

高等院校精品课程系列教材

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

网络金融

第4版

Internet Finance

张劲松 编著



机械工业出版社
China Machine Press

高等院校精品课程系列教材

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

网络金融

第4版

Internet Finance

张劲松 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

网络金融 / 张劲松编著. —4 版. —北京: 机械工业出版社, 2018.9
(高等院校精品课程系列教材)

ISBN 978-7-111-60720-5

I. 网… II. 张… III. 金融网络 - 高等学校 - 教材 IV. F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 189504 号

网络金融课程在教学方面以金融电子化业务解决方案为抓手, 结合不同的金融企业的业务特点选择不同的解决方案或产品白皮书进行分析; 利用网络资源引导学生对不同的金融电子产品进行比较分析; 通过分析客户对网站的满意度进而分析客户需求, 使学生了解金融业务软硬件在信息化时代的应用状况及其作用, 了解网络金融产品的特征与不足, 了解利用网络营销的方法, 培养学生网上提供服务与营销的能力。本次再版在原来的基础上增加了知识管理的最新内容, 新增金融智能在金融业务的应用案例与研究成果, 新增产品设计和推广理论与实务, 同时更新了原有的数据与案例。

本书适合本专科、高职高专金融、电子商务、会计电算化等专业的学生学习使用。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 袁 钊

责任校对: 殷 虹

印 刷: 三河市宏图印务有限公司

版 次: 2018 年 9 月第 4 版第 1 次印刷

开 本: 170mm×242mm 1/16

印 张: 21.5

书 号: ISBN 978-7-111-60720-5

定 价: 45.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

作者简介

ABOUT THE
AUTHOR

张劲松，工商管理博士，北京大学研究员，浙江工商大学教授，浙江省中小企业创业导师。其主要研究方向为金融电子化应用与管理，发表论文40篇，出版专著《中国金融电子化建设问题研究》《中国第三方电子支付盈利模式创新问题研究》《竞合论》和《互联网金融经营管理之道》四部，创建网络金融、网上电子支付与结算、互联网脱媒金融、金融产品营销和金融企业知识管理五门课程。



“网络金融”课程是浙江省高校精品课程之一。本次推出的《网络金融》第4版是在原“网络金融”课程及《网络金融》教材（教育部普通高校“十一五”规划教材）的基础上拓展和更新的教材。经过十几年的研究与探索，我们在计算机信息技术和网络金融理论与实务融合方面逐渐成熟，提出了许多成熟且系统的新观点、模式、模型和实践路径。本书从第1版持续更新再版到了今天的第4版。本次再版在实际案例方面新增了“知识扩展”，列出了业务部门的网站地址，方便读者更深层次地了解相关案例。

《网络金融》第4版既可继续作为高职高专相关专业的教材，也可作为科技金融或互联网金融本科专业的核心基础课教材。近几年来，科技金融或互联网金融本科专业在中国高校受到广泛关注，预计已开设和准备开设该专业的高校有几十所，作者希望与大家共同完善该课程，引领实践，完善理论。学习网址可参见<http://i.hexun.com/22144026/default.html>。

本书共分八章，部分章节内容是作者在多年研究成果的基础上梳理整合而形成的，其结构与传统的金融管理教材有较大的区别，与信息化管理教材也有所不同，是网络金融独有的结构。第一章网络金融平台主要介绍网络金融平台的产生、功能与结构，并就网络金融平台系统设计进行案例分析。第二章电子货币管理主要介绍电子货币的特征、发行与货币政策的运行管理措施以及风险防范措施等。第三章网络金融经营管理策略主要介绍网络金融的发展模式和竞合模式，并结合案例进行分析。竞合策略是作者多年研究的成果之一，是在传统的中外竞争理论的基础上集合信息化时代的特征创新的理论。第四章网络金融服务主要介绍网上银行、证券和保险业务以及互联网脱媒金融业务平台的系统特点与功能，结合案

例介绍其业务流程与特点。第五章电子支付管理主要介绍电子支付系统和工具,网络与密码系统的结构、特征、功能与流程等。其中,第三方电子支付盈利模式创新是作者多年研究的成果之一。第六章网络金融产品营销管理主要介绍网络金融的组织架构、营销策略、产品营销、知识管理和市场调研案例分析等。第七章网络金融风险管理及监督主要介绍风险管理、监督管理和法律法规等,并结合 IT 项目风险评估案例进行分析。第八章网络安全管理(*)主要介绍网络信息安全管理的原则、内容、模型和案例分析,同时也对防火墙技术、数字加密技术、身份认证技术分析、金融认证中心设计等进行基础知识介绍。第八章的内容对文科类学生而言有一定的难度,星号(*)代表可选修的内容,教师与学生可以根据需要进行选择。

“网络金融”课程是一门结合网络金融发展需要而开发的新型课程,该书在内容方面既有理论探讨,又有业务和案例的分析;既介绍外国的先进经验,也分析中国的现状,并对今后的发展方向与模式进行探讨,是作者多年来在网络金融方面研究的成果和结晶,欢迎大家参与讨论并批评指正,谢谢!

本书参考了大量的书籍、报刊和相关网站的资讯与资料,未能一一注明出处,在此一并致谢。

张劲松

2018 年 3 月

教学建议

SUGGESTION

1. 课程定位与作用

“网络金融”课程的定位是：以信息和计算机网络技术在金融业务管理中的应用为核心，以能力培养为重点的金融专业的专业课。它既是信息化时代在金融专业领域的原创型专业课，也是信息和计算机网络技术与金融理论和实务融合创新的产物，同时还是一门有待进一步完善的课程。该课程的作用如下。

(1) “网络金融”课程建设有利于培养适应现代金融业务的业务员和管理者。

当前，金融服务的种类、投资衍生品种越来越多，随着现代财务制度的建立与完善，金融和财会业务趋于复杂化，网络金融、财会电算化的发展和应用日新月异，网上交易、电子结算、对账、支付等金融产品不断涌现。在金融领域每天、每个月都有新的业务产生和新的技术应用。为适应如此动态和迅速变化的市场需求，有必要制订新的有利于培养复合型人才的金融学科与课程建设方案。

(2) “网络金融”课程建设有利于培养金融从业人员新的经营理念、方式、策略和手段。

网络金融将以其拥有的广泛的信息资源、独特的运作方式，为金融业带来革命性变革。网上购物、网上交易、网上支付、网上消费、网上理财、网上储蓄、网上信贷、网上结算、网上证券、网上保险、P2P 借贷和众筹等将成为未来金融市场竞争的热点，金融业的经营理念、经营方式、经营策略、经营手段将发生巨大变革。

(3) “网络金融”课程建设有利于完善新的理论以及新课程、新学科或新专业。

网络经济、网上银行和互联网脱媒金融的出现,给传统的经济金融理论与实务带来了巨大的冲击。新的理论将催生出一批新课程、新学科或新专业。

2. 课程内容

(1) 课程设计理念。“网络金融”课程在教学方面以网络金融业务解决方案为抓手,结合不同的金融企业的业务特点,选择不同的解决方案或产品白皮书进行分析;利用网络资源引导学生对不同的金融电子产品进行比较分析;通过分析客户对网站的满意度进而分析客户的需求,使学生了解金融业务软硬件在信息化时代的应用状况及其作用,了解网络金融产品的特征与不足,了解利用网络营销的策略与方法,培养学生网上提供金融服务与营销的能力。

所以,“网络金融”课程以通过技术应用提高营运业务能力为主线设计课程体系;以网络金融平台特征、功能和结构为引导,以电子货币发行与运行管理、网络金融服务经营模型与策略、网络金融服务内容、电子支付服务与清算管理、网络金融产品营销管理、网络风险与安全管理等为主要内容。“网络金融”课程以基础理论够用为度,对专业技术与业务应用突出其针对性和实用性。

(2) 课程内容结构。“网络金融”课程整合的内容包括信息技术、网络技术、计算机技术、网络经济理论、金融理论与业务等不同学科的理论 and 实务,并形成网络金融平台、电子货币管理、网络金融经营管理策略、网络金融服务、电子支付管理、网络金融产品营销管理、网络金融风险与安全管理八大知识模块。

该课程由八大知识模块和三大能力训练项目组成,老师在教学过程中既要教知识,又要培养能力,例如,进行网络金融知识应用能力训练,利用网络进行实践能力训练,以及根据需要整合资源,拓展市场能力训练。

3. 课程性质与特点

“网络金融”课程的特点是将实做“虚”,将虚做“实”,也就是在虚拟世界再现传统的现实业务,同时在虚拟世界实现传统的价值创造与社会财富的增长。

“网络金融”课程是以信息和网络技术在金融领域的应用为核心,以能力培养为重点的金融专业的专业课,是信息化时代金融专业创新课程,也是一门有待进一步完善的课程。其特点如下所述。

第一，该课程具有极强的实践性。课程主要研究信息技术、计算机网络技术在金融领域的应用，因此没有网络、不亲自动手操作，很难将其理解、掌握，更谈不上对其灵活使用。对于大量的信息整合与软件选择，学生唯有通过上机操作，才能真正理解其功能与作用。这是一门离不开实践的课程。

第二，该课程具有较高的综合性。学生学习该课程需要具备必要的信息技术、计算机网络技术和金融知识。从应用的角度讲，其涉及的范围更宽、更广，主要有网站建设、网上营销、网上经营管理、网上监控以及信息安全控制等。

第三，该课程具有很强的创新性。课程内容涉及的每一项业务与营销模式或渠道都需要通过创新思维应用到业务拓展与推广中去；面对网上个性化的需求，需要不断创新去满足客户的需要，以此维护金融企业的形象与品牌。

4. 课程目标

本课程的总体目标是让学生能够使用信息技术、计算机网络技术管理金融业务，并具备利用网络资源进行市场调研与分析的基本能力，使学生了解信息化技术与产品在金融领域应用的发展动态和趋势。

第一，专业能力。

学生要能够根据网络金融业务的性能、特点及监控功能正确选用现有的软硬件，懂得相关的网络金融软硬件组成及基本工作原理，熟悉网络金融软硬件操作流程与相关规定，能够使用网络金融软硬件处理不同类型的电子化金融服务，能够使用网络金融软硬件有效地开展网上营销业务，能够使用网络金融软硬件处理各类客户管理业务，能够正确使用网络金融软硬件实现网络金融的调控与监督，能够正确使用信息安全技术与策略保证网络金融业务的安全可信。

第二，学习与沟通能力。

通过理论实践一体化课堂学习，学生要获得较强的网上实践能力，具备必要的计算机网络基础知识，具有利用网络资源进行学习、调研、分析和解决问题的能力，能够通过网络快捷有效地与同事、客户交流。

第三，拓展与可持续发展能力。

学生要具有较强的求知欲，乐于、善于使用所学探索与创新；具有在网络金融领域整合资源、从事跨岗位工作的能力；具有克服困难的信心和决心，以及战胜困难、实现目标的能力；具有处理网上突发事件的能力；具有与他人合作的团

队精神；具有服务意识和责任感。

教学内容与参考课时

教学内容	参考课时
第一章 网络金融平台	4 ~ 6
第二章 电子货币管理	4 ~ 6
第三章 网络金融经营管理策略	4 ~ 8
第四章 网络金融服务	4 ~ 6
第五章 电子支付管理	6 ~ 9
第六章 网络金融产品营销管理	4 ~ 6
第七章 网络金融风险管理与监督	4 ~ 6
*第八章 网络安全管理	6 ~ 7
合计	36 ~ 54



作者简介

前言

教学建议

第一章 网络金融平台 1

教学要求 1

案例引导 1

第一节 网络金融平台的形成 2

第二节 网络金融平台的功能 16

第三节 网络金融平台模式 25

本章关键词 34

本章小结 34

案例分析 34

本章思考题 38

第二章 电子货币管理 39

教学要求 39

案例引导 39

第一节 电子货币的特征 40

第二节 电子货币发行管理 49

第三节 电子货币与货币政策 52

第四节 P2P 电子货币的崛起 63

本章关键词 66

本章小结 67

本章思考题 67

第三章 网络金融经营管理

策略 68

教学要求 68

案例引导 68

第一节 网络金融之间接金融 69

第二节 网络金融之直接金融 79

第三节 网络金融竞合模式 82

本章关键词 86

本章小结 86

案例分析 86

本章思考题 89

第四章 网络金融服务 90

教学要求 90

案例引导 90

第一节 网上银行服务 91

第二节 网上证券服务 107

第三节 网上保险服务 119

第四节 P2P 借贷与众筹服务	128	本章思考题	244
本章关键词	144		
本章小结	144		
案例分析	144		
本章思考题	145		
第五章 电子支付管理	146	第七章 网络金融风险管理与 监督	245
教学要求	146	教学要求	245
案例引导	146	案例引导：风险管理系统	245
第一节 电子支付系统概述	147	第一节 网络金融的风险管理	246
第二节 电子支付工具管理	162	第二节 网络金融的监督管理	256
第三节 电子支付网络与密码 系统	184	第三节 网络金融的法律法规	269
第四节 电子支付系统的发展	194	第四节 互联网脱媒金融给监管 带来巨大挑战	282
本章关键词	206	本章关键词	284
本章小结	206	本章小结	284
本章思考题	206	本章思考题	284
第六章 网络金融产品营销 管理	207	第八章 网络安全管理	285
教学要求	207	教学要求	285
第一节 网络金融组织架构	207	第一节 信息安全概述	285
第二节 网络金融产品营销 策略	215	第二节 防火墙的配置	291
第三节 网络金融产品营销	223	第三节 数字加密技术	296
第四节 金融企业知识管理	240	第四节 身份认证技术	304
本章关键词	244	第五节 金融认证中心	310
本章小结	244	第六节 网络安全管理	320
		本章关键词	330
		本章小结	330
		本章思考题	331
		参考文献	332

网络金融平台

教学要求

1. 了解信息化时代下企业的基本特征与网络金融的现状。
2. 理解网络金融的定义、分类、标准和功能。
3. 理解网络金融的模式与发展趋势。

案例引导 2011～2018 年中国网络经济营收规模

2011～2018 年中国网络经济营收规模如图 1-1 所示。

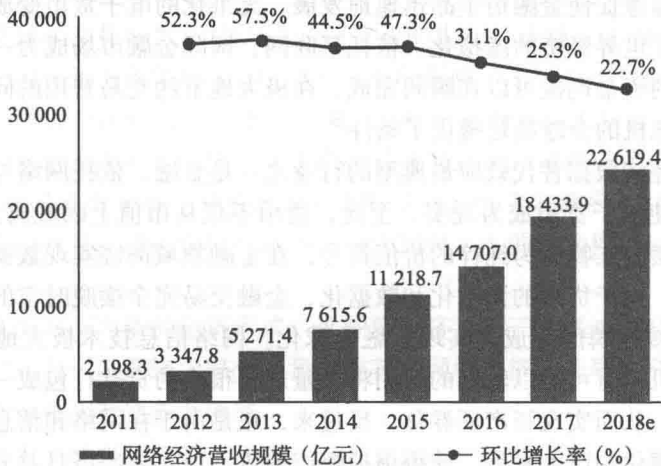


图 1-1 2011～2018 年中国网络经济营收规模

注：网络经济规模数据基于经营互联网（含 PC 与移动）相关业务产生的企业收入规模之和，以电商、广告、金融和游戏为主，其他业务如网络招聘、网络婚恋未计入，两者在网络经济中占比不足 1%，此外在线教育、在线医疗也未统计在内。

资料来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2017年5月27日,艾瑞咨询发布的《2017年中国网络经济年度监测报告》显示,2016年中国网络经济营收规模达到14 707亿元,同比增长28.5%。其中,PC网络经济营收规模为6 799.5亿元,移动网络经济营收规模为7 907.4亿元。在网络经济营收规模中,电商营收规模8 946.2亿元,占比超过60%。

启示与思考:2017年中国网络经济营收规模已达到较高水平,中国网络金融发展如何适应高速扩大的网络经济营收规模?效益如何?

资料来源:艾瑞咨询《2017年中国网络经济年度监测报告》。

第一节 网络金融平台的形成

技术革命所带来的信息流动和处理方式的根本变化,在信息的传递和处理方面既降低了成本又提高了效率,使得人类逐渐摆脱信息传递与处理能力等资源稀缺的限制,同时也使这些资源的稀缺性集中地体现在人类自身的有限性上。网络金融平台是综合利用网络载体处理金融业务的设备与软件。

由于互联网的出现,电子邮件、网络论坛、博客、微信、社交网络、即时通信、协同软件、网络视频会议、在线拍卖等不断涌现的各种网络应用,为人们带来了全新的沟通、交流、分享和协作的方式,在互联网覆盖区域中人类的行为模式正在悄然变化,经济运行的某些规律也出现了新的变革与蜕变。

在布雷顿森林体系崩溃后,国际金融进入浮动汇率制度下的虚拟货币时期。在网络时代,网络金融促使金融衍生品迅速地发展,无纸化的电子货币变成纯粹的价值符号,从而加剧了世界经济的虚拟化。依托互联网,国际金融市场成为一个全天候的统一市场,全球的资金调拨可以在瞬间完成,在极大地节约交易费用的同时,也为泡沫的迅速扩散与危机的全球蔓延提供了条件^①。

体现网络经济数据替代效应最典型的行业之一是金融。依托网络与信息技术的电子结算网络,使电子货币成为现实。至此,货币不仅从币值上因脱离黄金而虚拟化,而且从形式上摆脱实物成为纯粹的价值符号,在金融领域彻底实现数据资源对物质资源的全面代替。由于货币的无纸化和数据化,金融交易完全摆脱时空的限制,可以依托网络跨越地域在瞬间完成,实现金融全球化。网络信息技术极大地降低了交易成本,使得金融机构有可能以较低的费用将大量规模很小的贷款打包成一个组合并转手支付给第三方,从而实现资产证券化。反过来,正是由于在网络和信息技术的支持下网络金融和全球化的巨大发展,使得虚拟资产的流动与实体经济日益分离,从而造就了当今虚拟经济全球化的现实。

网络金融是新兴网络产业的重要组成部分,是电子商务发展的关键与核心,其产生于20世纪90年代中期。1995年10月18日,在美国亚特兰大开业的美国安全第

^① 刘晓欣.虚拟经济与价值化积累[M].天津:南开大学出版社,2005.

一网络银行（Security First Network Bank, SFNB）是世界上第一家网络金融机构，当时其存款金额达 1 400 万美元，遍布全美的客户已达 4 000 多家。1995 年以来，发达国家和地区的银行、证券公司与保险公司等金融服务企业纷纷在互联网上建立网站，提供 ATM、POS、无人银行、电话银行、家庭银行、企业银行等全方位的网络金融服务。在中国，1996 年招商银行率先推出“一卡通”网上支付金融服务业务，1998 年中国银行办理了第一笔电子交易业务。《2014 年度中国银行业服务改进情况报告》显示：截至 2014 年年末，中国银行业金融机构网上银行交易 608.46 亿笔，同比增加 21.59%，交易金额同比增加 17.05%。其中，个人客户数达到 9.09 亿户，新增 1.5 亿户，同比增加 19.71%；交易笔数达 608.46 亿笔，同比增加 21.59%；交易总额达 1 248.93 万亿元，同比增加 17.05%。企业客户达到 1 811.4 万户，同比增加 16.75%。据中国电子商务研究中心监测数据显示，2015 年网上银行交易额为 1 600.85 万亿元，同比增长 28.18%，2015 年中国网上银行个人用户超过 9 亿人。由此可见，网络金融诞生后，以其巨大的优势，迅速地在世界范围内扩展，并占据着越来越重要的地位，起着越来越重要的作用，从而极大地影响、冲击着传统的银行业甚至整个金融业。

【知识扩展】登录网址：<http://www.pbc.gov.cn>。

一、网络经济的特点与功能

从 20 世纪 90 年代末开始，随着信息技术的飞速发展，以国际互联网^①为代表的现代信息网络渗透到国民经济和社会生活的方方面面，正日益改变着人类传播知识、交流信息、共享资源和休闲娱乐的方式，创造新的生产、流通、运营和交易的模式，对整个世界的政治、经济和文化产生巨大而深远的影响。

互联网所形成的全球化网络，使得人类可以打破地域的空间界限进行互动协作，进一步加剧了贸易与金融的全球化。电子商务的蓬勃兴起，使得以客户为中心、定制化和 CTC 模式真正成为现实。电子治理的不断发展，改变着政府与社会的关系，也在不知不觉中改变着各阶层话语权的版图。与此同时，人的行为模式也悄然发生着不同程度的变化。

电子商务催生出一个新的经济形式。这种新经济具有三个基本特征，即以知识为核心，以创新为动力，以网络为媒介，我们称其为网络经济。互联网和电子商务正在迅速改变着传统商务活动的各个领域。

网络经济作为一种崭新的经济现象，表现为经济生活中生产、交换、分配、消费等经济活动，都与信息网络密切相关，人们不仅要从网络上获取大量的信息，依靠网

① 国际互联网是全世界的计算机、计算机网络互相连接而成的信息传送网络。在没有特定条件时国际互联网通常可以叫网络或互联网。但在数据传递方式不同时网络又可分为中心化的数据交换网络与去中心化的数据交换网络或互联网。

络进行预测和决策,而且许多交易、生产、管理等行为都直接在网络虚拟环境下进行。

(一) 网络经济的特点

(1) 网络经济是以知识为核心的经济。网络经济于 20 世纪 80 年代兴起的高科技革命中初露端倪,在 20 世纪 90 年代“冷战”结束后迅速崛起。网络经济具有连续增长、报酬递增的特征,从而改变了传统的资本增加、边际效率递减的经济规律。网络经济是建立在知识和信息的生产、分配与使用基础上的经济;是以高科技产业为第一支柱,以信息和知识资源共享为依托的新型经济。美国经济增长的重要源泉是 5 000 家软件公司,它们对世界经济的贡献绝不亚于名列前茅的 500 家世界大公司。

(2) 网络经济是全天候运作的经济。由于信息网络每天 24 小时都在运转中,故而基于网络的经济活动很少受时间因素的制约,可以全天候地连续进行。

(3) 网络经济是全球化经济。信息网络技术的飞速发展,已成为推动当今世界经济全球化的重要动力,连接世界各国的信息网络使整个世界变成“地球村”,基于网络的经济活动时空,使整个经济的全球化进程大大加快,世界各国经济的相互依存性大大加强。

(4) 网络经济是中间层次作用弱化的“直接”经济。由于网络的发展,经济组织结构趋向扁平化,处于网络端点的生产者与消费者可直接联系,“产销见面”成为主流,同时也产生了一批不同专业的经纪人和信息服务中介。

(5) 网络经济是竞争与合作并存的经济。信息网络使企业之间的竞争与合作的范围扩大,竞争与合作转化的速度加快,世界已进入到一个新的竞合时代,在竞争中有合作,合作是竞争的目的,竞争是合作的基础。竞合既能增强企业的活力,又能提高企业的应变能力,形成企业的可持续竞争优势。天赋的自然资源或可供利用的资金已不再是核心资源,而信息与知识已成为企业的核心资源。

(6) 网络经济是速度型经济。现代信息网络可以光速传输信息。网络经济以接近于实时的速度收集、处理和应用大量的信息,经济节奏大大加快,一步落后将会步步落后。产品老化在加快,创新周期在缩短。

(7) 网络经济是创新型经济。网络技术的发展日新月异,以此为基础的网络经济需要加强研究和创新,创新是企业持续发展的动力与保障。因此观念创新、技术创新、管理创新、制度创新已经成为市场主体生存和发展的关键,成为经济增长的新的强大推动力。

作为最重要的经济主体,企业是网络经济中创造财富的基本单位,是复杂的网络体系中最重要模块。在网络中企业既是网络传输的提供者,也是网络传输的消费者。在网络经济时代,企业的经营环境发生着快速的变化,企业面临着再造自我的压力。迎接网络化带来的挑战,主动适应网络经济,充分应用网络所带来的优势,将是现代企业在网络经济时代安身立命的核心能力。

(二) 网络经济的功能

1. 创新经营理念

现代网络经济彻底改变着企业的经营环境。企业发展的时空约束被打破,企业面对的市场可以放大至全球范围,互联网可以使企业与客户、合作伙伴、消费者随时进行深入交流,企业可以在全球寻找愿意合作的供应商与经销商,客户与消费者拥有更多的选择机会,需求的差异化已成为趋势。所以,企业必须创新经营理念,重塑企业灵魂,其中包括以下几个方面。

(1) 全球化的理念。经营市场的全球化意味着竞争的全球化,即在企业没有涉足的市场上,有着全球化的竞争;在企业已有的市场上,企业也必然会面临着全球化的竞争。在美国的硅谷,无论多小的企业都会盯着世界市场。

(2) 合作的理念。企业面临的竞争者与合作者因市场全球化而有可能成百倍千倍地增加,企业必须通过差异化的市场细分培养自己的核心竞争力,然后通过合作实现多方共赢。竞合是网络经济时代企业经营的策略之一。

(3) 个性化服务的理念。网络经济时代的最终消费者有个性消费的需求,这种需求可以通过互联网有效地表达。那些能够响应个性化消费的需要,提供个性化产品的企业,将会获得稳定的客户群,从而形成属于自己的宝贵资源。网络工具能为企业协调全球优势资源,为满足这种需要提供技术支持。

2. 创新行为模式

网络经济使企业面对全新的市场主体:全球化的消费者、竞争者、供应商与经销商。企业必须重新审视自己的市场行为模式,规划新的市场经营策略。

在网络经济时代企业创新自己的行为模式应注意以下问题。

(1) 提高企业全天候的市场响应能力。面对不同地域、不同文化习惯的消费者,企业要考虑如何全天候满足他们的需求。企业需要研究客户(消费者)可以忍受的市场响应速度,并分析不同的市场响应速度对经营成本的影响。

(2) 培养赢得客户(消费者)信赖与忠诚的能力。网络经济使供应商、经销商、消费者有更多的选择机会,这意味着企业和它所提供的产品更容易被其他企业及其产品所替代。客户(消费者)的信赖与忠诚是企业掌控市场的核心能力。优质的产品、适宜的价格以及信守承诺,这些传统的美德同样是企业在网络经济时代赢得客户(消费者)的信赖与忠诚的基础。

(3) 及时洞悉市场机会,快速满足市场新需求的能力。把握或创造市场机会是赢得市场的关键之一。企业应具备通过网络工具分析客户(消费者)的行为方式与消费习惯,从而挖掘市场机会的能力,及时洞悉市场机会并迅速满足市场的新需求。

3. 重塑核心竞争力

在传统经济时期许多企业凭借地域优势即可获得竞争优势,但网络经济使这类优势迅速消失。提供同样产品的企业将在更大的市场上角力,同一项目的竞争者及竞争