

INTERNET ECONOMIC

The Coming of
Digital Business Era

〔美〕约翰·弗劳尔/著 梁维娜/译

网络经济

数字化商业时代的来临



内蒙古人民出版社

网 络 经 济

数字化商业时代的来临

〔美〕约翰·弗劳尔 著

梁维娜 译

内蒙古人民出版社

INTERNET ECONOMIC
The Coming of Digital Business Era
by John Flower

Copyright ©1997 by John Flower.

中文简体字版权©1997 内蒙古人民出版社出版

本书由 Worldwide Concert Corp 代理

John Flower 授权出版发行

版权所有 不得翻印

网络经济

数字化商业时代的来临

*

内蒙古人民出版社出版发行

(呼和浩特市新城西街 20 号)

怀柔东晓印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:12 字数:230 千字

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月第 1 次印刷

印数:1--10000 册

ISBN 7-204-03835-5/F·160

定价:22.80 元

目 录

第一章■网络经济漫游	(1)
<input type="checkbox"/> 重新改写版图	(5)
<input type="checkbox"/> 网络公司的竞争核心	(9)
<input type="checkbox"/> 或许是个好机会?!	(13)
<input type="checkbox"/> 数字空间下我们怎样生活	(24)
<input type="checkbox"/> 我们所面临的挑战	(29)
第二章■从 WWW 到网络经济	(35)
<input type="checkbox"/> WWW 运行的基础	(37)
<input type="checkbox"/> WWW 无法想象的增长速度	(39)
<input type="checkbox"/> 利用 WWW 开拓你的市场	(40)
<input type="checkbox"/> 充分发挥网页的功能	(49)
第三章■网络商机生存, 还是死亡?	(56)
<input type="checkbox"/> 机会降临了	(59)
<input type="checkbox"/> 能否在挑战中取胜	(60)
<input type="checkbox"/> 发展, 来自于生存的威胁	(65)
<input type="checkbox"/> 对你的忠告	(68)
第四章■网络行销	(71)
<input type="checkbox"/> 虚拟商店	(73)

∞∞∞目 录∞∞∞

<input type="checkbox"/> 揭开网络营销的面纱	(80)
<input type="checkbox"/> 未来的消费者	(90)
<input type="checkbox"/> 如何对付这群挑剔的消费者	(95)
<input type="checkbox"/> 林林总总, 包罗万象	(103)
第五章■电子商务	(119)
<input type="checkbox"/> MIS——管理信息系统	(121)
<input type="checkbox"/> POS 系统	(125)
<input type="checkbox"/> EDT——电子数据交换	(129)
<input type="checkbox"/> EOS——电子订货系统	(132)
<input type="checkbox"/> VAN——商业增值网	(134)
第六章■网络时代的网络观	(141)
<input type="checkbox"/> 我们为什么要选择网上购物?	(143)
<input type="checkbox"/> 消费者行为的改变	(145)
<input type="checkbox"/> 安全、便利、可控	(148)
<input type="checkbox"/> 中间商角色的改变	(152)
<input type="checkbox"/> 新型的营销传播模式	(154)
<input type="checkbox"/> Internet 线上广告	(155)
<input type="checkbox"/> 客户服务新概念	(159)
<input type="checkbox"/> cyber Front Office——客户服务新利器	(163)
<input type="checkbox"/> 网络时代的信息服务	(166)
第七章■追赶网络快车	(173)
<input type="checkbox"/> 电子报是今天才有的吗?	(175)
<input type="checkbox"/> BBS: 信息与文化交流的新形式	(180)
<input type="checkbox"/> 旅行社消失在互联网络中	(184)
<input type="checkbox"/> 房屋资讯网	(188)

∞∞∞目 录∞∞∞

<input type="checkbox"/> Yahoo——又一个成功的典范	(193)
<input type="checkbox"/> Internet 与中小企业	(196)
第八章■没有“钱”也可以?!	(206)
<input type="checkbox"/> 金钱的末落	(209)
<input type="checkbox"/> 电子货币	(212)
<input type="checkbox"/> 电子货币改变了他们的角色	(219)
<input type="checkbox"/> 网上购物的付款方式	(223)
<input type="checkbox"/> SET——Internet 线上购物的安全协定	(229)
第九章■数字化货币时代的到来	(236)
<input type="checkbox"/> 追寻数字化	(239)
<input type="checkbox"/> 公众，他得到了什么?	(245)
<input type="checkbox"/> 隐匿性意味着什么?	(248)
第十章■电子金融市场	(252)
<input type="checkbox"/> 银行的落伍	(255)
<input type="checkbox"/> Internet 的线上投资理财	(260)
<input type="checkbox"/> 银行清算网络	(264)
<input type="checkbox"/> 金融信息揭示系统	(269)
<input type="checkbox"/> 错综复杂的金融市场	(274)
<input type="checkbox"/> 无可奈何的政府	(280)
<input type="checkbox"/> 寻找平衡	(283)
第十一章■Intranet——即好又快还便宜	(288)
<input type="checkbox"/> 从 Internet 到 Intranet	(291)
<input type="checkbox"/> Intranet 为您的企业带来些什么?	(297)
<input type="checkbox"/> Internat——一种现实的选择	(304)
<input type="checkbox"/> 理想加理性——实现您自己的 Intranet	(311)

∞∞∞目 录∞∞∞

<input type="checkbox"/> Intranet——并非完美的神话	(317)
第十二章■Internet：一把双刃剑？	(320)
<input type="checkbox"/> 安全——网络的代价	(323)
<input type="checkbox"/> Internet 入侵实录	(329)
<input type="checkbox"/> 怎样才能更安全——网络时代的话题	(335)
<input type="checkbox"/> 谁是黑客——网络杀手百态	(339)
<input type="checkbox"/> Internet 需要防火墙	(344)

第一章

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

网络经济漫游



60年代，斯坦福大学的研究人员希望能够使用麻省理工学院一台机器上的软件，即使在两台电脑的操作系统不兼容的地方也能使用。于是，科学家们开始研究，设计、建设，当问题得以圆满解决时，世界上最初的互连网络便在这两个大学之间诞生了，它就象一个先天注射了强生素的婴儿，自呱呱落地时起便茁壮地成长起来。

它的发展实在太快了，我们无法准确地描述几十年后的今天它在这个人类星球所具有的强大功能和占据的重要地位。如果你询问斯坦福大学的研究人员：“互连网络到今天的Internet的发展对几十年来科研工作的发展贡献出了多大力量？”你也许注定要得到一个失望的答案：“巨大的，无法估量的。”被询问者会由衷地回答，但却无法提供一个具体化的数字，而事实也正是这样，无数的人被卷入到这场数字化革命中来，它渗透到我们生活的方方面面。

现在让我们正式访问一个网址——“网络经济”。访问成功，清晰的画面映入眼帘：

微软公司总裁比尔·盖茨带头宣誓：“我们要全力拥抱并拓展互连网络。”

美国时代——沃纳集团已投资数百万美元在互连网络事业，专门设置了两个网站，并将旗下《财富》和《时代》两本杂志上网。“虽然目前我们还不知道该怎么赚钱，但必须现在就看好网络上的无限商机。”时代沃纳集团旗下的新媒体(New Media)公司科技与行政副总裁诺尔自信地表示。

年轻华人创立“雅虎(yahoo!)公司”，免费协助网络使用者在互联网中进行搜寻，而通过网上广告，雅虎获得滚滚财源。

几年前赔掉1500万美元的汽车经销连锁店老板，开办网络汽车销售信息店，通过将到网站表示购车愿望的客户名单转给汽车经销商并收取费用，他的生意起死回生。

1995年10月，全球第一家网络银行“安全第一网络银行”(Security First Network Bank)在美国诞生，这家银行没有建筑物，没有地址，只有网址，营业厅就是首页画面，所有交易都透过互联网络进行。员工只有10人，1896年存款金额达到1400万美元，预估1999年存款金额将达到4亿美元。

.....

这仅仅是网络给我们的社会经济带来的变革的一部分。而正象尼葛洛庞帝先生在其著作《数字化生存》一书中所举的例子，“当事物呈指数增长的时候，最后3天的意义非比寻常，而在电脑和数字通信的发展上，我们正在逐步接近这最后的三天”。^①这意味着，我们的生活还将发生意义更为深远的变革，我们不再去愚蠢地估计这变化究竟有多大，那些留给科学家们去做好了。但我们依然还要在这个数字化的世界

^① 例子内容大致如下：假设你工作一个月，第一天挣一分钱，此后每天挣的钱都比前一天增加一倍，最后能挣多少钱；假如你从新年的第一天起实施这个美妙计划，到了一月份的最后一天，你在这一天挣的钱会超过1000万元。但假如少了3天，那么整个2月的积累大约是260万元，这远不如有31天的1月所赚到的2100万元，也就是说，当事物呈指数增长的时候，最后三天的意义非比寻常。

里生存，吃饭、工作、行走、逛商店，或许网络发展带来经济生活上的变革更能影响我们的生存方式。生存的需要使我们渴望亲身感受一下网络经济世界。

继续访问我们已打开的画面——网络经济。

重新改写版图

15年来以个人电脑为主轴发展的的电脑产业，已走入恶性竞争的谷底。首台问世的个人电脑采用的微软操作系统和英特尔微处理器成为个人电脑牢不可破的标准，造成所有电脑公司的产品类似，只好沦入冲量，杀价的恶性循环，在几个百分点的微薄利润中拼杀。互联网络的出现使许多公司视为扳倒巨人的机会，太阳微系统、奥瑞克、网景、苹果和IBM五家公司提倡的网络电脑，就是要打破由两大资讯巨人垄断的电脑工业。它们的巨大优势是，网络电脑没有软件，不放硬盘，使用软件 and 资料存取都到网络上做，这样软硬件都不用升级，售价也压到500美元以下，约为一般个人电脑的四分之一。

“我们要终结微软的独霸地位，”太阳微系统总裁麦克尼利自信地说。

而缔造了微软王国，并在个人电脑软件方面占霸主地位的电脑怪杰比尔·盖茨先生的确在最初的决策中先失一步。盖茨先生低估了互联网络的发展前景，因而在互联网络软件

开发方面失去先手，坐失良机，当其恍然大悟时，网络世界的制高点已被别人占领。盖茨后悔莫及之后当然是奋起直追，在盖茨先生的主持下，微软公司高级主管在 1995 年重新制订了该公司在互联网商战中的战略及战术，在万维网的战略上，六个月之内修订了四次。虽落人一步，市场竞争异常激烈，但微软公司有其巨大的先天优势：微软公司已有近二十年的历史，其品牌的隐形资产已是无价之宝；微软公司拥有员工近两万人，其中，一流软件研究及开发人员有四千名之众；公司每年收入不下 60 亿美元，每年的研究经费为 10 亿美元以上；微软公司操作系统软件占据整个个人电脑市场 90% 以上；个人电脑软件占整个市场 75% 以上；微软公司的视窗 95，视窗 NT 以及互联网络探索软件正在不断改进，功能日增，在今天的格局下，微软同时拥有优势和面临危机。

网景公司则完全以市场为导向，市场需要什么，就朝那里走。网景是个新型公司，没有包袱，在网络市场拼搏中，无需考虑公司存在产品的配套、一体化问题；其互联网络浏览器具有强大的技术优势，在该市场的占有率已达 89%；网景公司在互联网络上的万维网网页广告做得有声有色，成为国际互联网络上最热门的网页之一，强大的科技力量和先进的市场观念推动着新生的网景公司迅猛地向前发展。1994 年还默默无闻的网景在 1995 年一年之中收入高达 8000 万美元，成为全美历史上第一年收入最高的公司之一；当然，网景也有其不利之处：公司历史太短；企业规模尚未确定；来自微

软公司和其它新型产品的巨大压力；其在股票市场上的价格有时动荡不定。而对激烈的市场竞争，网景同样是拥有优势并面临危机。

IBM 公司在 1996 年 12 月中旬宣布以后该公司产品将面向国际互联网络进行生产。其总裁司特纳在纽约举行的“国际互联网络”商展开幕式上郑重宣布：“IBM 公司支持 Java 程序语言。”“Java”语言是互联网络上能够跨平台作业的通用程序语言，可以在多种电脑系统上使用，颇受各家公司欢迎。到目前为止，已有 IBM 公司，苹果公司，网景公司等一百多家国际著名企业同意根据“Java”语言编写未来的互联网络软件。“Java”语言的推出全面否定微软软件系统。IBM 公司等大型公司又竭力推出网络电视，试图降低微软在个人电脑软件方面的影响力。同时，IBM 公司看好各家公司内部网络的庞大市场，注重对各家公司的咨询服务，为他们提供一揽子项目设计，从公司万维网网址的建立，一直到和互联网络相联结。购买战术使 IBM 公司加大步伐拓宽其市场领域，先后买下莲花公司和科拉勃拉公司。IBM 公司今后的总目标是使公司成为全面提供网络系统硬件、软件、系统服务等全方位服务的国际超网络产品公司。

英特尔公司似乎是唯一一家在网络大潮面前能够处变不惊，从容不迫的公司，英特尔公司是世界上最大的一家个人电脑微处理器供应厂家，市场占有率为 80%，同时也是最大的电脑键盘供应商，市场占有率为 15%。但为了适应互联网

∞∞∞网络经济∞∞∞

络的发展，英特尔公司在确保全球个人电脑市场的同时，计划从三方面打进网络市场：提供互联网络使用的个人电脑平台；强化产品的图象及声音处理功能；推出多种性能的处理器的。此外，英特尔公司也提供万维网服务器的一揽子服务，还和 CISCO 公司联合生产互联网络 CFE 设备，以提高产品性能。1996 年 12 月，英特尔公司宣布：该公司已生产出一部每秒钟能进行一万亿次计算的超级电脑，打破了以往的历史记录，从而为人类提供了一种可以用以进行模拟自核爆炸到 DNA 所有事物研究的计算工具，互联网络并未将英特尔公司冲昏头脑，公司策略是稳中求变：大力生产价格适宜的奔腾芯片，协助微软公司确保个人电脑，同时，公司边随机应变，抢攻互联网络市场。

苹果公司近些年来生意很不景气，阿美利奥走马上任之后，大刀阔斧，才力换狂渊。在强大的竞争面前，苹果公司采取结盟政策：如与网景公司联手开发一种新型网络浏览器；之后，他又和微软公司合作销售苹果电脑；同时还同太阳微系统公司一起研制“Java”软件的新系统，但是，苹果公司目前仍处于经济恢复时期，内部进行人员改组，尚无重明确的市场主导战略出台。在这场互联网络的竞争中，苹果公司还须加快步伐。

微软公司，英特尔公司、苹果公司、IBM 公司这些电脑业优胜劣汰下来的佼佼者，在市场的激烈竞争下刚刚站稳了脚跟，未及稍事喘息，便迎头赶上了来自于互联网络巨浪的

冲击。这场巨浪不仅打破了原有的格局，而且还带来了一批新生事物——网络公司。这批新生的网络公司没有雄厚的资本，没有悠久的历史，却有着最新的科技和市场理念，他们年轻，没有包袱，他们以全新的态度踏入到市场竞争之中。他们是这场广义的电脑产业中最年富力强的竞争者。

网络公司的竞争核心

战场上硝烟迷漫，他们究竟在竞争什么？——消费者价值，说得更明白一点，就是市场上用于满足消费者的产品中所包含的一切有价值的东西，而对于网络公司而言，这个消费者价值便是他们提供的网络服务。

简单地分一下类，网络服务包括上网服务和线路服务。相应地，网络公司也自然地归为两类，上网服务公司和线路服务公司。网络上网服务公司的特点是利用他们现有的网络，为客户提供进入互联网络的服务。同时，他们还提供其他有关新闻、娱乐、电脑游戏、网上聊天等综合信息服务，而线路服务公司的目标只是在全世界占领更多的网络线路，提供更快的上网服务。现在日益变得重要和竞争激烈的领域——网上信息服务，则是上网服务公司的主打领域，仅就网上信息服务中的新闻专栏为例，美国连线公司开辟《纽约时报》、《新闻周刊》、《美国广播公司》等报刊、杂志和电视台所提供的最新消息专栏；电脑服务公司则有《路透社》、《时代周

刊》与《美国新闻与世界报道》所提供的新闻；微软网络公司则有《国家广播公司》的新闻专栏，该领域服务功能的完善化和科学化将成为众多网络公司竞争的主要目标。

举几个例子，美国电脑服务公司在服务内容的广度上尚欠几分，但在内容的深度上却有独到之处，据称，该公司网上讨论的专题项目就有 1300 多个，天文地理无所不谈。人们纷纷上网觅知音，而且越是刁钻古怪的题目，越是使人感兴趣，为公司拉来大批客户。微软公司网络上服务晚了一步，便在价格上下功夫，别的公司每月基本费 \$ 9.95，微软只收 \$ 4.95，采取半价收费，同时视窗软件配套使用更为便捷，不长时间便积累了 150 万用户。而是称拥有 600 万客户的美国连线公司则招招出奇。该公司四处免费赠送上网软件，第一个月免收基本上网费，使上网新手能有不花钱上网练习的机会。1997 年初，美国连线公司开始提供无上网时间限制服务，内容包括：电子邮件、聊天、新闻、体育、政治、娱乐、影视、商业、服务、旅游、购货、万维网上网等。而且每项内容之中再分小项，栏目洋洋大观。网络服务领域竞争日渐激烈，而且客户有流动性，谁的服务全面、栏目新、速度快，谁就能拉到客户，在这一领域中，目前实力最强的当推美国连线公司。

美国连线公司（America on line，即 AOL）是美国，甚至全世界规模最大的一家互连网络上网服务公司，成立于八十年代中期，原名为“新传播公司”。现公司资产已近 10 亿