追逐互联网

闻道有先后

起步虽晚，但是，通用电气公司把互联网作为推动业务增长的关键

通用电气公司的首席经理人在收到董事长杰克·韦尔奇的第一封电子邮件时肯定大吃了一惊。在过去几十年间，韦尔奇一直习惯于使用纸和笔。现在，他开始通过电子邮件与同事们联系。在公司内部的一个经理会议上，他要求公司向互联网进军，要求每一个业务部门建立自己的主页。

到1999年6月，通用电气公司的12个部门都已采用这项技术。目前，通用电气已开始通过互联网销售塑料和医疗设备，并向市场出售汽车和开展汽车租赁。

韦尔奇是近20年来最出色的企业领导人之一，有时他会到夫人那用互联网做投资计划，去年晚些时候才开始在他现在的办公室和家中上网。他认识到，互联网是“他的商业生涯中最伟大的变革”。为了使员工对互联网有更多了解，通用电气公司建议把韦尔奇的一些内部信件及一些演讲稿放在网络上，员工只能通过在线方式获取。同时，通用电气在经理的业务中增加了电子商务内容。

所有这些举措都出自公司新创建的一些小组，以及“摧毁你的业务（destroyyourbusiness.com）”项目。在12个业务部门里，都有由新老员工组成的小组，创建基于互联网的商业模式，在根本程度上改变公司的业务，就像亚马逊网上书店改变了图书零售业一样。这些小组的目标是打破公司原有的已经陈旧的商业模式。同时，通用电气公司还组织“互联网突击队”建立了一些年轻的小组，这些小组把目前的业务转移到互联网上，并从中寻找新的业务机会。他们向每个业务部门的电子商务执行者汇报工作。

“日臻完善” 尽管在去年7月底以前每一个部门都实现了互联网的某些应用，但是，通用电气公司在网络应用方面起步较晚。它开始加强互联网，表明它已经全面接受了这种媒介。作为世界最大的多元技术型公司，通用电气涉及的业务，从金融服务、广播、生育工程和化学材料，到飞机引擎和机车。现在，通用电气将把采用互联网的好处扩展到世界各地的供应商和客户。

在一些实现业务——如飞机引擎、医疗产品和塑料产品及重型设备，通用电气已经开始提供互联网交易及其他管理服务。比如，医疗系统部门开始在互联网上发布说明书。

由通用电气资本业务部门提供的金融服务业务，事实上具有最好的互联网功能，特别是在那些不依靠某些部门支持的分支机构。在每个项目中，经理都必须“找到能够为用户增加价值并且代替原来的途径”。

“看好有前景” 通用电气的示范网点由其聚合物子公司运作，为大约3000家客户介绍塑料及其他原料。该部门在几年前开发了一个互联网网点，1997年这个网点被放在交易中心里面，直到1998年秋天才收到有关客户访问的要求。

现在，通用电气的聚合物子公司正在努力把尽可能多的客户吸引到一个更新过的网点。在这里，用户能够下订单和查看订单，访问工业信息，查看技术数据，及在公告板上张贴自己的建议。该公司目前业务大约有5%通过互联网操作，到1999年底的目标是50%。

目前，通用电气公司内部除其聚合物子公司这种开展互联网业务的业务部门并不多，互联网还没有公开化。许多部门仍然面对一些棘手问题，包括互联网商业模式对分销商及其他客户的影响，都需要重新讨论。

通用电气公司最为担心的是，虽然互联网已足够现实，但仍需坚守阵地。公司一位高级经理说：“在一家具有的高技术和快速变化的公司时，应该看到这些公司需要进行一些调整，我们也能做到这一点。”■

术业有专攻

网上拍卖作为一个虚拟的竞价交易平台，聚集了越来越旺盛的人气

说起网上拍卖，Onsale堪称先驱。它最先发现和把握了网上拍卖技术，于1995年首次推出网上拍卖服务，即以很低的价格向制造商买进过时或过剩的存货，出售全新的商品，以拍卖的方式卖给出价最高的人。这是一种赢利丰厚的商业模式，所以它在1997年4月上市以前就实现了赢利。

最成功的拍卖网站当属eBay。这实际上是一个联系用户拍卖竞买的信息和中介平台，eBay不收藏商品，信息是由卖方发布的，只收交易服务费。今年5月，其股票市值冲破300亿美元。目前，eBay已有1600个目录的数百万商品可供选择，但主要以收藏品拍卖为主，它与以网上零售为主的亚马逊网上书店成为目前电子商务领域最具实力的两个典型。

在中国，1998年电子商务还是个陌生的名词，拍卖网站就更加陌生了，但我们马上就听到了。还是在1999年6月18日，国内第一个中文拍卖网站Yabuy.com率先开通。同时，网易在7月推出了全国首家电子网上拍卖服务。此后，网猎、易趣等拍卖网站也相继开通，把网上拍卖推向高潮。

作为电子商务的一种表现形式，网上拍卖不是传统拍卖形式的简单平移，也不仅仅是将市场向网上扩展，而是人类交易模式的大变革和互联网商业模式的重要创新。因此，在短短的时间里就形成了全球性的架构，成为电子商务发展的重要推动力。

从经济学观点来看，拍卖的好处就是可以使卖方达到经济利益的最大化。也就是说，让卖方得以在市场中以最高的价格卖出，而买方根据自己的意愿对某一特定商品出价并计出底价。拍卖就是在买卖双方的意愿下进行，所以会达到双方认定的利益的最大化。通过网络进行拍卖行为可以不受时间、空间的限制，使拍卖达到更大的经济利益。这种由用户进行竞价的商业模式可能会是一场商业革命的导火索。

规矩定了，怎么运行也是一个关键。网上拍卖有多种模式，其中包括厂商对消费者的商业模式。消费者可以跳过所有的中间商，直接与厂商讨价还价，充分体现了双方交易的公平性和消费者的主权。消费者在参与竞拍的同时也得到了与厂方讨价还价的权利。

竞价交易方式

竞价拍卖 最大量的是C-N-C的交易，包括二手货、收藏品，也可以是普通商品以拍卖方式进行出售。

竞价拍买 是竞价拍卖的反向过程，由消费者提出一个价格范围，求购某一商品，由商家出价，出价可以是公开的或是隐蔽的，消费者将与出价最低或最接近的商家成交。

集体议价 多个零售商联合起来，向批发商（或生产商）以数量换价格的方式，互联网也使普通的消费者能使用这种方式购买商品。

竞价交易模型

1对1 大部分的个人交易（C-N-C），会也以拍卖方式出售商品，每次拍卖会也进行的单个的买家和拍卖交易，拍卖过一件成交。

1对n 多数是也对个人的交易（B-N-C）是这种模式，其价格的形成，取自供方定价的降价法，也有的或集体议价由需方定价的升价法。

n对1 少量有一个供应方无法满足需求方提出要求时，将会多个有关供货商品来报价，这时就多对1的交易模式的使用。

n对n 少量集体议价模式进行，同时在与集体议价的需方形成买方市场了另一供应方的供应同时，多对多的交易模式将会出现。■