

中国互联网络发展状况统计报告

(2015 年 1 月)



中国互联网络信息中心

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 34 次全国互联网发展统计报告，本次报告是第 35 次报告。当前互联网已经成为影响我国经济社会发展、改变人民生活形态的关键行业，CNNIC 的历次报告则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。第 35 次统计报告在保持对基础资源、网民规模、结构特征、接入方式和网络应用连续研究基础上，增加了 O2O、网络视频和网络游戏等热点专题研究。

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，基础资源数据采集及时完成。在此，谨对他们表示最衷心的感谢！同时也对接受第 35 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

2015 年 1 月





目 录

报告摘要	1
第一章 调查介绍	5
一、 调查方法	5
(一) 网民个人调查	5
(二) 企业调查	7
(三) 网上调查	8
(四) 网上自动搜索与统计数据上报	8
二、 报告术语界定	9
环境篇	11
第二章 互联网基础资源	13
一、 互联网基础资源概述	13
二、 IP 地址	13
三、 域名	14
四、 网站	15
五、 网页	16
六、 网络国际出口带宽	17
第三章 互联网络接入环境	19
一、 互联网络接入设备	19
二、 互联网络接入场所	19
三、 城镇电脑网民家庭 Wi-Fi 接入情况	20
第四章 互联网络安全环境	21
一、 互联网安全事件发生情况	21
二、 网民互联网安全感知	21
应用篇	23
第五章 网民规模与结构	25
一、 网民规模	25

(一)	总体网民规模	25
(二)	手机网民规模	28
(三)	分省网民规模	28
(四)	农村网民规模	30
二、	网民结构	32
(一)	性别结构	32
(二)	年龄结构	32
(三)	学历结构	33
(四)	职业结构	33
(五)	收入结构	34
第六章	个人互联网应用状况	37
一、	上网时长	37
二、	网民互联网态度	37
(一)	网络信任	37
(二)	网络分享	38
(三)	网络评论	39
(四)	网络依赖	41
三、	个人互联网应用普及状况	42
(一)	信息获取类应用发展	44
(二)	商务交易类应用发展	47
(三)	交流沟通类应用发展	55
(四)	网络娱乐类应用发展	57
第七章	企业互联网应用发展状况	63
一、	计算机使用状况	63
二、	互联网使用状况	64
三、	互联网络接入方式	66
四、	企业互联网应用普及状况	66
五、	电子商务使用状况	67
六、	网络营销使用情况	69
七、	企业互联网应用特点与趋势	71
市场篇	73	
第八章	O2O 市场发展状况	75
一、	O2O 市场评估模型	75
二、	O2O 市场发展水平评估	76
(一)	各线城市发展水平评估	76
(二)	各经济带发展水平评估	78
(三)	重点城市发展水平评估	79
(四)	用户群体应用水平研究	83

三、 O2O 市场发展趋势	86
第九章 网络视频市场发展状况	87
一、 中国网络视频用户规模	87
二、 网络视频终端设备使用情况	87
(一) 网络视频收看终端设备	87
(二) 网络视频收看时长	89
(三) 网络视频节目的收看路径	90
三、 主要视频网站竞争格局	93
四、 网络视频节目内容偏好	94
(一) 不同终端收看的内容差异	94
(二) 热播剧的收看情况	95
(三) 网络自制节目/内容的兴趣度	96
五、 中国网络视频行业的发展趋势	97
第十章 网络游戏市场发展状况	99
一、 游戏用户规模和特征	99
(一) 用户规模	99
(二) 网游用户的上网设备和游戏设备使用	100
二、 游戏用户行为特征和偏好	102
(一) PC 网游用户行为特征和偏好	102
(二) 手机游戏用户行为特征和偏好	105
三、 2015 年游戏市场的发展趋势	110
附录 1 互联网基础资源附表	113
附录 2 调查支持单位	124
附录 3 O2O 市场评估模型计算方法	125
附录 4 中国互联网数据平台介绍	127

报告摘要

一、基础数据

- ◇ 截至 2014 年 12 月，中国网民规模达 6.49 亿，全年共计新增网民 3117 万人。互联网普及率为 47.9%，较 2013 年底提升了 2.1 个百分点。
- ◇ 截至 2014 年 12 月，中国手机网民规模达 5.57 亿，较 2013 年底增加 5672 万人。网民中使用手机上网人群占比由 2013 年的 81.0% 提升至 85.8% 。
- ◇ 截至 2014 年 12 月，中国网民中农村网民占比 27.5%，规模达 1.78 亿，较 2013 年底增加 188 万人。
- ◇ 截至 2014 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 70.8% 和 43.2%；手机上网使用率为 85.8%，较 2013 年底提高 4.8 个百分点；平板电脑上网使用率达到 34.8%；电视上网使用率为 15.6% 。
- ◇ 截至 2014 年 12 月，48.6% 的中国网民认同我国网络环境比较安全或非常安全；有 54.5% 的中国网民对互联网上信息表示信任；60.0% 的中国网民对于在互联网上分享行为持积极态度；有 43.8% 的中国网民表示喜欢在互联网上发表评论；53.1% 的中国网民认为自身比较或非常依赖互联网。
- ◇ 截至 2014 年 12 月，我国域名总数为 2060 万个，其中“.CN”域名总数年增长为 2.4%，达到 1109 万，在中国域名总数中占比达 53.8%；中国网站总数为 335 万，年增长 4.6%；国际出口带宽为 4,118,663Mbps，年增长 20.9% 。
- ◇ 截至 2014 年 12 月，全国企业使用计算机办公的比例为 90.4%，使用互联网的比例为 70.7%；固定宽带使用率为 77.40%；同时，无线有线销售、无线采购的比例分别为 24.70%

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_21911

