

THE INFORMATION PLATFORM
A Research on Information Platform's
Construction, Operation, Competition and
Regulation in the Context of Triple Play

信息平台论

——三网融合背景下信息平台的
构建、运营、竞争与规制研究

谷虹 著



NLIC2970801859



清华大学出版社

THE INFORMATION PLATFORM

A Research on Information Platform's
Construction, Operation, Competition and
Regulation in the Context of Triple Play

信息平台论



NLIC2970801869

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

“三网融合”最直观的影响是消融了传媒产业、信息技术产业和电子通信产业的边界,形成了一个“媒、信、通融合大产业”,而“三网融合”最深远的影响则是竞争方式的改变和竞争焦点的转移。以开放、对等、协作、共享为特征的“平台模式”将成为融合产业中最具竞争力的发展模式,而“信息平台”这种新型产业组织形式将成为三网融合产业竞争中的制高点。

本书是中国第一部系统论述“信息平台”及其运行机制的学术专著,从“平台构建”、“平台运营”、“平台竞争”以及“平台规制”四个维度深刻揭示了信息平台的相关规律和原理,为三大产业的融合进程提供了一条基于范式转变的增量发展路径,也为中央政府推进“三网融合”和“规制改革”提供了决策参考和理论依据。从世界范围来看,数字网络技术的发展正使人类从“匮乏经济”迈向“丰裕经济”,本书最重要的价值还在于从理论层面展现了未来融合产业无限多样的可能性。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

信息平台论:三网融合背景下信息平台的构建、运营、竞争与规制研究/谷虹著.--北京:清华大学出版社,2012.5

ISBN 978-7-302-28570-0

I. ①信… II. ①谷… III. ①信息技术—应用—产业发展—研究 IV. ①F062.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 071145 号

责任编辑:纪海虹

封面设计:傅瑞学

责任校对:王凤芝

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 刷 者:三河市君旺印装厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:165mm×240mm 印张:26.25 插页:8 字 数:431 千字

版 次:2012 年 5 月第 1 版

印 次:2012 年 5 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:58.00 元

十年探索 汇聚平台

中国传媒大学广告学院 黄升民

十年前,我和我的同事,也有我的学生,不经意之间一脚迈进了广播电视的数字化研究领域。此前,我们积累较多的是传统媒体的经营研究。在20世纪的90年代末,也就是“媒体产业化”在业界一片喧嚣的时候,我们感到研究突破的疲惫和乏力。传统媒体的“产业化”在资本与政治博弈之间左右徘徊,唯独在“数字化”领域存在一片亮色。于是,我们的研究开始聚焦于广电的数字电视的这个领域。新世纪之初我们深入苏州等地了解数字电视的进展,召集“数字电视已燎原”研讨会,形成《中国数字电视产业经营与商业模式》,还连续出版年度的《中国数字电视市场报告》,随后有两个重要的出品,一是赵子忠的博士论文《内容产业论》(赵子忠,2004),对于数字新媒体的核心领域进行了一番梳理;二是系统地梳理了中国数字电视产业政策形成过程的周艳的博士论文《我国数字电视产业政策的形成研究》(周艳,2006)。

有一段时间,我们试图从不同的角度接近数字媒体,如王伟的博士论文《融合与转型——数字媒体时代我国电信与广电的博弈思考》(王伟,2007),论题触及到数字化过程中广电在网络方面与电信的博弈竞争;再如黄河的博士论文《传媒数字化管理》(黄河,2008),通过梳理国内外几个广电集团的内容信息系统建设,指出内容海量信息需在媒资管理系统基础上进行更适应于多种业务需求的开发,而且这个内容信息处理系统的建设正在数字化的冲击下进行升级和创新发展。

随着研究的深入,数字媒体的运营机制,组织形态以及交易体系开始进入我们的研究视野,这个时候“平台”的词汇频繁出现且成为论题当中的核心概念。其中,代表性的出品有两个,一是王薇的博士论文《论家庭信息平台:掌握数字传媒时代的家庭需求》(王薇,2008),二是张豪的博士论文《个人信息平台研究》(张豪,2008)。数字新媒体发展的根本在于满足用户的信息需求,个人的,家庭的,延展到社会的。所以,我们的研究重点就从产业链末端的信息需求入手,固定的,以广播电视数字化为基础;以电视机为终端的“家

庭信息平台”和移动的,以通信新媒体为基础;以手机和平板电脑为终端的“个人信息平台”的延伸和发展,必然扩展到社区城市乃至国家国际信息平台,形成物联网的信息流基础。

信息平台的研究为我们打开了一扇窗户。网络化的信息呈海量且多元互动,如何收集、处理并与媒体经营接轨?我们的研究团队在去年产生了两个重要成果:一是张余的博士论文《双向多业务数字电视的受众测量》(张余,2010),利用杭州华数搭建的海量信息处理平台,解决了有线数字电视用户测量、数据采集、需求洞察和价值评估等一系列问题,为家庭信息平台从理论概念走向产业实践提供了有力的抓手;二是周滢的博士论文《内容平台:内容王国的再建构》(周滢,2010),这是对于信息需求平台化、信息传输平台化的一个理论回应,内容生产必然从单极走向多元,融入一个开放的平台体系,不然,所谓的“内容为王”仅仅是传统媒体的一个幻象而已。

十年来对产业的追踪,我们隐约察觉到网络与新媒体产业在数字时代的变革,绝不仅仅是商业模式、产业链、发展战略的简单调整,其传播从内容集成,业务规划和服务营销,都体现在“平台”的运作上,整个产业正在从传统的单一走向多元,从封闭走向开放。那么到底平台是什么?平台怎么发展?平台对数字媒体的海量信息怎样处理和怎样支撑其运营呢?平台在数字时代发展中与以前不同的那些深层规律和内在逻辑到底是什么?于是,我把这个任务交给了谷虹,希望她能在我们之前所有的博士论文和研究成果的基础上,构建一个全新的理论体系,系统地回答这个影响深远又举足轻重的深层问题。

我们提出的“平台”是一个难以把握的具有复杂内涵的概念。从思想层面讲,它意味着开放、共享、平等。从商业运营层面讲,“平台”是有利益、有控制、有竞争性的主体。而上升到国家信息战略层面,“平台”的价值则远远超出经济层面,加入了政府信息监控和公共信息福利等重要考量因素。

我们研究和实践的信息平台理论,跳出了产业应用层面和具体的业务范畴,打破电信业、传媒业和信息技术产业原有的理论边界,一方面从学理层面剖析各种类型的信息平台共同、内在的运行机制和规律,另一方面更是在张余、王薇等团队的实践中揭示信息平台在构建、运营、竞争以及规制方面的原理,从理论和实践两个层面搭建一个针对未来媒信融合大产业的平台理论体系。

我们的平台理论聚焦于未来社会从信息的“匮乏经济”迈向“丰裕经济”

过程中那些根本的、深层次的矛盾,系统地解答了网络与新媒体时代信息产业的本质差异性,为产业融合与演进中的平台化趋势提供了一个理论说明。其核心价值在于从理论层面为未来产业的发展展现了多样的可能性,物联网、云计算、社交网络、微博……平台思想和平台模式正在不同的领域颠覆着传统,创造着一个个新的神话。

谷虹的博士论文《信息平台论:三网融合背景下信息平台的构建、运营、竞争与规制研究》(谷虹,2011)是我国第一部系统论述信息平台 and 平台运行机制的专著,该论文既是我们十年数字媒体研究的一个核心理论的整理,也为我们未来十年的研究拉开了序幕。平台理论未来的应用是未知的,也是无穷的。尽管平台理论在今天还显得稚嫩,关注和理解的人尚在少数,但我坚信理论的力量并不仅仅在于对现实的解释力,更在于有预见力。而最好和最宝贵的科学理论是那些具有预见能力的理论。理论研究如同采矿,真正的宝藏不会摆在地上随人拾取。信息平台理论无疑也是一座巨大的金矿,它埋藏得很深,充满了未知和不确定。2009年初,谷虹在确定这个博士论文选题的时候,我曾将其比喻为一个“爬雪山过草地”的学术苦旅。从确定选题到概念界定,从提纲拟定到观点论述,从研讨汇报到写作成文,在两年多的时间里,谷虹与我进行了多次的激烈思想碰撞,画图、梳理、发表、研讨、修改,往复循环。理论探索的过程是孤独的、迷茫的,必须咬紧牙关,在最终突破的那一刹那,才能迸射出耀眼的光芒。

一个重大理论突破既是对产业实践的深层回应,也是脉络相连的持续研究积累到一定程度的必然结果。我对此坚信不疑。

目 录

十年探索 汇聚平台	I
导论：“三网融合”的产业进程、文献综述与研究缘起	1
第一章 信息平台：未来融合大产业的制高点	19
第一节 平台的泛化	19
一、平台的滥觞	19
二、“三网融合”产业实践中的平台	20
三、其他学科视野中的平台	24
第二节 平台理论的时代价值	29
一、传统产业模式两个基本条件的变迁	29
二、平台将成为未来融合产业的制高点	40
第三节 信息平台理论的研究框架	43
一、理论框架	43
二、理论基础及相关概念界定	48
三、研究方法 & 路径选择	58
四、本研究的创新与不足之处	60
第二章 平台构建	62
第一节 平台的概念与结构	62
一、平台的概念	62
二、平台三要素	65
三、关于平台的两个误解	70

第二节 平台思想及其对相关信息产业的影响	72
一、资源观：从“封闭”到“开放”	73
二、利益观：从“独占”到“共享”	76
三、组织观：从“层级控制”到“对等协作”	79
四、价值观：从“产业链”到“企业网络”	82
五、平台化孕育产业运行的新模式	84
第三节 平台的基本属性	85
一、平台是行业的基础设施	86
二、平台扮演中介角色	90
三、平台是商业生态系统的核心	92
四、平台是一个悖论的混合体	97
第四节 信息平台的产业分类与产业结构	101
一、按照平台结构和各要素特征分类	101
二、按照应用领域分类	106
三、按照平台层次分类：基础平台和应用平台	110
四、未来信息融合产业的平台层级结构	112
第五节 相关产业如何构建各自的平台	119
一、传媒业：外围切入，依托内容优势构建平台生态系统	119
二、电信业：中心扩张，依托网络优势构建平台生态系统	122
三、互联网 IT 产业：两面延展，依托技术优势构建平台生态系统	125
第六节 传媒业的平台化再造	129
一、传媒企业平台再造的整体构想	130
二、传媒业平台再造的四个环节	134
本章小结	155
 第三章 平台运营	 157
第一节 平台运营中的各种角色关系	157
一、运营角色及其相互关系分析	157
二、信息平台的定位及其商业生态系统的构成	158
第二节 平台运营的动力	165
一、信息平台是公共和商业的混合体	165

二、平台运营的动力来源	169
第三节 平台运营的轨道：生命周期及战略重心转移	175
一、信息平台生命周期曲线：多边市场的交叉网络效应	175
二、信息平台在不同生命周期的发展特征及战略重心转移	182
三、传媒业、电信业和互联网 IT 产业处于平台生命周期的 不同阶段	188
第四节 平台运营规则之一：产品(服务)的设计与开发	189
一、信息平台产品(服务)的设计目标是满足大规模个性化 定制的要求	189
二、信息平台产品(服务)的两个关键构件：模块与架构	191
三、信息平台产品(服务)的构造设计	197
四、信息平台产品(服务)的设计原则：强内聚与松耦合	201
五、信息平台产品(服务)的特点	202
六、信息平台产品(服务)的开发步骤	203
第五节 平台运营规则之二：多边用户的召集与多属行为的管理	207
一、信息平台多边用户的召集	208
二、信息平台多边用户(多属行为)的管理	213
第六节 平台运营规则之三：定价策略与盈利模式的构建	215
一、信息产品(服务)的定价困境：在“免费”和“收费”之间摇摆	216
二、信息平台的定价机制	217
三、信息平台定价的影响因素	221
四、信息平台的定价策略	223
五、信息平台的盈利模式	226
六、信息平台的价值规律	232
本章小结	235
 第四章 平台竞争	 238
第一节 平台竞争的形成	238
一、平台竞争的内在机制	239
二、平台竞争的产业现实	241
第二节 平台竞争的格局	247
一、平台竞争的产业背景	248

二、平台竞争的主体演化	268
三、平台对局最终成型	291
第三节 平台如何竞争	300
一、从平台技术功能层面构建竞争力	301
二、从平台商业生态系统层面构建竞争力	317
第四节 平台竞争的双重结果	326
一、平台竞争的有利一面	327
二、平台竞争的不利一面	333
本章小结	338
 第五章 平台规制	341
第一节 平台在国家信息化战略中的地位	341
一、平台是数字网络时代的信息中枢	342
二、平台规制的战略意义	343
三、平台规制体制构建的困难与挑战	347
第二节 三股力量推进“三网融合”的内在逻辑	352
一、技术发展是“三网融合”的原始动力	352
二、产业博弈是“三网融合”的核心动力和阻力	355
三、国家意志是“三网融合”的主导力量	359
第三节 “三网融合”进程中平台规制的三极平衡	362
一、国家意志：内容规制 VS 技术中立——信息安全、可控可管	363
二、产业发展：自然垄断 VS 有效竞争——扩大内需、增量发展	365
三、公共福利：商业利益 VS 普遍服务——国家信息化战略	367
第四节 平台规制的战略设想	370
一、实体网络和信息平台的剥离设想	370
二、实体网络的规划建设	375
三、信息平台的管理规制	376
本章小结	381
 结论	384
后记	393
附：老农带小农	395

图 表 目 录

图 1-1	1980—2007 年我国电视剧产量增长图	31
图 1-2	2004—2007 年中国电影产量部数增长趋势图	32
图 1-3	本研究的逻辑结构示意图	44
图 2-1	“一对一”线性传播模式	62
图 2-2	“一对多”星形传播模式	63
图 2-3	“多对多”网络传播模式	63
图 2-4	“多对多”平台传播模式	63
图 2-5	苹果 iPhone 手机平台的结构	文前彩插
图 2-6	信息平台结构图	文前彩插
表 2-1	机械性组织与有机性组织结构对比	81
图 2-7	腾讯业务和品牌结构图	96
图 2-8	单边平台示意图	101
图 2-9	双边平台示意图	102
图 2-10	多边平台示意图	103
图 2-11	对等平台示意图	104
图 2-12	非对等平台示意图	104
表 2-2	应用平台分类及举例	文前彩插
图 2-13	应用平台之间的交叉创新	文前彩插
图 2-14	未来信息融合产业的平台层级结构	113
图 2-15	传媒业在平台生态系统中的资源位	文前彩插
图 2-16	电信业在平台生态系统中的资源位	文前彩插
图 2-17	互联网 IT 业在平台生态系统中的资源位	文前彩插
图 2-18	我国某电视台典型的部门频道组织架构	135

图 2-19 我国某报社典型的组织架构	136
图 2-20 内容产品生产环节的平台化构件结构图	139
图 2-21 按照信息领域的部门划分	139
图 2-22 按照信息类型的部门划分	139
图 2-23 传统媒体的“埃菲尔铁塔”式组织架构	143
图 2-24 传统媒体的“金字塔”式信息生产流程示意图	143
图 2-25 信息平台的运作流程——“戴高乐广场”模式	145
图 2-26 “新闻钻石”模型图	145
图 2-27 信息平台的“倒金字塔”式信息生产流程示意图	147
图 2-28 传统媒体的三大业务体系	148
图 2-29 CNN 信息平台的“同轴电缆式”共享组织模式	149
图 2-30 综合性媒体集团信息平台的“同轴电缆式”共享 组织模式	文前彩插
图 2-31 综合性媒体集团业务体系的平台化运作第二阶段示意图	150
图 2-32 “个人媒体”时代信息无处不在	152
图 2-33 综合性媒体集团业务体系的平台化运作第三阶段示意图	152
图 2-34 日本电视台媒资管理系统	153
图 2-35 综合性媒体集团业务体系的平台化运作第四阶段示意图	154
图 3-1 围绕信息平台的多边市场构成	158
图 3-2 未来融合产业中信息产品或服务的层次结构	159
图 3-3 各层面企业争夺信息平台主导权	160
图 3-4 以基础网络运营商为核心的网络平台商业生态系统	161
图 3-5 以硬件设备生产商为核心的硬件平台商业生态系统	161
图 3-6 以基础技术提供商为核心的技术平台商业生态系统	163
图 3-7 以基础业务服务商为核心的业务支撑平台商业生态系统	163
图 3-8 以内容与应用服务商为核心的应用平台商业生态系统	165
图 3-9 信息平台运营的混合动力系统	174
图 3-10 普通产品的 S 形扩散曲线	175
图 3-11 网络效应影响下的扩散曲线	177
图 3-12 各种新技术和新产品在美國的扩散曲线	179
图 3-13 多边用户增长曲线与平台扩散曲线关系图	180
图 3-14 平台生命周期曲线图	182

图 表 目 录

图 3-15 模块的功能性分类	193
图 3-16 模块的价值性分类	193
图 3-17 模块的特性	194
图 3-18 中心架构的四大功能	197
图 3-19 信息平台产品的构造模型(整体)	文前彩插
图 3-20 信息平台产品的构造模型(剖面)	文前彩插
图 3-21 腾讯平台产品的模块构成	文前彩插
图 3-22 华数数字电视平台产品的模块构成	文前彩插
表 3-1 华数数字电视平台产品概况	200
图 3-23 华数数字电视数据库业务关联应用	201
图 3-24 华数数字电视数据库业务分级应用	201
图 3-25 信息平台产品(服务)开发的启动期	文前彩插
图 3-26 信息平台产品(服务)开发的成长期	文前彩插
图 3-27 信息平台产品(服务)开发的成熟期	文前彩插
表 3-2 信息平台召集多边用户策略对比	209
表 3-3 多属行为举例	214
图 3-28 直接交叉补贴之一:多层次增值策略	227
图 3-29 直接交叉补贴之二:价格歧视策略	227
图 3-30 消费者对信息产品的付费与付费意愿	229
图 3-31 间接交叉补贴示意图	230
图 3-32 基于有线数字电视网的家庭信息平台中多边市场的 交叉补贴	文前彩插
图 3-33 共创价值的收益分成示意图	231
图 3-34 信息平台的共享价值与增值系统双层结构	233
图 4-1 信息平台的平台簇状星系示意图	239
图 4-2 两个信息平台系统产生交叉	240
图 4-3 A 平台与 B 平台的不均衡并存	241
图 4-4 A、B 平台竞争与 C 平台的壮大	241
图 4-5 线性链条阶段示意图	文前彩插
图 4-6 中间阶段示意图	文前彩插
图 4-7 平台阶段示意图	文前彩插
图 4-8 广电产业化进程图	253

图 4-9 电信产业改革进程图	260
图 4-10 互联网产业发展进程图	267
图 4-11 上海东方传媒集团有限公司结构	270
图 4-12 上海东方传媒集团新媒体业务架构	271
图 4-13 湖南广电集团新媒体业务架构	271
图 4-14 华数“天地一体”综合网络体系	272
表 4-1 深圳广电集团数字化业务	272
表 4-2 深圳天威视讯高清互动电视家庭计划	272
表 4-3 三大全业务运营商概况对比(截至 2008 年底)	274
表 4-4 中国移动媒体业务基本情况和未来发展战略	274
表 4-5 中国电信主要媒体业务列表	275
图 4-15 中国移动媒体战略布局结构图	276
图 4-16 广电系统和电信系统三个环节的竞争能力对比	277
表 4-6 广电系统与电信系统网络传输能力和终端用户对比	277
图 4-17 不同传输网络的带宽容量	278
图 4-18 2002—2009 年中国有线电视数字化程度进展	279
图 4-19 2005 年—2008 年底 IPTV 用户拓展数量	280
图 4-20 广电系统信息平台 and 电信系统信息平台的复制性竞争	281
表 4-7 腾讯平台的业务板块	286
图 4-21 腾讯扩张地图	287
表 4-8 腾讯向传媒、电信渗透的举措	288
表 4-9 阿里巴巴平台的业务版图	289
表 4-10 阿里巴巴向传媒、电信渗透的举措	290
表 4-11 苹果、谷歌和 Facebook 三大信息平台在九大领域的竞争	291
图 4-22 谷歌的扩张和平台布局	292
图 4-23 亚马逊的扩张和平台布局	293
图 4-24 ebay 的扩张和平台布局	294
图 4-25 产业分立阶段	295
图 4-26 产业融合阶段	295
图 4-27 融合产业最终成型阶段	295
图 4-28 纵向一体化阶段	文前彩插
图 4-29 横向一体化阶段	文前彩插

图表目录

图 4-30 “三网融合”中信息平台竞争的力量魔方	文前彩插
图 4-31 信息平台规模性指标对比的示意图	302
图 4-32 信息平台延展性指标对比的示意图	303
表 4-12 手机应用程序使用忠诚度分类表	305
图 4-33 手机应用程序使用忠诚度分类图	305
图 4-34 信息平台结构均衡性指标对比的示意图	307
表 4-13 信息平台竞争力评估指标体系综合列表	313
图 4-35 信息平台竞争力评估雷达图模型(一级指标)	315
图 4-36 信息平台竞争力评估雷达图模型(二级指标)	315
图 4-37 信息平台竞争力评估雷达图示例(1)	315
图 4-38 信息平台竞争力评估雷达图示例(2)	315
图 4-39 信息平台竞争力评估雷达图示例(3)	316
图 4-40 信息平台竞争力评估雷达图示例(4)	316
图 4-41 信息平台竞争力评估雷达图示例(5)	316
图 4-42 互联网 IT 产业的平台进化	329
图 4-43 2002—2010 年中国有线电视数字化程度进展	332
图 4-44 2005—2010 年中国 IPTV 用户规模	333
图 5-1 三股力量推进“三网融合”	362

“三网融合”的产业进程、文献综述与研究缘起

一、我国“三网融合”的发展历程

在我国,“三网融合”并不是一个新的概念,从最初的提出到搁置、到发展、再到今天的重提,走过了十几年的历程。大致可以分为四个发展阶段:

(一) 第一阶段:低层次的替代性融合,以搁置争议告终(1997年4月至1999年9月)

在世界“三网融合”进程中,美国《1996年电信法》的颁布无疑是一个具有里程碑意义的事件,它从法律上廓清了美国电信业和有线电视混业经营的障碍,对美国乃至世界的“三网融合”产生了极其广泛且深远的影响。在全球化、信息化以及世界“三网融合”大趋势的背景下,我国国家信息总体战略规划也提上日程。1997年4月,国务院在深圳召开全国信息化工作会议,当时的国家计委主任曾培炎主持会议,邹家华副总理作主题报告,全国各省(自治区、直辖市)和国务院40多个部委的负责人参加了此次会议。据当时列席此次会议的国家广电总局广播科学研究所所长陈晓宁介绍。这次会议讨论通过了“国家信息化总体规划”,规划中提出了“我国信息基础设施的基本结构是‘一个平台,三个网’。一个平台即指互联互通的平台,三个网即指电信网、广播电视网和计算机网”。这是国家首次提出了“三网”的概念。由此可见,“三网”的定位从一开始就是纳入国家信息化战略体系的基础设施。

然而,落实到具体层面的时候,却遭遇到由于部门分割和产业分立所造成的现实障碍。1998年3月,邮电部和电子工业部完成合并,信息产业部正式成立;同时,广电部改为目前的广电总局。在《印发国家广播电影电视总局职能配置内设机构和人员编制规定的通知》[国办发(1998)92号]中又明确指出:“将原广播电影电视部的广播电视传送网(包括无线和有线电视网)的统筹规划与行业管理、组织制订广播电视传送网络的技术体制与标准的职能,

交给信息产业部。”这反映了当时的政府高层出于避免重复建设的考虑,仅在通信网基础上构建我国信息高速公路的思路。由此引发了两大产业部门就“三网关系”的大辩论,而 92 号文件中的这段文字最终并没有实际执行。

1998 年的三篇研究报告正是这场大辩论的焦点:是以电信网为基础实现“三网合一”,还是以电信网、有线电视网和计算机网为基础形成“三网融合”?

1998 年 3 月,以原国务院体改委体改所副所长、时任粤海企业集团经济顾问王小强博士为首的“经济文化研究中心电信产业课题组”,提出研究报告《中国电讯产业的发展战略》。报告指出“拥有网络是现代电信公司保持长期竞争优势的绝对必要条件”,所以不同意传输与电信业务分离,要“以转售的方式逐步放开市话和长话服务,在固话业务领域引入竞争”,由于数据互联网是未来电信的骨干业务,故不能从中国电信固网分离。王小强博士主张:开放电讯服务的企业化和市场化经营,但要把我国已形成规模的电信基础网(包括有线电视网)从经营性企业中独立出来,成为由政府控制的国家基础信息网,依托电视技术平台,直扑电信、电视与计算机“三网合一”的产业前沿。

1998 年 6 月下旬,以国家广电局信息网络中心方宏一博士为首的“有线电视多媒体业务接入模式研究课题组”,发表了《再论中国信息产业的发展战略》一文,针对 3 月份的发展报告的主要观点提出了几乎完全相反的观点。方宏一博士反驳了 3 月份发展报告中“电信本位”的论点,用绝大部分篇幅诉诸反垄断,强烈要求开放电信的竞争性经营,保持电信与广电两网并存,具体方略是在有线电视网扩容改造基础上,在有线电视网上发展互联网增值服务,特别是发展网上通信,并最终以光纤入户代替现有广电同轴电缆(HFC),最终达到“三网”结合的目的。

1998 年 9 月到 11 月,北京大学中国经济中心周其仁教授撰写的《三网复合 数网竞争》等相关论文陆续发表。周其仁教授系统论述了“中国电信的高社会垄断成本”的严重后果,提出了“三网复合,数网竞争”的思路。至此,“三网融合”取代“三网合一”成为共识,三个基础网络之间的关系不是简单的物理层面的相互替代,而是长期并存、融合竞争。

对于“如何并存、如何发展、如何竞争”,当时尚未形成清晰的思路,也缺乏政策层面的指引和管制。“虽然数字技术的发展给广电和通信提供了业务拓展的可能,广电开始涉足互联网接入和话音业务,通信业开始涉足有线电视,但是,此时不论是广电还是通信,在进入对方传统优势领域方面,均准备