

杭州市信息化办公室
杭州电子科技大学



主 编 俞东进
副主编 沈 兰 穆海伦 沈 静

中国电子商务之都 互联网经济 发展报告 (2010年)



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

杭州市信息化办公室
杭州电子科技大学



中国电子商务之都 互联网经济 发展报告 (2010年)

主 编 俞东进
副主编 沈 兰 穆海伦 沈 静



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电子商务之都互联网经济发展报告. 2010 / 俞东进主编.
—杭州: 浙江大学出版社, 2010. 12
ISBN 978-7-308-08259-4

I. ①中… II. ①俞… III. ①电子商务—研
究报告—中国—2010 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 245738 号

杭州市信息化办公室
杭州电子科技大学

中国电子商务之都互联网经济发展报告(2010 年)

主 编 俞东进
副主编 沈 兰 穆海伦 沈 静

责任编辑 许佳颖
封面设计 俞亚彤
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 杭州中大图文设计有限公司
印 刷 临安市曙光印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 9.75
字 数 231 千
版 印 次 2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-08259-4
定 价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换
浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

中国电子商务之都互联网经济发展报告 (2010 年)

编 委 会

主 任 缪承潮

副主任 杨福颂 毛国锋

主 编 俞东进

副主编 沈 兰 穆海伦 沈 静

编 委 (按姓氏笔画排序)

于广益	方义务	石 岩	刘玉军
朱应华	寿旺杰	张立群	张向荣
杨晓勇	沈 兰	沈学根	沈 静
陈 斌	周永华	郑苏杭	俞东进
施勇民	袁友伟	黄左彦	葛建林
谢 坚	廖维宇	穆海伦	

序 一

21 世纪,是“全球化、新经济、互联网”的时代。经济全球化深入发展,新经济浪潮风起云涌,互联网经济蓬勃兴起,人类生产方式、生活方式、消费方式、就业方式正在发生深刻变革,互联网和互联网经济日益成为新的经济增长点,成为推动转型升级、创新商业模式、促进创业就业、丰富人们精神文化生活、提高人民生活品质的重要力量。

杭州市委、市政府高度重视互联网应用和互联网经济发展,适时提出了打造“世界电子商务之都”和“互联网经济强市”的奋斗目标,制定实施了《打造“中国电子商务之都”三年行动计划》和《电子商务进企业三年行动计划》,设立专项资金,提供优质服务,大力推动以电子商务、即时通讯、网络游戏、搜索引擎等为主要内容的互联网经济加快发展,积极鼓励探索网上零售、移动商务、网络银行等新的商业模式,取得了明显成效,杭州互联网经济发展特别是电子商务应用走在了全国全省前列。

“十二五”时期,是杭州市全面建成小康社会、共建共享“生活品质之城”的关键时期,是深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期。作为全国唯一一个由中国电子商务协会命名的“中国电子商务之都”和《长江三角洲地区区域规划》明确的全国电子商务中心,作为中国网商大会的永久举办地,作为全国首批“三网融合”试点城市之一,杭州完全有条件、有优势,在“十二五”时期把互联网应用提高到一个新水平,把互联网经济发展推上一个新台阶,为杭州市科学发展、富民强市作出新的更大贡献。

在这样的大背景下,杭州市信息化办公室和杭州电子科技大学联合课题组,通过实地走访企业、统计企业运行数据、分析行业监测和研究报告、咨询专家学者,对杭州市电子商务之都建设和互联网经济发展情况进行了深入调研,形成了《中国电子商务之都互联网经济发展报告(2010 年)》。《报告》以宽

阔的视野、详实的数据、透彻的分析,为杭州加快打造“世界电子商务之都”和“互联网经济强市”提供了有力指导,为互联网企业发展和互联网经济研究提供了重要参考。

我乐之为序。

中共浙江省委常委

中共杭州市委书记



2010年12月6日

序 二

互联网是科技发展的一个重要里程碑。基于互联网技术而产生的电子商务、即时通讯、搜索引擎和网络游戏等互联网经济活动,改变了传统的信息传播模式、商务模式、消费娱乐模式和人际交往模式,使我们有更多机会,以更低廉的成本和更快捷的方式,实现信息发布的全球互动与产品销售的世界流通。互联网经济已成为当今世界经济的一种基本形态。

网络改变着世界,也改变着杭州。杭州的互联网经济随着互联网应用的兴起,经历了一个“由无到有、由小到大、由大到强”的发展历程。自1996年中国最早的互联网商业网站——“中国黄页”在杭创办以来,此后10余年,杭州先后涌现出阿里巴巴、网盛生意宝、浙江盘石等一批互联网领军企业,集聚起全国1/3的互联网企业,并荣获“中国电子商务之都”称号,互联网经济已成为杭州最重要的一个经济增长点。

当前,杭州正加快转变发展方式,大力推进学习型、创新型城市建设,发展互联网经济已成为杭州推动经济转型升级的重要抓手。杭州正在加大政府引导扶持力度,完善信息基础设施,健全诚信体系建设,推进人才创新创业等,大力推动互联网经济发展,积极培育更多集“才”与“财”于一体的互联网企业家和互联网企业,加快打造世界电子商务之都和互联网经济强市。

《中国电子商务之都互联网经济发展报告(2010年)》分10个领域,对杭州2009年度互联网经济的发展环境、资源和应用状况进行全面总结,既有对2009年我国以及国际互联网产业发展情况的宏观分析和综述,更着重于对杭州互联网细分业务和典型应用发展状况的关注和研究。该报告内容客观、资料丰富、数据翔实,为互联网行业管理部门、从业企业和有关专业人士以及有志于互联网经济的社会各界人士,提供了可资借鉴参考的重要文献。

中共杭州市委副书记
杭州市代市长

邵占维

2010年11月9日

前 言

互联网经济是基于互联网所产生的经济活动的总和。作为 21 世纪最主要的经济增长点,互联网经济对传统经济模式的发展产生了划时代的影响。近年来,杭州市互联网经济相关产业快速发展,尤其是电子商务产业已走在全国的前列。在 2010 年 6 月公布的《长江三角洲地区区域规划》中,杭州市已被定位为全国电子商务中心。为进一步贯彻杭州市委、市政府“打造世界互联网经济强市与电子商务之都”发展战略,深入研究杭州市互联网经济的发展现状,分析存在的问题与竞争优势,提出发展对策与创新模式,实现杭州市互联网经济又快又好发展,杭州市信息化办公室特委托杭州电子科技大学成立《中国电子商务之都互联网经济发展报告(2010 年)》课题组。

课题组在杭州市信息化办公室的统一部署下,实地走访和调研了全市数十家典型互联网企业。这些企业涉足互联网产业的各个细分领域,既有骨干龙头企业,又有成长性好、发展潜力大的创新型中小企业,还有借势于互联网平台实现成功转型的传统企业。同时,课题组分析了国内相关机构的行业监测、研究报告,以及杭州市信息化办公室网上统计直报系统的企业统计数据,形成了对杭州市互联网经济发展态势的总体认识,据此编写报告初稿。课题组在此基础上,反复讨论,多次听取了杭州市信息化办公室相关领导和杭州市信息化专家咨询委员会相关专家的意见,数易其稿,最终形成了本报告。

报告的总论部分主要阐述了国内外,特别是杭州市 2009 年度互联网经济的整体发展状况。在总论之后,报告按电子商务、搜索引擎、网络游戏、网络广告、网络社区、即时通讯、互联网内容服务、互联网软件服务、互联网基础服务和互联网人才培养 10 个互联网产业细分领域,详细介绍和分析了它们的主要特征和发展态势。作为年度报告,相关信息的采集主要集中于 2009 年 1 月至 12 月,同时,也适当兼顾了 2009 年以前和 2010 年上半年的相关信息。

本报告中有国内外互联网经济发展状况数据主要来自艾瑞咨询、易观

国际、中国互联网络信息中心(CNNIC)等机构公开发布的互联网行业研究报告。除此之外,还结合了政府公布的行业数据、行业资深专家公开发表的观点、在互联网上公布的资料、上市企业年报和季报等,在此一并表示感谢。

本报告力图全面反映杭州市 2009 年度互联网经济的整体发展状况。但是,由于互联网经济覆盖的领域较多,各细分领域间又存在一定程度的交叉导致统计口径的不一致,再加上编写时间和水平的限制,报告不足之处在所难免,真诚欢迎各界人士批评指正。

《中国电子商务之都互联网经济发展报告(2010 年)》课题组

2010 年 11 月

目 录

1 总 论

1.1	引言	1
1.2	国际互联网经济的发展状况和趋势	2
1.3	国内互联网经济的发展状况和趋势	4
1.4	杭州市互联网经济的发展状况和趋势	9
1.5	杭州市委、市政府对互联网经济发展的领导和支持	15
1.6	进一步发展杭州市互联网产业的政策建议	17
1.7	编制说明	19

2 电子商务

2.1	电子商务概述	21
2.2	国内电子商务发展现状	22
2.3	国内电子商务发展趋势分析	31
2.4	杭州市电子商务发展态势	33
2.5	典型案例	37

3 搜索引擎

3.1	搜索引擎概述	43
3.2	国内搜索引擎发展态势	44
3.3	杭州市搜索引擎发展态势	49
3.4	典型案例	52

4 网络游戏

4.1	网络游戏概述	55
4.2	国内网络游戏发展态势	56
4.3	杭州市网络游戏发展态势	62
4.4	典型案例	65

5 网络广告

5.1 网络广告概述 67

5.2 国内网络广告发展态势 68

5.3 杭州市网络广告发展态势 71

5.4 典型案例 73

6 网络社区

6.1 网络社区概述 76

6.2 国内网络社区发展态势 77

6.3 杭州市网络社区发展态势 80

6.4 典型案例 82

7 即时通讯

7.1 即时通讯概述 84

7.2 国内即时通讯发展态势 86

7.3 杭州市即时通讯发展态势 90

7.4 典型案例 92

8 互联网内容服务

8.1 互联网内容服务概述 95

8.2 国内互联网内容服务发展态势 95

8.3 杭州市互联网内容服务发展态势 99

8.4 典型案例 102

9 互联网软件服务

9.1 互联网软件服务概述 105

9.2 国内互联网软件服务发展态势 107

9.3 杭州市互联网软件服务发展态势 110

9.4 典型案例 111

10 互联网基础服务

10.1 互联网基础服务概述	114
10.2 国内互联网基础服务发展态势	115
10.3 杭州市互联网基础服务发展态势	119
10.4 典型案例	121

11 互联网人才培养

11.1 互联网人才培养概述	124
11.2 杭州市政府与互联网人才培养	126
11.3 在杭高校与互联网人才培养	127
11.4 杭州市企业与互联网人才培养	132

附 录

1 杭州互联网经济发展大事记(2009 年 1 月—2010 年 6 月)	134
2 杭州互联网经济统计数据(2009 年度)	140

总 论

互联网经济是基于互联网所产生的经济活动的总和。作为 21 世纪最主要的经济增长点,互联网经济对传统经济模式的发展产生了划时代的影响。

互联网经济的发展受到了杭州市委、市政府的高度重视,大力发展互联网经济是杭州市实现经济发展方式转变与促进产业结构优化升级的重要渠道。近年来,杭州市互联网经济发展迅猛,已拥有了一批以提供电子商务信息服务为主的国内外著名的电子商务网站和信息服务平台,同时,诸如网上零售、移动商务、SaaS(软件即服务)等的各种互联网经济新模式也不断涌现。2009 年杭州市互联网产业整体发展良好,各细分领域产值均有较大幅度增长,尤其在电子商务领域内继续保持国内领先地位。

1.1 引言

从 20 世纪 90 年代初互联网开始商用之后,现代社会就进入了以知识和信息为基础的新经济时代,即所谓的互联网经济时代。从产业角度考察,互联网经济涉及电子商务、即时通讯、搜索引擎和网络游戏等多个细分领域。互联网经济借助互联网媒介创造了形式虚拟但效用真实的网络经济空间,特别是网络交易的快捷和方便使得越来越多的人足不出户就能完成交易,从而将社会经济生活从传统的物质形式的地理空间延伸到了网络空间之上。作为 21 世纪最主要的经济增长点,互联网经济对传统经济模式的发展产生了划时代的影响。

当前,随着中国互联网基础条件的不断完善,网民人数的急剧增多,互联网经济呈现出生机勃勃的发展景象,迎来了新的跨越式发展契机。同时,大量的网络信息、创新的业务模式也为一大批传统企业发展提供了更加广阔的视野,开辟了更多的商业渠道和发展空间。

近年来,杭州市委、市政府高度重视互联网经济在杭州市国民经济和社会发展中的重大作用,制定并落实了一系列加快互联网经济发展的政策措施,将发展互联网产

业作为加快现代服务业,特别是信息服务业发展的重中之重来抓紧抓实。在多方努力下,杭州市互联网经济产业已经初步实现了“由小到大”的转变,并且许多领域的应用走在全国前列,为推进“两化融合”、“工业兴市”作出了积极贡献。《中国电子商务之都互联网经济发展报告(2010年)》就是在积极顺应这种潮流的背景下,深入阐述了互联网经济(特别是杭州市互联网经济)的最新状况和发展趋势,汇编了杭州市各个互联网经济细分领域的典型企业案例和2009年度的行业发展大事记,为在新形势下政府决策和企业发展提供对策和建议。

1.2 国际互联网经济的发展状况和趋势

自从20世纪40年代电子计算机问世以来,现代信息技术的发展可以说是突飞猛进。到20世纪末,由美国掀起的互联网经济浪潮席卷了世界各地。从此,互联网经济开始在各国蓬勃兴起,互联网用户数和网络经济规模呈现指数型发展趋势。而随着电子技术及电信技术的不断发展,世界主要国家的电信基础设施也在不断完善,为网络经济的发展创造更加有利的条件,从而进一步推动着全球互联网经济市场规模大踏步前进。

互联网为实现经济增长构筑了一个全新的技术平台,提供了一种将信息资源转化为经济收益的高效工具。首先,它创造了美国经济长达10年的“高增长、低通胀、低失业和低赤字”奇迹,随后在经历了多轮全球网络经济泡沫洗礼后,电子商务、搜索引擎、网络广告、网络游戏、电子货币等细分领域开始爆炸式地在互联网上展现。其中电子商务一马当先,逐步渗透到全球社会经济的各个环节,并影响了传统的企业生产方式、组织形式、管理模式、经营策略、贸易渠道和营销观念。随着互联网所提供的科技、金融动态和商品供求信息等商业服务的拓展,搜索引擎作为一种获取知识的重要工具开始快速发展。与此同时,全球网络广告业产值不断增长。据2009年国外媒体报道数据显示,2013年全球网络广告费将由2004年的180亿美元增加至870亿美元。网络广告的影响力量和发展潜力吸引了越来越多的企业涉足网络广告世界。而随着电子商务、搜索引擎以及网络广告等行业领域成熟期的到来,全球互联网经济的发展也开始逐步向一批新兴的互联网细分领域蔓延并渗透,如网络游戏。

近几年,随着以Web 2.0模式为主要特征的第二次互联网浪潮的到来,社区服务开始盛行,全球各大互联网公司开始将原有的以平台为中心的商业模式转变为以社区为中心的商业模式。如Google、YouTube、Facebook等众多Web 2.0网站,都含有许多社区模块,并逐渐成为美国网络业的主导力量。

另一方面,随着网络经济规范化、法制化的推进,西方国家开始不断加强对互联

网企业发展的引导,以便形成有效的管理体系。如欧盟出台了《欧盟电子商务行动方案》和《电子商务增值税方案》等;美国政府制定了新的媒体和电信法、信息法,并加强对知识产权的保护。各国相关政策的实施对互联网经济在全球的发展产生了深远的影响,并为其健康发展提供了强有力的保障。

互联网产生至今,已从一般的信息浏览功能向更具价值创造功能的网络经济方向发展。网络已经成为全球经济生活中不可缺少的要素,全球化的商业活动和贸易往来已经离不开互联网建立起来的便捷的信息沟通和传播渠道。据中国互联网络信息中心(CNNIC)《中国互联网络发展状况统计报告》统计,截至2009年12月,美国、日本和韩国互联网普及率分别达到74.1%、75.5%和77.3%;世界银行2009年公布的研究报告显示,高速互联网用户每增加10%,将会带动经济增长1.3%;诺基亚—西门子通信公司公布的一份研究报告也指出,在美国,新增的宽带线路对于生产力增长的贡献率达到了10%。在众多发展中国家中,互联网也同样成为推动经济发展的重要力量。以埃及为例,其信息产业部门2008—2009年的经济增长率为14.6%,成为发展最快的行业之一。互联网所催生的诸如电子商务、网络广告、搜索引擎、网络游戏、网络社区、外包服务等行业的飞速发展,改变了传统的商业运营理念和公司治理观念,成为全球经济形态创新发展的驱动力。当前,全球互联网经济的主要发展特点如下。

(1)2008年末至今,受全球性金融危机的影响,各个行业都受到冲击,但是以电子商务行业为代表的网络经济却成为危机背景下经济增长的一个亮点。各发达国家网络购物用户数量在持续快速增长。据CNNIC统计,2009年美国、日本、韩国的网购渗透率分别达到70%、53.6%和57%,预计随着未来人们对网络购物接受度的提高,网络购物渗透率还将继续提升。

(2)传统四大媒体(报纸、杂志、广播、电视)广告市场份额逐年被蚕食,而互联网广告则出现爆发式增长。迅速崛起的互联网媒体以其低成本、高互动性、效果易监测等特点获得广告主青睐。根据艾瑞咨询iAdTracker的监测数据显示,2009年全球网络广告规模达到了540.7亿美元,占全球广告总体市场份额的12.4%,同比增长2.3%。

(3)伴随着互联网应用的不断深入,搜索引擎发展迅速。据美国互联网流量监测机构comScore公布的统计数据显示,2009年7月份全球用户搜索数已达1137亿次,同比增长41%。其中日本在2009年1月共产生了68亿次搜索,与2008年相比,有9%的上升;美国在2009年6月的用户搜索次数达136亿次,12月搜索请求量规模同比增长22.0%。另据艾瑞咨询综合研究JPMorgan及Zenith Optimedia发布的数据显示,2009年全球搜索引擎市场规模达339.0亿美元,同比增长14.9%。其中2009年美

国搜索引擎市场规模为 153.9 亿美元,同比增长 6.0%,占全球搜索引擎市场规模的 45.4%。预计随着全球经济的进一步复苏以及互联网服务的全面普及,未来全球搜索引擎还将继续增长。

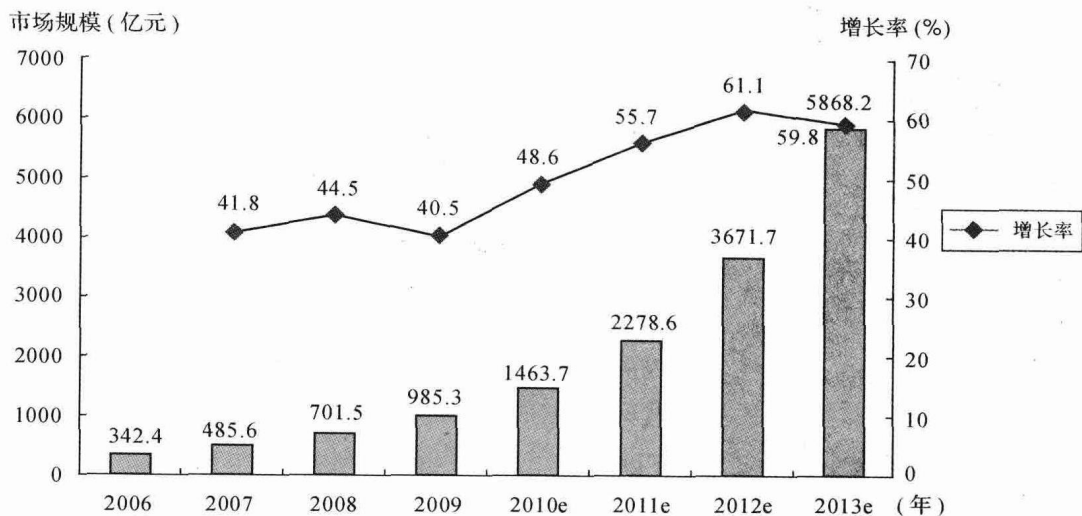
(4)随着互联网传输媒介的发展以及游戏处理终端的升级,网络游戏盛行。网络游戏产业作为一个新兴的朝阳产业,因其利润高、持续赢利强等优势,受到了世界各国的关注。Strategy Analytics 公司的研究表明,2009 年全球网游市场规模是 50 亿美元,比 2008 年增长了 17%,预计 2010 年全球范围内的大型网游市场将达到 80 亿美元。另据 comScore 公布的数据显示,2009 年 5 月,美国各类网络游戏玩家人数达到了 8700 万人,同比增长 22%;2009 年 7 月,日本的在线游戏受众达到了 1646.6 万人,同比增加 28%。当前,由于网络游戏认可度和市场规范化程度的提高,网络游戏用户仍在持续增长,各国游戏产品大量产出。游戏运营商的主要收入开始来自游戏产品出口带来的权利金与分成。网络游戏作为一股势不可挡的热潮,正快速向全球蔓延。

纵观互联网发展史和主要发达国家的互联网经济发展状况,可以说互联网经济代表了未来各国经济发展的趋势,它为实现经济增长构筑了全新的互动平台,并提供了将信息资源转化为经济收益的高效工具,营造了一种全球化的经营环境。电子商务作为互联网经济领域中发展最为直观的形式,逐步向互联网经济的其他细分领域(网络广告、搜索引擎、网络游戏、移动增值、网络服务等)渗透。特别是 2008 年 9 月国际金融危机全面爆发之后,各国都在探索新的经济增长点,不断更新和调整各自的信息化发展战略,把信息网络作为新兴产业的突破口,把互联网经济作为发展方式的着力点,大力推动互联网经济发展,促进经济发展方式转变。因此,可以预计互联网经济至少在今后十年内还将继续保持高速发展势头。

1.3 国内互联网经济的发展状况和趋势

自 1994 年我国接入互联网以来,短短的十几年时间,我国互联网经济得到了飞速的发展。进入 21 世纪以来,我国信息产业在国民生产中的地位不断提高,我国经济状态已经处在一个由工业经济向信息经济转变的时期。互联网技术的扎实起步,给我国社会生活和经济生活的各方面都带来了深刻的影响。艾瑞咨询 iUserTracker 的监测数据显示:2009 年中国网络经济市场规模达到 985.3 亿元,同比增长 40.5%,依旧保持高速增长态势(图 1-1)。同时,据 CNNIC《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》统计,2010 年上半年,我国网民人数继续保持增长态势,截至 2010 年 6 月,总体网民规模达到 4.2 亿人,较 2009 年底增加 3600 万人;互联网普及率攀升至

31.8%，较 2009 年底提高 2.9 个百分点。目前，中国网络经济的快速增长主要得益于 B2B 电子商务、网络广告和搜索引擎这三大传统网络行业的稳定增长，而以网络购物、网络游戏、移动增值为代表的新兴行业的迅速崛起对中国互联网经济市场的贡献也在与日俱增。



数据来源：艾瑞咨询

图 1-1 2006—2013 年中国互联网经济市场规模

目前，我国互联网经济的主要发展特点如下。

1. 电子商务快速发展

随着我国国民对网络购物接受度的提高以及网络购物环境的改善，网络购物开始作为一种新兴的电子商务迅速崛起。据 2010 年 6 月 14 日国务院新闻办公室发布的《中国互联网状况》显示，2009 年中国电子商务交易额超过 3.6 万亿元，同比增长 50% 左右。艾瑞咨询统计数据显示，2009 年中国网络购物用户规模达到 1.09 亿人，占中国互联网网民的 28.4%。而网络购物市场的快速发展和因网络、技术、业务、终端的逐步融合所引起的中国移动互联网的成熟也带动着中国移动电子商务步入快速的上升通道。据艾瑞咨询统计，2009 年中国移动电子商务用户规模已达到 3668.4 万人，同比增长 117.7%。因此，随着我国网络购物渗透率的提高、网购人群规模的增大以及移动终端设备的增多，网络购物和移动电子商务将成为经济运作的新商务模式，为各大互联网经济企业带来新的商机。

2. 网络购物市场进一步规范

近年来，随着互联网经济一批新兴产业的出现，各级政府相关部门开始深入探讨