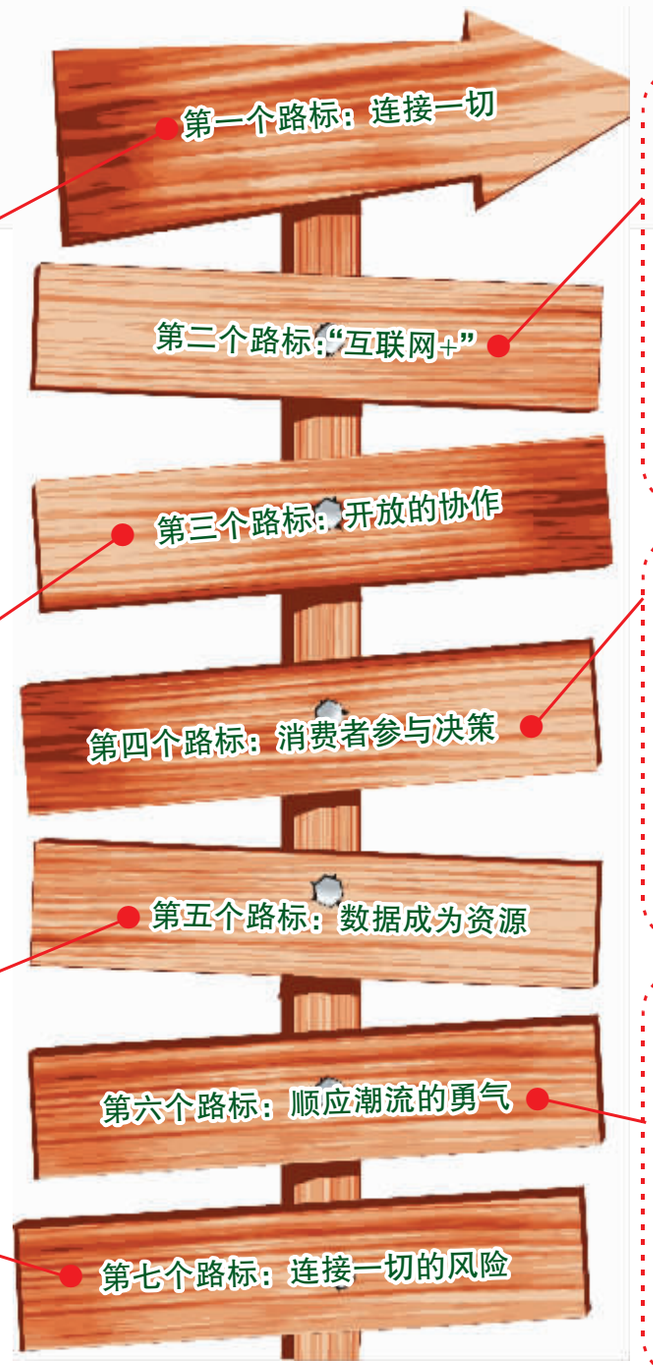
中国互联网 下一站是创新

通向互联网未来的七个路标

本报记者 刘少华 张意轩

编者按：40多年前，计算机的连接产生了一个全新的世界。如今，随着越来越多的实体、个人和设备的相互连接，互联网已告别虚拟状态，成为主体经济不可分割的一部分。未来互联网会走向何方？会带来哪些改变？腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾日前分享了他所思考的“通向互联网未来的七个路标”。

今年以来，中国互联网继续飞速发展。传统互联网逐渐让位于更加富有想象力的移动互联网；从业者则在政策的支持下，以互联网思维向传统行业发起挑战，意图重构甚至颠覆；与此同时，具有更高远目标的先行者们，则将视野投向了全世界。



近两年，手机成为人的电子器官的延伸这个特征越来越明显，它有摄像头、有感应器，而且通过互联网连在一起，这是前所未有的。不仅是人和人之间连接，未来人和设备、设备和设备，甚至人和服务之间都有可能产生连接。PC互联网、无线互联网、物联网，都是不同阶段、不同侧面的说法，最终的走向是一个可以全面联系的网络实体。

“+”是什么？是传统行业的各行各业。在中国互联网过去十几年的发展中，互联网“+通信”、“+媒体”、“+娱乐”、“+零售”……颠覆了很多传统行业，越来越多的传统企业已不敢轻视互联网。但从另一个角度分析，传统行业在每一个细分领域的力量仍无比强大，互联网仍是一个工具，“互联网+”会衍生出很多新的机会。

《第三次工业革命》里提到，未来的各大组织架构将会走向一个分散合作的模式。未来大公司是否还存在？答案是：还会存在，但大公司的形态一定要转型。要聚焦在核心模块。至于其他的模块，则要和社会上更有效率的中小企业分享合作。

互联网把传统渠道的不必要的、损耗效率的环节拿掉了，让服务商和消费者、生产制造商和消费者更直接地对接，消费者的喜好可快速地通过网络反馈。同时，消费者参与决策也代表着另一个互联网精神——追求极致的产品体验和极致的用户口碑。越来越多的公司已意识到，让消费者参与决策，对自己的竞争力非常重要。

“大数据”、“云计算”已谈得非常多。连接多了，传感器多了，服务多了，都会聚合大量的资讯，这些数据都成为企业竞争力和社会发展的一个重要资源。电商的数据可以转化为用户和商家的信用，这都是大数据在起作用。

因没有抓住机会而最终失去市场的案例，历史上有很多，最近一两年发生的案例是诺基亚和黑莓，一年半前你想象不到诺基亚为什么倒得这么快。稍微一不谨慎、稍微没有跟上形势，企业就可能会倒下。现在拿到所谓的船票、门票，但能不能走到终点，不一定，企业一定要深思这个行业怎么发展。

任何技术都具有两面性，互联网也一样。互联网的强大也给不法者提供了条件，同时也影响到法治建设、人类健康、现实的人际关系等，这些都值得深思。

移动 可穿戴
互联网在不断延伸

“对我们的感受来说，这两年移动互联网手机成为人的一个电子器官的延伸这个特征越来越明显，”11月10日，在深圳举行的“WE大会”上，腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾对移动互联网的新特性做了这样的阐释。

事实上，自互联网进入中国以来，其延伸过程就在不断进行，从传统的PC延伸到人们手中的移动设备，又从移动设备逐渐拓展到可穿戴设备，成为人们身体的“一部分”。

数据显示，我国上网人群中移动上网用户呈现高速增长态势。中国互联网络信息中心今年7月发布报告称，截至今年6月底，我国网民规模共5.91亿人，其中手机网民人数高达4.64亿，占78.5%之多。在2013年新增的网民中，70%使用手机上网，成为新增网民的第一来源。

从产业角度看，移动互联网带来的冲击也十分明显。爱奇艺互联网事业部负责人、副总裁段有桥日前表示，今年8月底，该网站的移动视频浏览量就超过了PC端，而去年1月，移动视频占爱奇艺整个视频浏览量还不到5%。

“中国互联网的移动化迁移已经全面展开。”这是人民网研究院发布的《中国移动互联网发展报告（2013）》的论断。

在这股新的浪潮中占有先机，已成为大大小小的互联网企业的共同选择。移动通讯、移动视频、移动购物等众多领域，正在成为厮杀的“红海”。

以移动即时通讯为例，在微信用户超过6亿之际，阿里巴巴推出同类产品来往正面交锋，而网易与中国电信共同推出的易信则干脆在近日声明，从11月8日起，给符合条件的电信、移动和联通的手机用户免费赠送300M易信流量。

移动互联网本身的形态也在不断演进，手机、平板电脑为代表的终端设备正在逐渐成为“传统”，因为更加新颖的可穿戴设备等逐渐进入人们的视野。

健康手环，智能手表……许多国内互联网企业在今年都传出了进军可穿戴设备的信息。

为苹果、三星生产微电声元件的企业歌尔声学已开始研发MEMS产品，而MEMS传感器被称作可穿戴设备产业链中的点金石。柔性电路板、柔性屏幕、电池以及通信模块等配件领域，也已吸引了投资者的目光。

盛大旗下的果壳电子今年夏天推出了安装了智能操作系统的智能手表和智能戒指——智能手表具有脱离手机独立运算、独立运行、独立联网的功能，具备与人的传感能力，同时还集成多种传感器，可收集地磁、陀螺仪、导航、加速度等信息，可以下载软件、升级系统，并可通过与手机互动实现遥控拍照等功能。GEAK魔戒则内置个人信息，当手机与戒指足够接近时，戒指会驱动手机做出各种反应。

在炫技的同时，这些可穿戴设备也在逐步走向实用，“加入”人们的生活。以日前360推出的“360儿童卫士”手环为例，尽管只是一个轻巧的硅胶手环，但其内置的芯片却可让家长随时用手机查看孩子的位置；孩子离开安全区域后，家长会收到报警；内置的通话模块，还可以让家长随时听取孩子周围的声音，了解其所处的环境——手环延伸成了家长的“眼睛”和“耳朵”。

工信部电信研究院总工程师余晓晖认为，这些设备在很大程度上扩大了移动互联网的产业范围，其与智能手机的结合，会很大程度上改变移动互联网发展的模式，“相信在这里面有非常大的空间”。

具有PM2.5传感器和蓝牙设备的智能口罩产品，通过相匹配的手机应用，它可以帮助人们设计出行路线，避开热点污染区域。

颠覆 融合 重构
对接传统行业拥抱广阔机会

在自身不断延伸的同时，互联网也正在呈现出对传统行业的侵蚀力。

“今天整个互联网是在从一个行业变成一个产业，从垂直变成水平，对于所有的非互联网行业都在进行渗透和改造、重新定义。”UC优视董事长兼首席执行官俞永福如是表示。

金融业与互联网的结合在今年备受关注。随着国家金融改革创新的持续推进，金融业正在呈现出“互联网化”的趋势：阿里巴巴联合天弘基金推出理财产品余额宝，光大银行入驻支付宝钱包“开店”，微博、微信都开启了移动支付功能，网络贷款也出现了爆炸式的增长……当然，一批P2P网站贷款平台在近期的集中倒闭，也提醒着人们还需注意创新的风险。

零售业更是被互联网重新定义。刚刚过去的“双十一”，天猫1111购物狂欢节全天交易额达350.19亿元，成为世界上最大的“网购节”，让传统的线下零售商被迫应战，迅速参与其中，被奇虎公司董事长周鸿祎形容为“努力地重塑自己的互联网基因”。

今年激烈的“客厅争夺战”，则让电视产业的未来面对着多种可能性。

一大批互联网企业的加入，使得电视价格出现了“跳水”。让传统电视企业更受挑战的是，这些网络电视的功能已不局限于传统的电视功能，而是整合了娱乐、消费等多重功能，网络功能也顺理成章地成了电视的标配。微信也参与了进来，通过登陆微信来完成一系列操作，将手机变成未来的遥控器，成为未来客厅的“统治者”，已经在“未来电视”和微信的合作中初具模样。在业内人士看来，未来看电视也将成为移动社交网络的一部分。

面对互联网的挑战，传统行业如何进行转型？

“传统企业必须要理解互联网经济与传统经济的不同之处。”周鸿祎直言，“如果以传统经济思维进入到互联网里去竞争，那无异于鲨鱼爬到陆地上去跟豹子搏斗，肯定是要输的。”

而在马化腾看来，传统行业在细分领域力量仍然很强大，“互联网仍是一个工具，但会衍生出很多新的机会”。时下流行的O2O模式，就是这样的新机会。以腾讯为例，其旗下的财付通选择与新世界百货合作，推出“微乐付”联名卡，用户只需在微信中设置即可完成开卡，而购物时也不用携带卡片，只要打开虚拟条形二维码界面，让收银员扫描即可。用户也可以在微信中查看优惠信息和优惠礼券等。

“大众点评”则试图在这种模式中挖掘餐饮业的可能性，发力餐厅在线预订服务。据其统计显示，75%的预订用户会首选在线预订，现在日均订单突破5000单，远高于传统电话预订的1000单。

不过，在百度公司董事长兼首席执行官李彦宏看来，这还仅是开始。“当我们能够利用互联网、移动互联网的能力去提升中国的线下产业和传统产业的时候，就会发现这里的潜力非常大，可能比在全世界其他任何一个国家都要大。”李彦宏分析表示，美国线下产业、传统产业非常发达和成熟，已具有相当的竞争力；而中国的线下产业起步较晚，一直在比较低层次的水平上发展。因此，中国线下没有做的事情，利用互联网可以做得更好。

“这样的后发优势是上天赐给中国互联网从业者的机会，也是那些在传统产业中有梦想、愿意拥抱互联网的从业人员的机会。”李彦宏说。

随着互联网的发展，整个世界正在成为一个广泛连接的整体。在这一浪潮中，中国互联网公司正努力成为领导者。

品牌发力 技术攻关
中国互联网能否弯道超车？

在传统互联网时代，中国互联网的典型形象是硅谷的“模仿者”。国际一线的网站与应用一经面世，国内就会迅速涌现出类似的本土品牌，但这些品牌很难走出国门，成为世界级的应用。这种状况正在逐渐改变，不少中国互联网企业已经走出国门，在海外市场攻城略地。

UC浏览器在亚太地区的扩张就是其中一例。2013年7月，其在印度超越Opera成为当地活跃用户规模最大的移动浏览器，市场份额超过30%。在中国和印度两个全球最多人口的国家，它都成为了市场第一。而其海外用户更是超过了1亿。

在马化腾看来，过去中国互联网都是跟在西方国家的后面，但移动互联网给了一次弯道超车的机会，这是一个千载难逢的机会。微信就是其中的典型。今年8月，微信海外版Wechat用户超过1亿，除了中国的港澳台地区，还成功进入泰国、马来西亚、印度、印度尼西亚、菲律宾、新加坡等东南亚国家，在中东阿拉伯地区，以及拉美国家如墨西哥、巴西等也很受欢迎。

“完美世界在韩国、日本、美国以及欧洲等国家和地区都已有投资，海外收入已总体占比近四成。”完美世界副总裁兼官方发言人王雨云在接受本报采访时表示，希望全球市场能在移动互联网时代更快速地成长。

对于先进技术的掌握，成为当下走出去的企业很重要的战略。

在被《MIT技术评论》列为2013年十大突破性技术之首的“深度学习”领域，百度和谷歌、微软、IBM等四家科技公司，被权威机构列入全球最活跃的26个深度学习研发机构行列，进入第一阵营。李彦宏表示，这一技术“可以支撑百度几乎所有的产品”。

这一成果的取得，与百度专门在硅谷设立人工智能实验室、跟一流科技公司抢人才是分不开的。李彦宏表示，百度可以在全球范围内竞争最优秀的人才，而中国高速增长的市场，对于人才的吸引力也很大，“中国能够在一个新的技术浪潮袭来的时候抓到很多东西”。

中国工程院院士倪光南称，互联网业务本质上就是云计算服务，无论从技术还是产业规模上来看，中国云计算都是世界上仅次于美国的国家。而在中国软件行业协会顾问杨天行看来，中国拥有世界一流的互联网公司，如百度、腾讯和阿里巴巴等，我们要自信，不要过分低估中国的云计算实力。

在今年8月出台的《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》中，国务院明确提出，面向移动互联网、云计算、大数据等热点，加快实施智能终端产业化工程，支持研发智能手机、智能电视等终端产品，促进终端与服务一体化发展。

余晓晖表示，垂直一体化发展的移动互联网，会塑造出一个不同于以前的产业生态。这个产业生态还有很多机会，但其中的核心在于，能否建立一个可扩展的商业模式和找到一个核心的利益控制点。他举小米的例子说，现在我们也形成了新的模式，可以超越原有的靠低成本去竞争的模式。

“我们有可能在未来几年中，为中国移动互联网企业做出一个升级版，进一步做大做强。”余晓晖对此非常自信。

广告处 电话 65369288 传真：(8610)65003109 总编室 65369316 经营部门 65369405 发行部 65369319 零售周一至周四1元/份 周五1.5元/份 周六1元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066 广告许可证：京朝工商广字0153号