

国家信息化培训教材

新经济 网络营销

全国网络营销推广计划管理委员会教材编委会 编



中央广播电视大学出版社

国家信息化培训教材

新经济与网络营销

全国网络营销推广计划管理委员会
教材编委会 编

中央广播电视大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新经济与网络营销/全国网络营销推广计划管理委员会教材编委会编. - 北京:
中央广播电视大学出版社, 2001.2

ISBN 7-304-02015-6

I. 新… II. 全… III. ①新经济-教材②电子商务-市场营销学-教材
IV. ①F062.5②F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 05468 号

版权所有, 翻印必究。

国家信息化培训教材

新经济与网络营销

全国网络营销推广计划管理委员会教材编委会 编

出版·发行/中央广播电视大学出版社

经销/新华书店北京发行所

印刷/北京首师大印刷厂印刷

开本/880×1230 1/16 印张/11.75 字数/265 千字

版本/2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷

印数/0001—10100

社址/北京市复兴门内大街 160 号 邮编/100031

电话/66419791 68519502 (本书如有缺页或倒装, 本社负责退换)

书号: ISBN 7-304-02015-6/TP·155

定价: 35.00 元(含光盘)

序 言

党的十五届五中全会把大力推进国民经济和社会信息化放到了覆盖现代化建设的全局高度，这标志着我国信息化建设进入了一个全面快速发展的重要时期。

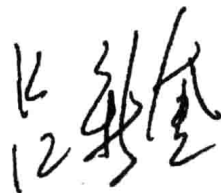
《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》不仅明确了信息化的重要战略地位和发展思路，还指出了在全社会普及信息化知识的重要性和必要性。这是“十五”计划期间国家信息化人才培养工作的重要指导方针。

我国信息化体系由六个要素构成，包括信息资源、信息网络、信息技术应用、信息技术和产业、信息化人才队伍、信息化政策法规和标准规范。在六要素中，信息化人才是信息化建设的根本。只有建设一支宏大的高素质的信息化人才队伍，推进信息化的各项工作才能得以顺利开展，党的十五届五中全会提出的信息化建设的各项任务才能真正得到贯彻和落实。

我国信息化是在国家统一规划和组织下，在农业、工业、科学技术、国防及社会生活各个方面应用现代信息技术，深入开发、广泛利用信息资源，加速实现国家现代化的进程。信息化建设是渗透在政府行政管理、社会公共服务和企业生产经营各领域并具有十分丰富内涵的一项开拓性事业，没有大批的懂技术会管理的建设型和应用型人才，就难以承担国家和时代赋予我们的历史重任，我们必须在全社会范围内普及信息化知识，增强信息化意识，提高信息技术应用能力，动员全社会的力量推动各行各业和各地区的信息化，并最终信息化带动工业化，带动现代化建设的全局。

国家信息化推进工作办公室正是在这样的背景下启动“国家信息化培训”项目。目前已经在全国若干省、市、自治区建立了 20 余个授权培训点，今后还将有计划地在全国范围内建立授权培训机构，全面实施信息化人才培养计划。为此，国家信息化推进工作办公室正着手组织编写“国家信息化培训系列教材”，这些教材将陆续出版。我谨向这些教材的作者、编者、组织者和所有参与国家信息化培训的同志们致以诚挚的感谢，感谢他们为国家信息化培训事业所做出的贡献。

国家信息产业部副部长



2001 年 1 月

编委会名誉主任：吕新奎 信息产业部副部长

编委会主任：宋 玲 国家信息化推进工作办公室主任
信息产业部信息化推进司司长

副主任：张会生 姚军洁 庄英翹 张宝泰 洪京一

主 编：高新民 郭诚忠

执行主编：郭诚忠 黄敏学 李克非

编委（按姓氏笔画排序）：李富山 李克非 陈 进

陈 禹 姜旭平 郭德瑜

黄京华 黄敏学 谢怀军

程绍军 赖茂生

目 录

第一章 新经济概念和电子商务发展概况	1
第一节 新经济概念	1
一、什么是新经济	1
二、新经济的特征和衡量指标	3
第二节 新经济的宠儿——电子商务	7
一、电子商务是网络经济发展的火车头	8
二、各国政府推动电子商务的行动和立场	8
三、各国际组织推动电子商务的行动	10
四、发达国家重视发展电子商务的战略意图	13
第三节 我国电子商务发展概况	14
一、党中央和国务院高度重视电子商务发展	15
二、政府上网工程取得很大成绩，推动电子商务发展	16
三、启动企业上网工程，改善企业发展电子商务的基础环境	16
四、我国信息产业持续高速发展，为网络经济和电子商务发展 提供了有力的支持	16
五、金字工程取得明显成绩，为发展电子商务奠定了基础	19
六、加强计算机信息网络国际联网的管理，促进了网络应用和 服务的健康发展	20
七、电子支付、安全认证等电子商务基础条件有所改善	23
第四节 发展新经济与电子商务的对策	23
一、要大力推进政府信息化进程，实现“电子政府”	24
二、要踏踏实实地抓好企业信息化	25
三、要积极、稳妥地发展电子商务	27
四、积极推动网络营销应用普及，加强企业适应新经济环境的能力	29
第二章 网络营销概述	31
第一节 网络营销的概念	31
一、网络营销的产生与发展	31
二、网络营销的内涵	32
三、网络营销与电子商务	34
第二节 网络营销与传统营销	35
一、网络营销的特点	35
二、网络营销对传统营销的冲击	37
三、网络营销与传统营销的整合	40

第三节 网络营销的竞争优势分析	41
一、成本费用控制	41
二、创造市场机会	43
三、让客户满意	45
四、满足消费者的个性化需求	46
第四节 网络营销策略的制定	48
一、企业性质与网络营销策略制定	48
二、企业规模与网络营销策略制定	50
三、市场地位与网络营销策略的制定	51
四、产品周期与网络营销策略制定	52
第三章 网络营销系统	54
第一节 网络营销系统概述	54
一、网络营销系统组成	54
二、网络营销系统功能	56
三、网络营销系统的开发	57
第二节 企业网络营销站点概述	60
一、企业网络营销站点的类型	60
二、企业网络营销站点的功能	61
三、企业网络营销站点的规划	63
第三节 企业网络营销站点的建设	67
一、站点建设概述	67
二、站点域名的申请	68
三、站点建设的准备	70
四、站点的设计与开发	71
五、站点的维护	76
第四章 网上市场调查与购买行为分析	78
第一节 网上市场调查概述	78
一、网上市场调查的概念	78
二、网上市场调查的特点	80
三、其他网上调查的应用	81
第二节 利用 Internet 收集信息的方法	82
一、收集竞争者信息的方法	82
二、收集市场行情信息的方法	83
三、收集消费者信息的方法	84
四、收集市场环境信息的方法	85
第三节 网络购买行为分析	85

一、网络消费需求的特征	85
二、影响网络消费者购买的主要因素	88
第四节 网络消费者的购买过程	90
一、诱发需求	91
二、收集信息	91
三、比较选择	92
四、购买决策	92
五、购后评价	93
第五章 网络营销产品的策略	94
第一节 网络营销产品概述	94
一、网络营销产品的概念	94
二、网络营销产品的特点	97
三、网络营销产品的分类	98
第二节 网络营销新产品的开发	100
一、网络营销新产品开发概述	100
二、网络营销新产品的构思与概念形成	103
三、网络营销新产品的研制	104
四、网络营销新产品的试销与上市	105
第三节 网上营销的品牌策略	105
一、网上市场品牌的内涵	105
二、企业域名品牌的内涵	106
三、企业域名品牌的管理	108
四、网上域名品牌的发展	111
第六章 网络营销服务	113
第一节 网络营销服务概述	113
一、网络营销服务层次与客户满意	113
二、网络营销服务的特点	115
第二节 网上产品服务	117
一、网上售前服务	117
二、网上售中服务	118
三、网上售后服务	119
四、网上产品服务网站的设计	121
第三节 网上个性化服务策略	123
一、网上个性化服务概述	123
二、网上个性化的信息服务	124
三、网上个性化服务的意义	126

第七章 网络营销价格与渠道策略	127
第一节 网络营销定价概述	127
一、网络营销定价的内涵	127
二、网络营销定价基础	129
三、网络营销定价的特点	131
第二节 网络营销定价策略	133
一、低价定价策略	133
二、定制生产定价策略	134
三、使用定价策略	135
四、拍卖竞价策略	136
第三节 网络营销渠道策略	137
一、网络营销渠道的功能	137
二、网络营销渠道的类型	138
三、网络营销渠道的建设	139
第八章 网络营销促销策略	141
第一节 网络营销促销概述	141
一、网络营销促销的内涵	141
二、网络营销促销的形式	142
三、网络营销促销的作用	143
四、网络营销促销的实施	144
第二节 网上销售促进与公共关系	147
一、网上销售促进	147
二、网上公共关系	149
第三节 网络广告	151
一、网络广告的发展	151
二、网络广告与传统广告	153
三、网络广告的类型与发布	155
第九章 网络营销的实施、组织与控制	159
第一节 网络营销的实施管理	159
一、网络营销的实施过程	159
二、网络营销实施的时机决策	160
三、网络营销实施的投资决策	162
第二节 网络营销的组织	164
一、网络营销组织的重组	164
二、网络营销业务流程的重组	166

三、网络营销的人员组织.....	166
第三节 网络营销交易风险的控制	167
一、产生网络营销交易风险的因素	167
二、网络营销交易风险的控制	169
三、网络营销中的消费者保护	173

第一章 新经济概念和电子商务发展概况

第一节 新经济概念

世纪之交,经济全球化和全球信息化互为推进,成为世界潮流和大趋势,世界经济的发展和格局孕育着新的革命和突破。信息化程度是当今世界决定一个国家综合国力和国际竞争力的核心因素之一,这对各国都提出了巨大的挑战,也为各国带来了千载难逢的发展机遇。

以微电子、计算机、通信和网络技术为代表的信息技术,是迄今为止人类社会技术进步过程中发展最快、渗透性最强、应用最广泛的关键技术,代表着先进生产力的发展方向,创造着有史以来人类最高的劳动生产率;信息技术的广泛应用,使信息成为重要的生产要素和战略资源,社会资源也能获得高效配置,并推动经济结构革新和产业结构升级,最终导致经济增长方式、经济管理体制的重大变革;同时还推动工业经济走向新经济——网络经济的新阶段,并将对全球范围的经济、政治、军事、文化以及意识形态产生越来越广泛和深刻的影响,从根本上改变着人类的生产方式、生活方式和思维方式,正在把人类带入信息时代。

正如江泽民主席在第十六届世界计算机大会开幕式讲话中所指出的,“世界科技发生了深刻的革命,社会生产力极大提高。可以预计,21世纪科学技术的进一步发展,特别是信息技术和生命科学的不断突破,将对世界政治、经济、文化生活产生更加深刻的影响。”

一、什么是新经济

新经济(New Economy)也称知识经济(Knowledge Economy)、信息经济(Information Economy)、数字经济(Digital Economy)、网络经济(Internet Economy)、智能经济(Intelligence Economy)或精神经济(Spirit Economy)等。

早期的提法中,大多使用“知识经济”这个提法。如1996年,经济合作与发展组织(OECD)在巴黎出版的*The Knowledge-based Economy*中指出:“知识经济就是以知识为基础的经济,它直接依赖于知识的生产、分配与应用。”1998年,江泽民主席指出:“知

识经济初露端倪。”

知识经济有 4 个特征：

- (1) 以知识为基础的产业在整个经济结构中占主要地位；
- (2) 与知识有关的因素在经济增长中起主导作用；
- (3) 知识对生产力的形成有关键的影响；
- (4) 在成本中与知识有关的项目占显著比重。

但是，从 1998 年起，一些国家正式使用了“新经济”这个概念。如，2000 年 4 月 5 日，美国总统克林顿在关于新经济的讲话中提出：“新经济是一种基于高新技术的经济，是一种信息产业、生物工程和纳米技术支撑的经济。”

从广义上说，新经济是基于知识经济的全球化经济的进一步引申，新经济是在经济全球化和信息革命的带动下，以信息技术、生命科学技术、新能源技术、空间技术、海洋技术和环境技术等七大高科技产业为龙头的经济。

值得注意的是，自 20 世纪 90 年代中期以来，出现了许多新经济现象。

(1) 美国和西欧几个发达国家呈现出不同以往的经济发展趋势，维持了经济发展的高增长、低通胀、高就业，并带动了全球性的资源重新配置。因此，在 1999 年年初的达沃斯“世界经济论坛”上，许多国家的元首和企业家认为，新经济关系到企业的存亡、国家的兴衰。欧盟已准备把迎接新经济作为欧盟首脑会议的重点内容，要求各成员国政府实施广泛的经济和社会改革，创造共同的欧洲知识经济。

在日本冲绳召开的八国首脑会议通过了全球信息社会宪章，认为发展信息和通信技术（IT）是 21 世纪发展的最大动力之一，其革命性的影响将改变人们的生活、学习和工作以及同政府打交道的方式；IT 是世界经济快速发展的最有活力的引擎，发展以信息产业为主的新经济，将是实现 21 世纪繁荣的主要手段。

(2) 新经济的出现，使得股市出现了追逐网络股的现象。1999 年 5 月～2000 年 3 月的 10 个月中，美国十大“新经济”企业如 Cisco、Oracle、Intel、Sunmicrosystem、Nortel、Microsoft 等的市值增加了 15704 亿美元；相反，美国十大“旧经济”企业如 Cocacola、Ford、Gillette、Xerox、Mcdonald's 等的市值则损失了 2843 亿美元。

在最近一期的美国《商业周刊》公布的全球 1000 家最大企业的排名中，前 5 位的公司分别是通用电器、英特尔、思科、微软和埃克森—美孚石油公司，其中信息技术和服务公司占了 3 席。在前 25 家公司中，信息和电信类公司占了 10 席。

根据美国德州大学商学院的报告，投资者十分青睐与互联网相关的公司，并以投入美元作为报答。在互联网上做生意的 294 家公司的平均市场价值达到 180 亿美元，是在 NASDAQ 上市的 5068 个公司平均市值 6 亿美元的 30 倍。由此，我们得到的启示是，投资者把未上网的公司看作市场上的落后者，尚未做好参与新经济的准备。

(3) 新经济尚不成熟，表现是股市的大起大落。我们也许都还记忆犹新，2000 年 3

月 10 日~4 月 14 日一个月内, NASDAQ 指数下跌 34%, 引起全球高科技股的暴跌。一些知名的网络公司的股值跌幅更是高达 70%~80%。由此看来, 支持新经济的网络股确有泡沫。

但是, 不能因此而断定新经济就是泡沫经济。网络股的泡沫, 不等于经济泡沫, 只表明网络股的股价过高。这反映出投资者的过度投机, 也反映出新经济的不成熟。

著名华人王嘉廉说: “忘掉那些根据网络及高科技公司大起大落就推断互联网革命已经结束的说法, 这场革命才刚刚开始, 而且未来无比光明。”

新经济将改变人类社会的整个经济, 包括传统的农业经济和工业经济, 使人类经济进入一个崭新的时代。

二、新经济的特征和衡量指标

1. 产业结构和就业结构

新经济下的生产组织方式是以柔性生产和服务替代传统经济时代的标准化、大批量的生产方式, 服务业的比例逐年上升。美国 1995 年高新技术产业的产值占 GDP 的 6.1%, 1997 年, 美国的服务业产值占 GDP 的 75%。1996 年, 在办公室就业的人数占总就业人数的 40%。

2. 高技术高工资职业与低技术低工资职业指标

美国以知识为基础的就业人数比例在总就业人数中的比例正逐年上升, 从 1989 年至 1998 年的年增长率为 20%。

3. 对外贸易

对外贸易指标反映出一个国家在全球化中所处的地位。美国进出口贸易占 GDP 的比重从 1970 年的 11% 上升至 1997 年的 29%。

4. 外国直接投资指标

在经济全球化中, 企业间的激烈竞争要求企业必须在全球范围内进行投资, 以占领市场并获得技术和人才。美国在这方面一直处于领先地位, 1991 年~1996 年间, 其平均直接投资的流入流出占 GDP 的比重为 16%。

5. 新兴企业快速增长

企业家不断地创建新的快速增长的公司, 这对于促进经济和就业增长起着重要的作用。1993 年, 美国这样的公司只有 23 万家, 1997 年已达到 36 万家。

6. 企业的竞争剧烈程度

该程度以企业总数和股票交易总数来衡量。在全球化的市场环境中，因收购和兼并以及大型投资者数量的增加，使新企业不断涌现，其竞争也愈演愈烈。1965 年，IBM 公司在市场上的竞争者只有 2500 家，到 1992 年已达到 50000 家。

7. 竞争者之间的合作程度

竞争者之间既竞争又合作，专家们的理论是，新经济的主要组织是网络的动态合作。社会资本和物资资本同等重要，人才资本则是创新和增长的源泉。美国产业界的技术合作从 1985 年的 85 件增长到 1994 年的 235 件。

8. 就业增长程度

新经济带来就业机会并快速变化，就业者处于不稳定状态。但是，总的趋势是就业稳定增长。美国从 1998 年一季度到 1999 年一季度，仅互联网经济领域就净增了 70 万个就业岗位。

9. 新产品的增加程度

竞争与合作能使产品不断更新。美国在 20 世纪 70 年代只有 7000 种新产品，现在每年会创造出 50000 种新产品。

10. 新产品生产周期

在竞争的环境下，新产品的开发周期大大缩短。1990 年时需要 35 个月，而现在只需要 24 个月。

11. 信息产品产值占 GDP 的比例

信息产品在不断降价的情况下，在 GDP 中的比例却在不断上升。1996 年，美国仅半导体一项产品，其产值即达到 GDP 的 0.65%。

12. 产品的计算成本降低程度

非常知名的摩尔定律表明，微处理器的处理能力每 18 个月可以提高一倍，计算成本大约降低 25%。所以，1978 年每处理 100 万条指令（MIPS）需要 480 美元，1985 年需要 50 美元，而 1995 年只需要 4 美元。

当前，新经济的主要表现形式是网络经济，即以信息技术特别是网络技术为主要动力的经济，网络经济是当代的知识经济。

最新研究表明，网络经济蓬勃发展，美国、欧洲互联网经济持续增长。1999 年，

美国互联网经济创造了 5070 亿美元的营业收入，欧洲互联网经济急起直追，达到 1320 亿美元的营业收入，是美国的 1/4。据预测，2002 年，美国互联网经济预计可达到 12400 亿美元的销售额，届时，欧洲可望创造 5970 亿美元的销售额，达到美国的 50%。

网络经济是依托互联网的经济，据研究报告分析，它包含的内容主要有：

- （1）互联网基础设施，包括基础设施设备制造业，网络服务器、安全设备、光传输设备及软件制造业，互联网骨干网供应和服务业；
- （2）网络应用，包括在互联网上开展各种经营和服务业务所需要的软件和供应业，如 Web 开发和服务器软件、搜索引擎、多媒体应用软件、互联网顾问等；
- （3）中介环节，包括为在互联网上提供中介服务的公司，如网上经纪人、内容集成商、门户和内容供应商、广告经纪人等；
- （4）互联网商务，即真正的电子商务，包括一切在互联网上从事的销售和服务活动。

从 1991 年 3 月以来，美国经济维持着高增长、高就业、低通胀的局面，不能不归功于互联网经济和电子商务的发展。

从 1992 年起，美国经济已连续 8 个年头实现正增长，特别是 20 世纪最后 5 年（1995～1999），美国经济保持年均近 4% 的高速增长。见表 1-1。

表 1-1

年 度	国内生产总值增长率（%）
1 9 9 5	2.7
1 9 9 6	3.6
1 9 9 7	4.2
1 9 9 8	4.3
1 9 9 9	4.2

美国经济从 1946 年起有季度 GDP 统计，从 1946 年第一季度至 2000 年第一季度的 280 个季度中，美国曾出现过连续 33 个季度（1982 年第四季度至 1990 年第二季度）的正增长期。现在，从 1993 年第二季度起已持续了 32 个季度的连续正增长。可以预计，按季度计算，美国新一个正增长时期将超过历史上最高的记录。

1999 年 6 月，美国商务部发表的《崛起的数字经济》（第二版）中介绍，美国不断加大对信息设备的投资，60 年代仅为全部企业设备投资的 3%，现在，超过全部企业设备投资的 45%；1995 年～1998 年的信息产品（计算机和通信产品硬件软件、信息服务）占美国 GDP 的 8%，对国民经济增长的贡献率为 35%。

20 世纪 90 年代前 5 年（1990～1994），美国的年平均失业率均为 6.6%，而 80 年代各年美国的失业率普遍高于这个数字。1988 年，美国的失业率曾高达 10.4%。互联网经济的发展，使美国 20 世纪最后 5 年的失业率由 5.6% 逐年降至 4.2%。

在美国失业率降低的同时，美国新经济创造了越来越多新的就业机会，在过去的 5

年中，共创造了 1140 万个新的就业机会。互联网经济是美国新的创业力量，网络经济就业人数从 1998 年第一季度的 160 万增长到 1999 年第一季度的 230 万，净增 70 万，其中电子商务就创造了 40 万个工作岗位，电子商务是就业机会增长的主要动力。美国进入新经济时期以来，创造了近 30 年最低的失业率。见表 1-2。

表 1-2

年 度	失 业 率 (%)	就业人员 (百万人)
1995	5.6	117.2
1996	5.4	119.6
1997	4.9	122.7
1998	4.5	125.8
1999	4.2	128.6

美国在 20 世纪 70 年代末和 80 年代初曾出现过两位数的通货膨胀，如 1980 年为 13.3%，1981 年为 12.5%。近 5 年来，美国的通胀指数（CPI，消费者价格指数，下同）则下降到 3.0% 以下，美国近 5 年的通胀指数的算术平均值为 2.3%。见表 1-3。

表 1-3

年 度	通货膨胀率 (% CPI)
1995	2.5
1996	3.3
1997	1.7
1998	1.6
1999	2.7

克林顿政府的一项业绩，是使美国的财政扭亏为盈。近 30 年来，美国政府逐年出现财政赤字，1991 年财政赤字数（2684 亿美元，占 GDP 的 4.5%）达最高水平。从 1992 年起，由于新经济的发展，美国政府财政赤字逐年减少。1998 年，美国政府财政收支历史上第一次出现盈余，1999 年美国政府财政状况进一步好转，财政盈余已达 1244 亿美元，占 GDP 的 1.4%。见表 1-4。

表 1-4

年 度	财政收支差额 (亿美元)
1995	-1640
1996	-1075
1997	- 220
1998	+ 622
1999	+1244

以上数据表明,当前美国新经济的基本特征表现为高速的经济增长、温和的通货膨胀、扩大的就业机会和政府财政状况的改善,这是传统经济所无法比拟的。据德州大学商学院电子商务中心的研究,从1998年第一季度至1999年第一季度,美国互联网经济达到5070亿美元的规模,已经或很快将超过有一个世纪历史的传统产业,如电信产业3000亿美元、航空工业3550亿美元、出版业7500亿美元、医疗保健业10000亿美元。如果互联网经济能按照当前(68%)一半的速度增长,那么,到2002年,互联网经济也将达到12000亿美元的销售收入。可想而知,互联网经济对整个国民经济的发展,将会产生多么重大的影响。

第二节 新经济的宠儿——电子商务

当前,经济全球化和全球信息化的进程正在加快,电子商务已成为21世纪全球经济竞争的制高点。互联网技术和其他信息技术的发展对人类社会的组织形式、生产方式、生活方式等方方面面的发展都将产生重大影响。面对这种趋势,世界各国都面临着变革的挑战和新的发展机会。美国独领风骚,欧盟积极主动,日本急起直追,新加坡争先恐后,印度不甘落后。

以信息技术为核心的新经济,理论上应该可以缩小全球贫富差距、促进经济普遍增长、广泛提高生活水平。但是,联合国秘书处公布的最新资料显示,新经济在目前的发展阶段,依然是“富国现象”。发达国家依靠其信息技术优势,占尽“先行者利益”,大多数发展中国家仍然处于“信息贫困”之中和“数字鸿沟”的另一边。目前,富国和贫国互联网用户数量的悬殊比例,比国民收入差距还严重。全球收入最高国家中的1/5人口,拥有全球国内生产总值的86%和互联网用户的93%;而收入最低的1/5人口只拥有全球国内生产总值的1%和互联网用户的0.2%。网民数量和上网机会的多寡是衡量网络经济发展程度的重要标志之一,而带宽分配又决定了上网机会的多寡。目前,区域间带宽的98%以上都与北美互联,南半球各地区之间的带宽水平微不足道。

然而,在广泛应用最新信息技术的意义上,各国是站在同一起跑线上的。发展中国家同样拥有后发优势、获得跨越式发展的机会。我国在跨入新世纪之际,又逢加入世界贸易组织在即,作为最大的发展中国家,面临着来自发达国家和新兴国家的双重挑战。我国发展电子商务要从国家经济全局出发,规划出长远的发展目标。要高度重视发展电子商务的政策和法律法规的制定工作,保证电子商务健康发展,在国际电子商务发展中赢得主动地位。