘金夢 .....      | 2  |
| 網絡豐年挖角潮 .....    | 4  |
| DOTCOM 廣告潮 ..... | 5  |
| 傳媒新生代 .....      | 7  |
| 鬥袋深 .....        | 9  |
| 21 世紀寬頻年代 .....  | 10 |
| 網絡新世紀 .....      | 11 |
| 網絡時代主人翁 .....    | 13 |
| 網不改名 .....       | 15 |
| 創業版，誰創業？ .....   | 16 |
| 網股成新貴 .....      | 18 |
| 退而結網 .....       | 20 |
| 網土不服 .....       | 22 |
| 跌破招股價 .....      | 24 |
| 網頁核數 .....       | 25 |
| 網股爆破時 .....      | 26 |
| 網站有無採訪權？ .....   | 27 |
| B2B 商業對商業 .....  | 29 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 網股驚夢 .....            | 30 |
| 收費資訊 .....            | 31 |
| 網站執笠潮 .....           | 33 |
| 網海浮生 .....            | 34 |
| 行人止步 .....            | 35 |
| 網上大學 〈CyberU〉 .....   | 36 |
| 域名新財源 .....           | 38 |
| 甜言蜜語 .....            | 40 |
| 網絡電話 〈VOIP〉 .....     | 41 |
| DOTCOM 記者 .....       | 43 |
| 燒銀紙指數 BURN RATE ..... | 45 |
| SOHO 世紀 .....         | 46 |
| SOHO 大廈 .....         | 48 |
| 蜜蜂巢 .....             | 49 |
| 網絡電視不如收費電視 .....      | 51 |
| 新加坡著著領先 .....         | 52 |
| 第四媒體 .....            | 54 |
| PORTAL 入門網頁 .....     | 56 |
| 網頁商場 .....            | 57 |
| 名牌網頁 .....            | 59 |
| 不易壟斷 .....            | 61 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 內容供應商 Content Provider ..... | 63 |
| 妄股時代 .....                   | 65 |
| 爛尾網何時見？ .....                | 66 |
| PORTAL 不易 .....              | 67 |
| 網站盟主 .....                   | 69 |
| 點石成金 .....                   | 70 |
| 小網站的生存空間 .....               | 72 |

## 二. 流動電話

|                     |    |
|---------------------|----|
| a. 3G .....         | 74 |
| 3G 世界 .....         | 75 |
| 拍賣頻譜不可取 .....       | 76 |
| 消費者利益至上 .....       | 78 |
| b. WAP .....        | 79 |
| 上網電話 .....          | 80 |
| WAP PHONE .....     | 81 |
| Smartphone 登場 ..... | 82 |
| WAP PHONE 大戰 .....  | 84 |
| WAP 網無疆界 .....      | 86 |
| WAP 入門網站 .....      | 88 |
| WAP 落知多少？ .....     | 90 |
| 把 WAP 丟進垃圾桶 .....   | 91 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| c. 發展趨勢 .....   | 92  |
| 本地自動漫游 .....    | 93  |
| 儲值咭潮流 .....     | 94  |
| 電話店不如魚蛋檔 .....  | 95  |
| 音樂之城 .....      | 96  |
| GPRS .....      | 98  |
| 屏幕電話 .....      | 99  |
| 派SIM咭 .....     | 100 |
| 網絡大測試 .....     | 101 |
| 手機變成銀行 .....    | 102 |
| 現代煙囪 .....      | 104 |
| 合襯最重要 .....     | 105 |
| 手機炒股票 .....     | 106 |
| 手機賣廣告 .....     | 108 |
| 湯卡 .....        | 110 |
| 十個男孩九個手電仔 ..... | 111 |
| 靚仔與賭仔 .....     | 112 |
| 手機要講內涵 .....    | 113 |
| 手機搵工 .....      | 114 |
| 手機投注 .....      | 115 |
| 手機博彩 .....      | 116 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 抗議聯手加價 .....           | 117 |
| 無證無據 .....             | 118 |
| 誰是贏家 .....             | 119 |
| 用戶大勝一仗 .....           | 120 |
| 加價難免 .....             | 122 |
| 不同日加價 .....            | 123 |
| 流動電話上市忙 .....          | 124 |
| 手電購物 .....             | 125 |
| 要安全，還是要健康？ .....       | 126 |
| 流動電貿〈M-COMMERCE〉 ..... | 127 |

### 三. 傳呼 .....129

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 傳呼出路 .....        | 130 |
| 轉型成功 .....        | 131 |
| 傳呼 INTERNET ..... | 132 |
| 上網傻瓜機 .....       | 133 |
| 中文輸入 .....        | 134 |
| 網上傳呼 .....        | 135 |

### 四. 長途電話 .....137

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 打你打不完 .....     | 138 |
| 無底價不如明碼實價 ..... | 139 |
| 割喉戰掀起 .....     | 140 |

|               |     |
|---------------|-----|
| 流動長途大混戰 ..... | 142 |
|---------------|-----|

## 五. 電訊與科技發展 .....143

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 最佳電訊 CEO —— 王維基 ..... | 144 |
|-----------------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 提早退休 ..... | 146 |
|------------|-----|

|             |     |
|-------------|-----|
| 樣樣免費？ ..... | 147 |
|-------------|-----|

|                  |     |
|------------------|-----|
| 反對本地電話大幅加價 ..... | 148 |
|------------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 流動電話乘機入屋 ..... | 149 |
|----------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 蝕本生意 ..... | 150 |
|------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 合縱連橫 ..... | 151 |
|------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 99 電訊之星 ..... | 152 |
|---------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 電訊行業大災年 ..... | 153 |
|---------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 化整為零 ..... | 154 |
|------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 資源分散 ..... | 155 |
|------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| TECH 人世界 ..... | 157 |
|----------------|-----|

|             |     |
|-------------|-----|
| IT 女人 ..... | 158 |
|-------------|-----|

|             |     |
|-------------|-----|
| 一家天下？ ..... | 159 |
|-------------|-----|

|             |     |
|-------------|-----|
| IT 大廈 ..... | 160 |
|-------------|-----|

## 六. 名詞解釋 .....161

## 七. 作者簡介 .....186

# 一. 互聯網熱潮

## 網絡淘金夢

走過世紀末的谷底，經歷沮喪，失望與無助；新的世紀INTERNET AGE〔註1〕來臨之時，大家都憧憬著新的希望，在網上尋金。

正如任何新行業出現，都引來一窩蜂的熱潮，但不到一年半載，又會淘汰淨盡，出現整固的時刻，慢慢又回到寡頭壟斷的地步，這時自然又會出現新的機遇，新的夢想。

我們不能說到頭來只有大財團會壟斷，小公司便無任何機會，事實上歷史正告訴我們，小公司奮鬥都會有出頭的一日，到大財團出手收購時，就是小公司吐現賺大錢的時間，傳呼市場的經驗正好說明了小公司發蹟的故事，有人在大財團入市時出售業務移民，亦有人在傳呼時代由小做到大，新世界就是一個成功的例子。我們不能抹煞小公司的機會，但必須提醒大家，成功的只是少數，而絕大部份小公司都是經不起市場的考驗。

如何由小網做到大網，在新的網絡時代成為新富，真是大家都要一起研究的學問。這裡頭沒有一個必勝的方案，天賦因人而異，結果亦各自不同。但我相信在網絡時代，生產成本不是一個至重要的因素，反而人的智慧才是網站最大的財富。如何結合人的智慧及低廉的成本，產生最大的的效益，經常保持公司員工的新鮮感及奮鬥心，避免冗員的出現，都是網站成功的特色。

在網絡時代成功的例子，幾乎都是本少利大，結構簡單。而失敗的往往是盲目跟風，人做我做，胡亂出招，花費大量人力物力去做一些不是自己專長的生意，這些人相信在網絡市場的第二週期出現時就會被市場淘汰。這些被淘汰的公司不單是實力不足的小公司，也包括手頭有幾

### 名詞解釋

1. INTERNET AGE 網絡年代：進入廿一世紀，互聯網逐漸主宰著人類的生活方式，溝通、交友、消閒購物，甚至工作，都可以在網上進行，人類的經濟及個人生活都逐步網化起來，大家有如活在互聯網之上，這個年代，我們稱

之網絡年代。

千萬但求搞個網站轉手圖利的風險基金，也有為趕上潮流的大財團小網站，大財團在缺乏規劃之下，倉卒成軍的小網站，都是難以過渡殘酷的市場競爭。

尤其是一些把目標設在一年至年半之內，要上市套現散水的網站，相信不上市便成仁的機會至大。

作為打工仔，能趕上網絡列車的不妨趕上，但切忌人搞我又搞，缺乏理想與目標，將成新時代的犧牲品。