时代风云人物榜

内容提要：

本书从以下内容阐述，分别为：第一章　e网不捞鱼、第二章　软海风云骤变。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章　e 网不捞鱼

■中国 ISP :生存还是死亡

说到网络,就不能不提 ISP(即互联网服务提供商),它可以说是网民与 Internet 的中介。中国的 ISP 从无到有已经有 6 年历史。它是现状如何,网民是否能够支付更加低廉的网费而得到更加完善的服务呢?

Internet 火爆　ISP 功不可没

ISP 是互联网服务提供网络接入服务的网格商家,网客用户通过他们的服务,使自己的电脑与 Internet 连接,即 ISP 为个人电脑分享 Internet 上的信息提供了通道。从 1995 年 Internet 进入中国,它便如影随形,在短短的一年里就涌现出大量的 ISP。这些 ISP 主要是做接入服务的民营企业,它们对这块代表了高新技术和未来趋势的新兴市场充满了信心。至今,中国已经有上百家的 ISP,较有实力的如瀛海威、中网、世纪互联、首都在线、和讯、网易、吉通等。根据中国互联网格信息中心的报告。1995 年我国有 1 万网民,到 1998 年底,已有网民 210 万。3 年间,网民增加了 210 倍。中国的 Internet 这所以这么火爆,ISP 们功不可没。网民们面对高昂的风费,对这一行是不是存在暴利也曾生疑,因为按道理,市场的倍增应当使效益倍增,但是情况却不是这样。

中国电信"门槛"太高　民营 ISP"钱"途难量

从 ISP 们诞生以来,一直是投入多产出少。以"瀛海威"为例,在过去的 6 年里,上亿元的投资的"网络五国"1998 年底已经拥有 6 万网络用户。但据其工作人员透露,即便拥有 6 万用户,在 1998 年里还是亏损了 2000 多万元。由于电信部门高额的通信资费,只做接入很难有利润可言。在残酷的市场中,许多小型的 ISP 由于没有强大的资金支持,纷纷改弦易帜甚至关门大吉。

电信资费下调　ISP 腹背受敌

1999 年 3 月以来,互联网资费下调,非但没有使 ISP 这一产业群体的善有所改善,反面使那些主要从事互联网接入服务的 ISP 面临更加紧迫的战略抉择。因为互联网资费(即网洛用户实际所交的网费),包括 ISP 提供接入服务的服务费和 ISP 本身专线资费,其中后一部分费用直接由 ISP 的成本费。网费大幅度下降,从每小时 10 元降为 2 元,有所 80% 的降价幅度,而其中交给电信部门的专线资费的降价幅度是微乎其微的。所以,网费下调的大部分费用是 ISP 应得的服务费。在资费下调后,网络用户每月支付的网费

下降，因此，ISP 的收入降一大截。而收入下降的幅度却远高于 ISP 本身专线资费下降的幅度，因此利润比资费下调之前还有所减少，获利空间受到严重"挤压"。

另辟蹊径　绝处逢生

面对资费调整后的阵痛，许多 ISP 开始试探着另辟蹊径。瀛海成威公司在 1999 年 4 月 6 日与北京电信签订了合作协议，正式启了中国电信总局与瀛海威等 5 家 ISP 的合作项目。合作的内容是由电信提供网洛平台和线路资源，ISP 则把主要精力放在服务网胳和后台信息资源的建设上。于是就上演了瀛海威将自己的用户迁移到了 163 网上的一幕。

另有 ISP 在网络内容上作文章，即逐步将自己转变为 ICP 即互联网内容服务商。1998 年开始，一些 ICP 发展势头迅猛，如搜狐、新浪网、网易等。一些 ISP 本身有良好的基础，又看到了这一点，于是转向内容建设，期望扩大网上广告的收入以弥补做接入服务的亏损，如北京" 迈志科"把网络的部分空间租给他人，可以在此填充丰富的内容和广告。北京彩虹隆博广告公司就是租用了"迈志科"的部分空间，建置了北京房地产网。

■中国首例网页侵权案解秘

一个随随便便的主面设计(四川宜宾东方信息公司主面设计人语),竟然引发一起号称中国首例的网页侵权案——

1998 年 12 月底,瑞得在线的员工在网上浏鉴时发现四川宜宾东方信息公司(以下简称四川东方)的站点主页与瑞得在线当时的主面设计极其相似。当公司内部正在研究对策的时候,瑞得在线接连到网民就此事的投诉。经过耐心的搜集和相关的法律准备,1999 年 1 月 8 日,瑞得在线正式向北京市海淀区人民法院知识产权厅起诉四川东方侵权,法庭宣布受理,开庭时候定于 1999 年 3 月 4 日,后由于种种原因,开庭时候改为 1999 年 9 月 9 日。至此,中国网络服务业有关知识产权的法律纠纷正式浮出水面,而瑞得在线状告四川东方无疑成为此类案件的第一击。

网络知识产权保护,其法律依据何在

1999 年 1 月 24 日,就在瑞得在线提交起诉状不久,瑞得在线召集部分新闻记者举行了网络知识产权研讨会。

国家新闻出版署版权司副司长许超表示,网格知识产权保护的提出,具有积极的现实意义,在我国尽管没有直接的法律,但大环境与相关的法律还是支持这个问题的。对于大环境,他提出两个依据,一是中国代表在不久前的互联网络公约上签字,虽然还需要我国立法机关的批准,但这只是一个时间问题;一是不久前,最高人民法院知识产权审判厅厅长在《新闻出版报》上发署名文章,认为根据现行的《著作权法》可以审判网络传输的著作权问题。本法律依据方面,许超认为现有的法律,基本上涵盖了网格版权问题的解决办法,虽然没有明确的互联网字句,但法官可以根据其精神涵义断案。

对法律依据,他还说此次网络版权官司对于法律界是一次促动,过去我们立法提出的口号是:"一部法至少能管 10 年。"这在过去封闭的环境中还可以应付,但在市场经济、科技发展日新月异的形势下则是不可能的,即使在美国等发达国家,法律也是经济依环境的变化而修订。在互联网这个问题上,这个要求是世界性的。

抄袭主页设计算不算版权侵权

引起此次法律诉讼的是四川宜宾东方信息公司不久前还在使用的主页,在瑞得在线提出质疑后,该站点作了部分调整。但是,在瑞得在线提交的经公证的证据上,这个经调整后的主页,与瑞得在线的主页依然十分相似。令人感到可笑的是,主页抄袭者显然持这样一种心态,能不改动就不改动,只要栏目标题与自己所需不冲突即可。对于这份材

需要全本请访问 www.ertongbook.com

料，瑞得在线设计人员加以详细说明，列举了侵权情况，共有 6 点：1. 结构内容的雷同；2. 以彩运用的雷同；3. 表格的背景、图案、图形的雷同；4. 版式的雷同；5. 栏目标题的雷同；6. 文案的雷同。

瑞得在线聘请的律师对案件作了归纳，他认为从瑞得在线目前搜集的证据看，四川东方的侵权比较明显。根据《著作权法》定义，网页显然属于独创的作品，而四川东方的抄袭证据十分醒目，因此，法律将会保护被侵权人的合法权利。他还解释了适用法律问题，从案件本身看确实有两种法律可以考虑：一是《反不正当竞争法》，一是《著作权法》适用条文，更能体现推动知识产权保护的意义。

值得注意的一点是，由于瑞得在线如此表述证据，在即将到来的司法程序中，举证论证将变得十分复杂，这对官司的进行无疑是不利的，那么有没有更直接的证据呢？

这一点，瑞得在线表现了自己的无奈，因为主页设计的原程序是公开的，这样就盗版十分容易，而四川东方此次侵权，其过程显然是复制以后，仅改动几个汉字就加以使用，这一点瑞得在线曾复制对方主页加以验证。但是，这种举证显然缺乏法律支持，因此瑞得在线不得不舍近求远。

侵权方大梦尽不醒，瑞得坚持法律解决

1999 年 1 月 19 日，四川宜宾东方信息公司主页制作人打电话声称已经收到起诉书。

瑞得在线提供了此次通话的备忘。

1. 东方信息公司的主页不过是主页制作人随随便便设计的，绝对没有其它商业用途。

2. 不明白为什么该公司随便制作的主页会触及侵权、盗版等法律问题。

3. 在得知瑞得公司知道东方信息公司抄袭主页时就把东方公司的 LOGO（实际就是瑞得在线 LOGO，只把英文字线 READ 更改为 DXFF 而已）卸掉。

4. 在收到法院所寄的起诉书后，东方公司就把整个页面重新更改，决看不到任何与瑞得在线的主页内容相关的东西。

5. 东方公司请瑞得在线澄清有关法律条文说明瑞得在线起诉的依据，说明东方公司解犯了什么法律？

6. 东方公司商议可不可以庭下解决？

7. 东方公司认为其行为即便对瑞得在线有侵权盗版，但并没有利用该网而进行任何商业行业以获取经济利益，所以瑞得在线没有必要采取此手段！

8. 质问瑞得在线为什么要把四川的一个小小公司搞垮？

从备忘不难看出侵权方并未意识到自己行为的后果，虽然起诉书让他们感到不安，但他们显然没有意识到知识产权保护的法律意义，这是不是我们网络的现状呢？

瑞得在线负责人称，此次法律行动，其目的半非是要靠一个官司就能解决目前网络中普遍存在的盗版问题，而是希望通过官司引起人们对网格版权有重视，避免重蹈软件业遍地盗版的覆辙。

瑞得在法律行动在网格上褒贬不一，有趣的是瑞得提交了一份网民的贴子，其内容

极尽对瑞得谩骂之能事，在经历了"王洪事件"以后，网上谩骂似乎很难引起人们共鸣，对于从事网服务业的瑞得而言，对谩骂自然也有心理准备。

很难抹去妙作痕迹，功过只能后人评说

瑞得在线状告四川东方网络侵权，从标的看并不是一个大案子，但其影响肯定超乎索赔的经济含义，而上升到网络社会规范的这个高度。但身在商界，瑞得显然也避免不了商业运作的痕迹，除了对业界的影响之外，新闻妙作自是连带收益。在瑞得起诉书中，索赔金额定为 199900 元，难怪四川东方称，其要毁掉一个小公司，这个金额即是四川东方所不能承受，也未必会被法庭所接受，但换个角度，这个数字显然隐含着年份的意义，1999，瑞得即然策动了这场世纪末的网络版权官司，有必要让人们记住它。

IT 业是一个营销观念极重的行业，网格业生存艰难但激烈，瑞得在线作为一个老牌互联网服务商，经营上比较稳健，但宣传上缺乏热点。这一次利用官司效应，倒也无可厚非。有必要让人们反思的是，瑞得主张的网络版权保护，对于中国互联网发展是否一定是积极的促动呢？

反对的声音不是没有，一位记者曾尖锐地指出，说到底四川东方的侵权对瑞得在线而言并没有多大经济损失，同时我们知道网络发展过程中，自由是它的前提，那么瑞得官司如果赢，对网格的发展究竟是促动还是阻滞呢？

相关报道

□各界评述中国首例网页侵权案

业界现状及同行看法

瑞得在线表示:据他们目前所掌握到的资料,这起案件是国内首例"互联网主页侵权案"。不过,如果仅从抄袭网页的行为这一点来看的话,类似的事件在国内实际早已发生过多起。据了解,国内很多知名网站,如搜狐、Chinabyte、新浪、网易等,都曾遇到过网页甚至整个网站被他人抄袭、复制的事情。

那么,对于这样一个带有普遍性的问题,业界同行又是怎么看的呢?

搜狐总裁张朝阳日前在接受记者采访时谈到,搜狐以前也曾多次遇到过类似的情形。他说:"我们开始发现那些模仿搜狐的网站时,也是非常着急的,但后来我们逐渐发现,总是要不了多久,那些模仿搜狐的网站就全都无声无息了。"张朝阳把这归结于:在互联网上,"没有声音,就没有存在。"他因此认为,对互联网上的模仿行为不用太过意,毕竟在网上树立起的品牌是无法通过简单的模仿而偷走的。

很明显,张朝阳是从搜狐所一贯坚持的"品牌战略"上着眼来谈这个问题的。而国内另一家著名 ICP 的老总及一位业内资深人士则不约而同地从另外的角度提出了这样一个问题:互联网的世界里崇尚的是开放、自由、共享的精神,互联网能够发展至今也正是由于有了这样的精神。因此,对于网上版权的限定会是对网络发展的一种促进还是一种阻碍?

东方信息公司法人代表

东方信息公司经理任建军表示,对于瑞得在线的举动,感到"很出乎意料之外"。而对于这一修改后的网页仍被瑞得方面认为是"侵权",任建军感到很委屈。

谈到这一事件可能的最终解决方案,任建军表示,自己也是很尊重版权的。所以,如果自己真是无意之中侵犯到了瑞得的版权,那么,对瑞得方面"表示歉意"。不过,由于目前法律上对于互联网主页的侵权还没有明确的规定,因此,任建军说,对于这一事件自己暂时还持保留态度。

新闻出版署版权司的看法

国家新闻出版署版权司副司长许超认为,国内目前对于网上侵权的法律法规尚处

于"不是很明确"的阶段。他说："对于互联网上的侵权行为，不是说国内法律上没有规定，但也不是说规定得很明确了。"他指出，对于互联网上的版权问题，目前国际上已有定论——1996 年 12 月 20 日世界知识产权组织通过了两款"Internet 条约"，明确规定数据在互联网上的"传输权"是属于作者的，任何未经许可擅自使用网上数据的行为都是违法的。中国已经同意了这两款条约，但条约要真正赋予实施还有待时日。

来自法律界专家的看法

中国社会科学院法学所知识产权中心副主任李顺德在这次座谈会上谈到，对产权的保护是涉及到知识经济的重要问题。他认为，从宏观上来讲，将来版权产业会是知识经济的主要支柱，因此，这已经不仅仅是瑞得在线一家公司的事情了。

李顺德并指出，案情本身其实并不复杂，现在最困难的问题是如何从法律上来对此案件做出具体判定。与版权司副司长许超观点相似的是，李顺德也认为，现有法律并不是就对类似案件束手无策了，但的确"存在不明确之处"。

从上面所谈到的方方面面对于瑞得在线头等状告东方信息公司"主页侵权"案件的态度来看各方面的意见并不统一，甚至可以说是存在着相当大的分歧。不过，无论如何，至少有一点是可以被各方面所认同的，即由这事件所引发出来的思考，将会远远大于案件本身的任何判决结果所带来的实际意义。

■新闻网呼之欲出　互联网引发变局

2000 年的春节刚过，一个多少有些神秘色彩的网站渐渐浮出水面，并在媒体上打出了招聘广告。与其它网站不同的是，这个号称为新闻专业网站的"千龙网"将会拥有自己的采编队伍。如果该网站能顺利诞生，那它便将是真正意义上的新闻网站了。

狼来了吗？

尽管这几年众多网站热炒不绝，并且"名厨"不少，但搜狐、新浪等有新闻内容做的都是"拼盘"，原创内容不多。"千龙"的横空出世，绝不仅仅是又多了一个新面孔，拥有新闻采访权与发布权的新闻网，更像是一家拥有了"第四媒体"的新闻单位。"独家新闻"的魅力显然超越了"复制新闻"，面对这一态势，以新闻频道见长的"搜狐"却表现得过于平静。

搜狐首席执行官张朝阳认为"千龙网"横空出世并不会对搜狐产生影响。他的基本观点是"网络不是一个简单的媒体，它是一个平台，它给人们提供了一个有各种各样活动的场所，从发布内容方面看，传统媒体是一种权威媒体，强势媒体。"对于网站有没有新闻采访权与发布权的问题，张朝阳认为这个问题首先得依赖于国家政策，并明确表示搜狐是没有原创内容的。

张朝阳如此轻松绝不仅仅来源于自信，虽然许多网民上网主要目的是浏览新闻，但是像搜狐、新浪这样的门户，目前似乎并不急于用"原创新闻"来哗众取宠。作搜索引擎的搜狐、新浪自然要奉引"拿来主义"。它们的如此"拿来"，现在还未曾陷入"侵权"的尴尬，因为有关部门对网上新闻的版权问题还只是睁一只眼闭一只眼。同时仅仅一家新闻网站，还无力撼动搜狐、新浪的霸主地位。但有消息称，今年有关部门将支持人民日报、新华社等几大新闻网站，如此一来，综合网站真的要惊呼："狼来了"！

是只纸老虎？

作为中国互联网企业集中的城市之一，上海的网站发展相对于北京起步较晚，但与北京门户新闻类网站一枝独秀的局面不同的是，上海的互联网企业在发展初期正赶上包括电子商务、娱乐交友等专业类网站兴起的浪潮。因此，绝大多数的上海互联网企业并没有把新闻作为网站的主要业务。但对于"千龙"网站的这次举措，一些兼做新闻的网站纷纷表示，网站自己实行新闻采编的想法在业内由来已久，也早有先例，但就目前中国的网站规模而言，发展自己的采编队伍存在着成本过高的问题，因此，也就无法保证新闻的时效性。

"城市新网"总裁施聪认为，目前网络新闻的主要提供源来自传统媒体，而另一方面，

由于维持一支网络技术队伍需要大量的投入，在网络上涉足较晚的传统媒体也常常借助于商业网站的技术优势来发展自己的网站。虽然，美国在线和时代华纳的联姻使网络涉足传统媒体成为大势所趋，但一些上海网络业内人士认为，目前这种网站与媒体之间的资源互补的合作关系仍然是未来网络媒体的最佳生存形态。而一旦网站成为了真正的新闻单位，那么以往网站与传统媒体之间的关系就将面临"变局"。

如果说呼之欲出的新闻网站对传统网站的威胁还只是纸上谈兵，而相对于传统媒体来说恐怕就不那么幸运了。直接的冲击就是网上传输远比传统媒体要快捷的多，网络没有出现的时候，新闻的时刻是以天、以小时计、网络则可以实现"随时随地传信息"。

谁都无法预料生死

近几年网络的作用的确被新一代接受它的人夸大了许多，某些新新人类对其更是顶礼膜拜，着实有点走火入魔，并疯狂表白今后社会非其不能生存。"网络媒体"自然会取代传统媒体，但是"网络媒体"只是口头说说而已，并未经有关部门批准其有新闻采编与发布权。

伊氏女性网站 CEO 苏米杨就认为，网站至今为止都未曾得到官方关于具有新闻采编权及发布权的批准。何况许多网站在经营运作时都存在欺诈行为，如有些网站为了能达到有关指标，如点击率和注册用户数，为了发展所谓的"实力"，不惜雇人以提成的手段来提升数字。这样的网站做出来的新闻和发布的广告又有谁会相信呢？

事实上，记者在某次新闻发布会上就亲自见到有搜狐、新浪、Chinabyte 等网站派出的"记者"出席。虽然也有相关人士认为在相当长时间里，电视、报纸、广播和"网络媒体"仍可和平相处，但毫无疑问，网络媒体的前途不可限量，2000 年将是网站变化最大的一年；一个专业网站的出现，也不能说明什么问题，但它确是互联网变局的一个苗头，没准这一苗头将引发互联网的一场地震。

令人稍稍心安的是，据权威人士透露：政府新闻管理机构将出台有关规定，明确表示将介入对网上新闻发布的管理。那么像"千龙网"这种以经营网络新闻为主业的综合网站的生死实在是难以预料！

需要全本请访问 www.ertongbook.com

■新华社学路透社　全线出击圈大钱

新华社怎么了？新华社变了！

作为中国惟一一家具有相当规模的世界性通讯社，新华社是中国最大、最权威的新闻信息采集和发布中心。一向低调谨慎的新华社，最近却把自己搞得有点忙，把大家搞得有些晕。因为在它的身上不知不觉又多了许多新鲜的称号。

而就在2001年7月16日，新华社与香港泛华合资的新华在线信息技术有限公司第一次在北京与公众见面，并以全国最大的信息服务商的名义，宣布全面参与国内信息资讯市场的全面竞争，目光直盯"领军"的角色。

记者就有关问题采访了上海新华电信网络电视有限公司副董事长兼首席执行官浦晓江、新华在线信息技术有限公司总裁于干及副总裁毛钊、以及新华社一位不方便透露姓名的负责人。

新华社想要做什么

2001年6月29日，电信网络的最大拥有者中国电信和国内最大的新闻内容提供者成立了上海新华电信网络电视有限公司，新华社占40％的股权。新华社终于通过宽带这种形式实现了电视新闻节目的落地。

此举一举撕破了广电总局多年设下的围局（传广电总局曾经下过一个不公开的内部文件，规定各家地方台要用中央电视台的国际新闻节目），新开通的新华电信宽频网内容共分四个部分：新闻频道提供国内外新闻专题片，每天由新华社通过卫星传送节目，实现滚动播出；人物频道以名人访谈为主要内容；财经频道以报道国内1000多家上市公司状况为主要内容；科技频道最为引人注目，它的播出内容为美国的ESPN的美国国家地理杂志节目，通过购买节目，实现24小时滚动播出，前面三个频道的节目全班由新华社自己采访制作。

而就在今天2001年（7月16日），新华社又戴上最大的信息服务商的帽子，宣布参与国内信息资讯市场的全面竞争，目光直盯"领军"的角色。

由新华社辖下中国经济信息社与香港泛华科技信息技术有限公司合资成立的新华在线信息技术有限公司将于7月16日在北京正式召开信息服务推介会，该公司投资总额为5000万之巨，并且一步到位，投资预期3年内为一亿元。而且投资方承诺只要有需求就有支持。该公司的投资比例新华社占45％、香港泛华占55％，信息产业界资深经理人于干先生为公司总裁，全力将新华在线发展成国内最大的增值信息服务商。

除新闻通讯业务外，新华社一直是国内最权威、最全面的资讯中心，拥有大量政策、法规、经济、贸易信息和各行业数据库等。新华社在国内设有31家信息分社，拥有遍布

全球的信息集散网络和具有国际先进水平的电子化信息处理手段，使新华社信息产品具有权威、全面、准确、及时等特色。

新华在线公司将分阶段推出旗下五大系列信息产品，分别是基础数据系列、精要资讯系列、情报分析系列、权威报告系列及特色产品系列。将于 7 月 16 日推出的第一阶段服务包括基础数据系列、精要资讯系列、情报分析系列中的《媒体专供》、《PDA 短讯》、《证券专供》、《WTO 特供》等主打产品。届时海内外用户可通过新华在线的产品宣传网站，快速查阅并订购新华在线提供的各类信息产品。随后权威报告、特色产品系列增值信息服务也将在年内推出。

新华社也要赚钱

众所周知，新华社的信息资源是无与伦比的。而要想新华社要想有一个很大的发展，光靠国家的财政拨款是解决不了根本问题的。而解决的办法只能是充分发挥自身的优势，盘活自身雄厚的信息资源。

新华社为了创收，每年都要组织学习路透社的经营模式，整整学习了 15 年。而路透社只占路透集团全球业务的 7%。路透集团拥有许多著名上市公司股权，如 Tibco Software 公司 42%的股权、Riskmetics 公司 24%的股权、GLTrade 公司 34.2%的股权，同时还对其他 270 余家相关行业公司进行战略或策略参股.

据报道，国际著名的路透集团的新闻报道和媒体产品只占总业务的 5%，而 95%的收入来自包括财经资讯、金融交易服务、企业解决方案等增值服务。这个事实一方面说明在国外，企业对信息产品和服务的需求有明显的层次，除了基本的信息外，高端的信息产品和增值服务更具市场价值；另一方面说明，对于信息产品的处理和应用也是国内同行需要努力的方面。新华在线认为，提高信息的应用能力，挖掘信息内部的深层价值任重道远。新华在线将以更开阔的视野从社会各层面、行业搜集、整理资讯，使其转变为具有商业价值的产品和服务，实现信息的市场化，为客户提供系统、专业、权威、高水准和高价值的信息资讯和咨询服务。有理由相信，新华在线的推出将在极大程度上推进国内信息服务业的发展进程。

新华社于是也在 1998 年成立了中国经济信息社，正式进入信息服务行业。通过 12 年的发展，已经在国内占有了一定的市场份额，有了 2 个多亿的收入。

新华社在进行作为国家通讯社的同时，并没有放松对信息服务的探寻。后来，新华社就主办了《经济参考报》、《半月谈》、《了望》、《体育快报》、《中国证券报》、《上海证券报》和《参考消息》等 40 多种报刊，改变了新华社只作为载体，为国内新闻媒体提供新闻的模式，在广告收入和发行报刊所得成了新华社的重要创收.

但是仅靠现有的这些纸媒体的一点点广告收入，但是对于新华社来说，它的价值远远没能得到体现，而是在不知不觉地不作为中静静地浪费着。

在市场经济体制下的今天，如何保持持续增长的发展，是新华社的领导们经常考虑的问题。新华在线总裁于干指出，从商业化运做的角度来讲，客观的说，新华社市场化的程度还是比较低的，新华社的管理层也意识到这一点。因为单凭新华社自己改变，时间

会比较长，所以新华社也需要外来的介入。新华社先后参与了中华网的建设，推出了新华网，虽然有些公司现在都半死不活（一位财经记者语——本报记者注），但是新华社还是与外力全力打造新华在线信息技术有限公司、上海新华电信网络电视有限公司。

浦晓江告诉记者，据估计今年我国的广告总额将突破 1000 亿大关，在这道 1000 亿元广告大餐中，电视类媒体将占据近 50％的市场份额. 中央电视台一家就可以拿到 50 亿元，上海电视台和东方电视台的广告份额分别达到 7 亿元. 许多电视台已经肥得流油，而作为世界五大通讯社之一的新华社，每年还需要国家财政补贴予以支持，拥有自己的电视台一直是新华社的一个梦想. 但是由于国家政策的限制，一直未能直接介入广播电视领域. 新华社总社曾经向国家提出申办电视台，但未能如愿. 而网络电视的出现则为新华社进军广播电视提供了另外一个通道。

上海电视台朱咏雷台长就曾指出，对于一家电视台而言，手上最大的王牌就是自己所拥有的频道资源。增开一个频道，每天只要拿出播出时间的十分之一来做广告，，就可以赢利了。

当然，也有人质疑：网络电视真的可以实现盈利并打破现有的广电体制吗？

上海新华电信网络电视有限公司副董事长兼首席执行官浦晓江表示，利用宽带提供视频节目，它的盈利模式从一开始就存在的。市场盈利点有 3 个方面，第一个是对用户的收费，收费将和中国电信的电话帐单捆绑在一起，每个频道每个月收取 10－15 元，中国电信将钱收上来以后在剥离给新华电信网络电视有限公司；第二个盈利点是广告，网络电视是视频广告，用户是付费的，受众目标很明确，其价格将比现有的电视广告低得多，如果可以吸引到很多广告；第三是开展电子商务方面的增值服务。

新华在线总裁于干告诉记者，随着国内市场经济的快速发展与知识经济时代的来临，国内信息服务的供求存在明显的市场缺口，新华社希望借此机遇，把自己拥有的权威信息产品，在更大的市场范围内向企业和媒体机构提供深度服务。新华在线的阶段性战略定位就是要做特定行业增值信息供应商、跨渠道信息资源整合服务商和覆盖多领域的大媒体运营商。

新华在线总裁于干认为，信息服务业目前还没有见到过一个清晰的界定和描述，众说不一。但据 IDC 的统计，中国信息服务业专业化市场 1998 年要有 9 亿人民币的市场份额，但每年只有 3％的增长率，市场总量很小。

总的来说，大家对这个市场发展认识非常不充分。这个行业整体还在市场的启蒙、初级阶段。此间权威人士认为：新华在线公司的定位既是其弥补信息市场空缺的又一动作，同时也可能是新华社努力向国际化信息服务机构迈进的重大举措。新华在线公司等信息服务商的不断崛起，可能会进一步优化新华社作为国际知名通讯社的业务结构，提高其综合竞争实力。而泛华科技集团主席何柱国先生认为，新华在线是泛华的一个非常重视的投资项目，投入资金之大就是表示对此事最大的重视。

据国家统计局国际统计信息中心对世界 28 个主要国家和地区（包括发达国家和发展中国家）的信息能力进行的测算，结果表明，目前中国的信息能力处于最低水平之列，信息服务业才刚刚起步，行业整体还处于小规模尝试阶段，所提供的信息服务附加值较低，市场潜力虽大，但仍有待启蒙。

据专家分析，中国加入 WTO 后，该市场将会有全新变化及跳跃式发展：三资企业越来越看好中国市场，并普遍具有市场敏感性及信息消费习惯；国有企业由于面临市场竞争压力，将很快释放其信息需求能力；作为一直处于强大市场压力下的民营企业也将是增值信息的积极消费者；政府机构由于其职能的转变，对信息处理能力和资讯有序化要求提高，它们的需求将对整体市场形成强烈的示范作用。

新华在线公司总裁于干日前向新闻界表示：中国加入世贸在即，海内外企业对中国经济和市场动向的信息需求更加殷切，许多大的外资公司在买国外的信息服务公司的咨询报告，很贵，上 10 万都有。新华在线公司将依托新华社的强大支持，抓住市场时机，以热点行业切入、从市场需求出发，为客户提供有价值的信息产品，并希望在未来 3 年里发展成为商业资讯及信息咨询领域的业内知名品牌。

因为于干深信，凭借新华社及多家国家级权威信息机构合作带来的资源优势"兑现"是绝对没有问题的。

记者问于干，入世后信息服务领域会不会遭到来自国外竞争对手的冲击，比如路透？于干自信地告诉记者，他们有信心。他说，新华学路透，也学了很长。路透作了 150 年，的确有一些成熟的经营模式和获利之道。但是它在中国并不非常成功。除了一些政策限制外，真正的信息服务是离不开本土化的。不能有效的本土化，信息服务是不落地的，比如全球的，没有问题，当涉及与国计民生相关连比较密切的就不能完全实现。新华社在这方面的积累，路透是不能望其项背的，本土化的东西只能由新华社来提供。

当记者问，新华在线的出现是否会导致与新华网"窝里斗"时，于总说："不排除竞争，但信息服务也面对的战线太宽，太长，新华在线的业务定位上真的希望聚焦聚焦再聚焦我的操作方式真的是聚焦，这和我们做传统产业的出身有关，我高度聚焦在特定的信息服务领域，在这个大领域中，完全施展的开，我们所要面对的行业太多了。我想做细分，我不想做（内容），几个门户没有一个日子好。我不希望竞争局面的出现"。但是副总裁毛钊却明确表示，竞争是有益的，而且新华社的高层也是乐于看到竞争，并在竞争中成长的，也鼓励新华在线与新华社信息中心竞争，通过机制竞争使新华社在市场上运作能力加强。

于干认为新华在线有好多优势，在产品生产方面，"模块化、组件式"信息生产方式可形成"多快好省"的竞争优势；销售渠道方面，新华社有着信息产品销售网络、结合新技术的用户渠道联盟和泛华科技海外关系构筑的渠道优势；再加上优秀的经营团队，那将是无可比拟的。于干保证新华在线的经营活动将贯穿为股东创造最大的价值，他相信新华在线能够在 3 年内实现盈亏平衡，3 年末年销售收入超过一亿元人民币。

好戏还在后头

一位新华社的高层负责人告诉《经济观察报》记者，其实新华社在创收方面的操作开始的比较早，目前，新华社下辖已经有几十家公司，其中有中国最大的广告公司——中国广告联合公司，中国最早的公关公司——中国环球公关公司，还有企业中国图片社等。随着加入 WTO 在即，新华社的发展策略没有任何选择余地地必须进行调整。他透露

说，真正的好戏还在后头呢！

随着 WTO 的临近，互联网肯定是一种趋势。

1995 年，新华社开始了它的资本运作. 香港分社开始了实验，华社以 60％的股份对中华网进行控股。但是新华社一直都是以自己的无形资产和有形信息作为合作的资本，从来没有现金投入，但是作为大股东要承担经济压力，新华社只能一方面争取让中华网上市，一方面自己淡出，现在新华社已成为中华网的第四股东。因为新华社知道资金优势并不是它的长项。

但是由于有过运作过中华网、新华财经的经验，知道进入互联网的资金投入太大，但新华社觉得信息服务很有前景，资金消耗又不会太大。而且许多想进入中国市场的海外企业都需要有人向其提供本土最权威的资讯。所以新华社与香港泛华科技信息技术有限公司一拍即合，成立了新华在线。

这一次合作的规模、背景在新华社的很是少见。投资方许诺：注册资金 5000 万一次到位，3 年投入一个亿。而且若有业务需要，还可以再投，不设上限。

值得关注的是新华在线公司是新华社下辖中国经济信息社和海外资本的充分合作的结晶，作为新华在线公司另一投资方的泛华科技公司有雄厚的实力，在国内的投资主要以信息高科技为主。有关方面人士透露，新华在线公司引入外资不乏深入开拓海外信息服务市场，使公司实现国际化运做的长远考虑。

新华社一位高层对记者说，作为国家通讯社，新华社由单一的国家通讯社向国际通讯社延伸，作为国际通讯社光靠新闻供给是有局限性的。必须加上资讯，才会有国际影响。

最近，新华社内部进行了大幅度的改革，对地方媒体进行了大幅度的整合，组建一个极为大型的报业集团是新华社一个奋斗目标之一。但他同时指出，新华社的主业还是新闻，但是会凭借其几十年的地位和影响，把资源进行有效的整合。

新华社未来的两个发展方向是已经达成共识的，一是发展信息产业，另一个是组建报业集团。手段是一方面在体制内完善资源结构，另一方面积极引进一切可以利用的资金。但是，作为政府机构，新华社的任何行为当然包括商业行为，都不会是单纯的企业行为，它必须要有形象上的考虑，必须瞻前顾后。

在谈到上海新华电信网络电视有限公司时，该负责人就承认，这是新华社策略调整的一个重要的组成。但是他也指出网络电视的出现，也绕了许多弯的。但他同时向记者透露，新华社正在与泛华科技推出另外一家有关电视方面的公司，审批立项已经完成，只等注册程序，近期将会公布。

但是，由于涉及到新华社、新闻领域在政策方面的限制，新华社在利用外资方面一直比较谨慎，但是该负责人指出新华社近期在信息领域还会有重大的动作。由于新华社并不是企业，所以现在的每一个合资项目都由其下面的机构来进行的。在 WTO 的时间不断临近，已经筹备好几年的传媒、新闻领域的竞争态势更趋激烈，另一方面，互联网的出现，信息获取的成本不断下降、方法不断快捷。在小环境和大环境的作用下，已经没有任何时间和机会容许新华社再做别的选择了，对他来说只有积极进取，锐意改革。事实上，我们已经看到了。

该资深人士告诉记者，类似上海新华电信网络电视有限公司、新华在线信息技术有限公司这样的"新华系"军团，将会频频亮相。

新华社的一位高层人员最后对记者说："新华社应该像一条鲨鱼。必须继续向前，而且一天比一天做得更好，否则就会死亡。"现在看来，新华社的确很欣赏自己现在这么酷，以至不能放慢脚步。

需要全本请访问 www.ertongbook.com