

CNNIC发布第33次《中国互联网络发展状况统计报告》

文章来源：计算机网络信息中心

发布时间：2014-01-16

【字号：小 中 大】

互联网发展从“量变”转向“质变” 手机终端应用持续升温

1月16日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第33次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至2013年12月，中国网民规模达6.18亿，互联网普及率为45.8%。其中，手机网民规模达5亿，继续保持稳定增长。手机网民规模的持续增长促进了手机端各类应用的发展，成为2013年中国互联网发展的一大亮点。

网民规模增长进入平台期 发展主题从“量变”转向“质变”

《报告》显示，截至2013年12月，中国网民规模达6.18亿，全年新增网民5358万人。互联网普及率为45.8%，较2012年底提升3.7个百分点。综合近年来网民规模数据及其他相关统计，中国互联网普及率逐渐饱和，互联网发展主题从“数量”向“质量”转换，具备互联网在经济社会中地位提升、与传统经济结合紧密、各类互联网应用对网民生活形态影响力度加深等特点。

手机网民数量持续增长 高流量手机应用成亮点

截至2013年12月，中国手机网民规模达到5亿，年增长率为19.1%，继续保持上网第一大终端的地位。网民中使用手机上网的人群比例由2012年底的74.5%提升至81.0%，远高于其他设备上网的网民比例，手机依然是中国网民增长的主要驱动力。

在3G网络进一步普及、智能手机和无线网络持续发展的背景下，视频、音乐等高流量手机应用拥有越来越多的用户。截至2013年12月，我国手机端在线收看或下载视频的用户数为2.47亿，与2012年底相比增长了1.12亿，增长率高达83.8%，在手机类应用用户规模增长幅度统计中排名第一。用户上网设备向手机端转移、使用基础环境的改善和上网成本的下降三方面是手机端高流量应用使用率激增的主要原因。

社交类综合平台持续升温 网络游戏终端竞争加剧

《报告》显示，2013年微博、社交网站、论坛等互联网应用的使用率较2012年有所下降。类似即时通信等以社交元素为基础的平台应用则发展稳定：在2013年，整体即时通信用户规模在移动端的推动下提升至5.32亿，较2012年底增长6440万，使用率达86.2%。与传统及时通信工具、社交网站相比，以社交为基础的综合平台不仅拥有更强的通信功能，还增加了信息分享等社交类应用，并为用户提供了诸如支付、金融等内容的综合服务，最大限度地增加了用户粘性，保证了用户规模的持续增长。

与之相比，2013年中国网络游戏用户增长速度明显放缓。《报告》显示，网民使用率从2012年的59.5%降至54.7%。网络游戏用户规模为3.38亿，增长数量仅为234万。与网络游戏市场整体增长乏力现状形成鲜明对比的是，手机网络游戏用户的增长十分迅速：截至2013年12月，我国手机网络游戏用户数为2.15亿，较2012年底增长了7594万，年增长率达到54.5%。传统的PC端网络游戏增长乏力，面临手机网络游戏高速增长挑战。

网购团购规模增速明显 企业电商应用尚待提升

《报告》表明，2013年以网络购物、团购为主的商务类应用保持较高的发展速度。2013年，中国网络购物用户规模达3.02亿，使用率达到48.9%，相比2012年增长6.0个百分点。在商务类应用中，团购市场的增长最为迅猛：2013年团购用户规模达1.41亿，团购的使用率为22.8%，相比2012年增长了8.0个百分点，使用率年增速达54.3%，成为商务类应用的最大亮点。

对比高速增长的网络购物和团购类商务应用，企业电子商务应用仍然存在提升空间。2013年，中国企业在线采购和在线销售的比例分别为23.5%和26.8%，利用互联网开展营销推广活动的企业比例为20.9%。不同行业的电子商务应用普及率差距较大，其中制造业、批发零售业电子商务应用化较为普遍。在企业电子商务应用的规模方面，与大中型企业相比，微型企业对电子商务的应用普及还需要进一步加强。

[第33次《中国互联网络发展状况统计报告》下载>>](#)



打印本页

关闭本页