圆世纪工商管理革命

网 络 化 生 存

——网络世界中的机遇与挑战

主编摇砸· 砸· 粤砸砸等著

企业管理出版社

摇图书在版编目(悄孵)数据

摇圆员世纪工商管理革命 辑砸· 砸· 粤酝酝韵宰 主编 圆原北京 :企业管理出版社,员怨怨圆原
摇陨杂月晕苑原愿员员源园园园园原原

摇Ⅰ圆员…摇Ⅱ圆粤酝酝韵宰摇Ⅲ圆工商企业 原企业管理 原研究摇Ⅳ圆云员园圆原

摇中国版本图书馆 悄孵数据核字(员怨怨怨)第 员园园缘号

摇责任编辑 :何摇斌
摇封面设计 :王摇晖
摇版式设计 :曹术钢

圆员世纪工商管理革命

砸· 砸· 粤酝酝韵宰摇主编

企业管理出版社出版发行
(北京市海淀区紫竹院南路 员远号)
全国新华书店经销
北京通县华龙印刷厂印刷
苑愿员园毫米摇员缘开摇员怨源印张摇猿缘园千字
员怨怨怨年 源月第一版摇摇摇员怨怨怨年 源月第一次印刷
印数 :员原猿园园册

陨杂月晕苑原愿员员源园园园园原原缘· 员怨愿摇摇摇定价 :愿愿园园元(全五册)

《圆世纪工商管理革命》

本书立意传播管理新观念，阐述 圆世纪——知识经济时代企业的组织变革、控制变革、权力变迁、产权重整等问题。书中出现的新概念、新观念与新原理，相信大多数国内读者都是第一次接触，是一本真正可以称之为“ 全新 ”的二十世纪工商管理教科书。

本书分如下五册：

第一册摇《第三代管理——知识经济时代工商管理导论》

本册全面系统地介绍了知识经济时代工商管理的新观念、新变革与新拓展，并将其与农业经济时代与工业经济时代的传统管理作了充分与细致的比较，因此才称之为“ 第三代管理 ”。本册着重介绍以下内容：知识经济时代工商管理的新理念、知识资本运营、管理道德、虚拟组织、学习理论、网络沟通、自我领导、虚拟激励和基于 [illegible] 的管理控制等，这是国内第一部全面介绍知识经济时代工商管理内容、体系与发展方向的高水平普及著作。

第二册摇《经理革命——公司的权力变迁、分化与重组》

这是中国第一部介绍公司权力学与企业产权演变的著作。它第一次揭示出一个令人震惊但又非常朴素的真理：企业内外部的权力斗争始终是企业成长与发展的主线，同时权力斗争的结果又演绎着企业兴旺或衰落的结局。本书解释了公司权力的法律渊源、所有权的再分配、企业结构演进与权力重组、代理角色与企业的治理结构、内部产权规制、企业的资本市场操作等。

第三册摇《公司再造——企业流程的改造与实践》

《公司再造》是一本介绍企业流程改造及实践的著作。此书从亚当·斯密的《国富论》谈起，论述了公司再造的时代背景及其基本思路，介绍了流程改造的难点和可能的误区。向巨人挑战是一些先进公司进行流程改造的目标，在这一目标导向下，再造实力全方位的管理革命，为此企业必须重视人才、借助外部智力、更

新观念、真正体现顾客利益，做到将欲取之，必先予之。本书依次论述了如下内容：公司再造的基本思想、组织领导核心领域、相应的同步工程、新型组织、阻力与克服等。

第四册摇《网络化生存——网络世界中的机遇与挑战》

《网络化生存》讲述的是计算机和网上技术正以惊人的速度改变着商业世界。网上经济的爆炸标志着商业时代将面临一个转折点。全世界的公司和企业都面临着巨大的挑战和机会。轻轻一击鼠标，你的计算机上就会出现全世界各地潜在的客户的合作者的名单。网上世界是商业史上有史以来最大的市场，任何富有创造性的公司和个人都面临着一个极大的机遇。本册系统介绍了以下内容：国际电信自由与网络革命、全球网络下的新型作业管理与新型企业组织、新型政企合作关系、新型国际经济关系以及与政府的新型关系、电子商务、电子商务与消费行为选择、电子商务与企业管理变化等。

第五册摇《知识英雄——影响中国与世界经济的先驱们》

本册讲述的是在汹涌澎湃的知识经济到来之际，知识革命与管理革命的先驱们超前的思维与“十倍速”的生存的故事。知识社会的来临源于知识价值革命。在知识社会里，在生活中多用“智慧”和知识才是受人尊敬的，而且只有包含“智慧”和知识的商品才会畅销。读过这册且只有读过这册之后，你才能深切地感受到当前管理所处的危机形势。

《圆员世纪工商管理革命》编委会

摇摇摇摇员怨怨缘年 猿月摇摇摇摇

目　录

第一篇　网络时代

第一章　拥抱网络时代 …… (3)

第一节　电脑网络的老祖宗 …… (3)
一、冷战锻造的金刚之躯 …… (3)
二、自由的信息公社 …… (6)
三、电脑馅饼从天降 …… (8)
第二节　Internet 航路漫漫 …… (10)
一、Internet 港口寻踪 …… (10)
二、进入正确的航道 …… (12)
三、航海须知 …… (14)
第三节　一起玩 Internet 魔方 …… (19)
一、电子邮件:网络连着我和你 …… (19)
二、用户新闻:地球是我们的客厅 …… (21)
三、线上交谈:有朋自网上来 …… (25)
四、文件传输:天高任鸟飞 …… (27)
五、远程登录:他乡更迷人 …… (29)
六、Gopher 与 Veronica:带你进入宝库 …… (31)
七、Archie:向图书管理员请教 …… (33)
八、WAIS:数据库中的数据库 …… (35)
九、环球网和 Mosaic:环游世界一瞬间 …… (37)
第四节　世界是一张无边无际的网 …… (41)
一、网络上的咖啡馆、秃顶老头和如意郎君 …… (41)
二、Internet 的发展奇迹 …… (43)
三、城市的衰落与乡村的复兴 …… (44)

第二章　网络英雄 …… (48)

第一节　问天下谁是英雄 …… (48)
一、好运从天降 …… (48)
二、闪电般聚集的财富 …… (49)
三、今天的新贵 …… (50)
四、经济增长的催化剂 …… (51)
第二节　IBM：最后的救命稻草 …… (52)
一、赤字巨人 …… (52)
二、以网络为中心的计算 …… (53)
三、改写电脑业 …… (54)
第三节　Microsoft：昨夜赢家，今日输家 …… (56)
一、甩掉微软 …… (56)
二、巨人苏醒了 …… (58)
三、创造性毁灭的阵风 …… (59)
第四节　Sun：爪哇咖啡全球飘香 …… (60)
一、Internet 先驱 …… (60)
二、Java：红透网络半边天 …… (61)
三、摧毁软件业的金字塔 …… (62)
第五节　Netscape：信息路上奔跑的兔子 …… (64)
一、硅谷新传奇 …… (64)
二、一个高技术帝国的成长 …… (65)
三、信息时代，王者为谁 …… (67)
第六节　Oracle：网络计算机开路先锋 …… (68)
一、个人电脑重归简单 …… (68)
二、NC 还是 PC …… (70)
三、燎原之火 …… (71)
第七节　传统竞争的死亡 …… (72)
一、信息时代的新型商战 …… (72)
二、眼光相当于 50 分智商 …… (73)
三、市场标准与收益递增率 …… (73)
四、正反馈循环效应 …… (74)
五、决策比技术更重要 …… (75)
六、合作式竞争 …… (76)
七、商业生态系统的生存之道 …… (76)

第三章　无“网”而不胜 …… (78)

第一节　网上淘金 …… (78)
一、有史以来最激动人心的生意场 …… (78)
二、金融世界“大爆炸” …… (79)
三、广告业的未来 …… (80)

第二节　熟悉的陌生人 …… (81)
一、网络时代的友谊与爱情 …… (81)
二、电脑社区是可能的 …… (83)
三、独处失去了最后的领地 …… (84)
第三节　对话的时代开始了 …… (85)
一、自下而上的新闻 …… (85)
二、网上世界的奥秘 …… (86)
三、传播冲突 …… (87)
第四节　工作的新世界 …… (88)
一、内部网:企业管理革命 …… (88)
二、明天你在哪儿上班 …… (90)
三、环境、效率与人才 …… (91)
第五节　交互性艺术 …… (93)
一、从线性走向交互性 …… (93)
二、任何人都可以成为艺术家 …… (94)
三、艺术的消费者＝艺术的生产者 …… (95)
第六节　教育革命 …… (96)
一、高等教育的潘多拉盒子 …… (96)
二、让孩子充当探险家和发现者 …… (97)
三、教育:并非有人赢、必有人输的游戏 …… (98)
第七节　21 世纪的战争 …… (100)
一、不战而屈人之兵 …… (100)
二、信息战:新的战略思想 …… (101)
三、没有硝烟的对抗 …… (103)

第四章　网络黑客 …… (104)

第一节　侵入者离你有多远 …… (104)
一、没有秘密的社会 …… (104)
二、信息安全恐慌症 …… (106)
三、真正的黑客 …… (109)
第二节　信息路上的迷途羔羊 …… (111)
一、网上恶作剧和网上恶行 …… (111)
二、电脑影子与垃圾讯息 …… (113)
三、“温情”的机器 …… (115)
第三节　魔瓶中跑出的怪物 …… (117)
一、网络上的言论自由 …… (117)
二、网络中的所有权 …… (120)
三、谁来管理网络空间 …… (123)

第五章　超越 Internet …… (125)

第一节　未来已在眼前…… (125)
一、假作真时真亦假 …… (125)
二、前方:信息高速公路…… (127)
三、伸手可及的梦想 …… (129)
第二节　光明的尽头是隧道…… (131)
一、Internet 会陷入泥潭吗 …… (131)
二、信息高速公路会变成“私路”吗 …… (133)
三、蜘蛛还是苍蝇 …… (135)
第三节　比科幻小说更丰富的时代…… (137)
一、梦想社会的时代 …… (137)
二、技术福音书 …… (140)
三、寻找平衡的支点 …… (142)
第四节　网络与中国…… (144)
一、走进中国 Internet 市场 …… (144)
二、外面世界的精彩与无奈 …… (148)
三、了解世界、中国与自己…… (150)
四、中西文化网上见高下 …… (153)

第二篇　全球网络经济

第一章　国际自由电信与网络革命…… (159)

第一节　信息技术突飞猛进与全球网络…… (159)
一、信息处理技术加速发展 …… (159)
二、信息传输技术跃上新台阶 …… (161)
三、信息高速公路正覆盖全球 …… (162)
第二节　国际电信自由化风潮与全球网络协议…… (165)
一、“及时联系”正让世界天翻地覆 …… (166)
二、国际电信产业自由化成就斐然 …… (167)
三、WTO 三大突破性协议继往开来 …… (170)
第三节　信息网络革命彻底改造世界社会经济…… (173)
一、全球网络与第三次通信革命 …… (173)
二、消费者、劳动者和投资者的福音…… (175)
三、全球网络缔造新的主导产业部门 …… (179)

第二章　全球网络与新型作业管理……（182）

第一节　信息反馈加速与用“脑”制造时代……（182）
一、“智力”日益取代“体力”在制造与服务中的地位 ……（182）
二、“有求立供、供随求止”和 JIT 管理蔚然成风……（184）
三、及时的联系和反馈开启作业新纪元 ……（186）
第二节　“福特流水线作业制”发生方向性变革……（190）
一、“批量生产”和“工序分解”正在被否定 ……（190）
二、个量化经营和一体化管理围困“福特制” ……（191）
三、“广度经济”和“规模经济”相辅相成 ……（192）
第三节　微观作业机制信息化与“特别作业班组”……（194）
一、日探索“信息型作业”人力资本组织技术 ……（195）
二、美“特别作业班组”青出于蓝而胜于蓝 ……（196）
三、发达国家新型作业组织技术的成就和问题 ……（198）

第三章　全球网络与新型企业组织……（202）

第一节　市场信息化与公司内部组织结构变迁……（202）
一、市场信息化呼唤企业制度“第三次变革” ……（202）
二、企业内部结构正由“金字塔”转向“网络型” ……（204）
三、全球网络经济中企业组织结构新原则 ……（205）
第二节　全球市场信息化与企业外部合作结构变迁……（207）
一、注重合作的新型“战略联盟”全球风行 ……（207）
二、“系列”是日本企业“战略联盟”的灵魂 ……（210）
三、美借鉴日“系列”方兴未艾后来居上 ……（212）
第三节　市场信息化透视未来企业“新边疆”……（215）
一、“智能资本管理”日益决定企业的命运 ……（215）
二、企业总部正回归大自然和迁往“准都市” ……（217）
三、全球网络经济更注重“公平”和“纯洁利润” ……（218）

第四章　全球网络与新型政企合作……（220）

第一节　政企合作模式转型……（220）
一、公司本身沦为炒作对象使政企利益分流 ……（220）
二、“外资收购”在加剧美国的公司与国家利益的冲突 ……（221）
三、全球网络经济中政府和企业的新纽带 ……（223）
第二节　强调“人力资本”与淡化“所有权”和“控制权’……（225）
一、全球网络中“无国界经济实体”的利益 ……（225）
二、所有权、控制权和原国籍已不再那么重要……（227）
三、本国劳工素质为全球网络经济所强调 ……（229）
第三节　“无国界经济”和新型跨国企业经营逻辑……（231）
一、竞争范围是整个世界而不再是某个局部 ……（231）

二、全球信息网络赋予跨国企业新的灵魂 …… (234)
三、民族国家与无国界经济实体的合作要点 …… (236)

第五章　全球网络与新型政府调控 …… (239)

第一节　政府主权的重新配置 …… (239)
一、全球网络金融否定传统中央银行的权威 …… (239)
二、非中央级政府僭越中央政府的外交大权 …… (241)
三、“非政府组织”执行传统政府的社会职能 …… (244)
第二节　“第三者政府”的基本内涵和职能定位 …… (245)
一、“只掌舵”“不划桨”的“第三者政府” …… (245)
二、效仿工商界改革传统政府的激励机制 …… (247)
三、“权力下放革命”势头迅猛任重道远 …… (249)
第三节　“智能型政府”及新型产业政策酝酿 …… (251)
一、致力于“鼓励生产主意”以促进经济增长 …… (251)
二、注重于推动科技开发和保护发明创造 …… (252)
三、将教育技术培训等基础设施建设放在首位 …… (254)

第六章　全球网络与新型国际经济 …… (256)

第一节　国际贸易网络化 …… (256)
一、全球网络对传统国际贸易釜底抽薪 …… (256)
二、新型国际贸易多边体制倚重信息服务 …… (258)
三、国际贸易手段的网络化与“电子商务” …… (261)
第二节　全球网络中新型金融机制已初具规模 …… (264)
一、网络导致国际金融基础设施面目全非 …… (264)
二、证券业银行业联手提供全方位服务 …… (267)
三、GLOBEX 全天候配置全球经济资源 …… (270)
第三节　网络金融中国际投资的新格局新渠道 …… (272)
一、欧美金融商家激烈争相进军“新兴市场” …… (272)
二、证券投资组合“种类型”正让位于“区域型” …… (274)
三、“无国界金融实体”新的手段与风险 …… (278)

第七章　全球网络与新型世界经济 …… (281)

第一节　资本市场格局变动与世界经济新风险 …… (281)
一、网络化的世界市场已变得空前敏感和脆弱 …… (281)
二、向新兴市场大规模转移资本任重道远 …… (284)
三、社会制度滞后预示网络经济风险四伏 …… (286)
第二节　全球网络经济震荡与“东亚金融风暴” …… (289)
一、国际资本在网上逡巡游弋和兴风作浪 …… (290)
二、全球汇市、股市奇观与东亚模式变迁 …… (294)

三、东亚金融风暴与网上金融实体的冲击 …… (298)
第三节　网络金融危机与全球经济秩序前景 …… (302)
一、规范无国界经济实体呼唤新型国际合作 …… (302)
二、褒贬 IMF 与改造国际货币制度新契机 …… (305)
三、全球网络经济重建金融秩序的新思路 …… (308)

第三篇　网络商务高手

第一章　电子商务的诞生 …… (313)

第一节　电子商务的定义 …… (313)
第二节　电子商务的特点 …… (314)
一、电子商务的应用层次 …… (314)
二、电子商务的特点 …… (314)
三、电子商务环境 …… (315)
四、电子商务的交易过程 …… (315)
第三节　电子商务的产生 …… (315)
第四节　电子商务的作用和局限性 …… (316)
一、电子商务的服务范围 …… (316)
二、电子商务的作用 …… (317)
三、电子商务对企业的吸引力 …… (317)
四、电子商务目前的局限性 …… (318)
第五节　电子商务对国民经济的影响 …… (318)

第二章　电子商务的发展环境 …… (320)

第一节　电子商务与信息高速公路 …… (320)
一、Internet 的意义 …… (320)
二、Internet 的迅速发展 …… (320)
三、万维网(WWW) …… (321)
四、Internet 网址 …… (322)
五、Internet 的管理 …… (323)
六、企业内联网 Intranet …… (323)
七、各国政府对 Internet 的重视和支持 …… (324)
八、Internet Ⅱ …… (325)

第二节　法律保障与宽容……（327）
第三节　网络安全保障……（327）
一、网络安全问题 ……（328）
二、网络安全标准 ……（329）
三、保护知识产权和隐私权 ……（330）
四、“防火墙”技术 ……（330）
五、密码技术 ……（331）
第四节　网上“黄毒”与“扫黄”斗争……（332）
一、Internet 拒绝立法 ……（332）
二、技术可否担负起扫黄重任 ……（333）

第三章　电子商务与政府作用 ……（334）

第一节　基础设施建设……（334）
第二节　政府与企业的角色……（335）
第三节　税收政策……（335）
第四节　技术条件和标准……（336）
一、电子商务的技术条件 ……（336）
二、电子商务的技术标准 ……（337）
第五节　国际协调与合作……（339）
一、国际协调的重要性 ……（339）
二、巴黎电子商务会议 ……（339）
第六节　美国政府的“纲要”……（340）
一、千呼万唤始出来 ……（340）
二、五项原则 ……（341）
三、九点建议 ……（341）
四、“纲要”的背景 ……（342）

第四章　EDI 与电子商务 ……（344）

第一节　EDI 的含义及其特点……（344）
一、EDI 的含义 ……（344）
二、EDI 的特点 ……（345）
三、EDI 的类型与工作过程 ……（345）
第二节　EDI 在商贸领域中的作用……（346）
一、大幅度降低了交易成本 ……（346）
二、大大提高了工作效率 ……（347）
三、扩大客户关系，巩固竞争地位……（347）
第三节　EDI 的国际标准……（347）
一、EDIFACT ……（348）
二、ANSI X.12 ……（348）
三、X.400 ……（348）

第四节　采用 EDI 方式的基础条件 …… (349)
一、采用 EDI 方式的技术条件 …… (349)
二、采用 EDI 方式的社会条件 …… (349)
三、EDI 的服务方式 …… (350)
第五节　EDI 在贸易中的应用 …… (350)
一、EDI 开通协议 …… (351)
二、EDI 在国内商业中的应用 …… (351)
三、EDI 在国际贸易中的应用 …… (351)
四、EDI 在中国的发展前景及应注意的问题 …… (352)
第六节　EDI 的未来发展趋势 …… (352)
一、目前 EDI 技术的局限性 …… (352)
二、EDI 与 Internet 的融合 …… (353)

第五章　电子商务与制造业 …… (355)

第一节　电子商务给制造商带来的便利 …… (355)
一、成本降低 …… (355)
二、信息处理和决策过程加快 …… (356)
三、盲目投资减少，资金回收加快 …… (357)
四、设计网络化 …… (357)
第二节　电子订单与用户网 …… (358)
第三节　电子商务的开拓者 …… (359)
一、美国通用电器公司 …… (359)
二、微软公司 …… (359)
三、英特尔公司 …… (360)
四、国际商业机器公司 …… (360)
五、惠普公司 …… (361)
六、康柏公司 …… (361)

第六章　电子商务与服务产业 …… (363)

第一节　批发零售商业的革命 …… (363)
一、批发商 …… (363)
二、零售商 …… (364)
三、电子贸易 …… (364)
四、网上“跳蚤市场” …… (366)
第二节　国际贸易电子化 …… (367)
一、海关管理电子化 …… (367)
二、促进贸易扩大 …… (368)
第三节　网上证券交易 …… (368)
第四节　运输业 …… (369)
一、车用电脑 …… (369)

二、美国联邦快递 …… (369)
第五节　旅游娱乐业 …… (370)
一、中国旅游网 …… (370)
二、网上洗像 …… (371)
三、旅馆的新设施 …… (372)
第六节　电子政府 …… (372)

第七章　电子商务与信息产业 …… (374)

第一节　信息产业面临的机遇 …… (374)
第二节　广告业的喜与忧 …… (374)
一、网络广告的优越性 …… (375)
二、广告效果 …… (375)
三、商家踊跃 …… (376)
四、广告手法 …… (376)
五、网民个人隐私权 …… (377)
第三节　一日千里的通讯业 …… (377)
第四节　日益流行的电子刊物 …… (378)
一、电子刊物大行其道 …… (378)
二、传统报刊面临的挑战 …… (378)
第五节　三大社会公共系统 …… (379)

第八章　电子商务与消费者行为 …… (380)

第一节　网上购物 …… (380)
第二节　家庭办公 …… (380)
第三节　电脑迷和网友 …… (381)
一、网上棋迷 …… (381)
二、网上球迷和歌迷 …… (381)
三、网迷的生活 …… (382)
第四节　网上教育 …… (383)
一、虚拟学校 …… (383)
二、网上百科全书 …… (384)
第五节　电子邮件的魅力 …… (385)
一、电子信箱业务的特点 …… (385)
二、电子信箱业服务及其适用范围 …… (386)
三、国内外电子信箱业务现状 …… (387)
四、利用电子邮件访问万维网(WWW) …… (387)
五、订阅邮件列表和电子杂志 …… (388)
第六节　网络书店 …… (388)
第节　电子圣诞节 …… (388)
第八节　电脑网络带来的生活内容 …… (389)

一、网上托儿所 …… (390)
二、“电脑化电视” …… (390)
三、电脑音乐和网上音乐厅 …… (391)
四、网上谋职 …… (392)
五、网上太空旅行 …… (392)
六、退休生活不会寂寞 …… (392)
七、动物保护组织的现代化工具 …… (393)
八、网上舞厅 …… (393)
九、网络诊疗 …… (393)

第九章　电子银行与电子货币 …… (395)

第一节　没有营业厅的网络银行 …… (395)
一、SFNB …… (395)
二、网络银行的优势 …… (396)
三、网络银行的安全 …… (397)
第二节　智能卡与数字现金 …… (397)
一、智能卡 …… (397)
二、电子钞票 …… (398)
第三节　我国金融电子化的现状 …… (400)
一、中国国家金融数据网的建设 …… (400)
二、中国国家金融数据网的服务对象 …… (401)
三、“绿卡工程” …… (401)

第十章　网络商务高手案例 …… (402)

第一节　无限商机 …… (402)
一、网上资源 …… (402)
二、网上经营的三大市场 …… (403)
三、成熟的客户群 …… (405)
四、真正的价值 …… (406)
五、软硬通吃 …… (407)
第二节　入网的方式 …… (408)
一、上网的理由 …… (408)
二、专家的问题 …… (410)
三、必要条件 …… (410)
四、入网的四种途径 …… (411)
五、选择拍档 …… (412)
第三节　淘金有术 …… (414)
一、换一个方式经营 …… (414)
二、网上集资 …… (415)
三、以质取胜 …… (417)

四、吸引人的网络 …… (418)
五、畅销品的秘密 …… (420)
六、重视小额交易 …… (421)
七、寻求赞助人 …… (421)
八、留意新鲜项目 …… (422)
九、降低通讯成本 …… (422)
十、高效率的行销工具 …… (423)
十一、增加获利能力 …… (423)
第四节　新概念管理 …… (424)
一、一天 48 小时 …… (424)
二、虚拟办公室 …… (424)
三、内外相联 …… (425)
四、网络会议 …… (425)
五、遥距办公 …… (426)
六、提高管理效率 …… (426)
七、信息支援 …… (427)
八、简化流程 …… (429)
九、破旧立新 …… (430)
第五节　企业策略 …… (431)
一、利用既有优势 …… (431)
二、缩短开发周期 …… (431)
三、软性策略 …… (432)
四、大联盟 …… (433)
五、连锁经营 …… (433)
六、联合兵团 …… (433)
七、巧打国际牌 …… (433)
八、逐步投入 …… (434)
九、侧翼进攻 …… (435)
十、提供“个性化”的服务 …… (435)
第六节　客户的贴心人 …… (436)
一、客户在哪里 …… (436)
二、为用户提供方便 …… (437)
三、设立顾客服务渠道 …… (437)
四、利用用户“虚荣心” …… (438)
五、“发烧友”俱乐部 …… (439)
六、女性市场 …… (440)
七、中文网点 …… (440)
八、瞄准行政人员 …… (441)
九、儿童大市场 …… (441)
第七节　广告的边界 …… (442)
一、是是非非 …… (442)
二、数字会说话 …… (442)
三、抵制什么 …… (443)

四、推动网络的商人 …… (444)
五、广告的平衡点 …… (445)
六、专家的建议 …… (446)
七、花心思做广告 …… (447)
第八节　小虾米对抗大白鲨 …… (448)
一、小而强的时代 …… (448)
二、以小搏大 …… (448)
三、利益社区 …… (449)
四、技术品牌 …… (449)
五、温馨的网络小店 …… (450)
六、拓宽客路 …… (451)
七、业余爱好者的机会 …… (451)
八、小企业联盟 …… (453)
第九节　眼光等于50%的成功 …… (453)
一、数字金矿与商业魔术 …… (453)
二、独特的眼光 …… (454)
三、与政府合作 …… (455)
四、买断互联网络 …… (455)
第十节　域名的含金量 …… (456)
一、网络招牌拍卖店 …… (456)
二、价值万金的域名 …… (457)
三、物以稀为贵 …… (459)