

11.23亿网民如何共享
数字发展成果?

——透视第56次《中国互联网络发展状况统计报告》

近日,中国互联网络信息中心在京发布第56次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示,截至2025年6月,我国网民规模达11.23亿人,互联网普及率达79.7%,5G基站总数达455万个;新型信息基础设施加速布局,数字经济规模持续扩大,互联网普惠深入推进,越来越多群体共享数字发展成果……

数据的背后折射出哪些新趋势,数字如何点亮美好生活?

共享数字发展成果

报告显示,2025年上半年,基础资源保有量保持稳定,信息基础设施持续夯实,移动互联网接入流量不断增长,赋能信息通信业高质量发展再上新台阶。

截至今年6月,我国域名总数为3262万个,其中,国家顶级域名“.CN”数量为2085万个;IPv6地址数量为68567块/32;5G基站总数达455万个,移动物联网加快从“万物互联”向“万物智联”发展。

“我国互联网基础资源持续丰富,不仅夯实了数字经济的发展基础,支撑起各行各业的数字化转型,更推动了城乡互联网普及率差距进一步缩小。”中国互联网络信息中心主任、党委书记刘郁林说,截至今年6月,农村网民规模达3.22亿人,互联网普及率达69.2%,农村地区能够与城市同步享受数字时代发展红利。

银发群体也深度共享数字发展成果。统计显示,截至今年6月,60岁及以上银发网民规模达1.61亿人,互联网普及率达52.0%。

从聊天搭子到办公助手、从智慧就诊到智能伴游……如今,人工智能正深度融入人们的日常生活。

报告显示,2025年上半年,生成式人工智能产品实现了从技术到应用的全方位进步,产品数量迅猛增长,应用场景持续扩大。

从用户方面看,截至6月,用户使用生成式人工智能产品回答问题的比例最高,达80.9%。

从产业方面看,2024年我国人工智能产业规模突破7000亿元,连续多年保持20%以上的增长率。国产人工智能产品与办公协同、教育普惠、工业设计、内容创作等场景深度融合,构建了覆盖多个领域的智能应用生态。

“随着我国人工智能领域的持续发展创新,一批优质的国产人工智能产品加速出海,我国在人工智能领域影响力显著提升。”中国互联网络信息中心副主任张晓举例道,DeepSeek上线不足20天,全球日活跃用户突破3000万,成为全球用户增速最快的生成式人工智能应用。此外,我国已成为全球人工智能专利最大拥有国,占比达60%。

数字文娱出海又出彩

网络文学作品《诡秘之主》(庆余年)等人藏大英图书馆、国产3A游戏《黑神话:悟空》火爆全球、多部中国网剧获得海外受众喜爱……技术赋能之下,中国网络文学、网络游戏、网络影视剧等文化“新三样”正加速出海步伐。

报告认为,2025年上半年,我国数字文娱领域发展“内外兼修”,持续向全球输出优秀文化价值,并不断拓展与线下的融合,为国内文旅市场增加新动力。

来看具体数据:2024年,网络文学出海市场规模超50亿元,海外用户规模超3.5亿,网络文学成为中华文化“走出去”的创新载体;网络剧与旅游深度融合,短视频平台等整合资源构建线上线下消费闭环,网络视频对线下文化赋能效应逐渐显现;今年上半年,25款游戏海外吸金116亿元,5款手游月入破亿,网络游戏出海迎来新的发展机遇。

新华社记者 王思北

图说双创



培育智能工厂 促进制造业数字化转型

图为联想天津零碳智造工厂笔记生产线。

近年来,天津坚持数字化智能化赋能,通过梯度培育智能工厂,加快推进数字经济与实体经济深度融合。截至目前,天津市累计培育智能工厂和

数字化车间400个,其中9家入选国家首批卓越级智能工厂。今年,天津市还将新培育不少于100家先进级以上智能工厂,持续推动制造业数字化转型。

新华社记者 赵子硕 摄



国博凤冠冰箱贴上市一周年 累计销量突破200万件

7月19日,观众在北京中国国家博物馆排队购买凤冠冰箱贴。

当日,由中国国家博物馆文创品牌“国博衍艺”推出的木质凤冠冰箱贴迎来上市一周年。国博凤冠冰箱贴的累

计销量突破200万件。为持续深化凤冠IP价值,中国国家博物馆还推出了一系列凤冠文创新品,进一步拓展了更多使用场景,满足多元的文化消费需求。

新华社记者 金良快 摄



图为匹克球和球拍。图片来自人民网

小球转动大市场

——一家冰雪装备企业的跨界破局观察

注塑机有节奏地律动,带着余温的塑料半球被顶出,犹如珍珠般滚落,自动化的粘和臂迅速而精准地将两个半球合二为一……盛夏时节,走进位于宁波余姚的雪鹰运动装备科技公司智能生产车间,一颗颗匹克球正在全自动生产线上传送,一支支匹克球拍正在注胶成型,准备销往世界各地。

从代工滑雪手套,到创立自主冰雪装备品牌,这家拥有国家高新技术企业、浙江制造“品字标”等九项资质的制造企业,在冰雪装备出口市场收缩的情况下,借新近兴起的匹克球实现“惊险一跃”,打开了一片新蓝海。

核心阅读

一颗匹克球,撞开出口困境

从2002年代工滑雪手套起步,到2016年创立自主品牌,推出滑雪靴加热烘干背包与消毒灭菌多功能背包受到市场追捧,这家集研发、设计、制造、销售和服务于一体的外贸企业开始在海外站稳脚跟。然而好景不长,受国际形势不稳定及关税战影响,企业刚打开的出口市场便受到冲击。

2023年,在美国盐湖城举行

的一次体育用品展销会上,企业负责人袁永康第一次接触到匹克球。“这个结合网球战术、羽毛球步伐、乒乓球旋转的新兴运动,北美年增速35%,场地成本仅为羽毛球的1/3,你们能做装备吗?”现场有采购商拉住他问。

彼时匹克球对袁永康来说,是一个完全陌生的领域,在了解匹克球的特点后,他敏锐意识到其中的

商机,“匹克球运动对场地要求简单、器材成本较低,适合各个年龄段的人群参与,具有广泛的市场前景和较强的社交属性”。

回国后,他便立刻着手匹克球装备生产和研发。在雪鹰运动陈列室,摆放着不同种类的球和球拍。袁永康拿起两个不同的匹克球展示,一种孔洞较多且孔洞直径较小的,利于稳风,适用于室外环

境;另一种孔洞较少且孔洞直径较大的,适用于室内。每一种球又有不同的材质和颜色,分别适用于日常娱乐或专业比赛。

“面对企业客户只需要考虑产品质量和价格问题,但面对消费者用户的时候,我们需要将服务更加精细化,将产品更加多元化,更是需要不断了解市场走向来制定新的公司布局规划。”袁永康说。

一颗匹克球,搅动全民运动潮

目前,袁永康的企业拥有儿童拍、玻璃纤维、冷压碳纤维、热压碳纤维以及国际最新采用的发泡工艺匹克球拍等多种产品,匹克球的日均产值可达数万颗,球拍数千支。

袁永康坚信,匹克球对场地要求低,具有上手快等特点,市场前景十分广阔。于是,他成立匹克球俱乐部大力组织匹克球公益推广

活动,通过匹克球易上手的特点不断组织周赛、月赛、季度赛等,让更多的群众了解匹克球,加入匹克球,爱上匹克球。

2024年初秋,宁波老外滩的滨江步道上,百组匹克球家庭挥动着霓虹夜光球拍,这场由雪鹰运动装备掀起的全民运动热潮,正以日均落地5个社区的节奏席卷长三角。

与此同时,袁永康也同步启动

雪鹰“四进风暴”:在鄞州万达架设智能球场,在余姚四中开设体育课,在机关食堂布置折叠球网,更发起“寻找消失的边角地”改造计划。如今,企业与宁波大学开发的AI教学系统已进入32所“特色学校”课程表。

这种创新模式也获得政府强力加持。2024年,宁波市体育局授予其“匹克球推广基地”称号,更

将企业标准上升为市级团体标准。

“从装备产品生产制造到产品品牌推广,在宁波市体育局的支持下,我们不断参加各类节目和比赛,组建自己的俱乐部推广匹克球。”袁永康说,企业成功实现了产业链上下游一体化发展。

如今,雪鹰生产的匹克球装备年营收近亿元,成为继滑雪包外,企业的另一款明星产品。

政企“双打”,小球转动大市场

匹克球,这项起源于美国并融合了网球、羽毛球、乒乓球等运动精髓的新兴运动,近年来在全球范围内受到广泛欢迎。在国内,不少地方政府也看到了这项运动的潜力。

几乎是在袁永康从冰雪装备制造扩展至匹克球生产的同时,宁波市体育局也看到了匹克球成为全民健身新兴项目的可能。

2024年3月,宁波市体育局印发《关于促进匹克球运动发展的实施方案》,明确提出了“政府引导、社会参与、市场运作、融合发展”的指导思想。该方案以场地建

设为基石、赛事活动为抓手、群众普及为核心、产业融合为驱动,将高新区和余姚市、北仑区列为匹克球推广示范区,在全市范围普及匹克球运动。

宁波市体育局副局长曹敏杰介绍,在与市教育局加强交流后,宁波不少学校也将匹克球列入学校年度计划,在校园里推广匹克球运动。“前不久我去了余姚新建小学,校园内已经有室内室外9片场地,24个班级的学生都在开展匹克球运动,61名老师成为匹克球运动的爱好者。”曹敏杰表示。

与此同时,宁波市还鼓励社会力量发展匹克球产业。除雪鹰外,海伯、万博鱼等宁波本土企业也积极推动匹克球产业化发展,引进储备专业人才,组建匹克球俱乐

部,为专业运动员培养、参赛提供有力支撑。

“雪鹰的破局印证,中国制造的星辰大海不在价格战红海,而在创造需求的蓝海。”浙江师范大学体育与健康科学学院院长李启迪表示,匹克球运动的兴起,不仅是新兴体育项目的普及,更折射出中国制造从“代工思维”向“品牌思维”的跃迁。

未来,中国体育制造需要更多这样的创新实践,以差异化、品质化和服务化赢得市场,方能推动体育制造业高质量发展。

新华社记者 夏亮