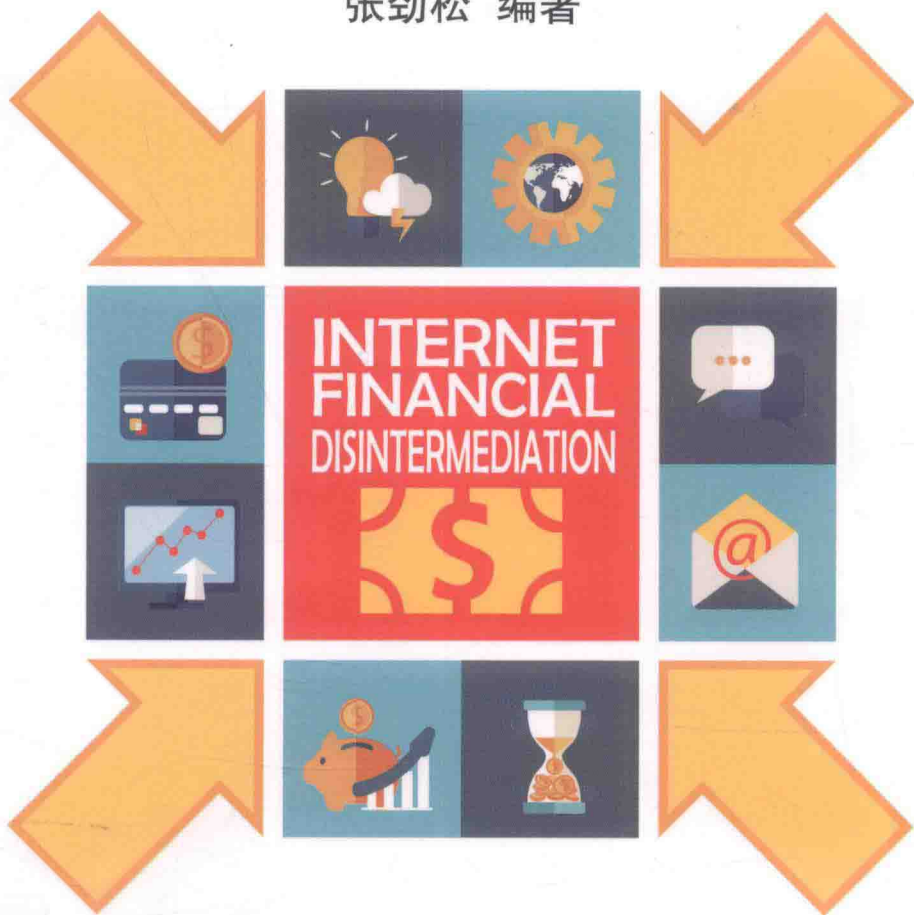


互联网 脱媒金融

张劲松 编著



机械工业出版社
China Machine Press

普通高等院校经济管理类“十三五”应用型规划教材

【金融系列】

INTERNET FINANCIAL
DISINTERMEDIATION

互联网 脱媒金融

张劲松 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网脱媒金融 / 张劲松编著. —北京: 机械工业出版社, 2016.10
(普通高等院校经济管理类“十三五”应用型规划教材·金融系列)

ISBN 978-7-111-55089-1

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 236730 号

本书是信息化时代金融理论与业务和计算机技术相融合的创新作品, 以计算机 P2P 网络技术在金融领域的应用为重点, 以信息化时代的市场空间理论及企业相关关系为指导, 全面分析了互联网脱媒金融业务。本书是信息化时代金融类专业的核心课程教材, 也是“互联网+”相关专业的重要课程教材, 适合“互联网+”金融、商贸等专业教学使用, 也可以用于“互联网+”相关行业的培训、知识创新和创业指导。

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: 刘新艳

责任校对: 殷虹

印刷: 中国电影出版社印刷厂

版次: 2016 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm×242mm 1/16

印张: 17.75

书号: ISBN 978-7-111-55089-1

定价: 35.00 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) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

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

金融脱媒自古有之，但今日的金融脱媒已非昔日的金融脱媒。在信息化发展日新月异的今天，金融脱媒突破了时空的限制，参与的人更多，内容更加丰富多彩，互联网脱媒金融已是当今人类社会一道亮丽的风景线。今后金融非中介化即金融脱媒（直接金融）与中介化（间接金融）现象将长期并存，和谐发展。

互联网脱媒金融是传统金融业务在信息化时代脱媒的表现之一。互联网脱媒金融与网络金融的区别就是信息化时代金融是否脱媒的区别，即网络金融是传统金融业务的网络化、虚拟化，利用网络经营管理业务，实现业务的工具更先进、快捷方便和安全；互联网脱媒金融是一种信息化时代金融脱媒的供需直接交易现象。网上第三方支付是互联网脱媒金融存在的环境条件，典型的互联网脱媒金融业务只有网络借贷（P2P）和网络众筹（P2P）两大类。今后互联网脱媒金融（直接金融）与网络金融（间接金融）这两种模式会长期并存。目前金融电子化的主要模式如表 0-1 所示。

表 0-1 金融电子化的主要模式

金融功能与环境支持		主要模式
融资功能	直接融资	网络众筹（P2P）
		网络借贷（P2P）
		电子证券（包括网上证券）
	间接融资	网上银行（包括网上支付与理财）
		网上贷款（包括金融机构和非金融机构）
环境支持		第三方电子支付
		网上保险
		信息咨询与服务

今天人类已经进入信息化时代,“互联网+”各行各业已成必然趋势。金融业在信息化的过程中演绎出间接金融电子化与直接金融电子化两者并存的和谐生态。在教学领域我们推出间接金融电子化教材《网络金融》和直接金融电子化教材《互联网脱媒金融》姊妹篇,两者关联互补共同发展。

网络金融是间接金融电子化的产物,经过十几年的完善,已经形成了特有的体系,是信息化时代和谐金融生态不可或缺的重要经济因素。互联网脱媒金融是直接金融电子化的产物,是金融创新在电子化时代的新生事物,是和谐金融生态中体现量小、面广的普惠金融。“网络金融”与“互联网脱媒金融”是信息化时代金融类专业的核心课程,也是“互联网+”相关专业的重要课程。本书适合“互联网+”金融、商贸等专业教学使用,也可以用于“互联网+”相关行业的培训、知识创新和创业指导。

本书共8章,第1章“互联网经济概述”介绍了互联网经济的特征,互联网的发展趋势与特点,P2P网络产生的机制与功能和P2P网络的资源发现机制。其中P2P网络是互联网脱媒金融的理论基础,也是该课程的重点与难点,具有跨学科的特点。本章教学效果如何,直接影响到互联网脱媒金融教学的整体效果。第2章“互联网与金融功能的再造”从互联网脱媒金融产生的过程引出其含义,重点是准确理解金融脱媒与互联网脱媒金融的含义及相关内容。第3章“互联网脱媒金融的市场分析”以信息化时代市场的特点及“市场空间”理论为基础,分析互联网脱媒金融的两大主流业务:网络借贷(P2P)和网络众筹(P2P)。本章是该课程的两大重点之一,关系企业产品与服务的市场开发能力。(另一个重点是第6章“互联网脱媒金融客户的发现与维护”,关系企业利润与可持续发展。)第4章“网上第三方电子支付系统”是支撑互联网脱媒金融业务的外部环境系统,其中重点和难点是服务质量与风险评估。第5章“比特币”是互联网P2P网络特点的产物,目前世界各国政府没有统一的认识,仅作为一种探索,本章简单介绍其特征与现状。第6章“互联网脱媒金融客户的发现与维护”是互联网时代企业经营成败的关键,是互联网时代企业经营管理的核心。第7章“网络安全管理”是“互联网+”各行各业的重点,互联网脱媒金融也要重视网络安全管理。第8章“互联网脱媒金融展望”主要介绍了“互联网+”金融及众筹的发展趋势,其中贵阳众筹金融交易所的产生与发展对互联网脱媒金融意义重大,是本章的重点。

本书是作者多年来研究信息化技术与经济金融融合的产物,已出版的相关著作还有《中国金融电子化建设问题研究》《中国第三方电子支付盈利模式创新问题研究》《互

联网金融经营管理之道》《竞合论》；教材有《网络金融》《网上电子支付与结算》《金融产品营销》《网络金融管理实务》等。由于水平和时间所限，本书疏漏之处在所难免，期望广大读者和同行专家学者们予以指正，以便修订完善。

张劲松

2016年9月

“互联网脱媒金融”课程标准 • Curriculum Standards

1. 课程定位与作用

我们对“互联网脱媒金融”课程的定位是以信息和计算机网络技术应用为核心,以能力培养为重点的金融专业的专业课,是信息化时代金融专业创新课程,也是一门有待进一步完善的课程,该课程的作用如下。

(1) “互联网脱媒金融”课程建设有利于培养适应现代脱媒金融业务的业务员和管理者。

当前,脱媒金融服务、投资衍生品的种类越来越多,随着现代财务制度的建立与完善,金融和财会业务趋于复杂化。脱媒金融电子化、财会电算化的发展和应用日新月异,网上交易、电子结算、对账、支付等方面的脱媒金融产品不断涌现。在脱媒金融领域,每天、每个月都有新的业务产生和新的技术被采用。为了适应迅速变化的市场需求,有必要制订新的有利于培养复合型人才“互联网脱媒金融”课程建设方案。

(2) “互联网脱媒金融”课程建设有利于培养互联网脱媒金融从业人员新的经营理念、方式和手段。

互联网脱媒金融将以其拥有的广泛信息资源、独特的运作方式,为传统的脱媒金融业带来革命性变革。网上购物、网上交易、网上支付、网上消费、网上理财、网上储蓄、网上信贷、网上结算、网上证券、网上保险等将成为未来脱媒金融市场竞争的热点,脱媒金融业的经营理念、经营方式和经营手段将发生巨大变革。

(3) “互联网脱媒金融”课程建设有利于催生出新的理论以及新课

程、新学科或新专业。

网络 P2P 借贷和众筹的出现,给传统的经济金融理论与实务带来了巨大的冲击。新的理论将催生出一批新课程、新学科或新专业。目前,围绕“互联网脱媒金融”课程已经完成了“网络金融”“网上电子支付与结算”“金融产品营销”等课程,基本完成了“金融电子化”学科体系的建设,根据将来发展的需要,预计还将推出相关课程,以进一步完善该学科。

2. 课程内容

(1) 课程设计理念。

“互联网脱媒金融”课程在教学方面从脱媒金融电子化业务解决方案入手,结合不同金融企业的业务特点选择不同的解决方案或产品白皮书进行分析;利用网络资源引导学生对不同的脱媒金融电子产品进行比较分析;通过分析客户对网站的满意度,了解客户的需求,使学生了解脱媒金融业务软硬件在信息化时代的应用状况及作用,了解互联网脱媒金融产品的特征与不足,了解利用网络营销的方法,培养学生通过网络提供服务与营销的能力。

所以,“互联网脱媒金融”课程以通过提高技术应用能力提高业务的营运能力为主线设计课程体系;以网络经济特征和脱媒金融电子化为引导,用互联网行业的功能特征诠释互联网脱媒金融的产生与发展、互联网脱媒金融业务的营运模式、第三方支付服务与风险评估、比特币的特征与现状、互联网脱媒金融客户的发现与维护、互联网脱媒金融的安全性及未来展望等为主要内容。“互联网脱媒金融”课程以基础理论够用为度,以专业技术与业务应用突出其针对性和实用性。

(2) 课程内容结构。

“互联网脱媒金融”课程的内容由信息技术、网络技术、计算机技术、网络经济理论、金融理论与业务等部分组成。

该课程由八大知识模块和三大能力训练项目组成,教学既要教知识,又要培养能力。例如,互联网脱媒金融知识应用能力训练、实践能力训练和拓展能力训练。

3. 课程性质与特点

“互联网脱媒金融”课程的特点是将实做“虚”,将虚做“实”,也就是在虚拟世界再现传统的现实业务,同时在虚拟世界实现传统的价值创造与社会财富的增长。

“互联网脱媒金融”课程是以信息和网络技术应用为核心,以能力培养为重点的

金融专业的专业课，其特点如下。

第一，该课程具有极强的实践性。课程主要研究信息技术、计算机网络技术在互联网脱媒金融领域的应用，因此没有网络、不亲自动手操作很难将其理解掌握，更谈不上对其灵活使用。大量的信息整合与软件选择唯有通过上机操作才能真正理解其功能和作用。这是一门离不开实践的课程。

第二，该课程具有较高的综合性。课程从原理上讲，需要有一些信息技术、计算机网络技术和金融知识。从应用角度讲，涉及的范围更宽更广，主要有网站建设、网上营销、网上经营管理、网上监控以及信息安全控制等。

第三，该课程具有很强的创新性。课程内容涉及的每一项业务都需要通过创新思维应用到业务拓展与推广中去；面对网上个性化的需求，需要不断创新去满足客户的需要，以此维护金融企业的形象与品牌。

4. 课程目标

本课程的总体目标是培养学生能够使用信息技术、计算机网络技术处理互联网脱媒金融业务，并具备利用网络资源进行市场调研与分析的基本能力，使学生了解信息化技术与产品在互联网脱媒金融领域应用的发展动态和趋势。

第一，专业能力。根据互联网脱媒金融业务的性能、特点及监控功能正确选用现有的软硬件；懂得相关的互联网脱媒金融软硬件组成及基本工作原理；熟悉互联网脱媒金融软硬件操作流程与相关规定；能够使用互联网脱媒金融软硬件处理不同类型的电子支付与划拨业务；能够使用互联网脱媒金融软硬件处理网上服务与推广业务；能够使用互联网脱媒金融软硬件处理各类客户管理业务；能够正确使用互联网脱媒金融软硬件实现互联网脱媒金融的调控与监督；能够正确使用信息安全技术与策略，确保互联网脱媒金融业务的安全可信；了解比特币的设计原理，探索比特币合理运行的空间与现实意义。

第二，学习与沟通能力。通过理论与实践一体化课堂学习，使学生获得较强的网上实践能力，使学生具备必要的计算机网络基础知识，具有利用网络资源学习、调研、分析和解决问题的能力；能够通过网络快捷有效地与他人交流。

第三，拓展与可持续发展能力。使学生具有较强的求知欲，乐于、善于使用所学，具有在互联网脱媒金融领域从事跨岗位工作的能力；具有克服困难的信心和决心，战胜困难、实现目标的能力；具有处理网上突发事件的能力；具有与他人合作的团队精神；具有服务意识和责任感。

教学内容与参考课时

教学内容	参考课时
第 1 章 互联网经济概述	4 ~ 6 课时
第 2 章 互联网与金融功能的再造	6 ~ 8 课时
第 3 章 互联网脱媒金融的市场分析	6 ~ 11 课时
第 4 章 网上第三方电子支付系统	8 ~ 10 课时
第 5 章 比特币	6 ~ 9 课时
第 6 章 互联网脱媒金融客户的发现与维护	6 ~ 10 课时
第 7 章 网络安全管理	8 ~ 11 课时
第 8 章 互联网脱媒金融展望	2 ~ 4 课时
合计	46 ~ 69 课时



目录 • Contents

前言

“互联网脱媒金融”课程标准

第1章 互联网经济概述	1
! 教学要求	1
1.1 互联网的“幽灵”在世界上飘荡	1
1.2 互联网发展的特点及趋势	34
! 关键词	47
! 思考与讨论	47
第2章 互联网与金融功能的再造	48
! 教学要求	48
2.1 互联网对金融的影响	48
2.2 金融的本质与核心功能	52
2.3 金融脱媒的崛起与理论	55
2.4 互联网脱媒金融平台的形成	59
2.5 互联网脱媒金融的含义	63
2.6 互联网脱媒金融的发展趋势及前景解析	73
2.7 互联网脱媒金融给监管带来巨大挑战	76
! 关键词	78
! 思考与讨论	78

第3章 互联网脱媒金融的市场分析	79
┆ 教学要求	79
3.1 市场空间理论	79
3.2 市场空间环境	81
3.3 市场中企业相关关系	84
3.4 互联网脱媒金融市场分析	86
┆ 关键词	107
┆ 思考与讨论	107
第4章 网上第三方电子支付系统	108
┆ 教学要求	108
4.1 网上第三方电子支付系统概述	109
4.2 国内典型支付网关	110
4.3 国外典型支付网关	118
4.4 中国主要第三方电子支付平台对比分析	124
4.5 第三方支付的服务质量评估	129
4.6 电子支付风险评估方案	141
┆ 关键词	156
┆ 思考与讨论	156
第5章 比特币	157
┆ 教学要求	157
5.1 比特币的崛起与意义	157
5.2 比特币是什么	159
5.3 比特币家族的特征	163
5.4 比特币面临的问题	171
┆ 关键词	172
┆ 思考与讨论	172

第6章 互联网脱媒金融客户的发现与维护	173
┆ 教学要求	173
6.1 客户价值理论	173
6.2 客户价值管理	185
6.3 客户价值信息挖掘	199
6.4 金融企业客户价值管理	205
┆ 关键词	213
┆ 思考与讨论	213
第7章 网络安全管理	214
┆ 教学要求	214
7.1 信息安全概述	214
7.2 防火墙的配置	219
7.3 数字加密技术	225
7.4 身份认证技术	233
7.5 金融认证中心	239
7.6 网络安全管理	249
┆ 关键词	262
┆ 思考与讨论	262
第8章 互联网脱媒金融展望	263
┆ 教学要求	263
8.1 “互联网+”金融的发展趋势	263
8.2 众筹的发展趋势	265
8.3 新兴融资手段在中国的展望：贵阳众筹金融交易所	267
┆ 关键词	269
┆ 思考与讨论	269
参考文献	270

互联网经济概述



教学要求

- 了解互联网经济的特征。
- 了解互联网的发展趋势与特点。
- 理解 P2P 网络产生的机制与功能，了解 P2P 网络的资源发现机制。

2015 年是中国互联网众筹快速发展和积极变革的一年，随着平台数量的大幅增加以及电商巨头、科技媒体、传统金融机构的强势发力，行业整体规模急剧扩大，格局也发生了重大变化。

1.1 互联网的“幽灵”在世界上飘荡

1. 互联网概述与互联网经济的特征

(1) 全世界的计算机联合起来。

第一，互联网的定义。

互联网 (Internet) 也叫因特网、交互网、国际网、网际网、全球资讯网。互联网是全世界的计算机、计算机网络互相连接成的信息传送网络。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 年中国互联网客户全球第一，达 4.85 亿。由于国际互联网所具有的突出特点，它是继报纸、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。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。

1) 国际互联网的起源。

1969 年，美国国防部高级研究计划署 (Advanced Research Project Agency,

ARPA) 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, 这就是最初的互联网的雏形。后来, 由于该网络所具有的快捷、实时、多媒体交互等优势, 被越来越多的商业组织所应用。商业行为的介入使 ARPA 网迅速成长并发生了深刻的变化。最终发展成现在我们所熟悉的互联网。

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、报纸、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。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 (electronic commerce, EC) 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, 在网上进行宣传, 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, 同比增长了 21.3%, 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。

经济全球化和信息网络化, 已经成为 21 世纪世界发展的趋势。在全球范围内, 基于互联网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, 而且对经济结构的调整产生了极为深刻的影响, 成为社会经济发展的新增长点。

我国政府十分重视信息化建设, 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, 促进了我国电子商务的迅速发展, 为我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。

互联网和 WTO 使中国企业面临变迁。

中国企业长期处在政府的保护之下, 随着无国界互联网的逐渐普及和中国加入 WTO, 中国企业受到来自保护茧外的威胁。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。

第二,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于一体,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,主要有以下几个方面。

即时性。即时性是网络新闻传播时效性强的形象表述。

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。Google、百度等专业搜索引擎及一些网站自有的检索工具,使网上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。

全球性。网络媒体的传播范围远远大于报纸、广播和电视,其传播的范围是全球。

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,体现了大众传播和人际传播相结合的传播方式,是网络媒体的特性和优势。

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。

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。

第三,互联网的发展趋势。

COWMALS,即连接(connect)-开放(open)-网络(Web)-移动的(mobile)-应用程序(APP)-位置(location)-社会化(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电子商务的四大驱动力。艾媒咨询(iiMedia Research)的数据显示,2011年中国移动电子商务市场规模达到156.7亿元,到2012年年底,中国移动电子商务市场规模达到251.5亿元,同比增加60.5%。到2015年年底,中国移动电子商务市场规模达到1046.7亿元。

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) 连接: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

营者要做的就是自身、客户、其他应用服务之间建立广泛而有效的连接。

传统的网页连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。过去的那种连接需要发生变化，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。

互联网数据中心（DCCI）的调研数据显示，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，但是在流量的增长方面，微博和社交网络服务（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 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) 开放：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，然后是游戏开放平台，手机开放相对较低。从未来发展的重点分析，手机和游戏平台的开放将明显高于其他平台。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，当然人们也更看重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、增强影响力已排在其次，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们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 应用迅速且强劲。未来的网络将是四分天下的局面：网站（Website）、Web App、移动 App 和软件（software），但 Web 是 COWMALS 的基础。今后 App 和视频的占比将会上升，但 Web 依然是所有网站的基础。目前个人计算机（PC）互联网的基础依然是非常重要的资源和财富，广告还是最主要的盈利点，各个网站管理者从