

中国互联网发展报告 (2014)



中国互联网协会
Internet Society of China



中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

中国互联网协会

中国互联网络信息中心 编

2014年5月

目 录

-  2013 年中国互联网发展大事记
-  2013 年中国互联网基础资源数据
-  2013 年中国互联网政策法规制度
-  2013 年中国网络与信息安全情况
-  2013 年中国网络资本发展情况
-  2013 年中国电子商务发展情况
-  2013 年中国网络金融发展情况
-  2013 年中国移动互联网发展情况
-  2013 年中国云计算与大数据概况
-  2013 年中国可穿戴与物联网应用情况
-  2013 年中国网络视频发展情况
-  2013 年中国网络游戏发展情况
-  2013 年中国社交应用发展情况
-  2013 年中国搜索引擎发展情况
-  2013 年中国农业网络信息服务发展情况
-  2013 年中国其他行业网络服务发展情况
-  中国互联网 100 强 (2013)
-  中国互联网细分领域评价 (2013 第三季度)

2013 年中国互联网用户与市场重要数据



用户



市场



6.18亿
互联网用户



6004.1亿
网络经济营收规模



5.32亿
即时通信用户



9.9万亿
电子商务市场规模



4.9亿
搜索用户



5.37万亿
互联网支付市场规模



4.5亿
网络音乐用户



891.2亿
网络游戏市场



4.2亿
网络视频用户

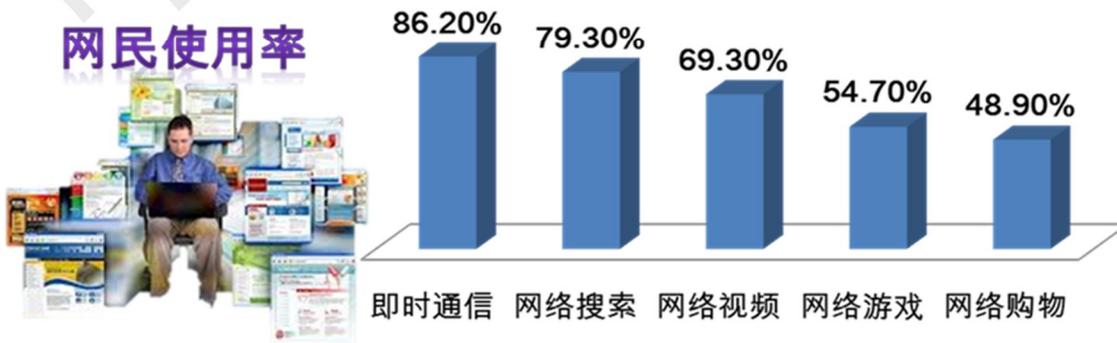


412亿
已披露网络资本运作



3.02亿
电子商务用户

网民使用率

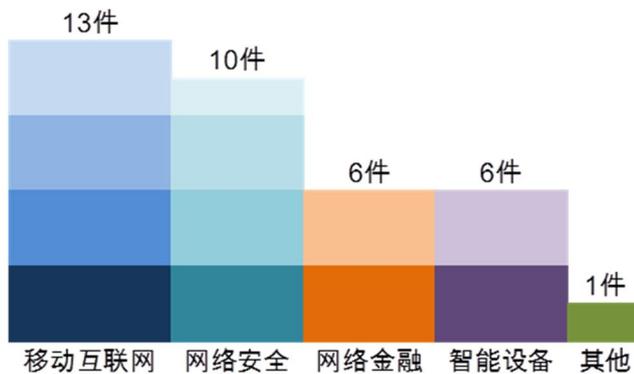
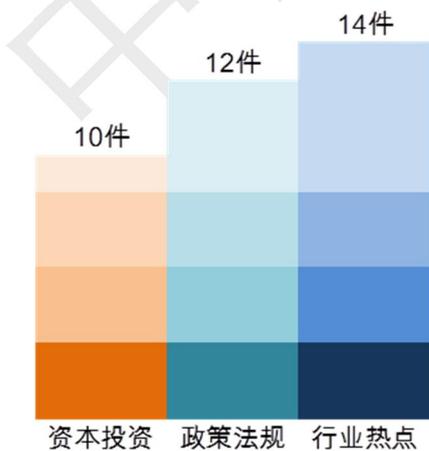


2013 年中国互联网发展大事记

2月20日	众安在线 财保公司 成立	3月4日	云计算、物 联网列入重 大科技规划	4月	互联网企业 宣布可穿戴 产品计划	4月22日	网站备案及 垃圾短信治 理专项行动	4月29日	5.86亿\$ 阿里巴巴入 股新浪微博	5月7日	乐视TV智能 电视发布	5月9日	腾讯移动游 戏平台推出	5月10日	马云卸任阿 里巴巴CEO	5月10日	2.94亿\$ 阿里巴巴投 资高德	5月10日	5.3亿\$ 浙报传媒收 购边锋与浩 方	5月7日	3.7亿\$ 百度收购 PPS	6月5日	“棱镜门” 事件	6月12日	金山“蓝屏 门”事件	6月18日	打击网络 违法犯罪 专项行动	6月	余额宝推 出	6月	“咕咚环” 推出
-------	--------------------	------	-------------------------	----	------------------------	-------	-------------------------	-------	---------------------------	------	----------------	------	----------------	-------	-----------------	-------	-------------------------	-------	-------------------------------	------	-----------------------	------	-------------	-------	---------------	-------	----------------------	----	-----------	----	-------------

2013年1月 - 12月

7月	“淘宝同学”推 出	8月9日	微信5.0、 微信支付 功能上线	9月3日	小米智能电 视推出	10月	在线教育公 司 融资不断	11月11日	“双十一” 交易额达 350.19亿	12月4日	4G TDD 牌照发放
7月16日	19亿\$ 百度收购 91无线	8月25日	.CN域名服 务器受攻 击	9月23日	ISC中国互 联网安全大 会	10月	多家连锁店 信息泄露	11月	国家统计 局宣布合 作开发大 数据	12月6日	12306网 站漏洞问 题
	8月10日	1.6亿\$ 百度投资 糯米网	9月16日	4.48亿\$ 腾讯投资 搜狗	10月12日	移动支付 国家标准 发布	11月12日	《中共中 央关于全 面深化改 革若干重 大问题的 决定》发 布	12月9日	4.7亿\$ 阿里巴巴 入股海 尔电器	
					10月29日	4.2亿\$ 苏宁收 购PPTV	11月20日	腾讯7000 万QQ群 数据泄 露			
					10月10日	2亿\$ 阿里巴巴 控股天 弘基金					



2013 年中国互联网基础资源数据-用户与市场

网民接近总人口一半，突破 6 亿

截至 2013 年底，我国网民规模达 6.18 亿。2013 年新增网民 5358 万人，普及率为 45.8%。

中国网民规模和互联网普及率



数据来源:CNNIC

手机网民大幅增长，达 5 亿

截至 2013 年底，我国手机网民规模达 5.006 亿，2013 年新增 8009 万人，同比增长 19%。

中国手机网民规模



数据来源:CNNIC

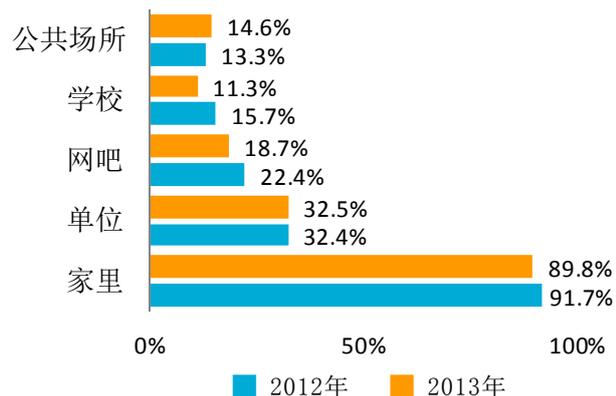
手机上网比例大幅上升

家庭成为主要上网场合

从上网设备来看，网民使用手机上网的比例上升至 81%，使用台式电脑和笔记本电脑上网的比例略有下降。

受上网设备多样性和网络接入便利性的影响，各场所使用电脑上网的比例进一步下降。家庭成为网民首选上网场合。

中国网民上网场所调查比较



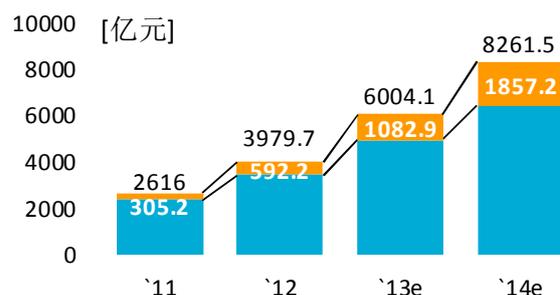
数据来源:CNNIC

网络经济规模突破 6 千亿

移动互联网经济超千亿

据艾瑞咨询统计，2013 年中国网络经济整体规模达到 6004.1 亿元，预计到 2017 年，网络经济规模将达到 17231.5 亿元。其中，移动互联网经济增长迅速，2013 年达 1083 亿元，成为网络经济发展的重要助推力。

中国网络经济发展

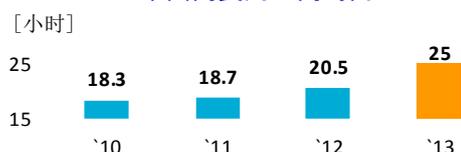


数据来源:艾瑞咨询

人均周上网时长增加，长达 25 小时

中国网民的人均每周上网时长达 25.0 小时。

中国网民周上网时间



数据来源:CNNIC

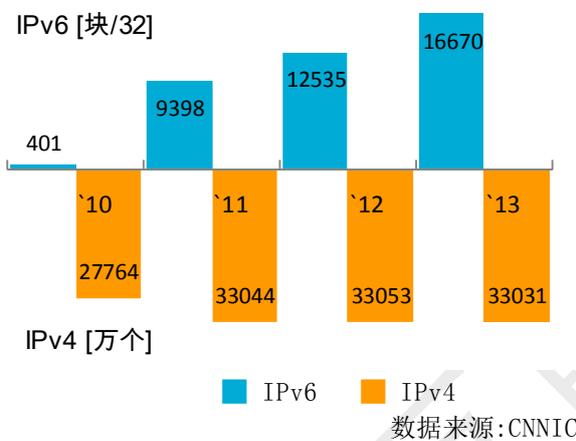
2013 年中国互联网基础资源数据-域名与网站

IPv6 地址持续增长，位列全球第二

截至 2013 年底，我国拥有 16,670 块/32 IPv6 地址段，较 2012 年增长 14.4%，我国主要网络运营商均已拥有大块 IPv6 地址，IPv6 地址总量已位列全球**第二位**。

截至 2013 年底，我国 IPv4 地址数量为 3.3 亿，且存在地区不均衡的情况，经济发达地区具有较多的 IPv4 地址数量。

中国IPv6/IPv4地址数量



网站数量增长放缓，共计 320 万

截至 2013 年底，我国网站数量共计 320 万个，较 2011 年底的 230 万个增长 19.4%。值得注意的是分省情况，广东网站数位居第一位，网站数量占网站总数的 16.3%；北京位居第二。

截至 2013 年底，我国网页总量为 1500 亿个，同比增长 22.2%。

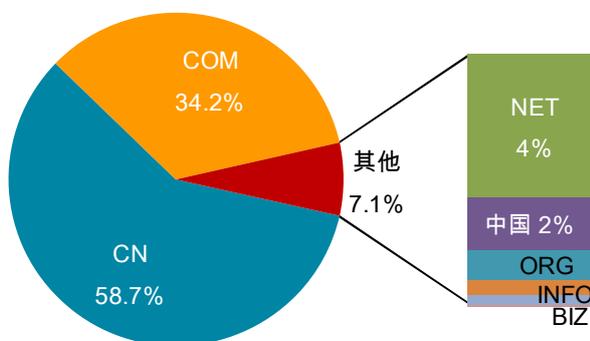
中国网站数量



域名增幅 7 成，.CN 域名占比过半

截至 2013 年底，我国域名总数 1844 万个，比 2012 年增加 73.1%。其中，“.CN”域名总数 1083 万，比 2012 年增长 44.2%，约占域名总数的 58.7%。

中国域名分布



国际出口带宽增速加快

截至 2013 年底，我国国际出口带宽为 3.407 Tbps，年增长率为 79.3%。

国际出口带宽

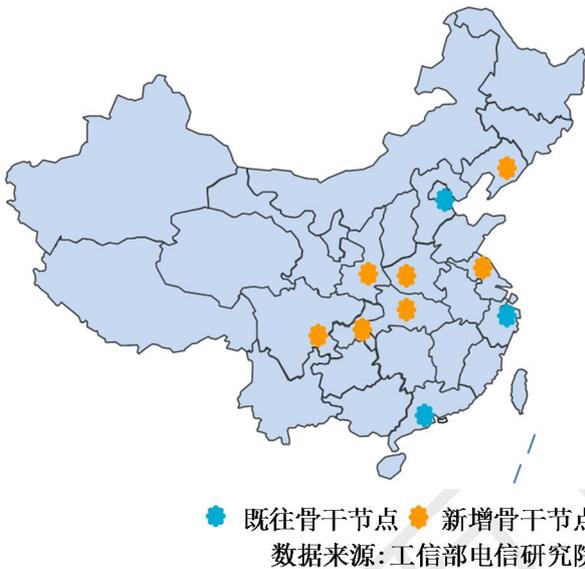


2013 年中国互联网基础资源数据-网络与设备

骨干网互联架构格局突破性调整

2013 年，工业和信息化部明确了“西增东扩、多层次、立体化”网间互联架构优化调整总体方案和新增骨干直联点实施方案，决定对既有的互联互通架构进行根本性调整，批准启动了成都、武汉、西安、沈阳、南京、重庆、郑州 7 个骨干直联点的设立工作。

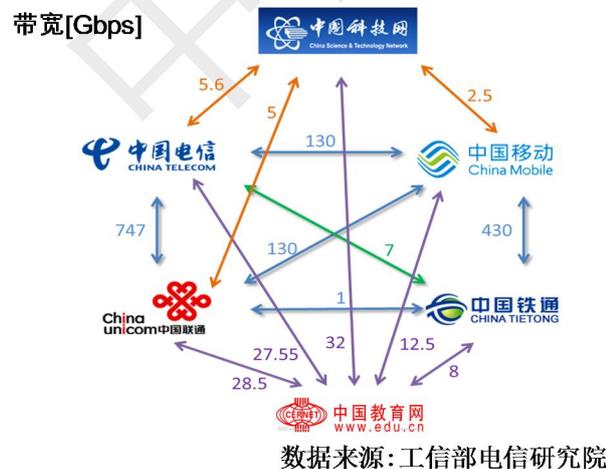
中国骨干网互联架构节点分布



我国互联网网间结算进一步明确

截至 2013 年底，我国互联网网间互联总带宽由 1044.5G 跃升到 1744.49G，其中网间直联带宽 1567.49G，交换中心互联带宽 177G。

中国主要网络网间直连带宽规模

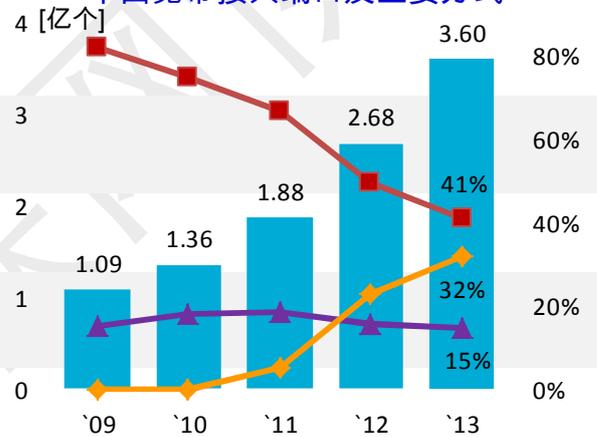


我国国际互联网接口建设加快

2013 年，我国国际网络布局进一步完善。截至 2013 年底，我国已累计设立 55 个国际信道出入口和 10 个边境局，具备 10 条跨境登陆海缆和 35 条跨境陆缆，与中国接壤的 14 个国家中的 10 个主要国家与我国开通了跨境光缆。

- 新增尼泊尔方向信道出入口
- 新增乌鲁木齐中亚方向转接业务出入口
- 新增俄罗斯方向信道出入口。

中国宽带接入端口及主要方式



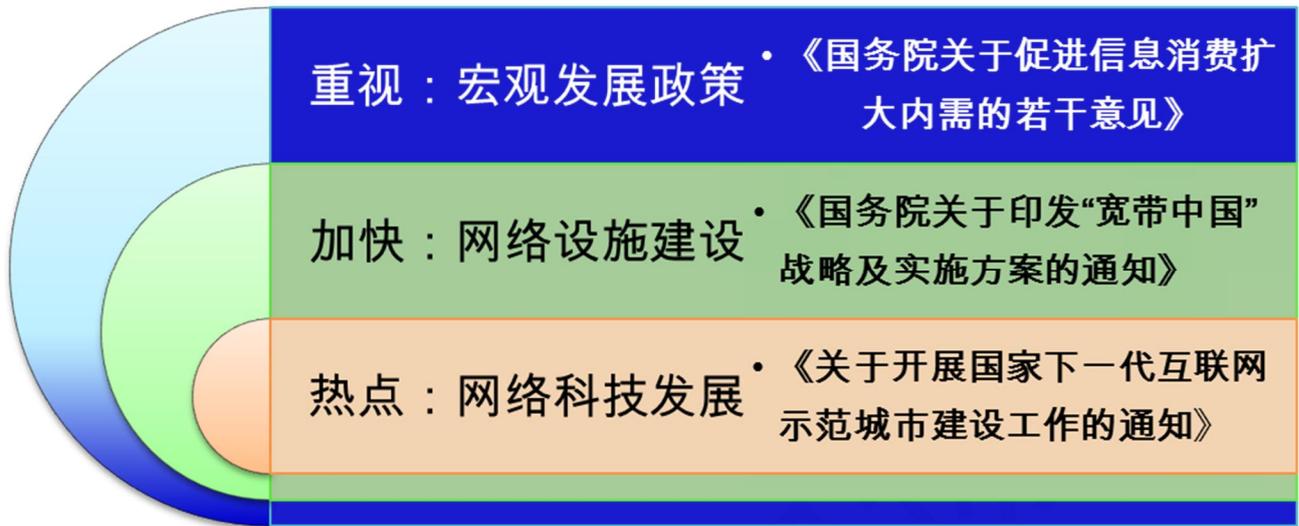
■ 宽带接入端口数量
主要端口比例：■ xDSL ▲ LAN ◆ FTTH/0
数据来源：工信部电信研究院

接入网基础设施总体能力大幅提升

2013 年，互联网基础设施能力大幅提升，我国互联网宽带接入端口数量达 3.6 亿个，同比增长 34.0%。光纤接入 FTTH/0 端口比上年净增 4215.2 万个，达到 1.15 亿个，占互联网接入端口的比重由上年的 22.7% 提升至 32%。

- ◆ 多部委联合开展“国家下一代互联网示范城市建设”建设工作
- ◆ 基础电信运营企业的网络 IPv6 改造全面提升
- ◆ CDN 基本覆盖全国大部分地区
- ◆ 4G 商用网络建设开展

2013 年中国互联网政策法规制度



互联网法制建设

《中华人民共和国消费者权益保护法》

10月25日公布，对网络时代消费市场的新变化、新形势作出回应，进一步明确了相关服务提供者的义务，赋予消费者网购“后悔权”，规定了网络交易平台应当承担的赔偿责任等，并成为此次修法的亮点。

《国务院关于修改〈信息网络传播权保护条例〉的决定》

1月30日公布，加重了对通过信息网络擅自向公众提供他人的作品、表演、录音录像制品等侵权行为的处罚力度。

《国务院关于修改〈计算机软件保护条例〉的决定》

1月30日公布，加大了对侵害软件著作权行为的行政处罚力度。

互联网制度建设

网络消费者权益

加强网络消费者权益保护--《中华人民共和国消费者权益保护法》

完善互联网用户个人信息保护--《电信和互联网用户个人信息保护规定》

加大对网络侵权行为的行政处罚--《信息网络传播权保护条例》

规范网络行为

明确网络发票的使用和管理要求--《网络发票管理办法》

进一步规范互联网接入服务--《互联网接入服务规范》

完善网络治理

完善网络文化治理--《关于实施〈网络文化经营单位内容自审管理办法〉的通知》

防治未成年人网络游戏成瘾--《未成年人网络游戏成瘾综合防治工程工作方案》

2013 年中国网络与信息安全情况

网络安全状况平稳，仍面临严峻挑战

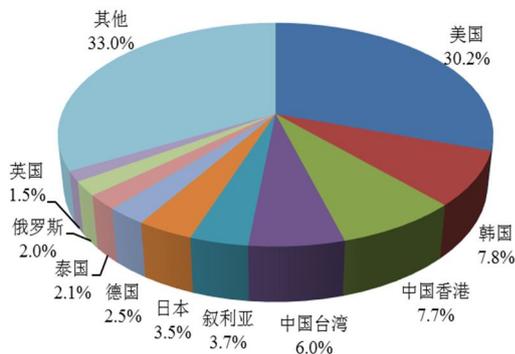
- 国家级有组织攻击频发，我国面临大量境外地址攻击威胁

国家级有组织网络攻击频发，如“棱镜门”事件中披露的美国国家安全局进行的网络监控项目等。我国部分重要网络信息系统遭受渗透入侵，2013 年 CNCERT 监测发现境内 1.5 万台主机被 APT 木马控制。

- 我国仍面临大量境外网络攻击威胁

2013 年，境内 6.1 万个网站被境外通过植入后门实施控制，较 2012 年大幅增长 62.1%；针对境内网站的钓鱼站点有 90.2% 位于境外；境内 1090 万余台主机被境外控制服务器控制，主要分布在美国、韩国和中国香港，其中美国占 30.2%，控制主机数量占被境外控制主机总数的 41.1%。

境外木马或僵尸控制服务器IP国家分布



数据来源: CNCERT/CC

- 我国互联网基础信息网络运行总体平稳，域名系统依然是影响安全的薄弱环节

基础网络安全防护水平和防范意识进一步提高，符合性评测达标率在 97% 以上。CNVD 通报基础网络相关漏洞事件 518 起，较 2012 年增长超过一倍，涉及的信息系统超过一半属于基础电信企业省（子）公司。安全漏洞多次引发域名劫持事件，2013 年 8 月 25 日我国国家.CN 顶级域名遭攻击瘫痪。

- 基础网络信息系统仍存较多安全风险

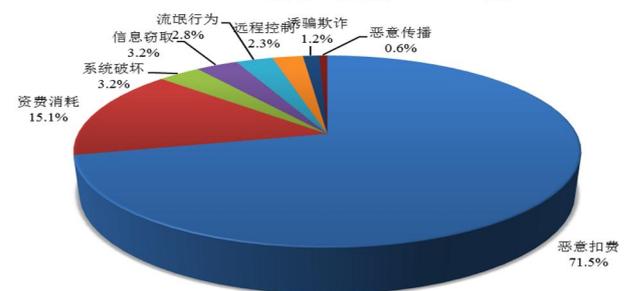
2013 年，国家信息安全漏洞共享平台（CNVD）向基础电信企业通报漏洞风险事件 518 起，较 2012 年增长超过一倍。

经济信息安全威胁增加，信息消费面临跨平台风险

- 跨平台钓鱼攻击出现并呈增长趋势

针对我国银行等境内网站的钓鱼页面数量和涉及的 IP 地址数量分别较 2012 年增长 35.4% 和 64.6%，全年接收的钓鱼事件投诉和处置数量高达 10578 起和 10211 起，分别增长 11.8% 和 55.3%。

移动互联网恶意程序行为分类统计



数据来源: CNCERT/CC

- 公共互联网治理初见成效，打击黑客地下产业链任重道远

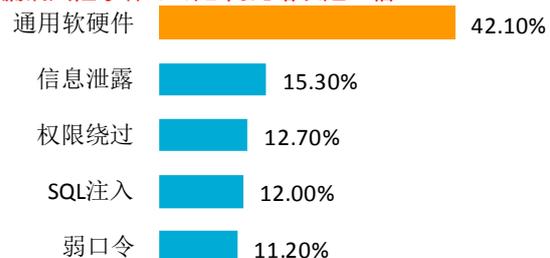
我国境内感染木马僵尸网络的主机数量首次下降，降幅 22.5%，治理初见成效。

- 移动互联网环境有所恶化，生态污染问题亟待解决

安卓平台恶意程序数量呈爆发式增长，2013 年新增移动互联网恶意程序样本达 70.3 万个，较 2012 年增长 3.3 倍。手机应用商店、论坛、下载点、经销商等生态系统上游环节受到污染，下游用户感染速度加快。

漏洞风险类型分类

漏洞风险事件 518 起 同比增长超一倍



数据来源: CNVD

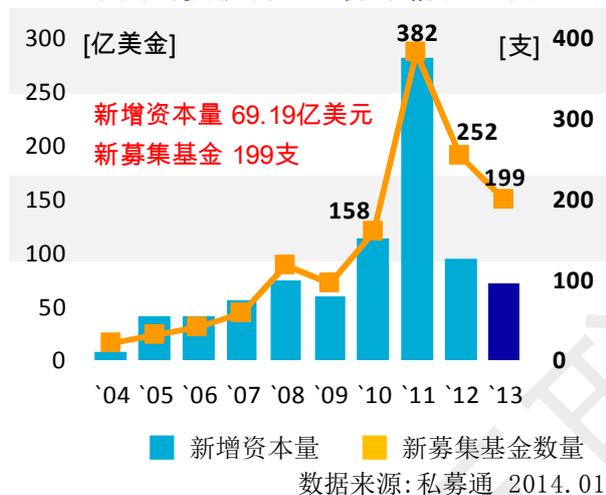
2013 年中国网络资本发展情况

创投整体投资下滑，初创投资活跃

2013 年，中国创投市场共发生投资 1148 起，较去年同期增长 7.2%。已披露的 988 起投资共涉及金额 66.01 亿美元，同比下降 9.8%。

全年 1148 起投资中 49.1% 为初创期项目，为近几年最高占比，拉升了全年的创投市场的投资活跃度。

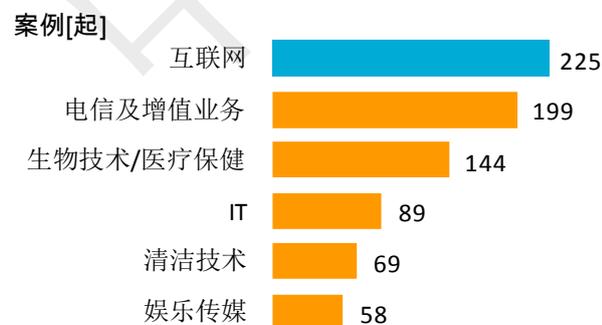
中国创投机构基金募集情况比较



互联网行业位居创投案例第一位

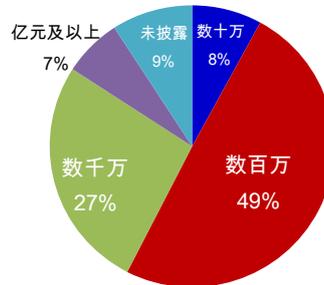
互联网行业位居中国创投市场投资案例第一位，2013 年投资案例数和投资金额分别占全年投资总量 19.6% 和 16.3%。互联网行业是创业投资市场公认的投资回报最高的行业之一。随着互联网的发展不断涌现新的投资概念以及众多的投资机会。

中国创投市场投资案例行业比较



争夺移动互联网入口，企业并购活跃

2013 年互联网细分领域投资金额



数据来源: itjuzi.com 2013.12.31

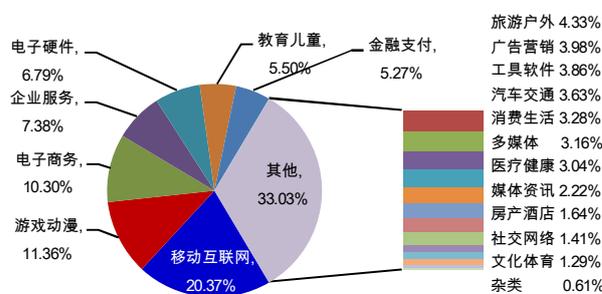
从并购资金额上看，百度 19 亿美元收购网龙旗下的 91 无线成为中国互联网有史以来最大的并购案；阿里巴巴 5.68 亿美元入股新浪微博位列第二；浙报传媒 34.9 亿元收购盛大边锋浩方居第三；第四、第五分别是百度爱奇艺 3.7 亿美元收购 PPS，阿里巴巴以 2.94 亿美元购买高德地图 28% 股份。

移动互联网和垂直领域成为并购重点

2013 年，百度通过对 91 无线、百分之百、糯米网、PPS 等投资并购实现了股价的迅速增长，诞生了 14 个过亿的移动产品，完善了移动产业链的布局，迎来了快速发展的时代。阿里巴巴先后获得对新浪微博、UC、高德地图以及多家物流公司的股份。

腾讯依托微信平台进行 O2O 布局，国内通过注资搜狗等方式完善产业链布局。并针对海外的创业公司进行收购，谋求国际化发展道路。

2013 年互联网细分领域投资分布



说明: 其他包括搜索引擎等子项, 每个占比低于 5%

数据来源: itjuzi.com 2013.12.31

2013 年中国互联网企业市值和经营情况

中国互联网企业全球化影响力增强

从《2013 年终全球 IT 企业市值 TOP25 排行榜》来看，腾讯公司以 1187.3 亿美元的市值排名第 12，是中国企业在全球 IT 企业中的最好排名。事实上，无论从收入还是利润的指标来看，腾讯都超过了 Facebook，同时 30% 以上的季度收入增幅高居前五。百度公司以市值 622.5 亿美元位列 17，其市值涨幅也在 70% 以上，创造了该公司的历史新高。目前，市场上对于阿里巴巴的普遍估值都在 1200 亿美元到 1500 亿美元之间，而腾讯目前的市值（2014 年 4 月）在 1200 亿美元左右徘徊。

全球互联网市值前十企业比较

公司名称	2013 年底市值 (亿美元)	2014.2.17 市值 (亿美元)
谷歌	2615.4	4042.6
阿里巴巴	1280.0(估)	1300.0(估)
亚马逊	1240.3	1641.3
Ebay	743	712
Facebook	641.3	1677.3
腾讯	597	1356.3
百度	316.9	585.9
雅虎	271.9	382.3
LinkedIn	174.2	224.1
Netflix	98.5	260.5

数据来源：新浪财经、雅虎财经

从海外并购案例看，中国互联网已经开始向全球化布局。

前十家企业 2013 第三季度利润比较



数据来源：新浪财经、雅虎财经

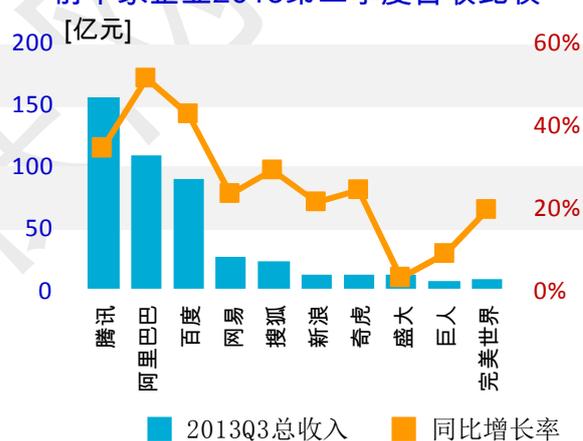
前 20 家企业总体收入保持较快发展

2013 年中国互联网信息服务收入前二十家企业保持收入较快发展，新技术新应用研发投入规模持续扩大，游戏、视频等业务收入增速超过广告收入。这些企业具有明显的行业发展支撑作用、领先的经济效益水平和逐步增强的社会发展贡献能力。

主营业务收入增幅小幅回落

2013 年 1-9 月，互联网前百家企业完成业务收入增速达 17.7%，其中，前 20 家领先企业收入高于 100% 增长率企业只有 1 家，收入同比下降的企业保持为 6 家。

前十家企业 2013 第三季度营收比较



数据来源：新浪财经、雅虎财经

企业营业利润增幅低于收入增长

2013 年 1-9 月，互联网主要企业受营业成本和职工薪酬的同比大幅提高影响，其利润增幅普遍低于收入增幅。而阿里巴巴、新浪、奇虎 360 则利润增幅超过收入增幅。

企业研发费用同比大幅增长

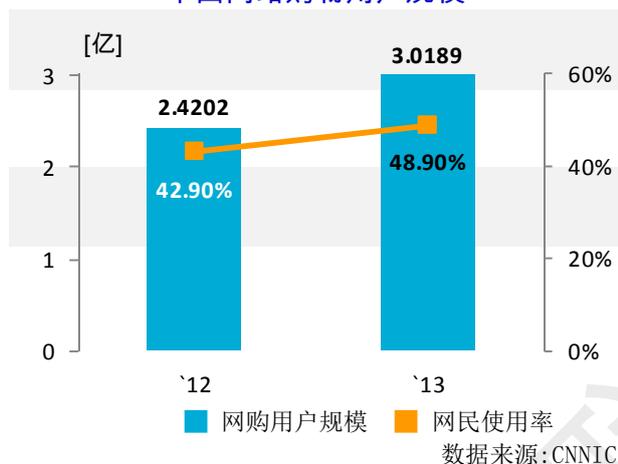
2013 年 1-9 月，我国互联网排名前 20 家企业的研发投入大幅增长。有 3 家企业保持同比增长超过 100%。

2013 年中国电子商务发展概况

电商用户规模突破 3 亿

2013 年，消费者的网络消费意识提升，社会化网购因素为网络购物市场注入新的活力。截至 2013 年底，我国网络购物用户规模达到 3.02 亿，较上年增加 5987 万人，增长率为 24.7%，使用率从 42.9% 提升至 48.9%。

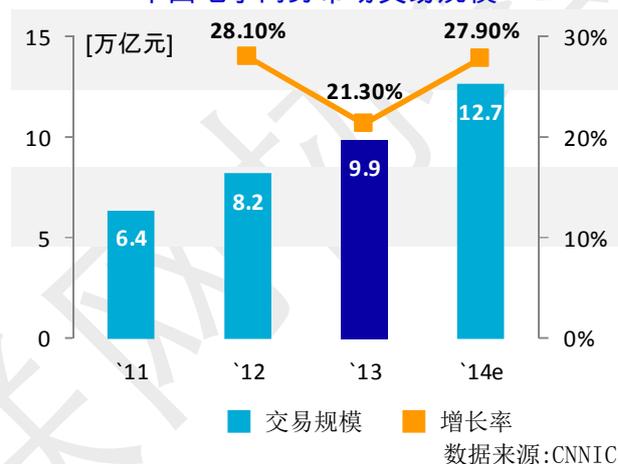
中国网络购物用户规模



产业规模保持快速增长，接近 10 万亿

艾瑞数据显示，2013 年中国电子商务市场交易额达到 9.9 万亿元，同比增长 21.3%。国内政策的支持与引导，外贸市场环境的好转，电商企业的加速转型，网络购物市场快速发展是驱动电子商务市场快速增长的主要原因。

中国电子商务市场交易规模



双十一破 350 亿，移动购物市场爆发

2013 年移动互联网技术和应用的迅猛发展促进移动商务市场爆发出巨大的市场潜力。

手机网络购物在移动端商务市场发展迅速，用户规模达到 1.44 亿，手机网购的使用率由 13.2% 提升到 28.9%。手机购物正成为 PC 端购物的渠道补充。2013 年 46.1% 的网购用户有过手机购物行为。“双十一”淘宝总交易额达 350.19 亿，其中 53.5 亿来自手机淘宝。

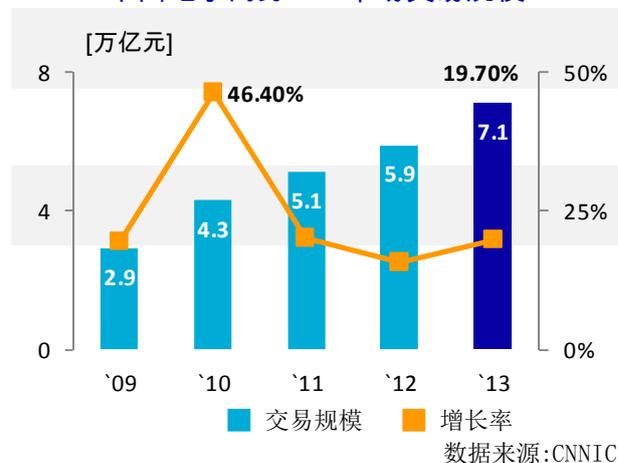
移动化、社会化导购网站应运而生

阿里巴巴公司先后入股新浪微博、收购蘑菇街即体现出未来社会化网购的发展趋势。据 CNNIC 数据显示，32.5% 的消费者浏览社会化网站商品信息后产生购买行为。

细分领域中小企业电子商务市场活跃

根据艾瑞数据显示，2013 年电子商务市场细分行业结构中，中小企业 B2B 电子商务市场份额最高，达 51.7%；规模以上 B2B 占 26.2%；B2B 电子商务合计占 77.9%；网络购物市场交易额占比 18.6%；在线旅游市场交易规模占比 2.3%；新兴 O2O 模式市场份额占比 1.2%。

中国电子商务 B2B 市场交易规模



2013 年中国网络金融发展情况

货币基金蓬勃发展，余额宝规模超 5 千亿

2013 年具有快速取现功能的货币基金不断涌现且发展迅速。以余额宝为例，在不到半年时间里规模就突破 1 千亿元，并在 2014 年第一季度突破 5 千亿元，是基金历史中首次突破千亿元的基金品种。此外，保证金货基、专属定制类货币基金也不断推出，带动了货币基金的消费、支付功能的持续开发。

2013 年中国互联网货币基金发展情况

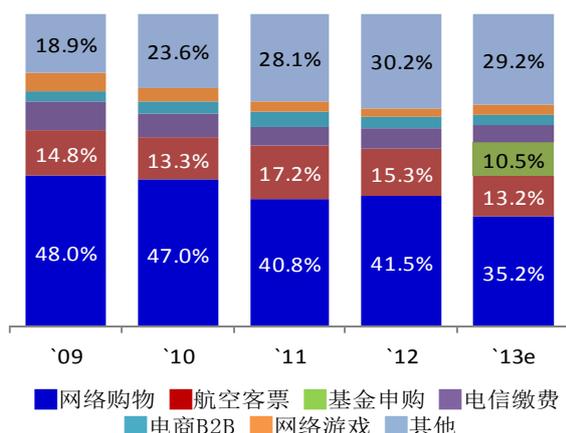
银联与光大保德信推出天天富金融理财平台
 百度与华夏基金合作推出百发理财产品
 华夏财富宝专属互联网货币基金拟联合财付通
 阿里金融与天弘基金合作推出余额宝产品
 第三方金融机构的通道业务对接货币基金方式

数据来源：证券市场红周刊

第三方支付网购为主，基金申购大增

2013 年中国第三方互联网支付交易规模结构中网络购物依然占据最大份额，为 35.2%；其次是航空客票，占 13.2%；而在互联网金融元年爆发的基金申购市场则一跃成为第三大细分市场，占比为 10.5%，其余传统领域市场占比均有不同程度缩小。

中国第三方互联网支付市场结构



数据来源：艾瑞咨询

2013 年，中国网络购物市场第三方支付互联网支付企业竞争格局，支付宝市场份额为 90.6%，财付通、银联、快钱分别以 5%、1.4% 和 1.4% 的市场份额分列二至四位。

网络金融业务模式不断衍生

截至目前，市场上已经逐渐衍生出几类网络金融服务：货币基金、支付结算、网络融资、虚拟货币、渠道业务和其他周边产业。

中国互联网金融服务的主要模式

类别	内容	行业特点
货币基金	余额宝等	通过特定互联网平台进行销售的货币基金产品，收益高
支付结算	第三方支付	独立于商户和银行行为，为商户和消费者提供的支付结算服务
网络融资	P2P 贷款	投资人通过有资质的中介机构，将资金贷给有借款需求的人
	众筹融资	由项目发起人通过网络平台，向有购买产品意向的网友募集项目资金
虚拟货币	电商小额贷款	利用网络平台积累的企业数据，完成小额贷款需求的信用审核并发放贷款
	次级货币 商品货币	以比特币为代表的非主权虚拟货币，目前以提供多种选择和拓展概念为主
渠道业务	金融产品 网上销售	基金、券商等金融或理财产品通过网络平台进行销售
其他	周边产业	金融产品搜索、理财计算工具、金融服务咨询、金融法务援助等

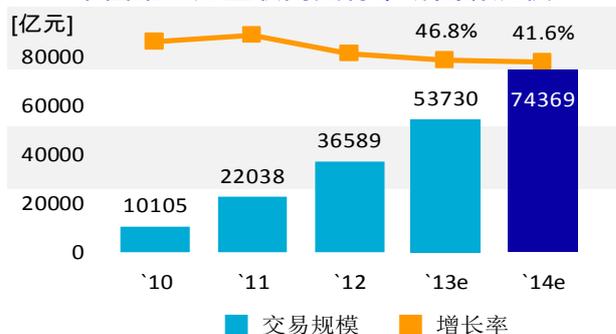
部分资料来源：艾瑞咨询

交易规模 5.3 万亿，移动支付占两成

2013 年互联网支付交易规模 53729.8 亿元，其中超过 50% 的贡献量来自于网络购物、航空客票、网络游戏、B2B 电子商务四大领域。今后基金、保险以及传统行业电子商务化所衍生而来的新兴市场将成为互联网支付的主要增长动力。

2013 年移动支付交易规模达到 12197.4 亿元，其中 93.1% 来自移动互联网支付。

中国第三方互联网支付市场交易规模

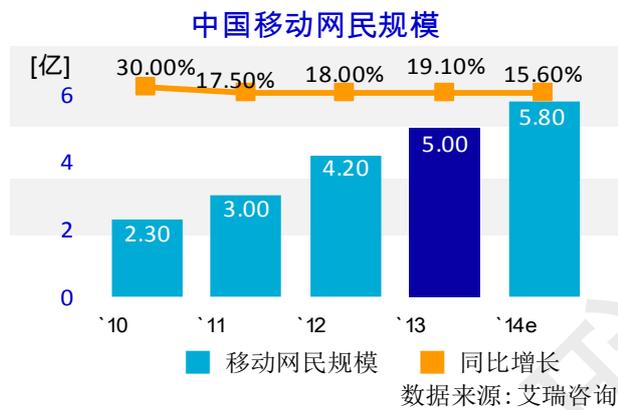


数据来源：艾瑞咨询

2013 年中国移动互联网发展情况-用户与网络

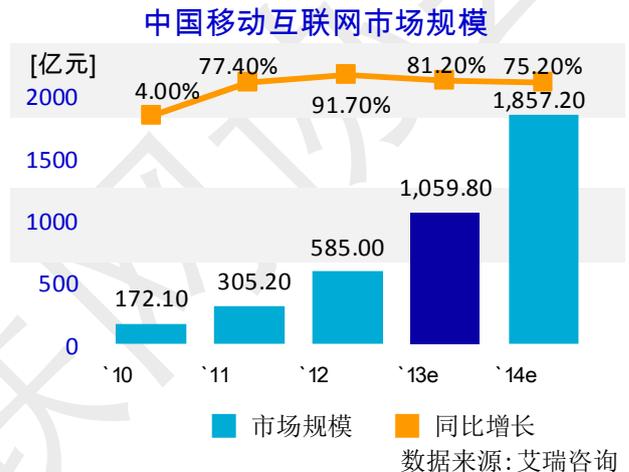
移动网民增长至 5 亿，流量消费进入 G 时代

2013 年中国移动互联网行业持续快速发展，移动网民规模达到 5 亿人，网民渗透率高达 81%。增速为 19.1%，远高于整体网民 9.5% 的增速。网民的行为正逐渐向移动端转移。移动应用的普及和发展反映在流量的消耗上。目前我国高端手机用户月平均流量消耗月 1.6GB，主要为 WiFi 的贡献。



市场持续繁荣，经济规模超千亿

2013 年移动互联网市场规模 1059.8 亿元，同比增长 81.2%。受手机终端及 PAD 终端上网快速普及的拉动，2013 年移动互联网领域出现了持续不断的创新热潮，现了许多受到用户欢迎的移动应用，吸引越来越多的网民接入移动互联网。“终端+应用”双引擎正在驱动中国移动互联网走向进一步繁荣。



智能手机市场发力，保有量 5.8 亿台

2013 年中国智能手机市场依然保持增速发展，全年中国智能手机出货量为 3.18 亿台，同比增长 64.1%，市场保有量为 5.8 亿台，同比增长 60.3%。预计 2014 年智能手机保有量将达到 7.8 亿台。



4G 移动网络商用，进入流量经营时代

随着我国 4G 商用为代表的网络基础设施建设积极推进，为移动网络从 3G 向 4G 升级奠定基础，数据业务流量从 M 时代进入 G 时代。

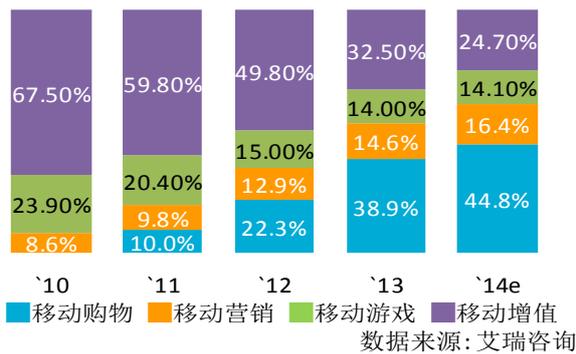


2013 年中国移动互联网发展情况-市场与需求

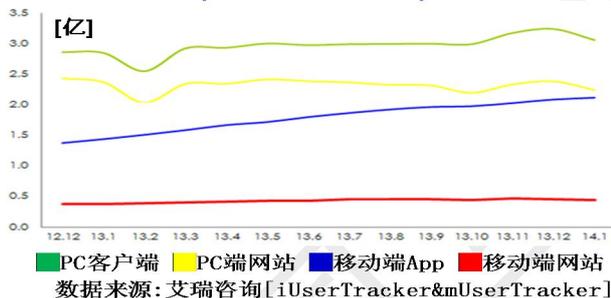
市场结构微调，新兴需求旺盛

- 移动购物保持迅猛发展，市场占有率约为整体市场三分之一
- 移动营销稳步提升，市场规模达 155.20 亿元，市场发展潜力巨大
- 移动游戏、移动增值市场稳步增长

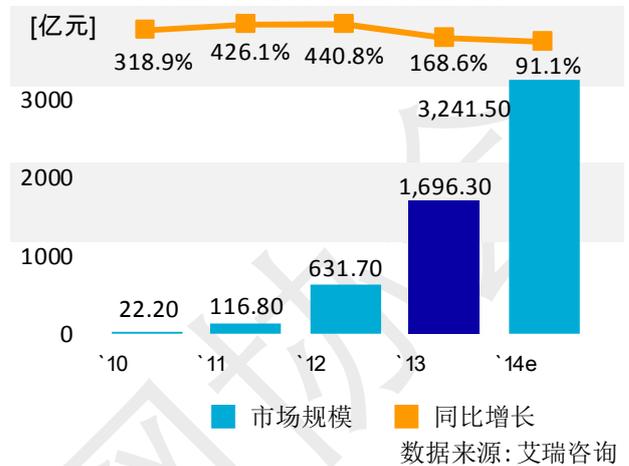
中国移动互联网细分行业结构比例



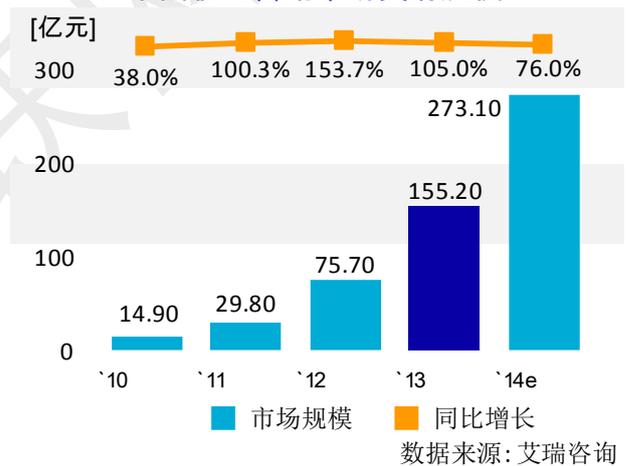
PC与移动端服务日均覆盖人数 (2012/12-2014/1)



中国移动购物市场交易规模



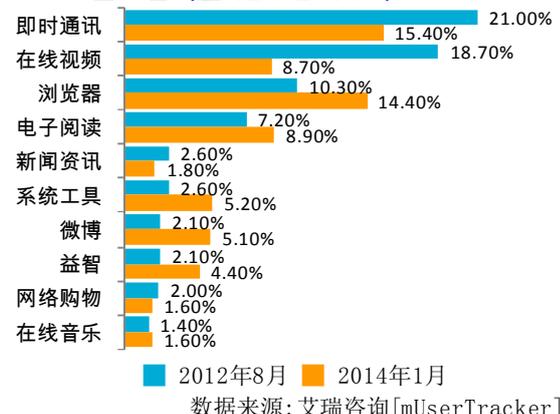
中国移动营销市场交易规模



用户注意力向移动端转移

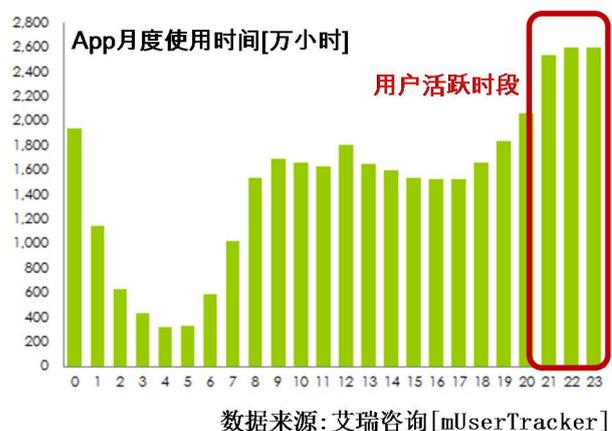
- 用户的注意力正在从 PC 端向移动端转移
- 移动端用户即时通讯类应用使用率高

10类主要移动应用月度有效使用时长比例 (2012/8-2014/1)



- 移动视频用户规模增长迅猛
- 夜间 21 点至 23 点用户活跃

移动App全天时间段使用时长分布-2014/1



2013 年中国移动互联网发展情况-应用与趋势

移动应用开启商业化进程，发力 OTT 移动端企业频繁并购，推进 O2O

中国移动互联网应用市场竞争越发激烈，各厂商纷纷开启商业化进程，不断寻求加快流量变现的方法。其中最为代表的如微信开始加入游戏、虚拟表情买卖等，并在微信支付里面植入滴滴打车、理财通等一系列商业行为；手机淘宝逐步演绎的电商生态链也在为流量变现作前期尝试。中小应用也在探索商业化道路，为加速流量变现作出相应的努力。虚拟运营商牌照的发放，将进一步推动移动互联网企业的 OTT 业务发展，提高运营商的流量变现能力。

2013 年 BAT 三大互联网巨头移动端投资收购动作频繁，积极拓展 O2O 业务市场。如百度收购 91 无线；腾讯先后投资大众点评网、京东等大批在移动端表现优异企业；阿里巴巴投资高德地图、快的打车、新浪微博等。

移动应用加速平台化发展

目前移动端最具代表性的腾讯微信 App，是一款集社交、支付、扫码等功能于一身的移动应用开放平台。其他拥有较大流量入口的企业也在加强平台化发展战略，如百度、UC 等搜索引擎开发的移动轻应用平台；支付宝与多家合作厂商成立的“安全支付产业联盟”；高德地图等企业也在深度布局平台化发展战略。相对于 PC 端的开放平台，移动端开放平台由于其具有的移动特性以及与线下商家的紧密联系，能够给人更为丰富的想象空间。

移动互联网“入口”分布



数据来源: 艾瑞咨询

中国移动应用商店产业链图



数据来源: 艾瑞咨询

移动应用商店的功能架构



部分资料来源: 艾瑞咨询

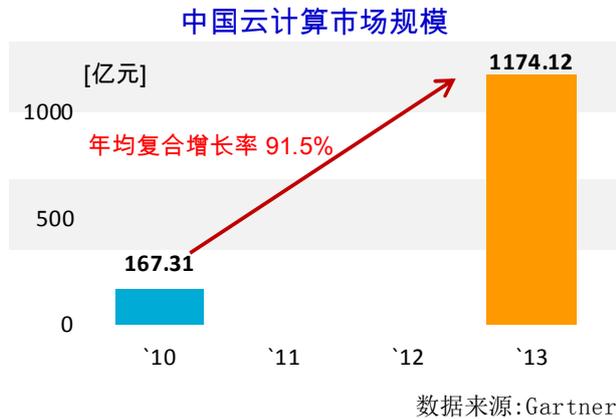
趋势展望

- 政策层面：虚拟运营商、4G 牌照引产业变数，移动网络环境进一步优化
- 行业层面：整体网民规模持续增长，智能机得到普及，用户行为充分转移
- 市场层面：移动终端期待革命性产品，三、四线城镇用户亟待开发
- 企业层面：移动互联网马太效应愈加明显，创业企业寻求传统互联网巨头支持
- 技术层面：新的技术手段投入使用，促进移动互联网新模式的产生

2013 年中国云计算与大数据概况

云计算市场增长，规模达 1174 亿

中国云计算的市场规模从 2010 年的人民币 167.31 亿元增长到 2013 年的 1174.12 亿元，三年的复合年均增长率达 91.5%。



大数据产业链日渐明晰

目前中国初步形成从数据产生到应用、再到新数据的环形产业链。并且参与企业逐渐增多，数据价值逐级放大。



互联网企业积极投资，博弈传统 IT 厂商

百度在云计算方面投资 120 亿元，在全国建立了三个云计算中心。其年均 PUE1.36，最佳 PUE1.18 国内第一。2013 年百度个人云用户数已破亿。360 云盘总注册用户数已经突破 1.6 亿，保持 1200 万新注册用户的月增长，居行业之首。腾讯的微云注册用户在 2013 年也已经过亿。阿里云在杭州、北京和青岛拥有三个数据中心，并通过 IDC 伙伴推广飞天平台的方式进行加速扩张。

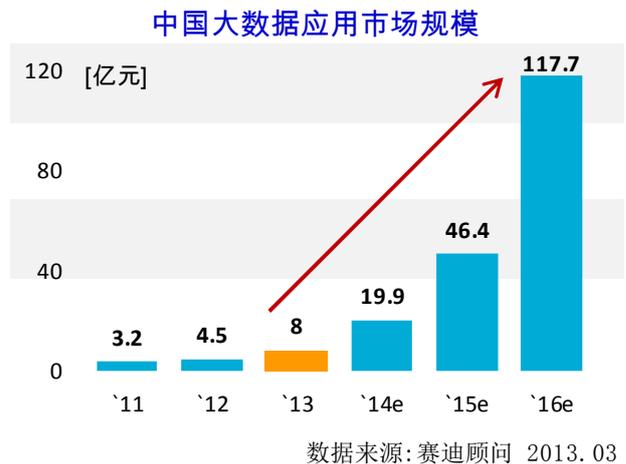
企业云计算部署增长，SaaS 市场繁荣

据调查，有 79% 的受访企业表示对云计算有一定了解，而 37.5% 已经开始部署云计算应用，受访企业中部署 SaaS 用户占比最小，仅为 16%，但市场规模却最大，约为 28.05 亿元，主要以企业管理软件和在线办公软件为主；PaaS 用户占比为 28%，但市场规模最小，为 1.84 亿元，以免费互联网应用开发为主；IaaS 层面应用虽拥有 56% 用户数量，但市场规模仅为 5.11 亿元，主要集中在虚拟机、云存储等资源出租。

移动互联网与云计算结合趋势明显

受益“智慧城市”国家战略，产业规模将呈爆发式增长

智慧城市催生大数据，大数据分析技术将应用于我国智慧城市的交通物流、安全管理、节能环保和医疗服务等各方面。大数据分析市场将呈现井喷，面向大数据分析市场的新技术、新产品、新服务和新业态会不断涌现。



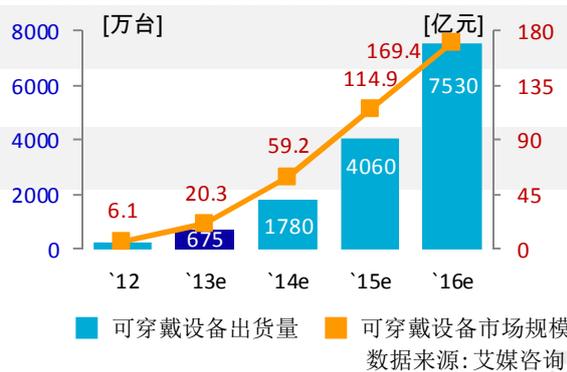
产业链“硬件+软件+服务”垂直整合加速
核心技术亟待突破，数据质量有待提高
个人隐私、企业信息安全等国家安全问题

2013 年中国可穿戴设备与物联网应用情况

可穿戴设备出货量超 500 万部

随着全球可穿戴设备兴起，中国可穿戴设备市场也将迎来高速增长。可穿戴设备将与人们的日常生活应用紧密结合，不同形态的产品将成为市场热点。据艾媒咨询数据显示，2013 年中国可穿戴设备出货量将超过 500 万部，预计 2015 年将超过 4000 万部。

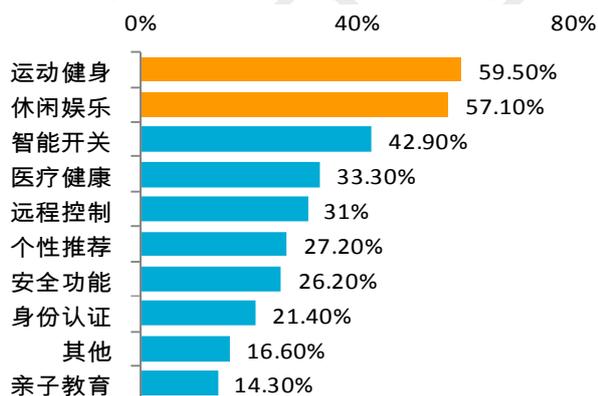
中国可穿戴设备出货量及市场规模预测



“智能+便携” 软硬件融合，形态多样

可穿戴设备产品形态各异，主要以非侵入式设备为主，并与其它日常物品结合。据艾媒咨询数据显示，中国消费者对健身和娱乐领域的可穿戴设备最感兴趣。

可穿戴设备潜在消费者期望调查



移动医疗设备市场将快速发展

硬件创新技术和移动互联网相结合，正在催生更广阔的移动医疗市场。预计我国该市场的销售规模将在 2015 年超过 10 亿元。

物联网发展提速，规模突破 6500 亿

我国物联网发展处于提速阶段，下游应用领域逐渐增多，市场规模也迅速扩大。相关数据显示，中国的物联网到了关键的发展时期，2013 年市场规模估计突破 6500 亿元。

2013 年我国物联网应用发展稳步推进，充分发挥其渗透性强的特点，在多个行业中得到迅速应用，取得积极成效。具有较大应用的领域有食品溯源、安全防范、智能电网、环保监控、智慧农业、车联网等。

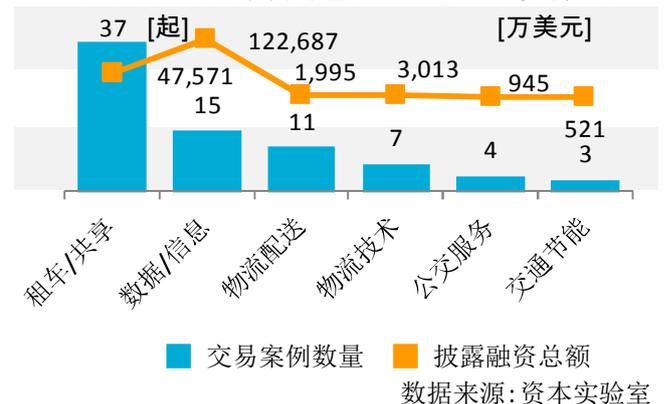
智能家居平台化

智能家居领域的软硬件结合创新产生了智能家居云计算平台，把智能家居设备商、服务商与家庭用户紧密联系起来。据资本实验室不完全统计，2013 年前 3 季度智能家居领域创投案例共 41 起，已披露融资额 3.66 亿美元，已披露累计融资额 7.7 亿美元。

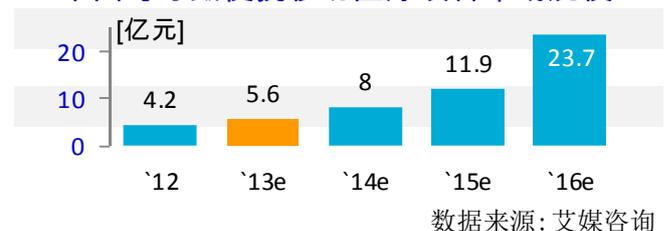
智能交通体系化

城市发展呼唤全新的交通体系，与物联网结合的交通体系能够提高出行效率、实现拥堵预警及货车免检等高效交通服务。因而智能交通创业项目受到资本市场的关注。

2013 年前 3 季度 交通/物流行业创投数据



中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模

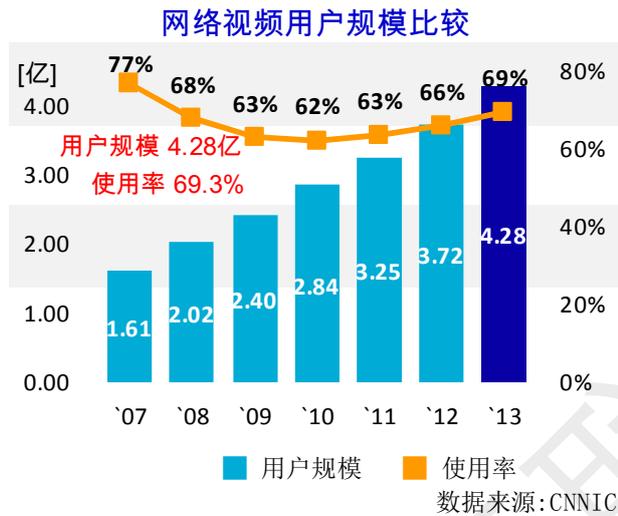


2013 年中国网络视频发展情况

网络视频用户超 4 亿，市场迅速增长

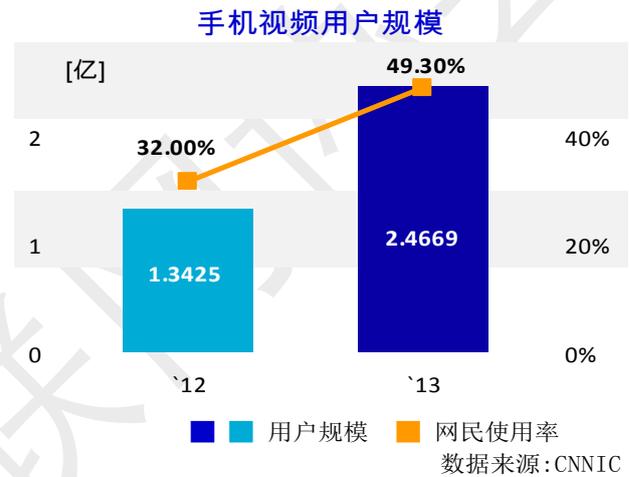
至 2013 年底，网络视频用户达到 4.2 亿，同比增长 15.2%。网民使用率达 69.3%，同比增长 3.4%。

2013 年中国网络视频行业市场规模增长迅速，第三季度已达 32.5 亿元，年增长率达 37.3%。



移动视频用户近 2.5 亿，市场潜力巨大

网民上网行为从 PC 端向移动端转移。以家庭为基础的网上娱乐逐渐增加，助推网络视频用户增长。截至 2013 年底，我国手机视频用户规模为 2.47 亿，与 2012 年底相比增长了 1.12 亿人，增长率 83.8%。网民使用率为 49.3%，相比 2012 年底增长 17.3 个百分点。



互联网与电视融合产品竞争激烈

电视智能化并成为互联网终端的一种形式，传统电视厂商与互联网企业纷纷推出智能电视（乐视 TV 等）及外接设备（如百度影棒、小米盒子等），智能电视市场异常活跃。

2013 年，新发布的电视产品大多具有上网功能。除了传统电视企业，乐视、小米、百度等企业也纷纷推出智能电视，加速智能电视的普及。

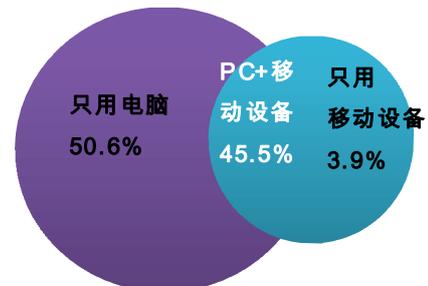
网站频繁并购整合，创新服务模式

◆ **战略层面**：视频网站并购和整合力度加大，出现跨行业、线上线下等方面的整合，网络视频行业格局剧烈变动。

发展趋势

- 网络视频企业并购将继续
- 围绕视频硬件的竞争将更加激烈
- “内容营销、多屏联动”渐成主流

视频点播注重“多屏联动、内容营销”



◆ **产品层面**：视频企业加强移动端与客户端升级，并围绕“家庭娱乐”推进家庭业务。

◆ **网站内容层面**：视频企业一方面加大自制剧的开发，以降低版权购买成本、减少亏损，另一方面加强线下热播剧目的购买力度。

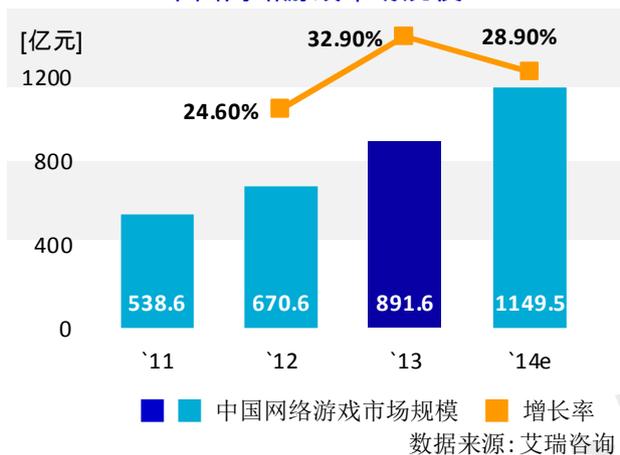
- 移动 4G 推动视频用户向移动端转移
- 客厅用户、版权购买争夺战重新打响

2013 年中国网络游戏发展情况

网络游戏市场规模接近 900 亿

2013 年中国网络游戏行业总营收 891.6 亿元，同比增长 32.9%。其中，客户端游戏市场规模 584.3 亿元，同比增长 20.5%；网页端游戏 158.7 亿元，同比增长 61.8%。

中国网络游戏市场规模

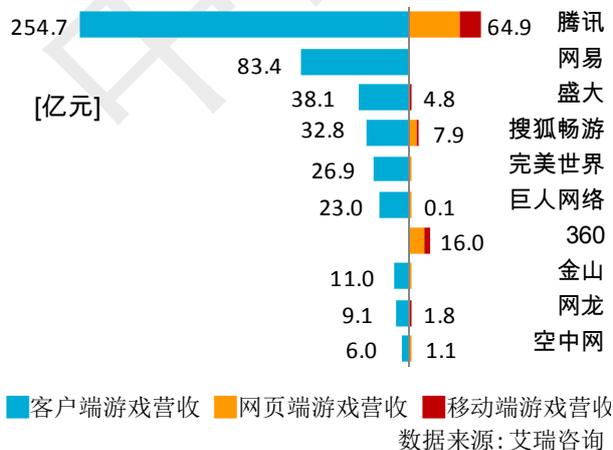


此外，广告投放金额达 12.5 亿元。同比增长 212.5%。网页端游戏开服数达 54.2 万个，同比增长 426%。

网游市场竞争激烈，三线齐头并进

在 2013 年中国网络游戏市场规模中，PC 客户端游戏、PC 浏览器端游戏及移动端游戏的营收占比分别为 65.5%、17.8 和 16.7%。

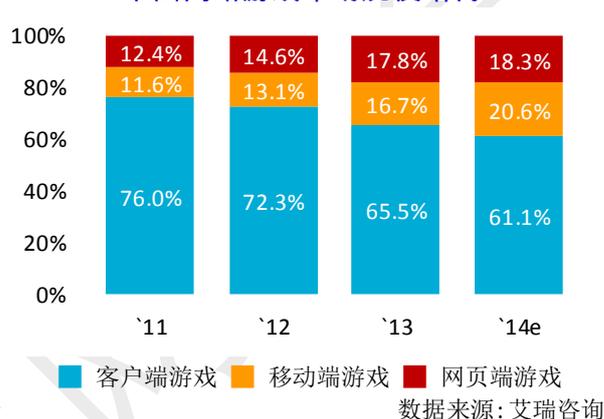
2013 年中国网络游戏上市企业前十



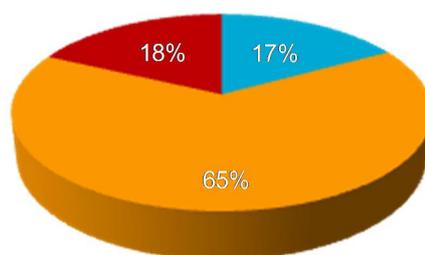
手机游戏持续成为行业焦点

2013 年是中国移动游戏高速发展的一年，市场规模达到 148.5 亿，其中国内移动游戏市场规模为 133.2 亿元，海外市场规模为 15.3 亿元。

中国网络游戏市场规模结构



中国网络游戏营收比例



智能移动终端成为未来市场争夺热点

2013 年下半年，百度收购了网龙旗下业务 91，2014 年 1 月初，阿里巴巴也宣布要进入智能移动终端游戏分发市场。综合来看，未来的智能移动终端游戏市场已不仅仅是传统网络游戏公司角逐的战场，随着非传统游戏企业的加入，争夺将会越发激烈。

就网络游戏上市企业的业务营收情况来看，市值排名第一的腾讯公司是业务结构与整个网络游戏行业结构相近的企业，即客户端、网页与移动游戏均有较强竞争力。

2013 年中国社交应用发展情况——传统社交应用

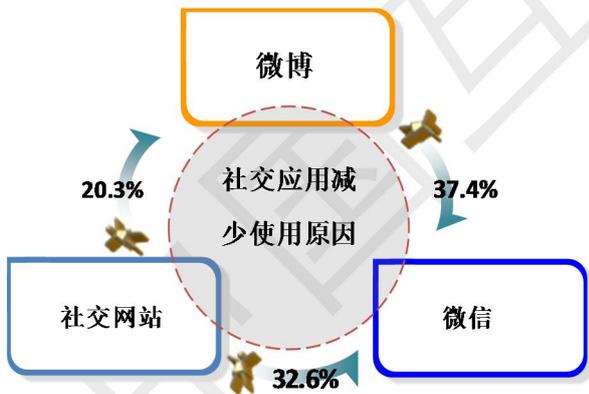
社交应用的主要模式

类别	规模	特点
即时通信	用户 5.32亿 使用率 86.2%	PC端格局稳定，QQ地位坚固 手机端发展迅猛，向O2O综合平台发展
微博	用户 2.81亿 使用率 45.5%	活跃人数持续下降 新浪微博、网易微博前两位 社交网站的活跃度持续下降 与日常生活紧密结合，向综合类平台发展
社交网站	用户 2.78亿 使用率 45.0%	

总访问次数	网民覆盖量
朋友网	朋友网
人人网	豆瓣网
开心网	人人网
豆瓣网	51.com
51.com	开心网

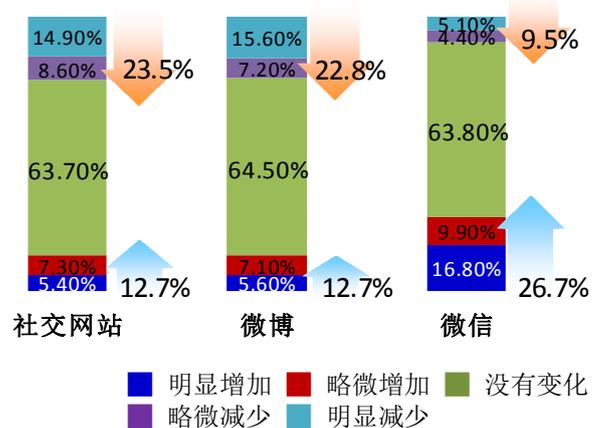
资料来源:CNNIC、艾瑞咨询

网民减少使用某社交应用的分流去向



数据来源:CNNIC

2013年各社交类应用使用网民调查

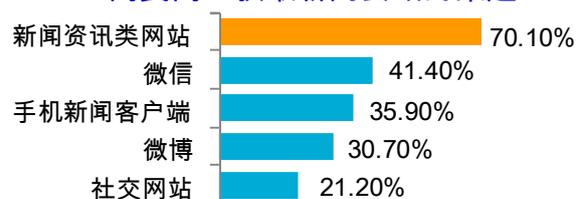


数据来源:CNNIC

社交产品平台化发展迅速

社交类应用普及后，网民网上收看新闻资讯的渠道发生了变化。从单一的新闻资讯类媒体转变成以新闻资讯类网站为主体，微信、微博、社交网站并存的格局。此外，社交类应用有较强社交属性，带动了网络购物、视频分享、在线游戏的发展。

网民网上获取新闻资讯的渠道



数据来源:CNNIC

2013 年中国社交应用发展情况——移动社交应用

移动 IM 用户超 5 亿，使用率超八成

截至 2013 年底，我国即时通信网民规模达 5.32 亿，比 2012 年底增长了 6440 万，年增长率为 13.8%。即时通信使用率为 86.2%，较 2012 年底增长了 3.3 个百分点，使用率位居第一。

伴随移动互联网的快速发展，针对移动设备而推出的移动即时通信工具也迅速普及，其中微信整体网民覆盖率已经达到了 61.9%，其后又陆续出现了易信、来往等产品，市场竞争激烈。

移动互联网生态圈之争激烈

腾讯、阿里、网易、新浪等企业纷纷进军移动即时通讯领域，腾讯推出“微信”、中国电信与网易联合推出了“易信”、阿里巴巴推出了“来往”、新浪投资了“微米”等，力图在占据未来移动互联网生态圈中有利位置。

微信作为手机端即时通信的代表工具之一，推出后迅速向人群渗透。2013 年 12 月，微信独立用户超过 3.7 亿，整体网民覆盖率超过 60%，用户已超过微博、社交网站整体用户规模。



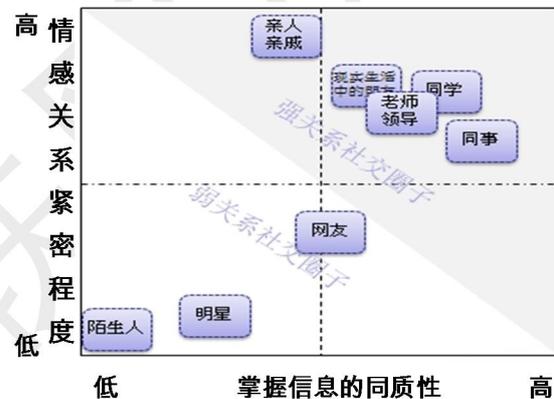
微信 5.0 版本通过引入游戏、电商等增值服务及微信支付功能打通线上线下业务流，形成了完整的 O2O 闭环，打造微信生态圈。微信最大的优势就是强关系链，通过用户间的紧密关系及微信平台上各种业务的逐渐丰富，使用户的粘性更高

产品服务密集创新，移动 IM 蓬勃发展

手机即时通信产品正发展成为移动端机综合平台，融入了交流沟通、信息获取、商务交易、网络娱乐等各类互联网服务。在这个移动社交平台上，企业产品可以得到快速、广泛传播，营销作用巨大。

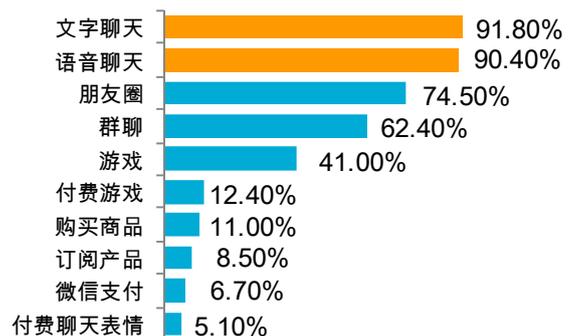
对于手机即时通信产品来说，通过集成交流沟通、信息获取、社交、游戏、商务、支付等功能形成一个闭环生态。这种生态系统带来了巨大的商业价值，使手机即时通信产品走向商业化综合性平台。

社交应用中各群体关系性质矩阵图



数据来源:CNNIC

网民使用微信内容比例



数据来源:CNNIC

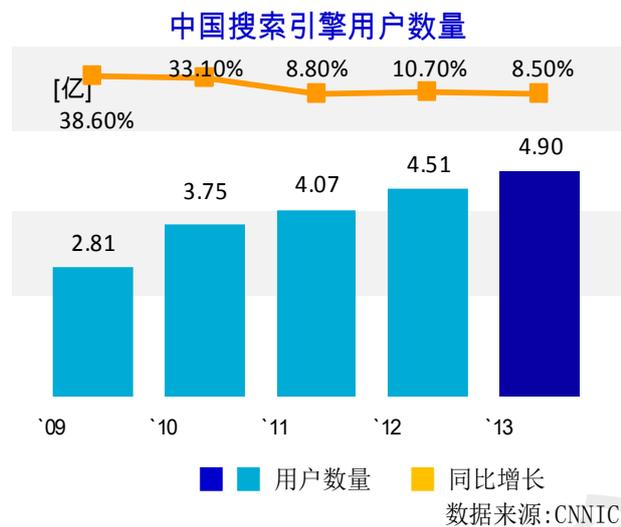
来往作为电商类的社交产品，引入了用户手机关系链和淘宝关系链，更具有私密性。在阿里巴巴的大力推动下，这款产品正努力在手机端搭建一个完整的阿里生态圈。

易信的最大特点是向三大运营商用户全方位开放注册，可以免费向跨运营商用户发送短信。

2013 年中国搜索引擎发展情况

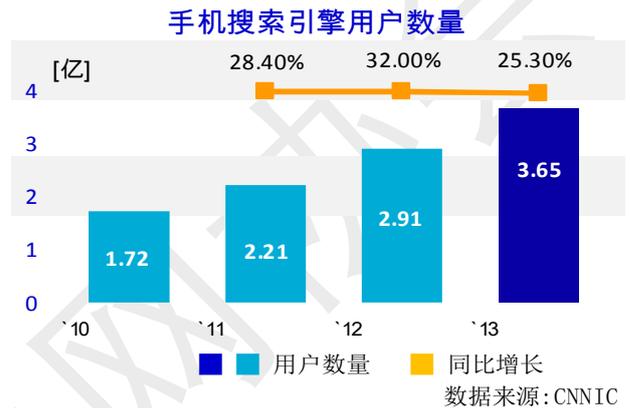
搜索引擎用户近 5 亿

截至 2013 年底，我国搜索引擎用户规模达 4.90 亿，与 2012 年底相比增长 3856 万人，增长率为 8.5%，使用率为 79.3%。



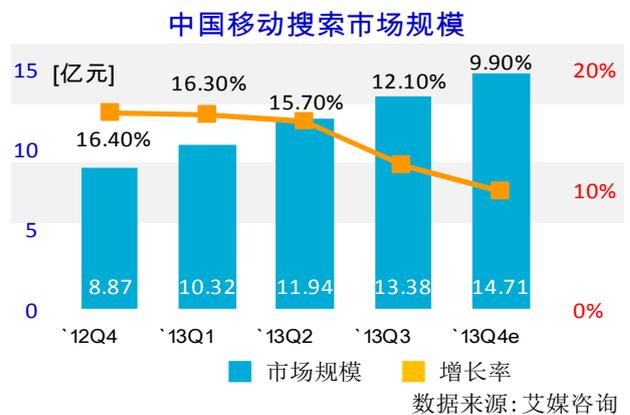
手机搜索用户达 3.65 亿

截至 2013 年底，我国手机搜索用户数达 3.65 亿，较 2012 年底增长 7365 万人，增长率为 25.3%；手机搜索使用率为 73.0%，与 2012 年底相比提升 3.6 个百分点。



移动市场发展迅速，规模近 50 亿

移动搜索是重要的移动互联网入口之一，竞争激烈，2013 年中国移动搜索发展迅速，市场规模达 50 亿。



用户选择搜索引擎因素



数据来源: 艾媒咨询

搜索引擎行业整合加速

腾讯向搜狗注资 4.48 亿美元，并将旗下的腾讯搜搜业务和其他相关资产并入搜狗；网易有道宣布正式放弃通用搜索业务，其网页、图片、视频、热闻搜索转用 360 搜索引擎；即刻搜索转由盘古搜索提供搜索结果，即刻搜索内容完全由盘古搜索提供。

趋势展望

- 形成搜索引擎产业半闭环状态
- 搜索引擎向智能化、移动化发展
- 语音/二维码扫描成为重要的搜索入口



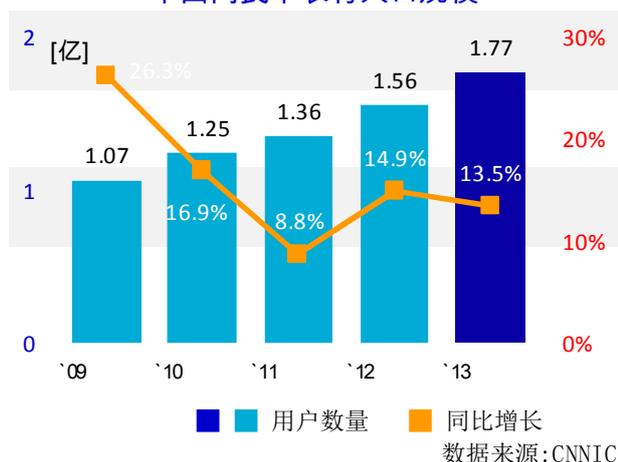
更多用户搜索行为分析详见《发展报告》

2013 年中国农村网络信息服务发展情况

农村网民 1.77 亿，占比 28.6%

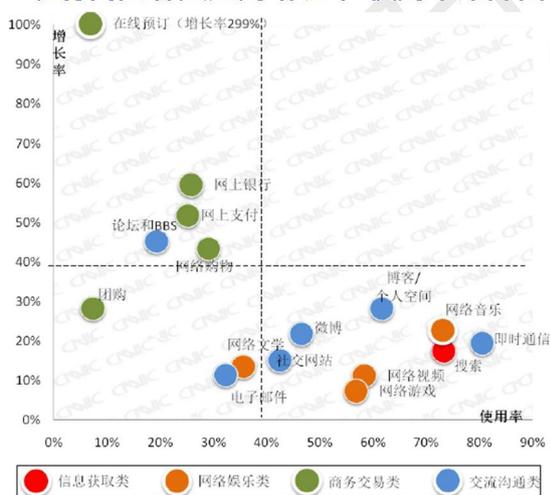
截至 2013 年底，我国网民中农村人口占比 28.6%，相比 2012 年略有提升，规模达到 1.77 亿，比上年底增加约 2101 万人。

中国网民中农村人口规模



2013 年，中国农村互联网普及率达 27.5%，城乡互联网普及差距进一步减少，农村地区依然是目前中国网民规模增长的重要动力。

农村网民各类应用增长率-使用率矩阵图



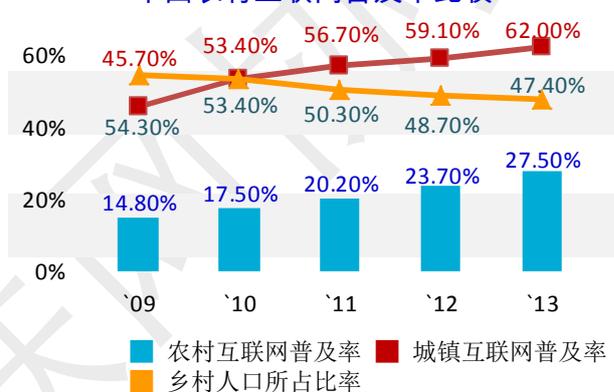
阿里平台上经营农产品的卖家数量 39.40 万个。其中淘宝网卖家 37.79 万个，相较于 2012 年的 26.06 万个，有了 45% 的增幅。而在阿里巴巴 B2B 平台，经营农产品的中国供应商和诚信通账号约为 1.6 万个。

涉农电子商务高速增长

2013 年，根据农村网民各类应用的增长率和使用率研究，商务交易类应用虽然使用率较低，但增长率非常高，是农村网民未来应用增长的潜力点。

互联网在农村的发展，不仅表现在农村网民上网时间的增加、应用数量的丰富、商务应用的增长，还表现在互联网对农村经济的渗透。

中国农村互联网普及率比较



互联网在中国农村地区的普及和渗透，深刻影响了农村经济、农产品产销模式。2013 年是农产品电子商务飞速发展的一年。根据阿里巴巴《2013 年农产品电子商务白皮书》显示：2013 年阿里平台上的涉农网站店数量继续保持发展和增长。注册地址在乡镇的农村卖家约为 72 万家，其中淘宝网（含天猫）卖家接近 48 万，阿里巴巴诚信通账户为 24 万。

农产品电子商务的交易情况



2013 年中国其他行业网络信息服务发展情况

网络音乐发展缓慢

2013 年中国网络音乐用户达到 4.5 亿，网民使用率达到了 73.4%，由早期的第一大网络应用，成为仅次于即时通信、网络新闻、搜索引擎的第四大网络应用。

2013 年年底中国无线音乐市场规模达 397.1 亿元，同比增长 6.1%，预计 2014 年无线音乐市场规模将达到 421.6 亿元。无线音乐市场规模在 2012 年进入了平台期，2013 年增长率呈现出下降的趋势。

在线教育增长迅速

2013 年，在线教育市场迎来投资和开发热潮。百度、阿里巴巴、腾讯、网易、新浪、360、金山等互联网公司纷纷推出自己的在线教育产品。

综合媒体数据，2013 年至今，我国在线教育领域投资案例共 25 笔，总金额约 1.97 亿美元。而 2012 年投资案例数目仅 8 笔，涉及投资金额为 1700 万美元。据统计，2013 年有数十亿资金进入在线教育行业，平均每天新增 2.6 家企业，全年新增近千家。

IT 产品信息服务

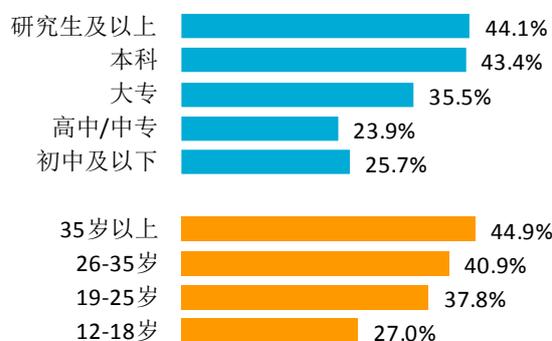
IT 产品网络信息服务企业主要是包括以提供 IT 数码产品新闻、评测、价格等信息资讯为主的网站，以中关村在线、太平洋电脑网、新浪科技等为代表；也包括 IT 技术社区网站(CSDN)、针对网站站长服务的网站、各类软件下载类网站、各大相关厂商官方网站。2013 年 12 月，垂直 IT 网站日均覆盖人数达 2445.9 万人。其中，中关村在线日均覆盖人数达 609 万人，网民到达率为 2.6%，位居第一；太平洋电脑网日均覆盖人数达 414 万人，网民到达率为 1.7%，位居第二；CSDN 日均覆盖人数达 180 万人，网民到达率为 0.8%，位居第三。

网络文学

目前，网络文学的发布渠道主要为原创文学网站，阅读渠道更多，包括电信运营商阅读基地、电商电子书刊平台、门户读书频道、移动阅读应用等都分布着大量网络文学内容。

数据显示，26.2%的网络文学用户年龄在 19-24 岁，随着年龄的增长，阅读网络文学的比例依次降低。分析认为，网络文学内容以玄幻、言情等年轻题材为主，对于年轻人的吸引力最强。

不同群体(年龄/学历)网民对在线教育参与情况



数据来源：《新浪 2013 中国在线教育调查报告》，尼尔森&新浪教育

网络招聘

DCCI 的统计数据显示网络招聘网站已逐步成为我国求职者获取招聘信息和面试机会的最主要渠道，网络招聘市场得到进一步扩大。据统计，2013 中国网络招聘市场营收规模将达到 33.4 亿元。

母婴网络信息服务

母婴网站的主要营收来源包括网络广告收入和母婴相关产品的电子商务营收，但是电子商务的商业模式面临着来自母婴类垂直 B2C 网站以及综合类 B2C 网站的激烈竞争。部分母婴网站也在积极探索线上线下早教、个性化商品定制等新的商业模式。

2013年中国其他行业网络信息服务发展情况(续)

旅游信息服务

2013年中国在线旅游市场交易规模2204.6亿元,同比增长29.0%。据艾瑞咨询分析,在线旅游的增长主要取决于在线机票、酒店和度假业务的增长。在线机票预订业务趋于成熟,未来将保持相对较慢增长;酒店和度假业务迎来爆发增长期,度假业务在整体在线旅游市场中所占比重也逐年升高。另外,随着在线短租、在线租车和打车业务的兴起,在线旅游市场将迎来新增长点。

艾瑞咨询数据显示,2013年在线旅游用户最常使用的在线旅游网站前三位的是携程旅行网、去哪儿网、淘宝旅行网。在线旅游网站男性用户比例近六成,用户年龄段集中在25-30岁(33.7%)和31-35岁(33.4%),总计占67.1%。

房地产信息服务

2013年房产信息服务行业整体发展态势良好,主流房产网络企业仍然引领主导行业快速发展。艾瑞咨询报告显示,2013年全行业年度市场规模达99.9亿元,其中乐居互联网及电商集团占比达28.7%,搜房网占比达27.1%。2013年房产电商和房地产移动互联网取得了较快的发展,可以说是2013年房地产信息服务行业发展的亮点。

婚恋交友信息服务

2013年中国网络婚恋市场规模超过20亿元,其中线上业务占据84.2%,依然为行业主要营收来源,线下业务从2012年的13.0%,增长至15.7%

线上会员付费部分依然为营收主力,但是随着线上服务的普及,用户覆盖逐渐下降,线下高端猎婚、一对一红娘服务开始受到关注。移动端的快速发展重新开启了婚恋市场的新增长,截止2013年底,中国移动婚恋交友市场用户规模已达2.1亿,未来移动婚恋交友还会继续增加,移动端已经成为婚恋交友行业未来主要发力点。

汽车信息服务

2013年汽车信息服务网站保持平稳发展,用户数量进一步增加。与此同时,移动互联网的快速发展正在分流部分汽车信息服务网站互联网用户,仅汽车之家一家移动互联网日活跃用户量就已超过250万,而这一数字已超过爱卡汽车网的互联网日均用户量。

汽车信息服务网站主要盈利来源为汽车广告业务和经销商广告业务。从2009年至今,汽车广告市场规模不断的上扬,2013年底市场规模达到36.5亿美元。

网站方面据Alexa数据显示,2013年12月易车网日均覆盖度排名第一,新浪汽车和汽车点评网紧随其后。

体育信息服务

体育网络信息服务企业主要是包括以提供体育信息、赛事直播等服务的体育资讯网站(包括综合门户的体育频道和垂直类体育网站),以提供体育数据内容为主的体育网站,以及体育类社区网站。

据Alexa数据显示,2013年中国体育信息服务网站的月度覆盖人数最高的是新浪体育,峰值在12月,达到16126万人,较1月份的5161万人大幅上涨212%。网易体育、腾讯体育、搜狐体育的月度覆盖人数分别是9324万人、2003万人、1946万人,分列二三四位。

中国互联网 100 强 (2013)

1 ~ 20

1	腾讯 (深圳市腾讯计算机系统有限公司)	11	京东 (北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司)
2	阿里巴巴 (阿里巴巴集团)	12	人人网 (人人公司)
3	百度 (百度公司)	13	携程 (上海携程商务有限公司)
4	网易 (网易公司)	14	凤凰网 (北京天盈九州网络技术有限公司)
5	搜狐 (搜狐集团)	15	优酷网 (合一信息技术 (北京)有限公司)
6	新浪网 (新浪公司)	16	4399小游戏 (四三九九网络股份有限公司)
7	奇虎360 (北京奇虎科技有限公司)	17	苏宁易购 (苏宁云商集团股份有限公司)
8	盛大网络 (上海盛大网络发展有限公司)	18	太平洋电脑网 (广东太平洋互联网信息服务有限公司)
9	巨人 (上海巨人网络科技有限公司)	19	号码百事通 (号百信息服务有限公司)
10	完美世界 (完美世界 (北京)网络技术有限公司)	20	乐视网 (乐视网信息技术 (北京)股份有限公司)

21 ~ 50

21	世纪佳缘 (上海花千树信息科技有限公司)	36	起凡游戏 (上海起凡数字技术有限公司)
22	艺龙 (北京艺龙信息技术有限公司)	37	迅雷 (深圳市迅雷网络技术有限公司)
23	当当网 (北京当当科文电子商务有限公司)	38	搜房网 (北京搜房科技发展有限公司)
24	易车网 (北京易车信息科技有限公司)	39	联动优势 (联动优势科技有限公司)
25	新华网 (新华网股份有限公司)	40	PPlive (上海聚力传媒技术有限公司)
26	人民网 (人民网股份有限公司)	41	电驴 (上海心动企业发展有限公司)
27	PPS网络电视 (上海众源网络有限公司)	42	世纪天成 (上海邮通科技有限公司)
28	唯品会 (广州唯品会信息科技有限公司)	43	前程无忧 (前锦网络信息技术 (上海)有限公司)
29	亚马逊中国 (北京世纪卓越信息技术有限公司)	44	网龙 (91) (福建网龙计算机网络信息技术有限公司)
30	中关村在线、爱卡汽车 (北京智德典康电子商务有限公司)	45	56 (广州市千钧网络科技有限公司)
31	MSN (上海美斯恩网络通讯技术有限公司)	46	世纪互联 (北京世纪互联宽带数据中心有限公司)
32	美团网 (北京三快科技有限公司)	47	汽车之家 (北京车之家信息技术有限公司)
33	智联招聘 (北京智联三珂人才服务有限公司)	48	中国天气网 (北京维艾思气象信息科技有限公司)
34	央视网 (央视国际网络有限公司)	49	凡客 (凡客诚品 (北京)科技有限公司)
35	酷狗音乐 (广州酷狗计算机科技有限公司)	50	开心网 (北京开心人信息技术有限公司)

中国互联网 100 强 (2013)

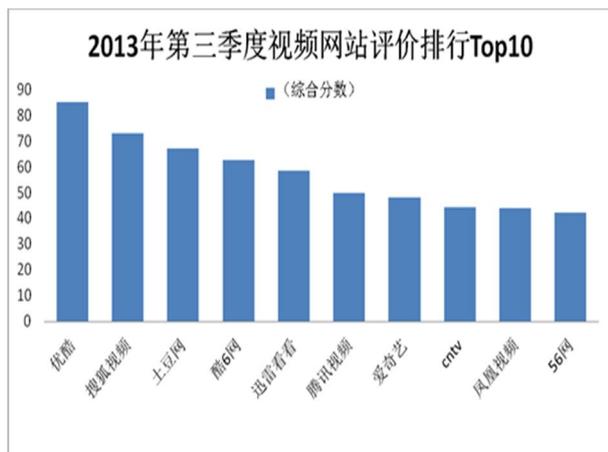
51 ~ 100

51	第九城市 (上海第九城市信息技术有限公司)	76	大智慧 (上海大智慧股份有限公司)
52	昆仑游戏 (北京昆仑万维科技股份有限公司)	77	快钱 (快钱支付清算信息有限公司)
53	美丽说 (北京美丽时空网络科技有限公司)	78	蘑菇街 (杭州卷瓜网络有限公司)
54	联众世界 (北京联众互动网络股份有限公司)	79	和讯网 (北京和讯在线信息咨询服务有限 公司)
55	金山 (金山软件有限公司)	80	东方网 (上海东方网股份有限公司)
56	第一视频、178游戏网 (北京智珠网络技术 有限公司)	81	网秦 (北京网秦天下科技有限公司)
57	豆瓣网 (北京豆瓣网科技有限公司)	82	趣游 (趣游 (北京)科技集团有限公司)
58	2345网址导航 (上海瑞创网络科技股份有 限公司)	83	37玩 (上海三七玩网络科技有限公司)
59	58同城 (北京五八信息技术有限公司)	84	慧聪网 (北京慧聪国际资讯有限公司)
60	酷我音乐 (北京酷我科技有限公司)	85	虎扑体育 (虎扑 (上海)文化传播有限公司)
61	空中网 (北京空中信使信息技术有限公司)	86	5173 (金华比奇网络技术有限公司)
62	金融界 (财富软件 (北京)有限公司)	87	39健康网 (广州启生信息技术有限公司)
63	麦考林 (麦考林公司)	88	中华网 (北京华网汇通技术服务有限公司)
64	天极网 (重庆天极网络有限公司)	89	暴风影音 (北京暴风科技股份有限公司)
65	聚美优品 (北京创锐文化传媒有限公司)	90	焦点科技 (焦点科技股份有限公司)
66	光宇游戏 (北京光宇在线科技有限责任公 司)	91	小米网 (北京小米科技有限责任公司)
67	东方财富网 (东方财富信息股份有限公司)	92	拓维信息 (拓维信息系统股份有限公司)
68	51.com (上海我要网络发展有限公司)	93	菲音 (广州菲音信息科技有限公司)
69	六间房 (北京六间房科技有限公司)	94	多益网络 (广州多益网络科技有限公司)
70	瑞星 (北京瑞星信息技术有限公司)	95	绿岸网络 (上海绿岸网络科技股份有限公 司)
71	银泰电子商务 (浙江银泰电子商务有限公 司)	96	珍爱网 (深圳市珍爱网信息技术有限公司)
72	17k小说网 (北京中文在线文化传媒有限公 司)	97	263在线 (二六三网络通信股份有限公司)
73	天涯 (海南天涯社区网络科技股份有限公 司)	98	维动网络 (广州维动网络科技有限公司)
74	同程网 (同程网络科技股份有限公司)	99	大众点评网 (上海汉涛信息咨询有限公司)
75	百合 (北京百合在线科技有限公司)	100	武神 (北京武神世纪网络技术股份有限公 司)

中国互联网细分领域评价(2013年第三季度)

视频网站评价排行

根据国内视频网站的发展情况,综合考察三季度日均访问量、覆盖用户数、使用体验以及多客户端兼容性(PC、平板、手机)等指标,对视频网站进行综合评价和分析。



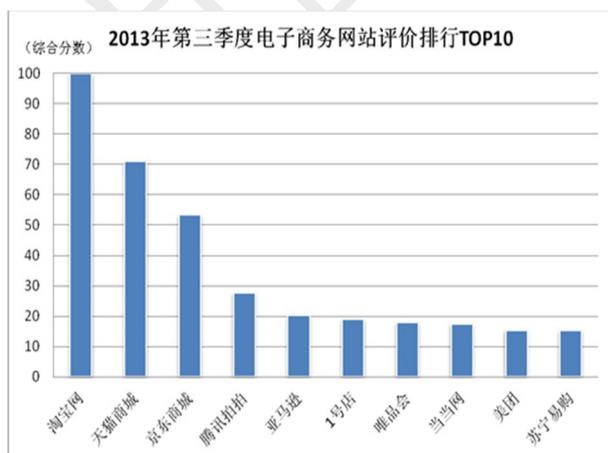
应用商店评价排行

根据国内应用商店的发展情况,综合考察三季度应用数量规模、覆盖用户数及多客户端兼容性(PC、平板、手机)等指标,对应用商店进行综合评价和分析。



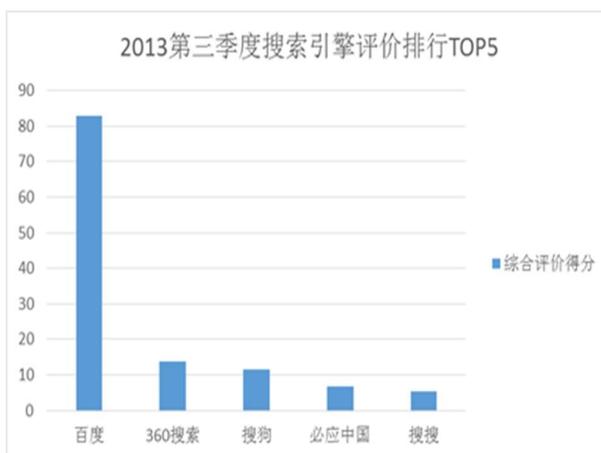
电子商务类网站的评价排行

根据国内电子商务行业发展情况,综合考察三季度日均访问量、市场占有率,以及多客户端兼容性(PC、平板、手机)、支付方式(线上、线下、银行卡支持)多样性等指标,对国内的电子商务网站进行综合评价和分析。



搜索引擎评价排行

结合国内网络搜索市场实际,以及企业自行报送数据的积极性和第三方数据的完整性,对国内主要的搜索引擎服务进行评价。综合考察三季度日均访问量、覆盖用户规模、市场占有率,以及多客户端支持(PC、平板、手机)、搜索方式多样性(语音、图像)四项关键指标,对搜索引擎网站进行量化计分。



鸣 谢

《中国互联网发展报告》的编撰工作得到以下单位的指导与支持，在此表示诚挚的谢意。

工业和信息化部通信发展司

工业和信息化部电信管理局

工业和信息化部政策法规司

中国互联网络信息中心（CNNIC）

工业和信息化部电信研究院

工业和信息化部电信规划研究院

国家计算机网络应急技术处理协调中心

工业和信息化部信息中心

艾瑞咨询集团

易观国际

互联网实验室

中国电子信息产业发展研究院

关于《中国互联网发展报告》

《中国互联网发展报告》客观、忠实记录了一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 and 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。

中国互联网协会简介

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月 25 日，由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等 70 多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织。中国互联网协会现任理事长为中国工程院原副院长邬贺铨院士。

联系方式

官方网站：www.isc.org.cn

官方微博：<http://e.weibo.com/u/3185355425>

入会洽谈：010-66036703/66030171

发展报告：010-66418007

