

中国互联网发展报告 2013

中国互联网协会 中国互联网络信息中心 编

China Internet
Development Report

中国互联网发展报告

2013

中国互联网协会 编
中国互联网络信息中心

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

《中国互联网发展报告》(2013)客观、忠实地记录了2012年以来中国互联网行业的发展状况,对中国互联网发展环境、资源、重点业务和应用、主要细分行业和重点领域的发展状况进行了总结、分析和研究,既有宏观分析和综述,也有专项研究。整个《报告》内容丰富、重点突出、数据翔实、图文并茂,对政府部门、互联网相关企业和单位以及相关领域的专家学者掌握互联网行业发展与前沿趋势有重要的参考意义,是互联网领域具有重要参考和收藏价值的文献。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

中国互联网发展报告. 2013 / 中国互联网协会, 中国互联网络信息中心编. —北京: 电子工业出版社, 2013.7
ISBN 978-7-121-21030-3

I. ①中… II. ①中… ②中… III. ①互联网络—研究报告—中国—2013 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第163612号

责任编辑: 赵娜 特约编辑: 王纲

印刷: 涿州市京南印刷厂

装订: 涿州市京南印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开本: 787×1092 1/16 印张: 30.75 字数: 790千字

印次: 2013年7月第1次印刷

定价: 1280.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlls@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

《中国互联网发展报告》(2013)

编辑委员会名单

编辑委员会主任委员

胡启恒 中国互联网协会理事长、中国工程院院士

编辑委员会副主任委员

高新民 中国互联网协会副理事长

黄澄清 中国互联网协会副理事长

侯自强 中国科学院原秘书长

毛伟 中国互联网络信息中心(CNNIC)首席科学家、中国互联网协会副理事长

黄向阳 中国互联网络信息中心(CNNIC)主任、中国互联网协会副理事长

编辑委员会委员(按姓氏笔画排序)

丁磊 网易公司首席执行官、中国互联网协会副理事长

马云 阿里巴巴集团董事长、中国互联网协会副理事长

马化腾 腾讯公司首席执行官兼董事会主席、中国互联网协会副理事长

方滨兴 中国工程院院士、北京邮电大学校长、中国互联网协会副理事长

王自强 新闻出版总署法规司司长、中国互联网协会常务理事

王秀军 工业和信息化部总工程师、中国互联网协会副理事长

卢卫 中国互联网协会秘书长

左迅生 中国联合网络通信集团有限公司副总经理、中国互联网协会副理事长

申江婴 《中国网友报》主编

石现升 中国互联网协会副秘书长

田舒斌 新华网总裁、中国互联网协会副理事长

刘冰 中国互联网络信息中心(CNNIC)副主任

刘正荣 国务院新闻办网络局副局长

- 刘韵洁 中国工程院院士、中国联合网络通信集团有限公司科技委主任
- 朱 波 华为技术有限公司互联网业务部总裁
- 吴建平 中国教育和科研计算机网网络中心主任、中国互联网协会副理事长
- 沙跃家 中国移动通信集团公司副总裁、中国互联网协会副理事长
- 张朝阳 搜狐公司董事局主席兼首席执行官、中国互联网协会副理事长
- 李伍峰 国务院新闻办网络局局长、中国互联网协会副理事长
- 李国杰 中国工程院院士、中国科学院计算技术研究所所长
- 李彦宏 百度公司董事长兼首席执行官、中国互联网协会副理事长
- 杨小伟 中国电信集团公司副总经理、中国互联网协会副理事长
- 汪文斌 央视国际网络有限公司总经理、中国互联网协会副理事长
- 赵 波 工业和信息化部电子信息司副司长
- 赵小凡 中国互联网协会常务理事
- 敖 然 电子工业出版社社长
- 钱华林 中国科学院计算机网络信息中心首席科学家、中国互联网协会副理事长
- 高卢麟 中国互联网协会副理事长
- 寇晓伟 新闻出版总署科技与数字出版司副司长
- 曹国伟 新浪公司首席执行官兼总裁、中国互联网协会副理事长
- 曹淑敏 工业和信息化部电信研究院院长、中国互联网协会副理事长
- 蒋 伟 人民邮电出版社副社长、中国互联网协会常务理事
- 蒋林涛 工业和信息化部电信研究院原总工程师
- 韩 夏 工业和信息化部电信管理局局长、中国互联网协会副秘书长
- 雷震洲 工业和信息化部电信研究院科技委副主任
- 熊四皓 工业和信息化部通信保障局副局长、中国互联网协会副秘书长
- 廖 玗 人民网总裁兼总编辑、中国互联网协会副理事长

总编辑

黄澄清

副总编辑

卢卫 黄向阳 侯自强 钱华林

执行主编

石现升 刘冰

责任主编

胡冰 陈建功

撰稿人（按章节排序）

| | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 侯自强 | 孙小宁 | 孟蕊 | 李原 | 杨波 | 苏嘉 | 余周军 | 王存肃 |
| 敖立 | 李原 | 朱秀梅 | 周勇林 | 王明华 | 纪玉春 | 徐娜 | 王营康 |
| 徐原 | 李佳 | 何世平 | 温森浩 | 赵慧 | 李志辉 | 姚力 | 张洪 |
| 朱芸茜 | 朱天 | 高胜 | 胡俊 | 王小群 | 张腾 | 何能强 | 裴智勇 |
| 朱晓航 | 郝智超 | 周洪艳 | 孟凡新 | 刘福军 | 陈建功 | 沈坤 | 李智 |
| 董旭 | 陈景国 | 徐亮 | 覃远军 | 张丽 | 张百玲 | 胡欣 | 张瑞东 |
| 孙锐 | 张燊 | 丁佳琪 | 由天宇 | 张希 | 李超 | 谢春 | 曹笛 |
| 严华雯 | 徐昊 | 王亭亭 | 张晶 | | | | |

前 言

《中国互联网发展报告》(2013)如期与读者见面了,我们由衷地感到高兴和欣慰,因为我们已经认真地坚持了十一年。

自2002年开始,中国互联网协会联合中国互联网络信息中心(CNNIC),每年组织编撰出版一卷《中国互联网发展报告》(以下简称《报告》),真实记录每个年度中国互联网行业的发展状况,今年为第十一卷。

回顾2012年全年,我国互联网基础设施建设投入持续规模增长,各项基础资源发展情况良好,各种网络应用继续稳步发展,新技术、新应用、新升级层出不穷,微博影响力令人刮目相看,网络文化建设稳步推进,各类专业网络信息服务保持持续发展,移动互联网发展突飞猛进,云计算、物联网等新兴领域从战略部署走向实施,互联网的影响力与日俱增。

《中国互联网发展报告》(2013)力求客观、忠实地记录和描绘2012年中国互联网行业的发展轨迹,期望能够为互联网管理部门、从业企业和有关单位以及专家学者提供翔实的数据、专业的参考和借鉴。

结构上,本卷《报告》分为综述篇、资源与环境篇、应用与服务篇和附录四篇,共26章,3个附录,力求保持《报告》结构的延续性。

内容上,本卷《报告》主要对2012年中国互联网发展环境、资源、重点业务和应用、主要细分行业 and 重点领域的发展状况进行总结、分析和研究;既有对2012年全年互联网发展情况的宏观分析和综述,也有着重对互联网细分业务和典型应用发展状况的关注和研究,内容丰富,重点突出,数据翔实,图文并茂,是一本对互联网从业者具有重要参考价值的工具书。

本卷《报告》的编写工作继续得到了政府、科研机构、企业等社会各界的关心、支持和参与,来自工业和信息化部、农业部、中国科学院、国家计算机网络应急技术处理协调中心、工业和信息化部电信规划研究院、工业和信息化部电信研究院、中国电子信息产业发展研究院、工业和信息化部信息中心、艾瑞咨询集团、易观国际、中国电信、阿里巴巴、中国电子学会云计算研究中心、中国互联网协会、中国互联网络信息中心(CNNIC)等诸多部门和单位的专家和研究人员近50人参与了本《报告》的撰写工作,编委会各位编委对《报告》内容进行了认真和严格的审核,一如既往地给予充分鼓励和支持,保障了《报告》的质量和水平。

平。在此，谨向为本《报告》贡献了精彩篇章的各位撰稿人，以及支持本《报告》编写和出版工作的各有关单位和社会各界表示诚挚的谢意。

由于我们的能力和水平有限，本卷《报告》中难免会存在一些缺陷甚至错误，恳请广大专家和读者予以批评指正，以便在今后的编撰工作中及时改进，使《中国互联网发展报告》的质量和不断得到提升。

《中国互联网发展报告》(2013)编委会
2013年5月

目 录

第一篇 综述篇

| | |
|-----------------------------|----|
| 第 1 章 2012 年中国互联网发展综述 | 3 |
| 1.1 中国互联网发展概况 | 3 |
| 1.1.1 网民 | 3 |
| 1.1.2 基础资源 | 5 |
| 1.1.3 市场规模 | 7 |
| 1.1.4 发展动向 | 7 |
| 1.1.5 热点事件 | 10 |
| 1.2 中国互联网应用发展情况 | 10 |
| 1.2.1 电子商务 | 11 |
| 1.2.2 微博 | 12 |
| 1.2.3 网络视频 | 13 |
| 1.2.4 社交网站 | 14 |
| 1.2.5 即时通信 | 15 |
| 1.2.6 二维码 | 15 |
| 1.2.7 第三方支付 | 16 |
| 1.2.8 页面应用 | 17 |
| 1.2.9 应用开发 | 17 |
| 1.2.10 LBS 服务 | 18 |
| 1.3 中国互联网机构融投资和并购情况 | 19 |
| 1.4 中国互联网技术发展情况 | 21 |
| 1.4.1 HTML5 浏览器和网页应用 | 21 |
| 1.4.2 手机操作系统 | 22 |
| 1.4.3 语音识别和语义分析技术 | 22 |
| 1.4.4 云计算平台技术 | 22 |
| 1.5 中国网络信息安全与治理情况 | 23 |
| 第 2 章 2012 年国际互联网发展综述 | 26 |
| 2.1 国际互联网发展概况 | 26 |
| 2.1.1 网民 | 26 |
| 2.1.2 基础资源 | 26 |
| 2.1.3 市场规模 | 29 |



| | | |
|-------|---------------------|----|
| 2.1.4 | 发展动向 | 29 |
| 2.1.5 | 热点事件 | 31 |
| 2.2 | 国际互联网应用发展情况 | 32 |
| 2.2.1 | 电子商务 | 32 |
| 2.2.2 | 搜索引擎 | 32 |
| 2.2.3 | 社交网站 | 33 |
| 2.2.4 | 网络视频 | 33 |
| 2.2.5 | 即时通信应用 | 34 |
| 2.2.6 | 移动支付 | 34 |
| 2.2.7 | LBS 服务 | 35 |
| 2.3 | 2012 年国际互联网投融资和并购情况 | 35 |
| 2.3.1 | 互联网产业风险投资情况 | 35 |
| 2.3.2 | IT 产业并购情况 | 36 |
| 2.4 | 国际互联网安全发展情况 | 38 |
| 2.4.1 | 网络安全关注点 | 38 |
| 2.4.2 | 网络安全重大事件 | 39 |

第二篇 资源与环境篇

| | | |
|-------|---------------------|----|
| 第 3 章 | 2012 年中国互联网基础资源发展情况 | 45 |
| 3.1 | IP 地址 | 45 |
| 3.2 | 域名 | 46 |
| 3.2.1 | .cn 域名 | 46 |
| 3.2.2 | 中文域名 | 49 |
| 3.3 | 网站 | 51 |
| 3.4 | 网页 | 53 |
| 3.5 | 网络国际出口带宽 | 54 |
| 第 4 章 | 2012 年中国互联网基础设施建设情况 | 56 |
| 4.1 | 基础设施建设概况 | 56 |
| 4.2 | 互联网骨干网络建设情况 | 56 |
| 4.3 | 中国下一代互联网建设与应用状况 | 59 |
| 4.4 | 移动互联网建设情况 | 62 |
| 4.4.1 | 2G 网络建设情况 | 62 |
| 4.4.2 | 3G 网络发展情况 | 63 |
| 4.4.3 | 4G 网络建设情况 | 64 |
| 4.5 | 互联网交换中心 | 65 |
| 4.6 | 内容分发网络发展情况 | 66 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第 5 章 2012 年中国互联网设备市场情况 | 68 |
| 5.1 市场情况分析 | 68 |
| 5.1.1 市场动力 | 68 |
| 5.1.2 市场规模 | 69 |
| 5.2 网络通信设备 | 69 |
| 5.2.1 移动网络设备 | 70 |
| 5.2.2 光通信设备 | 72 |
| 5.2.3 路由器和交换机 | 72 |
| 5.3 网络终端设备 | 73 |
| 5.3.1 服务器 | 73 |
| 5.3.2 手机 | 74 |
| 5.3.3 PC | 75 |
| 5.3.4 机顶盒 | 76 |
| 5.4 网络安全设备 | 77 |
| 5.4.1 市场概况 | 77 |
| 5.4.2 发展趋势 | 77 |
| 第 6 章 2012 年中国三网融合发展情况 | 79 |
| 6.1 政策进展 | 79 |
| 6.2 产业发展情况 | 81 |
| 6.3 存在的主要问题 | 85 |
| 6.4 我国新一轮三网融合的发展趋势 | 87 |
| 第 7 章 2012 年中国网络资本发展情况 | 90 |
| 7.1 我国创业投资及私募股权投资市场概况 | 90 |
| 7.1.1 VC/PE 市场情况 | 90 |
| 7.1.2 VC 投资市场情况 | 91 |
| 7.1.3 PE 投资市场情况 | 92 |
| 7.2 中国互联网投资概况 | 95 |
| 7.3 中国互联网公司上市情况 | 98 |
| 7.3.1 IPO 市场规模 | 98 |
| 7.3.2 VC/PE 背景中国企业 IPO 统计分析 | 98 |
| 7.3.3 境外上市互联网公司回归本土情况 | 100 |
| 7.4 中国互联网企业并购情况 | 100 |
| 7.4.1 并购市场规模及统计分析 | 100 |
| 7.4.2 重大并购事件 | 101 |



| | | |
|--------------|-----------------------------|------------|
| 第 8 章 | 2012 年中国互联网政策法规建设情况 | 102 |
| 8.1 | 我国互联网政策法规建设情况概述 | 102 |
| 8.2 | 我国互联网主要政策及内容 | 102 |
| 8.2.1 | 宏观发展政策方面 | 102 |
| 8.2.2 | 推进网络设施建设方面 | 104 |
| 8.2.3 | 促进网络科技发展方面 | 105 |
| 8.2.4 | 优化互联网市场方面 | 107 |
| 8.2.5 | 保护网络知识产权方面 | 107 |
| 8.2.6 | 推进电子政务方面 | 107 |
| 8.2.7 | 发展电子商务方面 | 108 |
| 8.2.8 | 保障信息安全方面 | 110 |
| 8.3 | 我国互联网法制建设总体情况 | 111 |
| 8.3.1 | 法律、行政法规层面 | 111 |
| 8.3.2 | 其他规范性文件层面 | 111 |
| 8.3.3 | 相关司法解释 | 112 |
| 8.4 | 我国互联网制度建设的主要内容 | 112 |
| 8.4.1 | 加强网络信息保护 | 112 |
| 8.4.2 | 整合加强域名管理 | 113 |
| 8.4.3 | 规范网络团购经营活动 | 114 |
| 8.4.4 | 打击侵害网络知识产权行为 | 116 |
| 8.4.5 | 规范网络文化执法行为 | 118 |
| 8.4.6 | 加强对网络支付的规范与管理 | 120 |
| 8.4.7 | 进一步加强网络地图服务监管 | 120 |
| 第 9 章 | 2012 年中国计算机网络与信息安全情况 | 122 |
| 9.1 | 网络安全概况 | 122 |
| 9.2 | 我国互联网网络安全形势 | 122 |
| 9.3 | 恶意程序监测情况 | 125 |
| 9.3.1 | 木马和僵尸程序 | 125 |
| 9.3.2 | “飞客”蠕虫 | 131 |
| 9.3.3 | 恶意程序传播 | 132 |
| 9.4 | 移动互联网安全监测情况 | 134 |
| 9.5 | 网站安全监测情况 | 135 |
| 9.5.1 | 网页篡改情况 | 135 |
| 9.5.2 | 网页挂马情况 | 137 |
| 9.5.3 | 网页仿冒情况 | 144 |
| 9.5.4 | 网站后门情况 | 145 |
| 9.6 | 信息安全漏洞公告与处置情况 | 147 |

| | | |
|---------------|------------------------|------------|
| 9.6.1 | 国家信息安全漏洞共享平台漏洞收录情况 | 147 |
| 9.6.2 | 政府部门和重要信息系统漏洞情况 | 150 |
| 9.7 | 网络安全事件接收与处理 | 150 |
| 9.7.1 | 事件接收情况 | 150 |
| 9.7.2 | 事件处理情况 | 151 |
| 9.8 | 互联网安全服务产品情况 | 153 |
| 第 10 章 | 2012 年中国互联网治理情况 | 155 |
| 10.1 | 互联网治理概况 | 155 |
| 10.2 | 互联网行业管理情况 | 155 |
| 10.2.1 | 立法司法 | 155 |
| 10.2.2 | 行政管理 | 156 |
| 10.2.3 | 技术监管 | 157 |
| 10.2.4 | 专项行动 | 157 |
| 10.3 | 2012 年互联网行业自律开展情况 | 158 |
| 10.3.1 | 积极抵制网络谣言 | 159 |
| 10.3.2 | 互联网搜索引擎服务自律 | 159 |
| 10.3.3 | 加强行业自律正面引导 | 160 |
| 10.4 | 网络不良与垃圾信息治理情况 | 160 |
| 10.4.1 | 互联网举报情况 | 160 |
| 10.4.2 | 移动电话网举报情况 | 161 |
| 10.4.3 | 固定电话网举报情况 | 162 |
| 10.4.4 | 各类举报处理情况 | 162 |

第三篇 应用与服务篇

| | | |
|---------------|-------------------------|------------|
| 第 11 章 | 2012 年中国电子商务发展情况 | 167 |
| 11.1 | 电子商务发展概况 | 167 |
| 11.1.1 | 发展环境 | 167 |
| 11.1.2 | 产业规模 | 169 |
| 11.1.3 | 行业站点 | 169 |
| 11.2 | 用户分析 | 171 |
| 11.2.1 | 用户规模 | 171 |
| 11.2.2 | 地区分布 | 172 |
| 11.2.3 | 商品类别 | 172 |
| 11.2.4 | 消费能力 | 173 |
| 11.2.5 | 网购频次 | 173 |
| 11.2.6 | 用户特点 | 174 |



| | | |
|---------------|-------------------------|------------|
| 11.3 | 市场细分情况 | 176 |
| 11.3.1 | B2B 电子商务 | 176 |
| 11.3.2 | B2C 电子商务 | 176 |
| 11.3.3 | 移动电子商务 | 177 |
| 11.3.4 | 在线购物 | 178 |
| 11.4 | 本地生活服务发展情况 | 180 |
| 11.4.1 | 市场概况 | 180 |
| 11.4.2 | 竞争格局 | 182 |
| 11.4.3 | 用户行为分析 | 182 |
| 11.5 | 传统企业电子商务发展情况 | 183 |
| 11.5.1 | 市场概况 | 183 |
| 11.5.2 | 发展特点 | 184 |
| 11.6 | 第三方支付发展情况 | 186 |
| 11.6.1 | 市场规模和特点 | 186 |
| 11.6.2 | 用户分析 | 186 |
| 11.6.3 | 竞争状况 | 189 |
| 第 12 章 | 2012 年中国网络广告发展情况 | 190 |
| 12.1 | 发展概况 | 190 |
| 12.2 | 市场发展分析 | 193 |
| 12.2.1 | 市场规模 | 193 |
| 12.2.2 | 移动营销 | 194 |
| 12.3 | 各类形式广告发展情况 | 195 |
| 12.3.1 | 总体市场份额 | 195 |
| 12.3.2 | 搜索类广告 | 197 |
| 12.3.3 | 展示类广告 | 197 |
| 12.4 | 不同类型网站发展情况 | 201 |
| 12.4.1 | 搜索引擎广告市场 | 201 |
| 12.4.2 | 门户网站广告市场 | 203 |
| 12.4.3 | 垂直行业媒体广告市场 | 204 |
| 12.4.4 | 电商网站广告市场 | 204 |
| 12.4.5 | 独立视频网站广告市场 | 205 |
| 12.4.6 | 网络社区网站广告市场 | 205 |
| 12.5 | 核心企业分析 | 207 |
| 12.5.1 | 媒体广告营收排名 | 207 |
| 12.5.2 | 重点媒体市场份额分析 | 207 |
| 12.5.3 | 重点媒体增长性分析 | 209 |
| 12.6 | 主要行业品牌网络广告媒体投放分析 | 210 |
| 12.6.1 | 交通类广告 | 210 |

| | | |
|---------------|-------------------------|------------|
| 12.6.2 | 房地产类广告 | 213 |
| 12.6.3 | 金融服务类广告 | 215 |
| 12.6.4 | IT 类广告 | 217 |
| 12.6.5 | FMCG 类广告 | 218 |
| 12.6.6 | 电子商务类广告 | 222 |
| 第 13 章 | 2012 年中国网络视频发展情况 | 225 |
| 13.1 | 发展概况 | 225 |
| 13.1.1 | 发展环境 | 225 |
| 13.1.2 | 市场热点 | 226 |
| 13.2 | 市场状况 | 228 |
| 13.2.1 | 市场规模 | 228 |
| 13.2.2 | 竞争状况 | 228 |
| 13.2.3 | 上市情况 | 228 |
| 13.3 | 主要视频服务类型发展情况 | 228 |
| 13.3.1 | 视频点播 | 228 |
| 13.3.2 | 视频分享 | 229 |
| 13.3.3 | 付费视频 | 229 |
| 13.3.4 | 手机视频 | 229 |
| 13.3.5 | P2P 流媒体播放平台/网络电视 | 229 |
| 13.4 | 网络视频用户情况 | 230 |
| 13.4.1 | 用户规模 | 230 |
| 13.4.2 | 地理分布 | 231 |
| 13.4.3 | 收看时间 | 233 |
| 13.4.4 | 收看频率 | 233 |
| 13.4.5 | 收看途径 | 233 |
| 13.4.6 | 用户付费习惯和意愿 | 235 |
| 13.4.7 | 广告等待 | 236 |
| 13.4.8 | 网络视频用户对热播电视剧的收看方式 | 237 |
| 13.4.9 | 视频分享用户 | 238 |
| 13.5 | 发展趋势 | 239 |
| 13.5.1 | 争夺电视屏幕, 渠道决胜 | 239 |
| 13.5.2 | 行业竞争格局更为集中, 垂直网站还有生存空间 | 239 |
| 13.5.3 | 盈利可以预期 | 239 |
| 第 14 章 | 2012 年中国网络游戏发展情况 | 241 |
| 14.1 | 发展概况 | 241 |
| 14.1.1 | 发展环境 | 241 |
| 14.1.2 | 市场热点 | 242 |



| | | |
|---------------|-------------------------------|------------|
| 14.2 | 市场情况 | 244 |
| 14.2.1 | 市场规模 | 244 |
| 14.2.2 | 行业研发现状 | 244 |
| 14.2.3 | 市场竞争情况 | 245 |
| 14.2.4 | 细分市场 | 246 |
| 14.3 | 用户情况 | 247 |
| 14.3.1 | 用户规模 | 247 |
| 14.3.2 | 网络游戏用户性别结构 | 247 |
| 14.3.3 | 网络游戏用户年龄结构 | 248 |
| 14.3.4 | 网络游戏用户职业结构 | 248 |
| 14.3.5 | 网络游戏用户学历结构 | 249 |
| 14.3.6 | 网络游戏用户收入结构 | 250 |
| 14.3.7 | 网络游戏用户城乡结构 | 250 |
| 14.4 | 发展趋势 | 251 |
| 第 15 章 | 2012 年中国微博发展情况 | 253 |
| 15.1 | 发展概况 | 253 |
| 15.1.1 | 用户规模 | 253 |
| 15.1.2 | 手机微博用户规模 | 253 |
| 15.1.3 | 市场格局 | 254 |
| 15.2 | 商业模式 | 254 |
| 15.2.1 | 广告 | 255 |
| 15.2.2 | 增值服务 | 255 |
| 15.2.3 | 开放平台收益分成 | 256 |
| 15.3 | 用户行为 | 256 |
| 15.3.1 | 微博使用场景 | 256 |
| 15.3.2 | 信息类型偏好 | 257 |
| 15.4 | 发展特征 | 258 |
| 15.5 | 发展趋势 | 260 |
| 15.5.1 | 移动化对微博的影响 | 260 |
| 15.5.2 | 大数据对微博的影响 | 261 |
| 15.5.3 | 微信对微博的影响 | 261 |
| 15.6 | 小结 | 261 |
| 第 16 章 | 2012 年中国社交网站发展情况 | 263 |
| 16.1 | 发展概况 | 263 |
| 16.2 | 行业发展特征 | 263 |
| 16.3 | 市场状况 | 265 |
| 16.3.1 | 市场格局 | 265 |

| | | |
|--------|--------------------|-----|
| 16.3.2 | 盈利形势 | 265 |
| 16.4 | 用户分析 | 266 |
| 16.4.1 | 用户规模 | 266 |
| 16.4.2 | 用户内容生成与互动行为 | 266 |
| 16.4.3 | 用户品牌关注、分享与购买行为 | 266 |
| 16.4.4 | 口碑传播与口碑影响 | 269 |
| 16.4.5 | 用户对社交网站信息安全的信任度 | 270 |
| 16.4.6 | 个人信息与精准广告 | 271 |
| 16.4.7 | 移动社交网站的通讯录使用 | 271 |
| 16.4.8 | 社交网站用户流失情况 | 271 |
| 16.4.9 | 移动社交网站的用户使用行为 | 273 |
| 16.5 | 社交网站发展趋势 | 273 |
| 第 17 章 | 2012 年中国即时通信服务发展情况 | 275 |
| 17.1 | 发展概况 | 275 |
| 17.2 | 市场情况 | 276 |
| 17.2.1 | 市场规模 | 276 |
| 17.2.2 | 市场份额 | 277 |
| 17.3 | 移动 IM | 278 |
| 17.4 | 服务发展情况 | 279 |
| 17.4.1 | 腾讯 QQ | 279 |
| 17.4.2 | 阿里旺旺 | 280 |
| 17.4.3 | 飞信 | 281 |
| 17.4.4 | 微信 | 281 |
| 17.5 | 发展趋势 | 282 |
| 第 18 章 | 2012 年中国搜索引擎发展情况 | 285 |
| 18.1 | 发展概况 | 285 |
| 18.2 | 市场情况 | 286 |
| 18.2.1 | 市场规模 | 286 |
| 18.2.2 | 市场份额 | 286 |
| 18.2.3 | 最新动向 | 287 |
| 18.3 | 用户情况 | 288 |
| 18.3.1 | 用户规模 | 288 |
| 18.3.2 | 时间分布 | 289 |
| 18.3.3 | 性别特征 | 289 |
| 18.3.4 | 年龄特征 | 290 |
| 18.4 | 细分市场 | 291 |
| 18.4.1 | 市场概述 | 291 |