

第55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 55th
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 54 次。《报告》力图通过统计数据真实反映我国互联网络建设发展历程，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。

2024 年是我国全功能接入国际互联网 30 周年，也是着力推动实体经济和数字经济深度融合的一年。我国互联网行业发展不断开创新局面，在网民规模、互联网应用等多个方面取得积极进展。互联网充分发挥网络基础、数据连接和技术驱动作用，推动农业、工业、交通通信业、商业服务业、文化产业等实体经济活动与数字技术、数字业态深度融合，助力实体经济转型升级，推动经济持续回升向好，高质量完成“十四五”规划目标任务，为实现“十五五”良好开局打牢基础。

作为互联网基础资源的国家队，中国互联网络信息中心持续强化行业研究能力，连续多年跟进我国互联网发展历程，洞察行业趋势，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、互联网政务等四个方面，力求通过多角度、全方位的数据展现，综合反映 2024 年我国互联网发展状况。

在此，衷心感谢工业和信息化部、国家互联网信息办公室、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 1 月



The 55th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 55 次中国互联网络发展状况统计报告

目 录

核心数据	1
中国互联网三十周年回顾与展望	3
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	13
(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) 网页	14
(三) 移动互联网接入流量	15
第二章 网民规模及结构状况	17
一、 网民规模	17
(一) 总体网民规模	17
(二) 城乡网民规模	19
(三) 非网民规模	20
二、 网民结构及上网设备	22
(一) 性别结构	22
(二) 年龄结构	23
(三) 上网设备	23
(四) 上网时间	24
三、 网民数字素养与技能发展状况	25

第三章 互联网应用发展状况27

一、 总体发展状况	27
二、 基础工具类应用	28
三、 商务交易类应用	33
四、 文旅娱乐类应用	36
五、 公共服务类应用	40
六、 生成式人工智能发展状况	43
(一) 用户使用情况	43
(二) 产业发展情况	45

第四章 互联网政务发展状况47

一、 总体发展状况	47
二、 全国一体化政务服务平台发展状况	48
三、 政府网站发展状况	50
(一) 政府网站总体及分省状况	50
(二) 各行政级别政府网站数量	52
(三) 各行政级别政府网站栏目数量	52
(四) 各行政级别政府网站首页文章更新量	53

附录一 调查方法55

附录二 互联网基础资源附表59

附录三 调查支持单位67

核心数据

- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网民规模达 11.08 亿人，较 2023 年 12 月增长 1608 万人；互联网普及率达 78.6%，较 2023 年 12 月提升 1.1 个百分点。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国手机网民规模达 11.05 亿人，较 2023 年 12 月增长 1403 万人，网民使用手机上网的比例为 99.7%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国农村网民规模达 3.13 亿人，占网民整体的 28.2%；城镇网民规模达 7.95 亿人，占网民整体的 71.8%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，使用台式电脑、笔记本电脑、平板电脑和电视上网的比例分别为 36.2%、32.0%、30.8%和 25.1%；使用个人可穿戴设备、智能家居设备和智能网联汽车上网的比例分别为 23.8%、22.6%和 10.7%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国 IPv6 地址数量为 69148 块/32，较 2023 年 12 月增长 1.6%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国域名总数为 3302 万个，其中，“.CN”域名数量为 2082 万个。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国社交网络用户规模达 11.01 亿人，占网民整体的 99.3%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国即时通信用户规模达 10.81 亿人，较 2023 年 12 月增长 2170 万人，占网民整体的 97.6%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络视频¹用户规模达 10.70 亿人，较 2023 年 12 月增长 347 万人，占网民整体的 96.6%。其中，短视频用户规模达 10.40 亿人，占网民整体的 93.8%；微短剧用户规模达 6.62 亿人，占网民整体的 59.7%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络支付用户规模达 10.29 亿人，较 2023 年 12 月增长 7505 万人，占网民整体的 92.8%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国在线政务用户规模达 10.04 亿人，较 2023 年 12 月增长 3140 万人，占网民整体的 90.6%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.74 亿人，较 2023 年 12 月增长 5947 万人，占网民整体的 87.9%。

¹ 2024 年 12 月网络视频用户规模中包含微短剧用户。

- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国搜索引擎用户规模达 8.78 亿人，较 2023 年 12 月增长 5112 万人，占网民整体的 79.2%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络直播用户规模达 8.33 亿人，较 2023 年 12 月增长 1737 万人，占网民整体的 75.2%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络新闻用户规模达 8.11 亿人，较 2023 年 12 月增长 3909 万人，占网民整体的 73.2%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络音乐用户规模达 7.48 亿人，较 2023 年 12 月增长 3331 万人，占网民整体的 67.5%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网上外卖用户规模达 5.92 亿人，较 2023 年 12 月增长 4777 万人，占网民整体的 53.4%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网络文学用户规模达 5.75 亿人，较 2023 年 12 月增长 5474 万人，占网民整体的 51.9%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国在线办公用户规模达 5.70 亿人，较 2023 年 12 月增长 3342 万人，占网民整体的 51.5%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国在线旅行预订用户规模达 5.48 亿人，较 2023 年 12 月增长 3935 万人，占网民整体的 49.5%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国网约车用户规模达 5.39 亿人，较 2023 年 12 月增长 1180 万人，占网民整体的 48.7%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国互联网医疗用户规模达 4.18 亿人，较 2023 年 12 月增长 372 万人，占网民整体的 37.7%。
- ◇ 截至 2024 年 12 月，我国生成式人工智能产品的用户规模达 2.49 亿人，占整体人口的 17.7%。

中国互联网三十周年回顾与展望

2024 年是我国全功能接入国际互联网 30 周年，也是网络强国战略目标提出 10 周年。自 1994 年全功能接入互联网以来，我国互联网实现了从无到有、从小到大、从大到强的跨越式发展，建成了全球规模最大、技术领先的互联网基础设施，创造了快速发展、成效显著的数字经济，形成了兼容并包、极富活力的网民群体。互联网已成为推动高质量发展，以中国式现代化实现中华民族伟大复兴的强大助力。

作为互联网基础资源的国家队，自 1997 年以来，中国互联网络信息中心连续开展统计调查工作，每年发布两次《中国互联网络发展状况统计报告》，至今已持续发布 54 次，以“数”记实，忠实记录制造强国、网络强国和数字中国的建设历程。

——抓住机遇开局起步，中国开启互联网时代

1994 年，在党中央的坚强领导下，在科学界有识之士的大力倡导下，在国际友人的倾力支持下，我国抓住了信息革命的历史机遇，开启了崭新的互联网时代。

一是接入国际，网络连通互联启航。1994 年 4 月 20 日，中国接入国际互联网的 64K 国际专线开通，中国成为全球第 77 个实现全功能接入互联网的国家，世界互联网从此在中华大地落地生根。1994 年 5 月，中国国家顶级域名“.CN”在中国科学院计算机网络信息中心完成了服务器设置，改变了中国的顶级域名服务器放在国外的历史。中国全功能接入国际互联网之后，具有国际出口能力的全国四大骨干网——中国教育和科研计算机网、中国公用计算机互联网、中国科技网、中国金桥信息网建成并实现国际互联。中国互联网启航，与世界互联网这片汪洋大海紧密联系起来。

二是电话上网，第一批网民上网冲浪。1995 年，原邮电部开始向社会提供互联网接入服务，上海开始综合业务数字网（ISDN）商用试验网建设，瀛海威在中关村竖起了瞩目的广告牌，实华开网络咖啡屋 1996 年开始营业，中国的第一批网民由此通过电话线接入互联网。1995 年 1 月《神州学人》杂志上网，同

年 10 月《中国贸易报》上网，1996 年中央电视台建立网站，1997 年新华社网站、人民网先后创建，主流媒体积极拥抱互联网热潮，越来越多的网民开始在互联网上表达感情和思想，成为信息的创造者和传播者。1997 年第 1 次《报告》显示，我国上网用户数为 62 万人，主要通过拨号上网。

三是探索商用，商业创新大幕徐徐拉开。1999 年，非对称数字用户线路（ADSL）宽带服务正式商用。我国互联网创业者们开始以莫大的激情连接并追赶世界，互联网企业如腾讯、阿里巴巴、百度、新浪、搜狐等于 2000 年前后成立。搜狐、新浪、网易三大门户网站崛起，成为第一批网民首次触网的入口；即时通信软件 QQ 带来了沟通方式变革；百度搜索引擎提升了信息检索效率；阿里巴巴开始为国内企业提供电子商务服务。

——资源与用户齐增长，中国互联网规模显现

自 2001 年我国加入世界贸易组织以来，我国互联网发展进一步提速，互联网基础建设、网络接入水平、互联网应用均实现高速发展。

一是资源丰富，域名注册量跃居全球首位，IP 地址加速迁移。2003 年中国国家顶级域名“.CN”向公众开放注册，实现迅猛发展。2005 年，“.CN”域名注册保有量突破百万，世界排名从第十三位上升到第六位；2008 年 7 月，“.CN”域名注册量达 1218.8 万个，成为全球最大的国家和地区顶级域名。从 2000 年到 2011 年间，中国 IPv4 地址总量以较快的速度逐年攀升。2003 年，国家启动中国下一代互联网示范工程（CNGI）。2004 年 12 月，全球最大的纯 IPv6 网络 CNGI-CERNET2 正式开通。

二是用户增长，网络接入水平持续提升，移动互联网日益兴起。2005 年，我国宽带接入用户规模首次超越拨号上网，宽带接入成为互联网接入的主要方式。第 16 次《报告》显示，截至 2005 年 6 月，我国网民总数突破了 1 亿。2006 年 6 月，《报告》首次公布中国手机网民数量——1300 万。2009 年，我国发放 3G 牌照，开创了全球电信发展史上建设规模最大、速度最快的新纪录，互联网也逐渐从互联桌面走向掌上，手机成为新阶段拉动中国网民规模攀升的重要动力。

三是应用繁荣，个人网络应用市场快速增长，商业模式创新日益丰富。从

2002 到 2007 年间,网民平均使用的互联网应用数量从 4.4 个快速增长到 7.3 个;互联网应用市场各细分领域都迎来了高速发展,电子商务、网络招聘、网络教育、在线旅行预订、网络游戏、即时通信,以及网络音乐的用户规模年均复合增长率均在两位数以上,网络支付、物流配送等相关支持体系逐步形成。2006 年,国家信息化领导小组颁布了《国家电子政务总体框架》,电子政务进入快发展期。2007 年,25.4%的人访问过政府网站,有 5334 万人访问过中央政府或者地方政府网站。

——阔步迈向网络强国,中国互联网实现从跟随到创新跨越

党的十八大以来,在习近平总书记关于网络强国的重要思想指引下,我国正从网络大国向着网络强国阔步迈进,5G 网络规模、“.CN”域名数量、网民规模、网上零售额等多个领域稳居世界第一,中国互联网发展已走在世界前列。

一是筑牢基础,网络基础设施建设深入推进,向万物互联、万物智联时代迈进。

党的十八大以来,我国互联网基础设施建设持续发力,建成了全球规模最大、技术领先的互联网基础设施,5G 网络规模全球第一,实现“县县通千兆、乡乡通 5G、村村通宽带”。截至 2024 年 11 月,已累计建成 5G 基站 419.1 万个,比上年末净增 81.5 万个;1000Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 2.09 亿户;三家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户 26.42 亿户,占移动网络终端连接数(包括移动电话用户和蜂窝物联网终端用户)的比重达 59.6%²,人、机、物泛在智联有序推进;截至 12 月,国家顶级域名“.CN”域名数量达 2082 万个,连续十年保持全球第一。

二是数字普惠,网络接入服务日趋完善,聚力民生福祉、共享数字福利。党的十八大以来,我国紧密围绕“增进人民福祉”的出发点和落脚点,加快信息化服务普及,降低应用成本,为老百姓提供用得上、用得起、用得好的信息服务。截至 2024 年 12 月,网民规模突破 11 亿,网民规模稳居全球第一,构成了全球最大的网络社会。电信普遍服务和“宽带边疆”等相关行动有序推进、“数字适老中国行”活动有序开展,让亿万人民共享互联网发展成果。截至 2024 年 6 月,新疆维吾尔自治区 34 个边境县城已 100%实现 5G 和千兆光网覆盖;58 个边

² 来源,工业和信息化部, https://www.miiit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2024/art_6b89a8e1b9524d1daab935aa960dbda2.html, 2024 年 12 月 23 日。

境团场已全部实现 5G 覆盖, 51 个边境团场实现千兆光网³。截至 2024 年 12 月, 农村互联网普及率已达 65.6%; 60 岁及以上老年群体互联网普及率达 52.5%。

三是实数融合, 数字技术加速落地迭代, 推动实体经济、数字经济深度融合。党的十八大以来, 我国大力发展数字经济, 推动人工智能、物联网、区块链等高新科技与我国互联网相关产业加速结合, 助力各行各业实现实数融合。截至 2024 年 12 月 31 日, 共 302 款生成式人工智能服务在国家网信办完成备案⁴, 人工智能企业数量超过 4500 家⁵, **算力总规模位居全球第二**。截至 2024 年 12 月, 网络支付用户规模达 10.29 亿人, 网络购物用户规模达 9.74 亿人, **网上零售额、移动支付普及率稳居全球第一**。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**⁶。重点工业企业数字化研发设计工具普及率达 80.1%、关键工序数控化率达 62.9%, 工业互联网实现工业大类全覆盖, 已培育 421 家国家级智能制造示范工厂⁷。

四是建章立制, 网络空间法治进程稳步推进, 形成中国特色治网之道。1994 年 2 月, 《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》发布, 成为我国首部涉及互联网管理的行政法规。30 年间, 我国相继出台《网络安全法》《电子商务法》《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规、《互联网新闻信息服务管理规定》《网络信息内容生态治理规定》《网络安全审查办法》等部门规章、《云计算服务安全评估办法》《网络音视频信息服务管理规定》《互联网用户公众账号信息服务管理规定》等规范性文件, 网络法治体系不断完善, 网络综合治理体系基本建成。反垄断、个人信息保护、未成年人网络保护深入开展, 互联网法院, 数字检察加快创立, 网络普法全面推进。

——展望未来, 中国互联网扬帆破浪启新程

三十而立正青春。当前, 我国互联网行业正在迈入提质升级的关键阶段, 作为推进强国建设、民族复兴伟业的重要力量, 需要在现代化建设全局中持续发挥战略性、基础性、先导性作用, 服务国家发展大局, 赓续前行谱写发展新篇章。

³ 来源: 光明网, https://economy.gmw.cn/2024-08/26/content_37521703.htm, 2024 年 8 月 26 日。

⁴ 国家互联网信息办公室, https://www.cac.gov.cn/2024-04/02/c_1713729983803145.htm, 2024 年 4 月 2 日。

⁵ 来源: 中国工信新闻网, https://www.cnii.com.cn/cyjs/202411/t20241122_618153.html, 2024 年 11 月 22 日。

⁶ 来源: 教育部, http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s5147/202405/t20240515_1130643.html, 2024 年 5 月 15 日。

⁷ 来源: 中国工信新闻网, <https://www.cinn.cn/p/327136.html>, 2024 年 9 月 23 日。



一是创新引领，加强新型信息基础设施建设。“科技兴则民族兴，科技强则国家强。”30 年来，5G 网络全球规模领先，通用数据中心和智算中心建设加速，车联网、工业互联网、智能电网等融合型基础设施进展显著，为加速新型工业化、加快推进制造强国和网络强国建设提供了坚实的基础和有力的支撑。展望未来，要全面加强新型信息基础设施建设，系统布局关键核心技术攻关，推动 6G、下一代互联网、量子通信等前沿技术研发应用。

二是要素驱动，加速释放数据要素乘数效应。“释放数据要素价值，发展新质生产力。”30 年来，互联网通过生产者、消费者、使用者之间的信息互联和数据互通，实现了各类数据汇聚激增，并通过与土地、劳动力等生产要素重组配置和协同利用，数据要素开发利用和数字资产化进程不断加快。展望未来，要完善数据基础制度，激发数据要素市场活力，推动数据汇聚、处理、流通、应用、交易等功能有序高效运转，促进数据共享。

三是赋能产业，推动实数深度融合提质扩面。“发展数字经济，赋能实体经济。”30 年来，数字经济的内涵不断丰富，外延不断拓展，规模不断扩大。在新一轮科技革命和产业变革的浪潮中，实体经济与数字经济加速融合，成为推动高质量发展的关键路径和关键举措。展望未来，互联网、大数据、人工智能等数字技术将持续与实体经济深度融合，加快构建以先进制造业为支撑的现代化产业体系，推进人工智能赋能新型工业化，加强通用大模型和行业大模型研发布局。

The 55th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 55 次中国互联网络发展状况统计报告

第一章 互联网基础资源发展及应用状况

互联网基础资源是支撑数字经济蓬勃发展的基石，是推动经济社会高质量发展的关键力量。2024 年，我国互联网基础资源持续发展，5G、千兆光纤宽带网络建设有序推进，移动互联网接入流量延续较快增长的态势，信息通信业高质量发展成效显著。

一、互联网基础资源发展状况

截至 2024 年 12 月，我国 IPv4 地址数量为 39239 万个，IPv6 地址数量为 69148 块/32，IPv6 活跃用户数达 8.22 亿⁸；我国域名总数为 3302 万个⁹，其中，“.CN”域名数量为 2082 万个；互联网宽带接入端口数量达 11.99 亿个¹⁰。

表 1 2024.12 互联网基础资源发展状况

分类	单位	2024 年 12 月
IPv4	个	392,386,560
IPv6	块/32	69,148
IPv6 活跃用户数 ¹¹	亿	8.22
域名	个	33,019,905
其中：“.CN”域名	个	20,823,037
互联网宽带接入端口 ¹²	亿个	11.99

（一）IP 地址

截至 2024 年 12 月，我国 IPv6 地址数量为 69148 块/32，较 2023 年 12 月增

⁸ 此处 IPv6 活跃用户数取值为截至 2024 年 11 月数据。

⁹ 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。

¹⁰ 此处互联网宽带接入端口为截至 2024 年 11 月数据。

¹¹ 此处 IPv6 活跃用户数取值为截至 2024 年 11 月数据。

¹² 此处互联网宽带接入端口为截至 2024 年 11 月数据。

长 1.6%。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%。

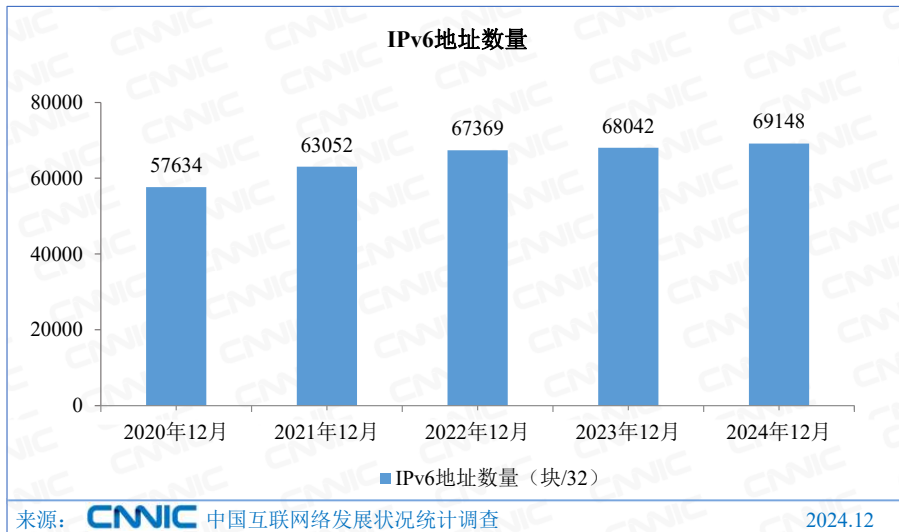


图 1 IPv6 地址数量¹³

截至 2024 年 11 月，我国 IPv6 活跃用户数达 8.22 亿。

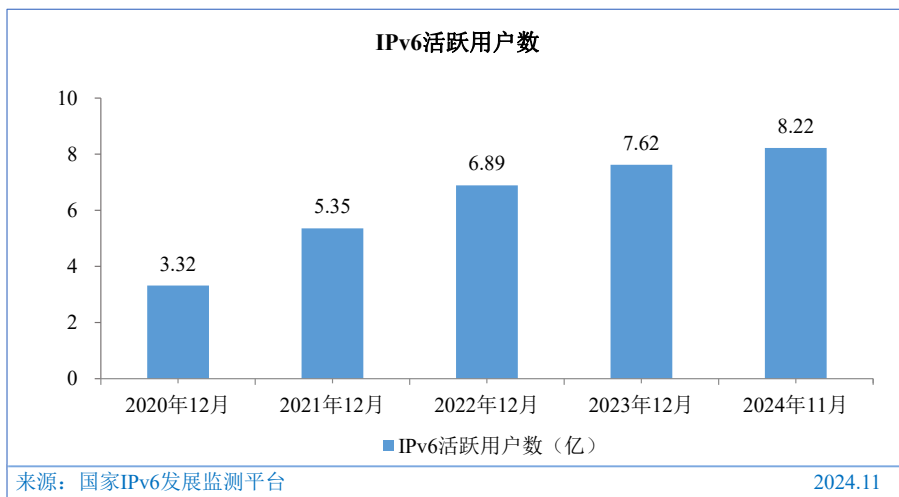


图 2 IPv6 活跃用户数

¹³ 数据均含港、澳、台地区。

截至 2024 年 12 月，我国 IPv4 地址数量为 39239 万个。

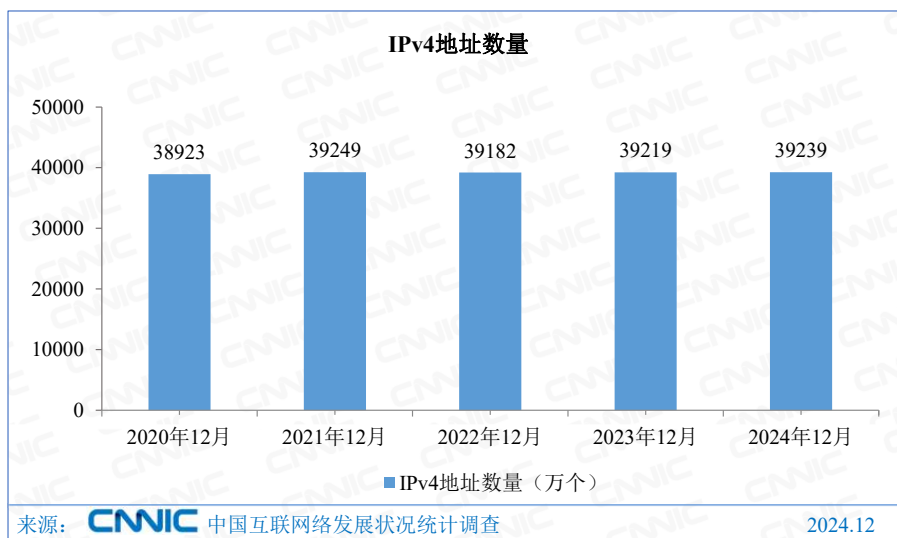


图 3 IPv4 地址数量¹⁴

（二）域名

截至 2024 年 12 月，我国域名总数为 3302 万个。其中，“.CN”域名数量为 2082 万个；“.COM”域名数量为 705 万个；“.中国”域名数量为 17 万个；新通用顶级域名（New gTLD）数量为 364 万个。

表 2 分类域名数

分类	数量（个）
.CN	20,823,037
.COM	7,047,974
.NET	590,181
.中国	165,265
.INFO	48,497
.ORG	23,118
New gTLD	3,640,877
其他 ¹⁵	680,956
合计	33,019,905

¹⁴ 数据均含港、澳、台地区。

¹⁵ 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 ¹⁶	12,417,282
.COM.CN	3,878,437
.ADM.CN ¹⁷	2,406,924
.NET.CN	1,089,050
.ORG.CN	959,219
.AC.CN	52,427
.GOV.CN	12,608
.EDU.CN	6,857
其他	233
合计	20,823,037

（三）5G 基站数量

截至 2024 年 11 月，5G 基站总数达 419.1 万个，占移动基站总数的 33.2%，占比较 2023 年 12 月提高 4.1 个百分点。

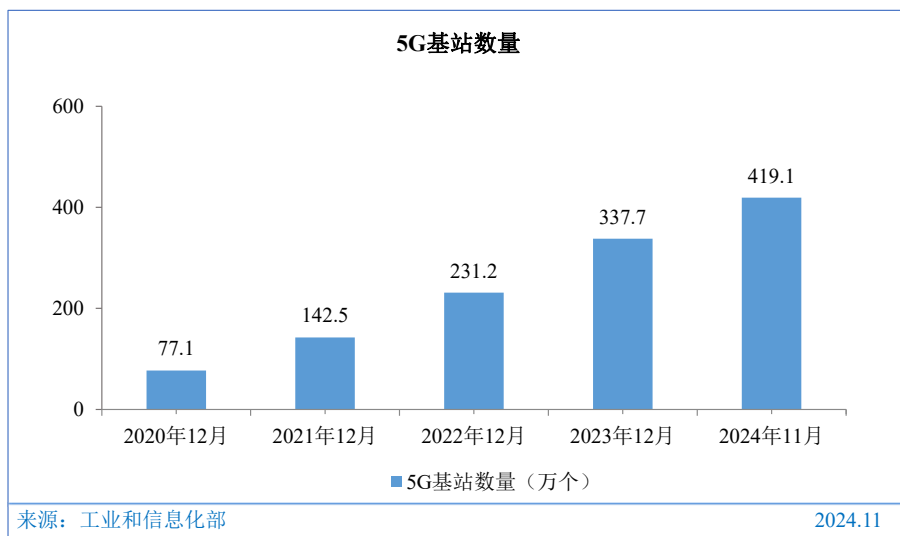


图 4 5G 基站数量

¹⁶ 此处“.CN”为“.CN”下直接注册的二级域名。

¹⁷ .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。

（四）互联网宽带接入端口数量

截至 2024 年 11 月，我国互联网宽带接入端口数达到 11.99 亿个，较 2023 年 12 月净增 6360 万个。其中，光纤接入（FTTH/O）端口达到 11.6 亿个，较 2023 年 12 月净增 6349 万个，占互联网宽带接入端口的 96.5%；具备千兆网络服务能力的 10G PON 端口数达 2792 万个，较 2023 年 12 月净增 489.6 万个。

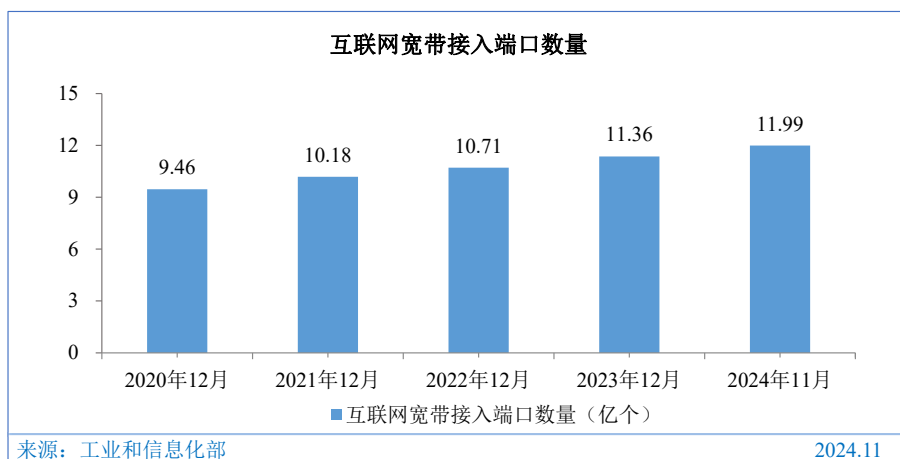


图 5 互联网宽带接入端口数量

（五）光缆线路总长度

截至 2024 年 9 月，我国光缆线路总长度达 7183 万公里，较 2023 年 12 月净增 751.4 万公里。

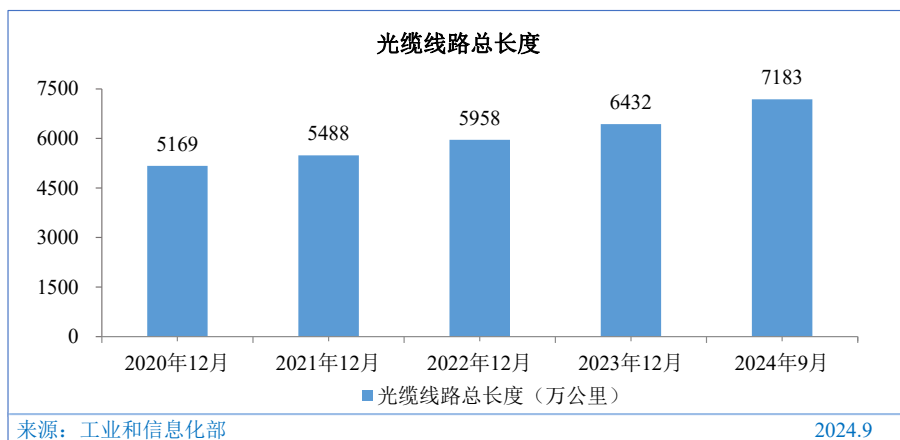


图 6 光缆线路总长度

二、互联网基础资源应用状况

(一) 网站

截至 2024 年 12 月，我国网站数量为 446 万个。

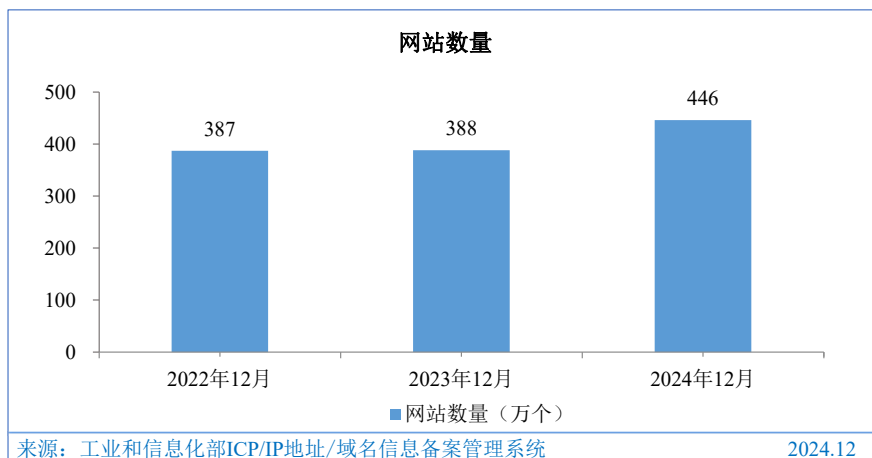


图 7 网站数量

(二) 网页

截至 2024 年 12 月，我国网页数量为 3994 亿个，较 2023 年 12 月增长 4.5%。

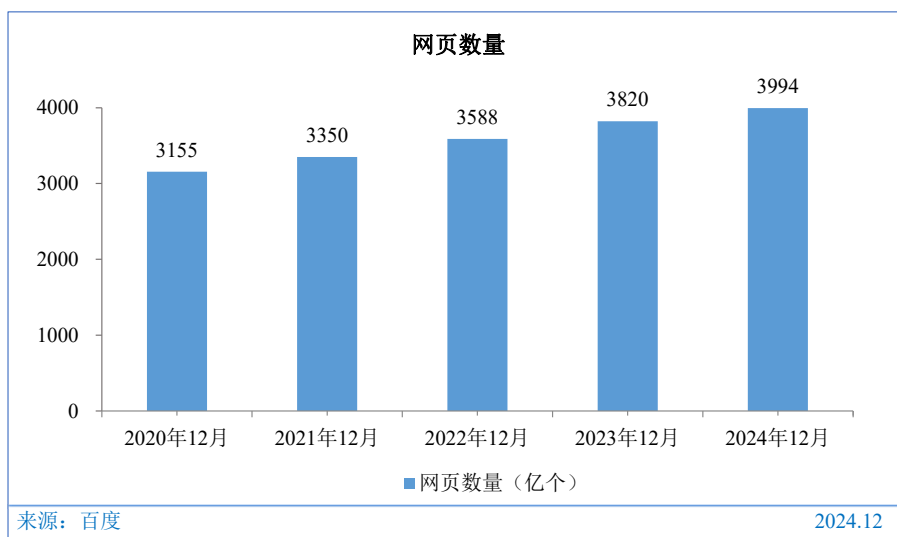


图 8 网页数量

其中，静态网页¹⁸数量为 2753 亿个，占网页总数量的 68.9%；动态网页¹⁹数量为 1240 亿个，占网页总量的 31.1%。

表 4 2023.12-2024.12 网页数量对比

分类	单位	2024 年 12 月	比 2023 年 12 月 (%)
网页总数	个	399,364,628,784	4.5
静态网页	个	275,321,724,899	5.2
占网页总数比例	%	68.9	--
动态网页	个	124,042,903,885	3.2
占网页总数比例	%	31.1	--
网页长度（总字节数）	KB	34,822,667,008,589	7.7
平均每个网页的字节数	KB	87	3.0

来源：百度

（三）移动互联网接入流量

截至 2024 年 11 月，我国移动互联网累计流量²⁰达 3066 亿 GB，同比增长 12%。

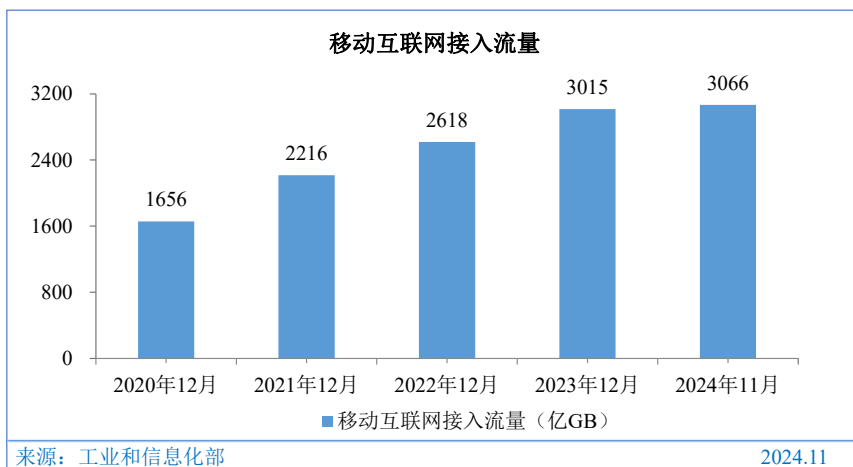


图 9 移动互联网接入流量

¹⁸ 静态网页：指标准 HTML 格式的网页，文件扩展名是.htm、.html，可以包含文本、图像、声音、FLASH 动画、客户端脚本和 ActiveX 控件及 JAVA 小程序等。

¹⁹ 动态网页：指基本的 HTML 语法规则与 Java、VB、VC 等高级程序设计语言、数据库编程等多种技术的融合，页面代码虽然没有变，但是显示的内容可以随着时间、环境或者数据库操作的结果而发生改变。

²⁰ 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。

The 55th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 55 次中国互联网络发展状况统计报告

第二章 网民规模及结构状况

2024 年是我国全功能接入国际互联网 30 周年。经过 30 年的蓬勃发展，我国网民规模已突破 11 亿人，达 11.08 亿人；互联网普及率达 78.6%，占全球网民规模的比例超过 20%²¹。30 年来，我国网民规模持续增长，网民结构日益协调，网民的数字素养与技能逐步提升，亿万人民共享互联网发展成果。

一、网民规模

（一）总体网民规模

截至 2024 年 12 月，我国网民规模突破 11 亿人，达 11.08 亿人，较 2023 年 12 月增长 1608 万人，互联网普及率达 78.6%，较 2023 年 12 月提升 1.1 个百分点。

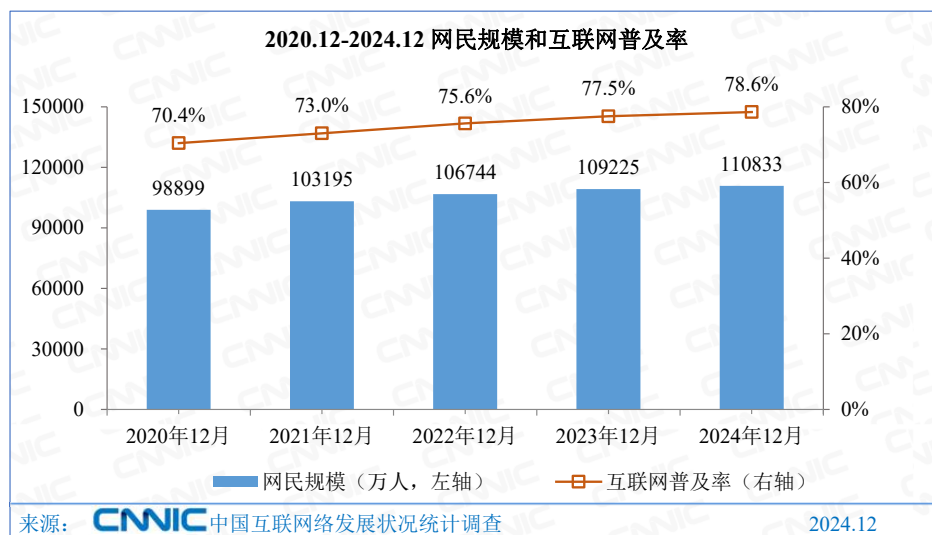


图 10 2020.12-2024.12 网民规模和互联网普及率

截至 2024 年 12 月，我国手机网民规模达 11.05 亿人，较 2023 年 12 月增长

²¹ 来源：国际电信联盟，<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/pages/stat/default.aspx>。

1403 万人，网民中使用手机上网的比例达 99.7%。

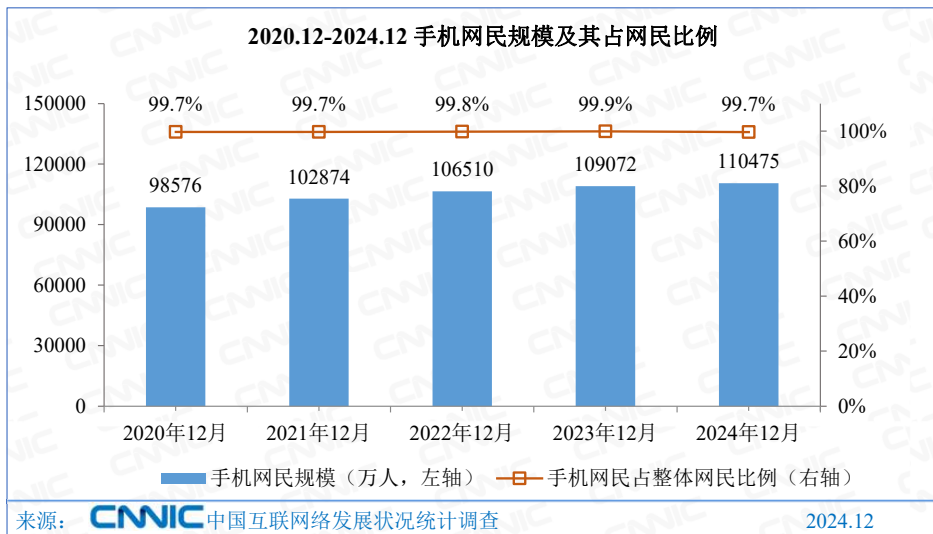


图 11 2020.12-2024.12 手机网民规模及其占网民比例

2024 年，我国互联网在信息基础建设与应用普及推广等方面均取得积极成效，促进网民规模持续增长，进一步助推数字活力释放与数字红利共享。

一是网络基础更加坚实，满足不同用户差异化的接入需求。工业和信息化部等有关部门统筹协调，积极推动新型信息基础设施跨区域、跨网络、跨行业的协调发展²²，加快从“万物互联”向“万物智联”迈进²³，为更多用户接入互联网服务提供坚实支撑。在 5G 方面，截至 11 月，我国已累计建成 5G 基站 419.1 万个，占移动基站总数的 33.2%²⁴；在移动物联网方面，截至 11 月，三家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户 26.42 亿户，占移动网终端连接数（包括移动电话用户和蜂窝物联网终端用户）的比重达 59.6%²⁵，人、机、物泛在智联有序推进；在卫星互联网方面，高轨卫星 03 星²⁶、低轨“千帆星座”01 组卫星²⁷及 02 组卫

²² 来源：工业和信息化部，https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202409/content_6972409.htm，2024 年 08 月 19 日。

²³ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/jgsj/txs/wjfb/art/2024/art_2151f585f93349bea86654660c9cd7ce.html，2024 年 9 月 12 日。

²⁴ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2024/art_6b89a8e1b9524d1daab935aa960dbda2.html，2024 年 12 月 23 日。

²⁵ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2024/art_6b89a8e1b9524d1daab935aa960dbda2.html，2024 年 12 月 23 日。

²⁶ 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/tupian/202410/content_6979253.htm#1，2024 年 10 月 11 日。

²⁷ 来源：新华社，<http://www.news.cn/science/20240903/5bf288c1f58a434f97e5b0cb16fb7f64/c.html>，2024 年 9 月 3 日。

星²⁸等成功发射，持续提升一体化服务能力。

二是网络应用日益普及，满足不同网民差异化的上网需求。随着人工智能、5G 等技术的应用和推广，新型数字产品及数字服务不断涌现，覆盖办公、交通、文旅、养老、医疗等领域，精准满足 11 亿多网民的个性化需求。特别是“数字适老中国行”活动有序开展²⁹，累计举办超 20 万场“银龄数字课堂”³⁰，推动更多老年群体共享数字化发展成果。截至 2024 年 12 月，在 60 岁及以上网民群体中，能够“使用手机应用老年模式”的用户占比为 47.4%。

（二）城乡网民规模

截至 2024 年 12 月，我国城镇网民规模达 7.95 亿人，占网民整体的 71.8%；农村网民规模达 3.13 亿人³¹，占网民整体的 28.2%；城镇地区互联网普及率为 85.3%，较 2023 年 12 月提升 1.9 个百分点；农村地区互联网普及率为 65.6%。

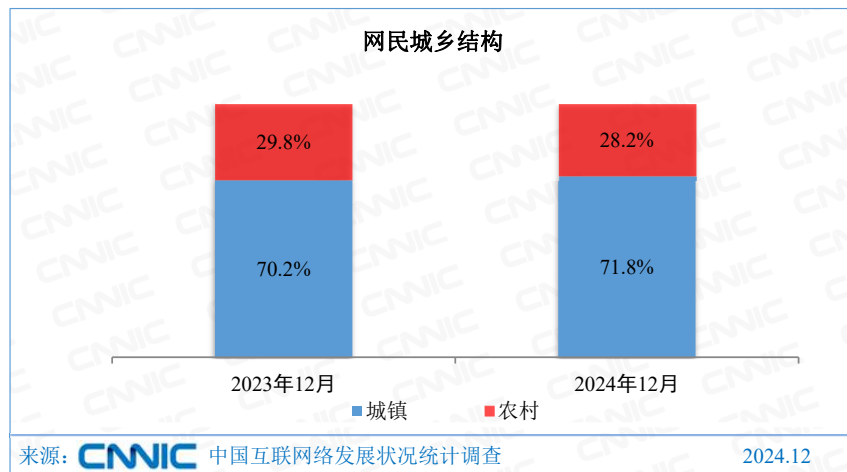


图 12 网民城乡结构

2024 年，实数融合加快落地乡村基层，数字乡村建设有序推进，对提高乡村生产生活水平、推动城乡协同发展发挥重要作用。

²⁸ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/gxdt/sjdt/art/2024/art_cb12d3fcee804cde90b297eb99e0d1ae.html，2024 年 10 月 16 日。

²⁹ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/jgsj/xgj/wjfb/art/2024/art_b360ce46d01941f58b60e1d4304eb780.html，2024 年 5 月 14 日。

³⁰ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/bldhd/art/2024/art_82b4fe99f49a4025bdffdb97b2362d6d.html，2024 年 10 月 23 日。

³¹ 说明：我国城镇网民规模达 79524 万人，农村网民规模达 31308 万人。

一是乡村数字化生产模式加快推广。随着农业农村大数据资源池建设、“万企兴万村”、公益助农消费活动等工作的深入开展，数字技术在优质种源共享、智慧农田监管、畜牧风险管控等乡村生产中的应用进一步拓展，有力推动村企双向“奔富”。数据显示，我国已汇聚约 11.07 亿块农村承包地、96 万个农村集体经济组织、9 亿成员、400 万家庭农场等数据，“全农码”累计赋码 22.76 亿个，“农事直通”APP 服务主体达 106 万³²。数字化生产模式与农业产业的深度融合为农村经济发展提供强大助力。

二是乡村数字化服务体系持续完善。电信普遍服务和“宽带边疆”等相关行动有序推进，使更多农村和偏远地区老百姓能够用得上用得好网络³³；累计 33.78 万个“一点多能、一站多用”的村级寄递物流综合服务站完成建设，“寄递+农村电商+农特产品+农户（合作社）”模式得到广泛推广³⁴；远程医疗服务网络覆盖所有市县，并向社区和乡村基层延伸覆盖，全国 70% 的卫生院已经和上级医院建立远程医疗协作关系³⁵。日益丰富完善的乡村数字化服务体系为农民的生产生活提供有力保障。

（三）非网民规模

截至 2024 年 12 月，我国非网民规模为 3.01 亿人，较 2023 年 12 月减少 1608 万人。从地区来看，我国非网民仍以农村地区为主，农村地区非网民占非网民总体的比例为 54.4%，高于全国农村人口比例 20.6 个百分点。从年龄来看，除 6 岁以下儿童外，60 岁及以上老年群体是非网民的主要群体，截至 2024 年 12 月，我国 60 岁及以上非网民群体占非网民总体的比例为 46.8%。

非网民不上网带来的生活不便，首先是买东西不方便，所占比例为 7.6%；其次，看病、挂号、买药难，很难和家人朋友联系，以及办事、缴费很困难等不便原因相差不多，所占比例均在 6%-7%之间；此外，很难打到车，很难买到火车票、飞机票等特定需求不便，占比在 5%-6%之间。

³² 来源：农业农村部，http://www.scs.moa.gov.cn/gzdt/202409/t20240911_6462374.htm，2024 年 9 月 11 日。

³³ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/bldhd/art/2024/art_82b4fe99f49a4025bdfdb97b2362d6d.html，2024 年 10 月 23 日。

³⁴ 来源：中国农业农村信息网，http://www.agri.cn/zx/nyyw/202410/t20241018_8680168.htm，2024 年 10 月 18 日。

³⁵ 来源：人民网，<http://politics.people.com.cn/n1/2024/0619/c458474-40259730.html>，2024 年 6 月 19 日。



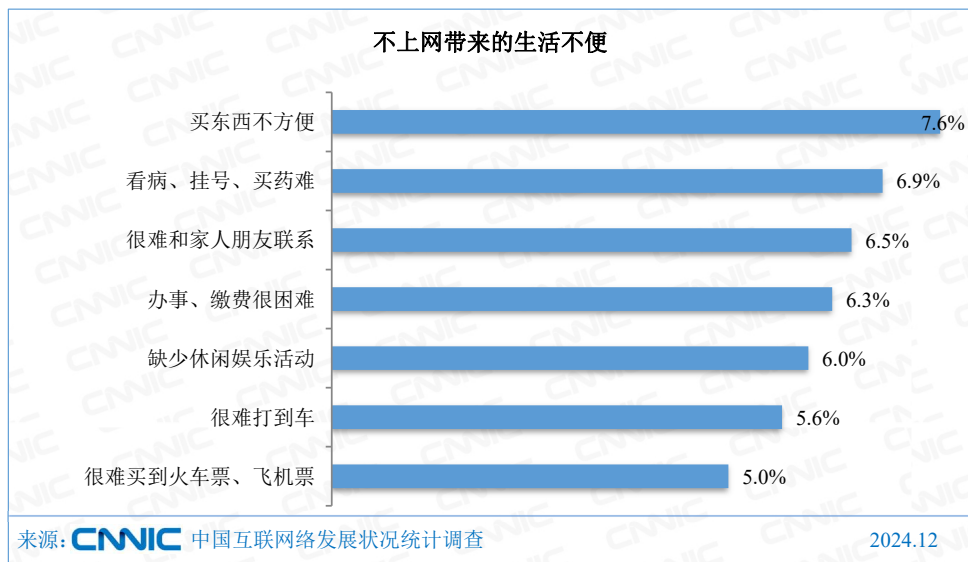


图 13 不上网带来的生活不便

使用技能缺乏、文化程度限制、设备不足和年龄因素是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 30.9%；因为“不懂拼音等文化程度限制”而不上网的非网民占比为 20.9%；因为“没有电脑等上网设备”而不上网的非网民占比为 13.0%；因为“年龄太大/太小”而不上网的非网民占比为 10.8%。

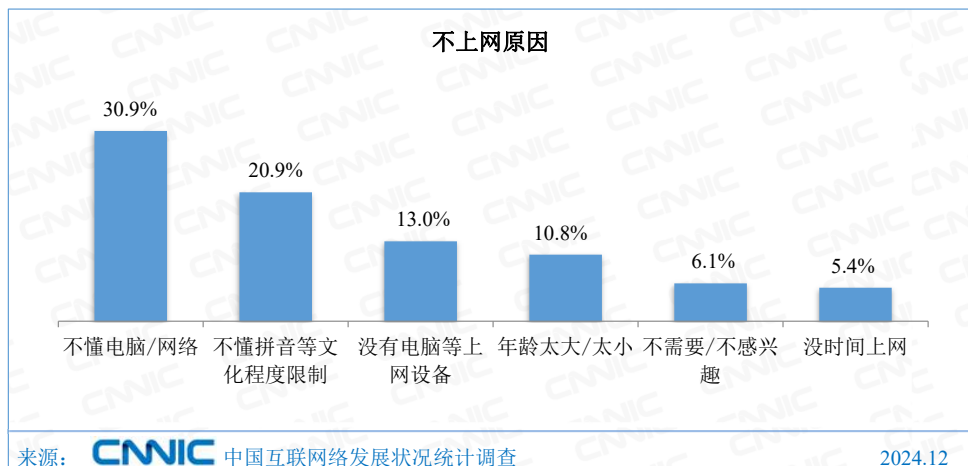


图 14 不上网原因

促进非网民上网的首要因素是“方便与家人或亲属沟通联系”，占比为 18.7%；“提供可以无障碍使用的上网设备”是促进非网民上网的第二大因素，

占比为 18.4%；“帮助增加收入，如能卖出农产品”是促进非网民上网的第三大因素，占比为 15.7%。

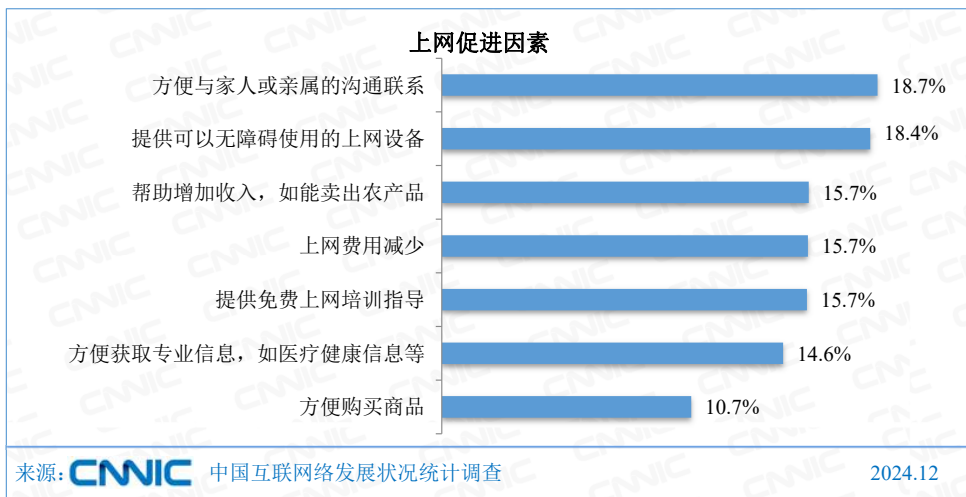


图 15 上网促进因素

二、网民结构及上网设备

(一) 性别结构

截至 2024 年 12 月，我国网民男女比例为 51.1:48.9，与整体人口中男女比例基本一致。

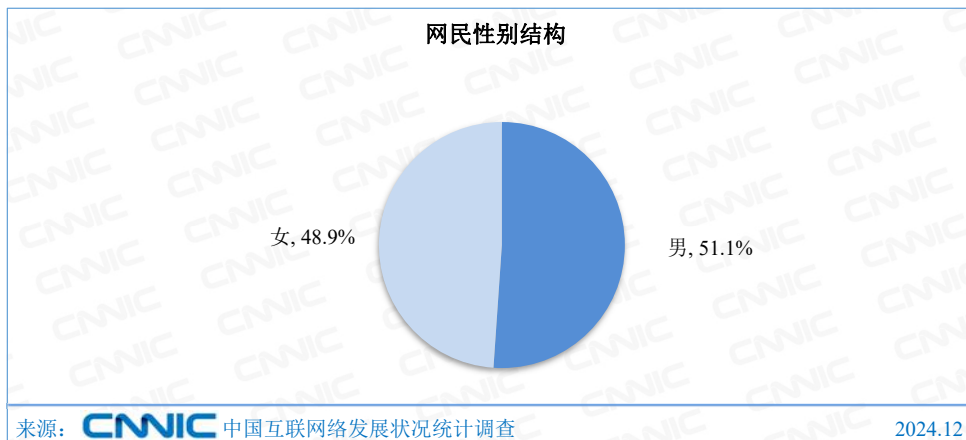


图 16 网民性别结构

（二）年龄结构

截至 2024 年 12 月，10-19 岁、20-29 岁、30-39 岁和 40-49 岁网民占比分别为 13.0%、13.1%、19.0%和 17.1%；50 岁及以上网民群体占比由 2023 年 12 月的 32.5%提升至 34.1%，互联网进一步向中老年群体渗透。

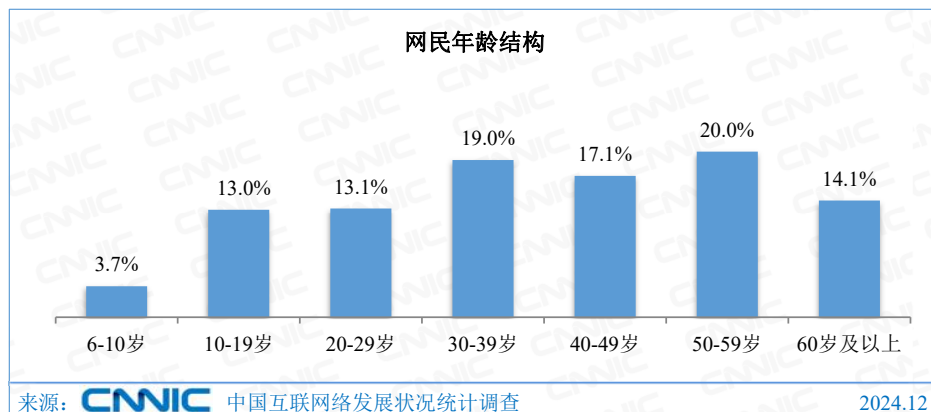


图 17 网民年龄结构

（三）上网设备

截至 2024 年 12 月，我国网民使用手机上网的比例达 99.7%；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 36.2%、32.0%、25.1%和 30.8%；使用智能网联汽车、智能家居设备和个人可穿戴设备上网的比例分别为 10.7%、22.6%和 23.8%，其中，使用智能网联汽车上网的网民规模达 1.19 亿人。

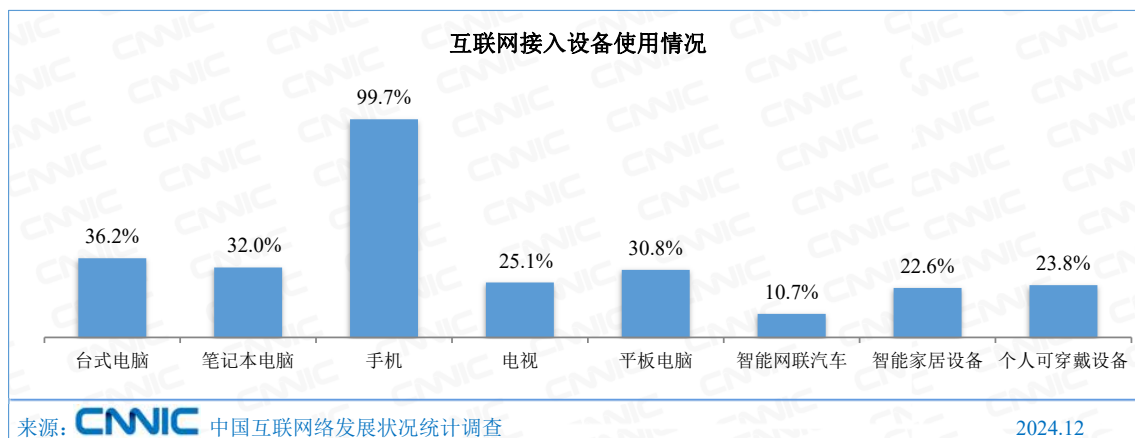


图 18 互联网接入设备使用情况

（四）上网时间

1. 网民人均每周上网时长

截至 2024 年 12 月，我国网民的人均每周上网时长³⁶为 28.7 个小时，较 2023 年 12 月提升 2.6 个小时。

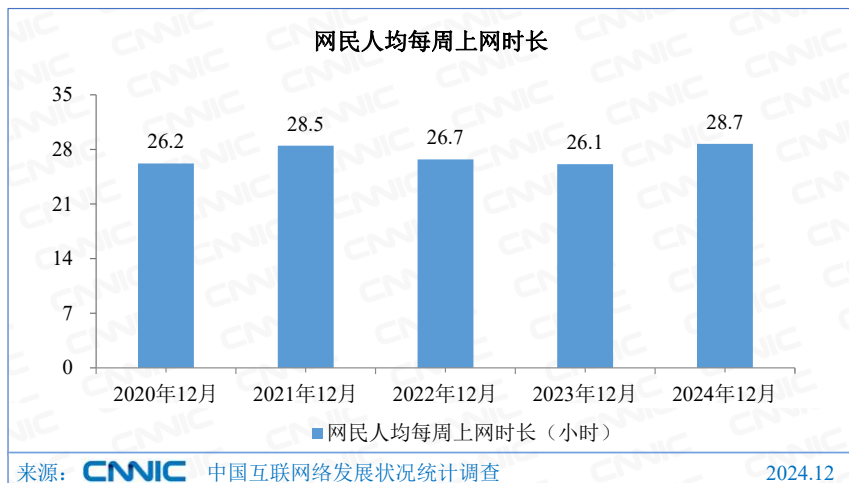
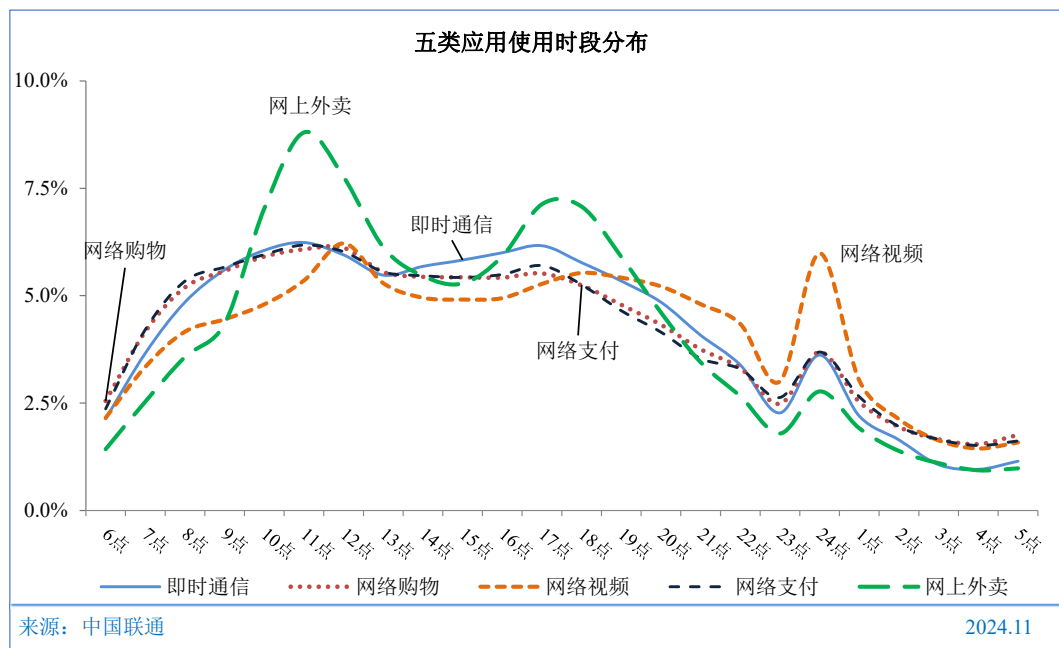


图 19 网民人均每周上网时长

2. 各类应用使用时段分布

2024 年 11 月，手机网民较常使用的五类 APP 中，即时通信类 APP 在 9 点至 19 点间用户使用时段分布较为均匀，占比均在 5% 以上；网络视频类 APP 的使用高峰出现在午间 12 点，占比达 6.2%，晚间 17 点至 20 点会再度出现一个小高峰，符合大部分网民闲暇娱乐时间规律；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 11-12 点、17-18 点出现使用峰值。

³⁶ 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 20 五类应用使用时段分布³⁷

三、网民数字素养与技能发展状况

2024 年，我国网民数字素养与技能³⁸整体发展水平稳步提升，为数字中国建设提供坚实的人才基础。数据显示³⁹，截至 2024 年 12 月，至少熟练掌握⁴⁰任意一种受调查的数字素养与技能的网民占比达 61.2%，较 2023 年 12 月提高 7.1 个百分点。

一是网民掌握数字素养与技能的水平差异化发展。在使用数字产品及服务方面，能够熟练“使用电脑或手机搜索、下载、安装及配置软件”的网民占比达 43.1%，较 2023 年 12 月提升 2.2 个百分点；在创造数字内容方面，能够熟练“复制、粘贴电脑或手机里的信息”的网民占比达 47.9%，较 2023 年 12 月提升 2.3

³⁷ 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。

³⁸ 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。

³⁹ 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。

⁴⁰ 说明：本报告中“掌握”包括“熟练掌握”和“基本掌握”。

个百分点；在网络安全防护方面，能够熟练“在互联网上搜索信息并辨别真假”的网民占比达 28.8%，较 2023 年 12 月提升 1.2 个百分点。此外，从年龄差异来看，20-29 岁网民群体掌握各项数字素养与技能的水平最高，其中能够熟练“使用编程语言编写计算机程序”的 20-29 岁网民占比为 8.4%，较 2023 年 12 月提升 1.4 个百分点。

二是相关行业人才数字素养需求不断增长。一方面，众多数字职业应运而生，对网民数字素养与技能发展提出新需求。在 2024 年最新公布的 19 个新职业中，新增生成式人工智能系统应用员、智能网联汽车测试员、工业互联网运维员、用户增长运营师等 9 个数字职业⁴¹。另一方面，工业、农业等领域中的传统职业群体逐渐具备新的职业技能。截至 2024 年 12 月，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 11.7%；在职业为农林牧渔劳动人员的网民群体中，能够熟练“使用智能农业生产工具”的网民占比为 8.6%。这些“数字新工匠”“数字新农人”以数字技术提升日常工作效能，为自身职业发展提供助力。

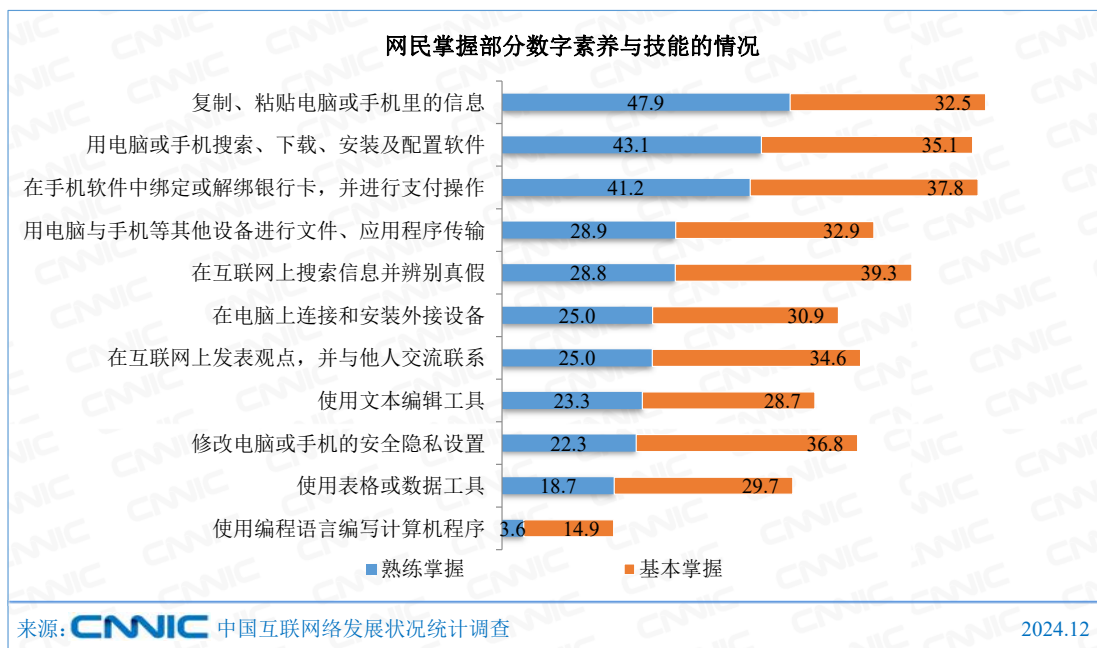


图 21 网民掌握部分数字素养与技能的情况

⁴¹ 来源: 人力资源和社会保障部, https://www.mohrss.gov.cn/SYrlzyhshbzb/dongtaixinwen/buneyaowen/rsxw/202407/t20240731_523281.html, 2024 年 7 月 31 日。

第三章 互联网应用发展状况

2024 年，互联网、人工智能等数字技术在推动数字经济发展壮大的同时，紧紧围绕实体经济这一经济发展根基，助力实体经济与数字经济深度融合。互联网在交通通信业、商业服务业、文化产业等多个领域应用日趋深入，新业态、新场景不断涌现，推动实数融合不断走深向实。

一、总体发展状况

2024 年，我国各类互联网应用不断深化，用户规模持续增长。其中，网络文学、网上外卖、网络支付和在线旅行预订的用户规模增长最快，较 2023 年 12 月分别增长 5474 万人、4777 万人、7505 万人和 3935 万人，增长率分别为 10.5%、8.8%、7.9%和 7.7%。

表 5 2023.12-2024.12 各类互联网应用用户规模和网民使用率

应用	2023.12 用户规模 (万人)	2023.12 网民使用率 (%)	2024.12 用户规模 (万人)	2024.12 网民使用率 (%)	增长率 (%)
即时通信	105,963	97.0	108,133	97.6	2.0
网络视频 ⁴²	106,671	97.7	107,018	96.6	0.3
短视频	105,330	96.4	103,953	93.8	-1.3
网络支付	95,386	87.3	102,891	92.8	7.9
网络购物	91,496	83.8	97,443	87.9	6.5
搜索引擎	82,670	75.7	87,782	79.2	6.2
网络直播	81,566	74.7	83,303	75.2	2.1
网络新闻	77,191	70.7	81,100	73.2	5.1
网络音乐	71,464	65.4	74,795	67.5	4.7

⁴² 注：2024 年 12 月网络视频用户规模中包含微短剧用户。

应用	2023.12 用户规模 (万人)	2023.12 网民使用率 (%)	2024.12 用户规模 (万人)	2024.12 网民使用率 (%)	增长率 (%)
网上外卖	54,454	49.9	59,231	53.4	8.8
网络文学	52,017	47.6	57,491	51.9	10.5
在线办公	53,706	49.2	57,048	51.5	6.2
在线旅行预订	50,901	46.6	54,836	49.5	7.7
网约车	52,765	48.3	53,945	48.7	2.2
互联网医疗	41,393	37.9	41,765	37.7	0.9
网络音频	33,189	30.4	33,529	30.3	1.0

二、基础工具类应用

截至 2024 年 12 月，我国即时通信用户规模达 10.81 亿人，较 2023 年 12 月增长 2170 万人，占网民整体的 97.6%。

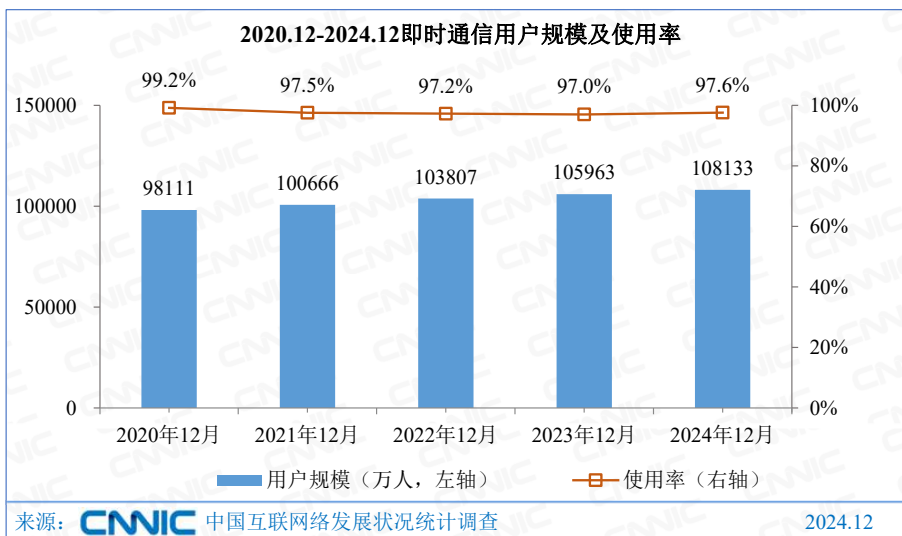


图 22 2020.12-2024.12 即时通信用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月，我国搜索引擎用户规模达 8.78 亿人，较 2023 年 12 月增长 5112 万人，占网民整体的 79.2%。

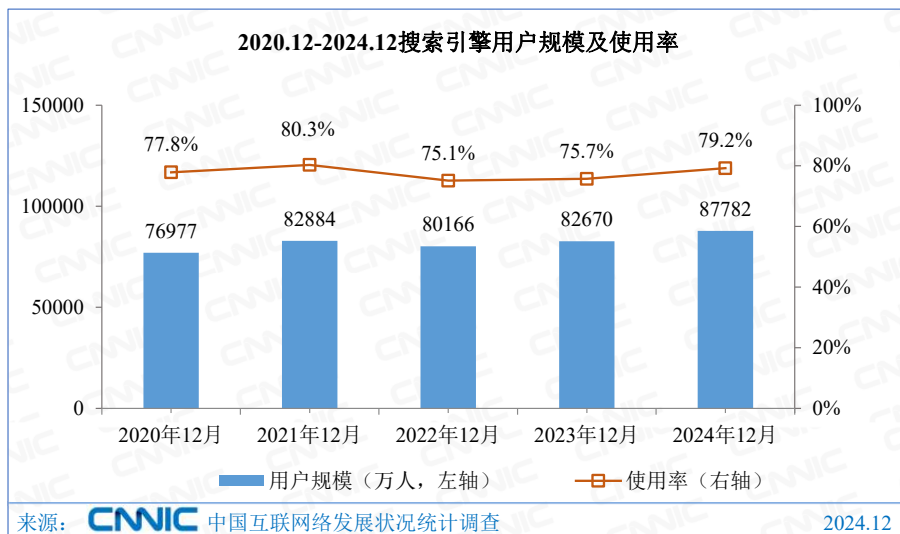


图 23 2020.12-2024.12 搜索引擎用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月,我国线上办公用户规模达 5.70 亿人,较 2023 年 12 月增长 3342 万人,占网民整体的 51.5%。

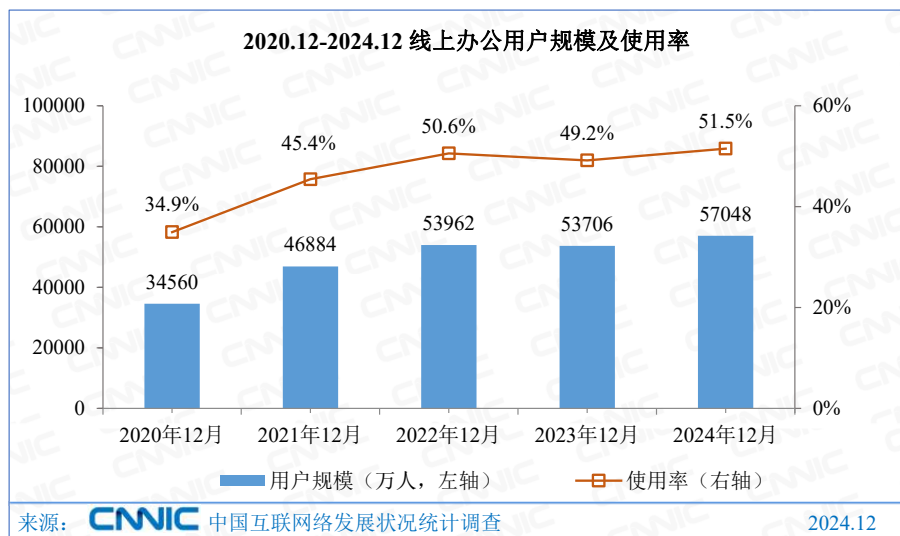


图 24 2020.12-2024.12 线上办公用户规模及使用率

2024 年,我国互联网基础工具类应用持续健康发展,功能建设不断强化,商业边界不断拓宽。信息服务领域企业收入持续增长。2024 年前三季度互联网和相关服务业运行情况显示,新闻资讯、搜索、社交等以信息服务为主的企业互

联网业务收入同比增长 7.5%⁴³。

即时通信行业持续丰富使用场景，提升用户体验，推动消费转化和业务收入增长。一是持续构建多元化行业生态。腾讯通过打造微信、QQ 和在线游戏的联动，不断丰富自有行业生态系统。腾讯 2024 年中期财报显示，小游戏总流水同比增长超 30%⁴⁴；第三季度财报显示，国际市场游戏收入同比增长 9%⁴⁵。同时，腾讯通过系统性加强交易能力，为小程序业务创造强大的交易和内容生态，也为用户提供了更流畅的购物体验。第三季度，小程序交易额超人民币 2 万亿元，同比增长十几个百分点⁴⁶。二是电商业务成为重要营收来源。视频号业务不断拓展商品品类，并激励更多内容创作者参与直播带货，推动电商生态持续完善。2024 年，视频号总用户使用时长同比显著增长，一季度总用户时长同比增长超过 80%⁴⁷，助力视频号贡献可观收入⁴⁸。

搜索引擎行业受新兴技术创新驱动，持续优化服务效能，推动市场主体多元化发展。一是人工智能技术持续赋能智能搜索。随着生成式人工智能技术持续发展，传统搜索引擎行业更加注重提升智能化和个性化服务。百度 APP AI 功能覆盖其月活用户的近 70%；已有超过 20% 的搜索结果页面涵盖 AI 生成内容⁴⁹。同时，针对个性化服务，百度正在推出百度文心智能体平台，已有超过 10 万个智能体应用了商业组件，实现收入转化的智能体数量增长了 395%⁵⁰。二是内容平台成行业重要新生力量。电商平台、社交平台等更加重视依托内容生态构建搜索业务，并依靠搜索业务提升收入转化，成为行业重要新生力量。新浪微博结合通用数据和自身特色数据，如实时热点、事件脉络、网络流行语等，发布“知微”大模型，开发“智搜”场景，能够帮助网友快速了解热搜词条内容。2024 年 3 月，腾讯财报显示，微信搜一搜日活跃用户量突破 1 亿，搜索量同比增长超 30%，

⁴³ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/jgsj/yxj/xxfb/art/2024/art_42faa762420a4d1ab7160c4d5f1f7b8f.html，2024 年 10 月 31 日。

⁴⁴ 来源：腾讯 2024 年中期财务报告，<https://static.www.tencent.com/uploads/2024/08/27/921cf1c0c56a51dd08ec318678b3bb08.pdf>，2024 年 8 月 14 日。

⁴⁵ 来源：腾讯 2024 年第三季度财务报告，<https://static.www.tencent.com/uploads/2024/11/13/309f975d755016a10be34254968a1651.pdf>，2024 年 11 月 13 日。

⁴⁶ 来源：同上。

⁴⁷ 来源：腾讯 2024 年第一季度财务报告，<https://static.www.tencent.com/uploads/2024/05/14/eef7133794cd389f7a031dbac92f2e4f.pdf>，2024 年 5 月 14 日。

⁴⁸ 来源：澎湃新闻，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_27607077，2024 年 6 月 3 日。

⁴⁹ 来源：第一财经，<https://www.yicai.com/news/102369201.html>，2024 年 11 月 21 日。

⁵⁰ 来源：新华网，<https://www.xinhuanet.com/tech/20241121/dbda2471b1374eb6b4d3757e7d5f539c/c.html>，2024 年 11 月 21 日。



其搜索广告也实现同比收入数倍增长⁵¹。2024 年第三季度月均使用快手搜索的用户超过 5 亿，日均搜索次数同比增长超 20.0%至超过 7 亿，单日搜索次数峰值也超过 8 亿⁵²。在小红书站内，70%的月活用户使用搜索功能，用户平均每天搜索 6 次，三分之一的用户打开应用的第一件事就是搜索⁵³。

在线办公行业呈现智能化发展趋势，通过付费模式不断提升商业潜力。一是大模型助力智能化发展趋势。2024 年，人工智能技术持续推动在线办公行业创新发展，在内容生成、文字处理和总结摘要等多方面不断优化办公效率，提升用户体验。以钉钉为例，截至 1 月，钉钉已有 20 多条产品线、80 多个场景接入大模型，并且有 70 万家企业使用上了钉钉 AI 服务⁵⁴。6 月，钉钉宣布对所有大模型厂商开放，构建中国最开放 AI 生态。除通义大模型外，MiniMax、月之暗面等六家大模型厂商也已经与钉钉达成合作⁵⁵。**二是付费模式成为重要营收来源。**截至 1 月 9 日，企业微信的三方付费企业新增超 30 万、三方付费账号新增超 1 亿⁵⁶；2023 年，飞书的软件订阅收入超 2 亿美元，相比 2022 年翻番，2024 年仍在高速增长⁵⁷，预计将超 3 亿美元⁵⁸。

社交网络行业持续丰富内容生态，探索“AI 社交”新趋势，推动行业生态多元化发展。一是社交网络应用成为网民获取资讯主要渠道。截至 2024 年 12 月，我国社交网络用户规模达 11.01 亿人，占网民整体的 99.3%，社交网络成为网民获取资讯的最主要渠道。其中，关注旅游、购物、本地生活等资讯的网民占比为 44.7%。抖音 2024 年上半年新注册达人的行业以“生活”类为主，占总新增达人的 23%⁵⁹；小红书成为文旅内容重要“种草”渠道，2024 年国庆期间旅游笔记发布量超过 221 万，同比增长 11.8%，累计曝光量 47 亿⁶⁰。同时，关注科技、商业、体育等资讯的网民占比为 47.6%。随着第 33 届奥运会在巴黎顺利举行，网民对体育议题的关注程度迅速上升。在巴黎奥运期间，微博、抖音、小红

⁵¹ 来源：36 氪，<https://news.qq.com/rain/a/20240321A04DG700>，2024 年 3 月 21 日。

⁵² 来源：《快手科技发布 2024 年第三季度未经审核财务业绩》，<https://ir.kuaishou.com/zh-hans/news-releases/news-release-details/kuaishoukejifabu2024niandisanjiduweiijingshenhecaiwuyeji>，2024 年 11 月 20 日。

⁵³ 来源：《小红书搜索报告》，<https://aigc.idigital.com.cn/djyanbao/>【DT 研究院%2C 第一财经研究院】2024 小红书 10 大搜索趋势洞察报告-2024-08-07.pdf，2024 年 8 月 7 日。

⁵⁴ 来源：钉钉官方微信公众号，https://mp.weixin.qq.com/s/ytTjhXBcygCiVVTW_S2MgQ，2024 年 1 月 9 日。

⁵⁵ 来源：第一财经，<https://news.qq.com/rain/a/20240626A0A7CU00>，2024 年 6 月 26 日。

⁵⁶ 来源：第一财经，<https://www.yicai.com/news/101951383.html>，2024 年 1 月 9 日。

⁵⁷ 来源：财经杂志，<https://mp.weixin.qq.com/s/QDUBrNmyEZCrRY86TO-sKA>，2024 年 9 月 5 日。

⁵⁸ 来源：界面新闻，<https://m.jiemian.com/article/11674929.html>，2024 年 9 月 4 日。

⁵⁹ 来源：飞瓜数据，<https://dy.feigua.cn/article/detail/912.html>，2024 年 7 月 31 日。

⁶⁰ 来源：光明网，https://travel.gmw.cn/2024-10/18/content_37622773.htm，2024 年 10 月 18 日。

书、哔哩哔哩、快手五大社交媒体平台奥运相关话题总互动量超过 40 亿⁶¹。二是多平台不断探索“AI 社交”新趋势。新浪微博借助 AI 技术开发了多款针对不同场景的应用，如评论机器人、剧综虚拟角色生成、博主 AI 助手等。“评论罗伯特”以趣味、温暖的风格与用户互动，提高用户粘性及活跃度，角色生成模型能够利用数据生成虚拟角色，并提供粉丝个性化评论回复等功能；腾讯基于经典社交产品 QQ 推出“AI 聊天搭子”，提供包括陪伴、故事、挑战、MBTI⁶²、名人等不同类型的虚拟角色，用户可以与这些角色进行实时对话，并享受个性化的社交体验⁶³。字节跳动推出 AI 社交应用“话炉”，能够提供以互动式娱乐内容为核心功能的技术服务⁶⁴。百度推出“万话”APP 和海外的“AI 社交 APP SynClub”，利用 AI 技术提供情绪陪伴和社交互动，旨在通过 AI 虚拟人与用户进行深入交流。Soul 通过其智能对话机器人“AI 苟蛋”探索 AI 与社交的结合，为年轻用户提供个性化的沟通体验⁶⁵。

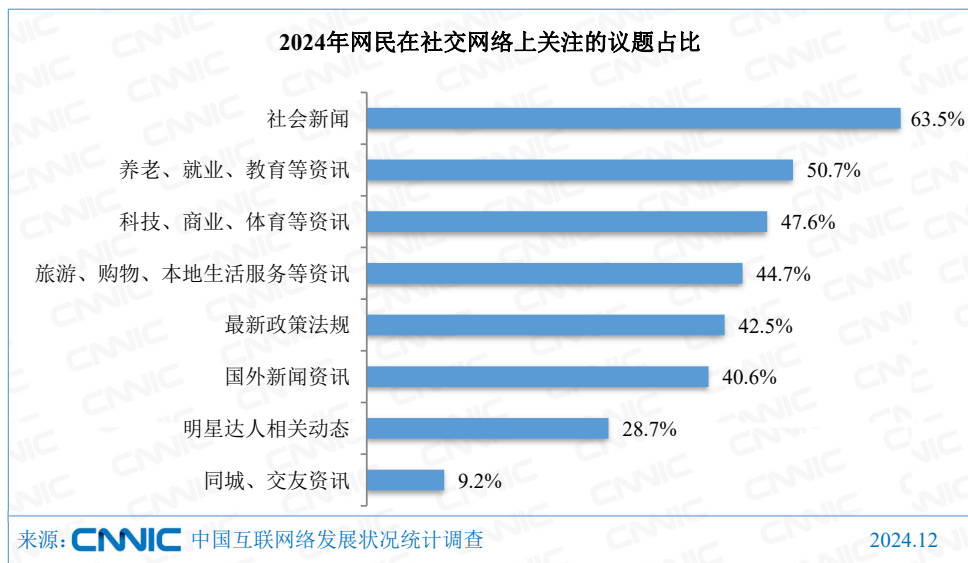


图 25 2024 年网民在社交网络上关注的议题占比

⁶¹ 来源: 36 氪, <https://36kr.com/p/2908135522507392>, 2024 年 8 月 16 日。

⁶² MBTI: 指迈尔斯-布里格斯类型指标 (Myers - Briggs Type Indicator, MBTI), 是由美国作家伊莎贝尔·布里格斯·迈尔斯 (Isabel Myers) 和她的母亲凯瑟琳·库克·布里格斯 (Kathryn Briggs) 编制的一种人格测试理论模型。

⁶³ 来源: 腾讯网, <https://new.qq.com/rain/a/20240306A09PR500>, 2024 年 3 月 6 日。

⁶⁴ 来源: 36 氪, <https://www.36kr.com/p/2716214611769218>, 2024 年 4 月 2 日。

⁶⁵ 来源: 澎湃新闻, https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_26365322, 2024 年 2 月 16 日。

三、商务交易类应用

截至 2024 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.74 亿人，较 2023 年 12 月增长 5947 万人，占网民整体的 87.9%。

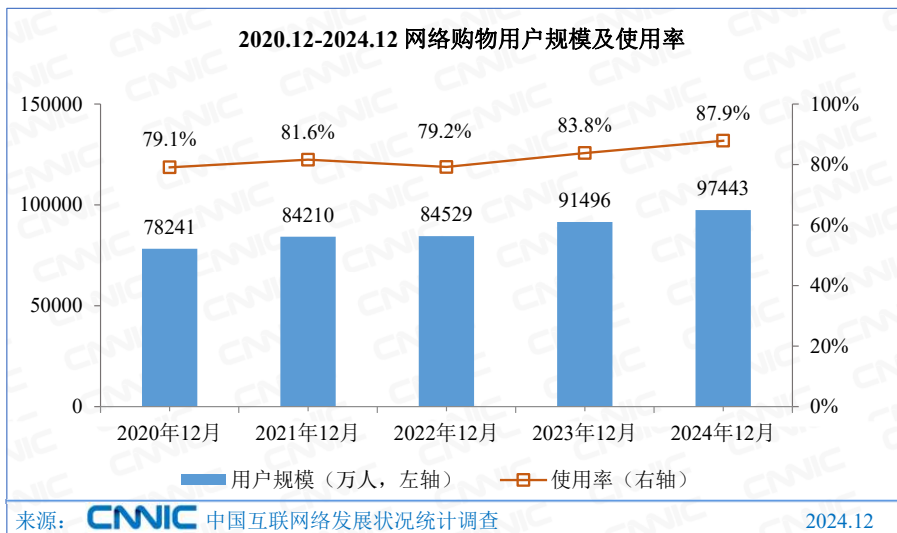


图 26 2020.12-2024.12 网络购物用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月，我国网络支付用户规模达 10.29 亿人，较 2023 年 12 月增长 7505 万人，占网民整体的 92.8%。

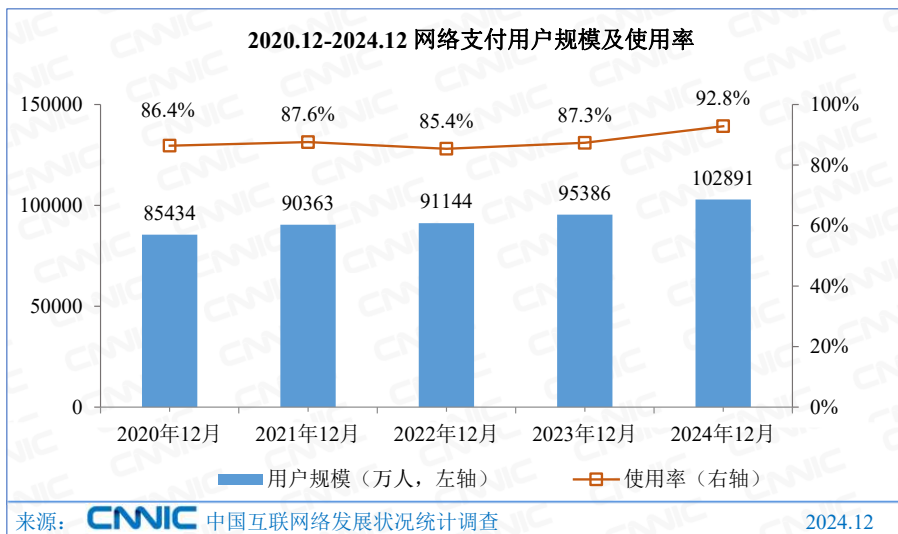


图 27 2020.12-2024.12 网络支付用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月，我国网上外卖用户规模达 5.92 亿人，较 2023 年 12 月

增长 4777 万人，占网民整体的 53.4%。

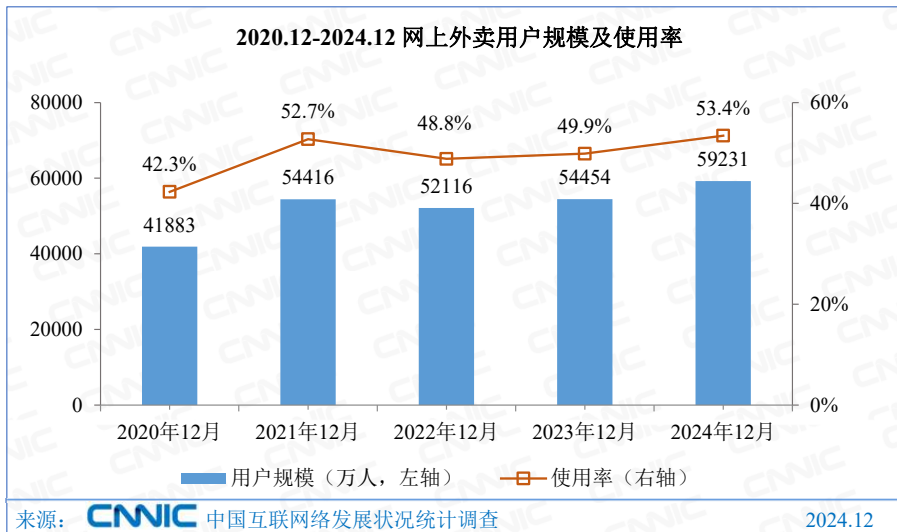


图 28 2020.12-2024.12 网上外卖用户规模及使用率

2024 年，随着《推动消费品以旧换新行动方案》《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》《通用航空装备创新应用实施方案（2024-2030 年）》等政策的出台，商务交易类应用呈现创新活力，电商平台以旧换新、支付平台互联互通和外卖平台的无人机送餐等成为发展亮点。网络购物、网络支付以及网上外卖三大领域以各自独特的优势和创新模式，推动商贸流通创新提质、平台经济健康发展、实数融合活力释放。

网络购物呈现持续增长态势，促进消费扩容升级。2024 年，电子商务行业获得较快发展，以旧换新和跨境电商成为重要因素。一是**消费品以旧换新取得新成效**。扩内需促消费政策措施接连出台，推动 3C 数码、家电家居等销售增长。电商平台企业大力推广以旧换新模式，实现经济效益与社会效益双赢。“618”期间，京东联合 20 多个省市级政府给予消费者补贴加码，北京、河北等 7 个省市家电家居以旧换新成交额同比增长超 100%⁶⁶。“双十一”期间，政府补贴叠加“双十一”优惠，天猫大家电首小时成交额同比上涨 765%⁶⁷。以旧换新政策对消费者提供了经济优惠，对消费市场的促进作用明显。二是**跨境电商为外贸发**

⁶⁶ 来源：新华网，<http://www.news.cn/fortune/20240620/460e363f69f04015ad99d1b89bdc8990/c.html>，2024 年 6 月 20 日。

⁶⁷ 来源：央广网，https://tech.cnr.cn/ycbd/20241014/t20241014_526939704.shtml，2024 年 10 月 14 日。

展注入新动能。前三季度我国跨境电商进出口 1.88 万亿元，同比增长 11.5%⁶⁸，跨境电商已经成为我国外贸发展的有生力量。跨境电商直播基地加快建设，助力中国品牌出海。企业借助 TIKTOK Shop 等平台以短视频、直播等形式将产品推广至全球消费者。电商平台进行技术创新，助力跨境电商发展。阿里国际站的人工智能生意助手为中小企业国际拓展提供产品发布、营销推广等服务。截至 10 月，面向国内卖家的人工智能生意助手已经拥有 4.5 万用户⁶⁹。

网络支付环境持续优化提升，创新服务惠及更多人群。2024 年，网络支付互联互通快速发展，实现更多服务创新。一是平台间互联互通取得积极进展。网络支付机构推进互联互通，各类条码互认互扫取得进展，保障了网民的网络支付选择权。9 月，淘宝网、天猫分别发布《关于淘宝网新增微信支付能力的意见征集》及《关于天猫新增微信支付能力的意见征集》，电商平台之间的互联互通逐渐深入，不断提升消费者体验。支付宝、微信支付与云闪付实现线下条码的互认互扫，推动线上、线下的多场景支付互联互通。截至 10 月，有 85% 的淘宝商铺支持消费者通过云闪付付款⁷⁰。二是新型支付方式更加便利。用户便捷支付体验持续提升，带来更多消费新体验。7 月，支付宝推出“碰一下”服务，用户无需出示付款码，解锁手机碰一下商家的收款设备，便可完成支付过程。快捷支付成为商家收银和会员运营的新方式。截至 9 月 6 日，“碰一下”支付已服务上海、成都、武汉、长沙、杭州、青岛等 50 多个城市⁷¹，为商家带来更多新机遇。华为、小米等多家手机厂商陆续开展“碰一下”功能接入，各方合力推进“碰一下”生态建设。

网上外卖技术发展提升效率，配送服务模式开展迭代升级。2024 年，即时配送加快实现技术创新，外卖配送探索新模式。一是数字技术支撑即时配送业务增长。数据显示，三季度美团即时配送交易笔数达 70.78 亿，同比增长 14.5%⁷²。外卖平台企业基于大数据和人工智能技术优化调度系统，处理高峰期的订单积压和配送延误等问题，保障即时配送的及时性、准确性和安全性。美团加快与物业公司的技术合作和数据对接，打造骑手友好社区通行解决方案，骑手可在小区

⁶⁸ 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202410/content_6980300.htm，2024 年 10 月 14 日。

⁶⁹ 来源：证券时报网，<http://egs.stcn.com/news/detail/1892429.html>，2024 年 10 月 22 日。

⁷⁰ 来源：光明网，<https://m.gmw.cn/baijia/2021-10/15/1302640046.html>，2024 年 10 月 15 日。

⁷¹ 来源：蚂蚁集团，<https://www.antgroup.com/news-media/press-releases/1725616800000>，2024 年 9 月 6 日。

⁷² 来源：美团 2024 年第三季度财报，https://www.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2024/1129/2024112900544_c.pdf。

入口处使用微信扫描物业小程序码，实现一键登记、即时验证，进一步提高骑手配送效率。二是**无人机外卖配送成为新兴模式**。无人机外卖配送航线加快开通，助力低空经济创新发展。美团开展社区、景区、市政公园、校园等多场景下的无人机外卖配送布局，满足消费者的时效性需求。截至9月，美团无人机在北京、深圳、上海、广州等城市开通53条航线，历史累计完成订单超40万单⁷³。国庆黄金周期间，美团无人机在八达岭长城南五城楼开通了新的无人机配送航线，日均订单量环比节前周末时段增长超1100%，中西式简餐、饮品等成为热销商品⁷⁴。

四、文旅娱乐类应用

截至2024年12月，我国在线旅行预订用户规模达5.48亿人，较2023年12月增加3935万人，占网民整体的49.5%。

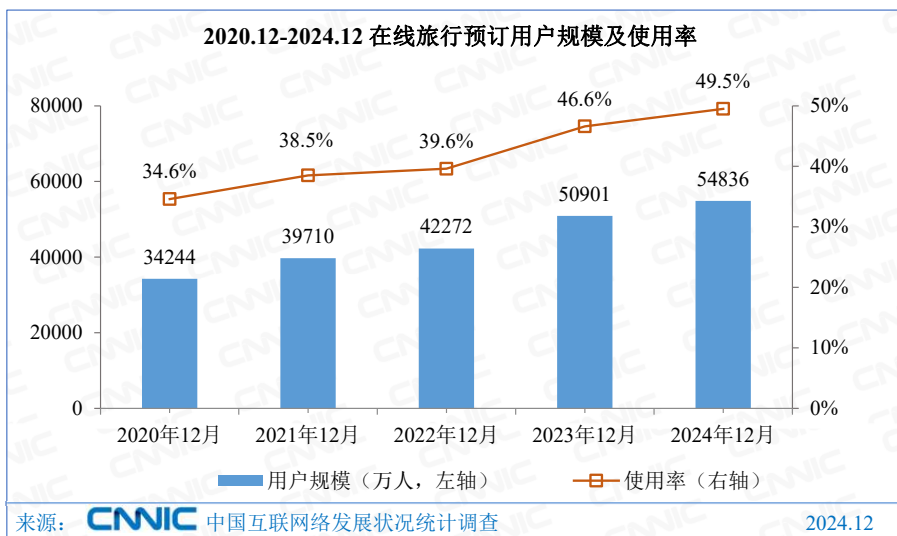


图 29 2020.12-2024.12 在线旅行预订用户规模及使用率

截至2024年12月，网络视频⁷⁵用户规模为10.70亿人，较2023年12月增长347万人，占网民整体的96.6%。其中，短视频用户规模为10.40亿人，占网民整体的93.8%。

⁷³ 来源: 美团, <https://www.meituan.com/news/NN241218063008769>, 2024年12月18日。

⁷⁴ 来源: 美团, <https://www.meituan.com/news/NN241218063008769>, 2024年12月18日。

⁷⁵ 2024年12月网络视频用户规模中包含微短剧用户。

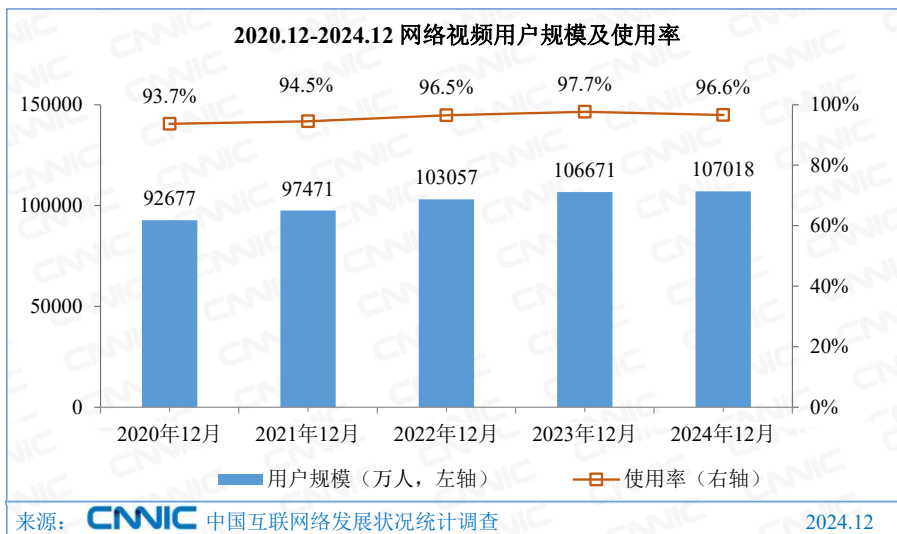


图 30 2020.12-2024.12 网络视频用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月,我国网络直播用户规模达 8.33 亿人,较 2023 年 12 月增长 1737 万人,占网民整体的 75.2%。

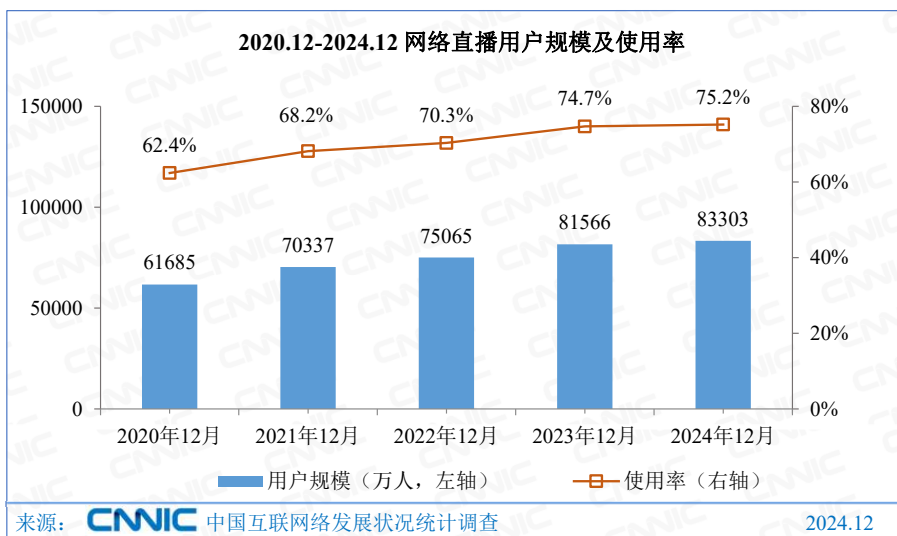


图 31 2020.12-2024.12 网络直播用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月,我国网络文学用户规模达 5.75 亿人,较 2023 年 12 月增长 5474 万人,占网民整体的 51.9%。

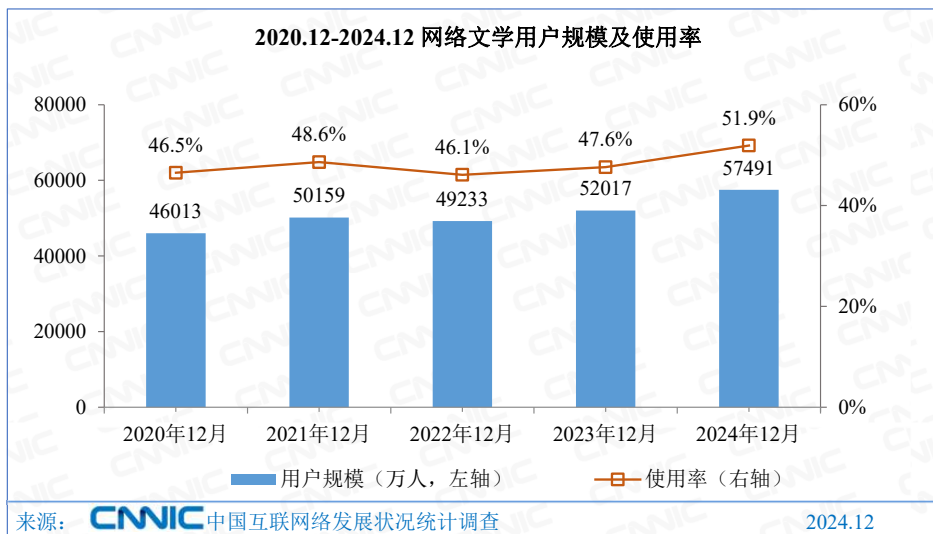


图 32 2020.12-2024.12 网络文学用户规模及使用率

2024 年,我国旅游业呈现加快恢复、提质增速的良好态势,成为经济社会发展的一大亮点。人工智能、虚拟现实等技术加速应用,赋能文旅融合高质量发展,实数融合成为旅游消费新趋势。在娱乐内容领域,微短剧进入提质升级新阶段,呈现精品化发展趋势。

“内容+体验”打造新场景,文旅融合跑出加速度。一是旅游热点层出不穷。随着用户消费需求日益多样化,旅游业态也逐渐多元化。甘肃“天水麻辣烫”、平潭“蓝眼泪”等相对“小众”的旅游特色项目不断涌现出新的吸引力。“为一场演唱会奔赴一座城”“不是大城市去不起,而是小县城更有性价比”等文旅旅游新观念层出不穷。数据显示⁷⁶,2024 年前三季度,国内出游人次 42.37 亿,同比增长 15.3%;国内游客出游总花费 4.35 万亿元,同比增长 17.9%。如“天水麻辣烫”带动当地文旅市场呈火热态势。1-9 月,天水市累计接待游客数量、旅游收入同比增长均在 25%以上⁷⁷。国庆假期,全国营业性演出场次同比增长 14.5%,票房收入同比增长 25.9%;观众人次同比增长 13.3%⁷⁸;携程县域游订单同比增长 20%⁷⁹。二是文旅跨界融合带来新活力。各地方政府充分利用短视频、直播、

⁷⁶ 来源:文化和旅游部, https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202410/t20241021_955808.html, 2024 年 10 月 21 日。

⁷⁷ 来源:天水发布, <https://mp.weixin.qq.com/s/L9huMIP7xhs1jShs7d2QHg>, 2024 年 10 月 13 日。

⁷⁸ 来源:央视网, <https://news.cctv.com/2024/10/09/ARTIZdmkHEQmqUxKi8Bvsj6s241009.shtml>, 2024 年 10 月 9 日。

⁷⁹ 来源:人民网, <http://sh.people.com.cn/n2/2024/1013/c134768-41006263.html>, 2024 年 10 月 12 日。

网络游戏的传播效应，全方位展示文化、美食、景点等特色，打造全新文旅名片，带动文旅产业和经济发展。国产游戏《黑神话：悟空》发布后，主要取景地山西的关注度迅速上升，成为最火爆的旅游目的地之一。山西省文旅厅通过推出相应旅游产品、打卡活动、周边文创等，将线上游戏热度转化为线下旅游热度。国庆前三天，山西省旅游订单预订量较中秋节环比增长 63%，预订金额环比增长 171%⁸⁰。三是沉浸式体验成旅游新亮点。增强现实、虚拟现实、人工智能等数字科技在文旅领域加速应用，给游客带来新体验。中国国家博物馆“华彩万象——石窟艺术沉浸体验”展览让石窟艺术得到全新演绎；“5G 大运河沉浸式体验区”成为江苏扬州中国大运河博物馆人气最旺的打卡点；潮州涵碧楼引入虚拟现实、增强现实技术还原历史场景，讲活红色故事。数据显示，“五一”假期，全国首批 42 家沉浸式体验新空间就吸引消费者超 430 万人次，实现消费总额超过 2.2 亿元⁸¹。

微短剧渐成文旅娱乐内容领域新势力。截至 12 月，微短剧用户规模达 6.62 亿人，网民使用率为 59.7%。一是**高品质成为微短剧行业发展方向**。国家广播电视总局协同各方力量，推动微短剧行业向精品化、创新化、规模化迈进。“跟着微短剧去旅行”“微短剧里看中国”“微短剧里看品牌”系列计划陆续启动，打造共生增长、开放包容的微短剧产业生态。二是**众多平台进入微短剧领域**。从短视频平台、传统影视公司、网络文学平台，再到长视频平台、电视台、电商平台等，众多类型平台纷纷跨界微短剧领域，试图让微短剧成为带动营收增长的亮点。以电商平台为例，淘宝在二级页面开辟短剧板块“小剧场”；拼多多已上线的微短剧剧集涵盖多种类型，同时还在其中附带商品链接；京东在 4 月宣布投入 10 亿元现金和 10 亿流量作为奖励，吸引更多微短剧原创作者和优质内容机构入驻。

人工智能技术为文旅娱乐产业带来新机遇。在网络视频、游戏、直播、文学等文化娱乐产业，人工智能技术加速应用融合到各业务场景中，提升内容创作质量及商业变现能力。在网络视频领域，人工智能技术被应用到内容策划、制作、宣发、个性化推荐和线上营销等各业务场景中。如视频生成大模型“可灵 AI”

⁸⁰ 来源：央视网，<https://news.cctv.com/2024/10/08/ARTIYwbpmrCTm5MF9Is5ex7D241008.shtml>，2024 年 10 月 8 日。

⁸¹ 来源：新华网，<http://www1.xinhuanet.com/travel/20240506/23a40e9de5d8466d8753eb91457fa7c4/c.html>，2024 年 5 月 6 日。

目前已有超过 600 万用户，累计生成超 6500 万个视频和超 1.75 亿张图片⁸²。上半年，有近 2 万商家在快手平台借助大模型实现智能化经营；二季度，通过引入推荐大模型提升识别用户购物意图的能力，快手电商的搜索商品交易总额同比提升超 80%⁸³。在网络文学领域，人工智能技术成为发展新引擎。一是**辅助创作**，为网络文学作者提供灵感。依靠大模型的自然语言处理能力，创作者可以运用人工智能技术辅助框架建构、线索整理、人物设定和情景描写等。二是**优化翻译流程**，“一键出海”“全球追更”成为可能。在人工智能助力下，翻译效率大力提升，翻译体量不断增长，翻译成本有效降低，便于海外读者顺利阅读国产网络文学作品。

五、公共服务类应用

截至 2024 年 12 月，我国网约车用户规模达 5.39 亿人，较 2023 年 12 月增加 1180 万人，占网民整体的 48.7%。

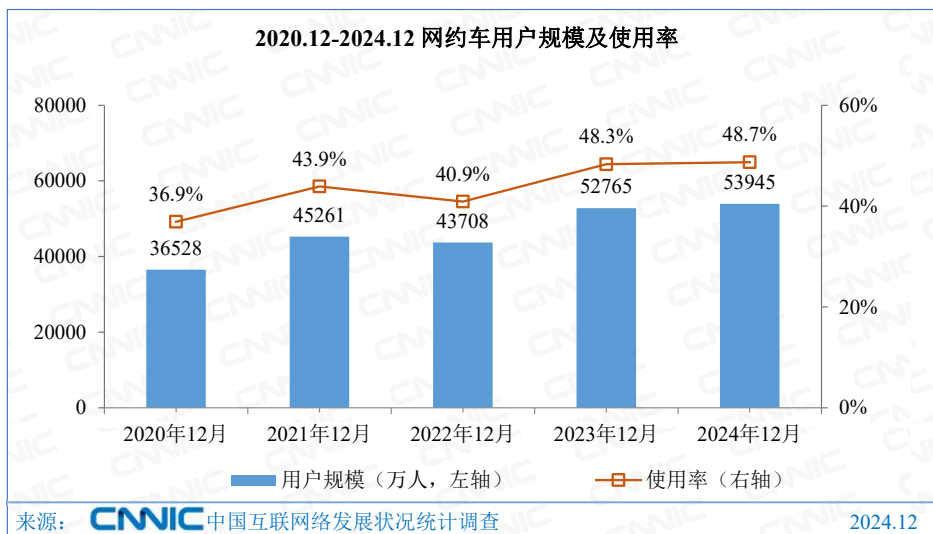


图 33 2020.12-2024.12 网约车用户规模及使用率

截至 2024 年 12 月，我国互联网医疗用户规模达 4.18 亿人，较 2023 年 12 月增加 372 万人，占网民整体的 37.7%。

⁸² 来源：腾讯网，<https://news.qq.com/rain/a/20241212A05WIX00>，2024 年 12 月 12 日。

⁸³ 来源：快手科技 2024 年第二季度财务报告，<https://ir.kuaishou.com/zh-hans/news-releases/news-release-details/kuaishoukejifabu2024niandierjidujizhongqiwujingshenhecaiwuyaji>，2024 年 8 月 20 日。

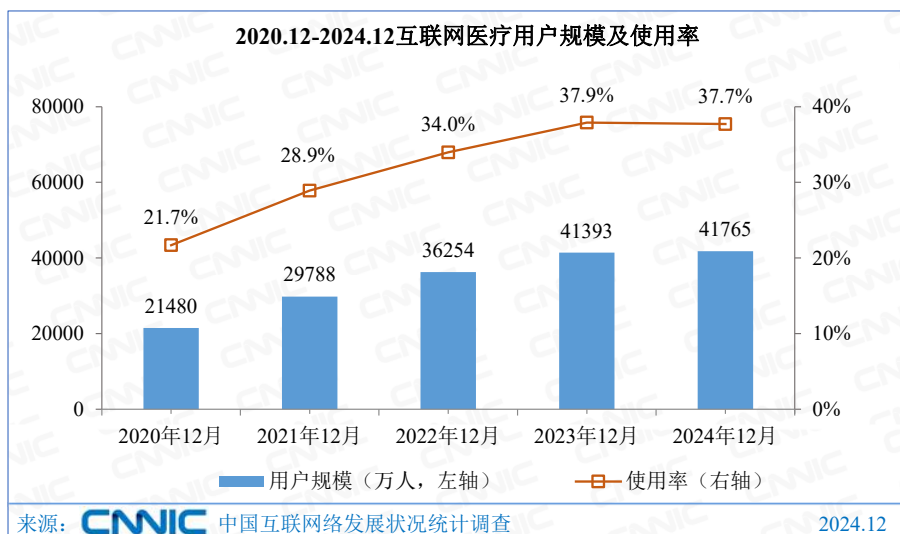


图 34 2020.12-2024.12 互联网医疗用户规模及使用率

2024 年,在政策持续引导下,网约车、互联网医疗、在线教育等行业企业积极借助数字技术赋能,通过实数融合实践,更好满足特定群体的特殊需求,提升了服务的可及性和普惠性,为更多人带来了便利与福祉。

网约车行业有效助力绿色低碳出行,并显著提升适老化出行服务质量。一是绿色低碳出行进程稳步推进。在平台企业层面,平台企业加码新能源车换电业务。1 月,滴滴出行与宁德时代成立换电合资公司,以网约车场景为切入点,为新能源车提供换电服务;5 月,曹操出行在济南、日照两城投放 60 秒快速换电定制车,致力于推进山东新能源网约车换电生态的建设与发展。在用户层面,顺风车等出行方式的高频使用有效促进了车辆资源的高效利用。上半年,嘀嗒出行顺风车服务业务的整体交易额达 40.07 亿元,订单量达 6170 万⁸⁴。二是平台助老服务更加完善,老年群体线上叫车门槛降低。截至 12 月,我国 60 岁及以上老年群体网约车使用率达 24.6%,用户规模达 3849 万人。截至 9 月末,滴滴出行共为 355 城的 624 万老年人,提供 1.97 亿次出行服务⁸⁵。同时,“一键叫车”功能已在 325 个城市上线,显著提升了老年群体约车响应效率,累计为 1543 万名老年乘客提供服务超 1.5 亿单⁸⁶。10 月,滴滴出行升级了助老打车服务,不仅对

⁸⁴ 来源:嘀嗒出行 2024 年中期业绩公告, https://manager.wisdomir.com/files/594/2024/0830/20240909174709_03161024_sc.pdf, 2024 年 8 月 30 日。

⁸⁵ 来源:滴滴出行, <https://mp.weixin.qq.com/s/3UTIRJKzcRwULuXUeayopA>, 2024 年 10 月 11 日。

⁸⁶ 来源:央视网, <https://news.cctv.com/2024/07/30/ARTIoNuWDoBrSkGG1V25EGuB240730.shtml>, 2024 年 7 月 30 日。

在线服务功能进行优化，还积极拓展线下助老打车站牌的覆盖数量。

互联网医疗行业的发展活力与潜力进一步释放。6月，国务院办公厅印发《深化医药卫生体制改革2024年重点工作任务》，聚焦医保、医疗、医药协同发展和治理。随着线上医保购药、医疗大模型等的创新应用，互联网医疗服务水平显著提升。**一是互联网医疗服务进一步发展普及。**目前，全国互联网医院达3340所，每年提供互联网诊疗服务量超1亿诊疗人次⁸⁷，其中京东健康互联网医院的日均在线诊询量超48万⁸⁸。**二是线上医保购药有效保障患者用药需求。**线上购药、医保支付、即时配送，不仅进一步减轻了群众购药负担，还显著提升了购药便利性。7月起，北上广深等多地推进线上医保购药服务落地。目前，北京近500家药店可使用医保个人账户线上购药⁸⁹，覆盖全市16个行政区和经济开发区；上海有超1000家药店加入互联网购药医保在线支付项目，已完成204.7万人次医保结算⁹⁰。**三是大模型助力在线诊疗服务质量效率提升。**6月，平安健康发布“平安医博通”多模态医疗大模型，旨在协助生成患者健康档案，并提供医学知识辅助；8月，京东健康发布“京医千询”医疗大模型，通过提供医疗建议和诊断，助力远程医疗智能化升级。

在线教育平台优势不断显现，有效推动教育公平普惠。截至2024年12月，我国在线教育用户规模达3.55亿人，占网民整体的32.0%。**一是全民学习渠道持续拓宽。**目前，我国上线慕课数量超过7.68万门，学习人次达12.77亿，建设和应用规模居世界第一⁹¹。**二是乡村教育进一步实现公平普惠。**例如，北京师范大学建设的“数字教育小院”，依托国家中小学智慧教育平台，通过打造数字化课程资源包，提升教育教学数字化水平，为乡村教育振兴提供了有力支撑；中国联通发布“文枢AI教育”，旨在向乡村师生提供服务，以缩小城乡教育差异，平衡教育资源。截至12月，我国农村地区在线教育使用率达24.0%，用户规模达7517万人。

⁸⁷ 来源：国家卫生健康委员会，<http://www.nhc.gov.cn/xcs/s3574/202409/2e0cf0e7331143e3a7ce3ee040f615e4.shtml>，2024年9月12日。

⁸⁸ 来源：京东健康2024年上半年财务报告，https://manager.wisdomir.com/files/586/2024/0906/20240906164502_65681542_tc.pdf，2024年9月6日。

⁸⁹ 来源：新浪财经，<https://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-06/doc-incvrvrt3137197.shtml>，2024年11月6日。

⁹⁰ 来源：国家医疗保障局，https://www.nhsa.gov.cn/art/2024/7/14/art_14_13217.html，2024年7月14日。

⁹¹ 来源：教育部，http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s5147/202405/t20240515_1130643.html，2024年5月15日。



六、生成式人工智能发展状况

人工智能是引领新一轮科技革命和产业变革的基础性和战略性技术，正加速和实体经济深度融合，深刻改变工业生产模式和经济发展形态，将对赋能新型工业化、加快建设制造强国、网络强国和数字中国发挥重要的支撑作用⁹²。特别是在过去两年，生成式人工智能作为人工智能领域的重要分支，迅速成为全球最热门的投资领域之一，吸引了大量资金、人才投身其中，并取得了丰硕的发展成果。在我国，生成式人工智能相关产业的发展成果已经得到初步体现。通过政策的积极引导和企业的持续探索，生成式人工智能已经被广泛应用于内容创作、企业运营、科技研发、工业生产等众多领域之中。截至 2024 年 12 月 31 日，共 302 款生成式人工智能服务在国家网信办完成备案，其中 2024 年新增 238 款备案⁹³。截至 12 月，我国生成式人工智能产品的用户规模达 2.49 亿人，占整体人口的 17.7%。

（一）用户使用情况

截至 2024 年 12 月，我国有 3.31 亿人表示自己听说过生成式人工智能产品，占整体人口的 23.5%。通过用户属性进行分析可以发现，不同年龄、学历网民对生成式人工智能产品的使用比例存在明显差异，中青年、高学历群体对生成式人工智能产品的使用更加广泛。

从各年龄段网民的使用情况来看，20-29 岁网民使用生成式人工智能产品的比例最高，达到 41.5%；其次为 30-39 岁网民，比例为 23.9%；6-19 岁网民也达到 21.1%。

⁹² 来源：《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南（2024 版）》，<https://www.cac.gov.cn/rootimages/uploadimg/1721686809515617/1721686809515617.pdf>，2024 年 6 月 5 日。

⁹³ 来源：国家互联网信息办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-01/08/c_1738034725920930.htm，2025 年 1 月 8 日。

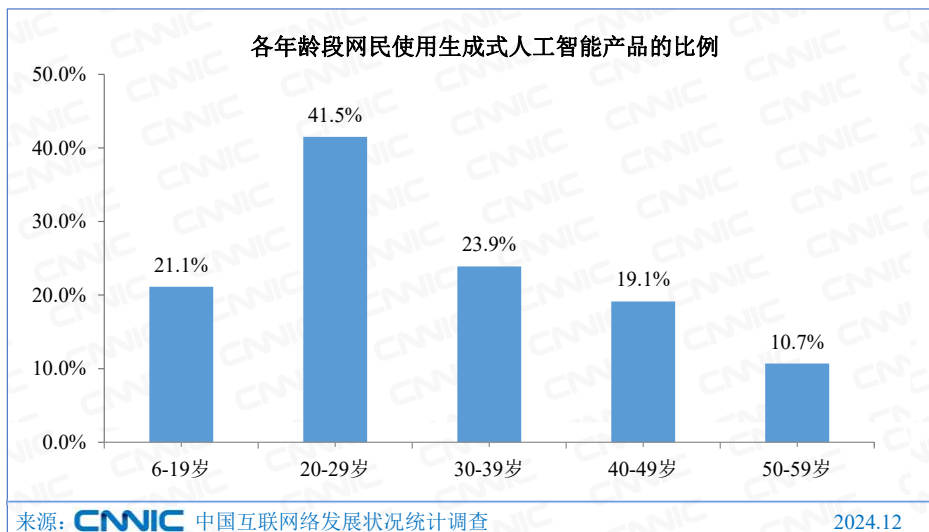


图 35 各年龄段网民使用生成式人工智能产品的比例

从不同学历网民的使用情况来看,大专及以上学历网民对生成式人工智能产品的使用率明显较高,达到 47.0%;大专以下学历网民对生成式人工智能产品的使用率则为 12.6%。

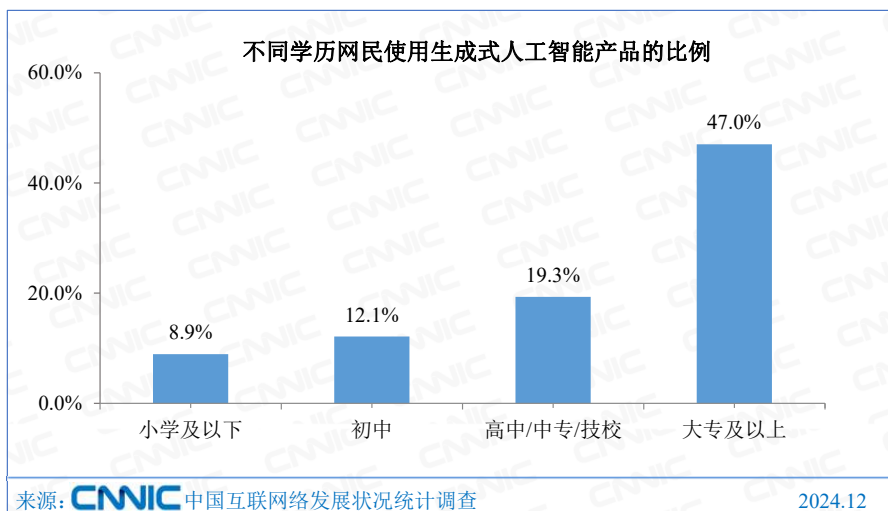


图 36 不同学历网民使用生成式人工智能产品的比例

生成式人工智能产品在普通用户群体中的主要应用场景包括回答问题、日常办公、创作内容等。通过对使用过生成式人工智能产品的用户进一步调查发现,利用生成式人工智能产品回答问题的用户最为广泛,使用率达 77.6%;将生成式人工智能产品作为自己的办公助手的用户比例为 45.5%,主要用于生成会议纪

要、制作 PPT 等。值得注意的是，随着生成式人工智能的多模态大模型在 2024 年迅速发展，越来越多的用户开始使用这类产品生成图片、视频，占比为 31.0%。

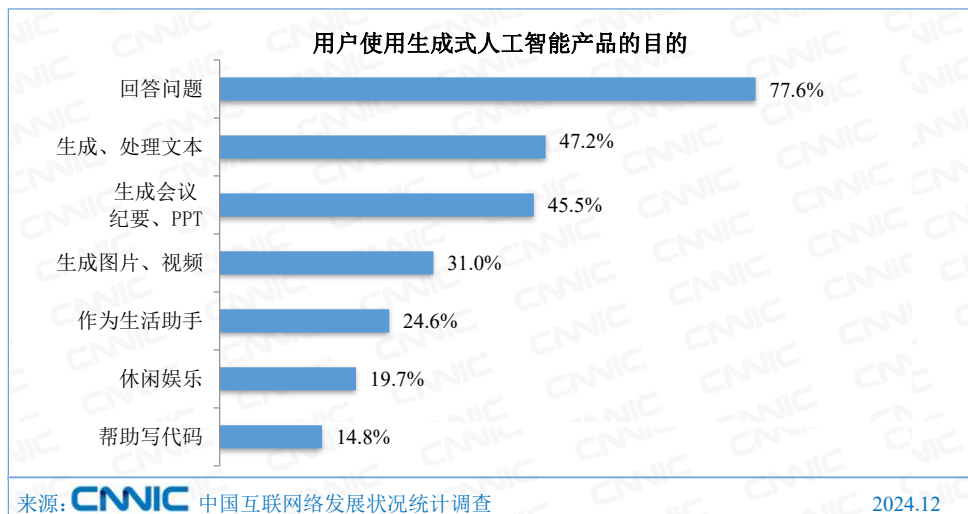


图 37 用户使用生成式人工智能产品的目的

（二）产业发展情况

政策引导方面，兼顾发展与安全成为政策制定的核心方向。《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南（2024 版）》《人工智能安全治理框架》在年内相继发布。政府在大力支持产业创新应用的同时，持续完善生成式人工智能的监管体系建设，确保其在健康、可持续发展的道路上发展。与此同时，地方政府也积极制定有针对性的产业政策和优惠措施，争相打造人工智能产业集聚区。根据数据显示⁹⁴，仅 2024 年前三个季度，全国就有 9 个省级行政区发布了人工智能相关产业行动计划或措施文件。

融资环境方面，充沛的资金支持为产业腾飞插上翅膀。2024 年《政府工作报告》提出，要深化大数据、人工智能等研发应用，开展“人工智能+”行动，打造具有国际竞争力的数字产业集群。在此号召下，政府引导基金、民间资本、大型企业纷纷对生成式人工智能领域投入大量资金，推动该领域迅速发展。数据显示⁹⁵，2024 年前三个季度，我国共发生 504 起与人工智能相关的投融资事件，

⁹⁴ 来源：整理各省（区、市）政府发布的政策文件得到。

⁹⁵ CNIC 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。

合计金额约 812 亿元。其中，北京的人工智能相关投资金额高达 436 亿元，占比达 53.7%。在多方推动下，人工智能初创企业如雨后春笋般涌现。据全国组织机构代码统一社会信用代码数据服务中心统计，2024 年上半年我国人工智能企业数量同比增长 35.65%⁹⁶。

企业分布方面，一线城市成为生成式人工智能发展的领头羊。生成式人工智能作为新兴技术，其相关产业发展的地域分布与当地经济水平、产业结构存在明显相关性。北京、上海、广东等地充分发挥在融资机会、专业人才和政策支持等方面的优势，推动当地生成式人工智能产业发展蓬勃发展。截至 2024 年 12 月，北京、上海、广东三省的生成式人工智能备案产品数量占比分别达到 34.8%、19.9%和 10.6%；浙江和江苏两省的生成式人工智能备案产品数量占比也明显较高，分别为 8.6%和 6.6%⁹⁷。

应用场景方面，生成式人工智能技术在各领域的应用扎实推进。一是生成式人工智能对内容创作领域影响巨大。文艺创作、网络营销、软件工程等领域已经将生成式人工智能作为日常工作的主要工具之一。二是生成式人工智能在智能交互领域也已经涌现出大量相关产品。在法律咨询、智慧诊疗、线上客服和智能机器人等领域，基于生成式人工智能技术的“智能助手”已经十分常见。三是生成式人工智能对科学探索领域的积极作用正在日益体现。通过快速生成假设和实验设计，生成式人工智能可以为科研人员提供广泛的研究思路。四是生成式人工智能在工业生产领域的应用潜力正得到积极探索。工业生产企业对生成式人工智能在加速产品设计、优化生产效率等方面的应用潜力寄予厚望。生成式人工智能通过对传统产业生产制造全流程、全要素、各环节的赋能改造，能够实现提质增效和降本降耗。

⁹⁶ 来源：中国经济网，http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202407/22/t20240722_39078080.shtml，2024 年 7 月 22 日。

⁹⁷ 来源：国家互联网信息办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-01/08/c_1738034725920930.htm，2025 年 1 月 8 日。



第四章 互联网政务发展状况

2024 年，我国数字政府建设迈入快车道。以政务服务改革为突破点，政务服务建设在助力优化营商环境、便利群众办事、激发市场活力、建设人民满意的服务型政府等方面发挥了重要作用。

一、总体发展状况

截至 2024 年 12 月，我国在线政务服务用户规模达 10.04 亿人，较 2023 年 12 月增长 3140 万人，占网民整体的 90.6%。

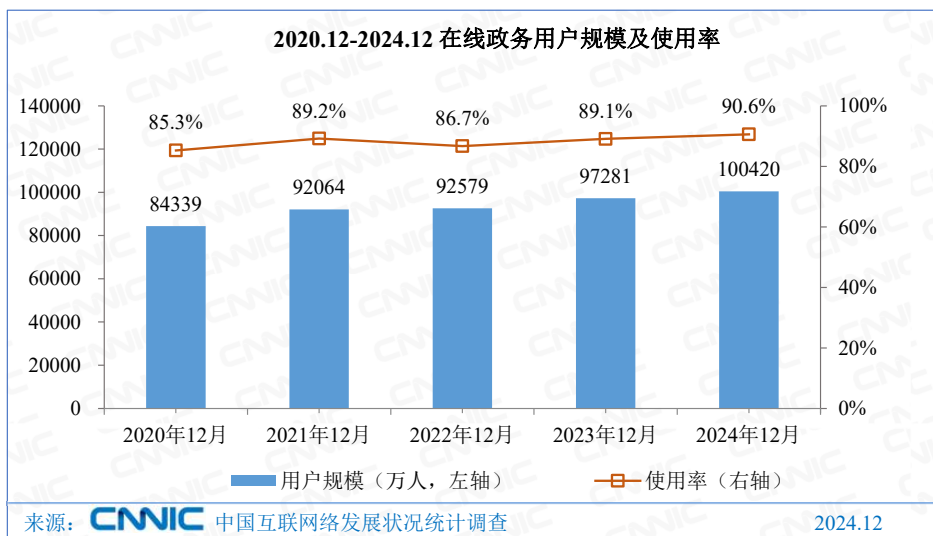


图 38 2020.12-2024.12 在线政务用户规模及使用率

2024 年，我国在线政务建设取得了显著成就，通过强化顶层设计和系统布局，注重改革引领和数字赋能双轮驱动，加快政务服务提质增效。

一是顶层设计更加完善，不断提升数字政府建设效能。2024 年 1 月，国务院印发《关于进一步优化政务服务提升行政效能推动“高效办成一件事”的指导意见》，将“高效办成一件事”作为优化政务服务、提升行政效能的重要抓手，

紧扣企业和群众需求，深入推动政务服务提质增效。各地政府积极响应，纷纷出台具体措施，加强数据资源整合、优化政务服务流程，不断提升企业和群众的获得感。《联合国电子政务调查报告 2024》显示，我国电子政务发展指数全球排名第 35 位，与 2022 年相比提升 8 个名次，创下报告发布以来的最佳名次。其中，作为衡量国家电子政务发展水平核心指标的“在线服务”指数排名第 11 位，跻身世界领先水平之列。截至 2024 年 12 月，我国 31 个省（区、市）均已开通政务微博，经过新浪平台认证的政务机构微博账号总数达 90271 个。

二是数字赋能步伐加快，有效实现政务服务升级跃迁。多省市重视数字政府建设、营商环境优化，积极推动“高效办成一件事”，深入推进政务服务增值化改革，着力打造泛在可及、便捷高效的服务体系。例如，2024 年，北京市扎实推进智慧城市建设，拓展“一网通办”应用，深化“一网统管”建设，提升“一网慧治”能力，营造市场化、法治化、便利化、国际化一流营商环境；上海市强化数据精准高效赋能，持续推动“两张网”迭代升级，丰富一体化办公平台应用，基本形成数字政府体系框架，加快消除“数字鸿沟”；浙江省深入推进政务服务增值化改革，持续建设一流营商环境，企业综合服务中心累计协调办理涉企问题 8.7 万余个，问题办结率 90%以上⁹⁸；河北推行“高效办成一件事”，加快全省一体化政务大数据体系建设，推动惠企政策免申即享等。

二、全国一体化政务服务平台发展状况

党的二十届三中全会提出，要促进政务服务标准化、规范化、便利化，完善覆盖全国的一体化在线政务服务平台。2024 年，全国一体化政务服务平台⁹⁹功能进一步完善、运行安全平稳、应用成效持续提升，为在更多领域更大范围实现“高效办成一件事”打下了坚实基础。

一是夯实“高效办成一件事”平台支撑基础。为深入贯彻落实《国务院关于进一步优化政务服务提升行政效能推动“高效办成一件事”的指导意见》，对深化政务服务改革进行整体设计和系统部署，明确要求将“高效办成一件事”作为优化政务服务、提升行政效能的重要抓手。围绕企业和个人两个全生命周期，梳

⁹⁸ 来源：今日浙江，https://www.jrjz.cn/art/2024/6/15/art_936_29477.html，2024 年 6 月 15 日。

⁹⁹ 来源：全国一体化政务服务平台数据来源均为中央党校（国家行政学院）电子政务研究中心。



理形成两批 2024 年度重点事项清单，涵盖开办运输企业、信用修复、新生儿出生、社会保障卡居民服务等 21 个高频、面广、问题多的“一件事”。各地区各有关部门围绕重点事项合力攻坚，依托全国一体化政务服务平台不断推进流程优化、业务融合、系统联通和数据共享，越来越多的“一件事”实现“一次告知、一表申请、一套材料、一窗受理、一网办理”，最大程度为企业和群众办事减环节、减材料、减时限、减跑动。

二是全国政务服务“一张网”整体联动步伐不断加速。以国家政务服务平台为总枢纽的全国一体化政务服务平台建设成效不断显现，有力支撑我国电子政务发展水平持续提升。随着全国政务服务“一张网”基本建成，平台从以系统开发为重点的建设阶段全面进入以提质增效为目标的常态化运营阶段，通过加快构建全国一体化协同运营体系，推动平台实现规范运行、业务联动、集中监测、统一管理、协同推广。全国一体化政务服务平台实名注册用户超过 10.8 亿人，国家政务服务平台汇聚 630 余种电子证照，向各地各部门累计提供身份认证核验服务超 127 亿次、电子证照共享服务近 120 亿次，92.5%的省级行政许可事项实现网上受理和“最多跑一次”。《全国一体化政务服务平台一网通办基本要求》于 10 月 1 日起正式实施，作为国家政务服务标准体系的重要组成部分，明确了事项管理、公共支撑、安全保障等方面要求，将更好推动各地区各部门政务服务平台对接联通、融合共通。

三是线上线下加速融合办事实现“无差别、同标准”。各地在依托全国一体化政务服务平台提升“一网通办”能力的基础上，加强线上平台、线下大厅、政务热线等服务渠道融合，并充分运用大数据、区块链、人工智能等新技术推动政务服务更加“好办易办”“一网、一门、一线”服务体系初步建成。为进一步支撑政务服务线上线下深度融合，各地区各部门加快推进电子证照扩大应用领域和全国互通互认。公安部全面推广机动车行驶证电子化，自 12 月 2 日起，全国所有地市车主均可通过“交管 12123”APP 申领电子行驶证。

三、政府网站发展状况

（一）政府网站总体及分省状况

截至 2024 年 12 月，我国共有政府网站 13580 个，主要包括政府门户网站和部门网站。其中，国务院部门及其内设、垂直管理机构共有政府网站 543 个；省级及以下行政单位共有政府网站 13037 个，分布在我国 31 个省（区、市）和新疆生产建设兵团。

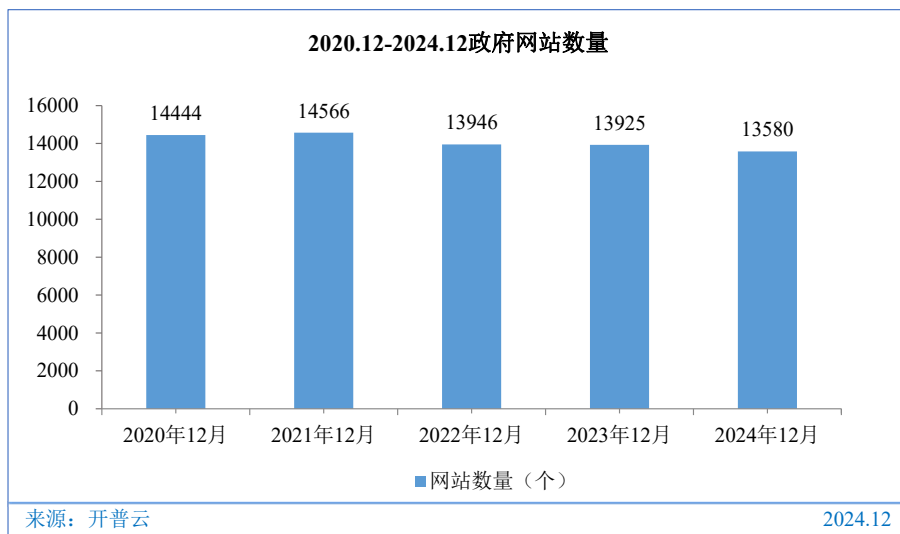


图 39 2020.12-2024.12 政府网站数量

表 6 2023.12-2024.12 分省政府网站数量¹⁰⁰

省份	2023.12	2024.12
北京	75	73
天津	82	79
河北	523	520
山西	418	417
内蒙古	559	541
辽宁	556	544

¹⁰⁰ 表中数据不含各部委政府网站数量。

省份	2023.12	2024.12
吉林	309	287
黑龙江	213	211
上海	66	67
江苏	674	662
浙江	539	529
安徽	839	806
福建	460	453
江西	563	550
山东	883	869
河南	868	854
湖北	617	607
湖南	617	605
广东	521	510
广西	532	515
海南	123	121
重庆	88	86
四川	787	757
贵州	438	427
云南	285	285
西藏	345	337
陕西	590	530
甘肃	383	372
青海	137	134
宁夏	91	89
新疆	161	159
新疆生产建设兵团	41	41
合计	13383	13037

来源：开普云

（二）各行政级别政府网站数量

截至 2024 年 12 月，国务院部门及其内设、垂直管理机构共有政府网站 543 个，占总体政府网站的 4.0%；省级（含自治区、直辖市）共有政府网站 1580 个，占比为 11.6%；市级及以下行政单位共有政府网站 11457 个，占比为 84.4%。

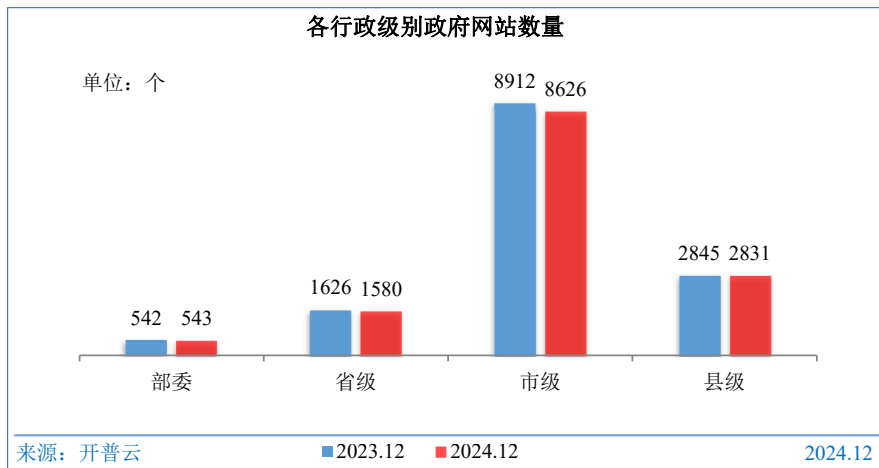
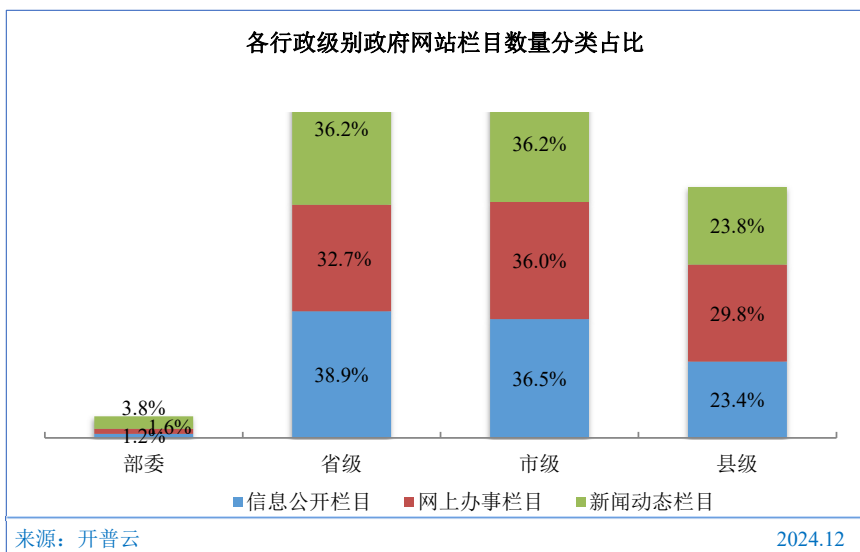


图 40 各行政级别政府网站数量

（三）各行政级别政府网站栏目数量

截至 2024 年 12 月，各行政级别政府网站共开通栏目数量 92.3 万个，主要包括信息公开、网上办事和新闻动态三种类别。其中，信息公开类栏目数量最多，为 82.7 万个，占比为 89.6%；其次为新闻动态类栏目，占比为 7.2%。

图 41 各行政级别政府网站栏目数量分类占比¹⁰¹

（四）各行政级别政府网站首页文章更新量

2024 年，各行政级别政府网站首页文章更新量总量达 5554 万篇，同比增长 61.3%。其中，省级政府网站首页文章更新量最高，占比为 47.8%；其次为市级，占比为 37.4%。

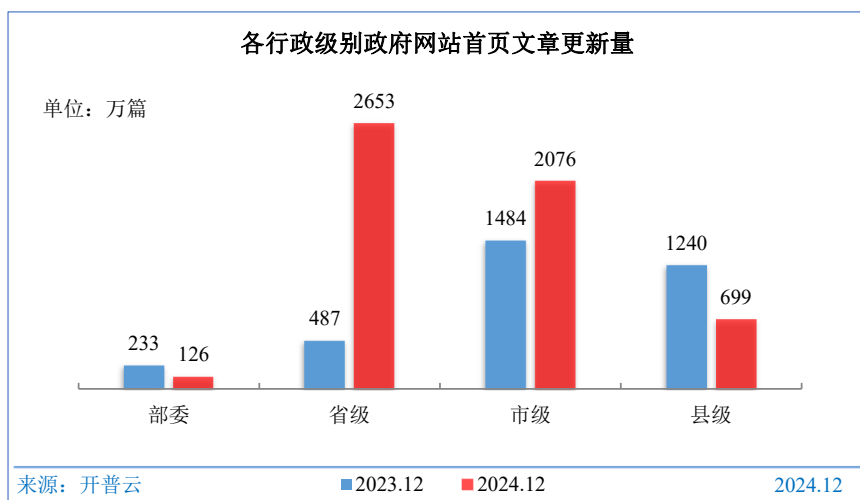


图 42 各行政级别政府网站首页文章更新量

¹⁰¹ 图中各行政级别政府网站栏目数量分布只包括图示三大分类，其他小栏目未包含。

The 55th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 55 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】， $C=A \cap B$ 。

1.2 抽样方式

CNNIC 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

CNNIC 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，CNNIC 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 CNNIC 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 2024 年 12 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 IPv4 地址数

地区	地址量	折合数
中国内地（大陆）	343,162,368	20A+116B+62C
香港	13,165,824	200B+229C
澳门	337,664	5B+39C
台湾	35,720,704	2A+33B+14C

附表 2 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	125,763,328	7A+126B+255C
中国联合网络通信集团有限公司	69,866,752 ^{注1}	4A+42B+21C
CNNIC IP 地址分配联盟	62,957,312 ^{注2}	3A+192B+133C
中国移动通信集团有限公司	35,294,208	2A+26B+140C
中国教育和科研计算机网	16,649,984	254B+16C
中移铁通有限公司	15,796,224 ^{注3}	241B+8C
其他	16,834,560 ^{注4}	256B+224C
合计	343,162,368	20A+116B+62C

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CNNIC分配；

注2：CNNIC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地址分配联盟的IPv4地址总持有量为8507万个，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CNNIC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2024年12月。

附表 3 IPv6 地址数（以块/32^{注1}为单位）

地区	地址量
中国内地（大陆）	64,469
香港	2,056
澳门	9
台湾	2,614

附表 4 按分配单位 IPv6 地址数

单位名称	地址量
CNNIC IP 地址分配联盟	26,762 ^{注2}
中国电信集团有限公司	16,387
中国教育和科研计算机网	10,258
中国联合网络通信集团有限公司	4,097
中国移动通信集团有限公司	4,097
中移铁通有限公司	2,049 ^{注3}
其他	819 ^{注4}
合计	64,469

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 28811 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 CNNIC 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 2024 年 12 月。

附表 5 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2024年12月。

附表 6 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)
广东	5867925	3811083	12709
北京	5628085	4293391	22284
江苏	2554092	1672943	7096
山东	2115087	1492433	26906
贵州	1835476	1701178	3142
上海	1400422	708818	5961
浙江	1289777	479433	6287
福建	1191971	506890	6273
四川	1167824	574405	10259
河南	1142273	677941	3798
湖南	945607	477990	2412
湖北	873554	500445	2708
河北	796968	437929	4866
江西	752260	334631	1300
安徽	709502	353319	3145
广西	693258	399520	1353
辽宁	505556	318462	5300
陕西	501494	217763	7343
重庆	477795	258553	4425
山西	420700	288710	1789
云南	349017	177579	4037
黑龙江	271589	173416	1778
天津	206216	65836	1080
海南	198655	118135	783
甘肃	195650	144402	1299
吉林	193027	110571	1314
内蒙古	140849	87154	1364
新疆	72745	37933	844
宁夏	59918	41286	495
青海	20868	13119	447
西藏	9981	3211	558
其他	431764	344558	11910
合计	33019905	20823037	165265

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2024 年12 月。

附表 7 按后缀形式分类的网页情况

网页后缀形式	比例
html	52.16%
/	23.51%
php	6.26%
htm	4.17%
shtml	3.52%
aspx	2.08%
asp	1.19%
jsp	0.33%
其他后缀	6.78%
合计	100.00%

数据来源：百度在线网络技术（北京）有限公司

注 1：以上数据统计截止日期为 2024 年 12 月。



附表 8 分地区网页数

	去重之后网页总数	静态	动态	静、动态比例
北京	147908977298	94914065504	52994911794	1.79
广东	50913227535	34858277666	16054949869	2.17
浙江	47902592373	34512446177	13390146196	2.58
上海	28046456310	20662636816	7383819494	2.80
河南	23208462769	18373491889	4834970880	3.80
江苏	17519637809	10876401751	6643236058	1.64
河北	15455212497	11597358079	3857854418	3.01
福建	12508342811	9752938031	2755404780	3.54
山东	7839479604	5300637435	2538842169	2.09
四川	6722771657	4610464822	2112306835	2.18
天津	6571555177	4337223139	2234332038	1.94
山西	4517093474	3470526690	1046566784	3.32
辽宁	3684777564	2750011295	934766269	2.94
湖北	3433809970	2212718061	1221091909	1.81
安徽	3272982552	2522144915	750837637	3.36
江西	3062693480	2507347267	555346213	4.51
广西	2868504531	2175279364	693225167	3.14
湖南	2315759604	1663134557	652625047	2.55
黑龙江	2153714684	1771585454	382129230	4.64
吉林	2138190189	1510694358	627495831	2.41
陕西	2084023878	1234180473	849843405	1.45
海南	1918699860	1546434341	372265519	4.15
云南	1887272314	1300450693	586821621	2.22
重庆	635055567	404311368	230744199	1.75
内蒙古	255866336	132060097	123806239	1.07
甘肃	217002872	111989842	105013030	1.07
贵州	152070877	105833655	46237222	2.29
新疆	100142165	54429452	45712713	1.19
青海	37992853	26778691	11214162	2.39
宁夏	22772919	17744310	5028609	3.53
西藏	9487255	8128707	1358548	5.98
全国	399364628784	275321724899	124042903885	2.22

数据来源：百度在线网络技术（北京）有限公司

注1：以上数据统计截止日期为2024年12月。

附表 9 分地区网页字节数

	总页面大小	页面平均大小(KB)
北京	14351318593813	97.03
浙江	4072607676483	85.02
广东	3905733479873	76.71
上海	3115361937546	111.08
河南	1689507982040	72.80
河北	1567312446223	101.41
江苏	1253125101881	71.53
山西	947616313130	209.78
福建	836938197459	66.91
山东	599681193984	76.50
天津	482056382301	73.35
四川	359761604994	53.51
湖北	194625885610	56.68
辽宁	180000497725	48.85
黑龙江	168992976471	78.47
安徽	163334543236	49.90
广西	157800400891	55.01
江西	154446686842	50.43
湖南	153225445886	66.17
陕西	116881643115	56.08
云南	96572361216	51.17
吉林	90364974497	42.26
海南	69201329040	36.07
重庆	43569527693	68.61
甘肃	19117965821	88.10
内蒙古	16843034885	65.83
贵州	7385089403	48.56
新疆	4846413914	48.40
青海	3343252775	88.00
宁夏	804212472	35.31
西藏	289857370	30.55
全国	34822667008589	87.20

数据来源：百度在线网络技术（北京）有限公司

注1：以上数据统计截止日期为2024年12月。

附表 10 互联网接入状况

指标名称	2024 年 6 月 (%)	2024 年 12 月 (%)
使用互联网的个人比例	91.5	92.0 ^{注 1}
互联网接入家庭普及率	100	100
拥有手机的个人百分比	99.2	99.1 ^{注 2}

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：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；

注 3：以上数据统计截止日期为 2024 年 12 月。

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

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
广州名扬信息科技有限公司	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	合肥聚名网络科技有限公司
合肥寻云网络科技有限公司	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
厦门易名科技股份有限公司	厦门中拓互联网络科技有限公司
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
深圳市万维网信息技术有限公司	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
郑州商旅科技有限公司	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，请致电 010-59116603(郝女士)/010-59116606(孟女士)。