# 网络业来日方长

网络是地球村的神经系统。

前两年网络热高潮时，大家一窝蜂地赶浪头，新成立的公司如雨后春笋。只要与网络搭界，风险投资者就争先恐后地将大把钞票送上门来，唯恐错失了赚大钱的千载良机。网络公司股票上市，即使是既不赚钱又缺顾客，股价照样成十倍地上涨。大学尚未毕业的年轻人休学创业，一两年后就成了百万、千万甚至亿万富翁。流风所及，群起效尤，网络领军的新经济独领风骚，着实风光了一阵子。

可惜好景不长，自从去年（2000年）下半年以来网络热开始退烧，到今年3月几乎全军皆墨。小公司纷纷破产，尚未破产的也朝不保夕。网络公司股票更是惨不忍睹，一年多的变化像个驼峰——原先一两美元的股票，顶峰时涨到一两百美元，如今跌至不到一美元。即使像雅虎和亚马孙这样的网络业巨擘，其股票价值也损失了百分之九十以上。加州硅谷和纽约硅巷中，原先不可一世的网络新贵们垂头丧气，惶惶不可终日。

“眼看他起高楼，眼看他楼塌了。”究竟发生了什么事？

事情其实很简单：网络泡沫破灭了，一夕致富的美梦随之惊醒。正如《常识缺乏症》一文中听说，这本来就属于常识范围，结局在意料之中。

现在的问题是：网络业究竟还有没有有前途？

问答这个问题也要靠常识。市场经济靠供需关系来调节，行业的兴衰取决于市场的需求。所以问题归结为：网络究竟有什么用？

依我看，网络有三大功能。

一是人际交往。人是社会动物，社会的进步与人际交往的密切程度成正比。古代农耕社会，鸡犬之声相闻而老死不相往来。现代社会正日益全球化，形成了地球村。网络就是地球村的神经系统，其重要性自不待言。据说中国已有千万人上网，网上交友，天涯若比邻，相逢何必曾相识？电子邮件四通八达，无远弗届。这些都为人际交往带来了极大的方便，正在改变着人们的生活方式。人们需要网络，这种需求将日益增长。所以说：来日方长。

二是信息传播。人类巳进入信息社会，信息成为发展经济、繁荣文化、普及教育、欣赏艺术、享受娱乐等的主要因素，而网络是传播信息的重要媒介。回顾历史，网络起源于万维网（www），本来就是科学界用来传递信息、交流学术资料的，后来逐步扩大，才形成今天这样的规模。不久前美国在线（AOL）与时代华纳两家的合并，标志着注重内涵网络时代的来临。人们可以在网上查阅资料，交流经验，学习新知，发表作品，下载音乐及影视节目，如此等等。人们对信息传播的各种需求，方兴未艾，与日俱增。所以说：来日方长。

三是扩大商机。网上销售商品本是商家采用网络的动机。亚马孙就是从网上售书开始，逐步扩大到其他商品。随着上网人数的增加，网上销售的商机相应扩大。当然应该看到，并非所有的商铺都适合于网上销售。例如买鞋都想先试穿一下，这在网上就难以办到。但邮购业的成功，说明网上销售仍具有发展空间。更值得注意的是后起的电子商务，即企业与企业之间的网上交易。即使在目前网络业处于空前低潮时，如通用电器公司（GE）和通用汽车公司（GM）这样的跨国公司，仍在继续致力于发展电子商务，而且已初见成效。这说明他们看到了潜在的巨大商机。所以说：来日方长。

总之，市场的需求在，网络业来日方长，前途光明。

“为什么目前网络业还是一片愁云惨雾呢？”来日方长是对整个网络业而言的，对个别网络企业就要具体分析了。以史为鉴可以知兴替，不妨回顾一下历史。汽车业的发展具有代表性，汽车的发明对交通是一大突破，确实是市场广大，商机无限。美国汽车工业初创时，群雄并起，仅底特律市就有两百多家汽年厂！几十年大浪淘沙，选优汰劣，兼并整合，如今美国只剩下两家半汽车公司——通用、福特两家，加上并入德国奔驰集团的克莱斯勒算半家。历史就是这样，还需要多说吗？

愿网络业诸君审时度势，好自为之。