

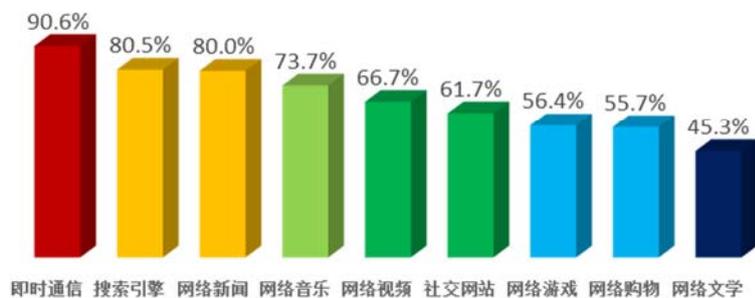
目 录

-  2014 年中国互联网用户与市场重要数据
-  2014 年中国互联网基础资源数据
-  2014 年中国互联网政策法规制度
-  2014 年中国互联网知识产权保护情况
-  2014 年中国网络与信息安全情况
-  2014 年中国移动互联网发展情况
-  2014 年中国云计算与大数据应用情况
-  2014 年中国可穿戴设备与物联网应用情况
-  2014 年中国网络资本发展情况
-  2014 年中国电子商务发展情况
-  2014 年中国网络金融发展情况
-  2014 年中国网络视频发展情况
-  2014 年中国网络游戏发展情况
-  2014 年中国社交应用发展情况
-  2014 年中国搜索引擎发展情况
-  2014 年中国农村网络信息服务发展情况
-  2014 年中国其他行业网络信息服务发展情况
-  中国互联网 100 强 (2014)

2014 年中国互联网用户与市场重要数据

用户	市场
 6.49亿 互联网用户	 8706.2亿 网络经济营收规模
 5.88亿 即时通信用户	 13万亿 电子商务市场规模
 5.22亿 搜索用户	 8.07万亿 互联网支付市场规模
 4.78亿 网络音乐用户	 1144.3亿 网络游戏市场
 4.33亿 网络视频用户	 1179.5亿 已披露网络资本运作
 3.61亿 电子商务用户	

网民使用率



2014 年中国互联网基础资源数据-用户与市场

网民接近总人口一半，突破 6 亿

截至 2014 年底，我国网民规模达 6.4875 亿。2014 年新增网民 3117 万人，普及率为 47.9%。

中国网民规模和互联网普及率



数据来源:CNNIC

手机网民大幅增长，达 5 亿

截至 2014 年底，我国手机网民规模达 5.5678 亿，2014 年新增 5672 万人，同比增长 11.3%。

中国手机网民规模



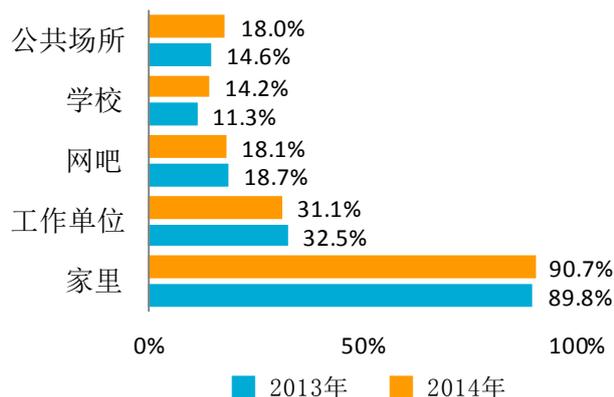
数据来源:CNNIC

移动上网设备比例进一步增长

2014 年我国网民在家里、网吧、工作单位通过电脑接入互联网的比例与 2013 年基本持平。其中，台式机、笔记本等传统上网设备的使用率保持平稳，移动上网设备的使用率进一步增长，新兴家庭娱乐终端网络电视的使用率达到一定比例。

家庭成为主要上网场所

中国网民上网场所调查比较

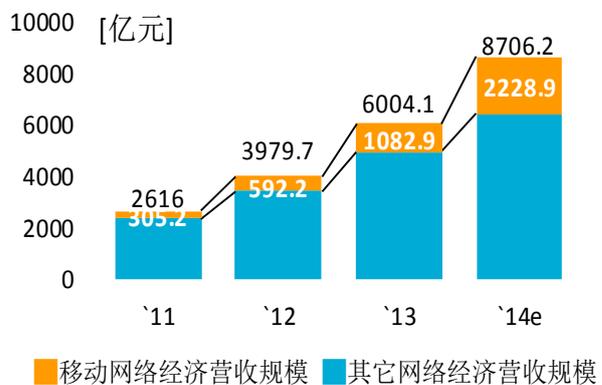


数据来源:CNNIC

网络经济规模突破 8 千亿

据艾瑞咨询统计，2014 年中国网络经济整体规模达到 8706.2 亿元，对经济贡献进一步提升。

中国网络经济发展



数据来源:艾瑞咨询

人均周上网时长增加，达 26.1 小时

中国网民的人均每周上网时长达 26.1 小时。

中国网民周上网时间



数据来源:CNNIC

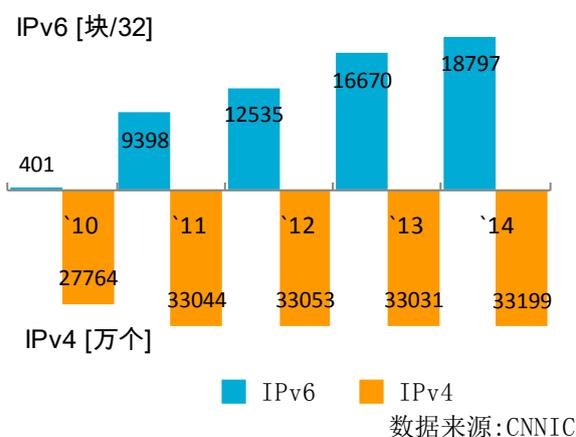
2014 年中国互联网基础资源数据-域名与网站

IPv6 地址持续增长，位列全球第二

截至 2014 年底，我国有 18,797 块/32 IPv6 地址段，较 2013 年增长 10%，我国主要网络运营商均已拥有大块 IPv6 地址，IPv6 地址总量已位列全球**第二位**。

截至 2014 年 12 月，我国 IPv4 地址共计 33199 万个。

中国IPv6/IPv4地址数量



网站数量增长放缓，共计 335 万

截至 2014 年底，我国网站数量共计 335 万个，年增长 4.6%。“CN”下网站数为 158 万个。在网站分类上，CN 网站数在整体网站总数中的占比较 2013 年继续提升。

截至 2014 年底，我国网页总量为 1899 亿个，同比增长 26.6%。

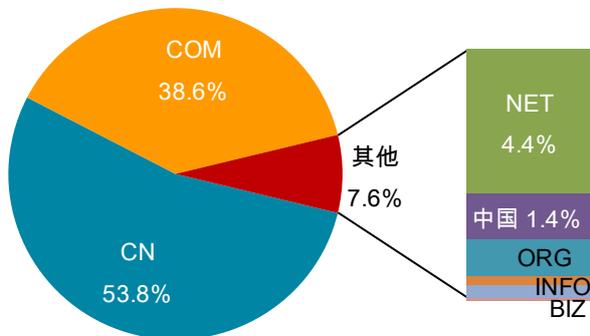
中国网站数量



域名小幅增加，“.CN” 域名占比过半

截至 2014 年底，我国域名总数 2060 万个，比 2013 年增加 11.7%。其中，“.CN” 域名总数 1109 万，比 2013 年增长 2.4%，约占域名总数的 53.8%。

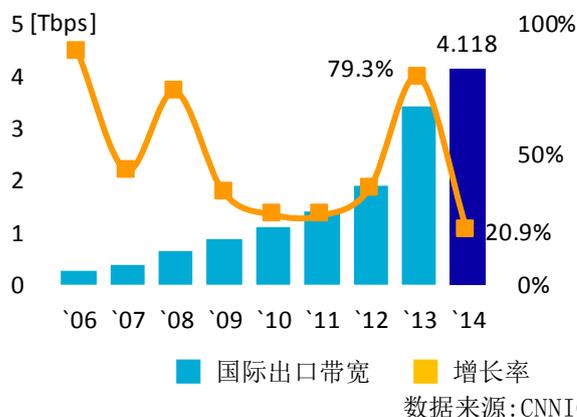
中国域名分布



国际出口带宽增速加快

截至 2014 年底，我国国际出口带宽为 4.118 Tbps，年增长率为 20.9%。

国际出口带宽

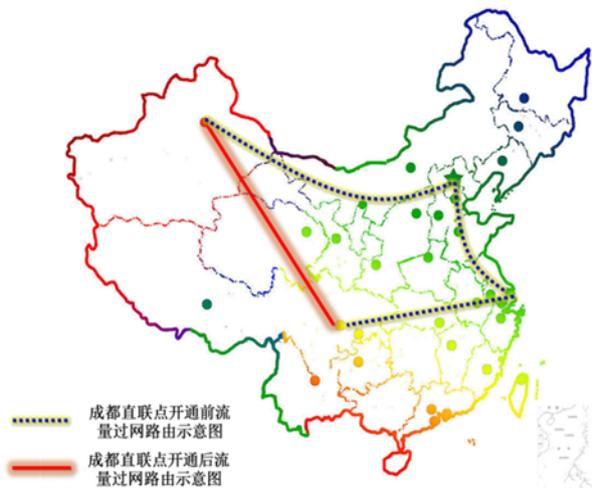


2014 年中国互联网基础资源数据-网络与设备

宽带设施日益完善，骨干网更加优化

截至 2014 年 10 月 1 日，7 个新增骨干直联点全部建成。新增的成都、武汉、西安、沈阳、南京、重庆、郑州 7 个骨干直联点已全面投入使用。至此，我国互联网骨干直联点从 3 个增加到 10 个。

成都直联点开通前后乌鲁木齐联通访问四川电信效率提升-示意图



运营商与内容商协调发展

据中国信息通信研究院数据，2014 年全国信源中 64% 比例的城市量发展至 9 个，其中 7 个为骨干核心节点。表明 ICP 的内容源在逐渐向骨干网络节点靠拢。运营商网络与 ICP、CDN、P2P 网络的布局与策略契合是高效流量调度和内容分发的必然要求。

ICP 内容源向骨干网节点靠拢



移动网络建设加快，基站规模创新高

2014 年，随着 4G 业务的发展，新增移动通信基站 98.8 万个，总数达 339.7 万个。其中，4G 基站建设规模达到 91.5 万个，我国成为全球最大的 4G 网络。

2009-2014 年移动电话基站发展情况



移动终端产量及外贸出口平稳增长

2014 年，我国手机整体产量达到 16.3 亿部，同比增长 6.8%。我国手机出口量和出口额呈同步增长态势。

2009-2014 年移动电话产量



移动网络服务质量和覆盖范围提升

WLAN 网络热点覆盖继续推进，新增 WLAN 公共运营接入点 30.9 万个，总数达到 604.5 万个。

据海关统计，我国手机出口 13.1 亿部，同比增长 10.5%；出口额 1153.6 亿美元，同比增长 21.3%，高于电子信息产品整体出口增速 20 个百分点。

2014 年中国互联网政策法规制度

- 授权新的互联网管理和执法主体
- 进一步放宽互联网市场准入
- 规范基于互联网的即时通信工具公众信息服务
- 明确网络犯罪案件适用的刑事诉讼程序
- 完善网络侵权行为的法律适用
- 规范网络交易行为和交易规则
- 依法惩戒网上违法犯罪行为
- 完善互联网政府管理

《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》[2014. 10. 23]

为互联网政策法规建设指明方向,《决定》明确提出“加强互联网领域立法,完善网络信息服务、网络安全保护、网络社会管理等方面的法律法规,依法规范网络行为,推进政务公开信息化,加强互联网政务信息数据服务平台和便民服务平台建设,依法强化破坏网络安全等重点问题治理。”

中央网络安全和信息化领导小组成立

习近平总书记指出,网络安全和信息化是事关国家安全和国家发展、事关广大人民群众工作生活的重大战略问题,要从国际国内大势出发,总体布局,统筹各方,创新发展,努力把我国建设成为网络强国。

《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》[2014. 8. 18]

强调整合新闻媒体资源,推动传统媒体和新兴媒体融合发展,使主流媒体科学运用先进传播技术,增强信息生产和服务能力,更好地传播党和政府声音,更好地满足人民群众的信息需求。

《国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)的通知》[2014. 6. 14]

要求大力推进网络诚信建设,培育依法办网、诚信网理念,逐步落实网络实名制,完善网络信用建设的法律保障,大力推进网络信用监管机制建设。建立网络信用评价体系,对互联网企业的服务经营行为、上网人员的网上行为进行信用评估,记录信用等级。

《中华人民共和国商标法实施条例》修订[2014. 4. 29]

增加以数据电文方式提交商标注册申请、为侵犯他人商标专用权提供网络商品交易平台属于商标法第五十七条第六项规定的提供便利条件等规定。

《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》施行[2014. 10. 10]

对利用信息网络侵害他人姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益引起的纠纷案件的法律适用作出了具体规定。

2014 年中国互联网知识产权保护情况

互联网域名快速发展，商标保护力度增强

互联网商标保护受到重视，2014《类似商品与服务区分表》加大对互联网产品和服务的保护力度，新增云计算、平板电脑、电子阅读器、社交网站、网上银行等内容。

《2014 年国家知识产权战略实施推进计划》印发[2014. 4. 28]

推动国家知识产权战略深入有效实施，明确 2014 年战略实施重点任务和措施，强化网络环境下的知识产权保护等目标任务。

《使用文字作品支付报酬办法》施行[2014. 11. 1]

规范在数字或者网络环境下使用字作品的付酬标准和付酬方式，缓解当前使用文字作品不付酬、网络转载不付酬的顽疾，加强对著作权人权利的保护。

产业加强交流与合作

行政监管部门积极探索通过举办各种研讨会引导权利人及使用者的沟通交流，探讨网络环境下视频和音乐作品的版权保护。互联网企业也与权利人积极开展合作，纷纷采取在集体管理的框架下、通过协会主渠道统一解决网络版权问题的方案，与著作权管理组织就解决网络平台上使用作品所涉及词曲版权问题达成合作共识，开拓产业与版权权利人的合作共赢机制。

打击网络侵权盗版专项治理“剑网”行动

确定保护数字版权、规范网络转载、支持依法维权及严惩侵权盗版四项重点任务。各地版权行政执法部门、互联网信息主管部门、电信主管部门和公安部门积极配合，全面深入开展打击网络侵权盗版各项工作，共查处案件 440 起，关闭网站 750 家。

著作权登记数量实现突破性增长

据国家版权局统计，我国 2014 年的著作权登记继续保持平稳增长趋势，总量

达到 1211313 件，同比增长 19.97%。计算机软件著作权登记量延续了近年来高速增长的发展态势，全年共登记 218783 件，同比增长 33.12%

《新闻出版（版权）行政执法部门依法公开制售假冒伪劣商品和侵犯知识产权行政处罚案件信息的实施细则（试行）》[2014. 4. 30]

提升依法行政水平，在新闻出版（版权）系统实现“科学执法、有效执法、准确执法”具有积极的作用。

网络著作权法律保护环境日益完善

相关立法面对网络著作权的发展不断修订完善。同时，司法、执法对于不断涌现的新问题的探索，很大程度上弥补了立法的相对滞后。司法与执法活动也在不断探索互联网产业与著作权人利益平衡发展的规制路径，网络著作权保护的法治环境日益好转。

正版软件保护加强，行政执法环境逐步完善

《关于贯彻落实〈政府机关使用正版软件管理办法〉的实施意见》，从 11 个方面对《政府机关使用正版软件管理办法》要求进行了细化。

行业自律组织探索互联网争议解决新途径

中国互联网协会初步建立起全国性的互联网纠纷调解体系，在北京、浙江、江苏、广东等地设立调解分中心，受理涉及会员单位、法院委托的各类纠纷。同时，与广东、北京等地检察机关建立合作机制，开展知识产权民事和行政案件的调解、和解及协调工作。

版权维权服务水平提高

网版公共服务机构在服务创新方面也积极探索，建立网络快速维权机制。据统计，中国版权保护中心的视频音频网络版权及调查取证服务平台，已通过发函通知的方式删除 83 万余条侵权链接，取得了良好效果。

2014 年中国网络与信息安全情况

网络安全状况平稳，仍面临严峻挑战

➤ 云服务日益成为网络攻击的重点目标

2014 年先后发生了多起因电力、机房线路和网络故障导致的云服务宕机事件，针对云平台的攻击事件也逐年增多。

➤ 域名系统面临的拒绝服务攻击威胁进一步加剧

2014 年针对我国域名系统的流量规模达 1Gbps 以上的拒绝服务攻击事件日均约 187 起，约为 2013 年的 3 倍，攻击目标上至国家顶级域名系统，下至 CDN 服务商的域名解析系统。

➤ 网络攻击威胁日益向工业互联网渗透

2014 年 9 月出现一种远程木马“Havex”，它利用了 OPC 工业通信技术，具有很强的针对性。

➤ 分布式反射型攻击逐渐成为拒绝服务攻击的重要形式

分布式反射型攻击是指黑客不直接攻击目标，而利用互联网的一些网络服务协议和开放服务器，伪造被攻击目标地址向开放服务器发起大量请求包，服务器向攻击目标反馈大量应答包，间接发起攻击。

➤ 针对重要信息系统、基础应用和通用软硬件漏洞的攻击利用活跃，漏洞风险向传统领域、智能终端领域泛化演进

安全漏洞信息共享工作持续推进，重要行业和政府部门信息系统的漏洞事件备受关注，“心脏出血”、“破壳”等漏洞展现了基础应用和通用软硬件面临的高危风险

➤ 网站数据和个人信息泄露仍呈高发态势

网站管理者对数据保护的重视程度日益提升，但在网站数据和个人信息利益价值凸显的背景下，数据泄露事件仍频繁出现，有的依然是由于技术漏洞或管理问题导致的拖库事件，有的则来自撞库攻击

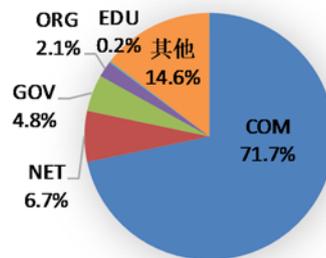
➤ 移动恶意程序治理打击对抗性初显

网站和移动互联网监测情况

➤ 我国境内网站被篡改总体情况

2014 年，我国境内被篡改的网站数量为 36969 个，较 2013 年的 24034 个大幅增长 53.8%。2014 年 2 月开始，CNCERT/CC 加强了对我国境内网站被植入暗链情况的监测，同时扩大了境内网站监测数量，使得 2014 年全年较 2013 年被篡改网站的总数有大幅度增长。

2014年我国境内被篡改网站按域名类型分布

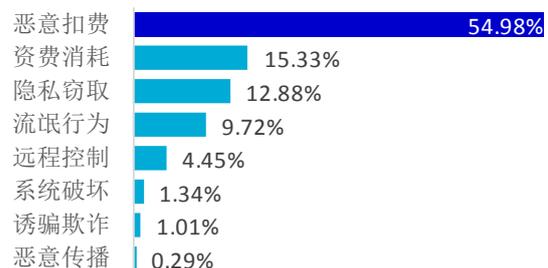


数据来源:CNCERT/CC

➤ 移动互联网安全监测情况

恶意扣费类的恶意程序数量仍居首位，为 522889 个，占 54.98%，资费消耗类 145836 个（占 15.33%）、隐私窃取类 122490 个（占 12.88%）分列第二、三位

2014年移动互联网恶意程序比例（行为属性）



数据来源:CNCERT/CC

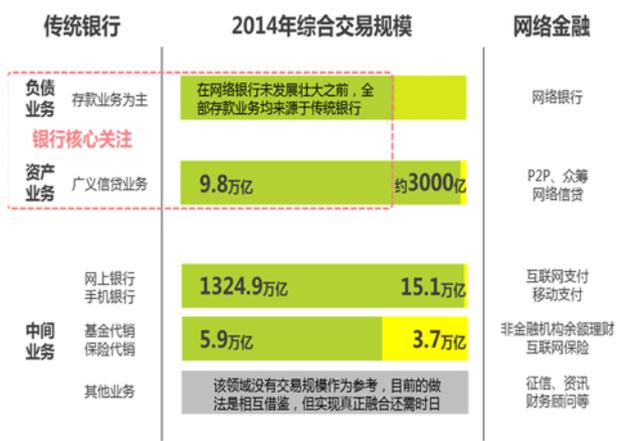
2014 年，CNCERT 通过自主监测和交换捕获的移动互联网恶意程序样本达 95.1 万余个。

2014 年中国网络金融发展情况

互联网金融市场总体分析

2014 年我国互联网金融的发展范围持续扩大、业务不断创新，传统金融机构及相关服务行业开放程度大大提高。

互联网金融市场总体分析

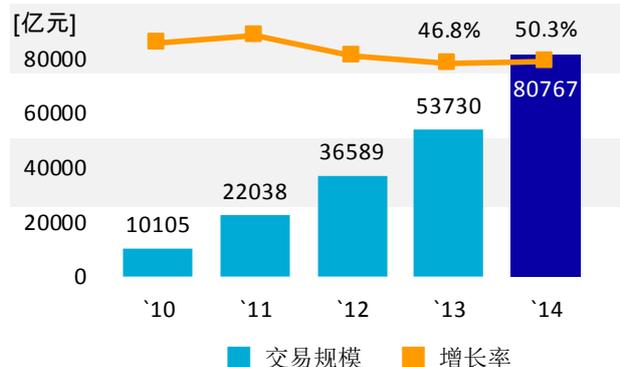


数据来源: 艾瑞咨询

移动支付连续两年高速增长

2014 年中国第三方互联网支付交易规模达到 80767 亿元，同比增长 50.3%。

中国第三方互联网支付市场交易规模



数据来源: 艾瑞咨询

2014 年，第三方移动支付市场交易规模达到 59924.7 亿元，同比增长 391.3%。移动支付已经连续两年保持超高增长。

2014 年中国第三方互联网支付交易规模市场份额中，支付宝占比 49.6%，财付通占比 19.5%，银商占比 11.4%，快钱占比 6.8%，汇付天下占比 5.2%，易宝支付占比 3.2%，环迅支付占比 2.7%，其他占 1.6%。

网络金融业务模式不断衍生

市场上已经逐渐衍生出几类网络金融服务：货币基金、支付结算、网络融资、虚拟货币、渠道业务和其他周边产业。

中国互联网金融服务的主要模式

类别	内容	行业特点
货币基金	余额宝等	通过特定互联网平台进行销售的货币基金产品，收益高
支付结算	第三方支付	独立于商户和银行行为，为商户和消费者提供的支付结算服务
网络融资	P2P 贷款	投资人通过有资质的中介机构，将资金贷给有借款需求的人
	众筹融资	由项目发起人通过网络平台，向有购买产品意向的网友募集项目资金
虚拟货币	电商小额贷款	利用网络平台积累的企业数据，完成小额贷款需求的信用审核并发放贷款
	次级货币、商品货币	以比特币为代表的非主权虚拟货币，目前以提供多种选择和拓展概念为主
渠道业务	金融产品网上销售	基金、券商等金融或理财产品通过网络平台进行销售
其他	周边产业	金融产品搜索、理财计算工具、金融服务咨询、金融法务援助等

部分资料来源: 艾瑞咨询

P2P 交易规模高速增长、用户活跃

2014 年，我国 P2P 借贷余额为 904.8 亿元，同比增长 276.4%。2014 年 P2P 公司规模的增长率达到 89.7%。预计未来两年，P2P 公司规模依然会保持每年 90% 的增速。2014 年活跃用户猛增至 327.5 万人，同比增长高达 565.6%，用户规模达 3252.1 万人。

中国 P2P 借贷用户规模



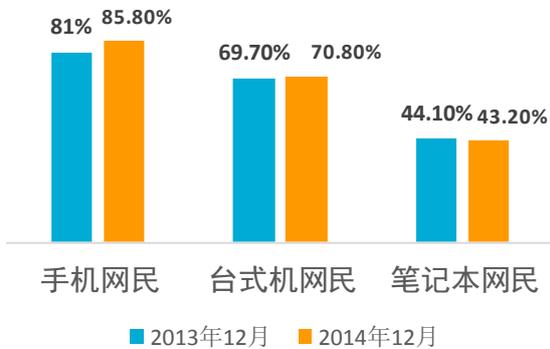
数据来源: 艾瑞咨询

2014 年中国移动互联网发展情况-用户与网络

手机网民数量首次超过传统 PC 网民

截至 2014 年底，我国手机网民规模占网民总数的 85.8%，手机网民规模首次超越传统 PC 网民规模，手机上网已逐渐从碎片化向常态化转变，移动互联网带动网络应用服务向社会生活、生产深入渗透，互联网传统企业、新兴创业企业与传统企业不断创新商业模式，促成移动互联网产业的繁荣。

网民数量对比



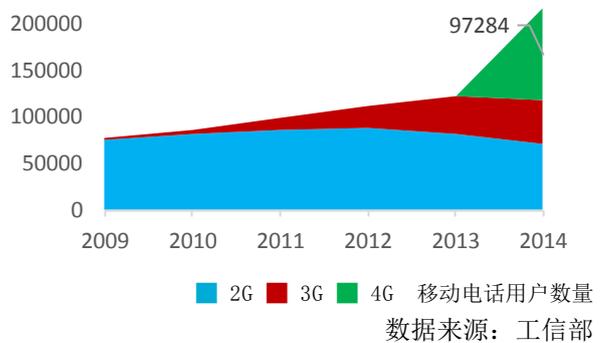
数据来源: CNNIC

4G 迅速发展 成为全球最大 4G 网络

截至 2014 年底，我国 4G 用户数达到 9728.4 万，4G 基站建设规模达到 91.5 万个，成为全球最大的 4G 网络。其中，TD-LTE 基站 73.42 万个，FDD LTE 基站 14.4 万个，FDD LTE 室内分布系统 3.7 万套。

WLAN 网络热点覆盖继续推进，新增 WLAN 公共运营接入点 30.9 万个，总数达到 604.5 万个，覆盖用户达到 1641.6 万户。

2009-2014年各制式移动电话用户发展情况 [万户]

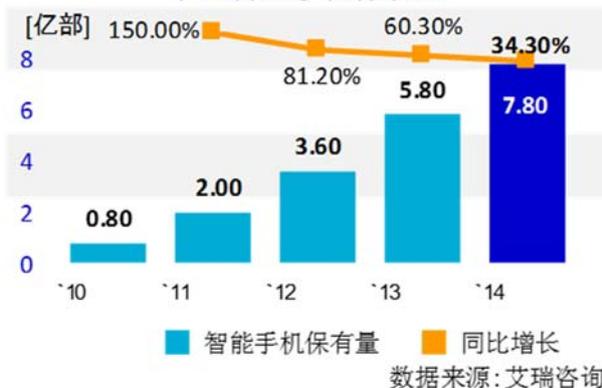


数据来源: 工信部

智能手机市场发力，保有量 7.8 亿台

2014 年中国智能手机出货量继续保持高速增长，全年智能手机出货量为 3.89 亿台，4G 手机出货量为 1.71 亿。到 2014 年底，我国智能手机保有量已达 7.8 亿部。

中国智能手机保有量



数据来源: 艾瑞咨询

4G 移动网络商用，进入流量经营时代

随着我国 4G 商用为代表的网络基础设施建设积极推进，为移动网络从 3G 向 4G 升级奠定基础，数据业务流量从 M 时代进入 G 时代。

2009-2014年移动互联网流量发展情况比较

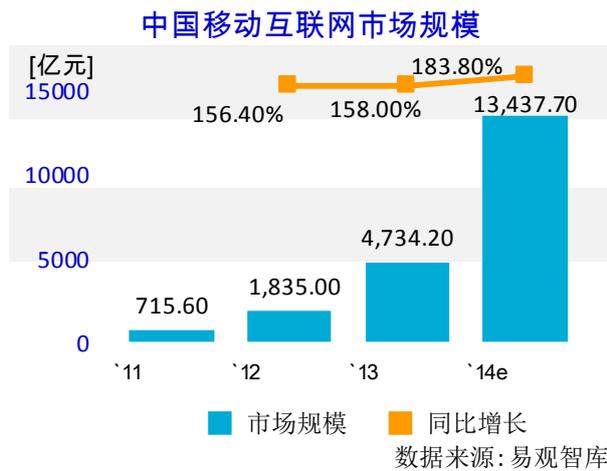


数据来源: 工信部

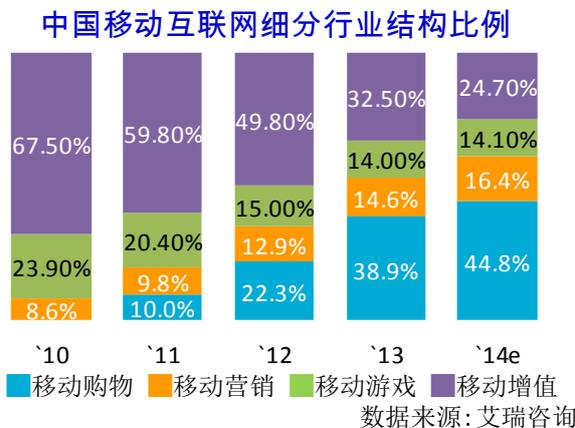
2014 年中国移动互联网发展情况-市场与需求

市场规模稳步增长

据易观智库统计，2014 年我国移动互联网市场规模为 13437.7 亿元，同比增长 183.8%。据艾瑞咨询统计，移动广告市场规模达到 296.9 亿元，同比增长 122.1%，增长率连续 3 年超过 100%。移动搜索广告收入大幅增加。



细分行业方面：移动购物市场交易规模为 9297.1 亿元，同比增长 239.3%，占整体市场份额为 54.3%；移动支付应用的推广提高了移动购物的安全性，用户通过移动购物的习惯逐渐养成；2014 年中国移动广告市场规模达到 296.9 亿元，同比增长 122.1%，增长率连续 3 年超过 100%；移动搜索广告收入大幅增加。



用户移动需求旺盛

用户花费在移动设备上的时间将更多。以视频为例，2014 年用户每月平均看 3 小时视频，预计到 2019 年可达到 36 小时，每月平均移动数据流量将超过 4GB。

用于在云端储存数据的应用将占据大多数应用流量。2014 年间，云端服务占移动数据流量的 81%，而到 2019 年，这一比例将提高至 90%。

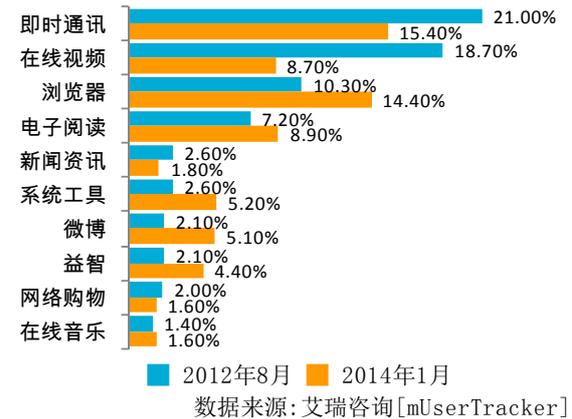
用户的注意力正在从 PC 端向移动端转移

移动端用户即时通讯类应用使用率高

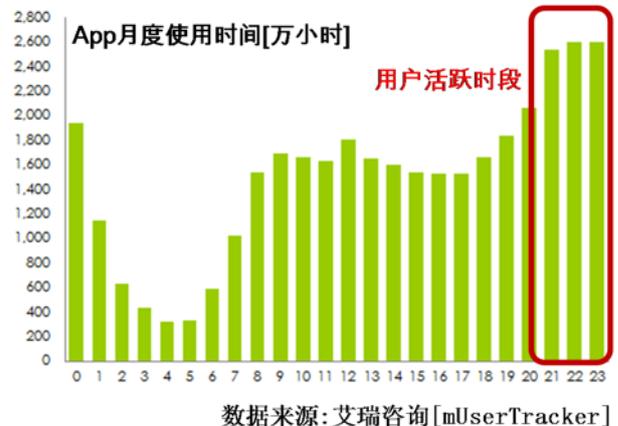
移动视频用户规模增长迅猛

夜间 21 点至 23 点用户活跃

10类主要移动应用月度有效使用时长比例 (2012/8-2014/1)



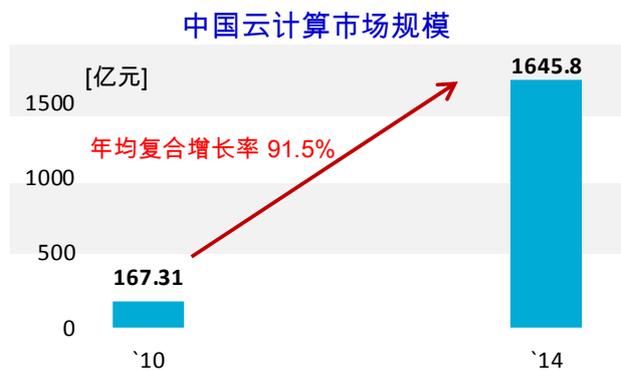
移动App全天时间段使用时长分布-2014/1



2014 年中国云计算与大数据应用情况

云计算市场增长，规模达 1645.8 亿

中国云计算的市场规模从 2010 年的人人民币 167.31 亿元增长到 2014 年的 1645.8 亿元。



数据来源: 计世资讯

政府继续大力推动云计算市场增长

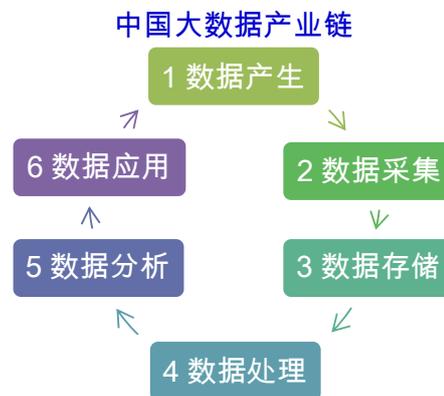
2014 年，工业和信息化部正式启动针对云计算的“十三五”规划，提出了培育龙头企业，打造完整的产业链；鼓励有实力的大型企业兼并重组、集中资源；发挥龙头企业对产业发展的带动辐射作用，打造云计算产业链资本市场等发展思路和工作重点。同时，国家发展改革委、财政部等多部委也积极组织实施 2014 年云计算工程，借助专项重点推动包括公共云计算服务平台建设、基于云计算平台的大数据服务、云计算和大数据解决方案及推广等领域的发展。这些国家层面的战略规划正引领着中国云计算市场的快速发展。

企业云计算部署增长，SaaS 市场繁荣

据调查，有 37.5% 已经开始部署云计算应用，受访企业中部署 SaaS 用户占比最小，仅为 16%，但市场规模却最大，约为 28.05 亿元，主要以企业管理软件和在线办公软件为主；PaaS 用户占比为 28%，但市场规模最小，为 1.84 亿元，以免费互联网应用开发为主；IaaS 层面应用虽拥有 56% 用户数量，但市场规模仅为 5.11 亿元，主要集中在虚拟机、云存储等资源出租。

大数据产业链日渐明晰

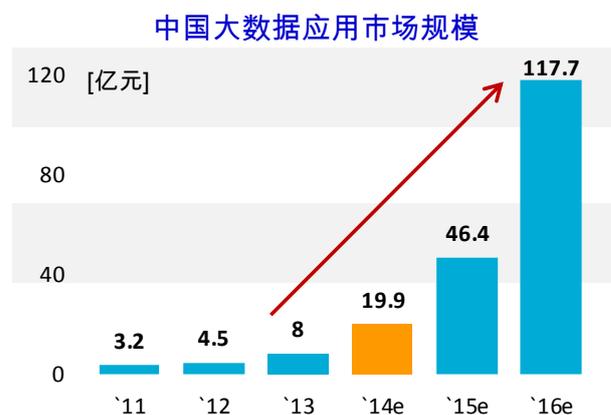
目前中国初步形成从数据产生到应用、再到新数据的环形产业链。并且参与企业逐渐增多，数据价值逐级放大。



数据来源: 赛迪顾问

受益国家战略，产业规模将呈爆发式增长

智慧城市催生大数据，大数据分析技术将应用于我国智慧城市的交通物流、安全管理、节能环保和医疗服务等各方面。大数据分析市场将呈现井喷，面向大数据分析市场的新技术、新产品、新服务和新业态会不断涌现。



数据来源: 赛迪顾问

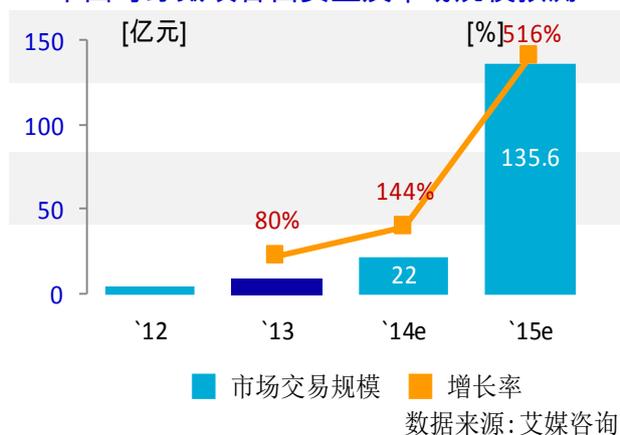
产业链“硬件+软件+服务”垂直整合加速
核心技术亟待突破，数据质量有待提高
个人隐私、企业信息安全等国家安全问题

2014 年中国可穿戴设备与物联网应用情况

可穿戴设备兴起，市场规模扩大

随着全球可穿戴设备兴起，中国可穿戴设备市场也将迎来高速增长。可穿戴设备将与人们的日常生活应用紧密结合，不同形态的产品将成为市场热点。据易观智库数据，2014 年我国智能可穿戴设备市场规模达到 22 亿元人民币，比 2013 年增长 144%。

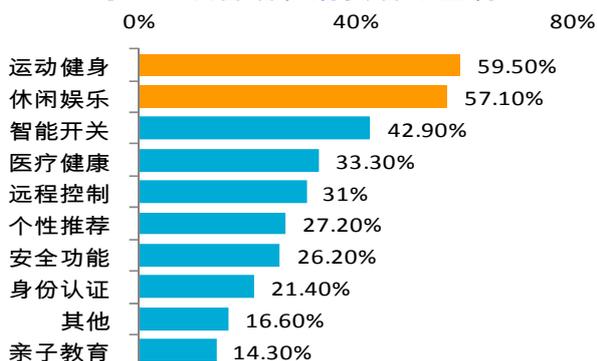
中国可穿戴设备出货量及市场规模预测



“智能+便携”软硬件融合，形态多样

可穿戴设备产品形态各异，主要以非侵入式设备为主，并与其它日常物品结合。据艾媒咨询数据显示，中国消费者对健身和娱乐领域的可穿戴设备最感兴趣。

可穿戴设备潜在消费者期望调查



移动医疗设备市场将快速发展

根据 TalkingData 发布的数据，2014 年，我国移动健康管理行业和移动医疗用户规模分别达到 1.2 亿和 7000 万，较年初翻了一番以上。

物联网发展提速，规模突破 6800 亿

我国物联网发展处于提速阶段，下游应用领域逐渐增多，市场规模也迅速扩大。相关数据显示，中国的物联网到了关键的发展时期，2014 年市场规模估计突破 6800 亿元。

2014 年我国物联网应用发展稳步推进，充分发挥其渗透性强的特点，在多个行业中得到迅速应用，取得积极成效。具有较大应用的领域有食品溯源、安全防范、智能电网、环保监控、智慧农业、车联网等。

智能家居平台化

- 海尔发布 U+ 智慧生活操作系统
- 美菱公司发布人体状态感知空调-CHIQ 启客空调
- 美的集团发布 M-Smart 战略
- 小天鹅推出洗涤剂自动投放洗衣机
- 老板电器推出智能吸油烟机

智能交通体系化

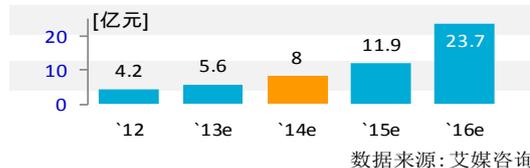
城市发展呼唤全新的交通体系，与物联网结合的交通体系能够提高出行效率、实现拥堵预警及货车免检等高效交通服务。我国车联网用户规模已达到 900 万。

中国联通与宝马公司合作推出宝马互联驾驶车联网系统；腾讯公司发布“路宝盒子”+路宝 APP，并携手中国人保和壳牌公司成立“i 车生活平台”；百度推出车联网解决方案 CarLife，与多家汽车厂商开展车联网方面战略合作。

智能电网

2014 年，我国智能电网建设步伐继续加快。国家电网公司新启动 50 座新一代智能变电站建设，完成 200 座变电站智能化改造，累计建成智能变电站 1550 余座。

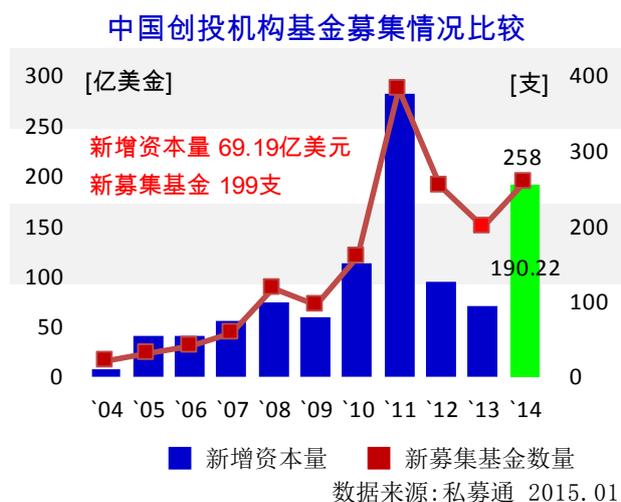
中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模



2014 年中国网络资本发展情况

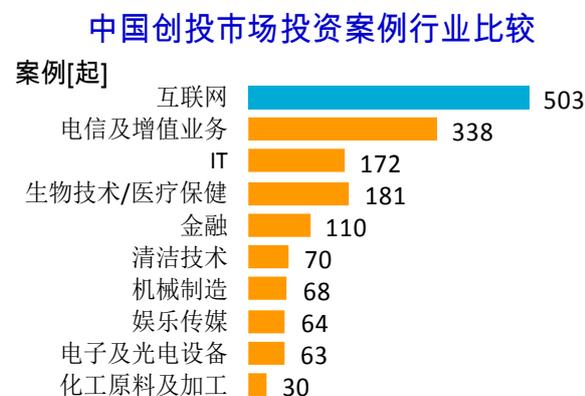
创投募资情况好转，规模迅速扩大

本年度中外创投机构共新募集 258 支可投资于中国大陆的基金，同比上升 29.6%；其中已知募资规模的 253 支基金新增可投资于中国大陆的资本量为 190.22 亿美元，较上年度大幅增长 174.9%，这是继 2011 年以后基金募资规模方面首次出现的正增长。



互联网行业位居创投案例第一位

互联网行业位居中国创投市场投资案例第一位，2014 年投资案例 503 起。互联网行业是创业投资市场公认的投资回报最高的行业之一。随着互联网的发展不断涌现新的投资概念以及众多的投资机会。



电子商务、网络游戏成为并购热点

在细分领域中，2014 年电子商务以获得 26.71 亿美元 VC/PE 融资位列互联网细分领域第一，行业网站、互联网其它位列融资额第二、第三位。

2014 年互联网行业细分领域 VC/PE 融资分布



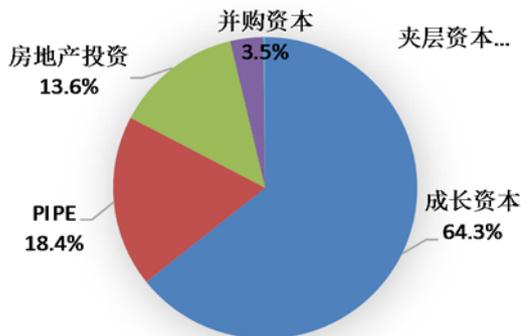
■ 融资案例规模 (百万美元) ■ 融资案例数量
数据来源: CVSource 2015.01

2014 年国内互联网企业获得 VC/PE 融资重点案例

企业	CV 行业	投资机构	融资金额 US\$M
口袋购物	电子商务	腾讯/老虎基金/Vy Capital/H Capital/数字天空技术	350.00
美团网	电子商务	GA/阿里巴巴/红杉中国	300.00
优信拍	行业网站	华平/老虎基金	260.00
蘑菇街	网络社区	上海厚朴/挚信资本/启明创投/IDG 资本/高榕资本	200.00
阿里巴巴集团	电子商务	老虎基金	199.00
聚美优品	电子商务	GA	150.00
优酷土豆	网络视频	云锋基金	131.89
58 同城	行业网站	高盛	120.00
盛大游戏	网络游戏	海通并购资本	104.62
分期乐	电子商务	数字天空技术/贝塔斯曼/经纬中国/华兴资本/险峰华兴创投	100.00
趣分期	互联网其它	源码资本/蓝驰创投	100.00
我买网	电子商务	IDG 资本/赛富基金	100.00
寺库	电子商务	华人文化投资/IDG 资本/银泰资本/森合投资/盘古创富	100.00
凡客诚品	电子商务	IDG 资本/联创策源/赛富基金/启明创投/淡马锡/中信产业基金/和通集团/顺为基金	100.00

CVSource, 2015.01

2014 年中国私募股权投资市场投资策略统计



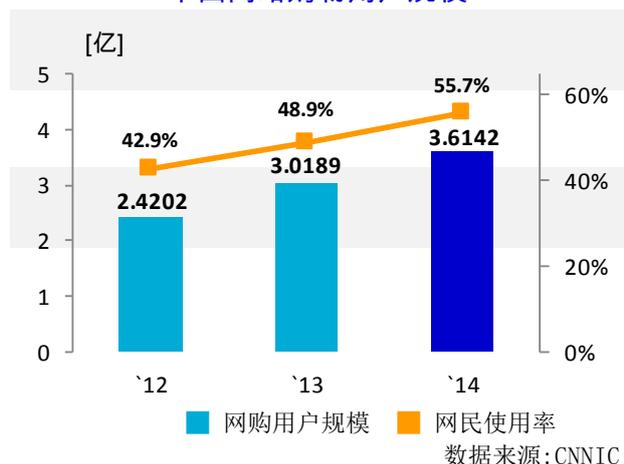
数据来源: 私募通 2015.01

2014年中国电子商务发展情况

网购用户：超人口总数四分之一

截至2014年12月，我国网络购物用户规模达到**3.61亿**。其中，手机购物用户规模达到**2.36亿**，增长率为63.5%。

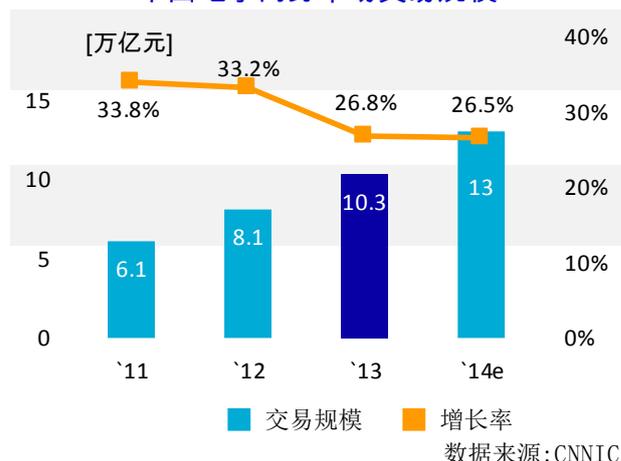
中国网络购物用户规模



电商市场由增量到提质

2014年，我国电子商务市场交易总额约为**13万亿元**。网络零售交易额为**2.8万亿元**，同比增长51%。相当于同期社会消费品零售总额（26.24万亿元）的10.7%。

中国电子商务市场交易规模



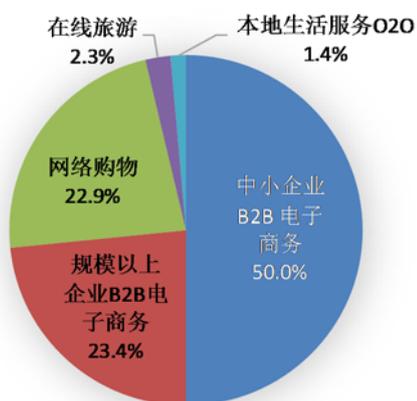
网购市场：普及化、全球化、移动化

网购群体主流年龄跨度增大，最主流网购用户（20-29岁网购人群）规模同比增长23.7%。跨境B2C业务在天猫、京东、苏宁、聚美优品、唯品会、一号店等各大网络零售平台上线。“双十一”期间，217个国家和地区的用户在天猫平台上进行交易。手机购物越来越普遍，其并非PC购物的替代，而是在移动环境下产生增量消费，通过重塑线下商业形态促成交易，从而推动网络购物移动化发展趋势。

B2B仍是电子商务主体

2014年电子商务市场细分行业结构中，中小企业B2B电子商务占比达到50%。B2B电子商务合计占比超过七成，B2B仍然是电子商务的主体；网络购物（包括B2C和C2C部分）交易规模市场份额达到22.9%，同比提升4.2个百分点；在线旅游交易规模与本地生活服务O2O市场占比与2013年相比均有不同程度的提升。

2014年中国电子商务市场细分行业构成



中国电子商务B2B市场交易规模



2014 年中国电子商务发展情况（续）

微商生态引领移动电商

2014 年移动购物继续迅猛发展。据第三方机构统计，微信公众平台上已有 1000 余万“微信小店”问世，且日均增加 3 万至 5 万家；同时，京东微店、淘宝微店、易米微店等行业内各类微店也纷纷涌现。

县域市场成为电商竞争新蓝海

2014 年全国农村网购市场总量估计达 1800 亿元以上。阿里、京东、当当等电商企业通过多种方式下沉电商渠道、与乡镇企业对接合作。

电商形态相互渗透，加速融合

线上线下业务边界快速拓展，O2O 模式所覆盖的产品种类、服务形式一直在不断丰富。正在演化为一种内涵持续变化、外延不断拓展的互联网生态体系。

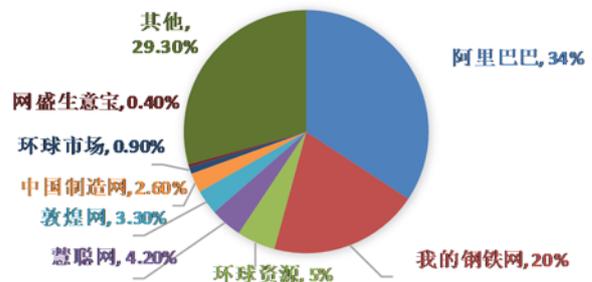
第三方网络支付业务不断创新

据易观数据，2014 年中国第三方支付企业互联网收单交易规模达 88161 亿元，环比增长 47.8%。

发展趋势

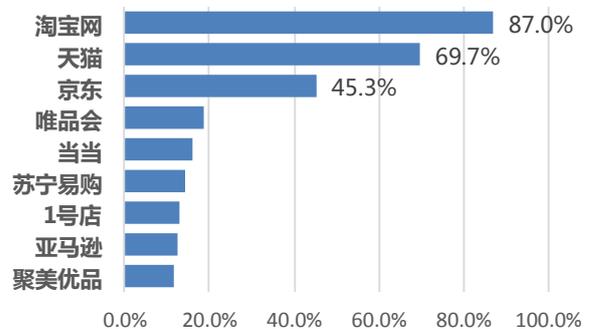
- 实体零售商加速融入电商
- 网购行业快速发展，平台 B2C 成主流

主要中小企业B2B电子商务运营商
总营收市场份额



数据来源：艾瑞咨询

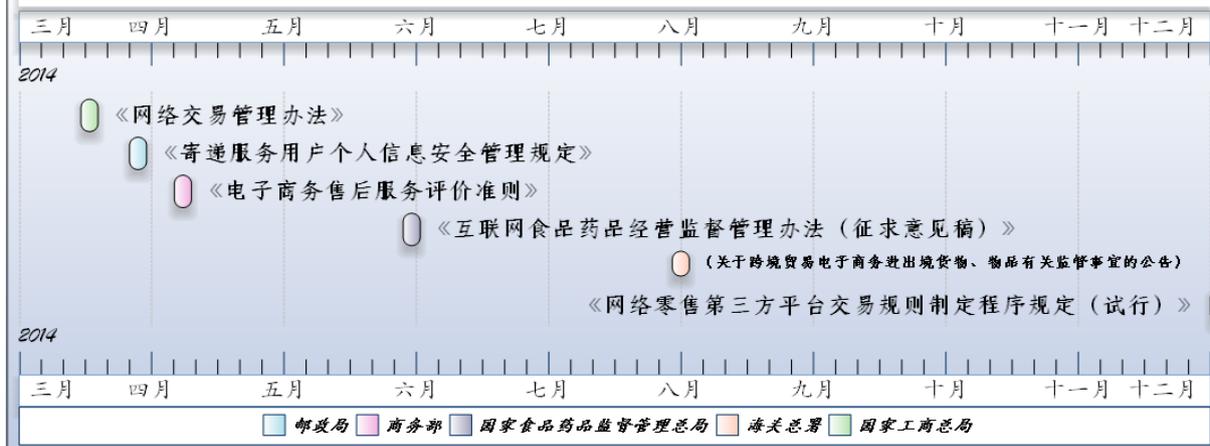
2014年网络购物市场品牌渗透率



数据来源：CNNIC

- 母婴产品成网购热门品类，线上消费活跃
- 精细化物流服务成为网络零售平台关键
- "到店自取"备受青睐，成为网购新模式
- 生鲜品类销售与物流服务加速相互推动

2014年多项政策法规，进一步规范电子商务市场



2014 年中国网络视频发展情况

网络视频用户持续增长至 4.33 亿

截至 2014 年 12 月，网络视频用户规模达 4.33 亿，比去年年底增加了 478 万，用户使用率为 66.7%。

网络视频用户规模比较



“家里”是收看网络视频节目的主要

场所，其次是公共场所

从不同设备收看网络视频的场所来看，“家里”是收看网络视频节目的最主要场所，台式电脑/笔记本电脑、平板电脑的收看比例都在 87% 以上，手机的使用率也接近 80%，这也从另一方面反映了互联网电视的发展前景，家庭是人们娱乐休闲的主要场所，电视作为家庭娱乐的中心，尤其是能自主选择节目和收看时间、拥有良好收视体验的大屏幕互联网电视，必将成为未来网络视频节目收看的重要设备。

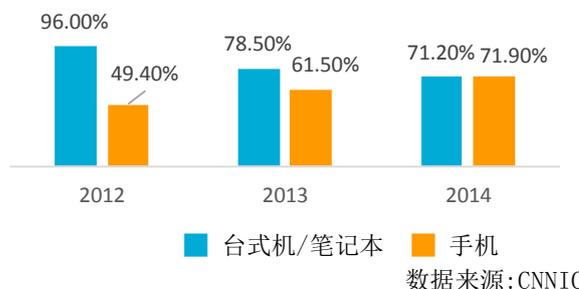
网络视频用户年轻化发展

网络视频用户主要集中在 10-39 岁之间，占比达 80.7%，其中 20-29 岁人群最多，占 34.2%，20-29 岁、30-39 岁人群占比均在 23% 左右。相比整体网民年龄结构，网络视频用户呈现年轻化的态势，10-19 岁的比例高出整体网民同龄段 8.5 个百分点。

手机成为收看网络视频节目第一终端

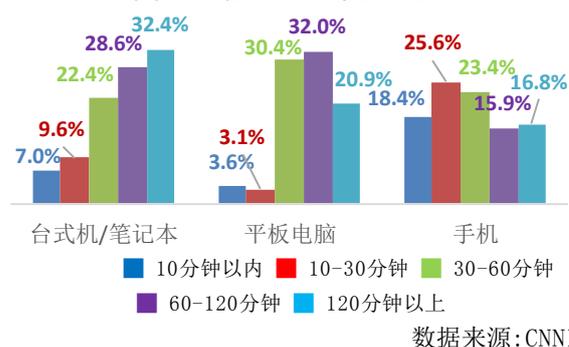
用户在 PC 端收看网络视频节目的比例在持续下降，移动端的比例则在持续上升。从网络视频用户终端设备的使用情况来看，71.9% 的用户选择用手机收看网络视频，手机成为网络视频的第一终端，平板电脑、电视的使用率都在 23% 左右，是移动端、PC 端主要收看设备的补充。

网络视频用户对终端设备的使用率对比



台式电脑/笔记本成为看视频首选

不同终端设备的使用时长



发展趋势

- 多屏幕、一体化，PC、手机、平板、电视等多屏协同发展，互联网电视将成为未来客厅娱乐生态的中心
- 硬件端下沉，平台+内容+终端的方式会成为未来视频行业的主流
- 内容依然是视频网站的核心竞争力

2014 年中国网络游戏发展情况

网络游戏市场规模 1144.3 亿

2014 年中国网络游戏行业总营收为 1144.3 亿元，同比增长 37.7%。主要得益于国内移动游戏用户规模的扩大和营收模式的日趋成熟。

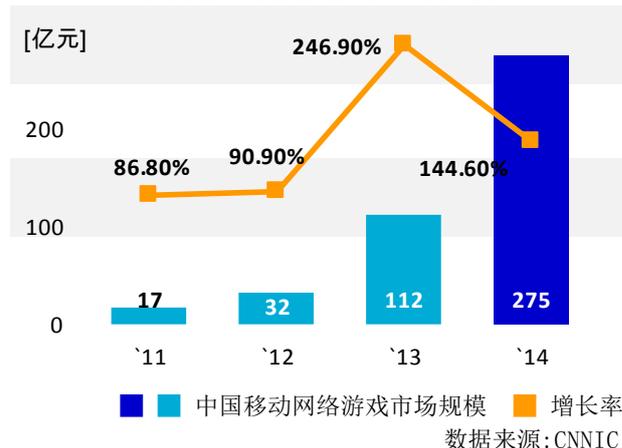
中国网络游戏市场规模



手机游戏持续成为增长的核心动力

2014 年，中国移动游戏市场实际销售收入为 274.9 亿元人民币，比 2013 年增长了 144.60%，成为整个游戏产业收入增长的核心动力。

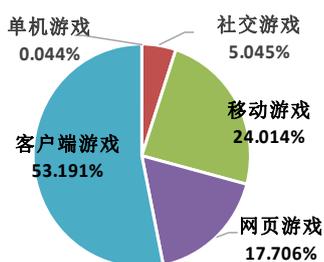
中国移动网络游戏市场规模



网游市场竞争激烈，三线齐头并进

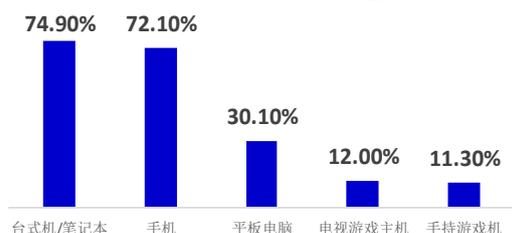
在 2014 年中国网络游戏市场规模中，端游、页游、移动游戏的营收占比分别为 53.191%、17.706% 和 24.014%，端游作为网络游戏收入支柱的地位已经削弱，页游的地位基本保持不变，而移动游戏的所占比重快速提升，目前已经达到整体收入的四分之一。

2014 年中国网络游戏市场



数据来源: GPC IDC & CNG

网络游戏用户的设备选择



数据来源: CNNIC

智能移动终端成为未来市场争夺热点

2014 年 1 月初，阿里巴巴宣布进入智能移动终端游戏分发市场。综合来看，未来的智能移动终端游戏市场已不仅仅是传统网络游戏公司角逐的战场，随着非传统游戏企业的加入，争夺将会越发激烈。

就网络游戏上市企业的业务营收情况来看，市值排名第一的腾讯公司是业务结构与整个网络游戏行业结构相近的企业，即客户端、网页与移动游戏均有较强竞争力。

手机游戏类型偏好



数据来源: CNNIC

2014 年中国社交应用发展情况

即时通信网民 5.88 亿

截至 2014 年 12 月底，我国即时通信网民规模达 5.88 亿，比 2013 年底增长了 5561 万人，年增长率为 10.4%。即时通信使用率为 90.6%，较 2013 年底增长了 4.4 个百分点，使用率位居第一。

2014 年中国社交类应用覆盖率

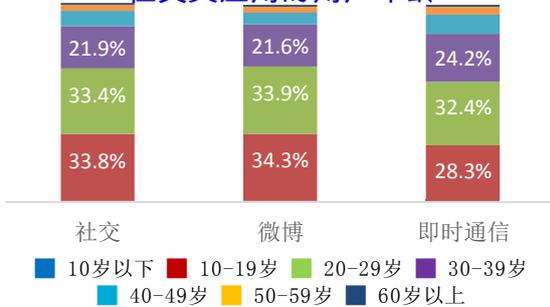


数据来源:CNNIC

微博用户最年轻、即时通信最大众

年龄结构上，微博用户最为年轻；即时通信工具的使用者相对大众化，用户年龄结构与整体网民的结构最为相似。

社交类应用的用户年龄



数据来源:CNNIC

社交类应用中各类联系人覆盖率



数据来源:CNNIC

社交网站商业化程度各不相同

从网民对商业化产品的参与程度来看，社交网站、微博、微信这三类产品的商业化模式呈不同特征，社交网站的商业化主打站内购物和付费游戏，微博的商业化产品最丰富，目前用户参与较多的是周边信息搜索和站内广告，微信用户的商业化产品参与偏重于公众号的订阅和扫一扫购买商品

社交类应用商业化程度

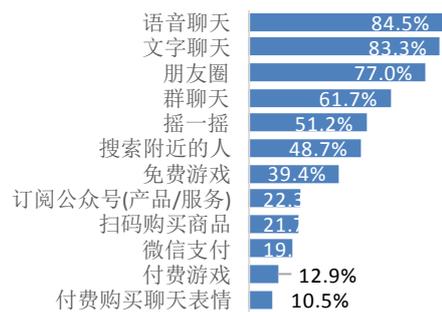


数据来源:CNNIC

各社交应用用户使用行为差异

社交网站、微博、微信虽然同属于社交类应用，但满足的是用户不同层次的需要，用户在使用不同产品时，使用的功能也完全不一样。

网民使用微信内容



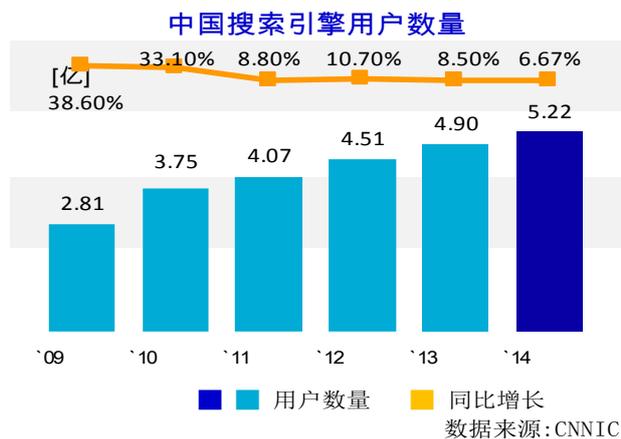
数据来源:CNNIC



2014 年中国搜索引擎发展情况

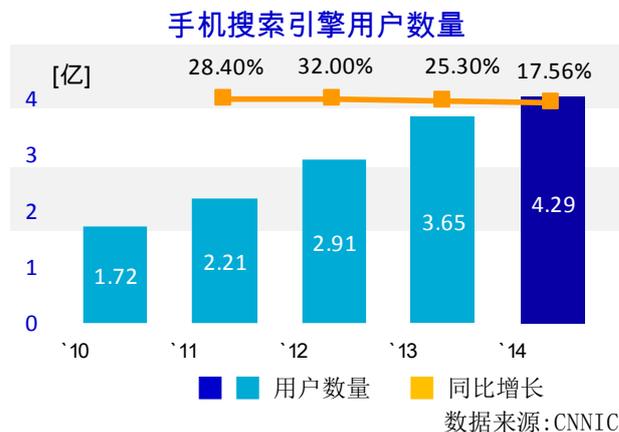
搜索引擎用户 5.22 亿

截至 2014 年 12 月底，我国搜索引擎用户规模达 5.22 亿，使用率为 80.5%，用户规模较 2013 年增长 3257 万人，增长率为 6.67%。



手机搜索用户达 4.29 亿

截至 2014 年 12 月，我国手机搜索用户数达 4.29 亿，使用率达 77.1%，用户规模较 2013 年增长 6411 万人，增长率为 17.6%。



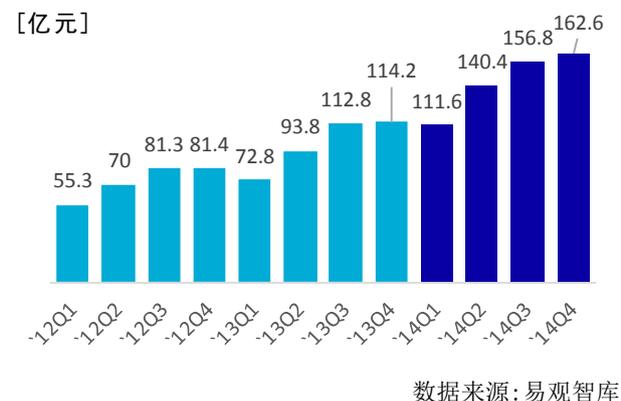
搜索服务与产品形式更加多样化

搜索服务变为文字、表格、图片、应用等多种形式相结合的丰富展现方式，从关键词搜索转向自然语言搜索、图片搜索、实体搜索；个性化搜索，成为搜索引擎的主推服务

线上搜索连接线下消费趋势凸显

随着互联网 O2O 商业模式的发展，搜索引擎转型为对企业的综合服务提供商和对用户的一站式生活服务平台，更加注重与线下商业的直接对接。

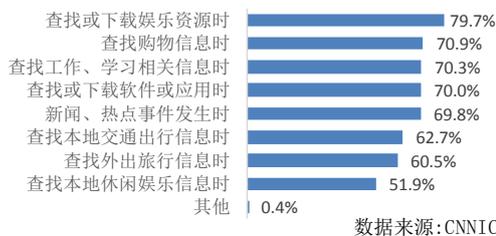
中国搜索引擎运营商市场收入规模



移动搜索场景化、娱乐化

作为基础的互联网应用，信息搜索发生在互联网生活的方方面面，同时受到移动互联网发展的推动，搜索场景随时随地、无处不在。(数据来源: CNNIC)

搜索引擎使用场景



截至 2014 年 6 月，用户在使用手机进行搜索时，通过综合搜索网站或应用、购物网站或应用、视频网站或应用进行搜索的比例位列前三，渗透率分别为 92.4%、78.1% 和 74.9%。(数据来源: CNNIC)

手机端各类型搜索引擎渗透率



2014 年中国农村网络信息服务发展情况

农村网民 1.78 亿，占比 27.5%

截至 2014 年 12 月，我国网民中农村网民占比 27.5%，规模达 1.78 亿，较 2013 年底增加 188 万人。

中国网民中农村人口规模



数据来源:CNNIC

从年龄结构来看，农村网民更趋于年轻化，30 岁以下各年龄段的农村网民比例均高于城镇网民，而 30 岁以上的农村网民比例则均低于城镇网民。

中国农村互联网普及率比较



数据来源:CNNIC

2014 年阿里平台涉农业务情况

截至 2014 年底，阿里平台上经营农产品的卖家数量为 76.21 万个。其中零售平台卖家 74.98 万个。2014 年在阿里平台上完成农产品销售 483.02 亿元，同比增长 69.83%。零食/坚果/特产为最大农产品类目，鲜花绿植类目增速最高。

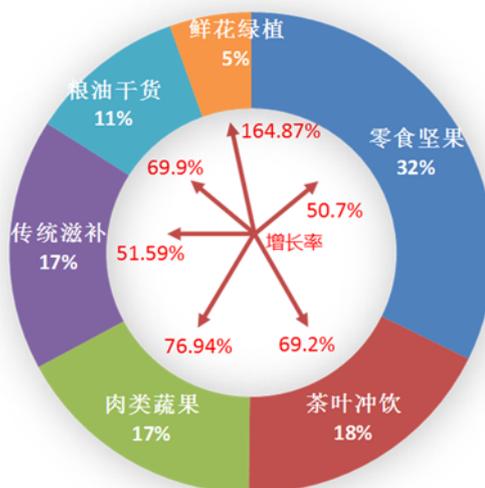
涉农电子商务高速增长

2014 年农产品网上贸易达到 1000 亿元规模，阿里研究院预测 2016 年全国农村网购市场总量有可能突破 4600 亿元，将持续缩小与城市网购规模间的差距。

随着电子商务的进一步崛起，农产品流通领域互联网应用程度明显提高，国家级大型农产品批发市场大部分实现了电子交易和结算；网上农产品贸易销售形态得到重大改变，从最初的干果、茶叶、初加工品网上销售开始，在仓储物流技术和条件不断改善的情况下，生鲜农产品的网上销售也取得突破，大量生鲜网上农产品贸易创新案例涌现，出现生鲜电子商务八大平台，跨境生鲜网上贸易风生水起。

有代表性的案例包括乐视网宣布其有机农业运营借鉴 C2B 订单销售模式，大量农业类众筹企业开始出现，互联网正让农业的生产方式根本性转变。

2014 年阿里零售平台涉农产品类目分布



数据来源:阿里研究院

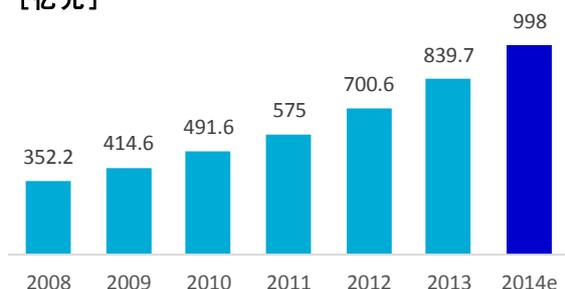
2014 年中国其他行业网络信息服务发展情况

在线教育高速增长

学历教育、职业教育和语言培训是市场规模高速增长的主要动力，占市场规模的75%以上。随着在线教育用户群体的不断扩大，网络教育的市场规模还将有更大的发展，预计到2017年达1733.9亿元。

中国在线教育市场规模

[亿元]



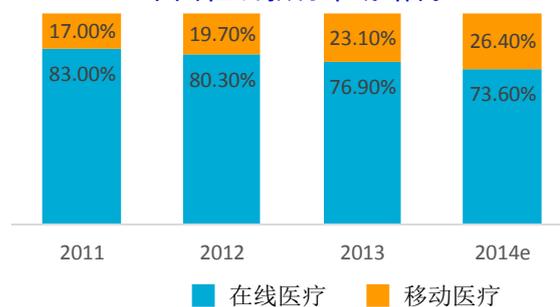
数据来源:艾瑞咨询

2014年，我国网络教育市场仍是各方资本争相角逐的热点领域，投融资十分活跃。据《2013-2017年中国网络教育行业市场前瞻与投资预测分析报告》显示，网络教育投融资主要涉及到了外语教育、K12教育、早期教育、IT教育、出国留学、职业教育、平台类等七类。合计投融资金额超过44亿元。

在线教育融资情况一览

2014年国内在线教育融资数据统计表(截止到2014年11月)					
教育机构	投资机构	投资额度	投资轮次	投资时间	投资方向
宝宝树	好未来	1.5亿美元	C轮融资	2014年2月	早期教育
开课吧(慧科教育)	复星昆仲资本	2000万美元	A轮融资	2014年2月	IT教育
TutorGroup	阿里巴巴集团、新加坡投资公司淡马锡、启明创投	1亿美元	B轮融资	2014年2月	外语教育
一起作业网	老虎基金、DST	2000万美元	C轮融资	2014年2月	K12教育
北风网	祥峰投资	数百万美元	A轮融资	2014年2月	职业教育
100教育	雷军	10亿元	创办	2014年2月	外语教育
正保远程教育	未知	1.2亿美元	增发	2014年2月	职业教育
学霸君	祥峰投资	500万美元	A轮融资	2014年2月	K12教育
学尔森集团	中信资本	超亿元	A轮融资	2014年3月	职业教育
真朴教育	银泰资本	千万美金	A轮融资	2014年3月	K12教育
乐易考	立思辰	2000万人民币	购买股权及增资	2014年3月	职业教育

中国在线教育市场结构



数据来源:易观智库

互联网医疗迅速发展

动脉网互联网医疗研究院发布的投融资统计数据显示，2014年全国互联网医疗行业融资事件103起，融资额达141790.09万美元。

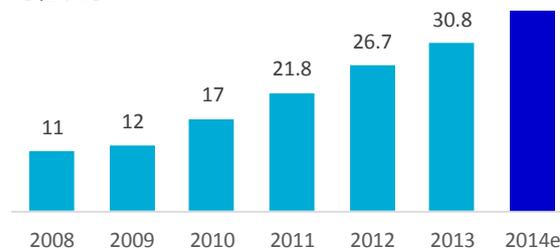
我国互联网医疗市场规模及结构仍处于迅速发展时期。随着智能手机的普及、移动互联网的发展，移动电子商务已初具雏形。我国现阶段移动医疗App已达2000多款。

网络招聘

移动招聘、社交招聘以及垂直招聘网站等创新业务模式基于整体网络招聘市场的强力增量支撑，加上互联网渗透率的进一步提升，基层求职市场将迎来爆发，网络招聘市场未来几年依然看好。据统计，2014中国网络招聘市场营收规模达到36.9亿元。

中国网络招聘市场营收规模

[亿元]



数据来源:艾瑞咨询

中国互联网 100 强 (2014)

1 ~ 20

1	腾讯控股有限公司	11	唯品会控股有限公司
2	阿里巴巴集团控股有限公司	12	盛大游戏有限公司
3	百度股份有限公司	13	乐居控股有限公司
4	京东有限公司	14	世纪互联集团
5	搜狐网络有限责任公司	15	携程国际有限公司
6	奇虎360科技有限公司	16	北京昆仑万维科技股份有限公司
7	小米科技有限责任公司	17	途牛公司
8	网易公司 (不含有道)	18	网宿科技股份有限公司
9	苏宁云商集团股份有限公司	19	搜房控股有限公司
10	新浪公司	20	号百控股股份有限公司

21 ~ 50

21	云游控股有限公司	36	上海心动企业发展有限公司
22	网秦移动有限公司	37	触控科技控股有限公司
23	金山软件有限公司	38	上海三七玩网络科技有限公司
24	中国当当电子商务有限公司	39	网龙网络有限公司
25	蓝汛国际控股有限公司	40	汽车之家有限公司
26	二六三网络通信股份有限公司	41	博雅互动国际有限公司
27	广州多益网络科技有限公司	42	杭州电魂网络科技股份有限公司
28	联动优势科技有限公司	43	四三九九网络股份有限公司
29	乐视网信息技术(北京)股份有限公司	44	上海起凡数字技术有限公司
30	完美世界有限责任公司	45	巨人网络集团有限公司
31	聚美国际控股公司	46	拓维信息系统股份有限公司
32	优酷土豆股份有限公司	47	焦点科技股份有限公司
33	凤凰新媒体有限公司	48	欢聚时代科技有限公司
34	北京千橡网景科技发展有限公司	49	福州天盟数码有限公司
35	迅雷公司	50	前程无忧公司

中国互联网 100 强（2014）

51 ~ 100

51	易车控股有限公司	76	深圳走秀网络科技有限公司
52	上海大智慧股份有限公司	77	上海二三四五网络科技股份有限公司
53	人民网股份有限公司	78	北京北纬通信科技股份有限公司
54	同程网络科技股份有限公司	79	北京三快科技有限公司
55	新华网股份有限公司	80	北京世纪卓越信息技术有限公司
56	央视国际网络有限公司	81	智联招聘有限公司
57	北京漫游谷信息技术有限公司	82	山景科创网络技术（北京）有限公司
58	第一视频集团有限公司	83	上海邮通科技有限公司
59	赛尔网络有限公司	84	拉卡拉支付有限公司
60	天鸽互动控股有限公司	85	中国金融在线有限公司
61	正保远程教育控股有限公司	86	杭州顺网科技股份有限公司
62	天极传媒集团	87	上海绿岸网络科技股份有限公司
63	广州摩拉网络科技有限公司	88	北京掌趣科技股份有限公司
64	上海恺英网络科技有限公司	89	苏州蜗牛数字科技股份有限公司
65	斯凯网络科技有限公司	90	北京暴风科技股份有限公司
66	游族网络股份有限公司	91	江苏三六五网络股份有限公司
67	艺龙有限公司	92	上海东方网股份有限公司
68	金华比奇网络技术有限公司	93	汇付天下有限公司
69	慧聪网有限公司	94	广州市动景计算机科技有限公司
70	空中网公司	95	广州酷狗计算机科技有限公司
71	凡客诚品（北京）科技有限公司	96	深圳市珍爱网信息技术有限公司
72	河南锐之旗信息技术有限公司	97	北京百合在线科技有限公司
73	百奥家庭互动有限公司	98	厦门三五互联科技股份有限公司
74	趣游科技集团有限公司	99	苏州八爪鱼在线旅游发展有限公司
75	上海易娱网络科技有限公司	100	深圳市中青宝互动网络股份有限公司

（依据 2013 年企业数据整理）

鸣 谢

《中国互联网发展报告》的编撰工作得到以下单位的指导与支持，在此表示诚挚的谢意。

工业和信息化部政策法规司

工业和信息化部信息通信发展司

工业和信息化部信息通信管理局

工业和信息化部网络安全管理局

国家计算机网络应急技术处理协调中心

工业和信息化部信息中心

中国互联网络信息中心（CNNIC）

中国信息通信研究院

工业和信息化部电信规划研究院

中国电子信息产业发展研究院

艾瑞咨询集团

易观国际

互联网实验室



用户 网络 市场 权威 数据
企业 行业 产业 洞察 趋势

中国互联网协会 研究部
010-66418007

关于《中国互联网发展报告》

《中国互联网发展报告》客观、忠实记录了一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 and 重点领域的发展状况进行了总结、分析和研究，既有宏观分析和综述，也有专项研究。整个《报告》内容丰富、重点突出、数据详实、图文并茂，对政府部门、互联网相关企业和单位以及相关领域的专家学者掌握互联网行业发展与前沿趋势有重要的参考意义。

中国互联网协会简介

中国互联网协会成立于2001年5月25日，由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等70多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织。中国互联网协会现任理事长为中国工程院原副院长邬贺铨院士。

联系方式

官方网站：www.isc.org.cn

官方微博：<http://e.weibo.com/u/3185355425>

入会洽谈：010-66036703/66030171

发展报告：010-66418007

