

第53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 53rd
Statistical Report
on China's Internet Development



The 53rd

Statistical Report

on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

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 52 次。《报告》力图通过统计数据真实反映我国互联网发展历程，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。

2023 年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，也是我国工业发展史上具有里程碑意义的一年。我国互联网发展稳中有进，为加快推进新型工业化，助力经济回升向好提供有力支撑。数字技术和实体经济加速融合，5G 应用融入 97 个国民经济大类中的 71 个。互联网业务收入增速持续提升，规模以上互联网和相关服务企业完成互联网业务收入 17483 亿元，同比增长 6.8%；固定互联网宽带接入业务收入 2626 亿元，同比增长 7.7%。新技术新业态促进市场零售较快恢复，网上零售额达 15.42 万亿元，同比增长 11%，连续 11 年成为全球第一大网络零售市场。

作为中国互联网昨天的见证者、今天的践行者和明天的开拓者，中国互联网络信息中心持续跟进我国互联网发展历程，不断扩大研究范围，深化研究领域。《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 2023 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
2024 年 3 月

目 录

核心数据 1

PART 1 互联网基础资源及接入环境状况

1

一、互联网基础资源发展状况	7
(一) IP 地址	7
(二) 域名	9
(三) 移动电话基站数量	11
(四) 互联网宽带接入端口数量	11
(五) 光缆线路总长度	12
二、互联网基础资源应用	13
(一) 网站	13
(二) 网页	14
三、互联网接入环境状况	15
(一) 上网设备	15
(二) 上网时长	17
(三) 固定宽带接入	17
(四) 移动互联网接入与移动电话用户	19
(五) 蜂窝物联网终端用户数	20

目 录

PART 网民规模及结构状况

2

一、网民规模	25
(一) 总体网民规模	25
(二) 城乡网民规模	27
(三) 非网民规模	29
二、网民结构	31
(一) 性别结构	31
(二) 年龄结构	31
三、网民数字素养与技能发展状况	32

PART 互联网应用发展状况

3

一、总体发展状况	37
二、基础应用类应用	38
(一) 即时通信	38
(二) 搜索引擎	39
(三) 线上办公	41

目 录

三、商务交易类应用	42
(一) 网络支付	42
(二) 网络购物	43
(三) 网上外卖	44
(四) 在线旅行预订	45
四、网络娱乐类应用	47
(一) 网络视频	47
(二) 网络直播	48
(三) 网络音乐	50
(四) 网络文学	51
五、公共服务类应用	52
(一) 网约车	52
(二) 互联网医疗	54

PART 互联网政务发展状况

4

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

目 录

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	64
(三) 各行政级别政府网站栏目数量	64
(四) 各行政级别政府网站首页文章更新量	65
 四、政务新媒体发展状况	 66
 附录一 调查方法	 71
附录二 互联网基础资源附表	75
附录三 调查支持单位	85

The 53rd

Statistical Report

on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告



The 53rd

Statistical Report

on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

核心数据

- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，较 2022 年 12 月增长 2480 万人；互联网普及率达 77.5%，较 2022 年 12 月提升 1.9 个百分点。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国手机网民规模达 10.91 亿人，较 2022 年 12 月增长 2562 万人，网民使用手机上网的比例为 99.9%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国农村网民规模达 3.26 亿人，占网民整体的 29.8%；城镇网民规模达 7.66 亿人，占网民整体的 70.2%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网民使用手机上网的比例达 99.9%；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 33.9%、30.3%、22.5% 和 26.6%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国 IPv6 地址数量为 68042 块 /32，较 2022 年 12 月增长 1.0%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国域名总数为 3160 万个，其中，“.CN” 域名数量为 2013 万个。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网络视频用户规模为 10.67 亿人，较 2022 年 12 月增长 3613 万人，占网民整体的 97.7%。其中，短视频用户规模为 10.53 亿人，较 2022 年 12 月增长 4145 万人，占网民整体的 96.4%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国即时通信用户规模达 10.60 亿人，较 2022 年 12 月增长 2155 万人，占网民整体的 97.0%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国在线政务用户规模达 9.73 亿人，较 2022 年 12 月增长 4701 万人，占网民整体的 89.1%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网络支付用户规模达 9.54 亿人，较 2022 年 12 月增长 4243 万人，占网民整体的 87.3%。

- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.15 亿人，较 2022 年 12 月增长 6967 万人，占网民整体的 83.8%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国搜索引擎用户规模达 8.27 亿人，较 2022 年 12 月增长 2504 万人，占网民整体的 75.7%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网络直播用户规模达 8.16 亿人，较 2022 年 12 月增长 6501 万人，占网民整体的 74.7%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网络音乐用户规模达 7.15 亿人，较 2022 年 12 月增长 3044 万人，占网民整体的 65.4%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网上外卖用户规模达 5.45 亿人，较 2022 年 12 月增长 2338 万人，占网民整体的 49.9%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网约车用户规模达 5.28 亿人，较 2022 年 12 月增长 9057 万人，占网民整体的 48.3%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国网络文学用户规模达 5.20 亿人，较 2022 年 12 月增长 2783 万人，占网民整体的 47.6%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国在线旅行预订用户规模达 5.09 亿人，较 2022 年 12 月增长 8629 万人，占网民整体的 46.6%。
- ◇ 截至 2023 年 12 月，我国互联网医疗用户规模达 4.14 亿人，较 2022 年 12 月增长 5139 万人，占网民整体的 37.9%。

The 53rd

Statistical Report

on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告



The 53rd

Statistical Report

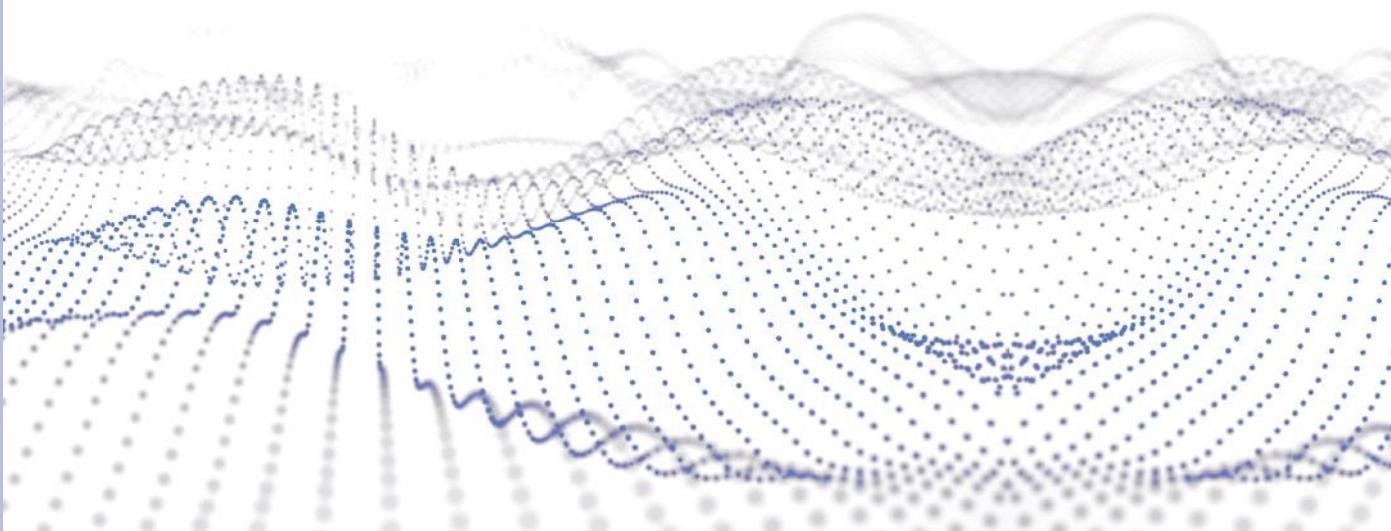
on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

PART

1

互联网基础资源及 接入环境状况



互联网基础资源建设是推动互联网行业高质量发展、维护国家网络安全稳定的重要基石。2023年，我国坚持稳字当头、稳中求进，持续发挥新一代信息技术引领作用，不断推进互联网基础资源建设，促进互联网基础资源应用，优化互联网接入环境，推动行业高质量发展迈出新步伐。

一、互联网基础资源发展状况

截至2023年12月，我国IPv4地址数量为39219万个，IPv6地址数量为68042块/32，IPv6活跃用户数达7.62亿；我国域名总数为3160万个¹，其中，“.CN”域名数量为2013万个；我国移动电话基站总数达1162万个，互联网宽带接入端口数量达11.36亿个，光缆线路总长度达6432万公里。

表1 2023.12 互联网基础资源发展状况

分类	单位	2023年12月
IPv4	个	392,192,512
IPv6	块/32	68,042
IPv6 活跃用户数	亿	7.62
域名	个	31,595,563
其中：“.CN”域名	个	20,125,764
移动电话基站	万个	1,162
互联网宽带接入端口	亿个	11.36
光缆线路长度	万公里	6,432

(一) IP 地址

截至2023年12月，我国IPv6地址数量为68042块/32，较2022年12月增长1.0%。

¹ 来源：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。

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%。

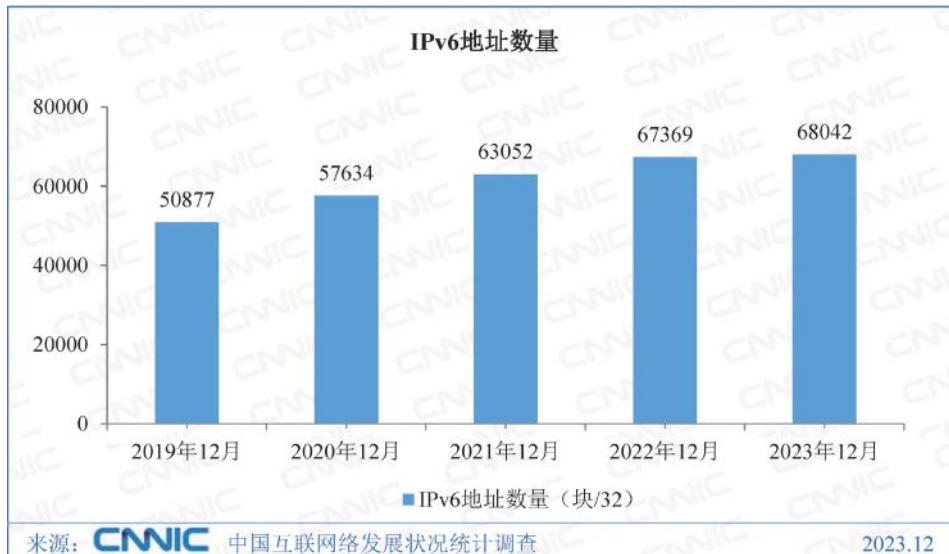


图 1 IPv6 地址数量²

截至 2023 年 12 月，我国 IPv6 活跃用户数达 7.62 亿。



图 2 IPv6 活跃用户数

² 数据均含港、澳、台地区。

截至 2023 年 12 月，我国 IPv4 地址数量为 39219 万个。



图 3 IPv4 地址数量³

(二) 域名

截至 2023 年 12 月，我国域名总数为 3160 万个。其中，“.CN” 域名数量为 2013 万个；“.COM” 域名数量为 793 万个；“.中国” 域名数量为 18 万个；新通用顶级域名（New gTLD）数量为 207 万个。

³ 数据均含港、澳、台地区。

表 2 分类域名数⁴

分类	数量(个)
.CN	20,125,764
.COM	7,925,489
.NET	706,674
.中国	177,504
.INFO	75,468
.ORG	29,079
New gTLD	2,066,573
其他 ⁵	489,012
合计	31,595,563

表 3 分类 “.CN” 域名数

分类	数量(个)
.CN ⁶	11,137,606
.COM.CN	3,257,583
.ADM.CN ⁷	3,490,529
.NET.CN	1,095,044
.ORG.CN	982,823
.AC.CN	141,735
.GOV.CN	13,409
.EDU.CN	6,821
其他	214
合计	20,125,764

4 来源：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。

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

6 此处“.CN”为“.CN”下直接注册的二级域名。

7 .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。

(三) 移动电话基站数量

截至 2023 年 12 月，我国移动通信基站总数达 1162 万个。其中，5G 基站总数达 337.7 万个，占移动基站总数的 29.1%，较 2022 年 12 月提高 7.8 个百分点。

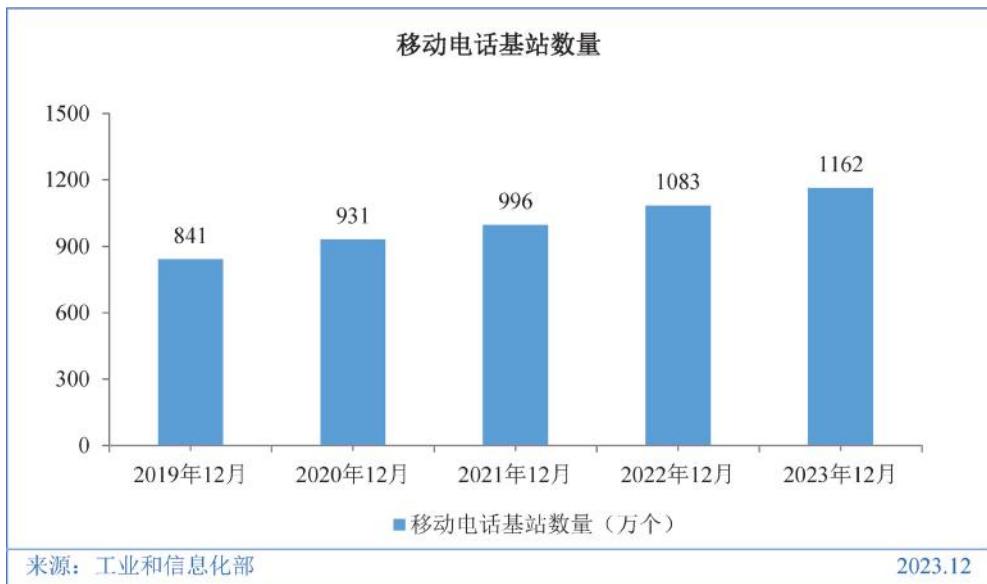


图 4 移动电话基站数量

(四) 互联网宽带接入端口数量

截至 2023 年 12 月，我国互联网宽带接入端口数达到 11.36 亿个，较 2022 年 12 月净增 6486 万个。其中，光纤接入（FTTH/O）端口达到 10.94 亿个，较 2022 年 12 月净增 6915 万个，占比由 95.7% 提升到 96.3%。具备千兆网络服务能力的 10G PON 端口数达 2302 万个，较 2022 年 12 月净增 779.2 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 2023 年 12 月，我国光缆线路总长度达 6432 万公里，全年新建光缆线路长度 473.8 万公里；其中，长途光缆线路、本地网中继光缆线路和接入网光缆线路长度分别达 114 万、2310 万和 4008 万公里。



图 6 光缆线路总长度

二、互联网基础资源应用

(一) 网站

截至 2023 年 12 月，我国网站⁸数量为 388 万个。

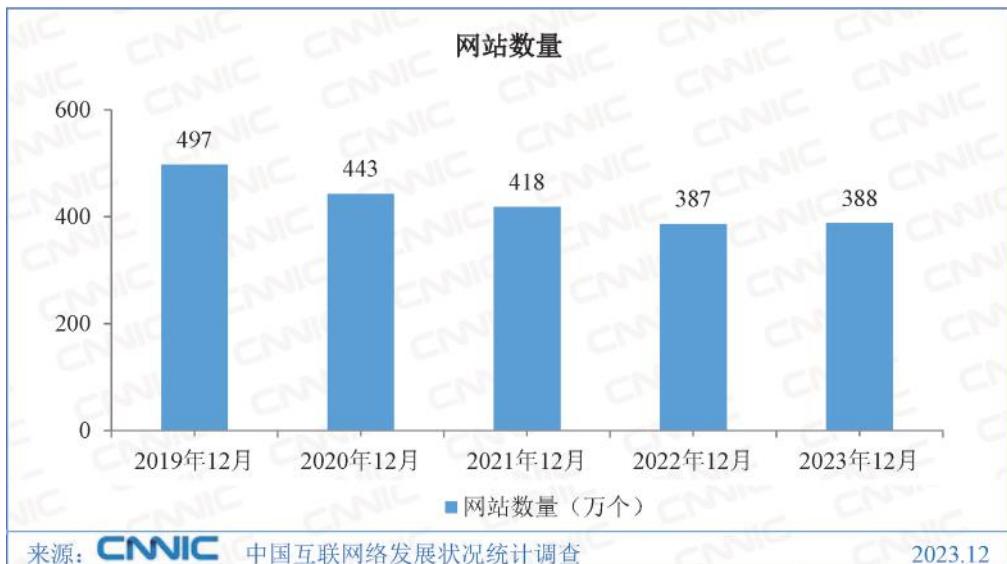


图 7 网站数量⁹

截至 2023 年 12 月，“.CN”全球网站数量为 233 万个。

8 网站：指域名注册者在中国境内的网站。

9 网站数量不包含“.EDU.CN”下网站。

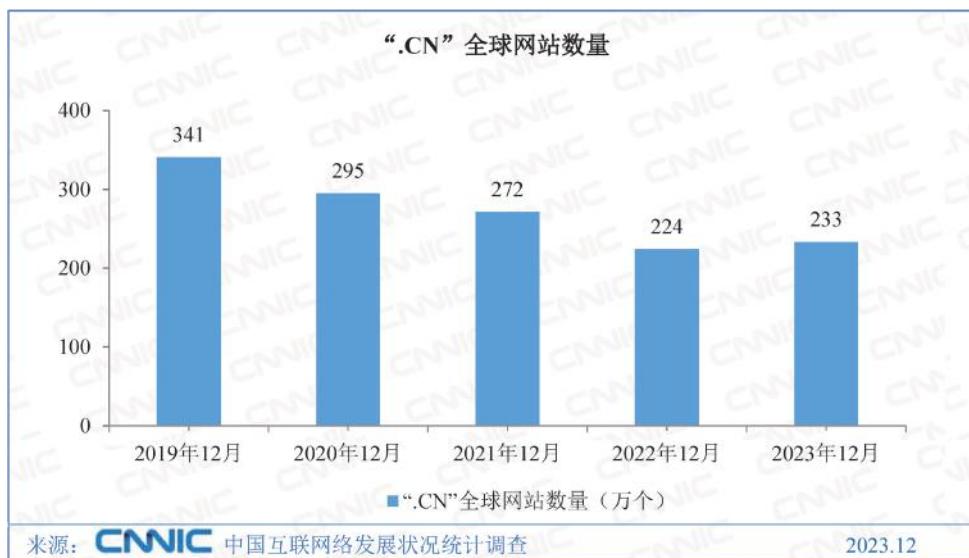


图 8 “.CN” 全球网站数量¹⁰

(二) 网页

截至 2023 年 12 月，我国网页数量为 3820 亿个，较 2022 年 12 月增长 6.5%。

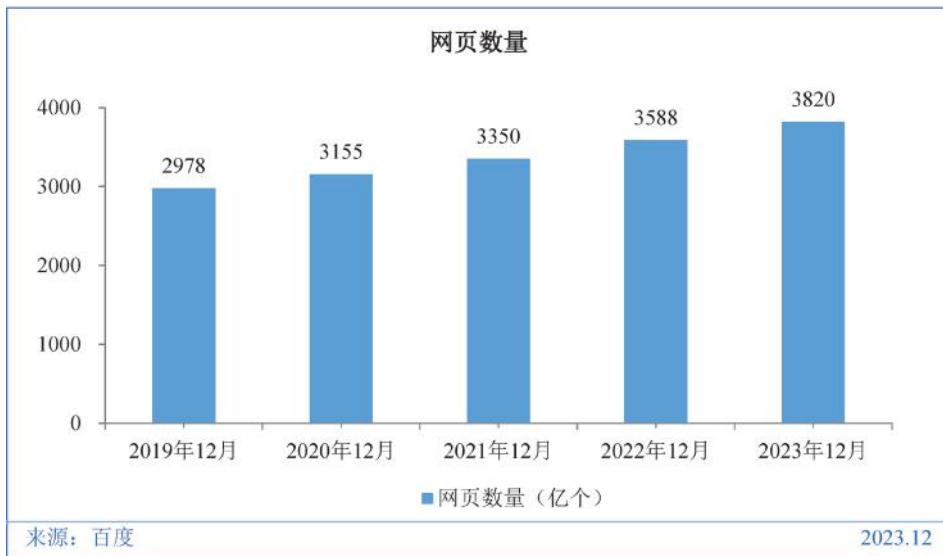


图 9 网页数量

10 “.CN” 全球网站数量不包含 “.EDU.CN” 下网站。

其中，静态网页¹¹数量为2618亿个，占网页总数量的68.5%；动态网页¹²数量为1202亿个，占网页总量的31.5%。

表4 2022.12–2023.12 网页数量对比

分类	单位	2023年12月	比2022年12月(%)
网页总数	个	382,010,040,764	6.5
静态网页	个	261,802,218,339	7.4
占网页总数比例	%	68.5%	--
动态网页	个	120,207,822,425	4.4
占网页总数比例	%	31.5%	--
网页长度(总字节数)	KB	32,326,287,366,056	11.2
平均每个网页的字节数	KB	85	4.4

来源：百度

三、互联网接入环境状况

(一) 上网设备

截至2023年12月，我国网民使用手机上网的比例达99.9%；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33.9%、30.3%、22.5%和26.6%。

11 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。

12 动态网页：指基本的HTML语法规范与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。

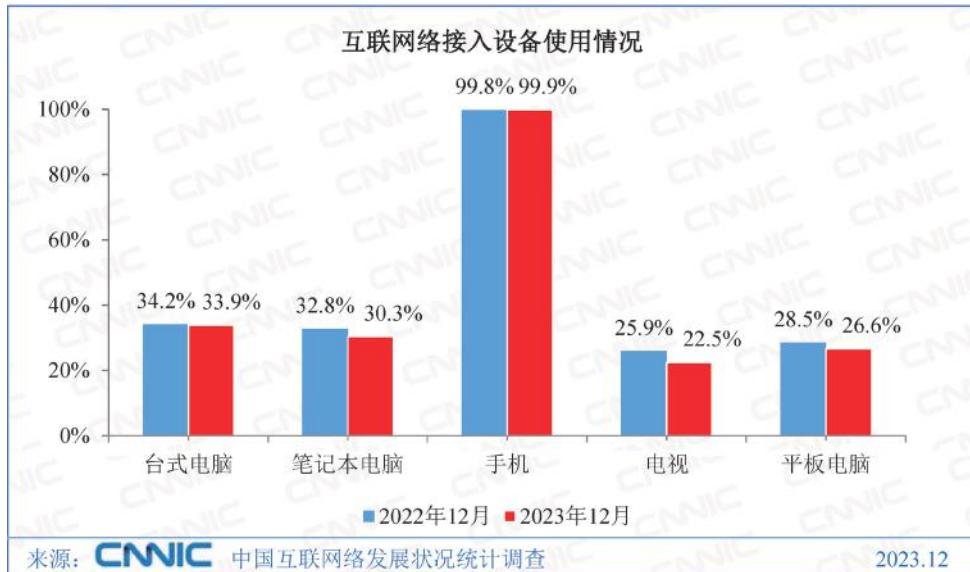


图 10 互联网络接入设备使用情况

2023 年, 国内市场手机总体出货量为 2.89 亿部, 同比增长 6.5%。其中, 5G 手机出货量为 2.40 亿部, 同比增长 11.9%, 占同期手机出货量的 82.8%。

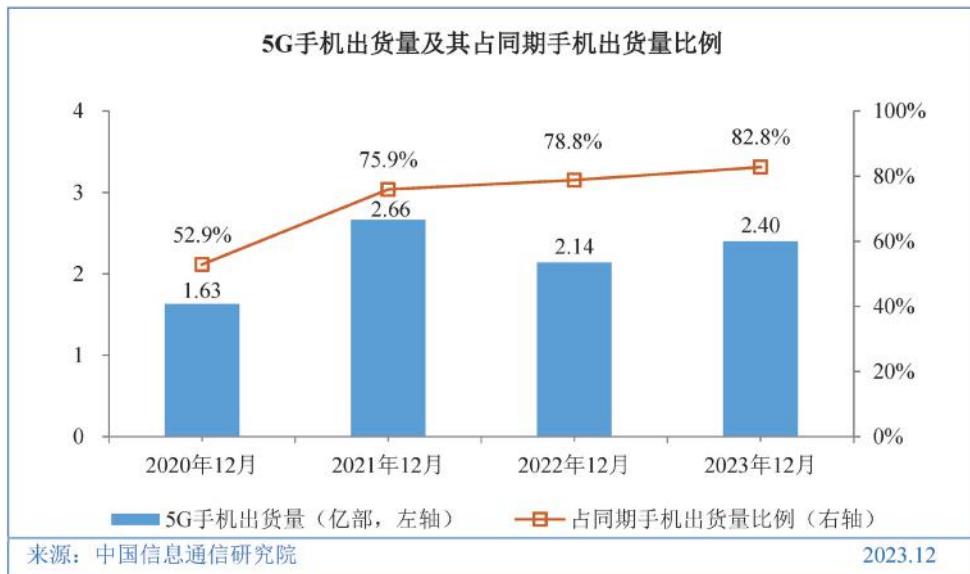


图 11 5G 手机出货量及其占同期手机出货量比例

(二) 上网时长

截至 2023 年 12 月，我国网民的人均每周上网时长¹³为 26.1 个小时。



图 12 网民人均每周上网时长

(三) 固定宽带接入

截至 2023 年 12 月，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 6.36 亿户，较 2022 年 12 月净增 4666 万户。其中，100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 6.01 亿户，较 2022 年 12 月净增 4756 万户，占总用户数的 94.5%；1000Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 1.63 亿户，较 2022 年 12 月净增 7153 万户，占总用户数的 25.7%。

13 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 13 固定互联网宽带接入用户数

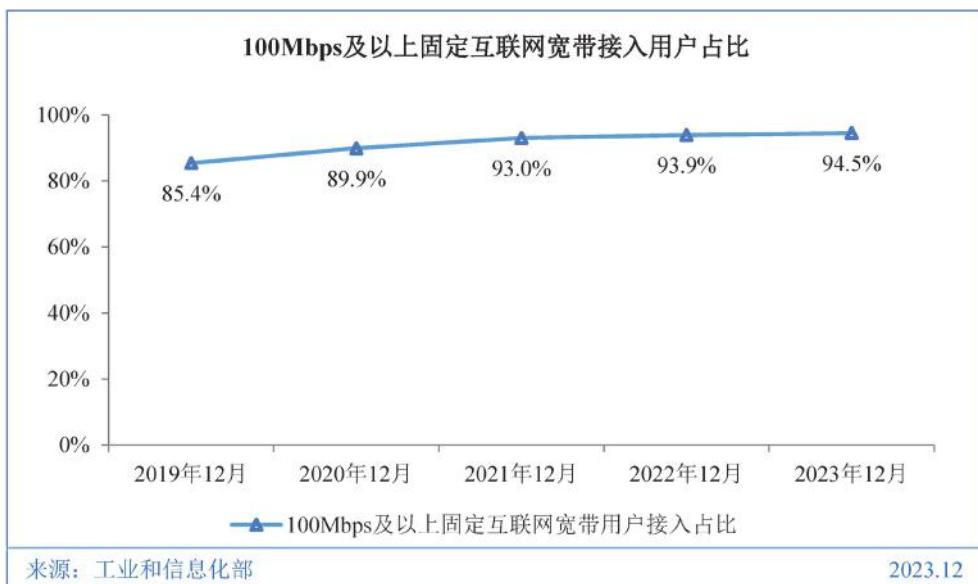


图 14 100Mbps 及以上固定互联网宽带接入用户占比

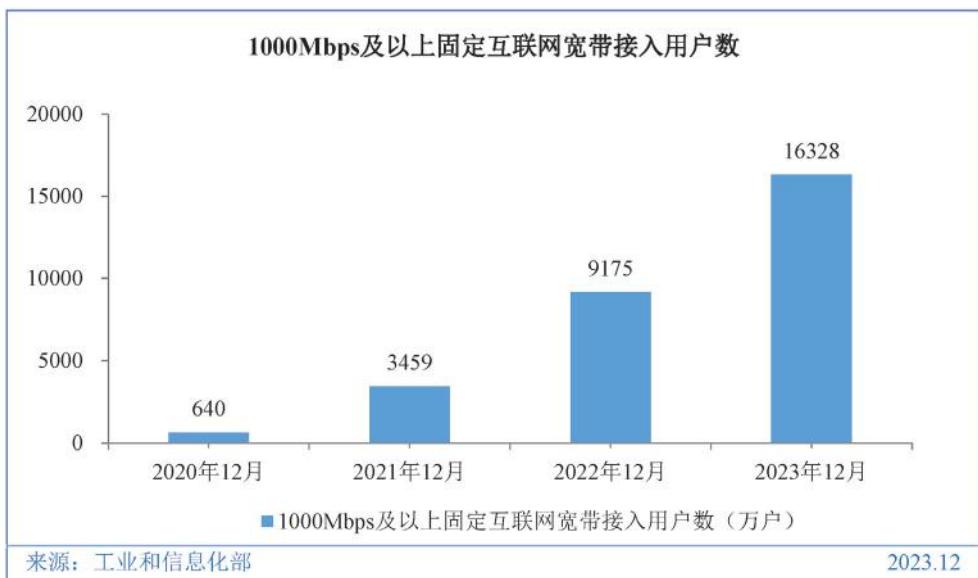


图 15 1000Mbps 及以上固定互联网宽带接入用户数

(四) 移动互联网接入与移动电话用户

2023 年，我国移动互联网接入流量达 3015 亿 GB，同比增长 15.2%。

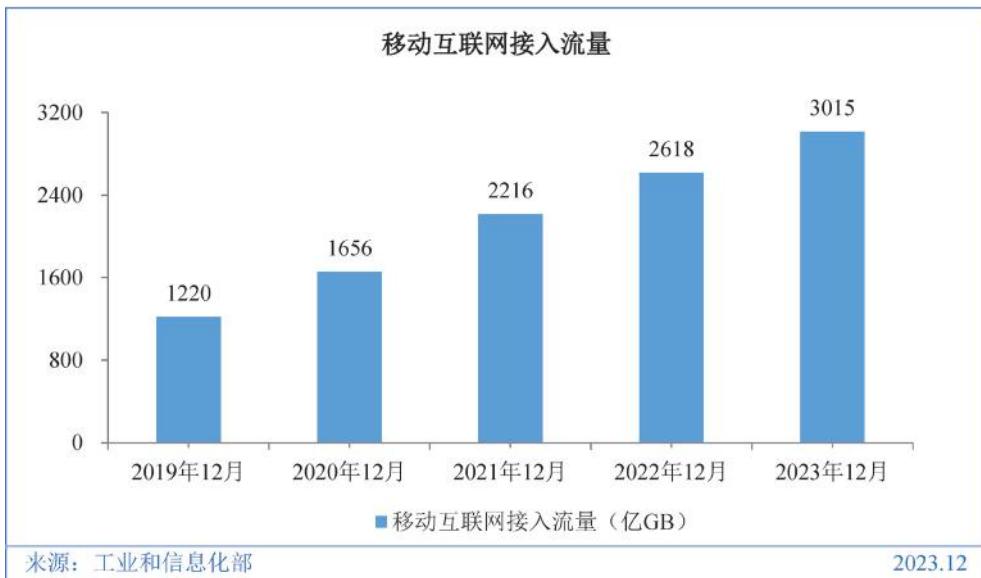


图 16 移动互联网接入流量

截至 2023 年 12 月，我国移动电话用户总数达 17.27 亿户，较 2022 年 12 月净增 4315 万户。其中，5G 移动电话用户达 8.05 亿户，占移动电话用户的 46.6%，较 2022 年 12 月提高 13.3 个百分点。



图 17 移动电话用户规模

（五）蜂窝物联网终端用户数

截至 2023 年 12 月，三家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户 23.32 亿户，较 2022 年 12 月净增 4.88 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）的比例达 57.5%。



图 18 蜂窝物联网终端用户数

The 53rd

Statistical Report

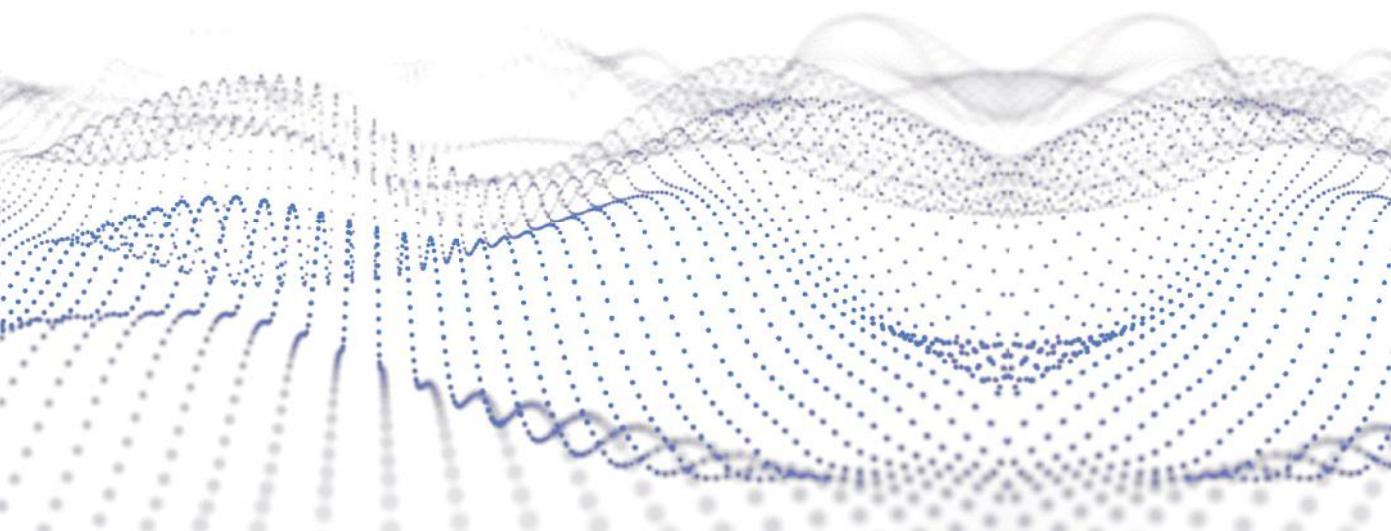
on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

PART

2

网民规模 及结构状况



2023 年，我国持续加快信息化服务普及，缩小数字鸿沟，坚持在发展中保障和改善民生，让更多人民共享互联网发展成果。2480 万新用户接入互联网，为全球最为庞大、生机勃勃的数字社会增添新活力。

一、网民规模

(一) 总体网民规模

截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，较 2022 年 12 月增长 2480 万人，互联网普及率达 77.5%，较 2022 年 12 月提升 1.9 个百分点。

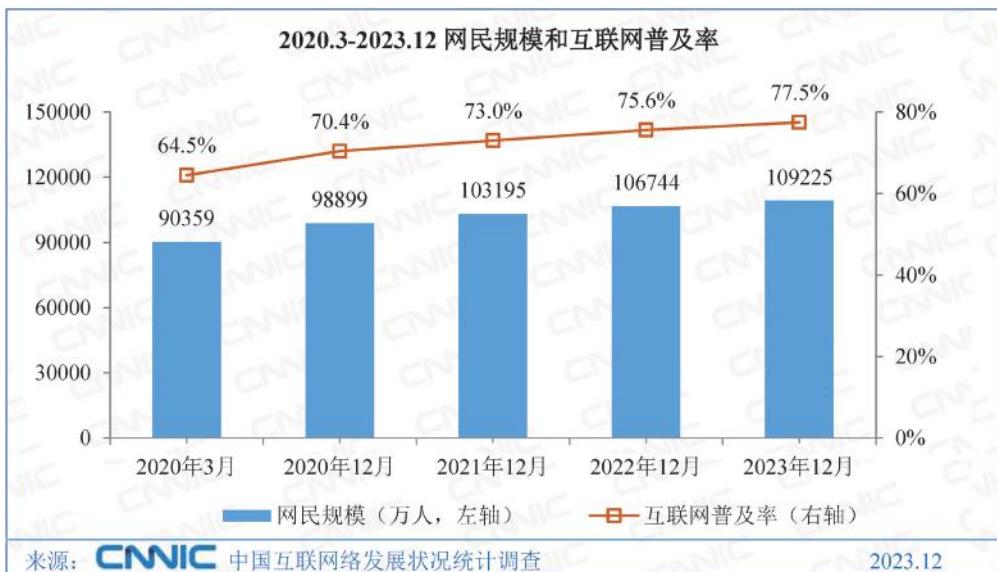


图 19 2020.3–2023.12 网民规模和互联网普及率

截至 2023 年 12 月，我国手机网民规模达 10.91 亿人，较 2022 年 12 月增长 2562 万人，网民中使用手机上网的比例为 99.9%。

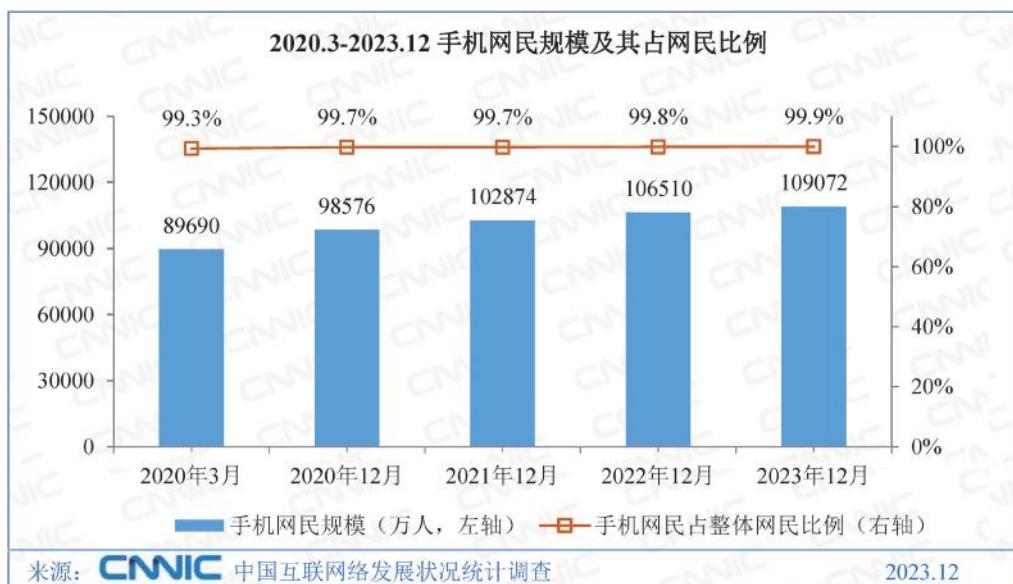


图 20 2020.3-2023.12 手机网民规模及其占网民比例

2023 年，我国数字化、网络化、智能化发展日新月异，不断夯实数字底座，持续提升服务质量，有力推动互联网普及率增长。

一是网络基础设施建设持续加强。以 5G、千兆光网为代表的“双千兆”网络进入快速发展建设阶段，网络基础设施不断完善。千兆及以上速率的固定宽带用户为 1.63 亿户，占比较上年末提高 10.1 个百分点¹⁴；累计建成 5G 基站 337.7 万个，覆盖所有地级市城区、县城城区，5G 移动电话用户达 8.05 亿户¹⁵。

二是通信服务质量深度优化。电信业务便利化程度大幅提升，在架服务应用产品更加丰富。截至 9 月，全年累计线上业务办理量占比超 80%，视频客服服务用户超 2000 万人次¹⁶；APP 在架数量达 261 万款、小程序超 700 万个¹⁷。

¹⁴ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2024/art_76b8ecef28c34a508f32bdbaa31b0ed2.html，2024 年 1 月 24 日。

¹⁵ 来源：工业和信息化部，https://www.miit.gov.cn/xwdt/gxdt/lhdh/art/2024/art_fb1ca760af7c40578600f3a62cfcab22.html，2024 年 1 月 19 日。

¹⁶ 来源：工业和信息化部，https://wap.miit.gov.cn/zwgk/zcwj/wjfb/tg/art/2024/art_8aad8a995d7f4a2b8b9f359b07ea54.html，2024 年 1 月 29 日。

¹⁷ 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/govweb/lianbo/fabu/202310/content_6911086.htm，2023 年 10 月 21 日。

三是智慧生活提升网民上网幸福感。2023年，5G与各行各业的融合正加速推进我国数字建设进程，为经济社会发展注入新动能。“5G+智慧文旅”“5G+智慧交通”快速发展。黑龙江省文化和旅游厅上线智慧文旅小程序“一键玩龙江”，让游客尽情享受“智游龙江”。中国移动以5G为驱动，构建“OneTraffic智慧交通平台”，有效提升智慧交通数智化应用能力¹⁸。

四是数字适老普惠范围不断拓展。对老年人、残疾人乐享数字生活的保障力度显著增强。2577家老年人、残疾人常用网站和APP完成适老化及无障碍改造¹⁹，超过1.4亿台智能手机、智能电视完成适老化升级改造²⁰。

(二) 城乡网民规模

截至2023年12月，我国城镇网民规模达7.66亿人，占网民整体的70.2%；农村网民规模达3.26亿人，占网民整体的29.8%。



图 21 网民城乡结构

18 来源：智慧交通网，<http://citnet.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=134&id=3211>，2023年1月26日。

19 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202401/content_6927154.htm，2024年1月19日。

20 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202310/content_6910609.htm，2023年10月20日。

截至 2023 年 12 月，我国城镇地区互联网普及率为 83.3%，较 2022 年 12 月提升 0.2 个百分点；农村地区互联网普及率为 66.5%，较 2022 年 12 月提升 4.6 个百分点。



图 22 城乡地区互联网普及率

2023 年，《数字乡村发展战略纲要》《数字乡村发展行动计划（2022—2025 年）》等政策文件深入实施，农村网络基础设施建设纵深推进，各类应用场景不断丰富，促进农村互联网普及率稳步增长。

一是农村网络基础设施持续完善。工业和信息化部深入推进电信普遍服务、“宽带边疆”建设等工作，不断提升农村及偏远地区通信基础设施供给能力。截至 2023 年底，全国农村宽带用户总数达 1.92 亿户，全年净增 1557 万户，比上年增长 8.8%，增速较城市宽带用户高 1.3 个百分点²¹。5G 网络基本实现乡镇级以上区域和有条件的行政村覆盖。

二是农村互联网应用场景持续拓展。新业态新模式新场景成为进一步繁荣农村经济、促进农民增收的重要抓手。我国农村电子商务稳步发展，全年农村网络零售额达 2.49 万亿元²²。“5G+ 智慧文旅”有效带动农村消费，提升农民收入。如贵州西江千

21 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202401/content_6928019.htm，2024 年 1 月 24 日。

22 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/lianbo/fabu/202401/content_6927911.htm，2024 年 1 月 23 日。

户苗寨依托 5G 网络实现信息服务集成，便利游客出行。2023 年春节期间，西江千户苗寨实现旅游综合收入 1.4 亿元，同比增长 532.5%²³。

(三) 非网民规模

截至 2023 年 12 月，我国非网民规模为 3.17 亿人，较 2022 年 12 月减少 2688 万人。从地区来看，我国非网民仍以农村地区常住人口为主，农村地区非网民占比为 51.8%，高于城镇地区 3.5 个百分点。从年龄来看，60 岁及以上老年群体是非网民的主要群体，截至 2023 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 39.8%。



图 23 非网民不上网带来的生活不便

使用技能缺乏、文化程度限制、年龄因素和设备不足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 51.6%；因为“不懂拼音等文化程度限制”而不上网的非网民占比为 27.7%；因为“年龄太大 / 太小”而不上网的非网

23 来源：国务院新闻办公室，http://www.scio.gov.cn/live/2023/33065/xgbd/202312/t20231213_821896.html，2023 年 5 月 6 日。

民占比为 20.8%；因为“没有电脑等上网设备”而不上网的非网民占比为 16.7%。



图 24 非网民不上网原因

促进非网民上网的首要因素是“方便获取专业信息，如医疗健康信息”，占比为 29.9%；“方便与家人或亲属沟通联系”是促进非网民上网的第二大因素，占比为 26.9%；“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 25.9%。



图 25 非网民上网促进因素

二、网民结构

(一) 性别结构

截至 2023 年 12 月，我国网民男女比例为 51.2:48.8，与整体人口中男女比例基本一致。

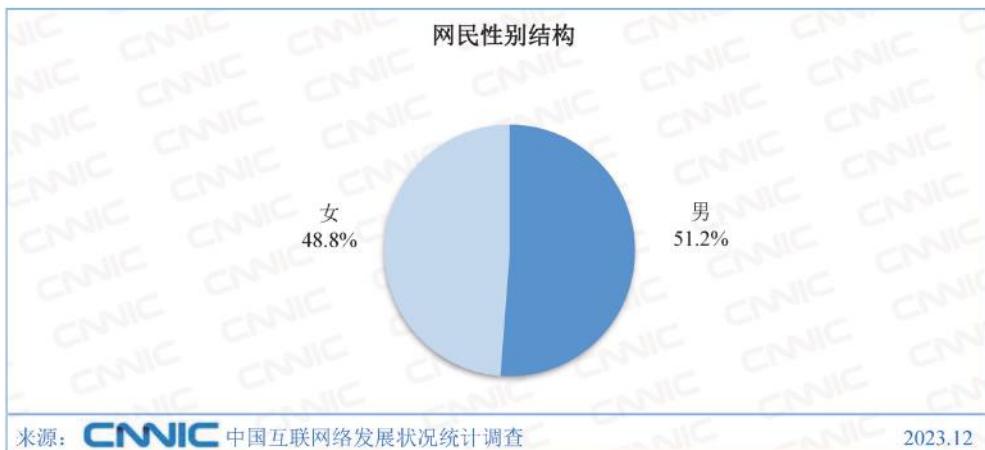


图 26 网民性别结构

(二) 年龄结构

截至 2023 年 12 月，20-29 岁、30-39 岁、40-49 岁网民占比分别为 13.7%、19.2% 和 16.0%；50 岁及以上网民群体占比由 2022 年 12 月的 30.8% 提升至 32.5%，互联网进一步向中老年群体渗透。



图 27 网民年龄结构

三、网民数字素养与技能发展状况

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²⁴。提升全民数字素养与技能，是顺应数字时代要求，提升国民素质、促进人的全面发展的战略任务，是实现从网络大国迈向网络强国的必由之路，也是弥合数字鸿沟、促进共同富裕的关键举措。2023年，工业和信息化部、中央网络安全和信息化委员会办公室等多部门通过推动数字素养校园行、农民手机应用技能常态化培训等系列工作，持续提升全民数字素养与技能。为进一步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素质与能力进行统计调查。数据显示，多数网民掌握²⁵一定的数字素养与技能，但在熟练掌握中高级数字素养与技能方面仍有待加强。

一是半数以上网民数字素养与技能达到初级水平²⁶。截至2023年12月，至少熟练掌握一种数字素养与技能的网民占比达54.1%，达到初级水平；至少掌握一种数字

24 来源：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》。

25 说明：本报告中“掌握”包括“熟练掌握”和“基本掌握”。

26 说明：本报告中至少熟练掌握一种数字素养与技能的网民达到初级水平。

素养与技能的网民占比达 87.5%，发展态势较好。其中，在使用数字产品及服务方面，能够“使用电脑或手机搜索、下载、安装及配置软件”的网民占比达 77.8%，能够“使用电脑与手机等其他设备进行文件、应用程序传输”的网民占比达 57.9%；在创造数字内容方面，能够“复制、粘贴电脑或手机里的信息（如文字、数据、图片等）”的网民占比达 78.8%，能够“在互联网上发表观点，并与他人交流联系”的网民占比达 59.1%；在网络安全防护方面，能够“在互联网上搜索信息并辨别真假”的网民占比达 62.7%；能够“修改电脑或手机的安全隐私设置”的网民占比达 57.2%。

二是青年网民群体掌握数字素养与技能情况最好。从年龄差异来看，20—29岁网民掌握各项数字素养与技能的比例均显著高于整体网民水平。例如，20—29岁网民能够“在电脑上连接和安装外接设备，比如手机、打印机、摄像头等”的比例达 81.4%，高于整体网民水平 27.8 个百分点；至少掌握一种数字素养与技能的比例达 98.5%，至少熟练掌握一种数字素养与技能的比例达 84.1%，超过八成达到数字素养与技能初级水平。

三是网民熟练掌握中高级数字素养与技能的情况有待加强。网民熟练掌握初级数字素养与技能的情况较好，但熟练掌握文本编辑、数据分析、编写程序等中高级数字素养与技能的比例均低于 30%。其中，能够熟练“使用文本编辑工具（如 Word、PPT 等）”的网民占比为 23.4%；能够熟练“使用表格或数据工具（如 Excel、Spss 等）”的网民占比为 17.6%；能够熟练“使用编程语言编写计算机程序（如 C 语言、Java、Python 等）”的网民占比为 3.2%。



The 53rd

Statistical Report

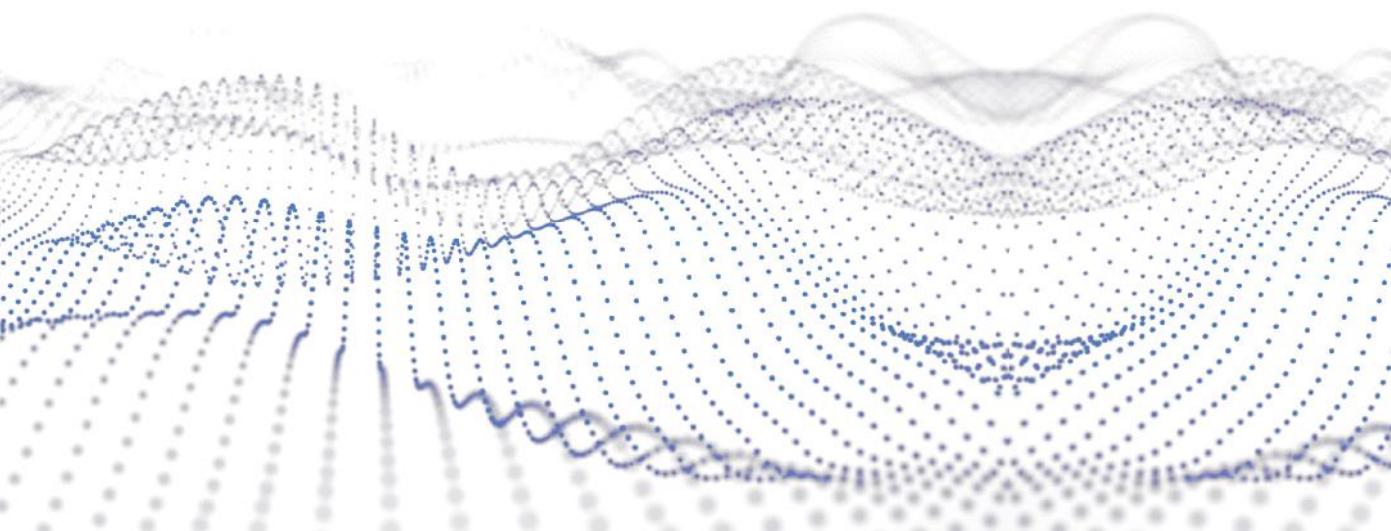
on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

PART

3

互联网 应用发展状况



2023 年，我国扎实推进数字技术和实体经济深度融合，加快发展数字经济，助力国民经济回升向好。互联网在商务交易、公共服务等多个领域中的应用不断深化，更好满足人民群众日益增长的美好生活需要。

一、总体发展状况

2023 年，我国各类互联网应用不断深化，用户规模持续增长，推动“使用互联网的个人比例”（Individuals Using the Internet）达到 90.6%²⁷。其中，网约车、在线旅行预订、网络购物、网络直播、互联网医疗的用户规模较 2022 年 12 月分别增长 9057 万人、8629 万人、6967 万人、6501 万人和 5139 万人，增长率分别为 20.7%、20.4%、8.2%、8.7% 和 14.2%。

表 5 2022.12—2023.12 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	2022.12 用户规模（万人）	2022.12 网民使用率	增长率
网络视频（含短视频）	106,671	97.7%	103,057	96.5%	3.5%
即时通信	105,963	97.0%	103,807	97.2%	2.1%
短视频	105,330	96.4%	101,185	94.8%	4.1%
网络支付	95,386	87.3%	91,144	85.4%	4.7%
网络购物	91,496	83.8%	84,529	79.2%	8.2%
搜索引擎	82,670	75.7%	80,166	75.1%	3.1%
网络直播	81,566	74.7%	75,065	70.3%	8.7%
网络音乐	71,464	65.4%	68,420	64.1%	4.4%
网上外卖	54,454	49.9%	52,116	48.8%	4.5%

27 “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。

应用	2023.12 用户规模 (万人)	2023.12 网民使用率	2022.12 用户规模 (万人)	2022.12 网民使用率	增长率
网约车	52,765	48.3%	43,708	40.9%	20.7%
网络文学	52,017	47.6%	49,233	46.1%	5.7%
在线旅行预订	50,901	46.6%	42,272	39.6%	20.4%
互联网医疗	41,393	37.9%	36,254	34.0%	14.2%
网络音频 ²⁸	33,189	30.4%	31,836	29.8%	4.3%

二、基础应用类应用

(一) 即时通信

截至 2023 年 12 月，我国即时通信用户规模达 10.60 亿人，较 2022 年 12 月增长 2155 万人，占网民整体的 97.0%。



图 28 2020.3-2023.12 即时通信用户规模及使用率

28 网络音频：包括网上听书、网络电台。

2023 年，我国即时通信业务发展势头良好，技术创新步伐加快，行业整体发展稳中有进，助力推动网络强国建设。

一是业务发展呈现良好势头。作为即时通信业务的传统领域，网络广告营收取得明显增长。以腾讯为例，2023 年前三季度网络广告营收同比增长超过 130 亿元，增长率达 23.5%²⁹。作为即时通信业务重点发力的新领域，微信、QQ 等应用内的短视频实现快速发展。数据显示，微信视频号总播放量同比增长超过 50%³⁰，用户使用时长同比增长近 100%³¹。

二是技术创新推动产品迭代。即时通信产品引入人工智能技术，快速实现智能化升级，不断提高企业运营效率。如钉钉在群聊、视频会议等核心功能中接入“通义千问”大模型，让用户通过对话方式激活人工智能服务；飞书发布新产品“飞书智能伙伴”，在内容创作、数据分析、系统搭建等多个场景中提供智能翻译、自动问答等创新服务，有效提升即时通信产品的智能化水平。

（二）搜索引擎

截至 2023 年 12 月，我国搜索引擎用户规模达 8.27 亿人，较 2022 年 12 月增长 2504 万人，占网民整体的 75.7%。

29 来源：腾讯 2023 年第一至第三季度财务报告，<https://www.tencent.com/zh-cn/investors/quarter-result.html>，2023 年 11 月 16 日。

30 来源：腾讯 2023 年第三季度财务报告，<https://static.www.tencent.com/uploads/2023/11/15/b19d7d117c9d29d7b7cf05cbc4cf0c83.PDF>，2023 年 11 月 16 日。

31 来源：腾讯《2023 年中期报告》，<https://static.www.tencent.com/uploads/2023/08/29/1d726a2226130c610975c21480cf1890.PDF>，2023 年 8 月 16 日。



图 29 2020.3-2023.12 搜索引擎用户规模及使用率

2023 年，我国搜索引擎产品智能化水平不断提升，应用场景逐步丰富，在个人和企业端均呈现纵深推进的良好态势。

一是推出智能搜索产品。生成式人工智能技术快速发展，推动传统搜索向问答式搜索演进，持续提升用户搜索体验。如 Opera 浏览器推出人工智能服务 Aria，帮助用户生成文本或代码、回答问题；360 搜索接入“360 智脑”，升级为基于人工智能的对话式搜索服务，为用户提供更加精准、个性化的搜索结果。

二是探索智能制造应用。搜索引擎企业推动大模型与工业领域相结合，逐步提升制造业智能化水平，不断丰富和拓展新的应用场景。如百度“开物”平台基于大模型重构升级，目前已服务 22 万家企业，沉淀超 4 万个工业模型³²，覆盖安全生产、智慧物流、智慧质检等领域，协助企业降本增效。

³² 来源：2023 年百度云智大会，https://cloud.baidu.com/summit/AIcloudsummit_2023/forum8/index.html，2023 年 9 月 5 日。

(三) 线上办公

截至 2023 年 12 月，我国线上办公用户规模达 5.37 亿人，占网民整体的 49.2%。

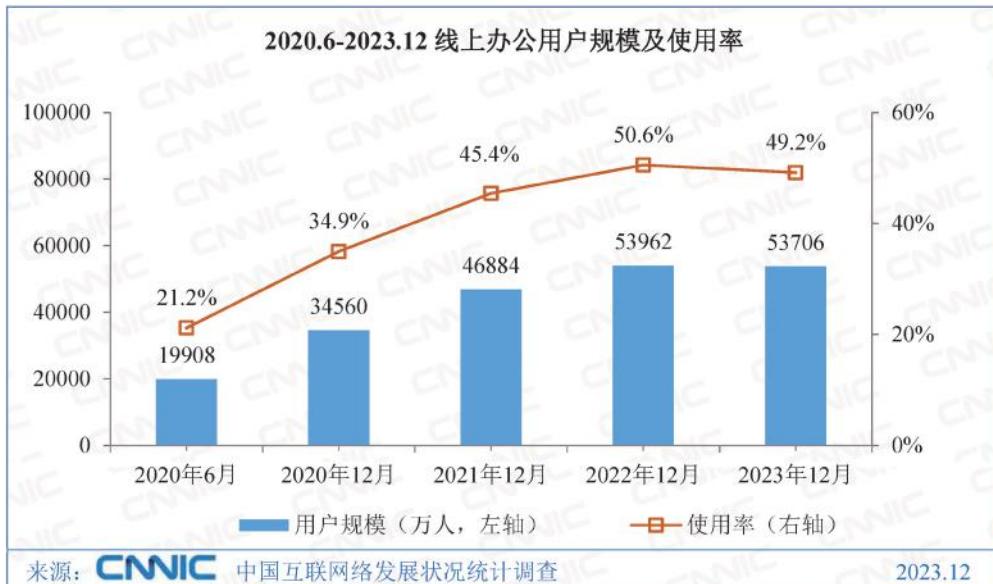


图 30 2020.6–2023.12 线上办公用户规模及使用率

2023 年，我国线上办公行业持续引入新兴技术，在提升产品智能化水平和用户交互体验方面均取得积极进展。

一是产品智能化水平提升。通过引入人工智能技术，线上办公产品智能化水平有效提升，帮助用户提高办公效率。如金山办公智能应用“WPS AI”可生成周报、招聘启事等文本，并可一键生成 PPT；钉钉已有 20 余条产品线、80 多个场景完成智能化改造，并在 70 余万家企业中推广应用³³。

二是交互体验不断升级。通过引入裸眼 3D³⁴ 和 AR³⁵ 等技术，线上办公产品将能够帮助用户更加直观、精准地查看设计和制造等过程，改善交互体验。如腾讯会议推出裸眼 3D 视频会议功能，用户可以通过左右移动看到不同视角的立体内容，体验更加

33 来源：新浪科技，<https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2024-01-09/doc-inaaxhha5358785.shtml>，2024 年 1 月 9 日。

34 裸眼 3D：指不佩戴任何辅助设备便可感受到三维立体空间效果。

35 AR：指 Augmented Reality，即增强现实。

真实；国内 AR 眼镜企业 Rokid 发布产品“Rokid AR Studio”，通过手势、语音等多种交互模式，可以实现身临其境的办公场景交互体验。

三、商务交易类应用

(一) 网络支付

截至 2023 年 12 月，我国网络支付用户规模达 9.54 亿人，较 2022 年 12 月增长 4243 万人，占网民整体的 87.3%。



图 31 2020.3-2023.12 网络支付用户规模及使用率

2023 年，我国网络支付行业稳中有进，用户规模持续扩大，支付方式更加丰富，助力国民经济高效运转。

一是用户规模创历史新高。随着顶层设计更加完善、服务供给不断丰富，我国网络支付用户规模持续扩大，交易金额显著增长，助力国家支付体系高质量发展。网络

支付用户规模已达 9.54 亿人，连续十年保持增长态势。前三季度，网络支付³⁶业务数达 11077 亿笔，交易金额达 2728 万亿元，同比分别增长 15.7% 和 9.7%³⁷。

二是支付方式进一步拓展。作为网络支付的新方式，数字人民币使用率不断提升，试点工作持续深化。截至 12 月底，15.3% 的网民表示自己使用过数字人民币，同比提升 1.2 个百分点。数字人民币试点范围已扩展至 17 个省市的 26 个地区³⁸，应用场景从个人消费业务拓展到普惠贷款等对公业务，以及税收、助农等政务服务业务中，为服务实体经济提供有力支撑。

(二) 网络购物

截至 2023 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.15 亿人，较 2022 年 12 月增长 6967 万人，占网民整体的 83.8%。

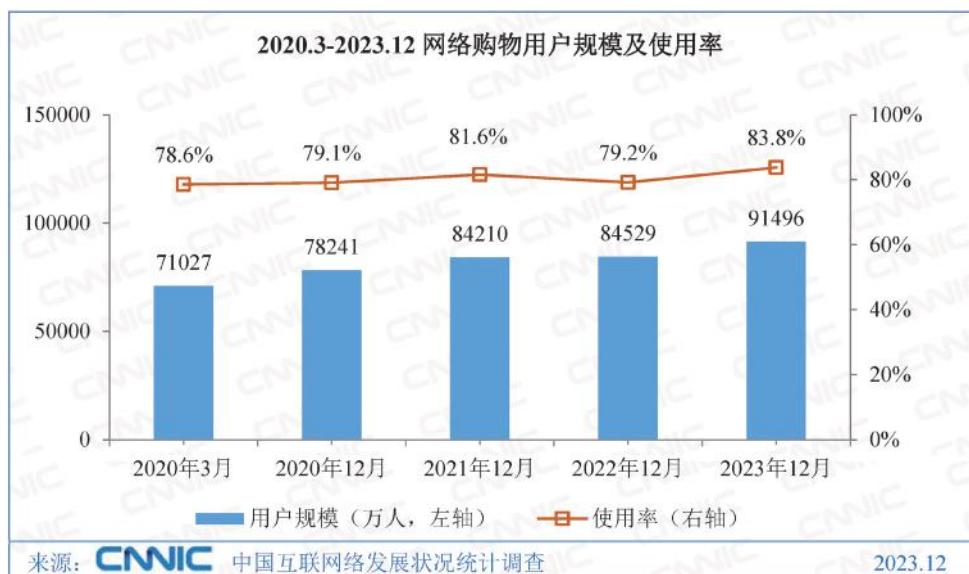


图 32 2020.3-2023.12 网络购物用户规模及使用率

36 网络支付：包括客户使用计算机等电子设备通过银行结算账户发起的业务笔数和金额，以及支付机构发起的涉及银行账户的网络支付业务量和支付账户的网络支付业务量。

37 来源：根据中国人民银行《支付体系运行总体情况》2022 年、2023 年前三季度情况进行计算。

38 来源：央广网，https://news.cnr.cn/native/gd/20230408/t20230408_526210986.shtml，2023 年 4 月 8 日。

2023 年，我国网络购物行业持续健康发展，进一步发挥稳增长、促消费作用，推动国民经济回升向好。

一是用户消费出现新亮点。中央经济工作会议指出，要培育壮大新型消费，大力发展绿色消费、国货“潮品”等新的消费增长点。数据显示，近半年在网上购买过绿色节能产品的用户，占网络购物总体用户的比例达 29.7%，购买过国货产品的用户占比达 58.3%。此外，新产品、新品牌引领消费新风尚。近半年购买过新产品或新品牌，如全新品类、品牌首发等商品的用户占比达 19.7%。

二是平台企业拓展新领域。淘宝天猫、京东等网络购物企业加速打造工业品一站式采购平台，推动上下游企业数字化转型，助力构建畅通的工业品流通市场。数据显示，淘宝天猫工业品市场每年吸引超过 9000 万人购买，年交易额超过 1000 亿元³⁹。京东工业通过开展工业品线上销售、探索工业供应链服务等方式，有效提升用户采购效率，已服务约 6900 个重点企业和逾 260 万个中小企业⁴⁰。

(三) 网上外卖

截至 2023 年 12 月，我国网上外卖用户规模达 5.45 亿人，较 2022 年 12 月增长 2338 万人，占网民整体的 49.9%。

39 来源：中国经济新闻网，<https://www.cet.com.cn/xwsd/3450534.shtml>，2023 年 9 月 25 日。

40 来源：光明网，https://economy.gmw.cn/2023-11/24/content_36987493.htm，2023 年 11 月 24 日。

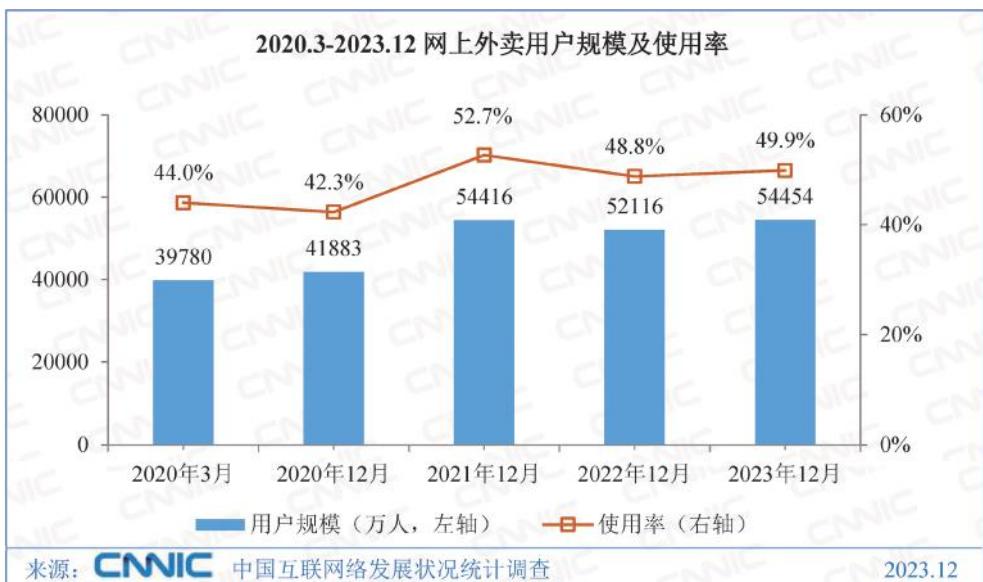


图 33 2020.3-2023.12 网上外卖用户规模及使用率

2023 年，我国互联网平台企业加速投入网上外卖业务，纵深拓展经营区域，持续驱动生活服务行业向高品质和多样化升级。

一是市场主体更加多元。抖音、微信等互联网平台加快外卖业务的投入和布局。抖音推出自营模式和区域代理商外卖模式；微信通过小程序为具备外卖配送服务的商家提供接口，将业务延伸至外卖领域；快手也逐步开展外卖业务。多元主体的加入推动市场竞争更加激烈。

二是经营区域纵深拓展。随着大中型城市使用率增速逐步放缓，中小城市及县域地区成为平台拓展外卖业务的重要区域。7 月，美团宣布推出乡镇、景区等场景的外卖业务，同时通过调低佣金比例、补贴促销等方式吸引餐饮商家和用户。外卖业务不断纵深拓展，有助于推动中小城市和县域地区数字服务不断完善，持续丰富数字生活服务场景。

(四) 在线旅行预订

截至 2023 年 12 月，我国在线旅行预订用户规模达 5.09 亿人，较 2022 年 12 月增

加 8629 万人，占网民整体的 46.6%。

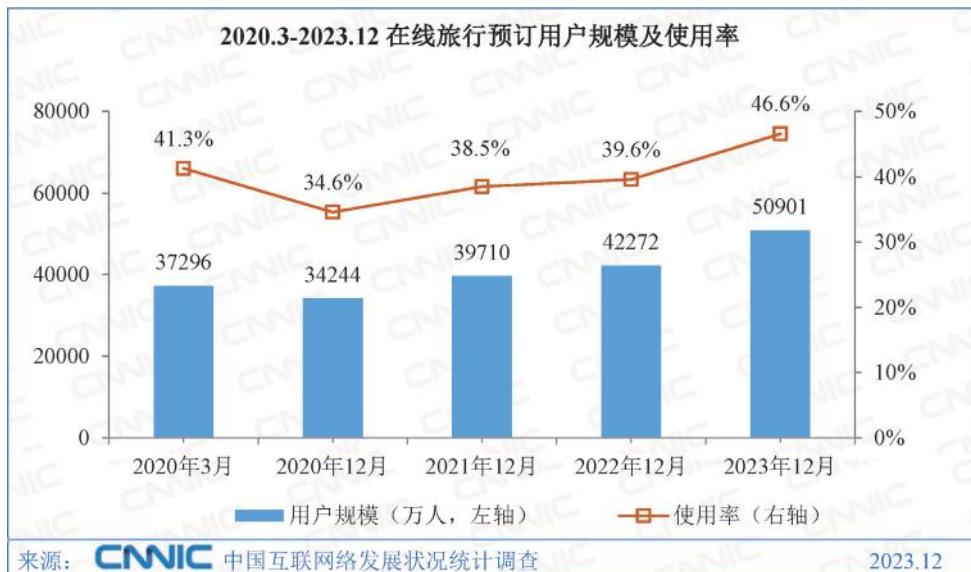


图 34 2020.3-2023.12 在线旅行预订用户规模及使用率

2023 年，我国文化和旅游政策引导持续发力，推动在线旅行预订企业业绩快速增长，行业发展成效显著。

一是政策引导持续发力。文化和旅游部、工业和信息化部等部门先后印发《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》《关于加强 5G+ 智慧旅游协同创新发展的通知》等政策文件，持续推进文化和旅游信息化、数字化建设，不断丰富 5G+ 智慧文旅应用场景，进一步释放旅游消费潜力，助力在线旅行预订市场高质量发展。

二是企业业绩明显增长。伴随着国内旅游经济的快速复苏，重要节假日的出游人数、旅游收入等指标水平均已全面超过 2019 年同期，带动在线旅行预订企业业绩显著增长。例如，三季度携程集团国内酒店预订量同比增长超过 90%，较 2019 年同期增长超过 70%；净营业收入同比增长 99%，其中住宿预订、交通票务、旅游度假收入同比分别增长 92%、105% 和 243%⁴¹。此外，同程旅行、飞猪旅行等企业业绩也都实现了较快增长。

41 来源：携程集团 2023 年第三季度财务报告，<https://investors.trip.com/static-files/29651e4c-21e0-433d-94e9-a858fb52c7f6>，2023 年 11 月 20 日。

四、网络娱乐类应用

(一) 网络视频

截至 2023 年 12 月，网络视频用户规模为 10.67 亿人，较 2022 年 12 月增长 3613 万人，占网民整体的 97.7%。其中，短视频用户规模为 10.53 亿人，较 2022 年 12 月增长 4145 万人，占网民整体的 96.4%。



图 35 2020.3–2023.12 网络视频（含短视频）用户规模及使用率

作为对新网民最具吸引力的互联网应用，我国网络视频（含短视频）发展环境持续优化，内容供给不断丰富，推动行业发展迈上新台阶。

一是发展环境持续优化。2023 年，工业和信息化部等部门联合印发《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》，全面推进视听电子产业发展，提振视听电子消费，为网络视频行业高质量发展进一步明确了方向。8 月以来，电视“套娃”

收费⁴²和操作复杂问题专项治理深入开展，取得明显成效⁴³。截至10月底，1.29亿有线电视、IPTV、互联网电视终端完成整改，收费包压缩减少50%以上，收费行为更加规范透明⁴⁴。

二是内容供给不断丰富。以微短剧⁴⁵为代表的网络视频内容蓬勃发展，实现“量增质升”。首先，**微短剂数量持续增长**。网络视频平台加大扶持力度，在拍摄、宣传等各方面进行支持，推动微短剂数量进一步增长。数据显示，全年微短剧拍摄备案量达3574部、97327集，分别同比增长9%、28%⁴⁶。其次，**微短剧质量稳步提升**。网络视频平台纷纷推出精品扶持计划，鼓励高质量微短剧创作。如腾讯视频“十分剧场”、快手“星芒短剧计划”等，制作多部优质微短剧，得到主流媒体和广大观众的高度认可。再次，**微短剧出海更加火爆**。网络视频平台加快出海步伐，将海外本土化题材与中国短剧叙事结构相结合，推动中华优秀文化以更加新颖、更具活力的方式走向海外。如中文在线旗下的微短剧应用Reel Short在海外市场广受欢迎，多次位居美国App Store娱乐类应用下载量第一⁴⁷。

（二）网络直播

截至2023年12月，我国网络直播用户规模达8.16亿人，较2022年12月增长6501万人，占网民整体的74.7%。其中，电商直播用户规模为5.97亿人，较2022年12月增长8267万人，占网民整体的54.7%；游戏直播用户规模为2.97亿人，较2022

42 “套娃”收费：指在某个产品、服务或平台中，存在多个层次或阶段的收费机制，用户需要不断升级或购买更高级别的服务才能享受更多功能或权益。

43 来源：国家广播电视台总局，https://www.nrta.gov.cn/art/2023/11/3/art_3901_66164.html，2023年11月3日。

44 来源：同上。

45 微短剧：指单集时长15分钟以内的网络剧。

46 来源：国家广播电视台总局，<https://file.enlightent.com/20240117/2023%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E7%9F%AD%E5%89%A7%E6%8A%A5%E5%91%8A%E3%80%90%E4%BA%91%E5%90%88%E6%95%B0%E6%8D%AEx%E6%B8%85%E5%8D%8E%E5%BD%B1%E4%BC%A0%E4%B8%AD%E5%BF%83x%E8%85%BE%E8%AE%AF%E8%A7%86%E9%A2%91%E3%80%91.pdf>，2024年1月17日。

47 来源：Sensor Tower，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_25415219，2023年11月27日。

年12月增长3133万人，占网民整体的27.2%；真人秀直播用户规模为2.00亿人，较2022年12月增长1259万人，占网民整体的18.3%；演唱会直播用户规模为2.23亿人，较2022年12月增加1596万人，占网民整体的20.4%；体育直播用户规模为3.45亿人，较2022年12月减少2847万人，占网民整体的31.6%。



图36 2020.3-2023.12 网络直播用户规模及使用率

2023年，我国坚持监管规范和促进发展两手并重，推动网络直播平台用户体验持续提升，特色直播丰富多彩，基于互联网平台的新经济模式逐步构建。

一是用户体验持续优化。随着我国对网络直播行业的严格监管和规范化引导，网络直播平台低俗、不良内容得到有效清理，网络直播内容质量持续提升。同时，平台通过引入流媒体等技术手段，增强用户沉浸感，并提供更为精准的内容推荐算法，满足用户个性化需求，提升服务质量。

二是特色直播不断涌现。为实现差异化竞争，提升网络直播带货效率，全国各地特色直播不断涌现。如随着季节变化，网络直播行业针对用户“应季购买”的紧迫需求，推出羽绒服等应季直播典型货品。除此之外，部分主播直接在田间地头、养殖基地或加工车间进行现场直播，以“我为家乡代言”等形式，唤起观众对农村、农民的情感共鸣，为助农直播带来新亮点。

(三) 网络音乐

截至 2023 年 12 月，我国网络音乐用户规模达 7.15 亿人，较 2022 年 12 月增加 3044 万人，占网民整体的 65.4%。



图 37 2020.3-2023.12 网络音乐用户规模及使用率

2023 年，我国网络音乐版权保护格局逐步完善，用户付费意愿稳步提升，带动业务营收显著增长。

一是版权保护格局逐步完善。为进一步加大网络音乐版权保护力度，国家版权局、工业和信息化部等相关部门积极完善立法、加强版权治理、优化版权服务、实施社会共治，共同构建政府监管、企业自管、行业自律与公众监督相结合的良好发展格局。

二是付费用户数量稳步提高。随着版权保护格局逐步完善，网络音乐付费用户数量出现明显增长。数据显示，上半年网易云音乐在线音乐服务的月付费用户数达 4175.09 万人，同比增长 11.0%⁴⁸；前三季度腾讯音乐娱乐集团在线音乐服务的付费用

48 来源：网易云音乐 2023 年第二季度财务报告，https://manager.wisdomir.com/files/627/2023/0921/20230921171501_58280926_tc.pdf，2023 年 9 月 21 日。

户数达 1.03 亿人，同比增长 20.8%⁴⁹。

三是业务营收显著增长。付费用户数量显著提升，带动网络音乐业务营收增长。数据显示，上半年网易云音乐在线音乐服务实现营收超 20 亿元，同比增长 13.3 个百分点⁵⁰；前三季度腾讯音乐娱乐集团在线音乐服务实现营收 123.03 亿元，同比增长 37.9 个百分点⁵¹。

（四）网络文学

截至 2023 年 12 月，我国网络文学用户规模达 5.20 亿人，较 2022 年 12 月增长 2783 万人，占网民整体的 47.6%。

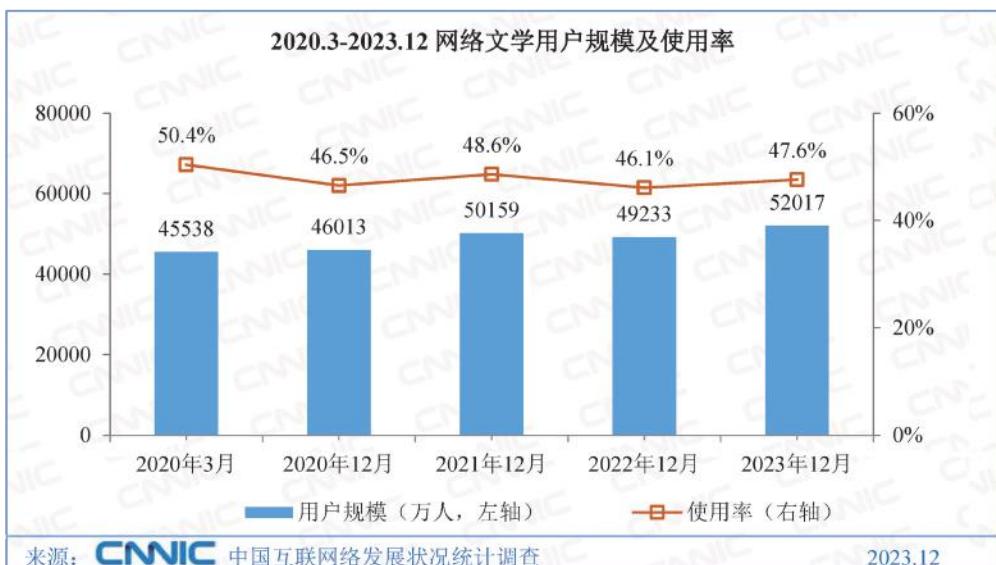


图 38 2020.3–2023.12 网络文学用户规模及使用率

49 来源：腾讯音乐娱乐集团 2023 年第三季度财务报告，<https://ir-sc.tencentmusic.com/Financial-Results>，2023 年 11 月 14 日。

50 来源：网易云音乐 2023 年第二季度财务报告，https://manager.wisdomir.com/files/627/2023/0921/20230921171501_58280926_tc.pdf，2023 年 9 月 21 日。

51 来源：腾讯音乐娱乐集团 2023 年第三季度财务报告，<https://ir-sc.tencentmusic.com/Financial-Results>，2023 年 11 月 14 日。

2023 年，我国网络文学海外市场更加繁荣，新兴技术加速应用，行业生态不断优化。

一是出海规模持续扩大。网络文学平台加快扩展海外业务，推动出海作品和作家数量创新高。截至 10 月，阅文集团海外网站“起点国际”已上线约 3600 部中国网文的翻译作品，推出海外原创作品约 61 万部⁵²。此外，“起点国际”共培养了约 40 万名海外作家，广泛分布于全球 100 多个国家和地区⁵³。

二是创作效能持续提升。网络文学平台引入人工智能大模型，助力行业发展提质增效。7 月，阅文集团发布大语言模型“阅文妙笔”和应用产品“作家助手妙笔版”，为作家提供创作服务、数据运营等辅助工具⁵⁴，帮助作家激发灵感、丰富细节、提升效率。

五、公共服务类应用

(一) 网约车

截至 2023 年 12 月，我国网约车用户规模达 5.28 亿人，较 2022 年 12 月增长 9057 万人，占网民整体的 48.3%。

⁵² 来源：国家新闻出版署，https://www.nppa.gov.cn/xxfb/dfgz/202312/t20231207_821051.html，2023 年 12 月 7 日。

⁵³ 来源：中国作家网，<http://www.chinawriter.com.cn/n1/2023/1208/c404023-40134471.html>，2023 年 12 月 8 日。

⁵⁴ 来源：中国作家网，<http://www.chinawriter.com.cn/n1/2023/0719/c404023-40039252.html>，2023 年 7 月 19 日。



图 39 2020.3-2023.12 网约车用户规模及使用率

2023 年，我国网约车企业营收增势强劲，自动驾驶商业化落地步伐加速，推动行业发展进入新阶段。

一是行业实现快速发展。网约车平台数与订单量均显著增长。数据显示，截至 2023 年 12 月 31 日，全国共有 337 家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，同比增加 39 家⁵⁵。网约车监管信息交互系统 2023 年全年共收到订单信息 91.14 亿单，同比增长 30.76%⁵⁶。在此背景下，网约车平台企业业绩实现快速增长。例如，前三季度滴滴实现总营收同比增长 31.2%，其中国内出行业务和国际业务同比分别增长 32.8% 和 33.9%⁵⁷。

二是自动驾驶出租车商业化运营稳步推进。网约车平台积极布局商业化自动驾驶出租车业务，提供智能出行服务。8 月，百度 Apollo 自动驾驶出行服务平台“萝卜快跑”正式落地武汉东西湖区，面向市民提供自动驾驶出行服务，实现了跨区通行、全

⁵⁵ 来源：交通运输部微信公众号，https://mp.weixin.qq.com/s/zVh_glKuFDh8UnYK7uQog，2024 年 1 月 19 日。

⁵⁶ 来源：根据网约车监管信息交互系统统计的 2022-2023 年每月收到订单信息情况进行计算。

⁵⁷ 来源：滴滴 2023 年第三季度财务报告，<https://ir.didiglobal.com/financials/quarterly-results/default.aspx>，2023 年 11 月 13 日。

无人驾驶夜间运营的突破⁵⁸。9月，小马智行获得深圳市级首个无人化示范应用许可，近150个自动驾驶无人化出行服务站点覆盖多处高频出行目的地，运营时间涵盖早、晚高峰⁵⁹。技术进步促进市场从流量竞争转向服务竞争，推动网约车行业迈入新的发展阶段。

(二) 互联网医疗

截至2023年12月，我国互联网医疗用户规模达4.14亿人，较2022年12月增长5139万人，占网民整体的37.9%。



图40 2020.12-2023.12 互联网医疗用户规模及使用率

2023年，我国互联网医疗领域利好政策持续出台，企业营收显著增长，数字技术加速应用，整体发展呈现良好态势。

一是政策引导坚强有力。3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一

⁵⁸ 来源: 武汉市东西湖区人民政府网, https://www.dxh.gov.cn/XWZX/MTBD/202402/t20240203_2356039.shtml, 2024年2月2日。

⁵⁹ 来源: 中新网广东, <https://www.gd.chinanews.com.cn/2023/2023-09-25/430680.shtml>, 2023年9月25日。

步完善医疗卫生服务体系的意见》，强调发挥信息技术支撑作用，发展“互联网+医疗健康”，建设面向医疗领域的智能平台，加快推进互联网、区块链、物联网等在医疗卫生领域中的应用，助力增强医疗卫生优质服务的供给能力。

二是企业营收显著增长。互联网医疗企业的业务覆盖区域持续扩大，推动营收明显增长。上半年，京东健康覆盖全国 400 余个城市、10 万余家门店，带动营收同比增长 34.0%⁶⁰。3 月至 9 月，阿里健康的收入、利润分别同比增长 12.7%、172.2%，旗下天猫健康平台服务的商家数量超过 3.2 万个，同比增加 4000 余个⁶¹。

三是数字技术加速落地。以人工智能、云计算为代表的数字技术与医疗行业深度融合，人工智能医疗大模型、智能化医疗信息平台等智能产品初步形成。7 月，商汤科技发布“SenseCare 智慧医院”综合解决方案，围绕智慧诊疗、医学科研等场景，为医院等机构提供一站式服务，提升诊疗效果，优化患者就医体验，助力医院智慧化转型。

60 来源：京东健康《2023 年中期报告》，https://ir.jdhealth.com/sc/ir_report.php，2023 年 9 月 14 日。

61 来源：阿里健康《2024 财务年度中期报告》，https://cloudpharmacistspictures.oss-cn-zhangjiakou.aliyuncs.com/alihealth_official_website_manager/financial_files/2023121900592_c-69574b9b4d21.pdf，2023 年 11 月 28 日。



The 53rd
Statistical Report
on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

PART

4

互联网政务 发展状况

2023年，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，把“发展高效协同的数字政务”作为推进数字技术与“五位一体”总体布局深度融合的重要方面，为加快建设数字政府描绘了清晰路线。各级政府积极打造泛在可及、智慧便捷、公平普惠的数字化服务体系，我国网上服务水平迈入世界领先行列。一系列成就显示我国数字政府建设在国际上已经逐渐从“追赶者”转换到“领跑者”，走出一条具有中国特色的数字政府建设创新之路。

一、总体发展状况

截至2023年12月，我国在线政务服务用户规模达9.73亿人，较2022年12月增长4701万人，占网民整体的89.1%。



图41 2020.3-2023.12 在线政务服务用户规模及使用率

2023年，我国在线政务服务顶层设计更加完善，根基体系更加健全，助力高质量的数字政府建设稳步推进。

一是顶层设计更加完善，为新时代数字政府建设擘画蓝图。截至2023年9月，我国31个省（区、市）和新疆生产建设兵团中已有26个省级行政单位发布了38项

数字政府建设指导文件⁶²。从文件内容看，各地聚焦加强数字基础设施建设，围绕智能集约平台、高效集成中台、大数据平台等方面进行了总体规划。其中，江苏省重点推进产业数字化转型发展，安徽省围绕长三角一体化数据共享制定相关建设规划。各地有力落实中央要求，积极推进数字政府建设工作，充分运用数字技术优化政府治理流程、提升政府履职能力。

二是根基体系更加健全，为新时代数字政府建设固本强基。多省市重视基础布局建设，兼顾地方、行业特色，以“统建共用”为原则统一布局政务基础设施建设。各地积极升级政务“一张网”，完善政务“一朵云”，以多云管理为抓手，强化公共支撑能力。目前，我国31个省（区、市）和新疆生产建设兵团均已初步完成政务云建设⁶³。此外，北京、上海、广东等地方正全面推动数字政府和智慧城市建设，不断整合民生服务、社会治理、产业发展等各领域资源，由被动服务向主动服务、由单一服务向综合服务转变，更好地运用信息化手段感知社会态势、畅通沟通渠道、辅助科学决策。

二、全国一体化政务服务平台发展状况

全国一体化政务服务平台⁶⁴作为政府数字化转型的“重中之重”，肩负着推进国家治理体系和治理能力现代化的重任，发挥了重要作用。2023年，平台运行平稳，成效超出预期。

一是体制机制逐步健全。2023年3月，中共中央、国务院印发《党和国家机构改革方案》，明确提出要组建国家数据局，负责协调推进数据基础制度建设，统筹数据资源整合共享和开发利用，统筹推进数字中国、数字经济、数字社会规划和建设等职能。为贯彻落实党中央、国务院工作部署，进一步加强统筹协调，加快推进数字政府建设工作，全国大部分省份建立数字政府领导小组，积极谋划数字政府和政务服务

62 来源：中国通信标准化协会云计算标准和开源推进委员会，http://www.cbdio.com/BigData/2023-09/25/content_6175193.htm，2023年9月25日。

63 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-10/28/content_5722322.htm?eqid=d1f13047000e4adb0000000264819501，2022年9月13日。

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

工作，“一盘棋”整体推进、层层落实的工作格局正在形成。

二是政务服务制度供给进一步完善。针对各方面普遍反映的部门业务协同难、电子证照互认难、电子档案存档难等共性办事堵点问题，我国出台了一批急用、管用、实用的规章制度，破解了一些难以在基层解决、长期困扰发展的系统性关键性问题。7月，国务院办公厅印发《政务服务电子文件归档和电子档案管理办法》，从制度层面着力解决制约政务服务电子文件归档和电子档案管理工作中的瓶颈问题，减轻群众办事负担。8月，国务院办公厅印发《关于依托全国一体化政务服务平台建立政务服务效能提升常态化工作机制的意见》，就推动提高创造性执行效能，持续推进为民办实事、惠企优服务等作出部署，标志着政务服务效能提升已进入拓成效、谋长远的阶段，吹响了政务服务好办易办升级版攻坚号角。

三是政务服务能力显著提升。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基本建成，推动了全国范围内政务服务事项的标准化供给，困扰企业和群众办事多年的“上多站、满网跑”问题得到有效破解。在实名注册用户方面，各级政务服务平台实名注册用户占网民整体的比例由2017年的13.9%提升至接近90%。在构建全国一张网方面，省市县乡村五级网上政务服务体系由2017年的9个地区提升至31个地区，省级依申请办事指南发布数量由2017年的不足4万项提升至7万项。在简审批优服务方面，省级政府行政许可事项实现网上受理和“最多跑一次”的比例由2017年的不足30%提升至92.5%。全国一体化政务服务平台的品牌辨识度、知晓度、美誉度全面提升，企业和群众的满意度获得感持续增强。

四是民生服务普惠化水平有效加强。各地区各部门依托全国一体化政务服务平台，推进平台与群众衣食住行、日常生活和社会公共服务等深度融合，大力推进数字惠民服务，提供困难群众基本生活保障、残疾人办事、老年人办事、就业创业等重点民生服务，更好地解决民生痛点、堵点、难点问题，不断满足企业和群众多层次多样化服务需求。数据显示，全国中小学（含教学点）联网率已达100%；国家医保信息服务平台建成运行，医保码上线4周年来全国用户超10亿人，全国31个省（区、市）和新疆生产建设兵团均已支持医保码就医购药，接入定点医药机构超过80万家。

五是政务服务应用场景和创新实践不断拓展。各地区各部门聚焦激发经营主体活

力、保障和改善民生等“关键事”“操心事”，以切实提升企业群众获得感为目标、以线上线下协同服务为路径，从多方面找堵点、查短板、出实招，推动解决了一批企业和群众办事堵点问题。工业和信息化部启用和推广新型电信设备进网许可标志，免去了纸质标志的申领、制作和发放环节，企业标志申领时间缩减了90%以上，预计每年可为整个电信行业节约成本约8000万元。北京市优化大型活动审批，营业性演出、大型体育赛事、展览展销活动等审批时限大幅缩减，其中，新申请内地营业性演出，审批时限由35个工作日减少至6个工作日，压缩82.9%。

三、政府网站发展状况

(一) 政府网站总体及分省状况

截至2023年12月，我国共有政府网站13925个，主要包括政府门户网站和部门网站。其中，中国政府网1个，国务院部门及其内设、垂直管理机构共有政府网站542个；省级及以下行政单位共有政府网站13383个，分布在我国31个省（区、市）和新疆生产建设兵团。



图42 2019.12—2023.12 政府网站数量

表 6 2022.12–2023.12 分省政府网站数量⁶⁵

省份	2022.12	2023.12
北京	76	75
天津	82	82
河北	523	523
山西	420	418
内蒙古	557	559
辽宁	557	556
吉林	311	309
黑龙江	214	213
上海	65	66
江苏	674	674
浙江	546	539
安徽	841	839
福建	457	460
江西	567	563
山东	890	883
河南	892	868
湖北	607	617
湖南	620	617
广东	546	521
广西	536	532
海南	120	123
重庆	88	88
四川	804	787
贵州	437	438
云南	287	285
西藏	258	345
陕西	602	590
甘肃	387	383
青海	143	137
宁夏	101	91
新疆	157	161
新疆生产建设兵团	41	41
合计	13406	13383

65 表中数据不含各部委政府网站数量。

(二) 各行政级别政府网站数量

截至 2023 年 12 月，国务院部门及其内设、垂直管理机构共有政府网站 542 个，占总体政府网站的 3.9%；市级及以下行政单位共有政府网站 11757 个，占比为 84.4%。



图 43 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 2023 年 12 月，各行政级别政府网站共开通栏目数量 26.1 万个，主要包括信息公开、网上办事和新闻动态三种类别。在各行政级别政府网站中，县级网站栏目数量最多，达 11.3 万个，占比为 43.5%。在政府网站栏目中，信息公开类栏目数量最多，为 17.6 万个，占比为 74.9%；其次为新闻动态栏目，占比为 16.0%。

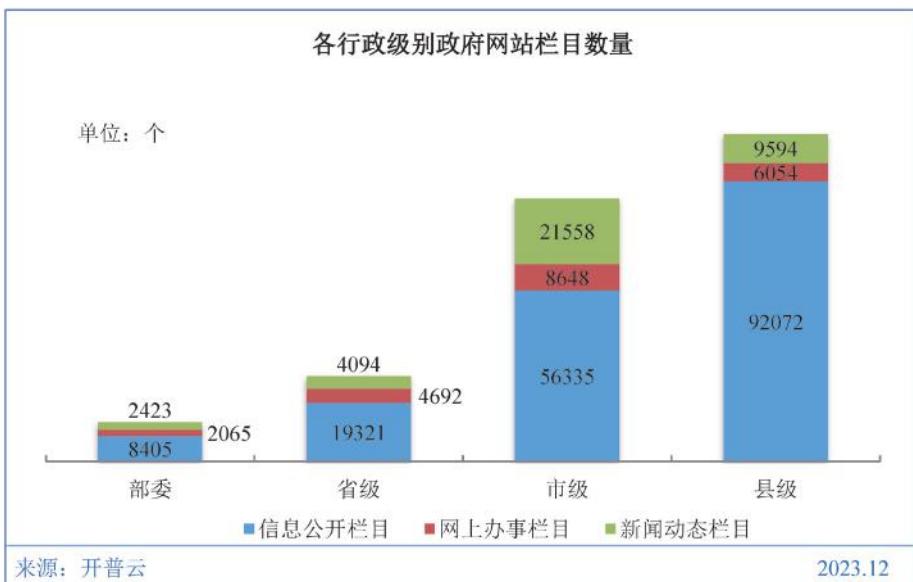


图 44 各行政级别政府网站栏目数量⁶⁶

(四) 各行政级别政府网站首页文章更新量

2023 年，各行政级别政府网站首页文章更新量均有所增长，总量达 3443 万篇，同比增长 5.0%。其中，市级政府网站首页文章更新量增幅最高，达 8.7%。

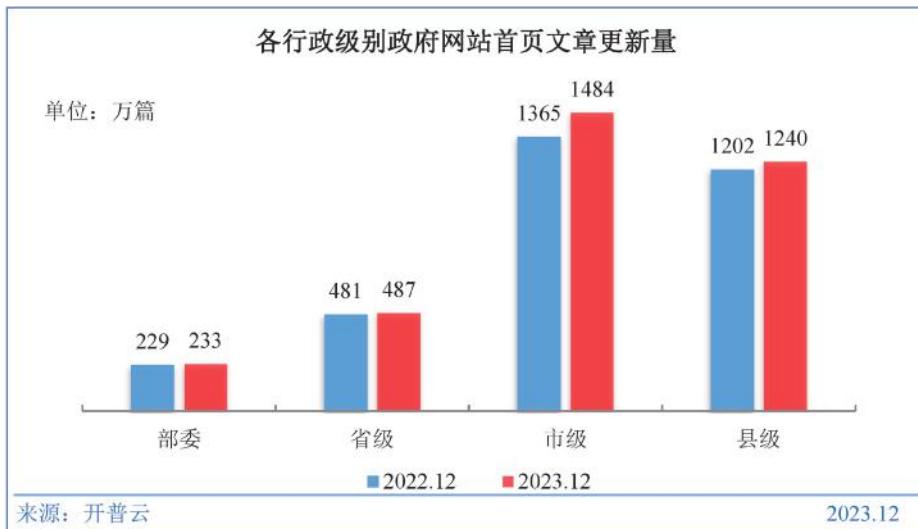


图 45 各行政级别政府网站首页文章更新量

⁶⁶ 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、政务新媒体发展状况

截至 2023 年 12 月，经过新浪平台认证的政务机构微博为 146,638 个。我国 31 个省(区、市)均已开通政务微博。其中，河南省各级政府共开通政务机构微博 10067 个，居全国首位；其次为广东省，共开通政务机构微博 9880 个。



图 46 我国部分省份政务机构微博数量

The 53rd

Statistical Report

on China's Internet Development

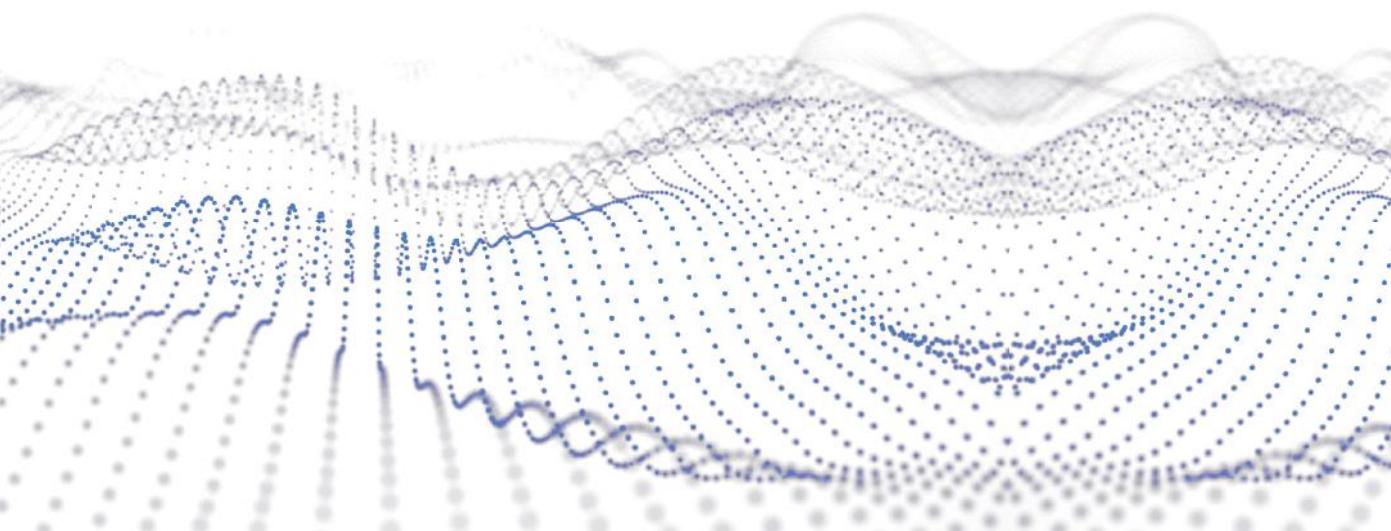
第 53 次中国互联网络发展状况统计报告



The 53rd
Statistical Report
on China's Internet Development

第 53 次中国互联网络发展状况统计报告

附录



附录一 调查方法

一、调查方法

(一) 电话调查

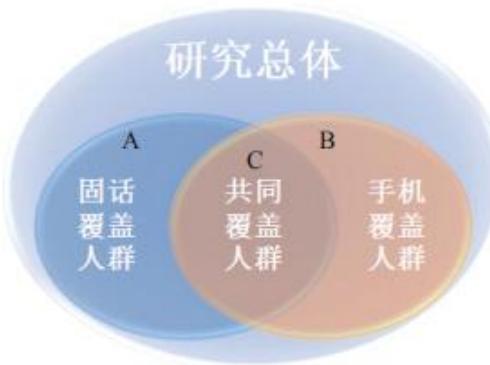
1.1 调查总体

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 0.48 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) 网上自动搜索与统计数据上报

网上自动搜索主要是对网站数量进行技术统计，而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 网站总数

由 CNNIC 根据域名列表探测得到。

“.CN” 和 “.中国” 域名列表由 CNNIC 数据库提供，通用顶级域名（gTLD）

列表由国际相关域名注册局提供。

2.3 域名数

“.CN” 和 “. 中国” 域名数量为全球注册量，来源于 CNNIC 数据库；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：**指过去半年内使用过互联网的 6 周岁及以上我国居民。
- ◇ **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 2023 年 12 月 31 日。
- ◇ **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）	343,128,576	20A+115B+186C
香港	13,012,736	198B+143C
澳门	337,664	5B+39C
台湾	35,713,536	2A+32B+242C

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	62,927,872 ^{注2}	3A+192B+18C
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	16,830,208 ^{注4}	256B+207C
合计	343,128,576	20A+115B+186C

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 8504 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：以上数据统计截至日为 2023 年 12 月 31 日。

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）	64,403
香港	1,016
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	26,689 ^{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	826 ^{注4}
合计	64,403

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 28738 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：以上数据统计截至日为 2023 年 12 月 31 日。

省份	比例
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：以上数据统计截至日为 2023 年 12 月 31 日。

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	7692642	5758814	15106
北京	5898856	4334760	24002
福建	2042971	1412117	5650
贵州	1752297	1655510	3170
山东	1514528	889725	28510
江苏	1232520	461135	7699
上海	1212344	540898	6717
浙江	1201396	403902	6775
四川	970924	458340	11405
河南	918676	501946	4159
湖南	782118	379781	2533
安徽	738076	247393	3045
湖北	676685	352416	2998
河北	529617	251989	5318
广西	526108	340043	1414
江西	449364	257385	1976
陕西	390683	171864	7548
重庆	388683	211058	4760
辽宁	362846	151946	5566
山西	348421	227165	1694
云南	272675	142287	4690
黑龙江	264818	135507	2007
天津	207089	81820	1181
甘肃	196094	137074	1222
吉林	167921	90860	1198

省份	域名	其中：“.CN”域名	其中：“.中国”域名
	数量(个)	数量(个)	数量(个)
海南	132358	67936	858
内蒙古	121929	55287	1599
新疆	79849	41934	740
宁夏	40520	20789	477
青海	17257	9115	285
西藏	12264	5927	497
其他	453034	329041	12705
合计	31595563	20125764	177504

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2023年12月31日。

附表7 按后缀形式分类的网页情况

网页后缀形式	比例
html	52.77%
/	23.97%
php	6.45%
htm	4.22%
shtml	3.60%
aspx	2.10%
asp	1.21%
jsp	0.33%
其他后缀	5.35%
合计	100.00%

数据来源：百度在线网络技术（北京）有限公司

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	140900566728	89998590982	50901975746	1.77
广东	48650598537	33099872612	15550725925	2.13
浙江	45827690817	32710387373	13117303444	2.49
上海	26948528206	19711970246	7236557960	2.72
河南	22753177827	18058629509	4694548318	3.85
江苏	16767820085	10266014547	6501805538	1.58
河北	14686722565	10937447821	3749274744	2.92
福建	11608969105	8903932629	2705036476	3.29
山东	7422825898	4998242517	2424583381	2.06
四川	6514550203	4446410932	2068139271	2.15
天津	6344266941	4129261931	2215005010	1.86
山西	4365619662	3335481374	1030138288	3.24
辽宁	3490354104	2570404049	919950055	2.79
湖北	3353159008	2159019437	1194139571	1.81
安徽	3221252090	2487016479	734235611	3.39
江西	2976122772	2442474935	533647837	4.58
广西	2739829719	2059731190	680098529	3.03
湖南	2194649090	1552425721	642223369	2.42
吉林	2106935581	1483558578	623377003	2.38
黑龙江	1997694526	1621898980	375795546	4.32
陕西	1987243782	1174576929	812666853	1.45
海南	1915806900	1545090747	370716153	4.17
云南	1857061952	1276057807	581004145	2.20
重庆	618556539	394842762	223713777	1.76
内蒙古	244201704	129438387	114763317	1.13

	去重之后网页总数	静态	动态	静、动态比例
甘肃	206152228	104775838	101376390	1.03
贵州	148348655	103975743	44372912	2.34
新疆	96902873	52739134	44163739	1.19
青海	36772123	26377675	10394448	2.54
宁夏	22283395	17372806	4910589	3.54
西藏	5377149	4198669	1178480	3.56
全国	382010040764	261802218339	120207822425	2.18

数据来源：百度在线网络技术（北京）有限公司

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	13419107757582	95.24
浙江	3708284168566	80.92
广东	3560806745657	73.19
上海	2867558504828	106.41
河南	1620054168668	71.20
河北	1442000397520	98.18
江苏	1181039777122	70.43
山西	886154037212	202.98
福建	762237966685	65.66
山东	533281324281	71.84
天津	455414633246	71.78
四川	347034485397	53.27
湖北	186836019975	55.72
辽宁	165133489548	47.31
安徽	159052889158	49.38
广西	151582808813	55.33
黑龙江	151151885588	75.66
江西	144731432275	48.63
湖南	136026391232	61.98
陕西	106537099041	53.61
云南	94287272637	50.77
吉林	88492110115	42.00
海南	69064677570	36.05
重庆	41379508696	66.90
甘肃	16926743720	82.11

	总页面大小	页面平均大小 (KB)
内蒙古	16344092990	66.93
贵州	7195391454	48.50
新疆	4601016902	47.48
青海	2994179424	81.43
宁夏	780061482	35.01
西藏	196328672	36.51
全国	32326287366056	84.62

数据来源：百度在线网络技术（北京）有限公司

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	
中央网络安全和信息化委员会办公室	
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	
中央党校（国家行政学院）电子政务研究中心	
中国信息通信研究院	
中央网信办（国家互联网信息办公室）违法和不良信息举报中心（12377）	
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
央视市场研究股份有限公司（CTR）	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	北京百度网讯科技有限公司
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
北京新浪数码信息技术有限公司	北京中万网络科技有限责任公司
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
福建省力天网络科技股份有限公司	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	贵宾互联网产业有限公司
贵州中域智科网络技术有限公司	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
环球商城科技有限公司	江苏邦宁科技有限公司
码格御标信息科技（上海）有限公司	厦门点媒网络科技有限公司
厦门纳网科技股份有限公司	厦门三五互联科技股份有限公司
厦门市中资源网络服务有限公司	厦门书生企友通科技有限公司
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
深圳市互联工场科技有限公司	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
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！

每日免费获取报告

- 每日微信群内分享7+最新重磅报告；
- 每周分享当周华为街日报、经济学人；
- 行业报告均为公开版，权利归原作者所有，参一江湖仅分发做内部学习。



关注公众号
领取粉丝福利

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。

