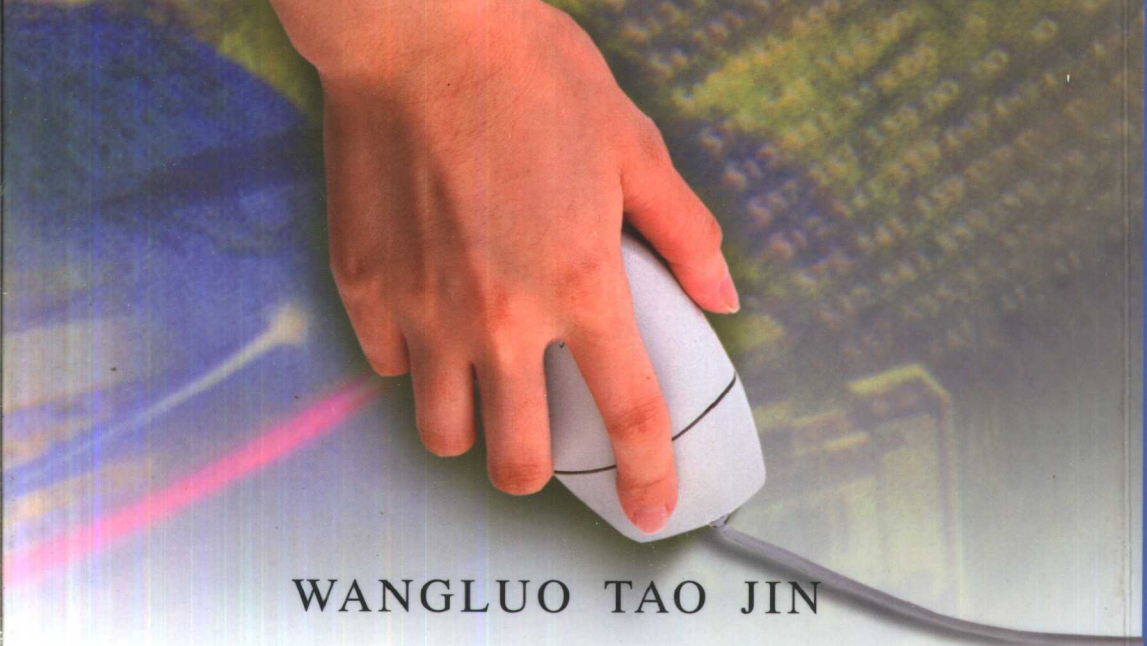




WANGLUO TAO JIN

网络淘金

——网络价值评估及实务

赵广辉 著



广西人民出版社

网络淘金

——网络价值评估及实务

赵广辉 著

广西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络淘金:网络价值评估及实务/赵广辉著. —南宁:
广西人民出版社, 2001.5

ISBN 7-219-04325-2

I. 网... II. 赵... III. 网站—投资—研究
IV. TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 22757 号

出 品 人 区向明
责任编辑 陈 红
责任校对 高 健
责任审读 张 平

网络淘金

——网络价值评估及实务

赵广辉 著

广西人民出版社出版

(邮政编码:530021)

南宁市桂春路6号)

890毫米×1240毫米 1/32

8.625印张 180千字

广西新华书店发行

广西地质印刷厂印刷

2001年5月第1版

2001年5月第1次印刷

印数 1 - 3000 册

ISBN 7-219-04325-2/TP·11

定价:15.00元



绪 论

在美国近代,有一些牛仔,不畏艰险,奔向广漠的西部,疯狂地淘金。在这股热潮中,有人因为找到了金矿而一夜暴富,而大多数人不过是徒劳忙碌。淘金不一定成功,但极具诱惑力。

风风火火的 20 世纪 90 年代,美国又一次开始了淘金热潮——它把千百年来人们的拜金主义推向了一个历史高潮。一夜暴富成为许许多多普通人的梦想,而很多人把这种梦想活生生地变为了现实。这就是互联网淘金风暴。

20 世纪 90 年代末,中国人再也按捺不住了,本来互联网要发展成今天的局面,至少要中国政府出个上千亿元在至少十多年时间内才能实现的,但是却让中国淘金大军在两三年内变为了现实,从“海龟”(海外归来)的洋博士到卖菜的农民,全都.com 化了,一下子,中国如同进入现代化一样。

互联网发展速度之快连中国人自己都始料不及,而在这欣欣向荣的互联网世界里,拜金主义就是它生长的“生物酶”。

大大小小的网络公司层出不穷,一瞬间,猫和老虎也



沾亲带故,搞得风险投资人也晕头转向,一个个暴富者也就在晕头转向的风险投资中诞生了……打假的呼声一下子响彻神州大地。2000年,“网络泡沫”一词在中国比网络创业炒得还热,网络倒闭成为不争的事实。

但是,正如一些专家所说的那样,网络本身绝对不是泡沫,风险投资人终于清醒过来,网络经济终究要杀开一条血路,猫和老虎终于要在价值评估的天平上过称一下。本书就是在这样一个情况下推出的,这对于刚起家的网络公司来说的确很残酷,但是对于投资人来说同样是残酷的,因为价值评估本身就是把泡沫去掉,去掉创业者的泡沫,也去掉投资人的泡沫!对双方来说,各有利弊。对投资人来说,当务之急是了解一些与网络价值相关的知识,这样,才能在网络中淘金!



赵广辉

北京航空航天大学经济学硕士

中国法律服务网创始人

信天游旅游网商业策划

现任中国民航信息网络公司电子商务策划

出品人◇区向明 责任编辑◇陈红 封面设计◇山中 版式设计◇韦洁琳



目录

绪论	1
第1章 网络经济综述	1
第一节 网络经济概论	1
第二节 常见的网络经济模式	3
第三节 网络购并	26
第四节 中国网络经济存在的问题	30
第五节 我国企业电子商务发展	32
第六节 中国有关网络经济立法	43
第2章 风险投资与二板市场	46
第一节 风险投资综述	46
第二节 二板市场综述	52
第三节 美国 NASDAQ 市场	53
第四节 香港创业板	55
第五节 中国上市公司触网与网络公司借壳上市	59
第3章 网络价值基础原理分析	75
第一节 网络价值基础分析理论(Value Theory)	75
第二节 网络价值的本质核心——人(Human)	



.....	76
第三节 网络价值的八个要素	77
第四节 网络公司价值预期发展规律	82
第五节 网络公司购并价值分析	87
第六节 有关网络公司价值原理的各种公式 ..	88
第七节 网络公司泡沫价值分析	91
第八节 网络泡沫的原因	95
第九节 网络泡沫的价值和作用	100
第4章 网络公司的价值评估体系	102
第一节 网络公司价值评估综述	102
第二节 网络公司价值评估指标体系	108
第三节 物流配送体系评估	133
第四节 网上支付结算体系评估	137
第五节 客户关系管理体系评估	138
第5章 网络经济风险分析	142
第一节 网络经济风险概论	142
第二节 风险投资风险与价值评估	145
第三节 资本资产定价模型风险价值评估方法	147
第6章 网络公司价值增长分析	153
第一节 公司价值增长——价值增长率法	153
第二节 公司自身资本积累价值增长计算	154
第三节 公司融资价值增值计算	156
第四节 A、B公司价值增长走势分析图	158
第五节 公司价值增长——创值法	159
第7章 商业计划书分析	164

第一节	商业计划书概论	164
第二节	如何利用商业计划书来评估价值	165
第三节	商业计划书价值评估实例	167
第 8 章	股权分配价值评估和方法分析	172
第一节	股权价值分配	172
第二节	净现值投资估价方法	173
第三节	风险投资期望价值估价方法	179
第四节	投资期权的价值评估方法	188
第 9 章	技术价值评估	198
第一节	技术价值评估概论	199
第二节	技术成本价值模型分析	200
第三节	技术市场效益模型分析	206
第 10 章	财务分析	213
第一节	财务分析概述	213
第二节	资产负债表分析	215
第三节	损益表分析	219
第四节	现金流量表分析	225
第 11 章	上市公司估值方法——市盈率法	231
第一节	市盈率方法概论	231
第二节	预期收益的确定	232
第三节	网络公司市盈率法价值评估应用	234
第四节	市盈率参考	238
第 12 章	资本负债权益图	247
第一节	资本负债权益图法概论	247
第二节	三项垂直柱状图	248
第三节	五项垂直柱状图	250



第四节 三项饼型比例图	253
第五节 五项饼型比例图	255
附录 价值评估中的一些定义	258
主要参考资料	267

第 1 章

网络经济综述

第一节 网络经济概论

一、网络经济的定义

网络经济又名新经济,是通过网络来进行的电子商务经济的总称。它以国际互联网为基础,为商家提供各种各样的产品和服务,构成了一个新兴的产业。

美国既是网络经济的诞生地,也是世界上网络技术最发达的国家,美国政府对网络经济的发展采取了供给面和需求面双向推动的政策。美国的网络经济发展必须的二板市场非常成熟,NASDAQ 已经发展成为全球最大的资本市场,其风险投资业更是发达。

中国网络经济的起步比较晚,目前还只能属于市场



开发的阶段,虽然上网点击人数超过 2000 万,但是网上咨询服务的规模距离投资回报还有很长的路要走,服务质量也还远远不能达到消费者的要求,中国的二板市场发展仍然需要走很长一段路。

二、电子商务的定义

电子商务是指利用电子网络进行的商务活动。关于电子商务的定义有很多说法。

1997 年 11 月在法国巴黎世界电子商务会议(the World Business Agenda for Electronic)上对电子商务的定义是:电子商务(Electronic Commerce)是指对整个贸易活动实现电子化,交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易,是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B. 惠斯顿在他们的专著《电子商务的前沿》中提出:广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来,而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条将买方和卖方联系起来。

欧洲议会对电子商务的定义为:电子商务是通过电

子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品(如消费品、专门设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、体育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)。

第二节 常见的网络经济模式

一、网络广告

网络广告目前已成为一些大的门户网站和知名网站的重要收入来源。这些网站都把网站静态和动态的最佳广告位出让给客户。常见的形式有:①Logo 广告,在页面将别的公司或者网站的标志(Logo)做一个连接或者直接做一个页面。②Banner 广告,在网站的动态横幅条(Banner)位上置换别的公司和网站的动态广告条幅。③Pop-up 广告,当用户访问网站首页或者频道主页的时候,自动弹出一个小的简单窗口,里面有各种广告信息。④动态移动广告,在网站的主要页面上放上一个带有链接的利用网络技术形成移动的广告方式。

Myers Report 的首席经济学家 Jack Myers 称,预计网上广告收入年增长率将达到 70%,这是因为广告主正在转向互联网以寻求更大的价值。Myers 预计 2001 年媒体



总支出将增加 4.9%，低于 2000 年的增长率。网络研究公司 Jupiter Communications 曾预测网上广告开支到 2005 年将翻升 3 倍，达到 165 亿美元，从而使网络成为第四大广告媒体。

二、定制信息(ICP)

互联网是信息的海洋，一个人要想在如此广阔的海域中找到自己所需的珊瑚礁小岛是一件费时费力的事，而定制化服务就是一艘方便快捷的“小船”，帮助你获取所需的信息。ICP 主要是建立全面的法律网信息数据库，建立起全文检索和其他检索的方式，并且建立自动信息推送系统和信息定制化系统来提供个性化信息服务。

所谓定制化服务是指客户在第一次注册时选择他所需的信息选项，此后他再登录时，只要点击定制化栏，网站会自动推送他所选择的相关信息。比如，当你注册时选择了行政法、宪法这两个选项后，下次再登录时，点击定制化栏，网页上就会自动出现与行政法、宪法的相关最新信息，不用每一次都重复查找，极大地方便了客户搜索信息。而对于网站来说，可以通过客户的定制化选项了解客户需求，是一种很好的市场调查方法。

另外，信息定制可以由用户提出信息要求，网站对原始信息进行加工整理，汇总后将加工好的信息包整体发送给用户，从而形成信息增值。还有一些网站建立特别价值信息数据库，对使用这些信息数据库的用户进行收费；也有些网站利用传统渠道，将网站信息数据库整体提炼加工形成数据产品，向外出版光盘、图书和杂志等。

三、BtoC 网上商店

网上商店就是网络用户通过网站了解商品信息,网站通过物流配送体系将商品直接送到用户手中,并通过各种传统和网上方式收取商品货款的网上虚拟销售商店。网上商店目前在中国发展的有 1000 多家,发展势头非常迅速。

网上商店的优势在于它直接连接生产厂商和消费者,通过人们对一些知名品牌的认可,将商品直接从生产厂商送到消费者手中。它不仅大大降低了传统销售模式的中间商成本,而且让用户在家中不出门就可以进行各种消费购物。

1999 年 3 月,中国第一家网上商店——8848 网站正式开通,曾一度掀起中国 BtoC 投资高潮。但直到目前中国物流配送问题仍然没有根本得到解决,支付信用体系仍然存在一定的难度,不过这种网络经济模式却是非常有投资价值的。另外,对于大型网上商店来说,建立有效的客户关系管理系统也是非常重要的,否则大量定单处理起来将会错漏百出、效率低下。

四、BtoB 货物采购

1999 年 11 月,两大汽车制造商福特和通用先后宣布将把它们庞大的采购部门转移到互联网上。两家公司的采购部门通过互联网和全球各地的供应商、商业合作伙伴、顾客进行联系和交易,每年就能够节省 20% 左右的成本。



目前对于许多大型企业来说,客户遍布世界各地,每天会收到各种各样的产品和原材料定单,如果按照传统的电话、电报、人员往来进行交易,就需要大量的人员来处理这些定单业务,不仅响应时间和成交时间慢,而且技术出错率也很高。如果将各种定单通过互联网借助网络数据库处理技术,只需很少的人员,就能实时地响应。并且商务借助网上银行的参与,可以大大降低交易成本,产品客户也可以实现产品采购的零库存。但是,这需要一定的信用保证机制和安全机制。

1996年11月,波音公司首次发布了零部件网站,航空公司通过这个网页订购了9%的零部件,同时客户可以直接上网了解产品的价格、供货方式及订货状况。航空维护可能发生在任何地方,波音公司的技术文档必须随时提供支持,这些文档包括各种图表、手册、公告等,单独一本手册就达3万页,以往人手一份是不可能的,就连一些航空公司的机械师人手一份也是不可能的。而现在,世界上任何人都可以在任何时候通过互联网获知这些数据库信息,等于说让整个世界人手一份。

五、网络支付结算

与信用卡支付方式不同,一些公司通过互联网支付技术,使消费者能够安全可靠地将其在线交易中的货物账单记入电话账单中,或是水、电、煤气账单中。这种方式可以给消费者保密,不需要个人的资料和密码。对于小额支付,可以更方便地进行,一旦客户决定下订单,可选择多种现存的支付方式。这种方式就被称为互联网的



第三代支付。美国银行信用制度发达而且健全,所以,以前人们通过现金和支票结算的很多业务,现在可以通过互联网来进行,这就是信用卡支付结算。Echarge.com 公司成立于 1996 年,是全球性的在线支付公司。

网上支付在电子商务中的应用十分广泛。例如,电信在线营业系统提供网上电信业务申请、费用查询、费用结算等功能,为电信部门提供一个网上应用平台,使电信部门的业务可以在由客户、银行、电信三方面的参与下,通过安全认证机制完成。网上票务系统(铁路/飞机)提供安全、方便、快捷的网上票务信息查询、定票、购票、退票等功能。股票分析和交易系统是目前条件下国内进行电子商务实现在互联网上委托买卖证券的最佳系统。在网上商场、专卖店为消费者提供安全、方便、快捷的网上购物环境,为商家提供新的、低运营成本的市场营销渠道。

网上支付是建设银行网上银行的一个组成部分。其程序设计体现了方便、快捷、安全原则,客户申请了此项服务后,即可通过建行的支付结算工具(龙卡)完成网上购物。客户网上购物货款实时到达商户方;客户退货商户将货款实时退回客户原付款账户。建行网上支付结算账户种类包括:龙卡信用卡、龙卡 19 位储蓄卡、龙卡 16 位储蓄卡,体现真正的方便客户原则。建行网上支付还可以用安全加密方式:客户与银行、商户与银行数据传输均采用 SSL 协议加密方式,真正保证交易安全可靠。

六、网上拍卖

网上拍卖是一项可独立使用的销售工具,它一般用