

2016

北京市互联网信息办公室
北京市社会科学学院

The Annual Report of
Beijing Internet Industry 2016

首都互联网发展报告

佟力强◎主编



人民出版社

2016

北京市互联网信息办公室
北京市社会科学学院

The Annual Report of Beijing Internet Industry 2016

首都互联网发展报告

佟力强◎主编



人民出版社

责任编辑:郑海燕

封面设计:肖 辉 孙文君

责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

首都互联网发展报告.2016/佟力强 主编. —北京:人民出版社,2017.4

ISBN 978-7-01-017462-4

I. ①首… II. ①佟… III. ①互联网络-调查报告-北京-2016 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 050395 号

首都互联网发展报告(2016)

SHOUDU HULIANWANG FAZHAN BAOGAO(2016)

佟力强 主编

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京汇林印务有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月北京第 1 次印刷

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:15.25

字数:280 千字

ISBN 978-7-01-017462-4 定价:48.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

本书编委会

主任 严力强 | 中共北京市委副秘书长
中共北京市委宣传部副部长

副主任 佟力强 | 北京市互联网信息办公室主任
首都互联网协会会长
周 航 | 北京市社会科学院副院长

总 编 佟力强 | 周 航

编 委 (按姓氏笔画)

于 扬 | 易观智库董事长兼CEO
王祥武 | 北京市哲学社会科学规划办公室主任
齐福全 | 北京市社会科学院外国所
严力强 | 中共北京市委副秘书长、中共北京市委宣传部副部长
杨 苏 | 首都互联网协会副会长
佟力强 | 北京市互联网信息办公室主任、首都互联网协会会长
张爱国 | 北京市互联网信息办公室政策法规处副处长
陈 华 | 北京市互联网信息办公室副主任、副研究员
周 航 | 北京市社会科学院副院长
徐 磊 | 北京市互联网信息办公室网络信息服务管理处副处长
雷 鸣 | 北京市互联网信息办公室政策法规处副处长、副研究员
魏 莞 | 首都互联网协会常务副会长兼秘书长

主 编 齐福全 (执行主编) 雷 鸣

前 言

2015年,中国互联网行业稳步发展,创新创业产品频出,跨界融合步伐加快,海外市场开拓业绩较为显著,依法依规治理水平全面提高。“互联网+”上升为国家战略,互联网行业对我国实现创新驱动、加快经济发展方式转型、打造新常态下经济新引擎进程中起到了重要作用。2015年首都互联网继续保持国内领先地位,互联网普及率高,互联网资源总量继续处于全国前列。互联网产业在国民经济体系中的地位进一步提高,产品与服务的创新速度加快,行业治理有序展开。2015年首都互联网的实践与发展受到了社会各界的普遍关注,需要社会各界合作展开深入研究。

《首都互联网发展报告(2016)》就是以首都互联网为研究对象,聚焦社会各界智慧成果的学术型报告。此报告是北京市互联网信息办公室与北京社科院联合编著的第六部年度报告。该报告继续保持已有的风格与特点,研究目标清晰、研究主体多元、观点内容丰富、研究视角多样。当然,报告也具有鲜明的年度特点,针对2015年内北京互联网发展的重点热点问题展开深入研究,深度剖析北京互联网发展的阶段性成果,深刻总结北京互联网发展的时段性经验,并对首都互联网发展趋势进行展望。

《首都互联网发展报告(2016)》分为三大部分:总报告、行业发展与行业管理、案例分析,共有18篇子报告组成。这些报告的内容基本上涵盖了2015年首都互联网发展的各个方面,这些报告既独立成章,又相互关联。

“总报告”由2篇报告组成:《2015年北京市互联网发展形势分析》和《2015年北京市互联网行业上市公司发展状况比较分析》。这两篇报告分别对2015年北京市互联网发展的大局趋势和行业内各大上市公司发

展情况进行鸟瞰式的分析与解读,有助于读者简明扼要地了解 2015 年首都互联网发展情况和行业内代表性企业的发展情况。

“行业发展与行业管理”由 9 篇报告组成,分别对互联网的地方经济助推作用、B2B 行业发展现状与未来走势、网络游戏市场发展、网上零售 B2C 市场发展、在线旅游市场发展、在线医疗健康发展、互联网生活服务类市场发展问题进行了分析。涵盖了 2015 年首都互联网行业运行中的热点与亮点。有些报告提出了具有可操作性的对策与建议,有些报告提出了未来发展的方向与走势,还有些报告利用计量工具深入剖析了互联网行业的经济推动作用。《用户利用网络服务发布广告问题研究》对 UGC 类产品中存在的广告类型进行梳理,基于此提出了区别对待不同类型广告的具体措施与建议。《首都互联网治理与政府公信力建构》着重阐述了首都互联网治理的实践与挑战,并结合首都实际情况分析了互联网时代提升政府公信力的重要性与可行路径。

“案例分析”由 4 篇报告组成。2015 年是北京地区 O2O 巨头强强联手、实现合作共赢的一年,这对于中国电子商务的发展具有深远的影响意义。这一部分主要包括对滴滴出行、优酷土豆、58 赶集、新美大等 O2O 巨头的发展状况分析。值得注意的是,这些报告撰写者都来自互联网行业第一线人士,他们从互联网行业日常经营角度出发,对本公司的历史演进和未来发展进行深入分析,为广大读者提供了很多具有参考价值的认识与观点。

在这要诚挚感谢来自政府相关部门、科研单位和公司企业作者们为本报告作出的贡献。在撰写过程中,作者们也充分借鉴吸收了已有的研究成果,听取了社会各界人士的意见与建议,在此一并表示感谢。编著者力争用高质量的学术报告向广大读者展示出 2015 年首都互联网发展全貌。当然,囿于编著者的水平,此书必有不足之处,欢迎广大专家学者、业界人士以及读者们批评指正。

2017 年 2 月 14 日

CONTENTS

目 录

前 言.....	1
----------	---

第一部分 总报告

2015 年北京市互联网发展形势分析	3
一、引言.....	3
二、2015 年全球互联网发展格局	4
三、2015 年中国互联网发展趋势	17
四、2015 年北京市互联网发展形势	27
五、2016 年北京市互联网发展趋势	35
2015 年北京市互联网行业上市公司发展状况比较分析	38
一、北京市互联网行业上市公司概况	38
二、北京市互联网行业上市公司基本财务状况比较分析	38
三、北京市互联网行业上市公司资本市场表现及比较	45
四、其他省市互联网行业上市公司状况	49
五、总结	52

第二部分 行业发展与行业管理

电子商务 B2B 市场行业发展现状与未来发展趋势分析	59
一、电子商务 B2B 市场已进入发展新阶段	59
二、电子商务 B2B 市场主要特征	62
三、电子商务 B2B 市场厂商竞争格局	63
四、电子商务 B2B 市场趋势预测	65
五、利好政策加快北京市电子商务 B2B 市场发展	66
网络游戏市场发展现状与未来发展趋势分析	68
一、网络游戏市场发展现状	68
二、移动游戏市场发展分析	70
三、电子竞技市场发展分析	76
四、北京市网络游戏市场发展势头良好	81
智能终端行业发展现状与未来发展趋势分析	83
一、智能终端行业发展现状分析	83
二、智能手机市场分析	85
三、智能家居设备市场分析	89
四、智能电视市场分析	92
五、智能可穿戴设备市场分析	94
六、北京市智能终端市场现状	98
网上零售 B2C 市场行业发展现状与未来发展趋势分析	100
一、网上零售 B2C 市场现状及发展阶段	100
二、网上零售 B2C 市场厂商竞争格局	103
三、网上零售 B2C 市场趋势预测	105
四、北京市网上零售 B2C 发展良好	108
在线旅游市场发展现状与未来发展趋势分析	110
一、宏观分析:多方面因素助力在线旅游快速发展	110
二、在线旅游市场发展现状	111
三、在线旅游市场竞争格局	114
四、在线旅游市场发展趋势	117
在线医疗健康发展现状与未来发展趋势分析	120
一、互联网医疗	120

二、医药电商·····	126
三、北京市在线医疗健康市场发展领先·····	132
生活服务类市场发展现状与未来发展趋势分析·····	134
一、生活服务类市场发展现状·····	134
二、互联网招聘市场发展分析·····	135
三、互联网婚恋市场发展分析·····	139
四、互联网餐饮外卖市场发展分析·····	144
五、北京市互联网生活服务市场蓬勃发展·····	149
电商行业发展的新趋势·····	150
一、电商行业发展现状·····	150
二、电商行业发展趋势·····	152
互联网行业对北京地区经济增长的推动效果分析·····	155
一、引言·····	155
二、述评·····	156
三、研究思路与模型选择·····	157
四、数据来源与处理·····	159
五、模型构建与运算结果·····	161
六、结果解释与说明·····	166
七、结论·····	168
北京市互联网企业成长规律的分析·····	170
一、综述·····	170
二、北京市互联网企业成长规律的检验·····	175
三、主要结论·····	180
用户利用网络服务发布广告问题研究·····	181
一、网络服务提供者发布的广告·····	182
二、用户发布的广告·····	183
三、区分不同广告类型的监管思路·····	184
首都互联网治理与政府公信力建构·····	186
一、互联网治理的内涵·····	186
二、互联网治理特征与政府公信力的逻辑关联·····	188
三、首都互联网治理的实践与挑战·····	189
四、互联网时代如何提升政府公信力:重要性与可行路径·····	192

第三部分 案例分析

滴滴出行发展状况分析·····	197
一、基本情况·····	197
二、滴滴出行产品及业务分析·····	201
三、滴滴出行的发展趋势·····	205
四、滴滴出行对北京市的影响和意义·····	207
优酷土豆发展状况分析·····	208
一、基本情况·····	208
二、阿里收购优酷土豆事件分析·····	209
三、优酷土豆的组织架构·····	211
四、优酷土豆的未来发展趋势·····	212
58 赶集发展状况分析 ·····	215
一、58 赶集集团架构 ·····	216
二、58 赶集涵盖领域分析 ·····	217
三、“移动服务”将成 58 赶集未来主要发展方向 ·····	223
四、北京市 58 赶集发展状况 ·····	223
新美大发展状况分析·····	225
一、基本情况·····	225
二、美团和大众点评合并分析·····	226
三、新美大组织架构·····	228
四、美团和大众点评的产品分析·····	229
五、新美大未来发展趋势·····	231
六、北京是新美大发展的重要扎根之地·····	232

图表目录

图 目 录

图 1-1	1980—2015 年全球 GDP 增长率	5
图 1-2	2008—2015 年全球互联网用户数和年增速	5
图 1-3	2007—2015 年全球智能手机发货量与年增速	6
图 1-4	2008—2015 年印度互联网用户数和年增速	7
图 1-5	全球两大著名手机社交应用用户每日平均视频浏览次数对比	8
图 1-6	流媒体直播示意图	9
图 1-7	2005—2015 年全球主要社交应用平台的图片共享数量	11
图 1-8	可穿戴设备的主要形式	14
图 1-9	中美消费者主要支付形式与每月支付次数对比	16
图 1-10	2014—2015 年网上支付/手机网上支付用户规模和使用率	20
图 1-11	电商综合化和电商垂直化的比较	24
图 1-12	创业失败的主要原因	31
图 1-13	2015 年北京市互联网行业上市公司营收及变化趋势 (营收 ≥ 30 亿元)	41
图 1-14	2015 年北京市互联网行业上市公司营收及变化趋势 (营收 < 30 亿元)	41
图 1-15	2015 年北京市互联网行业上市公司净利润及变化趋势 ($ $ 净利润 $ \geq 5$ 亿元)	43
图 1-16	2015 年北京市互联网行业上市公司净利润及变化趋势 ($ $ 净利润 $ < 5$ 亿元)	43
图 1-17	2015 年北京市互联网行业上市公司净利润率及变化趋势	45
图 1-18	2015 年北京市互联网行业上市公司股价及变化趋势	48
图 2-1	2016—2018 年中国电子商务 B2B 市场交易规模预测	60

图 2-2	2016—2018 年中国电子商务 B2B 市场收入规模预测	60
图 2-3	2015 年中国电子商务 B2B 市场 AMC 模型	61
图 2-4	2015 年中国电子商务 B2B 市场实力矩阵	64
图 2-5	2016—2018 年中国广义网络游戏市场规模预测	69
图 2-6	2016—2018 年中国广义网络游戏细分市场规模预测	70
图 2-7	2016—2018 年中国移动游戏市场规模预测	71
图 2-8	中国移动游戏产业链	72
图 2-9	中国移动游戏市场 AMC 模型	73
图 2-10	2015 年中国电子竞技产业生态链	77
图 2-11	2015 年中国电子竞技市场 AMC 模型	78
图 2-12	2011—2015 年全国居民人均可支配收入及增长率	84
图 2-13	2015 年中国智能手机市场 AMC 模型	86
图 2-14	2016—2018 年中国智能手机销量预测	88
图 2-15	中国智能家居市场 AMC 模型	90
图 2-16	2015—2018 年中国智能家居市场规模预测	91
图 2-17	中国智能电视市场 AMC 模型	92
图 2-18	2016—2017 年中国智能电视机销量及预测	94
图 2-19	2015 年中国智能可穿戴设备市场 AMC 模型	95
图 2-20	2016—2018 年中国智能可穿戴设备市场规模预测	98
图 2-21	2015 年中国网络零售市场 AMC 模型	101
图 2-22	2015 年中国网上零售 B2C 市场实力矩阵	104
图 2-23	2016—2018 年中国网络零售市场交易规模预测	106
图 2-24	2016—2018 年中国移动网购市场交易规模预测	106
图 2-25	2016—2018 年中国网络零售市场移动端交易规模占比	107
图 2-26	2016—2018 年中国在线旅游市场规模预测	112
图 2-27	2015 年中国在线旅游市场 AMC 模型	113
图 2-28	2015 年中国在线旅游市场实力矩阵	115
图 2-29	2015—2018 年中国移动医疗市场规模预测	121
图 2-30	2015 年中国互联网医疗市场 AMC 模型	122
图 2-31	2015 年中国互联网医疗市场实力矩阵	124
图 2-32	2015—2018 年中国医药 B2C 市场规模预测	127
图 2-33	2015 年中国医药 B2C 市场 AMC 模型	128
图 2-34	2015 年中国医药电商市场实力矩阵	129

图 2-35	2015 年中国互联网招聘市场 AMC 模型	136
图 2-36	2015 年中国互联网招聘市场实力矩阵	137
图 2-37	2016—2018 年中国互联网招聘市场规模预测	138
图 2-38	2015 年中国互联网婚恋交友市场 AMC 模型	140
图 2-39	2015 年中国互联网婚恋交友市场实力矩阵	141
图 2-40	2016—2018 年中国互联网婚恋交友市场规模预测	143
图 2-41	2016—2018 年中国互联网餐饮外卖市场交易规模预测	145
图 2-42	2015 年中国互联网餐饮市场 AMC 模型	146
图 2-43	2015 年中国互联网餐饮外卖市场实力矩阵	147
图 2-44	VAR3 模型的脉冲响应分析图	164
图 2-45	VAR4 模型的脉冲响应分析图	164
图 2-46	INMC 对 GDP 的方差分解	165
图 2-47	INT 与 MCO 对 GDP 的方差分解	165
图 3-1	滴滴出行基本架构	198
图 3-2	滴滴出行产品发展历程	202
图 3-3	优酷土豆集团组织架构	212
图 3-4	58 赶集集团组织结构图	217
图 3-5	58 赶集集团所涉足领域及其子公司	218
图 3-6	新美大基本组织架构	229

表 目 录

表 1-1	2015 年中国网络直播平台部分融资情况	9
表 1-2	2015 年全球互联网企业前 20 强	15
表 1-3	“互联网+”相关配套政策与推进措施	18
表 1-4	2015 年中国 O2O 领域五大合并案例	22
表 1-5	2015 年北京市互联网创业市场部分退市案例	31
表 1-6	2015 年北京市互联网行业主要自律活动	34
表 1-7	北京市在美上市互联网公司 2015 年经营情况及变化趋势	39
表 1-8	北京市在港及 A 股上市互联网公司 2015 年经营情况及 变化趋势	40
表 1-9	北京市赴美上市互联网企业 2015 年股价及变化情况	45
表 1-10	北京市在港或沪深 A 股上市的互联网企业 2015 年股价及 变化情况	47

表 1-11 其他省市互联网行业上市企业经营情况及变化趋势	49
表 1-12 其他省市互联网行业上市企业 2015 年股价及变化情况	51
表 2-1 网络游戏市场宏观环境分析	68
表 2-2 经济学中几种主要因果判定方法	158
表 2-3 GDP、MCO、INT、INMC 数据的描述性统计分析	160
表 2-4 SAGDP、SAMCO、SAINT、SAINMC 数据的描述性统计分析	160
表 2-5 VAR1 模型的滞后阶数检验结果	162
表 2-6 VAR2 模型的滞后阶数检验结果	162
表 2-7 VAR1 模型中的格兰杰因果检验结果	162
表 2-8 VAR2 模型中的格兰杰因果检验结果	162
表 2-9 北京市互联网行业企业销售收入统计描述	175
表 2-10 北京市互联网行业企业总资产统计描述	176
表 2-11 北京市互联网行业企业员工数统计描述	176
表 2-12 北京市互联网企业规模的正态分布检验结果	176
表 2-13 北京市互联网企业规模对数分布的 K-S 检验结果	177
表 2-14 北京市互联网企业成长吉尔布瑞特规律检验结果	178
表 2-15 北京市互联网企业成长齐夫规律分布检验结果 1	179
表 2-16 北京市互联网企业成长齐夫规律分布检验结果 2	179
表 2-17 北京市互联网企业成长齐夫规律分布检验结果 3	179
表 3-1 滴滴出行大事记	198
表 3-2 滴滴出行产品优劣势	201
表 3-3 优酷 SWOT 分析	208
表 3-4 土豆 SWOT 分析	209
表 3-5 58 同城获投事件总览表	215
表 3-6 赶集网获投事件总览表	216
表 3-7 美团网与大众点评网的比较	226



第一部分 总报告

Part I Main Report

2015 年北京市互联网发展形势分析

李 茂 齐福全 陈 华

一、引 言

2015 年,我国社会经济各项事业稳步前进。面对错综复杂的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务,党中央、国务院团结带领全国各族人民,按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局的总要求,牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,适应经济发展新常态,坚持改革开放,坚持稳中求进工作总基调,坚持稳增长、调结构、惠民生、防风险,不断创新宏观调控思路与方式,深入推进结构性改革,扎实推动大众创业万众创新,努力促进经济保持中高速增长、迈向中高端水平,转型升级步伐加快,改革开放不断深化,民生事业持续进步,经济社会发展迈上新台阶,实现了“十二五”圆满收官,为“十三五”经济社会发展、决胜全面建成小康社会奠定了坚实基础。

2015 年,全球互联网发展形势总体稳定,移动互联网连接水平、移动终端规模和网络用户数都在平稳增长,世界电子商务市场已经颇具规模,下一代互联网的创新应用层出不穷。2015 年中国互联网仍保持快速发展态势,“互联网+”战略的实施对我国创新驱动、全面转变经济发展方式、打造新常态下经济新动能发挥了重要作用。从总体发展情况来看,2015 年中国互联网继续保持健康发展的势头,创新点与创意产品频出,跨界融合步伐加快,海外市场开拓业绩较为显著,依法依规治理水平全面提高。

2015 年北京市互联网继续处于中国互联网发展的第一方阵之中,继续保持着中国互联网的“排头兵”“领头羊”地位。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,截至 2015 年 12 月,我国 IPv4 地址数量约为 3.365 亿,北京拥有数量为 8563.9 万,占比为 25.45%,是全国拥有 IPv4 地