中国互联网发展报告

（2013）

中国互联网协会　　中国互联网络信息中心 编

2013 年 7 月

目录

- 2012 年中国互联网发展大事记
- 2012 年中国互联网基础资源发展情况
- 2012 年中国互联网基础设施建设情况
- 2012 年中国三网融合发展情况
- 2012 年中国网络资本发展情况
- 2012 年中国互联网政策法规建设情况
- 2012 年中国计算机网络与信息安全情况
- 2012 年中国电子商务市场高速发展
- 2012 年中国网络广告发展情况
- 2012 年中国网络视频发展情况
- 2012 年中国网络游戏发展情况
- 2012 年中国微博发展情况
- 2012 年中国社交网站发展情况
- 2012 年中国即时通信服务发展情况
- 2012 年中国搜索引擎发展情况
- 2012 年中国网络金融服务发展情况
- 2012 年中国网络音乐发展情况
- 2012 年中国移动互联网发展情况
- 2012 年中国云计算发展情况
- 2012 年中国农村互联网发展情况
- 2012 年其他行业网络信息服务发展情况

2012 年中国互联网发展大事记（按时间排序）

1	2012 年伊始，近 50 家主流媒体网站加入改制上市大潮。人民网于 4 月 27 日成功登陆上海证券交易所，创造了中国资本市场的两个第一：第一家在国内 A 股上市的新闻网站，第一家在国内 A 股整体上市的媒体企业。
2	3 月 12 日，两大网络视频上市公司优酷网与土豆网宣布以 100%换股的方式合并，这是中国资本市场首次强强联合。8 月 20 日，优酷土豆集团公司正式成立，优酷 CEO 古永锵将担任集团董事长兼 CEO。
3	3 月 20 日，北京警方宣布，经过 40 多天侦查，破获了 CSDN 网站用户数据泄露案，疑犯曾某 2010 年 4 月利用网站漏洞窃取用户数据。CSDN 因技术保护落实不到位，被行政警告处罚。警方由此案还带破另外 4 起网络案，包括入侵网络商城，窃取用户数据，及登陆微博账号等。
4	3 月 21 日，移动通信市场分析公司 Flurry 发布报告称，中国 2 月采用苹果 iOS 或谷歌安卓操作系统的智能手机、平板电脑的新增用户数量，首次超过美国，占世界第一位。
5	3 月 30 日，工信部启动宽带普及及提速工程，旨在推动宽带普及及提速，网络惠及民生。同时包括阿里巴巴、百度、金山等 16 家企业也表示将积极参与工程，并向全国的互联网界发出积极推进网络网站扩容、创新和丰富网络应用等五条倡议。
6	5 月，工业和信息化部发布《互联网行业“十二五”发展规划》。《规划》明确了“对经济社会贡献持续提高”等七大发展目标，将从网络、市场、技术环境等方面实现产业的全面升级，使之更好地服务于经济发展和社会民生。
7	6 月 28 日，国务院发布《关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》，提出加快建设下一代信息基础设施，推动信息化和工业化深度融合，构建现代信息技术产业体系，全面提高经济社会信息化发展水平。
8	7 月 12 日，由公安部督办的查处境外淫秽色情网站“MM 公寓”在广东肇庆被破获，共抓获犯罪嫌疑人 8 名，其中刑拘 4 人，治安处罚 4 人。一系列涉黄大案要案的侦破，凸显政府管理部门加大网络信息安全处置能力得到提升。

9	7 月 19 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第 30 次“中国互联网络发展状况统计报告”显示，截至 2012 年 6 月底，通过手机接入互联网的网民数量为 3.88 亿，通过台式电脑接入互联网的有 3.80 亿，手机首次超越台式电脑，成为中国网民的第一大上网终端。而微博则成为使用率增幅最大的手机应用。
10	8 月，百度与奇虎 360 爆发搜索引擎规则之争，引发行业多方关注。11 月 1 日，在中国互联网协会组织下，12 家企业签署《互联网搜索引擎服务自律公约》，承诺积极构建健康、文明、向上的互联网搜索引擎传播秩序，遵循国际通行的行业惯例与商业规则，遵循公平、开放和促进信息自由流动的原则，营造鼓励创新、公平公正的良性竞争环境。
11	11 月 11 日，淘宝天猫平台举行“双 11”购物节活动，全天交易金额达到 191 亿元，创全球网购单日交易额新高。至 11 月 30 日，阿里巴巴集团宣布，淘宝、天猫当年交易总额突破 1 万亿元。
12	12 月 24 日，工业和信息化部发布数据显示，1-11 月，我国移动电话用户累计净增 1.18 亿户，达到 11.04 亿户。其中，3G 用户净增 9206.2 万户，达到 2.20 亿户，移动用户渗透率由上年末的 13%提升至 20%。
13	12 月 28 日，第十一届全国人民代表大会常务委员会通过《关于加强网络信息保护的决定》，规定任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公民个人电子信息。多个部委、省份发布互联网管理规定，有力地推进了中国互联网的有序发展。
14	截至 2012 年底，微信用户达 3 亿。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第 30 次“中国互联网络发展状况统计报告”显示，微博成为 2012 年度使用率增幅最大的手机应用。

2012 年中国互联网基础资源发展情况

IPv6 地址大幅提升，总量全球第三

截至 2012 年底，我国拥有 12,535 块/32 大小的 IPv6 地址段，较上一年度大幅增长 33.4%，我国主要网络运营商均已拥有大块 IPv6 地址，IPv6 地址总量已位列全球第三位。

截至 2012 年底，我国 IPv4 地址数量为 3.3 亿，基本与 2011 年持平，IPv4 地址供需矛盾进一步加强。

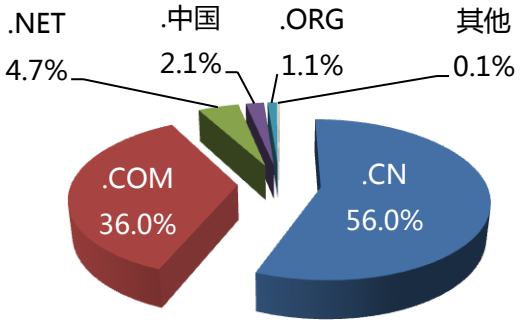
IPv6地址总量提升
至全球第三位

IPv4地址总量持平
供需矛盾加剧

域名增幅较大

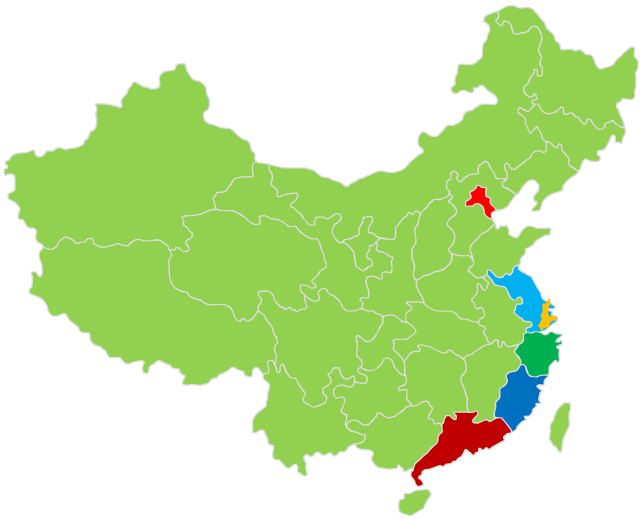
截至 2012 年底，我国域名总数 1341 万个，比 2011 年增加 73.1%。其中，“.CN”域名总数 751 万，比 2011 年增长 112.8%；“.COM”域名数量 483 万，占比 36.0%。

2012中国域名分布



网站缓慢增长

截至 2012 年底，中国网站数量共计 268 万个，较 2011 年底的 230 万个增长 16.8%。值得注意的是分省情况，广东网站数位居第一位，网站数量占网站总数的 16.3%；北京位居第二。



截至 2012 年底，中国网页数量 1227 亿个，比 2011 年同期增长 41.7%。

国际出口带宽增速加快

截至 2012 年底，中国国际出口带宽为 1,899,792 Mbps，年增长率 36.7 %。

国际出口带宽数（Mbps）	
中国电信	1,048,848
中国联通	586,279
中国移动	206,563
中国教育和科研计算机网	35,500
中国科技网	22,600
中国国际经济贸易互联网	2

2012 年中国互联网基础设施建设情况

互联网骨干网络进入规模发展时期

“宽带中国”战略加速

全国FTTH覆盖家庭全年新增5123万户，总体规模达到9473万户

互联互通扩容力度加大

我国互联网网间互联总带宽到984.9G，增长46.65%。全年共扩容313G

国际网络布局初具规模

我国国际互联网出口带宽4.21Tbps，年增长率47%，海外POP节点数量达50个

云计算、无线网络基础设施快速发展

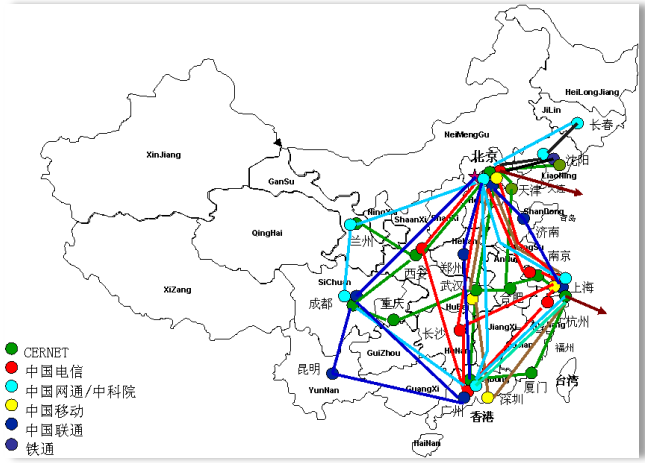
大型互联网企业引领自建基础设施潮流

中国下一代互联网提升至国家战略

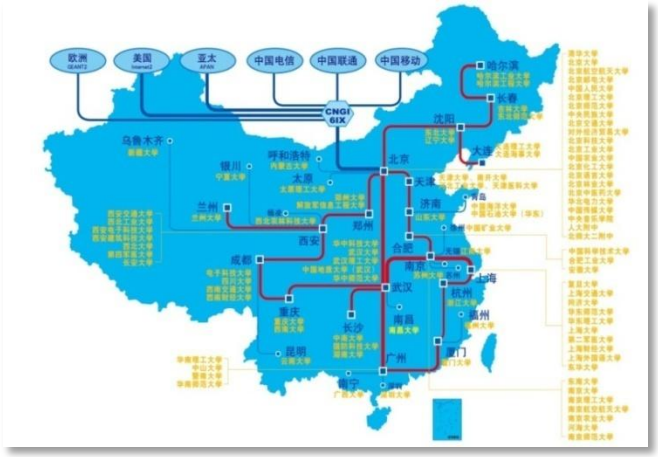
发改委、工信部等 7 部委联合发布《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》，将 IPv6 建设发展分为现网商用试点阶段和全面商用部署阶段两大阶段，并确定各阶段任务。

发改委批复 80 亿专项资金，实施 “下一代互联网信息安全专项”和“下一代互联网技术研发、产业化和规模商用专项”。

- **2G 存量用户数由增转减的拐点**
- **3G 网络建设进入平稳发展期**
- **运营商 3G 基站规模达 81.8 万个**



CNGI 示范工程核心网



CERNET2 核心网

2012 年中国三网融合发展情况

三网融合试点范围扩大，首批试点地区的双向进入业务经营申请获得批复

广电国家级网络公司成立获批，短期内无法对三网融合格局造成影响

IPTV监管政策趋于明朗，有利于IPTV业务推广和长期发展

小米盒子

乐视盒子

百事通“小红”

互联网电视一体机

电信运营商发力，IPTV 迅速发展

2012 年电信行业宽带网络覆盖和普及程度不断提高，IPTV 业务取得了飞跃式发展，年底用户过 2300 万，相比上年底的 1400 万增长了 900 万，一年增量超过 2004 到 2010 的 7 年发展总和。

广电开展省网整合和双向改造工作

目前，广电已建成覆盖 30 个省（市、自治区）的省际干线光缆网和覆盖各地市的省内骨干光缆网，有 26 个省基本完成“一省一网”整合，但在宽带业务开展方面，主要以租赁电信方面的大带宽专线提供业务。数字化、双向、高清业务成为广电行业发展重点。格兰研究数据显示，2010 年开始，广电有线双向网络改造开始提速，双向网络覆盖用户呈现稳定增长态势，但是双向网络改造渗透用户增长较慢，保持约每年 2%的增长速度。

互联网企业集中进入互联网电视市场

“小米盒子”、乐视网“超级电视”、百视通的“小红”、优朋普乐机顶盒等纷纷上市，加上国内主流厂家的互联网电视一体机，中国互联网电视市场呈现空前繁荣，也意味着竞争和整合的开始。

网络视频整体处于平台期，

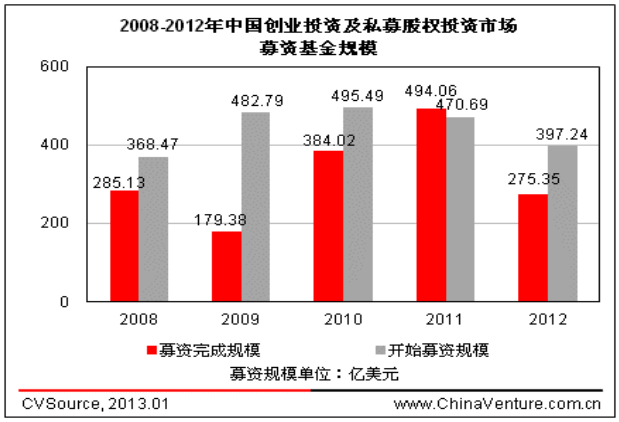
力求视频内容专业化和 OTT 模式突破

网络视频业务提供商与牌照方合作拓展 OTT TV 业务，力求在商业模式上有所创新。

类型	网络视频服务提供商	合作方（牌照方）	合作方式
参与/主导服务平台型	乐视网	CNTV	乐视： 负责终端、内容平台运营、CDN分发 CNTV： 负责播控
	奇艺	中央人民电台	央广新媒体、 江苏电视台、 奇艺网 成立银河互联网电视

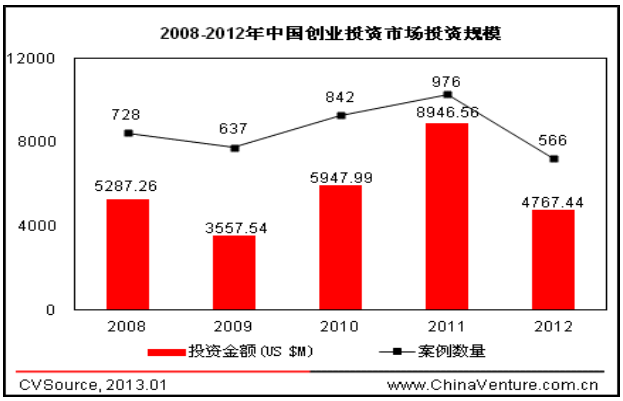
2012 年中国网络资本发展情况

中国 VC/PE 市场基金募资疲软，全年基金募资规模收缩



相比新基金成立情况，2012 年募资完成(含首轮募资完成)情况不容乐观

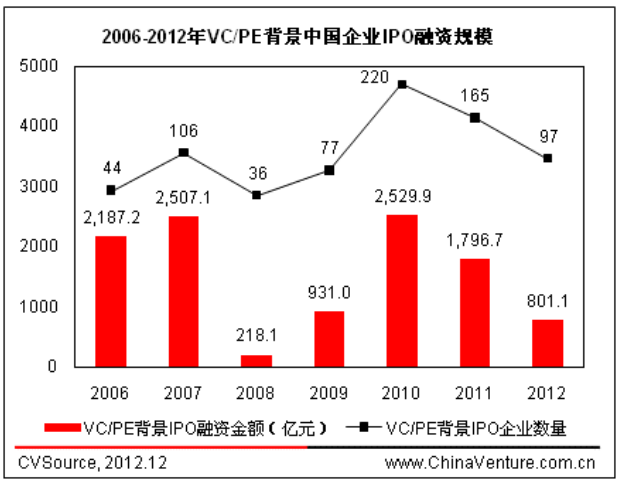
中国市场 VC 投资规模收缩



2012 中国互联网企业 IPO 总案例数下降

企业	上市时间	交易所	行业分类	募资金额
TTG	20121127	ASX	电子商务	120.00 万澳元
欢聚时代	20121121	NASDAQ	网络游戏	8190.00 万美元
环球市场	20120622	LSE	电子商务	1.00 亿元
拉手网	20120619	NASDAQ	电子商务	7499.79 万美元
人民网	20120427	SSE	互联网	13.82 亿元
唯品会	20120323	NYSE	电子商务	7152.99 万美元
三六五网	20120315	ChiNext	行业网站	4.54 亿元

2012 年 97 家 VC/PE 背景中国企业在全球资本市场实现上市，总计融资达 801.1 亿元，数量和金额同比分别下降 41.2%、55.4%，融资金额创下近四年新低。



2012 年中国互联网政策法规建设情况

互联网主要政策

- 宏观发展政策：工业和信息化部印发《互联网行业“十二五”发展规划》，明确到“十二五”期末，建成宽带高速、广泛普及、安全可靠、可信可管、绿色健康的网络环境。
- 推进网络设施建设：国家发展改革委办公厅等部委联合印发《下一代互联网“十二五”发展建设的意见》，明确发展下一代互联网的指导思想、基本原则和发展目标。《工业和信息化部关于实施宽带普及提速工程的意见》公布，提出以“建光网、提速度、促普及、扩应用、降资费、惠民生”为总体目标。
- 促进网络科技发展：《国家发展改革委办公厅关于组织实施2012年下一代互联网技术研发、产业化和规模商用专项的通知》提出：通过2012年专项的组织实施和带动，使我国下一代互联网发展要在网络建设与用户规模、业务应用与终端、技术突破与产业带动三方面实现既定目标。
- 优化互联网市场：《工业和信息化部关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》公布，对鼓励民间资本开展增值电信业务作出了具体规定。
- 保护网络知识产权：国家知识产权局印发《2012年国家知识产权战略实施推进计划》，要求按照“任务导向、突出重点、兼顾全面、务求实效”的原则，推动落实《国家知识产权战略纲要》。

互联网法制建设

- 2012年12月28日，第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》，规定国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息，明确有关信息的收集和使用规则、保密和补救措施以及违法行为救济等制度。
- 9月23日，《国务院关于第六批取消和调整行政审批项目的决定》发布，决定取消“经营性互联网信息服务提供者境内上市前置审查”项目。
- 《国务院2012年立法工作计划》将互联网信息服务管理办法（修订）（国家互联网信息办公室起草）列为“力争年内完成的项目”，将电信法（工业和信息化部起草）列为“需要抓紧工作、适时提出的项目”，将互联网上网服务营业场所管理条例（修订）（文化部起草）列为“需要积极研究论证的项目”。

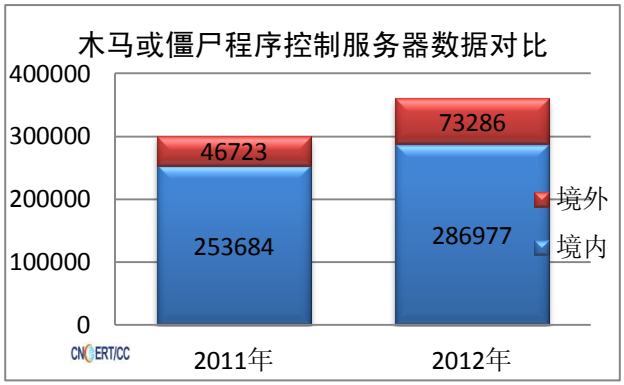
互联网制度建设

- 加强网络信息保护——《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》
- 调整和加强域名管理——《中国互联网络信息中心域名注册实施细则》
- 规范网络团购经营活动——《国家工商行政管理总局关于加强网络团购经营活动管理的意见》
- 打击侵害网络知识产权行为——《国务院办公厅关于印发2012年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点的通知》
- 规范网络文化执法行为——《网络文化市场执法工作指引（试行）》
- 加强对网络支付的规范与管理——《支付机构预付卡业务管理办法》
- 加强网络地图服务监管——《全国国家版图意识宣传教育和地图市场监管协调指导小组关于进一步加强网络地图服务监管工作的通知》

2012 年中国计算机网络与信息安全情况

网络安全状况平稳但挑战依然严峻

2012 年 CNCERT 抽样监测结果显示，在利用木马或僵尸程序控制服务器对主机进行控制的事件中，控制服务器 IP 总数为 360263 个，较 2011 年增加 19.9%，受控主机 IP 总数为 52724097 个，较 2011 年大幅增长 93.3%。



“飞客”蠕虫传播猖獗

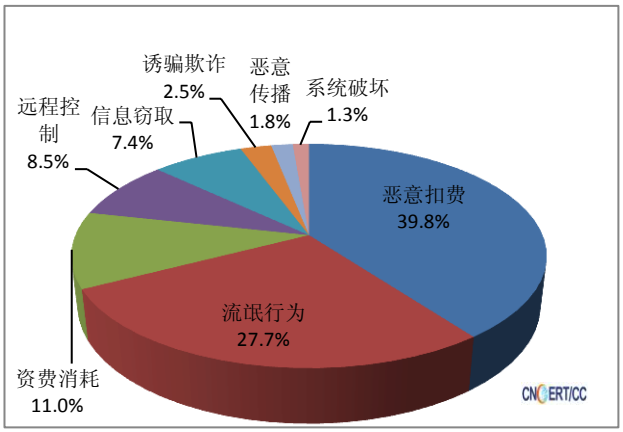
2012 年全球互联网月均有超过 2800 万个主机 IP 感染“飞客”蠕虫，排名前三的国家或地区分别是中国大陆（14.3%）、巴西（10.9%）和俄罗斯（6.5%）。

恶意程序传播频繁

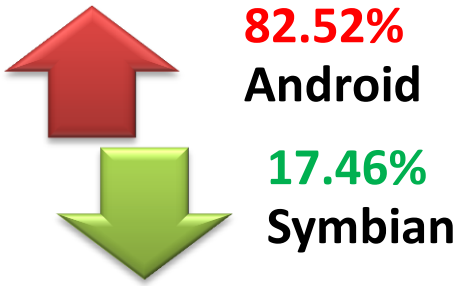
2012 年，CNCERT 监测发现已知恶意程序[1]的传播事件 7350508 次，其中涉及已知恶意程序的下载链接 38076 个，“放马站点”（指存放恶意程序的网络地址）使用的域名 6602 个，“放马站点”使用的 IP 地址 8290 个。

移动互联网恶意扣费类恶意程序居首

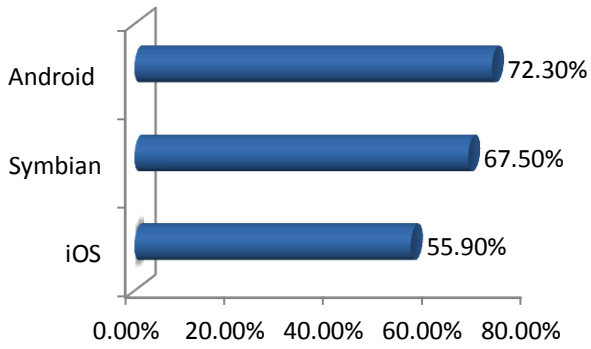
2012 年 CNCERT 捕获及通过厂商交换获得的移动互联网恶意程序样本数 162981 个。其中，恶意扣费类的恶意程序数量居首位，为 64807 个，占 39.8%，流氓行为类（占 27.7%）、资费消耗类（占 11.0%）分列第二、三位。



按操作系统分布统计，2012 年捕获移动互联网恶意程序主要针对 Android 平台，共有 134494 个，占 82.52%，其次是 Symbian 平台，共有 28452 个，占 17.46%。此外也有少量的针对 J2ME 平台的恶意程序。Android 平台用户和应用商店的快速增长，以及 Android 平台的开放性导致 Android 平台恶意程序从 2011 年的 39.3%大幅增长至 82.52%。



移动互联网安全产品普及度较高

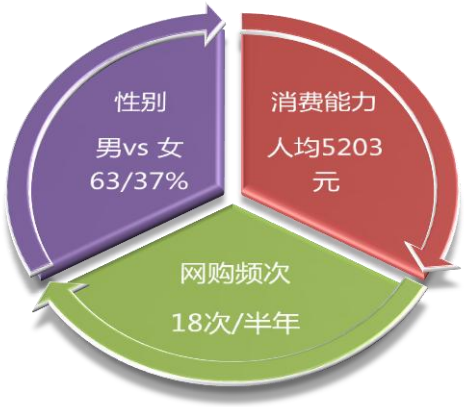


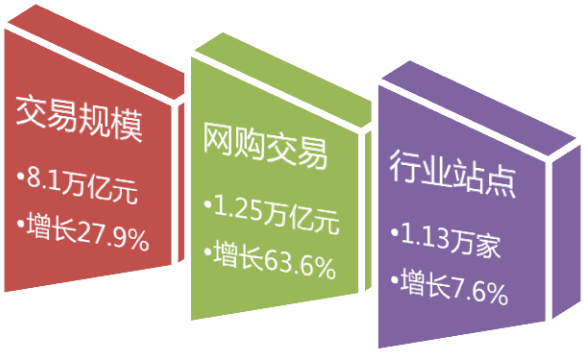
[1] “已知恶意程序”是指被主流病毒扫描引擎识别和命名的恶意程序，而“未知恶意程序”是指虽有恶意行为但尚未被主流扫描引擎识别和命名的恶意程序。

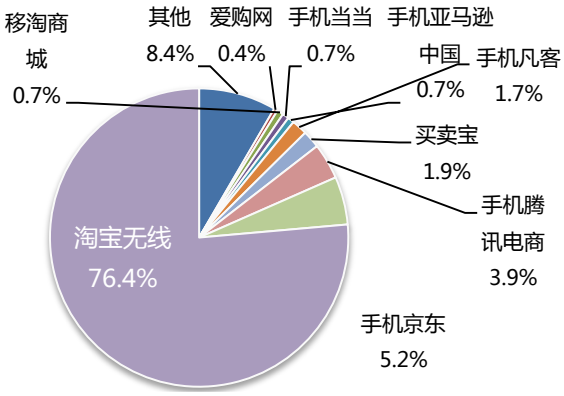
2012 年中国电子商务市场高速发展

我国电子商务市场高速发展

2012 年，电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，正在形成与实体经济深入融合的发展态势。与此同时，国家层面的政策法律监管扶持进一步加强。相关部门协同推进电子商务发展的工作机制初步建立，围绕促进发展、电子认证、网络购物、网上交易和支付服务等主题，出台了一系列政策、规章和标准规范，为构建适合国情和发展规律的电子商务制度环境进行了积极探索。







网络购物用户加速增长

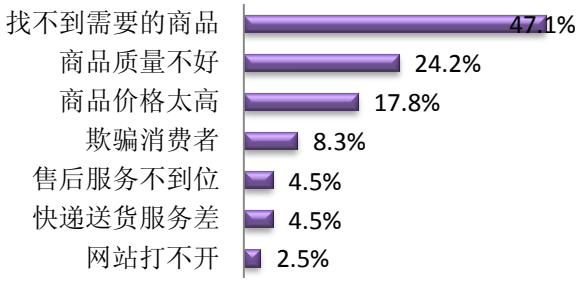
截止 2012 年底，我国网络购物用户规模达到 2.42 亿，网民使用网络购物的比例提升至 42.9%。网购用户增长率为 24.8%。其中手机网络购物成为拉动网络购物用户增长的重要力量，2012 年手机网购用户年增长 136.5%，达到 5550 万人。从地域来看，我国六大区域中网络购物渗透率最高的是华东地区，达到 47.1%。从商品类型来看，网上购买最多的商品类型是服装鞋帽，81.8%的用户最近半年在网上购买过服装鞋帽。

移动电子商务增速明显

2012 年移动网络购物整体市场规模 550.4 亿元，其中淘宝无线居主导地位，占比达到 76.4%。

网站用户流失原因分析

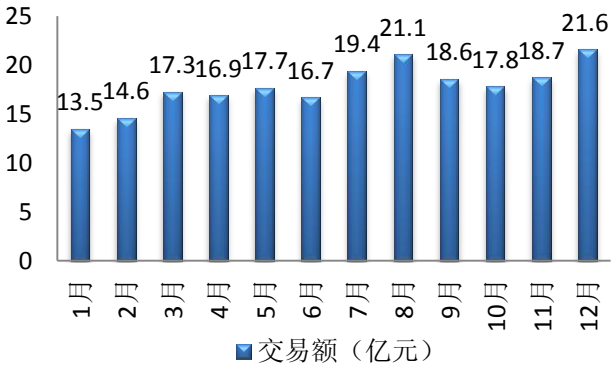
网购用户放弃使用某一购物网站，最主要的原因是找不到需要的商品，占流失用户的 47.1%。因为商品质量不好和商品价格太高的用户有 24.2%和 17.8%。还有 8.3%的用户是因为网站欺骗消费者。由于售后服务不到位和快递服务差的均为 4.5%。



团购业务稳中求进，网上支付快速发展

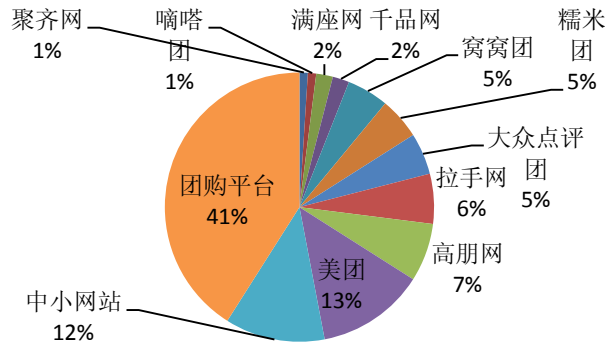
团购业务稳中求进

本地生活服务以团购为突出代表，在网民互联网应用中扎根发展，行业集中度进一步提高。据团 800 数据显示，2012 年团购总成交额达 213.9 亿元，同比 2011 年增长 93%，全年总购买人次达到 4.56 亿人，较 2011 年增长 45%。



截至 2012 年 12 月，我国团购用户数为 8327 万，使用率提升至 14.8%，较 2011 年底上升 3.3 个百分点。团购用户全年增长 28.8%，依然保持相对较高的用户增长率。

手机团购依然是重要的增长领域，2012 年手机团购用户增长 88.8%，用户规模为 1947 万。



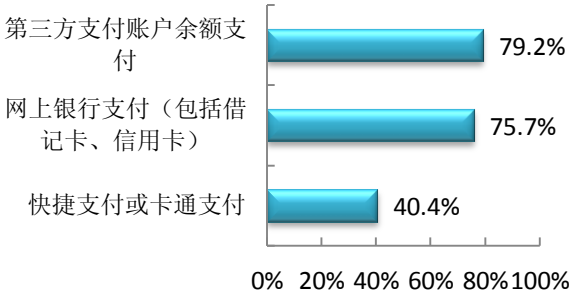
用户行为分析

2012 年，我国网民团购最多的商品集中在餐饮、休闲和生活服务方面。团购用户消费的餐饮美食团购达 95.68 亿元，居于所有团购产品/服务品类首位；第二位的是休闲娱乐，消费金额为 48.36 亿元；第三位的是生活服务，为 25.92 亿元；用户团购网购精品和酒店旅行的总金额分别为 21.56 亿元和 18.39 亿元。

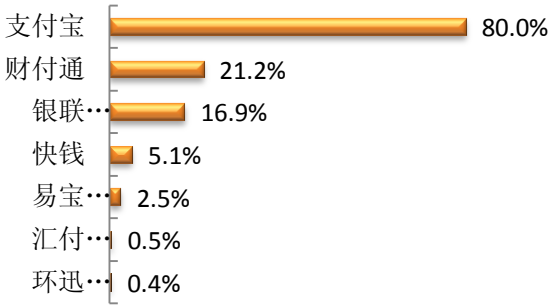
与 2011 年相比，三四线城市成团金额占比明显上升，团购的影响力不断扩大。2012 年，三四线城市总销售额达到 99.41 亿元，占总体量的 46.5%。深圳、成都、武汉、西安、天津、重庆、杭州、南京 8 个二线城市对全国业绩的贡献占比从 2011 年的 23.8%微降至 22.5%。全国性的团购占比为 8.16%。

第三方支付增速明显

移动支付呈现快速发展的态势，支付宝、财付通、快钱、汇付天下等互联网支付厂商纷纷推出移动支付产品，进行了大规模的市场推广活动；移动、联通和电信三大运营商也纷纷成立支付公司，移动近场支付商用城市不断增加。手机网上支付用户规模达到 4426 万。



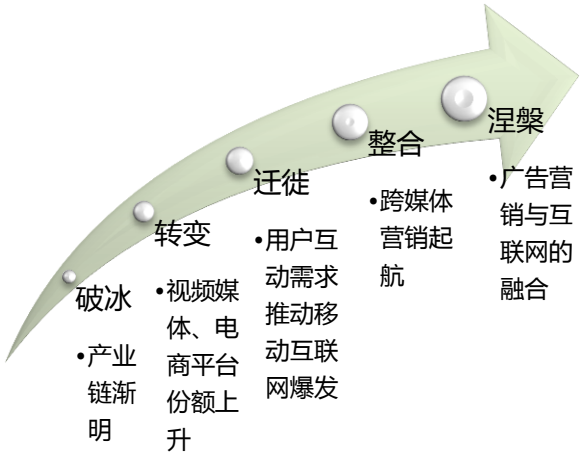
第三方支付工具竞争加剧，支付宝在网民覆盖率中仍遥遥领先。



2012 年中国网络广告发展情况

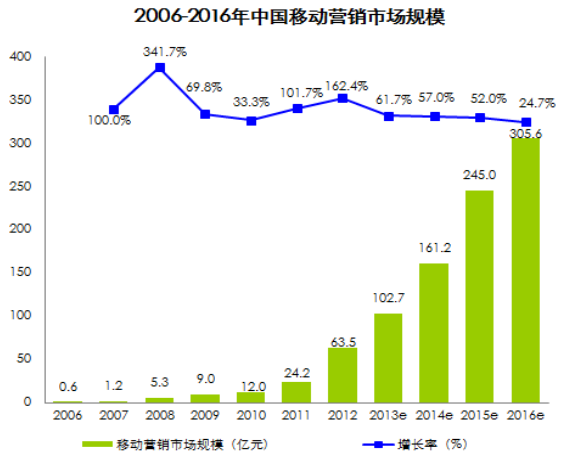
网络广告发展跌宕起伏

网络广告依然是引领互联网行业发展的核心力量。2012 年我国网络广告行业更是经历了全新的突破，发展可谓跌宕起伏。2012 年中国互联网广告市场规模为 753.1 亿元，较 2011 年增长 46.8%。网络广告发展呈现出季节性的周期变化，一季度受春节假日的影响，市场规模环比下跌了 13.8%，其余各季度均保持平稳快速增长。



移动营销市场爆发

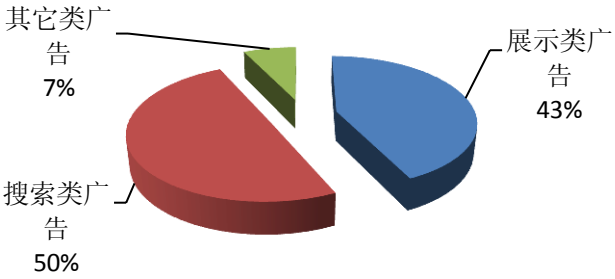
2012 年移动营销市场规模为 63.5 亿元，较 2011 年增长 162.4%，可谓爆发增长的一年。2012 年四个季度中国移动营销市场规模均保持 20%以上环比增长。

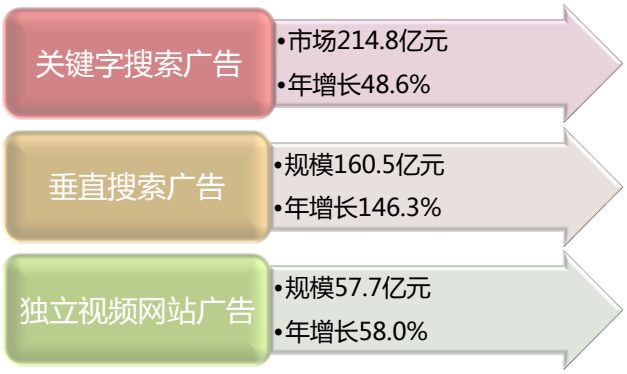


新兴广告业务发展强劲

2012 年包括品牌图形广告、富媒体广告、视频贴片广告在内的展示类广告总体市场份额继续下降。而关键字搜索以及垂直搜索等搜索类广告增长十分迅速。从细分广告形式来看，垂直搜索、视频贴片、搜索关键字为网络广告市场增长的三大驱动力。

2012 年交通类广告主仍为第一大广告主，投放金额份额由 2011 年的 20.4%提升至 2012 年 21.1%。网络服务类广告主和房产类广告主的比重均有所下降，份额分别为 13.3%和 11.6%。各行业广告投放比例详见报告。





精准营销广告需求上升

移动互联网的爆发对社交网站的影响很大，流量转移在社交网站上表现尤为明显。但是，对于社交网站上的广告，广告主精准营销需求上升，因此也正在从传统的展示广告向定向细分的社交广告转变，未来网络社区广告市场发展趋势较好。

2012 年中国网络视频发展情况

网络视频持续高速发展

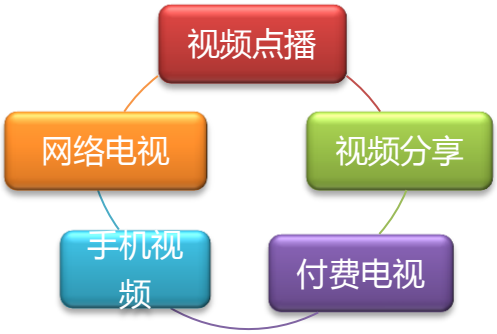
截至 2012 年 12 月底，中国网络视频用户数量增至 3.72 亿，年增长率达 14.5%，在网民中的使用率由上年底的 63.4%提升至 65.9%。尤其是手机视频用户已经达到 1.34 亿，环比增幅达到 42%。

与此同时，行业发展环境也有了较大改善。一方面互联网电视进入实施推广阶段。截至目前国内共发布了 7 张互联网电视牌照；广电总局已将上海、长沙、杭州作为试点。另一方面，广电总局颁布了针对网络自制节目的相关标准，要求网络剧、微电影需先审后播，审核标准由行业协会制定。以上两个政策标志着网络视频与电视媒体从渠道到内容的全面竞争的开始。

手机视频业务关注度高

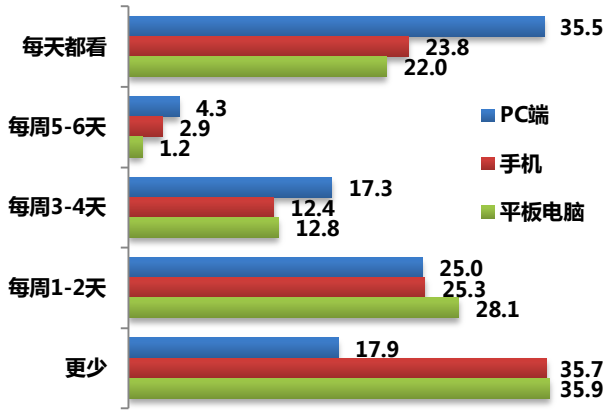
当前，视频点播服务已经成为网络视频行业的主流业务模式，同时社会化媒体的兴起为视频分享提供了新的机遇。移动互联网的迅猛发展让手机视频业务受到行业关注，手机网民中手机网络视频的使用率已从 22.5%增至 31.5%。这直接导致 2012 年所有视频网站重点发展移动端应用业务。

随着智能手机用户的高速增长，移动视频市场的规模和广告价值也迎来了爆发性增长。据爱奇艺公司最新数据显示，目前移动终端流量已占爱奇艺总流量的 33%。据优酷发布的数据显示，其移动端流量也已占到优酷总流量的五分之一。

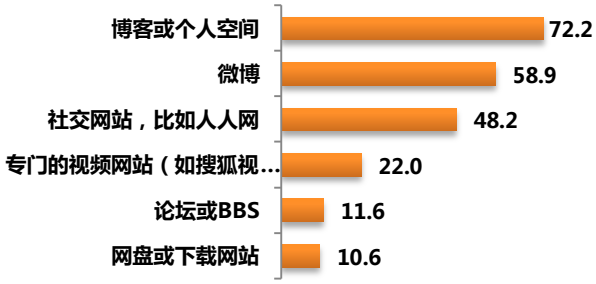


网络视频用户粘性较高

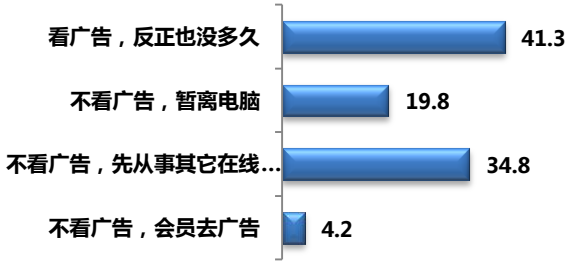
网络视频用户中，超过 80%的 PC 端用户每周至少有 1-2 天收看；在手机端和平板电脑端这一数据接近 65%，充分说明网络视频对用户的黏性较高。



CNNIC 调查显示，视频网站用户中有过视频分享行为的比例为 47%，接近一半。其中，微博、社交网站和专业视频网站的视频分享均保持快速增长。



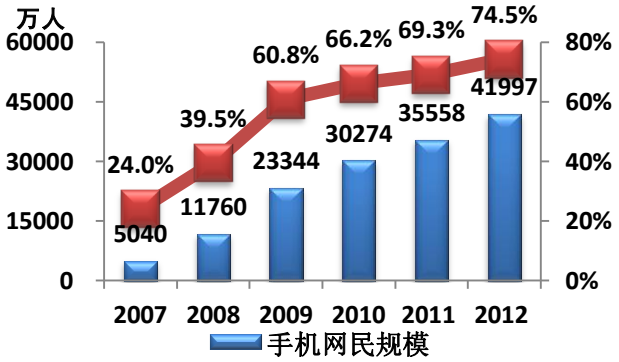
CNNIC 调查显示，41.3%的网络视频用户在遇到广告时会选择耐心收看。只有 21.1%的网络视频用户能够接受超过 1 分钟的广告。



2012 年中国网络游戏发展情况

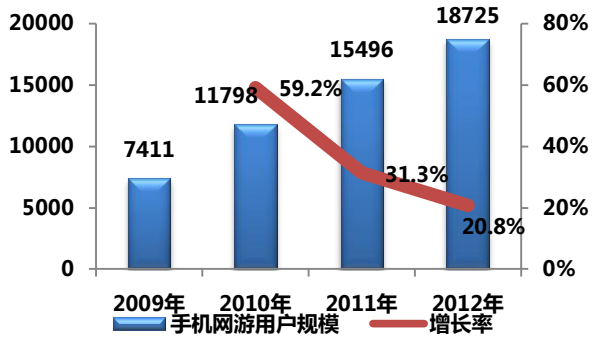
手机游戏成为行业焦点

根据 CNNIC 报告显示，截至 2012 年 12 月底，我国手机网民规模达到 4.2 亿，较 2011 年底增加了 6440 万人，网民中使用手机上网的人群比例由 2011 年底的 69.3%提升至 74.5%，并于年中超越使用台式电脑接入互联网的网民。



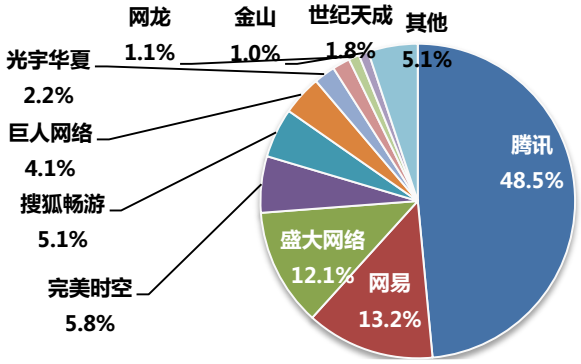
手机网络游戏增速放缓

手机网络游戏虽然保持较快增长，但其受到终端设备以及用户体验影响，很难实现类似小型棋牌游戏、大型客户端游戏的大规模普及。手机网络游戏仍处于补充地位，还没有形成核心竞争力。手机网络游戏尚处于发展初期，但随着终端上技术的不断开发，移动互联网的快速发展，手机网络游戏与 PC 端游戏相比，发展进程会大大缩减。



市场格局稳定

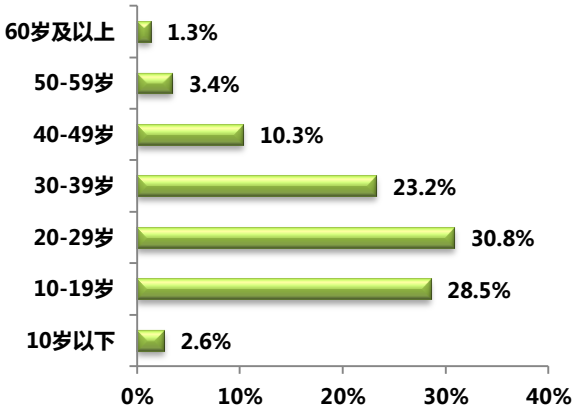
中国网络游戏市场格局依然呈现出长尾状态，少数大企业占据了绝大多数市场份额，小厂商在网页游戏以及手机游戏上的发力，使其具备一定市场空间。



年轻群体为主要用户群

截至 2012 年底，中国网络游戏用户规模达到 3.36 亿，网民渗透率从 2011 年的 63.2%降至 59.5%。用户绝对规模增长 1142 万，增长率仅为 3.5%，再次创新低。

网络游戏用户男女比例分别为 60%和 40%，男性用户占比高出女性用户 20 个百分点。网络游戏用户主要集中在 10-29 岁人群，其中 20-29 岁人群占比最高，为 30.8%。



发展趋势

- ✧ 游戏呈现客户端更为丰富，但发展空间有限
- ✧ 客户端游戏用户增长放缓，粘性继续加深
- ✧ 手机游戏成为小厂商竞争重点
- ✧ 用户消费意识转变，手机游戏付费习惯培养中

2012 年中国微博发展情况

手机用户增幅较大

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，截至 2012 年 12 月底，我国微博用户规模为 3.09 亿，较 2011 年底增长了 5873 万，增幅达到 23.5%。网民中的微博用户比例较上年底提升了六个百分点，达到 54.7%。

截至 2012 年底，我国用手机上微博的网民数为 2.02 亿，在手机网民中的使用率为 48.2%，相比 2011 年增长了 9.7 个百分点，是连续两年来使用率涨幅最大的手机应用，发展势头强劲，逐渐成为手机端的主流应用。

	总覆盖人数(万)	总覆盖人数比例
全部	30957.6	100%
腾讯微博	24532.0	79.24%
新浪微博	23320.6	75.33%
搜狐微博	6956.0	22.47%
网易微博	3263.2	10.54%

商业模式趋于多样化

微博用户规模的快速增长，使其商业价值快速攀升，越来越多的机构开设了微博账号。据统计，截止 2012 年底，新浪企业微博用户超过 26 万，政务微博用户超过 6 万

2012 年 4 月新浪推出“微博广告产品”。新浪的微博广告分为横幅广告、侧边栏广告、粉丝通等。根据新浪发布的数据，2012 年，新浪微博总收入达到 6600 万美元，其中广告收入占 77%。

根据新浪发布的数据，2012 年，新浪微博的增值服务收入达到 1500 万美元。其中在 2012 年第四季度为 720 万美元，较上一季度增长 65%，表现出了强劲的增长势头。

相关数据显示，新浪微博开放平台的第三方应用增长迅猛。从上线到 2011 年 2 月，通过审核的应用超过 800 款，而到 2012 年三月，这一数据达到了 3.4 万

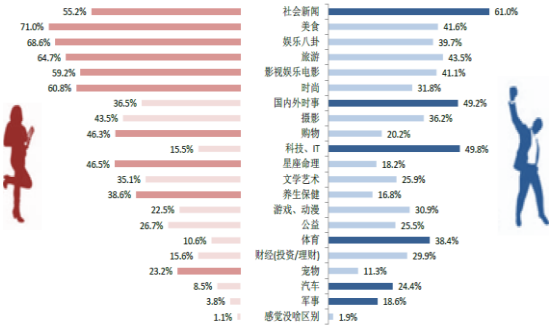
用户行为差异化明显

- **微博使用场景**

虽然家里\宿舍、上班时等仍然是重要的使用微博的场景，但是，更多的碎片化时间被微博占用了，比如临睡前、路上\交通工具上、工间\课间、如厕\排队等等。

- **信息类型偏好**

调查显示，国内微博客用户对社会时政和娱乐休闲类信息的关注度明显高于其他信息。在微博信息消费上，微博用户具有明显的性别差异：男性用户更多的通过微博获取社会时政、或者 IT、体育、汽车、军事等具有男性化的信息上，而女性则更多的把微博当做消费活动的助手。



未来发展受到多重影响

- **移动化对微博的影响**：微博因为其内容简短、传递及时的特点，也使其成为与手机最为匹配的应用之一。未来，和手机相结合的功能可能会被微博更多的开发出来。
- **大数据对微博的影响**：借助这些信息，利用大数据分析技术，微博客服务商能够识别用户偏好的信息，针对性的推送用户偏好的内容和应用，提升服务能力，增加用户粘性。
- **微信对微博的影响**：到 2013 年 1 月 23 日，微信用户则达到 3 亿。微信和微博的竞争，不仅是对社交关系的竞争，更多的是对手机屏幕的竞争。

2012 年中国社交网站发展情况

社交产品创新多

➢ 布局移动互联网成为核心战略

截至 2012 年 12 月，中国使用手机上网的网民规模已经达到了 4.2 亿，近四分之三（74.5%）的网民会通过手机接入网络，使用手机上网的网民规模超过台式电脑，成为中国网民的第一大上网终端，移动互联网时代已经到来。人人网、开心网均努力提升各条产品线移动互联水平。

➢ 新型社交类应用引发社交产品创新潮

2012 年年初，人人网、360、腾讯、一淘等大的互联网公司也推出了类似图片分享类社交应用 Pinterest 的产品。由于此类网站内容多为产品的图文展示，因此能够很好地融入电子商务服务，从而实现了社会化电子商务的运营模式。

➢ “社交”融入到各类网络应用中

游戏、电子商务、搜索、媒体等互联网应用不断融合社交因素，以丰富自身的功能、提升用户体验。

➢ 社交网站尝试通过细分化、专业化突围

独立地推出一些垂直化社交应用成为社交网站突围的重要途径，比如突出社交游戏平台定位，针对职业人士推出职业社交网站，2012 年又有社交网站专门针对父母群体等专门人群推出社交应用。

市场格局稳定

由于 PC 端发展形势不佳，同时又要花费大量投入进军移动互联网，或者推出新的社交应用，因而在 2012 年，许多主要的社交网站处于亏损状态。

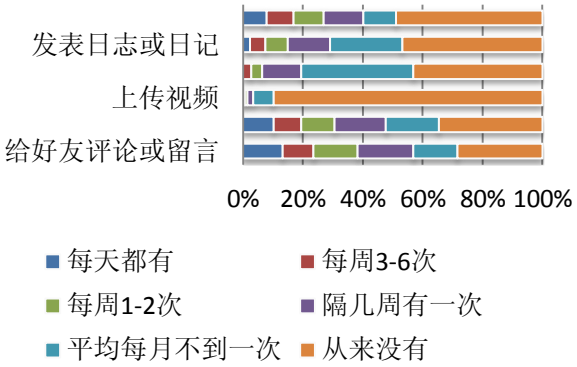
用户行为交互性增加

中国互联网络信息中心（CNNIC）《第 31 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2012 年 12 月底，中国社交网站用户数量为 2.44 亿，全年新增用户 919 万，增量较上一年明显下降。在使用率方面，社交网站用户占网民比例为 47.6%，比上年底回落了近四个百分点。

➢ 用户内容生成与互动行为

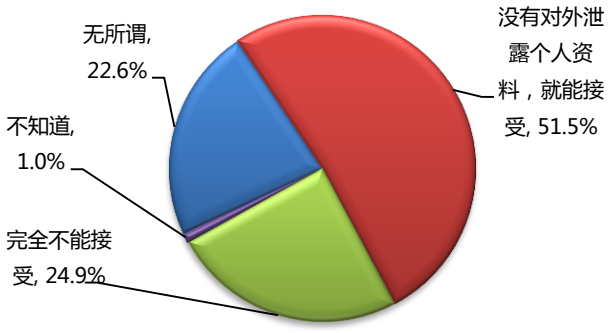
分享和转发内容是用户最常见的内容生成方式，10.3%的社交网站用户每天分享、转发内容，20.3%的用户每周至少有一次这样的行为。

社交网站用户内容生成与互动活跃度



➢ 个人信息与精准广告

调查显示，社交网站对个人资料的商业使用，有超过一半的用户表示只要没有对外泄露个人资料，就能够接受这一行为。



社交化、移动化趋势明显

➢ 移动社交将继续加快创新步伐
➢ 社交网络逐步走向企业
➢ 社交化、移动化将成为大数据的基础

2012 年中国即时通信服务发展情况

移动化、生活化、平台化

➢ 移动化

2012 年是即时通信服务面向移动服务发展最为显著的一年。中国移动即时通信服务市场用户规模达到 9.43 亿，年增长率达 50.17%。从产品方面看，微信、陌陌、啪啪等产品丰富了中国即时通信市场的产品种类，并迅速受到用户的热捧。

移动互联网的崛起客观上促使中国移动即时通信市场格局发生变化。移动市场的活跃用户规模以 58.03%的增长率突破 5 亿大关。其中，尤为注意的是微信爆发式的增长，并以 30.72%的市场份额迅速攀升至中国移动即时通信服务市场的亚军。

➢ 生活化

即时通信的概念被重新定义，力图融合社交、位置服务、娱乐等多重元素并涌现大量新产品。如基于地理位置而产生的移动社交工具--陌陌；面向图片社交应用类产品--啪啪等。目前，移动即时通信产品不仅是作为用户沟通交流的基础需求，而且开始展现出更加多元化的发展方向，社交、生活服务、娱乐等更多的元素成为移动类产品的新特征。

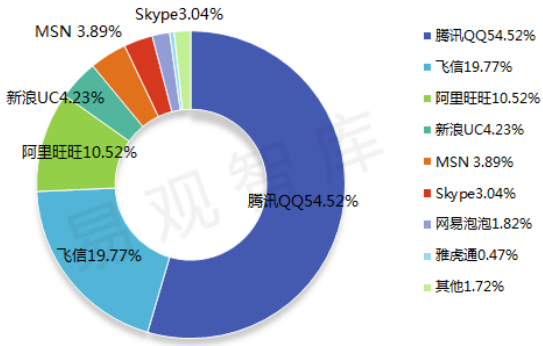
➢ 平台化

即时通信市场趋于综合化、生活化的发展，使得用户对于大平台的认可度加强，客观上提升了该领域市场的集中度。平台优势在即时通信市场仍然是重要因素，是影响用户、运营商进行重新选择的考虑重点。

市场规模稳步增加

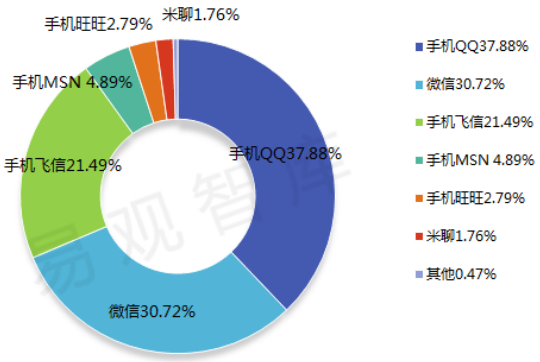
据易观智库《2012 年中国即时通信市场监测报告》，截至 2012 年底，中国即时通信市场注册用户规模达到 40.44 亿，较 2011 年增长 14.15%，活跃用户规模达到 12.49 亿，较 2011 年增长 17.23%。

2012中国即时通信市场注册账户数市场份额



截至 2012 年底，中国移动即时通信市场注册用户规模达到 9.43 亿，较 2011 年增长 50.17%，活跃用户规模达到 5.24 亿，较 2011 年增长 58.03%。

2012中国移动IM市场注册账户数市场份额



积极应对移动化挑战

- ➢ 细分市场：
  - ■ PC 格局稳定
  - ■ 移动市场格局变化快速
- ➢ 平台化、综合化趋势明显：
  - ■ 深入生活、服务、娱乐市场，成为移动端重要平台
  - ■ 产品的输入输出方式进一步衍进，并催生新的产品形态
- ➢ 竞争-合作成为即时通信市场运营商博弈的主要内容

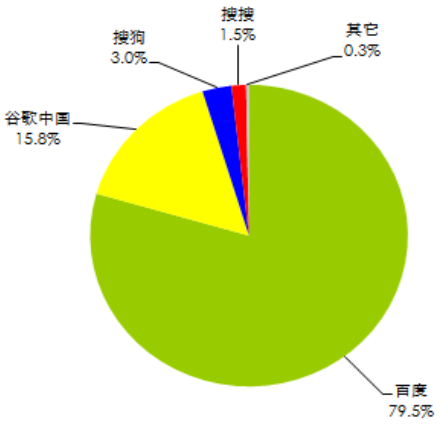
2012 年中国搜索引擎发展情况

良好的增长性

2012 年中国搜索引擎市场保持快速增长势头，呈现良好的增长性。据艾瑞咨询数据，2012 年搜索引擎市场规模为 280.7 亿，相比 2011 年增长 48.6%。

在产品层面上，各搜索引擎企业呈现差异化发展态势。在流量份额结构层面上，受奇虎 360 影响，2012 年中国搜索市场发生了剧烈变化。在市场营收份额结构层面上，变化尚未显现。2012 年全年百度营收占搜索市场年度总营收的 79.5%，继续占据行业领先地位，优势明显。谷歌中国以 15.8%的收入份额位居第二。搜狗占比 3.0%，搜搜占比 1.5%，分别位居第三、四位。

2012年中国搜索引擎企业总营收份额



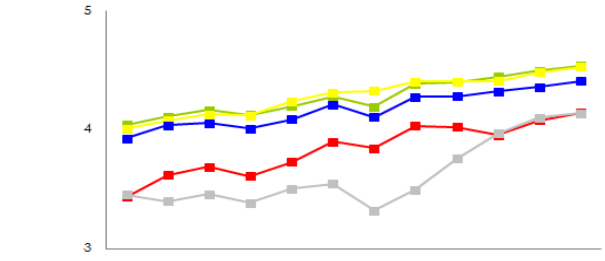
从基本面上来看，中国搜索引擎市场状况良好，具备较高的发展潜力。对中小企业客户的拓展和品牌客户市场的挖掘将进一步提升市场的活跃客户数量及 ARPU 值，推动搜索市场保持较为强劲的增长。

年轻用户群为主

根据艾瑞 iUserTraker 的监测数据显示，2012 年中国搜索服务的月度覆盖人数规模为 4.0-4.5 亿，各月的同比增长维持在 9.0%-11.0%之间，保持较为稳健的增长速度。

搜索引擎是互联网最重要的入口之一，网民习惯于通过搜索引擎到达其它类型的网站。搜索引擎作为连接其他网络服务的桥梁，其流量分发作用不可小视，短期内其核心地位仍将持续。

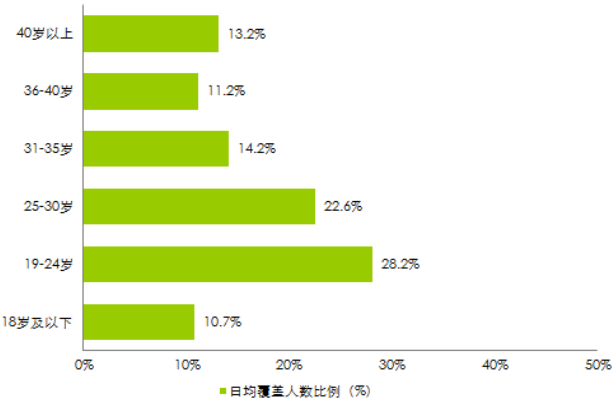
2012年网络服务月度覆盖人数TOP5



	2012-01	2012-02	2012-03	2012-04	2012-05	2012-06	2012-07	2012-08	2012-09	2012-10	2012-11	2012-12
搜索服务	4.04	4.11	4.17	4.13	4.20	4.28	4.20	4.39	4.40	4.45	4.50	4.54
在线视频	4.01	4.08	4.13	4.12	4.24	4.31	4.33	4.41	4.40	4.41	4.48	4.53
社区交友	3.93	4.04	4.06	4.01	4.09	4.21	4.11	4.28	4.28	4.32	4.36	4.41
新闻资讯	3.44	3.62	3.69	3.61	3.73	3.90	3.85	4.03	4.02	3.95	4.08	4.15
电子商务	3.46	3.40	3.46	3.39	3.51	3.55	3.32	3.50	3.76	3.97	4.10	4.14

据 iUserTraker 的监测数据显示，2012 年中国网民搜索服务用户中，19-30 岁的用户是搜索服务的主力用户，其合计占比 50.8%，达到搜索服务整体用户的半数以上。

2012年中国网民搜索服务用户年龄分布情况



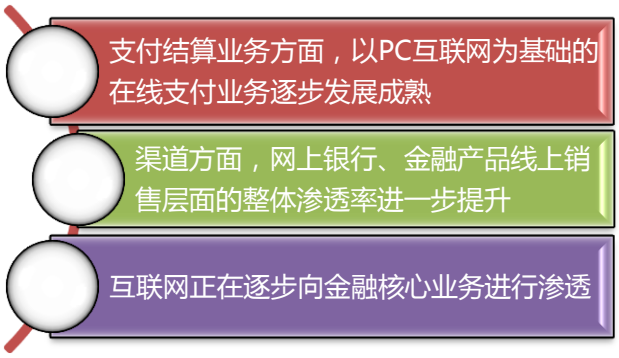
移动时代与差异化竞争的挑战

- 搜索企业更加重视在云计算和移动端的布局，形成云+端的格局，以适应移动互联网高速发展的形势，争夺移动时代的流量入口已成为搜索市场的整体趋势
- 企业通过收购、撤并业务等加快战略布局，实现差异化竞争明显。

2012 年中国网络金融服务发展情况

创新模式向核心领域拓展

中国网络金融市场在经历了电子商务大爆发之后，创新模式正在从原有的以支付结算和渠道业务向金融市场核心领域拓展。



在 2012 年网络金融行业的热点事件很多，值得关注的部分标志性事件如下：

- 七企业获基金支付结算许可
- 移动支付技术标准确立
- 多家商业银行试水近端支付模式
- 电信运营商加紧布局移动支付市场
- 第三方支付巨头推出远程技术实现线下支付方案，并借由手机刷卡终端切入行业商户
- 传统互联网企业进入网络金融市场
- 主流第三方支付企业借跨境支付开拓国际市场

网络金融服务多样化

◆ 网上银行

2012 年中国网上银行交易规模达 919.9 万亿元，同比增长 31.2%。企业网银是网上银行最主要的组成部分，个人网银交易规模增速超过企业网银，占比呈逐年上升趋势。从个人网上银行层面来看，工商银行、农业银行和招商银行分别中国个人网银交易额规模市场份额的前三名。

网上银行的发展从个人网银层面来看，新产品主要聚焦于理财及提升用户体验。而在企业网银层面，新产品更注重功能、费率、终端差异化方面。

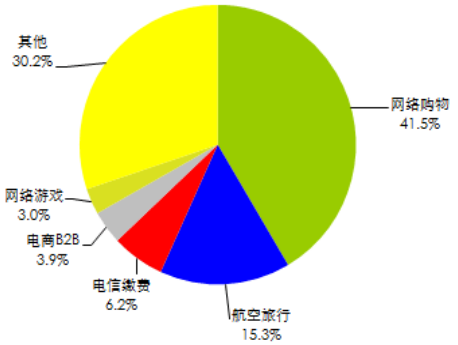
◆ 手机银行

截止 2012 年底，中国手机银行资金处理规模已达到 8000 亿元，同比去年增长 265.3%。预计到 2015 年，中国手机银行资金处理规模可以突破 9 万亿。

◆ 互联网支付

2012 年中国支付行业互联网支付业务交易规模达 36589 亿，同比增长 66%。2012 年中国互联网支付市场基本趋于成熟，支付企业规模和业态格局基本划定。

2012年中国第三方互联网支付细分应用行业交易规模结构



◆ 移动支付

交易规模突破千亿，达 1511.4 亿元，同比增长 89.2%。其中远程支付领先，移动互联网支付占比超 50%。

◆ 网络保险

保费收入规模达到 39.6 亿元，相较 2011 年增长 123.8%，中国保险电子商务市场高速增长。

发展趋势

- 互联网与传统金融企业竞合升级
- 向更广阔的市场发展
- 传统金融全面互联网化

2012 年中国网络音乐发展情况

创新服务模式中前进

2012 年中国网络音乐市场规模为 13.3 亿元，比 2011 年增长 32%；预计 2013 年中国网络音乐市场规模将达到 18.3 亿元。

由于免费盗版音乐的存在，用户个人付费情况仍旧不理想，目前广告收入仍为网络音乐服务商获得收入来源的主要方式。随着网络音乐与微博、游戏、移动互联网等网络服务的融合加强，平台的广告价值将进一步提升，而网络音乐增值服务的多样性也将增加网络音乐的收入来源从而推动市场规模的增长。

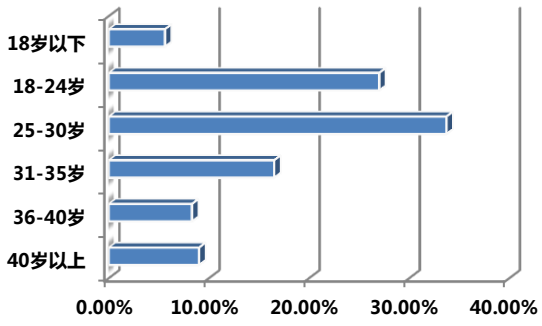
从政策影响上来看，2012 年国家对《著作权》法进行了修改，反映出国家对于网络音乐市场发展的重视，因此推出一些政策法规积极帮助整个网络音乐行业朝着健康、规范的方向在发展。

从市场环境上来看，2012 年中国网络音乐行业有不少新的网络音乐服务模式出现在人们的视野中，个性化网络音乐电台、在线 K 歌平台、音乐 MV 服务这几项服务是其中表现最为突出和最为流行的网络音乐服务模式。

从中国网络音乐用户规模来看，从 2009 年至今一直保持着稳定的增长，到 2012 年用户规模达到 4.46 亿人。

用户黏度不断提高

2012 中国网络音乐用户年龄分布



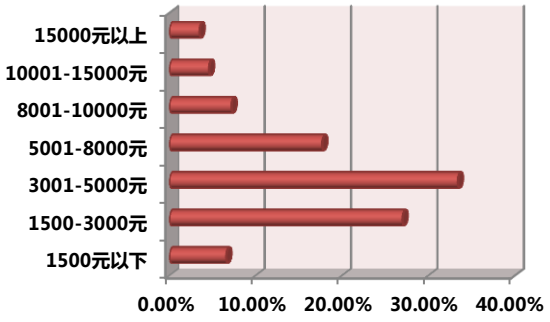
从 2012 年中国网络音乐用户年龄分布情况来看，25-30 岁的用户占比最高，达到 33.7%。

从 2012 年中国网络音乐用户性别分布情况来看，男性网络音乐用户占比较高，达到 55%，女性网络音乐用户占比为 45%。

从 2012 年中国网络音乐用户学历情况来看，大学本科用户占比最高，达到 49.4%，其次是大学专科用户，占比为 24.6%，高中（中专）以下用户的占比仅为 7%。

从 2012 年中国网络音乐用户收入情况来看月收入 3001-5000 元的用户占比最高。

2012 中国网络音乐用户月收入分布



从 2012 年中国网络音乐用户职业分布情况来看，在校学生的占比最高，达到 21%，其次是企业基层员工，占比达到 18.4%，排在第三的是专业技术人员，占比为 16.3%。

用户每次使用网络音乐服务的持续时间、选择音乐服务的标准等用户特征详见报告。

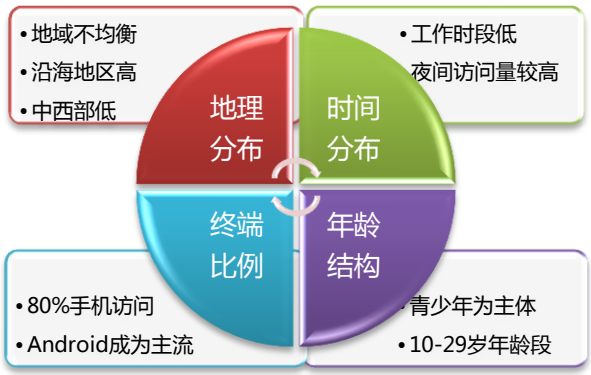
从 2012 年中国网络音乐网站月度覆盖人数情况来看，基本保持着一个稳定上涨的态势，随着音乐网站服务功能日益多样化，音乐网站的用户黏性也在不断提高。新兴的音乐网站依靠推出一些个性化的音乐推荐服务或者多层次的音乐试听体验来满足用户差异化的音乐服务需求。而一些老牌的垂直细分音乐网站也不断拓宽网站的服务功能，提升网站的用户体验，突出网站的服务特色，推陈出新来满足用户日益多样化的需求。

2012 年中国移动互联网发展情况

网民特征

2012 年是中国移动互联网继续保持快速普及的一年，使用手机及 PAD 等移动终端接入互联网的网民规模在 2012 年增长迅速，手机网民规模于年中超越使用台式电脑接入互联网的网民。根据 CNNIC（中国互联网络信息中心）的中国互联网络发展状况统计调查，截至 2012 年 12 月底，我国网民规模达 5.64 亿，手机网民规模为 4.20 亿，年增长率为 18.1%，网民中使用手机上网的用户占比由上年底的 69.3%提升至 74.5%。

受手机终端及 PAD 终端上网快速普及的拉动，2012 年移动互联网领域出现了持续不断的创新热潮，现了许多受到用户欢迎的移动应用，吸引越来越多的网民接入移动互联网。“终端+应用”双引擎正在驱动中国移动互联网业走向进一步繁荣。



CNNIC 对手机网民的手机上网接入方式进行调查发现，2G、2.5G 等传统手机上网方式依然占据主导，同时，选择使用 3G 网络和 Wi-Fi 上网的手机网民比例也逐渐开始增多，比例分别为 30.4%和 28.6%。进一步对手机网民使用无线 Wi-Fi 的上网地点进行调查发现，大多数手机网民使用 Wi-Fi 都倾向于免费不限流量的地方，比例均在 60%以上，而对于开通 WLAN，通过运营商建立的 Wi-Fi 热点地区付费上网的用户比例则较小，进一步降低资费促进使用是关键。

移动终端概况

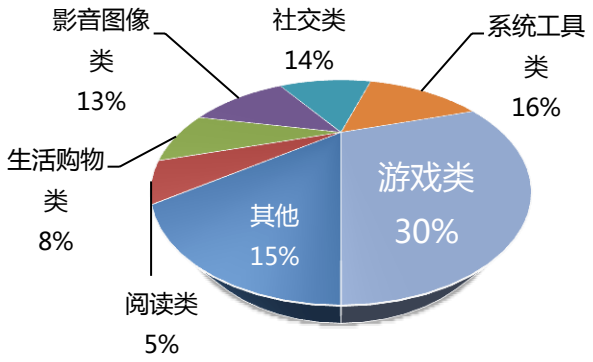
我国移动互联网用户使用的终端，以国外品牌终端为主，国内品牌移动终端所占的总份额较小。在国外品牌中，iPhone、SamSung 和 HTC 三家占有的份额最大，在 2012 年度四个季度中交替领先。

截至 2012 年底，Android 已占到增量市场的 85%以上，其他系统中，Symbian 仅余 2%，苹果的 iOS 占 8.6%，Windows 占 1.2%，而国内自主操作系统普遍未超过 1%。

用户目前正在使用的浏览器中，UC 浏览器的用户使用占比超六成。

移动应用概况

根据艾瑞的研究数据，中国是 iOS 的全球第二大下载市场，2012 年 10 月，中国区的下载量占到了整个 iOS 平台下载量的 15%。但营收占比远低于下载量，只有 3%左右，这主要是因为中国市场的付费用户比例远远低于美国市场。



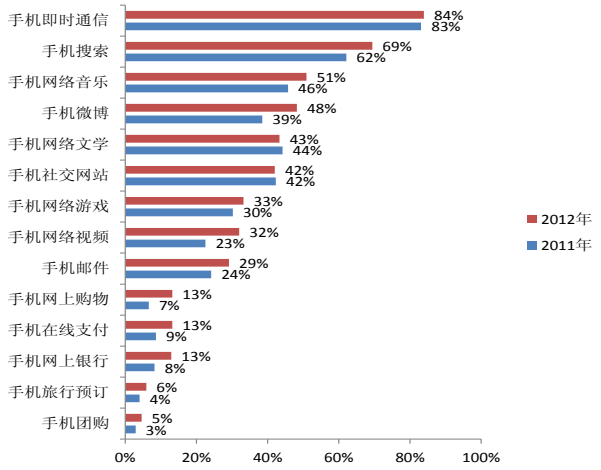
据艾瑞数据，91 手机助手和安卓市场的应用数量超过 40 万个。其中游戏是娱乐性应用中最受欢迎的应用类别，这一类别成为移动应用中最具有盈利前景的应用类型。

2012 年四季度的中国安卓应用总下载量达到 90 亿次，同比增长 184%，2012 年全年下载量达到约 250 亿次。

移动应用爆发

发展概况

受智能终端的普及，2012 年移动应用市场风生水起，一方面，在传统上网终端上的一些主流应用，在手机终端上进一步普及，如交流沟通类和信息获取类手机应用，依然是手机的主流应用，发展领先，用户规模和使用率均有较大幅度的增长；另一方面，部分渗透率较低的应用保持高速增长，成为行业的新的亮点，如休闲娱乐类和电子商务类手机应用渗透率虽然相对较低，但发展速度较快，整体领域使用率看涨。



主要应用

◆ 即时通信稳居榜首

据 CNNIC 数据，截至 2012 年底，我国手机即时通信用户数为 3.52 亿，使用率为 83.9%，使用率趋于稳定，在手机各应用中排名保持第一。并且逐渐形成以互联网企业、终端厂商、电信运营商为主导的三分天下的市场格局。

◆ 移动搜索日益生活化

截至 2012 年底，我国手机搜索用户数达 2.91 亿，年增长率为 32.0%；使用率为 69.4%，增长了 7.3%。并且移动搜索与生活紧密相关，尤其是移动阅读，遍布各高峰时段。

◆ 移动购物竞争激烈

据艾瑞数据，2012 年中国移动购物市场交易规模达到 550.4 亿，占 13040.0 亿的网购整体交易规模的 4.2%。

据艾瑞数据，从 2012 年移动购物的市场份额中，无线淘宝（含淘宝和天猫无线端）占据了 76.4%的份额，领先地位十分明显；京东商城和腾讯电商分别以 5.2%和 3.9%位列第二和第三。

◆ 微博亟待商业化

截至 2012 年底，我国用手机上微博的网民数为 2.02 亿，在手机网民中的使用率为 48.2%，年增长率 9.7%。微博发展具有三个明显特征，一是手机微博用户数增加明显，微博用户大规模向移动终端迁移。二是微博市场竞争炽热化，“两强鼎力”格局已然形成。三是微博商业化进程缓慢，尚未探索出有效的盈利模式。

◆ 移动游戏保持增长

手机网游的使用率保持增长，成为网络游戏新的突破口。根据 CNNIC 的数据，2012 年，我国手机网络游戏的用户规模数为 1.39 亿，在手机网民中的使用率为 33.2%，比 2011 年增长了 3.0 个百分点。

◆ LBS 用户稳步增长

截至 2012 年第 4 季度，中国手机地图客户端市场累计账户数已达 3.74 亿户，环比增长 22.0%，同比增长 177.8%。

◆ O2O 市场表现活跃

据艾瑞数据，2012 年中国本地生活服务 O2O 在线商务用户规模达到 1.35 亿。

◆ 二维码市场起步

发展趋势

- ➢ 移动设备竞争加剧
- ➢ 企业战略级大数据应用
- ➢ 结合 HTML5 的移动应用程序
- ➢ 面向企业市场的移动应用程序

2012 年中国云计算发展情况

市场概况

2012 年国内云计算市场收入规模将达到 606.8 亿元，年复合增长率将高达 8 7.4%。2012 年中国 IaaS 市场规模为 5 亿元左右，是目前我国云计算市场中增速最快的细分领域，未来 5 年的年度复合增长率将超过 50%。

2012 年，作为承上启下、进入成熟阶段的预备期，国内云计算市场的新形态、新方向主要集中在政策调整、行业规范、服务模式三个方面：

1）云计算技术发展已引起我国政府更高层面的关注，上升到国家战略层面。相关主管部门，包括国家发改委、工信部已经着手制定云计算产业在中国的推进政策。

2）中国的云计算产业发展必须在数据加密、迁移、备份以及位置控制方面进行深入的研究，保证云服务的易用性、可用性、稳定性、安全性。

3）国内用户的需求导致云计算服务模式向多元化发展。2011 年以来，云计算相关支撑行业如移动互联网、物联网、宽带通信等保持较为平稳增长，用户数量不断攀升，

关注热点

目前在国内外云计算最受关注的热点领域主要集中在四个方面：

- 开源云系统
  面临系统灵活性、成本管控、系统成熟度、可移植性等多方面问题
- 自主安全数据库产品
  保障云安全问题最关键的就是实现自主可控，目前国产数据库在安全级别上已经领先
- 人工智能应用
  云存储和云计算带来的大量数据也许会对类似的应用带来无限的机会，从而更好的服务于生活与工业生产
- 公共云服务需求
  国内用户对云计算的认知水平较高，根据最新的用户调查显示，公共云服务逐步形成了一定规模的用户群体

◆ SaaS

SaaS 商业模式则基本形成。有关抽样调查显示，我国公共云服务市场 35 亿元的总量中，SaaS 用户在公共云服务用户群体中所占比例最小，约为 16%，但国内 SaaS 市场规模所占比例却是最大的，占 80.1%，约合 28.05 亿元。

SaaS 面临的主要问题有：

- ✧ 技术手段提高 SaaS 易用性问题
- ✧ 如何与电子商务紧密结合
- ✧ 如何与互联网通讯技术融合

◆ PaaS

我国云计算服务市场中的 PaaS 服务仍以免费应用为主，用户约占 28%，且多为公众用户。PaaS 市场规模目前是最小的，约 1.84 亿元，占总量的比例为 5.3%。

◆ IaaS

从相关调研结果来分析，国内云计算市场整体用户群体中，IaaS 服务的用户基数最大，约占用户总量的 56%，但市场规模只有 5.11 亿元，占比为 14.6%。

发展趋势

- **大用户、大数据及大系统的新挑战**
- **云计算法律法规需求**
- **云计算下 IT 产业向服务业转型**
- **移动互联网上的云计算服务**

预计未来 3 年，云计算应用将以政府、电信、教育、医疗、金融、石油石化和电力等行业为重点，行业应用呈现重多机遇，在中国市场逐步被越来越多的企业和机构采用，市场规模也将呈现爆发式增长。

2012 年中国物联网发展情况

发展概况

国联证券的研究数据显示，2012 年我国物联网产业规模已经达到 3650 亿元，比上年增长 38.6%。

我国物联网市场呈现出“中间强两头弱”的格局。在感知层、网络层、应用层组成的物联网三层逻辑架构中，网络层包括通信与互联网的融合网络、网络管理中心、信息中心和智能处理中心等，是相对成熟的领域，现有技术储备基本能够满足需求；而感知层与应用层，包括传感器、中间件、大数据处理与挖掘、行业应用等方面则相对薄弱，还有较大的发展空间。

技术概况

- 射频识别技术取得突破
- 云计算逐渐成熟
- 国内技术水平仍显薄弱

应用分析

◆ 智慧城市发展情况

2012 年，工信部先后在扬州、常州进行智慧城市试点，与浙江省签署了智慧城市部省合作协议，并组织落实了中欧绿色智慧城市项目。科技部牵头成立了中国智慧城市技术创新战略联盟。2013 年 1 月 29 日，住建部在北京召开国家智慧城市试点创建工作会议，公布了首批 90 个国家智慧城市试点名单。

截至 2012 年 6 月，三大运营商已在全国 320 多个城市和当地政府合作建设智慧城市。

◆ 食品溯源

2012 年，发改委和工信部联合发布《食品工业“十二五”发展规划》，提出在“十二五”时期，我国将推进食品安全可追溯体系建设，推进物联网技术的示范应用，完善食品生产企业的信息化服务体系。相关工作有天津市“放心菜基地”项目、青岛市肉菜流通追溯管理系统等。

◆ 安全防范

随着社会经济的快速发展，社会公共安全受到人们越来越多的关注，数字化智能安防迎来了新的发展契机。安防监控应用已经由区域性建设逐渐向广泛性普及，成为平安城市生活的保障要素。

◆ 智能电网

智能电网是物联网技术的主要应用场景之一。2012 年发改委、财政部批复同意智能电网国家物联网重大应用示范工程，该示范工程建设将有效提升智能电网发、输、变、配、用五大环节的信息采集、智能处理、双向交互能力，有利于推动我国电力系统向高效、可靠、绿色方向升级。

◆ 环保监控

近年来，我国在重要污染源自动监控、环境质量在线监测等系统的建设中，广泛采用传感器、射频识别等相关技术，物联网在环保领域的应用建设取得初步成效。2012 年，北京、上海、广州、南京等 74 个主要城市完成了空气质量自动监测设备安装和试运行，开展了 PM2.5 新增指标研究性监测，并开始对外发布空气质量监测数据。

发展趋势

- 技术与标准国产化
- 运营与管理体系化
- 惠及民生成为发展的重要方向
- 多方共赢的商业模式逐渐形成

2012 年中国政府在线服务发展情况

发展概况

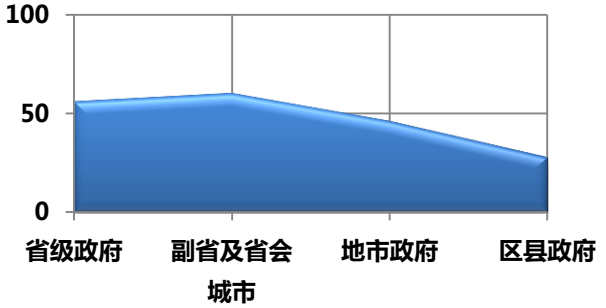
政府网站稳步发展，政府网站数量保持稳定。CNNIC 报告显示，截至 2012 年 12 月，在 gov.cn 下的域名数为 52889 个，比上年增长 0.7%。

政务微博经过 2011 年的爆发式发展后，2012 年度继续保持快速增长势头，且影响力日益加大。根据相关资料统计，2012 年新浪网、腾讯网、人民网上认证的政务微博共计超过 14.2 万个

政府门户网站

部委网站整体水平相对较高。在内容建设上总体情况较好。信息公开内容丰富及时，相关新闻发布及时，新政策和重点工作宣传均较为全面，面对公众的服务内容也更加丰富，但在热点舆情响应方面相对迟缓；在功能建设上改善不明显，人性化功能仍相对缺乏，“一体化”服务和在线办事有待加强；在新技术应用上，92%的部委网站建设并提供了站内搜索服务，商务部、交通运输部、海关总署、工商总局等部委网站建设了移动 APP 应用。

2012年各级政府网站评估平均得分



地方政府网站总体水平呈现省级、地市和区县由高到低的态势，区县水平仍然滞后。此外，东部地区政府网站整体优于中部和西部地区。在内容建设上，信息公开水平持续增长，力度不断加大；在功能建设上，70%以上的地方政府网站开通了场景式服务，能够围绕需求，为公众提供人性化的办事服务。在新技术应用上，北京、厦门、深圳、青岛等领先政府网站提供了移动客户端，但整体水平仍亟待提升。

◆ 主要特点

- 网站更加实用，可用性及便捷性提升。
- 更加注重社会舆情和舆情引导。
- 加强顶层设计，逐步建设统一平台。
- 积极运用新技术，拓展服务渠道，创新服务形式。

◆ 存在问题

- 政府网站间差距较大。
- 信息质量及实用性有待进一步提升。
- 在线办事种类和易用性仍需提升。
- 舆情影响力有待进一步加强。

政务微博

2012 年微博用户持续增长，政务微博的数量也保持快速增长，政务微博数量增长的同时，整体活跃度和影响力也不断增强。新浪政务微博发博总数已超过 30000 万条，平均每个政务微博发博数约为 531 条。腾讯政务微博发布微博数量已达到 2200 多万条，平均每个账号发布约 360 条。政务微博“听众”数超过 1.9 亿人，覆盖率较高，影响力增强。并且政务微博民生应用、务实应用迅猛发展。

◆ 主要特点

- 地域分布上，江浙地区数量和活跃度较高，中西部地区发展也十分迅猛。
- 政务微博部门分布更加多元化。
- 集群化趋势明显。
- 微博更加务实，运营更加成熟。

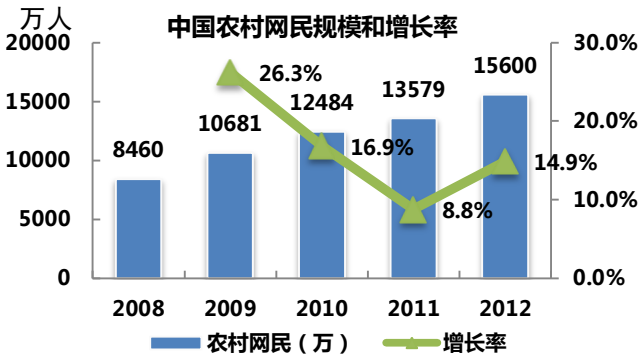
◆ 存在问题

- 存在内容空洞、互动不足等问题。
- 言辞把握不当，应急能力较差。
- 政务微博平台缺乏统一性，增大运营难度。

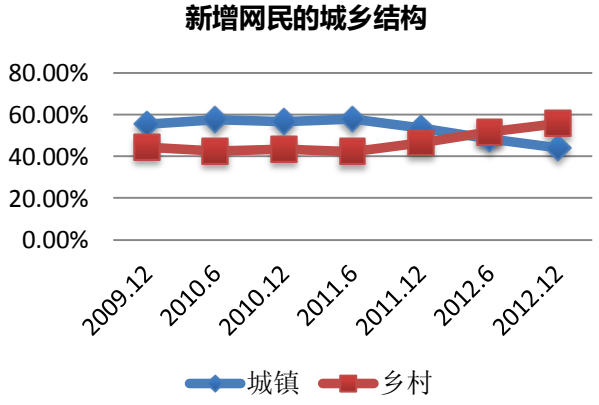
2012 年中国农村互联网发展情况

发展概况

根据中国互联网络信息中心统计，截至 2012 年 12 月底，我国网民中农村人口占比为 27.6%，相比 2011 年略有提升，规模达到 1.56 亿，比上年底增加约 1960 万人。



目前城乡互联网普及率仍存在较大差距：到 2012 年底，城镇居民中的互联网普及率已经达到约六成，而农村地区目前只有 23.7%。但是，CNNIC 数据显示，在 2012 年的新增网民中，来自农村的比例开始超越城镇，结束了城乡互联网普及差距持续扩大的趋势，反映出农村互联网普及工作的成效。

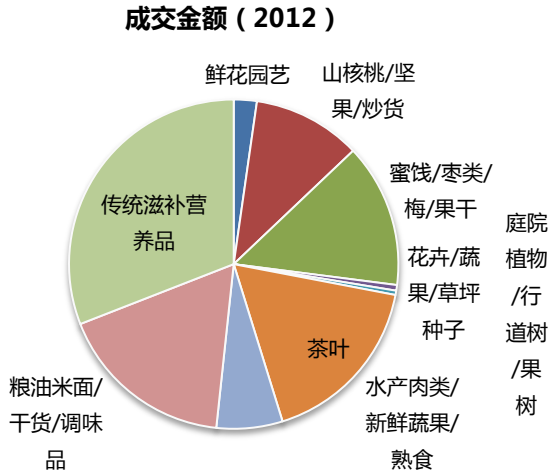


涉农电子商务

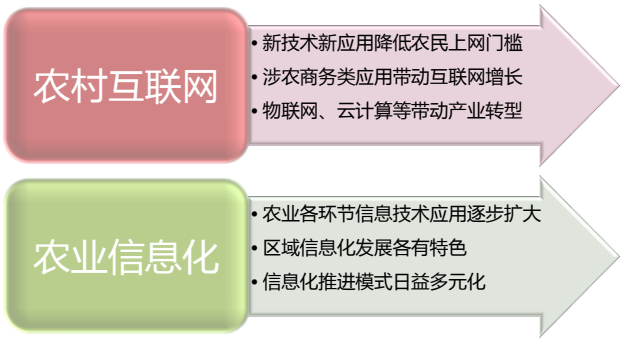
互联网在农村的发展，不仅表现在农村网民上网时间的增加、应用数量的丰富、商务应用的增长，还表现在互联网对农村经济的渗透。2012 年以来，农产品电子商务继续受到各类平台的重视和投入，包括阿里巴巴 B2B、淘宝网、天猫、京东、当当等平台，均将农产品作为重要业务拓展。

数据表明，2012 年阿里平台上共完成农产品交易额近 200 亿元，其中淘宝网和天猫平台成就了大部分的交易额，B2B 平台上通过支付宝完成的交易额接近 1 亿元（阿里巴巴 B2B 平台上的大部分交易都通过其他支付方式完成，未通过支付宝平台）。

从年度分析，近三年来，农产品的交易额在各个平台均有持续上升。以淘宝网为例，2010 年涉及农产品的类目以干果山货、粮油米面、鲜花园艺为主，完成销售额 37.35 亿元；2011 年增加了花卉蔬果、植物树木等类目，同年销售额也攀升到 113.66 亿元；2012 年增加了茶叶和生鲜水产两个大类目，销售额则达到了 198.61 亿元。



发展趋势



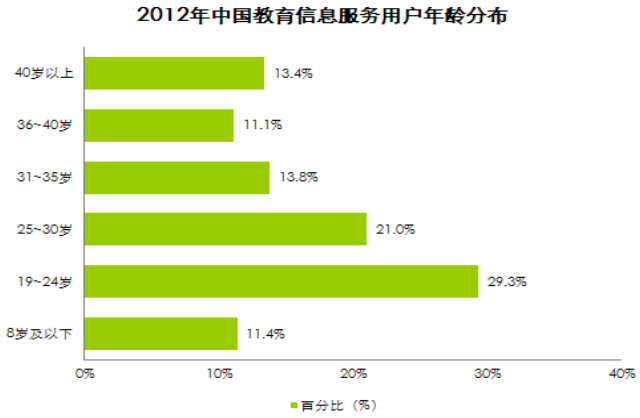
2012 年其他行业网络信息服务发展情况

教育信息服务

随着政府对于教育产业的投入增加，以及广大家长对于子女教育问题的迫切关注，中国教育行业的发展迅速，2012 年中国民办教育市场规模达到 426 亿元。

门户网站教育频道的覆盖人数相对较多，垂直教育资讯类网站的用户也占据了较大比例。财会类和语言类培训机构受到重视。

年龄为 19-30 岁的用户对于教育信息服务的需求最强烈，达到 50.3%。并且 55.6%的网络教育用户学历为大学本科及以上，具有更大的教育积极性。



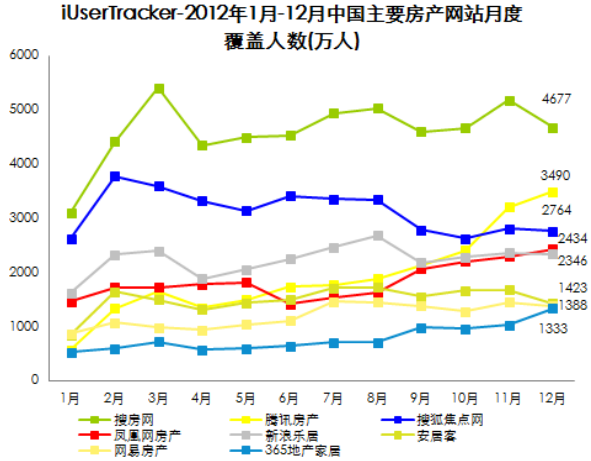
网络文学

目前，网络文学的发布渠道主要为原创文学网站，阅读渠道更多，包括电信运营商阅读基地、电商电子书刊平台、门户读书频道、移动阅读应用等都分布着大量网络文学内容。网络文学的自生产能力在各从业企业的积极推动下，目前已经进入了收获期，用户、作者、和内容的积累已经帮助网络文学产业形成了良性生态圈。

数据显示，26.2%的网络文学用户年龄在 19-24 岁，随着年龄的增长，阅读网络文学的比例依次降低。分析认为，网络文学内容以玄幻、言情等年轻题材为主，对于年轻人的吸引力最强。

房地产信息服务

房地产网络信息服务企业主要是以提供房产类新闻、购房、租房及房产销售信息服务为主的网站。2012 年中国移动互联网市场快速发展，布局手机端、推出手机房产信息服务客户端逐渐成为主流房产网站的共识。2012 年，就用户规模而言，搜房网处于领先地位，2012 年 12 月其月度覆盖人数达 4677 万人。



IT 产品信息服务

IT 产品网络信息服务企业主要是包括以提供 IT 数码产品新闻、评测、价格等信息资讯为主的网站，以中关村在线、太平洋电脑网、新浪科技等为代表；同时也包括如 CSDN 这样的 IT 技术社区网站、如站长之家这样的针对网站站长提供资讯、技术、资源、服务的网站、各类软件下载类网站、以及各大 IT 相关厂商的官方网站。

IT 产品网络信息服务企业的营收主要来源于网络广告收入，而其广告主以 IT、数码产品类企业为主，其中垂直类 IT 数码资讯网站的 IT 数码类广告主比例相对更高。

2012 年，就用户规模而言，中关村在线和太平洋电脑网处于明显领先地位，2012 年 12 月这两家网站的月度覆盖人数分别达 10426 万人和 8255 万人，分别上涨了 6.7%和 9.5%，用户规模整体保持较为稳定并呈季节性变化。

2012 年其他行业网络信息服务发展情况（续）

网络招聘

2012 年中国网络招聘市场营收规模为 26.8 亿元，同比增长 22.8%，受劳动力市场招聘意欲减弱影响，增速有所放缓。从市场格局看，呈现双寡头市场。前程无忧行业领先地位较为明显，市场份额相对稳定，智联招聘近两年增速较快，稳居第二。

2012 年中国招聘网站用户月度浏览时间整体同比去年有小幅下降，受到社交媒体影响。社交媒体在沟通、宣传上更能满足求职者的需求，针对性更强，定位也更准确，对传统的招聘网站构成威胁。

旅游信息服务

2012 年中国在线旅游市场交易规模为 1729.7 亿元，同比增长 31.6%。2012 年中国在线旅游市场交易规模快速增长，主要源于机票、酒店、旅游度假等细分市场不同程度的增长。

2012 年中国在线旅游 OTA 市场营收规模为 94 亿元，同比增长 19.7%。增长放缓主要原因是 OTA 佣金率下降。截至 2012 年底，中国在线旅游 OTA 市场营收份额显示，携程以 46.9%的占比位于绝对领先地位。

2012 年中国在线旅游服务月度覆盖人数得到快速增长，月均月度覆盖人数达 9965 万人。近年来国民休闲旅游需求的不断发掘以及互联网对生活方式的改变是该数据快速增长的核心原因。

汽车信息服务

互联网在汽车营销中地位愈发重要。汽车网络信息服务主要分为提供汽车价格、性能、评测、经销商信息等内容的汽车网站，以及专注二手车领域的二手车网站。

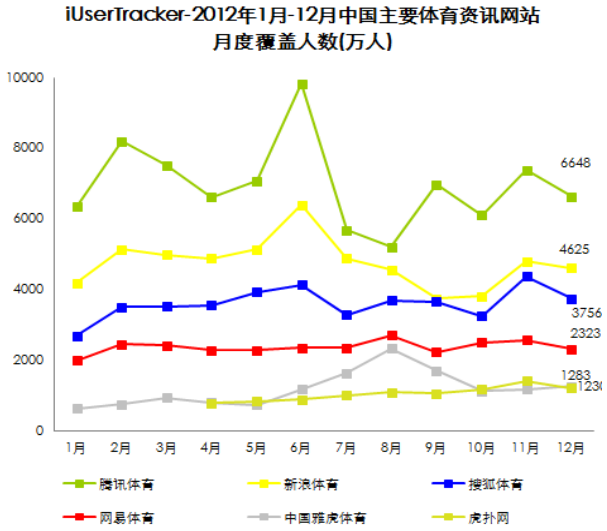
2012 年，是汽车电商发展的元年，以车易拍、优信拍、即时拍、开心帮卖为代表的二手汽车电商网站切入二手车市场，推出无需现场看车、互不见面的竞价营销模式。虽然这些二手车汽车电商目前在整个二手车网站中占有的交易份额还较小，但却为二手车网站的发展提供了新的发展思路。

目前，没有一家汽车网站的用户规模能处于明显领先的地位。二手车网站的用户规模整体要远低于汽车资讯网站，其中重要的原因是二手车交易量仍处于较低水平。

体育信息服务

体育网络信息服务企业主要是包括以提供体育信息、赛事直播等服务的体育资讯网站（包括综合门户的体育频道和垂直类体育网站），以提供体育数据内容为主的体育网站，以及体育类社区网站。

体育类网站的月度覆盖人数变化受大型体育赛事的影响很大。垂直类体育资讯网站与主要综合门户的体育频道的用户规模还存在一定的差距。



婚恋交友信息服务

随着互联网的高速发展，婚恋网站已成为单身男女相亲交友的重要平台。目前，婚恋交友市场集中度较高，少数几家网站占据大部分的市场份额。国内婚恋交友网站存在同质化严重、商业模式较为接近、付费会员转换率较低、营销成本较高等问题，市场竞争比较激烈。

母婴网络信息服务

母婴网站的主要营收来源包括网络广告收入和母婴相关产品的电子商务营收，但是电子商务的商业模式面临着来自母婴类垂直 B2C 网站以及综合类 B2C 网站的激烈竞争。部分母婴网站也在积极探索线上线下早教、个性化商品定制等新的商业模式。

关于《中国互联网发展报告》

《中国互联网发展报告》（以下简称《报告》）是一套记录中国互联网行业发展轨迹，分析互联网前沿热点的编年体综合性大型研究报告，由中国互联网协会和中国互联网络信息中心联合编写。《报告》由中国互联网协会荣誉会员、中国互联网协会原理事长、中国科协原副主席胡启恒院士担任编委会主任委员。

《中国互联网发展报告》（2013）客观、忠实记录了 2012 年以来中国互联网行业的发展状况，对中国互联网发展环境、资源、重点业务和应用、主要细分行业和重点领域的发展状况进行了总结、分析和研究，既有宏观分析和综述，也有专项研究。整个《报告》内容丰富、重点突出、数据翔实、图文并茂，对政府部门、互联网相关企业和单位以及相关领域的专家学者掌握互联网行业发展与前沿趋势有重要的参考意义。

中国互联网协会简介

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月 25 日，由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等 70 多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织。中国互联网协会现任理事长为中国工程院原副院长邬贺铨院士。

中国互联网协会的宗旨

遵守国家宪法、法律和法规，遵守社会道德风尚；坚持以创新的思维、协作的文化、开放的平台，有效的服务的指导思想，为会员的需要服务，为行业发展服务，为政府决策服务。

联系方式

官方网站：www.isc.org.cn

官方微博：http://e.weibo.com/u/3185355425

入会洽谈：010-66036703/66030171　　发展报告：010-66418007

中国互联网协会
Internet Society of China