

信息服务型电子商务发展战略：国外的基本模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BF\\_A1\\_E6\\_81\\_AF\\_E6\\_9C\\_8D\\_E5\\_c40\\_62463.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E4_BF_A1_E6_81_AF_E6_9C_8D_E5_c40_62463.htm)

信息服务型电子商务国内外ICP的发展战略1.国外ICP发展的基本模式网上信息建设是一项投入十分巨大的工程，尽管建立一个信息服务网站的初期投入并不很大，但日常的维护成本却高得惊人。随着网站规模逐渐加大，页面数量不断地增加，每单位时间需要刷新的页面也将与日俱增。如果网站有一定的特色，点击率迅速提高，则相应的接入带宽也需要不断加大，从而产生追加的基础建设费用。所以，一个网站除非停滞下来，否则所需要的维护成本将如滚雪球一般越滚越大。在国外ICP的发展主要通过利用风险投资、上市和被购并等方式。Yahoo的创办人美籍华人杨致远在寻找投资者时非常幸运，他们首先找到了硅谷成功的企业家、国际购物网络的创始人亚当斯，由亚当斯把它介绍给硅谷的风险投资公司Sequoia Capital，在该公司的资助下，Yahoo在纽约证券交易所上市的首日便备受瞩目，股价由13美元上升至33美元，开盘当天就为Yahoo筹集了20多亿美元的资金，也让世人对这一新的技术股充满憧憬。当然Yahoo的成功，关键在于它是第一个进入市场的检索软件公司，并且它为未来的信息世界建立了一套应用方便、功能强大的信息检索系统。目前，拥有遍布全球的5000多万用户的Yahoo主要是靠网上广告业务、获取赞助、经营网上直销和传销、电子商务等多种经营，扩大地盘来获得收入。Yahoo不再是把大规模内容简单地汇集起来，而是向更注重服务的方向发展，如针对不同国家和地区的市场提供本地语言内容和

服务。Yahoo还在谨慎地寻求收取订户费和提供收费的特别服务的机会。估计Yahoo不久将对一些特别服务试行收费，这些服务包括高级股票和金融信息、拍买价目表(反映eBay的拍买费)以及为高性能计算机用户提供的技术服务。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](http://www.100test.com)