

中国互联网行业发展态势 暨景气指数报告 (2016年)

中国信息通信研究院
2016年6月

版权声明

本白皮书版权属于中国信息通信研究院(工业和信息化部电信研究院)，并受法律保护。转载、摘编或利用其它方式使用本白皮书文字或者观点的，应注明“来源：中国信息通信研究院（工业和信息化部电信研究院）”。违反上述声明者，本院将追究其相关法律责任。

前 言

2015 年是中国互联网发展极不平凡的一年。这一年，行业结构优化调整。从收入结构看，电子商务、搜索引擎、社交网络等业务的移动端收入占据主导地位。从竞争结构看，各垂直领域的合并重组事件频发，数量之多、影响之大前所未有。这一年，创新创业活力迸发释放。众创、众包、众扶、众筹等平台如雨后春笋般应运而生，创新创业文化不断生根发芽，市场活力和社会创造力持续释放。这一年，跨界融合发展深入推进。从消费到生产，从下游到上游，从媒体、商贸、金融等服务业延伸到关乎国计民生的工业和农业，互联网正深刻改变着传统的生产方式、消费方式和管理模式。

结合行业发展的新形势和新要求，中国信息通信研究院自 2014 年起研究编制互联网行业发展景气指数，不断强化在行业分析、政策制定中的引领和支撑作用。根据 2016 年第一季度的互联网行业发展景气指数，一致指数和先行指数都处于上行区间，表明互联网行业仍将保持快速发展态势。

正如习总书记指出，“我国经济发展进入新常态，新常态要有新动力，互联网在这方面可以大有作为”。随着“互联网+”等重大国策不断细化落实，结合消费升级带来的重要机遇，以及信息网络、技术创新、融合应用的持续发展，我国互联网行业将在打造新动能、壮大新经济、引领新常态上发挥更加重要的作用。

目 录

一、互联网行业发展特点.....	1
（一）行业持续高速增长	1
（二）市场格局优化调整	5
（三）投融资活动渐趋理性	9
（四）创业创新空前活跃	14
（五）“互联网+”深入推进	19
二、互联网行业景气指数分析.....	25
（一）景气指数指标体系	25
（二）景气指数总体走势	28
（三）景气指数走势分析	30
三、互联网行业发展展望.....	34
（一）政策深入推进营造新环境	34
（二）消费结构升级激发新需求	36
（三）网络演进升级构筑新基础	38
（四）技术创新发展形成新动力	39
（五）应用跨界融合拓展新空间	41

一、互联网行业发展特点

2015 年是“十二五”的收官之年。“十二五”期间，我国互联网行业实现了持续、快速、健康、稳定发展，在经济社会发展中的基础性、先导性、带动性作用也日益凸显。具体来看，我们从行业规模、市场竞争、资本动向、创业创新、跨界融合这五个方面，详细阐述 2015 年我国互联网行业的发展特点。

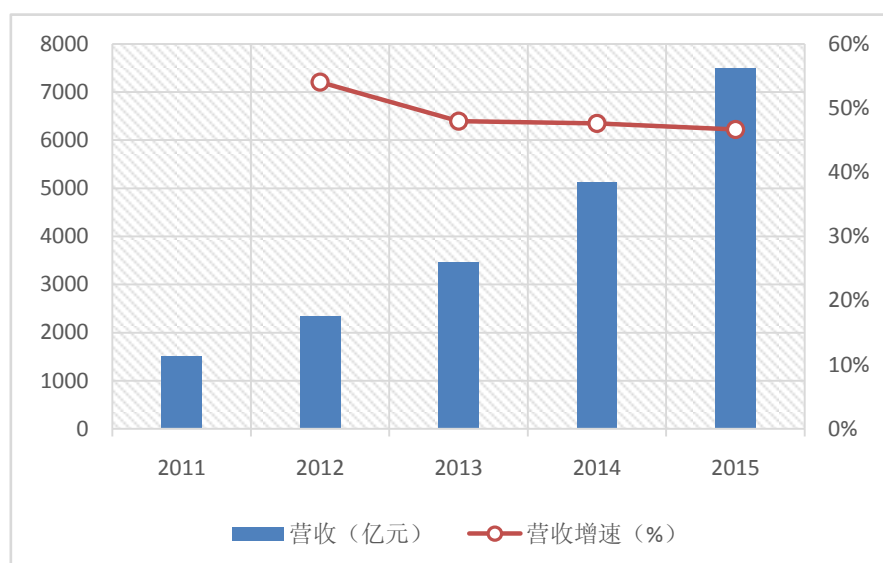
（一）行业持续高速增长

2015 年，我国互联网行业营收规模继续保持 40%以上的高速增长，在基础电信业增速明显放缓的情况下，互联网行业已成为拉动信息通信业实现平稳较快增长的重要引擎。同时，随着互联网与经济社会各领域跨界融合发展的持续深入，线上线下互动、实体虚拟结合的融合型企业迸发出巨大的发展潜力，企业营收、市值在短期内爆发式增长，成为当前引领行业发展的生力军。

1、行业营收再创新高，移动化转型成效显著

行业营收高速增长，营收结构呈现“双集中”。2015 年，我国上市互联网企业总营收达 7500 亿元¹，同比增长 46.6%，继续保持高速增长态势，而且增长速度远远高于同期的 GDP 和基础电信业。互联网经济作为当今最活跃、最具有创新性的经济形态，已成为新常态下拉动我国经济增长和带动经济全面转型的重要引擎。

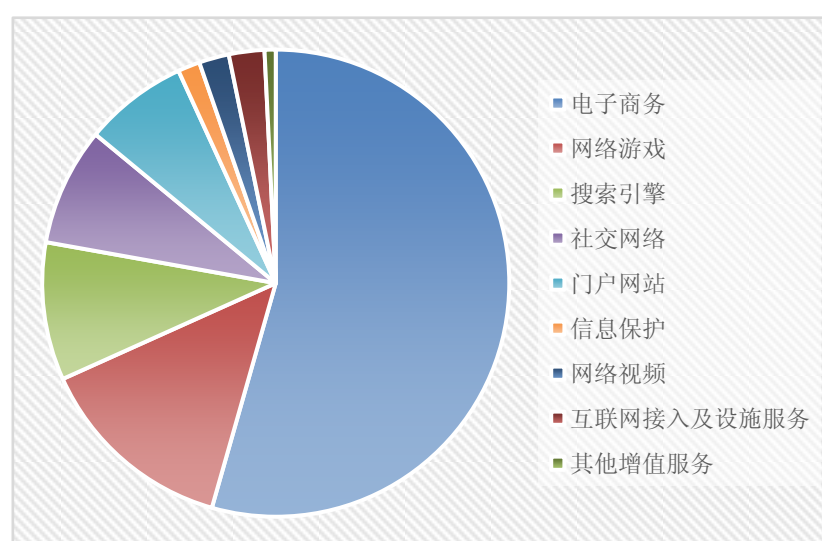
¹ 数据来源：中国信息通信研究院



数据来源：上市互联网企业财报

图1 “十二五”期间上市互联网企业营业收入增长情况

从营收结构看，我国互联网行业呈现出两个集中的特点。一是**市场集中**，2015年营收排名前十的上市互联网企业收入合计5650亿元，占总营收比重达75.4%。二是**业务集中**，电子商务企业数量占比20%，但其业务收入合计为3786亿元，占比高达54.4%，远高于网络游戏、搜索引擎、社交网络、门户网站等业务的比重。



数据来源：上市互联网企业财报

图2 互联网各类业务占比

移动化转型步伐加快，移动端收入逐渐占据主导。随着移动宽带网络的不断完善和移动智能终端的迅速普及，移动互联网快速兴起。其便捷化、个性化、碎片化的特点满足了用户需求，成为互联网业务转型发展的重要方向。电子商务、搜索引擎、社交网络等传统业务均加快移动化转型步伐，并取得了显著成效。**从电子商务看**，阿里巴巴 2015 年的网络零售交易总额高达 2.95 万亿元，其中移动端交易额占比达 60%。国内最大的垂直电商唯品会持续推进移动战略，不断优化用户在移动端的购物体验，目前移动端销售占比已提升至 82%。**从搜索引擎看**，百度大力发展移动搜索、移动地图等移动互联网业务，目前移动搜索月度活跃用户数达 6.57 亿，移动地图月度活跃用户数达 3.02 亿，推动移动端营收占比提升至 53%。**从社交网络看**，腾讯微信已快速发展为全球第二大移动即时通信应用，其月活跃用户数已接近 7 亿，微信的公众账号广告、朋友圈广告推动腾讯广告总收入的持续增长，移动平台广告收入占比已提升至 65%。

2、市值总体震荡上行，融合企业更具发展潜力

多空因素相互交织，引发市值大幅震荡。截至 2015 年底，我国上市互联网企业总体市值规模达 4.86 万亿元²，同比增长 20.4%。虽然 2015 年企业市值整体实现较快增长，但是年内经历了过山车式的大幅震荡，是近年来少有的现象。2015 年 1-5 月份，上市互联网企业总市值快速攀升，年内一度达到 5.1 万亿元的峰值，6-9 月份企业总市值大幅下挫，累计下降了 23.4%，10 月份以后则有所反弹，市值

² 数据来源：中国信息通信研究院

逐渐回升。2015 年上市互联网企业总市值剧烈波动，一方面是因为“互联网+”、“大众创业、万众创新”等国家政策相继推出，利好互联网行业发展，激发市场信心，推高了相关企业股价；另一方面则是由于受到宏观经济下行压力加大、资本市场主动去除杠杆等因素的影响，加之部分企业加快转型投资、短期利润快速缩减，导致企业股价遭受重挫。

线上线下互动、实体虚拟结合的融合型企业成为当前引领行业发展的生力军。随着我国“互联网+”深入推进，诸多互联网企业不断由线上向线下渗透，从网络经济向实体经济扩展，大力发展融合业务。同时，以互联网金融、本地生活服务、分享经济为代表的新业态、新经济不断发展壮大，各领域领先企业的市值和估值快速增长。一方面，拓展融合业务的上市企业市值快速攀升。2015 年，乐视网和东方财富两家企业大力拓展融合业务，企业市值在年内均实现翻倍，全年稳居上市互联网企业前十名，且排名较 2014 年均有较大提升。乐视网以互联网生态为基础，衍生出内容、大屏、手机、汽车、体育、金融等融合子生态，业务覆盖广泛。东方财富 2015 年收购了同信证券，其经营范围从财经资讯提供商、基金代销服务，逐步拓展至证券经纪、融资融券业务，着力打造互联网财经金融一站式服务平台。另一方面，融合类初创企业受风险投资追捧。蚂蚁金服相继推出支付宝、余额宝、网商银行、芝麻信用等明星业务，形成以大数据和征信体系为核心的互联网金融生态，目前已完成 45 亿美元的 B 轮融资，估值达到 600 亿美元。饿了么快速成长为行业领先的送餐平台，目前已形成交易、

配送、供应链三大核心业务平台，涉及原材料供应、外卖配送等多项业务，最新估值已达 45 亿美元。

表 1 2011-2015 年互联网市值 TOP10 变化情况

排名	2015	2014	2013	2012	2011
1	阿里巴巴	阿里巴巴	腾讯	腾讯	百度
2	腾讯	腾讯	百度	百度	腾讯
3	百度	百度	奇虎 360	网易	网易
4	京东商城	京东商城	网易	奇虎 360	阿里巴巴
5	网易	网易	搜房网	新浪	新浪
6	乐视网	唯品会	携程	优酷土豆	携程
7	东方财富	奇虎 360	新浪	携程	搜狐
8	携程	携程	乐视网	搜房网	奇虎 360
9	奇虎 360	东方财富	优酷土豆	搜狐	优酷土豆
10	58 同城	乐视网	唯品会	人民网	人人网

（二）市场格局优化调整

当前，互联网领域发展前景广阔、潜力巨大，大量的人才、资金涌入互联网行业，引发了激烈的市场竞争。互联网营销方式从免费升级到补贴，而且在风险资本的支持下，烧钱补贴大战的恶性竞争现象频频上演。同时，行业市场格局亦在深度调整，受行业发展规律、外部竞争压力和风险资本驱动等多重因素影响，同质化的互联网巨头从“相杀”走向“相爱”，2015 年行业巨头合并数量创历史之最。

1、营销方式升级转变，“补贴大战”屡屡上演

过去，免费提供产品和服务是互联网行业营销推广的主要方式。而今，随着“互联网+”蓬勃兴起，为快速形成较大用户规模、加快培育用户行为习惯，补贴作为一种创新的营销模式已逐步获得业界认可并广泛应用。

“补贴大战”一触即发，并迅速蔓延至诸多领域。原嘀嘀打车、快的打车在 2014 年初率先挑起了烧钱补贴大战，通过出租车司机接单奖励、打车用户直接返现等补贴方式，快速普及了打车软件的应用，累计补贴超过 24 亿元。在滴滴、快的合并之后，出行领域的补贴重心转移到了互联网专车业务，而且随着 Uber、神州专车、易到用车加入战局，引发起更大规模的补贴大战，仅 Uber 一家企业 2015 年的补贴金额就高达 10 亿美元。与此同时，“补贴大战”迅速蔓延到餐饮、美业、家政、教育等诸多 O2O 领域。美团网在 2015 年初融资 7 亿美元用于拓展团购、外卖等 O2O 业务；河狸家从 5 月 25 日起投入 1 亿元补贴用户，提供超低价的上门美容服务；口碑网更是在“双十二”当天就投入 10 亿元的巨额补贴。

企业竞争挑起“补贴大战”主要基于以下两方面考虑。一是**着力培育用户习惯**。改变用户传统习惯，将消费行为、支付习惯从线下转移至线上，需要采取价格优惠甚至补贴的方式来鼓励、推动用户使用。同时，企业通过接单补贴也能够激励平台上的供给者提供更多更好的服务。从需求端、供给侧双重补贴作用下，能够促进新平台、新业务的广泛应用，也推动了用户习惯的加速形成。用户使用网络约租车、网络订餐等行为习惯就是依靠补贴培育起来的。二是**快速扩大企业规模**。在新模式、新业态发展初期，大量创业者和风险投资争先涌入，面对激烈的市场竞争，快速抢占用户、扩大发展规模是企业生死存亡的关键。依靠烧钱补贴的方式，能够加快业务扩张速度，使企业快速建立规模优势，持续获得风险投资支持，增加企业存活甚至发展壮大

的可能性。最初国内市场有嘀嘀打车、摇摇招车、快的打车、打车小秘等 40 多款打车软件，经过“补贴大战”的激烈竞争，目前只剩滴滴出行、Uber 等少数几家企业。

“补贴大战”的恶性竞争持续蔓延将对互联网行业的健康发展造成重要影响。一方面，导致资源的无效配置。交通、餐饮等诸多领域的巨额补贴催生了地下刷单黑产业链，平台的部分商家和用户合作刷单、共同谋取暴利。比如滴滴出行、Uber 在专车领域的补贴金额超过 10 亿美元，吸引了大量职业刷单者进入，部分刷单人员不出车便可月领 3-5 万补贴。同时，巨额补贴还汇聚了大量的服务供给者，一旦补贴力度减少或者取消，会对这些服务供给者的收入造成很大影响，容易引发社会性事件，近期的滴滴、优步司机罢工事件就归因于此。另一方面，不利于企业构建长期核心竞争力。“补贴大战”持续蔓延，会导致企业陷入以补贴为核心的同质化竞争，一旦企业后续融资受阻，就会面临破产倒闭的困境。而且当烧钱补贴成为做大规模、建立壁垒的捷径时，企业往往容易忽略技术和产品创新，难以深入发掘用户需求并提供更优质的产品和服务，不利于企业的可持续健康发展。

2、“巨头合并”动作频频，马太效应日趋凸显

随着互联网在经济社会各领域的融合渗透不断深入，不仅催生出一大批创新企业，而且加剧了各垂直细分领域的市场竞争。2015 年我国互联网行业出现了多个影响重大的合并事件，体量之大、数量之多、规模之巨，为业界近些年所少有。交通出行领域，嘀嘀打车、

快的打车于 2015 年 2 月 14 日，宣布两家以 100%换股的方式正式战略合并，缓解双方前期大规模持续烧钱补贴的恶性竞争压力，共同应对日益严峻的监管政策、外部竞争。滴滴、快的合并后一举成为国内最大的移动出行服务企业，目前企业估值高达 165 亿美元。**分类信息领域**，58 同城与赶集网达成战略合并协议，降低双方市场投入成本，提升企业盈利水平，同时发挥协同效应，深化在 O2O 方向上的战略布局，58 同城专注于房产、到家服务，赶集网则侧重于招聘、二手车业务。而且赶集网还通过与 58 同城合并实现上市梦想，背后的 6 家投资机构获得投资退出机会。**电商团购领域**，美团网、大众点评网宣布达成战略合作，共同成立一家新公司，保留各自的品牌和业务独立运营，同时将加强优势互补和战略协同，加快产品创新、服务深化和行业拓展，促进 O2O 生态圈建设。美团、大众点评合并后，不仅在团购领域占据 80%以上市场份额，而且在餐饮、娱乐等生活服务 O2O 领域也快速成长为新巨头。此外，携程收购艺龙、携程与去哪儿合并、百合网收购世纪佳缘等合并事件对各自垂直细分领域的市场格局均产生重要影响。

互联网领军企业从“群雄逐鹿”走向“联姻合并”，在各个垂直细分领域均形成寡头垄断的市场格局，主要有以下三方面原因。一是**遵循行业自身发展规律**。互联网业务具有很强的网络效应，拥有先行优势的企业很容易取得竞争优势并且占据较大市场份额，并对后进入者形成较高的市场壁垒，如国内外的搜索引擎、社交网络、电子商务等领域均呈现出一家企业独大的市场格局。垂直细分领域的巨头合

并，不仅能够巩固自己的市场份额，而且能够进一步提升市场壁垒，增强竞争优势，利于企业长远发展。二是迫于外部市场竞争环境。我国互联网垂直细分领域的同质化竞争日益激烈，领先企业为抢占市场份额，持续投入高额营销费用，甚至采用大规模烧钱补贴的方式来争取用户，企业面临严峻的市场竞争压力。特别是 2015 年下半年以来，资本寒冬突然来袭，对依赖烧钱补贴的企业造成了严重影响，推动企业抱团取暖、渡过难关。企业合并重组既可减少市场营销推广成本，又能加强优势互补和战略协同，形成发展合力，促进企业壮大发展。三是资本力量背后推动。风险资本是促进创新创业、驱动行业持续发展的重要力量。企业合并能够推动新巨头达到行业的寡头垄断地位，实现更大规模盈利，有利于推高企业估值或市值。随着企业估值的提升，为风险资本退出获利提供了良好的机会，因此，风险资本在巨头合并中也发挥了非常重要的作用。

（三）投融资活动渐趋理性

投融资活动是促进互联网行业持续健康发展的重要力量，资本动向能够有效反映出行业发展的最新态势。2015 年我国互联网资本市场主要有两大热点，一是中概股互联网企业掀起私有化热潮，多家企业计划从美股退市回归国内资本市场。二是资本寒冬突然来袭，引发行业深度调整，促进企业理性发展。

1、中概股纷纷启动私有化，回归 A 股成为重要选择

2015 年 3 月 24 日，暴风科技登陆深交所，成为首家拆除 VIE 结构在国内成功上市的互联网企业，其连续 29 个一字板涨停创下 A 股

连续涨停记录，股价一度超过 300 元，较首日开盘价暴涨 30 多倍。

巨人网络于 2015 年 11 月 11 日借壳世纪游轮登陆 A 股市场，市值一度突破千亿元，当前市值为 600 亿元，仍是其在美股上市时最高市值的两倍。两家企业在国内资本市场取得成功，激发起国内互联网企业回归 A 股的热潮。

中概股私有化热情空前高涨。一是私有化案例数量创历史新高。2015 年至今，已有 22 家中概股互联网企业开启了私有化进程，远超往年中概股私有化数量，包括奇虎 360、优酷土豆等垂直领域的领军企业也开启私有化。而且，尽管目前国内资本市场表现低迷，2016 年仍有聚美优品、智联招聘等 4 家企业宣布私有化。**二是刷新私有化时间最快记录。**在 22 起私有化案例中，有 5 家企业的上市时间不足两年，分别是乐逗游戏、陌陌、久邦数码、聚美优品和智联招聘。其中，陌陌仅在美股上市半年便宣布私有化，刷新了中概股最快私有化的记录。**三是产生最大私有化交易规模。**奇虎 360 于 2015 年 6 月 17 日宣布私有化，并于 12 月 18 日投资者联盟达成 93 亿美元私有化协议，创下中概股私有化交易规模之最。2016 年 3 月 30 日，奇虎 360 私有化收购方案正式获得通过，开始进入退市阶段，预计于 2016 年底借壳登陆 A 股市场。

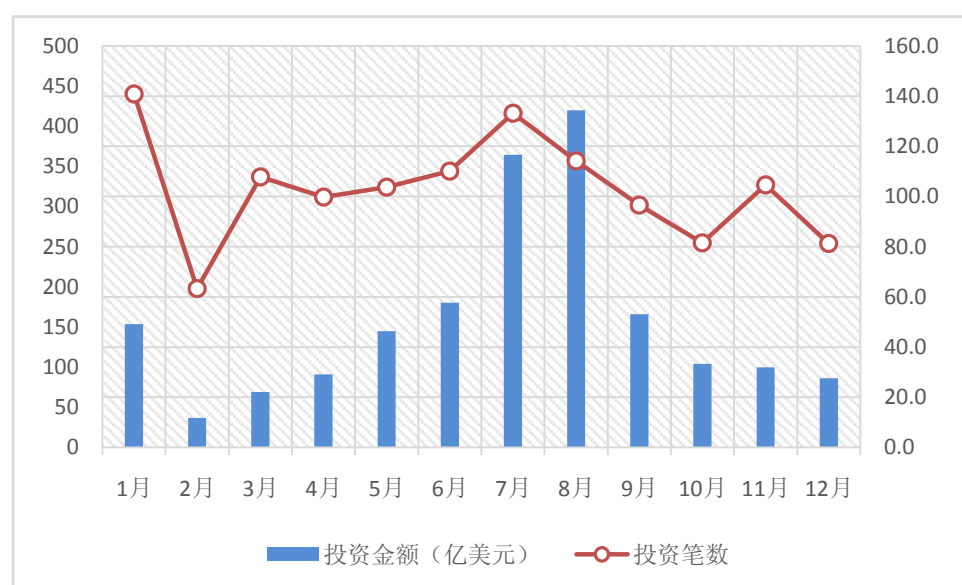
中概股选择回归国内资本市场主要有以下三方面深层次原因。一是互联网企业在国内外资本市场表现“冰火两重天”。一方面，互联网企业在国内尚属稀缺资源，大量资本追逐，推高了 A 股互联网企业的市值。比如 2015 年初在国内上市的昆仑万维，市值为盛大游戏退市前的三倍，但其 2015 年上半年营收仅是后者的 60%。另一方面，中概股在美国股市易遭打压，通常因沟通不畅、信息披露不全等缘由

受到美国证券交易委员会的调查或者国外做空机构的打压，使企业股价处于较低水平。2015 年共有 10 起针对中概股互联网企业的集体诉讼案例，包括阿里巴巴、唯品会等电商企业，以及目前已完成私有化退市的优酷土豆。**二是国内行业监管逐渐收紧。**商务部于 2015 年初公布了《中华人民共和国外国投资法（草案征求意见稿）》，明确界定了外国资本（包含协议控制即 VIE）投资的禁止实施目录和限制实施目录，这是我国政府首次明确将 VIE 模式监管纳入法律法规体系。对于采用 VIE 结构互联网企业，未来将面临更大的监管压力，推动了互联网企业加快拆解 VIE 的进程，进而促进回归国内资本市场。**三是国内资本市场改革稳步推进。**一方面，注册制改革稳步推进，在保证 A 股市场总体平稳运行的基础上，将逐渐开放股票发行节奏和发行价格，意味着企业上市需持续盈利的条件将取消，利好成长性互联网企业在国内上市。另一方面，新三板将推行内部分层并研究制定与创业板的转板衔接机制，在很大程度上将降低互联网企业拆解 VIE 结构后融资慢、上市周期长所带来的风险，为互联网企业顺利回归 A 股提供了新路径。

2、多重因素引发资本寒冬，推动行业理性调整

2015 年 6 月中旬开始，A 股市场先后经历了多轮大幅跳水，并引发全球资本市场震动。受此影响，一度火热的互联网投资急转直下，资本市场很快进入了“冬天”。具体来看，8 月以后互联网投资笔数和投资金额持续走低，而且千余家互联网初创企业因资金链断裂相继阵亡，涉及了金融、美业、出行、房地产、教育、餐饮等诸多领域，

罗列出一长串的初创企业“死亡名单”。



数据来源：中国信息通信研究院

图3 2015年互联网投融资月度情况

A股市场的震荡通过一定的传导机制抑制了投资者在一级市场的投资意愿，并最终导致资本市场趋冷。因此，二级市场的疲软是资本市场“入冬”的导火线，其三个传导机制成为“入冬”的主要原因。

一是退出机制失灵。一级市场投资以IPO为主要退出方式。2015年6月以后，二级市场的震荡对IPO产生较大负面影响。一方面，股市震荡迫使政府关闭IPO通道。A股的持续大跌迫使证监会在7月暂缓了A股的IPO发行。另一方面，股市震荡在一定程度上阻塞了IPO通道。今年多家公司推迟在香港的IPO计划，美国科技公司的IPO交易也达到2008年金融危机以来的最低水平。IPO通道的关闭或阻塞将直接影响互联网投资的退出，投资周期被迫延长，投资风险快速上升，从而导致投资者收益预期的降低，并最终影响其投资意愿。

二是定价机制扭曲。自2014年以来，大量涌入互联网行业的投资大幅推高了企业的市值和估值。截至2015年6月底，我国上市互联网

企业总市值已达到4.7万亿元，同比增长162.7%；初创企业同样估值高企，估值超过10亿美元的“独角兽”企业数量已近50家，为2014年底的2.5倍。2015年6月以后，二级市场的震荡使市值回归理性，但初创企业估值仍维持高位。从部分初创企业上市后估值和市值的倒挂可见一斑，如60亿美元的Square上市后市值缩水56%，GoPro从近150亿美金估值萎缩至28亿美金。

三是投资回归理性。在互联网投资火热时期，投资人为抢占O2O、分享经济、“互联网+”等新兴领域的发展先机，疯狂注资初创企业。资本市场的大幅波动对互联网新兴领域产生较大影响，亦对投资人带来很大触动，使其投资决策更为理性。一方面，初创企业“死亡名单”使投资者体会到互联网行业潜在的巨大风险。热点领域大量企业的倒闭，使一些前期的盲目投资损失严重，投资人继续冒险的冲动降低。另一方面，投资者也意识到以补贴为核心的同质化竞争无法帮助企业真正取得市场地位。企业一旦停止补贴或是竞争对手增加补贴力度，用户就会选择更实惠的平台服务。最初的一些前期的盲目投资损失严重，投资人继续冒险的冲动降低。

尽管本轮资本寒冬的来袭对部分互联网企业产生了一定程度影响，但同时也推动整个行业的理性调整。从历史视角来看，远至2000年互联网泡沫破灭，近至2008年金融危机，每次资本寒潮来袭，都是行业自身调整的最佳时机，加速企业优胜劣汰，加快行业整合重构，对促进行业持续健康发展具有重要意义。**一是大浪淘沙，留存优质企业。**多数互联网业务都会经历一个成熟度发展周期。在创新萌芽期，

大量创业者和风险投资纷纷进入，推动新业务蓬勃兴起；在膨胀发展期，企业同质化竞争严重，行业亟待整合重构；到行业整合阶段，真正有市场竞争力的企业脱颖而出，最终形成 3-4 家企业瓜分市场的局面。2010 年兴起的团购业务，由于门槛较低、复制性强，一度形成“千团大战”的繁荣假象。随着风险投资逐步退出，行业洗牌接踵而至，到 2014 年底国内团购网站只剩不到 100 家。由此可见，本轮资本寒潮将加速细分行业的洗牌整合，淘汰劣质企业，保留优质企业。

二是反躬自省，加强内部调整。当经济持续低迷、资本市场遇冷时，企业经营环境和利润空间受到挤压，会迫使企业重新审视因前期快速发展而忽略的内部问题，有助于企业调整人员和业务结构，优化资源配置，促进企业持续健康发展。例如，在 2008 年金融危机时，谷歌遭遇盈利模式单一、新业务成长缓慢、管理方式僵化等问题，被迫着力企业内部调整，采取减少福利、裁撤员工等措施以压缩企业运行成本，并引入先进管理理念，采取相对独立的运营方式发展 YouTube 等新业务，取得了良好成效。本轮资本寒潮利于企业重新梳理自身业务体系，为企业持续健康发展打好基础。

（四）创业创新空前活跃

近年来，新一轮科技革命和产业变革孕育兴起，特别是在互联网迅速普及应用带动以及政府大力推进大众创业万众创新的作用下，我国正形成新一轮创业创新浪潮，创业企业爆炸式增长，创业群体迅速扩大，创业创新在全社会蔚然成风。据统计，2015 年全国新登记市场主体 1479.8 万个，其中，企业 443.9 万户，比 2014 年增长 21.6%，

平均每天新登记企业 1.2 万户³。

1、双创支撑平台快速兴起，释放创业创新潜能

李克强总理在 2015 年《政府工作报告》中将“大众创业、万众创新”提升到国家经济发展新引擎的战略高度。在国务院和有关部门一系列支持创业创新政策的推动下，我国创业创新文化不断生根发芽，市场活力和社会创造力持续释放，一批众创、众包、众扶、众筹平台快速兴起，推动大众创业、万众创新蓬勃发展。

聚众智促创新，众创平台不断壮大。目前，北京、上海、深圳、杭州等地区已经涌现出创业咖啡、创客空间、创新工场等一大批各具特色、线上线下融合的众创平台，通过市场化机制、专业化服务和资本化途径，构建出低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务，促进创意和创新成果的快速转化。腾讯着力打造“线上+线下”立体化的孵化加速基地，线上开放平台为 1100 万策划、研发、运营等创业人员提供服务，线下众创空间已在全国建成 25 个，总面积超过 50 万平方米。海尔“海创汇”内部创业平台已诞生超过 470 个创业项目，孵化和孕育着 2000 多家创客小微公司。

合众力增就业，众包平台加速渗透。众包模式能够最大限度地利用大众力量，以更高的效率、更低的成本满足生产及生活服务需求，目前已在研发设计、文化创意、知识内容、生活服务等诸多领域深入应用，推动一批众包平台快速崛起。猪八戒网已发展为国内领先的服务众包平台，注册创业者超过 1300 万，为全球 25 个国家和地区提供

³ 数据来源：国家工商总局

了 380 万次定制化创意服务。达达通过众包物流平台向全社会征集兼职配送人员，利用社会化运力为商家解决物流配送的“最后一公里”难题，目前达达平台上已经聚集了 130 万实名认证的达达配送员，服务超过 30 万家商户，日订单量超过 150 万单。

汇众能助创业，众扶平台蓄势待发。来自政府、产业、公众等各层面的众扶活动不断涌现，氛围浓厚、深入人心的众扶文化正在形成。上海、北京等地方政府积极开展公共数据开放实践，鼓励公众利用公共信息资源开发创新应用，其中，上海市政府数据服务网近 3 年的网站下载量已超过 55 万。广州、深圳、武汉等地试行的科技创新券政策，为小微企业提供了免费使用科研场地和设施平台的机会。联想等行业领军企业为有创业意向的科技人员进行全方位、系统性、实战型的创业能力免费培训，培训超过万人，产生扶持创业的积极效应。

集众资促发展，众筹平台异军突起。我国众筹行业呈爆发式增长，主要有实物众筹、股权众筹和网络借贷三种模式。在电子商务龙头企业引领下，实物众筹规模迅速扩大，覆盖消费电子、艺术出版、影视娱乐等多个创意领域。2015 年，我国实物众筹项目数超过 1.8 万个，累计筹款金额达 27 亿元，同比增长 900%⁴。一批极具发展前景的创新创业企业脱颖而出，如小牛机车、三个爸爸净化器等融资超过千万。股权众筹影响较大，大多数股权融资平台开展的是私募股权融资，正逐步向真正意义上大众化、开放式股权众筹业务模式演进。2015 年，股权众筹规模在 50 亿元左右，是去年 5 倍。网络借贷连续翻倍式增

⁴ 数据来源：零壹财经

长，2015 年，我国网络借贷累计成交额从 2011 年的 31 亿元增长到 2015 年 9823 亿元，增长了 315 倍⁵，贷款规模位居全球第一，其综合影响力、用户接受程度快速提高，成为我国金融小额借贷业务体系中重要的补充。

2、技术创新加快突破，模式创新成果丰硕

2015 年是我国互联网创业创新活力迸发释放的一年，在“互联网+”、“大众创业、万众创新”一系列政策推动下，人工智能、商业无人机等新技术新产品快速发展，分享经济、线上线下互动等新模式新业态蓬勃兴起，推动我国互联网行业从跟随模仿向创新驱动加速迈进。

一方面，技术驱动型企业实现从跟随向引领的跨越式发展。我国企业逐步加大在技术创新上的投入力度，部分技术已达到世界领先水平，构筑起市场竞争的创新壁垒。百度在人工智能领域持续高额投入，目前已建成全球最大规模的深度学习网络“百度大脑”，其人脸识别准确率、中文语音识别准确率分别达到 99.77%和 97%，两项指标均位居世界前列。近期，全球权威科技杂志《MIT 科技评论》发布了 2016 年的十大突破性技术，语音接口技术位居第三。其中，百度硅谷人工智能实验室研究的新一代深度语音识别系统 Deep Speech 2 被列为全球语音接口技术的典范，同时它也是唯一入选的来自中国企业的科技创新成果。

在智能硬件领域，我国也成长起一些具备国际竞争力的领军企

⁵ 数据来源：网贷之家

业。大疆创新公司通过飞行控制系统、云台系统、多旋翼飞行器、小型多旋翼一体机等一系列技术和产品创新，将无人机这种原本是极客等少数玩家才能驾驭的产品，逐步拓展到大众生活中，快速打开了消费级无人机市场。近年来，大疆创新的年销售额以 3—5 倍的速度高速增长，其消费级无人机产品占据全球约 70% 的市场份额，其中八成客户来自欧美高端市场。2015 年，美国权威商业杂志《快公司》将大疆创新评为全球消费类电子产品创新型公司第三名，仅次于谷歌和特斯拉，也是前 20 名中唯一入选的中国企业。

另一方面，不少初创企业通过商业模式创新也实现了快速发展，带动分享经济等新模式新业态蓬勃兴起。分享经济通过彼此分享闲置资源的短暂使用权，实现资源的最大化利用，已成为激活闲置资源、优化要素配置的新模式。分享经济模式在交通、住宿、金融、家政、医疗等领域的创新应用，催生出一大批初具规模、各具特色、有一定竞争力的代表性企业。在交通出行分享领域涌现出滴滴出行、易到用车、PP 租车、友友租车等企业，其中，滴滴出行已发展为涵盖出租车、专车、拼车、代驾等多项业务的国内最大的移动出行平台，覆盖全国 360 个城市，注册用户达到 2.5 亿，每天为 1000 万人提供出行服务。在房屋住宿分享领域成长出蚂蚁短租、小猪短租、途家网等企业，其中，途家网结合国内信用体系不健全的实际，采用 B2C、C2C 两种方式为用户提供丰富优质的住宿服务，目前估值已达 10 亿美元。

我国互联网领域商业模式创新持续活跃，主要有四方面原因。一是扶持政策有力。党中央、国务院高度重视互联网行业发展，去年以

来密集出台了“互联网+”行动、“大众创业、万众创新”、网络提速降费、大数据行动纲要、推进线上线下互动加快商贸流通创新发展等一系列与互联网相关的重大国策，有力促进了互联网领域的创新创业。**二是网络基础坚实。**我国已建成全球规模最大的信息通信网络，2015 年底我国光纤到户端口超过 2.7 亿个，4G 网络覆盖全国所有城市和主要乡镇，基站总数突破 180 万个⁶，骨干网间互联架构持续优化，大型互联网数据中心、云计算服务支撑能力显著提升，为互联网创新创业提供了坚实的网络基础。**三是网络效应明显。**网络的价值与联网用户数的平方呈正比，当前中国网民规模达 6.88 亿⁷，是美国的 2.5 倍，网络效应尤为显著。因此，一种新的模式或平台只要获得足够多的用户，就可以为企业带来高额收益，近年来 O2O、分享经济领域基于模式创新的大量初创企业都实现了迅猛发展。**四是资本市场助推。**近年来，大量资本争先涌入互联网领域，为创新创业提供了有力支撑。由于商业模式创新通常门槛较低、周期较短、容易复制，结合“互联网+”、分享经济蓬勃兴起的发展趋势，大量创业者纷纷选择商业模式创新，依靠资本支持，实现快速发展。

（五）“互联网+”深入推进

当前，以移动互联网、云计算、大数据、物联网为代表的新一代信息通信技术正加速转化为产业创新力和现实生产力，驱动互联网与经济社会各领域融合的广度和深度不断拓展，从消费到生产，从下游到上游，从外围到核心，从媒体、娱乐、商贸、金融等服务业延伸到

⁶ 数据来源：工业和信息化部

⁷ 数据来源：CNNIC

关乎国计民生的工业和农业，正深刻改变着传统的生产方式、消费方式、商业模式和管理模式。

1、“互联网+”引领新兴消费蓬勃发展

互联网与娱乐、零售、餐饮、交通、金融等领域的深度融合，引发消费理念、消费方式、消费内容的快速变革，以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费蓬勃兴起。

团购型 O2O 通过在线上向用户提供各种优惠，主要采取超低价策略，引导消费者到线下消费。该模式已广泛应用于餐饮美食、休闲娱乐、酒店旅游等领域。据统计，2015 年我国团购市场交易规模超过 1600 亿元，同比增长超过 110%⁸。团购市场规模的高速增长得益于团购企业纷纷加快拓展垂直业务，在垂直领域“精耕细作”。大众点评网通过多年的点评数据汇聚了海量用户，采用以高频业务带动低频业务的方式加快拓展垂直业务，率先开辟了美容、婚庆、家装市场和到店支付的 O2O 服务。美团网孵化垂直业务“猫眼电影”，用户不仅能享受到团购电影票的低价优惠，还实现了线上选座线下取票的功能，获得了广大用户的青睐。2015 年“猫眼电影”在线售票交易额达 156 亿元，同比增长高达 212%。

体验型 O2O 利用信息通信技术，获取和分析消费者行为数据，提供个性化线下购物体验，激发出传统商业转型活力，该模式已广泛应用于百货商场、大型超市等零售领域。以银泰百货为例，其通过综合利用移动支付、移动应用、图像搜索、免费 WIFI、室内导航、电子

⁸ 数据来源：团 800 网

标签等新技术，精准获取多维度消费者购物行为数据，不断改善综合购物体验。银泰百货与阿里巴巴合作开发一款“喵街”的移动应用 APP，帮助消费者实现全渠道购买商品、店铺实时导航、停车自动缴费、餐厅远程排队等功能，全面提升了消费者的逛街体验。银泰百货还推出了“闺蜜圈”，实现了一人参加活动，圈内人人获利，激励更多会员通过“闺蜜圈”分享活动优惠和购物快乐，社会化营销倍增效应显著。

上门型 O2O 通过互联网平台，聚集一批具有某种服务技能的专业人士，为消费者提供个性化的上门服务。这种创新将传统的“人找服务”变成了“服务追人”，节省了用户时间、提升了服务效率，同时突破了传统实体店运营成本高、服务模式单一、同质化严重等问题，为个性化精准服务提供空间。该种模式已经广泛应用于家政、美业、汽车、洗衣、私厨、家装等服务业领域。以“河狸家”为例，目前其日订单量峰值已突破 10 万单，上门型消费服务包含了美甲、美睫、护理、造型、美容等众多类目，平台已聚集超过 8000 名手艺人，精准覆盖了超过 260 万的女性用户。

配送型 O2O 围绕社区服务商搭建网上商城和物流配送体系，为社区居民提供便捷、丰富的在线下单和快速配送服务。该种模式广泛应用于餐饮外卖、便利店、生鲜等服务业领域。在外卖 O2O 领域，美团外卖打造了先进的外卖网上订餐平台和专业的外卖送餐团队，目前能为全国 300 多个城市的上千万用户提供品质快餐、特色美食等优质餐饮配送服务，日订单量已突破 300 万单。在便利店 O2O 领域，京东于

2015 年 3 月份上线“京东到家”，提供 3 公里范围内生鲜、超市商品等上千种商品在 2 小时内快速送达服务，“双 12”当天京东到家订单量突破 25 万单。

2、“互联网+”驱动制造行业转型升级

互联网正深刻改变制造业发展方式，引发制造业研发设计、生产制造、供应链管理、营销推广、售后服务等全环节变革，驱动制造业数字化、网络化、智能化和服务化发展。

新型研发组织方式提升研发效率。受空间、资源等限制，传统企业研发设计环节主要在企业内部完成。随着协同设计、众包等新研发模式应用日益广泛，越来越多的企业通过互联网平台实现企业内外研发资源协同共享，打破地域限制，提高企业研发效率，降低人员往来成本，为传统企业高效、便捷、低成本的技术创新开辟了新渠道。如中核集团一支 20 余人的核心团队，利用互联网平台与 20 多个城市上千名工程技术人员高效协同，顺利完成了“华龙一号”的堆芯设计。再如 2015 年 7 月正式上线的凯翼汽车“众包造车”平台采取互联网众包模式让大众参与汽车设计方案，仅 8 月份一个月，参加众包任务的造车爱好者就多达 3000 人，更涌现出了几百组涉及整车外观、内饰、行车记录仪、智能互联、前后灯设计等方面拥有工程可行性的优秀作品。2016 年 4 月，凯翼汽车首款众包汽车已正式亮相北京车展。

新型制造模式实现智能化生产。以往制造企业生产线和生产体系相对固化，企业间信息共享不足，智能制造、网络化制造、云制造等全新生产模式有利于提高企业快速反应和竞争能力，成为制造业重要

发展方向。一是应用智能制造模式实现生产过程信息深度自感知、智慧优化自决策、精准控制自执行，如海尔沈阳无人工厂全面集成生产管控、物流管理、企业管理、设计平台等系统，实现单线五百多种型号产品的柔性化智能制造，大幅削减物流配送距离。二是利用网络制造平台构建跨地区的动态企业联合体，协同共享全球制造资源，实现组织结构扁平化。如中国商飞依托基于互联网的数字化设计、试验、管理平台，开展 C919 大型客机的全球协同研制生产，实现数百万零部件和机载系统研制流程的高度并行。三是建立共享制造资源的云制造平台，实现线下资源线上配置。如数码大方在云平台上共享工业软件、管理软件、产品模型库以及加工、组装能力等信息，成功将原来需要 1 年完成的儿童电动车制造过程，缩短至 3 个月，大幅提升了生产运营效率。

协同式供应链提升生产线快速响应能力。传统供应链产品选择范围小、生产线周转效率低，而制造企业通过互联网平台可与供应商实现无缝对接，缩短市场响应时间。一是借助 B2B 采购平台快速集聚优质供应商资源，实现原材料采购高效匹配。如中国石化生产建设所需物资的 95%均实现了网络采购。二是借助生产线供应链进行精准配送和即时生产。如桂中海迅利用联网 ERP 系统在半小时内为五菱柳机生产线物料进行精准配送。三是利用互联网平台整合异地物流资源信息，实现物流、信息流、资金流等多流合一。如河南众品打造集国内外贸易、流通加工、温控仓储、电子商务、干线运输、城市配送、终端连锁于一体的冷链物流平台。

全流程用户参与实现精准营销与个性定制。传统生产模式下，企业与用户间信息交互不充分、生产组织缺乏柔性，侧重同质化生产。企业运用移动互联网、智能终端等实现用户泛在连接和全流程参与，精准预判市场，全面满足用户需求。一是规模化个性定制借助互联网平台广泛征集用户需求，依托柔性生产线提供规模化个性定制的产品，如中船重工鹏力通过工厂的 iMES 系统和设备底层智能化，实现与用户全流程实时互联互通，接到订单后自动匹配所需配件，生产出满足客户颜色、款式、性能、结构等需求的定制化空调。二是精准营销决策基于互联网平台的海量用户数据进行建模分析，实现市场精准开发、排产和营销。如智慧联合根据历年水泥“冬储”数据、需求数据，为华北地区水泥行业预测来年水泥生产数量。

融合型服务助力企业价值链跃升。制造企业正探索利用云计算、大数据等开展多样化的融合服务，推动经营模式加快从“生产型制造”向“服务型制造”转型。一是远程主动运维借助智能传感、宽带网络、大数据分析等技术，实时掌握远程设备运行状况，有效节约成本，降低用户损失。如三一重工利用移动互联网实时监控数万台机器的上千种参数，实现设备定位、远程故障预警和诊断、智能调度等服务。二是依托二维码、RFID、移动互联网等技术，构建覆盖全流程建立产品追溯体系，实现生产、经营、流通的透明化和信息全程可追溯。如伊利消费者通过二维码即可在互联网平台追溯和查询奶牛、原奶及生产、流通等各类信息。车联网以车内网、车际网、车载移动互联网为基础，实现智能交通管理、动态信息服务和车辆控制。

二、互联网行业景气指数分析

（一）景气指数指标体系

互联网行业发展景气指数是观测互联网行业发展状况的“晴雨表”。从 2014 年起，中国信息通信研究院编制互联网行业发展景气指数，力求综合反映当前互联网行业的波动轨迹，有效监测互联网行业的发展态势，科学预测未来互联网行业的发展趋势，为行业分析、政策制定、政策评价等提供重要参考。

1、景气指数概念

互联网行业发展景气指数是通过选取一系列与互联网行业发展周期波动存在明确相关关系的行业发展指标，利用统计方法计算得出的景气合成指数。

互联网行业发展景气指数包括先行指数、一致指数和滞后指数三类。其中，先行指数是在互联网经济全面增长或衰退尚未来临之前就率先发生波动的指数，它揭示了互联网行业未来的变化趋势，预示着未来行业的发展走势和可能出现的周期性变化。一致指数是伴随着互联网经济的周期波动而变化的指标，反映了行业当期变动情况，是对当前互联网行业运行总体情况的描述。滞后指数是在互联网经济周期发生波动后才显示作用的指标，刻画了行业的历史变化规律，是对互联网行业总体运行中已出现周期波动的确认。

景气指数反映的是与基期相比的经济景气状态。数值大于 100，表示与基期相比互联网行业发展景气；数值小于 100，表示与基期相比互联网行业发展不景气。

2、景气指数指标选取

景气指数指标的选取主要考虑了以下原则：①指标的经济含义；②指标变动的协调性；③指标变动的灵敏度；④指标的代表性；⑤指标的稳定性；⑥指标的时效性；⑦数据的可获得性。基于上述原则，2015 年我们编制并对外发布了互联网行业发展景气指数，对我国互联网行业的发展态势进行了有效、持续的跟踪监测。随着互联网与经济社会各领域融合发展不断深化，景气指数的指标选取需要进行更新以便更有效地反映行业景气程度。

我们从宏观经济、基础能力、行业发展、业务发展四个层面选取相关指标。**宏观经济**层面从大处着眼，反映互联网发展的宏观背景情况，指标包括：人均可支配收入、工业增加值、第三产业增加值。**基础能力**层面立足信息通信业，从网络、终端、用户的发展情况来反映支撑互联网行业发展的基础能力，指标包括：移动互联网接入流量、宽带用户数、固定互联网宽带接入时长、固定资产投资完成额、联网终端出货量、数据流量资费。**行业发展**层面从行业自身视角，反映行业运行的总体态势，指标包括：上市互联网企业市值、上市互联网企业营收、互联网投融资。**业务发展**层面对行业细化分解，从典型业务的具体发展情况来折射出行业发展态势，指标包括：网络零售交易额、网络游戏市场规模、网络视频日均点播量、微信月度活跃用户数、搜索引擎市场规模、电子支付业务量、网络约租车服务规模。四个层面从宏观到微观，层层深入，与互联网行业发展紧密关联，系统全面地反映了行业发展趋势。

我们选取移动互联网接入流量作为一致指数的基准指标。将其他指标与基准指标计算时差相关系数，选取最大相关系数所对应的先行（一致或滞后）期数作为判断指标分类的依据。如不同时差相关系数之间差距较小，则依据 K-L 信息量法进行判断。根据上述算法，互联网行业发展景气指数指标分类如下表所示。

表 2 互联网行业发展景气指数指标分类

先行指标	一致指标	滞后指标
宏观经济： 1、人均可支配收入 基础能力： 2、联网终端出货量 3、数据流量资费 行业发展： 4、互联网投融资	基础能力： 5、宽带用户数 6、移动互联网接入流量 7、固定互联网宽带接入时长 行业发展： 8、上市互联网企业市值 9、上市互联网企业营收 业务发展： 10、网络零售交易额 11、网络游戏市场规模 12、搜索引擎市场规模 13、微信月度活跃用户数 14、网络视频日均点播量 15、电子支付业务量 16、网络约租车服务规模	宏观经济： 17、工业增加值 18、第三产业增加值 基础能力： 19、固定资产投资完成额

在先行指标体系中，人均可支配收入和数据流量资费都是影响未来互联网业务消费的重要因素；智能终端的迅速普及是移动互联网发展的重要基础，联网终端出货量能够体现出互联网行业持续发展的潜力；互联网投融资是促进互联网行业快速发展的关键驱动力量，其活跃程度能够反映出未来互联网行业的发展趋势。

在一致指标体系中，宽带用户数、移动互联网接入流量、固定互联网宽带接入时长等指标能够实时反映出互联网业务的使用情况；上

市互联网企业的营收、市值是反映互联网行业发展景气情况的重要指标；电子商务、网络游戏、网络视频、社交网络、搜索引擎、互联网金融是互联网行业的典型业务，其业务规模的变化情况也能有效反映出互联网行业发展的景气程度。

在滞后指标体系中，工业增加值、第三产业增加值与互联网业务发展、互联网在经济社会各领域的融合程度相关，滞后于互联网行业发展；固定资产投资行为受当期经营情况和未来发展预期所影响，固定资产投资完成额属于滞后指标。

总体来看，先行指标和滞后指标相对较为稳定；一致指标由于互联网行业创新活跃，未来需要根据行业发展情况适时调整相关业务指标。

（二）景气指数总体走势

景气指数显示，我国互联网行业仍处于快速发展阶段。2016 年第一季度，互联网行业一致合成指数为 105.8（2014 年 Q1=100，下同），环比上升 0.91 个点，继续呈现快速增长态势；先行合成指数为 105.9，环比上升 0.25 个点，增速有所放缓；滞后合成指数为 105.1，环比上升 0.86 个点。先行指数和一致指数都处于上升区间，表明我国互联网行业仍将保持快速发展态势。

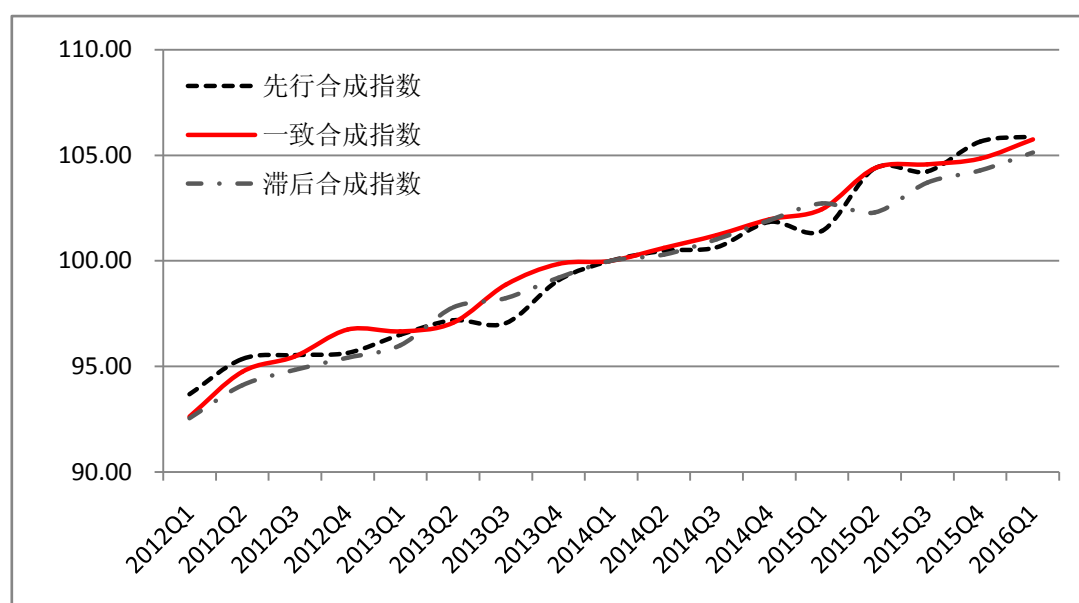


图4 互联网行业发展先行、一致、滞后指数曲线

互联网行业景气指数增长速度显著高于我国宏观经济景气指数。

长期来看，2012年以来我国互联网行业一致指数季度平均增速为0.77，而中国宏观经济一致指数季度平均增速仅为-0.32。短期来看，2016年第一季度我国互联网行业先行、一致、滞后三类合成指数均保持正向增长，而同期中国宏观经济的一致、滞后指数均呈现负增长态势。我国互联网行业持续快速发展，已成为当前引领新常态、壮大新经济、打造新动能的重要力量。

表3 2016年Q1互联网行业景气指数与宏观景气指数对比

	互联网行业发展景气指数		中国宏观经济景气指数 ⁹	
	指数	环比增长	指数	环比增长
先行指数	105.9	0.25	99.0	0.63
一致指数	105.8	0.91	93.8	-0.48
滞后指数	105.1	0.86	91.3	-1.08

⁹数据来源：国家统计局中国经济景气监测中心

（三）景气指数走势分析

互联网行业发展景气指数主要通过一致指数综合反映互联网行业总体走势,并通过先行指数预测未来行业的发展态势,因此,接下来就一致指数和先行指数展开重点分析。

1、一致指数分析

从长期趋势看,一致指数保持持续增长态势,表明我国互联网行业在“十二五”期间实现了持续、快速、健康发展。网络基础、行业规模、业务创新三方面要素综合影响,共同反映出我国互联网行业持续快速发展的态势。五年来,基础设施加速升级。我国建成全球规模最大的信息通信网络,固定宽带覆盖全国所有的乡镇和 95%的行政村,4G 网络覆盖全国所有城市和主要的乡镇。移动宽带用户总数达到 7.9 亿,占移动用户的比重由 2011 年的 6%飙升至 60%。FTTH 用户数累计达到 1.2 亿户,占宽带用户总数的比重由 2013 年的 12%提升至 56%。移动互联网接入流量持续爆发式增长,月户均流量从 2011 年的 81 MB 快速提升至 389 MB¹⁰。五年来,行业规模快速增长。2015 年我国上市互联网企业总营收是 2011 年的 5 倍,年复合增长率高达 49%,远高于同期 GDP 和基础电信业的增速。2015 年我国上市互联网企业总市值规模接近 5 万亿元,是 2011 年的 6 倍。阿里巴巴、腾讯的市值超过千亿美元,百度、京东商城、网易、乐视网、东方财富、携程旅游网的市值超过百亿美元。五年来,业务创新蓬勃发展。电子商务、社交网络、搜索引擎等主流应用快速发展,我国网络零售规模

¹⁰数据来源:国家统计局中国经济景气监测中心

跃居世界首位，网络零售交易额从 2011 年的 7825.6 亿元快速提升至 2015 年的 3.88 万亿元，增长了近 4 倍¹¹。微信的月活跃用户数已接近 7 亿，成长为全球第二大移动即时通信应用。同时，互联网金融、互联网交通等新型融合业务快速兴起，2015 年前三季度国内第三方网络支付业务达 562.5 亿笔，同比增长 128.9%¹²。滴滴出行 2015 年平台订单量达 14.3 亿单，日订单量超过 1100 万。

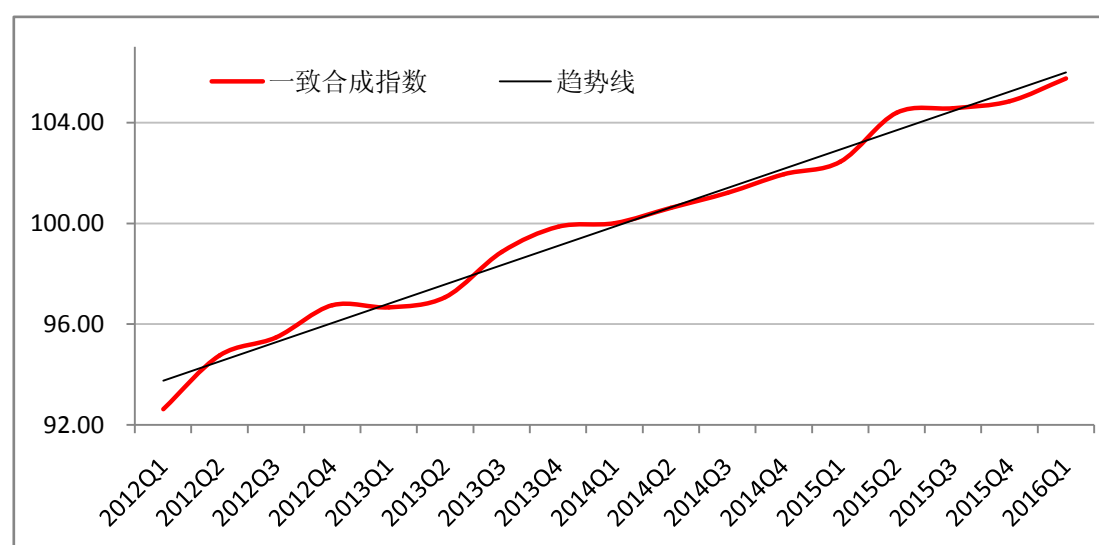


图 5 互联网行业发展长期趋势

从短期趋势看，最近四个季度，一致指数波动性较为明显，表明近期我国互联网行业发展增速出现上下波动。2015 年二季度到 2016 年一季度的 consistent 合成指数分别为 104.39、104.57、104.84 和 105.75，一致指数处于波动上行区间，保持持续增长的态势，说明我国互联网行业总体保持景气发展态势。但过去一年，一致合成指数的环比增速波动特征明显，分别增长 1.95、0.18、0.27 和 0.91 个点，表明行业增长速度出现起伏波动变化，特别是 2015 年第三、第四季度，行业增速大幅放缓。

¹¹ 数据来源：国家统计局

¹² 数据来源：中国人民银行

行业增速放缓主要是由资本市场的大幅振荡以及部分互联网业务发展放缓的原因导致。2015 年，我国上市互联网企业总市值发生剧烈波动，在“互联网+”、“大众创业、万众创新”等利好政策影响下，我国上市互联网企业的总市值一度达到 5.1 万亿元的峰值，但在宏观经济下行压力加大、资本市场主动去除杠杆，以及企业加快转型投资、减少短期利润等因素影响下，部分企业股价遭到重挫。同时，行业发展步入“互联网+”新阶段，电子商务、互联网金融、线上线下互动等融合业务发展迅猛，而传统的网络游戏、社交网络等线上业务发展明显放缓，特别是微信的月活跃用户数量经历了前些年的快速增长，2015 年新增活跃用户增长大幅放缓，对景气指数造成一定影响。

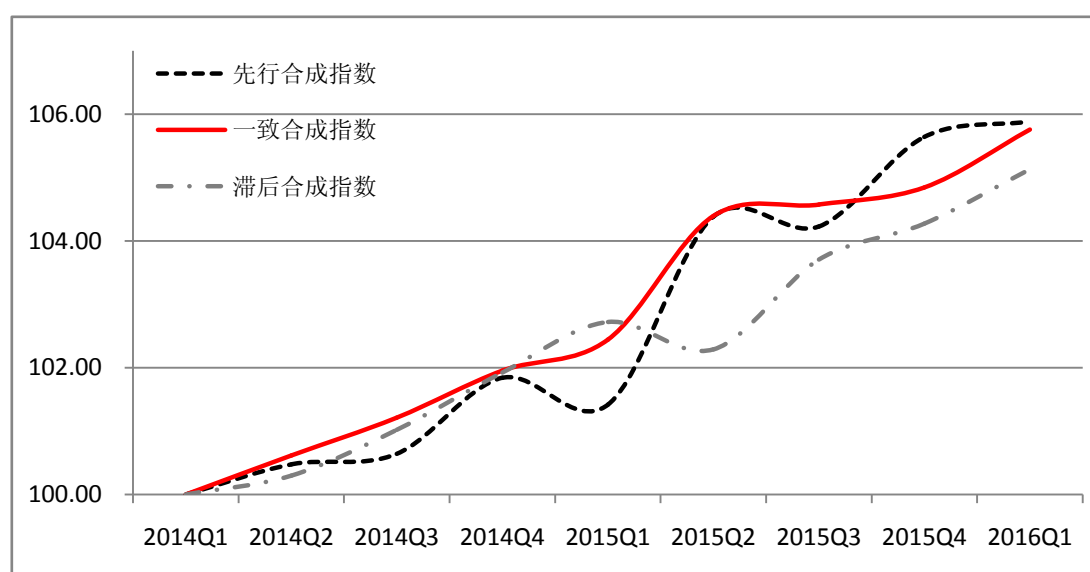


图 6 互联网行业发展短期趋势

2、先行指数分析

景气指数显示，先行合成指数呈现持续上升态势。最近两个季度先行合成指数分别为 105.64 和 105.88，环比分别增长 1.41 和 0.24

个点，表明互联网行业未来仍有较强发展潜力。从宏观环境看，居民人均可支配收入总体保持平稳较快增长，为释放消费新需求、拓展行业新空间提供了重要条件。从基础能力看，联网终端的普及程度已经处于较高水平，PC 出货量开始出现负增长，智能手机出货量的增速也逐步放缓。从行业发展看，2015 年下半年互联网投融资活跃度的下降在一定程度上抑制了先行指数的快速增长。

先行指数预示未来两个季度我国互联网行业将保持增长态势。

通过对先行指数和一致指数历史运行区间内波峰和波谷的观察分析，发现先行指数与一致指数的变动趋势存在明显的规律性、协调性，先行指数相对一致指数平均领先 2 个季度。根据下图所示，2015 年四季度至 2016 年一季度，我国互联网行业发展先行指数继续保持正向增长，但是环比增速小幅下降。因此，预测未来两个季度（2016 年二季度至 2016 年三季度）内，我国互联网行业将继续保持增长态势，增速趋于平稳。

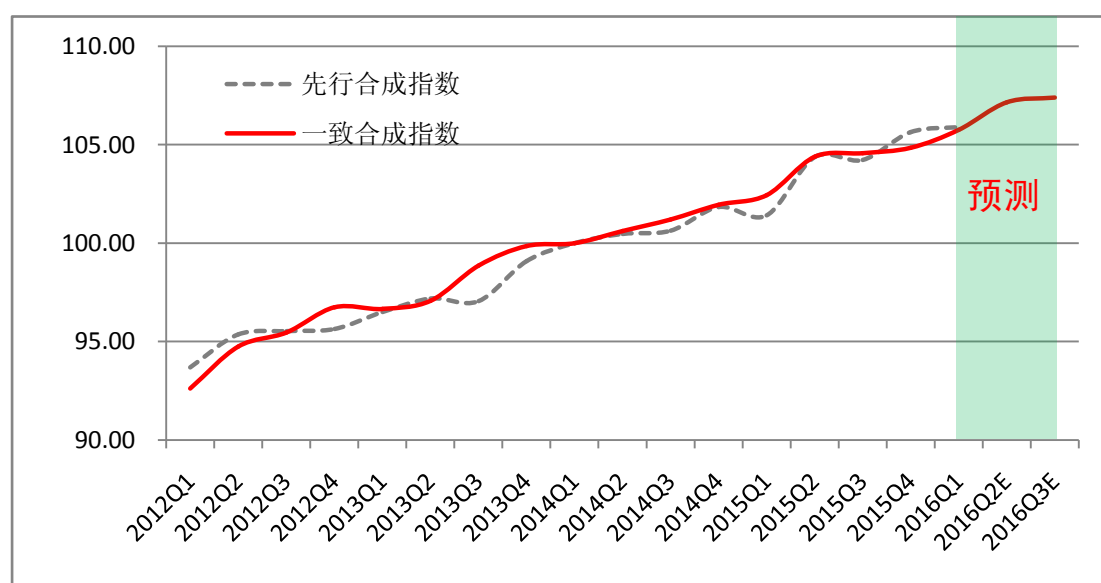


图 7 互联网行业发展趋势预测

三、互联网行业发展展望

2016 年是全面建成小康社会决胜阶段的开局之年。近期发布的《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》首次提出“拓展网络经济空间”，对互联网行业发展寄予了更高期望，提出了更高要求。目前，国务院已出台“互联网+”行动计划、“大众创业、万众创新”、大数据战略等一系列支持互联网行业创新发展的政策措施。随着政策不断细化落实，结合消费升级带来的重大机遇，以及信息网络、技术创新、融合应用的持续发展，我国互联网行业将拓展出更为广阔的发展空间，网络经济将进一步发展壮大。

（一）政策深入推进营造新环境

围绕“互联网+”、“大众创业、万众创新”，国务院和有关部门已密集出台了一系列政策文件，随着相关政策的持续深入推进，将为行业持续健康发展营造出良好的政策环境。

一是“互联网+”政策细化落实，进一步推进互联网与各领域深度融合发展。目前，工业和信息化部、商务部、人民银行等多部委已出台“互联网+”行动计划的实施细则，福建、四川、山东、河南、广东等 10 多个省市也结合本地实际情况制定了“互联网+”实施方案。随着政策持续细化落实，“互联网+”行动涉及的 11 个领域都将出台有效的对接措施，“互联网+”行动在各省市区也将制定具体的落地方案，各级政府将调动多方资源、协调多方力量，推动“互联网+”行动的实质性开展。此外，国家发展改革委还计划选取“互联网+”协同制造、智慧能源、人工智能等若干重点领域，通过公私合作模式（PPP

模式）组织实施“互联网+”重大工程，随着重大工程相关工作的有序推进，将加快推动传统产业转型升级和新兴业态壮大发展。

二是创新驱动发展战略深入实施，进一步推进大众创业、万众创新。党的十八届五中全会将创新作为五大发展理念之首，进一步指出，坚持创新发展，必须把创新摆在国家发展全局的核心位置，不断推进理论创新、制度创新、科技创新、文化创新等各方面创新，让创新在全社会蔚然成风。围绕创新驱动发展战略，国务院及有关部门已经出台了《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》等一系列支持创业创新的政策举措。随着政策的深入实施，简政放权力度将不断加大，政府服务模式将持续优化，创业创新潜能将加速释放，不仅推动初创企业大量涌现和规模化发展，而且促进现有企业特别是大企业通过体制机制创新增强聚集各类创新资源的能力和内生创新活力，加快实现企业转型升级。

三是负面清单管理深入推进，进一步释放创业创新活力。2015年7月，国务院发布的《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》中提出要构建开放包容发展环境，要求制定实施各行业互联网准入负面清单，允许各类主体依法平等进入未纳入负面清单管理的领域。2015年10月，国务院发布《关于实行市场准入负面清单制度的意见》，提出我国将从2015年12月起在部分地区试行、从2018年起正式实行全国统一的市场准入负面清单制度。随着“互联网+”准入负面清单分行业、分区域、分阶段、分步骤地有序实施推进，“互联网+”领域的创业创新活力将进一步迸发释放，相关市场主体将按照“法无

禁止即可为”的理念，加快推进互联网与经济社会各领域的跨界融合，培育新技术、新产品、新模式、新业态，壮大新经济，打造新动能，推动“互联网+”成为经济社会创新发展的重要驱动力量。

此外，我国互联网领域立法加快推进，为互联网行业健康有序发展提供重要保障。一方面，互联网信息服务立法不断完善。国家相关部门正在修改完善《互联网信息服务管理办法》，以适应互联网行业融合发展的需要。全国人大财经委牵头起草的《电子商务法》草案初稿也基本形成，预计 2016 年底提交全国人大常委会进行审议。《电子商务法》以促进发展、规范秩序、维护权益为指导思想，对平台责任、消费者权益保护等重要问题做出了规定，将有效促进我国电子商务健康有序发展。另一方面，网络安全保护立法加速推进。习近平总书记指出，没有网络安全就没有国家安全。未来，我国将加速推进《网络安全法》的立法工作，并针对关键信息基础设施保护、跨境数据流动、网络信息安全等基本制度等做出规定，为互联网行业发展营造完善的法律环境。

（二）消费结构升级激发新需求

当前，我国已进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段。随着居民收入水平的不断提高，城乡居民对消费质量提出了更高要求，消费理念、消费内容、消费模式都将发生重大变化，进而驱动新产品、新服务、新业态的蓬勃发展，为“互联网+”拓展出广阔的发展空间。

首先，我国居民收入水平不断提高，极具消费潜力的中产阶级人

数快速增长。2015 年，我国人均 GDP 达到 8016 美元，按照世界银行标准，我国已处于上中等收入的中值水平（上中等收入区间为 3976-12275 美元）。根据瑞士信贷发布的《2015 全球财富报告》，我国中产阶级人数达 1.09 亿，超越美国的 9200 万，成为全球中产阶级人数最多的国家；同时，中国家庭财富总值达 22.8 万亿美元，超过日本，跃居世界第二富裕国家。

其次，我国居民消费结构加快升级，消费需求、消费内容加速转变。随着城乡居民人均收入的增加，消费需求将从生存型消费升级为发展型、享受型消费。这具体表现为衣食住行等家庭必需品得到一定程度的满足后，长久以来被低收入抑制的非必需品需求，如教育、医疗保健、文化、娱乐、旅游等消费需求将快速释放，逐步成为消费市场增长的主力军。我国居民消费结构将向多样化、个性化、高品质的消费转型，进入“从量到质”、“从有到好”、“求新求特”的新阶段，多样化、多元化、多层次的全新消费格局将加速形成。

最后，新兴消费蓬勃兴起，促进互联网与各领域的深度融合发展。

“十三五”时期，服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费等新兴消费需求将进一步迸发释放，特别是以教育、健康、养老、文化、旅游为主的服务消费和以可穿戴设备、智能家居、数字媒体为代表的信息消费，将激发出数万亿级的消费市场，进而驱动“互联网+”新产品、新服务、新技术、新业态、新模式的快速发展，促进互联网与生产、流通、消费各环节的深度融合与创新，实现消费结构升级与产业创新发展的协同共进。

（三）网络演进升级构筑新基础

随着“宽带中国”战略、提速降费行动的深入实施，我国信息基础设施将向高速宽带、泛在融合、天地一体迈进，智能化综合信息设施加速形成。

光纤宽带全球领先，高速宽带互联网加速渗透。固定宽带向全光化发展，2016 年全光网城市将由点及面全面推开，基本实现所有设区城市光纤网络全覆盖，城市家庭基本实现 100M 光纤全覆盖，规模以上企业 100% 实现光纤接入。电信普遍服务补偿机制试点全面实施，农村光缆到村、光纤入户快速推进。预计到 2016 年底，我国 FTTH 端口将超过 3.5 亿个，占比突破 60%；光纤用户占比加速扩大，将达到 75%，超越日韩跃居全球第一；20M 以上高速宽带用户占比首次超半，固定宽带全面迈入 20M 时代。骨干网间互联架构进一步优化，互联网各环节协同发展，互联网访问质量持续提升。

“4G+”时代加速到来，移动互联网体验全面改善。4G 网络建设继续稳步推进，覆盖深度和广度进一步扩展，商业楼宇等室内场所覆盖加快深入，室外覆盖由城市和乡镇向行政村、景区、道路沿线延伸，4G 信号盲区范围逐步缩小，4G 基站在移动基站总数中占比将接近 50%。载波聚合、VoLTE 商用步伐全面提速，流量密集地区移动互联网用户使用体验进一步提升。4G 网络使用体验改善与移动互联网应用创新相互促进，推动 2G 和 3G 用户加快向 4G 网络迁移，预计 2016 年 4G 用户将超过 7 亿户，占移动用户比例突破 50%，全面超越 2G/3G 用户。

应用设施创新发展，有力支撑网络经济壮大发展。云计算数据中心、内容分发网络将持续高速发展，实现数据高速传输、高效处理和深度挖掘。据 IDC 预测，2016 年我国云计算基础架构市场的规模将超过 10 亿美元，其基础性作用日益凸显，成为全面支撑“互联网+”和“双创”的重要资源。物联网应用连接将日益普及，信息网络从人人互联到万物互联，从网络空间到信息物理空间一体化扩展，车联网、智能制造等重点行业应用加速渗透，低时延、高可靠、广覆盖的工业互联网基础设施加快形成，预计 2016 年我国蜂窝 M2M 终端用户将继续保持 50%以上的高速增长，规模超过 1 亿户，全面构建网络经济空间新基础。

（四）技术创新发展形成新动力

互联网领域的技术创新正在以云计算、大数据、移动互联网、物联网、人工智能、虚拟现实等技术为引领，形成新一轮的技术创新浪潮，成为信息通信业持续增长的驱动力量。

云计算与大数据产业快速发展。2015 年，国务院密集出台了一系列促进云计算与大数据发展的政策文件，云计算与大数据产业发展、行业推广、应用基础、安全管理等重要环节的宏观政策环境不断优化，2016 年云计算与大数据将进入快速发展阶段。一是行业垂直化、定制化服务与应用成为云计算和大数据创新热点，云计算和大数据成为工业、农业等传统行业转型的重要动力，将推动工业生产的智能化升级，助力金融产品与服务创新，不断催生教育、医疗、物流等社会化服务的新模式。二是服务的平台化深入发展，各类数据开放平

台综合提供数据计算、数据加工、机器学习的能力不断提升，云计算平台的资源调度与服务能力显著增强。三是云计算大数据在电子政务和社会管理领域普遍应用，助力政府信息化建设与服务模式的创新转型，政府的应用示范与产业引领作用凸显。四是容器（Docker）、单核（Unikernel）等新技术加速云计算和大数据领域的升级与创新，将带动形成相关芯片、服务器架构、操作系统与关键中间件的新一轮创新浪潮。

物联网与移动互联网市场更加成熟。在新一代移动通信与智能硬件快速发展的带动下，我国物联网和移动互联网市场呈现加速发展态势。一是智能手表、智能手环等为代表的可穿戴设备市场格局逐步稳定，智能健康设备进一步普及，智能医疗设备的标准化将提上正式议程。二是物联网应用潜力将在智慧城市进一步释放，物联网在基础设施管理、公共事业管理、能源管理、环境保护、交通管理、公共安全等领域的应用将显著提升城市管理精细化、智能化水平。三是基于LTE-V技术的车联网将进入快速起步阶段，车载芯片与终端、车载操作系统、V2X通信技术以及面向车联网的大数据和云平台将加速整合，多种技术路线加速竞合，技术产业生态日益完善。四是移动互联网及其衍生的新技术不断驱动新产品、新模式、新应用、新业态出现，移动视频、移动医疗、移动教育、移动生活、企业级应用等日趋普及，移动互联网让互联网成为实体经济社会不可分割的一部分。

人工智能与虚拟现实时代开启。随着谷歌的AlphaGo与李世石的人机大战引起全社会关注，智能翻译、智能汽车、智能机器人等智能

化革命正与我们的生产生活越来越接近，同时智能 3D 人机交互推动虚拟现实成为发展新热点，今年将成为人工智能和虚拟现实发展的元年。一是智能汽车研发速度加快。相关政策环境在政府和业界的积极推动下也有望进一步完善，引来更多资本进入。二是智能机器人领域的创新加快。消费领域的智能机器人形态将更加多样，工业机器人的智能化程度进一步提高，智能客服机器人的应用领域进一步拓展。三是高沉浸环境呈现和 3D 人机互动成为虚拟现实的重要发展方向。多感官高沉浸虚拟环境呈现技术在娱乐、游戏中广泛应用，在医疗、军事、安全等关键行业应用逐步启动；面向移动终端的多模态自然交互技术快速发展，将极大提升移动终端视觉、听觉感观性能，进一步提高下一代智能移动终端易用性和便捷性。

（五）应用跨界融合拓展新空间

互联网发展正进入泛在普及、深度融合、变革创新、引领转型的新阶段，随着网络、产业、用户、应用基础日渐坚实，各种互联网新技术、新模式将促进互联网与经济社会各领域的融合创新和深度应用，迸发出巨大的发展潜能，拓展出广阔的发展空间。

一方面，服务领域的融合应用持续规模扩张。互联网与商贸、金融、教育、医疗等服务领域在更广范围、更深层次、更高水平融合创新，线上线下互动、分享经济等新兴业态将蓬勃兴起，网络化、平台化和智能化的现代服务业将快速发展，形成经济发展新动能。2016 年我国分享经济将呈现爆发式增长态势，政府工作报告、“十三五”规划纲要都提出要以体制机制创新促进分享经济发展，提供了积极的

政策支持和发展环境。同时，我国还具有庞大的互联网用户基础，以及海量的可供分享的实物资源和人力资源，为分享经济发展提供了坚实的资源基础和广阔的市场空间。2016 年我国电子商务也将继续保持快速增长态势，消费升级、跨境零售、电商下乡、数据智能、移动社群、线上线下互动等驱动因素的引领作用将更加凸显，我国电子商务与主要发达国家的规模优势将进一步扩大。同时，以供应链电商、中小企业 B2B、大宗商品交易、企业级服务等为代表的行业电子商务也将获得更多发展空间。

另一方面，生产领域的融合应用加速渗透。“十三五”规划纲要提出推动“中国制造+互联网”取得实质性突破，要求加强工业互联网设施建设、技术验证和示范推广，这为改造升级现有网络设施、全面打通生产环节数据孤岛、实现智能制造提供了必要条件，将加快推动制造业与互联网的深度融合发展。未来，柔性制造、网络制造、绿色制造、服务型制造等将成为制造业与互联网融合发展的重要方向，以个性化定制、网络化协同、服务化延伸和智能化生产为代表的新模式新业态将不断延长制造企业价值链条、拓展制造业整体价值空间，基于互联网的商业模式、服务模式、管理模式及供应链、物流链等各类创新将更加活跃，成为助推制造业转型升级新动能。

中国信息通信研究院

地址：北京市海淀区花园北路 52 号

邮政编码：100191

联系电话：010-62304839

传真：010-62304980

