

电子商务网络营销之新经济学14条定律电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/571/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_571587.htm

第一定律：摩尔定律 微处理器的速度会每18个月翻一番。同等价位的微处理器会越来越快，同等速度的微处理器会越来越便宜。可以想见，在未来，世界各地的人不但都可以通过自己的计算机上网，而且还可以通过他们的电视、电话、电子书和电子钱包上网。

第二定律：吉尔德定律 在未来25年，主干网的带宽将每6个月增加1倍，其增长速度超过摩尔定律预测的CPU增长的3倍！今天，几乎所有知名的电讯公司都在乐此不疲地铺设缆线。当带宽变得足够充裕时，上网的代价也会下降。

第三定律：麦特卡尔夫定律 以太网的发明人鲍勃麦特卡尔夫告诉我们：网络价值同网络用户的数量的平方成正比（即N个联结能创造 N^2 的效益）。如果将机器联成一个网络，在网络上，每一个人可以看到所有其它人的内容，100人每人能看到100人的内容，所以效率是10000。

第四定律：无限的能力与机会 网络 and 传统媒体最大的差别就是网络上的每一个用户之间都是相互平等的。在网上，每一个人都可成为一个扩散信息的点。在美国，有很多人在网上完成了他们曾遥不可及的梦想。有一个学生，他嫌网上信息不好找，就做了一个目录。两年后，他成为身价十亿美元的创业者偶像。

第五定律：良性循环带来收益递增 互联网的发展带来了许多新兴行业的“收益递增”，考试/大例如做网上书店的Amazon和做网上拍卖的e-Bay。而且，互联网本身的发展也是一个“收益递增”的过程，也是在一个良性循环下形成的。由于有不断增长的互

联网用户群，才造成足够的经济理由去开创更多的网上内容和服务；由于有不断增加的内容和网上服务，才造成足够的经济理由去投资建设基础设施，使得带宽更大，速度更快。

第六定律：“物以多为贵”、拥抱标准 共享程度越高的东西越有价值。只有更多人的认可和使用，一项技术的价值才能得到最大程度的体现。造成“多”的最好的方法就是符合“标准”。就像火车和路轨，如果欧洲、亚洲甚至第一个国家都各自为政，制订不同规格火车或路轨标准，就不会有今天贯穿欧亚的“大陆桥”。

第七定律：注意力经济 如果能够网络经济发展过程中成为某一特定领域如网上售书、网上新闻发布、网上汽车零件，他们面临的商机将是无价的。所谓“霸主”，就是在用户心目中，想到某个领域，就想到你。因此，为了得到用户的青睐，网络公司愿意花较大的宣传费用，得到用户的“注意力”。

第八定律：价格永恒降低 在网络经济中，有几个特殊的现象：边际成本趋近于零，无中间人的抽成，网上所有商品价格透明，很容易货比三家，开公司的成本降低。前面曾提到“物以多为贵”，越多人使用一个产品和服务，它的价值才能越高，那么，为了让更多的人使用，很多很好的产品和服务开始降价甚至是免费。目前大家耳熟能详的网络浏览器Internet Explorer、免费电子邮件服务等都是这一全新思维的具体体现。

第九定律：自我管制创消费者天堂 网络经济是一个非常强大和健康的经济体系，因为它无情地打击低效率和浪费，自动地攻击不合理的利润与迫害性的垄断。在网络社会，几乎不可能有长期的所谓“垄断者”。即使有垄断者，它也不会是一个有害消费者利益的垄断者，因为它必须通过不断降低或提升服务品质，来避免

自己已有客户的流失。第十定律：不创新则灭亡 网络经济对消费者固然眷恋，但对网络公司却是相当无情的。如果你幸运地取得了成功，你会发现周围会立即出现多位竞争者！考试/大要特别指出的是，创新的定义并不只是局限在技术层面，它包括每一次市场的创新、每一个商业模式的创新。第十一定律：自食生存 在旧经济时代，眼前的利润就是目标；在网络经济时代，千万不要因为眼前小利而忽略一场变革的来临，对你的公司来说那将是灾难性的。因此，你应该不再只是被动地顺应变革，而是要预知，甚至促成变革的到来。第十二定律：快吃慢、新吃旧 从成立到拥有10亿美金的市场值，惠普公司用了47年时间，微软公司用了15年时间，Yahoo，用了2年时间，而NetZero却只用了9个月的时间！网络经济时代则不同，小公司可以战胜大公司；转型速度快的公司可战胜速度慢的公司；新的公司可以战胜老牌的公司。没有一家公司可以永远立于不败之地。要得到成功，一定要以最快的速度、最有魄力的作风不断创新。第十三定律：最终必须获利 尽管网络革命是一次非常了不起的革命，但是，所有公司对股东最终的责任仍是获利。对于一家网络公司来说，考试/大股东们可以延长他们对获利的耐心，让公司从注意力开始做起，但是最终它必须能够获取利润。对于这一点，华尔街直到今年4月Nasdaq股市大跌时才开始理解。第十四定律：实虚必合 很多人原来认为网络公司与传统公司总是对立的，因为AOL（美国在线）曾挑战传统媒体，Yahoo，曾挑战传统载体，Amazon曾挑战传统书店。但我认为：现实的传统业务与虚拟的网络业务最后终将合并。编辑推荐：电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导电子商务师考试

模拟试题F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com