

第3波

行销管理系列

Internet 大时代

—商业应用及发展趋势

侯俊耀 著



北京大学出版社

Internet 大时代

侯俊耀 原著
凌 钢 改编

北 京 大 学 出 版 社
北 京

内 容 提 要

本书作者以其敏锐的洞察力,广泛搜集了国际上以及台湾地区的 Internet 资料,根据企业决策经营者和一般网友的需要,以通俗的文字为读者展开了丰富多彩的 Internet 风景线,揭示了网上的商业机会,并预测了 Internet 未来的发展趋势。

Internet 目前正热卷我国大陆,各项事业方兴未艾。由于 Internet 在台湾地区兴起比大陆地区稍早,台湾遂领先半步,去年台湾所发生的“网事”,今年明年就会在大陆重演。故跟踪台湾的 Internet 经验对我们很有价值,尤其对于那些在商业竞争中企图利用网络先发制人者。

图书在版编目(CIP)数据

Internet 大时代/侯俊耀著.-北京:北京大学出版社,1997.12

ISBN 7-301-03541-1

I. I… II. 侯… III. 全球网络:互联网络-应用-商业 IV. F716

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 20990 号

本书繁体字版名为《网际网路大时代 (The Internet Times)——网际网路的商业应用及未来大趋势》,由第三波文化事业股份有限公司出版,版权归第三波文化事业股份有限公司所有。本书简体字中文版由第三波文化事业股份有限公司依出版授权合同约定授权北京大学出版社出版。简体字版的版权归北京大学出版社所有。在合同期间未经出版者书面许可,本书的任何部分均不得以任何形式或任何手段复制或传播。

书 名: Internet 大时代

著作责任者: 侯俊耀

责任编辑: 徐 扬

标准书号: ISBN 7-301-03541-1/TP·0376

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

电 话: 出版部 62752015 发行部 62559712 编辑部 62752032

排 印 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787×1092 16 开本 8.75 印张 220 千字

1997 年 12 月第一版 1997 年 12 月第一次印刷

定 价: 18.00 元

序

过去十年随着个人电脑发展,台湾由于及时掌握了市场契机,因此信息工业得以蓬勃发展。当前 Internet 的飞跃发展,不仅为信息工业带来新的契机,也为各行各业带来新工具新视野,我们能否跟随时代脚步,一举将台湾推向信息化社会,将是对大家智慧与决心的考验。

这个号称人类有史以来影响最大的革命——“Internet 大革命”不但影响到相关产业的动向,而且更影响到与我们息息相关的日常生活、学习与工作方法,在这一个快速变化的时代,我们应更主动地去了解并运用 Internet 带来的新能力;台湾正大力推行“NII”基础信息建设,民间的相关产业也已投入大量的资金进行推广,但网络的使用者仍大多数局限于学生、电脑玩家等少数人,且其参与的也多是一些简单的网络功能(如 E-Mail),而对于 Internet 上整体有效的商业运作、社会资源分配等概念尚很欠缺。

第三波的侯俊耀先生,一直对 Internet 有所涉猎,此次为了让大家了解网络在商业应用方面,特别花了一番努力,收集到许多国内外相关资料,相信由于本书的付梓,定能使大家更深一层地了解到 Internet 革命的真谛,也希望能经由本书提供的信息,有助于大家能参与这个世纪大革命,将台湾带向另一个成功的未来。

果芸谨序

(本文作者果芸先生现任台湾资策会执行长)

序

二十一世纪信息高速公路将成为人类生活中不可缺少的一部分,信息高速公路所带来的通信革命将进一步改变人类的生活。因为在电脑、通信、多媒体技术的结合下,通过信息高速公路上无所不在的网络,信息将唾手可得;举凡和我们日常生活息息相关的工作、娱乐、教育、通信,乃至购物、销售、交友、学习,无所不包;而在未来这么重大改变的过程里,时下正如旭日东升的 Internet 势将扮演阶段性重要角色。

本书作者以他敏锐的观察力、广泛收集和整理的资料,并考虑一般社会大众的需要,以通俗的文字描绘出 Internet 时代的大蓝图,可说是用意至善、令人敬佩。目前与众多有关 Internet 的同类参考书籍相比,本书也做了比较完整的介绍,对于期望对 Internet 多一些认识的人,相信会很有帮助的。

好书要介绍给好朋友阅读;对于多年支持第三波文化事业出版物的好朋友们,我们希望通过本书的出版,表达对您的敬意和感谢,也希望您也乐以将此好书推荐给您的朋友参阅。

第三波文化事业股份有限公司

董事长 王振容

自序——迎接 Internet 的大时代！

● 网络拼图——全球图腾

身为一个文字工作者，我有剪报的习惯，从 1995 年起，很明显，Internet 对于媒体、社会大众的影响，可真是无所不在。

1995 年底，我将这些剪报再做一次分类总整理，细数一则则的过往，很有趣地发现，在信息业者方面，除了微软公司在 Windows 95、IBM 在 OS/2 Warp 中分别支持 Internet 能力的大动作外，台湾一家家有名的信息大厂，也先后信誓旦旦地加入角逐这个市场。

台湾电信，以其可视图文时期丰富的经验，以及遍布全省的骨干网络，重回 Internet 的市场了！

精业公司，挟其代理国际大厂网景公司、视算公司的网络产品的优势，以 SYSNET 切入了市场。

大同电脑，在全省布线设立网络，建立了一个中文化的环球中文网络 WCN。

宏碁电脑，成立了元碁信息公司抢攻网络市场，将在全省设立 16 个机房，展开 AcerNET 的部署，未来将动员 Acer Land 的资源，来切入 Internet 市场商机。

大众电脑，整合了旗下 400 多家经销商体系，架设了全省的 FICNET 网络，未来将以台湾岛内高达 15 万户的中小企业为客户群。

这样的热潮，如火如荼，无法知道未来的终点，而这些剪报，仿若是一片片拼图的片断，当时空往前推进，拼图所慢慢拼出的是一个各行各业纷纷上网的景象，是一个隐然若现的全球图腾，Internet 大时代已然来临！

● 网络年代——风起云涌

为了使国际间对台湾的中小企业厂商、品牌与商品有所认识，加速商家以极低的成本进入国际市场获取商机，台湾的中小企业全球信息网络(WWW)即将以经济行政部门辅导体系为框架，由资策会主导，结合外贸协会及 SeedNet 等单位，全力建设。

此外，由中华电信所主导的 HiNet“智能型电子商场”，目前已经整合了台湾省内现有的网络线路，初期将提供台湾的中小企业上网进行海外行销，通过 Internet 的五千万使用人口，达到强化海外促销的目的。

这一次，大家都把目标瞄准在高达 95 万家的中小企业、147 万商家。Internet 之市场潜力由此可见端倪。

未来，台湾地区的 Internet 使用人口，将由 1995 年的 32 万人，增长至 1998 年的百万人口，而 Internet 在各行各业的应用，将覆盖教育、旅游、医疗、房地产、银行、报纸、影视等上百类的产业，这样的影响将是全面而深远的。台湾，亦即将迈入网络的年代中！

● 网络行销——商机无限

1995 年在法国坎城举行的 Lion95 广告节，是国际广告界的盛事，全球共有 50 个国家和

地区,8500 多件作品参赛。

Lion95 广告节揭示出几个重要的行销信息,一是“交互广告首度成为坎城的主题”,另一则是“信息高速公路已经是广告商必修的课程”。

据称,美国的 Ommicon 已经有 25%以上的营收是来自新媒体。

Internet 是有史以来,功能最为强大的行销工具,它同时兼具了促销、渠道、收款及客户服务的多样功能。而它声光俱佳的交互式媒体特点,则深深吸引了众人的眼光。此外,它也可以结合客户的数据库,进行“定位行销”及“直销”。而这正是管理学大师 Kotler 所特别强调的行销趋势!

Internet 的崛起,给了商业应用无限可能的发展空间。在未来,Internet 势必替代传统的行销渠道,成为商业应用的重要角色!

● 抛砖引玉——期待英雄

台湾地区电脑使用的普及率,相对于美、日、新加坡等国,一直是处于相对偏低的局面。如果将 Internet 定位为电脑的提高应用,那么,Internet 在台湾发展的前景实在堪虑。

如同美国微软公司总裁 Bill Gates 所言“NII 是决定国家效率的根本因素之一,”Internet 则是 NII 中较易于落实的基本应用,宏碁集团旗下的第三波公司,几位热心的编辑认为推动 Internet 的普及应用,已是迫在眉睫的当务之急,这便是本书的缘起。

为这本书催生的分别是,第三波信息图书部张束静经理、编辑苏庭辉先生、陈炳宏先生。谢谢你们!

诚然,撰写像这类的 Internet 商业应用通俗本,比我原先想像的还要困难,收集资料、撰稿订正的时间,也耗时甚大。但是,我们已尽可能将最好的、最翔实的资料呈现在读者的面前!也期待能够发挥抛砖引玉的作用,为 Internet 的推广略尽绵薄之力。

● 感谢的话——伴我天涯

这本书的完成,需要感谢许多人,首先是好友林政男先生,由于他的多次校稿与指正,使得 Internet 的虚拟店铺行销部分,可以臻于理想。

台湾地区对于 Internet 的市场调查资料一直相当欠缺,这个部分,要特别感谢美国知名的市场调查机构 Nielsen Media Research 的全球行销部门经理 Daniel Greenberg 先生,以及 Tom Wahg 先生,全球信息网站站长 Mike Ellsworth。美商邓白氏旗下的 O'Reilly & Associates, Inc 的亚洲、拉丁美洲区域经理 Ron Tomich 先生;以及在 Internet 上常年从事各类在线市场调查的 SurveyNet 站点总裁 Mike Perry 先生,您们的热心协助及慷慨允诺资料的引用,使得本书生色不少!也使得我们得以探讨 Internet 行销的未来趋势!

此外,要感谢“中央通讯社”以及南方电子报陈丰伟先生提供的资料。由于您们的热忱,使得本书得以顺利完成!

侯俊耀谨识

E-Mail:herb@ms2.hinet.net

目 录

第一章 变迁的年代——信息革命的时代即将来临	(1)
1.1 风起云涌的全球通信时代	(1)
1.1.1 热门话题	(1)
1.1.2 Internet 开始盛行	(1)
1.1.3 Internet 充满商业机会	(3)
1.1.4 网络服务提供者 ISP	(4)
1.1.5 Windows 95 来征服您了	(4)
1.1.6 Internet 及 Windows 95 的时代意义	(5)
1.2 如火如荼的国家信息基础设施建设(NII)	(6)
1.2.1 二十一世纪是信息时代	(6)
1.2.2 国家信息基础建设的内涵	(7)
1.2.3 信息即生活,信息即国力	(7)
1.2.4 未来生活的面貌	(8)
1.2.5 台湾 NII 的优先推动项目	(9)
1.2.6 世界发达国家备战信息时代	(10)
1.3 时代的步伐震动企业和个人	(11)
1.3.1 企业的危机与转机	(11)
1.3.2 明天,您会被裁员吗?	(11)
1.3.3 小而强的年代	(12)
1.3.4 时代前进的步伐有其轨迹可循	(13)
第二章 商业决胜网——Internet 替代媒体及传统商业渠道	(14)
2.1 新媒体——Internet	(14)
2.2 Internet 替代媒体及传统商业渠道	(14)
2.2.1 疾如迅雷的 E-Mail	(15)
2.2.2 如日中天的 WWW	(16)
2.2.3 Internet 市场概况	(17)
2.2.4 O'Reilly & Associates 的网络商机研究	(19)
2.2.5 对 Yahoo! 的 Internet 市场研究报告的分析	(21)
2.2.6 网络对媒体的排挤效果	(22)
2.2.7 增值 Internet 可行吗?	(24)
2.2.8 从台湾邮购市场看网络行销渠道的未来性	(25)
第三章 时空百宝箱——Internet 的资源	(28)
3.1 网络引入,就在此时	(28)
3.1.1 企业的 Internet 培训	(28)
3.2 Internet 资源简介	(28)

3.2.1	全球信息网 World Wide Web	(28)
3.2.2	电子邮件系统 E-Mail	(29)
3.2.3	小地鼠信息服务系统 Gopher	(30)
3.2.4	网络论坛 Netnews	(31)
3.2.5	网络传输协议 FTP	(32)
3.2.6	远程登录 Telnet	(32)
3.2.7	文件查找服务 Archie	(33)
3.2.8	电子公告栏 Internet BBS	(33)
3.2.9	数据库服务系统 Database	(33)
3.2.10	Internet 在线交谈(TALK)	(34)
3.3	Internet 资源学习顺序的建议	(34)
3.3.1	Internet 资源	(34)
3.3.2	联网软件的选择	(35)
3.3.3	全球信息网浏览程序的选择	(35)
3.3.4	其它应用程序的选择	(36)
第四章	网络淘金热——Internet 在各行各业的应用	(37)
4.1	三百六十行,行行皆上网?	(37)
4.1.1	网络岂是万灵药?	(37)
4.1.2	Internet 对于企业的效益何在	(38)
4.1.3	Internet 对于个人的效益何在	(39)
4.2	方便的站点查询	(40)
4.2.1	条条大路通罗马	(40)
4.2.2	站点的分类及访问	(40)
4.2.3	工商企业网络黄皮书	(40)
4.2.4	网络查询平台	(40)
4.3	Internet 在房屋中介业的应用	(42)
4.3.1	台湾房地产市场一波多折	(42)
4.3.2	房屋中介业大有可为	(42)
4.3.3	房屋中介行销产值惊人	(43)
4.3.4	房屋中介业的商业自动化	(43)
4.3.5	国外的房屋中介已广泛应用 Internet	(45)
4.3.6	全球信息网使用者知识水平高、消费能力强	(46)
4.3.7	尝试成为网络房屋中介经纪人	(46)
4.3.8	利用网络进行房屋中介时机已渐成熟	(46)
4.4	Internet 在旅游业的应用	(47)
4.4.1	旅游业具备应用 Internet 的成熟条件	(47)
4.4.2	经济高度成长的台湾,旅游业方兴未艾	(47)
4.4.3	旅游业业务特点	(48)
4.4.4	从商业自动化的角度看旅游业的盲点	(48)
4.4.5	在旅游业中应用 Internet	(49)
4.4.6	凤凰国际旅行社与 Internet	(49)
4.4.7	SeedNet 上的旅游信息	(50)

4.4.8	国外旅游业在 Internet 上的应用情况	(51)
4.4.9	全球最大产业,前景看好	(52)
4.5	Internet 在报纸新闻业的应用	(53)
4.5.1	台湾地区最重要的主流媒体	(53)
4.5.2	新媒体(New Media)时代的来临	(53)
4.5.3	媒体的有效性	(54)
4.5.4	报纸新闻业上 Internet 的应用	(54)
4.5.5	资策会的信息新闻查询	(55)
4.5.6	中国时报的全球信息网	(57)
4.5.7	工商时报的全球信息网站点	(57)
4.5.8	“中央通讯社”	(59)
4.5.9	网络上的报纸——南方电子报	(59)
4.6	Internet 在银行业的应用	(60)
4.6.1	网络交易盛行,带动网络银行商机	(60)
4.6.2	电子现金将使货币重新定义	(62)
4.6.3	全世界第一家电子银行 SFNB 开张	(63)
4.6.4	网络电子银行的运作	(64)
4.6.5	无人银行可以是 Internet 电子银行的前身	(65)
4.6.6	台湾地区银行应用 Internet 的状况	(65)
4.7	Internet 在国际贸易的应用	(67)
4.7.1	成绩斐然,结构不同的台湾对外贸易	(67)
4.7.2	产品的品质形象	(67)
4.7.3	Internet 提供贸易最佳行销舞台	(67)
4.7.4	增强产品特色,重新出击	(68)
4.7.5	贸易点(Trade Point)计划与贸易效率	(69)
4.7.6	关贸网络促进网络交易	(69)
4.7.7	在国际贸易中应用 Internet	(70)
4.7.8	SEEDNET 网络经贸	(70)
4.7.9	台湾外贸协会	(71)
4.7.10	迎头赶上时代潮流,创造新天地	(72)
4.8	Internet 在电子数据库的应用	(73)
4.8.1	电子数据库是企业竞争的利器	(73)
4.8.2	新电子数据库时代的来临	(73)
4.8.3	公营便民服务数据库	(74)
4.8.4	台湾产业技术信息系统(ITIS)	(75)
4.8.5	海棠国际商情网	(78)
4.8.6	时报的全球商情数据库	(79)
4.8.7	多变的时代	(79)
4.9	Internet 在零售业的应用	(79)
4.9.1	网络在线购物已成趋势	(79)
4.9.2	在线购物经营模式	(80)
4.9.3	呆帐与退货处理	(81)

4.9.4	货色齐全,包君满意的中华生协	(81)
4.9.5	网络虚拟店面优势	(82)
4.9.6	零售业的未来世界	(83)
4.10	Internet 在婚姻介绍的应用	(85)
4.10.1	现代上班族情关难过	(85)
4.10.2	婚姻介绍业商机无限	(86)
4.10.3	Internet 在婚姻介绍的应用	(86)
4.10.4	增加服务内容是当务之急	(87)
第五章	网络行销术——虚拟店铺的行销要诀	(89)
5.1	什么是行销	(89)
5.1.1	行销的真义——满足消费者需要与欲求	(89)
5.1.2	行销应用范围甚广	(90)
5.2	行销的新趋势	(91)
5.2.1	网络行销	(93)
5.3	行销组合	(94)
5.3.1	行销的四个 P	(94)
5.3.2	行销的四个 C	(94)
5.3.3	开喜乌龙茶一炮而红	(95)
5.3.4	Windows 95 锐不可当	(96)
5.3.5	用行销组合的观点看 Internet	(96)
5.3.6	台湾的商品流通渠道趋势	(97)
5.4	网络的市场调查	(99)
5.4.1	Internet 的市场调查如何进行	(99)
5.4.2	Internet 消费者采购习惯的调查报告	(99)
5.5	Internet 目标市场	(103)
5.5.1	市场的划分——市场定位	(103)
5.5.2	市场划分变量	(104)
5.5.3	什么是有效的市场划分	(104)
5.5.4	选择目标市场	(105)
5.5.5	四种行销运作策略	(106)
5.6	市场定位	(107)
5.6.1	领导潮流的行销风云人物	(107)
5.6.2	信息被广泛传播的时代	(108)
5.6.3	如何定位	(109)
5.7	定位盲点	(109)
5.7.1	行销短视症	(109)
5.7.2	波士顿管理分析模式	(110)
5.7.3	SWOT 分析	(111)
5.8	四种竞争战法	(112)
第六章	失落的乐园——Internet 岂是犯罪的天堂	(114)
6.1	失落的乐园	(114)
6.1.1	Internet 是赌博的新场所	(115)

6.1.2	地下经济蓬勃发展	(115)
6.1.3	色情泛滥的新渠道	(116)
6.1.4	一触即发的网络犯罪	(116)
6.1.5	知识的贫富阶层两极分化	(116)
6.1.6	人际关系的疏远	(117)
6.1.7	美国文化的冲击	(117)
6.1.8	网络流量日渐拥挤	(118)
6.1.9	病毒传播的新渠道	(118)
6.1.10	Internet 上的法律问题尚待规范	(119)
6.1.11	网络反映现实的生活	(119)
6.1.12	净化网络必先净化自我	(119)
第七章	未来之路——台湾 Internet 未来大趋势	(120)
7.1	台湾 Internet 未来大趋势	(120)
7.1.1	趋势一:台湾 Internet 人口将达百万以上	(120)
7.1.2	趋势二:Internet 攸关企业的竞争力	(121)
7.1.3	趋势三:网络服务供应厂商——路遥知马力	(121)
7.1.4	趋势四:Internet 将导致更多的失业人口	(122)
7.1.5	趋势五:会用 Internet 成为求职必备技能	(122)
7.1.6	趋势六:电子数据库是时势所趋	(122)
7.1.7	趋势七:网络电脑争夺家用电脑市场	(123)
7.1.8	趋势八:定向宣传时代来临	(123)
7.1.9	趋势九:网络电子银行跃跃欲试	(124)
7.1.10	趋势十:在家购物日渐流行	(124)
7.1.11	趋势十一:英语——进入网络的必备工具	(124)
7.1.12	趋势十二:网路行销是学校的新课程	(125)
7.1.13	趋势十三:学习新知的新途径	(125)
7.1.14	趋势十四:返璞归真,重回自然	(125)
7.1.15	趋势十五:企业机构精简在所难免	(126)
7.1.16	趋势十六:在家上班	(126)

第一章 变迁的年代——信息革命的时代即将来临

想要在 Internet 上经商,先要了解这个大时代、大环境。

未来,是 NII 的时代,也是 Internet 的时代。

未来,是电脑的年代,也是 Windows 的年代。

信息时代里,国家的经济力量取决于信息,其次才是传统经济学的生产要素:人力、土地及资本!

因此,我们可以说:“信息就是力量,信息就是优势!”

微软公司的总裁 Bill Gates 对 NII 也提出了他的看法:“信息基础建设一直是决定国家效率的根本因素之一。”

新科技的普遍应用,会冲击整个国家、企业以及个人,这个影响可以说是全面的。在这一章里,我们从宏观的角度来展现世界的变化,希望可以给读者一点思考、启示!

1.1 风起云涌的全球通信时代

1.1.1 热门话题

在一个全球通信的年代中,像日本阪神的大地震、法国的原子弹试验,或是英国的王室婚外情……,这些地域性的新闻通过各种媒体,快速地传遍全球,广泛地引起大家的关注和讨论。

之所以要将视野扩大至全球,是因为通过各种通信媒体的渠道,我们可以在瞬息之间获知全球信息,当今是一个四海一家、天涯若比邻的时代。

当“好用的电脑”再加上“全球的通信网络”普遍为人们所掌握之后,一个以知识为力量的全球性竞争,将成为一股影响更为深远的时代洪流!

事实上,不管是对于信息界或是一般企业的自动化领域,在 1995 年时,最引人注目的话题,正是 Windows 95 的上市(造就了好用的电脑)以及 Internet 的商业化应用(造就了另一个全球竞争的新契机)。而此热潮,正方兴未艾。

1.1.2 Internet 开始盛行

时势所趋,台湾的报章杂志在 1995 年,也开始大量报导有关于 Internet 方面的消息。许多人开始注意到这个好像“又陌生、又尖端”的全球性网络突然间蹦出来了!听说 Internet 的使用费率非常低,可以提高企业的竞争力,却又不知如何开始。

几个台湾地区的大网络,例如电信局(中华电信局)的 HiNet,资策会的 SeedNet,还有教育系统的 TAnet,以及 Internet 上的全球信息网 WWW 站点、电子邮件系统(E-Mail)等,也开始广泛引起讨论。

我们再来看看 1995 年 7 月份,纽约美联社外电所报导的——Internet,未来商机可观:据专家估计,全球 Internet 用户在未来六年内将增加 17 倍,公元 2000 年将达到 5.5 亿,为商家创造不可置信的商机与投资机会。为 Internet 提供商务软件工具与服务的市场也将从 1994 年

的 500 万美元增加至 6.25 亿美元。

该报导也引述了旧金山 Volpe Welty 公司分析师柯翰的研究：“Internet 市场未来可能会分成五大类——网际通路(连接用户与全球电脑网络的通路)、网际专业服务、Internet 的产品与服务以及其它如音乐、光盘等相关产品。这些项目在 Internet 爆炸性成长的前景下,都蕴涵了无限的商机。”

在工商时报七月份的“Internet 将成摇钱树”专文报导中也引述了美国 Forrester 研究集团的预估:“1994 年 Internet 相关产品与服务的销售总额已经达到 3 亿美元,到本世纪末,Internet 的使用者将增至 1 亿人,市场规模将激增至 100 亿美元,俨然是一棵潜力十足的摇钱树。”

生意人讲究人气,看看这些数据,Internet 上人潮汹涌,生意机会自不待言。

什么是 Internet 呢? 这个答案事实上必须视您从什么角度观察而定。

回顾 Internet 的由来,可以追溯到 1960 年,当时世界正处于冷战时期,在电脑界则是 IBM 公司开发 360 系列并让电脑进入实用阶段的时候。美国政府考虑到,核战争爆发时保持电子通信系统的畅通乃是克敌制胜的首要条件,于是形成了一个分布式的分组交换网络计划 ARPANET,如图 1.1 所示。

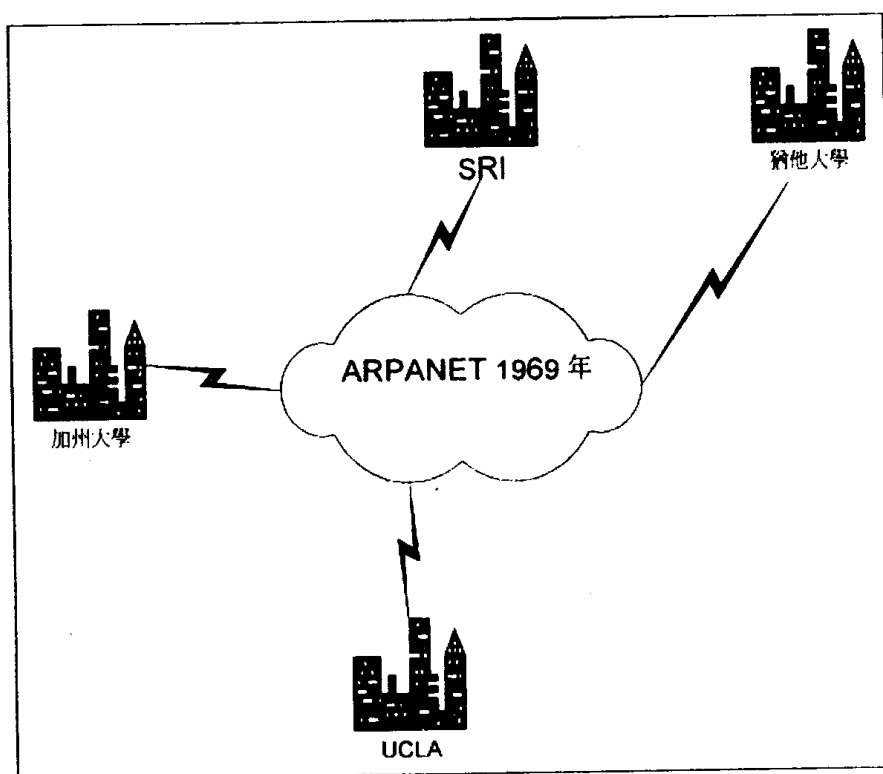


图 1.1 ARPANET 是 Internet 的雏形

1969 年,美国将西海岸四所大学和研究所的主电脑以 50KBPS 的线路连接起来,架设了一个小型的通信网络,此即 Internet 的雏形。到了 1974 年的时候,ARPANET 已经是拥有 100 个节点的网络了。

Internet 的初期,从事的通信服务最主要的有三种:电子邮件系统(Electronic Mail)、文件传输(File Transfer)和远程登录(Remote login)。这些服务,可以让使用者跨越时空的限制,在

各种不同的电脑间,迅速而有效地交换信息、分享资源。由于 Internet 的通信方式不但方便,而且稳定而安全(军事用途的东西,稳定及安全是第一要素),使用人口越来越多,网络上服务的种类也不断推陈出新,例如:小地鼠信息查询系统(Gopher),网络论坛(Netnews)……等等。

1993 年,美国伊利诺斯州大学香槟校区尚在攻读硕士的安德森,与几个同事共同开发出 Internet 新的服务种类——全球信息网(WWW)的浏览器 Mosaic,并在同年四月正式在该校的国家超级电脑应用中心(NCSA)推出,揭开了全球信息网(World Wide Web)应用的序幕。全球信息网集合了交互式的图形、声音、文字、影片于一身;而传统的 Internet 服务种类所传达的内容,除了文字外还是文字。很快地,全球信息网,就像一个花姿招展、风情万种的绝世美女,赢得了网络使用大众的青睐。

自从 Internet 上出现全球信息网的服务之后,Internet 的使用人口,每年均有成倍增长的势头。

1995 年 8 月 24 日,支持 Internet 能力(全球信息网、电子邮件、远程登录及文件传输)的 Windows 95 正式上市(台湾地区在 11 月 28 日上市),在全世界均造成了轰动和抢购,又将 Internet 的普及应用推向另一个高峰。(有关 Windows 95 上 Internet 的使用,读者可以参考由第三波出版的《Windows 95 中文版探险指南》一书,在此方面有相当详细的介绍。目前此书的简体字版《中文 Windows 95 使用技巧》已由机械工业出版社出版。)

单纯就个人的角度而言,我们可以给 Internet 下个定义:“Internet 是一种交互式的媒体,是一种通信的方法,是一种吸收新知的工具。”这个“媒体、通信、工具”的操作实体是在网络及电脑上进行,而连接的单位当然是一个又一个不同规模的网络,或是各种不同大小的主机、电脑。在这样网网相连的情况下,我们所操作的电脑只要连上任何一个网络,也就是连上了 Internet,便可以对全世界进行无所不达的通信了!

因此,从结构的角度分析,通常我们也可以这么解释 Internet:“就实体上而言,Internet 就是一群网络的集合。”

1.1.3 Internet 充满商业机会

对于企业家或是商人而言,Internet 所代表的意义可不仅如此。

对于无店铺经营者(例如邮购业)来讲,寄发 20 万本的印刷品大概要开销 400 万台币的经费(光是邮费及印刷费,就会让您吃不消)。台湾地区在 1995 年底的网络用户,至少就超过了 32 万人,以时报信息为例,每日涌入中国时报网络上主页(Home Page)的全球网络族,就超过了 4.5 万人次。而建构一个一般的网络上虚拟店铺,软硬件加起来,只会花掉大约 30 多万台币。Internet 上面既然人气旺盛,况且成本低廉,未来必然成为举足轻重的行销渠道。

对于业务上与国际经贸相关的中小企业,Internet 更是意义非凡。

过去,由于中小企业资源无法与跨国性大型企业竞争。无论是跨国性的行销,企业识别的建立,以及国际商机的撷取,在一个无国界的竞争时代中,都令中小企业有难以使得上力的感觉。Internet 的普及化,正提供了一个跨越国界的行销及 CIS 利器。

在这一个跨越时空的虚拟作业中,有人说,只要您善于掌握工具,即使是一只狗,也可以在 Internet 上经商成功,成为亿万富狗。

乍闻此言,觉得有点好笑。继而深思,不禁觉得:掌握契机,迎向无国界的时代竞争已是当务之急!

1.1.4 网络服务提供者 ISP

想要上网络,必须通过网络服务提供(ISP, Internet Service Provider)公司的协助,申请帐号(使用权)或网址。

我们最常听到的:电信局(中华电信)的 HiNet,资策会的 SeedNet,还有教育系统的 TAnet。它们恰好是台湾地区三个较大的网络服务提供者,其中 TAnet 是纯粹学术用途。一般的大众或企业,可以通过 HiNet、SeedNet 或其它的 ISP 厂商来上网。

由于 Internet 的使用人口年度增长率超过了 50%,ISP 的市场可真是热闹非凡。从 IBM 公司、台湾电信、精业公司、大同电脑、大众电脑、宏碁电脑……各知名公司,一直到台电、台铁都想进入这个市场。

这些网络不但和全世界的网络相连,而且保持全天候畅通无阻的状况。只要想办法连上了这些网络,当然就可以遨游于 Internet 之中了。

而今,Internet 的申请与使用,已是一件相当普遍和容易的事情。通过 ISP 本身或是经销窗口,便可当天申请,当天启用,马上遨游于全世界 159 个国家和地区,无需签证及护照。

Internet 的收费情况各家不同,提供的服务亦有所差别。大众或企业上网之前,应该衡量自己的需求,慎选适合的 ISP 商家。

1.1.5 Windows 95 来征服您了

“个人电脑”普遍影响了人类的生活方式,“操作系统”则广泛地影响个人电脑的操作方式,有史以来最强最畅销的操作系统 Windows 95 登场了。

Windows 95 在 1995 年 8 月 24 日上市的时候,全球 Windows 3.1 的合法使用者至少超过了 8500 万名(在台湾地区超过 50 万名),再加上预估约有三倍之多的非法拷贝软件,Windows 95 的超级影响力可以说是电脑发展史中绝无仅有的。

我们来看看几则媒体的报导。

华盛顿法新社 8 月 7 日报导:“从硅谷到华尔街,许多分析家都认为 Windows 95 将为微软的头号敌人——苹果的 Macintosh 与 IBM 的 OS/2 敲起丧钟。”

“Windows 95 在 1999 年全球个人电脑操作系统的市场占有率,将从目前的 80% 升高至 91%,而 Macintosh 操作系统的占有率将从目前的 8% 降至 6%。”

西雅图 8 月 24 日报导:

“据业内专家指出,估计未来一年内,现有的微软 Windows 版本使用者会购买总计 2000 万套的新版 Windows,微软会因此增加 10 亿元的盈余。”

“微软以 2 亿美元促销 Windows 95 的大手笔令广告业者大为吃惊,微软的促销措施包括买下电视黄金时段制作特别节目、报纸内夹传单;还取得滚石合唱团授权以该团唱红的《启动我!》(Start me up)大作电视广告;微软还计划购买纽约帝国大厦的灯饰,制作 Windows 95 的标志;并且买下伦敦泰晤士报的周四版,免费赠阅。”

工商时报 8 月 27 日专题报导——Windows 95 改写电脑科技史:

“根据全球知名的资料研究公司估计,由于微软操作系统的占有率已经高达八成,覆盖 1 亿台个人电脑,因此预料 Windows 95 在上市四个月内便可以卖出 3000 万套。而随着使用电脑人口的快速膨胀,至 1998 年时,Windows 95 平均每年将有 1 亿套销售量。”

联合晚报 8 月 27 日专题报导——Windows 95 来征服您了：“Windows 95 的推出，已经掀起电脑市场的新浪潮，而且，从目前的情况看，这次浪潮快涌到地球上每个使用电脑者的家门口了。”

果然，Windows 95 在销售到第四天的时候，在北美地区就已经突破 100 万套的记录，这也是有史以来卖得最快的软件。

而微软公司为了应付蜂拥而至的询问电话，总共出动了 1600 名技术人员来回答使用者提出的各类 Windows 95 安装、使用问题，却仍然应接不暇。这又创下了一项记录！

1.1.6 Internet 及 Windows 95 的时代意义

面对一个全球性、无国界的竞争年代，如何善用新科技强化企业或个人竞争力，掌握新的发展契机，是一个相当值得思考、研究的课题。Internet 及 Windows 95 的汹涌的浪潮绝非偶然，向来时代的前进步伐及其影响总是有迹可循的。

在第三波所出版的《Windows 95 中文版探险指南》一书中曾经提到，对于 PC 的使用者来讲，Windows 95 的上市至少具有三点相当重要的意义：

- 电脑将变得功能更为强大，操作则更为简单。电脑并不是专家的专用工具，一般人也可以把它当成是一个有力的工具。
- 小而强的工作环境 (Small Office, Home Office) 将大为流行，企业将可以因为善用网络通信、工具软件而使得经营成本降低、竞争能力却大大提高。
- 全球通信、办公室网络、移动式通信，让您真正地进入“信息就在弹指间” (Information At Your Fingertips!) 的境界。

事实上，这三种意义早已是我们长久以来所期盼的。而今，这个时刻已经来临！

台湾资策会市场情报中心 (MIC) 在一篇“Windows 95 将掀起信息应用新变革”的专文中也指出，如果要探讨 Windows 95 对未来信息应用究竟产生何种冲击，答案应该是它代表着软件与通信领域探索的努力与尝试，而这正代表了一个全球性的趋势。该文认为微软在网络上的延伸可以从三个角度来观察，笔者将此三个方向诠释如下：

- 兼容的通信协定：Windows 95 支援了多种通信协议，因此，可以直接支援像 Novell NetWare, Windows NT Server 或是 Internet 广泛采用的 TCP/IP 通信协议。
- 整合为一的通信窗口：利用一个 Exchange 的应用程序将 Windows 95 内所有的通信服务整合起来。这包括了 Internet Mail、MS Mail、传真服务等。而且，这个程序使用了群组 (WorkGroups/Team) 工作的理念，因此可以契合 Small Office, Home Office 的未来趋势。
- 搭售行销的微软网络：着眼于 Internet 的风行，微软公司也推出了新的在线服务 Microsoft 网络 (MSN)。使得我们可以和世界各地的人交换信息；读取最新的新闻、体育、天气和财经的信息；也可以得到技术问题的解答；并且下载数以千计的有用程序；也可以连接到 Internet 等。

想想看，以全球通信为中心的 Internet，以网络通信为改革目标的 Windows 95 指出了什么时代意义呢？

我们可以说“信息就是优势、信息就是力量”的时代已真正来临了。

长久以来，经济学家便认为每个经济个体都是信息的搜寻者，而信息的取得往往需要付出高昂的成本。