

教你上网赚钱

教你网上省钱

大众网络

INTERNET WEB
系列

<http://www.motorworld.com.cn/web.htm>

如何上网 做生意

策划：詹姆斯·W
编著：王健

HOW MAKE MONEY
ON INTERNET

商业指导原则

第一要素：更好
第二要素：更快
第三要素：更经济



信息就是金钱

无网而不胜



INTERNET：每天产生一位百万富翁

跨时空的
赚钱诱惑



世纪网络商战

上网前的准备
注册环球商标：域名
创建公司WEB



汽车城网站荣誉策划
重庆电子出版社出版

ISBN 7-900326-09-X/G · 10

如何上网做生意

大众网络系列

INTERNET WEB

HOW MAKE MONEY ON INTERNET

如何上网做生意

HOW MAKE MONEY ON INTERNET

策划：王 健

编著：詹姆斯·W



重庆电子出版社出版发行

1998

内容简介

互联网正在影响和改变着人类的生活方式。

本套手册和光盘探讨如何利用互联网从事商业活动，教你上网赚钱，教你网上省钱。作者特别为中国人撰写过上网入门书《一步一步学上网：INTERNET 上网实用宝典》，目前仍是国内最畅销的图书。

面对迅速增长的电子商务，全世界的人都在关注互联网在商业上的应用，为帮助千百万中国人顺利迈入 21 世纪的信息时代，作者又以轻松的笔调，为你提供实用的电子商务指南。

本套手册和光盘将引导人们进入互联网的美妙新世界，提供如何上网做生意，轻松致富的宝贵诀窍，你将从中获得：

上网做生意的具体技巧、让你一步一步发财的诀窍、教你如何成为富翁的基本步骤、上网有关的名词解释和注意事项。

本套手册几乎涵括了网上做生意的方方面面，你若能按照计划实行，就可以在互联网上打开一条致富之路，在网上赚钱成为百万富翁。

如何上网做生意

HOW MAKE MONEY ON INTERNET

编著：詹姆斯·W

策划：王 健

汽车城网站荣誉策划

重庆电子出版社出版发行

重庆市渝中区人民路 236 号 邮编 400015

平面构成：詹姆斯·W

电脑组版：王 健 陈红梅

责任编辑：王 露

封面制作：重庆金点资讯公司

光盘程序：毛 峻

光盘监制：李志高

开本：787mm X 1092mm 1/16 印张：10 字数：256 千字

1998 年 11 月第一版 1998 年 11 月第一次印刷

印数：0001-10000

ISBN 7-900326-09-X/G · 10

定价：58.00 元 / 套(含光盘)

编者的话

EDITOR'S REPORT

无网而不胜

这是一个最坏的时代，
这是一个最好的时代，
这是一个令人绝望的冬天，
这是一个充满希望的春天，
我们目前什么也没有，
我们目前什么都有。

英国批判现实主义文学作家查尔斯·约翰·狄更斯在18世纪撰写的这首诗，我们用它来说明20世纪末互联网会带给人类社会的是什么，真是恰当不过了！

本书是专为那些想利用互联网从事商业活动的人们编写的。因为互联网不仅可以帮助公司减少开支，增加盈利，同时又能提高公司的社会形象。我们将别为你简要说明为什么要利用互联网？怎样在网上开展商业活动？以及应该怎样去做？

很多人都曾经产生过这样的问题“互联网能为公司赚钱吗？”本书提供了许多商业公司在互联网上从事盈利活动的实例，你可以读到我们的分析和结论。

我们提供的不是快速致富的空泛窍门，而是关于互联网商业的现实介绍。无论私人企业还是名列美国《幸福》杂志上的500大公司，不管是精通电脑的网络管理员还是和管理企业的公司总裁，本书提供的东西他们都一定会感兴趣，因为互联网上存在许多的财富，本书特别适合那些想要使生意更兴隆、盈利更丰厚的人。

你不必是电脑专家，也不必是曾经接触过互联

网或商业服务网络的人，我们会告诉你在互联网上如何进行商业活动，这些信息对任何人来讲都是宝贵的知识。凡是体验过上网难的人都知道，一个好的导师能够决定访问互联网是提高生产率的推进器，还是浪费时间的消磨器。我们尽可能使本书简洁明了，确保你用最少的时间，明白无误地了解在互联网上从事商业活动的艺术。

多年以前，在互联网上从事商业活动是被禁止的，政府禁止商业公司利用由他们投资建设的网络从事商品销售和商业宣传活动。直到1991年，美国政府才声明将不再限制互联网只能用于科学研究。于是，在世界各地的互联网络服务供应商马上对此变化做出反应，创建许多商业性质的主干网络。

数以百万计的普通大众得以使用互联网。过去纯学术的网络上已经充满了各种计算机模拟商店，出售的商品从图书、鲜花、珠宝、CD到体育比赛和音乐会门票、比萨饼、龙虾、游戏等各种商品和服务应有尽有，商人们都希望能在全球约100000000互联网用户中寻找潜在的买主。

不论是在互联网上还是在街面上开店，并不是每个人都能取得成功。商业上失败的原因很多，包括经营者缺少资金、市场不旺、竞争激烈、产品价格不适应市场要求等。虽然读完这本书并不能保证你就一定能成功，但阅读本书可以指导你减少投资风险，增加成功的机会。

在互联网上开展业务也是有风险的，就像在世界上任何地方开展新业务一样，我们提醒你一定要认真研究这些情况以做出明智的选择。

The Money Page

The net's Consumer Guide to Investment, Banking and Finance

序 言

HOME PAGE

信息比金钱更重要

英国著名哲学家富兰克林·培根说过一句名言“知识就是力量”，相信大多数中国人都熟悉这句话，不过在今天，我们要为大家导入一个新的观念：“信息就是金钱”。

当人类社会即将进入21世纪的时候，开始出现以信息为主导的新型产业趋势，互联网成为推动经济发展的直接驱动力，从而掀开历史的新篇章，也就是人类知识经济时代的开始。

不论在社会主义或资本主义社会里，信息在市场经济中都起着不可或缺的作用。虽然市场经济要遵循一定的规律，而这种规律并不是完全自然的事情，但在信息的帮助下，市场的运行要顺利得多，而且还有利于人们的思想和观念的形成。

在市场经济中，大家在做什么？谁在获得商业上的成功？谁在走向失败？最根本的原因又是什么？信息，这就是重要的东西。

根据最新的统计资料显示，目前全球互联网上的网民总数已达到113000000人，中国大陆的网民总数超过1175000人，台湾地区的网民总数超过5000000人，香港特区的网民总数也超过2500000

人。互联网上每天传播着很多有价值的信息，也许你觉得这没有什么了不起，大家都可以拥有这些信息。事实上并非如此，许多人并没有利用这些信息，而拥有大量最新信息的人在商业活动中，其竞争力总是要比别人强很多。

其实，人们对互联网的认识发展过程很有趣。大名鼎鼎的微软公司总裁比尔·盖茨曾经对互联网技术掉以轻心，后来才觉得大事不妙，急忙调整兵力，倾力发展互联网产品；类似地，中国人最初认识互联网后，对这个好东西曾经很犹豫，现在从中央到地方各级政府都在积极发展信息高速网络，建设信息港，为信息经济时代的来临作准备。

信息是一把神奇的钥匙，它可以打开一通百通的万能之门。信息有价，这已开始在中国成为一种新的社会价值观，一些人愿意花钱购买股票信息，但仅仅把钱花在这方面而不愿意花的专业信息和知识的取得上，就是一种短见，因为很多新的经济增长点都是由互联网带动起来的，信息的价值正不断提高。

电子邮件（E-mail）已逐渐变成人们除电话之外，最重要的通讯工具，而且成为越来越重要的信息



来源。人与人之间不接触很难有新感觉,没有新感觉就不会有新改变;在这个时代中要想大发展,需要有效地与世界接触,就得靠新科技。

万维网(WWW)已经成为现代社会提供信息,交流思想的很好工具。通过创建Web网站,一个小公司也可以在信息高速公路上树起一块广告牌,并且可以直接进行国际交流与合作。

继《一步一步学上网:INTERNET上网实用宝典》和《一网打尽:全球互联网站指南》图书和光盘畅销全国之后,为进一步倡导和推广互联网在工商企业中的应用,帮助人们解决上网做生意过程中可能遇到的各种问题,我们又根据近年的工作经验和体会,为国内广大的企业管理人员特别撰写了这本《如何上网做生意》,可以说是一部全新、通俗的学习教程实用和用户手册。

上网做生意不再是一项神秘的技术工作。不需要你成为电脑网络专家,也不要求你去完成复杂的操作,更用不着你去编写程序,上网组做生意就像人们使用电话和传真机一样简单。

本书作者充分体谅中国大众的现实处境,与你一起探讨如何利用互联网从事商业活动,书中没有许多电脑图书那种眩妙而繁杂的说教,为你提供可以直接用在网上轻松致富的宝贵诀窍,你将获得有关上网做生意的具体技巧、一步一步创建公司网站的知识、以及如何在互联网上为公司产品和服务做宣传、教你如何寻求全球商业贸易伙伴和消费者、

以及有关的名词解释和注意事项。

这本书不仅凝聚了作者群的集体智慧和经验,更涵括了目前网上做生意的方方面面,你若能按照计划实行,就能在互联网上打开一条致富之路。愿更多的读者从这里开始,进入神奇的互联网,探索世界的奥秘,利用信息赚钱,成为知识经济时代的第一批亿万富翁。

如果你在利用互联网做生意的过程中发现有好的经验和教训,请一定要告诉我们,以便在今后修订这本用户手册和多媒体光盘的时候,我们好把你的经验和教训增加进去,让更多的人来分享你的发现,我们也很愿意听取读者的意见,特别想知道读者在个人生活和工作中是如何利用这本用户手册和多媒体光盘的,随时欢迎你把意见和经验通过电子邮件或传统邮件寄送到:

汽车城网站

重庆市渝中区互助里 65 号 9/F (邮编: 400015)

电话: 86-23-63616241

传真: 86-23-63616250

Email: motorwd@yahoo.com

王健
站长 (Webmaster)

汽车城网站

<http://www.motorworld.com.cn>

目 录

序 言 Homepage

信息比金钱更重要

编者的话 Editor's Report

无网而不胜

第一篇 改变世界的网

- 1-1 无所不在的互联网 1
- 1-1-1 改变世界的互联网 1
- 1-1-2 政府的角色 2
- 1-1-3 上帝也上网 3
- 1-1-4 商界的进入 4
- 1-1-5 企业上网 5
- 1-1-6 上网做什么? 6
- 1-1-7 什么时候能赚钱 7
- 1-2 上网 跨越时空的赚钱诱惑 8
- 1-2-1 抢先上网占商机 8
- 1-2-2 中国经济信息网 10
- 1-2-3 赚亏全靠你自己 10
- 1-3 每天产生一位百万富翁 12
- 1-3-1 谁不想赚一百万? 12
- 1-3-2 微软的秘密 13
- 1-3-3 网上淘金的“童子军” 15
- 1-4 人人都可以“无本万利” 17
- 1-4-1 最有机会赚钱的地方 18
- 1-4-2 YAHOO开始的新时代 18
- 1-5 网上汽车帝国 19
- 1-5-1 数字化革命 20



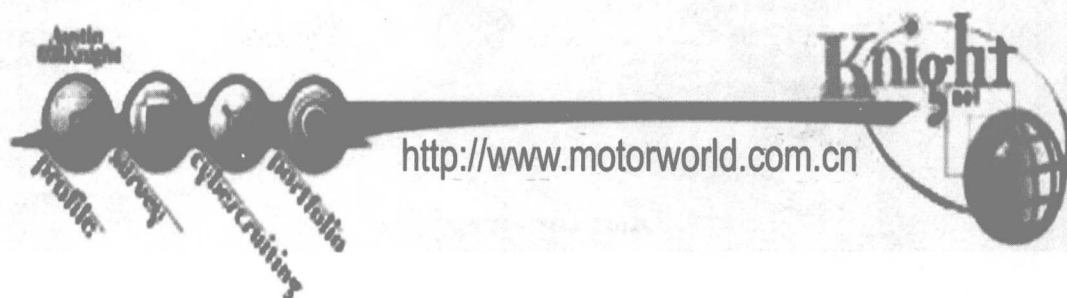
- 1-5-2 企业网真美妙 21
- 1-5-3 跟着太阳跑 21
- 1-5-4 一切刚刚开始 22
- 1-6 成功赚钱的简单原则 23
- 1-6-1 事业成功的基本原则 23
- 1-6-2 第一要素:更好 23
- 1-6-3 第二要素:更快 25
- 1-6-4 第三要素:经济 26
- 1-7 赚钱的基本方法 27
- 1-7-1 市场营销 27
- 1-7-2 销售广告空间和链接 28
- 1-7-3 改善客户服务 28
- 1-7-4 送小礼赚大钱 28
- 1-7-5 汇集各种内容 28
- 1-7-6 低成本发行渠道 29
- 1-8 玩的是网络,赚的是美元 30
- 1-9 网上兼职也赚钱 31

第二篇 世纪网络商战

- 2-1 开拓人生事业的新里程 35
- 2-1-1 工欲善其事,必先利其器 37
- 2-1-2 互联网的功能 39
- 2-1-3 如何编制财务预算 41
- 2-2 上网前的准备 43
- 2-2-1 选择上网的连接方式 47
- 2-2-2 如何选择互联网络服务供应商? 49
- 2-2-3 Web建站服务 51
- 2-2-4 一手搞定自己建网站 53

改变世界的网

INTERNET CHANGE THE WORLD



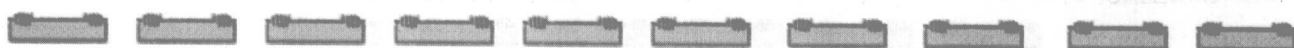
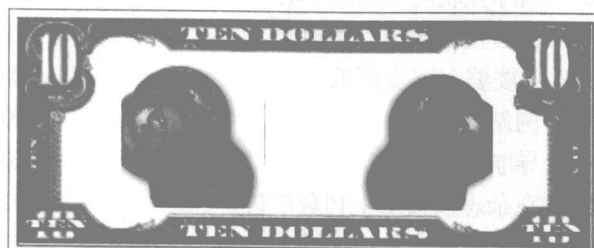


第三篇 创建商业网站

3-1 商业用语指导原则	55
3-2 选择平台建设网站	58
3-2-1 建设基本网站	59
3-2-2 建设多层次网站	60
3-2-3 建设全功能网站	61
3-2-4 选择平台建设网站资源	62
3-3 设计精彩的网站	63
3-3-1 设计基本网站	64
3-3-2 设计多层次网站	65
3-3-3 设计全功能网站	66
3-3-4 设计网站的资源	67
3-4 网站的维护管理	70
3-4-1 网站刊登与上网	71
3-4-2 网站内容的更新	72
3-4-3 网站的运行情况分析	73
3-4-4 网站维护的资源	74

第四篇 网上生存与发展

4-1 招揽全球生意做老板	77
4-2 网上商业的现实与未来	79
4-2-1 网上生机	79
4-2-2 网上交易的基础	80
4-3 电子货币	82
4-4 网上交易要安全	85
4-4-1 SSL: 资料加密法	85
4-4-2 SET: 网上信用卡标准	86
4-4-3 小心黑客	86
4-4-4 防火墙原理	86
4-5 经营网上商店	88
4-5-1 订单的处理	88
4-5-2 寄送商品	89
4-5-3 收款方式	90
4-5-4 容易被遗漏的问题点	93
4-6 形形色色的网上商店	94
4-7 做个成功的网上投资者	95
4-8 网上炒股票	98
4-8-1 实时行情	99
4-8-2 上市公司资料	99
4-8-3 历史数据	100
4-8-4 网上股评	100



目录

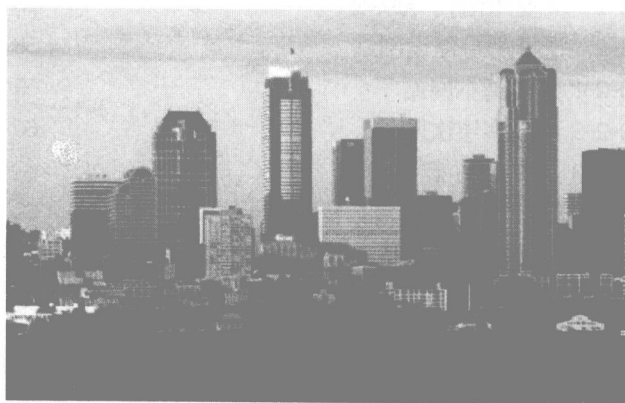


第五篇 第四空间争夺战

5-1 热门的网上商业模式	103
5-1-1 赢得新市场	103
5-1-2 开辟新的服务项目	103
5-1-3 老名牌面临挑战	104
5-1-4 提供与传统市场不同的东西	104
5-2 环球商标——域名	106
5-3 域名系统的运作方式	108
5-3-1 域名的前世今生	108
5-3-2 域名的授权机构	109
5-3-3 域名解决方案	110
5-4 域名之争	112
5-5 如何登记注册域	115
5-6 国际互联网络信息中心	116
5-7 中国互联网络信息中心	118
5-8 王婆婆上网卖西瓜	120
5-8-1 网站的推广	120
5-8-2 导航系统	120
5-8-3 在杂志及报纸上刊登广告	121
5-8-4 在网上做广告	123

第六篇 设计制作商业主页

6-1 首页的构造	128
6-1-1 基本概念	128
6-1-2 超文本的由来	128
6-1-3 主格式元素	129
6-1-4 常用HTML标记元素	131
6-2 网页设计基本技法	132
6-2-1 网页到底是什么?	132
6-2-2 网页的商业运用	134
6-3 网页制作的注意事项	136
6-3-1 要在哪里制作网页?	136
6-3-2 注意著作权问题	136
6-3-3 表格的制作	137
6-3-4 设计WEB主页的诀窍	137

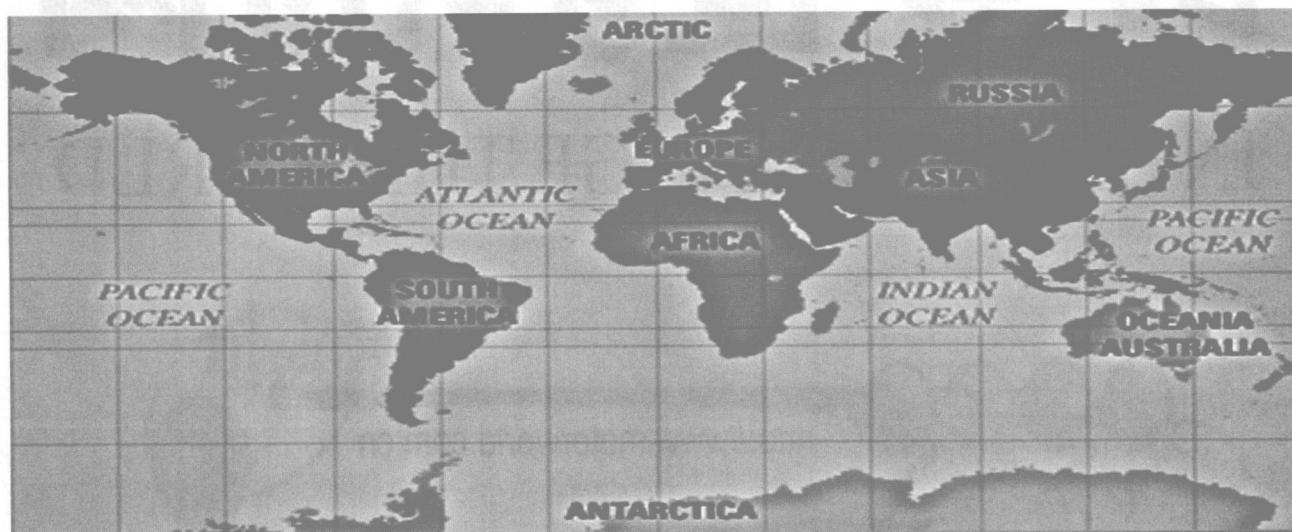


第七篇 省钱发财的秘笈

7-1 免费发送国际传真	140
7-2 使用免费电子信箱	142
7-3 你跑腿找人	144
7-4 SEARCH搜寻器	148
1-5 如何查找金融信息	152



无所不在的互联网



1-1-1 改变世界的互联网

互联网改变了美国人的工作和生活方式，正在开始改变中国人的工作和生活。

每天，我们可以看到数百万笔商业交易在遍布地球表面密密麻麻的高速电脑网络上穿梭流过。几百页的书面资料在几秒钟内就跨越地球的两极；电脑屏幕上几个画面切换之后，你在中国北京发出的请求就已抵达遥远的英国、日本或澳洲，而对方的回复也要比传真还要快，很短的时间内就会在你电脑屏幕上呈现。只要几个简单的指令，你存放在重庆工厂联网主机上的文件就可以轻松地下载到纽约办事处的电脑里；那些你雇用而从未谋面的大学教授和公司研究开发人员，也可以不用碰面就能在互联网上共同研究开发测试新产品。

对成千上万跻身于互联网的人而言，传统的时间和空间限制已经不复存在。一台电脑，不论是在美国还是在香港，都和放在隔壁办公室没什么两样，人们只需要按下键盘，各种信息就会飞快地送至上千上万的用户面前。今天懂得利用互联网的人，无需离开自己的办公室便能轻松地掌握全球瞬息万变的

信息和新技术、参与消费信息的讨论、交换大型的资料文件、做好客户服务等等。

互联网正在证明人们长久以来一直争论不休的信息革命。过去被看作是科幻情节的交互电视、视讯电话和多功能家用电脑等设备，都已开始进入实验或实用阶段，人们大梦初醒般地注意到这些发展，全世界的媒体都一窝蜂地抢着报道互联网的发展情况，并预言一个连接家庭和办公室，提供医疗保健、教育机会及休闲娱乐的“信息高速公路”正在诞生。

互联网已经成为各种信息的最新宝库，其中包括科学、研究、商业和贸易、教育、社会、政府、娱乐等信息。今天商业成功的秘密就是信息，互联网上的信息都是免费的或只花一点点钱就可以得到的，并且人们可以通过不同方式利用这些信息。

互联网上的信息24小时无休地奔驰着，其数量之巨大是几年前人们难以想像的。许多行业根据目前的科技水平和政府的信息运作，在遍布世界各地的互联网上，充满许多有价值的信息：从世界银行 (<http://www.worldbank.gov>) 到美国国会图书馆 (<http://loc.gov>)，从美国股票交易网 (<http://>



www.amex.com) 到中国的证券之星 (<http://www.stockstar.online.sh.cn>) 提供上海和深圳证券交易所的股市行情。在互联网上, 几乎可以找到全世界二百多个国家和地区的政府、资源、组织和文化等网站, 并且包括同其它网站相关的链接。

由26个国家发起创建的联合国, 现在已有会员国190个, 在联合国下设立有众多的国际组织, 如联合国安全理事会、世界卫生组织、世界银行等等, 在联合国 (<http://www.un.org>) 上网后, 各机构和专门委员会也纷纷上网 (<http://www.unsystem.org>), 其功能是传播信息。

未来的信息高速公路最终会是什么模样? 将会掌握在谁的手中? 这些问题仍然是众说纷纭, 因为互联网是一个动态、持续发展的系统。

不管是通讯业或有线电视业, 都希望在这场世纪商战中夺胜, 抢先提供能够承载所有未来产品服务的高速连线到家庭。现在互联网发展的重点已经由是否需要高速网路, 转变为何时以及网络结构细节的选择问题, 各种社区交互式网络实验和示范模型纷纷出笼, 让人们不禁以为一个全民上网的新时代就在眼前。

1-1-2 政府的角色

美国在互联网早期的学术和国防目的研究开发中扮演着关键的角。60年代对美国人来讲具有特殊的意义, 当在古巴出现核导弹危机后, 美国与苏联的冷战开始急聚上升。为在今后的战争中取胜, 必

须在科技上领先, 美国联邦政府资助各种研究中心, 不论以营利为目的商业公司或大学, 都拥有先进的电脑系统。为将这些电脑连接起来共享数据, 国防部的高级研究计划局 (ARPA) 负责寻找使电脑互联的最佳方案, 电脑联网的真实目的是受苏联威胁的影响, 任何一个网络联到有防御能力的中心时, 必须保证其具有抵御核破坏的能力。

国防部的高级研究计划局为BBN提供资金进行研究, 到1969年研究小组提出了报文分组交换网络协议, 在1970年把加利福尼亚大学圣巴巴拉的UC-SB、斯坦福研究所的SRI、加利福尼亚大学洛杉矶分校的UC-LA和犹他州州立大学盐湖城分校的UU-SLC四个节点的计算机联接起来, 开通ARPAnet分组交换电脑网, 这就是现代互联网的雏形, 到1972年, 全美已有40个不同网点归属ARPAnet。

与此同时, 英国皇家物理实验室和法国的一家机构也在研究电脑之间进行互相通讯的研究 (即分组交换)。在1972年在华盛顿召开的第一次国际电脑通信会议上, 人们就不同电脑和网络之间的通信协议达成一致, 1974年产生了重要的IP (互联网协议) 和TCP (传输控制协议), 规定了信息在互联网上的传输方式, 奠定了互联网发展的基础。美国国家科学基金会网络 (NSFnet) 的建立, 为全美国的研究人员提供了高性能的计算服务, 到1983年, 互联网已遍及世界的各个角落。

1990年, 美国负责管理互联网的联邦组网委员会修改基本政策, 允许任何组织申请加入互联网, 而以前入网必须得到美国政府机构的许可。从这以后, 才真正开创互联网的迅速发展时代。

过去美国政府以随机或无计划的方式影响互联网, 今天的美国政府则是把信息高速公路看作其经济及科技政策的一部分, 并通过《国家信息基础设施》(National Information Infrastructure) 行动纲领来直接地积极致力于网络的发展。

早在1991年, 阿尔·戈尔就提出“信息高速公路”法案, 后来与比尔·克林顿一起竞选美国总统时

又提出在21世纪到来之前,要着手建设一个贯通全美,以光纤网络和超级电脑为主干的“对美国人来讲,未来的国家信息基础工程等同于高速公路,只不过路上跑的不是汽车而是信息,人们就能完全理解这一名称的含义了。

比尔·克林顿就任美国总统不到三个月便宣布一项由政府 and 私人企业合作,加速电子基础结构建设开发的计划。随着美国国家科技政策的宣布,更进一步显示了政府和高科技公司联手合作发展互联网来加强国家竞争力的核心。

美国政府通过合理的税收和规章制度,为私人部门进行研究提供投资,扩展通用性服务的概念,使人们确信能以合理的价钱使用信息资源,保证信息的保密性和网络的可靠性,保护知识产权。

1997年1月20日,美国东部时间中午11:30分,比尔·克林顿总统再次当选总统宣布就职,这次同以往美国总统登基大典不同的是,克林顿的就职演讲,首次通过互联网向全球实时广播。想当年火车载着政客们四处游说,收音机曾经把美国总统候选人·富兰克林和西奥多·罗斯福的声音传遍千家万户,电视使无数美国人目睹约翰·肯尼迪的翩翩风度和年轻有为形象,互联网使克林顿在互联网上开设竞选网站,吸引成千上万互联网用户的垂青,为庆贺克林顿再次当选美国总统,其竞选班底又在互联网上建立网站,而当克林顿出现性丑闻的时候,各种流言也在互联网上广为传播。

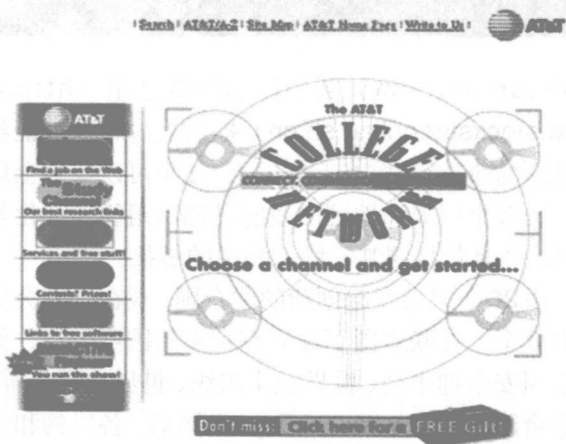
美国总统在互联网上开设有总统专用电子信箱(president@whitehouse.gov),总统官邸白宫也开设有互联网站(http://www.whitehouse.gov),让世人了解美国总统的重大活动和家庭生活以及美国历届总统和白宫的历史。

在克林顿政府提出美国国家信息基础设施报告后不久,欧洲、加拿大、日本和新加坡等国也纷纷开始本国的信息基础设施建设,在全球范围掀起一股建设信息高速公路的热潮。

早在1986年,中国就开始进行国际联网的项目

研究,北京计算机应用技术研究所与德国卡鲁厄大学合作,进行《中国学术网》(CANET)的研究;留美学者也把美国正在研究开发中的阿帕特(ARPANET)网络技术介绍到国内,并利用国际长途电话调用外国的电脑资源。1997年9月20日22点55分,通过北京计算机应用技术研究所的拨号X.25线路,向全世界发出第一封来自中国的电子邮件。

1991年在中美高能物理专家的共同努力下,中



国被纳入互联网的合作计划中,1993年3月,中国终于与国际互联网接通,但美国政府限制中国专线只能联入能源科学网(ESNET),并不能将互联网应用于军事和商业领域。

1994年3月,中国正式获准加入互联网,同年5月完成全部联网工作,中国的网络域名也确定为.CN,中国政府对互联网的进入表示认可。

互联网进入中国大陆后,政府的态度和管理措施都非常小心。因为全球经济都在向信息经济方向发展,如果我国采取闭关自守的政策,将信息网络拒之国门外,那么,中国在未来世界的经济竞赛中仍将处于被动局面;如果政府无法对互联网上的信息进行控制,那么,它对国家政治和文化的侵蚀力量也不可低估,这种状况一度使政府在发展互联网上产生犹豫。

历史上,每一项通讯技术的变革都曾引发社会不同程度的不安和混乱。法国的弗朗索瓦一世曾禁

止任何书籍的出版,因为印刷术为色情文学的产生和发展提供了温床。法国大革命中,民众捣毁电报装置,因为电报引发许多经济诈骗,还可用来向敌人传送信息;连美国最高法院曾认为电话对政府没有什么用处。

互联网正开始在中国发展成为一种新的大众媒体。按照美国学者的标准,当一种媒体的使用人数达到全国人口的20%以上时,才能称为大众媒体。在美国,广播经过38年、电视经过10年成为大众媒体,而互联网仅用了5年就达到这一标准。

由于互联网是一个开放的系统,一些黄色的、政治上和国内法律相冲突的大量信息也会流入国内,将不利于国内的稳定和发展。中国政府已设立专门的机构,开始有步骤地对互联网实行管理。公安部计算机管理监察司1994年12月30日召开的国家经济信息化联席会议,就意味着政府限制互联网络的负面影响,事实已进入实施阶段。

新加坡政府立例监管互联网上的内容,在各个网络出口设下防火墙,限制某些网站进入本国网络。但这就减慢了网络的传输速度并增加成本,而且也不能完全杜绝所有黄色或反动的内容进入本国。

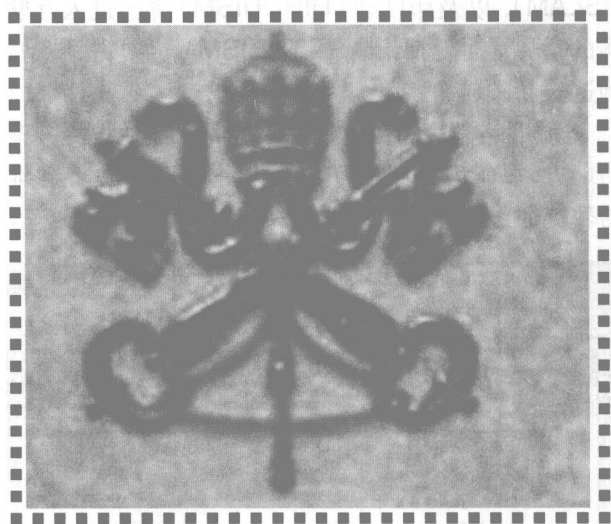
香港影视及娱乐事务管理处公布的香港互联网网络供应商业务守则指引中,只是针对香港内部网络发放的信息加以监管,而对外地的网络就是“鞭长莫及”了。

其实,信息本身并不造成任何损害和罪恶,它只有通过人才产生效用,我们也不能因少量的有害信息而放弃大量的有用信息。既然来自世界各地、各民族和个人的最新观念、思潮都会通过互联网冲击用户的价值观,在这种情况下,政府、学校甚至社会传统所灌输给国民的道德观念,就会变成众多选择中一种,过去它一直所起的支配性作用则可能消失。互联网络对人类价值观的影响会微妙地体现在各个不同的方面,其后果取决于用户是否有足够的独立思考能力和成熟的道德判断能力,而这能力必须从小培养。

中国的互联网络在世界潮流的感应下,蓬勃发

展,目前已建设好的有四大系统可以提供互联网服务,它们分别是中国科技网(CSTNet)、中国电信网(ChinaNet)、中国教育网(CERNet)和中国金桥网(ChinaGBN),其中教育网和科技网是非营利性质的,而电信网和金桥网则是商业性质的互联网络。

除四大网络外,商业公司也开始进入互联网市场。它们使用专线租用主干网的国际出口,建立一个网络服务中心,向中小企业和个人提供互联网的商业拨号入网服务,中国上网用户已超过117万。



1-1-3 上帝也上网

有趣的是罗马天主教也进入互联网,并希望通过互联网将福音遍布世界的各个角落,吸引互联网用户来信仰天主教。1996年9月开通罗马天主教信息中心网站(<http://www.knight.org/advent>),除发表宗教资料外,还提供相关的新闻报道。

历史上,最早的圣经是人工抄写在羊皮纸上来传播的,只要很少的主教和神父才能够拥有和阅读圣经,教民也只能通过这少数人来“接近”上帝。在15世纪欧洲发明活字印刷术之后,圣经才可能大量印刷,民众也拥有“解释和接近”上帝的能力,并由此最终导致16世纪的宗教改革运动。

广播和电视都曾经使宗教的传播更方便,而交

互式的互联网使宗教组织完成了一次技术大跃进, 教主与教民之间可以进行互动的交流。网上圣经 (<http://www.gospelcom.net/bible>) 不仅可以使用各种语言来阅读某段圣经, 并与有关的参考资料相链接。在互联网上, 神的启示只需要移动鼠标敲击键盘就会出现。

现在, 几乎所有的宗教及派别都借助互联网来传播信息。公元前 6 至 5 世纪在印度创建的佛教 (BUDDHISM), 公元前 7 世纪创建的伊斯兰教 (ISLAM), 以及印度教 (HINDUISM) 都已进入互联网的世界, 而无神论者 (ATHEISM) 也要占领互联网这一新领域。

圣城耶路撒冷的哭墙是犹太教和伊斯兰教最神圣的地方, 每年都有数十万人来此朝拜, 现在世界各地的教徒通过互联网可以看到哭墙的祈祷实况。



1-1-4 商界的进入

俗话说, 任何新东西一问世, 商人们都要伸过鼻子来闻一闻有没有钱的味道。就在各国政府对互联网的信息结构和通讯政策进行讨论时, 商界已迫不及待地要拥抱互联网, 事实上, 互联网能迅速发展到目前的规模, 主要还是商人们参与后的结果, 因为互联网可以用来赚钱而趋于完善。

如果将互联网看成一个单纯的计算机网络, 或

者是相互联接在一起的一组计算机网络, 这就是片面、错误的观点。从商人的角度来看, 计算机网络只是传输信息的一种媒体, 互联网的美妙和实用性就在于信息本身。互联网允许世界上数以亿计的人们利用电脑进行通讯和信息共享, 使它的重要性已经赶上并超过电话、电信和所有传统的通讯方式。

1989 年, 欧洲粒子物理实验室 (CERN) 的蒂姆·贝纳斯·李提交一份项目建议书, 研究使用超文本技术把内部的各个实验连接起来, 开发成功了世界上第一个 Web 服务器和第一个 Web 客户机。

到 1991 年夏天正式出现了万维网 (World Wide Web), 这一技术使互联网得以迅速普及开来。它可以在全球范围内为用户提供通用的网站, 有了自己的网站, 用户就可以建立自己的主页, 向公众介绍产品和服务。

从个人投资者到跨国公司, 成千上万的人并不是坐等信息高速公路时代的来到, 他们现在就要上网做生意, 马上就有信息要传递。越来越多的企业参与和网站的增加, 使互联网的规模急剧扩大, 信息量也成倍增长; 众多的互联网服务供应商也大量投入资金, 努力提供最好的互联网服务, 这些都极大地推动了互联网的发展, 使互联网更趋合理、高效和完美。

在今天的全球互联网交通流量中, 大半是经由商业机构使用的, .com 已经成为拥有最多域名的部分。虽然商业网的研究与开发在初期都有政府的资金补助, 但今天在互联网上的企业都可以自给自足、自力研发, 这是许多高科技企业主管所乐见的, 他们认为开放竞争才是催生最佳技术的唯一管道。

世界各地纷纷出现各种电脑网络来应付全球通讯的需求, 这些网络之间的连接方式和细节通常毋需用户去了解和操心, 在这些网络结构中, 互联网最为人们熟知。

互联网的用户难以计数, 其成长速度更是无法估量。互联网不但在国家信息结构上和电话及电视广播等系统齐头并立, 更有超越它们达到全球信息网络结构的境界, 在人类通讯史上, 这是自 1876 年

贝尔发明电话以来信息业破天荒的第一次。

其实,互联网在未受到大众的热情关注之前,其前身早已默默有效地在美国政府的资助下运作了近20年。现在仍然有一条高速骨干网连接全美各地的大学和研究机构,专供学术研究之用。随着非政府资助的网络开放用做商业用途,再加上联网方式选择性的增加,互联网一夜之间就跃上世界的舞台。旅行社、房地产中介以及那些想要增进自己和世界联系的人们都纷纷上网了。

互联网提供的连接能力和丰富资源,对工商企业界而言是一种前所未有的机遇。即使是资源有限的中小企业,也可以利用互联网和地球另一端的客户或供应商交换资料,与合作伙伴之间的通讯可以在标准、广泛使用的网络协议之下流通。以往只有那些拥有专用资料中心的大公司才能见到的跨国信息、政府资料和统计数字等,现在人人都可以轻易地在互联网上取得,以致专门为互联网增添附加价值的新型收费信息服务和电子出版业摇身一变成为高成长的行业。

1-1-5 企业上网

工商企业上网是互联网成长最快的部分,愈来愈多的公司想要通过互联网与客户、合作伙伴、供应厂商以及信息提供者达成更紧密的连接。商业用途的互联网连接成长速度不但超过了学术研究类的连接,而且互联网用户的数目也开始摆脱高等教育用户占绝对多数的情形。研究人员和科学家虽然是互联网的创始人,他们现在却只占网上人口的三分之一,这一变化对互联网文化和用户的需求都产生了不小的影响。

一般人对互联网的了解大多局限于外部的发
展,像互联网快速渗入世界各地公司组织的趋势、网上资料流量的指数成长以及它所 含的无尽的信息宝藏等,在过去几年中都不断被提到;而对于公司连上互联网之后, 部会有什么样的变化?报刊杂志上却很少着墨,哪些网路应用对企业而言最为有用? 互联网怎样帮助企业制定信息管理策略? 全

1-1-7 上网做什么?

互联网时代的呼声愈来愈高,工商企业和个人上网的兴趣和压力也愈来愈大。大家都觉得现在应该上网了,但怎么上网呢?上网做些什么呢?这就不是每一个人都能得到清晰的答案。

互联网有一个终极的意义,就是要将全世界的电脑连通起来,彼此可以传输信息,可以用来对话和交往,在这个意义上讲,互联网相当于今天的全球邮政系统和电报电话系统。当更多的产品和服务能转化成数字形式时,互联网的意义还要加上全球快速流通系统了,所以有人最初就把互联网称为国际互联网。

如果进一步想想看,互联网不就是我们今天赖以做生意的大部分结构吗?这也正是互联网所以如此重要的根本理由。

除非你做的生意就是电信和流通,否则互联网并不是你未来的生意,而是你未来做生意的环境,你现在从事的生意还是本来的生意。

对杂志编辑来讲,不论从前或现在,杂志都是一种专业,它生产提供读者想要看到的信息,由纸张构成的杂志只是一种媒体而已;在今天互联网时代里,我们已经意识到媒体可以改变,因为读者不一定要看到印刷的杂志;我们还意识到传送信息与知识的途径可以改变,因为读者不一定要通过书店或邮局买到杂志;当然,我们也想到付款的路径可以改变,人们阅读的习惯性和方便性也可以改变,但编辑的基本任务 有改变,专业的本质 有改变。

杂志编辑可以想像在新环境下的新使命,而不是急忙去开一个亚马逊式的网站,这并不是说杂志编辑就不能参加互联网书店的经营工作,因为开书店与编辑的任务无关,开网上书店就是加入一个新的行业了。

这样的思考是不是比较清晰?它说明在面对互

Advertising Age.

联网时,有的企业在现阶段只需要用互联网做宣传手册,有的企业只需要用互联网做联系,它们不必急着在网上做太多事。有的企业现在则必须考虑在互联网上开商场,因为它们本来就要经营零售;而有的企业必须考虑利用互联网做为信息流或物流的功能,因为它们的事业特性需要如此。

如果你看到了互联网的无穷潜力,蒙发了要在互联网上开辟新事业的雄心,应该考虑什么问题?你要考虑的事情与现实的世界并没有两样,作为信息提供者,你要问一问自己有没有信息的专业与优势;作为零售商,你则要问自己有没有零售的专业与优势,这些问题并不会因为到了互联网的虚拟世界就会消失。

1-1-8 什么时候能赚钱?

投资与回报是人类经济活动的永恒主题。如何从对互联网站的投资中获益是每个老板决定投资之前必须考虑的问题。

对回报最直接看法就是一笔钱投进去,然后更多的钱赚回来。目前用这个观点来衡量对互联网站的投资,恐怕互联网就没有这么重要。因为世界在变,人民看待投资回报的观点也在变。

利用互联网进行商务活动直接挣钱已被广泛地称作“电子商务”,这是国外近几年才发展起来的事情,其贸易额也还没有压倒传统的商务。中国由于受带宽和上网人数的限制,这个市场的成熟更需假以时日。如果将网上的销售额视为投资的回报,显然会得出得不偿失的结论。

但除了直接赚钱外,企业从互联网上获得的收益是多方面的。实际上,利用互联网站进行产品宣

传、发布消息、处理用户反馈消息等,不但起了促销和方便用户的作用,还可以节约大量的广告费、电话费、邮寄费和人力费,这是一种间接的回报;除经济效益外,通过互联网树立的企业形象,对潜在客户的影响,更是短期内无法用金钱来度量的。

我们先看一看国外的情况,美国最成功的网上公司是雅虎(Yahoo!)、亚马逊(Amazon)和美国在线(AOL),这些公司都已成立4年以上,除美国在线在1997年第四季开始赚钱外,其它三家公司到目前为止,都还未能获利,想一想,这些世界上最成功的公司在投入4年之后都还没有赚钱,这到底是怎样的一个产业呢?

有人提出报酬递增的观点,用它来解释互联网这个产业的特性最恰当。互联网的前期耕耘时间很长,过了规模临界点之后,它开始呈现冲天式的成长,利润很高,过去的投资很快就赚回来。

这个观点为充满未知的互联网事业勾勒出一个产业周期模式,但前面的耕耘期要多久呢?一般看法是4-5年,中国最著名的互联网公司包括东方网景,这些公司已成立了2-3年,至今也还未赚钱,主要原因是他们必须扩充规模,现在越成功,投入的钱就越多,而他们必须再投资二年,直到累积足够的规模之后,才能开始回收。

美国在线收购电脑联机服务公司之后,拥有1100万名订户,是全世界最大的在线服务公司,它把订户每月使用费由19.95美元提高至21.95美元,提高了2美元,用户仍未跑掉,因为它的规模已到了最大的地步,这个动作让美国在线每月就多收2200万美元,公司现在的股票高涨,获利开始增加,是报酬递增模式的最佳写照。请注意,美国在线至今已成立13年。

瀛海威是大陆地区最大的ISP,包括国中网等大大小小的ISP现都处于亏损的行列,而在国外ISP已经是开始赢利的行业,你还想加入这个行业吗?4-5年可能都不赚钱是你心里必须有的,你对经营互联网何时赚钱有不同的看法吗?

