

# 現代中國十個人成長與人際關係

截至2010年12月底，內地網民超過4.5億人，較09年底增加逾7,300萬人。資料圖片

網絡世代

1987年，中國成功發出首封電郵，展開內地的互聯網時代。到2010年，內地上網人數已達4.57億人，網民普及率達到34.3%，城市人的生活幾乎都離不開網絡，聊天、購物、博客、遊戲，甚至不少工作業務均會在網上進行。網絡通訊不僅在民間普及，更拉近領導與百姓的距離，國家主席胡錦濤和總理溫家寶自2008年起，曾分別多次上網與網民交流，了解民眾所需。究竟互聯網如何為內地人民的生活帶來轉變？又為社會帶來哪些商機？以及在哪些方面協助政府部門改善施政？

■香港文匯報記者 楊偉聰

## 內地網民衝5億 經濟活動網絡化

上世紀80年代開始，世界各地的科研人員致力探索更先進的通訊技術，中國專家幾經研究及與海外學者協作後，終於在1987年9月成功在中國發出歷來第一封電郵，內容為「越過長城，通向世界(原文為英文)」，展開內地人民使用互聯網的序幕。經過逾20年的發展，據中國互聯網絡信息中心(CNNIC)統計顯示，截至2010年12月底，內地網民已達4.57億人，較09年底增加逾7,300萬人；其中手機網民增加6,900萬至3.03億人，佔總數66.2%，是帶動人數大幅攀升的主要動力；互聯網普及率升至34.3%，較09年上升5.4%。除人數大增外，大量經濟活動亦同時開始邁進互聯網平台。

### 網購用戶年增近5成

互聯網的用途廣泛，去年內地眾多類別的網絡應用中，電子商務成為網絡經濟發展最迅速的主力。使用網絡購物的用戶年增長達48.6%，是增長最快的類別，而網上銀行和網上支付則有48.2%和45.8%的年增長率，遠超其他類型的網絡應用，反映大量經濟活動正加速發展互聯網業務(表一)。至於網絡音樂、網絡遊戲和網絡視頻等網上娛樂則進入穩定發展期，其用戶人數規模增幅亦相對較小。以網絡音樂為例，滲透率(即佔整體網民比例)更輕微下降，在09年有83.5%內地網民均有使用網上音樂服務，至10年比例則為79.5%，下跌4.2%。



08年6月，國家主席胡錦濤出現在人民網的「強國論壇」，回答網民3個問題。資料圖片

表一：內地不同網絡應用類別增長情況(摘錄)

應用類別	2010年用戶人數	2009年用戶人數	增長
網絡購物	1.61億	1.08億	48.6%
網上銀行	1.39億	9,412萬	48.2%
網上支付	1.37億	9,406萬	45.9%
社交網站	2.35億	1.76億	33.7%
網上搜尋器	3.76億	2.81億	33.1%
即時通信	3.53億	2.72億	29.5%
網絡視頻	2.84億	2.40億	18.1%
網絡遊戲	3.04億	2.65億	15.0%
網絡音樂	3.62億	3.21億	12.9%

資料來源：《中國互聯網發展狀況統計報告》

## 網絡商機巨大 賺錢模式眾多

互聯網高速發展為內地帶來不少商機，隨着網絡用戶規模進一步擴大，越來越多人想分享龐大的網絡廣告、網絡遊戲和電子商務等市場，從下表可見各項互聯網產業及其盈利模式。

表二：互聯網產業及盈利模式

產業	機構例子	盈利模式
設備提供商	華為	提供技術平台、網絡設備、技術開發及支持，以及各類實現互連網絡服務的終端，滿足用戶在不同發展階段的互聯網接入需求，並以硬件銷售和服務收費。
網絡運營商	聯通、電信、網通、移動	提供寬頻出租和服務器託管等網絡搭建及運營服務，亦為用戶終端連接寬頻，主要收入來源是互聯網用戶繳交的網絡接入費和向服務供應商(Internet Service Provider, ISP)收取相關網絡運費用。
應用開發商	iPhone 和 Facebook 等應用軟件開發商	開發應用軟件，以適應市場和用戶需求的快速變化，主要通過收費下載、放置網絡廣告和虛擬禮物等獲取盈利。
內容服務提供商	新浪、網易、百度、阿里巴巴	通過提供內容、銷售產品、增值服務等獲利，主要有4種模式。 1. 廣告模式：部分網站依靠幫助商業機構製作或發布廣告獲得收入，如新浪、搜狐、網易等；另外新興的「在線短視頻」網站，會利用影音載入前的等待時間播放廣告獲利，如土豆網等。 2. 銷售模式：幫助生產商銷售產品，通過差價或租金獲取收入，如阿里巴巴、當當、豆瓣和慧聰網等。 3. 渠道模式：建設通往用戶的渠道，只要渠道暢通有效，即可在該渠道中銷售相應產品獲利，如騰訊QQ、盛大網遊、博客網和開心網等社交網站等。 4. 增值模式：包括短信發送和電子雜誌訂閱等，如空中網和3G門戶等。

阿里巴巴網站通過提供內容、銷售產品、增值服務等獲利。資料圖片

# 網絡光速普及中國 政經生活萬變



## 社交網發展速 成青年「聚腳點」

社交網站近年在香港大熱，內地亦有類似情況。《2009中國網民社交網絡應用研究報告》顯示，內地社交網站的用戶規模佔網民總數逾1/3，當中以大專以上的中高學歷人群為主，佔總用戶59.1%；而20至29歲者佔整體人數52.6%，遠高出該年齡層的全國網民比例，反映年輕人對社交網站的興趣較大，接受程度較高。

結果亦顯示，內地的社交網絡服務(Social Networking Service, SNS)網站超過1,000家，並在不斷增長。同時，社交網站的用戶數量保持較快的上升趨勢。

### 留言功能最常用 新聞資訊傳播快

隨着在網民中的滲透率不斷提高，內地社交網站逐漸成為包括博客、電郵和即時通信(Instant Messaging, IM)等各種互聯網應用在內的聚合平台。數據顯示，給好友留言是社交網站用戶最常用的功能，使用率51.2%，圖片或相關使用率為48.6%，博客或日誌使用率為41.5%。正當用戶不斷在網站上累積社交和人際關係，社會亦有越來越多信息傳遞轉為透過社交網站平台完成，進一步推動更多人使用社交網站。

另外，社交網站用戶對新聞、資訊、音頻和短片等的轉帖、傳播和評論增長較傳統網站更迅速，而休閒娛樂和遊戲也是目前社交網站的主要應用功能之一。

### 冀增網上交易 關注安全問題

社交網站不斷發展，亦有更多網民希望網站能結合網絡交易功能，有25.6%用戶盼社交網站能提供交易更安全的「第三方支付」增值服務，碩士或以上學歷者對有關服務的偏好高達52.8%。另外，隨着無線上網逐漸普及，社交網站用戶在對手機SNS應用的需求亦越來越大，有40.9%期望可在手機使用SNS服務，反映社交網站於手機應用上有良好發展前景。

## 國家領導 網絡問政

除商業經濟、社交等範疇外，內地互聯網於政治的影響力亦漸顯。現時越來越多民眾通過網絡表達意見，參與政治討論，引起各級官員關注。國家領導人開始利用互聯網平台直接聽取民眾對國家發展的意見，反映對民間聲音的重視，希望藉此令政府在決策上更平衡，同時對地方官員具示範作用。

### 胡總樂聽網民意見

08年6月，國家主席胡錦濤出現在人民網的「強國論壇」，表示「平時上網，一是想看一看國內外新聞；二是想從網上了解網民朋友關心甚麼問題、有甚麼看法；三是希望從網上了解網民朋友對黨和國家的工作有甚麼意見和建議。」這番話很快得到網民的熱捧。而胡錦濤在歷時20分鐘的網友互動中，共回答3個問題。

## 網絡黃賭毒

互聯網帶給網民便利、行業經濟繁榮的同時，一些依附在這個新興經濟行業的問題亦開始出現，例如侵入手機的黃色網站、網絡賭博和網絡病毒等。黃色網站依靠色情圖片和視頻吸引網民點擊，再獲取廣告利潤，網站按流量大小不同可獲得每月數千至數萬元收入。網絡賭博更為瘋狂，目前全球共有超過1,400個賭博網站，賭資巨大，賭徒眾多，僅世界盃期間全球博彩公司的賭波金額便高達100億元(約1,000億港元)，每年內地流到境外的賭金超過6,000億元(人民幣，下同)。

此外，網絡病毒「黑色產業鏈」漸成規模。據國家計算機網絡應急技術處理中心估計，「黑色產業鏈」的年產值超過2.38億元，造成的損失超過76億元。業內人士透露，不少電腦病毒均有人出價購買，一款普通電腦病毒可賣200至300元，而能獲得銀行賬號和密碼等的高級病毒更可賣3,000元。另外，亦有越來越多黑客集團開始利用木馬病毒欺詐和受僱攻擊。

### 溫總深知網居滋味

國務院總理溫家寶繼胡錦濤後，三度與網民交流。首次是在09年2月28日，開場白是「我一直認為群眾有權利知道政府在想甚麼、做甚麼，並且對政府的政策提出批評意見，政府也需要問政於民、問計於民，推進政務公開和決策的民主化。」第二次是在去年2月27日，溫總坦言「願隨心地同大家談心」，對民眾最關心的高樓價問題，他亦回應「知道所謂網居的滋味」。第三次為今年2月27日，溫總與網民聊了逾2小時，是他連續第三年在兩會前夕與網民交流。

另外，今年各人大代表、政協委員甚至政府機構亦紛紛在全國兩會前夕開通微博，當中包括羅范椒芬、蔡素玉、曹宏威、曾鈺成和田北俊等。他們在兩會前發布提案，吸納廣大網民的意見。

### 網絡反腐平台 收集民間舉報

除領導人通過互聯網與民眾直接交流外，國

家的紀檢監察機關亦設立網絡舉報平台，進一步擴闊人民參與反腐倡廉工作的渠道，收集貪污舉報。同時，當局又運用現代化網絡科技提高辦案能力，包括利用視頻會議和數碼化辦案指揮系統，加強對辦案工作的統一領導和組織協調，務求統一管理線索和規範辦案程序，提高辦案水平。



今年，內地多個公安部門開設微博帳戶，希望通過這個平台緝拿疑犯。資料圖片

1. 內地使用網絡購物的用戶年增長達48.6%。你認為網絡購物有何吸引之處？

2. 互聯網為內地經濟帶來哪些商機？試舉兩例，並加以說明。



想一想

3. 你認為國家領導人與網民交流，是否有助了解民生？原因何在？

- 《中國互聯網發展狀況統計報告》(2011年1月)，中國互聯網絡信息中心 <http://research.cnnic.cn/img/h000/h12/attach201102211453210.pdf>
- 《2009中國網民社交網絡應用研究報告》，中國互聯網絡信息中心 <http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2009/11/11/5721.htm>
- 簡明宇：《增溝通 洩私隱 網絡普及禍福難料》，《香港文匯報》，2010-12-20 <http://pdf.wenweipo.com/2010/12/20/a28-1220.pdf>

延伸閱讀