互联时代

期待爆发的新一年

辛 时

走过了不平凡的2013年，我国信息产业有望在2014年迎来爆发式的发展。

在2013年，BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）传统互联网巨头继续巩固了移动互联网的地位。腾讯凭借微信拿到了移动互联网的船票，继续发力微信商业化；阿里巴巴入股了新浪微博、UC、高德地图，进一步完善它的商业帝国；百度通过19亿美元投资91无线，对百分之百、糯米网、PPS等的投资完成了移动互联网的布局。这些都意味着2014年移动互联网还将是大公司的天下。

然而，移动互联网不乏后来者。易信、来往发起了对微信的挑战，小米用持续扩大的手机销量证明了自己不是昙花一现，其又与乐视、爱奇艺一道推出的互联网电视共同吹响了进军客厅的号角。在2013年，手机、电视、路由器、手环、随身Wifi，硬件的创新异彩纷呈，带来了更多的创新者。

此外，2013年电子商务呈现多元化及差异化发展趋势。平台类电商已经不再单纯的厮杀价格，各自寻找着自己的发展之路。苏宁云商加入战局，阿里、京东等平台类电商持续在物流、金融等领域跑马圈地。整个电商行业也出现了新玩法，比如各种各样的O2O和微信支付，同时涌现出了一大批具有特色并且发展势头迅猛的电商新公司。

2013年对于PC厂商来说，有点黯然神伤。有统计显示，在2013年随着越来越多的消费者选购智能手机和平板电脑，PC出货量的降幅可能达到10%以上。除了联想还能笑傲PC市场之外，宏碁、华硕似乎已被逼到了墙角。PC产业链上游的厂商日子难过，下游PC厂商的日子更是难上加难。昔日巨头微软，在2013年里正式踏上了向“服务+设备”厂商的转型之路。

展望2014年，变革将会更加激烈。随着云计算的落地，国内去IOE化还会持续，国产软件硬件将迎来更多的机会。2013年底，工信部颁发虚拟运营商的牌照，为2014年电信改革开了个好头。2014年，互联网金融继续来袭、可穿戴设备颠覆创新、雷军与董明珠的10亿赌局等等，预示着互联网与传统行业之间还会有更多的颠覆和变革。我们期待2014年互联网发展得更好，少一些诉讼、多一些合作，少一些噱头、多一些实惠，能给人们带来更便捷的生活。

2013——互联网挥舞资本大旗

本报记者 陈 静

2013年1月，《关于加快推进重点行业企业兼并重组的指导意见》正式发布，其中提出促进包括电子信息产业在内的9大行业和领域兼并重组，“到2015年，电子信息行业形成5至8家销售收入过1000亿元的大型骨干企业”。这样的目标任务背后，正是资本空前活跃的大背景。

在过去的一年中，无论是BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）传统互联网三巨头的开疆辟土，还是“中概股”为风投和私募推出带来的超高回报率，敏感的资本市场带来了诸多吸引眼球的话题。这不仅为行业的飞速发展写下注脚，也指明了互联网产业未来的发展方向。

连串并购剑指未来

排排坐分果果，你一个来我一个。

诸多响当当的名号，在2013年或者被注入了新鲜的血液，或者干脆改换门庭。而为它们砸出了大把真金白银的“金主”更是巨头。

审视2013年互联网行业的十大并购案例，BAT毫不客气地分去其中8席。阿里巴巴投资高德地图、新浪微博、海尔电器和天弘基金；百度将91无线、视频网站PPS和团购网站糯米网纳入麾下；在注资于一系列生活服务类移动应用后，腾讯也向搜狗抛出了橄榄枝。

三大巨头的用意相当明显，利用手中充足的现金流来强化优势，弥补短板，以多元化布局为出发点争抢移动互联网“船票”。就拿阿里巴巴对新浪微博的投资来说，资本运作后，新浪微博账号与淘宝账号打通，新浪的展示广告与消费者淘宝浏览和购买历史紧密结合。通过这些变化，阿里巴巴开始充分利用微博的社交属性，而微博作为移动互联网的“超级入口”之一，也为阿里巴巴的优势业务电子商务在移动端的布局奠定了基础。对于新浪微博来说，新浪预计在未来3年与阿里巴巴的战略合作，将给新浪微博带来大约3.8亿美元的收入。考虑到新浪微博2012年亏损额已达9300万美元，新浪微博也借此成功实现了其商业化。

对于BAT来说，它们的大手笔更像是未雨绸缪，宜搜CEO汪溪曾表示，2013年是移动互联网发展的关键节点。“传统互联网公司如果今年没有最大力度布局移动互联网，就会错过机会。它们宁可花钱买时间。”

而对商业模式已相对明确的领域来说，2013年火爆的并购则更像是赤裸裸的“掘金”。随着移动互联网的快速发展，手机游戏填充消费者碎片化时间的比例逐渐提高，消费者购买习惯逐渐养成，手机游戏行业迅速发展。

2013年，手游领域宣布并购交易18起，宣布交易规模高达141.23亿元，并购主体全部来自上市公司。买家希望通过高溢价的收购来分享游戏盛宴，并且以新的利润增长点来维系上市公司地位的意图已相当明显。

中概股打开新窗口

2014年1月2日，尽管在新年首个交易日美国股市承压回调，但是中国概念的股票却表现亮眼，10只股票涨幅逾5%，其中网秦上涨9.25%，淘米网大涨20.20%。

这似乎正是以互联网和科技股为代表的中国概念股票在两年的蛰伏后，终于扬眉吐气的写照。i美股中概30指数显示，在2013年年初592.61点的低点后，截至年底的12月30日收盘，中概30指数收报1225.09点，比年内低点翻了一番，涨幅远高于道琼斯和标普指数。唯品会股价比年内低点上涨425%，奇虎360上涨206%。

在频频遭遇做空和诚信危机后，2013年的互联网企业在海外资本市场打出了翻身仗。随着6月B2C（企业对个人电子商务）企业兰亭集势IPO破冰开始，在去年10月到年底的短短两个月，58同城、去哪儿网、500彩票网、3G门户、汽车之家等5家中国互联网企业在美集中上市并表现优异。去哪儿网上市首日股价较发行价上涨89.3%，汽车之家则上涨76.9%。

无论是新面孔还是老身影，国内互联网企业在美国资本市场上的华丽转身来自于美国投资者对中国概念股票信心的修复。创投机构高原资本董事总经理涂鸿川表示，信心来自于这些互联网企业的突出业绩，“业绩表现突出、真正具有成长性的中国企业还是会得到投资人的认可，他们也愿意积极参与此类公司的新股发行认购”。而IPO窗口的重新打开，也为私募和风投的退出提供了渠道，如58同城为赛富投资基金带来47.86倍回报，这也让它们更有动力向互联网企业开出支票。

展望2014年，一方面，2013年底多家中国企业在美密集上市，无论在市场反响还是舆论热度上，都为后来者带来更多便利。市场研究机构投中集团研究报告显示，2014年中国企业境外赴美IPO窗口将再度开启，海外上市的中国军团仍将扩大。在另一方面，据称国内创业板正在酝酿互联网企业上市制度改革，允许互联网企业在未盈利情况下IPO。一旦国内上市门槛真正降低，将为互联网企业节省大量时间人力成本，同时减少优质企业资源流失，将对行业发展产生重大利好。

百度19亿美元收购91无线，阿里巴巴5.86亿美元购入新浪微博18%股份，腾讯4.48亿美元战略投资搜狗，“58同城”、“去哪儿网”、“云游控股”和“汽车之家”等7家互联网企业登陆海外资本市场，中概股窗口再度开启……尽管可以从多个角度来解读2013年互联网和移动互联网领域的风云变幻，但“资本”显然是最为亮眼的关键词之一。

盘点年度网络新词

本报记者 谭 辛

加速奔跑的互联网和移动互联网在过去的一年中，催生了一系列“新面孔”，而它们正在或即将改变我们的生活观念和消费方式。让我们一起盘点一下吧。

◇ OTT

今天你OTT了没有？一个专业词汇被用到了网络视频、移动即时通信软件上。2013年，很多人对OTT并不陌生。OTT源自篮球术语，指的是过顶传球，用到信息产业则被指互联网企业开展直接越过运营商，直接面向用户提供服务和计费，例如视频、通信服务，微信就是典型的OTT应用。

◇ 海淘

随着跨国网络代购的发展，跨境网购——“海淘”在国内已经急剧升温。开始父母更多将目标对准海外奶粉市场，使得“海淘”消费群体的需求开始得到爆发式增长。随着“海淘”的进一步发展，“海淘”大军所需求的范围扩大到服装、化妆品、玩具、电子产品等更多领域。由于“海淘”一直处于“半地下”状态，容易出现商品追溯不便、国际配送周期长、物流环节有风险、售后服务差等诸多问题。2013年12月28日，作为上海自贸区发布的“跨境通”，被认为是“海淘”走向阳光化和正规化的开始。

◇ 虚拟运营商

你用过170号段的电话号码吗？在2014年，您将使用上传统运营商之外的170号段的移动电话服务。2013年底，工信部向11家民营企业发放了首批移动通信转售业务试点批文，民营企业正式进入基础电信领域为消费者提供移动通信服务。

◇ 智能手表

谁将颠覆智能手机呢？可能是智能手表。2013年苹果、谷歌、三星、高通、微软几大巨头都开始了对智能手表的研发工作。三星的“GalaxyGear”，高通的“Toq”不仅可以播放音乐，还可以与智能手机进行互联互通，以及处理短信和电话。智能手表的出现，预示着可穿戴设备的大发展。未来除了眼镜、戒指、项圈、手表以外，它还可能是衣服、鞋、领带等多种饰品。

◇ 打飞机

打开微信，首先查看打飞机排名，相信在2013年很多微信用户都迷上了打飞机这款游戏。打飞机是腾讯微信首推的游戏，虽然玩法比较简单，但凭借微信的强大社交关系引导，这款没有含金量的游戏仍被趋之若鹜，受到众多手游玩家和网友的喜爱。对于热火朝天“打飞机”，网友吐槽说，“我们打的不是飞机，打的是寂寞”。行业分析师则表示说，微信打的不是飞机，打的是阿里。自此，腾讯微信开启了商业化之旅。

◇ 超级电视

到底是买一台能上网的高清智能电视，还是买一台拥有4核处理器的互联网超级电视，在2013年突然成了一个纠结的问题。这一年，乐视、小米、爱奇艺等互联网公司打响了与传统电视厂商的“客厅争夺战”。对此，奇虎360董事长周鸿祎认为，互联网“疯子”进入电视领域，释放出的是互联网与传统行业融合势不可挡的信号。

◇ 比特币

2013年，大起大落的比特币，让国人认识了它。比特币并非货币，可以算作一种融通工具，是由名为中本聪的神秘人士于2009年设计的。它是一种建构在开源软件以及P2P（点对点）网络计算生成并传播的密码。专家认为，用比特币买咖啡、买日用品纯属噱头。

抢票软件靠谱吗

本报记者 谭 辛

又是一年春节，不少归心似箭的人正纠结如何才能买到火车票，各大门户推出的抢票软件应运而生。那抢票软件到底靠不靠谱？记者帮您做些调查。

目前，不少浏览器开发抢票外挂软件程序，包括奇虎360、搜狗、百度、猎豹等，此外还有独立的抢票软件，例如“网易火车票”。据了解，抢票软件功能大概有3种。一是查询提醒，在软件中提交订火车票的时间和车次，系统会自动通过例如向手机发送短信、邮件等形式提醒购票时间。二是优化购票界面，缩短用户在“12306”网站上的订票流程。往往抢票软件是在“12306”网站的订票流程上加了“壳”，优化订票过程。三是服务器自动购票。以奇虎360推出的离线抢票功能为例。用户输入“12306”网站账号、购票信息后，完全由抢票软件服务器完成购票流程，最后通知用户付款。

可以看出，抢票软件最终的票源还是来自于铁路部门的“12306”购票网站，优化查询功能、购票流程的软件，靠谱与否还要看官网。奇虎360安全浏览器相关负责人张勇坦言，“12306”会对抢票软件进行屏蔽处理，此外官网对购票流程进行优化或是修改验证码，对抢票软件有一定的屏蔽作用。

记者发现，还有软件为了吸引眼球，夸大抢票功能，宣传高成功率，其实这并不符合实际情况。“对于热门车次来说，票源是一定的，不管用什么软件，最终都要去12306网站预订。”张勇说。据了解，近期“12306”将固定的验证码变成了不断摇动的动态验证码，也使抢票软件成功率有所降低。

据悉，早前铁路部门明确表示，并未和任何第三方软件进行合作，也不知道其运作方法，因此并不提倡乘客使用各类抢票软件。

微信支付串联生活消费

作为移动互联网的“超级入口”，微信支付让手机直接成为消费者随身携带的“小钱包”。微信产品部助理总经理曾鸣表示，微信多了4大能力：微信账号登录、微信支付购买、微信通知互动和基于SNS的消费者主动传播分享。图为在支持微信支付的友宝自助贩售机上，用户使用手机支付购买盒饭。

本报记者 陈 静摄

[经济百人谈]

奇虎360总裁齐向东：

关注互联网行业潜在的垄断

“行业寡头的出现在产业发展初期对市场有好处，因为寡头更容易集聚资源，积蓄力量去撬动固有模式。但是随着互联网产业和社会形态的完善和成熟，如果不拆分行业寡头，市场创新将会终止。”奇虎360公司总裁齐向东在做客中国经济网《经济百人谈：梦在心中 路在当下》2014年第一期节目时如此表示。

齐向东认为：“如果未来的互联网世界由若干个寡头组成，寡头会比较容易在自己既有的市场份额里生存，创新动力会减弱，甚至无所作为，停止创新，这对产业发展没有好处。从市场角度来讲，只有充分平等竞争才会有创新，进而体现消费者利益，推动社会的文明进步。如果竞争没有了，创新也就停止了。”

齐向东呼吁有关部门，要关注中国互联网行业潜在的垄断问题，防止企业做得“过大”。只有这样才能让市场的力量去产生更好的公司，产生更好的创新。

（中国经济网记者 李 凡）

更多信息请扫描二维码

本版编辑 徐 红