

# 中国互联网络发展状况统计报告

(2009 年 7 月)



中国互联网络信息中心

# 目 录

报告摘要 .....	4
第一章 调查介绍 .....	6
一、调查背景 .....	6
二、报告术语界定 .....	6
三、调查方法 .....	7
四、报告创新 .....	9
第二章 网民规模与结构特征 .....	11
一、网民规模 .....	11
(一) 总体网民规模 .....	11
(二) 宽带网民规模 .....	12
(三) 手机上网网民规模 .....	14
二、网民结构特征 .....	15
(一) 性别结构 .....	15
(二) 年龄结构 .....	16
(三) 学历结构 .....	17
(四) 职业结构 .....	18
(五) 收入结构 .....	19
(六) 城乡结构 .....	19
第三章 互联网基础资源 .....	21
一、基础资源概述 .....	21
二、IP 地址 .....	21
三、域名 .....	22
四、网站 .....	23
五、网络国际出口带宽 .....	23
第四章 网络接入 .....	25
一、上网地点 .....	25
二、上网设备 .....	25
三、接入方式 .....	26
四、上网时间 .....	27
第五章 网民网络应用 .....	28
一、主要网络应用使用行为 .....	28
二、热点网络应用调查 .....	32

(一) 网络安全.....	32
(二) 网络涉农信息.....	34
<b>第六章 手机上网行为研究 .....</b>	<b>36</b>
一、手机网民规模与结构特征 .....	36
二、手机上网应用行为 .....	38
三、3G 市场预期与手机上网影响因素分析 .....	39
<b>第七章 网民网络生活形态研究 .....</b>	<b>43</b>
一、总体分析 .....	43
二、中国网民网络信任 .....	44
三、中国网民网络互动 .....	45
四、中国网民网络依赖 .....	47
<b>本次报告的结语 .....</b>	<b>50</b>
<b>附录 1 互联网基础资源附表 .....</b>	<b>51</b>
<b>附录 2 调查支持单位 .....</b>	<b>59</b>

# 报告摘要

- ◇ 截至 2009 年 6 月 30 日，中国网民规模达到 3.38 亿人，普及率达到 25.5%。网民规模较 2008 年底年增长 4000 万人，半年增长率为 13.4%，中国网民规模依然保持快速增长之势。
- ◇ 宽带网民规模达到 3.2 亿人，占网民总体的 94.3%。虽然中国的宽带普及率很高，但是宽带接入速度远远落后于互联网发达国家。
- ◇ 中国手机网民规模为 1.55 亿人，占整体网民的 45.9%，半年内手机网民增长超过 3700 万。目前的手机网民中，28% 的人表示未来半年有使用 3G 手机上网的意愿；目前尚没有使用手机上网的手机用户中，7.25% 的人表示未来半年可能使用 3G 手机上网的意愿。
- ◇ 农村网民规模达到 9565 万人，其中 14.8% 在过去半年内访问过农村、农业类网站。网民中农林牧渔劳动者使用农村、农业类网站的比例为 42.7%。
- ◇ 中国互联网基础资源增速放缓。IP 地址、国际出口带宽、网站数的增长速度明显低于 2008 年，域名数出现小幅下滑，但是域名中开通网站的比例明显提升。
- ◇ 中国网民中有 82.4% 的网民在最常用的电脑中安装了安全软件。尽管如此，中国的网络安全问题仍然不容乐观，半年内有 1.95 亿网民在上网过程中遇到过病毒和木马的攻击，1.1 亿网民遇到过账号或密码被盗的问题。
- ◇ 网民在网络娱乐、信息获取和交流沟通类网络应用上使用率较高，除论坛/BBS 外，这三类网络应用在网民中的使用率均在 50% 以上，网络购物、网上支付等商务交易类网络应用使用率相对较低。
  - 网络娱乐类应用在高速增长后趋于稳定，各细分应用的使用率增长不一。半年内网络游戏新增用户 3000 万人，使用率为 64.2%，提升了 1.4 个百分点。网络音乐应用排名仍保持第一，用户半年内增幅 16.1%，使用率增加了 1.8 个百分点。网络视频用户半年内增长 10%，用户规模继续增长的情况下，普及率降低 1.9 个百分点。
  - 信息获取类网络应用使用率上升。搜索引擎和网络新闻占比分别为 69.4% 和 78.7%，较 2008 年末增加 1.4 和 0.2 个百分点。
  - 交流沟通类网络应用用户规模持续增大，使用率略微下降。电子邮件和即时通信使用率分别为 55.4% 和 72.2%，比 2008 年末分别下降了 1.4 和 3.1 个百分点。博客用户规模已经达到 1.81 亿人，使用率为 53.8%，比 2008 年底下降了 0.5 个百分点。
  - 商务交易类网络应用使用率水平较低，相对滞后。网络购物的用户规模在目前经

济形势下由 7400 万扩大到 8788 万，增加了近 1400 万用户；旅游预订受经济现状影响，用户规模比去年年底略有下降；网上支付半年增加达到 2370 万人，使用率增加 4.8 个百分点。

- ◇ 互联网在促进网民获取信息、拓展人际交往、鼓励社会参与、提供实际生活便利等方面发挥的积极作用较为突出，但是也容易引起网民与现实脱离，可能造成一定的心理健康问题。
  - **社会参与：**网络在促进人们参与社会活动方面发挥着越来越重要的作用，通过网络参与社会活动的网民数量半年内提升了 4.8 个百分点。
  - **人际拓展：**网络时代人们的交往广度被拓宽，人际联系密度加深。近九成的网民认同互联网加强了其与朋友的联系，半年提升了 4.5 个百分点。
  - **网络分享：**78.5% 的网民经常在网上与他人分享知识。网民的互助行为有利于促进知识传播、生产和生活效率提高，营造健康积极的上网环境。
  - **生活助手：**81.6% 的网民对网上办事节省了很多时间表示认同，77.5% 的网民觉得生活离不开互联网，互联网已经深入到人们衣食住行的方方面面。
  - **社会隔离：**互联网给人们带来的心灵交流距离感即社会隔离也逐渐增大。其中，低龄网民因为互联网感受到的社会隔离感更高。
  - **网络成瘾：**大约每 6 个网民里有 1 个具有上网成瘾的倾向。网龄在一年以下的网民对网络成瘾的倾向性最强烈。
  - **信息信任：**84.3% 的网民认为互联网是其最重要的信息渠道。
  - **交易信任：**网民对网络交易的信任程度偏低，仅 29.2% 的网民认可网上交易安全。

# 第一章 调查介绍

## 一、调查背景

中国网民人数与结构特征、互联网基础资源、上网条件和网络应用等方面的信息，对国家和企业掌握互联网络发展动态和制定决策有着十分重要的意义。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）联合当时的四大互联网络单位共同实施这项统计工作，并于同年 11 月发布了第 1 次《中国互联网络发展状况统计报告》。为了使这项工作正规化、制度化，从 1998 年起，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》。统计报告发布后，受到各个方面的重视，被国内外广泛引用。本次为第 24 次调查。

该项工作得到了工业和信息化部等国家主管部门的大力支持，各互联网单位、调查支持网站以及媒体等也对中国互联网络信息中心的调查工作给予了支持和配合，从而保证了调查工作的顺利进行。在此，谨对他们的支持表示衷心地感谢。

## 二、报告术语界定

### ◇ 网民

过去半年内使用过互联网的 6 周岁及以上中国公民。

### ◇ 宽带网民

指过去半年使用过宽带接入互联网的网民。宽带接入方式包括：xDSL、CABLE MODEM、光纤接入、电力线上网、以太网等方式。

### ◇ 手机网民

指过去半年通过手机接入并使用互联网，但不限于仅通过手机接入互联网的网民。

### ◇ 农村网民

指过去半年主要居住在农村的网民。

### ◇ 城镇网民

指过去半年主要居住在城镇的网民。

### ◇ 青少年网民

指年龄在 25 周岁以下的网民<sup>1</sup>。

◇ IP 地址

IP 地址的作用是标识上网计算机、服务器或者网络中的其他设备，是互联网中的基础资源，只有获得 IP 地址（无论以何种形式存在），才能和互联网相连。

◇ 域名

本报告中仅指英文域名，是指由点（.）分割、仅由数字、英文字母和连字符（-）组成的字串，是与 IP 地址相对应的层次结构式互联网地址标识。常见的域名分为两类：一类是国家或地区顶级域名（ccTLD），如以.CN 结尾的域名代表中国；一类是类别顶级域名（gTLD），如以.COM，.NET，.ORG 结尾的域名等。

◇ 网站

是指以域名本身或者“WWW.+域名”为网址的 web 站点，其中包括中国的国家顶级域名.CN 和类别顶级域名（gTLD）下的 web 站点，该域名的注册者位于中国境内。如：对域名 cnnic.cn 来说，它的网站只有一个，其对应的网址为 cnnic.cn 或 www.cnnic.cn，除此以外，whois.cnnic.cn，mail.cnnic.cn……等以该域名为后缀的网址只被视为该网站的不同频道。

◇ 调查范围

除非明确指出，本报告中的数据指中国大陆地区，均不包括香港、澳门和台湾地区在内。

◇ 调查数据截止日期

本次统计调查数据截止日期为 2009 年 6 月 30 日。

## 三、调查方法

### （一）电话调查

#### 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。

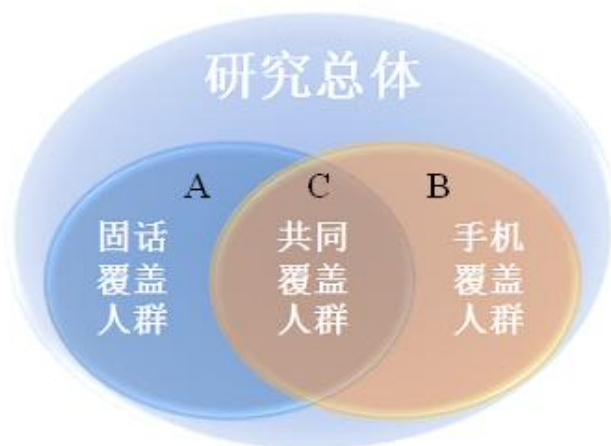
##### 3.1.1 样本规模

调查总体样本 30000 个，其中，住宅固定电话用户、手机用户各 15000 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

---

<sup>1</sup> 1995 年 12 月 14 日联合国大会第 50 届会议通过的《到 2000 年及其后世界青年行动纲领》中，对青年人口规定为 15~24 岁的年龄组，本文将 6~24 岁人群称为青少年群体。



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

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

2009年6月1日至6月30日期间，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

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\\_21981](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21981)

