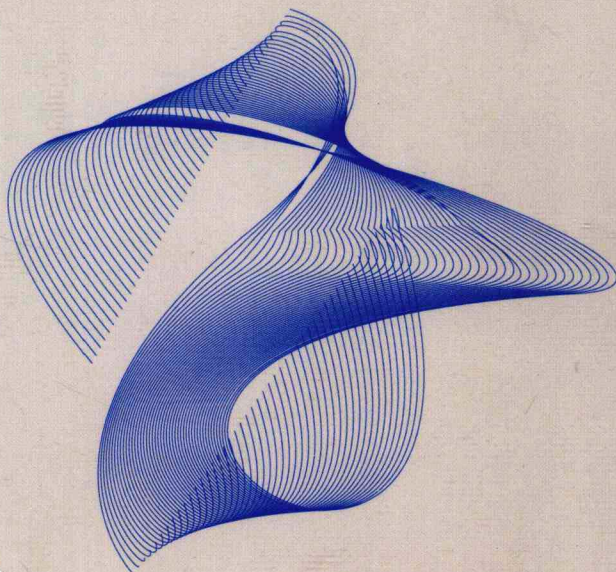




普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

网络经济学



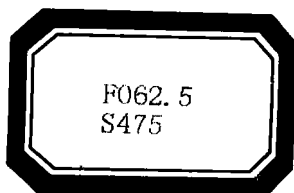
盛晓白 韩耀 徐迪
王东 邓顺国 编著



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

网络经济学

盛晓白 韩耀 徐迪 王东 邓顺国 编著

F062.5
S475

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书是“网络经济学”课程的教材。网络经济学是电子商务专业的核心课程，主要研究网络经济的运行机制和基本规律，为学生进一步学习其他课程、系统掌握电子商务知识体系打下理论基础。

本书重点介绍网络经济的微观原理，适当兼顾网络经济的宏观分析和实际运用，研究内容包括导论、需求分析、供给分析、经济运行法则与企业组织的变革、垄断与竞争、网络经济的宏观分析、网络经济与全球化、网上创业与创业资本、知识与知识价值。

本书既可作为高等学校电子商务专业、工商管理类专业本科生的教材或参考资料，也可作为关注新经济、新技术发展的学者、管理者和业界人士的参考书。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

网络经济学 / 盛晓白编著. —北京：电子工业出版社，2009.11

（“信息化与信息社会”系列丛书. 高等学校电子商务专业系列教材）

ISBN 978-7-121-09685-3

I. 网… II. 盛… III. 网络经济 IV. F062.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 185553 号

策划编辑：刘宪兰

责任编辑：徐蔷薇

印 刷：北京天宇星印刷厂

装 订：三河市皇庄路通装订厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1092 1/16 印张：23 字数：470 千字

印 次：2009 年 11 月第 1 次印刷

印 数：4000 册 定价：36.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

作者介绍

盛晓白，安徽芜湖人，毕业于中国人民大学，南京审计学院经济学院教授。现任教育部电子商务专业教学指导委员会委员、江苏省管理学学科教学指导委员会委员。主要研究领域为国际贸易、网络经济学、行为经济学。

韩耀，江苏徐州人，毕业于北京工商大学，南京财经大学国际经贸学院教授，主要研究领域为流通经济学、网络经济学。

徐迪，厦门大学管理学院教授、博士生导师，主要研究领域为网络与电子商务的技术经济分析、创新工程与复杂性理论。

王东，浙江大学经济学院副教授，主要研究领域为电子商务。

邓顺国，毕业于武汉大学，华南师范大学经济与管理学院教授，现任教育部电子商务专业教学指导委员会委员，主要研究领域为电子商务、信息经济。

的方式,根据当前高校专业课程设置情况,先开发“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三个本科专业高等学校系列教材,随后再根据我国信息化和高等学校相关专业发展的情况陆续开发其他专业和类别的图书。

对于新编的三套系列教材(以下简称系列教材),我们寄予了很大希望,也提出了基本要求,包括信息化的基本概念一定要准确、清晰,既要符合中国国情,又要与国际接轨;教材内容既要符合本科生课程设置的要求,又要紧跟技术发展的前沿,及时地把新技术、新趋势、新成果反映在教材中;教材还必须体现理论与实践的结合,要注意选取具有中国特色的成功案例和信息技术产品的应用实例,突出案例教学,力求生动活泼,达到帮助学生学以致用目的,等等。

为力争出版一批精品教材,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采用了多种手段和措施保证系列教材的质量。首先,在确定每本教材的第一作者的过程中引入了竞争机制,通过广泛征集、自我推荐和网上公示等形式,吸收优秀教师、企业人才和知名专家参与写作;其次,将国家信息化专家咨询委员会有关专家纳入到各个专业编委会中,通过召开研讨会和广泛征求意见等多种方式,吸纳国家信息化一线专家、工作者的意见和建议;再次,要求各专业编委会对教材大纲、内容等进行严格的审核,并对每一本教材配有一至两位审稿专家。

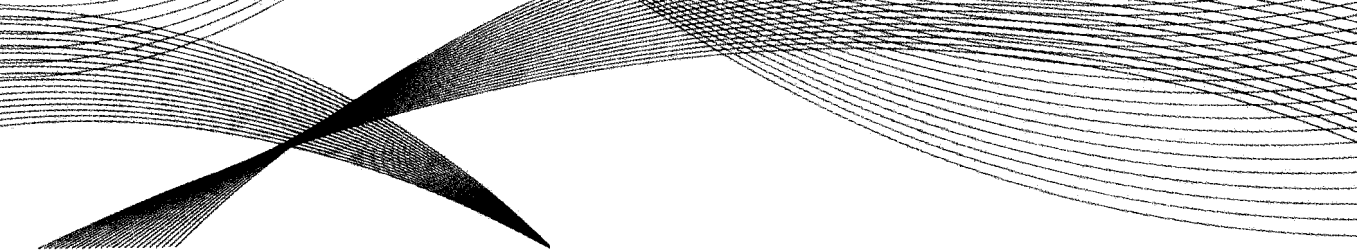
如今,我们很高兴地看到,在教育部和原国务院信息化工作办公室的支持下,通过许多高校教师、专家学者及电子工业出版社的辛勤努力和付出,“信息化与信息社会”系列丛书中的三套系列教材即将陆续和读者见面。

我们衷心期望,系列教材的出版和使用能对我国信息化相应专业领域的教育发展和教学水平的提高有所裨益,对推动我国信息化的人才培养有所贡献。同时,我们也借系列教材开始陆续出版的机会,向所有为系列教材的组织、构思、写作、审核、编辑、出版等做出贡献的专家学者、老师和工作人员表达我们最真诚的谢意!

应该看到,组织高校教师、专家学者、政府官员以及出版部门共同合作,编写尚处于发展动态之中的新兴学科的高等学校教材,还是一个初步的尝试。其中,固然有许多经验可以总结,也难免会出现这样那样的缺点和问题。我们衷心地希望使用系列教材的教师和学生能够不吝赐教,帮助我们不断地提高系列教材的质量。

曲作权

2008年12月15日



序 言

电子商务作为新的先进的生产力,正以其无比强大的生命力推动着人类历史上继农业革命、工业革命之后的商业革命——第三次产业革命。它直接作用于商贸流通,间接作用于生产、科研和创新。

对于工农业生产的原材料采购、产成品销售、企业的市场营销和商业零售业、国际贸易等的经济活动,电子商务正从微观到中观和宏观对企业、行业、区域的经济产生着巨大的影响和作用;对于人民的日常生活消费,电子商务正逐步地、越来越大和越来越深刻地改变着人们的消费观念、消费习惯和消费方式,在为人们带来显著的经济利益的同时带来安逸的精神享受;对于国家和社会,电子商务对社会效率的发挥、资源的优化配置和再利用、再分配发挥着日益强大的作用,当天灾人祸来临时,它能以最快的速度调配资金和物资,在金融风暴和经济危机到来时,它能以电子速度为政府、企业和个人进行有限资源的调集和重组。

伴随以互联网为主的电子信息技术的进一步发展和信息产品(三网合一、3G手机等)的广泛使用,电子商务更呈现出泛在性、虚拟性、个人性、社会性和数据海量性等新特征,电子商务的应用和研究犹如东方日出,其前景充满了朝气和阳光。

显然,加快电子商务的发展已经成为很多国家乃至中国的一项重要政策。这就对中国培养高素质的创新型电子商务人才提出了迫切的要求。到2008年年底,国家教育部已经批准了300多所本科院校和800多所高职高专学校开设电子商务专业;在校学生人数已经达到30多万,每年毕业生人数达到8万多。

但正如与其他新生事物的发展一样,随着网络与电子商务经济理论研究的不断深入,电子商务法规政策的纷纷出台,企业现代化管理水平的不断提高,电子商务创新模式的不断涌现,使得电子商务专业的建设也在变化之中,有关电子商务专业的定义仍在不断充实、完善之中。

2005年,教育部启动的“全国高校电子商务专业人才培养模式研究”项目中对电子商务专业的定义是:电子商务专业是现代经济学、管理学和工学(以信息技术为主)融合形成的综合性、复合型学科,电子商务专业培养的是适应现代社会需要的复合型人才,电子商务专业的建设和发展必须要求得到经济学、管理学和工学等学科的合力支撑。

2008 年,“全国高等学校电子商务本科专业知识体系”(教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会编写)中将中国现阶段电子商务本科专业的培养目标定义为:“面向世界、面向未来、面向现代化”,为国家培养德、智、体、美、劳全面发展的具备现代经济、管理理论和信息技术等多种知识和电子商务综合技能的,能从事网络环境中企业、事业和社会的商贸购销、商务管理或商务技术支持等现代化商务实践、研究和教学等工作的复合型、专门化人才。目前,中国电子商务本科专业的两大基本方向为:电子商务经济管理类方向和电子商务工程类方向。它们分别在经济管理知识与技能体系和信息技术知识与技能体系方面有所侧重。

电子商务专业教育涉及通识教育、综合教育、专业教育三大部分。专业教育按知识层面划分,包括专业基础知识和专业知识两个层次;按教学内容划分,包括课堂教学和实践教学两个方面;从教学计划角度考虑,包括知识体系和课程体系两方面的组织;从学科要求角度考虑,包括知识体系、能力体系和素质体系。

而这种专业教育和相应技术内容最直接地体现在相应教材上。为此,国家信息化专家咨询委员会与教育部电子商务专业教学指导委员会联合组织了本系列教材(高等学校电子商务专业系列教材),以奉献出一批符合国家电子商务发展方向和有利“提高国民信息技术应用能力,造就信息化人才队伍”的优秀教材,充实电子商务教育市场。

本系列教材在内容编排上力求将理论与实际相结合,尽可能反映电子商务的最新发展,以及国际上对电子商务的最新释义;在内容表达上力求由浅入深、通俗易懂;在知识体系划分上严格按照教育部电子商务专业教学指导委员会最新知识体系,具体如下:

知识领域名称	知识领域标记	备 注
电子商务综合	ECG	理论、政策、法规等
电子商务经济	ECE	经济类相关学科
电子商务管理	ECM	管理类相关学科
电子商务技术	ECT	信息技术类相关学科

其编写的内容主要包括:电子商务导论、电子商务管理、电子商务法学教程、电子商务网站建设、网络经济学、网络营销、网络金融、网络财务、电子支付与清算、电子商务物流管理、电子商务系统建设与管理、电子商务安全、电子商务案例分析教程、移动商务、电子政务与商务(侧重政府采购部分)、电子服务及其应用、电子商务项目策划与管理、网上创业、客户关系管理、服务科学概论,共 20 本。其中,电子商务导论(李琪主编),电子商务物流管理(魏修建主编)作为 2008 年“信息化与信息社会”系列丛书编委会重点扶持的教材。

本系列教材突出了“准确把握理论、理论联系实际、优选典型案例、把握发展前沿、启发读者思维、编写科学合理”的特色：对基本概念、基本知识、基本理论给予准确的表述，树立严谨求是的学术作风，注意与国内外的对应及对相关概念、术语的正确理解和表达；从实践到理论，再从理论到实践，把抽象的理论与生动的实践有机地结合起来，使读者在理论与实践的交融中对电子商务有全面和深入的理解和掌握；精选国内外典型案例，支撑相关的理论与实践，使读者能够从具体案例中深入浅出地了解、认识更多的电子商务的应用及其相关问题；对电子商务的理论、研究、技术、实践等多方面的发展状况给出发展前沿和趋势介绍，拓展读者的视野；注意在理论和实践两方面以启发读者学习、专业研究、创新为导向，为读者提供发散思维的空间和精确思考的焦点问题；本系列教材在内容逻辑和形式体例上力求科学、合理、严密和完整，使之系统化和实用化。

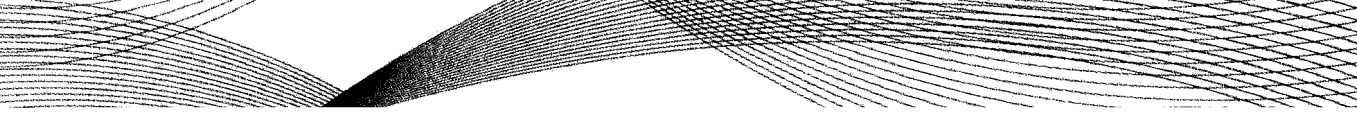
自本系列教材编写工作启动以来，在国家信息化专家咨询委员会的指导和关怀下，在电子工业出版社与我们的共同努力下，在本系列教材各位主编、副主编和全体参编人员的辛勤劳动下，在各位专家、许多高校教师和研究生及朋友们的关心、帮助下，终于陆续面世了。在此，我们对以上各位领导、专家、老师、同学和朋友们表示最衷心的感谢！

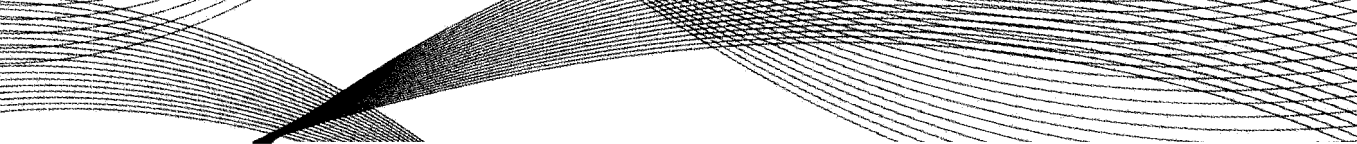
我们深知，虽然我们对本系列教材的组织和编写尽了最大努力，但离我们的目标仍然有较大的差距，衷心希望各位读者不吝赐教，使我们能在今后的再版工作中不断改进，使系列教材越编越好！

高等学校电子商务专业系列教材

编委会

2009年6月





2.3.2 边际效用递增规律·····	61
2.4 注意力经济·····	62
2.4.1 注意力稀缺·····	63
2.4.2 以消费者为中心的经济·····	65
2.4.3 个人市场·····	66
本章小结·····	68
问题讨论·····	68
参考文献·····	68
第3章 供给分析 ·····	71
3.1 公共产品特性·····	72
3.1.1 网络产品具有公共产品特性·····	72
3.1.2 公共产品与市场机制·····	75
3.2 报酬递增·····	77
3.2.1 边际收益递增·····	77
3.2.2 规模报酬递增·····	78
3.2.3 学习曲线和干中学理论·····	81
3.2.4 范围经济·····	85
3.3 正反馈机制·····	87
3.3.1 布莱恩·阿瑟的正反馈理论·····	87
3.3.2 正反馈机制与临界容量·····	92
3.3.3 马太效应与数字鸿沟·····	95
3.4 网络产品与服务的定价·····	100
3.4.1 网络产品的定价·····	100
3.4.2 网络服务的定价·····	104
本章小结·····	108
问题讨论·····	108
参考文献·····	108
第4章 经济运行法则与企业组织的变革 ·····	111
4.1 成本分析·····	112
4.1.1 成本的一般定义·····	112
4.1.2 交易成本·····	113
4.1.3 边际成本递减·····	117

4.1.4 沉没成本	120
4.2 新的经济运行法则	122
4.2.1 赢者通吃	122
4.2.2 摩尔定律	125
4.2.3 主流化	127
4.3 合作竞争趋势	130
4.3.1 合作竞争理论概述	130
4.3.2 合作竞争战略	132
4.3.3 合作竞争的成功要素	134
4.3.4 合作竞争的效应分析	135
4.4 组织结构创新	136
4.4.1 企业组织的变革——虚拟企业	137
4.4.2 企业组织的特点	139
4.4.3 商务模式的变革	140
本章小结	142
问题讨论	142
参考文献	143
第 5 章 垄断与竞争	145
5.1 传统的竞争理论	146
5.1.1 完全竞争市场	146
5.1.2 不完全竞争市场	150
5.2 网络经济下的垄断	156
5.2.1 对微软公司垄断案的分析	156
5.2.2 网络经济下垄断的新特点	160
5.2.3 竞争性垄断	161
5.2.4 网络效应与企业规模	163
5.3 网络经济下政府的垄断规制	166
5.3.1 网络经济下垄断市场的绩效分析	166
5.3.2 网络经济下垄断的判定	168
5.3.3 网络经济下政府的垄断规制	169
5.4 网络经济下企业的竞争策略	173
5.4.1 标准竞争策略	173
5.4.2 市场锁定策略	175

5.4.3 免费赠送策略	176
本章小结	179
问题讨论	179
参考文献	179
第 6 章 网络经济的宏观分析	181
6.1 网络经济与经济增长	182
6.1.1 传统的经济增长理论	182
6.1.2 美国新经济增长	188
6.1.3 新经济增长理论	192
6.2 网络经济与产业结构变迁	200
6.2.1 产业结构变迁的基本趋势	200
6.2.2 网络经济与信息产业	203
6.2.3 网络经济与新兴产业	208
6.2.4 网络经济与技术创新	210
6.3 网络经济与传统产业的改造	216
6.3.1 网络经济与传统产业的关系	216
6.3.2 网络经济推动传统产业的变革	220
6.3.3 网络经济与传统产业融合的实现形式	224
本章小结	229
问题讨论	229
参考文献	229
第 7 章 网络经济与全球化	231
7.1 新贸易理论	232
7.1.1 新贸易理论的产生和发展	232
7.1.2 规模经济与国际贸易	234
7.1.3 外部经济与国际贸易	235
7.2 网络经济与国际贸易	239
7.2.1 经济全球化趋势	239
7.2.2 网络经济下的国际分工	242
7.2.3 网络经济下的贸易结构	245
7.3 网络经济风险及其防范	248
7.3.1 网络经济风险的表现形式	248

7.3.2 知识产权保护	255
7.3.3 网络经济风险的基本特征	257
7.3.4 网络经济风险的防范	259
本章小结	263
问题讨论	263
参考文献	263
第 8 章 网上创业与创业资本	265
8.1 网上创业	266
8.1.1 什么是创业	266
8.1.2 网上创业的概念与历史	268
8.1.3 网上创业的商务模式	269
8.1.4 网上创业的盈利模式	272
8.1.5 如何设计网上创业的商务模式	276
8.2 创业者	276
8.2.1 创业者的业务素质	277
8.2.2 创业者的思想素质	281
8.2.3 创业者的战略	283
8.2.4 创业团队的组建与管理	288
8.3 创业资本	292
8.3.1 风险投资理论	293
8.3.2 风险投资基金	294
8.3.3 风险投资的运作	296
8.3.4 其他融资渠道	299
本章小结	302
问题讨论	302
参考文献	302
第 9 章 知识与知识价值	305
9.1 知识价值	306
9.1.1 传统生产要素理论的局限性	306
9.1.2 知识的定义与特点	308
9.1.3 知识是价值的主要来源	312
9.2 知识创新	316

9.2.1 两种知识能力316

9.2.2 学习型组织319

9.2.3 创造型组织323

9.3 客户与网络327

9.3.1 客户与网络327

9.3.2 客户是有待开发的重要资源.....334

9.3.3 网络成为最重要的生产工具.....340

本章小结347

问题讨论347

参考文献347

第 1 章

导 论

本章引言

网络经济是一种新的经济形态。在现代信息技术的推动下,网络经济经历了萌芽、启动和成长 3 个阶段,对当今世界产生了深远影响,极大地改变了政治、经济、社会等各个领域的面貌,并深刻影响着人们的生活方式。网络经济潜力巨大,有着辉煌的发展前景。

网络经济是以信息流为中心的经济,其基本特征是实时性、虚拟性和交互性。在网络经济中,以三大基本特征为基础,派生出与传统经济迥异的一系列新特征,产生了经济运行的若干新规律。网络经济可分为 4 个层次,其最高层次是电子商务。与传统贸易方式相比较,电子商务拥有很多优势,有着巨大的发展空间。在中国,电子商务发展迅速,但也面临着很多障碍。

通过本章学习,应该掌握并了解:

- 网络经济的概念;
- 网络经济的形成与特点;
- 信息的概念与特征;
- 网络经济的三大基本特征;
- 网络经济与电子商务的关系。