

2014

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 2014

首都互联网发展报告

佟力强◎主编



人民出版社

2014

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 2014

首都互联网发展报告

佟力强◎主编



人民教育出版社

策划编辑:郑海燕

封面设计:肖 辉

责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

首都互联网发展报告(2014)/佟力强 主编. —北京:人民出版社,2014.11

ISBN 978-7-01-014003-2

I. ①首… II. ①佟… III. ①互联网络-调查报告-北京市-2014 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 227411 号

首都互联网发展报告(2014)

SHOUDU HULIANWANG FAZHAN BAOGAO(2014)

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)

北京瑞古冠中印刷厂印刷 新华书店经销

2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月北京第 1 次印刷

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:19

字数:350 千字

ISBN 978-7-01-014003-2 定价:45.00 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	中共北京市委副书记
		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	王祥武	北京市哲学社会科学规划办公室主任
	陈 华	北京市互联网信息办公室网络信息服务管理处处长
	王 强	北京市互联网信息办公室网络评论处处长
	魏 莞	首都互联网协会副会长兼秘书长
	梁志祥	百度公司副总裁兼总裁助理、总法律顾问
	梁昊光	北京市社会科学院经济所副所长
	齐福全	北京市社会科学院宣传办公室主任
主 编	齐福全（执行主编） 陈 华 王 强	

代 序

向改革要活力 向创新要实力

——传播力建设的四个关键点

柳斌杰

(国家新闻出版总署原署长,清华大学新闻学院院长)

提升国家传播能力,以适应全球化、现代化、信息化、数字化的大趋势,这是所有国家和地区的共识。因为人类的思想智慧造就了科学技术,科学技术改变了人们的生产方式、生活方式和信息传播方式。今天人们可以借助这些技术,轻而易举地把自己的思想、情感、信息传送到五洲四海,也可以把自己的文字、声音、图像展示到各种媒介。新闻的国界打破了,文化的交流扩大了,瞬息万变的世界不断更新人们的关注点、兴奋点。人们愈来愈感受到媒体传播的影响力、穿透力。例如“昆明恐怖暴力事件”、“乌克兰变局”和“马航客机失联”等,通过全球化媒体和社交网站的头条,持续不断地把信息送到千家万户,使全世界几十亿人、国际组织、各个国家的政府、政党、政治团体,都把注意力集中到了这些热点、焦点问题上。

单就传播方面来看,这些事件所表现出的“政治导向”、“利益导向”、“谣言导向”,既发人深省,也提出挑战,确实考验我们中国的传播能力。这就是说,传播力建设是当务之急,也是战略问题。

传播力建设关键抓什么?也就是说怎么做才能事半功倍,而不是空喊口号。这要从四个关键点入手。

一、造就优秀人才

从传播的结果看,传播力表现出来的是公信力、影响力、竞争力,是可以量化的。而这三个力量的背后是定力、活力、实力、能力。定力就是灵魂,是国家、媒体、从业者的理想信念、传播价值判断和文化追求。活力就是传播主体能够调动一切积极因素,在资源配置和传播流程等环节中,有充满创造活力的体制机制,使每个人都是创造性的工作者。实力就是以人力团队为核心能够担当国家对内对外传播的物质力量和精神力量。能力就是在适应需求、应对挑战中取得最好社会效益和经济效益的手段和办法。这些能力的本质,都是人的智慧和能力。新闻传播、文化传播和信息传播的每个环节都有人的思想融合、都有人的创造因子加入进去。技术和平台当然是传播的硬件,但如果没有高品位有创意的内容搭载,也都沒有价值,人们需要的是信息内容,更何况技术和平台也是人造的、人使用的。所以,传播力建设必须把造就高素质人才放在首位,有了人才一切能力都会上去。

培养人才应当开放式、立体化进行,用科学思维构建人才级次、结构体系。用好新闻传播教育体系,使国民教育体系在新闻与传播人才培养上发挥基础作用。调整充实新闻、传播类高等教育院校,统一谋划招生、考试、教学、培养、就业配套的政策基础,制定明确的培养目标和考核标准,造就一大批初级合格人才。

发挥在职继续教育的作用,整体提高现有从业人员的职业能力和工作水平。我国直接或间接从事新闻、传播的媒体、互联网、移动信息传播人员已经超过 1000 万人,他们大多热爱新闻、传播事业,有志于传播领域的工作。这些人主体是好的,也是当前支撑我国新闻、传播的主力。但其中相当一些人,德、能、才、学方面存在着不足和缺陷,实践中出现的问题大多是与此有关。要有国家统一规划,分期分批“回炉再造”,强优势、补短板、上水平。有德无能的重在能力,有才无德的重在政治品德,有能无学的重在知识基础,使他们有信念、有知识、有能力,能创新、能应急、能经营、能管理,担当我国传播力建设的具体任务。

建立国家高级优秀人才选拔培养机制,通过科学程序推出新闻、传播的大师大家。诸如国际通行的终身教授、首席记者、首席编辑、首席评论家、首席主持人、首席策划师等,都应该推广实行。文艺、体育有明星,新闻、传播也应“造星”,使他们在国内国际传播中发挥特别效应,具有真正的影响力。

在人才队伍建设中,引入竞争机制,造就优秀人才脱颖而出的环境。在产、学、研各界,有许多优秀的新闻、传播人才,由于劳动人事制度所限和条块分割、地区封锁的存在,未能进入传播行业。我们要通过改革,打破旧体制,引入竞争,从中快速发现有潜力的人才,壮大队伍。

要树立一种新的人才观,金钱、大楼、技术要有,机构、平台、政策也要有,但那都是死的条件,真正活的传播力是有思想有能力有作为的人。从这里出发,传播力才能真提高。

二、深化体制改革

习近平总书记指出,必须向改革要动力、要活力。因为没有改革就没有中国特色社会主义,改革是当代中国唯一的出路,否则就是死路一条。搞传媒工作的人往往思想不解放,条条框框比较多,所以造成这方面的改革停滞不前,有时候还进一步退两步。目前,应当警醒,要深入贯彻落实十八届三中全会精神,大力推动传媒体制改革,提高我国传播业的活力,就是把已经形成的现实力量解放出来。

深化管理体制变革,理顺党政领导机关和媒体的关系,真正实现管办分开、政企分开、政事分开、传播内容与生产经营分开。改进党对媒体的领导,政府依法行政,作为法人实体的传媒单位,或建立完备的现代企业制度,或建立公开的理事会管理制度,独立决策、自主经营,造就独立运行的传播主体。减少管理层次,落实各自责任,充分释放活力。

深化传媒单位的改革,按照公益性和经营性两种不同功能,决定单位性质,使各自找到自己生存发展的路子,各自发挥自己的潜力。目前的设计,承担国家主要宣传任务的政治出版社、党报党刊、电视广播新闻频道和新疆、西藏等少数民族语言文字传媒机构,改制成为现代事业体制,主

要以政府采购、养事不养人的财政支持为基础,鼓励其创新机制,按企业管理制度搞活经营,引领主旋律、传播正能量,发挥国家传播主渠道作用。经营性的单位已经完成了转企改制,第二步就是股份制改造,完善法人治理结构,第三步进行公司制改造,建立规范的运营秩序,有条件的上市融资,进一步做大做强,提升竞争力。

深化内部机制改革,特别在劳动人事、收入分配、社会保障、进入退出四大机制上实现新突破,真正解决能进不能出、能上不能下、能多不能少、能生不能死的旧体制的遗产,把内部搞活,使竞争上岗、多劳多得、后顾之忧、优胜劣汰成为单位的常态,让大批人才、大批媒体焕发活力,生产大批优秀产品和传播有震撼力的作品。

深化传媒公共服务体系的改革,构建导向正确、覆盖全面、技术先进、传播快捷的大众传播体系,让广大人民群众享受更好的传播服务。公共服务是近年提出的传播任务,从体制到机制,从主体到政策,尚未完全形成统一有效的体系。要打通现有公共服务平台、渠道和基础项目的分割状态,整合政府的力量、行业的渠道、单位的项目和社会的资源,统一搭建上下贯通、一网到底、服务基层并能持续发展的公共传播平台,提升面向公众的服务能力和信息服务的水平。

三、坚持全面创新

创新能力是传播的关键能力,没有创新能力媒体就难以生存和发展。要实实在在地建设传播力,就必须在以下五个方面坚持创新,走自己创新发展的特色路子。

传播内容创新。就是要以时代为特征,创新我们的信息内容,不是传播陈旧的“四书五经”和空洞的政治教条和雷人口号,而是要用中国精神、融通中外的新概念、新范畴、新表述,讲中国的新故事、传中国的好声音,让世人有兴趣、听得懂、能理解,更好地交换信息、沟通思想、交流情感,增进多元共识,推进人类文明。

传播形式创新。新技术催生了新的传播形式,传统媒体遇到新媒体的挑战已经不是今日之事了。但是,时至今日,我们还是抱怨多于赞誉、

恐慌多于应用、防备多于跟进。这种状态直接的后果是正面引导处处被动,负面放大连连得手,张而无用,禁而不止。要改变这种局面,下决心创新传播形式,用新技术新平台支持的各种条件,创新传播形式,让人民群众喜闻乐见、愉快接受,让国际公众爱看、爱听、耳濡目染。同样的信念,在传播的形式(包括表达形式、逻辑形式)上就能分出高下来。老是模仿别人的栏目,抄袭别人的看点,跟在别人后面走,哪里来影响力、竞争力?

传播体制创新。体制要具有中国社会主义的特色,即与我国国家治理体系相统一,不搬西方的模式。体制要符合传播业自身生存发展的根本规律,不能与一般企业、一般单位相等同,因为这是一个精神与物质相结合的生产方式,有特殊性。要尊重传播业内人民群众的创造精神,让他们在自己领域里深化改革,支持创新,鼓励创造,使整个体制改革更加贴近实际,更加充满活力。

传播技术创新。传播业与科技发展的血缘关系是与生俱来的,有什么样的技术、有什么样的载体、有什么样的发明,就有什么样的传播业态,从甲骨、钟鼎、石刻到今天的印刷、广播、电视、互联网……都是技术支撑了传播力的升级换代。我们必须把技术创新作为传播力建设的新支点,大力开发和应用,让我们的传播能力突飞猛进。技术创新的重点,国家已有规划和项目,我们应当结合实际大力去推进。这些项目实现了,我们的传播能力就会发生根本变化。

四、加快融合发展

传媒融合发展的四大趋势:国际国内、网上网下、传统现代、官方民间融合发展,是不可阻挡的新潮流,阻隔不了,消灭不了。国界线、防火墙、“隔离带”、“身份卡”只是权宜之计,不是治本之策。那么,正确的选择就是适应新变局,加快融合发展,以时代造就的新优势取代某些劣势,谋求新的发展。

抓住融合发展的新机遇,促进多元传播格局的融合统一。全球融合发展势头正猛,资本的融合、产业的融合、技术的融合、市场的融合,给传播业融合创造了千载难逢的机遇,传播力建设要紧紧抓住这个机会,主动

积极推进各自为阵的多元主体传播格局,向有利于多样与统一的格局转变。首先打破政策瓶颈,以资产为纽带进行股权、资本、业务、技术等方面的重组,打造“传媒航母”,实现实力的巨增和传播力的优势主体现代化。

以改革的精神扩大开放,推动传统媒体与新兴媒体的融合。我国之所以形成两群主体、两个舆论圈的现实,这与我们的体制、准入政策有关。传统媒体全部是国有资本国家主办,新兴媒体主要是社会资本民间主办。要融合这两种力量当然不是你进我退、你生我灭的旧思维,而是共生共存、融合发展。十八届三中全会提出了自主兴办、参股国有、控股国有三个政策方向,支持民营文化企业与国有文化企业融合发展,这是一个新突破。我们应当积极落实中央支持改革的政策、扩大对内对外的开放,把国有民营的力量融合在一起,增强我国传播实力,让两个优势都得到发挥。

加快技术融合的步伐,整体改造我国的传播能力。现在存在的问题是,掌握信息内容的单位技术过时甚至落后,无力开发新技术;掌握先进技术的单位没有充足的信息内容,东拼西凑糊弄公众,都制约了我们的传播力。必须加快技术与内容的融合,一方面内容信息生产单位与技术单位融合业务、全面合作;一方面传统传媒单位要大力引进先进技术,用以改造落后的技术手段,采用新技术提升传播能力。这样做,能发挥两个优势,更广地传播信息文化,更好地提升信息质量和文化品位,使各方面都受益。

以业态融合为基础,提高我国新闻信息的复用率。一种新闻、一种信息多媒体传播,是世界传媒强国通用的方式。而我国媒体小而散,媒体业态之间不融合,都是自采自编自发自播,复用率很低,社会的认知度当然就很低。所以,要把业态融合当成融合的基础,提高信息利用率。要多发展融合各种业态的大集团,它们有能力、有担当。单一传播业态覆盖面小、市场风险大,往往疲于奔命,碰到行业危机就难以应对。而多业态融合发展就相对稳定,“东边不亮西边亮”,“这业亏了那业补”,这也是大传媒集团立于不败之地的根基。融合发展能造就战略性的传播力,这不是量的扩张,而是质的飞跃。

传播力建设要解决的问题当然很多,目前最关键的是在上述四个方面找出路、寻办法、出政策、见行动,碰硬的、克难的、抓实的,使国家传播力建设的任务落到实处,为中华民族伟大复兴的使命服务。

前 言

2013年,中国互联网继续保持快速发展的态势,随着移动互联网的成熟和互联网金融的兴起,中国互联网在快速发展中又迎来一轮新的创新高潮。首都互联网是中国互联网领军者,2013年的北京互联网仍然保持着强劲的发展势头,向世人展现出诸多新亮点:产品与服务的更新换代速度加快、互联网金融创新高地形成、业界巨头的战略并购、电商企业竞争白热化、大数据产业化进程不断深入。2013年首都互联网的创新与发展受到了社会各界人士的关注,需要社会各界合作开展深入研究。

《首都互联网发展报告(2014)》就是社会各界合作研究首都互联网的年度成果之一。此书是北京市互联网信息办公室与北京社科院联合编著的,围绕首都互联网行业发展的现状格局、创新亮点与问题对策进行研究的年度报告。该报告主要对首都互联网发展中的全局性、战略性以及与首都互联网发展密切相关的问题进行研究、分析、预测并提出对策性建议。

《首都互联网发展报告(2014)》是北京市互联网信息办公室与北京社科院联合编著的第四部年度报告。该报告延续了以往三部年度报告的特点:研究目标聚焦、研究主体多元、观点内容丰富、研究视角多样。报告将研究内容汇聚在首都互联网这一主题上,聚焦北京地域内的互联网行业,紧密围绕着北京市域内的行业概况、行业发展、行业管理与典型案例等问题展开深入探讨,其中既有政府相关部门的诠释解读,也有专业研究机构的分析研究,还有业界人员的概括总结,观点内容严谨、数据资料翔实、研究方法成熟。

《首都互联网发展报告(2014)》共有20篇分报告,总体结构由总报

告、行业发展、行业管理、案例分析四大框架构建而成。报告之间关联性强,框架之间层次分明,内容基本涵盖了2013年首都互联网行业发展的重要领域。

“总报告篇”由2篇报告组成:《2013年北京互联网发展形势分析》和《2013年北京互联网行业上市公司发展状况比较分析》,报告对北京互联网发展概况和行业内各大上市公司发展情况进行细致的解读与分析,使得读者对首都互联网总体发展情况与行业代表性企业经营情况进行鸟瞰式回顾。

“行业发展篇”有10篇报告,分别对互联网金融,网络视频业、电子商务、网络游戏、网络舆情、移动学习、互联网对传统行业影响以及行业关联等问题进行探索,准确涵盖了2013年首都互联网发展热点与亮点。这些报告针对发展中遇到的问题与难点提出了具有可操作性的对策与建议,具有较强的实践指导意义。针对北京市互联网行业与其他行业的关联性问题,有专项报告进行了计量研究,分析了关联效应与环向关联效应。

众所周知,微博、微信等移动社交应用日渐成为现代社会公众的主要终端应用,而如何在法律框架下开展移动社交应用的治理与规范已经成为社会热议话题。在“行业管理篇”中有报告针对首都移动互联网社交应用管理进行研究与分析,围绕行业竞争、网络侵权、类Kik业务的监管治理问题展开深入探讨,具有较强的参考价值。

“案例分析篇”的报告则由互联网行业人士撰写,从自身所处公司企业发展角度出发,对问题进行深入分析研究,力图达到“听当局者言,助旁观者清”的效果。2013年,百度公司亲力亲为在互联网版权保护领域作出努力,通过技术实施版权保护,而后扩大传播,以清源行动为传统的反盗版困境实施了积极举措。2013年是首都网络视频行业的大变革之年,专业研究人士对其中的先行者优酷土豆集团的发展现状与演进趋势进行了解读分析。2013年也是首都互联网金融井喷发展之年,作为移动支付的代表,易宝支付的行业支付模式具有较强的代表性,相关的研究报告系统地展示了易宝支付的产品与服务。

“合抱之木,生于毫末;九层之台,起于累土”,在本报告中,来自政府相关部门、科研单位和公司企业的作者们在撰写报告时也借鉴学习了已

有研究成果,融入了通过调研走访获得的业界人士的意见与建议,在此一并向其表示感谢。编著者力争用高质量的学术报告向广大读者们展示出2013年首都互联网发展的全貌。当然,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。

2014年6月28日

CONTENTS

目 录

前 言	1
-----	---

第一部分 总报告

2013 年北京市互联网发展形势分析	3
一、引 言	3
二、全球互联网发展形势	3
三、中国互联网的发展形势	7
四、北京市互联网发展形势	13
2013 年北京互联网行业上市公司发展状况比较分析	29
一、互联网行业上市公司概况	29
二、互联网行业上市公司基本财务状况比较分析	29
三、互联网行业上市公司资本市场表现及比较	33
四、北京市传统企业在互联网化下的发展情况	36
五、北京及其他省市互联网上市公司状况比较	45
六、北京及其他省市传统企业在互联网化下的发展对比	49
七、总结与展望	53

第二部分 行业发展

互联网金融发展现状、趋势与治理	63
一、互联网金融的特点与功能	63
二、互联网金融市场整体现状分析	64
三、国内互联网金融细分领域现状及趋势	66
四、引导互联网金融市场发展建议	75
国际互联网金融发展态势及其启示	77
一、智能终端产业发展形势分析	77
二、国际互联网金融发展历史	77
三、国际互联网金融主要业务模式	78
四、国外互联网金融发展对我国的启示	82
网络视频行业发展特点及未来发展趋势分析	84
一、网络视频行业发展特点	84
二、网络视频行业发展趋势分析	88
4G 移动互联网产业发展的多元化征程	93
一、用户需求驱动:移动互联网用户规模效应日渐成熟.....	93
二、基础设施升级:4G 推动“宽带中国”战略加速实现	96
三、商业模式重建:多元化并购加剧产业内外竞争.....	99
四、产业主体求变:虚拟运营来袭、传统运营商的智能管道探索.....	102
五、小 结.....	105
电子商务市场发展现状及未来发展趋势分析	106
一、电子商务市场发展现状.....	106
二、网上零售 B2C 市场主要特征分析	109
三、中国电子商务市场趋势预测.....	111
网络游戏市场发展情况分析	115
一、网络游戏市场发展宏观环境.....	115
二、网络游戏市场产业链与商业模式.....	117
三、网络游戏产业发展现状.....	120
四、网络游戏行业趋势预测.....	125

首都互联网 2013 年度舆情分析	128
一、2013 年首都互联网社会舆情热点	128
二、2013 年首都互联网行业舆情热点	132
三、结 论	136
互联网驱动现代产业变革的特征和趋势	137
一、互联网普及深化,“互联网化”浪潮来袭	137
二、从电子化到互联网化,是思维与模式的变革	141
三、互联网金融兴起,互联网化冲击金融业	142
四、互联网化促 IT 产业变革,IT 企业加快转型	146
五、互联网化将走向互联网无形化,数据和内容是核心	147
基于用户思维的移动学习的应用及趋势	149
一、基于用户思维的移动学习新时代	149
二、应用现状与关键趋势	152
三、发展挑战与对策建议	157
四、小 结	158
北京市互联网行业与其他行业的关联性分析	160
一、北京市互联网行业与其他行业的关联效应	160
二、北京市互联网行业与其他行业的环向关联效应	169
三、互联网行业的价格波及效应	178
四、主要结论	183

第三部分 行业管理

互联网行业的竞争与创新——以安全软件及服务为分析视角	187
一、互联网行业的竞争与创新	187
二、安全软件及服务实施不正当竞争的成因分析	188
三、安全软件及服务实施不正当竞争对行业发展的影响	190
四、《互联网终端安全服务自律公约》对安全软件及服务不正当竞争的规制与创新	192
五、《九类典型网络商品交易违法行为》第五类对安全软件及服务不正当竞争的规制与创新	194
六、最高院与北京高院司法判决对安全软件及服务不正当竞争的	

规制与创新·····	195
七、对互联网行业竞争与创新关系的结论·····	197
网络侵权责任法理阐释·····	198
一、网络侵权责任构成·····	198
二、其他网络侵权特殊类型·····	206
三、我国网络治理发展趋势·····	210
大数据应用实践及其所面临的挑战·····	212
一、对大数据本质特征的再认识·····	212
二、大数据的应用实践与所面临的问题·····	214
三、大数据时代的隐私保护问题·····	218
北京市网吧行业发展态势与行业监管分析·····	222
一、北京网吧行业的现状·····	222
二、北京市网吧转型升级的态势及模式·····	225
三、北京市网吧行业监管的转型升级·····	226
首都类 Kik 业务的监管治理与舆论引导——以微信为研究对象·····	229
一、北京类 Kik 业务现状·····	229
二、类 Kik 业务特点与传播特性·····	232
三、北京类 Kik 业务在使用与传播中存在的问题·····	236
四、加强北京类 Kik 业务网络监管和舆论引导的对策建议·····	240

第四部分 案例分析

从百度创新看互联网版权的保护与推广·····	245
一、通过技术创新保护版权·····	245
二、在保护基础上推动互联网版权传播·····	248
三、清源行动突破传统网络反盗版的困境·····	250
优酷土豆集团的发展现状与未来发展趋势分析·····	253
一、优酷土豆集团简介·····	253
二、优酷土豆商业模式分析·····	254
三、优酷土豆发展现状·····	258
四、优酷土豆发展趋势分析·····	261
易宝支付的行业支付模式分析·····	266