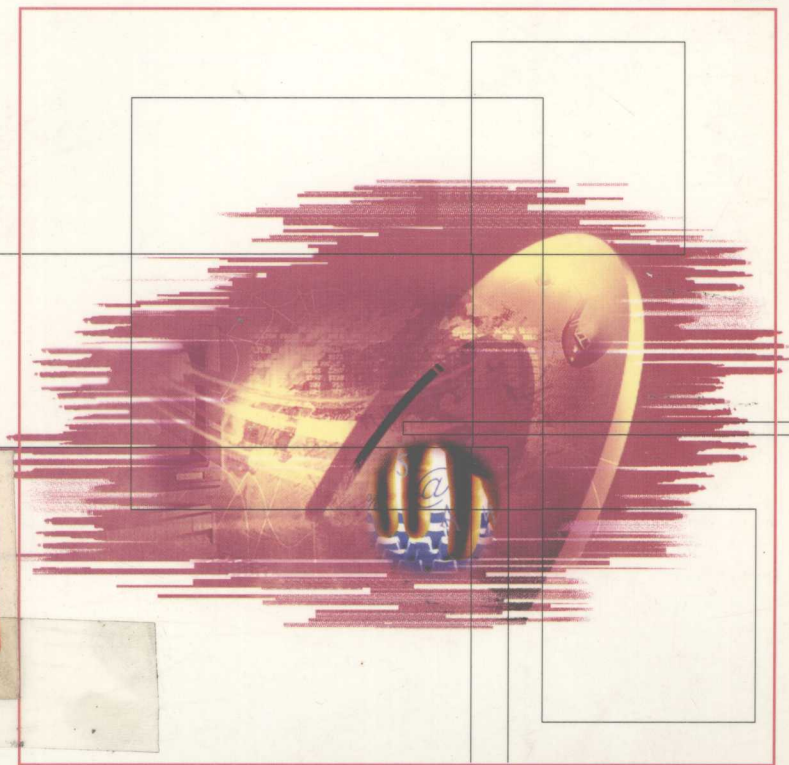


新世纪企业经营管理者运筹决胜要典

电子商务

——赢得21世纪全球竞争优势

王 健 编著



机械工业出版社
China Machine Press

1
新世纪企业经营管理运筹决胜要典

电子商务——赢得 21 世纪全球竞争优势

王 健 编著



机械工业出版社

本书介绍了电子商务对企业运作和市场竞争格局的影响,强调了电子商务不仅仅是技术问题,更是商务问题,主要内容包括:电子商务的特点、电子商务为企业带来的优势、电子商务对企业商务模式和市场结构的影响、电子商务与企业竞争优势的获得、Internet——电子商务虚拟运作主体、商业机构对商业机构、商业机构对消费者的电子商务模式、电子商务与国际贸易、我国外贸企业电子商务发展现状与政策建议等。

本书为企业实施电子商务指明了方向,适合企业各级经营管理人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务:赢得21世纪全球竞争优势/王健编著.
—北京:机械工业出版社,2000
(新世纪企业经营者运筹决胜要典/储祥银主编)
ISBN 7-111-08104-8

I. 电… II. 王… III. 电子商务-基本知识
IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第61569号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:牛新国 常淑茶 责任校对:王新

封面设计:姚毅

北京京丰印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2000年7月第1版第1次印刷

787mm $\times$ 1092mm^{1/32}·8.25印张·181千字

定价:16.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
本社购书热线电话(010) 68993821、68326677-2527

《新世纪企业经营管理者运筹决胜要典》丛书

编辑委员会

顾问：陈邦柱

主任：弋 辉

主编：储祥银

委员(按姓氏笔划排序)：

马克贤	门 明	邓小清	王庆华	王 君	王 健
王 暖	王雁飞	方俐洛	冯婉玲	朱东耀	任 杰
刘 毅	曲 虹	李 晶	吴 隽	余运高	余海龙
邹伟康	沈志斌	张中秀	张世伟	张美中	张晓红
张海燕	陈 斌	杨 宇	杨雪梅	林德贤	周海刚
孟 宇	赵大斌	赵 胜	赵 英	胡晓莹	桂世功
凌文栓	贾晓亮	郭晓丹	郭志强	高 军	高 燕
彭众阳	强 薇	路 红	雷家骅		

策划：范兴国

序

国家经济贸易委员会副主任



成功的企业依靠经营管理者精心和艰苦的创造。成功的企业显示经营管理者的才华，也造就成功的企业家。作为企业经营管理人才队伍中的佼佼者，企业家成功的关键，在于必备知识的积累和运用，在于以知识积累为基础制定的方略和正确方略指导下的胆略。这是主观的需要，也是客观的要求。“新世纪企业经营管理者运筹决胜要典”丛书正是为了满足这种需要和要求而编写出版的。

中国的企业经营管理者，今天所面对的社会环境和经济环境，比以往任何时候都更具有挑战性。一个优秀的企业经营管理者，不仅要熟知今天，还要把握未来；不仅要抓住新机遇，还要正视新挑战。为此，企业经营管理者应努力做到以下几点：

第一，学会在社会主义市场经济条件下运作企业。在坚持社会主义基本原则和基本方向的前提下，必须坚决抛弃在计划经济条件下的陈旧的工作方式，彻底更新思想观念。必须学懂弄通市场经济的基本规律，包括供求规律、优胜劣汰规律和技术创新规律等，遵守市场法制体系的约束。

第二，战胜买方市场的巨大竞争压力。中国已告别了供不应求的短缺经济，在许多领域已形成了相对供过于求的买方市场。买方市场带来更为激烈的市场竞争。企业要在竞争中生存，就必须加强管理，加快技术进步，调整产品结构，增强竞

争实力。这就要求企业经营者谨慎决策，精心操作。由于决策者一着失误、全盘皆输，企业一蹶不振的事例不胜枚举。企业经营者必须学会规避风险，以提高决胜能力。

第三，迎战经济全球化带来的冲击。随着我国对外开放的进一步扩大，特别是成为世界贸易组织成员后，融入世界经济的程度会进一步提高。融入世界经济为我国企业带来新的机遇，提供了更加广阔的发展空间，同时也提出了新的挑战。市场竞争将更加激烈，企业生存和发展的压力也会更大。这就要求企业经营者把握世界经济发展的趋势，未雨绸缪，采取对策，使企业获得新的发展。

第四，应对知识经济的挑战。知识经济是有别于传统经济的新的经济形态，它是以知识为基础，以全球化、信息化、网络化和数字化为显著特征的经济。传统经济向知识经济的演变和发展，必将不断打破企业传统的管理体制、经营机制、组织形式和分配原则，企业经营者必须把握经济形态的变革趋势，采取新的措施，争取新的发展。

第五，创造能够激励和鼓舞人们奋进的企业文化。优秀的企业文化可以产生无穷的动力，因此企业经营者应坚持不懈地努力创造能够催人奋进、追求不止、永不满足、勇往直前和永葆企业青春的企业文化。优秀的企业家要胸怀坦荡、一身正气，要善于团结、信任和大胆使用企业领导层其他成员，带领企业广大职工克服困难，开拓前进，不断开创新的局面。

面对现实，面向未来，“新世纪企业经营者运筹决胜要典”丛书可以帮助企业经营者释疑解惑，掌握主动，赢得成功。本套丛书共有 20 册，分理念、知识、实务操作三大类。为使其真正成为企业经营者的参谋和顾问，这套丛书的内容及编写方式，既有别于一般的教科书，又有别于一般的工具

书，具有以下主要特点：一是系统性。从企业创建、规模扩展、经营运作到技术创新等保障企业持续发展的内容均有介绍，脉络清晰，环环相扣。二是全面性。企业经营管理者运作企业的各个方面都有涉及，包括生产管理、营销管理、质量管理、人事管理和公共关系等方方面面，有机结合，形成了一个整体。三是实用性。通过知识介绍和典型案例分析，对财务管理、申请贷款、上市融资和防范投资风险等具体工作程序和工作方法，做了必要的介绍，通俗易懂，方便掌握。四是前瞻性。立足传统经济形态，又突破传统经济形态，对知识经济所涉及的内容，也做了必要的介绍，例如，如何适应世界经济知识化和电子商务等，为企业经营管理者面向未来、把握未来，提供了基础知识。

“新世纪企业经营管理者运筹决胜要典”丛书由国家经济贸易委员会副秘书长、对外经济协调司司长弋辉任编委会主任，聘请了在生产经营第一线的经营管理者担任编委。主编由原对外经济贸易大学国际经济贸易学院院长、现北京市贸促会会长助理、北京国际展览中心总经理储祥银教授担任。作者都是在相关领域有一定研究成果或工作成就的专家、学者。权威的编委会，保证了丛书的权威性。

我相信，本套丛书对企业经营管理者掌握现代企业经营管理的的基本知识和基本技能，提高经营决策水平，将大有裨益。

2000年3月

前 言

在国外,有人将电子商务称为数字革命,其意义不亚于第二次“工业革命”。如果说工业革命(the Industrial Revolution)的标志是蒸汽机的产生和机械化时代的到来,那么数字革命(the Digital Revolution)的标志就是计算机的发明和数字化时代的到来。电子商务就是现代信息技术在商业上的不同程度和不同层次的应用。的确,计算机及其网络技术的发展使我们在全世界范围内即时化地传输文字、图像、声音,存储的介质容量越来越大,而体积越来越小,传输的速度也越来越快。特别是计算机及其网络技术与现代通信技术日益融合,使我们已经忘记了传统时空的概念。各种力量协同运作加速了全球经济一体化的步伐,使全球商业运作方式正在迎接新的转型和挑战,全球24小时不停运作、无边界、无障碍的新经济体系正在逐步形成。

对于企业而言,信息交流和信息交换成为商业运作的核心。无论是产品设计、产品生产、交易磋商、产品买卖,还是推销服务、质量控制,电子商务已经影响到了全社会所有的企业和社会经济的各个领域。毫无疑问,电子商务加快了商业运作的节奏,缩短了企业与客户之间的距离。然而,电子商务的意义远远并不只是这些,它将会促进不同经济体系的融合,打开新的市场领域,创造企业协作与联合的新机遇,甚至导致我们重新评估企业的组织结构,重新认识企业核心竞争力诸要素的构成。一句话,电子商务不仅改变了我们企业做生意的方式,而且从根本上改变了我们对原有商业的认识。

国际互联网在商务上将会产生两方面的影响:

第一,网上零售商业的发展,虚拟店铺在一定程度上弥补或替代了实物基础实施。企业拥有自己的网站和虚拟运作方

式，就意味着面对全球市场，树立了全球的企业形象。对于数字化产品的交易而言，其影响更是不可小看。数字化产品（包括文字、图像、软件、录像等）在网上就可以实现即时和实时的传递，这对于新闻媒体、金融服务、计算机软件、电视节目、电影、音像娱乐等行业的经营方式直接构成挑战。

第二，网上商业机构对商业机构的电子商务将比零售业的发展具有更广泛的空间。企业经营管理的各个环节，如采购、生产、设计、研发、分销等都可以通过互联网来虚拟运作。因此，每个企业都将面临现代信息技术的挑战。

三年前，当企业谈起信息技术，大家都将之理解为企业运用信息技术来实现经营管理的自动化、降低成本，诸如用计算机进行数据处理和数据储存，实现订单的自动处理。然而，目前信息技术的作用正在发生根本性的变化。信息技术正在驱使商业的性质和核心发生变化，能否有效利用现代信息技术已经对企业的发展战略产生了根本性的影响。

随着互联网的广泛应用，电子商务已经深入到了商业流程的核心，其战略作用越来越突出。企业经营管理者将会认识到通过现代信息技术的应用，企业增加利润的途径不仅是实现自动化，节省成本，而是要通过信息技术的应用取得持久的竞争优势。在信息时代和网络经济的驱使下，企业不得不考虑重塑新的商务运作模式。

因此，本书在向读者全面展现电子商务的方方面面的同时，突出了现代信息技术与企业经营战略、商务模式和竞争优势的关系。不妥之处，请读者批评指正。

作者简介

王健，对外经济贸易大学教授，北京市人大代表，山东省淄博仲裁委员会仲裁员。任教期间，为本科生、研究生讲授国际商务领域内的课程，如“国际贸易实务”、“国际商务谈判”、“期货市场”和“电子商务”等。2000年1月，承担并完成了对外经济贸易大学电子商务实验室项目。

多年来，非常关注计算机通信技术、EDI及互联网络对商务运作产生的影响。1993年曾参加亚太地区EDI年会，并参与翻译了联合国DIFACT标准及国内有关标准的制定。发表的主要论著有：《EDI及其在亚洲的发展趋势》、《电子商务知识讲座》、《电子商务——为企业成功和个人发展撰写的指导性全书》、《国际贸易实务》(合著)、《现代世界期货市场》(著)、《期货市场理论与实务》(编著教材)、《国际贸易方式》(香港版合著)和《对外贸易合同及履行》(编著)等。

http: // www.ibb.com.cn

E-mail: wangjian@ibb.com.cn

目 录

序

前 言

第 1 章 巨大的商机和挑战	1
1.1 科技进步、商业机遇与电子商务.....	1
1.2 电子商务、国际互联网与企业发展	2
1.3 世界电子商务会议.....	5
1.4 是机遇，也是挑战.....	5
1.5 做好准备，把握未来	6
第 2 章 电子商务：全球商业面临转型	7
2.1 电子商务不再是技术问题	7
2.2 人类技术进步的步伐越走越急	11
2.3 电子商务探源	13
2.3.1 超文本传输协议（HTTP）和超文本语言（HTML） 的开发和应用	15
2.3.2 国际互联网与电子商务	16
2.3.3 国际互联网的商业利用	20
第 3 章 电子商务的特点.....	24
3.1 电子商务的支撑体系——现代信息技术服务	24
3.1.1 电子商务的实施要依靠技术服务	24
3.1.2 电子商务的完善也要依靠技术服务	25
3.2 电子商务的运作空间——电子虚拟市场.....	25
3.3 电子商务的市场范围——全球市场	27
3.4 电子商务的渗透范围——全社会参与	29

第 4 章 电子商务的分类与层次	33
4.1 电子商务的分类	33
4.1.1 商业机构对商业机构的电子商务	33
4.1.2 商业机构对消费者的电子商务	34
4.1.3 商业机构对行政机构的电子商务	35
4.1.4 消费者对行政机构的电子商务	36
4.2 电子商务的层次	36
4.2.1 初级层次——建立易于实施的可操作系统	36
4.2.2 中级层次——维系牢固的商业链	37
4.2.3 高级层次——实现全方位的数字自动化	38
第 5 章 电子商务为企业带来的优势	39
5.1 降低交易成本	39
5.1.1 电子商务可以降低促销成本	39
5.1.2 电子商务可以降低采购成本	41
5.2 减少库存	44
5.2.1 提高库存管理水平	44
5.2.2 IBM 的电子商务库存管理	44
5.3 缩短生产周期	46
5.3.1 日本汽车厂家新产品开发过程	46
5.3.2 美国汽车行业的网络联手计划	48
5.4 24 小时不分时区的商业运作可以 增加商业机会	49
5.4.1 24 小时在线服务	49
5.4.2 24 小时全球运作	50
5.5 减轻对实物基础设施的依赖	51
5.5.1 网上最大的虚拟电子书店	52
5.5.2 全球第一家网上虚拟银行	54
第 6 章 电子商务对企业商务模式和市场结构的影响	56

6.1 电子商务对企业商务模式的影响	56
6.1.1 企业商务模式的概念	56
6.1.2 企业商务模式的核心要素	58
6.1.3 网上交易商的崛起	58
6.1.4 新型商务模式与传统商务模式的比较	61
6.2 电子商务对市场结构的影响	64
6.2.1 电子商务改变了企业间的竞争性质	65
6.2.2 电子商务改变了市场的有效空间：出现了全球 竞争新格局	72
6.2.3 电子商务对市场结构开放性的影响	75
第7章 电子商务与企业竞争优势的获得	77
7.1 电子商务与21世纪企业成功因素	77
7.2 创新发展是企业成功的永恒动力	81
7.2.1 企业创新的外部环境因素分析框架	81
7.2.2 企业创新发展的商业驱动力模型	84
7.2.3 电子商务在企业创新中的作用	86
7.3 电子商务在企业赢得竞争优势中的运用	88
7.3.1 建立电子商务信息体系需要系统的方法	89
7.3.2 为什么要运用现代信息技术	92
7.3.3 对电子商务应用程度的快速评估	97
第8章 Internet 网站——电子商务虚拟运作主体	98
8.1 电子商务网站设计	98
8.1.1 轻松拥有你的网站	98
8.1.2 以客户为导向的网站设计	100
8.1.3 网页设计要易于浏览	103
8.1.4 网上购物比去商店更方便	106
8.1.5 各种客户都能享受同样质量的服务	108
8.1.6 多媒体网站	109
8.1.7 交互式网站	112

8.1.8 创建在线虚拟社区	114
8.1.9 重视电子邮件反馈	115
8.1.10 网页内容应频繁更新	117
8.2 推销你的电子商务网站	117
8.2.1 “好酒也怕巷子深”	117
8.2.2 全方位推广战略	119
8.2.3 加入搜索引擎	119
8.2.4 优化 HTML 与方便检索	121
8.2.5 建立交叉嵌连	124
8.2.6 发布网上广告	125
8.2.7 个性化网站营销	127
8.2.8 评估电子商务策略的有效性	129
第 9 章 商业机构对消费者的电子商务模式	132
9.1 无形产品和劳务的电子商务模式	132
9.1.1 网上订阅模式	133
9.1.2 付费浏览模式	141
9.1.3 广告支持模式	144
9.1.4 网上赠与模式	149
9.2 实物产品的电子商务模式	150
9.2.1 网上交易活跃的实物产品	150
9.2.2 网上销售实物产品的优势	151
9.2.3 实物产品在线销售的形式	153
9.2.4 开展实物产品在线销售的障碍	155
9.3 综合模式——获取意外的收益	157
第 10 章 商业机构对商业机构的电子商务模式	160
10.1 EDI——商业机构对商业机构电子商务的 技术结构	160
10.1.1 EDI——全球商业的一场结构性革命	161
10.1.2 EDI 的发展层次	163

10.1.3	EDI 的实施	165
10.2	以国际互联网为基础的 EDI	167
10.2.1	历史演进	167
10.2.2	与传统 EDI 的比较分析	170
10.3	商业机构对商业机构的电子商务模式	172
10.3.1	在线商店模式	172
10.3.2	内联网模式	175
10.3.3	中介模式	178
10.3.4	专业服务模式	183
第 11 章	电子商务与国际贸易	188
11.1	电子商务国际大协调	188
11.1.1	国际电子商务——国际贸易中的电子商务	188
11.1.2	国际电子商务与传统电子商务	190
11.1.3	国际电子商务发展面临新问题	191
11.2	国际电子商务框架	198
11.2.1	联合国全球贸易网点网络	198
11.2.2	全球电子商务框架	201
11.3	各国发展电子商务的主要原则	204
11.3.1	一般原则	204
11.3.2	关税和税法	205
11.3.3	电子支付	206
11.3.4	网络贸易规范	207
11.3.5	知识产权保护	208
11.3.6	保密和隐私权	209
11.3.7	安全性	211
11.3.8	电信基础设施	211
第 12 章	电子商务：政府推进	213
12.1	美国	213
12.1.1	从规划、政策入手，高层推进	214

12.1.2	以网络化为中心开发信息技术	216
12.1.3	地方政府组织构筑城域网	216
12.1.4	电子商务带动经济增长	217
12.2	加拿大	218
12.3	欧盟	219
12.4	英国	221
12.5	法国	223
12.6	亚洲电子商务的新纪元	223
12.6.1	马来西亚——“信息走廊”计划	226
12.6.2	台湾省——规划建立商业快速响应系统	226
12.6.3	新加坡——开展电子商务计划	227
第 13 章	我国外贸企业电子商务发展现状及政策建议	229
13.1	外贸企业计算机的应用程度	230
13.2	外贸企业计算机内部和外联网情况	231
13.2.1	计算机网络建设情况	231
13.2.2	计算机网络使用情况	232
13.3	关于对电子商务概念的理解	233
13.4	对企业发展电子商务的态度	235
13.4.1	对电子商务总体发展前景的认同程度	235
13.4.2	对电子商务在企业中所起作用的认同程度	237
13.4.3	对电子商务是否能带来具体好处的态度	238
13.5	对接受电子商务教育培训的态度	239
13.6	关于开展电子商务的困难与障碍	240
13.7	关于发展电子商务的倾向和动力	242
13.8	有关政策建议	243
13.8.1	宣传先行	243
13.8.2	教育为本	243
13.8.3	政策导向	244

13.8.4 法规保障	244
13.8.5 积极赶上	244
参考文献	246