

B

新媒体蓝皮书[®]

LUE BOOK OF NEW MEDIA

中国新媒体 发展报告

No. 5 (2014)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA
IN CHINA (2014)

中国社会科学院新闻与传播研究所

主 编 / 唐绪军

副主编 / 吴信训 黄楚新 刘瑞生



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2014
版

新媒体蓝皮书

BLUE BOOK OF
NEW MEDIA



中国新媒体发展报告

No.5 (2014)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA IN CHINA
(2014)

中国社会科学院新闻与传播研究所

主 编 / 唐绪军

副主编 / 吴信训 黄楚新 刘瑞生



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国新媒体发展报告. 5, 2014/唐绪军主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2014. 6

(新媒体蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-6039-0

I. ①中… II. ①唐… III. ①传播媒介-发展-研究报告-中国-2014 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 106807 号

新媒体蓝皮书
中国新媒体发展报告 No. 5 (2014)

主 编 / 唐绪军
副 主 编 / 吴信训

出 版 人 / 谢寿光
出 版 者 / 社会科学文献出版社
地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦
邮 政 编 码 / 100029

责任部门 / 皮书出版分社 (010) 59367127
责任编辑 / 姚冬梅
电子信箱 / pishubu@ssap.cn
责任校对 / 王望春
项目统筹 / 邓泳红 郑庆寰
责任印制 / 岳 阳
经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089
读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司
开 本 / 787mm × 1092mm 1/16
印 张 / 26.5
版 次 / 2014 年 6 月第 1 版
字 数 / 428 千字
印 次 / 2014 年 6 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5097-6039-0
定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

新媒体蓝皮书编委会

(以姓氏笔画为序)

刘瑞生 闵大洪 宋小卫 吴信训 孟 威
姜 飞 杨瑞明 钟 瑛 赵天晓 彭 兰
秦 雯 钱莲生 唐绪军 黄楚新 殷 乐

协编单位：上海市社会科学创新研究基地/吴信训工作室·
上海大学文化繁荣与新媒体发展研究基地

数据支持：北京缔元信

主要编撰者简介

唐绪军 中国社会科学院新闻与传播研究所所长，研究员，新闻与传播研究所学术委员会主任，中国社会科学院研究生院教授、教授委员会委员、新闻学与传播学系主任、博士生导师、系学位评定委员会主任，《新闻与传播研究》主编，中国记协第八届理事会常务理事、国家新闻出版总署报业专家顾问团顾问，享受政府特殊津贴。

吴信训 上海大学中国艺术产业研究院院长，教授，博士生导师。上海市社会科学创新研究基地（文化繁荣与新媒体发展研究方向）及上海发展战略研究所吴信训工作室首席专家，全国“十佳”广播电视理论工作者，享受政府特殊津贴，中国传媒经济与管理学会常务副会长兼秘书长。

黄楚新 中国社会科学院新闻与传播研究所传媒发展研究中心主任，副研究员，博士。首都互联网协会新闻评议专业委员会评议员，《中国报业》杂志学术顾问。

刘瑞生 中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员，《新闻与传播研究》副主编，国家互联网信息办公室互联网新闻研究中心特约研究员，北京市微博客发展管理专家顾问团成员，中国社会科学院青年人文社会科学中心特约研究员。

摘 要

《中国新媒体发展报告》是由中国社会科学院新闻与传播研究所主持编撰的系列年度报告，2014 卷分为总报告、热点篇、调查篇、传播篇和产业篇五部分，全面盘点中国新媒体发展现状，解读新媒体发展大势，探析新媒体的深刻影响。

2013 年以来，中国新媒体在移动化发展中加速与社会的融合。基于移动互联网的微博、微信、微视频等应用大行其道，微传播进一步改变中国传播生态和舆论格局，微政务成为创新中国社会治理的新路径，新媒体向经济领域深度渗透引发产业升级和互联网金融热兴。

总报告全面概括了当前中国新媒体的发展态势，盘点了移动互联网、大数据、微博、微信、云计算、4G、新媒体经济等新技术、新应用和新形态；透析了国家对新媒体发展的高度重视，传统媒体的融合转型，国家网络安全、网络谣言治理等全社会关注的热点和焦点；解析了中国新媒体发展对政治、经济、文化、社会等方面的深刻影响；展望了中国新媒体的发展趋势。

全书收入了数十位专家学者撰写的分报告，深入探讨了中国网络空间安全、微信发展状况、微博发展态势、社交媒体舆情、传统媒体转型、新媒体产业发展、主流媒体舆情引导、网络助政、青少年新媒体使用、新媒介素养、电子书包等重要问题。同时，还总结了数字电视、手机游戏、网络视频、IPTV、新媒体广告、移动新闻客户端等新媒体产业的发展状况。

本书认为，2013 年，中国新媒体经历了急剧的移动化发展，同时快速的社会化与融合化促推新媒体的功能不断拓展，社会影响强势延伸。在国家顶层设计的强化下，中国新媒体在社会发展中的战略地位进一步凸显，新媒体超越传统媒体成为跨越诸多领域的“超级产业”，并进一步成为中国社会转型关键期的结构性因素，新媒体与政治、经济、文化的深度融合不断释放正能量。中国正迈步从新媒体大国走向新媒体强国。

目 录



Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 移动化的新媒体：微传播改变中国
..... 唐绪军 黄楚新 刘瑞生 / 001
- 一 总体概况与发展态势 / 002
- 二 热门盘点与焦点透视 / 007
- 三 传播分析与影响解读 / 012
- 四 未来展望与政策建议 / 020

Ⅱ II 热点篇

- Ⅱ.2 2013 年网络空间安全发展研究报告
..... 方兴东 胡怀亮 张 静 / 027
- Ⅱ.3 2013 年中国微信发展报告 匡文波 / 041
- Ⅱ.4 微传播格局中的强媒体
——2013 年中国微博发展报告 刘瑞生 王 井 / 053
- Ⅱ.5 2013 年中国社交媒体舆情发展报告
..... 刘鹏飞 卢永春 邱若辰 / 067
- Ⅱ.6 2013 年中国电视的新媒体转型报告 殷 乐 徐 畅 / 085
- Ⅱ.7 新媒体环境下英国 BBC 的融合发展研究
..... 黄楚新 邱智丽 王诗雨 / 097



- B.8 全球视野下的中国新媒体产业发展态势及对策
..... 范 周 吴佳宁 / 108
- B.9 新技术与新应对：主流媒体舆论引导走势分析
..... 孟 威 姚金楠 / 120

B III 调查篇

- B.10 2013 年中国政务微信发展报告 侯 铨 / 130
- B.11 中国青少年网络使用行为调查分析 钟 璜 李青青 / 141
- B.12 社会化媒体下公众新媒介素养的调查分析 曾凡斌 彭 兰 / 163
- B.13 2013 年中国网络助政发展现状、问题及对策
..... 刘 厚 阳美燕 晏 璐 / 178
- B.14 社交媒体与司法传播研究
——基于“李天一案”原创微博的实证分析
..... 孙祥飞 董 军 杨 秀 / 192
- B.15 电子书包在中国的发展历程、问题及对策建议
..... 姜 飞 吴雅婧 / 205

B IV 传播篇

- B.16 2013 年中国网络媒体与网络传播 闵大洪 / 217
- B.17 大数据时代的《纸牌屋》 向 芬 / 230
- B.18 社交电视的内涵、模式及其社会影响 郭小平 陈 茜 / 241
- B.19 云传播时代的大众媒介变革 李卫东 / 249
- B.20 知识库和社会化媒体融合现状与策略 刘 君 吴卓晶 / 258

B V 产业篇

- B.21 2013 年中国新媒体产业发展特点及展望 郭全中 / 271
- B.22 2013 年中外移动阅读终端产业发展报告 吴小坤 吴信训 / 282

Ⅼ. 23	2013 年中国网络视频产业发展报告	张 斌 曹三省 唐朵朵 / 300
Ⅼ. 24	2013 年中国手机游戏发展报告	张 倩 童清艳 / 315
Ⅼ. 25	2013 年网络广告发展报告	王凤翔 / 331
Ⅼ. 26	2013 年中国移动新闻客户端发展报告	贾金玺 / 344
Ⅼ. 27	2013 年中国数字电视产业发展报告	高红波 / 355
Ⅼ. 28	2013 年中国手机视频产业发展报告	江 凌 / 365
Ⅼ. 29	2013 年中国 IPTV 产业发展报告	王建磊 / 375
Ⅼ. 30	2013 年中外数字报纸发展报告	李 珠 / 383
Abstract		/ 395
Contents		/ 397

皮书数据库阅读 **使用指南**

移动化的新媒体：微传播改变中国

唐绪军 黄楚新 刘瑞生*

摘 要：

2013 年以来，中国新媒体在移动化发展中加速与社会的融合。基于移动互联网的微博、微信、微视频等应用大行其道，微传播进一步改变中国传播生态和舆论格局，微政务成为创新中国社会治理的新路径，新媒体向经济领域深度渗透引发产业升级和互联网金融热兴。在新媒体的社会化发展进程中出现一些新问题，网络信息安全问题日益凸显，商业秩序亟待规范、个人信息的保护有待加强等成为中国新媒体健康发展的主题。

关键词：

新媒体 移动化 微传播 网络安全 融合

* 唐绪军，中国社会科学院新闻与传播研究所所长、研究员、博士生导师；黄楚新，中国社会科学院新闻与传播研究所传媒发展研究中心主任、副研究员、博士、首都互联网协会新闻评议专业委员会评议员；刘瑞生，中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员、《新闻与传播研究》副主编、国家互联网信息办公室互联网新闻研究中心特约研究员。



2013年，中国4G移动通信的正式启动和以3G为基础的移动互联网的深度渗透为新媒体发展带来了新的契机。新一代高速、泛在、智能、开放的宽带网络，进一步推动了大数据、云计算、物联网、移动互联网等新应用的发展。移动互联网、智能便携终端和云计算等新媒体技术形成的信息服务，为各行各业提供了崭新的融合渗透平台，使信息业、传媒业、IT业、金融业融合成新的信息、传媒、金融服务业。这种融合正不断改变着人与人、人与物、物与物之间的信息交流模式与形态，从而使公共信息的提供方式、社会关系的处理方式、社会结构的演进方式、金融服务的经营方式等发生革命性改变。

2013年，既有微博、新闻客户端等弱关系新媒介的广泛覆盖和高效应用，又有微信、陌陌等强关系互动型新媒介的迅速普及，新媒体强大的移动性、融合性、动员性和渗透率空前显现。与此同时，网络安全的重要性也日益凸显。由斯诺登爆出“棱镜门”事件所引发的国家网络安全问题已引起各国的广泛关注和高度重视；在国内，通过整治网络谣言、打击网络水军，网上舆论环境开始晴朗起来。

2013年，中国新媒体不断向移动化发展，在“快速扩张”中更加重视“网络安全”，在“相互影响”中更加强调“融合渗透”。微传播正在改变中国。

一 总体概况与发展态势

1. 中国新媒体稳步发展，移动化趋势明显

中国新媒体用户增长已走过高速发展时期而进入稳定增长期。据中国互联网络信息中心（CNNIC）第33次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2013年12月底，中国网民规模达6.18亿，全年共计新增网民5358万人。互联网普及率为45.8%，较2012年底提升了3.7个百分点。手机网民继续保持良好的增长态势，规模达到5亿人，年增长率为19.1%，继续保持第一大上网终端的地位。

2013年中国新增网民中使用手机上网的比例高达73.3%，远高于使用其他设备上网的比例，手机依然是中国网民增长的主要驱动力。可以看出，中国的新媒体应用正向移动化方向发展。

2. 中国新媒体发展进入“微时代”

国务院办公厅2013年10月1日发文，明确指出要进一步加强政务信息平台建设。这是国务院首次通过政府公文的形式明确了政务信息公开的地位和作用，对政务微博、微信的健康发展具有重大意义。政府信息公开制度建设开始迈入微政务时代。截至2013年10月底，经腾讯微博平台认证的政务微博已达16万个，其中党政机构92000个、党政官员67000个。较2012年同期，总增长率为128.39%，其中政府机构增长率为104.60%，公务人员增长率为171.17%。^①

在微信平台上，已开通的公众账号超过200万个，公众账号日均注册量为8000个，其中经认证的公众账号超过5万个，而政务微信公众账号总数超过3000个，约占认证公众账号的6%。政务微信在应急管理、舆论引导、社会组织动员等领域发挥了强大的社会功能，产生了积极有效的影响。

2013年微电影市场蓬勃发展，成为新媒体文化产业发展领域的一股“微势力”。北京国际微电影节参与奖项角逐的1000余部微电影中，明星参与的微电影有50余部，商业微电影近100部，同时涌现大批的优质公益微电影。

由于新媒体发展而产生的微政务、微电影、微视频，构成了2013年中国新媒体发展的“微时代”景观。

3. 微信发展火爆，成为年度标志性特征

2013年是微信快速发展的一年。微信以操作便捷、多媒体传播、免费使用等优势赢得用户的喜爱。目前，微信用户已达6亿，海外注册用户超过1亿，且“微信已经覆盖全球200多个国家和地区，发布超过20种语言版本，国内外月活跃用户超过2.7亿。其中，微信公众账号在最近15个月内增长到200多万个，并且保持每天8000个的增长速度以及超过亿次的信息交互”^②。

2013年底，升级微信5.1版的用户可以将自己创建的群聊人数调整为100人，进一步提升了微信的社交覆盖力。2014年1月4日，微信在产品中添加由“嘀嘀打车”提供的打车功能。2014马年春节之季，微信“抢红包”功能更是抢占了支付宝钱包的风头。从除夕到初八，超过800万用户参与了微信红包活动。

^① 人民网舆情检测室：《2013年腾讯政务微博和政务微信发展研究报告》，2013年12月。

^② 腾讯科技：《微信公众平台注册账号超200万个每天增长8千个》，2013年11月18日，<http://tech.qq.com/a/20131118/013814.htm>。



但微信发展中存在的问题也不容忽视，如信息碎片化、垃圾信息泛滥、安全性脆弱等，应引起足够重视。

4. 移动新闻客户端成为公众新闻接触新入口

2013年，移动新闻客户端成为各互联网公司和传统媒体在移动端的竞争新焦点。移动新闻客户端是借助数字、移动技术，以智能手机、平板电脑等移动终端为传播载体，向用户提供以新闻信息为主的服务软件程序。以网易、搜狐、腾讯为代表的门户网站，以《人民日报》为代表的传统媒体竞相打造并优化各自的新闻客户端产品，以占领尽可能多的移动新闻客户端市场。目前，搜狐、网易、腾讯、新浪四大门户网站所推出的新闻客户端产品占据市场主导地位。其中，搜狐新闻客户端率先成为国内首个用户数突破1亿的新闻客户端。

移动新闻客户端愈发受到公众的欢迎，逐渐成为公众获取新闻信息的主流渠道。据DCCI互联网数据中心2013年底发布的一项调查数据显示，新闻资讯类应用在移动端的渗透率在过去一年显著提升，已有高达96.7%的互联网用户会用新闻客户端浏览新闻，同时，73.9%的互联网用户表示，最近一年使用移动设备浏览新闻的时长有增加。^①艾媒咨询(iiMedia Research)的调查数据显示，2013年底中国手机新闻客户端用户规模达3.44亿，同比增长48.3%，环比增长9.2%。手机新闻客户端在中国手机网民中的渗透率已经达到60.4%。^②新闻客户端已成为公众获取新闻资讯的新入口。

5. 社交媒体成政治传播新平台

2013年，中国政治领域的头等大事是中国共产党十八届三中全会的召开。在会议召开期间和结束后的一段时期内，微信、微博对这次会议的讨论堪称热烈。会议的宣传报道和有关解读，在社交媒体新平台中无处不在，其突出的特点是贴近百姓。这既是政情民意互动的生动典范，也是新闻主动适应时代要求的必然选择。

微博、微信和新闻客户端移动化、便捷化、及时化的传播方式，能切中受众心理，满足其随时随地的阅读需求。据统计，微博、微信、移动新闻客户端

① 人民网研究院：《DCCI调查显示：移动新闻客户端用户渗透率已达96.7%》，<http://yjy.people.com.cn/n/2014/0121/c245079-24185188.html>。

② 艾媒咨询：《2013年中国手机新闻客户端市场研究报告》，<http://www.iimedia.cn/37080.html>。

等平台在一周时间内共摘编《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》（以下简称《决定》）以及习近平总书记关于《决定》的说明超过 60 条，网民转发量超过 70 万次，评论超过 800 万条，相关信息覆盖超过 3 亿网民。网民通过不同的媒体平台获取《决定》全文，对政策走向展开热议，发表分析意见。社交媒体成为参政议政、表达政见的一个重要平台。

2013 年 12 月 28 日，中共中央总书记习近平在北京市西城区的庆丰包子铺吃午饭。画面通过微博传播后，被迅速转发和评论，在网民中形成热议，网友积极点赞转载，达到了良好的传播效果，开创了社交媒体政治传播的新模式。

社交媒体能够为政治传播提供一条深人民间、繁荣有序、“润物细无声”的传播途径，拉近领导人与民众的距离。虽然还存在一些不确定的风险，但仍是政治传播和公共外交的重要工具和崭新平台。

6. 大数据驱动互联网应用加速推进

2013 年是大数据技术落地之年，也是其接轨商业应用的快速发展阶段。IBM（国际商业机器有限公司）推出数据加速技术，使大数据处理更为简易、快速，在分析数据时更节约成本，在生成报告和分析时能节约 25% 的时间。^①一些国家制定了大数据产业发展战略，如美国提出了“打造以大数据为基础的创新平台”，即通过更多的处理手段及创新型尝试，将事务数据资产转至一套平台中，从而为各私营部门和研究机构的创新活动和开发工作提供可能。

大数据应用构建新媒体发展的全新商业模式。目前国内网民数据的市场价值达 16 亿元，未来随着大数据技术的逐渐成熟，市场体量将进一步放开，到 2020 年网民数据的价值将突破 300 亿元。2013 年，国内几家数据平台相继进行大数据投资，希望覆盖用户在全生活场景下的数据地图。以阿里巴巴为例，其在基础功能网络的社交化媒体领域投资了高德地图，在核心网络应用领域投资了新浪微博、虾米音乐搜索引擎和美团网，在增值衍生网络领域投资了 UC 浏览器和墨迹天气，在垂直领域投资了快的打车，整合了数据分析企业友盟。^②

大数据的价值还体现在互联网营销上。阿里巴巴、京东都在追踪平台上消

^① 中国政府采购网：《IBM 发布最新技术提速大数据分析》。

^② 易观智库：《盘点 2013 大数据成为互联网第四种商业模式》，<http://www.enfodesk.com/SMInisite/maininfo/article/detail-id-396135.html>。



费者的浏览和购买等行为，并将消费者归类，分析每个消费者的需求类型、购买周期等数据。百度则通过全面追踪受众的兴趣点、搜索关键词、浏览主题词、到访页、网站等，进而将受众特征全方位立体呈现，找到特定消费者的需求特点，为商家提供广告精准投放服务。目前，最典型、最主要的互联网服务和应用还包括网络新闻、搜索引擎、网络购物等，对其中许多服务和应用来说，大数据的新理论、新技术将助推其得到更好发展，而数据本身也找到了在互联网行业新的应用点，进而实现新媒体与大数据两大新兴领域的有机结合。新媒体逐渐从以前的卖流量到卖内容到卖商品再到如今的卖数据。大数据成为以互联网为主的新媒体产业的第四种商业模式。

7. 4G 技术开始商用

2013 年，中国移动、中国电信和中国联通国内三大电信运营商获颁 4G 牌照，即工业和信息化部颁发的“LTE/第四代数字蜂窝移动通信业务（TD-LTE）”经营许可。据 GSA（全球移动设备供应商协会）公布的数据显示，截至 2013 年 11 月，全球已有超过 474 家运营商投入 LTE 网络建设，LTE 商用网络已达到 222 张，其中，全球有 18 个国家部署了 23 张 TD-LTE 商用网络。^①其中 4G 技术的商用，将为以信息传播业为主的行业带来重大机遇和挑战。4G 是集 3G 与 WLAN 于一体，能够传输高质量视频图像，其图像传输质量与高清晰度电视不相上下。同时 4G 具备下载视频文件方便快捷的优势，如下载一部 1G 大小的电影只需 2 分钟，如果资费合适，手机或将成为人们观赏视频的首选工具，电视面临着移动化接收的转变和小屏幕化节目生产制作需求旺盛的前景。^②4G 将会大大促进移动互联网的快速发展，这将会对三网融合中开始进行互联网接入的有线电视网络造成较大的冲击。

随着 4G 时代的到来，其推广与资费下调以及移动终端设备的发展将有助于微视频突破流量、流畅度等瓶颈的限制，视频 App 将首先迎来发展高峰，移动视频正酝酿数量的大爆发。新闻客户端的竞争也不可避免地会进入视频新闻阶段，移动微视频将成为下一个社交媒体的竞争高地。

① 陈敏：《4G 商用开启：三大运营商均获 TD-LTE 牌照》，网易科技，2013 年 12 月 4 日，<http://tech.163.com/13/1204/15/9F8T0UD0000915BE.html>。

② 郝大秦：《4G 将会冲击谁？》，经济观察网，<http://www.eeo.com.cn/2013/1206/253146.shtml>。

二 热门盘点与焦点透视

2013年，移动互联网、大数据、微博、微信、云计算、新媒体经济等新技术、新应用、新形态成为中国信息传播领域令人关注的话题。尤其是国家对新媒体发展的高度重视、传统媒体的融合转型、国家网络空间安全、网络谣言治理等更成为全社会关注的热点和焦点。

1. 移动互联网成为新媒体发展的新引擎

2013年，移动互联网继续呈现快速增长态势。据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计报告，中国手机用户已突破12亿，手机网民规模已突破5亿，网民中使用手机上网的人群占比达到80%以上。

随着手机用户成为中国新增网民的第一来源，手机客户端应用已成为2013年中国互联网应用发展的主要驱动力。2013年，我国网民互联网应用状况总体上保持平稳发展态势，使用率保持第一且持续攀升的即时通信，其增长率主要来自手机客户端；在所有应用中创增长率新高（17.5%）的网络新闻，也主要得益于移动互联网条件下碎片化阅读的大量增加；手机网络音乐、手机网络视频、手机网络游戏和手机网络文学的用户规模均保持了12%以上的增长率。手机客户端的移动互联网已成为互联网应用规模增长的重要突破点。从消费趋势来看，目前全球范围内的网络流量，有1/5来自移动终端，社交与音乐移动消费成为主流，商务流量中的20%也来自移动设备。移动新媒体催生了新型的娱乐、通信、媒体和商务消费文化。

2. 新媒体发展被提高到国家战略高度

新一届中央政治局在2013年密集地做出加强重视新媒体建设的有关决策，表明了党中央对新媒体的高度重视。党的十八届三中全会通过的《决定》，要求加大依法管理网络力度，完善互联网管理领导体制，形成从技术到内容、从日常安全到打击犯罪的互联网管理合力，确保网络的正确运用和安全。

在加强社会主义民主政治制度建设、推进法治中国建设、强化权力运行制约和监督体系、创新社会治理体制等方面，对发挥互联网新兴媒体的作用提出了明确要求。最高人民法院开通了裁判文书网，并积极推动符合条件的裁



判决书全部网上公布。山东省济南市中级人民法院通过“@济南中院”对庭审薄熙来的情况进行了全程实时播报，及时、准确地公布庭审信息，148条微博、近16万字的图文以及薄谷开来作的作证视频，极大地满足了广大群众对薄案的关切，同时显示了中国司法审理的透明、公开，获得了全社会的高度评价，被认为是法治中国的历史性进步。刘铁男等一批被网络实名举报的涉嫌违纪官员先后落马，表明网络反腐力度在逐步加大。

发展好、利用好、管理好互联网，是全面看待和处理互联网各方关系的基点。中共中央政治局在以实施创新驱动发展战略为主题的第九次集体学习中，采取走出中南海把“课堂”搬到中关村，采取调研、讲解、讨论相结合的形式进行。中央领导深入实地了解新媒体的发展，包括云计算、大数据等在内的发展情况。

在推进中国互联网发展方面，国务院发布了《“宽带中国”战略及实施方案》，提出了2020年前两个阶段性的发展目标，明确了加快宽带网络建设的技术路线、发展时间表、五项重点任务和七个方面的扶持措施，表明宽带建设已在国家战略层面实施。

3. 新媒体产业成为重要的经济增长点

2013年，新媒体产业在全球缓慢的经济增长中显示了强劲的发展态势，在技术升级、市场整合、文化创新等方面呈现新的发展特点和发展趋势。依托互联网、物联网、移动互联网等IT技术，推动产业结构转型，使我国的经济转型获得新的经济增长点。

2013年全球新媒体产业发展迅速，从市值来看，以苹果、谷歌、亚马逊、脸书、雅虎等为首的新媒体公司市值已超过1万亿美元，而以迪士尼、时代华纳、新闻集团、21世纪福克斯为代表的传统媒体公司市值仅为4800亿美元，尚不足新媒体市值的一半，体现了新媒体产业在2013年强劲有力的发展势头。从技术创新来看，4G网络的迅猛发展、可穿戴设备的新鲜出炉、OTT TV的收视模式为新媒体产业创造了巨大的产业空间。易观数据显示：2013年中国网络广告市场规模达1000.1亿元，较2012年增长了36.8%。2013年，中国智能手机产量达3.48亿部，比2012年同期增长178%，成为新的信息消费热点。

伴随着信息技术创新不断加快，各类信息产品和服务大量涌现，不断