

中国互联网络发展状况统计报告

(2016 年 1 月)



中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

前 言

1997 年，国家主管部门研究决定由中国互联网络信息中心（CNNIC）牵头组织有关互联网单位共同开展互联网行业发展状况调查，自 1997 年至今 CNNIC 已成功发布了 36 次全国互联网发展统计报告，本次报告是第 37 次报告。CNNIC 的历次报告见证了中国互联网从起步到腾飞的全部历程，并且以严谨客观的数据，为政府部门、企业等各界掌握中国互联网络发展动态、制定相关决策提供了重要依据，受到各个方面的重视，被国内外广泛引用。

自 1998 年以来，中国互联网络信息中心形成了于每年 1 月和 7 月定期发布《中国互联网络发展状况统计报告》的惯例。2015 年，随着国家“互联网+”行动计划的提出和推进，互联网对于整体社会的影响进入到新的阶段，作为互联网发展的见证者，CNNIC 也提升了互联网对于整体社会应用调查的广度与深度。第 37 次统计报告主体部分由基础资源、企业应用、个人应用三篇构成：基础资源篇主要介绍中国互联网基础资源发展情况；企业应用篇从企业“互联网+”发展的角度出发，针对中国企业开展互联网应用情况调查，以帮助全社会及时了解企业“互联网+”的发展；个人应用篇主要介绍网民规模和结构、互联网接入环境、个人互联网应用的发展状况。通过以上三方面内容，力求准确、客观的反映互联网在社会发展过程中的作用。

本年度《报告》的数据采集工作一如既往地得到了政府、企业以及社会各界的大力支持。各项调查工作得以顺利进行；在各互联网单位、调查支持网站以及媒体等的密切配合下，数据采集及时完成。在此，谨对他们表示最衷心的感谢！同时也对接受第 37 次互联网发展状况统计调查的网民朋友表示最诚挚的谢意！

中国互联网络信息中心

2016 年 1 月





目 录

报告摘要	1
基础资源篇	5
第一章 互联网基础资源	7
一、 互联网基础资源概述	7
二、 IP 地址	7
三、 域名	8
四、 网站	9
五、 网页	10
六、 网络国际出口带宽	11
企业应用篇	13
第二章 企业互联网应用准备	15
一、 计算机使用情况	15
二、 互联网使用情况	16
三、 宽带接入情况	17
第三章 企业互联网基础应用	19
一、 基础互联网活动的开展	19
(一) 基础信息类互联网应用	19
(二) 基础内部支撑类互联网应用	20
(三) 基本网络安全防护措施	20
二、 基层互联网专职岗位设置	21
第四章 企业“+互联网”广泛应用	23
一、 “+互联网”下的企业运营流程改革	23
(一) 供应链各环节的互联网化改造	23
(二) 网络安全防护系统建设	26
二、 互联网专职团队设置与员工信息技术培训	27
第五章 企业“互联网+”深入融合	29
一、 创新技术和模式的认知和采用	29
(一) 移动互联网时代下的网络营销	29

(二)	云计算、物联网与大数据的认知与应用	30
(三)	创新服务与智能制造的认知与开展	31
二、	互联网规划与企业战略的融合	33
三、	企业预期互联网所发挥的作用强度	34
个人应用篇		35
第六章 网民规模与结构		37
一、	网民规模	37
(一)	总体网民规模	37
(二)	手机网民规模	39
(三)	分省网民规模	40
(四)	农村网民规模	41
二、	网民结构	42
(一)	性别结构	42
(二)	年龄结构	42
(三)	学历结构	43
(四)	职业结构	43
(五)	收入结构	44
第七章 互联网接入环境		47
(一)	上网设备	47
(二)	使用场所	47
(三)	接入网络	48
(四)	上网时长	49
(五)	安全环境	49
第八章 个人互联网应用发展状况		51
(一)	基础应用类应用发展	53
(二)	商务交易类应用发展	58
(三)	网络金融类应用发展	63
(四)	网络娱乐类应用发展	65
(五)	公共服务类应用发展	70
附录 1 调查方法		75
附录 2 互联网基础资源附表		81
附录 3 调查支持单位		93
附录 4 中国互联网数据平台介绍		95

报告摘要

一、基础数据

- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国网民规模达 6.88 亿，全年共计新增网民 3951 万人。互联网普及率为 50.3%，较 2014 年底提升了 2.4 个百分点。
- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国手机网民规模达 6.20 亿，较 2014 年底增加 6303 万人。网民中使用手机上网人群占比由 2014 年的 85.8% 提升至 90.1%。
- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国网民中农村网民占比 28.4%，规模达 1.95 亿，较 2014 年底增加 1694 万人。
- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国网民通过台式电脑和笔记本电脑接入互联网的比例分别为 67.6% 和 38.7%；手机上网使用率为 90.1%，较 2014 年底提高 4.3 个百分点；平板电脑上网使用率为 31.5%；电视上网使用率为 17.9%。
- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国域名总数为 3102 万个，其中 “.CN” 域名总数为 1636 万个，占中国域名总数比例为 52.8%， “.中国” 域名总数为 35 万个。
- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国网站总数为 423 万个，其中 “.CN” 下网站数为 213 万个。
- ◇ 截至 2015 年 12 月，中国企业使用计算机办公的比例为 95.2%，使用互联网的比例为 89.0%，通过固定宽带接入方式使用互联网的企业比例为 86.3%、移动宽带为 23.9%；此外，开展在线销售、在线采购的比例分别为 32.6% 和 31.5%，利用互联网开展营销推广活动的比例为 33.8%。

二、企业应用特点

企业“互联网+”应用基础更加坚实，互联网使用比例上升 10.3 个百分点

2015 年，中国企业计算机使用比例、互联网使用比例、固定宽带接入比例相比 2014 年分别上升了 4.8 个、10.3 个和 8.9 个百分点。在此基础上，企业广泛使用多种互联网工具开展交流沟通、信息获取与发布、内部管理、商务服务等活动，且已有相当一部分企业将系统化、集成化的互联网工具应用于生产研发、采购销售、财务管理、客户关系、人力资源等全业务流程中，将互联网从单一的辅助工具，转变为企业管理方法、转型思路，助力

供应链改革，踏入“互联网+”深度融合发展的进程。

企业具备基础网络安全防护意识，91.4%企业安装了杀毒软件、防火墙软件

我国企业已具备基本的网络安全防护意识：91.4%企业安装了杀毒软件、防火墙软件，其中超过 1/4 使用了付费安全软件，并有 8.9%企业部署了网络安全硬件防护系统、17.1%部署了软硬件集成防护系统。随着企业经营活动全面网络化，企业对网络安全的重视程度日益提高、对网络活动安全保障的需求迅速增长，这将加速我国网络安全管理制度体系的完善、网络安全技术防护能力的提高，同时提升我国网络安全产业的产品研发与服务能力，激活企业网络安全服务市场。

互联网正在融入企业战略，决策层主导互联网规划工作的企业比例达 13.0%

专业人才是企业发展“互联网+”必不可少的支撑，有 34.0%的企业在基层设置了互联网专职岗位；有 24.4%的企业设置了互联网相关专职团队，负责运维、开发或电子商务、网络营销等工作，互联网已经成为企业日常运营过程中不可或缺的一部分。同时，我国企业中决策层主导互联网规划工作的比例达 13.0%，“互联网+”正在成为企业战略规划的重要组成部分。

移动互联网营销迅速发展，微信营销推广使用率达 75.3%

在开展过互联网营销的企业中，35.5%通过移动互联网进行了营销推广，其中有 21.9%的企业使用过付费推广。随着用户行为全面向移动端转移，移动营销将成为企业推广的重要渠道。移动营销企业中，微信营销推广使用率达 75.3%，是最受企业欢迎的移动营销推广方式。此外，移动营销企业中建设移动官网的比例为 52.7%，将电脑端网页进行优化、适配到移动端，是成本较低、实施快捷的移动互联网营销方式之一。

互联网推动供应链改造，超过 30%的企业在网上开展在线销售/采购

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21897

