



互联网金融 经营管理之道

张劲松 编著 | 拓荒互联网金融
创建和谐金融生态



机械工业出版社
China Machine Press

互联网金融 经营管理之道

张劲松 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网金融经营管理之道 / 张劲松编著. —北京: 机械工业出版社, 2014.7

ISBN 978-7-111-47202-5

I. 互… II. 张… III. 互联网络-应用-金融 IV. F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 142071 号

本书主要讨论了基于互联网发展的互联网金融市场空间理论、金融市场互联网模型、互联网金融经营管理策略、市场互联网方案设计与路径、互联网金融经营管理、客户价值理论、金融企业客户价值分析、网络安全管理、互联网与网上营销等理论与实务。

互联网金融经营管理之道

张劲松 编著

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 黄姗姗

印 刷: 藁城市京瑞印刷有限公司

开 本: 170mm × 242mm 1/16

书 号: ISBN 978-7-111-47202-5

责任校对: 董纪丽

版 次: 2014 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

印 张: 18.75

定 价: 39.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 68995261 88361066

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

投稿热线: (010) 88379007

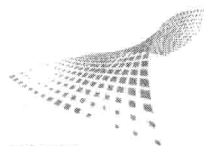
读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有 · 侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东





前言

互联网金融是金融行业与互联网技术相结合的新兴金融业务模式。互联网技术开放、平等、协作、共享等功能可以对金融业务模式进行再造，对目前的金融模式产生深远的影响。互联网金融与传统金融的区别在于金融业务所采用的媒介不同，互联网技术与移动技术使得传统金融业务具备透明度高、参与度强、协作性好、中间成本低、操作便捷等一系列特征。

信息技术在互联网金融方面的应用表现为：在接入服务器领域，通过改进通信模型和处理算法最大限度地提高网上交易的处理速度、并发能力和用户体验。在数据存储服务领域，通过软件集群技术，将大批量数据分别存储于不同地区的数据中心，若个别节点存在故障，仍可继续为系统提供高速数据存储服务。在客户端领域，利用网络浏览引擎技术，通过解析脚本来生成客户端界面，并应用到客户端框架中的每个部分，实现与客户端框架的无缝结合，实现行情、交易和服务类数据的无障碍调用，减少网络冗余数据，提高网络访问速度；在安全领域，利用底层驱动、加密套件、动态更新、多线程防护等技术有效隔绝盗号木马的各种攻击。

在金融数据分析领域，通过对市场信息数据的统计，利用一定

的分析工具给出数（报表）、形（指标图形）、文（资讯链接）。分析工具包括：回归分析、时间序列分析等，利用这些计量经济学分析工具和方法可设计经济指标模型（如 GDP、PPI、CPI 等）、企业价值成长模型、企业财务预测模型及企业估值模型等。

以互联网为代表的现代信息科技，特别是移动支付、云计算、社交网络和搜索引擎等，将对人类金融模式产生根本性的影响。在互联网金融业务模式下，因为有搜索引擎、大数据、社交网络和云计算，市场信息不对称问题得到较好的改进，交易双方在资金期限匹配、风险分担方面的成本日趋降低，银行、券商和交易所等中介作用都有弱化；贷款、股票、债券等的发行和交易直接在网上进行，弱化金融中介的市场充分有效，接近市场一般均衡的原理。

我国商业银行推出的网上银行，腾讯推出的微信联合人保财险的手机端支付，淘宝联合天弘基金开发的余额宝以及易付宝、百付宝、快钱等多家第三方支付平台等，是我国互联网金融的典型代表。与全球范围内互联网金融活跃的投资行为相比，国内投资者对该领域的态度谨慎得多。

互联网金融服务平台很适合小微企业，快捷高效，利率不高。微小金融是近几年新兴的一种金融模式。微小金融服务是金融领域内对贷款、投资、理财规模较小，时间较短的金融行为的统称，是为中小微企业、创业者、个体工商户、小额投资者等提供的金融服务。微小金融服务的特点：一是以中小微型企业以及贫困或中低收入群体为特定目标客户；二是由于客户的特殊性而提供适合这些特定目标阶层客户的金融产品和服务。

随着 WiFi、3G 等技术的发展，互联网和移动通信网络的融合趋势非常明显，有线电话网络和广播电视网络也融合进来。移动支付将与银行卡、网上银行等电子支付方式进一步整合，真正做到随时、随地和以任何方式进行支付。随着身份认证技术和数字签名技术等安全防范软件的发展，移动支付不仅能解决日常生活中的小额支付，也能解决企业间的大额支付，替代现金、

支票等银行结算支付手段。

云计算可将存储和计算从移动通信终端转移到云计算的服务器，减少移动通信设备的信息处理负担。这样移动通信终端将融合手机和传统 PC 的功能，保障移动支付的效率。

目前，我国信用体系尚不完善，互联网金融的相关法律也有待配套完善，互联网金融违约成本较低，容易诱发恶意骗贷、卷款跑路等风险。特别是 P2P 网上贷款平台由于准入门槛低和缺乏监管，易成为不法分子从事非法集资和诈骗等犯罪活动的温床。另外，我国互联网安全问题突出，网络金融犯罪问题也不容忽视。一旦遭遇黑客攻击，互联网金融的正常运作会受到影响，危及消费者的资金安全和个人信息安全。

本书结合了作者多年研究网络金融的部分成果以及经营管理创新理论的竞合理论，同时也参考了大量的书籍、报刊和相关网站的资讯与资料，未能一一注明，在此一并致谢。

推荐阅读

序号	书号	书名	作者	定价
1	30250	江恩华尔街45年（珍藏版）	（美）威廉 D. 江恩	36.00
2	30248	如何从商品期货贸易中获利（珍藏版）	（美）威廉 D. 江恩	58.00
3	30247	漫步华尔街（原书第9版）（珍藏版）	（美）伯顿 G. 马尔基尔	48.00
4	30244	股市晴雨表（珍藏版）	（美）威廉·彼得·汉密尔顿	38.00
5	30251	以交易为生（珍藏版）	（美）亚历山大·埃尔德	36.00
6	30246	专业投机原理（珍藏版）	（美）维克托·斯波朗迪	68.00
7	30242	与天为敌：风险探索传奇（珍藏版）	（美）彼得 L. 伯恩斯坦	45.00
8	30243	投机与骗局（珍藏版）	（美）马丁 S. 弗里德森	36.00
9	30245	客户的游艇在哪里（珍藏版）	（美）小弗雷德·施韦德	25.00
10	30249	彼得·林奇的成功投资（珍藏版）	（美）彼得·林奇	38.00
11	30252	战胜华尔街（珍藏版）	（美）彼得·林奇	48.00
12	30604	投资新革命（珍藏版）	（美）彼得 L. 伯恩斯坦	36.00
13	30632	投资者的未来（珍藏版）	（美）杰里米 J. 西格尔	42.00
14	30633	超级金钱（珍藏版）	（美）亚当·史密斯	36.00
15	30630	华尔街50年（珍藏版）	（美）亨利·克卢斯	38.00
16	30631	短线交易秘诀（珍藏版）	（美）拉里·威廉斯	38.00
17	30629	股市心理博弈（原书第2版）（珍藏版）	（美）约翰·迈吉	58.00
18	30835	赢得输家的游戏（原书第5版）	（美）查尔斯 D. 埃利斯	36.00
19	30978	恐慌与机会	（美）史蒂芬·韦恩斯	36.00
20	30606	股市趋势技术分析（原书第9版）（珍藏版）	（美）罗伯特 D. 爱德华兹	78.00
21	31016	艾略特波浪理论：市场行为的关键（珍藏版）	（美）小罗伯特 R. 普莱切特	38.00
22	31377	解读华尔街（原书第5版）	（美）杰弗里 B. 利特尔	48.00
23	30635	蜡烛图方法：从入门到精通（珍藏版）	（美）斯蒂芬 W. 比加洛	32.00
24	29194	期权投资策略（原书第4版）	（美）劳伦斯 G. 麦克米伦	128.00
25	30628	通向财务自由之路（珍藏版）	（美）范 K. 撒普	48.00
26	32473	向最伟大的股票作手学习	（美）约翰·波伊克	36.00
27	32872	向格雷厄姆学思考，向巴菲特学投资	（美）劳伦斯 A. 坎宁安	38.00
28	33175	艾略特名著集（珍藏版）	（美）小罗伯特 R. 普莱切特	32.00
29	35212	技术分析（原书第4版）	（美）马丁 J. 普林格	65.00
30	28405	彼得·林奇教你理财	（美）彼得·林奇	36.00

推荐阅读

序号	书号	书名	作者	定价
31	29374	笑傲股市（原书第4版）	（美）威廉·欧奈尔	58.00
32	30024	安东尼·波顿的成功投资	（英）安东尼·波顿	28.00
33	35411	日本蜡烛图技术新解	（美）史蒂夫·尼森	38.00
34	35651	麦克米伦谈期权（珍藏版）	（美）劳伦斯 G. 麦克米伦	80.00
35	35883	股市长线法宝（原书第4版）（珍藏版）	（美）杰里米 J. 西格尔	48.00
36	37812	漫步华尔街（原书第10版）	（美）伯顿 G. 马尔基尔	56.00
37	38436	约翰·聂夫的成功投资（珍藏版）	（美）约翰·聂夫	39.00
38	38520	经典技术分析（上册）	（美）小查尔斯 D. 柯克帕特里克	69.00
39	38519	经典技术分析（下册）	（美）小查尔斯 D. 柯克帕特里克	69.00
40	38433	在股市大崩溃前抛出的人：巴鲁克自传（珍藏版）	（美）伯纳德·巴鲁克	56.00
41	38839	投资思想史	（美）马克·鲁宾斯坦	59.00
42	41880	超级强势股：如何投资小盘价值成长股	（美）肯尼思 L. 费雪	39.00
43	39516	股市获利倍增术（珍藏版）	（美）杰森·凯利	39.00
44	40302	投资交易心理分析	（美）布雷特 N. 斯蒂恩博格	59.00
45	40430	短线交易秘诀（原书第2版）	（美）拉里·威廉斯	49.00
46	41001	有效资产管理	（美）威廉 J. 伯恩斯坦	39.00
47	38073	股票大作手利弗莫尔回忆录	（美）埃德温·勒菲弗	39.80
48	38542	股票大作手利弗莫尔谈如何操盘	（美）杰西 L. 利弗莫尔	25.00
49	41474	逆向投资策略	（美）大卫·德雷曼	59.00
50	42022	外汇交易的10堂必修课	（美）贾里德 F. 马丁内斯	39.00
51	41935	对冲基金奇才：常胜交易员的秘籍	（美）杰克·施瓦格	80.00
52	42615	股票投资的24堂必修课	（美）威廉·欧奈尔	35.00
53	42750	投资在第二个失去的十年	（美）马丁 J. 普林格	49.00
54	44059	期权入门与精通（原书第2版）	（美）爱德华·奥姆斯特德	49.00
55	43956	以交易为生II：卖出的艺术	（美）亚历山大·埃尔德	55.00
56	43501	投资心理学（原书第5版）	（美）约翰 R. 诺夫辛格	49.00
57	44062	马丁·惠特曼的价值投资方法：回归基本面	（美）马丁·惠特曼	49.00
58	44156	巴菲特的投资组合（珍藏版）	（美）罗伯特·哈格斯特朗	35.00
	13303	巴菲特致股东的信	（美）沃伦·巴菲特	38.00
	27497	主动型指数投资	（美）史蒂芬 A. 斯科恩菲尔德	78.00

推荐阅读

高收益债券与杠杆收购：中国机会

作者：王巍（美）施迈克 等 ISBN：978-7-111-38920-0 定价：59.90元

VaR和银行资本管理：风险调整绩效、资本管理及资本配置方法论

作者：（意）弗朗西斯科·萨伊塔 ISBN：978-7-111-38970-5 定价：69.00元

利率市场化的全球经验

作者：张健华 等 ISBN：978-7-111-38841-8 定价：58.00元

法博齐讲金融

作者：（美）帕梅拉·彼得森·德雷 等 ISBN：978-7-111-38509-7 定价：59.00元

超越垃圾债

作者：（美）格伦·亚戈 等 ISBN：978-7-111-40536-8 定价：59.90元

走向世界的银行家：来自全球金融第一线的领导经验

作者：（美）威廉·罗兹 ISBN：978-7-111-36857-1 定价：49.00元

金融改变一个国家

作者：（美）杰拉尔德 F. 戴维斯 ISBN：978-7-111-34772-9 定价：39.00元

看多中国，资本市场历史与金融开放战略

作者：聂庆平 等 ISBN：978-7-111-36730-7 定价：48.00元

信用风险度量与管理

作者：（美）阿诺·德·瑟维吉尼 等 ISBN：978-7-111-37056-7 定价：68.00元

资产价格流动性理论

作者：（美）戈登·帕博 等 ISBN：978-7-111-31575-9 定价：42.00元

统计套利

作者：（美）安德鲁·波尔 ISBN：978-7-111-32544-4 定价：38.00元

高频交易

作者：（美）艾琳·奥尔德里奇 ISBN：978-7-111-34324-0 定价：42.00元



目录

前 言

第1章 互联网经济概述 // 1

- 1.1 互联网经济的特征 // 2
- 1.2 互联网产业的行业特点 // 10
- 1.3 互联网时代十大品牌策略 // 26
- 1.4 移动互联网平台的开放模式 // 28
- 1.5 互联网对金融的影响 // 30

第2章 互联网金融平台 // 34

- 2.1 金融的本质与核心功能 // 35
- 2.2 互联网要素与旧金融模式的碰撞 // 38
- 2.3 互联网金融的含义 // 47
- 2.4 互联网金融是共生竞合的平台 // 59
- 2.5 互联网金融平台的形成 // 62

第3章 互联网金融市场分析 // 68

- 3.1 互联网金融发展趋势 // 69
- 3.2 互联网金融市场要素 // 86

第4章 互联网金融产品 // 135

4.1 互联网金融主要产品 // 136

4.2 互联网金融产业政策分析 // 170

第5章 第三方支付质量与风险评估 // 174

5.1 第三方支付服务质量评估 // 175

5.2 电子支付风险评估方案 // 203

第6章 互联网金融客户发现与维护 // 225

6.1 客户价值信息挖掘 // 226

6.2 金融企业客户价值管理 // 234

第7章 互联网金融经营策略 // 247

7.1 竞合思想的起源 // 248

7.2 竞合策略的基本特征 // 255

7.3 竞合策略的实践路径 // 259

7.4 互联网金融竞合模式案例：平安互联网金融路径 // 264

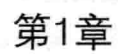
第8章 互联网金融监管与法制建设 // 273

8.1 互联网金融监管 // 274

8.2 目前我国政府互联网金融政策解读 // 277

8.3 政府既要支持发展又要防范风险 // 282

参考文献 // 288



互联网经济概述

互联网金融是传统金融业务在信息化时代脱媒的表现之一。互联网金融与网络金融的区别就是传统金融是否脱媒,即网络金融是传统金融业务网络化、虚拟化,利用网络经营管理业务,表现为金融业务实现的工具更先进、快捷方便和安全;互联网金融则是一种金融脱媒的供需交易现象,目前网上贷款业务风险较大,信用保障受到挑战,可能会演化为信用缺失的交易行为,而互联网金融业务中的第三方支付模式,弥补了商品交易支付中的信用缺失,所以发展较快,前景看好。今后互联网金融与网络金融这两种模式会长期并存,但市场份额会有区别,作者个人认为网络金融占 60% 是比较合理的。

1.1 互联网经济的特征

1. 全世界计算机联合起来

(1) 互联网的定义。

国际互联网是英文 Internet 的中文译名,有时也叫因特网、交互网、国际网、网际网、全球资讯网。国际互联网是全世界的计算机、计算机网络互连接成的信息传送网络。国际互联网的连接遍及全球,并且以惊人的速度增长。据有关资料显示,2011 年中国互联网用户数量为全球第一,达 4.85 亿。由于国际互联网所具有的突出特点,它是继报纸、电话、广播和电视后,人类社会又一重要的信息传播媒体,并呈现出全面取代传统传播媒体之势。国际互联网的出现是工业化社会向信息化社会转变的重要标志。

中国信息传播媒体的机构及市场占比情况如表 1-1 所示。

表 1-1 中国信息传播媒体的机构及市场占比情况

应用	2013 年 6 月		2012 年 12 月		半年增长率 (%)
	网民规模 (万)	使用率 (%)	网民规模 (万)	使用率 (%)	
即时通信	49 706	84.2	46 775	82.9	6.3
搜索引擎	47 038	79.6	45 110	80.0	4.3
网络新闻	46 092	78.0	39 232	73.0	17.5
网络音乐	45 614	77.2	43 586	77.3	4.7
博客 / 个人空间	40 138	68.0	37 299	66.1	7.6
网络视频	38 861	65.8	37 183	65.9	4.5
网络游戏	34 533	58.5	33 569	59.5	2.9

(续)

应用	2013年6月		2012年12月		半年增长率 (%)
	网民规模 (万)	使用率 (%)	网民规模 (万)	使用率 (%)	
微博	33 077	56.0	30 861	54.7	7.2
社交网站	28 880	48.8	27 505	48.8	4.7
网络购物	27 091	45.9	24 202	42.9	11.9
网络文学	24 837	42.1	23 344	41.4	6.4
电子邮件	24 665	41.8	25 080	44.5	-1.7
网上支付	24 438	41.4	22 065	39.1	10.8
网上银行	24 084	40.8	22 148	39.3	8.7
论坛/bbs	14 098	23.9	14 925	26.5	-5.5
旅行预订	13 256	22.4	11 167	19.8	18.7
团购	10 091	17.1	8 327	14.8	21.2
网络炒股	3 256	5.5	3 423	6.1	-4.9

① 国际互联网的起源。1969年，美国国防部高级研究计划局出于战备的考虑建成一个试验性的、由4台机器构成的计算机网络——ARPA（Advanced Research Project Agency，美国远景研究规划局）网，这就是最初互联网的雏形。后来，由于网络本身所具有的快捷、实时、多媒体交互等优势，该网络被越来越多的商业组织采用。商业行为的介入使ARPA网络迅速成长并发生了深刻的变化。最终发展到现在我们所熟悉的国际互联网。

② 互联网与传统媒介。企业对外界的信息发布和获取如果通过电视、报刊、广播等形式，会受到覆盖范围、表现形式、限时播放以及昂贵制作费用等各方面因素的约束。国际互联网的优点是：**低成本、无限时、无国界、交互性、多媒体、针对性、受众可视性、实时灵活、感官性等。**

③ 互联网与电子商务。电子商务是指人类利用电子信息技术及网络技术所从事的商务活动。它以电子通信为手段，在网上宣传自己，同时开展信息交流、信息反馈、商品交易和结算等业务活动。电子商务发展的时间并不长，但以其高效率、低成本、高收益和全球性等特点很快得到各国政府和业界的重视。2011年全球电子商务交易额达到26.8万亿美元，10年间增长了42倍。2000年中国电子商务还只是刚刚起步，到2006年电子商务交易规模已经达到万亿元，2011年交易规模接近6万亿元，占GDP的比重上升到13%。2013年中国电子商务市场交易规模为9.9万亿元，同比增长21.3%，预计2017

年电子商务市场规模将达 21.6 万亿元。2013 年全球跨境电子商务交易额为 1 050 亿美元, 预计 5 年内有望达到 3 070 亿美元。电子商务是信息时代社会发展的一次革命, 它使信息在世界范围内进行交流, 从而解除了传统经济活动中时间与空间上的限制。电子商务大大促进了合作伙伴、供求双方之间的经济活动, 极大地降低了企业的经营费用, 提高了企业的国际竞争力, 实现了发展经济与搞活市场的目的。

21 世纪的经济全球化和信息网络化, 已经成为世界发展的趋势。在全球范围内, 基于互联网络的电子商务正以前所未有的速度迅猛发展, 不仅改变着传统的社会生产方式, 并且对经济结构的调整也产生了极为深刻的影响, 成为社会经济发展的新增长点。

中国政府十分重视信息化建设, 政府充分运用市场机制, 通过加强政府的宏观规划和指导, 鼓励企业利用网络开展业务, 促进了中国电子商务的迅速发展, 为中国企业利用电子商务获取效益提供了良好的政策和法律环境。

④ 互联网与 WTO。互联网时代和 WTO 使中国企业面临变迁。中国企业有一段时间处在政府的保护之下发展, 随着无国界互联网的逐渐普及和中国加入世贸组织, 中国企业需要面对越来越多的来自外界的挑战。中国企业应当积极参与全球竞争, 宣传自己的品牌, 寻求更多的合作伙伴, 巩固和发展新老客户, 降低企业运营成本, 以更好地适应国际竞争环境。中国互联网的“开放、平等、协作、分享”功能亟待放大。

(2) 互联网的特点。

互联网被称为继报纸、广播、电视三大传统媒体之后的“第四媒体”。基于互联网的网络媒体集三大传统媒体的诸多优势为一体, 是跨媒体的数字化媒体。网络媒体新闻传播除具有三大传统媒体新闻传播的“共性”特点之外, 还具有鲜明的“个性”特点, 主要体现在以下 6 个方面。

① 即时性。即时性是网络新闻传播时效性强的形象表述。

② 海量性。网络媒体信息传播的海量性, 体现在具有强大的检索功能及易复制、易存储等特点。谷歌、百度等专业搜索引擎及一些网站自有的检索工具, 使上网查找信息变得十分便捷。读者可以通过复制粘贴、下载、收藏、打印网页等方式复制、存储所需资料。

③ 全球性。网络媒体的传播范围远远大于报纸、广播和电视，范围涉及全球。

④ 互动性。网络媒体信息传播是媒体与受众及受众之间的多向性、互动性传播。互动性又称交互性，包含“一对一、一对多、多对一、多对多”的传播方式，体现了大众传播与人际传播相结合的传播方式，是网络媒体的特性和优势。

⑤ 多媒体性。网络所拥有的最大特性是多媒体性，它使网络媒体有能力在技术上实现多媒体传播。

⑥ 新媒体特性。网络媒体既具有大众传播的优势，又兼具小（窄）众化、分众化传播的特点，可以通过强大的信息技术融合不同的媒体形态，体现出多媒体的特征。

（3）互联网的发展趋势。

COWMALS，即 Connect-Open-Web-Mobile-App-Location-Social 的缩写。今天的互联网是以移动为中心的互联网环境，是互联网商业模式的一个基础架构。也可以说 COWMALS 是在线服务、商务活动或网站运营过程中不可忽略的要素。

电子商务与移动互联网的融合越来越紧密，计算机软硬件、管理的政策与法规、网上电子支付、互联网客户成为移动商务的四大驱动力。2012 年移动电子商务客户规模将超越 2.3 亿。

现在传统行业在客户管理、对外关系、内部协调等方面越来越依赖信息化与网络化技术。在企业的营运管理中，互联网技术所占的比例会越来越大。

① CONNECT：站与站的连接性质正在发生变化。互联网内各个节点、各种要素之间正在经过一个连接、重新连接的过程，运营者要做的事就是在自身、客户、其他应用服务之间建立广泛而有效的连接。

传统的网页链接已经不能满足互联网连接性增强的要求，客户需要的是打通各个页面，实现账户漫游以及多种应用之间的贯通。过去的那种链接需要发生变化，将从弱的页面到页面，变为相对强的应用到应用、客户到客户、网站到网站之间的联系。

DCCI（互联网数据中心）调研数据显示，网站的外部流量来源从结构上已经开始出现明显的变化。搜索部分占有比较大的比例，但在流量的增长方

面，微博和 SNS 社区的增长已经非常明显。开放平台相关网站管理者工具的流量占有的比例明显提高，已经达到了 54%。市场需求分析显示，这些现状仍然不能满足市场的需求，用户希望在做网站的时候能够获得一些新的工具和应用，例如，能够打通、整合、分享业务的工具。比如与 QQ 即时通信打通，与热门开放平台打通，从而实现站内内容的分享等。如果网站管理者能更多地选择优化连接和打通的工具，互联网上站与站之间的连接就会发生革命性的变化。

② OPEN：分布式服务的合作或整合。

网站管理者在开放平台上开设自己网站的官方账号，并把网站的内容同步更新到开放平台，包括支持客户的账号登录，例如账号漫游等。

在开放程度上，微博较高，其次是搜索引擎，再次是游戏开放平台，互联网手机开放程度相对较低。从未来发展的重点分析，手机和游戏平台的开放明显高于其他平台。因为大家更看重与游戏这种能够带来直接回报的盈利平台进行合作，也更看重互联网手机平台的广阔发展前景。过去很多企业是集聚运营，而现在需要让服务分散出去，让服务跟着客户走，这就是分布式服务的合作或整合。

选择与开放平台进行合作或整合的首要原因是开放平台可以获得更多的客户，而宣传、增强影响力排在其次，已有近 80% 的网站管理者开始实践网站和开放平台的整合。

互联网未来的发展方向就是开放。互联网巨头会通过和中小网站管理者合作或整合扩大自己的势力，而中小网站管理者也会因为互联网巨头的开放而从中获得巨大的流量和广告收入，互联网也会由于这种开放而健康发展。互联网领域在这个时代已经不适合单独去做一个项目，与成熟的开放平台合作能达到事半功倍的效果。

③ Web+App 两翼齐飞，构建互联网服务商基本业务的新格局。互联网正在从信息网络向应用网络转变，Web 浏览器是统一的容器，App 应用发展迅速且强劲。未来的网络将是四分天下的局面：Website（网站）、Web App、移动 App 和 Software（软件），但 Web 是 COWMALS 的基础。今后 App（App- 第三方应用程序）和视频占比将会上升。但 Web 依然是所有网站的基础。目前 PC 互联网现有的基础依然是非常重要的资源和财富，广告目前还