

网络营销将成为信息时代的营销大趋势
本书围绕这一热门话题，在介绍 Internet 有关知识的基础上
就网络营销的兴起与发展，对传统经营方式的冲击和影响
网络营销的基本运作策略以及外国一些知名企业开展网络营销的经验
网上支付与网络营销的安全保障
网络营销面临的问题与障碍等人们所关心的问题展开论述
以供读者借鉴和参考，希望能给人们带来一些新思路和新观念



陈志浩 毛志山 / 著

网络

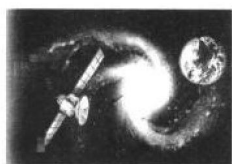
销

湖北人民出版社



世纪高级营销书库

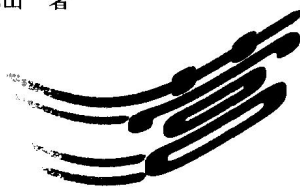
主编：叶全良



陈志浩 毛志山 著

网络

销



东北人民出版社

WANGLUOXINGXIAO

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

网络营销/陈志浩,毛志山著.

武汉:湖北人民出版社,2000.1

(21 世纪高级营销书库/叶全良主编)

ISBN 7-216-02785-X

I. 网...

II. ①陈...②毛...

III. 计算机网络—计算机应用—商品—销售

N. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 72999 号

21 世纪高级营销书库

网络营销

陈志浩 毛志山 著

出版: 湖北人民出版社
发行:

地址:武汉市解放大道新育村 33 号
邮编:430022

印刷:湖北开元印刷有限公司
开本:850 毫米×1168 毫米 1/32
字数:250 千字

经销:湖北省新华书店
印张:11.75
插页:4

版次:2000 年 1 月第 1 版
印数:4 121-7 160

印次:2001 年 1 月第 2 次印刷
定价:18.60 元

书号:ISBN 7-216-02785-X/F·501



顾问：彭星间 余鑫炎

主编：叶全良

编委（按姓氏笔画为序）

万后芬 毛志山

冯冬莲 宁昌会

刘培松 陈志浩

姜 鸿 曹礼和

黄铁牛 谭白英

21 世纪高级营销书库

序 言

充满机遇与挑战的 21 世纪,将是一个斗智的营销时代。智者,必将在营销竞争中巧抓机遇而获得充分的发展;愚者,必然在营销大战中被无情的竞争对手击败而惨遭淘汰。奥妙无穷的市场营销,如同战场的指挥官,引导市场经济的发展方向,影响国民经济的增长速度,主宰企业的命运,决定经营者的成败。然而,市场营销的运作,总是依据消费需求的新变化……。

在奔腾不息的科技新浪潮中,社会生产力迅猛增长,国民经济蓬勃发展,新产品层出不穷,劳动者收入稳步上升。因而,消费需求不断地发生新的变化,呈现出新的需求格局:对商品价值的
序
言
需求,由低到高台阶式发展;对商品质量的需求,从内到外延伸式发展;对商品功能的需求,由少到多升级式发展;对商品效益的需求,从生理到心理多极化发展。在这种新生的消费需求格

局中,孕育出一系列新的营销形态,如网络营销、绿色营销、服务营销、整合营销、连锁营销、机会营销等等。这些形态各异的营销活动,交融在一起共同构建了 21 世纪营销体系。为了满足广大读者渴望获取新的营销知识,了解新的营销动态,中南财经大学市场研究所组织一批营销学教授、专家、学者精心撰著了这套著作——《21 世纪高级营销书库》。

即将来临的 21 世纪,我国将加入 WTO,中国广大企业将参与世界经济大循环,他们不仅面临国内同行的竞争,而且要迎接来自国际市场诸多强手的挑战。无论是生产者还是中间商,谁能抓住营销机遇,巧妙地运用营销策略和技巧,满足和适应不断变化的消费需求,谁就能在营销竞争中获胜。否则,谁就会在营销大战中失败。《21 世纪高级营销书库》将最新的营销理论和富有借鉴价值的营销经典奉献给我们的企业家和经营者,帮助他们掌握营销理论和方法,在全球营销大战中获得成功。

《21 世纪高级营销书库》,是一套从多视角来展示 21 世纪营销理论与实践的著作,具有一定的应用价值和现实指导意义。首批推出的《网络营销》、《整合营销》、《机会营销》、《服务营销》、《绿色营销》、《技术营销》、《旅游营销》、《连锁营销》等八部著作,重视理论与实践相结合,对提高企

业竞争能力、应变能力和自我发展能力,对如何开拓市场、战胜竞争对手的方法等方面进行了系统的阐述,还阐明了企业面临不同具体情况如何灵活运用营销策略与技巧的新方法,并全面地总结了营销成功的经验与失败的教训。这套著作不仅对从事营销实践的企业家及经营者,而且对从事市场营销理论研究的工作者,都将从中得到帮助和启迪。

随着《21 世纪高级营销书库》的系列著作陆续出版,这不仅使广大企业家、营销者获取更多更新的营销知识,有助于其营销素质的提高,而且有利于全民族营销管理水平的提高,促进市场营销运动从低层次向高层次发展。

中国市场营销学会副会长
武汉大学商学院教授、博士生导师

甘碧群

1999 年 11 月 22 日于珞珈山

序
言

前言

Internet 正奇迹般地改变着我们的生活,而实现这一改变的就是电子商务。在 Internet 这个一切都被数字化的环境中,你无需出门,就可以清晰地“感觉”到这个时代的脉动,亲身地享受到电子商务给你带来的种种便利:一年 365 天、天天 24 小时恭候你光临的网上商店、时时向你开放的图书馆、交易中心、网上银行……。打开电脑,点击鼠标,即可进入这一家家永不打烊的商业网站,实现贸易洽谈、电子订货、网上购物……。

电子商务已成为 Internet 发展的新热点。作为一种新的贸易手段,电子商务不仅突破了时空限制,改变了贸易的形态和交易的方式,而且也正在改变着人们的生活方式和思想观念。毋庸置疑,电子商务的迅猛发展必将对人类经济和社会的发展产生深刻的影响。

网络营销作为电子商务的重要组成部分,也可以说是电子商务的基础。它代表了 21 世纪市场营销的大趋势,正在成为网络经济中最热门、

最活跃的活动之一,也是各国争先发展、各个产业部门最为关注的领域。

网络营销的范围可以说涵盖了运用计算机网络进行的一切经营活动,它为企业掌握市场需求、开拓全球市场、参与国际竞争、减少中间环节、降低营销成本等提供了现代化的信息手段。

一位对自己或自己的企业充满信心的经营者或营销人员,谁不想把自己的产品推向世界呢? 作为一位消费者,谁不想坐在家中电脑前,漫步全球著名商业街,出入世界闻名特色店,购买称心如意、物美价廉的商品呢? 电子商务及网络营销将帮助你实现这一切。

本书就什么是电子商务和网络营销? 网络营销对我们有什么影响? 网络营销包括哪些内容? 如何实现网络营销? 已经开展网络营销的企业有哪些值得借鉴的经营之道? 怎样实现网上支付? 如何确保交易的安全? 发展电子商务及网络营销面临的问题等等,人们所关心和希望了解的问题——作了介绍。如果读者能从中得到一些收获或启发,我们将为此感到由衷的高兴和无比的欣慰。

这里需要特别指出的是:当专家们还在争论什么是电子商务;当经营者们还在怀疑网络营销离我们有多远;当消费者们还在叹息网上购物爱你不容易之时;当作者刚刚写完这本书稿之际,

时逢建国 50 周年华诞,喜讯频频传来:10 月 1 日我国正式实施的《合同法》,已经明确地赋予网络营销中的电子合同所具有的法律效力,这将为网络营销提供良好的发展环境;还是 10 月 1 日,全国著名的商业一条街——上海的南京路将被搬上 Internet,荟萃 100 多家名优商店的“网上南京路”将真正圆了人们的网上购物梦,这里一扫以往那种“网上订货,送货付款”或“网上看货,网下购物”的尴尬局面,而使“足不出户,鼠标代步,在家刷卡、网上购物”成为现实。中国人民银行等 12 家金融机构联合共建的“金融认证中心”将于 1999 年底投入运行,金融机构将可以为广大消费者提供安全、规范、高效的网络支付手段。据介绍,届时将有 19 个城市可以利用网络支付手段,这 19 个城市将覆盖我国 95% 的网民,这意味着阻碍我国电子商务和网络营销发展的瓶颈——网上支付问题将得到基本解决。我国的电子商务、网络营销正在迈上一个新台阶,真正驶入信息高速公路,开始了飞速发展的新阶段。

当然我们也应看到:对于中国的经济和企业来说,发展电子商务,实施网络营销是机遇与挑战并存,而且挑战多于机遇。我国正在进行经济体制改革,市场机制尚未健全,经济活动、市场行为还不规范,给电子商务的发展带来了诸多的困难。首先,我国的国有企业改革尚未完成,现代

前

言

企业制度正在建立之中,企业对提高自身的信息获取能力和市场竞争力的要求还不够迫切,企业信息化的进展比较缓慢。其次,我国的市场法制建设尚在进行中,企业的市场行为随机性大,增加了经营风险,不利于网络营销活动的开展。第三,网络营销涉及到网络管理、金融结算、法律法规的制定等诸多方面,是一项复杂的社会系统工程,需要跨部门、跨地区的强有力的机构进行组织和协调。第四,电子商务及网络营销需要强有力的技术支持,我国的网络实施、安全保障等技术环节还存在某些不足。所有这些都使我国在发展电子商务的进程中充满了挑战。

对于有自立于世界民族之林能力的中国人来说,挑战更能激励我们开拓进取的决心和勇气。不畏浮云遮望眼,在新的信息产业革命面前,中国和世界各国都面临着同样的挑战,机遇是均等的。电子商务给我国企业提供了前所未有的历史机遇,我们要抓住机遇,迎接挑战,以只争朝夕的精神发展我国的电子商务,使中国在 21 世纪的全球电子商务市场中占据其应有的地位。

无限风光在险峰,中国一定会在新的千纪元里走在世界的前列。



陈志浩 1954年4月出生，山东省龙口市人。中南财经大学工商管理学院贸易经济系副教授，先后就读于湖北大学物理系和武汉水利电力大学计算机应用研究生班。多年来一直从事电子技术、计算机应用课程的教学工作。在《电子技术》、《微型计算机应用》等报刊杂志上发表过多篇论文。编写有《微型计算机原理及应用》、《家用电器商品学》、《电子商务概论》等正式出版教材。



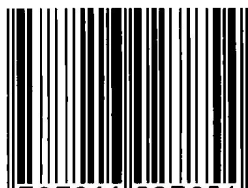
陈志浩 毛志山 / 著

网络

营销

网络营销将成为信息时代的营销大趋势。本书围绕这一热门话题，在介绍 Internet 有关知识的基础上，就网络营销的兴起与发展、对传统经营方式的冲击和影响；网络营销形成的理论基础及相关技术；网络营销的基本运作策略以及外国一些知名企业开展网络营销的经验；网上支付与网络营销的安全保障；网络营销面临的问题与障碍等人们所关心的问题展开论述，以供读者借鉴和参考，希望能给人们带来一些新思路和新观念。

ISBN 7-216-02785-X



9 787216 027854 >

ISBN 7-216-02785-X

F · 501 定价: 18.60 元

目 录

第一章 划时代的营销革命/1

1.1 世纪之交的热门话题/2

- 1.1.1 什么是电子商务/2
- 1.1.2 电子商务与网络营销/4
- 1.1.3 电子商务的发展过程/5
- 1.1.4 电子商务的分类/8
- 1.1.5 电子化、虚拟化、低成本、高效率/11

1.2 对传统贸易的冲击/13

- 1.2.1 千里商机一线牵/14
- 1.2.2 购物理想尽在网上/15
- 1.2.3 四天赚了800万/16
- 1.2.4 需求是根本/17
- 1.2.5 树立良好的企业形象/19

1.3 敲响21世纪的大门/20

- 1.3.1 放眼世界看各国/20
- 1.3.2 抓住机遇 迎接挑战/23

目

录

第二章 网络营销的运作空间—— Internet/28

- 2.1 走进 Internet/28
 - 2.1.1 Internet 的由来和发展/29
 - 2.1.2 Internet 的特点/33
 - 2.1.3 Internet 是怎样工作的/35
 - 2.1.4 Internet 有关术语浅释/40
 - 2.1.5 Internet 的接入方式/47
 - 2.1.6 Internet 的基本服务/52
 - 2.1.7 Internet 在中国/77
- 2.2 Internet 对社会发展的影响/85
 - 2.2.1 人类生存竞争的又一次挑战/85
 - 2.2.2 网络引发的经济与管理变革/89

第三章 网络营销——21 世纪营销 大趋势/99

- 3.1 网络营销的兴起与发展/100
 - 3.1.1 撩开网络营销的面纱/100
 - 3.1.2 传统营销与网络营销比较/107
 - 3.1.3 网络营销的优势与效应/110
- 3.2 网络营销带来的冲击及影响/116
 - 3.2.1 对传统经营方式的冲击/116
 - 3.2.2 营销理念的变迁/118
 - 3.2.3 市场性质的变化/123
 - 3.2.4 营销方式的变化/124
 - 3.2.5 消费者行为的变化/125

- 3.3 网络营销形成的理论基础/128
 - 3.3.1 网络整合营销理论/129
 - 3.3.2 网络直复营销理论/131
 - 3.3.3 网络“软营销”理论/131
- 3.4 网络营销的相关技术/134
 - 3.4.1 虚拟主机(Virtual Host/Virtual Server)/134
 - 3.4.2 Intranet(企业内部网)——信息时代重要的商业工具/136
- 3.5 网络营销的发展现状与前景/144
 - 3.5.1 如火如荼——国外的现状与前景/144
 - 3.5.2 曙光乍现——中国网络营销的发展现状与前景/150

第四章 网络营销的运作/164

- 4.1 网络营销体系的组建/165
 - 4.1.1 企业网站的建设宗旨/165
 - 4.1.2 重视域名之功效/166
 - 4.1.3 网站如何体现营销特色/169
 - 4.1.4 网站的推销/174
- 4.2 营造全新的商业信息空间/176
 - 4.2.1 拓展全球市场的利器——网络广告/177
 - 4.2.2 网络广告的发布/185
 - 4.2.3 广告效果的检测与评估/192
- 4.3 网络营销的运作策略/194
 - 4.3.1 网络营销的对象研究/195
 - 4.3.2 顾客网络的建立/198
 - 4.3.3 巩固顾客群体/206

4.3.4 通过网络研究竞争对手/212

4.4 我国目前商业网站的营销模式/216

4.4.1 零售业模式/216

4.4.2 批发业模式/220

第五章 网络营销之道面面观/226

5.1 标新立异别具一格——

可口可乐网站营销策略简析/227

5.1.1 网站经营策略的定位/227

5.1.2 网站特点/229

5.1.3 网站经营背景/233

5.2 去芜存菁 刻意求精——宝洁公司网络营销策略简析/235

5.2.1 站点的营销背景/235

5.2.2 宝洁网站的页面风格/237

5.2.3 营销与服务并举的网站经营策略/239

5.3 亲情为本——通用电气公司网站营销策略分析/242

5.3.1 网络营销策略的定位/242

5.3.2 以亲情为主导的网站风格/244

5.3.3 精细化的营销体系的建立与实施/245

5.4 留住精彩的美好瞬间——柯达网站营销分析/249

5.4.1 网站的定位/249

5.4.2 网站结构与营销策略/251

5.4.3 网站经营背景分析/254