

中国上网产业 转型升级

张新建 / 著

TRANSFORMATION
AND UPGRADING OF
CHINA'S INTERNET INDUSTRY

 中国人民大学出版社

中国上网产业 转型升级

张新建 / 著

TRANSFORMATION
AND UPGRADING OF
CHINA'S INTERNET INDUSTRY

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国上网产业转型升级 / 张新建著. —北京: 中国人民大学出版社, 2017. 8
ISBN 978-7-300-24730-4

I. ①中… II. ①张… III. ①互联网服务提供商-产业发展-中国 IV. ①F632.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 184436 号

中国上网产业转型升级

张新建 著

Zhongguo Shangwang Chanye Zhuanxing Shengji

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京东君印刷有限公司	
规 格	170mm×240mm 16开本	版 次 2017年8月第1版
印 张	16.5 插页1	印 次 2017年8月第1次印刷
字 数	230 000	定 价 48.00元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

价值互联与精神赋能 ——记录互联网+时代的中国力量

人类社会的发展取决于技术创新与产业升级，而文化技术更是人类史上推动人类进步的决定力量之一。美国历史学家威廉·麦克高希（William McGaughey）指出，人类文明的界定是以文化技术或传播媒介为前提的。他认为，新的文化技术的相继引进标志着新的文明的开始……世界历史发展的基本论题是每一种文明都由一种占据定义地位的文化技术来决定（威廉·麦克高希，世界文明史：观察世界的新视角，董建中，王大庆译，北京：新华出版社，2003：347）。随着信息技术和移动互联技术在当今社会的蓬勃发展，人类进入了一个崭新的互联网时代。互联网时代是一个社会经济发展模式转型的时代，这个时代正在实现从物质经济向符号经济的转型、从时间经济向场景经济的转型。这个时代是一个理论创新、制度创新、实践创新和文化创新的时期。摆在案头这部张新建会长的新著，正是对这样一个伟大时代中发展起来的互联网上网服务行业的实践总结和理论反思，是一部深度结合国家经济结构调整乃至世界经济竞争格局的大背景来分析中国互联网上网服务行业的力作。

从20世纪90年代的“网吧”出现开始，中国互联网上网服务行业已经发展了20余年，整个行业从无到有，从单一的网吧模式到网咖和电竞模式，从无序经营到有效治理，从“小、散、弱”的个体业主到规范连锁经营的品

牌企业，从互联网生活服务到生产服务和社会服务，中国互联网上网服务行业已经成为中国新经济的重要组成部分。随着服务行业的深入发展和互联网市场的不断深化，不仅需要探讨互联网上网服务行业服务标准的建立、行业管理流程的梳理、企业经营模式的创新，而且需要探索市场波动的守正之道和肃清行业负面影响的价值引领，更需要解决互联网上网服务行业与国家经济社会发展整体融入的战略思考和顶层设计等一系列重大问题。张新建会长的新作正是以这样一种高屋建瓴的战略视野，在新常态的发展语境下重新审视中国互联网上网服务行业的时代使命与未来方向。

张新建会长长期在互联网文化市场从事行政管理工作，亲身参与和直接推动了中国互联网上网服务行业的政策制定和行业治理，具有丰富的行业经验和思考心得。他深度结合国家形势和世界格局，着眼于国内外的趋势分析，深刻阐述了中国互联网上网服务行业的应对战略之道、实践路线之势和实施方法之术。这些富有远见的战略思考与理性的逻辑分析，让全书闪烁着智慧的光芒。张新建会长是一位出色的演讲家，善于驾驭语言，使全书充溢着诗性十足的语言魅力。

根据有些学者的研究，从互联网市场化发展以来，中国的互联网+经历了三个发展阶段：第一阶段是互联网+广告传媒阶段，大约从20世纪90年代到2005年前后，以门户网站、搜索引擎和社交网站为主要形式，互联网作为信息聚合的平台，发挥网络传媒的功能，以会员付费和广告经营为主要的盈利模式；第二阶段是互联网+生活服务阶段，大约从2005年到2012年，以网络电商、O2O服务为主要形式，互联网全面整合生活服务，增加信息透明，降低交易成本，结合物流业，重塑了现代都市的社会生活；第三阶段是互联网+产业创新阶段，大约从2012年到现在，以互联网+融入到社会生产的方方面面，以智能制造和智慧产业为主要形式，推动数据技术和网络平台的开放共享，推动科技创新与文化创新。以互联网+文化产业为例，互联网正在重构文化产业供给和需求，在内容创意、资源平台、营销推广、产业融合等环节都出现了全新的模式和范型。互联网+文化产业，也就是网络文化

产业或数字内容产业，包括网络文学、网络视频、网络游戏、移动音乐、网络票务、网络戏剧、在线教育、网络直播、虚拟现实等行业，在2015年已经创造了3000亿元的市场规模。

互联网+的根本内涵在于价值互联与精神赋能。互联网+创造了一个线上与线下连接、实体世界与虚拟世界互通的互联世界。互联世界是一个具有历史性的共识性体征的新型世界，不同发展状态、不同发展阶段、不同发展水平的新物种广泛联结，重构产业生态，重整产业资源，实现平等互联，内容共创，成果共享。互联网+基于人的联结，实现了新型场景的构建。在这个场景里，以共享的世界观为核心，以故事性为纽带，以体验感为形式，实现了时间、空间、社会和经济等一切要素的联结，创造了一种新的生活形态。互联网+的联结本质在于一切价值的互联。在互联网+的生态世界里，每一个新物种都是一种精神信息的能量载体，通过互联网+的开放平台和分享模式，实现“我为人人，人人为我”的共享经济，在可预见的未来，接近人类历史上真正意义的“共产社会”。

互联网+的社会实践为中国的理论界和学术界提供了丰富的事实材料和创作灵感，中国式创新正成为中国向全球世界贡献的共享资源。张建新会长以理论反思的学术自觉，以行业经验的实践觉省，为一个萌生于草根层的行业总结反思，建构行业的价值观念和精神坐标，为一个勃兴于全社会的行业谋篇布局，擘画行业的发展愿景和产业高度，实乃这个行业的幸运之事和荣耀之事。

是为序。

北京大学艺术学院教授
北京大学文化产业研究院副院长 向 勇

2016年11月11日于北京大学

作者自序

互联网情愫迸发的文字已然不少，再说显然是多余的，多余的话还要说，是因为集结不同时期撰写的文稿，需要进行些许描述，以期厘正概念，理清脉络。

人生识字糊涂始，平日缠绕在嘴边的产业、行业，落到文字上竟对两者的分野纠结、踌躇起来，只有借助于字典、《辞海》指引才有大致眉目。产业是相互关联的多业态集合，行业是同类产品或者服务业态的集合。比如文化产业是一个集合概念，下面包括一系列子系统：演出行业、娱乐行业、画廊行业、艺术品拍卖行业以及上网服务行业等，是从事文化产品生产、流通、服务的不同业态的集合。

产业与行业是什么关系？行业协会如何推动产业发展？国家没有明确规定，学界也缺少理论阐述，却是行业协会无法回避的现实问题，因而只能摸着石头过河。我在《提高行业协会履职能力》一文中特别指出，行业协会的主要职责是维护行业共同利益，为会员服务、为行业服务、为产业服务。产业发展是硬道理，是全行业最大的利益。中国上网服务行业协会成立以来，就紧紧抓住产业转型升级的“牛鼻子”，咬定青山不放松，一杆大旗擎到底，引领全行业转型升级。

首先，在行业迷惘、衰退中组织动员企业转型升级。产业转型升级不可

能一个都不少，但是无论如何应当动员、带动更多的企业顺应国家调整产业结构的潮流转型升级。

其次，试点先行，典型引路，拓展产业转型升级的路径和方式，调动企业自主转型升级。对于企业来说，转型升级是一次经营战略的重大转折，投入真金白银改善环境，调整业态，提升品质，需要企业家的勇气和魄力。协会不遗余力引领转型升级，就是让企业看到希望、明确路径、得到实惠。

最后，政府释放政策红利，推动产业转型升级。这在文化部文化市场历史上同样是一次管理思想的重大转折，降低准入门槛，取消配额限制，打破枷锁，把企业自主经营权归还企业，政府一系列深化改革的组合拳，点到要害，正中肯綮，使长期干涸龟裂的上网服务领域迎来了一场春雨。天降甘露，滴水如油。中国上网服务产业转型升级取得历史性辉煌，政府释放政策红利居功至伟。

作为中国上网服务行业协会的会长，我为行业利益、产业发展、企业转型升级一路奔走呼号，同仁赞我为行业转型升级的旗手。我必须实事求是地说，转型升级的口号，是文化部副部长王仲伟同志在协会成立大会致辞中首先提出的，2013年文化部副部长项兆伦同志特别强调，并将其作为行业规范、产业发展的一面旗帜。我是这面旗帜最坚定的捍卫者，也是高举旗帜冲锋在前的引领者。项兆伦同志深入市场调查研究，把握大局，科学决策，为文化部调整政策导向，转变领导方式，发挥了关键作用。行业同仁高度评价项兆伦同志对上网服务产业发展的卓越贡献，仅仅说句感谢话不足以表达我们的感激之情。

最令我感动的是中国上网服务行业经营者、从业者。就像上网服务行业一样，一项年轻的事业，一支年轻的队伍，理论积淀不深，文化层次不高，但这是一支有理想更有梦想、有情怀更有操守的队伍。上网服务是中国经济领域民营化程度最高的产业，乘改革开放大潮，商海搏击，没有任何资源优势，却能攻城略地，打出一片天地。他们不是绿林草莽，不是贩夫走卒，在转型升级的深刻变革中，他们也曾经犹豫、彷徨，但是他们最终选择听政府

招呼，跟共产党走，顺应国家调整产业结构的潮流转型升级。有人说他们转型升级是唯利是图、财大气粗，其实他们从来也不敢像国有企业那样“任性”，更没有人给僵尸企业输血，他们转型升级是顾大局、讲情怀、守规矩。我希望任何一位不怀偏见的公民都应当向为共和国贡献绿色 GDP 的上网服务行业致以深深的敬意。

在整理编辑文稿过程中，有两个问题越来越强烈地叩问我，也越来越清晰地困扰我；政府应当如何领导文化产业？行业协会应当如何引领产业发展？

政府释放政策红利，极大地推动了上网产业转型升级。那么为什么政策红利长期得不到释放？改革开放以来，国家进入和平发展时期，以经济建设为中心，上网服务产业首先是文化产业，其次是服务行业，阻碍文化生产力解放和发展的政策与新时期经济社会发展不相适应，与党和国家提出的文化大发展、大繁荣背道而驰。我们的一些政府官员每每陶醉于黎民百姓对好政策感激涕零，其实也应当反思坏政策给国家、民族、产业、民生造成的破坏，甚至阻碍社会生产力的发展。

近些年传媒经常出现“领导就是服务”“管理就是服务”的暖心话，企业感觉却常常是“风刀霜剑严相逼”的透心凉。好听的话，甜蜜蜜，但往往模糊了话语主体的真实内涵。领导、管理都没有错，关键是政府怎样领导产业，管理不是领导的全部或者唯一。一是继续充分释放政策红利，彻底打破条条框框对文化发展主体的“紧箍咒”，以解放和发展文化生产力为根本目标，为文化繁荣发展创造绿色生态环境。二是坚持依法治国，依法保护产业主体、产品生产以及市场流通环境。三是按照经济规律、艺术规律管理上网服务产业。文化产业具有意识形态属性，却不能按照意识形态管理，而应当作为市场经济的重要组成部分，纳入法治经济范畴。这样我们就有可能回答中国文化产业长期发展缓慢、大而不强的世纪之问。

行业协会引领产业发展问题是我长期研究探索的核心问题，现在也没有从理论上阐释清楚，只能在工作实践中，时时提醒自己往这个方向倾斜。本书文稿以时间为脉络，梳理协会引领产业转型升级的工作历程以及思想认识

不断深化的轨迹。但现在看来偏向于行业规范建设多些，引领产业发展的研究、思考偏少，因而称为“上网行业转型升级”也许更为贴切。在社会公众的集体认知中，习惯于规范行业、产业，然而行业、产业的规范已然足够多了，已经规范得像一个小脚女人，不能再一味规范，该放开手脚发展了。发展产业，特别是文化产业，喊得响，做得少，雷声大，雨点稀，究竟如何发展文化产业，大多数政府文化官员依然四顾茫然。我必须反其道而行之，行业协会就是要立足于产业发展，名为“中国上网产业转型升级”，就是要引起全社会对上网服务营业场所的正确认识，呼吁社会公众为产业发展争取最基本的生存空间、发展机遇。

孔夫子说：“名不正则言不顺。”言不顺也要正其名。名正则言顺。是为序。

张新建

2016年国庆节于北京

目 录



第一章 行业协会引领转型升级

转型升级是中国上网服务产业高举的旗帜,未来相当长的一段时间,调整产业结构、转变发展方式都是中国经济社会发展的总基调。这是生产力的呼唤,是供给侧改革的引擎。本章以产业转型升级的历史进程为主线,按照写作时间顺序依次展开,集中反映了全行业探索产业特质和规律,不断创新、发展的艰难历程。

使命与责任 /3

挑战与机遇 /7

“吧”时代的互联网与网吧 /10

产业转型 迎接挑战 /13

转型升级从这里扬帆起航 /21

上网产业时局与态势 /24

推动转型升级是行业协会的责任与担当 /34

提高行业协会履职能力 /44

把握国内国外两个大局 加速推进产业转型升级 /58

继往开来 砥砺前行 /74

第二章 企业自主转型升级

中国上网服务产业从哪里来,到哪里去?本章是直击“腰眼”的行业本体研究。产业在城市中的转型升级成果显著,乡村则成为薄弱环节,如何缩小乃至填平城乡的网络鸿沟?会长必须给出现实的回答。网络游戏、电子竞技是网络经济的“当红花旦”,如何引进上网服务场所其中唱主角、挑大梁?我们必须深刻分析,全面把握,推动文化产业大发展、大繁荣。

转型升级 路在脚下

——上网服务产业转型升级的方向和路径 /83

自主转型 分类升级

——上网服务企业转型升级的路径和方式 /97

雄关如铁 奋力跨越

——上网服务行业转型升级的方式和方法 /104

用政策激活产业主体 /109

紧紧抓住转型升级的历史机遇 /121

追寻上网服务行业的中国梦 /136

东北老工业基地信息化转型与上网服务行业区域化升级 /143

精准发力 攻坚克难 提升行业转型升级新境界 /153

上网服务产业转型升级态势与趋势 /168

且行 且珍惜 /172

调研贵州上网服务产业转型升级 /174

第三章 政策推动转型升级

改革攻坚阶段行业面临的挑战和机遇,受命于“危急存亡之秋”的责任与担当,是行业协会履行职责无法回避的大问题。本章一方面从加强和完善行业协会组织建设角度,探索营造行业凝聚力、执行力、战斗力的核心问题;另一方面从理论和实践的结合上,阐述社会主义初级阶段行业协会的职能定位和工作思路。

请倾听生产力的声音 /181

争取政府资源 用好政策红利 /191

维护国家机构常态化运转 /195

让城市文明之光照耀上网服务场所 /204

附 录

有道是“当局者迷,旁观者清”,作为会长对中国上网产业自然倾注无限深情,为了避免主观挚爱背离客观现实的偏颇,附录部分集中了《随项兆伦副部长到深圳“暗访”》和记者专访以及行业同仁的访谈,力图比较准确地反映新闻媒体、社会公众对中国上网服务产业的客观认知。

随项兆伦副部长到深圳“暗访” /213

上网服务营业场所在变革中转型升级 /224

网吧的路,又走起来了 /230

网吧沉浮 /236

后 记

再别网吧 /241

跋

…❖❖第一章 行业协会引领转型升级❖❖…

转型升级是中国上网服务产业高举的旗帜，未来相当长的一段时间，调整产业结构、转变发展方式都是中国经济社会发展的总基调。这是生产力的呼唤，是供给侧改革的引擎。本章以产业转型升级的历史进程为主线，按照写作时间顺序依次展开，集中反映了全行业探索产业特质和规律，不断创新、发展的艰难历程。

❖ 使命与责任

❖ 挑战与机遇

❖ “吧”时代的互联网与网吧

❖ 产业转型 迎接挑战

❖ 转型升级从这里扬帆起航

❖ 上网产业时局与态势

❖ 推动转型升级是行业协会的责任与担当

❖ 提高行业协会履职能力

❖ 把握国内国外两个大局 加速推进产业转型升级

❖ 继往开来 砥砺前行

使命与责任



感谢领导和同志们的信任，由我出任中国互联上网服务营业场所行业协会会长，使我有机会重回曾经为之奋斗了二十年的文化市场领域。

十年前，也就是2002年3月底，我参加“两会”以后，作为文化部文化市场司负责人去信息产业部办理网吧管理交接手续。当年6月16日，北京蓝极速非法网吧一场大火，夺去了25条鲜活的生命，从此拉开了全国网吧治理整顿的序幕。十年过去了，也许是造化弄人，当我重回文化市场的时候，角色已经由曾经的行政管理者转化为上网服务行业的守护者。

改革开放的中国，巨变挑战着想象。十年前，网吧风生水起、炙手可热，排队上网的场景仍历历在目。十年后的今天，网吧却是门庭冷落车马稀，惨淡经营，生存不易。多少第一代上网服务行业的弄潮儿、风云际会者，放弃了他们曾经挚爱的事业，改行高就，或从事房地产，或开发小煤窑了。你们仍然在这块曾经垦荒的土地上坚守着，守望着属于百姓也属于未来的精神家园。你们无怨无悔的坚守给我以信心和勇气。在筹备会议期间，一些朋友劝我远离夕阳产业，忠告不无道理。上网服务行业协会成立的确晚了一些，然而我认为我们的行业虽没有二八佳丽的清纯，却仍是风韵犹存、风情万种。即使是几度夕阳红，我也要全部的心血和汗水，再度黄昏恋，像年轻人一样轰轰烈烈地爱一次、潇潇洒洒走一回。只要你不嫌弃，我今生今世跟你，与上网服务行业的坚守者一道二次创业。即使是夕阳，我也要为中国百花绽放的文化市场添上一抹最为亮丽的夕阳。

我是个很感性的人，对上网服务行业没有更深入的理性研究，但是我看

到当代中国以网吧为开端，诸如影吧、唱吧、书吧、香吧、插花吧、红酒吧、雪茄吧、艺术吧、文化吧、瑜伽吧、回家吧等，像雨后春笋出现在大江南北。我们是否可以这样认为，中国的“吧”时代已经来临。随着国民经济快速发展，人民生活水平迅速提高，社会公众的休闲娱乐时间、空间以及休闲娱乐消费资金也明显增多。一个休闲娱乐与网络科技、文化艺术、生活时尚相结合的“吧”时代应运而生。各种类型、多种业态的“吧”顺应了中国迅速扩大的中产阶级休闲娱乐消费形态的新变化、新需求，具有蓬勃的发展生机，广阔的未来空间。

为什么各类“吧”大路朝天，高歌猛进的时候，作为“吧”时代的拓荒者网吧会濒临夕阳、无路可走呢？网吧近 20 年的发展，完成了网络技术以及互联网文化启蒙和普及的历史重任，随着宽带入户率的提高，随时随地接信息、无时无刻不办公已经成为现代文明的标志，上网服务行业也到了产业提升、结构调整的端口。毋庸置疑，初创时期、初级阶段，网吧主要面向无网可上、无钱 K 歌的中低端消费群体，包括流动人口和青年学生，也包括城乡结合部和乡镇地区的一些年轻人。网吧以低廉的价格和粗放的经营方式，使他们有机会接触到信息社会、现代文明的滚滚春潮。

十年后的今天，他们中的一些人可能已经事业有成，或者跻身中产阶级行列，大可不必再到拥挤嘈杂的网吧上网寻梦了，但是上网服务场所没有忘记他们，也没有放弃为中低端消费群体服务的理念和责任。现在文化市场中还没有比网吧更低廉的大众文化消费项目，也没有轻松上网、传递信息的替代产品，对于大多数流动人口和并不富裕的大中学生来说，收费低廉的网吧仍然是他们最亲密的朋友、不可或缺的空间。网吧仍然是“吧”时代最不缺群众基础的中坚力量。

“吧”时代的到来，是因为中产阶级扩大，中产阶级是科技吧、艺术吧、时尚吧的消费主体，网吧也要顺应“吧”时代的变化，在坚持面向中低端消费群体的同时，也要通过升级改造、多元发展，凸显行业核心竞争力，占领产业科技制高点。我一直苦苦思索上网服务行业的核心竞争力，我想网吧的