



奏响互联时代华彩乐章

本报记者 崔国强 李鹏翔



① 1994年4月20日,通过一条64K的国际专线,中国全功能接入国际互联网。

② 2011年我国电子商务交易总额达到5.88万亿元,其中中小企业电子商务交易额达到3.21万亿元。

③ 2013年,我国互联网网民数净增5358万人,互联网普及率达到45.8%,比上年提高3.7个百分点。手机网民规模达到5亿人,比上年增加8009万人,网民中使用手机上网的人群占比由去年的74.5%提升至81%。

④ 截至2014年6月,我国宽带用户数达到1.98亿户,成为全球宽带用户规模第一大国。

⑤ 截至2014年6月底,我国的互联网普及率达到46.9%。我国网民平均每周上网时长达29.5小时。

⑥ 2014年上半年,互联网对经济的拉动作用明显,信息消费显著增长,网络购物市场规模近1.1万亿元,信息消费整体市场规模达1.34万亿元。

⑦ 根据国务院发布的“宽带中国”战略实施方案,到2015年,我国将基本实现城市光纤到楼入户、农村宽带进乡入村,城市和农村家庭宽带接入能力基本达到20M每秒和4M每秒。



便捷生活从网络开始

讲述人:吕小琴,38岁,北京百平国际文化传媒公司员工

“主人我出发咯,乘坐申通E物流向您狂奔,等您来接我!”从开始网购到今天已经四年了,我经常收到来自客服幽默而体贴的短信通知,然后等待着包裹到达。在朋友和同事眼中,我是不折不扣的“网购达人”,小到生活用品,大到家具电器,只要轻松点击鼠标,任何商品都可以直达到家。尤其是现在实施的网购商品七天无理由退货政策,进一步消除了网购的后顾之忧。网购已经从一种购物方式转变成我生活方式的一部分。

网购不仅帮我节省了很多时间,还丰富了我的日常生活,提高了我的生活品质。比如,以前出门旅游,总要带很多当地特产回来,不仅携带不便,还价格昂贵。如今,网购打破了地域界限,在家就可以尝到来自全国乃至全世界各地的美食。我家的餐桌上,除了自制的家常菜,还有来自阳澄湖的大闸蟹、来自内蒙古的烤羊腿和来自澳洲的进口牛排。

网络经济的发展,还为我提供了新的理财方式。作为支付宝的用户,我在“余额宝”刚推出时就浏览了相关信息,并抱着试一试的态度存入一万元。每天都忍不住刷新手机,看到收益数字的增长,心中就充满喜悦。余额宝的收益高于银行,还可以将钱随时转入支付宝进行消费。后来,我还发现了“余额宝”的众多附加功能。比如,每月的水电煤气费都可以通过一键支付完成,不需要再去银行排队;朋友之间也可以通过它进行实时转账。此外,“余额宝”每月的月账单分析都清楚记录了我的支出类别和收入类别,可以更有针对性地进行理财计划。

除了购物和理财,我现在连打车都需要依靠网络。由于工作需要经常加班,以前常遇到打不到车或者担心夜间乘车不安全的问题。有了打车软件后,司机师傅的基本信息一目了然,只要语音输入目的地,附近的出租车就可以抢单,还可以提前预约,对司机和乘客都有利。同时,手机支付也省去了找零的麻烦。

每天使用互联网已经习以为常,其实它早已融入我生活的方方面面。每一款火爆的互联网产品都在带给我新奇体验的同时改善着我的生活形态。支付宝、微信、打车软件……虽不知道互联网孕育出的下一个产品是什么,但我知道自己的生活已经无法离开这些智能而人性化的助手。

(崔国强 吉亚桥 夏智琳整理)

特别报道编辑组成员:

李歆玥 刘志奇 代明 闫静
刘亮 管培利 梁剑箫 温宝臣
美编:高妍 吴迪



① 在北京举行的“全球移动互联网大会 GMIC2014”现场。

② 移动网络已经成为年轻人获取新闻、视听娱乐的主要渠道。

③ 观众在展会上体验手机上网。

本报记者 赵晶摄

65年前,世人绝难想象今天的中国人能通过一条看不见的“信息高速公路”与世界经济“同呼吸”。

随着1994年4月20日一条64K的国际专线将中国全功能接入国际互联网,20年间,中国互联网企业从无到有,从“窄”到“宽”,从固定走向移动,从中国走向全球。随着我国互联网普及率逼近50%,电子商务、光纤入户以及移动终端等局部领域“长势喜人”,深刻影响着中国老百姓的衣食住行、生活理念。

务研究中心分析师莫岱青认为,网购用户规模之所以持续增长,原因包括以下四点:网络购物环境日趋完善与成熟;网购用户开始慢慢向年轻群体扩展,向三、四线城市下沉;政府监管以及物流支付环境的日益成熟;电商企业技术支持能力不断提升。

“如果银行不改变,我就改变银行”。伴随着马云这一豪言壮语,互联网理财正悄无声息地“飞入寻常百姓家”。2013年6月13日,余额宝正式上线,它以1元起存的低门槛、存取类似定存的灵活性以及远高于银行存款利息的收益,掀起了互联网理财热,腾讯、京东、百度、苏宁、各大商业银行也推出类似产品,“零钱宝”、“微信理财通”、百度百发、京东小金库、“薪金宝”等“宝宝军团”开始茁壮成长。

“和传统理财机构的‘重资产’不同,互联网理财采取‘轻资产’模式运行。发挥互联网平台资源优势,削减了繁杂的线下架构和人员配置,充分节省管理和营销成本,将更多的收益让给消费者。中国6亿网民中还有60%正在逐步接受数字化,未来将成为互联网理财的主力军。”中国电子信息产业发展研究院副院长王鹏说。

宽带与移动“比翼齐飞”

1994年4月20日,通过一条64K的国际专线,中国全功能接入国际互联网,20年来发展迅猛。据工信部电信研究院通信标准所副所长敖立介绍,到2014年6月,我国宽带用户数达到1.98亿户,成为全球宽带用户规模第一大国,光纤到户覆盖率正快速增长,2014年上半年的渗透率已达到26.5%;高速宽带用户占比不

断增加,接入速率普遍提升,2014年上半年,4M以上,8M以上,20M以上宽带接入用户占比分别达到83.6%、30.4%、6.7%。

移动通讯在不到10年的时间里完成了从2G到3G再到4G的跃升,用户规模更是呈现几何级的增长速度。《第34次中国互联网络发展状况统计报告》显示,2014年上半年,我国网民中使用手机上网比例为83.4%,手机上网比例首次超过传统电脑上网比例。

4G时代的到来让移动通信和互联网的日趋紧密,智能手机的普及也让每个人都“时时在网”成为“新常态”。从购物到订餐,从通信到出行,从新闻到娱乐,轻点手机屏幕便“唾手可得”,世界仿佛尽在“掌握”。《第34次中国互联网络发展状况统计报告》同样显示,2014年6月,我国网民使用手机支付的用户规模达到2.05亿,与2013年相比增长了63.4%。

眼下,中国移动、中国电信、中国联通三大运营商正积极布局4G市场,通过降低资费、提升服务等方式扩大用户规模,同时,已经拿到牌照的25家虚拟运营

商,这也将产生出更多新兴行业和新的机会。国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》为我们描绘了一幅经济增长和扩大信息消费的新蓝图。在互联网和移动互联网新应用不断服务于网民的同时,当前信息消费面临的如网络环境、个人信息保护、网络支付安全等问题也不可忽视。

互联网迎来了发展的新时代。在信息消费的拉动下,随着技术创新、服务的创新、商业模式创新,互联网将更深层次地影响经济社会发展,为我国经济结构的调整、产业转型升级提供新的机遇。互联网新经济也成为引领消费、扩大内需、提振经济的新引擎,这让未来充满遐想。

互联网推动新经济增长

徐红

中国的互联网发展走过20年的关口,阿里巴巴仿佛应验了“芝麻开门”的咒语,在美成功上市。她仅仅用了10多年,便由一家10多人的小公司成长为世界最大的电商企业。今天的互联网,已成为中国经济增长的重要引擎之一。

当1994年,我国实现与国际互联网连接时,便打开了步入互联网新时代的大门。历经20年的发展,我国网民规模达到6.32亿。中国以令人惊叹的速度发展成为互联网大国,成为全球互联网发展的重要组成部分。统计显示,截至今年6月底,我国的互联网普及率已达到46.9%。我国网民平均每周上网时长达29.5小时,相当于每天有七分之一的时间在上网。

互联网这种强大的“魔力”,改变了人

们的生活方式和消费习惯。一部互联网众筹拍摄的电影《爸爸去哪儿》获得了7亿元的票房;在余额宝上,网民出资100元钱就可以投资影视作品,其年收益率高达7%;交电费水费不用出家门,网上全部搞定。

互联网引爆了网络经济,拉动了信息消费的增长。据工信部相关测算表明,信息消费每增加100亿元,将带动GDP增长338亿元。在“2014中国互联网络大会开幕论坛”上,工信部副部长尚冰说,今年上半年,互联网对经济的拉动作用明显,信息消费显著增长,网络购物市场规模近1.1万亿元,信息消费整体市场规模达1.34万亿元。

应该说,阿里巴巴是互联网新经济崛起的样本。从阿里巴巴的招股书可以看出,其投资涵盖了众多线上线下领域,既



电子商务引领大众消费

2014年9月19日,阿里巴巴在美国纽约证券交易所上市,股票代码为“BABA”,马云踌躇满志:“决定启动在美国的上市事宜,使公司更加透明、国际化,进一步实现阿里巴巴的长期愿景和理想。”作为互联网三大巨头之一的阿里巴巴从2003年5月成立淘宝网并推出支付宝以来,“十年磨一剑”,现在已经发展成一个商业神话,更展示了中国电子商务的蓬勃发展,势不可挡。

中国电子商务肇始于1997年,从萌芽逐步走向成熟,随着网络技术水平日益提高,通过网络进行购物、交易、支付等的电子商务新模式发展迅速,迅速成为信息时代服务贸易新的增长点。电子商务凭借低成本、高效率的优势,受到消费者的青睐,有效促进中小企业寻找商机,已成为我国转变发展方式、优化产业结构的重要动力。

进入“十二五”以来,我国电子商务规模迅速扩大,电子商务信息、交易和技术等服务企业不断涌现。2013年中国电子商务市场交易规模达到9.9万亿元,同比增长21.3%。截至2014年第二季度,中国网络购物的网民数量已经超过3.5亿人,比2013年上半年的2.77亿人同比增长26.4%。2014年上半年中国网络零售市场交易规模达10856亿元,比2013年上半年7542亿元同比增长43.9%。中国电子商