

B

新媒体蓝皮书[®]

LUE BOOK OF NEW MEDIA

中国新媒体 发展报告

No.4 (2013)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA
IN CHINA (2013)

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)

2013
版



中国新媒体发展报告

No.4 (2013)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA IN CHINA
(2013)

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. 4, 2013/唐绪军主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2013. 6
(新媒体蓝皮书)
ISBN 978-7-5097-4677-6

I. ①中… II. ①唐… III. ①传播媒介-发展-研究报告-中国-2013 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 113899 号

新媒体蓝皮书

中国新媒体发展报告 No. 4 (2013)

主 编 / 唐绪军
副 主 编 / 吴信训 黄楚新 刘瑞生

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 / 皮书出版中心 (010) 59367127 责任编辑 / 姚冬梅 林 木
电子信箱 / pishubu@ssap.cn 责任校对 / 胡锦涛 曹艳浏
项目统筹 / 邓泳红 姚冬梅 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 / 24.75
版 次 / 2013 年 6 月第 1 版 字 数 / 405 千字
印 次 / 2013 年 6 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5097-4677-6
定 价 / 69.00 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

目 录



Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 发展中的新媒体：创新与融合成为主流

.....	唐绪军 黄楚新 刘瑞生 / 001
一 概况与态势	/ 002
二 热点与焦点	/ 006
三 作用与能量	/ 012
四 展望与建议	/ 022

Ⅱ II 热点篇

Ⅱ.2 中国微博发展态势与热点解析	刘瑞生 / 029
Ⅱ.3 2012 年微博舆情发展态势分析报告	刘鹏飞 卢永春 / 046
Ⅱ.4 大数据的缘起、冲击及应对	钟 璞 张恒山 / 060
Ⅱ.5 十八大及“2013 年两会”互联网专题报道效果 研究分析	黄楚新 邱智丽 王诗雨 / 072
Ⅱ.6 2012 年中国谣言传播特征解析与应对策略	周裕琼 / 093
Ⅱ.7 “宽带中国”示范工程及广电业应对挑战的 宏观思路	济 生 / 108
Ⅱ.8 网络反腐发展态势、原因及规制 引导	李延枫 刘 怡 荣 婷 / 117



- B.9 2012年中国移动新媒体发展状况及趋势分析 唐胜宏 / 135
- B.10 移动网络个人信息安全状况调查 李卫东 龚璇 / 147

B III 专题篇

- B.11 全球新媒体发展动向与态势分析报告 严三九 刘峰 / 160
- B.12 2012年网民政治心态和网络政治参与：基于湖北省
公众调查的数据分析 张明新 / 174
- B.13 中国移动互联网用户行为分析 杨斌艳 / 195
- B.14 移动应用 App 的发展现状、问题及展望 雷霞 / 207
- B.15 中国网络广告联盟发展报告 王凤翔 陈婷婷 / 217

B IV 传播篇

- B.16 2012年中国网络媒体与网络传播 闵大洪 / 228
- B.17 文化融合：三网融合中的“瓶颈” 彭兰 / 242
- B.18 社交媒体的政治性应用：全球态势与中国现状 殷乐 / 257
- B.19 从话题到舆论：网络舆论焦点事件的形成与特点
..... 余红兰洁 / 266
- B.20 微博意见领袖发展趋势与解析 向芬 / 279
- B.21 2012年环境群体性事件的微博传播、社会动员与
风险沟通策略 郭小平 朱梦甜 / 291
- B.22 移动互联网时代传媒内容规制的联盟框架分析 李亚玲 / 304

B V 产业篇

- B.23 2012年中国新媒体产业发展现状与趋势分析报告
..... 范周 吴佳宁 / 317
- B.24 2012年电子书等阅读终端产业发展报告 吴信训 吴小坤 / 330



- Ⅱ. 25 2012 年中国数字电视产业发展报告 高红波 / 341
- Ⅱ. 26 2012 年中国 IPTV 发展报告 王建磊 / 350
- Ⅱ. 27 2012 年中国手机电视发展报告 江 凌 / 360
- Ⅱ. 28 2012 年中外数字报纸发展报告 李 珠 / 369

皮书数据库阅读**使用指南**



CONTENTS



Ⅰ I General Report

- Ⅰ.1 The Developing New Media: Innovation and Convergence Become
Mainstream *Tang Xujun, Huang Chuxin and Liu Ruisong / 001*
1. *General Situation and Trend / 002*
2. *Hot Spots and Focus / 006*
3. *Effect and Capabilities / 012*
4. *Prospect and Suggestions / 022*

Ⅱ II Hot Topics

- Ⅱ.2 Report on the Hot Topics and the Development of Microblogging
in China *Liu Ruisong / 029*
- Ⅱ.3 Report on the Trend of China's Microblog Public Opinion and
Sentiment in 2012 *Liu Pengfei, Lu Yongchun / 046*
- Ⅱ.4 Big Data: Origin, Impact and Policy Response
Zhong Ying, Zhang Hengshan / 060
- Ⅱ.5 Analysis on Chinese Websites' Reporting of the 18th CPC National
Congress and the NPC and CPPCC Sessions in 2013
Huang Chuxin, Qiu Zhili and Wang Shiyu / 072



- B.6 Analysis on the Basic Characteristics of Rumors in 2012 *Zhou Yuqiong* / 093
- B.7 The Impact of Broadband China Plan and Macro Thinking of
Broadcast Television Industry to Meet the Challenge *Ji Sheng* / 108
- B.8 Report on the Anti-corruption Actions of the Internet
Li Yanfeng, Liu Yi and Rong Ting / 117
- B.9 Analysis on the Current Development and Trends of
China's Mobile Media in 2012 *Tang Shenghong* / 135
- B.10 The Security Investigation of Personal Mobile Information
Li Weidong, Gong Xuan / 147

III Special Topics

- B.11 Report on the Trend of New Media in the World *Yan Sanjiu, Liu Feng* / 160
- B.12 China's Internet User's Political Mentality and Online Political
Participation in 2012: Data from a Survey in Hubei Province
Zhang Mingxin / 174
- B.13 Analysis on the Behavior of China's Mobile Internet Users *Yang Binyan* / 195
- B.14 Current Situation, Problems and Prospects of the Application of
Mobile Apps *Lei Xia* / 207
- B.15 Report on Ad Networks' Development in China
Wang Fengxiang, Chen Tingting / 217

IV Communications Research

- B.16 Analysis on China's Internet Media and Internet Communication
in 2012 *Min Dabong* / 228



- 1B.17 Cultural Convergence: A key Obstacle in Media Convergence
Peng Lan / 242
- 1B.18 The Political Use of Social Media: Global Trends and
China's Realities
Yin Le / 257
- 1B.19 From the Topic to Public Opinion: On the Formation and
Characteristics of Online Public Opinion
Yu Hong, Lan Jie / 266
- 1B.20 The Development Trend and Analysis of Microblogging Opinion Leaders
Xiang Fen / 279
- 1B.21 Social Mobilization and Risk Communication Strategy of Microblogging
in Environmental Group Events in 2012
Guo Xiaoping, Zhu Mengtian / 291
- 1B.22 Study on Media Content Regulation with An Advocacy Coalition
Framework in the Mobile Internet Era
Li Yaling / 304

1B V Sector Reports

- 1B.23 Report on New Media Industry Development and Trend
Fan Zhou, Wu Jianing / 317
- 1B.24 Annual Report on the Development of China's E-Reader
Industry in 2012
Wu Xinxun, Wu Xiaokun / 330
- 1B.25 Report on the Development of China's Digital TV
Industry in 2012
Gao Hongbo / 341
- 1B.26 Report on the Development of IPTV in 2012
Wang Jianlei / 350
- 1B.27 Report on the Development of Mobile TV in 2012
Jiang Ling / 360
- 1B.28 Development Report on Domestic and Foreign Digital
Newspaper in 2012
Li Zhu / 369

总 报 告

General Report

B.1

发展中的新媒体：创新与融合成为主流

唐绪军 黄楚新 刘瑞生*

摘 要：

2012年以来，中国新媒体发展依然保持稳健快速的态势，互联网用户尤其是移动用户增长强劲，各种新的应用和服务不断呈现。大数据、微博、微信、云计算、移动互联网等已渗透到各领域，成为中国新媒体发展的主要热点，并将更加广泛和深入地影响社会发展的诸多方面。同时，中国新媒体的发展也面临着许多需要解决的问题，如商业模式的创新、个人信息的保护以及数字安全等，这些问题的解决将关乎中国新媒体的健康快速发展。

关键词：

新媒体 创新 融合

* 唐绪军，中国社会科学院新闻与传播研究所副所长、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；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。



2012 年以来，新媒体的创新与融合成为发展的主流。

当前，全球互联网正处在快速变革融合的发展时期。随着新媒体对社会发展和经济建设促进作用的不断增强，融合成为新媒体的发展基调。互联网的发展以及新媒体时代的到来，促使媒体行业开始进行新的变革。

受众的需求、技术的推动、竞争的压力和动力以及信息生产方式与信息消费方式变化引起的媒体变革促使新媒体不断创新与融合。“创新引领发展，融合成就未来”。创新和融合是紧密相连的，媒体的创新必将产生融合，融合必然推动媒体形态的创新。2012 年，“宽带中国”的实施进一步推进电信业与互联网、广播电视传媒业的融合。三网融合试点的结束将逐步解除行业壁垒，进一步推进三网融合的发展。

2012 年，在竞争日益激烈的新媒体发展中，新媒体与其他媒体的边界进一步消融，通过不断融合渗透创造更大价值。微信融合了手机和 QQ 通讯，打通了个人与机构；以人民日报微博为代表的传媒微博打通了“两个舆论场”，构建了舆论新格局；土豆网与优酷网的携手联盟，开启了视频网站竞争新局面……这一切都充分显示，创新和融合体现在新媒体的发展过程中。

一 概况与态势

1. 全球背景下中国新媒体用户平稳增长，呈现新特点

2012 年，全球新媒体的发展总体呈平稳增长趋势。据国际电信联盟统计，截至 2012 年，全球网民达到 24.06 亿人。2012 年是中国“十二五”规划承上启下之年，是实现经济结构的战略性调整，转变经济发展方式，推动信息化和工业化深度融合的时期，中国新媒体整体保持稳步增长的良好态势。中国互联网络信息中心（CNNIC）的统计数据表明，截至 2012 年底，中国网民数量达到 5.64 亿人，互联网普及率为 42.1%。IPv6 地址数量为 12535 块/32，较上年同期大幅增长 33.4%，在全球的排名由 2011 年 6 月的第 15 位迅速提升至第 3 位。其中微博、微信用户都超过 3 亿，电子商务年度市场规模超过 7 万亿元，7 家互联网上市企业市值进入全球互联网企业前 30 名。中国的互联网实现了跨越式发展，具有一定国际影响力的互联网产业格局已初步形成。



2012年我国新媒体的发展呈现出新的发展特点：以大数据为代表的新兴业态不断呈现；微信的爆发式发展成为亮点；微博成为表达民意、反映舆情的重要渠道；云技术的逐步成熟促使新媒体产业增强以内容生产为核心的竞争力；移动视频业的后来居上等现象凸显出新媒体的蓬勃发展。在快速发展过程中，形式多样的新媒体产品不断涌现，物联网、云计算、移动智能终端等新兴产业持续发展，特别是微博客、微信成为发展最快的新媒体应用，这充分显示出新媒体发展具有的无限活力与创新基因。

2. 移动化发展态势突出，从“人随网走”到“网随人走”

随着智能手机等移动终端的快速普及和无线网络技术的不断改造升级，移动互联网在中国快速发展。据中国互联网络信息中心（CNNIC）的统计数据显示，截至2012年底，中国手机网民数量达到4.2亿人，占网民总数的74.5%，比2011年增长了18.1%，并保持高速增长，手机已经成为第一大上网终端。中国的手机微博客用户达到了2.02亿，占全部微博客用户的65.6%；网民使用手机进行网络购物的用户数是2011年的2.36倍，手机团购、手机在线支付、手机网上银行等手机移动应用用户比2011年增加了80%以上。

移动互联网的快速发展，打开了互联网发展的新前景，创造了互联网发展的新契机。移动互联网的快速发展使我们深切感受到从“人随网走”到“网随人走”的重大变化，使互联网真正无时不在、无处不在，并深刻影响和改变着我们的生活、学习和工作。移动互联网的发展实现了互联网极大的扩容，丰富了互联网的服务和应用，手机新闻、手机电视、手机阅读、位置服务、移动搜索、移动支付、移动电子商务等移动互联网业务蓬勃兴起，并为传统互联网的服务应用提供了新的发展空间，推动了微博客、社交网站、即时通信工具等社交网络加速发展。

3. 新技术、新应用层出不穷，拓展到各个领域

伴随大数据时代的来临，新技术、新业务、新业态、新应用层出不穷，产业格局正在重构，新的发展机遇正在孕育。新媒体技术的发展开始进入“人与物质世界连接”的Web 3.0时代。

2012年，国内外新技术层出不穷，新应用不断开发；网络视频、网络购



物、网络支付等各项应用规模增幅明显，持续带动消费增长。应用商店成为互联网应用的主要市场，成为移动互联网发展的强大助推器。苹果公司的 iPhone、iPod、iTouch 和 iPad 平台上就有共超过 73 万款应用上线，Google Play 应用数量达 70 万，微软在 2012 年授权和发布了超过 7.5 万款新应用和游戏；国内的中国移动 MM 平台上应用接近 15 万，注册开发者超过 370 万；腾讯应用宝、91 手机助手、360 手机助手、天翼空间、安智市场等应用商店也蓬勃发展。微信、米聊等 OTT 应用，正在对传统的话音、短信业务形成冲击，移动互联网业务对传统通信业务的挑战进一步加剧。

4. 新媒体产业爆发式增长，电子商务依然是主流

新媒体产业是 2012 年我国经济社会发展中的一大亮点。新媒体产业已成为我国经济社会发展的重要引擎和基础平台，与新媒体相关的产业呈爆发式发展。

2012 年，我国新媒体保持了快速发展的态势，电子商务扩张迅速，越来越多的商家在传统销售模式外大力开拓网络渠道，网民也越来越热衷于网络购物。据统计，2012 年，网络购物用户规模达 2.42 亿，比 2011 年增长了 24.8%；电子商务交易总额达 8.1 万亿元，比 2011 年增长了 27.9%。电子商务在推动中国转变经济发展方式中发挥了重要作用，成为中国经济新的增长点。目前，在纽约交易所、纳斯达克、香港和国内证券市场上市的中国互联网企业已超过 40 家，总市值达到 2100 多亿美元。

2012 年，各种类型的云计算解决方案进一步走向成熟，云应用也开始起步，推动了传统行业的信息化，带来了巨大的新增市场空间，预计“十二五”期间，我国云计算产业链规模可达 7500 亿元至 1 万亿元，大数据催生的以数据资产为核心的多种商业模式已初现端倪。

5. 与社会的联系日益紧密，影响涉及各层面

随着我国经济社会各领域信息化建设水平的不断提升，新媒体与社会的联系日益紧密。2012 年，以终端、平台和服务为主要组成的移动互联网产业体系得到整体发展，正在极大改变中国互联网产业格局，极大改变网民上网行为乃至生活方式，并进一步影响从政府到社会组织到各行各业的运行方式。

据工业和信息化部统计显示，截至 2012 年底，我国移动用户数已超过 11



亿，其中3G用户超过2.2亿，3G用户渗透率达20%。移动互联网的快速发展和广泛应用，进一步打通并促进了以往不同领域、不同业态、不同服务的融合，催生了新的业务形态、产业形态和商业模式，极大丰富了人们的文化消费内容，增加了人们的文化消费选择。

新媒体对社会的影响已发展到各个层面。新媒体在带动传统产业转型升级、推动经济发展和社会进步、提升政府管理和公共服务水平、促进社会主义文化建设、畅通舆论表达渠道、增强国家综合竞争力等方面发挥了越来越突出的作用，成为社会不可或缺的一部分，已发展成为社会生产的新工具、经济贸易的新途径、科技创新的新平台、公共服务的新手段、文化传播的新载体、民意表达的新渠道、生活娱乐的新空间。

6. 新问题不断出现，他律与自律双管齐下

新媒体的发展为人们的生产生活等带来极大便利，但也出现各种新的问题。新媒体对受众的个人隐私保护及网络安全带来巨大挑战。据中国互联网信息中心（CNNIC）第31次调查统计表明，有84.8%的网民遇到过信息安全事件。同时，网络上传播谣言和虚假信息，拜金炫富、低俗恶搞、攻击谩骂、网络暴力等各种丑陋现象危害网络环境，损害人们对网络的信任。

在新媒体时代，由于内容生产主体多元，造成产品品质良莠不齐。如何实现对新媒体的合理管制成为一个世界普遍性问题。我国对新媒体的管理采取日常管理和应急管理相结合，依法管理与技术防范相结合，行政监管与行业自律、公众监督相结合的原则，切实规范网络传播秩序，制止违法有害信息在网上传播。2012年5月，国务院发布的《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》要求，“十二五”期间，要确保重要信息系统和基础信息网络安全，强化信息资源和个人信息保护。2012年12月28日第十一届全国人大常委会通过《关于加强网络信息保护的决定》；2012年11月1日，中国互联网协会发布了《互联网搜索引擎服务自律公约》，包括百度、人民搜索、盘古搜索等在内的12家搜索引擎服务企业签署了公约。

这些规定和措施将为加强网络与信息安全管理，遏制有害不良信息传播，净化网络环境，维护国家安全、社会稳定、个人信息保密等方面发挥更大的作用，有力推动新媒体的健康持续发展。



二 热点与焦点

中国新媒体在 2012 年的发展可谓突飞猛进，从许多方面取得了突破，改变着自身的形态，改变着人们的生活，也在不断改变着人们的观念与思维。与新媒体相关的技术、数据已经呈现飞速的发展，用户对媒体形态、应用的需求也在不断扩大。

移动互联网、微信、微博客、大数据、社交媒体、物联网、三网融合等十大门类成为 2012 年新媒体发展最为显著的热点。

1. 移动互联网：移动改变时空，多屏走向合一

2012 年我国的移动互联网取得了长足的发展。据工信部统计，2012 年全国移动电话（手机）用户净增 1.26 亿，达到 11 亿多户。移动电话普及率达到 82.6 部/百人，其中，移动互联网用户达到 7.6 亿。^① 到 2012 年底我国手机网民规模达到 4.2 亿，^② 比上年增长 18%。有近 80% 的手机网民每天至少上 1 次网，平均每天上网超过 1 小时的手机网民占 63.3%，比 2011 年提高 5.3 个百分点；22% 的手机网民平均每天上网不少于 4 个小时。^③ 无论从移动电话等终端的普及率，还是从移动互联网用户的绝对数量、增长速度和使用频率，移动互联网在中国已经有了可观的用户群，成为覆盖广泛，超越以台式电脑为终端的网络媒体的数字化新媒体。

2012 年，移动互联网成为新媒体领域十分突出的增长点，成为当前全球信息及传媒产业竞争的焦点。在移动互联网高速发展的背景下，传统媒体网络化转型的进程将呈现跨越式的发展。互联网媒体也将抢占移动互联网市场，门户网站、视频网站、搜索引擎等都在努力使自身特色与传统优势在移动终端上继续得以体现。集电脑、手机、电视于一体的移动互联网，随着各种功能的不断完善，“三屏合一”已成现实。

① 中华人民共和国工业和信息化部《2012 年中国通信业统计公报》显示，2012 年我国移动互联网用户净增 13004.1 万户，达到 76436.5 万户，2013 年 1 月 24 日。

② 中国互联网信息中心（CNNIC）：《第 31 次中国互联网络发展状况统计报告》，2013 年 1 月 15 日。

③ 中国互联网信息中心（CNNIC）：《中国移动互联网发展状况调查报告（2012 年）》，2013 年 3 月。



2. 微信：独特的圈子传播，深度的传播效果

“微信速度”成为2012年新媒体行业的热门话题。微信在2011年1月正式推出后，其发展速度远超人们的想象。2011年11月初，微信用户数超过了3000万；一个月后，这个数字已达5000万，数倍于其先行者、竞争对手。据腾讯官方微博宣布，截至2012年底，微信注册数目已突破3亿。

从使用功能看，微信可以发送语音留言、照片以及媒体信息，仅仅占用上网流量。“查看附近的人”和“摇一摇”一度成为微信的爆点。微信引入LBS^①社交功能，发布了“寻找附近好友”、“漂流瓶”，这两个地理位置相关功能将微信的适用范围从熟人推广到陌生人，也将手机的移动特性发挥到极致。伴随微信的快速发展，米聊、神聊、飞聊等与微信类似的多个产品，进一步深入人们的生活。

我国移动社交网民和微信公共账号数量大幅度增长，将进一步扩大突发公共事件与社会热点话题的网民参与。微信通过手机、QQ号等方式加入“交流圈”，催生新的独特圈子化传播模式；以人际关系和组织传播为特征，形成网上的圈子化部落。这种圈子传播具备的到达率、转发率、阅读率正不断蚕食传统媒体的影响力，提高以微信为代表的新媒体的影响力。随着微信用户的快速增长，影响力的不断扩大，形成对电信运营商的电话、短信、彩信等业务的挑战，收费与免费一度成为2012年底的热议话题。

3. 微博客：小微能量大，舆情主渠道

在经历了2011年微博客的爆发式增长后，2012年，微博客继续稳健发展。据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，网民中的微博用户比例较上年底提升了6个百分点，达到54.7%。

政务微博在2012年受到了各级政府的高度重视，重大突发事件通过政府微博第一时间发布正在成为一种常态。截至2012年底，我国共有政务微博账号数量超过17万个。

^① LBS英文全称为Location Based Services，它包括两层含义：首先是确定移动设备或用户所在的地理位置；其次是提供与位置相关的各类信息服务。意指与定位相关的各类服务系统，简称“定位服务”。LBS就是要借助互联网或无线网络，在固定用户或移动用户之间，完成定位和服务两大功能。



2012年媒体微博发展势头强劲，以电视、报纸、广播、杂志为主要形态的传统媒体纷纷进军微博，实现传统媒体与新媒体平台的结合。截至2012年底，新浪微博认证的媒体微博总数突破11万个，包括1.7万个媒体官方微博和9.2万个媒体从业者微博。媒体微博对于信息传播规律有更精准的把握，加上信息的及时性、较强的客观性以及评论的独特性，更容易获得网友的关注和转评，具有显著的传播力与引导力。尤其是《人民日报》在北京暴雨夜开通新浪微博更具有标志性意义。其彰显主流价值观立场的微评论，因语言风格清新、话题贴近民生，在重大、敏感事件面前不回避、不失语，在观点竞争和理性表达中确立了自身的权威地位，获得了大量网民的认可，有利于拓宽主流声音传播途径，有效打通“两个舆论场”，成为影响微博舆论格局的重要力量。

4. 大数据、云计算：生于数据，成于价值

2012年，“大数据”（Big Data）成为信息发展的热点。大数据主要是指大数据技术及其应用，即从各种各样类型的数据中，快速获得有价值信息的能力，强调从海量数据、多样数据里提取微价值；强调数据获取、数据传递、数据处理、数据利用等层面的高速高效，具有快速处理特征。大数据的战略意义不在于掌握庞大的数据信息，而在于对这些含有意义的数据进行专业化处理。挖掘大数据价值，提供大数据服务的能力，是大数据时代的核心竞争力。

2012年，在新技术中具有基础性影响的云计算开始从局部走向普及。云计算革命性地改变着传统的技术构架，实现了计算能力、存储能力从终端向服务器的聚合，使资源整体利用效率大大提高，并逐渐对各行各业产生深远影响，也改变着新媒体行业的发展格局。云计算的普及为海量数据的积累提供了条件，推动着“大数据时代”的到来。大数据技术不仅能够使海量数据的生产、传播和相关业务的运营更为便捷，还将为新媒体进行更为科学的发展规划及盈利模式探索提供科学依据。

技术研究和咨询公司 Gartner Group^① 发布的关于企业在大数据方面的支出

^① Gartner（高德纳咨询公司，又译顾能公司）全球权威的IT研究与顾问咨询公司，成立于1979年，总部设在美国康涅狄克州斯坦福。其研究范围覆盖全部IT产业，就IT的研究、发展、评估、应用、市场等领域，提供客观、公正的论证报告及市场调研报告，协助客户进行市场分析、技术选择、项目论证、投资决策。