

中国互联网络发展状况统计报告

(2012 年 1 月)



中国互联网络信息中心

前言

为全面了解和掌握中国互联网行业发展状况，1997年，经国家主管部门研究决定，由中国互联网络信息中心（CNNIC）牵头组织有关互联网络单位共同开展互联网行业发展状况调查，中国互联网络信息中心同年11月发布了第一次《中国互联网络发展状况统计报告》。从1998年起，为了使调查工作正规化、制度化，中国互联网络信息中心于每年1月和7月定期发布《中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》对我国网民规模、结构特征、网络应用和互联网安全环境进行了连续的调查研究，严谨客观地反映了我国互联网行业发展现状，为政府部门、企业等掌握互联网络发展动态和制定决策提供了重要依据，受到各个方面的重视，被国内外广泛引用。

截至目前，中国互联网络信息中心连续发布了28次全国互联网发展状况统计报告，本报告是根据第29次全国互联网发展状况调查撰写，延续了以往《报告》内容和风格的基础。

本年度《报告》的数据采集工作得到了政府、企业以及社会各界的大力支持。在工业和信息化部等国家主管部门指导下，各项调查工作得以顺利进行；在各互联网单位、调查支持网站以及媒体等的密切下配合，基础资源数据采集及时完成。

其中，**网易有道信息技术（北京）有限公司、腾讯搜索技术研发中心**对网页数据获取方面提供了帮助；

北京东方网景信息科技有限公司、北京万网志成科技有限公司（中国万网）、北京信诺立兴业网络通信技术有限公司、北京新网互联科技有限公司、北京新网数码信息技术有限公司、中企动力科技股份有限公司、广东时代互联科技有限公司（原珠海市时代互联信息技术有限公司）、厦门中资源网络服务有限公司、厦门东南融通在线科技有限公司（原厦门华商盛世网络有限公司）、厦门三五互联科技股份有限公司（原厦门三五互联科技有限公司）、北京博睿宏远科技发展有限公司、北京蓝汛通信技术有限责任公司在域名和网站数据提供方面给予了配合。

在此，谨对他们表示最衷心的感谢！同时也对接受第29次互联网发展状况统计调查的网民朋友表示最诚挚的谢意！

中国互联网络信息中心

2012年1月

目 录

前 言.....	1
报告摘要	4
第一章 调查介绍	6
一、调查方法.....	6
二、报告术语界定.....	10
第二章 网民规模与结构特征	12
一、网民规模.....	12
(一) 总体网民规模.....	12
(二) 家庭宽带网民规模.....	14
(三) 手机网民规模.....	14
(四) 分省网民规模.....	15
二、接入方式.....	17
(一) 上网设备.....	17
(二) 上网地点.....	17
(三) 上网时长.....	18
三、网民属性.....	18
(一) 性别结构.....	18
(二) 年龄结构.....	19
(三) 学历结构.....	19
(四) 职业结构.....	20
(五) 收入结构.....	21
(六) 城乡结构.....	21
第三章 互联网基础资源	23
一、基础资源概述.....	23
二、IP 地址	23
三、域名.....	24
四、网站.....	25
五、网页.....	25
六、网络国际出口带宽.....	26
第四章 网民互联网应用状况	28
一、整体互联网应用状况.....	28



(一) 信息获取.....	29
(二) 商务交易.....	31
(三) 交流沟通.....	34
(四) 网络娱乐.....	37
第五章 手机网民结构及应用情况	40
一、手机网民结构特征.....	40
(一) 性别结构.....	40
(二) 年龄结构.....	40
(三) 学历结构.....	41
(四) 收入结构.....	41
(五) 城乡结构.....	42
二、手机网民应用状况.....	43
专题：网络购物的增长空间和制约因素	46
附录 1 互联网基础资源附表	50
附录 2 调查支持单位	66

报告摘要

一、基础数据

- ◇ 截至 2011 年 12 月底，中国网民规模突破 5 亿，达到 5.13 亿，全年新增网民 5580 万。互联网普及率较上年底提升 4 个百分点，达到 38.3%。
- ◇ 中国手机网民规模达到 3.56 亿，占整体网民比例为 69.3%，较上年底增长 5285 万人。
- ◇ 家庭电脑上网宽带网民规模为 3.92 亿，占家庭电脑上网网民比例为 98.9%。
- ◇ 农村网民规模为 1.36 亿，比 2010 年增加 1113 万，占整体网民比例为 26.5%。
- ◇ 网民中 30-39 岁人群占比明显提升，较 2010 年底上升了 2.3 个百分点，达到 25.7%。
- ◇ 网民中初中学历人群占比继续保持增长，由 32.8% 上升至 35.7%。
- ◇ 使用台式电脑上网的网民比例为 73.4%，比 2010 年底降低 5 个百分点；手机则上升至 69.3%，其使用率正不断逼近传统台式电脑。
- ◇ 2011 年，网民平均每周上网时长为 18.7 个小时，较 2010 年同期增加 0.4 小时。
- ◇ 截至 2011 年 12 月底，中国域名总数为 775 万个，其中 .CN 域名总数为 353 万个。中国网站总数为 230 万个。

二、趋势与特点

网民规模增长进入平台期

2011 年网民全年增长 5580 万，普及率提升四个百分点，相比 2007 年以来平均每年 6 个百分点的提升，增长速度有所回落。过去五年内助推网民规模快速增长的几类人群中，互联网普及率即将触顶，而其他年龄段和教育水平的人群对互联网的接受速度很难达到年轻和高学历群体的水平，致使整体网民规模增长进入平台期。

我国.CN 域名数和网站数变化出现转折点

截至 2011 年 12 月底，.CN 域名总数达到 353 万个，较 2011 年 6 月上漲 0.7%，中国网站总数经历一年多的下降之后，目前也稳步回升至 230 万个。我国.CN 域名数和网站数均结束了跌势，开始稳步回升。

网络新闻使用率快速下降

近年来网络新闻使用率持续下降，2011 年尤为明显。2011 年网络新闻用户规模增速仅为 3.9%，使用人数为 3.67 亿，使用率从上一年度的 77.2% 下降至 71.5%。

电子商务类应用继续稳步发展

包括网络购物、网上支付、网上银行、旅行预订在内的电子商务类应用在 2011 年继续保持稳步发展态势，其中网络购物用户规模达到 1.94 亿人，较上年底增长 20.8%，网上支付用户和网上银行全年用户也增长了 21.6% 和 19.2%，目前用户规模分别为 1.67 亿和 1.66 亿。

网民的互联网沟通交流方式发生明显变化

一方面，微博快速崛起，目前有将近半数网民在使用，比例达到 48.7%。另一方面，传统的沟通交流类应用则出现大幅下滑：电子邮件使用率从 2010 年的 54.6% 降至 47.9%，论坛/BBS 则由 32.4% 降至 28.2%，博客/个人空间从 64.4% 降至 62.1%。

网络视频用户增幅明显

网络视频行业的发展势头相对良好，用户规模较上一年增加 14.6%，达到 3.25 亿人，使用率提升至 63.4%，是中国网民继即时通信、搜索、音乐、新闻之后的第五大应用。

第一章 调查介绍

一、调查方法

(一) 网民个人调查

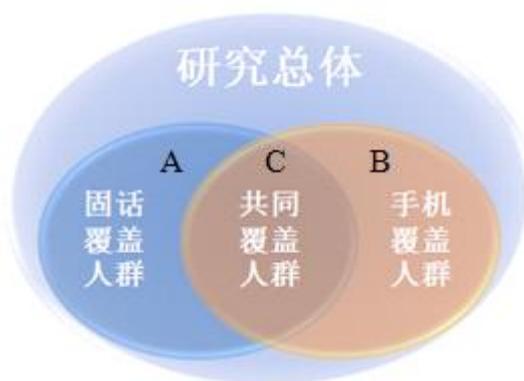
3.1 调查总体

中国有住宅固定电话（家庭电话、小灵通、宿舍电话）或者手机的 6 岁及以上常住居民。

3.1.1 样本规模

用户调查总体样本 60,000 个，其中，住宅固定电话用户、手机用户各 30,000 个，样本覆盖中国大陆 31 个省、自治区、直辖市。

3.1.2 调查总体细分



调查总体划分如下：

子总体 A：住宅固话覆盖人群【包括：住宅固定电话覆盖的居民+小灵通用户+学生宿舍电话覆盖用户+其他宿舍电话覆盖用户】；

子总体 B：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】， $C=A \cap B$ 。

3.2 抽样方式

CNNIC 只针对子总体 A、B、C 进行调查。为更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 和 C。采用的第二个抽样框是移动电话名单，调查子总体 B 和 C。

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，将全国按省和直辖市分为 31 层，各层独立抽取样本。将样本根据网民数的开平方根比例分配到 31 个省市。

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，也将全国按省和直辖市分为 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住宅电话号码被抽中的机会近似相同，即使住宅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，在各地市州内住宅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，仍旧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。

3.3 调查内容

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21950

