

## 《电子商务概论》参考资料

对外经贸大学信息学院电子商务系

### 《电子商务概论》课题组

|      |                                     |    |
|------|-------------------------------------|----|
| 第一章. | 电子商务基本知识 .....                      | 4  |
| 一.   | 基本概念 .....                          | 4  |
| 二.   | 调研报告 .....                          | 6  |
| 1.   | 世界电子商务发展研究报告 .....                  | 6  |
| 2.   | 痛苦与快乐并存的电子商务进程 .....                | 14 |
| 三.   | 国家政策 .....                          | 16 |
| 1.   | 十五计划时期信息化发展方针 .....                 | 16 |
| 2.   | 外经贸部成立国际电子商务管理司 .....               | 19 |
| 3.   | 石广生：积极推动国际电子商务应用 提高对外经济贸易发展水平 ..... | 19 |
| 4.   | 信息产业部提出电子商务需与传统经济结合 .....           | 23 |
| 5.   | 吴基传为互联网发展提出五大建议 .....               | 23 |
| 四.   | 网站公司分类 .....                        | 24 |
| 五.   | 经营模式 .....                          | 27 |
| 1.   | TOM两条腿走路灵不灵？ .....                  | 27 |
| 2.   | 移动技术带动传统产业有作为 .....                 | 28 |
| 3.   | 电子商务两条道路 .....                      | 30 |
| 4.   | 网络购物增长迅猛 亚马逊全年净盈利为期不远 .....         | 31 |
| 5.   | 百亿短信经济不应重个人轻企业 .....                | 32 |
| 六.   | 高校办学 .....                          | 35 |
| 第二章. | 电子商务技术基础 .....                      | 36 |
| 一.   | 电子商务技术基本概念 .....                    | 36 |
| 二.   | 域名、IP地址 .....                       | 37 |
| 1.   | 域名争议解决办法发布 注册域名先下手为强 .....          | 37 |
| 2.   | CN域名拓展企业商机 .....                    | 37 |
| 3.   | 通用网址催生网络经济新亮点 .....                 | 38 |
| 4.   | 全球互联网吞吐量有望增容 IP地址将达 640 亿个 .....    | 39 |
| 三.   | 互联网 .....                           | 39 |
| 1.   | 综述：因特网发展举世关注 .....                  | 39 |
| 2.   | 我国专家钱华林进入全球互联网决策层 .....             | 41 |

|      |                                      |     |
|------|--------------------------------------|-----|
| 3.   | 中国 1.57 亿网页八成更新周期超半年 .....           | 41  |
| 4.   | 国务院公布中国互联网第二次调查结果 .....              | 42  |
| 四.   | 电子邮件 .....                           | 43  |
| 1.   | 中国互联网协会发布垃圾邮件情况统计报告 .....            | 43  |
| 2.   | 垃圾邮件服务器信息曝光 某些知名企业上黑榜 .....          | 45  |
| 五.   | 宽带 .....                             | 46  |
| 1.   | 宽带商务, 谁之盛宴 .....                     | 46  |
| 2.   | 国际电联宣布 宽带用户超六千万 .....                | 47  |
| 3.   | 家中上宽带 大片挑着看 .....                    | 48  |
| 六.   | 无线信息服务 .....                         | 48  |
| 1.   | 无线信息服务将“爆炸式增长” .....                 | 48  |
| 2.   | 北京大学启动中国第一个校园无线局域网 .....             | 49  |
| 3.   | Wi-Fi技术隐含安全问题 无缘 2004 年雅典奥运会 .....   | 49  |
| 第三章. | 电子商务和商业自动化 .....                     | 50  |
| 1.   | 传统的商业自动化 .....                       | 50  |
| 2.   | 中国商业革命之走向 .....                      | 52  |
| 3.   | 商业自动化技术在服饰专卖业的应用 .....               | 55  |
| 4.   | 新商业时代的前奏 .....                       | 59  |
| 第四章. | 电子数据交换(EDI)技术 .....                  | 69  |
| 一.   | 电子商务的先锋——谈谈 EDI (一) .....            | 69  |
| 二.   | 电子商务的先锋——谈谈 EDI (二) .....            | 72  |
| 第五章. | 网络营销 .....                           | 75  |
| 三.   | 我国网络营销的发展 .....                      | 75  |
| 四.   | 国有大企业网上设摊 获得 6600 万网上订单 .....        | 80  |
| 五.   | 浙江网交会的启示: 在虚拟空间做实在生意 .....           | 81  |
| 第六章. | 电子商务中的供应链管理与物流 .....                 | 83  |
| 一.   | 供应链管理 .....                          | 83  |
| 1.   | 供应链面面观 .....                         | 83  |
| 2.   | 六大公司看SCM: SCM不是梦 .....               | 86  |
| 二.   | 物流 .....                             | 92  |
| 1.   | 对外经济贸易大学大田物流研究中心第二届现代物流高峰研讨会综述 ..... | 92  |
| 2.   | 北京提出二 0 0 八年实现流通现代化 .....            | 94  |
| 3.   | 广州立志构筑中国南方国际物流中心 .....               | 95  |
| 三.   | ERP .....                            | 96  |
| 1.   | ERP, 构架红塔信息化平台 .....                 | 96  |
| 2.   | 企业需要可成长的ERP .....                    | 98  |
| 3.   | 金蝶软件保持高增长 .....                      | 100 |
| 第七章. | 电子支付系统 .....                         | 101 |
| 一.   | 海关银行开展联网业务合作, 企业税费将实现网上支付 .....      | 101 |

|      |                                |     |
|------|--------------------------------|-----|
| 二.   | 花旗银行启动中国个人网上银行业务 .....         | 101 |
| 三.   | 美国 电子交易大行其道 .....              | 102 |
| 第八章. | 电子商务的安全 .....                  | 103 |
| 一.   | 网络安全：一个令人头痛的难题 .....           | 103 |
| 二.   | 揭开「数字签名」的神秘面纱 .....            | 108 |
| 三.   | 我国正积极推进PKI建设 .....             | 109 |
| 四.   | 攻击 13 台DNS主服务器的黑客电脑来自美韩 .....  | 110 |
| 五.   | 情色闪“金”光 腐蚀互联网 .....            | 111 |
| 六.   | “V i s a 验证”服务在中国启动 .....      | 113 |
| 第九章. | 电子商务的法律问题 .....                | 115 |
| 一.   | 信息化：法制建设要先行 .....              | 115 |
| 二.   | 政务信息化：看着好还要用得好 .....           | 119 |
| 三.   | 行政法规重复交叉 互联网企业更难以适从 .....      | 122 |
| 第十章. | 最新发展 .....                     | 124 |
| 一.   | 电子政务 .....                     | 124 |
| 1.   | 政务在线真的方便--北京电子政务在线平台正式开通 ..... | 124 |
| 2.   | 八大海关试行无纸通关 .....               | 124 |
| 3.   | 互联网成总统竞选新阵地 美政客网上“过招儿” .....   | 125 |
| 4.   | 远程报送非典疫情病情 .....               | 126 |
| 二.   | 法规建设 .....                     | 127 |
| 1.   | 国务院信息办：中国电子政务相关法规将出台 .....     | 127 |
| 2.   | 重视民众知情权 中国信息公开条例有望年底出台 .....   | 127 |
| 三.   | 下一代互联网 .....                   | 128 |
| 1.   | 57 院士联名上书中央 国家秘密建设下一代互联网 ..... | 128 |
| 2.   | IBM积极参与中国教育科研网格建设 .....        | 133 |

## 《电子商务概论》参考资料

对外经贸大学信息学院电子商务系

### 《电子商务概论》课题组

#### 一. 电子商务基本知识

##### 1. 基本概念

#### 电子商务的概念与发展历程

2001. 8. 29 中国经济时报

#### 电子商务的定义

电子商务虽然正在以难以置信的速度渗透到人们的日常生活,但是至今也没有一个统一的定义。世人众说纷纭,各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多不同的表述,下面就是几个比较有代表和权威的定义:

国际商会于 1997 年 11 月,在巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce)。会上专家和代表对电子商务的概念进行了最有权威的阐述:电子商务(Electronic Commerce),是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。电子商务涵盖的业务包括:信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品的实际发送)、组建虚拟企业(组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立的中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务)、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

美国学者瑞维·卡拉克塔和安德鲁·B·惠斯顿在《电子商务的前沿》一书中提出:“广义的讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和

服务质量、提高服务传递速度，满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般的讲，今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来，而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条线将买方和卖方联系起来。”

欧洲议会关于“电子商务欧洲动议”给出的定义是：“电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据，包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动，包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品（如消费品、专门设备）和服务（如信息服务、金融和法律服务）、传统活动（如健身、教育）和信心活动（如虚拟购物、虚拟训练）。”

HP 公司认为，电子商务简单地说就是指在从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化。

IBM 公司认为，电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务的活动，是在 Internet 的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。

#### 电子商务的发展历程

电子商务并不是一个新概念，可以说，在几十年前主机系统出现时就诞生了。但是，近年来，Internet 的出现给了电子商务以新的活力，基于 Internet 的电子商务已经引起了全世界的注意。

电子商务始于网络计算。网络计算是电子商务的基础。没有网络计算，就没有电子商务。其发展形式多种多样，从最初的电话、电报到电子邮件以及其后的 EDI，都可以说是电子商务的某种发展形式。

电子商务的发展有其必然性和可能性。传统的商业是以手工处理信息为主，并且通过纸上的文字交换信息，但是随着处理和交换信息量的剧增，该过程变得越来越复杂，这不仅增加了重复劳动量和额外开支，而且也增加了出错机会，在这种情况下需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务；另一方面，计算机技术的发展及其广泛应用和先进通信技术的不断完善及使用导致了 EDI 和 Internet 的出现和发展，全球社会迈入了信息自动化处理的新时代，这又使得电子商务的发展成为可能。

在必然性和可能性的推动下，电子商务得到了较快发展，特别是近两年来其发展速度令世人震惊。虽然如此，电子商务的战略作用却是逐渐被全球各国所认识的，而且其今后的发展道路也是漫长的。

70 年代，美国银行家协会（American Bankers Association）提出的无纸金融信息传递的行业标准，以及美国运输数据协调委员会（Transportation Data

Coordinating Committee, TDCC) 发表的第一个 EDI 标准, 开始了美国信息的电子交换。

随着美国政府的参与和各行业的加入, 美国全国性的 EDI 委员会 X12 委员会于 80 年代初出版了第一套全国性的 EDI 标准, 接着, 80 年代末期联合国公布了 EDI 运作标准 UN/EDIFACT (United Nations Rules for Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport), 并于 90 年由国际标准化组织正式接受为国际标准 ID09735。随着这一系列的 EDI 标准的推出, 人们开始通过网络进行诸如产品交换、订购等活动, EDI 也得到广泛地使用和认可。

不过, EDI 始终是一种为满足企业需要而发展起来的先进技术手段, 必须遵照统一标准, 与普通老百姓一直无缘。而且由于网络在那时仍没有得到充分发展, 这使很多商务活动的电子化, 仅仅处于一种想法阶段。

直到 90 年代, 随着基于 WWW 的 Internet 技术的飞速发展, 这些想法逐步成熟, Internet 网络开始真正应用于商业交易, 这时电子商务才日益蓬勃起来, 并成为 90 年代初期美国、加拿大等发达国家的一种崭新的企业经营方式。因此我们可以说电子商务在今天成为继电子出版和电子邮件之后出现在 Internet 上的又一焦点的主要原因就是 Internet 技术的成熟、个人电脑互联性的增强和能力的提高。

## 2. 调研报告

### 世界电子商务发展研究报告

#### 赛迪数据：世界电子商务发展研究报告

中国电子信息产业发展研究院研究部 王厚芹

2002 年 04 月 02 日 10:43

电子商务是由计算机、通信网络及程序化、标准化的商务流程和一系列安全、认证法律体系组成的集合；是一种以互联网为基础、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式。根据交易主体的不同, 电子商务可分为 9 种模式, 其中 B2C (企业对消费者)、B2B (企业对企业)、G2B (政府对企业) 三种模式发展迅速。

电子商务一诞生就以超常速发展, 销售额成倍增长。1994 年全球电子商务销售额仅为 12 亿美元, 1997 年即达到 26 亿美元, 1998 年销售额竟高达 500 亿美元, 比 1997 年增长了近 20 倍。2000 年更猛增到 3000 亿美元。

同时, 电子商务交易额的增长也十分迅猛。北美地区在线零售额以每年翻三



番的速度增长。欧洲的电子商务虽比美国起步晚了 18 个月，但不甘落后，奋起直追。据 Forrester Research 的报告预测：从 2000 年到 2004 年，欧洲国家的电子商务贸易总额将以每年 100% 的速度增长，并在此后 4 年内达到贸易总额 16000 亿欧元的水平，约占欧洲贸易总额的 6%。亚太地区信息产业发达的日本、新加坡和韩国，电子商务发展也是如火如荼。

电子商务的规模更是急剧扩大。1994 年以来，全球 Internet 用户平均每月增加 100 万户，为电子商务的使用和普及奠定了良好的客户基础，近几年无论从客户基础还是网上交易额都出现了惊人的变化，图 1 所示是近几年全球电子商务交易额。

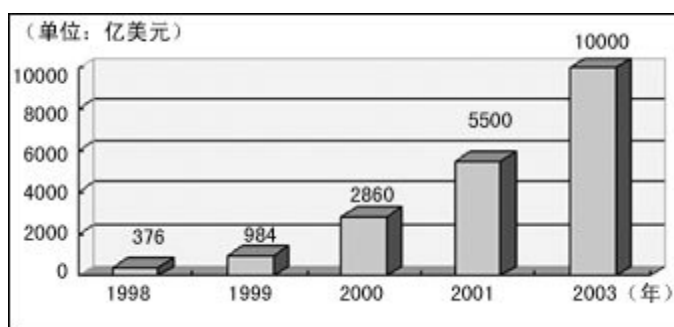


图 1 1994—2000 年全球电子商务贸易总额

全球电子商务在 1998 年的基础上，交易额直线攀升，呈指数规律增长，预期到 2003 年将占全球商业贸易总额的 10% 左右。

这一切足可证明，电子商务代表世界贸易发展的方向，具有强大的生命力，发展电子商务是大势所趋。

### 全球电子商务发展新气象

#### 传统企业将成为电子商务的主体

纵观电子商务的发展过程：电子商务从 20 世纪 90 年代初、中期开始发展，至 90 年代末形成第一个高潮，但好景不长，由于炒作过度，到 1999 年下半年和 2000 年，电子商务热急剧降温，许多 IT 企业的股票价格急剧下跌，许多从事电子商务的企业严重亏损，有的甚至被淘汰出局。此后，又逐步回升。

人们在 2000 年网络泡沫破灭后深刻体会到：企业，尤其是传统企业才是电子商务的主体。因而，电子商务发展到今天，必须要有大量传统企业的加盟，才能推动电子商务走向下一个高潮。

#### B2B 成为全球电子商务发展的主流

在电子商务的几种交易方式中，B2C 和 B2B 两种所占分量最重，而 B2B 又是

重中之重。从国际电子商务发展的实践和潮流看，B2B 业务在全球电子商务销售额中所占比例高达 80%~90%。从交易额上看，B2B 交易可说是电子商务交易额的大宗，迄今已超过 6 万亿美元，而 B2C 的交易额只有 4 千多亿美元。中国同样如此，2000 年中国有近 99.5% 的电子商务交易额为 B2B，B2C 只占 0.5%。专家根据已有的资料预测，至 2003 年，B2B 的交易额将占主导地位，而 B2C 的经营额仅占 1/15 左右。虽然很多机构对 B2B 所占比例还有不同看法，但都认为会超过 50%。

进入电子商务市场的企业日趋多元化

从国际电子商务的发展来看，进入 B2B 市场的企业越来越多，主要有四种类型：

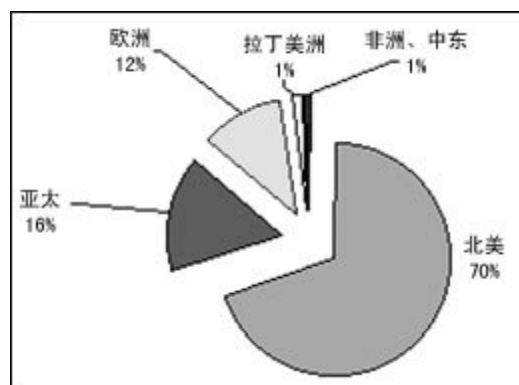


图 2 2000 年世界各地 B2B 的发展情况

一是传统的 IT 巨头。像微软公司，始终在准备积极参与电子商务领域，其他较早进入 B2B 领域的 IBM、Sun、Intel 等也纷纷加大投资。

二是新兴互联网巨头。如 Yahoo、AOL、eBay、Shopnow.com、Beyond.com 和 Priceline.com 等。与传统 IT 企业不同，这些新兴互联网巨头凝聚了网上大部分人气，并且有足够的互联网经营经验。

三是传统行业的跨国公司。通用汽车、Sears Roebuck、杜邦公司等传统领域的巨头纷纷斥巨资进入这一领域，希望通过 B2B 平台优化，改造其原有的价值链，以创造 Internet 时代新的竞争优势。

四是现有的 B2B 电子商务公司。面对各种各样的公司纷纷涌向 B2B 市场，Ariba 和 Commerce One 等这一领域的先行者不甘示弱，纷纷表示将凭借他们已经建立起来的技术优势和经验与后来的竞争者抗衡。

电子商务发展的地区差异日益扩大

世界电子商务的发展很不平衡，电子商务鸿沟有逐渐扩大的趋势。美国电子



商务的应用领域和规模远远领先于其他国家，在全球所有电子交易额中，目前大约占 50% 以上。世界范围内已经形成了以美国为首，欧洲和亚洲发达国家随后的国际电子商务发展格局。表 1、图 2、图 3 是 2000~2004 年全球各地区 B2B 的发展情况比较。

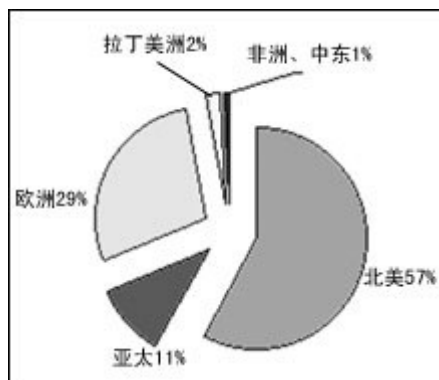


图 3 2004 年世界各地 B2B 的发展情况预测

电子商务给不同行业所带来的机会大不相同，不仅向各个产业渗透的顺序不一样，而且各产业所获得的收益也不尽相同。Jupiter 公司的研究表明，计算机和通信设备生产厂商特别适合采用电子商务，同时，在未来 5 年内，计算机和通信设备、食品和饮料、汽车以及配件、制造业设备和原材料、建筑物和房地产等五大行业将是未来运用电子商务的重点行业（如表 2 所示）。

#### 影响电子商务发展的深层次问题

电子商务尽管已经取得很大的成绩，但还存在着一系列瓶颈，阻碍和限制了电子商务的飞速发展，这涉及到许多方面。

#### 基础设施与通信网络环境

随着电子技术、信息技术的不断发展，世界主要国家的电信基础设施不断完善，尤其是 20 世纪 80 年代以来电信市场的全球化进程加快，目前主要发达国家的固定电话普及率已达到 70% 左右，而移动电话的普及率也达到了 30%。完善的电信基础设施为电子商务及整个新经济的发展创造了条件。

但是，目前许多国家的基础设施尚不完善。况且国有基础电信设施只有通过大大降低收费、自由租用线路、自由联网，采用先进的通讯设备和通用技术标准，才可能有利于电子商务的发展，但许多国家很难做到，尤其是发展中国家。

## 全球电子商务支付体系

电子支付体系是电子商务发展的必要条件，而银行电子支付体系的发展是与银行的信息化的密不可分的。国外银行的信息化的经历了四个发展阶段：

第一阶段（20 世纪 50-70 年代）：手工操作转向计算机处理。

第二阶段（20 世纪 70-80 年代）：终端与主机。

第三阶段（20 世纪 80-90 年代）：服务自动化。

第四阶段（20 世纪 90 年代开始）：网络影响下的变革，即网络银行的诞生。

1995 年 10 月，诞生了第一家网上银行——安全第一网络银行(SFNB)，很快花旗、汇丰等老牌银行纷纷推出了自己的网上服务。

表 1 2000-2004 年全球各地 B2B 比较（单位：亿美元）

|           | 2000<br>年 | 2001<br>年 | 2002<br>年 | 2003<br>年 | 2004<br>年 | 2004 年所<br>占比例 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| 北美        | 1592      | 3168      | 5639      | 9643      | 16008     | 57.7%          |
| 亚太地<br>区  | 362       | 686       | 1212      | 1993      | 3006      | 10.8%          |
| 欧洲        | 262       | 524       | 1327      | 3341      | 7973      | 28.7%          |
| 拉丁美<br>洲  | 29        | 79        | 174       | 336       | 584       | 2.1%           |
| 非洲/<br>中东 | 17        | 32        | 59        | 106       | 177       | 0.6%           |
| 总交易<br>额  | 2262      | 4489      | 8411      | 15419     | 27748     | 100.0%         |

表 2 电子商务在不同产业的增长预测  
（单位：10 亿美元）

| 产业        | 2000 年 | 2005 年 |
|-----------|--------|--------|
| 计算机/通信设备  | 90     | 1028   |
| 食品和饮料     | 35     | 863    |
| 汽车及配件     | 21     | 660    |
| 制造业设备和原材料 | 20     | 556    |
| 建筑物和房地产   | 19     | 528    |

目前，虽然新技术使电子支付成为可能，但银行的电子化需要经历长期的发展过程；何况还存在着网上支付的安全性和身份认证等问题，这使人们在使用电子支付手段方面，仍顾虑重重。

#### 全球电子商务的安全认证体系和安全保障体系

电子商务在改变了传统的商务运作模式的同时，其形成和发展也面临着安全问题。主要表现在机密资料、个人隐私、交易的敏感信息、支付的信息等可能遭到窃取、盗用或篡改。只有在全球范围建立一套人们能充分信任的安全保障制度，确保信息的真实性、可靠性和保密性，人们才能够放心地参与电子商务。

目前，许多国家都在为建立一套完整的安全保障制度而努力。从信息和网络安全的全局出发，经过研究和实践，国际上基于公开密钥体制（PKI）的 CA 安全认证保障体系，已被普遍认可。鉴于 CA 建设的重要性，多数国家都在建立自己的 CA 安全认证保障体系，目前还没有国际统一的认证机构。

#### 主要国家及国际组织的电子商务法律体系

电子商务是无纸贸易，涉及数字签名、电子发票、电子合同的法律地位和效力问题，涉及到信息安全、隐私权保护、交易程序规范及数据标准问题以及税收问题。因此，从 20 世纪 90 年代中期以来，国际组织和各国政府均十分关注电子商务领域的法律体系问题，纷纷制订法律、法规支持和引导全球电子商务的发展

进程。

在国际组织方面，1996年，联合国国际贸易法理事会（UNCITRAL）推出《电子商务示范法》；1998年5月，世界贸易组织（WTO）的132个成员国签署了《电子商务宣言》；同年10月，经济合作与发展组织（OECD）达成全球电子商务里程碑式的文件《一个无国界的世界：发挥全球电子商务的潜力》。欧盟于1997年4月和7月，先后提出了《欧洲电子商务行动方案》和《欧盟支持电子商务共同宣言》；1998年，发布了《欧盟电子签名的法律框架指南》。美国的电子商务基本政策和基本框架已趋于成熟，在某种意义上已经成为其它国家电子商务的先导。

以上各国和国际组织纷纷出台的立法措施，说明发达国家正在从本国战略发展和维护本国经济利益的角度来规范和建立电子商务的立法规则，抢占电子商务领域的制高点。但是，要想在世界范围内实行电子商务，必须制订一套完整的、普遍适用的电子商务准则。这涉及电子商务合同、单证、公证签名的认证以及争端解决规则等一系列制度的改革，各国的法律必须随之修改。

#### 技术标准与标准化模式的发展

电子商务的本质是互联、互通、互操作，而这是奠定在电子商务平台具有统一标准的基础上的。

为了解决互联、互通、互操作问题，许多公司提出了B2B电子商务架构，这些架构旨在提供通过因特网实现企业之间高效互操作的功能，其中比较成功的有OBI、eCo、RosettaNet、CXML、BizTalk、ebXML、UDDI、xCBL等。国际性标准化组织（如ISO、IEC、ITU、UN/CEFACT）、国际互联网协会（ISOC）、企业联盟性标准化组织RosettaNet等许多国际组织，也都对电子商务标准化模式进行了研究、分析。

#### 物流配送体系

物流是电子商务的重要组成部分，是实施电子商务的根本保证。

世界各国电子商务物流模式主要有三种：（1）网上物流，即将电子商务商品通过因特网由供应者手中转移到消费者手中；（2）第三方物流，即由供应者和消费者以外的第三方来完成物流服务；（3）自营物流，即由供应者或者消费者本身完成物流活动。

观察世界各国电子商务和物流发展的关系不难发现：凡是电子商务发展比较好的国家，其物流发展水平一定较高。良好的物流环境为世界发达国家电子商务

的发展奠定了坚实的基础。许多发展中国家支撑电子商务发展的物流体系尚未建立起来，物流信息化程度低，制约了电子商务的进一步发展。

### 信息化观念

由于电子商务的运行模式与人们固有的消费、购物习惯差异很大，电子商务要蓬勃发展并成功地融入一个国家乃至全球，人们的观念是个不能忽视的问题。

### 技术人才

由于 Internet 和电子商务是近几年才得到真正发展的，因而现在许多公司和商家都缺乏足够的技术人才来处理电子商务所遇到的各种问题，尤其是在全球 Internet 上的电子商务具有 24×7（每天 24 小时，每周 7 天都能工作）的要求，迫切需要有一大批专业技术人员进行管理。技术人才的短缺问题已经成为阻碍电子商务发展的一个重要因素。

### 其他国家发展措施对我国的启示

电子商务融合了计算机产业、通信产业和信息服务产业等一大批高新技术产业，因而，技术密集度高、研发投入大、风险较高。而且，电子商务有效的需求市场尚未成熟。因此，在电子商务发展的初期，需要政府的介入与扶持，促进电子商务的发展。

但政府的作用，主要表现在：

一、积极制定开发电子商务的发展规划、行动计划和实施方案，同时还要制定法律、法规，为全社会开展电子商务创造良好的法律环境。

在电子商务发展过程中，政府的主要作用是为电子商务发展创造良好的外部环境，确保竞争、合同履行、保护知识产权和私有权利、防假冒、增强透明度、增进商业贸易、促进争端的解决等。

二、率先垂范，即积极推动政府上网，开展 G2B 和设立咨询网站，特别是要以 G2B 带动 B2B 作为发展电子商务的切入点，实现政府信息化，政府公开上网采购，必将推动企业信息化和 B2B 电子商务的发展。

三、制定电子商务技术标准与标准化模式，使网上交易规范化、标准化，同时加强基础设施建设，构筑社会电子商务平台。

四、制定优惠政策，积极引导和推进企业信息化，鼓励企业开展电子商务。企业信息化是 B2B 电子商务的基础，但传统企业开展电子商务的速度十分缓慢。因此，必须提高传统企业对电子商务的认识，加快其信息化进程，以促进电子商务的发展。

五、加强电子商务技术研究和开发，积极发展信息产业。信息基础设施是电子商务发展的物质基础和载体。发展信息基础设施需要政府和业界的共同努力，尤其需要政府的大力投资和宏观调控。同时，为了维护国家的利益和经济安全，在电子商务相关技术方面一定要注重自主知识产权技术的开发，不能全部依赖进口。因此，必须大力支持电子商务技术的研究开发工作。

六、加强教育与培训，积极培养 IT 人才，吸引国际一流人才。人才是信息技术发展的关键。

七、鼓励全民上网，普及计算机应用，形成社会发展基础。提高网络技术水平，加强电子商务的安全性，切实保护用户的利益和隐私，增强企业和消费者的信心。

八、加强电子商务领域的国际合作，谋求建立全球电子商务体系。因特网全球性开放的特点，使得建立网上国际贸易自由区的理想成为可能。为此，建立一套国际统一的贸易规范与框架很有必要。

### 痛苦与快乐并存的电子商务进程

#### 痛苦与快乐并存的电子商务进程

——全球网络发展专题报道之一

张小军 2001 年 5 月 10 日 16:01

美国耐克公司的体育用品多年来一直畅销全球，业绩斐然。然而不久前，该公司却预计将出现巨额亏损，究其原因，是因为公司实施电子商业（E-BUSINESS）的策略失败。耐克公司陷入困境，使人们开始重新审视电子商务的发展。

据介绍，眼下常挂在人们嘴边的电子商务（E-COMMERCE），侧重于公司和客户之间的交易，而电子商业与此不完全相同，它指通过先进的技术，使工商企业内部功能更趋合理化，涉及内容包括会计、工资、库存和采购等诸方面。具体来说，电子商业令企业可以通过电子邮件、自动薪水支付系统、连接生产商与供应商的外围网等网络技术加强与客户、合作伙伴和雇员的关系。最简单的电子商业企业的特征是拥有内部网，建立了客户与产品的简单数据库，工作人员的案头摆着连接内部网的终端。



电子商业从理论上可以简化经营步骤，大幅节省管理费用，因此许多公司盲目上阵，耐克公司正是其中一例。据公司首席执行官菲尔·耐特介绍，公司花费4亿美元落实电子商业策略，但这成为“一场噩梦”。管理者根据计算机的运行结果管理公司，结果大量销售不畅的运动鞋仍不断被送到零销商手中，而500万双新款鞋却没有收到订单。

耐克公司的情况并非个别，摩根·斯坦利·丁威特的分析家查尔斯·菲利浦说：“约半数的电子商业项目都失败了，究其原因，软件问题首当其冲。”

据调查，平均每一千行软件源代码中就会有一个缺陷，而耐克公司的电子商业软件有数百万行代码，其中可能隐藏着数千个缺陷。而且电子商业软件比传统的计算机应用程序可能有更多的缺陷，因为这种软件要与许多不同的软件程序衔接，而这些程序自身都存在不足，电子商业所要求的互动模式导致这些软件出现大量的错误和运行不稳定。美国投资银行分析家罗伯森·斯蒂芬认为：“多达50%的美国大型公司的电子商业软件程序有严重问题。它们运行的结果要么会耽误生产，要么会大大超过企业预算。这些软件的运行速度非常缓慢，有时不能及时完成工作，对企业正常运转造成损害。”

然而，电子商业发展遇到困难还有更深层次的原因，那就是从管理层、普通员工到销售商等各方面人员的素质还没有达到电子商业的要求。即便是设计很好的软件也只有得到正确数据的情况下才可能得到正确的结果。否则，只能是“进入计算机的数据是垃圾，从计算机出去的数据还是垃圾”。

但不可否认的是，电子商业有巨大的发展前景，目前已有大约56%的美国公司采用了电子商业策略。美国计算机科学公司商业战略咨询家罗勃·雷蒂说：“电子商业已经历史性地抛开过去，展现出亮丽的新未来，电子商业策略在一些公司中已经取得巨大成功。”

美国网络设备制造商思科公司称，实施电子商业策略后，它每年可以节省近7亿美元，而它在以往5年中对电子商业的投资仅1.7亿美元。电子商业使思科产品上市时间缩短，产品库存下降。思科公司的电子商业软件还允许公司远程监控合同生产商的生产线，做到没有思科雇员在现场的情况下，保证供应商产品质量，仅此一项就使思科公司每年节省1亿美元。而德尔公司的电子商业管理使其产品供不应求，产品库存已降至仅能满足5天的供应，对电子商业的投资可获得500%的回报。据透露，德尔公司目前计算库存都以小时为单位，其最新的工厂里根本没有仓库，原料每隔两小时直接送到生产线。

专家认为，电子商业从长期看能大大提高企业经营效率，但达到这一目标的每一步都必须精心计划，有确实的事实依据。因为要改变雇员的工作方式，改变

部门的权力划分，实施电子商业的过程通常是痛苦的。如果不提早培训员工，这个过程有些像做外科手术，不用打麻药。

或许正如业内人士所分析，电子商业正在漫长的隧道中艰难前进，参与其间的新经济开拓者眼前似乎一片漆黑，但也许不需要多久，人们就会看到隧道尽头的曙光。（新华社洛杉矶 5 月 9 日电）

新华社 2001 年 5 月 10 日

### 3. 国家政策

#### 十五计划时期信息化发展方针

##### 十五计划时期信息化发展方针

马秀德 张若航, 经济参考, 5 月 16 日

党的十五届五中全会通过的《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》指出：“大力推进国民经济和社会信息化，是覆盖现代化建设全局的战略举措。以信息化带动工业化，发挥后发优势，实现社会生产力的跨越式发展。”在《建议》的指导下，

国家编制了《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》和《“十五”国民经济和社会信息化专项规划》，对我国“十五”期间信息化建设做出了总体部署。大力推进信息化是“十五”计划的重要内容之一，信息化是“十五”计划历史性的标志，是最有特色的部分之一。

发展日新月异 问题不可忽视

“九五”以来，信息化对国民经济和社会发展的贡献日益显著，各级政府对信息化工作不断重视和加强。

第一，信息技术应用日益普及。宏观经济、市场信息、铁路、公路、航空、航运、农林、科教、政府部门、环保、医疗、旅游、文化等许多领域的信息技术应用取得了显著进展。信息服务业和网络服务业蓬勃发展。利用信息技术改造传统产业取得积极成果。企业、政府

机构及其它机构的内部网和外部网建设快速发展。国内网上中文站点达 2 6 . 5 万个，互联网主页数达 5 0 万页，开发数据库 3 0 0 0 多个。电子商务开始起步，并呈现出加速发展的趋势，建成多个网上商品交易中心，初步形成了机械、图书、日用产品、体育用品及通用物

资等商品门类的电子化交易。信息资源的数字化、网络化、商品化程度明显提高。

互联网不断发展,到2000年底,上网计算机892万台,CN下注册域名122099个,WWW站点约265405个,互联网上网人数达2250万人。

企业信息化方面,信息技术的使用提高了企业的整体技术水平,改善了生产程序,对传统产业的改造起着重要作用。机械行业大中型骨干企业90%以上普及了CAD技术,设计工作的80%以上采用了CAD技术,一般中型企业的70%以上开展了CAD应用工作。

我国大部分大中型企业建设了不同规模的数据库系统和计算机网络。政府机构信息收集、交换、发布逐步走向数字化、网络化,政务、统计、宏观经济信息的开发和利用取得了较大进展。政府上网、部委联网工作正在不断推向深入。

各地信息化建设取得不同程度的进展。东部沿海地区,特别是珠江三角洲和长江三角洲地区、环渤海地区发展较快,上海、广东、江苏、浙江等地的区域信息化建设为其他地区提供了经验。

第二,信息网络基础设施规模跃居世界前列,基础电信市场已由垄断经营向多家经营转变。2000年电信业务总量达到4270亿元,“九五”年均增长33%。全国电话用户(包括移动电话)数达到2.29亿户,普及率达到22%;国际线路总容量增加到2799兆带宽。

第三,电子信息产品制造业规模不断扩大。电子信息产品生产和出口的增长速度大大高于传统产业,已成为引人注目的新的增长点。电子信息产品制造业实现工业总产值10,000亿元以上,年均增长超过30%,电子产品出口创汇额551亿美元,年均增长27%

。在一些关键领域获得了突破性进展。

2000年电信运营和电子信息产品制造业的增加值占国内生产总值的近4%。

我国信息化还存在一些不可忽视的问题:对信息化的认识整体上不足,传统的观念和方式与信息化的要求不适应。体制改革尚未到位,适应信息化发展的体制尚未形成。法制和标准规范建设滞后。信息技术应用和信息资源开发利用的法律规范分散、不健全、不成体系。信息技术应用的广度和深度不够,信息化与工业化的结合不够紧密。信息资源共享程度低,中文信息内容不足、结构不合理,已成为信息化发展的瓶颈。信息服务业不能适应国际竞争环境,信息产品和服务不能满足日益扩大的需求。区域信息化建设发展很不平衡。创新体系尚未建立、健全,创新能力严重不足,高层次智力资源严重短缺。网络和信息安全还存在比较大的隐患。

“十五”时期，实现跨越式发展

针对存在的问题，“十五”时期，推进国民经济和社会信息化的发展方针是：应用主导，面向市场，网络共建，资源共享，技术创新，竞争开放。

（一）以信息化带动工业化。我国正处于工业化中期阶段，面对信息化浪潮，必须同时完成工业化和信息化的双重任务。信息化是我国加快经济发展的重要历史机遇，以信息化加速产业升级，把信息化与工业化紧密结合起来，以信息化带动工业化，是我国加速工业化和现代化建设的重要任务。政府要站在全局和长远的立场上，把推进国民经济和社会信息化放在优先位置。在工业化过程中，要注重运用信息技术，提高工业化水准；在信息化过程中，要加强运用信息技术改造传统产业，推进经济结构战略性调整。

（二）以信息技术应用为主导，面向市场。信息化发展关键在信息技术的普及应用。我们要在政府引导下，充分发挥市场机制的基础性作用，提高计算机和网络应用的普及程度，加强信息资源的开发和利用，推动信息产业与有关文化产业结合。要通过狠抓应用，拉动信息技术的研发，加快信息网络建设，促进信息产业的大发展。

（三）网络共建，资源共享。信息网络基础设施和信息资源开发利用是信息化发展的基础，需要优先发展。公用通信、专用通信和广播电视传输等基础网络的发展要统筹规划，联合建设，互联互通，要努力减少公用通信、专用通信和广播电视等传输基础网络的重复建设。

信息资源开发利用是信息技术革命的一个核心内容，信息资源共享程度越高，信息化水平就越高。要把信息资源开发利用和共享摆在信息化工作的首位。信息资源已经同能源、材料一样成为现代社会的战略资源。我国经济发展从粗放型向集约型的转变，最重要的就是实现信息资源对能源材料等资源的高效利用，在求得经济更大发展的情况下，减少对能源材料的消耗，降低单位国民生产总值对能源材料的需求。要通过有效的政策措施和法规，加大信息资源开发的力度，促进资源共享。

（四）技术创新，竞争开放。我国信息技术同国际先进水平存在很大差距。关键核心技术仍掌握在发达国家手中。我国推进信息化一定要大力推进技术创新，努力掌握核心信息技术，发展自主知识产权，特别是集成电路、微处理器和操作系统等关键核心技术，一定要加速突破，尽快掌握。技术创新是信息化发展的动力，制度创新是信息化发展的保障。技术创新与制度创新相辅相成，互相促进。技术创新的另一个重要方面是加速科技成果的产业化。我国要下大力气将具有自主知识产权的技术加速转变为现实的生产力。



加入世界贸易组织后,基础电信业务市场的开放和信息技术产品的零关税是我国信息化发展所面临的新形势。我们必须立足国情,抓住国际经济结构调整和产业转移的机遇,加快开放步伐,积极吸引国外资金和技术,开展多种形式的国际合作,建立基础电信、信息资源开发、网络建设等领域的有序、有效竞争机制,参与国际竞争,在竞争中求生存求发展。

(五)发挥后发优势,实现跨越式发展。作为后来者,由于信息技术的进步,我们可以用比发达国家少得多的投入,采用先进的技术和装备,推动传统产业改造和实现跨越式的发展;同时,国内外信息化建设提供了大量的经验教训,可使我们少走弯路。

(作者单位:国家计委高技术司马秀德 张若航)

### 外经贸部成立国际电子商务管理司

#### 外经贸部成立国际电子商务管理司

张毅,北京青年报 2001-9-5

经中央有关机构批准,外经贸部专门成立了国际电子商务管理司,以加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导,促进我国电子商务健康快速发展。

据电子商务司负责人介绍,该司的主要职责是:研究制定外经贸信息化的总体规划、发展战略并组织实施;组织实施国家“金关工程”的相关工作;制定运用电子商务开拓国际市场的相关政策和措施;承担电子商务规划和标准的对外谈判;制定我国国际电子商务领域的相关标准和规定;规划实施外经贸领域电子政务网络化建设。国际电子商务管理司内设5个处:电子商务促进处、信息服务处、网络化管理体系建设处、规则标准处、综合处。

电子商务是伴随着计算机技术的发展、因特网的兴起和普及应用而出现的一种崭新的贸易方式,代表着未来贸易方式的发展方向。2000年全球电子商务的交易额达到近4000亿美元。联合国的一份报告预测,未来十年全球国际贸易的三分之一将以网络贸易的方式来完成,电子商务将构成新的贸易环境的重要部分。我国的电子商务起步较晚、发展程度低,企业信息化普及率较低,金融体系支撑不足,开展电子商务的外部环境尚不完善,并且缺少既精通业务又能熟练应用电子商务的复合型人才,亟须加快发展,迎头赶上。

■文/新华社记者 张毅

石广生:积极推动国际电子商务应用 提高对外经济贸易发展水平

积极推动国际电子商务应用 提高对外经济贸易发展水平

石广生

当代社会，信息技术的发展突飞猛进，已成为继工业革命后，世界经济最大的推动力，代表了先进的生产力。我国对外经济贸易在新世纪的发展，必须适应世界经济全球化、信息网络化的发展趋势，抓住本世纪信息化带来的重大机遇，有效利用电子信息技术提高政府的管理效率和服务水平，增强企业参与国际竞争的能力，提高对外经贸的整体水平和效率。

#### 国际电子商务在我国的推广应用

国家信息化建设为我国国际电子商务的发展打下了坚实基础。全球化和网络化已成为当今世界经济发展的主要趋势。以提高商务活动效率、延伸商务活动范围为主要特征的电子商务在世界经济贸易中发挥出越来越重要的作用。我国的电子商务始于 20 世纪 90 年代初电子数据交换（EDI）的应用，1998 年进入了基于互联网的发展阶段。截至 2002 年 6 月，我国的互联网用户达 4580 万人，已经满足了电子商务规模化应用所需的 1000 万上网人数，位居全球第二。同时，我国电子商务的支付体系日趋完善；电子商务物流配送企业相继出现；外贸、金融、证券、保险等行业的电子化作业日益普及。在政策法规方面，我国已颁布了《关于维护互联网安全的决定》、《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法》等政策法规，初步确立了符合国际惯例的法律框架。这些重要的基础性建设都为我国国际电子商务的进一步发展创造了良好的环境。

我国政府十分重视信息化工作和电子商务应用，使国际电子商务得以较快发展。江泽民总书记在 APEC 领导人非正式会议上指出：“电子商务代表着未来贸易方式的发展方向，其应用推广将给各成员带来更多的贸易机会。”根据国际电子商务的发展和我国外贸发展的需要，外经贸部对信息化建设及国际电子商务应用予以了高度重视，将其作为加快实现政府管理和服务现代化的重要举措之一。在外经贸管理体系网络化建设方面，根据国家总体部署，并在各有关部门的大力配合下，金关工程骨干网建设不断完善，进出口许可证发放和管理、出口商品配额招标、加工贸易网上审批、进出口贸易统计等都逐步实现了网络化，为国际电子商务的应用奠定了重要基础。

越来越多的中国企业积极开展国际电子商务应用，取得了一定成效。一批大型企业在电子商务应用方面进行了积极而有效地探索。海尔集团将电子商务作为其实施国际化战略的重要手段。截至 2001 年，利用其网络采购平台，产生的直接效益达 15 亿元人民币。中国石油化工集团在物资采购方面应用电子商务投入约 1000 多万元人民币，而由此产生的库存量减少，采购价格下降等为企业带来了 1.8 亿元人民币以上的经济效益。一些传统大型外贸公司也充分认识到开展国际电子商务对改造传统产业的重要性和紧迫性，通过信息化建设和开展电子商务应用，有效拓展了业务，提高了企业适应市场变化和参与市场竞争的能力。与此



同时，一些地区的中小企业也逐步成为电子商务的积极实践者。

进一步提高我国国际电子商务应用水平在外经贸领域推动国际电子商务应用是极其必要和紧迫的。

开展国际电子商务应用是提高我国对外贸易水平和效率的重要手段。在国际贸易流程中，从出口前的准备工作到对外洽谈以及整个交易完成的全过程，都可以通过电子商务手段来实现。国际电子商务利用信息网络技术，向所有交易主体提供先进的交易模式和平等的交易机会，能够大大减少中间环节，简化贸易流程，降低贸易成本，提高贸易效率。利用信息技术和互联网，逐步将国际贸易所涉及的各政府部门和服务机构构成一个有机的整体，提供电子化、一站式的对外贸易信息与交易服务，使得贸易过程大大便利。虽然国际电子商务的全面应用还有赖于各相关管理部门、中介服务机构和企业的密切配合与协调，以及各有关支持体系的逐步建立和完善，但随着电子商务的日益成熟与广泛应用，国际电子商务应用必将成为提高我国外贸效率的重要手段，为我国在日趋激烈的国际贸易中带来新的发展机遇。

提高国际电子商务应用水平是外经贸企业提高综合竞争力的有效途径。随着经济全球化和网络化的发展，在国际贸易中占主要份额的跨国公司利用其信息化优势，在全球范围内调配资源，不断加强和扩大其优势，并更多地通过网络进行采购。我国加入世贸组织后，企业面临更加开放和激烈的竞争环境。如果不尽快适应这种新的趋势，加强对先进技术手段和新的贸易方式的应用，我国企业就无法在世界经济全球化大潮中，有效参与越来越激烈的国际竞争。

开展电子商务应用，首先应通过企业管理系统及应用系统的集成，逐步建立企业内部畅通的信息渠道，实现企业内部信息资源的整合和有效利用，规范企业业务流程；同时，通过加强和改善企业间的信息交流，提高企业了解、掌握市场变化情况以及客户需求情况的能力和效率。随着企业信息化程度的逐步提高，有助于解决传统外经贸企业存在的管理粗放、流程性差、风险控制能力不强、市场分析不及时等问题。

传统外经贸企业开展国际电子商务应用，要依托于外经贸业务本身。目前我国，根据不同企业的规模和业务要求，企业开展电子商务可以选择不同的电子商务发展模式。对于有条件的大型企业，可以在进一步整合企业信息资源的基础上，建立企业内部网和企业外部网，逐步通过网络完成企业的经营活动。对于众多的中小企业，由于缺少资金和设备，缺乏相关人才和维护经验，不能采取和大企业一样的电子商务发展策略。这些企业可以通过外包等形式，充分利用企业外部资源，用相对较少的投入来开展电子商务。

积极发展国际电子商务也是增强我国外经贸发展后劲，促进国民经济持续、健康、快速发展的客观要求。对外经贸在我国国民经济发展中发挥着越来越重要的作用。在新的世纪，我国对外经贸的快速发展必须依靠其自身内涵的发展，同时也必须把信息技术的广泛应用作为加快发展的手段。国际电子商务的广泛应用，将是实现我国对外经贸发展由主要依靠规模扩张和数量增长型向主要依靠质量和效益型转变最有效的途径。加快电子政务建设，也是提高我国政府管理效率和服务水平，不断改善外经贸环境的重大举措，对实现对外经贸的跨越式发展具有重要意义。

推动国际电子商务应用，应抓住重点，做好以下工作：

首先，加强法规及标准建设。尽快建立一套既符合我国国情又适应于国际相关法规、制度和办法，从而使我国的电子商务应用有章可循，有法可依。同时，我们还要积极参与多、双边国际电子商务谈判和有关规则标准的制订，为我国国际电子商务规则和标准体系提供参考和借鉴。

第二，以金关工程为重点，加快外经贸电子政务建设。继续完善金关工程建设，加强与相关部委之间的合作与协调，全面提高我国政府对外经济贸易管理效率和服务水平。根据外经贸发展的要求以及建立电子政务的实际需要，进行业务整合，加快外经贸管理体系网络化的建设，为企业开展国际电子商务提供条件。

第三，加强外经贸公共信息服务体系建设。逐步建立以提供外经贸商情信息、政策法规信息和经济环境信息服务为主要内容的外经贸信息服务体系。建立起政策、法规、案例、认证、标准、企业、人才、国际动态、技术支持、解决方案等资源库，为企业开展电子商务提供完善的信息服

第四，加强开展国际电子商务应用的宣传与培训。开展国际电子商务人才是关键。要以上海 APEC 人力资源合作计划为基础，制订中国国际贸易电子商务人力资源发展计划，开展国际、国内、行业等多种形式的教育培训，并与有关部门共同制订国际电子商务应用考核制度，建立相关认证体系。

开展国际电子商务应用应着重处理好以下几个关系：

首先，要处理好长远发展与现阶段应用的关系。从世界范围看，电子商务从提出到应用是一个长期的过程，是在发展中不断完善和充实的。在我国由于受到基础设施、政策法律环境、信用体系、应用习惯和认识程度等多方面因素的制约，决定了电子商务的发展是一个长期、渐进的过程。我们的外经贸企业既要充分认识到电子商务发展的长期性和复杂性，又要充分认识到电子商务应用在现阶段对外经贸企业提高竞争力的重要作用。企业开展电子商务，既要制订合理的长远发展规划，更要立足于现阶段实际，实事求是地确定本企业当前的主要任务和应用

重点，密切结合外经贸业务发展的实际需要，做到实用为主，急用先行。

其次，要处理好电子商务应用与企业发展和改革的关系。实施电子商务不是简单的计算机化和传统业务上网，而是包括企业后端的整个运营系统的信息化及流程的重组和优化。只有通过有效整合企业资源，重组业务流程，优化内部管理，并与深化企业改革，建立现代企业制度相结合，才能保证电子商务的顺利实施。同时，企业的改革与发展也必须有效利用信息技术手段，通过实施电子商务来增强企业的竞争力。

第三，要正确把握企业应用和政府推动的关系。发展电子商务，企业是主体。企业应按照市场经济和技术发展的规律，根据自身条件和自身需要，因地制宜地实施电子商务。

在推动电子商务过程中，政府部门应发挥宏观指导、总体规划和服务职能，为企业应用电子商务创造良好的宏观环境。此外，电子政务建设对于电子商务发展也具有重要意义。通过政府管理和服务职能的电子化，规范政府管理职能和业务流程，能够保证企业电子商务的顺利实施。同时，电子政务建设也对企业的信息化建设和电子商务应用起到率先垂范作用。

《人民日报》（2002年08月20日第十一版）

### 信息产业部提出电子商务需与传统经济结合

#### 信息产业部提出电子商务需与传统经济结合

作者 辛时

本报讯 信息产业部信息化推进司司长宋玲在上周的第四届电子商务大会上指出，我国推进电子商务要充分立足国情，利用电子商务来改造传统经济，使其升级换代，重新焕发活力，真正实现工业化和信息化。

宋玲说，电子商务是信息经济的核心所在、魅力所在。现在电子商务很热，但关于电子商务的概念也很混乱。其实，电子商务是指买卖双方之间利用计算机网络（主要是指因特网），按照一定标准进行的各类商贸活动。电子商务不是网络加商务，而是利用网络实现商务，电子商务的本质是商务。

（辛 时）

### 吴基传为互联网发展提出五大建议

#### 吴基传为互联网发展提出五大建议

经济参考 2002-11-28

中国信息产业部部长吴基传 11 月 25 日在此间表示，中国互联网发展正迎来一个非常好的机遇，但同时也应作好五方面工作。

吴基传是在 11 月 25 日出席由中国互联网协会主办的“首届互联网大会”上作上述表示的。

吴基传称，目前中国实施“以信息化带动工业化，以工业化促进信息化”的发展战略给互联网产业的发展带来了难得的机遇，互联网正逐步深入国民经济各领域和广大人民群众生活的各个方面。据估计，二 00 一年中国互联网市场规模已达到七十亿元人民币。

但吴基传同时强调，中国互联网发展的层次还比较低，与发达国家相比有着较大的差距。对此，他对今后中国互联网的发展提出五点建议：一、遵循客观经济规律、保证互联网健康发展。必须注重应用而不能热衷于炒作概念，必须建立有效的盈利模式而不能着眼于“圈钱”，必须建立完善的产业链、充分发挥各方面的资源优势，理性务实地推动互联网的发展。

二、大力开发中文信息资源，推动网络文化多元化。要组织协调各方面的力量，大力开发中文软件和信息源、数据库，加快建设各类“数字图书馆”、“数字博物馆”，真正把中国的互联网站办成传播先进文化的重要媒介。

三、增强安全防范意识，健全网络与信息安全体系。加强信息安全立法和技术标准的制定，建设多路由的物理网络，提高网络在各种情况下的自愈容灾和抗打击能力，并加快开发防止病毒、黑客攻击的信息安全技术，努力构筑一个技术先进、管理高效、安全可靠、建立在自主研究开发基础上的国家信息安全体系。

四、积极培育市场，提高互联网应用水平。要切实面向用户，找准业务增长点，加快开发用户乐于消费、能够消费的业务，积极探索和建立有效的服务模式和经营模式。要拓展用户层面，大力开发能够满足人们各方面需要的信息源和数据库，扩大全社会的信息消费，培育和发展互联网应用市场。

五、努力营造一个良好的、有利于持续发展的外部环境，形成健康向上的氛围，同时增强互联网会员单位的自律，共同遵守社会道德秩序和规范。

作者：孙丽霞 文章来源：中国新闻网 发布日期：2002-11-28

#### 4. 网站公司分类

##### “B-to-B”网站公司 市场的新宠

眼下中国证券市场上网络股火爆的行情，引得不少上市公司纷纷“触网”，网



络公司队伍空前扩大。然而，孰优孰劣，是一个值得投资者判断的问题。

### “B-to-B”电子商务股国外走红

其实，从国外成熟证券市场的经验来看，网络股的热点一直在变化。最早走红的是 ISP 网络股，随后是 ICP 网络股，接着便是电子商务网站大行其道。而电子商务网站也有许多种，有 C-to-C（个人对个人）的网站，和 B-to-C（企业对个人）的网站，还有 B-to-B（企业对企业）网站。其中，B-to-B 网站是华尔街投资家们的新宠，如 Ariba 从 1999 年 8 月份的 40 多美元的低点开始，股价一路飙升，目前已经到达 229 美元，短短数月，股价上涨 500% 多。2000 年拟在 Nasdaq 上市的网络公司大多是该类型。根据华尔街金融分析机构的预测，在 2001 年到 2003 年，美国股市将是 B-to-B 网络股的天下。

来自美国 Forrester 研究所的信息，1999 年全美国 B-to-B 电子商务成交额是 1090 亿美元，而在 2003 年预计可达到 13000 亿元，市场潜力可谓巨大。如果说，B-to-C 网站仅仅是把商场开到网上的话，B-to-B 网站则是把整个一个市场移植到了效率更更的互联网上。由于 B-to-B 参与者都是企业，所以长期困扰 B-to-C 电子商务的诸多问题如网上信用问题、资金结算总是都比较容易得到处理，而互联网电子商务的种种优势必然将吸引越来越多的企业参与其中，由此，市场便可能以几何倍数成倍的扩大。因此可以断言，购买 B-to-B 的网络股就是购买网络时代的新未来。

### 国内两家值得关注

在中国，互联网这个今后全世界最大的自由贸易区正日益受到国内人的重视，越来越多的上市公司也准备加入到 B-to-B 电子商务网站的队伍中来。可以预见，今后几年内，中国 B-to-B 电子商务会有一个超常规的增长。

当然，要想做好 B-to-B 电子商务，光提供一个网上交易平台是不够的，它应该是信息流、商品流、资金流和控制流的结合。而后几个因素正是目前制约中国电子商务发展的瓶颈所在。其中，B-to-B 电子商务要解决的首要问题是必须有相当规模稳定的交易量作为保证，只有一个交易活跃的商务网站才能吸引交易者的眼光。在诸多该领域的上市公司中，谁能最好的解决这些问题，谁就最具有成长的潜力。

### 华联商城（0889）

它是最早涉足 B-to-B 电子商务的上市公司，属下的网站(www.acec.com.cn)也是国内发展最完善的。早在去年 6 月份，华联商城就出资收购了安徽新长江网络公司，从而开始了公司主营业务的转变。网络公司的核心——安徽省商品交易中

心一是国家“金贸”工种的组成部分，并与“金卡”、“金头”、“金税”等金融支付、物流管理网络连接，实现可靠的网上交易。1999 年报显示网络业务当年便实现利润 4200 多万元，占公司利润总额的 70%，经营活动产生流量 7000 余万元，充分显示了 B-to-B 电子商务发展的诱人前景。

另外值得一提的是，该网络公司的业绩是建立在 1999 年 3000 万元的交易额基础之上的，而新长江商品交易中心是一个特大型综合类交易市场，1999 年的交易额已经突破 100 亿元，而且交易品种众多，商家交易异常活跃。如果能逐步的把这些交易移植到 B-to-B 电子商务网上，其发展潜力是可以想象的。

另外公司拟以 10 配 3 的比例实施配股，而配股资金的投向主要是继续发展 B-to-B 电子商务的网络业务，除了扩建新长江交易中心（acec）的网站之外，公司决定放眼全国，组建特大型 B-to-B 电子商务网——中国商网联盟。中国商网联盟的子网，吉林边贸网，是公司产地着手建设的网站。由于已经有了“新长江模式”的成功经验，再加上对外边境贸易的日趋升温，以及政府政府的扶持，该网站的想象力很大。

#### 华源发展（600757）

它是 B-to-B 电子商务队伍中的新军，今年 2 月份发布公布，组建“经纬中国网”，从而正式向 B-to-B 网络领域进军。为了开展有特色的 B-to-B 电子商务，公司寻求最大可能的对外合作。“经纬中国网”是公司与中国服装协会、上海保税商品交易市场以及中国纺织贸易中心共同组建的。其中，中国服装协会是国内纺织服装的核心组织，众多的大型企业，包括杉杉股份、雅戈尔都是它的会员，这些会员便是“经纬中国网”最大的资源优势 and 交易量的保证。如果这些会员之间的交易以互联网电子商务的形式进行，那么不仅这些会员的交易成本可以降低，“经纬中国网”上 B-to-B 电子商务的交易规模也会十分巨大。

不仅如此，华源发展还与中国联通、中国纺织品进出口商会以及中国纺织品进出口总公司进行合作，发展国际的 B-to-B 电子商务，这又是一个有力的举措。华源发展本身作为一个纺织行业的绩优公司，1999 年进出口贸易为它带来了不菲的收益，所以它一旦与中国纺织品进出口商会合作，“经纬中国网”作为对外进出口的网上渠道，加入世贸组织对于国内纺织行业出口的利好因素，合作的前景颇为乐观。

华源发展是华源集团下属的上市公司之一，华源集团是一家全国性的特大型企业，在全国各地拥有四家上市公司，华源发展这次的“触网”得到了集团公司的大力扶持，华源发展在发展 B-to-B 电子商务网络业务过程之中，会不断得到集团公司的鼎力相助。

因此，无论从信息流和商品流还是从资金流和控制流来看，华联商城和华源



发展应是中国 B-to-B 电子商务的代表。

## 5. 经营模式

### TOM 两条腿走路灵不灵？

#### TOM 两条腿走路灵不灵？

田野 北京青年 2002 年 10 月 15 日

最近传的沸沸扬扬的 TOM.COM 收购《电脑报》一事已经尘埃落定，TOM.COM 已经与《电脑报》达成协议，收购《电脑报》的部分广告和发行业务，并成立合资公司。TOM.COM 跨媒体的一件件收购行动可谓是紧锣密鼓。

虽然 TOM 在香港创业板上市的时候是一个纯粹的.COM 公司，但是随着互联网经济的泡沫破灭，TOM 一直致力于收购各种各样的公司和媒体，目的是“打造跨媒体平台”。收购如此多的公司带来多少收益，线上业务和跨媒体收购这两条腿如何带动整个集团公司往前走？这都是应该探讨的问题。

#### ■ 为了维持股价 收购还会继续

也许是国内和国外的股民想法不同，国外的投资者认为，TOM 的收购行为不是太大而是太小，花费的资金不是太多而是太少。他们认为 TOM 应该致力于花大价钱收购更大的媒体，把所谓“跨媒体”做得更大，这样才能吸引投资人的注意，股价才会稳定并得到提升。

大规模、高频率的收购行为目的就是通过收购来换取收入。由于众所周知的原因，目前纯粹的互联网公司只是刚刚开始挣钱甚至只是打个平手，那么通过收购其他行业公司的行为，同时买进的还有他们的收入，对于整个集团公司的收入就会有一些贡献，在财务上也会有相应的反映。

目前就是这么个两难的处境。收购？摊子越铺越大，业务需要整合，需要更多的管理人才；不收购？投资人看不到增长点，不会关注公司的股票，自然股价就得不到支撑。

当然，在目前的情况下，收购还是必要的。作为一个上市公司，维持自身的股价，是必须的行为，这样的例子层出不穷。

#### ■ 收购买到了收入但没赚钱

2000 年 1 月 31，TOM.COM 首次进行了收购行动——入股 OneAsia.com，收购行为花费 420 万美元并兼有换股形式，获得 31% 的股权。1 年之后，2001 年 1 月

30日，OneAsia.com 应声崩溃，TOM 的几百万美元也随着烟消云散。

随着互联网泡沫的逐渐显露和破灭，除了 2000 年下半年连续收购了 163.net 和鲨威体坛之外，TOM 没再收购.COM 公司。

TOM 行政总裁王焘走马上任之后，一直致力于“跨媒体战略”，在收购了台湾地区的一些媒体之后，TOM 耗巨资在国内收购了多达 12 家的户外广告公司，最近又在 1 个月之内收购了三联书店和《电脑报》，加上与不少媒体和准媒体组成联营公司……粗略统计一下，为这些收购，TOM.COM 共付出了将近 35 亿港币，这个数字确实够惊人的。

收购花费如此之高，并且通过摊销记入集团公司的直接成本，在短时间内并不会给公司带来利润，但是可以给公司带来不少的收入。

### ■线上业务赢得利润

有消息透露，二季度 TOM.COM 线上业务赢得了超过 1500 万港币的毛利，正是由于线上业务的良好表现，才使得二季度整个集团财报 EBITDA 转赢。线上业务的赢利主要得益于收费业务，二季度财报表明，截至 2002 年 6 月 30 日为止 6 个月，网上业务收入较去年同期增长一倍至港币 1.1 亿元；该业务的亏损得以减少 40% 至港币 6100 万元。至 6 月底，TOM 的随身邮及收费邮箱用户达到 28 万，较上季增长 65%。短信业务拥有 210 万注册用户，平均每天发送 60 万条短信。TOM 网游神接入服务卡至今已售出 350 万张，收入港币 6000 万元。

在今后的几个财季，线上业务的发展将成为 TOM 集团利润的重要来源。

虽然线上业务为集团公司贡献了不少毛利，但是线上业务并没有过多的在媒体上露面，由于网络经济还没有复苏的原因，网络公司已经是投资人避之不及的投资方向了，所以，TOM 集团对于线上业务一直采取比较低调的策略也就不足为奇了。

从总体看来，TOM 集团的总体运营策略在目前的情况下比较正常，已经达到了 EBITDA 转赢。采用两条腿走路的方式也得到了较好的效果，线上业务发展良好，已经在相对较短的时间里达到了利润；非线上业务的收购也达到了预期目标，起到了稳定股价和吸引投资人目光的作用。

## 移动技术带动传统产业有作为

### 移动技术带动传统产业有作为

——访中国移动通信集团公司副总经理鲁向东

本报记者 冉永平

移动通信与人民生活的关系越来越密切。然而，随着移动技术的飞速发展，它的功用已经远非仅仅是通话。最近，在首届中国互联网大会期间，中国移动通信集团公司副总经理鲁向东对记者谈了这样一个观点：移动技术同样可以从更深层次上与传统产业结合，在信息化带动工业化，走新型工业化道路上发挥重要作用。

鲁向东说，党的十六大提出坚持以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，为我们指明了发展方向。通过走结合、带动之路，不仅可以把最先进的移动通信技术应用、融合到传统产业当中，对传统产业起到提升和催化作用，而且也为移动通信自身的发展拓展了更为广阔的空间。

### 不可替代的效率优势

鲁向东认为，效率是任何一个行业都必须全力追求的目标，没有效率就难有效益。信息化的核心就是高效率。因此，所谓信息化带动工业化，就是通过信息技术的应用和渗透，提高生产、交易等经济活动的效率，提升其竞争力。而移动技术与其他行业结合，可以更快启动信息化，加速提高效率。

手机不仅是最方便也是最普及的信息终端（我国手机用户已经突破了两亿），是提高效率的最佳手段之一。今天，许多人可能都有切身体会，手机在工作、生活中已经不可或缺，比如没带手机或手机没电会大感不便。而鲁向东认为，移动通信带来的效率还不仅仅是随时随地通话的便捷性，随着移动办公、移动商务、移动互联等移动技术的应用，提高效率早超出了通话范畴。

有一则广告，国内一著名房地产公司的总裁在澳大利亚的热气球上，就可以通过手机随时了解自己公司的股票即时信息，可以修改最新项目的合同文本。这在今天已经不是幻想，而完全是现实。包括用手机收发电子邮件、买卖股票等，如今许多手机用户都会使用。

### 结合、带动潜力大

鲁向东说，在移动通讯与传统产业的结合、带动上，过去我们也做了一些工作，但没有上升到认识高度，是十六大让我们一下子打开了眼界。

移动通信是通信业技术发展最快的领域，特别是移动数据业务更是突飞猛进。比如 2.5 代 GPRS 技术的全面应用，使移动通信如虎添翼。

鲁向东说，一般消费者认为，GPRS 不过是可以用手机更快地地上网，或者传送一些照片。其实，如果按照与传统产业结合、带动的思路，GPRS 就大有用武之地。

比如重庆，把 GPRS 技术直接应用到对老工业企业的自动化改造。改造后的 GPSR 企业自动监控系统，可以使企业的有关人员在异地就可以通过手机，随时监测企业一线如库存、关键环节的各种压力数值等，大大提升了管理水平。

再比如环保领域的大气监测，过去数据采集后要靠有线发回数据库。由于监测地点经常流动，换一个点就要铺一条线路，成本很高，很不经济。中国移动开发的国家环境监测 GPRS 解决方案，应用 GPRS 无线监测，使成本大大降低。

### 打开眼界天地宽

把业务拓展到与传统产业结合、带动的领域，可以拓展新的发展天地，扩大竞争空间，对整个行业的健康、持续发展非常有利。

鲁向东说：“特别是对于中国移动这样经济、技术实力较强的主导电信企业，更应该站得高一些、看得远一点。因此，我们做市场的，要真正在与传统产业的结合、带动上下功夫。这样，我们为传统产业提供先进技术，帮助提高效率，在为国家的新型工业化添砖加瓦的同时，自己也拓宽了产品门类和服务领域，从而更健康发展。

旨在结合、带动传统产业的移动信息化战略在中国移动已经全面启动。目前移动技术开始渗透并应用到冶金、汽车、环保、水利等诸多领域。鲁向东说，只要沿着十六大指明的新型工业化道路坚定不移地走下去，坚持中国移动的服务、业务双领先方针，中国移动的未来一定会更美好。

《人民日报》（2002 年 11 月 30 日第五版）

## 电子商务两条道路

### 电子商务两条道路

据 CNNIC（中国互联网络信息中心）调查，去年我国网络用户已经达到 890 多万，与半年前 CNNIC 第四次统计相比，中国的网民数量增长速度又一次验证了所谓的“新摩尔定律”，即每半年翻一番。

如果把这些网民视为电子商务的未来潜在用户的话，可以说电子商务的市场也同样增长了一番，存在着巨大的商业机会。但正如许多业内人士担忧的那样，互联网经济在目前我国乃至世界仍有许多泡沫成分。据中国电子商务网最新统计数据表明，中国网上商店已由最初的 100 家，发展到现在的 600 多家，并以每日平均诞生 2 家的速度在增长。可见未来的网络随着泡沫的散去，狰狞的残酷竞争将浮出水面。

面对不远的严肃的生存竞争，谁将成为最后的胜者呢？

一种理论是赢家通吃。这种理论认为只有第一才能生存，用这种理论支持实践，便是建立大型的网上超市。网站商品应有尽有，大而全之。如 8848、新浪商城多是这样的发展趋势。

另一种理论是走专业化之路。这种观点认为，日常消费品可以到超市采购，但技术含量高的产品，人们还是希望在采购前能够了解很多商品知识，希望得到专家的指导，那么专业网站自然有这方面的优势，在介绍各种商品知识的同时销售商品，当然比网上超市更有优势。亚马逊书店堪称在这种理论下成功的代表。在网站上人们首先是能够了解到丰富的书介和书评，在浩如烟海的书城里，能够在购书之前得到很多专家指点，自然是读者最为欢迎的。在国内同样有些人士在做这样的努力，如当当书店。

海诚电讯广场（uhc.com.cn）同样是在这种理论的指导下创办的。海诚电讯广场负责人坦陈开办网站的初衷：“我们争取将海诚电讯广场建设成为 IT 产品专业的信息网和商品网。IT 产品多为耐用品，有的很昂贵，人们购买之前很是慎重，需要专家的帮助，我们正基于用户的这种需求，给用户得到专业化的指导，减少盲目购物。”提及电子商务的经营理论，海诚电讯广场的负责人认为，电子商务从商务的角度分析与传统商务的经营没有区别，主要的区别在于实现商务的手段不同。而在传统销售领域中强调的管理和服务在今天的电子商务的竞争中更有其现实意义，而这种意义却在含有许多泡沫成分的电子商务领域被无情地忽略了。

分析现阶段一些网站的成功原因，相当一部分是因为一个或两个成功的栏目或某个数字英雄的传奇故事，缺乏严谨科学的管理和深入韧性的服务精神，这种企业的生存危机会伴随中国互联网的成熟和发展而愈显沉重和紧迫。在激烈竞争的环境中成长起来的传统企业，其生存法则应该为新兴网络公司所借鉴，而从传统生活走向网络生活的传统企业同样应该针对网络的特点调整思路，发挥传统优势取长补短，积极地参与网络竞争。

摘自：中国经济时报

### 网络购物增长迅猛 亚马逊全年净盈利为期不远

#### 网络购物增长迅猛 亚马逊全年净盈利为期不远

2003-10-05 10:21 转自： 搜狐 IT

10月5日消息，网络零售商亚马逊公司正在开设包括服装和体育用品在内的更多网上商店，并且将与 Google 在搜索市场开展竞争。一系列的准备为即将到来的圣诞假日销售积蓄力量。亚马逊很可能在经过圣诞假日之后突破性的实现该



公司历史上第一次的全年净盈利。

一些分析师相信免运费、新的服装和体育用品商店以及美国经济的复苏迹象都将促进亚马逊公司扭亏为盈。德意志银行（Deutsche Bank Securities）的证券分析师 Jeetil Patel 认为，消费者今年通过网络购物的倾向比去年有明显提高。

分析家预计今年最后三个月亚马逊公司的销售收入将实现同比增长 24%，达到 17.7 亿美元。亚马逊自己预计 2003 年的毛利润在 2.15-2.55 亿美元之间，这将为实现全年的净盈利创造条件。第二季度，该公司收入 11 亿美元，亏损缩小到 4300 万美元。2002 年，亚马逊全年收入虽然增长 26%，达到 39.3 亿美元，但最终净亏损 1.49 亿美元。虽然亚马逊的经营业绩日益改善，但分析家对该公司的股价依然持谨慎态度，原因是该公司股价从 7 月末到现在已经升值 44%，今年内更是已经翻番。13 个该支股票的分析师中有 5 位评级为“买进”，8 位评级为“卖出”。

另外，统计显示，亚马逊强调服装类商品的销售策略并非偶然事件。现在，女性已经成为网络购物的主体。一家追踪电子商务市场行情的分析企业 BizRate.com 表示，现在网络购物消费额中的 62% 由女性支出。

编译：搜狐 IT 彭博)

## 百亿短信经济不应重个人轻企业

### 百亿短信经济不应重个人轻企业

从 2000 年 11 月中国移动正式推出移动梦网以来，短信发送数量以不可思议速度激增，2001 年短信发送量达 159 亿条，2002 年更以近 5 倍的速度增长，达到 800 亿条。以每条 0.1 元保守计算计算，去年中国短信市场已达到 80 亿元的规模。有人预测，今年的短信市场将超过 120 亿元。如此巨大的市场不但给电信运营带来了丰厚的利润，而且还救活了岌岌可危的互联网产业。目前，国内的短信内容服务商已经超过 600 家。

然而，目前短信的应用大部分还局限于个人用户。无论是电信运营商，还是短信内容服务商，似乎都忽略一个更大的市场空间——企业短信市场。有关专家和咨询机构指出，由于短信服务高效、经济、快捷，在很多行业都能发挥自己的优势。如果将手机短信应用于企业的业务管理，将会大大提高企业经济效益。因此，短信在企业市场上蕴涵着巨大的商机，此一市场的规模将比个人短信市场更令人震惊。

短信能为企业做什么

“今天下午三点在公司会议室开会”，“客户张经理今天生日，请电话问候”……长天科技集团企业发展总监罗胜好的手机经常会收到这样的短信。罗胜好介绍说，只要预先将需要定时提醒的内容或者向企业内部员工的通知输入一个系统，这个系统就会以短信的方式进行通知。罗胜好说，一个企业在与大量客户的信息传递、对大量员工的及时通知、与销售人员、外勤人员的联系等方面会有很高的通信费用的开支，而应用企业短信后，大大降低了这方面的费用支出。同时，由于信息沟通更为方便，企业短信还大大提高了企业的运行效率。罗胜好举例说，过去由于工作时间紧张，经常忘记与一些重要客户的日常联系，没有业务也就不找客户了。而应用了企业短信后，系统会定时通知一些重要客户的生日等信息，根据通知就可以与客户进行日常联系和问候，这样更加紧密了与客户的关系。

虽然短信在企业中的应用被许多人忽略，但国内一些有先见之明的企业已经涉足这一市场。为长天科技集团提供提供企业短信技术支持的是北京量子网络通讯有限公司。量子公司早在2001年就推出了专门针对企业用户的短信服务系统——“量子小信使”。目前，量子在国内已经拥有了2万多企业用户。量子网络有一个这样的分析：假如一个200人的企业，该公司有10多个外地办事处，在使用量子小信使时，每月短信使用量达2至3万条，平均每个月节省的市话费可达28%，长途电话费下降36%。

“利用手机短信，我们大大改善了客户关系管理，提高了营销的时效性，拉近了与客户的距离，降低了营销成本。”杭州银泰百货公司是另一家已经应用短信、并尝到甜头的企业。该公司电脑部的吴经理告诉记者，目前该公司利用浙江移动提供的移动商务平台，成功的开展了短信互动营销，从电脑终端将有关产品信息以短信的方式通知客户，客户也可以通过短信向企业反映相关意见，而这些意见会自动录入到企业的客户管理系统中，进行总结分析。这比传统的电话营销更加快捷方便，而且节省成本。吴经理介绍，除了短信互动营销，手机短信还被该企业应用于内部管理人员的信息交流、总部和外出办工人员的信息交流等，大大降低了企业的通信费用，提高了工作效率。

### 市场潜力十分巨大

目前，手机无疑已成为最为方便快捷的通信工具，特别是以手机短信为代表的如手机炒股票、手机支付等手机数据业务，将通信的价格优势与方便快捷完美地结合在一起。手机不再只是简单的通话工具，更可以成为一个移动的信息处理终端。有关人士指出，以手机数据处理为依托的企业信息系统解决方案市场潜力巨大，企业短信只不过是这个市场中的冰山一角。

据了解，目前部分国家的手机数据业务已经开始在一些企业内应用，业内普遍将这一服务称为面向企业的移动服务。据罗兰·贝格国际管理咨询公司的一份调查报告显示，在日本、欧洲和北美等国家，手机在企业应用都已相继实现。如一家日本物流企业 D A T，通过移动网络平台，将公司内部沟通由语音方式变为数据方式，使信息沟通成本降低了 9 0 %；贝尔加拿大的技术人员通过一个无线系统解决方案，能够随时查询 5 5 0 0 0 多个服务项目的进展情况。

在国内，手机在企业应用的成功案例还不多。但国内在此业务上的需求却十分强烈。不久前，罗兰·贝格公司对国内 1 0 个重点行业的 4 0 家领先企业进行了调查。调查结果显示，有 3 7 家企业对手机在企业中应用表示出强烈的认可和相当的兴趣，有超过 5 0 % 的公司希望在三年内实施解决方案，特别是零售、物流等企业对手机在企业应用的需求更为强烈。但是，目前这 4 0 家企业还没有一家已经着手这方面的工作。可见，手机在企业中应用具有很大的潜在市场。谁能为企业提供完善的、实用的移动商务解决方案，谁就会在这一市场中抢得先机。

调查结果还显示，4 0 家企业对移动商务最大的期望就是提升自己企业的服务水平和服务质量，其次才是降低企业运营成本，而对业务拓展的作用排在最后。罗兰·贝格咨询公司认为，这说明面向企业的移动服务已经被企业看作是提高运营效率的工具，但对所能带来的经济效益还没有直观的认识，对因此而产生的企业管理流程和业务流程的改造也没有深刻的了解。

### 市场环境有待完善

“虽然有 3 7 家企业对手机的企业级应用感兴趣，但如果一家一家的去具体实施，真正能做下来的有一家就不错。”在这一领域有着几年经验的量子公司总经理章晓斌对这一潜在的巨大市场还有一些保留看法。章晓斌指出，这一市场确实十分巨大，而且在一段时期后一定会兴起，但问题是现在的市场条件还不成熟。

章晓斌介绍，我们与很多客户谈过“小信使”的应用，这些企业开始都很感兴趣，但一到具体实施上，就会出现许多问题。首先，是受到这些企业客户信息化水平限制，“小信使”应用需要客户有一个比较完善的信息化系统予以支持，而我国企业的信息化水平还不高，部分企业难以应用。其次，是谁来将“小信使”嵌入到企业已有的信息系统中，部分已经有了信息系统的企业将会面临这样一个问题。由于原有信息系统不是量子公司这样的软件提供商建设的，所以如果由量子嵌入“小信使”需要很高的研究成本；而原来的信息系统集成商由于没有相关的合同约定，在这一工作上要价又过高。这都加大了企业在实施移动商务解决方案时的成本。

另一方面，由于目前国内还没有十分成功的案例，所以虽然明知道移动商务会给企业带来一定的经济效益，但这个效益有多大，与投入和所承担的风险是否相当，企业都还很难估计。因此，目前国内企业在实施移动商务方案时都还十分保守。

此外，由于各方面的原因，国内的移动运营商对推广企业移动商务还不积极。在技术上，移动网络的接通率还有待提高。有关业内认识介绍，95%的接通率对于个短信用户来说已经足够了，但对于企业用户来说这远远不够。在管理上，由于现在很多企业利用手机短信向客户发广告，影响了用户的正常生活，而移动运营商对这一问题还没有很好的管理方法，所以只能通过限制短信群发的方式予以管理。但这样做带来的直接影响就是限制了移动数据业务在企业中的应用，因为该业务在企业中是通过批量发送消息节省成本的。

作者：张松

作者单位：经济参考报

文章来源：经济参考报

发布日期：2003-10-24

## 6. 高校办学

### 十三所高校获准试办电子商务本科专业

2001/6/18 光明

记者 朱庆 通讯员 赵炜

本报讯（记者朱庆通讯员赵炜）记者从刚刚在南京审计学院结束的全国高校电子商务本科专业建设专题研讨会上获悉，教育部今年批准对外经贸大学、西安交通大学、南京审计学院等全国13所高校试办电子商务本科专业，并于6月7日起，主持召开了此次专题研讨会。来自教育部的有关领导、全国50多所高校的专家学者围绕高校设置电子商务专业应采取的方针和政策、高校设置电子商务本科专业的基本条件、电子商务专业的培养目标、基本要求、主干课程、国内外电子商务发展状况以及人才培养途径、发展动态、电子商务人才需求情况等问题展开热烈讨论。与会专家一致认为，我国在未来10年大约需要200万名电子商务专门人才，加快电子商务专业建设，培养一大批精通计算机网络技术、经济管理和外语等方面的复合型电子商务人才是推动国家经济和企业经济快速发展的当务之急，也是我国高等教育适应经济全球化和我国加入世贸组织的需要。

## 二. 电子商务技术基础

### 电子商务技术基本概念

#### 网络基本术语

上网冲浪之前,掌握一些网络术语是必须的。否则,听那些网虫们神侃,你可真会有“云山雾罩”的感觉。下面列出了一些常见的网络术语,可千万得记住哟!

**Internet:** Internet 是由遍布全世界的大小网络组成的一个松散结合的全球互连网络。目前 Internet 上的主机数已多达数千万个。

**WWW:** WWW 是 World Wide Web 的简称,译为万维网或全球网,是指在因特网上以超文本为基础形成的信息网。它为用户提供了一个可以轻松驾驭的图形化界面,用户通过它可以查阅 Internet 上的信息资源。

**URL:** 描述了 Web 浏览器请求和显示某个特定资源所需要的全部信息,包括使用的传输协议、提供 Web 服务的主机名、HTML 文档在远程主机上的路径和文件名以及客户与远程主机连接时使用的端口号。

**TCP/IP 协议:** 世界上有各种不同类型的计算机,也有不同的操作系统,要想让这些装有不同操作系统的不同类型计算机互相通讯,就必须有统一的标准。TCP/IP 协议就是目前被各方面遵从的网际互联工业标准。

**IP 地址:** 为了能在网络上准确地找到一台计算机,TCP/IP 协议为每个连到 Internet 上的计算机分配了一个惟一的用 32 位二进制数字表示的地址的字,为便于管理,将它们分割为四部分并转换为十进制数字,就是我们常说的 IP 地址。如: 202. 96. 128. 110。

**DNS:** TCP/IP 提供了一种域名系统 (Domain Name System), 它为每个 IP 地址提供了一个便于记忆的域名, 如 <http://www.cce.com.cn/>。我们上网时键入域名后,DNS 就会将它翻译成 IP 地址让计算机辨识,如 <http://www.cce.com.cn/> 的 IP 地址为 192. 9. 188. 1。

**Java:** 由 Sun 公司开发的新一代面向对象的网络编程语言,可以交叉支持不同的平台。**ISP:** 全称为 Internet Service Provider, 即因特网服务提供商,能提供拨号上网服务、网上浏览、下载文件、收发电子邮件等服务。

**ICP:** 网上信息内容服务商,它为上网用户提供包括新闻、娱乐、购物等方面的信息。**拨号上网:** 用户通过调制解调器使用电话线拨打 ISP 的上网电话号码,从而连接上 internet 的方式。

**E-mail:** 电子邮件,即我们通过计算机接发的各种电子信息(如文本、图片、软件等)的一种工具。

**BBS:** 因特网上信息实时发布系统。相当于现代生活中的公告牌,上网用户



可以在此发布各种各样的信息。

下载：将网络上其他计算机中的信息(文本、图片、软件等)拷贝到本地计算机中的过程。

CCIDNet 2000年05月01日

### 1. 域名、IP地址

#### 域名争议解决办法发布 注册域名先下手为强

##### 域名争议解决办法发布 注册域名先下手为强

北京娱乐信报 <http://www.sina.com.cn> 2002年09月26日 01:36

信报讯(记者张煦) 恶意注册域名将被注销! 昨天,我国域名注册管理机构CNNIC(中国互联网络信息中心)发布《域名争议解决办法》及其程序规则,该规则将于2002年9月30日生效。

信息产业部颁布的《中国互联网络域名管理办法》将于9月30日正式施行。同时,《域名争议解决办法》也将生效。解决办法明确列举了三个恶意注册行为:

#### 一、注册或者受让域

名是为了出售、出租或者以其他方式转让该域名,以获取不正当利益;二、多次将他人享有合法权益的名称或者标志注册为自己的域名,以阻止他人以域名的形式在互联网上使用其享有合法权益的名称或者标志;三、注册或者受让域名是为了损害投诉人的声誉,破坏投诉人正常的业务活动,或者混淆与投诉人之间的区别,误导公众。CNNIC主任毛伟告诉记者,如果域名争议解决机构裁定投诉成立,则有关域名将无偿转移给投诉人,或者被注销。

CNNIC办公室主任刘志江告诉记者,由于我国商标法规定,非驰名商标如果是不同类别的产品,可以注册同一名称的商标。比如像“七喜”,就有饮料和电脑。所以,这样的情况下,这些商标的厂商注册以品牌名称的域名,都会受到保护,“谁先注册就算谁的。”另外,同一企业名称但所在地区不同,也会出现同名情况,也是“先注优先”原则。

据悉,此《域名争议解决办法》所处理的争议域名限于CN域名和中文域名,“.com”不在此列。中国国际经济贸易仲裁委员会和香港国际仲裁中心作为首批获得CNNIC认证的域名争议解决机构,也将于9月30日开始受理CN域名和中文域名的争议投诉,争议将在45天至60天内予以解决。

#### CN域名拓展企业商机

##### CN域名拓展企业商机

本报讯 中国互联网络信息中心日前公布的统计显示,自今年3月份开放CN二级域名注册至今,CN域名的付费注册用户已从1.3万上升到2.5万。有关专

家指出，注册 C N 域名将帮助国内企业和机构在互联网上延伸自己的品牌资源，提升知名度。

有关专家介绍，域名是企业在网络上的名称，可以说是企业的网络品牌。C N 域名是由中国管理的国际顶级域名，任何单位或企业一旦注册，同样是在全球通用，从而给企业带来更多的商业机会。

业内人士介绍，注册 C N 域名对于企业的品牌等无形资产保护，其意义也不可小觑。国内某著名企业之所以在进入国际市场时不得不更换企业英文名称，即是因为其原来的英文名称已经无法进行域名注册，因而丧失了大量的企业无形资产。目前在 C O M 域名下，好的名称都已经被注册。在 C N 域名下，也已经出现了域名被抢注的现象。因此，对于企业来说，尽早将属于自己的品牌注册成 C N 域名，是最好的选择。

作者：张松

作者单位：经济参考报

文章来源：经济参考报

发布日期：2003-7-23

## 通用网址催生网络经济新亮点

### 通用网址催生网络经济新亮点

张念庆 北京青年, 2003 年 08 月 07 日

#### 提升企业品牌知名度实现域名的自然语言转化

本报讯 作为一种新兴的互联网寻址访问技术——通用网址依赖其直观、便捷的特点正在国内得到越来越多的应用。令人意料不到的是，与此同时通用网址本身的商业价值成为其自身另一大亮点。

据介绍，尽管通用网址是出于网络域名地址应用的目的进行研发的，但中国互联网络信息中心在最初没有想到的是，它本身同时也具有天然的巨大商业价值，以至成为了网络经济中网址经济的最重要组成部分。由于通用网址实现了域名地址的自然语言转化，不仅使得上网变得轻松而快捷，而且对于企业和机构来说，其网站也得以迅速推广，得到更广泛的应用，这进一步导致了网站被关注程度和企业品牌与业务的提升，也自然得到了企业的追捧。其中美国著名的饮料公司可口可乐公司就注册了通用网址“可口可乐”，日本著名的 IT 企业佳能公司也

是通用网址的注册用户，而且还注册了不止一个。

有市场专家分析，随着通用网址推广的不断深入，未来有一点可以预测——有多少企业就有多少通用网址，有多少品牌就有多少通用网址，有多少种类的产品就有多少通用网址。身处广州的注册服务商互易公司总经理黄雄伟先生表示，通用网址已受到了各行各业的普遍欢迎，互易在广东地区推广至今，用户们的反响一直都非常热烈。

### 全球互联网吞吐量有望增容 IP 地址将达 640 亿个

#### 全球互联网吞吐量有望增容 IP 地址将达 640 亿个

新华网 <http://www.sina.com.cn> 2003 年 11 月 07 日 08:16

新华网北京 11 月 6 日电(记者冯晓芳、刘菊花)全球网址短缺的现状有望在今后几年得到改善。随着互联网协议第 6 版(IPv6)商业化进程的加快，IP 地址将达 640 亿个，互联网“吞吐量”显著增加。

目前，互联网可容纳的 IP 地址是根据互联网协议第 4 版(IPv4)开发于上个世纪 80 年代，它采用 32 位地址长度，约有 43 亿个 IP 地址，其中约 70%为开发此技术的美国所拥有，我国只

有 3000 万余个。IPv6 采用 128 位地址长度，拥有 640 亿个 IP 地址，大大提高了互联网的整体吞吐量，同时安全性也有了更好的保证。

任何电脑、电话上网，都会得到一个 IP 地址，从而作为一个点连结在浩瀚的互联网上。随着全球互联网的迅猛发展，43 亿个 IP 地址预计将在 2005 年出现短缺，其中，短缺主要集中在亚洲，我国更是首当其冲。

今年年中，我国有关部门支持启动以 IPv6 协议为核心的下一代网络建设项目，IPv6 商业化进程开始在中国加速。近日，互联网协议第 6 版实验网络在我国已完成相关测试，并在多种接入方式下，实现了小批量用户的顺利运行。

有关专家介绍，IPv6 技术在全球受到越来越多的重视。在 IPv6 完全取代 IPv4 之前，二者将共存很长时间并且可以互相访问、承载。(完)

## 2. 互联网

### 综述：因特网发展举世关注

#### 综述：因特网发展举世关注

从美国国防部先进研究项目局的阿帕网 1969 年 9 月建立之时算起，因特网刚过而立之年，但它的发展及其对世界的影响令人瞩目。21 世纪将是因特网

逐步走向成熟并获得更大发展的时代。

根据美国基础软件开发商的最新统计,因特网上可编索引的网页已超过10亿,如加上大量无法编索引的网页,因特网网页总数则更多。德国信息经济、电信和新媒体协会发表的最新调查报告说,全球“网民”的数量1999年已达1.76亿,今年将增长到2.2亿。因特网带动知识经济崛起,已成为许多国家的共识。不仅美国、日本、欧洲等发达国家和地区把发展网络作为基本国策,中国、巴西、摩洛哥等许多亚洲、拉美和非洲的第三世界国家也把发展网络作为历史性的机遇并积极投身其中。

电子商务如今已成为人们耳熟能详的名词。在因特网发展较为迅速的美国,经济景气与网络的兴衰密切相关。由于因特网等信息技术的进步,美国的劳动生产率增长速度去年估计已达2.8%,今年预计将上升2.2%,大大高于以往20年的平均水平。以网络等高技术公司组成的美国纳斯达克股票市场指数在20世纪末连年飙升,仅1999年的升幅就达85.6%。美国的因特网公司去年共吸纳了319亿美元的风险投资,占全美风险投资总额的66%。

英国《经济学家》杂志下属的信息公司对全球500家大公司的调查发现,90%以上的高级经营人员相信在2001年之前网络将改变全球市场或是对其产生巨大影响。美国福里斯特研究公司认为,美国的网上交易额很快将达到超速增长期的临界点。公司间网上贸易额在今后5年内将翻一番,由去年的430亿美元激增至2003年的13万亿美元。英国、德国、日本、法国和意大利将会在2004年前进入电子商务超速增长期。经济网络化将与经济全球化实现良性互动;能够上网的冰箱、微波炉等智能家电以及机顶盒的出现,将把普通人的日常生活与网络联系在一起;智能住宅、智能道路等也将成为数字化地球的基本组成部分。

因特网作为第四媒体,信息传播具有交互性,传播形式具有多样性。因特网不仅对全球经济、社会、文化等方面产生巨大影响,而且在政治、外交、军事等方面也具有不可低估的作用。

同时,因特网在发展中也出现了一些值得令人警惕的动向,如黑客袭击、黄色垃圾信息泛滥等已成为阻碍因特网发展的绊脚石。如何制定国际通行的因特网法则,合理分配因特网资源,需要人们关注和探讨。

因特网时代的教育如何进行?随着因特网的不断发展,远程教育成为一种崭露头角的形式。但同时,“因特网综合症”在一些“网虫”特别是青少年身上已经发生。远离社会、迷恋网络使他们的身心健康和成长受到严重影响。

这些问题产生的原因有深刻的历史背景和社会背景,但也反映了因特网的发展仍有许多不完善之处。在时间的磨砺下,因特网在新世纪中必将日渐成熟,成

为造福于人类的平台。

## 我国专家钱华林进入全球互联网决策层

### 我国专家钱华林进入全球互联网决策层

张旭光

(2003-07-07 07:17:00)

日前结束的国际互联网络名字与编号分配机构(ICANN)蒙特利尔会议传出好消息:我国计算机网络与数据通信专家、中科院研究员钱华林成功当选 ICANN 理事会理事,任期三年。据悉,这是中国专家第一次进入全球互联网最高决策机构的管理层。

ICANN 是国际互联网领域管理规则的权威组织,能否在其中获得更多的席位和发言权对一个国家而言关系重大。长期以来,ICANN 的理事职位一直由欧美日等互联网发达国家的代表担任。中国作为网民人数仅排在美国之后的互联网大国,却在 ICANN 会议上一直没有足够的发言权。一直参与 ICANN 活动的中国互联网络信息中心(CNNIC)主任毛伟认为:钱华林的当选,一方面反映了近几年我国在国际互联网领域的影响日益扩大,另一方面也说明我国的专家在相关国际组织中的威望得到了充分认可。

亚太地区顶级域名论坛组织(APTLD)副主席、新西兰的 Peter D. Thrush 先生表示:“钱华林的当选,对于他本人、他的国家、亚太地区乃至整个 ccTLD(国家和地区顶级域)社群来说都是个极好的消息,有他这样富有经验的人加盟 ICANN,必将为 ICANN 的发展做出巨大贡献。”

钱华林

计算机网络与数据通信专家、中科院研究员。1965年毕业于中国科技大学自动化系计算机专业,现任中国科学院计算机网络信息中心总工、研究员、博士生导师,亚太地区顶级域名论坛组织(APTLD)理事、中国互联网协会副理事长及中国互联网络信息中心(CNNIC)工作委员会副主任委员等职。

钱华林在推动中文域名的国际标准制定等方面发挥了重大作用。

新华网

## 中国 1.57 亿网页八成更新周期超半年

### 调查:中国 1.57 亿网页八成更新周期超半年

王刘芳 2003-7-13

10日,赛迪顾问发布了2002年中国互联网络信息资源数量调查报告,结果



表明, 在中国互联网现有的 1.57 亿个网页中, 更新周期在 3 天以内的网页仅占 0.89%, 而更新周期超过半年的网页占了 15.68%, 更有 65.83% 的网页更新周期超过一年。

在更新频率上, 98% 的企业网站对“售后服务 / 技术支持”、“在线招聘信息”等内容的更新周期在一个月以上。在数据库的更新方面, 38.1% 的网站每周仅更新 1% 至 5% 的记录, 18.5% 的数据库每周对记录的更新比例不足 1%, 两者相加占到数据库总数的 56.6%。

来源:《北京日报》

## 国务院公布中国互联网第二次调查结果

### 国务院公布中国互联网第二次调查结果

2003-7-16

#### 互联网调查: 政府网站更新慢商业网站娱乐多

经历过井喷式的超常规发展, 中国互联网产业又步入理智发展阶段。上周末, 国务院信息化工作办公室公布了中国互联网第二次“体检报告”: 截止到去年末全国域名数为 940329 个, 网站总数为 371600 个, 均比一年零八个月前的第一次调查结果有很大增长。北京因拥有占全国总数 20% 的网站而荣登排行榜榜首。

尽管如今互联网的发展比两年前有很大的起色, 但不平衡仍然是中国互联网产业难以愈合的伤痕。国家信息化专家咨询委员会委员王安耕在评点中国互联网发展时, 就一针见血地指出, 无论是从网站规模均衡还是网站数量地区分布上, 仍然难尽人意。

#### 我国东、西部数字鸿沟加大

调查发现, 全国域名和网站数量均呈快速增长趋势, 其中网站数的增长速度明显高于域名数的增长速度。2002 年较 2001 年域名数增长 35.79%, 绝对量增长 24.7839 万。2002 年较 2001 年网站数增长 55.97%, 绝对量增长 13.3351 万。网站总量的增长速度高于域名总量的增长速度。

然而, 各地区的域名和网站数也存在较大差距, 而且较第一次调查结果东西部域名和网站数差距还在继续扩大。为此, 国家信息化专家咨询委员会委员王安耕提醒中国互联网产业一定要注意中国东、西部的“数字鸿沟”。

#### 政府网站更新过慢

近一年来, 政府网站得到了纵深发展, 网站数量继续保持快速增长趋势的同时服务内容也有所创新, 同时也显示我国电子政务的应用服务水平亟待提升。与第一次调查相比较, 政府网站数占全国网站总数的比例从 2001 年 4 月的 1.4% 增长到 2002 年 12 月的 1.7%, 绝对数量也从 3359 个增长到 6148 个, 增长了 83%。

政府网站数量的增长与各级政府重视电子政务建设密切相关,这一数据可以充分体现我国电子政务的飞速发展势头。

从网站信息服务来看,仍然集中在常规信息发布上,半数以上的政府网站提供的主要信息仍然集中在政府职能介绍、政府新闻、法律法规政策文件、办事指南、通知公告等方面。从交互性服务内容来看,服务水平虽然较第一次调查有所提高,但仍普遍较低。而且,政府网站在内容更新上也不令人满意。

#### 电子商务未成气候

在网站分类中,企业网站独占鳌头,数量上继续占据全国网站总数的绝大多数,同时服务内容逐渐注重时效性。两年前的第一次中国互联网调查结果显示企业网站数占全国网站总数的 77.80%,本次调查结果显示企业网站占全国网站总数的 78.83%。

信息服务的调查显示“企业动态”、“行业新闻”比 2001 年增幅超过了 50%,说明企业网站开始重视内容提供的时效性。交互性服务的调查显示,增长最快的是“网上采购招标”,为 2001 年的 5.79 倍;其次是“在线招聘”,为 2001 年的 5.75 倍;增幅第三的是“用户在线咨询/投诉”,为 2001 年的 3.48 倍。

曾经被网络精英奉若发财秘笈的电子商务发展速度也不尽人意,据统计发生网上交易行为的网站比例很小,仅 8.1%的企业网站发生过“网上采购招标”行为,7.5%的企业网站发生过 B2C 行为,7.3%的企业网站发生过 B2B 行为。

#### 商业网站已成“娱乐场所”

打牌、交友、聊天、购物,这两年互联网已经越来越成为人们闲暇时不可缺少的“娱乐场所”。从两次调查的结果来看,新闻和在线数据库服务一直是所有商业网站中提供最多的服务,有 46.8%的网站提供新闻服务,有 40.1%的网站提供在线数据库服务。

从本次对主要服务的调查情况来看,有 5 项服务较第一次调查结果增幅超过了 100%,分别是:在线聊天(增幅为 173%)、收费电子信箱(增幅为 160%)、免费主页空间(增幅为 139%)、收费主页空间(增幅为 129%)和在线数据库服务(增幅为 123%)。除此之外,手机相关服务的突起,如短消息服务、手机铃声下载等,也成为本次调查的一个亮点。

来源:《北京晚报》

### 3. 电子邮件

#### 中国互联网协会发布垃圾邮件情况统计报告

#### 中国互联网协会发布垃圾邮件情况统计报告

新浪科技 <http://www.sina.com.cn> 2003 年 08 月 08 日 10:04

新浪科技讯 2003年8月8日,中国互联网协会在北京梅地亚中心召开了“垃圾邮件情况通报会”。中国互联网协会黄澄清副秘书长对目前垃圾邮件的状况和中国互联网协会反垃圾邮件协调小组即将采取的行动进行了通报。

黄澄清副秘书长指出:一段时间以来,虽然国内外的互联网运营商、邮件服务提供商采取了大量的技术和管理手段试图遏制这种状态,但令人遗憾的是,垃圾邮件仍然保持着增

长的势头。据中国互联网信息中心公布的数据显示,2002年12月份我国网民每周收到的正常电子邮件数为7.7封、垃圾邮件数是8.3封,而半年后的2003年7月份正常电子邮件数是7.2封,垃圾邮件数为8.9封。另据中国互联网协会反垃圾邮件协调小组最近的调查显示,国内拥有邮件服务器的企业普遍受到垃圾邮件的侵扰,对企业造成了沉重的负担,如:有的企业每周收到上万封垃圾邮件,有的企业每年为应付垃圾邮件投入上百万元的设备和大量的人力。

由于我国目前在垃圾邮件管理上,尚存在法律、管理的空白点,国外的许多垃圾邮件发送者,通过中国的邮件服务器向国外大量转发垃圾邮件,还有少数国内的垃圾邮件发送者也经常向国外发送垃圾邮件,导致国外反垃圾邮件组织封杀来自中国的IP地址,导致网络不畅正常的信息交流受阻,不仅影响了我国互联网业务的正常发展,也损害了中国互联网和广大网民的声誉。

为遏制垃圾邮件在我国的泛滥,2003年6月份协调小组组织各成员单位开展了检查并关闭开放转发(Open relay)功能和清除网站上的群发软件和垃圾邮件发送软件自查工作。此项工作得到了协调小组各成员单位的积极响应,从近期中国互联网协会对网上垃圾邮件所作的跟踪统计表明,对开放转发(Open relay)功能的整治工作取得了明显效果,如:所统计的近3600个垃圾邮件发送服务器中,只有6个中国境内的邮件服务器具有开放转发(Open relay)功能。

会上中国互联网协会反垃圾邮件协调小组依照“中国互联网协会反垃圾邮件协调小组全体会议决议”,正式公布了一批境内外垃圾邮件服务器名单。这份名单中包含225个垃圾邮件服务器IP地址、域名和使用者信息。其中:中国内陆地区23个、中国台湾地区97个、中国香港地区4个、中国以外地区101个。如果需要查询名单信息,可以去中国互联网协会的网页:[www.isc.org.cn](http://www.isc.org.cn)上查询下载。

会议希望被公布的相关单位尽快对垃圾邮件进行治理,中国互联网协会反垃圾邮件协调小组将密切跟踪所公布名单服务器的治理情况。如果被公布名单上的单位在9月8日前未能采取有效措施对垃圾邮件予以治理,协调小组将保留采取进一步行动的权利,甚至拒绝该服务器的接入,如果在期限内进行了有效处理,经协调小组研究同意后,可以从名单中撤除。

今后，中国互联网协会反垃圾邮件协调小组将定期在中国互联网协会网站上公布垃圾邮件服务器名单，以监督这些服务器对垃圾邮件的治理。同时我们呼吁政府主管部门加快对治理垃圾邮件的立法工作，由政府、行业组织、企业和社会共同建立反垃圾邮件体系，希望通过广大从业者的工作和全社会的共同努力，积极探索出中国治理垃圾邮件的道路。

### 垃圾邮件服务器信息曝光 某些知名企业上黑榜

#### 垃圾邮件服务器信息曝光 某些知名企业上黑榜

人民 2003-8-8

垃圾邮件服务器名单请前往 <http://www.isc.org.cn/> 查询

人民网北京 8 月 8 日讯 记者陈健报道：今天上午，中国互联网协会在京正式公布了一批境内外垃圾邮件服务器名单。这份名单中包含 225 个垃圾邮件服务器 IP 地址、域名和使用者信息。其中：中国内陆地区 23 个、中国台湾地区 97 个、中国香港地区 4 个、中国以外地区 101 个。某些国内外知名企业的邮件服务器 IP 地址位列其中。

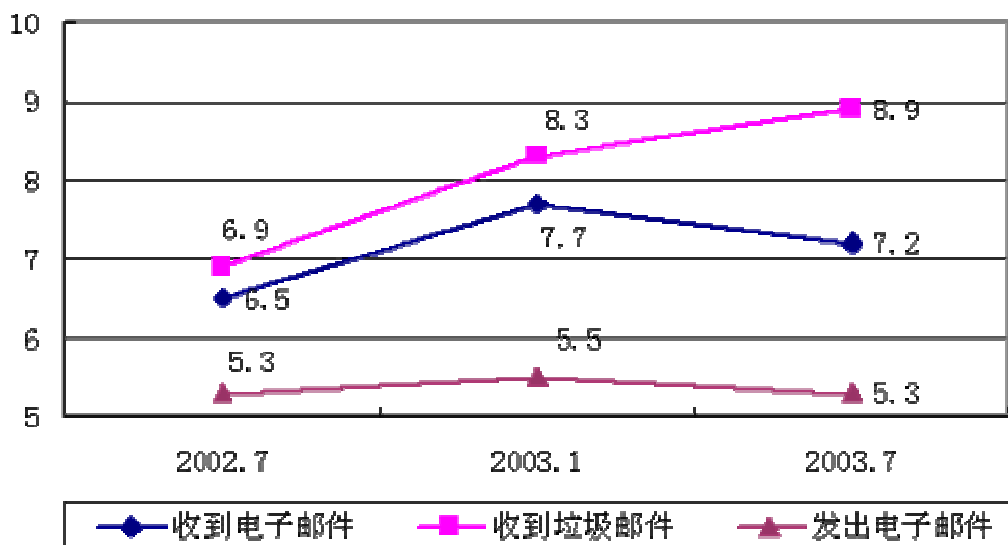
中国互联网协会黄澄清副秘书长指出：一段时间以来，虽然国内外的互联网运营商、邮件服务提供商采取了大量的技术和管理手段试图遏制垃圾邮件泛滥状态，但令人遗憾的是，垃圾邮件仍然保持着增长的势头。希望被公布的相关单位尽快对垃圾邮件进行治理，中国互联网协会反垃圾邮件协调小组将密切跟踪所公布名单服务器的治理情况。如果被公布名单上的单位在 9 月 8 日前未能采取有效措施对垃圾邮件予以治理，协调小组将保留采取进一步行动的权利，甚至拒绝该服务器的接入，如果在期限内进行了有效处理，经协调小组研究同意后，可以从名单中撤除。

他说，今后，中国互联网协会反垃圾邮件协调小组将定期在中国互联网协会网站上公布垃圾邮件服务器名单，以监督这些服务器对垃圾邮件的治理。

据中国互联网信息中心公布的数据显示，2002 年 12 月份我国网民每周收到的正常电子邮件数为 7.7 封、垃圾邮件数是 8.3 封，而半年后的 2003 年 7 月份正常电子邮件数是 7.2 封，垃圾邮件数为 8.9 封。另据中国互联网协会反垃圾邮件协调小组最近的调查显示，国内拥有邮件服务器的企业普遍受到垃圾邮件的侵扰，对企业造成了沉重的负担，如：有的企业每周收到上万封垃圾邮件，有的企业每年为应付垃圾邮件投入上百万元的设备和大量的人力。

由于我国目前在垃圾邮件管理上，尚存在法律、管理的空白点，国外的许多垃圾邮件发送者，通过中国的邮件服务器向国外大量转发垃圾邮件，还有少数国内的垃圾邮件发送者也经常向国外发送垃圾邮件，导致国外反垃圾邮件组织封杀来自中国的 IP 地址，导致网络不畅正常的信息交流受阻，不仅影响了我国互

联网业务的正常发展，也损害了中国互联网和广大网民的声誉。



图片说明：第十二次 CNNIC 调查结果显示，网民平均每周收到 7.2 封电子邮件（不包括垃圾邮件），收到垃圾邮件 8.9 封，每周发出电子邮件 5.3 封。网民每周收到的垃圾邮件数仍然超过非垃圾邮件数。

来源：人民网

#### 4. 宽带

##### 宽带商务，谁之盛宴

##### 宽带商务，谁之盛宴

2003.08.21 08:00:00 经济日报 [ 12 版]

曾几何时，中国网通、中国电信、长城宽带等企业在宽带市场你争我夺，不啻于是一场电信服务的革命，而活跃在舞台之上的却又有不少熟悉的 IT 厂商。从某种程度上说，宽带商务背后的巨大商机已经横跨 IT 与电信两大产业。

以中国网通“CNC Connected 宽带商务”为例：网通要做的是提供一个开放的、可管理的基础网络平台。然后在这个宽带平台上，再率先推出了融语音、图像、视频服务于一体的七大门类业务。这一产品一时引来众多企业加盟，华为、微软、思科、星巴克、新浪……越来越多的利益相关者走了进来。

对于 PC 制造商，宽带接入的发展，使他们找到了一个新的热点。早在去年，联想等 PC 巨头就在电脑内部配置了解调器，以适应用户的宽带需求。同样，基于无线宽带的“移动办公”理念也让众多笔记本厂商纷纷把 P4 芯片换成了专门针对移动办公的迅驰芯片。



宽带商务还让软件开发商、系统集成商有了用武之地。微软的操作系统、思科的服务器、英特尔的芯片、华为的网络设备、网通的专用设备第一次联合在一起,为顶级写字楼内的企业用户提供一站式电信服务的形式和丰富的个性化应用项目。

当然,宽带商务的最终受益者还是用户。对于企业用户而言,它在各地的分支机构只需要在当地向网通提出申请,就不再需要购买任何硬件设施,不需要在不同地区的数据局申请专线,不需要穿墙掘地布线,直接获得网通所提供的全方位综合化服务,因而大大降低了成本,提高了效率。

不仅如此,网通也使得商业楼宇成为共赢者。像北京的嘉里中心、国贸中心;上海的恒隆广场、金茂大厦;广州的中信大厦、中侨大厦等,凭借“CNC Connected 宽带商务”成为商业楼宇接入行业实力和资本的代表,从而成为宽带商务领域内的“标志性建筑”,大大增加了商务楼宇的价值。

另外,在远程教育和远程医疗领域,宽带商务也表现出了巨大的应用价值,尽管尚处于发展初期,但其巨大潜力是不容忽视的,而这将给医疗卫生部门和教育部门带来更大的社会效益。目前,网通视频在教育等市场频受关注,已经显现了宽带商务和其增值服务对广大企业用户的吸引力。

中国网通企业客户数据产品与管理部企业市场推广部负责人表示:“我们从来不认为网通的宽带商务项目只是网通自己的机会,在项目执行之初我们就抱定了和其他相关厂商合作共赢的宗旨,为企业信息化建设服务不是电信企业自己的事,我们做的是搭建一个平台,我们希望更多的厂家加入进来。”

宽带商务是一场盛宴,但谁也无法独享。让更多的人享用这场盛宴,才能使这场盛宴高潮不断,永不落幕,这才是宽带商务的指导性战略。 文 / 邵辉

作者:邵辉

资料来源:经济日报

## 国际电联宣布 宽带用户超六千万

### 国际电联宣布 宽带用户超六千万

2003.09.20 08:00:00 经济日报 [ 7 版]

本报讯 国际电信联盟官员9月16日发表报告称,2002年,全球宽带上网人数增加了72%,达到了近6200万人。报告说,日本的宽带上网速度最快,用户的费用也最低。韩国、比利时、中国香港特区分别名列第二到第四。其中,韩国的宽带普及程度居世界第一,每100户居民中有21户宽带注册用户。市场竞争激烈,政府参与程度较高以及对宽带网的积极吸纳态度是宽带网在这些国家普及的主要原因。(严恒元)

环球短波

作者:严恒元

资料来源:经济日报

## 家中上宽带 大片挑着看

### 家中上宽带 大片挑着看

北京青年 2003-8-4

张念庆 2003年08月04日

#### 十月网络视频点播系统开通

本报讯 从10月起,您在自家的宽带高速路上不再仅仅是冲浪、对战网络游戏,还可以享受到网络点播,即坐在家中通过宽带上网点播收看电影,这将是一种过去只有在电影院、电视、VCD和DVD才能够体验到的高品质视频享受。

优质的画面质量、逼真的音响效果——这是长城宽带和IBM中国研究中心的专家们对网络点播节目的评价。8月1日,长城宽带与IBM中国研究中心共同宣布国内新一代实时视频点播系统技术通过测试,并将立即投入商用的消息,该技术所支持网络视频可达到超过VCD画质的效果。

“除了网络电视,新一代实时视频点播系统还可应用于远程教育、网络医疗、可视电话等其它网络服务,”长宽总经理孙子强表示,据介绍,这项技术将于今年10月在北京、上海、广州、深圳、武汉、成都6城市正式投入应用。

## 5. 无线信息服务

### 无线信息服务将“爆炸式增长”

#### 无线信息服务将“爆炸式增长”

北京 2002-7-30

Kinetic信息公司最近所做的研究表明,当前电信业的不景气局面最终将导致两个领域——无线信息服务以及分布应用软件——的“爆炸式增长”。

这家咨询公司预测,运营商将转而经营无线业务,因为这是“行业内惟一有利可图的游戏”了,而软件厂商则将紧随其后推出专门为“小屏幕”无线设备设计的应用软件。

Kinetic信息公司说,这样一来,到2005年全球无线数据服务市场总价值将达到120亿美元,而全球无线互用软件市场总价值更将达到150亿美元。

Kinetic信息公司总裁Steve Weissman说:“由于运营商目前在财务和政治

方面压力都很大,它们迫切需要向客户及华尔街投资者展示它们仍然存在增长的潜力。无线计算业务是它们短期内最好的选择,因为这是一个新领域,可以带来附加价值,而且也充满了创造利润的潜力。”

Weissman 还补充说:“带宽成本的降低以及公共无线局域网技术的扩散为业务增长打下了基础。”

Kinetic 信息公司认为,软件制造商将为 PDA 及其它掌上设备设计出更像是台式电脑使用的应用软件。

该公司说:“要发掘这一领域的潜力不仅仅要求这些设备可以跟网络相连,它们还需要具备随时随地同企业的业务流程、工作流程以及数据等相连的能力。”

电信业目前正面临长期的衰退,运营商也推迟甚至取消了一些采购订单,这使得网络设备制造商不得不裁减员工,关闭一些工厂,并降低了财务预期。而该领域内的一些新兴企业则因为风险投资到期不得不关门大吉。(据赛迪网)

### 北京大学启动中国第一个校园无线局域网

#### 北京大学启动中国第一个校园无线局域网

北大学生无论在图书馆还是在教学楼里,不用任何连线就可以随时上网。这所大学正在建设中国第一个校园无线局域网,首批场所今天部署完毕。

北大师生只需在自己的笔记本电脑里面插入无线网卡,安装相关程序就可以在英杰交流中心、图书馆、理科教室楼等地,领略无线网络带来的便捷与快速。北大方面称,将陆续公布可使用无线网络的区域,学生们无论走到哪儿,打开笔记本电脑就在网上,即使是在未名湖畔。无线网络技术去年曾在大运会期间试用,并将在各大学、酒店、机场等场所陆续推广。

来源:《北京晚报》 2002 年 5 月 13 日

### Wi-Fi 技术隐含安全问题 无缘 2004 年雅典奥运会

#### Wi-Fi 技术隐含安全问题 无缘 2004 年雅典奥运会

作者: 月牙儿 转自: eNet 硅谷动力 2003-07-12 11:53

国际奥委会认为 Wi-Fi 的安全性能不足以使它在 2004 年的雅典奥运会上大显身手。

出于安全方面的原因,为 2004 年雅典奥运会设计和部署 IT 系统的团队将不会在他们正在架设的网络中采用 Wi-Fi 技术。该项目的负责人、Schlumberger 公司的技术集成总监克劳德解释说,由于有关各方认为 802.11b 技术的安全性能不够高,他们已经作出了不采用这种技术的决定。

他解释说,国际奥委会和我们都认为,安全是 Wi-Fi 技术不能在奥运会上一显身手的主要原因。我认为无线技术是一种趋势,在以后的运动会上我们将采用

这种技术，但不是现在。他说，由于网络上将传输与会的贵宾和运动员的机密资料，安全是奥运会组委会最优先考虑的问题。由于同样的原因，2002 年盐湖城冬奥会也没有采用 Wi-Fi 技术。

2002 年曾有媒体报道称，由于对其性能和安全不放心，国际奥委会至少要在 2008 年才会考虑在奥运会上采用 Wi-Fi 技术，但国际奥委会随后否认了报道的内容。

建设 2004 年雅典奥运会的 IT 系统是一项艰巨任务，由于必须在限定日期前完成，使得这一任务更显得具有挑战性。它没有任何延期的余地，必须在奥运会开幕前将所有工作完成。

克劳德的公司负责的工作包括 10000 台台式机和 850 台服务器，为了避免希腊电网故障造成网络瘫痪，他们使用了柴油发电机作为 UPS 的备份。

2004 年雅典奥运会的 IT 系统也没有开放源代码软件的一席之地，整个网络使用了 Sun 公司的 Solaris 操作系统。

### 三. 电子商务和商业自动化

#### 传统的商业自动化

#### 第二课 传统的商业自动化

#### 泰德时代在线

北京联合大学应用技术学院泰德时代电子商务研发中心

[http://eb.jsedu.net/dzsw\\_jczs/section4\\_lesson2.htm](http://eb.jsedu.net/dzsw_jczs/section4_lesson2.htm)

商业自动化是采用计算机技术、通讯技术、自动化技术以及各种电子信息设备，运用经济数学、系统科学、行为科学等研究成果和方法，实现商品流、资金流和信息流最优化管理和控制为目标的人机信息系统。从另一方面看，商业自动化是商品从制造、储运、批发、销售直到用户手中的全过程中，以数据信息为核心，产供销体系的全面自动化控制。

从商业经营活动和管理上讲，商业自动化是全方位的，是商业购销、调、存全过程的全面自动化。具体包括：商品销售管理自动化；信息处理自动化；会计记帐自动化；商品配送自动化；商品仓储管理自动化；商品流通加工自动化。为了实现各项业务管理的自动化任务，电子信息技术的应用是非常广泛的，其应用和利用也是全方位的。如计算机信息管理系统 MIS、销售时点实时信息管理系统 ECR 和 POS、电子订货系统 EOS、电子数据交换 EDI、增值网络 VAN、销售点的电

子转帐作业系统 EFT/POS、多媒体技术、图像图形技术、商场设施 CAD 系统、条形码技术、物流配送技术、自动监控技术等，都有着广泛的应用前景。从应用层上看，商业自动化的主要部分由 POS、EOS、EDI、VAN、SIS、MIS 以及其他服务性系统组成。

销售时点实时信息管理系统 POS 是指以商业环境为中心的进货、销货、存货和内部调配货物的信息管理系统。其中，进货是指商业环境与批发商和制造商之间的商品流通信息管理；存货是指商业环境内部对各级库房所保管商品的信息控制；调配是指商品在商业环境内部进行流转的控制；商品销售是指商业环境对客户的直接服务，并由此产生销售信息控制。电子收款机 ECR (Electronic Cash Register) 和 POS 系统是应用非常广泛的系统，它们在商业自动化中占有非常重要的地位。商用 POS 系统是由 ECR 发展而来的，它产生于 70 年代末，成熟于 80 年代并广泛应用。POS 系统的真正含义在于销售时的所有交易信息资料在瞬间全部完成，这是手工无法实现的。与 ECR 最大的区别在于，POS 系统可以直接即进入帐的特点，有着很强的网上实时处理能力。目前的商用 POS 系统大多由电子收款机和计算机联机构成商店前台网络系统，该系统对商业零售柜台的所有交易信息进行收集、加工整理、分析、传递反馈，强化了商品营销管理，从而使营业者和顾客都从中受益。此外，金融机构

也大量采用商用 POS 系统，该系统是由银行设置在商业网点和特约商店的信用卡授权终端机，是银行计算机联机通过公用数据交换网构成的电子转帐服务系统，它的功能是提供持卡人在销售点购物和消费后，通过电子转帐系统直接扣帐和信用记帐的服务。电子订货系统 EOS 是指商业环境与批发商和制造商之间商品订购、运输、调配等信息控制。在这个系统中由于涉及到经营环境以外的社会供货机构，所以要求所交换的数据在商业整体结构下有统一的标准，最终实现电子数据交换 EDI 的商业化。EDI 通过通信网络，按照协议在商业合作伙伴的计算机系统之间快速和自动处理订单、发票、海关申报单、进出口许可证等规范化的商业文件。

VAN 是指将制造业、批发业和零售业相关的商业信息，通过计算机服务网络来相互交换的信息系统。通过 VAN，商家与厂家、商家与供应商、商家与商家、商家与银行等之间进行广泛而迅速的业务往来，大大提高了作业效率。

SIS 决策信息系统的主要工作则是提供给商业经营者作出决策的信息，这些信息包括进货的时间、进货量、资金的承受能力、本商业企业的销售水准以及商品的畅销、滞销状态等，有效的决策支持会给决策经营者带来实际的经营效益。

商业 MIS 是对商业企业内部人财物的全面管理的信息系统，MIS 根据本单位的管理特征决定自身的结构、控制规模等，其目的是提高商业实体的管理水平，有效体现管理效率。除此之外，监视、报警、消防等系统在商业自动化中也非常



重要，是商业自动化的辅助系统。

## 中国商业革命之走向

### 第四篇：未雨绸缪待发展

陈雪根 1995 第 11 期 本刊特稿

销售与市场

<http://www.cmmo.com.cn/magazine/31/3142.shtml>

我国商业自动化的开发、应用始于七十年代，1975 年，北京市商业机械研究所研制成功“柜台现金结算器”样机，这种结算器已初步具有收款机的基本功能。1981 年，北京东风市场在国内率先引进日本 OMRON 公司的 528 型收款机，取得明显成效，商业部及北京市在总结东风市场经验的基础上，决定在全国组织推广，这是我国商用收款机大规模应用的开端。八十年代末，四通、浪潮等国内大型计算机公司开始以技术引进的方式批量生产 POS 机。

1980 年，北京市百货大楼在国内商业系统第一次开发成功 MIS 系统。此后，280 单板机、APPLE—II 型微机、0520 微机和利用汇编语言开发的简易商业管理系统等在部分商业企业得到应用。

但总的来说，这十多年的开发、应用还处于摸索阶段，商业自动化还“养在深闺人未识”。进入九十年代以后，情形就大不相同了，不仅国内 POS 机制造商迅速增加，国外 POS 机和其他商用设备制造商都开始问鼎中国市场。商业自动化逐步形成热点。

#### 自动化冲击波惊涛拍岸

1994 年，商业自动化的第一冲击波终于惊涛拍岸。

1994 年，内贸系统先后多次召开有关研讨会、展示会，国内外众多厂家竞相参加，或举办自己的研讨会、展示会，推广各自公司的形象及相关产品。5 月，内贸部和中国工商银行确定 12 个试点商场，联手推广现代电子收款系统。7 月，内贸部又推出《关于加强流通领域电子计算机及电子技术推广应用的实施意见》，加强对商业电子化市场的宏观管理。11 月，全国电子信息系统推广办公室主持并通过对中软总公司“大中型商场零售企业计算机综合管理系统”的技术鉴定，标志着国家开始对商业电子软件加强技术管理并着手标准化工作。

据估计，目前直接进入国内商业自动化市场的各类公司已近万家，根据可提供的商品、服务的类型大致可分为三类：第一类为国外著名计算机公司，它们

能提供 ATM、POS、IC 卡和后台所需的各种主机；第二类为 30 余家国内 POS 制造商；第三类为国内或合资公司，以提供后台商品化 MIS 为主的系统集成商，其中有些公司也有自己的 POS 和后台处理主机。另外，还有为数不多的辅助产品厂商和中间商。在市场上，三代 POS 的市场占有率分别为 30%、50% 和 20%，去年的总销量已近 8000 台；而硬件平台，基本上为各种品牌的小型机和微型服务器平分天下。后台 MIS，从单机版本的小型商业企业管理系统，到大型零售商业企业管理信息系统应有尽有，其软件平台更是五花八门。

在过去的一年中，一大批象上海一百、武汉商场、杭州解放路百货商场、天津劝业场、郑州亚细亚、北京贵友、金伦大厦、上海华联超市等国内著名的商业企业已经实施或正在进行自己的商业自动化工程，还有一大批商业企业也在积极筹划各自的工作计划。据估计，目前国内最大的 100 个零售商业企业中，有近 25% 已经采用了以前台 POS、后台 MIS 为主要特征的信息系统，还有近 40% 的商业企业基本实现了 POS 操作。

据上海市人民政府财贸办提供的资料，上海的商业自动化将涉及 5 个系统、10 大技术领域，前者包括零售商场系统、饭店、宾馆系统、连锁超市系统、仓储配货系统和商办工业系统，后者将涉及计算机网络技术、电子数据交换技术、条形码技术、电子监控管理技术、电子收款技术、电子信息技术、远程通讯技术、电子广告技术、自动仓储配送技术、自动售货、备货技术等。近期内要把推进商业自动化作为首要任务，争取市级商业中心的大中型商业企业计算机应用率 3 年内达到 80%；目前已建和在建的国家级和市级批发市场都要实现计算机操作和电脑管理；大型连锁超市通过计算机网络实现购、销、调、存管理电子化。

#### 此番征战多磨难

商业自动化的实施是一个比较复杂的系统工程，它不仅包括了设备的选型、安装、调试、应用软件的研制与开发等技术方面的大量工作，而且还涉及到用户观念的更新、管理模式的改进以及各级人才的配备与培训。

专家预计，未来 10 年，中国将成为世界零售业自动化设备的核心市场。巨大的市场潜力，吸引着众多厂商和中间商投身其中，分一杯羹。在这些参与者中，有些具有自主开发能力，有自己的主导产品和服务体系；还有众多厂商并不具备这些条件，有的以转包获利，有的干脆盗用别人的产品改头换面，推向市场。即使是那些有能力的厂商，其水平也是参差不齐。就总体来说，国内企业尚未很好地动员组织起来。与此同时，国外许多著名企业，凭借自己强大的实力，正有计划地挤占市场。商业自动化领域存在着无序竞争、能力分散、市场垄断等现象。

商业系统本身也存在一些问题。首先，认识不足。不少商业企业领导人把收款机、计算机等视同中央空调、自动扶梯，作为显示商场档次的摆设；或者认为，只要使用了 POS、MIS，商场的管理和效益就会“自动”改善；或者把商业

自动化作为专业人员的事情。其次，人才、资金缺乏。商业系统由于技术含量低，属于劳动密集型部门，缺少高素质的技术人才，单凭自身力量很难开发出先进的自动化管理系统。在资金上，据有关部门测算，一个商业企业用于自动化工程的投资强度，最少在 300 万，最多的达 1200 万以上。去年各地上报的贷款投资项目的总金额在 5 亿元以上，实际只能满足其中很少部分。第三，缺少完整、准确的基础数据。传统商业主要是手工管理，并无标准化、规范化的管理模式，规章制度不健全或形同虚设，管理方法、管理体制落后，报表文件不标准，数据资料不完整，商品编码不统一，给实现自动化管理带来了难度。

在技术层面上，目前国内大型商店中商品原印码的使用率只有 10% 左右，还有很多错码、假码。根据国外经验，商品原印码在 60% 以上，才具备使用条码识别阅读采集信息的基础。大型商店在开发应用系统时，往往都在操作系统和数据库的平台上从头开始，不仅造成费时费力费投资和重复开发，也说明我国商用软件商品化水平低，无法用系统集成的办法较快地生成应用系统，这与上述没有各种标准化、规范化的商业管理模式也有关系。此外，商业自动化如何与三金工程衔接，也缺乏明确的政策及技术支持。

### 未雨绸缪待发展

针对商业自动化领域存在的困难与问题，有识之士提出了一系列对策建议。

第一，尽快建立国内产业基地、制定相应的产业政策。国内实现商业自动化，需要大量的相关设备，尽管国外在这方面已有成熟的产品，其生产也已国际化，但完全依靠进口既不现实，也不符合国家利益。因此，应尽快建立强大的本地化产业基地，以便向用户提供大量符合国情的、性能、价格比较优良合适的产品。应从全社会信息化的全局出发，规划商业自动化工作，并制定相应的产业政策予以鼓励、扶植和保护，保证其健康发展。

第二，建立行之有效的行业法规。国家应针对这一行业的具体特点，考虑“反不正当竞争法”的适用性，鼓励和保护公平竞争、防止垄断等现象发生。对涉及这一领域的厂商及其产品制定可操作性强的行业行规及政策，对行业准入、知识产权及其保护、技术规范 and 标准、技术服务保障等加以明确和细化，保障生产者和用户的正当权益。

第三，做好规范化、标准化工作。商业自动化是现代商业管理科学与现代技术相结合的产物，不是简单的改手工为自动，切忌把现行的手工管理模式不加改造地移入自动化系统。应根据不同类型商业企业的特点，分别制定出现代化、规范化、标准化的管理模式，并在此基础上开发出先进性、开放性的通用软件，以适应各类商业企业不同时期的需要，避免重复开发，节省费用，推动软件商品

化的发展。同时，应加紧制订各项技术标准，如商品代码企业标准，电算化会计代码标准，与国际接轨的记账规则、报表格式、会计准则分析内容等，在通讯规范上必须符合已颁布的国家标准和国际 EEE 标准，并按照不同类型商业企业的要求，编写商业用户需求、收款机造型标准、通讯接口标准、应用系统开发验收标准、文档要求等。

第四，鼓励联合开发。商业企业由于自身条件局限，独立开发自动化管理系统有很大的难度，如全靠社会开发机构进行开发，又会产生实用性不强、文档资料不全、不易维护等问题，因此，最佳的途径是合作开发。商场管理系统设计、功能需求、处理规范要求，以商业部门为主，计算机软件开发、硬件配置、调试等以专业机构开发为主。

第五，大力推广条形码的应用。应尽快建立齐全的条码管理体制，拟订发布实施条码的有关法规，每年向社会公布一批必须具有标准化条码的商品目录，否则可对生产厂商给予经济制裁，商店也有权拒收这类无条码商品，同时由质检部门加强对条码质量的抽检工作。适当降低费用率，或者实行银行、商场联合发卡，鼓励使用信用卡。

第六，抓紧人才培养。除了对有关的技术人员在职称、待遇等方面予以鼓励外，还应在商业企业普及相关知识，提高领导者的水平。同时，采取政府、教育部门、计算机厂商及商业企业联合的形式，保证人才的培养和供给。

第七，积极稳妥推进商业自动化。首先要做好规划、试点以及综合协调工作；其次，必须强调领导重视、亲自挂帅，这是商业自动化能否进行以及是否能够真正发挥实效的关键。再次，必须因地制宜。根据各自企业的特点、发展方向和经济承受能力等因素，选择适当的方案以及稳妥的实施办法。

根据国外的经验，商业自动化经过酝酿阶段后，接着会有一个持续快速发展的时期。我国的商业自动化如果有一个良好的开端，就一定会有一个更好的发展。千里之行，始于足下，这第一步可要走好了！

## 商业自动化技术在服饰专卖业的应用

### 商业自动化技术在服饰专卖业的应用

作者：许忠海

近年来，服饰专卖店在全国各大城市迅速发展，其数量远远超过了其他行业的专卖店。在市场迅速成熟和膨胀、营业额和利润也在同步增长的同时，业内竞争也



趋于激烈。这就要求服饰专卖店在管理上下功夫，通过实施计算机信息化管理来促进企业的长远发展。

在这样的市场背景下，1997 年底，NIKE（中国）有限公司与复旦金仕达计算机公司开始合作，并于 1998 年 3 月完成 NIKE 体育用品中国零售系统的建设。随即，该系统在多家服饰连锁专卖企业推广。该系统的建成为服饰连锁经营企业的信息化管理提供了基础，为国内品牌发展壮大提供了可借鉴的管理经验，也推动了商业自动化技术本身的发展。

下面在此系统基础上谈谈商业自动化技术在服饰专卖业应用需注意的几个问题。

#### 1、正确的产品定义方式是产品运作的基础。

好的产品定义不仅可以为产品的推广打好基础，也可以为销售和市场分析提供依据。对一个以自有品牌为基础的企业来说，这点尤其重要。

由于产品的具体编码和分类方法在服装业界并无绝对的标准，因此各企业均有自己各自的产品定义方法，但其中是有共通之处的。我们根据在服装行业软件开发

所积累的经验，在连锁专卖店信息系统中使用了下述产品定义方法，具体分为产品编码和产品分类两个部分。

在产品编码方面，要素有款式（style）、颜色（color）和尺寸（size），另外现代商品流通环节通用的标识码——条码（barcode）也应是产品编码的要素之一。款式通常由数字或字母组成，可根据公司的内部约定来体现诸如季节、产品类

别等信息；颜色可采用数字编码，首先定义大的色系，然后来区分更细层次的颜色，如灰色、蓝色等，并可体现颜色的深浅或偏向性，如用不同的编码分别代表海蓝、水蓝、军蓝等。可罗列常用的面料颜色后按以上规则编码；在尺寸上，不同的产品有不同的尺寸定义标准，同时也有美国码、欧洲码、英国码等区别。可以用第一位区别男和女，第二位区别服装、饰物、鞋……

条码是现代商品物流中常用的标识手段，主要配合电脑及条码扫描设备用以提高物流（包括仓储、销售等）的效率和准确性。一般来说，条码只是一个代码以识

别商品的唯一性，其本身并不表示款式、价格等信息，这些信息一般以内部编码来体现。

在产品分类方面，可根据生产销售和 market 分析所提供的不同角度来分类。季节的分类为时装的特性，一般分为春、夏、秋、冬四季；按产品类别分，可有 T 恤、短裤、毛衣等。金仕达连锁专卖店信息系统采用三级分类方式，大中小三层



可按实

际情况对应的各种分类方式进行组合。

2、店堂零售系统是接触客户、树立形象的窗口。

每个专卖店的店堂是一个企业直接与消费者接触的窗口，一个企业以及品牌的影响力，最终将从这里得到体现。店堂布置、广告宣传都是很重要的树立形象的手

段。但不能忽视的是，利用现代化的商业设备，为消费者提供更优良的服务，在商业竞争越来越激烈的今天，更是树立良好形象的绝佳机会和不可缺少的手段。店堂选用的设备应符合店堂的整体氛围，同时也应考虑使用先进的电子设备，这样容易给顾客一个心理暗示：我们使用最先进的设备，提供最完美的购物环境，当然我们出售最好、最新的服饰。

店堂零售系统应尽量考虑用户的要求，尽量为用户提供更完备、不间断的优质服务。对一些特殊问题要多予考虑，应急处理方式要完备。具体而言，系统要有断

电保护功能；退、换货的流程应简洁，易实施，当然也要可控；要支持灵活、多变而又管理严格的价格调整方式；要支持多币种、多方式付款，打印的发票要美观，内容清晰且应加一些宣传内容。

店堂打印的销售单据是树立企业形象的重要渠道，因为第一次光顾的人及其亲友再次来购买产品的可能性远高于从未接触过该产品的人，而销售单据正是可能在

这样的群体中流动，并以此来展示企业形象，争得更多的顾客。另外，店堂零售系统应支持客户意见采集和反馈，这都将成为企业决策的重要影响因素。

3、安全迅速的信息传递系统是联结整个系统的纽带。

信息化管理的目标就是迅速收集和统计整理大量动态数据，以期给经营管理决策提供可靠的依据。由于专卖企业的各个零售点一般分布地域较广，及时、迅速、

安全地反馈信息，是系统运行的一个重要保证。在当今网络技术充分发展的基础上，采用何种方式传递远程信息应根据企业的实际情况来确定，一个好的系统应充分支持各种通讯方式，以最大限度地方便企业运作并节约营运成本。

就连锁专卖店来说，对于信息系统远程通讯交换方式的考虑，要注意以下几点：

一是采用何种网络要结合企业的规模、地域分布特点及系统营运具体要求而确定，还可根据企业特点在同一系统内支持不同连接方式。比如同一大楼或相邻位置可采用局域网，同城可采用电话线+MODEM 方式，如果连接点较多，可使用MODEM 池，远距离营业点利用 INTERNET 通过不同方式处理；而如果实时性要求较高的话，就需要用专线的方式。当然，不同的方式有不同的营运成本，这点也

需加以考虑。

二是考虑到租赁网络的费用，要尽量避免传递不必要的信息，数据要压缩，尽量缩短传递时间。而系统运行需要哪些数据，要具体考虑，但总的来说要坚持精练、安全的原则。

三是数据要加密，避免企业机密被窃。同时要有错误处理机制，支持续传、重传。

4、先进的物流管理系统是完善连锁专卖店管理的关键环节。

一个好的商业信息系统，最基础的是要把物流理清楚，以使企业能迅速调整产品的分布，保证销售的顺畅进行。一个好的物流管理系统，应包括从订货、期货到调拨、销售等各个环节。

传统的管理方式一般只会有进、销、调、存四个环节，因为进、销、调几乎已经包括了所有影响库存的动作。但在竞争日趋激烈的环境下，如何尽早了解未来的

消费趋势，控制未来物品的货流方向，同时如何尽早让客户了解最新产品，以扩充潜在的消费需求，这些都将大大影响企业的发展。这样，期货管理就显得非常重要了。一方面向生产商订期货可以及早确定最近几个月的销售宣传方向，使得不必为货源担忧；另一方面，与客户的期货合同可以保证货品和资金流动准确定位，及早发动销售攻势，且可缓解资金周转不确定带来的压力。

如何实现期货在整个系统中的功用需要由企业和软件开发商一起协调，共同促进。总的要遵循以下两方面原则：

一是向生产商订购期货时，一定要充分了解新产品的特性，尽量听取供应商的意见，更要结合原有相似类型产品的销售、库存情况，以及各销售点及客户的反馈

意见，以确定订购量并及早为将来的销售宣传订好方案，同时要随时跟踪期货的到货情况，以保障自己的合法权益。订给客户的期货要保证到货，不要为一时的利益而损坏信誉。

二是作为软件开发商应尽量坚持方式灵活、管理严格的原则，既要允许系统中支持不同的处理方式，又要保证严格的控制，不留漏洞。

5、各种现代化设备的运用是推进商业自动化应用的可靠保证。

先进管理思想的实现要靠好的软件和先进的管理设备。在连锁专卖店系统中，各种先进设备的良好运用可以减少人工投入，降低出错率，迅速处理异常情况；而

好的软件系统可以充分支持这些设备，真正实现管理的一体化。

6、对各类数据信息的分析、统计是企业决策的依据。

分析、统计是企业总结工作、决策未来的重要手段。作为信息流核心的计算机系统，其采用的软件系统理应提供强大的统计和决策分析手段。

根据前面所述的产品定义方式，服饰企业可以在类别、款式、颜色、尺码等不同层次上进行分析统计，实现起来将相当方便，效率也高，这为分析决策提供了基

础。软件系统除了提供通用的分析统计方式外，还应结合行业特点为用户提供更多的分析手段，同时还应开放接口，支持定制的统计和用户自定义的统计分析报表。

目前数据仓库技术逐渐兴起，应充分应用这一新技术，以期为企业提供更多更准确的决策依据。

随着商业自动化技术的日趋成熟，相信服饰专卖行业以及其他连锁行业都将在信息化的基础上获得更大的发展。

（作者单位：上海复旦金仕达计算机有限公司）

## 新商业时代的前奏

### 北辰购物中心商业自动化建设的启示

中国计算机报 1999 年第 15 期

姬雪梅 董刚强

信息技术加速了商业零售业信息化和全球化的进程，同时也推动了商业管理的变革。这种变革是必然的，尽管人们一开始没有意识到，但这种变革依然伴随着信息化的发展而或快或慢地在悄悄地进行着。如果没有管理的适时变革，它将影响商业自动化的健康发展，或者是在现代先进的信息管理系统下产生低效率、低效能的工作，或者是在高自动化信息化的管理环境下取得高效率和高效能。

目前，我国正在实施以金系列工程为代表的信息化工程。这些受到国内外广泛关注的大工程，其中几个主要操作环节都与商业自动化有关。如电子货币（金卡工程）、电子收款机、电子数据交换等都是在商业自动化作业的基础上完成的。在这种大环境下，国内贸易局正式提出了《全国商业电子信息技术开发应用“九五”规划和中长期发展纲要》。这是我国商界为迎接世界信息革命的挑战而实施的一个宏伟的跨世纪工程，是实现商业现代化发展目标的一项重要举措，也是我国国民经济信息化系统工程的重要组成部分。《纲要》提出了“九五”期间的具体发展目标，并勾画出了 2010 年的发展蓝图。

我国的商业自动化发展到今天,已经呈现出蓬勃发展的大好局面,出现了一批很有实力的工程实施单位,他们在不断吸收外国经验的基础上,走出了一条具有中国特色的系统建设道路。在商品经济经营管理意识和政府“三金”工程的影响下,广大商业企业管理层的自动化意识也有了显著的提高,他们为了达到“方便管理”、“利用信息”、“辅助决策”的目的,相继提出了建设本企业商业自动化系统的要求,力争在科学管理方面领先一步。

但是,由于我国商业信息系统的建设起步较晚,至今还没有形成一定的规模和格局,与商业自动化的目标还有很大的距离。目前基本处于发展的初级阶段,在很多方面都表现出很大的幼稚性。如:社会环境条件尚未成熟、用户环境条件尚未成熟等。这些问题,将会在今后相当长的一段时间内,困扰着我国商业自动化系统的开发商和使用者,也影响将来我国商业自动化系统的开发和应用水平。

北辰商业自动化系统正是在这种条件下启动的。

商场计算机系统网络逻辑结构示意图

#### ■ 北辰购物中心信息化需求

北辰购物中心始建于1990年,原来是作为1990年北京亚运会的配套商场,是一个中大型零售业类的百货商场。亚运会结束后,北辰集团领导班子认识到商业零售业对于北辰集团的重要性,提出了进一步扩大规模的设想,通过商场建筑改造,将营业面积由7000平方米,扩展到18000平方米。同时,北辰集团也认为这是一次改善企业管理的大好时机,力争进一步调整企业的经营管理手段和管理措施,将信息技术引入到企业的经营管理工作中来,建立企业的自动化系统,通过信息的使用来改善企业的经营环境,提高企业的经营效益。

但是,作为一个传统商业体制下生长出来的商场,北辰购物中心在商业自动化的实施过程中又有着很大的困难和风险:

首先是在进、销、存业务方面:新的业务规则要求业务发生要以信息为依据,通过销售信息来决定定货数量、库存容量;通过销售速度、销售质量,来选择供

货厂商、确定定货渠道。这与传统方式下“业务主管拍脑瓜、业务人员拉关系”的业务方式格格不入，势必会在操作过程中造成很大的困难，并且对企业的正常经营带来风险；其次是财务方面：新的财务制度要求使用“以单品核算为基础的进价”核算方式，这又与传统的“以部门核算为基础的售价”核算方式显著不同，不仅原有的财务人员难以适应这种变化，而且也会给企业财务的正常进行带来危险；第三是职工素质方面：由于缺乏计算机的使用经验，大多数职工都对商业自动化系统的应用缺乏正确认识，并且表现出了强烈的抵触情绪，如果不能正确处理这个问题，也会给企业的正常管理带来风险；第四是在国内同行中成为先例方面：商业自动化进行这么多年，真正成功的案例很少，许多企业由于不能很好地适应商业自动化带来的变化，企业管理不仅没有提高，反而出现滑坡现象，有的企业出现经营效益下降甚至关门倒闭。为了正确处理好这些问题，保证自动化工程的正常进行，中心在系统实施过程中进行了周密的准备，制定了详细的计划，确立了分布实施的工程方案。第一阶段：建立企业的作业自动化系统，实现购物中心基本业务操作的自动化，力争从前台交易到后台的财务记账、合同登录、商品盘点等都能摆脱手工操作；第二阶段：建立企业的信息反馈体系，能较为及时地使各级管理人员得到相关的统计资料，使得购物中心的管理工作能建立在较为客观和准确的基础上；第三阶段：建立购物中心的辅助决策系统，提供较为实用的分析手段和分析工具。

后来证明，这种分步实施的方案很好地满足了企业体制改造与计算机应用之间磨合问题，保证了工程的正常进行。

### ■ 商业自动化该怎样搞

北辰商业自动化系统总体设计的指导思想应力争在现有先进、成熟的技术基础上，在满足当前商业企业需求的前提下，设计出具有相当灵活性和适应性的系统，以支持企业发展过程中系统的进一步扩充与变更。

系统总体设计的原则是系统在满足各种信息处理功能需求的前提下，为了提高系统的各项性能指标所应该遵循的规则。这些规则都是已经发展得相当完善的计算机软硬件技术，目的是为了提高系统整体性能。北辰购物中心系统主要设计依据了以下几个原则：



## 1. 开放性原则

系统方案设计在体系结构、硬件平台、软件平台的确定方面，从设备造型到设计开发，都充分考虑“标准和开放”。把系统建立在分布式体系、客户机 / 服务器系统结构基础之上，选择开放的硬件平台、UNIX 操作系统、ORACLE、SYBASE 大型数据库软件平台；在应用系统的设计与开发方面，依据标准化和模块化的设计思想，在此基础上建立具有一定灵活性和可扩展性的应用平台。这样，可以使系统不仅在体系结构上保持很大的开放性，而且同时能够提供多种灵活可变的接口，系统内部也保持相当程度的可扩充性，从而确保系统能够与电子订货、电子转账、电子数据交换、电子商情等外部信息系统的顺利接轨。

## 2. 先进性原则

为了能够运用当今国内、国际上最先进成熟的计算机软硬件技术，使得北辰商业自动化系统和采用的技术都遵循国际流行趋势，在有限资金的条件下，尽量缩短与国外同类系统的差距，根据当时计算机的发展，该系统设计的先进性主要体现在如下几个方面：

- 采用的系统结构：客户机 / 服务器体系结构；
- 采用的计算机技术：双机热备份技术、双机互为备份技术、共享阵列盘技术、容错技术、RAID 技术等集成技术和多媒体技术；
- 采用先进的网络技术，如：网络交换技术、网管技术，通过智能化的网络设备及网管软件实现对计算机网络系统的有效管理与控制；
- 先进的计算机技术：系统集成技术、多媒体技术、窗口技术、打包技术等。

## 3. 实用性原则

实用性是北辰购物中心商业自动化系统在建设过程中所重点考虑的一种系统性能，因为从使用角度来讲，这个性能对商场具有更加重要的意义，为了提高商业自动化中系统的实用性，具体考虑到如下几个方面：

- 系统总体设计考虑商场当前各业务层次、各环节管理中数据处理的便利和

可行，把满足商场进行商品管理、财务管理、业务管理作为第一要素进行考虑；

- 采取总体设计、分步实施的技术方案，在遵循总体设计的前提下系统实施中可首先进行业务处理层及企业管理中的低层管理，稳步向中高层管理及企业全面自动化过渡，这样做可以使系统始终与商场用户的实际需求紧密的连在一起，不但增加了系统的实用性，而且使系统建设保持了很好的连贯性；

- 全部人机操作设计均考虑不同操作的实际需要，比如：收款机键盘设计尽量根据收款员的操作特点，合理分配功能键的位置和区域；

- 用户接口及界面设计将充分考虑人体结构特征及视觉特征进行优化设计，界面尽可能美观大方，操作简便实用。

#### 4. 可扩充可维护性原则

根据软件工程的理论，系统的维护在整个软件的生命周期中所占的比重是最大的。因此，提高系统的可扩充和可维护性，是北辰购物中心在系统建设时的一个重要原则，具体作法如下：

- 以参数化方式设置系统管理硬件设备的配置、删减、扩充、端口设置等，系统的管理软件平台、系统的管理并配置应用软件；

- 应用软件采用的结构和程序模块化构造，充分考虑使之获得较好的可维护性和可移植性，即可以根据需要修改某个模块、增加新的功能以及重组系统的结构达到程序重用的目的；

- 数据存储结构设计在充分考虑其合理、规范的基础上，同时具有可维护性，对数据库表的修改维护可以在很短时间内完成；

- 系统部分功能考虑采用参数定义及生成方式以保证其具备普遍适应性；

- 部分功能采用多种处理选择模块以适应商业管理模型的变更；

- 系统提供通用报表及模块管理组装工具，以支持新的应用。

## 5. 可靠性原则

作为一个具有几十万种商品的大型零售企业，北辰购物中心一天的交易数量在十几万笔以上，系统每个时刻都要采集大量的数据，并给以处理，因此，任一时刻的系统故障都会给商场带来不可估量的损失，这就要求系统具有高度的可靠性，做法如下：

- 采用具有容错功能的服务器及网络设备，选用双机备份、Cluster 技术的硬件设备配置方案，在出故障情况下能够迅速恢复并有适当的应急措施；
- 每台设备均考虑可离线应急操作、设备间可相互替代；
- 采用数据备份恢复、数据日志、故障处理等系统故障对策功能；
- 采用网络管理、严格的系统运行控制等系统监控功能。

## 6. 安全保密原则

一个商场的数据就是该商场的商业秘密，为了能够在竞争中取得优势地位，保持自己的商业秘密就显得尤其重要，北辰购物中心在系统设计也充分考虑到这一点：

- 系统平台基于 UNIX、ORACLE，这样使系统具备在 C2 安全级基础之上，同时，将重要数据仅存于 UNIX 服务器，DOS 环境下只作客户端操作，不作数据库管理；
- 采用操作权限控制、设备钥匙、密码控制、系统日志监督、数据更新严格凭证等多种手段防止系统数据的窃取及篡改。

### ■ 北辰商业自动化系统透视

北辰购物中心计算机系统应用软件功能主要分为三大部分：

(1) 前台销售管理功能：数据管理、销售管理、通讯管理、前台系统维护；

(2) 商场业务管理功能：商品编码管理、购进管理、物价管理、库存管理、核算管理、商品账管理、仓储管理、租赁管理、厂商管理、辅助决策；

(3) 财务管理功能：凭证管理、记账管理、余额管理、账簿管理、资金管理、往来账管理、账务维护、工资管理、财务报表、财务系统维护；

根据购物中心的实际情况，工程人员找出了影响系统性能的几个重要因素，确定了系统的处理边界，制订了如下的设计方案：

### 1. 系统处理规模

- 10 个楼层，可扩展到 99 个；
- 30 个专业商场，可扩展到 99 个；
- 20 个职能部室，可扩展到 99 个；
- 10 万种商品，可扩展到 999999 种；
- 每个专业商场可设 30 个商品部，可扩充至 99 个；
- 每个商品部下可设 30 个营业组，可扩充到 99 个；
- 每个营业组下可设 30 个柜台，可扩充到 99 个；
- 营业员 2000 名，可扩充至 9999 名；
- 收款员 400 名，可扩充至 9999 名；
- 职工 5000 名，可扩充至 9999 名；
- 联营厂商 1000 家，可扩充至 9999 家；

- 供货厂商 5000 家，可扩充至 9999 家。

## 2. 通信及联网能力

- 保证购物中心主干网与外仓库进行联接；
- 系统留有与外部银行、信用卡授权中心、贸易办、统计局、商业部等的联接接口；
- 本市上级有关领导部门、供货单位等联接接口；
- 系统留有与子公司、供货厂商等外埠单位的联接接口；
- 系统具备与餐饮娱乐业务管理系统、停车场管理系统、商品导购与信息服务系统等系统的接口。

## 3. 事务处理方式

- 主营零售业的购、销、调、存等业务：

POS 销售：实时处理，

业务单据：实时处理，

财务业务：实时处理，

查询业务：实时处理，

记账：日终自动批处理，

统计报表：按时段及种类自动处理，

财务报表：按时段及种类自动处理，

转账：按时段自动批处理，



- 信用卡自动授权业务：实时处理；
- 外仓库业务及进出库业务：本地实时或日处理；
- 实物库存：日终汇总；
- 到货情况：实时查询；
- 办公事务：实时处理；
- 商情服务：实时查询；
- 电子订货：实时处理；
- 电话购物：实时处理；
- 广告促销：按时段自动处理。

#### 4. 系统处理速度

- POS 销售平均响应时间小于 2 秒；
- POS 销售报表查询平均响应时间小于 5 秒；
- 1 万条记录的顺序扫描查询时间小于 20 秒。

#### 5. 稳定可靠性

由于该系统将是商场业务运行管理的重要部分，其运转必须安全可靠，应保证在系统出现故障时能采取相应的应急对策。

#### 6. 可使用性

由于系统将涉及到商业企业各层次工作人员，上至企业领导，下至各业务岗

位的操作人员，从使用人员的文化水平及对计算机应用的承受能力，均要求系统具有高度的友好性和可使用性：

- 人机界面友好，操作简单、方便；
- 有较强的容错操作能力，使得在各种可能发生的误操作情况下不致于引起系统混乱；
- 系统提示信息丰富，有帮助功能；
- 尽可能采用选择输入、相关信息自动输入多种方式及措施，将汉字输入量及输入错误的发生减至最小，提高系统的实用性，保证数据的正确性；
- 数据一次录入，重复使用。

北辰购物中心商业自动化系统自从 1997 年 9 月 6 日投入运行以来，使用效益应该说是和系统使用的逐步深入而变化的，这里不妨通过一系列数据来说明系统效益与系统使用深入程度之间的关系：1997 年 9 月 6 日至 1998 年 6 月 30 日，系统基本业务功能全面投入使用；库存资金占压减少 30%；厂商货款结算速度提高 8 倍；实现开业当月赢利。1998 年 7 月 1 日至 1999 年 2 月 28 日，系统辅助决策功能投入使用。1999 年 3 月 1 日至现在：综合型配送中心系统即将运行。

---

### 采访后记

与同类型企业计算机系统的实施相比，北辰购物中心商业自动化系统建设应该是一个成功的系统，其中成功的原因可能是多方面的，但是，记者认为：其最主要的原因就是很好地处理了计算机系统实施与企业管理体制改造之间、系统应用与企业经营发展之间的辩证关系。

北辰购物中心把企业体制改造融进系统实施过程，重点进行企业业务流程的改造和职工培训，保证了在系统投入使用时，企业管理流程已经是一个高效、合理的流程，避免了新旧系统交接造成的混乱，实现了：高效益+自动化 $\times$ 更高的效益，而避免许多企业的：低效益+自动化 $\times$ 更低的效益。

北辰购物中心的系统实施计划也是切实可行的。它既没有因为企业改造的艰难降低系统要求，也没有好大喜功，对系统提出更高的要求，而是根据企业自身发展的实际情况，制定相应的系统目标：在商场开业初期，着重进行企业数据的全面收集、及时反馈，以及在此基础上的单据流转自动化、操作流程规范化，从而形成了坚实的系统应用的数据环境和管理环境；在一段时间后，加入系统应用更高层次的要求，如商品价格分析、商品库存资金占压分析、厂商货款结算分析等，为进行企业管理的信息应用打下基础。在这样的指导思路下，北辰购物中心商业自动化系统的实施便避免了空中楼阁式的建设方式，完成了从无到有的过渡。

从整个产业角度来讲，北辰购物中心的建设也正是具有中国特色的系统建设思路，它是中国特有的信息应用环境的产物，这与我们常说的：大流通、大市场、电子商业、虚拟商业等概念息息相关，是实现整个商品流通行业信息化的第一步，也是新商业时代的前奏。

连锁经营

#### 四. 电子数据交换(EDI)技术

##### 电子商务的先锋——谈谈 EDI (一)

##### 电子商务的先锋——谈谈 EDI (一)

作者：慕岩

#### 教学纲要

七十年代，当电子数据交换(EDI)首次出现的时候，恐怕没有人能想象得出电子商务会发展成现在的样子。有一天，当你悠闲地坐在自己家中，一边品尝着浓香的咖啡，一边摆弄着计算机的鼠标信步“走”进一家家电子商店(E-Shop)时，你是否会想到这一切在二十多年前就已开始萌芽了呢？

短短的几年间，电子商务驾着互联网的浪潮席卷全球，金融业、商业、制造业、零售业纷纷涌上电子网络的国际列车。形形色色的“在线商店”层出不穷，数以亿计的电子现金在网络中川流不息，商人们为蜂拥而来的数字化订单欣喜若狂，所有的人都正在或试图在WWW上实现着自己的梦想。电子商务（E-Commerce）来势如此之猛，让人们既兴奋而又有些不知所措。事实上，电子商务的思想并非新兴之物，最近在互联网上掀起的商业狂潮也是酝酿已久的了。

也许你难以相信，早在1839年，当电报刚刚开始出现的时候，人们就已经开始了对电子商务的讨论。当贸易订货与合同开始以莫尔斯电码的“滴答”形式在电线中传输的时候，电子商务的新纪元就注定要开始了。随着电话的出现，电子化的商务处理也出现了。首先是通过话音进行，然后是传送简单的财务结算信息，以至完全的货币管理、课程登记及其它一些新的事物。相比之下，传真更接近于电子商务。它采用数据通信技术，具有很强的灵活性，并在世界范围内得到广泛的使用。传真能够传送各种格式的信息，将那些格式会经常变化的表单传给那些需要填写的人，然后又能马上反馈回来，无需程序的处理。由于输入表单的格式无关紧要，可随发送者的喜好而定，这使传真机在其它各种信息传递方式出现以前就得到了广泛的应用，而电子商务则相对落后了。

真正使电子商务走入现实生活的，是电子数据交换（Electronic Data Interchange—EDI）技术。在二十多年前，当电话和传真仍然是进行贸易的主要通信手段时，要做成一笔交易远不象今天这样方便。让我们暂时乘坐时间飞车回到七十年代，假设你是纽约的一个杂货店老板，正准备订购一批罐头。为了压低成本，你必然要向认识的许多供应商索取最新的价目表和可能的优惠条件（要么通过电话或邮件，要么使用传真机）。随着一大摞报价单的到来，从中挑选出一家最优惠的生意伙伴成了一件让人头疼的事情。虽然那时可能已经有了几台价格不菲的电脑，但你大概并不想麻烦它们，因为把所有这些纸面上的价目表格转换成电子数据的时间可能已足够让你手工挑选一遍了。但要明白的是，麻烦其实才刚刚开始，你还要把所需的罐头数量和你能接受的价格发送给你选定的供应商（如果你是个精明的商人的话，这绝不止是一家）。对方同样会与多家杂货店同时洽谈，并把价格或优惠条件略作调整再重新传回来。这样的讨价还价可能会往返多次，直到最终达成协议或者不欢而散。然后，你再传给供应商正式的订单；然后，双方交换正式的合同；再然后，……，每一笔买卖达成之后，你都会

发现办公桌上堆起了厚厚的一摞记录纸和单据。很少有商人情愿把这么多的时间浪费在纸面工作上，可是在电子数据交换出现之前，又有多少人能真正摆脱这些事情呢？

幸运的是，电子数据交换（EDI）终于把商人们带出了困境。随着计算机网络逐渐走出科研机构的小圈子，商业界成了首批的受益者。各家公司的计算机通过专线电缆或电话网连接到了一起，办公桌上高高摞起的单据变成了二进制的数据在公司之间的网络中流动。订货单、确认回执、合同文本以及通知信件不断从一台计算机发出，穿越网络，进入另一台计算机。以往需要几天时间才能完成的交易在几个小时，甚至是几分钟内就结束了。商人们发现他们户头中的钱增加得越来越快，仓库中积存的货物却越来越少，以至于减小库房的计划被提上了日程。

EDI 这个新的词汇很快地赢得了商人们的欢迎。通过EDI，用户可以订购产品、预约服务、协商价格、确认购买、通知发货以及接收付款等。许多人认识到，这将不仅仅是一项新技术，还将在整个商业界乃至更广泛的领域引发一场管理上的革命。通过电子数据交换进行交易不仅可以提高事务处理的速度，更由于省去了从纸面记录到电子数据的转换过程，使计算机自动处理商业信息真正成为可能。

EDI 真的具有如此大的威力吗？事实上，不只是商人们认识到了EDI 的价值，制造业、运输业、零售业以及卫生保健和政府部门也纷纷加入了EDI 应用的大军。甚至在经济部门以外的其它领域，只要那里是用计算机进行管理的，而且有在不同单位间交换和处理文件资料的需要，EDI 就可以显示出它无穷的威力。今天，电子数据交换的应用早已从行业内部走出，成为跨行业、跨部门、跨国家的信息技术应用，成为市场竞争中必不可少的重要手段。全球已有数十万家企业在使用EDI。许多权威人士认为，今后做生意要是没有EDI，将如同以前没有电话一样寸步难行。电子数据交换的使用与否，已经直接影响到了国际贸易的开展。美国和欧洲联盟的大部分国家已从1992年起宣布采用EDI方式办理海关业务。在这些国家从事进出口贸易的公司如果没有采用EDI方式报关，它的海关手续将被推迟处理，或者干脆不再被选为贸易伙伴。如此一来，要是哪个商人还跟不上EDI的快车，就终将被排除在国际市场之外了。

此外，EDI带给用户的直接收益也是显而易见的。由于消除了纸面作业，从而节省了大量的纸张费用。减少人工干预的通信过程不仅简化了中间环节，省去了相当多的人力成本，还降低了人为造成的差错，



提高了工作质量和可靠性。而EDI普遍采用的信箱存储转发方式，使用户既可以实时通信又可以非实时通信，不再受时间、地点的限制，更加方便灵活。同时，由EDI中心统一负责的用户数据保存也可以提供更可靠的安全性和公正性。

不仅如此，在使用EDI进行的信息交换过程中，通过采用标准电子单证通信方式替代纸面单证通信方式，还可以沟通政府机构与所属企事业单位的往来，这样就可以把制造商、批发商、代理商、零售商以及政府的有关部门、仓储、运输、银行、保险等机构有效地联成一体，从而最大限度地降低成本、节约时间，并增强竞争力。它的使用能大大提高工作效率，使繁琐的审批手续、大量的单证制作、来回奔波的辛苦成为历史。实施EDI引起的企业内部结构、运行机制的改变，也使贸易伙伴间的各业务环节更密切、更协调，从而在促进资金流动、减少库存、服务客户等方面得到大幅度改善。有关资料表明，EDI的应用已经产生了显著的经济效益和社会效益。例如，交易文件的传递速度提高了81%，文件处理成本降低了38%，因差错造成的贸易损失减少了40%。美国的汽车工业应用EDI后，每辆汽车约可节省200美元的成本。据美国通用电器公司统计，近5年来应用EDI使公司的产品销售额激增了60%，库存周期由原先的30天降至6天。

（未完待续）

## 1. 电子商务的先锋——谈谈EDI（二）

### 电子商务的先锋——谈谈EDI（二）

作者：慕岩

#### 教学纲要

七十年代，当电子数据交换（EDI）首次出现的时候，恐怕没有人能想象得出电子商务会发展成现在的样子。有一天，当你悠闲地坐在自己家中，一边品尝着浓香的咖啡，一边摆弄着计算机的鼠标信步“走”进一家家电子商店（E-Shop）时，你是否会想到这一切在二十多年前就已开始萌芽了呢？

今天，EDI的应用早已从最初的贸易数据交换扩展到金融汇兑、交互式应答服务等方方面面。它还可以广泛地用于海关、工商行政、税务及其它众多公用事业部门的业务审批工作。以税务管理为例，通过EDI可以把纳税的各个环节中的增值税申报表、资产负债表、企业盈亏表、审核后的完税单、银行划帐后的对帐单、税款进国库通知等单证

的交换处理瞬间完成。

对于商人们来说，了解EDI能更快和更多地为他们带来利润也许就足够了，但是可能有更多的人还希望知道它到底是一项什么样的技术。确切地讲，EDI是现代信息技术和现代经济管理相结合的一个产物。采用此技术的商业伙伴们根据事先达成的协议，把经济信息按照一定的标准进行格式化处理，并把这些格式化数据，通过计算机通信网络在他们的计算机系统之间进行交换和自动处理。构建这样的通信网络并不复杂，只要拥有用于执行EDI功能的计算机，并将它连入公用网络就可以了。至于使用何种机器则完全看公司自己的需要了，大到使用大型或中型机，小到随便抓一台个人电脑用用都可以。当然，估计不会有哪家公司愿意为了省下一点点硬件投资而使它的EDI处理慢得让人无法忍受的。

仅仅有了联网的计算机还不够，那只不过能让你发发电子邮件什么的。由于计算机应用系统只能处理符合某种格式的数据或文件，而各个公司由于自己业务的特点和工作需要在设计自己的应用系统时不可能采用完全相同的格式，因此翻译和转换软件是必不可少的。这些EDI软件能把某个公司的各种商务文件和单证从该公司专有的文件格式转换成某种标准的格式，同时它也可以将网络中传来的标准格式文件转换为公司内部格式。除此之外，EDI软件还担负着指导数据传输和保证传输完整性与正确性的任务。它要记住贸易伙伴用的是什么标准，并能处理有关问题。例如，你的公司可能使用不同的增值网向许多贸易伙伴发送电子单证（就象在前面为你的杂货店订购罐头时所做的一样），这些单证完全可能使用不同的标准。即使标准相同，也可能版本不同。要确保每个贸易伙伴在适当的网络上自动地接收到你的文件并非一件容易事。另外，如果传输发生了问题，你的EDI软件还应该能确定问题的原因并尽快加以解决。

“计算机技术的意义在于使某些人可以更懒一些”，此话似乎多少有些道理。EDI技术也不例外。EDI软件通过与5类文件的相互作用完全实现了无人工干预的自动处理。贸易伙伴文件中保存了你所有的贸易伙伴的信息；标准单据文件记录着文件的标准格式和贸易伙伴的文件格式；网络文件包含了相关网络的标识、传输协议、速度等信息；安全保密文件则限制对本系统的访问权限；还有差错管理文件负责记录退回文件的原因和出错日志。有了这些辅助文件，EDI系统就可以源源不断地接收和发送各种电子单证和表格。EDI实现自动处理的意义还不仅仅在于它本身，由于它不再需要人工辅助，公司内部与之相连

的订货管理、发货管理、业务统计等处理系统也就有了实现自动管理的可能。设想一下，你只要坐在办公室内轻松地作出几项关键性的决策和指令，余下的各种具体任务就不再需要操心了。不仅你的秘书得到了解放（没准要“下岗”了），公司所有的工作效率都将大幅度地提高。

不过，即使有了EDI转换软件，统一的格式标准仍然是有明显好处的。在统一标准下，EDI用户不再需要支持多种标准便能进行国际间的电子数据交换。因此，90年代成了各国积极寻求世界范围内EDI标准的时代。美国国家标准局（ANSI）主持制订了X.12数据通信标准，在北美洲得到了广泛的使用。它包括AIAG（汽车行业集团）、UCS（食品杂货类）等应用EDI标准，已经成为了通用的成熟产品。另外，北美和欧洲专家在UN/ECEGTDI（联合国欧洲经济委员会主办的贸易数据交换规则）的基础上开发了国际EDI标准EDIFACT（EDI for Administration, Commerce and Transportation）。经过有关标准化组织的工作，最早在西欧使用的EDIFACT成了事实上的国际标准。现在，ANSI X.12和EDIFACT两大标准已经合并成了一套世界通用的EDI标准，可以使现行的EDI客户有效地移植他们的应用系统。

在中国，电子数据交换技术也不再是可望而不可及的事了，相反，它正在蓬勃发展着，并迅速在许多部门得到了广泛的应用。中国公用电子数据交换业务网（CHINAEDI）已经拥有了上海、青岛、深圳、北京、广州、天津、武汉、南京、沈阳、西安、郑州、杭州和海口等13个EDI节点。各节点之间以系统内部的OTX协议经分组网互联，而与国际EDI网络的连接采用X.400协议。CHINAEDI为无线网结构，全网实行一级交换，在北京设有全国网管中心。作为全国性的大网，CHINAEDI设有专门的入网特别服务号，凡是有电话网或分组网的地方，用户都可以上网进行EDI应用。它面向全社会的各个行业提供优质服务，并可以作为专用EDI网的公共转接和交换中心。这样，就形成了全国各行业数据信息的大流通和大交换。用户的EDI应用将不再受地理或行业限制。另外，CHINAEDI网拥有国际和港澳出口，国内EDI用户可以通过它与国外EDI用户通信，不必自己租用国际电路与国外EDI业务网相联，从而节省了大笔费用。为了适应不同类型用户的需要，CHINAEDI支持了多种上网方式，既可以经分组网专线上网，也可以经DDN专线上网，还可以经帧中继上网。在不久以后，还将提供ISDN、Internet等更多的上网方式。

尽管如此，我们的很多企业 and 部门时至今日仍然徘徊在EDI的大门之外。它们或是由于对新技术的不了解，或是对EDI的潜在价值持怀

疑态度，更多的还是不愿放弃多年来习惯的工作方式。但是，电子商务以及其它各项事业的电子化已经成了人所共知的必然趋势。随着全球贸易、金融的进一步一体化，随着网络和信息技术的飞速发展，任何忽视这项技术的人都可能被市场经济的竞争社会无情地淘汰。一个全新的网络化世界已经对我们敞开了大门，Internet 的无国界性必将引起更加激烈的全球性经济竞争。我们应该积极地适应这场巨大的变革，抓住这个历史性机遇，迎接这个数字化时代的到来。

(全文完)

## 五. 网络营销

### 1. 我国网络营销的发展

#### 我国网络营销的发展

世界企业网 (Worldqiye.com) <http://www.worldqiye.com/wlyx/0982.htm>

资料来源：管理咨询论坛

文/whohw

网络营销:21 世纪企业营销的主流

网络营销(On-lineMarketing 或 Cybermarketing)全称是网络直复营销，属于直复营销的一种形式，是企业营销实践与现代信息通讯技术、计算机网络技术相结合的产物，是指企业以电子信息技术为基础，以计算机网络为媒介和手段而进行的各种营销活动(包括网络调研、网络新产品开发、网络促销、网络分销、网络服务等)的总称。网络营销根据其实现的方式有广义和狭义之分，广义的网络营销指企业利用一切计算机网络(包括 Intranet 企业内部网、EDI 行业系统专线网及 Internet 国际互联网)进行的营销活动，而狭义的网络营销专指国际互联网网络营销。国际互联网，前身是美国国防部于 1969 年建成的阿帕网(arpnet)，目的是把美国各大院校中互不兼容的电脑连接起来，用于军事研究。进入 80 年代以后，阿帕网的性质逐渐从军事科研网转变为民用商业网，规模迅速扩大，应用领域迅速拓展，并很快发展成为全球最大的计算机网络系统。截止 1998 年 2 月，国际互联网已覆盖 170 多个国家和地区，连接着 6 万多个区域性网络、600 万台以上的主机，拥有大约 1.3 亿用户，而且网络用戾还在以每月 15% 的速度增长。国际互联网正迅速渗透到社会政治、经济、文化的各个领域，进入人们的日常生活，并带来社会经济、人们生活方式的重大变革。人类已开始步入网络化社会，愈来愈多的企业认识到国际互联网对企业经营发展的作用，纷纷挤占这一科



技术制高点，并将之视为未来竞争优势的主要途径。目前，在美国，有超过 40% 的企业在利用互联网开展营销业务；在北美、西欧和日本，自 1995 年以来加入互联网的企业以每月翻一番的速度增加；美国《财富》杂志统计的全球前 500 家公司几乎全都在网上开展营销业务。据美国国际电信联盟和国际数据公司统计，全球互联网上的交易额 1996 年为 30 亿美元，1997 年为 134 亿美元，1998 年为 313 亿元，预计 1999 年将达到 710 亿美元，2000 年将突破 2230 亿美元，到 2010 年网络贸易额占全球贸易总额的比重将达到 42%。网络蕴藏市场无限，孕育商机万千，网络营销极具发展前景，必将成为 21 世纪企业营销的主流。

网络营销作为一种全新的营销方式，与传统营销方式相比具有明显的优势。首先，网络媒介具有传播范围广、速度快、无时间地域限制、无时间版面约束、内容详尽、多媒体传送、形象生动、双向交流、反馈迅速等特点，有利于提高企业营销信息传播的效率，增强企业营销信息传播的效果，降低企业营销信息传播的成本。其次，网络营销无店面租金成本。且有实现产品直销，能帮助企业减轻库存压力，降低经营成本。第三，国际互联网覆盖全球市场，通过它，企业可方便快捷地进入任何一国市场。尤其是世贸组织第二次部长会议决定在下次部长会议之前不对网络贸易征收关税，网络营销更为企业架起了一座通向国际市场的绿色通道。第四，在网上，任何企业都不受自身规模的绝对限制，都能平等地获取世界各地的信息及平等地展示自己，这为中小企业创造一个极好的发展空间。利用互联网，中小企业只需花极小的成本，就可以迅速建立起自己的全球信息网和贸易网，将产品信息迅速传递到以前只有财力雄厚的大公司才能接触到市场中去，平等地与大型企业进行竞争。从这个角度看，网络营销为刚刚起步且面临强大竞争对手的中小企业提供了一个强有力的竞争武器。第五，网络营销能使消费者拥有比传统营销更大的选择自由。消费者可以根据自己的特点和需求在全球范围内不受地域、时间限制，快速寻找满足品，并进行充分比较，有利于节省消费者的交易时间与交易成本。此外，互联网还可以帮助企业实现与消费者的一对一沟通，便于企业针对消费者的个别需要，提供一对一的个性化服务。当然，万物各有所长，也各有所短。作为新兴营销方式，网络营销具有强大的生命力，但也存在着某些不足。例如：网络营销尤其是网络分销无法满足消费者个人社交的心理需要。无法使消费者以购物过程来显示自身社会地位、成就或支付能力等。尽管如此，网络营销作为 21 世纪的营销新方式势不可挡，将成为全球企业竞争的锐利武器。

### 我国网络营销的现状

在我国，网络营销起步较晚，直到 1996 年，才开始被我国企业尝试。据传媒报道：1996 年山东青州农民李鸿儒首次在国际互联网上开设“网上花店”，年



销售收入达 950 万元，客户遍及全国各地，但公司没有一名推销员；1997 年，江苏无锡小天鹅利用互联网向国际上 8 家大型洗衣机生产企业发布合作生产洗碗机的信息，并通过网上洽商，敲定阿里斯顿作为合作伙伴，签订合同 2980 万元；海尔集团 1997 年通过互联网将 3000 台冷藏冷冻冰箱远销爱尔兰，至 1999 年 5 月 12 日，该公司累计通过互联网发布信息 11298 次，接受并处理用户电子函件 3600 多封，访问人数由去年同期平均每天 2300 人次扩大到现在平均每天 27000 人次，并有 20% 的出口业务通过互联网实现。北京、上海、广州等地不少商业企业也纷纷在网上开设虚拟商店，全国网上商店已达 100 家左右。目前，网络营销已开始被我国企业采用，各种网络调研、网络广告、网络分销、网络服务等网络营销活动，正异常活跃地介入到企业的生产经营中。据国家信息中心有关统计数字表明，目前我国有 8 万余家企业已加入互联网，并涉及网络营销，其中以计算机行业、通讯行业、金融行业较为普遍，计算机行业占 34%，通讯行业为 23%，金融行业为 11%，其他为 32%。尽管如此，与发达国家相比，我国网络营销发展的总体水平较低，仍停留在起步阶段，具体表现在：

1、网络竞争意识不强，对网络营销认识不清。绝大部分企业还只把竞争焦点定位于实体市场，没有充分意识到知识经济时代抢占网络信息这一虚拟市场对赢得企业未来竞争优势的必要性与紧迫性，把网络看得过于神秘，总以为只有工程师、电脑技术人员才能使用这一高科技产物。

2。上网企业数量少，分布不均衡。目前，国内企业上网总体雷声大，雨点小，全国 560 万家企业(含乡镇企业)中，上网企业所占的比例不足 1.5%，且集中分布在北京、广州、上海等几个大城市。上网企业数量少，浏览的客户就下降，网络给企业创造的效益就减缓，从而形成恶性循环。

3、网络利用率不高，营销方式单一。大部分上网企业的网络营销只仅仅停留在网络广告与网络宣传促销上，而且网络促销也只是将企业的厂名、品名、地址、电话挂在网上而已，很少有企业拥有自己独立的域名网址，并对企业形象及产品作具体、系统介绍，网络利用率低。甚至有不少企业上网是为了赶时髦、追潮流，把网络仅当作一种方便快捷价廉的通讯联络方式。网络调研、网络分销、网络新产品开发、网络服务等营销活动，涉足者寥寥无几，网络对企业营销的巨大优势与潜力远远没有被挖掘出来。

4、网络营销产品少、范围不广。目前，我国企业网上营销的产品主要集中于电脑及其配件、软件、图书、汽车等有限的几类特殊产品，面向大众的服装、食品、日用品、家电等上网者甚少。

5、网络营销策略水平不高，效益不佳。对网络营销这一特殊营销方式的营

销策略缺乏系统研究，还处于实践摸索阶段，没有形成一套适合我国国情的网络营销策略。不少企业还只能沿用过去传统实体市场营销策略，网络营销效益不高。据悉，目前全国开通网上购物的商业企业，迄今尚无一家盈利，不少网上商店开张不久即宣布倒闭，少数几家也是依靠现时的实体商场的信誉而勉强维持。

### 发展我国网络营销的主要障碍

目前，我国网络营销发展的总体水平较低，究其原因，主要有以下障碍：

1、网络发展水平不高，覆盖率低。在我国，电脑还远不是大众消费，互联网远未深入千家万户。目前，我国网络用户虽然增长速度较快，但总量太少，覆盖率低，即便是北京、上海这样的大城市，网络覆盖率也不过才达到 8%和 2%。其他城市就可想而知了。据中国互联网络信息中心最新统计报告表明，全国上网用户仅 400 万，不足美国的 1 / 12，大大低于发达国家的水平，网络营销缺乏最起码的人气基础。

2、网络基础设施差，线路少，速度慢，安全性不高，但用户使用成本开支较大。按绝对价格计算，我国人均收入不过美国的 1 / 20，但要付出比美国人高 20 倍的价钱才能拥有同样多的网上信息量，据调查，在 86.1%的用户抱怨网络速度太慢，收费太贵。低水平设施的网络与高水平收费限制了用户上网，束缚了网络市场的健康发展，并已成为制约网络营销发展的一道瓶颈。

3、安全、方便的网络支付机制欠缺。目前，我国网络支付的技术手段尚不成熟，安全通用的电子货币尚处于研制认证阶段，在目前信用卡消费未占主导的情况下，网络分销的现金交割只能靠用户事前(后)交费才能完成。网络分销成了一种“网上订货、网下付款”的四不象交易方式，极大地影响了网络分销的效率。即使赁信用卡实现网上支付，对消费、对企业均有一个安全保障的问题。对消费者来说，他们面对的是陌生的机器，万一出故障吞了血汗钱怎么办；对企业来说，万一拿到的信用卡号码是盗用的出现收款问题怎么办。即便是电子货币成为现实，但要让企业业务主管、整个社会接受，短期内恐怕也难以实现。据调查，有 52%的网络用户认为目前网上购物的最大问题是没有安全方便的网上付款方式。因此，目前在网络安全支付方面存在的技术与观念问题是网络营销发展的核心与关键障碍。

4、消费者传统购物观念的束缚。据调查，有 59%的人认为网上商品无实体感，对其质量不放心，而宁愿选择自己去商场购买。这种眼见为实的购买心态及对新事物的不信任感，多少也会制约网络营销的发展。

5、物流网络不配套。网络营销虽然缩小了企业之间的信息虚拟市场上的竞争差距，但对企业的物流水平与能力提出了更高的要求，而目前，拥有全国物流

能力的企业寥寥无几，特别是广大中小企业，物流能力不强，效率不高，不能及时与网络用户实物交割，已成为阻碍其网络营销发展的主要因素。因此，发展网络营销，物流先行是可行之路。

此外，企业信息管理与分析能力低，缺乏既懂网络技术又懂营销管理的复合型人才等，也是制约网络营销发展的一大障碍。

#### 发展我国网络营销的主要对策

当前，为加快我国网络营销的发展，应重点抓好以下几项工作：

1、从战略高度充分认识发展我国网络营销、抢占网络信息市场的必要性与紧迫性，抓住有利时机，缩短我国与发达国家的差距。

2、强化对网络营销的舆论宣传，提高社会与公众对网络营销的认识，消除陌生感、神秘感，增强信任感。引导广大消费者改变过去眼见为实的传统购物方式与购物习惯，使其从心理上接受网络营销。

3、广泛开展对网络营销的学术研究，不断开发适合我国国情的网络营销新方式与新策略。

4、加强对网络营销的立法与监督，规范企业的网络营销行为。在网络商场的市场准入制度、网络交易的合同认证、执行和赔偿、反欺骗、知识产权保护、税收征管、广告管制、交易监督，以及网络有害信息过滤等方面制定规则，为网络营销的健康、有序、快速发展提供一个公平规范的法律环境。

5、制定鼓励、扶持网络营销发展的优惠政策，为网络营销的发展提供一个良好的经济环境。同时，对网络营销的发展也要科学规划，统筹安排，既要防止畏缩不前，又要避免不顾客观现实条件的急躁冒进。

6、加强网络技术研究，改善网络基础设施，提高网络整体水平。当前重点是加快电子货币的研究，尽快实现网上安全支付。

7、加快电信产业发展，打破电信行业垄断经营，引入市场竞争机制，改善电信服务质量，调低电信资费标准，使网络消费与人们的收入水平相适应，为网络营销创造一个宽松的环境。

8、企业应尽早申请注册自己的网址域名，并加强对网址域名的宣传，努力树立网络形象；要确定适合网络营销的产品，采用低价定价策略；要切实提高自身物流能力，大力培养网络人才；要整合其他营销手段，不断提高网络营销的水平和效益。

来源：人民网 2002年5月08日

## 2. 国有大企业网上设摊 获得 6600 万网上订单

### 国有大企业网上设摊 获得 6600 万网上订单

在短短的 20 多天里，浙江省国有大企业——巨化集团通过中国化工网“网上设摊”，与海内外客户达成了 6600 多万元的成交意向，其中 2000 多万元已经实际成交。由此，巨化集团成为浙江省工业品网交会上成交最早而且成交额最大的企业。

巨化集团这 6600 多万元的交易是如何得来的呢？近日，巨化集团经贸部有关人士披露了网上交易的诀窍。

6 月 15 日浙江省工业品网交会开幕当天下午，巨化集团就收到了 4 家客户的询盘信息，其中一个客户询盘为浙江某化工进出口公司要求采购二氯甲烷的采购信息，引起了集团的关注。公司经贸部在第一时间通过电子邮件与对方洽谈，前后来回了 3 次，双方达成成交意向。次日，巨化与这家客商达成了浙江网交会的首笔成交业务——金额为 212 万元的网络合同。此信息在网交会上发布后，巨化集团的“摊位”上询盘者络绎不绝，成交额节节上升。

如此“战绩”，令参加浙江网交会的 5000 多家企业羡慕不已。但巨化集团经贸部的人士认为，这巨额订单的背后，有规律可循。

一是打有准备之仗。巨化集团为参加浙江网交会，进行了大量细致周密的准备。集团经贸部将精心选择的 60 多个产品以及集团本身的介绍，通过中英文说明、产品图片等形式加以精心制作，传递到网交会的技术平台发布。技术人员在输入信息时，经过了 10 多次反复核对，确保了文字说明准确无误，产品图片清晰逼真。制作的网页也要做到简洁明了，直观性强。

二是选择一个好平台。网络贸易最重要的是延伸面广、客户群多的网络平台。巨化集团之所以对此次浙江网交会热情颇高，其中一个原因是看中了网交会的承办方中化网。作为国内行业网站的主力军，中化网在国内外的知名度比较高；此次网交会又启用了中化网出资百万从海外购回的顶级域名 ZJ.COM，大大提升了网交会的知名度和客商的参与面。

三是注意电子商务的日常投入。电子商务作为新型贸易方式，目前各地企业最缺乏的是人才。而巨化集团近年来已经投入了巨额资金进行企业信息化改造和信息人才的培养。公司目前已经打造了网上信息发布、网上采购、网上工程招投标、网上销售和资源共享等平台，特别是成功搭建了物资交易综合平台，400 多种物资进入平台公开交易。由于集团年采购金额至少在 15 亿元，仅此一项就

可节约采购成本 1000 万元以上。可以说，巨化集团上下对网络贸易已经并不陌生，此次网交会的成果确是“水到渠成”。

作者：王孝弟 江海

作者单位：新华社

文章来源：新华网

发布日期：2003-7-16

### 3. 浙江网交会的启示：在虚拟空间做实在生意

#### 浙江网交会的启示：在虚拟空间做实在生意

突如其来的 S A R S 危机，一度使中国经济遭遇措手不及的“拦腰一击”。危机不仅考验着政府的宏观调控能力，也考验着中国企业自我“疗伤”的修复本领。最近，民营经济发达的浙江省举办了一场国内迄今为止规模最大的工业品网上交易会。在网交会开张的一个月里，先后有来自全国 27 省、直辖市和自治区的 5500 多家企业参展，累计超过 2000 万的海内外客商点击网交会参展企业。截至 7 月 16 日，海内外客户在网交会上协议成交额达到 14.2 亿元，其中实际成交额已达 4.57 亿元。这场在后非典时期举办的特殊网交会，受到海内外的广泛关注。

6 月 15 日，一种全新的营销模式在浙江得到了演示。这天上午 9 时 55 分，国内迄今规模最大的网交会开幕，2 万多种产品同时亮相浙江网交会的网页上。富有开创精神的浙江人此次以政府牵线、民间唱戏的方法，由中国最大的化工专业网站——中国化工网出资 300 万元，免费提供所有的技术支持。参展的省内外企业也无需任何费用，所有参加网交会的经贸活动一律免费。第二天下午，第一个金额为 212 万元人民币的网络合同签约。

#### “网上生意”不再神秘

在浙江网交会开张后的半个月里，浙西衢州市参加网交会的企业共与客户成交 7453 万元，已经交货的有 2426.5 万元。一个偏僻地区的百来家企业，半个月内在引来了 7400 多万元国内外市场的大订单，令许多业内人士大为跌镜。

首开网交会成交 212 万元生意记录的巨化集团公司，此次成交额已经超过 2000 万元。另有 6600 万元达成成交意向。巨化网络贸易高手的现场体会，给大家很大启发。据介绍，从 2000 年开始，巨化集团就进行企业信息化改造，



按照总体设计,统一规划,分步实施的要求,以企业对企业的形式,建立了网上采购、网上工程招投标、网上销售和企业管理网络为主体的电子商务和信息资源共享两大平台。特别在电子商务平台创新了物资供应链和销售链,经网上采购每年能降低目标成本1个百分点,节约成本5000多万元。此次在浙江网交会上推出的“二氯甲烷”是公司的拳头产品,一下子成为网上的热点,众多买家纷纷询价。

而过去对出口几乎没有多少概念的开化芹江钟表有限公司,在网交会上突然发现,自己与外商离得是那样近。这家生产木质机械落地钟、机械座挂木钟等六大系列钟表产品的企业,去年的销售额超过1600多万元,而出口量仅68万元,而且都是通过国内其他企业销出去的。几年来,把产品打到国际市场,一直是这家企业的一个梦,为此企业也建立了中文网站,但效果不明显。

这次网交会上,该厂建立了中英文两个版本展位。开展没几天,就陆续收到了英文的电子邮件,是发自沙特、阿联酋和意大利等国的询盘,于是赶紧在网上与外商洽谈起来。沙特的一位客商对该厂木钟的款式、报价等都表示满意,又委托在义乌经商的一位朋友专程到厂考察,很快,第一笔两个40英尺国际集装箱的产品就敲定了,货款也以美元现金通过“TT”方式汇到芹江钟表公司帐户,产品顺利从上海港出运。7月5日,这一客户的第二笔生意共2个国际集装箱产品,又从开化发货了。意大利、阿联酋的生意都已成交发货。

衢州是浙江的欠发达地区,过去企业一直苦于信息封闭,不过网交会却让它们豁然开朗。中化网总裁孙德良指出,象衢州这样的地区,要实现工业经济跨越式发展,企业信息化是不可逾越的。在参与市场竞争中,通过电子商务的平台进行公平竞争将是重要的一步。

#### 500多家企业被拒之“网”外

浙江舟山市一家玩具企业怎么也没想到,会因为知识产权的问题被浙江省首届工业品网上交易会拒之“网”外。

据承办此次网交会的中国化工网总裁孙德良统计,截至网交会开幕时止,共有500多家企业被筛选淘汰出此次网交会。

“宁愿参展企业少一点,也不要让假冒伪劣产品和侵犯知识产权的企业混进来。”浙江省经贸委主任丁耀民告诉记者,这次网交会参展资格的审核工作非常严格,把关实行层层负责制。企业自动网上申报后,由各市经贸委负责审核、筛选归口企业的网上申报资料,省属企业的审核工作则由省经贸委负责,这样就淘汰出“网”了500多家企业,最后剩下3000多家企业“验明身份”后获准网上交易。记者采访中还了解到,企业网上公布的所有产品,在为期一个月的网

交会期间将被锁定，只能看不能修改，防止“偷梁换柱”。

记者分别采访了浙江 8 个市的经贸委负责人，了解到主要有 3 大原因导致企业被网交会婉拒：一是侵犯知识产权。舟山市经贸委张光明处长告诉记者，他们发现舟山市申报参展的 5 ~ 6 家玩具企业假冒了其他企业的产品，所以这些企业的资料审核没有通过；二是产品质量不过关，宁波市经贸委为此卡掉了 1 0 0 多家企业；三是有些企业不了解电子商务，申请参展的资料没有符合要求，比如产品没有附上照片，公司的信息披露得不完全，公司网页制作的质量不高，等等。

浙江省经贸委副主任徐林说：“等到时机成熟时，浙江将在网交会基础上考虑组建一个功能齐全、服务优良和配套完善的大型信息平台，作为浙江专业市场电子商务的门户网站，让浙江网交会永驻。”

作者：慎海雄 崔砺金 傅丕毅

文章来源：经济参考报

发布日期：2003-7-25

## 六. 电子商务中的供应链管理与物流

### 供应链管理

#### 供应链面面观

#### 供应链面面观

by AMT 李宇宁编译

当面对企业生产、销售流程中的诸问题，触及众多管理新观念，究竟哪个是你真正需要的——实时企业信息、全面集成供应链管理还是先进的排程计划？此时一个企业级管理系统肯定可以帮你忙。当然问题或许全出自你的供应商；或只因生产厂的能力并未被你充分利用起来。

为解决上述疑难，首先你必须理解何谓供应链管理。各种用于制造业的现代管理思想，都融合了供应链的概念，但一直人们仅把它作为改进供应管理的一种强化行为。那么，供应链（Supply Chain）到底是什么含义？供应链实质含“供”与“需”两方面，亦可理解为供需链。。物流从供方开始，沿着各个环节向需方移动。每一环节都存在“需方”与“供方”的对应关系，形成一条首尾相连的供需长链，称为供应链。链上除物料的流动外还有信息的流动。其中需求信息同物料流动方向相反，从需方向供方流动；由需求信息引发的供给信息。同物料一起

沿着供应链从供方向需方流动。尽管供应链上的所有环节都应高效率运转，使产品以可预见的方式最快捷地传送到最终消费者手中，但必须服从整条供应链——所有环节朝同一目标运转。如图 1 所示，各种物料从采购到制造到分销，是一个不断增加其市场价值或附加值的增值过程，各环的价值增值也不尽相同。一个环节是多最关键主要取决于它能带来多大的增值价值。

下面分别就易耗消费品、耐用消费品、复合制造型的生产厂家作一些分析。

#### 需求管理&分销管理

假设你是一名专事生产香皂、牙膏之类日常消费品的制造商，你的供应链是由生产、分销和需求三要素组成。显然，分销是这条链上最关键的环节。整条供应链的目标是：不管何时，顾客一进商店就能看见您的商品已准确到位。这也是企业的竞争力所在。令人遗憾的是，纵横交错的分销网络确保了这种敏捷性，可同时也常制造麻烦。不确定性可以象瘟疫一样横扫整个分销网络。譬如，分销点的订购策略变动将引起对你生产厂需求的强烈波动，有无这种可能？——如果每一个仅为 10 件的市场需求，都按照最低为 100 件的定货需求定货，将使生产能力顿时告急。

尽管需求稳步限定在 10 件，生产厂商看到的仍是无谓运转的加班加点。倘若你的分销网络中有好几级，一旦每一级都试图按自己的方式各行其是，问题将更为复杂。导致的后果——工厂无法操纵它面临的广泛波动，全厂上下都将陷入泥潭。

你的分销网络缺少一个行之有效的管理方法，以便各个点的销售信息及时反馈到生产厂。此时你需要的是一个企业级实时系统来改变现状。

#### 装配制造业中的实时 MRP

耐用消费品的装配商面对链上其他端的问题最具代表性。他们拥有众多供应商，并依照市场需求利用 MRP 进行计划和订购供应。当供给品跟不上，将会怎样？MRP 系统自然能发挥作用，但你仍不得不自己从根本上解决问题。因批量模型 MRP 系统不能提供速度和弹性来结合各种情况下的实时供需。这一点对于公司是非常必要的，以合理地作用于供给过程中的任何波动。大多情况下解决方法是一个包含未来生产量排程的实时 MRP 工程。

#### 复合制造供应链的管理

假如你生产装配复杂的离散型产品，业务核心是在车间。车间内你拥有不同产品和一套复杂的产品生产线。即使需求平稳、供应可靠，你的手头仍会产生一个复杂的管理问题。

你很可能要对付低利用率这一表面的对立情况，且仍不得不大量加班以使业

务准时进行。你的存货量极高而关键的装配点却缺少许多零部件。就算你坚持按经济批量法操作成本仍居高不下。

你需要详尽的排程，但中途数据和标准并非 100%精确。你极想知道整个车间能否真正同步运行。如果某个地方出点差错？那么生产停滞不前，麻烦接踵而至。可见，频繁的排程重组不是答案，因为它将使车间情形更加紊乱。

真正所需的是一个方法论，能使物料流以可预见的方式快速传递，哪怕在供需反覆无常这样极其复杂与动荡的制造环境中。没有来自工厂的稳定快捷的物料流，就无法控制供应链上其余的环节。面象复杂工艺的制造商，功能强大的供应链方案可为之专门设计一个得力的厂级解决方案。Drum-Buffer-Rope (DBR) 就是一套集排程、执行、计划于一体的完备的方法论，它基于戈德拉特博士提出的 TOC (约束理论)，已被众多此类工厂证实是最为有效的一种管理理论。

DBR——不只是先进的排程计划

DBR：鼓 (Drum) —缓冲器 (Buffer) —绳子 (Rope)

在一个制造环境中，那些相对于其生产能力而言，达到了最大程度的生产负荷资源是一个瓶颈，限制了其他资源的运转。

TOC 理论创始人戈德拉特博士最早意识到各产品资源并非互不相干，而是同一条链上、相互依存的多个环节——朝着创造利润的共同目标运转。正如最薄弱的环节决定着一条链的强度，仅有几个关键资源在限制工厂的运转。只有首先将这些瓶颈因素分别进行识别与排程，管理工厂的产品流才成为可能。非瓶颈因素将仅仅服务于这些瓶颈因素，亦即和着企业同步生产的节奏——“鼓点”节拍前进。

为获取最大利润，如果工作排程适当，同时最大瓶颈运行不被打断，且物料发放井然有序以保证生产不在非瓶颈资源上形成等待加工的在制品长队。这家工厂将获得最优流程：产销率（单位时间内生产出来并销售出去的量）最大化；在产品 and 产成品库存最小；维持各项活动的运行费用最低。

另一方面，静态批量的传统的管理方法则强调非瓶颈最优化与连续重排程等，它制造着流程中的浮动瓶颈，加剧了供应链所有环节的内在波动。

瓶颈本身并不能完全控制产销率，它需要非瓶颈因素的支持。只要当某一传送资源停滞，“非瓶颈”会暗示瓶颈可能濒于危险边缘。在 DBR 实施中，解决方法不是通过对抗每一次动荡让车间忍受剧烈不稳定性，而是设置 Time-buffers 保护关键资源避开麻烦。利用这些时间缓冲区工件将到达一个特殊时段，在它们本应抵达瓶颈之前。然而延迟后，它们仍须在规定时间内抵达瓶颈以持续生产。

除使产销率最大之外，今天工厂另一个当务之急是对顾客需求作出快速反



应。当市场需求不能精确预测，库存是对抗不确定性的一种保险措施。但设立一定容量的原料、工件和产成品的库存需要不菲的资金，另外，连续的产品设计与开发造成的过时风险往往高出许多。为保证顾客的需求，建立库存相对而言是一个极端昂贵的手段。真正保持车间物料畅通才是唯一明智的选择，尤其当车间的排队时间占提前期的 80% 以上。

正如每一个生产管理者所证实的，不必要的库存阻碍了流水线 and 物料流。因此，DBR 规定车间作业标准是维持市场需求，而不是仅让工人和机器连轴转。另外，被鼓点所维持的约束（被便利的时间缓冲区弥补）将及时分散。就象有根无形的绳子把系统所有部分与鼓串联起来，“绳子”起的是传递作用，以驱动所有工序按“鼓”的节奏进行生产。

控制供应链由工厂内部开始

将来，供应链的竞争优势在于，通过对整个物料流的供应链管理，使之更加快捷稳定地贯穿工厂。然而此时，制造作为最关键的一环与整个供应链之间存在一个重大冲突。

压缩顾客提前期将产生一个更加精确可靠的预测，或者偶尔甚至可免去预测。在顾客需求中，来自工厂的可靠运输会使顾客其他无谓要求减至最小。由此，宝贵的能量得以解脱，投入到加强深层次的配合中。

在不改变大批量定货的前提下，加速物料流动，以及使物流与客户实际需求同步将让你对供应商需求趋于稳定——也让他们在流程中更加配合。

制造商必须控制执行与排程，二者同等重要。公司法规在一些特殊时候可能理论上看似良好，实施起来却困难重重。DBR 理论以其简洁性，在确保整体一致的同时，将为管理者提供上述控制。

**六大公司看 SCM：SCM 不是梦**

**六大公司看 SCM：SCM 不是梦**

SAP：SCM 要教育先行，行业突破

SAP 产品经理 李威

SAP 是企业管理软件世界最大的供应商，提供包括 ERP、CRM、E-Commerce、BI、SCM 以及 20 多个行业解决方案在内的完整的企业管理软件方案及咨询服务。

供应链管理系统是以用户和市场为中心，整合从分销、制造到原材料供应等整个供应链的需求计划、生产计划和供应网络计划，使供应链上的所有环节得以协调合作，从而最大限度地减少整个链条上的成本。



供应链的思想能够应用于国民经济的各个部门。Internet 为 SCM 提供了前所未有的统一平台,使 SCM 得以在一个开放、高效、低成本的全球性网络平台上展开。Internet 技术的发展,会大大丰富 SCM 的功能,扩展 SCM 的协作范围,并使 SCM 这种原来只有大企业才能有人力、物力、财力运行的系统可以为广大的中小企业打开在世界范围内与合作伙伴进行协作的方便之门。

同时,SCM 与 ERP 和电子商务并不矛盾,而是一种相辅相成的关系。因为作为企业内部资源整合平台的 ERP 和作为企业间或企业与消费者之间进行商务协作的 E-Business 可以说是供需链管理的基石,因为如果没有高效的生产、商务、物流配送执行系统,SCM 就是没有基础的空中楼阁;而没有 SCM,ERP 和 E-Business 就只是能够完成局部功能的高效系统而依然无法整合全局资源。

在国内,SCM 市场需从两方面着手,一是观念上的转变,二是企业信息化的进一步普及。因为只有真正具备了供应链管理的思想,企业才能摒弃过去那种单打独斗、互不信任的关系,从而在竞争大潮中加强合作、携手共进。但现状还是很不成熟。

企业实施 SCM 系统,瓶颈在于管理观念和企业制度的转变,也就是向市场化彻底转变的问题,否则不但不能整合企业内外的资源,反而造成更大的不和谐。要教育先行,从行业突破,消费品行业、服务行业、物流运输企业、金融行业应该是最先参与供需链建设的企业。参与国际竞争的企业先行,带动广大的中小企业。

商祺网络:SCM 决不仅是技术应用(商祺网络有限公司首席执行官 陆小虎)

我认为企业经营中所指的供应链管理是指产品生产和流通过程中所涉及的原材料供应商、生产商、批发商、零售商以及最终消费者组成的供需网络,即由物料获取、物料加工、并将成品送到用户手中这一过程所涉及的企业和企业部门组成的一个网络。

供应链一般分为内部供应链和外部供应链。内部供应链是指企业内部产品生产和流通过程中所涉及的采购部门、生产部门、仓储部门、销售部门等组成的供需网络。而外部供应链则是指企业外部的,与企业相关的产品生产和流通过程中所涉及的原材料供应商、生产厂商、储运商、零售商以及最终消费者组成的供需网络。内部供应链和外部供应链共同组成了企业产品从原材料到成品到消费者的供应链。可以说,内部供应链是外部供应链的缩小化。如对于制造厂商,其采购部门就可看作外部供应链中的供应商。它们的区别只在于外部供应链范围大,涉及企业众多,企业间的协调更困难。

供应链管理决不是指一种技术的应用,它体现着一种现代企业管理思想。SCM最早起源于国外,在激烈的市场竞争情况下,每个企业都更为重视营造自身的核心竞争力,这之外的环节采用外协的方法以免分散企业资源。于是供应链的管理问题就成为每个企业不可回避的问题。处理得好,不仅能把供应商、生产厂家、消费者这个链路上的所有环节有机地联系在一起,同时进行优化处理,及时根据市场的扩大提供完整的产品组合,根据市场需求的多样化,缩短从生产到消费的周期;根据市场需求的的不确定性,缩短供给市场及需求市场的距离,提高运作效率及市场响应速度。

供应链管理应当包含在 ERP 中,它只是 ERP 的一部分,ERP 是个更广大的企业管理范畴。SCM 的实现靠的是现代科技的发展,尤其是网络和电子商务技术的应用。

SCM 在国内有着很大的需求,随着市场竞争的加剧和 WTO 的临近,国内的企业从来没有比现在更深地意识到核心竞争力对企业发展的重要性,他们的需求造就了国内 SCM 广大的市场前景。现在国内很多大中型企业已经在这方面做出了表率,他们的行动会在很大程度上带动其他商家。

从企业目前使用的 SCM 软件看,国内软件一般都比较小,易于操作与使用,很适合国内中小型企业使用。国外这方面的软件功能强大,很多地方需要使用者严格按照软件提供的模子往里套,这就决定了企业实施 SCM 中存在的问题,即 SCM 能否很好地发挥功效,很大程度上取决于供应链中其他厂商的配合程度,一个环节出现问题,整个链路就“生病”了。举例来说,一个大型企业实施了 SCM,但是给它提供配件的厂家却因为种种原因未能参与进来,实施效果大打折扣。其次,企业未能做到信息的及时更新,过时的数据将产生错误的数据分析,影响企业决策。

互联网和电子商务技术对 SCM 的发展有很大影响,企业通过网络解决了企业中存在的由于信息沟通不畅导致的大量问题。尤其是电子市场的出现,将原来的一对一商贸关系变为多对多的贸易关系,使企业走进了一个虚拟的交易市场,买家、卖家各取所需,而且永不关门,极大地提高了企业效率,将供应链的管理推向了更高的境界,是互联网技术在企业商贸中的最新应用。

网络的应用最终将走向企业联盟,将所有企业联系在一起,到那时,将形成全球网络供应链。

艾科: Internet 为 SCM 提供了最好的舞台(艾科公司首席技术官 王肇东)

SCM 的产生是为了适应市场、供应、制造全球化的趋势,避免企业承受过重

的投资负担和过长的建设周期而发展起来的。SCM 是将全社会供需环节进行整合的一种手段，Internet 为 SCM 的实现提供了最好的技术舞台。在今后，XML 技术的发展会对 SCM 系统有很大的影响。

SCM 的实现与 ERP 系统和电子商务密不可分。传统的 ERP 主要关注企业内部的生产和管理，而电子商务是企业对外的一扇窗口。不过现在电子商务和 ERP 的结合点越来越模糊，双方都在向对方的市场进行渗透。国内对 SCM 的概念还存在认识上的模糊，相应的应用软件产品也很少。生产、制造业将是最先应用 SCM 的行业。

企业实施 SCM 的瓶颈主要是认识问题。应当注意必须与企业设计的状况相联系。

艾科公司在推广 SCM 的时候，主要的问题就是企业认识上的问题，对实施供应链的迫切性体会不深及在实施过程中对原有的内部组织结构进行调整时遇到阻力。

不久的将来 SCM 会成为企业不可缺少的一部分。

Oracle: SCM 让企业真正实现需求驱动 (Oracle 中国公司电子商务套件产品市场经理 易虹)

Oracle 公司是全球最大的信息管理软件及服务供应商，成立于 1977 年，总部位于美国加州 Redwood shore。Oracle 公司现有员工超过三万六千人，服务遍及全球 145 个国家和地区。Oracle 公司拥有世界上唯一一个全面集成的电子商务套件 Oracle Applications R11i，它能够实现企业经营管理过程中的各个方面的自动化。

1989 年 Oracle 公司正式进入中国市场，成为第一家进入中国的世界软件巨头。1991 年 7 月，Oracle 在北京建立独资公司。今天的 Oracle 中国公司拥有超过 250 名员工，并在北京、上海、广州、成都设立了办事处。Oracle 能够提供端到端的电子商务供应链方案，主要包括以下功能模块：订单管理、高级计划排程、Internet 采购、敏捷制造、Exchange。

随着全球经济一体化的快速推进和竞争的日益激烈，今天企业所面临的挑战主要是保留客户、拓展市场和提高效率，而在商务运作过程中很多企业由于缺乏协调已付出了昂贵的代价，电话、传真、电子邮件、甚至电子数据交换 (EDI) 等传统方式都未能提供协调、集成和快速的通讯方式，从而没能最大限度地发挥企业资产的价值。为了更好地利用资源，企业需要快速可靠地获取所有相关问题的最新信息，而且这些信息要以正确的格式显示出来，是 Internet 改变了这一切。

随着企业运转速度越来越快,对供应链实行有效管理已成为网络时代的关键性课题。

基于 Internet 的供应链解决方案能够使公司真正地实现需求驱动——这些需求直接来自于客户,并会立即反映到总的供应链中。其优势在于既能确保运转效率,又能切实满足客户的特定需求。企业能够建成连接公司内部与供应商和客户的集成信息系统。基于 Internet 的供应链管理能够提供一条通道,实现从部门到整个世界范围内快速、可靠和低成本的业务协作过程,这一过程包括从订单获取到产品交付等各个阶段。

基于 Internet 的供应链管理能够影响以下方面:配置及采购物料/服务、规划及与贸易合作伙伴的协调、获取信息以及评估性能、推出个性化的产品,满足需求。

Aberdeen Group 在 2000 年 1 月“电子商务供应链,满足网络经济中客户的需求,执行白皮书”中指出,对于业务活动中存在的问题或难题,供应链管理应该能够做到:库存缺货减少 90%、计划时间减少 95%、库存水平减少 50%到 90%、从订购到交货的时间减少 50%到 90%、运转时间减少 50%、周期减少 27%、供应链成本占总收入的份额减少 20%、库存周转加快 200%、按时交货率增加 40%、年收入增加 27%。

北大融通:XML、CORBA 等技术会影响 SCM (北大融通公司技术顾问 潘维民)

企业的经营主要涉及以下三个方面:一是生产,优化生产过程、降低生产成本和提高工作效率;二是为客户提供优质的服务、改善与客户的关系;三是建立与供应商、分销之间快速的合作与交流渠道。第三个方面是 SCM 的主要内容。SCM 主要是企业从采购到销售,去掉中间的生产优化和客户关系(如签定合同等)以外的所有东西。它是一个对物质流进到流出,这个物质增值链的管理,通过 SCM 的优化提高利润和企业竞争能力。

SCM 的发展主要有两个原因:首先是竞争激烈,SCM 通过对整个物流的优化和管理来提高企业的竞争能力;其次是信息业的发展,在这样的一个环境中没有良好的 SCM 系统,会使企业坐失良机。

近年来的 Internet 的飞速发展,对 SCM 产生了巨大的影响。Internet 不仅为 SCM 提供了良好的生存环境(提供了优良通讯设施和通讯手段),而且也使企业紧密相连。Internet 的发展也改变了 SCM 的运作方式,特别是 ASP 经营模式的出现,使中小企业甚至是所有企业都可以通过 ASP 方式建立自己的 SCM 系统。

SCM 和 ERP、CRM 是一个企业密不可分的三个 IT 系统。ERP 系统只有与 SCM



紧密结合才能制造出客户喜爱的产品,同时 SCM 的 ROI 也要受到整个物流成本的约束;CRM 中市场策略、销售管理和合作关系会对 SCM 产生直接的影响;同时 SCM 对 CRM 中客户满意程度也会有直接的影响,电子商务是 SCM 的一种灵活的、方便的表现形式。

SCM 在我国处于起步阶段,还不是很完善。不过,我国有些素质良好的企业已经意识到 SCM 在经营管理中的作用,而且也有些企业已经开始 SCM 系统的建设。最需要 SCM 系统的企业当然是制造业和零售业。利用 SCM 可以有效地提高这些企业的运作效率。要实现这样的目标,首先是经营理念。企业要根据 SCM 的管理理论,建立与之相配套的管理体系,否则再好的 SCM 系统,也不能发挥其有效的作用。其次,要充分考虑与企业已有系统的关系。要根据企业的具体情况,将 SCM 与企业已有的 IT 系统结合起来。充分发挥已有系统的作用为 SCM 提供施展的基础。

对 SCM 发展影响最大的技术有:XML 技术、CORBA 技术、JAVA 技术。XML 将作为企业之间信息交换的标准,而 CORBA 和 JAVA 将成为 SCM 系统架构的基本技术。当然,随着技术的发展,SOAP 可能会替代 JAVA 成为信息交换协议,从而降低 SCM 系统的成本。如果再长远一点的话,CWM 等技术会对 SCM 中的知识和元数据管理产生影响。这些可能很多厂商还没有意识到。

在国内推广 SCM 系统,主要的困难有两个:首先是经营理念;其次是我国的一些企业特别是某些制造行业,信息化水平太低。

开思软件:SCM 是 ERP 在电子商务上的扩展(开思软件公司董事会执行主席吴强)

开思软件是企业电子商务和管理系统应用产品和服务的提供商。开思软件的核心企业成立于 1990 年,定位为在国内企业管理应用系统市场占据领先地位的大型、专业化管理信息系统应用软件产品制作、服务和应用支持公司。

供应链管理系统是通过前馈的信息流和反馈的物料流及信息流,将供应商、制造商、分销商、零售商、直到最终用户连成一体的管理系统,主要内容涉及企业及多个企业的供应、生产计划、物流、需求等经营管理过程。SCM 将主要应用于那些制造和销售市场竞争激烈、市场变化多端的行业企业及多个企业组成的供应链。

SCM 的发展主要是来源于由原来的纵向一体化商业经营模式向横向一体化商业经营模式转化的过程。

前者是强调单个企业直接掌握某种产品生产过程中所有的环节,而后者则强



调利用外部资源协同工作。Internet 给真正实现快速反应的 SCM 提供了可行性平台，从而将会带来真正意义上的供应链管理系统。

应该说 SCM 是企业 ERP 系统在电子商务平台上的扩展，也是将一般注重企业内部资源的 ERP 延伸到企业供应链管理的一种表达方式。Internet、无线 Internet、XML、Java、EAI（企业应用集成）等技术将对 SCM 系统产生较大影响。这些技术有利于实现真正的 SCM。其中先进的 EAI 技术起到关键的作用。SCM 要求多个企业间能够实现顺利的应用集成，而不是每个企业用户要到别人的网站上录入订单或查询信息。

目前国内尚没有真正意义上的供应链系统在实际运行，有少数企业实施了一个分支，如：分销体系或网上采购。这只能说是刚刚开始试探。国内汽车、家电、电子、食品、日用品等市场竞争激烈的行业最应该先考虑采用 SCM，在国内发展的主要问题是协作性。

在推广 SCM 的时候，企业间能否达成真正的联合运作是主要问题所在。开思目前实施成功的基于电子商务的企业分销体系（SCM 的一部分）最大的覆盖面涉及一个企业的 185 家特许经销商，这些商家在法律和财务上并不隶属于该企业，这样庞大的系统协作运行实施难度是较大的。

SCM 在中国刚刚开始。但随着电子商务应用的普遍，企业对 SCM 的要求将会越来越强烈。一些具有远见的企业或行业将主动采取联合行动共建供应链协作，以面对新的市场竞争。

本文原载于《中国计算机报》

## 物流

### 对外经济贸易大学大田物流研究中心第二届现代物流高峰研讨会综述

#### 对外经济贸易大学大田物流研究中心第二届现代物流高峰研讨会综述

发布日期：（2003. 8. 20）

发布单位：科研处、大田物流研究中心

由对外经济贸易大学大田物流研究中心主办的“第二届现代物流高峰研讨会”于 2003 年 4 月 11 日到 4 月 13 日在北京昆泰酒店召开，来自政府、企业及院校等方面的人士齐聚一堂，共同探讨了我国物流发展的一些关键性问题，通过讨论的形式，指出了我国物流发展中存在的问题，并提出了一些应对措施。“第二届现代物流高峰会议”为业界、学界和政府的专家学者提供了一个开放性的交流平台，各位专家学者从不同的角度对物流产业的发展进行了分析和判断，共同

为我国物流产业的发展把脉，寻求最佳的发展路径。

对外经济贸易大学大田物流研究中心主任王法兴首先致欢迎词，对各界嘉宾在“非典”时期的出席表示热烈的欢迎和赞赏，然后回顾了大田物流研究中心自成立以来以来的主要成就。

研讨会上，企业界人士从物流的实践层面与大家分享了企业经营物流业务的经验教训，分析了企业物流业务发展的瓶颈，提出克服业务发展障碍的方案；政府官员从物流发展的政策层面阐述我国物流产业的现状，分析国家的政策法规对我国物流产业的发展的正、负效果，探讨了政府应如何在政策上给予我国物流产业发展大力的支持；学术界的专家学者从物流的理论层次把中国物流发展所处的阶段界定为“起步阶段”或“介绍期”。

大田集团董事长王树生作为企业代表就大田集团的物流业务发展历史和与会者分享了大田集团物流业务的经营经验，介绍了有效的货运代理企业向专业化物流企业转型的运作模式。大田集团在业务转型的过程中实现了五个整合，即人员的整合、产品的整合、内外资源的整合、IT 系统的整合、组织结构的整合，这是大田集团能够成功转型的关键。另外，王董事长补充到：在物流行业现在出现了外资企业在境外结算，不在中国纳税，这是一种变相掠夺中国财富的做法，是我们值得研究的新课题。

中国国际货运代理协会副会长李力谋作为民间协会代表发表了演讲，国际货运代理协会正在紧张的准备 2006 年世界货运代理联合会（FIATA）大会。举办权的获得说明中国的物流产业的发展已经开始得到世界的关注。李会长还详细地为大家解读了邮政与快递之争，问题的关键是邮政法的旧规定已经不适应新形势，邮政法的修改应提到政府的工作日程上。只有对邮政法进行修改才能从根本上解决邮政与快递的多头管理

交通部公路司的索沪生处长谈到政府部门对物流产业发展形势进行判断时所采用的标准，明确指出通过交通部的调查研究认为“入世”对运输产业的负面影响还没有表现出来，公路运输企业不可掉以轻心，经营中的不确定因素还很多。交通部对合资企业再投资的规定值得运输企业关注：合资企业成立后的再投资视为国内投资，而非外资投资，不得享受外资的一切优惠条件。面对这样的情况，国内的运输企业应该积极进行资源的整合，趋利避害；毕竟入世“挑战的是政府，而迎战的是企业”。

在谈到中国入世后中国物流业的发展时，亲自代表我国参加过入世谈判工作的交通部国际司任为民处长指出：入世谈判是一个 DEREGULATION 的过程，现在很多人一谈入世，就只是想到要大力 REGULATE，实际上政府应该少管，保护物流企业的创造力，多起引导和协调的作用。索沪生处长补充道：REGUALTION 的目的也是为了 DEREGULATION。政府和企业的共同任务是将我们的企业做好做大。

政府在物流硬件的建设中责无旁贷。在物流发展方面，人才、网络和 IT 是关键。

北京航空航天大学经济管理学院研究生指导主任高远洋博士认为分析我国物流产业的发展状况应该从三个层次进行：宏观层次主要是我国物流产业的政策、制度的建设问题；中观层次主要是物流区域、物流体系的规划和建设；微观层次主要是从企业的角度研究物流服务的供给与需求、专业物流服务公司的供应模式以及企业经营管理的的能力等。与西方发达国家的物流产业发展阶段相对照，高博士认为我国的物流产业与八十年代的美国物流市场相似，美国物流产业发展的经验教训可以为我国物流产业发展所借鉴。我国目前理论界将目光更多地集中在微观层次的研究：包括 JIT 模式下的物流成本的控制、物流成本的归类问题、社会三大支柱产业——零售业、物流业、制造业的协调发展。零售业在物流产业发展中的作用不容忽视，它将成为我国物流发展的主力军，零售企业经营物流业务要注意：“决战在前台，决胜在后台。”

赛昂咨询公司总裁纪燕萍根据公司的经营实践探讨了物流人才的培训问题。我国的物流产业要发展，具有现代物流知识的高级物流管理人才是关键。赛昂咨询公司正是发现了这一点，将公司的经营定位于物流教育的品牌提供商，为中国物流产业的发展提供优秀的专业人才。

此外，其他来宾也做了精彩的演讲，问题涉及范围很广，包括海运中应有船公司承担的码头作业费转嫁给货主的问题，港务局的运作模式，中西文化差异给中外物流企业合作设置了障碍，物流业务运作经验的引进等等物流界的热门话题。在对各个问题的探讨中，来宾的真知灼见也为会议添色不少。

对外经济贸易大学主管科研的校领导及科研处极其重视“第二届现代物流高峰论坛研讨会”，在资金上给予大会支持。另外，北京赛昂咨询公司等单位也为本次研讨会提供了赞助。

出席研讨会的还有中国物流与采购联合会常务副会长丁俊发、北京物资学院教授王之泰、国家计委综合运输研究所副所长汪鸣、大田物流研究中心常务副主任杨长春教授、中国货主协会副会长蔡家祥、中国国际货运代理协会副会长副会长刘占芳、中国快递工作委员会秘书长刘建新、中国货主协会秘书长胡山、外经贸部外贸货运协调司前司长王子训、我校国际运输与物流系主任王晓东副教授、中远集团研究发展中心主任蓝春海、辽宁中旅国际货运有限公司总经理秦楷、国际商报物流专刊主编张钰梅、赛昂咨询公司副总吴海等我中心的知名专家和高级研究人员。

## 北京提出二 0 0 八年实现流通现代化

### 北京提出二 0 0 八年实现流通现代化

记者 吕贤如 通讯员 杨淑芳

本报北京1月3日电 北京市商委主任梁伟日前在“2002 国际流通现代化—北京论坛”上说,2008年首都流通业要率先基本实现现代化。

梁伟表示,这是首都经济发展提出的客观要求。首先,流通业现代化,是北京预期到2008年率先实现现代化不可缺少的重要内容之一。其次,北京的工农业产品需要现代物流作支撑,才能高效率运转、变成商品。流通业对北京市GDP的贡献率,届时将力争达到15%左右的发达国家水平。

据介绍,13年来,北京社会消费品零售总额保持了与GDP相应的快速增长,流通业共提供了140多万个就业机会,对北京GDP贡献率已达8.4%,在全市各产业中排名第三,成为北京支柱产业之一。13年前北京基本上没有连锁店,而2002年前10个月,连锁经营销售额占全市零售额的比例已达17%。

为了提升北京流通业整体水平,北京计划,今年连锁经营销售额占全市零售额的比例要接近25%,2008年要达到50%以上。今年底力争社区连锁超市、便利店覆盖率达到60%以上。

这两年世界50强流通企业进京步伐大大加快:沃尔玛筹建工作正在顺利进行,麦德龙今年也要在京开店……有关人士估计,今明两年将出现国外大型零售企业入京新高峰,国内外将有两三百亿元社会资金投向流通业。

稿件来源:光明日报

## 广州立志构筑中国南方国际物流中心

### 广州立志构筑中国南方国际物流中心

人民网广州4月27日电 记者罗艾桦报道:为贯彻落实《广州市国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》和《中共广东省委、广东省人民政府关于大力发展现代流通业的意见》,加快现代物流业发展,降低企业经营成本,提高企业核心竞争力,促进广州产业结构的调整、优化升级,提高广州国际竞争力,广州市政府日前制订颁布了《广州现代物流发展规划纲要》,提出要将广州发展成为中国南方国际物流中心。

#### 广州现代物流发展总体目标诱人

物流业主要包括交通运输业,仓储业,邮电通讯业和部分的批发、零售贸易业。据广州市发展计划委员会副主任伍子悠介绍,2001年,广州交通运输业、仓储业、邮电通讯业增加值395.84亿元,占第三产业增加值27.05%,占GDP14.74%;批发和零售贸易,餐饮业增加值270.07亿元,占第三产业增加值18.46%,占GDP10.05%。总体上看,广州现代物流业尚处于起步阶段。以信息技术



为支撑,以第三方物流为主体、以供应链管理为核心的现代物流模式在逐步发展。预计未来 5-10 年将是广州物流业高速发展时期,第三方物流将保持快于国内生产总值的速度发展。特别是港口物流和空港物流将呈现快速的发展态势,估计机场货邮吞吐量年平均增长速度可达到 10%以上,市场发展潜力十分巨大。

到 2010 年,初步建成功能健全的物流信息平台 and 物流运输平台两大平台、三大国际性枢纽型物流园区,若干区域性综合型物流园区和一批市域性专业型物流中心及配送中心。物流成本占 GDP 的比重下降到 13%左右,第三方物流占物流市场的比重达到 23%左右,使现代物流业发展成为广州市主要基础产业和重要支柱产业之一,形成面向全国的现代物流中心和全球物流体系中的重要节点。

## ERP

### ERP, 构架红塔信息化平台

#### ERP, 构架红塔信息化平台

中国经济时报 2003-3-4

专访 ■ 特约记者 言先伟

记者:红塔集团的 ERP 企业资源计划项目目前的进展如何?

曾建新(红塔集团 ERP 实施组办公室负责人):红塔集团 ERP 工程从 1998 年开始筹备,2001 年开始实施,2002 年初正式上线。

关于项目进展情况,二期工程从 2002 年 6 月份开始实施,进行到现在是很顺利的。

记者:我们知道 ERP 在世界 500 强的企业中和国内部分企业都在广泛使用,实施也证明它确实很好。但鉴于国企的具体情况和现实的局限,红塔集团的情况在实施 ERP 时是否适应?

曾建新:从 1998 年开始,在集团董事会的总体部署下,在 ERP 立项之前,就对项目进行了多次调研和筹备。2001 年,集团还组织了一个专门小组到相关企业进行考察。我作为企业信息化建设的具体业务负责人,先后对国内已经实施 ERP 工程的企业,如海尔、康佳、联想等 30 多家企业进行调研考察,同时对行业内的上海、长沙、颐中、昆明等烟厂进行全面考察和深入交流,为红塔 ERP 立项作了充分的前期调研工作。

从大的背景来讲,2002 年是我们国家的“ERP 年”,吴邦国副总理亲自担任国家“企业信息发展”总负责人。党的十六大提出要以信息化带动工业化建设。2002 年国家专门拿出 300 亿贴息贷款资助大型国企实施 ERP 项目,像云南的昆钢就得到了将近一个亿的贴息贷款。这体现了党和国家对信息化建设的高度重视。

目前从全球看,ERP 的软件产品主要有德国的 SAP、美国的奥尔科公司



的产品、国内的用友、金蝶等，我们企业通过考察对比研究，采用的是德国 S A P 的产品。

从实施两年来的情况来看，如果我们不抓住机遇，率先实施 E R P 的话，几年以后我们将会远远落后于别人。

抛开国外不讲，与国内企业相比，红塔实施 E R P 的成效是非常好的。目前红塔是实施 E R P 模块最多的企业，而投资却不是最大的；从规模看，我们是中等偏上的水平，但实施效果却一直被德国 S A P 公司认为是中国企业应用最好的企业之一，被列为该公司的经典案例。而且，红塔集团的 E R P 工程也被清华大学管理学院列为 M B A 经典案例，写进了教材。从国内烟草行业来看，红塔集团的 E R P 案例也被评价为实施和应用得最好的项目。尤其是在财务管理的应用中，上海烟厂的有关领导对此评价为国内最好的管理系统。

当然，就集团内部讲，肯定还需要一个不断适应、完善的过程。但我相信，红塔集团在 4 0 多年的发展过程中，积累了丰富的成功经验，吸收国际先进设备和先进管理的能力很强，具有创新精神，一定能够融合、消化 E R P 。

记者：E R P 实施应用到什么程度才能算成功？

曾建新：计算机应用属于软科学，你很难用硬指标来衡量，它的效益对企业来说是综合的和影响长远的。这是管理不确定性带来的结果。

E R P 只是提供一种思想和工具，它能否发挥作用，归根到底是人的问题。

无论哪家企业实施 E R P，如果不是靠业务部门主推的话，那只会是失败的；如果不能体现整体效益的话，那只能算是一个过去手工的计算机翻版，没有实质的变化。

E R P 系统是管理学科、会计学科、管理手段共同发展生下来的一个蛋，如果管理基础差，就消化得慢一点、差一点，但如果管理基础、人员素质高一些，消化就好一些。因此运用起来就成功了一大半。

如果要看效果的话，我们至少可以从财务水平、计划水平、控制、协调水平四个方面来看，企业的管理水平在提高，这是显而易见的。如果连这个都还运用不起来的话，那就说明你离国际水准还很远。

现在回头看，如果我们集团当时不实施 E R P 的话，将坐失一次与国际接轨的机遇，也将远远落后于国内企业。

当然，如果要进一步优化，还需要一个苦练内功的过程。E R P 的核心就是规划和计划，目的是如何调动、组合、优化企业资源。所以我们的整个过程就是一个控制、协调的过程。

记者：E R P 实施中最大的难点是什么？需要各部门如何配合？

曾建新：最大的难点恐怕还是观念的转变。在 E R P 刚开始实施的时候，很

多人对ERP充满了期待，以为实施后会减少工作量，现在却发现很忙。这当然有两个原因：一是ERP实施后工作更规范、更细了，所以量增加了；二是在接受新的模式和方法时，还没有完全适应。ERP不是包医百病的灵丹妙药，要用一个积极的态度来解决问题。但从另一个方面来看，由于ERP建立了统一的信息平台，所以形成了全集团的信息共享的局面，这必然会使现有的工作效率大大提高，这一点在下一步ERP升华过程中，将越来越显示出来，到时候工作量会大面积减少。

一、二期工程的实施是万里长征的第一步，有待完善。目前有些部门工作增加了，但更多部门却因此而工作量减少了。所以不能因为局部的问题而否定ERP。

ERP的实施需要系统外的制度来支撑。所以实施ERP是全集团的事，需要全集团各个层面各个部门的共同努力和支持。

如果有一天我们的企业能够全面实现电子化办公，实现 workflow 管理，那么，整个集团的所有办公都可以在系统内审批，工作量将会大大减少。

记者：ERP工程的下一步计划是怎样的？

曾建新：ERP的整个工程有三层：第一层是信息化、数字化过程；第二个层次是运用于生产区管理的生产执行系统；第三个层次是管理信息系统。

我们目前底层的信息化建设已经基本完成了，顶层的管理信息系统也基本搭建成形了，联接顶层和底层的中间这一层也正在计划中。

我们在信息管理这个小系统来看，又分成三个层次：为企业决策层服务、为企业业务运作层服务和企业业务集成层。其中企业决策层是企业战略管理模块、财务价值链管理；对于业务运作层是由客户关系管理、产品生命周期管理物流管理、供应链管理组成；第三个层面主要是人力资源管理和知识管理组成。

这是集团整体的信息构架，ERP是其中的一部份，是横跨这三块的。ERP实际上就是价值流管理、物流管理和人力资源管理的总和，分别对应着决策层、业务层和集成层。这就是总体的框架。

## 企业需要可成长的ERP

### 企业需要可成长的ERP

中国经济时报 2003-4-30

■本报记者 刘树铎

2002年以来，经过了理性回归和对企业与自身的重新审视，国内ERP用前所未有的大范围应用再次证明了自己。尽管企业自身的发展和意识提升已经把ERP从概念拉向了实用，但是，企业需求仍在不断扩大对ERP功能的挑战。作为助企业腾飞的双翼，传统的ERP系统已经略显疲态，业内人士对此开出的

药方只有两个字，那就是“变革”。

传统ERP跟不上企业的脚步

对于ERP实施一度高达70%以上的失败率，业内人士总结出了很多原因。首先，ERP的诞生源自过去大型企业的需求，它跟企业的业务流程结合以后，就把管理模式固化了。但是企业是在不断成长的，要调整这个模式，常见的方法就是二次开发。但对于大部分企业而言，二次开发过于费时费力，其艰巨性甚至不逊于开始上ERP项目；其次，ERP在很大程度上是为了提高企业的整体运营优势，强调统一的平台和标准化，与此同时却降低了局部的效率最大化。而且在业务流程变革与优化的过程中，因为对原有组织结构和利益分配产生较大的触动，因而会遇到来自内部相当大的阻力。另外ERP系统的工作流与系统功能组成的业务流程没有紧密结合，技术架构陈旧，缺乏可伸缩性，与电子商贸EC尚不能整合等问题都导致了它的失败。

业内人士认为，传统ERP在以巨大的代价实施完毕后，无法跟上企业成长脚步。当前中国经济正在处于急剧转型和发展中，企业的组织、业务和管理几乎无时不处于变动状态。有研究表明：我国目前正处于组织变化迅速的年代，几乎所有企业在三年内组织结构发生过一次较大的调整，而10年以上的企业的几乎所有组织和功能都发生过变动。特别是那些高速成长的企业和产权发生变化的企业，组织变化更为激烈，不少企业一年一变。这种组织结构的频繁变动，对ERP定型的、规范的、严格的结构化管理是一个极大的挑战。

调整飞翔的方向

业内人士认为，管理软件必须灵活适应企业的管理变化（包括对组织、资源、产业领域和企业结构）。但长久以来，“以产品为中心”的理念成了传统ERP厂商不肯放弃的游戏规则。这是因为传统ERP厂商从“以产品为中心”的立场出发，专心营造封闭的产品，为了推动这种封闭的产品，必然采用顾问式模式来纠正企业的诸多“问题”。如此一来，便在实施中使用户按照固化在产品中的管理理念和思想来调整企业组织结构以适应产品，它带来的只是封闭的系统 and 疲于适应系统的用户；而在此基础上进行的所谓二次开发。

21世纪将是一个“客制化”的时代。80年代以来，随着卖方市场向买方市场的转变，企业的目标已由注重成本、产量、控制转向注重质量、速度、创新、服务。顾客在供求关系中占了上风。过去形成的那种批量市场被打破，分割成越来越小的顾客群，甚至单个顾客。在供求关系的天平上，供应者一方遍及全世界而需求者一方可以方便地获得充分的信息，作出选择。顾客对产品和服务的要求越来越高。每个顾客都期望得到特别的专为他设计的产品和服务。并且，顾客需求的变化频率加快，产品的寿命周期越来越短。如果企业内部没有一个快速高效的信息处理机制来满足这种“客制化”的需求，企业将会失去客户、失去市场，

从而失去生存的机会。只有可成长的 E R P，才能为企业提供一个高效率的内部信息处理机制。

### 打造有力的翅膀

近日，由博科与 I B M 公司携手推出的“珠峰计划”让人们更多的了解了可成长 E R P。这是中国民族软件厂商与国际性 I T 厂商最大的一次市场合作，展示的博科 O p e n 9 0 0 0 解决方案具备客制化和可以二次开发的特性。管理具有个性化的特点，每个企业都会根据自己的实际需求对软件提出不同的要求，博科 O p e n 9 0 0 0 解决方案利用博科 O p e n 9 0 0 0 平台提供的构件化管理框架，可以根据用户管理需要进行客制化修改和二次开发，适应用户多样的管理需求，并做到随客户成长而成长。

博科资讯集团副总裁兼市场总监付勇表示，各大 E R P 厂商目前都在逐步淘汰过时的低端产品，并向下一代功能更全面、结构更先进的管理软件发展。

业内专家分析，我国大型、高端管理软件市场过去主要由 S A P、O r a c l e 等国外厂商把持，随着本土厂商在平台化技术等方面的突破，这一现象正在得到大大改观。截止 2 0 0 2 年底，按采用时间的先后依次有博科、用友、金蝶、东软金算盘等相继采用平台技术。它为 E R P 的成长性提供了极大的支持，从而使企业在发展中挑战珠峰的高度成为可能。

### 金蝶软件保持高增长

#### 金蝶软件保持高增长

徐金 北京青年, 2003 年 05 月 20 日

#### 实践产品领先策略，推出金蝶 EAS

本报讯 金蝶国际软件集团有限公司宣布集团截至 2003 年 3 月 31 日第一季度业绩，综合营业额及股东应占溢利均保持增长：综合营业额为约人民币 7852.8 万元，相比去年同期增加 52.2%；股东应占溢利相比去年同期增加 38.7%，约达人民币 472.1 万元。

根据 2002-2003 年中国管理软件市场研究年度报告显示，金蝶获得“管理软件市场产品创新第一名”和以 19.3% 的市场占有率获得“ERP 软件中小企业市场份额第一名”两个奖项。金蝶国际主席徐少春先生就集团发展策略表示：“未来三年内，集团将会以‘产品领先、伙伴至上’的战略，将资源重点倾向产品研发，以绝对领先的产品质量与技术水准，占领应用软件市场，并发展成为一个掌握核心技术、世界一流的软件产品制造商。另外，集团亦会发展联盟伙伴，共同开拓服务价值市场，以提供高附加价值的客户所需要的产品或服务。”

为了体现“产品领先”的策略，集团于期内推出金蝶 EAS“金蝶企业应用套

件”，并借此形成针对不同细分市场的产品线。金蝶 EAS 是国内第一个基于最先进平台技术、采用最新 ERP II 思想、面向中大型企业应用需求的新一代企业应用软件产品。

## 七. 电子支付系统

### 海关银行开展联网业务合作，企业税费将实现网上支付

#### 海关银行开展联网业务合作，企业税费将实现网上支付

本报北京 8 月 19 日讯 记者杜海涛报道：今天，海关总署与中国银行、工商银行、交通银行、招商银行 4 家银行签署联网业务合作协议，共同开发网上税费支付系统。

网上税费支付项目是中国电子口岸系统的重要组成部分，使用该系统的企业收到海关税费缴纳通知后，可直接在网上向开户银行发布税费支付指令，实现税费划转。此后，可径直办理相关通关手续，大大减少了往返海关和银行的次数，通关效率明显提高。

据了解，中国银行是最早与海关总署开展网上税费支付合作的银行，去年 12 月开始在大连海关进行试点。今年 7 月 1 日，试点范围扩大到上海、南京、杭州、宁波、青岛、深圳、拱北、黄埔等海关，并取得良好效果。截至 8 月 15 日，企业通过网上进行支付的税费已达 1770 万元。目前，中国电子口岸数据中心正在加紧开发与工商银行、招商银行、交通银行之间数据接口程序，年底前有望在这几个银行中推广该项目。

《人民日报》（2002 年 08 月 20 日第五版）

### 1. 花旗银行启动中国个人网上银行业务

#### 花旗银行启动中国个人网上银行业务

中国经济时报 2003-7-24

记者单羽青北京报道 花旗银行在全球拥有超过 6 0 0 万个人网上银行用户，现在，它的业务触角已延伸至中国。该银行 7 月 2 2 日宣布，推出新版花旗银行个人银行中国网站 [www.citibank.com.cn](http://www.citibank.com.cn) 及全新的个人银行网上银行业务。

花旗银行个人银行中国区总经理王洁凤说，花旗银行的全球网上银行开发经验确保其网上账户查询的高度安全性，花旗客户可放心使用；即使不是花旗客户，



网站访问者亦可注册成为花旗网站注册用户,享有自己的个性化主页及其它功能强大的模块。新版的花旗银行个人银行中国网站新添了“网上银行”、“网上理财工具”、“网上预约银行服务”功能及全球财经信息和专家评论。同时推出的“花旗人生理财规划”包含安家置业、子女教育和未来退休三大板块。

## 2. 美国 电子交易大行其道

### 美国 电子交易大行其道

何瑛 北京青年, 2003年07月07日

在美国,消费者购买商品有很多选择,在付款时也有多种方式。除了支付现金,开支票也是多年来常见的一种交易手段。如今,电子交易方式更是方便,因而越来越普及。

电子交易方式中主要有信用卡、扣款卡和智能卡等等。电子交易的好处很明显,消费者不用揣着一大堆现金去购物,省了不少麻烦。尤其是出门旅行,小小一张卡能够保存所有的钱财,更是让人感到轻松方便。

除了方便,用卡付账的另一个好处就是更安全。很显然,如果现金丢失了,要找回来就不太容易,因为现金上没有注明失主是谁,谁把这些钱花了也不易被发现。但是电子交易卡就不一样。卡主如果把卡丢了,那么可以赶紧打电话通知银行,还有可能及时关闭账户,避免遭受损失。

另外,小小一张卡把个人的财务状况纳入了银行体系,消费者的每笔账目都在银行电脑网络中得到清楚的显示,即便卡主不慎遭到损失,也有可能追踪查询,不像现金交易那样会跑得无影无踪。

刷卡消费的另一个好处在于方便个人理财。首先,发放电子交易卡的银行会定期给卡主寄来各项消费支出明细表,注明在什么时间、什么地方消费多少,因而使卡主对自己的财务状况更加清楚。现在银行又普遍推出网上交易业务,使卡主能够更加频繁、更为方便地查询自己的消费支出状况。

分析人士指出,电子交易方式不仅使个人获得更多方便,同时也减少了金融体系的运转费用,因而具有较好的发展前景。

美国人用卡消费比较普遍的原因还在于购物方式的多样化。除了到商店采购,邮购、电话购物和网上购物的方式都很常见。像这样远距离购物,电子交易方式就是非常重要的一个因素。卡主决定购物时,只需告知商家卡号,那么有关付账的事项就完全由商家和银行来处理,消费者需要做的就是核对银行的账单,

清楚各项开支的去处。如果有问题，还可以打电话与银行协商。美国银行服务好，顾客的权益能够在较大程度上得到保障。

电子交易虽是必须的发展方向，但也对银行业提出了很多挑战，要求银行的服务更良好细致，同时在应对“黑客”袭击，保障安全方面需要作出更多努力。对消费者来说，也许最需要管住的是自己的购买欲，刷卡虽然方便，但是如果没有限制，那就可能要背上重债。

■文/（新华社供本报特稿）

## 八. 电子商务的安全

### 网络安全：一个令人头痛的难题

#### 网络安全：一个令人头痛的难题

张召忠

网络安全实在令人担忧

任何事情都是辩证的，一分为二的，没有绝对的好，也没有绝对的坏。当我们感受信息网络给人们带来的巨大便利时，麻烦也随之而来。就像当年科学家正在为发现核能而兴高采烈的时候，不安分的军人们却正在把它用于核武器的秘密研制，直到那两枚该死的原子弹在广岛和长崎爆炸之后，科学家们才开始意识到自己原来是打开了一个潘多拉魔盒，把那些吃人的魔鬼给放了出来。

世界上发现首例大规模计算机病毒是1988年11月2日，当时美国6000台计算机，在使用UNIX操作系统时染上“蠕虫”病毒，使与其联网的宇航局和许多军事基地的计算机被迫停机数日，造成大量数据丢失和一亿多美元的经济损失。后来查明，原来是美国大学生小莫里斯以其自制的病毒进行的网络袭击。同年5月31日，以色列数万台计算机被一种称为“耶路撒冷”的病毒摧毁而被迫停机，使经济蒙受重大损失。

荷兰境内一跨国电脑“黑客”组织宣称，1991年海湾战争期间，它曾成功入侵过位于沙特的美国海军导弹指挥系统，当时只要更改某一程序，就会令整个指挥系统瘫痪。美国情报部门称，斯里兰卡“泰米尔猛虎组织”企图进行网络情报活动，并通过电子邮件炸弹的侵入，使斯里兰卡驻各国使领馆的通讯网络陷入瘫痪。为抗议印度进行核试验，3名平均年龄不到18岁的年轻人，在核试爆后的一个星期，通过美国军方网络闯入了“印度核研究中心”的电脑，引起国际

社会的震惊。

根据有关资料统计,目前世界上有一百二十多个国家或地区具有病毒攻击能力。各种名目的病毒多达五千余种,而且每天还有4种新的病毒出现。美国国防部计算机系统1995年受到的袭击可能多达25万次,但绝大多数发现不了。国防信息局曾经对国防部计算机系统进行了38000次模拟袭击,结果袭击的成功率为65%,而被发现的概率只有4%;对已发现的袭击进行及时通报的只有约27%,能做出积极反应的还不到1%。每年由于这类外来袭击造成的经济损失达几千万至几亿美元。1994年仅通过互联网的计算机犯罪使美国损失50亿美元,前不久黑客对美国8家大型网站袭击所造成的经济损失估计在12亿美元以上,其中受害公司在3天内的损失高达10亿多美元市场价值,营销和广告收入损失1亿美元以上。

道高一尺,魔高一丈。为了对付黑客的进攻,世界各国都在琢磨相应的对策。曾多次侵入美国国防部及其4个海军系统、7个空军系统的电脑网络,并因此而名声大噪的跨国性“黑客帮”领袖——18岁的以色列青年埃胡德·特南鲍姆,1998年被以色列军队征召入伍,成为一名正式的军人。为了保证网络安全和进行专业化的网络战,而从民间不拘一格选拔黑客人才的做法,在世界军事史上还是第一次。其实,早在1995年6月,美国国防大学培养的第一批以研究软件和实施逻辑攻防战为主的16名信息战专家就已经正式毕业。同时,各军兵种也纷纷掀起培养和造就信息战和网络战专家的热潮。黑客问题越闹越大,致使美国总统克林顿亲自召开会议,与专家学者共商网络安全大计,并慷慨解囊,宣布将拿出20亿美元来对付网络黑客。美国正在考虑组建特别“网络警察”部门,并就网络安全问题研究立法和制裁措施。

### 计算机病毒是些什么玩意儿

病毒是一个医学名词,是用来描述侵入人肌体内的一种有害微生物。病毒的危害有轻有重,有些病毒对人体没有多大危害,人们不用打针吃药,单凭自身的免疫系统就可抵御。有些病毒则是恶性的,比如艾滋病病毒、癌症病毒、O—157病毒等,只要染上就对入构成很大的生命威胁。计算机病毒和生物病毒不一样,其实它是喜欢搞恶作剧的人或者黑客们编的一段很短的程序,通常不超过1000个字节。这些短程序依附在计算机系统中,破坏计算机正常运行并能自我繁衍有害程序。人们之所以形象地称它为病毒,是因为它能像微生物病毒侵入人体那样,通过软盘、终端或其他方式潜入计算机或计算机网络,引起单机或网络运行紊乱,甚至瘫痪。计算机病毒分源码性病毒、入侵性病毒、操作系统型病毒和外壳型病毒,都具有传染性、潜伏性、隐蔽性和破坏性。

计算机病毒是一种“瘟疫性代码”族的统称，它分四大类，即“病毒”、“蠕虫”、“特洛伊木马”和“逻辑炸弹”。有一种很神奇的病毒叫666，这种病毒是通过向屏幕发出精心挑选的各种彩色画面组合图形，你只要一开机工作，眼睛盯一会儿屏幕，立刻就陷入一种恍惚的状态。然后，你的潜意识开始发生强烈反应，并引起心血管系统的急剧变化，甚至诱发脑血栓，直至死亡。更令人叫绝的是一种能吞噬微电子器件的生物性病毒，把它注入到计算机里，只要在合适的时机诱发，它就会像人体内的病菌吞噬人体细胞那样一口一口地把计算机内的关键性元器件和电路吞噬和破坏掉，让计算机永久性地停止工作。“米开朗其罗”每逢3月6日就要发作，因为这一天病毒的设计者要过生日，所以总要复活，希望所有使用计算机的人都祝他生日快乐。

计算机病毒能够长期潜伏，作用范围大，渗透面广，对计算机网络、使用计算机的作战平台和武器系统破坏力极大。计算机感染病毒后，有时并不立即发作，待需要的时候才在人的作用下激活，干扰系统工作，消除磁盘文件或导致整个计算机瘫痪。海湾战争爆发前，美国利用伊拉克为防空系统购买计算机的机会，将载有病毒的芯片装入计算机，通过法国卖给了伊拉克。战争爆发后，即用无线电遥控的方法激活这些病毒，使伊拉克预警、指挥、通信和火控系统陷入瘫痪。和生物病毒一样，计算机病毒可很快发病。诱发计算机病毒的方法很多，目前正在研究利用有线网络、硬件、软件和交换等途径传播，用电磁辐射原理将病毒射向远距离目标。美国国防部正在研究一种病毒枪，它可像发射子弹那样对准坦克、飞机、舰艇和导弹发射带有计算机病毒的电磁波，使其计算机程序混乱或删除，导致这些武器装备丧失战斗力或自我摧毁。像俄罗斯米格—33这样的战斗机，只要照射10秒钟就会变成一堆废铁。

### 黑客是谁，谁是黑客

“黑客”(Hacker)这个词是美国人近年来新创造出来的一个词汇，它的确切含义是指那些专门制作和设计计算机病毒的人。起初，中国人按照音译把它译作“哈克”，以后不知道是谁创造了一个“黑客”的译名，港台也译为“骇客”。大家感觉“黑客”这种称呼很准确地表达了英文的原意，说它“黑”是因为这些人确实心狠手毒，够黑、够狠、够厉害的；说它“客”也很有意思，因为这些人经常到各种计算机或计算机网络中“做客”，访问这些用户，并及时给他们注入必要的病毒什么的。

你肯定以为，黑客们罪大恶极、十恶不赦，胡子拉碴，不修边幅，就像警察追捕的那些在逃犯差不多，每天躲躲藏藏，策划于密室之中，羞于见人。你错了，这些人都感觉自己很伟大，因为他们能把世界上最尖端的计算机软件破坏掉，可见比那些软件设计者们更聪明。网络是展示个性才能的最佳空间，所以这些身怀



绝技、自我标榜为黑客、密码破译者和电话系统破坏者的人们，才在网络这个大舞台上演出一幕一幕的活剧。令人啼笑皆非的是，分散在世界各地的黑客们，虽然语言肤色不同，国籍不同，但他们可以为了某些共同的利益、兴趣或爱好而团结起来，共同完成对一个或几个目标的袭击。美国赌城拉斯维加斯，已经举行了多次世界黑客集会，这样的经验交流会或学术研讨会基本上每两年举行一次。据说某些江洋大盗，也在模仿黑客的做法，多次企图召开类似的盗窃方法与手段研讨会。

信息时代造就了比尔·盖茨，也造就了黑客一族，这个世界总是有钱大家赚，谁也别亏了谁。黑客们进行计算机病毒的研制和生产，无须像工业时代那样先建造厂房，再置办机器设备，然后招收工人进行生产。今天的黑客，只要有一台计算机、一根电话线和足够的耐心就行了，他们依靠自己的智能和知识，坐在万里之外的家中，边喝咖啡边敲键盘，就可以轻而易举地发动一场足以使整个国家陷入混乱或瘫痪的信息战。1998年，美国曾出资55万美元招标，请那些黑客或高手们研制能通过有线或无线方式传播的军用计算机病毒，从而使黑客们创造了一门新兴产业。美国黑客界大名鼎鼎的年仅25岁的电脑神童克劳斯先由黑客发迹，后被政府招安后出任总统信息技术咨询委员会的信息安全高级顾问，并成立了世界上著名的信息安全公司（ISS）。仅2月9日这一天，由于在漏洞评估产品和入侵检测产品市场占49%，ISS的股票便从58美元跃升至91美元，该公司首席技术官克劳斯的财富由2亿美元迅速攀升到3亿多美元。

今后这些黑客们可能要发大财，国际犯罪集团、甚至军队可能要不惜重金购买他们的病毒产品或委托研制专门的病毒。今后的某个时候，全世界的黑客们可能将形成一个黑客托拉斯，以跨国集团的形式来组织研制能在全世界流行的高级病毒，以对付那些跨国公司、集团和不听话的政府机构。再以后，胆大包天的黑客们研制的计算机病毒可能就像今天的导弹、原子弹一样，将正式列入军队的编制，成为正规化的进行战略或战斗空间信息战的关键性作战力量。在此基础上，一支支黑客大军将可能正式在军队列编。

## 怎样保障网络安全

目前，关于网络安全问题大致存在三个误区：一是过份夸大黑客和计算机病毒的作用，导致人心惶惶，甚至产生一些不必要的混乱。关于黑客和计算机病毒的消息经常连篇累牍地见诸于各种媒体，似乎在我们生活中充满了黑客和病毒。其实，只要冷静分析一下，这只是极其个别的现象。

二是不问青红皂白，一路跟着美国人跑。美国人有个习惯，打算干什么事情，



媒体就炒作什么事情，这种“山雨欲来风满楼”的造势之法屡用不鲜。军工厂商想发展军火工业，就怂恿议员们搞提案，宣扬“中国威胁论”，从而为TMD和NMT项目的上马造势，然后便逼迫总统上项目拨款。几年前，全世界都在跟着美国热炒“千年虫”，声称如果不治理，导弹将自己升空，原子弹将自行爆炸，核电站将突然关闭，银行里存的钱将突然化为乌有……于是，人们投入大把大把的钞票来“捉虫”，忙活了半天，“虫”在哪里？可能“世上本无事，庸人自扰之”。那些没有花钱“治虫”的公司和个人计算机，也没有被虫子咬掉，显然，炒作的成份太大了点。炒作的结果是，媒体增加了发行量，电子公司赚了钞票，而老百姓则遭了殃。美国国防部和信息安全部门早就想要钱加强网络安全，现在利用黑客事件大造声势，其中难免没有炒作嫌疑。谎言重复一百次可能成为真理。美国控制着世界上80%以上的主流媒体，这些媒体能够翻手为云，更能覆手为雨，其中多有商业运作并暗含杀机。我们有些媒体不分青红皂白只知道跟，往往是帮了倒忙，所以一定要有自己的主见才行。

三是过分夸大信息战、网络战、计算机战的概念，导致军民不分，平战不辨。人们为了渲染黑客的作用，通常习惯使用信息战、网络战和计算机战之类的概念，甚至夸张成什么“信息战争”和“网络战争”。随着网络和计算机的发展，可能会引发此类的战争或战争样式，但到目前为止，这些战争和战争样式还没有真正形成。几个小男孩擅自闯入一个军用网站，难道就是信息战、网络战？雅虎公司为了抵挡黑客的袭击而修复自己的计算机网络，怎么就成了网络战争？目前发现的网络安全问题，主要集中在因特网方面，上因特网的用户主要是民用用户，军队虽然也上网，但都不是关键性作战网络，只是一些资料检索、普通电子邮件和服务保障之类的东西。应该看到，军用网络大都是脱离因特网的，是相对独立的战区或战场局域网络，网络相互之间不是用电话线连接，而是用高度保密的无线数据链连接。应该说，就目前黑客的技术水平，要想进入或袭击美国及北约的此类军用网络，是不可能的事情。因此，不能随意混淆军用和民用网络的界限，不能过度夸张网络安全问题。

应该看到，因特网是很不安全的，随时都可能遭受黑客的袭击，所以，如何保障网络安全是需要踏踏实实考虑的问题。究竟怎样保障网络安全呢？首先，需要统一认识，即从法理和道德上要有一个统一的说法。干扰公众网络、制造病毒随意侵袭计算机系统，是属于犯罪行为还是属于正当的战法？这个问题目前没有统一的说法。按照国际法和战争法，“目标区分”原则应该得到起码的遵守，即便是在战争状态，也应该区分军用和民用目标，不能无限制地破坏民用设施。所以，在和平时期和非交战情况下，任何对民用网络的攻击行为都应该视为非法，应该属于国际恐怖主义行动的一种类型，并按照相应的法律或重新拟订相应的法律予以制裁，不得姑息。当然，战争爆发之后，对军用网络以及交战国具有军用

潜力的民用部门网站进行袭击应属于合法行为。媒体和公众应该注重宣扬网络道德，而不是一味地谴责黑客的劣迹和罪行。随着网络的发展，商业、交通、金融等都要依托于网络，你作为黑客随意破坏这些公众设施，是不是有点太缺德了？这和美国炸中国使馆、炸诺维萨德大桥和南联盟市中心的医院有什么区别？所以，应该在这些方面去引导黑客，特别是那些年轻无知的少年黑客，树立这方面的道德观念。

其次，应该建立全球网络安全观。为了防止小偷破门而入，家家户户都装了防盗门，这是小安全观。如果整个小区、整座城市、整个国家都处于战乱和动乱之中，你那个防盗门又有什么用？计算机上设密码、局域网上建立防火墙之类的做法是防君子的，但防不了小人，对于黑客而言是没有多大用处的，形同虚设。就像是万里长城可以挡住匈奴的步兵和骑兵的入侵，但绝对阻挡不了今天的飞机和导弹一样。在经济一体化的今天，要想保证网络安全，必须联合起来共同反黑客，以积极防御的战略来挫败黑客可能的攻击行动，而不应该采取堵“管涌”的办法，哪里冒泡就堵哪里。

最后，要建立自己的安全网络。在当前，究竟是强调网络安全而限制网络发展，还是先大力发展网络同时适当加强网络安全？显然，应该先干起来再说，而不是等万无一失了再干。在信息社会中，任何一个国家，包括美国都不可能自己生产所有的网络设备。作为第三世界国家，在引进外国先进信息设备的同时，应该特别注意信息安全问题。注意信息安全，并不是一切东西都要自己搞。国际上搞军贸有个不成文的规矩，舰艇、飞机、坦克这样的平台可能引进，甚至导弹、雷达也可以引进，但软件、通信、指挥控制等系统则是保密的，一般要自己研制或易地引进。计算机、网络、软件等也是这样一种情况，不能因为考虑网络安全，就走向另一个极端，闭关自守起来，一切都强调自力更生，那完全没必要。带密码锁的保险柜可以在大街上买，但密码锁是否需要换一把？关键是对策要对头。

（摘自《谁在制造战争》，当代中国出版社 2001 年 9 月版，定价：28.00 元。社址：北京地安门西大街旌勇里 8 号，邮编：100009）

## 1. 揭开「数字签名」的神秘面纱

### 揭开「数字签名」的神秘面纱

2001-12-06 · · 秦效峰 ·· Yesky

许多人认为，「数字签名」似乎是一件相当「了不起」的工具，这种可以确保网络文件不会遭到窜改的保护工具，似乎和我们这种一般网友扯不上关系。事实上，只要透过免费的「数字签名」软件，每个人都可以在自己发送出去的文件上加上「美又有力」的签名，只要收件者识别你的签名，就可以确定这份

文件没有在传输过程中遭到拦截或篡改。

目前网络上的「数字签名」软件资源，以免费的 onSign 最容易上手，使用者可藉此在 Word 97 / 2000 / XP 等文件、或是 Outlook 98 / 2000 / XP、Outlook Express 5.0 / 5.5 等邮件加上自己签名的软件，只要透过数字签名精灵的引导，就可以利用扫描仪、已制作完成的代表性图档（例如签名、印章等，仅限 BMP 文件）来产生签名。

「数字签章」的最大好处，就是确保文件不会在网络传输过程中遭到拦截或篡改。OnSign 使用者安装软件后，只要在 Word / Outlook 等程序的工具栏上，寻找新增的 onSign 按钮，按下后并输入自己设定的一组密码，才具有使用这组签名的资格，不知道密码的他人绝对无法盗用。使用 onSign 的寄信者寄出文件后，只要收件者也安装了 onSign 或 onSign Viewer，就具备「数字签名」的功效，看到签名后，就能确定这份文件真的是由本人所发出，而且绝对没有被篡改过；因为根据 onSign 的设计，任何文章内容的篡改，都会让签名失效。如果收件者实在不放心，也可以在签名上的蓝色问号上按一下，onSign 就会自动检查，如果文件有问题，签名上就会出现红色的「禁止」标志。

看了上面的介绍，您是不是也心动了，毕竟安全第一。想使用「数字签名」的网友，可登陆网站 <http://www.onsign.com> 下载 1.88MB 的文件，安装后便可直接开始使用。安装完成时，软件会询问是否注册，只要使用者在注册过程中选择家庭用户的选项，便可免费使用软件。如果网友对使用「数字签名」没兴趣，只想收取「数字签名」的文件的话，只要下载 310K 的 onSign Viewer，就可以看到别人寄给你的「数字签名」文件了。

## 2. 我国正积极推进 PKI 建设

### 我国正积极推进 PKI 建设

作者：刘东凯 2002.07.08 09:35:38

本文选自：中国计算机报——赛迪网

记者从 2002 年 7 月 3 日在北京开幕的亚洲 PKI 论坛第二届年会上获悉，中国正在积极参与和推进亚洲地区公钥基础设施（PKI）的建设和应用，以便为本地区的经济、社会发展创造安全可信的信息网络环境。

这是中国首次举办公钥基础设施领域的区域性国际会议。来自中国、日本、韩国、新加坡等国家和地区的 90 名代表参加了这次会议。

亚洲 PKI 论坛是一个民间论坛组织，共有中国、日本、韩国等 7 个成员。

### 3. 攻击 13 台 DNS 主服务器的黑客电脑来自美韩

#### 攻击 13 台 DNS 主服务器的黑客电脑来自美韩

千龙科技 2002-11-3

美国东部时间 11 月 2 日(北京时间 11 月 3 日)消息，美国联邦调查局(FBI)局长罗伯特-穆勒近日发表声明宣布：10 月 21 日对美国 13 台互联网域名系统(DNS)主服务器发动“黑客”攻击的电脑来自于美国和韩国境内。穆勒是在弗吉尼亚州佛斯彻奇召开的一个会议上发表声明时公布这一调查结果的，但他没有具体说明 FBI 目前得到了什么信息，只是称调查仍在进行当中。

这次分散服务拒绝(DDOS)黑客攻击事件发生后，负责管理“A”“J”两类主服务器的 VeriSign 公司发言人指出，受到攻击的 13 台主服务器同时遇到使用互联网控制协议(ICMP)信息严重“堵塞”现象，该类信息的网上发送量短时间内激增到平时的 10 倍。受到攻击的 13 台主服务器当中，大约有三分之二的服务器无法向合法用户提供正常服务，用户的服务请求暂时不能满足或服务效率严重下降。

不过，受黑客攻击期间，仍有四五台主服务器始终保持在线状态，使用这些服务器的大部分用户并没有受到任何服务干扰。

和美国一样，韩国也是出现黑客攻击事件次数较多的一个国家，因为该国的电脑用户数量庞大，而且该国电脑用户使用 DSL 或有线调制解调器等宽带互联网接入技术非常容易。

据美国非赢利性机构 SANS 协会的阿兰-帕勒 11 月 1 日称，调查人员可能是借助于互联网服务商提供的用户登录次序表才追查到这次黑客攻击事件的源头的。但帕勒同时指出，韩国境内的电脑参加了这次攻击事件并不意味着攻击者就一定是韩国人，因为电脑黑客经常利用遥远地方的一台或多台中继机器向互联网实施攻击，以掩盖他们的行踪。

穆勒没有说明 FBI 是否已找到黑客所在的具体位置，以及是否查清黑客的身份。(新浪科技 清晨)

#### 4. 情色闪“金”光 腐蚀互联网

##### 情色闪“金”光 腐蚀互联网

2003-7-1

蒲红果

在人们享受着网络带来的种种便利的同时，也不得不面对衍生的苦恼。网络色情就是其中之一。这些乌七八糟的东西接踵而来，给数字社会带来了很大的负面影响。

目前，网络色情已经从遮遮掩掩发展到明目张胆的地步。有专业人士说，没料到，中国互联网会在 2~3 年之间迅速变“色”，中国互联网业已经坐在“定时炸弹”上。

网络色情的泛滥触目惊心，引起了社会各界的广泛关注，“反黄”的呼声不绝于耳。中国互联网业真的认定“性、谎言、一夜情”好卖钱，而不管前面是不是万丈深渊了吗？

现状：网上处处“阿哥阿妹”

家住南苑和义农场的小杰是一个 16 岁的中学生，原先很聪明勤奋，读书成绩一直较好。其父是北京某出租汽车公司司机，为利于小杰的成长，去年初给小杰买回一台电脑，小杰在不到一个月的时间里就学会了使用电脑。可谁想，一年来，受网络色情的吸引，小杰整天沉溺其中，上课神情恍惚，整个注意力都被吸引到电子“金黄圈”里了。“到底是谁的错？”小杰的父亲痛苦地说，“我真为儿子担心，在这样的网络环境里，他将走向哪里？我不可能整天看着他，我得跑车挣钱啊！”

最近，记者对国内几家门户网站上近 3 个月的色情状况进行了一次调查，结果发现情况很糟糕。在这些网站的新闻、照片、小说、短信和影片剪辑等内容中，“性暴露”以及“性暗示”占据了相当大的比例。特别是社会、女性等频道，几乎是“无色不成席”。

“只需轻轻的一点，什么样的性图片、性描写、性内容通通会出现，不管你想不想看。”在王府井一家杂志社工作的赵先生深有感触地说，网上呼机、网上电话、BBS、电子邮件被堂而皇之地冠以网上情感呼号、网上情感电话、性趣 BBS、激情电子邮件，等等。不仅如此，打开个人电子邮箱，就会有众多的色情邮件跳出来，内容不堪入目，搅得人心烦意乱。

6 月 27 日，在赵先生的办公室里，赵先生随手给记者打开某网站的一个“情



趣”排行榜。排行榜的标题内容是：1、床下五更天；2、家伙长锈了；3、女人如何上床；4、自宫；5、宝贝与臀部；6、老公我们休息一下；7、乱棒打死；8、性诞传说；9；裸女 10、坚硬的处女膜；11、新姿势；13、男子汉的下部；14、婚外情泛滥的后果；15、被你骑在下面……“如今网上到处都是‘窗外阳光明媚，床上阿哥阿妹’。”赵先生说。

形势：色情“品牌”红红火火

大凡常在网上行走的人都知道，网络色情目前已有不少色情“品牌”。短信里的“情趣段子”；社区里的“同城约会”、“两性空间”、“女性空间”；聊天室里的“第一次亲密接触”、“今夜情为证”、“一夜情深”、“与郎共舞”、“男人本色”、“性性相吸”、“小小红杏”、“未婚者禁入”、“动情物语（非成年勿进）”、“情色物语”、“离婚后的激情”、“新同居时代”等栏目都是这些网站的“掌上明珠”。

“在这些栏目里关于性技巧、性挑逗、性心理、性爱宝典、一夜情、一夜性、欲望等词汇遍地都是。”从事网络监控工作的李先生说，像什么《自摸：100倍的高潮快感》、《大胆学做爱不要怕“变态”》、《十二星座谁是性爱高手》、《长短粗细，男人的隐痛》类似的标题随处可见，目的自然是为了引导网民进入情色圈。

再如，“同城约会”里赤裸裸地就是以一夜情为目标，享受激情、放纵欲望，夜深相聚纵欲取乐，天亮分手，不需要责任，也不需要感情，只是性的碰撞与交织。

探源：利润诱惑昧心赚钱

实践证明，一些网络企业从事“色情”产品的生产和销售，给企业带来了巨大的经济效益。网络正是抓住了这一“大众需求”大做文章，以吸引网民的眼球，掏网民的腰包。“如果网络没有‘色情’，其盈利能力肯定会受到影响。”业余短信写手小国认为，为了吸引更多的用户群体，网站批量制作情色内容。

众所周知，对于“性”的向往和冲动，是人的本能。从营销角度讲，网络似乎抓住人本能需求。但是需求亦分正当需求和非正当需求，网络大量的色情产品是对人的非正当需求的满足，违反了国家的有关法律和规定，成了传播色情和淫秽的传播者，哪还能代表先进文化的发展方向和广大网民的正当利益？

“只要标题上有‘性、谎言、一夜情’，你往内容里装大粪，点击数也是排行前几名，也能卖个好价钱。”在某网络公司做编辑的吴先生认为，现在一些网站是啥能卖钱就卖啥，网络色情完全是为了迎合低级趣味。“然而，不是什么东西有市场就可以制造销售什么东西的。毒品还有那么多人需要呢，为什么还要禁毒呢！”

“所谓的网络精英们的社会责任感到哪里去了？他们正在引导中国社会道德的加速堕落。对于是否让我那少不更事的小孩上网，我一直很矛盾。强烈呼吁政府：网站不自律，就关掉它！还我们的孩子一个干净一点的成长环境。”网友“七巧”痛斥说，这些网站赚的是昧良心钱！

警示：网络亟待回归“本色”

网络色情给我们这个社会造成的危害是巨大的。一组近期公布的调查数据引起了教育学家和社会学家关注：在参与调查的 3000 名大中学生中，曾光顾色情网站的占 46%，76% 的学生网民沉迷聊天室。

专家指出，色情网站鼓励和暗示访问者通过非正常的途径获得一种满足，而这种满足又是在现实社会中无法获得到的，长期下去，访问者必将沉迷在一种自我意识的幻觉中，并且极有可能逐步走向犯罪的道路。

目前，社会各界都已经意识到了网络色情的危害性，开始下大力气整顿网络环境。一向注重“网络阳光工程”的亮马桥一家网络公司的老总认为，为什么大家在感叹网络的快速和高效的同时，对网络又始终持一种怀疑和不信任的态度呢？这与网络自身包括色情泛滥在内等一些痼疾对网民信任的伤害分不开，“色情除了对社会对孩子会造成极大危害，从长远看对网络自身的形象也是一种极大的伤害。”他说。

“无论是网络本身，还是大众对互联网的看法，都已经开始明显‘变色’。这样的后果伤及的将不仅仅是少数公司，更可能损及整个互联网产业的良性发展。”网络专家方兴东博士可谓是这场“反黄”运动的呐喊者，他呼吁法律界、政府部门、学术界和新闻界以及广大用户行动起来，使中国互联网能够回归本色，至少不再继续滑向“黄色”。

“网站在利益的推动下，不断依靠花样翻新的手段来吸引一些网民。我们坚决反对在互联网上传播色情信息，并对网上散布传播色情信息、破坏互联网行业形象的行为表示强烈的谴责。”中国互联网协会副秘书长黄澄清说，按照现有的互联网有关管理办法，在发现传播色情信息的国内网站后，应关闭其网站，但因为缺乏判断色情信息的标准，这实际上很难操作。他呼吁有关部门应该尽快制定出判断色情信息的标准，同时尽快出台相关政策和法规，明确处罚手段，从根本上制止色情信息在互联网上的传播。

来源：千龙新闻网

## 5. “V i s a 验证”服务在中国启动

### “V i s a 验证”服务在中国启动

2003-7-18 中国经济时报

首批受惠的只有中行长城国际信用卡持卡人和招行 V i s a 国际信用卡的主卡持卡人

记者单羽青 7 月 1 7 日北京报道 V i s a 国际组织今天宣布, 在中国启动“V i s a 验证”服务 V e r i f i e d B y V i s a 。这种由发卡银行利用密码、数字证书或生物辨识等方法来核实持卡人身份的服务, 将强化消费者网络购物的信心。但据记者了解, 首批受惠的只有中行长城国际信用卡持卡人和招行 V i s a 国际信用卡的主卡持卡人。

据统计, 截至 2 0 0 2 年底, 中国的网民数量已升至 5 9 1 0 万人, 居世界第二。去年, 曾通过网络商户购买过商品或服务的比率为 3 3 . 8 % , 接近 2 0 0 0 万人, 相当于一个中小国家的全国人口数。但网络交易的安全性依然是网上购物的最大顾虑, 尤其是信用卡网上支付的安全问题, 例如担心信用卡的信息被截取、商户擅用信息及被多收钱或超过信用额度等, 持卡人对网上支付的安全性和便利性的需求越来越高。

“V i s a 验证”服务是一项简便的保护全球范围内基于互联网支付的网上购物安全服务。它采用全球互通付款的“3 D 安全技术”, 持卡人需先完成简单的注册手续, 取得个人密码后, 在所有参与该服务的网络特约商户处购物时, 计算机系统便会主动要求输入该持卡人密码, 如核对密码无误, 发卡银行才会授权进行在线交易, 过程仅需几秒钟。持卡人个人数据的传输也受到严密保护。

“这样, 可有效遏止信用卡在网络被盗刷的风险”, V i s a 国际组织大中华区新科技产品总监罗俊良说, “对持卡人、特约商户及发卡银行来说, 是多赢的结果”。

“V i s a 验证”支付体系 2 0 0 1 年 9 月首次在国际市场推出。6 个月里, 申请加入该服务的亚太区持卡人突破 1 0 0 万。截至今年 6 月底, 亚太区已有 1 4 0 万持卡人和 7 5 0 家主要在线商户加入。

中国建设银行、中国银行和招商银行首先涉足“V i s a 验证”服务。建行作为收单行率先向在线商户提供基于 3 D 安全认证体系的网络支付服务。首批试用的商户是四家网站。

建行信用卡中心总经理助理黄勇预计, 未来 6 个月内, 将有超过 3 0 0 户中国网络商家加入该支付服务。

作为发卡银行, 中国银行和招商银行在国内率先推出“V i s a 验证”服务。所有长城国际信用卡持卡人只需免费在网上完成登记手续就可取得个人密码。而

招商银行今年6月底就在国内推出了“V i s a 验证”服务，凡持有招商银行V i s a 国际信用卡的主卡持卡人均可通过招行的信用卡网站，免费申请该项服务。

## 九. 电子商务的法律问题

### 信息化：法制建设要先行

#### 信息化：法制建设要先行

中国经济时报 2002-11-14

本报记者 杨良敏

制度先行，行而不乱

记者：信息化建设受到党和国家的高度重视。江泽民总书记在十六大报告中特别提出走新型工业化道路，进一步重申以信息化带动工业化，以工业化促进信息化的发展战略。您作为一个一直关注信息化建设有关制度设计的专家，对此有什么看法？

周汉华：把信息化建设确定为国家一项重要的发展战略，其意义是不言而喻的。建设一个高效、廉洁、透明的政府是信息化战略的有机组成部分。而电子政务建设关键是加强法制建设，使之做到规范有序。

记者：制度先行，行而不乱。

周汉华：对。

记者：您受有关方面委托，在这方面已经有了具体成果，《政府信息公开条例》（专家建议稿）已经提交有关方面讨论。有评论认为，这是推进我国信息化法制建设迈出的重要一步。

周汉华：可以说，国家在正式提出将信息化作为一项重要的国家发展战略，并将其写进“十五”计划之后，有关方面便着手电子政务的法制建设，并委托专家起草相关条例，比如政府信息公开条例、电子签章条例等，都是推进信息化法制建设迈出的实质性步伐。

记者：您作为政府信息公开条例的起草人，能否介绍一下，为什么要就政府信息公开进行专门的法律法规约束？

周汉华：不论是制定信息公开法，还是制定信息公开条例，都必须回答，我国为什么要采用信息公开制度？

首先，信息化与信息社会要求政府信息资源自由流动，以促进经济增长。由于政府是最大的信息所有者和控制者，而政府信息化的核心是政府信息资源的有效开发和利用。而在我国，由于长期封建传统的影响，政府透明度不足一直是比较突出的问题。缺少透明度的实质是政府信息资源难以为社会所利用，造成社会资源的巨大浪费。因此，当务之急是首先从认识上明确政府信息资源的战略性地位，通过制定政府信息公开条例为制度创新奠定法律基础。

其次，政府信息公开是我国政府公开制度改革与发展的必然。近年来，在各级党和政府的大力推动下，各种形式的政府公开制度在实践中得到了长足发展，但同时，实践中推行的各种形式的政府公开制度往往是各自为政，相互之间缺乏统一和协调。各种改革仍然停留在渐进性改革的思路，缺少全盘规划和部署。因此，通过制定信息公开条例来规范和统一各种形式的政务公开制度，已是不容忽视的问题。

另外，政府信息公开是保证人民群众在知情前提下实现民主权利的需要；也是 WTO 对政府透明度的基本要求；是防止腐败的治本之策。政府信息公开有利于规范社会主义市场经济秩序；有利于维护社会稳定。信用缺失、市场秩序混乱，交易成本过高，一直是制约我国经济发展的一个重要因素。而这些现象的存在，一个重要原因就在于民众无法获得正确的政府信息。政府信息公开是推进依法行政和改革政府管理方式的必然要求。

记者：有人担心，采用政府信息公开制度会危害国家安全、国家机密、个人隐私与商业秘密等其他社会公共利益。

周汉华：我们认为不会。首先，在任何一个国家，采用政府信息公开制度并不意味着要公开国家秘密，也不意味着要公开他人的商业秘密或者个人隐私。信息公开立法的首要任务就是在政府信息公开与保护其他社会公共利益之间寻求平衡，并通过一系列制度设计来保障其他社会公共利益不受损害。

其次，政府信息公开制度本身具有可调整性或者灵活性，可以随着社会发程度与社会承受力的变化作出适当调整。对于这一点，从“9.11”以后美国的政府信息公开制度的调整就可见一斑。

第三，从已经采用了政府信息公开制度的四十多个国家或地区的经验来看，没有任何一个国家或地区因为采用政府信息公开制度而使其他社会公共利益受到危害。



记者：看来采用政府信息公开制度势在必行，并且需要进行法律法规的约束，但是，从法制建设的角度看，为何不是直接进行立法而采用条例的形式？

周汉华：如果能够直接制定信息公开法，则其效力层级较行政法规要高，也更具权威性，调整的范围也会更广，更有利于信息公开制度的推行。不过，制定条例也有其必要性和优势。首先，与制定法律所需要的漫长时间相比，以行政法规的形式尽快确立信息公开制度，可以满足实践对统一的政府信息公开立法的迫切需要；其次，从法律效力上分析，根据我国宪法、立法法与行政诉讼法的规定，行政法规是我国法律体系的当然组成部分，具有完全的法律效力，是人民法院审判案件的依据，以条例的形式确立信息公开制度并不会影响该制度的权威性和有效性；再次，由于信息公开条例是党和政府整个信息化战略中的一个重要组成部分，借助中央政府的统一部署和安排，必然会有助于条例的推行；最后，根据我国近 20 多年来的立法经验，类似于政府信息公开这样的制度，先实践、后立法，先制定行政法规或者地方性法规后转化为法律，不但有利于法律内容的完善和成熟，也有利于经验的积累和法律的最终实施。

需要指出的是，本建议稿针对的是信息公开制度的基本内容而不是法律形式上的差别，因此，它并不仅仅适用于条例，其绝大部分内容完全可以适用于未来的信息公开法。

#### 条例草案坚持六大原则

记者：条例在起草过程中，您坚持什么原则以确立什么需要写，什么需要特别强调？

周汉华：首先是权利原则。如果信息公开仅仅只是一种办事制度，就意味着政府信息可以公开，也可以不公开，随意性比较大，实施中缺乏保障与制约。将信息公开当作一项权利处理，不但与大部分国家和地区的惯例相符，而且也使整个制度设计更加具有可操作性。

第二是公开原则。由于政府信息公开实践中的一个最大难题在于合理地确定公开与不公开的范围，为避免传统思维方式的影响，避免国家机关工作人员以各种借口扩大不公开的范围，架空政府信息公开制度，有必要将公开作为原则确立下来。

第三是利益平衡原则。公众在行使知情权的过程中，随时都会与其他权利和利益发生一定的冲突，规定利益平衡原则，是为了保证更有效地行使知情权。

第四是不收费原则。如果放任政府机关借信息牟利，或者变相抬高获得信息的成本，都会影响信息公开制度的实施，增加公众获得信息的成本，因此，有必

要将免费作为一项原则确立下来。

第五是自由使用原则。政府信息公开制度的市场化原则或者自由使用原则，即申请人获得政府信息后可以以市场化的方式对信息进行再加工或其他形式的商业开发。对于这种再开发行为，政府机关不得禁止或者进行任何形式的限制，也不得主张政府信息的版权保护或类似保护。当然，自由使用原则并不意味着申请人可以侵犯他人的权利，自由使用过程中申请人还要受到其他法律的制约。

第六是救济原则。这一原则，是指当申请人认为其知情权或第三人认为其隐私权或商业秘密受到侵犯时，可以根据本条例申请行政复议、提出申诉或者提起行政诉讼。

#### 四条措施保障政府信息公开

记者：我们认为，立法如果不能设置一定的保障措施，再好的条文在实践中也会走形。

周汉华：是这样。在本条例草案中，除设计信息委员会的申诉机制外，还设计了四条保障措施：

编制政府信息登记簿。实现政府信息资源管理的科学化，首要的工作当然是摸清家底，编制政府信息登记簿。欧盟、日本、美国以及其他许多国家都经历过这一发展阶段。当然，鉴于清理并编制政府信息登记簿工作的复杂性，在考虑实际情况的基础上，草案为政府机关进行这项工作留出了必要的余地。草案规定，本条例施行后的两年内，各政府机关应向公众提供该机关的政府信息登记簿。

设立首席信息官。适应政府信息化的发展趋势，在政府内部设立高层次、权威性的专门信息机构，在各政府机关内部设立专门的信息官员，已是许多国家的共同选择。

明确政府信息资源主管部门的职责。我国政府信息资源管理领域的落后状况，在很大程度上是因为目前多头管理，实际上无人负责的管理体制所造成的。因此，建立规范的政府信息公开制度，必须明确政府信息资源主管部门的职责，使其能够制定事关全局的政策，并监督条例的实施。

规定故意不公开信息的法律责任。草案规定，政府机关没有依法履行主动公开义务，故意不向公众提供政府信息，篡改、毁灭政府信息，不将政府信息登录到信息登记簿，向申请人乱收费，非法干预首席信息官的正常活动，或者故意侵犯第三人的合法权益的，对直接负责的主管人员和其他责任人员依法给予记大过、降级、撤职、开除的行政处分；构成犯罪的，根据刑法追究刑事责任。

## 1. 政务信息化：看着好还要用得好

### 政务信息化：看着好还要用得好（附评论）

■本报记者 王一娟 实习记者 张松经济参考 2002-2-20

时至今日，大概极少有哪个政府部门没有自己的网站。1999年1月，我国48个部委共同倡议开展政府上网工程，1999年因而被称为政府上网年。

政府网站离百姓有多远

记者近日做了一个小小的调查，发现大多数被调查者对政府网站了解不多，当问及“你从政府网站获得过哪些服务”时，许多人都以摇头作答。

记者点击了几个政府网站，发现大多数网站的内容以内容简介、部门设置、政策法规等为主，虽有不乏内容丰富，制作精良的网站，但大多数仍停留在简单的概况介绍，实用性不足，大部分网站没有内容检索；内容相对陈旧，更新不够及时，有时一个月也不见一条新信息。而在许多网站，很难找到你所需要的具体业务部门的详细信息。

在有的政府部门，政务信息化被理解为政府部门的计算机化。设了网站，每位工作人员都配备了计算机，但除了部分材料交流外，网站基本闲置，一些重要文件仍以纸件的形式在各个办公室之间流动，计算机设备成为高级打字工具，甚至成为一种摆设。

在美国，政府网站大都在首页头版位置设有网上服务栏目，用于为民众提供各种查询、申请、交费、注册、申请许可等服务。具有“一站式”、“24小时”、“自助式”服务等特点，极大地方便了民众办事。洛杉矶政府将地理信息系统用于为市民提供环境信息查询，市民只需键入自己的家庭地址，即可在地图上清楚地了解到周围政府部门、医院、学校等与市民生活相关的各种公共服务机构的信息。各种社会经济统计指标、地区经济发展状况、旅游资源状况、网上图书馆、网上地图等也在政府网站提供的服务之列。

有关人士指出，不能简单地把电子政务等同于政府上网，政府建网站主要是为了信息发布，充分利用网络的交互性，与市民进行信息交流，并提供服务。而目前大多数网站互动程度低，缺乏回应性，政府网站对电子邮件的回复率低，政府与上网公民之间缺乏互动的回应性。

各自为政导致“信息孤岛”

世界主要发达国家，都把电子政务建设作为政府工作和国家信息化的重要战略，制定了相应的规划。在美国，几乎所有的联邦、州和地方政府机构和相关部

门都建立了自己的网站，据美国的一份调查报告，93%的被调查政府机构拥有网站，向用户（公民、企业、非营利机构）提供政府文件、选举信息、意见投诉、医疗保健、社会福利、执照申请等公共服务和网上办公信息。3/4被调查个人登陆过政府站点，大多数对政府网站的界面和内容感到满意。

反观我国，由于目前政府信息化缺乏宏观的全面规划，国家没有提出明确的发展目标，也没有制定相应的发展规划，政府信息化的建设体制、运行机制尚未建立，这导致各地、各行业、各部门各搞一套，采用的标准也各不相同，形成一个个“信息孤岛”，重复投资的现

象比较严重。

业内人士指出，政府政务信息化是社会信息化的基础，是社会信息化进程中的一个关键环节。不能认为把站点建立起来就万事大吉了，政府上网的最终目的是把信息资源利用起来，这是一个长期的、不间断的过程。

#### 电子政务塑造“透明政府”

通过政务电子化，政府可以利用功能强大的政府网站向社会公开大量政务信息，从而塑造透明政府的形象。换句话说，大部分与民众相关的政府事务，都应该能及时通过政府网站获得详尽的信息。但显然，我国的政务信息化在这方面还有待努力。

政务电子化还可以提高政府办事效率。据统计，由于实现政府信息化，仅1992至1996年，美国政府的员工减少了24万人，减少开支1180亿美元。在美国，全国雇主税务管理系统、联邦政府全国采购系统和转账系统等网络的建立，不仅节省了大量的人财物，而且提高了政务透明度，堵住了营私舞弊的渠道。

在社会信息化的进程中，政府信息化的作用至关重要。这是因为，社会信息化是一个涉及面广的系统工程，只有担当管理社会角色的政府部门才有足够的权威去引导和调节社会资源，以实现信息化目标；其次，政府部门掌握着全社会80%以上的信息资源，是信息市场中极其重要的供给方。只有政府的公共信息公开，才能丰富社会信息资源，活跃信息市场，满足人们生活与企业经营的需要，带动信息产业的发展。

什么时候，当企业与居民通过政府网站获得信息像现在使用电话那样快捷、方便，政府的信息化才算是真正落到了实处，见到了成效，社会信息化的美景也就离每个人不远了。

■评论：仅有先进技术是不够的

政务电子信息化已推行两年多,从记者调查的情况看,进展状况不尽如人意。依笔者之见,政府上网工程,或曰政务电子信息化,并不仅仅是技术层面的事,不仅仅是原有工作内容、方式与电子信息技术的简单相加,而是一种技术与体制的有机融合,甚至是全方位提高

政府效率的革命。

为什么要推行政务电子信息化?在我国已成为世界贸易组织成员的情况下,应对国际竞争挑战、与国际惯例要接轨是谁都明白的大道理。更有不少专家指出,入世后的挑战首先是对各级政府的。在这种情况下,政务电子信息化的紧迫性自不待言。

电子信息化不是赶时髦,而是要切切实实提高效率、提高竞争力,就各级政府而言,就是通过高技术手段提高为人民服务的水准,提高为公众办事、为企业服务的效率。如果达不到这个目的,甚至还不如原有的技术手段,那将是极大的浪费。

换言之,仅有先进技术是不够的,政务信息化,其实是对政府工作提出了更高的要求,它不仅要求政府工作人员掌握较高的电子信息技术,还要求有与现代化工作手段相适应的观念,要求有上下“一条龙”、前后左右相对应的“成龙配套”,要求“条”与“块”之间彼此无障碍的沟通。愈是先进的技术手段愈要求这种整体性的联动,一处阻塞,满盘皆输,电子信息网在隔断或破坏的情况下,可能还不如传统手段效率高。

笔者以为,政务电子信息化实际上是要求我们要把技术创新与体制创新结合起来,高技术手段可以为体制创新增强动力,而体制创新才能为技术创新营造必要的环境。仅靠技术手段的“单兵作战”,很难达到整体改观的目的。在这方面,对我们的行政体制改革提出了严峻的挑战。从工作内容到工作方式,从办事程序到沟通流程,都要围绕技术变化而改革,甚至重新设计,仅有“快马”而依然用“旧车”是不行的。

再从政务电子信息化的推广看,仅仅注重技术的先进性也是不够的。政府技术设备投资不同于企业,不能“唯利是图”,但也不能不讲效益,不计算投入产出比。从目前的政务电子信息化推广看,对这些方面的考虑比较少,今后,如何加强对这方面资金投入的审计,如何把钱花在刀刃上,如何把电子信息技术“看着好还要用得好”,还需要在技术层面之外下大力气。

(张健)



## 2. 行政法规重复交叉 互联网企业更难以适从

### 行政法规重复交叉 互联网企业更难以适从

李学法 2003-7-2

2002年6月,国家新闻出版总署和信息产业部联合下发了《互联网出版管理暂行规定》(以下简称出版规定),要求互联网信息服务经营企业在涉及出版业务时,按《出版规定》向国家新闻出版总署、信息产业部报批后,国家工商管理部门才能予以登记。根据这一要求,互联网信息服务经营企业正在申报等待批准,但最近忽然又从网上获悉,文化部又下发了《互联网文化管理暂行规定》(以下简称文化规定)要求互联网信息服务经营企业向文化部申请互联网文化经营权。将两个规定内容进行比较,发现具体内容存在大量重复交叉,如果真的按文化部的文件规定,于2003年7月1日开始执行的话,必将使互联网业务经营企业处于十分尴尬的境地。

#### 经营范围貌合神离

《文化规定》划定的互联网文化产品的范围第1、2、3、4、5项,与《出版规定》划定的互联网出版范围相比较,《出版规定》的内容基本上覆盖了《文化规定》的内容,这样从理论上讲,只要互联网信息服务经营企业获得互联网出版经营许可证,即可合法经营,不需要再向文化部申报领取互联网文化产品经营许可证。但按照《文化规定》凡未经文化部批准经营互联网文化产品的(如网络游戏),企业要被实施行政处罚。这对企业来说不是太不公平了吗?

从另一个角度看,《文化规定》中的互联网产品中缺少图书和电子出版物等互联网业务经营中经常涉及的主要内容,这样即使被文化部批准获得互联网文化产品经营权,也还将面临违反《出版规定》被处罚的危险。

如果互联网信息服务经营企业同时向两个部委提出申请,面临的问题是先向谁申请?后向谁申请?如果一个部委批准了,另一个不批准怎么办?互联网信息服务经营企业名称如何起,叫某某网络出版公司还是某某网络文化公司?到目前为止,出版作为特种行业是需经国家新闻出版总署批准工商局才准予注册登记的,是否文化也被列为特种行业?那岂不是沾“文化”两字的待业都变成特种行业了?工商部门是否需要依据新闻出版总署和文化部两个部委的批件才允许互联网信息服务经营企业注册登记?实在是一头雾水。

#### 产品报批难题

按照《出版规定》和《文化规定》互联网信息服务经营企业在引进国外作品时(如网络游戏)都需要同时分头报批。按照这些年一直在做的引进游戏的报批

程序是：

由互联网游戏出版经营单位对产品进行三审后，送地方版权部门和国家版权局进行版权认证，然后报国家新闻出版总署，总署组织专家对内容审查批准后才能在互联网上发布出版。如果按文化部的规定，事前是否要由版权部门进行版权认证？据了解版权认证是国家著作权管理部门强制执行的，产品经文化部批准后，是否还需报国家新闻出版总署批准？一个游戏产品上市前需要复制大量的客户端光盘，而这些客户端程序光盘是本身就是一种电子出版物，而电子出版物出版就是新闻出版总署批准的，只有是电子出版社才能出版客户端光盘。作为被文化部批准的互联网文化企业，是否可以不经过新闻出版总署批准就拥有了电子出版物出版权？没有电子出版物的出版权，哪来电子出版物的复制委托书，没有复制委托书，客户端光程序光盘怎么复制？光盘复制工厂如果复制了就是严重违规，就会受到新闻出版总署处罚。

### 版权困扰

互联网经营过程中，存在着大量的版权问题，如盗版非法引用，外挂、私服等等，按照现行管理体制，打击上述侵权盗版问题，可以依据国家的出版法规和著作权的法律、法规，由新闻出版主管部门或著作权管理部门进行处置，如果网络文化产品出现上述问题时，是找新闻出版总署解决呢？当然肯定离不开国家版权局，还是找文化部门？是依据出版法呢？还是国家又拟订出台文化法了？

文化部要发布《互联网信息服务管理办法》，新闻出版总署和信息产业部发了《互联网出版管理暂行规定》，这些规定都有一个中心意思，就是出版管理部门要管好从事互联网信息内容出版的网站。前一段我们也看到国务院发布《互联网上网服务营业场所管理条例》，让文化部管理互联网上网营业场所，也就是“网吧”。既然分工这么明确，干么不各自管好各自的事情呢？

### 企业生存困境

中国已经加入了 WTO 了，按照 WTO 原则是不允许一件事两个政府部门同时管理的情况存在的，这不仅是国际惯例，更是互联网出版企业生存的需要。一方面企业为了取得两个部门的批准文件，不仅要增加运营成本，而且会贻误商机，很多好的项目会在行政扯皮中死去。另一方面，多头审批必然造成市场混乱，无序竞争、盗版和不健康作品也将随之而来，最终受害的还是互联网出版经营企业和广大的消费者。最近，已经有一批海外的游戏出版公司向一些相关企业和机构咨询，问是不是中国的新闻出版管理体制又要变了？同我们一样，他们也很担心中国的政府变来变去。加快协调，合理分工，把互联网出版企业从重复交叉的行政法规困境中解脱出来是目前最需要解决的问题。

来源：eNet 硅谷动力

## 十. 最新发展

### 电子政务

#### 政务在线真的方便——北京电子政务在线平台正式开通

##### 政务在线真的方便——北京电子政务在线平台正式开通

2002年9月29日 11:37 搜狐视线

今天是北京百姓值得高兴和记忆的日子，“北京市电子政务在线平台”正式开通，自此北京的百姓、企业可以不用在各个政府部门奔波，而只需在家轻点鼠标就可直接办理自己的事情。北京市电子政务在线平台由市计委、规划委、公安、工商、地税等 15 家审批业务集中的 委办局进行网上审批的统一门户网站，58 项审批业务自 5 月以来进行的 4 个月试运营中已经受理 2000 多件，已经审批的有 1500 多件，有近 60 万人次访问了这个网站。花十分钟可以办过去一天的事，这是使用这一平台的大多数人的亲身感受。

在开通仪式上，首都各界和市民代表 400 多人一同见证了这具有特殊意义的时刻，自此北京的百姓有了一条方便快捷的与政府打交道的信息之桥，作为为百姓办实事的重要举措，它为百姓带来的利益是显而易见的，特别是改变了过去政府网站互相独立的信息孤岛式的操作模式，高效、便捷、透明是这个平台的服务宗旨也是它不同以往的特点。政务在线真的方便，您还不赶紧试试？  
[www.eservice.gov.cn](http://www.eservice.gov.cn)?

#### 八大海关试行无纸通关

##### 八大海关试行无纸通关

北京青年报 2002-3-3

6 月份将在全国沿海十省市推广

据新华社电 记者从海关总署获悉，海关无纸通关试点 3 月 1 日起在上海、青岛等海关正式启动。

无纸通关是一种让企业通过网上向海关申报、海关通过对电子数据的审核就可以放行的先进通关模式。它可以大幅度提高通关效率、便利国际贸易、降低贸易成本、提升企业的国际竞争力，从而促进我国经济的发展并与国际通行做法相

衔接。

无纸通关试点企业在与海关、中国电子口岸签订电子申报责任协议书后，即可通过中国电子口岸网络随时办理货物进出口通关手续，直接将货物运抵港区装船（飞机）进出口。目前进行无纸通关试点的海关有上海、青岛、南京、杭州、宁波、深圳、拱北、黄埔等 8 个海关，其中，上海海关对进口和出口均进行试点，其余海关先对出口进行试点。计划 6 月份在全国出口量较大的沿海 10 个省（市）区全面推广无纸通关模式。

### 互联网成总统竞选新阵地 美政客网上“过招儿”

#### 互联网成总统竞选新阵地 美政客网上“过招儿”

(2003-07-17 09:30:30)

在当今这个时代，技术的发展速度总是令人惊奇的，十多年前还不成气候的网络，如今不但与人们的日常生活息息相关，而且还成了美国政客们竞选的重要工具。美国总统竞选的主战场的范围正在逐步将互联网这个领域囊括进来。

#### 网络助选候选人受益

美国前佛蒙特州州长、民主党 2004 年总统候选人霍华德·迪安不但靠网络组织活动、募集捐款、通过电子邮件发布宣传信息，而且还通过其掌握的网络信息来修改他的竞选方案。此外，他的网站提供了一种无线信息服务，为一些聊友们营造了安乐窝。现在，成千上万迪安的追随者可以在网上展开讨论，而且相近的邻里或社区能很方便地组织自己的实时会议和竞选活动，支持者们也能通过电子邮件征求竞选标语或者彼此出谋划策。

就这样，迪安通过互联网不但赢得了 12.8 万名热情的支持者，而且还为他吸引了很多的竞选资金。据他自己介绍，在他今年第二季度筹得的 750 万美元款项中，有 350 万美元是通过网络募集的。

#### 网络魅力无穷政客纷纷采用

迪安的竞选活动主管乔·特里普说：“这是一种不同以往的竞选。我们切切实实地把各地竞选活动的组织领导的角色交给了地方邻里或者通过网络自发组织的人群手中。”

认识到网络在政治生活当中的独特魅力后，美国其他一些竞选者也开始涉足网络领域。在马萨诸塞州候选人之一约翰·凯利的网站里，具有类似观点的朋友、家人或者其他熟人可以组织他们自己的“虚拟社区”。北卡罗来纳州参议员约翰·爱德华兹则计划进一步增强他的网站的交流和互动性，使支持者能够更方便

地在网上进行思想交流或者安排会议。据悉，美国现任总统布什的网站也正在改造过程中。

链接：美国网络助选的几个第一

第一个采用电子邮件参加竞选的候选人——1992年杰里·布朗民主党总统候选人

第一个开办候选人网站的候选人——1994年黛安·范斯坦加利福尼亚州民主党候选人

第一个靠因特网的帮助获胜的候选人——1998年杰西·文图拉无党派人士，明尼苏达州州长

第一个通过网络筹到100万美元的候选人——2000年比尔·布莱德利民主党总统候选人

第一个在一天之内通过网络筹得50万美元的候选人——2000年约翰·麦凯恩共和党总统候选人

第一个有100万人参加的网络派对——2000年共和党派对

中国网

### 远程报送非典疫情病情

#### 远程报送非典疫情病情

北京青年 2003年06月18日

#### 本市非典疫情、病情报送系统全面投入运行

本报讯近日，北京市非典疫情、病情报送系统全线开通，实现了全部非典疫情、病情信息的远程报送和实时采集。

根据北京市委、市政府的要求，长城软件从4月下旬开始全力投入北京市疫情监控决策支持系统子系统非典疫情、病情报送系统的开发，实现了非典疫情信息的及时与实时采集，为北京市委、市政府实时监控和科学决策提供了坚实基础，为防治非典发挥了重要作用，同时也为将来防治流行病提供了经验。



## 1. 法规建设

### 国务院信息办：中国电子政务相关法规将出台

#### 国务院信息办：中国电子政务相关法规将出台

计算机世界网 <http://www.sina.com.cn> 2002年12月09日 15:35

计算机世界网消息 国务院信息化工作办公室副主任刘鹤近日在北京表示，有关中国推行电子政务的两部法律已经在制订中，即将出台。

这两部法律分别是“电子签章法”和“政府信息公开法”。

刘鹤透露，目前，“电子签章法”已经完成草案，即将上报国务院。据悉，在各部门

推行电子政务过程中，电子签章是被呼吁最多也是必不可少的环节。该法案主旨是将“电子签章”的有效性以法律形式确定下来。而另一部“政府信息公开法”则为政府部门信息资源的公开提供了法律依据。

此外，刘鹤表示，为避免重复建设、盲目投资的情况发生，国家已经利用统一平台对电子政务项目实行统一规划，资金划拨将由一个部门统一管理，该举措有望遏止以往电子政务建设过程中的弊病。

据悉，去年十二月，国务院作出“中国建设信息化要政府先行”的重要决策，今年七月份，国务院发布十七号文件，将电子政务建设纳入一个全新的整体规划、整体发展阶段。

### 重视民众知情权 中国信息公开条例有望年底出台

#### 重视民众知情权 中国信息公开条例有望年底出台

NEWS.SOHU.COM 2003年09月02日 10:41 中国新闻网

中新网9月2日电 有迹象显示，中国民众的知情权正获得越来越多的重视，政务公共信息公开在中国渐成趋势，且将走上法律化、制度化之路。

香港大公报今日刊出来自深圳的消息称，中国国务院《信息公开条例》日前起草完毕，估计年底便可实施。

六月份以来，北京、上海、河南、深圳等地纷纷建立新闻发言人制度。深圳市委办公厅昨日转发了《关于加强和改进舆论监督工作的意见》，要求全市各级部门自觉接受舆论监督，除涉及国家安全和机要、保密的内容外，凡公务活动必须自觉接受采访。

中国内地的法制日报年初曾发表文章，从三个方面阐述了公共信息公开的潮流与法制化问题。文章认为，信息公开的立法要解决两个问题：一是明确信息公开是政府的法定义务，公开是原则，不公开是例外，对于违反公开义务的，则要承担相应的法律后果；二是设置实施信息公开的监督机制。这其中重要的环节是调动信息公开最直接、最主要的受益人——公民的监督积极性，信息公开的法律应当明确赋予公民对国家机关信息公开的请求权，以及为落实这一请求权而必需的诉权——即对不履行法定公开义务者提起行政诉讼的权利。

该报还曾称，为政府信息公开立法，不仅必要而且必须加快步伐。评论指出，人类社会已经进入信息时代，信息公开，也是现代社会民主与法治的必然要求。公民不仅是知情权的权利主体，也是政府信息公开的权利主体。因其职权而掌握、占有大量信息的政府，则无疑是政府信息公开的义务主体。在这次非典事件中，政府定时向社会发布各地疫情信息，及时公布减免税费等临时政策，积极引导舆论，形成了政府与社会的良性互动。

中共中央党校主办的《学习时报》较早前也曾发表文章指出，知情权是现代民主的根本要求，并建议尽早制定中国《信息公开法》。文章说，民主的发展过程，就是人权不断得到扩大的过程。这已经成为当代民主发展的一个共同现象。保障公民的知情权是当代信息公开制度建立和发展的主要目的。中国从 1980 年代开始启动信息公开化的进程。文章说，以这次“非典”信息公开为契机，尽早制定中国《信息公开法》，建立完善的信息公开制度是中国民主发展的必然要求。

## 2. 下一代互联网

### 57 院士联名上书中央 国家秘密建设下一代互联网

#### 57 院士联名上书中央 国家秘密建设下一代互联网

光明 2002-9-29

吴传震

国家自然科学基金委一位官员透露，中国将在近期出台下一代互联网建设与研究方案，相关工作正在国家计委的协调下低调进行。

新方案将在两三个月内出台，一位知情人士说：“紧跟着就是巨资投入，对整个经济的影响将相当大。”

下一代互联网，始于 1996 年美国克林顿政府的 NGI (Next Generation Internet) 计划，与目前使用的互联网相比，它的传输速度更快、规模更大、更安全。世界上大部分国家，包括中国，第一代互联网建设沿用的都是美国的标准，

包括底层技术和核心设备；互联网的巨大变革力量使得各国在下一代互联网研究上展开了“军备竞赛”。

中国在这个领域起步得并不晚，1999年12月即已开始了下一代互联网研究的第一个项目——NSFCNET（中国高速互联研究试验网）。“应把下一代互联网研究放到像重视两弹一星的程度上，举国之力建成中国下一代互联网。”NSFCNET的主持人吴建平教授曾多次呼吁。至今，美国早在1999年就已建成全国180所大学联网的下一代互联网，日本已在日美之间建起了最大的IPv6主干网，欧盟也于2001年建成了覆盖全欧的“6Net”，但限于种种因素，中国的NSFCNET还只限于清华大学、北京大学、中国科学院等6个节点。

### 国家计委的秘密会议

今年6月开始，国家计委正式代表国务院出面负责起下一代互联网的工作。

6月7日，国家计委副主任王春正和日本经济产业省事务次官广濑胜贞，在东京签署了《下一代互联网中日IPv6合作项目》政府间合作谅解备忘录，总投资约四十亿日元，项目包括IPv6试验网的建设与试验、系统开发、应用技术开发、标准化四方面内容。IPv6协议是下一代互联网的核心。

“6月份的中日IPv6合作项目总投资额为4.4亿人民币，中国和日本分别出2.2亿，在北京、上海、广州建3个IPv6试验点。参加的单位主要有国家计委、清华、北大、中科院网络中心、信产部电传所、第四所等。”一位专家透露。

“日本是国际下一代互联网的亚太区中心，但如果没有中国的参与，日本就不能成为名副其实的亚太区中心，所以日本人要与我们合作；我们与日本合作，是希望推动我们的研究。”这位专家说。“日本人和美国人现在在争IPv6的市场。”中国电信北京研究院副院长赵慧玲女士说。

在中日IPv6合作项目之后，国家计委紧接着在北京和上海分别召开了会议，讨论中国下一代互联网建设与研究方案。

“具体时间好像是6月10号以后。在国家计委主持下成立了中国‘下一代互联网建设专家顾问委员会’。那天特别热，路上十分堵，会上大家的讨论也十分热烈。”一位与会者说。

该与会者称，会议囊括了国内一流的计算机专家学者，核心人物为吴建平教授。委员会的具体事务由工作协调组执行，组长为李崇荣。据李女士向本报记者核实，“专家顾问委员会”确切成立时间是在8月1日的北京会议上。在会上，下一代互联网依托于哪个网引起了争论，教育部认为应该依托CERNET（中国教育科研网），国家自然科学基金委则认为应该依托已建好的NSFCNET。

8月21日，在上海举行的中美网络技术研讨会之后，国家计委召集相关部门，在接下来的几天紧跟着开了一次秘密会议。会后，各位专家开始为下一代互联网建设方案写规划建议。

专家顾问委员会成员之一、北京大学计算机系系主任李晓明在接受采访时表示：“国家计委有规定，在整体规划方案出来之前，不能对外宣布，我们现在正在做，过两个月后就可以讲了。”

### 院士联名上书

去年，当国内“下一代互联网”第一个项目——NSFCNET一期工程完工后，国家自然科学基金委已经没有资金进行进一步的研究，陈佳洱院士为这个项目特批的2000万主任基金已消耗殆尽。

2002年春节前夕，一封57名院士的联名信被送到中央。牵头的是中科院元老院士、中国空间自动控制学家杨嘉墀先生。信的主题是“关于建设下一代互联网的建议”。在信中，这些元勋们迫切地向中央建议立即研究建设下一代互联网。

“这事主要是国家自然科学基金委协调组织的，当时希望引起中央对发展下一代互联网的重视。”一位知情人士透露。

NSFCNET项目建成了中国首个传输速率为2.5Gbps-10Gbps的高速计算机互联研究试验网络，并自主研制成功中国第一个下一代互连网络交换中心DRAGON TAP，这个中心以1Gbps的速率分别连接CERNET和CSTNET(中国科技网)。

但因资金的限制，与国际其它下一代互联网项目相比，NSFCNET规模较小，仅有6个节点，连接了清华大学、中国科学院、北京大学、北京航空航天大学、北京邮电大学和国家自然科学基金委等6家单位。建成之后，当时没有资金连接到国际上的下一代互联网。吴平教授多次向信产部和运营商“八方化缘”，终于在信产部张春江副部长的支持下，中国电信和中国网通分别捐赠了两条10M的双向国际电信线路，免费使用3年，这才使NSFCNET能够连接到国际下一代互连网络交换中心STARTAP和亚太地区高速网APAN交换中心Tokyo-XP，为中国下一代互联网研究与世界接轨取得基础条件。

由于NSFCNET只有6个节点的规模，而且仅限于北京地区，无法满足研究活动的大规模开展，NSFCNET学术专家组的一位成员说：“我们一直希望这个网的规模愈大愈好，希望做一个全国性网络，但基金委的经费，一期项目已经用完了。”相关资料显示，当时NSFCNET的下一代规划是连接国内的100所大学和科研机构，这个规划需要大量的网络设备和通信线路，国家基金委已经没有实力让这个项目走得更远。

## 两次部际协调会

院士们的呼吁很快得到了回答。

春节刚过，国家自然科学基金委得到了国务院有关下一代互联网建设的指示。在今年3月8日和3月29日，国家自然科学基金委召开了国家计委、科技部、教育部、信产部、中科院和自然科学基金委等六部委司局级领域参加的部际协调会，落实国务院的指示。

在第一次会上，各部门一致认为中国建设下一代互联网的意义在于：它是一个跨部门的、用于研究的网，可以改变由各部门建网的局限性，同时可以为广大科学家进行科学研究和科研活动提供一个公共的平台。

在国家自然科学基金委主持的这两次会结束后，部际协调小组办公室起草了三个方案：一是送国务院科教领导小组的“关于中国下一代互联网的建设与研究工作的请示”；二是送国家计委的“中国下一代互联网建设与研究初步方案”；三是“建设中国下一代互联网组织工作设想”。在各部门会签后，这些文件被分别上报到了国务院科教领导小组和国家计委。

目前，还无法知道国家计委所做的“下一代互联网”建设规划方案详细内容。不过，专家认为有两点可以肯定：1. 国家将会斥巨资建设一个全国性的下一代互联网；2. 部际协调会提交给国家计委的“中国下一代互联网建设与研究初步方案”将会得到一定的采纳。

## 商机惊人

如果确定未来3年在全国完成200个下一代互联网节点的建设，那么将会有大规模的投资，必然需要大量的网络设备和通信线路。现在，国内的企业还没有能力制造IPv6路由器，中国有关下一代互联网的产业基本是一片空白；而一些国际通信巨头，思科、诺基亚等，已经研制或拿出了一些配套产品。

“下一代互联网，从IPv4到IPv6，所有配套的软硬件都将面临一个挑战，来一次重新洗牌；这给了很多企业新的机会，有可能打破现在网络经济的格局。”专家认为。

在今年的中国IPv6论坛上，诺基亚宣布将为3G网络推出基于IPv6的全IP核心网业务。从1999年开始，诺基亚连续三届赞助举办了中国IPv6高级研讨会。CERNET与诺基亚建立了合作，在全国范围内使用诺基亚提供的IP路由器和IPv6软件建立试验网络。

诺基亚上海分公司表示，诺基亚在IPv6发展方面会保持自己的特色，偏向



移动互联网。该公司预计到 2005 年移动互联网服务将占全部收入的 60%。

延续在传统互联网上的优势，与诺基亚一样，思科也是欧美国家 IPv6 论坛和高峰会议的“常规赞助商”。

国际上与下一代互联网相关的标准组织中领导层也大多是思科员工。

覆盖全欧洲的大容量 IPv6 研究网络“6NET”，其路由器、交换机和一组全面的 IPv6 网络基础设施都是由思科承建。

由于下一代互联网研究目前仍拒绝商业介入，国内运营商尚没有一个介入到下一代互联网，各运营商对下一代互联网也反应不一。

今年 8 月 21 日在上海召开的主题为“发展下一代互联网”的中美高级网络技术研讨会上，7 大运营商都公布了自己的方案。中国移动的代表表达了对下一代互联网的急切期盼：IP 地址的匮乏限制了移动通信的应用，而下一代互联网将使每一个手机有一个 IP 地址。

中国电信北京研究院的副院长赵慧玲在接受采访时表达另一种态度：“现在 3G 和下一代互联网都还是挺远的事，我们是运营商，我们是实实在在做事的人，不关心这些炒作。”不久前，信息产业电信管理局副局长韩夏对外宣布：中国目前不会大规模应用 IPv6 标准。

“究竟下一代互联网代替现在的互联网需要多少时间？整个产业升级需要多少资金？目前，谁也说不清，这不是一两万亿人民币就能搞定的事情。”有关专家说。无疑，这里孕育的商机异常惊人。

## 资料

根据国家自然科学基金委总第 333 期简报显示，两次部际协调会达成 4 大共识：

1、NSFCNET 网络规模太小，不能满足要求，难以提供很多具有挑战性的应用。在 NSFCNET 基础上建设我国下一代互联网是非常必要和急需的。只有加速网络的建设、研究和开发应用，才会形成自己的自主知识产权，在高技术发展领域占有重要地位。

2、根据下一代互联网的性质，总体规划建议分步实施。第一期即 2002 年可先做 50 个节点(高校和科研院所各半)，约需 1 亿人民币的建设资金。然后逐步扩展，3 年完成 200 个节点建设。

3、由于下一代互联网是国家的重要基础设施，需要国家投资。可以按重大

专项申请立项，按基本建设程序办理。如果扩展到 200 个节点，粗算需 4 亿人民币资金。

4、在网络建设方面，要注意与国家重大基础性研究、国家高技术发展规划项目、国家大科学工程项目等相互协调，以便资源共享，为我国科学研究提供研究平台和手段。

稿件来源：21 世纪经济报道

## IBM 积极参与中国教育科研网络建设

### IBM 积极参与中国教育科研网络建设

记者 刘路沙

本报北京 10 月 18 日电 IBM 公司与教育部日前在京宣布，双方将采用网络技术促进全国高校在教育、科研及更广泛项目上的合作，推进中国教育科研网络的建设。

中国教育科研网络是迄今为止世界上最大的网格计算工程之一，网络建成时，将聚集超过 15 万亿浮点运算的功能，使全国 100 所 211 建设重点大学的应用程序、数据、计算资源等实现共享。一期项目已有 12 所大学参加，预计 2005 年建成，届时将拥有超过 6 万亿浮点运算，主要用于生命科学、图像处理、远程教育等众多领域。

IBM 将与有关大学建立网格应用联合研发中心，以研究开发开放式网格架构与解决方案，IBM 还将提供网格中间件、服务器、存储等先进技术。发布会上展示了中国教育科研网络的先行项目“大学课程在线”应用网格与生物信息网格系统。

稿件来源：光明日报