

分类号\_\_\_\_\_

密级\_\_\_\_\_

U D C\_\_\_\_\_

编号\_\_\_\_\_

厦 门 大 学  
博 士 后 研 究 工 作 报 告

中小企业 ASP 应用模式研究与实践

---

姓 名 杨双远

工作完成日期 2004 年 12 月—2006 年 11 月

---

报告提交日期 2006 年 12 月

---

厦 门 大 学

2006 年 12 月

# 中小企业 ASP 应用模式研究与实践

RESEARCH AND PRACTICE ON SME ASP APPLICATION MODE

博 士 后 姓 名 杨双远

流动站（一级学科）名称 厦门大学管理学院

专 业（二级学科）名称 工商管理

研究工作起始时间 2004 年 12 月 3 日

研究工作期满时间 2006 年 11 月 3 日

厦 门 大 学

2006 年 12 月

## 内 容 摘 要

近年来,在国家 863 计划的支持下,国内许多高校和研究所以及各地生产力促进中心在网络化制造系统与 ASP 应用服务平台方面,开展了大量的与 ASP 相关的研究工作。但是由于国内 ASP 的研究与应用才刚刚起步,市场不够成熟,可供借鉴的经验不多。尽管在国外已经有一些成功的 ASP 范例,但如何将其商务模式移植到国内,以适应国内的产业环境,还有待进一步研究。

从文献研究的角度看,国内的文献多数集中在 ASP 概念的介绍、推广以及 ASP 平台如何搭建等技术问题的研究上,对 ASP 商务模式的研究相对较少,也缺乏实证数据的支持。国外关于 ASP 的研究文献相对较为丰富,而且涉及的范围也比较广:有研究 ASP 产生的原因与环境(如经济与商业环境、组织变革、IT 管理需求等);有研究 ASP 的用户采纳模式(采用 ASP 的原因、如何选择 ASP 供应商、如何签订和管理合同、如何评估和管理 ASP 等);有研究 ASP 的对各方利益的影响以及他们之间的关系(ASP 提供商、用户、ISV、硬件提供商、网络提供商等)……这些文献为我们研究 ASP 的商务模式和产品定位提供了丰富的材料和依据,但也存在一些不足之处:

系统的、全面的定性研究相对比较少。对于 ASP 产品定位的研究大多散见于研究 ASP 的用户采纳模式的文献中,缺乏系统性和全面性。

从 ASP 的角度研究产品定位问题的文献较少。文献大多从用户的角度考虑采用哪些 ASP 服务能够节省成本、提高效率和转移风险,而从 ASP 本身的角度分析提供哪些 ASP 服务技术上可行,经济上能够盈利的文献较少。

从 ASP 的角度出发研究如何定价的文献偏多,但大多没有考虑用户对这些定价方案是否能接受,未能从用户的角度考虑定价问题,从而导致的后果是供应商的定价并不能吸引潜在的用户;

从成本-效益的角度考虑问题的文献占较大比重。对于 ASP 商务模式问题的研究需要从经济、技术、管理和社会效益等多方面考虑,而不能仅限于某一特定的角度。

从时间性上来说,ASP 作为一种商务模式,也有其成长的生命周期。在生命周期的不同阶段整个行业的发展情况和用户对该行业的认识程度都会影响供应商的定价策略。而当前的研究多集中在 ASP 成长的初始阶段。

中国中小企业信息化的认知程度较低、IT 技术人才缺乏、信息化可投入资金有限和逐渐蓬勃发展的跨地域管理需求等的矛盾为 ASP 的发展带来了光明,这是大家已经有所共识的,也不需要过多的论述。但是 ASP 自身的发展,目前似乎还缺乏一盏光明的路灯。适合中国中小企业的 ASP 的市场定位?定价模式?商务策略?如何解决国内 ASP 发展目前所面临的网络问题、信誉问题以及安全性等诸多的问题,一一的展开在我们的面前,需要我们的 ASP 们加紧解决。

在参阅大量 ASP 相关的研究文献的基础上,提取出对 ASP 商务模式研究有帮助

的内容，我们以系统性的观点加以分析和整理，综合经济、技术、管理和社会效益等方面的因素，建立 ASP 产品的市场竞争模型，通过研究福建省制造业的现状和行业内信息化的需求，确定适合采用 ASP 服务模式的产业及应用。

在详细研究了中国企业信息化需求和国内外 ASP 的应用现状之后，对国内外的主要 ASP 平台进行了简单分析，然后系统研讨了 ASP 的发展历程、ASP 的中国特色以及当前面临的主要问题和未来的发展趋势。

同时，给出了 ASP 平台的建设规划、内容、关键技术以及 ASP 市场定位原则、安全建设规划以及构建了 ASP 相关利益者关系模型和协调机制的构建。

其次，阐述了 ASP 市场探索过程中要注意的相关问题和市场营销模式，对当前比较适合的做 ASP 模式的软件产品进行了归类分析。最后结合福建省企业信息化的特点，给出了福建省 ASP 构建模式的解决方案。

其中，第一章主要介绍企业信息化建设需要 ASP；第二章介绍了 ASP 的演变过程；第三章对国内外主要 ASP 进行了论证分析；第四章对阐述了 ASP 平台的实现过程；第五章给出了 ASP 的几个应用点；第六章解析了 ASP 市场探索过程；第七章研讨了福建省 ASP 模式的解决方案，第八章对相关工作进行了归纳。

关键字：企业信息化，应用服务提供商，服务外包，应用托管

## Abstract

In recent years, with the support of Chinese 863 plan, Many universities and institutes and Productivity centers had began a great deal of research work associated with ASP around Networked Manufacturing System and Application Service Platform. But Research and application of domestic ASP has just started and the market is not mature enough for little experience to learn. There are some ASP models abroad, but how will their business models transplanted to China, to meet Chinese industry environment, requires further study.

From the perspective of literature, Most of Chinese papers focused on the study to introduce technical issues of the concept and structure about ASP and ASP platform. The study of ASP business model was relatively small, and lacks the empirical data to support. Foreign literatures on the ASP relatively were abundant and broad: ASP causes and environment (such as the economic and business environment, organizational change, IT management needs, etc.); ASP Application model (using ASP, how to choose ASP and how to sign management contracts, how to assess and manage ASP); the impact of the interests of all parties and the relationship between them on ASP mode (ASP, users, ISV, Hardware providers, network providers, etc.). These documents offers a rich source of material and positioning products on the ASP business model and product positioning. However, there are still some shortcomings:

- First, the systemic and comprehensive qualitative study was relatively low.
- Secondly, there are fewer papers to study ASP product positioning from the perspective of ASP itself.
- Thirdly, there are fewer papers to study ASP product pricing from the perspective of the customers.
- Fourthly, the study of ASP mode is too much based on papers of cost-effectiveness.
- Fifthly, the current study is more concentrated in the initial stages of ASP growth.

Chinese SMEs have the lower level of understanding of information technology, lack IT professionals and have limited investment on enterprise informatization. These promote the development of the ASP mode. However, it seems that we still lack a bright light to the development of ASP. ASPs need to intensify the solutions suited to Chinese SMES of the following questions:

ASP market positioning? Pricing model? Business strategy? How to resolve network problems currently facing the development of ASP, and so many credibility issues as well as security issues.

-Firstly, in this paper, we extract useful content about ASP business model based a large number of relevant research papers about ASP, use a systemic view to analyze and collate integrated economic, technical, social and other aspects of management and establish ASP products position model.

-Secondly, based on the detailed study of Chinese SMEs' informatization needs and the simple analysis of overseas ASP platform, ASP Chinese characteristics and the main problem facing the current and future trend of development are given. Meanwhile, the construction plan is given the ASP platform as the key technology and ASP market positioning, construction of the building plans and safety stakeholders ASP model and a coordination mechanism.

-Finally, this paper describes the issues related to ASP exploring and marketing model and gives a solution about ASP model in Fujian Province.

**Key words:** Enterprise Informatization, Application Service Provider, Service Outsourcing , Application Hosting

## 目 次

1 企业信息化需求 .....	1
1.1 中小企业信息化建设能力不足 .....	1
1.2 大型企业信息化需要专业化分工 .....	2
1.3 产业集群呼唤公共服务平台 .....	4
1.4 本章小结 .....	5
2 ASP 应用现状分析 .....	6
2.1 ASP 的概念 .....	6
2.1.1 ASP 的定义 .....	6
2.1.2 ASP 与 ISP .....	7
2.1.3 ASP 与 CSP .....	8
2.1.4 ASP 与 BSP .....	8
2.1.5 ASP 模式的特点 .....	8
2.1.6 ASP 模式的中国化 .....	9
2.2 ASP 发展历程 .....	10
2.2.1 ASP 模式的经济演变 .....	10
2.2.2 ASP 模式的技术演变 .....	12
2.3 ASP 的分类 .....	13
2.4 ASP 的来源 .....	15
2.5 ASP 的优势 .....	17
2.6 ASP 发展现状 .....	19
2.6.1 国外 ASP 发展现状 .....	19
2.6.2 国内 ASP 发展现状 .....	21
2.7 国内 ASP 关键问题 .....	24
2.8 国内 ASP 发展趋势 .....	28
2.9 本章小结 .....	29

3	ASP 主要平台分析	30
3.1	国外主要 ASP 平台分析	30
3.1.1	SALESFORCE.COM 客户关系管理服务平台	30
3.1.2	RIGHTNOW.COM 客户关系管理服务平台	33
3.2	国内主要 ASP 平台分析	34
3.2.1	宁波华邦服装行业 ASP 平台	34
3.2.2	四川省制造业信息化生产力促进中心 ASP 服务平台	35
3.2.3	杭州爱科服装行业 ASP 平台	37
3.2.4	北京市科委助飞 1000 工程	38
3.2.5	中国电信商务领航 ASP 平台	39
3.3	国内 ASP 平台经验分析	40
3.4	本章小结	42
4	ASP 平台总体框架	43
4.1	ASP 平台总体架构	43
4.2	ASP PORTAL	44
4.3	企业信息平台	47
4.4	ASP 中心机房规划	50
4.5	ASP 应用软件选型	54
4.5.1	ASP 应用产品的建设原则	54
4.5.2	ASP 应用产品的架构设计	55
4.5.3	ASP 应用产品的市场定位	58
4.6	ASP 应用集成技术	63
4.7	ASP 总体安全规划	65
4.8	ASP 的协调机制	67
4.8.1	ASP 利益相关者分析	67
4.8.2	ASP 协调机制的建立	75
4.9	本章小结	79
5	ASP 应用点分析	80
5.1	协同知识门户 CKP	80



5.1.1 需求分析 .....	80
5.1.2 产品规划 .....	81
5.1.3 目标市场 .....	88
5.1.4 营运模式 .....	89
5.2 轻量级商务智能 LBI .....	90
5.2.1 需求分析 .....	90
5.2.2 产品规划 .....	91
5.2.3 目标市场 .....	91
5.2.4 营运模式 .....	92
5.3 协同供应链管理系统 SCM .....	92
5.3.1 需求分析 .....	92
5.3.2 产品规划 .....	94
5.3.3 目标市场 .....	97
5.3.4 营运模式 .....	98
5.4 分销管理服务系统 DRP .....	98
5.4.1 需求分析 .....	98
5.4.2 产品规划 .....	99
5.4.3 目标市场 .....	103
5.4.4 营运模式 .....	103
5.5 本章小结 .....	103
6 ASP 应用市场探索 .....	104
6.1 ASP 的市场分析 .....	105
6.2 ASP 的平台实现 .....	106
6.3 ASP 的收费体系 .....	108
6.4 ASP 的营销推广 .....	111
6.4.1 ASP 的营销战略 .....	111
6.4.2 ASP 的宣传方式 .....	112
6.4.3 ASP 的推广路径 .....	113
6.5 ASP 的运营管理 .....	115

6.5.1 运营组织管理 .....	115
6.5.2 服务管理系统 .....	115
6.6 ASP 的服务保障 .....	116
6.7 本章小结 .....	117
7 福建中小制造企业 ASP 应用思路 .....	118
7.1 福建省信息化应用需求 .....	118
7.2 福建省信息化建设难题 .....	122
7.3 福建省 ASP 解决方案 .....	123
7.3.1 ASP 的选择 .....	123
7.3.2 ASP 协调机制 .....	123
7.3.3 ASP 的产品定位 .....	124
7.3.4 ASP 的相关政策 .....	124
7.3.5 ASP 的市场推广 .....	125
7.4 本章小结 .....	125
8 结论 .....	127
8.1 论文总结 .....	127
8.2 未来展望 .....	127
8.3 后续研究 .....	128
8.4 本章小结 .....	128
参考文献 .....	129
致谢 .....	130
博士后期间发表的论文及参研项目 .....	131
附录 .....	132

# 1 企业信息化需求

## 1.1 中小企业信息化建设能力不足

中国是一个中小企业占据 90% 多的国度，大型企业和超大型企业相对比较少。而中小企业的自身特点是对企业信息化的认知程度较低，IT 技术人才缺乏，信息化可投入资金有限，这为其后期的信息化建设产生了不少障碍。然而，中国中小企业的业务也在逐渐的蓬勃发展，尤其是改革开放以后和网络经济时代的到来，中小企业的自身业务已经逐渐开始跨区域化、集团化，甚至省际化、国际化，这又为中国中小企业的管理，尤其是信息管理带来了越来越多的需求。这些需求反过来要求中小企业要增加信息化的建设投入，招募相关的 IT 技术精英。但是有限的可投入资金和信息化认知，让国内的中小企业领导层无所适从，毕竟每个企业的信息化需求和建设规划有着其自身的特点，不可能完全的仿制和照搬。若信息化的建设没有得到系统规划和充分考虑到后期的逐步发展，其信息化的投资结果将是鸡肋工程，甚至滥尾工程。其相应的信息化投资黑洞将逐步产生，吞噬有限的流动资金。中小企业的资金短缺、网络设施低下、IT 人才缺乏已经成为其信息化面临的普遍问题。随着制造和商贸业对中小企业制造服务水平要求的提高，中小企业之间的竞争开始从地方服务向网络服务发展，各小规模物经营企业开始资源整合，大规模经营企业开始分裂散布到不同的省市，实现向跨区域、分散经营的集团规模化发展，需要集团企业内部各个子公司实现集中管理和跨地域经营。“资金、网络、人才”三个关键的问题变得越来越严重。

但是目前市场上网络版的网络信息管理软件动则数十万元，而且还不包括硬件和系统管理人员的投入。这对于以经济效益为中心的中小企业来说，无疑是可望不可及的梦想。同时中小企业人员本身人才缺乏，却又流失严重。迫切需要一个第三方公共服务平台实现：(1) 跨区域集团化业务管理；(2) 打通和其他合作联盟、政府管理部门等多种系统或平台之间的沟通。

从信息化建设本身上讲，中小企业可提供的投入非常有限，必须花在刀刃上。也就是说，必须从中小企业的当前需求、未来 3-5 年内的发展，提出一个较为准确、细致的规划，对企业的需求进行量体裁衣，而不是需求过分扩大化或有意压缩，更不能为软件厂商所诱导。由于资金有限，中小企业不可能花很多的钱去请专业化的信息化咨询商。对需求的设定、应用程序的选型、软件购买合同以及实施服务合同的签订、实施的规划以及软件实施上线的技术支持服务等，应用企业只能够硬着头皮、凭着自己去一个一个解决。最后的结局往往是冤枉钱花了很多，效果却不佳。中小企业迫切需要一个服务企业能够在有限的资金情况下，为其信息化建设提供总体解决方案。

从信息化建设资金上讲，一方面中小企业的流动资金有限，若一次性把大把的钱花在信息化建设上面，中小企业的核心生产必然会受到资金欠缺的影响；另一方面如果信息化规划不好或者

建设实施过程得不到彻底贯彻，就会造成企业信息化变成鸡肋工程、甚至资金黑洞，最后要么将就着使用，要么彻底放弃重新来过，这样就会造成企业的资产严重流失。应用企业迫切渴望有一个服务企业来承担其前期的信息化建设费用以及控制好建设实施过程，避免人为疏忽或者被他人诱导造成企业资产的流失。

从 IT 技术人才来说，培养一个有效的 IT 技术团队是非常不容易的。现在有经验的 IT 高等人才绝大部分都留在中大型企业，要组建一个适合本企业工作的、成本低廉的信息管理部门是非常艰难的。在缺失高端 IT 人才的情况下，应用企业就很难掌控自己的信息化建设需求以及监测自己的信息化建设步骤以及售后服务体系。而技术支持和售后服务是企业信息化建设最容易疏忽也是非常至关重要的所在。如果有一个服务企业能够承担起中小企业信息化的技术支持和售后服务，在保障中小企业的效率同时，也能够更好的寻觅到自己的新的经济增长点。

同时，中小企业希望信息化能在短期内见效，因为它们拖不起时间，如果实施 ERP 等系统的时间超过一年以上，很可能就把企业拖跨了，同时造成企业的业务操作人员的逆反心理和领导层的忧虑意识。

因此，如果总见不到信息化的阶段效应，中小企业就很容易对信息化产生动摇，所以中小企业的信息化过程中，时间和速度显得尤为突出。同时，若要更好地满足中小企业不断变化的应用需求，软件产品在系统设计上必须具备很高的灵活性，同时具有快速实施的能力。及早见效能够增强企业的信心和积极性，有利于进一步扩大中小企业的信息化应用。

## 1.2 大型企业信息化需要专业化分工

现代型企业已经不能够再局限于原始的个体生产，中国也不再局限于“中国制造”，而逐步发展成为“制造中国”和“产品中国”。企业，尤其是大型企业越来越合作化、联盟化。买方市场地位的转化以及网络经济的飞速发展，传统的自给自足型的制造企业逐步被合作化生产、专业化分工所代替，原有的“以多吃少”、“以大吃小”的经济模型被“以快吃慢”的供应链产业集群所代替。

对于供应链核心“制造企业”来说，虽然它也可以自己建立并管理一个专用的公共服务平台，为自己及其供应、销售、服务、代加工等合作伙伴企业以及最终客户服务。但是制造企业更主要关注的还是其核心业务的信息化--内部资源管理和优化，它不可能专门准备一批 IT 人员和硬件设备专门来为其他公司服务，哪怕是亲密的合作伙伴，毕竟这些都是外部的应用系统。

从运营成本角度上看，制造企业如果要建设和管理这个公共服务平台，必须为其提供相应的 IT 人员和应用服务器、数据库服务器、备份设备等，甚至它还必须为了这些外向业务系统提供更大的带宽和更好的服务器，毕竟外部业务系统是在外部网络上运行，可能是跨市、跨省、跨国的在线网络运行，如果没有足够的带宽和高性能的服务，是无法保证这些业务系统能够及时响应和安全稳定。但是制造企业又无法找其合作伙伴或者客户收费，毕竟这也算是它本身的一种业务，

它应该为它的关联企业和客户提供这种便利，收费是名不正言不顺的。

从系统安全角度上看，它不能够让这种外向型业务放到它的内部信息化资源中，一则外部业务系统设计不规范甚至存在一些会影响到它内部业务系统安全的漏洞。制造企业一般会要求，如果制造企业的内部人员从外网登陆到它的内部业务系统时，必须跨越 VPN 和防火墙，它本身具备这种资金实力和技术支撑能力。然而外部业务系统主要是给其合作伙伴来用，制造企业不可能要求这些中小企业都必须安装相应的安全需要的硬件设备，毕竟这些企业的资金和 IT 人才有限，不可能做到大型企业的安全级别，对于病毒或者恶意攻击者来说，会存在从外部业务系统侵入到内部系统的可能，同时谁也无法保证外部业务系统没有任何 Bug 和有完美的安全认证体系，说不定合作伙伴企业的一些业务操作人员的一些不规范操作可能会触发一些不可预期的异常；二则外部业务系统一旦放进内部信息化资源里面，它必然占用内部业务系统的资源，比如带宽、能源、信息化人员、软硬件设备等，如果外部业务系统的访问太频繁的话，可能会造成内部业务系统的运行不畅，甚至当机。

从中立公正性角度上看，这些平台最好是一个中立的第三方来管理。一则，对于一些特殊情况可能会引发一些不必要的争议，比如制造企业认为其某一家伙伴的某一张业务单据是假的，因为通过查访确认，这张业务单据上的信息是不正确的，会认为是伙伴企业的业务人员的违规操作或者疏忽，所以就不支付相关的业务费用。而伙伴企业因为该业务系统都是制造企业自己研发和管理的，必然清楚相关的帐号密码、认证体系和数据库结构，所有很有可能是制造企业内部的操作人员因为某种原因修改的，虽然系统内可能有日志等，但完全可以通过技术手段消除掉，此时就出现了责任认定问题。二则，伙伴企业不仅仅为一家制造企业服务，它一般都是同时面向多家制造企业服务的，如果两家制造企业有一定的竞争关系，另外一家制造企业就必然会担心两家共同的伙伴企业会在不知不觉中泄露它的商业秘密，比如它的月生产计划、某种型号产品的质量信息等等，这样会导致伙伴企业要用到多个应用系统。

从以上可以看出，制造企业需要一个代表第三方的公共服务平台，为自己及其伙伴企业服务。一则它可以把这些外部业务系统托管给第三方企业，由第三方企业负责管理和维护这些业务系统，相关的软硬件资源由第三方承担，由第三方向制造企业或者其伙伴企业收费。同时这些运行在第三方企业的平台上的外部业务系统是完全和制造企业的内部系统物理上是隔离的，外部业务系统的运行不会影响到内部业务系统的日常运作。同时外部业务系统和内部业务系统之间是通过制造企业和第三方企业定义相关的接口来进行通信的，外部业务系统仅仅能够接触到那些接口定义的数据，却不能超越范围，不会发生两个苹果放在一个篮子的问题，这种内外有别，能够保证内部业务的安全运行。第三方企业代表的是一种中立公正性，它和制造企业没有关联，不但不会为了制造企业而去破坏制造企业的伙伴企业的信息，或者为了某一家制造企业而去泄露另外一家制造企业的商业机密，而且它必须认真地管理好这些数据，这是它的信誉和生存所在。

对于供应链外延“伙伴企业”来说，除了那些大型的伙伴企业，可以不受制造企业的影响，

一般的中小型关联的伙伴企业必然是围着制造企业而转的，一方面资金有限和 IT 人才缺乏的伙伴企业可能没有充裕的资金购买一整套商业化软件系统，来为自己和制造企业之间的业务沟通做专项服务。同时它们还必须考虑到系统的维护成本和相关技术人员的工资。另一方面制造企业也不会单方面为一家或者几家伙伴企业的业务系统定制某一个接口，这样的研发成本和维护成本是制造企业不可能负担的，除非所有的伙伴企业均用同一套系统。同时，伙伴企业都会有一些内部管理软件来管理它的库存、日常业务数据。如果是制造企业自己提供一套系统给伙伴企业来用，伙伴企业必然要把自己的日常业务数据，在内部管理软件录入的同时，还要在制造企业提供的系统上录入。如果伙伴企业为几家制造企业服务，它就必须多录入几次，这是一个很繁琐的工作。制造企业是不会为伙伴企业打通他们内部管理软件和自己的业务系统的，这个接口也没有办法定义，因为每个伙伴企业的内部管理软件很可能是完全不同的。最后，如果每家制造企业都有一套自己的外部业务系统提供给伙伴企业，则伙伴企业必须为这些系统专门购买相应的硬件设备、操作人员和系统管理员。如果这些系统是制造企业从其他公司购买的，伙伴企业甚至还需要为这些系统付款。如果有一家制造企业提供这些系统，则这些伙伴企业就必须多买一些硬件设备、多招收一些操作人员和系统管理员，甚至为多套业务系统买单。

所以，伙伴企业也需要有一个公共服务平台能够为它自己和它的制造企业服务。最好这个第三方平台能够同时管理自己的内部业务和把自己的内部业务数据直接通过接口传递给制造企业，同时又能够从制造企业那儿获得自己需要的数据，如果这个公共服务平台能够为这些供应企业或者维修企业所有相关的制造企业服务，则对于他们来说，能够大大的减轻他们的工作压力和减少系统操作人员和管理人员需求。

### 1.3 产业集群呼唤公共服务平台

2003 年以来，中国开始意识到创造典型区域经济学的重要性。于是各省市的块状或带状经济区域蓬勃发展。然而目前这些区域的各家企业大都是各自为战，在物理上是紧紧相邻，但信息沟通的距离间隔遥远。如果不仔细调研，甚至都不知道这些产业集群中，究竟有哪些企业入住，哪些企业将要入住，更不要说那些企业相关的产品、生产的能力、管理的水平和信息化的程度等。大家是各吹各的号，各唱各的调，宣传的是自己，面对的也就是自己的业务人员接触的客户，没有形成商贸渠道联盟。如果有一个公共服务平台，把区域经济内的这些企业组织上线，组建成产业战略联盟，共同把区域经济品牌做大，能够更好的把各企业的产业做好，把区域经济内的市场做大做好。大家共唱一首歌，共同打造一个旗号，共同创造一个核心，就像北京的中关村一样，就像遍布全国的中山路或者步行街一样。

事实上，潜在客户了解一个品牌，是从网络开始，了解一块市场，是从网络开始，新客户了解一个企业，也越来越从网络开始。一个公共服务平台，不仅仅成为简单的知识共享或者简单解决企业的手工操作，更主要的是要成为一个画廊，成为区域经济宣传的画廊，是产业集群内的各

个企业展示自己的画廊，在专注接触企业本身的一些内部业务的同时，产业集群的整体体现和联合分析才更有利于政府的管理、总体市场的规划和各企业领导层的决策。公共服务平台能够让企业的员工了解自己的企业，让企业的客户了解企业的产品，让合作伙伴了解企业的优势。只有在这一个个小窗口组建的大窗口中，既能够通过大窗口广为宣传，又能够通过小窗口彼此借鉴他人的经验来弥补自己的不足，从别人优势看出自己的短板。

## 1.4 本章小结

中小企业的资金短缺、IT 高端人才匮乏以及网络设施建设缓慢越来越影响到中小企业的信息化建设步伐。尽管政府每年投入了大笔资金来实现中小企业信息化，但往往效果不佳。确切的是因为中小企业的信息化流程缺乏咨询规划以及对信息化建设的过程精心监控。

中大型企业，尤其是制造企业在尝尽信息化建设的甜头之后，越来越重视企业信息化建设，应该说其具备独立建设和管理自身信息化的能力。但是正是因为充分了解信息化建设的艰辛和成本投入的巨大，中大型企业已经逐步开始接受和第三方服务企业的合作共建模式。

产业集群的兴起，为区域信息化的建设奠定了基础。政府的管理需求和区域品牌的共建，更大大促进了公共服务平台的出现。

由第三方中介机构建立的公共服务平台，一方面可以解决中小企业信息化的“资金、IT 高端人才”的缺失，促进其网络等基础设施的建设步伐，为其提供信息化咨询规划、实施部署、支持服务以及应用系统的整合。另一方面，可以解决制造供应链或服务供应链等关节型互联信息化难题。最后，公共服务平台也有利于创建区域经济品牌。

## 2 ASP 应用现状分析

### 2.1 ASP 的概念

#### 2.1.1 ASP 的定义

ASP (Application Service Provider) 是应用服务提供商的简称, 按照字面上的意义来理解, 可以解释为“通过网络为用户提供托管、管理应用程序及相关服务的网络服务商”。

ASP 是通过租赁的方式将应用软件或者服务提供给多个企业, 企业无须再一开始花费大笔费用购买整套软件或取得商业服务, 而是以月租或者论次的方式由应用服务供应商将应用软件或者服务提供给企业, 并减少取得软硬件的成本及门槛。和传统服务外包不同的是, 应用服务供应商主要通过互联网提供服务, 它并不是量身定做, 而是以套装化提供大量服务。用户一般通过浏览器或者 ASP 提供的前端访问程序就可执行或操作远端的应用程序或者商业服务, 应用服务提供商按月或者按次等方式收费。

ASP 利用集中管理的设施为客户提供应用软件及其硬件设施的部署、租赁、托管和外包等各种服务的一种 IT 资源整合的营运模式, 它不是一个单纯的软件产品供应商, 也不是传统的硬件设施外包商, 亦不是简单的网络运营商, 它是三者的有机结合, 即 ASP 把各种应用软件安装在其互联网数据中心 (IDC) 内的服务集群上, 通过网络将应用软件的功能或基于这些功能的服务, 以有偿的方式提供给企业等使用者, 并由 ASP 负责管理、维护和更新这些功能服务。它是一种以在线方式和租赁形式提供系统解决方案的网络增值服务类型, 客户将其部分或者全部与业务流程相关的应用委托给 ASP, 所有的这些在线服务的交付都是基于网络的, 客户最终将通过网络远程获取这些服务, 并据此实现企业管理过程中的信息化。总之, 这是一种“软件变服务, 服务走网络”的营运模式。

在 ASP 模式中, 主体是应用服务提供商 ASP。由 ASP 向服务器供应商、网络通讯设备供应商、操作系统开发商、数据库系统开发商、网络安全系统开发商、网络管理系统开发商以及通讯线路运营商等租用各种设备、软件系统与通讯线路, 以构建应用系统运行平台, 租给各个不同的应用企业使用。

各应用企业在弄清自己的业务需求后, 选择满足自己应用需求的应用系统及支撑应用系统运行的运行平台, 将自己的桌面电脑通过 Internet 网络接入到 ASP 的运行平台上, 通过租用 ASP 的运行平台和应用软件系统建立自己的信息系统。

ASP 通过构建各种运行平台, 并对运行平台进行日常运行维护, 为各应用客户提供公共服务和增值服务, 其业务收入是运行平台的出租费, 其直接成本主要是构建运行平台所需租入的各种



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](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库