

美国因特网现状及与我国的差距(下)

因特网对于美国人的生活意味深远,个性化的电子商务促进了整个网络应用的发展,由此网络搜索系统也应运而生。

美国电子商务引发网络应用热潮 个性化路线逐渐清晰

■ 特约撰稿人 宋向东

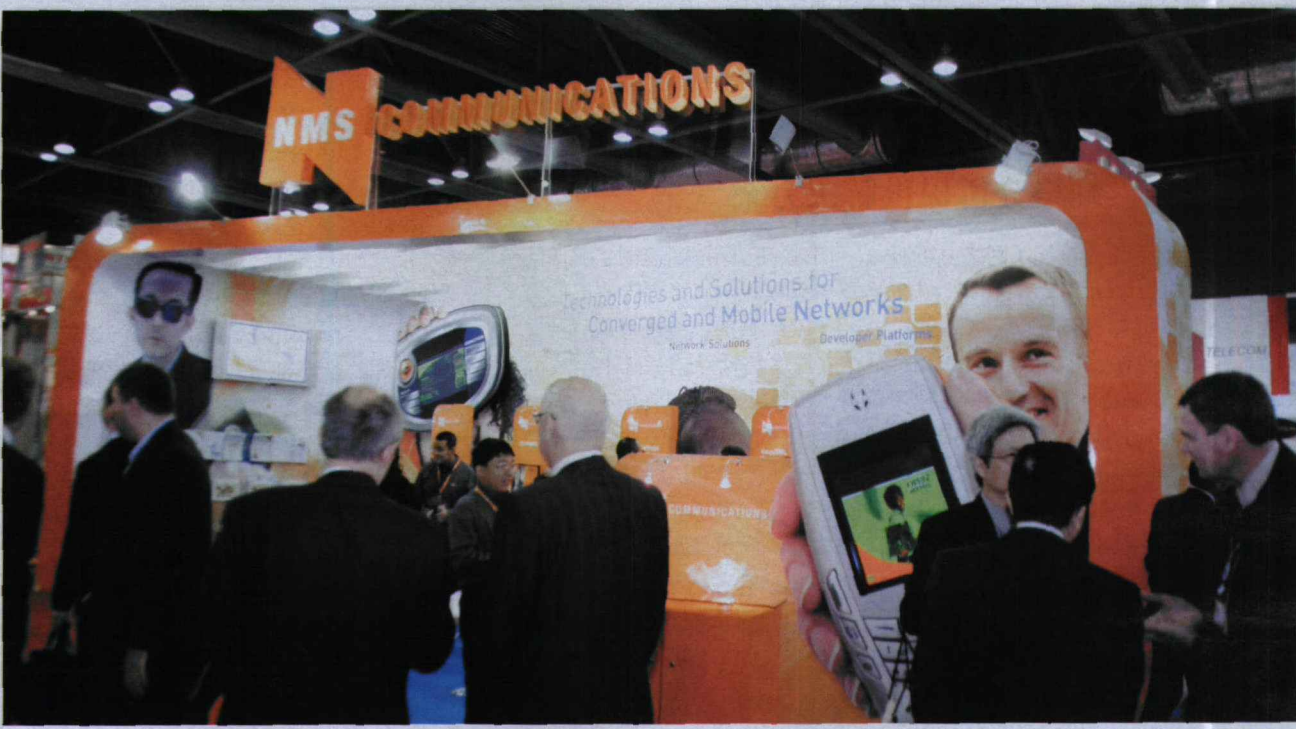
因特网对于美国人的影响可谓深远,人们已经将因特网融入于日常生活。在美国,因特网比作人们的生活秘书再恰当不过。消费者寻找当地服务,首先要借助因特网。与美国人生活最为密切的房子、孩子、就职和购车这四个方面的问题,也需要借助互联网的力量寻求信息来源。由此网络搜索系统也应运而生,现在知名的网站几乎都提供此类服务,如雅虎、Google和eBay等。

现在使用者和服务商还可以在大型网站刊登分类广告,并提供关键词进行网上搜索与比价,同时记录服务商的地理位置,阅读其他消费者对此服务商的评价。值得一提的是,互联网将广告与支付系统组成一体,不仅可以进行网上交易,还提供网上服务,让消费者感到便捷。目前互联网发展已严重威胁到电话局的电话簿黄页广告,对传统商业营销模式也带来了挑战。

电子商务势头正旺

由亚马逊公司领导的网络购物革命,经过10多年的发展,电子商务在美国的营销规模日益扩大,根据eMarket最新发布的美国2000Q1(2000年第一季度)~2008Q1(2008年第一季度)零售业电子商务销售额数据,2000Q1美国零售业电子商务销售额为55.7亿美元,占美国零售业销售总额的0.8%,到2008Q1这一数字达到了324.1亿美元,较2000Q1增长幅度达到481.9%,占美国零售业销售总额的3.4%。虽然美国目前经济低迷,导致零售业销售总额下降,但美国零售业电子商务近年来始终保持着20%左右的增长速度,在线用户的购买力度正在逐步加强,可见未来美国零售业电子商务发展前景依然乐观。

目前在美国风靡网络商店,不仅进行网上销售,还可以按照客人意愿订制商品,如Zazzle,该店销售依据个人喜



个性化的电子商务已经融入美国人的生活。

好的T-shirt、海报和邮票。他们让顾客挑选要印刷在T-shirt或海报上的图像,并选定一句话作广告词,并保证在24小时内交货。同时与邮务机器制造商Pitney Bowes合作,销售依据客人要求制作的邮票。邮局希望,个人风格化的邮票能够使商务邮件变成流行,让更多人在电子时代乐于利用传统的邮递方式传送祝福如生日卡、节日卡等信件,重新振兴邮局业的发展。

一些贴近人们生活的社区网站相继出现,如www.craigslist.org网站就是其中之一,现已在450个城市设有站点,居民可在网站上免费张贴自家的售物分类广告,从而对自家闲置、多余的东西进行网上拍卖,受到美国居民的欢迎;该网站上还可免费张贴广告,自行推销美容、美发、电器修理等服务;公司在网上招聘员工则要付费。该网站会依据个人计算机的固有信息,将计算机所在

地区的网站站点进行链接。

电子商务衍生出的 个性网站

由于电子商务的快速发展,具有个性化的网站也如雨后春笋。不仅提供商品功能、价格评比,还在购买后进行价格追踪。据纽约时报报道,主要有以下三类:

专家评论网站

www.cnet.com网站可对科技产品进行系统分门别类,向用户提供专家建议,并且会在不同节日、配合不同主题开辟建议专区;此外还设立“依价格购物”专区,消费者可在选定的价格区间查询价格和功能合适的产品。

价格评比网站

www.nextag.com网站研究对象

涵盖范围很广,从家电、快速消费品、原材料甚至房贷都包括在内,分时段、时期的对每个范畴的物品进行综合的价格排名,同时还提供产品价格走势曲线,供访问者在选购物品时进行价格参考。

贴心网站

priceSpider.com网站可以对商品价格进行比价,在产品价格下跌时,只要登陆该网站输入产品价格范围等相关资料,就会主动提醒目前价格的最新状况。KeepCash.com网站提供各式折扣产品代码,并列出各零售商的优惠产品信息。PriceProtectr.com网站即使消费者已经购买产品,还会持续追踪价格变化,一旦价格低于当时售价,网站便通过电子邮件予以通知,以便消费者向商家争取退还差价。消费者的操作步骤仅需要将购买商品的相关网页转贴到这个

网站, 该网站将在10天保护期内追踪价格变化。

网络搜索又添新内容

以Google公司为代表的网上搜索引擎使得因特网变成了万能词典和万能顾问, 人们几乎可以利用网络搜索得到任何查询事物的相关信息, 近来很受人们青睐的搜索引擎, 主要由Google、雅虎和微软等公司提供。

网络地图提供了快捷、方便和迅速的行车路径, 有效缩短了人们找寻道路的时间。现在提供的网络地图已和手机、无线移动设备有机结合, 可随车而行, 结合网络地图和网上搜索, 逐渐成为网络市场上的热点, 同时提供商们也开始为地图搜索功能配上卫星图像产品, 有些搜索引擎还增加了即时交通状况和地铁站位置等。

最近地图搜索已有了很大的发展, 如Google新近推出的地图搜索服务, 只要从网上下载相应软件, 输入要查看的地点名称, 就可以像乘直升飞机鸟瞰大地那样观看指定地点的三维图像, 效果非常逼真。

移动公司也开始介入地图搜索服务, 如Sprint-Nextel的手机和黑莓移动装置 (Black Berry) 都已开始提供定位和临近街区地图指引服务, 用户甚至可用短信方式告诉亲友或家人自己的实际位置。

网络分析提供解决方案

最近Google率先推出了网络分析服务, 可出版商、行销商透彻了解访问者对自家网站的互动情况, 并可统计出对网络流量模式与广告宣传效果的直观数据。这项网络分析工具称为Google Analytics。目前已经翻译成17种文字版本在全球热销, Google Analytics是在广告追踪软件的基础上演变而来, 这必将对众多商家改善自家网站给予帮助。

Google Analytics提供的服务包括访问者个体的相关信息, 如访客来自何地、网站哪些链接引进的点击率最高, 访客浏览了哪些网页以及在网站上停留多长时间。在网站的运营模式上提供的服务包括, 卖出了哪些商品以及消费者在结账过程中由于哪个环节放弃了交易等。同时可借此工具来分析其它网站上的广告绩效, 把投资报酬统计所需的成本资料载入运算程式, 可以让广告商立刻得知刊登关键字广告花费的费用, 以及赚取的利润, 广告商将利用统计数据将广告支出效益最大化, 并提取出投放广告收效最好的相关网站。

目前提供网络分析服务的公司还有Websidestory、Web Trends、Click Tracks、Omniture等。

网络图书市场日益红火

现在亚马逊、微软、雅虎和Google等网络巨头纷纷推出网上图书服务。Google率先推出纽约市图书馆和斯坦福大学、哈佛大学、密西根大学、牛津大学图书馆的无版权藏书扫描网站, 免费供人上网阅读。

同时美国网上图书服务也包括有偿服务, 有偿网上图书的支付模式可以让读者支付几美分, 购买图书的单页或部分章节, 还可以让读者付出约十分之一的书价, 购得该书的永久阅读权, 以上两种方式均支持下载。网上图书的出租或订书购买都是在图书搜索引擎指引下, 操作非常方便快捷, 因此网上图书业务很受人们的青睐。

下一代因特网的部署

由于现在的因特网是IPv4, 随着因特网的迅速发展壮大, IP地址已明显不够使用, 所以早在1996年10月, 美国政府就宣布启动“下一代互联网NGI”研究计划, 其核心是互联网协议和路由器。美国政府决定2008年6月就要让因特网具有IPv6功能, 计划在2008年底, 将全面采用下一代因特网, 即IPv6。

对于因特网而言, 升级到IPv6主要的挑战是如何将新协议整合到原有的



个性化的网站为消费者带来新奇体验。

网络设备中, 与MPLS搭配使用的路由器及操作系统很容易升级为一个IPv4/IPv6双堆叠环境 (dual-stack environment), 但如果不能架设双堆叠环境, 就需要网关 (gateway) 来完成IPv6及IPv4的相互传译。

最近朗讯公司与环球电信公司 (Global Crossing) 宣布, 将进行最新的IPv6系统的全球部署行动, 环球电信公司已经着手对MPLS系统进行全面升级用以支持IPv6。近日Verizon公司也宣布, 将在公司全球的公共IP网络中部署IPv6, 部署工作预计在2008年左右完成。Verizon Business在公共IP网络上部署IPv6的第一阶段工作是在2004年开始, 将在2008年完成北美地区的部署工作, 并且在2008年底到2009年部署亚太和欧洲地区, 公司将会共同运营IPv6和IPv4的同时, 在网络接入点上部署了IPv6。

差距有待缩小

若深入到美国社会, 就会深切感到美国因特网的发达与普及, 同时体会到我国因特网虽然已取得长足的进步, 但较美国相比, 差距依然存在。

中国的宽带网普及率也不及美国。市场调研公司Parks Associates称, 到2007年底, 有超过6千万个美国家庭通过宽带连接互联网, 这约占美国家庭数量的55%。而在2006年底, 只有5千万个美国家庭用上了宽带, 发展势头逼人。而据市场调研公司Dittberner Associates公布的数据显示, 在2008年第一季度, 中国固话宽带用户数达到7160万户, 同比增长28%, 从而超越美国, 成为全球最大的固话宽带用户市场。与此同时, 美国固话宽带用户数达到7020万户, 同比增长12%。中美两国宽带用户发展速度相比, 显然中国的脚步更快。但是我们应该看到中国人口基数远远大于美

国, 在宽带普及率方面却低于美国, 这就说明, 在互联网发展的道路上, 美国显然已经进入发达国家的快车道, 而中国则仍然需要成长中求发展。

可以看到, 我国互联网发展方向主要以娱乐为主, 其发展水平仍处于初级阶段。光靠这些娱乐性的网上应用并不足以让互联网成为社会的核心基础设施, 倡导互联网的商业价值, 挖掘潜在商业运作模式应该成为主攻方向。但目前, 娱乐性应用和商业应用在互联网的布局占比依然悬殊。

互联网的美国应用

美国的教育、商务、政府等方面的内容在互联网应用很多, 在这方面, 我们可以借鉴其运作模式以求发展, 从下面的叙述中可以看出, 现在互联网已经成为美国经济的发动机。

美国互联网用户上传动机更倾向上传东西, 而中国则多是下载。美国随着网络普及, 上网族群对网络世界愈来愈熟悉, 已渐渐舍弃AOL.com、Yahoo.com等门户网站, 转而根据想要搜寻的内容直接造访特定网站, 而网站为适应这一趋势, 也对功能进行了细分。

美国因特网应用是建立在国家基础设施数字化的基础上。现在我国网络搜索也出现了一些表现优异的搜索网站, 以百度为代表, 但我国数字化程度相对较好的领域还局限于科技文献搜索等方面, 而和人们日常生活有关的、数字化有待提高的领域, 其表现就很难令人满意。如在北京上网去查找北京地区的邮票市场、风筝市场等信息, 那就很难找到。在首都北京尚且如此, 在外地就更可见一般了。

因特网科技创新, 美国给人印象深刻。如社区网站突然壮大、VoIP、IPTV风起云涌、手机网站也层出不穷, 这些都让人们领略到科技创新的魅力!