技术经济 周刊
TECHNOLOGY&ECONOMY
2016年6月28日 星期二
Tel:(010)62580722
www.sciencenet.cn
中国科学报
执行主编:赵广立 编辑:贡晓丽 校对:傅克伟
E-mail:glzhao@stimes.cn

编者按:

国务院总理李克强6月27日在天津的夏季达沃斯论坛致辞中指出,中国要培育新的经济增长点,要进一步推进"互联网+"。

"互联网+"正深刻影响着中国经济和社会的各个方面。6月21日~23日,2016中国互联网大会在北京举行。为期3天的大会聚焦"分享、融创、协同、生态",呈现经济发展的"新业态、新动能、新体验"。本报从行业热点入手,捕捉本次大会释放出来的积极信号,解读网络经济的发展格局。

视野

将互联网融入经济血脉

——2016中国互联网大会聚焦"繁荣网络经济"

■本报记者 李惠钰

6月21—23日,一个属于互联网创业者的特殊展会在北京国际会议中心举行。展区被规划得整整齐齐,每一间"房子"都住着一家创业公司,"房租"都是免费的。这就是2016中国互联网大会首次设立的"创业街",展区新增的"今日发布"环节,还为草根创业者、微商、中小企业提供信息发布的平台。

"创业街"仅是本届互联网大会多个"首次"的其中之一,纵观大会全程都离不开一个主题——繁荣网络经济,建设网络强国。正如工业和信息化部副部长陈肇雄在开幕式致辞中所述:"我国互联网从蹒跚起步到阔步前行,从根植本土到走向世界,对国民经济和社会发展的战略支撑和创新引领作用已日益凸显。"

如今,中国经济已经进入新常态,互联网成为经济增长的新动力。在中国工程院院士胡启恒看来:"互联网的蓬勃发展帮助中国经济保持增长的信心,如果生产生活各个领域都能够把互联网变成自己的一部分,融化在自己的血脉里,未来中国经济还将有非常大的发展动力。"

国际合作迸发潜力

韩国网速与网络普及率已成世界冠军,德国互联网与工业融合非常深刻,而中国互联网却像是一个充满梦想的、朝气蓬勃的少年,正在勇敢地前进着。在开幕论坛上,中、韩、德三国互联网巨擘展开了一场精彩的"巨匠对话",共同探讨中国互联网的发展。

作为中方代表,胡启恒指出,在全球经济不景气的情况下,中国对保持经济增长的信心仍然很强,这正是因为中国有两个非常好的战略——"中国制造2025"和"互联网+"。

在德国互联网之父、德国波茨坦大学教授维纳·措恩看来,中国这两大战略已经超越了德国工业4.0概念的范畴。"对于德国来说,传统行业以及企业资源管理方面做得非常好,而中国是互联网大国,所以德国在制造业方面与中国互联网可以实现优势互补、进行结合。"维纳·措恩提出,"德国可以在中国建设一些共同的项目,比如试点的厂房,中国可以通过这样的形式来实现工业跳跃式、跨越式的发展。"

与此同时,维纳·措恩补充道,互联网企业的有些产品通过国际化,会渗透到每一个国家,这实际上会摧毁很多当地品牌和产品,但需要强调的是,互联网未来的发展,是要促进竞争,而不是促进垄断。

韩国互联网之父、国际互联网名人堂入选者全吉南则表示,韩国互联网的网速及普及率虽然都是世界第一,但是韩国领土面积毕竟较小,互联网的发展想要在以上两方面再进一步非常困难。而中国的互联网覆盖率现在仅有50%,未来10~20年,中国互联网发展仍将会迸发出巨大的活力和潜力。

全吉南同时指出,未来互联网发展面临的将是网络安全和互联网用户治理的问题。

对此,胡启恒也提醒道,互联网是一个全新的事物,国家究竟要如何治理,考验执政者智慧。虽然中国现在也积累了不少经验,但是随着未来"互联网+"和"中国制造2025"两个计划逐步落实,政府的监管和治理的制度、办法、政策还需要不断摸索。

产业互联网为县域经济注入活力

在新经济时代,不少业内人士已察觉到,消费互联网已过度拥挤,产业互联网方兴未艾,而"后网购时代"的县域产业互联网或将面临发展机遇。

21日下午,在以"小县域 大产业 新经济"为主题的2016产业互联网与县域经济生态发展峰会上,工业和信息化部中小企业局副局长马向晖介绍道,从工业云服务平台的建设,到建立产业协同的创新体系,再到鼓励小微企业创新营销模式等,互联网都发挥着极大的推动作用。

最值得一提的是,互联网有效解决了小微企业融资难的问题。以阿里巴巴小额贷款公司为例,截至2015年底,该公司小贷诚信业务共为庞大的网商、小微企业和个人创业者发放贷款超过3000亿元,平均每笔贷款3.3万,不良率在1%左右。

农业部市场与经济信息化司副司长王小兵表示,信息时代需要大力发展信息经济,以此推进供给侧结构性改革,为经济发展提供新动能,推动经济在中高速区间运行。而对于"互联网+县域经济",国家信息化研究中心研究部主任张新红强调,其发展不能用过去小农经济的思维或是工业时代的思维去抓现在信息化的建设,而是需要信息时代的新思维。

当前,作为国民经济基础的县域经济,正面临着生产要素成本增加、资源要素严重不足、结构调整压力增大等重重困难。不过,虽然一些传统支撑力量正在消退,但一些新的力量,例如电子商务等,为县域经济注入了新的活力。

王小兵表示,农业部正大力推进农业电子商务,包括农产品进城、农资下乡和休闲观光农业,正组织10多家电商企业在10个省份开展试点,力求突破标准、包装、冷链、物流、配送等瓶颈制约。

中国社科院评价中心主任荆林波则认为,"互联网+县域经济"首先必须立足现实,然后再选准模式。过去十年,中国县域互联网的模式层出不穷,最大的一块乐土B2B却尚未开启,而网库一直在这个领域耕耘。

"网库所做的单品,实际上就是以一个单品作为一个价值链条,把这个单品切碎,然后在整个产业里面,从包装、原材料直到整个产业链,包括未来的产品设计。"在荆林波看来,网库模式是做全链条的供应链管理,而这将为中国企业开创新的模式,值得关注。

分享经济或成主流商业模式

互联网已经成为我国经济发展的重要驱动力,而作为互联网时代下的新业态,"分享经济"正在改变传统经济模式,或将成为主流商业模式。在本届互联网大会上,分享经济也是热点议题之一。

分享经济依托互联网技术,能有效减少供给和需求的信息不对称问题,在去产能、去库存和降成本等方面突显优势。工业和信息化部副巡视员游建青表示,在分享经济的模式下,社会资源重新进行配置、整合和优化,极大地提高了资源的使用效率,惠及百姓民生,为绿色可持续发展提供了条件。

据国家发展和改革委员会副主任林念修介绍,去年我国的分享经济市场规模已经接近两万亿元,并且从生活领域加快向生产领域拓展。跨境电商、粉丝经济、客厅经济等新业态有效激活了消费潜力。

交通出行就是分享经济的最大盘子,据滴滴出行总裁柳青透露,去年全年滴滴平台上订单是14.3亿,虽然这个量看上去很大,是美国的5倍,但渗透率却只有1%。在她看来,随着"互联网+"触角的继续延伸,分享经济的市场空间将是巨大的。

但正如所有新生事物一样,分享经济在国内外的发展都遇到了矛盾和冲突,交通共享领域新旧业态的冲突就颇为严重。

不仅如此,分享经济市场发育目前来说也仍不完善,比如,经营活动游走在监管的灰色地带,监管仍然坚持传统行业的管理理念,行业的"合法性"处境尴尬;多数企业并未找到有效的商业模式,多数领域的分享经济模式无法纳入正常监管体系……

"行业是有新陈代谢的,有的时候你想保持老的业态也不可能持久。"在中国科学院大学教授吕本富看来,虽然分享经济的发展中,新旧业态存在一定冲突,但并非"泾渭分明""非此即彼",传统业态也都可能有共享经济的基因。

"除了共享经济的企业以外,任何一个企业运营都可以考虑冰山模型,售卖你现有的产品,流量可不可以变现,你积累的大数据可不可以跟别人共享,只有实现这样一个商业模式以后,真正的共享经济时代,或者说分享经济时代才会到来。"吕本富说。

①参观者在中国联通展区内了解互联网服务和产品

②观众在大会展区内参观

③工作人员展示AR数字沙盘产品

图片来源:百度图片

聚焦

商业Wi-Fi如何产生商业价值

■本报记者 李惠钰

"这里有Wi-Fi吗?""密码是多少?"不管是逛商场还是去餐厅,这种场景我们再熟悉不过。作为移动互联网重要的底层入口,像空气一样弥漫在人们身边的Wi-Fi成为创业者的新战场。

然而,目前的大部分商业Wi-Fi并不成熟,约90%的商业Wi-Fi商户并没有利用Wi-Fi产生商业价值。6月22日,2016中国互联网大会首届中国Wi-Fi应用创新大会的现场座无虚席——有太多商业Wi-Fi创业者希望能从演讲者口中寻找到一条合适的商业模式。

仍处于早期阶段

近年来,随着用户对于移动互联网的刚性需求、基础运营商数据网络压力、互联网巨头对入口的争夺以及实体商家服务意识的提升,多方因素共同催生了商业Wi-Fi的热潮。

"连续三年来Wi-Fi热点保持超过100%增长,商业Wi-Fi入口超过百万。"中国互联网协会开发者核心价值小组秘书长于立娟说。工信部电信经济专家委员会秘书长陈金桥也表示,多元力量推动全球Wi-Fi热点建设,规模日益积累。

陈金桥认为,近年来,中国互联网爆发式增长来自于基础网络的改进、终端的普及、一些杀手级的应用以及企业国际竞争力的提升,使得Wi-Fi服务和相关产业有了更多的发展机会。

由于商业Wi-Fi具有获客成本低、获客效率高的优势,成为创业者们瞄准的黄金领域。从连日来商业Wi-Fi领域频繁出现破亿元融资的消息,就足以看出其备受资本青睐。6月13日,树熊宣布获得业内最大的2亿元B轮融资。6月20日,这一数字又被公交Wi-Fi运营商16Wi-Fi的3亿元刷新。

除此之外,支付宝钱包、小米科技等互联网巨头也已开始线下Wi-Fi服务的支持。

不过,光音网络副总裁、小云网络总经理陈忠申坦言,虽然大部分商业Wi-Fi都可以提供最基本的网络服务需求,但是仍缺少相关联的配套服务。

"目前看来很多商户缺乏经验、技能和团队的资源,商户并没有体验到商业Wi-Fi带来的价值。"陈忠申说。

而在陈金桥看来,我国商业Wi-Fi规模小、速度快,市场整体仍处于早期阶段。一方面,大部分商业Wi-Fi公司成立于近两年,铺设热点数量较少;另一方面,商业Wi-Fi暂时没有较清晰的商业模式,以硬件销售和广告收入为主的营收无法支撑行业的长期发展。

不断挖掘用户价值

在普通用户的眼里,商用Wi-Fi被理解成是商圈内的免费公共Wi-Fi。对于商户,Wi-Fi又该如何盈利呢?

"广告展示并不是最好的商业Wi-Fi盈利模式,而通过一些消费引导直接产生经济价值将成为未来的主流。"陈忠申说。

中国最大的商业WiFi网络运营商迈外迪网络科技CEO张程也表示,商业Wi-Fi不仅仅只是上网,更是场景服务的平台,是连接商户和消费者的纽带;商业Wi-Fi的后向运营不仅仅只是广告,更是应用的交互和海量的数据挖掘。

商业Wi-Fi如果仅仅停留在入口阶段,就会像3G、4G一样沦为流量的管道。商业Wi-Fi要想走得远,需要依赖于场景创新、技术创新、价值链创新、商业创新,营造商业Wi-Fi生态系统。

就场景创新来说,易观智慧院院长李智认为,单一的片段式的用户行为轨迹数据并不能产生价值,需要把用户在不同场景、不同时间段内的数据串联起来,让数据流动起来。

"探讨Wi-Fi的商业模式、变现能力,就不能忽视大数据。"不过,李智同时强调,这并不是说企业就可以直接拿用户的这些数据换钱,而是应该把数据串在一起,加强用户运营,转化成能增值的差异化服务。

在交通Wi-Fi领域,基于场景下的创新模式就已经形成新的"BAT",即16Wi-Fi(Bus)、飞天联合(Air)、赛弗网络(Train)。

除了免费上网,16Wi-Fi还为用户提供新闻资讯、视频、游戏、电商,还在探索研发一些很有意思的功能,比如公交车查询和同车社交。

正如邱朝敏所述:"Wi-Fi只是切入点,不断挖掘用户价值进行商业模式创新,是所有商业Wi-Fi公司的发展方向。"

未来将呈寡头竞争格局

陈金桥分析,未来几年,商业Wi-Fi公司仍旧会快速扩展热点数量,以扩大商业Wi-Fi覆盖面积为主要竞争目标。随着越来越多的企业入局,商业Wi-Fi市场会保持高速发展。

李智分析称,未来,商业Wi-Fi将呈现三大趋势,第一,产品使用体验与功能将继续优化升级,将接入更多的应用服务;第二,盈利模式将更加多元化,增值服务与数据服务将成为新的盈利增长点;第三,市场继续细分,渠道由一线城市逐步下沉,逐步形成寡头竞争的格局。

随着市场竞争升级,不断提升用户体验成为商业Wi-Fi获取数据、占领市场份额的必要措施,商业Wi-Fi厂商将继续关注其Wi-Fi网络的稳定性与上网速度的提升。另外,商业Wi-Fi不再局限于网络服务,其承载的功能将更加多元化。

未来,增值服务收入将成为商业Wi-Fi盈利趋势。另外,目前,商业Wi-Fi厂商市场主要集中于一、二线城市,人流量较大的机场、火车站均有商业Wi-Fi铺设,市场趋于饱和,三、四线及以下城市或将成为一个中长期趋势中的新增长点。

而随着进入企业逐渐增加,市场竞争将使得技术实力弱、运营能力不佳的企业逐步被淘汰,竞争日趋白热化。李智表示,随着企业热点的增加,企业的运维成本边际递减,具有优质网点的企业将在竞争中具有非常大的优势,未来将呈现寡头竞争格局。

声音

需借力新技术深度融合互联网与实体经济

■倪光南

不久前,习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上指出:"要着力推动互联网与实体经济深度融合发展,以信息流带动技术流、资金流、人才流、物资流,促进资源配置优化。"而目前的主要问题是,我们如何利用互联网技术来落实现在的供给侧改革、"互联网+"这些重大的战略。

目前,经济实体如果要建立自己的电商平台,就需要投入很多的资金以及时间成本,而在电商市场处于"垄断"的情况之下,实体经济若接入强势平台,广告费就会成为其很大的负担。

另外,由于大量电商的涌现,导致现在的电商市场竞争大多是在打价格战,这对优质产品、名牌产品无任何好处,而在现在的电商平台架构之下,质量监管、政府行业协会等在内的很多监管系统也无法发挥自身作用。

现在的电子商务体系仍处于刚起步的"1.0"版本,还不能做到实体经济与互联网技术的深度融合,笔者希望未来能够通过科技创新推动其发展到"2.0"版本,应用"互联网服务平台的自动生成技术"或将是理想的方式。

这种技术意味着任何人不用花太多时间和金钱就能生成自己的服务平台,然后可以自己经营、管理。这样,任何实体经济都可以零成本来生成自己专用的电商平台。平台搭建后,可以按照行业、地区建立多个入口,这样的安排可以与现有的社会结构相对应,也便于政府部门、行业协会部门进行监管。另外需要强调的是,其排名不需要依照广告费的多少来判定,而是依据贡献、加入时间等条件判定。

上述平台具有三大模式创新,第一是使互联网经济变成共享经济,使实体经济中的每个人都能拥有自己的电商平台。因为它采用SaaS模式,推广应用很简单,流量费也可以采用聚合的方式变成很低的价格,使得传统经济、实体经济可以更好地享受和利用到互联网的好处。

第二是聚合。实体经济的电商平台按需聚合,但现在并没有按需,就是选择寡头电商。一般是按行业、地区等方式,把各个实体经济平台聚合成大的平台,使其有一个入口,方便访问。

第三是有效地防止假冒伪劣。现在只有少数几个寡头电商,那么多商家去进行检查,很难防止假冒伪劣。而在电商2.0阶段,由于采用了按需聚合,相应的实体经济,比如说政府工商联、商会协会就可以在自己所聚合的电商的商家实行监督,防止假冒伪劣。

总之,互联网服务平台自动生成技术,能够推动互联网技术和实体经济更好地深度融合发展,使得电商1.0发展到2.0,这样对于落实供给侧改革和"互联网+"计划的推进,会有重大的贡献。

(作者系中国工程院院士,李木子根据其在2016中国互联网大会上的发言整理)

微关注

三大运营商热议降费提速

通过"套餐内流量当月不清零""降低热点国家国际漫游资费"等举措,过去一年,中国移动、中国联通、中国电信三大运营商在"提速降费"上做了很多工作。来自工信部的数据显示,降费提速去年一年惠及用户超过400亿元。截至2015年10月底,固定宽带单位带宽资费水平比去年底下降50.6%,移动流量平均资费水平下降39.3%,超额完成提速降费年度目标。

然而,对于降费提速,很多用户却表示感觉并不明显。对此,中国电信创新业务事业部总经理陈力表示,在宽带方面,中国电信会进一步加大光纤的改造,平均速率希望能够在年底提升到35M;在无线方面,中国电信将在全国范围内300多个城市大力推进4G+,会把无线峰值速率从150M提升到300M。

"今天大家感觉到慢,是因为无线资源毕竟有限,随着载波聚合更多提供出来,用户也会感到速率的提升。我们会在渠道的销售,包括政策的引导;提速的客户服务提醒,包括一些动态速度测速的工具方面,加强用户对提速方面的价值。"陈力在2016中国互联网大会上说。 **(李木子)**