

高等学校电子商务专业系列教材

大学生网络创业

——理论、案例、平台

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会 组编

陈德人 吴吉义 主 编


高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

大学生网络创业

——理论、案例、平台

Daxuesheng Wangluo Chuangye

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会 组编

陈德人 吴吉义 主 编

兰宜生 邓顺国 副主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书由教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会组编,是高等学校电子商务专业系列教材之一。

本书以近5年国内大学生网络创业典型案例为主要内容,较全面地反映了国内大学生网络创业的基本现状。在2010年教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会面向全国高校开展的大学生网络创业典型案例征集工作基础上,经过编写组的筛选、整理、分析与编辑,最终收录了来自27所高校的39个典型案例。所有案例根据行业分为8个不同的创业领域,大部分案例都已进入公司化运营阶段,并取得了很好的效益。每个案例分为导读、背景和分析3个部分,具有较强的系统性、代表性和可读性。

作为国内第一本全面反映大学生网络创业现状与动态的案例型创业教材,本书全面覆盖了大学生网络创业的基本理论、典型案例、创业实训平台等内容。在高等院校全力推进创新创业教育改革和大力促进大学生自主创业工作的特殊时期,相信本书对于鼓励和促进大学生更多、更好地投身网络创业具有重要价值和积极意义。

本书可作为高等院校各专业进行创业就业教育教学过程中的教学用书或辅助材料,也可以作为大学生网络创业的通识性读物。特别适合于需要学习借鉴前人网络创业经验的在校大学生以及正致力于互联网领域创业的团队和个人。

图书在版编目(CIP)数据

大学生网络创业:理论、案例、平台 / 陈德人, 吴吉义
主编; 教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会组编.

—北京: 高等教育出版社, 2011.11

ISBN 978-7-04-031763-3

I. ①大… II. ①陈…②吴…③教… III. ①电子商
务-商业经营-中国-高等学校-教材 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第187821号

策划编辑 曾飞华 责任编辑 李冬梅 封面设计 杨立新 版式设计 余 杨
插图绘制 郝 林 责任校对 杨凤玲 责任印制 张泽业

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街4号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	中青印刷厂	网上订购	http://www.landraco.com
开 本	787mm × 1092mm 1/16		http://www.landraco.com.cn
印 张	15.75	版 次	2011年11月第1版
字 数	360千字	印 次	2011年11月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	30.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 31763-00

序 言

近年来,各地政府不断加强网络基础设施建设,出台了一系列有利于互联网发展的政策、法规,积极培育互联网服务市场主体。互联网行业发展的外部环境不断优化。网络音乐、网络新闻、搜索引擎、即时通信、网络游戏、网络视频、电子邮件、博客应用、社交网站、网络文学、网络购物、论坛/BBS和网上支付等互联网应用不断丰富。良好的产业政策环境和持续高速增长的市场规模,蕴涵了巨大的网络创业机会。

网络创业,在当前国内全民创业的浪潮中扮演着重要角色,对于党“十七大”提出的“提高自主创新能力,建设创新型国家”和“促进以创业带动就业”的发展战略有着特殊而重要的意义。在当前严峻的就业形势和巨大的就业压力下,很多大学生选择了电子商务、网络社区、网络营销、网络游戏等互联网领域进行创业,大胆追逐自己的创业梦想,积极实施自己的创业计划。于是创业教育在适应经济社会和国家发展战略需要中应运而生。在高等学校中大力推进创业教育,对于促进高等教育科学发展、深化教育教学改革、提高人才培养质量具有重大的现实意义和长远的战略意义。创业教育要面向更多的学生,融入人才培养等多个环节;要在专业教育基础上,以转变教育思想、更新教育观念为先导,以提升学生的社会责任感、创新精神和创业能力为核心,以改革人才培养模式和课程体系为重点,大力推进高等学校创业教育工作,不断提高人才培养质量。

教育部高度重视创业教育,2010年5月出台了《教育部关于大力推进高等学校创新创业教育和大学生自主创业工作的意见》(教办[2010]3号),为推进国内高校创业教育和大学生自主创业工作提供指导。同时还专门成立了教育部高等学校创业教育指导委员会,以更好地为高校开展创业教育进行指导、咨询等服务。

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会在面向全国高校开展网络创业调研的基础上,组织有关专家编写了《大学生网络创业——理论、案例、平台》一书。该书以调研案例为基础,融合了大学生网络创业相关的理论、平台等内容,理论与实践并重,具有较强的系统性和代表性。全书收录的最近5年来27所高校39个大学生团队的网络创业案例,反映了当前国内大学生网络创业的现状,是一项有关高校创业教育非常有价值的、高质量的研究成果,对我国大学生基于网络的创业研究、创业教育、创业实践影响深远。

希望广大读者在阅读了本书之后,积极参与到高校创业教育的理论研究和实践中来,让我们共同点燃国内高校创业教育的星星之火。

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会主任委员
中国工程院院士、常务副院长
潘云鹤

2010年11月20日

前 言

国家有关部门统计数据显示,我国每千人拥有的企业数量只有2.5个,比一般发展中国家还少22~27个。日本、韩国和中国台湾地区在其结构转型期间,每千人企业数量从5个左右,上升到50个左右,在中小企业中就业劳动力的比率从40%上升为70%~80%。国内企业数量少,就业的容量当然也就小。目前,无论是学有所成的大学毕业生,还是从农村转移到城市的年轻打工者,就业时多数都是托亲靠友,希望能找到一份稳定的工作,很少有人主动地去创业、去创办企业。

青年大学生是最具创新、创业潜力的群体之一。在高等学校开展创业教育,积极鼓励高校学生自主创业,是教育系统深入学习实践科学发展观,服务于创新型国家建设的重大战略举措;是深化高等教育教学改革,培养学生创新精神和实践能力的重要途径;是落实以创业带动就业,促进高校毕业生充分就业的重要措施。党的“十七大”报告明确提出,要实施扩大就业的发展战略,促进以创业带动就业。把鼓励创业、支持创业摆到就业工作更加突出的位置,这是在总结我国近年来就业工作的实践,深入认识扩大就业的规律,科学分析我国就业形势的基础上提出来的。

互联网是一个充满激情的行业。马云、丁磊、张朝阳、陈天桥等这些网络创业者在相当短的时间内就获得了前人难以想象的成就,也集聚了大量的个人财富。在这些风云人物和创富大手笔之外,以大学生为主角的普通人也在互联网舞台上演绎着自己的草根创业故事。在网民规模持续增长、互联网产业环境日趋完善的今天,网络创业已经成为一种新的就业方式,更是当前青年大学生群体中新的时尚。

本书全面覆盖大学生网络创业理论、案例、平台等内容,诞生于高校毕业生“就业冬天”的非常时期,是一部针对当前就业难题的应时应势之作,更是有关大学生网络创业的经典权威之作,对于国内创业教育领域具有里程碑意义。

本书由教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会组织编写,由国内电子商务学科创始人、教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会副主任兼秘书长、浙江大学博士生导师陈德人教授总体规划设计。本书四位参编者均为多年从事网络创业领域教学和科研的专家,均已形成了有关网络创业的一系列成果。本书的编写分工情况如下:第1章(陈德人、吴吉义)、第2章(兰宜生、邓顺国、吴吉义)、第3、4、5、11章(陈德人)、第6、7、8、9、10章(吴吉义)。全书最后由吴吉义完成统稿工作,陈德人完成书稿的审校工作。

另外,本书的编写还得到了阿里巴巴集团研究中心、浙江大学计算机科学与技术学院、浙江大学电子商务研究中心、杭州师范大学阿里巴巴商学院、华南师范大学经济与管理学院、上海财经大学国际工商管理学院等单位领导和老师的大力支持,在此深表感谢!特别感谢浙江省新世纪高等教育教学改革项目“网络创业特色人才培养支撑体系的构建与实践”和杭州市

II 前言

科技情报调研项目“杭州市大学生科技创业支持服务与对策调研”课题组成员柯丽敏、项洁雯、潘洪刚、陈长彬、彭伟斌、徐瑶之等对本书编写工作的全力支持。

本书收录的 39 个案例原始材料由各有关高校提供,其中既有北京大学、浙江大学、武汉大学、四川大学、厦门大学等知名高校,也有桂林电子科技大学、宁波大学、黑龙江大学等普通本科院校,还有义乌工商职业技术学院等职业学院,基本上反映了当前国内大学生网络创业的现状,具有较强的完整性和代表性。

在此,我们要特别感谢本书收录的近 39 个网络创业案例的创业团队的负责人和全体成员,徐锡俊、尚贞涛、徐毅、王伟成、孔令博、余伟、孙荪、陈博、宋雅丹、何洪伟……你们付出了时间和热情,在互联网领域中大胆追逐着自己的创富梦想,用自己生动的故事分享新时代大学生网络创业的经验,你们是当前国内大学生网络创业的先锋和表率。衷心祝愿,你们创立的事业,你们创建的企业,健康成长,持续发展,成为国内互联网领域的领军企业。

最后,感谢教育部高教司、高等学校电子商务专业教学指导委员会以及各有关高校对案例整理工作和书籍编写工作的大力支持,特别感谢潘云鹤院士在百忙之中为本书作序。

由于作者水平有限,时间有限,书中错误遗漏和不足之处在所难免,敬请读者批评指正,以便进一步修改和完善本研究成果。

编 者

2010 年 9 月 9 日

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010)58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010)82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目 录

第一章 大学生网络创业概述	1
第一节 互联网对人类社会的影响不断深入	1
第二节 高校毕业生就业形势持续严峻	6
第三节 大学生自主创业大有可为	8
第四节 互联网飞速发展蕴涵的巨大创业机会	10
第二章 网络创业基础理论	13
第一节 创业理论基础	13
第二节 网络创业理论	40
第三节 大学生网络创业理论	47
第三章 网络营销领域创业案例	50
第一节 网络营销概述	50
第二节 在校生创建的专业网络营销机构——中源传媒	53
第三节 商务信息人工代理推广平台——迅推网	56
第四节 开辟网络营销与电子商务的江山——名通科技	60
第五节 专业的搜索引擎优化服务供应商——易推科技	64
第四章 行业电子商务领域创业案例	69
第一节 行业电子商务概述	69
第二节 汽车零部件行业的电子商务媒体——麦乐蒂	74
第三节 武汉最大、最专业的批发网——众邦网	78
第四节 打造新奇特用品批发第一品牌——万客商城	80
第五节 家庭农副产品购物网站——今朝联易	83
第五章 校园电子商务领域创业案例	88
第一节 校园电子商务概述	88
第二节 消费类电子产品的校园商务平台——悠达网	92
第三节 线上线下结合的区域性团购网站——淘厦大	95
第四节 服务本校学生的网上超市——蜗鹰	99
第五节 南昌唯一的校园购物网站——迈口网	103
第六章 网络零售领域创业案例	106
第一节 网络零售概述	106
第二节 Yangyang 代购空间	111
第三节 木木家	115

II 目录

第四节	大学生第一包铺	117
第五节	驰中户外专营店	120
第六节	海盛数码	123
第七节	江南茗香茶业	124
第八节	羚羊早安	128
第九节	青川山大王土特产	131
第十节	绝对零度服饰城	134
第十一节	卖家之家	137
第七章	连锁业电子商务领域创业案例	142
第一节	连锁业电子商务概述	142
第二节	打造网络与实体结合的“零食联盟”——千滋味	147
第三节	刚起步的文具行业连锁体系——NONO 文具	149
第八章	网络游戏领域创业案例	153
第一节	网络游戏概述	153
第二节	国内最大的网页游戏公司——乐港科技	158
第三节	宁波首家专业网络游戏公司——宣逸互动	162
第四节	手机游戏领域的创业新秀——易启互动	165
第五节	网络游戏与电子商务业务同步发展——悦虎网络	170
第九章	网络多媒体服务领域创业案例	172
第一节	网络多媒体服务概述	172
第二节	国内最大的在线图像处理网站——改图网	173
第三节	三维全景应用的专业化科技企业——八佰度	177
第四节	专业的互动体验展示综合服务提供商——金泰科技	181
第五节	3D 虚拟校园电子商务社区——易拉罐	184
第十章	其他领域网络创业案例	188
第一节	网络基础业务服务新秀——网锋在线	188
第二节	赛马不相马,敢为天下先——赛才网	193
第三节	中国大学校园问卷调查第一平台——必答题	196
第四节	惠普产品服务性门户网站——浙汇科技	199
第五节	贫苦大学生创立的地方网络门户——下沙网	202
第六节	数字化餐饮的倡导者和引领者——奥琦玮科技	206
第七节	大西北的快递物流服务公司——榆中申通	212
第十一章	大学生网络创业实训平台	215
第一节	北京中鸿网略创业实训平台	215
第二节	南京奥派校园电子商务创业实训基地	220
附录	大学生就业创业政策文件汇编	241
参考文献	242

第一章 大学生网络创业概述

互联网对人类社会产生的影响是持续而深远的,在高校毕业生“就业冬天”的非常时期,互联网产业已成为当前最适合大学生创业的产业之一,已被大量的创业成功案例证明是大学生创业以及开展创业教育的最佳领域和产业。

第一节 互联网对人类社会的影响不断深入

一、互联网的产生与发展

互联网(Internet)又叫因特网、国际互联网和计算机互联网,主要是指由全球的计算机等终端通过采用传输控制协议和网际互联协议(TCP/IP)连接而成的计算机的硬件设备,还包括计算机软件以及计算机之间的通信网络、通信协议等内容。

在冷战时期,为了保持在遭受核打击下美国军队的通信畅通,由美国国防部高级研究计划署(APRA)在1969年资助了一个有关广域网络的项目,开发一个称作 APRANET 的网络。这成为今天 Internet 的雏形。1974年,著名的 TCP/IP 协议(传输控制协议/互联网协议,Transmission Control Protocol/Internet Protocol)研究成功,解决了不同计算机和网络连接通信的问题。1982年,美国国防部通过命令方式要求所有连入 APRANET 的网络必须采用 IP 协议互连,并在1983年完成了这种转换。这表明 Internet 开始从一个实验网络向一个实用网络转变,这是全球 Internet 诞生的标志。1990年,美国联邦组网协会修改了互联网连接政策。过去,如果一个组织想成为 Internet 的成员,那么它必须经过美国政府的许可才能入网,而政策修改后允许任何组织申请加入,由此开始了 Internet 高速发展的时代。随后,世界各地不同种类的网络与美国 Internet 相连,使之成为了世界性的互联网络。

网络的诞生始于军事的需要,最初也一直由美国军方控制,仅仅满足国家安全和军事需要。然而随着时代的不断发展,特别是知识经济的崛起,使互联网逐渐由军事领域扩展到科学研究、学术交流、资料检索、信息传递、新闻传播以及日常生活等领域,并以它四通八达、方便快捷的传输系统,对各种形式的信息进行交互式传递,构建了一个政治、经济、文化和生活空间,对现代社会有着越来越显著的影响和作用。

互联网1994年正式进入我国,此后在中国飞速发展。特别是近5年来,各级政府陆续出台了一系列有利于互联网发展的政策、法规,不断加强网络基础设施建设,积极培育互联网服务市场主体,互联网行业发展的外部环境不断优化。互联网发展政策积极稳定,宏观经济形势持续向好,网络新技术加快应用,推动了网民规模的持续增长。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)在2011年7月最新发布的《第28次中国互联网络发展状况统计报告》,截至2011年6月底,我国网民总数达到4.85亿人,互联网普及率为36.2%,较2010年年底提高1.9个百

2 第一章 大学生网络创业概述

分点,如图 1-1 所示。

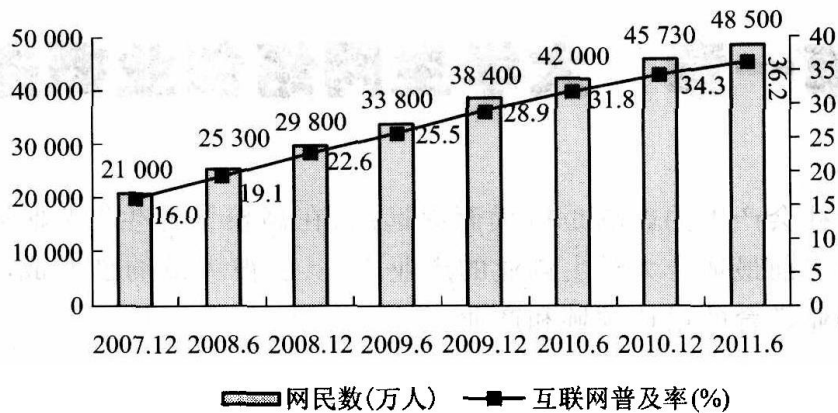


图 1-1 中国内地网民规模与互联网普及率

目前使用率在 30% 以上的互联网应用包括:搜索引擎、即时通信、网络音乐、网络新闻、博客/个人空间、网络游戏、网络视频、电子邮件、社交网站、网络文学、微博、网络购物、网上支付和网上银行。表 1-1 所示为 2011 年《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》中列出的网络应用使用率排名和类别。

表 1-1 网络应用使用率排名和类别

应用	2011.6		2010.12	
	用户规模(万)	使用率(%)	用户规模(万)	使用率(%)
搜索引擎	38 606	79.6	37 453	81.9
即时通信	38 509	79.4	35 258	77.1
网络音乐	38 170	78.7	36 218	79.2
网络新闻	36 230	74.7	35 304	77.2
博客/个人空间	31 768	65.5	29 450	64.4
网络游戏	31 137	64.2	30 410	66.5
网络视频	30 119	62.1	28 398	62.1
电子邮件	25 172	51.9	24 969	54.6
社交网站	22 989	47.4	23 505	51.4
网络文学	19 497	40.2	19 481	42.6
微博	19 497	40.2	6 311	13.8
网络购物	17 266	35.6	16 051	35.1
网上支付	15 326	31.6	13 719	30.0
网上银行	15 035	31.0	13 948	30.5
论坛/BBS	14 405	29.7	14 817	32.4
网络炒股	5 626	11.6	7 088	15.5
团购	4 220	8.7	1 875	4.1
旅行预订	3 686	7.6	3 613	7.9

2011年上半年,受众最广的前五大网络应用分别为搜索引擎(79.6%)、即时通信(79.4%)、网络音乐(78.7%)、网络新闻(74.7%)和博客/个人空间(65.5%)。增长最快的前三个应用分别是微博(208.9%)、团购(125.0%)和网上支付(11.7%)。从数据看,当前我国网民的互联网应用主要呈现出以下4个特点。

(一) 即时通信使用率增加,提升为第二大应用

目前即时通信用户已经达到3.85亿人,应用使用率从2010年年底的77.1%提升到79.4%,半年用户增长9.2%。即时通信已经提升为用户规模第二大的应用类型,仅次于用户达到3.86亿人的搜索引擎。

(二) 微博应用爆发,用户数量增长率超200%

2011年上半年,我国微博用户数量从6311万人暴涨到1.95亿人,半年新增微博用户1.32亿人,增长率达208.9%,在网民中的使用率从13.8%提高到40.2%。手机微博的应用也成为亮点,手机网民使用微博的比例也从2010年年末的15.5%上升至34.0%。

(三) 商务应用稳步发展,团购使用率快速上升

在经历了2009—2010年快速增长之后,商务类应用迎来了一段较为平缓的发展期。大部分商务类应用使用率都在增加,如网络购物使用率提升至35.6%,半年新增用户1215万人,增长率为7.6%;团购应用发展势头迅猛,用户已达到4220万人,使用率从4.1%提升到8.7%,增长率达到125.0%。网上银行和网上支付的用户使用率也小幅上升,网上支付用户规模达到1.53亿人,半年新增用户11.7%。

(四) 娱乐应用热度继续回落,用户规模依然庞大

娱乐类应用的使用率一直处于持平或下滑的状态。2011年上半年,网络游戏和网络音乐的用户规模分别为3.11亿人和3.82亿人,使用率较2010年年底分别下降2.3个和0.5个百分点。网络视频用户规模为3.01亿人,使用率与去年年底持平。娱乐应用的相对“衰落”和商务应用的稳步“兴起”,表明了网民网络应用水平的提升。

互联网的飞速发展使整个人类社会正经历着一场深刻的变革,对政治、经济、文化和人们的日常生活都产生了深远的影响。

二、互联网的特点

时空互通与知识共享是互联网最显著的特点,由此形成了真正意义上的“地球村”,并引发了信息传播方式的一系列深刻变化。

(一) 传播主体更平等

互联网不仅改变了传播者获取信息的方式,也改变了传递和发布信息的方式,它强调大众的参与和人与人之间的互动,改变了受众的概念和关于受众的理论,使人们与传媒的对话成为可能。由于网络没有中心,没有直接的领导和管理机构,没有等级和特权,因此每个网民都有可能成为中心,传统的金字塔式权力结构将被“扁平化”的结构所取代。人的社会地位在网上没有任何作用,话语是否吸引人完全取决于其本身。人与人之间的联系和交往趋于平等,个体的平等意识和权利意识也进一步加强。人们可以利用网络所特有的交互功能,完全平等地交流、制造和使用各种信息资源,进行人际沟通。

(二) 传播速度更快捷

互联网传播是以光速完成的,一瞬间就可以将大量的信息传送到世界各个角落,而报纸的传播速度是以天来计算的,电话、手机等通信工具仅仅能够实现两人或少数人之间的即时传播,其信息量与互联网不可相提并论。以美国前总统克林顿绯闻案为例,在信息上网发布的当天,全球就有 2 470 万人阅读,这一爆炸性新闻很快传播开来。目前,世界各国正在致力开发的下一代互联网将继续朝着更快的方向发展。

(三) 传播内容更广泛

人们对互联网的使用从最初简单的电子邮件、网页浏览和软件下载,发展到网上新闻时政、网络游戏、电子商务、网上购物、实时金融、远程教育、视频点播、异地办公、电视电话会议、远程医疗等各个角度、各个方面。特别是互联网和移动通信领域的快速融合大大拓展了新的发展空间,两者融合产生的新业务模式——网站短信业务已成为网站业务收入的主要来源。未来的网络将是一种宽带综合业务数字网,联通各种网络,包括信息家电,实现信息收集、传递、处理、控制的一体化,任何人在任何时间、任何地点与任何人或者物的互联将成为可能。

(四) 传播渠道更开放

互联网完全打破了国界,连通了地球上任意一个可以连通的角落,事实上已经形成一个没有地域、没有国界的全球性媒体。在网上,没有“这里”和“那里”的界限,从根本上拓展了人际交往和人际关系,使整个社会更具开放性。由于技术的原因,现在没有也很难对互联网进行严格的审查,也不可能对所发布的信息逐一进行核实,人们都在一个绝对自由的环境下接收和传播信息,使得有用与无用的、正确与错误的、先进与落后的信息都在网上进行传播。

(五) 传播手段更隐蔽

在一人一机且大多是匿名的环境下,人们的身份可以变成计算机上的一串字符,任何人都可以用不同的名字、性别、年龄与人交流而不会被觉察,传统社会熟人圈子的约束荡然无存。据统计,目前计算机犯罪大约只有 1% 被发现,而且这 1% 中,只有 4% 会被司法机构检控。行为主体的相对隐蔽性,使得网上的不道德行为日益增多。根据北京 5 所高校的一项调查发现,有 12.5% 的人曾经获得他人的邮件,有 9.8% 的人曾经查阅黄色图片或文字,有 5.4% 的人曾发布不健康的信息。网上犯罪也层出不穷,近几年美国黑客的非法入侵事件高达 16 万件,损失达 80 亿美元,而全球数字化犯罪所造成的损失更加巨大,共约 150 亿美元。

三、互联网对人类社会产生的影响

伴随网络时代到来的是虚拟世界的快速扩展,它不仅渗透到经济、政治、文化和社会交往各个领域,更为重要的是掀起了一次深刻的社会变革,推动了人类生存形态、人际关系乃至社会管理体制的再造。

(一) 经济方面的影响

互联网的影响首先是从消费环节开始的,进而渗透到生产领域和管理控制的全过程,不论对产业结构调整、管理体制改革,还是对降低商务成本、提高集约化水平等,都产生了极其深刻的影响。与互联网的全面渗透相伴随,整个经济形态呈现出三个新的发展动向。

一是数字化。在网络时代,一个最深刻的转变就是财富以数字的形式存储在计算机当中,

信息成为最重要的资源,物质的竞争将被信息的竞争所取代。特别是货币的数字化将导致一场经济领域的革命,人们在网上足不出户就可以转移账户、检查付款情况,这将加快货币流通的速度,从而促进经济增长和货币供应量的增加,最终建立起一套完全独立于实质资产的、抽象的全球货币供应系统。

二是直接化。农业经济是一种直接生产、直接消费的“直接经济”。工业经济是一种生产、消费各个环节分工专业化的“迂回经济”。网络经济将把工业社会迂回曲折的路径重新拉直,生产者将按照每一个消费者的特殊需要生产独特的产品,传统的企业模式和生产、经营战略将发生根本改变,产销双方的效率大大提高,整个传统商业存在的理由也大打折扣。

三是人性化。尼葛洛庞帝在《数字化生存》一书中强调,后信息时代的根本特征,是“真正的个人化”。未来的高智能计算机对人的了解将同人与人之间的默契不相上下。在网络时代中,人不再被物所役,而是物为人所用。与此同时,网络经济也面临着经济自主性受损、诚信缺失、安全隐患等新的问题,这从另一方面制约了网络的充分利用和经济的进一步发展。

(二) 政治方面的影响

互联网在政府和民众之间架起了一座有效的沟通桥梁,提高了政府处理公共事务的能力和行政运转效率,降低了管理成本,推动了政府管理模式从管治型向服务型的转变。有人研究发现,网络的使用时间与人们对公共活动和公民志愿活动的参与程度呈正相关关系。据统计,仅电子政务一项,1992—1996年美国就减少了24万名员工,关闭了近2000个办公室,简化了3.1万页行政法规。但是在网络时代,网络不仅是一种信息,更是一种新的资源、科学技术的力量、强大的生产力以及重要的政治资源和政治影响力,网络正在成为政治的“中枢神经”。网络民主更具直接性、平等性和快速性,网络政治最容易受到全世界的影响,网络空间对抗与争夺成为没有硝烟的战场。特别是有三个动向值得关注:

一是政治渗透。当代网络世界信息交流极不平衡,网络技术已被美国用做政治领域内斗争的一个主要武器,利用科技手段从他国窃取政治资料和经济资料,此时网民们无意中成为其情报源。

二是政治异化。1999年5月,举国上下一致声讨美国轰炸我驻南联盟使馆时,一个中国大学生却说我大使馆针对美国实施了一系列破坏活动,当被问及其信息来源时,答曰“网上”。美国某种政治势力正是通过网络渠道帮助其政治信息大行其道,由此可见一斑。

三是政治激进。一些政治势力利用网络进行煽动,出现了网上声明、网上集会、网上签名和网上绝食等现象,“法轮功”等邪教组织就充分利用网络扩大他们的势力,其影响之大、之快,难以控制,不可低估。在新的形势下,谁拥有了网络,谁就掌握了未来政治的主动权。

(三) 文化方面的影响

互联网催生了新的文化形态,网络影视、网络动画、网络文学等日益受到欢迎,网络游戏已经成为这一新兴文化形态相对成熟的代表。作为一个开放的全球文化平台,互联网一方面加速了各种文化的相互融合,另一方面也带来了越来越令人担忧的强势文化入侵。网上消极颓废信息也在大量增加,黄色网页随时可见。这些都对人们的思想观念造成不小的冲击,引起是非观念模糊、道德意识下降、社会责任感弱化、身心健康受到侵害等一系列问题。在网络这个隐蔽性很强的世界里,骂语、恶语、丑语、淫语也纷纷登台亮相,成了网络世界的一道“奇观”,

以致这些不文明现象日益成为一种“网络文化”。

（四）社会交往角度方面的影响

互联网对于拓展交往领域、扩大交往范围、提高交往效率起到了不可替代的推动作用,同时也正在改变着整个社会的交往方式。互联网已经成为社会生活中不可分割的重要组成部分,开始有人惊呼“没有了网络,我们该怎么办?”正如威尔曼和海森斯威特在《日常生活中的因特网》中所指出的,互联网已经从一个神奇的具有魔力的事物变成了普通人日常生活中的一个部分。同样不可避免的是,互联网也带来了一些负面影响,造成了这样那样的“网络困境”。主要表现在以下方面:

一是“视频白痴”。人们摄取信息时越来越依赖于间接的和抽象的符号系统,使他们以一种彻底的外在化、符号化的方式和冷冰冰的操作伦理来对待整个人类和真实的社会,人与人的交往比以往任何时候更加困难,并将人际交往中的我-你关系变成我-他的关系。由于具有可视性、亲和感的人际交往机会大大减少,个人也会产生紧张、孤僻、情感缺乏等症状,有些甚至产生人格障碍和人际交往障碍。

二是道德失范。网络的弱规范性放纵了人性系统当中那些劣因素的萌生和泛滥,行为与责任的截然分离更是起到推波助澜的作用。现代网络日益被网络黑客、网络黄潮、网络蛀虫所困扰,就是道德失范的例证。据某项调查,有 31.4% 的青少年并不认为“网上聊天时撒谎是不道德的”,有 37.4% 的青少年认为“偶尔在网上说说粗话没什么大不了的”,还有 24.9% 的人认为“在网上做什么都可以毫无顾忌”。

三是双重人格。在虚拟的网络中,人们可以很随意地对自身本来的社会角色和现实中的形象进行颠覆,选择娱乐、游戏等去释放受压抑的心灵,去补偿在现实社会中所失去的东西。最典型的角色转换就是男女性别互换,还有那些平时懦弱网上勇敢、平时沉默寡言网上滔滔不绝的更是大有人在。

第二节 高校毕业生就业形势持续严峻

近年来,中国经济一直快速增长,产业结构升级速度加快,带动了对高人力资本存量的高校毕业生的强劲需求。但由于高校毕业生供给增速超过经济增速,市场尚无法很好地消化超量的人才供给。由于解决国有企业下岗失业人员历史遗留问题的任务仍然很重,同时受国际金融危机影响,企业对新增劳动力的需求减少,高校毕业生就业压力加大,国内劳动力市场的供需矛盾趋于紧张。从总体上讲,当前和今后相当长的一个时期内,高校毕业生的就业形势将非常严峻,只能用“就业寒流”或“就业冬天”来形容。

一、高校毕业生总量持续增长

根据全国普通高校毕业生统计数据,2010 年全国毕业生人数为 652 万人,较 2009 年增加了 41 万人,增长率虽较上年有所下滑,但仍高达 6.71%。预计今后 3 年毕业生规模还将以每年 40 万人的速度增长。此外,由于每年高校毕业生离校时的初次就业率在 70% 左右,一批学生当年毕业后未能及时就业,历年累积的未就业高校毕业生约为 480 万人,2010 年实际需就

业的大学毕业生高达千万人。图 1-2 所示为近 5 年全国高校毕业生规模。

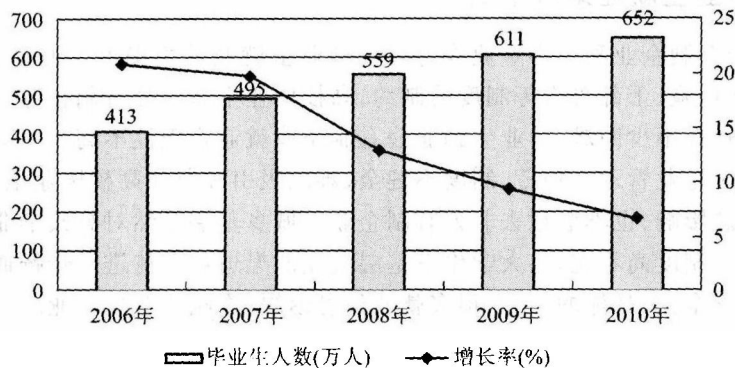


图 1-2 近 5 年全国高校毕业生规模

二、社会对高校毕业生的需求大幅减少

2010 年,全国新增就业目标为 900 万人,比 2009 年减少了 100 万人。考虑补充自然减员 300 万人,全年社会就业总需求为 1 200 万人。其中,要确保完成下岗失业人员再就业 500 万人,还要解决高校毕业生、复转军人等群体就业。随着金融危机对实体经济的影响,相关行业和许多企业面临困境,企业纷纷“瘦身”,大幅缩减招聘人数,毕业生面临“僧多粥少”的局面。由于企业用人需求减少,可供给高校毕业生的就业岗位将进一步减少。

以出口玩具制造业为例,全国超过 50% 的企业或工厂在 2010 年前 7 个月倒闭,大部分是年营业额在 10 万美元以下的中小型企业。许多往年必定出现在校园招聘现场的中小企业,甚至大企业,已经明确表明取消校园招聘计划。

三、供需不匹配与结构性矛盾突出

第一,高校专业设置与快速变化的市场需求错位。我国 4 年一个周期的高校专业设置决定着专业人才的产出量,大学生就业与产业结构的调整以及地区经济发展周期有较大的关联。用人单位对各类专业技术人才和管理人才的需求变化速度是高校专业培养人才的 2~4 倍,形成了人才供需市场配置的时间差。4 年前还是社会需求的热门职业,4 年后变成了滞销专业,供给与需求错位在一定程度上造成了大学生就业难的问题。

第二,人才结构失衡,供求矛盾加大。近年来的人才市场需求供给情况反映,各技术等级的劳动力呈现供不应求的局面,以机械加工为主的技术、技能型人才短缺,致使出现了部分工科大学生在校期间又到劳动部门开设的技工培训学校学习以获取技能等级证书。

第三,在人才分布上,我国东部与西部、沿海地区与偏远山区、经济发达地区与欠发达地区,每万人中大学生占有量差距也很大,结构性矛盾仍然突出。高校要研究所在区域的社会发展和经济变化,着眼整合师资资源,提升高校专业设置的科学预测和规划能力,调整教材,创新教学方法,用就业率、学生综合适应能力两把尺子衡量高校的运行质量。

四、高校毕业生就业渠道不畅

近年来,非公有制企业和中小企业成为高校毕业生就业的主渠道。但是,受现行户籍、人事档案管理、社会保险、干部身份等制度的制约,高校毕业生从非公有制企业到国有企业、机关事业单位的流动存在不少困难,毕业生到非公有制企业就业积极性不高。一些非公有制企业,特别是其中的中小企业管理不规范,制度不健全,难以吸引和留住高校毕业生。部分高校毕业生受传统就业观念影响,也不愿意去非公有制企业。城乡基层虽然对高校毕业生有较大需求,但由于相关政策和制度尚不完善,大学生下基层就业的渠道还有待进一步畅通。此外,求职或就业信息网站缺乏全面、具体的信息,很多就业信息迟缓,影响毕业生就业。

针对当前高校毕业生就业面临的严峻形势,2009年1月国务院办公厅下发《关于加强普通高等学校毕业生就业工作的通知》(国办发[2009]3号),提出了7项有效促进高校毕业生就业的政策措施:①鼓励和引导毕业生到城乡基层就业;②鼓励毕业生到中小企业、非公有制企业就业;③鼓励骨干企业和科研项目单位积极吸纳和稳定高校毕业生就业;④鼓励和支持高校毕业生自主创业;⑤强化高校毕业生就业服务和就业指导;⑥提升高校毕业生就业能力;⑦强化对困难毕业生的就业援助。该通知对于进一步做好高校毕业生就业工作具有重要的指导意义,相信能在很大程度上起到拓宽就业渠道、提高就业率的作用。

第三节 大学生自主创业大有可为

当前,作为新增劳动力的大学生,其创业状况还很不适应扩大就业的要求,全社会应该积极鼓励精力旺盛的青年人大胆创业。自主创业意味着勇敢地冒险和付出,也意味着意料的失败和挫折。只有在经历了最初的创业冲动和付出之后,大学生创业者才能走向成熟和冷静,对创业和成功有更深入的理解。当前的金融危机对大学生创业者来说既是一次挑战,更是一种机遇。从局部来看,全球金融危机可能是中国更快崛起的机会,国家2009—2010年期间投入的4万亿元投资可能让我国产业发展比原来更快。既然全球的金融环境不好,那么国家肯定是要发展有潜力的、有核心能力的新产业,这种新方向的选择有可能让大学生创业的新兴企业与传统企业站在了同一起跑线上,这给大学生创业者带来了巨大的机会。

国家统计局的普查数据显示,我国每千人拥有的企业数量只有2.5个,比一般发展中国家还少22~27个。日本、韩国和中国台湾地区在其结构转型期间,每千人企业数量从5个左右上升到50个左右,在中小企业中,就业劳动力的比率从40%上升为70%~80%。国内企业数量少,就业的容量当然也就小。目前,不论是学有所长的大学毕业生,还是从农村转移到城市的年轻打工者,就业时多数都是托亲靠友,希望能找到一份稳定的工作,很少有人主动地去创业、去办企业。

根据教育数据咨询机构麦可思(MyCOS)2009年6月发布的《中国大学毕业生就业报告(2009)》,2008年大学毕业生自主创业比例为1%,与2007年1.2%的比例接近。云南省大学生自主创业比例最高,为1.9%;吉林为1.7%;宁夏为1.5%。而浙江、广东、北京、江苏、上海等省市的大学生自主创业比例排名靠后。自主创业的主要地区是就业比较困难的中西部地