

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: 200337009

UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

互联网商务模式创新研究

A Study on Internet Business Models Innovation

卓晓日

指导教师姓名: 徐 迪 教授

专 业 名 称: 技术经济及管理

论文提交日期: 2006 年 4 月

论文答辩时间: 2006 年 5 月

学位授予日期:

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2006 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

- 1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。
- 2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要

建立在互联网技术上的互联网商务模式是对传统商务模式的创新，引领出新的价值增长点。这些创新的互联网商务模式大都基于创新者的偶发创意，表面上看起来很完美，但其自身缺乏详细、全面的分析与设计，也没有充分考虑到实施过程中可能遇到的风险，因此在实施过程中遇到了许多问题。实际上，许多企业开展互联网商务模式创新并没有为其赢利，最终这些企业不得不宣告失败。同时，互联网商务发展还处于初期阶段，互联网商务模式创新的理论还不够完善。

为了能够更好地对互联网商务模式创新观点进行详细、全面的分析与设计，本文针对互联网商务模式创新中存在的这些问题，在商务模式创新研究的基础上，结合其他管理领域、经济领域研究以及互联网商务发展的实践经验，提出了从宏观角度、介观角度以及微观角度分析互联网商务模式创新分析的方法和步骤，并把这些方法和步骤有机地组合起来，形成一个从宏观到介观再到微观，带有闭环反馈的一个互联网商务模式创新的分析框架。

本文基于该互联网商务模式创新分析对戴尔公司互联网商务模式创新案例以及中国电信互联网商务模式创新类业务发展案例进行了分析，从实践的角度在一定程度上验证了本文所提出的互联网商务模式创新分析框架。该分析框架在一定程度上能够为互联网商务模式创新提供指导，能够对互联网商务模式创新进行详细、全面的分析与设计，使得互联网商务模式创新过程更加的科学化，减少盲目性导致的互联网商务模式创新失败。

关键词：商务模式；互联网商务；创新

Abstract

Based on Internet technologies, Internet business model is an innovation to the traditional business models, and it brings out new value propositions by Internet technologies. Most of Internet business models are conceived accidentally. Some of them seem sound, but often lack detailed and precise analysis and design, and do not consider the possible risks in the succeeding operations, so there are lots of problems when they are put into practice. Actually, many enterprises doing Internet business are not able to create profit and go bankrupt eventually. As it is just the beginning of Internet business, the theories of Internet business models innovation are not perfect enough.

In order to solve these problems of Internet business models innovation, and find a better way to analyze and design Internet business models innovation, this article brings out methods and processes of Internet business models innovation from macroscopical aspect, meso-scope aspect and microcosmic aspect depend on business models innovation theories, other management and economics' theories and Internet business practical experiences. The methods and processes are organized organically, and that comes out an analytic framework for Internet business models innovation from macroscopical aspect, meso-scope aspect and microcosmic aspect with closed-loop feedback.

Based on this analytic framework for Internet business models innovation, this article analyses deeply the case of Dell's Internet business models innovation and the case of China Telecom's products' Internet business models innovations. And the result of the analysis validates this analytic framework which this article brings out from practical aspect. This analytic framework can be a reliable tool for Internet business models innovation. It can help for the better analysis and design of Internet business models innovation, made the processes of Internet business models innovation be scientific, and reduce the failures of Internet business models innovation which caused by blindness.

Key Words: business models; Internet business; innovation

目 录

第 1 章 引言	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 互联网对商务的影响	1
1.1.2 互联网商务的国际背景	3
1.1.3 互联网商务的国内背景	4
1.2 研究问题	7
1.3 研究方法 with 内容	8
1.3.1 研究思路与方法	8
1.3.2 研究内容	9
第 2 章 互联网商务模式创新分析相关理论研究	10
2.1 商务模式相关理论研究	10
2.1.1 商务模式概念探源	10
2.1.2 商务模式相关研究	11
2.1.3 商务模式创新	13
2.1.4 商务模式相关理论分析	15
2.2 互联网商务模式相关理论研究	16
2.2.1 互联网商务模式概念辨析	16
2.2.2 互联网商务模式相关研究	17
2.3 互联网商务模式创新分析相关理论的综合分析	23
2.4 本章小结	24
第 3 章 互联网商务模式创新分析	26
3.1 互联网商务模式创新的宏观分析	26
3.1.1 互联网商务模式创新宏观分析的重要性	26
3.1.2 互联网商务模式创新的宏观分析	28
3.1.3 互联网商务模式创新的宏观环境风险分析	33
3.2 互联网商务模式设计	36
3.2.1 方法论的选择	36

3.2.2	互联网商务模式设计的思路	39
3.2.3	商务模式风险分析	40
3.3	互联网商务模式的微观分析	42
3.3.1	e ³ -value 分析	42
3.3.2	互联网商务特性分析	49
3.3.3	互联网商务模式参与者收益分析	51
3.3.4	微观风险分析	54
3.4	互联网商务模式创新分析框架	54
3.4.1	互联网商务模式创新分析框架的提出	54
3.4.2	互联网商务模式创新分析全过程	55
3.4.3	互联网商务模式创新分析的逻辑框架	56
3.5	本章小结	58
第 4 章	戴尔公司互联网商务模式创新的案例分析	59
4.1	戴尔公司	59
4.2	戴尔公司互联网商务模式创新	61
4.2.1	戴尔公司互联网商务模式创新的背景	61
4.2.2	戴尔公司互联网商务模式创新的宏观分析	62
4.2.3	戴尔公司互联网商务模式的介观分析	63
4.2.4	戴尔公司互联网商务模式创新的微观分析	68
4.3	本章小结	73
第 5 章	中国电信互联网商务模式创新类业务分析	74
5.1	中国电信转型背景	74
5.2	互联网商务模式创新类业务发展分析	76
5.3	本章小结	80
第 6 章	结论	81
6.1	研究结论	81
6.1.1	全文回顾	81
6.1.2	主要研究结论	83

6.2 进一步研究的方向	84
参考文献	85
致 谢.....	89

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Contents

Chapter1 Introduction	1
1.1 Background	1
1.1.1 The Internet's effect on business	1
1.1.2 Background of international Internet business	3
1.1.3 Background of internal Internet business	4
1.2 The question of research	7
1.3 The method and content of research.....	8
1.3.1 The clue and method of research.....	8
1.3.2 The content of research	9
Chapter2 A survey of innovation analysis of Internet business models.....	10
2.1 A survey of business models	10
2.1.1 The origin of business models' conception	10
2.1.2 The related theories of business models.....	11
2.1.3 Business models innovation	13
2.1.4 The analysis of theories of business models	15
2.2 A survey of Internet business models	16
2.2.1 The distinction of Internet business models' conception.....	16
2.2.2 The related theories of Internet business models	17
2.3 The general analysis of the research on innovation analysis of Internet business models	23
2.4 Summary	24
Chapter3 The analysis of Internet business models innovation	错误！
未定义书签。	
3.1 The macroscopical analysis of Internet business models innovation	错
未定义书签。	
3.1.1 The importance of the macroscopical analysis of Internet business models	

innovation.....	错误！未定义书签。
3.1.2 The macroscopical analysis of Internet business models innovation	错误！未定义书签。
3.1.3 The risk analysis of macroscopical environment of Internet business models innovation.....	错误！未定义书签。
3.2 The design of Internet business models	错误！未定义书签。
3.2.1 The choice of the ontology.....	错误！未定义书签。
3.2.2 The clue of the design of Internet business models.....	错误！未定义书签。
3.2.3 The risk analysis of Internet business models	错误！未定义书签。
3.3 The microcosmic analysis of Internet business models	错误！未定义书签。
3.3.1 The analysis of e3-value.....	错误！未定义书签。
3.3.2 The analysis of Internet business speciality	错误！未定义书签。
3.3.3 Profitability analysis of Internet business models' actors ...	错误！未定义书签。
3.3.4 The risk analysis of microcosmic aspect of Internet business models innovation.....	错误！未定义书签。
3.4 The analytic framework of Internet business models innovation	错误！未定义书签。
3.4.1 Putforward the analytic framework of Internet business models innovation	错误！未定义书签。
3.4.2 The complete processes of Internet business models innovation.....	错误！未定义书签。
3.4.3 The logical framework of Internet business models innovation	错误！未定义书签。
3.5 Summary.....	错误！未定义书签。

Chapter4 Case study on Dell's Internet business model innovation.....	错误！未定义书签。
--	------------------

4.1 An introduction of Dell	错误！未定义书签。
4.2 The innovation of Dell’s Internet business model ...	错误！未定义书签。
4.2.1 The background of the innovation of Dell’s Internet business model	错误！未定义书签。
4.2.2 The macroscopical analysis of Dell’s Internet business model innovation	错误！未定义书签。
4.2.3 The meso-scope analysis of Dell’s Internet business model	错误！未定义书签。
4.2.4 The microcosmic analysis of Dell’s Internet business models innovation	错误！未定义书签。
4.3 Summary	错误！未定义书签。

Chapter5 The analysis of China Telecom’s products’ Internet business models innovations..... 错误！未定义书签。

5.1 The background of China Telecom’s transformation	错误！未定义书签。
5.2 The analysis of the products’ Internet business models innovations	错误！未定义书签。
5.3 Summary	80

Chapter6 Conclusions..... 错误！未定义书签。

6.1 Conclusions	错误！未定义书签。
6.1.1 Reviews.....	错误！未定义书签。
6.1.2 Main conclusions	错误！未定义书签。
6.2 Further researches	错误！未定义书签。

References..... 错误！未定义书签。

Acknowledgements..... 错误！未定义书签。

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第1章 引言

20世纪90年代中期以来,随着信息与通讯技术(Information and Communication Technology)的迅速发展,极大地促进了互联网技术的发展与逐渐成熟。互联网技术的发展与成熟使得传统商务模式创新成为可能,为互联网商务发展提供了一个可靠的技术平台。在许多行业内部竞争加剧以及客户需求呈个性化趋势的背景下,互联网商务模式创新成为企业在激烈、动态的竞争环境下获得竞争优势的一个重要手段,因此国内外互联网商务得到了飞速发展,创新模式不断涌现。

1.1 研究背景

1.1.1 互联网对商务的影响

互联网大规模的应用是由于其对商务的极大促进作用。国内外的学者在这方面已经做了大量研究,综合国内外学者的研究,可以把互联网对商务活动的促进作用归结为几个方面:

(1) 媒介技术

互联网作为一种媒介技术,相对于传统媒介:打印类传媒、电话、广播及电视等,互联网有着明显优势^[1],如表1-1所示。这些优势使得互联网商务参与者能够利用互联网进行更加快捷、更加高效以及更加方便的信息传递与交互,为互联网商务的发展起到了至关重要的作用。

(2) 平台统一性

互联网作为世界性的公共平台,采用统一的技术标准,并没有区域上的接入约束与不同。互联网平台统一性促进了经济全球化的发展,也使得互联网商务相对于传统商务更具有网络外部性(network externalities)。因为互联网商务参与者在统一平台上进行商务活动,他们之间或多或少会产生相互的影响。比如:eBay网上拍卖平台为全世界提供一个统一的平台,使得来自世界各地的买家与卖家能够组成一个巨大网络,网络参与者给这个网络带来了效益的同时,更是从这个网

络当中受益。

表 1-1：互联网与传统传媒的对比

评价指标	打印类	电话	广播	电视	互联网
信息成本	一般	高	低	低	极低
信息交互性	极低	高	一般	一般	极高
信息实时性	一般	极高	高	高	极高
时空限制	高	一般	低	低	极低
信息密度	一般	低	一般	高	极高

资料来源：David W Stewart, Qin Zhao. Internet Marketing, Business Models, and Public Policy. Journal of Public & Marketing, 2000(19): 287-296.

（3）信息搜索功能

功能强大的互联网搜索引擎（如：www.yahoo.com、www.google.com 以及 www.baidu.com 等）的大量出现，使得互联网具备了强大的信息搜索功能。互联网商务参与者更加容易地从互联网中获得想要的准确信息，同时更加容易地把信息传达给相关的潜在客户与潜在伙伴等等。互联网强大的搜索功能也让互联网商务在很大程度上减少了信息不对称，使得互联网商务更加有序地发展。

（4）提供了信息集成的可能

互联网优越的媒介技术与平台统一性，为企业内部的信息集成与企业间的信息集成起到了很大作用。企业可以跨越区域限制，建立起统一与高效的信息化平台，比如：企业跨区域的网络会议；大量企业间的合作正是发挥了互联网在这方面的优势建立起高度的信息化集成，比如：宝洁与沃尔玛之间的供应商管理库存模式、汽车与飞机等行业的联合制造以及戴尔公司与其供应商之间的虚拟整合等等。

（5）信息传递的安全性

随着信息与通讯技术的飞速发展，信息加密技术也得到了很大的发展，使得互联网信息传递的安全性进一步完善。互联网信息传递的安全性能够让互联网商务参与者放心地投入到商务活动当中，而不用担心由于信息传递的安全性引起的风险与信任危机，为互联网商务发展提供了一个可靠的平台。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库