第56次中国互联网络发展状况统计报告

中国互联网络信息中心

The 56th Statistical Report on China's Internet Development

前　言

自 1997 年起，中国互联网络信息中心（CNNIC）定期组织开展中国互联网络发展状况统计调查工作，每年发布两次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》），至今已持续发布 55 次。《报告》力图通过统计数据真实反映我国互联网建设发展历程，成为我国政府部门、国内外行业机构、专家学者和广大人民群众了解中国互联网发展状况的重要参考。

2025 年是“十四五”规划收官之年。在“十四五”期间，我国深入实施制造强国战略，以网络强国建设助力中国式现代化，加快构建新发展格局，推动经济高质量发展。在制造强国和网络强国战略引领下，信息化与工业化融合发展水平显著提升，科技创新能力明显增强，高新技术产品不断涌现，并跑和领跑领域逐步增多。数字经济迈向全面扩展期，竞争力和影响力稳步提升。数字技术与实体经济融合取得显著成效，生成式人工智能等新兴技术广泛应用于各行各业，推动产业数字化转型加速。5G、千兆光纤网络等通信网络基础设施处于国际先进水平，为圆满完成“十四五”规划目标奠定了坚实基础。

作为中国互联网产业发展与行业趋势“洞察者”，中国互联网络信息中心持续强化行业研究能力，跟进我国互联网发展历程，洞察行业趋势，以《报告》跟踪数字经济、数字社会、数字政府建设，支撑科学决策。《报告》围绕互联网基础资源、网民规模、互联网应用、生成式人工智能发展、中小企业发展等方面，力求通过多角度、全方位的数据展现，综合反映 2025 年上半年我国互联网发展状况。

在此，衷心感谢工业和信息化部、国家统计局、共青团中央等部门对《报告》的指导。同时，向为本次统计调查工作提供支持的广大机构和网民致以诚挚的谢意！

中国互联网络信息中心

2025 年 7 月

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

目　录

核心数据 1

“十四五”时期我国互联网发展成就 3

一、 数字筑基，基础建设加快升级 3

（一） 基础设施加速升级 3

（二） 基础资源持续丰富 4

二、 数字普惠，全民共享发展成果 4

（一） 网民规模稳步增长 4

（二） 公共服务日趋完善 4

三、 数字赋能，实数融合提质增效 5

（一） 智能制造成效显著 5

（二） 智慧农业加速发展 6

（三） 数字服务表现亮眼 6

四、 数字创新，科技应用活力增强 7

（一） 信息通信技术引领发展 7

（二） 人工智能应用加速落地 8

第一章 互联网基础资源发展及应用状况 9

一、 互联网基础资源发展状况 9

（一） IP 地址 9

（二） 域名 11

（三） 5G 基站数量 12

（四） 互联网宽带接入端口数量 12

（五） 光缆线路总长度 13

二、 互联网基础资源应用状况 14

（一） 网站 14

（二） 移动互联网接入流量 14

第二章 网民规模及结构状况 15

一、 网民规模 15

（一） 总体网民规模 15

（二） 城乡网民规模 17

（三） 非网民规模 19

二、 网民结构及上网设备 21

（一） 性别结构 21

（二） 年龄结构 21

（三） 上网设备 22

（四） 上网时间 22

三、 网民数字素养与技能发展状况 24

第三章 互联网应用发展状况 27

一、 总体发展情况 27

二、 数字工具类应用 28

（一） 即时通信 28

（二） 搜索引擎 29

（三） 网络社交 30

三、 数字消费类应用 31

（一） 网络支付 31

（二） 网络购物 32

（三） 网上外卖 34

四、 数字文娱类应用 35

（一） 网络视频 35

（二） 网络游戏 37

（三） 网络文学 38

五、 数字服务类应用 39

（一） 旅游出行 39

（二） 互联网医疗 41

（三） 在线教育 42

第四章 生成式人工智能发展状况 45

一、 生成式人工智能用户使用情况 45

（一） 主要产品使用情况 45

（二） 用户主要使用目的 46

二、 生成式人工智能用户结构 46

（一） 性别结构 46

（二） 年龄结构 47

（三） 学历结构 47

（四） 职业结构 48

三、 产业发展环境 49

（一） 政策环境 49

（二） 创新环境 50

（三） 融资环境 50

四、 应用实践情况 51

第五章 从互联网大数据看中小企业发展 55

一、 总体结构分布 55

（一） 地区分布 55

（二） 细分行业分布 56

（三） 企业类型分布 56

二、 具体发展状况 57

（一） 中小企业经营运行保持稳定 57

（二） 中小企业业务实力逐步提升 57

附录一 调查方法 59

附录二 互联网基础资源附表 63

附录三 调查支持单位 68

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

核心数据

◇ 截至 2025 年 6 月，我国网民规模达 11.23 亿人，较 2024 年 12 月增长 1436 万人，互联网普及率达 79.7%，较 2024 年 12 月提升 1.1 个百分点。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国手机网民规模达 11.16 亿人，较 2024 年 12 月增长 1161 万人，网民使用手机上网的比例为 99.4%。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国农村网民规模达 3.22 亿人，占网民整体的 28.7%；城镇网民规模达 8.01 亿人，占网民整体的 71.3%。

◇ 截至 2025 年 6 月，使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为 32.3%、30.9%、24.5%和 29.6%；使用智能家居设备和个人可穿戴设备上网的比例分别为 21.4%和 28.6%。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国 IPv6 地址数量为 68567 块/32。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国域名总数为 3262 万个，其中，“.CN”域名数量为 2085 万个。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国社交网络用户规模达 11.07 亿人，较 2024 年 12 月增长 586 万人，占网民整体的 98.6%。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国即时通信用户规模达 10.93 亿人，较 2024 年 12 月增长 1127 万人，占网民整体的 97.3%。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国网络视频用户规模达 10.85 亿人，较 2024 年 12 月增长 1490 万人，占网民整体的 96.7%。其中，短视频用户规模达 10.68 亿人，占网民整体的 95.1%；微短剧用户规模达 6.26 亿人，占网民整体的 55.8%。

◇ 截至 2025 年 6 月，我国网络购物用户规模达 9.76 亿人，较 2024 年 12 月增长 109 万人，占网民整体的 86.9%。

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

“十四五”时期我国互联网发展成就

“十四五”期间，我国互联网建设取得了显著成就。5G 网络实现全国广泛覆盖，数据中心、云计算等新型基础设施加速布局，为数字经济发展提供了坚实支撑。我国网民规模达 11.23 亿人，越来越多用户共享数字发展成果。数字经济规模持续扩大，产业数字化转型步伐加快。科技创新持续突破，人工智能应用加速落地，为推动实数融合注入强劲动能。

一、数字筑基，基础建设加快升级

（一）基础设施加速升级

“十四五”期间，我国坚持“适度超前”原则，加快推进信息基础设施演进升级，为推动互联网发展、促进数字经济腾飞奠定了基础。**一是网络基础能力显著提升。**我国已建成全球规模最大的移动通信和光纤宽带网络，实现“县县通千兆、乡乡通 5G、90%以上行政村通 5G”。截至 2025 年 6 月，5G 基站总数达 454.9 万个；千兆网络建设稳步推进，具备千兆网络服务能力的 10G PON 端口数达 3022 万个；1000Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 2.26 亿户。移动物联网加快从“万物互联”向“万物智联”发展，终端用户达 28.31 亿户[1]。**二是互联网网间架构持续向多维度、扁平化发展。**截至 2025 年 5 月，全国共设立 29 个国家级互联网骨干直联点，开通互联带宽超过 70Tbps；在杭州、深圳、中卫、上海、武汉设立国家新型互联网交换中心试点，接入企业近 650 家，峰值交换流量超过 13Tbps[2]。**三是算力基础设施建设提速明显。**五年来，算力网络布局加速完善，算力规模位居全球前列。截至 2025 年 3 月底，我国在用算力标准机架达 1043 万架，智能算力规模达到 748EFLOPS，为海量数据计算提供智能底座[3]。

[1] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2025/art_f54ec1b161bd435f9afb7650f430d866.html，2025 年 7 月 22 日。
[2] 来源：工业和信息化部。
[3] 来源：国务院新闻办公室，http://www.scio.gov.cn/live/2025/36761/tw/，2025 年 7 月 18 日。

（二）基础资源持续丰富

“十四五”期间，我国互联网基础资源实现较快增长，为数字经济蓬勃发展、维护国家网络安全稳定提供了重要底层支撑和保障。**一是“.CN”域名连续十一年保持全球第一。**截至 2025 年 6 月，我国域名总数为 3262 万个，其中国家顶级域名“.CN”域名总量已达 2085 万个，较“十四五”初期增长 188 万个，连续十一年保持全球第一。**二是 IPv6 加速升级。**“十四五”期间，《关于加快推进互联网协议第六版（IPv6）规模部署和应用工作的通知》《关于推进 IPv6 技术演进和应用创新发展的实施意见》等顶层设计和行业融合应用政策先后出台，推动 IPv6 规模部署取得阶段性成果。截至 2025 年 6 月，IPv6 地址数量为 68567 块/32；2025 年上半年，IPv6 活跃用户数达 8.36 亿。

二、数字普惠，全民共享发展成果

（一）网民规模稳步增长

“十四五”期间，得益于我国互联网基础设施建设全面推进、互联网应用创新发展，以及政策大力支持与引导，网民规模实现平稳较快增长。截至 2025 年 6 月，网民规模达 11.23 亿人，互联网普及率达 79.7%，较“十四五”初期提升 9.3 个百分点。**一是城乡互联网普及率差距逐步缩小。**我国持续深入推进数字乡村战略、加快“宽带边疆”建设，提升边疆地区网络供给能力，推动农村地区信息化水平稳步提升。截至 2025 年 6 月，农村互联网普及率已达 69.2%，较“十四五”初期提升 13.3 个百分点。**二是老龄网民数量占比显著提升。**五年来，我国持续推进数字适老化建设，不断健全适老化标准体系、扩大改造规模、提升服务体验，助力老年人跨越数字鸿沟。截至 2025 年 6 月，60 岁及以上老年网民用户规模达 1.61 亿人，互联网使用率达 52.0%，较“十四五”初期提升 8.7 个百分点，老年人享受数字化、智能化服务迈出了坚实的一步。

（二）公共服务日趋完善

“十四五”期间，数字技术在政务、教育、医疗等公共服务领域应用取得显著进展，推动了服务的数字化、便捷化和普惠化。**一是在线政务用户规模与服务**

水平显著提升。截至 2024 年底，在线政务服务用户规模达 10.04 亿人，较“十四五”初期增长 19.1%。数字政务服务持续升级，2024 年以来推出 3 批 33 项“高效办成一件事”，累计办件量 5100 万件。推动制定《政务数据共享条例》，累计支撑各地区各部门共享政务数据超过 5400 亿次[4]。国家政务服务平台上线运行 6 年以来，已实现 521 万项服务事项和 3.6 万多项高频热点服务应用的标准化服务[5]。**二是互联网医疗服务内容与模式加速创新。**截至 2025 年 6 月，互联网医疗用户规模达 3.93 亿人。远程医疗服务网络不断扩展，覆盖更多地区和人群。互联网医疗从最初的线上复诊、药品配送等，逐步拓展到在线问诊、健康管理、医疗知识普及等多个领域。**三是数字教育进一步实现公平普惠。**截至 2025 年 6 月，我国在线教育用户规模达 2.93 亿人，占网民整体的 26.1%。全国中小学（含教学点）互联网接入率达 100%[6]，全民学习渠道持续拓宽。上线慕课数量超过 7.68 万门，学习人次达 12.77 亿，慕课数量建设和应用规模居世界第一[7]。

三、数字赋能，实数融合提质增效

（一）智能制造成效显著

“十四五”期间，我国将制造业数字化转型升级摆在重要战略位置，以智能制造为制造强国建设的主攻方向，推动制造业转型升级焕发活力。**一是顶层设计与政策协同推动制造业数字化转型纵深发展。**五年来，制造业数字化转型政策体系持续健全，《“十四五”智能制造发展规划》《制造业数字化转型行动方案》《制造业企业数字化转型实施指南》等一系列政策为制造业数字化转型提供了坚实保障。截至 2025 年一季度，全国已建成 3 万余家基础级智能工厂、1200 余家先进级智能工厂、230 余家卓越级智能工厂[8]。我国重点工业企业数字化研发设计工具普及率达到 84.1%[9]。**二是技术创新与产业融合培育新质生产力。**人工智能、大数据等新一代信息技术与制造业深度融合，推动生产方式向“数据驱动

[4] 来源：国务院新闻办公室，http://www.scio.gov.cn/live/2025/35576/tw/，2025 年 3 月 31 日。
[5] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202505/content_7026043.htm，2025 年 5 月 31 日。
[6] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/xinwen/2023-02/10/content_5740919.htm，2023 年 2 月 10 日。
[7] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202404/content_6943183.htm，2024 年 4 月 3 日。
[8] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/bldhd/art/2025/art_2c3e9dd628e04e87a5f79ba542cd2581.html，2025 年 4 月 18 日。
[9] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202502/content_7004155.htm，2025 年 2 月 17 日。

+智能决策”转变，加速形成以科技为引领的新质生产力。国家工业互联网大数据中心汇聚工业数据 14 亿条，初步构建工业模型语料库。有一定影响力的工业互联网平台超 340 家，重点平台工业设备连接数超 1 亿台（套）。全国累计上云上平台企业约 400 万家次[10]。

（二）智慧农业加速发展

“十四五”期间，我国深入推进新一轮农业科技革命和乡村产业变革，不断加大科技创新和成果应用力度，推动农业数字化水平持续提升，为乡村振兴注入新动能。**一是数字农业、智慧农业加速发展。**五年来，物联网、人工智能和大数据等先进技术广泛应用于种植业和养殖业。智慧农业项目建设持续推进，农业农村部累计支持建设国家智慧农业创新中心和分中心 34 个、创新应用项目 116 个[11]。信息技术与农业生产经营深度融合，截至 2023 年底，全国安装北斗终端的农机数量已达 220 万台，作业效率和作业精度达到国际先进水平[12]。精准播种、变量施肥、植保无人机等加快推广应用，全国农业生产信息化率达到 27.6%，大田种植信息化率达到 26.4%[13]。**二是农村电商服务体系不断完善。**五年来，电子商务进农村综合示范深入实施，累计支持 1489 个县建成县级电商公共服务中心、物流配送中心近 3000 个，村级电商服务站点超过 15.8 万个[14]。县乡村寄递服务网络加快健全，全国已建成村级寄递物流综合服务站 34.6 万个[15]，在促进工业品“下乡”和农产品“进城”方面发挥了积极作用。

（三）数字服务表现亮眼

“十四五”期间，随着数字技术加速融入商贸流通和生活服务等业态，服务业数字化水平持续提升，不断释放消费潜力。**一是网络购物成为消费重要活力源泉。**2025 年 1-5 月，全国网上零售额达 6.04 万亿元[16]，网上零售额连续十三年

[10] 来源：国务院新闻办公室，http://www.scio.gov.cn/live/2025/35747/tw/，2025 年 4 月 18 日。
[11] 来源：农业农村部，https://www.moa.gov.cn/xw/shipin/xwzx/202501/t20250113_6469106.htm，2025 年 1 月 14 日。
[12] 来源：中国农科新闻网，http://www.nkb.com.cn/2024/0520/477747.html，2024 年 5 月 20 日。
[13] 来源：央视网，https://news.cctv.com/2024/07/02/ARTIs0sQakk7K8mlRQ41YS6s240702.shtml，2024 年 7 月 2 日。
[14] 来源：商务部，https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6939868.htm?ddtab=true，2024 年 3 月 18 日。
[15] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202502/content_7004507.htm，2025 年 2 月 20 日。
[16] 来源：国家统计局，https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202506/t20250616_1960169.html，2025 年 6 月 16 日。

稳居全球第一。截至 2025 年 6 月，网购用户规模达 9.76 亿人，较“十四五”初期增长 24.7%。**二是在线服务保持快速增长。**五年来，餐饮外卖、旅游出行等在线服务快速发展，体育直播、虚拟演出等文旅融合新场景层出不穷，推动沉浸式体验升级。截至 2025 年 6 月，在线旅行预订、网约车出行、网上外卖用户规模较“十四五”初期分别增长 50.2%、40.0%和 36.0%。跑腿代办和同城闪送、在线家政和维修洗涤等数字生活服务业态加速兴起，用户规模分别达 2.23 亿人和 1.53 亿人。**三是数字内容蓬勃发展。**随着内容创新、技术升级和跨界融合的推进，网络视频、网络音乐等数字内容历经快速发展和变革，呈现出蓬勃发展势头。短视频、微短剧等网络视频业态持续繁荣，在用户娱乐、社交和获取信息方面扮演日趋重要的角色。截至 2025 年 6 月，短视频用户规模已达 10.68 亿人，占网民整体的 95.1%；微短剧用户规模已达 6.26 亿人，占网民整体的 55.8%。网络音乐、网络游戏、网络文学的用户规模分别达 7.24 亿人、5.84 亿人和 5.13 亿人，以网络游戏、网络文学、网络影视为代表的文化“新三样”出海表现亮眼，成为文化出海的典型代表。

四、数字创新，科技应用活力增强

（一）信息通信技术引领发展

“十四五”期间，我国 5G 实现了从“建得好”到“用得好”、从技术驱动向价值牵引的跃升，多方位赋能作用显著，为加快推进新型工业化、建设制造强国和网络强国提供了坚强保障。**一是技术创新持续深化。**我国积极参与 5G 国际标准制定，5G 标准必要专利声明量全球占比达 42%[17]，技术产业实力全球领先。6G 研发方面，工业和信息化部指导成立 IMT-2030（6G）推进组，凝聚合力推动 6G 创新，发布《6G 总体愿景与潜在关键技术》等 50 余项研究成果，组织对通感一体化、无线 AI 等 6G 关键技术开展测试验证，加速技术成熟[18]。**二是应用赋能成效彰显。**5G 应用已融入 86 个国民经济大类，应用案例累计达 13.8 万个，已建设超过 1.85 万个“5G+工业互联网”项目，在 10 大行业形成了 20 大典型

[17] 来源：央视网，https://news.cctv.com/2023/10/20/ARTI3tF2k03FucfQizD1ep6n231020.shtml，2023 年 10 月 20 日。
[18] 来源：国务院新闻办公室，http://www.scio.gov.cn/live/2025/35747/tw/，2025 年 4 月 18 日。

场景，5G 正加速融入实体经济生产的核心环节，全面覆盖生产全流程[19]。**三是移动通信网络加快向 5G-A 演进升级。**我国持续主导 5G-A 国际标准，开通首个位于珠穆朗玛峰的 5G-A 基站，首发全球规模最大的 5G-A 商用部署，推动 5G-A 产品体系日益丰富，300 多个城市开启 5G-A 赋能智慧城市[20]。

（二）人工智能应用加速落地

“十四五”期间，我国人工智能技术发展日新月异，用户规模不断扩大，应用领域广泛拓展，产业创新步伐持续加速。**一是技术创新不断加速。**世界知识产权组织报告显示，我国已成为全球人工智能专利最大拥有国，占比达 60%[21]。DeepSeek 人工智能大模型实现了先进模型、参数权重、推理逻辑和工具链条的全开源，国产大模型登顶全球主流开源社区下载量的榜单。**二是全产业能力不断提升。**我国已形成了覆盖基础层、框架层、模型层、应用层的完整的产业体系。培育出一批竞争力强的通用大模型和行业大模型。2024 年我国人工智能产业规模突破 7000 亿元，已连续多年保持 20%以上的增长率[22]。产业链覆盖芯片、算法、数据、平台、应用等上下游关键环节。**三是生成式人工智能服务大量涌现。**截至 2025 年 3 月，共有 346 款生成式人工智能服务在国家网信办完成备案；对于通过 API 接口或其他方式直接调用已备案模型能力的生成式人工智能应用或功能，共有 159 款生成式人工智能应用或功能在地方网信办完成登记[23]。**四是应用赋能扎实推进。**人工智能大模型已在电子、原材料、消费品等行业加快落地，在研发设计、中试验证、生产制造、运营管理等环节得到应用[24]。

[19] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/mtbd/twbd/art/2025/art_9d61a6131a7c4ef18ae090edfe78bb68.html，2025 年 6 月 6 日。
[20] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/mtbd/twbd/art/2025/art_9d61a6131a7c4ef18ae090edfe78bb68.html，2025 年 6 月 6 日。
[21] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202504/content_7020920.htm，2025 年 4 月 25 日。
[22] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/202504/content_7021848.htm，2025 年 4 月 28 日。
[23] 来源：国家互联网信息办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-04/08/c_1745817775881843.htm，2025 年 4 月 8 日。
[24] 来源：国务院新闻办公室，http://www.scio.gov.cn/live/2025/35747/tw/，2025 年 4 月 18 日。

第一章 互联网基础资源发展及应用状况

互联网基础资源在网络强国建设进程中承担着重要的基础作用，在推动实体经济和数字经济深度融合中发挥着关键支撑作用。2025 年上半年，5G、千兆光纤宽带网络建设不断推进，移动互联网接入流量延续较快增长，赋能信息通信业高质量发展再上新台阶。

一、互联网基础资源发展状况

截至 2025 年 6 月，我国 IPv4 地址数量为 34319 万个，IPv6 地址数量为 68567 块/32，IPv6 活跃用户数达 8.36 亿；我国域名总数为 3262 万个[25]，其中，“.CN”域名数量为 2085 万个；互联网宽带接入端口数量达 12.34 亿个。

表 1 2025.6 互联网基础资源发展状况

分类	单位	2025 年 6 月
IPv4	个	343,194,368
IPv6	块/32	68,567
IPv6 活跃用户数	亿	8.36
域名	个	32,623,785
其中：“.CN”域名	个	20,854,955
互联网宽带接入端口	亿个	12.34

（一）IP 地址

截至 2025 年 6 月，我国 IPv6 地址数量为 68567 块/32。对全球 23 个重点公共递归服务的 IPv6 支持情况进行采集分析，有 14 个递归服务提供 IPv6 公共递归服务，约占 60.9%。

[25] 来源：传统通用顶级域名（gTLD）及新通用顶级域名（New gTLD）由国内域名注册单位协助提供。“.CN”“.中国”域名数量为全球注册量。

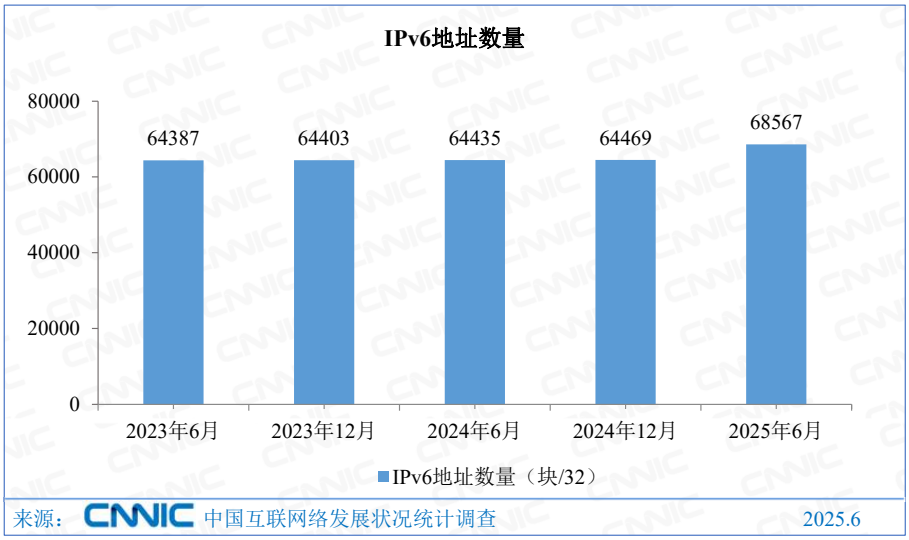

图 1　IPv6 地址数量

2025 年上半年，我国 IPv6 活跃用户数达 8.36 亿。

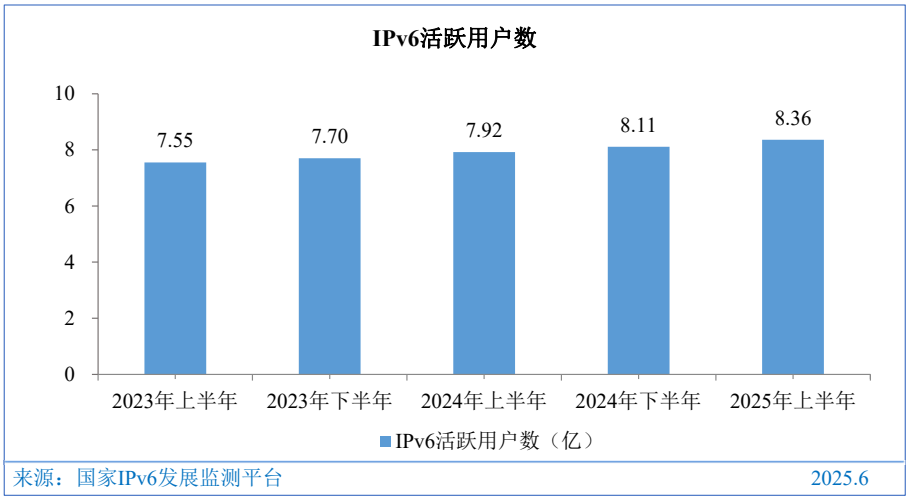

图 2　IPv6 活跃用户数

截至 2025 年 6 月，我国 IPv4 地址数量为 34319 万个。

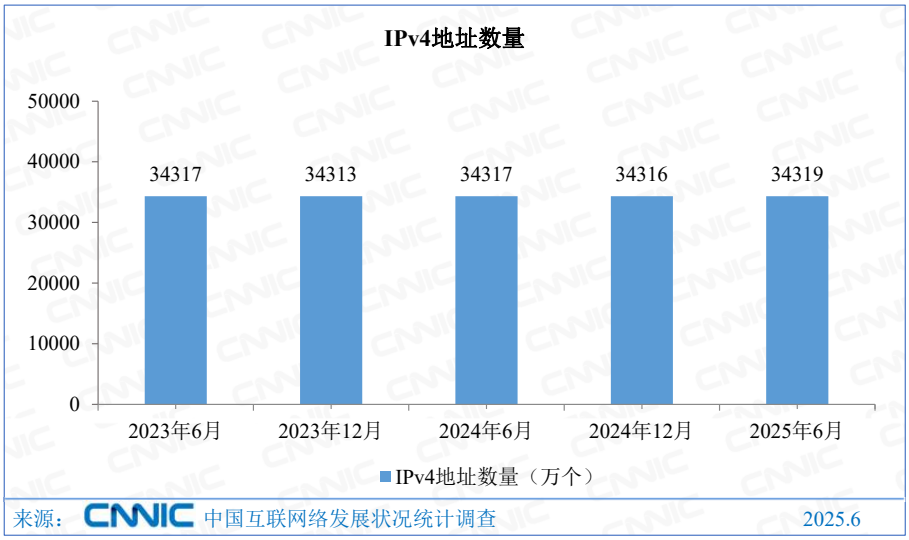

图 3　IPv4 地址数量

（二）域名

截至 2025 年 6 月，我国域名总数为 3262 万个。其中，“.CN”域名数量为 2085 万个；“.COM”域名数量为 694 万个；“.中国”域名数量为 16 万个；新通用顶级域名（New gTLD）数量为 318 万个。

表 2　分类域名数

分类	数量（个）
.CN	20,854,955
.COM	6,941,539
.NET	550,368
.中国	164,301
.INFO	35,045
.ORG	19,992
New gTLD	3,175,089
其他[26]	882,496
合计	32,623,785

[26] 其他：包含“.BIZ”“.CO”“.TV”“.CC”“.ME”“.HK”和“.PW”等域名。

表 3　分类“.CN”域名数

分类	数量（个）
.CN[27]	13,371,369
.COM.CN	3,890,172
.ADM.CN[28]	1,540,416
.NET.CN	1,066,242
.ORG.CN	940,167
.AC.CN	27,226
.GOV.CN	12,241
.EDU.CN	6,871
其他	251
合计	20,854,955

（三）5G 基站数量

截至 2025 年 6 月，5G 基站总数达 454.9 万个。

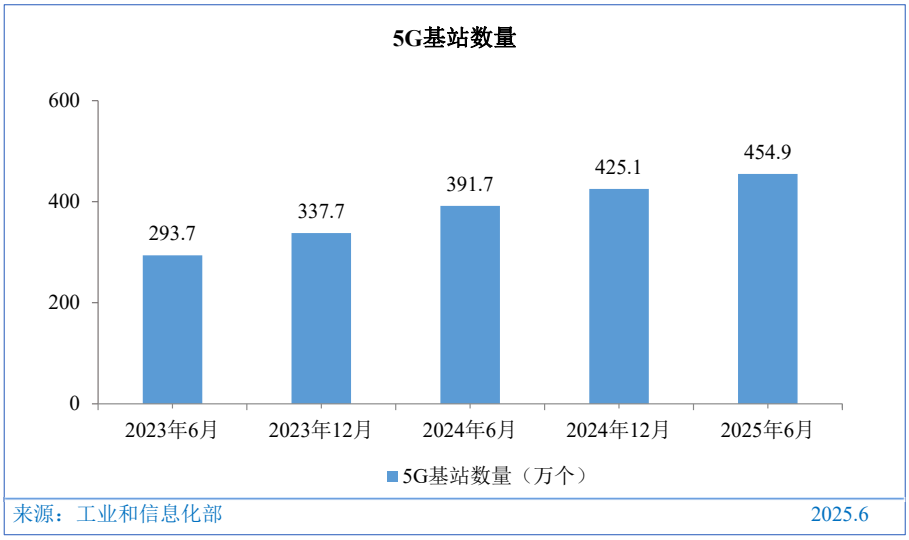

图 4　5G 基站数量

（四）互联网宽带接入端口数量

截至 2025 年 6 月，我国互联网宽带接入端口数达 12.34 亿个，较 2024 年 12

[27] 此处“.CN”为“.CN”下直接注册的二级域名。
[28] .ADM.CN：虚拟二级域名，是对“.CN”下所有行政区域名（二级域名）的合称。

月净增 3244 万个。其中，光纤接入（FTTH/O）端口达 11.93 亿个，较 2024 年 12 月净增 3264 万个，占互联网宽带接入端口的 96.6%；具备千兆网络服务能力的 10G PON 端口数达 3022 万个，较 2024 年 12 月净增 201.9 万个。

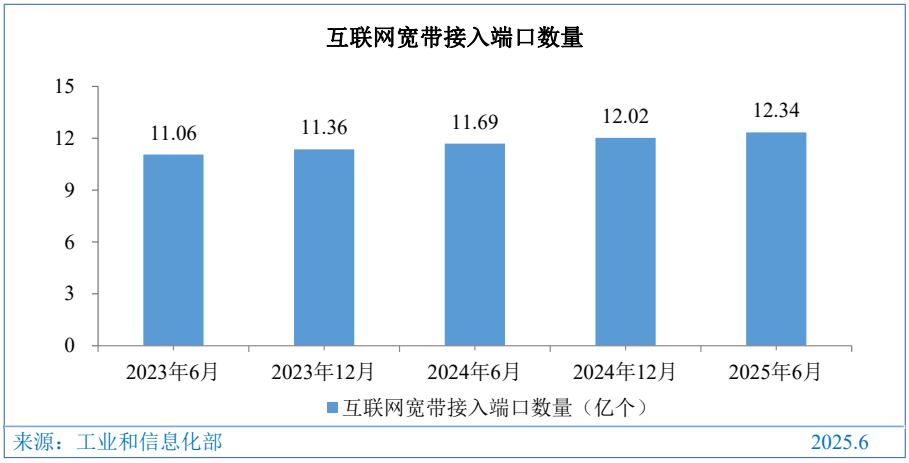

图 5　互联网宽带接入端口数量

（五）光缆线路总长度

截至 2025 年 6 月，我国光缆线路总长度达 7377 万公里，同比增长 9.9%。

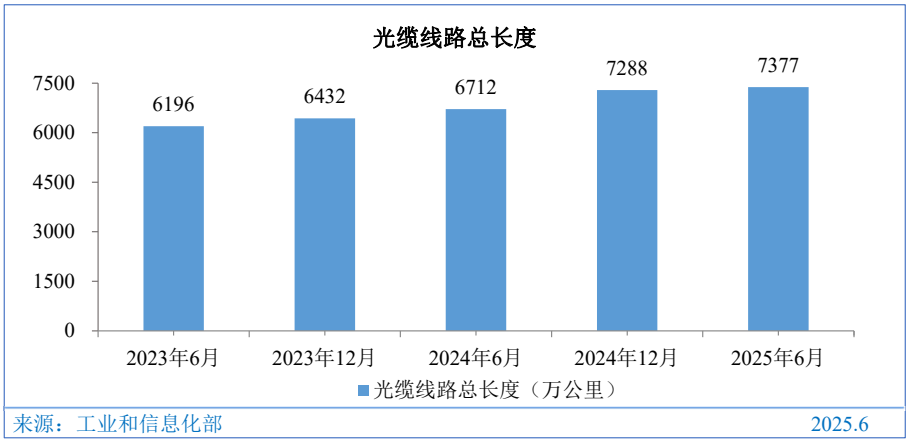

图 6　光缆线路总长度

二、互联网基础资源应用状况

（一）网站

截至 2025 年 6 月，我国网站数量为 456 万个。

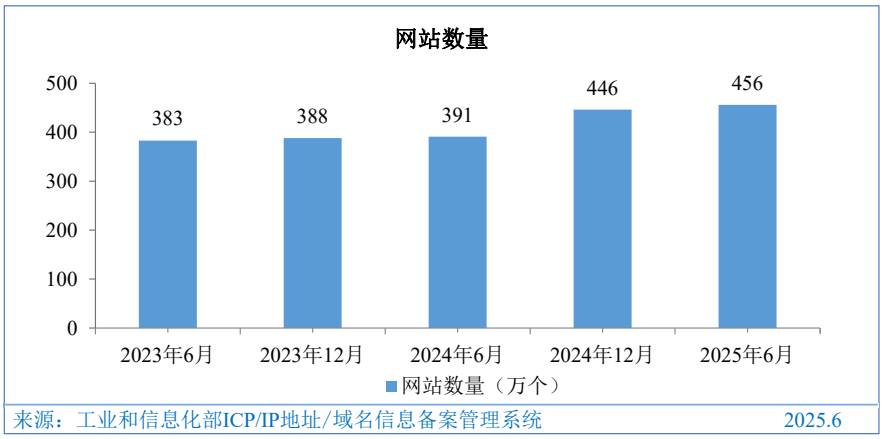

图 7　网站数量

（二）移动互联网接入流量

2025 年上半年，我国移动互联网累计流量[29]达 1867 亿 GB，同比增长 16.4%。

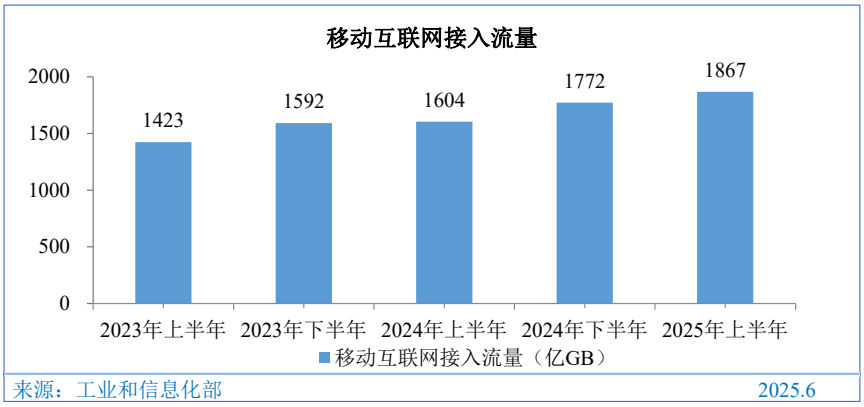

图 8　移动互联网接入流量

[29] 自 2024 年 2 月起，将中国广播电视网络集团有限公司（简称中国广电）的 5G 移动电话用户数、5G 移动互联网接入流量、5G 移动互联网用户数纳入行业汇总数据。

第二章 网民规模及结构状况

2025 年上半年，我国网民规模达 11.23 亿人，新增网民 1436 万人，互联网普及率达 79.7%。我国数字基础设施量质齐升，数字经济持续深入发展，生成式人工智能技术掀起创新浪潮，互联网应用场景持续拓展丰富，助力网民规模平稳增长、数字素养与技能水平稳步发展，展现“数智时代”互联网发展新活力。

一、网民规模

（一）总体网民规模

截至 2025 年 6 月，我国网民规模达 11.23 亿人，较 2024 年 12 月增长 1436[30] 万人，互联网普及率达 79.7%，较 2024 年 12 月提升 1.1 个百分点。

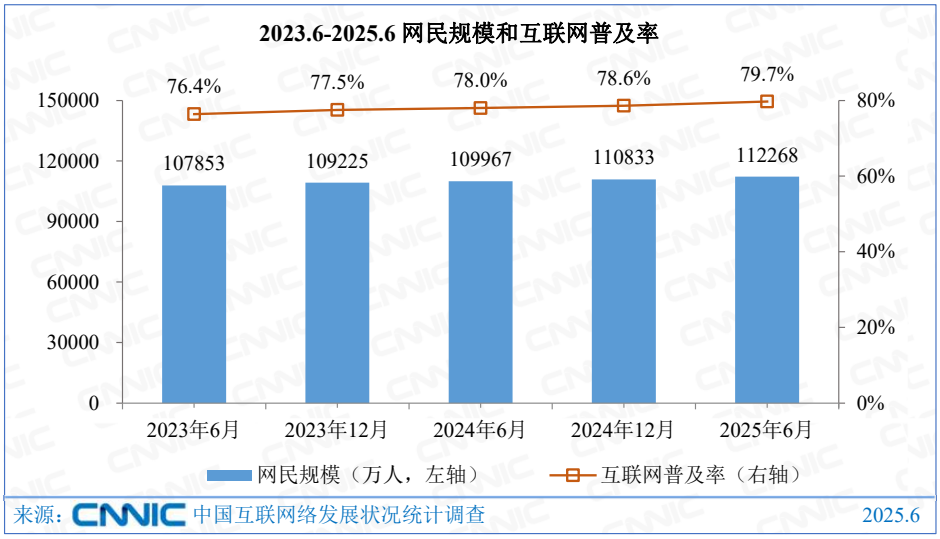

图 9 2023.6-2025.6 网民规模和互联网普及率

截至 2025 年 6 月，我国手机网民规模达 11.16 亿人，较 2024 年 12 月增长 1161 万人，网民中使用手机上网的比例达 99.4%。

[30] 本报告中源自中国互联网络发展状况统计调查的数据均为四舍五入后的结果。

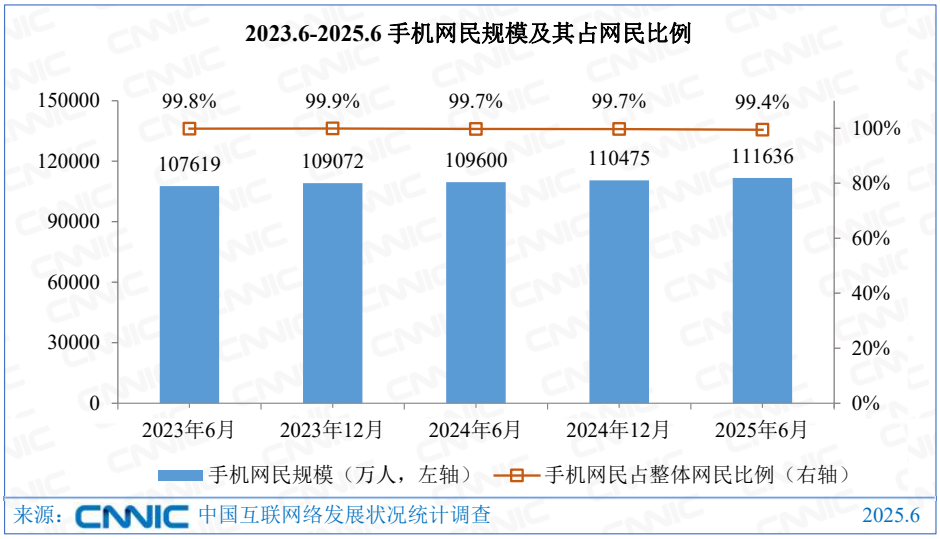

图 10　2023.6-2025.6 手机网民规模及其占网民比例

2025 年上半年，我国以数字基建筑牢根基，数字经济赋能发展，技术创新拓展应用，共同助力互联网持续普惠民生。

一是数字基础设施量质齐升，通信网络协同发展。我国大力推进 5G 网络和千兆光网普及，为互联网的普及与应用提供坚实的基础。1 月，工业和信息化部发布《关于开展万兆光网试点工作的通知》，提出开展万兆光网试点，有序引导万兆光网从技术试点逐步走向部署应用。截至 6 月，我国已累计建成 5G 基站 455 万个，实现县县通千兆、乡乡通 5G，90%以上行政村实现 5G 网络覆盖[31]。

二是促消费政策利好，智能终端带动互联网普及提升。在促消费政策带动下，银发经济和绿色经济快速发展，推动智能终端销量增长，赋能互联网进一步普及应用。2025 年《政府工作报告》提出大力发展银发经济，工业和信息化部等三部门 6 月公布《智慧健康养老产品及服务推广目录（2024 年版）》，将进一步带动智能养老设备产品的生产销售，推动银发群体深度共享信息化发展成果。截至 6 月，我国老年群体互联网普及率达 52.0%。中共中央办公厅、国务院办公厅 3 月发布《提振消费专项行动方案》，提出推动汽车、家电等大宗耐用消费品绿色化、智能化升级。“以旧换新”政策提升智能新能源汽车和智能家电的市场渗透率，推动了家庭互联网的接入和使用。

[31] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/bldhd/art/2025/art_ee70dcf2aa474bd791a7b290e7617635.html，2025 年 7 月 18 日。

三是数字技术掀起创新浪潮，人工智能应用引发广泛关注。生成式人工智能技术拓展互联网应用全新场景，相关应用产品不断涌现，提升全民对创新科技的使用体验。如 DeepSeek、Kimi 等人工智能大模型，以及自动驾驶、个人办公和生活助手等，进一步拓展了互联网的应用范围，推动互联网应用从技术创新走向民生服务。智能硬件成为数字消费热点领域，人工智能手机出货量占比快速提升，2025 年我国 AI 手机市场出货量预计达 1.18 亿部，同比增长 59.8%[32]。搭载生成式人工智能的可穿戴设备、家居设备正在形成消费新蓝海，推动互联网进一步普及。

（二）城乡网民规模

截至 2025 年 6 月，我国城镇网民规模达 8.01 亿人，占网民整体的 71.3%；农村网民规模达 3.22 亿人，占网民整体的 28.7%。

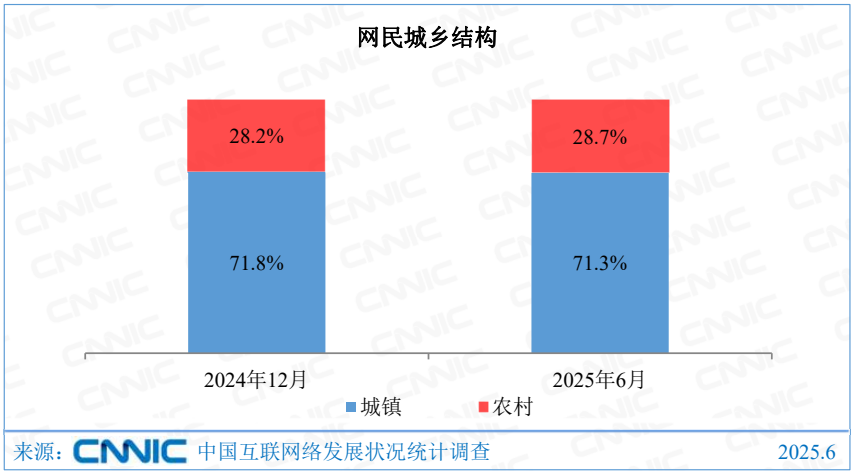

图 11　网民城乡结构

截至 2025 年 6 月，我国城镇地区互联网普及率为 84.9%；农村地区互联网普及率为 69.2%，较 2024 年 12 月提升 1.9 个百分点。

[32] 来源：IDC，https://my.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prCHC52894524，2024 年 12 月 17 日。

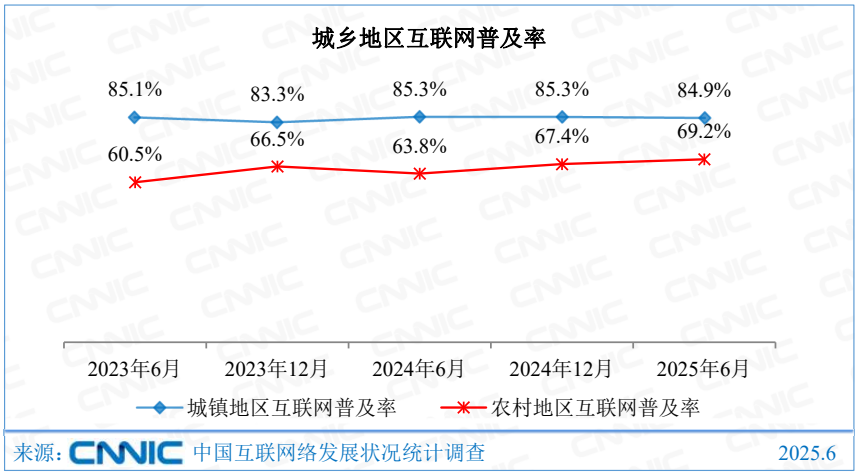

图 12　城乡地区互联网普及率

2025 年中央一号文件《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》提出“以科技创新引领先进生产要素集聚，因地制宜发展农业新质生产力”“实施数字乡村强农惠农富农专项行动”，为推动农村地区互联网深入应用提供更强大的制度保障和推进动力。

智慧农业规模化落地，互联网赋能农业数字化新发展。一是智慧农业的科技支撑不断加力，标准体系持续健全。截至 2025 年 3 月，农业农村部已累计支持建设国家数字农业创新中心、分中心 34 个，初步建立智慧农业创新体系；新增立项相关行业标准 17 项、发布实施 6 项，并推动建立智慧农业技术装备检测中心[33]。**二是**智慧农业设备和技术显著提升了农业生产效率和决策科学性，为农业高质量发展注入动力。无人机植保、无人驾驶农机、物联网监测等技术应用场景扩大，智慧联网设备覆盖率提升，为农民参与智慧农业提供了更多机会。农业数字化工程通过构建三维监测网络，大幅降低农资成本和能耗，提高作物出芽率，助力粮食生产节本增产增效。

县域富民产业发展，互联网点亮农村居民数字化新生活。一是乡村文化和旅游深度融合，拓宽农村居民数字化就业增收新渠道。“旅游+直播”等数字文旅新模式不断涌现，赋能乡村振兴成效显著。数据显示，2025 年春节期间旅行预订平台的县城酒店预订量同比增长四成，高星级酒店预订同比翻番[34]；综合线上

[33] 来源：人民网，https://finance.people.com.cn/n1/2025/0401/c1004-40451254.html，2025 年 4 月 1 日。
[34] 来源：中国新闻网，https://www.chinanews.com.cn/cj/2025/01-12/10352080.shtml，2025 年 1 月 12 日。

平台数据统计，2025 年 3 月乡村游产品预订量同比增长 52%[35]。二是农村流通高质量发展，激活乡村数字消费市场，实现农村居民消费增长和结构升级。一季度，全国快递业务量中发往农村地区的占比达到三成[36]，农村地区成为线上消费新的增长源。电商平台依托“县域集采集配中心”，将配送时效缩短至 24 小时以内，农村即时零售订单量大幅增长，全国县域生活服务消费订单量同比增长 42.1%[37]；智能家居需求持续增加，全国农村新能源汽车保有量突破 700 万辆[38]，农村居民消费的科技感与舒适度不断提升。

（三）非网民规模

截至 2025 年 6 月，我国非网民规模为 2.86 亿人，较 2024 年 12 月减少 1575 万人，其中 6 岁及以上非网民规模为 2.16 亿。老年人仍是非网民的主要群体，截至 2025 年 6 月，我国非网民群体中 60 岁及以上老年人占比为 52.1%。

使用技能缺乏、文化程度限制、设备不足和年龄因素是 6 岁及以上非网民不上网的主要原因。因为“不懂电脑/网络”而不上网的非网民占比为 38.8%；因为“不懂拼音等文化程度限制”而不上网的非网民占比为 20.0%；因为“年龄太大/太小”而不上网的非网民占比为 17.5%；因为“没有电脑等上网设备”而不上网的非网民占比为 10.3%。

[35] 来源：央视网，https://news.cctv.com/2025/03/30/ARTITOAkspHHmzVwEQvjY8Sj250330.shtml，2025 年 3 月 30 日。
[36] 来源：央视网，https://news.cctv.com/2025/04/28/ARTIFI5s3l634nCVzXKM2koK250428.shtml，2025 年 4 月 28 日。
[37] 来源：人民网，http://finance.people.com.cn/n1/2025/0226/c1004-40426148.html，2025 年 2 月 26 日。
[38] 来源：央视网，https://news.cctv.com/2025/04/28/ARTIFI5s3l634nCVzXKM2koK250428.shtml，2025 年 4 月 28 日。

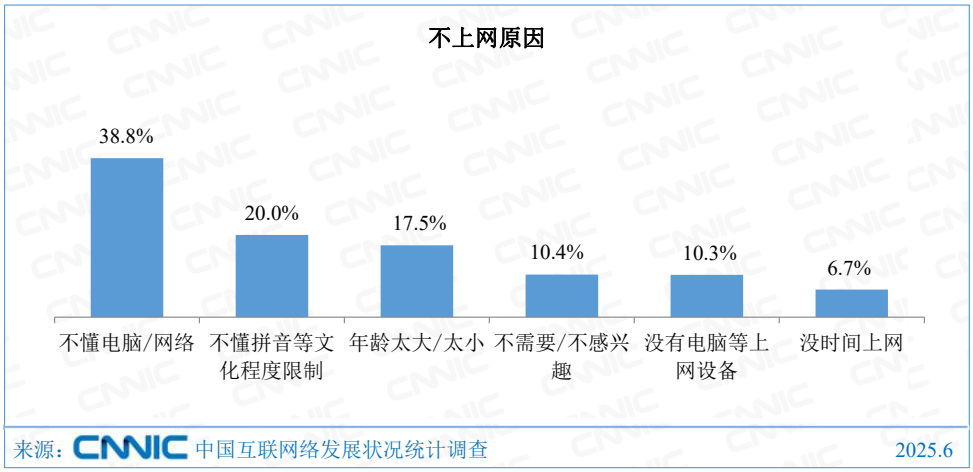

图 13　不上网原因

促进 6 岁及以上非网民上网的前两大因素是“方便获取专业信息”和“方便与家人或亲属沟通联系”，占比均为 17.0%;“提供可以无障碍使用的上网设备”是促进非网民上网的第三大因素，占比为 16.8%；“上网费用减少”是促进非网民上网的第四大因素，占比为 16.0%。

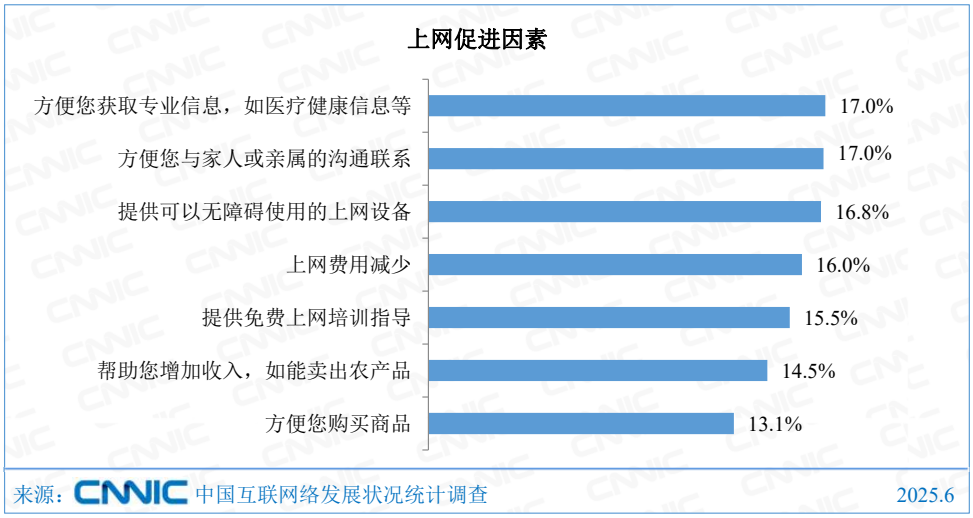

图 14　上网促进因素

二、网民结构及上网设备

（一）性别结构

截至 2025 年 6 月，我国网民男女比例为 50.4:49.6。

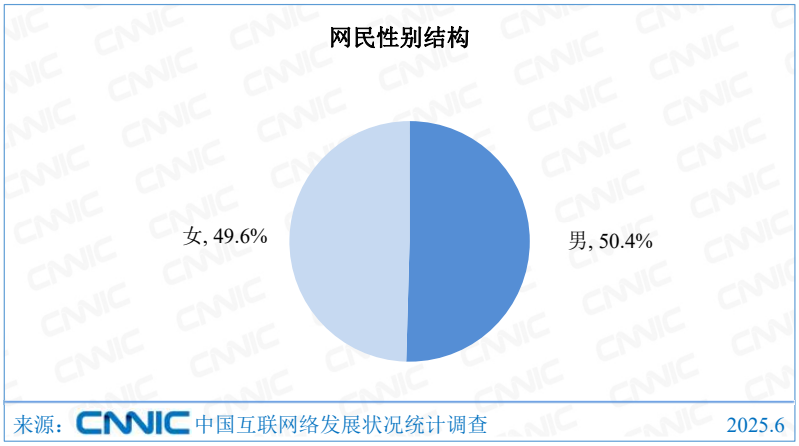

图 15　网民性别结构

（二）年龄结构

截至 2025 年 6 月，我国网民主要集中在中青年群体，10-19 岁、20-29 岁、30-39 岁和 40-49 岁网民占比分别为 13.7%、12.8%、18.9%和 16.3%；50 岁及以上网民群体占为 33.5%。

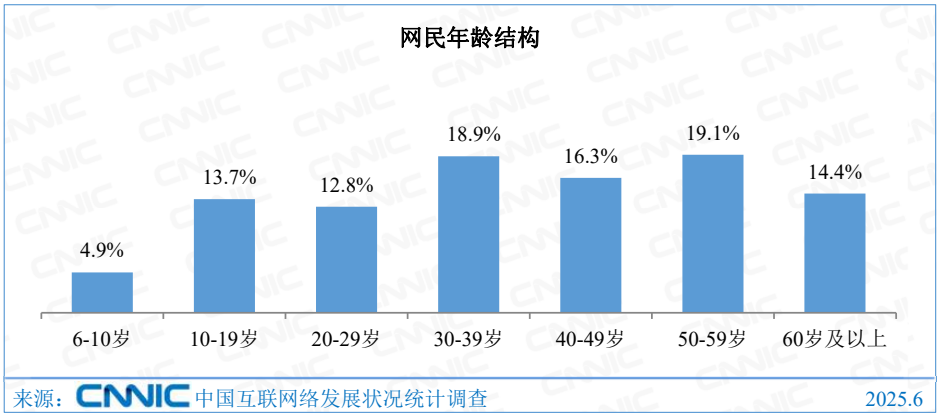

图 16　网民年龄结构

（三）上网设备

截至 2025 年 6 月，我国网民使用手机上网的比例达 99.4%；使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为 32.3%、30.9%、24.5%和 29.6%；智能家居设备和个人可穿戴设备上网的比例分别为 21.4%和 28.6%。其中，网民使用个人可穿戴设备的规模增长显著，较 2024 年 12 月增长 5699 万人，达 3.21 亿人。

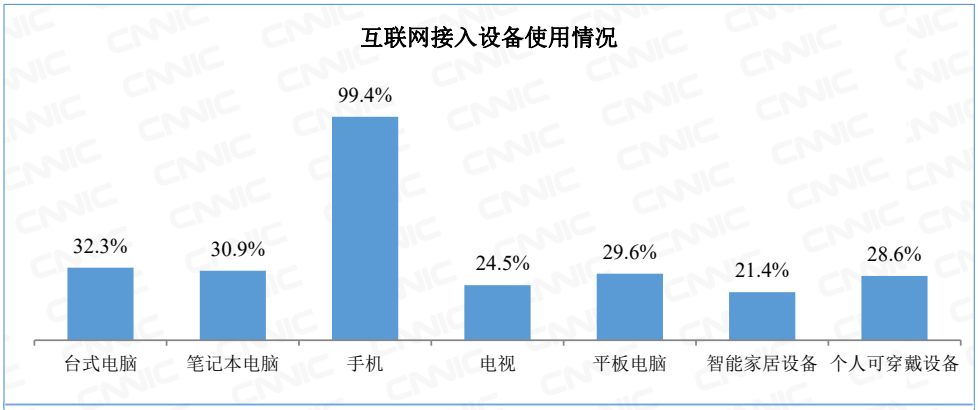

图 17　互联网接入设备使用情况

（四）上网时间

1. 网民人均每周上网时长

截至 2025 年 6 月，我国网民的人均每周上网时长[39]为 30.6 个小时，较 2024 年 12 月提升 1.9 个小时。

[39] 人均每周上网时长：指过去半年内，网民一周七天平均每天上网的小时数乘以 7 天。

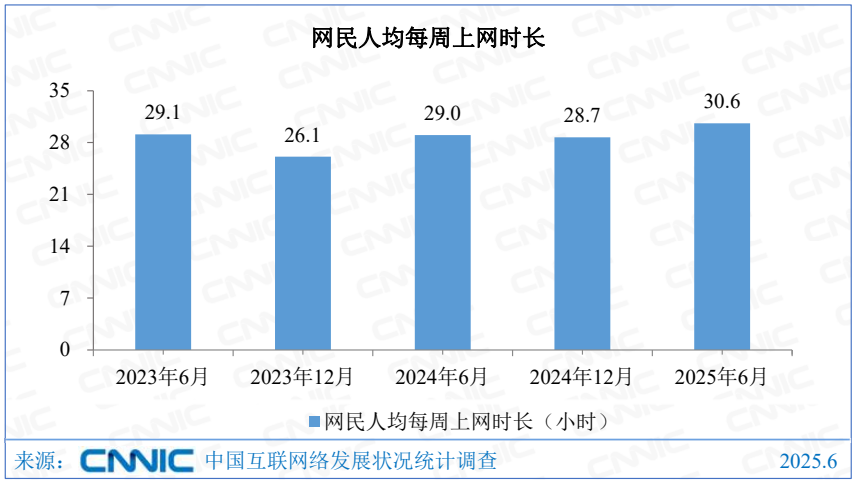

图 18　网民人均每周上网时长

2.　各类应用使用时段分布

2025 年 6 月，手机网民较常使用的五类 APP 中，即时通信类 APP 在 8 点至 20 点间用户使用时段分布较为均匀，占比均在 5%以上或接近 5%；网络视频类 APP 的使用高峰在 11 点至 13 点、17 点至 21 点以及 24 点；网络购物类、网络支付类 APP 的用户使用时段分布趋势较为接近，7 点到 22 点间使用时长合计占比超过 80%；网上外卖类 APP 使用时段分布峰值明显，与网民用餐时间关联度很高，分别在 11 点至 12 点、17 点至 18 点出现使用峰值。

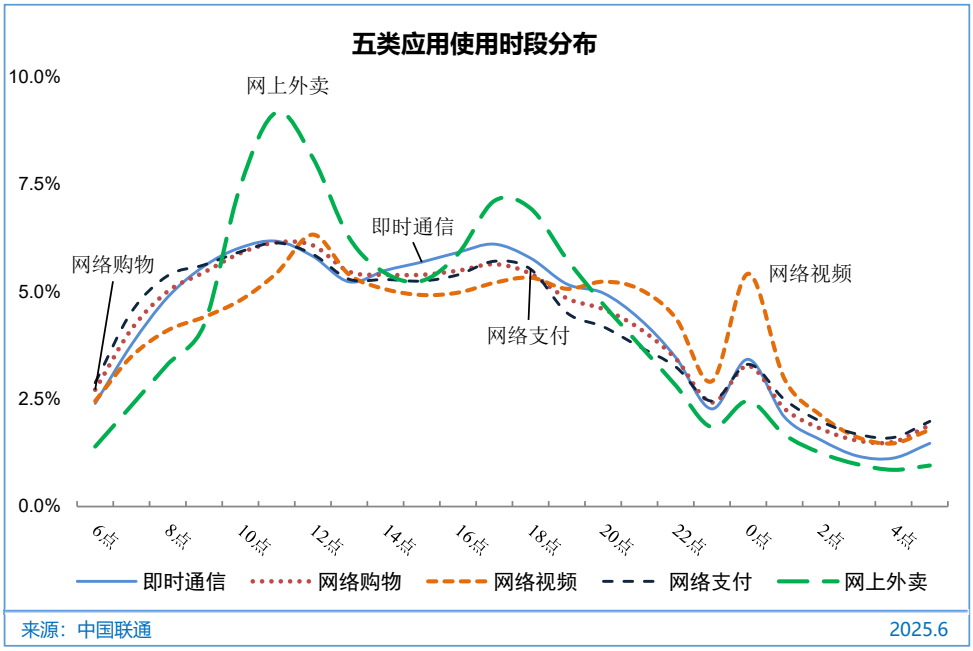

图 19　五类应用使用时段分布[40]

三、网民数字素养与技能发展状况

2025 年上半年，我国网民数字素养与技能[41]水平稳步发展，由此展现我国推进数字基础设施建设、促进经济社会数字化转型、深化数字便民惠民等工作的积极成效。数据显示[42]，截至 2025 年 6 月，至少熟练掌握[43]任意一种受调查的数字素养与技能的网民占比达 54.5%。

一是网民逐步掌握适应数字时代发展的多种素养与技能。在初级数字素养与技能中，能够熟练“复制、粘贴电脑或手机里的信息”的网民最多，占网民整体的 43.0%；在高级数字素养与技能中，能够熟练“使用编程语言编写计算机程序”的网民比例达 5.6%，较 2024 年 12 月提升 2.0 个百分点。此外，从特定职

[40] 使用时段分布：指各类 APP 使用时长的时间段分布。例如：用户在 6 点到 7 点间使用即时通信类应用的时长为 15 分钟即 0.25 小时，全天使用即时通信类应用的时长为 4 小时，计算方法即为 0.25/4。
[41] 说明：根据中央网络安全和信息化委员会《提升全民数字素养与技能行动纲要》，数字素养与技能是数字社会公民学习工作生活应具备的数字获取、制作、使用、评价、交互、分享、创新、安全保障、伦理道德等一系列素质与能力的集合。
[42] 说明：为了解我国网民数字素养与技能发展情况，中国互联网络信息中心参考国际电信联盟（ITU）相关研究，对网民使用数字产品和服务、创造数字内容、网络安全防护等方面的素质与能力开展统计调查。
[43] 说明：本报告中“掌握”包括“熟练掌握”和“基本掌握”。

业技能来看，在职业为制造生产型企业人员的网民群体中，能够熟练“使用智能工业生产工具”的网民占比为 15.4%，较 2024 年 12 月提升 3.8 个百分点。

二是年轻网民群体掌握数字素养与技能的水平持续提升。从年龄差异来看，20-29 岁网民和 10-19 岁网民数字素养与技能发展较好，至少熟练掌握任意一种受调查的数字素养与技能的比例分别达 86.4%和 75.2%；能够熟练“使用编程语言编写计算机程序”的比例分别达 10.0%和 14.4%，较 2024 年 12 月均有所提升。此外，60 岁及以上网民能够熟练“使用手机应用老年模式”的比例达 9.5%。从地区差异来看，城乡网民的数字素养与技能仍然存在差异，至少熟练掌握任意一种受调查的数字素养与技能的比例分别达 63.1%和 31.7%。

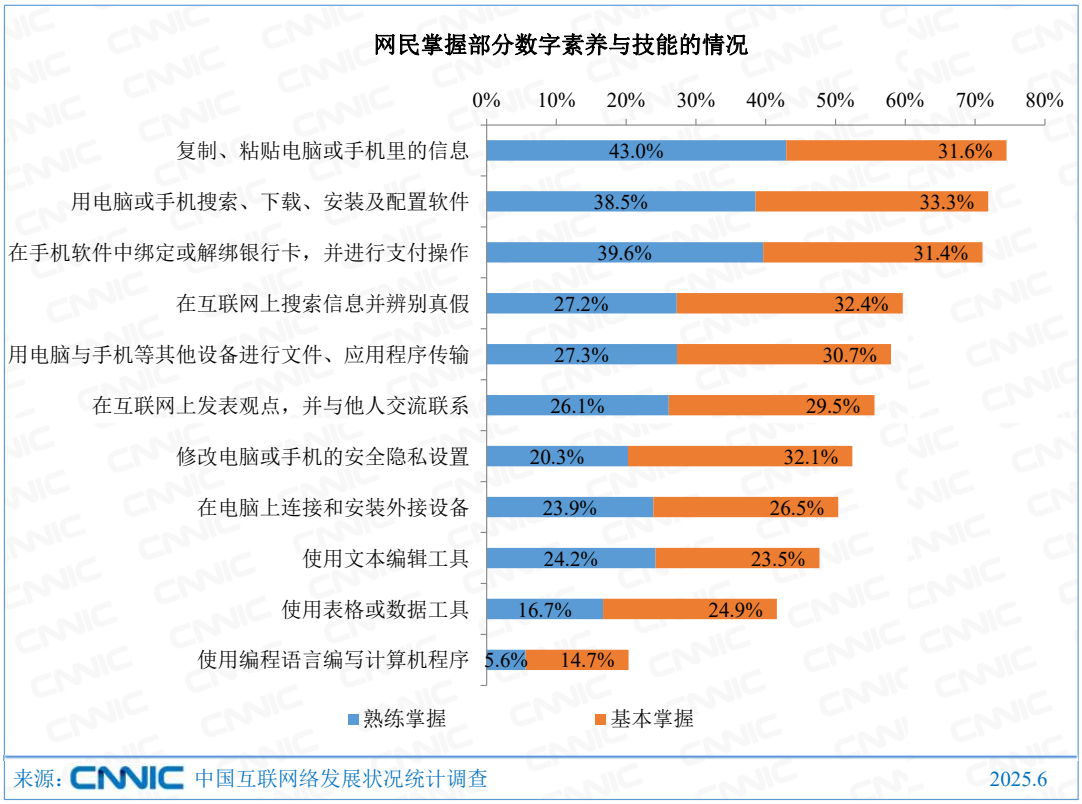

图 20　网民掌握部分数字素养与技能的情况

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

第三章 互联网应用发展状况

2025 年上半年，互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，在数字工具、数字消费、数字文娱、数字服务等多个领域应用日趋深入，新业态、新场景不断涌现，为高质量发展提供新动能。

一、总体发展情况

2025 年上半年，我国各类互联网应用不断深化，用户规模持续增长。其中，短视频、网络游戏、即时通信的用户规模增长较多，较 2024 年 12 月分别增长 2843 万人、2692 万人、1127 万人。

表 4 2024.12-2025.6 各类互联网应用用户规模和网民使用率

应用	2024.12 用户规模（万人）	2024.12 网民使用率（%）	2025.6 用户规模（万人）	2025.6 网民使用率（%）
网络社交	110,111	99.3	110,696	98.6
即时通信	108,133	97.6	109,259	97.3
网络视频[44]	107,018	96.6	108,508	96.7
短视频	103,953	93.8	106,796	95.1
网络支付	102,891	92.8	102,213	91.0
网络购物	97,443	87.9	97,552	86.9
网络新闻	81,100	73.2	80,488	71.7
网络音乐	74,795	67.5	72,395	64.5
网上外卖	59,231	53.4	56,947	50.7
网络游戏	55,727	50.3	58,419	52.0

[44] 注：网络视频用户规模中包含微短剧用户。

二、数字工具类应用

（一）即时通信

截至 2025 年 6 月，我国即时通信用户规模达 10.93 亿人，较 2024 年 12 月增长 1127 万人，占网民整体的 97.3%。

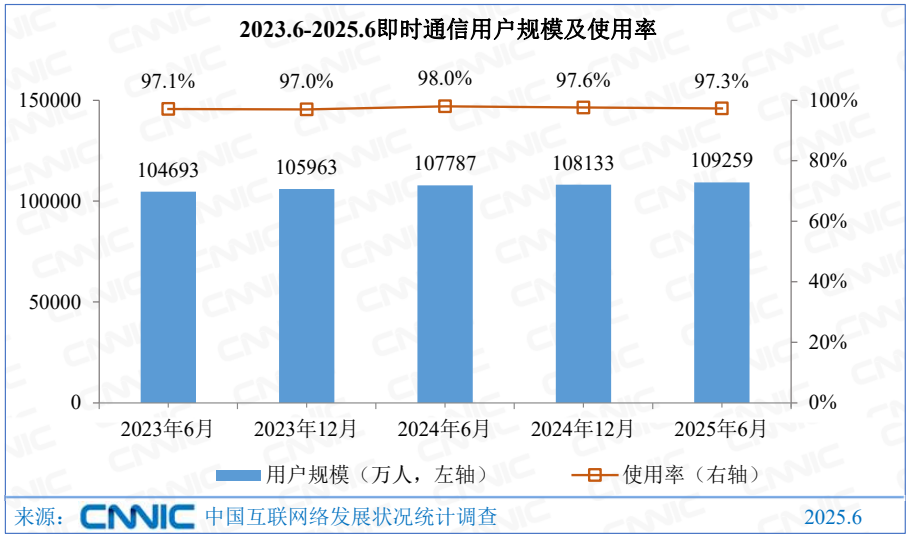

图 21　2023.6-2025.6 即时通信用户规模及使用率

2025 年上半年，即时通信行业持续智能化发展，不断创新在线办公应用场景，推动用户活跃度与商业化效率同步提升。

一是即时通信工具智能化持续演进，用户体验感不断提升。腾讯持续强化人工智能工具在微信等即时通信应用的服务升级。2025 年第一季度，腾讯在微信和 QQ 平台全面推出 AI 智能体，为用户提供智能聊天助手、内容生成工具和电商推荐系统等智能化服务[45]，不断提升用户体验。

二是在线办公应用加速智能化升级，商业化能力有效提升。在线办公应用通过升级人工智能办公服务实现商业转化。钉钉基于大语言模型完成了 AI 产品升级，通过实时通信和办公自动化等助力企业提升办公效率；截至 2025 年 3 月，

[45] 来源：腾讯 2024 年第四季度及全年业绩报告，https://static.www.tencent.com/uploads/2025/03/19/f55938d61be94cf9700a971a4db08809.pdf，2025 年 3 月 19 日。

钉钉的平均付费周活跃用户数达 4200 万[46]。腾讯会议提供 AI 实时转写、录制和自动总结等智能服务，月活跃用户数同比增长一倍，达到 1500 万。其中，企业用户使用量增加推动腾讯会议收入同比增长超过 40%[47]。

（二）搜索引擎

截至 2025 年 6 月，我国搜索引擎用户规模达 7.77 亿人，占网民整体的 69.2%。

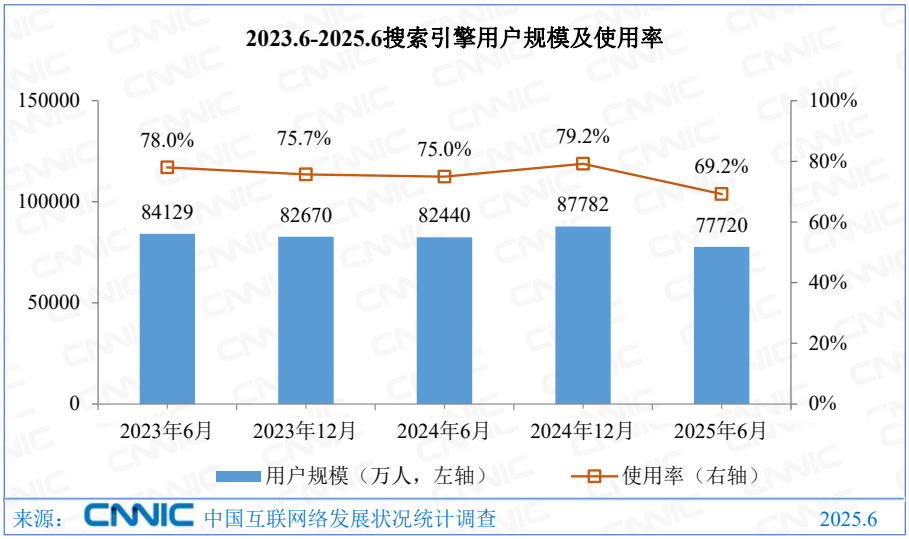

图 22　2023.6-2025.6 搜索引擎用户规模及使用率

2025 年上半年，人工智能技术驱动搜索服务向多模态与场景化纵深发展，推动搜索引擎行业持续向智能化方向发展。

一是强化 AI 能力建设，提升搜索服务效能。微信搜索通过优化 AI 服务提升点击率，实现了自研模型驱动的搜索结果覆盖超 90%的搜索问题[48]，2025 财年第一季度，微信搜索收入同比增长迅速[49]。百度搜索 APP 的 AI 功能已覆盖近七成月活跃用户[50]，截至 2025 年 3 月，百度 APP 的月活跃用户数达到 7.24 亿，同

[46] 来源：阿里巴巴 2025 财务年度报告，https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1514443390/49a076a3-a1a2-48b1-b21f-dcaee54f1852/阿里巴巴集團控股有限公司 2025 財務年度報告.pdf，2025 年 6 月 26 日。
[47] 来源：同上。
[48] 来源：腾讯 2024 年第四季度及全年业绩报告，https://static.www.tencent.com/uploads/2025/03/19/f55938d61be94cf9700a971a4db08809.pdf，2025 年 3 月 19 日。
[49] 来源：腾讯 2025 年第一季度业绩报告，https://static.www.tencent.com/uploads/2025/03/19/f55938d61be94cf9700a971a4db08809.pdf，2025 年 5 月 14 日。
[50] 来源：澎湃新闻，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_29422175，2024 年 11 月 22 日。

比增长 7%[51]。

二是深化 AI 场景应用，提升用户搜索体验。360 搜索推出“AI 多模态引擎”，支持语音、图像、视频混合搜索，有效提升用户复杂查询响应效率，正式上线首日访问量已超过 100 万[52]。小红书推出搜索产品“点点 ai”，为用户提供更加智能的搜索体验，用户通过“@”功能，可以便捷地与多位智能体进行互动，涵盖健康、法律、教育和金融等多个领域，实现了信息获取的个性化和精准化。微博 AI 搜索产品“微博智搜”快速发展，3 月的月活跃用户环比增长 300%[53]，为用户提供快速了解热点事件、获取兴趣内容和专业信息等的便捷方式，如一键还原中美关税谈判的来龙去脉、推出“智搜高考版”为广大考生填报志愿等提供了专业参考。

（三）网络社交

截至 2025 年 6 月，我国社交网络用户规模达 11.07 亿人，较 2024 年 12 月增长 586 万人，占网民整体的 98.6%。

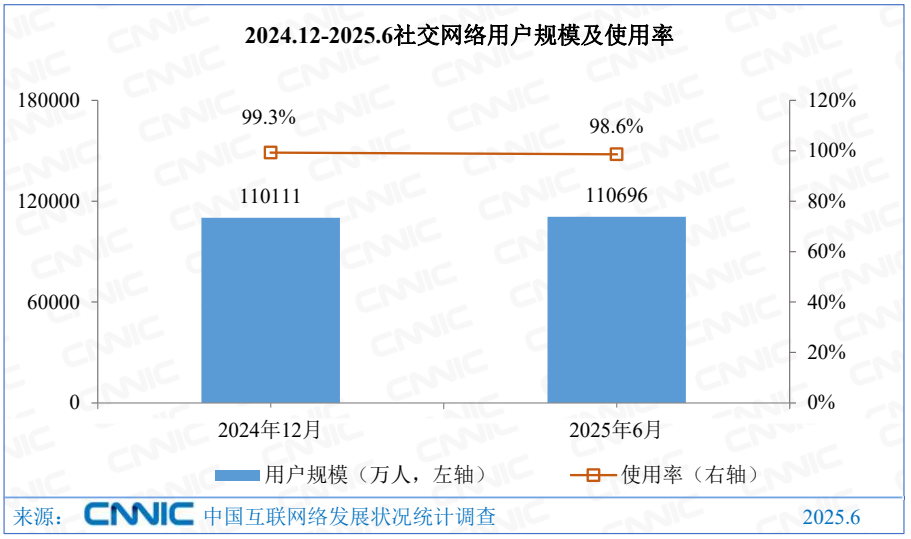

图 23　2024.12-2025.6 社交网络用户规模及使用率

[51] 来源：百度 2025 年第一季度财报，https://ir.baidu.com/static-files/8643fcc9-bf4f-4543-94b3-de72e722266f，2025 年 5 月 21 日。
[52] 来源：腾讯网，https://news.qq.com/rain/a/20241128A07S0V00，2024 年 11 月 28 日。
[53] 来源：QuestMobile，https://www.questmobile.com.cn/research/report/1922175808492900353，2025 年 5 月 13 日。

获取信息是网民使用社交网络的主要目的。数据显示，在社交网络平台上，55.0%的网民主要关注社会新闻，39.3%的网民主要关注养老、就业、教育等资讯，33%左右的网民主要关注最新政策法规和科技、商业、体育等资讯，31.4%的网民关注国外新闻资讯。在应用方面，微信、抖音、快手、QQ、小红书等是网民经常使用的典型社交平台。其中，微信最为普及，使用率高达 94.3%。在社交与新闻融合方面，新浪新闻上线 AI 辅助工具“智慧小浪”，利用微博上的媒体、大 V 等发布的权威内容和实时数据，为用户提供热点的解析和高效精准的资讯阅读体验。

社交网络平台为全球文化交流带来新契机。1 月，诸多海外用户涌入我国社交网络平台。其中小红书凭借其生活分享属性，吸引了大量国际用户，特别是欧美用户。随着国际用户的涌入，小红书推出一键翻译功能，帮助用户打破语言壁垒，提升国际交流的便捷性。国际用户在小红书等平台上分享真实生活体验，国内用户通过评论区互动，社交网络平台为跨文化交流提供了双向互动空间。

三、数字消费类应用

（一）网络支付

截至 2025 年 6 月，我国网络支付用户规模达 10.22 亿人，占网民整体的 91.0%。

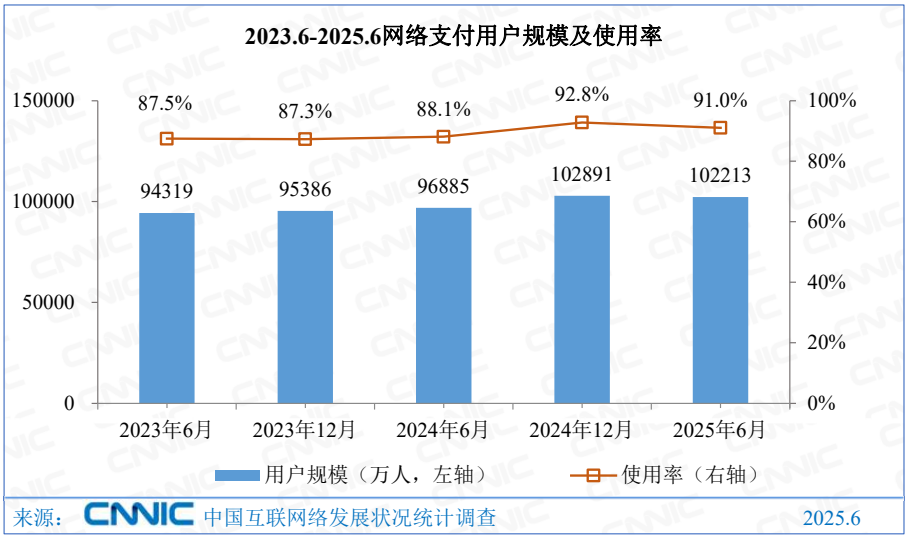

图 24　2023.6-2025.6 网络支付用户规模及使用率

2025 年上半年，网络支付行业呈现出市场多元化竞争、小微支付应用创新和数字人民币国际化进程加快等新特点。一**是市场多元化竞争和本地化发展加快。**抖音支付注册资本增至 31.5 亿元，成为注册资本排名第四的支付牌照持有方。蚂蚁集团与印尼 DANA、马来西亚 Touch'n Go 等东南亚多个本地钱包互联，推动实现本地化运营。**二是政策及支付应用创新支持小微商户。**苏州、济南、成都等 8 个城市试点向微信支付、支付宝等移动支付平台企业开放信用监管数据，通过简化商户收款码开通流程，助力经营主体健康发展。微信收款助手新增"手机扫码收款"功能，支持小微商户通过手机扫描顾客付款码。**三是央行将设立数字人民币国际运营中心。**数字人民币试点以来，已形成 10 家运营机构参与、更多银行及非银行机构响应、17 个省市区的 26 个地区试点的格局[54]。6 月，中国人民银行行长潘功胜在 2025 陆家嘴论坛上宣布，将在上海设立数字人民币国际运营中心，推进数字人民币的国际化运营与金融市场业务发展，服务数字金融创新。

（二）网络购物

截至 2025 年 6 月，我国网络购物用户规模达 9.76 亿人，较 2024 年 12 月增

[54] 来源：移动支付网，https://www.mpaypass.com.cn/news/202503/24172959.html，2025 年 3 月 24 日。

长 109 万人，占网民整体的 86.9%。

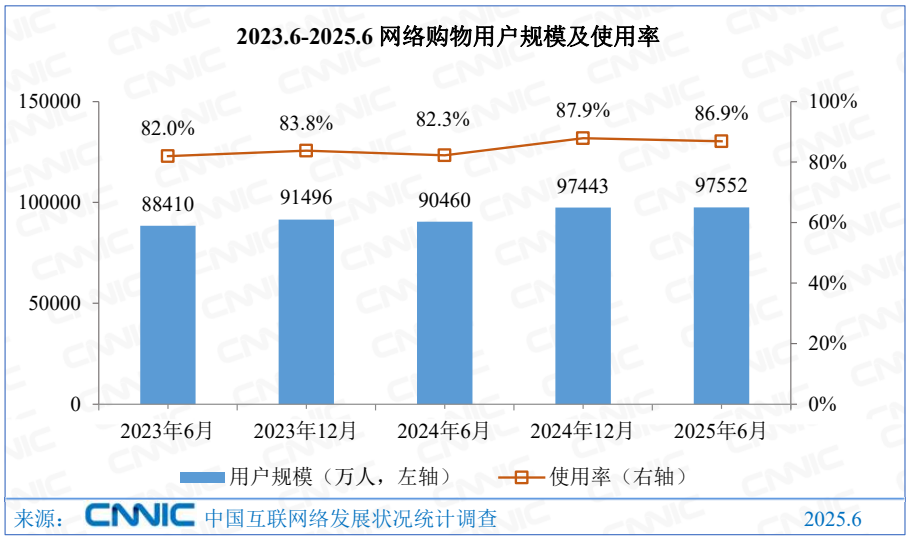

图 25　2023.6-2025.6 网络购物用户规模及使用率

2025 年上半年，网络购物市场保持稳健增长，线上促消费活动火爆，“人工智能+消费”、情绪消费等线上消费热点持续涌现。1-5 月，全国网上零售额达 6.04 万亿元，同比增长 8.5%[55]。**一是线上以旧换新等促消费活动成效显著。**2025 年上半年，以旧换新补贴叠加平台促销活动“补上加补”的方式，有力释放了消费潜力。数据显示，近半年来，参与消费品“以旧换新”“国家补贴”等促消费活动的网民中，67.5%的用户选择线上电商平台参与。从消费品类来看，家用电器和手机数码的活动参与比例最高，分别占到参与活动网民用户的 49.1%和 43.4%。**二是线上“人工智能+消费”蓬勃发展。**电商平台通过人工智能算法推荐商品，通过智能导购机器人、虚拟试衣间等打造全新数字消费场景，驱动消费体验升级与效率提升。同时，人工智能技术赋予智能设备更强的智能化功能，带动相关设备线上消费增长。最近半年，在线上购买过智能产品的用户占网购用户的 45.0%。其中，购买智能可穿戴设备、智能手机数码、智能家居家电的占比最高，分别达 22.6%、22.4%和 11.9%。**三是线上情绪消费快速兴起。**随着消费需求从功能为主向情感共鸣升级，线上消费“为情绪买单”成为消费新热点，相关用户规模已达 3.27 亿人。在情绪消费用户中，网购盲盒、IP（Intellectual Property，

[55] 来源：国家统计局，https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202506/t20250616_1960169.html，2025 年 6 月 16 日。

知识产权）周边产品及二次元产品的用户占比达 28.1%；网购解压玩具、安抚玩具的用户占比达 10.0%。

（三）网上外卖

截至 2025 年 6 月，我国网上外卖用户规模 5.69 亿人，占网民整体的 50.7%。

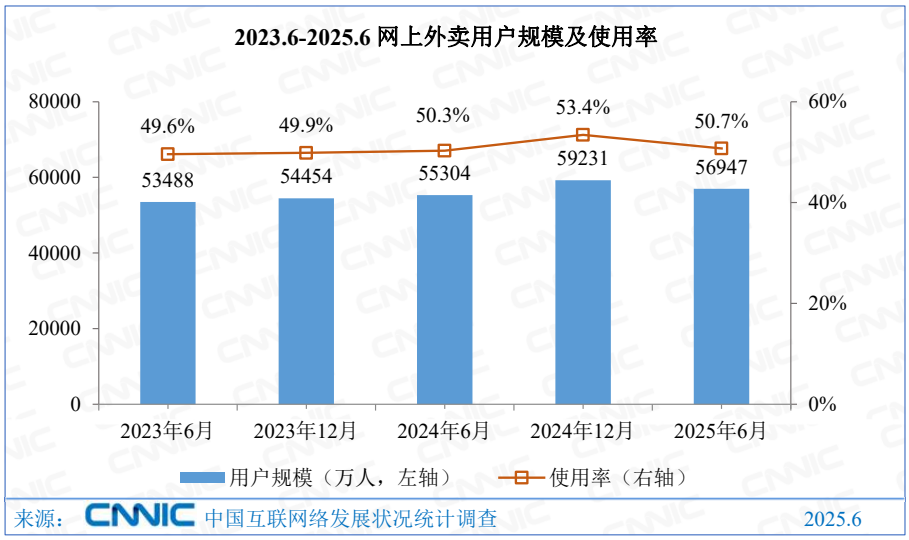

图 26　2023.6-2025.6 网上外卖用户规模及使用率

2025 年上半年，网上外卖市场保持稳健发展，在市场发展、技术应用和社会责任等方面呈现出新发展亮点。**一是市场发展方面，行业营收规模持续增长。**2025 年一季度，美团营业收入同比增长 18%[56]，阿里巴巴本地生活集团收入同比增长 10%[57]。美团为连锁餐饮品牌提供的“品牌卫星店”创新模式取得积极进展，为用户提供多元的外卖供给，同时助力品牌商户探索新的增长机遇。2 月，京东宣布启动外卖服务，并承诺签约商家全年免佣金，同时以“品质堂食餐厅”定位，力图以品质和服务实现差异化竞争。**二是技术应用方面，无人机配送与人工智能提升运营效率。**上半年，无人机相关设备在外卖和本地生活服务领域加快规模化应用。截至 3 月底，美团无人机已在深圳、北京、上海、迪拜等城市开通 55 条航线，累计完成订单 52 万余笔[58]。**三是社会责任方面，平台加大骑手社会权益**

[56] 来源：美团，https://www.meituan.com/news/NN250526095002678，2025 年 5 月 26 日。
[57] 来源：阿里巴巴，https://ali-home.alibaba.com/document-1859016196574150656，2025 年 5 月 15 日。
[58] 来源：美团，https://www.meituan.com/news/NN250526095002678，2025 年 5 月 26 日。

保障力度。上半年，外卖平台相继宣布为骑手缴纳社保。美团在继 2022 年率先启动骑手职业伤害保障试点后，4 月宣布在福建泉州、江苏南通两地城区启动试点，对符合条件的骑手参加灵活就业人员基本养老保险缴费给予补贴。

四、数字文娱类应用

（一）网络视频

截至 2025 年 6 月，网络视频用户规模达 10.85 亿人，较 2024 年 12 月增长 1490 万人，占网民整体的 96.7%。其中，长视频用户规模达 7.01 亿人，占网民整体的 62.4%；短视频用户规模达 10.68 亿人，占网民整体的 95.1%；微短剧用户规模达 6.26 亿人，占网民整体的 55.8%。

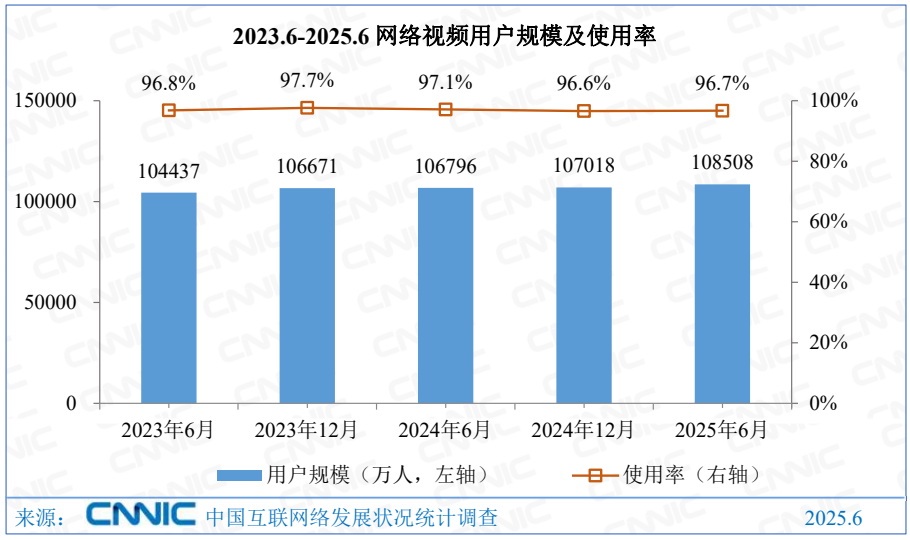

图 27　2023.6-2025.6 网络视频用户规模及使用率

2025 年上半年，网络视频平台加速战略布局，内容生态不断丰富，长短融合趋势不断加强，商业模式持续拓展。

长视频平台持续扩展战略布局。一是积极推动影视与文旅融合，为旅游带来新活力。在消费升级和文化旅游需求日益增长的背景下，长视频平台凭借自身优势，成为文旅融合的重要驱动力。如爱奇艺网络剧《北上》带动运河文旅升级，“一部剧带火一条河”的文化赋能效应逐渐显现。一方面，爱奇艺积极与各平台

联动，助推《北上》及大运河相关话题热度不断上涨。如与百度百科联合推出“大运河研学专题”，获得超 8000 万曝光。另一方面，运河沿岸城市如苏州等地文旅矩阵同步发力，带动客流量提升。剧集开播首周，沿运城市游客总量增加 40%，民宿预订量同比提升 215%[59]。**二是构建长短互补生态，为平台带来增长新引擎。**长视频平台纷纷布局微短剧的精品化开发，致力于打造长短互补的可持续生态。如腾讯在微信平台推出“火星短剧社”小程序，通过“免费+看广告”的模式吸引并积累用户，为短剧发展提供流量支撑；同时利用旗下阅文集团网络文学资源，打造成熟的短剧内容生态，构建内容护城河。

短视频平台持续拓展商业模式。一是持续丰富内容生态。抖音、快手等平台通过大力扶持内容创作，在内容生态建设上开辟新局面。截至 2024 年底，我国短视频创作者账号数量已达 16.2 亿，日均短视频产出突破 1.3 亿条[60]。一季度，快手通过流量扶持、精细化运营及资源倾斜，吸引超 13 万名中小创作者参与“快成长计划”，培育出一批优质创作者，助力创作者实现流量突破与个人 IP 的快速成长[61]。**二是持续扩大本地生活业务版图。**短视频平台通过整合各地政务资源、平台流量与本地商家资源，构建线上线下消费闭环，为更多实体商家带去新客流。如广西壮族自治区商务厅联合抖音生活服务，共推“33 消费节”，3 月 15 日至 24 日，广西抖音团购订单销售额超 7000 万元，商家直播销售额环比增长 221%[62]。

微短剧行业持续探索精品化发展路径。一是微短剧与其他领域跨界融合。2025 年，国家广播电视总局继续实施“微短剧+”行动计划，增加“跟着微短剧学经典”“微短剧里看非遗”等创作计划，实现微短剧与其他领域融合发展。一方面，可扩展题材内容，创作更多高品质微短剧；另一方面可将微短剧流量优势转化为产业和市场优势，打造新的经济增长点。**二是大小屏联动发展。**微短剧走向大屏，带动传统电视媒体传播新兴视听内容，创新中华传统、地方文化的传承方式。春节期间，江苏卫视推出微短剧带“热荔微剧场”，打通微短剧“品牌+文旅”传播，获得良好社会反响。**三是人工智能进一步赋能微短剧创作。**人工智能模型“文生文”“文生图”“文生视频”功能极大地提升剧本创作、场景构建、

[59] 来源：腾讯网，https://news.qq.com/rain/a/20250402A0A8ED00，2025 年 4 月 2 日。
[60] 来源：中国网络视听协会，《中国网络视听发展研究报告（2025）》。
[61] 来源：快手，https://mp.weixin.qq.com/s/5KIf-HTevFa3P6XWDMnx0w，2025 年 3 月 26 日。
[62] 来源：新华网，https://www.xinhuanet.com/tech/20250328/352e4e189b9b47f8bd2865a0e5e35216/c.html，2025 年 3 月 28 日。

视频制作的效率。如科幻微短剧集《三星堆：未来启示录》充分运用人工智能技术进行场景构建，大幅降低了实景搭建和后期特效制作的成本，也使得传统拍摄手段难以呈现的奇幻场景变得容易实现。

（二）网络游戏

截至 2025 年 6 月，我国网络游戏用户规模达 5.84 亿人，较 2024 年 12 月增长 2692 万人，占网民整体的 52.0%。

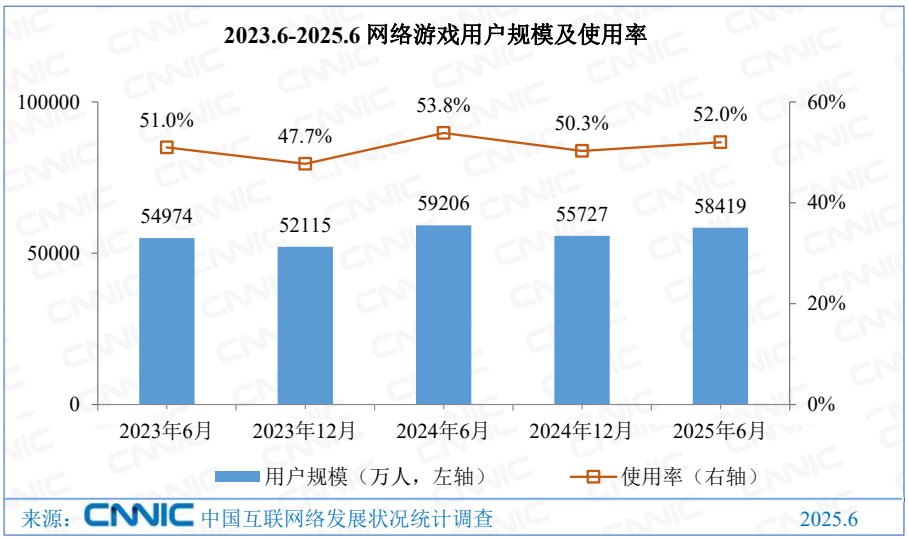

图 28　2023.6-2025.6 网络游戏用户规模及使用率

国家新闻出版署公布的网络游戏审批信息显示[63]，上半年合计发放国产网络游戏版号 757 个，同比增长超 20%，增长态势明显。

女性游戏玩家数量迅速增长，推动游戏市场拓展与创新。随着网络游戏对女性用户需求的精准把握，以及女性玩家消费能力的提升，女性游戏市场规模持续扩大。截至 2025 年 6 月，女性在网络游戏用户中的占比为 48.0%，较 2024 年底提升 3.1 个百分点，上升趋势明显；尤其在手机游戏领域，女性玩家已成为主力军之一。数据显示[64]，2024 年我国女性游戏市场规模同比增长 124.1%，增速远超行业平均水平。越来越多的女性游戏融入战斗、冒险等元素，以满足女性玩家的多样化需求。

[63] 来源：国家新闻出版署，https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/。
[64] 来源：伽马数据，《2025 年中国游戏产业趋势及潜力分析报告》。

网络游戏出海迎来新的发展机遇。随着游戏行业的快速发展，以《黑神话：悟空》为代表的头部精品游戏出现，游戏的正向价值越来越受到关注和认可，“游戏出海”成为国家文化产业出海的重要一环。3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《提振消费专项行动方案》，游戏产业作为新型消费领域也被纳入政策支持范围[65]。4 月，国务院发布了《加快推进服务业扩大开放综合试点工作方案》[66]，明确将“发展游戏出海业务，布局从 IP 打造到游戏制作、发行、海外运营的整个产业链”纳入国家级战略工程。

（三）网络文学

截至 2025 年 6 月，我国网络文学用户规模达 5.13 亿人，占网民整体的 45.7%。

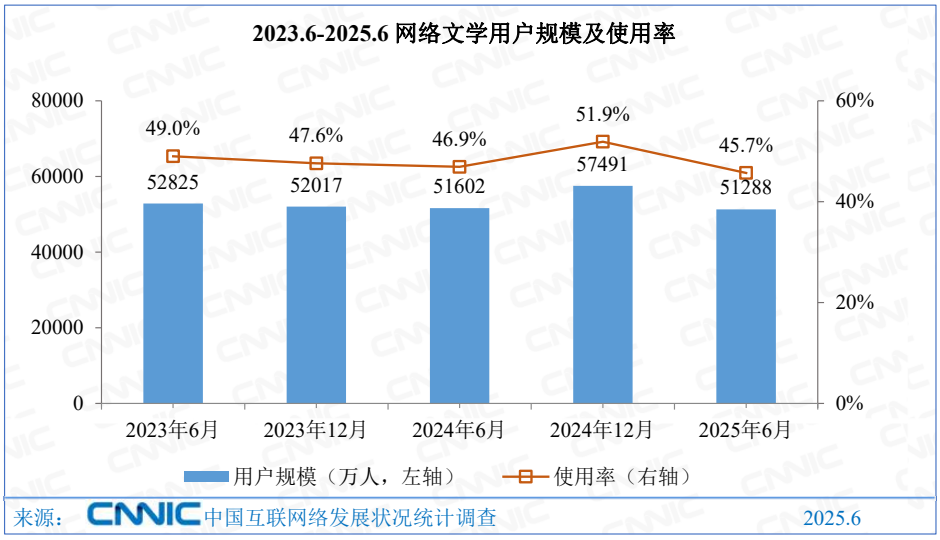

图 29　2023.6-2025.6 网络文学用户规模及使用率

网络文学出海热度持续攀升。一是中国网络文学受到大众认可。2024 年，中国网络文学海外活跃用户约 2 亿人，新增注册用户 3000 万人，新增海外本土作者 12 万人，新增海外本土创作作品 50 万部[67]。截至目前，26 部网络文学作品入藏大英图书馆，网络文学改编的电视剧《庆余年 2》成为迪士尼流媒体平台上

[65] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/202503/content_7013808.htm，2025 年 3 月 16 日。
[66] 来源：人民网，http://opinion.people.com.cn/n1/2025/0423/c434885-40466488.html，2025 年 4 月 23 日。
[67] 来源：中国作家网，https://image.chinawriter.com.cn/n1/2025/0630/c404023-40511500.html，2025 年 6 月 30 日。

播放热度最高的中国大陆电视剧[68]。二**是人工智能成网络文学出海“加速器”**。人工智能技术在跨语言翻译、内容产出方面深度应用，助力网络文学加速出海。阅文旗下作家辅助创作产品“作家助手”集成独立部署 DeepSeek-R1 大模型，并向全行业作家开放。自接入 DeepSeek 以来，“作家助手”日活用户增长超过 30%，其中 AI 功能的周使用率超过 50%，而平均单日使用“智能问答”功能的作家数量增长 10 倍[69]。

五、数字服务类应用

（一）旅游出行

截至 2025 年 6 月，我国在线旅行预订用户规模达 5.14 亿人，占网民整体的 45.8%。

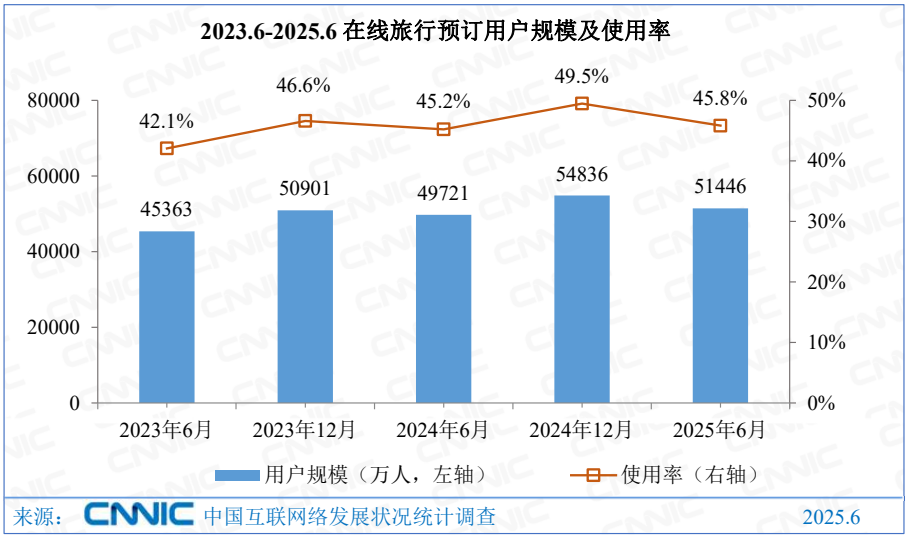

图 30　2023.6-2025.6 在线旅行预订用户规模及使用率

政策红利促进入境游快速增长，数字技术赋能乡村旅游发展。一是入境游呈现出持续增长的良好态势。随着免签范围扩大、过境免签停留时间延长等政策的出台，入境游实现较快增长。截至 3 月，全国各口岸入境外国人 921.5 万人次，

[68] 来源：同上。
[69] 来源：同上。

较去年同期增长 40.2%[70]。离境退税政策持续优化，入境游客的购物吸引力不断提升。“五一”假期前三天，入境游客用支付宝消费金额同比去年增长 180%，文创纪念品、衣服鞋子、电子产品等成为来华外国游客采购目标[71]。**二是技术创新支撑乡村旅游创新升级。**从旅游景区到乡村地区，乡村旅游正在形成文旅新风尚。2025 年一季度，全国乡村旅游接待总人次为 7.07 亿，同比增长 8.9%[72]。技术创新助推农文旅融合发展。在物联网、大数据、人工智能等技术支撑下，农业生产环节经过创意转化形成游客可感知、可参与的文旅场景，农事体验园、智慧农业科技馆让游客近距离感受科技农业的发展。借助数字孪生技术，游客还可参与虚拟灯会、线上赛船等，沉浸式感受乡村文化的独特魅力。

截至 2025 年 6 月，我国网约车用户规模达 5.11 亿人，占网民整体的 45.6%。

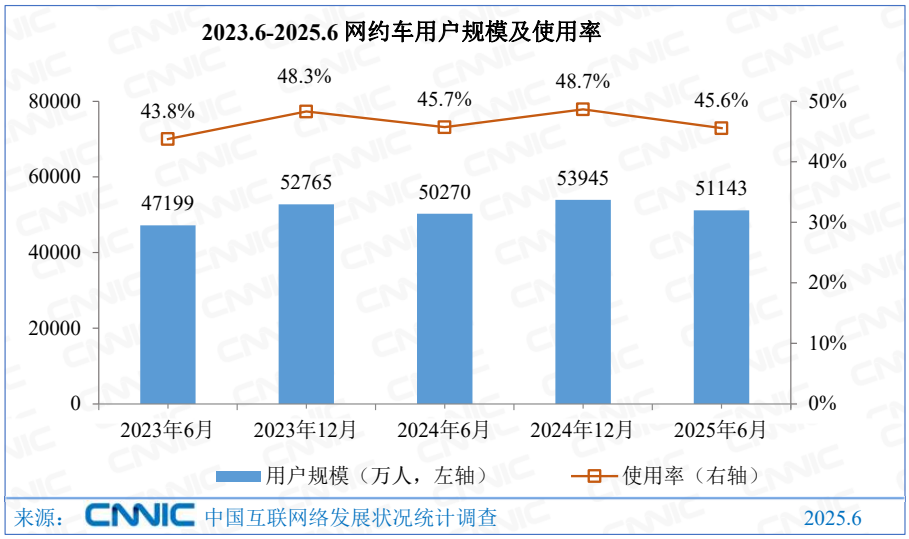

图 31　2023.6-2025.6 网约车用户规模及使用率

网约车平台企业开展多元化服务创新，加快推进国际化布局。一是网约车平台开展服务创新，满足多元化需求。网约车持续进行创新服务探索。滴滴的国内城际大巴、市内小巴、携宠、包车等多元化出行服务获得快速发展，助力企业营收增长。2024 年滴滴核心平台交易量为 160.05 亿单，同比增长 18.8%[73]。网约

[70] 来源：央广网，http://china.cnr.cn/news/20250416/t20250416_527136575.shtml，2025 年 4 月 16 日。
[71] 来源：光明网，https://m.gmw.cn/toutiao/2025-05/07/content_38012164.htm，2025 年 5 月 7 日。
[72] 来源：新华网，https://baijiahao.baidu.com/s?id=1832640152973524667&wfr=spider&for=pc，2025 年 5 月 20 日。
[73] 来源：滴滴 2024 年年报，https://s28.q4cdn.com/896456191/files/doc_financials/2024/q4/DiDi_2024_Q4_Press_Release.pdf。

车平台为残疾人、老年人和特殊需要群体提供无障碍出行服务。截至 3 月，曹操出行礼帽专车已在杭州、苏州、广州、武汉等多个城市上线运营，累积服务市民已超过 500 万人次[74]。**二是网约车平台联手制造业企业共同拓展海外市场。**滴滴国际业务覆盖拉美、亚太等国家，国际业务实现较快增长。2025 年第一季度，国际业务总订单量为 9.89 亿单，同期增长 24.9%[75]。随着国产新能源汽车在海外影响力增强，滴滴联合国内车企开展国际市场拓展。4 月，滴滴宣布计划于 2030 年前在墨西哥市场引入 10 万辆国产电动车；同时依托滴滴巴西旗下“99 出行”，协同建设 1 万个国产公共充电桩，携手我国新能源企业开辟海外市场[76]。

（二）互联网医疗

截至 2025 年 6 月，我国互联网医疗用户规模达 3.93 亿人，占网民整体的 35.0%。

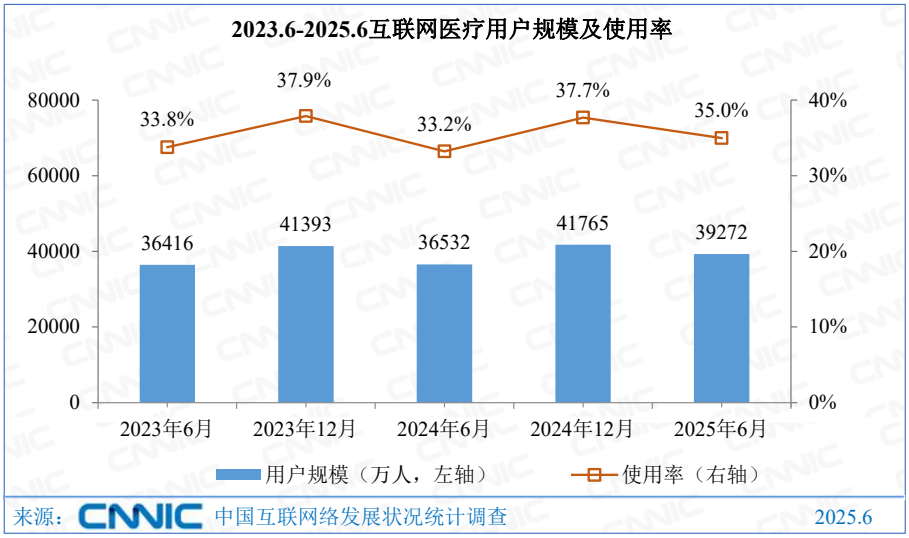

图 32　2023.6-2025.6 互联网医疗用户规模及使用率

数字技术创新为互联网医疗发展提供基础保障。一是药品追溯码[77]采集加快推进。国家医保局积极推进“码上”严监管，防止串换、倒卖医保药品、空刷套

[74] 来源：曹操出行，https://www.caocao.com.cn/news-center/198，2025 年 3 月 5 日。
[75] 来源：新华网，http://www.xinhuanet.com/tech/20250605/550573be6cba469e9be9a78034655c3e/c.html，2025 年 6 月 5 日。
[76] 来源：滴滴，https://www.didiglobal.com/news/newsDetail?id=1063&type=news，2025 年 4 月 12 日。
[77] 药品追溯码：即药品的电子身份证，“一药一码”可以精准追踪药品的来源、流向和使用情况等全链条信息，防范假药、劣药以及“回流药”的出现。

刷医保卡等违法违规行为，守护药品和医保基金安全。截至 3 月，国家医保信息平台累计归集追溯码 273.09 亿条，覆盖全国 31 个省（自治区、直辖市）和新疆生产建设兵团[78]。购药者可通过扫描药盒上的药品追溯码获取药品生产、流通、销售信息，提升了购药环节的安全性。**二是 5G 等技术创新促进医疗行业发展。**“5G+医疗健康”应用加快试点示范步伐。3 月，工业和信息化部、国家卫生健康委员会确定“5G+医疗健康应用试点全国优秀项目”274 个，远程医疗诊断等应用有利于解决基层医院资源短缺问题，推动区域医疗卫生服务水平提升[79]。项目聚焦医疗场景的多元化需求，积极探索 5G 技术在远程诊疗、智能监测、应急救援、健康管理等领域的创新应用。

（三）在线教育

截至 2025 年 6 月，我国在线教育用户规模达 2.93 亿人，占网民整体的 26.1%。

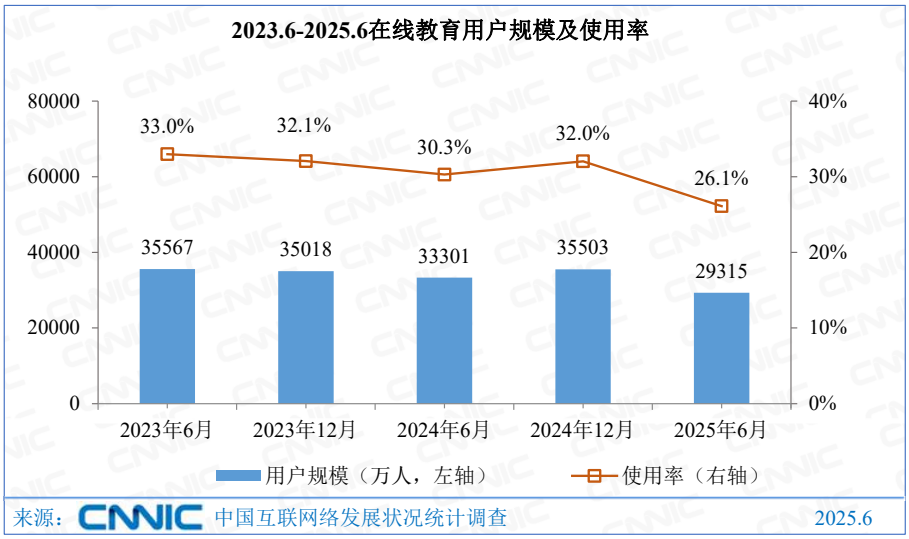

图 33　2023.6-2025.6 在线教育用户规模及使用率

在线教育平台促进优质教育资源汇聚，推动教育均衡发展。一是在线教育平台促进教育创新，加快汇聚优质数字教育资源。国家智慧教育平台致力打造横向到边、纵向到底、互联互通的平台体系，探索人工智能与教育融合。3 月，国

[78] 来源：人民网，http://health.people.com.cn/n1/2025/0403/c14739-40452854.html，2025 年 4 月 3 日。
[79] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/zwgk/zcwj/wjfb/tz/art/2025/art_ef405bac1e4e41269582f36eb8b76e61.html，2025 年 2 月 14 日。

家智慧教育公共服务平台 2.0 智能版发布，并上线核心模块“AI 试验场”，推动人机交互创新。平台持续汇聚优质数字教育资源，扩大优质教育资源受益面。截至 5 月，国家智慧教育平台注册用户突破 1.64 亿[80]。**二是在线教育平台开展渠道合作，助力提升乡村教育水平。**在线教育平台拓展合作渠道，将教育资源更好地辐射到农村地区。4 月，国家中小学智慧教育平台广东电视门户上线，推动优质课程和资源向偏远乡村倾斜，助力城乡、区域教育数字化、均衡化、一体化发展。互联网促进教育资源共享，让农村学生能够共享城市学校的优质教学资源，使用人数不断提升。截至 6 月，我国农村地区在线教育使用率达 17.4%，用户规模达 5582 万人。

[80] 来源：央视网，https://news.cctv.com/2025/05/09/ARTILdIomXuIZqNUze2yzYIl250509.shtml，2025 年 5 月 9 日。

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

第四章 生成式人工智能发展状况

人工智能作为引领新一轮科技革命和产业变革的战略性技术，深刻改变人类生产生活方式。近年来，党中央高度重视人工智能发展，完善顶层设计、加强工作部署，推动我国人工智能综合实力整体性、系统性跃升。其中，生成式人工智能作为人工智能重要的发展分支，受到社会各界的高度关注。

一、生成式人工智能用户使用情况

（一）主要产品使用情况

随着我国人工智能相关领域的持续发展创新，国产人工智能产品迅速涌现，显著提升了我国在人工智能领域的影响力。截至 2025 年 3 月，共有 346 款生成式人工智能服务在国家网信办完成备案；对于通过 API 接口或其他方式直接调用已备案模型能力的生成式人工智能应用或功能，共有 159 款生成式人工智能应用或功能在地方网信办完成登记[81]。其中，豆包、DeepSeek、元宝、Kimi 等产品不仅在千亿级参数规模、多模态能力等方面实现突破，并与办公协同、教育普惠、工业设计、内容创作等场景深度融合，构建了覆盖多个领域的智能应用生态。

针对生成式人工智能用户使用的具体产品进一步调查发现，目前我国生成式人工智能应用市场格局已经开始逐渐形成，豆包和 DeepSeek 的用户使用率明显高于其他产品。尤其值得注意的是，DeepSeek 在 2025 年春节期间发布 R1 版本后迅速引发全球关注。上线不足 20 天，DeepSeek 的全球日活跃用户就突破 3000 万，登顶全球 140 个国家及地区的应用市场[82]，超过 ChatGPT 成为全球用户增速最快的生成式人工智能应用。

[81] 来源：国家互联网信息办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-04/08/c_1745817775881843.htm，2025 年 4 月 8 日。
[82] 来源：新华网，https://www.xinhuanet.com/fortune/20250218/abbc2105d9e44d08bcc60b8fb44a04a0/c.html，2025 年 2 月 18 日。

（二）用户主要使用目的

利用生成式人工智能产品回答问题是用户使用最广泛的应用场景。数据显示，80.9%的用户会对生成式人工智能产品进行提问。其次，36.0%的用户会将生成式人工智能产品用来生成或处理文本；33.0%的用户会将生成式人工智能产品用来生成图片、视频。

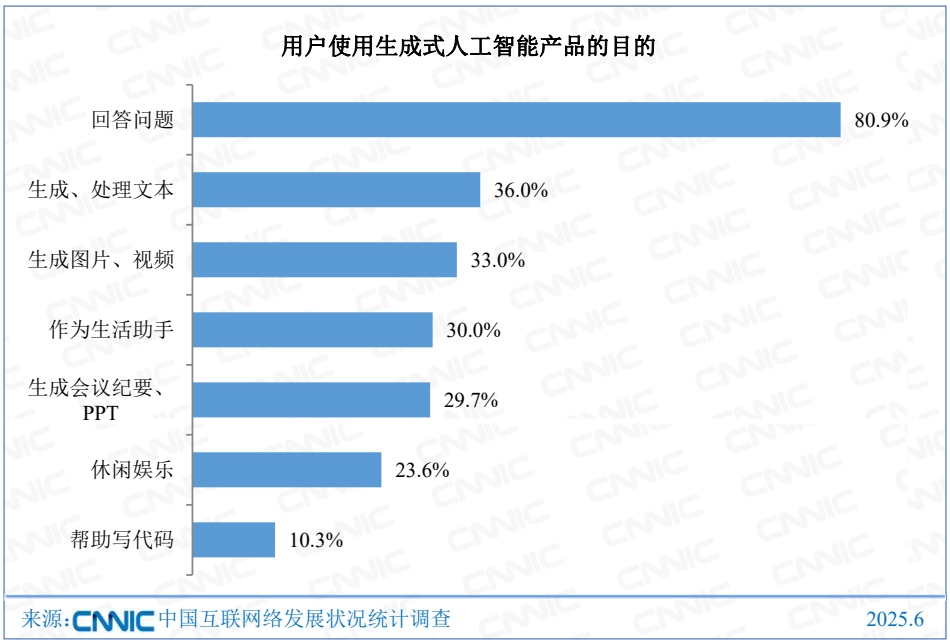

图 34　用户使用生成式人工智能产品的目的

二、生成式人工智能用户结构

对用户结构进行分析可以发现，2025 年上半年，生成式人工智能产品已逐渐渗透到高年龄、低学历群体中。

（一）性别结构

从生成式人工智能用户的性别结构来看，用户男女比例为 47.6:52.4。

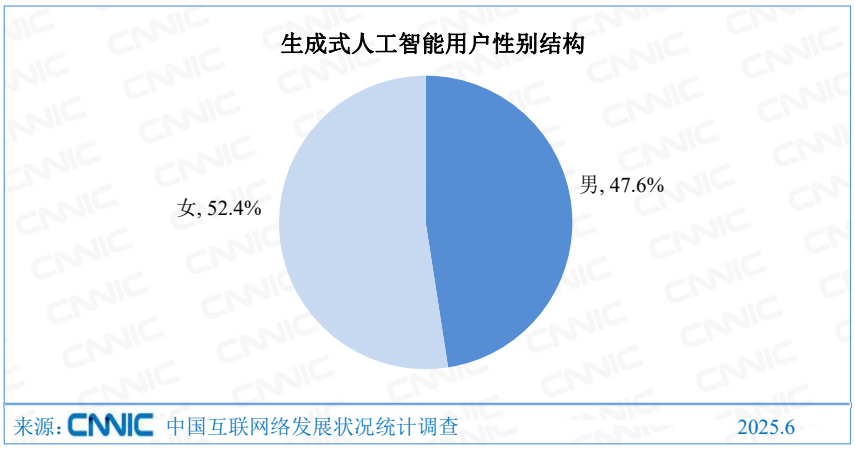

图 35　生成式人工智能用户性别结构

（二）年龄结构

从生成式人工智能用户的年龄结构来看，中低龄用户是生成式人工智能的主要使用群体。其中，19 岁及以下用户占比最高，达 33.8%；20-29 岁用户占比为 21.0%；30-39 岁用户占比为 19.8%；40 岁以上用户占比合计 25.4%。

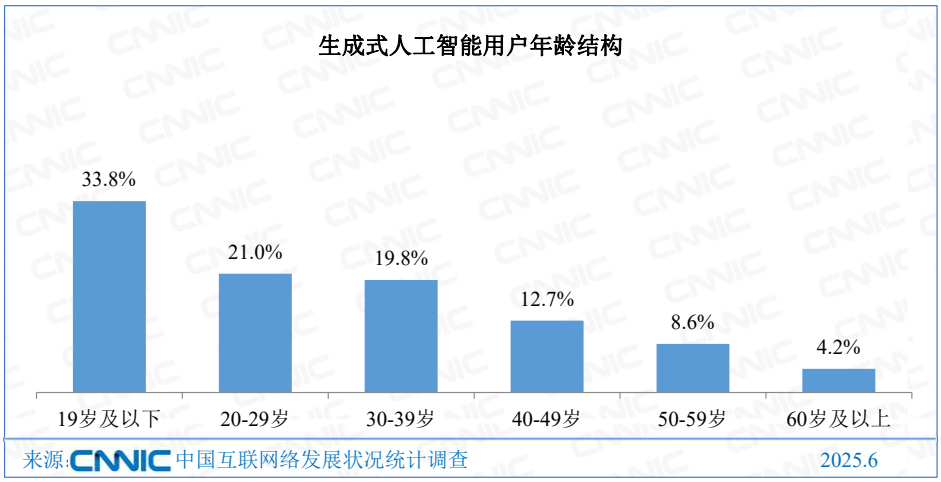

图 36　生成式人工智能用户年龄结构

（三）学历结构

从生成式人工智能用户的学历结构来看，尽管高学历群体（大专及以上群体）仍然是生成式人工智能用户的主要用户群体，但中低学历群体已经在用户中占

有相当高的比例。其中，大专及以上用户占比达 37.5%；初中学历用户占比为 29.8%；高中/中专/技校用户占比为 18.4%。

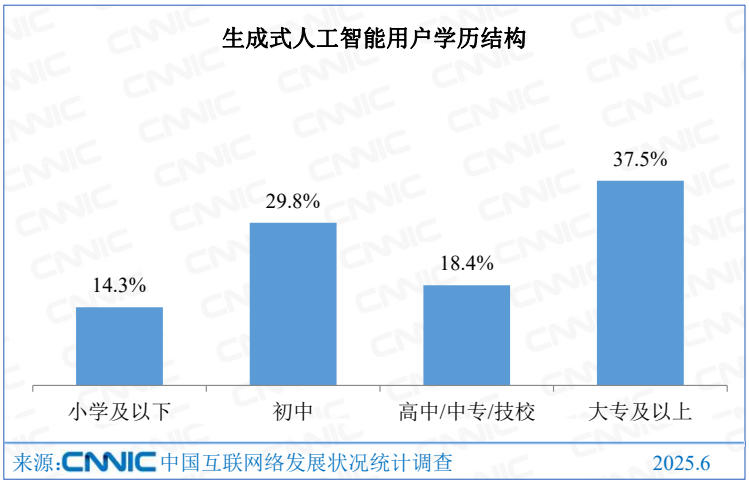

图 37　生成式人工智能用户学历结构

（四）职业结构

从生成式人工智能用户的职业结构来看，学生、企业/公司职员、个体户/自有职业者是使用生成式人工智能用户的主要群体。其中，学生的占比达 37.8%；企业/公司职员的占比为 16.5%；个体户/自有职业者的占比为 14.1%。

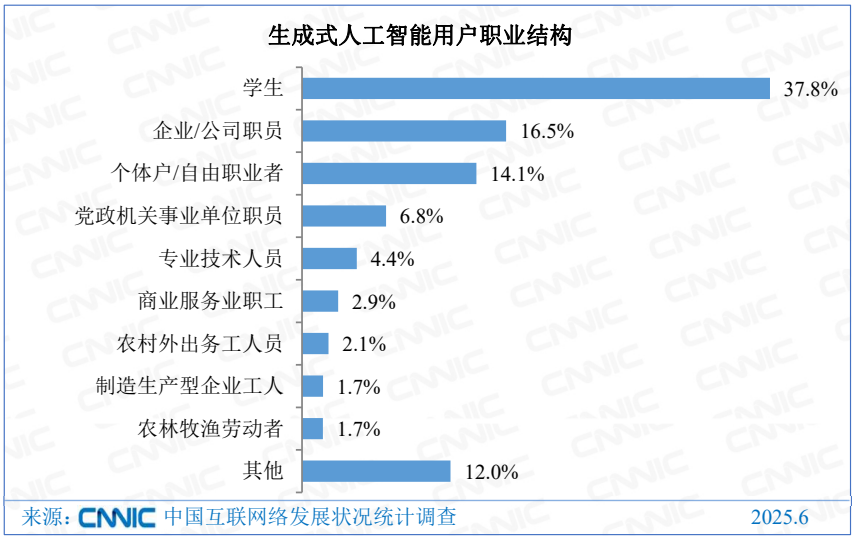

图 38　生成式人工智能用户职业结构

三、产业发展环境

2025 年《政府工作报告》提出，要持续推进“人工智能+”行动，将数字技术与制造优势、市场优势更好结合起来，支持大规模广泛应用。上半年，我国持续加强人工智能基础研究，同时突出应用导向，推动生成式人工智能技术不断向具体应用场景纵深渗透。目前，我国已形成覆盖基础层、框架层、模型层、应用层的完整人工智能产业体系。数据显示，2024 年我国人工智能产业规模突破 7000 亿元，已连续多年保持 20%以上的增长率[83]，产业链覆盖芯片、算力、数据、平台、应用等各相关环节。与此同时，我国已累计培育 400 余家人工智能领域国家级专精特新“小巨人”企业[84]，全国已建成 3 万余家基础级智能工厂、1200 余家先进级智能工厂、230 余家卓越级智能工厂，覆盖超过 80%的制造业行业大类，工厂产品研发周期平均缩短 28.4%，生产效率平均提升 22.3%[85]。

（一）政策环境

面对新一代人工智能技术快速演进的新形势，我国充分发挥制度优势，突出应用导向，出台一系列政策措施鼓励人工智能发展创新，并逐步健全相关治理规范，确保我国人工智能技术朝着有益、安全、公平方向健康有序发展。**一是鼓励产业发展。**2025 年 6 月，工业和信息化部召开专题会议，研究部署推动人工智能产业发展和赋能新型工业化，提出要一体推动战略、规划、政策、标准等方面任务落实，为人工智能产业发展和赋能新型工业化打造良好的生态环境，充分激发创新活力[86]。**二是完善治理体系。**我国逐渐完善人工智能监管体制机制，目前已累计制定了 40 余项行业关键标准和 10 余项国际标准，推动产业生态持续优化[87]。**三是推动人才培养。**上半年，相关部门陆续发布《2025 年提升全民数字素养与技能工作要点》《中小学人工智能通识教育指南（2025 年版）》等文件，旨在健全数字人才培育体系，推进中小学人工智能教育，培养具有人工智能素养的

[83] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/202504/content_7021848.htm，2025 年 4 月 28 日。
[84] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/shipin/202504/content_7021303.htm，2025 年 4 月 27 日。
[85] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/bldhd/art/2025/art_2c3e9dd628e04e87a5f79ba542cd2581.html，2025 年 4 月 18 日。
[86] 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/bldhd/art/2025/art_698937f7c4174d4689995b3b7ea89f43.html，2025 年 6 月 4 日。
[87] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/shipin/202504/content_7021303.htm，2025 年 4 月 27 日。

创新人才。

（二）创新环境

随着创新环境的不断优化，我国在全球人工智能技术领域的话语权明显增强，现已成为推动全球人工智能技术创新的重要力量。**一是专利数量全球领先。**近年来，我国持续加强人工智能基础研究，推动人工智能技术不断向具体应用场景纵深渗透。世界知识产权组织报告显示，我国已成为全球人工智能专利最大拥有国，占比达 60%[88]。截至 2025 年 4 月，我国人工智能专利申请量达 157.6 万件，占全球申请量的 38.58%，位居全球首位[89]。**二是数据奠定创新基础。**我国数据生产量已达 41.06 泽字节，同比增长 25%；全国算力总规模达 280EFLOPS[90]；高质量数据集数量同比增长 27.4%，有力支撑人工智能模型的研发和训练[91]。**三是开源社区驱动创新。**随着全球人工智能技术加速演进，开源社区已成为推动技术发展的重要驱动因素。DeepSeek 是过去一年在开源社区最成功、影响最广泛的代表性案例。其在 2025 年 2 月陆续开源 5 个代码库，并在此后持续将新模型发布到开源社区，以高度透明的方式与全球开发者社区分享研究进展。

（三）融资环境

生成式人工智能作为投资热度最高的科技领域，需要依托多层次资本市场形成“科技-产业-金融”的良性循环。为此，我国在 2025 年 1 月进一步设立 600 亿元规模的国家人工智能产业投资基金[92]，围绕人工智能全产业链开展投资布局，覆盖算力、算法、数据和赋能应用等各环节，加快推进各地人工智能科技创新和产业发展。此外，北京、上海、深圳、杭州等城市均设立人工智能产业投资基金，带动社会投资支持当地人工智能初创企业发展，并为企业融资、发行债券开辟绿色通道。5 月，科技部等七部门印发《加快构建科技金融体制 有力支撑高水平科技自立自强的若干政策举措》，提出加大力度支持符合条件的科技型企业上市

[88] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202504/content_7020920.htm，2025 年 4 月 25 日。
[89] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/shipin/202504/content_7021303.htm，2025 年 4 月 27 日。
[90] EFLOPS：每秒百亿亿次浮点运算。
[91] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202505/content_7025580.htm，2025 年 5 月 28 日。
[92] 来源：新华网，https://www.news.cn/info/20250526/5a76a4a45f0b40388cc0e0420ae5d601/c.html，2025 年 5 月 26 日。

融资，并加大对科技型企业、创业投资机构和金融机构等发行科技创新债券的支持力度，发挥资本市场支持科技创新的关键枢纽作用[93]。仅 2025 年前四个月，我国就发生 362 起与人工智能相关的投融资事件，合计金额约 403.9 亿元[94]。针对 2025 年 1-4 月人工智能投融资事件的细分领域进行整理可以发现，以具身智能为代表的机器人相关领域是 1-4 月投融资的重点领域。该领域的投融资事件数为 140 笔，占比为 38.7%[95]。

四、应用实践情况

生成式人工智能正以前所未有的速度渗透至各类生产生活场景，丰富的创新实践优化了资源配置，催生了新的商业模式。随着技术迭代加速，生成式人工智能将持续赋能千行百业，成为驱动各行业数字化转型升级的重要引擎。

一是在智能搜索领域。生成式人工智能技术的主要产品形态已经完成从“对话工具”向“搜索引擎”的转化。当前主流生成式人工智能产品中，绝大部分都具备智能搜索（即“AI 搜索”）功能。与此同时，传统搜索引擎企业也向智能搜索积极转型。百度在 2025 年 1 月正式上线“AI 搜”功能，并在 5 月进一步推出“深度搜索”功能，其移动搜索结果页面中人工智能生成内容已从 1 月的 22% 提升至 4 月的 35%[96]。从用户体验来看，基于生成式人工智能技术的智能搜索突破了传统搜索引擎“瀑布流”形式的搜索结果展示方式，可以根据全网信息直接形成答案，并通过表格、图片、视频等多种形式进行展现，节省了用户筛选和加工信息的时间，提升了用户使用体验。

二是在内容创作领域。生成式人工智能不但显著提升了文字、图像、视频等内容的创作效率，同时还大幅降低了创作门槛，让普通用户通过简单指令即可产出具有专业水平的作品。视频创作方面，快手的可灵 AI、字节跳动的 PixelDance 等视频模型陆续问世。最新版本的视频模型已经可以生成 1080p 甚至 4K 分辨率的高品质视频，并被用于短视频、短剧创作、营销广告等多种场景。游戏创作方

[93] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202505/content_7023765.htm，2025 年 5 月 13 日。
[94] 来源：CNNIC 根据网络披露的投融资事件（不含定增、IPO 上市、退市等）公开资料整理并推算。
[95] 来源：同上。
[96] 来源：百度 2025 年第一季度财报电话会议，https://ir.baidu.com/events/event-details/q1-2025-baidu-earnings-conference-call，2025 年 5 月 21 日。

面，生成式人工智能有望重塑游戏开发方式和用户交互体验。腾讯发布工业级游戏内容生产引擎“混元游戏”，为开发者提供文生图和图生视频模型，大幅提升了游戏美术资产的生产效率[97]；网易旗下游戏《逆水寒》推出由 DeepSeek 驱动的智能 NPC（非玩家角色）“沈秋索”，成为游戏内第一个有喜怒哀乐、有情绪有思想、有成长有故事的虚拟角色[98]，增强了用户在游戏中的互动体验。

三是在办公助手领域。通过自然语言理解与动态内容生成能力，生成式人工智能将传统工具型软件升级为具备认知与辅助决策能力的“智能伙伴”，在文档处理、代码生成、数据分析等任务中大幅降低了重复性劳动，有效提升了办公场景下的智能化水平。文档处理方面，生成式人工智能已经被深度整合到办公软件中，显著提升了用户的办公效率。金山办公发布“WPS AI”，向用户提供内容创作、智慧助理、知识洞察等三方面主要功能，并推出企业级私有化解决方案，支持用户进行全套私有化部署。代码生成方面，生成式人工智能对软件开发流程的影响正在日益增强。基于生成式人工智能的大模型可以理解用户提供的自然语言描述或代码片段，自动生成符合语法逻辑的功能性代码。百度、字节、美团等公司分别在上半年发布了基于生成式人工智能技术的自动编程工具，用户仅需通过自然语言描述需求，即可生成完整功能代码。

四是在智能硬件领域。生成式人工智能的多模态能力与硬件设备相结合，推动了智能可穿戴设备、智能家居、机器人等硬件产品执行复杂任务的能力显著提升。2025 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，提出将开展“人工智能+”行动，促进“人工智能+消费”，加速推动自动驾驶、智能穿戴、机器人等新技术新产品开发与应用推广，开辟高成长性消费新赛道。同时，中央部委和地方政府协同推进 11 个国家人工智能创新应用先导区建设，共建了具身智能机器人、人形机器人等制造业创新中心，推动产业集聚发展。2025 年央视春节联欢晚会上，《秧 BOT》节目中的具身机器人走进大众视野，一度成为社会各界的关注热点。

五是在科学研究领域。以科研信息和实验数据为基础，应用生成式人工智能技术训练科研大模型可以协助科研人员进行文献分析与数据挖掘，并能够处理大量专业文献数据，帮助研究人员快速了解领域前沿动态、提炼关键信息、发现

[97] 来源：腾讯，https://hunyuan.tencent.com/hunyuan-game，2025 年 5 月 20 日。
[98] 来源：网易游戏，https://h.163.com/news/official/20250213/37231_1211720.html，2025 年 2 月 13 日。

潜在研究方向。此外，在实验设计与优化方面，科研大模型能够基于已有知识和数据，为实验设计提供建议，甚至模拟实验过程，帮助优化实验参数和提高实验效率。3 月，中国科学院南海海洋研究所发布“瑶华”珊瑚礁多模态大模型 1.0 版，通过分析 10 多万张水下影像，实现珊瑚种属识别准确率 88%，效率较人工提升数十倍，实现了珊瑚礁调查数据的智能、高效分析的技术突破[99]。4 月，国家天文台发布太阳大模型“金乌”，可以理解、回答太阳物理问题，并认识、分析太阳图像，实现对太阳耀斑活动的精准预测[100]。

[99] 来源：中国科学院南海海洋研究所，https://scsio.cas.cn/news/kydt/202503/t20250321_7563212.html，2025 年 3 月 21 日。
[100] 来源：新华网，https://www.xinhuanet.com/tech/20250407/11a04af4bcfe442abfa86bb2211bde6c/c.html，2025 年 4 月 7 日。

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

第五章 从互联网大数据看中小企业发展

2025 年上半年，中小企业生产经营运行有序推进，对稳住经济增长大盘、保障社会发展大局发挥重要作用。截至 6 月，我国登记在册的中小企业数量超过 6200 万户[101]，含分支机构 390 余万户[102]，上半年新增中小企业 380 余万户。

一、总体结构分布

（一）地区分布

截至 2025 年 6 月，东部地区中小企业数量最多，占全国中小企业的 54.1%[103]；广东、江苏、山东、浙江、河南的中小企业数量位列前五，合计占全国中小企业的 40.3%。

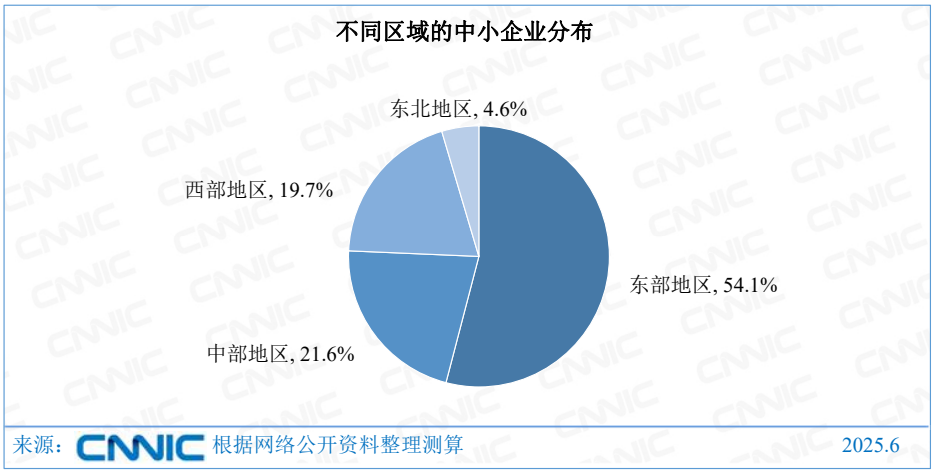

图 39 不同区域的中小企业分布

[101] 如无特别说明，本报告所称登记在册的中小企业指处于正常经营的中小企业。正常经营包括存续、在业、迁入/迁出三种状态。非正常经营包括注销、吊销、撤销、清算、停业、歇业、除名、责令关闭八种状态。
[102] 如无特别说明，后文在计算中小企业数量时均包括分支机构数量。
[103] 东部地区指北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南 10 省（市）；中部地区指山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南 6 省；西部地区指内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆 12 省（区、市）；东北地区指辽宁、吉林和黑龙江 3 省。

（二）细分行业分布

截至 2025 年 6 月，批发和零售业、租赁和商务服务业、科学研究和技术服务业、建筑业及制造业领域的中小企业数量位居前五，合计占全国中小企业的 75.6%。

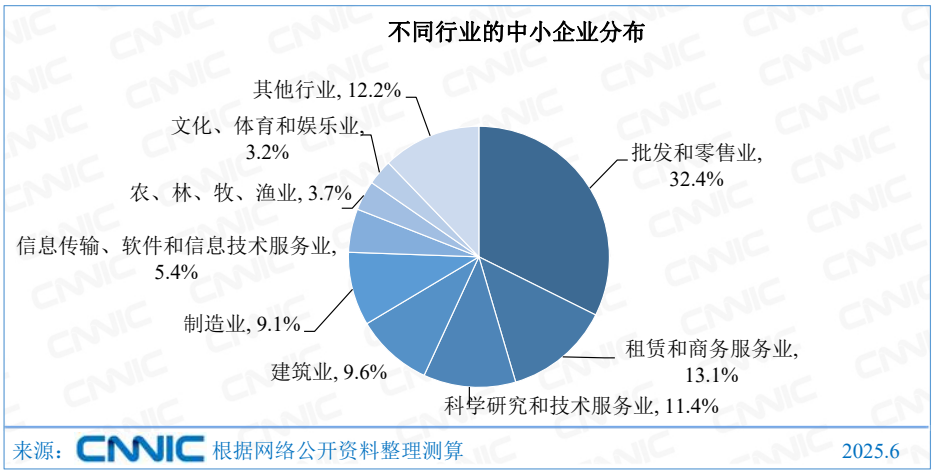

图 40　不同行业的中小企业分布

（三）企业类型分布

截至 2025 年 6 月，微型企业占中小企业的 73.6%，小型企业占中小企业的 18.3%。

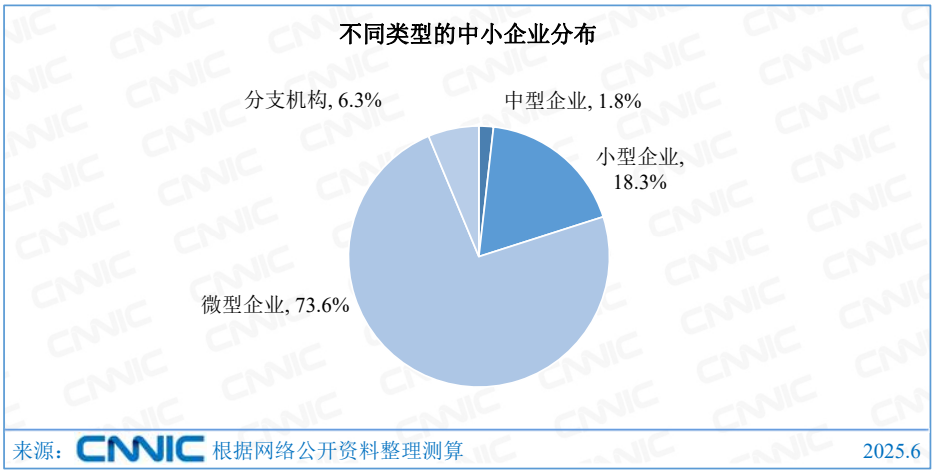

图 41　不同类型的中小企业分布

二、具体发展状况

2025 年上半年，我国持续促进中小企业高质量发展，在经营运行、业务发展等方面取得一定成效，为经济社会发展提供助力。

（一）中小企业经营运行保持稳定

一是超 8 成中小企业无经营风险。截至 2025 年 6 月，5800 余万户登记在册的中小企业（不含分支机构）中，85.1%的企业无行政处罚、失信执行人等经营风险。**二是超 6 成中小企业经营状况稳中有升。**调查显示，61.6%的中小企业员工表示所在企业近半年经营状况与之前相比保持稳定或有所好转[104]。**三是超 7 成中小企业员工规模及薪酬稳步发展。**78.0%的中小企业员工表示所在企业近半年员工规模保持稳定或有所增长，79.3%的中小企业员工表示所在企业近半年员工平均薪酬保持稳定或有所提升。

（二）中小企业业务实力逐步提升

一是中小企业以科技创新强化业务竞争。截至 2025 年 6 月，170 余万户登记在册的中小企业（不含分支机构）拥有专利，110 余万户登记在册的中小企业（不含分支机构）拥有软件著作权，较 2024 年 12 月分别提升 4.8%和 5.9%。**二是获得项目中标的中小企业日益增多。**2025 年上半年，约有 110 余万户中小企业获得项目中标，较 2024 年 12 月提升 8.7%。其中，53.6%获得党政机关事业单位项目中标，13.6%获得 300 万以上大项目中标。**三是中小企业不断拓展业务渠道。**一方面，220 余万户中小企业拥有进出口信用资质，积极谋求出海发展；另一方面，57.8%的中小企业员工表示所在企业采取线上线下相结合的经营方式，积极拓展线上业务。

[104] 第 56 次中国互联网络发展状况统计调查包括企业员工样本超 2.0 万个，其中中小企业员工样本近 1.4 万个。

The 56th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 56 次中国互联网络发展状况统计报告

附录一 调查方法

一、调查方法

（一）电话调查

1.1 调查总体

我国有住宅固定电话（家庭电话、宿舍电话）或者手机的 6 周岁及以上居民。

◇ 样本规模

调查总体样本覆盖中国内地（大陆）地区 31 个省（区、市），不含香港、澳门、台湾。

◇ 调查总体细分

调查总体划分如下：

子总体 A：被住宅固话覆盖人群【包括：住宅固定电话覆盖的居民+学生宿舍电话覆盖用户+其他宿舍电话覆盖用户】；

子总体 B：被手机覆盖人群；

子总体 C：手机和住宅固话共同覆盖人群【住宅固话覆盖人群和手机覆盖人群有重合，重合处为子总体 C】，C=A∩B。

1.2 抽样方式

中国互联网络信息中心针对子总体 A、B、C 进行调查，为最大限度地覆盖网民群体，采用双重抽样框方式进行调研。采用的第一个抽样框是固定住宅电话名单，调查子总体 A。采用的第二个抽样框是移动电话名单，调查子总体 B。

对于固定电话覆盖群体，采用分层二阶段抽样方式。为保证所抽取的样本具有足够的代表性，将中国内地（大陆）地区按省、自治区和直辖市分为 31 层，各层独立抽取样本。

省内采取样本自加权的抽样方式。各地市州（包括所辖区、县）样本量根据该城市固定住宅电话覆盖的 6 周岁及以上人口数占全省总覆盖人口数的比例分配。

对于手机覆盖群体，抽样方式与固定电话群体类似，也将中国内地（大陆）地区按省、自治区和直辖市分为 31 层，各层独立抽取样本。省内按照各地市居民人口所占比例分配样本，使省内样本分配符合自加权。

为了保证每个地市州内的电话号码被抽中的机会近似相同，使电话多的局号被抽中的机会多，同时也考虑到了访问实施工作的操作性，在各地市州内电话号码的抽取按以下步骤进行：

手机群体调研方式是在每个地市州中，抽取全部手机局号；结合每个地市州的有效样本量，生成一定数量的四位随机数，与每个地市州的手机局号相结合，构成号码库（局号+4 位随机数）；对所生成的号码库进行随机排序；拨打访问随机排序后的号码库。固定电话群体调研方式与手机群体相似，同样是生成随机数与局号组成电话号码，拨打访问这些电话号码。但为了不重复抽样，此处只访问住宅固定电话。

网民规模根据各省统计局最新公布的人口属性结构，采用多变量联合加权的方法进行统计推算。统计局公布数据为年度普查数据推算数或年度人口抽样调查推算数据，本报告采用其作为半年度调查数据的权数调整依据，忽略调查期差异。

1.3 抽样误差

根据抽样设计分析计算，网民个人调查结果中，比例型目标量（如网民普及率）估计在置信度为 95%时的最大允许绝对误差为 0.66 个百分点。由此可推出其他各种类型目标量（如网民规模）估计的误差范围。

1.4 调查方式

通过计算机辅助电话访问系统（CATI）进行调查。

1.5 调查总体和目标总体的差异

中国互联网络信息中心在 2005 年末曾经对电话无法覆盖人群进行过研究，此群体中网民规模很小，随着我国通信业的发展，目前该群体的规模逐步缩减。因此本次调查研究有一个前提假设，即：针对该项研究，固话和手机无法覆盖人群中的网民在统计中可以忽略不计。

（二）统计数据上报

统计上报数据主要包括 IP 地址数和域名数。

2.1 IP 地址总数

IP 地址分省统计的数据来自亚太互联网络信息中心（APNIC）和中国互联网络信息中心（CNNIC）IP 地址数据库。将两个数据库中已经注册且可以判明地址所属省份的数据，按省分别相加得到分省数据。由于地址分配使用是动态过程，所统计数据仅供参考。同时，IP 地址的国家主管部门工业和信息化部也会要求我国 IP 地址分配单位每半年上报一次其拥有的 IP 地址数。为确保 IP 数据准确，中国互联网络信息中心会将来自 APNIC 的统计数据与上报数据进行比较、核实，确定最终 IP 地址数。

2.2 域名数

“.CN”和“.中国”域名数量为全球注册量，来源于中国互联网络信息中心数据库；传统通用顶级域名（gTLD）、新通用顶级域名（New gTLD），以及“.CO”“.TV”“.CC”“.ME”“.HK”和“.PW”由国内域名注册单位协助提供。

二、报告术语界定

◇ **网民：**指过去半年内我国使用过互联网的 6 周岁及以上居民。

◇ **手机网民：**指过去半年通过手机接入并使用互联网的网民。

◇ **电脑网民：**指过去半年通过电脑接入并使用互联网的网民。

◇ **农村网民：**指过去半年主要居住在我国农村地区的网民。

◇ **城镇网民：**指过去半年主要居住在我国城镇地区的网民。

◇ **IP 地址：**IP 地址的作用是标识上网计算机、服务器或者网络中的其他设备，是互联网中的基础资源，只有获得 IP 地址（无论以何种形式存在），才能和互联网相连。

◇ **网站：**是指以域名本身或者“WWW.+域名”为网址的 web 站点，其中包括中国的国家顶级域名“.CN”“.中国”和传统通用顶级域名（gTLD）下的 web 站点，该域名的注册者位于我国境内。如：对域名 CNNIC.CN 来说，它的

网站只有一个，其对应的网址为 CNNIC.CN 或 WWW.CNNIC.CN，除此以外，WHOIS.CNNIC.CN，MAIL.CNNIC.CN……等以该域名为后缀的网址只被视为该网站的不同频道。

◇ **调查范围：**除非明确指出，本报告中的数据指中国内地（大陆）地区，均不包括香港、澳门和台湾在内。

◇ **调查数据截止日期：**本次统计调查数据截止日期为 2025 年 6 月。

◇ **数据说明：**本报告中的数据多为四舍五入、保留有效位数后的近似值。

附录二 互联网基础资源附表

附表 1 按分配单位 IPv4 地址数

单位名称	地址量	折合数
中国电信集团有限公司	125763328	7A+126B+255C
中国联合网络通信集团有限公司	69866752 注1	4A+42B+21C
CNNIC IP 地址分配联盟	63073280 注2	3A+194B+108C
中国移动通信集团有限公司	35294208	2A+26B+140C
中国教育和科研计算机网	16649984	254B+16C
中移铁通有限公司	15796224 注3	241B+8C
其他	16750592 注4	255B+152C
合计	343194368	20A+116B+187C

数据来源：亚太互联网络信息中心（APNIC）、中国互联网络信息中心（CNNIC）
注 1：中国联合网络通信集团有限公司的地址包括原联通和原网通的地址，其中原联通的 IPv4 地址 6316032(96B+96C)是经中国互联网络信息中心分配；
注 2：中国互联网络信息中心作为经 APNIC 和国家主管部门认可的中国国家级互联网注册机构（NIR），召集国内有一定规模的互联网服务提供商和企事业单位，组成 IP 地址分配联盟，目前 CNNIC IP 地址分配联盟的 IPv4 地址总持有量为 8519 万个，折合 5.1A；上表中所列 IP 地址分配联盟的 IPv4 地址数量不含已分配给原联通和铁通的 IPv4 地址数量；
注 3：中移铁通有限公司的 IPv4 地址是经中国互联网络信息中心分配；
注 4：其他是指直接从亚太互联网络信息中心（APNIC）申请 IPv4 地址的企事业单位；
注 5：以上数据统计截止日期为 2025 年 6 月。

附表 2　按分配单位 IPv6 地址数

单位名称	地址量
CNNIC IP 地址分配联盟	30871 注2
中国电信集团有限公司	16387
中国教育和科研计算机网	10325
中国联合网络通信集团有限公司	4097
中国移动通信集团有限公司	4097
中移铁通有限公司	2049 注3
其他	741 注4
合计	68567

数据来源：APNIC、CNNIC

注 1：IPv6 地址分配表中的/32 是 IPv6 的地址表示方法，对应的地址数量是 $2^{(128-32)}=2^{96}$ 个；

注 2：目前 CNNIC IP 地址分配联盟的 IPv6 地址总持有量 32920 块/32；上表中所列 IP 地址分配联盟的 IPv6 地址数量不含已分配给中移铁通有限公司的 IPv6 地址数量；

注 3：中移铁通有限公司的 IPv6 地址是经中国互联网络信息中心分配；

注 4：其他是指直接从亚太互联网络信息中心（APNIC）申请 IPv6 地址的企事业单位；

注 5：以上数据统计截止日期为 2025 年 6 月。

附表 3　分地区 IPv4 比例

省份	比例
北京	25.19%
广东	9.43%
浙江	6.39%
山东	4.83%
江苏	4.70%
上海	4.47%
辽宁	3.29%
河北	2.81%
四川	2.74%
河南	2.60%
湖北	2.37%
湖南	2.33%
福建	1.92%
江西	1.71%
重庆	1.66%
安徽	1.63%
陕西	1.61%
广西	1.36%
山西	1.26%
吉林	1.20%
黑龙江	1.19%
天津	1.04%
云南	0.96%
内蒙古	0.77%
新疆	0.60%
甘肃	0.47%
海南	0.47%
贵州	0.44%
宁夏	0.27%
青海	0.17%
西藏	0.13%
其他	10.00%
合计	100.00%

数据来源：APNIC、CNNIC
注 1：以上统计的是 IP 地址持有者所在省份；
注 2：其他是指中国内地（大陆）以外的国家或者地区；
注 3：以上数据统计截止日期为 2025 年 6 月。

附表 4　分地区域名数

省份	域名	其中：“.CN”域名	其中：“.中国”域名
	数量（个）	数量（个）	数量（个）
北京	5536583	4255260	22230
广东	4871701	2857705	12233
江苏	2512784	1685537	7363
山东	2124342	1524362	26704
贵州	1955584	1789996	3240
上海	1356112	659455	5721
四川	1308129	653381	10201
河南	1243589	760756	3944
浙江	1243304	475394	6144
福建	1205716	566703	6787
湖北	1018818	632433	2691
湖南	982669	558617	2459
河北	763302	440101	4791
广西	755845	474428	1381
安徽	722188	410061	3093
江西	700239	414189	1317
山西	552385	413263	1868
陕西	525079	253048	7288
重庆	519021	276323	4636
辽宁	514550	341541	5111
云南	347857	200931	3875
黑龙江	280446	186789	1743
甘肃	228448	171996	1491
吉林	224026	135133	1283
海南	203666	126772	754
天津	196904	64972	1237
内蒙古	133038	78884	1329
宁夏	75817	56009	507
新疆	71077	37578	877
青海	27259	19756	464
西藏	8405	2615	581
其他	414902	330967	10958
合计	32623785	20854955	164301

数据来源：CNNIC

注 1：其他是指中国内地（大陆）以外的国家或者地区，以及无法判定注册者所在地的域名；

注 2：以上数据统计截止日期为 2025 年 6 月。

附表 5　互联网接入状况

指标名称	2024 年 12 月（%）	2025 年 6 月（%）
使用互联网的个人比例[注1]	92.0	91.6
互联网接入家庭普及率	100	--
拥有手机的个人百分比[注2]	99.1	98.4

注 1：“使用互联网的个人比例（Individuals Using the Internet）”是国际电信联盟（ITU）衡量各国家和地区信息化发展状况的重要指标之一。考虑到各国在该指标填报上的通行做法，并结合我国个人互联网使用情况，该数据依据我国使用互联网的个人比例测算得出；

注 2：2024 年 12 月数据通过各运营商市占率反推系数及联通用户去重自然人数测算；2025 年 6 月数据来自中国互联网络发展状况统计调查。

附录三 调查支持单位

以下单位对本次报告的数据给予了大力支持，在此表示衷心的感谢！（排序不分先后）

工业和信息化部
国家互联网信息办公室
国家统计局
共青团中央

中央机构编制委员会办公室政务和公益机构域名注册服务中心
中国信息通信研究院
中国科学院计算机网络信息中心
中国教育和科研计算机网网络中心
中国经济信息社有限公司

中国移动通信集团有限公司
中国联合网络通信集团有限公司
百度在线网络技术（北京）有限公司
北京微梦创科网络技术有限公司（微博）
阿里巴巴云计算（北京）有限公司
邦宁数字技术股份有限公司
北京东方网景信息科技有限公司
北京国旭网络科技有限公司
北京首信网创网络信息服务有限责任公司
北京网尊科技有限公司
北京中万网络科技有限责任公司
北京卓越盛名科技有限公司
成都飞数科技有限公司
成都西维数码科技有限公司
斗麦（上海）网络科技有限公司
佛山市亿动网络有限公司
中国电信集团有限公司
北京开普云信息科技有限公司
腾讯云计算（北京）有限责任公司
北京抖音信息服务有限公司
阿里云计算有限公司
北京百度网讯科技有限公司
北京国科云计算技术有限公司
北京华瑞无线科技有限公司
北京万维通港科技有限公司
北京新网数码信息技术有限公司
北京中域智科国际网络技术有限公司
北京资海科技有限责任公司
成都世纪东方网络通信有限公司
大庆市卓创多媒体制作有限公司
泛息企业管理咨询（上海）有限公司
福州中旭网络技术有限公司

广东互易网络知识产权有限公司
广东金万邦科技投资有限公司
广东时代互联科技有限公司
广州云讯信息科技有限公司
贵州中域智科网络技术有限公司
杭州爱名网络有限公司
杭州电商互联科技有限公司
杭州好名网络科技有限公司
合肥聚名网络科技有限公司
合肥寻云网络科技有限公司
黑龙江亿林网络股份有限公司
互联网域名系统北京市工程研究中心有限公司
环球商域科技有限公司
江苏邦宁科技有限公司
码恪御标信息科技（上海）有限公司
厦门纳网科技股份有限公司
厦门三五互联信息有限公司
厦门市中资源网络服务有限公司
厦门数商引擎科技有限公司
厦门易名科技股份有限公司
商中在线科技股份有限公司
上海贝锐信息科技股份有限公司
上海福虎信息科技有限公司
上海美橙科技信息发展有限公司
上海有孚网络股份有限公司
深圳互联先锋科技有限公司
深圳英迈思信息技术有限公司
四川域趣网络科技有限公司
天津追日科技发展股份有限公司
万商云集（成都）科技股份有限公司
网聚品牌管理有限公司
西安千喜网络科技有限公司
烟台帝思普网络科技有限公司
云南蓝队云计算有限公司
浙江贰贰网络有限公司
郑州世纪创联电子科技开发有限公司
中企动力科技股份有限公司
中网瑞吉思（天津）科技有限公司

报告在编写和修订过程中还得到了其他单位的大力支持，在此不一一列举，我们一并表示感谢！

本报告版权归中国互联网络信息中心（**CNNIC**）所有。

如引用或转载，请注明来源。

如有合作需求，请联系 **010-59116603**（郝女士）**/010-59116606**（孟女士）**/service@cnnic.cn**。