



中国网络产业的支撑点在哪里？

时间：2005-3-7 13:12:31 来源：《网络传播》 作者：陈燕 刘萱 阅读673次

网络产业是伴随互联网的迅猛发展而新兴的一种产业。广义上的网络产业是所有与互联网发展有关产业的总称，它按照产业分工的不同，可以分为网络设备制造业、网络通信业和网络服务业。网络设备制造业包括计算机产业、通信设备制造业等其他网络设备制造业等；网络通信业是指通过互联网进行实时通信的产业，它主要包括IP电话、网络多媒体通信（如居家办公、远程教育、远程医疗等）、电子邮件等；网络服务业包括网上广告、网上信息服务、电子商务等。狭义上的网络产业单指基于互联网的信息服务业的总和即IT服务业。

在赛迪顾问发布的《2004年第一季度中国IT服务市场分析报告》中，增长最快的依然是网络服务市场。网络游戏、网络短信、搜索引擎和网络广告等互联网内容服务市场都取得了较快增长。赛迪顾问预计在2004年网络服务市场的复合增长率将达到38.5%。

如此高的增长率单靠网络广告是远远不能达到的，这早在2002年10月搜狐的第三季度财报中就显示出来。非广告收入来自于以收费信息服务和短信服务以及电子商务为主的消费者业务，构成2002年第三季度总收入的51%，首次取代了广告收入成为总收入的最大来源。既然网络广告不足以支撑网站的盈利，那么网站目前盈利的支撑点在哪里呢？

网络游戏异军突起

在全球范围内，游戏产业正在快速地向在线化、网络化方向发展，微软、SONY等国际大公司正在不断加强对网络游戏产业的投入。目前中国网络游戏的玩家正以每月10万至30万人超高速增长着，因而国内企业也开始纷纷驻足网络游戏业。2001年，上海盛大公司代理运营韩国大型网络游戏《传奇》，在一年的时间里进账4亿元人民币，如此丰厚的利润，坚定了众多公司对网络游戏业盈利前景的信心，海虹控股、金山公司等都将目光投向了这一可以带来非凡收益的新兴产业。

美国游戏业团体组织IDSA对未来游戏市场做出乐观的预测：2004年电子游戏市场规模可突破100亿美元。微软公司预测，2005年全球互动娱乐业产值800亿美元，微软研究院把网络游戏作为四大研究方向之一，比尔·盖茨称这是最好的投资。这些足以表明电子游戏市场将成为新的经济增长点。但在中国，由于起点低，虽然增速很快，但相对世界发展的潮流还是慢了不少。以网络游戏为例，2001年我国网络游戏市场销售额超过3亿元人民币，同比增长率达到52%以上，相对于同年全国游戏业产值94亿美元还是微乎其微的，预计2004年由于网络游戏用户规模的大幅度增加，市场规模也将表现出141%的高速增长。

由于网络游戏的玩家需要经中央服务器认证才能玩游戏，使软件盗版的痼疾得到解决，这个革命性的变化使人们对网络游戏充满期待。据专业人士分析，3000个“理想玩家”就足以维持一

- 网络灰色信息刍议
- 网络传播文化嬗变与反思
- “网民记者”的作用与引导
- 网络奥运报道领跑世界
- 奥运：一场新媒体盛宴
- 奥运：新媒体最后的博弈
 - 新媒体与奥运共舞
- web20引领奥运传媒新时...
- 汶川大地震中新媒体应用
 - 网络媒体的变与不变
- 当谣言的翅膀飞向网络
- 高校BBS编辑社会学解析
- “WEB2.0式”的地震救灾
- 汶川地震中网络传播点滴
 - 地震与新媒体
- 震灾让中国互联网变成熟
 - 博客7个发展趋势
- 论网络新闻真实的特点
- 试论博客的同质化竞争
- 网络通缉令正义的讨伐
 - 网络新闻阅评初探
 - 理解新媒体

款游戏运行一个月，且略有盈余。而一款网络游戏的平均寿命在18个月左右，假设平均一万人在线，网络游戏运营商一年的收入就可达1000万元。网络游戏作为成功的网络盈利模式，有着清晰的商业链：游戏生产商、游戏运营商、电信商、发行渠道商，此外还有庞大的周边产品系列——书刊杂志、纪念品、玩偶、电影、服装等。

根据业界最保守的估计，中国目前游戏年市场空间在10亿元人民币左右，仅相当于去年全球游戏市场份额的千分之一。国内网络游戏增长势头迅猛，从2000年的1千万左右人民币市场份额增长到2002年底接近2亿元人民币。根据国际著名咨询服务公司普华永道预测，全球电子娱乐业在今后数年内将以每年7.2%的幅度递增，2005年将达到1.2万亿美元。而2002年中国网络游戏市场以高达213.8%的增长率，实现了10.2亿元的市场规模。2003年均增长率在115%左右，有关机构估计到2005年，中国网络游戏市场容量将达到80亿元。如此惊人的市场容量，使网络游戏成为中国网络产业中最有潜力的生力军。

网络短信排山倒海

网站短信息服务作为最近两、三年兴起的一种互联网增值服务，其发展引人注目。网站所提供的丰富精彩的短信内容，吸引了大批的移动电话用户。通讯与网络的结合不仅让人们的生活变得时尚多彩，更是在一定程度上改变了人们的交流方式和休闲娱乐方式，同时也为网站经营商和移动运营商带来了利润。

中国的短信业务火爆起自2000年，而且一发不可收拾，呈几何级数增长。根据相关统计，2000年，中国短信量是10亿条，2001年是189亿条，2002年达到爆炸性的900亿条。若按照短信基本资费每条0.1元计算，这900亿条短信意味着90亿元的总收入，这其中并不包括以短信方式下载的高资费的铃声、笑话、图像等增值业务的收入。有业内人士称900亿条短信在生死关头救活了中国的网站。

手机用户通过中国移动和联通的电话帐单为短信服务付费，其中由门户网站提供的短信内容服务获得相关收入的85%，其余15%归电信运营商。此外，用户可以在网站注册短信包月服务套餐，价格从几元到几十元不等。巨大的利润空间吸引了越来越多的短信服务提供商，服务商数量不断增加，服务种类不断推陈出新，新闻、交友、游戏、图片、铃声等等令人应接不暇。2002年10月，同时支持文字、音乐、彩色图片以及动画同时传送的彩信正式进入商用领域，到2003年底，彩信用户突破330万，市场规模达到1.3亿元。业内人士认为，随着手机普及率的提高、通信技术的升级、资费的下调，手机短信市场容量仍会以高速持续增长。

即时通讯持续升温

除了铺天盖地的网络短信服务，网络聊天的能量也不可小视。各种聊天软件不停出现，从国外的ICQ，MSN，到国内的QQ，搜Q，UC等种类繁多，可谓乱花渐欲迷人眼。足以看出即时通讯这块大蛋糕的吸引力。中国最大的网上即时通信服务商腾讯现在拥有注册用户1.6亿、活跃用户5500万左右，它的聊天软件QQ网络了众多年轻人的心，“连打工妹都在用”。

腾讯推出了一系目前列收费的增值服务，虽然目前这项服务开展得并不理想，但移动QQ则是腾讯一种新的收入方式，与中国移动新世纪移动梦网的一部分有着分成协议的支持，QQ的短消息和移动电话的短消息（SMS）可以说就是一对孪生兄弟。

“中国的互联网是用来玩的。”有业内人士这样评论目前中国的网络现状。目前中国的网络用户的“三低”（低龄、低学历、低收入）现状，决定了互联网目前仍然更多扮演娱乐和信息交互平台的角色。网络产业正如它的服务对象一样，处于产业发展的年轻时代。也许正是由于这个原因，才使得互联网经济难以进入主流领域，电子商务的启动举步维坚。而网络游戏、短信、聊天等服务，由于契合了年轻用户的需求，成为近期网络产业最有活力的生长点。

一直以来，各家网站大都免费提供搜索引擎服务，而搜索引擎能够赚钱的基础是有成熟的盈利模式，目前搜索引擎服务的盈利模式有以下几种：

一是搜索排名服务，这是搜索引擎最重要的盈利模式。搜索排名有竞价和固定价格两种，但是无论哪种方式都是由客户为自己的网页购买关键字排名，按点击率计费的一种服务模式。客户可以通过调整每次点击付费价格，控制自己在特定关键字搜索结果中的排名，还可以通过调整自己的关键词捕捉到各类不同的目标访问者。

由于互联网上的检索一般总是“检全率”高于“检准率”，搜索引擎在多数情况下输出的结果都是成百上千的网页或网站，网站的排名自然越靠前越好。用户总是希望自己的网站或产品能在检出结果中排名靠前，于是，这里就蕴含了商机。百度公司推出了竞价排名服务，并且已有来自于不同领域的数千家企业和个人主页参与了竞价排名。2003年刚刚成立的中国搜索联盟的总收入中也有五成以上来自搜索排名。

二是快速检索服务使收费成为可能，如检索“编辑出版”一词，百度搜索引擎的响应时间仅为0.144秒，提供了185,000个查询结果。查找“高校”找到相关网页约5,160,000篇，用时0.001秒。高效的检索速度形成搜索引擎的核心竞争力。

三是有偿信息服务影响日益扩大，随着网络的普及，人们越来越依赖网络快捷方便的服务，如分数查询服务、录取名单查询等。某搜索引擎公司的统计，列在前三位的关键词全都是分数查询。现在许多大学都实行网上招生，学生及家长可通过网上查询录取名单，这种服务项目是非常受欢迎的。另外，彩票中奖查询、体育比赛竞猜等都深受广大用户欢迎，也非常容易实行有偿服务方式。

四是网际专递(WebExpress)服务，随着互联网的迅猛发展，网页数量快速增长，每个上网用户都希望提高网速，缩短响应时间。为此，各家网站一直在耗费巨资增加带宽和硬件投入，但收效甚微。百度we网络缓存软件通过web缓存实现了网络内容的本地存储，极大地降低主要带宽的占用，也将网民访问网站响应的的时间大大缩短，即使在访问量达到峰值时也保持高速稳定的响应，因而会极大地提高了访问用户的满意度、信任度和依赖度，从而使用户迅速增加。

五是访问点击收费，著名搜索引擎LookSmart从2002年5月起终止一次性审查收费法，改用点击收费法。尽管它的一次性收费是180—30000美元不等，它还是希望终止商业性网站低价甚至无偿获得巨大访问量的情况。百度的访问点击收费是以预付金形式实现的，用户先支付人民币100元以上的预付金，然后按照用户给每个关键字指定的价格，网民每点击一次您的网站链接，就从预付金中扣除一次费用，用完为止，预付金无上限。每次点击付费价格最低从人民币0.1元起，允许以分为单位加价，无上限，如果同一个关键字有多位用户竞价，则多条关键字查询信息按出价高低，由高到低排序。

目前中国搜索引擎市场已经形成GOOGLE、百度和中搜三足鼎立的局面，在未来的五年中，随着盈利模式的不断丰富和市场的成熟搜索引擎的营销市场必然成为中国网络产业的盈利亮点。

随着以信息化带动工业化战略的推进，信息化的意义被提升到了空前的高度，整个互联网将会获得更为广阔的发展空间，网络产业必然也将迎来又一个春天。

陈燕 河北大学新闻传播学院教授 学报副主编

刘萱 河北大学新闻传播学院硕士研究生

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

中国网络产业的支撑点在哪里？ 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.