

新力 互联网普及丛书
newpower Internet book

不懂互联网的人如何从网上发财

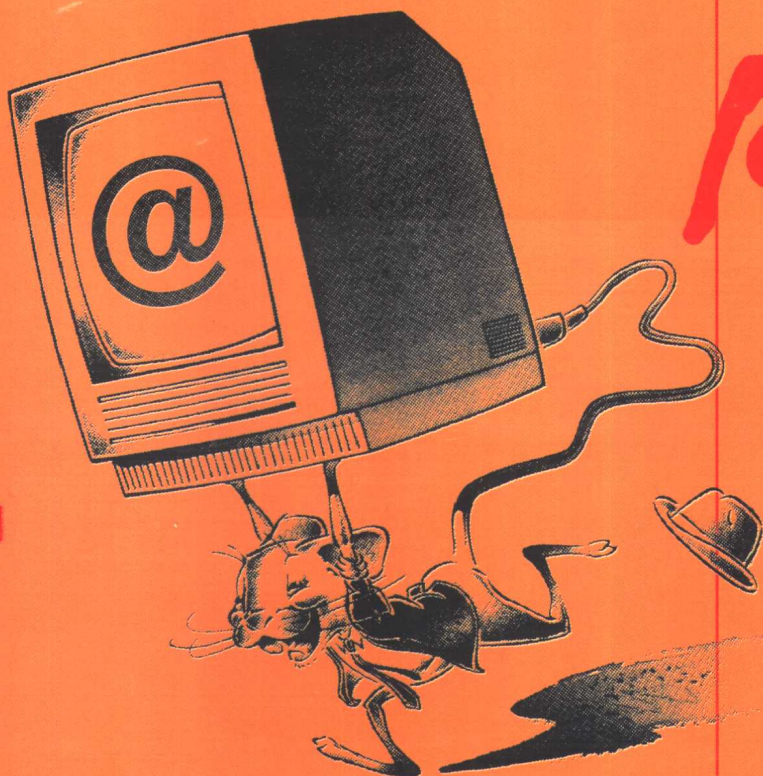
一网打尽

张远鑫 艾 柯 编著

互联网带来的

100

个商业机会



哈尔滨出版社

一网打尽

——互联网带来的 100 个商业机会

张远鑫 艾柯 编著

哈尔滨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一网打尽: 互联网带来的 100 个商业机会/张远鑫, 艾柯编著, -
哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2000. 1

(点线互相网普及丛书)

ISBN 7-80639-326-9

I. 一… II. ①… ②艾… III. 计算机网络-计算机应用-商业
-普及读物 IV. F716

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 76450 号

一 网 打 尽

——互联网带来的 100 个商业机会

作者 /张远鑫 艾柯

责编 /陈春林

封面 /邓翔

出版 /哈尔滨出版社

地址 /哈尔滨市南岗区贵新街 170 号

电话 / (0451) 6225161

印刷 /北京兴谷印刷厂

发行 /全国新华书店经销

开本 /1 /32

印张 /12

字数 /220 千字

版次 /2000 年 1 月第 1 版

印次 /2000 年 1 月第 1 次印刷

印数 /1-10000 册

书号 /ISBN 7-80639-326-9 /F·25

定价 /20.00 元

(本书如有印装质量问题, 请与印刷厂调换)

序：电子、商务及其他

报载：1999年2月2日，为了给业务急剧膨胀的公司招揽人才，毕业11年后的王志东重回北大。面对满怀期待的莘莘学子，这位一贯以谦逊著称的新浪网CEO发表了极具煽动性的演讲：“知识与价值将在这里找到最直接的联系……新浪成功上市后，将造就出几十个百万富翁！”

如果这番豪言壮语发表于1998年，或者更近的1999年上半年，人们都会以为不过是些哗众取宠的噱头。但是，在世纪落幕之际，一张大网突然支起，一切都显得如此理所当然。一个新的发财机会挡在中国人面前，形形色色的知识英雄纵横驰骋，一个比一个年轻的新富豪横空出世。

20年来，中国发财致富机遇不断，股票、房地产、经济特区……，造就了一代一代万元户、百万富翁、亿万富豪。与前几次相比，今天掀起的互联网热潮来得似乎更快些，更为凶猛些，同样会造就一大批百万富翁、千万富翁，亿万富翁，甚至亿万美元级的富翁，颇惹人眼热。

但是，我却担心在一个个泡沫破灭之后，那种空洞的爆裂声所引起的回响和震动。曾经出现过如此之多的富翁们不仅没有能够带领我们走出发展的瓶颈，却在不断自我消耗甚至烟飞灰灭。

我不懂计算机，不懂互联网，但自认为懂得一点经济学，又有一些失败的经商经验，而且珍惜自己的发言权。在不久前出版的《审视中国民营企业》一书中，我谈了些关于中国经济、中国企业甚至我不太懂的网络企业的看法。书中认为：“所谓‘知识英雄’基本上没有受过严格的商业训练，没有形成完整的管理概念，即使

是第四代技术型的民营企业企业家，虽然受过高等教育，但是缺少人文及经济管理基础教育背景，被技术至上的经济浪潮熏得有些飘飘然，不知所以然了”“搜狐的成功是 IT 产业‘概念经济’的成功，是背后世界级股东的成功，不是张朝阳的成功”。甚至认为“张朝阳远远逊于史玉柱”。

在批评宋朝弟的“跳跃的偏执狂”时我谈到这样一个观点：“我们同样不应该忽视这个基本点，西方企业是建立在理性思维基础上的，任何跳跃性，哪怕是“偏执狂”都受到理性主义的约束，使之在具体的经营实践中能够采取折中温和的态度。总裁个人思维的跳跃性也总是能够受到来自企业内部制度和他人的制约性。我们看到微软跳跃的一面，因为这一面更激动人心，更有新闻写作的卖点，更容易被展现出来，而有意无意地忽略了微软是建立在西方几百年形成的相当成熟的现代企业制度上的，企业家的技术创新和组织创新是活跃的，但是在每一阶段，业已经形成的结构起到调和的作用，使企业的发展处于稳态发展过程。”

这些批评也许过于刻薄和片面，但是也并非完全没有道理。它涉及到许多新兴的高科技企业所面临的管理和技术，技术和市场的关系问题，这些问题对于那些纯粹技术性公司来说已经相当严重，而当这些以技术开发起家的公司试图涉足传统商业时将更为严重，譬如说那些正致力于电子商务的网络企业。

网络的技术时代已经过去了，迎来了商务时代，这似乎是所有技术进步的发展轨迹。技术创新是开端，然后让位于资本家，让位于那些对技术“半懂不懂”的职业经理人。对于创业者来说也许会有有一种失落感，但历史就是这样残酷无情，这让我联想起不久前发生在中关村一系列的“人事地震”——有关技术和资本之争。

利用前几次发财机会崛起的一批又一批企业因为没有完成这种过渡而纷纷崩溃或面临危机。我关注到，互联网企业界正在实现这种过渡，这种过渡标志着以技术创新为出发点的互联网公司走向商

务运作阶段，也是电子商务走上正轨的标志。电子商务时代将面临互联网技术时代更为复杂的企业和市场环境，许多东西都是那些知识英雄们所无法控制和把握的。中国的网络产业发展太快，以致于创业者没有来得及作任何的反思就被推到顶峰，企业普遍缺乏制度构架，始终处于流变状态，是相当危险的。

曾经轰动一时，执掌我国最早互联网企业——赢海威的张树新认为，现在有些人把电子商务看得太简单了，实际上电子商务绝不是一个网站所涵盖的，它是传统商务利用互联网平台进行的整合。这是一个投资者看法。《IT 经理世界》近期有一个观点，“电子商务说到底还是商务”。这是舆论的看法。而我则以为，电子商务似乎不简单是一个“电子”问题，甚至也不简单是一个“商务”问题，而是一个基于市场社会的信用和道德问题。

如果说发达国家网络的发展得益于其先进的技术，那么电子商务普及则更多得益于长期以来确立的商业信用关系，继续追溯下去则与马克斯·韦伯所论及“新教伦理和资本主义精神”之间有某种关系。有了信用以及信用赖以存在的道德基础，互联网的商务平台才能得以构建，得以稳固。无论是网络公司内部管理者之间，还是利用网络交易的厂商之间、厂商与政府之间、厂商与消费者之间，消费者与消费者之间，都需要有基于传统的商业信用关系来维系，而在中国这种关系不仅没有完全建立起来，相反已有的正在不断崩溃。譬如说网上销售最终还要面对原子世界的种种问题，如配送体系的建立、库存、运输、商品质量的检验、付款方式等等。这些问题在传统商务中普遍存在，并不因网络技术的发展就迎刃而解，相反许多问题会变得更为复杂。

据一份调查报告称，有 80% 的以上的被调查者表示不会以任何形式进行网上交易，其最大的担心是安全问题，他们普遍担心自己的钱会不知不觉地跑到别人的钱包上。在今天这个人们把钱装在钱包里扎在裤带上都有一种不安全感的社会里，如何愿意将它变成

一网打尽

一个个0和1组成的数字。至于网络行骗，商品质量和售后服务更是令人不能放心。

伦敦经济学院院长吉登斯在一系列的著作中反复指出，现代社会的核心问题是“风险”和“信任”的关系协调。市场意味着分工与专业化，而分工与专业化则意味着一方面是“规模经济效益”，另一方面是“每一个人的日常生活不得不依赖于所有其他人的职业道德感”所产生的高风险。在互联网的电子商务时代，这种依赖性将更强。

中国自古以来就有轻商、贱商的传统，商人被斥为“诈伪”、“浮糜”，相应地维持正常的商业交易的信用关系始终未能形成。中国是一个缺乏商业信用资源的国度。中国传统道德伦理中也讲究“信”，但是这个“信”是有等级差序的，是有范围的，它往往依托于私人关系，包括血缘的、地缘的关系。在亲族、朋友、乡党和业内，除此之外的“信”并不存在。可悲的是，外部的信用危机逐渐蔓延，这种依托于血缘和地缘关系“信”也几乎消失殆尽了，至此，整个社会的信用也就完全丧失了。计算机网络超越传统社会网络更需要用信用来构建，没有信用，任何发达的网络都会化为虚有。

因此，在中国，电子商务的问题不仅仅是电子问题，也不仅仅是商务问题，而且是一个商业信用问题，以及商业信用赖以确立的道德问题。对此，那些知识英雄们似乎应该有一个清醒的认识。

关于“电子”我不懂，但自认为懂得一点“商务”，这也许是我愿意接受邀请替本书写序的原因之一。拉拉扯扯说了许多不着边际的话，受人之托，也该为本书作些评述了。从内心说，这不是一本专业电子商务书籍，写作风格和体例也不甚理想，书的两位编者也非专业网络人士，不过是对网络有浓厚兴趣的业务爱好者而已。我认为，本书最大的创意在于将已经流行和即将流行的各种与网络有关的商业机会罗列在一起，有“大全”或者“总汇”的意味。在

序：电子、商务及其它

当今技术为主导的网络图书世界里，这种编辑也许也能算是一种创新吧，它以特有的方式提醒人们，在未来的网络世界里，有 100 种甚至更多的商业机会在等着大家，每个人都能够通过网络发财。不是一样激动人心吗？

杨文轩

世纪之交于大兴滨河

序言：电子、商务及其他

第一章 网络时代 (1)

- 未来大趋势 /2
- 网络大趋势 /6
- 网络经济 /9
- 网络与产业革命 /13
- 互联网产业 /17
- 网络与企业 /21
- 网络与个人 /28
- 网络创业神话 /35

第二章 电子商务时代 (38)

- 定义电子商务 /40
- 电子商务系统构成 /44
- 电子商务的发展 /46
- 电子商务的类型 /50
- 电子商务存在的问题 /54
- 电子商务经营模式 /57

第三章 网上销售 (61)

- 网上销售的优势 /63
- 网络购物障碍 /66
- 产品定位 /69
- 市场定位 /72
- 网上销售准备 /74
- 网站建设 /76

宣传推广	/79
网上交易过程	/81

第四章 网络批发零售业 (85)

网上超市	/86
网上商城	/88
网络专卖店	/93
网络特色店	/96
网络电脑直销店	/98
网络书店	/101
个人定制店	/105
网上花店	/108
网上专业市场	/110
网络拍卖	/113
网络拍买	/117
易货商店	/120

第五章 网上社会服务业 (122)

电子政府	/123
电子军队	/125
网上学校	/127
网络医院	/131
虚拟社区	/133
网络图书馆	/135
虚拟研究所	/139
网上竞选	/143
网络气象服务	/145

网络导航 /147

在线彩票 /149

网上捐赠 /152

第六章 网络商业服务 (154)

网上人才市 /155

网络律师事务所 /158

网络广告公司 /160

网上订票服务 /164

网上旅游服务 /166

网上房地产中介 /169

网络调查公司 /171

第七章 网络金融业 (174)

网上银行 /175

网上证券交易 /179

网上保险公司 /182

在线投资 /185

第八章 网络娱乐业 (188)

网络游戏 /189

虚拟旅游 /191

网上赌博 /193

网上聊天 /195

网络宠物 /197

名人网站 /198

网络电影 /200

在线音乐 /201

第九章 网络传媒业..... (204)

网络广播电视 /206

电子杂志 /209

电子报纸 /211

电子图书 /213

第十章 网络通讯业..... (216)

电子邮件 /217

IP 电话 /220

网络传真 /223

一线通 /225

电子贺卡 /227

网上传呼 /229

网络呼叫中心 /232

网络会议系统 /235

第十一章 网络基础建设业..... (237)

电信联网 /240

有线电视联网 /243

电源线联网 /246

卫星联网 /249

无线联网 /251

第十二章 网络接入服务商 (ISP) (254)

第十三章 网络信息供应商 (ICP) (259)

信息搜索服务商 /260

网络综合信息服务商 /263

专业信息服务商 /265

电子商务提供商 /268

第十四章 网络设备供应商 (270)

个人电脑 /271

调制解调器 /273

网络服务器 /275

路由器 /277

网络打印机 /279

第十五章 网络软件供应商 (280)

第十六章 网络咨询代理业 (286)

计算机及网络咨询培训 /287

域名注册代理 /289

虚拟主机租赁 /293

网页制作代理 /296

网吧 /298

电子商务认证 /300

第十七章 网络新产品开发 (302)

机顶盒 /304

信息家电 /307

网络电视 /311

互连网电话机 /313

网络手机 /315
网络传真机 /317
数码相机 /318
网络摄象机 /321
数字音乐播放机 /322
网络寻呼机 /323
电子书籍阅读器 /324
电子地图 /325
智能大厦 /326
网络住房 /329
IC 卡 /333
智能汽车 /335

第十八章 网络延伸服务和产品 (337)

配送中心 /338
平面和动画设计 /341
网络病医生 /342
电子警察 /344
网络黄页 /347

第一章

网络时代

未来大趋势

未来学家预测了未来社会的十大发展趋势。

趋势一：民族国家在国际社会中的地位将发生重大变化。从全球变暖到 24 小时交易，地球已经成为一个整体；网络通讯与交通运输手段的进步，使地球日益“缩小”。面对全球人口爆炸，大气污染等挑战，各国控制事件的难度明显增加。与此同时，国际组织、跨国公司由于有足够的资源和相对于国家的信息优势，可能并将要成为 21 世纪有极大力量的多功能实体，这些都将对民族国家在社会生活的地位产生冲击。

趋势二：知识经济兴起。知识经济是在充分知识化的社会中发展的经济，其特点是经济发展可持续化；“知识经济”是促进人与自然协调、持续发展的经济，资产投入无形化；知识经济是以无形资产投入为主的经济，知识、智力、无形资产的投入在经济活动中起决定性作用；世界经济一体化，世界大市场是经济持续增长的主要因素之一；经济决策知识化，在知识经济时代，脑力劳动占了主要优势，具有智能的人本身成为人力资本。

趋势三：经济趋于全球化。21 世纪将是经济全球化的高级阶段，到时我们将看到真正的全球企业、全球产品、全球市场、全球消费。21 世纪的全球营销是“无国籍营销”，规模一般都很庞大，生产据点和销售网络遍布全球。从 1990 年英国《商业周刊》列出的 40 家“无国籍公司”来看，他们 1989 年的海外销售额比重都超过 40%，他们的海外资产和外国人拥有的股权比重也相当高。全球化的标志之一就是世界统一大市场的形成。高科技武装的通讯联系、低廉的运输成本、无国界的自由贸易正在把整个世界融成一个

唯一的市场。可口可乐、好莱坞大片、麦当劳、肯德基、Windows98 都是全球化在我们日常生活中的反映。

趋势四：高科技推动全球经济进入全新发展阶段。根据联合国有关组织的分类，当今高科技可以分为八大类：信息科学技术、生命科学技术、新能源与可再生能源科学技术、新材料科学技术、空间科学技术、海洋科学技术、有益于环境的高新科学技术和管理（软科学）科学技术。科学界普遍认为生物技术和信息技术将成为下世纪关系国家命运的关键技术。

趋势五：信息技术与网络改变人们的生活方式。您可以在您的银行主页上点击信用卡公司、百货商店或是公用事业企业的图标，从而获得有关您账户的信息，购买你所需要的产品和服务。您将能够深入查看账户和付款历史，如果您对账单有疑问，那么只需发一封电子邮件即可，而不需要单独再写一封信了；销售商也可以通过互联网主页推销其他产品和服务。对未来社会而言，在网上获取信息、学习、娱乐和通信将成为一种习惯，这将同我们现在拿起电话与别人交流或从产品目录上订购货物一样自然。

趋势六：消费趋于个性化。美国康温迭戈州的米歇尔服装店有 5 万个顾客，他们利用 AS/400 商用计算机系统针对每一个人服务。华尔街日报等已在电子版上推出“个人化报纸”，根据个人喜爱的新闻项目、题材、企业、基金种类，打开电脑就可读到一份专为个人设计的报纸。先进技术的应用，使得大规模地按消费者个人要求进行各种消费品的生产成为可能，而消费者自身素质和消费水平的提高，也使追求个性化成为时尚潮流。

趋势七：未来的工作具有更大的自由度。虚拟办公目前已成为某些发达国家的潮流。据调查，美国 1994 年已有 1/3（4320 万）左右的人至少有部分时间在家办公，欧洲有 1000 万，英国约有 140 万。信息技术的进步和通信业的发达，使得“远程办公”、“在家办公”、“虚拟办公”成为现实，多种雇佣形式的出现以及“弹性工作