

《中国互联网外资控制调查报告》 暨《中国外资背景互联网企业榜单》

（2009年版）

发布机构：中国 B2B 研究中心
主编：中国 B2B 研究中心研究员曹磊
查阅网址：B2B.toocle.com
发布时间：二 00 九年六月五日

中国互联网外资控制调查报告（2009 版）

（目 录）

- 一、引言：微软封杀五国 MSN 事件引发网络安全大讨论
- 二、中国互联网产业现状概述
- 三、外资控制我国互联网现状
- 四、外资类型与控制方式分析
- 五、外资控制我国互联网的特征
- 六、外资控制我国互联网的原因
- 七、外资控制我国互联网的影响
- 八、《中国外资背景互联网企业榜单》发布
- 九、编制说明
- 十、发布机构
- 十一、解决外资控制我国互联网的若干对策
- 十二、国外政府对付此类问题的对策参考
- 十三、对未来中国互联网产业的展望

中国互联网外资控制调查报告

摘 要：在过去的十余年里，外资纷至沓来渗入中国互联网产业，在为中国普及了互联网的同时，也逐步从资本与产业两大层面控制了中国互联网产业，并完成了在各个主流应用领域的战略布局。我国互联网产业的主流目前已被外资控制或主导，这是毋庸置疑的事实，其隐患是显而易见的。

为此，本报告就当前我国互联网外资控制的现状、方式、特征，及其背后原因和带来的影响做了翔实的分析与解读，并为此给出了若干对策与建议。本报告具有相当的科学权威性与参考价值，是互联网从业人士、投资机构、专家学者与政府部门深度了解与研究中国互联网产业的重要素材。

关键词：微软 外资 互联网 控制 调查 上市 融资 网络战争 信息安全 政治工具

一、引言：微软封杀五国 MSN 事件引发网络安全大讨论

近日，发生在大洋彼岸的一件原本不起眼的事件，却成了业界深思、专家担忧、媒体关注，乃至全国网民热议的话题，很是值得我们反省、深思与关注。

微软公司发言人证实自 2009 年 5 月 20 日起，由于美国政府对“敌对国”的贸易制裁的禁令，微软决定切断包括古巴、伊朗和朝鲜等在内的这五国的 MSN 即时通讯服务。这就意味着微软公司从服务器上切断了连接上述国家的 MSN 网络服务端口。5 月 30 日，微软还表示，在美国政府禁令解除前，微软不会与制裁名单上的国家存在生意往来。

微软的这则公告在业界引起了轩然大波，并再次引发了人们对于互联网时代信息安全的担忧。该消息最早经外媒发布后，起先并未引起国内互联网人士与学者专家的关注。在 5 月 24 日，经本报告主编中国 B2B 研究中心研究员曹磊，公开发表题为《微软关闭五国 Msn 是否也会关闭中国 Windows？》（原文链接：<http://b2b.toocle.com/detail--4597199.html>）深度评论文章后，犹如一讨伐檄文，一石激起千层浪，短时间内吸引了包括新华网、中新网、人民网、《中国青年报》、《青年参考》、《东方早报》、《新京报》、《北京晚报》以及四大门户网站等近百家媒体的广泛报道后，在互联网“舆论阵地”上掀起了全国网民热议的浪潮，其中在腾讯科技上的一篇转载文章的网友评论就达到 10000 多条，形成了与美国、古巴等国的外媒遥相呼应之势，俨然成了当前全球网民热门的话题。

这意味着，互联网商业巨头终于开始利用其垄断力量来为政治服务了，这在美国历史上绝非首次，也绝非最后一次。历史的惨痛教训告诉我们：落后与受制于人，就要处处挨打！无论何时，靠得住的只有自己。对此，本报告主编中国 B2B 研究中心研究员曹磊曾一针见血地指出，微软既然能够迫于美国政府的一纸禁令关闭上述五国 MSN，那么会不会在某天通过其系统后门，关闭我国数亿 Windows 操作系统的客户端？在微软一手遮天早已垄断全球电脑操作系统的大背景下，微软会不会迫于某种政治压力故伎重演？如果没有替代品呢？那我们几乎所有联网的电脑会不会大面积瘫痪？这绝非杞人忧天，值得我们每位互联网从业者、新闻媒体和政府有关部门深思……

对此，国务院发展研究中心研究员、信息领域专家陈宝国表示，“微软为什么能够实现对这 5 个国家关闭服务？全世界有 13 台根服务器，10 台在美国。只要根据所分配的用户 IP 地址信息，就可以轻而易举的实现。”“这次由微软关闭 MSN 服务，接下来是否让思科来关闭别国家的所有路由器？信息社会的架构建立在美国技术体系之上，全球的架构都不安全。”

中国工程院院士倪光南也认为：“如果信息服务不是自主可控的，这种服务的安全和服务本身也都是没有保障的，是受制于人的。”

二、中国互联网产业现状概述

近年来,在我国,随着互联网基础设施的完善、互联网用户爆炸性的增长、互联网应用的普及,使得中国的互联网市场取得了迅猛发展,互联网产业的发展速度带来了深远影响。据 2009 年初中国互联网信息中心在北京发布的《第 23 次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截止 2008 年底,我国网民数量达到 2.98 亿,不仅超过了美国,而且跃居世界第一位,成为世界上网用户最多的一个国家。随着互联网的基础设施日益完善,我国互联网大国的规模已经初显。无疑,今后的网络,将是互联网和移动网络的天下。

在网民快速增长,规模急剧扩大的同时,互联网日益广泛渗透到经济社会生活的各个领域,在网络价值不断提升,在促进经济发展,改进政府管理,丰富人民群众生活等方面,体现出日益重要的作用,显现出独特的魅力和巨大的发展潜力。民生聚民心、民心聚力量。当今互联网俨然成了我国民心与民众力量最聚集的新阵地,而这样重要的阵地就如同军队与新闻媒体一样,就应该牢牢地掌控在我们的执政党和政府手里。对此,中国 B2B 研究中心研究员曹磊一针见血地指出:“互联网俨然已经成了传统媒体和军队同等重要的,我党执政的‘三大利剑’”。而如何利用好这把利剑,则是门很深的学问,新的社会变化,对我党的执政理念与执政方式提出了新的课题与挑战,这也同样需要我们的党和政府与时俱进、创新执政工具。

作为进入信息社会的重要阵地,互联网直接关系到社会舆论、经济发展、文化冲击乃至国家稳定与安全。当前,互联网产业不仅是我国当前经济结构“升级与转型”的驱动力之一,更是我国一项战略产业,具有很强的民族性,需要通过自主创新与境内资本的扶持来积极发展的民族产业。

近年来,我国互联网在快速发展的过程中,出现了一些新变化,值得我们高度重视。通过对中国互联网的深入观察与研究,中国 B2B 研究中心认为当前我国互联网发展运用呈现出以下七大亮点:

一、从应用领域看。我国互联网正从信息传播和娱乐消费为主,向商务领域、服务领域、传媒领域,乃至民生民情和政治生活等诸多领域延伸与深化。

二、从服务模式看。互联网正从提供信息服务,向提供平台服务延伸。网民不仅是信息提供者,也是创造者这大大丰富了网上内容,同时也对网民自律、道德诚信提出了更高要求。

三、从新媒体上看。随着宽带发展和无线接入普及,基于互联网的新媒体形象不断出现,互联网正成为人们快速沟通与民情反馈的信息平台。互联网作为一种新媒体,它的影响正在日益扩大。

四、从农村网民来看。快速增长的农村网民成为新增网民的重要组成部分。2007 年,我国农村网民数量达到了 5262 万户,农村网民规模增长率达到 127.7%,远高于城镇网民 38.2%的增长率,占到新增网民中的四成。

五、从电子政务来看。互联网在支持电子政务方面取得巨大的进展。目前,我国县级以上政府中 96% 的政府机构都建立了网站,电子政务正以改善公共服务为重点。在教育、医疗卫生、就业、社会保障、住房、三农等人民群众最关心问题上,提供便捷的基本公共服务。

六、从网络文化来看。网络文化达到了空前的繁荣。这就要求我们关注广大网民需求的新变化,自觉坚持用高格调的文化占领我们的新舆论阵地,要大力推进网络诚信建设,从而更为有效地把握网络生态文化建设和社会经济发展之间的关系。

七、产业应用来看:从制造、运营,包括内容和运用,互联网自身发展已经形成一个强大的产业链,究其目前的应用和盈利模式,中国 B2B 研究中心认为大致可分为如下八大类:

序号	应用领域	服务模式
1	基础通信	以提供基于 VOIP 业务为基础的互联网基础语音通信服务提供。
2	数字内容分发	以数字内容为产品，向互联网用户进行定制化推送与发行。
3	新媒体	通过对信息（内容）的专业编辑与制作，聚拢海量用户，实现广告投放。
4	撮合交易	通过电子商务交易信息平台或其他方式，提高买卖双方交易效率和效益。
5	虚拟物品交易	通过社区主题聚拢海量用户，向用户营销基于该主题的虚拟物品。
6	搜索与分类信息	为用户提供信息搜索与筛选服务，成为后端商家的产品发布中介。
7	Web 信息化服务	为企业提供基于互联网门户网站建设等相关信息化服务。
8	网络营销中介	通过建立网站联盟，提供基于互联网整合营销传播的专业中介服务。

三、外资控制我国互联网现状

在过去的十余年里，外资纷至沓来进入中国互联网产业，在为中国普及了互联网的同时，也逐步从资本层面控制了中国互联网产业的各个领域。而如今，外资控制的范围显然已经不再局限在国内大型互联网企业，而是全面投向有一定市场地位和影响力的成长性网站。外资介入的领域，从 WEB1.0 的门户网站、搜索引擎、电子商务到 WEB2.0 的博客、论坛，国内所有的网络模式几无幸免。

据中国国务院研究发展中心近年发表的一份研究报告指出，在中国已开放的产业中，每个产业中，排名前 5 位的企业几乎都由外资控制；在中国 28 个主要产业中，外资在 21 个产业中拥有多数资产控制权。这其中也包括新兴的互联网产业。

无论是微软、Google、雅虎、亚马逊、eBay 这些互联网“产业巨头”，还是诸如日本软银这样的“资本巨头”，这些境外互联网巨头长期以来就四处在中国四处觅食，并进一步扩大地盘，他们的前瞻意识与紧迫意识在加强。在过去的十余年，外资纷至沓来到中国掘金，在为中国普及了互联网的同时，但也从资本层面控制了整个中国的互联网的各领域。

对于未来的十年，我们不免心存忧虑，我们不得不正视一个现实：即当前几乎整个中国互联网产业，基本上都是外资控制的，中国民族互联网产业与民族资本很有可能被淘汰出局。这是一个不得不正视的严峻的现实。这绝非危言耸听的盛世危言。除了早期的一批网站几乎都是国外 VC 投资的以外，近年来国外 VC 与产业资本进入中国的步伐也在加快。互联网作为中国的新兴战略性产业，若长期受外资控制，这将意味着什么？相比于国外资本的睿智、前瞻，我们中国本土资本却缘何久久“集体失语”？我们通过本报告里的《中国外资背景互联网企业榜单》，不难看出当前外国资本“圈地运动”下的“中国互联网版图”，在看似一片繁荣的景象之下，社会、经济、文化、舆论、商务等各领域将会是如何危机四伏？

国内互联网企业已经历了三波上市潮，但除了仅有的在深圳上市的 B2B 电子商务服务商网盛生意宝（股票代码：002095）外，无一例外都是在境外上市。截止目前，在纳斯达克上市的中国互联网企业有 14 家，总市值超过 150 亿美元。

中国互联网产业受境外资本左右在互联网业内早已是一个心照不宣的事实。虽然国家也有相关的政策，如《互联网信息服务管理办法》对外资也有规定。但实际上，外资通过对公司结构进行复杂而巧妙的设计，就可以绕开国内有关法律法规及政策的障碍，这样既能保证在实际上控制国内互

联网，又能避开我国法律及政策的有效监管，可谓一石二鸟。

在形式上“符合”法律法规要求的中国互联网产业，实质上“国内根基”相当薄弱，国内所能主导的力量十分脆弱。境外资本通过多种途径直接、间接或变相操控中国互联网产业已成为一个国内熟视无睹的严酷事实，而境外资本在这方面的运作却日益驾轻就熟。中国庞大的互联网产业正坐在外资铺设的火药桶上，而点燃火药桶的导火索却捏在境外资本手里。

值得警惕的是：我国互联网产业的主流目前已被外资控制或主导，其潜在隐患是显而易见的。对此，中国 B2B 研究中心一针见血地指出，互联网产业安全、健康发展已是我国国家信息化战略的重要组成部分，如果互联网产业的主流由外资控制，其影响力不亚于一个国家的军队由外国势力操纵，引发的种种潜在后果将十分严重。

四、外资类型与控制方式分析

（一）外资类型

随着中国互联网大市场的诱惑，引得来海外网络巨头纷至沓来。根据投资目的的不同，外资可以划分为两类，一类是产业资本，一类是财务资本（也叫金融资本或风险投资），其具体区别，我们中国 B2B 研究中心认为如下：

外资分类	资本定义	投资目的	典型代表
产业资本	是指是实业型企业在中国的投入的资本。	跨国实业型企业的产业投资，是以服务于整个企业的总体发展战略为目的，通过击败或收购中国企业，来实现消除竞争进行产业垄断的。	如宝洁、丰田、卡特比勒、家乐福、GOOGLE、达能等实业企业为中国企业带来的境外资本。
财务资本	也叫金融资本或风险投资，作为一种全新的融资方式，它在支持企业（特别是新经济企业）发展，推动科技成果的产业化方面取得了巨大的成功。	风险投资基金等财务投资却与产业资本有着本质的不同，它们投资的目的在于通过提升被投资企业的价值，以变现增值后通过被收购或上市来退出，实现收益。	如凯雷、IDG、新桥、红杉等风险投资基金为中国企业带来的境外资本。

然而与上述两类境外资本相比之下，中国 B2B 研究中心调研后发现：目前，我国目前民族产业资本与财务资本、投资互联网的总额与占总量比例都还非常低，导致科技成果转化不足 20%，较低的科技转化率大大影响了“中国创造”的竞争力，进而影响了我国自主创新战略目的的实现。

（二）控制方式

就目前而言，中国 B2B 研究中心认为目前中国的互联网被外资控制的大致有三种形式：

形式	运作手段	特征
形式一	互联网企业本身就是外资直接投资控制的	如境外网站以中文版形式在中国落地或在中国寻找代理人。
形式二	通过各种途径运作国内互联网企业在境外上市	目前，中国具代表性的 16 家上市互联网企业 14 家在美国纳斯达克上市，2 家在香港上市。中国人创造的优秀互联网企业都跑到境外上市，这意味着每年我国最优秀、最具盈利能力的互联网企业创造的利润，有相当部分被境外投资者占有，而我们辛辛苦苦培育发展的“网络经济”，却极少与国民分享。
形式三	中国互联网企业的风险投资来自境外。	这在境外上市以及目前没有上市的中国互联网企业中都极为普遍，且有加速增长的趋势。如 2000 年境外注入国内互联网产业的风险资金在 2 亿美元左右，而到 2005 年，有一项统计显示当年这一数字已超过 20 亿美元，短短几年增长了十倍。

五、外资控制我国互联网的特征

纵观当前我国互联网，经长时间考察与研究后，我们认为外资控制互联网已初步具备以下特征：

（1）外资“先入为主”，控制比例高。鉴于民族资本的缺失、相关法律法规的缺失、监管的跨部门化及监管过于宽松等因素，也不可避免造就了外资“先入为主”的普遍现象，在资本比例层面对我国互联网的控股比例过高，造成本土互联网企业控制权的被迫丧失。

（2）外资“圈地运动”，控制面广。这其中，仅在中国做了 16 年创投的美国 IDG，在华就投资了 110 多个高科技、新经济项目，涉及领域主要有软件、网络、电信和互联网，其中 30 家企业是各自细分领域的行业领导者，包括当当网、金蝶软件、携程网、亚信等国内一流企业。外资在我国互联网这片“尚未开垦的处女地上”上大肆进行了一番“圈地运动”，其控制面不可谓不广。

（3）外资“上下通吃”，控制产业链强。以最具备商业应用价值的电子商务来讲，无论是从 B2B（企业对企业）、B2C（企业对个人）、C2C（个人对个人），还是从涉及国民经济、企业到个人社会生活的各个分支应用领域，均有外资高强度参与，并打通了产业链，形成了实际的全程控制。

（5）外资“前后紧逼”，控制速度加快。随着以互联网为代表的新经济的崛起，以及传统产业领域高回报率项目的逐年减少，外资越发越重视对发展中国家“新经济”产业的投资，无论投资金额、投资项目、投资领域都在逐年加大，与互联网发展前期相比，控制速度在不断加快，已初步完成了战略性“预埋布局”。

六、外资控制我国互联网的原因

对于，国内互联网企业为何都选择境外上市？国内很多网民和股民大多很不理解，感觉中国互联网企业与自己似乎近在咫尺却又遥不可及。而对于希望投资国内互联网企业的1亿多中国股民来说，这种隔阂显得尤为明显。而这一现象的背后，显然有其深层次的多方面原因的：

首先，中国目前的资本市场环境不更有利于网络公司的IPO。具体有以下四点原因：（1）外国企业目前还不能在境内发行股票；（2）国内股票限售期比较长；（3）国内股票发行定价不够灵活；（4）美国资本市场更吸引人。

其次，国外资本的意志操控了我国互联网企业到境外上市。中国互联网企业以前之所以选择境外上市，其实并非出于创办人的本意，而是源于境外资本的幕后力量。中国互联网产业受境外资本左右，在互联网业内早已是一个心照不宣的事实。实际上境外资本通过多种途径直接、间接或变相操控中国互联网产业，已成为一个严峻的事实。而境外的资本市场环境更有利于外国网络公司与VC的套现，境外资本熟悉境外市场的规则，在这方面的运作也是日益驾轻就熟，所以他们也会要求被投资企业成熟之后在境外上市。

再次，中国目前的国内电信增值业务政策的制约。虽然我国依据WTO承诺条款将对外资逐步放开电信增值领域，在增值电信业务领域，在加入WTO后两年内，地理区域限制予以取消，且股权比率最高可达50%。但实际中，外资经营电信增值业务（包括ICP业务）仍受到一定的限制。很多网站，其大股东是境外创投，故至今还未取得ICP牌照，这是阻碍该公司境内上市的一大政策障碍。

最后，中国的产业政策更倾向于外国公司与资本的投资与发展。中国当前的互联网新经济的产业扶持政策，尤其是地方政府存在严重的“崇洋媚外”和“抓大放小”的不良倾向。不少地方政府为应对金融危机设立累计近亿元的“电子商务专项扶持基金”，也绝大部分落入其囊中，而我们自己的民族互联网企业却难以得到应有的“国民待遇”。诸如此类的政策，某种程度上，不仅遏制了大量民间产业资本与金融资本投资互联网新经济的积极性，而且大大助长了外国公司与资本的在华互联网渗透、膨胀乃至控制。

七、外资控制我国互联网的影响

不可否认，境外资本大量进军中国，在我国互联网产业发展早期起了相当的助推与催化作用，加速了刚学会走路尚步履蹒跚的中国互联网的萌芽、成熟与发展壮大，客观上也推进了其市场化、普及化与国际化的进程。

然而，资本的本性是逐利，追求高额的投资回报，甚至间接达到垄断行业市场的企图。外资正是看中了不成熟的我国互联网庞大的潜在用户与市场规模，才竞相来到不成熟的中国市场。对于资本这东西，我们中国B2B研究中心认为有三点是值得商榷的：第一、互联网领域被外资控制的话，风险有多大？第二，被控制主流企业的资本特色，还有无转变的可能？第三、在政策市场环境越来越开放下，资本因素是否起了越来越大的作用？

为此，中国社科院新闻与传播研究所张西明副研究员向我们指出，我国互联网产业将迎来外资的全线竞逐。尽管目前冲击高潮还没出现，但需要提醒的是，已经有不少实力雄厚的国外资本通过参股中国公司的方式埋伏在产业中。他们要求与国内企业平起平坐，甚至“强龙压过地头蛇”，竞争的惨烈可以预见。

而这次“微软关闭5国MSN事件”就是给中国3亿网民的一个很好的“警示录”。

当前，互联网正改变着世界，引领着世界变革，塑造着新的政治、经济、文化、社会 and 军事形态，铸造着新的生活方式、社会结构和权力关系，酝酿着新的文明冲突和国际政治关系。互联网作为经济社会发展的战略制高点，同样充斥着观念冲突、利益矛盾甚至战争。通过破译互联网改变世界的密码，一场场发生在互联网上的控制战、意识形态战、文化战、民意战、军事战、反恐战、情报战、数据战、媒体战、金融战、争霸战、公关战等真实战争正悄无声息地打响。美国，尤其在“网络总统”奥巴马上台后，试图控制全球互联网、图谋发动网络战争、推行网络霸权的更加暴露无遗。

西方国家以及日本的大型企业向来具有很强的民族性与政治倾向性传统。微软不单单是一家跨国公司，更是工具——人类联络的工具、人类操作电脑的必备工具、某些政治势力角逐的工具。就如同商船在战时会被征用一样，微软这样的公司也有可能被征用。而美国的微软、思科、英特尔、谷歌等互联网大鳄则扮演了觊觎中国互联网与信息安全未来的“先遣商队”。（如“谷歌地球”提供的卫星图像清晰度的分辨率达到0.6米至1米，频频充当西方国家的“新型间谍”。）无疑，一场不可避免的网络超限战正在酝酿发生，中西方之间的“网络战争”将来不可避免。

过去我们普遍认为是“互联网是没有国界”的观点存在一定解读误区。中国B2B研究中心的研究员曹磊指出，从互联网内容分享上这话没有错，但从互联网的地域化应用及意识形态上，上述观点则是行不通的。而微软迫于美国政府的压力，关闭了上述与美国政府关系紧张的五国的MSN软件服务，而这五国其中包括了两个社会主义国家。这恰恰说明了互联网无形存在的“国界”与“歧视”，互联网也具备浓厚的“意识形态”特征。意识形态的偏见，都可能延伸到网络之上为美国政治服务，成为美国遏制其他国家的又一个“大棒”和政治工具。

当今时代，国家信息关乎国家安全，企业信息关乎企业安全，个人信息关乎个人安全。为了保障信息安全，我们必须采用自主可控的互联网平台及其相关软件、设备，中国的互联网与信息化必须依靠自主创新。值得注意的是，近年来，美欧等西方国家一边大肆施放“中国网络威胁论”的烟幕弹，一边加紧在中国互联网上“攻城略地”，国外报章甚至认为，中国和西方世界之巅的“网络战争”已经打响……互联网俨然已成经济社会发展的制高点，是社会变革的工具，是国家竞争的战略高地，也是改变世界的战略高地，主宰着未来世界的变迁。未来，谁控制互联网，谁就控制世界。

然而，当下国际互联网大鳄们正深入中国腹地、攻城略地，而“微软关闭五国MSN事件”绝非偶然，是被称之为“网络总统”的奥巴马一次对全球互联网控制力与敌对国家的一次“牛刀小试”。而我们中国会不会重蹈覆辙？对于接下来的自卫反击战，我们是否已经做好战斗的准备？以史为鉴，我们认为，中国的互联网产业一定要走依靠独立自主为主、坚持走自主创新的发展道路，大力扶持发展我们的民族互联网企业，拥有我们中国人的“微软”！

综上所述，本报告主编中国B2B研究中心研究员曹磊认为外资控制我国互联网将带来如下影响，有待引起国家有关部门进一步重视：（1）外资全盘控制，对我国互联网产业本身存在巨大经济风险；（2）外资依存度过高，对国家信息化战略安全运行造成重大危害；（3）外资控制面过广，对我新媒体舆论导向产生的一定消极导向；（4）外资控制比例过高，对我国资本市场与金融领域弊害重大；（5）外资控制程度过深，对国民经济带来“潜在隐患”。

而本次中国B2B研究中心独家研究编制的《中国互联网外资控制调查报告》，不仅是对互联网进入中国15年来，首份涉及外资背景互联网企业的一次系统研究总结，也是迄今为止外资进入中国互联网产业的首次较为翔实、全面、客观的调查。

八、《中国外资背景互联网企业榜单》

被投资公司	外资风投	被投资公司	外资风投
汽车服务领域（10家）			
中国汽车网	高盛、GGV	易车网	NVCC、DCM
爱卡	CNET	汽车之家、che168	澳洲电信
51汽车	德同	二度车	启明创投
安美途	IDG、海纳亚洲	车盟网	华登国际、德同资本
UAA	凯鹏华盈、CCAS	CHE168、AUTOHOME	澳洲电信
医疗健康服务领域（4家）			
39健康网	IDG	爱康网	华登国际、ePlanet、中经合
健康中国	IDG	金思特科技	凯鹏华盈
房地产服务领域（1家）			
搜房网	澳洲电信		
IT传媒服务领域（5家）			
ZOL	CNET	PCHOME	CNET
PCPOP	澳洲电讯	IT168	澳洲电讯
天极	日本 impress		
人才招聘服务领域（3家）			
智联招聘	SEEK、麦格理	中华英才网	美国 Monster
前程无忧	美国 DCM		
旅游机票酒店服务领域（3家）			
携程	日本乐天 Rakuten	去哪儿	美国 Priceline
E 龙	Expedia		
电子商务服务领域（20家）			
阿里巴巴	日本软银、美国雅虎	慧聪网	IDG
万网	SYNNEX	中国网库	富基旋风
淘宝网	日本软银、美国雅虎	TOM 易趣	美国 EBAY
卓越	亚马逊	当当网	华登国际、DCM
红孩子	北极光、NEA、凯鹏华盈	乐友	永威
宝宝树	经纬创投	九钻网	美国 KPCB、启明创投、RAPAPORT
珂兰钻石网	美国某上市公司	PPG	TDF、JAFCOAsia、KPCB
VANCL	启明创投、IDG、软银赛富等	手机之家	PacificNet
北斗手机网	IDG、高原资本等	京东商城	今日资本、雄牛资本、亚洲著名投资银行家梁伯韬私人公司
莎啦啦	IDT	饭统网	日本亚洲投资、伊藤忠商事株式会社、CA-JAIC 基金

时尚资讯服务领域（3 家）			
55bbs	CNET	Onlady	CNET
YOKA 时尚网	IDG		
博客服务领域（2 家）			
博客网	软银赛富、GGV	女性博客社区	通用电气旗下投资机构 Venrock and Peacock Equity、 Azure Capital
在线视频服务领域（5 家）			
土豆网	IDG、General Catalyst、GGV、美国洛克菲勒家族	酷讯网	联创策源、SIG
影风影音	经纬创投、IDG	我乐网	HPE、SIG、ASI、CID 集团、 红杉资本、Steamboat Venture
酷 6 网	德丰杰、德同、百度、软银投资、UMC Capital、和通投资、伊藤忠商社等		
SNS 社交服务领域（4 家）			
校内网	日本软银	51.com	巨人（美国上市公司）
开心网	北极光	占座网	红杉中国
IT 传媒服务领域（4 家）			
分众传媒	软银、鼎辉投资基金、 美国高盛和欧洲 3i 等	计算机世界	IDG 投资
世通华纳	国泰财富基金、鼎晖 创投、华登国际、成 为基金、霸菱投资	触动传媒	CDIB、TLC、Mustang
金融证券服务领域（2 家）			
金融界	IDG	中国投资网	美国律商联讯集团 全资收购
无线互联网与增值服务领域（2 家）			
至德讯通	戈壁创投	58 同城网	软银赛富
网络安全服务领域（2 家）			
金山	英特尔、新加坡国有 投资公司淡马锡、英 特尔投资基金等	安全卫士 360	红杉资本、高原资本、红点投 资、Matrix Partners、IDG
网络游戏服务领域（4 家）			
完美时空	软银赛福	汉森信息	松禾资本
盛大	软银亚洲 SAIF	久游网	Dragon Groove Inc、美国凯雷 集团亚洲风险投资基金、中韩 移动投资基金等
婚恋交友服务领域（2 家）			
世纪佳缘	启明创投	珍爱网	美国对冲基金 BridgerCapital
在线教育服务领域（2 家）			
东方剑桥	启明创投、美国 Ignition Parters	天才宝贝	智基创投、德同资本、CID

九、编制说明

1、编制目的：通过对中国互联网产业的长期研究，国内 B2B 研究与传播机构中国 B2B 研究中心，特编制并公开发布此份报告和榜单，以从另一视点反映中国互联网市场的现状、趋势、拐点和规律，及厂商的发展现状，供业界人士、专家学者、新闻媒体和政府部门学习与决策参考。

2、编选说明：鉴于客观条件限制，入选本次榜单的 78 家互联网企业仅为各自所在细分领域的代表性企业；从数量上来讲，上述互联网企业仅仅是为外资渗透、控制中国互联网产业的一个“缩影”，欠缺之处，欢迎关心中国互联网发展的各界人士补充、指正。

3、研究定义：“中国外资背景互联网企业”，中国 B2B 研究中心在此榜单里定义为：由中国公民在中国境内创办的接受过境外资本投资（含参股或控股）的互联网类企业。

4、数据来源：政府主管部门文件与交易所公告、上市互联网公司招股说明书与年报、未上市互联网企业官方发布或确认的媒体新闻报道、境外投资商官网确认投资信息等

5、免责声明：由于未上市互联网公司未披露财务状况，其外资是否介入情况尚无法详知，掌握的信息难免有所遗漏，加之企业可能存在的股权变更之情况，因此，本榜单定有不少疏漏之处，待下版予以完善，敬请谅解。此外，本榜单不构成投资建议，由此带来的投资风险请慎重。

十、发布机构

1、机构简介：中国 B2B 研究中心，是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的机构。2007 年初，由近 1000 家行业网站组成的“行业网站联盟”这一我国最大的 B2B 合作联盟发起创办，因此，我们有着得天独厚的 B2B 领域研究资源与传播优势。经过两年多的发展与积累，目前，已发展成为电子商务领域的专业、权威研究机构和新兴互联网传播平台。

2、运作理念：本着“互联互通、共建共享”的开放、交流、互动、多赢的理念，通过翔实准确的数据、严谨独到的分析研究，揭示电子商务市场的发展变化趋势，为 B2B 中小企业的战略规划与市场策略提供实用操作建议与指导。除每月初发布一系列中小企业用户（生意人）颇为关注的《生意人搜索榜》调查报告外，每值岁末年初，研究中心还发布一系列行业内颇具“意见领袖”观点的点评、榜单、数据、咨询和报告，与关注中国互联网产业的用户与人士分享。

3、历史使命：从诞生一刻起，中国 B2B 研究中心就被赋予了责无旁贷的历史使命。本着“传播与引导、研究与创新”的发展理念，致力于打造：“行业权威、国内第一、全球领先”的电子商务研究与传播平台，努力为我国乃至全球电子商务的创新与发展添砖加瓦，共同营造中国电子商务健康、持续、稳定发展的良好大环境。

十一、解决外资控制我国互联网的若干对策

（一）加强宏观监管：加大对外资投资我国互联网重要领域监控

过度市场化、外资控股比例过高、监管欠规范化以及过度照抄照搬国外模式、缺乏自主创新，仍是当前我国互联网产业发展的显著特征。中国 B2B 研究中心建议，政府应在中国互联网下一阶段发展中加大监管和引导力度。在互联网的行业管理上，要有一些明确的、细则性的规范，完善互联

网新经济相关的涉外投资融资的法律法规体系和监管力度，对涉及我国国民经济安全运行、涉及社会新闻舆论导向、涉及国家信息化安全等利害的重大并购、投资要严格把关、加强审批、加强监控。

而目前，尚存在以下四方面监管落后的现状：第一，监管和引导力度欠缺，是当前我国互联网产业发展的显著特征。第二，境外 VC 与互联网企业合谋规避，是我国互联网政策监管执行乏力的外在原因。第三，处理好调控与稳定的关系，是今后我国互联网产业发展政策的调整原则。第四，完善法制建设与加强执法力度，是我国互联网产业持续发展的根本保障。

（二）完善融资体系：鼓励各项境内资本参与投资互联网产业

互联网产业具有典型的轻资产、无污染、资源消耗极少的特征，且普遍具有较强的自主创新能力。我国互联网行业正逐步进入快速发展的阶段，所以，优质互联网企业将是我国创业板市场重点服务的对象之一。很多互联网企业都具有非常创新的商业模式和良好的盈利前景。但调研中，我们发现这些互联网企业的共同特点——目前我国互联网企业在境内上市存在的一些共同障碍。为此，中国 B2B 研究中心建议有关部门是否能采取以下政策措施，既来缓解互联网企业在境内上市存在的矛盾，又能拓展各项境内民族金融资本、产业资本和民间资本，来参与投资互联网产业的渠道？

具体可从以下三方面着手：第一，尽快出台外国企业在境内上市的相关细则。第二、对互联网企业的发行审核应重点关注其发展前景。第三、发行定价应更为灵活，逐步趋向市场化。第四，前期适度降低“创业板”准入门槛，完善互联网企业境内融资市场。

（三）鼓励自主创新：走有中国特色的民族互联网产业发展道路

作为新经济，互联网产业更应具备自主创新精神。而如今，国内很多网站纷纷模仿成熟“美国模式”，但往往却只学到了皮毛，骨子里的骨架结构相去甚远，原因是照猫画虎，刻舟求剑，死搬硬套，与中国国情偏离尚未从美国网站的所谓模式脱胎出来。自主开发的能力非常弱，缺乏核心竞争力，自主创新意识与能力也尚有待提高。国内创业者缺乏的并不是创新能力，而是创业资本，而国内金融系统的缺陷，就在于恰恰不能给予创业者以资金支持，使得这种创新并非真正意义上的“自主创新”，其创新的成果与创新的价值绝大部分为境外投资者占据，而境内投资者却落得无从分享的尴尬局面。

按常理来说，我国目前的互联网上市公司和一大批有上市潜力的新兴互联网公司，无疑是互联网产业经济运行体中最具自主创新精神、最具核心竞争力的群体，也是与我国当前社会舆论导向、公众价值取向、实现资源优化配置、新技术新模式应用以及与国民经济传统制造业、流通领域最息息相关的新经济企业。

对此，我们认为，提高这些互联网公司的平台价值、提高自主创新的能力、加强我国境内资本在这些最核心公司中的控股权，是提高我国互联网产业中“龙头企业”的自身话语权、决策权，提高上市公司质量、强化国际竞争优势，实现可持续发展的必然要求；也是夯实我国互联网新经济产业的市场基础，促进互联网健康稳定发展根本；也是增强境内资本市场化吸引力与活力，充分发挥资本市场资源优化配置功能的关键。这样的互联网，才既有利于老百姓生活水平的提高、和谐社会的建立、又真正有利于自主创新能力的增强。总之，一个强大的国家要有一流的自主创新能力和新经济推动力。

十二、国外政府对付此类问题的对策参考

对于互联网被“外来者统治”的忧虑，中国 B2B 研究中心在调研中发现不仅仅是我国这样的发展中国家独有的问题，在西方发达国家也是一个日益被引起高度重视的问题。

（一）法国：以政府的名义向互联网“入侵者”明确宣战

这也是最典型的一个实例。在 2005 年 8 月底，法国总统希拉克高调宣布，为了应对全球网络巨擘 google 和雅虎等美国网络新势力的垄断，法国政府将加快步伐资助包括本国公司在内的欧洲高科技公司，创建属于法国自己的互联网搜索引擎。法国当局为了支持这项产业革新，不惜投入 20 亿欧元（约合 24 亿美元）的巨额资金，参与者包括法国本土家电巨头汤姆逊和德国电信在内的多家欧洲知名企业。“我们正在加入一场尖端高新技术的全球竞争。”72 岁的希拉克在兰斯发表了斗志昂扬的动员讲话，他更是以一句“在法国，在欧洲，我们的力量正危在旦夕”感染了全场。当一个领域引起国家总统的身体力行，显示网络竞争已经到了无以附加的层面。

（二）俄国、美国：用法律限制外国人投资互联网产业

俄罗斯政府已经起草了新的限制外国人投资法律草案。俄政府撤回了原有的限制草案，并新增了一些产业。现在，这项草案已从限制外国人投资战略性产业，扩展到了渔业、电台、电视台和互联网运营商等领域。应该说，俄罗斯政府的这项决定也是来自于近 20 年发展的经验和教训。前赞同普京总统上台后，收紧了对外开放口子，加强了与国计民生相关产业的控制，明确规定了不许外资企业染指的行业和产业。将国家认定的战略性新兴产业和新兴重要产业牢牢地控制在了政府的手中。

俄罗斯出台的限制外国人投资法案，无疑对我们也是一种启示，那就是不论任何时候、任何情况下，在对外开放时都要睁大眼睛，都要牢牢掌握主动权。实际上，俄罗斯这样做也是仿效美国。2007 年 3 月，美国众议院一致通过了加强国家对外国投资监督的法案，严格对外国投资商的立法限制。美国政府下属的外资并购审查机构——美国外国投资委员会出台的一项新举措规定：一旦外资收购交易被裁定危及美国国家安全，就将对相关外国企业处以高达数千万美元的罚款。当中国的 IT 设备厂商华为公司与美国投资公司贝恩资本共同斥资 22 亿美元收购美国 3Com 公司时，就遭到美国海外投资委员会的反对，而其理由竟是出于“国家安全方面的顾虑”。

（三）各国政府都将发展民族新经济作为资本市场的重要功能之一

发达国家与我国情况相去甚远。以美国为例，美国服务业就业比重在 2000 年就达到了 78%。之后，通过向境外转移重污染企业，现在其服务业的就业比重已经占到 85% 以上。反映到资本市场上也一样，近年来，美国股市是以从事服务业的上市公司为主导的市场。这从近几年中国赴美上市企业的行业分布可略见一斑。一大批充满生机的新经济模式企业，如百度、携程、如家、新东方、盛大网络、分众传媒等纷纷赴美上市，反映出美国市场对新模式企业的高度认同和支持。

不仅美国这类发达资本市场对新经济模式的企业支持力度大，即使印度这样的发展中国家市场，也充分发挥了调整经济结构，优化资源配置的功能，将发展以现代服务业为主的新经济作为重点。众所周知，近几年来，国际舆论把中国称为“世界的工厂”，而把印度称为“世界的办公室”。这反映了中印两国经济结构的差别。根据世界银行统计，2000 年，中国的 GDP 中，农业占 16%，工业占 49%，服务业占 34%；而在印度的 GDP 中，农业占 27%，工业占 27%，服务业占 46%。印度的一些服务行业已有较高的水平，尤其在发展信息产业特别是软件方面取得了举世瞩目的成就。

印度政府一直非常支持从事新经济模式的公司上市，印度股市近几年持续活跃，很大程度上就得益于其新模式上市公司占比日益增大。印度市场在 2001 年下半年 SENSEX 指数触底 2600 点后回升，开始了长达六年的牛市之旅。至 2008 年年初，创出了 21000 点的历史高点，最大涨幅 708%。尽管印度市场也出现了大幅波动的情形，但其呈现出了“长牛短熊”的特征，这除了得益于宏观经济稳步发展外，和上市公司行业结构日趋合理密不可分。与中国争夺“世界工厂”不同，印度市场重点培育了以软件为核心的第三产业，以及金融服务业，并以此为龙头，拉动 GDP 连续多年高速增长。

面对当今国际互联网产业与投资发展的新趋势，面对经济一体化的冲击与互联网全球化的大趋势，现在我们也应该考虑尽快出台类似的适度保护法案，以保护中国战略性与新兴产业的安全，也保护中国民生舆论新阵地的安全。

十三、对未来中国互联网产业的展望

我们看到：外资在传统制造业的并购，国家有关部门和很多媒体都关注了，因为它会影响民族产业发展和经济安全。但民族互联网企业，现在基本上被外资控制了。而实际上，互联网产业，对国民经济的战略地位，决不亚于传统产业，它的作用，远远高于许多传统产业，因为它是“信息高速公路”和战略产业。2008 北京奥运会的开幕式总共用了几十项高新技术，涉及多个领域，除通讯系统是引进技术外，其他核心技术全部是拥有自主知识产权的创新技术。这是我国在高新技术与信息产业坚持自主创新所取得的成就的一个“缩影”。

我们相信：我国未来 5-10 年的互联网产业，一定属于中华民族互联网的十年。届时，我们国家有很多真正拥有自主知识产权、自有品牌、自有控股与控制权的创新型世界级互联网公司。在此，我们提出这样一个理想和愿景：希望更多的优秀互联网企业在中国上市，由国内资本控制。我们的目标是：第一，中国互联网企业，由国内资本控制；第二，大量的互联网企业，可以在国内上市。如果这个愿景得以实现，那么中国互联网产业的发展一定是健康、安全的。近年来我国金融证券业的改革步伐很大，2009 就是中国资本市场历史性的一年。今后，“中国创业板”会出现许多处于起步期的网络企业，5-10 年后的互联网产业，应该是由中国民族资本控制的，并在中国资本市场形成一个强有力的“新经济板块”。

我们希望：看到未来几年里，由中国民族产业资本能够主导本国的互联网产业，在新经济领域领形成本国的生力军，成为主导互联网产业形态的主导力量。中国互联网产业已经迎来了新一轮的高速发展期，面临着前所未有的发展机遇。在新的阶段走有中国特色的自主创新型道路，本土互联网企业将走向前台，成为主导互联网产业的重要力量，“中国人自己的未来，中国人自己来把握”将成为互联网产业发展的最主流趋势之一。（完）

（注：各相关媒体、研究机构与政府部门如欲了解更翔实信息或深度访谈，请与中国 B2B 研究中心联系咨询，联系人：曹磊，联系电话：0571-88228186，E-mail:B2B@netsun.com。）

发布机构：中国 B2B 研究中心
主编：中国 B2B 研究中心研究员曹磊
查阅网址：B2B.toocle.com
发布时间：二 00 九年六月五日