

# 环球信息网络战

· 江山

**日本** 几年来日本一直在攻克交换宽带网络(同轴光电缆管道)的难关,它最大的行动发生于80年代,那时,日本电报电话公司投资数百万美元建造了综合业务数字网(ISDN),在电信迷信中远播的ISDN一直被广泛宣传为通往成熟的宽带网络的完美途径,因为它从普通的铜电话线中开辟了信息量最为丰富的空间。但是,谁需要ISDN付费电话呢?日本的问题是太多太快:带宽绰绰有余而个人计算机相对较少,可接入的有用的联网服务根本没有,这导致公众对它的兴趣减退,甚至互联网络在日本的扩展也是十分迟缓。文部省只在去年允许供应商出售不限制的互联网络连接服务,以邮政省和通产省间的你争我斗为代表的官僚机构间的竞争使较大的光纤宽带系统的建设举步维艰。

**英国** 重新编织电线网的工作看来掌握在英国电信公司手中,该公司至今仍控制着英国近90%的电信市场。但英国电信公司的负责人说,要使英国的电信网络“光纤化”将需要240亿美元,而且它也需要到2002年后,政府立法许可电话公司通过电话线提供“娱乐节目”时才可能实现。如果不允许它们进入诸如点播电影这类可能非常赚钱的市场,英国公司不会有经济上的动力投资光纤电缆。与此同时,有83家有线电视特许经营商正跃跃欲试,已经铺设了2.9万多公里的光纤电缆。他们还准备在21世纪初投资160多亿美元。

**法国** 在互联网络一词被英语化几年前,法国就有600万家庭、办公室通过微型视频终端(Minitel)享受了网络世界的诸多好处,奇怪的是,抑制了法国个人计算机市场的似乎正是基本上免费的Minitel装置。据分析公司最近的一份报告说,在法国2150万个家庭中,只有16%有计算机(而英国是30%)。雄心很大的Minitel计划就是国营垄断公司法国电信公司负责实施的。就在几年前它还是全世界心想神往的目标。实际上,80年代中期,法国铺设了100多万公里的光纤电缆。弥补在有线电视方面同美国的差距。但是在自那以后的几年中,“计划”电缆仅打入了25%的法国家庭。

**澳大利亚** 澳大利亚政府90年代初就取消了对电信工业的管制,结束了最近刚移民的电话公司泰尔斯

特拉公司达90年的垄断。现在许多竞争者正在忙着铺设宽带网络线路。例如,奥普图斯公司及其娱乐业正在大多数城市铺设同轴电缆,它们还计划在近几个月内开设收费电视以及高速互联网络,为了不失去其有利的地位,泰尔斯特拉公司正在起劲地铺设它自己的光纤电缆,同时计划在不久开通数字电缆网络。由于拥有60多万固定的用户,澳大利亚的网络普及率属全球最高之列。

**以色列** 以色列拥有一大批技术人才及最近刚升级的通信网络,它现在已经开始部署新的宽带转换技术。但由于国家控制的电话公司贝泽克对基础服务实行垄断控制,较快的发展看来已经受到障碍。政府不久将给那些想通过有线电视提供多媒体的宽带服务公司颁发试营许可证,由于享受电缆联系的家庭大约有80万,同时拥有个人计算机的家庭比例达到1/3左右,这一决定将会有重大的影响。有3万以色列人是互联网络的常客,至今年底,ISDN服务在全国各地都可得到,上网的人数还会多得多。

**墨西哥和阿根廷** 90年代初期,效率低下的国家垄断公司墨西哥电话公司实行私有化的条件之一就是,它需要迅速走向现代化。在过去的几年中,有数以千万计的电话线和1.2万公里以上的光纤电缆安装到位。到目前为止,已有近2/3的系统通过技术改造。不过,进入互联网络的通道仍很有限,主要是进入计算机服务的公司通道有限。阿根廷的光缆铺设率已经相当高,但只有少数特权人物才能享用它。例如,与互联网络的连接费用远超过每小时20美元,而它的有线电视普及率达到46%,在拉丁美洲是最高的。阿根廷有线电视——TCI公司的负责人说,阿根廷与美国正好相反,它的有线电视服务早就有很多了,甚至在各省都是如此,但是它的电话数量却少得可怜。他们预测,一俟对电信工业的管制取消,用不了几年,企业家们就会建造出一条光纤信息公路来。

**美国** 在建设联接所有的家庭、学校和企业的成熟高速网络的竞赛中,美国名列在前。美国已决心颁布一批全面的电信改革方法,这是几十年来的第一次,它

一份最新的关于未来家庭购物方式的报告预言,到下个世纪初,科技的发展给家庭购物带来的影响将“像一颗炸弹落在大街上”。21世纪,越来越多的家庭将参与电脑联机购物,电子货币的发展使消费者通过“互联网络”把钱传送给卖主,买者足不出户,卖者送货上门。安全可靠是这一新潮购物方式的主要特色。

最近,英国巴克莱银行不惜斥巨资在互联网络上建立了一个叫做“巴克利斯广场”的购物中心,个人计算机用户可以逛一系列的“数字式”商店,选择并用信用卡购买商品。英国人未来的购物方式将在以下3个方面发生根本性的变化:一是通过电脑和电话,零售商把各自的商品形象生动地展示在屏幕上;二是消费者通过屏幕来订购商品;三是“数字式传递”将通过个人电脑或具有人机对话功能的电视与电话,为消费者提供诸如录像、书报、音乐、银行、旅游和医疗等服务,据预测,今后3年里,将有60万英国家庭参与电视购物。

目前,英国消费者在街上购物的金额为3500亿英镑,其中50%为有形商品,15%为劳务,还有20%主要是金融转帐之类的服务。而在未来,许多个人劳务和大多数转帐之类的服务都可通过数字传递。目前,23%的英国家庭通过电子信箱订购衣服,11%的家庭按同样的方法订购家具。

“互联网络”的发展使今年英国购买电脑的家庭数量会加速增长,但有专家预测,电脑在家庭拥有量达到47%时,购电脑的势头就会减缓。1998年高收入的英国家庭电

脑拥有量将达86%,相反,在低收入的家庭,买电脑的速度增长缓慢。拥有电脑等现代化工具是实现购物革命、享受在家购物的基础。虽然英国目前有69%的男人和63%的女人对家里买杂货“不感兴趣”。这主要归咎于当前在家购物可提供的商品还不够丰富,一旦新的服务出现后,他们的态度就会发生变化。

“互联网络”购物是以信用卡为基础的,这对消费者较为熟悉。但信用卡系统并不能包办代替现金的作用,它有局限性。电子货币就是在这种情况下出现的。现在,许许多多的公司正在开发各自的电子货币,电子货币是日益网络化的世界最终的和不可避免的交换媒介。可以由任何货币或其它资产支付的电子货币,代表着自黄金取代贝壳以来货币领域里最大的一场革命。其多样性和多重性完全适合于“互联网

络”和“信息高速公路”的不断发展。有了电子货币,购物时你再也无需携带着厚厚的钱包或东掏西摸地找零钱。这种电子货币将使你能够联机购物,通过“互联网络”把钱传给卖主,也可用来支付各种娱乐费用,还可以在接电子货币的商店、餐馆或出租车上使用,以取代日常购物、吃饭或乘车所用的现金和支票。

要赢得消费者的信任并改变他们的购物习惯,第一步可以让消费者习惯用信用卡通过“互联网络”购物。一旦做到了这一步,消费者就可能开始使用电子货币系统,尽管投资的早期回报较少,但从长远来看,联网购物方式最终会成功,并为大多数消费者接受。因为消费者难以抗拒电话销售员提供的廉价商品,并逐步养成通过网络浏览各种商品及价格的习惯。

## 联网购物:21世纪消费潮流



• 李刚

将激励电缆和电话公司完成宽带网络的建设。

但是那些尚未铺设它们第一条光纤电缆的国家无需忧虑,在计算机推动下的信息技术发展历史告诉我们,今天的赢家可能很快会转为输家,落后有时反而会造造成优势。毕竟,这是一个每过18个月计算机芯片的功

率就增加一倍,同时其价格降低一半的世界。由于微处理机位于宽带转换的心脏部位,建造未来网络的费用将随着时间的推移而渐渐便宜,这暗示着一个可能非常高明的发展战略:且待将来。