

2008 年会

互联网给人带来了信息渠道,但也带来负面效应

网络监管面临挑战

Internet Surveillance Faces Challenges

网络发展

有人形容,“一个看不见、摸不着的庞然大物,却使我们的世界发生了完全不同的质变与量变。”这个庞然大物,就是互联网。



互联网发展成了年会关注度很高的话题。



MetricStream 公司总裁古坚·辛哈参加“互联网的未来”专题讨论。

有些网游公司三到五年后就形成了社区,大家不仅仅是玩游戏,而是在结交朋友,这是中国年轻人甚至相当成熟网民重要的心理诉求。

——红杉资本中国基金创始人沈南鹏

人们关注的,已不仅是雅虎、谷歌、阿里巴巴、腾讯等网站的财富演义,而是互联网是否会颠覆以往的生活方式? 2008 年博鳌亚洲论坛年会上,互联网发展成为关注度很高的话题

市场发展神速

互联网是个不折不扣的舶来品,在中国市场却发展神速。研究中美两个大市场,成为网络精英们决策和创新的必修课。

Google 全球副总裁兼大中华区总裁李开复认为,中美用户的差别在于年龄,美国平均互联网用户 45 岁,中国是 25 岁,年轻化的互联网代表了对娱乐、社区的追求。Google 曾对搜索结果做过抽查,发现美国用户在搜索结果里逗留 10 秒钟,而中国用户逗留 30 到 60 秒钟,他们喜欢多探索。“我们发现美国的用户更多是在搜索,中国的用户更多是在探索。”

红杉资本中国基金创始人沈南鹏曾关注过互联网游戏。他发现中国游戏公司在互联网里所占比重最大,共有 7 家超过 10 亿美金的上市公司。沈南鹏说,这说明中国互联网的主力军是年轻人,网游的参与者大多 15 岁-25 岁。原来我们认为网游会像电影一样是个短期行业,但现在我们看到有些网游公司三到五年后就形成了社区。大家不仅仅是玩游戏,而是在结交朋友,这是中国年轻人甚至相当成熟网民

重要的心理诉求。

文化支撑本土公司

早在 2001 年,Google 就依靠在美国的华人工程师推出了中文搜索服务,但并没有在中国市场被广泛接受。到 2006 年,Google 在中国开创了研究院,雇佣了几百个工程师,才慢慢把握住用户的需要。李开复通过这个例子得出一个“国际公司本土化”的结论,在中国市场不是简单的复制就能成功,只有本土的工程师和团队才能理解本土用户之所需。因此,Google 在中国创立了 45 个研究院。

“互联网本身有两个特质是非常重要的,一个是文化性,一个是全球性。”腾讯控股有限公司总裁刘炽平认为,不同的国家有着不同的语言、不同的文化、不同的历史。当没有一个单一文化的时候,一个互联网公司很难用同一个产品服务那么多不同的市场。这就是为什么在中国市场领先的互联网公司绝大部分是本土公司的原因,因为文化的背景是非常重要的。腾讯的策略是先立足中国,尽量利用自己本身的文化优势,为中国人提供更多更好的互联网服务。

传媒精神不能丢

互联网带给人们新的信息渠道和

生活方式,同时也带来了过度透明和负面效应的可怕后果。前段时间闹得沸沸扬扬的“艳照门”事件,就是一个典型的实例。主持人凤凰卫视有限公司评论员邱震海认为,当互联网尤其是博客产生之后,每个人不但是信息的接受者,也是信息的发布者。信息的发布已经不再像过去那样完全依赖传统媒体。

李开复说,首先,在网上发表内容的人一定要自律,看到不好的文章不要去点击、传播,看到周围的人做了不好的事就告诉他,每个人都应该有自律的能力,每个写博客的人都要意识到,经过互联网得到平等传播的机会是权利也是责任。其次,互联网的编辑、网站负责人应该改变传播、评估方式,不要以为耍耍噱头,把一些不真实的事情传播了就能得到更多的点击。跟传统媒体一样,编辑的责任应该是提升真实的、有针对性的深度报道,而不是夸张的、负面的虚假信息,不能因为点击率而放弃了传统媒体应有的精神。

“视频的崛起其实是互联网监管和整个发展中最大的难题和挑战。”沈南鹏认为,在政府、网民、互联网企业三个角色的关系中,互联网企业应该承担最大的责任,因为它毕竟是互联网的传播者。现在中国商业互联网已经有 10 年历史。如果有行业协会的声音,应更多和政府沟通。