

中国互联网20年 网络媒体篇

国家互联网信息办公室
北京市互联网信息办公室

编著



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

中国互联网20年 网络媒体篇

国家互联网信息办公室 | 编著
北京市互联网信息办公室

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书致力于记录中国网络媒体发展 20 年的历史，揭示其发展成就，挖掘其发展特点，总结其发展经验，鉴往知来，以期更好地理解当下的中国网络媒体，预知其发展趋向。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

中国互联网 20 年·网络媒体篇 / 国家互联网信息办公室，北京市互联网信息办公室编著.
北京：电子工业出版社，2014.10
ISBN 978-7-121-22681-6

I. ①中… II. ①国… ②北… III. ①互联网络—高技术产业—产业发展—研究—中国 ②计算机网络—传播媒介—研究—中国 IV. ① F426.67 ② G206.2 ③ TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 053301 号

责任编辑：刘 皎

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：河北省三河市路通装订厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：20.5 字数：390千字

版 次：2014年10月第1版

印 次：2014年10月第1次印刷

定 价：75.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

本书编委会

总 策 划：鲁 炜

主 编：佟力强

编委会委员：虞晓刚 夏日红 邢建毅 黄少华

胡春铮 费学刚 马春玲 孙树公

陈 华 王 强 杨 星 雷 鸣

张越今 张 军 张晓家

执 行 主 编：王子强 魏 莞 周科进 胡延平

杜小冬

执 行 编 辑：李达伟 王士宝 陈 雨

苏日雅 戴晓玲 金 婷

总序

继往开来 勇担使命 为建设网络强国努力奋斗

鲁炜

2014年是我国接入国际互联网第20年，20年前的1994年4月20日，北京中关村地区教育与科研示范网接入国际互联网的64K专线正式开通。如今，20年过去了，历经筚路蓝缕的初创阶段，风起云涌的爆发调整阶段，与国际比肩而行的持续快速发展阶段，互联网已经走入千家万户。我国互联网普及率46.9%，网民达到6.32亿，网站达400万家，互联网企业总市值超过3000亿美元，有3家网络企业进入世界前10强，已经成为名副其实的网络大国。

“雄关漫道真如铁”。20年里，中国互联网人奋发有为、开拓创新，掀起了波澜壮阔的互联网浪潮。回顾中国互联网的发展历程，就是一部追梦、变革、创新与贡献交织的历史。

——中国互联网20年发展史是一部追梦史。怀揣着追赶国际前沿技术的科研梦，中国科学家克服各种困难将互联网带入中国；怀揣着报效祖国的青春梦，一批批富有激情的年轻人投身互联网发展洪流，成为推动互联网蓬勃发展的先锋人物；怀揣着中华民族伟大复兴的中国梦，党和政府顺势而为、乘势而上，互联网和信息化工作取得了显著发展成就。互联网20年的发展史，就是对凝聚正能量、共筑中国梦极为生动的诠释。

——中国互联网20年发展史是一部变革史。当今世界，信息技术革命日新月异，深刻改变着经济社会发展各个领域。经济发展格局正在深刻变革，互联网与传统行业深度融合，促进相关产业转型升级，正在成为国民经济重要的增长点；社会交往格局正在深刻变革，互联网日益融入人们的社会生活，不断重塑着传统的社交方式；生活方式正在深刻变革，上网已成为人们必不可少的生活形态和获取信息的主要来源。

——中国互联网20年发展史是一部创新史。创新是互联网的基因。20年来，中国互联网人始终坚持理念创新、技术创新、服务创新、传播创新和管理创新，



在模仿中创新，在学习中创新，在集成中创新，积极推进原始创新，不断提高自主创新能力，探索出一条独特的中国互联网发展之路，逐步从互联网世界的跟随者成为互联网时代的弄潮儿。

——中国互联网 20 年发展史是一部贡献史。作为国民经济重要驱动力量，互联网对中国经济持续快速发展做出了重要贡献；作为不可或缺的生活形态，上网提供了快捷便利的信息服务；作为文化消费的重要途径，互联网提供了丰富的文化产品；作为联系群众、服务群众的窗口，互联网是党和政府走好群众路线的重要平台；作为 6 亿多网民共同的精神家园，互联网成为激发正能量、传递正能量、汇集正能量的重要渠道。

“人间正道是沧桑”。2014 年，注定是在中国互联网发展史上具有重要意义的一年，既承载了过去 20 年的发展积淀，也开启了互联网发展的历史新篇。在中国互联网发展的关键时期，中央网络安全和信息化领导小组宣告成立，习近平总书记亲自担任组长，李克强、刘云山同志担任副组长。“没有网络安全，就没有国家安全；没有信息化，就没有现代化”，习近平总书记向全国发出了建设网络强国的号召，标志着党和国家对互联网发展规律的认识和把握的新飞跃，吹响了建设网络强国的号角，宣告了互联网春天的到来。

“长风破浪会有时”。面对肩负的历史使命，我们将因势而谋，应势而动，顺势而为，以更加积极主动的姿态，向着网络强国的目标迈进。

——向着使网络空间清朗起来的目标迈进。坚持正能量是总要求，管得住是硬道理，做好网上舆论工作，创新改进网上正面宣传，整治互联网乱象，守住“七条底线”，建设为民、文明、诚信、法治、安全、创新的网络空间，努力使网络空间真正清朗起来。

——向着网络基础设施基本普及的目标迈进。建设良好的信息基础设施，提高互联网基础设施支撑能力和运行效率，逐步缩小信息鸿沟、填补发展短板，实现区域、城乡协同发展，不断拉近与国际先进水平的距离。

——向着自主创新能力显著增强的目标迈进。把握互联网发展规律，瞄准关键技术、核心技术，加强基础研究，开展协同攻关，推出一批具有核心竞争力的自主技术和产品，以点带面、整体推进，全面提高互联网领域的自主创新能力。

——向着信息经济全面发展的目标迈进。以信息化促进传统产业改造提升，实现信息化和工业化深度融合，形成强大的产业链条，做大做强民族品牌企业，不断提升国际竞争力，打造实力雄厚的信息经济。

——向着网络安全保障有力的目标迈进。坚持依法管网，打击网络违法犯罪行为，推出网络安全审查制度，完善网络安全防御体系，切实维护国家网络安全和人民群众合法权益。

2014年是贯彻落实党的十八届三中全会精神、全面深化改革的开局之年，推动互联网持续健康快速发展，对推进国家治理体系和治理能力现代化具有重要意义。站在新的历史起点上，建设网络强国，我们深感正逢其时；面对重大责任和光荣使命，我们深知任重道远；展望未来发展道路，我们倍感信心满怀。我们坚信，在以习近平同志为总书记的党中央坚强领导下，通过互联网人的拼搏努力和全社会的共同参与，我们一定能够实现网络强国梦，为全面深化改革、实现中华民族伟大复兴的中国梦，做出新的更大贡献！

（本文节选自中央网信办主任、国家互联网信息办主任鲁炜在网络安全和信息化专家座谈会上的讲话）。

目录

第一篇 中国网络媒体 20 年发展综述 / 1

第一章 中国网络媒体 20 年发展成就与特点 / 2

第一节 中国网络媒体 20 年发展成就 / 2

- 一、基础资源日益丰富 / 2
- 二、用户规模持续增长, 结构不断优化 / 7

第二节 中国网络媒体 20 年发展特点 / 10

- 一、内容生产与媒介形式特点 / 10
- 二、信息传播特点 / 17
- 三、盈利模式特点 / 18
- 四、行业管理特点 / 21

第二篇 中国网络媒体不同形态发展状况 / 27

第二章 网络新闻媒体 / 28

第一节 网络新闻媒体发展概述 / 28

- 一、网络新闻媒体类别 / 28
- 二、网络新闻媒体发展历程 / 30
- 三、网络新闻使用率不断提升 / 33

第二节 网络新闻媒体发展的阶段与特点 / 35

- 一、传统新闻媒体的上网浪潮 / 35
- 二、新闻网站和门户网站的兴起 / 43
- 三、网络新闻媒体走向主流化 / 59
- 四、网络新闻媒体日益丰富与完善 / 67



第三节 网络新闻媒体的影响 / 75

- 一、网络新闻媒体影响用户信息获取方式 / 75
- 二、网络新闻媒体构建官民沟通新渠道 / 78
- 三、网络新闻媒体对传统新闻媒体的影响 / 80
- 四、网络新闻媒体影响社会舆论生态 / 82
- 五、网络新闻媒体创造新的营销战场 / 86

第三章 社会化媒体 / 89

第一节 社会化媒体发展概述 / 89

- 一、社会化媒体的类别 / 90
- 二、中国社会化媒体发展历程 / 92
- 三、社会化媒体网民规模 / 94

第二节 社会化媒体发展的阶段与特点 / 95

- 一、国内的“社区”概念推动论坛发展 / 96
- 二、博客的兴起 / 103
- 三、社交网络平台的爆发 / 113
- 四、微博的崛起与社会化媒体主力军的形成 / 124
- 五、微信的异军突起和移动互联网下社会化媒体的新发展 / 137

第三节 社会化媒体的影响 / 140

- 一、社会化媒体改变舆论生态 / 140
- 二、社会化媒体的商业价值 / 146
- 三、社会化媒体推动社会管理创新 / 153
- 四、社会化媒体推动人际交往的转变 / 155

第四章 视听新媒体 / 161

第一节 视听新媒体发展概述 / 161

- 一、视听新媒体的界定 / 161
- 二、视听新媒体发展历程 / 162
- 三、视听新媒体用户规模不断提升 / 163
- 四、视听新媒体市场规模与结构 / 165

第二节 视听新媒体发展的阶段与特点 / 169

- 一、网络视频的兴起与发展繁荣 / 169
- 二、政策影响下的 IPTV 曲折发展 / 180
- 三、互联网电视方兴未艾 / 194
- 四、数字音乐历久弥新 / 204

第三节 视听新媒体影响 / 213

- 一、视听新媒体影响用户媒介接触习惯 / 213
- 二、视听新媒体影响内容生产 / 214
- 三、视听新媒体影响用户生活方式 / 216
- 四、视听新媒体影响用户消费方式 / 218

第五章 移动新媒体 / 220

第一节 移动新媒体发展概述 / 220

- 一、移动新媒体的类别 / 220
- 二、技术演进 / 222
- 三、移动终端发展 / 225
- 四、用户规模高速增长 / 228
- 五、市场规模持续扩张 / 228

第二节 移动新媒体发展的阶段与特点 / 230

- 一、移动阅读（新闻类与非新闻类） / 230
- 二、移动视频 / 250
- 三、移动音乐 / 264

第三节 移动新媒体影响 / 273

- 一、移动新媒体改变用户信息获取 / 273
- 二、移动新媒体改变信息传播方式 / 275
- 三、移动新媒体改变舆论格局 / 278
- 四、移动新媒体的商业影响 / 281

第三篇 中国网络媒体发展的问题、挑战与未来展望 / 283

第六章 中国网络媒体发展的问题与挑战 / 284

第一节 中国网络媒体发展过程中的问题 / 284



- 一、版权问题 / 284
- 二、内容质量问题 / 289
- 三、盈利问题 / 290
- 四、安全问题 / 294

第二节 中国网络媒体发展过程中的挑战 / 297

- 一、技术挑战 / 297
- 二、应用挑战 / 298
- 三、行业管理挑战 / 299
- 四、国际挑战 / 300

第七章 网络媒体发展展望 / 302

第一节 网络媒体的社会化 / 302

- 一、线上社交网站的进一步发展 / 302
- 二、线上社交网站与线下社交渐渐融合 / 303

第二节 网络媒体的移动化 / 304

第三节 网络媒体的多元化 / 306

- 一、受众需求的多元化及传播内容的多元化 / 306
- 二、价值取向的多元化 / 307
- 三、传播渠道的多元化 / 308

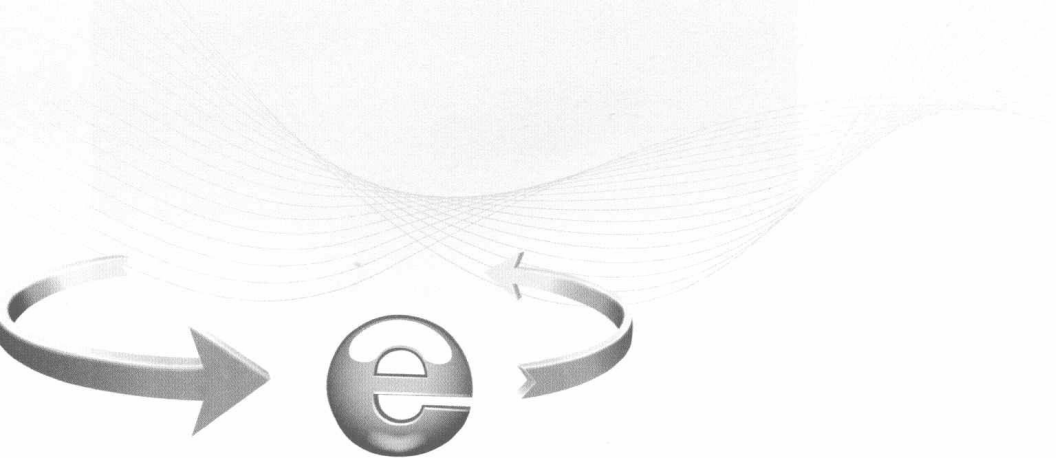
第四节 网络媒体的整合化 / 309

- 一、受众使用互联网服务的整合化 / 309
- 二、受众的重聚以及基于商务应用的互联网内部整合 / 311

第一篇

中国网络媒体20年 发展综述





第一章 中国网络媒体 20 年发展成就与特点

第一节 中国网络媒体20年发展成就

一、基础资源日益丰富

截至 2013 年底，IPv4 地址数量总量已达 3.3 亿

目前我国的互联网终端采用的通信协议依然主要为 IPv4，截至 2013 年底，我国的 IPv4 地址数量已达 3.3 亿个，且其增幅已经接近停滞。IPv4 协议在我国应用已近 20 年的历史，在这 20 年中，IPv4 地址由最初的 0 发展到现在的 3.3 亿个，总体来看发展是极为迅速的。

在 2011 年初，国际互联网名称与数字地址分配机构（ICANN）宣布全球最后一批 IPv4 地址分配完毕，亚太地区 APNIC IPv4 地址池也于 2011 年 4 月 15 日宣布耗尽，因此我国的 IPv4 地址数量自 2011 年开始就没有明显的变化，且 2013 年的 IPv4 地址的数量相较于 2012 年还略有下降，其降幅为 0.07%。

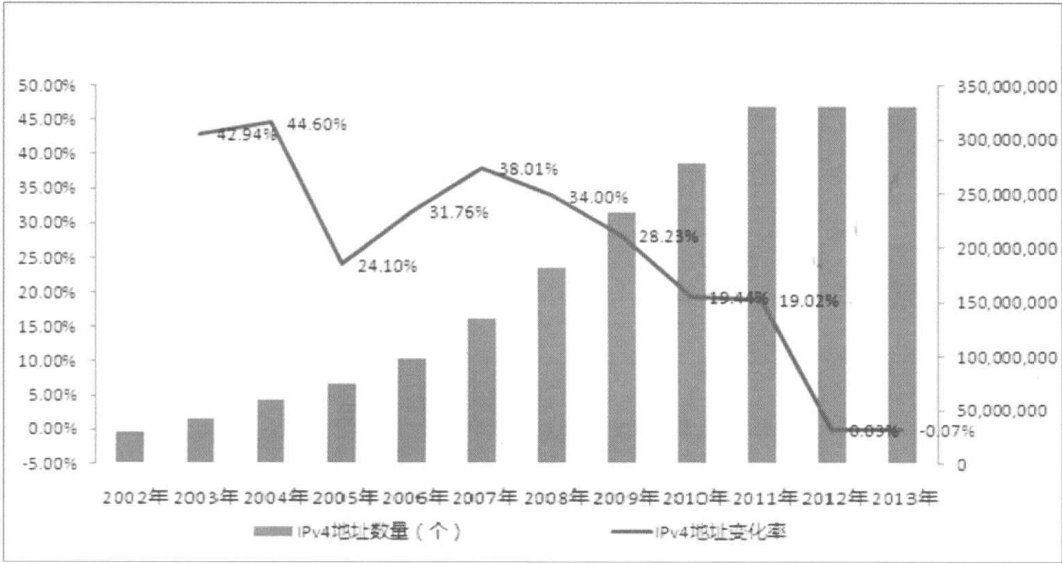


图 1-1 2002 年—2013 年我国 IPv4 地址数量及其变化率¹

截至 2013 年底，我国拥有 IPv6 地址 16670（块 /32）

根据 CNNIC 公布的数据,截至 2013 年底,我国拥有的 IPv6 地址为 16670 块,居全球第二位。虽然在 2003 年就开始试点,但由于产业链和商业模式的不成熟,IPv6 当前仍然在试点或商用试点阶段。

IPv6 是为了解决 IPv4 所存在的一些问题和不足而提出的,由于 IPv4 地址在 2011 年已近分配完毕,IPv6 地址的大规模商用迫在眉睫。不过我国政府已经明确了 IPv6 发展的时间表和路线图:2013 年底前,开展 IPv6 网络小规模商用试点,形成成熟的商业模式和技术演进路线;2014 年至 2015 年开展大规模部署和商用,实现 IPv4 和 IPv6 主流业务互通。

¹ CNNIC 年度调查。

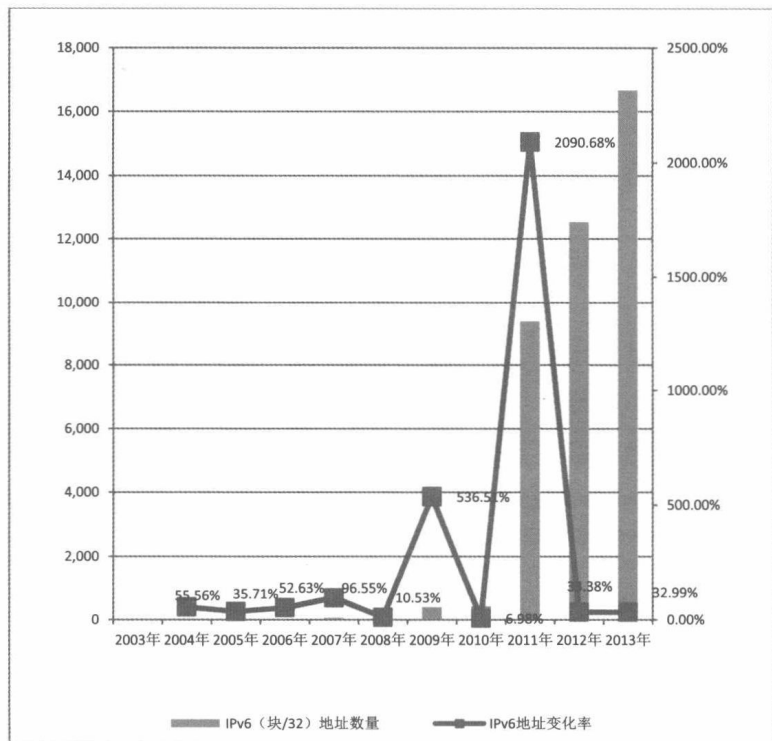


图 1-2 2003 年—2013 年 IPv6（块/32）地址数量及其变化

截至 2013 年底，我国拥有域名约 1844 万个，.CN 域名拥有 1082 万

在过去的 20 年中，我国域名数量整体呈增长态势，截至 2013 年底，我国拥有域名约 1844 万个，.CN 域名拥有 1082 万。不过具体来看将 20 年分成如下 3 个阶段。

- 第一阶段：1997 年—2008 年。在这个阶段，我国的域名整体呈现净增长阶段，如我国的 .CN 域名由 1997 年的 4066 个增长至 2008 年的 1357 万个，而其增长率最高时为 399.2%，最低时为 4.3%。
- 第二阶段：2008 年—2010 年。在此时期，我国的域名数量由于受国际金融危机的影响呈下降趋势，不论是整体域名还是 .CN 域名。
- 第三阶段：2011 年至今。在 2011 年之后的这段时期，我国的域名又恢复增长，不过我国的 .CN 域名的表现要弱于整体域名的表现，因为数据显示在 2013 年底时我国的整体域名数量已经超过 2008 年的历史最高峰，而 .CN 域名较 2008 年最高峰依然有巨大差距。

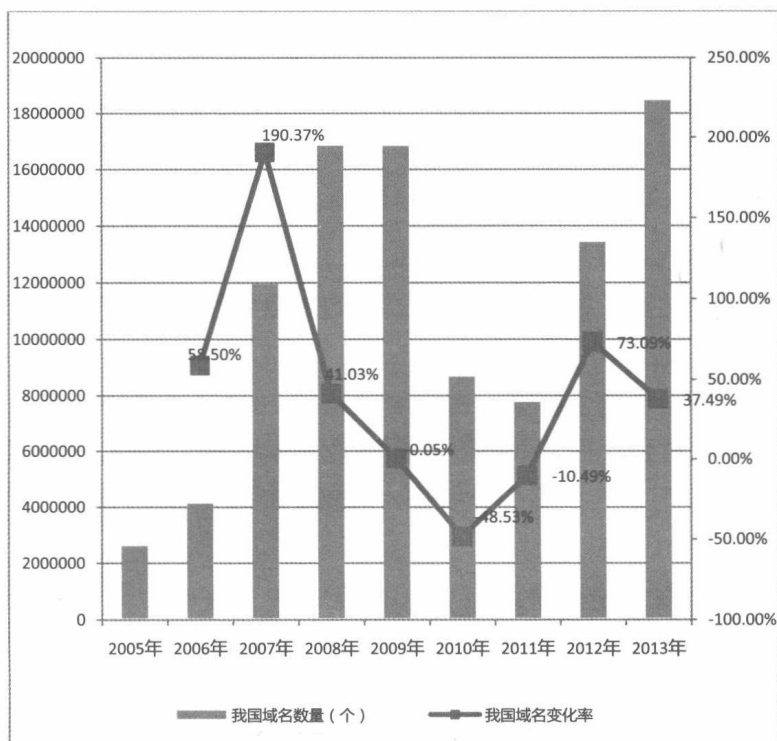


图 1-3 2005 年—2013 年我国域名数量及其变化率

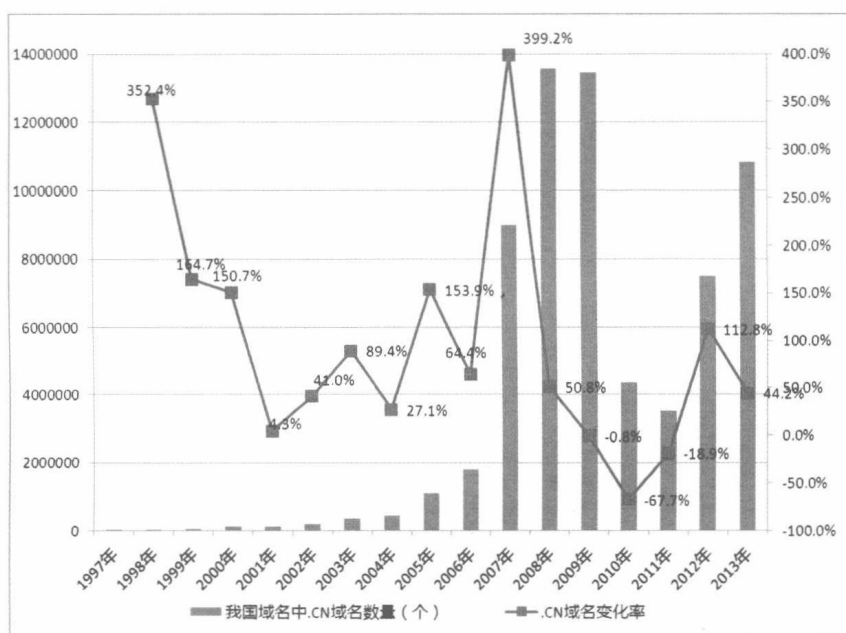


图 1-4 1997 年—2013 年我国 .CN 域名数量及其变化率



截至 2013 年底，我国网站数总量达到 320 万个

总体来看，我国的网站数量在过去近 20 年是稳步增长的，截至 2013 年底，我国的网站数量总量达到 3201625 个。不过具体来看，可以将过去划分为如下三个阶段。

- 第一阶段：飞速发展阶段。这一时期为 2000 年之前，此时互联网刚在我国兴起，网站数量的增长是极为迅速的，每年的增长幅度几乎都在 1 倍以上，特别是在 2000 年增幅高达 16 倍。
- 第二阶段：稳步增长阶段。这一阶段是从 2001 年至 2009 年。在本世纪初互联网泡沫破裂之后，我国的互联网发展也恢复了理性，网站数量增长幅度基本都低于 50%，只有 2003 年、2007 年以及 2008 年这三年的增长幅度超过 50%。
- 第三阶段：恢复增长阶段，从 2010 年一直到现在。受金融危机的影响，2010 年我国的互联网数量下降了 41%，随着社交媒体、电商等迅速发展，互联网很快又恢复增长。

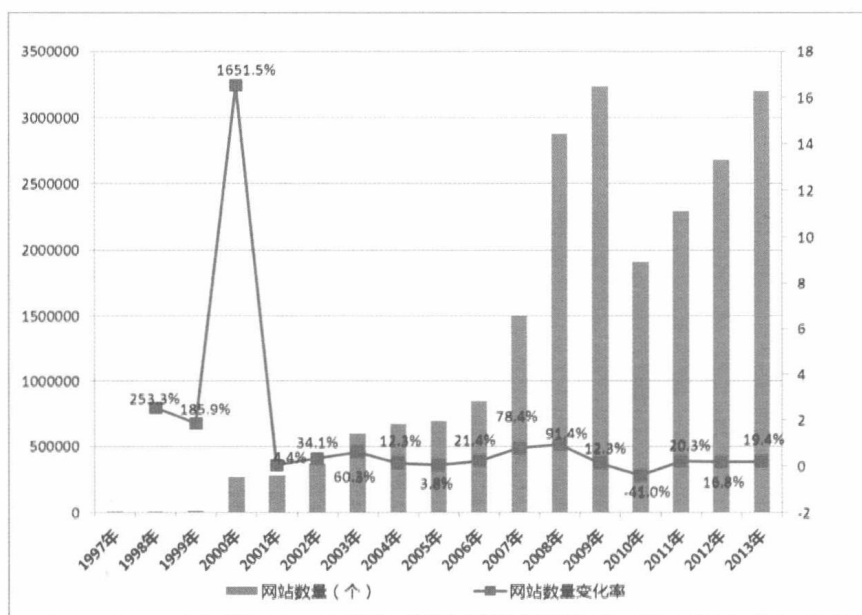


图 1-5 1997 年—2013 年我国互联网网站数量及其变化率