

连接一切

互联网+

国家战略行动路线图

李克强总理互联网+国家战略腾讯官方解读

马化腾等著

张晓峰 杜军 主编

腾讯官方唯一正版授权



政府与传统企业
互联网+
第一读本



中信出版集团 · CHINACITICPRESS

连接一切
互联网+

国家战略行动路线图 张晓峰 杜军 主编

马化腾 等著



图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+：国家战略行动路线图/马化腾等著；张晓峰，杜军主编. —北京：中信出版社，2015.7
ISBN 978-7-5086-5178-1

I. ①互… II. ①马… ②张… ③杜… III. ①互联网络-战略-研究-中国 IV. ①TP393.4
中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第 089832 号

互联网+：国家战略行动路线

著 者：马化腾 等

主 编：张晓峰 杜 军

策划推广：中信出版社 (CITIC Press Corporation)

出版发行：中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者：北京楠萍印刷有限公司

开 本：880mm×1032mm 1/32

印 张：14.5 字 数：329 千字

版 次：2015 年 7 月第 1 版

印 次：2015 年 7 月第 1 次印刷

广告经营许可证：京朝工商广字第 8087 号

书 号：ISBN 978-7-5086-5178-1/F·3379

定 价：58.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页，由发行公司负责退换。

服务热线：010-84849555 服务传真：010-84849000

投稿邮箱：author@citicpub.com

目录

CONTENTS

前言

“互联网+”：连接普惠经济 马化腾 001

序章

跨界·融合·连接一切 张晓峰 008

“互联网+”的密码 于扬 012

第一篇

“互联网+”为什么会成为国家战略? 017

第一章 “互联网+”纳入国家行动计划 018

什么是“互联网+”? 019

怎么理解“+”?为什么“+”? 022

“互联网+”与国家影响力 027

“互联网+”：融合共识，协同行动 035

第二章 “互联网+”时代的六大特征 045

跨界融合 045

创新驱动 048

重塑结构 050

尊重人性 054

开放生态 056

连接一切 059

第三章 顺势而为，势是什么？ 063

信息与网络技术之势 064

社会再结构化之势 073

范式转移之势 076

智能化、智慧化之势 081

中国转型之势 085

第二篇 “互联网+”与连接一切 089

第四章 “互联网+”：互联网企业最大的社会责任 090

以“互联网+”为驱动，推进我国经济社会创新发展 090

运用移动互联网推进智慧民生发展 098

第五章 帝企鹅：用“互联网+”连接未来 106

新常态新引擎 107

连接一切是“互联网+”的本质 118

连接器是腾讯最根本的特质 125

腾讯连接未来的新思维 131

“互联网+”是最大的社会责任 133

路线图：通向“互联网+”的大未来 137

第六章 众创空间：半条命交给合作伙伴 149

半条命交给合作伙伴 149

有开放，有生态；有连接，有未来 153

众创空间的优势 160

目 录

连接创新创业者与行业，服务“互联网+”	164
第七章 微信，创造移动互联网的新生态	168
再小的个体，都有自己的品牌	168
微信，是一种生活方式	174
开放平台：微信因你而美	178
微信，连接一切	182
第八章 泛娱乐：“互联网+文创”全产业新生态推进器	187
“互联网+文化创意”：攸关国家文化安全	188
腾讯的泛娱乐战略	190
溢出的不仅是商业价值	194
让想象力自由表达的泛娱乐新生态	199
构建版权新生态	202
泛娱乐时代的未来趋势	204
第九章 社交·社群·连接·引爆	206
细分领域的“一九法则”	206
社交引爆四大定律	209
智猪博弈与时间货币	211
连接点与接触点	214
社群运营四项基本原则	220
第十章 连接数字鸿沟	231
古村落的社会公益试验	232

- 从众筹一场歌会到建设一座博物馆 235
- 在争议和不理解中前行 237
- 连接数字鸿沟：一家互联网企业的公益创新 241

第三篇

“互联网+”在行动 247

第十一章 “互联网+”行动计划导引 248

- “互联网+”行动纲领 249
- 基础平台支撑工程 254
- 重点行业融合创新工程 259
- 优化生态系统，发育新业态 263
- “互联网+”企业行动计划 1.0：连接器企业与连接型企业 269

第十二章 “互联网+”与工业 275

- 第三次工业革命 276
- 工业互联网 278
- 工业 4.0 280
- “互联网+”和“中国制造 2025” 284
- “互联网+”供应链 288
- “互联网+”个性化定制 293
- “互联网+”制造业样本 298

第十三章 “互联网+”与金融 302

- 我们理解的“互联网+” 302
- 理解“互联网+金融”的切入点 306

目 录

	互联网金融及其意义是什么？	312
	从趋势看转型与创新	317
	“互联网+”与中国梦	324
第十四章	“互联网+”与能源	326
	能源电力行业处于剧变前夕	327
	能源互联网应运而生	331
	有中国特色的能源互联网	335
	能源互联网商业模式	340
	能源互联网与互联网思维	342
	展望未来	349
第十五章	“互联网+”与健康、教育	351
	“互联网+”与健康：产业重构已经开始	352
	“互联网+”与教育：知识学习生活化	365
第十六章	“互联网+”与智慧生活	373
	让自己连连看	374
	智慧生活自由定制	377
	智慧智能无处不在	380
	智慧生活与产业：以智能家居为例	385
第十七章	“互联网+X”	398
	“互联网+”与智慧农业	399
	“互联网+”与智慧商业	404

“互联网+”与能源新贵	406
“互联网+”与媒体再造	409
“互联网+”与社会公益	413
“互联网+”一切皆可能	417
第十八章 站在“互联网+”的风口	419
风口时代的“猪”	419
“互联网+”的风口	428
身处风口的他们	431
“互联网+”的未来	435
结语	
创造属于你自己的“互联网+”时代	438
后记	
“互联网+”是一种能力	446
出版说明	451

“互联网+”：连接普惠经济

马化腾 腾讯主要创办人，董事会主席、执行董事兼首席执行官

今天“互联网+”一下子成了社会和业界追捧的热词，这是我两年前始料未及的。腾讯当时已在这个方向上积极探索了。

2013年，我和马云、马明哲在上海一起推出众安保险时，就谈到了“互联网+”的实践。几天后的“WE大会”上，我再次提出“互联网+”是互联网未来发展的七个路标之一。

当时频繁提及“互联网+”，主要是想改变人们的一些固有看法。因为我们跟一些政府或传统行业的朋友交流时，发现他们很难理解我们在做什么。大家觉得，互联网是新经济、虚拟经济，跟自己所在的领域或传统行业没有太大关系，或是觉得互联网和传统行业存在冲突，是颠覆、取代、捣乱甚至对立的关系。

今天“互联网+”引发前所未有的热议，表明政府部门和各行各业对互联网的看法已有很大改变，甚至在某些领域，出现了虚炒“互联网+”概念的情况。

我一直认为，互联网不是万能的，但互联网将“连接一切”；不必神化“互联网+”，但“互联网+”会成长为未来的新生态。

随着移动互联网的兴起，越来越多的实体、个人、设备都连接在了一起。互联网已不再仅仅是虚拟经济，而是主体经济社会不可分割的一部分。经济社会的每一个细胞都需要与互联网相连，互联网与万物共生共存，这成为大趋势。

过去两年，我在各种场合提到最多的词可能就是“连接”。腾讯要做互联网的“连接器”，希望实现“连接一切”。连接，本身是互联网的基本属性。我们的QQ（一款即时通信软件）、微信，首先就是为了满足人与人的连接这个最基本的需求。现在，我们把人与服务、设备和内容源等连接起来，开始实现互联互通，虚拟与现实世界的边界已经模糊。

连接，是一切可能性的基础。未来，“互联网+”生态将构建在万物互联的基础之上。

“互联网+”生态，以互联网平台为基础，将利用信息通信技术（ICT）与各行各业的跨界融合，推动各行业优化、增长、创新、新生。在此过程中，新产品、新业务与新模式会层出不穷，彼此交融，最终呈现出一个“连接一切”（万物互联）的新生态。

“互联网+”与各行各业的关系，不是“减去”（替代），而是“+”（加）上。各行各业都有很深的产业基础和专业性，互联网在很多方面不能替代。

我经常用电能来打比方。现在的互联网很像带来第二次产业革命的电能。互联网不仅仅是一种工具，更是一种能力，一种新的DNA（脱氧核糖核酸），与各行各业结合之后，能够赋予后者以新的力量和

再生的能力。如果我们错失互联网的使用，就好比第二次产业革命时代拒绝使用电能。

“互联网+”就像电能一样，把一种新的能力或DNA注入各行各业，使各行各业在新的环境中实现新生。比如，在互联网平台上，文学读者、影视观众、动漫爱好者、游戏玩家之间的界限变得越来越模糊。游戏、动漫、文学、影视也不再孤立发展，而是通过聚合粉丝情感的明星IP（知识产权）互相连接，共融共生。可以说，“互联网+”给各个传统文化娱乐领域带来了一种新生。腾讯提出“泛娱乐”战略，围绕明星IP打造粉丝经济，正是行业大势所趋。

“互联网+”是一种“寓大于小”的生态战略。在万物互联的新生态中，企业不再是社会经济活动的最小单位，个人才是社会经济活动的最小细胞。这使得传统企业的形态、边界正在发生变化，开放、灵活、“寓大于小”成为商业变革的趋势。

过去，企业自上而下地进行市场推广，现在则需要基于传感、数据去感知每个用户每个瞬间的位置、需求、行为，快速理解和响应每一个细胞的需求和行为，甚至和每一个不同的人进行情感交流，产生共鸣。

未来，如果一个企业不能通过“互联网+”，实现与个体用户的“细胞级连接”，就如同一个生命体的神经末端麻木，肢体脱节，必将面临生存挑战。

借用“信息熵”的概念来说，“互联网+”生态中，实现连接的层级单位越小，熵就越低，商业活动、社会经济的耗费就越少，效率就越高，确定性就越强，有序程度就越高，生态体系也越有活力。反之亦然。

“互联网+”代表着以人为本、人人受益的普惠经济。局部、碎片、个体的价值和活力，在“互联网+”时代将得到前所未有的重视。万物互联和信息爆炸带来的不是人的淹没，其实恰恰是人的凸显，每个人的个性更加容易被识别，消费者更灵活地参与到个性化产品和服务中去，实现以人为本、连接到人、服务于人、人人受益。

普惠经济也是一种集约型经济、绿色经济、共享经济，它能高效对接供需资源，提升闲置资源利用率，实现节能环保。例如，“互联网+”在拼车、房屋互换、二手交易、家政服务等领域创新迭出，以“滴滴专车”为代表的共享经济正在井喷式发展，这为优化利用社会闲置资源、实现绿色环保，解决现代城市难题带来了新的思路。

腾讯参与“互联网+”生态的方式，主要是开放协作，跨界融合。张小龙说：“微信是一个森林，而不是一座宫殿。”我很认同。最近两年，腾讯对自己的业务做了大量减法，聚焦在最为核心的通信社交平台、内容游戏等业务上，其他则交给合作伙伴。这是几年来我们历经痛苦得出的结论，我们会坚定地做所有创业者最好的合作伙伴。我喜欢“自留半条命”这个说法，把另外半条命交给合作伙伴，这样才会形成一种生态。

腾讯的开放平台上，如今已有几百万合作伙伴，数亿用户。很难讲今天的腾讯只是腾讯自己，企业正逐渐变成无边界的开放组织。

现在包括BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）三家在内的生态公司都在往这方面努力，可谓英雄所见略同。腾讯早走一点，但只是早一点碰壁，早一点改而已。我相信大家都会走向开放。不管是数据开放、云平台还是提供连接，我们都想把更多的信息孤岛连接到各自的生态体系，让更多传统行业在这个体系中共生、发展，让各自生态体系里

的用户获得更高的生活品质。这是良性竞争，看谁做得更好，生态体系的黏性、用户量就会更多。

经济领域之外，“互联网+”在公共服务领域的运用空间也相当广阔。例如，微信公众号平台可以聚合多项民生服务功能于一体，把政府服务大厅建在智能手机上，这将推动中国服务型政府以及“智慧城市”的建设。

2015年4月中旬，腾讯与上海市签订战略合作协议时，有位政府官员在交流时提出，“互联网+”代表着未来，是一种全新的生活方式、生产方式，甚至是社会形态变化的一种趋势。我觉得这种说法很有道理，“互联网+”确有无限想象空间。

“互联网+”会成为未来经济社会的起跑线。摩尔定律与梅特卡夫定律，这两个指数型增长的效应叠加在一起会发生什么？

“互联网+”可能带来大量“弯道超车”的机会以及被超越的风险。例如，互联网正在成为中国包容性增长的动力，对于发展相对落后的农村地区和中西部地区，“互联网+”带来了跨越式发展的可能性。

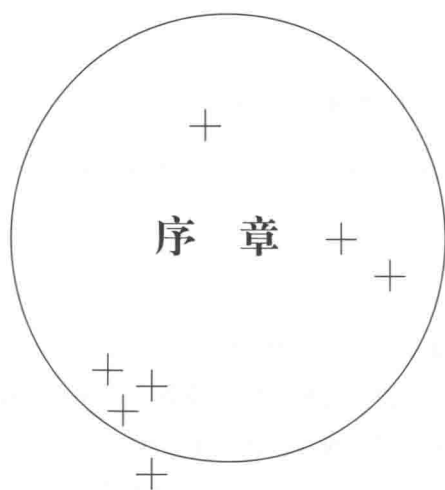
在更广阔的国际竞争中，我们看到资源禀赋不同的各个国家，正重新聚集在“互联网+”这个起跑线上较量：发达国家希望继续抢占优势生态位，而发展中国家则希望借此实现弯道超车。时下大家热议的德国工业4.0和美国先进制造，都将互联网视为一个重要的基础和创新引擎。

回头看我们国家，工信部这个机构设置里，为什么把工业和信息产业放在一起管理？战略意义其实也早已明确。

2015年全国两会上，我再次提了“互联网+”的建议。很庆幸，

李克强总理在《政府工作报告》中首倡“互联网+”概念，正式提出“制订‘互联网+’行动计划”。对于在互联网行业一线工作十几年的人来说，这无疑是一个很大的振奋。

今天，在“互联网+”的起跑线面前，不但我们互联网行业从业者，而且各行各业乃至整个国家，都需要把握难得的机遇窗口，做出至关重要的反应。



跨界·融合·连接一切

张晓峰 价值中国会联席会长，“互联网+百人会”发起人，“价值中国智库丛书”主编

“未来已经来临，只是尚未流行。”

如果说，过去我们对科幻作家威廉·吉布森（William Gibson）这句话的理解还不那么深刻的话，我们面对互联网、“互联网+”似乎都可以变成那位先知，以我们的亲身感受，来给出未来流行度的一个预判。

未必你不会再加上另外一句话：“连接已无处不在，将来终连接一切。”

麦肯锡推崇 iGDP（互联网经济占国内生产总值的比重），重点考察互联网在 GDP（国内生产总值）中的贡献度；华为认为“连接”是新的生产要素，并推出“全球连接指数”，据以判断一个区域、一个行业的竞争力；近期腾讯亦将发布移动互联发展指数。