

传统市场不景气思科要“网”住中小企业 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E5_B8_82_E5_c40_65145.htm

“刚刚召开的中国互联网大会让我们这些做教育网站的人为之一震”北京中鸿智业有限公司总经理白云涛对记者说，“中国互联网的发展方向已确定，其实我们已在这个方向走了好几年了。”白云涛的意思是，他和他的公司从此搭上了顺风车，不再是逆水行舟了。中国互联网大会提出，在经历了“挤水分”式调整的严酷洗礼之后，中国互联网公司应该切实把网络产业与传统产业有机结合起来，通过推出新形态的网络广告、实施信息内容及网络服务收费、提供手机短信服务和开拓在线娱乐市场等提高自身的生存能力，要走理性、务实、稳健的发展道路。信息产业部部长吴基传的一番话击中了当下中国互联网的要害，他说，虽然2001年我国的互联网市场规模已达到70亿元，但所谓的“注意力经济”、“眼球经济”是没有生命力的，网站必须注重应用而不能热衷于炒作概念，必须建立有效的盈利模式，而不能着眼于上市“圈钱”。与烧钱的中国门户网站相比，教育类网站可谓一步一个脚印，在网络大潮中“逆风飞扬”而增势强劲。最近一项调查显示，在中国7万多所普通中学中，注册的网校学生人数已达60多万。网络学习已经成为一种时尚的学习方式。就单个网站来说，据北京中鸿智业有限公司网络业务经理喻晓芳介绍，目前中鸿网注册用户达8万人，日访问量为30万次，一份最新试卷一周内下载量为1万次。同样诞生于网络泡沫时代，教育类网站为何“风景这边独好”？区别于门户网站的“注意力经济”，教

育类网站另辟溪径，向中国学子们提供货真价实的教育产品。“教育网站是网络泡沫时代的积淀。当泡沫吹起来的时候，她也许没有得到最为灿烂的光环，但她积淀了网络赖以生存的根本，即服务和内容。”白云涛的一席话表明了中国教育网站的真正定位，而定位在“中国最大的教考资源信息中心”的中鸿网（www.zhnet.com.cn），正是贯彻了这一思路，紧紧围绕中学教学及高考，面向教师、学生、家长及教学机构，在线提供各种资源、信息和实用工具资料。从国外的发展来看，网络经济泡沫的破灭和风险投资的锐减，使众多网站不得不调整生存策略。提高信息内容质量和对信息内容收费，成为不少网站谋求生存的重要选择。正是这种选择创造了一个迅速增长的新市场，即网上内容服务市场。目前在中国已形成规模并进入商业化运作的教育网站分两类，一类提供在线远程教育，即所谓的“网校”，一类提供教考资源。属于第二类的中鸿网与K12教育网是目前中国最大的两个教育网站，二者各有特色，深受广大师生的喜爱和信赖。“中鸿网是传统企业的延伸，不是风险投资，前期投入并不多。”白云涛说，尽管如此，中鸿网还是烧了半年的钱。因为看不到盈利前景，当时总部在山东的志鸿集团几乎要放弃中鸿网项目，但放弃意味着中鸿现有教辅资源的浪费。白云涛认为，教学资源本身是稀缺资源，需要有专业性的基础和长期积累。提起志鸿的“优化设计”，教育界没有不知道的，如果把这些专业的资源整合起来搁到网上，一定会有需求，而且可以收费。建立这样的盈利模式是可行的。经过近两年的运营，中鸿网已在中国教育界叫响了品牌，为下一步进入盈利奠定了坚实的用户基础。已经拥有网下资源品牌的中鸿网正

在实现网上内容的适当延伸。中鸿网、K12以及一些知名网校正举起内容大旗，为中国的互联网发展上下求索 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com