

新世纪 新经济 新领导 新管理

WUWANGBUSHENG
21SHIJIWANGLUOJINGJI
YUDIANZIZHENGWU

无网不胜

21世纪网络经济与电子政务



中国言实出版社

无网不胜

——21 世纪网络经济与电子政务

李志敏 主编

中国言实出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

无网不胜——21 世纪网络经济与电子政务/李志敏 主编

- 北京:中国言实出版社,2001.5

ISBN7-80128-310-4

I. 无…

II. 李…

III. ①网络经济-基本知识 ②电子商务-基本知识

IV. ①F062.5 ②F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 21168 号

中国言实出版社出版发行

(北京市西城区府右街 2 号 邮政编码 100017)

电话:64924761 64924716

<http://www.zgyscbs.com>

新华书店经销

北京市朝阳区京东印刷厂印刷

787×1092 毫米 16 开 130 印张 2500 千字

2001 年 5 月第一版 2001 年 5 月第一次印刷

印数 1-3000

定价:698.00 元

(如印装质量不合格 请与出版社联系调换)

前 言

当网络出现的时候,没有人预料它会改变世界,而且改变得如此之快。在短短几年中,以网络为主导的信息革命就成为人类社会有史以来最伟大的一次技术革命。以微电子技术为核心,以包括计算机技术、通信技术、广播电视技术、多媒体技术、网络技术、软件技术以及数据传输技术等诸多高新技术为主导的信息产业,已经成为国民经济的支柱,影响着人类生活生产的每一方面。21 世纪,我们将在数字地球上生存。

网络经济作为新经济的代表,以其爆炸性的增长跨越到了新世纪。有远见卓识的领导人这样说:

电子商务代表着未来贸易的发展方向——江泽民

在 21 世纪我们能以我们多数人现在甚至无法想象的方式在因特网各种创新的基础上实现我们的许多繁荣——克林顿

不上网的企业,将面临倒闭的危险——布莱尔

网络作为一种媒体,作为一种工具,超越了国家、地区、民族、人种、文化和人类全部历史,它包含着最渊博的知识信息、最充分的自由贸易、最个人化的交互关系、最广阔的时空和最大的梦想。无论是国家,还是企业和个人,网络都对其提供了稍纵即逝的机遇。没有抓住工业革命的契机,我们已经落后世界很多年,如果再不抓住网络时代的机遇,我们落后的决不止是几十年。

网络本身不是新经济,但它创造了新经济,它给予政府机关和企业节约成本、扩大交流范围、创造全新的工作和生产方式的机会。正如火淘汰了猿人,蒸汽机淘汰了手工作坊,汽车淘汰了马车一样,目前工业和商业发展已经达到临界点,最终所有企业都将成为数字化产业的一分子,否则就会消亡。

任何一种新生事物的发展都要走许多弯路,网络经济的发展也不是一帆风顺的,在经历了探索与反思之后,才能真正成为经济发展的动力。网络如同一座宝藏,但要找到并且挖掘它有很多路要走,要经过多种尝试。无论是 B to B,还是 B to C;无论是门户网站还是网上商店;无论是 ISP,还是 ICP、ASP,所有这些都是在网络转化为生产力的有益尝试。在网络经济发展之初,人们对网络经济的前景无限看好,这种过高的期望却成为网络经济正常发展的阻力,狂热的追捧为网络凭空添加了华而不实的成分,也就是泡沫经济。网络经济毕竟处于幼年期,工业社会初期的圈地运动在网络中

重现。当纳斯达克的神话破灭后,当网络一样需要创造财富和利润时,经历了大喜大悲的网络经济才会走向正常的有序的轨道。

网络不是孤立存在并且发展的,它本身并不足以成为新经济,只有将网络与传统经济结合起来,才是正确的发展方向。新经济也一样需要赢利,也是以创造利润为最终目标的,离开了与传统的结合,网络经济只是一句空洞的口号,模式和概念不是社会需要的。政府和企业只有踏踏实实地应用网络,建立起节约成本、提高效率的电子政府和企业网络,才是发展网络经济的根本,这也正是本书目的之所在。网络对当今社会、经济、生活的巨大改变有目共睹,网络经济的发展需要理性,只有真正理解网络经济的内在规律,掌握网络的特性,才能使网络成为经济发展的中坚力量,任何浮躁和悲观都不可能为网络经济的发展带来益处。

本书涵盖了网络在政府、企业、商业中应用的方方面面,详细论述了网络经济的特性和原理;揭示电子商务和网络营销在政府和企业中的应用及解决方案;指明了网络经济的发展方向。对政府领导来说,本书是了解和掌握网络经济规律,实施政府上网工程和指导企业上网的辅助决策实用大全;对企业管理者来说,本书为企业生存竞争与发展指明了方向,并且详细讲解了企业网络建设的每一个步骤,是已上网企业和准备上网企业的必备手册。

本书共分8个部分,具体内容如下:

第一篇 网络经济 本篇从网络的发展及未来趋势阐述了网络经济和信息革命的关系,一一列举了网络对经济生活各领域的改变,内容涉及网络出版、网络教育、网络金融、网络媒体、网络服务业诸多方面。

第二篇 电子政务 电子政府是政府发展的趋势,一个国家政府对网络的应用,体现着国家的科技实力和经济发展水平,我国的政府上网从1999年开始,为建设一个迈向新世纪的高效有序的政府提供了最好的选择。本篇介绍了政府上网的背景和概念,并从技术角度讲解了政府网站的建立与管理,最后详细阐述了电子政府在管理、采购、新闻公布等各方面的应用,以及具体的解决方案。

第三篇 网络营销 网络营销作为一个新生事物,正越来越多地为企业所重视。本篇主要内容包括:网络营销的产生、含义、特点,网络营销的基础理论与过程,网络营销的对象与市场,网络营销的策略等内容。以具体案例为企业网络营销提供了明确的操作方案。

第四篇 电子商务 本篇从电子商务含义、发展、特点和技术基础等基本内容开始,阐述电子商务的交易规则和解决方案;探讨了电子商务的各种模式及发展中的问题;通过对电子货币及网上银行的介绍来论述电子商务的网上金融支持,并对网上投资提出了有益的见解;最后详细讲解了风险投资及其获取的方法,并针对电子商务中存在的问题提出了解决方法。

第五篇 企业上网 网络给企业生存和发展带来巨大的机遇,本篇首先论述了网络怎样与企业相结合并创造最大的经济效益;其次讲解了企业网络建设和企业如何进行电子商务和网络营销;最后对企业上网存在的问题进行分析并提出了解决方案。

第六篇 互联网档案 本篇的主要内容包括我国网络经济发展的现状、目前存在的问题,对网络困境进行了剖析和解释;并对国内外网络先驱的创业历程进行了介绍。

第七篇 拍网称奇 网络是新兴事物,由于法律法规的不健全,发生了许多匪夷所思的现象,从网络案件到虚拟空间的思考,从黑客到病毒,从网络安全到色情网站,从网络犯罪到网恋,网络带给我们的决不止只有好的一面。

附录 中国信息产业相关法律法规 现有的法律、法规对虚拟网络空间的约束很小,本附录记录了与网络有关的法律、法规,为网络建设提供法律依据。

本书绝不是告诉你空洞的概念,而是努力通过严谨的体系、生动的语言、深刻的见解、典型的案例全面剖析网络经济,揭示网络经济的内在规律,为政府部门和企业更准确和有目的的利用互联网提供理论和实践支持,将中国信息革命进行到底。

总 目 录

第一篇 网络经济

- 第一章 网络经济时代来临
- 第二章 一网打尽
- 第三章 网络经济与信息革命
- 第四章 网络时代的金融革命
- 第五章 网络教育

第二篇 电子政务

- 第一章 政府上网多多e善
- 第二章 中国政府上网工程
- 第三章 政府上网工程实施方案
- 第四章 政府上网工程解决方案
- 第五章 电子政府

第三篇 网络营销

- 第一章 走进营销新时代
- 第二章 掀起你的盖头来:透视网络营销
- 第三章 网络营销模式
- 第四章 网络营销实务
- 第五章 网络营销策略
- 第六章 网络营销的五种武器

第四篇 电子商务

- 第一章 商业的革命——电子商务
- 第二章 电子商务解决方案

- 第三章 雾里看花——电子商务的模式

- 第四章 网上支付与电子货币

- 第五章 网络广告

- 第六章 网络创业与电子商务存在的问题

第五篇 企业上网

- 第一章 电子商务时代 企业的机遇

- 第二章 中国企业上网工程白皮书

- 第三章 企业网络的建设

- 第四章 企业网络营销

- 第五章 虚拟企业的经营管理

- 第六章 企业上网存在的问题和解决方案

第六篇 互联网档案

- 第一章 中国互联网发展现状

- 第二章 中国.com

- 第三章 数字英雄

- 第四章 网络先驱

第七篇 拍网称奇

- 第一章 中国互联网络案件

- 第二章 黑客帝国

- 第三章 虚拟空间大纪实

附 录 中国信息产业相关法律法规

目 录

第一篇 网络经济

第一章 网络经济时代来临	(3)
第一节 新世纪新经济	(3)
一、网络经济的含义	(3)
二、网络经济就是新生产力	(5)
三、互联网将成为新经济原动力	(7)
第二节 未来趋势	(8)
一、产业互联	(8)
二、网络经济的三个经济学原理	(13)
三、新经济制胜之道	(14)
四、新经济的规则	(17)
第三节 新经济着陆中国	(22)
一、互联网对中国的冲击	(23)
二、最可怕的是错过一个时代	(25)
三、从全球化到本土化	(26)
四、网络经济对未来中国经济的八大影响	(28)
五、谁会赚网络的钱	(32)
第二章 一网打尽	(40)
第一节 网络信息服务	(40)
一、网络图书馆	(40)
二、网络中介服务	(44)
三、网络资源共享	(52)
四、网络咨询业	(57)
五、信息化校园	(64)
第二节 网络交流	(66)
一、电子邮件与 BBS	(66)
二、网络电话与网络传真	(68)

三、网络寻呼	(73)
四、互联网电视会议系统	(76)
五、网上即时联络工具 ICQ	(77)
六、电子贺卡	(78)
第三节 网上娱乐	(79)
一、在线游戏	(79)
二、在线音乐	(81)
三、网上电影和网络宠物	(83)
四、网络电视	(84)
第四节 网络生活	(86)
一、全新的体验	(86)
二、挑战新生活	(87)
三、工作生活两不误	(88)
四、婚礼网站	(89)
五、离婚网站	(90)
六、网上旅游	(91)
第五节 网络医疗与保健	(95)
一、网上医疗保健	(95)
二、网上医疗服务	(96)
三、网上减肥	(97)
第三章 网络经济与信息革命	(100)
第一节 网络媒体	(100)
一、网络是 21 世纪最具活力的媒体	(100)
二、优势明显的网络媒体	(107)
三、IT 媒体的未来	(110)
四、在网络经济与 IT 媒体命运之间	(113)
第二节 网络出版 eBook	(116)
一、出版业的革命	(116)
二、聚焦 eBook	(118)
三、中国 eBook 先驱	(122)
四、eBook 问题与现状	(129)
五、出版社触网与网上书店	(131)
第三节 e 广告革命	(136)
一、网络广告的特点	(137)

二、网络媒体的特点	(139)
三、传统广告媒体与传统媒体广告的特点	(140)
四、网络广告与传统广告的比较分析	(143)
五、网络广告与传统媒体广告的互补与合作	(147)
六、广告与互联网	(148)
第四节 宽带、有线电视和网络	(149)
一、有线电视网络与新媒体	(150)
二、我国有线网络的市场	(155)
三、中国有线电视网的发展现状	(156)
四、有线电视产业发展亟待解决的问题	(160)
五、有线电视网发展在宽带	(162)
第四章 网络时代的金融革命	(168)
第一节 “网络金融时代”的来临	(168)
一、网络经济下的金融体系变革	(168)
二、金融创新	(170)
三、金融机构虚拟化导致经营理念的革命	(171)
第二节 网络证券业	(172)
一、网络证券投资新潮流	(172)
二、网上证券业务发展报告	(175)
第三节 网络保险	(180)
一、保险公司开办电子商务网站	(180)
二、网络保险调查	(185)
三、网络保险业逐渐升温	(186)
四、中国保险电子商务分析	(189)
五、保险网站的尝试	(192)
第四节 网络银行	(199)
一、商业银行的金融改革尚未展开	(199)
二、私人银行的人性化服务	(200)
三、网络银行是未来银行业的趋势	(201)
四、网络经济中商业银行的危机	(203)
五、银行业的金融创新	(205)
第五章 网络教育	(208)
第一节 教育选择了网络	(209)
一、网络教育的争论	(210)

二、收费的基础教育	(211)
三、网络走向成人教育市场	(212)
四、教育部门不甘落后	(214)
五、网络与教育不可分割	(214)
六、网络引发教育改革	(215)
七、网络教育伴随传统教育到永远	(217)
八、IT 业走向网络教育	(218)
第二节 中国网络教育研究	(220)
一、中国互联网教育科研资源概况	(220)
二、互联网提供的高等教育资源分析研究	(222)
三、互联网提供的基本资源分析研究	(223)
四、相关教育资源网站案例解析	(224)
五、中国教育与科研网络发展前景	(225)
第三节 网络教育现状	(226)
一、e-Learning 在我国	(226)
二、境外投资中国网络教育	(233)
三、网络教育群雄林立	(235)
四、国外的网络教育	(238)
第四节 网络教育的缺陷与瓶颈	(241)
一、制约网络教育发展的五大因素	(242)
二、缺陷与发展瓶颈	(245)
三、其它问题	(247)
第五节 网络教育的发展与建设	(248)
一、发展教育电子商务	(248)
二、网络教育商业化	(250)
三、越过网络教育的三道门槛	(251)
四、网络教育建设	(253)

第二篇 电子政务

第一章 政府上网多多 e 善	(259)
第一节 政府上网基础知识	(259)
一、政府上网的含义	(259)
二、政府上网的意义	(260)

第二节 政府上网大势所趋	(261)
一、政府面临网络变革	(261)
二、网络改变政府运作方式	(263)
三、网络改变国家政治生活	(264)
第三节 政府上网好处多多	(270)
一、电信部门受益	(270)
二、企业和民众受益	(270)
三、政府机关受益	(271)
四、信息产业受益	(271)
第四节 全球政府上网状况	(273)
一、外国政府网站建设现状	(273)
二、外国政府上网的应用	(274)
三、外国政府上网进程	(275)
四、我国政府上网启动	(275)
第二章 中国政府上网工程	(281)
第一节 中国政府上网工程实施历程	(281)
一、中国政府上网工程背景	(281)
二、中国政府上网工程启动	(283)
三、百城市政府上网推进交流会	(285)
四、政府上网工程大事记	(289)
第二节 信息产业部部长吴基传谈“政府上网工程”	(291)
一、关于深入推进“政府上网工程”的实施方案	(292)
二、关于深入推进政府上网工程的建议	(293)
第三节 中国政府上网现状	(296)
一、政府上网工程效果显著	(296)
二、中国政府上网基本情况	(297)
三、中国中央政府上网情况	(298)
四、中国地方政府上网情况	(299)
五、中国政府上网的主要内容	(302)
第四节 各级政府网站建设简介	(303)
一、我国部分部委网站建设	(303)
二、北京市政府网站建设	(304)
三、上海市政府网站建设	(307)
四、广东省政府网站建设	(308)

五、云南省政府网站建设	(310)
六、海南省政府网站建设	(311)
七、四川省政府网站建设	(312)
八、江苏省政府网站建设	(313)
九、山东省政府网站建设	(315)
十、安徽省政府网站建设	(317)
十一、河南省政府网站建设	(317)
十二、吉林省政府网站建设	(319)
十三、黑龙江省政府网站建设	(322)
第三章 政府上网工程实施方案	(324)
第一节 政府上网工程总体实施方案	(324)
一、政府上网工程总体设想	(324)
二、政府上网工程主要内容	(324)
三、政府上网工程的范畴	(325)
四、政府上网工程实施目标	(325)
五、政府上网工程实施意义	(325)
六、政府上网工程实施步骤	(326)
七、政府上网工程配套措施	(326)
八、政府上网工程工程规划	(326)
九、政府上网工程运作方案	(327)
第二节 政府网站建设实务	(330)
一、网站建设的基本原则	(330)
二、网站建设的定位	(332)
三、网站建设规划	(334)
四、网站建设内容	(335)
五、政府网络系统的设计	(337)
六、网站建设技巧	(341)
第三节 政府网站管理	(345)
一、安全管理	(345)
二、政府机关办公自动化管理	(348)
第四章 政府上网工程解决方案	(353)
第一节 政府上网工程问题解决方案	(353)
一、政府上网遇到的问题	(353)
二、政府上网问题解决方案	(356)

第二节 政府上网工程技术解决方案	(361)
一、台源网络解决方案	(361)
二、IFS 政府网站系统解决方案	(363)
三、中公网公司解决方案	(364)
四、康柏解决方案	(371)
五、实达基于 Linux 的政府上网工程解决方案	(379)
六、诺方网络信息安全解决方案	(386)
第三节 政府上网工程技术解决方案应用案例	(388)
一、云南省政府首脑机关办公决策支持系统	(388)
二、深圳市机关电脑专网	(389)
第五章 电子政府	(393)
第一节 电子政府概述	(393)
一、电子政府的含义	(393)
二、电子政府的内容	(394)
三、电子政府的具体应用	(395)
第二节 全球电子政府	(396)
一、全球竞相构建电子政府	(396)
二、美国的电子政府	(402)
三、英国的电子政府	(405)
四、加拿大的电子政府	(410)
五、法国的电子政府	(412)
六、日本的电子政府	(413)
七、澳大利亚的电子政府	(417)
八、新加坡的电子政府	(420)
第三节 关于电子政府的思考	(423)
一、建立电子政府须解决三个问题	(423)
二、未来的电子政府怎样运作	(424)
三、构造电子政府	(426)
四、关于电子政府发展定位的思考	(430)
第四节 电子政府的电子采购	(432)
一、政府采购概述	(432)
二、我国的政府采购	(436)
三、我国的电子采购刚刚开始	(439)

第三篇 网络营销

第一章 走进营销新时代	(443)
第一节 网络营销 e 军突起	(443)
一、网络营销冲击传统营销	(443)
二、网络营销的优势	(446)
三、网络营销的影响	(449)
第二节 网络营销新理念	(458)
一、营销理念	(458)
二、消费需求理念	(461)
三、宣传理念	(463)
四、营销策略	(465)
第三节 网络营销与传统营销的结合	(468)
一、传统营销依然有效	(468)
二、营销的整合	(471)
第二章 掀起你的盖头来:透视网络营销	(475)
第一节 网络营销的实质	(475)
一、网络营销的内涵	(475)
二、网络营销构成要素	(476)
三、网络营销面面观	(482)
第二节 网络营销史	(485)
一、市场营销	(485)
二、网络营销	(489)
第三节 网络营销与传统营销的比较	(494)
一、网络营销与传统营销的相同点	(494)
二、网络营销异于传统营销的特点	(495)
第四节 网络营销基础理论	(500)
一、网络营销类型	(500)
二、网络营销的层次	(502)
三、网络营销的流程	(506)
四、网络营销工具	(510)
第五节 网络营销发展问题	(514)
一、网络营销现状分析	(514)
二、网络营销发展的制约因素	(516)

第三章 网络营销模式	(524)
第一节 常见的网络营销模式	(524)
一、促销和指导型模式	(524)
二、有限销售和大量指导型模式	(525)
三、销售和指导型	(526)
四、战略性销售型模式	(527)
第二节 网络营销模式案例	(528)
一、网上零售	(528)
二、网上商店	(536)
三、网上拍卖	(542)
第四章 网络营销实务	(549)
第一节 网络营销战略计划	(549)
一、网络营销战略	(549)
二、网络营销计划	(554)
第二节 网络营销产品市场定位	(558)
一、产品定位	(558)
二、市场定位	(559)
第三节 网络营销调研	(560)
一、网络调研的优越性	(561)
二、网络调研策略	(561)
三、网络调研步骤	(563)
第四节 网络营销准备工作	(566)
一、基础准备	(566)
二、网站建设	(567)
第五节 网络营销的具体运作	(569)
一、网上超市的运作	(569)
二、网上商城的运作	(570)
三、网络专卖店的运作	(573)
四、网络特色店的运作	(574)
五、网络电脑直销店的运作	(576)
六、网络书店的运作	(577)
七、网上鲜花的运作	(579)
八、网上专业市场的运作	(580)
九、网上拍卖的运作	(581)

第五章 网络营销策略	(586)
第一节 网络营销策略概述	(586)
一、如何建立营销网站	(586)
二、网络营销策略要点	(596)
三、网络营销的难题与对策	(604)
第二节 网络营销策略	(607)
一、无站点网络营销策略	(607)
二、有站点网络营销策略	(610)
三、数字化品牌营销策略	(614)
四、电子邮件(e-mail)营销策略	(616)
五、网络营销定价策略	(618)
六、数据库营销策略(Internet Database Marketing)	(622)
七、网络营销服务策略	(631)
八、网上促销策略	(632)
九、许可营销策略	(634)
十、网络营销宣传策略	(637)
十一、网络营销的十个关键时刻	(638)
十二、如何用电子邮件做广告	(640)
第六章 网络营销的五种武器	(646)
第一节 电子信箱(e-mail)	(646)
一、电子邮件(e-mail)的功能	(646)
二、安全保密的难题	(647)
三、您的“伊妹儿”	(647)
四、用自动应答器回答顾客询问	(649)
第二节 新闻组(Usenet)	(655)
一、新闻组的组成	(655)
二、新闻组是怎样使用的	(657)
三、在新闻组发财	(658)
四、在新闻组营销要注意的问题	(661)
第三节 聊天室(Chat)	(663)
一、聊天室的技术原理	(665)
二、聊天致富之道	(666)
三、聊天室的禁忌	(666)
第四节 Gopher 系统	(667)