

中国互联网络发展状况统计报告

(2003 年 1 月)

The logo for the China Internet Network Information Center (CNNIC), consisting of the letters 'CNIC' in a bold, blue, sans-serif font.

中国互联网络信息中心

目 录

第一部分 调查背景	2
第二部分 调查内容	2
第三部分 概念说明	3
第四部分 调查结果	4
一、中国互联网络发展的宏观概况	4
二、网民行为意识调查结果	9
(一) 用户个人信息	9
(二) 用户使用网络情况和上网习惯	12
(三) 用户对一些热点问题的看法	16
第五部分 调查方法	23
一、域名数、网站数调查	23
二、网上联机调查	23
三、网下抽样调查	24
四、关于第十一次中国互联网络发展状况统计调查方案	26
第六部分 调查支持单位	27
第七部分 中国互联网络发展状况分析报告	29
附录一 香港地区互联网络发展状况统计报告	82
附录二 台湾地区互联网络发展状况统计报告	95

中国互联网络发展状况统计报告(2003/1)

中国互联网络信息中心

第一部分 调查背景

我国互联网络上网计算机数、用户人数、用户分布、信息流量分布、域名注册等方面情况的统计信息,对国家和企业动态掌握互联网络在我国的发展情况,提供决策依据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)联合四个互联网络单位来实施这项统计工作。CNNIC于1997年、1998年、1999年、2000年、2001年和2002年分别发布了“中国互联网络发展状况统计报告”。统计报告发表后,受到各个方面的重视,被国内外用户广泛引用,并且不断有用户要求CNNIC提供最新的统计报告。为了使这项工作制度化、正规化,从1998年起CNNIC决定于每年1月和7月发布统计报告。其即时性和权威性已得到业界公认,本次为CNNIC第十一次调查。

值得说明的是,该项工作得到了政府及相关单位的大力支持,信息产业部电信管理局等国家主管部门签发文件,要求各相关单位配合CNNIC的统计调查工作,各互联网单位、调查支持网站以及媒体等也对CNNIC给予了支持与配合,使得中国互联网络发展状况统计调查工作得以顺利进行。

第二部分 调查内容

第十一次中国互联网络发展状况统计调查的主要内容为:

(一) 中国互联网络发展的宏观概况

包括:我国上网计算机数

我国上网用户人数

CN下注册的域名数及其地域分布情况

WWW站点数及其域名、地域分布

我国国际出口带宽总量

（二）中国互联网络用户的相关情况

包括：用户基本特征（如性别、年龄、婚姻状况、文化程度、收入状况等）

用户使用网络情况和上网习惯

用户对一些热点问题的看法

第三部分 概念说明

- 1、**网民**：CNNIC 对网民的定义为：平均每周使用互联网至少 1 小时的中国公民。
 - 2、**网站**：指有独立域名的 web 站点，其中包括 CN 和通用顶级域名（gTLD）下的 web 站点。
此处的独立域名指的是每个域名最多只对应一个网站“WWW.+域名”。如：对域名 cnnic.net.cn 来说，它只有一个网站 www.cnnic.net.cn，并非它有 whois.cnnic.net.cn、dns2.cnnic.net.cn……等多个网站，它们只被视为网站 www.cnnic.net.cn 的不同频道。
 - 3、**上网计算机**：指至少有一人通过该台计算机连入互联网络。
 - 4、除非明确指出，本报告中的数据均不包括香港、澳门、台湾地区在内。
- 说明**：本次调查统计数据截止日期为 2002 年 12 月 31 日。

第四部分 调查结果

一、中国互联网络发展的宏观概况

(一) 我国上网计算机数:

上网计算机 总数	专线上网 计算机数	拨号上网 计算机数	其它方式上网 计算机数
2083万	403万	1480万	200万

(二) 我国上网用户人数:

1、按上网方式划分:

上网用户 总数	专线上网 用户数	拨号上网 用户数	ISDN 上网 用户数	宽带上网 用户数
5910 万	2023万	4080万	432万	660万

注 1: 通过多种方式上网的用户被重复计入各种上网方式中, 故各种方式上网用户数之和大于上网用户总数;

注 2: 专线上网用户指通过以太网方式接入局域网, 然后再通过专线的方式接入互联网的用户;

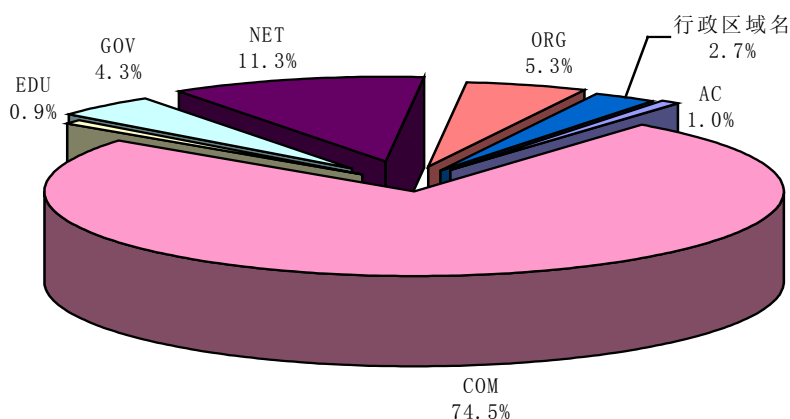
注 3: 宽带上网用户指使用 ADSL、CABLE MODEM 等方式上网的用户。

2、除计算机外同时使用其它设备(移动终端、信息家电)上网的用户人数为 153 万。

(三) CN 下注册的域名数:

	AC	COM	EDU	GOV	NET	ORG	行政区 域名	合计
数量	1728	133796	1629	7796	20234	9587	4774	179544
百分比	1.0%	74.5%	0.9%	4.3%	11.3%	5.3%	2.7%	100%

各类域名所占的比例如下图所示:



CN 域名的地域分布(不含 EDU):

	北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
域名数量	59491	15412	2554	1541	3338	1008	943
百分比	33.44%	8.66%	1.44%	0.87%	1.88%	0.57%	0.53%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
域名数量	4700	1321	1562	8892	6922	1824	3836
百分比	2.64%	0.74%	0.88%	5.00%	3.89%	1.02%	2.16%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
域名数量	872	5931	2457	5473	1468	24666	1358
百分比	0.49%	3.33%	1.38%	3.08%	0.82%	13.86%	0.76%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
域名数量	757	2882	540	1472	211	3588	611
百分比	0.42%	1.62%	0.30%	0.83%	0.12%	2.02%	0.34%
	青海	宁夏	新疆	香港	台湾	国外*	
域名数量	141	440	1328	1806	70	8500	
百分比	0.08%	0.25%	0.75%	1.01%	0.04%	4.78%	

*注：“国外”项是指国外注册服务机构负责注册的CN域名数。

(四) WWW 站点数 (包括.CN、.COM、.NET、.ORG 下的网站): 约 371600 个。

WWW 站点的域名类别分布情况:

	AC.CN	COM (.CN)	EDU .CN	GOV .CN	NET (.CN)	ORG (.CN)	行政区域域名 .CN	合计
	425	291323	略	6148	54156	17831	1717	371600
百分比	0.1%	78.3%		1.7%	14.6%	4.8%	0.5%	100.0%

WWW 站点的地域分布情况:

	北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
	75066	39667	4843	3206	8037	1959	2014
百分比	20.2%	10.7%	1.3%	0.9%	2.2%	0.5%	0.5%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
	12567	2682	3769	29202	31216	4568	13690
百分比	3.4%	0.7%	1.0%	7.9%	8.4%	1.2%	3.7%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
	1971	16740	6216	8567	5697	70192	3082
百分比	0.5%	4.5%	1.7%	2.3%	1.5%	18.9%	0.8%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
	1399	11557	1093	2959	947	3132	1333
百分比	0.4%	3.1%	0.3%	0.8%	0.3%	0.8%	0.4%
	青海	宁夏	新疆	香港*	台湾*	澳门*	
	316	691	1711	1312	177	22	
百分比	0.1%	0.2%	0.5%	0.3%	0.0%	0.0%	

*注: 这三项分别指香港、台湾、澳门在中国大陆开通的 WWW 站点数, 并非这三地所拥有的全部 WWW 站点数。

(五) 我国国际出口带宽的总量为: **9380M**。连接的国家有美国、加拿大、澳大利亚、英国、德国、法国、日本、韩国等。分布情况如下:

- 中国科技网 (CSTNET): **55M**
- 中国公用计算机互联网 (CHINANET): **5147M**
- 中国教育和科研计算机网 (CERNET): **259M**
- 中国联通互联网 (UNINET): **1093M**
- 中国网通公用互联网(CNCNET): **2469M**
- 中国国际经济贸易互联网 (CIETNET): **2M**
- 中国移动互联网 (CMNET): **355M**
- 中国长城互联网 (CGWNET): (建设中)
- 中国卫星集团互联网 (CSNET): (建设中)

(六) 我国大陆 IP 地址总数为: 29002240 个^{1.2}

台湾地区 IP 地址总数为: 7851264 个

香港特区 IP 地址总数为: 3420672 个

澳门特区 IP 地址总数为: 36864 个

负责亚太地区 IP 地址的分配与管理的机构是亚太互联网络信息中心 (简称 APNIC), 它在亚太地区许多国家拥有成员单位。其中 APNIC 分配给我国大陆的成员的 IP 地址情况如表一³:

单位名称	地址数	折合数
中国电信集团公司	10829824	165B+64C
中国互联网络信息中心 (CNNIC) ⁴	6225920	95B
中国教育和科研计算机网	5742592	87B+160C
中国网络通信集团公司 ⁵	4071424	62B+32C
中国移动通信集团公司 ⁶	889856	13B+148C
中国网络通信(控股)有限公司	720896	11B
吉通网络通信股份有限公司 ⁷	270336	4B+32C
中信网络管理有限公司	65536	1B
中国经济信息网	49152	192C
广东盈通网络投资有限公司	16384	64C
上海网宿科技发展有限公司	12288	48C
广州光通通信发展有限公司	8192	32C
北京英纳特网络研究所	8192	32C
中国工程技术信息网	8192	32C
上海英特耐特网络信息技术有限公司	7168	28C
广东鹰联通	4096	16C
上海优特交互网	2048	8C
其它 ⁸	70144	1B+18C
总计	29002240	442B+138C

表一 我国大陆的 APNIC 成员的 IP 地址情况

注1: 此处 IP 地址为 IPv4 类地址;

注2: 数据来源: APNIC (网址: <http://www.apnic.net/>);

注3: 表中所列并非中国大陆在 APNIC 的所有成员;

注4: 表中 CNNIC 的地址是 CNNIC 申请到的 IP 地址数, 但并非归 CNNIC 所有, 而是将之再分配给 CNNIC 的 IP 地址分配联盟成员, 主要单位见表二;

注5: 此处中国网络通信集团公司的 IP 地址数不包括中国网络通信(控股)有限公司和吉通网络通信股份有限公司的 IP 地址数;

注6: 此处中国移动通信集团公司的 IP 地址数未包括表二中由 CNNIC 分配给中国移动通信集团公司的 IP 地址 32768 个, 故中国移动通信集团公司拥有的 IP 地址总数为 922624 个;

注7: 此处吉通网络通信股份有限公司的 IP 地址数未包括表二中由 CNNIC 分配给吉通网络通信股份有限公司的 IP 地址 98304 个, 故吉通网络通信股份有限公司拥有的 IP 地址总数为 368640 个;

注8：表中的“其它”是指注册日期比较早，无法判断其归属单位的IP地址数；

单位名称	地址数	折合数
中国联合通信有限公司	1875968	28B+160C
铁道通信信息有限责任公司	458752	7B
长城宽带网络服务有限公司	393216	6B
上海市有线网络有限公司	155648	2B+96C
北京歌华有线电视网络股份有限公司	147456	2B+64C
首都在线科技发展有限公司	147456	2B+64C
中广有线信息网络有限公司	139264	2B+32C
首创网络有限公司	139264	2B+32C
北京世纪互联数据中心有限公司	122880	1B+224C
吉通网络通信股份有限公司	98304	1B+128C
中企网络通信技术有限公司	98304	1B+128C
中国科技网	90112	1B+96C
金汉王系统工程有限公司	90112	1B+96C
北京市电信通网络技术有限公司	86016	1B+80C
北京畅捷网络通讯有限公司	81920	1B+64C
北京中电飞华通信有限公司	81920	1B+64C
北京博升拓网络技术有限责任公司	73728	1B+32C
中国国际电子商务中心	73728	1B+32C
北京教育网	65536	1B
中广亚广播信息网络有限公司	65536	1B
山东百灵科技信息有限公司	57344	224C
广东国讯互联网信息产业发展有限公司	49152	192C
北京首信网创网络信息服务有限责任公司	40960	160C
中国移动通信集团公司	32768	128C
中华通信系统有限责任公司	28672	112C
北京飞华通信技术有限公司	24576	96C
北京国研信息科技有限公司	24576	96C
上海环球信息网络有限公司	24576	96C
重庆信息港宽带网络有限公司	24576	96C
北京瑞通通信工程有限公司	16384	64C
广东视讯宽带网服务中心	16384	64C
广东金科信息网络中心	16384	64C
广东恒敦技术开发有限公司	16384	64C
上海国通网络数据中心有限责任公司	16384	64C
江苏信息网络中心	16384	64C
深圳市天威数据网络股份有限公司	16384	64C
太原有线电视网络有限公司	16384	64C

其它 ⁹	1302528	19B+224C
总计	6225920	95B

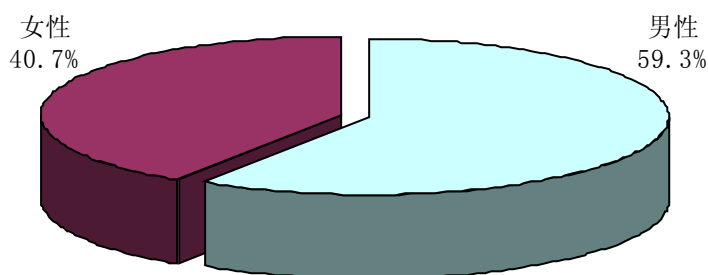
表二 CNNIC 的 IP 地址分配联盟成员的 IP 地址情况

注9：由于CNNIC的IP地址分配联盟成员比较多，无法在此一一列出，仅列出地址数量较多者，此“其它”值即CNNIC未列出的其它联盟成员的IP地址之和。

二、网民行为意识调查结果

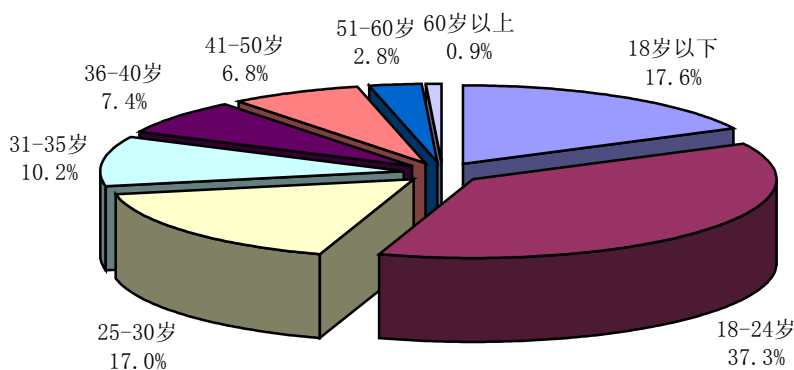
（一）用户个人信息

*1. 用户的性别：男性占 59.3%，女性占 40.7%

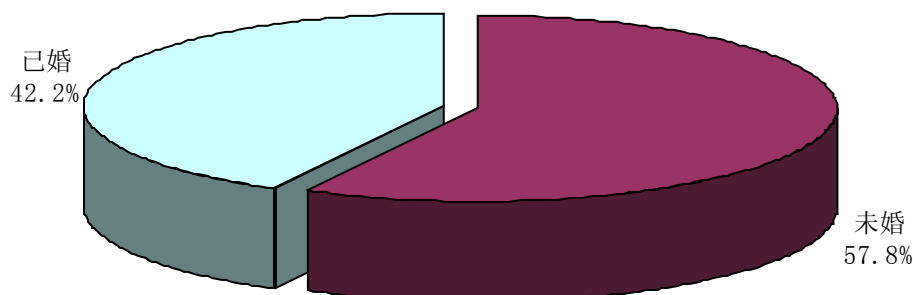


*2. 用户的年龄分布：

18岁以下	18-24岁	25-30岁	31-35岁	36-40岁	41-50岁	51-60岁	60岁以上
17.6%	37.3%	17.0%	10.2%	7.4%	6.8%	2.8%	0.9%



*3. 用户的婚姻状况：未婚占 57.8%，已婚占 42.2%

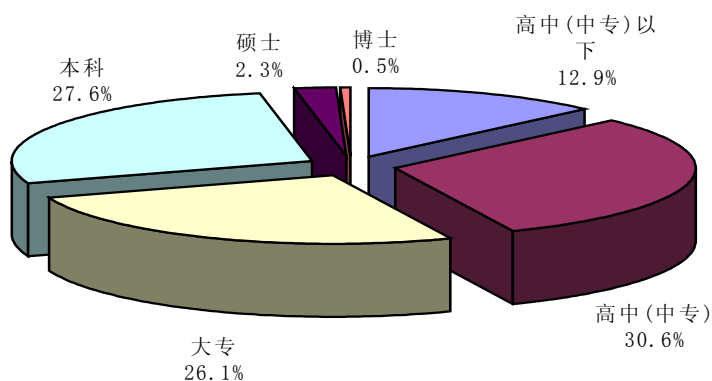


*4. 用户的地域分布：

北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
6.6%	7.1%	2.3%	2.5%	3.7%	1.6%	1.2%
辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
4.8%	2.4%	3.8%	8.1%	5.5%	1.9%	3.8%
江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
2.0%	6.5%	2.8%	5.4%	2.9%	9.5%	2.0%
海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
0.4%	5.2%	0.8%	1.7%	0.1%	2.2%	1.2%
青海	宁夏	新疆				
0.3%	0.3%	1.4%				

*5. 用户的文化程度：

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士	博士
12.9%	30.6%	26.1%	27.6%	2.3%	0.5%



*6. 用户的行业分布（不包括军人、学生和无业人员）：

公共管理和社会组织	交通运输、仓储业	邮政业	IT业
12.5%	4.7%	0.8%	10.3%
批发和零售业	餐饮业	金融业	房地产业
11.8%	1.2%	6.1%	1.6%
居民服务业	旅游、旅馆业	娱乐业	咨询服务业
4.1%	1.0%	1.0%	2.3%
广告业	租赁等其它商务服务业	卫生、社会保障和社会福利业	文化艺术业
1.0%	1.4%	3.0%	1.0%
体育业	新闻、出版、广播、电视、电影和音像业	教育	科学研究
0.2%	1.1%	10.6%	1.0%
专业技术服务业	制造业	建筑业	环境和公共设施管理业
1.9%	11.1%	3.9%	0.4%
农、林、牧、渔业	采矿业	电力、燃气及水的生产和供应业	地质勘查业
1.7%	0.8%	2.9%	0.1%
水利管理业	国际组织	其它	
0.1%	0.2%	0.2%	

*7. 用户的职业分布：

国家机关、党群组织工作人员	企事业单位管理人员	专业技术人员	教师
8.0%	8.9%	15.7%	6.2%
办事员等协助人员	商业、服务业人员	农、林、牧、渔工作人员	生产、运输设备操作人员及有关人员
10.3%	10.3%	1.0%	6.2%
军人	学生	无业	其它
0.9%	28.0%	4.0%	0.5%

*8. 用户的个人月收入：

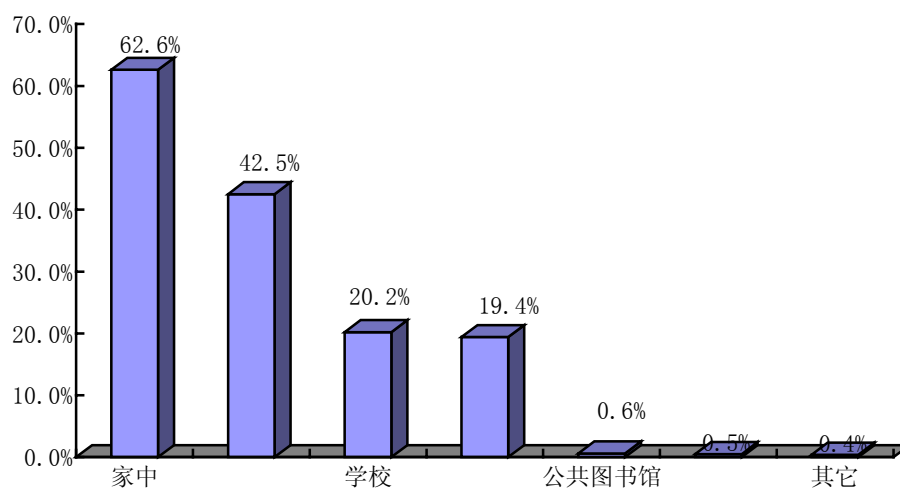
500元以下	501-1000元	1001-1500元	1501-2000元	2001-2500元	2501-3000元
23.5%	20.9%	15.4%	8.2%	5.1%	3.8%

3001-4000元	4001-5000元	5001-6000元	6001-10000元	10000元以上	无收入
3.1%	1.3%	0.7%	0.7%	0.8%	16.5%

（二）用户使用网络情况和上网习惯

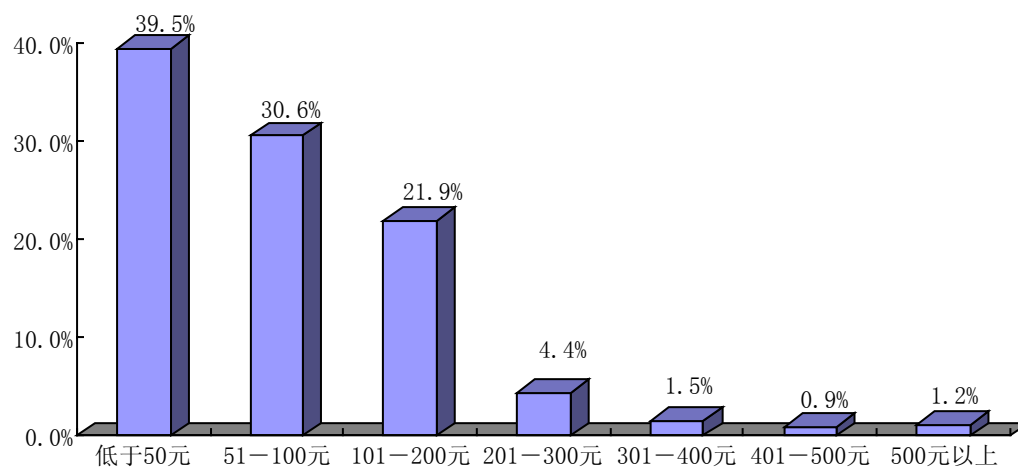
*1. 用户上网的主要地点（多选题）：

家中	单位	学校	网吧、网校、网络咖啡厅	公共图书馆	移动上网，地点不固定	其它
62.6%	42.5%	20.2%	19.4%	0.6%	0.5%	0.4%



*2. 用户每月实际花费的上网费用：

低于50元	51-100元	101-200元	201-300元	301-400元	401-500元	500元以上
39.5%	30.6%	21.9%	4.4%	1.5%	0.9%	1.2%



注：此费用指的是上网费和用于上网的电话费，不包括其它的日常电话费用

*3. 用户平均每周上网时间：9.8 小时

*4. 用户平均每周上网天数：3.4 天

*5. 用户通常在什么时间上网（多选题）：

0 点	1 点	2 点	3 点
12.8%	5.4%	4.3%	2.8%
4 点	5 点	6 点	7 点
2.3%	1.9%	1.9%	2.8%
8 点	9 点	10 点	11 点
8.8%	15.2%	16.1%	13.3%
12 点	13 点	14 点	15 点
14.1%	16.5%	22.1%	23.0%
16 点	17 点	18 点	19 点
20.2%	16.9%	16.6%	29.3%
20 点	21 点	22 点	23 点
41.5%	40.3%	32.3%	19.9%

*6. 用户拥有 E-mail 帐号平均值：1.5

其中免费 E-mail 帐号平均值：1.2

*7. 用户平均每周收到电子邮件数(不包括垃圾邮件)：7.7

收到垃圾邮件数：8.3

发出电子邮件数：5.5

*8. 用户上网最主要的目的：

- 获取信息：53.1%
- 学习：4.8%
- 学术研究：1.0%
- 休闲娱乐：24.6%
- 情感需要：1.1%
- 交友：7.0%
- 获得各种免费资源
(如免费邮箱、个人主页空间、各种免费资源下载等)：1.9%
- 对外通讯、联络（如收发邮件、短信息、传真等）：3.8%
- 炒股：1.1%
- 网上购物：0.1%

- 商务活动： 1.0%
- 追崇时尚、赶时髦、好奇： 0.3%
- 其它： 0.2%

9. 用户经常使用的网络服务（多选题）：

- 电子邮箱： 92.6%
- 新闻组： 21.3%
- 搜索引擎： 68.3%
- 软件上传或下载服务： 45.3%
- 信息查询： 42.2%
- 网上聊天（聊天室、QQ、ICQ等）： 45.4%
- BBS论坛、社区、讨论组等： 18.9%
- 免费个人主页空间： 6.8%
- 电子政务： 1.9%
- 网上游戏： 18.1%
- 网上购物： 11.5%
- 短信服务： 8.8%
- 网上教育： 8.9%
- 电子杂志： 9.5%
- 网络电话： 1.0%
- 网上医院： 0.7%
- 网上银行： 3.6%
- 网上炒股： 5.5%
- 网上拍卖： 0.9%
- 票务、旅店预定： 0.8%
- 视频会议： 0.3%
- VOD点播： 5.6%
- 网上直播： 3.6%
- 多媒体娱乐（MP3、FLASH欣赏等）： 13.4%
- 远程登录： 1.1%
- 信息发布： 3.3%
- 网上推广： 0.9%
- 网上销售： 1.2%
- 信息化系统（ERP、CRM、SCM）： 1.2%
- 其它： 0.1%

10. 用户在网上经常查询哪方面的信息（多选题）：

- 新闻： 78.0%
- 计算机软硬件信息： 53.4%
- 休闲娱乐信息： 44.6%
- 生活服务信息： 27.8%

■ 社会文化信息：	17.9%
■ 电子书籍：	32.6%
■ 科技、教育信息：	30.1%
■ 体育信息：	20.4%
■ 金融、保险信息：	11.0%
■ 房地产信息：	4.6%
■ 汽车信息：	8.0%
■ 求职招聘信息：	22.1%
■ 商贸信息：	7.5%
■ 企业信息：	6.5%
■ 天气预报：	7.2%
■ 旅游、交通信息：	7.6%
■ 医疗信息：	4.9%
■ 交友征婚信息：	2.9%
■ 法律、法规、政策信息：	8.5%
■ 电子政务信息：	3.1%
■ 各类广告信息：	5.8%
■ 其它：	0.7%
11. 用户获取、浏览的中文信息占中、外文所有信息的比例：	81.3%
用户获取、浏览的国内信息占国内、外所有信息的比例：	71.1%
12. 下列网上信息中哪些还不能满足用户的需要（多选题）：	
■ 新闻：	29.7%
■ 计算机软硬件信息：	27.1%
■ 休闲娱乐信息：	20.2%
■ 生活服务信息：	24.0%
■ 社会文化信息：	13.4%
■ 电子书籍：	38.9%
■ 科技、教育信息：	23.7%
■ 体育信息：	6.4%
■ 金融、保险信息：	11.7%
■ 房地产信息：	7.7%
■ 汽车信息：	6.4%
■ 求职招聘信息：	24.0%
■ 商贸信息：	11.2%
■ 企业信息：	10.7%
■ 天气预报：	7.3%
■ 旅游、交通信息：	11.6%
■ 医疗信息：	15.3%
■ 交友征婚信息：	4.2%

■ 法律、法规、政策信息:	15.2%
■ 电子政务信息:	13.6%
■ 各类广告信息:	5.2%
■ 其它:	0.8%

13. 用户得知新网站的主要途径 (多选题):

■ 搜索引擎:	84.6%
■ 其它网站上的链接:	70.2%
■ 电子邮件:	32.8%
■ 朋友、同学、同事的介绍:	56.8%
■ 网友介绍:	28.6%
■ 网址大全之类的书籍:	17.9%
■ 报刊杂志:	37.4%
■ 广播电视:	12.5%
■ 黄页:	3.4%
■ 户外广告:	11.3%
■ 其它:	0.6%

14. 用户对下列名词术语的了解程度是:

	没有听说过	听说过但是不了解	有一点了解	非常了解
■ 电子政务	12.3%	38.1%	39.1%	10.5%
■ 电子图书馆	1.8%	15.4%	54.4%	28.4%
■ ERP	36.6%	32.9%	21.9%	8.6%
■ CRM	46.7%	32.1%	15.6%	5.6%
■ SCM	51.1%	32.3%	12.7%	3.9%

(三) 用户对一些热点问题的看法

1. 用户对当前互联网在如下几方面表现的满意程度及总体满意度是:

	非常满意	比较满意	一般	不太满意	很不满意
■ 网络速度	4.5%	29.2%	36.5%	21.5%	8.3%
■ 费用	3.4%	15.9%	37.5%	30.6%	12.6%
■ 安全	2.1%	15.1%	46.4%	29.0%	7.4%
■ 中文信息的丰富性	6.0%	40.6%	39.2%	11.8%	2.4%
■ 内容的真实性	2.5%	21.2%	49.5%	21.8%	5.0%
■ 内容的健康性	2.9%	24.3%	50.1%	18.1%	4.6%
■ 对个人隐私的保护	3.1%	19.4%	45.9%	24.3%	7.3%
■ 操作简便	9.6%	44.5%	37.2%	7.1%	1.6%
■ 总体满意度	2.0%	32.4%	55.8%	8.7%	1.1%

2. 用户认为互联网对其在如下几方面的帮助是:

	帮助非常大	帮助比较大	一般	帮助不太大	几乎没什么帮助
■ 学习	37.5%	35.3%	22.6%	3.6%	1.0%
■ 工作	33.6%	33.2%	25.3%	5.7%	2.2%
■ 生活	26.6%	34.7%	31.0%	6.1%	1.6%

3. 使用收费邮箱的用户申请收费邮箱时最为看重的功能:

■ 可靠性高:	33.3%
■ 速度快:	6.4%
■ 安全稳定:	28.2%
■ 容量大:	13.0%
■ 特色服务:	16.9%
■ 其它:	2.2%

4. 无收费邮箱的用户未来一年内是否打算申请收费邮箱:

■ 肯定会申请:	5.9%
■ 可能会申请:	31.6%
■ 不好说:	25.9%
■ 不太可能申请:	20.8%
■ 肯定不申请:	15.8%

5. 用户对电子邮箱服务由免费转向收费的看法是:

■ 完全接受:	6.2%
■ 可以理解:	60.4%
■ 无所谓:	12.1%
■ 反对:	21.3%

6. 用户是否经常浏览网络广告:

■ 经常浏览:	17.6%
■ 有时浏览:	50.5%
■ 很少浏览:	28.4%
■ 从来不浏览:	3.5%

7. 用户是否愿意收到网络广告邮件作为选择物品或服务的参考:

■ 愿意:	20.2%
■ 无所谓:	49.1%
■ 不愿意:	30.7%

8. 用户是否经常以网络广告作为自己选购物品或服务的参考：
- 经常： 9.2%
 - 偶尔： 64.4%
 - 不会： 26.4%
9. 用户对目前网络广告最不满意的是：
- 广告数量太多： 17.0%
 - 广告内容缺乏创意和特色： 8.5%
 - 广告的真实性无法保证： 40.4%
 - 广告出现的方式影响了网民正常的网上活动： 32.0%
 - 其它： 0.4%
 - 没有不满意的地方： 1.7%
10. 用户是否经常访问购物网站（包括“网上商城”、“网上商店”等）：
- 经常访问： 18.4%
 - 有时访问： 44.5%
 - 很少访问： 30.6%
 - 从来不访问： 6.5%
11. 用户在最近一年内是否通过购物网站（包括“网上商城”、“网上商店”等）购买过商品或服务：
- 是： 33.8%
 - 否： 66.2%
- 12-17 为有网上购物经历的用户的情况：
12. 用户由于何种原因进行网络购物（多选题）：
- 节省时间： 45.5%
 - 节约费用： 41.3%
 - 操作方便： 41.1%
 - 寻找稀有商品： 31.8%
 - 出于好奇，有趣： 26.1%
 - 其它： 2.2%
13. 用户在最近一年内在网上实际购买过哪些产品或服务（多选题）：
- 书刊： 67.7%
 - 电脑及相关产品： 29.9%
 - 照相器材： 6.2%
 - 通讯产品： 12.5%
 - 音像器材及制品： 34.9%
 - 家电产品： 7.1%

■ 服装:	5.5%
■ 体育用品:	4.7%
■ 生活、家居用品及服务:	11.0%
■ 医疗保健用品及服务:	2.7%
■ 礼品服务:	12.7%
■ 金融、保险服务:	2.1%
■ 教育学习服务:	9.8%
■ 票务服务:	7.7%
■ 旅店预定服务:	4.3%
■ 其它:	2.3%

14. 用户认为网上哪些产品或服务还不能满足需求 (多选题):

■ 书刊:	39.4%
■ 电脑及相关产品:	27.1%
■ 照相器材:	11.9%
■ 通讯产品:	20.1%
■ 音像器材及制品:	17.8%
■ 家电产品:	17.5%
■ 服装:	22.3%
■ 体育用品:	8.9%
■ 生活、家居用品及服务:	17.3%
■ 医疗保健用品及服务:	13.8%
■ 礼品服务:	14.9%
■ 金融、保险服务:	13.1%
■ 教育学习服务:	20.2%
■ 票务服务:	16.7%
■ 旅店预定服务:	8.9%
■ 其它:	0.3%

15. 用户一般采取哪种付款方式:

■ 货到付款 (现金结算):	33.3%
■ 网上支付 (信用卡或储蓄卡):	31.1%
■ 邮局汇款:	28.4%
■ 银行汇款:	6.9%
■ 其它:	0.3%

16. 用户一般选择什么送货方式:

■ EMS:	15.5%
■ 其它快递:	7.6%
■ 普通邮寄:	38.8%
■ 送货上门:	35.9%

- 航空、铁路发运: 1.6%
 - 其它: 0.6%
17. 用户认为目前网上交易存在的最大问题是:
- 安全性得不到保障: 23.4%
 - 付款不方便: 10.8%
 - 产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障: 39.3%
 - 送货不及时: 8.6%
 - 价格不够诱人: 10.8%
 - 网上提供的信息不可靠: 6.4%
 - 其它: 0.7%
18. 用户未来一年内是否会进行网络购物:
- 肯定会: 24.7%
 - 可能会: 42.2%
 - 不好说: 21.3%
 - 可能不会: 8.4%
 - 肯定不会: 3.4%
19. 网络游戏用户平均每周上网玩网络游戏的时间: 8.8 小时
20. 网络游戏用户喜欢的网络游戏的类型 (多选题):
- 角色扮演: 43.6%
 - 即时战略: 27.6%
 - 模拟经营: 14.7%
 - 休闲对战 (包括棋牌、益智游戏等): 67.8%
 - 其它: 1.4%
21. 用户认为玩网络游戏对其正常的学习/工作/生活的影响是:
- 影响非常大: 7.1%
 - 影响比较大: 20.6%
 - 一般: 28.1%
 - 影响不太大: 27.1%
 - 基本没有影响: 17.1%
22. 网上聊天用户平均每周进行网上聊天的时间: 8.2 小时
23. 网上聊天用户进行网上聊天的最主要目的是:
- 消遣解闷: 16.4%
 - 情感宣泄: 5.4%
 - 交友: 14.3%

■ 与亲友/同学保持联系：	53.4%
■ 学习：	2.0%
■ 探讨问题：	7.7%
■ 其它：	0.8%
24. 网上聊天用户通常用什么进行网上聊天（多选题）：	
■ 网上聊天室：	41.7%
■ BBS：	20.7%
■ 网络寻呼机（如 QQ、ICQ 等）：	83.3%
■ 网络电话（如 NetMeeting 等）：	6.5%
■ 其它：	3.3%
25. 在过去一年内用户计算机被入侵的情况：	
■ 被入侵过：	59.4%
■ 没有被入侵过：	30.5%
■ 不知道：	10.1%
26. 在网上用户主要采取什么安全措施（多选题）：	
■ 密码加密：	23.6%
■ 防病毒软件：	78.4%
■ 防火墙：	70.2%
■ 电子签名：	3.9%
■ 不清楚，由系统管理员负责：	6.8%
■ 什么措施都不采用：	2.7%
27. 对于电子邮件帐号，用户多久换一次密码：	
■ 1 个月以内：	4.0%
■ 1—3 个月：	10.8%
■ 3 个月--半年：	12.4%
■ 半年--1 年：	14.4%
■ 1 年以上：	10.0%
■ 一直不换：	48.4%
28. 用户使用宽带上网的原因：	
■ 速度快：	68.7%
■ 上网费用低：	7.0%
■ 24 小时在线：	4.4%
■ 使用 VOD 点播等宽带服务：	1.7%
■ 公司/单位使用宽带：	16.8%
■ 其它：	1.4%

29. 用户不使用宽带上网的原因：	
■ 初装费用太高：	16.2%
■ 月租费高：	26.2%
■ 技术不成熟：	2.3%
■ 不稳定：	1.0%
■ 宽带服务少：	2.0%
■ 24 小时在线易增加安全隐患：	0.7%
■ 没有条件（包括居住地无法连上宽带网）：	32.3%
■ 暂时还不需要：	17.3%
■ 其它：	2.0%
30. 未使用宽带上网的用户会在多长时间内使用宽带上网：	
■ 1 月以内：	2.4%
■ 1-3 个月内：	5.0%
■ 3-6 个月内：	8.1%
■ 6-12 个月内：	11.8%
■ 1 年以后：	13.9%
■ 不知道/不清楚/不好说：	57.0%
■ 不打算使用宽带：	1.8%

（以上结果中加注*者为网下抽样调查结果）

第五部分 调查方法

依据统计学理论和国际惯例,在前十次调查工作基础之上,本次调查采用了计算机网上自动搜寻、网上联机、网下抽样、相关单位上报数据等调查方法。

一、 域名数、网站数调查

(一)、我国的通用顶级域名数及对应网站数:

通过各通用顶级域名注册单位协助提供。这些数据包括:所有通用顶级域名(gTLD)数、所有通用顶级域名(gTLD)中有网站(即有WWW服务)的域名总数、所有有网站(即有WWW服务)的通用顶级域名(gTLD)按.com、.net、.org分类的数目、所有有网站(即有WWW服务)的通用顶级域名(gTLD)按注册单位所在省份分类的数目。

(二)、我国的CN域名数及对应网站数:

采用计算机网上自动搜索可得到如下数据:CN下的域名数及地域分布情况;CN下WWW站点数及其地域分布情况。

(三)、我国域名总数、网站总数:

将以上(一)、(二)两部分的相关数据分别相加,即可得到我国的域名总数、网站总数、域名和网站的地域分布、网站分类数等数据。

二、 网上联机调查

网上联机调查重在了解网民对网络的使用情况、行为习惯以及对热点问题的看法和倾向。具体方法是将问卷放置在CNNIC的网站上,同时在全国各省的信息港与较大ICP/ISP上设置问卷链接,由网络用户主动参与填写问卷的方式来获取信息。

CNNIC在2002年12月11日—12月31日进行了网上联机调查。调查得到了国内众多知名网站、媒体的大力支持,国内许多知名网站均在主页为本次联机调查问卷放置了链接。

本次网上联机调查共收到调查问卷 39456 份, 经处理得到有效答卷 29948 份。

三、网下抽样调查

网下抽样调查侧重于了解中国网民的总量、相关的特征及行为特点等。

(一)、调查总体

本调查的目标总体有两个, 一是全国有住宅电话的 6 岁以上的人群(总体 A), 采用电话调查的方式, 样本对各省和全国有代表性; 另一个总体是全国所有高等院校中的住校学生(总体 B), 采用面访的方式进行调查。在对全国结果进行推断时, 将两个子样本的统计量应用加权公式进行汇总。

(二)、总体 A 抽样方法

按照科学性和可操作性相结合的原则, 我们对目标总体按省进行分层。

◇ 抽样指标的确定

从全国的情况来看, 各省的城市住宅电话与乡村住宅电话的比例差异很大, 由于城市与农村家庭的平均人口数差异很大, 所以在确定各省样本量以及用各省数据推断全国时, 我们考虑的指标是“拥有住宅电话的人数(或称住宅电话覆盖的人数)”; 我们采用地市的“住宅电话数目”作为抽样指标。为了得到地市“住宅电话数目”的近似估计, 借助省一级的“住宅电话数目”与有关的经济、人口指标建立的回归预测模型, 再利用地市一级的有关经济、人口指标的值来计算。

◇ 样本量

为了保证目标比例估计值的精度, 在 95% 的置信度下, 每省的样本量为 1600, 对各省网民人数估算的最大允许绝对误差不超过 3%。

◇ 省内各地市的抽样方法

采用 PPS 抽样方法。

第一步: 用 PPS 法每省抽取 7 个地市(此处的地市包括地级市和地区行署, 每个地市下都包含城镇和乡村, 为不引起歧义, 以下简称为地市), 其中广东省和四川省由于地市较多, 对其抽取 8 个地市进行调查。在地市多于七个的省中, 各省的

样本量在抽中各地市中按抽中的次数平均分配，在地市少于或等于七个的省中，各省的样本量在各地市中的分配与各地市的住宅电话成比例。

抽取地市的方法：在各省中抽取地市，根据所确定的入样指标“住宅电话的数目”，按照 PPS 抽样法，使每个地市被抽中的概率，等于该地市“住宅电话的数目”与该省“住宅电话的数目”之比。利用 EXCEL 软件产生 0-1 之间的均匀分布的随机数，根据随机数落在各地市对应累计百分比的范围，抽取 7 个地市。如果一个地市被抽到两次以上，则该地市样本量相应加倍。例如：某地市被抽中一次，样本量为 229 个，如果该地市被抽中两次，则样本量为 457 个。

第二步：获得抽中地市的所有电话局号，根据该地市的局号数和样本数确定平均每个局号下需抽取的电话号码数。电话号码中除局号外的后四位或后三位数字，由计算机随机产生。

第三步：确定抽取调查对象，在电话拨通后，把接听电话的人作为被访对象，先询问家庭基本状况和他（她）本人上网（不上网）的有关情况、个人背景资料和家庭其它成员的最简要资料。如果他（她）不上网，但家中有人上网，则再随机抽取一名上网的成员来接听电话，回答有关上网的问题以及自己的个人基本资料。

◇ 全国加权方法

对全国的推断采用对各省的调查结果进行事后加权处理的方法。

通过以上方法确定了调查对象后，对有家庭电话的住户进行电话访问，经过事后加权得出总体 A；对于总体 B（住校的高等学校学生），由于近年来大学生在全国人口中所占比例变化不是很大，而且大学生中网民的比例已经比较高，所以本次调查中涉及大学生的数据是在 2000 年底进行的大学生面访调查的基础上，结合最新的在校大学生数据建立数学模型推算得到。最后将这两部分调查结果综合加权计算以后近似推断各省的情况，汇总后即得到中国网民的总量、相关特征、行为特点等数据。

四、关于第十一次中国互联网络发展状况统计调查方案

CNNIC 于 1997 年开始实施有关中国互联网络发展状况的统计工作，迄今为止已发布了十次“中国互联网络发展状况统计报告”，受到社会各界的广泛关注。为了不断总结、改进统计调查方法，CNNIC 在每次调查正式实施前，会邀请有关专家对调查方案进行评审修订工作，使 CNNIC 的中国互联网络发展状况调查更具科学性和可操作性，提高 CNNIC 调查结果的准确度。

2002 年 11 月 15 日，来自政府部门的有关领导、统计专家、网络界专家和业内知名人士，对第十一次中国互联网络发展状况统计调查方案及问卷进行了研讨。会上 CNNIC 首先介绍了近年来完成中国互联网络发展状况统计调查工作的情况，并就召开此次研讨会的目的与意义做了简要叙述。随后各位专家结合 CNNIC 提出的《第十一次中国互联网络发展状况统计调查方案及问卷》，就调查方案和问卷的设计展开了热烈的讨论，提出了有价值的意见。

研讨会后，CNNIC 充分考虑了各专家的意见，并结合当前互联网络的具体状况，在主要延用第九次中国互联网络发展状况统计调查方案的同时，对调查问卷的内容、选项的设计进行了一些修改（诸如增加对用户网上聊天、信息化了解程度的调查，删掉历次调查数据变化不大的问题，适当修正了职业和行业的分类等），使调查问卷更加完善、合理、可行。这将对中国互联网络发展状况统计调查结果的更加全面、系统、准确、合理产生重要的影响。

第六部分 调查支持单位

调查支持网站(排序不分先后)

人民网	新华网	中国网
中国日报网站	中国国际广播电台	中青网
中央人民广播电台	北京人民广播电台	千龙新闻网
光明网	南方网	东方网

调查入口网站(按照网站挂出调查链接的先后顺序排名)

263 在线	TOM	金陵热线
希网网络	武汉工商咨询顾问网	天津信息港
网易	齐鲁热线	中国网友会
计算机世界	银河网	江苏音符
三九健康网	51JOB	上海热线
搜狐	广州视窗	古城热线
新浪网	FM365	武汉红盾信息网
楚天热线	四川在线	吉林信息港
赛迪网	激动网	新网
福建热线	江西热线	江河源热线
金羊网	金华市互联网协会	证券之星
中华网	21CN	天健网
天极网	招聘网	天涯热线
湖南信息港	呼和浩特信息港	中国信息发布网

调查支持媒体(排序不分先后)

光明日报	经济日报	中国网友报
软件报	网络报	C&C NEWS
科技日报	中国计算机报	CHINA DAILY

调查带宽支持单位

北京市通信公司 IDC

调查协助单位（排名不分先后）：

中国网络通信集团公司
中国电信集团公司
中国联合通信有限公司
中国移动通信集团公司
中国教育和科研计算机网络中心
中国科技网网络中心
中国通信广播卫星公司
中国国际电子商务中心
中国长城互联网网络中心
厦门精通科技实业有限公司
创联万网国际信息技术（北京）有限公司
北京信海科技发展公司
东方通信股份有限公司域名注册中心
北京信诺立兴业网络通信技术有限公司
北京东方网景信息科技有限公司

第七部分 中国互联网络发展状况分析报告

前言

中国互联网络信息中心（CNNIC）自 1997 年 10 月开始发布中国互联网络发展状况统计报告，至今已 11 次。基于深入分析、了解我国互联网、能更深入的揭示互联网在我国发展状况的诸如“谁、何时、在哪里、如何使用互联网”等基础性问题的目的，以第十一次和以前历次调查的数据为基础，在发布第十一次统计报告的同时推出了本次中国互联网络发展状况年度分析报告。

和以前的分析报告类似，分析过程中主要采用了趋势对比、横向对比、纵向对比、分组、频数分析、相关分析、交叉分析、组合预测等分析方法。在内容方面，本分析报告主要包括以下几个部分：宏观概况、网民特征、网民上网行为习惯、非网民状况、华东和西北地区网民状况比较、2003 年网民状况预测等。

本分析报告中的数据主要来自于中国互联网络信息中心历次的调查数据，和全国人口有关的数据来自于国家统计局的统计年鉴等。除非明确指出，本报告中的数据均不包括香港、澳门、台湾地区在内。

由于时间和我们水平的的原因，本分析报告可能存在不足、错误之处，欢迎大家批评指正。

对其它深入分析内容感兴趣的同志可和我们联系。我们的联系方式是：

电子邮件：cnnic-survey@cnnic.net.cn

内容摘要

2002 年是中国互联网络获得较快发展的一年,同时也是中国的互联网产业开始形成转折的一年。

从宏观的角度看,网民数、上网计算机数、CN 下注册的域名数、网站数等都继续保持了较高的增长速度,分别达到了 5910 万、2083 万、17.9 万、37.1 万,这和 2002 年 6 月的统计数字相比增长率均超过 20%。国际出口带宽总数和 2001 年 12 月相比增长了 1782.5M,达到 9380M,但和 2002 年 6 月的统计数字相比减少了 1196.5M。多元化的上网方式继续得到发展,宽带(ADSL、CABLE MODEM 等)上网用户数达 660 万。

在网民的特征结构方面,男性、未婚、25 岁以下、大专及以下、月收入在 2000 元以下(含无收入)网民的比例分别在网民各特征数据中占据相对主要地位,所占比例分别为 59.3%、57.8%、54.9%、69.6%、84.5%,其中男性、未婚的比例和以往相比有所下降,但 25 岁以下、大专及以下、收入为 500 元以下(含无收入)以及 2000 元以上的网民所占比例和以往相比呈上升趋势;在用户地域方面,北京、上海之外的尤其是沿海省份的网民数有了较大的增长,其中广东、江苏、上海、北京、山东网民数占全国网民数的比例分别为 9.5%、8.1%、7.1%、6.6%、6.5%,居全国前五位;在职业方面,学生、专业技术人员仍然是网民主体,比例分别为 28%、15.7%,但后者的比例和以往相比有所下降,另外国家机关、党群组织工作人员、企事业单位管理人员、生产和运输设备操作人员的比例和以往相比都有所增长,分别达到 8.0%、8.9%、6.2%;在行业方面,公共管理和社会组织、IT 业、批发和零售业、教育、制造业是网民的主要分布行业,比例分别达到 12.5%、10.3%、11.8%、10.6%、11.1%,其它行业的网民数也都有不同的增长,网民的结构特征进一步宽泛。

在网民的上网行为习惯方面,家中仍然是网民上网的主要地点,比例达 62.6%;网民一天中上网的第一个峰值时间段为早晨 9:00、10:00,比例分别为 15.2%、16.1%,到晚上 20:00、21:00、22:00 达到一天中的最高峰,比例分别为 41.5%、40.3%、32.3%;而网民每周的上网时间分别为 9.8 小时和 3.4 天;绝大部分网民每月实际花费的上网费用在 100 元以内,比例值达 70.1%,该比例和以往相比有所下降;网民平均拥有的电子邮箱账号数呈递减状态,电子邮箱总数和免费的邮箱数分别为 1.5 和 1.2;用户每周收发的邮件数和 2002 年 6 月的统计数据相比呈增加状态,分别达到 7.7 和 5.5;网民的上网目的主要是获取信息和休闲娱乐,

比例值分别为 53.1%和 24.6%。

从非网民的状况看,其不上网的最主要原因是“不懂电脑/网络”,比例值为 40.8%,其次是“没有上网设备”,比例值为 27.7%,第三个主要原因是“没有时间”,比例值为 18.7%;在未来是否可能上网的问题上,6.4%的非网民表现了一定的兴趣,表示一年内有可能上网,这些数据在一定程度上预示着未来我国网民可能的变化。

东部的华东地区和西部的西北地区网民状况有着相对明显的差别。总体而言,华东地区网民的特征结构要比西北地区网民的特征结构相对合理,而华东地区网民对互联网的使用相对西北地区网民而言也显得更频繁、更日常化。

展望未来,在综合考虑宏观政策、经济发展、互联网产业自身等因素的基础上,预计 2003 年年底网民总数达 8630 万,网民对互联网的使用程度和依赖性将更强,网民的特征结构也将继续向合理化方向发展。

一、中国互联网络宏观状况

上网计算机数、上网用户人数、CN下注册的域名数、WWW站点数、网络的国际出口带宽、IP地址数等信息，可以从整体上反映我国互联网络的发展程度及网络普及程度。对CNNIC调查中这些基础性统计数据的深入分析，有助于我们从宏观的角度把握互联网络在中国的发展状况，为正处于转折期的中国信息化建设提供科学的决策依据。

1、上网计算机数

截止到2002年12月31日，我国的上网计算机总数已达2083万台，其中专线上网计算机数为403万台，占19.3%，比半年前的19%略有增长，拨号上网计算机数为1480万台，占71.1%，比半年前的74.4%有所下降，使用其它方式上网的计算机数为200万台，占9.6%，比半年前的6.6%有所增长（如图1-1所示）。可以看出，同半年前相比，尽管拨号上网计算机数所占比例有所减少，但拨号上网计算机仍为上网计算机的主流。

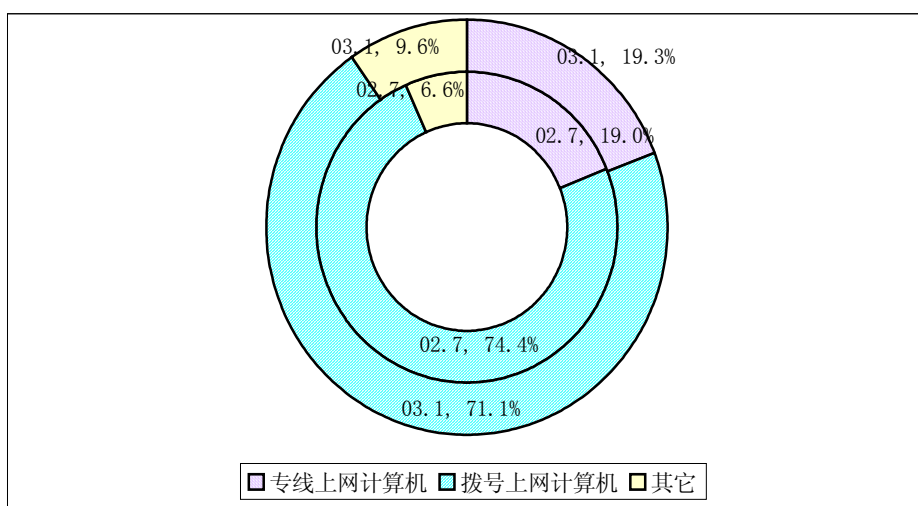


图 1-1 上网计算机数按上网方式的分布

同上一次调查结果相比，我国的上网计算机总数半年增加了470万台，增长率为29.1%，和去年同期相比增长66.1%，是1997年10月第一次调查结果29.9万台的69.7倍。其中专线上网计算机数半年增加了96万台，增长率为31.3%，和去年同期相比增长72.2%，是1997年10月第一次调查结果4.9万台的82.2倍；拨号上网计算机数半年增加了280万台，增长

率为 23.3%，和去年同期相比增长 45.1%，是 1997 年 10 月第一次调查结果 25 万台的 59.2 倍（如图 1-2 所示）；其它方式上网计算机数半年增加了 94 万台，增长率为 88.7%（如图 1-3 所示）。可见我国上网计算机总数、拨号上网计算机数和专线上网计算机数都一直呈快速增长的状态，其中拨号上网计算机一直保持着主体地位，同时其它方式上网计算机数也呈现出比较快的增长态势。

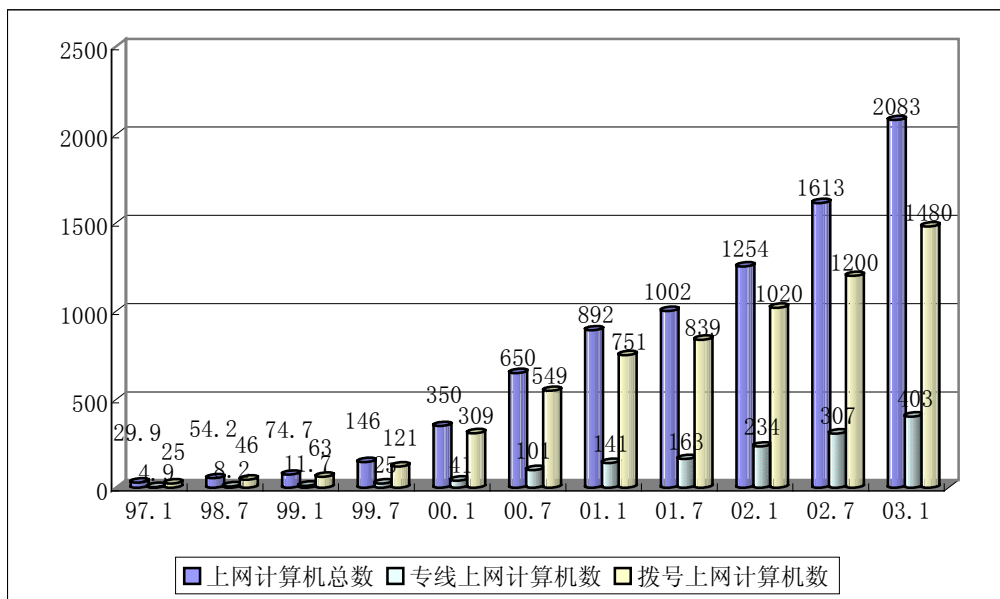


图 1-2 历次调查上网计算机数 (万台)

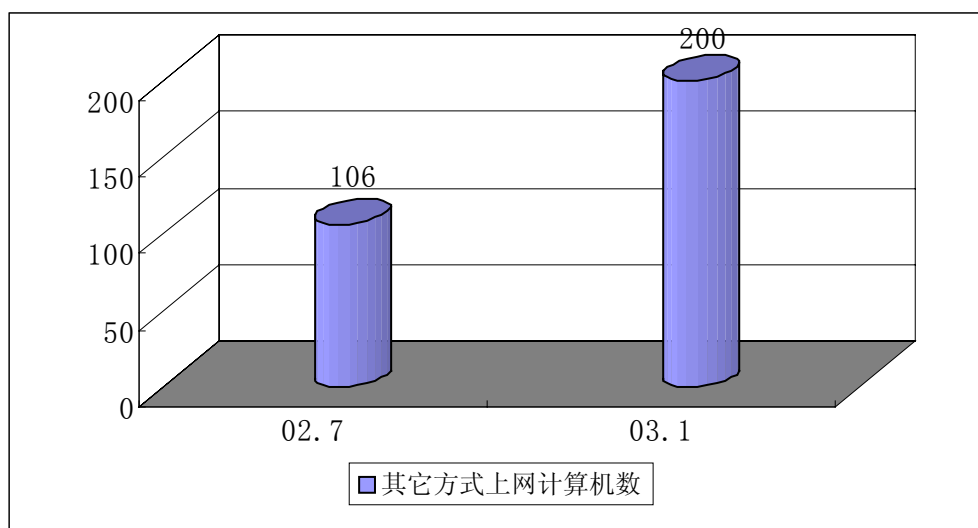


图 1-3 历次调查其它方式上网计算机数 (万台)

从上网计算机数增长率的变化趋势（如图 1-4 所示）可以看出，同上一轮的调查结果相比，上网计算机总数的增长率、专线上网计算机数的增长率、拨号上网计算机数的增长率均

有不同程度的增加。同历次调查结果中上网计算机数增长率的变化趋势一致，除 2000 年 1 月的调查结果外，专线上网计算机数的增长率均高于拨号上网计算机数的增长率和上网计算机总数的增长率。这显示了尽管拨号上网这种传统的上网方式仍然占主导地位，但专线上网和其它上网方式也正以较快的速度发展着，多元化的上网方式进一步发展。

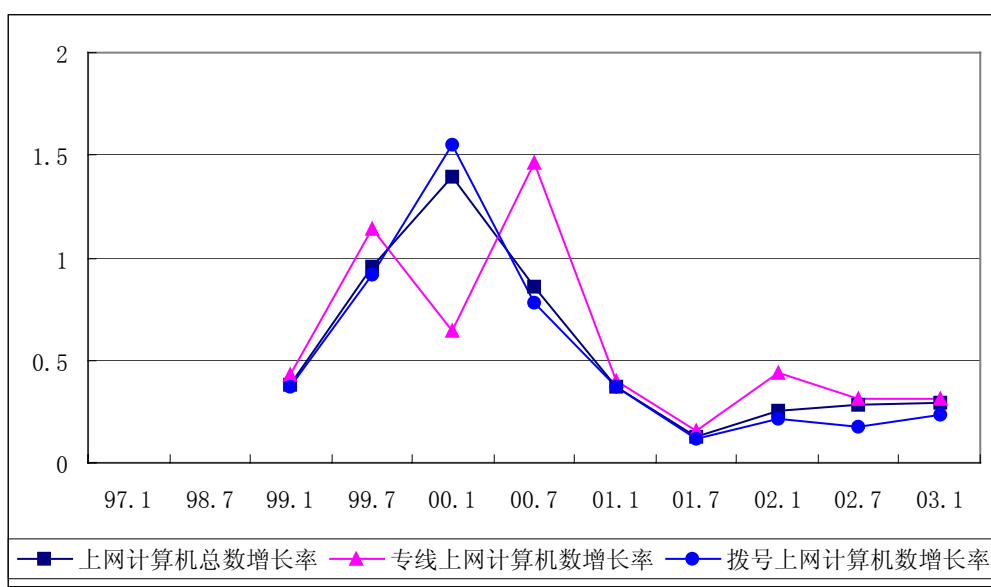


图 1-4 历次调查上网计算机数增长率

2、上网用户人数

截止到 2002 年 12 月 31 日，我国的上网用户总人数为 5910 万人，其中专线上网用户人数为 2023 万人，拨号上网用户人数为 4080 万人，ISDN 上网用户人数为 432 万人，宽带上网用户人数为 660 万人（如图 1-5 所示）。同拨号上网计算机占据全部上网计算机的主体地位一致，拨号上网也是用户使用量最多的上网方式。

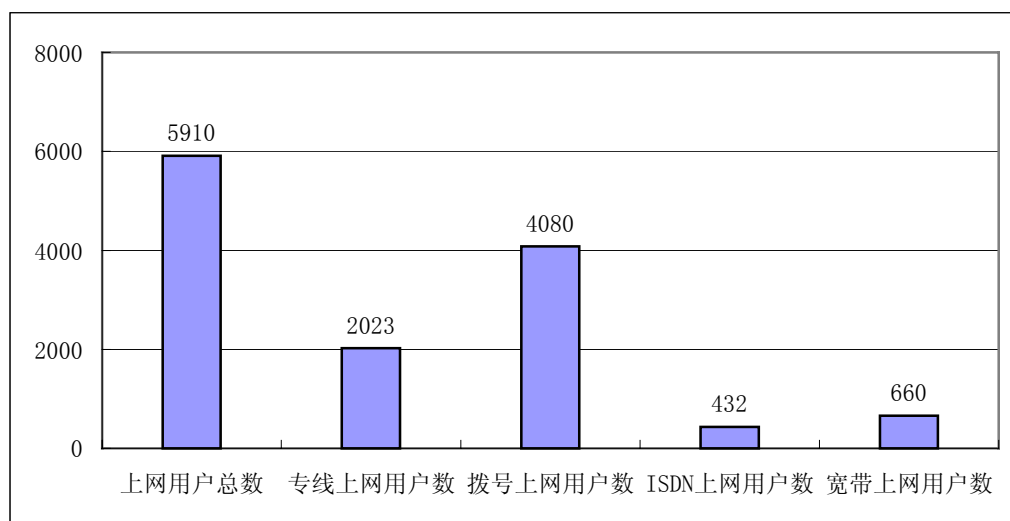


图 1-5 上网用户数分布（万人）

同第十次调查相比，我国上网用户总人数半年增加了 1330 万人，增长率为 29%，和去年同期相比增长 75.4%，同 1997 年 10 月第一次调查结果 62 万上网用户人数相比，现在的上网用户人数已是当初的 95.3 倍。其中专线上网用户人数半年增加 417 万人，增长率为 26.0%，和去年同期相比增长 63.5%，是 1997 年 10 月第一次调查结果 15.5 万的 130.5 倍；拨号上网用户人数半年增加 738 万人，增长率为 22.1%，和去年同期相比增长 51.2%，是 1997 年 10 月第一次调查结果 46.5 万的 87.7 倍（如图 1-6 所示）；ISDN 上网用户人数半年增加了 117 万人，增长率为 37.1%；宽带上网用户人数半年增加了 460 万人，增长率为 230.0%（如图 1-7 所示）。可见我国上网用户人数增长之快。同上网用户总数的变化趋势一致，拨号上网用户人数和专线上网用户人数也相应保持着增长趋势，且拨号上网用户一直处于主导地位。和上网计算机的情况相类似，除拨号、专线上网用户外，使用其它方式上网的用户，尤其是宽带上网用户人数也在快速增加，这表明用户上网方式多元化的状况得到进一步加强。

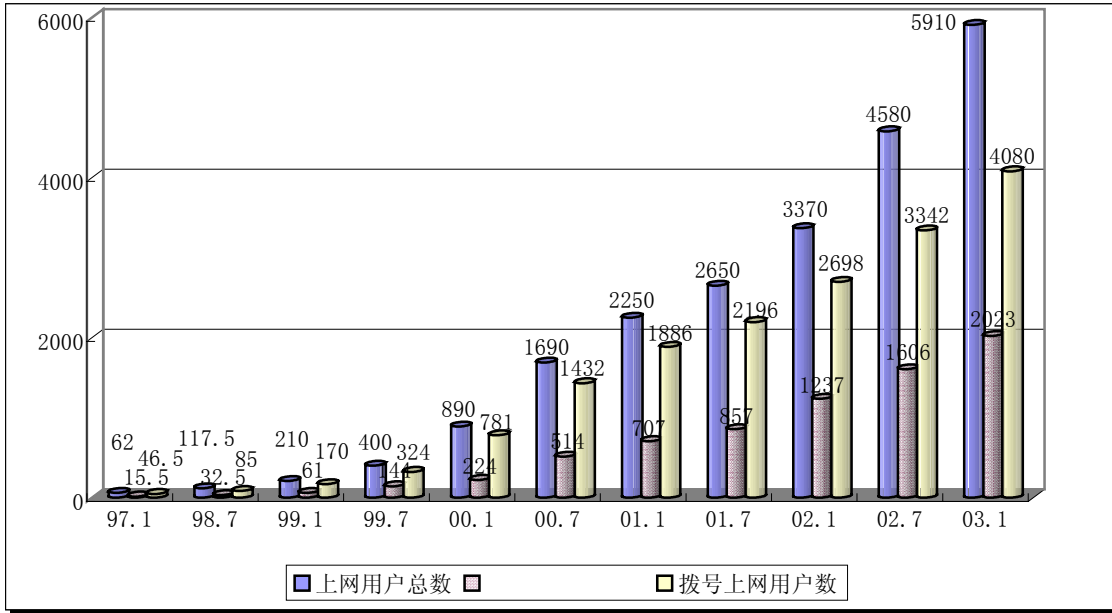


图 1-6 历次调查上网用户人数（万人）

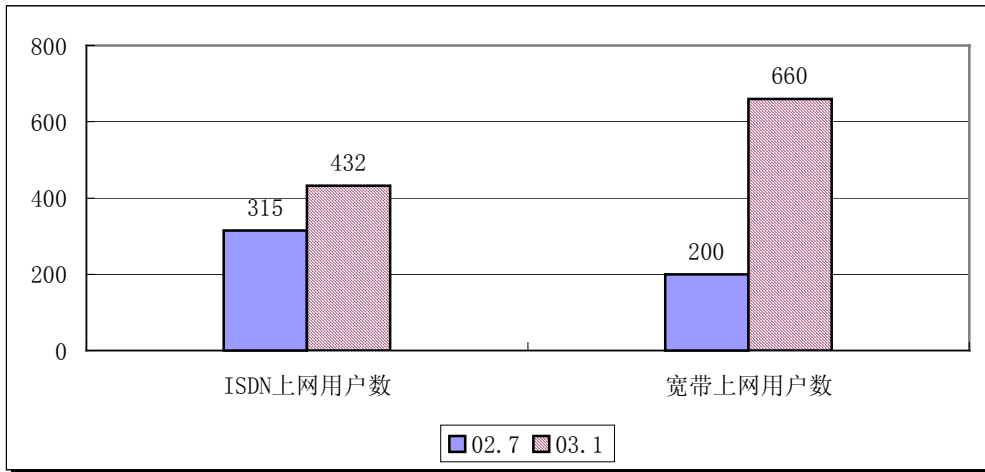


图 1-7 历次调查 ISDN、宽带上网用户人数（万人）

除计算机外同时使用其它设备（移动终端、信息家电）上网的用户人数也从2000年1月调查的20万人增加到现在的153万人，三年增加了6.7倍，同半年前相比增加了24万人，增长率为18.6%，比去年同期增长29.7%（如图1-8所示）。

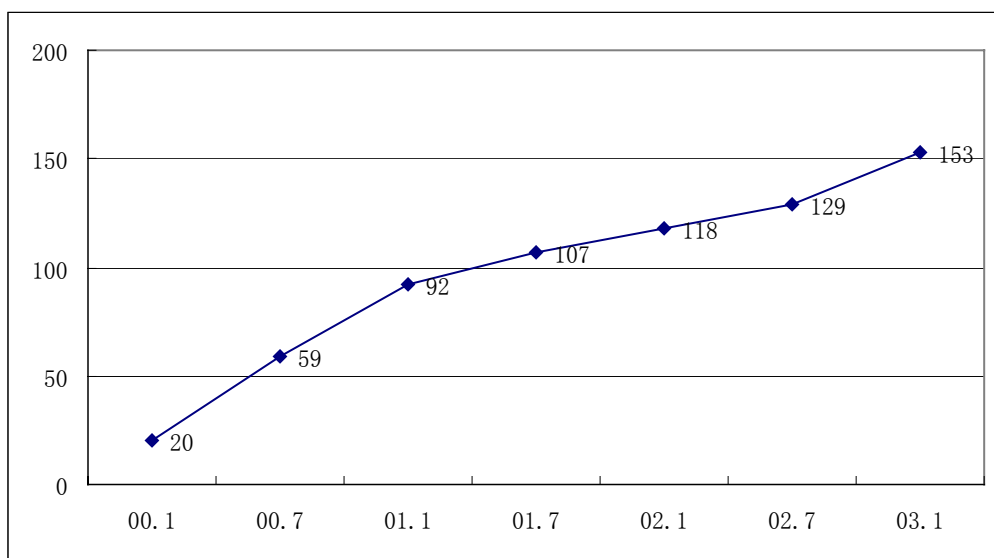


图 1-8 历次调查使用其它设备上网用户人数（万人）

从上网用户人数增长率的变化趋势上可以看出，同半年前相比，上网用户人数的增长率略有下降。虽然从 1998 年 7 月到 2000 年 7 月，上网用户人数每半年都以超过 50% 的比率增长，2000 年 1 月达到顶峰后开始下降，而且从 2002 年 1 月开始，又逐步回升（如图 1-9 所示），但是上网用户人数增长率总的发展趋势减缓，这可能和随着互联网的发展，网民的基数增大有一定的关系。

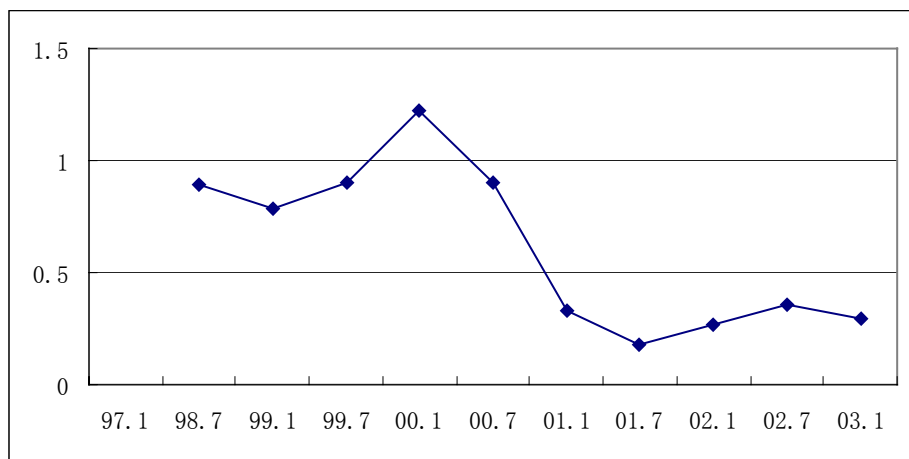


图 1-9 历次调查上网用户人数增长率

从历次调查上网用户的地域分布可以看出，除华北地区用户所占的比例呈现出明显的下降趋势外，其它地区用户所占比例均有不同程度的增长趋势，但东北、西南、西北地区用户所占比例一直在 30% 以下（如图 1-10 所示）。这说明随着经济的发展，文化的进步，我国各

地区的网民均发展很快，但地区之间的差距仍然很大，要改变这种现状，还需要一个长期的过程。

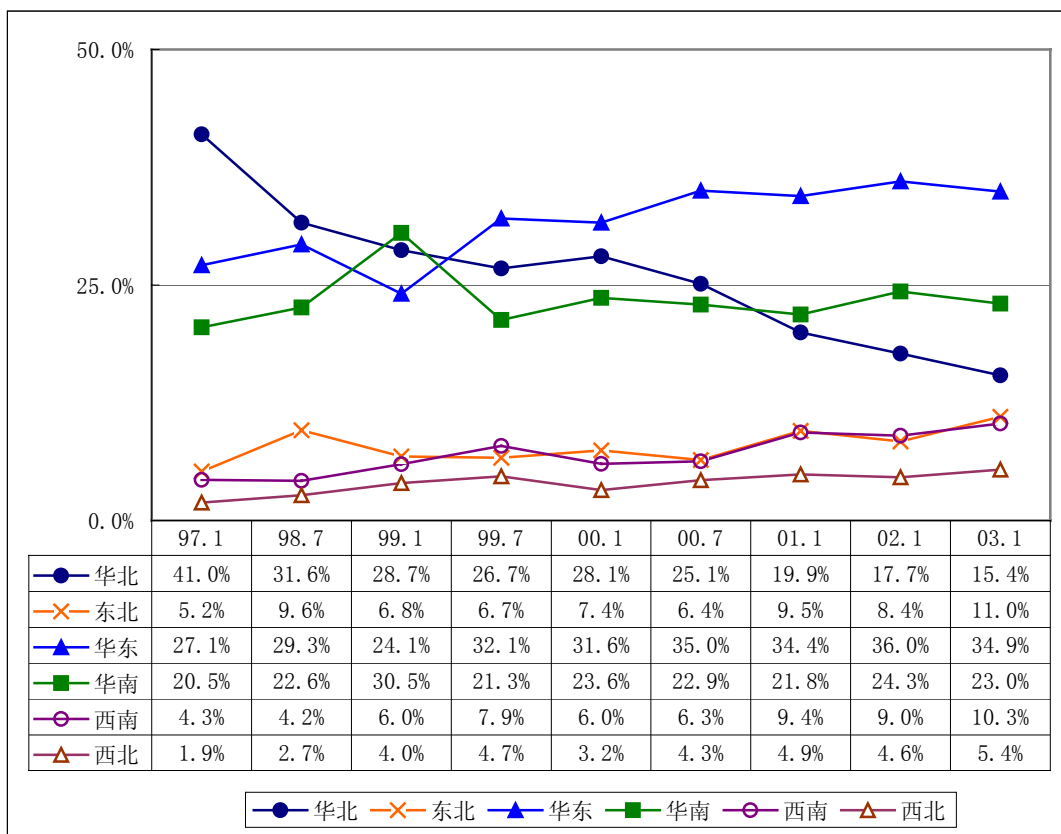


图 1-10 历次调查上网用户的地域分布

在目前公开的各国网民数量中，中国 5910 万网民在世界排名第二（联合国贸易及开发会议的报告表明，到 2002 年年底全球网民约为 6.55 亿），仅次于美国，但在我国将近 13 亿的总人口中仅占 4.6%，在本次调查的总体（住宅电话覆盖的 6 岁以上的人口加上在校的大学生）中占 11.1%，这说明尽管我国的互联网用户总数很大，但互联网的普及程度还很低，仍有非常大的发展空间。

3、CN 下注册的域名数

截止到 2002 年 12 月 31 日，我国 CN 下注册的域名数为 179544 个，与半年前相比增加了 53398 个，增长率为 42.3%，与去年同期相比增长了 41%，同 1997 年 10 月第一次调查相比，域名总数已是当初 4066 个的 44.2 倍。虽然半年前 CN 下注册域名数有所减少，但从整体上看，CN 下注册域名总数增长很快，尤其从 2002 年下半年开始 CN 下注册的各类域名均明显增长，

其中以 ac. cn 结尾的英文域名总数为 1728 个,与半年前相比增加了 1036 个,增长率为 149.7%;以 com. cn 结尾的英文域名总数为 133796 个,与半年前相比增加了 34961 个,增长率为 35.4%;以 edu. cn 结尾的英文域名总数为 1629 个,与半年前相比增加了 147 个,增长率为 9.9%;以 gov. cn 结尾的英文域名总数为 7796 个,与半年前相比增加了 1110 个,增长率为 16.6%;以 net. cn 结尾的英文域名总数为 20234 个,与半年前相比增加了 7986 个,增长率为 65.2%;以 org. cn 结尾的英文域名总数为 9587 个,与半年前相比增加了 6556 个,增长率为 216.3%;以行政区域名结尾的英文域名总数为 4774 个,与半年前相比增加了 1602 个,增长率为 50.5% (如图 1-11 所示)。

CN 下注册域名数的变化趋势一方面突出反映了国家主管部门政策对 CN 域名注册服务的巨大推动作用,同时也反映了广大网民对信息产业部新政策的欢迎以及对 CN 域名价值的认可。

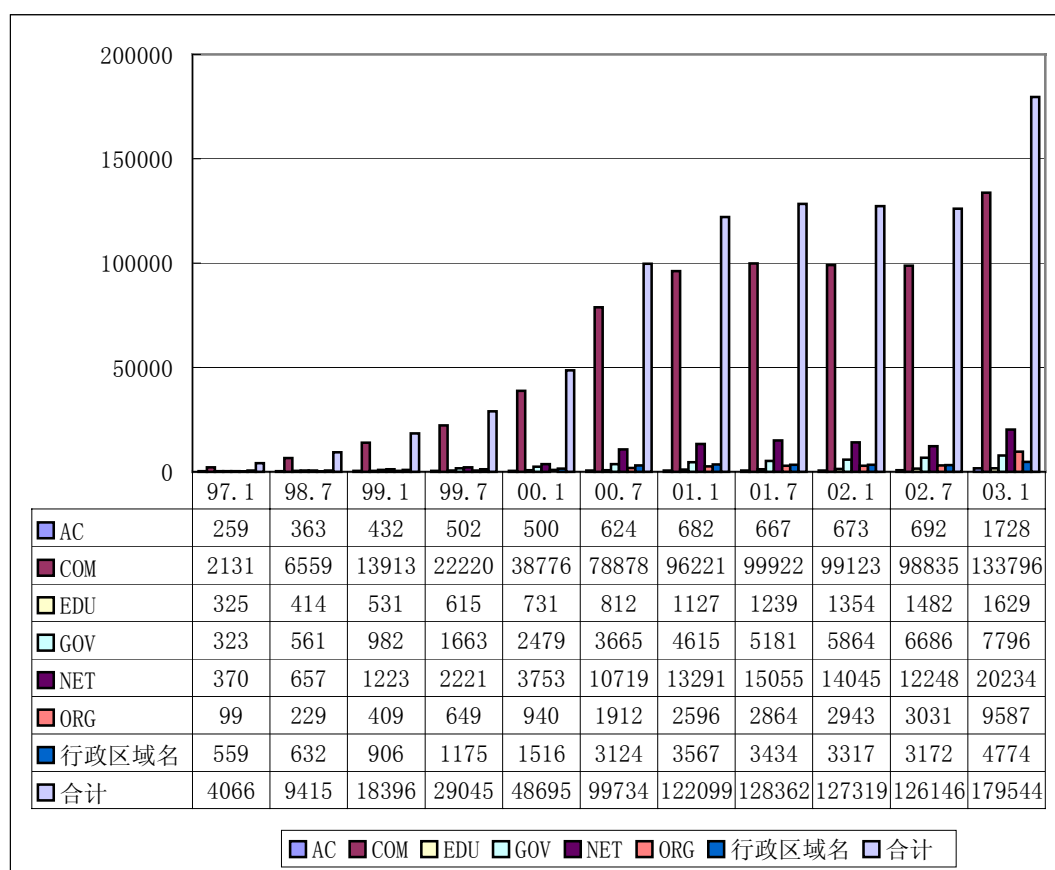


图 1-11 历次调查 CN 下注册的域名数 (个)

从 CN 下注册域名的地域分布可以看出,同历次调查 CN 下注册域名的地域分布一致,华

北、华东、华南的 CN 下注册域名比例一直占 85%以上, 东北、西南、西北的 CN 下注册域名比例近年虽略有增长, 但所占比例仍非常小 (如图 1-12 所示)。这在一定程度上反映了我国地区之间的信息化水平的差距。

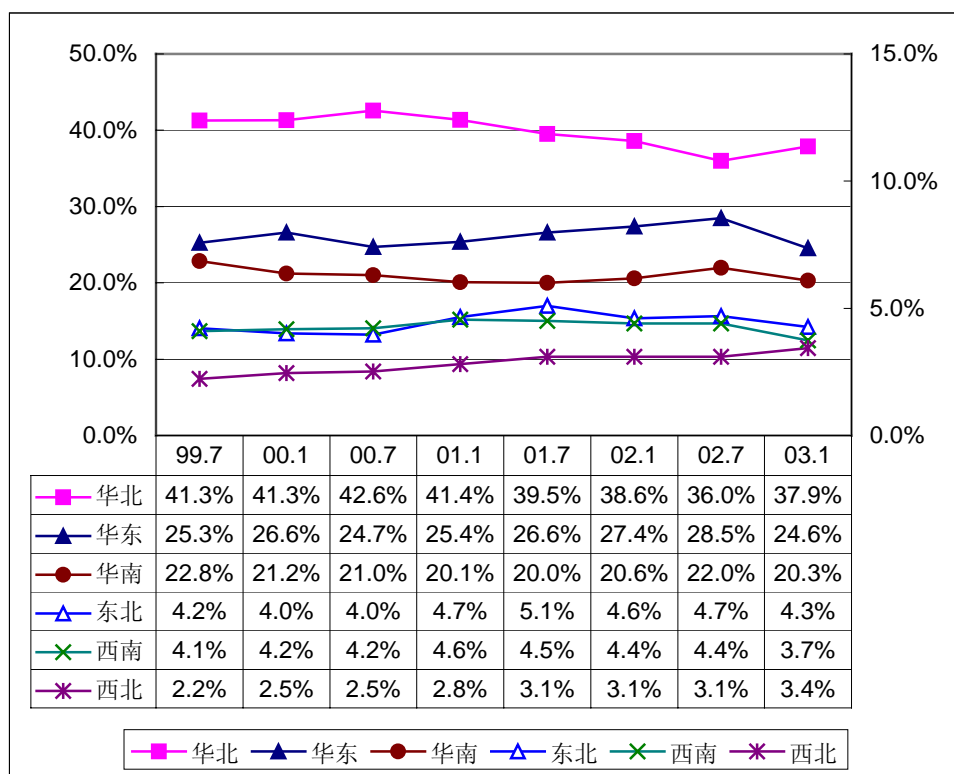


图 1-12 CN 下注册域名地域分布

4、WWW 站点数

截止到 2002 年 12 月 31 日, 我国 WWW 站点数为 371600 个, 半年内增加 78387 个, 增长率为 26.7%, 和去年同期相比增长 34.1% (如图 1-13 所示)。WWW 站点的快速增长进一步说明了我国互联网产业在经历了一个低潮后, 正进一步发展。

从 WWW 站点的域名类别分布来看, 同半年前相比, 除 ac.cn 和行政区域名下的网站数有所减少外, 其它皆有不同程度的增加, 其中 com.cn 下的网站为 291323 个, 半年增加了 59205 个, 增长率为 25.5%; gov.cn 下的网站数为 6148 个, 半年增加了 1219 个, 增长率为 24.7%; net.cn 下的网站数为 54156 个, 半年增加了 11867 个, 增长率为 28.1%; org.cn 下的网站数为 17831 个, 半年增加了 6179 个, 增长率为 53.0% (如图 1-13 所示)。

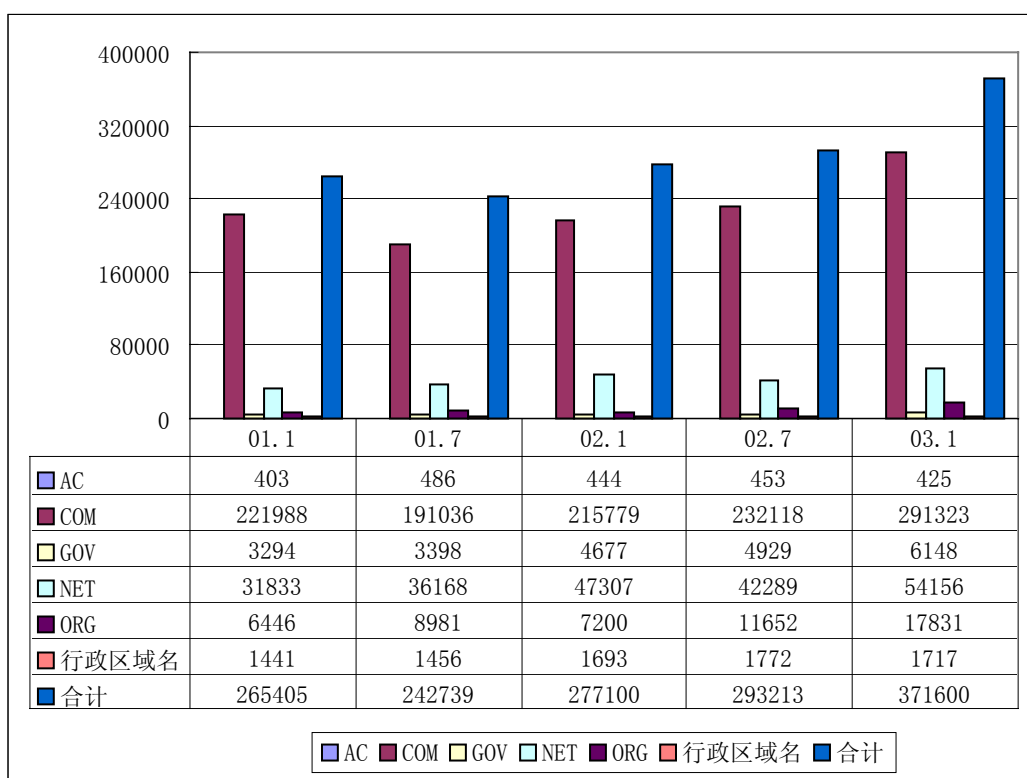


图 1-13 历次调查 WWW 站点数（个）

从 WWW 站点数的地域分布可以看出，同历次调查 WWW 站点数的地域分布一致，华北、华东、华南的 WWW 站点数比例仍占 85%左右，东北、西南、西北 WWW 站点数所占的比例还是较小（如图 1-14 所示）。同 CN 下注册域名的地域分布情况一致，这也在一定程度上说明我国地区之间的信息化水平的差距。

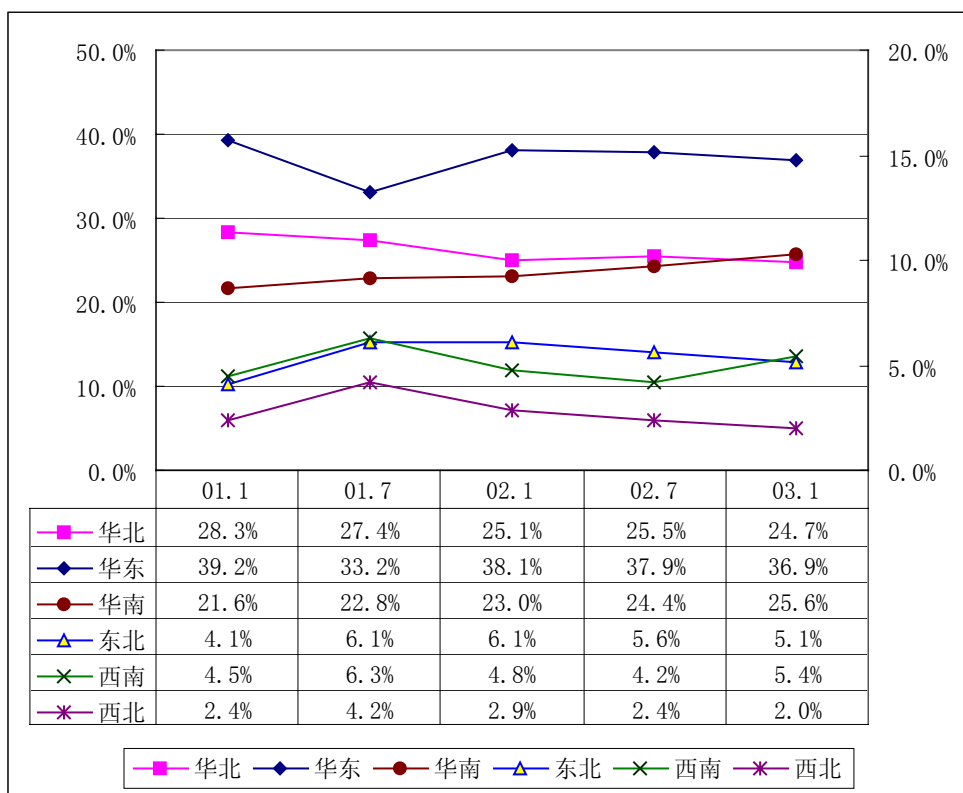


图 1-14 历次调查 WWW 站点数地域分布

5、国际出口带宽数

截止到 2002 年 12 月 31 日，我国国际出口带宽的总容量为 9380M，与半年前相比减少了 1196.5M，减少率为 11.3%，但和去年同期相比仍增长了 23.5%，是 1997 年 10 月第一次调查结果 25.408M 的 369.2 倍（如图 1-15 所示）。可见，虽然 2002 年下半年我国国际出口带宽有所减少，但总的增长趋势仍然是非常迅速的。

从运营商的角度看，同第十次调查相同，中国电信、中国网通在国际出口带宽方面仍然居于前 2 位，其中中国电信的出口带宽为 5147M，占总出口带宽的 54.9%；中国网通的出口带宽为 2469M，占总出口带宽的 26.3%。中国电信和中国网通的出口带宽之差为 2678M，而半年前二者之差为 3582M，一年前二者之差为 5567M，带宽之差的减少趋势依然很明显，这将在一定程度上为我国电信运营商之间的有效竞争提供了可能。

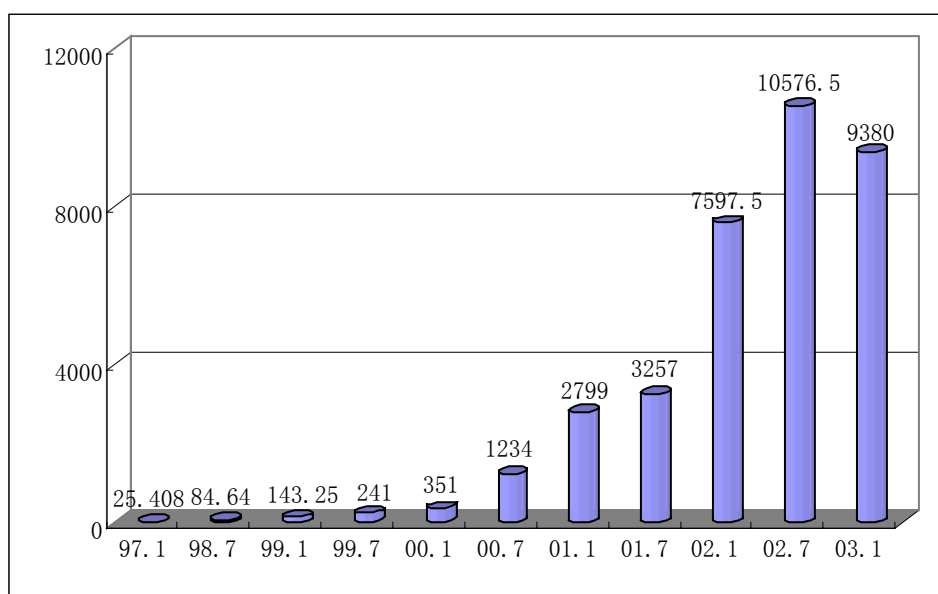


图 1-15 历次调查我国国际出口带宽 (M)

6、IP 地址数

中国的 IP 地址资源在近几年有较快的增长，在数量上也达到了一定的规模，目前中国大陆已有 29002240 个，但是仍不能完全满足中国互联网络运营单位发展的需要，随着我国网民人数的大幅增加，网络应用的逐步加强，这种 IP 地址发展与我国互联网络发展的不匹配会更加明显。因此我国各 ISP 应积极了解 APNIC 及 CNNIC 的 IP 地址分配政策，大力推进我国 IP 地址资源的发展。

综上所述，通过分析历次调查结果可以看出，从 1997 年 10 月第一次调查到现在，我国互联网络在上网计算机数、上网用户人数、CN 下注册的域名数、WWW 站点数、国际出口带宽等方面皆有非常大的变化，呈现出较为明显的增长态势。其中拨号上网计算机仍为上网计算机的主体，拨号上网用户也仍为上网用户的主体，上网方式多元化的趋势进一步发展加强；CN 下注册域名数、WWW 站点数等方面经历低潮后又开始快速增长，但从地域分布上看，地区之间仍存在一定的差距。所有这一切表明，我国的互联网络发展速度很快，但还存在一些不完全合理和不尽人意的地方，相信随着政府和社会各界的推动，各项基础设施的不断完善，网络应用服务的不断多样化和实用化，中国的互联网络必将发展的更为合理。

二、网民特征结构

从半年前的 4580 万网民，到目前的 5910 万网民，仅半年间我国的互联网络用户就增长了 1330 万。随着互联网的普及，越来越多的人加入了网民的行列，有力的推动了互联网产业的发展。与此相对应，网民的构成也随着互联网的发展而发生了相应的变化。深入分析、了解网民的特征结构，探求其变化趋势和规律，可以较好的把握住谁在使用互联网这一问题。

1、用户性别

第十一次 CNNIC 调查结果显示，男性网民占 59.3%，女性网民占 40.7%（如图 2-1 所示）。男性依然占据网民主体。

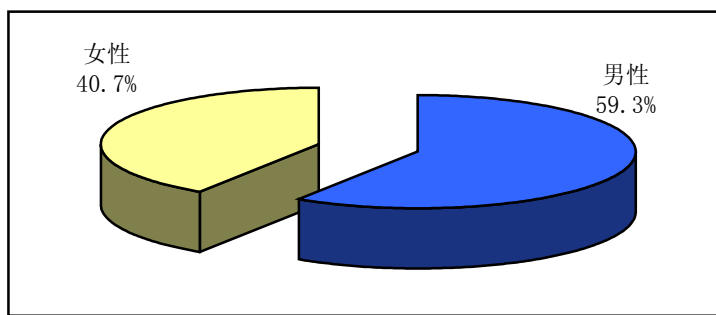


图 2-1 网民性别分布

与第十次调查相比，女性网民所占比例增加了 1.6%。结合前十次调查网民的性别分布可以看出，女性网民所占比例呈递增趋势。女性网民从 1997 年 10 月的 12.3%增加到现在的 40.7%，男性网民则从最初的 87.7%减至 59.3%（如图 2-2 所示）。男女网民比例上的差异日渐缩小，从 1997 年的 7:1 已经缩小至目前的 1.5:1，这一变化产生的原因与我国互联网的普及有密切关系。

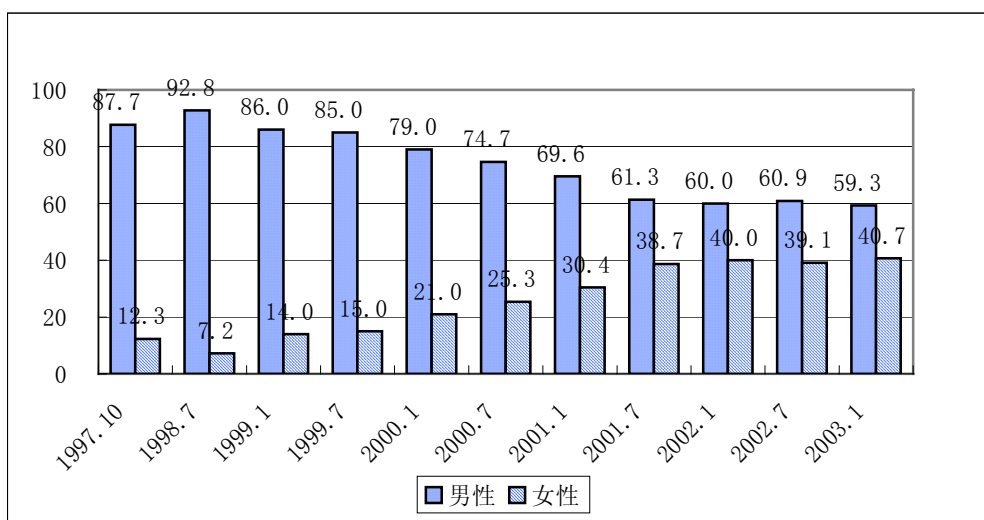


图 2-2 历次调查网民性别分布 (%)

我国男性网民 3504.6 万，是五年前 54.4 万的 64 倍，比半年前增长了 25.6%；女性网民 2405.4 万，是五年前 7.6 万的 317 倍，比半年前增长了 34.3% (如图 2-3 所示)。女性网民的增长速度要快于男性网民。但从普及率的角度来看，男性网民占男性总人口的比例为 5.3%，女性网民占女性总人口的比例为 3.9%，互联网在女性中的普及仍然不及男性。另外，尽管目前我国网民人数仅次于美国位居第二，但就我国近 13 亿的人口基数而言，网民在其中所占的比重仍然微不足道，互联网在我国的普及仍然是一个长期的过程。

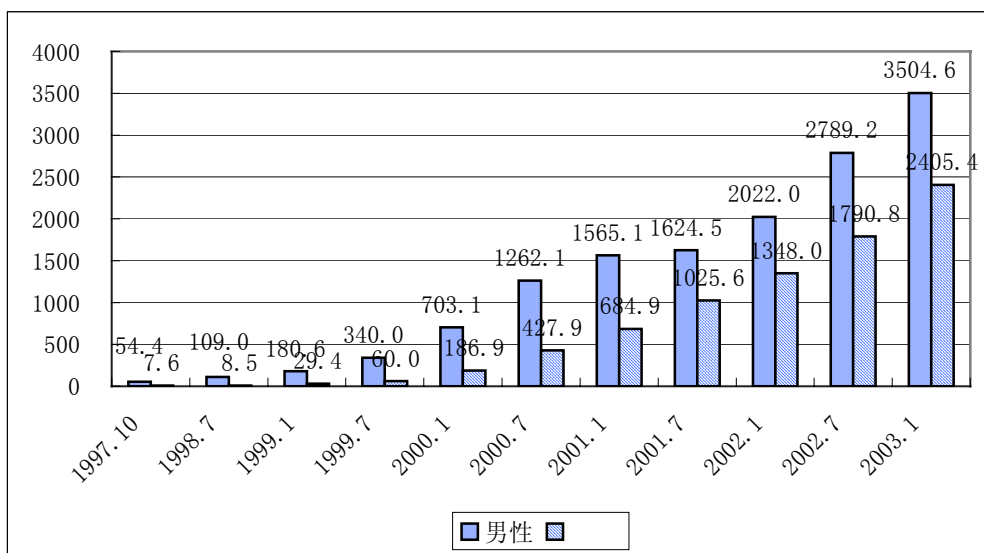


图 2-3 历次调查不同性别网民的数量 (万人)

2、用户婚姻状况

第十一次 CNNIC 调查结果显示, 未婚网民占 57.8%, 已婚网民占 42.2% (如图 2-4 所示)。未婚者在目前仍然是我国网民的主体。和以往调查结果类似, 未婚者占网民主体的状况与人口普查得出的已婚者占我国总人口的主体的状况不太一致 (至 2001 年底, 已婚者与未婚者的比例为 1.7: 1), 但这种不一致的状况正在改善。

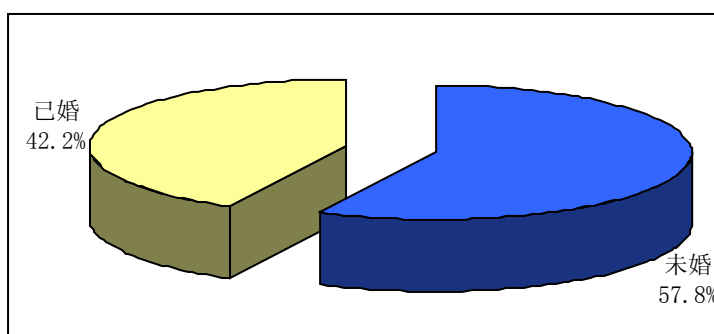


图 2-4 网民婚姻状况分布

与半年前相比, 已婚网民有小幅增加, 所占比例增加了 1.1%。从最近几年的整体走势看, 已婚网民所占比例尽管有一定波动, 但仍然呈递增趋势, 与 1999 年 1 月相比增加了 6 个百分点 (如图 2-5 所示), 增长缓慢的原因与目前我国上网人群的低龄化有关。从绝对数看, 网民中未婚者达到 3416 万, 与半年前相比增加了 26.6%; 已婚者达到 2494 万, 与半年前相比增加了 32.5% (如图 2-6 所示)。已婚网民的增长速度在这半年间比未婚网民要快。

从普及率的角度看, 未婚网民占我国未婚人口总数的 7.2%, 已婚网民占我国已婚人口总数的 3.1%, 互联网在未婚者中的普及程度仍然高于已婚者。

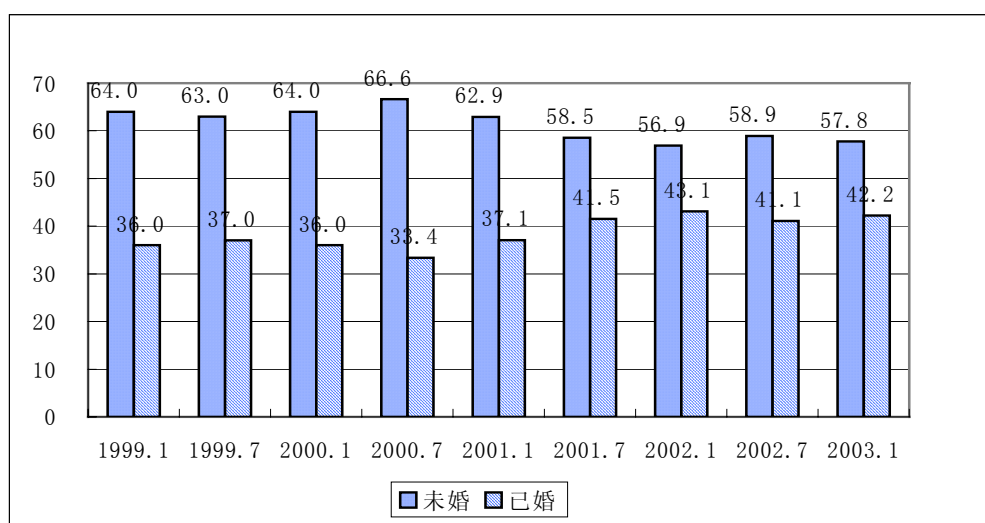


图 2-5 历次调查网民婚姻状况分布 (%)

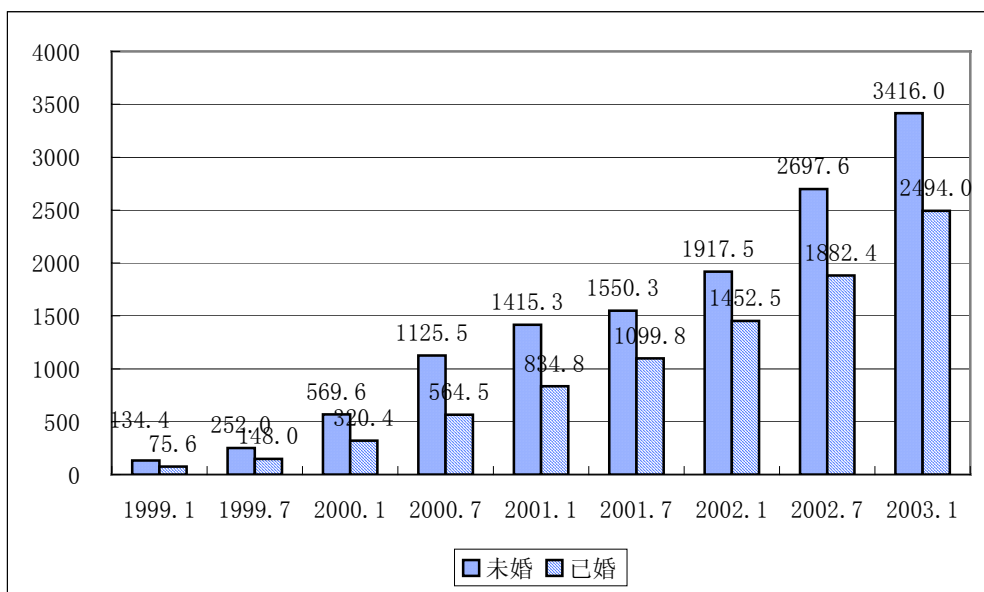


图 2-6 历次调查不同婚姻状况网民的数量（万人）

3、用户年龄

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民中 18—24 岁的年轻人所占比例最高，达到 37.3%，其次是 18 岁以下(17.6%)和 25—30 岁(17.0%)，30 岁以上的网民随着年龄的增加所占比例相应减少。35 岁以下的网民占 82.1%，35 岁以上的网民占 17.9%（如图 2-7 所示）。网民在年龄结构上仍然呈现低龄化的特点。

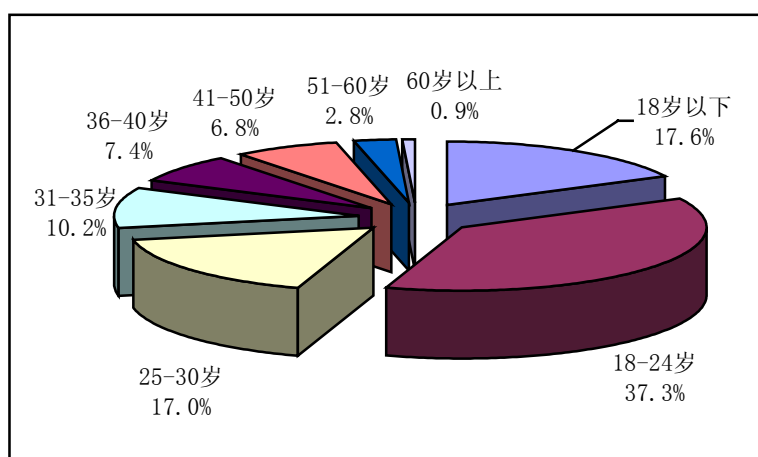


图 2-7 网民年龄分布

历次调查结果都显示，网民中 18—24 岁的年轻人最多，远远高于其它年龄段的网民而占据绝对优势。25—30 岁的网民所占比例近三年内下降较多，从 2000 年 1 月的 30.8%降至现在

的 17.0%，而 18 岁以下的网民增长速度却很快，从 2.4% 增加到 17.6%（如图 2—8 所示），这应该与网民中学生的比例增加有关。35 岁以上的网民比例有起有落，变化不大，但总体呈上升趋势，与 1997 年 10 月第一次调查相比增加了 2 个百分点。与半年前相比，35 岁及以下的网民从 3755.6 万增加到 4852.1 万，增长率为 29.2%；35 岁以上的网民从 824.4 万增加到 1057.9 万，增长率为 28.3%。两者在这半年间的增长速度相差不多（如图 2—9、图 2—10 所示）。

图 2—8 历次调查网民年龄分布 (%)

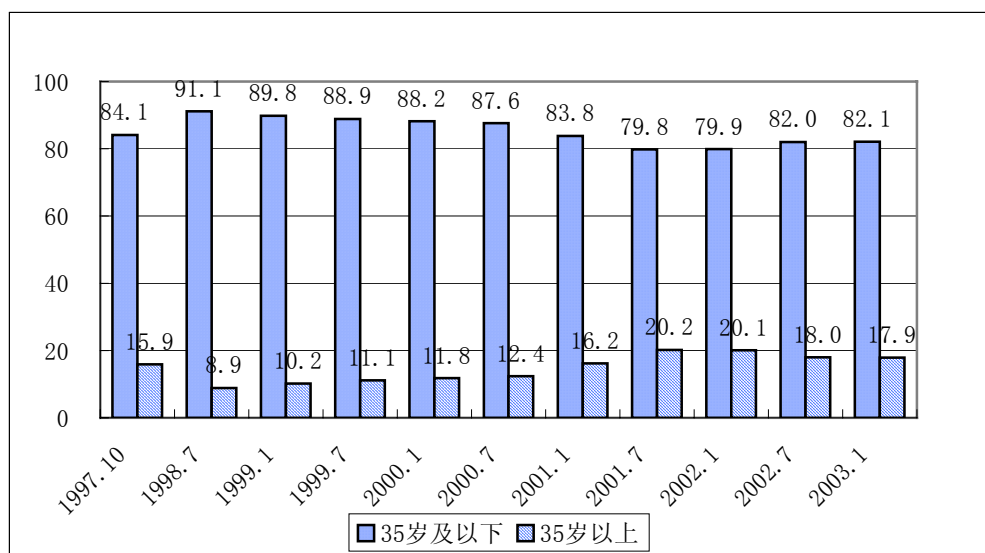
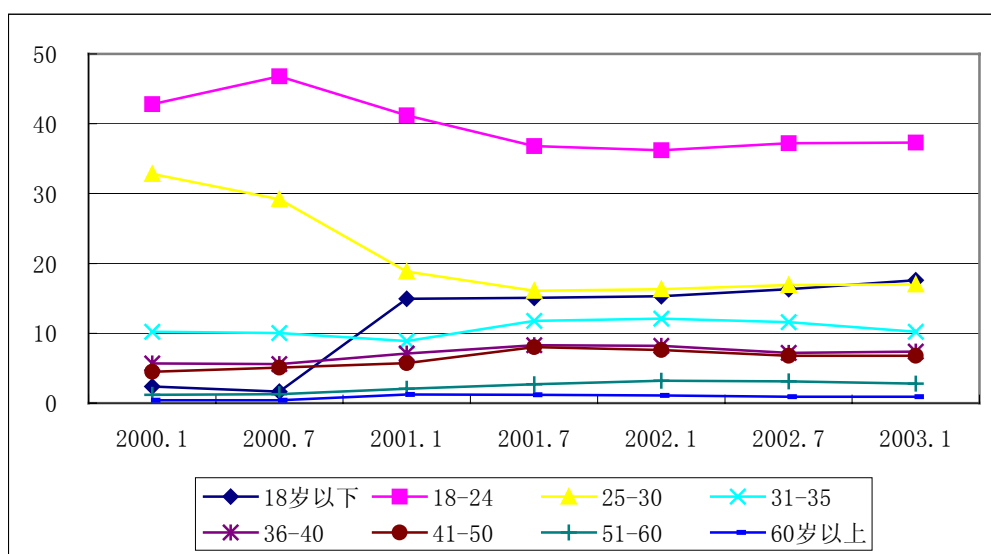


图 2—9 历次调查网民年龄分布 (%)

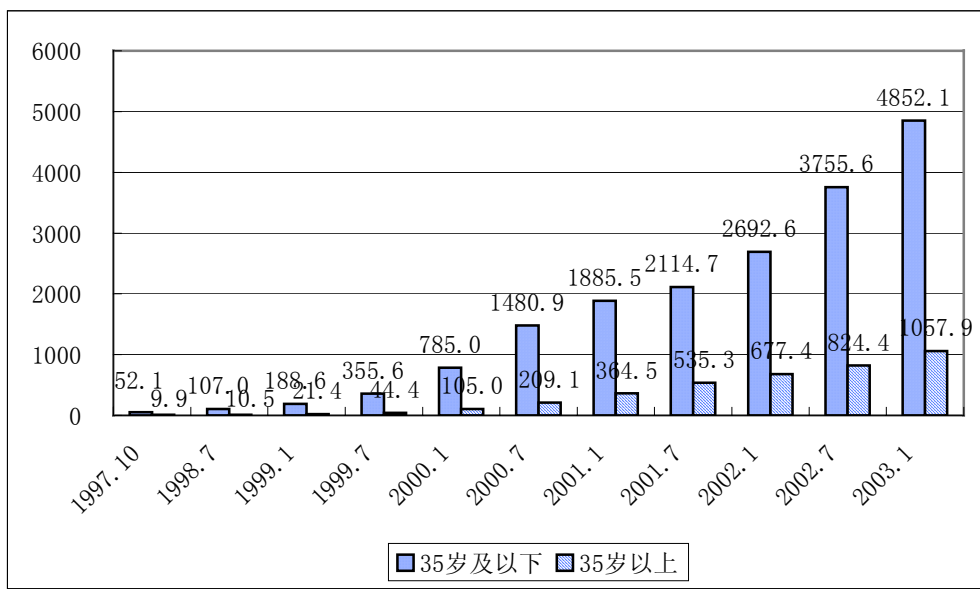


图 2-10 历年调查不同年龄网民的数量（万人）

4、用户受教育程度

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民中受教育程度为高中(中专)的比例最高，占到 30.6%，其次是本科（27.6%）和大专（26.1%）。本科及以上受教育程度的网民为 30.4%，本科以下受教育程度的网民达到了 69.6%（如图 2-11 所示）。本科以下受教育程度的网民占据大多数。

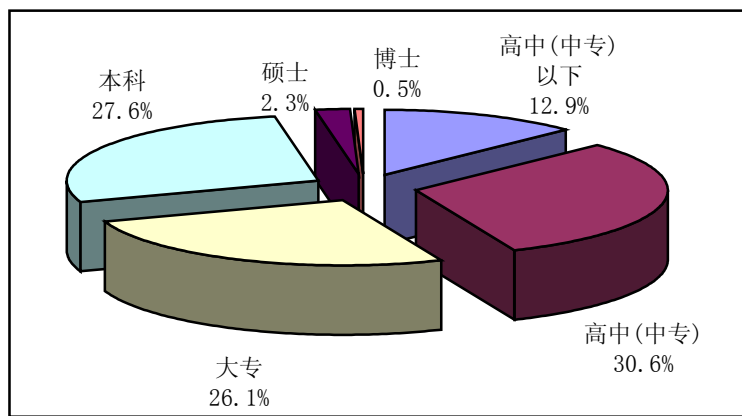


图 2-11 网民受教育程度分布

与以往调查结果的趋势相同，本科及以下受教育程度的网民继续增长，比半年前增加了 1.3%。从绝对数上看，与半年前相比，大学本科以下受教育程度的网民增加了 985.3 万，增长率为 31.5%；大学本科及以上受教育程度的网民增加了 344.7 万，增长率为 23.7%（如图 2-12、图 2-13 所示）。本科以下受教育程度的网民继续保持相对较快的增长速度。互联网上

内容的日益丰富、服务的日益多样、操作的更加简便以及使用成本的降低，使互联网更具亲和力，越来越趋于大众化。

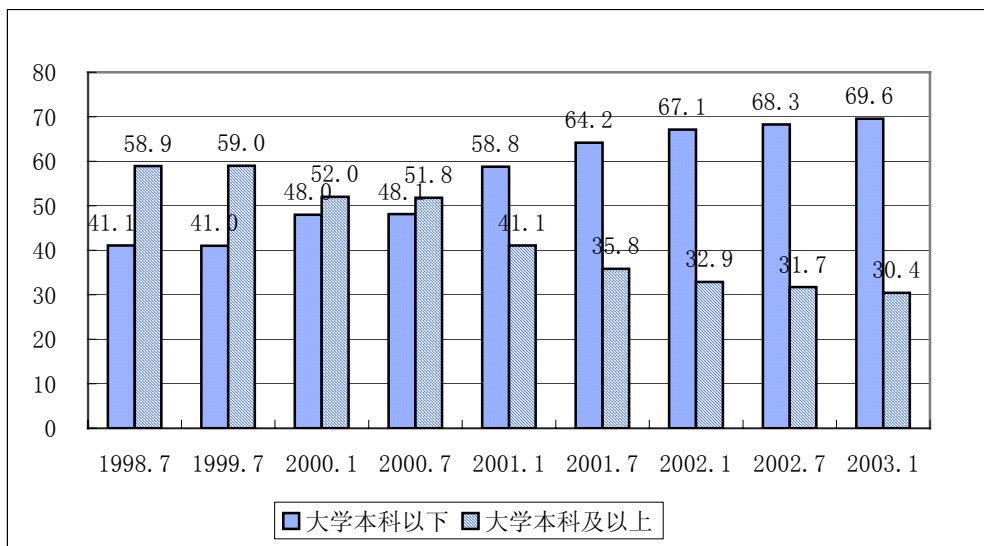


图 2-12 历次调查网民受教育程度分布 (%)

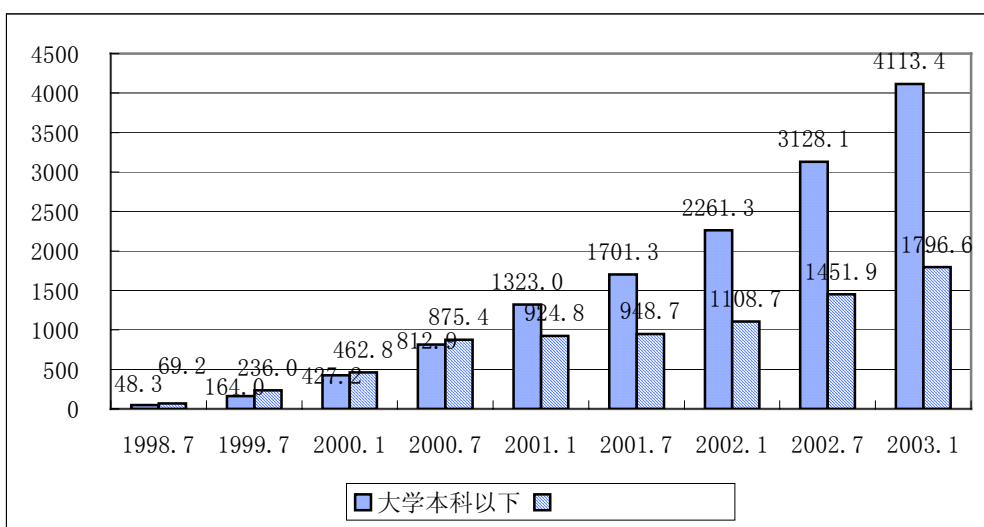


图 2-13 历次调查不同受教育程度网民的数量 (万人)

5、用户个人月收入

第十一次 CNNIC 调查结果显示，个人月收入在 500 元以下（包括无收入）的网民所占比例最高，达到 40%，其次是 501—1000 元（20.9%）和 1001—1500 元（15.4%），只有 15.5% 的网民个人月收入在 2000 元以上（如图 2-14 所示），低收入网民仍然占据主体。这种结构应该与网民中学生及年轻人占据一定比例有很大关系。

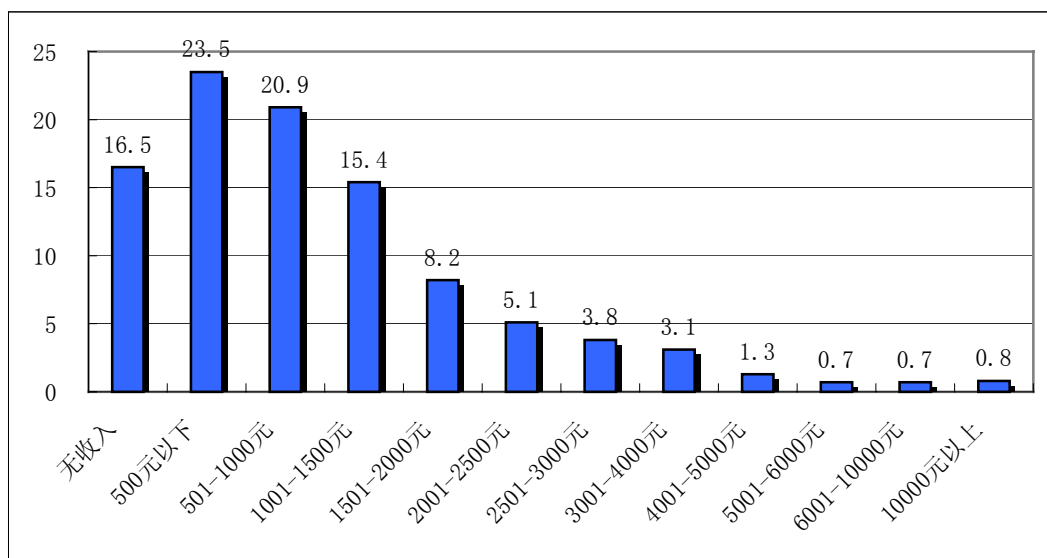


图 2-14 网民个人月收入分布 (%)

与半年前相比，无收入的网民所占比例有所增加，从 13%增加到 16.5%，而个人月收入 2000 元以上的网民比例也有所增加，从 13.4%增加到 15.5%。从绝对数量看，个人月收入 2000 元及以下的网民从 3966.3 万增加到 4994 万，增长率为 25.9%；个人月收入 2000 元以上的网民则从 613.7 万人增加到 916.1 万人，增长率为 49.3%（如图 2-15、图 2-16 所示）。就这半年而言，高收入网民的增长速度比低收入网民的增长速度要快。

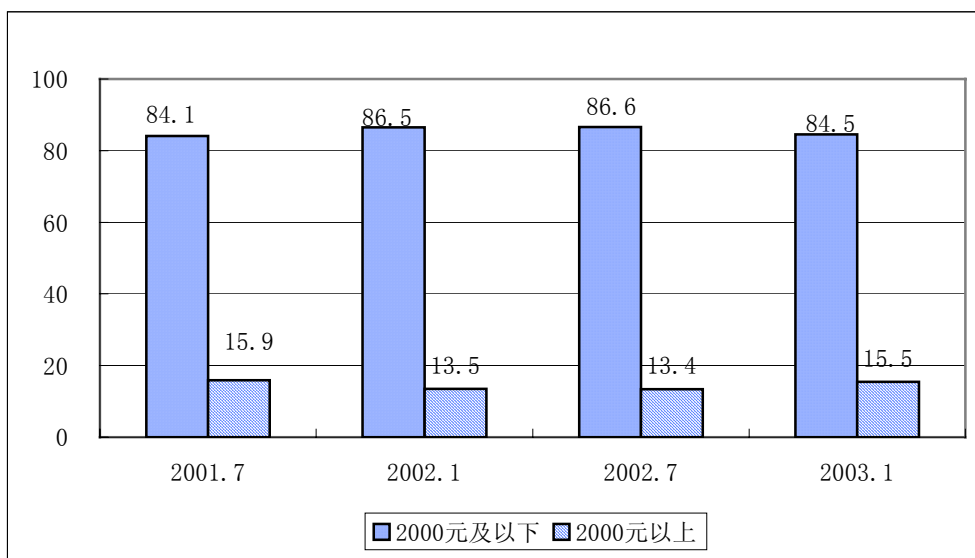


图 2-15 历次调查网民个人月收入分布 (%)

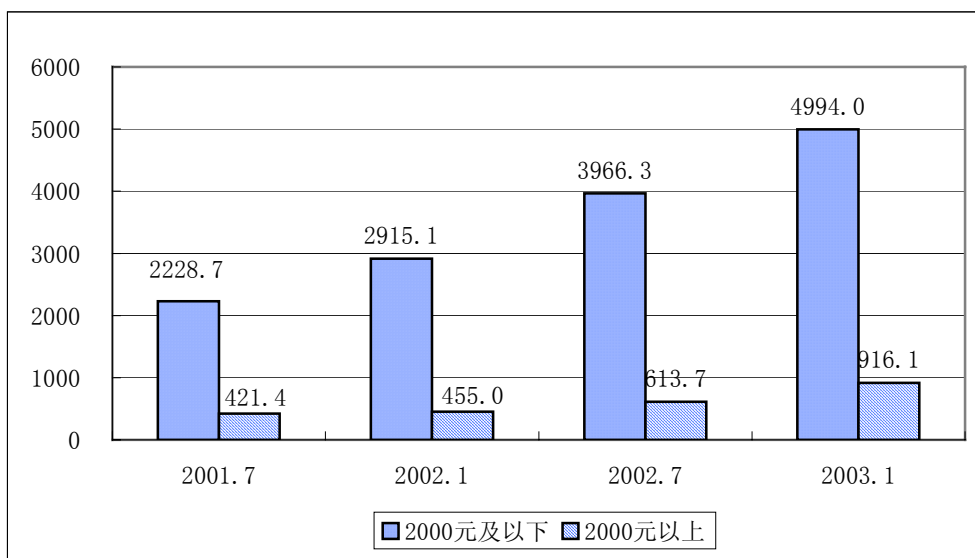


图 2-16 历次调查不同个人月收入网民的数量（万人）

6、用户职业

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民中学生所占比例最多，达到了 28%，其次是专业技术人员，占总数的 15.7%，排在第三位的是办事员等协助人员和商业、服务业人员，各占 10.3%。农林牧渔工作人员和军人所占比例最少，分别只有 1%和 0.9%（如图 2-17 所示）。

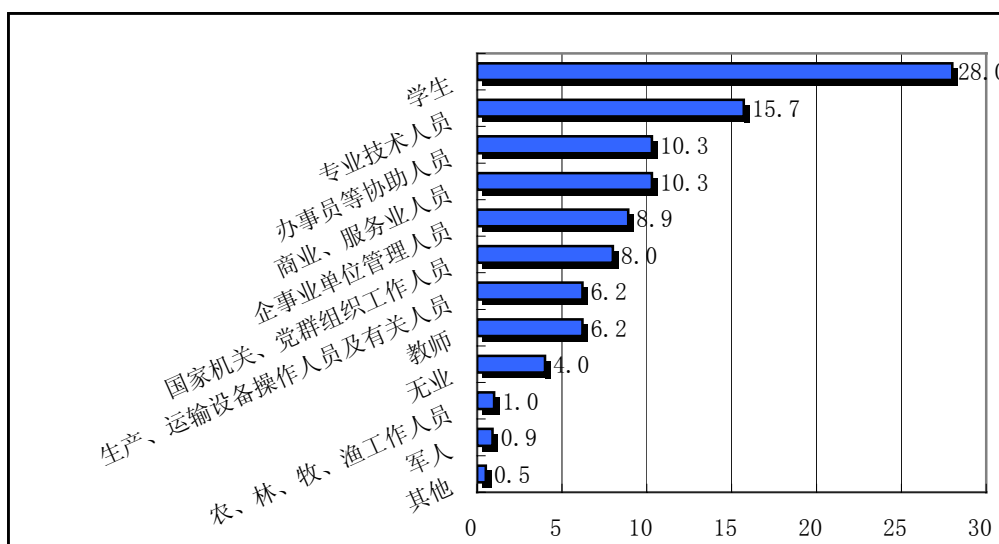


图 2-17 网民的职业分布 (%)

学生网民所占比例仍然高居榜首并且稳步增长。与半年前相比，学生网民在比例上又增加了 1.8%，绝对数量增加了 454.8 万，增长显著（如图 2-18 所示）。与其它职业相比，学生更容易接受新鲜事物、更容易受外界环境的影响，同时，校园网的建设为学生上网搭建了

良好的条件，各种网校、远程教育等的兴起也对学生上网起到了一定的推进作用。

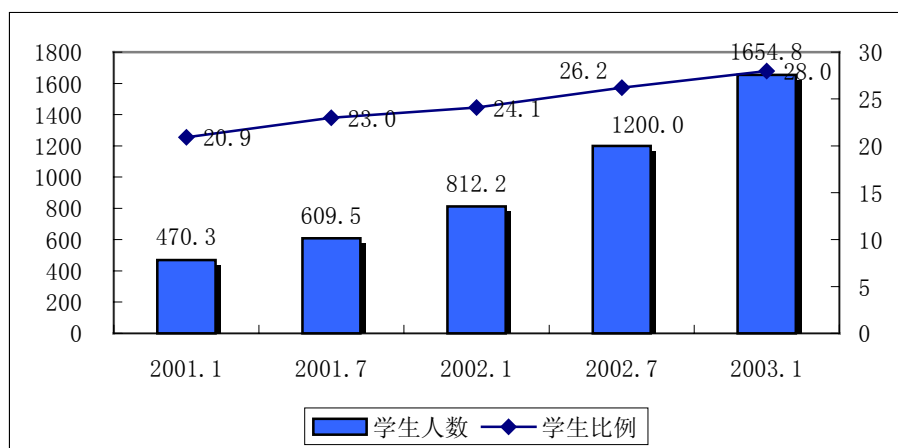


图 2-18 历次调查学生人数（万人）及比例（%）

目前我国的上网学生人数占国家统计局公布的我国在校学生总数(至 2001 年底，包括普通小学、初中学校、各类中等职业技术教育学校、普通高中、普通高等学校、研究生培养单位的在校学生共 22384 万)的 7.4%，与半年前相比增加了 2 个百分点，说明互联网在学生中的普及程度进一步提高了。

7、用户行业

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民中从事公共管理和社会组织的人最多，占 12.5%，其次是批发和零售业，占 11.8%，排在第三的是制造业，为 11.1%（如图 2-19 所示）。

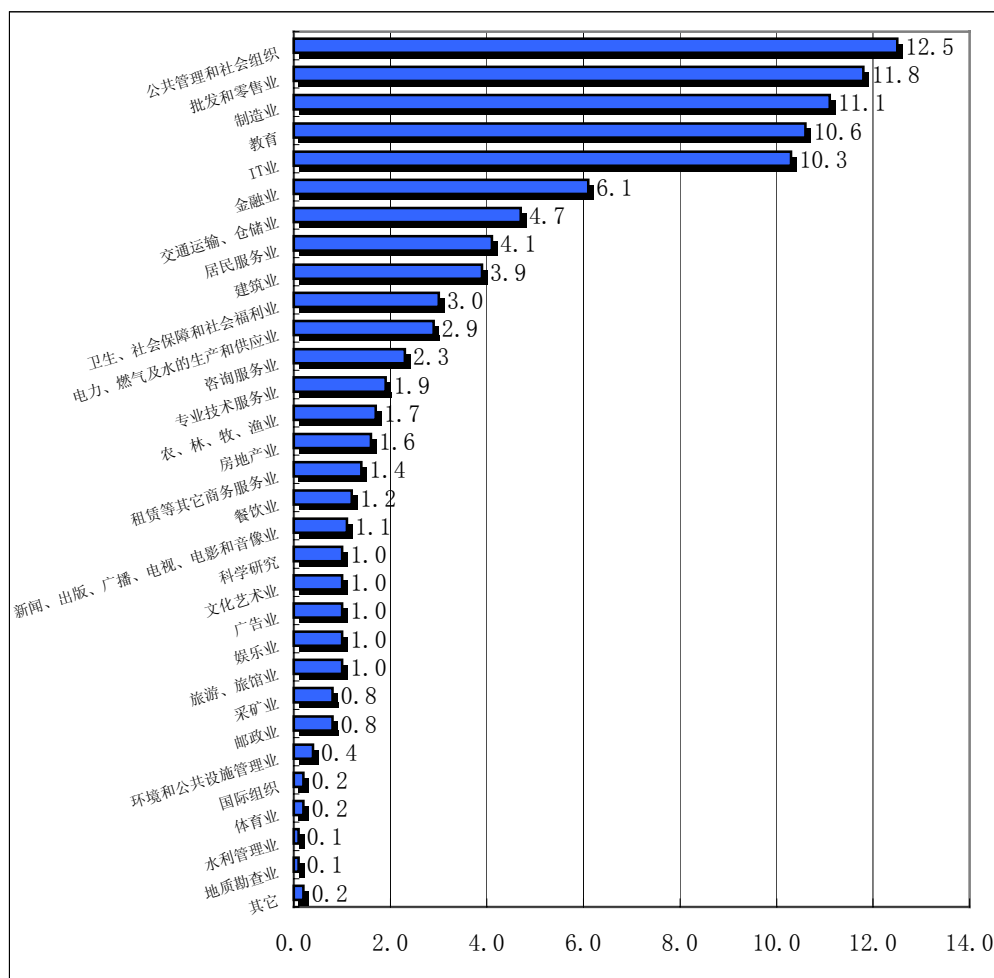


图 2—19 网民行业分布 (%)

与半年前相比，公共管理和社会组织、教育和科学研究、制造业以及 IT 业的网民所占比例有所增加，而批发和零售业的网民比例有所减少（如图 2—20 所示）。在绝对数量上，公共管理和社会组织中的网民增加了 110.7 万，增长率为 28.7%；从事教育和科学研究的网民增加了 116.3 万，增长率为 33.8%；制造业增加了 121.9 万网民，增长率为 38.3%；IT 业增加了 96.6 万网民，增长率为 31%；从事批发和零售业的网民只增加了 3.3 万，增长率为 0.7%（如图 2—21 所示）。从网民在职业、行业的分布上可以看出，网民逐渐趋于多元化。

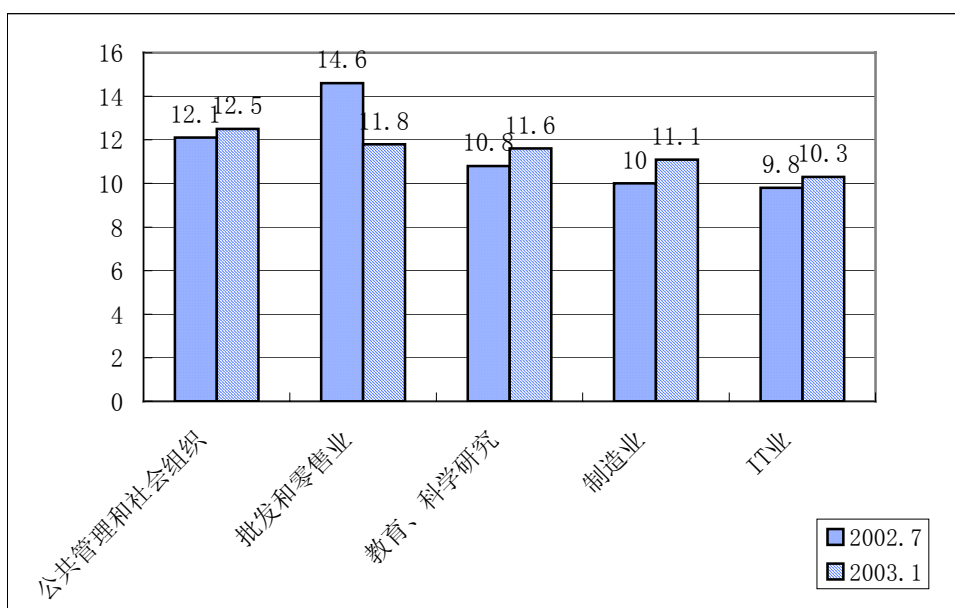


图 2-20 历次调查从事几大行业的网民所占比例 (%)

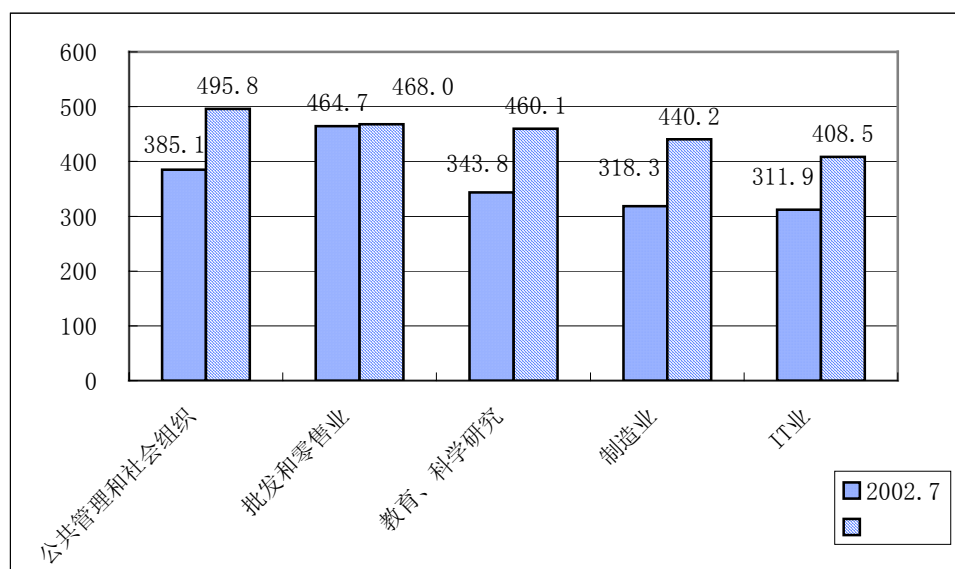


图 2-21 历次调查从事几大行业的网民数量 (万人)

综上所述，目前的网民仍然以男性、未婚者、35岁以下的年轻人为主体的；大学本科以下受教育程度的人以及低收入者仍然占据大多数；学生、专业技术人员比其它职业的人要多；公共管理和社会组织、批发和零售业以及制造业成为网民相对比较集中的行业。但同时可以看到，网民在特征结构上的差距正在逐渐缩小。可以预计，随着互联网在我国的普及与

发展,互联网将越来越向大众化靠拢,成为普通人都能使用的工具,网民的特征结构也将会更加合理与平衡。

三、网民上网行为习惯

随着我国互联网的发展，互联网正日益变成普通网民用以工作学习、获取信息、通信交流、休闲娱乐的手段和工具。网络应用越来越广泛，互联网的作用越来越重要，人们对互联网的使用也发生了相应的变化。了解网民的上网行为习惯，有助于我们清楚的看出网民在如何使用互联网，以及互联网在我国的发展趋势。

1、用户上网地点

第十一次 CNNIC 调查结果显示，62.6%的网民在家里上网，42.5%的网民在单位上网，其次是学校（20.2%）、网吧、网校、网络咖啡厅（19.4%），同时还有 0.6%的网民在公共图书馆上网，0.5%的网民移动上网，地点不固定（如图 3-1 所示）。家里仍然是网民上网最主要的地点。

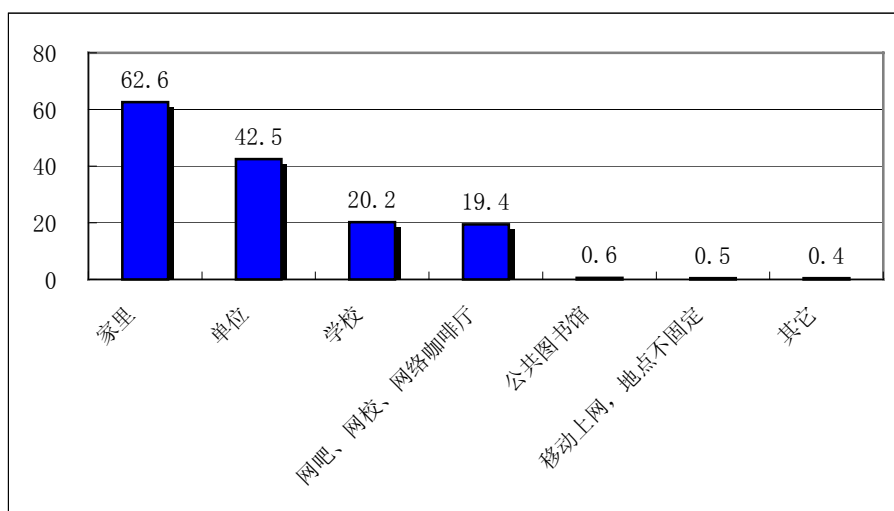


图 3-1 网民上网地点分布 (%)

与 CNNIC 最近几次的调查数据相比可以看出，在家里上网的网民比例继续呈稳步递增趋势，而在单位上网的网民比例则继续减少（如图 3-2 所示）。家庭电脑的普及、小区宽带的建设以及互联网使用成本的降低使越来越多的家庭接入了互联网络，家里也相应成为网民上网最主要的地点。

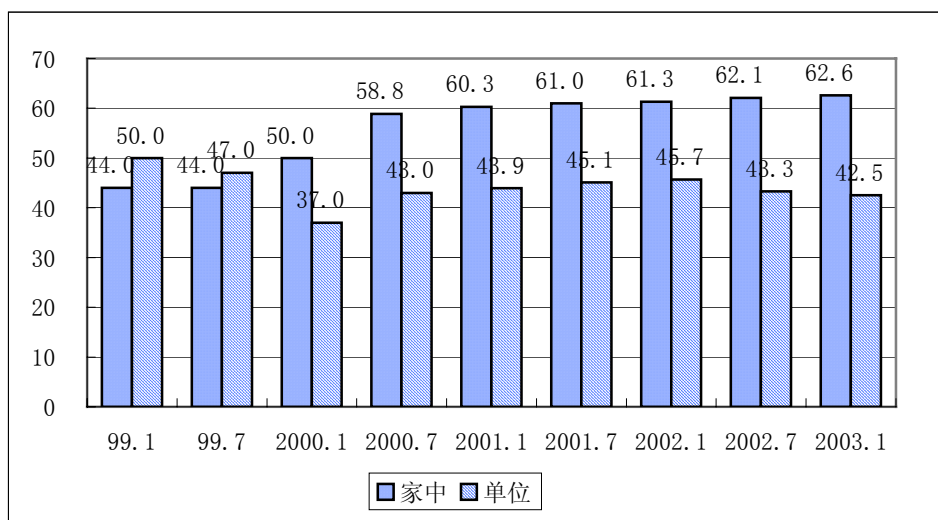


图 3-2 历次调查网民在家中/单位上网的比例 (%)

2、用户使用互联网的时间

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民一天中使用互联网的时间波动非常大：凌晨 1 点至早上 7 点钟是网民最少上网的时间，上午 8 点钟开始上网的人逐渐增多，在中午 11、12 点有小幅回落，从 13 点开始继续攀升，傍晚 17、18 点稍有回落，随后 19 点人数激增，到晚上 20、21 点的时候达到顶峰，各有四成左右的网民在这一时间上网，这之后上网人数又逐渐减少（如图 3-3 所示）。可以看出，人们日常生活的作息时间在一定程度上影响着人们使用互联网的时间。与以往调查结果类似，网民使用互联网的时间仍然集中在下午和晚上。

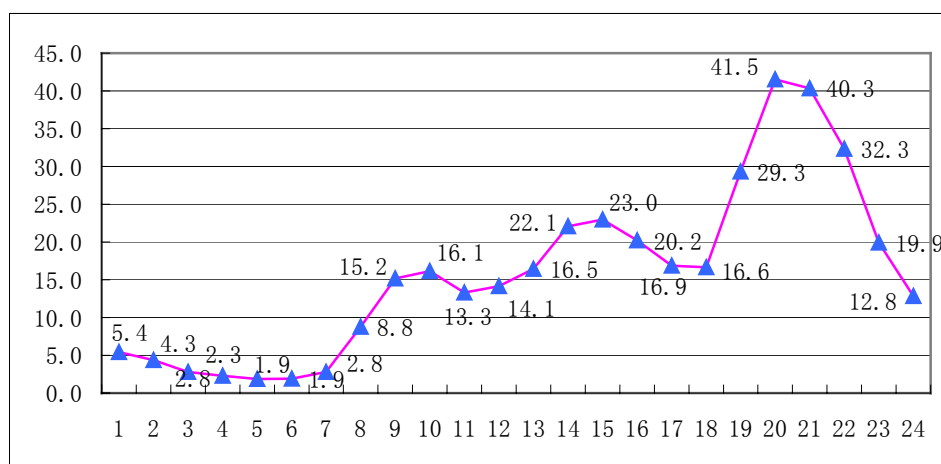


图 3-3 网民通常使用互联网的时间 (%)

3、用户上网设备

第十一次 CNNIC 调查结果显示，有 95.2% 的人使用台式计算机上网，10.1% 的人使用笔记

本电脑上网，用户上网设备仍然以台式计算机占据主流。与半年前相比，使用台式计算机的网民比例减少了 2.2%，而使用笔记本电脑的网民比例增加了 5.6%。也有少量网民在使用计算机上网的同时使用其它设备（移动终端、信息家电等）上网。网民的上网设备日趋多样化。

从近三年的调查数据看，在使用计算机上网的同时，使用移动终端、信息家电等设备上网的人在逐渐增多，从 2000 年 1 月的 20 万已经增加到了现在的 153 万，与半年前相比增加了 24 万（如图 3-4 所示）。新的上网设备正在逐渐被网民所接受。

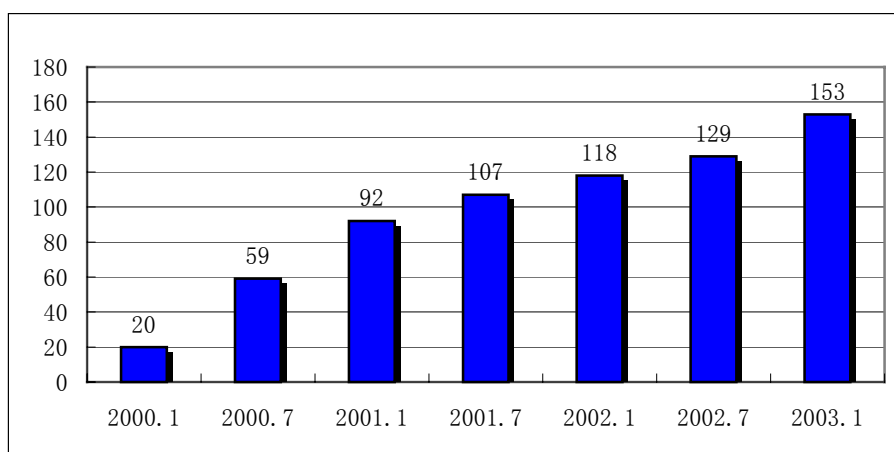


图 3-4 历次调查使用其它设备（移动终端、信息家电）上网的网民数（万人）

4、用户每月实际花费的上网费用

第十一次 CNNIC 调查结果显示，每月实际花费的上网费用低于 50 元的网民最多，达到 39.5%；其次是花费在 51-100 元的网民，占 30.6%；21.9%的网民每月花费的上网费用在 101-200 元；每月花费超过 200 元的网民则很少（如图 3-5 所示）。总体来讲，网民每月实际花费的上网费用偏低，主要集中在 100 元及以下。

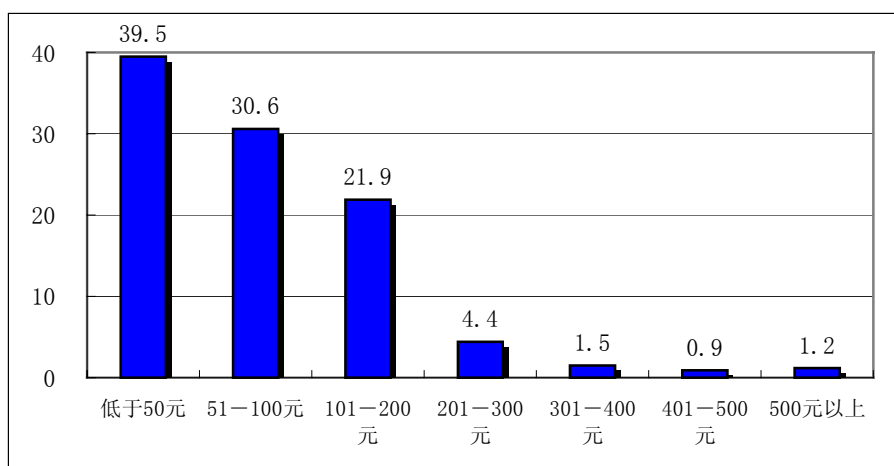


图 3—5 网民每月实际花费的上网费用分布 (%)

与前几次趋势不同的是，每月花费在 100 元及以下的网民比例有所减少，与半年前相比减少了 4.3%，而每月花费超过 100 元的网民比例则有所增加（如图 3—6 所示）。这说明尽管上网费用在降低，但由于互联网与人们的生活日益密切，人们对互联网的使用越来越频繁，导致网民的上网费用反而增加了。

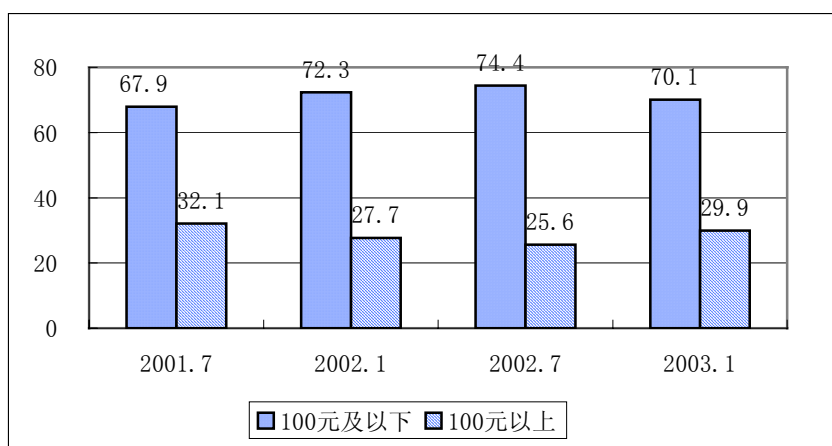


图 3—6 历次调查网民每月实际花费的上网费用分布 (%)

5、用户上网时间

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民每周上网 3.4 天，9.8 个小时。与前几次调查结果相比，网民上网时间明显增加了。

历次调查结果对比可以看出，网民最开始上网时间较长，达到每周 17 个小时，此后上网时间逐渐减少，最近几次逐渐稳定在 8—9 个小时，而这一次则呈现上升趋势，与半年前相比增加了 1.5 个小时（如图 3—7 所示）。网民每周上网天数也从半年前的 3.1 天上升为现在的

3.4 天（如图 3—8 所示）。网民每周上网时间的延长与网民每月上网花费的增加皆说明互联网与人们的日常生活越来越密切，人们对互联网更加依赖、使用更加频繁。

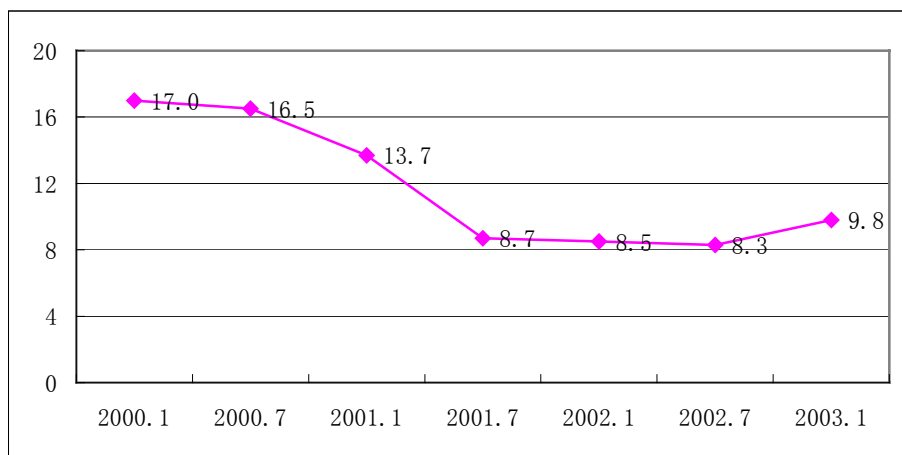


图 3—7 历次调查网民每周上网小时数（小时）



图 3—8 历次调查网民每周上网天数（天）

6、用户拥有 E-mail 帐号数

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民人均拥有 1.5 个 E-mail 帐号，其中免费的 E-mail 帐号为 1.2 个。网民人均拥有 E-mail 帐号的数目继续递减。

对比历次调查结果可以看出，网民最开始拥有的 E-mail 帐号较多，达到人均 4 个，此后呈递减趋势，逐渐固定在人均 1—2 个（如图 3—9 所示）。从网民人均 E-mail 帐号的减少可以看出网民在电子邮箱的使用上越来越趋于理性，常用的 1、2 个邮箱已经完全可以满足用户对外通信联络的需要。

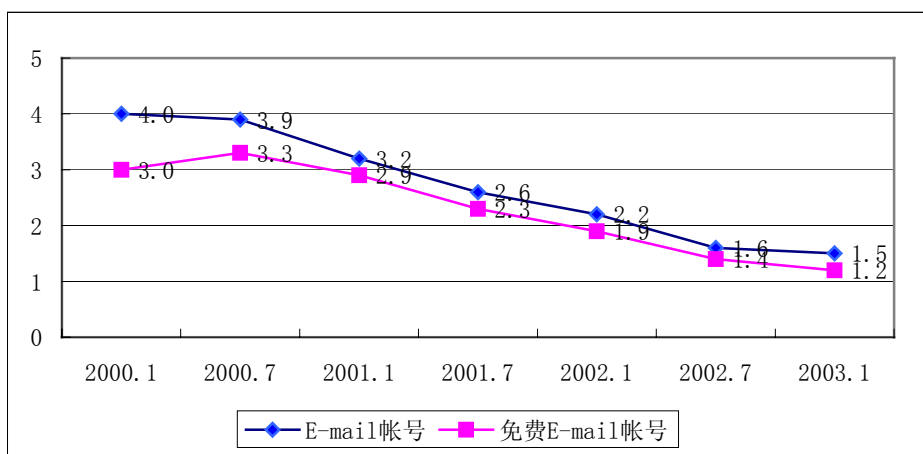


图 3—9 历次调查网民拥有 E-mail 帐号及免费 E-mail 帐号平均值 (个)

7、用户每周收发电子邮件数

第十一次 CNNIC 调查结果显示，网民平均每周收到 7.7 封电子邮件（不包括垃圾邮件），收到垃圾邮件 8.3 封，每周发出电子邮件 5.5 封。与半年前相比，网民每周收发电子邮件数均有所增加。

历次调查结果对比可以看出，网民每周发出的电子邮件数从逐渐递减转为略有回升（如图 3—10 所示），同时每周收到的电子邮件数也比半年前有所增加。这说明网民对电子邮箱的使用更频繁了，互联网在人们对外通信联络中的作用越来越大。

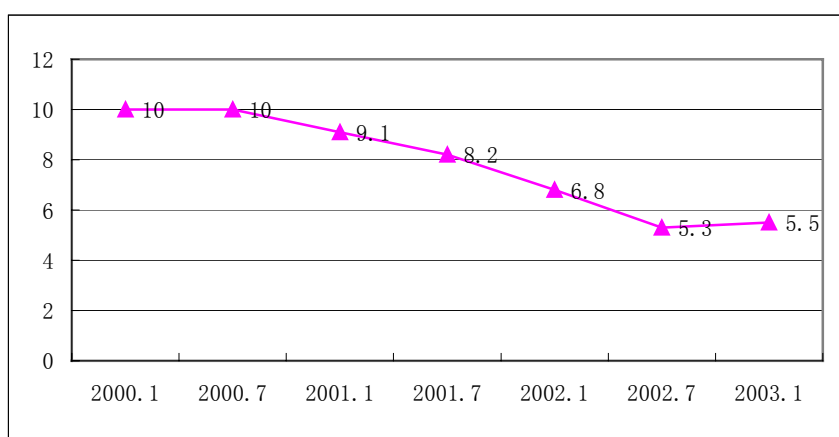


图 3—10 历次调查网民每周发出的电子邮件数 (封)

8、用户上网目的

第十一次 CNNIC 调查结果显示，就网民上网目的来看，获取信息是第一位的，53.1%的人将其作为上网最主要的目的。其次是休闲娱乐（24.6%），交友排在第三位（7%）（如图 3—11

所示)。获取信息仍然是网民上网最主要的目的。

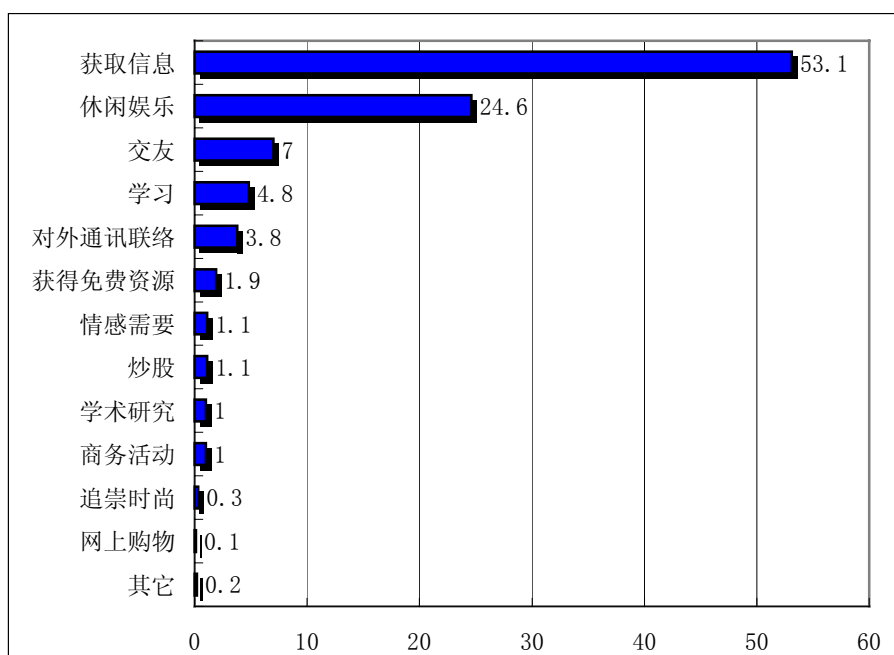


图 3—11 网民上网最主要的目的 (%)

近几次调查结果相比可以看出，以获取信息作为上网最主要目的的网民所占比例一直在稳步增加，与半年前相比又增加了 5.5%（如图 3—12 所示）。互联网的开放性、便利性、互动性以及网上信息的丰富性和服务的多样性，使越来越多的网民将互联网作为获取信息的主要渠道，同时，对互联网认识的提高，也使网民对互联网的应用更加理性与务实。

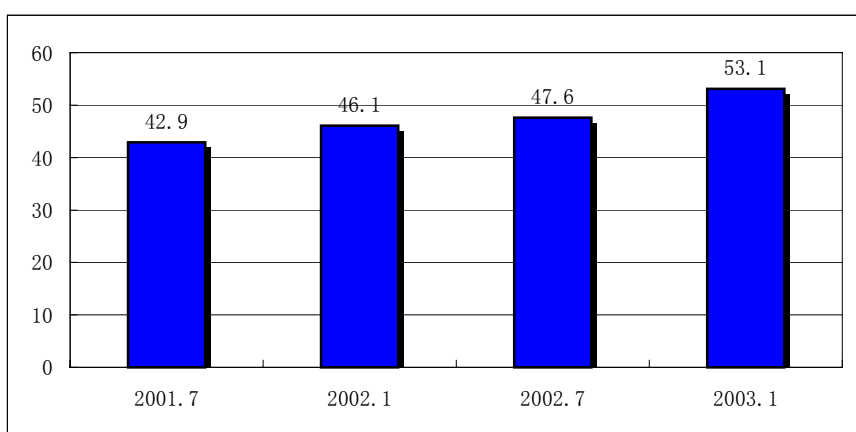


图 3—12 历次调查以获取信息为上网最主要目的的网民比例 (%)

综上所述，家中仍然是网民上网的主要地点；晚上八、九点钟是网民上网的高峰期；台

式计算机仍然是网民上网的首选设备，但新的上网设备正在逐渐被网民所接受；与半年前相比，网民每月花费的上网费用、每周上网时间以及每周收发的电子邮件数均有所增加，人均E-mail帐号数则有所减少；越来越多的网民将获取信息作为上网最主要的目的。可以预计，随着硬件环境的完善、网民数量的增加、网络应用的推广和网络知识的普及，互联网将成为人们日常生活中的重要工具，人们对互联网的应用也将更加深入、广泛。

四、非网民状况

最新的 CNNIC 调查结果显示，与半年前相比，我国网民从 4580 万人增长到 5910 万人，增长量为 1330 万。然而网民占我国人口的比例仅从半年前的 3.6% 增长为 4.6%，绝大部分人口依旧没有上网。因此，对 2002 年年末仍未上网人群（我们称之为非网民）不上网的原因、预期上网的时间和预期可能上网的非网民特征进行分析，将为政府、企业和社会各界更好地了解我国非网民状况、制定相关政策提供一些参考。

1、非网民不上网的原因与预期上网的时间

（1）、非网民不上网的原因

最新的 CNNIC 调查结果表明，非网民不上网的主要原因有：不懂电脑/网络，40.8% 的非网民选择；没有上网设备，27.7% 的非网民选择；没有时间，18.7% 的非网民选择；年龄太大/太小，10.0% 的非网民选择。此外，不感兴趣、觉得上网没用/不需要和上网费用贵也是妨碍非网民上网的原因，分别有 7.4%、7.3% 和 5.9% 的非网民选择（如图 4-1 所示）。上述结果表明，不懂电脑/网络、没有上网设备等客观原因是非网民未上网的主要原因，而由于个人对互联网的主观看法/印象方面的原因而没有上网的非网民为少数。

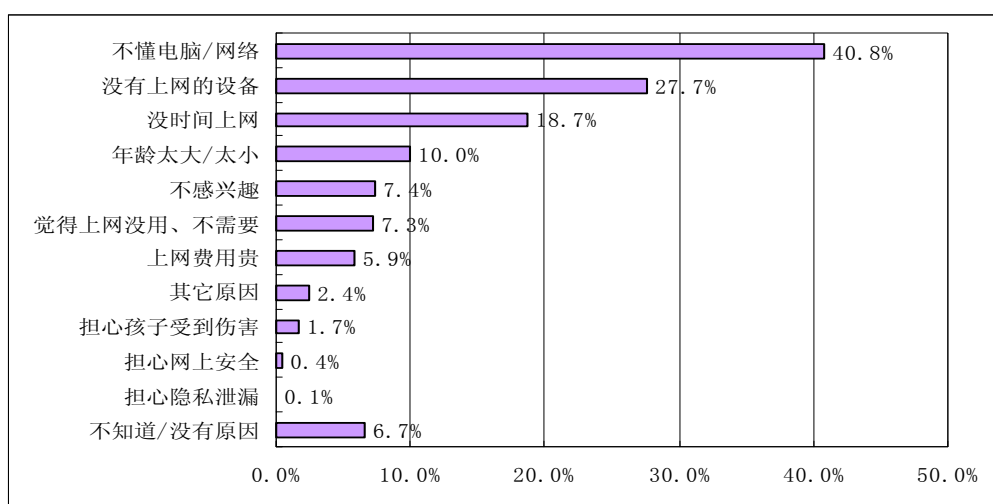


图 4-1 非网民不上网原因

值得注意的是，因不懂电脑/网络而未上网的非网民中有 77.2% 的人受教育程度在高中

（中专）以下，19.1%的人受教育程度为高中（中专）（如图 4-2 所示）。调查结果亦显示，因不懂电脑/网络而未上网的非网民中有 70.2% 的人年龄高于 30 岁（如图 4-3 所示）。

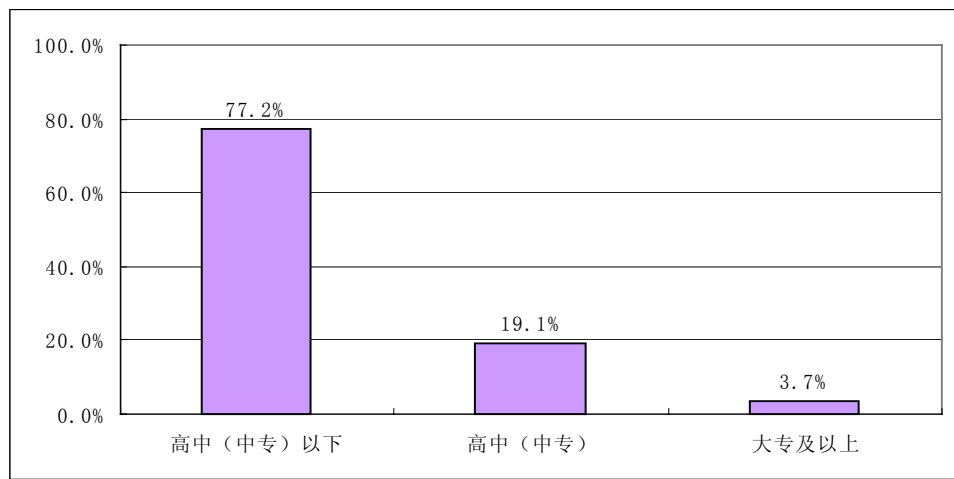


图 4-2 因不懂电脑/网络而未上网的非网民受教育程度

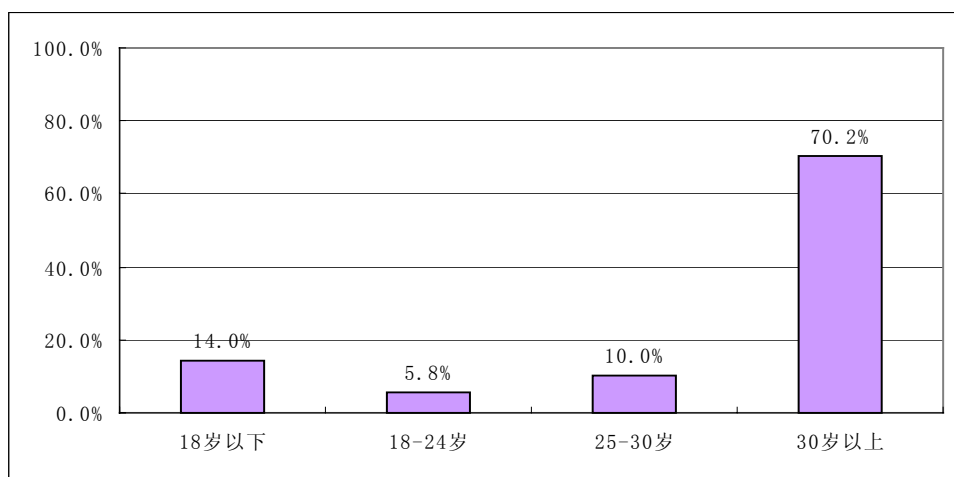


图 4-3 因不懂电脑/网络而未上网的非网民年龄状况

通过分析因没有上网设备而未上网的非网民，发现这部分人中 98.0% 的人家中没有电脑，而只有 2.0% 的人家中有电脑（如图 4-4 所示）。

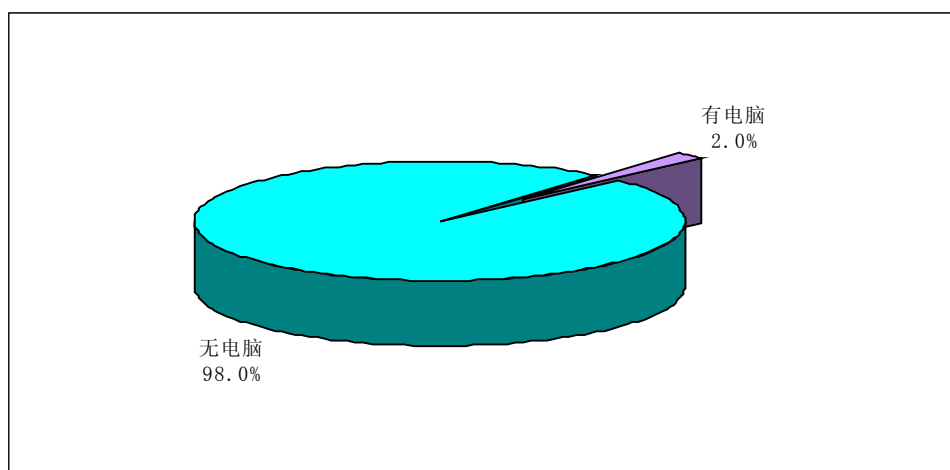


图 4-4 因没有上网设备而没上网的非网民电脑拥有状况

与半年前相比，非网民不上网的原因分布基本没有变化（如图 4-5 所示）。

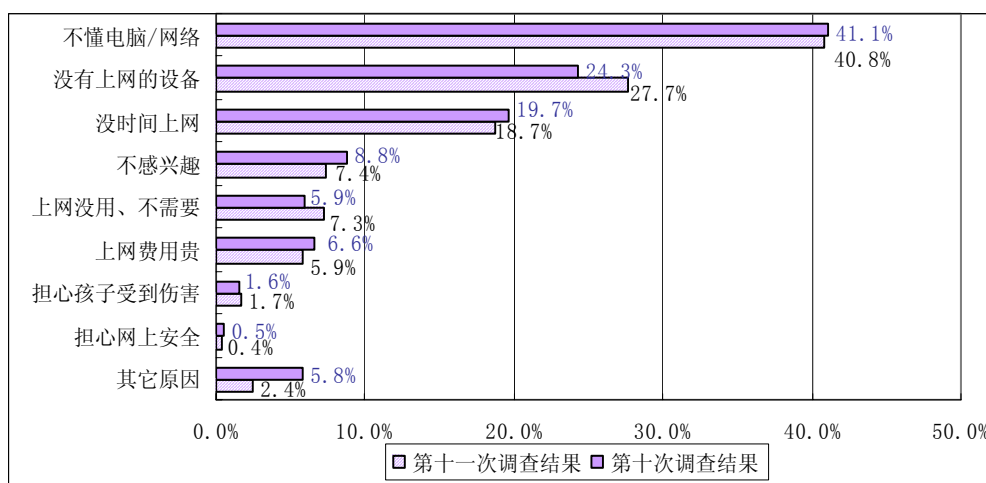


图 4-5 第十次、第十一次调查结果中非网民不上网的原因

(2)、非网民预期上网的时间

第十一次调查结果表明，我国 1.7%的非网民预期 1 个月内可能上网，2.0%的非网民预期 1-3 个月内可能上网，0.9%的非网民预期 3-6 个月内可能上网，1.8%的非网民预期 6 个月-1 年内可能上网，8.1%的非网民预期一年以后才可能上网；另有 41.9%的非网民根本不打算上网，43.6%的非网民不知道自己是否上网也无法预计上网的时间（如图 4-6 所示）。预期一年内可能上网的非网民比例为 6.4%。

与半年前相比，预期 1 个月内可能上网的非网民从 2.4%降至 1.7%，预期 1-3 个月内可能上网的非网民从 2.9%降至 2.0%，预期 3-6 个月内可能上网的非网民从 2.0%降至 0.9%，预期

6个月-1年内可能上网的非网民从3.7%降至1.8%，预期一年后可能上网的非网民从13.9%降至8.1%，预期未来一年内可能上网的非网民从半年前的11.0%减为6.4%（如图4-6所示）。尽管非网民预期上网时间只是非网民对自己上网与否的主观预期，但比例的降低在一定程度上预示着我国互联网的发展和普及将是一个长期的过程。

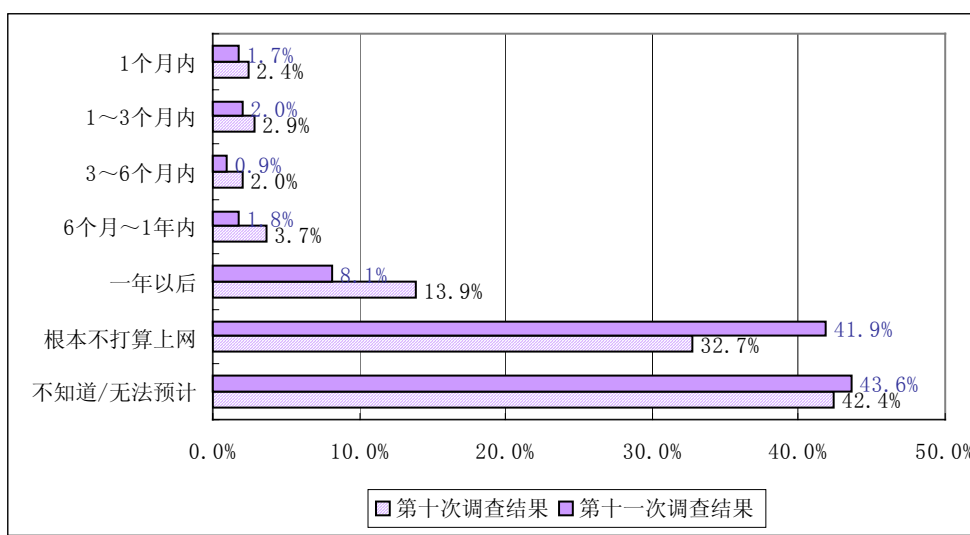


图 4-6 第十次、第十一次调查结果中非网民预期上网时间

2、预期可能上网的非网民部分特征

(1)、性别

最新的CNNIC调查结果显示，预期可能上网的非网民之中男性占60.0%，女性占40.0%。而网民中男性占59.3%，女性占40.7%（如图4-7所示），预期可能上网的非网民与网民的性别结构极其相似。可以预见，近期内我国网民的性别结构不会有太大的改变，男性仍将是我国上网的主力军。

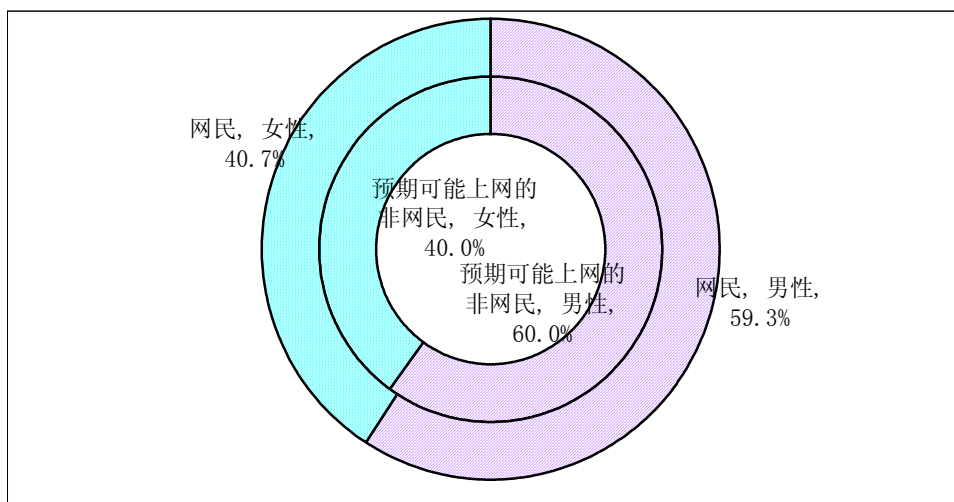


图 4-7 预期可能上网的非网民与网民性别状况

(2)、年龄

第十一次调查结果表明，预期可能上网的非网民中，年龄低于 18 岁的人占 17.5%，年龄在 18-24 岁之间的人占 10.2%，年龄在 25-30 岁、31-35 岁、36-40 岁、41-50 岁之间的人分别占 14.9%、16.5%、14.4%、16.7%，年龄超过 50 岁的人亦有 9.8%（如图 4-8 所示）。可见，预期可能上网的非网民在各年龄段上分布较为均衡，这将促进未来我国网民年龄分布更加均衡。

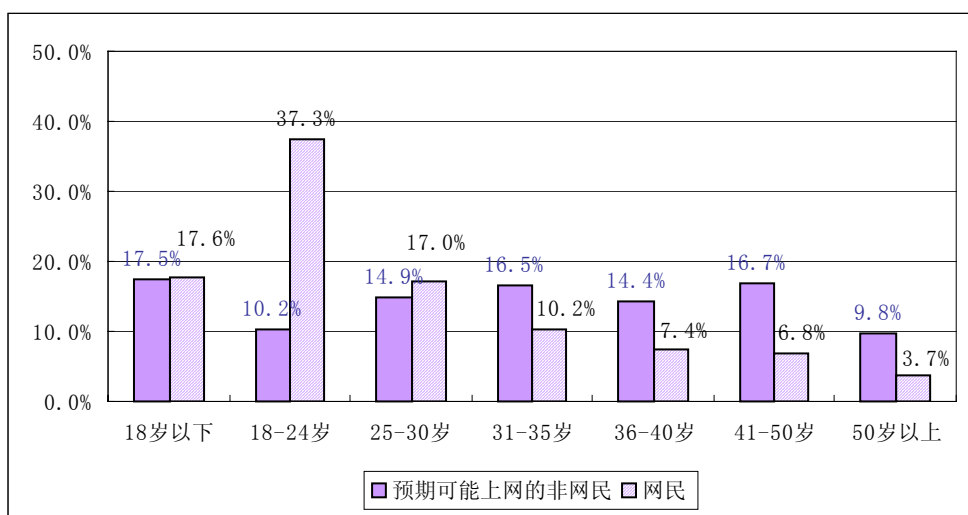


图 4-8 预期可能上网的非网民与网民年龄状况

(3)、婚姻状况

最新的 CNNIC 调查结果显示，预期上网的非网民中已婚比例为 78.5%，未婚比例为 21.5%，

我国网民里已婚比例为 42.2%，未婚比例为 57.8%（如图 4-9 所示）。预期上网的非网民和网民的婚姻状况不太一样，预示着未来我国网民中已婚网民的比例将有所增长。

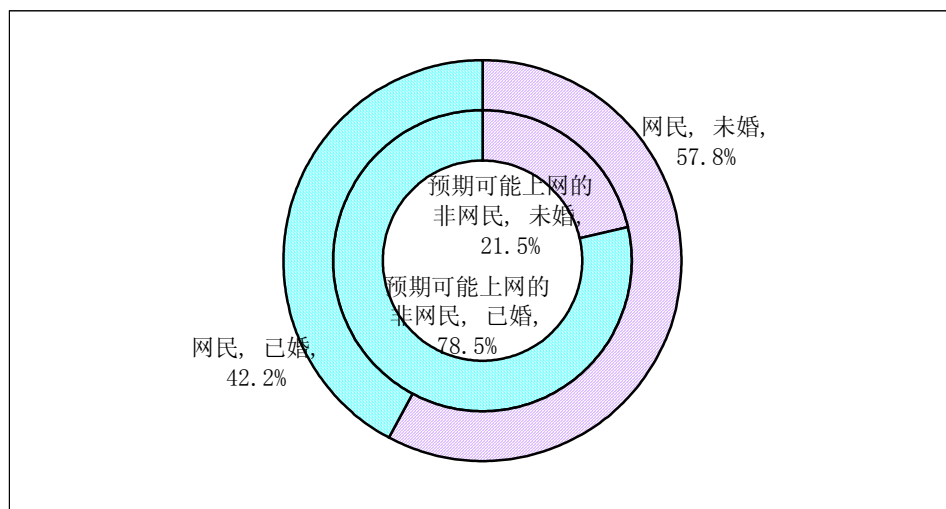


图 4-9 预期可能上网的非网民与网民婚姻状况

综上所述，没有上网设备、不懂电脑/网络等客观原因是我国非网民没有上网的主要原因，由于个人对互联网的主观看法/印象方面的原因而没上网的非网民只是少数。在预期可能上网的非网民中，男性仍多于女性，且年龄分布较为均衡，已婚的人占多数。可以预计，近期内我国网民中男性网民仍将是上网的主力军；年轻网民仍占多数；已婚网民比例可能有所增长，但未婚网民仍多于已婚网民。

五、华东、西北地区网民状况对比

从前面的分析可知，我国互联网络在地区之间的发展是不均衡的，对东部华东地区和西部西北地区的网民状况进行比较分析，将有助于我们更加全面和深入地了解我国互联网络的发展状况。

注：本部分内容所指网民不包含大学生网民在内。

1、网民特征结构

（1）、网民的性别

最新的 CNNIC 调查结果显示，华东地区网民中男性所占比例为 58.0%，女性所占比例为 42.0%，而西北地区网民中男性所占比例为 67.5%，女性网民所占比例仅为 32.5%（如图 5-1 所示）。相对而言，华东地区网民中女性的比例高于西北地区。

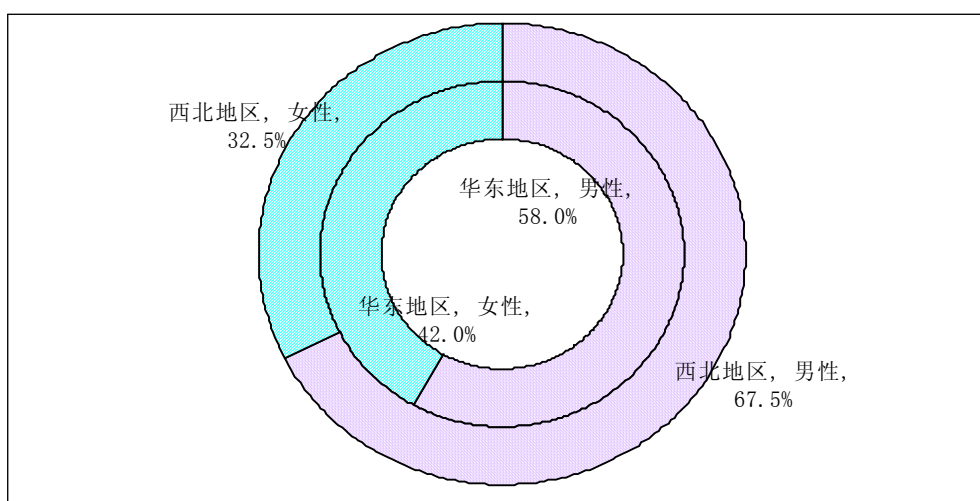


图 5-1 华东、西北地区网民的性别分布

（2）、网民的年龄

最新的 CNNIC 调查结果显示，华东地区的网民中年龄低于 18 岁的人有 19.5%，年龄在 18-24 岁之间的人有 31.3%，年龄在 25-30 岁之间的人有 18.9%，69.7% 的人年龄低于 31 岁。西北地区的网民中年龄低于 18 岁的人有 19.6%，年龄在 18-24 岁之间的人有 23.4%，年龄介于 25-30 岁的人有 18.1%，61.1% 的人的年龄低于 31 岁（如图 5-2 所示）。可见，华东和西北

地区的网民中均是年轻网民居多，但华东地区网民中年轻网民的比例高于西北地区。

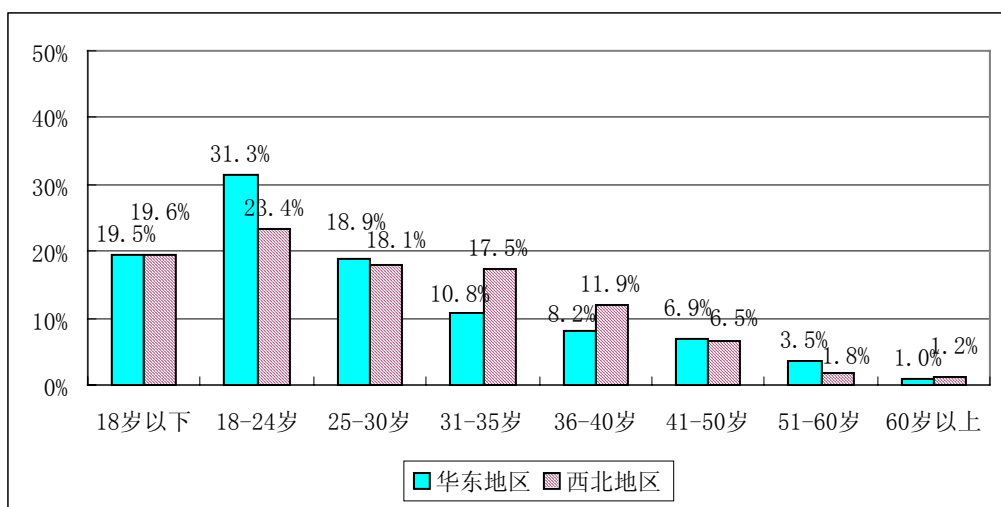


图 5-2 华东、西北地区网民的年龄分布

(3)、网民的婚姻状况

最新的 CNNIC 调查结果显示，华东地区网民中 51.9% 的人未婚，48.1% 的人已婚；西北地区网民中 45.3% 的人未婚，54.7% 的人已婚（如图 5-3 所示）。可见，华东地区网民的婚姻状况与西北地区网民的婚姻状况不太一样。

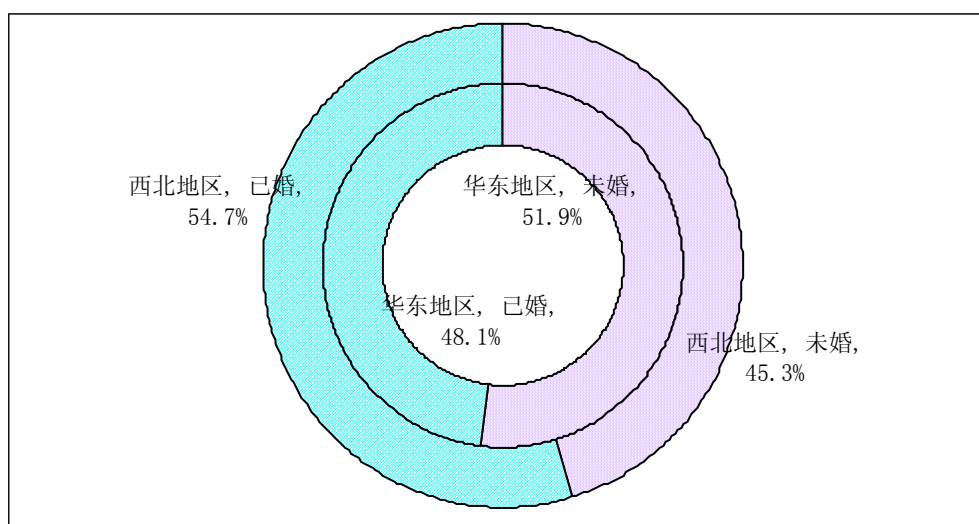


图 5-3 华东、西北地区网民的婚姻状况分布

(4)、网民的文化程度

最新的 CNNIC 调查结果表明，华东地区网民中文化程度在高中（中专）以下和高中（中专）的人分别有 13.6% 和 36.6%，文化程度为大专、本科、硕士和博士的人分别有 26.0%、21.6%、

1.7%和 0.5%，49.8%的人文化程度在大专及以上。西北地区网民中文化程度在高中（中专）以下和高中（中专）的人分别有 15.0%和 34.3%，文化程度为大专、本科、硕士和博士的人分别有 29.5%、19.4%、1.7%和 0.1%；50.7%的人文化程度在大专及以上（如图 5-4 所示）。华东地区网民的文化程度与西北地区网民的文化程度分布状况基本类似。

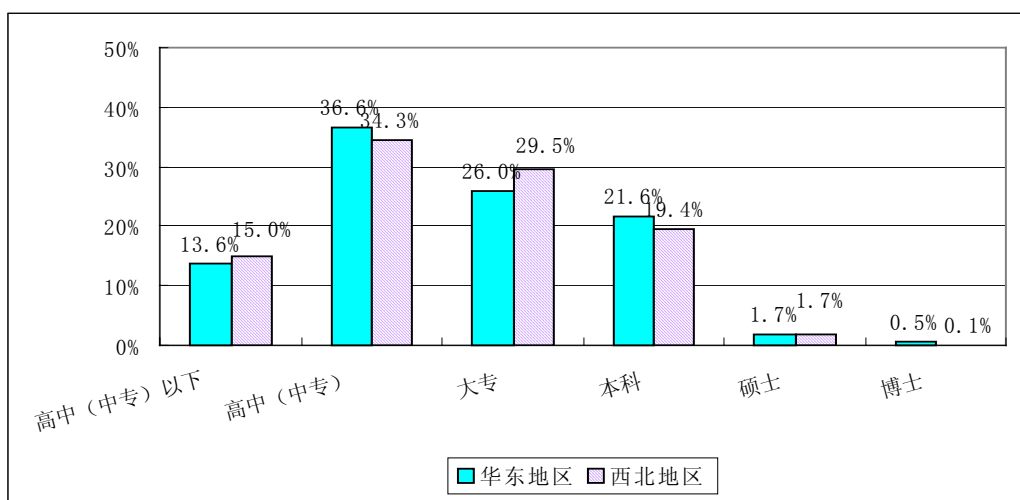


图 5-4 华东、西北地区网民的文化程度分布

(5)、网民的行业分布（不包括军人、学生和失业人员）

最新的 CNNIC 调查结果显示，华东地区网民中属于公共管理和社会组织的人所占比例低于西北地区，而 IT 业、制造业、金融业、卫生、社会保障和社会福利业、教育行业中网民所占比例高于西北地区。两个地区其它行业网民所占比例状况则相差不多（如图 5-5 所示）。

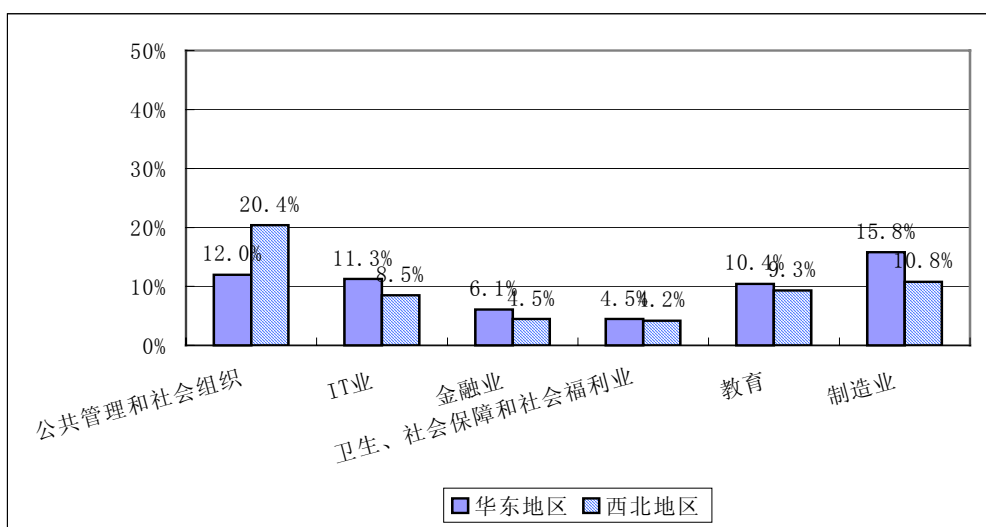


图 5-5 华东、西北地区网民的部分行业分布

（6）、网民的个人月收入

最新的 CNNIC 调查结果显示，华东地区网民中 44.5% 的人个人月收入低于 1500 元，而西北地区网民中相应的比例有 68.3%（如图 5-6 所示）。可见，华东地区网民的整体收入水平高于西北地区网民。

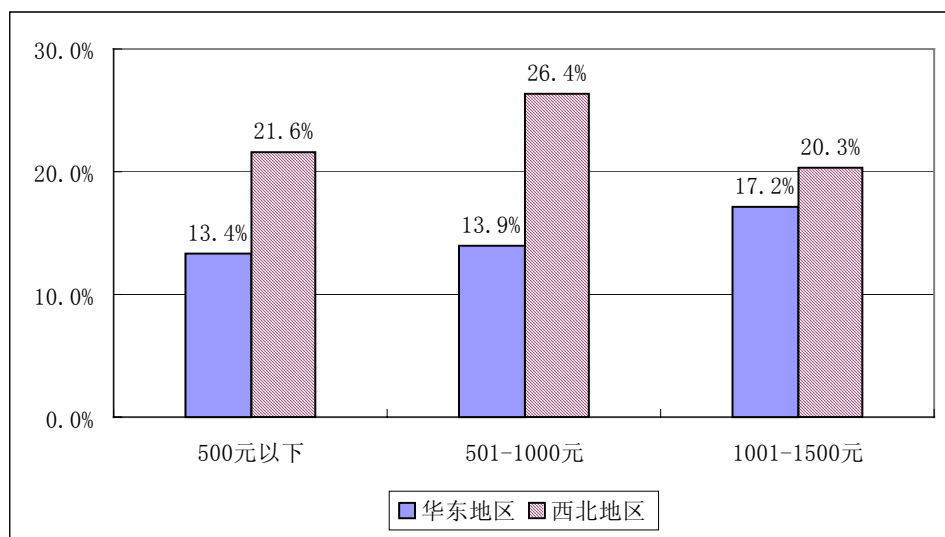


图 5-6 华东、西北地区网民的部分个人月收入分布

2、网民使用网络情况和上网习惯

（1）、网民每月实际花费的上网费用

最新的 CNNIC 调查结果表明，华东地区网民中每月实际花费的上网费用低于 50 元的人有 36.5%，每月实际花费的上网费用在 51-100 元、101-200 元的人分别有 35.8% 和 22.0%，另有 5.7% 的人每月实际花费的上网费用超过 200 元。西北地区网民中每月实际花费的上网费用低于 50 元的人有 45.4%，每月实际花费的上网费用在 51-100 元、101-200 元的人分别有 33.9% 和 15.4%，另有 5.3% 的人每月实际花费的上网费用超过 200 元（如图 5-7 所示）。可见，华东地区网民每月实际花费的上网费用整体水平高于西北地区。

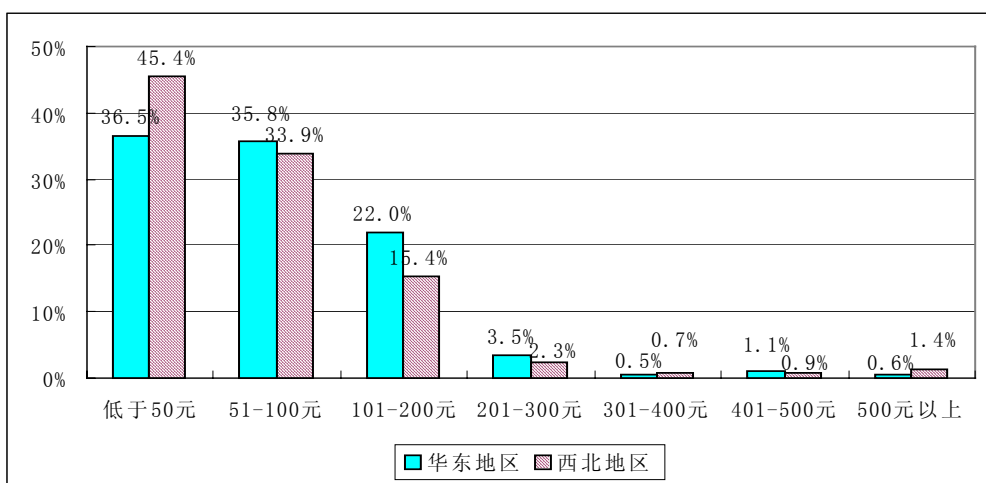


图 5-7 华东、西北地区网民每月实际花费的上网费用

(2)、网民平均每周上网时间

第十一次调查结果显示,华东地区网民平均每周上网 11.3 小时,平均每周有 3.6 天上网,西北地区网民平均每周上网 8.4 小时,平均每周有 3.0 天上网(如图 5-8 所示)。可见,华东地区网民使用网络的时间及频度均高于西北地区网民。

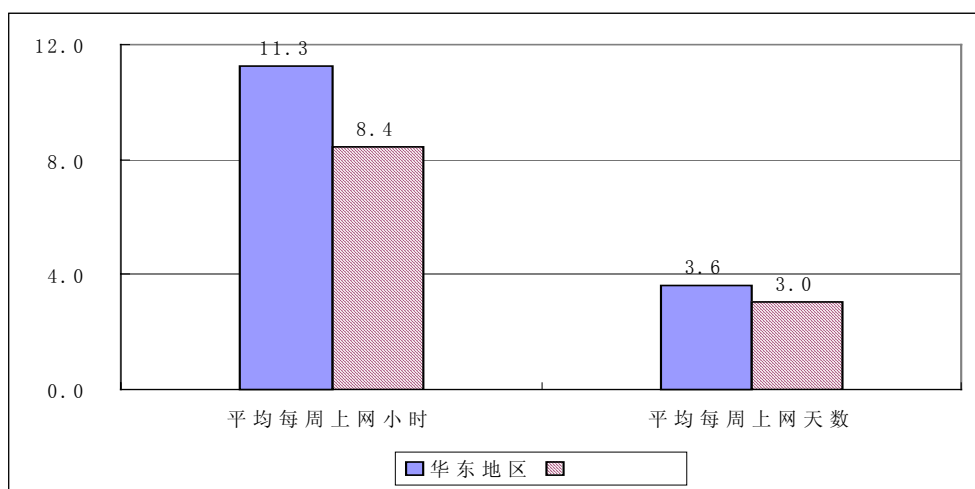


图 5-8 华东、西北地区网民平均每周上网时间

(3)、网民通常使用互联网的时间

从华东、西北地区网民通常使用互联网的时间分布(如图 5-9 所示)可以看出,华东地区网民每天使用互联网的时间与西北地区网民每天使用互联网的时间基本类似。

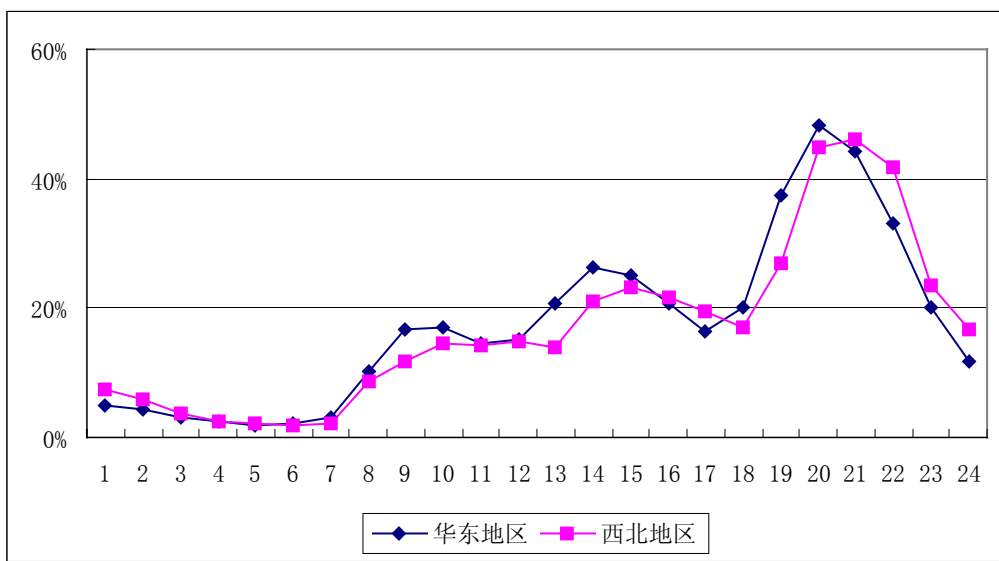


图 5-9 华东、西北地区网民通常每天使用互联网的时间

(4)、网民拥有 E-mail 帐号平均值和平均每周收发电子邮件数

通过比较华东、西北地区网民拥有 E-mail 帐号平均值和平均每周收发电子邮件数 (如图 5-10 所示) 可以发现, 华东地区网民无论是拥有的 E-mail 帐号平均值还是平均每周收发的电子邮件数均高于西北地区网民。

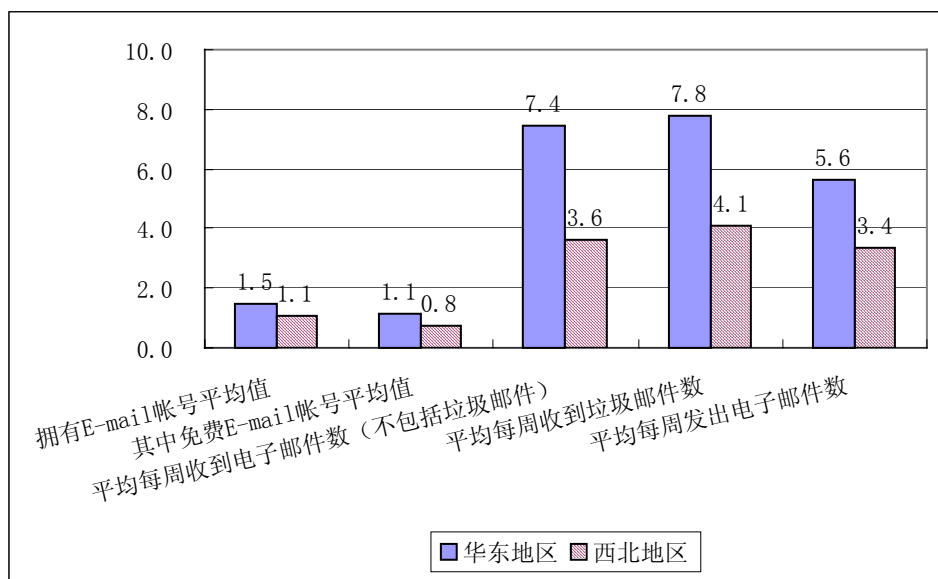


图 5-10 华东、西北地区网民拥有 E-mail 帐号平均值和平均每周收发电子邮件数

(5)、网民上网最主要的目的

最新的 CNNIC 调查结果表明, 华东地区网民中分别有 55.0% 和 25.5% 的人上网最主要的目

的是获取信息和休闲娱乐，多于西北地区网民 (52.6%和 24.3%)；而华东地区网民中以学习和交友为上网最主要目的的人所占比例分别为 4.4%和 6.1%，低于西北地区网民(5.7%和 8.7%) (如图 5-11 所示)；两个地区的网民中选择其它上网最主要目的的人所占比例基本类似。

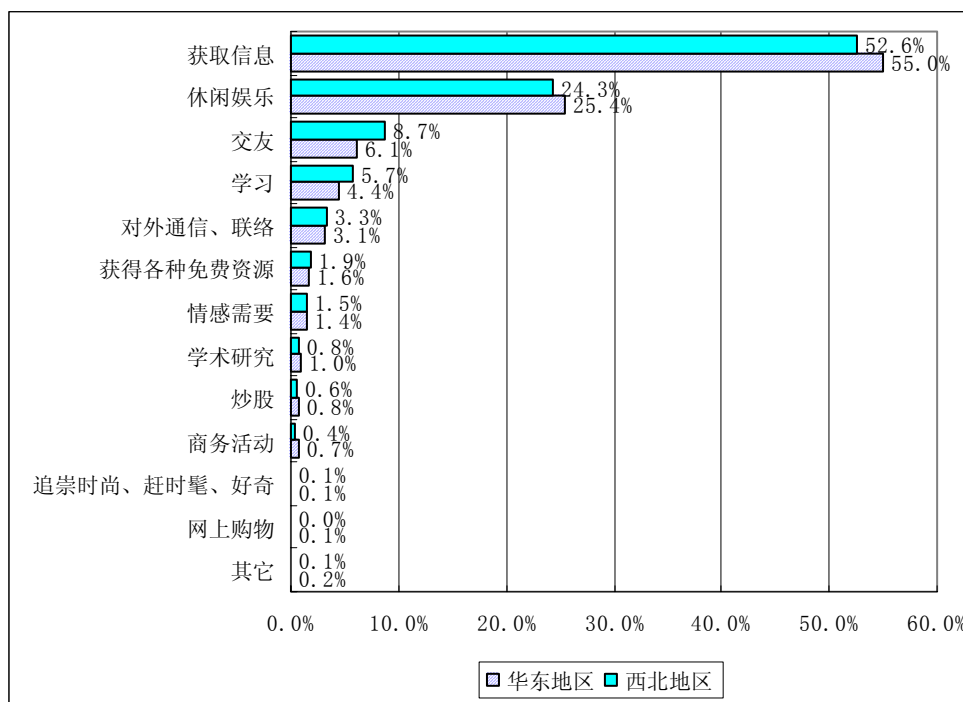


图 5-11 华东、西北地区网民上网最主要的目的

3、非网民不上网的原因和预期上网的时间

(1)、非网民不上网的原因

最新的 CNNIC 调查结果表明，华东地区非网民不上网的主要原因有：不懂电脑/网络，40.8%的人选择；没有上网的设备，26.1%的人选择。西北地区非网民不上网的主要原因亦为：不懂电脑/网络，38.3%的人选择；没有上网的设备，30.9%的人选择 (如图 5-12 所示)。可见，华东地区非网民中选择因不懂电脑/网络而未上网的人所占比例高于西北地区，选择因没有上网设备而未上网的人所占比例低于西北地区。

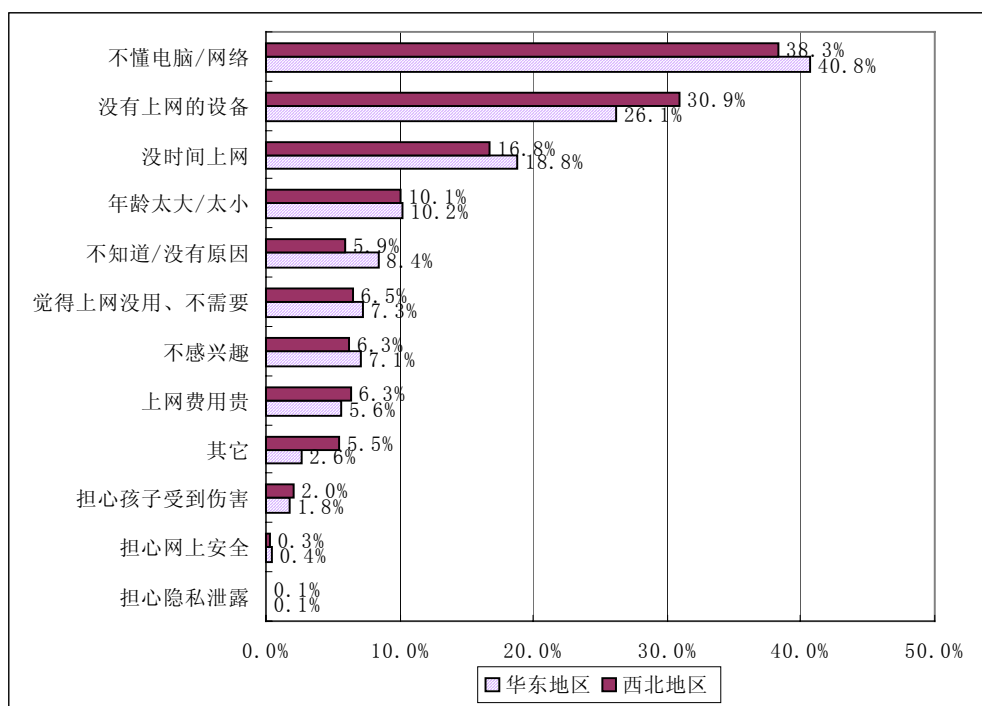


图 5-12 华东、西北地区非网民不上网的原因

(2)、非网民预期可能上网的时间

最新的CNNIC调查结果显示,华东地区非网民中有 1.8%的人预期一个月内可能上网,1.9%的人预期 1-3 个月内可能上网, 0.8%的人预期 3-6 个月内可能上网, 1.5%的人预期 6 个月-1 年内可能上网, 7.7%的人预期 1 年以后可能上网, 华东地区非网民中 13.7%的人预期可能上网。西北地区非网民中有 2.0%的人预期一个月内可能上网, 2.5%的人预期 1-3 个月内可能上网, 1.2%的人预期 3-6 个月内可能上网, 2.5%的人预期 6 个月-1 年内可能上网, 11.0%的人预期 1 年以后可能上网, 西北地区非网民中 19.2%的人预期可能上网 (如图 5-13 所示)。可见, 华东地区非网民预期可能上网的人所占比例低于西北地区预期可能上网的人所占比例。

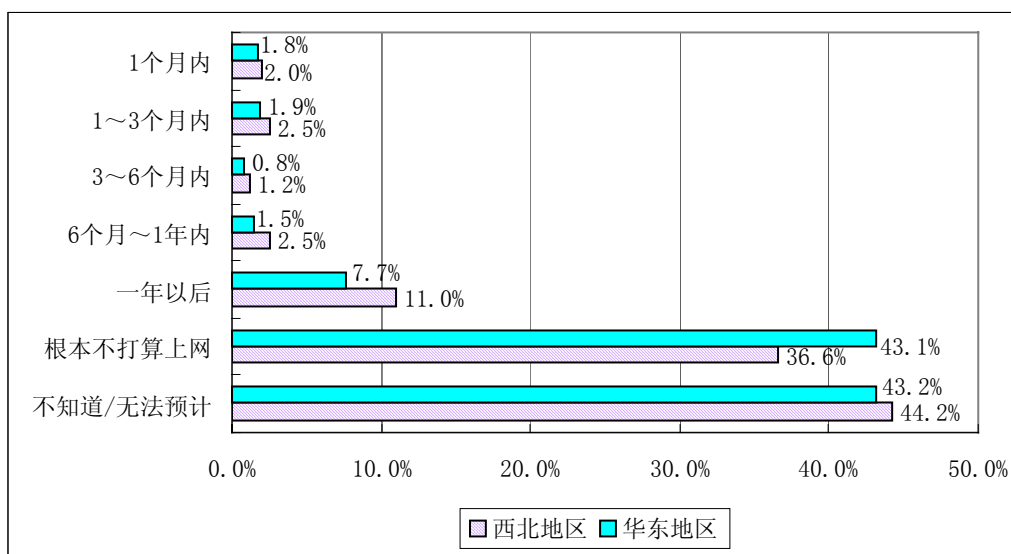


图 5-13 华东、西北地区非网民预期上网时间

综上所述，华东地区网民中女性网民、年轻网民和未婚网民所占比例均高于西北地区网民中相应比例，而文化程度分布则与西北地区网民的文化程度分布基本类似。在行业上，与西北地区网民所属行业相比，华东地区网民中属于公共管理和社会组织的人所占比例较低，而 IT 业、制造业、金融业、卫生、社会保障和社会福利业、教育行业网民所占比例较高，两个地区其它行业网民所占比例则相差不多。同时，华东地区网民的整体收入水平高于西北地区网民。在使用互联网上，华东地区网民每天使用互联网的时间与西北地区网民基本类似，但每月实际花费的上网费用、平均每周上网时间、拥有 E-mail 帐号平均值和平均每周收发电子邮件数均高于西北地区网民。在上网目的上，华东地区网民里以获取信息和休闲娱乐为上网最主要目的的人多于西北地区网民，以学习和交友为上网最主要目的的人少于西北地区网民，而选择其它上网最主要目的的人所占比例基本类似。在非网民不上网的原因中，华东地区非网民中选择不懂电脑/网络的人所占比例高于西北地区，选择因没有上网设备而未上网的人所占比例低于西北地区；同时，华东地区非网民中预期可能上网的人所占比例亦低于西北地区非网民中相应的比例。

六、2003 年网民状况预测

众所周知,经过生产导向、产品导向、用户导向的发展过程,用户作为产业价值链上的一环,对于一个产业的发展显得越来越重要。网民作为互联网的终极用户,同样在很大程度上影响着互联网产业的发展方向、速度等。因此,预测网民未来的结构组成、行为特点、收入高低、偏好等,无论是对于政府制定关于互联网的相关政策等,还是对于企业、产业的健康发展都有着重要的意义。

目前,我国已将“信息化带动工业化”作为重要的战略来实施。在此战略的推动下,我国现已形成重点推动政务信息化,以政务信息化带动企业信息化等社会各方面信息化的工作思路。同时也由于 WTO 等因素的影响,全国上下已初步形成政府、企业、城市信息化的热潮。在经济发展方面,据国家统计局等多家机构预测,未来几年中 GDP 的增长速度将继续不低于 7%,这将给互联网、信息产业的发展提供有力的经济基础。在互联网产业方面,自 2001 年开始,“客户需求”、“创新”、“盈利”等成为整个产业的热点词汇,经过调整互联网产业变得务实、理性,关注盈利,关注用户的需求和发展状况。目前部分互联网企业已开始盈利,整个产业也开始更健康、良性的发展。当然,2003 年的互联网产业也面临着诸如尽管预计大环境将会进一步好转,但仍存在不确定的因素(比如好转的幅度大小、投资者的信心等),信息化本身是一个复杂、长期的过程,其中的复杂性可能会影响产业的发展进程等问题。

综合考虑上述因素,并结合目前互联网“网民数、上网计算机数、域名数、网站数等参数都有了较大的增长;网民特征结构和以前相比显得进一步合理、互联网的渗透面更加宽泛;网民的行为更加理性,网民对互联网的使用率更高,对其依赖性也更强”的现状,以 11 次中国互联网发展状况的调查数据、资料和其它相关数据为基础(建立预测模型),预计 2003 年的中国网民状况将承接 2002 年的发展态势,继续深入发展。

预计 2003 年互联网产业和传统产业的结合程度、互联网的渗透程度将进一步增强,网民数将达到 8630 万,增长率为 46%(预测数据通过以历次调查数据、资料和其它相关数据为基础建立的组合预测模型计算得到)。

2003 年网民的特征结构在现在基础上将进一步合理化,这将表现在互联网的渗透层次、渗透面更广泛和深入。2003 年的网民将仍以男性、年轻人(25 岁以下)、低收入(2000 元以

下)、未婚、低学历(大专及以下)用户为主体,但男性、未婚特征的网民比例将会有降低的趋势,而25岁以下、大专及以下、收入为500元以下(包括无收入者)以及2000元以上特征的网民所占比例将有继续上升趋势。在职业分布方面,学生仍将是一个继续增加的网民群体,但同时国家机关、党群组织工作人员、企事业单位管理人员、教师、生产运输设备操作人员等职业中将会有更多的人成为网民,该部分网民所占比例将有增长的趋势。在网民的行业分布中,公共管理和社会组织、IT业、制造业、教育等行业的网民比例将继续增长和将成为网民分布的重点行业,但同时其它行业尤其是服务行业网民的绝对数字将有继续增长。在地域分布方面,2003年将有更多尤其是沿海一带的省份的网民数超过北京、上海,同时在网民的增长幅度上沿海省份将明显高于内地省份,沿海和内地省份之间的网民数差距将拉大。

2003年网民对互联网的利用程度及依赖性将进一步加强。这将表现在网民对互联网的使用时间、使用频度、上网费用、收发邮件的数目等将进一步增长,同时上网时间的分布将和工作时间、休闲时间具有更强的一致性,早晨9:00-10:00和晚上20:00-22:00仍将是网民一天中使用互联网的第一个峰值时间段和最高峰时间段,网民对互联网的利用目的将在以获取信息、休闲娱乐为主的前提下更加宽泛,将通过互联网完成更多的事务,对互联网的使用也将渐趋日常化。

附录一

香港地区互联网络发展状况统计报告

概念说明

1、网民：本调查采用了两种“网民”的定义。其一是从 2000 年度香港调查起一直采用的“全球互联网研究计划”(World Internet Project)的定义(“你现在是否使用互联网”，简称 WIP 定义)，以下部分内容将沿用此定义，以便与我们 2000 和 2001 年度调查结果作比较。其二是本次新采用的 CNNIC 定义(“平均每周使用互联网至少 1 小时”)，以便与 CNNIC 的调查结果作比较。两种定义的统计结果略有不同，敬请读者引用时予以注明。

2、上网计算机：指家庭内连入互联网络的台式计算机。

说明：本调查由香港特别行政区研究资助局资助 (CityU 1152/00H)、香港城市大学祝建华教授主持。本报告内容，并不代表香港研究资助局或香港城市大学。本次调查统计数据截止日期为 2002 年 12 月 31 日。

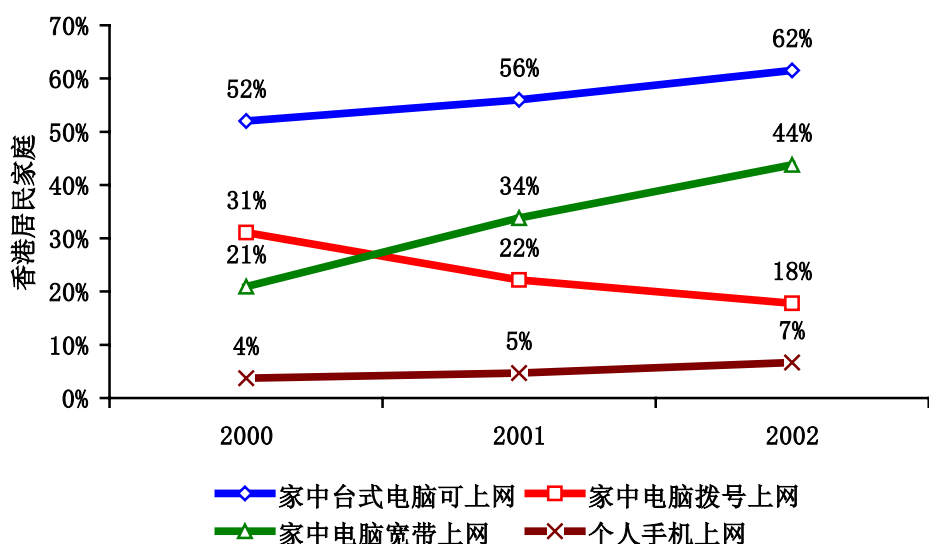
调查结果

一、香港互联网络发展的宏观概况

(一) 家庭上网计算机数:

家庭总数	上网计算机总数	拨号上网计算机数	宽带上网计算机数*
205 万	126万	36万	90万
占家庭总数的比例	62%	18%	44%
上网家庭的比例	100%	29%	71%

香港居民家庭电脑上网情况



注: 宽带上网包括ADSL、Cable Modem 和Microwave 方式, 但不包括ISDN (计入拨号上网) 和手机上网。

(二) 网民人数:

1、按CNNIC定义计, 在年龄为6—84岁之间的香港常住居民中, 有275万为网民(即占对应总体的45%), 如考虑到抽样误差, 实际网民可能在260万至289万之间。

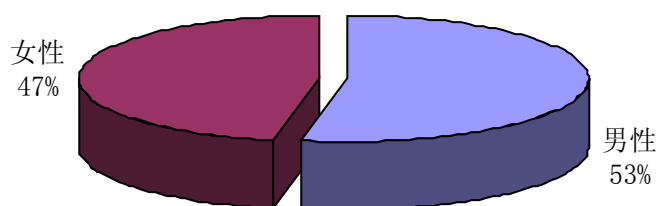
2、按WIP定义计, 在年龄为18—74岁之间的香港常住居民中, 有237万为网民(即占对应总体的49%), 如考虑到抽样误差, 实际网民可能在225万至249万之间。

二、网民行为意识调查结果

注：本部分的“网民”，如不注明为“WIP 定义”，即按 CNNIC 定义统计。

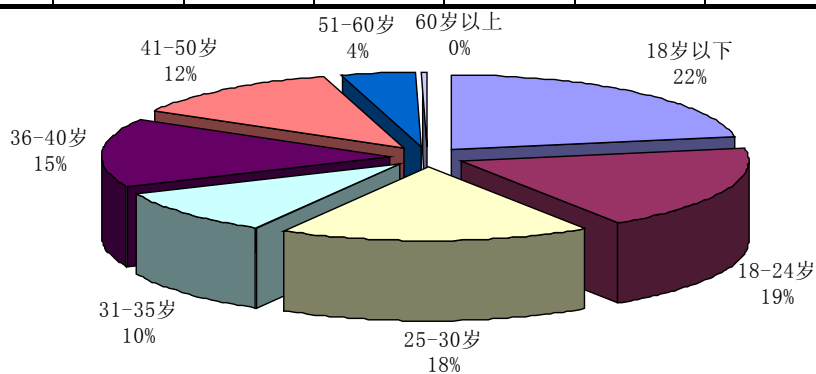
（一）网民个人信息

*1. 网民的性别：男性占 53%，女性占 47%

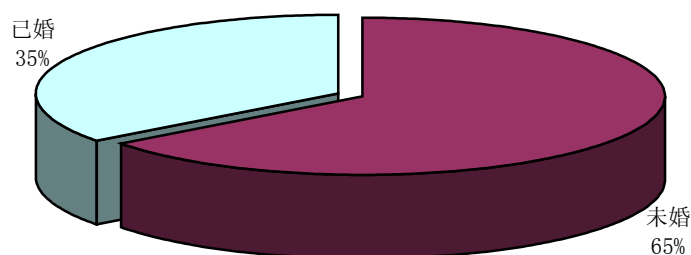


*2. 网民的年龄分布：

18 岁以下	18-24 岁	25-30 岁	31-35 岁	36-40 岁	41-50 岁	51-60 岁	60 岁以上
22%	19%	18%	10%	15%	12%	4%	0.4%

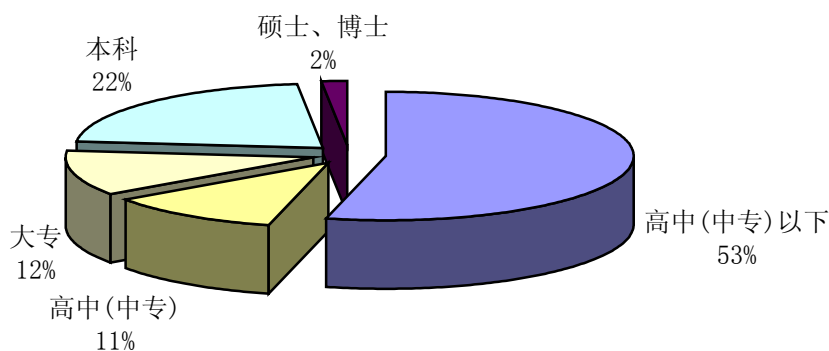


*3. 网民的婚姻状况：未婚占 65%，已婚占 35%



*4. 网民的文化程度:

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士、博士
53%	11%	12%	22%	2%



*5. 网民的职业分布:

公务员、军警	管理、科教文卫、公司职员	工人、商业/服务业人员	个体或私营劳动者	学生	退休、无业	其它
4%	20%	26%	2%	32%	11%	5%

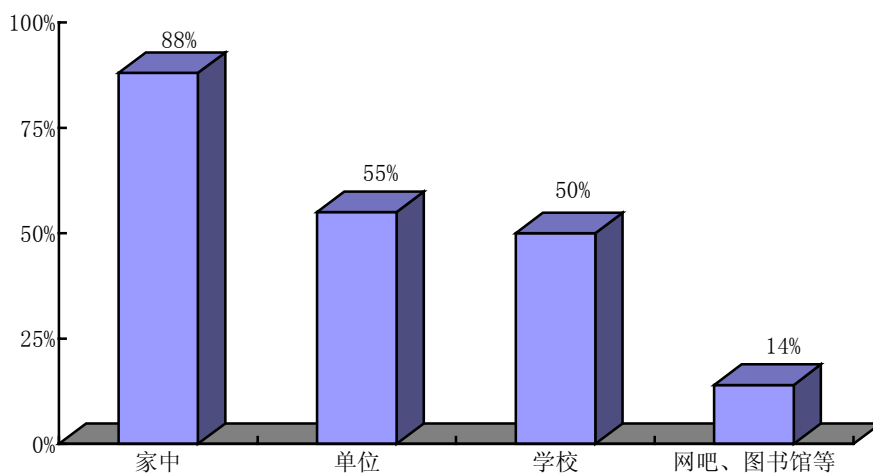
*6. 网民的家庭月收入:

1万港元以下	1-2万港元	2-3万港元	3-4万港元	4万港元以上
21%	30%	21%	15%	13%

(二) 网民使用互联网情况和上网习惯

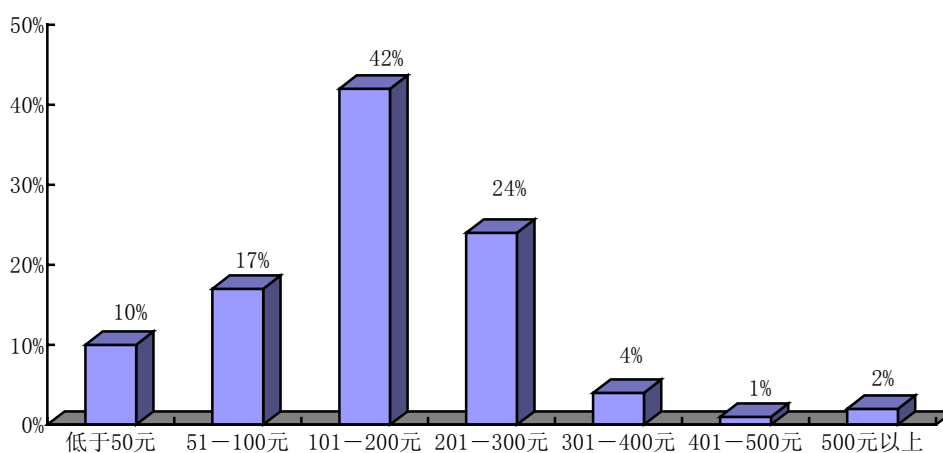
*1. 网民上网的主要地点 (多选题):

家中	单位	学校	网吧、图书馆等公共场所
88%	55%	50%	14%



*2. 网民每月实际花费的上网费用：

低于 50 港元	51-100 港元	101-200 港元	201-300 港元	301-400 港元	401-500 港元	500 港元以上
10%	17%	42%	24%	4%	1%	2%



注：此费用指的是电话拨号ISP或宽带上网费，不包括其它的日常电话费用

*3. 网民平均每周上网时间：11.5 小时

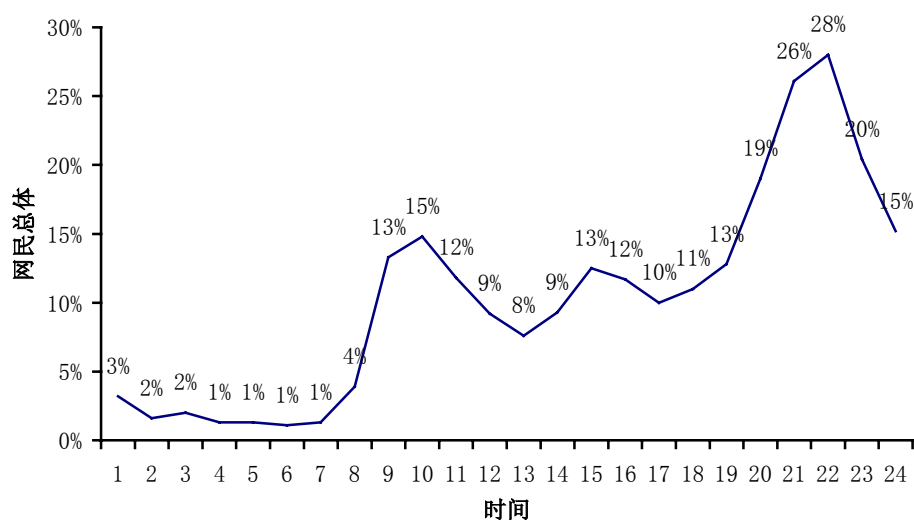
*4. 网民平均每周上网天数：5.0 天

*5. 网民通常在什么时间上网（多选题）：

1 点	2 点	3 点	4 点	5 点	6 点
-----	-----	-----	-----	-----	-----

3%	2%	2%	1%	1%	1%
7 点	8 点	9 点	10 点	11 点	12 点
1%	4%	13%	15%	12%	9%
13 点	14 点	15 点	16 点	17 点	18 点
8%	9%	12%	12%	10%	11%
19 点	20 点	21 点	22 点	23 点	24 点
13%	19%	26%	28%	20%	15%

香港网民每天24小时内上网时间分布图



*6. 网民拥有 E-mail 帐号平均值: 2.3

其中免费 E-mail 帐号平均值: 2.0

*7. 网民平均每周收到电子邮件数 (不包括垃圾邮件): 25.2

收到垃圾邮件数: 34.8

发出电子邮件数: 13.4

*8. 网民上网最主要的目的:

- 获取信息: 50%
- 学习: 11%
- 学术研究: 1%
- 休闲娱乐: 18%
- 情感需要: 1%
- 交友: 3%

■ 获得各种免费资源 (如免费邮箱、个人主页空间、各种免费资源下载等):	3%
■ 对外通讯、联络 (如收发邮件、短信息、传真等):	6%
■ 炒股:	0%
■ 网上购物:	0%
■ 商务活动:	1%
■ 追崇时尚、赶时髦、好奇:	1%
■ 其它:	4%

*9. 网民经常使用的网络服务 (多选题):

■ 电子邮箱:	30%
■ 新闻组:	12%
■ 搜索引擎:	9%
■ 软件上传或下载服务:	4%
■ 信息查询:	45%
■ 网上聊天 (聊天室、QQ、ICQ):	16%
■ BBS 论坛、社区、讨论组:	1%
■ 免费个人主页空间:	1%
■ 电子政务:	1%
■ 网上游戏:	14%
■ 网上购物或商务活动:	1%
■ 短信服务:	1%
■ 网上教育:	2%
■ 电子杂志:	1%
■ 网络电话:	0%
■ 网上医院:	0%
■ 网上银行:	0%
■ 网上炒股:	0%
■ 网上拍卖:	1%
■ 票务、旅店预定:	0%
■ 视频会议:	0%
■ VOD 点播:	1%
■ 网上直播:	0%
■ 多媒体娱乐 (MP3、FLASH 欣赏等):	4%
■ 其它:	3%

*10. 网民在过去一年中是否通过购物网站购买过商品或服务:

■ 是:	20%
------	-----

■ 否: 80%

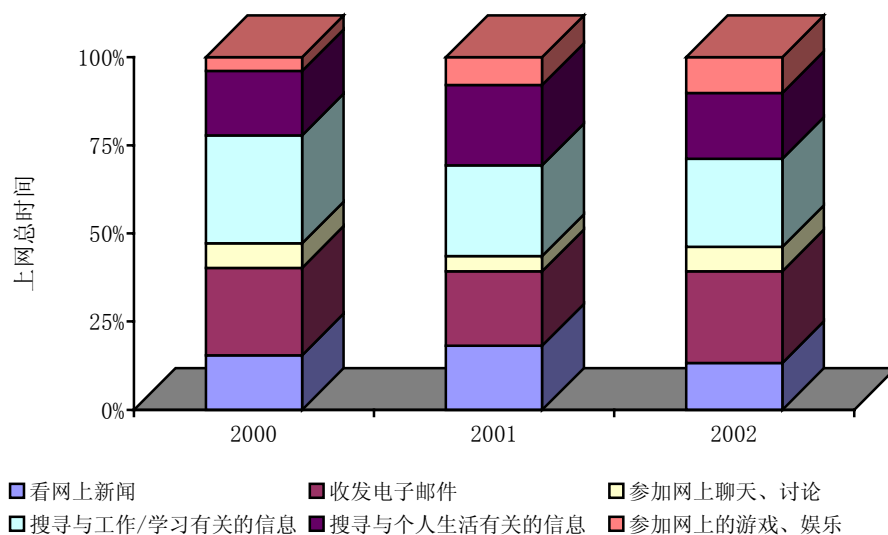
*11. 网上购物网民在过去一年中在网上实际购买过哪些产品或服务 (多选题):

- 书刊: 19%
- 旅游 (飞机、火车、饭店): 8%
- 休闲娱乐 (如电影票、球票): 14%
- 食品: 4%
- 服装: 6%
- 家电产品: 7%
- 电脑及相关产品: 13%
- 家居、工艺品: 13%
- 医疗保健用品及服务: 2%
- 网上银行及付费服务: 7%
- 其它: 1%

12. 网民 (WIP 定义) 每周用于网上六种主要活动的时间:

- 看网上新闻: 1.2 小时
- 收发电子邮件: 2.4 小时
- 参加网上聊天、讨论: 0.7 小时
- 搜寻与工作/学习有关的信息: 2.3 小时
- 搜寻与个人生活有关的信息: 1.8 小时
- 参加网上的游戏、娱乐: 1.0 小时

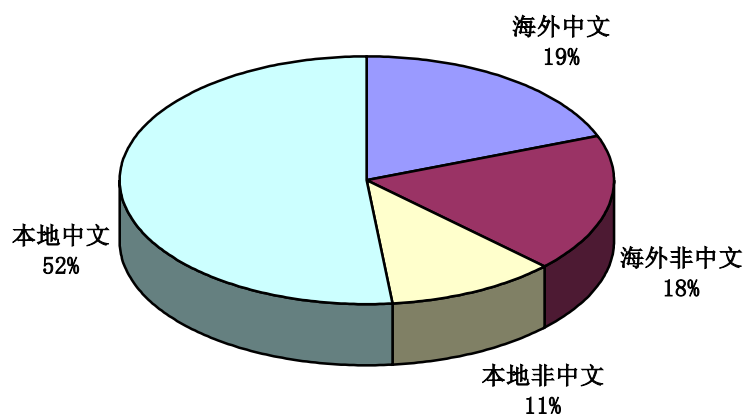
香港18-74岁网民 (WIP定义) 上网时间分配



13. 网民 (WIP 定义) 用于海内外中文网站的时间占有所有上网时间的比例: 71%

网民（WIP 定义）用于香港本地中、外文网站的时间占有所有上网时间的比例： 63%

香港网民（WIP定义）上网时间分配



三、香港非网民概况

*1. 非网民不上网的原因：

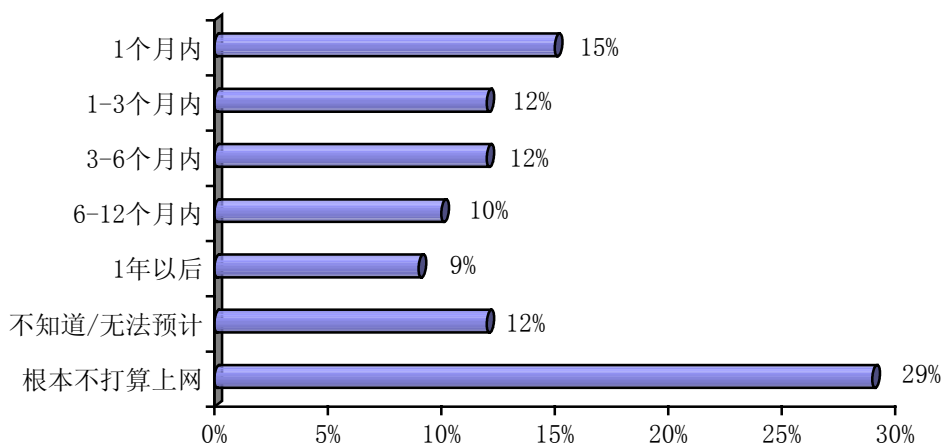
■ 不感兴趣：	12%
■ 上网没用/不需要：	6%
■ 上网费用贵：	3%
■ 没时间上网：	12%
■ 担心隐私泄漏：	1%
■ 担心网上安全：	0%
■ 担心孩子受到伤害：	1%
■ 不懂电脑/网络：	34%
■ 没有上网设备：	25%
■ 其它：	9%
■ 不知道/没有原因：	8%

*2. 非网民预期上网时间：

■ 1 个月内：	15%
■ 1-3 个月内：	12%
■ 3-6 个月内：	12%
■ 6-12 个月内：	10%

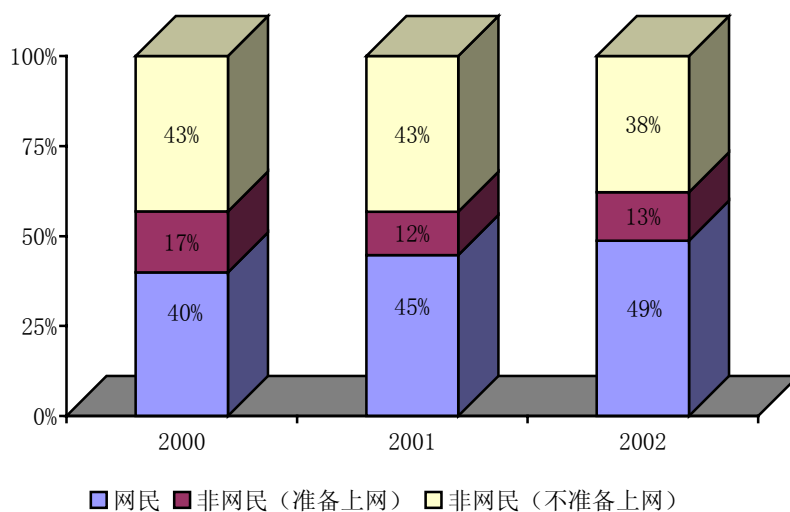
- 1年以后： 9%
- 不知道/无法预计： 12%
- 根本不打算上网： 29%

香港6-84岁非网民预期上网时间



3. 按 WIP 定义计，香港 18-74 岁成年人中的网民比例从 2000 年的 40%，增加到 2001 年的 45%和 2002 年的 49%，平均年增长率为 11%；与此同时，非网民的比例从 2000 年的 60%，下降到 2001 年的 55%和 2002 年的 51%，平均年减少率为 8%。

香港18-74岁居民中的网民、非网民之比（按WIP定义计）

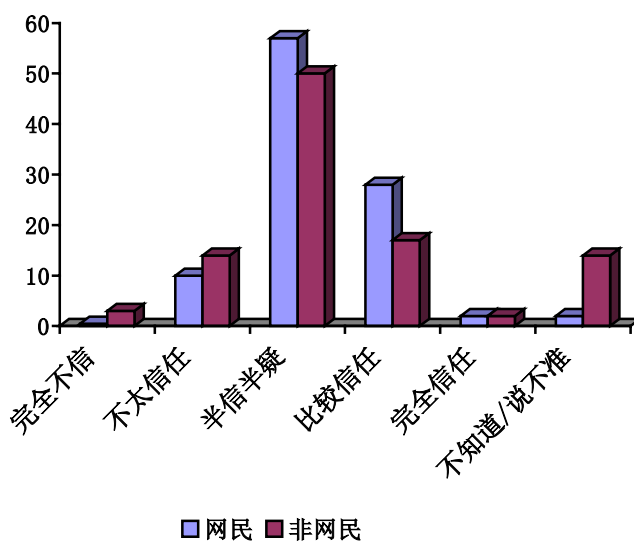


四、网民与非网民对互联网的看法

1. 您是否信任互联网？

	网民 (%)	非网民 (%)	总计 (%)
■ 完全不信	0.5	3	2
■ 不太信任	10	14	12
■ 半信半疑	57	50	53
■ 比较信任	28	17	22
■ 完全信任	2	2	2
■ 不知道/说不准	2	14	8

香港18-74岁居民对互联网的信任度



2. 网上信息是否需要管理和控制？

	网民 (%)	非网民 (%)	总计 (%)
■ 非常需要	6	3	4
■ 比较需要	11	5	8
■ 不太需要	30	30	30
■ 完全不需要	45	47	46
■ 说不准	8	15	12

调查方法

(一)、调查总体

本调查的目标总体有两个,一是全香港有住宅电话的6-84岁常住居民并说中文者(包括广东话、普通话及其它方言,即与CNNIC的总体相同);另一个总体是在上述总体中18-74岁的成年人(与我们2000和2001年度调查的总体相同)。前者用于与CNNIC调查结果相比较,后者则与我们2000和2001年度调查结果相比较。

(二)、抽样方法

样本量:为与CNNIC分省样本量相仿,本调查初定目标样本为1700人,最后成功调查了1682人,在95%的置信度下,该样本的抽样误差2.4%。

抽样方法:本调查沿用前两次所采用的“随机电话号码拨号”(RDD)的抽样方法。首先通过电脑程序产生出10000个随机电话号码,拨通查明为住宅电话后,要求在本户6-84岁的常住并说中文的成员中访问一名生日最近者。如被抽中的电话无人接、抽中的被访者不在家或不便接受访问,访问员在不同的日期与不同的时段先后五次回拨。

调查成功率:按美国舆论研究协会(AAPOR)的成功率公式三(RR3)计算(详见AAPOR网址:
http://www.aapor.org/default.asp?page=survey_methods/standards_and_best_practices/standard_definitions#response),本调查的成功率为36%,与我们2000、2001年度调查的结果(分别为38%与35%)相仿。

加权方法:在统计分析之前,我们以香港2001年人口普查资料中性别与年龄的交叉分布为基数、对样本作了加权处理,使得样本与对应总体的性别与年龄的结构相同。

数据预处理:我们在上述报告中使用了一系列平均数,如人均上网时间、电邮账号数、收发电邮数等。众所周知,一组数据中如出现个别极大或极小的异常值,会明显影响该组数据平均数的取值。我们按惯例在计算上述平均数前,先剔除了原始数据中的异常值(定义为大于或小于平均数的三个标准差)。如此修正过的平均数,比原始数据的平均数减小15%-40%

不等,但更接近总体的实际情况。如原始数据中的人均免费电邮账号为 3.2 个;当剔除了一个异常值(有一网民拥有 1000 个免费账号)后,人均免费账号即降为 2.0。

附录二

台湾地区互联网络发展状况统计报告

调查说明

本次调查以全台湾年满十五岁的民众为母体，采用电话访问，以比例样本配置法分配台湾省各县市样本数，并利用住宅电话用户数据库，采用系统加尾数二位随机抽样法选取住宅电话样本。另外，有鉴于家户中经常接听电话者，有可能呈现特殊的人口统计特征，因此，电话接通后另外再加入户中抽样的程序，选出最后的受访者，以达充分随机的要求。电话调查时间为 2002 年 12 月中。成功样本数为 1,809 人，其中上网人口样本数为 692 人，误差值为正负 2.30%。

本次调查对网民的定义是：最近一个星期内使用过互联网的人。

本次调查数据的统计截至日期是 2002 年 12 月 31 日。

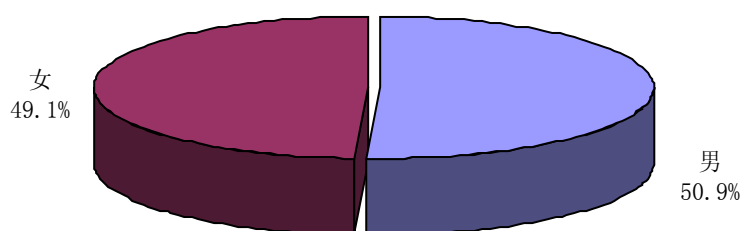
调查结果

一、 台湾地区网民数

台湾网民数达到 861 万，占台湾总人口的 38.25%。

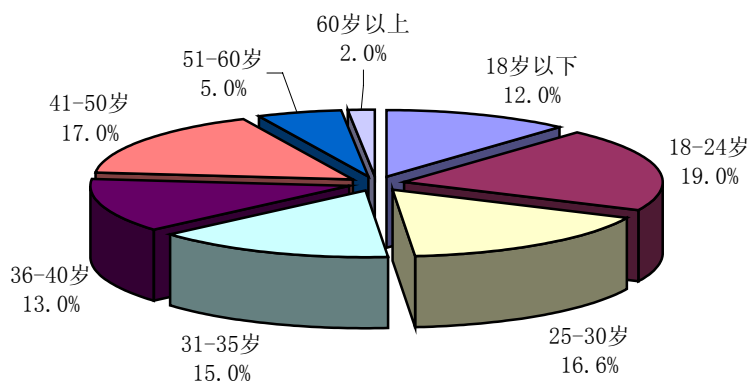
二、 互联网用户个人信息

1. 网民性别比例：男性占 50.9%，女性占 49.1%。

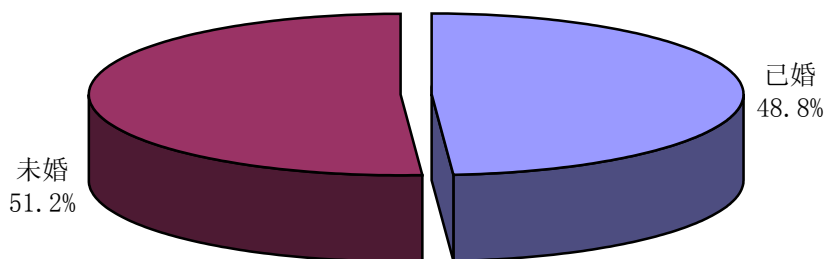


2. 用户的年龄分布：

18 岁以下	18-24 岁	25-30 岁	31-35 岁	36-40 岁	41-50 岁	51-60 岁	60 岁以上
11.6%	20.4%	16.6%	15.0%	13.0%	16.5%	5.3%	1.6%



3. 用户的婚姻状况：未婚占 51.2%，已婚占 48.8%



4. 用户的文化程度：

高中以下	高中、高职 (含士校、警校)	专科 (含警专、军校专科班)	大学、学院 (含军警官校)	研究所
4.8%	32.8%	25.3%	29.9%	7.2%

5. 用户的职业分布：

家管	学生	军警及公务员
6.4%	26.7%	13.6%
农林渔牧盐矿业之从业员	自营商业主(如企业主老板)	民营事业职员、主管
1.0%	4.6%	24.4%
专门性技术人员(如律师、会计师、 医生、工程师、研究人员)	技工、作业员、摊贩、出租车及 客货运司机、受雇或自雇劳力工 作者	退休/待业/无业
10.0%	9.5%	3.8%

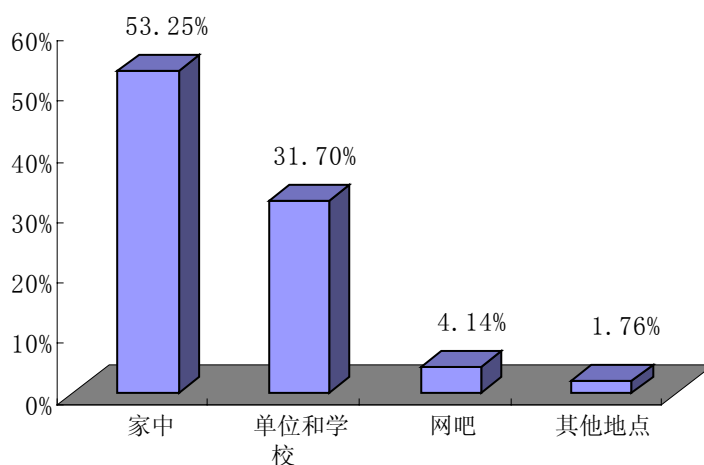
6. 用户的月收入 (单位：台币)：

10000 以下	10000-20000	20000-30000	30000-40000	40000-50000
9.1%	5.6%	11.0%	13.3%	11.1%
50000-60000	60000-70000	70000-80000	80000-90000	90000-100000
7.2%	5.1%	3.0%	1.0%	1.0%
100000 以上	不一定	没有收入	不知道	拒答
3.6%	1.5%	23.7%	0.9%	2.9%

三、用户使用网络情况

1. 在不同地点上网花费的时间占用户所有上网时间的比例：

■ 家中	53.25%
■ 单位和学校	31.70%
■ 网吧	4.14%
■ 其它地点	1.76%



2. 用户上网方式：

电话拨号	T1 或 T3 专线	Cable Modem	ADSL	ISDN	其它
29.6%	1.4%	6.8%	58.8%	0.3%	3.1%

3. 使用不同的网络服务花费的时间占用户所有上网时间的比例：

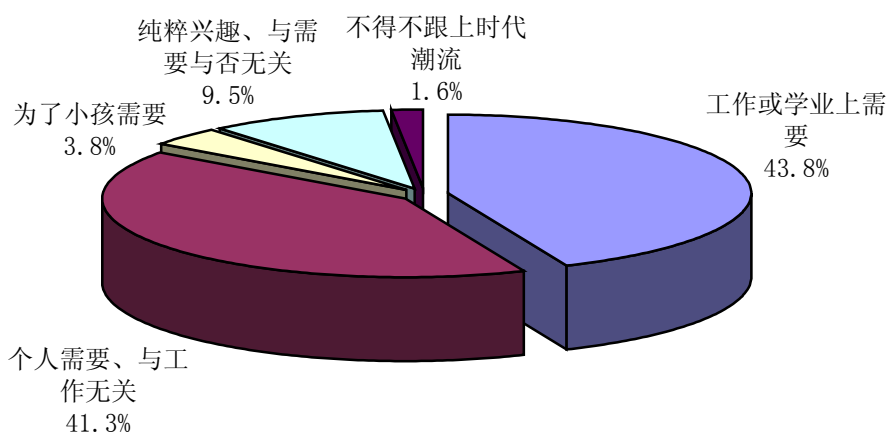
■ 阅读网络新闻	15.52%
■ 使用 E-mail	26.92%
■ 获得生活信息	15.01%
■ 获得工作或学习信息	18.29%
■ 玩线上游戏	11.17%
■ 下载音乐、影片	7.10%
■ 发表个人意见	6.76%
■ 网络购物	3.01%

4. 用户平均每日上网时间：2.23 小时

四、上网与没有上网的原因比较

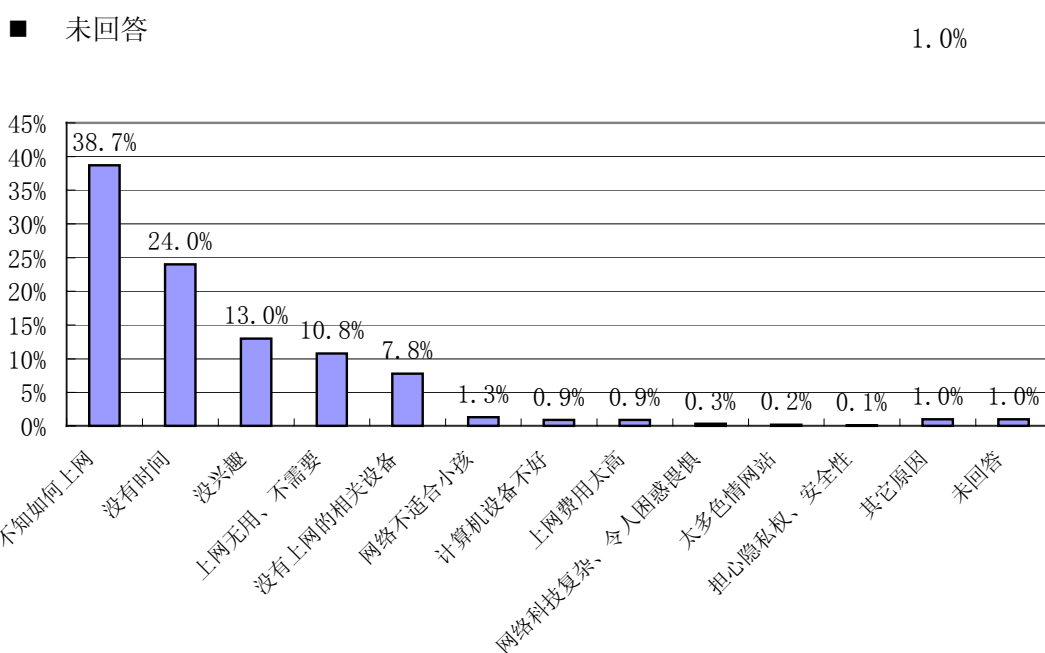
1. 上网主要原因：

■ 工作或学业上需要	43.8%
■ 个人需要、与工作无关	41.3%
■ 为了小孩需要	3.8%
■ 纯粹兴趣、与需要与否无关	9.5%
■ 不得不跟上时代潮流	1.6%



2. 没有上网的主要原因：

■ 不知如何上网	38.7%
■ 没有时间	24.0%
■ 没兴趣	13.0%
■ 计算机设备不好	0.9%
■ 没有上网的相关设备	7.8%
■ 网络科技复杂、令人困惑畏惧	0.3%
■ 网络不适合小孩	1.3%
■ 太多色情网站	0.2%
■ 担心隐私权、安全性	0.1%
■ 上网无用、不需要	10.8%
■ 上网费用太高	0.9%
■ 其它原因	1.0%



五、调查小结

调查结果显示，网民在男女性别的比例上几乎相同，男性占 50.9%，女性占 49.1%。就年龄层来看，以 18 至 24 岁的使用者为主，占 20.4%。但 25 至 40 岁之间的使用者，也相当多。另外，网民的婚姻状况差异性也不大，已婚者占 48.8%，未婚者占 51.2%（经交叉比对，其中学生人口占了一半以上的未婚人口）。

就网民的教育程度来看，具有高中（32.8%）、专科（25.3%）、以及大学以上（37.1%）的学历者，比例差异并不大。教育程度未达高中者的使用者比例只有不到 5%，但主要原因是，低教育程度的人口原本就非常少。已就业情况来看，最大宗的网民为学生族群（26.7%），其次为在民营企业（24.4%）或公家机关（13.6%）上班的职员。从网民的收入情况来看，主要的人口集中于月薪在新台币二万元到五万元之间，比例约在 11% 到 13% 左右，这也反映台湾就业人口月薪的主要分布情况。另外，没有收入的使用者占了 23.7%，主要是学生人口。

超过一半以上的网络使用人口是从家里或居所上网（53.25%），其次为从学校或是工作的地方（31.70%）连上网络。从居住的地方上网者，以宽频 ADSL（58.8%）为主，其次为电话拨号（29.6%）。

在网民上网的主要活动方面，使用 E-mail 所占的百分比最大（26.92%），其次为获取信息，包括阅读网络新闻（15.52%）、获得生活相关信息（15.01%）、与工作或学习有关的信息

(18.29%)。近来相当受欢迎的网络游戏,则占了11.17%。平均每日上网的时间为2.23个小时。

在上网的主要动机或原因方面,有43.5%的使用者表示是基于工作或是学业上的需要,另外也有41.1%的使用者表示,上网是基于个人需要,但是与工作或学业无关。

针对没有上网的人口,调查结果显示,最大的原因是不知道如何上网,另外也有高达24%的受访者表示未上网是因为没有时间。认为上网没有用处因此不需要的则占了10.8%。

综合以上的资料分析可以看出,目前台湾的网络使用人口仍以青少年为主,中壮年网络人口所占的比例也不低。主要的非网络族群是年纪超过40岁以上者。另外,未婚者使用网络的人口比例也比已婚者高,主要是因为学生族群的影响。在其它人口变项上(包括性别、就业情况、收入等),则无明显差异或趋势。