

网络空间安全与网络强国战略

演讲人：方兴东（微信：fxd98837）



核心观念

- 概念不能出现偏差：网络空间安全（简称网络安全），不是一个国家的网络安全，而是一个国家在网络空间的安全。网络空间安全的对立面不是一个国家的网络不安全，而是一个国家不安全！是网络空间给整个国家造成不安全。
- 理念不能走向狭隘：网络空间安全服从于网络强国战略！安全是为了发展，发展保障安全！网络强国战略必须遵循互联网规律，符合互联网精神，必须更加全球化，更加开放、更加创新，更加通过市场化力量，提升竞争力。狭隘封闭的思想只能自毁长城！
- 参照标准不能搞错：下一个十年网络空间博弈的要点：明晰唯一的参照系——美国：对外大于对内，发展大于安全，创新大于守成！形成与美国优势互补，你中有我，我中有你，对等、相互抗衡的博弈状态。
- 网络强国的主力军问题：网络空间的第一线、主战场，主力军是承载数亿用户的互联网公司，核心关键基础设施，网络安全产业等，政府部门主要是指导和协调作用，不能本末倒置，不能自我内耗！
- 必须科学地阶段性推进：中国网络强国建设的三个阶段：发展阶段（过去），制度阶段（近期），能力阶段（下一个十年）。

阿里巴巴上市意味着什么？

- 2014年，阿里巴巴上市，IPO发行价68美元，对应市值1676亿美元，超出亚马逊的1500亿美元，仅次于苹果、谷歌、微软、Facebook、IBM、甲骨文和英特尔。开盘价92.7美元，大涨36.3%，市值2285亿美元，最终收盘价为93.87美元，市值超过2300亿美元。因此成为仅次于苹果、谷歌和微软的全球第四大高科技公司，和仅次于谷歌的第二大互联网公司。
- 2014年9月19日，苹果市值为6095亿美元，Google为3985.8亿美元，微软3846.4亿美元，Facebook为2002亿美元，IBM为1932.8亿美元，甲骨文为1851亿美元，英特尔为1741.3亿美元，亚马逊为1501.6亿美元，腾讯为1512.5亿美元。阿里上市，标志着全球互联网版图和高科技版图中，中国力量正式开始崛起了！
- 阿里中软银和雅虎的股份问题：核心的问题是中国缺乏支持创新的资本和制度。柳传志所说：“阿里曲折艰难的成功道路，说明了马云的修为…，也给了我们诸多启示：中国互联网公司的成功，是外国人特别是美国人的钱，投出来的。中国的投资者包括我，没胆量去投资这些带有创新型的公司。”（软银和雅虎挣到了大钱，但是第一次培育出中国全球竞争力的高科技公司，更为中国带来了具有创新思想的资本和机制。）

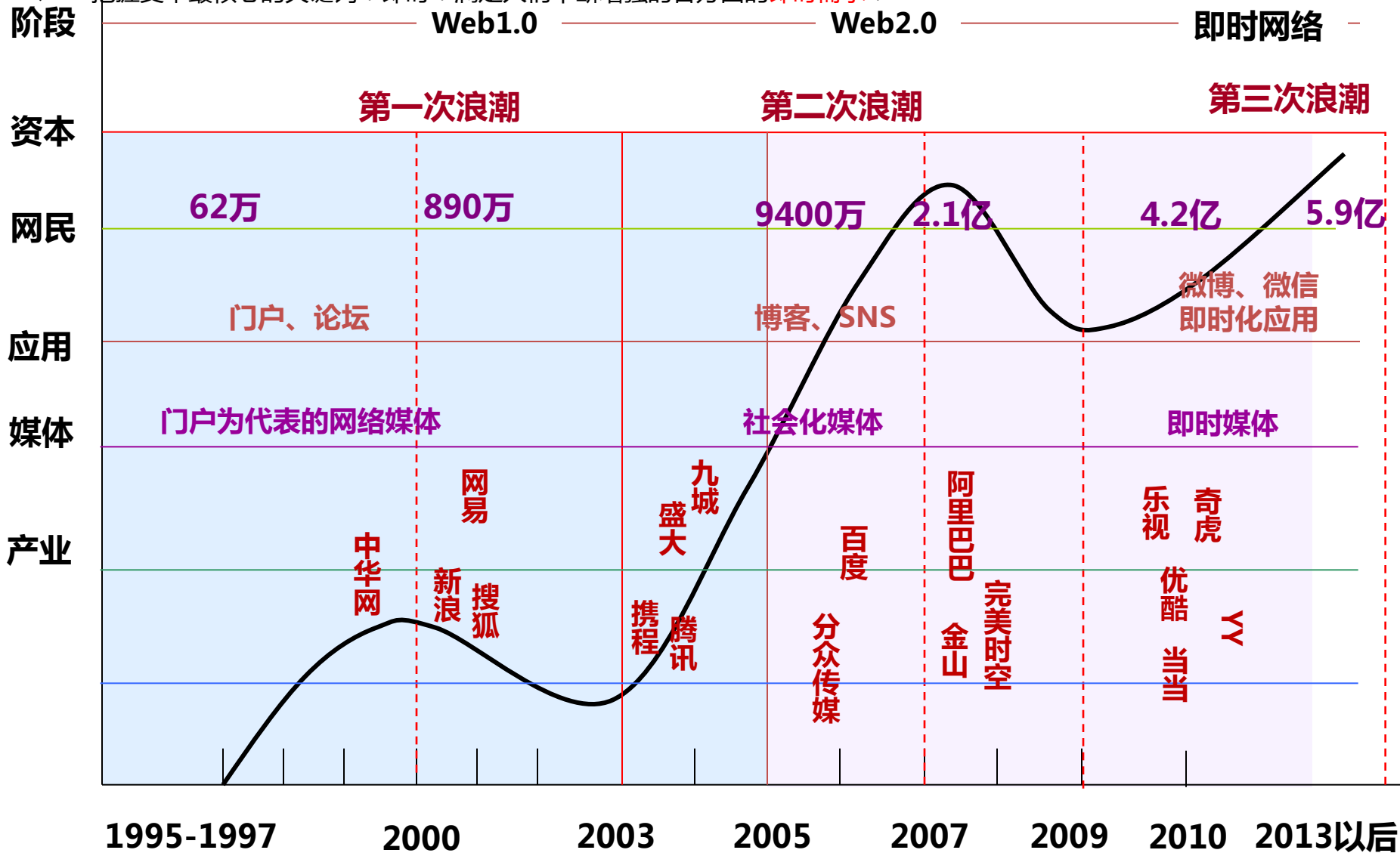
下一个10年网络空间博弈基本态势

- 转折点：2014年全球网民达到30亿，下一个30亿网民开始启动，全球互联网发展将进入一个重大的转折点，**将从以发达国家为中心转移到以发展中国家为中心，将从美国为中心转移到中国为中心。**因势利导，顺势而起，借助互联网大势，中国全球崛起和中华民族复兴将势不可挡。崛起速度将远远快于人们普遍的预测和想像力！
- 中美两强主导全球网络空间：未来全球的决定性因素（全球治理的新理念和新规则）就是**中美网络博弈**。全球网络格局现状（从访问量、市场价值、网民等多角度直观呈现）。日本、韩国、印度、俄罗斯、巴西、欧洲等互联网情况和潜力。拉美、非洲、中东等情况。网络空间安全（习近平的话：没有网络安全就没有国家安全），棱镜门事件揭开美国滥用互联网优势的真相。**网络空间的全球治理成为新时代第一战场。**美国的互联网治理观（多利益相关方的理念背后），中国的互联网治理观。网络空间中个人、企业和国家，以及国家之间的关系与边界。

互联网第三次浪潮——当下与未来的变革力量

◆ 互联网第三次浪潮（**10亿人每天十个小时同时在线的变革与机会**）

◆ 把握变革最核心的关键词：即时！满足人们不断增强的各方面的**即时需求**！



寻找创新的源动力：20倍当量引爆“即时”变革



🕒 21:11:00 QQ 同时在线人数

200,002,509

历史最高在线: 200,002,510



2014年4月11日晚间21时，腾讯QQ同时在线账户突破2亿，15年发展历程中重要里程碑。同时在线账户突破1亿是在2010年3月5日，用了11年的时间，第二个1亿仅用了4年，移动端贡献超过7成。腾讯第四季度财报显示，QQ月活跃帐户数达到8.08亿。此外，微信的合并月活跃帐户数达到3.55亿。

网络空间的基本特性

物理特性



虚拟性
开放性

30万公里/S传播速度
每秒地球7圈半

文化特性



自由
开放
平等
创新

50多年来的文化基因

政治特性



美国认为网络空间是
全球公域（与海洋、
太空类似），军事上
是海、陆、空、天后
的第五空间

现实空间与网络空间的双轨制运行模式！

全新时代：“与”的思维模式

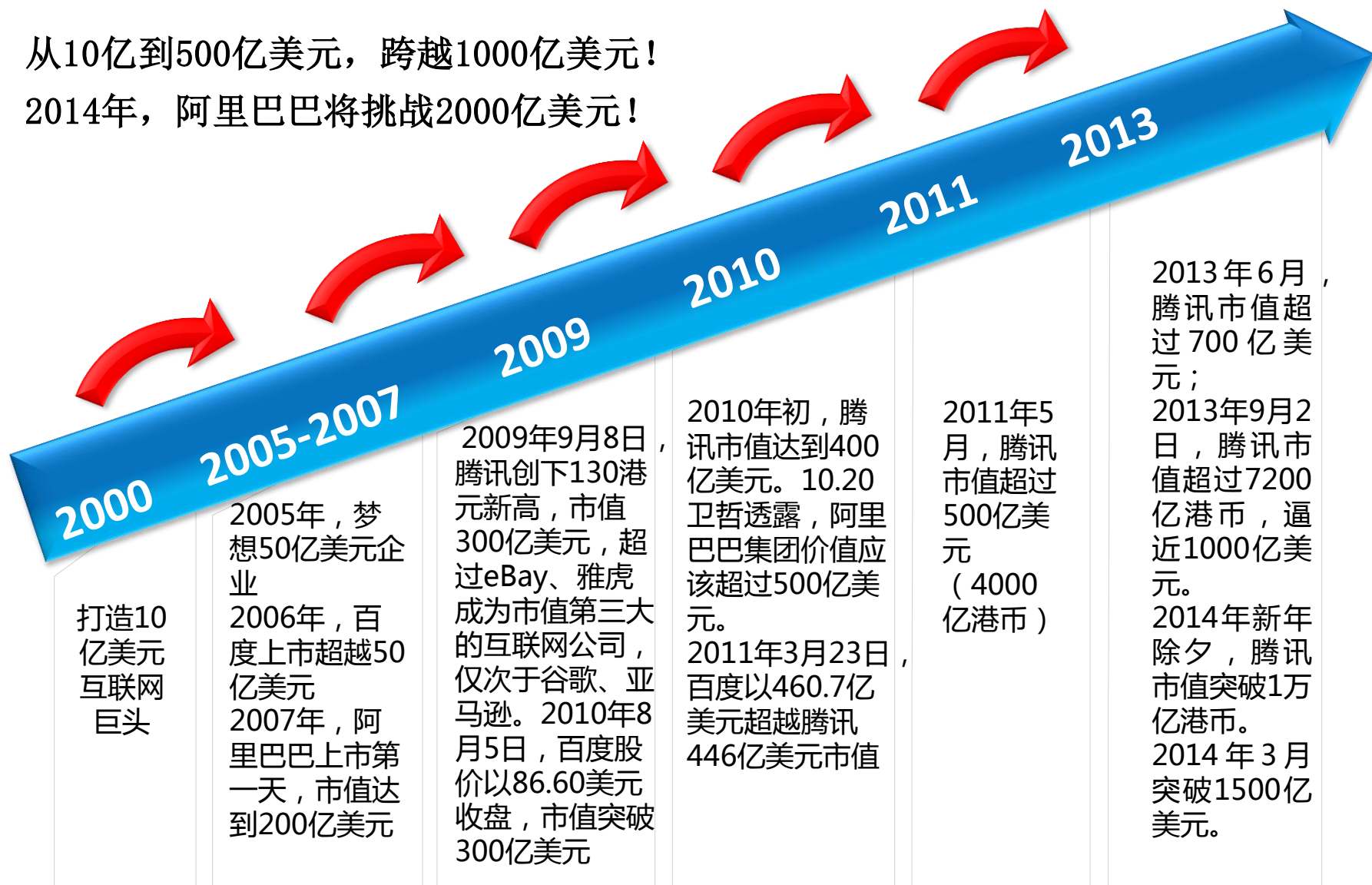
两种范式（冲突与融合）：传统范式（传统范式，比喻为大教堂范式），新范式（互联网范式，比喻为大集市范式）。代表两种思维模式，两种世界观：自上而下与自下而上，集中式与自组织，控制式与动员式。传统范式更适合于现实空间，新范式更适合于网络空间，两种范式相互作用，不是非此即彼的关系，而是相互协同和融合。



资本看创新：中国互联网资本高度

从10亿到500亿美元，跨越1000亿美元！

2014年，阿里巴巴将挑战2000亿美元！



2000亿美元是里程碑和转折点

- 需要着手全球化了：代表了中国市场的高度（相当于贡献人均1000元，中国人均年收入），下一个2000亿美元和下下个2000亿美元要通过全球化实现（欧美市场和发展中国家市场）
- 需要让出部分市场：你要进入欧美和发展中国家市场，你的市场也要让人家有空间（中国互联网应该让出1/3），吃独食最终不利于走出去
- 需要考虑生态：开始与国家利益和产业利益密切相关，生态的健康决定了自身发展的状况
- 需要更大的胸怀：学会低调、谦让和退让。赢者通吃一切的土豪式阶段应该结束。要多考虑你不能主导的市场，企业之外的市场，传统企业的良性转型（典型如制造-零售-金融等市场的竞争策略）

下一个十年：中美力量转移

- 未来十年新增的下一个30亿网民，主要是中国、印度等新兴国家的网民，他们将重新改变互联网，重新定义商业模式和市场格局。
- 第一个30亿网民，美国占尽优势，引领全球。下一个30亿网民，美国将逐渐边缘化，美国企业竞争力相对下降。中国力量和中国思想将快速崛起！
- 顺势而为，我们可以期待的几个里程碑：
 - 2014年：汉语网民第一次超过英语网民
 - 中国第一个万亿人民币市值的互联网企业（2014年，腾讯。2013年突破1000亿美元）
 - 第一个国外用户超过国内用户的应用（微信，2016年实现？）
 - 互联网领军企业市值第一次超越电信运营商（腾讯市值超越中国移动，市值需要2500-3000亿美元，2020年之前？）
 - 中国互联网领军企业市值超越美国互联网领军企业（腾讯超越Google，市值需要5000亿美元以上，2024年之前？）

顺势而为：考察全球互联网趋势

- 我的乐观不是拍脑袋拍出来的，而是我们根据数据推导出来，是我们这将近20年身在互联网领域不断检验出来的。
- 2005年，全球网民第一个10亿：中美互联网对比，美国网民，美国互联网公司（我们的市值与流量数量级以上的差异），完全美国引领，中国追随。
- 2010年，全球网民第二个10亿：中国互联网与美国3-5倍的差距，开始陆续有公司进入全球前20，前10。中国网民2008年超越美国。
- 2014年，全球网民第三个10亿：中国互联网公司2000亿美元，相当于美国互联网最高的1/2。全球前十名，中国与美国形成4：6。前20名，中美形成7：10的格局。美国略占上风。
- 2017-18年，全球网民第四个10亿：中国互联网公司市值能否追上美国？全球前20名网站能否与美国平起平坐？
- 2020-22年，全球网民第五个10亿：中国互联网公司市值能否超越美国？全球前20名网站能否超过美国？
- 2024-26年之前，全球网民第六个10亿：中国互联网全面超越美国？

前20家网站访问量基本格局：阿里系能否崛起！

美国10家

中国7家

印度、俄罗斯和日本等各一家

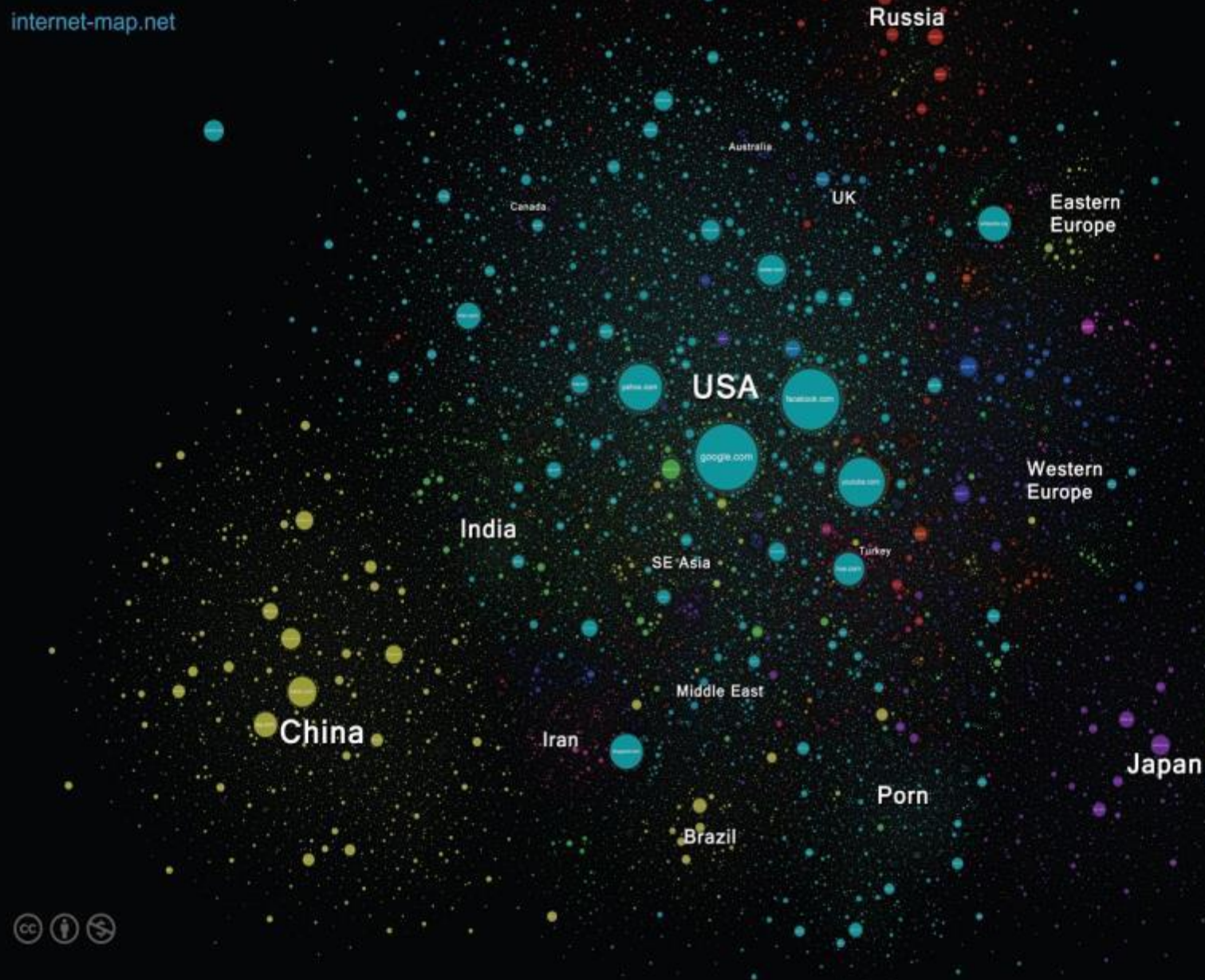
阿里掌控4家，
假如成功收购雅虎，
那将掌控6家。中国第一网络媒体，美国第一网络媒体，日本第一网络媒体

全球流量排名	网站	所在国家
1	谷歌	美国
2	facebook	美国
3	youtube	美国
4	雅虎	美国
5	百度	中国
6	维基百科	美国人发起
7	腾讯	中国
8	淘宝	中国
9	推特	美国
10	亚马逊	美国
11	linkedin	美国
12	微软live.com	美国
13	新浪	中国
14	谷歌印度	印度
15	hao123	中国
16	Blogspot.com	美国
17	新浪微博	中国
18	Vk.com	俄罗斯
19	天猫	中国
20	雅虎日本	日本



The Internet map

internet-map.net



美国边缘化：2024年美国网民占比仅5%，中国占比超20%

Table 1.1 U.S. & Worldwide Internet User Growth								
	1985	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2015
U.S. Internet Users (#M)	0.019	1.80	28.1	135	198	245	254	288
U.S. Internet User share (%)	89.6	84.5	62.3	31.3	18.1	13.4	12.5	10.0
U.S. Internet Users/1,000 People (#)	0.08	7.2	105	477	668	797	820	885
Worldwide Internet Users (#M)	0.021	2.13	45.1	430	1,094	1,825	2,030	2,890
WW Internet Users/1,000 People (#)	0.004	0.40	7.94	70.8	170	270	297	399

- 下一个30亿网民的基本构成，发展中国家80%以上。美国引领完成了全球白领、商界、政府和社会知识工作者等中高端群体的上网历程，中国将继续引领全球完成低收入、低科技素养、低教育水平等群体的上网历程。

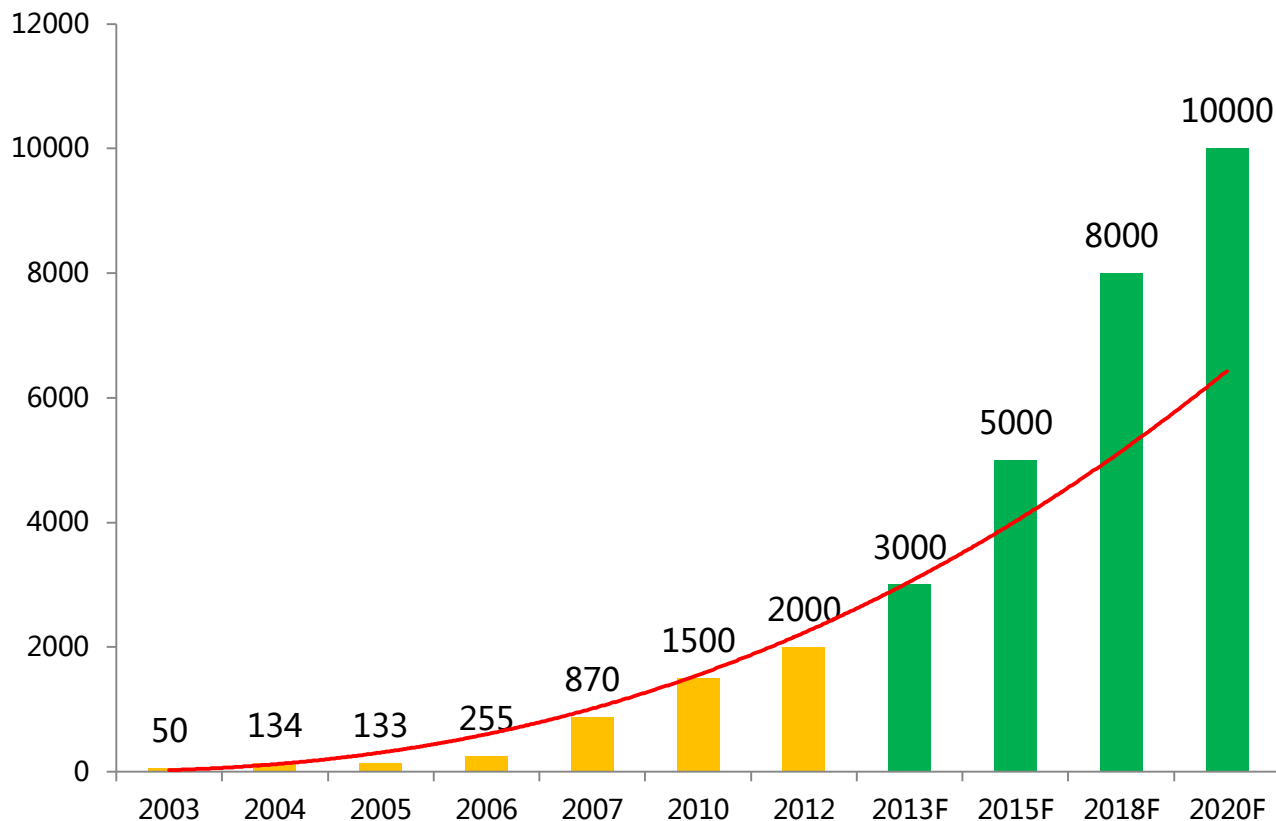
中美网民比较：中国网民更活跃



网民数量	6.18亿	2.54亿
上网时间	2.7小时	2.3小时
网络发言	75%的网民定期在网上发言	仅25%的网民定期在网上发言
网购支出	2013超过美国	/

分享下一个5000亿美元：互联网市值总和

中国互联网上市企业市值总和（单位：亿美元）



互联网实验室，2012年预测

5000亿美元的内涵

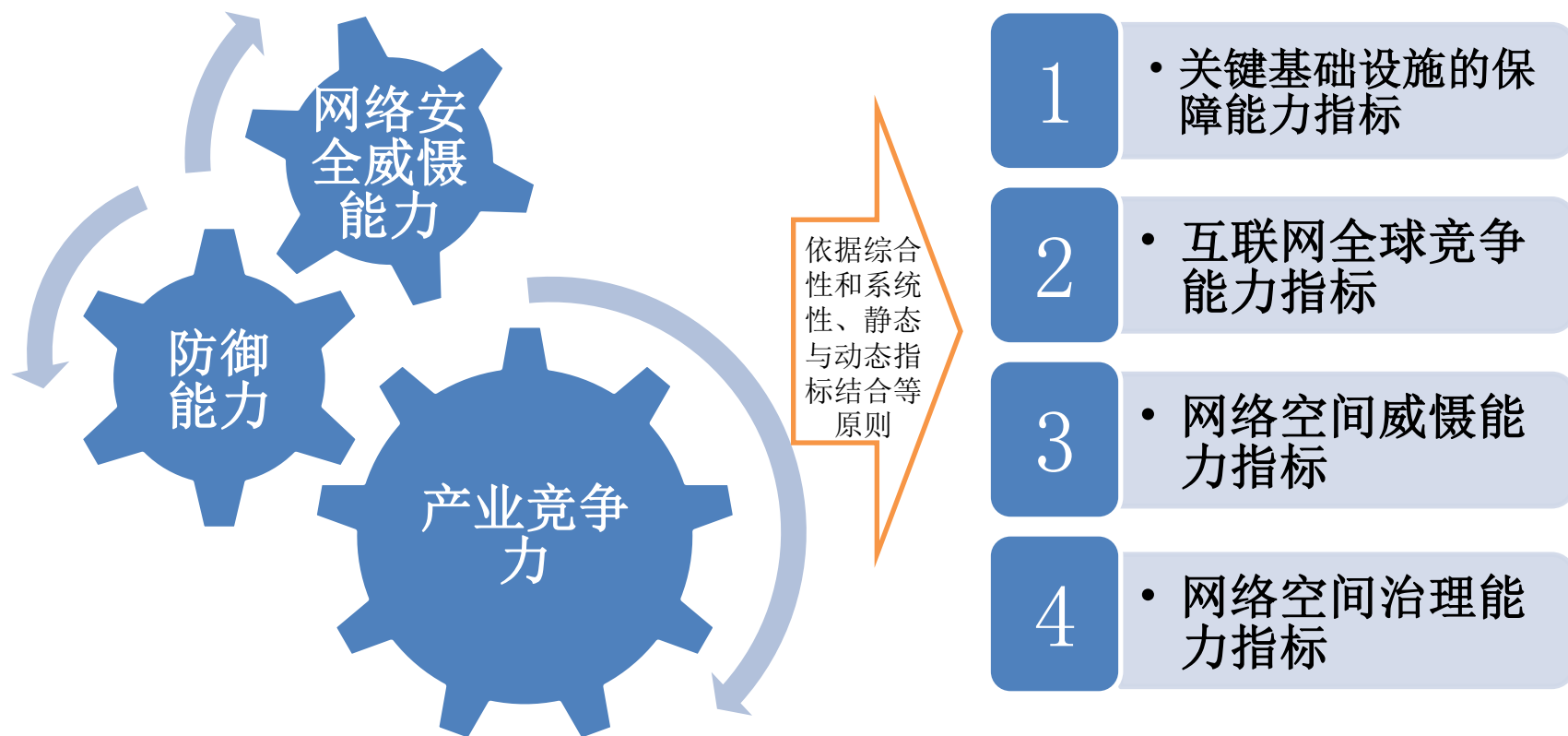
- 创始人和团队：1500亿美元，相当一部分资金将是中国真正支持创新的原始投资。
- 风险投资：2500亿美元以上。将会带动国外下一个2500亿美元的进入，也将引导国内资金2500亿美元的投入。
- 股民等：1000亿美元。如何回归中国？需要战略高度的智慧，切忌狭隘和偏颇！
- 未来10年：中国市场的下一个5000亿美元，和走出去的5000亿美元，我们每一个人如何能够在这个蛋糕中切走自己的一小片？

中国互联网的下一个十年：到农村去

- 截至2013年6月底，中国城镇的网民普及率已经达到73%左右，达到发达国家水平。美国网民普及率大约78%，新加坡、台湾和香港地区普及率大约75%。也就是说，中国城镇的互联网普及率已经和新加坡、台湾和香港地区基本持平，已经和美国相当，开始进入饱和阶段，未来十年增长空间非常有限。相比之下，截至2013年6月底，农村网民数量只有1.65亿，普及率27.9%。这个普及率远低于全球平均水平（2012年为35%），五大洲中仅比非洲的普及率（15.6%）略高而已。
- 中国网民普及率，第一个30%靠PC驱动，键盘网民；第二个30%靠智能手机，触摸屏网民；第三个30%靠智能电视驱动，遥控器网民。也就是农民中的低学习能力群体，任务非凡，需十年见分晓。

网络强国三个表现与四个指标（互联网实验室）

- 网络强国突出表现在，国家关键基础设施具备完善的**防御能力**，互联网产业具备强大的**全球竞争力**，网络安全领域和军事领域具备足够的**威慑力**。遵循从综合性和系统性、静态与动态指标结合等原则，构建网络强国能力评价四个指标。



网络强国战略实现路径——“三步走”

中国完成从网络大国迈向网络强国的时间取决于我们的战略和执行力，也取决于互联网发展趋势与全球变革节奏。根据当下格局与未来10年的趋势预测，中国网络强国战略设计为三个发展阶段进行实施。

- 第一阶段是在2014年网络强国顶层设计开局阶段完成制度初步设计。
- 第二阶段规划建立有效防御能力。
- 第三阶段具备积极防御能力，真正跻身网络强国。

第一阶段

- 制度初步设计
- 顶层设计+基层设计

第二阶段

- 有效防御
- 安全与发展落实推进

第三阶段

- 积极防御
- 网络强国

中国挑战：互联网治理的战略与策略

- 国内互联网治理的再平衡：对外与对内的平衡，发展与管理的平衡，创新与守成的平衡
- 应该尽早促成GFT的进入：1、完善制度建设（可管可控可利用）；2、市场竞争处于优势；3、我们需要对等走出去。
- 全球互联网治理问题：中国应该从被动到主动，从防守到进攻。
 1. 全盘接受美国理念（糖衣），坚决抵制美国以进为退的单层次模式（炮弹）（理念是对的，内涵是错的）；
 2. 倡导多利益相关方的双层模式（联合国机制+各国多利益相关方机制）；
 3. 为联合国夺回互联网治理权（政府诉求淡化），团结美国之外的所有国家；
 4. 学习美国“政府看不见的手”（改变政府诉求，改变政府在治理中一马当先，改变政府官员台前积极发声，战略战术与全球形势对接）
 5. 加大社会化治理体系建设：国退民进，非政府力量成为全球互联网治理主力军，网站成为最重要战略合作伙伴。

网络强国：全球视野，中国信心！

- 习总书记：“找准差距，加大投入，奋起直追，努力把我国建设成**战略清晰、技术先进、产业领先、攻防兼备**的网络强国”。
- 网络强国的唯一参照点：美国！明晰参照系，工作有方向！
- 唯一要防范的就是自己不犯战略性错误，尤其不要背离互联网精神，走向封闭和狭隘：我们要做的就是轻轻抓住历史机遇，不要错失！
- 邓小平：“什么错误都可以犯，丧失机遇的错误不能犯！”

关于互联网实验室：以互联网精神为本！

互联网实验室（ChinaLabs）创建于**1999年8月**，是中国第一家具有全球视野和全球影响力的互联网智库，全程见证和参与了中国互联网发展。十多年来，互联网实验室以富有前瞻性和洞察力的研究为核心，构建了由研究、咨询、活动、数据及孵化构成的业务体系；在中国互联网和高科技领域，积累了丰富的经验，建立了独一无二影响力。

互联网实验室启蒙和推动了中国互联网第一次浪潮，直接引爆了以**Web 2.0**为核心的中国互联网第二次浪潮，预测并已全力关注和预测即将到来的中国互联网第三次浪潮。

我们的影响力

成功服务于300多家企业和政府机构，承担数十项国家级课题研究

我们的使命

我们的目标

我们的价值观

我们的定位

中国互联网第一智库

开放 分享 创新

成为具有全球影响力的中国互联网第一智库

洞察互联网趋势，挖掘互联网价值，传播互联网文明，
弘扬互联网精神，影响互联网规则

《网络强国》：图书和纪录片

- 2014年全球网民达到30亿，下一个30亿网民开始启动，全球互联网发展将进入一个重大的转折点，将从以发达国家为中心转移到以发展中国家为中心，将从美国为中心转移到中国为中心。因势利导，顺势而起，借助互联网大势，中国全球崛起和中华民族复兴将势不可挡。
- 本纪录片充分展现互联网作为中国创新力量的引擎作用，希望成为中国走向网络强国的特别序曲，成为中国引领全球互联网的一部前瞻性宣言。

因为互联网，十年之内：

- 1、全球化的起点将是中国而不是美国。
- 2、全球市值第一的互联网公司在中国。
- 3、全球创新中心将在中国，而不是美国

下一个10年，中国互联网更将超越我们的想象。这些判断将严重考验我们的思维的拓展力和思想的承受力。



中国互联网口述历史系列

一场中国网络时代的新启蒙运动已经迫在眉睫。“互联网实验室文库”应运而生，目标就是打造“21世纪的走向未来丛书”，打造中国互联网领域文化创新和原创性思想的第一品牌。“互联网实验室”文库 2014年出版图书（计划10本）：

《中国互联网口述历史》（01-06）



注：以上展示非最终封面，仅供参考，以实体出版为准。

2015年出版图书（计划）：

《中国互联网口述历史》（11-20，共20本）……

互联网实验室“网络空间战略丛书”

“互联网实验室”文库 2014年出版图书（计划10本）：

《网络强国》《中国网络安全战略》《网络空间法律体系》《社交媒体战略》《社交媒体武器》
《网络强国基石》《网络强国基础》《斯诺登事件》《美国网络空间战略》《网络空间大博弈》
《网络强国梦》《网络强国战略》



注：以上展示非最终封面，仅供参考，以实体出版为准。

互联网实验室近期课题与蓝皮书

- 《中国自主操作系统战略研究》（差距、问题、教训与突破）
- 《大数据时代的网络安全与反恐对策》
- 《社交媒体在乌克兰事件中的作用》
- 《中国网络空间国际战略研究》
- 《网络强国指标体系与中美对比研究》
- 《中国互联网全球化路径与挑战研究》
- 《数据跨境自由流动影响与政策研究》等



欢迎指正！

我的微信：

fxd98837

▶ 方兴东
E-mail:
fxd@chinalabs.com

▶ 互联网实验室
www.chinalabs.com

▶ 互联网与社会研究中心
www.chinacis.org

