

互联网门户网站的商业模式初探

李西远

摘要:互联网门户网站代表注意力经济,其商业模式已成为企业的核心竞争力之一。由于其商业模式各构成要素太多,文章先对商业模式的发展做了系统的综述和深入的研究,然后使用介观商业模式模型对门户网站商业模式核心界面进行了分析研究,提出了门户网站商业模式创新的一些建议。

关键词:门户网站 商业模式 价值主张

中图分类号:F626.5 **文献标识码:**A

文章编号:1004-4914(2004)07-096-02

一、引言

B. Mahadevan (2000) 定义门户网站为主要从事建设产品和服务信息的消费者社区,影响产品、服务提供商和中介进入网络的渠道流量,吸引消费者的注意力进入网络,是服务 B2C 的细分市场。买卖双方都从门户社区的宽广的、丰富的买方和卖方中获益,买方搜寻的低成本,反过来增强了网站的收益。

作为一种电子商业模式的商业门户,其研究的意义在于:首先,门户网站商业模式体现着先行者优势,同时互联网改变了企业的生存规则,企业要发展必须将自己的业务融入互联网或互联网纳入企业的运营框架中;其次,门户网站的发展有其阶段性特征,各门户网站必须通过互动、整合和创新强化商业运营,提高竞争能力和持续优势;再次,电子商业模式种类繁多,每一种要素组合都可以出现新的模式,值得细化研究;最后,对商业模式复杂界面的研究适用于其他拥有复杂客户界面的电子商业模式,但门户网站的网民有其不同的特点,所以需要深入研究门户网站的商业模式和经营活动。

二、电子商业模式的发展

商业模式(Business Models,也被译为商务模式、业务模式),随互联网技术的发展而流行起来,最热门的商业讨论即为互联网商业模式(Internet Business Models)或电子商务模式(e-Business Models)。在实践中,大家公认商业模式已成为企业的核心竞争力之一,影响电子商务创造的未来收益。所谓商业模式,Geoffrey Colvin (2001)认为它就是赚钱的方式。作为电子商务的一种,门户网站商业模式经常被与其他电子商业模式放在一起讨论,并被不同学者根据他们各自描述的角度而分类。Timmers(1998)认为商业模式是产品、服务和信息流的体系,描述了不同参与者和他们的角色以及这些参与者潜在利益和最后收益来源。Patrovic et al(2001)认为一个商业模式不是对它复杂社会系统以及所有参与者关系和流程的描述,相反,一个商业模式描述了存在于实际流程后面一个商业系统创造价值的逻辑。Rappa(2002)将商业模式描述为一个公司如何通过价值链定位赚钱,区分了9种电子商业模式:经纪人模式、广告模式(一般门户:多样化内容和服务、搜索引擎和目录、高容量)、信息中介、销售商模式、制造商模式、会员模式、社区模式、订阅模式、效用模式,其中几种模式都可以进一步划分为若干子模式。Weil and Vitale (2002)把商业模式描述为在一个公司的消费者、联盟、供应商之间识别产品流、信息流、货币流和参与者主要利益的角色和关系。存在8种原子电子商业模式,每一种原子电子商业模式被按照战略目标、价值主张、收益来源、关键成功因素、核心能力分析。

从以上论述,我们可以发现门户网站属于商业模式的某一种或某几种,但更多的讨论认为门户网站可以归为信息中介、广告模式、会员模式、社区模式、订阅模式等。

另一些学者对不同电子商业模式进行抽象总结,概括了商业模式共同特征和构成要素。Applegate(2000)认为商业模式描述了复杂商

业能促使研究它的结构和结构要素之间关系以及如何对真实世界作出反应。Pigneur(2000)认为商业模式是关于公司和它的伙伴网络创造、营销、交付价值和关系资本给一个或几个细分市场顾客以产生有利可图的可持续的收益流的体系。Amit and zott(2001)认为商业模式是利用商业机会的交易成分设计的体系构造,是公司、供应商、辅助者、顾客网络激活交易的方式。Cain Evans(2001)认为商业模式是在一个生意内顾客、供应商、伙伴以及雇员连结的所有活动的整合。Gordj jnetal(2001)强调了一个电子商业模式中价值流动、价值导向型的主要要素和参与者导向型的主要要素。Alexander Osterwalder, Yves Pigneur(2002)把商业模式定义为一个公司提供给一个或几个细分市场顾客和公司架构体系及合作伙伴网络的价值,公司创造、营销和传递这些价值和关系资本是为了产生盈利性的可持续的收益流。Magretta(2002)说商业模式是说明企业如何运作的事,好的商业模式回答了 Peter Drucker 的古老的话题:顾客是谁?顾客价值是什么?我们如何从生意中赚钱?解释如何能在适当的成本上交付顾客价值的根本经济逻辑。Allan Afuah (2003)认为互联网商业模式是公司利用互联网在长期内获利的方法,它是一个系统——包括各组成部分、连接环节以及动力机制。

以上学者对电子商业模式的研究没有集中关注门户网站复杂的构成要素和各构成要素交互性,未能就众多的利益相关者的价值主张进行具体分析。而每一种电子商业模式有其独特性和不确定性的环境,需进一步剖析。翁君奕(2003)在其《商务模式创新研究》中,将企业经营管理活动放到不同环境之间的互换和交流过程来考察,引入了交互界面的概念,构筑了一个由各子环境与各个交互界面构成的经营全景图。其中,客户界面、内部构造和伙伴界面构成了核心界面,不同界面的商业模式是核心界面要素形态的有意义组合。对各要素可以根据价值对象、价值内容、价值提交、价值回收进行分类;并提出价值主张、价值支撑、价值保持的概念。他将价值主张定义为客户界面、伙伴界面和内部构造中那些能够为客户、伙伴或内部员工创造价值并最终为企业带来显著价值的关键要素形态组合。价值支撑定义为客户界面、伙伴界面和内部构造中那些为现实价值主张所必须采取的最为关键的要素及要素形态组合;价值保持是指那些给价值主张的持续实现带来直接或间接重大冲击的要素形态及其组合。价值保持除了涉及客户界面、伙伴界面及内部构造中重要的要素形态及其组合还涉及平台界面、顶板界面中有影响力的要素及其形态以及客户环境、伙伴环境、平台环境和顶板环境之间的互动关联。客户界面的价值支撑和价值保持活动是围绕价值主张展开的。笔者拟借鉴翁君奕介观商务模式的创新研究,对门户网站商业模式的构成要素和价值流动进行分析。

三、互联网门户网站的商业模式

门户网站商业模式核心界面由客户界面、内部构造、伙伴界面构成,是价值流动的载体。B. Mahadevan(2000)认为商业模式是对业务至关重要的三种价值流动的独一无二的混合,包括商业伙伴和客户的价值流、收益流、物流;价值流动影响收益流和物流,因此必须准确识别价值流动。

客户界面活动是门户网站核心要素之一,门户网站客户可分为最终客户、会员客户和商业客户三类。最终客户指大部分通过免费上网浏览信息、点击广告、使用网站发送信息、使用网站信箱进行通信、在网上社区交流的网民。会员客户:包括一些付费使用信箱、以会员客户身份购物、订购信息和租赁空间或社区、订购网站专用服务的网民。最终客户和会员客户是门户网站的客户基础,各门户网站要做的基础工作就是吸引、争取网民,凝聚人气。商业客户指付费的广告客户、电子商店、拍卖网站、网络代理、保险代理以及交换链接的商业客户。他们的要求与最终客户或会员客户是绝然不同的,要满足他们,必须帮助他们实现价值增值。

随着门户网站业务的创新和演化,短信服务(SMS)、在线游戏逐渐超过了广告业务收入。门户网站提供了广大网民网上生活社区,互联网时代的特征之一就是客户主导,通过门户网站作为营销和接近顾客的方式,必须转变观念,营造顾客驱动的电子商务战略。门户网站作为集

电子商务对企业财务内部控制制度的影响及对策

程 刚

摘 要:随着科技的进步,电子商务已经渗透到现代企业的各个领域,对企业的经营管理产生了深刻的影响。从企业财务管理角度出发,财务管理人员必须对电子商务在财务方面的应用及由此产生的潜在风险有充分的认识,并相应调整和完善内部控制制度以确保企业资产的安全、完整。

关键词:电子商务 内部制度 控制环境 会计系统 控制程序
中图分类号:F724.6 文献标识码:A
文章编号:1004-4914(2004)07-097-02

电子商务作为一种新的交易、流动、经营、传媒方式,已经渗透到现代企业的各个领域,对企业的经营管理产生了深刻的影响。由于其经济特征与传统的经济形态存在着很大的区别,从财务管理角度出发,企业管理人员应对其在财务管理方面的应用以及潜在的风险有足够的认识和了解,并相应调整和完善企业的内部控制制度,以确保企业财产的安全和完整。

一、电子商务对企业财务内部控制系统的冲击和影响

企业财务内部制度,是指企业为保证其经营活动的有效进行,保护财产的安全和完整,防止、发现、纠正错误与舞弊,保证会计资料的真实、合法、完整而制定和实施的政策与程序。内部控制系统包括控制环境、会计系统和控制程序。笔者认为,电子商务对企业财务内部控制制度的影响可从以下三个方面进行分析。

1. 对控制环境的影响。我国目前已基本形成了以《中华人民共和国会计法》为中心,国家统一的会计制度为基础的相对完整的法规体系,再配合国家的执业规范和管理标准,各行各业的会计处理和管理措施都有了一定的准则和指南为指导,因此传统的内部控制制度面对的是相对有序的内、外部环境,而网络经济时代,传统企业纷纷上网开通电子商务参与竞争,甚至出现了没有经营场地、没有经营实体、没有确定的办公地点的虚拟企业。这些企业只要在 Internet 的一个节点上租用一定的空间经过数字认证机构的认证,即可在网上接受订单、寻找货源、进行买卖。再加上新的电子技术在企业财务管理上的应用与财务管理者对该技术存在专业知识的局限性;内、外环境的不稳定因素剧增,使企业面临的内、外部经营风险凸现,原有的内部控制制度效果减弱,从而增加了企业的财务风险;主要体现在两个方面:

第一,网络犯罪防不胜防。网络是一个开放的环境,在这个环境中,一切信息在理论上都是可以访问到的,除非它们在物理上断开连接。因此,网络下的会计信息系统很有可能遭受非法访问甚至黑客或病毒的侵扰,这种攻击可能来自于系统外部,也可能来自于系统内部,而且一旦发生将造成巨大的损失。

第二,对经济交易的合法性的确认难度加大。电子商务条件下,人员流动、纸张流动、货币流动几乎全部改为电子流动,即:电子咨询、电子单据、电子货币、电子银行,仅主要保留商品运输这类实物流动,从而大量减

少人、财、物的流动,节省时间,提高效率。随着电子商务的迅猛发展,网上交易愈加普遍,可以想象在不久后企业的全部原始凭证都将成为数字格式,这加强了企业对网上公证机构的依赖,但直到目前相应的技术和法规还远没有达到完善,企业难以确认相关交易的合法性、真实性,这也给企业的内部控制造成了困难。

2. 对会计系统的影响。网络会计的应用使原来封闭的局域网会计面临开放的互联网世界,给财务系统的安全提出了严重的挑战。随着现代大中型企业在业务拓展上的跨区域、跨国界及服务范围不断向更深层次渗透,会计系统作为体现企业实物流转的价值记录必然实施网络化会计,会计核算形式发生了很大的变化。第一,会计部门的组成人员结构发生变化,由原来的财务、会计人员转变为由财务、会计人员和计算机操作员、网络系统维护员、网络系统管理员等组成。第二,会计业务处理范围变大,除完成基本的会计业务,网络会计同时还集成许多管理以及财务的相关功能,诸如网上支付、网上催帐、网上报税、网上报关、网上采购、网上销售、网上服务、网上银行、网上外汇买卖等等。第三,从数据和交易层次看,网络会计须用高度电子化的交易方式,对数据的正确性、交易及其轨迹均带来新的变化。原始凭证在网络交易时自动产生并存入计算机,交易人全过程均在电子媒介上建立、运算与维护,不再存在传统的原始凭证,而大量数据的录入和交易驱动发生在企业外部;会计电算化的第一阶段促进了介质的改变,从账本到磁盘文件,网络会计使会

成的虚拟社区,需要认清顾客偏好和客户价值主张;在价值提交方面要解决便利化和客户化。

我们借鉴介观商业模式的框架,对门户网站商业模式核心界面和价值流动进行分析。本文虽敏感地捕捉到门户网站的价值冲突和资源能力的冲突,但并没有预测门户网站的未来。针对门户网站商业模式所发现的冲突和矛盾,管理层必须进行权衡以应付复杂的利益相关者和变化的环境,进行商业模式不断创新。要调整自己的服务和收费及价值主张,在最终客户和一般商业客户之间保持平衡;在门户的经营过程中,要重视投资者关系和资本市场变化,要权衡和把握赢利和分配、长期投资建设和短期业绩回报的关系,忠实履行股东的意志,实现股东价值主张。作为门户网站的核心资源,重视网站建设和付费业务的创新,二者不可偏颇,否则将使整个价值网络崩溃。门户网站还要重视品牌建设,加强

知识管理;开发人力资源,重视合作伙伴的关系;保持技术平台的敏感性,通过外包与合作增强外部资源的利用能力。

[本文系国家自然科学基金项目,项目批准号:70272013]

参考文献:

1. 翁君奕,介观商务模式:管理领域的纳米研究. 中国经济问题, 2004(1)
2. 李志明等译. 互联网商务模式与战略:理论与案例[M]. 清华大学出版社, 2002
(作者单位:厦门大学管理学院 福建厦门 361005)

(责编:吕尚)