

第57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
政策与国际合作所

The 57th
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 56 次。

《报告》力图通过统计数据真实反映我国互联网建设发展历程，成为我国政府部门、国内外行业机构、专家学者和广大人民群众了解中国互联网络发展状况的重要参考。

2025 年是“十四五”规划收官之年，也是“十五五”规划谋篇布局之年。“十四五”期间，我国坚定推进制造强国、网络强国战略，促进实体经济与数字经济加速融合。五年来，我国建成了全球最大、覆盖最广的网络基础设施，形成了全球最大的网络零售市场和网民群体，人工智能加快赋能千行百业，为“十四五”规划收官交出了亮眼的答卷，也为“十五五”规划布局奠定了坚实的基础。

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

在此，衷心感谢工业和信息化部、国家统计局、共青团中央等部门对《报告》的指导和帮助。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

政策与国际合作所

2026 年 2 月



目 录

核心数据	1
第一章 互联网基础资源发展及应用状况	3
一、互联网基础资源发展状况	3
(一) IP 地址	3
(二) 域名	5
(三) 5G 基站数量	6
(四) 互联网宽带接入端口数量	7
(五) 光缆线路总长度	7
二、互联网基础资源应用状况	8
(一) 网站	8
(二) 网页	8
(三) 移动互联网接入流量	9
第二章 网民规模及结构状况	11
一、网民规模	11
(一) 总体网民规模	11
(二) 城乡网民规模	13
(三) 非网民规模	16
二、网民结构及上网设备	17
(一) 性别结构	17
(二) 年龄结构	18
(三) 上网设备	18
(四) 上网时间	19
三、网民数字素养与技能发展状况	21
第三章 互联网应用发展状况	23



一、 总体发展情况	23
二、 数字工具类应用	24
(一) 即时通信	24
(二) 搜索引擎	25
(三) 网络社交	26
三、 数字消费类应用	27
(一) 网络支付	27
(二) 网络购物	29
(三) 网上外卖	30
四、 数字文娱类应用	31
(一) 网络视频	31
(二) 网络游戏	33
(三) 网络文学	35
五、 数字服务类应用	36
(一) 旅游出行	36
(二) 网约车	37
(三) 互联网医疗	38
(四) 在线教育	39
第四章 生成式人工智能发展状况	41
一、 用户使用情况	41
(一) 生成式人工智能普及率	41
(二) 生成式人工智能用户结构	42
(三) 主要产品类型使用情况	44
(四) 主要使用目的	45
(五) 人工智能 APP 月人均使用时长	46
二、 产业发展情况	46
(一) 发展环境	46
(二) 创新应用	49

第五章 从互联网大数据看中小企业发展状况.....	55
一、 总体结构分布	55
(一) 地区分布.....	55
(二) 细分行业分布.....	56
(三) 企业类型分布.....	56
二、 具体发展状况	57
(一) 中小企业经营运行保持稳定.....	57
(二) 中小企业业务实力逐步提升.....	57
第六章 互联网政务发展状况	59
一、 总体发展状况	59
二、 全国一体化政务服务平台发展状况.....	60
三、 政府网站发展状况	62
(一) 政府网站总体及分省状况.....	62
(二) 各行政级别政府网站数量.....	62
(三) 各行政级别政府网站栏目数量.....	63
(四) 各行政级别政府网站首页文章更新量.....	64
附录一 调查方法	65
附录二 互联网基础资源附表	69
附录三 调查支持单位	73





The 57th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 57 次中国互联网络发展状况统计报告

核心数据

- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国网民规模达 11.25 亿人，较 2024 年 12 月增长 1717 万人，互联网普及率达 80.1%，较 2024 年 12 月提升 1.5 个百分点。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国手机网民规模达 11.21 亿人，较 2024 年 12 月增长 1642 万人，网民使用手机上网的比例为 99.6%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国农村网民规模达 3.14 亿人，占网民整体的 27.9%；城镇网民规模达 8.12 亿人，占网民整体的 72.1%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为 32.5%、31.2%、23.5%和 31.6%；使用智能家居设备和个人可穿戴设备上网的比例分别为 20.8%和 26.9%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国 IPv6 地址数量为 70215 块/32。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国域名总数为 3230 万个，其中，“.CN”域名数量为 2077 万个。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国社交网络用户规模达 11.14 亿人，较 2024 年 12 月增长 1242 万人，占网民整体的 98.9%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国即时通信用户规模达 10.94 亿人，较 2024 年 12 月增长 1225 万人，占网民整体的 97.2%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国网络视频用户规模达 10.93 亿人，较 2024 年 12 月增长 2243 万人，占网民整体的 97.1%。其中，短视频用户规模达 10.74 亿人，占网民整体的 95.4%；微短剧用户规模达 6.64 亿人，占网民整体的 59.0%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.37 亿人，占网民整体的 83.2%。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国网上外卖用户规模达 6.30 亿人，较 2024 年 12 月增长 3748 万人，占网民整体的 56.0%，较 2024 年 12 月提升 2.6 个百分点。
- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国生成式人工智能用户规模达 6.02 亿人，较 2024 年 12 月增长 3.53 亿人；在整体人口中的普及率达 42.8%，较 2024 年 12 月提

升 25.2 个百分点。

- ◇ 截至 2025 年 12 月，我国网络游戏用户规模达 5.73 亿人，较 2024 年 12 月增长 1573 万人，占网民整体的 50.9%。

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实数融合的关键要素。2025 年，我国互联网基础资源供给持续丰富，IPv6 规模部署应用向纵深推进，域名总量保持稳定发展，进一步筑牢了实数融合的发展底座，推动实数融合向更深层次、更广领域渗透。

一、互联网基础资源发展状况

截至 2025 年 12 月，我国 IPv4 地址¹数量为 35650 万个，IPv6 地址²数量为 70215 块/32，IPv6 活跃用户数达 8.50 亿；我国域名总数为 3230 万个，其中，“.CN”域名数量为 2077 万个，“.中国”域名数量为 16 万个；“.CN”域名全球数量为 2159 万个，“.中国”域名全球数量为 17 万个；互联网宽带接入端口数量达 12.51 亿个。

表 1 2025.12 互联网基础资源发展状况

分类	单位	2025 年 12 月
IPv4	个	356,499,695
IPv6	块/32	70,215
IPv6 活跃用户数	亿	8.50
我国域名	个	32,304,927
其中：“.CN”域名	个	20,768,082
“.中国”域名	个	159,480
互联网宽带接入端口	亿个	12.51

（一）IP 地址

截至 2025 年 12 月，我国 IPv6 地址数量为 70215 块/32。对全球 23 个重点

¹ 我国大陆地区申请的 IPv4 地址以及接入的 IPv4 地址。

² 我国大陆地区申请的 IPv6 地址以及接入的 IPv6 地址。

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%。

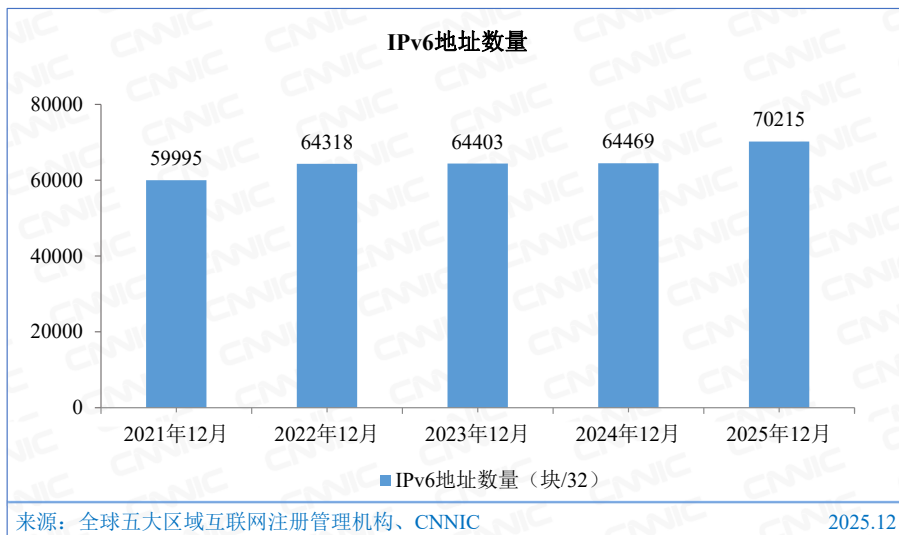


图 1 IPv6 地址数量

截至 2025 年 12 月，我国 IPv6 活跃用户数达 8.50 亿。

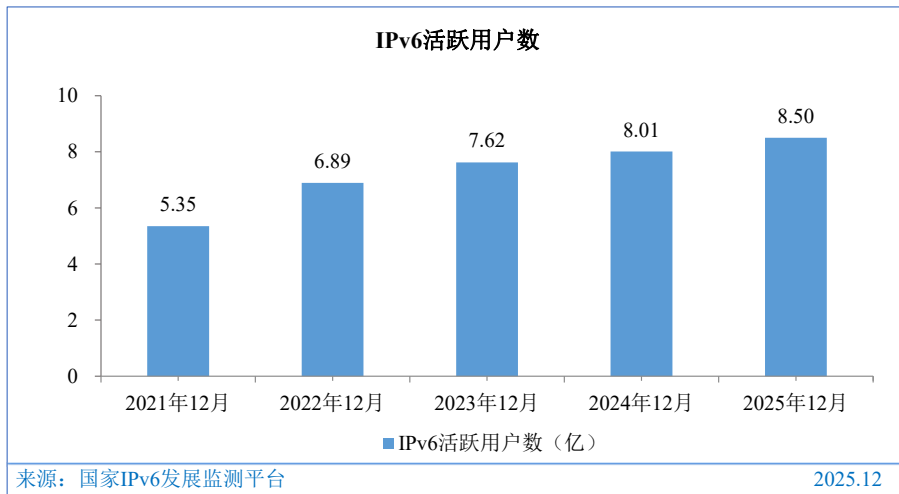


图 2 IPv6 活跃用户数

截至 2025 年 12 月，我国 IPv4 地址数量为 35650 万个。



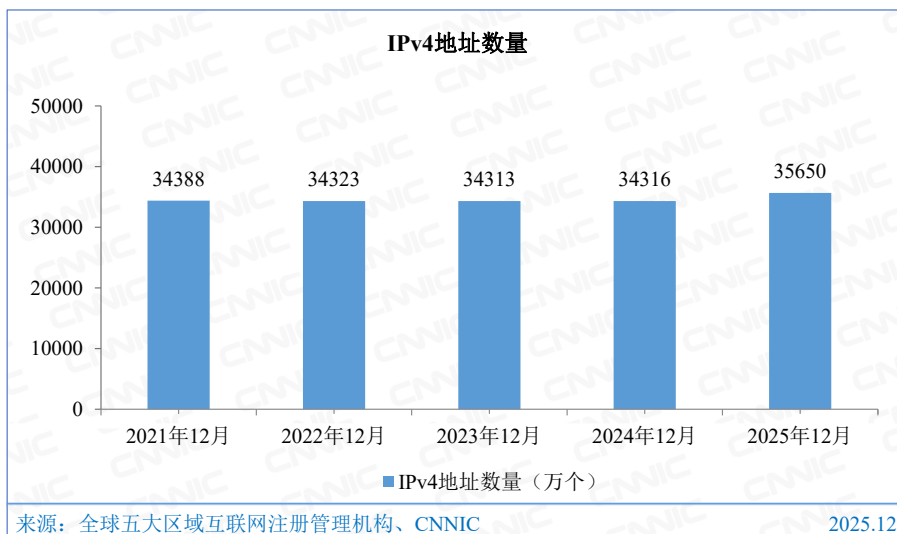


图 3 IPv4 地址数量

(二) 域名

截至 2025 年 12 月，我国域名总数为 3230 万个。其中，“.CN”域名数量为 2077 万个；“.COM”域名数量为 689 万个；“.中国”域名数量为 16 万个；新通用顶级域名（New gTLD）数量为 301 万个。

表 2 我国分类域名数

分类	数量 (个)
.CN	20,768,082
.COM	6,889,071
.NET	548,564
.INFO	244,501
.中国	159,480
.ORG	18,505
New gTLD	3,013,625
其他 ³	663,099
合计	32,304,927

³ 其他：包含“.BIZ”“.CO”“.TV”“.CC”“.ME”“.HK”和“.PW”等域名。

表 3 我国分类“.CN”域名数

分类	数量（个）
.CN ⁴	13,633,716
.COM.CN	3,631,227
.ADM.CN ⁵	1,511,403
.NET.CN	1,025,097
.ORG.CN	921,550
.AC.CN	26,105
.GOV.CN	11,773
.EDU.CN	6,947
其他	264
合计	20,768,082

（三）5G 基站数量

截至 2025 年 12 月，5G 基站总数达 483.8 万个，占移动基站总数的 37.6%，较 2024 年 12 月提升 4 个百分点。

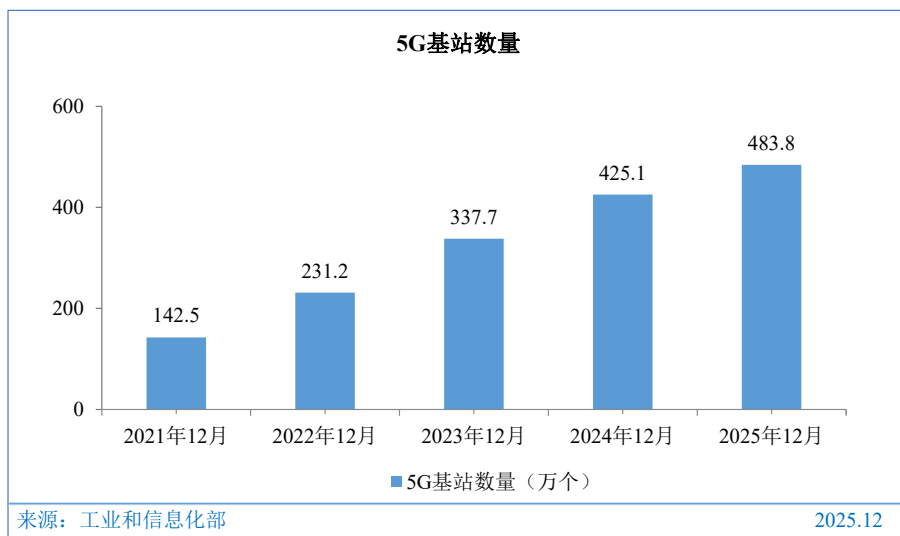


图 4 5G 基站数量

⁴ 此处“.CN”为“.CN”下直接注册的二级域名。

⁵ .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 2025 年 12 月，我国互联网宽带接入端口数达 12.51 亿个，较 2024 年 12 月净增 4877 万个。其中，光纤接入（FTTH/O）端口达 12.1 亿个，较 2024 年 12 月净增 5030 万个，占比由 2024 年 12 月的 96.5% 提升至 96.8%；具备千兆网络服务能力的 10G PON 端口数达 3162 万个，较 2024 年 12 月净增 341.9 万个。

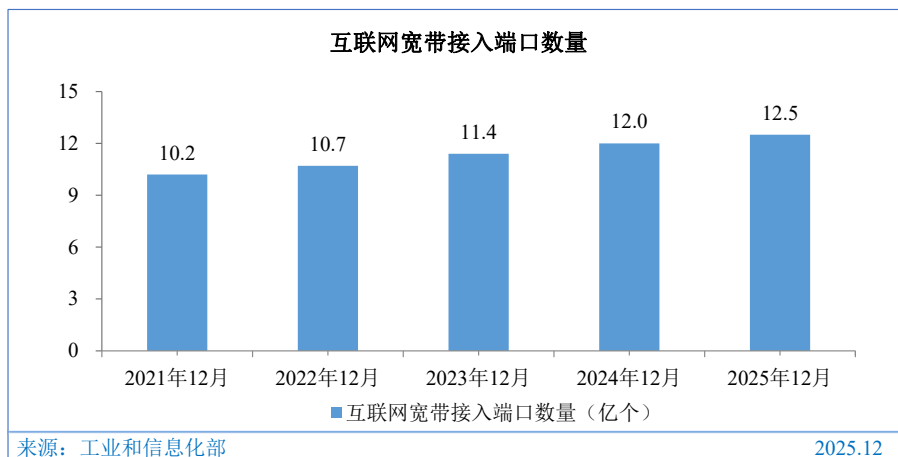


图 5 互联网宽带接入端口数量

（五）光缆线路总长度

截至 2025 年 12 月，我国光缆线路总长度达 7499 万公里。

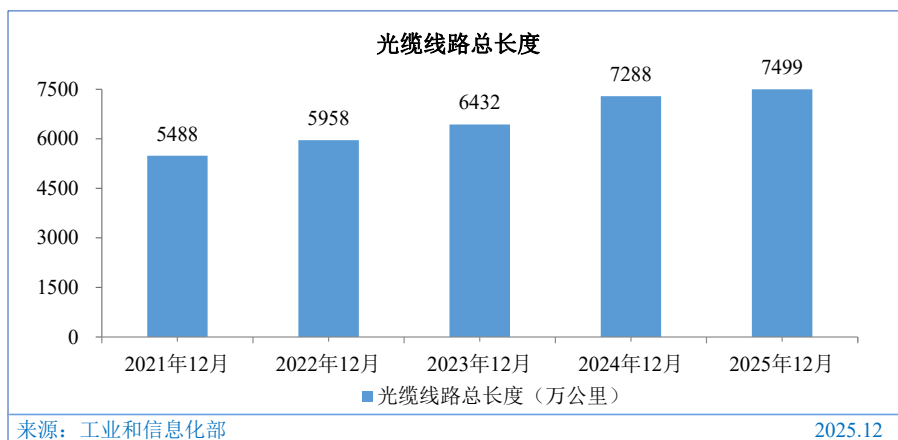


图 6 光缆线路总长度

二、互联网基础资源应用状况

(一) 网站

截至 2025 年 12 月，我国网站数量为 438 万个。

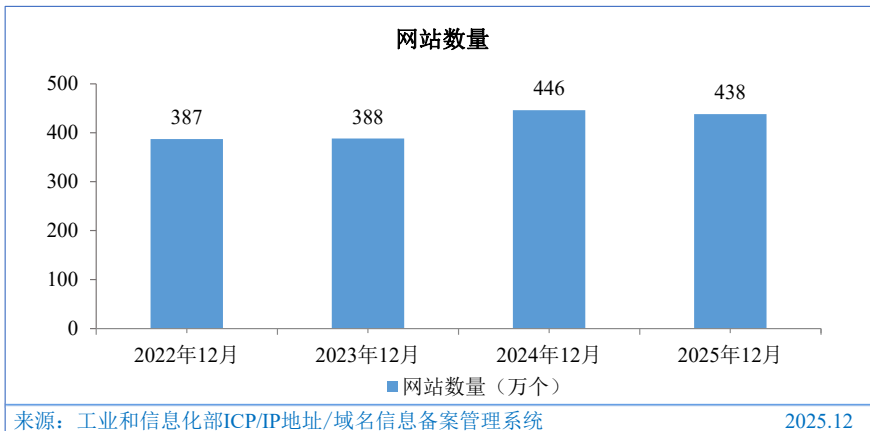


图 7 网站数量

(二) 网页

截至 2025 年 12 月，我国网页数量为 4198 亿个，较 2024 年 12 月增长 5.1%。

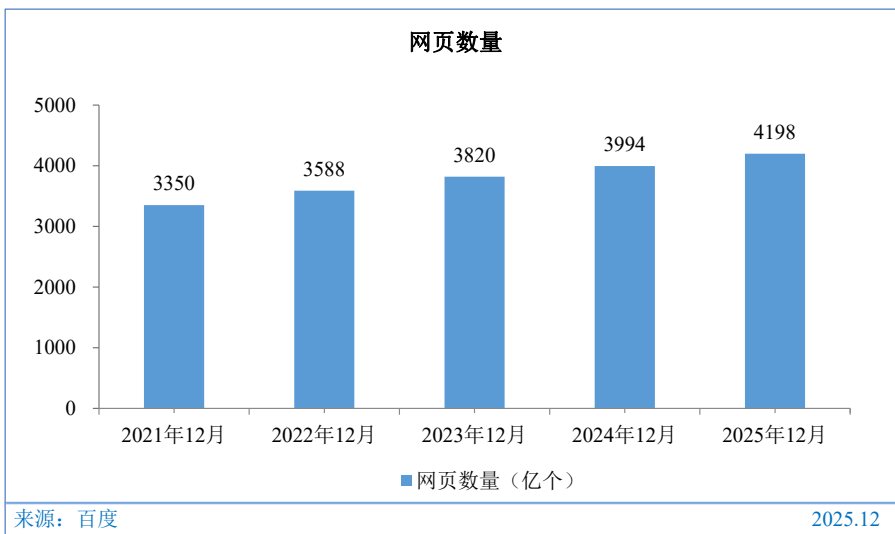


图 8 网页数量

其中，静态网页⁶数量为 2908 亿个，占网页总数量的 69.3%；动态网页⁷数量为 1290 亿个，占网页总量的 30.7%。

表 4 2024.12-2025.12 网页数量对比

分类	单位	2025 年 12 月	较 2024 年 12 月增长率 (%)
网页总数	个	419,800,086,820	5.1
静态网页	个	290,806,475,663	5.6
占网页总数比例	%	69.3	--
动态网页	个	128,993,611,157	4.0
占网页总数比例	%	30.7	--
网页长度（总字节数）	KB	37,757,351,603,666	8.4
平均每个网页的字节数	KB	90	3.1

来源：百度

（三）移动互联网接入流量

2025 年 12 月，我国移动互联网接入流量⁸达 3958 亿 GB，较 2024 年 12 月增长 17.3%。

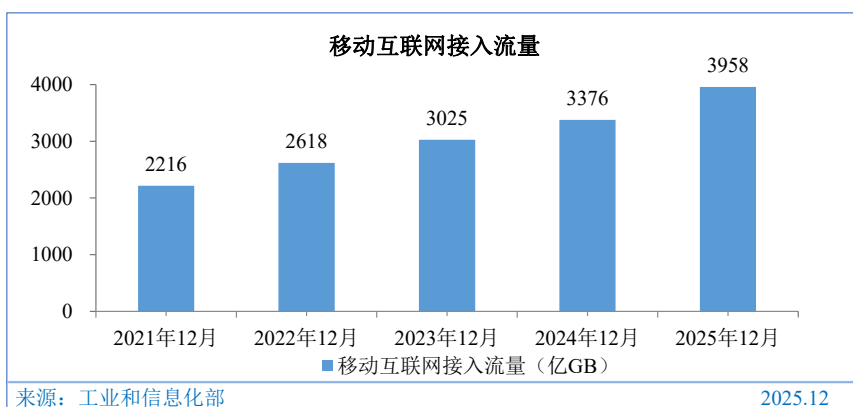


图 9 移动互联网接入流量

⁶ 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。

⁷ 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。

⁸ 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 57th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 57 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

2025年，我国网络基础设施建设持续推进，连接用户规模稳步扩大，实体经济和数字经济深度融合，数字消费新场景不断扩展，加快实施“人工智能+”民生福祉重点行动，打造更有品质的美好生活，推动互联网实现更加普惠更有意义的连接。

一、网民规模

（一）总体网民规模

截至2025年12月，我国网民规模达11.25亿人，较2024年12月增长1717⁹万人，互联网普及率达80.1%，较2024年12月提升1.5个百分点。

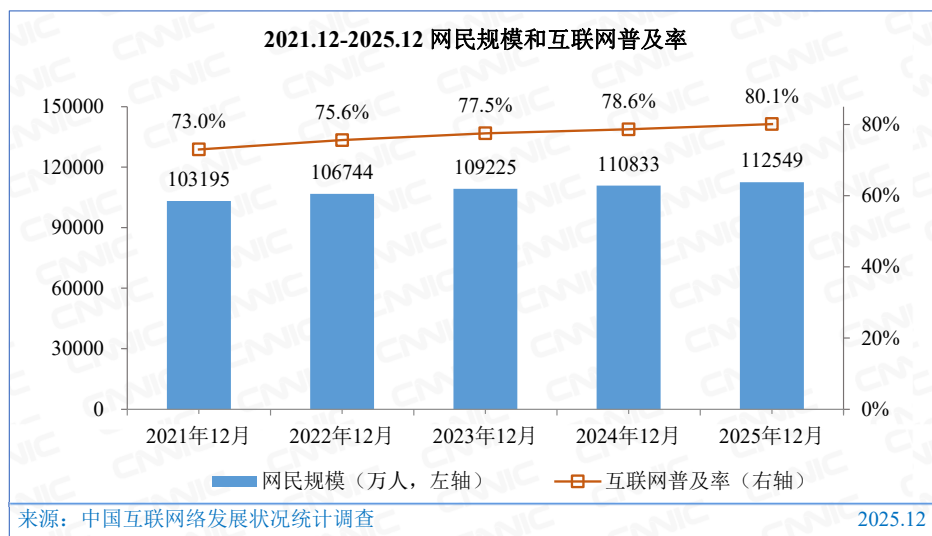


图 10 2021.12-2025.12 网民规模和互联网普及率

截至2025年12月，我国手机网民规模达11.21亿人，较2024年12月增长1642万人，网民中使用手机上网的比例达99.6%。

⁹ 本报告中源自中国互联网络发展状况统计调查的数据均为四舍五入后的结果。

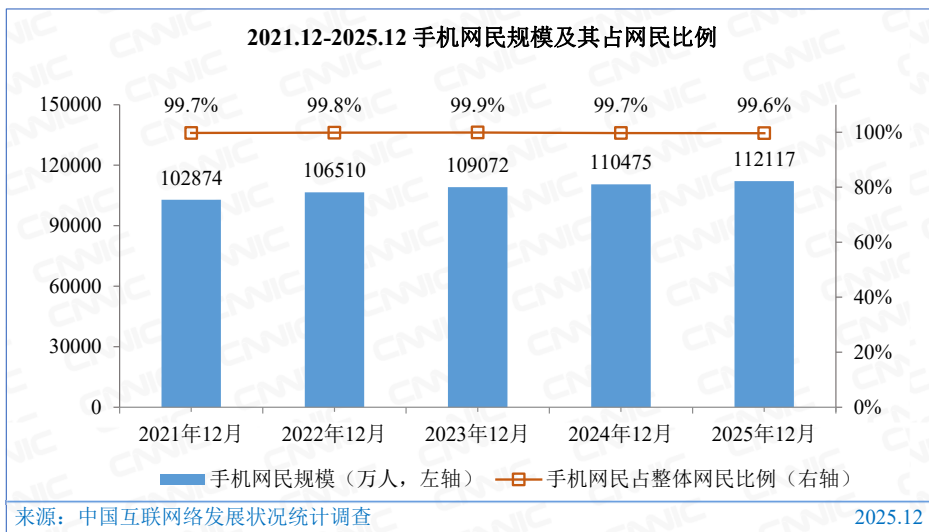


图 11 2021.12-2025.12 手机网民规模及其占网民比例

“十四五”时期，我国互联网在普及发展和应用深化方面取得一系列显著成就。在新型基础设施持续建设、实体经济和数字经济深度融合、“人工智能+”新时代全面启动的背景下，互联网普及根基不断夯实，消费向数智化发展，人工智能加速应用，极大拓宽了互联网的连接广度、深化了互联网的连接价值。

一是基础网络建设从用得上到用得好，全球引领优势持续巩固。我国已建成全球技术领先、规模最大的信息通信网络，打通了经济社会发展的信息“大动脉”，高质量完成“十四五”规划。在固定网络方面，建成千兆光网 10GPON 端口数达到 3162 万个，全国 2/3 的地市达到千兆城市标准，并已在部分城市开展万兆光网试点建设¹⁰；中国电信、中国移动和中国联通三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 6.91 亿户，100Mbps 及以上接入速率的用户为 6.59 亿户，占总用户数的 95.3%¹¹。在移动网络方面，已建成 5G 基站 483.8 万座，5G 演进网络已覆盖超 330 个城市¹²，有力支撑各类网络服务的渗透；工业和信息化部开展“信号升格”专项行动，完成超过 24 万个重点场所移动网络的深度覆盖¹³，提高连接稳定性和可靠性，持续改善网民使用体验。

¹⁰ 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/index.html>，2026 年 1 月 21 日。

¹¹ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2026/art_5c99d65350f7452f999e8efcb1ec2d6a.html，2026 年 1 月 28 日。

¹² 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/index.html>，2026 年 1 月 21 日。

¹³ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwfb/blhdh/art/2025/art_12714526a25740e4af1b1bb41ff9dfbc.html，2025 年 9 月 9 日。



二是数实融合从接轨到交融，促进消费场景数智化。到2024年，全国数字经济核心产业增加值占GDP比重为10.5%¹⁴，提前完成了“十四五”规划设定的10%目标，成为赋能高质量发展的重要驱动力。数字经济在惠民生促消费方面发挥巨大作用，通过线上线下融合、消费业态融合、供需两端融合，形成数智化消费新供给、新场景，更好满足更多群体的消费需求。“十四五”期间，我国数字消费市场规模保持全球第一，2025年上半年数字消费总额达9.37万亿元，数字消费用户规模突破9.58亿人，数字消费正成为推动消费增长的重要动能¹⁵。线下服务消费的网络化智能化水平大幅提高，数字点餐、智能导览等数字辅助服务带来便捷的交互体验，能够触及和影响非网民消费群体，深化了互联网的连接价值。

三是从“互联网+”到“人工智能+”，人工智能向社会生活领域全面延伸，助力提升生活品质。“十四五”时期，数智技术的加速应用让公共服务更加普惠便捷，数字生活更加美好智能。多地积极推广数智化“生活圈”，通过统一的城市APP整合交通、医疗、社保等服务，利用人工智能大模型能力实现便民服务的个性化和精准化、赋能城市治理。人工智能的多模态交互能力应用于智能终端，有助于解决老年人、残障人士、文化水平受限群体的互联网接入和使用障碍，助力建设更加普惠便捷的数字社会。截至2025年12月，我国60岁及以上网民中使用过人工智能的群体规模达3090万人，中等及以下受教育群体规模达3.70亿人，半年分别增长944万人、4811万人，使用率半年分别提高4.5、7.1个百分点。人工智能产品以更精准、高效的方式逐渐改善医疗、养老和教育等民生领域的服务质量，提升线上线下产品和服务的使用体验，实现互联网更广泛意义上的连接，深化互联网普惠成果。

（二）城乡网民规模

截至2025年12月，我国城镇网民规模达8.12亿人，占网民整体的72.1%；农村网民规模达3.14亿人，占网民整体的27.9%。

¹⁴ 来源：国家统计局，https://www.stats.gov.cn/sj/zxfbhjd/202512/t20251230_1962177.html，2025年12月30日。

¹⁵ 来源：中国互联网络信息中心，《数字消费发展报告(2025)》。

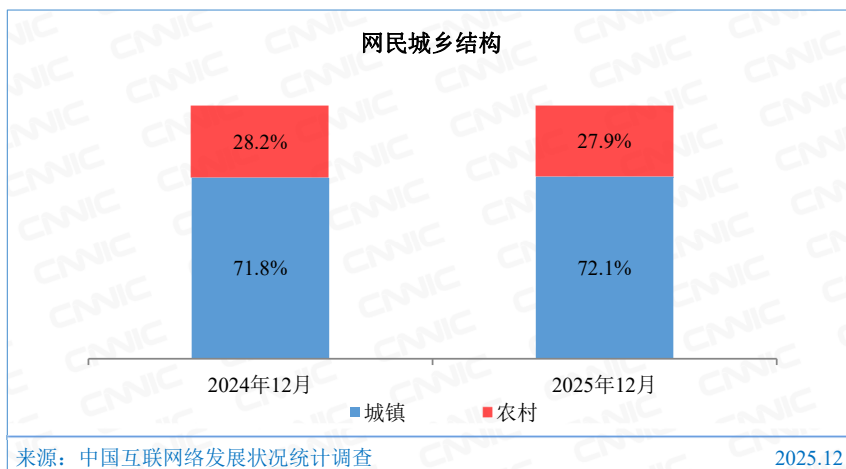


图 12 网民城乡结构

截至 2025 年 12 月，我国城镇地区互联网普及率为 85.1%；农村地区互联网普及率为 69.5%，较 2024 年 12 月提升 2.2 个百分点。

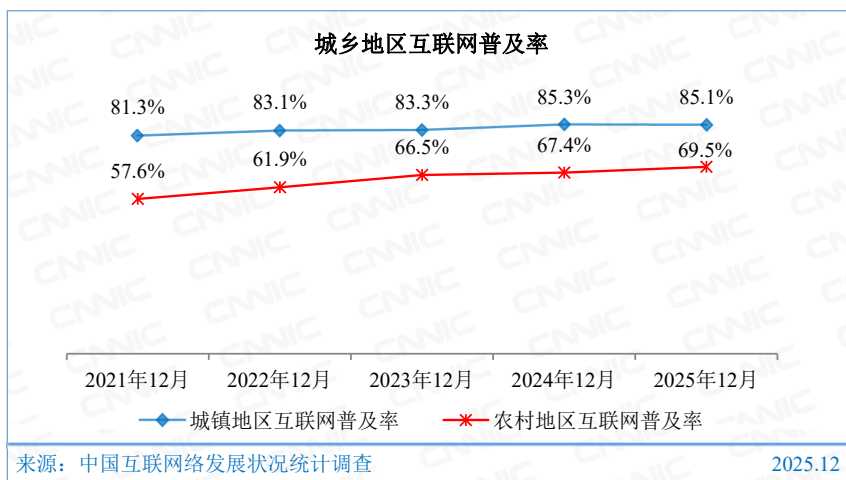


图 13 城乡地区互联网普及率

2025 年是电信普遍服务政策推行十周年。2015 年 10 月，《电信普遍服务补偿机制》审议通过，标志着我国电信普遍服务试点工作正式启动。十年来，我国农村及偏远地区宽带网络水平实现跨越式发展，打通了广大农村地区接入数字时代的信息“大动脉”。农村与偏远地区，尤其是原贫困地区的通信难等问题得到历史性解决，互联网走进农村千家万户，为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化提供了坚实支撑。

提速降费精准施策，农村互联网普及率不断提升。十年间，网络提速降费工作持续深入开展，相关举措从“普惠降费”到面向农村脱贫户持续提供“精准降费”，惠及农村脱贫户超过 2800 万户，累计让利超过 88 亿元¹⁶。根据国际电信联盟发布的 ICT 价格篮子数据¹⁷进行测算，在不考虑城乡资费定价差异的情况下，我国固定宽带和移动宽带服务资费占农村地区人均可支配收入的比例，从 17.9% 下降至 2.6%。期间，我国农村网民规模年均复合增长率达 4.8%，互联网普及率提高 37.1 个百分点，城乡普及率差异缩小 15.9 个百分点。

城乡接入能力差距弥合，网络覆盖通达“县、乡、村”。我国已部署实施十一批电信普遍服务试点工作，累计支持超 13 万个行政村光纤网络建设和农村地区 10 万个 4G、5G 基站建设¹⁸，全国所有乡镇以及 95% 的行政村已通 5G¹⁹，历史性实现“县县通千兆、乡乡通 5G、村村通宽带”，有效缩小城乡“数字鸿沟”，架起农村地区共享数字红利的“信息桥”“致富桥”。2023 年，工业和信息化部等十三部门联合印发《关于加快“宽带边疆”建设的通知》，深化移动和固定宽带网络覆盖，加快向 5G 和千兆光网升级，提升边疆地区农村较大规模人口聚居区等重点场景网络覆盖水平，助力兴边富民、稳边固边。

广泛开展数字化建设，乡村振兴成效显著。我国加快推进农村地区网络覆盖，推动广大农村及偏远地区百姓尽享数字红利，赋能乡村振兴。通过系统化、深层次开展乡村振兴数字化建设，数字技术在农业生产、公共服务、产业振兴等方面助力农村地区实现高质量发展。5G、物联网、卫星网络赋能智慧农业，显著提升农业生产效率与抗风险能力。我国远程医疗服务网络已经覆盖所有市县，农村中小学校（含教学点）互联网接入率达 100%²⁰。农村网络零售额从 2015 年的 3530 亿元²¹增长到 2024 年的 2.56 万亿元²²，电商直播、乡村“云旅游”等成为带动了乡村特色产业的数字化发展的新业态。

¹⁶ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/xwdt/gxdt/sjdt/art/2021/art_f093e67f871b4c60bda69de8ef03a677.html，2021 年 12 月 30 日。

¹⁷ 来源：ITU，《Measuring the Information Society Report》，<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-w4.pdf>；<https://datahub.itu.int/dashboards/?id=1&e=CHN>。

¹⁸ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/xwfb/mtbd/twbd/art/2025/art_896293ce496147f7ba482a28e070d68d.html，2025 年 4 月 17 日。

¹⁹ 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/index.html>，2026 年 1 月 21 日。

²⁰ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/xwfb/mtbd/wzbd/art/2024/art_c201630dc5c44ab8adbb2631d4f8e4d4.html，2024 年 12 月 9 日。

²¹ 来源：商务部，《中国电子商务报告（2015）》，https://dzsws.mofcom.gov.cn/cms_files/oldfile/dzsws/201807/20180704151052153.pdf。

²² 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/shipin/202503/content_7015216.htm，2025 年 3 月 23 日。



（三）非网民规模

截至 2025 年 12 月，我国非网民规模为 2.79 亿人，较 2024 年 12 月减少 2195 万人；其中，6 岁及以上非网民规模为 2.16 亿，60 岁及以上老年人占比为 53.6%。

使用技能缺乏、文化程度限制、设备不足和年龄因素是 6 岁及以上非网民不上网的主要原因。因为“不懂电脑/网络”而不上网的非网民占比为 47.9%；因为“不懂拼音等文化程度限制”而不上网的非网民占比为 30.2%；因为“没有电脑等上网设备”而不上网的非网民占比为 19.5%；因为“年龄太大/太小”而不上网的非网民占比为 19.2%。

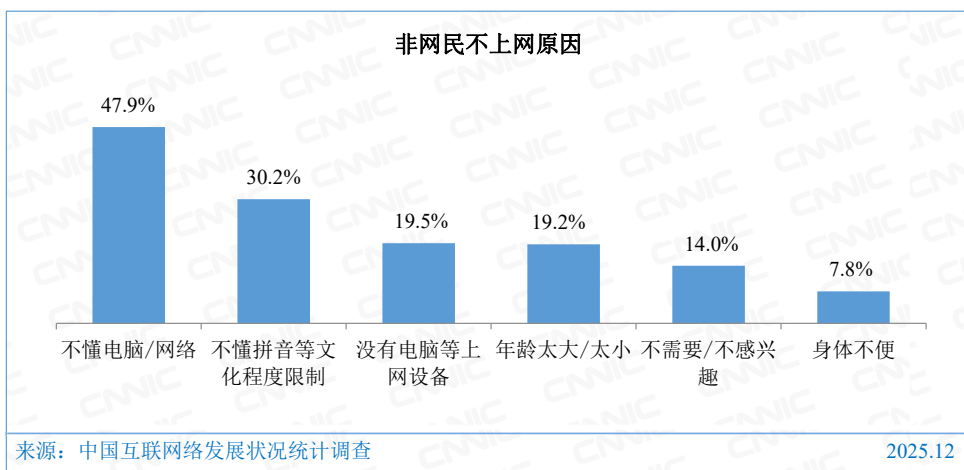


图 14 非网民不上网原因

促进 6 岁及以上非网民上网的前两大因素是“方便与家人或亲属沟通联系”和“方便获取专业信息”，占比均超过两成，分别为 23.3%和 20.9%；“提供可以无障碍使用的上网设备”是促进非网民上网的第三大因素，占比为 19.3%；“帮助增加收入”是促进非网民上网的第四大因素，占比为 18.9%。

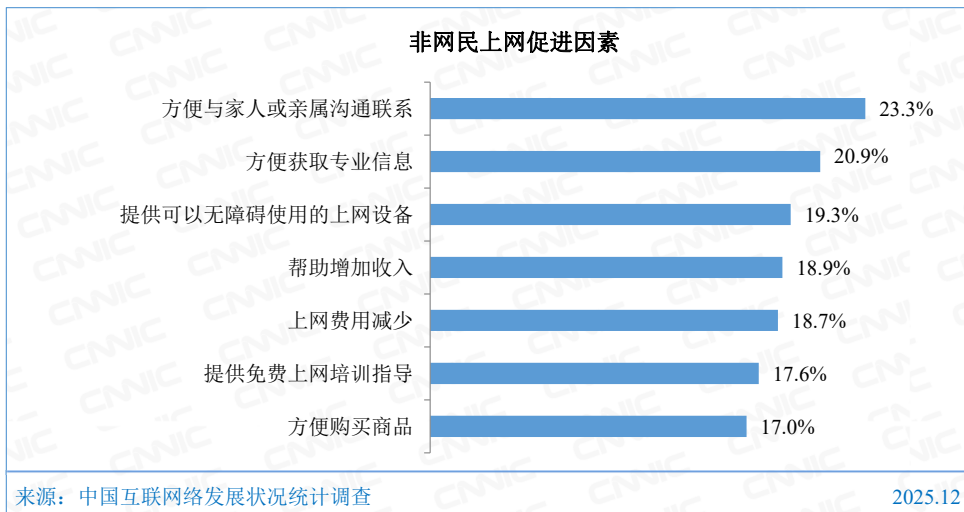


图 15 非网民上网促进因素

二、网民结构及上网设备

(一) 性别结构

截至 2025 年 12 月，我国网民男女比例为 51.2:48.8。

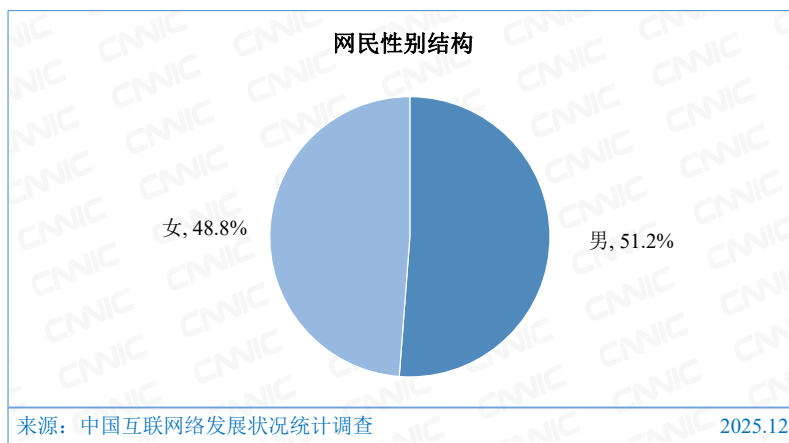


图 16 网民性别结构

（二）年龄结构

截至 2025 年 12 月，我国网民主要集中在中青年群体，10-49 岁网民占比合计为 61.4%；50 岁及以上网民群体占为 34.4%。

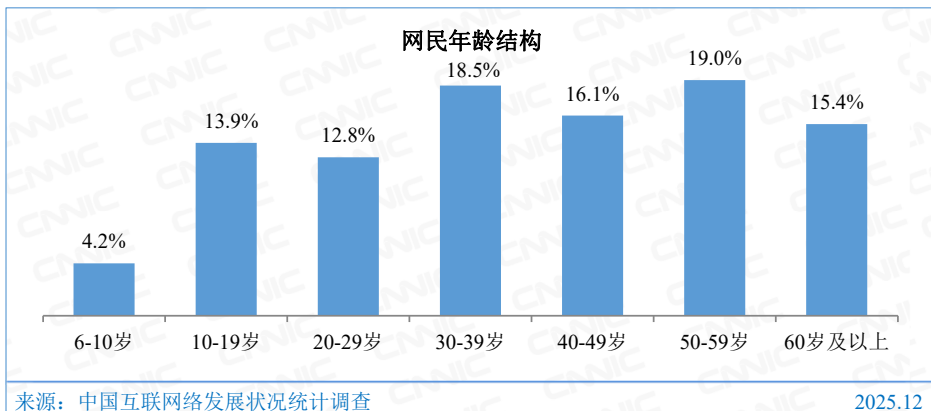


图 17 网民年龄结构

（三）上网设备

截至 2025 年 12 月，我国网民使用手机上网的比例达 99.6%；使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为 32.5%、31.2%、23.5%和 31.6%；使用智能家居设备、个人可穿戴设备和个人教育学习设备上网的比例分别为 20.8%、26.9%和 14.8%。

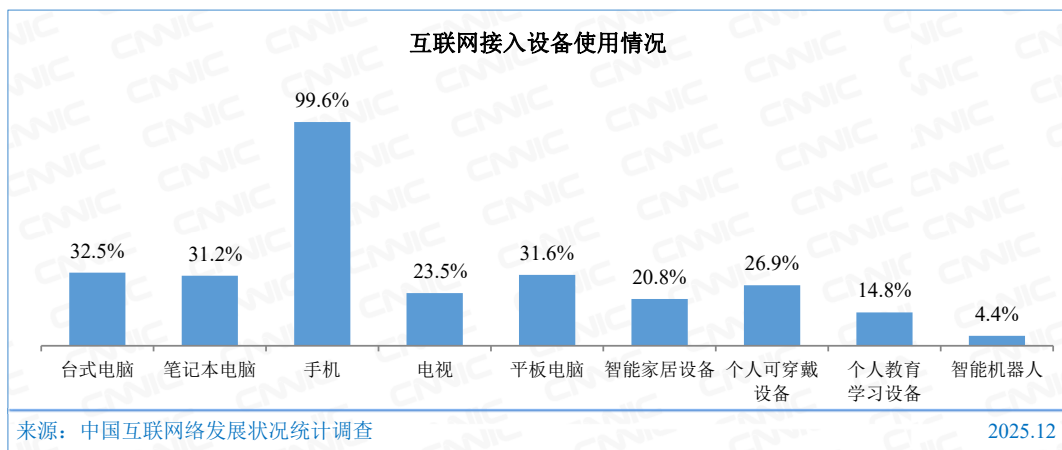


图 18 互联网接入设备使用情况



（四）上网时间

1. 网民人均每周上网时长

截至 2025 年 12 月，我国网民的人均每周上网时长²³为 32.5 个小时，较 2024 年 12 月提升 3.8 个小时。

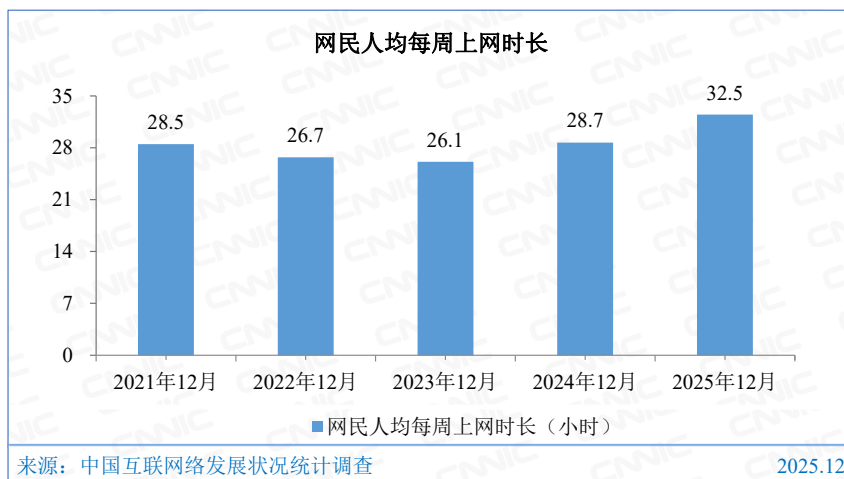


图 19 网民人均每周上网时长

1. 各类应用使用时段分布

2025 年 12 月，手机网民较常使用的五类 APP 中，使用即时通信类 APP 的总时长在 9 点至 20 点间分布较为均匀，使用时长在各时段占比均在 5% 以上；网络视频类 APP 的使用高峰在 12 点至 13 点、18 点至 20 点，使用时长占比超过 6%；网络购物类、网络支付类 APP 的时段分布趋势一致，8 点到 19 点间使用时长占比均超过 5%；网上外卖类 APP 使用时段分布峰值明显，与网民用餐时间高度相关，分别在午间 11 点至 13 点出现第一次使用峰值，各时段占比超过 8%，晚间 17 点至 19 点出现第二次使用峰值，各时段占比超过 7%。

²³ 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。

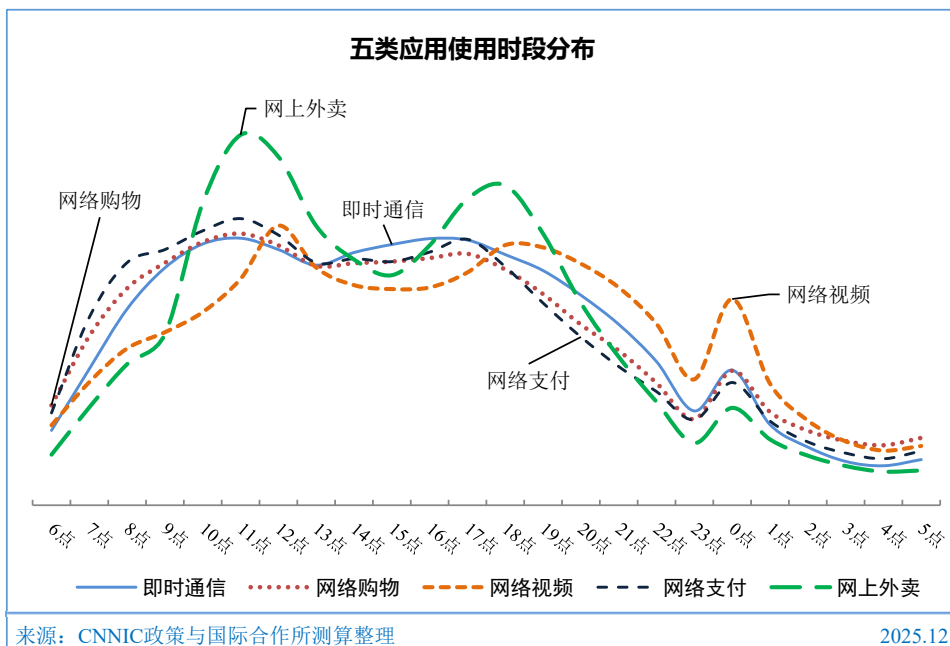


图 20 五类应用使用时段分布²⁴

2. 月均使用 APP 数量

2025 年 12 月，全网用户人均使用 APP 数量为 29.4 个，较 2024 年 12 月提升 1.0 个。

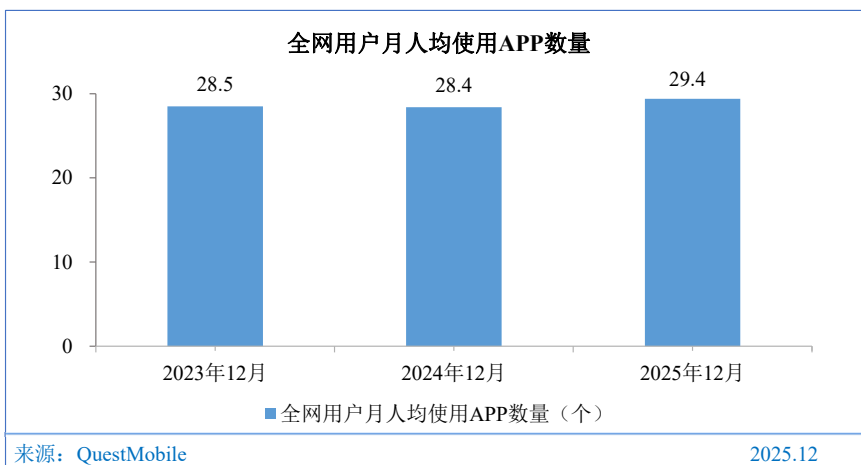


图 21 全网用户月人均使用 APP 数量

²⁴ 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。



3. 细分行业使用时长增量

2025年12月各细分互联网行业中，短视频是网民使用时长净增量最多的应用，较2024年12月增长94.3亿小时，同比增长14.1%；AIGC²⁵是同比增长率最高的应用，较2024年12月增长5.1亿小时，同比增长176.7%。

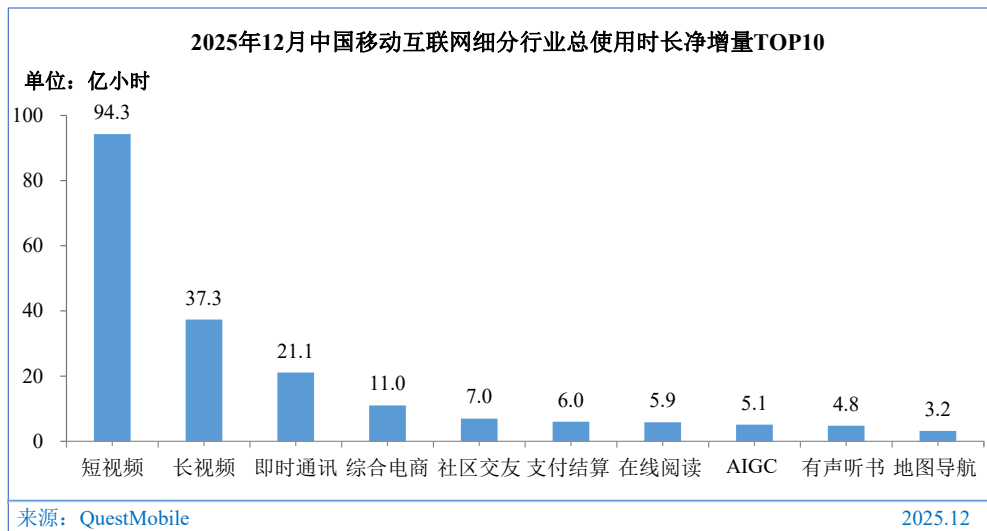


图 22 2025年12月中国移动互联网细分行业总使用时长净增量 TOP10

三、网民数字素养与技能发展状况

2025年4月，四部门联合印发《2025年提升全民数字素养与技能工作要点》，部署了健全数字人才培养体系，拓展数字经济增长空间，构建普惠包容数字社会，打造智慧便捷数字生活，营造安全有序数字环境，完善协同联动工作格局等六方面重点任务²⁶。随着数字经济发展需求持续释放，数字基础设施不断提质升级，我国网民数字素养与技能²⁷水平平稳发展，全民数字素养培育体系逐步完善。截至2025年12月，至少熟练掌握²⁸任意一种受调查的数字素养与技能的网民占比达50.9%。

²⁵ AIGC: Artificial Intelligence Generated Content, 此处指利用人工智能生成内容的相关应用。

²⁶ 来源：中央网络安全和信息化委员会办公室，<https://www.cac.gov.cn>，2025年4月27日。

²⁷ 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。

²⁸ 说明：本报告中“掌握”包括“熟练掌握”和“基本掌握”。

一是网民数字素养与技能掌握水平年龄差异明显。从年龄差异来看，20-29岁网民群体至少熟练掌握任意一种受调查的数字素养与技能的比例最高，占比80.3%，其次为10-19岁青少年网民群体，占比67.7%。60岁及以上网民群体比例较低，为20.3%。从城乡差异来看，城镇网民熟练掌握任意一种受调查的数字素养与技能的比例为57.8%，农村网民这一比例为33.2%，二者相差24.6个百分点，城乡数字素养发展不均衡的特征较为突出，乡村数字素养培育工作仍需进一步加强。

二是年轻网民群体掌握高级数字素养与技能的水平进一步提升。人工智能技术加速迭代演进，催生出一系列数字化新岗位，对劳动者数字素养与技能水平提出更高要求。作为就业主力军的20-29岁网民群体，能够熟练“使用编程语言编写计算机程序”的比例达10.7%，较2024年12月提升2.3个百分点。教育部等九部门印发的《关于加快推进教育数字化的意见》明确要求构建大中小学一体化的数字素养培育体系，鼓励开设人工智能特色课程，为青少年群体数字技能提升筑牢基础²⁹。10-19岁青少年网民群体熟练掌握这一技能的比例为7.1%，较2024年12月提升0.7个百分点。

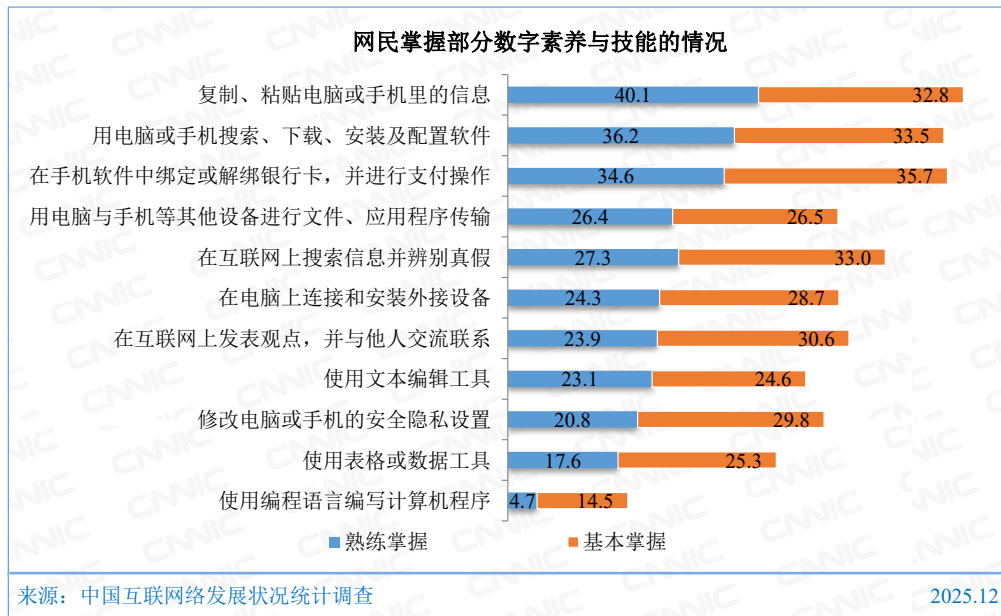


图 23 网民掌握部分数字素养与技能的情况

²⁹ 来源：教育部，http://www.moe.gov.cn/srcsite/A01/s7048/202504/t20250416_1187476.html，2025年4月15日。



第三章 互联网应用发展状况

2025年，各类互联网应用都在积极尝试将人工智能技术融入自身业务，旨在提升服务质量、改善用户体验。数字工具、数字消费、数字文娱、数字服务等各领域应用蓬勃发展、亮点纷呈，为高质量发展提供“数字引擎”。

一、总体发展情况

2025年，我国各互联网应用领域持续发展，典型应用的用户规模进一步增长。其中，网上外卖、短视频和网络游戏的用户规模增长最多，分别较2024年12月增长3748万人、3450万人和1573万人，增长率分别为6.3%、3.3%和2.8%。

表 5 2024.12-2025.12 各类互联网应用用户规模和网民使用率

应用	2024.12		2025.12	
	用户规模（万人）	网民使用率（%）	用户规模（万人）	网民使用率（%）
即时通信	108,133	97.6	109,358	97.2
网络视频 ³⁰	107,018	96.6	109,261	97.1
短视频	103,953	93.8	107,403	95.4
网络支付	102,891	92.8	101,655	90.3
网络购物	97,443	87.9	93,689	83.2
网络直播	83,303	75.2	81,359	72.3
搜索引擎	87,782	79.2	78,206	69.5
网络音乐	74,795	67.5	73,043	64.9
网上外卖	59,231	53.4	62,979	56.0
网络游戏	55,727	50.3	57,300	50.9
网约车	53,945	48.7	53,908	47.9
网络文学	57,491	51.9	52,595	46.7
在线旅行预订	54,836	49.5	51,529	45.8
互联网医疗	41,765	37.7	41,053	36.5

³⁰ 注：网络视频用户规模中包含微短剧用户。

二、数字工具类应用

(一) 即时通信

截至 2025 年 12 月，我国即时通信用户规模达 10.94 亿人，较 2024 年 12 月增长 1225 万人，占网民整体的 97.2%。

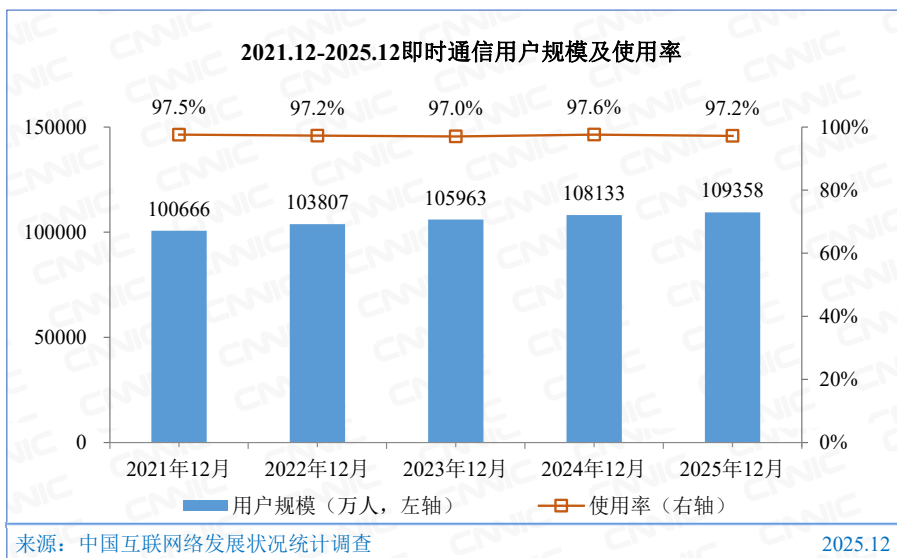


图 24 2021.12-2025.12 即时通信用户规模及使用率

即时通信行业在 2025 年聚焦于产品的智能化转型升级。相关企业持续优化产品的核心功能，并利用人工智能技术推动即时通信产品向着“智能助手”的方向转变。

一是即时通信产品功能得到持续优化。微信进一步提升用户的视频交流体验，将用户发布朋友圈视频的时长从 30 秒提升至 5 分钟，并允许用户在聊天中发送“实况图”，满足用户通过视频分享生活、传递信息的诉求。QQ 则于 3 月宣布对其短视频功能进行优化调整，不再支持用户发布个人作品和浏览他人的短视频，对自身繁杂的功能进行“瘦身”，并在年底推出“经典模式”“QQ 闪传”等功能，寻求与微信差异化的发展方向。

二是即时通信向着智能助手加速转型。企业微信于 8 月推出 5.0 版本，全面引入人工智能技术，推出智能搜索、智能总结和智能机器人等功能，将自身定位从基础沟通工具升级为集成化智能办公平台，旨在系统性提升组织内部的信息



处理与决策效率。钉钉则在推出“AI 听记”“AI 搜问”“AI 表格”等功能的基础上，进一步推出智能操作系统“Agent OS”和企业级 AI 硬件设备“DingTalk Real”，将即时通信产品带来的办公智能化升级渗透到操作系统和硬件设备两方面。

（二）搜索引擎

截至 2025 年 12 月，我国搜索引擎用户规模达 7.82 亿人，占网民整体的 69.5%。

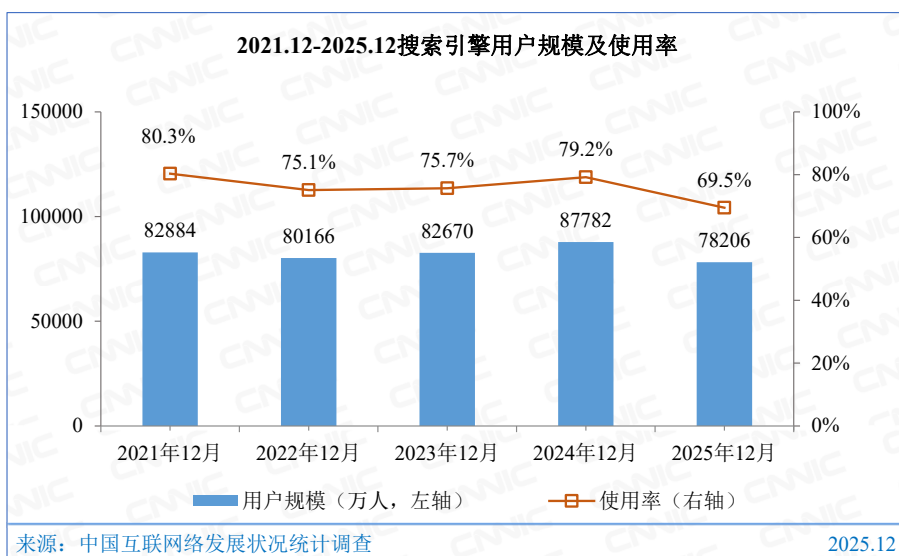


图 25 2021.12-2025.12 搜索引擎用户规模及使用率

搜索引擎企业在 2025 年积极引入人工智能技术，加速向“智能搜索”转型。这给行业带来了发展新机遇的同时，也带来了新挑战。

搜索引擎企业积极拥抱人工智能技术。与传统搜索引擎只为用户呈现简单的搜索结果链接相比，引入人工智能技术的新一代“智能搜索”可以对网络上的信息进行归纳整理，进而直接回答用户提出的各种问题。百度将传统搜索结果页升级为“百看”结果页，为用户提供 AI 总结回答，让结果页变成可视化的“立体杂志”。夸克、纳米搜索等平台也均已推出智能搜索功能，使得本已非常成熟的传统搜索引擎市场再次出现“百家争鸣”的局面。“智能搜索”在显著提升了用户体验的同时，也影响了市场的原有格局，让原本处在市场份额劣势地位的企

业有可能实现“弯道超车”。数据显示，谷歌在 2024 年第四季度的市场份额低于 90%，而这种情况是 2015 年以来首次出现³¹。

搜索引擎行业营收面临挑战。尽管“智能搜索”的产品形态已经初具雏形，但其商业模式仍在探索中。传统搜索引擎根据用户点击广告的次数向广告主收费，商业模式简单清晰，而引入人工智能技术的“智能搜索”产品直接向用户提供结果，使得原有的商业模式难以为继。目前，整个搜索引擎行业仍未找到在搜索结果中植入广告的恰当方式，且传统搜索引擎用户规模受到智能搜索产品的影响，导致业务营收出现下滑。

（三）网络社交

截至 2025 年 12 月，我国社交网络用户规模达 11.14 亿人，较 2024 年 12 月增长 1242 万人，占网民整体的 98.9%。

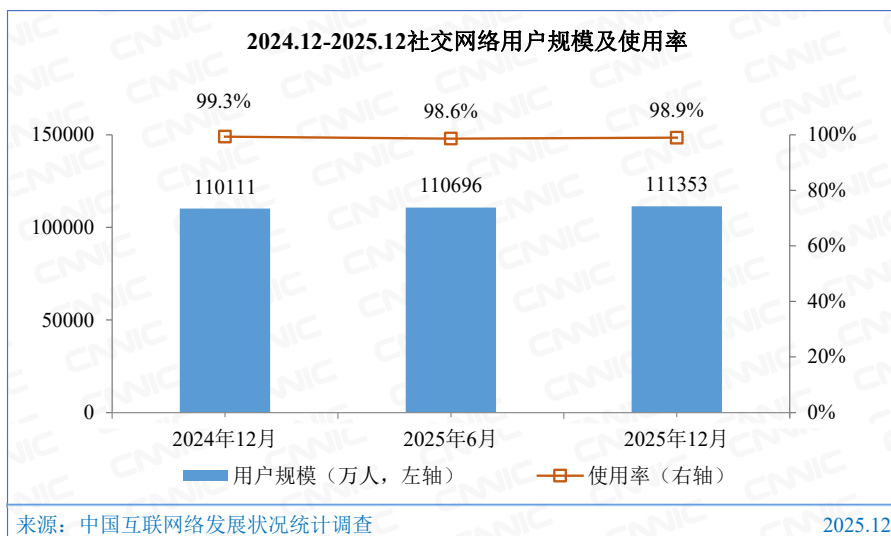


图 26 2024.12-2025.12 社交网络用户规模及使用率

我国网络社交平台在 2025 年积极引入人工智能技术改善用户互动体验，持续探索新型营收模式，并强化对于不良内容的治理力度。

一是争相引入人工智能技术，提升用户互动体验。微信于 9 月上线公众号“智能回复”功能，让 AI 可以自动学习公众号中的历史内容，自动回复读者的

³¹ 来源：环球网，<https://tech.huanqiu.com/article/4L5nbPgBNpy>，2025 年 1 月 16 日。



后台私信；微博的人工智能账号“评论罗伯特”粉丝已接近 200 万，微博智搜在第三季度的月活跃用户突破 7000 万³²。二是与电商业务融合更加紧密，强化平台变现能力。小红书推出“市集”频道并作为一级入口，整合了商品笔记、带货直播等多种内容类型，将内容营销和社区氛围相结合，让用户体验在网络社区平台“边逛边买”的购物场景。三是持续加强不良内容治理，改善平台社交氛围。相关部门在 2025 年针对网络社交平台存在的 AI 技术滥用³³、自媒体不实信息³⁴、恶意挑动负面情绪³⁵等问题进行重点治理，持续督促平台履行主体责任，健全社区规则和用户协议，推动营造良好的网络社区生态。如微博不断提升热搜算法透明度，公示上榜规则、数据规则，通过技术拦截与人工巡查双轨并行机制，累计关闭涉诈账号 620 万个，发送定向反诈私信 440 万条，阻断高风险对话 500 万次。

三、数字消费类应用

（一）网络支付

截至 2025 年 12 月，我国网络支付用户规模达 10.17 亿人，占网民整体的 90.3%。

³² 来源：微博，<https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309405234379378524275>，2025 年 11 月 18 日。

³³ 来源：中央网络安全和信息化委员会办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-04/30/c_1747719097461951.htm，2025 年 4 月 30 日。

³⁴ 来源：中央网络安全和信息化委员会办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-07/29/c_1755503642582366.htm，2025 年 7 月 29 日。

³⁵ 来源：中央网络安全和信息化委员会办公室，https://www.cac.gov.cn/2025-09/22/c_1760258688713582.htm，2025 年 9 月 22 日。

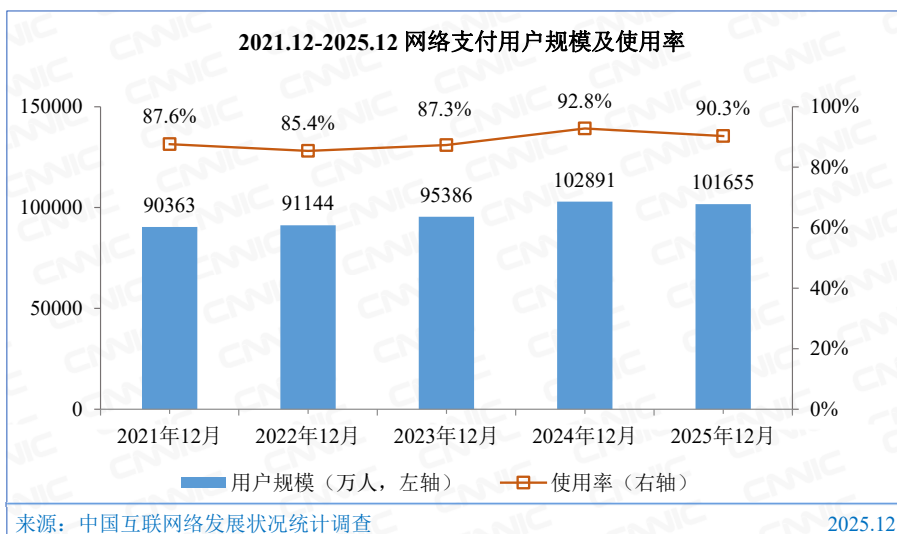


图 27 2021.12-2025.12 网络支付用户规模及使用率

2025 年，我国网络支付交易规模保持高位运行。前三季度银行共处理网上支付业务 544.08 亿笔，金额 2169.66 万亿元；移动支付业务 1703.82 亿笔，金额 426.23 万亿元³⁶。网络支付在跨境互联、数字人民币及场景创新等领域呈现积极进展。

一是跨境支付互联互通取得突破，统一网关提升入境支付体验。在中国人民银行指导下，跨境二维码统一网关于 7 月底上线试运行。此举一方面在国家层面形成跨境二维码支付服务对外统一接口，是中国支付标准和技术方案对外输出的重要一步；另一方面也标志着支付市场的双向开放进入新阶段，境外人士来华消费，可直接使用其本地电子钱包在中国的商户扫描二维码付款，实现与在本国一样的支付体验。截至 9 月 11 日，办理业务 198.1 万笔、金额 4.27 亿元³⁷。

二是数字人民币试点深化，计息功能正式落地。2025 年，数字人民币（e-CNY）试点在应用广度和深度上同步推进，12 月底工商银行、农业银行等六大行相继发布公告，自 2026 年 1 月 1 日起将开立在该行的数字人民币实名钱包余额按照银行活期存款挂牌利率计付利息。此举一方面标志数字人民币从现金定位升级为存款货币，提高了个人和企业持有数字人民币的意愿，有助于从“被动

³⁶ 来源：根据中国人民银行 2025 年前三季度支付体系运行总体情况数据汇总得出，<https://www.pbc.gov.cn/zhifujiesuansi/128525/index.html>。

³⁷ 来源：新华网，<http://www.xinhuanet.com/tech/20250924/9fece6513ce14a8cb88b0a812fc18356/c.html>，2025 年 9 月 24 日。



使用”向“主动持有”转变；另一方面为基于数字人民币的智能合约、条件支付、金融理财产品等创新应用提供了可能，也为央行未来实施更精准、高效的货币政策提供了新的潜在传导工具。

三是支付场景创新加快，生物识别赋能民生服务。2025 年，支付技术与垂直行业的融合持续深化，不断提升公共服务效率与用户体验。一方面，生物识别支付在医疗领域实现大规模普及，全国超 12 亿人可刷码刷脸进行医保结算，彻底解决了患者忘带实体卡、排队缴费耗时长等痛点，大幅提升了就医效率与体验。另一方面，人工智能与支付的结合从概念走向实践，中国银联基于 MCP 协议上线了智能支付服务，支付宝推出“AI 付”服务，实现在与 AI 大模型对话中完成支付服务，推动支付入口从独立的 APP 向泛在的 AI 助手加速演进。

（二）网络购物

截至 2025 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.37 亿人，占网民整体的 83.2%。

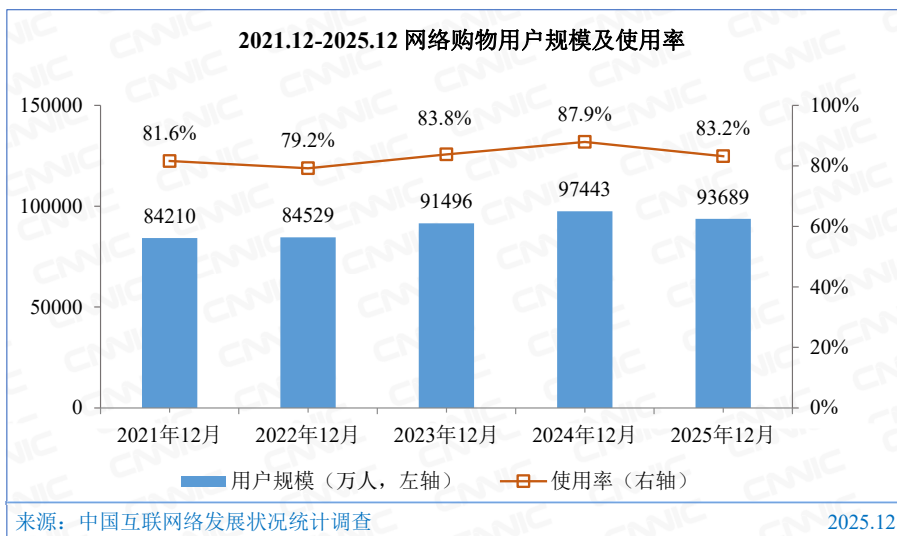


图 28 2021.12-2025.12 网络购物用户规模及使用率

2025 年，网络购物市场在政策引导、技术赋能与消费升级的共同驱动下，持续保持蓬勃发展态势。

一是政策赋能消费，筑牢市场增长根基。2025 年，围绕数字消费及“人工

智能+消费”领域的支持性政策相继出台，为网络购物市场的提质升级提供了明确指引与有力支撑。国务院印发《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》提出“人工智能+”消费提质；商务部等多个部门联合发布《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》促进数字消费发展。在政策引导与技术赋能的双重驱动下，网络购物市场继续保持稳健增长。2025年，全国网上零售额15.97万亿元，比上年增长8.6%。其中，实物商品网上零售额13.09万亿元，增长5.2%，占社会消费品零售总额的比重为26.1%³⁸，消费数字化进程持续深化。

二是智能消费崛起，激活网购市场新增长。在人工智能技术加速赋能和产品创新持续迭代的驱动下，智能消费正成为推动网络购物市场增长的消费亮点。截至12月，近半年在网上购买智能产品³⁹的用户规模达4.44亿人，占网民规模的39.4%，推算全年消费额达1.94万亿元。**从消费品类看**，网购智能消费的用户中，智能可穿戴设备的消费用户占比超过智能手机数码及智能家具家电，三类商品消费用户占比分别达13.3%、12%和9.7%；**从消费支出看**，1000元以下区间用户占比达35.9%，1000-5000元用户占比达49.5%，5000元及以上用户占比达14.6%。

三是以旧换新提速，拓宽消费扩容路径。在国家推动大规模设备更新和消费品以旧换新政策的持续激励下，截至12月，参与以旧换新促消费活动的用户达3.26亿人，占网民规模的29.0%。参与活动的用户中，通过网络购物平台、银行及支付平台、地方平台等线上渠道参与相关活动的用户占比达71.7%，线上渠道已成为促消费的重要载体。与此同时，40.6%的网民希望在服务消费领域推出更多定向消费补贴，其中教育医疗、育儿养老、餐饮及旅游娱乐服务领域预期占比分别达17.5%、15.7%、14.9%和9.7%。在实物消费以旧换新政策稳步落地的背景下，服务消费的数字化、普惠化消费补贴有望进一步释放消费潜力。

（三）网上外卖

截至2025年12月，我国网上外卖用户规模6.30亿人，较2024年12月增长3748万人，占网民整体的56.0%。

³⁸ 来源：国家统计局，https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202601/t20260119_1962323.html，2026年1月19日。

³⁹ 注：调研涉及的智能产品主要包括智能手机平板等3C数码、智能可穿戴设备、智能教育/健康设备、智能安防设备、智能网联汽车及配件等。

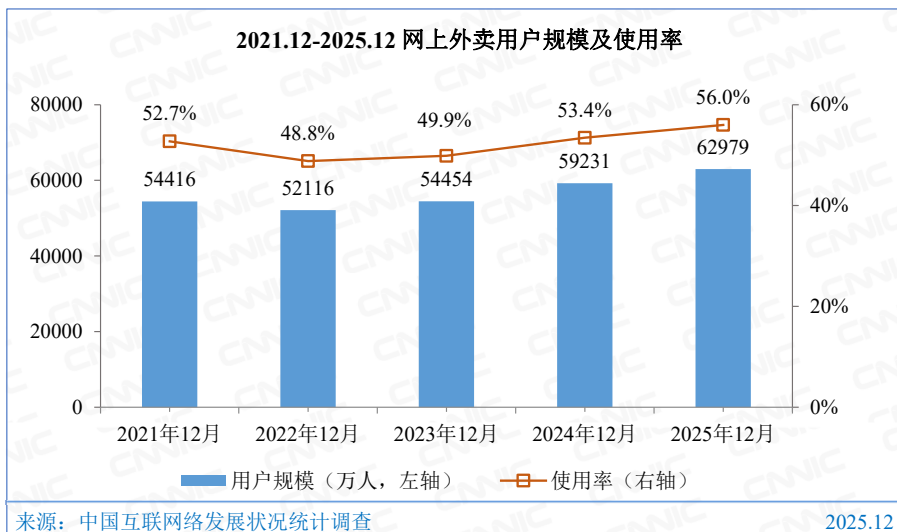


图 29 2021.12-2025.12 网上外卖用户规模及使用率

2025 年，网上外卖市场在监管引导的作用下，市场发展焦点从补贴竞争向商业模式创新转变。一是政策积极回应社会关切，引导行业规范发展。2025 年，政策发挥了关键的引导与规范作用，对社会高度关注的外卖行业补贴竞争、过度补贴等问题予以纠偏。三大平台于 8 月 1 日发布联合声明，响应监管要求明确抵制恶性竞争行为，推动行业回归理性发展。二是外卖平台加速探索商业模式可持续性发展。在政策引导与社会期待下，平台加快商业模式创新。一方面，平台持续强化构建本地生活服务生态，通过外卖流量入口与即时零售模式深度捆绑实现高频零售业务扩张。数据显示，截至 2025 年 12 月，即时零售 APP 行业月活跃用户规模已达 5.65 亿，增速达 3.3%⁴⁰。另一方面，平台通过共享厨房与云厨房模式，探索可追溯供应链、全透明运营升级，如美团推出“浣熊食堂”，抖音推出“外卖直播”，提升食品安全透明度。

四、数字文娱类应用

（一）网络视频

截至 2025 年 12 月，网络视频用户规模达 10.93 亿人，较 2024 年 12 月增长

⁴⁰ 来源：QuestMobile, TRUTH 中国移动互联网数据库。

2243 万人，占网民整体的 97.1%。其中，长视频用户规模达 7.30 亿人，占网民整体的 64.8%；短视频用户规模达 10.74 亿人，占网民整体的 95.4%；微短剧用户规模达 6.64 亿人，占网民整体的 59.0%。

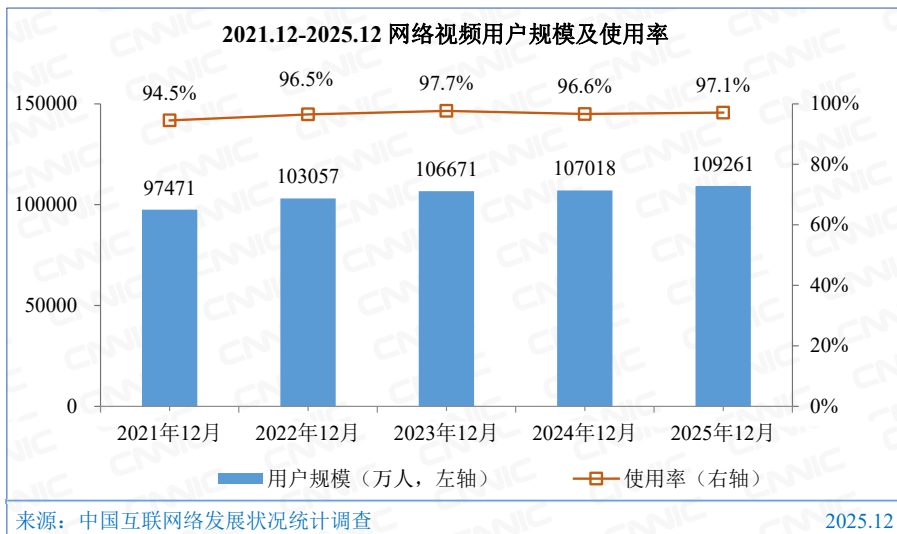


图 30 2021.12-2025.12 网络视频用户规模及使用率

2025 年，我国长视频平台构建线下娱乐生态，短视频平台致力于算法革新，微短剧行业生态逐渐优化，共同助力网络视频行业高质量发展。

长视频平台向综合性娱乐平台加速转型。在产品功能层面，着力深化互动服务。哔哩哔哩上线 AI 助手，帮助用户实现智能搜索，如输入“考研数学规划”，AI 会分阶段推荐名师课程、习题资源及时间安排，甚至标注“基础薄弱优先看”等标签。在 IP 价值延伸层面，积极推动线上内容向线下场景转化。如腾讯视频将 OpenDay 与 JUMP PARK 音乐节相结合，在音乐舞台之外，开辟腾讯视频网络剧、综艺、动漫 IP 互动舞台与 BOUNCE 集市，两天吸引近 7 万人参与⁴¹。在生态整合层面，构建线上观看、线下消费的闭环，如芒果 TV 将会员积分与文创产品、音乐节门票等进行兑换打通。截至 2025 年 12 月，长视频用户的月均使用时长已增长至 22.9 小时⁴²，平台竞争已从单纯的内容争夺，转向以用户体验为核心、覆盖多场景的系统性生态构建。

短视频平台持续优化信息推荐算法功能。平台围绕正能量内容加权推荐、用

⁴¹ 来源：新浪财经，<https://cj.sina.com.cn/articles/view/6216747334/1728c094602701fbbq>，2025 年 8 月 21 日。

⁴² 来源：QuestMobile，TRUTH 中国移动互联网数据库。

户自主选择权保障、推荐内容多样性优化、提升算法透明度等环节，系统性优化完善多项功能。在提升算法透明度方面，公开算法运行规则，保障用户知情权。如微博短视频模块不断提升热搜算法透明度，公示上榜规则、数据规则，上线热搜热度标签，标示热度背后的推动因素。在破除“信息茧房”方面，创新推出“茧房评估”“一键破茧”等功能。如快手依托正能量算法增加对“正向”“有用”“温暖”“信任”等内容的挖掘。在完善推荐内容审核方面，不断健全推荐内容审核机制，加强正能量内容推送。如微信视频号完善“好友推荐”和“算法推荐”双重机制，不断迭代升级识别打击模型，严禁低俗恶俗等典型不良信息进入推荐池。在用户赋权方面，持续优化兴趣偏好管理、内容负反馈等功能设置。如快手为用户提供便捷、精细的兴趣偏好管理功能，用户可根据自身喜好，调节不同内容推送强度。

微短剧生态逐渐优化。2025年，政策引导、平台赋能与产业协同形成合力，为短剧精品化保驾护航。在政策层面，“微短剧+”行动计划持续推进，鼓励微短剧与品牌、普法、非遗、文旅、科普等领域深度融合，倡导正向价值传播。在平台层面，万象短剧计划、精品漫剧激励、短剧成长计划等激励政策持续升级，以投资扶持、流量倾斜、保底分账的模式，解决“好剧本没钱拍、好作品没人看”的行业痛点。在产业层面，产业链上下游协同发力，推动行业高效升级。如番茄小说开放6万余部网文IP⁴³为创作者、制作机构提供更多选择；剧查查等平台通过版权热力值、用户画像等数据指标，让创作价值可量化、可追溯，推动行业从“经验主导”转向“数据驱动”。

（二）网络游戏

截至2025年12月，我国网络游戏用户规模达5.73亿人，较2024年12月增长1573万人，占网民整体的50.9%。

⁴³ 来源：新京报，<https://www.bjnews.com.cn/detail/1763020378169198.html>，2025年11月13日。

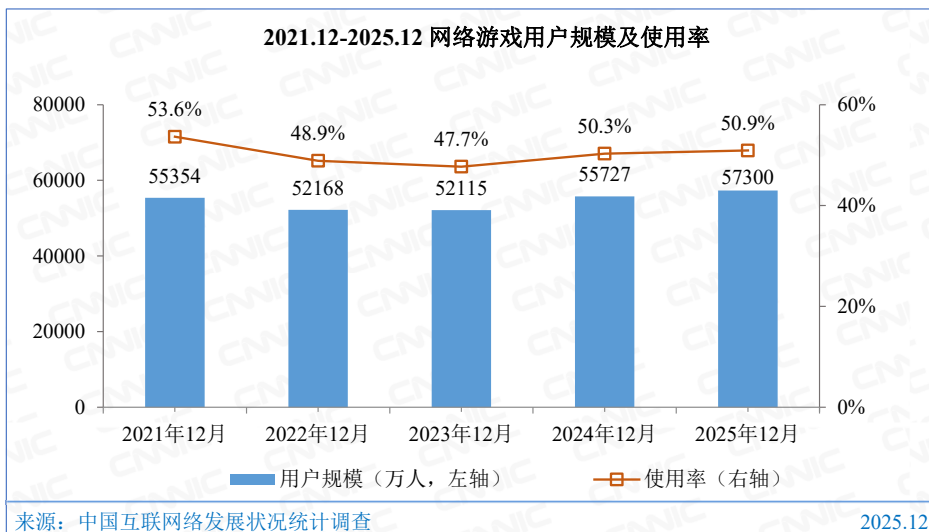


图 31 2021.12-2025.12 网络游戏用户规模及使用率

2025 年，网络游戏在文旅融合、多端互通等方面实现蓬勃发展。根据国家新闻出版署网站公布的相关信息，2025 年累计下发游戏版号 1771 个⁴⁴，同比增长 25.1%，总量创下近五年新高，版号发放数量保持稳定态势。

游戏与文旅深度融合，构建“赛事+城市”消费新生态。游戏赛事逐渐向“文旅消费载体”转型，头部赛事入驻核心场馆，地方赛事融入地域文化，有效提升观赛体验与赛事影响力。观赛引流、消费转化与文化传播，协同推动文旅消费升级与城市品牌建设。如“KPL 王者荣耀职业联赛”年度总决赛落地国家体育场“鸟巢”，吸引超 6 万名现场观众，其中 85% 来自北京以外地区⁴⁵，赛事周边商圈、影院推出“第二观赛现场”，票根经济覆盖住宿、餐饮、交通等场景。

多终端互通成为新趋势，厂商聚焦产品多终端覆盖。游戏厂商纷纷打破单一平台限制，向“移动+客户端+主机”多端并发转型。如腾讯的三端互通游戏《三角洲行动》在本土市场已经进入行业流水前三；网易旗下三端互通游戏《燕云十六声》在海外上线一个月，全球玩家已经突破 1500 万，刷新了中国游戏“出海”新纪录⁴⁶。在游戏多终端互通的发展趋势下，2025 年游戏行业主机及客户端市场

⁴⁴ 来源：证券时报，<https://www.stcn.com/article/detail/3558511.html>，2025 年 12 月 25 日。

⁴⁵ 来源：新华网，<https://www.news.cn/sports/20251115/10ad46fe62094cdda6cdc8dc1b7c2679/c.html>，2025 年 11 月 15 日。

⁴⁶ 来源：证券日报，http://epaper.zqrb.cn/html/2025-12/29/content_1209076.htm?div=1，2025 年 12 月 29 日。



实际销售收入分别增长 86.33%和 14.97%⁴⁷。

（三）网络文学

截至 2025 年 12 月，我国网络文学用户规模达 5.26 亿人，占网民整体的 46.7%。

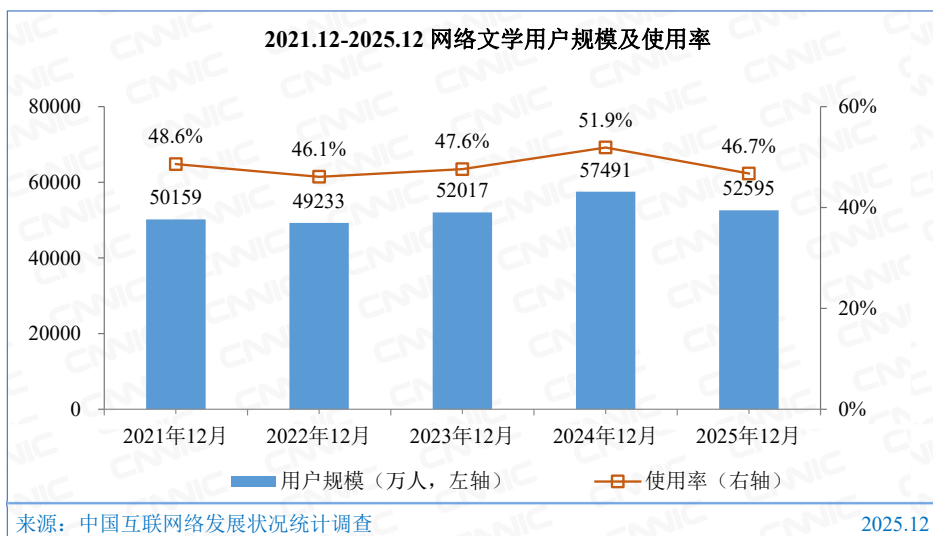


图 32 2021.12-2025.12 网络文学用户规模及使用率

网络文学在生态出海、跨界融合、技术赋能的共同推动下，形成了从创作开发到全球传播与价值拓展的完整链条。一是网络文学全球影响力不断增强。截至 2025 年 11 月，WebNovel（起点国际）全球累计访问用户量已超 4 亿，52.9 万名作家共同创作了超 82 万部作品，作品总量较去年同比增长 20%⁴⁸。网络文学平台在输送中国作品的同时，将国内成熟的 VIP 付费阅读和作家培育体系复制到海外，构建原创生产生态。二是“IP+文旅”深度融合开拓价值变现新蓝海。如新加坡环球影城引入《道诡异仙》IP 打造主题探险屋，成为中国网文 IP 登陆海外主题乐园的首例；瑞士国家旅游局与《全职高手》联动，基于小说中的“苏黎世之约”推出打卡计划，成功吸引超万名粉丝赴瑞旅游。三是 AI 技术深度赋能。AI 工具已广泛应用于剧本生成、角色设计、多语言翻译及可视化预演等环节，

⁴⁷ 来源：中国音像与数字出版协会，《2025 年中国游戏产业报告》，2025 年 12 月 29 日。

⁴⁸ 来源：中国音像与数字出版协会，《中国网络文学出海趋势报告》，2025 年 12 月 18 日。

大幅提升改编效率、压缩前期成本，使更多作品具备多元开发的可行性。如阅文推出“漫剧助手”等 AIGC 工具，大幅提升从小说到漫剧的改编效率；快手推出的“造梦专家 2.0”平台，为创作者的 IP 开发提供多链路 AI 支持⁴⁹。

五、数字服务类应用

（一）旅游出行

截至 2025 年 12 月，我国在线旅行预订用户规模为 5.15 亿人，占网民整体的 45.8%。

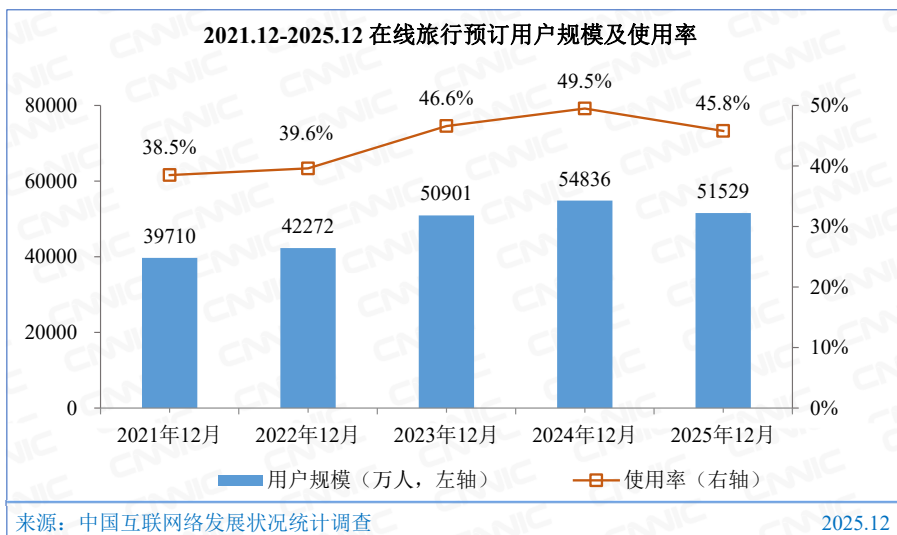


图 33 2021.12-2025.12 在线旅行预订用户规模及使用率

人工智能技术与在线旅行深度融合，催生高效协同的文旅新业态。一是智旅融合体验进一步升级。人工智能技术在旅游业加速落地，不仅提升用户体验，更让“千人千面”个性化旅行成为现实。在出行规划方面，企业应用已率先落地。马蜂窝推出深度个性化的攻略定制产品“AI 路书”，飞猪上线 AI 产品“问一问”，借助人工智能技术，让用户的出行规划更加高效。在场景服务方面，北京南站推出“南小悦”智能体，整合地铁站内导航与文旅推荐功能，为游客打造

⁴⁹ 来源：新华网，<https://www.news.cn/tech/20260109/b6cc8c12b74247709da1f6a0035cea8c/c.html>，2026 年 1 月 9 日。

“到站即畅游”的便捷服务模式。二是**城市级文旅智能体兴起**。文旅智能体将技术、生态融合创新，开创在线旅行一体化服务模式。杭州“杭小忆”数字人全面接入 Deepseek，覆盖全市超 4 万个服务点位，为游客提供出行指路、预订酒店、导览景区等个性化服务⁵⁰。上海智能体“沪小游”，为游客提供 AI 定制行程、AIGC 游记生成等服务，已对接 4.5 万余项文旅资源，累计服务用户约 1300 万人次，成为上海文旅一站式信息服务“总入口”⁵¹。

（二）网约车

截至 2025 年 12 月，我国网约车用户规模达 5.39 亿人，占网民整体的 47.9%。

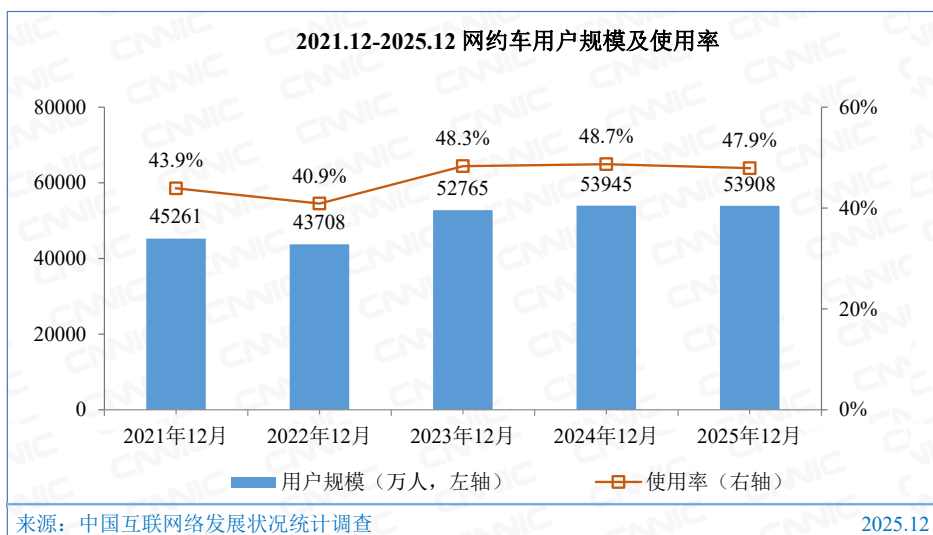


图 34 2021.12-2025.12 网约车用户规模及使用率

我国网约车行业正加速向高质量发展转型，聚合运营模式持续领跑市场，智能驾驶加速迈入商业化落地的新阶段。一是**聚合模式成重要发展方向**。交通运输部数据显示，截至 2025 年 12 月底，全国共有 395 家网约车平台公司取得经营许可，12 月订单总量达 9.63 亿单，聚合平台完成 2.92 亿单，环比增长 5.6%⁵²。高德、美团、腾讯出行等聚合平台通过整合中小运力资源构建服务网络，既为乘

⁵⁰ 来源：杭州市文化广电旅游局资讯网，https://wgly.hangzhou.gov.cn/art/2025/3/4/art_1229505585_58959507.html，2025 年 3 月 4 日。

⁵¹ 来源：新华网，<https://www.news.cn/20251230/b91293e4a1394515bfc94a9bb4eb03f/c.html>，2025 年 12 月 30 日。

⁵² 来源：中华人民共和国交通运输部，https://www.mot.gov.cn/jiaotongyaowen/202601/t20260120_4198139.html，2026 年 1 月 20 日。

客提供“一键多选、比价下单”的便捷体验，也帮助司机降低获客成本，实现运力资源的高效匹配。二是高级别自动驾驶进入商业化元年。2025年12月，工业和信息化部正式公布了我国首批L3级有条件自动驾驶车型的准入许可，高级别自动驾驶⁵³汽车获准在指定区域开展上路试点，产业进入商业化应用的关键一步。自动驾驶出行服务(Robotaxi)规模化运营进程全面提速。百度旗下“萝卜快跑”自动驾驶网约车已进入规模化运营阶段，截至2025年11月，累计完成自动驾驶订单总量已超过1700万单⁵⁴。上海等城市也发放了新一批智能网联汽车示范运营牌照，支持自动驾驶车辆开展商业化收费运营。

(三) 互联网医疗

截至2025年12月，我国互联网医疗用户规模达4.11亿人，占网民整体的36.5%。

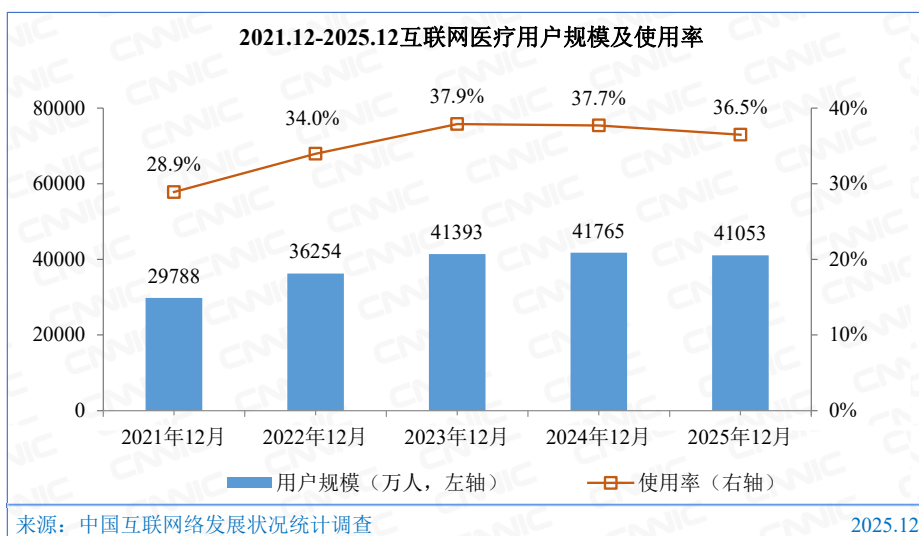


图 35 2021.12-2025.12 互联网医疗用户规模及使用率

数字技术与人工智能技术在推动优质医疗资源普惠共享的同时，也为互联网医疗发展注入强劲动力。一是**医疗资源差距进一步缩小**。2025年，国家卫生健康委等五部门联合印发《关于促进和规范“人工智能+医疗卫生”应用发展的

⁵³ 高级别自动驾驶：指根据国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布的《汽车驾驶自动化分级》国家推荐标准，L3-L5自动驾驶级别。

⁵⁴ 来源：新华网，<https://www.xinhuanet.com/auto/20251114/3ca1dec732954d60a27e94c8b0daa9b3/c.html>，2025年11月14日。



实施意见》，明确提出到 2027 年实现基层诊疗智能辅助广泛应用。卫健委数据显示，截至 2025 年 12 月，全国所有省份实现地市内医疗机构之间检查检验结果互认项目超过 200 项⁵⁵，县域医学影像、心电等资源共享中心及中心药房已经普遍建立。东中西部间人口医疗资源差距正在不断缩小，医疗机构之间的协同协作关系得到了进一步加强。二是互联网医疗成为企业增长新引擎。线上问诊、买药和健康管理等服务快速普及，在便民惠民的同时，也加速了企业商业模式创新与经营发展。京东健康 2025 年上半年总收入达 353 亿元人民币，同比增长 24.5%，其互联网医院日均问诊单量已超过 50 万⁵⁶。阿里健康中期业绩公告显示，截至 2025 年 9 月 30 日止六个月，其净利润同比增幅达 64.7%⁵⁷，业务覆盖从药品上市、患者教育到在线问诊、药品配送与用药管理的全流程服务。值得关注的是，人工智能技术的深度融合进一步放大了增长效能。京东健康推出的“AI 京医”系列智能体累计服务用户数已超 5000 万⁵⁸；蚂蚁集团旗下 AI 健康应用“蚂蚁阿福”的月活用户也超 3000 万⁵⁹，为行业增长注入强劲动力。

（四）在线教育

截至 2025 年 12 月，我国在线教育用户规模达 3.27 亿人，占网民整体的 29.1%。

⁵⁵ 来源：央广网，https://news.cnr.cn/native/gd/kx/20251226/t20251226_527473460.shtml，2025 年 12 月 21 日。

⁵⁶ 来源：京东健康《截至 2025 年 6 月 30 日止六个月的中期业绩公告》2025 年 8 月 14 日。

⁵⁷ 来源：阿里健康《截至 2025 年 9 月 30 日止六个月中期业绩公告》2025 年 11 月 26 日。

⁵⁸ 来源：京东健康《截至 2025 年 6 月 30 日止六个月的中期业绩公告》2025 年 8 月 14 日。

⁵⁹ 来源：蚂蚁集团官网，<https://www.antgroup.com/news-media/press-releases/1765785600000>，2025 年 12 月 15 日。

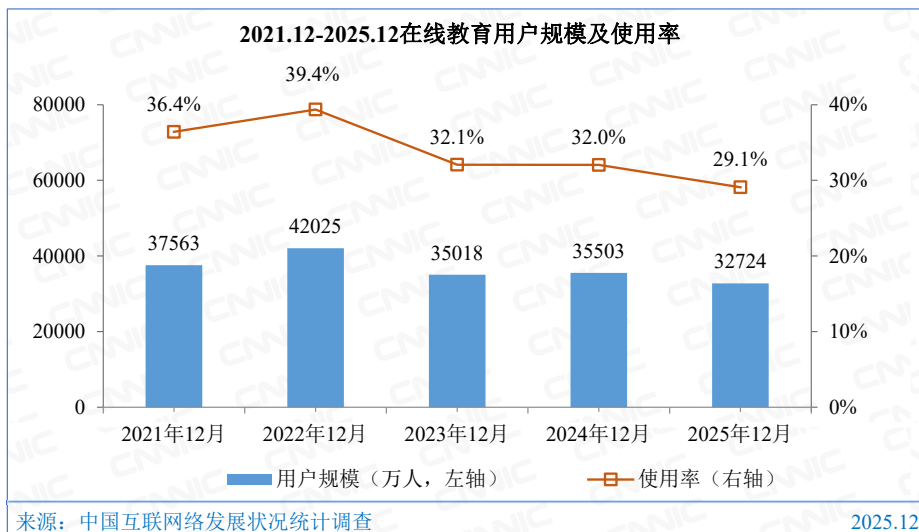


图 36 2021.12-2025.12 在线教育用户规模及使用率

数字技术与教育教学深度融合，驱动教育数字化转型进程全面提速。一是在线教育迈向“人智协同”的新阶段。《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》强调通过“数字赋能大规模因材施教”与“人工智能助力教育变革”构建教育新生态。实践中，浙江全域推进“人工智能+教育”行动，浙江高校实现本科新生人工智能通识课程分层分类全覆盖⁶⁰；北京构建“模型+平台+数据”智慧教育新范式，推出基础教育垂类大模型和 AI 教育应用超市 3.0，以技术创新赋能教育提质增效。二是数字教育国际影响力稳步增强。据统计，国家智慧教育平台注册用户规模突破 1.78 亿，总访问量达 726 亿次，用户覆盖了 220 多个国家和地区⁶¹，已发展成为全球规模最大的教育资源数字化中心和平台。这一成果不仅充分印证我国教育数字化建设的实践成效与先发优势，更为全球数字教育资源互联互通搭建桥梁，为各国破解数字教育鸿沟难题提供可借鉴的实践经验。

⁶⁰ 来源：浙江在线，https://zjnews.zjol.com.cn/zjnews/202509/t20250918_31235998.shtml，2025 年 9 月 18 日。

⁶¹ 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202505/content_7023361.htm，2025 年 5 月 12 日。

第四章 生成式人工智能发展状况

2025 年，我国人工智能产业活力迸发、亮点纷呈。《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》发布，构建了“人工智能+”的全景图，推动人工智能技术与应用在多个领域取得突破。我国智能算力规模达 1590 EFLOPS，人工智能企业数量超过 6000 家，核心产业规模预计突破 1.2 万亿元。人工智能标准化专项行动深入实施，2025 年累计研制发布 40 余项关键国家标准、行业标准，智能体协议、算子库等一批关键开源项目孵化落地⁶²。模型性能大幅提升，普及应用日益广泛，产业融合加速落地。在政策、技术、投融资环境给予的积极支持下，人工智能正在改变科学研究范式，推动国民经济三大产业向智能化跃迁，引领智能消费产品和服务形态的快速演进，逐步渗透到教育、医疗、就业等各领域，有效提升生活品质。人工智能正在成为产业转型升级的重要引擎，为新质生产力注入强劲动能。

一、用户使用情况

（一）生成式人工智能普及率

截至 2025 年 12 月，我国生成式人工智能⁶³用户规模达 6.02 亿人，较 2024 年 12 月增长 3.53 亿人，规模增长达 141.7%；普及率达 42.8%⁶⁴，较 2024 年 12 月提升 25.2 个百分点。

⁶² 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/index.html>，2026 年 1 月 21 日。

⁶³ 生成式人工智能（Generative-Artificial-Intelligence，简称 GAI）是基于算法、模型、规则生成文本、图片、声音、视频、代码等内容的人工智能技术分支。尽管其在日常生活中经常与大语言模型（Large Language Models）被混淆使用，但二者在概念上存在一定差异。一般认为，大语言模型是生成式人工智能的一个特定类别，专注于自然语言处理。

⁶⁴ 指过去半年内，我国整体人口中使用过生成式人工智能产品或服务的比例为 42.8%。

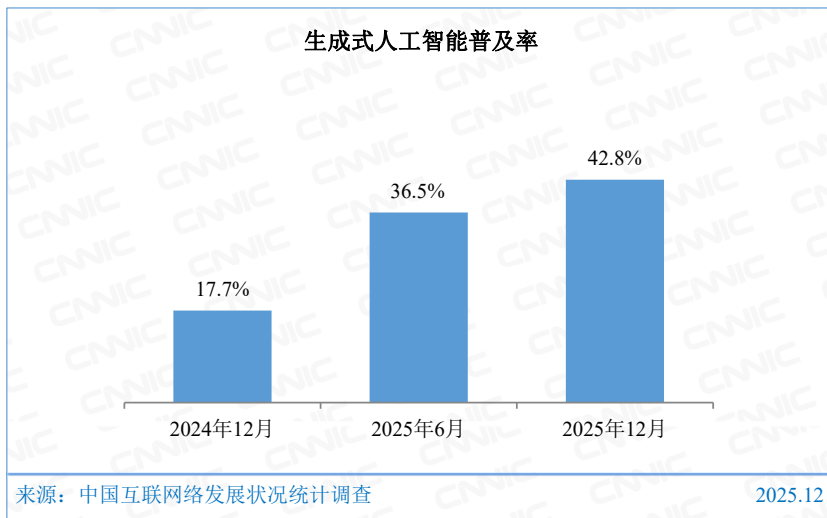


图 37 生成式人工智能普及率

（二）生成式人工智能用户结构

从性别结构看，生成式人工智能用户男女比例较为均衡，为 50.3:49.7。

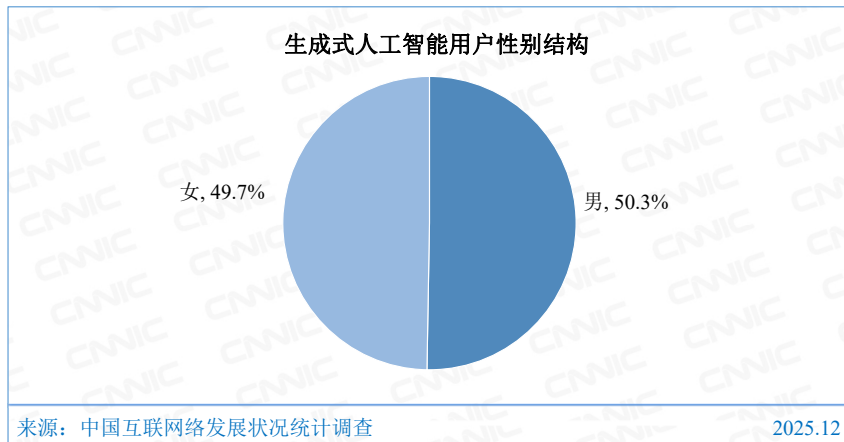


图 38 生成式人工智能用户性别结构

从年龄结构看，生成式人工智能的主要群体为年轻用户，但已开始向中高龄群体渗透。19 岁及以下用户占比最高，达 26.4%；20-29 岁用户占比为 21.3%；30-39 岁用户占比为 22.0%；40 岁以上用户占比合计 30.3%，半年提高 4.9 个百分点。

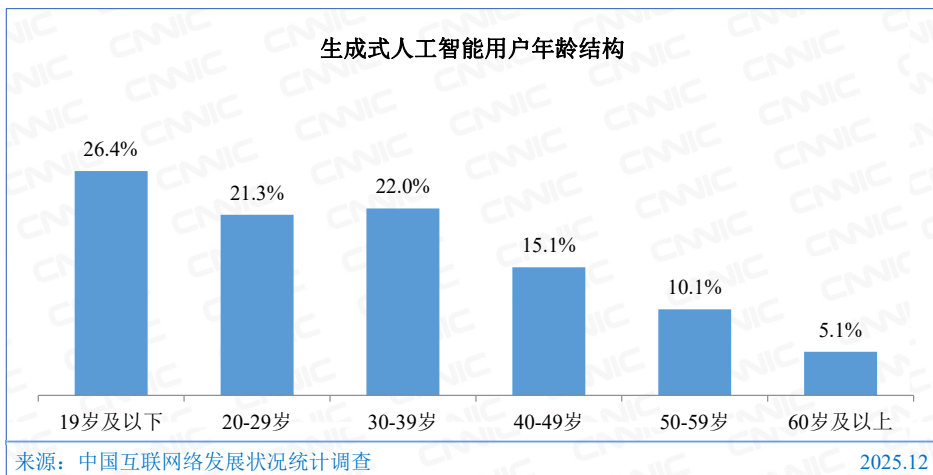


图 39 生成式人工智能用户年龄结构

从学历结构看，生成式人工智能主要用户是大专及以上学历群体，占比达 38.6%；其次为初中学历用户，占比为 29.9%。

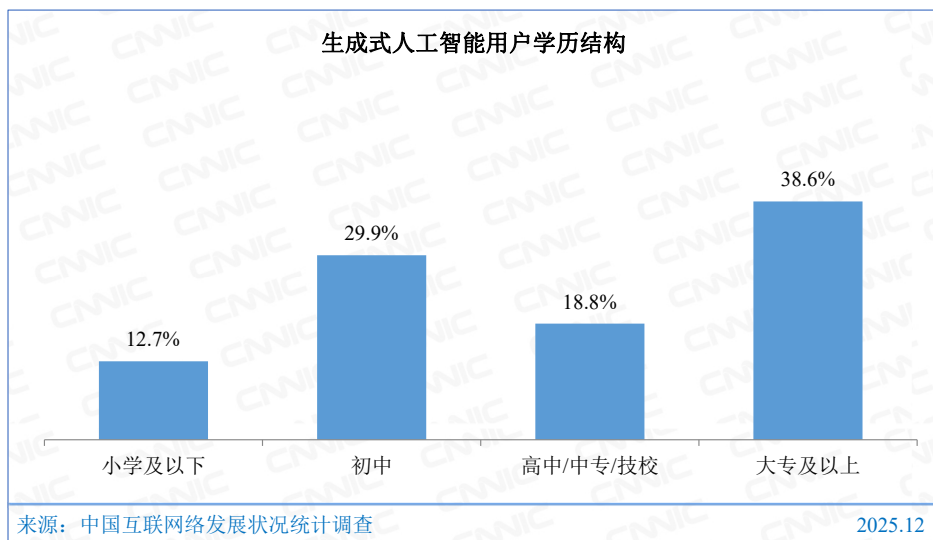


图 40 生成式人工智能用户学历结构

从职业结构看，学生是使用生成式人工智能用户的主要群体，占比达 30.1%；其次是企业/公司管理人员/一般职员、个体户/自由职业者，占比分别为 16.2%、14.2%。

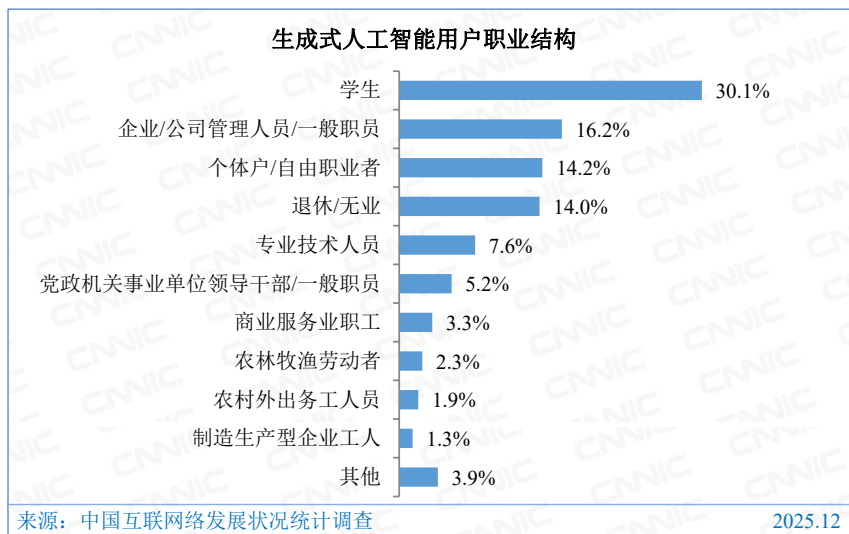


图 41 生成式人工智能用户职业结构

（三）主要产品类型使用情况

2025 年全年新增 446 款生成式人工智能服务在国家网信办完成备案，对于通过 API 接口或其他方式直接调用已备案模型能力的生成式人工智能应用或功能，由地方网信办开展登记，新增 330 款完成登记。截至 2025 年 12 月 31 日，累计有 748 款生成式人工智能服务完成备案，435 款生成式人工智能应用或功能完成登记⁶⁵。

从生成式人工智能产品类型看，生成式人工智能 APP 在用户中的使用率最高，达 86.0%；移动设备厂商内置的智能助手应用对生成式人工智能产品的普及推广也起到很大作用，在用户中的使用率达 41.4%。

⁶⁵ 来源：国家互联网信息办公室，https://www.cac.gov.cn/2026-01/09/c_1769688009588554.htm，2026 年 1 月 9 日。



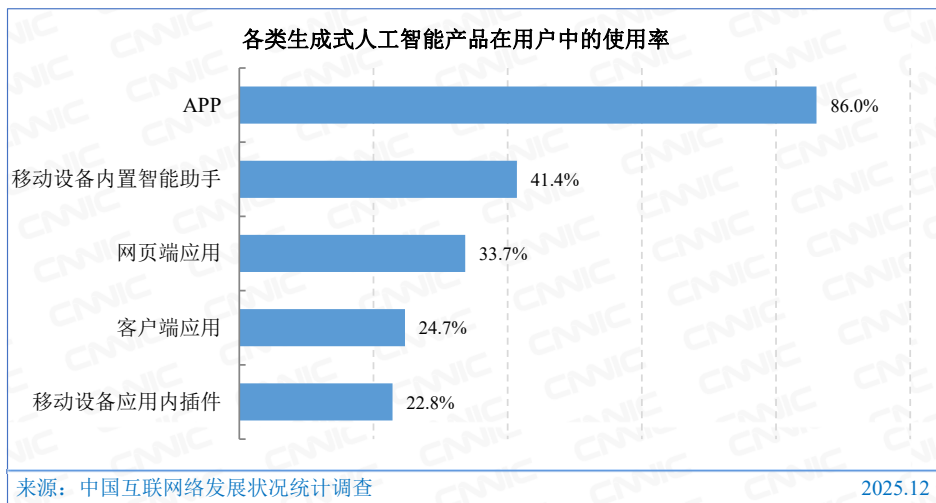


图 42 各类生成式人工智能产品在用户中的使用率

(四) 主要使用目的

从用户使用生成式人工智能产品的目的看，回答问题仍是最广泛的应用场景，占比达 76.0%；此外，生成处理图片/视频、文本、工作总结/会议纪要/PPT 等使用场景也较为常见，占比分别为 47.8%、37.6%和 32.5%。

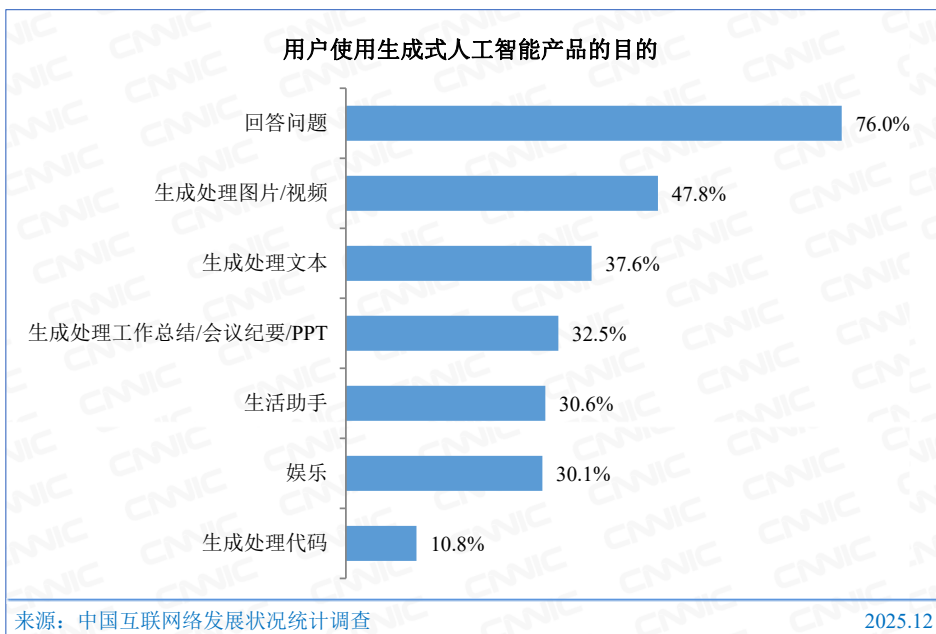


图 43 用户使用生成式人工智能产品的目的

（五）人工智能 APP 月人均使用时长

截至 2025 年 12 月，用户使用互联网/人工智能科技企业原生 APP、人工智能应用插件、手机厂商人工智能助手等三类人工智能 APP 的月人均使用时长分别为 143.2 分钟、34.7 分钟和 5.7 分钟。其中，人工智能应用插件的月人均使用时长同比增幅高达 69.6%。

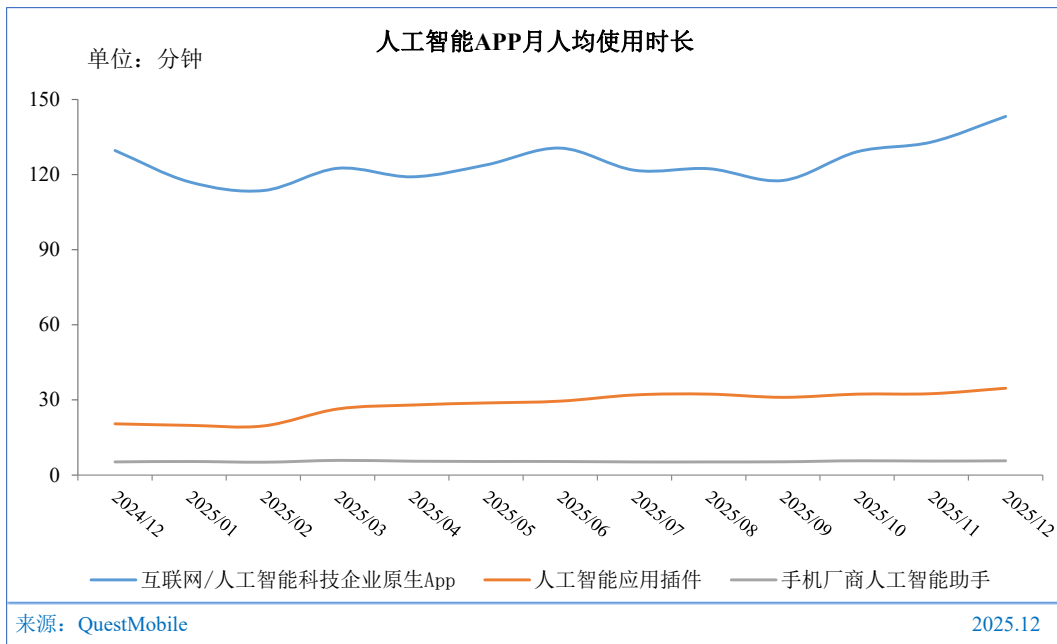


图 44 人工智能 APP 月人均使用时长

二、产业发展情况

（一）发展环境

在政策环境方面，顶层规划引领发展，配套政策相继落实。一是国家顶层战略引领。国务院印发《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》，为我国抓住人工智能革命历史机遇、培育新质生产力提供了全面的行动指南。二是部门文件指导实践。工业和信息化部联合七部门出台《“人工智能+制造”专项行动实施意见》，并配套制定了行业转型指引和企业应用指南，开展人工智能产业及赋能新型工业化创新任务揭榜挂帅工作。其他相关部门先后部署实施“人工智能+”

知识产权信息公共服务应用场景建设、“人工智能+”能源高质量发展、“人工智能+医疗卫生”等工作。

在技术环境方面，算法实现突破，算力国产化持续推进，数据资源规模优势扩大。一是**算法进展聚焦在多模态能力、效率、机器人、智能体与长 Token 应用领域**。多模态能力大幅增强，多模态理解与生成的统一框架初步建立，如 Qwen2.5 等大语言模型已实现语言、视觉等多模态扩展升级。算法效率进一步提升，算法创新优化水平全球领先，如 DeepSeek-R1 的增量训练成本相当于 29.4 万美元⁶⁶，微博 VibeThinker 仅拥有 15 亿参数、单次“后训练”成本仅为 7800 美元⁶⁷。具身智能成为热点，2025 年国内人形机器人整机企业数量超 140 家，发布人形机器人产品超 330 款⁶⁸；小米、华为等领军企业积极推出相关产品，推动 AI 算法与机器人的深度结合。智能体加速落地，如清华大学牵头开发的创新训练框架使 AI 智能体在复杂长期任务中展现出接近人类的全局规划能力。上下文窗口长度突破性延伸至百万级 Token，极大提升了 AI 在长文档分析、复杂流程理解等方面的能力，如阿里发布 QwenLong-L1 支持 120k Token 的超长上下文推理；截至 6 月，我国日均 Token 消耗量已经突破 30 万亿，1 年半时间增长了 300 多倍⁶⁹。二是**算力进展聚焦在国产化、绿色效能提升与端侧需求增长方面**。2025 年，AI 芯片国产化率持续提升，加速实现产业化应用。国内企业发布多款人工智能芯片产品，华为、寒武纪推出的国产 AI 芯片加速部署，承担更多的训练和推理任务，保障了国产大模型的迭代速度；摩根士丹利预计 2027 年、2028 年，中国基本上在 GPU 层面可以实现 50% 的国产化率⁷⁰。在《数据中心绿色低碳发展专项行动计划》明确要求下，智算中心广泛采用液冷技术和先进封装技术，平均电能利用效率(PUE)持续下降，曙光数创全浸没相变液冷技术使 PUE 降至 1.04⁷¹。边缘端侧算力部署需求爆发，智能网联汽车、消费电子设备、工业互联网等场景对端侧 AI 芯片的需求增加，算力部署正向低延迟、高能效的分布式架构演进。三是**数据进展聚焦在高质量数据集与合成数据方面**。我国行业高质量数据集加速涌现，数据要素市场化进入高质量供给阶段，数据标注产业与高质量数据集建

⁶⁶ 来源：澎湃新闻，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_31626810，2025 年 9 月 18 日。

⁶⁷ 来源：澎湃新闻，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_31988173，2025 年 11 月 18 日。

⁶⁸ 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/index.html>，2026 年 1 月 21 日。

⁶⁹ 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2025/37015/index.html>，2025 年 8 月 14 日。

⁷⁰ 来源：新浪网，<https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2026-01-16/doc-inhhmhr4578263.shtml>，2026 年 1 月 16 日。

⁷¹ 来源：人民网，<http://kpzg.people.com.cn/n1/2025/0303/c404214-40429165.html>，2025 年 3 月 3 日。

设取得显著进展。国家数据局公布《高质量数据集典型案例名单》，覆盖医疗、能源、交通等行业具体场景，我国 7 个城市数据标注基地建设数据集 524 个，服务大模型 163 个⁷²。合成数据为补足真实数据缺口提供了有效方案，尤其是在解决具身智能数据稀缺与泛化能力不足等瓶颈方面取得显著成效。

在投融资环境方面，融资活力持续释放，资金流向更为聚焦。一是优惠政策激发市场活力。9 月，国家发展和改革委员会发文表示加大人工智能领域金融和财政支持力度，完善风险分担和投资退出机制，进一步激发人工智能投融资市场活力。二是事件数量和资金规模扩大。截至 2025 年 12 月，我国披露 1534 起与人工智能相关的投融资事件，金额合计约 1528.85 亿元⁷³，同比分别增长 81.3% 和 66.7%。三是投资领域集中于机器人。从事件数来看，投资于机器人相关领域的事件数为 637 笔，占比为 41.5%；投资于传统行业应用的事件数为 356 起，占比为 23.2%；投资于人工智能硬件与技术的事件数为 266 笔，占比为 17.3%。从金额来看，投资于机器人相关领域的金额为 584.56 亿元，占比为 38.2%；投资于人工智能硬件与技术的金额为 276.29 亿元，占比为 18.1%；投资于传统行业应用的金额为 235.51 亿元，占比为 15.4%。四是区域集中特征显著。从地域分布来看，前三城市吸收投资金额合计占比超过四分之三。其中，北京的人工智能相关投资金额为 558.78 亿元，占比为 36.5%；其次为上海，金额为 331.53 亿元，占比为 21.7%；广东位列第三，金额为 276.14 亿元，占比为 18.1%。

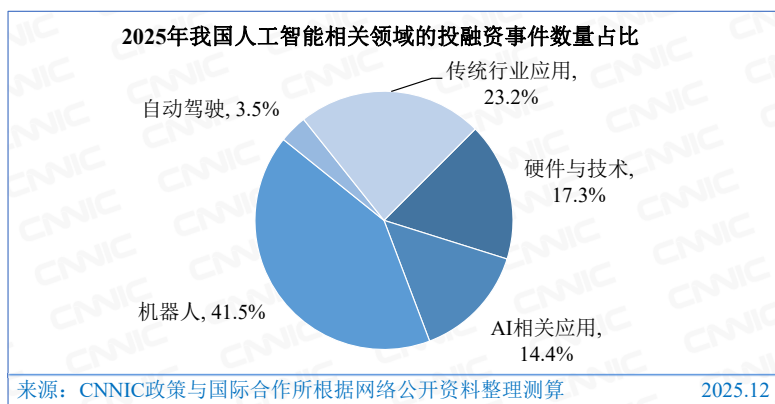


图 45 2025 年我国人工智能相关领域的投融资事件数量占比

⁷² 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202507/content_7033304.htm，2025 年 7 月 23 日。

⁷³ 来源：中国互联网络信息中心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。

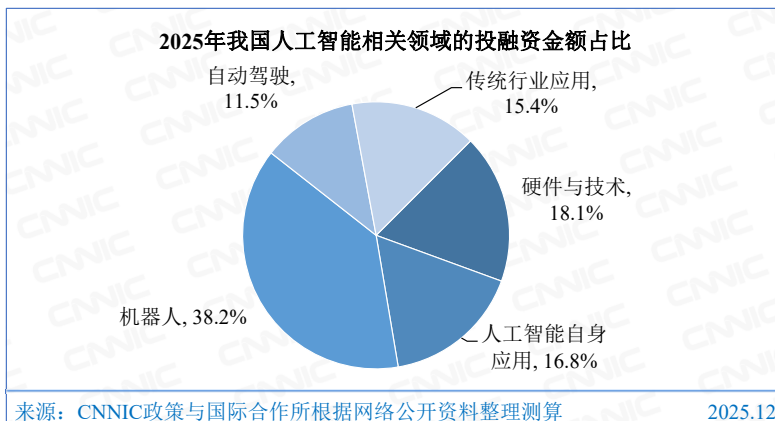


图 46 2025 年我国人工智能相关领域的投融资金额占比

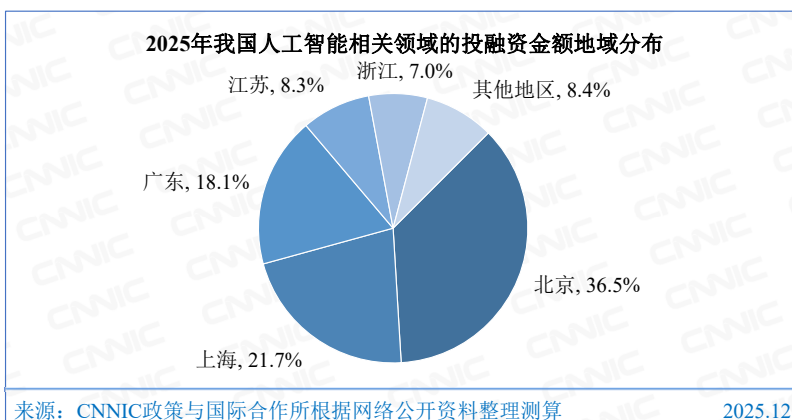


图 47 2025 年我国人工智能相关领域的投融资金额地域分布

（二）创新应用

在“人工智能+”科学技术领域，我国正在建立人工智能驱动的新型科研和研发范式。一是人工智能驱动的科学研究成果丰硕。我国在AI与地球环境科学、工程科学的交叉领域拥有先发优势，在与数学、物质科学、人文社科的交叉领域后起超越，实现全球领先⁷⁴。二是人工智能正在重塑科研底层逻辑、加速科学发现。中国科学院发布“磐石 v1.5：一站式科研平台”，推动天体物理、材料合成与力学工程等关键领域取得系列重要进展，大幅加速科研进程。

⁷⁴ 来源：复旦大学，《科学智能白皮书 2025》，<https://ist.fudan.edu.cn/Data/View/3135>，2025 年 6 月 9 日。

在“人工智能+”产业发展领域，人工智能原生产态蓬勃发展，推动国民经济三大产业向智能化跃迁。一是在智能原生新模式新业态方面，服务应用数量持续增长，硬件企业发展亮眼。2025 年我国新增完成备案的生成式人工智能服务数量较 2024 年新增数量增长 87.4%，新增完成登记的生成式人工智能应用或功能数量增长 214.3%⁷⁵。在 2025 世界人工智能大会上，阿里巴巴发布“夸克 AI 眼镜”，集成通义大模型和夸克 AI 能力，能够实现多轮、多意图、多模态的交互。二是在工业全要素智能化发展方面，数字化效能持续提升。中国工业企业应用大模型及智能体的比例，从 2024 年的 9.6% 提升到 2025 年的 47.5%⁷⁶。具体环节中，工业大模型在研发设计、生产制造、经营管理等方面的应用占比分别为 33%、24%、32%⁷⁷。目前，人工智能已渗透领航工厂 70% 以上的业务场景，沉淀了超 6000 个垂直领域模型，带动 1700 多项关键智能制造装备与工业软件规模化应用，形成一批具备感知、决策和执行能力的工业智能体，推动智能制造从“自动化”向“自主化”演进⁷⁸。三是在农业数智化转型升级方面，已实现全产业链覆盖，在农业科研、生产、装备等方面均取得显著成效。农业生产信息化率稳步提升，农业物联网应用示范点超 10 万个，无人机植保作业面积超 21 亿亩次。我国已建成 1000 多个无人农场，率先打通农业数智化的“最后一公里”⁷⁹。四是在服务业发展新模式方面，人工智能与应用场景深度结合，驱动服务业深度变革。如在无人服务领域，自动驾驶技术重构汽车服务市场，借助智能感知、路径规划与云端调度能力，车辆可实现“自己找桩、自动补能”“无感养车”。如在新一代智能终端、智能体应用领域，手机 AI 化渗透率加速，2025 年端侧大模型参数或达 170 亿⁸⁰；人工智能终端高价值场景优秀案例遴选工作在 2025 世界人工智能大会上启动，将助推人工智能终端加速走向价值落地。

在“人工智能+”消费提质领域，人工智能引领新型消费加快发展。一是人工智能拓展服务消费新场景。陪伴型智能原生应用发展亮眼，AI 养成系潮玩“芙

⁷⁵ 来源：国家互联网信息办公室，https://www.cac.gov.cn/2026-01/09/c_1769688009588554.htm，2026 年 1 月 9 日；https://www.cac.gov.cn/2025-01/08/c_1738034725920930.htm，2025 年 1 月 8 日。

⁷⁶ 来源：IDC 调研数据，https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/jd/jd/202508/t20250829_1400153.html，2025 年 8 月 29 日。

⁷⁷ 来源：新华网，<https://www.news.cn/tech/20250925/2605f387e64f45498c5b2d13abd5360b/c.html>，2025 年 9 月 25 日。

⁷⁸ 来源：国务院新闻办公室，<http://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/index.html>，2026 年 1 月 21 日。

⁷⁹ 来源：新华网，<https://www.xinhuanet.com/tech/20251021/adcf6481b684a5c8252b56f92302fac/c.html>，2025 年 10 月 21 日。

⁸⁰ 来源：中国联通，《新一代智能终端产业发展趋势白皮书（2025）》。



崽”、儿童陪伴机器人“嘟嘟”、桌面宠物机器人“EMO”等陪伴型机器人实现了人工智能科技与人类情感的深度结合，拓展情感消费新场景。智慧超市、智慧商店、智慧商圈等新型消费模式蓬勃发展，商务部已评选全国示范智慧商圈 20 个、全国示范智慧商店 31 个⁸¹。2025 年全国示范步行街（商圈）创建工作正在有序开展，如西安大唐不夜城步行街利用 AI 虚拟旅游使者为游客提供个性化、沉浸式文旅体验，AI 技术在优化顾客体验、提升商圈运营效率的能力得到显著体现。二是人工智能产品消费新业态涌现。首届世界人形机器人运动会产生了 26 位机器人冠军，让全社会看到了人形机器人技术的真实应用。智能产品新形态逐步渗透日常生活，如在增材制造领域，耐克使用机器模型生成独特的鞋型几何结构，并利用 3D 打印实现制造。我国移动设备厂商积极将轻量化大模型和多模态人工智能助手集成到电子消费品中，推动消费级人工智能硬件逐渐融入日常生活。2025 年，我国重点监测平台智能机器人零售额增长 18%⁸²。

在“人工智能+”民生福祉领域，人工智能正在助力提升社会公众的工作质量、学习效率和生活品质。一是在赋能高质量就业方面，人工智能带动创造新岗位。截至 2025 年 12 月，网民中 13.9% 的就业人员其工作与人工智能相关，半年提升 3.1 个百分点。我国人工智能相关人才缺口超过 500 万人，供求比例达 1:10⁸³，以算法工程师、人工智能训练师、数据分析师等为代表的人工智能相关岗位需求同比增速超过 100%⁸⁴。二是在教育领域应用方面，我国正在将 AI 融入教学全流程，通过 AI 构建公平、智慧、便捷的学习环境。数据显示，我国 38.1% 的高等教育在校生所学专业或部分课程与人工智能相关。自 2023 年以来，教育部“人工智能+高等教育”应用场景典型案例共评选出三批 80 个优秀案例⁸⁵，展示了 AI 在课堂教学、学生评价等多个方面的创新应用。三是在提升生活品质方面，人工智能在民生领域创新融合程度加深。如在养老领域，工业和信息化部、民政部联

⁸¹ 来源：商务部，https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/rcxwfb/art/2023/art_63db95bc74a34d3590b72379e41d7e3c.html，2023 年 1 月 9 日；https://www.mofcom.gov.cn/gztz/art/2023/art_9e90278a761846c0929274d965260cf_a.html，2023 年 11 月 8 日。

⁸² 来源：商务部，https://www.mofcom.gov.cn/syxwfb/art/2026/art_518fcaf90e674b959d3a5a0e8b74fc0f.html，2026 年 1 月 23 日。

⁸³ 来源：人民网，<http://jl.people.com.cn/n2/2025/0528/c349771-41241738.html>，2025 年 5 月 28 日。

⁸⁴ 来源：求是网，<https://www.qstheory.cn/20251114/06791931f1ea4df988dcb01eb7667fb/c.html>，2025 年 11 月 16 日。

⁸⁵ 来源：中国教育和科研计算机网，https://www.edu.cn/xxh/focus/zc/202510/t20251017_2694790.shtml，2025 年 10 月 17 日；教育部，http://www.moe.gov.cn/s78/A08/tongzhi/202404/t20240417_1126075.html，2023 年 4 月 12 日；http://www.moe.gov.cn/s78/A08/tongzhi/202411/t20241118_1163542.html，2024 年 11 月 14 日。

合开展智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点工作，加快推动机器人赋能智慧养老发展。重庆市实施智慧养老赋能行动，推动首批 100 名智慧养老公费本科生招收工作，赋能“15 分钟养老服务圈”升级⁸⁶；上海市已建成 70 多家智慧养老院⁸⁷，采用智能床垫、智慧体检设备等智能终端康养设备优化适老化服务。

在“人工智能+”治理能力领域，政务领域应用有序推进，公共安全治理能力得到有效提升。一是政务领域实践进展快速，应用成效显著。实践上，2025 年以来，国产开源大模型的技术突破吸引各地区各部门主动性接入、广泛探索，应用于内部办公、政务服务、辅助决策、城市治理等多元场景，加速政府迈入数智化治理新阶段。成效上，政务大模型有效压缩业务环节、减少重复劳动、提升服务质效，使基层工作人员能够更多聚焦高价值环节。如政务大模型“文本+机器人”分流了近三分之一的人工服务，智能派单和智能预审替代了近一半的人工服务，有效提升了政务服务效率和服务质量⁸⁸。**二是应急管理监测预警、指挥决策、现场救援等工作的智能化水平提升。**应急管理部研发“久安”大模型 2.0，在应急管理各环节发挥积极支撑作用，如在专业精度上实现测评准确率升至 91%以上，在响应速度上实现问答与检索延迟缩短至 4 秒，在实际应用上实现 30 秒内从数万路视频中精准锁定内涝点并成功预警多地险情⁸⁹。

在“人工智能+”全球合作领域，我国坚持以开放合作促进发展，在推动技术普惠与构建全球治理体系方面展现了大国担当。一是践行人工智能技术“以人为本，智能向善”理念，着力弥合全球数字鸿沟。在技术支持上，我国在《人工智能能力建设普惠计划》和“一带一路”倡议的框架下，加大对非洲数字化、智能化基础设施支持力度，开展包括联合攻关智能交通、探索发展农村数字实用技术等中非基建合作升级项目，有力支持发展中国家加强基础设施联通，提升技术可及性。在开源贡献上，我国累计贡献的 AI 开源项目较 2018 年增长超 1.5 倍，超高影响力项目位列全球第二⁹⁰，以 DeepSeek 为代表的国产高性能大模型继续

⁸⁶ 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/difang/202505/content_7025121.htm，2025 年 5 月 24 日。

⁸⁷ 来源：央视网，<https://news.cctv.com/2025/06/07/ARTIpxNSXPC7QOWENW2yGuB4250607.shtml>，2025 年 6 月 7 日。

⁸⁸ 来源：中国网信网，https://www.cac.gov.cn/2025-10/10/c_1761819470255103.htm，2025 年 10 月 10 日。

⁸⁹ 来源：新华网，<https://www.xinhuanet.com/tech/20251225/e34019ea1454439eaa1127ff3b2b8092/c.html>，2025 年 12 月 25 日。

⁹⁰ 来源：中国科学技术信息研究所、北京大学，《全球人工智能创新指数报告 2025》。



坚持免费与开源，有效降低了全球开发者的创新门槛。二是我国坚持发展与安全并重，积极引领和参与全球人工智能治理进程。7月，2025世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级别会议召开，我国发表《人工智能全球治理行动计划》，呼吁各方在遵循向善为民、尊重主权、发展导向、安全可控、公平普惠、开放合作的目标和原则基础上，切实采取有效行动，协力推进全球人工智能发展与治理。9月，我国发布《上海合作组织成员国元首理事会关于进一步深化人工智能国际合作的声明》，呼吁加强人工智能国际合作，努力推动人工智能向更加开放、包容、普惠、公平、向善的方向发展。



The 57th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 57 次中国互联网络发展状况统计报告

第五章 从互联网大数据看中小企业 发展状况

2025 年，中小企业生产经营运行有序推进，对稳住经济增长大盘、保障社会发展大局发挥重要作用。截至 12 月，我国登记在册的中小企业数量达 6469 万户⁹¹，全年新增中小企业 425 万户。

一、总体结构分布

（一）地区分布

截至 2025 年 12 月，东部地区中小企业数量最多，占全国中小企业的 54.1%⁹²；广东、江苏、山东、浙江、河南的中小企业数量位列前五，合计占全国中小企业的 40.7%。

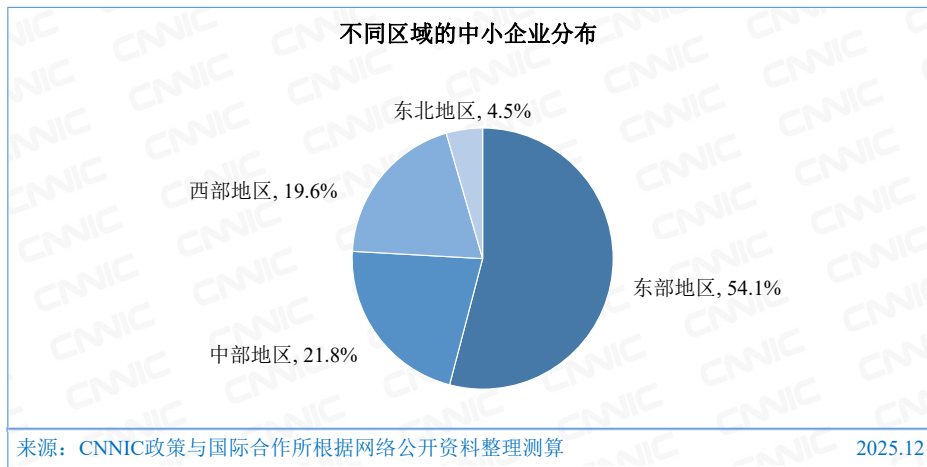


图 48 不同区域的中小企业分布

⁹¹ 如无特别说明，本报告所称登记在册的中小企业指处于正常经营的中小企业。正常经营包括存续、在业、迁入/迁出三种状态。非正常经营包括注销、吊销、撤销、清算、停业、歇业、除名、责令关闭八种状态。

⁹² 东部地区指北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南 10 省（市）；中部地区指山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南 6 省；西部地区指内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆 12 省（区、市）；东北地区指辽宁、吉林和黑龙江 3 省。

（二）细分行业分布

截至 2025 年 12 月，批发和零售业、租赁和商务服务业、科学研究和技术服务业、制造业、建筑业领域的中小企业数量位居前五，合计占全国中小企业的 76.6%。

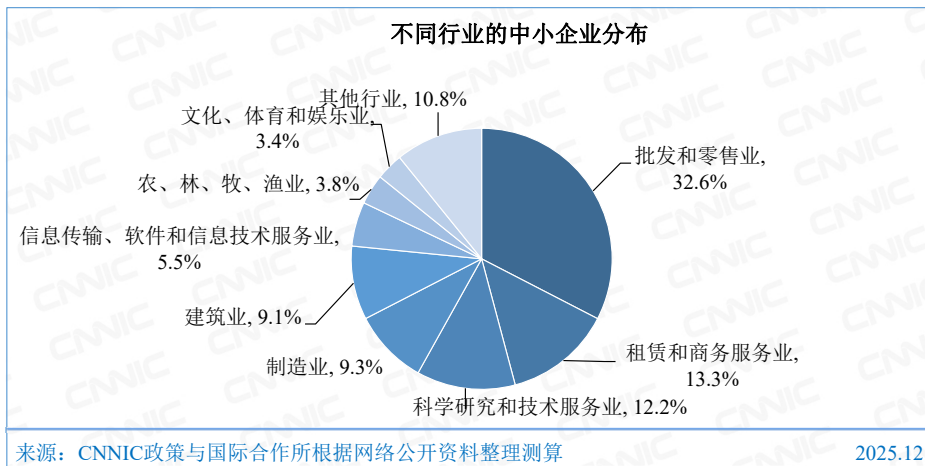


图 49 不同行业的中小企业分布

（三）企业类型分布

截至 2025 年 12 月，微型企业占中小企业的 73.6%，小型企业占中小企业的 18.3%。

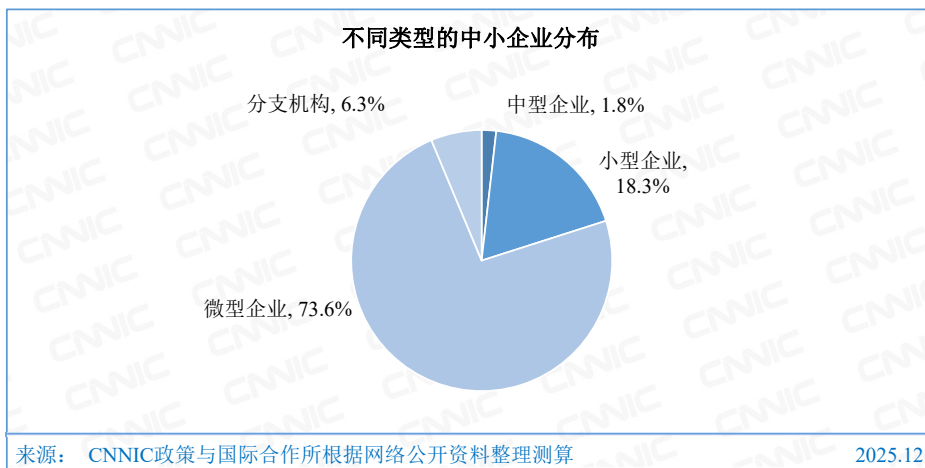


图 50 不同类型的中小企业分布

二、具体发展状况

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

（一）中小企业经营运行保持稳定

一是超六成中小企业经营状况稳中有升。调查显示，62.3%的中小企业员工表示所在企业近半年经营状况与之前相比保持稳定或有所好转⁹³。二是近八成中小企业员工规模保持稳定。79.2%的中小企业员工表示所在企业近半年员工规模保持稳定或有所增长，79.5%的中小企业员工表示所在企业近半年员工平均薪酬保持稳定或有所提升。

（二）中小企业业务实力逐步提升

一是中小企业以科技创新强化业务竞争。截至 2025 年 12 月，拥有专利的中小企业数量约为 183 万户，拥有软件著作权的中小企业数量约为 127 余万户，较 2024 年 12 月分别提升 10.4%和 14.7%。二是中小企业不断拓展业务渠道。一方面，243 万余户中小企业拥有进出口信用资质，积极谋求出海发展；另一方面，45.5%的中小企业员工表示所在企业采取线上或线上线下相结合的经营方式，积极拓展线上业务。

⁹³ 第 57 次中国互联网络发展状况统计调查包括企业员工样本 1 万余个，其中中小企业员工样本 5687 个。

The 57th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 57 次中国互联网络发展状况统计报告

第六章 互联网政务发展状况

2025 年，我国互联网政务服务迈入制度化、智能化发展新阶段。互联网政务服务在健全协同体系、破解数据壁垒、提升服务效能等方面实现突破，为优化营商环境、推进国家治理现代化筑牢数字根基。

一、总体发展状况

截至 2025 年 12 月，我国在线政务服务用户规模达 9.40 亿人，占网民整体的 83.5%。2025 年，我国通过政务数据共享、人工智能技术赋能，实现了基层减负与效率提升，显著提升了互联网政务的发展水平。

一是政务数据共享为服务提质增效提供支撑。2025 年 8 月，《政务数据共享条例》正式施行，明确数据的三类共享标准，及目录管理与供需对接机制等。为跨层级、跨部门数据流通扫清制度障碍，切实为基层减负。如湖南依托大数据枢纽实行集中共享，推进基层报表“只报一次”改革，通过数据共享实现减填、免填⁹⁴；重庆永川升级“一表通”系统，借数据共享实现基层月均处理报表数从 100 多种减至 10 余种⁹⁵。

二是人工智能技术提高智能化治理和服务水平。2025 年 10 月，《政务领域人工智能大模型部署应用指引》出台，要求各地积极推进 AI 与政务服务融合，以提升治理效能、优化服务管理。随后，深圳等城市推出 AI“数智员工”，覆盖公文处理、民生诉求分拨等 240 个场景，公文审核时间缩短 90%，民生诉求分拨准确率提升至 95%⁹⁶。AI 大模型的应用推动服务从“被动受理”向“主动预判”转变，让政务服务更精准、更高效，成为提升群众办事体验的重要抓手。

⁹⁴ 来源：湖南省人民政府，https://www.hunan.gov.cn/zqt/zcsd/202503/t20250328_33624648.html，2025 年 3 月 18 日。

⁹⁵ 来源：半月谈，http://www.banyuetan.org/jrt/detail/20250311/1000200033134991741674738525731185_1.html，2025 年 3 月 11 日。

⁹⁶ 来源：新华网，<http://www.news.cn/tech/20250224/9117c6aa283340969baef0301e159075/c.html>，2025 年 2 月 23 日。

二、全国一体化政务服务平台发展状况⁹⁷

2025年，全国一体化政务服务平台持续发挥政务服务线上线下一体化总枢纽作用，推动更多高频事项网上办、掌上办、一次办，促进政务服务更加好办、易办、智办，为“高效办成一件事”重点事项落地见效夯实平台支撑。

一是支撑“高效办成一件事”常态化有力推进。2025年7月，国务院办公厅印发《关于健全“高效办成一件事”重点事项常态化推进机制的意见》，对进一步优化政务服务、提升行政效能，健全常态化推进机制作出部署。围绕经营主体从开办到注销、个人从出生到身后两个全生命周期，国家层面陆续推出四批“高效办成一件事”重点事项清单，涉及企业迁移登记、新车上牌、结婚落户、新生儿出生等42个“一件事”，各地区各部门依托全国一体化政务服务平台，持续推进系统联通、流程优化、数据共享，越来越多的“一件事”实现集成高效办理。国家政务服务平台上线“高效办成一件事”重点事项服务专区，为企业和群众提供“一站式”政策查询、在线办理等服务，推动重点事项从“能办”到“好办、易办”。各地区结合地域特色与行业特点，创新推出独具特色的“一件事”，并探索开展特定人群、产业链发展等“一类事”集成服务，推动在更多领域更大范围加强部门协同和服务集成。

二是稳妥有序推动人工智能大模型应用。为规范和引导人工智能大模型的发展与应用，国家层面陆续印发《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》《政务领域人工智能大模型部署应用指引》等文件，要求安全稳妥有序推进人工智能在政务领域应用，打造精准识别需求、主动规划服务、全程智能办理的政务服务新模式。各地区各部门积极探索以统筹集约的方式推动人工智能大模型在政务系统的部署应用，如江西省建设全省统一的“小赣事”智能体平台，赋能各地各部门集约化应用；广东深圳推出AI政务助手“深小i”，提供智能问答、智能引导、智能帮办等服务，大幅提升了企业和群众办事效率。

三是促进惠企政策直达快享更加高效精准。各地区依托全国一体化政务服务平台支撑能力，聚焦惠企政策服务全周期全流程各环节，通过数据共享、大数据分析、人工智能辅助等方式，推动惠企政策精准匹配、高效直达符合条件的经

⁹⁷ 来源：相关资料来源为中国经济信息社。

营主体，变“企业找政策”为“政策找企业”。如上海市基于“一网通办”平台现有基础，推出“随申兑”政策服务专区，通过打通业务流与数据流简化申报流程，让惠企政策直达快享、免申即享；河南省依托全省一体化平台，整合大数据、12345 热线、“四保”白名单等涉企系统功能模块，集成搭建政策直达和诉求响应平台，并以此为枢纽融通省辖市、省直有关部门的助企政策兑现系统，推动“省市政策一网整合、诉求响应一站解决”。

四是平台集约化建设水平持续提升。2025 年 5 月，中共中央、国务院印发了修订后的《党政机关厉行节约反对浪费条例》，要求坚决防治和纠正政务服务中的“面子工程”，并强调推动重要政务信息系统互联互通、信息共享和业务协同。各地区各部门严格落实政府过紧日子要求，强化有关业务系统与政务服务平台集约整合和互联互通，推进各级政务服务 APP 清理规范和迁移归并，有效防止资源浪费和重复建设。如湖南省推动各级各部门将已建移动端应用和专区服务整合至“湘易办”并逐步关闭独立入口，将“湘易办”打造成为企业和群众“掌上办事”总入口；江苏省要求推动政务服务类应用向“苏服办”整合，县级以上禁止开发政务服务 APP，已建县级及以下的综合类政务服务 APP 加快迁移归并。

五是政务服务制度标准体系更加健全。结合“高效办成一件事”“一网通办”“人工智能+”等新要求、新趋势，国家层面持续加强法规制度建设和标准规范制定，为推进政务服务提质增效、惠企便民提供长效保障。法规制度方面，《政务数据共享条例》从行政法规层面系统性构建了政务数据共享制度，明确了数据提供、使用部门的权利义务，推动解决当前政务数据共享的制度障碍；《电子印章管理办法》进一步规范和加强电子印章管理和使用，促进电子印章跨地区跨部门互信互认，为企业办事增便利、减负担。标准体系方面，发布全国一体化政务大数据体系、政务服务码等系列国家标准，为推动政务数据有序高效共享利用、政务服务“一码通办”提供了统一规范、科学适用的实践指引。

三、政府网站发展状况

(一) 政府网站总体及分省状况

截至 2025 年 12 月，我国共有政府网站 13395 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 540 个；省级及以下行政单位共有政府网站 12855 个，分布在我国 31 个省（区、市）和新疆生产建设兵团。

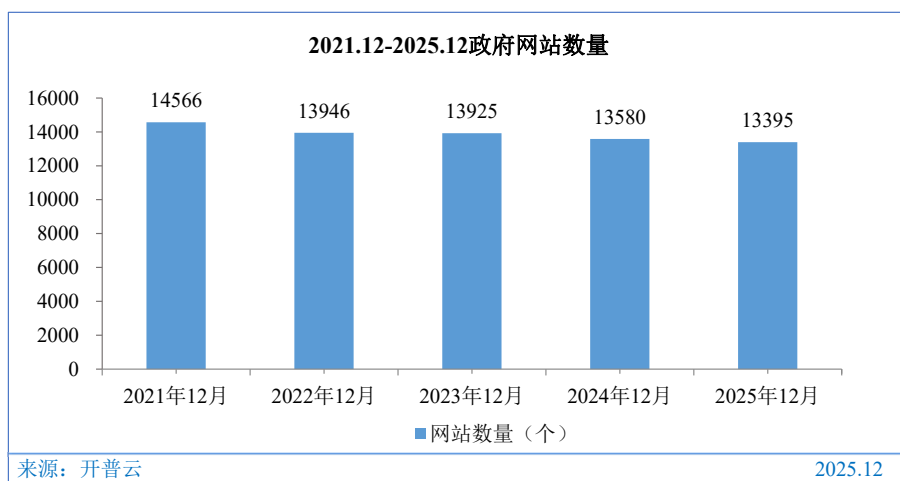


图 51 2021.12-2025.12 政府网站数量

(二) 各行政级别政府网站数量

截至 2025 年 12 月，国务院部门及其内设、垂直管理机构共有政府网站 540 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 1586 个，占比为 11.8%；市级及以下行政单位共有政府网站 11269 个，占比为 84.1%。

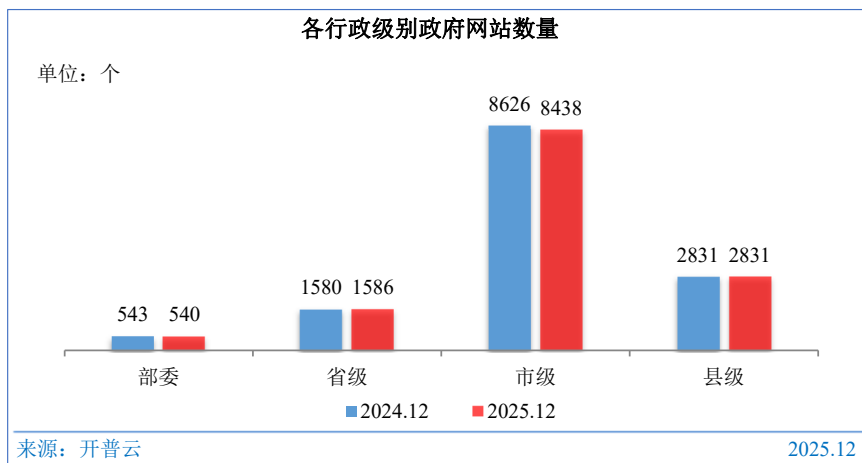


图 52 各行政级别政府网站数量

（三）各行政级别政府网站栏目数量

截至 2025 年 12 月，各行政级别政府网站共开通栏目数量 99.6 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 90.5 万个，占比为 90.8%；其次为新闻动态类栏目，占比为 6.1%。

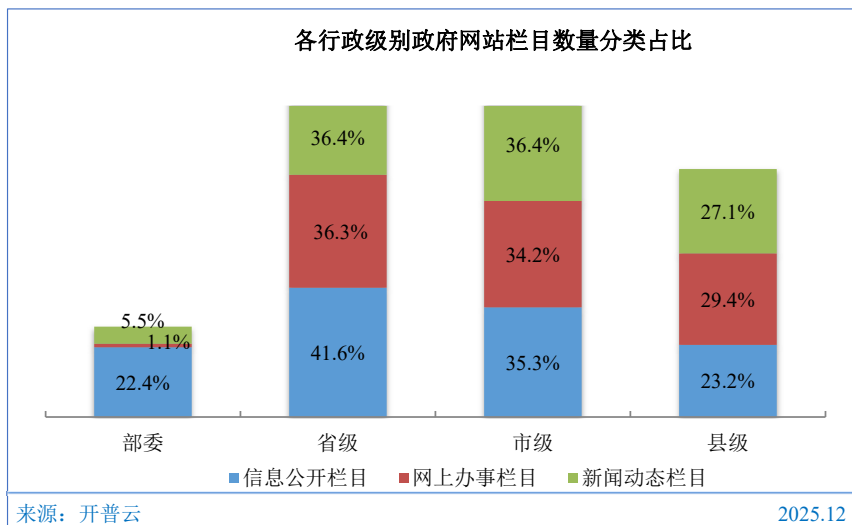


图 53 各行政级别政府网站栏目数量分类占比⁹⁸

⁹⁸ 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。

(四) 各行政级别政府网站首页文章更新量

2025 年，各行政级别政府网站首页文章更新量总量达 5473 万篇。其中，省级政府网站首页文章更新量最高，占比为 49.6%；其次为市级，占比为 35.8%。

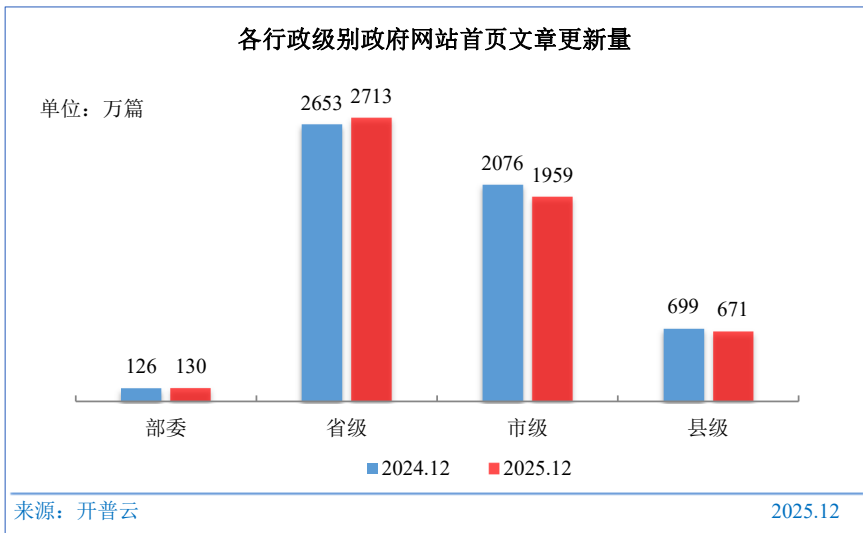


图 54 各行政级别政府网站首页文章更新量

附录一 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

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

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

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

对于手机覆盖群体，抽样方式与固定电话群体类似，也将中国内地（大陆）地区按省、自治区和直辖市分为 31 层，各层独立抽取样本。省内按照各地市居

民人口所占比例分配样本，使省内样本分配符合自加权。

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

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

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

1.3 抽样误差

根据抽样设计分析计算，网民个人调查结果中，比例型目标量（如网民普及率）估计在置信度为 95%时的最大允许绝对误差为 0.64 个百分点。由此可推出其他各种类型目标量（如网民规模）估计的误差范围。

1.4 调查方式

通过计算机辅助电话访问系统（CATI）进行调查。

1.5 调查总体和目标总体的差异

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

二、报告术语界定

- ◇ **网民**：指过去半年内我国使用过互联网的 6 周岁及以上居民。
- ◇ **手机网民**：指过去半年通过手机接入并使用互联网的网民。

- ◇ **电脑网民：**指过去半年通过电脑接入并使用互联网的网民。
- ◇ **农村网民：**指过去半年主要居住在我国农村地区的网民。
- ◇ **城镇网民：**指过去半年主要居住在我国城镇地区的网民。
- ◇ **IP 地址：**IP 地址的作用是标识上网计算机、服务器或者网络中的其他设备，是互联网中的基础资源，只有获得 IP 地址（无论以何种形式存在），才能和互联网相连。
- ◇ **网站：**是指以域名本身或者“WWW.+域名”为网址的 web 站点，其中包括中国的国家顶级域名“.CN”“.中国”和传统通用顶级域名（gTLD）下的 web 站点，该域名的注册者位于我国境内。如：对域名 CNNIC.CN 来说，它的网站只有一个，其对应的网址为 CNNIC.CN 或 WWW.CNNIC.CN，除此以外，WHOIS.CNNIC.CN, MAIL.CNNIC.CN.....等以该域名为后缀的网址只被视为该网站的不同频道。
- ◇ **调查范围：**除非明确指出，本报告中的数据指中国内地（大陆）地区，均不包括香港、澳门和台湾在内。
- ◇ **调查数据截止日期：**本次统计调查数据截止日期为 2025 年 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。

The 57th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 57 次中国互联网络发展状况统计报告

附录二 互联网基础资源附表

附表 1 按单位 IPv4 地址数

单位名称	地址量
中国电信集团有限公司	126,173,184
中国联合网络通信集团有限公司	63,578,112
CNNIC	85,180,672
中国移动通信集团有限公司	35,324,288
中国教育和科研计算机网	17,175,296
其他	29,068,143
合计	356,499,695

数据来源：全球五大区域互联网注册管理机构、中国互联网络信息中心（CNNIC）

附表 2 按单位 IPv6 地址数（以块/32 为单位）

单位名称	地址量
CNNIC	32,931
中国电信集团有限公司	16,387
中国教育和科研计算机网	8,284
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	4,099
其他	4,417
合计	70,215

数据来源：全球五大区域互联网注册管理机构、CNNIC

附表 3 按后缀形式分类的网页情况

网页后缀形式	比例
html	52.50%
/	24.29%
php	6.42%
htm	4.19%
shtml	3.59%
aspx	2.17%
asp	1.19%
jsp	0.34%
其他后缀	5.29%
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 2025 年 12 月。

附表 4 互联网接入状况

指标名称	2025 年 12 月 (%)
使用互联网的个人比例 ^{注1}	91.8
互联网接入家庭普及率	90.4
拥有手机的个人百分比 ^{注2}	98.8

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：数据来自中国互联网络发展状况统计调查。

The 57th

Statistical Report

on China's Internet Development

第 57 次中国互联网络发展状况统计报告

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	北京首信网创网络信息服务有限责任公司
北京万维通港科技有限公司	北京新网数码信息技术有限公司
北京中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	泛息企业管理咨询（上海）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	广州翼优信息科技有限公司
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
杭州好名网络科技有限公司	合肥聚名网络科技有限公司
黑龙江亿林网络股份有限公司	互联网域名系统北京市工程研究中心有限公司
环球商域科技有限公司	江苏邦宁科技有限公司
码恪御标信息科技（上海）有限公司	厦门纳网科技股份有限公司
厦门三五互联信息有限公司	厦门市中资源网络服务有限公司
厦门数商引擎科技有限公司	厦门易名科技股份有限公司
商中在线科技股份有限公司	上海贝锐信息科技股份有限公司
上海美橙科技信息发展有限公司	上海有孚网络股份有限公司
深圳互联先锋科技有限公司	深圳英迈思信息技术有限公司
四川域趣网络科技有限公司	天津追日科技发展股份有限公司
万商云集（成都）科技股份有限公司	网聚品牌管理有限公司
西安千喜网络科技有限公司	烟台帝思普网络科技有限公司
云南蓝队云计算有限公司	浙江贰贰网络有限公司
郑州世纪创联电子科技开发有限公司	中企动力科技股份有限公司
中网瑞吉思（天津）科技有限公司	

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

本报告版权归中国互联网络信息中心政策与国际合作所所有。

如引用或转载，请注明来源。

如有合作需求，请联系 010-59116603（郝女士）/010-59116606（孟女士）

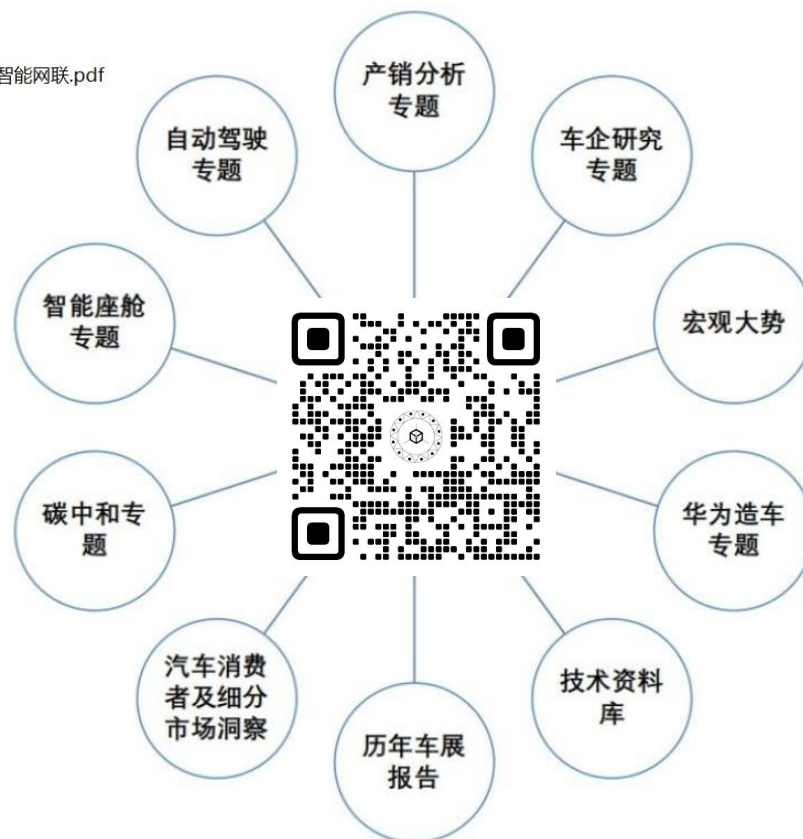
/service@cnnic.cn。

更多汽车资料



<https://wenku.3w-auto.com>

- 【会员专享】2024年汽车智能座舱投融资研究白皮书-2025-01-智能网联.pdf
- 【会员专享】2024智能网联汽车网络安全年度报告-2025-01-智能网联.pdf
- 【会员专享】ces-2025-英伟达讲稿-2025-01-智能网联.pdf
- 【会员专享】Mobileye CES 2025讲稿-2025-01-智能网联.pdf
- 【会员专享】驾驭变革：网约车行业运力企业与司机生存质量报告（2024）-2025-01-智能网联.pdf
- 【会员专享】量子位智库-智能驾驶2024年度报告-2025-01-智能网联.pdf
- 【会员专享】智驾平权，2025高速NOA普及元年-2025-01-智能网联.pdf



- 【会员专享】2024汽车选址洞察报告—典型车企销售渠道布局-2025-01-市场解读.pdf
- 【会员专享】百年内卷之一美国汽车集团品牌百年竞争启示-2025-01-市场解读.pdf
- 2024年12月份全国乘用车市场分析报告-2025-01-市场解读.pdf
- 2024年应对东南亚电动汽车颠覆浪潮-2025-01-市场解读.pdf

- 【会员专享】2024年全球氢评价-IEA-2025-01-新能源.pdf
- 【会员专享】海南省充电基础设施建设现状评估及2030年-2025-01-新能源.pdf
- 【会员专享】越南-对电动交通转型国家路线图和行动计划建议-2025-01-新能源.pdf
- 2024年全球与区域电池材料展望报告-2025-01-新能源.pdf
- 2024年推动清洁氢标准优化与国际协同-2025-01-新能源.pdf
- 2024年中国固态电池报告-2025-01-新能源.pdf
- 2024年中国主要城市充电基础设施监测报告-2025-01-新能源.pdf
- 2024全球电车驾驶者调研报告-2025-01-新能源.pdf
- Rochling-电动化发展趋势及对汽车内外饰的影响-2025-01-新能源.pdf
- 扩大电动汽车充电基础设施投资-2025-01-新能源.pdf
- 全球充电桩行业分析与升级趋势展望-2025-01-新能源.pdf

- 【会员专享】IPD流程指南第3.0版-组织管理.pdf