



活力迸发 创新无限

——2012年我国互联网发展十大亮点



“

2012年,“创新”成为互联网发展的关键词,互联网经济也以更加迅猛的姿态渗入到社会生活的方方面面。对普通人来讲,这些创新改变着他们获得信息、完成消费的方式;对于宏观经济来说,这些创新则可帮助传统企业“华丽转身”,从供应链的各个环节找到转型升级的方式。一个充满活力的“数字中国”正在崛起。



徒步爱好者在青海湖畔用身体拼成“2012”字样(2012年1月1日摄)。新华社记者 王 博摄

1 系列新规出台 发展有章可循



2012年,我国互联网行业第一次有了政府层面的互联网行业发展规划。2012年5月,工业和信息化部发布《互联网行业“十二五”发展规划》。这一规划明确提出涉及经济社会发展、战略性新兴产业等七大发展目标,将从网络、市场、技术环境等方面实现产业的全面升级。

2012年12月,全国人大常委会通过了《关于加强网络信息保护的决定》,首次以立法的形式对保护网络信息安全,保障公民、法人和其他组织的合法权益等作出了明确的规定,为互联网企业提供了净化网络环境、提高优质服务的坚实保障。这些规划和政策法规,正在从大方向上为我国互联网行业的发展“定调”,我国互联网发展未来可期。

2012年12月,《关于加强网络信息保护的决定》的出台有利于净化网络环境。 赵乃育作(新华社发)

2 手机上网居首 “宽带中国”来临

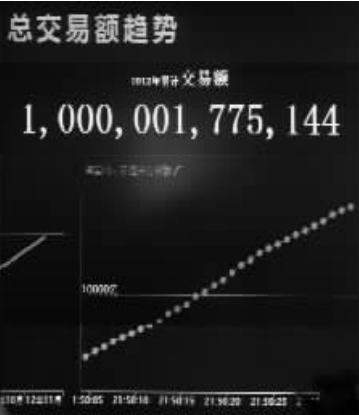


2012年,运营商的投入和监管方式的创新让“宽带中国”的梦想离我们更近。来自中国互联网络信息中心的数据显示,截至2012年6月底,我国手机网民达到3.88亿,台式电脑网民为3.80亿,手机首次超越台式电脑成为第一大上网终端。手机上网的迅速普及和3G建设的不断推进密切相关,2012年1月至10月份,全国移动电话用户累计净增10916.3万户,其中3G用户净增8399.1万户。与此同时,4G网络也在国内加速布局,杭州成为国内首个向公众开放4G网络的城市。

在提升宽带接入能力和宽带使用体验方面,截至2012年10月底,我国年新增光纤到户覆盖家庭超过3900万户,提前超额完成了全年3500万户的目标任务。

2012年11月7日,乘客在江苏南通通过“掌上公交”平台查询公交车实时信息。朱吉鹏摄(新华社发)

3 一天销售191亿 电商促销“狂欢”



大淘宝在“双十一”大促销中创下的单日交易额191亿元的纪录,是我国电子商务行业在2012年迅速发展的最好写照。对于国内传统百货“单店之王”北京新光天地来说,191亿元是它2011年全年交易额的2.9倍。

电子商务白热化的竞争是2012年互联网行业中最吸引眼球的话题,2012年,我国网络交易首超万亿元,以2011年社会消费品零售总额计算,占比超过5%。而传统流通业的大力投入则从根本上开始改变消费格局。沃尔玛控股一号店、苏宁收购网购平台红孩子并大打线上牌,传统流通业通过建设网络购物平台不但拓展了销售渠道和区域,积攒了宝贵的互联网经验,其在经销商关系、售后服务等方面的优势也不断体现出来。

2012年12月3日,阿里巴巴集团公布淘宝、天猫全年交易额突破1万亿元。 新华社记者 黄宗治摄

4 软硬件“两手抓” 移动互联受宠



2012年11月24日,一位求职者在招聘会现场拍摄二维码获取招聘信息。 新华社记者 王 鹏摄

2012年,手机终端生产商的名单上先后出现了包括阿里巴巴、百度、腾讯、奇虎360、盛大等互联网巨头的名字,互联网手机的层出不穷,彰显出它们进军移动互联网的决心。

在软件方面,从移动支付到手机游戏,从浏览器到社交网络再到即时通讯软件,一系列杀手级移动客户端应运而生,当腾讯微信用户达到2.7亿,当杭州出租车司机开始使用手机支付宝收取打车费,当人们已经习惯了拍摄二维码获得线下商家的优惠……来自市场研究机构易观智库的数据显示,2012年我国移动互联网市场规模已突破1500亿元,成为连接线上和线下的天然桥梁。

5 社交网络红火 “官面孔”大变样



以微博为代表的社交网络一路走高,微博已成为我国网民最普及的互联网应用之一。

截至2012年6月底,我国微博用户达到2.74亿,使用率首度突破50%,达50.9%,在不到3年的时间里,微博已一跃成为我国网民最普及的互联网应用之一。

以微博为代表的社交网络一路走高,基于其及时性和互动性上的优势,一方面为企业和互联网服务商提供了新的推广方式和盈利模式,新浪财报显示,2012年第二季度,新浪微博广告营收超过1000万美元,占该公司总体广告收入的10%;另一方面,也让政府机构和相关部门寻找到了一个“微言大义,服务于民”的新平台。截至目前,我国政务微博已超过8万个,它们在信息发布和服务模式上不断探索,体现出“以人为本”的执政理念。

6 在线视频“抱团” 商业模式创新



2012年3月,优酷和土豆宣布合并,这是我国互联网历史上第一次在同一领域行业前三的上市公司之间进行的并购。受此影响,各大视频网站选择战略合作,爱奇艺、搜狐视频、腾讯视频共同组建了“视频内容合作组织”。合作使正版长视频网络版权价格迅速回归理性,视频网站还通过投资和资源置换等方式杀入生产环节。

2012年,乐视网、百事通等纷纷推出了互联网电视机顶盒,表明在线视频网站对盈利的渴望,特别是付费观看这一在电脑端未能推广的模式,有望被电视端观众所接受。

本版撰稿 陈 静 本版编辑 马洪超 牛 瑾

7 资本回归理性 自我保护加强



在与国外恶意做空机构的交手中,我国互联网企业开始“全力回击”。 夏 一作

对于新兴的互联网企业们来说,资本始终是最重要的推手之一。2012年,在全球经济形势整体低迷的大背景下,资本迅速成熟起来,从“漫天撒钱”转向“重点突破”,团购行业集体遭遇资本寒冬,国内团购网站整体数量目前已降至2908家,比2011年8月减少2150家。但整个行业也因此从恶性竞争的“泥潭”中挣脱出来,满座网、窝窝商城先后宣布赢利。

这一年,中国互联网企业逐渐学会了在海外资本市场上保护自己,阿里巴巴、盛大网络等纷纷宣布私有化,在与美国恶意做空机构如香橼、浑水等的交手中,我国互联网企业从“忍气吞声”到“全力回击”,在对分众传媒和奇虎360的恶意做空连续失败后,香橼和浑水宣布不再瞄准中国概念股。

8 “试水”金融创新 解决融资难题



阿里巴巴董事局主席马云在第九届全球网商大会上演讲(2012年9月9日摄)。新华社记者 黄宗治摄

2011年阿里巴巴小额贷款公司“一枝独秀”,截至2012年6月底,累计投放贷款280亿元,为超过13万家小微企业、个人创业者提供融资服务。到了2012年,更多新面孔出现在“互联网金融”业务中,这其中既有第三方支付企业支付宝推出的网商贷款,也有网络购物平台苏宁、京东和制造业巨头宝钢试水的供应链融资,传统银行建设银行甚至专门推出了自己的电子商务网站,卖点就是“卖家可凭交易记录获得贷款”。

各类创新让中小企业和个人创业者有机会将自身信用记录和订单等“无形资产”转化为“真金白银”,也让贷款方可使用技术手段通过对数据的收集、整合和分析提高贷款效率,控制贷款风险,解决中小企业融资难题。

9 开辟海外战场 展现竞争实力



在移动互联网领域,借助移动应用商店的模式,UC浏览器等产品长期高居各国下载排行榜前列。

2012年是我国互联网企业将服务延伸至海外,开辟新战场的一年。在电商领域,腾讯财付通与美国运通合作,京东商城推出英文官方网站,未来将在海外建仓,凡客诚品则与合作伙伴一起推出凡客越南站。在在线视频领域,乐视网宣布进军海外网络电视市场。在移动互联网领域,借助移动应用商店的模式,海豚浏览器、UC浏览器、触宝输入法等产品长期高居各国下载排行榜前列。

对于互联网企业来说,开拓国际市场是寻求差异化竞争和更广阔利益空间的重要选择。在进军海外的过程中,互联网企业积攒起大量经验,对国外网民的消费需求和网络使用习惯有了越来越清晰的把握,也开始熟练应用本地化的推广渠道。

10 大数据新机遇 互联网觅利器



在1分钟里,2万条微博在新浪发送,6万件商品在淘宝卖出,人人网获得了30万次访问,百度产生了90万次搜索。互联网应用的发展使信息空前“爆炸”,大数据技术则使从海量数据中快速提取有价值信息成为可能。2012年,大型互联网企业开始对大数据的存储、处理和应用进行战略布局。百度、腾讯、阿里巴巴、中国移动纷纷构建各自的数据中心,这项技术带来的应用,也开始在网上购物、快递派送和智能医疗等领域“试水”。

据国内有关机构估算,未来中国大数据潜在市场规模有望近2万亿元。大数据技术由互联网发端,是数字化发展的必然,它与云计算技术的融合,将为企业未来的商业决策和业务模式的变革带来深远的影响。

大数据技术使从海量数据中快速提取有价值信息成为可能,为行业发展带来深远影响。