

2011

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 2011

首都互联网发展报告

梁昊光 陈华 王强◎主编



人民出版社

2011

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 2011

首都互联网发展报告

梁昊光 陈华 王强◎主编



人民出版社

策划编辑:郑海燕

封面设计:肖 辉

责任校对:张杰利

图书在版编目(CIP)数据

首都互联网发展报告 2011/梁昊光 陈华 王强 主编.

—北京:人民出版社,2012.2

ISBN 978-7-01-010598-7

I. ①首… II. ①梁… ②陈… ③王… III. ①互联网络—调查报告—北京市—2011
IV. ①TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 005297 号

首都互联网发展报告 2011

SHOUDU HULIANWANG FAZHAN BAOGAO 2011

梁昊光 陈华 王强 主编

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京汇林印务有限公司印刷 新华书店经销

2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月北京第 1 次印刷

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:20.5

字数:456 千字

ISBN 978-7-01-010598-7 定价:45.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

本书编委会

主 任	严力强	中共北京市委副书记
		中共北京市委宣传部副部长
		北京市互联网信息办公室主任
副主任	佟力强	北京市互联网信息办公室常务副主任
	周 航	北京市社会科学院副院长
编 委	李国杰	中国科学院院士
	童 兵	复旦大学资深教授
	王祥武	北京市哲学社会科学规划办公室主任
	闵大洪	中国社会科学院新闻研究所研究员、北京网络媒体协会名誉会长
	陈 华	北京市互联网信息办公室网络新闻管理处处长
	周鸿铎	中国传媒大学传媒经济研究所所长、教授
	王 强	北京市互联网信息办公室网络评论处副处长、调研员
	梁昊光	北京市社会科学院经济所副所长、北京市首都发展研究所所长
	魏 莞	北京网络媒体协会常务副会长兼秘书长
	王彦京	北京市哲学社会科学界联合会副巡视员、学会部部长
	尹 鸿	清华大学新闻与传播学院常务副院长教授
	张 燕	中国传媒大学媒体管理学院副教授
主 编	梁昊光	陈 华 王 强
	副主编	司 思 张 燕 李明瑜

前 言

《首都互联网发展报告 2011》是北京市互联网信息办公室和北京市社会科学院组织编写的第一本互联网年度报告。这个报告的使命是向人们鸟瞰式地展示本年度首都互联网发展的全貌。

自互联网勃兴成为举足轻重的“第四媒体”以来,因其拥有传统媒体所不具备的基本属性,适应了人类的某些特别需要,使其在社会文化结构中占据了特殊位置。因此,如何从经济、社会、文化的角度更深刻地认识互联网,就成为互联网管理中的一个基本问题。

从发展的现实来看,互联网不仅仅是一种技术现象,更是一种凝聚着人类狂欢精神和对生活独特的狂欢化世界感受的文化现象,互联网构成了人们的第二种生活。互联网是文化建设的关键之一,是文化软实力转化为现实生产力的关键环节。近年来,互联网行业成为首都转变发展方式、调整产业结构、培育新兴产业的一支重要力量,是国家重要的软实力,是国家现代化水平的一个标志,成为党和政府决策的核心问题之一,也是学术界和社会关注的重大实际问题 and 理论问题。同时,影响互联网的因素、发展格局和发展模式又处于多样化之中。环顾世界各地,可以看到以网络化带动信息化,以文化推动现代化,是一个逐渐取得共识的发展思维。

当互联网研究的重要性逐步达成共识的时候,深刻把握其发展态势,谋划发展方向和创新管理方法就显得非常重要。从移动互联网迅猛发展的例子来看,一方面归功于内在简约原则及边际概念的建立,另一方面得益于新媒体技术的双向互动特征,对单向大众传播模式中隐形垄断权的有效突破,这一基于双向互动传播的简约化市场,不仅已经成就出一个移

动互联网产业,而且必将渗透和孕育更多的传统产业和互联网产业。

从传播媒介发展史来看,一种新的媒介诞生必然会对社会各个方面产生巨大的影响,全球网络化不仅带动信息技术的全面革新,更在人与社会本身方面掀起一场巨变,作为一种社会空间,网络中虚拟社会已经形成了一套新的运作机制和社会规则。胡锦涛总书记指出“我们必须以积极的态度、创新的精神,大力发展和传播健康向上的网络文化,切实把互联网建设好、利用好、管理好”。首都互联网行业必须全面贯彻党的十七届六中全会精神,发挥首都作为国家文化中心的示范作用,打造中国特色社会主义先进文化之都,建设有世界影响力的文化中心。

文化软实力是综合国力和国际竞争力的重要组成部分,建设“国家文化中心”,要求我们必须把文化建设融入首都战略的整体框架和区县政府的发展规划之中。值得注意的是,当今世界,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,发达国家文化产业在国内生产总值中所占比例平均在10%左右,美国达到了25%,并占据了世界文化产业市场43%左右的份额。而我国文化产业在国内生产总值中所占比例还不到4%,在世界文化产业市场中所占份额不足3%,同世界第二大经济实体的地位非常不相称。这就使得抵御西方思想文化渗透、维护国家文化安全任务更加艰巨,增强国家文化软实力、中华文化国际影响力要求更加紧迫。

当前,世界经济、政治格局面临新变化,全球科技创新孕育新突破,我国转变经济发展方式取得新进展,以科技创新和文化创新推动首都经济发展方式的转变,建立科技创新与文化创新“双轮驱动”的发展战略,实现创新驱动的发展模式,抢占发展的制高点,把握发展的主动权,在更高的水平上推动首都的科学发展。

世界进入自主创新主导期。进入新世纪后计算机技术产业中的互联网内容行业逐步进入成熟期,首都互联网行业则逐渐进入成长期,呈现出良好的发展态势,在当前一代和未来几代之间的自主创新发展链中蕴涵着大量的机遇,在产业聚集、配套互补,龙头带动的趋势下,互联网内容行业的集聚更引发服务经济的高端化。2011年是我国“十二五”规划开局之年。在这一年,首都互联网发展的突出表现是,以社会主义核心价值观为基础的传播“新阵地”有所提升,在网络经济规模和属地网站规模的“网

都”集聚度有所加强,网络管理有了新的拓展。

北京市互联网信息办公室承担着北京互联网内容管理的重任,由于新兴媒体在组织体系中与传统媒体不同,这个领域技术性强,又处于调整发展的转型时期,管理的任务重、难度大,特别在管理方式、技术手段与法律依据等方面问题突出。因此,在互联网管理上转变管理思路,突出管理重点,调整管理方式,完善管理机制,将已经实施的管理规定加以延伸,同时也要根据新情况新问题,研究新的具体管理措施。

总之,未来五年乃至更长时期,我国以经济和文化为坐标系定位发展,在更高层次上参与全球分工与竞争,经济总量和文化软实力将大幅提升,后工业社会特征将逐步显现,国际化程度将进一步提高。互联网面临发展动力转换、产业结构调整和创新升级的任务,将更加注重创新驱动、高端引领;同时,也将更加重视行业的顶层设计、战略规划和制度创新,进一步确立互联网行业在国民经济社会发展中的地位和作用。努力打造中国特色社会主义先进文化之都,建设具有世界影响力的文化中心,为增强国家文化软实力,发挥好首都作为国家文化中心的示范作用。

我们应以宽广的眼界和博大的胸怀,进一步解放思想,实事求是,深入调查研究,这就要求我们在对待互联网研究上,一定要有分析、有比较、有鉴别。这部反映首都互联网发展特征和趋势的报告,希望能够引起读者的关注。

梁昊光 陈 华

2011年12月7日

目 录

前 言.....	1
----------	---

第一部分 总报告

2011 年首都互联网发展形势分析报告	3
绪论.....	3
一、首都互联网的基本内涵.....	4
二、北京互联网产业总体认识.....	8
三、北京市互联网发展总体格局	18
四、北京市互联网经济发展的新阶段和新趋势	26
五、北京市互联网经济结构发展分析	39
六、北京互联网发展决策建议	53
七、北京互联网未来发展趋势预测	57
附录	60
2011 年北京市互联网上市公司数据分析报告	62
一、分析方法	62
二、公司资本市场基本数据	64

三、公司经营业绩基本数据及简要分析	72
四、2011 年互联网业发展关键词	81
五、互联网企业在资本市场上的发展趋势	83

第二部分 网络经济

北京市互联网产业经济效应分析	91
一、互联网产业经济效益	92
二、互联网产业应用主要经济增长点	95
三、互联网产业基础资源分布区域特征	98
四、互联网产业人力资源培养储备能力	98
五、互联网产业的环境支撑力	99
六、互联网产业的企业运营成本	100
互联网传播管理对营销产业的影响	102
一、影响产业变化的因素	103
二、创意传播管理服务类公司的形成	107
三、创意传播管理类公司的核心价值	114
北京市互联网价值与运营模式研究	118
一、序 言	118
二、互联网现状分析	119
三、互联网的价值	123
四、互联网宏观运营模式	129
五、互联网微观运营模式	133
六、结束语	139
网络经济边际效应与网络产业模式研究	142
一、“边际三杰”与“边际效应”	142
二、边际成本递减与边际收益递增	143
三、边际效用的递增与递减	148
四、网络文化产业的发展模式	150

第三部分 移动互联网

移动互联网发展现状及商业模式研究	161
一、移动互联网的提出	161
二、移动互联网的市场参与者	162
三、移动互联网的现状	165
四、移动互联网发展中的重要问题	170
北京政府微博市场化策略研究	175
一、北京政府微博的发展状况	177
二、政府微博运营市场化社会化的探索	181
三、结 语	188
新技术周期下移动互联网产业形势分析	189
一、新技术周期下移动互联网产业的发展趋势	191
二、“免费”成为移动互联网经济的核心商业价值	194
三、多元竞争构建开放的移动互联网产业环境	197
四、未来新技术周期下的 Web3.0 创新应用	199
北京市手机媒体发展趋势及未来展望	201
一、北京手机媒体发展领先全国	201
二、手机技术的未来发展	202
三、手机功能多样化、应用普及化	206
四、手机发展的影响	208

第四部分 比较研究

发达国家宽带互联网战略与北京发展比较研究	215
一、宽带互联网发展综述	215
二、宽带互联网发展现状	218
三、国家宽带战略对策与决策	233
互联网产业运营与管理国际比较分析	241
一、网络游戏运营管理模式	241
二、网络动漫运营与管理	244
三、网络音乐运营管理模式	247

四、小 结	255
风险投资与北京互联网经济发展研究	257
一、概述风险投资	257
二、风险投资与北京互联网企业发展	269
三、政策建言	273
2011 年北京互联网行业投融资发展研究	277
一、行业综述	277
二、一枝独秀的北京	278
三、2011 年下半年风险投资行业的投融资回落	284
四、2012 年北京互联网风险投资行业趋势展望	284

第五部分 案例分析

百度公司发展模式分析	289
一、百度——中文搜索引擎的市场领先者	289
二、完善中的创新型经营模式	292
三、技术创新引领服务升级——框计算	293
四、企业文化氛围决定企业活力	295
五、未来发展主旋律：国际化合作与服务提升	296
新浪网的数字新媒体发展模式分析	298
一、新浪网打造特色新型门户服务	298
二、新浪网的发展历程	299
三、数字新媒体时代下的安全隐患	303
四、巩固现有优势,提高自我创新能力,提升自身竞争力	304
从和讯网看财经类网站的发展和服务模式	306
一、创新服务模式,打造一流财经类互联网公司	306
二、透过和讯看北京市互联网上市公司发展状况	307
三、北京作为“网都”的集聚优势和政策需求	309
四、企业文化创新赢发展	310

Contents

Preface	1
----------------------	---

Part I Main Report

Report of Beijing Internet Industry Development in 2011	3
Introduction	3
The Basic Connotation of Beijing Internet Industry	4
The Overall Understanding of Beijing Internet Industry	8
The Overall Layout of Beijing Internet Industry	18
The New Stage and Trends of Beijing Internet Economy	26
Analysis of Beijing Internet Economy Structure	39
Suggestions on Beijing Internet Economy Development	53
Future Trends of Beijing Internet Industry Development	57
Appendices	60
Data Analyzing Report of Beijing Listed Internet Companies in 2011	62
Analyzing Methods	62
Basic Data of Corporation Capital Market	64
Basic Data and Brief Analysis of Corporation Operating Achievements	72
Key Words of Internet Industry in 2011	81
Trends of Internet Corporation in the Capital Market	83

Part II Internet Economy

Analysis of Beijing Internet Industry Economic Effect	91
Economic Benefits of Internet Industry	92
Main Economic Growth Points of the Internet Application Industry	95

Regional Characteristics of the Internet Industries' Infrastructure	
Distribution	98
Internet Industries' Capability of Training and Reserving Human Resources	98
Environmental Support of Internet Industry	99
Operation Costs of the Internet Enterprise	100
Influences of Internet Communication Management on Marketing Industry	102
Factors Affecting Changes in Internet Industry	103
Origin of Internet Creativity Communication Management and Service	
Companies	107
Core Value of Internet Creativity Communication Management Companies	114
Research on Beijing Internet Value and Operation Mode	118
Introduction	118
Analysis of the Current Situation of Internet Industry	119
Value of Internet	123
Macro-operating Mode of Internet	129
Micro-operating Mode of Internet	133
Conclusion	139
Research on Internet Economic Marginal Effect and Industry Mode	142
Three Outstanding People in Theoretical Marginal Research	142
Marginal Cost Decreasing and Marginal Profit Increasing	143
Increasing and Decreasing of Marginal Utility	148
The Developing Mode of Internet Culture Industry	150

Part III Mobile Internet Industry

Research on Mobile Internet's Current Situation and Business Mode	161
Origin of Mobile Internet	161
Participants in Mobile Internet Market	162
Current Situation of Mobile Internet Industry	165
Important Issues during Mobile Internet Industry Development	170
Research on Beijing Government's Micro-blog Marketing Strategies	175
Current Situation of Beijing Government's Micro-blog Development	177

Exploration of the Marketization and Socialization of Government's	
Micro-blog Operation	181
Conclusion	188
Situation Analysis of Beijing Mobile Internet Industry in the New Technology	
Cycle	189
Trends of Mobile Internet Industry during New Technology Cycle	191
“Being Free” Becoming the Core Business Value of Mobile Internet	
Economy	194
Multiple Competitions Building an Open Environment for Mobile Internet	
Industry	197
Web3.0 Applications in the New Technology Cycle	199
Current Situations and Future Trends of Beijing Mobile Media	201
Beijing Mobile Phone Media being in the Nation's Leading Position	201
Future Development of Mobile Technology	202
Mobile Functions being Diversified and Applications being Popularized	206
Impacts of Mobile Development	208
Part IV	Comparative Study
The Comparison of Broadband Internet Development Strategies between Cities	
in Developed Countries and Beijing	215
Overview of Broadband Internet Development	215
Current Situation of Broadband Internet Development	218
Policy and Solution of National Broadband Strategy	233
The International Comparison of Internet Industry Operation and Management	241
Operation and Management Mode of Online Games	241
Operation and Management of Online Animation	244
Operation and Management of Online Music	247
Conclusion	255
Research on Venture Capital and Internet Economy Development	257
The Overview of Venture Capital	257
Venture Capital and Development of Beijing Internet Companies	269
Suggestions on Policy	273

Research on Beijing Internet Industries' Investing and Financing in 2011	277
Overview of Beijing Internet Industries' Investing and Financing	277
The Unique Beijing	278
The Investing and Financing Falling of the Venture Investment in the Second Half of 2011	284
Trends of Beijing Internet Venture Investment Industry in 2012	284

Part V Case Study

Analysis of the Growth Pattern of Baidu	289
Baidu—The Market Leader in Chinese Search Engines Industry	289
The Improving Innovative Business Mode	292
Technological Innovation Driving the Service Upgrading—Box Computing	293
The Corporation's Culture Determining its Vitality	295
The Theme of Future Development: International Cooperation and Upgrading Service	296
Analysis of the Growth Pattern of Sina's Digital Media	298
Sina Creating a Distinctive New Portal Service	298
The Development of Sina	299
The Security Problems in the New Digital Era	303
Maintaining Current Advantages, Enhancing Self-innovation Ability and Improving Self-competitive Power	304
Development and Service Mode of Financial Websites	306
Creating Leading Financial Internet Company with an Innovative Service Mode	306
Understanding the Development of Beijing's Listed Internet Company through Hexun Case Study	307
The Agglomeration Advantages and Policy Requirements of Beijing as the In- ternet Center of China	309
The Innovation of Corporation Culture Gaining New Development	310

图表索引

图 索 引

图 1-1	2010 年美国全年互联网广告收入的比重	15
图 1-2	2008—2014 年美国全年互联网用户规模和普及率	15
图 1-3	2006—2010 年中国互联网经济细分行业市场份额	28
图 1-4	2006—2010 年北京市网民规模和普及率	30
图 1-5	2010 年中国各省互联网发展状况	30
图 1-6	2006 年 12 月—2011 年 6 月北京市 IPv4 地址资源变化情况和与全 国对比情况	33
图 1-7	北京市域名数和 CN 域名数以及占总股数的比例情况	34
图 1-8	北京市网站规模变化以及网站数量占总数的比例	35
图 1-9	2006—2010 北京市互联网宽带接入用户数量及年增长率变化情况	36
图 1-10	2005—2010 年中国搜索引擎市场规模	39
图 1-11	2007—2010 北京与全国网民搜索引擎使用率对比	39
图 1-12	2009—2010 年中国互联网经济规模及增长率	40
图 1-13	2003—2010 年北京市电子商务总体交易规模增长情况示意图	42
图 1-14	2003—2010 年北京市电子商务 B2B 交易规模增长情况示意图	43
图 1-15	2003—2009 年北京市电子商务 B2C 交易规模增长情况示意图	44
图 1-16	北京市和全国商务类互联网应用使用率对比示意图	45
图 1-17	2007—2010 北京市与全国网民互联网购物使用率对比	46
图 1-18	2009 第二季度—2010 年第四季度中国互联网广告市场规模	49
图 1-19	2009 第二季度—2010 年第四季度中国主要形式互联网广告市场份额	49
图 1-20	手机网民互联网应用	51
图 1-21	北京市手机上网网民规模	51
图 1-22	北京市移动互联网企业运营资金来源	52

图 1-23	中国概念股股价对比柱状图	67
图 1-24	2011 年 3 月市值柱状图	68
图 1-25	2011 年 11 月市值柱状图	69
图 1-26	中外主要互联网公司股价柱状图	72
图 1-27	市值比较	72
图 1-28	公司营业状况柱状图	75
图 1-29	人员规模	76
图 1-30	人均产值	77
图 1-31	中外主要互联网企业业绩比较	78
图 1-32	主要上市公司人员规模	79
图 1-33	主要上市公司人均产值	79
图 2-1	网络经济的边际成本	144
图 2-2	网络经济的总效用曲线 TU 和边际效用曲线 MU	150
图 2-3	互联网创新扩散“传染模型”	153
图 3-1	北京各行政区域政府微博的开办数量	178
图 3-2	不同机构类别的政府微博开办数量(前 5 位)	178
图 3-3	中国网民规模、增长率及普及率	190
图 3-4	手机上网网民规模	190
图 3-5	2010 年 2 月—2011 年 6 月中国社交网络月度覆盖人数在社会化 媒体中所占比重	193
图 4-1	家庭用户接入带宽需求分析	216
图 4-2	2008—2011 年世界宽带用户增长幅度	219
图 4-3	2008—2011 年各种固网接入技术用户数量	219
图 4-4	各种固网接入技术用户比例	220
图 4-5	摩根士丹利的新计算产品周期特征计算	221
图 4-6	2008—2015 年移动宽带各种接入技术用户数	222
图 4-7	2002—2012 中国宽带接入用户发展情况	228
图 4-8	北京市互联网宽带接入用户数统计	231
图 4-9	宽带及其他电信业务普及率提高 10% 对 GDP 的影响比较	234
图 4-10	用户引用宽带活动的重要性	235
图 4-11	风险投资运作结构	259
图 4-12	2011 年前三季度,互联网仍是创业投资重点领域	272
图 4-13	2011 年前三季度,北京市是创业投资的重点地区	273