

2006年网络营销辅导之网络营销产生与发展 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E7_BD_91_c40_64772.htm

九十年代初，飞速发展的国际互联网（Internet）促使网络技术应用的指数增长，全球范围内掀起应用互联网热，世界各大公司纷纷上网提供信息服务和拓展业务范围，积极改组企业内部结构和发展新的管理营销方法，抢搭这班世纪之车。二十一世纪是信息社会年代，科技、经济和社会的发展正在迎接这个时代的到来，随着计算机网络的发展，信息社会的内涵有了进一步的改变，并称之为信息网络的年代。在信息网络年代，网络技术的发展和应用程序改变了信息的分配和接受方式，改变了人们生活、工作、学习、合作和交流的环境，企业也必须积极利用新技术变革企业经营理念、经营组织、经营方式和经营方法，搭上技术发展的快速便车，促使企业飞速发展。网络营销是适应网络技术与信息网络年代社会变革的新生事物，必将成为跨世纪的营销策略。随着Internet作为信息沟通渠道的商业使用，Internet商用潜力被挖掘出来，显现出巨大威力和发展前景。据IDC的统计表明，目前网络上直接进行的交易额达380亿美元，借用网络促成的交易额就更大，而且预计到2003年，互连网络市场的规模可高达1.3兆亿美元以上。市场营销是为创造达到个人和组织的交易活动，而规划和实施创意、产品、服务观念、定价、促销和分销过程。网络营销是以互连网络为媒体，以新的方式、方法和理念实施营销活动，更有效促成个人和组织交易活动的实现。网络营销在国外有许多翻译，如Cyber Marketing, Internet Marketing, Network Marketing,

e-Marketing等等。不同的单词词组有着不同的涵义，Cyber Marketing主要是指网络营销是在虚拟的计算机空间（Cyber，计算机虚拟空间）进行运作；Internet Marketing是指在Internet上开展的营销活动；Network Marketing是在网络上开展的营销活动，同时这里指的网络不仅仅是Internet，还可以是一些其它类型的网络，如增值网络VAN。目前，比较习惯和采用的翻译方法是e-Marketing，e-表示是电子化、信息化、网络化涵义，既简洁又直观明了，而且与电子商务（e-Business）、电子虚拟市场（e-Market）等进行对应。网络营销的发展是伴随信息技术的发展而发展的，目前信息技术的发展，特别是通讯技术的发展，促使互联网络形成一幅射面更广、交互性更强的新型媒体，它不再局限于传统的广播电视等媒体的单向性传播，而且还可以与媒体的接受者进行实时的交互式沟通和联系。网络营销的效益是使用网络人数的平方，随着入网用户的指数倍增加，网络的效益也随之以更大的指数倍数增加。截止1999年底，全球网民预计可以达到2.59亿用户，美国就占有1.1亿将近一半用户数，我国预计可以达到870万网民。随着入网费用下降，我国网民增长势头非常迅猛，差不多没半年就增加一倍，到2000年我国网民将突破1000万，到时我国的网上市场将步入良性循环轨道，成为一个新兴的有魅力的潜力巨大的市场。因此，企业如何在如此潜力巨大市场上开展网络营销，占领新兴市场对企业来说既是机遇又是挑战，因为网络市场发展速度非常迅猛，机会稍纵即逝。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