

增值电信业务发展白皮书

(2012年)

工业和信息化部电信研究院
2012年9月

版权声明

本白皮书版权属于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：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

近年来，我国增值电信业务规模持续扩大，业务种类显著增多，投资主体日趋多元，应用领域不断拓宽，信息内容日益丰富，并逐步融入社会经济与人民生活中，推动了全社会信息化的进程，丰富了人民群众日益增长的文化生活需求，促进了传统产业转型升级，成为我国经济增长的新兴力量。

自 2005 年以来，工业和信息化部电信研究院持续跟踪和研究增值电信业务的发展动态，积累了权威的业务监测数据。为适应新形势，与业界分享我院在增值电信领域的研究成果，特推出《增值电信业务发展白皮书（2012 年）》（以下简称《白皮书》），以期建立增值电信业务发展的年度发布制度，引导增值电信业务又好又快科学发展。

《白皮书》以《电信业务分类目录》中的增值电信业务为研究对象，依托工业和信息化部的电信业务经营许可证年检数据及调研材料，运用多维分析视角开展全面、深入的分析。《白皮书》分为贡献篇、发展篇和展望篇三个篇章。贡献篇从服务经济、社会、民生等角度分析增值电信业务发挥的作用及贡献；发展篇分析增值电信业务自身发展状况及特点；展望篇对增值电信业务未来几年的发展趋势进行预判。

为确保《白皮书》全面反映行业真实面貌，我们采取年检数据核验、重点企业走访、上市公司财报数据比对等多种方式，结合数据匹配和挖掘分析工具确保基础数据的可信有效。《白皮书》的编写得到了各地通信管理局和增值电信业务经营单位的大力支持，深表感谢！

2012 年 9 月

目录

第一部分贡献篇.....	1
一、 增值电信业务成为国民经济增长的新兴力量.....	1
二、 增值电信业务为传统产业转型升级带来新机遇.....	2
三、 增值电信业务成为提升社会民生福利水平的新途径.....	3
四、 增值电信业务开创社会交往、信息传播和文化创造的新模式..	4
五、 增值电信业务助力社会公共服务模式转型.....	5
第二部分发展篇.....	7
一、 增值电信业务增长迅猛，结构持续优化.....	7
二、 企业发展呈阶梯分布，产业格局趋于成熟.....	8
三、 技术业务创新引领增值业务发展方向.....	9
四、 业务竞争模式和产业形态深刻变革.....	10
五、 整个产业价值向移动互联网迁移.....	11
第三部分展望篇.....	14
一、 增值电信业务市场需求将持续旺盛.....	14
二、 新技术革新加速各种增值电信业务应用.....	15
三、 产业政策为增值电信业务营造良好发展环境.....	15

第一部分 贡献篇

一、增值电信业务成为国民经济增长的新兴力量

增值电信业务成为国民经济新的增长点。当前，信息通信业是国民经济的基础性、战略性和先导性产业，增值电信业务是其中成长最快、发展空间最大的领域之一，具有能耗低、产业链长、附加值高的特点，对国民经济有极强的拉动作用，正逐渐成为增强经济活力、刺激经济发展的新兴增长点。在全球经济复苏出现不确定性和我国经济增长下行趋势明显的背景下，我国增值电信业务仍然显示出良好的增长势头。2011 年，增值电信业务收入达 3796 亿元，同比增长 18.7%¹，远高于 GDP 增速，其中，除基础电信企业之外的增值电信业务收入增速达到 48.2%，成为引领电信业增长的主要动力。

增值电信业务显现出极强的产业链带动作用。增值电信业务带动了商务、物流、金融等关联产业的发展。以电子商务为例，2012 年上半年，电子商务市场交易额达 3.5 万亿元，同比增长 18.6%，相当于国内生产总值的 15.4%。其中 B2B 电子商务市场交易规模达 2.95 万亿元，网络零售市场交易规模达 5119 亿元，在社会消费品零售总额所占比重达到 5.2%²。在电子商务带动下，2012 年上半年，全国规模以上快递企业业务量累计完成近 24 亿件，较去年同期增长超过 50%，

¹数据来自工信部增值电信业务年检统计结果

²数据来源：电子商务研究中心《2012 年(上)中国电子商务市场监测报告》

快递行业的业务量已实现连续 24 个月增长速度超过 50%³。

二、增值电信业务为传统产业转型升级带来新机遇

随着增值电信业务的日益壮大，增值电信业务在传统经济领域渗透的深度与广度也日益加强，增值电信业务的生产性服务属性日益显现，正深刻改变着传统产业的生产方式和管理模式，大大推动了传统产业转型升级，促进传统产业朝着可持续发展的方向迈进。

增值电信业务改造提升农业传统优势。增值电信业务显著增强了信息和知识要素在农业生产中的巨大作用。通过对农业生产全过程的信息获取和优化处理，并及时向农业生产者传递价值信息，大大提升了农业的综合生产力和经营管理效率，形成了具有显著信息化特征的农业产业链，推进了农业现代化的进程。如：江苏盐城市农业委员会与电信企业联合推出的“12316 移动农业信息专家平台”，开通不到一个月就已帮助近 2000 户农民解答了相关生产问题⁴。

增值电信业务推动工业生产方式变革。通过增值电信业务前端的网络信息平台与后端工业生产制造环节的有机结合，实现信息交互与网络协同，全面提升消费者信息整合服务能力，改造和整合工业产品的研发设计、生产控制、供应链管理和市场营销等若干环节，推动工业设计和制造从以产品为中心向以消费者为中心的模式转变，加快工业制造业大规模生产向柔性化、个性化生产方向迈进。如：奥克斯空

³数据来自国家邮政局公布的 2012 年上半年邮政行业经济运行统计

⁴数据来自新华网社会新闻报道

调在淘宝网发起“万人空调定制大团购”，消费者根据个人的喜好来定制空调的功率、面板外观、功能、颜色等。奥克斯发起团购 38 小时内共计售出 10407 台奥克斯空调，相当于线下整个奥克斯空调在中国一天的销量⁵。

增值电信业务加速服务业现代化进程。增值电信业务在商贸流通、金融行业的应用，大大促进了网上银行和网络零售等现代服务业的发展。截至 2012 年 6 月底，使用网上银行和网上支付业务的用户规模分别达到 1.91 亿和 1.87 亿⁶，增长速度不断加快。增值电信业务在促进金融服务形态日趋丰富的同时，也拓展了原有的服务范围，推动着服务模式的不断创新。P2P 网络借贷等新兴网络金融服务模式开始兴起，出现了深圳“红岭创投”、上海“你我贷”等网络融资平台，并刺激和带动了交通银行等传统商业银行向个人客户以及小微企业为主的网络信贷业务拓展。

三、增值电信业务成为提升社会民生福利水平的新途径

增值电信业务作为创业平台提供了大量就业机会和全新岗位职业。截至到 2011 年底，增值电信业务直接从业人数超过 70 万；同时增值业务平台还间接提供了规模数倍于自身的就业岗位。截至到 2012 年 6 月，腾讯的开放平台已经吸引了超过 40 万名注册开发者，开发出 20 多万款应用。⁷淘宝网创造了 270.8 万直接且充分就业机会，其

⁵数据来自阿里研究中心发布的电子商务研究报告

⁶数据来自 CNNIC 第 30 次中国互联网发展状况统计报告

⁷数据来自腾讯开放平台周年庆典；

中有 2.034 万为残障人士⁸；同时，还催生出一系列全新职业，如网络议价师、网络模特、网络装修师⁹。

增值电信业务发展推动传统民生活动向线上迁移，促进民生资源的优化重组，扩展了民生服务的受众。网络教育、网上培训等增值电信业务正推动着传统的“一对多”普适教育模式向“个性化”教育模式转变。同时，网络教育、网络培训凭借信息资源的多源性冲破了传统学校的围墙，削弱了传统教育的权威，打破知识的垄断，在提高国民素质和增强国家创新能力方面发挥出重要的作用。新浪、网易都开通了公共教育频道，将国内外顶级院校优秀教师的精品课程通过网络平台向所有互联网用户免费播放，极大推动了知识的传播与教育资源的共享。

四、增值电信业务开创社会交往、信息传播和文化创造的新模式

社交网络类业务使得社会组织结构扁平化，为人类创造新型社会关系创造了条件。随着社交网络的发展，虚拟群体的数量也随之越来越多。截至到 2012 年第一季度，腾讯 QQ 的活跃用户达到 7.5 亿¹⁰。从“人口”规模来看，QQ 已经成为第三大“国家”，Facebook 成为第四大“国家”。就此而言，基于社交网络构建的社会结构已经逐渐突破了传统的社会结构。

⁸数据来源：淘宝网，截至 2011 年底；

⁹数据来自淘宝网发布的《中国网络购物市场发展报告》

¹⁰数据来自腾讯公司公布的 2012 年第一季度财报

微博业务改变了信息传播模式，大大加快了信息流转速度。传统的信息传播模式是媒体制造内容，广播给受众，人们获取信息是被动的。微博出现后，每个人都可能成为传播的中心和新闻的源头，这直接推动了媒体传播的变革。过去，信息传播渠道是一对多点的广播模式，微博出现后，信息传播变成了所有人对所有人的传播。根据新浪的数据，新浪微博把热门事件的传播速度从一到两个星期缩短到几个小时。

网络视频、网络阅读等业务极大丰富了社会娱乐生活，积极促进文化的发展和繁荣。网络视频在用户规模和用户使用深度上均呈现增长趋势。2012 年上半年，通过互联网收看视频的用户增加了约 2500 万人，手机端视频用户的增长更为强劲，使用手机收看视频的用户已经超过一亿人，在手机网民中的占比由 2011 年底的 22.5% 提升至 27.7%¹¹。在视频内容建设上：一方面视频网站与电视台同步推广、播出电视剧和综艺节目，尝试在策划和制作过程中就开始与电视台联合，互换资源，扩展影响力；另一方面，网络上播放的海外影视、综艺内容，以及自制节目的取材能够突破电视媒体的诸多限制，从而让自身获得相对于电视的独特优势。

五、增值电信业务助力社会公共服务模式转型

增值电信业务的发展推动政府管理和公共服务创新。增值电信业

¹¹数据来自 CNNIC 第 30 次中国互联网发展状况统计报告

务在社会公共服务建设的应用，推动了政府行政管理和公共服务平台的扁平化与跨地域化，大大改变了政府管理和公共服务的模式，提升了社会公共服务的效率。如：微博逐渐成为政府了解民情、开展服务的网络平台，截至 2012 年上半年，通过新浪微博认证的各领域政府机构及官员微博达 45021 家，覆盖公安、政府外宣、旅游、交通、司法等政府机构的多个领域¹²；此外，短信、彩信等增值业务应用逐步集成到了现有的 110 联动报警、水文监测、气象数据监控等系统，并在部分地区的突发性灾害预警中开始使用，帮助政府构建和完善针对突发事件及重大自然灾害的预警和应急处理体系。

增值电信业务的海量信息数据为政府决策提供参考。随着增值电信业务在各个领域渗透的深化，聚集起跨行业、跨领域的海量数据信息。借助对增值业务海量数据的分类挖掘和应用可以为政府决策提供参考，从而提高各项政策制定的科学性和合理性。为此，联合国启动了名为“全球脉搏”的项目，旨在利用社交网络和手机短信中的信息进行情绪分析，从而对失业率增加、区域性开支降低或疾病爆发等进行超前预测。目前，联合国在新发布的《大数据促发展：挑战与机遇》白皮书中明确指出，大数据对于联合国和各国政府来说是一个历史性的机遇，并以爱尔兰和美国的社交网络数据应用为例解释了大数据如何帮助政府更好地响应社会和经济指标的变动。

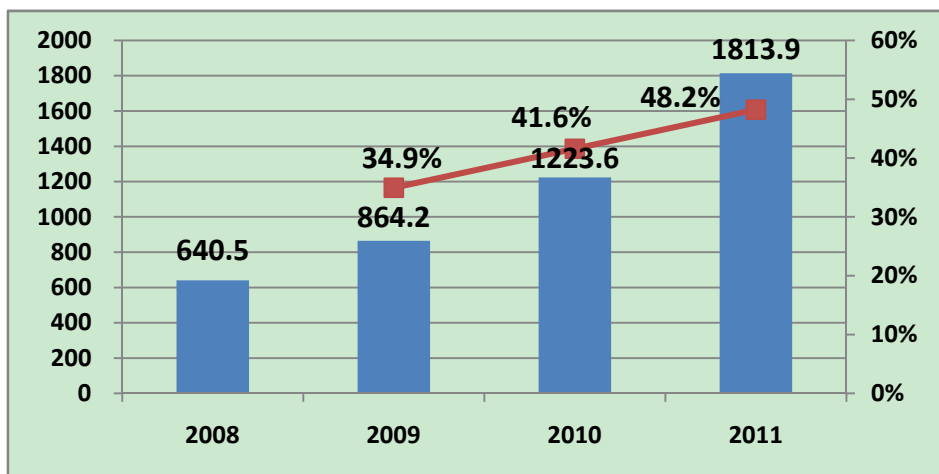
¹²数据来自人民网联合新浪微博共同发布的《2012 上半年新浪政务微博报告》

第二部分 发展篇

一、增值电信业务增长迅猛，结构持续优化

增值电信企业收入成为通信业发展的重要增长点。2011年增值电信业务整体实现收入3796亿元，其中增值电信企业收入规模达到1814亿元，同比增长48.2%；基础电信企业的增值业务收入规模达到1982亿元。增值企业业务收入增速超过同期GDP增速39个百分点。与基础电信业10%的年度增速相比，增值业务收入增速也超过约38个百分点。在整个通信业新增的1480亿收入中，增值企业收入拉动了40%，基础企业拉动60%¹³。

图 1：2008-2011 年增值企业业务规模和增速

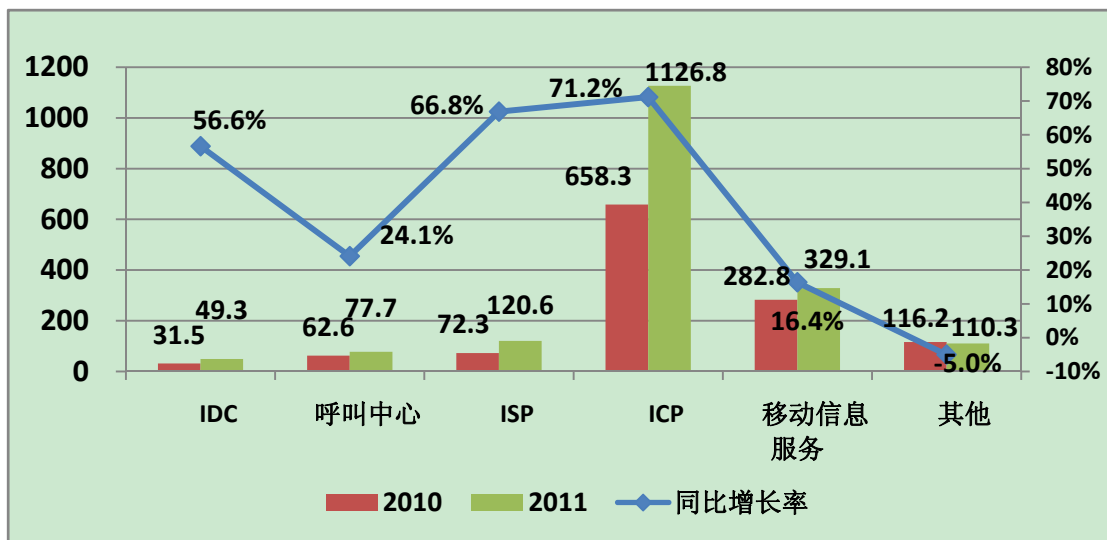


增值业务主要包括 IDC、呼叫中心、ISP、ICP、移动信息服务等六大类，其中 ISP、IDC 及 ICP 成为增长最快的业务领域。2011 年，ISP 业务规模达到 120.6 亿元，同比增长 66.8%。IDC 业务规模达到

¹³数据来自工信部电信企业年检统计结果

49.3 亿元，同比增长 56.6%。ICP 收入规模达到 1126.8 亿，同比增长 71.2%¹⁴。

图 2：分业务市场收入规模和增速



基于互联网的业务收入全面超越非互联网业务收入成为主流。在不含基础电信企业增值业务收入的情况下，2011 年基于互联网的增值业务收入规模达到 1296.7 亿，占到增值业务收入总和的 71.5%¹⁵，超过了传统电信增值业务的占比。生产性服务业已经超过消费性业务，占到收入总额的 55.6%¹⁶。

二、企业发展呈阶梯分布，产业格局趋于成熟

增值企业数量持续增长，总数超过两万家。截至到 2011 年底，全国增值电信业务经营者数量为 21291 家，比 2010 年新增经营者 1220 家。其中，跨地区增值企业总数达到 2109 家，新增 46 家；省内增值企业总数达到 1.9 万家，同比增加 1174 家。

¹⁴数据来自工信部增值电信企业年检统计结果

¹⁵数据来自工信部增值电信企业年检统计结果，基于互联网的业务包括 ISP、IDC、ICP 等业务

¹⁶数据来自互联网上市企业财报统计结果

增值行业从业人员超过 70 万，与往年相比基本保持稳定。2011 年全国增值电信企业从业人员约 77.2 万人，比 2010 年增加 1%。其中，跨地区增值企业从业人员 15 万，比 2010 年减少 2.7%；省内增值企业从业人员 62.1 万，比 2010 年从业人数增长 2.1%¹⁷。

增值企业地域集中分布趋势更加明显。由于经济发展水平差距以及相应支付能力和使用能力的差距，增值业务的发展呈现出明显的地域集中化趋势，其中以互联网类增值业务最为显著。从企业数量来看，北京、广东、上海、浙江和江苏五省集中了全国 50%左右的增值电信业务经营者；而西部地区的增值电信业务经营者仅占全国的 10%。从业务收入规模来看，北京、上海、广东、浙江、江苏五省市的省内增值企业业务收入总和占到全国增值企业总收入的 70%，其中 2011 年广东省、北京市省内增值企业业务收入均超过 300 亿元，上海市增值企业业务收入超过 200 亿元。这三个地区 2011 年度省内增值企业业务收入总和超过 1000 亿元，约占全国增值企业业务收入总和的 60%¹⁸。

三、 技术业务创新引领增值业务发展方向

信息技术变革打破了各领域业已形成的产业耦合关系，带来发展新空间。云计算面向服务的模式削弱了传统应用服务的固有优势，使得原有产业关系被打破，催生新兴服务企业脱颖而出。新兴的云计算服务商成为连接用户与应用的中间环节，形成能左右产业格局的主导力量。同时，传统的应用软件产品开发商则将核心软件产品迁移至云

¹⁷数据来自工信部增值电信企业年检统计结果

¹⁸数据来自工信部增值电信企业年检统计结果

平台，提供软件应用的在线增值服务。随着云服务规模扩大，大量托管应用的互通和集成需求出现，云平台中间件需求加大，或成为潜力巨大的新兴领域。当前，我国云计算服务市场规模占比全球尚不足 3%，但是年增速高达 40%，未来业务发展空间广阔¹⁹。

技术创新引发了业务融合和平台开放大潮。在云计算、移动互联网等新技术新业务的带动下，增值电信业务正在由以传统通信网络为中心的封闭模式向以互联网和终端为中心的交融、开放模式转变。类 KIK 应用、软件商店等新兴应用打破了话音业务和互联网服务、软件服务和移动增值服务的界限，实现了业务的跨界融合。大型互联网信息服务企业争相推出云服务平台，并向企业和开发者开放，以吸引大量企业和开发者，最终实现大规模产业聚集，并通过收入分成等方式与开发者实现共生共赢。例如，新浪在 2011 年推出 PaaS 开源平台，已提供超过 30 万的应用²⁰。

四、业务竞争模式和产业形态深刻变革

在制造与服务的融合趋势下，增值电信企业之间竞争入口向终端制造环节迁移。大量业外企业通过业务模式创新进入增值电信业务领域。苹果公司通过捆绑服务的模式提升自身硬件价值，创造了“服务型制造”的新模式。谷歌通过免费的操作系统撬动了整个产业链，吸引了众多第三方开发者和手机制造巨头，打造了“服务引领制造”的新模式。我国一些大型增值电信企业通过掌控核心服务环节并与制造

¹⁹数据来自 Gartner 公共云服务预测报告，2011 年 6 月

²⁰数据来自新浪公司调研记录

相整合，也初步形成了软硬件一体化整合优势，开辟了应用服务入口之争的新战场；其他互联网巨头企业正纷纷加快在终端制造环节的业务布局。目前，腾讯、百度、盛大均推出了捆绑自身业务平台的智能手机，小米科技公司则凭借软件服务主导硬件制造的一体化发展模式，实现了企业跃变式发展。

社交元素成为新兴业务的服务入口和用户来源，并与位置元素结合开创移动互联网应用新模式。目前社交元素已经根植到各类增值业务中。新浪微博每天为各类网站带去超过 8000 万的回流访问，蚂蜂窝、美丽说等新兴应用服务有超过 50% 的新增用户来自新浪微博²¹。同时，依托于移动智能终端的快速普及和功能开放，地理位置信息元素也广泛结合到各类应用服务中，带来了信息服务业务发展模式的深刻变化。一方面，移动社交网络服务如嘀咕、街旁等引入位置元素，帮助用户寻找朋友位置和关联信息，同时激励用户分享位置信息。另一方面，传统定位服务通过引入移动社交元素，提升其位置服务。例如，高德、四维等地图服务商依托专业地图本身，通过引入社交元素，提升用户体验。

五、 整个产业价值向移动互联网迁移

移动互联网业务成为增值电信业务发展的新蓝海。移动通信与互联网的跨界融合深刻改变增值电信业务的发展图景，推动了业务模式和商业模式的变革创新，增值电信业务开发、业务提供和产业链组织

²¹数据来自新浪微博开放平台公布的 2012 年业务数据

发生巨大变化。以移动梦网为代表、以移动网络为中心的封闭花园模式在新的产业变革浪潮中被颠覆和超越，通过终端 API 的开放及其与云端服务的对接，基于智能终端的应用开发和服务提供成为当前主导模式。2011 年在应用商店中出售的移动应用比往年增加了 350%，仅苹果一家应用商店的应用收入高达 85 亿美元²²。此外，苹果的 Siri 语音智能服务、谷歌的 Admob 移动广告平台等业务创新也展现出移动互联网的巨大创新潜能和市场发展空间。

整个增值电信服务价值呈现出向移动互联网转移的趋势。截至 2012 年 6 月底，我国网民规模已经突破 5.38 亿，互联网普及率为 39.9%。由于智能手机的加速普及，手机网民规模高速增长。国内手机网民规模达到 3.88 亿，超过台式电脑网民数 3.8 亿²³。随着新增用户规模向移动互联网迁移，传统互联网企业的业务移动化进程不断加速。目前，人人网有超过 50% 的流量来自移动平台，日活跃用户中移动活跃用户占到 50% 以上。凡客 2012 年手机业务比去年增长近 4 倍，并预计手机业务规模将超过 10 亿元。淘宝无线在 2012 年一季度成交金额同比增长也超过了 5 倍²⁴。传统互联网的产业价值正向移动互联网高速转移。

移动互联网的商业模式尚未成型。传统互联网相对成熟的广告、游戏和电商三大商业模式仍未在移动互联网领域取得突破。在网络广告方面，传统互联网的广告盈利模式在移动互联网上受到终端和市场

²²数据来自国外开发者的材料统计结果

²³数据来自 CNNIC 第 30 次中国互联网发展状况统计报告

²⁴数据来自各互联网企业公布的业务数据

的明显限制。目前有效的移动广告每千次展示费用（eCPM）比桌面低 5 倍²⁵，广告商对移动广告营销效果存在质疑。在移动游戏方面，国内应用商店的用户付费意愿更低，导致国内市场难以形成有效的盈利渠道。以苹果 App store 为例，中国区平均 APP 下载量收入仅有 0.03 美元，是美国用户的十分之一²⁶。在电子商务方面，以淘宝为例，手机淘宝登录会员数占比为 20%²⁷，移动电商整体规模较小，国内市场仍处于规模增长阶段。

²⁵数据来自国外研究机构 KPCB 发布的互联网趋势报告

²⁶数据来自移动数据监测机构 App Annie 公布的数据

²⁷数据来自淘宝发布的《2012 年 Q2 淘宝无线电子商务数据报告》

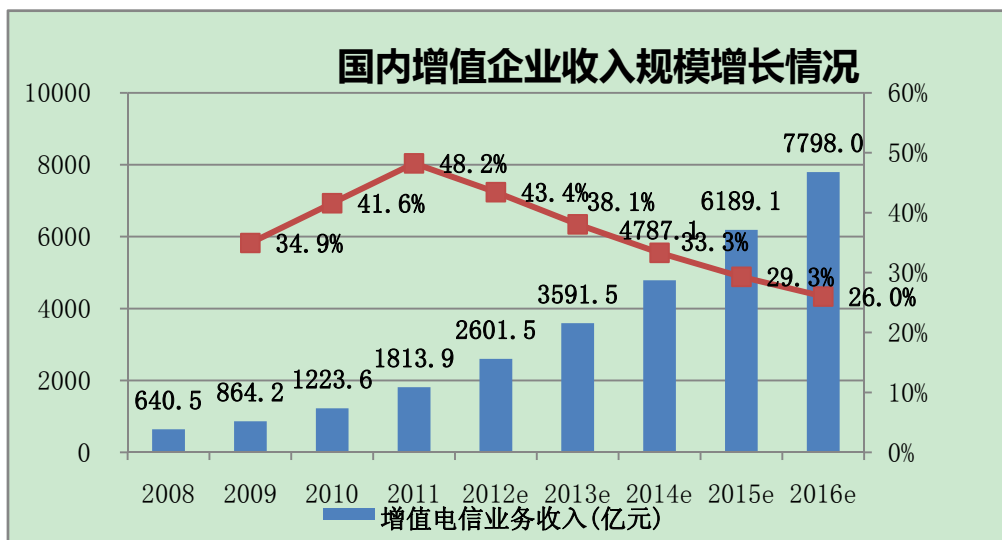
第三部分 展望篇

一、增值电信业务市场需求将持续旺盛

未来五年，我国增值电信业务市场仍将保持高速增长的态势。预计到 2016 年，增值电信业务收入规模将超过 7700 亿元（不包括基础企业增值业务收入），年均复合增长率超过 33%。

信息消费需求的快速增长，我国宽带基础设施的建设与升级，智能手机的普及，都为增值电信业务发展带来机遇。在我国，信息消费渐成时尚，已是人们在满足温饱型的衣食消费后，追求精神生活质量、提高工作效率的一种必然。随着“宽带中国”战略和基础电信业对民营资本开放的加快实施，我国宽带业务将迎来新一轮的发展高潮，有利于高消耗带宽的互联网应用的普及；随着智能手机的逐步普及，手机上网、支付模式的逐渐成熟，网络购物等新兴消费模式变得更加快捷和普及，移动互联网将成为增值电信业务发展热点及增长点。

图 3：国内增值企业收入规模增长预测



二、新技术革新加速各种增值电信业务应用

信息通信技术的变革创新，在推动通信业自身向宽带化、移动化、智能化和泛在化加速演进的同时，更与产品制造、软件开发、数字内容、信息技术服务等深入交融，不断产生新服务和新业态，促使其内涵和边界集聚扩展，蕴含新的巨大市场空间。

宽带接入技术广泛应用为增值市场发展提供了良好条件。例如宽带网络的普及提速能够为流媒体业务提供了强大的网络基础。基于宽带有线网络的流媒体技术应用获得了长足发展，基于移动通信网络的流媒体技术也日益走向成熟。新一代宽带无线移动通信技术由试验走向商用也将不断催生新的业态和模式。

物联网、云计算等新一代信息技术的全面推广将为增值市场提供更广阔的市场前景。物联网在公共安全、城市管理、交通运输等多个领域的应用将持续广泛深入。云计算应用在广度和深度上不断扩张，三种公共云应用形态各有发展。

三、产业政策为增值电信业务营造良好发展环境

“宽带中国战略”的实施将推动增值电信业务迈向新一轮发展浪潮。目前由发改委、工信部等十一个部委联合研究起草的“宽带中国战略及实施方案”正在征求各方意见，按计划将于今年内出台。此战略将推进城市地区光纤化成片改造，加快农村地区加快宽带网络建设，全面提升宽带网络接入速率和覆盖范围。宽带网络的提速和普及提升将改善用户宽带上网体验、提高宽带网络使用性价比，进一步扩展现

有业务的潜在用户基础，从而为增值电信业务的大发展奠定坚实的网络基础和用户基础。

电信市场开放政策将进一步优化增值电信业务的市场竞争环境。2012 年 6 月底，工业和信息化部发布《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，提出将引导民间资本通过多种方式进入移动虚拟运营、接入网等八个重点领域。基础电信业务作为增值电信业务的上游环节，第三方市场主体的引入有利于增加基础市场的竞争性和发展活力，有利于打造增值电信产业链上下游公平竞争的市场环境，促进产业资源的配置优化及效率提升。

此外，相关监管政策的不断完善也将为增值电信业务发展提供有力保障。下一步针对云计算、移动应用商店、地理位置服务等新兴业务的监管政策将逐渐明朗，针对增值电信企业的信息安全责任规定也将逐渐明确和落实，将有力保障用户权益与信息安全。

工业和信息化部电信研究院

地 址：中国北京海淀区花园北路 52 号（100191）

联系电话：86-10-62304839

传 真：86-10-62304980