



2014年，中国互联网将迎来20周岁生日。站在这个时间节点，回望起点时刻，恍若隔世。1994年4月20日，北京NCFC网络连接美国Sprint公司的64K专线开通，首次实现物理上全功能接入，标志着中国正式成为互联网大家庭中的一员。令人记忆犹新的是，当时北京的白石桥那里竖起了一块广告牌，上书“中国人离信息高速公路还有多远？”。

很快，这个问题就有了答案。如今，中国互联网将步入第三个10年，一路伴随的是创业的艰辛、路途的崎岖、竞争的压力、获胜的喜悦和始终不变的激情，深刻影响着政治、经济、文化和个人生活。2014年，作为“第三个10年”

的开局，互联网将给网民哪些新的惊喜，又将掀起哪些颠覆性的变化？

2014，迎接中国互联网第三个10年

本报记者 张意轩

有关2014的10个猜想

本报记者 张意轩

政治博弈：缔造网络空间新秩序

2014年，网络空间的博弈将继续牵动国际关系的敏感神经，“棱镜门”的涟漪将继续扩散。网络空间的国际新秩序能否有所突破，充满期待。

2013年12月25日，中国社科院世界经济与政治所发布《全球政治与安全报告（2014年）》。报告指出，随着网络安全在国际关系舞台上的重要性日益凸显，网络政治学成为国际政治的一个新领域。2013年，Mandiant报告引发中美之间关于网络间谍和知识产权保护冲突，并成为当年夏天两国首脑庄园外交的首要议题；斯诺登事件对美国与欧美、俄罗斯和拉美国家的关系均造成了不同程度的冲击，折射出当今大国在网络安全层面的博弈。



报告认为，未来一段时期，网络安全将会越来越多地进入大国关系的视野。面对网络安全的威胁，如何建立国家间在网络空间层面的互

信是当前国际社会面临的一个迫切任务。

棱镜门给了世界换个角度认识美国的机会，西欧国家也因此得以重新品味它们与美国之间“盟友”的涵义。

从传统空间到太空空间，再到网络空间，美国无一不占据着绝对优势。互联网实验室创始人方兴东表示，2014年中美网络博弈，将会出现一系列后斯诺登时代的新突破，走出美国单边主义的网际空间国际规则将开始破冰，美国在互联网技术和制度上的绝对垄断权将遭遇全球性的挑战。

将目光转向国内，2013年互联网继续发挥了推动中国民主、透明、文明的作用，除此之外，还开启了网络法治化、秩序化的序幕。

“立二拆四”、“秦火火”等一批兴风作浪的“网络大谣”相继落马，两高公布《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》，《新快报》记者陈永洲涉诽谤损害商业信誉罪被批捕……显示了政府净化网络空间的决心。2014年，互联网不是法外之地这一理念，无疑将更加深入人心。

随着网络管理的进一步规范，网络空间也将更加清明、有秩序。

经济融合：从“互联网+”到“移动+”

如果说2013年是“互联网+”的一年，2014年是否会成为“移动+”的一年呢？本地最高下载速度超过100Mbps的4G网络商用化进程，将逐渐成为主导力量。2013年12月中国4G牌照正式发放，广东深圳同步宣布4G正式商用，将给“移动+”带来无限创新动力和基础。

工信部部长苗圩表示，2014年底前4G商用城市超过300个。而中国移动计划2014年销售1亿部TD-LTE手机。中国移动总裁李跃表示，4G开创了移动通信一个新的时代。随着更多的民营企业进入虚拟运营商，将更好保持中国信息消费的良好态势。2013年1—10月份，我国的智能手机产量达到了3.48亿部，比2012年同期增长178%，成为新的信息消费热点。移动互联网接入流量突破10亿Gb，同比增长了68.9%，成为信息服务消费的主要增长动力。

作为信息消费重要的支撑平台，电子商务对于消费的引领和带动作用将进一步凸显。阿里巴巴创造“双十一”一天超350亿的交易狂欢后，又在“双十二”给淘宝用户送上一个大礼包——投入近数千万元购买当日开奖那期双色球彩票的所有投注组合，通过手机淘宝免费发放给用户。这是淘宝手机客户端的推广战略之一。

无独有偶，京东、当当、唯品会等电商平台也加大移动客户端的投入。京东集团CEO刘强东认为，这是日益崛起的“全渠道消费者”所驱动的。线上线下融合的全渠道零售，在2014年将会出现一些尝试性的形态，但全面铺开还需要较长时间的探索。网购市场向移动端渗透的趋势越来越不可阻挡，来自移动端的购物需求占据主导地位，只是一个时间问题。

跨界融合，将在2014年继续发力和探索。互联网金融、智能电视、智能机顶盒、微信等继续给传统企业带来挑战。受此影响，传统金融、传统零售、传统旅行社、运营商、传统家电、传统IT硬件等都在向“互联网化”靠近。

腾讯公司董事会主席兼CEO马化腾认为，移动互联网将更多的实体、个人和设备连接在一起，互联网不再只是新经济、虚拟经济，而是要成为主体经济不可分割的一部分。这是一个大趋势。他认为，现在是一个非常关键的时期。如果没有抓住机会，未来会相当危险。这里指的不仅是纯粹的互联网公司，还包括传统的各行各业。

中国宽带资本基金董事长田溯宁判断，我们将进入数据支配的时代。2014年，企业将更加注重数据应用。在他看来，大数据、云计算和可穿戴设备不仅是IT革新，还将成为改变生活和社会方方面面的革命原动力。

业内人士指出，打破传统，破茧重生，殊死一搏，自我颠覆，仍将成为2014年的关键词。

一、移动能否接管生活？

移动互联网爆发式增长是近两年来中国互联网发展最为显著的特点。人们通过移动互联网购物、社交、娱乐、阅读……移动互联网正在深刻影响着人们的生活。未来，移动能否全面接管我们的生活？

二、大数据能否掀起浪潮？

数亿人参与的2013“双十一”以支付宝交易额超过350亿的破纪录成绩落幕，也让大数据在这一场席卷全民的消费风潮中跃上了前台。2014年，大数据是否可以在更多领域得到更加广泛深刻的应用？

三、4G能否遍地开花？

如果说3G时代，中国追赶世界；那么，4G来临后，中国正赶超世界。2013年，中国4G牌照正式发放，中国4G网络商用时代就此开启。2014年，4G将以何种速度普及？能给生产生活带来多大变化？

四、微信之后，下一个承载“走出去”梦想的是谁？

对跟在美国企业身后走了20年的中国互联网企业而言，“走出去”一直是梦想，微信的爆发式增长毋庸置疑成为了这个全球化梦想的催化剂。在微信之外，中国互联网领域会出现它的同行者吗？会发生在哪个领域？全球移动互联网浪潮给了中国互联网企业“弯道超车”的机会，在企业和政府都将此作为目标的时代，中国互联网能否跨越“加拉帕戈斯岛综合征”，站上全球之巅？

五、BAT越来越大后，会有下一个挑战者吗？

百度、阿里巴巴、腾讯（BAT）3家公司，坐定今天的龙头格局至少也有六七年了。被创业者称为“三座大山”的BAT，一方面，积极拓展边界，不断谋求更大；另一方面推出开放平台，招揽第三方开发者。随着BAT越来越大，未来创业者的成长空间有多大？会有下一个挑战者出现吗？

六、政府如何深度融入互联网？

2013年，新浪和腾讯两家微博平台上经过认证的政务微博总数已有20多万，部委移动客户端拥有率达到25%。从微博到微信，从APP到微视……随着互联网产品的快速推陈出新，政府对互联网的融入也保持着敏锐的加速度，这让人们对2014年政府的作为充满期待。

七、新媒体与传统媒体如何融合发展？

这是一个门户网站已成了“传统媒体”的时代。2013年《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中提出，整合新闻媒体资源，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。面对新媒体的强烈冲击，传统媒体该如何实现融合发展？未来媒体发展的路径将如何演进？

八、中国概念股能否重新崛起？

不出意外的话，阿里巴巴一再推迟的上市问题将在2014年落地，阿里巴巴能否借富有中国特色的商业模式攀上千亿美元市值甚至更高的山峰，成为有待2014年回答的一个问号。2014年，中国互联网公司能否延续2013年下半年以来的上市潮？中国概念股能否告别近年来的颓势，赢得投资者的信心？继腾讯之后，能否有更多的中国互联网公司进入千亿美元俱乐部并站稳脚跟？我们拭目以待。

九、网络安全能否不再“雾里看花”？

对广大非专业用户而言，“网络安全”一直是个“熟悉的陌生人”。一方面，“安全”常在企业相互攻击时被放大为攻击的利器；另一方面，一些企业又常在用户不知情的情况下，读取用户数据、私自安装或是卸载竞争对手软件。随着《互联网终端安全服务自律公约》等的签订，2014年，安全问题能否不再“雾里看花”？

十、互联网能否告别“丛林法则”？

多年来，中国互联网领域遵从的都是野蛮生长的“丛林法则”，口水战、不正当竞争层出不穷，也让用户深受其扰。日前，工信部已明确表示，2014年将抓好互联网市场竞争秩序监管，加大对企业市场行为监管力度，加强用户个人信息和消费者权益保护。2014年，中国互联网能否告别“丛林世界”，进入规则竞争时代？

制图：潘旭涛

生活新潮：移动接管24小时

在搜狗CEO王小川看来，与网络连接的时间越来越长。PC时代一天可能就是两个小时跟互联网连在一块，手机时代一天除了睡觉有18个小时跟互联网连在一块，穿戴设备可能一天24小时跟互联网连在一块。

也就是说，2014年，移动终端或许将日益接管百姓的24小时生活。以下的用户生活轨迹的想象已经照进现实——

出门打车上班：如今，大约有2000万人通过滴滴、快的等应用来约车。

上班路上和朋友交流：在一路发展突飞猛进的微信逼迫下，类微信产品易信、来往、翼聊等层出不穷。

发工资了，要购物：不仅购物、看电影，就连打车和便利店消费也可以“刷”手机付款了。

移动办公成为习惯：平板电脑、智能手表、智能眼镜……越来越多的硬件产品正在被互联网化，360、盛大、小米等企业都已涉足。

晚饭后来到了自学充电时刻：在线教育，特别是移动在线教育在风生水起。数据显示，有近四成用户半年内使用过在线教育。百度、腾讯、阿里以及无数大小“虾米”一窝蜂涌进。在免费加付费相结合的商业模式带动下，在线教育行业未来或将出现多家5亿—10亿美元甚至更高级别的互联网公司。

放松心情，运动或是休息片刻：智能手机与互联网电视多屏互动正在成为潮流，记录运动或是睡眠状态的智能手环也正方兴未艾。

两节在即，旅行正当时：据不完全统计，已经有1.33亿网民选择在线旅行产品。在线旅行平均每年交易规模增300亿元，预计2014年将增600亿元的迅猛增长。“去哪儿”、“在路上”等移动APP成为旅途中的好帮手。

所有这些，构成移动互联网的崭新时代。这个时代所引发的人类生活的改变是什么，几乎没有人可以全预见。用“中国互联网启蒙者”尼古拉斯·尼葛洛庞帝的话来说，“预见未来的最好方法就是创造未来。”

济行业中高精尖的领域，互联网则一直给人草根的印象；但当互联网的庞大用户规模与金融的多样化资金收益结合在一起，就具有了巨大的想象空间。余额宝在2013年已突破了1000亿规模，百度、网易也上线了自己的理财产品，新浪、腾讯也在蓄势待发，可以预期，2014年，无论是宣传、营销还是实打实的产品，互联网金融都至少会有个量的爆发。

而很多人寄予很大期待的智能硬件产品呢？在2014年未必会有很大发展。这是因为，在硬件设计领域的“龙头”苹果公司，并未提出可供大家学习参照的智能手表样本；而在电源技术等基础技术上，也没有见到突破性的进展。

当然，有个例外，就是已占有大数据和优势平台的大公司，在智能硬件领域可能会产生突破，或在这里发力收购。例如2013年“IT全球奖”中“年度公司”的获得者腾讯公司，依托移动互联网的第一张“船票”微信，已联合发布了微信电视、微信空调等智能家电，在软硬结合方面有了初步的实践，开始积累使用数据。百度推咕咚手环，阿里推天猫魔盒，其实也有这种想法。

2014年还有一个需要重视的趋势，就是“企业云”端的加速。2013年末，亚马逊的云计算服务AWS正式入场。这意味着除了Google外，主要IT公司的云端力量都已在中国发力，包括原有的巨头阿里云、2013年开始发力的腾讯云和百度云，加上亚马逊和一些中小型的云端方案提供商。2014年，购买软件、硬件的行为将越来越多地让位于购买“云计算能力”，这将给PC制造业和传统企业的流程优化、成本控制带来深远的影响。

展望2014：移动端与云端的烽烟

阳森