

中国互联网20年 网络大事记篇

国家互联网信息办公室
北京市互联网信息办公室

编著



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

中国互联网20年 网络大事记篇

国家互联网信息办公室 | 编著
北京市互联网信息办公室

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

互联网作为人类文明的全新成果，对中国的意义，首先是一部创新史。创新是所有互联网故事的灵魂所在，包括互联网本身的创新，以及互联网带来和激发的社会各个领域、各个层面的创新。本书从商业创新、制度创新和文化创新三个层面回顾和梳理了中国互联网 20 年的发展历程，并对下一个 10 年中国互联网面临的挑战做了前瞻性的分析。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

中国互联网 20 年，网络大事记篇 / 国家互联网信息办公室，北京市互联网信息办公室编著.
北京：电子工业出版社，2014.10

ISBN 978-7-121-22682-3

I. ①中… II. ①国… ②北… III. ①互联网络—高技术产业—产业发展—研究—中国 IV.
① F426.67

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 053303 号

责任编辑：刘 皎

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：河北省三河市路通装订厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：24.25 字数：463千字

版 次：2014年10月第1版

印 次：2014年10月第1次印刷

定 价：89.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

本书编委会

总 策 划：鲁 炜

主 编：佟力强

编委会委员：虞晓刚 夏日红 邢建毅 黄少华

胡春铮 费学刚 马春玲 孙树公

陈 华 王 强 杨 星 雷 鸣

张越今 张 军 张晓家

执 行 主 编：王子强 魏 莞 周科进 方兴东

执 行 编 辑：张 静 徐玉蓉 潘斐斐 胡怀亮

刘国辉 李志敏 严 峰 谢 菲

苏日雅 戴晓玲 金 婷

总序

继往开来 勇担使命 为建设网络强国努力奋斗

鲁 炜

2014 年是我国接入国际互联网第 20 年，20 年前的 1994 年 4 月 20 日，北京中关村地区教育与科研示范网接入国际互联网的 64K 专线正式开通。如今，20 年过去了，历经筚路蓝缕的初创阶段，风起云涌的爆发调整阶段，与国际比肩而行的持续快速发展阶段，互联网已经走入千家万户。我国互联网普及率 46.9%，网民达到 6.32 亿，网站达 400 万家，互联网企业总市值超过 3000 亿美元，有 3 家网络企业进入世界前 10 强，已经成为名副其实的网络大国。

“雄关漫道真如铁”。20 年里，中国互联网人奋发有为、开拓创新，掀起了波澜壮阔的互联网浪潮。回顾中国互联网的发展历程，就是一部追梦、变革、创新与贡献交织的历史。

——中国互联网 20 年发展史是一部追梦史。怀揣着追赶国际前沿技术的科研梦，中国科学家克服各种困难将互联网带入中国；怀揣着报效祖国的青春梦，一批批富有激情的年轻人投身互联网发展洪流，成为推动互联网蓬勃发展的先锋人物；怀揣着中华民族伟大复兴的中国梦，党和政府顺势而为、乘势而上，互联网和信息化工作取得了显著发展成就。互联网 20 年的发展史，就是对凝聚正能量、共筑中国梦极为生动的诠释。

——中国互联网 20 年发展史是一部变革史。当今世界，信息技术革命日新月异，深刻改变着经济社会发展各个领域。经济发展格局正在深刻变革，互联网与传统行业深度融合，促进相关产业转型升级，正在成为国民经济重要的增长点；社会交往格局正在深刻变革，互联网日益融入人们的社会生活，不断重塑着传统的社交方式；生活方式正在深刻变革，上网已成为人们必不可少的生活形态和获取信息的主要来源。

——中国互联网 20 年发展史是一部创新史。创新是互联网的基因。20 年来，中国互联网人始终坚持理念创新、技术创新、服务创新、传播创新和管理创新，



在模仿中创新，在学习中创新，在集成中创新，积极推进原始创新，不断提高自主创新能力，探索出一条独特的中国互联网发展之路，逐步从互联网世界的跟随者成为互联网时代的弄潮儿。

——中国互联网 20 年发展史是一部贡献史。作为国民经济重要驱动力量，互联网对中国经济持续快速发展做出了重要贡献；作为不可或缺的生活形态，上网提供了快捷便利的信息服务；作为文化消费的重要途径，互联网提供了丰富的文化产品；作为联系群众、服务群众的窗口，互联网是党和政府走好群众路线的重要平台；作为 6 亿多网民共同的精神家园，互联网成为激发正能量、传递正能量、汇集正能量的重要渠道。

“人间正道是沧桑”。2014 年，注定是在中国互联网发展史上具有重要意义的一年，既承载了过去 20 年的发展积淀，也开启了互联网发展的历史新篇。在中国互联网发展的关键时期，中央网络安全和信息化领导小组宣告成立，习近平总书记亲自担任组长，李克强、刘云山同志担任副组长。“没有网络安全，就没有国家安全；没有信息化，就没有现代化”，习近平总书记向全国发出了建设网络强国的号召，标志着党和国家对互联网发展规律的认识和把握的新飞跃，吹响了建设网络强国的号角，宣告了互联网春天的到来。

“长风破浪会有时”。面对肩负的历史使命，我们将因势而谋，应势而动，顺势而为，以更加积极主动的姿态，向着网络强国的目标迈进。

——向着使网络空间清朗起来的目标迈进。坚持正能量是总要求，管得住是硬道理，做好网上舆论工作，创新改进网上正面宣传，整治互联网乱象，守住“七条底线”，建设为民、文明、诚信、法治、安全、创新的网络空间，努力使网络空间真正清朗起来。

——向着网络基础设施基本普及的目标迈进。建设良好的信息基础设施，提高互联网基础设施支撑能力和运行效率，逐步缩小信息鸿沟、填补发展短板，实现区域、城乡协同发展，不断拉近与国际先进水平的距离。

——向着自主创新能力显著增强的目标迈进。把握互联网发展规律，瞄准关键技术、核心技术，加强基础研究，开展协同攻关，推出一批具有核心竞争力的自主技术和产品，以点带面、整体推进，全面提高互联网领域的自主创新能力。

——向着信息经济全面发展的目标迈进。以信息化促进传统产业改造提升，实现信息化和工业化深度融合，形成强大的产业链条，做大做强民族品牌企业，不断提升国际竞争力，打造实力雄厚的信息经济。

——向着网络安全保障有力的目标迈进。坚持依法管网，打击网络违法犯罪行为，推出网络安全审查制度，完善网络安全防御体系，切实维护国家网络安全和人民群众合法权益。

2014年是贯彻落实党的十八届三中全会精神、全面深化改革的开局之年，推动互联网持续健康快速发展，对推进国家治理体系和治理能力现代化具有重要意义。站在新的历史起点上，建设网络强国，我们深感正逢其时；面对重大责任和光荣使命，我们深知任重道远；展望未来发展道路，我们倍感信心满怀。我们坚信，在以习近平同志为总书记的党中央坚强领导下，通过互联网人的拼搏努力和全社会的共同参与，我们一定能够实现网络强国梦，为全面深化改革、实现中华民族伟大复兴的中国梦，做出新的更大贡献！

（本文节选自中央网信办主任、国家互联网信息办主任鲁炜在网络安全和信息化专家座谈会上的讲话）。

作者序

中国互联网20年大事记：一部商业、制度和文化的创新史

2014年，是值得中国互联网铭记的一年。在这一年，中国互联网走过了20个年头。1994年4月20日，NCFC工程通过美国Sprint公司连入互联网的64K国际专线开通，实现了与互联网的全功能连接。从此，中国被国际上正式承认为第77个真正拥有全功能互联网的国家。

20年，中国互联网从无到有，从小到大，从大到强，放在中国历史长河上看，堪称是开天辟地的时代传奇。

互联网作为人类文明的全新成果，对中国的意义，首先是一部创新史。创新是所有互联网故事的灵魂所在，包括互联网本身的创新，以及互联网带来和激发的社会各个领域、各个层面的创新。所以，20年来，互联网热闹非凡，甚至喧嚣无比。回顾和梳理中国互联网20年的发展历程，需要着眼于三个层次的创新。

商业创新：包括技术、创业、商业、应用、投资等层面的创新，这是互联网最热闹、最夺目的层面。20年媒体层面的热闹大多来自于此。所以，中国互联网20年的历史，是一部中国技术与商业的创新史。

制度创新：包括政府管理、制度、政策、安全和法律等层面的创新，这是最容易被误解和片面扭曲的层面。事实上，中国互联网发展到今天，如果没有制度上的不断创新，今天的互联网发展是不可想象的。所以，中国互联网史，更是一部中国社会管理创新史。

文化创新：包括思想、社会、文化、传播等层面的创新。在商业主导的互联网浪潮下，这个层面的创新也容易被忽视和低估。而任何技术的进步、社会的进步，都是文化的进步。互联网对于中国社会文化创新的贡献，值得关注。所以，中国互联网史，同时也是一部中国社会文化的创新史。

同时，考察中国互联网20年的发展道路，我们也可以清晰地看到不同阶段



的演变。经历了 1994 年之前的前阶段之后，中国互联网的发展就基本与全球保持同步，大致经过了三个阶段：互联网 1.0 阶段、互联网 2.0 阶段和即时网络的互联网 3.0 阶段。各阶段的产业规模和发展空间不同，用户规模和基数逐段骤增，产业领军企业格局也发生巨变。

表 1 大互联网时代特征

创新应用的特征	互联网 1.0	互联网 2.0	互联网 3.0
大致时间	1994 年—2001 年	2002 年—2008 年	2009 年—
三大阶段	商业化阶段	主流化阶段	社会化阶段
特征（关键词）	网络化	社会化	即时化
中国网民临界点	5%（5910 万，2002 年）	22%（2.98 亿，2008 年）	50%（7 亿，2015 年）
中国领军企业或应用	新浪、搜狐、网易	百度、阿里、腾讯	新浪微博、腾讯微信、阿里余额宝
全球网民数临界点	10.9%（6.55 亿，2002 年）	23.9%（15.87 亿，2008 年）	50%（30 亿，2015 年）
全球领军企业	Yahoo!、Amazon	Google、eBay	Facebook、Twitter

互联网 3.0 阶段（起始于 2009 年左右），移动互联网和传统互联网出现迅速融合的趋势，产生了微博、微信等和移动互联网结合的一大批创新应用，带动了大批新兴企业的创业浪潮，因此可称之为大互联网时代。这一阶段核心特征的关键词是即时化，也可以称之为即时网络阶段。互联网实验室预测，2014 年全球网民数将超越 30 亿，互联网普及率逼近 50%。

从 1994 年开始，中国互联网经过 20 个年头的发展，已经进入大互联网时代。大互联网时代以社会化和即时化为特征，由迅速崛起的移动互联网的带动而进入了一个全新的发展阶段。尤其是以即时化为核心的互联网第三次浪潮将最大程度激发互联网的革命性潜力，根本性重组传统 IT 业、通信业、PC 业、传媒行业以及娱乐业等。即时化改变传播模式，即改变了互联网应用模式，也改变了营销模式，也将彻底改变传统行业商业模式。简单的上网已经不能满足传统领域转型的要求。基于第三次浪潮的趋势规律，社会化、即时化的大规模协作将全面变革各行业，极大改变生活方式，变革整个人类社会！互联网在中国的发展正在渐入佳境。

过去 10 多年，互联网是中国经济在全球崛起的最好催化剂。互联网发展如火如荼，但是发展的主旋律还是比较初步：无数的投资者和创业者将互联网变成了一个热闹的“技术驱动”的商业环境，主要是将个体网民变成消费者、读者和

用户。但是，到即时网络阶段，随着博客、微博、微信等应用的发展和普及，互联网发展主旋律也将发生质变：互联网将越来越成为一个“以人为本”的虚拟社会，在新的环境中，个体网民成为创造者、建设者和分享者，成为互联网的主体力量，而不仅仅是一个局外人。在博客和微博不断大众化的普及浪潮下，新兴的网络文化成为新的亮点，它们将共同塑造以个人为中心的全新互联网面貌。而从自上而下、封闭集中式、以技术为导向的互联网 1.0 向自下而上、开放分布式、以人为本的互联网 2.0 的全新革命，在其中不断涌现出了新的商机、新的人物、新的传奇。

未来 10 多年，互联网将是中国软实力在全球崛起的主战场。面对机遇，中国互联网也将面临新的挑战，一个来自于内部，即互联网如何顺利融入整个社会，成为中国未来发展的全新基础设施；一个来自于外部，即中国互联网如此走出去，影响国际，在全球范围建立竞争力和话语权。相应地，中国互联网将面临痛苦的裂变：一是互联网将面临更加复杂的环境，在复杂环境下，如何实现企业、政府和公民的良性互动和良性发展；二是作为新文明新文化的中国互联网文化如何与全球互联网文化的主旋律（开放、共享、创新、自由、平等）顺利接轨。

在这个过程中，互联网产业将继续通过技术创新的形式，重新分配社会资源，包括注意力、财富、权力、话语权、影响力等等。互联网浪潮，将继续推动社会完成大规模的、深刻的新陈代谢，激发国家新的活力和动力，并重新调整和修改社会发展的游戏规则。

这种未来的巨大变化蕴含着巨大的创业机会，是创造新财富的契机。更重要的是，未来中国互联网面临的复杂挑战和痛苦裂变，以及下一步的走向，将更为深远地影响中国社会的经济、政治、文化主旋律和大格局。在这个意义上，正在发生的最短、最热的互联网史，将是影响未来社会最深、最远的一段历史。

总之，中国互联网 20 年大事记，就是从这三个层面和三个阶段入手，进行系统的搜集和梳理。这也是中国互联网第一次全景式的梳理和概括，由于时间仓促，本书的出版只能永远是 Beta 版，需要不断地更新、修正和完善。

目 录

第一章 起源（20 世纪 80 年代—1993 年） / 1

第一节 史前综述 / 1

第二节 核心事件 / 2

- （一）20 世纪 80 年代后期，教育与科研网络建设启动 / 2
- （二）1993 年底“三金工程”启动 / 3
- （三）1987 年 9 月 20 日，第一封电子邮件发出 / 3
- （四）1993 年 3 月 2 日，中科院高能所通过卫星接入美国子网 / 5
- （五）1990 年 11 月，.CN 域名注册完成 / 6

第三节 大事年表 / 7

- （一）基础、制度与管理层面 / 7
- （二）商业、产业与资本层面 / 10

第二章 第一次浪潮（1994 年—2000 年） / 11

1994 年：中国互联网元年 / 11

第一节 年度综述 / 11

第二节 核心事件 / 12

- （一）4 月 20 日，中国正式成为互联网大家庭的一员 / 12
- （二）5 月 15 日，中国第一个 Web 网站出现 / 13
- （三）7 月，中国教育科研网（CERNET）开始筹建 / 13

第三节 大事年表 / 15

- （一）基础、制度与管理层面 / 15
- （二）商业、产业与资本层面 / 16



1995 年：商业化探索年 / 17

第一节 年度综述 / 17

第二节 核心事件 / 17

- (一) 8 月，中科院“百所联网工程”启动 / 17
- (二) 1995 年，第一次电信改革取得关键推进 / 18
- (三) 5 月 17 日，电信日开放公众上网业务 / 19
- (五) 8 月 8 日，水木清华 BBS 站点成立 / 21
- (六) 4 月 10 日，“朱令案”首次实现互联网问诊 / 23

第三节 大事年表 / 24

- (一) 基础、制度与管理层面 / 24
- (二) 商业、产业与资本层面 / 25
- (三) 社会、文化与思想层面 / 25

1996 年：公众服务与互联网创业元年 / 27

第一节 年度综述 / 27

第二节 核心事件 / 27

- (一) 2 月 1 日，《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》
(国务院 195 号令) / 27
- (二) 4 月，四通利方推出利方在线 / 28
- (三) 8 月，张朝阳创办搜狐前身——爱特信公司 / 29
- (四) 尼葛洛庞帝的《数字化生存》在中国出版 / 30

第三节 大事年表 / 31

- (一) 基础、制度与管理层面 / 31
- (二) 商业、产业与资本层面 / 32
- (三) 社会、文化与思想层面 / 34

1997 年：中国互联网热潮渐起 / 35

第一节 年度综述 / 35

第二节 核心事件 / 36

- (一) 1 月 1 日，人民网开通 / 36
- (二) 2 月 28 日，国务院信息办组织“数字化信息革命报告会” / 37
- (三) 6 月 3 日，中国互联网络信息中心成立 / 38

(四) 10 月, 中国公用计算机互联网与中国科技网、中国教育和科研计算机网、中国金桥信息网实现了互连互通 / 39

(五) 11 月 2 日, 中国论坛第一帖“大连金州没有眼泪”发表 / 40

(六) 6 月, 丁磊创立网易公司 / 41

(七) 1997 年, 《网络文化丛书》编著完成 / 41

第三节 大事年表 / 42

(一) 基础、制度与管理层面 / 42

(二) 商业、产业与资本层面 / 44

(三) 社会、文化与思想层面 / 45

1998 年: 门户网站崛起之年 / 47

第一节 年度综述 / 47

第二节 核心事件 / 48

(一) 1998 年, 新浪网易转型门户, 官方新闻门户也纷纷建立 / 48

(二) 3 月, 成思危提交《关于加快我国风险投资事业的提案》/ 49

(三) 1998 年, 互联网思想交汇聚合平台“数字论坛”成立 / 50

(四) 3 月 6 日, 我国第一笔网上交易完成 / 51

(五) 3 月, 信息产业部成立 / 52

(六) 7 月, 美通无线率先推出商用无线信息服务 / 52

(七) 6 月, 《互联网周刊》成立 / 53

(八) 3 月 22 日, 《第一次的亲密接触》开始网络连载 / 53

(九) 12 月, 印尼排华事件引发“第一次网络卫国” / 54

第三节 大事年表 / 55

(一) 基础、制度与管理层面 / 55

(二) 商业、产业与资本层面 / 55

(三) 社会、文化与思想层面 / 58

1999 年: 网络媒体年 / 59

第一节 年度综述 / 59

第二节 核心事件 / 60

(一) 10 月 16 日, 中央下发关于网络新闻宣传工作的第一个指导性文件 / 60

(二) 6 月 19 日, 强国论坛诞生 / 61

(三) 4 月 15 日, 中国新闻界网络媒体公约出台 / 62



(四) 7月12日, 中国网络概念第一股的中华网在纳斯达克上市 / 63

(五) 5月18日, 首家B2C电子商务网站8848诞生 / 63

(六) 9月, 招商银行在国内全面启动网上银行服务 / 64

(七) 8月, 72小时网络生存测试 / 65

(八) 12月10日, 首位中国网络小姐诞生 / 66

第三节 大事年表 / 67

(一) 基础、制度与管理层面 / 67

(二) 商业、产业与资本层面 / 69

(三) 社会、文化与思想层面 / 73

2000年: 网络股泡沫破灭 / 74

第一节 年度综述 / 74

第二节 年度核心事件 / 75

(一) 3月, 纳斯达克股指大跌, 新经济概念泡沫破裂 / 75

(二) 4月13日, 新浪纳斯达克上市即遭遇寒冬 / 77

(三) 12月28日, 《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》
通过 / 77

(四) 11月, 中国移动推出“移动梦网”计划, 助力互联网行业复苏 / 79

(五) 1月和12月, 阿里巴巴分获2000万和2500万美元投资 / 80

第三节 大事年表 / 81

(一) 基础、制度与管理层面 / 81

(二) 商业、产业与资本层面 / 84

(三) 社会、文化与思想层面 / 87

第三章 第二次浪潮 (2001年—2008年) / 91

2001年: 互联网冬天 / 91

第一节 年度综述 / 91

第二节 核心事件 / 93

(一) 6月3日, 王志东从新浪离职 / 93

(二) 9月4日, 网易股票被停牌, 丁磊辞职 / 93

(三) 1月1日, 北京华义推出《石器时代》, 中国网络游戏市场爆发 / 94

- (四) 1 月 17 日, 搜狐推出手机短信服务 (SMS), 电信增值业务助互联网企业创收 / 95
- (五) 6 月, 南非传媒巨头 MIH 收购腾讯 46.5% 的股份 / 95
- (六) 4 月 23 日开始, 青鸟数度出手恶意收购搜狐, 搜狐快速反应终脱并购漩涡 / 97
- (七) 6 月 22 日, 首届中国网络媒体论坛举行 / 97
- (八) 12 月 11 日, 电信改革方案获批准, “5 + 1” 的电信格局形成 / 98

第三节 大事年表 / 99

- (一) 基础、制度与管理层面 / 99
- (二) 商业、产业与资本层面 / 102
- (三) 社会、文化与思想层面 / 106

2002 年：中国互联网蓄势突围 / 107

第一节 年度综述 / 107

第二节 核心事件 / 109

- (一) 2 月,《传奇》游戏在线人数突破 12 万 / 109
- (二) 2002 年, 搜狐、新浪、网易等借 SP 业务创收 / 110
- (三) 下半年, 三大门户网站先后实现季度盈利 / 111
- (四) 8 月, 方兴东、王俊秀引入“博客”概念并创办“博客中国” / 112
- (五) 5 月 17 日, 中国移动和中国电信分别推出 GPRS 业务和“互联星空” / 112
- (六) 网文《深圳, 你被谁抛弃》发布 / 113
- (七) 6 月 16 日, “蓝极速”网吧火灾推动网络经营场所规范管理 / 115
- (八) 10 月, ICANN 首次在中国举行会议 / 115

第三节 大事年表 / 116

- (一) 基础、制度与管理层面 / 116
- (二) 商业、产业与资本层面 / 118
- (三) 社会、文化与思想层面 / 123

2003 年：中国互联网全面复苏 / 124

第一节 年度综述 / 124

第二节 核心事件 / 125

- (一) “非典”期间, 电子商务与网络游戏迅速发展 / 125
- (二) 6 月 12 日, eBay 收购易趣 / 126



- (三) 5月与10月, 阿里巴巴推出淘宝网和支付宝 / 127
- (四) 2003年, 三大门户首次实现全年赢利 / 128
- (五) 10月14日, 网易股价升至70美元, 丁磊成为中国首富 / 128
- (六) 12月, 携程、慧聪上市, 启动新一波上市浪潮 / 129
- (七) 3月, “孙志刚事件”推动收容制度废除 / 130
- (八) 10月, 起点推出在线收费阅读服务 / 131

第二节 核心事件 / 132

- (一) 基础、制度与管理层面 / 132
- (二) 商业、产业与资本层面 / 134
- (三) 社会、文化与思想层面 / 138

2004年: 互联网第二次浪潮起步 / 139

第一节 年度综述 / 139

第二节 核心事件 / 140

- (一) 2月27日, 阿里巴巴融资8200万美元 / 140
- (二) 2004年, 中国网络游戏市场规模突破20亿元 / 141
- (三) 3月4日, 掌上灵通开启第二轮上市潮 / 142
- (四) 2004年7月, 中国向ISO提交WAPI提案遭美国阻挠 / 143
- (五) 6月16日, 腾讯赴香港成功上市 / 144
- (六) 5月21日, 首届中国网络传播学年会在南京召开 / 144
- (七) 8月28日, 《中华人民共和国电子签名法》获得通过 / 145
- (八) 9月20日, 首届“北京网络媒体红色故土行”活动开启 / 146

第三节 大事年表 / 147

- (一) 基础、制度与管理层面 / 147
- (二) 商业、产业与资本层面 / 148
- (三) 社会、文化与思想层面 / 150

2005年: 博客元年 / 152

第一节 年度综述 / 152

第二节 核心事件 / 153

- (一) 博客元年开启, Web 2.0到来 / 153
- (二) 2月19日, 盛大突袭收购新浪19.5%股份 / 154
- (三) 3月4日, 北大未名BBS限制校外用户访问 / 155

- (四) 4月7日, 首届中国个人网站站长大会召开 / 155
- (五) 7月20日, 李开复正式出任 Google 中国区总裁 / 156
- (六) 8月5日, 百度赴纳斯达克挂牌上市 / 157
- (七) 8月11日, Yahoo!10 亿美元换购阿里巴巴 40% 股份交易落锤 / 158

第三节 大事年表 / 159

- (一) 基础、制度与管理层面 / 159
- (二) 商业、产业与资本层面 / 160
- (三) 社会、文化与思想层面 / 162

2006 年: Web 2.0 大众化时期 / 164

第一节 年度综述 / 164

第二节 核心事件 / 165

- (一) 1月1日, 中华人民共和国中央人民政府门户网站正式开通 / 165
- (二) 3月, “两会博客” 开通 / 166
- (三) 2006 年, WCDMA 和 TD-SCDMA 网络在广东试点 / 166
- (四) 12月28日, 台湾地震致十余条海底光缆中断 / 166
- (五) 10月16日, “熊猫烧香” 病毒爆发 / 167
- (六) 10月23日, 千橡互动收购校内网 / 168

第三节 大事年表 / 169

- (一) 基础、制度与管理层面 / 169
- (二) 商业、产业与资本层面 / 169
- (三) 社会、文化与思想层面 / 171

2007 年: 中国互联网变局年 / 173

第一节 年度综述 / 173

第二节 核心事件 / 174

- (一) 1月, 奇虎、CNNIC 互诉侵权, 反流氓软件问题受关注 / 174
- (二) 7月27日, 完美时空在纳斯达克上市 / 175
- (三) 9月3日, TOM 在线退市 / 176
- (四) 11月6日, 阿里巴巴在香港上市 / 177
- (五) 6月5日, 中国移动推出飞信服务 / 177
- (六) 10月, 周正龙“华南虎事件” 引发网络热议 / 178
- (七) 12月, 《国民经济和社会发展信息化“十一五” 规划》发布 / 179