

中国互联网络发展状况统计报告

(2011 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26次全国互联网发展状况统计报告，本报告是根据第27次全国互联网发展状况调查撰写。在延续以往《报告》内容和风格的基础上，第27次报告加入了对中小企业互联网应用的调查，如中小企业的互联网接入比例、互联网应用水平及应用意向等，反映互联网对中国中小企业发展的影响。

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；

康普科纬软件服务（上海）有限公司、北京博睿宏远发展科技有限公司、深圳市迅雷网络技术有限公司（迅雷）协助我们完成了各省互联网下载速度的测试工作；

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）在域名和网站数据提供方面给予了配合。

在此，谨对他们表示衷心的感谢！同时也对接受第27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

2011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.....	9
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) 宽带网民规模.....	13
(三) 手机网民规模.....	14
(四) 分省网民规模.....	15
二、接入方式.....	16
(一) 上网设备.....	16
(二) 上网地点.....	17
(三) 上网时间.....	17
三、网民属性.....	18
(一) 性别结构.....	18
(二) 年龄结构.....	18
(三) 学历结构.....	19
(四) 职业结构.....	19
(五) 收入结构.....	20
(六) 城乡结构.....	21
第三章 互联网基础资源	22
一、基础资源概述.....	22
二、IP 地址	22
三、域名.....	23
四、网站.....	24
五、网页.....	25
六、网络国际出口带宽.....	26
七、网络速度.....	26
八、互联网基础资源指数.....	28
第四章 个人互联网应用状况	31



一、整体互联网应用状况	31
(一) 信息获取	32
(二) 商务交易	34
(三) 交流沟通	36
(四) 网络娱乐	38
二、手机网络应用状况	40
三、个人互联网应用指数	42
第五章 中小企业互联网应用状况	45
一、中小企业互联网应用基础	45
(一) 中小企业接入互联网情况	45
(二) 中小企业建立网站及网店情况	46
二、中小企业互联网应用情况	46
(一) 中小企业互联网应用概况	46
(二) 中小企业网站情况	47
(三) 电子商务/网络营销应用	48
(四) 互联网客户服务应用	49
(五) 中小企业未来互联网应用倾向	50
三、中小企业互联网应用相关支撑情况	52
(一) 互联网相关人员及管理	52
(二) 互联网知识培训情况	53
第六章 互联网安全环境	55
一、个人互联网使用安全状况	55
二、中小企业互联网安全防护状况	56
附录 1 澳门互联网使用现状统计报告	58
附录 2 互联网基础资源附表	108
附录 3 调查支持单位	123

报告摘要

- ◇ 截至 2010 年 12 月，中国网民规模达到 4.57 亿，较 2009 年底增加 7330 万人；互联网普及率攀升至 34.3%，较 2009 年提高 5.4 个百分点。
- ◇ 宽带网民规模为 4.5 亿，宽带普及率达到 98.3%。
- ◇ 我国手机网民规模达 3.03 亿，较 2009 年底增加了 6930 万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高，从 2009 年末的 60.8% 提升至 66.2%。
- ◇ 农村网民规模达到 1.25 亿，占整体网民的 27.3%，同比增长 16.9%。
- ◇ 30 岁以上各年龄段网民占比继续上升，从 2009 年底的 38.6% 攀升至 41.8%。初中学历网民增加明显，占比从 26.8% 提升到 32.8%；高中学历的网民占比首次下降，从 40.2% 下降到 35.7%，降低了 4.5 个百分点。
- ◇ 网民在家上网的比例仍显著高于其他地点，有 89.2% 的网民在家上网。在网吧、单位和学校上网的网民分别有 35.7%、33.7% 和 23.2%，还有 16.1% 的网民在公共场所上网。
- ◇ 网民的上网工具更加多元，各类上网设备使用率普遍上升。使用台式电脑上网的网民有 78.4%，仍然居于首位。使用手机和笔记本电脑上网的网民分别为 66.2% 和 45.7%。
- ◇ 我国网民平均每周上网时长为 18.3 个小时。
- ◇ 截至 2010 年 12 月，我国 IPv4 地址数量达到 2.78 亿，预计 2011 年 2 月 IPv4 地址将最终分发完毕，IPv4 向 IPv6 的全面转换更加紧迫。
- ◇ 2010 年，我国域名总数下降为 866 万，其中 .CN 域名 435 万。网站数量下降到 191 万个，.CN 下网站为 113 万个，占网站整体的 59.5%。
- ◇ 虽然我国宽带普及率已经高达 98.3%，但是全国平均网络连接速度仅为 100.9 KB/s。各省中河南、湖南和河北的连接速度排名前三，分别为 131.2 KB/s，128.2 KB/s 和 124.5 KB/s。
- ◇ 搜索引擎使用率达到 81.9%，用户规模 3.75 亿，成为网民第一大应用。在互联网信息迅速膨胀的今天，传统门户网站地位有所下降，而搜索作为互联网发展的引擎，越来越显现出其“新门户”的特点。
- ◇ 商务类应用用户规模继续领涨。网络购物用户规模年增幅 48.6%，是增幅最快的应用。网上支付、网上银行的使用率迅速提升，更多的经济活动已步入了互联网时代。
- ◇ 娱乐类应用使用率普遍下降。网络音乐、网络游戏和网络视频的用户渗透率分别下降 4.2，2.4，0.5 个百分点，网络娱乐在实现用户量的扩张之后进入相对平稳的发展期。
- ◇ 微博客和团购的用户数已初具规模，我国微博客用户规模达到 6311 万，在网民中占 13.8%；团购用户规模达到 1875 万，在网民中占 4.1%。



- ◇ 网民手机网络应用继续发展，手机即时通信使用率仍位居首位，达到 67.7%；手机新闻和手机搜索分别以 59.9% 和 56.6% 的使用率分别排名二、三。
- ◇ 截至 2010 年 12 月，有 94.8% 的中小企业配备了电脑，无电脑的中小企业仅占 5.2%。92.7% 的中国中小企业接入互联网。中小企业曾有建站行为（含网上商铺和独立网站）的比例达到了 43%。
- ◇ 然而，中小企业网站的运营水平偏低，58.8% 的中小企业网站更新频率超过一个月；有分工明确的专职团队负责运营的中小企业网站仅 22.5%。
- ◇ 42.1% 的中小企业曾经利用互联网进行过营销和推广工作；中小企业利用电子邮件进行营销的比例达到了 21.3%，利用电子商务平台推广的比例达到了 19.3%，利用搜索关键字广告进行营销的比例达到了 15.4%。
- ◇ 互联网已经成为了中小企业与客户沟通和为客户提供服务的主要渠道之一，57.2% 的中小企业正在利用互联网与客户沟通及为客户提供咨询服务。
- ◇ 接入互联网的中小企业对于互联网安全防护的总体水平比较高。其中，安装了杀毒软件的中小企业达到 91.7%；加装防火墙的中小企业达到 76.5%；仅 5.4% 中小企业未采取任何安全防范措施。
- ◇ 接入互联网的中小企业中，互联网知识培训的比例偏低。仅 22.3% 的接入互联网的中小企业过去一年中进行过互联网相关知识培训。
- ◇ 2010 年，我国的基础网络安全问题有了明显的改善。2010 年，遇到过病毒或木马攻击的网民比例为 45.8%，较 2009 年下降了 10.8 个百分点；有过账号或密码被盗经历的网民占 21.8%，较 2009 年降低 9.7 个百分点。

第一章 调查介绍

一、调查方法

(一) 网民个人调查

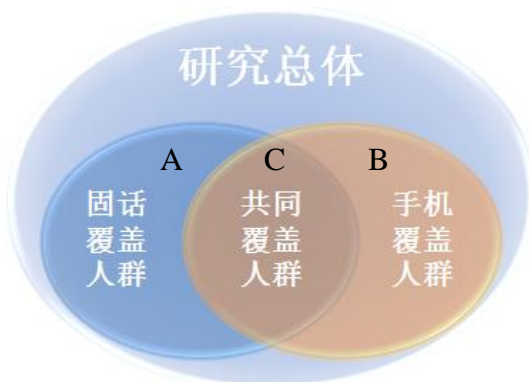
3.1 调查总体

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 调查内容

用户调查侧重于了解中国网民数量与结构特征、上网条件、网络应用、网民对互联网使用的态度和非网民状况。调查内容包括被访者是否上网,被访者背景信息,网民的上网行为、

上网深度、上网体验等。

3.3 调查方式

通过计算机辅助电话访问系统（CATI）进行调查。

3.4 调查总体和目标总体的差异

CNNIC 在 2005 年底曾经对电话无法覆盖人群进行过研究，此群体中网民规模很小，随着我国电信业的发展，目前该群体的规模逐步缩减（2005 年底我国的电话用户数为 7.4 亿户，2010 年 11 月总数突破 11 亿户，达到 114862.8 万户）。因此本次调查研究有一个前提假设，即：

针对该项研究，电话无法覆盖人群中的网民在统计中可以忽略不计。

（二）企业调查

3.2 调查总体

电话调查的目标总体是中国大陆（除港、澳、台三地）中小企业（不含个体工商户）。

3.2.1 样本规模

总样本量共 5103 个。

3.2.2 调查随机性和准确性控制办法

- 1) 采取工作日早 9 点至晚 6 点拨打电话的方法。
- 2) 对中小企业库进行分省市、行业随机拨打电话进行访问。完成调查后，要求电话调查公司提供所有电话的拨打明细情况，进行抽查。
- 3) 为避免接通率对随机性的影响，对号码无法接通的情况，采取至少拨打三遍的方式。

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_21968

