

中国互联网发展报告 2015

中国互联网协会 中国互联网络信息中心 编

China Internet
Development Report



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

中国互联网发展报告

2015

中国互联网协会 编
中国互联网络信息中心

電子工業出版社·

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

《中国互联网发展报告 2015》将客观、忠实记录 2014 年以来中国互联网行业的发展状况,对中国互联网发展环境、资源、重点业务和应用、主要细分行业和重点领域的发展状况进行总结、分析和研究,既有宏观分析和综述,也有专项研究。报告内容丰富、重点突出、数据翔实,图文并茂,对互联网相关从业者具有重要的参考价值。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

中国互联网发展报告 2015 / 中国互联网协会, 中国互联网络信息中心编. —北京: 电子工业出版社, 2015.7
ISBN 978-7-121-26572-3

I. ①中… II. ①中… ②中… III. ①互联网络—研究报告—中国—2015 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 152284 号

责任编辑: 徐蔷薇 特约编辑: 劳娟娟 文字编辑: 李 敏

印 刷: 涿州市京南印刷厂

装 订: 涿州市京南印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 32.75 字数: 840 千字 彩插: 2

版 次: 2015 年 7 月第 1 版

印 次: 2015 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 1280.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

《中国互联网发展报告 2015》

编辑委员会名单

顾问

胡启恒 中国工程院院士

主任委员

邬贺铨 中国互联网协会理事长、中国工程院院士

副主任委员

高新民 中国互联网协会副理事长

黄澄清 中国互联网协会副理事长

侯自强 中国科学院原秘书长

卢卫 中国互联网协会秘书长

毛伟 中国互联网络信息中心首席科学家、中国互联网协会副理事长

黄向阳 中国科学院计算机网络信息中心主任、中国互联网协会副理事长

李晓东 中国互联网络信息中心主任

编辑委员会委员（按姓氏笔画排序）

丁磊 网易公司首席执行官、中国互联网协会副理事长

马云 阿里巴巴董事局主席、中国互联网协会副理事长

马化腾 腾讯公司首席执行官兼董事会主席、中国互联网协会副理事长

于慈珂 国家版权局版权管理司司长、中国互联网协会常务理事

王秀军 国家互联网信息办公室副主任

方滨兴 中国工程院院士

石现升 中国互联网协会副秘书长

田舒斌 新华网总裁、中国互联网协会副理事长

刘冰 中国互联网络信息中心副主任

刘正荣	新华社秘书长
刘江峰	中国互联网协会副理事长
刘韵洁	中国工程院院士、中国联合网络通信集团有限公司科技委主任
邵广禄	中国联合网络通信集团有限公司副总经理、 中国互联网协会副理事长
吴建平	中国教育和科研计算机网网络中心主任、 中国互联网协会副理事长
沙跃家	中国移动通信集团公司副总裁、中国互联网协会副理事长
张朝阳	搜狐公司董事局主席兼首席执行官、中国互联网协会副理事长
李国杰	中国工程院院士
李彦宏	百度公司董事长兼首席执行官、中国互联网协会副理事长
杨小伟	中国电信集团公司副总经理、中国互联网协会副理事长
汪文斌	中央电视台网络传播中心主任、中国互联网协会副理事长
赵 波	中国电子技术标准化研究院院长
敖 然	电子工业出版社原社长
钱华林	中国互联网络信息中心首席科学家、中国互联网协会副理事长
高卢麟	中国互联网协会副理事长
曹国伟	新浪公司首席执行官兼总裁
曹淑敏	中国信息通信研究院院长、中国互联网协会副理事长
蒋 伟	人民邮电出版社副社长
蒋林涛	工业和信息化部电信研究院原总工程师
韩 夏	工业和信息化部电信管理局局长、中国互联网协会副理事长
雷震洲	中国信息通信研究院 教授级高工
熊四皓	湖南省通信管理局局长、中国互联网协会副秘书长
廖 玗	人民网总裁兼总编辑

总 编 辑

卢 卫

副总编辑

黄向阳 侯自强 钱华林

执行主编

石现升 刘 冰

责任主编

陆希玉 刘 鑫

审校编辑

王 朔 苗 权 谢程利 李美燕 黄 恬

撰稿人（按章节排序）

侯自强	李佳丽	吴 萍	曹 岩	闫 辰	孟 蕊	李 原	苏 嘉
杨 波	刘 沛	陆希玉	王 朔	朱秀梅	李慧颖	黄蕴华	严寒冰
李 佳	纪玉春	徐 原	何世平	温森浩	赵 慧	李志辉	姚 力
张 洪	朱芸茜	朱 天	高 胜	胡 俊	王小群	张 腾	何能强
李 挺	陈 阳	李世淙	党向磊	徐晓燕	王适文	刘 婧	饶 毓
肖崇蕙	张 帅	贾子骁	钟 睿	喻重光	陈晶晶	李 超	徐冬梅
谭淑芬	郭 悦	高 爽	任 艳	李 超	张文娟	张建光	姜成彪
于佳宁	陈 侠	樊咏梅	毕 涛	聂秀英	李 娟	李美燕	

前 言

《中国互联网发展报告 2015》按期与读者见面了，我们由衷地感到高兴和欣慰。自 2002 年开始，中国互联网协会联合中国互联网络信息中心（CNNIC），每年组织编撰出版一卷《中国互联网发展报告》（以下简称《报告》），真实记录了每个年度中国互联网行业的发展状况。

回顾 2014 年全年，我国互联网基础设施建设投入持续规模增长，各项基础资源发展情况良好，各种网络应用继续稳步发展，新技术、新应用、新升级层出不穷，微博、微信影响力令人刮目，网络文化建设稳步推进，各类专业网络信息服务持续发展，移动互联网发展突飞猛进，云计算、物联网等新兴领域从战略部署走向实施，互联网的影响力与日俱增。

《报告 2015》尽可能客观、忠实地记录和描绘了 2014 年中国互联网行业的发展轨迹，期望能够为互联网管理部门、从业企业和有关单位以及专家学者提供翔实的数据、专业的参考和借鉴。

结构上，《报告 2015》分为综述篇、资源与环境篇、应用与服务篇和附录 4 篇，共 25 章，6 个附录，力求保持结构的延续性。

内容上，《报告 2015》主要对 2014 年中国互联网发展环境、资源、重点业务和应用、主要细分行业和重点领域的发展状况进行总结、分析和研究；既有对 2014 年全年互联网发展情况的宏观分析和综述，也有着重对互联网细分业务和典型应用发展状况的关注和研究，内容丰富，重点突出，数据翔实，图文并茂，是一本对互联网从业者具有重要参考价值的工具书。

《报告 2015》的编写工作继续得到了政府、科研机构、企业等社会各界的关心、支持和参与，来自工业和信息化部、农业部、中国科学院、国家计算机网络应急技术处理协调中心、工业和信息化部电信规划研究院、工业和信息化部电信研究院、中国电子信息产业发展研究院、工业和信息化部信息中心、艾瑞咨询集团、易观国际、中国电信、阿里巴巴、中国电子学会云计算研究中心、中国互联网协会、中国互联网络信息中心（CNNIC）等诸多部门和单位的专家和研究人員近 60 人参与了《报告 2015》的撰写工作，编委会各位编委对《报告 2015》内容进行了认真和严格的审核，一如既往地给予充分鼓励和支持，保障了《报告》的质量和水平。在此，编辑部谨向为《报告 2015》贡献了精彩篇章的各位撰稿人，向支持本《报告》编写出版工作的各有关单位和社会各界表示诚挚的谢意。

由于我们的力量和水平有限,《报告 2015》中难免会存在一些缺陷甚至错误,恳请广大专家和读者予以批评指正,以便在今后的编撰工作中及时改进,使《中国互联网发展报告》的质量和价值不断得到提升。

《中国互联网发展报告 2015》编委会
2015 年 5 月

目 录

第一篇 综述篇

第 1 章	2014 年中国互联网发展情况综述	3
1.1	中国互联网发展概况	3
1.1.1	网民	3
1.1.2	基础资源	5
1.1.3	市场规模	7
1.1.4	细分行业	7
1.1.5	热点事件	9
1.2	中国互联网应用发展情况	11
1.2.1	移动互联网	11
1.2.2	网络金融	11
1.2.3	网络视频	14
1.2.4	电子商务	15
1.2.5	网络广告	18
1.2.6	搜索引擎	18
1.2.7	网络游戏	20
1.2.8	社交网络平台	21
1.2.9	云计算	23
1.2.10	大数据	24
1.2.11	可穿戴设备	24
1.2.12	物联网	24
1.3	中国互联网行业投融资和并购情况	25
1.4	中国互联网技术发展情况	27
1.4.1	网络基础设施要求提高	27
1.4.2	互联网公司更新基础架构	27
1.4.3	数据中心快速发展	28
1.4.4	中国企业自主创新加强	28
1.4.5	HTML5 发展不如预期	28
1.5	中国网络信息安全与治理情况	28
第 2 章	2014 年国际互联网发展情况综述	30
2.1	国际互联网发展概况	30
2.1.1	网民	30
2.1.2	基础资源	30



2.1.3	细分行业	31
2.1.4	热点事件	33
2.2	国际互联网应用发展情况	33
2.2.1	电子商务	34
2.2.2	搜索引擎	34
2.2.3	社交网站	34
2.2.4	网络视频	34
2.2.5	移动支付	34
2.3	国际移动互联网发展趋势	35
2.4	2014 年国际互联网投融资并购情况	36
2.4.1	互联网产业风险投资情况	36
2.4.2	IT 产业并购情况	36
2.5	国际互联网安全发展情况	37
2.5.1	网络安全关注点	37
2.5.2	网络安全重大事件	38
2.6	国际互联网治理大事件	38
2.6.1	国际互联网治理关注点	39
2.6.2	国际互联网治理论坛	40

第二篇 资源与环境篇

第 3 章	2014 年中国互联网基础资源发展情况	43
3.1	IP 地址	43
3.2	域名	43
3.2.1	.CN 域名	44
3.2.2	中文域名	46
3.3	网站	46
3.4	网页	48
第 4 章	2014 年中国互联网络基础设施建设情况	50
4.1	基础设施建设概况	50
4.2	互联网骨干网络建设情况	51
4.2.1	新增骨干互联互通点	51
4.2.2	互联网骨干网架构优化	51
4.2.3	运营商与内容商协调发展	52
4.3	中国下一代互联网建设与应用状况	53
4.3.1	基础网络全面提升 IPv6 支持能力	53
4.3.2	网络应用支持 IPv6 能力有待提升	53
4.4	移动互联网建设情况	54

4.4.1	2G 网络	54
4.4.2	3G 网络	54
4.4.3	4G 网络	54
4.4.4	5G 网络研究推进	55
4.4.5	互联网带宽发展情况	55
4.5	互联网交换中心	57
4.6	内容分发网络	58
4.7	网络数据中心	59
第 5 章	2014 年中国互联网设备市场情况	60
5.1	市场发展概况	60
5.2	网络接入	65
5.3	网络交换	67
5.4	网络终端设备	68
5.4.1	计算机	68
5.4.2	移动终端	70
5.5	新兴网络设备	73
5.5.1	智能电视	73
5.5.2	可穿戴设备	75
5.5.3	物联网设备	75
第 6 章	2014 年中国网络资本发展情况	77
6.1	中国互联网创业投资及私募股权投资市场概况	77
6.1.1	中国创业投资及私募股权投资 (VC/PE) 市场概况	77
6.1.2	中国互联网行业创投 VC 投资市场概况	83
6.1.3	中国互联网行业私募股权 PE 投资市场概述	85
6.2	中国互联网投资概况	86
6.3	中国互联网公司上市情况	88
6.3.1	IPO 市场规模	88
6.3.2	VC/PE 背景中国企业 IPO 统计分析	89
6.3.3	境外上市互联网公司回归本土问题	89
6.4	中国互联网企业并购情况	90
6.4.1	并购市场规模及统计分析	90
6.4.2	重大并购事件	91
第 7 章	2014 年中国互联网政策法规建设情况	92
7.1	我国互联网政策法规建设情况概述	92
7.2	我国互联网主要政策及内容	92
7.2.1	网络安全与信息化管理体制方面	92
7.2.2	网络基础设施建设方面	93
7.2.3	促进互联网与其他产业融合发展方面	94



7.2.4	发展电子商务方面	94
7.2.5	推进电子政务方面	95
7.2.6	网络诚信建设方面	95
7.2.7	加强网络安全方面	95
7.3	我国互联网法制建设总体情况	96
7.3.1	法律、行政法规层面	96
7.3.2	部门规章层面	96
7.3.3	相关司法解释	96
7.3.4	其他规范性文件层面	97
7.4	我国互联网制度建设的主要内容	97
7.4.1	授权新的互联网管理和执法主体	97
7.4.2	进一步放宽互联网市场准入	97
7.4.3	规范基于互联网的即时通信工具公众信息服务	98
7.4.4	明确网络犯罪案件适用的刑事诉讼程序	98
7.4.5	完善网络侵权行为的法律适用	98
7.4.6	规范网络交易行为和交易规则	99
7.4.7	依法惩戒网上违法犯罪行为	99
7.4.8	完善互联网政府管理	100
7.5	小结	101
第 8 章	2014 年中国网络知识产权保护发展	103
8.1	中国网络知识产权发展概况	103
8.2	中国网络知识产权处置和保护	104
8.2.1	法院审理知识产权案件	104
8.2.2	著作权交易保护	105
8.3	中国网络版权发展概况	105
8.3.1	总体	105
8.3.2	网络版权法制建设	106
8.3.3	公共服务	106
8.3.4	目前网络版权保护的困境	107
8.4	网络版权保护双赢模式	108
8.4.1	国外经验	108
8.4.2	国内现状	108
8.5	网络版权保护专项行动	109
8.6	网络版权行业自律	109
8.7	典型案例	110
第 9 章	2014 年中国网络信息安全情况	112
9.1	网络安全概况	112

9.2	我国互联网网络安全形势	112
9.2.1	网络基础设施	112
9.2.2	公共互联网网络安全环境	114
9.3	网站安全监测情况	119
9.3.1	网页篡改情况	119
9.3.2	网页挂马情况	120
9.3.3	网页仿冒情况	123
9.3.4	网站后门情况	124
9.4	移动互联网安全监测情况	126
9.5	恶意程序监测情况	128
9.5.1	木马和僵尸程序	128
9.5.2	“飞客”蠕虫	134
9.5.3	恶意程序传播	135
9.6	信息安全漏洞公告与处置情况	136
9.6.1	国家信息安全漏洞共享平台 (CNVD) 漏洞收录情况	136
9.6.2	CNVD 漏洞库情况	138
9.7	互联网行业安全组织发展情况	141
9.7.1	网络安全信息通报成员发展情况	141
9.7.2	CNVD 成员发展情况	142
9.7.3	ANVA 成员发展情况	142
9.7.4	CNCERT/CC 应急服务支撑单位	143
第 10 章	2014 年中国互联网治理情况	145
10.1	互联网治理概况	145
10.2	互联网治理政策	145
10.2.1	行政法规	145
10.2.2	司法解释	146
10.2.3	部门规章	146
10.2.4	政策性文件	146
10.3	互联网行业治理	147
10.3.1	政府专项行动	147
10.3.2	互联网治理手段建设	149
10.4	行业自律	149

第三篇 应用与服务篇

第 11 章	2014 年中国互联网应用与服务概述	153
11.1	发展概况	153
11.1.1	移动上网设备的使用率进一步增长	153



11.1.2	移动网络用户黏性提高	153
11.1.3	手机上网常态化	154
11.2	发展特点	155
11.2.1	大公司平台布局, 创业公司热捧垂直领域	155
11.2.2	终端的互联网入口争夺激烈	156
11.2.3	B2B 企业互联网活动进一步加深	156
11.3	市场分析	156
11.3.1	网络购物市场蓬勃发展	156
11.3.2	网络营销市场发展迅速	157
11.3.3	网络游戏营收保持强劲增长	159
11.3.4	网络视频营收有较大增长潜力	160
11.4	用户分析	161
11.5	应用平台发展	164
11.6	App 应用	165
11.6.1	手机地图	166
11.6.2	手机打车	167
11.6.3	手机二维码	168
11.6.4	手机云存储	169
11.7	发展趋势	170
11.7.1	互联网产业开始向西部地区及三四线城市聚集	170
11.7.2	互联网金融迎来全面发展期	170
11.7.3	数据安全问题日益重要	171
第 12 章	2014 年中国电子商务发展情况	172
12.1	电子商务发展概况	172
12.1.1	发展环境	172
12.1.2	产业规模	173
12.2	细分市场情况	174
12.2.1	B2B 市场	174
12.2.2	网络零售市场	176
12.3	第三方支付发展情况	181
12.3.1	第三方支付整体市场	181
12.3.2	第三方移动支付市场	182
12.4	团购发展情况	184
12.4.1	团购行业季度点评	184
12.4.2	团购行业用户规模	184
12.5	线上线下发展情况	185
12.5.1	O2O 概念	185
12.5.2	O2O 发展水平	186

12.5.3	O2O 发展趋势	189
第 13 章	2014 年中国网络金融服务发展状况	190
13.1	发展概况	190
13.2	互联网金融市场总体分析	190
13.3	互联网支付创新与发展	192
13.4	P2P 网贷创新与发展	195
13.5	众筹融资创新与发展	200
13.6	互联网银行创新与发展	202
13.7	互联网金融信息安全与监管政策	204
13.8	网络金融服务发展趋势	204
第 14 章	2014 年中国网络广告发展情况	207
14.1	市场发展概况	207
14.1.1	网络广告发展概况	207
14.1.2	移动广告发展概况	208
14.1.3	互联网广告整体市场规模	209
14.2	细分市场情况：各类网络广告形式发展情况	211
14.2.1	各类网络广告形式概况	211
14.2.2	搜索广告	212
14.2.3	展示广告	213
14.3	细分市场情况：不同形式网络媒体发展情况	216
14.3.1	不同形式网络媒体市场概况	216
14.3.2	搜索引擎网站广告规模	217
14.3.3	门户网站广告规模	217
14.3.4	电商网站广告规模	217
14.3.5	垂直行业网站广告规模	218
14.3.6	独立视频网站广告规模	219
14.3.7	独立社区网站广告规模	219
14.4	核心企业分析	220
14.4.1	媒体广告营收排名	220
14.4.2	重点媒体市场份额分析	220
14.4.3	重点媒体增长性分析	222
14.5	主要行业网络展示广告媒体投放分析	222
14.5.1	交通类广告	224
14.5.2	房地产类广告	226
14.5.3	金融服务类广告	228
14.5.4	IT 类广告	230
14.5.5	FMCG 类广告	232
14.5.6	电子商务类广告	234



第 15 章	2014 年中国网络视频发展情况	236
15.1	发展概况	236
15.2	市场发展状况	236
15.3	网络视频终端设备使用情况	237
15.3.1	网络视频收看终端设备	237
15.3.2	网络视频收看频率与时长	240
15.3.3	网络视频节目的收看路径	241
15.4	网络视频节目内容偏好	243
15.4.1	不同终端收看的内容差异	243
15.4.2	热播剧的收看情况	244
15.4.3	网络自制节目/内容的兴趣度	244
15.5	网络视频用户分析	245
15.6	发展趋势	247
第 16 章	2014 年中国网络游戏发展情况	248
16.1	发展环境	248
16.2	市场发展状况	249
16.2.1	中国网络游戏总体发展现状	249
16.2.2	中国网络游戏各细分领域发展现状	250
16.3	用户情况分析	253
16.3.1	2014 年中国网络游戏用户规模	253
16.3.2	中国网络游戏用户的设备选择	253
16.3.3	PC 网游游龄分布	254
16.3.4	PC 网游游戏时长	254
16.3.5	PC 网络游戏付费情况	254
16.3.6	PC 网游游戏信息获取和下载渠道	255
16.3.7	手机游戏游龄分布	255
16.3.8	手机游戏类型偏好	256
16.3.9	手机游戏时长分布	257
16.3.10	手机游戏付费情况	257
16.3.11	手机游戏信息获取和下载渠道	258
16.4	总结与展望	258
第 17 章	2014 年中国搜索引擎发展情况	261
17.1	发展概况	261
17.1.1	搜索引擎用户规模	261
17.1.2	手机搜索用户规模	262
17.2	市场分析	262
17.2.1	搜索引擎用户规模增长稳定, 使用的搜索引擎种类丰富	262
17.2.2	搜索引擎市场呈现寡头竞争格局, 企业谋求差异化竞争	263

17.2.3	综合搜索引擎在移动端搜索市场的优势有所减弱	263
17.2.4	搜索引擎企业抢占 App 分发市场	263
17.2.5	搜索广告公信力较低, 不利于安全健康的网络环境建设	264
17.3	用户分析	264
17.3.1	搜索引擎用户整体搜索行为	264
17.3.2	搜索引擎用户 PC 端搜索行为	266
17.3.3	搜索引擎用户手机端搜索行为	268
17.3.4	不同终端用户搜索行为对比	271
17.3.5	搜索引擎广告用户接受度	276
17.4	搜索引擎营销	278
17.4.1	搜索引擎营销市场整体规模	278
17.4.2	移动搜索引擎营销市场规模	279
17.4.3	移动搜索营销引擎市场行业格局	280
17.5	发展趋势	280
17.5.1	搜索服务与产品形式将更加多样化	280
17.5.2	搜索引擎企业主打“连接”战略, 向多业态发展	280
17.5.3	线上搜索连接线下消费的趋势凸显	281
17.5.4	移动搜索与本地生活服务和社交的结合更加紧密	281
第 18 章	2014 年中国社交网络平台发展情况	282
18.1	发展概况	282
18.1.1	社交类应用简介	282
18.1.2	社交类应用的整体覆盖率	282
18.1.3	社交类应用的用户结构	283
18.1.4	社交类应用对相关产业的影响	284
18.1.5	社交类应用的商业化	288
18.2	即时通信发展	289
18.3	微博使用情况	292
18.4	社交网站使用情况	296
18.5	各社交应用用户使用行为差异	298
18.6	发展趋势	299
18.6.1	即时通信	299
18.6.2	微博	300
18.6.3	社交网站	300
第 19 章	2014 年中国网络音乐发展情况	301
19.1	发展概况	301
19.2	宏观环境分析	301
19.2.1	政策环境	301