



刘宝军 张民

从某种意义上讲，21世纪是网络世纪。你要真真实实地感受网络世纪的气息，就得吃上几口“网饭”，连一口“网饭”也吃不到，还算得上潇洒吗？然而，如何吃“网饭”？怎样才算吃“网饭”？大家各有看法，而笔者下述浅见，不一定让你发财，先供你玩味一番吧。

网民赚钱不承认

谁是网民？我想，只要你上互联网，不论是在网吧、在自家，你就算是一位“网民”。

说网民赚了钱，网民自己却不承认。并有“网虫”拎着上网费、电话费收据愤怒地挥舞：“上网？就只能这么往外扔钱，拿什么去赚钱！”

你上互联网人家给你钱，才算赚钱么？这种认识未免太不科学了；公正地说，看你赚没赚钱，一定要看支出和收入的比。

从网上打电话，不论你打到哪里，只要不出地球，就是市话价：3分钟2角。给国内外朋友发纸信（“纸信”是与“电子信”对称的），最

便宜也得8角，超过20克，再搞个挂号、快件啥的，花几元十几元不新鲜，且得三四天才能到达，如果从互联网上你给朋友发E-mail（电子信件），不但省事（装信封、贴邮票、跑邮局一样儿不用）、快捷（几秒就发到）、安全（绝不会掉到传达室的桌子缝里半年后才被发现），而且发出比你这封信多几倍几十倍的信息量，也用不了几分钱。你要推销产品，可花两分钟申请一个网域，再花几分钟做一个网页，放上你要宣传的文字和

转变。单县蔡堂地税分局一位征管员今年被定为4级，情绪低落，县局领导鼓励他不要恢心丧气。今年他报考了山东大学财会函授班，咬着牙说：“明年一定得考好！”一位被评为5级的征管员在考评结果公布后，躺在床上两天没吃饭。第三天他找到分局局长含着泪说：“这次没考好，我只怨自己平时不钻研业务，我想好了，要是明年再考不好，不用领导宣布，我自动回家待岗”。目前，全县地税系统有200多人报考了山

东大学函授财会班和中央农业广播学校函授班等，全系统学习风气空前浓厚。许多干部职工渴望提高文化业务素质，用基层干部的话说：“我们现在急需‘充电’”。县地税局领导认为，干部求知欲提高，这是社会进步的表现，与建设高素质的干部队伍目标相吻合，应及时加以引导和肯定。在引导干部刻苦学习的同时，县局与山东财政学院等大专院校签订了系统教育协议，通过函授班、短期培训班、自学考试等多种渠道为干部

创造良好的学习条件。

共同的理想和对事业的追求，使单县地税局干部职工凝聚在“以人为本，依法治税”旗帜下，走出了一条新形势下加强思想政治工作的成功之路，逐步实现了工作程序规范化、干部管理严格化、工作环境优美化、服务行为文明化的目标，塑造了文明高效的服务形象，公正严明的执法形象，纪律严明的部门形象，勤政廉洁的公仆形象。

照片，世界范围内的消费者马上可以从网上看到你的广告，比其它任何形式的广告都要便宜千百倍。你要给编辑部投稿，稿子长点也好短点也罢，是文章也好是照片也罢，编辑部离得远也好近也罢，一眨眼的功夫，你的稿件就到了编辑部的电脑里，编辑要采用，明天就可以见报（见杂志当然要晚些），中间隔了两天，样报或稿费就寄到你手里了，你要是用信封寄这稿子，此时人家编辑大概还没见着呢。你要购进一批商品，只需花十几分钟时间，就能在全国乃至世界范围内，找到最低的价位在哪里，如此成效，你打上几个月电话也难以办到，乘火车、飞机跑上半年也望尘莫及……

岂止如此？邮递费、交通费都呈上涨趋势，上网资费却在不断下调。而且，各接入服务商之间的竞争在不断加剧，他们各自运用自己所积累的资源优势，与对手展开消耗战，然而，不管哪一家服务商，竞争手段肯定少不了最普遍的一种，就是降价。价格越低，网民的相对支出就越少，所“赚”得的数目就越大。目前有的公司上网收费标准已经打到了五折。同样办一件事，用的钱少了，也就等于你赚了钱。

其实，网民更大的“赚头”，决不在于“省”了多少钱，而是在于赢得的“时效”。“时效”是一个最了不起的东西。举个例子说，阿根廷专家马拉德那于1998年10月研究出一种金刚石高产技术后，整天以书信和电话向国内外厂家征求合作未果；而美国的克鲁斯于1999年1月才取得了大致相同的成果，他在互联网上以网页加E-mail的形式很快找到了合作者。当21世纪的钟声敲响时，克鲁斯已腰缠万贯，马拉德那仍然是一位穷专家。“网民花钱”与“网民赚钱”的关系，就是这样。

当然，整天在网上瞎聊神转，花了一笔笔“水漂儿”钱的“白送铜”

网民，另当别论。

网务配送有可为

当下，网络商务被宣扬得风风火火。它确实是人类有史以来最快捷的商务运作模式，“鼠标一点，商品进门”是网络商务在人们心目中的理想境界。然而，网络商务毕竟有“结算”和“送货”两大瓶颈。

各商业银行与网络公司关系的日益密切，使网络商务的结算途径越来越不成问题了，而送货方面的弊病则越来越凸显出来。在网上订货后怎样把商品拿到手？有两种途径供你选择：一是自己到商店去取，二是耐心等人家给你发货，一般要等上几天，也许会等更长时间。一些人等不及，说“不如自己去商店买来算了”。这样就有了一个网络商务的商品配送问题。

要说配送赚钱，首先让人想到8848网站，这网站之所以著名，之所以成为中国最成功的网络商务站点，并取得了较好的经济效益，最主要的原因，就在于它拥有自己的网务配送机构。

最近，笔者又从网上看到，有两家靠挂其它网站、从事配送服务的公司，都在紧锣密鼓地张罗建立自己的网站。由此感到，现在的网络商务正向着“一个网站一个配送中心”的方向发展。

这种配送现状和趋势，好像有着很大弊病。配送与网站合二为一，有点像企业内部设立职工医院，当然有其好处。但从长远经济观点上讲，这是一种“小而全”的经营模式，是对生产力的一种浪费，势必造成资源重置，使企业承受不必要的负担，并且，不能用全力去发展自己的强项。而现有的一些没有网站的配送公司，由于规模较小，只能顾及自己的靠挂单位，对于其它网站的商务活动只能“望洋兴叹”。

所以，据笔者估计，在经济规律的作用下，独立于所有网站之外的、

有足够实力的、能形成立体服务的大型网务配送中心，必定会在不远的时间内，成为网络产业中新兴的经济增长点，其利润前景应该是相当可观的。而由于市场经济竞争机制的存在，类似企业会接连出现，并在各自的竞争中不断优化服务，压低利润，相互兼并，实现利益分配乃至产业结构的重组。

由此认为，不失时机地搞好网务配送的远景规划、近期设计和现行运作，是新世纪“吃网饭”的突破口之一。

网络媒体“饭”最好吃

当下什么样的经济活动最“大手”？答曰：网络企业的广告。

在网络企业尚未兴起之前，人们感到，最敢于“泼钱”做广告的是房地产，其原因人人皆知：房地产利大气粗。现在又来了个比房地产更厉害的。房地产做广告是要卖楼，利大本也大；而网络企业做广告是要融资或上市，利大本却小，几百万、上千万元美金的利润仿佛能够一蹴而就，就看你能不能折腾出更大的“响动”，“响动”越大，拉来的钱就越多，而在媒体上做广告是制造“响动”的最好的“快捷方式”，基于这样的原因，网络公司才不惜代价向网络媒体“大手”甩钱。

由此感到，有能力、有水平者兴办网络媒体，是最明智的选择。为了慎重起见，笔者在网上通过OICQ（网络呼机）找到一位网络公司老板，与他聊起向媒体投资的事，他果然与笔者大有同感，他说，到目前，他投在网络媒体上的钱竟达总投资额的四分之一，并说，这种趋向，不会是“热得快凉得也快”的那种，在未来一个相当长的时期内，办网络媒体都不失为一个最好的赚钱途径。

（作者单位：河北省唐山市滦南县财政局）