

中国省会城市互联网应用发展报告

China capital city Internet Development Report

【2014】



中国统计信息服务中心

腾讯科技（北京）有限公司

权威的官方背景	——	国家统计局直属信息机构
安全的数据管理	——	国家统计局数管中心管控
独立的第三视角	——	评价研究体现公正与客观
专业的研究团队	——	专业技术研究队伍近百人
高端的资源整合	——	知名专家主流媒体大智库
数据挖掘最强音	——	大数据研究应用孵化基地

CSISC 大数据研究报告编制委员会

主任：王海峰

副主任：樊梓庆 江 青

委员：任玉岭 郑砚农 张灵光 王志强 解晓芳 于普增 姜 玮
王娅莉 郑建玲 钟祝轩 段赛民 姜培峰 赵永琦 王军光

电 话：010-63375716 63375609

网 址：www.researchina.cn www.12340.net.cn

策划/编制：

董少明

王 威

王 鹏

邢 敏

设计/版式：王关杰

监测技术：姜洪德

校对：邢 敏

审定：樊梓庆

江 青

核发：王海峰

中国省会城市互联网应用发展报告

China capital city Internet Development Report

【2014】



中国统计信息服务中心

腾讯科技（北京）有限公司

目 录

一、研究概述.....	5
二、研究索引.....	8
1. 研究背景.....	8
2. 研究目的.....	8
3. 研究方法.....	8
4. 相关解释.....	9
5. 研究对象.....	9
6. 监测载体.....	9
7. 数据获取方式.....	9
8. 数据时间周期.....	9
三、省会城市互联网发展状况.....	10
1. 中国省会城市互联网发展竞争力总榜单.....	10
2. 省会城市经济总量与互联网投入情况.....	12
2.1 省会城市经济总量状况.....	12
2.2 省会城市互联网投入状况.....	13
2.3 省会城市互联网投入占经济总量比例状况.....	14
3. 省会城市互联网应用发展状况.....	15
3.1 省会城市宽带互联网分布状况.....	15
3.2 省会城市移动终端（移动电话）发展状况.....	16
3.3 省会城市移动网络运营商分布状况.....	18
4. 省会城市 WIFI 应用发展状况.....	19
4.1 省会城市网络热点分布.....	19
4.2 省会城市免费 WiFi 应用情况.....	21
5. 省会城市 APP 应用发展状况.....	23
5.1 APP 成电子政务有效工具.....	23
5.2 省会城市 APP 开通应用情况.....	24
6. 省会城市自媒体应用发展状况.....	27
6.1 省会城市微博应用发展状况.....	27
6.2 省会城市微信应用发展状况.....	41
7. 省会城市名片互联网影响力状况.....	42
7.1 城市名片反应城市互联网竞争力.....	42
7.2 省会城市名片（小吃、旅游景点）影响力状况.....	44
四、结语.....	56
五、研究必要说明.....	58
1. 研究差异说明.....	58
2. 成果版权说明.....	58
3. 参考资料.....	58
六、机构介绍.....	59

一、研究概述

互联网是人类智慧的结晶，20 世纪的重大科技发明，当代先进生产力的重要标志。互联网深刻影响着世界经济、政治、文化和社会的发展，促进了社会生产生活和信息传播的变革。

互联网对于加快国民经济发展、推动科学技术进步和加速社会服务信息化进程都有不可替代作用。全国各地政府也高度重视并积极促进互联网的发展与运用，把发展互联网作为推进城市信息化建设、实现经济社会科学发展、提高科技创新能力和人们生活质量的重要手段；积极营造有利于互联网发展的政策、法规和市场环境；通过完善城市信息网络基础设施、建设城市重点信息网络工程、鼓励相关科技研发、大力培养信息技术人才、培育多元化信息通信服务市场主体等举措，不断推动中国互联网持续健康快速发展，满足人们日益增长的信息消费需求。随着互联网的快速发展与普及，人们的生产、工作、学习和生活方式已经开始并将继续发生深刻的变化。

互联网消费持续快速增长，成为拉动内需、引领经济增长的新引擎。建设好、利用好、管理好互联网，关系城市经济繁荣和发展，关系城市安全与社会和谐，关系城市形象和市民根本利益。为了解城市网络建设、互联网环境和公众平台使用和发展等情况，中国统计信息服务中心大数据研究实验室专门研究编制了《城市互联网应用发展状况报告》，旨在介绍全国省会城市互联网应用的基本状况，帮助公众了解城市互联网建设和使用情况，助力推进各级政府的“智慧城市”建设。

透过线下与线上的大数据信息，CSISC 大数据研究实验室梳理了 31 个省会城市在互联网应用方面的数据，得出如下结论。

➤ 中国省会城市互联网发展水平差距明显：

31 省会城市互联网发展水平差距明显，上海、北京、重庆、广州、成都、杭州、天津、济南、南京、武汉揽获竞争力前十。重庆作为新晋直辖市竞争力十足，紧随上海、北京之后位列第三，作为西部城市，四川省会城市成都的表现相当抢眼，中部省会城市武汉则以微弱优势赢得昆明位列第十；而西部省会城市宁夏银川、青海西宁则各方面表现均较乏力导致其互联网应用发展综合竞争力在省会城市中成绩垫底。

➤ **省会城市互联网投入成都居首：**

在城市经济总量与互联网投入方面，从公开的经济总量的数据来看，广州市在人均经济总量表现最佳。不过，在 31 个省会城市的互联网相关人均投入分布数据中，成都的投入最高，呼和浩特紧随其后，并远超其他城市。

➤ **省会城市互联网发展与时俱进：**

宽带中国战略的实施，让互联网迅速的融入城市生活，在城市互联网应用发展方面，重庆在发展建设宽带互联网方面表现最好；受经济、人口等各方面影响北京、上海、广州的移动电话用户量较多；从 31 个城市的移动运营商布局网点来看，重庆走在了各市的前列，成都、北京紧随其后。

➤ **省会城市 WIFI 发展参差不齐：**

无线 WIFI 为城市搭建起无缝沟通的桥梁，市民及游客可以畅游互联网使用互联网，在城市 WIFI 应用发展方面，上海、广州、杭州、北京等城市排名靠前。一方面，上海的无线网络热点布局最多，广州，杭州、北京紧随其后。另一方面，公开数据显示，上海免费开放 WIFI 热点 9046 个，是免费开放热点数最多的城市。

➤ **省会城市 APP 应用旅游独大：**

城市 APP 代表其在互联网发展过程中能否及时跟进的水平，在城市 APP 应用发展方面，北京、上海、广州的开发应用状况良好，尤其是关于旅游方向的 APP 相关应用占据较大份额。

➤ **自媒体应用助力省会城市电子政务：**

随着互联网在各个领域中的应用，各地政府、单位在门户网站的建设中积极发展，对于新兴自媒体微博、微信等的应用也在大力推进，为更好的服务社会和群众提供了新的便捷途径，电子政务逐步融入自媒体时代，并在更多领域进行应用。

直辖市政务微博开通火热、运营深入。从数量上来看,中东部地区城市政务微博开通情况较好,尤以成都、重庆、上海、北京等城市为最。从运营深度来看,位居全国政治文化中心的北京和立足经济贸易中心的上海,网民参与城市微博互动指数较高。

首都北京引领四大领域自媒体应用。在公检法系统中,上海、重庆、北京、西安等四个城市在微博的开通方面积极主动、尤其是上海和重庆两个城市,在公检法领域的政务微博开通数量最多;其中,济南市公检法部门政务微博的运营情况最好,其互动指数最高。

在医疗卫生领域方面,北京的政务微博建设明显好于其他城市,在开通数量和互动指数两个维度上,明显走在前列。其次是上海、武汉、成都等城市医疗卫生领域微博开通数量较多,重庆、上海等城市的微博互动指数也相对较高。

从旅游政务微博建设来看,北京的旅游政务微博开通数量最多,遥遥领先于其他城市。不过北京的旅游政务微博运营方面表现差强人意,微博互动指数远远落后于杭州、长春、南京、成都、上海等几大旅游热点城市。

从政府宣传领域中的微博应用方面来看,北京与天津的政府宣传领域政务微博开通数量最多,上海与成都的政府宣传领域政务微博互动指数最高。综合来看,北京、重庆、上海等城市在政府宣传领域中的微博建设程度较好。

另外,江浙一带政务微信正在火热开通中,浙江、江苏等城市走在全国省区的前列。城市移动互联网应用也在摸索中前进,WIFI建设、APP应用等新媒体应用给“智慧城市”的建设增添活力与动力。

➤ 互联网城市名片百花齐放:

每个城市都有各自的历史和文化背景,城市网络名片就是把这种差异化的特质提炼出来。城市网络名片能够准确反映城市的灵魂,作为一个城市的符号,对扩大城市的影响力,提高城市的知名度,提升城市的文化品位,具有重大意义。城市名片能否在个性化方面凝聚出这个城市独有的文化,散发自身独特的魅力,正在成为一种新的城市竞争力。

二、研究索引

1. 研究背景

2013年8月17日，中国国务院发布了“宽带中国”战略实施方案，部署未来8年宽带发展目标及路径，意味着“宽带战略”从部门行动上升为国家战略，宽带首次成为国家战略性公共基础设施。

截至2014年6月底，中国互联网信息中心（CNNIC）的第34次统计显示，我国网民规模达到6.32亿，其中手机网民规模5.27亿，互联网普及率达到46.9%，稳居世界第一位。

随着网络帝国的崛起、移动技术的融合、城市化进程的加快，使城市被赋予了前所未有的经济、政治和技术的权利，但同时，城市也面临着环境污染、交通堵塞、能源紧缺、住房不足、失业、疾病等方面的挑战。在新形势下，“智慧城市”发展趋势应运而生。智慧城市以新一代信息技术为支撑，面向知识社会环境下的创新2.0，通过物联网、云计算等新一代信息技术以及维基、社交网络、Fab Lab、Living Lab、综合集成法等工具和方法的应用，实现全面透彻的感知、宽带泛在的互联、智能融合的应用以及以用户创新、开放创新、大众创新、协同创新为特征的可持续创新。智慧城市建设的大提速将带动地方经济的快速发展，也将带动卫星导航、物联网、智能交通、智能电网、云计算、软件服务等多行业的快速发展，为相关行业带来新的发展契机。

2. 研究目的

为了解城市网络建设、互联网环境和公众平台使用和发展应用等情况，帮助公众了解城市互联网建设和使用情况，以及各市对于这方面的投入力度，报告旨在为各市的互联网建设提供可借鉴的发展方向，助力推进城市“智慧城市”建设。

3. 研究方法

包括文献法、调查法、观察法、经验总结研究法、比较研究法等。

4. 相关解释

本报告研究评价体系是运用多个指标，多方面地对一个组织或团体进行评价的方法，其基本思想是遵循科学性、导向性、综合性、可比性、可操作性等原则，通过多方面，选择多指标，并根据各个指标的不同权重，进行综合评价。

5. 研究对象

全国 31 个省会城市（含直辖市城市，不含香港、澳门、台北），城市分别为：北京、天津、上海、重庆、石家庄、太原、沈阳、长春、哈尔滨、济南、南京、杭州、合肥、福州、南昌、郑州、武汉、长沙、广州、海口、成都、贵阳、昆明、西安、兰州、西宁、南宁、呼和浩特、拉萨、银川、乌鲁木齐。

6. 监测载体

政务网站站点、搜索引擎、网媒新闻、微博、博客、论坛贴吧、社区等。

7. 数据获取方式

本报告相关统计数据来源于 31 省份统计部门，部分微博、微信数据由腾讯城市研究院提供，部分数据采用 CATI 方式调查获取，其他线上数据来源于中国统计信息中心大数据监测平台。

8. 数据时间周期

官方统计数据截止时间为：2013 年 12 月；互联网数据截止时间为：2014 年 10 月。

三、省会城市互联网发展状况

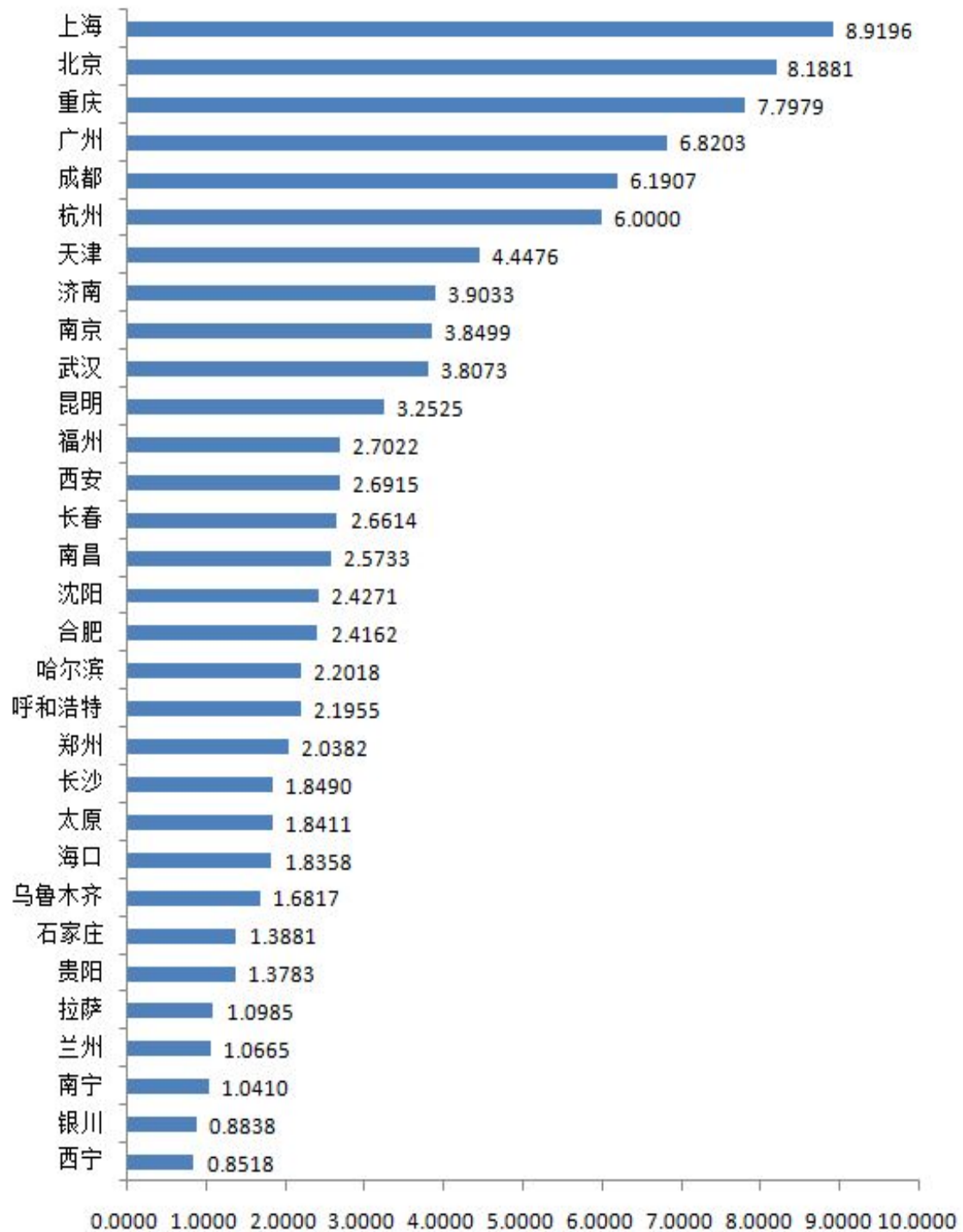
1. 中国省会城市互联网发展竞争力总榜单

中国网民规模继续增大,CNNIC 数据显示:2011 年中国网民规模突破 5 亿,达到 5.13 亿,2013 年中国网民规模将达到 6.18 亿,互联网的普及率将超过 40%,未来几年中国网民规模还将继续保持较快增长,预计到 2015 年能达到 7.31 亿;移动互联网用户规模方面,2011 年为 3.56 亿,2012 年为 4.33 亿,2013 年突破 5 亿,达到 5.10 亿。



与网民规模相呼应的是,以城市为核心的中国互联网应用发展如火如荼,本报告仅对 31 省会城市互联网发展状况进行研究,数据分析发现,31 城市互联网应用发展水平差距明显,上海、北京、重庆、广州、成都、杭州、天津、济南、南京、武汉揽获竞争力前十。重庆作为新晋直辖市竞争力十足,紧随上海、北京之后位列第三,作为西部城市,四川省会城市成都的表现相当抢眼,中部省会城市武汉则以微弱优势赢得昆明位列第十;而西部省会城市宁夏银川、青海西宁则各方面表现均较乏力导致其互联网应用发展综合竞争力在省会城市中成绩垫底。

省会城市互联网应用发展竞争力榜单



2. 省会城市经济总量与互联网投入情况

2.1 省会城市经济总量状况

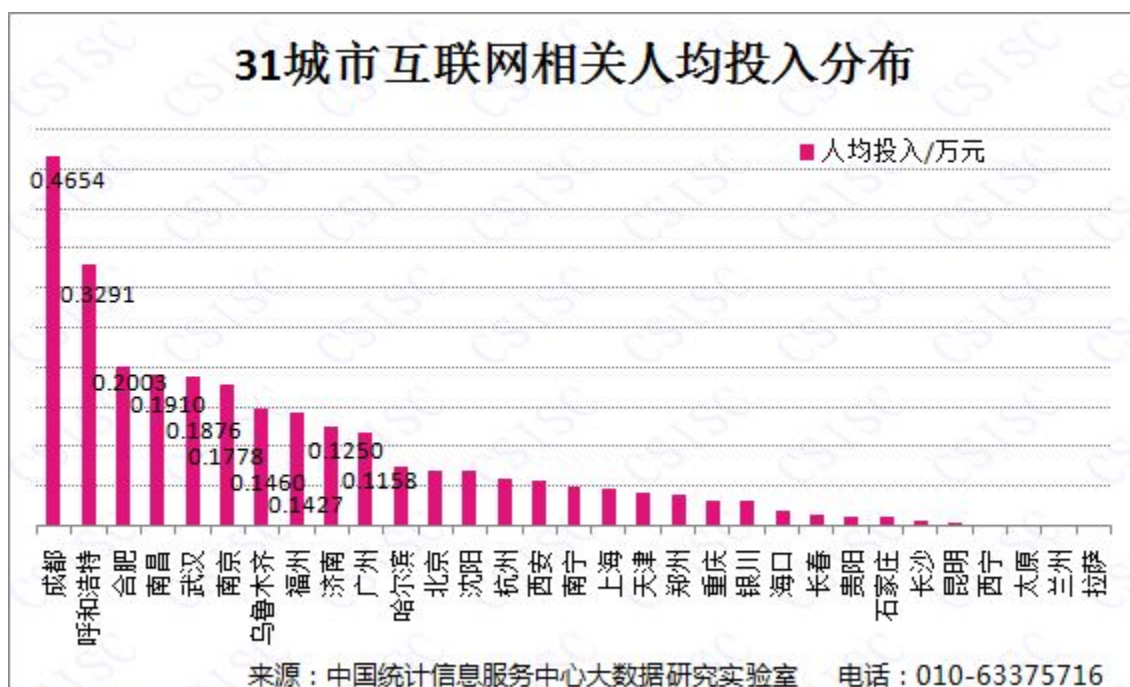


注：图中仅显示前十数据；拉萨数据暂缺

人均经济总量反映经济规模、质量、水平，反映群众实实在在分享经济发展成果的追求，此外，在市场经济条件下，表明政府对经济发展的意愿。

从反应的经济总量的数据来看，计 2013 年底各市在国民生产总值和各市统计人口，广州市在人均经济总量表现最佳，在 31 个城市人均经济总量分布中可以发现，东部地区经济发达，有 6 个省会城市在人均经济总量排列在前十位；西部地区中表现较佳的是乌鲁木齐；而西南部地区的城市排列靠后。

2.2 省会城市互联网投入状况

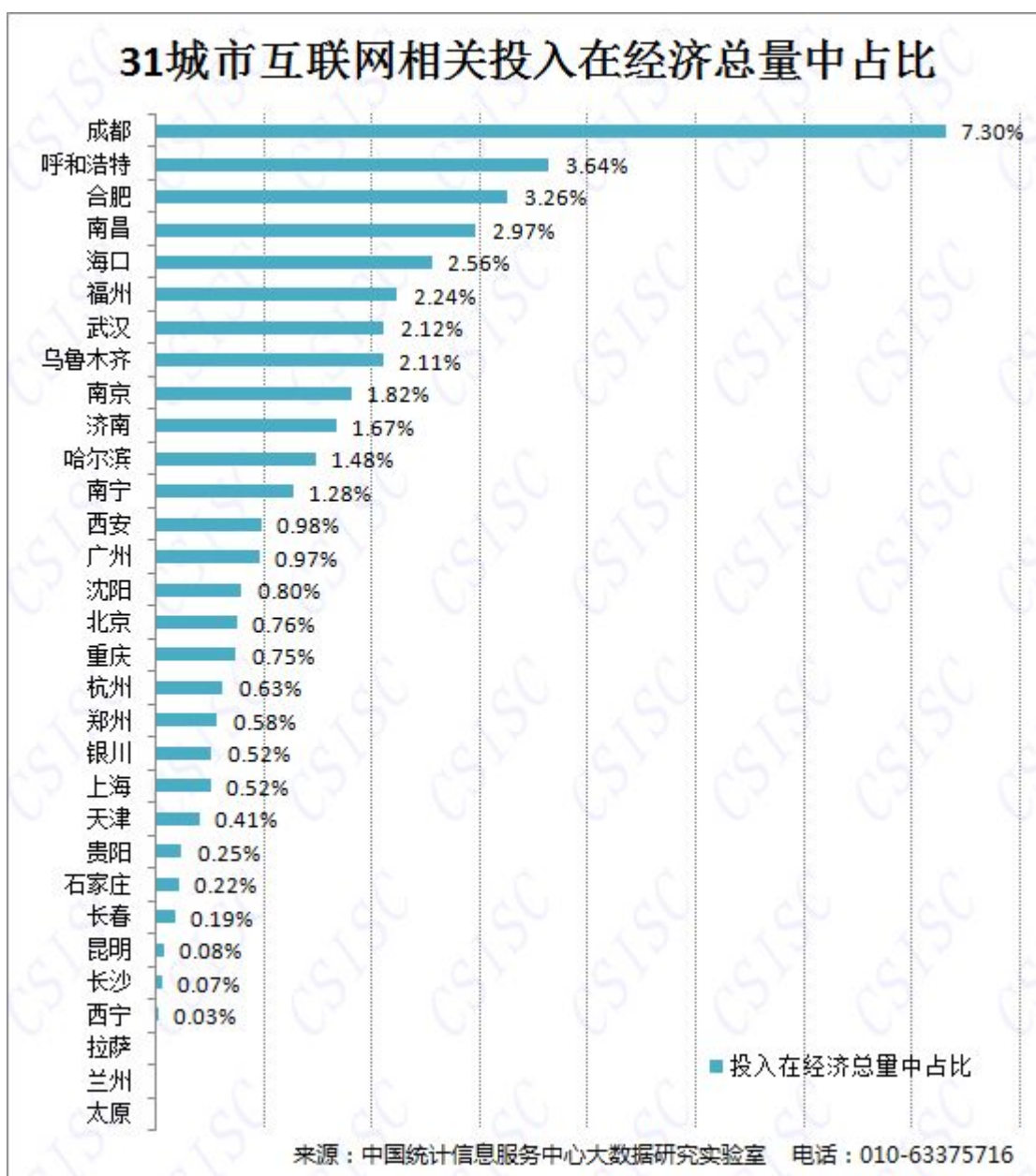


注：图中仅显示前十数据；兰州、太原、拉萨数据暂缺

随着城市人口的聚集，产业的升级发展，人们对生活质量期望的提升，城市各行业领域都迫切地需求借助信息化手段提升社会管理效率和公共服务的能力。信息城市阶段，城市各行业领域建立各自的信息化系统，各行业信息化系统彼此独立，信息资源没有进行有效的汇聚整合和共享；通过信息化建设促进产业升级、提高城市建设与管理水平，实现跨行业数据共享，使城市信息化向着智能化演进，逐步实现城市的智慧管理。

从监测到的数据来看，计 2013 年底各市在电信、信息传输、计算机软件等互联网相关投入和各市统计人口，31 个省会城市的互联网相关人均投入分布数据中，成都的人均投入最高，呼和浩特紧随其后，前二位城市相对于其他城市差距较大。

2.3 省会城市互联网投入占经济总量比例状况



注：拉萨、兰州、太原数据暂缺

互联网的高速发展，网民的日益增加给我国整个经济乃至社会带来了结构性的变化，深刻地影响了人们的生活发展，由于我国过去沿袭了粗狂式的扩张模式，我国经济积累了不少不协调的机制问题，制约着经济稳定、高效和可持续发展，互联网作为新的

经济发展方式，可以为城市转型提供强大的动力和路径。

成都在经济总量中，关于互联网相关投入的占比最高，达 7.30%，呼和浩特和合肥市位列在第二位和第三位。

3. 省会城市互联网应用发展状况

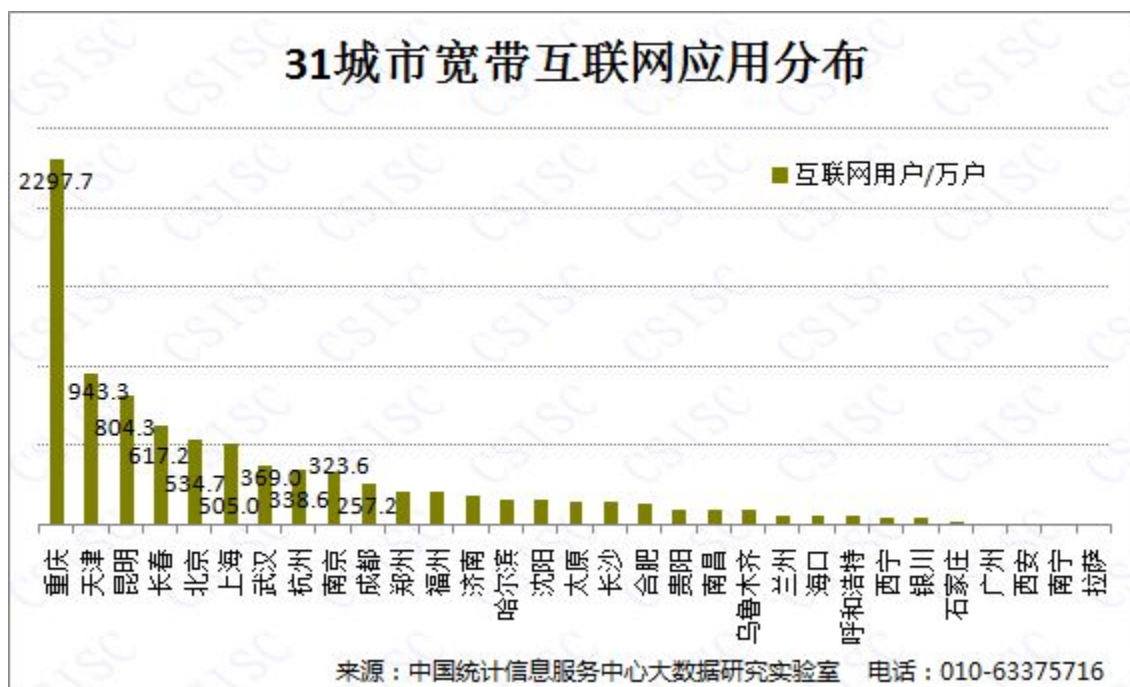
3.1 省会城市宽带互联网分布状况

国务院办公厅发布的《大力推进信息化发展和切实保障信息安全若干意见》以及国务院印发的《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》明确提出实施“宽带中国”工程。2013年2月，工信部将宽带中国具象化，启动了宽带中国2013年专项工程，明确提出，FTTH（光纤入户）新增 FTTH 覆盖家庭超过 3500 万户，新增 3G 基站 18 万个，新增 WLAN 接入点 130 万个；惠民普及规模不断扩大，新增固定宽带接入互联网用户超过 2500 万户，新增 3G 用户 1 亿户，新增 18000 个行政村通宽带，实现 5000 所贫困农村地区中小学宽带接入或改造提速；宽带接入水平有效提升，使用 4M 及以上宽带接入产品的用户占比超过 70%。

按照城市家庭 20Mbps 及以上宽带接入能力达到 85%；农村家庭 4Mbps 及以上宽带接入能力达到 90%；固定宽带家庭普及率达到 55%；3G/LTE 移动电话人口普及率达到 40%；4Mbps 及以上宽带用户渗透率达到 80%；8Mbps 及以上宽带用户渗透率达到 35%的宽带发展基础，北京、天津、上海、石家庄、哈尔滨、南京、福州、南昌、郑州、武汉、广州、成都、贵阳、银川 14 个省会城市已经成功创建由工信部和发改委推动的 2014 年度“宽带中国”示范城市。

2013 年 8 月，国务院印发《“宽带中国”战略及实施方案》明确，到 2015 年，初步建成适应经济社会发展需要的下一代国家信息基础设施。基本实现城市光纤到楼入户、农村宽带进乡入村，固定宽带家庭普及率达到 50%，第三代移动通信及其长期演进技术（3G/LTE）用户普及率达到 32.5%，行政村通宽带（有线或无线接入方式，下同）比例达到 95%，学校、图书馆、医院等公益机构基本实现宽带接入。城市和农村家庭宽

带接入能力基本达到 20 兆比特每秒 (Mbps) 和 4Mbps，部分发达城市达到 100Mbps。



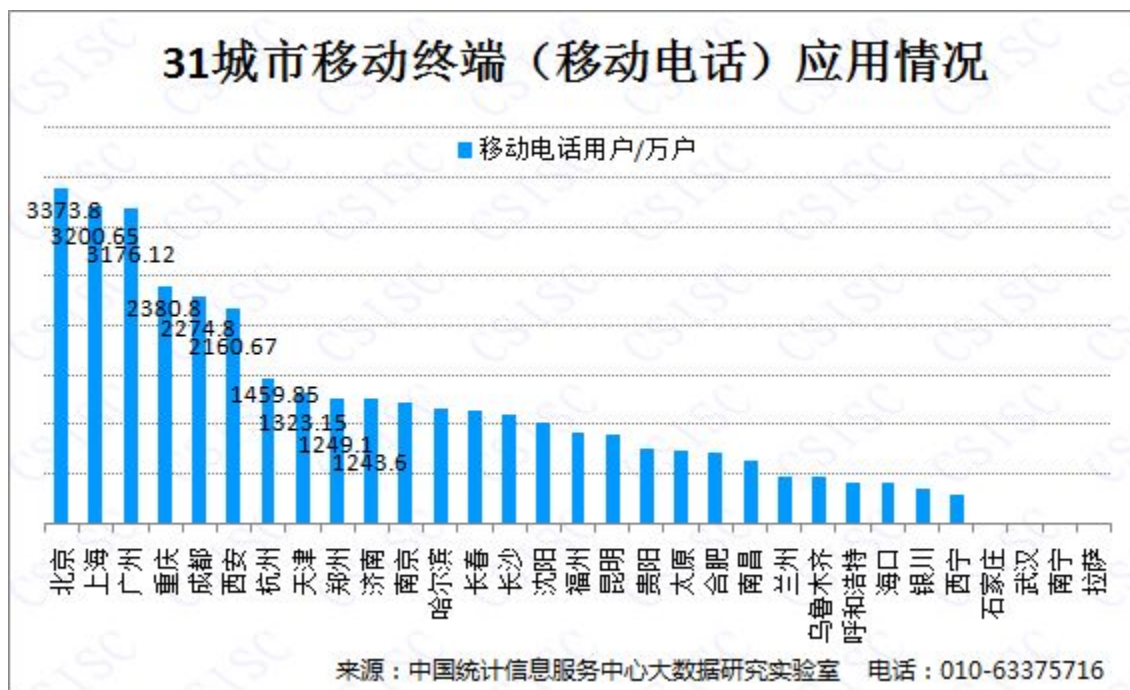
注：图中仅显示前十数据；广州、西安、南宁、拉萨数据暂缺

各地政府利用互联网及时发布工作动态和部门信息，对加大当地城市政府的宣传和影响力、提升政府的美誉度和公信力具有很大影响。而且政府电子政务、信息公开等措施，是公民有效地监督政府、促进政府廉政建设的一项重要渠道，对提高政府管理水平和对公民、企业的公共服务能力都会有一个“质”的提升。根据全国 31 个省会城市的 2013 年初步统计数据来看，重庆在发展建设互联网方面表现最好，截止 2013 年底互联网用户达 2297.7 万户。

3.2 省会城市移动终端（移动电话）发展状况

移动终端：也叫移动通信终端，是指可以在移动中使用的计算机设备，广义的讲包括手机、笔记本、平板电脑、POS 机甚至包括车载电脑。但是大部分情况下是指手机或者具有多种应用功能的智能手机以及平板电脑。随着网络和技术朝着越来越宽带化的方向的发展，移动通信产业将走向真正的移动信息时代。另一方面，随着集成电路技术的

飞速发展，移动终端的处理能力已经拥有了强大的处理能力，移动终端正在从简单的通话工具变为一个综合信息处理平台。



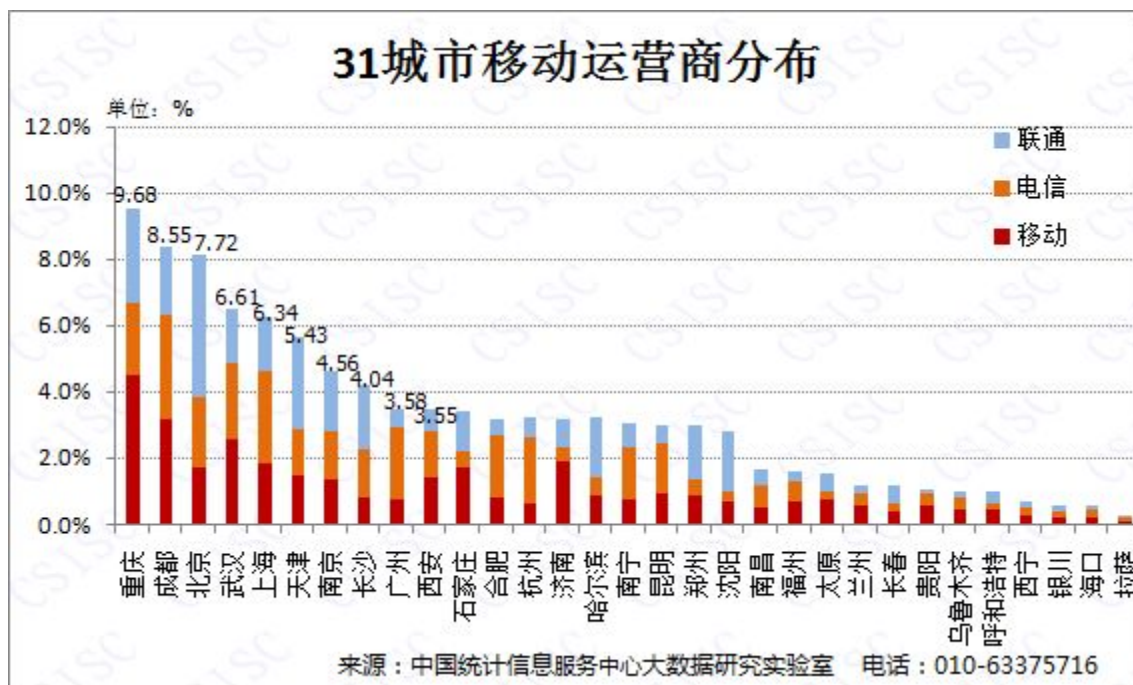
注：图中仅显示前十数据；石家庄、武汉、南宁、拉萨数据暂缺

据中国互联网信息中心介绍，中国网民有 6.32 亿，其中手机网民规模达到 5.27 亿，占 83.4%，手机使用率首次超越传统 PC 使用率，成为第一大上网终端设备。互联网发展重心从“广泛”向“深入”转换，各项网络应用深刻改变网民生活。移动金融、移动医疗等新兴领域的移动应用多方位满足了用户上网需求，推动网民生活迈向全面“网络化”。

根据中国统计信息服务中心大数据监测平台采集相关数据显示，截止 2013 年底，全国 31 个省会城市移动电话的使用情况如上图所示，受经济、人口等各方面影响北京、上海、广州较其他城市的移动电话用户更多。

3.3 省会城市移动网络运营商分布状况

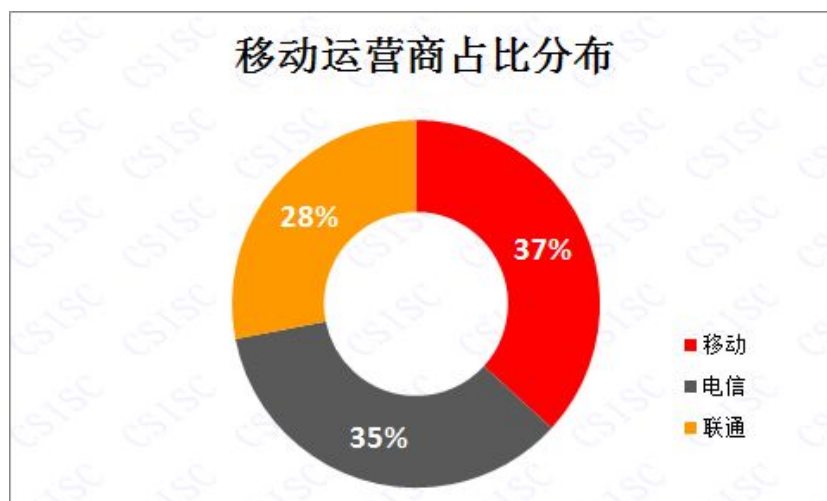
网络运营商是网络提供商，网络运营商不仅需要从网络角度知道网络运行状况，还需要从服务角度知道网络运行状况。此外，他们需要在提供多媒体服务和应用时有效利用网络资源，目前，中国移动网络运营商有三家——中国电信、中国移动、中国联通。



注：图中仅显示前十数据

从“数字城市”、“无线城市”，到“智慧城市”，全国各地在积极布局互联网工程，加速城市的信息建设。中国的三大移动运营商也在加速移动互联网工程的全国布局，积极与各省、市政府沟通合作，使无线城市涵盖政府管理、行业应用、百姓生活、公共服务等重要领域，实现“政务、公共事业、交通、医疗、教育、就业、金融、旅游、生活服务、消费购物”等的重点应用。

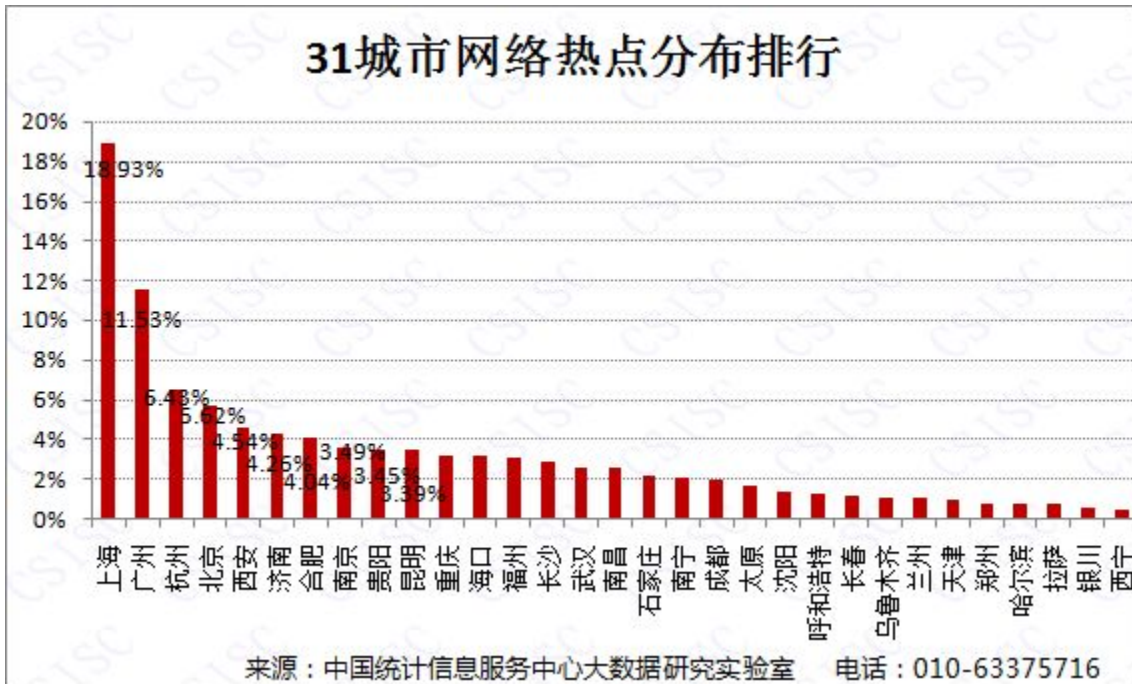
从31个城市的移动运营商布局网点来看，重庆走在了各市的前列，成都、北京紧随其后。通过“无线城市”可以更好的服务城市建设管理、降低服务成本，提升企业自身服务能力，改变用户生活，成为连接政务、医疗、旅游、交通服务的高效桥梁和纽带。



4. 省会城市 WIFI 应用发展状况

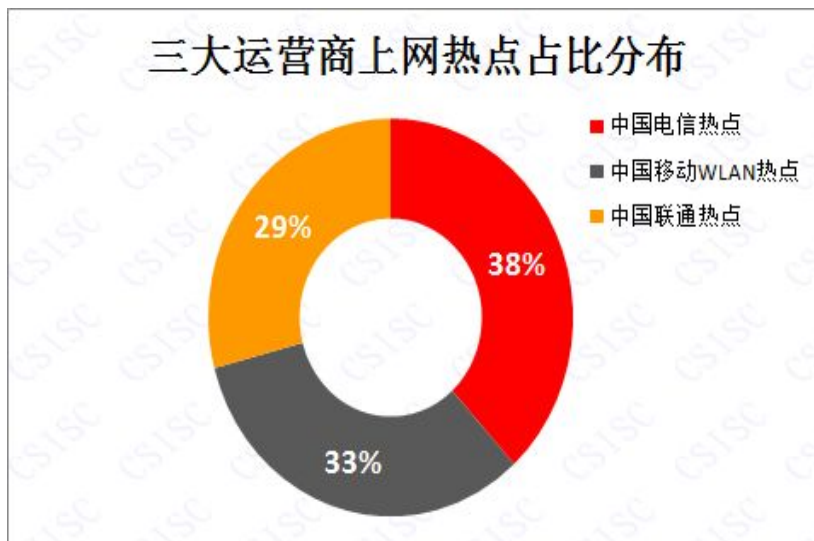
4.1 省会城市网络热点分布

无线网络上网可理解为无线上网，几乎所有智能手机、平板电脑和笔记本电脑都支持无线保真上网，是当今使用最广的一种无线网络传输技术。Wi-Fi 是一种可以将个人电脑、手持设备（如 pad、手机）等终端以无线方式互相连接的技术，是一个高频无线电信号。

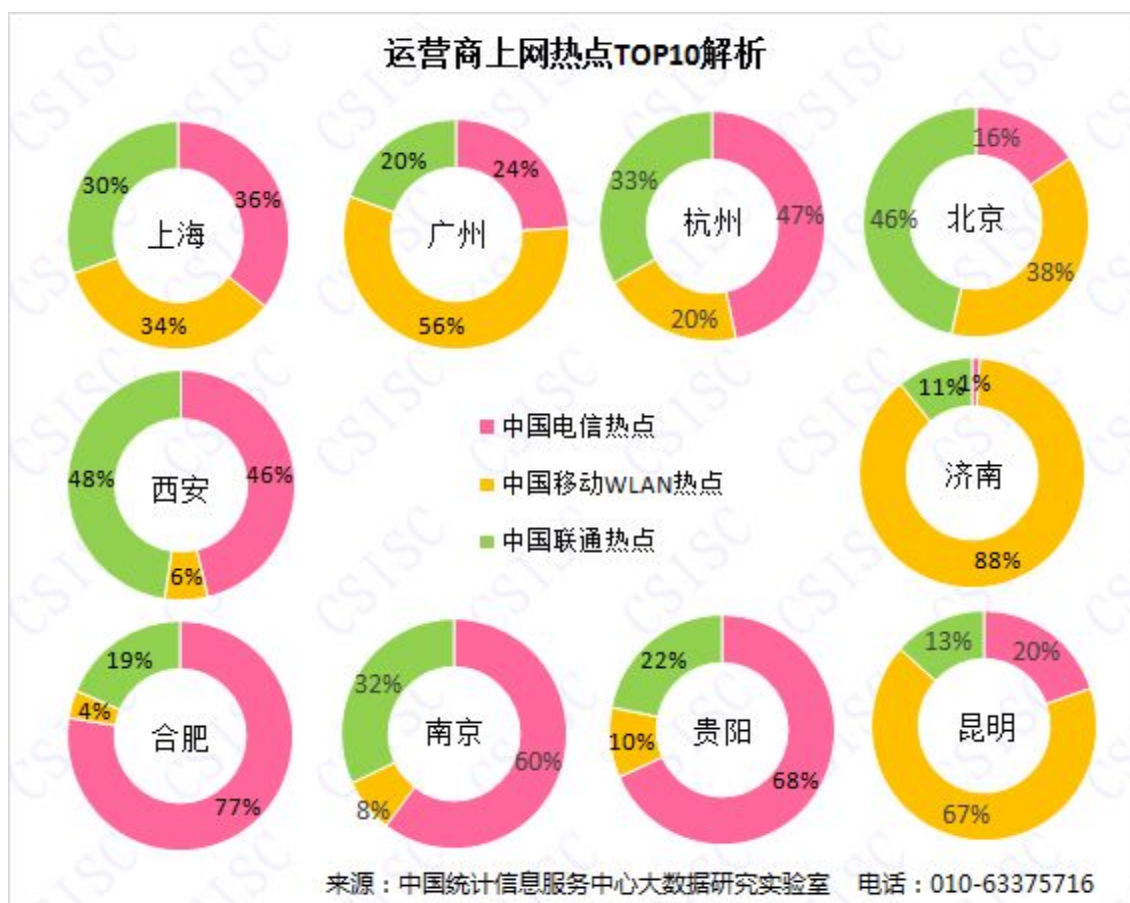


注：图中仅显示前十数据

经过移动、联通和电信等运营商近几年的积极布局和推进，中国 3G 发展进入高速增长阶段，再加上近期 4G 网络和 WI-FI 的不断推广，网络接入环境不断改善，使得网民上网体验服务越来越好，与移动互联网的粘度越来越大。如上图所示，上海的无线网络热点布局最多，截至 2013 年底，上海公共场所 WLAN 场点达到 2.2 万个，无线接入点 AP 达到 16.5 万个。其次是广州，杭州、北京紧随其后。



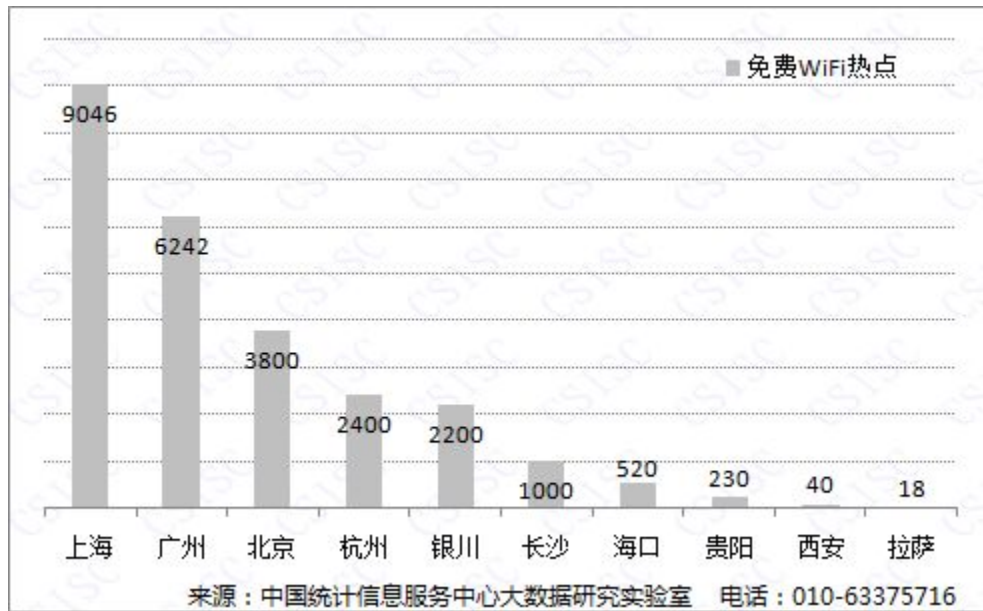
综合全国 31 个省会城市三大运营商布局无线上网热点占比分布来看，三大运营商布局的网点总量格局相差不大，但是从城市上网热点 TOP10 的解析来看，南北、东西部地区有较大差异，南方地区在电信热点的布局上优于北方，而北方地区移动的优势更大。



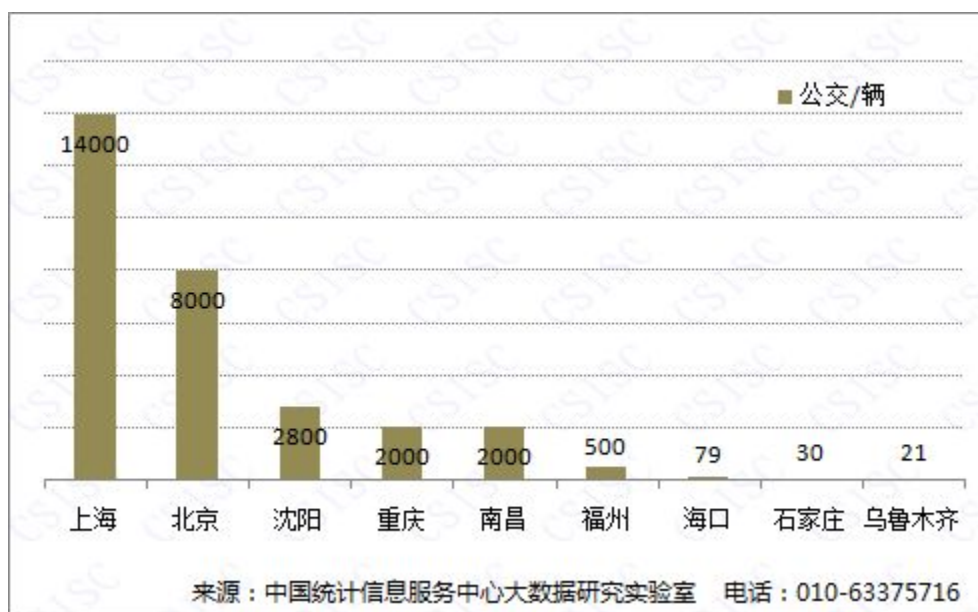
4.2 省会城市免费 WiFi 应用情况

现在的人们越来越离不开互联网，应广大市民的需求和呼声，许多城市的各大商圈、酒店、医院、机场、银行、学校、车站、公园、景点等公共场所都开通了免费的 WI-FI 站点，为广大市民提供安全、便捷的上网服务。

城市免费 WiFi 的应用，对市民实时了解政务信息以及便民服务信息，例如实时了解路况信息、查询公交和自驾路线、了解停车场信息，还可以根据当前位置查询周边的公共事业网店、医院、药房、银行网点、ATM、新闻、娱乐、旅游等各类便民服务信息。



根据全国 31 个省会城市（除香港、澳门、台北）的官方公开数据显示，上海免费开放 WIFI 热点 9046 个，在可比较城市中免费开放热点数最多。广州免费开放 6242 个 WiFi 热点，北京免费开放 3800 个热点，杭州免费开放热点 2400 个，银川免费开放 2200 个，长沙免费开放 1000 个热点，海口、贵阳、西安、拉萨四个城市免费开放的 WiFi 热点分别为 520、230、40、18 个。公开报道的各市免费开通 WiFi 的城市公交方面，上海开通免费 WiFi 的公交车辆有 14000 辆，北京 8000 辆，沈阳 2800 辆，重庆和南昌均是 2000 辆，福州、海口、石家庄、乌鲁木齐分别为 500、79、30、21 辆。



5. 省会城市 APP 应用发展状况

5.1 APP 成电子政务有效工具

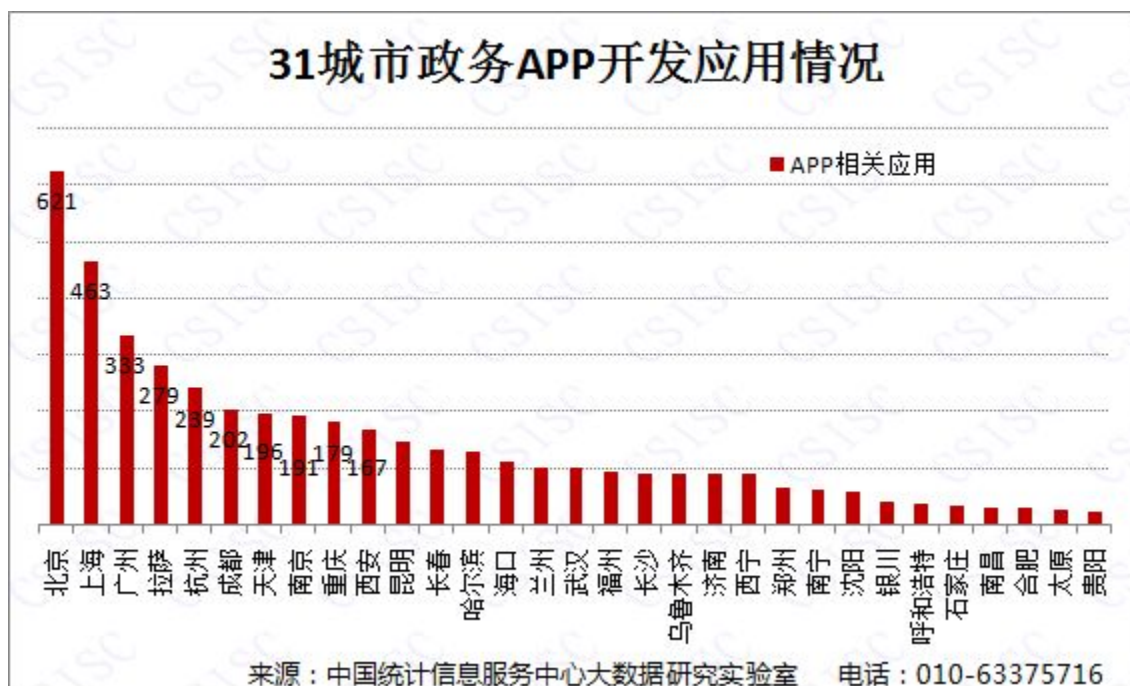
“APP”是“APPLication”的缩写，就是可以在电脑、手机或其他电子产品终端运行的软件程序，也叫手机应用程序。政府 APP 作为一个全新的一站式政府移动资讯平台，是提升政府人性化服务的重要平台与工具。

世界各国政府顺应移动互联网的发展，政府纷纷试水 APP，其中美国、英国、韩国等国家在政府 APP 方面走在全球前列。我国“十二五”规划《纲要》明确提出，未来 5 年要大力推进国家电子政务网络建设，整合提升政府公关服务和管理能力。在移动互联网技术的飞速发展下，互联网开放性和透明性不断提升，这不仅给政府治理模式和建设服务型政府带来了强大的推动力，也带来了前所未有的挑战。

服务型政府是我国政府建设的目标，服务型政府的主要特征是公开、透明、高效、互动、参与，政府 APP 的应用，可以实现这些价值目标。政府 APP 在移动电子政务的基础上成了政府管理创新的一种新方法和新模式，为公民提供一种更便捷、更高效、更满意的服务模式。政府 APP 是移动互联网时代政府做好公共服务必须采用的工具、平台和手段。比如，在重要时刻和紧急事件发生时，政府 APP 实际能提供一条权威、迅速的官方信息渠道。

在全国，已有不少政府部门也试水移动互联网，市民只需点击手机，就能轻松获取公共服务信息，而通过政务 APP，政府部门试图将服务延伸到更大的人群。北京等一些城市推出了“城市 App”，在城市形象推广方面进行了尝试。2012 年 4 月，由北京市政府新闻办公室创办的“北京城市”成功登陆苹果应用商店，成为中国首个、也是继纽约之后世界第二个在移动互联网平台上发布的综合性城市形象推广 App。APP 已经渗透生活的每一个角落。越来越多的一线城市、地方政府开始移动电子政务，通过开发政务 APP 应用，实现高效政务办公模式。

5.2 省会城市 APP 开通应用情况



注：图中仅显示前十数据

随着移动互联的高速发展，软件应用 APP 发展前景良好，城市 APP 可以作为政府公共服务平台应用，其对新闻宣传、人文旅游、便民服务、城市形象展示和促进招商引资等信息可以实现高度整合。根据采集数据显示，31 城市的政府和企业都有对政务 APP 开发和应用。其中，北京、上海、广州的开发应用状况良好，关于旅游方向的 APP 相关应用占据较大份额。

城市	APP 客户端	创办发布
北京	北京服务您	首都之窗运行管理中心
天津	感知天津	市政府办公厅指导，北方网、天津美术学院、天津外国语大学共同创办
上海	感知上海	上海市人民政府新闻办公室
重庆	看重庆	重庆华龙网新闻传媒有限公司
石家庄	无线石家庄	石家庄广播电视台推出
太原	掌上太原	太原市政府主导
沈阳	沈阳铁路	沈阳铁路局
长春	看长春	中共长春市委宣传部主办、长春日报社承办
哈尔滨	魅力哈尔滨	新华社黑龙江分社与中共哈尔滨市委宣传部共同主办
济南	无线济南	济南广播电视台
南京	我的南京	南京市国民经济和社会信息化工作领导小组办公室
杭州	智慧杭州	杭州市政府与中国电信杭州分公司
合肥	合肥正经观察	合肥晚报
福州	福州市民	福州市人民政府、智慧神州（福建）信息技术有限公司
南昌	掌上南昌	南昌广播电视台
郑州	大河报	河南日报
武汉	掌上武汉	武汉广播电视台
长沙	长沙通	长沙市交警支队、长沙移动共同推出
广州	广州出行易	广州市公安交通管理部门
海口	无线海口	海口晚报、海口网
成都	看度	成都市广播电视台
贵阳	智行车	贵阳市公安交管局
昆明	畅行昆明	市交警支队
西安	智慧西安	中国电信与西安市人民政府
兰州	掌上城关	中共兰州市城关区委、城关区人民政府与新华社甘肃分社
西宁	掌上西宁	西宁广通传媒
南宁	南宁头条	南宁电视台
呼和浩特	活力新城	新华社内蒙古分社与新城区委、区政府合办
拉萨	拉萨·城关掌上通	西藏拉萨市城关区委区政府联合新华社西藏分社全力打造
银川	银川新闻	银川日报社与北京拓尔思信息技术股份有限公司
乌鲁木齐	掌上乌鲁木齐	乌鲁木齐晚报



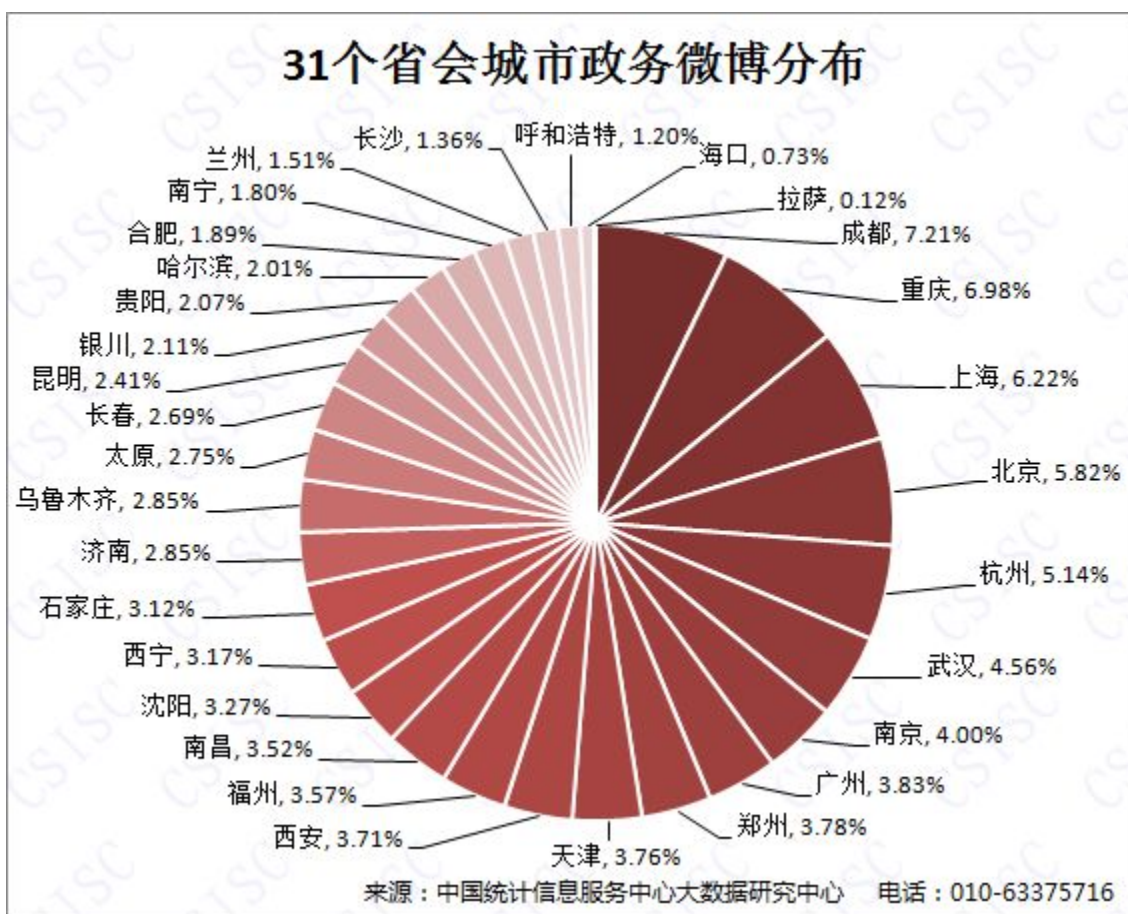
根据采集数据来看，全国 31 个省会城市的城市政务 APP 中，有 18 个城市的政府新闻办、市局单位等政府部门参与开发发布，重庆、石家庄、济南、合肥、南昌、郑州、武汉、海口、成都、西宁、南宁、银川、乌鲁木齐 13 个城市则由报社、电台等相关企业开发发布。

公众对移动互联网的需求覆盖面越来越广，依赖性逐渐增强。工信部数据显示，截至 2013 年 7 月底，我国移动互联网用户总数达到 8.2 亿户，渗透率达到 69.2%。手机上网流量呈现高速增长态势，其中 3G 上网用户占移动互联网用户的比重达到 30.5%，手机的便捷性使用户可以在碎片化时间随时随地上网，公众对政府 APP 的需求日益迫切。

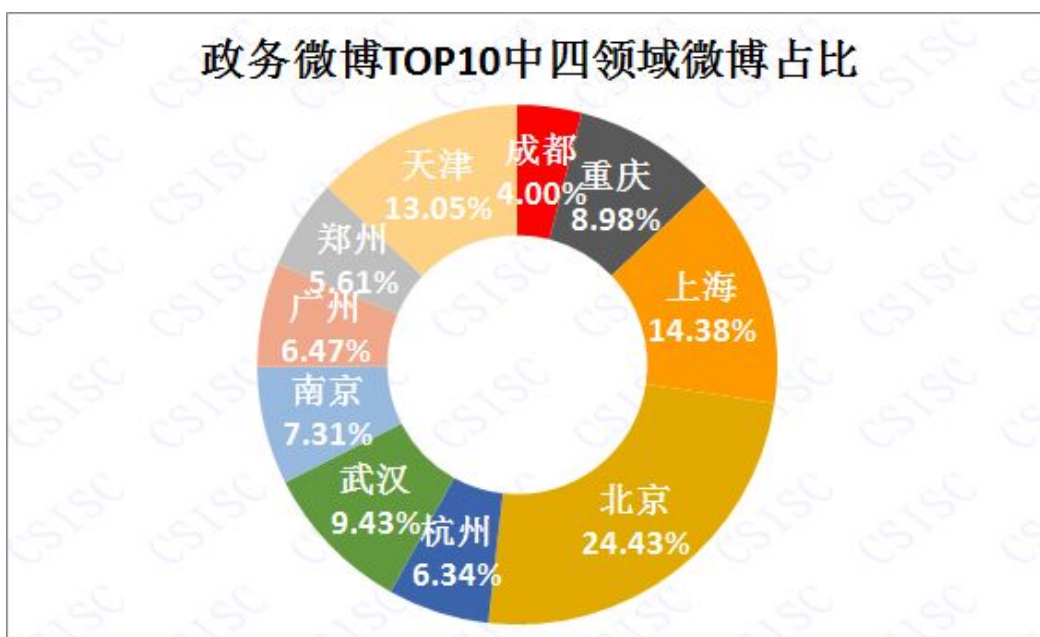
当越来越多的手机上网用户长时间处于在线状态，保持相当的活跃度，并且随时、随地登录移动互联网获取网络信息和服务逐渐成为一种习惯时，公众通过移动智能终端系统，查询教育、医疗卫生、旅游、交通、文化、就业、环境、气象等多方面的民生信息成为时代需求，如何充分利用移动互联网，为用户提供各种普遍化、个性化、人性化的应用服务，成为政府迫切需要解决的问题。

6. 省会城市自媒体应用发展状况

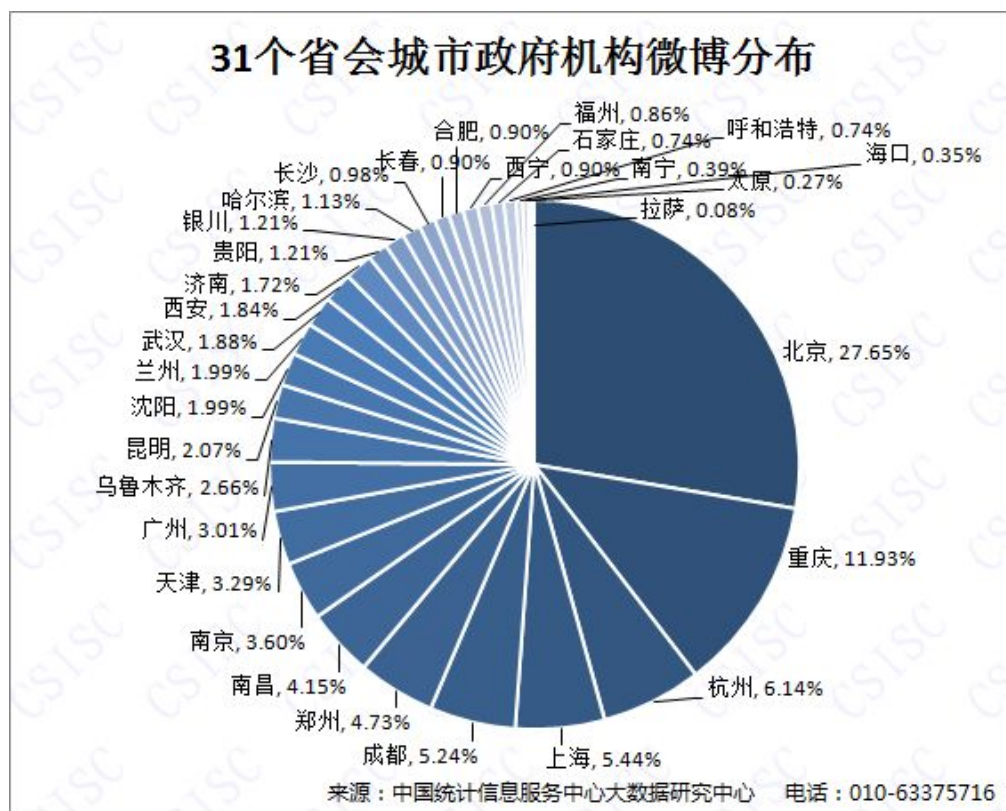
6.1 省会城市微博应用发展状况



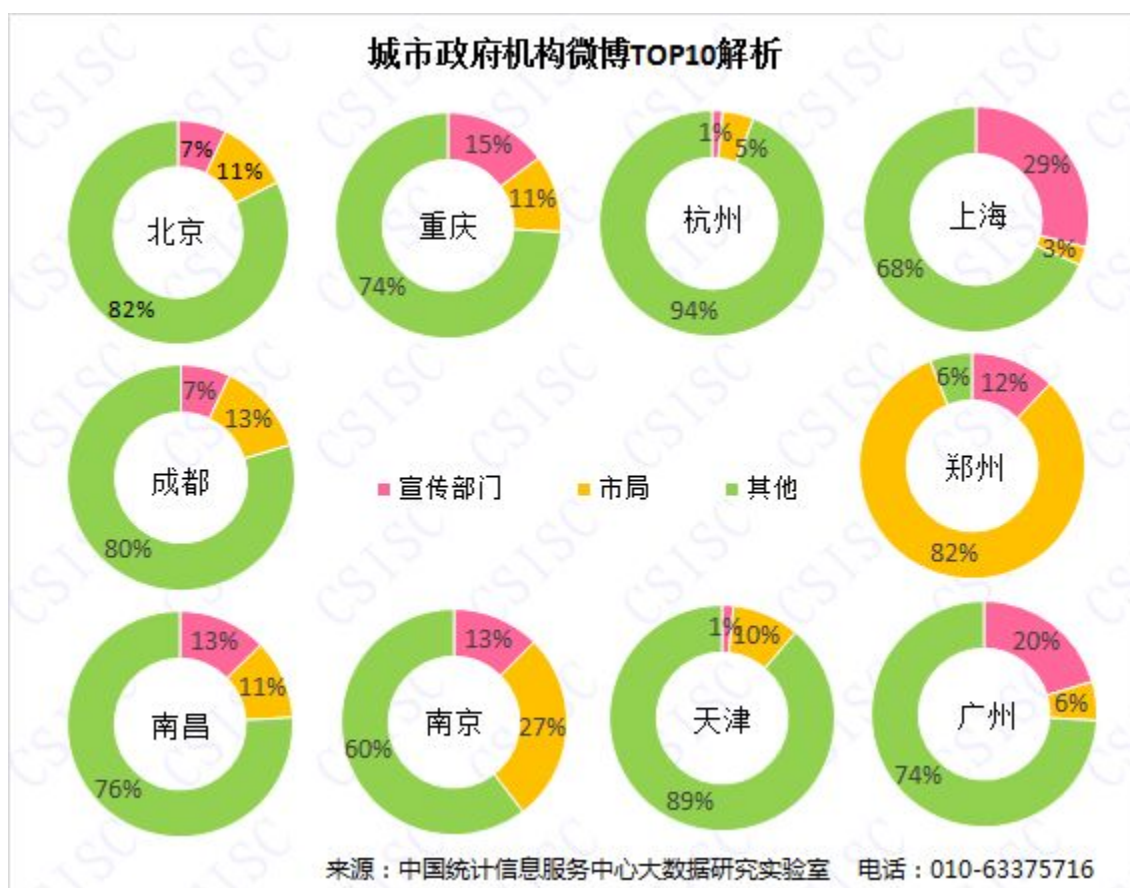
根据中国统计信息服务中心大数据监测平台采集数据和腾讯支持数据显示，在城市微博建设方面，各省会城市已经全部开通了政务微博，此政务微博涵盖了工商税务、公安司法、交通、街道乡镇村、旅游、群众团体和协会、团委（含团支部）、医疗卫生、政府机构、组织部、其他的微博分类。从城市各部门、单位微博建设开通数目来看，中东部地区城市微博开通情况较好，其中尤以成都、重庆、上海、北京等城市为最，其他各市微博开通情况如上图所示。



在政务微博分布的前十个城市中，公检法、医疗卫生、旅游和政府宣传四个领域的微博占比分布如上图所示，其中，北京在这四个领域的微博开通建设情况最好，占比达到 24.43%。



综合监测采集数据和腾讯支持数据，31个省会城市（除香港、澳门、台北）开通的微博类别中，已经认证的政府机构微博开通情况如上图所示，政府机构的微博包含具有行政职能的单位、政府宣传部门的微博。其中，北京市的政府机构部门在在微博应用方面表现最好，其次是重庆市。整体来看，中东部经济较为发达的城市，其政府部门更为善于运用微博自媒体。



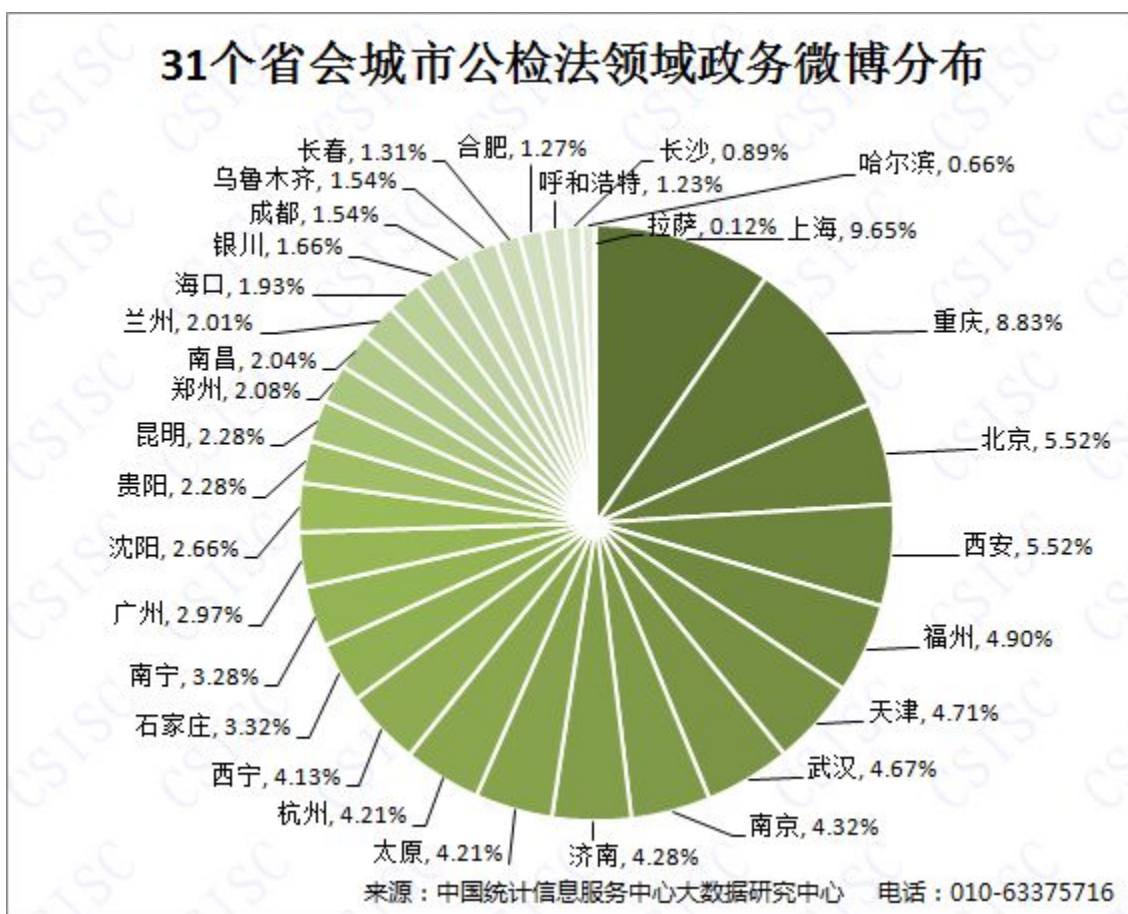
微博的互动指数是某一单位或者组织的官方微博在在微博建设运营过程中被网民参与与关注、讨论的程度。这一指标表明某单位或组织在网络中的信息传播的广度和深度，主要以样本数据的整理结果为依据。一般来说，微博的互动指数越高，微博的建设越好。

（注：本报告中所涉及的互动指数均采用此统一量化指标）

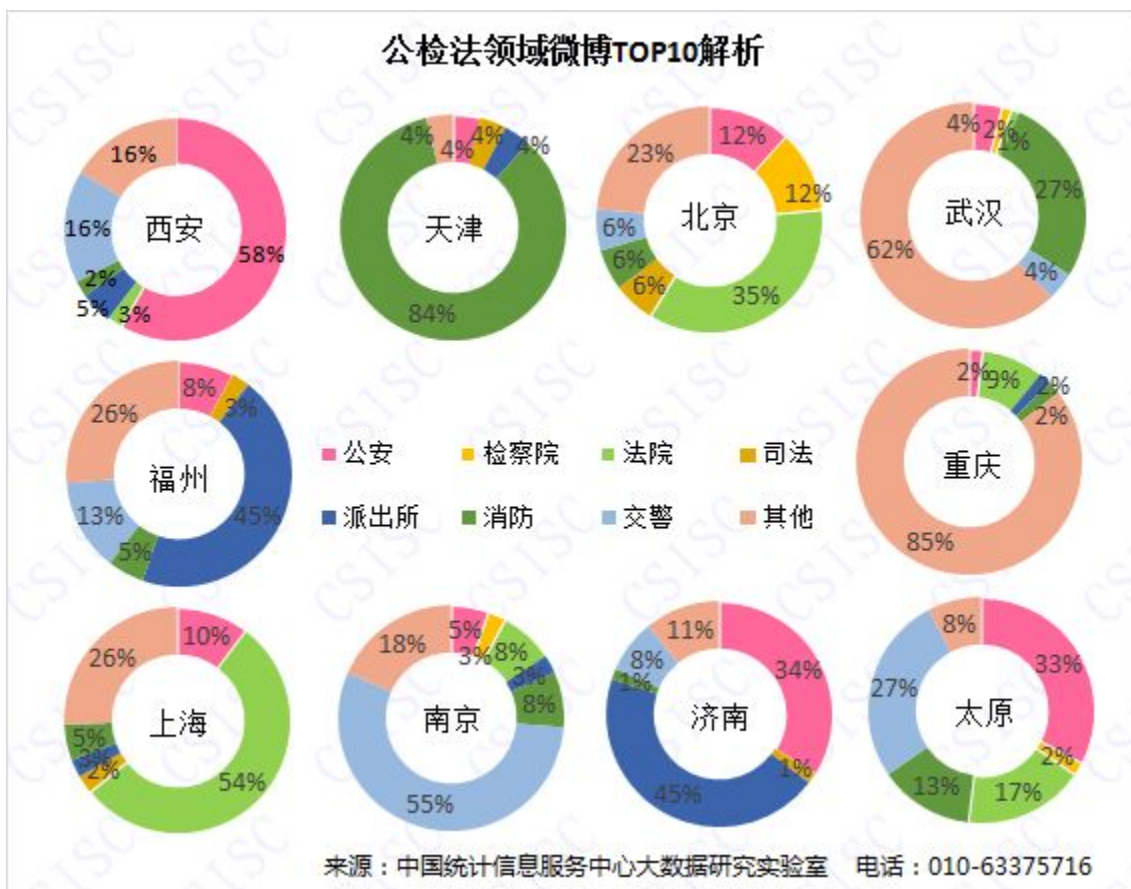


网民参与城市微博互动指数中，直辖市城市北京和上海，无论是广播数、听众数，还是原创数、评论数，其相关信息量在各个城市中都位居前列，网民的关注和参与程度在 31 个省会城市中最高。

6.1.1 公检法系统微博应用情况



根据数据显示，在31个省会城市的公检法系统领域，四个直辖市城市在微博的建设方面积极主动、表现良好，尤其是上海和重庆两个城市，公检法领域政务微博开通数量最多。城市公检法系统“触网”，开通和建设微博信息，积极发布官方声音，可以更加方便在网上了解民情、沟通民意。



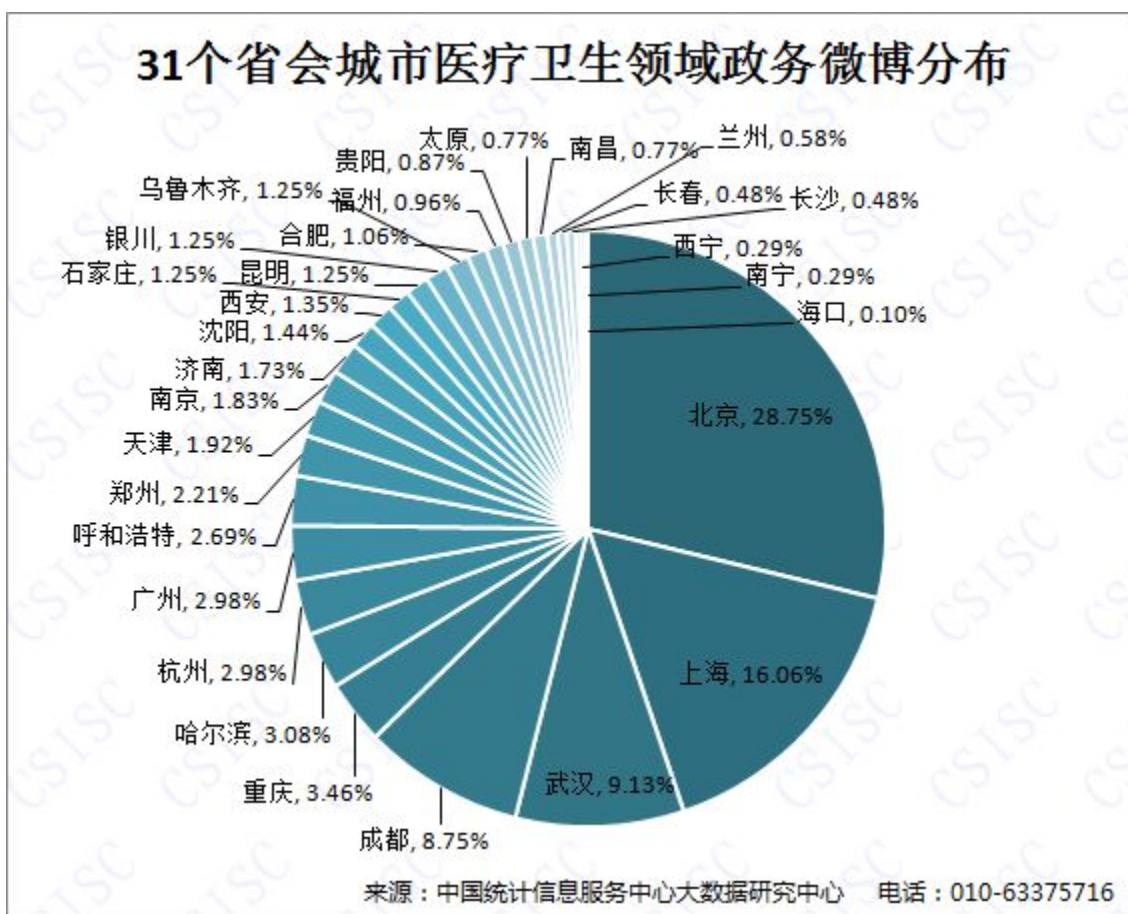
公检法领域微博分布 TOP10 中，公安、消防、检察院、法院、派出所、交警等各方面微博建设不均衡。例如，公安系统微博建设较好的是西安、济南、太原，天津、武汉的消防方面微博较其他城市处于较大优势，北京、上海的法院方面微博建设优于其他方面建设，而福州、济南则更为重视派出所微博建设。



注：图中仅显示前十数据

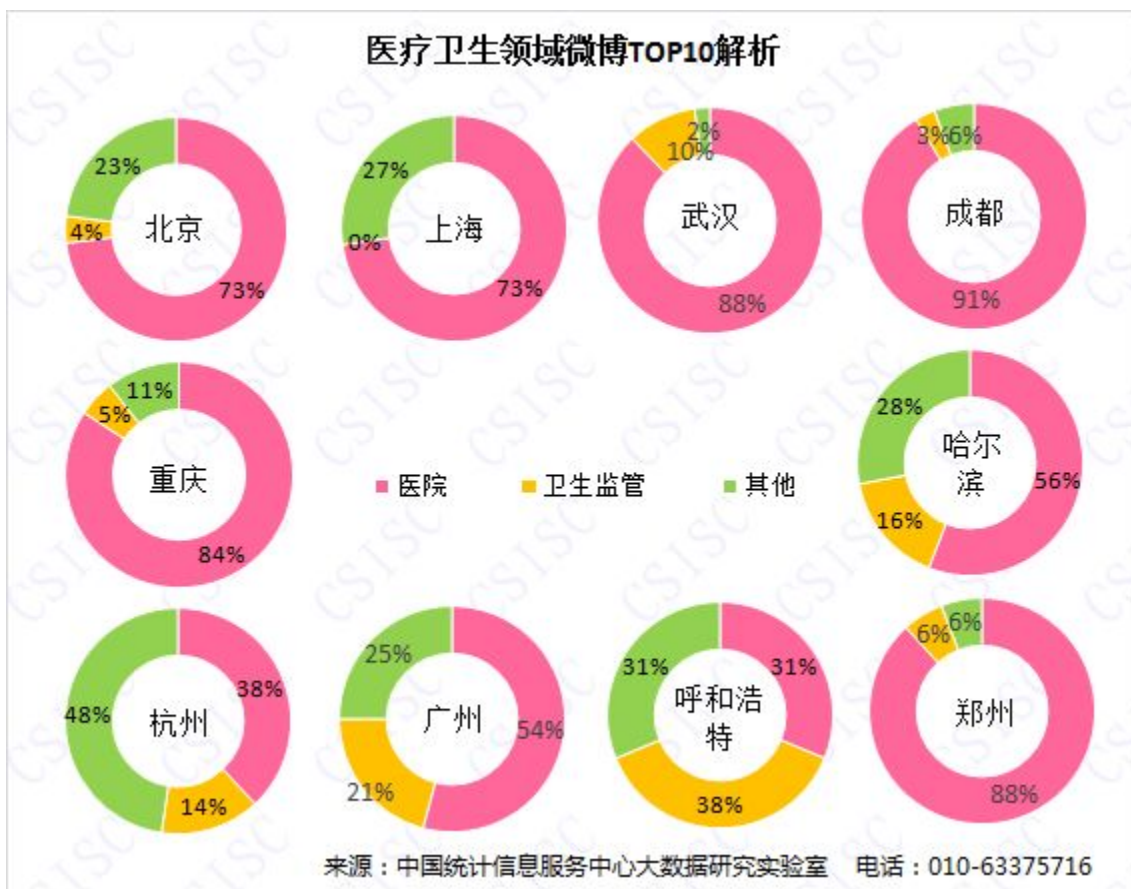
31 城市公检法系统部门开通建设的政务微博中，济南市公检法部门政务微博的广播和网民参与关注收听数最高，官微在与网民的互动环节能够更好的关注网络舆情、了解网民呼声，并从网络中发现线索，积极接受网民的监督，及时回应网民的各种咨询和疑问等。

6.1.2 医疗卫生领域微博应用情况

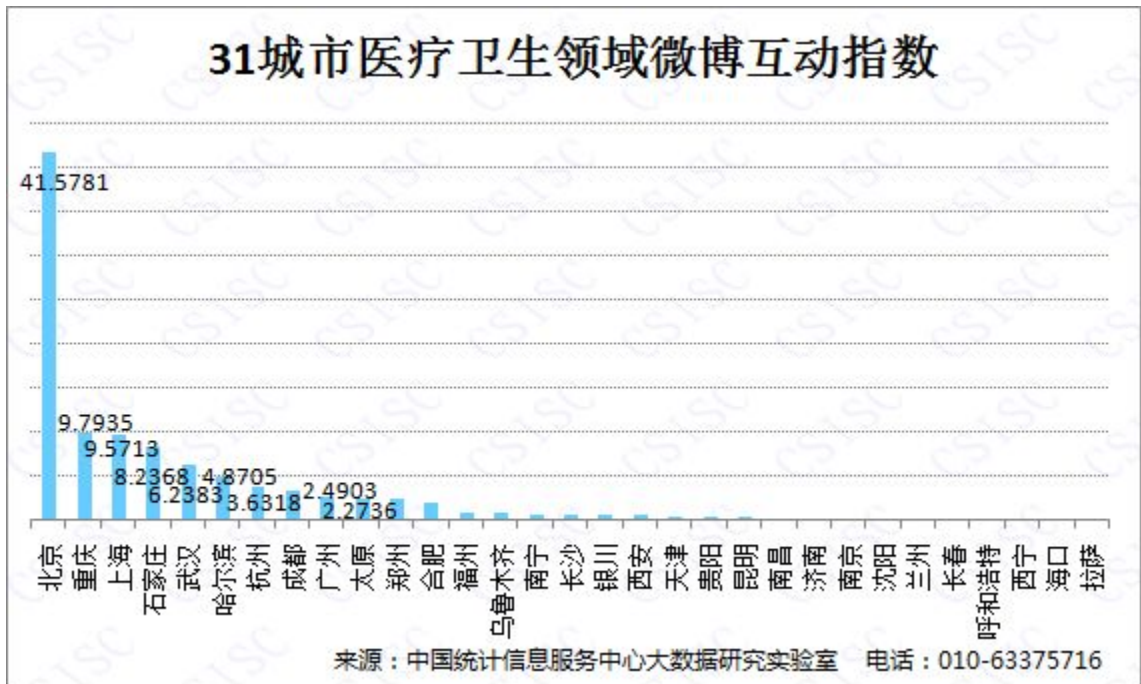


城市医疗卫生领域接触互联网、加强信息化，不仅能够优化就诊流程，提高医疗质量和医疗安全，还能够提升医疗效率、改善医患关系，增强市民的健康意识。数据显示，31个省会城市中，医疗卫生领域政务微博的开通情况中北京明显走在前列，其次是上海、武汉等经济较为发达的城市。

在医疗卫生领域的微博建设主要表现在医院和卫生监管部门中，从微博分布 TOP10 解析总体来看，城市医院的微博平台开通数量较多，是医疗卫生领域微博数的重头戏，其中北京、上海、武汉、成都、重庆、郑州的医院微博占比超过了医疗卫生领域微博的 70%。



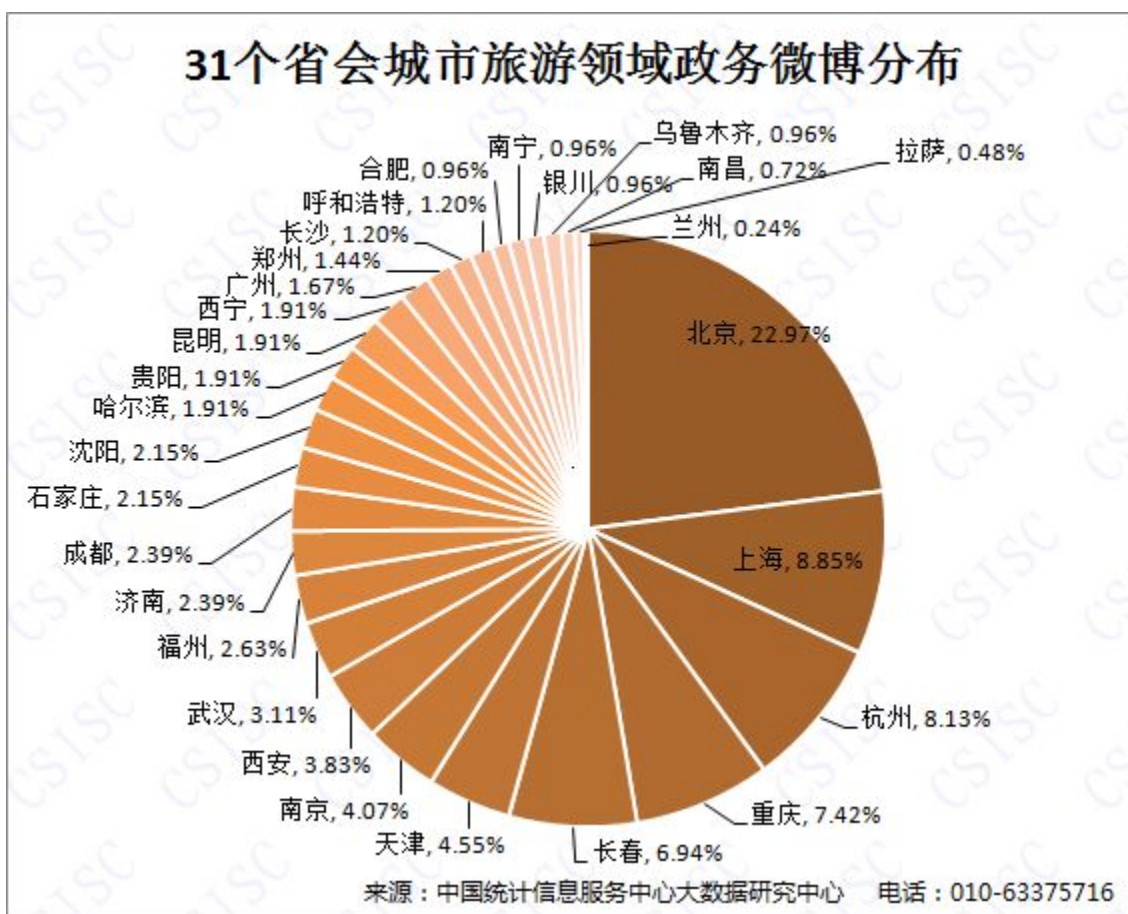
随着社会经济的快速发展，人们日益增长的健康需求和地区之间优质医疗资源发展不平衡的矛盾凸显，医患矛盾严峻。毋庸置疑，互联网与医疗健康服务相结合的模式为医疗卫生行业带来巨大改变，线上的医医交互、医患交互、患患交互模式都在倒逼现有服务模式的转变。互联网以及移动互联网在解决新环境的压力和矛盾问题时将发挥重要作用。



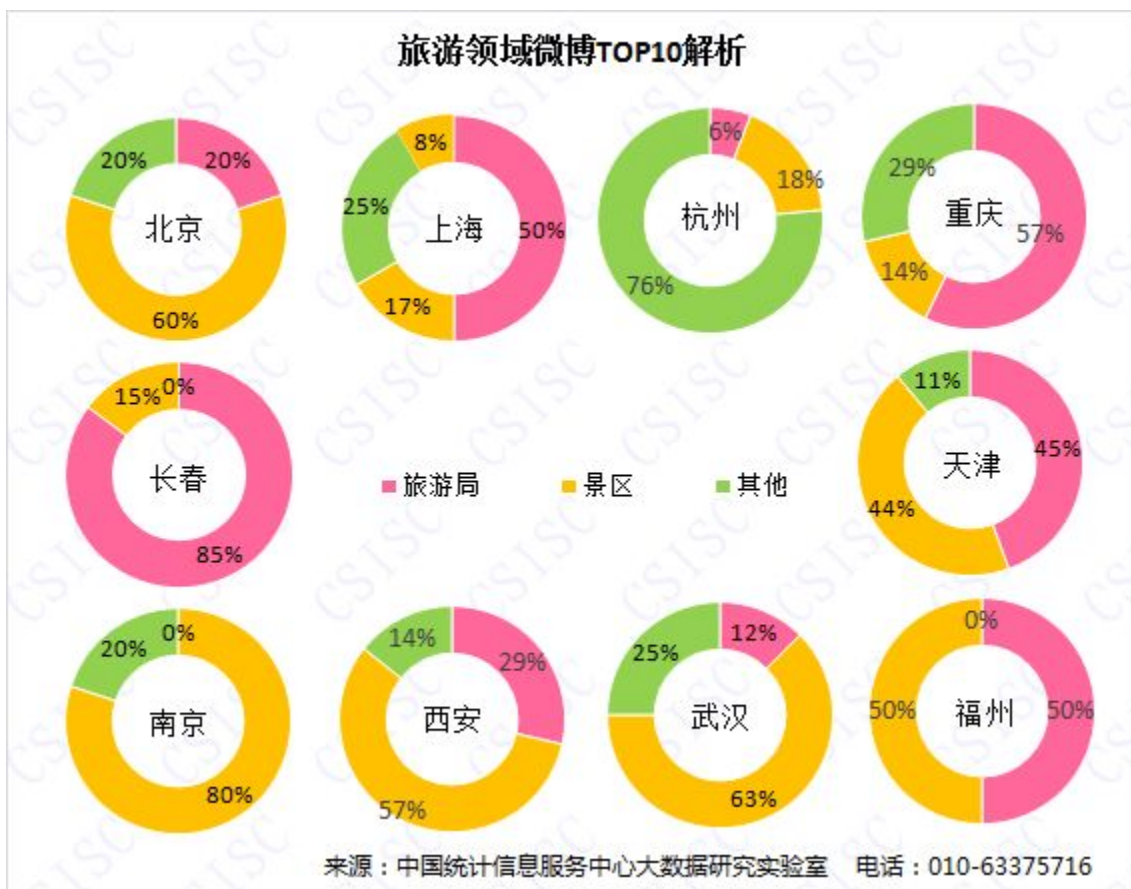
注：图中仅显示前十数据

通过微信、微博等自媒体的传播，在正确理解医学知识、快速获取健康信息、理性对待疾病及诊治结果中也贡献了一份力量。如下图所示，31城市医疗卫生领域微博信息的广播、关注等网民参与信息中，北京、重庆、上海的微博互动指数位列三甲。

6.1.3 旅游领域微博应用情况



互联网对旅游行业影响巨大，消费者们纷纷涌向网上旅行社，寻找最合适的机票和酒店产品，并且阅读旅行指南来提前安排他们的行程。而各城市地方旅游部门在互联网大环境下也都顺应时代潮流，整合城市旅游资源，开通自媒体宣传通道，为构建城市“智慧旅游”添砖加瓦。从31个省会城市的旅游政务微博开通情况来看，北京的旅游政务微博遍地开花，其次是上海、杭州、重庆等旅游消费发达城市。



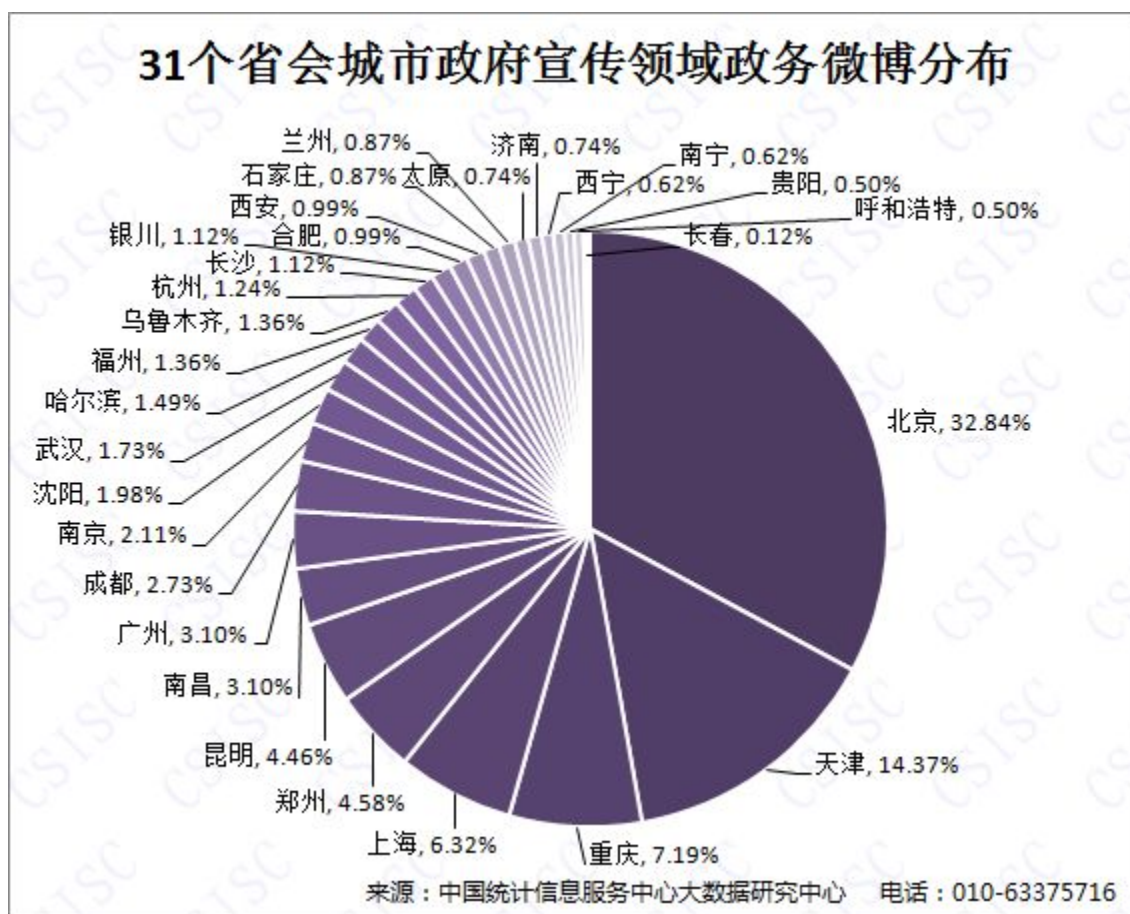
从旅游领域的腾讯认证微博开通情况来看，以景区和旅游局为微博主要开通建设对象，在旅游领域微博分布 TOP10 中，北京、南京、西安、武汉四市景区的微博数量占比都在 50%以上，而上海、重庆、长春在旅游局方面的微博建设更加重视，天津和福州则是双方微博分布相当。



注：图中仅显示前十数据

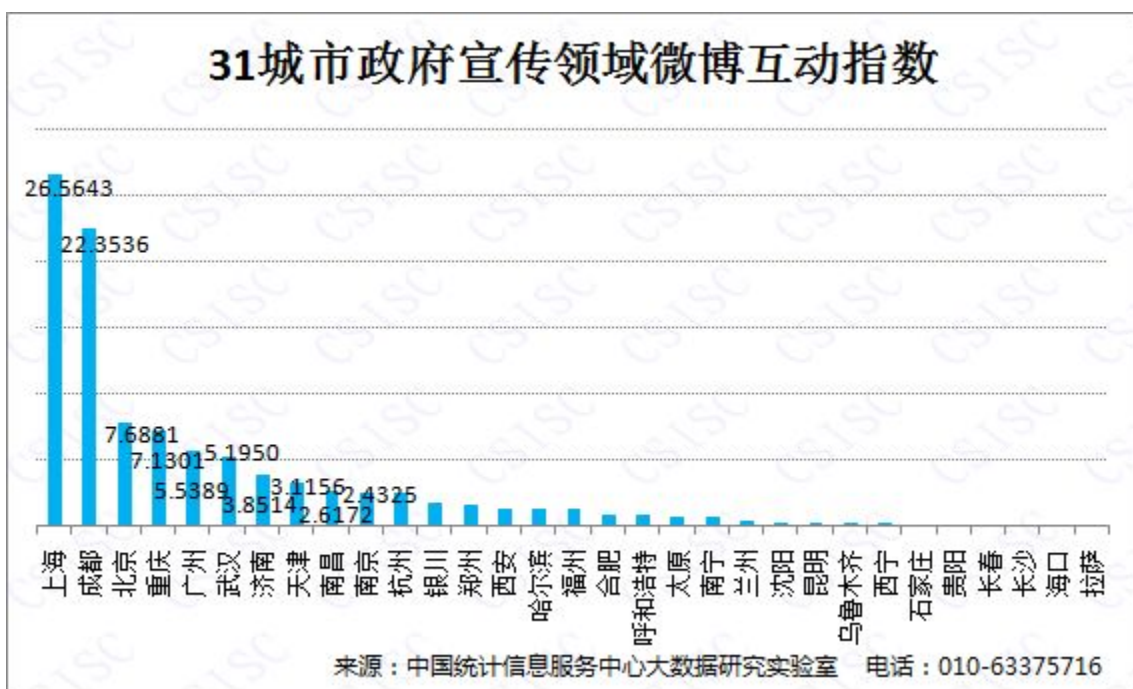
我国各级旅游职能部门及旅游企业已充分认识到互联网对本地旅游业发展的重要性，各市积极构建旅游微博等自媒体开放平台，为消费者提供丰富、真实、及时性的旅游信息资源。大量的、及时的图文并茂的、音像俱全的旅游信息能够让通过互联网查询旅游信息的国内外人士对城市的旅游产品有充分的感性认识，从而激发出游欲望。从各市的旅游微博广播、关注等互动环节来看，有“上有天堂，下有苏杭”美称的杭州斩获魁首。

6.1.4 政府宣传领域微博应用



随着经济社会的快速发展，政府网站以及政府门户推出的政务微博、微信等已成为推进政务公开、服务社会公众、加强与人民群众交流沟通、展示党委政府形象、提高行政效能的重要窗口。由上图可以看出，北京、天津、重庆、上海等地的政府宣传微博开通数量最多，其中北京在此方面的投入建设力度为最。

对于微博及互联网的各种新应用，各地政府一直是积极支持的态度，积极支持微博，运用微博服务社会、服务群众，广大人民群众利用微博进行信息交流，了解情况，与亲友分享各种信息等。各地市的政府也积极推出门户政务微博，加强与人民群众之间的交流，提升各市政府形象，网民对于各市政府的宣传和便民服务也积极关注和反馈，纷纷建言献策，有利于“智慧城市”的推进建设。31城市政务宣传微博在与网民的互动指数中，如下图所示，上海、成都表现最佳。



注：图中仅显示前十数据

6.2 省会城市微信应用发展状况



随着互联网在各个领域中的应用，各地政府、单位在门户网站的建设中积极发展，

对于新兴自媒体微博、微信等的应用也在大力推进，为更好的服务社会和群众提供了新的便捷途径。微信的可传播内容具有“地域化、个性化”等特点，可发送语音、文字、表情、图片、视频、地理等各种信息，且其传播渠道兼具快速、个性、活力等特点，在传播广度和关注度中占据一定优势，容易获得公众认可。在各地微信建设中，浙江、江苏等地走在全国省区等的前沿。

7、省会城市名片互联网影响力状况

7.1 城市名片反应城市互联网竞争力

城市是文明的集散地，是现代化程度的象征，缘于国家放眼世界的需求，城市名片悄然流行，在越来越多的国际交流活动中，中国的城市在寻求更多的展示自己的机会。

每一个城市都有各自的历史和文化背景，城市名片就是要把这种差异化的特质提炼出来，形成一种新的城市竞争力。作为城市名片，它既要能反映这个城市的自然、人文、历史、现实；同样能代表这个城市的形象、气质和品格；它要能引领这个城市的发展、进步、和谐；更要能体现这个城市的精神和追求。城市名片也可看成是一个城市政治、经济、文化和社会生活等综合信息的载体，通过它彰显这个城市经济成就、历史文脉、城市地标、人物代表、历史街区保护等的综合特征。

塑造城市名片是一项长期工程。一座城市可能会拥有悠久的历史、灿烂的文化、优良的传统、秀丽的自然风光等，在众多优势中提炼出最有代表性的精华，让城市名片和城市特色完美地结合起来。这将有助于提升这座城市对内的凝聚力、向心力，对外的美誉度，知名度，从而达到城市品牌的塑造与传播目的。

90年代以来，随着我国广电事业的发展，城市名片有了较为丰富的视音频展现形式，城市名片内容也逐步的扩展为城市形象方面，以城市经济发展、城市建设为主要展现形式，推进招商引资的进程，引进专业技术人才，推进城市的现代化发展。在这段时间，城市名片的定义以城市建筑的展现居多，如：上海的东方明珠，天津天塔，香港中银大厦，哈尔滨龙塔等，有的以产业发展为城市名片，如：义乌小商品，温州服装，唐山钢铁，大同煤矿资源等等；

本世纪，随着互联网的发展，城市名片的展现形式多样化，并能借助于互联网形成

良好的互动和口碑的相传，城市名片的内容也发生了重大的转变，不仅仅是以经济发展为主要诉求，又增加了文化、民俗、饮食、生态环境等内容，城市名片也更能体现一个城市的形象，力求打造为宜居城市、生态城市等。如：孔子故里—中国曲阜，五台山六月庙会，重庆美食，国际花园城市—大连等等；

随着移动互联的迅猛发展，手机的普及带来了巨大的变革，同时智慧城市为内容的城市名片应运而生。城市名片有了更快速、更便捷的载体，城市名片也深入到了我们的生活当中，展现的平台和形式也更加多样化，展现的领域也大大的拓宽，为民众提供了实景三维导航、建议和投诉、执法者和民众的互动交流、便民的优惠信息、出行的交通工具等以服务民众为主要内容为主，更多的体现以人为本。与此同时，众多城市相继出现了适用于手机应用的客户端软件，民众可以免费下载，可以随时随地地了解城市的发展，以及与民众相关的吃、穿、住、用、行等生活服务信息，如：智慧南宁。更有甚者以平板电脑为基础，嵌入海量数据，并可随时 3G 上网了解城市信息的城市名片展现形式，让民众免费使用，如：丽江的城市名片。

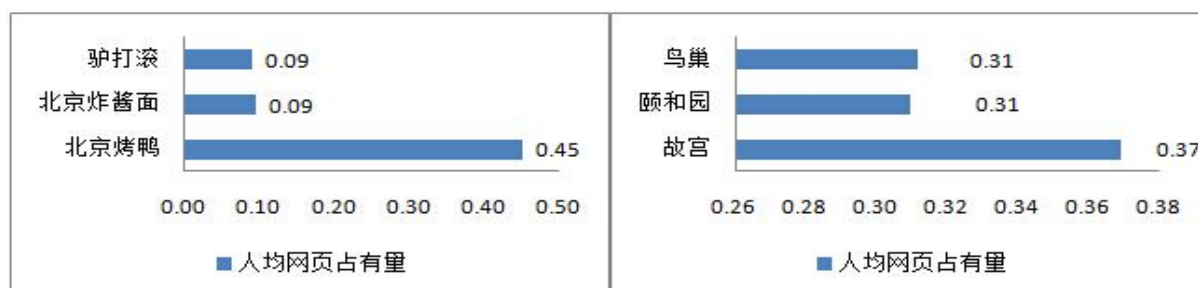
“浓缩城市精华，彰显城市魅力”。这是“城市名片”的主要意义和价值。正如企业追求品牌一样，城市作为千万企业群之母体，“城市名片”将更全面、更立体、多角度地展示城市价值和魅力。无论是“动感之都”香港，还是“休闲之都”杭州，无论是“中国最年轻的直辖市”重庆，还是“美丽三亚”，都借助金灿灿的“城市名片”，在全国城市之林中脱颖而出，成为国际投资商关注的焦点，产生了巨大的品牌效应，惠及整个城市乃至更广阔的区域。

每个城市都有各自的历史和文化背景，城市网络名片就是把这种差异化的特质提炼出来。城市网络名片能够准确反映城市的灵魂，作为一个城市的符号，对扩大城市的影响力，提高城市的知名度，提升城市的文化品位，具有重大意义。城市名片能否在个性化方面凝聚出这个城市独有的文化，散发自身独特的魅力，正在成为一种新的城市竞争力。

为助力中国城市进行形象塑造，我们对城市在网络中的名片进行研究，31 个省会城市各有特点，本研究对省会城市在网络中的信息进行聚类，从小吃特色、旅游角度进行研究，根据获取数据得出城市名片结果，以供城市参考。

7.2 省会城市名片（小吃、旅游景点）影响力状况

城市名片-北京：北京烤鸭、故宫



北京特色小吃方面在网络利用大数据技术手段对北京市的搜索热词进行聚类,得到了若干与之相关的热门关键词,在代表小吃中,北京烤鸭获得了具有北京小吃特点的代表;北京旅游景点方面,得到了若干之城市相关的热门关键词,在排列前三位的代表景点中,故宫获得了具有北京景点特色的代表。

城市名片-天津：狗不理包子、五大道



天津的小吃与特产的数目众多,尤其以“天津三绝”著名,在网络中利用搜索热词聚类后,得到了代表小吃其中,狗不理包子得到了天津特色小吃的代表;旅游景区方面,五大道在搜索热词中,五大道得到天津旅游景点具有代表的城市名片。

城市名片-上海：南翔小笼包、外滩



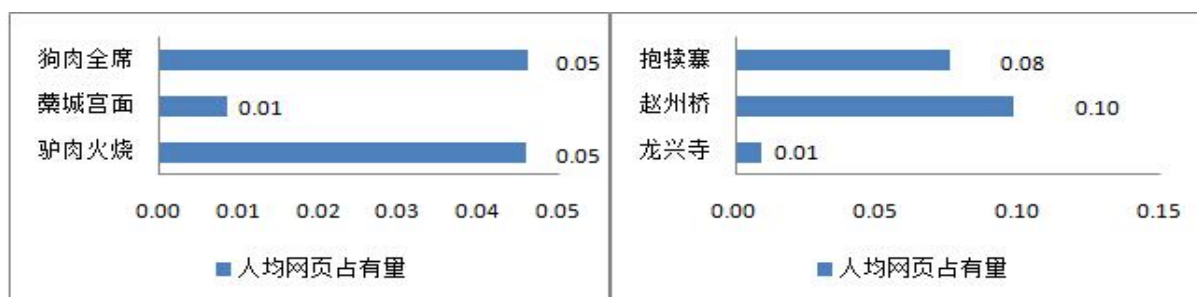
上海由“东方巴黎”的美称，是中国的经济、金融中心，繁荣的国际大都市，拥有深厚的文化城市底蕴，利用大数据进行旅游景点的搜索热词聚类后，得到了代表性的景点，其中外滩具有上海城市名片的特色；而在小吃特色中，在蟹壳黄、生煎馒头和南翔小笼包中，南翔小笼包获得了具有上海特色小吃的城市名片。

城市名片-重庆：重庆火锅、大足石刻



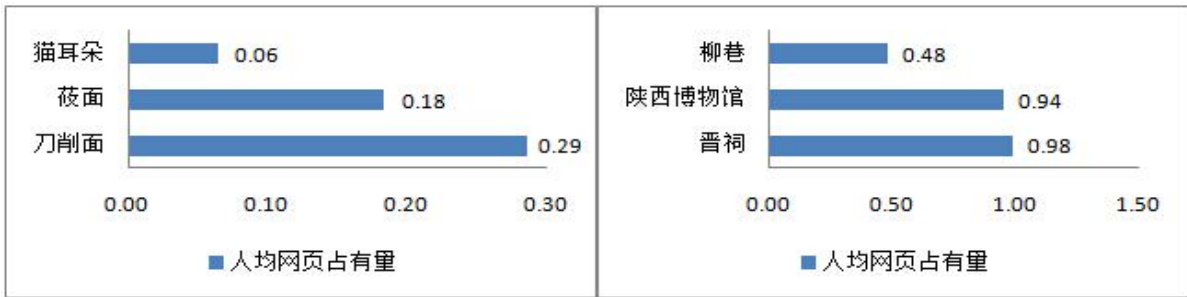
重庆火锅是重庆饮食文化的代表。据说以前船工在江边升火做饭驱寒，炊具仅一瓦罐，罐中盛汤，加入各种菜，又添以海椒、花椒祛湿，船工吃后，酣畅淋漓。这习俗沿袭下来，日渐丰富，成为重庆人特有的美食。现在重庆已获得“中国火锅之都”的名号；在网络搜索热词中，重庆火锅获得了具有重庆市特色的小吃；而在旅游景点中大足石刻作为世界文化遗产，也在网页搜索中，排列前位，获得了重庆市的旅游城市名片。

城市名片-石家庄：驴肉火烧、赵州桥



对石家庄市的搜索热词进行监测，得到了若干与之相关的热门关键词，在排列前三位的代表小吃中，驴肉火烧获得了具有小吃特点的代表；旅游景点方面，在排列前三位的代表景点中，赵州桥获得了具有景点特色的代表。

城市名片-太原：刀削面、晋祠



太原，山西省省会，别称并州，古称晋阳，也称“龙城”，国家历史文化名城，国家园林城市，太原都市圈核心城市，山西省的政治、经济、文化、交通及国际交流中心，是一座具有 4700 多年历史，2500 多年建城历史的古都，“控带山河，踞天下之肩背”，“襟四塞之要冲，控五原之都邑”的历史古城。在旅游景点中具有城市代步的是晋祠，而在小吃中，对搜索热词进行聚类，刀削面具有太原风味小吃的特点。

城市名片-沈阳：沈阳回头、沈阳故宫



沈阳是国家历史文化名城，有 2300 年建城史，素有“一朝发祥地，两代帝王都”之称。是中国最重要的以装备制造业为主的重工业基地，有着“共和国长子”和“东方鲁尔”的美誉，跻身国内最具竞争力城市行列，成为东北地区最具吸引力的投资地区之一。在城市旅游名片中具有代表的是沈阳故宫，具有小吃特色的是沈阳回头。

城市名片-长春：白肉血肠、净月潭



长春是中国四大园林城市和首批中国优秀旅游城市，长春有众多著名的历史人文景观，般若寺、百国兴隆寺、农安辽代古塔、以马内利大教堂、书山广场，有中国现存三

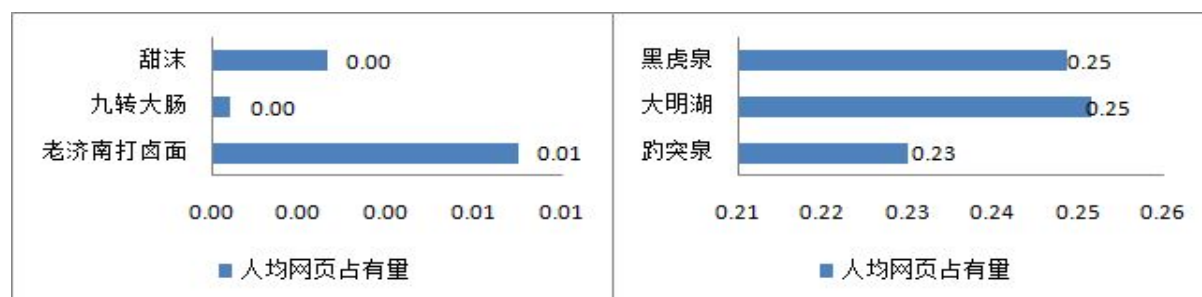
大帝王宫殿之一的伪满皇宫和八大部。也具有很好的长春名菜，其中长白山珍宴、雪衣豆沙、梅花鹿宴、翡翠人参茅台鸡、红花熊掌等最负盛名。在网络中对其关键词进行搜索，其中白肉血肠和净月潭具有长春市城市名片中的旅游景色和风味小吃的代表。

城市名片-哈尔滨：红肠、中央大街



哈尔滨地处东北亚中心位置，被誉为欧亚大陆桥的明珠，是第一条欧亚大陆桥和空中走廊的重要枢纽，也是中国著名的历史文化名城、热点旅游城市和国际冰雪文化名城。其中具有哈尔滨城市旅游景点特色的是中央大街，而在风味小吃中搜索热度最高的是红肠。

城市名片-济南：老济南打卤面、大明湖景区



济南，简称“济”，别称“泉城”，因境内泉水众多，被称为“泉城”，素有“四面荷花三面柳，一城山色半城湖”的美誉，是国家历史文化名城，首批中国优秀旅游城市，史前文化龙山文化的发祥地之一。具有济南旅游特点的景点在网络中搜索热度是大明湖景区，而在风味小吃中具有特点的是老济南打卤面。

城市名片-南京：鸭血粉丝汤、中山陵



大数据搜索对关于南京市的旅游景点和特色小吃中相关关键词进行搜索,进行聚类后,在南京市中具有城市名片意义的旅游景点是中山陵和具有特色小吃的是鸭血粉丝汤。

城市名片-杭州：杭州小笼包、西湖



杭州是著名的旅游城市,以风景秀丽著称。与苏州并称“苏杭”,素有“上有天堂下有苏杭”的美誉。市内人文古迹众多,以西湖风景区最为著名,周边有大量的自然及人文景观遗迹。杭州是吴越文化的发源地之一,历史文化积淀深厚。其中主要代表性的独特文化有良渚文化、丝绸文化、茶文化、以及流传下来的许多故事传说成为杭州文化的代表。在网络中搜索热度最高,人均网页占有量的是西湖景区,具有杭州的旅游城市名片代表,在特色小吃中,杭州小笼包是具有特色的杭州小吃代表。

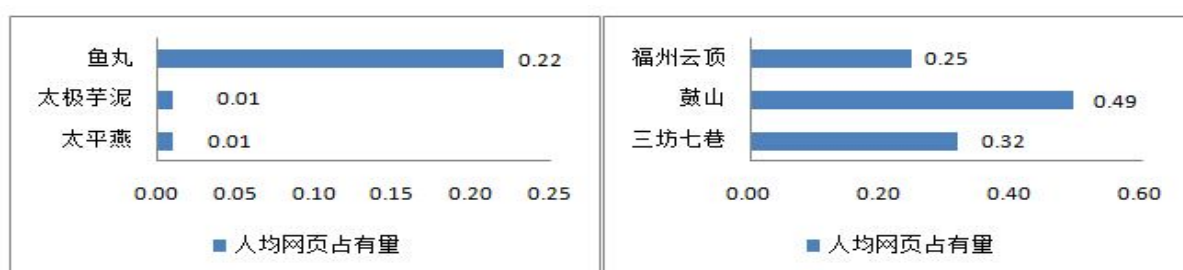
城市名片-合肥：李鸿章大杂烩、包公园



合肥成为外籍人才最青睐城市之一。他们看中的不仅是优越的人居环境、上佳的政策和政策环境,更是这里的万千美景和交融风情。名人篇上溯五千年,合肥出了百帝之首。北宋包拯,知庐州时,执法不避亲党,被人誉为“包青天”;这种清廉的形象一以

贯之到今天，合肥甚至被称为“廉政之都”。在网络中搜索热度关于合肥城市旅游景点的是包公园，在合肥特色小吃中李鸿章大杂烩也受到了关注，得到了合肥市特色小吃的城市名片。

城市名片-福州：鱼丸、鼓山



在搜索福州相关的搜索热词中，具有代表性的旅游景点是鼓山，人说“到了福州没上鼓山等于没来福州”。在特色小吃中具有福州代表的是鱼丸，得到了福州的特色小吃的城市名片。

城市名片-南昌：三杯鸡、鄱阳湖



“鄱阳湖”在南昌的旅游景点中具有城市代表性，而在特色小吃中，三杯鸡也在搜索南昌相关关键词中，认为具有南昌特色小吃的城市名片。

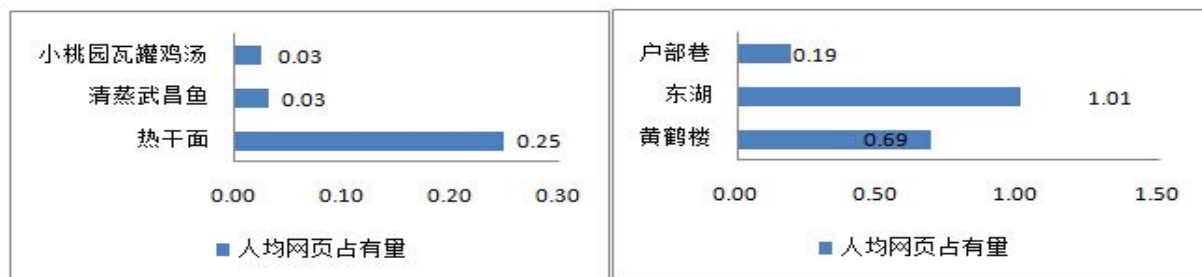
城市名片-郑州：胡辣汤、少林寺



河南郑州市河南省的省会城市，其中胡辣汤也是具有北方特色的传统汤类名吃，在网络中同样也是搜索聚类后，河南省份相关知晓度较高的特色小吃，具有郑州市的特色小吃的城市代表，少林寺也是一提到河南最具代表的旅游景点，在搜索相关信息中，以

旅游景点代表性成为郑州市的城市名片。

城市名片-武汉：热干面、东湖



武汉是全世界水资源最丰富的特大城市之一，水域面积占全市市区面积的 1/4，构成了武汉气势恢宏、极具特色的滨江、滨湖水生态环境，被称为“百湖之市”，在旅游景点中，以东湖为最，在大数据工具进行关于武汉相关热词搜索，东湖代表武汉市的旅游名片，在特色小吃方面则是热干面具有代表性。

城市名片-长沙：臭豆腐、岳麓山



对互联网进行监测，监测关于长沙市具有代表性的旅游景点和特色小吃，臭豆腐和岳麓山在人均网页占有量中脱颖而出。成为长沙市具有城市名片的代表。

城市名片-广州：云吞面、广州塔



广州旅游资源丰富，其中以羊城新八景、中山纪念堂、黄埔军校、南越王博物馆、从化温泉、宝墨园、广东美术馆、上下九路商业步行街、北京路商业步行街、江南西、

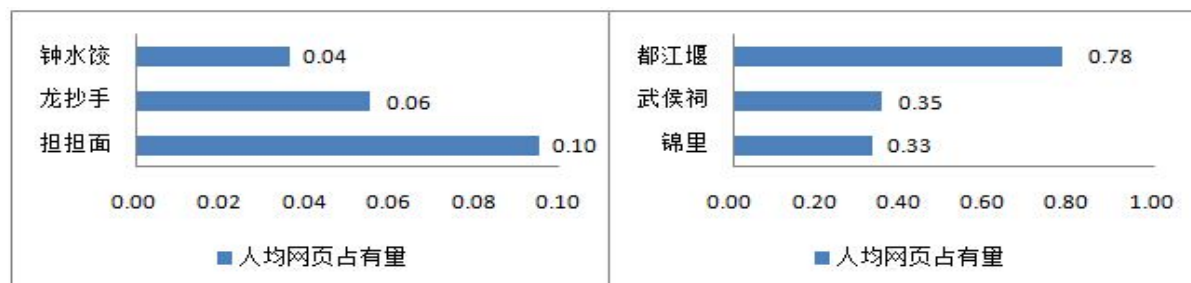
农林下路、广州塔等景点最为盛名。对广州市相关热搜关键词进行聚合，广州塔具有广州市旅游景点的代表，云吞面具有特色小吃的代表。

城市名片-海口：海南煎粽、红树林



海口市地处热带滨海，热带资源呈现多样性，富于海滨自然特色风光景观。海南椰独居特色，在进行相关海口市的搜索热词中，红树林具有海口市的旅游景点代表，海南煎粽具有海口市特色小吃的代表。

城市名片-成都：担担面、都江堰



一座来了就不想走的城市，一个让时间慢下来的“休闲之都”。成都具有丰富的旅游资源和特色小吃，在对成都市的相关热词搜索中，担担面具有特色小吃的代表，都江堰具有成都市旅游景点的城市名片。

城市名片-贵阳：糯米饭、青岩古镇



贵阳是贵州“金三角”旅游区的依托点，是贵州旅游业的支撑点。作为喀斯特地貌

发育典型地区，拥有以“山奇、水秀、石美、洞异”为特点的喀斯特自然景观和人文旅游资源 and 特色小吃。在城市名片的代表中，通过网络中对贵阳市相关热词搜索显示，糯米饭和青岩古镇具有特色小吃代表和青岩古镇的旅游景色代表。

城市名片-昆明：过桥米线、石林



昆明，别称“春城”，是云南省会，云南省唯一的特大城市，是云南省政治、经济、文化、科技、交通中心，西部地区重要的中心城市和旅游、商贸城市，亦是中国面向东南亚、南亚、东盟开放的重要枢纽城市。昆明市是灵秀而迷人的，它三面环山，南濒滇池，湖光山色，天然成趣。在相关昆明市的旅游景点中，人均网页占有量突出的是石林，在特色小吃以过桥米线具有代表性，成为了昆明的城市名片。

城市名片-西安：凉皮、秦兵马俑



西安历史悠久，有着 7000 多年文明史、3100 多年建城史、1100 多年的建都史[3]，是中华文明和中华民族重要发祥地，丝绸之路的起点。一想到西安就是历史名城的代表，同样在对于西安市的搜索热词中具有旅游城市名片的代表的是秦兵马俑，凉皮在与羊肉泡馍和肉夹馍中，成为了西安市的特色小吃代表。

城市名片-兰州：兰州拉面、黄河母亲



兰州是古“丝绸之路”重镇，历史和大自然为兰州留下了许多名胜古迹，并曾入选中国十佳避暑旅游城市，游客游览滨河路，可以欣赏黄河风情，参观沿途点缀的平沙落雁、搏浪、丝绸古道、黄河母亲、西游记等众多雕塑；并参观中山铁桥、白塔山公园、水车园等景点。在旅游景点中黄河母亲具有兰州市的城市名片代表，兰州牛肉面，又称兰州清汤牛肉面，“中国十大面条”之一，是甘肃省兰州地区的风味小吃，兰州拉面具有特色小吃的代表。

城市名片-西宁：酸奶、塔尔寺



西宁是一座有着两千一百多年历史的高原古城，丝绸南路的要道，青藏高原通向中原的门户、河湟文化的发祥地之一，具有独特的旅游资源和饮食文化，在对西宁市相关搜索的热词聚合后，具有西宁城市名片的特色小吃和旅游景点是酸奶喝塔尔寺。

城市名片-南宁：老友粉、青秀山



南宁是一座历史悠久的古城，具有深厚的文化积淀，是一个以壮族为主的多民族和睦相处的现代化城市，得天独厚的自然条件，令南宁满城皆绿，四季常青，长久以来南宁形成了“青山环城、碧水绕城、绿树融城”的城市风格。南宁没有特别著名的名菜，以老友粉和粉饺及各种酸品、粥品小吃最为出名。“半城绿树半城楼”的南宁，绿荫如盖、繁花似锦，也是公认宜居之城。多姿多彩的民族文化风情和丰富多彩的民俗活动。在网络中对南宁相关的关键热词进行聚合后，具有南宁特色小吃的是老友粉，具有旅游特色的是青秀山。

城市名片-呼和浩特：烧麦、内蒙古博物院



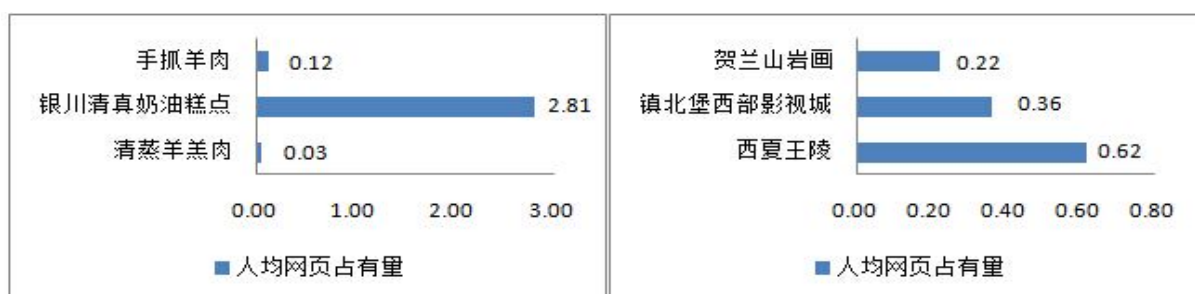
呼和浩特作为内蒙古的首府，其餐饮特色别具风味，如蒙古奶食品、蒙古奶酒、蒙古手把肉、蒙古面点等；也具有为数众多的博物馆与文化史迹，是北上草原、西行大漠、南观黄河、东眺京津的重要旅游集散中心之一，具有旅游景点的代表的是内蒙古博物馆，具有小吃特色的是烧麦。

城市名片-拉萨：酥油茶、布达拉宫



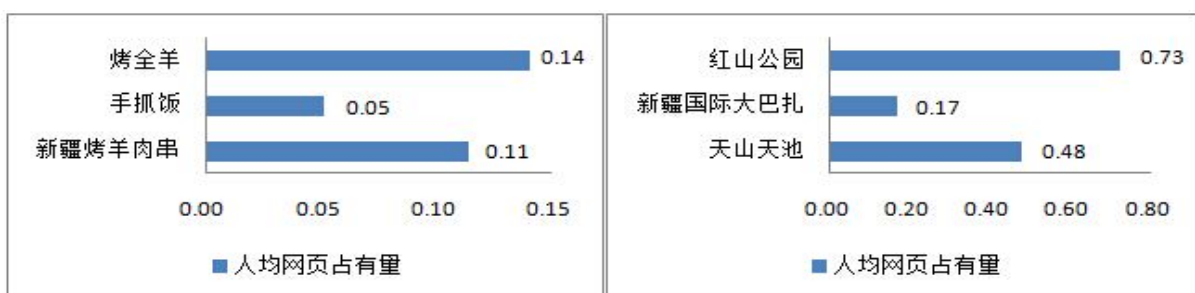
来到拉萨，布达拉宫、大昭寺是必去的，而作为西藏三大圣湖之一的天湖纳木错，也是人们休闲旅游的绝佳享受之地。在享受精神洗礼之时，品尝着地道的藏餐、小吃，让胃肠也得到独到的满足和享受。在网络搜索监测中，酥油茶获得拉萨城市小吃名片，布达拉宫摘得拉萨城市景点名片。

城市名片-银川：银川清真奶油糕点、西夏王陵



银川自古有塞上明珠的说法，不仅有着雄浑的塞外风光、神秘的古老文化，也积淀着鲜明特色的美食文化。在监测的银川特色小吃和旅游景点中，清真奶油糕点和西夏王陵以较高的人均网页占有量获得城市名片。

城市名片-乌鲁木齐：烤全羊、红山公园



位于中国西北部的少数民族聚居城市，其风光自然优美，美食一应俱全，瓜果甘甜可口，来到乌鲁木齐，可以伴着维族姑娘的舞步，走向天山天池，踏上丝绸之路，享受西域风情。在网络监测的小吃和景点中，烤全羊和红山成为了城市名片的胜出者。

四、结语

全国互联网的快速发展,得益于国家的改革开放政策,得益于国家经济的持续发展,也得益于国际先进技术和经验。互联网的发展极大地促进了全国各地科技、经济、政治、社会、文化的发展,促进了全国社会文明进步和人民生活水平的提高。全国各地依然在积极促进互联网发展,利用新技术为广大市民提供新服务,满足人们不断增长的多样化需求。

比较算作一线的 31 个省会城市来说,互联网应用研究虽然针对的是城市,但城市互联网的发展核心是用户,没有用户,互联网便没有了发展的根基。如何满足用户的使用需求当是城市需要面对的问题,本报告结语部分简要叙述一下各级城市互联网和用户间的关系,以供城市参考。

一线城市网络覆盖、移动互联发展当属最有优势,网民对互联网的使用最成熟,使用范围最广泛。一线城市生活节奏快,休闲时间少,所以网民更愿意通过网络管理虚拟或现实生活的朋友圈子,智能手机包括 Iphone 更加普及,移动互联网的便捷、物流的便利也使得一线城市网购更普遍、网民便利的查询各种信息、互联网金融、旅游、支付、游戏并和朋友保持联系。现在,腾讯的微信几乎家喻户晓,语音、群聊、公众号都少不了。微博的潜水党偏多。网购平台趋向多样,打车、余额宝应用已不鲜见。

二线城市的网络覆盖已经不是问题:新建小区都有光纤,Wi-Fi 遍地都是,LTE 在城区也提供服务。但不少人受困于移动 2G/3G/4G 和高昂的流量费用,普及使用尚未实现。宽带互联基础尚好。手机方面,Android 占大多数,千元智能机最常见,付费应用难以成型,网购当然还是淘宝,但打车、余额宝等也有应用。

三线城市基本的网络服务在城区也基本都有。乡郊 Wi-Fi 也比较多,3G 覆盖有限。运营商以移动为主。智能手机是很多人连接互联网的唯一渠道。免费应用是主流。流量使用比较拮据,若超限额就不再用了。微信都有,微博上段子泛滥,贴吧是年轻人在用。游戏基本用于休闲。有时候逛淘宝,因为物价尚有优势,其他电商只在广告上听说过。至于互联网金融,许多人连支付宝都不会用。

四线城市的 Wi-Fi 比较少见。主要运营商是移动。iPhone 土豪专用,智能手机大多山寨机,对价格非常敏感,购买力相对较弱,依赖促销。微信有限度地普及,使用频

率一般，有些功能不大会用。至于微博鲜有触及…游戏斗地主为主。囿于物流问题，网购发展缓慢。地图、打车、团购基本没有市场。

工信部的统计数据显示，截止到2014年5月底中国的手机用户数量已达到12.56亿人，相较4月份增长了0.36%，比去年同期增长了7.82%，相当于中国90.8%的人都在使用手机。在所有使用手机的人中，使用3G网络的用户有4.64亿人（占比36.94%），所有使用手机上网的用户数量为8.57亿人，占总数量的68.24%。5月期间，国内的手机注册用户共发送信息637.7亿条，平均每部手机每天发送1.64条短信。另外所有手机访问网络产生的总流量达到155,643TB。在国内，手机已经覆盖了绝大部分人群，成为人们生活中不可或缺的产品。移动互联网的兴起，智能手机的广泛普及，意味着使用门槛的降低，互联网将更广范围、更深层次地影响着普罗大众，互联网将颠覆各行各业。

互联网仍在快速发展中，新情况、新问题将不断出现，应坚持依法管理互联网的原则，坚持因地制宜，遵循互联网自身特点和发展规律，有效管理促进科学发展，为当地城市的繁荣发展贡献力量。

五、研究必要说明

1. 研究差异说明

本报告研究目的是为行业企业提供发展参考，为消费者提供消费引导，数据分析为人工和软件结合，将存在一定误差，可能与其他机构研究结果有异，此处做一说明。

2. 成果版权说明

该研究所发布成果为中国统计信息服务中心版权所有，未经许可，不得以任何形式进行商业使用。

3. 参考资料

- 互联网信息（含各省市政府门户网站）
- 中国移动、电信、联通企业报告（年报、行业报告）
- 各市统计年鉴（2014）
- 各市国民经济和社会发展统计公报（2013）

六、机构介绍

中国统计信息服务中心

中国统计信息服务中心于1985年正式成立，是国家统计局直属事业单位，2006年9月经中编办正式批准，在中国统计信息服务中心基础上，加挂国家统计局社情民意调查中心。其主要职责是负责指导全国统计系统社情民意调查机构的工作，组织实施党中央、国务院有关部门委托的有关社情民意调查任务；开展统计咨询、相关信息资料加工处理与查询服务；负责经济景气发展态势监测、信息发布及相关科学研究。

互联网技术的发展带来了网络舆论的空前活跃，也带来了各种在线数据的爆炸式增长，信息化、大数据时代来临，各级党政机关、企事业单位和学术机构越来越重视网络社情民意、网络数据的监测（简称网络舆情监测）和研究，数据成为决策者最为重要的参考因素之一。2012年12月27日全国统计工作会议上，马建堂局长提出了“服务型统计”的新概念。随后，“大数据”浪潮席卷中国。国家统计局高度重视大数据对政府统计的影响，于2012年10月份成立了由局长牵头的课题组，对大数据在政府统计中的应用进行了深入的调查和研究。2013年11月19日，国家统计局与上海钢联等11家企业在北京签署大数据战略合作框架协议，共同推进大数据在政府统计中的应用。

中国统计信息服务中心遵循“服务型统计”、“大数据在政府统计中的应用”新精神，在总结社情民意调查、统计信息服务工作经验的基础上，积极顺应时代，主动调研行动，整合建立起以智能搜索引擎技术为基础的互联网信息监测技术及大数据研究服务团队，开始为国家统计局、国家食药总局及央企、国企等提供专业的数据信息服务。

中国统计信息服务中心（国家统计局社情民意调查中心）具备数理统计学、传播学、公关学、社会学、经济学、公共管理学等专业背景的信息数据研究分析人员近百名，在众多专家学者的指导下，已经形成特有的网络大数据监测理论体系、技术研发体系、工作方法和作业流程。现在，以“中国统计信息服务中心舆情监测平台”、“中国统计信息服务中心大数据研究平台”为技术及监测支撑平台，中心面向社会初步形成较完善的大数据业务体系：舆情监测分析、互联网信息数据挖掘、线上零售数据监测及分析。

CSISC 主要业务：

- ❖ 互联网信息监测平台——线上社情民意监测平台是网络声誉管理有效工具
- ❖ 网络零售监测数据平台——动态监测分析 32 家重点电子商务网站全量数据
- ❖ 专项课题调查与研究——接受各部委职能机构委托的专项委托调查与研究
- ❖ 汽车行业大数据平台——汇聚汽车行业企业各种数据信息的专属数据平台
- ❖ 行业大数据监测系统——针对行业垂直监测的大数据平台主力决策和发展
- ❖ 行业大数据研究报告——领导者决策管理工具、口碑塑造、企业营销利器
- ❖ 定制化信息分析报告——专业分析师根据委托需要定时提供各种分析报告
- ❖ 官方微博、微信评估——针对政府、企业等开设的官方微博微信立体评估
- ❖ 公共关系专业级服务——危机预警、危机公关、组织形象塑造等系列服务
- ❖ 大数据会议高端培训——各类数据信息培训、研讨、调研等交流形式配套
- ❖ 大数据研究配套产品——中国统计月报、中国经济景气月报、中国民情等
- ❖ 大数据全国性理事会——海纳数据采集、挖掘研究、信息咨询、媒体传播

部分项目举例：

中国县域经济研究；中国城市综合实力与投资环境研究；中国大企业集团 500 强大型调查与研究课题；商务部中国电子商务统计指标体系研究；工信部中国信息化统计指标体系研究国家级课题；食药总局抽查 17 类重点食品监督抽检工作的信息监测课题；食药总局婴幼儿配方乳粉信息监测分析项目；国家统计局舆情监测及分析工作；中国城市网络形象排行榜项目；中国孕婴童行业口碑评价研究项目；政务微博影响力评价项目；首都青少年阅读现状调查报告；《李克强总理第一次记者会专报》（2013）《社会各界对本届中央政府的意见和建议》专报（2013）；《李克强总理政府工作报告》舆情信息专报（2014）《李克强总理记者会舆情信息》专报（2014）；城乡居民收入分配与生活状况调查

腾讯科技（北京）有限公司

腾讯公司成立于 1998 年 11 月，是目前中国最大的互联网综合服务提供商之一，也是中国服务用户最多的互联网企业之一。成立十多年以来，腾讯一直秉承一切以用户价值为依归的经营理念，始终处于稳健、高速发展的状态。2004 年 6 月 16 日，腾讯公司在香港联交所主板公开上市（股票代码 700）。

用互联网的先进技术提升人类的生活品质是腾讯公司的使命。腾讯 QQ 的发展深刻地影响和改变着数以亿计网民的沟通方式和生活习惯，它为用户提供了一个巨大的便捷沟通平台，在人们生活中实践着各种生活功能、社会服务功能及商务应用功能；并正以前所未有的速度改变着人们的生活方式，创造着更广阔的互联网应用前景。

目前，腾讯以“为用户提供一站式在线生活服务”作为自己的战略目标，并基于此完成了业务布局，构建了 QQ、腾讯网、QQ 游戏以及拍拍网这四大网络平台，形成中国规模最大的网络社区。在满足用户信息传递与知识获取的需求方面，腾讯拥有门户网站腾讯网、QQ 即时通讯工具、QQ 邮箱以及 SOSO 搜索；满足用户群体交流和资源共享方面，腾讯推出的 QQ 空间（Qzone）已成为中国最大的个人空间，并与我们访问量极大的论坛、聊天室、QQ 群相互协同；在满足用户个性展示和娱乐需求方面，腾讯拥有非常成功的虚拟形象产品 QQShow、QQ 宠物、QQ 游戏和 QQMusic/Radio/Live（音乐/电台/电视直播）等产品，同时，还为手机用户提供了多种无线增值业务；在满足用户的交易需求方面，c2c 电子商务平台——拍拍网已经上线，并完成了和整个社区平台的无缝整合。截至 2009 年 9 月 30 日，腾讯即时通讯工具 QQ 的注册帐户总数已经达到 10.57 亿，活跃帐户数达到 4.849 亿，最高同时在线帐户数达到 7,550 万。“QQ 游戏”

门户最高同时在线帐户数达到 570 万。腾讯网已经成为了中国浏览量第一的综合门户网站，电子商务平台拍拍网也已经成为了中国 第二大的电子商务交易平台。

面向未来，坚持自主创新，树立民族品牌是腾讯公司的长远发展规划。目前，腾讯 60%以上员工为研发人员。腾讯在即时通讯、电子商务、在线支付、搜索引擎、信息安全以及游戏方面等都拥有了相当数量的专利申请。2007 年，腾讯投资过亿元在北京、上海和深圳三地设立了中国互联网首家研究院——腾讯研究院，进行互联网核心基础技术的自主研发。腾讯的自主创新工作已经进入到企业开发、运营、销售等各个环节当中。腾讯正逐步走上自主创新的民族产业发展之路。

成为最受尊敬的互联网企业是腾讯公司的远景目标。因此，腾讯一直积极参与公益事业、努力承担企业社会责任、推动网络文明。2006 年，腾讯成立了中国互联网首家慈善公益基金会——腾讯慈善公益基金会，并建立了腾讯公益网，专注于辅助青少年教育、贫困地区发展、关爱弱势群体和救灾扶贫工作。目前，腾讯已经在全国各地陆续开展了多项公益项目。腾讯正以自身努力去不断为“和谐社会”的建设做出贡献，成为一个优秀的企业公民。

