

• NETWORKERS

网典

NETWORKING CHINA

2000年 第5期 总第8期



华尔街传奇
精彩再现

互联网推动
银行业创新

NETWORKERS

谁持宽带
当空

舞

Networkers

全扫描





准备好了吗？



互联网和教育是推动世界经济发展的两个最重要的因素。互联网为商业、个人和政府创造了前所未有的机遇，掌握了正确的技能和知识的人会成为赢家。

网典

NETWORKING CHINA

2000年 第5期 总第8期

“互联网是网中之网……创新、产品线的平衡、客户以及区域运营是支持网中之网策略的关键。”

——约翰·钱伯斯

构建“网中之网”

卷首语

- 1 构建“网中之网”

封面文章

- 2 谁持宽带当空舞
IP电话与传统电话的比较

网络应用

- 6 互联网推动银行业创新

思科故事

- 8 华尔街传奇精彩再现
吴锦城谈创业经验与心态
12 西部渐起网络潮

专题报道

- 14 Networkers 全扫描

网事看潮

- 20 B2C网站杀入B2B市场

iQ 精选

- 22 制定互联网业务战略的九个要点
24 客户支持与客户在线自我服务
25 互联网策略四问

网络漫话

- 26 贫嘴张大民的宽带生活
28 聊胜于无?
一些网站隐私条例遭遇质疑

“互联网是网中之网。”思科系统公司总裁兼CEO约翰·钱伯斯在2000年12月4日对网络和金融业界的500多位专家说,思科这一策略的目标是将服务供应商与企业内部网联结起来,形成一个基于互联网的统一网络。而对思科来说,创新、产品线的平衡、客户以及区域运营是支持“网中之网”策略的关键。

钱伯斯是在思科2001年分析家年会开幕时作上述表示的。他认为,互联网改变了商业模式,同时也为它所涉及的所有行业带来了新的盈利机会。思科的“网中之网”策略使从中小企业到电信运营商和大型企业客户能够更快、更容易地开展新的服务。

“互联网不仅在电信业引发了革命的风暴,其影响已波及经济中的每一个环节,是一个历史性的经济变革因素。”钱伯斯说,“思科处于这场变革的中心。作为互联网最积极的使用者,思科与客户建立了无与伦比的合作关系,帮助客户利用互联网获得网络效应,提升生产效率、竞争力和增长速度,使客户在市场变化中把握

成功的方向。”

在2001财年第一季度,思科在欧洲、中东以及非洲、亚太、拉丁美洲、美国以及日本等每一个地区市场的销售额都获得了两位数的增长,预计2001财年的增长率将超过50%。

此间分析家认为,思科的企业事业部在竞争的迁移中获益,并得以巩固市场领导地位,其中部分原因来自于思科在互联网语音服务领域的巨大成功。公司的企业事业部将扩大这一战果。同时,思科的企业事业部将开创新的服务市场,使得专业商务人士在旅途(机场、酒店等地)中、家里或工作场所能够随时访问公司的网络。服务供应商事业部将推动传统电信网络转变成为一个以数据为中心的全新网络,并帮助服务供应商从单一语音服务转向多种集成服务。互联网商业解决方案组的作用也越来越重要,它为客户制定互联网商业突破战略,帮助客户最大限度地利用互联网的优势,这使思科系统公司区别并领先于其他竞争对手。■



谁持宽带

人类对通讯的梦想一直在发展。19-20世纪，人们梦寐以求的是在任何地方、任何时间和任何人能够相互通话，电话实现了这个梦想。现在，人们的梦想是随时、随地、以任何方式都能获得信息并进行相互交流，基于IP的话音、数据和视频集成传输网络将帮助人们实现这个梦想。

当空

舞

宽带通信与光同速

当你走进北京金融街，登上国际企业大厦9层，走近中国网通公司时，会看到花岗石地面上镶嵌着四个大字：与光同速。



11月18日，中国网通公司首期覆盖中国东部17个主要城市的宽带骨干网正式开通。

作为中国宽带IP骨干网的建设者和运营商，中国网通被业界称为新电信或新一代电信公司，也是国内目前唯一完全采用光纤+路由器+密集波分复用技术（DWDM）体系结构建设骨干网的公司。

基于IP的骨干网结构代表了新电信网络的主流方向，也是全球新一代网络基础设施的首选传输方式。目前，世界上网络建设发展较快的国家，如美国、澳大利亚以及欧洲各国，都在采用这一结构。因为在IP网上不仅可以实现各种传统的电信应用，而且能够提供新型多媒体应用，以满足基于互联网模式的新一代业务和应用的指数级增长的需求。

中国网通建设这个完全面向未来的IP骨干网，选择了思科系统公司作为战略伙伴。今年2月，两家公司为此正式签署了一份合作协议，由思科公司提供产品和技术方案。这个骨干网的目标，就是要建立一个以IP+DWDM技术为基础的全光纤IP优化宽带骨干网，从而构建新一代的开放电信网络结构——CNCNet。它采用统一的电信平台，以宽带IP技术为核心，使用纯IP协议的电信网络，

可以承载包括数据、语音、图像、传真和各种智能与增值服务在内的综合电信业务，并能够实现多协议、多介质的综合接入平台和各种业务网络的无缝连接。初期的主要业务为带宽批发服务、虚拟专用网（VPN）服务等，并将开展以包交换和IP技术为基础的新一代智能电信业务、增值业务和宽带多媒体综合业务等全方位的电信服务。

在当今世界，几乎会用电话的人都听说过一个字眼：IP电话——因为它省钱。但是，IP和宽带网络技术最激动人心之处，在于它将带给我们一个美丽的通讯新世界。

中国网通的一个理念是：“让人人拥有带宽，让沟通与光同速。”思科公司也非常看好光纤入户的发展趋势。光纤的带宽高达10G比特/秒，对于家庭网络来说，就像高速公路修到了家门口一样。思科与中国网通的合作，就是要圆中国百姓家庭的这个梦。

带宽就是硬道理

当前，中国电信业务有两个高速增长点，一个是移动通信，另一个是数据通信。在未来5年内，我国数据通信业务的增长率平均将达到40%以上。驱动数据通信高速增长有两个重要因素，一是我国工业企业的信息化程度迅速提高，企业对内部组网的需求急剧增加，企业内部的数据通信已成为企业管理的一个重要手段；二是在互联网革命的推动下，互联网的通信量正在以爆炸性的速度持续增长。

但是，中国上网速度太慢已成为网民们最为头痛的问题之一。中国ISP提供的带宽远远不如美国。我国大城市之间骨干网通信只有64K~8M左右，局部达到155M；而美国为622M，局部有40G之高。同时，ISP为用户提供的接入速率也很低，理论上可提供56K的Modem接入，但在实际中，ISP接入骨干网一般采用带

宽256K-2M的DDN专线，却要带数千个甚至上万个用户。美国ISP接入骨干网一般采用45M的T3专线，而且每300个用户就有一根1.55M的T1接入骨干网。

针对这些差距和困难，业界提出了许多“解决方案”，其中尤以宽带网解决方案最为激动人心，因为它代表着新一代技术，可在基础设施层提供更多的商业机会和商业模式的选择，并可能使电信市场规模和格局重新洗牌。同时，它也为新的电信运营商提供了一个崭新的空间，而不必以传统业务在传统市场地盘上艰难地竞争，就像中国人所共知的中国联通与中国电信的竞争故事一样。现在，除了中国网通公司已建成宽带骨干网首期工程以外，其他几大电信运营商也纷纷向宽带网市场挺进，在新电信领域出现了竞争发展的局面。

近年来，数据通讯的发展远远高于语音通讯的发展。在不久的将来，数据通信流量终将超过话音通信流量，人们对通讯的认识将会彻底改变。随着互联网的发展，传统电话会被自然而然地淘汰，因为它只能提供64K带宽；如果要提供1G，所有的设备都要换掉，也就是要建设一个全新的IP网，而没有办法通过对电话网的改造来解决。

正是由于这个原因，电信运营商纷纷选择宽带IP网，不是一个单纯的技术选择问题，而是竞争与生存问题。未来的电信运营商既要提供电讯服务，更要帮助企业建立互联网；既要提供传输通道服务，更要帮助企业应用电子商务。只有这样，新电讯才能生存和发展。



宽带创新通信需求

宽带网络的发展，不仅给我们带来了更高的数据通信速度，关键还在于它能够创造新的需求。

以IP网络电话与传统的电路交换网络电话相比。传统的PSTN网络是专用网络，采用封闭式的结构和协





发展到免费提供,这对传统电信运营商来说是一个巨大的挑战。思科中国电信市场推广总监徐涌先生认为,如果带宽达到人均1G了,传统电信运营商就很难按照传输来收费了;电信未来的增长点,是在1G带宽上面能提供哪些新的服务。

同时,电信业面临的另一个挑战是怎样保持和吸引客户。随着电信业打破垄断,走向开放,用户的选择更多了。你要想锁住用户,方法有两个,一是提供廉价和优质的服务,二是把服务个性化。用户使用你的服务,同时你也记录下了消费者的消费习惯,这些记录都在电信公司的数据库里面。分析这些记录,你就能为用户设计非常个性化的服务。

比如,可以分析用户使用电话的习惯,在他用得比较少的时间段,把资费调得低一点,其他时间段调得高一点,再把流量平衡一下。这样,就可以在网络投资成本不变的前提下,可能使收费增加一倍,因为你的网络把很多空闲的时间段都充分利用起来了。

议,是为一种话音呼叫技术建立的网络,它只考虑一种接入设备——电话。IP电话网络则是一个开放的环境,能够接入更多的通信设备,除了传统的电话和传真机之外,还能接入个人数字助理PDA、视频电话、USB接口的数字电话和PC上的客户端软件等。IP电话实现了新的综合业务:宽带质量的音频、统一信息系统、Web呼叫中心、视频电话、电话会议。这些新的增值业务的潜在市场需求巨大。

IP电话业务与互联网服务的结合产生新的互联网增值服务,将在未来5年中以惊人的速度增长。IDC的研究数据表明,基于Web以及部分基于Web的语音服务需求,在未来5年间将持续以100%的速度增长,远远超过互联网的增长速度。

传统电话乏味的通话方式和单调的终端设备,无法满足人们对沟通的广泛需求,人们需要在通话时看到对方的表情,看到对方想展示给你的一切影像;同时,人们希望使用各种更方便的通信设备,而不再一个键一个键地拨难以记住的电话号码。IP技术能够帮助人们实现这个愿望,你只要在屏幕上轻轻点击对方的姓名,一切原先无法实现的梦想都将成为现实。

IP电话的核心价值,在于将语音

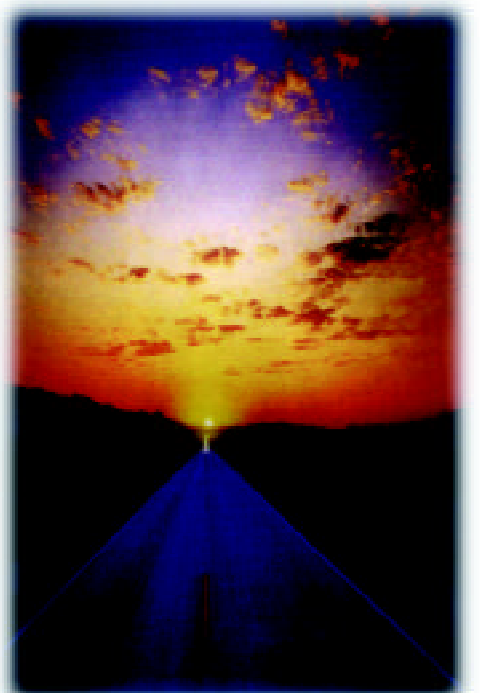
与数据、视频整合后产生了新的通信模式,这使传统电话无法望其项背。宽带网络的发展,又为这个梦想提供了更加充足的带宽资源。

正是看到了IP电话这个广阔前景,中国网通把基于IP网络提供语音服务放在了一个十分重要的地位。对于中国网通来说,VoIP不是一个短期实现收入的阶段性战略;它把VoIP视为从传统封闭的电信系统向开放的电信平台转变的革命性技术,是建立新型电信运营商不可缺少的组成部分。在开放平台上开创新的产品、应用和服务,从而将电信服务推向一个崭新的时代。因此,中国网通将以VoIP作为一个核心策略,不断为用户提供开放、个性化与创造性的产品。

带宽改变运营模式

宽带应用的发展之快,可谓使人眼花缭乱。5年前,人们把155M叫做“宽带”,当时ChinaNet的带宽只有2M,而现在是2.5G。根据网络发展的吉尔德定律,在未来25年间,骨干网的带宽每隔6个月就会增加一倍。

按照这个发展趋势,会出现一种结果,就是带宽到某一天一定会



IP 电话和传统电话的比较

传统电话采用电路交换技术，结构和协议是封闭式的；IP电话网络采用包交换技术，在完全开放的环境中发展成熟。国际电信联盟积极促进IP厂商采用标准协议，不仅使IP电话产品能够互通，而且使IP电话能与传统电话互通。

IP 电话网的 优势

· 更为有效地利用带宽和设备

目前，IP电话可保证5倍于传统电话的线路利用率，并且不降低话音质量，这得益于压缩编解码算法的优化改进、DSP性能的迅速提高和分组交换的统计复用能力。分组电话直接在可用传送链路上复用话音业务量，不需要传统电话大量解复用设备，极大地节省了设备和运营费用。

· 综合的话音和数据网络费用

互联网业务量每6-9个月翻一番，目前重叠在话音网上的数据网络将很快超过话音的业务量。话音网必须尽快向分组交换结构转变，创建具有公共交换和传输系统的单一综合通信网络，以显著地节省网络设备和运营费用。

· 接入新的通信设备和增值业务

IP电话扩展了传统电话的应用，更多通信设备可以接入。除了传统电话和传真机以外，IP电话机、个人数字助理、视频电话、USB接口的数字电话和PC上的客户端软件都能作为VoIP的终端设备。网关则提供这些终端和传统PSTN通信所需的转换功能。运营商接入这些新设备，不仅能增加通信业务量，而且能扩展业务范围及用户数量。

IP电话实现了新的综合业务——宽带质量的音频，统一消息，Web呼叫中心，实时话音数据的综合，视频电话和可管理的数据、话音、视频业务。这些增值业务明显提高了运营商的竞争力和收入。

电路交换电话网的 局限性

· 带宽低且传输效率低下

传统电话网的交换结构基于64Kbps通路，没有足够带宽来处理数据和视频业务。每个通话无论实际呼叫业务量的大小如何，都会占用整个64Kbps通路，而且所有的交换单元全部都是基于64Kbps交换进行设计的。这种网络要求大量的设备来复用和解复用高次群传送电路，才能在64Kbps进行交换处理。这种低下的效率累积起来，对设备是一笔很大的开销。

· 封闭的专用结构和协议

电路交换的所有呼叫控制功能和业务逻辑都位于交换机内部。交换机厂商采用专用协议和封闭的开发环境，控制了新业务的开发和提供的进程，运营商处于被动地位。这就严重地限制了运营商提供新业务的灵活性，并使新业务费用较高。

· 可连接的电信设备类型有限

电路交换基于时分复用（TDM）技术，PSTN只是一种话音呼叫技术建立的网络，它只考虑了一种接入设备——电话。因此，当用户要求接入新设备——数据、视频或无线接入时，运营商必须在网络上增加其他重叠设备来适应新设备的需要。



互联网推动银行业创新

应用互联网的“新世界”银行更容易从新经济中获利，它们比传统银行业更知道互联网的力量和互联网对消费者的意义。

90年代以来，银行业的发展速度大大加快，这一趋势到2000年还在持续增强。除了资本市场发展、金融管制放松、客户期望提升等因素在推动这种变化以外，互联网的发展和对网络技术的应用也是近十年来银行业发展的主要动力。

互联网催生“新世界”银行

互联网作为一项技术的应用成就有目共睹。全球互联网用户仅用了4年就达到了5000万个用户，其发展速度超过了其他任何一种现代技术。电视用了13年、收音机用了38年才达到同一用户数量。目前，全球互联网用户已达3.04亿个，而在一年以前，还只有1.7亿个。

互联网被广泛接受，使客户乐于运用它来进行金融交易。事实上，除了存款和取款，大多数金融交易只涉及数字记录，而无需物理的交割。

美国的一项调查显示，用户对网络交易最感到满意的是它方便快捷。这与其他交易不同：书需要配送，家具需要检查和试用。

基于这个特性，银行业开始应用互联网建立“新世界”银行业务，这些银行更容易从新经济中获利，因为它们更知道网络的力量以及互联网对消费者的意义。

中国也在经历着互联网革命。据中国国际互联网信息中心统计，中国目前的互联网用户已经达到1600万，并且每隔6个月增加一倍。同时，中国银行业目前也面临许多挑战。一方面，许多历史遗留问题急待解决，包括必须增加利润，处理坏帐，提高风险管理能力以及效率；另一方面，随着中国加入WTO，金融市场将逐步开放，这会带来更为激烈的国际市场竞争。但是，最大的挑战还来自网络技术的发展给银行业带来的变革。换言之，银行业面临的最大挑战是：如何

利用互联网带来的优势，成为新经济的火车头，而不是被这一技术应用的先行所淘汰。

新技术推动银行业变革

拥有一个网站并不意味着银行已经进入新经济的快速道。建立一个网站只是一个技术问题，实现难度并不大。对于“新世界”银行来说，支撑网站运作的功能（无论是技术的还是非技术的）才是最重要的。事实上，互联网仅仅是银行接触用户众多渠道中的一个。其他渠道还包括储蓄所、自动柜员机（ATM）、电话、移动电话、自动语音回复、电子邮件、传真等，这些也都十分重要。

新技术给用户带来了更多的选择机会，使客户能够享受更出色的服务。银行业要想在竞争中占据主动地位，必须具备以下特性，即：以最佳价格提供产品；提供更好的服务；能够留住客

户,利用原有的客户开展业务;吸引新的客户,创造新的收入来源。

这些竞争特性早已存在,成功的银行也一直在利用这些因素来取得竞争的优势。但在以互联网为核心的新经济的竞争中,这些问题变得更为尖锐,因为市场法则变化的速度更快了。

为什么会产生这种变化呢?

在互联网时代,信息随手可得。今天的客户拥有更多的选择,在互联网上能够轻松得到产品与价格的信息,从而获得更多的优势。他们能够在众多银行中进行比较,为某一特定领域的业务选择提供最佳产品和服务的银行。中国对利率实行统一监管,因此价格与产品的比较尤显重要。当金融市场对外开放之后,这种竞争将是全球性的。

非传统的金融站点提供全面的金融服务信息,这使消费者很容易从这些站点中“检索”到最佳产品或服务。这些站点还允许客户在网络上张贴需求,使银行能够就客户的每一项业务进行竞拍。

减少客户更换服务商的成本。习惯上,许多客户并不希望频繁地变换为自己提供服务的金融机构,因此不想对所有的金融机构进行比较。但是,互联网也改变了这一点,一些网站能够帮助客户整合与若干银行的关系,同时为客户提供更换金融机构的服务。

全新的业务。通过互联网,金融机构能够扩展更为复杂的新业务和服务。例如,美国的某些银行能够帮助他们的中小企业用户开展电子商务。这些服务甚至还包括提供应用服务,让中小企业以最快的速度开展业务。

在证券业,电子交易的发展大大改变了交易商之间的竞争格局。在改变比较缓慢的保险业中,也出现了利用互联网创新的服务种类。例如,有一个站点可以完成保险交易双方的匹配。

从上面的讨论中,我们能够得出以下结论:

1、当互联网把银行产品价格变得透明时,能够以最低价格提供高品质产品的商家将成为赢家;

2、在互联网时代,由于客户能够轻易地选择或更换服务商,客户的忠诚度将大幅度下降,如何保住“好”的

客户并且赢得其将来的业务是一个重大挑战,没有办法从其他银行机构吸引客户的银行将无立足之地。

但是,如何才能以最低的价格提供高品质的产品和服务呢?

互联网时代银行业之道

影响价格的一个最直接的因素是成本。而采用正确的技术来降低成本无疑是一个正确的选择,其实例不胜枚举。思科系统公司为金融机构提供端到端的网络解决方案,其主要特性包括:

*整合合作和处理能力

美国主要银行一直在整合其操作人员以及数据中心,以期获得规模经济,降低成本。它们甚至合并了在不同国家的业务。例如,一家跨国银行在新加坡拥有的一个数据中心,为50多个国家的业务服务。数据中心的整合需要联接不同国家的分支机构的高可靠性宽带网络。

思科公司的AVVID方案提供了数据、语音和视频的整合传输。这个整合的网络除了节省通讯费用之外,还会大幅度提高操作效率。比如,在整个组织内部进行文档协作,包括进出口以及借贷业务。

*保持“好”客户的关系

许多银行将那些能带来高额利润的客户定义为“好”客户。一项国际性的调查显示,超过80%的利润来自于20%的客户。因此,所有的金融机构都乐于在竞争中获得更多的“好”客户并留住他们。

怎样

确定并留住“好”客户呢?

确定“好”客户,要求银行必须具备整合客户关系信息的能力,并能获得某一特定客户的各种花费信息,如融资成本、操作成本、投资风险、资本成本等。现在许多机构受信息技术的局限,还不能方便地获得这些信息。

同时,这些客户需要更好的服

务。许多跨国银行以让客户随时随地利用各种手段开展业务为目标,这就需要在各种与客户交互的手段——无论是储蓄所、自动柜员机、电话、传真、互联网、移动电话、传呼机以及PDA——中包含一个统一的内核,以便统一而简便地检索客户帐号的信息。所有的这些渠道必须基于一个全功能的客户服务中心,高效地互相联系在一起。

为了获得更大的市场份额,并且更快、更有效地推出新产品,在客户服务中心与各种渠道中要加入市场开拓的元素。例如,为了扩展信用卡业务,系统可以自动选择那些需要联系的客户。这通常被认为是客户服务中心的“外围功能”,它将传统意义的客户服务中心概念扩展到客户关系管理领域。

*改善服务质量

改善服务质量并使企业在众多竞争者中与众不同,是赢得竞争的另一种方式。一些网络技术能够迅速用于达成这一目标,包括:

通过客户交互渠道向客户提供有关银行产品的多媒体信息,使用互动视频节目来阐释产品特征。

经纪人办事处向客户提供互动的广播视频节目,其形式可以是电视上的金融节目,也可以是专家对市场的实时解说。通过电视会谈,人们可以看到嘉宾之间的对话过程。

经纪人办事处还可以向贵宾客户提供办公自动化功能,包括长途电话,等等。

要使企业产生突破性的变化,不仅需要技术,还包括组织的完备、企业文化的改变、出色的策略、远大的管理眼光等导致变化的关键因素,因为技术所支持的是商业策略。同时,技

术的支持必须建立在有助于推动变革的底层结构上,特别是综合的灵活性、迅速容易满足的可扩展性,不间断运行的可靠性等。





思科收购箭点通信

华尔街传奇 精彩再现

在许多人看来，49岁的吴锦城可谓“一夜暴富”。今年5月5日，他将3年前利用创业投资基金及自己的30万美元创办的箭点通信公司（ArrowPoint Communications）卖给思科，取得57亿美元的思科股票，创下了华裔公司被收购的最高价。通过这个收购案，他自己持有了600万股思科股票，价值约3.6亿美元，这也使他一跃成为华尔街的科技新贵。

那么，吴锦城究竟是何许人？思科为什么要斥巨资收购箭点公司？在这桩收购案背后又有哪些故事？思科的收购策略今后会怎样发展？这些都是本案带出的热点话题。

3年：30万变成3.6亿

出生于台湾新竹的吴锦城是一个目光敏锐的科学家和实业家。箭点通信公司并不是他的第一家公司买卖。此前，

他在美国马萨诸塞州与他人共同创建了阿丽丝（Arris）网络公司，它在高速互联网接入设备领域的潜力被Cascade通信公司看好，在1996年5月以1.4亿美元的身价将它收归旗下，这使他成为Cascade公司远程访问技术部副总裁。

1997年4月，吴锦城开始了人生的又一次创业。他自掏30万美元，并在创业基金的支持下建立了箭点通信公司，自任董事长兼CEO，进入极具市场前景的高速大容量交换机领域。在不到3年的时间内，箭点公司迅速奠定了在这一领域的重要地位，成为全美增长最快的网络高科技企业之一，今年第一季公司营业收入比去年同期增长了11倍；吴锦城本人也被Inter@ctiveWeek杂志评为1999年“25位互联网幕后英雄”之一。

箭点开发的大容量高速交换机的一个显著特性，就是能够加快互联网上的网页内容和电子商务数据的传输速度。当互联网上传送的数据向网络服务器发出行进路径的请求时，这种

交换机能够检查这些数据，以帮助网络服务器更好地处理这些请求。这样，不仅能够减少网络服务器的数量，而且能够减少需要存储在不同服务器上重复信息的数量。由于网络上的数据流量正在随着互联网的迅猛发展而急剧增长，所以，这种以智能化的方式来加速数据传送速度的技术产品极受网络服务供应商及网络用户的欢迎。据思科公司估计，目前箭点公司在网络交换设备市场拥有5亿美元的规模，到2003年将增长到20亿美元。

思科提出收购箭点的动议，与吴锦城的意愿可谓“一拍即合”。他说，这项交易的谈判进展异常迅速。他在3月中旬接到思科业务发展主管Ammar Hanafi的电话，此时箭点即将首次公开招募上市（IPO）。吴锦城将IPO延期到4月5日，并在4月底与思科达成了一致。吴锦城说，“产品进入市场的时机和速度至关重要。箭点加盟思科后，可以充分利用思科强大的全球行销网络，将产

品迅速推向市场。”他估计，“因为这一市场的胜者将在今年底产生。”

这宗交易在5月5日正式宣布，吴锦城3年前投入箭点的30万美元变成了3.6亿美元，增长了1200倍。这就难怪



报章要惊呼他“续写华尔街传奇”，称他为“华尔街的科技富豪”。

赢家·输家

思科挥斥57亿美元巨资收购箭点通信公司，立即引起了业界分析家的关注。CNET News.com发表的一篇署名文章说，这是思科一项相当典型的交易，表明思科公司在向网络大容量交换机领域迈进。

思科收购战略的一个核心是满足客户的需求，本案就是由思科的客户推动的，他们明确要求箭点通信公司生产的具有高速大容量交换功能的交换机。而箭点通信公司恰恰是智能化的大容量交换机的先锋，其交换机产品可以对用户请求进行智能化的重新定向，以改善网站的性能和可靠性。

箭点公司也是这宗收购案的赢家。收购的消息公布后，它的产品迅即敲开了许多大型互联网服务商以及像安达信咨询公司这样的《财富》500强企业之门，因为这些客户或者已经是思科其他产品的客户，或者对思科在互联网设备领域的发展实力和服务水平满怀信心。

这项收购案却使思科在电信市场最重要的竞争对手朗讯科技公司成为输家。此前，朗讯拥有一项转售箭点大容量交换机的协议。吴锦城说，在思科收购之后，与朗讯的交易将“默默地消失”，不会给朗讯在网络交换方面留下合作者的位置或提供技术。

思科在箭点身上是不是投入了太多？《时势分析》杂志的分析家Tere Bracco说，为了挺进网络交换技术市场，思科别无选择。此前，思科拥有相似的互联网传输管理产品，但在高性能智能交换机方面落后于箭点通信公司。他说，“这项收购确实填补了思科产品线上的一个值得注意的空缺。至于思科的付出是否物有所值，取决于能否将其很好地融合进来。”

思科负责互联网协议部的副总裁Vijay Parikh说，箭点通信公司除了领先的技术之外，还在大容量交换技术产品的研发、销售和技术支持等方面拥有一支成熟的队伍。对一个网络建构者来说，没人愿意错过未来的商机。

续走收购路

针对思科持续的收购行动，此间人士说，思科在继续执行其通过收购来获得增长

(growth-by-acquisition)的策略。执掌思科收购战略的副总裁兼首席战略家马克·伏尔皮(Mike Volpi)说，思科收购的重点目标仍然是相对较小的公司和想要的技术。他说，“通过收购，我们可以获得发展得比较成熟的技术，再与思科本身的技术加以融合，很快就能将新产品应用推向市场，大大缩短了从研发到获利的周期。”

思科最早的收购案始于1993年。在随后的6年多时间里，思科有条不紊

地收购了50多家公司，其中21家是在最近一年中实现的。

去年8月，思科以69亿美元收购了Cerent公司，挺进光纤互联网通信领域，藉此奠定了思科在高速增长、潜力巨大的光通信领域的显著地位，被业界称为“可遇不可求”的大手笔。

今年2月，思科以价值3.55亿美元的股票收购了Growth网络公司，以加强其新一代网络连接产品，为电讯公司提供新一代路由和交换基础设施，提供具有高速交换能力的先进系统。

3月，思科以价值1.8亿美元的股票交易收购了欧洲软件商Atlantech公司，以完善思科的网络管理软件工具，支持其数据、语音和视频集成传输网络服务。

4月，思科以8亿美元的股票收购了专门研究开发管理并加速网络内容传输的软件商SightPass公司，以强化其针对网络教育市场的产品。思科认为，网络教育市场将出现爆炸性的增长，向大型企业提供更好的网络教育或电子学习应用方案，具有广泛的商业机会。

5月，思科以57亿美元收购箭点通信公司，正是思科持续的收购策略中的一个步骤。作为建设网络世界的台柱，思科需要不断地发展。互联网每时每刻都在发生变化，这也促使思科公司不断进行收购，以保持在教学上的领先地位。

当然，思科不会完全依赖收购来

进入所有的新兴市场，而是会同时采用多种方法，比如在研发方面进行巨额投入（今年高达20亿美元），并与许多商业伙伴进行合作。更重要的是，它把内部开发的产品技术与收购来的技术融合到主流产品之中。伏尔皮说：“这种融合的策略是我们最近

近几年取得成功的根本原因，我们将在这个方向上继续前进。”





吴锦城谈 创业经验与心态

记者：您为什么不选择位于美国西海岸的硅谷作为创业的地点？

吴锦城：因为我一直在东部做事。实际上，70年代，东岸比西岸高技术创业规模还大；只是到了80年代，西岸才赶上了；进入90年代，西岸超过了东岸。而在网络和基础设施发展方面东岸还是跟西岸一样大。我研究的是网络，西岸有很多电子企业，电脑方面发展很快，而东岸通信技术发展得很快。

记者：资金和技术在创业的不同阶段扮演着什么样的角色？

吴锦城：通常在创业初期技术是最重要的，因为公司开始的第一年，公司的价值完全是靠技术产生出来的。最初，技术就是你的创业想法，之后，技术就是你做出来的产品。到了公司快接近上市的时候，资金就变得很重要了，因为市场的扩展与营销系统的扩展都需要大量的资金。公司上市也是为了筹集更多的资金，单靠自身的盈利来扩展太难了。

记者：你在创业时已年过40，这

样的年龄在美国创业普遍吗？在中国，依据时髦的说法，过了30岁好像就不属于Internet时代的人了。

吴锦城：在美国40多岁的人创业很普遍。你看到很多年轻人20多岁开始创业，也会看到30多岁、40多岁、一直到50多岁的人创业，当然，50多岁就比较少了。对于创业者来说，创业虽然很苦，但却是一件他喜欢去做的事，同时也是个人对挑战的喜爱吧。

记者：美国风险投资家看中创业者什么，是名牌学校、创业企划书、个人的经历，还是其它方面？

吴锦城：他们主要看的是你的

创业心态

由于前些日子国内“.COM”公司银弹攻势，国人知道了风险投资与投资创业等新观念，也领略过中国版“.COM”创业的“洒脱”与“大方”。与某些“.COM”公司花过的钱相比，吴锦城创业时拿到的600万美元风险投资真是相形见绌。结果却大不一样：吴锦城似乎怀揣点石成金的秘笈，3年时间将600万美元“变”成了57亿美元，回报率接近1000倍。

10月16日，吴锦城在北京发表的演讲中说，对创业者来讲，最重要的并不是以能够赚多少钱为唯一目标；赚钱固然重要，但不是唯一的。创业本身应该有理念，有了理念才会带动新产品构思和研发上的冲劲和热诚。再有就是不能整天想着回报，这样精神负担太重；应该把全部精力放在如何把公司做成功，公司成功了，回报自然就来了。

这些道理看似十分浅显，但做起来却不大容易，正所谓“当局者迷，旁观者清”。这里面主要还是个创业心态问题。



可信度,是他们对你的信心有多高。他们对技术本身不太了解,加上高技术创业本身风险很高,因此,他们最关心的就是找他们能够信赖的人来做,因为信赖的人通常做的结果都是一样的,尽管他们做的事情不一样。

记者: 高技术创业风险很大,对于有过失败经历的人,风险投资家会不会再给他机会?

吴锦城: 有时候会,因为他们已经犯过很多错误,很少再会犯同样的错误,吃一堑长一智嘛。

记者: 创业前的工作经历对你创业有否帮助?

吴锦城: 非常有帮助。第一次创业前,我在大公司里做了十多年,从技术开始,后来做管理,一步步爬上去。今天回过头来看,当时在大公司是个很好的磨炼机会,在大公司做事是为创业打一个基础。

记者: 现在,中国也有很多人在创业,作为一个有过两次成功经历的人,

你能告诉他们在创业时应该注意哪些方面吗?

吴锦城: 通常,创业者在创业开始的时候,要注意不要把注意力太集中在技术层面上,而是要在创业时就注意技术跟市场的结合。当你决定要

做什么的时候,你对未来市场的评估已经做了。第二是,创业时,不要一个人做,最好是有伙伴一起做,因为三个臭皮匠顶一个诸葛亮。

伙伴找对了,成功的机会会增加很多。另外,在心理上要有所准备,很多人太注重

什么时候可以回收,这样会使你不高兴,一年了,怎么还没回收呢?你应该做的事是怎样使公司成功,公司成功了,回报自然就有了。

(本文节选自中国计算机报记者马文方的专访文章,题为“网络时代炼金术”。)



马文方

吴锦城先生

Mr. Chen C. Wu

49岁的吴锦城是硅谷知名的华裔科技企业家,其创建的箭点(ArrowPoint)通信公司在极具市场前景的高速大容量



交换机技术领域具有不争的领先地位,被思科公司在今年5月以价值57亿美元的股票收购,这使他个人拥有价值3.6亿美元的思科股票,成为硅谷最富有的华裔科学家,被华尔街称为“科技富豪”。由此,他担任了思科公司内容交换技术事业部副总裁兼总经理。最近,他还荣获了Inter@ctiveWeek杂志评选的1999年“25位互联网幕后英雄”称号。

吴锦城1997年4月创建了箭点通信公司,担任董事会主席及CEO。此前,他在美国马萨诸塞州与其他人共同创建了阿丽斯(Arris)网络公司,开发生产高速互联网接入设备,这家公司在1996年5月被Cascade通信公司以1.4亿美元收购,他成为Cascade公司远程访问技术部副总裁。在Arris公司期间,吴锦城还曾担任Xyplex公司负责互联技术与接入服务器技术的副总裁,他发现了为中小企业定制的中型路由器与智能集线器的市场机会。

吴锦城出生于台湾新竹市,早年毕业于台湾交通大学,获电机工程学士学位,1974年赴美国深造,获得印第安纳大学计算机科学硕士学位。在职业生涯的早期,他在Prime计算机公司担任过一些管理职位,包括UNIX及通讯部的技术总监,负责公司小型机的UNIX及通讯产品的开发。



吴锦城在做精彩的演讲。





西部渐起网络潮

思科公司相信,在网络时代,处于不同发展阶段的国家、地区、企业和个人,只要掌握了互联网带来的机遇,就会站在同一起跑线上,中国西部地区也不例外。

杜家滨天山论剑

“大漠孤烟直,长河落日圆。”辽阔、神奇的中国西部,积淀了深厚的历史传统。面对全新的互联网时代,西部地区能不能抓住这个历史性的机遇,并做好应对挑战的准备?

最近从新疆、内蒙古、四川、重庆等地传来的消息表明,西部地区已经认识到,信息基础设施是西部大开发的关键基础之一,受到了地方政府、教育界和企业界的高度重视。他们举办了各种有关信息技术的高级论坛,研讨有关战略和对策,支持网络教育项目,并且显著地加大了对基础设施建设的投入。

毋庸讳言,西部地区在推进信息化建设方面存在巨大困难。与内地发达地区相比,西部地区缺乏资金、技术、人才和经验,同时也缺乏敏锐地把握新事物的能力和雄厚的市场基础。他们更需要了解信息技术的最新发展动态,学习各国、各地区推进信息化发展的先进经验和做法。

为了满足西部地区的这些迫切需求,思科中国公司的高级经理人近来频频出现在西部地区的各种高级论坛上,并与地方政府首脑、著名高校及大型企业保持了密切的接触,与他们交流对互联网经济的认识,并为各地区的网络建设和人才教育提供切实的帮助。

7月10日,思科中国公司总裁杜家滨收到了一份热情洋溢的邀请函——

杜家滨先生:

鉴于贵公司为信息技术发展与应用所作出的卓越贡献及您本人在该领域的杰出成就,我们非常荣幸地邀请您参加“中国西部信息化建设高层论坛”,并在论坛上发表演讲或做专题报告……

发来这份传真的是地处中国西北边陲的新疆维吾尔自治区政府信息化工作领导小组办公室。据介绍,这个论坛由自治区信息化领导小组主办,计发委、经贸委、科技厅、广电局、邮电局、新疆经济信息中心协办,自治区信息办承办,旨在结合国家西部大开发的历史机遇,借鉴发达地区信息化建设的经验,讨论西部地区信息化发展战略与对策,为推动新疆以及西部其他地区的信息化建设出谋献策。

思科公司被公认为全球互联网的领导者 and 推动者,身为思科中国公司总裁,杜家滨经常受到这种邀请,但他对大西北格外重视,于9月23日专程抵达乌鲁木齐,并发表了精彩演讲。他说,“我们正在迈入信息时代。互联网推动

着第二次工业革命,成为社会进步和经济发展的巨大动力,并将改变我们的生活、工作、学习和娱乐方式。”

针对我国西部大开发资金比较缺乏、基础设施相对薄弱的特点,杜家滨说,互联网革命不像工业革命那样需要占用大量资金,而只要很少的资金投入就能参与竞争。同时,哪里有市场机会,资本很快就会在那里重新组合,拉平区域发展差别的鸿沟。他强调说,以互联网为核心的新经济为中国的经济社会发展提供了空前的机遇。加快网络设施建设,与内地中心城市同步推动互联网应用,是西部地区借助信息化推动经济腾飞的关键。

在新疆,杜家滨还介绍了思科公司的互联网设备 and 应用方案在中国西部地区的网络建设中广泛应用的情况。自1996年以来,思科参与了中国西部电信、电力、金融、保险、交通等诸多领域的重大网络工程的建设,其中包括陕西电信163/169项目、三秦信息港工程、邮政综合业务网、商业银行网络信息系统等。他重申思科将积极支持中国西部大开发战略,一如既往地支持西部的信息化建设,并为西部地区业务增强了人员配备和网络测试设施。

林正刚草原寄情

9月19日，呼和浩特。来自内蒙古自治区教育厅及相关委局的领导以及内蒙古大学、内蒙古农业大学和内蒙古理工大学的师生代表亲眼目睹了这感人的一幕：在思科向上述3所大学捐赠网络技术学院的授牌仪式之后，内蒙古自治区副主席宝音德力格尔先生与思科系统公司中国副总裁林正刚先生的双手紧紧地握在了一起。这个简短的仪式表明，地处我国北部边陲的内蒙古自治区，也像内地中心省份一样拥有了世界一流的思科网络技术学院，这使他们能够利用思科先进的网络教育项目，为内蒙古培养优秀的网络技术人才。

这是思科支持中国西部发展网络技术教育的庞大计划的一部分。今年6月15日，思科公司总裁兼首席执行官约翰·钱伯斯先生在访华期间宣布，向中国西部地区28所具备条件的大学捐赠思科网络学院项目，包括必要的网络实验设备、师资培训及电子教材，以帮助这些大学开展具有国际领先水平的网络教育课程。

思科网络学院是一项面向全球的非赢利的教育计划，由思科公司与符合条件的大学合作建立，采用完整、严格、科学的网络教育管理体系，培养掌握最新网络技术的人才。这一项目在全球备受欢迎，迄今已有60多个国家和地区有关院校与思科合作建立了5000多所思科网络学院。在中国，思科已与复旦、清华、北邮等30多所内地著名高校和28所

西部大学合作建立了这一项目，数千名中国学生接受了这个项目的网络技术教育。

在这个感人的捐赠仪式上，内蒙古自治区政府教育厅副厅长阿荣先生说，享誉全球的思科网络学院落户内蒙古，为我们培养人才提供了有力的支持。希望思科在其他领域全面开展与内蒙古的合作，帮助内蒙古迈进信息化时代。

林正刚先生对此深表赞同。他还围绕网络时代的电子学习(e-Learning)发表了生动的演讲，将思科如何着眼于互联网、着眼于教育、着眼于未来的理念和远见带到了内蒙古。他说，“是什么将决定我们的未来？我的答案是：互联网和教育。作为推动经济社会发展的两个核心动力，互联网和教育将深刻改变国家、企业和个人在未来时代的核心竞争力。互联网的应用正在以空前的速度渗透到全球社会的每一个角落，推动一种新的经济力量在高速成长。”

林正刚认为，教育是经济发展和企业成功所面临的巨大挑战，因为80%的现有劳动力需要提供新的职业培训。“知识就像牛奶，每一罐牛奶都有保鲜期，一个工程学位的知识只有3年的保鲜期。如果你不能不断更新你的知识，你的个人价值会不断下降。”同时，只有高效率的学习，才能使员工把变化转变为竞争优势。因此，电子学习将作为互联网的下一个重要应用出现，它将决定一个公司生存和竞争的能力。”

杜家滨纵论 信息时代的企业机遇

应山东青岛市政府的邀请，思科中国公司总裁杜家滨9月2日在青岛举行的“21世纪企业发展战略国际论坛”上就“信息时代企业的机遇”发表了演讲。

随着信息时代的加速到来，缺乏市场和现代企业管理能力的中国企业面临着全球竞争和新经济发展的双重挑战。杜家滨说，挑战也带来了机遇。在应用互联网等新的技术手段提高管理能力和运营效率、强化竞争优势方面，全球500强企业也处在摸索实践的过程之中，国内企业也有创新商业模式、丰富网络应用的机会和能力。同时，新兴市场随之出现。中国企业能够迅速进入新兴市场，获得并保持在新兴市场的优势。针对全新的市场领域，中国同样可以新创全新的企业，并以全新的商业模式来运营。

谈到传统产业如何在信息时代继续发展，杜家滨的建议是：充分应用互联网，并向互联网经济转型。他认为，传统产业只要因势而变，充分应用信息技术手段，不仅不会受到新经济的冲击，而且将获得更大的发展空间。传统企业充分应用互联网，可以利用日益广泛的互联网经济生态；使资源更迅速、更经济、更有效地在全球流动；改善管理和企业运营；增进生产者与消费者的沟通；适应经济全球化的挑战，确立企业的竞争优势。

在向互联网经济转型方面，杜家滨承诺思科将以自己应用互联网的丰富实践，为传统企业基于互联网进行战略拓展或转型提供咨询和网络解决方案。据介绍，在《财富》500强企业中，至少280家企业的CEO倾听了思科的经验。全球最大的通用电气公司向思科派驻了专门研究小组，研究思科如何应用互联网。





Network

全



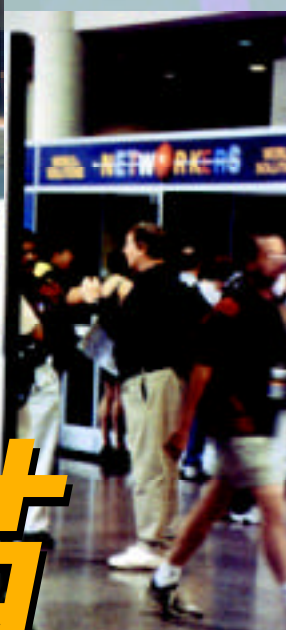
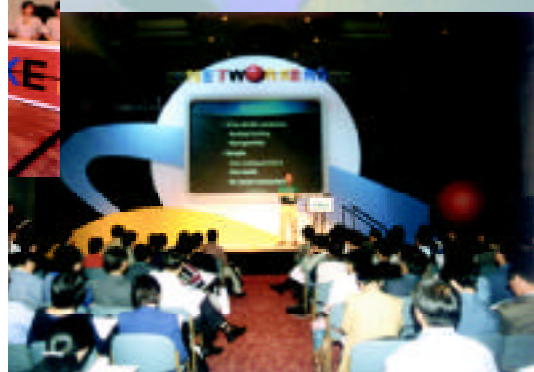
Networkers 2000 新千年的盛会

从世界浪漫之都巴黎到新千年的新北京，备受瞩目的 Cisco Networkers 2000 在网络业界写下了浓重的一笔。10月16-17日，来自思科公司各业务领域最杰出的技术专家与国内网络业界精英聚集一堂，分享最前沿的网络技术信息，探讨最佳网络解决方案。这是新千年在中国举办的第一次

NETWORKERS

Networkers 大会，也是中国及亚洲网络专业人士最大的一次聚会。作为业界最重要的全球性技术巡回活动，思科 Networkers 2000 的宗旨是为用户介绍最新的技术、最热门的产品资讯，并对网络技术和应用的发展趋势进行深入分析和探讨。

十年前，思科公司首次举办 Networkers 全球用户大会，并在5年前引入中国，那时互联网的商业应用初露端倪；今天，互联网已成为经济发展和变革的关键力量 Networkers——建设网络时代的“管道工”和“泥瓦匠”们，正在缔造一个美丽新世界。



扫描





Networkers 全扫描

Networkers 2000

展望未来十年

在任何一个行业，领先厂商的最新技术、产品、应用方案和理念一向为同行所密切关注，此一情形尤以变幻多端的网络产业为甚。作为全球互联网产业的领先者，思科公司的一举一动自然备受同行的瞩目。

10月16日，Networkers 2000移师北京。思科公司分管互联网操作系统(Cisco IOS)技术的高级副总裁大卫·克里克(David Kirk)先生专程从美国赶来，发表主题演讲，展望未来十年的网络发展趋势，告诉人们怎样才能最好地把握新世界的动力和互联网提供的各种空前机会。

克里克先生说，现在，越来越多的高级经理深切地感受到，互联网是攸关企业成败的大事。你已经很难想

有线及无线互联网技术，把语音、数据和视频通过一个集成的网络传输到每一个地方。

克里克先生认为，IP的发展已不局限于互联网，将来每个人身上都会有两三个IP地址，手表、手机都可能有IP地址。在你汽车里也会有IP地址，它连接全球定位系统，为你提供很多服务，比如行车的路线图，最近的餐馆位置，订票，点播电影，等等。思科在总部建立了一个互联网家居，家里有50个IP地址，用来做非常有趣

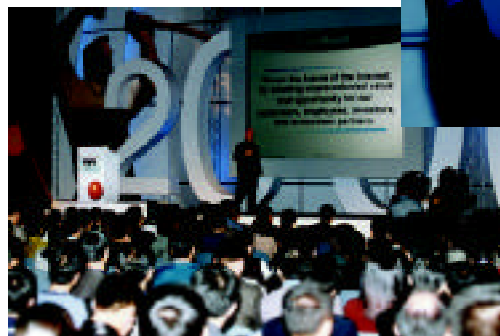
David Kirk 思科公司高级副总裁



David Kirk 在思科公司的职责，是在提供客户的硬件产品中保

证Cisco IOS 软件的质量、灵活性和及时交付，以保持思科公司在数据、语音和视频集成传输体系结构中的领先地位。

作为一位资深专家，Kirk在高技术领域拥有30年经验，负责过软件、最终用户系统规划、开发和部署、系统和网络运作以及软件开发和支持所有方面的工作。他通过设定明确的目标、赋予职员自主性和达成集体一致来领导他的团队，通过团队协作来为客户创造价值。



象没有互联网的生活会是什么样子。回想十年前，Networkers大会初创之际，再看未来十年，你就知道我们已经走出了多么远。他说，未来正在到来，“新世界网络”将融合高速光纤、



的事情。比如，在冰箱里放了一个扫描仪，当你从冰箱里取走一件食品时，扫描仪会自动记录下来，然后通过互联网向网上商店订货来补充。

克里克先生还特别谈到 Cisco IOS，它基于开放的互联网标准，与所有互联网设备具有广泛的兼容性，被称为互联网的灵魂；克里克则是这个灵魂的内核人物。

NETWORKERS

Networkers 2000

“成功是一种态度”

出生于中国台湾的思科公司副总裁陈卡森先生，10月17日在Networkers 2000中国用户大会上畅谈新电信的未来。他说，新电信需要突破性技术。由于电信业放松了管制，新的标准发展很快，出现了很多新业务，并传统业务融合，从根本上改变了电信运营商的经营模式。现在，电话公司可以提供视频服务，有线电视公司可以提供语音服务，电力公司也可以提供语音、视频和数据通信，这些都是技术突破带来的结果。

展望新电信未来 面对近2000名听众，陈卡森先生不断设问：未来的信息家庭会出现怎样的情景？电信服务商将提供怎样的服务？他说，在北美，目前有62%的家庭拥有电脑，25%的家庭把电脑和电视放在同一间屋子里。所以，我们在设计网络的时候，首先要考虑这个网络能够提供什么。它是不是端对端的？是不是具有智能？在架构上是否为服务做好了设计？是否可以给运营商带来收入？这需要有突破性的技术来改变企业的经营，改变人们的生活方式。

对于有线电视公司来说，过去他们投入很多钱发展模拟系统，现在开始转向互联网和数字技术，收入结构有了很大的变化，在网络电话和互联网服务等方面能获得很多收入。在一

个5兆的频道上，电视服务只收到30美元，而在高速数据传输方面，则可能获得上百倍的服务收入。



网络基础设施的发展趋势 陈卡森先生

说，当前互联网物理层的光纤技术正在朝着骨干网发展，很快进入了用户端，应用的发展趋势是朝着数据通信的方向发展，在终端实现智能。在新电信的架构上，运营服务商可以提供数据、视频和语音等多种服务，这些服务都通过一个融合的网络体系来实现。

为此，思科提供创建这种网络的“建筑模块”，不仅提供功能和特性出色的产品，而且提供系统的解决方案，这些方案用于通信服务，用于娱乐、商业服务或企业服务，新的服务还可以继续往上增加。在这个单一的网络体系上，不管你运行什么服务，都要先建立语音基础设施，然后进行融合。

成功是一种态度 陈卡森先生认为，我们正处在一个广泛化的环境中，有很多方法来从事业务，有很多

机会来提供更多的服务，包括商业服务，娱乐服务和通信服务。为此，首先要建好融合的基础设施，使所有的服务都能基于一个整合的网络。这需要集体合作，和客户一起进行规划，使客户处于领先地位；同时，这种合作必须面向未来，发展长期关系，不断开发新的应用和解决方案。

陈卡森先生说，业界的历史表明，领先的地位不是赋予的，而是创造出来的。谁领先并且驱动了市场，谁就会得到市场的广泛承认。成功是一种态度，一种想法，你把它付诸实现。如果你到了一个没有人去过的地方，看到别人都没有看到的東西，做到别人还没有做到的事，这就是成功，它令你非常振奋。在这种时候，你可能会遭遇特别的混乱，特别的糊涂，但是，这也是很好的。因为前边有更多的道路，更多的机会，可以使你发展到更好的未来。



陈卡森先生

思科公司副总裁

出生于中国台湾的陈卡森先生目前在思科公司领导服务供应商事业部的Cable产品和解决方案部，开发下一代RF传输平台，在全球范围内提供数据、语音和视频集成传输服务。

此前，他在同轴电缆通讯工程部担任高级主管，领导开发了同轴电缆工业中领先的数字服务平台，以及先进的低成本数据和语音客户端装置，后者适用于保密通讯、家庭办公及其他小型商业应用。





Networkers 全扫描

Networkers 2000 技术热点

迈向IP分组传输的骨干网

传统通信网有两种基础架构，一种是传输语音业务的电路交换网络，一种是传输数据业务的分组交换网络，两种网络在相同的物理线路上运作。

在电路交换式基础架构上传输分组业务必然效率低下，因而价格昂贵。以IP技术为基础的骨干网不仅能够以更低廉的成本完成语音的传输，同时还将为多种服务。包括数据传输、互联网接入、虚拟专用网(VPN)。通过QoS技术的保证，基于IP的分组电话业务不仅价格低廉，同时也提供了可靠的服务质量。

IDC：实现数据价值

互联网数据中心 (IDC) 是随着对互联网不断增长的需求发展起来的，它为ICP、企业、媒介和各类网站提供大规模、高质量、安全可靠的专业化服务器托管、空间租用、网络

批发带宽以及ASP、EC等业务。IDC提供的服务包括专用或共享的虚拟Web服务租用、电子商务方案、群件服务、服务器托管以及系统/数据库管理等。

Web启动的呼叫中心

传统的呼叫中心基于单片语音系统，运行成本很高，不适合于中小企业环境。由于技术不兼容并缺乏实施标准，为服务供应商配套服务提供呼叫中心解决方案存在很大障碍。

思科的客户关系管理解决方案集成了企业数据应用和语音基础设施设备(如PBX)，通过专用或公共的互联网基础设施和PSTN为呼叫中心提供集成的数据和语音传输。因此，一个多供应商呼叫中心的环境以及该环境如何迁移集成Web启动的技术，并在客户和服务供应商之间提供真正双向语音、数据通信，是当前呼叫中心应用方案的热点技术。

宽带接入

基于普通电话拨号方式的互联网接入手段，满足了人们以低廉价格方便地访问互联网的需求，同时也遗留了一个日益严重的问题：普通拨号接入方式在带宽上极受局限，仅能满足少量数据传输的需求。面对不断出现的视频、音频和语音应用，普通拨号方式无能为力。

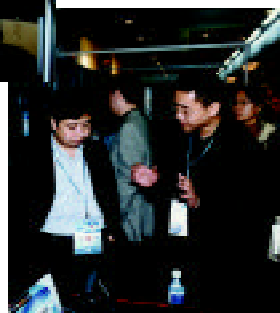
ADSL和Cable方式是面向个人和小型商业用户的低成本、高效率宽带接入方案。ADSL最大的优势在于低成本、高带宽。无需在线路改造上投入高昂的成本，用户就可以享受更

高的带宽，比目前使用的56K模拟调制解调器高上百倍。Cable方式可以提供高带宽的接入服务，并能利用现有的有线电视网络系统进入千家万户，但在服务商端和客户端都需要进行设备改造。

光联网技术

企业、政府、消费者和教育机构等都在快速地向基于IP分组的网络基础架构转移，无论对于IP语音(VoIP)、基于IP的视频流、基于IP的通信工具，还是对于PC、膝上电脑、蜂窝电话等IP平台，IP分组都已成为主流。互联网的快速发展与普及正改变公共通信网上的流量结构，数据通信将在21世纪占据通信流量的主导地位。

光纤互联网技术提供以数据为中心的传输解决方案，将千兆位(Gbps)、百万兆位



(Tbps)甚至亿兆位网络互联与新兴的光纤技术相结合，能以惊人的

速度传输数据。在数据通信以惊人的速度在公共网络上增长的趋势下，光纤互联网将显示出卓越的性能和可扩展性，并将提供服务供应商所要求的可靠性和可管理性。

·NETWORKERS

Networkers 2000

过去 · 现在 · 未来

思科系统公司无疑是历史上最成功的公司之一。美国《高级经理人》杂志 (Chief Executives Magazine) 文章说, 没有思科系统公司, 互联网就不可能运行, 也不可能按我们今天所熟悉的方式而存在。这样的业绩对一家成立仅16年的公司来说是绝无仅有的。思科总裁兼首席执行官钱伯斯说, 他会在

应互联网时代的价值、文化以及建立在速度和变化基础上的组织, 同时乐于与他人分享经验, 并与供应商、商业伙伴



和客户一起组成它称为“互联网经济生态系统”的共赢局面。除了领先的技术、产品和更好的解决方案, 一个业界领先的公司总是给我们带来更多的东西, 比如最新的观

念, 以及对未来出人意料的断言。

十年前, 当思科公司首次举办Networkers大会时, 全球接入互联网的计算机屈指可数, 没有多少人

相信比特的精灵会像今天这样通过互联网变得无所不在, 也不曾预见到互联网会推动如此深刻的变化。当约翰·钱伯斯断言互联网将深刻改变我们的工作、生活、学习和娱乐方式时, 一些人宁愿相信这是一个绝妙的营销口号, 而不是一场即将发生的伟大革命。当然, 今天已经没有一个智慧的人会怀疑这个断言。历史就是这样, 谁知道什么在变, 并且能够把握这变化, 谁就会赢得机会。用思科的话说, 就是谁把握了网络, 谁就掌握了未来。

两年前, 思科在Networkers上提出迈向“电信新纪元”, 开始了一个数据通信厂商向电信领域的迁移, 进入另一个阵营, 与朗讯科技和北方电讯等传统电信巨头展开了面对面的竞争, 这使思科从数据通信的群雄中脱颖而出。在完成5个阶段的战略后, 思科基于IP的AVVID架构成为新电信市场竞争的核心力量。

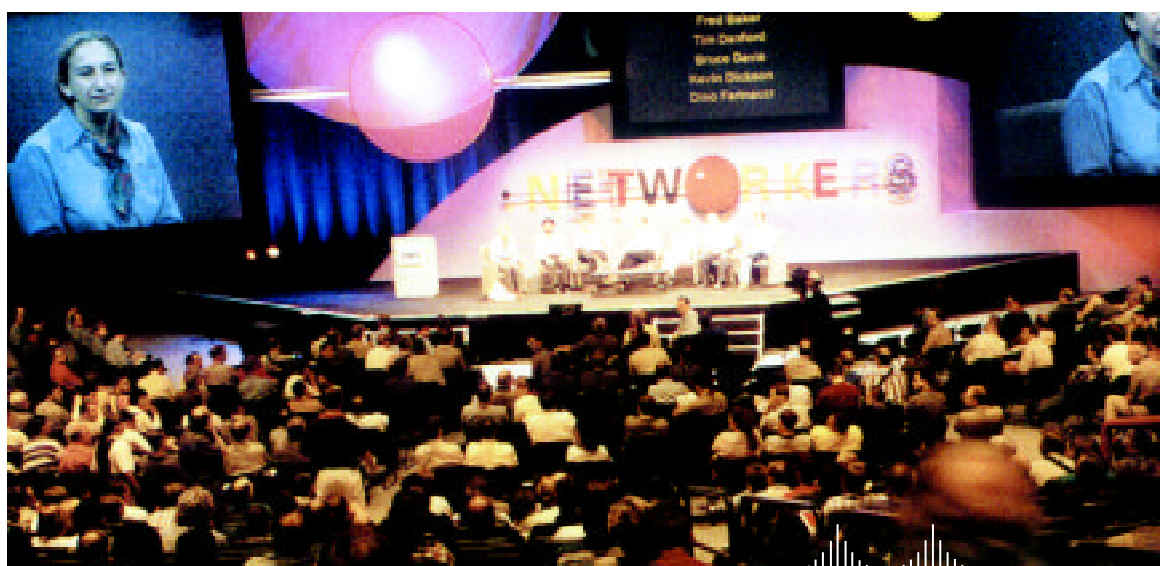
如果放眼未来十年, 情况又会怎么样呢? 恐怕没有人会给你大胆的预言, 除了科学幻想作家和不负责任的流言。但是, 未来两至三年的发展轮廓还是可以清晰地勾划的。要了解这个轮

退休以后去教书, 因为开创了思科的成功之路而不把经验回报社会是一件遗憾的事情。

几乎没有一家公司能像思科这样领会到了互联网的重要性, 并且创造了适



廓, 参加思科每年一度的Networkers大会当然是一个不错的选择。





B2C 网站杀人 B2B 市场

华尔街并不会忘记这些企业的B2C出身。在可预见的未来，它们的知名度、访问流量、广告以及交易仍然将继续决定其业务的成功或失败。

在 过去一年中，投资者对于互联网经济的注意力，已经从B2C转移到B2B之上。

许多原来的明星——Yahoo、eBay、Amazon.com、CNET Networks、Homestore.com以及其他一些公司在头条新闻上的位置，正在被另外一些代表互联网商业发展趋势的公司所替代：Ariba、VerticalNet、WebMethods、BEA Systems、Internet Capital Group、i2 Technologies等所代替。

对于成功的B2C公司的详细调查说明：B2B与B2C之间的界限正在慢慢模糊。

Yahoo、eBay、Amazon.com、CNET Networks与Homestore.com公司利用其现有的品牌、经验、关系以及基础设施，正在向欣欣向荣的B2B市场进发——而且势头相当迅猛。虽然对于上述公司来说，这些计划只占其整体策略中的一小部分，但是我们认为它们都是B2B市场中绝不可忽视的“半路杀出的程咬金”。

CNET Networks

CNET是作为一个为消费者提供技术新闻、评论、信息及其它服务的公司而存在。它被许多人认为是最主要的电子媒介公司。但是很少有投资者认识到公司已经转变为一个相当不错的电子市场，对许多IS管理人员有着巨大的影响。同时，在过去一年中，

CNET 还推出了一些新的B2B产品及服务，与公司目前的市场地位相当吻合。

CNET 数据服务（CNET Data Services，CDS）也许是CNET最重要的，同时也是最不为人了解的B2B计划。简单的说，CDS就是全面介绍PC硬件、附件及软件的标准、准确、及时、可索引的电子产品信息服务。

CDS用16种语言列出了30万个美国及欧洲市场上领先的SKU信息。通过

对电子零售商、制造商、分销商、零售商及其它机构的授权，该数据中心大大加强了整个供应链中的信息交流。在成立12个月之后，CDS已经拥有了一些在业界拥有巨大影响力的公司的加盟，其中包括英迈（Ingram Micro）、Commerce One、德尔、Gateway、Buy.com、Egg-head.com与Computer 2000 AG。

NetBate 实时市场推广服务。NetBate是一个为技术类制造商与零售商提供市场开拓服务的计划。利用NetBate，这些机构能够传播一些增值服务的消息，如返还现金的折扣、奖金以及其它特殊的计划。而且所有这些能够进行地更有效率与准确。加入NetBate的制造商包括德尔、英特尔、Corel、Castlewood 与 Asante。

CNET企业及Webware计划。该计划为IT与商业专家提供软件与服务的信息，帮助作出更好的购买决策。CNET企业及Webware计划除了提供CNET自己的内容外，还加入了来自于最出色的调查公司的分析报告、产品评测、产品数据以及分析。这些公司包括Gartner、Meta Group、Forrester Research、Aberdeen Group、AMR Research、Hurwitz Group、Input及Spex。

eBay

作为领先的互联网交易平台，eBay从根本上改变了产品买卖的方式。公司主要立足于个人对个人的交易，其交易的种类包括从芭比娃娃到照相机到演唱会票的所有商品。

最近相关的事件与文章说明企业与政府也在开始采用eBay的交易平台。实际上,我们认为eBay是目前Web上最有活力、最富变化的B2B市场。

目前在eBay的平台上已有2万到3万5000个注册“超级用户”(实际上还有成千上万的未注册用户)。从“超级用户”

的名字上就可以知道,它是那些在eBay上不间断地进行在线交易业务的成员。一般其销售额在2千美元到2万5千美元之间。更有分析师将eBay比作商业中枢。最近《纽约周刊》的一篇文章(2000年9月20日)利用拍卖管理公司Andale公司的数据指出,eBay最大的10%用户占据了总销售额的80%。

eBay商业交换中心于2000年3月开张,也充分表明了公司进军商业领域的决心。该中心主要为中小企业的买卖双方服务。该站点主要提供了8类产品的信息:农业、计算机、建筑、通用商品、工业设备、医疗设备、办公用品以及餐馆服务。

来自于商业交换中心的例子包括来自于Caterpillar的回收柴油发动机、来自于Sun与IBM的服务器、来自于丰田的叉车、来自于Viper的磨粉机以及来自Wiedematic的打孔机……这样你应该有个大概的印象了吧……该交换中心就是一个万能的自动售货机。

最近的一些新闻指出eBay对于政府机构的重要性。这些政府的仓库里都有一大堆的东西需要清理。来自于《旧金山时报》的一篇文章(2000年8月24日)指出至少12个州政府,其中包括加利福尼亚、奥尔良、马萨诸塞,在eBay上的活动十分活跃。

eBay对于政府机构的吸引力是显而易见的:能够使你以更高的效率、更高的价格处理用不着的东西。我们认为政府利用eBay平台的时间会越来越多,特别是官员对互联网的使用越来越熟悉,同时对在线商业更具有信心。

Homestore.com

Homestore 成立于四年之前,其目标就是成为领先的在线家庭用品及房地产站点,为消费者提供涉及所有“家庭生活圈”的各种资源。然而很少

有投资者知道, Homestore 正在积极地(同时也是十分成功的)地推动住宅房地产业的技术标准化与Web化。下面一个数字很能说明Homestore的B2B倾向——其今年第二季度的56%收入来自于专业机构所签订的服务。

目前Homestore面对商业机构的业务主要包括:i-LEAD代理及i-LEAD办公室——针对房地产工会成员以及房地产代理商的会员制服务。与VerticalNet或Yahoo中的在线商店不同,该方案主要为房地产代理商提供可定制的网站,其中可包括代理商的简历、专业认证、联系信息、可供应的房产资源的信息以及其它的个性化服务。



就这样,这两个服务为房地产代理商提供了交互性且内容丰富的网站,能够将他们的服务直接展现在全球所有的购买者眼前。到今年6月30日之前,公司已经拥有超过12万的房地产专业人士采用了该服务。

Homestore 同时也在积极参与到房地产业的“后端系统”的自动化工作。该公司最近并购了北美最畅销的房地产销售管理以及市场开拓软件的供应商——Top Producer Systems与领先的分类管理软件供应商——W y l d F y r e Technologies。

Yahoo!

Yahoo凭借全球1.56亿个注册用户,无疑已经成为最出色的面对最终消费者的网站。同时也许也是近25年来最成功的消费者品牌。但是

许多人不知道的是,在最近一两年内,Yahoo公司在商业及企业用户方面也作出巨大的努力,而且成绩显著。

Corporate Yahoo是一个可定制的企业信息门户(内部网),提供基于被广

泛使用的My Yahoo使用界面。这使得公司用户能够将自己公司内部的内容及应用与Yahoo的个性化互联网内容与服务都集成到公司的防火墙之后。Corporate Yahoo的用户已经包括阿尔卡特、Inktomi、Network Appliance与北加州州政府。

Yahoo Broadcast为商业机构或其它组织提供了互联网或内部网上的广播服务,包括实时或可存储的新闻发布会、资金调度会议、投资会议、商业展示、股东大会、产品演示会、培训课程、长途电视课程以及媒体吹风会。Corporate Yahoo的用户已经包括Ariba、巴斯夫、Copper Mountain Networks、Eddie Bauer、Intuit、Macromedia及Pharmacia & Upjohn等公司。

Yahoo网站服务以及Yahoo商店为那些对创建Web商店有兴趣的企业提供了全面的解决方案。包括虚拟主机、专用服务器以及域名服务。

Yahoo B2B电子市场是一个一站式的B2B目录服务,列出了许多领先的B2B电子商务站点所提供的设备、存货以及产品的清单,大大简化了客户购买的过程。

先入之见

华尔街并不会忘记这些企业的B2C出身。在可预见的未来,它们的知名度、访问流量、广告以及交易仍然将继续决定其业务的成功或失败。同时,我们并不认为投资者已经完全承认或认识到这些B2B计划应有的价值。

人们对于它们的这种认识什么时

候才能改

变?我们认

为这主要将

依赖于华尔

街接受“灰

色”电子商务——很难清晰地界定为B2B或是B2C的电子商务——的速度。





制定互联网业务战略的 九个要点

1 了解自己

“互联网对数据、语音以及图像进行集成传输,它大大改变了人们之间、公司之间以及公司与消费者之间的通讯方式,”KPMG咨询公司高技术方案部高级副总裁Michael J. Herzog说。“但是,人们大都把网站仅仅看成一个通讯方式,而不是将互联网作为一种变革的力量。”Herzog建议公司经理们重新审视通讯如何改变它们的业务,回顾互联网如何改变他们的竞争优势。这种审视不仅帮助企业自发地去拓展互联网业务策略,也帮助他们更好地利用咨询资源。“为了向前进,你必须了解你目前所处的位置,”Herzog说。在互联网时代,你不向前就意味着被淘汰。

2 了解客户

真正地融入互联网,并将这作为你的业务策略。这就要求你仔细考察你的

客户、雇员、合作伙伴以及供应商是否使用互联网在与你联系,仔细考虑利用互联网进行商业上的合作、通讯和交易,会带来怎样的变化。以美孚石油公司为例,他们正在为其最大的一些客户

建立EDI系统,这项工作已经进行了若干年。尽管这是一件



相当昂贵的工作,但也会带来巨大的利润。他们知道:EDI系统会带来更高的效率。在把这些操作向互联网转移的过程中,美孚公司使其润滑油分销商能够直接访问其库存,同时,它制定业务规则,帮助客户进行正确的订货。这么做的结果是:将一个准确率只有50%的系

统变成一个准确率为100%的系统。

3 开创互联网文化

传统经济中存在许多限制——地域、分销以及市场开拓。不过,这些在你采用互联网商业模式时都已不是问题。考虑这些改变是否将影响你的业务流程、组织结构或者两者都要改变。一个成功的文化改变需要管理层的大量努力,以及来自最高层的推动。公司内部的某些机构是否更需要改变?如果是这样的话,让其先尝试。帮助雇员接受一种重大的文化转移需要公司领导层的运动。每一个互联网商业计划都需要管理层的努力与支持,而且以身作则。其后才是各个部门跟上。

4 开发灵活的基础设施

开发一种灵活的基础设施对于企业的成功至关重要。灵活性意味着可以轻松改变流程、采用新的应用以及改变结构。拥有大量的分销渠道及销售记录的公司需要与每一个购买者都保持联系。“成千上万的零售商需要掌

握销售数量唯一的记录,”思科系统公司互联网商业方案部的消费产品制造商及零售商咨询部主管 Mo h s e n Moazami解释说。“他们知道发售20万件,返回10万件,然后在用户的帐户上记上100万美金的生意该怎么做,但是他们未必知道有效的记录发售3件,返回2件,然后再从用户的信用卡上划掉29.95美金的生意。”

5 开发适用的评判标准

设施成功的策略同样也需要规范以及衡量的标准,这样才能使整个计划更好地向前发展。一个公司如何衡量成果,将随着初始阶段所设定策略模式的不同而有所变化。你是想要马上就获利?还是试图像亚马逊那样建立一个客户群?亚马逊的策略是利用互联网建立一个购买者的大社区。这种策略已经成为如何利用技术创造额外价值的一种模式。其它的公司采用了传统的投资回报率的模式。例如,思科系统公司以客户满意度来衡量一切:这是一个越来越重要的互联网商业效果的评价模式。

6 快速行动

“我们告诉我们的客户轻装上阵,不过还是要带上一个指南针,”Proxicom的Rosenthal说。“我们实际上是说客户不必用一年的时间去读一份庞大的互联网商业分析报告。你必须知道你要去的地方以及做好变化的准备。”对于灵活性的需要是由互联网的速度所驱使的。“任何成功的互联网商业投资必须马上运作,”他说。“你看到一个设想,检查它是否超过了你的能力范围,对其作出各种假设,建立模型对其进行测试,当然大多数情况下都是将其抛弃。如果投资没有产生设想的效果,你就得接受这个事实继续往前走。”要尽快抓住那些能够带来大的成功的机会。规模小、影响力大、风险低的项目是最佳的候选。为了得到更多的支持,先选择一个小部门作为

试点。英迈的VentureTech网络门户就是这样的一个例子。该项目起初规模很小,但是成长的速度却很快。VentureTech最终成长为一个全国性的网络社区,拥有超过500个技术方案集成商加盟——为中小企业服务。该门户已经成为网络零售商的一个重要资源,目前已经吸引了思科系统公司、康柏、IBM以及微软这些巨头的赞助。

虽然看上去很明显,但是许多公司还是忘了互联网本质上是一个通讯工具。互联网商业的本质是一种商业,只不过是利用新的通讯媒介去实现它。为了制定和实施一个新的竞争策略,公司必须知道如何在商业过程中利用互联网策略。将一个公司的核心业务及文化整合进来也是相当关键的。以下是制定互联网商业策略的九个要点,它们能够帮助你建立建立一个成功的策略。

与通常想的相反,大的业务部门或IT部门并不是最合适的起点。这些部门的流程通常已经完全固定,很难改变。

7 融合技术与商业

IT部门与商业业务部门的协作是最关键的。双方对计划的目标、时间限制、衡量结果以及双方的责任义务的意见必须保持一致,这样才能获得最后的成功。IT队伍的角色就在于建设与管理基础设施与在其之上的必要应用,同时作为一个咨询专家来共同开

发商业上需要的功能。商业部门应该将布置应用的成本纳入其预算中。一个好的原则就是尽量考虑那些能在三到六个月就能完成,在一年内回报就可超过投入的计划。然后进一步考虑改进用户的满意度。

8 将合作伙伴纳入互联网商业体系

当Forrester研究公司对60个位居“全球500强”的公司的互联网商业策略进行调查时,发现80%的企业向外部的供应商寻求帮助。“实施过程在很大程度上取决于你是外包还是自己亲自创建,”KPMG公司的Herzog说。“许多步骤将由你的策略决定。”他将利用合作伙伴来开发互联网商业策略作为一个与广告代理相似的过程。“在一个计划中,最终的目标总是发掘新的市场。如果一个人的眼光总是限制在自己的家里,那么这种计划的作用就很有限,”Herzog说。“大型企业有其核心竞争优势,但是他们更需要利用可信赖的合作伙伴来开拓更大的市场。”

9 接受失败

许多公司在策划互联网商业策略时,一个常犯的错误就是没有认识到:失败本身就是过程的一部分。“一个组织必须在其文化中加入可容纳失败的气氛。如果某些事情不对劲的话,你必须要学会发现它并进行改变。你也许十分喜欢你的主意,但是要是客户不喜欢的话,你必须放弃——而且越快越好。”最好的建议是简单明了的:知道你是谁。知道你的客户是谁。立刻就行动——做好变化的准备。随时衡量你计划进行的效果,不要让失败阻止你前进的步伐。知道商业与技术必须协作,培养一种公司文化——能够采用互联网来促进个人与公司的成长。想得灵活一点。建立一个可扩展的基础设施。取得那些能够帮助你的人的帮助。





客户支持与 客户在线自我服务

随着客户的要求越来越高，基于Web的客户自我服务体系会越来越成为吸引客户以及保持其忠诚度的一个重要手段。

实施客户在线自我服务 能带来一系列的好处

让客户选择什么时候、什么方式与你进行商业往来；

允许客户自己配置产品或服务并且可以实现在线不间断的监控订货执行状况；

在客户支持中扩展销售的范围；
提高客户的满意度以及忠诚度，因为客户的要求以更快、更好同时成本更低的方式完成了；

服务的站点转移到如何最大限度地提高客户的满意度而非工作人员的效率；

降低客户支持以及IT人员的开销——一项由ISM进行的调查指出

最好的公司每年能节省20%的费用；

允许你将人力资源投入到更能产生效益的部门中去。

通过基于Web的应用，思科系统公司的客户自我服务系统集成了各个领域的全面服务与支持功能。其覆盖的领域包括：市场开拓、销售管理、渠道管理、电子商务、订货执行系统、服务、培训、通讯以及电子市场。目前，83%的客户支持问题都是通过Web上的客户自我服务工具来完成的。思科系统公司全球1.2万个客户都通过



在线服务工具来实现自我服务。

基于Web的服务及学习工具提供了全面的支持、服务以及培训计划。例如，当一个客户无法在网站上找到问题的答案时，思科协作软件中集成的“点击-交流”工具就能提供实时的在线服务代表。服务代表能够知道那些步骤是消费者已经采取了，然后利用现有的统计信息解决该问题。服务代表同时也能直接控制用户的浏览器来演示能够在什么地方找到在线的信息。这些服务代表将分布在各个虚拟支持中心，与客户可以进行密切的交流。

总的来说，这些方案产生了明显的效果，其中包括将用户满意度从3.4提高到4.3(总分5分)。

一对一的市场开拓。始于80年代后期，强调保持与客户个性化的市场开拓关系。在过去几年中，一对一客户服务引入了更多的个性化服务与支持元素。由于新的工具的引入，在线客户支持方式的重要性正在日渐加强。

举例来说，员工在通过Web建立一个经纪人帐号时就有可能体验自我服务。他首先利用公司的Web站点记录下他的个人信息。然后，他决定应该对他的邮件地址作一些改变。他利用网站上的一些选项来获得服务代表的实时帮助。当他点击聊天的按钮时，一个代表就会在几秒钟内与他联系。在输入一个

信息后及若干次的反馈以及确认后，他完成了地址改变这一过程。整个过程只用了10分钟就完成了，而通常完成这一任务需要半个小时。

而且整个过程无需通过语音电话的菜单选择或者等待。除此以外，经纪人的系统还会自动弹出一些

反馈信息，如“谢谢你的耐心等待”，帮助客户了解整个过程进行的状态。在线交谈使得服务代表可同时管理若干个客户的进程，因此减少了技术支持人员的数目。

在线演示方案意味着你的客户能够更直接地访问你的公司，而且你的系统能够满足一些特殊的需要。客户，特别是在线客户——无论是消费者还是B2B用户——对于购买过程的要求都越来越高。如果客户觉得不满意的话，互联网使得他们可以轻而易举地选择其它竞争对手的产品或服务。他们希望你能提供更快捷的交易速度、更低的价格、更好的质量或者这些的组合。他们要求你对他们的问题作出快速且全面的答复。为了满足这些需求，服务代表必须能够及时了解用户的信息以及购买的特点。

如何利用客户在线自我服务的优势？

使得系统能够一次解决客户的所有问题，这就要求服务代表能够访问该客户的所有相关信息；

避免任何可能引起客户不满意的地方，你应该仔细测试你的系统，并且让客户有及时反馈的途径保证客户能够知道他们所提的问题的反馈；

保证客户可通过Web或者电话实时地访问服务代表，这样不至于让他产生只有计算机系统在与他打交道的感觉；

将你的自我服务系统与其它客户支持系统紧密地集成起来（如销售与市场开拓）以保证服务的连续性；

注意不要在客户支持的过程中引入太多的促销手段。你的客户只是需要帮助，而不是销售指标；

正确的训练客户服务人员快速扫描在线问题的技巧。在线支持与电话支持的技巧是不一样的；

提供其它的服务种类选择，特别是在你的自我服务系统崩溃的时候。当然，客户也会有其自己的偏好；

随着客户的要求越来越高，基于Web的客户自我服务体系会越来越成为吸引客户以及保持其忠诚度的一个重要手段。

互联网策略四问

iQ:策略提供者对于在B2C与B2B领域中的互联网革命的理解有多深刻？它知道在互联网经济中市场开拓、客户服务以及供应链管理是如何变化的吗？它能了解你的业务流程应该如何改变？它能跟上无线及宽带互联网技术所带来的对互联网的影响吗？

策略是否清晰明了：供应商是否采用了简单明了的方法来表述以及量化其策略，如竞争优势或投资回报率（ROI）？它是如何定义机构上或者业务流程上的变化，在利用互联网的同时也最大限度地利用现有的渠道？

全球化的专业经验：供应商是否具有国际化运作的经验？它能够了解由于地域、文化的变化所带来的交易社区、定价模式、审查要求、技术基础设施以及客户需求的变化？

工业背景：供应商是否对相关行业拥有很深的专业知识？它是如何将这专业知识与通用的互联网业务技巧结合起来的？

思科系统公司每年在互联网相关业务实践上投资8250万美元，以保证公司的竞争力。思科系统公司互联网解决方案部的高级副总裁Sue Bostrom，给出了他的一些见解。

iQ:高级经理如何才能跟上互联网商业策略的发展？有一些通用的规则吗？

Bostrom:首先，管理队伍应该建立这样一个概念——每一个互联网商业计划都必须给客户带来好处，增加他们的满意度。其次，他们不应该将互联网计划看成是独立的活动，而是一个整体策略中的一个不可缺少的元素——不同功能领域内的计划都应该是联系在一起的。第三，高级经理还必须与他们的IT部门紧密协作来执行这些策略。最后，他们应该跟踪这些计划的实效，对有潜

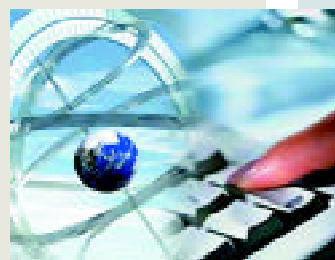
力的增加预算，同时放弃那些没有成效的计划。

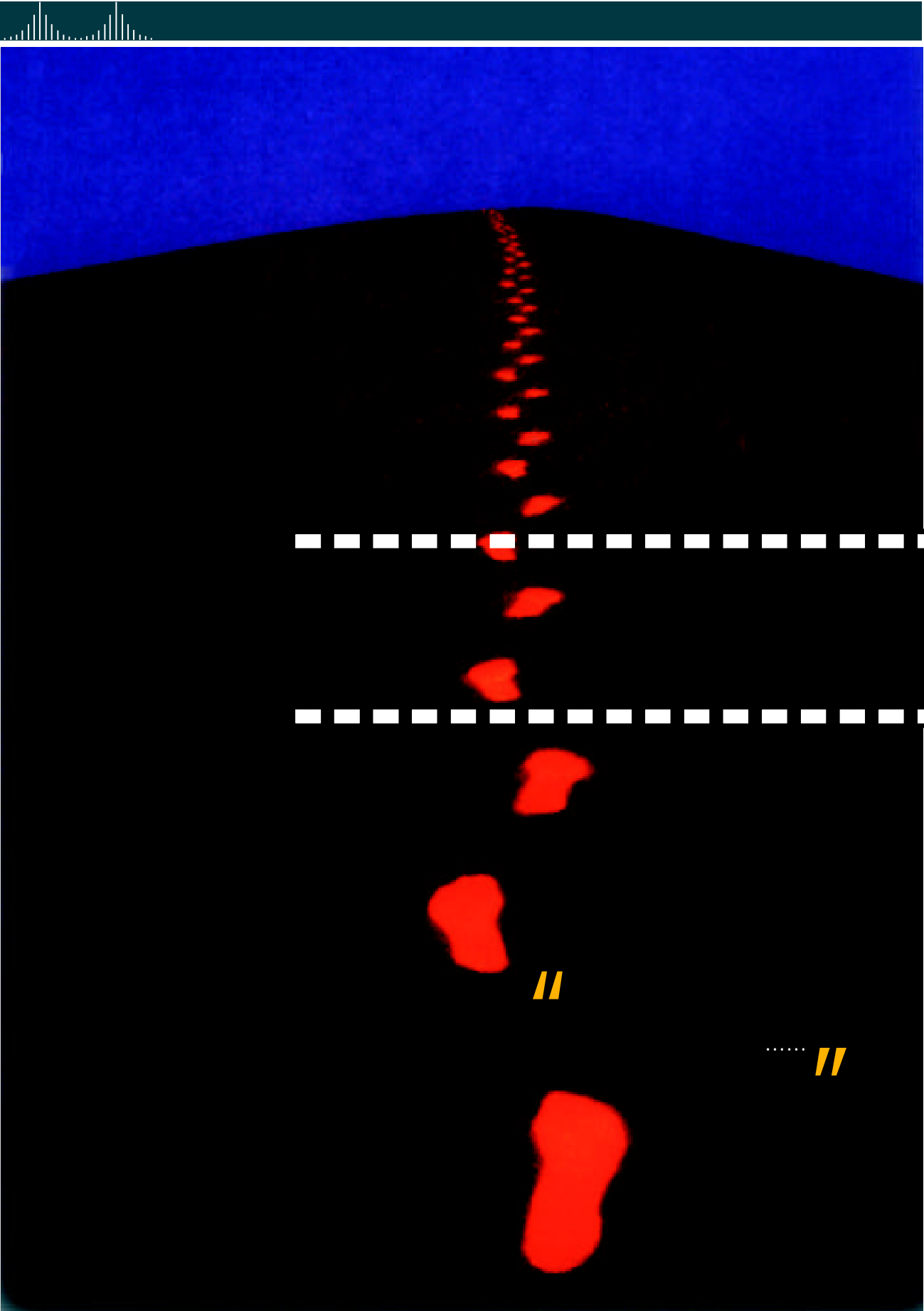
iQ:企业如何才能在互联网经济中更快的行动？

Bostrom:公司可以建立一个独立的组织来实施特定的互联网计划，然后将这些计划再重新集成到公司的整体运营中。如果可能，这最适合于那些需要维持公司运作的平稳性的组织。这种方法使得现有的管理队伍中只有部分人员牵涉到其中，制定明确的目标并进行实时的跟踪——就像执行其它的项目一样。有时候可以利用快速的执行与效果来激励这部分管理人员的积极性。

iQ:公司在建立互联网商业策略时所面对的挑战是什么？

Bostrom:一旦公司认为互联网策略仅仅是一个技术策略而非商业策略时，它们很容易就掉入一些陷阱之中。公司应该将互联网看作是转变公司核心业务的工具，而不仅仅是一个有意思的新技术。保持策略的活力又是一个新的挑战。在旧世界工业经济中，你能够一次做三年或者四年的计划。但是在互联网经济中，策略必须发展地更迅速，保持高度的灵活性。第三个挑战来自于注意力与速度：公司必须全力关注于互联网商业计划，将其作为公司最高的行动纲领。这些计划能够有效地影响公司的收入，从而推动一些更有竞争力的结果。





贫嘴张大民的宽

“ 像您这样的人才，应该有更合适的职位。请考虑我建议的职位…… ”

话说张大民一家自从迁入新建小区的楼房，住得敞亮了许多，心情却越来越郁闷。知夫莫如妻。李云芳很快就看出了其中的道道——原来的街坊邻里，如今回家把铁门一关，谁还听他“贫”呢？演员的生命在于观众，贫嘴张大民的幸福生活岂不是如此？

忽一日，李云芳听说小区里要装宽带网，那是高科技，又能聊天，又能打游戏，速度非常快，就给在外地上大学的儿子张小树打了个电话，问这宽带是什么东西。儿子心疼老妈的长途电话费，脱口说：“几句话也讲不清楚，我给您写个Email吧！”

李云芳听说过“伊妹儿”是个好东西，那边一按键盘，这边就收到了，比电报还快。果然，没过半个时辰，在

是没有围墙的大学，您能安坐家中，自己选择课程和进度，自己选择老师和同学，自己圆自己的大学梦……

“你就贫吧！”李云芳看着这个有出息儿子，眼里溢满了幸福。

* * *

张大民还是经常到楼下面去遛弯，回到家里看到老婆还在网上，劈头就问：“老婆子，你菜也没买，晚上吃什么呀？”

李云芳笑笑：“不急。”

张大民说：“我去买吧。你想吃什么？”

两人正说着，门铃响了。“e国一小时”的“红马甲”送来了黄瓜、西红柿、黄酱和手擀面条。

“炸酱面呀？你用得着这排场吗？”张大民瞪大了眼睛。

“我从网上订的。”李云芳掩不住有几分得意。“我所有的生活用品都从e国上订，他们不仅给我送，而且还给我优惠价……”

“我服了你了。”张大民嘟哝了一句，“这网络要是这么好，咱大老爷们还娶老婆干什么？”

“你说什么？”李云芳俊眉倒竖。

“我是说……”张大民呐呐说，“我早就知道你是一个又漂亮又能干的老婆……而且还赶上了这网络时代！”

“这还差不多！”李云芳一脸得意的神色。

* * *

“你说这网络还能干什么？”

转眼到了寒假，张大民和全家团聚在拆迁搬过的幸福楼里，问刚从学校回来的小树。

“按需点播呀！”儿子拿起遥控板搜索节目，“您想看什么？”

“当然是电视连续剧《贫嘴张大民的幸福生活》啦！电影《没事偷着乐》也凑合！嘿嘿，电视台好久不放这节目了……”

“没问题！”张小树一通搜索之后，电视里响起了《贫嘴张大民的幸福生活》那熟悉的主题歌。

看了半集，张大民的眼睛有些发

涩。张小树说：“老爸你又忆苦思甜了吧？”

“没有，没有。”张大民说，“我是心疼这上网的钱。”

“您歇了吧！”张小树说，“比市内电话还便宜呢。”

* * *

寒假过后，李云芳开始筹划去苏杭旅游。可是，自从嫁到张家，她还从来没有出远门玩过，人生地不熟，怎么去玩呀？

“您就土吧！”老五说，“您不会到网上去看一看吗？”

李云芳早已习惯了从网上买东西，现在，她又在网上编制了一个周密的旅游计划，订了打折的车票和旅店房间，还有一路上的用餐安排。到了西湖，随手触摸一下墙壁上的导游标志，就得到了电子导游服务。张大民想了解一下一些名胜古迹的来历，电子导游就把几百年来发生在它身上的故事娓娓道来。

怎样才能找到早已预订好的餐馆呢？在导游触摸屏上显示了清晰的路线图。当李云芳跨进餐厅后，服务员立即将飘香的饭菜端上了桌面。

* * *

在考完最后一门课程之后，李云芳拿到了会计证，激动得流下了泪水。现在，她打算换一份好工作，舒出在心头积压了几年的那一口气。

第一次面试，李云芳非常局限，并未给对方留下太好的印象。“为什么不试试网上应聘呢？”老五给出了一个非常及时的建议。果然，面对一台装有摄像头和麦克风的电脑，李云不再忙于约见和奔波的辛苦，开始了从容的挑选和表现自己。她非常放松，甚至和一位招聘员工的老总谈起了自己怎样利用网络学习、买东西、安排旅游等有趣的经历。那位老总眼前一亮，立即拍板：“您被录取了。像您这样的人才，应该有更合适的职位。请考虑我建议的职位：总裁助理。至于薪水嘛，至少是您目前的一倍。”

“哇噻！”张大民惊讶得合不上嘴：“这网络也太神了不是？”



机关工作的老五就来了，进门就说：“嫂子，您够洋的啊！”原来是小树给他发了“伊妹儿”，要他来帮忙安排上宽带网的事。

张大民很快抱回了一台联想同禧电脑，接上了宽带网，每天晚上都到联众网站和人结对子搓麻将，玩了半个月，觉得没劲儿，又到聊天室神侃了几回，也没有找到知音。

* * *

转眼到了学校假期，儿子张小树回来了，对老爸老妈说：“您二位能不能拿这宽带做点正经事情？”

李云芳的自修会计课程拖了3年——在北京，没有比她这水平更低的辅导班了。张大民说，就不许你到老少边穷地区搭个初级班补补基础课？小树在网上搜寻了一番，找了个循序渐进的网上会计学校，帮老妈注了册，还陪着她上了第一课，就坐在自己家里的计算机跟前。他说，这叫网上教育，



每一个电子商务站点似乎都有一个“隐私条例”——但是那些推崇欧式强硬风格的隐私保护法律的组织说,这些软弱无力的条例也许比没有条例更糟糕。

聊胜于无？

一些网站隐私条例遭遇质疑

某些国家没有特别的互联网隐私法律,那么隐私条例是否能够真正地保护Web用户?这个问题由于最近的两个事件又突然变得热闹起来。

美国密歇根州总检察官珍妮弗(Jennifer Granholm)最近通知一些美国站点,说该州可能对其采取一些法律行动。该州要求这些站点重写其隐私条例,并详细描述访问者的信息是如何被一些网上互动广告商利用的。

W3C联盟(World Wide Web Consortium)6月21日发表了一个名为“隐私参考平台”(Platform for Privacy Preferences, P3P)的标准。但是,诸如Junkbusters以及电子隐私保护中心(Electronic Privacy Information Center, EPIC)这样的隐私保护组织说,P3P是一个软弱无力的隐私保护准则。

只有一件事是确定的:美国密歇根州总检察官珍妮弗获得了这些网站创建者的注意力——在她说要起诉的时候。

在被珍妮弗提及的四个站点中,Procrit.com已经迅速地改变了其隐私条例以符合密歇根州的标准。Procrit.com是强生公司的一个子公司所开设的医疗站点,它承诺将告诉访问者是如何利用

他们的信息的。

密歇根州的警告也许是在美国境内第一次由于隐私问题对站点进行警告,但这决不是最后一个。检察官认为,只要是为密歇根公民服务的网站,都必须遵守密歇根现有的消费者知情法律。这些法律适合于所有的站点,不管其总部位于何处。这次被警告的站点的范围就从佛罗里达一直延伸到爱荷华。

“一个网站也许会说会保护你的隐私,但是,第三方机构正在通过这个站点收集你的信息,并且很难被消费者所察觉。这是一个很重要的问题,特别是第三方机构在利用这些信息赚钱时。”这位检察官说。

P3P规范为将来的浏览器提供了自动检测各个网站上的隐私条例的功能。

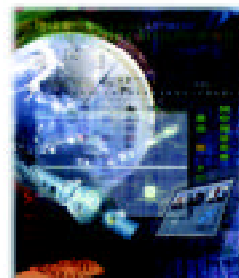
负责制定这一标准的W3C机构在一个申明中指出——“用户无需阅读他所访问的所有站点的隐私条例”,如果其浏览器支持P3P标准。如果用户配置正确,微软及其他软件公司新推出的浏览器都将阅读支持P3P协议的网站的隐私条例。

但是Junkbusters的主席杰森·卡特莱特(Jason Catlett)说,“P3P标准甚至

不能提供最低标准的隐私保护。”他指出,与美国不一样,欧盟已经采取了一致的法律条款对个人隐私进行严格的保护。欧盟早在1998年就说P3P不能满足现有国际隐私保护协议的需要。

有人担心,P3P会诱使网站收集比现在更多的用户信息,然后卖给广告商。

来自于某个站点的用户信息通常存储于一个数据库中。P3P对防止这种用户信息的共享将没有太大的作用。为了加强在线购物者的安全感,美国的一些电子商务站点也许会采取比P3P更为严格的隐私保护法律。



网典

Cisco



NETWORKING CHINA

本刊网址: <http://www.cisco.com/warp/public/3/cn/news-info/publications/index.html>

网络

决定未来

成长中的一代，对未来满怀美好的期待。互联网将为每个人创造发展机会，把你带进更加美好的未来。

思科系统公司愿与您一起，为消除时间和地域的隔阂，跨越语言的障碍，为建立一个和谐、亲切和无阻隔的世界而极尽努力。



思科系统（中国）网络技术有限公司

北京
北京市南礼士路66号
建威大厦18—19层
邮政编码：100045
电话：(8610) 68023355
传真：(8610) 68038348

广州
广州市天河北路233号
中信广场43层
邮政编码：510620
电话：(8620) 38770000
传真：(8620) 38770077

上海
上海市淮海中路222号
力宝广场32-33层
邮政编码：200021
电话：(8621) 53966161
传真：(8621) 53966750

成都
成都市顺成大街308号
冠城广场23层
邮政编码：610017
电话：(8628) 6528888
传真：(8628) 6528999

北京印刷 版权所有

• NETWORKERS

网典

NETWORKING CHINA

2000年 第5期 总第8期



华尔街传奇
精彩再现

互联网推动
银行业创新

NETWORKERS

谁持宽带
当空

舞

Networkers

全扫描

