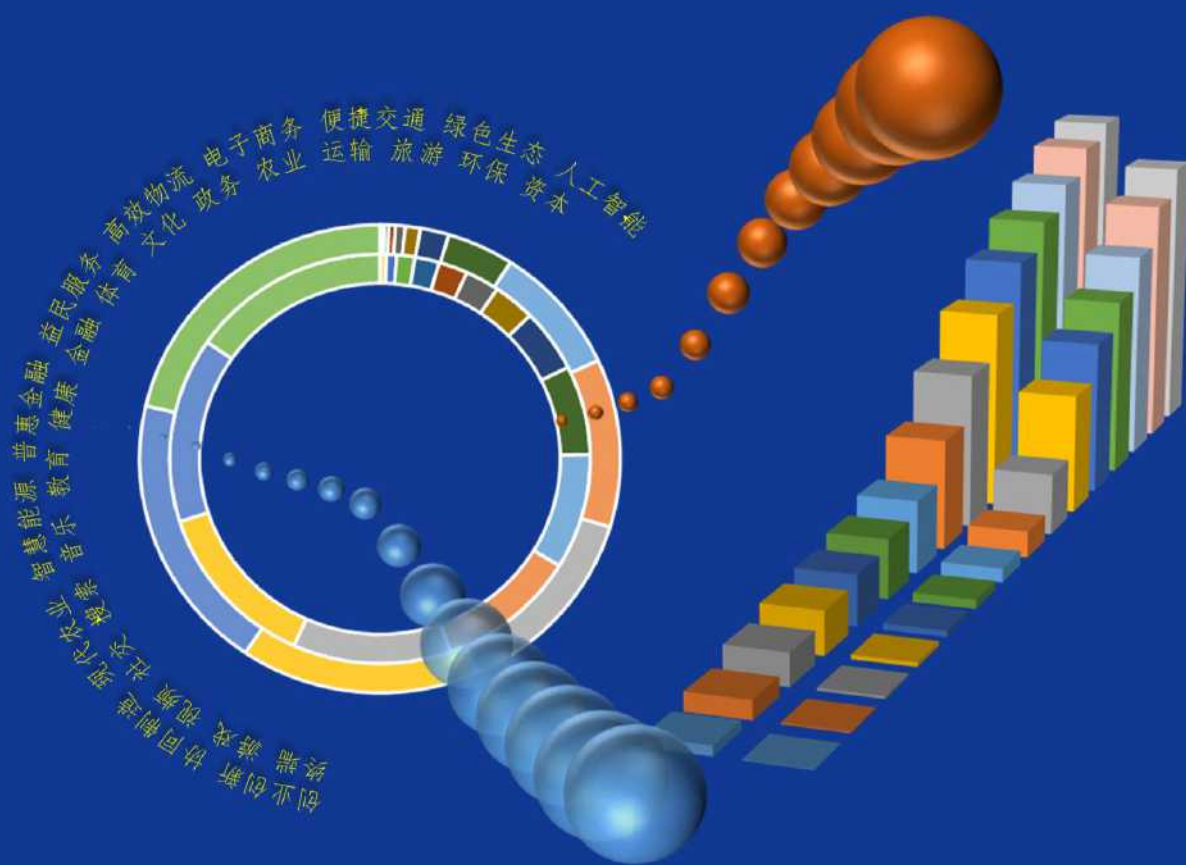


中国互联网发展报告 (2019) 精华版



中国互联网协会

2019年7月

目录

2018 年中国互联网用户与市场重要数据	1
2018 年中国互联网基础资源发展情况	2
2018 年中国互联网基础设施建设情况	3
2018 年中国云计算发展状况	5
2018 年中国大数据发展状况	6
2018 年中国人工智能发展状况	7
2018 年中国物联网发展状况	8
2018 年中国虚拟现实发展状况	9
2018 年中国工业互联网发展状况	10
2018 年中国移动互联网发展状况	11
2018 年中国电子政务发展状况	13
2018 年中国网络资本发展状况	14
2018 年中国互联网金融服务发展状况	16
2018 年中国电子商务发展状况	19
2018 年中国网络游戏发展状况	20
2018 年中国搜索引擎发展状况	21
2018 年中国网络音视频发展状况	22
2018 年中国在线教育发展状况	23
2018 年中国网络医疗健康服务发展状况	24
2018 年中国网络出行服务发展状况	25
2018 年中国网络广告发展状况	27

2018 年中国互联网用户与市场重要数据



用户



市场



网民
8.29 亿



第三方支付
208.07 万亿



即时通讯
7.92 亿



电子商务
31.63 万亿



搜索引擎
6.81 亿



网络零售
9.01 万亿



网络新闻
6.75 亿



网络广告
4914 亿



网络视频
6.12 亿



网络教育
3734.1 亿

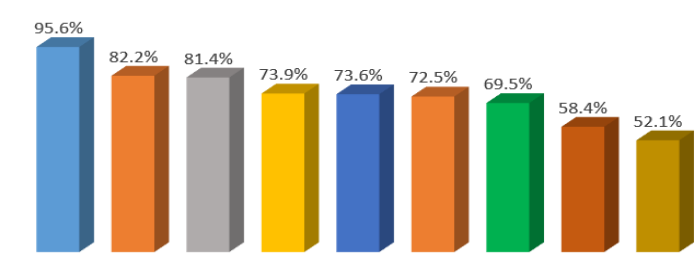


网络购物
6.10 亿



网络游戏
2871 亿

网民使用率

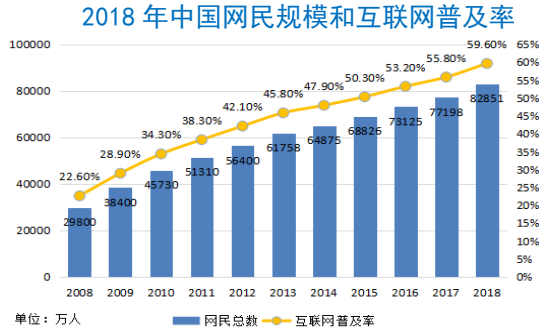


数据来源: CINNIC

2018 年中国互联网基础资源发展情况

网民规模保持平稳增长

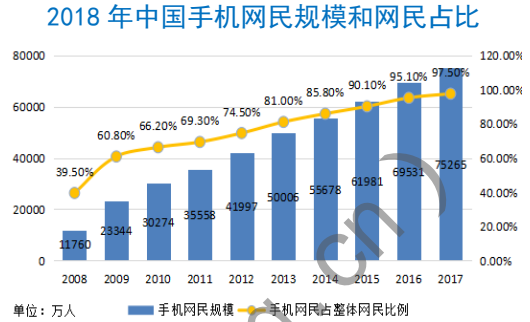
截至 2018 年底，我国网民规模达到 8.29 亿，全年新增网民 5653 万，互联网普及率达 59.6%，较 2017 年底提升 3.8 个百分点。超过全球平均水平（57%）2.6 个百分点。



数据来源：CNNIC

手机网民数量持续增长

截至 2018 年底，我国手机网民规模达 8.17 亿，较 2017 年底增加手机网民 6433 万，其中网民中使用手机上网的比例由 2017 年底的 97.5% 提升至 2018 年底的 98.6%。



数据来源：CNNIC

IPv6 应用进入高速发展期

截至 2018 年底，我国 IPv4 地址数量为 338,924,544 个，拥有 IPv6 地址 41079 块/32，年增长 75.3%。

	2017年12月	2018年12月	年增长量	年增长率
IPv4 (个)	338,704,640	338,924,544	219,904	0.1%
IPv6 (块/32)	23,430	41,079	17,649	75.3%

数据来源：CNNIC

域名略有减少，“.CN” 域名略有增加

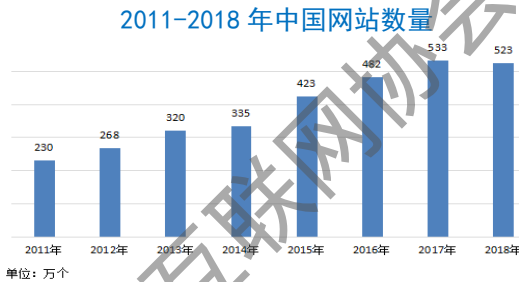
截至 2018 年底，我国域名总数为 3792.8 万个，较 2017 年底减少 1.4%，其中，“.CN” 域名总数为 2124.3 万个，较 2017 年底增长 1.9%，占我国域名总数的 56.0%。

	2017年12月	2018年12月	年增长量	年增长率
域名 (个)	38,480,355	37,927,527	-552,828	-1.4%
.CN 域名 (个)	20,845,513	21,243,478	397,965	1.9%

数据来源：CNNIC

网站数量 523 万个，略有减少

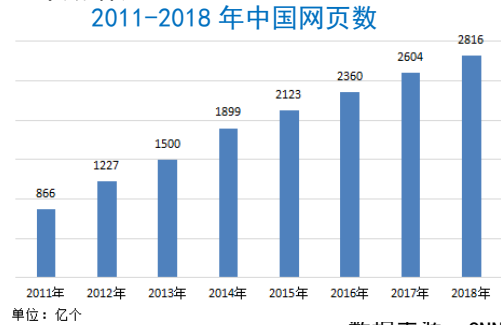
截至 2018 年底，我国网站总数量为 523 万个，较 2017 年底下降 1.9%。



数据来源：CNNIC

网页数量达 2816 亿

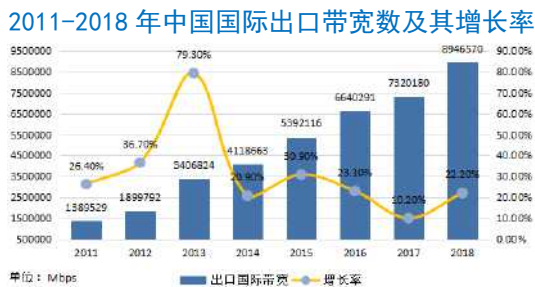
截至 2018 年底，我国网页数量为 2816 亿个，较 2017 年底增长 8.2%。



数据来源：CNNIC

国际出口带宽数年增长 22.2%

截至 2018 年底，我国国际出口带宽数为 8,946,570Mbps，年增长 22.2%。



数据来源：CNNIC

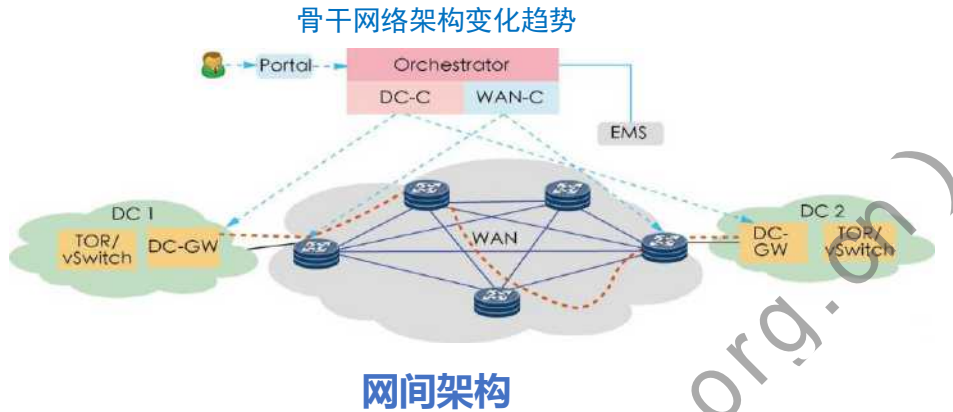
中国主要骨干网络国际出口带宽数

	国际出口带宽数 (Mbps)
中国电信	4,537,680
中国联通	2,234,738
中国移动	1,997,000
中国教育和科研计算机网	115,712
中国科技网	61,440
合计	8,946,570

2018 年中国互联网基础设施建设情况 (1/2)

网间互联架构持续优化调整，骨干网络与云协同程度不断提高，国际传输网络全球布局加速延伸

2018 年我国骨干网络架构优化调整工作继续进行，各基础电信运营企业积极推动推进以云为核心的骨干网络重构，同时逐步推进骨干网络智能化，成效逐步显现。



2018 年全国网间互联路由策略持续优化，13 个骨干直联点整体上实现各互联单位网间互通流量的统一调度承载、均衡协调。

我国网间互联互通性能和总体时延性能持续提升，从 2014 年的开通前的 68.18ms 降至 2018 年的 46.15ms，降幅达 32.31%。

中国互联网骨干直联点建设分布图



4G 网络

2018 年我国 4G 网络建设进入优化提升阶段，深度覆盖效果显著，网络覆盖率已超 98% 的全国人口

截至 2018 年底，我国 4G 基站总规模超过 370 万个，继续保持全球最大 4G 网络。



5G 网络

截至 2018 年底，我国进行的 5G 技术研发试验第三阶段测试工作已基本完成，我国稳步推进 5G 商用进程

- 测试结果表明，5G 基站与核心网设备均可支持非独立组网和独立组网模式，主要功能符合预期，达到预商用水平。
- 自 2018 年下半年起，运营商主导的 5G 产品研发试验启动，在产业链主要环节基本满足商用需求的条件下，我国将启动 5G 商用服务。
- 在商用初期，我国将重点在中频频段（2.6GHz-6GHz）开展 5G 网络部署，在实现良好覆盖的同时，可有效支持智慧城市、车联网、工业互联网等垂直行业应用。

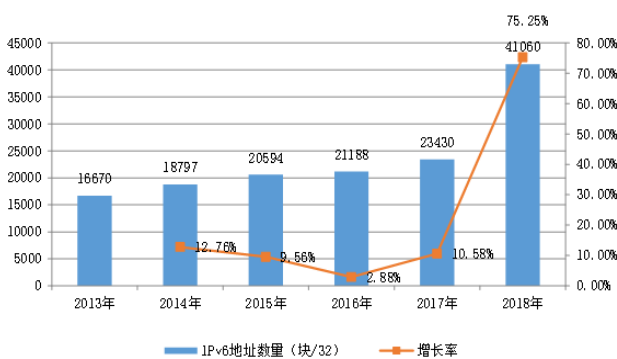
2018 年中国互联网基础设施建设情况 (2/2)

下一代互联网 IPv6 规模部署进入加速阶段，应用基础设施发展迅猛，骨干设备已全部具备支持 IPv6 能力

我国积极推动 IPv6 规模部署，下一代互联网建设取得显著成效

IPv6 地址数量全球领先，IPv6 用户数显著增长。2018 年底，我国 IPv6 地址申请数量达 41060 块/32，同比增长 75.2%，已位居世界第二位。

2013-2018 年我国 IPv6 地址数量变化

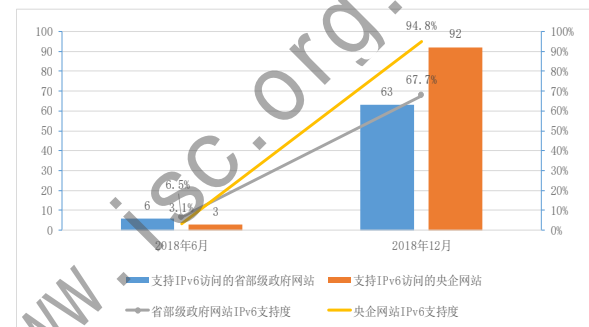


数据来源：APNIC

基础网络和应用基础设施的 IPv6 改造已取得阶段性成果

仅于 2018 年下半年，支持 IPv6 访问的省部级政府网站数量就攀升了 10 倍，央企网站更是攀升了 30 倍；在 IPv6 支持能力建设方面也是急速攀升，省部级与央企的支持度分别由原先的 6.5% 和 3.1% 攀升至 67.7% 和 94.8%。

2018 年中国政府和央企网站的 IPv6 支持度



数据来源：中国信息通信研究院监测平台

互联网骨干网络 IPv6 网内网间性能总体保持稳定，时延与丢包率等指标相较 IPv4 网络仍存在一定差距。

宽带用户持续向高速率迁移

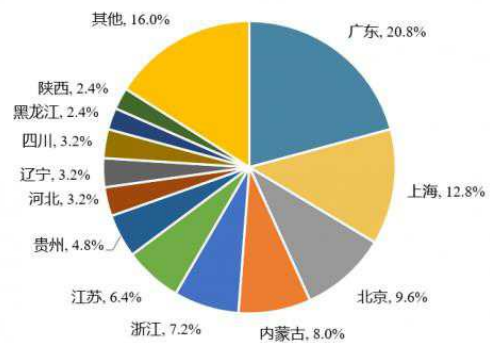
- 截至 2018 年底，全国固定宽带用户达到 4.07 亿户，全年净增 5884 万户。
- 100Mbps 及以上接入速率的固定宽带用户超过 7 成。
- 天津、内蒙古、甘肃、青海、宁夏五省/自治区/直辖市的 100Mbps 及以上接入速率固定宽带用户超过 8 成。
- 发达城市开始发展 200Mbps，甚至 500Mbps 固定宽带用户。

数据中心转向信息化发展水平较低区域发展

截至 2018 年底，我国 IDC 企业达到 1923 家，IDC 机房数量达到 5580 个，同比 2017 年新增 51 家企业，机房数量增长 48%。

受地方政府政策的引导，新建大规模数据中心在我国中西部信息化发展水平较低的地区加速落地。内蒙古、贵州等政策重点扶持地区，数据中心建设规模快速提升，吸引国内外大型互联网企业陆续入住。

2018 年中国大规模数据中心区域分布



数据来源：工业和信息化部

2018 年中国云计算发展状况

主要任务

《云计算发展三年行动计划（2017-2019年）》

明确了五项重点工作：

- 技术增强行动
- 产业发展行动
- 应用促进行动
- 安全保障行动
- 环境优化行动

发展形势

- 规模效应凸显，全球公有云 IaaS 市场巨头竞争格局已定
- 业务需求驱动，多云成为企业上云的必然阶段
- 公有云普遍进入 PE 期，私有云集中于 VC 期
- 行业科技公司纷纷建立云体系，各领域行业云服务百花齐放

公有云

我国云计算市场规模测算达到907.1亿元

2018年我国云计算市场规模测算达到907.1亿元，增速31.1%，其中，公有云市场规模测算达382.5亿元，增速44.4%。



数据来源：中国信息通信研究院

阿里云位居公有云 IaaS 厂商市场份额首位

2018年上半年我国公有云 IaaS 厂商排名前五的分别为阿里云、腾讯云、中国电信、AWS 和金山云。

2018年上半年中国公有云 IaaS 厂商市场份额

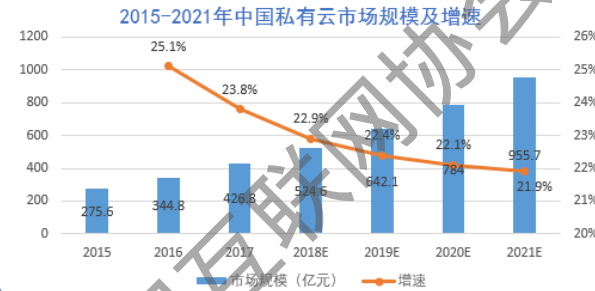


数据来源：IDC

私有云

我国私有云市场规模测算为524.6亿元

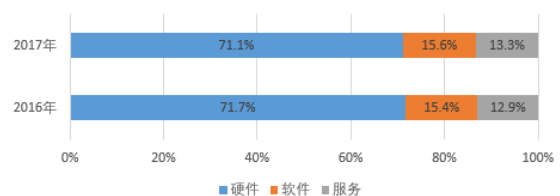
2018年私有云市场规模测算为524.6亿元，增速22.9%。预计未来几年仍将保持快速增长态势，到2021年市场整体规模将接近2000亿元。



数据来源：中国信息通信研究院

超过半数的企业采用硬件、软件和服务整体采购的方式部署私有云，少数企业单独购买软件和服务

2016-2017年中国私有云细分市场构成



数据来源：中国信息通信研究院

云计算助推企业数字化转型

- 提升企业敏态竞争能力
- 助力企业重塑协同方式
- 驱动企业运营颠覆式创新

发展趋势

- 开源成为共识，云计算厂商纷纷拥抱开源技术
- 云计算运维进入 DevOps 时代，AIOps 尚处起步阶段
- 边缘计算与云计算协同助力物联网应用
- 云网融合加速网络结构深刻变革

2018 年中国大数据发展状况

我国大数据产业快速发展，为提升政府治理能力，优化公共民生服务促进经济转型和创新发展作出了积极贡献，成为推动经济社会发展的新动能。

顶层设计持续完善，政策机制日益健全

2018年，全国各地加强贯彻落实《促进大数据发展行动纲要》《大数据产业发展规划（2016-2020年）》及相关政策，十多个地方已经设置了省级大数据管理机构，30多个省市制定实施了大数据相关政策文件，多层次协同推进机制基本形成。

技术不断创新突破，软硬件产品界限被打破

国内骨干企业已经具备了自主开发建设和运维超大规模大数据平台的能力，一批大数据以及智慧城市方面的独角兽企业快速崛起，大数据领域的专利申请数量逐年增加。大数据产业的参与企业逐渐打破硬件和软件的产品界限，形成了“硬件带动软件”和“软件带动硬件”两种新型商业模式。

行业应用逐渐深入，不断带动经济发展

我国的大数据技术已经在电商、广告和搜索等行业得到的比较广泛应用并不断深入。金融、电信、医疗、教育、制造等行业也正在以大数据作为重要抓手来发展跨界的应用，推进“互联网+”发展。

区域布局逐步优化，产业规模不断壮大

我国已经建设了8个国家大数据综合示范区和5个国家大数据新型工业化示范基地，开展大数据方面的实践探索，区域布局持续优化。

国家大数据综合试验区示意图



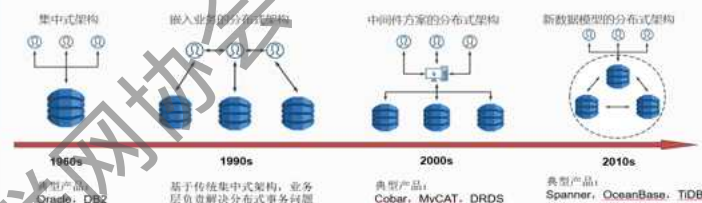
关键技术

数据分析技术

- 数据采集与传输
- 数据存储与管理
- 计算处理引擎
- 数据查询和分析
- 数据可视化

事务处理技术

事务型数据库架构演进图



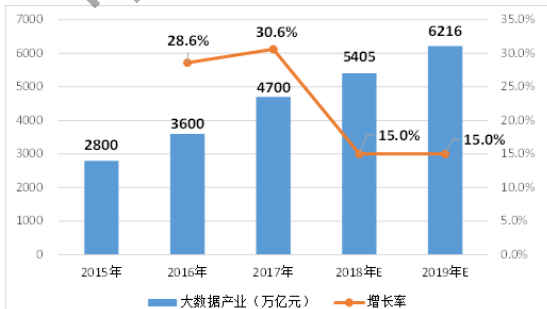
数据流通技术

- 同态加密
- 零知识证明
- 群签名
- 环签名
- 差分隐私

我国大数据产业规模推测达到5405亿元

2018年我国大数据产业规模推测达到5405亿元，较2017年的4700亿元同比增长15%，2019年有望达到6216亿元，并且未来几年我国大数据产业将保持在10-15%的发展增速。

2015-2019年中国大数据产业市场规模趋势



大数据应用主要矛盾

业务类型不均衡

大数据融合应用主要集中在外围业务上，而在核心业务方面的渗透程度还有待提高。在应用大数据的行业企业中，营销分析、客户分析和内部运营管理是应用最广泛的三个领域。相比之下大数据分析在产品生产、企业供应链管理等核心业务的应用比例还有待提升，大规模应用尚未展开。

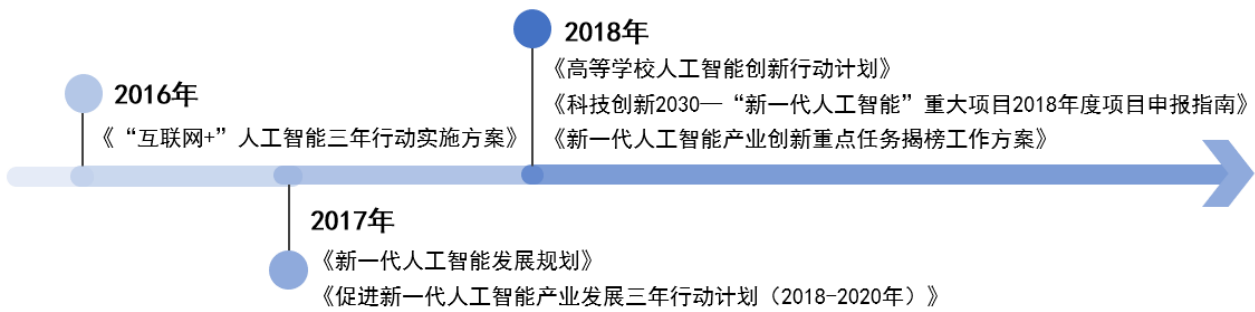
地域分布不均衡

大数据融合应用在地区之间发展不均衡，各地大数据应用发展程度差距较大。受经济发达程度、人才聚集程度和技术发展水平影响，大数据应用的产学研力量仍主要分布在北京、上海、广东、浙江等东部发达地区。相关的数据显示，中西部地区的大数据应用虽然市场需求较大，但发展水平仍较低。

行业分布不均衡

大数据融合应用主要集中在部分行业中，大数据与金融、政务、电信等行业的融合效果较好，而在其它众多行业的融合效果则有待深化。

2018年中国人工智能发展状况



发展形势

- 人工智能技术加快与实体经济融合
- 人工智能专利数量步入国际领先行列
- 人工智能初创企业快速成长
- 人工智能产业聚集效应逐渐显现
- 人工智能产业薄弱环节突出显现

企业数量

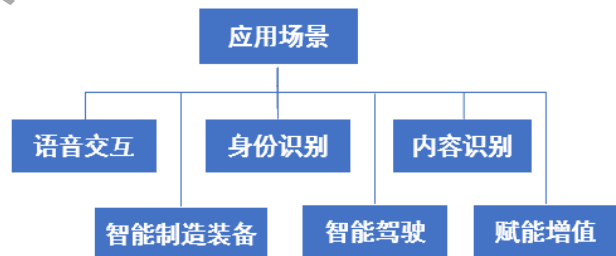
全球共创办人工智能企业15916家，其中我国人工智能企业数量为3341家，位居全球第二。

中国人工智能市场规模约为339亿元

2018年，中国人工智能市场规模约为339亿元，同比增长52.8%，我国于全球的市场份额由2017年的9.41%增长至12.56%，我国人工智能产业已经成为全球范围内的第二大力量。



数据来源：前瞻产业研究院



计算机视觉位居人工智能市场份额首位

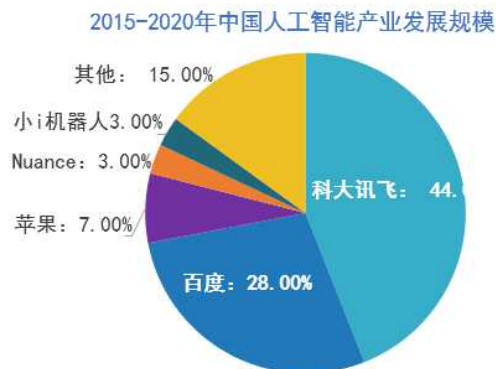
企业营收：我国人工智能企业营收在2018年获得了大幅增长，其中计算机视觉领域市场份额最高，占整个市场规模的34.9%。



数据来源：前瞻产业研究院

智能语音占整个市场规模的24.8%

智能语音市场份额紧随其后，占整个市场规模的24.8%。



数据来源：前瞻产业研究院

2018 年中国物联网发展状况

发展环境

- 基础能力建设加速数字化转型，驱动物联网应用需求全面升级
- IT、CT、OT技术交汇融合，促进物联网技术体系泛在、开放、智能化发展
- 国家和地方层面多方位部署，持续优化物联网发展政策环境



发展形势

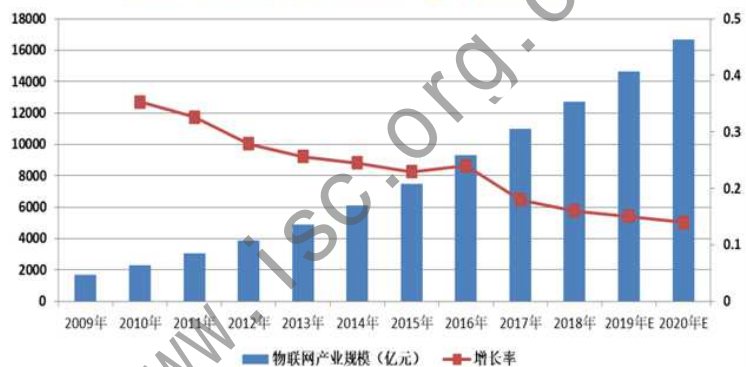
- 物联网在各行各业新一轮应用已经开启，落地增速加快
- 物联网产业力量不断增强，围绕关键环节进行布局
- 物联网生态之争愈演愈烈，边云双核心加快布局

产业规模

2018年，我国物联网产业规模达到1.2万亿元，预计未来几年将继续保持高速增长。

- 我国物联网产业保持高速发展，成为全球最大市场
- 主要集聚区发展成效显著，引领带动作用凸显
- 领军企业加速生态建设，中小企业深耕垂直领域

2009-2020年中国物联网产业规模及预测



数据来源：中国信息通信研究院

关键技术



标识解析体系

物联网标识体系既是支撑网络互联互通的神经枢纽，又是决定网络治理格局的核心环节。以传统编码管理组织和电信业国际标准化组织为主的运营机构，已经推出多种不同的标识编码方案和解析系统。

- 一是由国际电信联盟ITU提出的OID标识解析体系
- 二是由全球物品编码协会GS1提出的ONS标识解析体系
- 三是由数字对象管理机构DONA组织提出的Handle标识解析体系

应用场景

- 生产性物联网应用成为主战场
- 消费性物联网应用热点领域增长迅猛
- 智慧城市物联网应用全面升温



发展趋势

- 物联网新型基础设施支撑能力进一步加强
- 规模应用渗透领域不断扩展和深化
- 物联网安全、治理等重要性不断凸显

2018 年中国虚拟现实发展状况

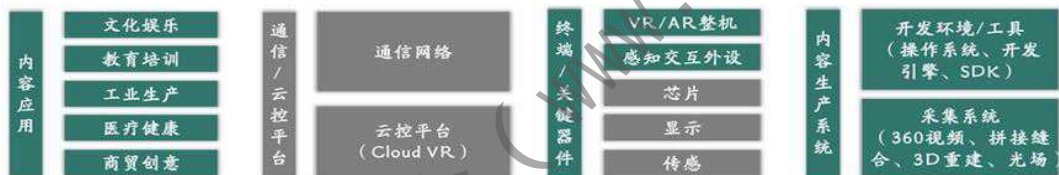
定义

- 虚拟（增强/混合）现实是指：借助近眼显示、感知交互、渲染处理、网络传输和内容制作等新一代信息通信技术，构建身临其境与虚实融合沉浸体验所涉及的产品和服务。
- VR通过隔绝式的音视频内容带来沉浸感体验，对显示画质要求较高，AR/MR强调虚拟信息与现实环境的“无缝”融合，对感知交互要求较高。
- VR侧重于游戏、视频、直播与社交等大众市场，AR/MR侧重于工业、军事等垂直应用。

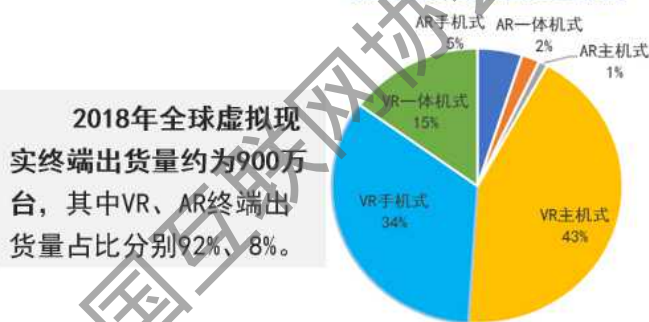
虚拟现实技术架构



虚拟现实产业结构



虚拟现实终端出货量份额



虚拟现实沉浸体验阶梯



发展趋势

- 电信运营商积极开展云VR创新业务布局
- 云化虚拟现实催化应用落地普及

2018 年中国工业互联网发展状况

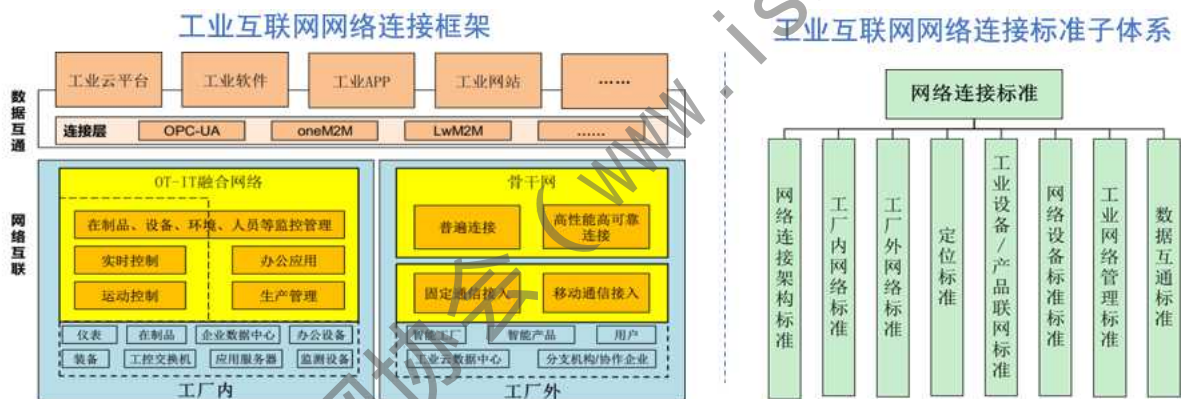
整体形势

2018年，我国工业互联网产业发展的顶层设计不断完善，多方协同和企业引领的产业生态加速形成，为我国工业互联网产业发展营造了良好的发展环境。

- 《关于“深化互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》、《工业互联网发展行动计划（2018-2020年）》等文件明确了发展方向与演进路径，形成我国工业互联网发展的“四梁八柱”。
- 在市场层面，产业生态不断壮大，形成了一批具有带动作用的龙头企业。
- 在网络方面，华为、中国联通、中国电信等信息通信企业已经在时间敏感网络、5G、工业无源光网络等技术应用方面取得积极进展。
- 安全层面，一批提供安全解决方案的初创企业受到资本市场的广泛青睐。

工业互联网产业

- 工业互联网产业是围绕网络、平台、安全三大体系形成的综合性产业，包含工业互联网网络、工业互联网平台、工业互联网安全、工业软件、自动化等细分领域。
- 工业互联网产业的发展以企业为主体，包含了信息通信企业、工业解决方案企业、工业制造企业等多类型主体。
- 与此同时，高校、科研院所、金融机构也积极参与工业互联网发展，形成了产学研用协同合作的良好生态。
- 在各类主体跨界合作、协同突破的局面中，工业互联网产业联盟是重要载体与桥梁，目前联盟会员数已经突破千家，汇聚了技术、人才、资金等跨界资源，加快了产业培育、应用推广等各项工作，推动形成跨界融新、跨界合作、开放包容、协同创新的产业生态。



标识解析体系

- 体系架构顶层设计：标识解析体系架构既是统筹协调根节点、国家顶级节点、注册管理系统的建设和运营的重要依据，也是对产业界开展解析节点建设和应用探索的重要参考。
- 技术与标准研制：我国工业互联网标识解析体系标准包括整体架构标准、编码与存储标准、采集与处理标准、解析标准、数据与交互标准、设备与中间件标准、异构互操作标准、应用支撑标准等八个部分。
- 系统研发与节点部署：中国信通院提出了遵循DNS、Handle等国际标准，面向工业制造应用场景，兼容互通、统一服务的融合型标识解析技术方案，研发了具备高性能的注册和解析服务、支持高性能指标、具有隐私保护和加密认证安全能力、可部署至各个节点的标识解析系统。
- 企业推广与应用落地：我国企业积极开展应用探索，进一步促进了工业互联网标识解析生态体系的完善。

工业互联网平台

- 涌现出更多知名工业互联网平台产品
- 构筑了以连接与边缘计算、云服务、通用PaaS、数据分析与可视化、业务PaaS五类平台为核心的完整平台体系
- 形成一批创新解决方案和应用模式

工业互联网应用

- 应用范围不断扩展，行业覆盖持续延伸。
- 应用呈现出典型鲜明发展路径和特色。
- 应用成效初步显现，提质降本增效成为主要目标。
- 新模式新业态加速涌现。
- 大中小企业融通发展。

2018年中国移动互联网发展状况 (1/2)

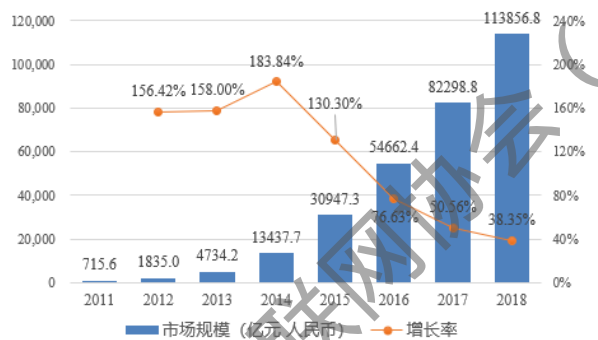
发展形势

- 移动终端人口红利枯竭，市场细分和下沉拓宽用户范畴
- 市场监管从严
合规化运营势在必行
- 数据赋能企业数字化转型
争夺用户使用时间
- 移动互联网企业扎堆上市
市场竞争愈发激烈
- 新技术新风口提供发展新动能
惠及百姓民生

中国移动互联网市场规模达11.39万亿元

2018年，中国移动互联网市场规模达11.39万亿元，发展增速降至38.35%。受宏观经济形势变化和网民红利触顶的双重因素影响，自2014年以来移动互联网市场发展迎来拐点，其发展增速开始逐年下降，已由高速发展步入平稳发展阶段。

2011-2018年中国移动互联网市场规模



中国移动购物市场规模达到8.85万亿元

2018年，中国移动购物市场规模达到8.85万亿元，增速为45.94%，较2017年略有放缓。

2011-2018年中国移动购物市场规模



中国手机市场总体出货量4.14亿部

2018年，中国手机市场总体出货量4.14亿部，同比下降15.6%，降幅较上年扩大3.4个百分点。上市新机型764款，同比下降27.5%。

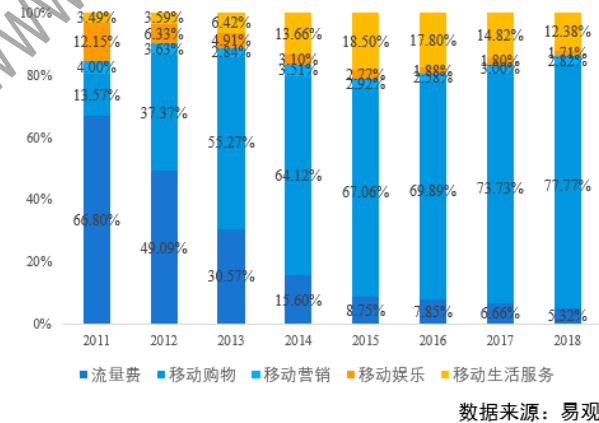
2014-2018年国内手机市场总体出货量



移动购物占据移动互联市场主导地位

在市场结构方面，移动购物在移动互联网市场结构中比例高达77.77%，与2017年相比，占比增加了4.04%，移动购物已成为移动互联网市场的绝对主角

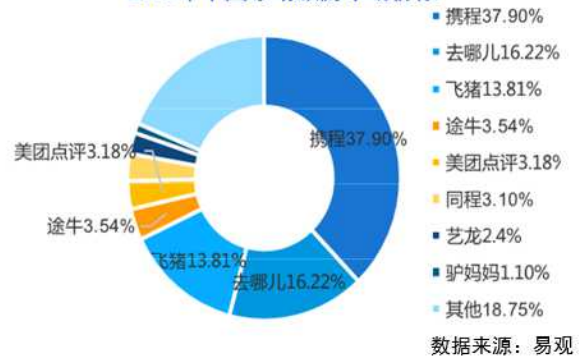
2011-2018年中国移动互联网市场结构



携程位居在线旅游市场份额首位

2018年的在线旅游市场，携程以37.9%的市场份额稳居第一，去哪儿以16.22%紧随其后，飞猪以13.81%位列第三。

2018年中国移动旅游市场份额

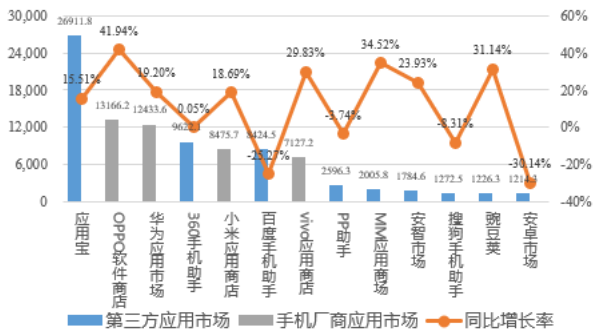


2018年中国移动互联网发展状况 (2/2)

应用宝仍然是手机应用下载第一大平台

2018年，应用宝仍然是手机应用第一大下载渠道，月活跃用户高达2.69亿人，全网渗透率为27%；各大手机厂商自有应用市场月活跃用户规模也在显著上升。

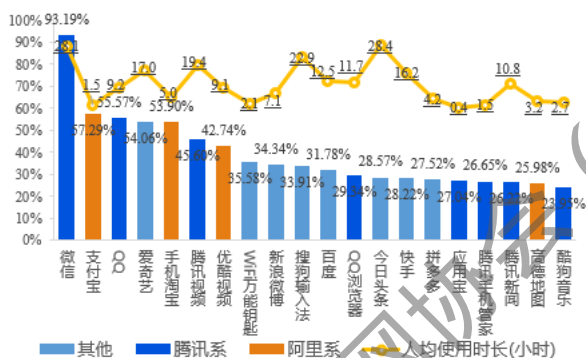
2018年中国移动应用市场月活跃用户规模及同比增长率



数据来源：易观

2018年，移动应用市场集中度进一步提高，TOP5的移动应用渗透率均高达50%，在人均使用时长上，后来者对传统巨头发起了挑战，今日头条以28.4小时首次超过微信。

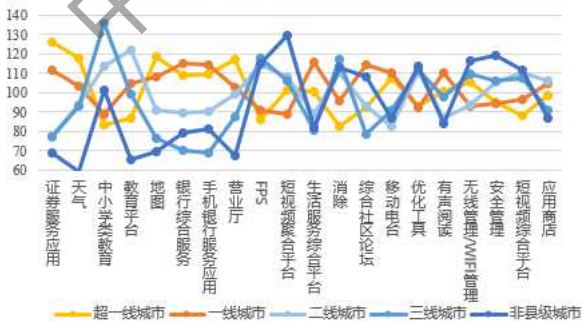
2018年中国移动应用活跃用户渗透率TOP20



数据来源：易观

一线及以上城市居民偏好金融类应用，对于银行综合服务、银行服务、支付和证券服务类应用的偏好度远高于二线及以下城市。在娱乐领域，一线及以上城市居民喜爱使用移动电台和有声阅读；而二线及以下城市，喜爱视频和休闲游戏，例如消除类和FPS类游戏。

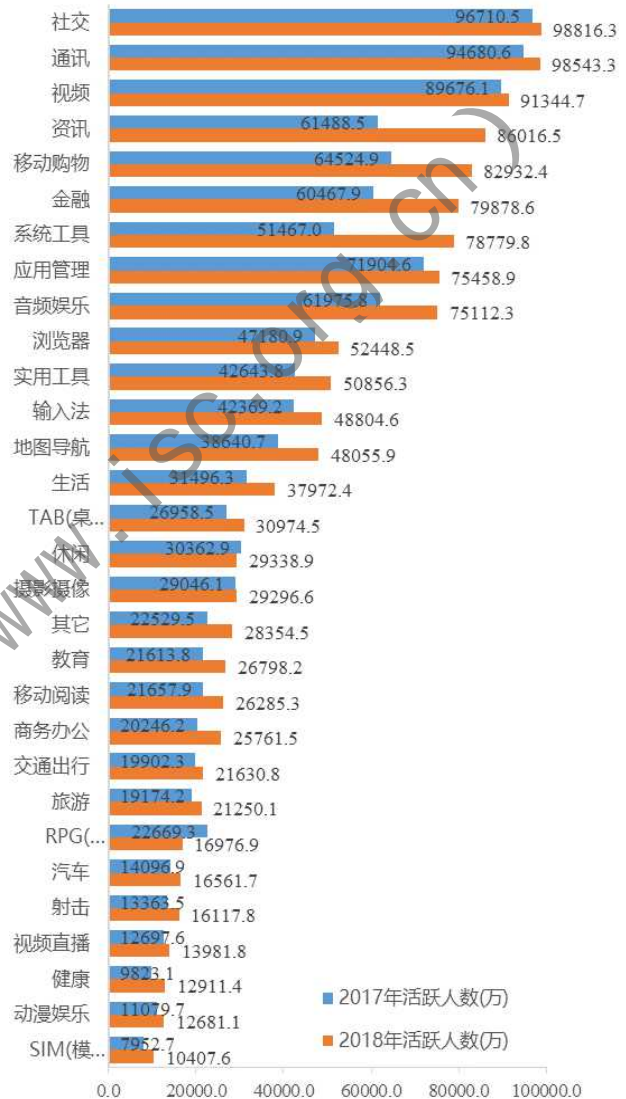
2018年不同地域移动网民应用偏好度对比



数据来源：易观

2018年，中国移动应用市场上TOP30的应用领域活跃用户数均在1亿人以上。其中，社交、视频等头部领域用户规模已趋于饱和，增长率趋缓。而处在第二梯队的，音频娱乐、移动购物、资讯等领域用户规模仍保持快速增长。

2018年中国移动互联网活跃用户应用领域TOP30



数据来源：易观

发展趋势

- 多功能融合应用成为移动市场主要形态
- 轻应用和原生应用将长期共存
- 移动应用用户向三线及以下城市下沉
- 多渠道融合分发成为应用分发通用模式
- 分发平台深度介入游戏应用运营与营销环节
- 工业互联网APP应用落地未来可期

2018 年中国电子政务发展状况

目标

转变政府职能，深化简政放权，创新监管方式，增强政府公信力和执行力，建设人民满意的服务型政府。

实现

- 互联网+政务服务
- 公共信息资源开放试点
- 政府网站集约化试点
- 建设国家互联网+监管系统
- 政府网站的规范化管理
- 一体化在线政务服务平台建设
- 政务公开

建设成果

我国电子政务统筹协调机制日趋完善

产业支撑能力持续提升

政务云平台建设稳步推进

“互联网+政务服务”已形成良好的工作格局

电子政务云平台国家标准体系基本建立

政府网站集约化试点工作有序推进

政府网站工作基本形成较为完善的常态化监管体系

政务公开工作进一步深化

国家“互联网+监管”系统建设全面开展

信息惠民服务体系初具规模

基本公共服务信息化进入服务和技术深度融合发展阶段

省级统筹的一体化政务服务平台建设进度和效果显著提升

基于云计算的电子政务公共平台系列标准一览表

	总体规范 GB/T 34078	技术规范GB/T 33780	服务规范GB/T 34079	安全规范GB/T 34080	管理规范GB/T 34077
“互联网+政务服务”已形成良好的工作格局	第1部分：术语和定义	第1部分：系统架构	第1部分：应用分类	第1部分：总体要求	第1部分：服务质量评估
电子政务云平台国家标准体系基本建立	第2部分：顶层设计导则	第2部分：功能和性能	第2部分：应用部署和数据迁移	第2部分：信息安全	第2部分：服务度量计价
政府网站集约化试点工作有序推进	第3部分：服务管理	第3部分：系统和数据接口	第3部分：数据管理	第3部分：服务安全	第3部分：运行保障管理
政府网站工作基本形成较为完善的常态化监管体系	第4部分：服务实施	第4部分：操作系统	第4部分：应用服务	第4部分：应用安全	第4部分：平台管理导则
政务公开工作进一步深化	—	第5部分：信息资源开放共享系统架构	第5部分：移动服务	—	第5部分：技术服务体系
国家“互联网+监管”系统建设全面开展	—	第6部分：服务测试	—	—	—
信息惠民服务体系初具规模	—	—	—	—	—
基本公共服务信息化进入服务和技术深度融合发展阶段	—	—	—	—	—
省级统筹的一体化政务服务平台建设进度和效果显著提升	—	—	—	—	—

2018年6月

2018年1月

2018年11月

2018年4月

《进一步深化“互联网+政务服务”推进政务服务“一网、一门、一次”改革实施方案》

互联网+政务服务确立了“一网、一门、一次”的应用目标，并且按照全面实现“一网通办”的要求，在完善顶层设计的基础上，进一步从服务目标的导向出发明确了深化互联网+政务服务建设任务。

《关于做好政府网站年度报表发布工作的通知》

明确了政府网站主管部门对站群规模、安全检查、用户纠错信息处理、人员培训等监督管理信息数据的报送要求；明确了政府网站主办单位对自身网站建设管理规范性、内容维护、安全防护、政务新媒体维护、创新发展等工作情况的信息报送要求。

《政府网站集约化试点工作方案》

确立了“12345”的工作框架：
 □ 一个目标：以建设整体联动、高效惠民的网上政府为目标；
 □ 两种模式：省级统建模式，或省级、地市级分建模式；
 □ 三个维度：集约化工作要向数据融通、服务融通、应用融通三个方向延伸；
 □ 四个原则：问题导向、开放融合、集约节约、平稳有序；
 □ 五个任务：建设集约化平台、形成标准规范、构建信息资源库、提供一体化服务、强化安全保障。

《2018年政务公开工作要点的通知》

主要任务包括：
 □ 着力加强公开解读回应工作；
 □ 着力提升政务服务工作实际；
 □ 着力推进政务公开平台建设；
 □ 着力推进政务公开制度化规范化。

发展形势

2018年，政府网站信息公开和政务服务受到更多关注，公开和服务能力相对较高，但与国家相关要求对比仍有较大差距。此外，政府网站传播应用水平明显低于其他指标，政府网站的使用率、影响力和满意度亟待提升。

省级政府网站各类指标总体表现



数据来源：《2018年政府网站绩效评估报告》

2018 年中国网络资本发展状况 (1/2)

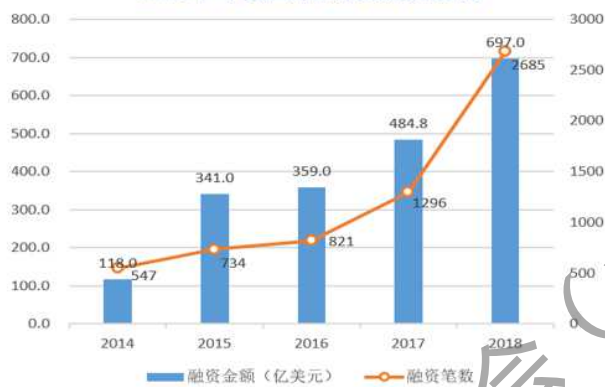
整体形势

- 2018年前11月中国股权投资市场共募集资金1.15万亿，同比下降28.7%，募资难度提升导致投资方的出资能力下降
- 2018年互联网企业赴美、赴港上市潮迭起
- 互联网企业普遍上市破发、市值倒挂，约有55%的企业按最低发行价发行；79%的公司市值低于上市首日，其中18%的公司市值几近腰斩
- 以高端芯片、人工智能应用为代表的高新技术、以医疗健康、素质教育为代表的社会刚需，不断涌现创业新秀，在“寒冬”中实现跨越式发展，成为赛道的领跑者

互联网投融资总额达697亿美元

2018年，国内投融资规模整体呈现快速增长态势，投融资案例共2685件，相较2017年的1296件增长107.2%，披露的总交易金额为697亿美元，相较2017年的484.8亿美元增长43.8%。

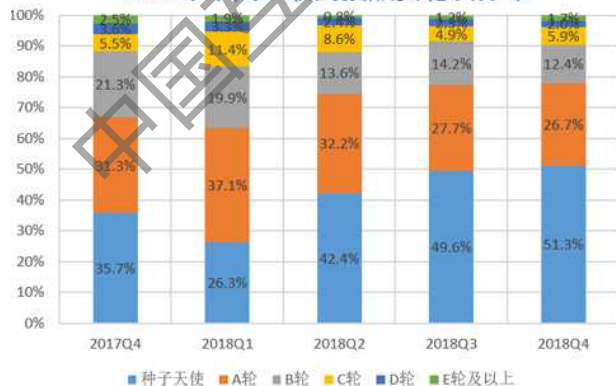
2018年中国互联网投融资规模



初创企业投融资占比保持高位

2017年第四季度至2018年底，包含种子天使轮和A轮的早期投资占比保持高位，资本方普遍看好互联网初创企业的成长性。

2018年中国互联网投融资轮次分布



2018年，中国互联网投融资案例在细分市场上主要集中在互联网金融、企业服务、电子商务和在线教育领域；总交易金额集中在互联网金融、电子商务、出行旅游、本地生活领域。

2018年中国互联网领域投融资案例

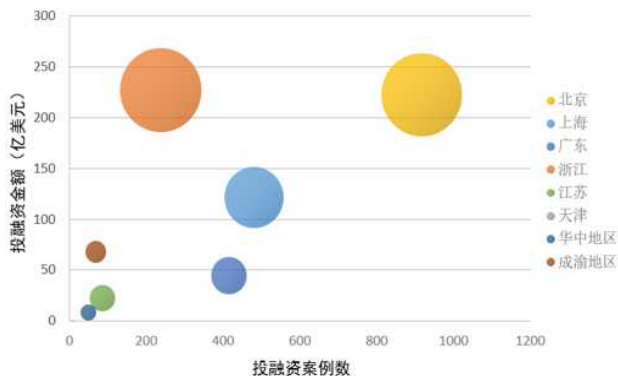
2018年	融资笔数	笔数占比	融资金额	金额占比
互联网金融	452	16.8%	263	37.7%
电子商务	368	13.7%	118	16.9%
出行旅游	109	4.1%	56.3	8.1%
本地生活	70	2.6%	45.8	6.6%
企业服务	371	13.8%	35.2	5.1%
音视频	92	3.4%	34.2	4.9%
IT服务	93	3.5%	32.3	4.6%
在线教育	262	9.8%	30.5	4.4%
医疗健康	106	3.9%	16.8	2.4%
房产	24	0.9%	10.3	1.5%
在线信息	152	5.7%	10.1	1.4%
社交网络	97	3.6%	9.94	1.4%
其他	194	7.2%	9.16	1.3%
信息安全服务	83	3.1%	8.5	1.2%
游戏	62	2.3%	6.88	1.0%
广告营销	87	3.2%	6.67	1.0%
文化娱乐体育	34	1.3%	2.10	0.3%
搜索引擎	5	0.2%	0.72	0.1%
应用基础设施	17	0.6%	0.49	0.1%
工具软件	6	0.2%	0.03	0.0%
电子政务	1	0.0%	0.01	0.0%

2018 年中国网络资本发展状况 (2/2)

北京市投融资案例数量位居区域梯队首位

2018年，北京市投融资案例916起，数量较第二名上海市高出90.8%，之后依次为上海市、浙江省和广东省等。

2018年中国互联网投融资情况区域分布



2018年下半年资本市场迎来寒冬

自2018年第三季度开始，我国投融资总交易金额连续两个持续环比下滑44.6%和9.2%，投融资双方均表示感到“资本寒冬”。

中国互联网投融资分季度情况



我国互联网上市企业市值有所下降

截至2018年底，我国167家上市互联网企业总市值为8万亿元，较上季度下跌11.7%，相较于上季度，近85%的企业市值出现负增长，若剔除今年新上市企业，互联网企业总市值降幅超28%。

中国互联网上市企业市值情况



2018 年中国互联网企业投融资案例

融资企业	领域	投资方	金额 / 亿美元	轮次
蚂蚁金服	互联网金融	阿里巴巴等	140	C轮
饿了么	电子商务	阿里巴巴、蚂蚁金服等	30	少数股权
陆金所	互联网金融	全明星投资	28.9	C轮
度小满金融	互联网金融	百度等	19	并购
满帮集团	电子商务	国新基金、软银等	19	VC
紫光云数	IT服务	清华紫光	18.1	少数股权
摩拜单车	出行旅游	阿里巴巴领投	10	F轮
车好多	电子商务	58同城、中国银行等	8.2	C轮
哈罗单车	出行旅游	蚂蚁金服、复星等	7	E轮
金融壹账通	互联网金融	IDG、中国平安等	6.5	A轮
斗鱼	音视频	腾讯控股	6.3	E轮
百合网	社交网络	缘宏投资	6.28	并购
自如	网络房产	华兴资本等	6.21	A轮
网易云音乐	音视频	百度风投	6	B轮
哈罗出行	出行旅游	蚂蚁金服等	5.84	G轮
ofo	出行旅游	阿里巴巴领投	5.82	E2轮
大搜车	出行旅游	阿里巴巴、蚂蚁金服等	5.78	F轮
达达京东到家	电子商务	京东、沃尔玛等	5	少数股权
滴滴出行	出行旅游	Booking	5	少数股权
微医集团	医疗健康	友邦保险等	5	E轮
大米科技	互联网教育	腾讯等	5	D2轮
盛大	网络游戏	腾讯控股	4.76	少数股权
虎牙直播	音视频	腾讯控股	4.6	B轮
每日优鲜	本地生活	华兴资本等	4.5	E轮
途虎养车	电子商务	建银国际等	4.5	E轮
美菜	本地生活	华人文化产业投资基金	4.5	E轮
平安好医生	医疗健康	软银集团	4	少数股权
草根投资	互联网金融	洲际油气	3.59	D轮
作业帮	互联网教育	Coatue基金等	3.5	D轮
盘石股份	广告营销	工行信托等	3.24	D轮
微盟	电子商务	新加坡政府投资公司等	3.21	E轮
G7	IT服务	中国银行等	3.2	F轮
哔哩哔哩	音视频	腾讯控股	3.18	少数股权
新潮媒体	音视频	百度等	3.1	未披露
人人车	电子商务	滴滴出行等	3	E轮
小红书	社交网络	阿里巴巴、元生资本等	3	D轮
小猪短租	房地产	尚城资本等	3	F轮
猿辅导	互联网教育	IDG资本等	3	F轮

投融资下降受多重原因影响

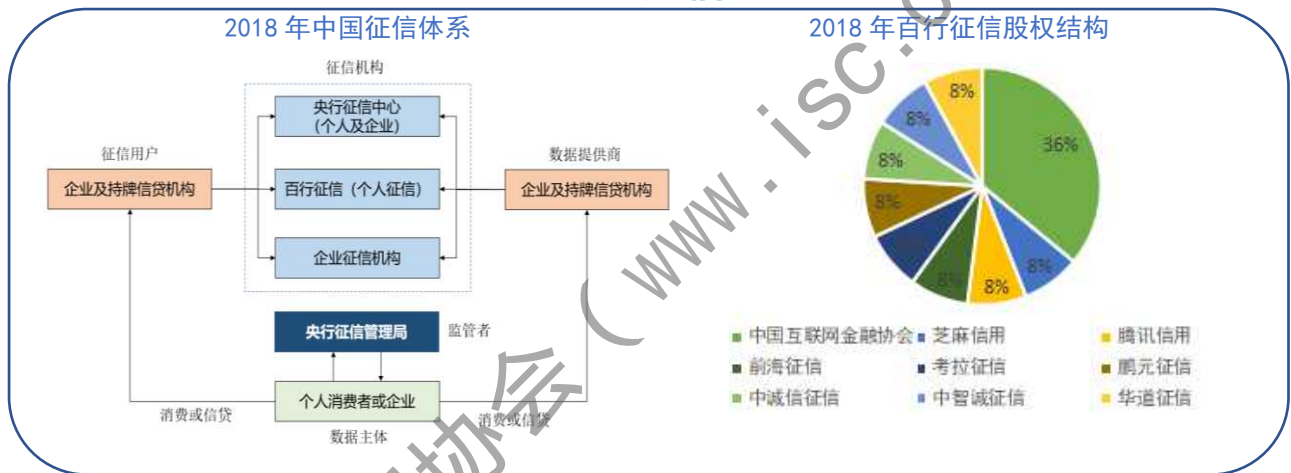


2018 年中国互联网金融发展状况 (1/3)

网络金融监管框架



金融征信



P2P

2018 年 P2P 网贷行业成交额整体下降，全年累计成交 17948.01 亿元，年均综合利率 9.87%。

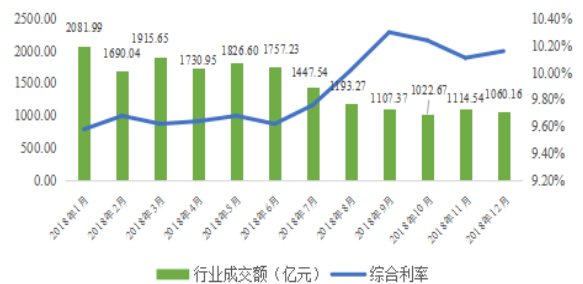
根据 2018 年 12 月 P2P 网贷行业贷款余额排序，陆金服、人人贷、宜信惠民、爱钱进、拍拍贷、红岭创投、恒易融、微贷网、小赢网金、有利网位列 TOP10。其中，陆金服以 1454.23 亿元的贷款余额稳居榜首。此外，根据地区划分，排名靠前的机构中 90% 位于北上广地区。从成交量来看，由于年底资金面较为紧张，成交量出现下滑，部分平台贷款余额也初夏下降。

2018 年 12 月 P2P 网贷行业贷款余额 TOP10 平台运营数据

序号	平台名称	省市	贷款余额 (亿元)	环比变化 (%)	成交量 (亿元)	综合收益率 (%)
1	陆金服	上海	1454.23	-3.21	约100	8.34
2	人人贷	北京	384.7	0.25	34.93	9.85
3	宜信惠民	北京	380.8	-	18.29	-
4	爱钱进	北京	332.54	0.71	41.63	11.55
5	拍拍贷	上海	205.01	0.11	47.91	11.15
6	红岭创投	广东	186.94	-	44.41	7.41
7	恒易融	北京	179.38	0.4	11.51	11.41
8	微贷网	浙江	170.74	2.91	43.31	4.7
9	小赢网金	广东	158.22	-0.45	45.08	7.61
10	有利网	北京	157.98	-4.35	24.57	9.85

数据来源：网贷之家

2018 年中国 P2P 行业成交额月度分布



数据来源：网贷之家

2018 年中国互联网金融服务发展状况 (2/3)

网络支付

网络支付参与机构可分为涉及清算业务和支付资质与不涉及清算和支付资质业务两大类。目前支付领域各方参与者，其主要区别在于支付工具的提供者是否具有支付资质，是否持有中国人民银行颁发的《支付业务许可证》，是否进行资金清算。以此为分类标准，当前支付市场可以分为两大类，四种主体。

网络支付参与机构分类

类别	特点	主要参与者
涉及清算业务和支付资质	银行及各银行金融机构	各大银行机构的网上银行、手机银行、电话银行等。
	第三方支付	支付宝、微信支付、百度钱包、京东支付、易宝支付、富友支付等。
不涉及清算业务和支付资质	融合场景支付	小米MI Pay、华为Huawei Pay以及三星Samsung Pay、苹果Apple Pay等。
	四方聚合支付	利楚商务“扫呗”、中国耀盛“普付宝”、智付科技“智付”、八立方科技“付钱拉”、简米网络Ping++、顺维无限科技Paymax等。

第三方支付金融达 208.07 万亿元

2018 年，非银行支付机构发生网络支付业务 5306.10 亿笔，同比增长 85.05%；支付金额达 208.07 万亿元，同比增长 45.23%。

1. 移动支付已成为农村地区的主要网络支付方式。

2018 年非银行支付机构为农村地区提供网络支付业务共计 2898.02 亿笔，增长 104.4%；支付金额达 76.99 万亿元，增长 71.11%。其中移动支付 2748.83 亿笔，增长 112.25%，占网络支付份额为 94.85%；支付金额达 74.42 万亿元，增长 73.48%，占网络支付份额为 96.66%。

2. 支付牌照管控严格，支付场景不断延伸。

网络支付应用在公共交通、医疗健康等领域形成突破，当前我国绝大多数三线及以上城市公共交通系统引入手机网络支付应用。

3. 行业竞争依旧激烈。

银联、商业银行加大支付业务布局力度，在不断优化自身产品体验的基础上，与第三方支付企业展开正面争夺，其中银联的“云闪付”产品上线一年内用户量突破一亿。

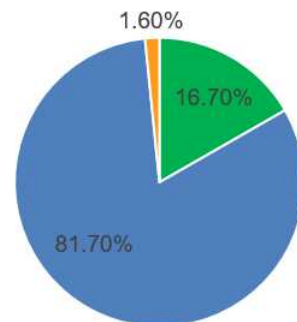
4. 支付方式更为多元。

银联、商业银行加大支付业务布局力度，在不断优化自身产品体验的基础上，与第三方支付企业展开正面争夺，其中银联的“云闪付”产品上线一年内用户量突破一亿。

5. 加速布局国际市场。

银联卡目前受理网络已经覆盖全球 160 个国家和地区的 3600 万家线下商家；支付宝的境外线下支付目前已经覆盖超过 40 个国家和地区，服务全球 8.7 亿活跃用户；相对支付宝而言，微信支付的国际化布局时间较晚，但近年扩张速度也非常快，网络支付服务领域拓展到国际市场。

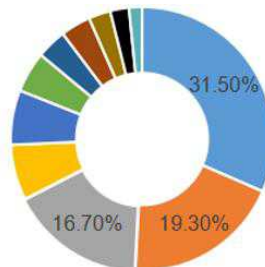
2018 年中国网络支付市场结构



■ 银行及银行金融机构
■ 第三方支付
■ 融合场景支付+四方聚合支付

数据来源：观研天下

2018 年网络支付市场企业格局



■ 支付宝31.5% ■ 财付通19.3% ■ 银联商务16.7%
■ 快钱6.8% ■ 汇付天下6.7% ■ 中金支付5%
■ 宝付3.7% ■ 易宝支付3.7% ■ 京东支付2.7%
■ 苏宁支付2.3% ■ 其他1.6%

数据来源：观研天下

2018 年中国互联网金融发展状况 (3/3)

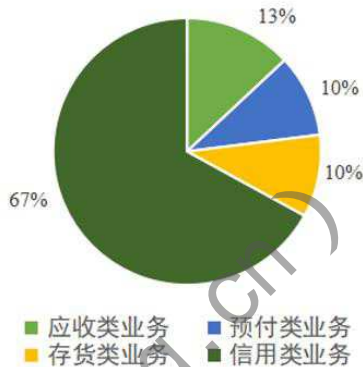
供应链金融

供应链金融产品主要可分为四大类：应收类业务、预付类业务、动产类业务和信用类业务，其中以应收类业务占据市场主体。

供应链金融产品分类

产品类别		抵押物	主导方	风控点
应收类	保理、订单融资、应收租赁款质押融资、票据类融资等	应收账款	核心企业	下游核心企业的反担保作用。
	保兑仓融资、先票后货业务、信用证业务、担保提货业务等	预付账款	核心企业	
存货类	标准仓单融资、现货质押融资等	存货	物流企业	历史交易记录和供应链运作情况，第三方物流对质押物验收、价值评估与监管。
	信用贷	企业数据	电商、ERP、第三方服务平台	

2018 中国供应链金融市场结构



数据来源：根据小米金融科技研究中心数据估算

众筹

2018 年上半年中国众筹项目类型情况

项目类型	总项目数	成功项目数	成功项目预期融资金额 (亿元)	成功项目已筹金额 (亿元)	成功项目支持人次 (万)
物权型	28010	27976	69.13	69.13	38.48
权益型	12171	7169	12.74	53.14	688.28
股权型	875	253	9.53	12.99	1.52
公益型	7879	4876	9.76	1.86	889.78
总计	48935	40274	101.16	137.11	1618.06

数据来源：众筹家

2018 年上半年分类众筹总融资金额排名

众筹类型	平台名称	成功项目融资金额 (万元)	总项目数
物权型众筹平台	1 维C物权	119086.1	6365
	2 智仁科	114643.1	7140
	3 中e众筹	111157.58	3053
	4 融车网	98774.5	1255
	5 迅销众筹	29444.43	588
权益型众筹平台	1 多彩投	155933.97	145
	2 开始吧	144682.93	398
	3 京东众筹	74158.62	1598
	4 淘宝众筹	48994.06	1080
	5 小米众筹	31708.04	73
股权型众筹平台	1 多彩投	38255	11
	2 分分投	12799	24
	3 青春梦	10583	4
	4 云投汇	10505	2
	5 第五创	8556.71	30

数据来源：人创咨询

发展形势

- 国务院再提“众包众筹众创”股权众筹试点指日可待
- 制定《股权众筹试点管理办法》纳入证监会年度立法工作计划
- 失信被执行人未来将不能通过众筹融资

2018 年中国电子商务发展状况



发展形势

- 1 网络零售市场总体平稳发展
- 2 消费升级，需求端倒逼上游供应链重塑
- 3 大数据与云计算孵化电商新业态
- 4 电商渠道下沉，触达地域鸿沟日益弥合
- 5 消费升级背景下品质化趋势日益显现

中国电子商务交易额达31.63万亿元

2018年中国电子商务交易额达31.63万亿元，同比增长8.5%，增速较2017年下降3.2个百分点。



数据来源：国家统计局

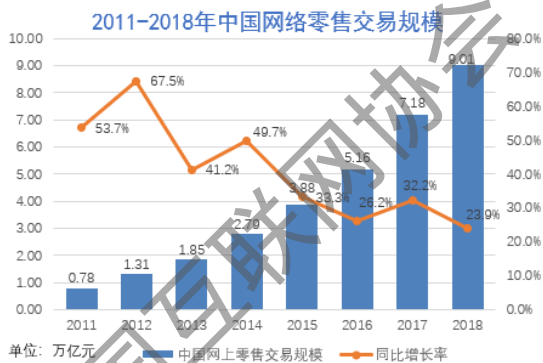
中国电子商务服务业市场规模达3.52万亿元

2018年，中国电子商务服务业市场规模达3.52万亿元，同比增长20.3%，增速较2017年上涨1个百分点。



中国网络零售额达9.01万亿元

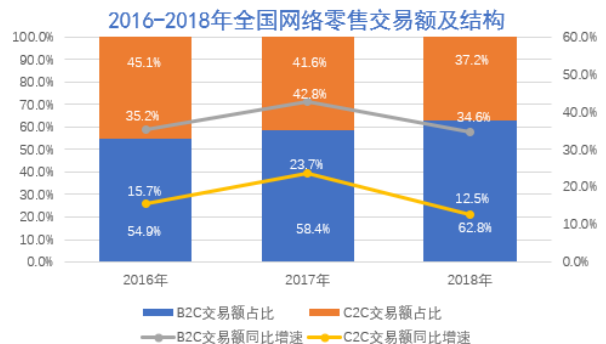
2018年中国网络零售额达9.01万亿元，同比增长23.9%，增速较2017年下降8.3个百分点。



数据来源：国家统计局

B2C占据全国网络零售主导地位

2018年，我国电子商务B2C零售额占全国网络零售额的62.8%，较2017年提升4.4个百分点；B2C零售额同比增长34.6%，增速高于C2C零售额22.1个百分点。



发展趋势

- 线上获客成本激增，纯电商模式待转型
- 数字基础设施普及，核心技术应用落地促进融合
- 从后端供应链到前端客户体验，覆盖全价值链多场景
- 供应链效率提升是线上线下融合的重要基础
- 开放平台与即时物流助力“最后一公里”消费需求满足
- 社交电商发展迅速，全面提升运营效率
- 产品至服务、标品到非标的延伸
- 商品呈现横向扩充趋势，非传统零售实体商品品类不断增加
- 服务呈现纵向延伸趋势，服务型商品日益丰富
- 网购消费离差缩小，消费观点逐渐稳固成型
- 主流消费群体发生变化，80、90后消费行为特征及消费观念有所不同
- 低线城市高端消费客单价与高线城市差异不断缩小

2018年中国网络游戏发展状况

发展形势

- 产权保护法逐渐完善，游戏产业进一步规范
- 游戏引擎技术愈发成熟，游戏可实现更加强大便捷的功能
- 文化娱乐市场需求不断增长，网络游戏消费规模随之提升
- 版号审批收紧，网络游戏监管逐步趋严
- 主要消费群体发生转变，消费观念及用户需求随之变化

中国网络游戏市场规模约为2871亿元

2018年，中国网络游戏市场规模约为2871亿元，同比增长21.9%，增速较2017年底减少9.7个百分点。2018年网络游戏市场发展增速虽然有所放缓，但超过20%的市场增速意味着游戏市场仍然具有一定发展空间。



移动游戏占据网络游戏产业主导地位

2018年中国网络游戏产业以移动游戏占据主导地位，产业结构占比也进一步攀升至66.8%，较2017年底提升了3.6个百分点。



中国移动游戏市场规模约为1646亿元

2018年，中国移动游戏市场规模测算约为1646亿元，同比增长10.5%，增速较2017年底大幅放缓，下降了35个百分点。



中国PC网络游戏市场规模为50.6亿元

2018年，中国PC网络游戏市场规模测算为50.6亿元，同比增长为37.8%，增速较2017年底下降了20个百分点，PC游戏市场发展明显放缓。

2015-2018年中国PC单机游戏用户消费规模



中国电子竞技整体市场规模约为940.5亿元

2018年，中国电子竞技整体市场规模测算约为940.5亿元，同比增长33.2%，增速较2017年底下降31个百分点。



2018年中国移动电竞产业链



发展趋势

- 重视国外优质单机游戏市场，助推中国单机游戏发展
- 棋牌游戏逐渐正规化 重新回归游戏本质
- 精致和创意是中国单机游戏的机会
- 提升用户存量价值仍是主要发展方向
- 打造游戏优质IP品牌，泛娱乐运营提升品牌价值
- 相关政策出台引导电竞行业规范发展
- 移动电竞从轻到重，未来提升空间巨大
- 游戏直播促进实现多元化平台收入

2018 年中国搜索引擎发展状况



发展形势

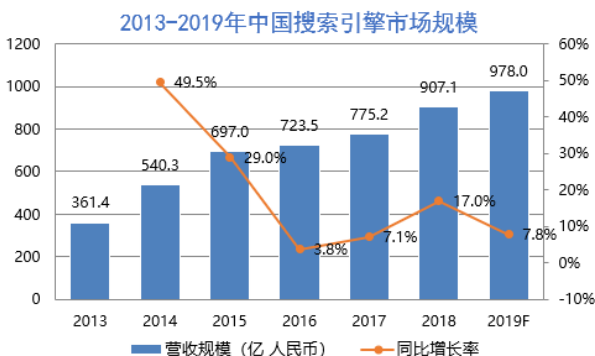
单一搜索广告模式难以支撑增长，搜索+信息流广告比重增加

监管力度加强，医疗广告成为重点关注领域

AI技术尚未实现营收转化

中国搜索引擎市场规模达到907.1亿元

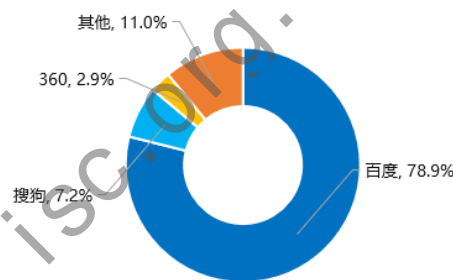
2018年，中国搜索引擎市场规模达到907.1亿元，同比增长17%，增速较2017年提升了10个百分点，市场处于恢复性增长态势。



百度稳居搜索引擎市场头部位置

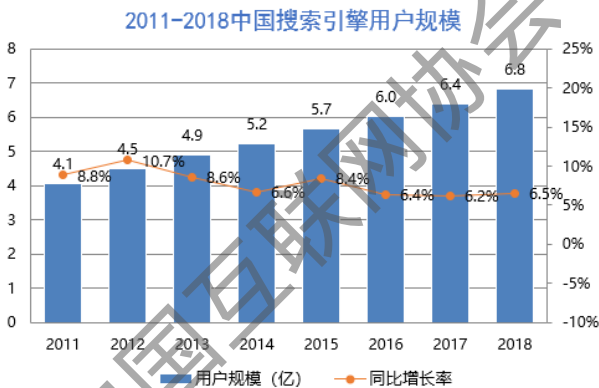
2018年中国搜索引擎市场格局仍旧保持稳定，百度仍然牢牢占据市场头部位置，2018年百度搜索收入在整个市场占比达到78.9%，之后依次为搜狗与360搜索。

2018年中国搜索引擎市场份额



中国搜索引擎用户规模达到6.81亿人

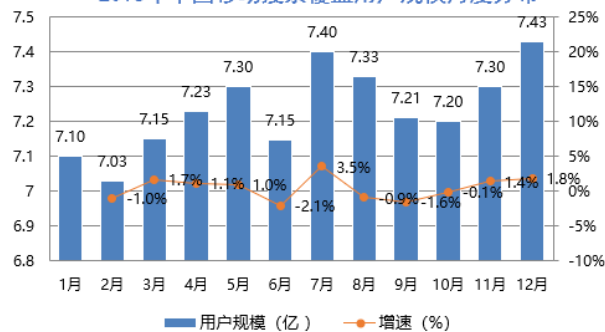
2018年中国搜索引擎用户规模达到6.81亿人次，相比2017年，同比增加6.5%，增速微涨0.3个百分点。



中国移动搜索用户规模达到7.43亿人

2018年中国移动搜索用户规模整体保持稳中有升，用户覆盖达到7.43亿人次，全网移动用户渗透率达到74.67%。

2018年中国移动搜索覆盖用户规模月度分布



商业模式

- 固定排名
- 竞价排名
- 搜索信息流

发展趋势

- 搜索市场增速将持续放缓
- 智能硬件或将支撑搜索引擎继续发展
- 搜索功能工具化属性将更加明显

2018 年中国网络音视频发展状况

发展形势

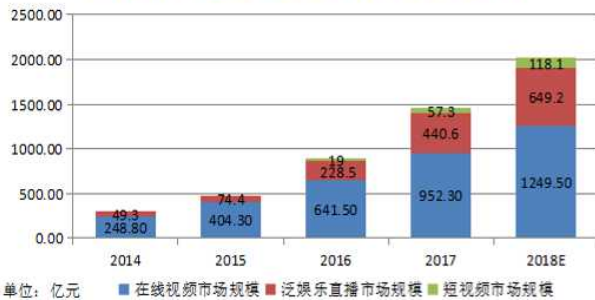
网络音视频行业，是指在互联网上提供免费或者有偿音视频流播放、下载服务的行业。2018年中国网络音视频行业市场规模已突破千亿元，成为网络文化娱乐产业乃至总体文化产业发展的主要支柱。

- 音视频行业成为内容消费产业的核心支柱
- 视频内容生态圈日渐成熟
- 网络音视频新业态亮点频出

在线视频行业市场规模达2016.8亿元

2018年在线视频行业市场规模达2016.8亿元，同比增长39.1%。

2014-2018年中国网络视频内容行业市场规模



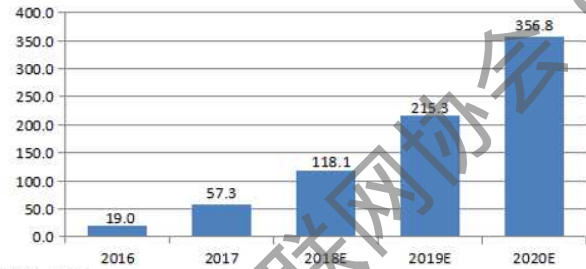
单位：亿元

数据来源：中国网络视听节目服务协会综合统计

中国短视频行业市场规模达118.1亿元

2018年中国短视频行业市场规模达118.1亿元，同比增长率达106.1%。

2016-2020年中国短视频行业市场规模及预测



单位：亿元

综合视频平台位居网络视频市场份额首位

综合视频平台是网络视频市场份额占比最大的一部分，主要包括爱奇艺、优酷、腾讯视频、搜狐视频等。此类视频平台是利用母体本身拥有的较大影响力开辟的视频平台，具有丰富的内容资源和广泛的受众覆盖，品牌辨识度较高。2018年，综合视频平台用户、内容、流量进一步向头部平台集中。

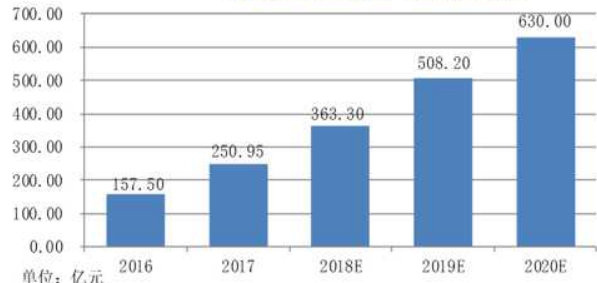
2018年中国综合视频平台市场格局



中国直播行业市场规模达到363.3亿元

2018年中国直播行业市场规模达到363.3亿元，增长率为44.8%。

2016-2020年中国在线直播用户规模及预测



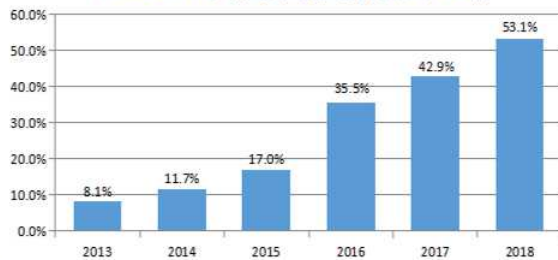
单位：亿元

53.1%的用户愿意付费观看网络视频

网络视频付费业务于2010年推出，早期受网络盗版问题影响，发展缓慢。近年来，随着监管部门进一步加大盗版打击力度，网络自制内容快速发展，推动网络视频付费用户比例逐年上升，带动了网络视频行业的整体收入。

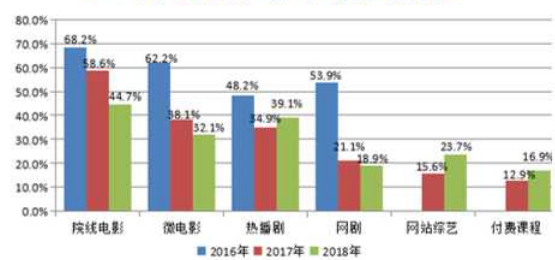
2018年，中国网络视频付费用户已经占总体网络视频用户的50%以上，达到53.1%，较2017年同期增长23.8%，且近五年增速均在20%以上。

2013-2018年中国网络视频付费用户比例



数据来源：前瞻产业研究院

2018年中国网络视频用户付费内容占比



数据来源：2018中国网络视听发展研究报告

2018 年中国在线教育发展状况

国家财政性教育经费投入持续增长
家庭教育支出处在较高水平
居民消费能力和教育消费支出稳步提升



2 行业头部效应和产业链上游迁移趋势渐显

成人教育市场占主体
青少年教育市场快速发展

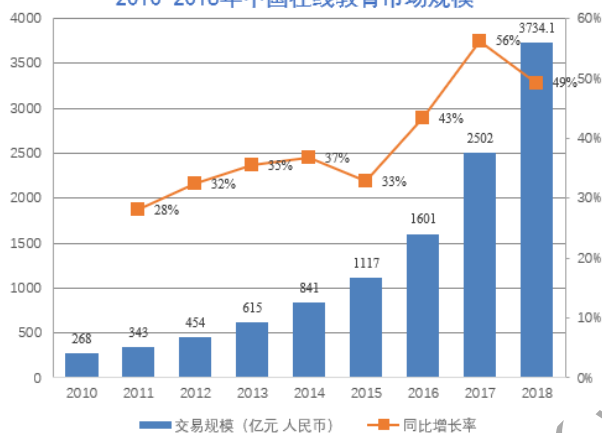
4 “一对一”和“一对多”两种模式各具优势

5 少儿编程成为在线教育行业发展新兴热点

中国在线教育市场规模突破3000亿关口

2018年，中国在线教育市场规模突破3000亿关口，达3734.1亿元，增速达49%，保持着高速增长态势。

2010-2018年中国在线教育市场规模

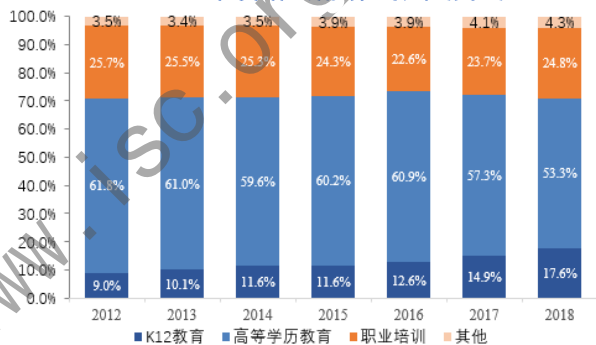


数据来源：易观

高等学历教育占据在线教育市场主导地位

从市场结构来看，2018年在线教育市场仍是以高等学历教育为主体，市场结构占比达53.3%，相较2017年略有下降；K12教育市场延续了一直以来的稳步增长态势，较2012年增长近一倍，占比达到17.6%，预计未来仍有较大增长空间。

2012-2018年中国在线教育细分市场结构

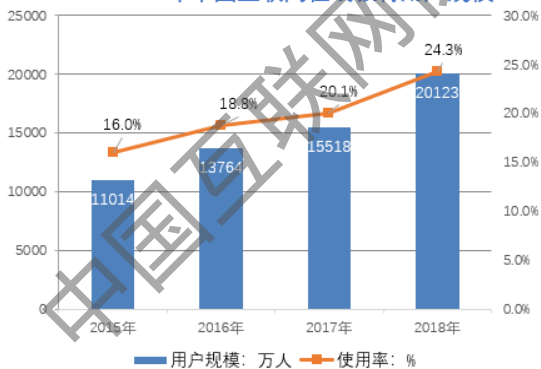


数据来源：艾瑞

我国在线教育用户规模突破2亿

2018年，我国在线教育用户规模达2.01亿，年增长率为29.7%，连续多年保持快速增长，渗透率达24.3%。

2015-2018年中国互联网在线教育用户规模

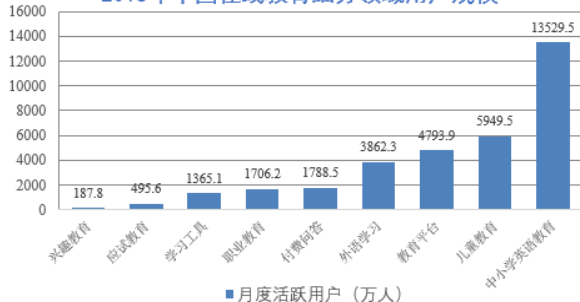


数据来源：CNNIC

K12活跃用户数位居所有细分领域首位

2018年底我国互联网教育活跃度整体增长放缓，K12在线教育活跃用户位居所有细分领域之首，除中小学类教育、教育平台和外语学习外，其他领域活跃用户规模较年中均发生不同程度的下降。

2018年中国在线教育细分领域用户规模



发展趋势



2018年中国网络医疗健康服务发展状况

互联网医疗

- **挂号少排队**——互联网在线挂号使患者通过APP、微信等移动终端便捷挂号；
- **检查不重复**——检查与检验结果的云端化处理，其从根本上减少了转诊重复检查，大大提高了医疗业务程序步骤的运行效率；
- **开药少跑腿**——通过推进区域药品目录统一与采购配送统一，并实施慢病连续处方制度，使得在就医环节上极大地减少了患者往返医疗机构的次数与时间；
- **缴费更便捷**——依托预约诊疗服务平台、居民电子健康卡、医保卡等，通过支付宝、微信、银行卡等第三方支付平台，实现移动终端医疗费用结算；
- **异地就医实时报销**——2018年多地实现了跨省异地就医医保直接结算，而且在患者信息实现共享的基础上，报销流程更加简化；
- **远程医疗塑造医疗新模式**——远程医疗进一步打破了地区之间、城乡之间医疗资源分布不均衡局面，进一步优化了医疗资源的重新整合与配置；
- **人工智能辅助医师诊断**——人工智能介入临床用于辅助医师诊断，在一定程度上缓解了基层卫生服务能力不足的短板。

分级诊疗

分级诊疗是根据疾病的轻重缓急以及治疗的难易程度将医疗机构进行分级，使各级医疗机构分工明确，各自承担不同疾病的治疗工作，从而实现患者到基层首诊和上下级医院双向转诊的合理就医格局。

主要困难：

- 行政等级制度导致优质资源向高端汇集
- 双向转诊制度不完善
- 良好就医文化尚未形成

健康管理

- **信息化助力基层健康管理**：基于大数据架构的精准健康服务、“互联网+”搭建医院连接渠道和人工智能辅助提升社区医护水平等信息化助力手段，来完善基层健康管理。
- **智能化重塑健康管理的构成要素**：通过统计分析的数据智能化改造来实现健康管理的精准运营，进而提高效率和质量。
- **全程链式赋能健康管理**：健康管理的业务操作角度需要全程链式的监测跟踪，这不仅需要患者服药用药依从性的全程管理把控，还需要社区医疗资源介入的灵活配置。

医疗信息化建设

2018年我国医疗行业信息化建设市场规模为358.17亿，较2017年增长10.3%。其中，硬件花费达到248.85亿、软件花费达到65.44亿、服务花费达到61.34亿。新兴技术驱动的互联网医疗和健康管理等业务与院内医疗服务的融合正成为趋势，这也产生了医院信息系统换代升级的需求。

商业模式

自诊问诊+AI：网络医疗健康服务中的骨干业务——远程医疗，在人工智能AI的影响催化下产生了新的商业模式变化。其原有的远程问诊模式在充分调动异地医疗人力资源的基础上，在技术应用角度加入AI医疗辅助决策分析支持，从而形成了“自诊问诊+AI”的新型商业模式。

在线医疗：发展逻辑线为首先推出在线问诊服务，之后陆续推出在线医患交流平台服务和电子健康档案服务等拓展应用，进而发展成为互联网诊疗与健康咨询平台。其主要支撑要素是由入口、服务、价值三端组成，其中入口包括健康教育、医院合作、流量运营；服务即在线问诊、在线门诊和家庭医生；价值包括保险、药品、大数据、金融服务和企业服务。

医药电商：医药电商将药品追溯流程纳入商业运营中，提供药品验真服务，避免物流过程药品调包的运作漏洞，确保正品直供，保障用户的健康安全。

用户分析

- 移动问诊成移动医疗第一入口
- 移动医疗应用用户端黏性偏低
- 移动医疗应用医生端黏性较高
- 移动医疗用户以青中年为主
- 移动医疗服务公信力有待提升

分级诊疗

- 信息技术助力构建医疗服务大数据
- 推动个人健康管理“三化”——精细化、一体化、便捷化
- 服务模式向个性化和智能化转变
- 人工智能的广泛应用将催生医疗健康服务新业态

2018 年中国网络出行服务发展状况 (1/2)

网约车

网约车行业规模不断扩大，运营车辆向新能源升级，同时迎来了最严监管期，网约车企业纷纷优化产品结构，强化安全保障。新竞争者接续入局，市场竞争日趋激烈。

共享单车

共享单车市场增速放缓，竞争格局出现重大变化，大量的前期投入、长期的价格战使企业背上了巨额债务，盈利压力越来越大，商业模式面临巨大考验。

共享汽车

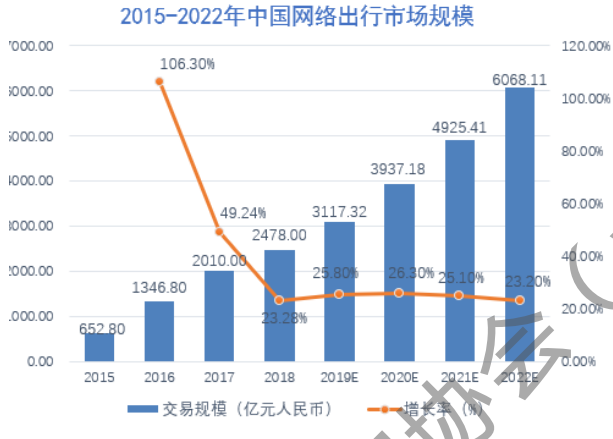
中国互联网汽车分时租赁从探索期向市场启动期过渡，市场集中度得到进一步提高，先入局企业凭借前期在资源、用户、运营等方面的积累保持较快增长，用户需求端仍有较大提升空间。

共享公交

中国传统公共交通行业在“互联网+”推动下不断走向智能化，网约公交和实时公交查询成为亮点模式，主要公共交通类APP为用户提供路线班次查询、买票乘车等多种服务。

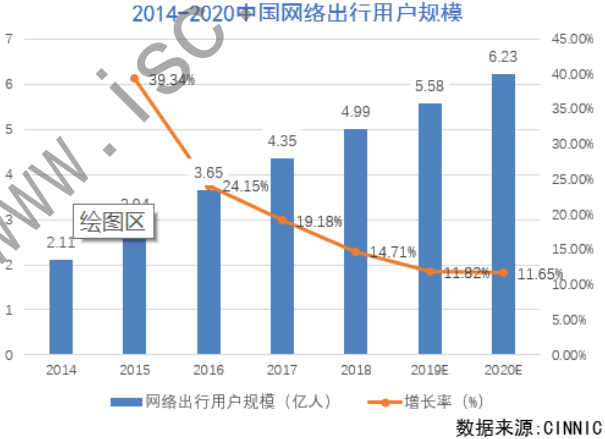
中国网络出行市场规模达2478亿元

截至2018年底，中国网络出行市场规模达2478亿元，相较2017年底增长468亿元，同比增速达23.3%。



中国网络出行用户规模近5亿人

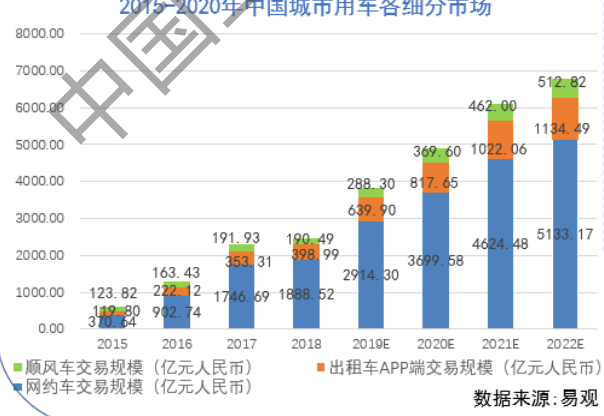
2018年中国网络出行用户规模近5亿人，较2017年底增加6400万人，增长率为14.7%。



网约车

中国网约车交易规模达1888.52亿元

截至2018年底，中国网约车交易规模达1888.52亿元。



我国网约出租车完成客运量约200亿人次

2018年我国网约出租车完成客运量约200亿人次，占出租车客运总量的36.3%，相当于每3个打车的人中，至少有1人使用网约出租车。

2015-2018年中国网约出租车客运量同出租车客运总量的占比

年份	网约出租车		巡游出租车	出租车客运总量 (亿人次)	网约出租车客运量占比 (%)
	订单量 (订单)	客运量 (亿人次)	客运量 (亿人次)		
2018	100	200	350.7	550.7	36.3
2017	78.5	157	365.4	522.4	30.1
2016	37.6	75.2	377.4	452.6	16.6
2015	20.9	41.8	396.7	438.5	9.5

数据来源: 中国共享经济发展年度报告 (2019)

2018 年中国网络出行服务发展状况 (2/2)

共享单车

中国共享单车市场规模为132.96亿元

截至2018年底，中国共享单车市场规模为132.96亿元。



共享单车用户规模达到2.35亿人

2017年是中国共享单车行业用户增长最为迅猛的一年，增长率达到632.1%，在2018年增长率将急剧减缓至14.6%，共享单车用户规模在2018年达到2.35亿人。



共享汽车

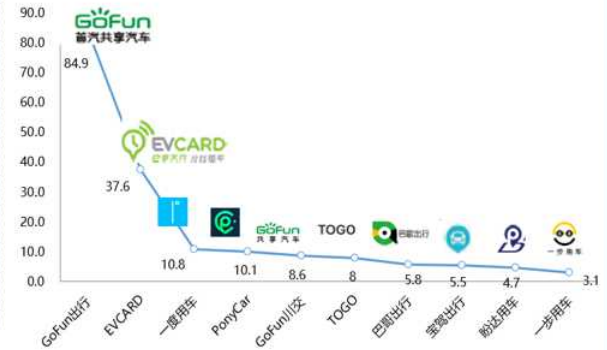
分时租赁模式诞生的时间点与中国新能源汽车的起步发展期不谋而合，随着新能源汽车企业的蓬勃发展，车辆续航里程、公共充电站的增加，为分时租赁领域提供了良好的发展机遇。

中国网络汽车分时租赁市场规模为36.48亿元

截至2018年底，中国网络汽车分时租赁市场规模为36.48亿元，较2017年底增长19.2亿元。



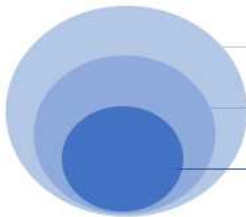
2018年3月中国共享汽车分时租赁APP活跃用户数



共享汽车商业模式主要分为三类:

- ❑ 车企直接投资并运营的共享汽车: 利用自有产品可以直接控制车辆成本, 公司只需承担较低的维护成本, 拥有很强的抗风险能力。
- ❑ 创业型运营平台: 通过提升自身的管理水平和风险控制, 致力于通过更好的客户体验来占领市场。
- ❑ 传统汽车租赁企业的疆界扩展: 以低价策略入局撬动市场, 推动了汽车分时租赁产品的普遍降价。

发展趋势



- 1 监管规范化仍是主旋律
- 2 稳就业、促消费作用更加凸显
- 3 绿色化、智能化出行潮流不可逆转

2018 年中国网络广告发展状况

策划+内容+形式
创意在营销中深度细化与落地

多渠道投放成为标配
新入口不断扩展“媒体”定义

广告投放优化需求提升
驱动系统及服务升级

中国网络广告市场规模约4914亿元

2018年中国网络广告市场规模约4914亿元，同比增长31%，增速仍保持在30%以上。

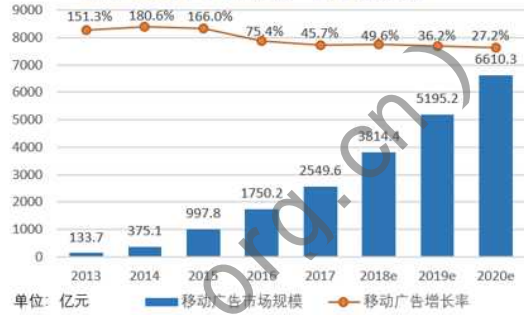
2013-2020年中国网络广告市场规模及预测



中国移动广告市场规模约为3800亿元

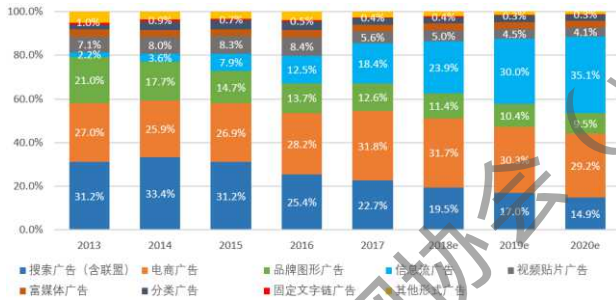
2018年中国移动广告市场规模约为3800亿元，同比增长49.6%，移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。

2013-2020年中国移动广告市场规模



2018年，中国网络广告在细分领域市场份额持续变化，电商广告占比达31.7%，份额继续保持在份额首位；信息流广告于2018年表现突出，其市场份额超过20%，份额快速增长或将超过搜索成为第二广告市场。

2013-2020年中国不同形式广告市场份额及预测



广告投放过程优化环节



广告主拥抱 AI 营销的主要途径



KOL 营销复杂化策略趋势解读



发展趋势



鸣 谢

《中国互联网发展报告 2019》的组织编撰工作得到了政府、科研机构、互联网企业等社会各界的支持与关心，有 111 位业界专家参与了本《报告》的编写工作，这些专家文章中的分析和观点，增强了本《报告》的准确性和权威性，也使得本《报告》更具参考价值，对我国社会各界更具指导意义。

在此，谨向那些为本《报告》的编写付出辛勤劳动的各位撰稿人，向支持本《报告》编写出版工作的各有关单位和社会各界表示衷心地感谢。

中国信息通信研究院

国家互联网应急中心

中国科学院计算机网络信息中心

赛迪研究院

北京教育科学研究院

上海发展研究院

中国联通河北省分公司

深圳市腾讯计算机系统有限责任公司

新浪互联网法律研究院

北京易观智库网络科技有限公司

艾瑞咨询集团

滴滴出行科技有限公司

北京农信互联科技集团有限公司

北京纵横无双科技有限公司

用户网络市场权威数据 企业行业产业洞察趋势

中国互联网
发展报告
(2019)

2019年中国
互联网企业
100强
发展报告

中国互联网
产业发展报告
(2018)

中国“智能+”
社会发展指数
报告
(2019)

河北省互联网
发展报告
(2018)

AI 技术赋能
网络内容安全
保障研究报告

软件定义
广域网
(SD-WAN)
研究报告

中国互联网
医疗服务行业
评价研究

更多报告



微信搜一搜

中国互联网络信息中心

扫描二维码了解更多报告详情

中国互联网协会 研究部

电话：010-68209024

010-68209025

010-68209026

邮箱：iscsvn@isc.org.cn

关于《中国互联网发展报告》

《中国互联网发展报告》客观、忠实记录了一年以来中国互联网行业的发展状况，对中国互联网发展环境、资源、重点业务和应用、主要细分行业 and 重点领域的发展状况进行了总结、分析和研究，既有宏观分析和综述，也有专项研究。整个《报告》内容丰富、重点突出、数据详实、图文并茂，对政府部门、互联网相关企业和单位以及相关领域的专家学者掌握互联网行业发展与前沿趋势有重要的参考意义。

中国互联网协会简介

中国互联网协会成立于2001年5月25日，由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等70多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织。中国互联网协会现任理事长为中国工程院原副院长邬贺铨院士。

联系方式

官方网站：www.isc.org.cn

官方微博：<http://e.weibo.com/u/3185355425>

入会洽谈：010-68209011/68209012/68209013 /68209014

发展报告：010-68209025



协会微信