

通過國際
互聯網擴
大商貿機會



撰稿：

黎幹新教授

加州州立大學洛杉磯分校

鄭國強教授

工商管理與經濟學院

Expanding Business Opportunities

via the

World Wide Web

This guidebook was created in a collaborative effort with Southern California Edison and the School of Business and Economics at California State University, Los Angeles.

Southern California Edison is the nation's second-largest electric utility, serving more than 4.1 million customers in Central and Southern California. Edison is a leader in developing programs that help businesses make money-saving decisions to meet competitive challenges and prosper.

Edison's future well-being is directly linked to the economic vitality of its customer base, and as the business community prospers, so does the community at large. This is why Edison concentrates on economic development efforts to: retain, expand, and attract companies; focus attention on business climate issues; and increase the competitiveness of the business community.

California State University, Los Angeles is a comprehensive university offering programs of higher education to approximately 20,000 students. The University's reputation as a center of learning attracts students from all areas of the United States and many foreign countries. The Asian Pacific Business Institute, housed within the School of Business and Economics at the University, serves a wide range of audiences by developing, organizing, and promoting activities that can benefit students, faculty, scholars, professionals, and the local business community. Through our activities, the Institute advances the University's educational and public service missions, and contributes to economic development in Los Angeles. Our activities also promote understanding and interaction among people from different parts of the world, serving well the diverse needs of the urban, multi-ethnic population in Los Angeles.

Kon S. Lai

Professor of Economics
Asian Pacific Business Institute
School of Business and Economics
California State University,
Los Angeles

Kern K. Kwong

Professor of Management
Asian Pacific Business Institute
School of Business and Economics
California State University,
Los Angeles

Rebecca S. Jones

Project Manager
Economic & Business Development
Southern California Edison



SOUTHERN CALIFORNIA
EDISON

An EDISON INTERNATIONAL™ Company

通過國際互聯網擴大商貿機會

1. 前言	1
1.1 國際互聯網(互聯網)	1
1.2 國際網際網絡	1
1.3 關於國際互聯網的一些傳統	1
1.4 國際互聯網用戶	2
1.5 國際互聯網商貿前景預測	3
2. 國際互聯網貿易	5
2.1 總體目標	5
2.2 貿易運用范例	5
2.3 當今貿易應用	7
3. 網上市場研究	9
3.1 網上信息資源	9
3.2 客戶人口統計	10
4. 網上市場營銷	10
4.1 日趨增長的重要性	10
4.2 通過網址作廣告	10
4.3 網址建立	12
4.4 激發重訪	14
5. 網上商貿的未來發展趨勢	15
5.1 網上商貿障礙	15
5.2 滿足客戶需求	15
5.3 安全交易的方式	16
5.4 先進的安全支付方式	17
6. 學習現存網址	19
6.1 成功的網址範例	19
6.2 其他有趣的商貿網址	20
6.3 有益於商貿的政府網址	22



1.1 國際互聯網(互聯網)

你也許從報刊雜誌上讀到過，也許從電台或電視上聽到過國際互聯網。但是，到底什麼是國際互聯網？它最初又是如何出現且如此重要的呢？

國際互聯網(也叫互聯網)始於20世紀60年代末，由美國政府作為計算機聯網計劃而資助設立的。由國防部尖端研究計劃署首創，此計劃旨在連接美國各軍事研究中心以確保這些中心與五角大樓之間的信息交流。該網絡的核心稱為ARPANET，是一特殊的計算機和高速、高容量的數據傳輸線路形成的系統。ARPANET設計成即使網絡上的計算機發生故障或部分網絡在極端情況下被摧毀時(比如導彈攻擊)仍然可以工作。在20世紀80年代，國家科學基金會以資助大學聯網的方式而推廣世界性的教育資訊接收通道。

最初，典型的網絡地址都是軍事基地、大學及與國防部簽有協約的公司。由於ARPANET逐漸擴大規模時，就變得越來越能接受公眾進入。其他網絡比如BITNET, CSNET, USENET, DECNETS以及EARN(歐洲地區研究網)後來發展起來並且連接到ARPANET上。當這些互相依賴的網絡(聯邦、地區、校區及外國網絡)之間進行彼此互聯時，ARPANET便進而發展成為現在眾所周知的國際互聯網。1995年，當國家科學基金會把國際互聯網的主體運作轉交給了民間。從此之後，此網絡便形成為世界上最快和最進步的通信系統。

1.2 國際網際網絡(網絡)(WWW)

國際互聯網的早期用戶主要是被其電子郵件(E-mail)特性所吸引。然而，許多人卻由於互聯網用起來太複雜而失去信心。20世紀90年代早期，位於瑞士日內瓦境內研究粒子物理的歐洲實驗室-CERN的一群研究人員開發了(WWW)國際網際網絡。網絡代表在互聯網上的一個特殊的文件組織，通過它，普通用戶可以輕鬆入網並可用一共同的方式在全世界已聯網的計算機之間提供信息(文字、聲音和圖形)。圖形瀏覽器，比如Netscape Navigator及Microsoft(微軟)公司的國際互聯網Explorer(瀏覽器)，允許通過滑鼠指定和擊打而輕鬆進入網絡瀏覽。現在，許多公司正因看好網絡急劇被大眾接受而積極開發其銷售和市場潛力。

1.3 關於國際互聯網的一些傳統

如前所述，由於國際互聯網的特殊歷史，已發展出由網絡用戶共享的傳統和特性，而這種傳統和特性就稱為Cyberculture。

- 1) 非正式的，隨意的環境：研究人員在科學研究工作中使用網絡交流意見和數據已有很長的歷史了。網絡用戶之間的通信方式通常是非正式的。人們寫電子郵件的隨意的、簡潔的方式反映了這一傳統。
- 2) 許多特殊的國際互聯網群體：初期國際互聯網的基本目的只是為了共享信息和想法。早期，研究

和教育界使用互聯網效果特別好。現在，網絡用戶來自世界各地有著不同興趣，不同文化和社會經濟背景。為了有效通信，自然形成了許多專業討論小組(稱為新聞小組)。

- 3) **傳統上非商業媒體**：國際互聯網很久以來原本是與商業活動無關的。這就是為什麼通常廣告在網絡上不受歡迎的原因。比如說，大量的未經訴求的廣告物必須避免在網絡上出現。非顧客所需的廣告物可視為侵犯隱私權並激怒顧客，從事此類廣告活動的公司就會受到電子郵件炸彈、仇恨性的傳真信息和敵意電話之類的懲罰，而且使潛在客戶疏遠並失去回頭的客戶。
- 4) **免費但有價值的信息**：在國際互聯網上可以取得的信息通常是免費的。因此，互聯網有時被稱為禮物經濟。計劃在互聯網上做生意的公司應該考慮提供免費和有用的信息作為他們戰略的重要部分。他們不可只是索取而不回報。事實上，免費贈送人們想要的東西是公司對互聯網用戶宣傳自己的好方法。吸引人們訪問他們的網址，促進親善關係，產生回頭顧客。無論網絡用戶是否是其顧客，成功的高業網址通常還是會免費提供建議和信息。

1.4 國際互聯網用戶

誰是互聯網用戶呢？如“華爾街周報”(1996年12月)一篇文章所談的，網絡用戶似乎有某些典型的特徵。網絡用戶相對來說普遍很年輕。用戶中男性比女性多。大部分網絡用戶的收入仍然比一般人的收入高。雖然這種差異不如以往顯著。用戶的教育程度也比普通人更高，同時用戶的工作很可能與電腦有關或具專業性。

然而，根據最近發行的商業周刊(1997年5月5日)報道，路易斯哈里斯商貿公司與紐約城市大學巴魯赫學院所作的民意調查顯示了互聯網用戶統計數字正在改變。越來越多的女性正在上網，性別差異也正穩步縮小。1997年，女性占了網絡人口的41%，比1995年的23%有所增長。美國人使用互聯網的人數比去年翻了一倍。四分之一的網絡用戶——約計一千萬人已在網上購物。互聯網不只是為年輕人服務，在網上遨遊的成年人中45%年紀在40歲或以上，而其中在第二次世界大戰後出生的人(Baby Boomer)現年已40多歲，他們占了26%，是網絡用戶的最大一群，相對而言，32%的網絡用戶年齡在18-29歲之間。

另一方面，哈里斯-巴魯赫學院的民意調查證實了網絡人口統計的其它特征。成年網絡用戶總體上比其它人更



富裕和教育水平較高。全國人口33%的收入在50,000美元以上，與其相比，42%的網絡用戶家庭收入達50,000美元以上。全部人口46%的人上過大專，與其相比，73%的網絡用戶具有大專文化水平。雖然如此，由於互聯網的動態性和變化性，這些人口統計學模式經常變動。因為越來越多的人開始上網，網上人口結構開始反映出更趨於大眾化。

1.5 國際互聯網貿易前景預測

許多公司已經對網上貿易的潛在規模作了預測。例如Arthur D. Little公司，一家總部設在麻省劍橋的顧問公司預計，到2000年網上貿易額將達一千七百五十億美元。到2010年，將達到一兆美元。Active Media，一家新翰姆十州彼特伯勞的研究公司預測，到2000年網

上貿易額將達到二千七百五十億美元。根據麻省劍橋佛理斯特研究公司的一份研究報告(1997年7月)，互聯網網上貿易額將可從1997年的8千萬美元火箭式上升到2000年的一千另五十億美元。其中三大部分(見表一)之耐用用品製造業為三百七十億美元，批發零售業四百八十億美元，服務業一百一十億美元。麻省弗來明翰的國際數據公司預言，到2001年，互聯網網上貿易額將增長至二千二百億美元。

關於互聯網用戶的數字，一家設在紐約市的新媒體研究公司，朱比特通訊有限公司提醒說，美國互聯網用戶從1996年的一千四百七十萬到2000年，將增長到三千六百萬，全世界用戶將從1996年的二千三百四十萬增長到2000年的六千六百六十萬。最近更是，E-land公司預測，到2000年，互聯網用戶將達到一億四千二百萬，其中七千一百萬來自美國(見表二)。



2 互聯網貿易



2.1 總體目標

提高銷售、減低成本是考慮使用互聯網時的兩個最終目標。銷售額的增加可以通過進入到一個擁有廣泛顧客基礎前景很好的新市場而獲得，這個市場還在迅速發展著。另一方面，節約成本可以通過提高工作效率間接達到，通過降低經營成本(包括紙張、印刷、電話、郵件、人事、旅差費)而直接達到。事實上，使用互聯網在貿易運作的許多方面效果很好，且能帶來利潤。這包括產品/服務開發(市場研究、新概念、新產品和新服務的試驗、產品推出、產品改進)，市場開發(產品推廣、公司及產品形象開發)，銷售(購買行為比較、訂單制定、支付處理、及發貨)，顧客服務(售前服務和售後服務)，與相關利益者的聯系(股東、新聞界、潛在及現有客戶、供貨商、分銷商、及雇員)。本質上，網絡可以為貿易提供許多有價值的服務。這些服務詳列如下。

2.2 貿易運用範例

1) 進行市場營銷研究。

在互聯網上進行市場研究很便宜。互聯網使你可以輕易進入到政府、商業、社會、及人口統計的龐大數據庫里，這若是通過市場研究公司獲取則花費不

少。互聯網上對網址的訪問量也為公司統計分析提供了依據。互聯網與客戶密切聯係可有助於產生有價值的信息反饋並對顧客行為提出自己的觀點。

2) 測試新產品和新服務。

互聯網是測試新產品和新服務的好地方。比如說，軟件開發商就已經開發出了這種軟件並對他們的產品進行中試。因為在網上很容易收集顧客信息反饋。這樣，便有助於公司盡快向市場提供更好的最終產品。

3) 提供產品和價格信息。

互聯網的基本功用是提供信息。使用互聯網，公司可以用很低的成本提供產品信息(包括圖片、產品說明)。例如在互聯網上展示產品目錄，可使公司通告新產品，迅速更換產品清單和更新價格。因為在網路文件放上去後，公司自己可以只花點小功夫和費用即可更改。與傳統的印刷目錄相比，其製作和分發在時間和金錢上都比較昂貴。若有電子目錄，就可為公司節省用電話、傳真或郵件提供標準產品信息的資源。也便于顧客作購物比較。而且，有了電子目錄，便可開發可查詢的數據庫，便於顧客針對某一產品進行信息查詢和定位。

4) 推廣公司正面形象。

除了產品和服務信息之外，互聯網還可以用來展示公司的正面形象。例如，可以描述公司背景和其成功的成長經歷，也可以報告公司參加社會活動和社區活動的情況。對某些事業如法律事務所、會計師事務所、診所等，業主的個人自傳和某些公司成員的事跡也可放上網頁。

5) 接收訂單和處理交易。

互聯網為公司提供了一個銷售其產品的新途徑。通過互動的形式，所有所需的關於客戶的資料(從郵寄地址到信用卡號碼)及他們的訂單都可以在網上得到。雖然整個交易過程都可以在互聯網上進行，你還可以用傳統的方法比如提供電話號碼、傳真號碼，或一個郵寄地址給客戶來作補充。重要的是互聯網為完成交易提供了新的途徑，公司應該讓客戶作出自己的選擇。

6) 發送產品或服務。

有些公司可能不僅在網上銷售他們的產品，而且在月網上發貨，因為這是一條既省錢，又發貨快速的途徑。這種對互聯網的運用當然要依所涉及產品的性質而定。以服務或信息為主的產品似乎特別適合。例如類似電腦遊戲、軟件程序(包括文件)、信用報告、研究報告、簡訊、報紙、雜誌等產品就是一些很好的例子。

7) 提高客戶服務和支持。

互聯網不但可以吸引新客戶，也可以服務於現有客戶。例如，互聯網可以通過提供網上輸入訂單和訂單跟蹤的功能而服務於顧客。它也可以為顧客安排商務會面。互聯網提供了一個有效的工具來展示電子標準表格，電子文件或電子手冊。這種展示功能應該對諸如學校、法律事務所、保險公司、房地產公司、旅行社、投資公司、房屋抵押貸款公司、會計師事務所，及州和聯邦機構等組織有特別的吸引力。在網上設計FAQ(日常問答題)網頁是支持客戶的很好資源。其問題可以關於產品或服務得使用說明。也可以包括讓客戶發表意見或建議或報告問題的簡短說明。以上種種有助於改進客戶服務與支持，同時，提高運作效率，削減辦公費用比如電話費、郵件費，及紙張、印刷、複印、分發成本。

8) 改進與相關利益者的關係。

互聯網作為一種工具用來收集和發送管理信息，變成組織結構中的整體部分。管理信息諸如公司年度報表，每季度盈利報告和報告公司消息的新聞發布會都可以面向潛在的和現存的股東適時的在互聯網上發布。這種關於經營成績和公司事件的信息需要時也可以很容易的傳給新聞界。

包括目錄、手冊和小冊子的標準信息也可以上網，由此提供全球性通路給潛在和現有客戶以瞭解公司

的服務和產品，公司可以通過收集、分析並答復在互聯網上收到的要客戶提出要求、評價、建議和抱怨而保持與客戶的聯係。用這種方法，公司可以更好地瞭解客戶的需求。互聯網也可以用來對有關產品供貨、價格、存貨、開發票、發貨日期等情況向供貨商和分銷商提供更好的聯絡，由此培養貿易伙伴和公司之間的合作和協作關係。注意，網頁每周七天，每天24小時為客戶和貿易伙伴服務，不收取額外費用。

對雇員來說，員工手冊和其它公司資料可以儲存在網上以備被授權人員查詢。備忘錄、報告草稿及項目建議書電子版本都可以在員工和管理部門之間流通和發送。員工中的團隊合作會加強。另外，互聯網有助於將跟公司進行電子通訊的員工聯係在一起。在網上多開一些會還可以減少差旅需要。這種便利尤其對那些在世界各地有分公司或子公司的公司適合。

9) 提供與互聯網相關的服務。

可以設立公司專門幫助其它公司在互聯網上作廣

告或推廣他們的產品。也可以成立提供互聯網服務的公司，幫助用戶諸如接單或跟單、處理交易支付、主持和監測網址、提供上網服務、經營網上購物中心、提供互聯網目錄服務。

10) 跟蹤競爭對手。

公司可以認定他們的競爭對手哪些在網上，瞭解那些競爭對手的優勢與弱勢。通過經常在屏幕上監測對手的網址，公司可以研究他們所提供的產品和貿易戰略。

2.3 當今貿易應用

Arthur D. Little公司在網上作了一項互聯網技術用戶調查為互聯網商業用途提出了新的見解。根據這項調查，互聯網的主要用途包括市場營銷和廣告，提供產品信息，提供公司信息，銷售產品和服務。其次是提供客戶服務和獲取供貨商的产品或服務資訊。其它被用戶注意到的較有意義的應用則是用電子手段研究競爭對手，通過新的渠道提供服務，進入新的市場，提供新產品和服務，並接觸供貨商。



3.1 網上信息資源

如前所述，網上存有大量有用的政府、商業及人口統計的信息。舉例如下：

- 1) 從美國統計局網址：www.census.gov可以查到社會、人口統計和經濟統計資料。
 - 2) 用由Digital設備公司開發的Alta Vista搜索器(www.altavista.digital.com)或Wired Digital公司的Hotbot搜索器(www.hotbot.com)便可以找出互聯網用戶及新聞組的信息。
 - 3) 要找專利和商標信息，你可以訪問Micropatent的網址(www.micropat.com)或Questel-Orbit的網址(www.questel.orbit.com)。
 - 4) 要查詢你感興趣的產品、服務或公司，你可以用“美國製造商Thomas目錄”的巨大數據庫，裡面有超過15萬家美國和加拿大的公司。
 - 5) 查詢特別的以地理位置、以行業劃分，或以特殊域名為基礎的互聯網組織信息，你可以訪問由賓夕法尼亞州匹茲堡的互聯網商業信息服務公司的網址(www.internet.org)。
- 對於互聯網貿易而言，更多的有關互聯網人口統計與其分析及其意義的特定信息可以從許多來源獲取。
- 1) 麻省劍橋Forrester研究公司(www.forrester.com)提供了網絡用戶的人口統計及個人電腦市場滲透的預測。
 - 2) 由加州矽谷商業網(www.commerce.net)和紐約城的尼爾森媒體研究所聯合進行了商業網和尼爾森調查，調查的著眼點是互聯網市場的使用和購買趨勢。
 - 3) 麻省劍橋開放市場公司的互聯網索引(www.openmarket.com/info/intindex)此索引是有關互聯網及其相關活動的事件和統計的有趣鏈連。
 - 4) 紐約城的朱比特通訊公司研究的世界網上市場提供了有關北美、歐洲、及太平洋地區的互聯網用戶的數據和預測。
 - 5) 愛爾蘭都柏林的Nua公司Nua互聯網調查對互聯網的使用和商業前景以國際性眼光作了綜合研究。
 - 6) 康州諾沃克的Yankelovich Partners公司作的Yankelovich Cybercitizen研(www.yankelovich.com)提出了一份研究報告，有助於通過監測互聯網使用、人口統計學和發展趨勢來評估消費者相互通訊的機會。
 - 7) 喬治亞理工學院Graphic, Visualization & Usability中心所作的第七次WWW用戶調查測試了網友的性格和行為。

- 8) 紐約城FIND/SVP新技術研究小組所作的1997美國互聯網用戶調查對互聯網用戶的行為和態度作了綜合觀察。
- 9) 麻省劍橋的Arthur D. Little公司作的互聯網技術用戶調查提供了有關公司如何利用互聯網做生意的有趣信息。
- 10) 更多的關於互聯網人口統計學和使用的數據可以在由紐約城Media Metric公(www.mediametric.com)和e-land公司管理的網址找到(www.e-land.com)。
- 11) Cyber Atlas網址含有許多關於互聯網市場，包括其規模、人口統計、地理及使用模式等的已經編類好的統計資料。(也可以看e-land網址)。

總的來說，由於互聯網是如此廣泛，如此分權，你需要特別努力以找尋你感興趣的特別信息。根據97春季商業網和厄爾森媒體關於互聯網人口統計學和電子貿易的研究報告，搜索引擎是日前在網上最流行的互聯網工具。在常規用戶中，71%的人常常用搜索引擎找尋網址。其它查詢信息的方式包括親朋好友的推薦(9.8%)；報刊雜誌(8.5%)；與其它網址的聯係(8.4%)；電視(3.6%)；互聯網用戶指南印刷品(3.3%)；以及隨便瀏覽發現的信息。

要查找信息目前已有許多不同的搜索工具。包括(Web)網絡搜索器(Altavista, Excite, Hot Bot, Infoseek Ultra, Open Text以及Webcrawler)，應用網搜索器(Alta Vista和Deja News)，網路目錄(Look Smart, Yahoo)，互聯網資源目錄(Listves的搜尋指南，應用網組的搜索目錄，電子信箱地址目錄)，及(Web)網路Meta搜索器(Meta Crawler, Dogpile, Savvy)。Meta搜索器可以同時進行多項指數的搜尋。Digital工具設計公司建立的FINDSPOT網址上(www.findspot.com)已經給出了關於如何操作個人搜索器的提示。

3.2 客戶人口統計學

公司可以在網上收集其潛在和現存客戶的人口統計資料。例如，服務器里的使用登記檔案可以提供諸如每次上網的日期和時間的上網量、用戶上網所用的域名以及經常訪問的個別網頁的統計。這些信息可以顯示網址的效率和上網群對公司產品的哪部分感興趣。可以實行會員制或登錄系統以收集互聯網用戶的人口統計資料。使用互動的表格，公司可以進一步訴求有關市場對他們產品的關心度，顧客需求以及產品和服務滿意度。在公司網址上可以作對於特定客戶的調查。也可以建立一個客戶歷史數據庫，數據可以反映你的客戶的購買行為。總之，你越瞭解你的客戶，你的公司就越可以提供好的產品和服務。



4.1 日趨增長的重要性

與傳統的市場營銷渠道相比，互聯網作為市場營銷和廣告的媒體已經越來越重要了。根據由新技術研究小組作的1997年美國互聯網用戶調查顯示，互聯網用戶使用傳統媒體(如電視、印刷品和電台)已有減少。超過二千萬的美國人把互聯網當作他們生活中不可缺少的一部分了。調查進一步顯示互聯網廣告效果更好：39%的用戶已經在網上購買東西，在購買之前先敲鍵盤，看廣告。Arthur D. Little公司所作的互聯網技術用戶調查也發現市場營銷和廣告以及提供產品信息常常作為網絡兩大最有價值的商業應用。

日趨重要的互聯網市場營銷反映出互聯網是一種特殊的媒體。

- 1) 互聯網是一種互動的媒體。它既可發送又可接收信息，提供雙向交流。此媒體可使整個商業貿易在網上得到有效的處理。例如，在一個網絡廣告上點擊後，購物者會“衝動”採購且獲得即時的滿足。
- 2) 它是一種高效率的交流渠道。數量龐大的信息可以立即傳遍廣大地區的大量觀眾。這種能力使得互聯網成為一種低成本的廣告媒體。
- 3) 互聯網用戶們已經自己組織成通訊名單和討論小

組。這些互聯網群體由有着共同興趣和特定的人口族群組成，使作廣告者可以鎖定目標買主。當然，公司在網上作廣告時必須尊重互聯網文化，否則，會導致網絡對公司的憤恨與反擊，例如，電話或傳真機“交通阻塞”。

4.2 用網址作廣告

通過為你的公司建立一個網頁，由你公司定制的市場信息就可以作為電子廣告牌向全世界展示。在討論網址之前，應該注意用網址作廣告的一些概括性提示：

1) 提供有趣且有用的信息。

誘惑網絡用戶訪問你的公司網址的有效方法是提供與公司產品直接或間接相關的有趣和有用的信息。例如，花店可以給些用花送禮和裝飾的建議。投資公司可以提供股票行情和普通的投資建議。會計師事務所可以郵寄關於會計制度和納稅法規的新的變化的信息。律師事務所可以提供有關一些法律事務的專業消息。房屋抵押貸款公司可以提供不同社區的犯罪率和教育的數據。旅行社可以列出旅遊的特別消息。保護健康組織可以提供如何吃得好，如何保護身體健康的普通提示。賣葡萄酒的人可以提供教導買酒者有關品酒和選酒的文章。航空公司可以提供最新航班和訂票信息。食品公司可以展示公司銷售的食物的烹飪方法並提供那些食物的營養價值的信息。

2) 使網址具有唯一性。

網址傳遞了公司的形象，有助於提高人們對公司及其產品和服務的關注程度。網址可以提供一項特別的網上服務。這個網址可以銷售特別產品。此網址含有其它網址所沒有的特點。網址在設計陳列方面可以很突出。網絡用戶喜歡互相告知特別的網址。

3) 宣傳你的網址。

通常來說，你應該既在公司外部也在公司內部推廣網址。以下是你可以用來推廣你的網址的一張清單：

- A. 在適當的不同網址上通告你公司的網址，這包括可以接受商業通告的商業網址、網上郵寄清單及新聞組。(比如到www.itools.com/promote-it/promote-it.html看看“推廣它”網址)
- B. 與盡可能多的搜索器註冊你的網址。
- C. 仔細選擇搜索器可以找得到的網址的特定的組類，關鍵詞或關鍵詞匯。
- D. 選擇容易記住的域名更易於推廣。
- E. 培訓員工熟悉網址及其操作。
- F. 把你公司的網址、電子郵箱地址印在名片、信函、廣告印刷品、電視廣告、新聞發布會、手冊、簡報上。

- G. 把你的網址與其它有名的網址交叉連接。
- H. 如果你願意花錢，找一家有名網上出版社買一則廣告。
- I. 把網址推廣當作一種持續的過程。

當然，如果你不想自己作網址推廣，你也可以雇用一家網址推廣代理商。

4) 避免改變你的資源定位器(URL)或服務提供者。

URL就是網絡地址。URL或服務提供者的改變會在你的互聯網業務上造成干擾。擁有你的舊網址的網絡用戶將找不到你。這會導致生意損失和對客戶的挫折。你的公司業務資料的早先的URL信息會出錯且需要更正。以前通過互聯網建立起來的公司的所有關係都會連轉失靈。有些互聯網用戶會認為這家公司已經不再經營了。重要的是：如果非得改變URL或服務商不可的話，你必須做好安排，使網上遊覽者能重新設置路徑找到你的新網址。

4.3 網址建立

建立和管理一個網址時要考慮許多因素。討論如下：

1) 域名註冊。

網址是通過互聯網的各自域名來確認的。在網址<http://www.internic.net/>的Inter NIC網頁上有註冊域名的網上服務。Inter NIC是AT&T公司，網絡解

疑公司以及國家科學基金會之間的合作項目。註冊服務由網絡解疑公司負責。此網址也提供目錄、白頁服務及可提供給大眾化數據庫的信息。目錄和數據服務由AT&T公司管理。

2) 內容和設計。

實際內容和設計要依你想網址展示和交流的內容。你想展示什麼樣的公司形象，你要網址執行什麼樣的功能而定。反過來，這也部分受到你的公司經營的業務類型以及你公司想達至的對象的影響。一個網址可以包含許多單獨的網頁，其第一頁稱為首頁。網址上常常給出許多基本的情況

- (1) 首頁的上端有公司名稱，互相關聯的目錄表。
- (2) 公司背景。
- (3) 公司產品或服務的信息。
- (4) 有何新事物。
- (5) 一些教有興趣的客戶如何回覆的簡單指示，附上聯絡方法(郵政地址、電話號碼、傳真號碼，電子信箱地址)。
- (6) 每頁的題目及每頁的網址。

在一個特別設立的網址上可以包含許多其它內容。可以用相關的說明與其它網頁聯繫起來。如果要加一些娛樂性的特點到你的網址上去，也許需要把網址做成互動並利用多媒體功能的優勢。比如，互動遊戲、幻燈片、音樂、錄相帶。相互回應的表格可以設計成網上訂購系統的一部分。除此之外，你可以玩色彩、文字形式、視窗框、和圖形。

然而，使用文字形式、色彩、圖形及其它設計元素時一定要很好地配合。網址應該看上去很專業化，所展現的內容應該與公司形象相符。你要把網頁設計得讓人們容易在網上瀏覽。每頁的信息不要太多太擁擠。太多的文字和裝飾圖案也不可取。圖形可以用但不可過度。另外，雖然加一些生動活潑的東西會很有趣，但網址訪問者並非因為它而去點擊產品和服務訂單鍵的。眼面上網用戶普遍抱怨下載網址要花太長的時間。下載太慢常常使用戶不勝其煩。如果你公司服務的客戶是使用英語以外的語言，你就得製作多種語言的網址。比較常見得是，建立多套網頁，每套針對特殊的目標組群。

最後，要確保你提供給網址的所有信息準確無誤。可以通過自己在網址上訪問或搜索來進行例行自檢。含有錯誤程序的網址使你公司的市場形象給客戶一個很差的印象。事實上，只要花點時間自己當一個遨遊網絡的人，你也可以從其他人的網頁上學到許多東西，這樣你就可以改進你自己的網址。

3) 安置網頁。

安置網頁。租賃還是購買？你應該決定公司是否應該有一個室內網絡服務器還是向互聯網服務提供商租用一個計算機空間。建立室內網址會很昂貴，牽涉到昂貴的啟動成本。然而，你可以完全控制服務器的使用，如果你需要經常改變你的網頁的話，這是很吸引人的方案。另一方面，租賃便宜很多。雖然你得付一筆費用給服務商。在這種情況下，你將需要依賴服務商的服務器的運作安全性。如果涉及敏感數據，你最好是把服務器安在自己的公司裡，並且對數據進行安全性控制。

如何選擇互聯網服務商呢？除了服務費之外，要考慮幾個因素。第一，你要選一個有著穩定可靠的連結服務的供應商。服務中斷會造成你公司的業務損失。你可瞭解此服務商在業內有多長時間了。你也可以向一些服務商的客戶查核其服務的可靠性。第二，你應該有關於服務商的連結速度的資料。它是否很慢？第三，你必須瞭解網絡安全性，服務商建立的安全措施是什麼樣的？服務器安全嗎？第四，你要選一個可用本地電話登錄的服務商。第五，你還要瞭解互聯網服務商提供的其它服務和支持。例如，服務商會監測你的網址的交通量並給你交通量報告嗎？服務商的網絡有否數據庫功能？你可以更新網頁的頻率？服務商在宣傳你的網址時能給你多大的幫助？服務商提供24小時客戶服務嗎？

4.4 激發重訪

網址廣告的一個重要作用便是必須使客戶通過某種有意識的努力或通過輸入URL或選擇聯到你公司的線路而進到你的網址。建立一個能吸引客戶重復訪問的網址會更有必要。最基本的目標就是作足夠有趣的網

址讓訪問者回訪。已經使用過許多不同的方式，包括：

- 1) 經常用新的信息更新網址內容。
- 2) 如果網址上提供了一些娛樂性的東西諸如笑話、卡通片、有趣的故事、藝術品、或生動活潑的東西，你就要經常更換。
- 3) 互動遊戲、比賽、贈品、或折扣也可以吸引回頭客。
- 4) 你也可以提供一些獨特的客戶服務來吸引用戶，如Godiva巧克力網址的重大事件和禮物紀念品的提醒服務。(www.godiva.com)。
- 5) 你的網址也可以用作一個基地通過增加聊天室、公告欄，關於你公司產品或服務的趣事的論壇，來建立一個網上群體。

必須注意的是，網址訪問量繁忙並不一定見得帶來更多的業務。你公司銷售優良產品和服務才是最重要的。



5 網上貿易的未來增長



5.1 互聯網貿易的障礙

過去的幾年里互聯網貿易已經顯示了迅猛增長的趨勢。然而，仍然存在潛在的障礙。Rosalind Resnick和Dave Taylor在他們的《互聯網貿易指南》書中指出關於網上貿易繼續增長最基礎的幾個因素：

1) 有通路。

互聯網貿易的發展潛力最終有賴於上網用戶的人口規模。雖然越來越多的人都願意花錢上網，但公共通路非常有限。遠遠談不上普及。時間過久之後，更低廉的成本會使互聯網通道更能提供給公眾並有助於擴大通道。通過網絡電視技術的發展使成千上萬住戶在起居室就可以很輕易的上網可能是很重要的一步。

2) 寬帶。

聯結速度對網絡用戶最重要。越來越多的網址把圖形和多媒體特性廣泛的結合進他們的網頁，使之更有風格、更吸引人。然而，這些網址需要更寬的頻帶，互聯網聯結速度比當今用戶的調制解調器可以處理的速度要求更快。未來先進的電訊技術將緩解這個問題。

3) 有效登錄信息。

因為互聯網極端分權，用戶會發現當網路繼續以爆炸的速度成長時，要登錄有關的網址以獲取特別的

信息會越來越困難。網絡用戶熱切的希望有一些簡單有效的方法來查詢網上信息。

4) 安全性。

如何安全的進行網上交易也是網上用戶最迫切要解決的問題。如果網上交易不安全，購物者便會避免在網上採購。因此，改善網上安全性對於大眾和網上貿易的發展潛力很關鍵。後面將會討論一些解決安全性問題的可能方法。

5.2 滿足客戶需要

雖然克服先前提到的各種障礙很重要，互聯網貿易最終應該是以消費者為導向的市場。網上貿易的發展和成功的潛力關鍵取決於它到底能在各個方面滿足客戶多少需求。

1) 低價格。

因為應用網上貿易可以節約成本，這些節約下來的成本可以降低價格轉而讓客戶受益。事實上，有些公司已經提供了折扣給在他們的網址上購物的人。

2) 更好的選擇。

網絡的一個天生的好處就是它的儲存大量信息的能力。事實上，只要很少的錢就可以增加或改變信息。位於西雅圖的網上書店亞馬遜公司利用了這個便利，允許

購物者在令人印象深刻的龐大的藏書(大約2千5百萬個書名)中流覽。一個可搜索的數據庫使購物者可以在網址上迅速找到特定的書。這與藏書有限、實物儲藏供購物者查找選購的常規書店形成鮮明對比。學習同樣的方法，音樂品零售店可以實質上擴大其曲目選擇而不需增加庫存(比如，查找出位於紐約城的N2K公司，一個網上音樂娛樂公司，Musicboulevard. 網址。(www.musicoblvd.com)

3) 更好的服務。

互聯網為客戶與公司直接聯係提供了另外的渠道。網址每週7天，每天24小時運作，是改進客戶服務和支持的有效工具。應該設立處理客戶要求、投訴、意見、建議的反饋機構。也可以網上跟單，通知客戶他們的訂單情況。FAQ問答題可以用來培訓客戶使用產品，也可以安排其它類似禮品和換貨訂單提醒的特別服務。

4) 更方便。

網絡用戶任何時候都可以通過他們的計算機在自己的家裏進行網上購物，不受商人們正視辦公時間的限制。這種彈性尤其對工作和家庭事務繁忙的用戶很有吸引力。此外，自從有些產品和服務可以在互聯網上遞送後，整個交易過程就可以在網上完成，訂單也可以立即做成。購物者馬上就有滿足感。為了確保客戶滿意，網上公司應該制定一個好的退貨和質量擔保政策。

5) 更好的購物經驗。

由於許多公司正在他們的網址上提供有趣的特色和許多有用的信息，這使得購物經歷變得更有意思和富於教育性。

5.3 安全交易的方法

信卡資料的安全性一直是網上購物者主要關心的問題。如果不額外採取安全措施，從購物者到商人之間的數據流通不能假設是安全的。第三者可能在資料輸入到互聯網的過程中載取此資料。

支付安全的重要性已經得到Inter NIC信息和教育服務機構的Rich Landers的重視，他在1996年12月撰文強調，電子貿易的未來應該是使購物者在網上支付時感到安全，這是“對任何關心互聯網貿易未來的人最優先考慮的事”。這個作者回顧了幾個複雜但先進的且目前正在實踐之中支付方式，以保障網上的金融交易。在討論那些先進的安全支付方式之前，需要注意的是有些程序和步驟公司可以採用以保障網上貿易。

1) 會員制度。

公司可以實行會員制度以方便交易，保障購物者。與公司建立會員帳戶時，購物者只需要在登記註冊時提供信用卡資料。購物者只需選擇信用卡作為支付方式而購物。在會員制下，公司可以得到客戶的廣泛數據。必

須有強硬的措施對數據保密。所有的客戶數據必須儲存在一個不與互聯網連接的計算機里。

2) 一個分兩步走的訂貨操作。

可以給客戶選擇用支票支付。當客戶在網上下訂單時，可以在訂單確認單上得到一個訂單號碼。客戶然後用郵寄付款到公司。在收到支票並結算後，訂單就算完成了。信用卡支付也要進行同樣的操作。客戶在網上下訂單，但用電話或傳真把信用卡信資料發給公司。

3) 安全的瀏覽器和服務器。

此方法有賴於加密技術的使用(關於RSA加密技術的詳情見www.rsa.com網頁)。當客戶在網址上呈交訂單時貿易商的服務器會發給客戶的瀏覽器一個特別的加密碼，用來對服務器資料加密。瀏覽器就可以把已經加密的訂單傳送給貿易商的服務器。訂單信息在解碼之前就從互聯網上斷開輸入到計算機里去。為加強安全性，公司也可以選擇把數據用加密的程序儲存起來。



5.4 先進的安全支付方式

1) 安全的信用卡。

(1) 第一實際信用(www.fv.com)。加州聖地亞哥第一實際股權公司正通過一個以程序為基礎的支付處理系統開闢互聯網信用。互聯網購物者把他或她的信用卡號碼提供給第一實際以建立帳戶。信用卡資料儲存在一個銀行數據庫中的保密計算機里。一個VirtualPIN，以使購物者在網上採購的個人號碼會發給購物者。作額外保障。購物者作的每次採購都會用電子郵件確認。

(2) CyberCash網上錢夾(www.cybercash.com)。弗吉尼亞州里斯頓的Cybercash公司提供了一種用一個加密信用卡系統在網上購物的安全方法。要得到購物錢夾，購物者進入CyberCash服務器，免費下載CyberCash軟件，信用卡資料加密後儲存在購物者的電腦里。商人會把網上交易信息傳送到CyberCash，它的作用是給信用卡號碼解碼，把交易信息輸入到安全的信用卡網絡裡。CyberCash1997年7月宣稱，它的服務可以支持安全電子貿易(SET)條約草案，目前作為與IBM、Microsoft、Mastercard、Visa之間的合資企業正處於發展之中。此SET旨在提供在商人、信用卡會員及信用卡發行者之間的高度加密的通訊。

2) 電子現金

DigiCash電子現金(www.digicash.com)。一家設在阿姆斯特丹的公司·Digi Cash公司·設計了另一種基于數字簽名想法之上的安全支付系統·購物者把一筆錢存入一個特別的銀行帳號·銀行為購物者提供一個唯一的系列號碼(一個數據簽名)作為電子貨幣的檔案存在購物者的硬盤上·當購物者作了採購時·系列號會轉到商人的電腦里·發行銀行於是確認數據簽名是否真實。

3) 電子支票

NetChex的電子支票(www.netchex.com)。NetChex公司提倡另一種安全支付系統。NetChex作為購物者的銀行與商人之間支付過程中的經紀人。購物者在NetChex註冊一個銀行帳

號。使用NetChex系統·購物者可以在自己的電腦上簽發電子支票。當購物者作了採購後·電子支票會傳送到互聯網上。交易結束前·NetChex有必要對電子支票的真實性進行確認。NetChex將稍後與用戶確認這次交易和支付額。

4) 微集成電路卡

Mondex的智能卡(www.mondex.com)。Mondex國際有限公司提供了一種可以用於互聯網貿易的支付方式·Mondex卡是一種智能卡·一種嵌入了微集成電路的錢夾大小的塑料卡。微集成電路是作為電子錢夾來設計程序的。持卡人可以把錢從銀行帳戶上通過一個新一代現金供給機和電話而轉到卡上。因為錢是用數據來存的·也就可以在電話線上轉存用于網上交易。為防止其未經授權的使用·持卡人可以用一個個人密碼鎖定電子錢夾。Mondex卡可以同時儲存不同的貨幣。



6 向現存網頁學習



6.1 成功網址範例

通過互聯網你可以查詢有趣的網址。你可以在網上訪問你的競爭對手並向他們學習。你可以獲得新的商業觀念並與新的商業潮流保持同步。你會獲得指點改進你的網址。你會更理解什麼樣的商業策略可行，什麼產品和服務可以在網上銷售。以下是一些效果較好的網址的例子：

- 1) 1-800-FLOWERS公司(www.1800flowers.com)是世界上最大的花卉供應商擁有130家花店，既有公司自己的，也有連鎖店，並有2500家花店合作夥伴。網絡用戶可以參觀選購大量的花卉和網上禮品。他們也可以學到更多的花卉養護以及花卉裝飾，花卉送禮潮流。他們也可以參加網上的公告欄、進行中的比賽及禮物提醒節目。1-800-FLOWERS保證其花卉可以保鮮一整個星期。
- 2) Amazon.com公司(www.amazon.com)是一家網上超級書店。網絡用戶可以進到一個巨大的電子書目里非常容易的按作者、書名、主題、及關鍵詞進行查詢。總共約有2千5百萬條目，其中一百萬是平常找不到或不再版的書。每天都有折扣。所訂的書會包裝成禮品，加上個人信息運往世界各地。網上Amazon.com雜誌登有作家採訪、引述、及書評。購物者可以閱讀其它購物者的書評或提出自己的書評。有兩項服務是免費的，一種是通知你你所喜歡的作者的新書出版，另一種是提供你感興趣的特殊領域的書籍的書評服務。公司把客戶的訂單接轉到供應商發貨，這樣就不會有任何庫存。
- 3) Dell電腦公司(www.dell.com)為客戶提供了非常有效的網上服務。網頁很廣泛，設計得很好。包括了許多網上特點和功能，結合網上商店的特點，網址詳細說明了產品規格、訂單發出、安全性、訂單完成、運輸方式選擇，以及支付方式選擇的資料。在網址的網上通訊中心處理技術支持、客戶服務、客戶信息反饋，產品信息要求。客戶可獲得未完成訂單的狀況資料。
- 4) 聯邦速遞公司(www.fedex.com)提供了特別網上跟蹤服務。用戶可以查找某個特別包裹在聯邦速遞系統的當前狀態。如果包裹已經寄出，用戶可以知道是誰簽收的。另外，訪問網址的用戶可以知道報價及找到寄出地點。
- 5) Hot Hot Hot(www.hot.presence.com)是一個設在帕紗迪那市的辣醬店。他們的網址提供了一個可搜索的目錄有特別辣醬的多種選擇。為方便起見，辣醬按辣度(中等、辣、超辣、特辣)、地區(9個不同的地區)、成份(無鹽、無糖或全天然)及名稱來排列。也提供了每種辣醬的更多情況包括成份以指導購物者。當月特別推介的辣醬也有展示。這家本地辣醬店現在為全世界的客戶服務。
- 6) Virtual酒莊(www.virtualvin.com)是一個專業商店，專精名酒及食品。Peterranoff，世界著名葡萄酒專家，是這項生意的合伙創始人。此網址不但賣葡萄酒，而且給未來的客戶關於所供葡萄酒及釀酒商的所有資料。在網上，你可以找到詳細的葡萄酒說明，Petor親自推薦的葡萄酒，品酒表格和註解。

葡萄酒和烈酒雜誌的文章，由葡萄酒搭配的進餐食物，及送禮建議。

6.2 其它有趣的網址

1) 銷售電腦和與互聯網相關的產品和服務。

- (1) 微倉庫公司(www.warehouse.com)是一家專業目錄零售商和品名，有關電腦產品的直銷商。
- (2) 互聯網分銷服務公司(www.service.com)提供了網址開發設施，包括觀念和市場分析，圖形設計，文件或數據翻譯，硬件和軟件安裝，及服務器的支持和管理服務。

2) 銷售廣告點

- (1) 有線數據公司(www.hotwired.com)把有線雜誌放上了網。
- (2) 分類2000公司(www.classifieds2000.com)在網上提供了一個巨大的分類廣告市場。
- (3) 租賃網(rent.net)CUC國際公司的分支，在網上創建了一個綜合性公寓目錄。它的網址提供了一個容易使用的數據庫，有關在1500個城市里的不配家私的公寓，短期配家私的套房，國際租賃，自動存儲設備和有關搬運服務。
- (4) Tripod公司(www.tripod)在網上建立並保留了一個會員群體，其網址專精有關青少年話題的內容和服務。

3) 提供中間人服務

- (1) AutoWebinteractive(www.autweb.com)，一個網上汽車超級市場，把要買新車和舊車的買主與許多車商的網絡連網。購物者可以訪問每個汽車網址上商人的實際項目，瀏覽新車的數據手冊，安排發車到你的家和辦公室進行試車。使用一個免費貸款計算器來計算你的支付計劃，進入到汽車網址財務系統以獲取信用批准，財務安排。並安排發車到你的家里或辦公室里。

4) 銷售金融服務

- (1) E*證券公司(www.etrade.com)是一個提供低成本網上投資服務的公司，包括股票及股權交易。網址也提供了進入公司研究，商業消息和其它網上信息服務的途路。
- (2) Quote.com公司(www.quote.com)提供給網絡用戶高品質的金融市場數據他們包括股票報價，市場指數，實時商業消息，盈利預測和報告，市場分析和評論，公司介紹，平衡表。

5) 購票和定票服務

- (1) 票務網(www.ticketweb.com)提供全國範圍的低價購票服務，以提前售票。此技術使設備操作者和人型活動推廣公司自己就能在票務網址上進行網上售票。

- (2) 電影風公司(www.movieink.com)管理MovieLink網址，用戶可以知道電影放映時間並定購當地影院的折扣電影票。

6) 經營超級市場

- (1) 互聯網購物中心公司(www.internet-mall.com)管理著一家最大型的網上購物中心，內有包羅萬象的網上商店。
- (2) 互聯網服務公司分公司(www.branchmall.com)也組織了一個龐大的網上購物中心。

7) 提供有關旅遊的服務

- (1) 旅遊城網址(www.travelocity.com)，是由SA BRE集團贊助的，它對網絡用戶提供綜合性的和極方便的旅遊服務，包括機票和其它旅行訂票，旅遊商品，有關目的地及風景點的信息，餐館考察，旅行特別消息，查詢廉價票和特價票。通過公告欄，旅遊者可交換旅遊消息，與網絡用戶一起參加網上討論。另外，網址還提供免費服務讓用戶檢查航班是否準時。

8) 擴大目錄業務

- (1) Land'End公司(www.landsend.com)，一家郵寄訂單的服裝公司，用網絡擴大業務，減少因印刷產品目錄所需的印刷和郵寄成本。

9) 提供網上培訓

- (1) Cubic科學公司(www.satmath.com)提供互動教學，及模擬考試給用戶，這些人正在溫習準備SAT數學考試。

10) 銷售藝術品和古董

- (1) A.B. Franklin畫廊公司(www.franklinart.com)展覽和銷售許多藝術家的藝術作品。
- (2) 緬因古董精選網址(www.maineantiqueedigest.com)是一個關於藝術品和古董市場的有趣的電子雜誌之家。除了藝術品、書評、和目錄外，此網址還包含了一個許多畫廊廣告商的目錄。古董展示會和拍賣的日期信息也有顯示。網絡用戶也可以查詢價格數據庫看看最近的拍賣會上已經賣出去的各種作品。設有一個互動的論壇讓用戶可以叫盤和詢價。

11) 經營專業性商店

- (1) Godiva巧克力公司(www.godiva.com)銷售特別的巧克力。除了精彩的網上目錄之外，網址還提供特別禮品提醒服務。如果你忘記了這項免費服務，通過電子信箱你會得到自動提醒你最重要的日子(比如生日、畢業紀念日、結婚紀念日、週年紀念)。
- (2) Alfredo Gourmet(www.alfredogourmet.com)提供了網上美食購物服務而且收集了咖啡、茶、辛辣食物集錦以供購物者選購。網址提供有趣的資料幫助購物者瞭解咖啡、茶、和薩撒，然後自己作出選擇。也有禮品服務。
- (3) Stash茶葉公司(www.stashtea.com)銷售一整套的特產茶：傳統紅茶、香辣茶、藥草茶、綠茶、特產冰茶。網址訪問者可以發現富於教育意義的信息。比如茶的歷史、茶壺的設計和歷史、茶點、有關茶的引文。網址是多語種的：



用戶可以選擇荷蘭語、法語、德語、希臘語、日語、葡萄牙語、西班牙語。

- (4) 龍蝦直銷(www.novaweb.com/lobster)只需一夜時間就可以通過聯邦速優先速遞把新鮮的Nova Scotia龍蝦賣出並發貨到你家或辦公室。也展出了特別的點心，還有敲擊食用Nova Scotia硬殼龍蝦的方法。你還可去享用每月電子郵件寄出的簡報，網絡用戶反應很好。

12) 服務於本地集中的網絡用戶市場

- (1) 輪上侍者公司(www.waitersonwheels.com) 在加州和華盛頓的主要城市提供特別遞送服務，通過此，會為選好你喜歡的餐館的飯菜在一小時之內直接送到你的家里或寫字樓。
- (2) Peapot(www.peapod.com)，由Peapot公司創立，提供網上百貨購物和送貨服務。
- (3) PC食品(www.pcfoods.com)，由PC食品公司贊助，也提供網上百貨購物和送貨服務。

13) 服務於特定種族社區

- (1) SINANET(www.sinanet.com)，由SINANET公司經營，為世界各地的華人提供網上媒介資源。
- (2) 99大華超市(www.99ranch.com)，由大華超市公司經營，為網絡用戶提供網上百貨購物服務，範圍涉及廣泛的東方食品。
- (3) HispanStar(hispanstar.com)，由西班牙裔商業公司經營，是西班牙語裔商業雜誌總部。

此網址提供了關於美國西班牙語裔商業市場的研究信息，西班牙語媒介，及西班牙人口統計。也提供全國性的簡歷推薦服務。

- (4) Panamericana旅行系統(www.panamericana.com)，一家主要的西班牙裔旅行社，提供網上價格和服務信息。

6.3 對業務有幫助的政府網頁

1) 美國中小企業行政管理局(SBA)

此網址(www.sba.gov)對企業主和中小企業主來說是一個重要的信息來源。用戶可以獲得關於如何啟動、融資和擴大業務的建議和提示。網址還包括SBA的資金資助項目和其它資金資源。也提供了連接到其它的對小企業有幫助的資源的通路。

2) Tradeport伙伴有限公司。

其網址(www.tradeport.org)，由灣區經濟論壇和洛杉磯地區商會支持，提供了廣泛的貿易信息，國際貿易導向，和公司數據庫。用戶可以與貿易專家交流，獲取關於如何出口、如何融資的信息，找出關於交易會和有關貿易事件的信息，進行廣泛的市場和行業研究。

3) 美國商業部。

其網址(www.doc.gov)把與商業部有關的服務和組織系統，方便地聯係在一起。

表格一 美國互聯網商業收入(十億)

行業區分	1997	1998	1999	2000	2001	2002
製造業 (耐用用品)	3	7	16	37	60	99
製造業 (非耐用用品)	0	1	1	4	8	17
批發零售業	2	6	18	48	89	168
公用事業	2	2	3	5	7	10
交通運輸	0	0	0	0	0	0
服務業	1	1	3	11	19	33
總共	8	17	41	105	183	327

資料來源：Forrester研究公司(1997年)

表格二 互聯網用戶增長率(百萬)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
全世界	8.5	19.0	34.0	67.0	102.0	142.0
美國	5.6	12.5	21.0	38.0	59.0	71.0

資料來源：E-land公司(1996年)