

中国互联网络发展状况统计报告(2000/7)

中国互联网络信息中心

我国 Internet 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,经原国务院信息办和 CNNIC 工作委员会研究,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 年和 2000 年分别发布了“中国互联网络发展状况统计报告”。在统计报告发表后,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。值得说明的是,信息产业部电信管理局和国家信息化办公室签发文件要求各相关单位配合 CNNIC 的统计调查工作,以及各互联网络单位和各 ISP、ICP 等相关单位对 CNNIC 的支持与配合是中国互联网络发展状况统计调查工作得以顺利进行的重要保证。

本次统计调查的主要内容有:统计我国互联网络上计算机数量、上网用户数量、域名注册数量及分布、各个互联网络国际出口带宽以及 WWW 站点数量;对我国上网用户的分布、基本情况和特征等方面做出概况性的统计分析;了解我国上网用户对互联网络的使用情况和行为习惯以及对有关热点问题的看法和倾向。

本次调查的方案由中国互联网络信息中心和国家统计局国际统计信息中心组成的统计调查课题组研究确定。依据统计学理论和国际惯例并结合以往五次调查经验,本次调查采用计算机网上自动搜寻、联机调查和抽样调查(分层和多阶段相结合)等方法,同时采用抽样调查和联机调查是为了对结果进行比较、验证。CNNIC 在 2000 年 5 月 22 日至 2000 年 6 月 30 日期间进行了网上联机和抽样调查。此次调查得到了国内众多知名 ISP、ICP 站点的支持,国内的大部分网站均在主页为本次联机调查问卷放置了链接。本次联机调查共收到问卷 1629361 份,经处理得到有效答卷 573902 份。抽样调查有效答卷 3679 份。本次统计数据的截止日期是 2000 年 6 月 30 日。

本统计报告由三部分组成:中国互联网络发展的宏观概况、网民行为意识调查结果及近年来互联网动态发展情况。

一、中国互联网络发展的宏观概况

(?) 我国上网计算机数：

650 万台，其中专线上网计算机 101 万台，拨号上网计算机 549 万台。

(?) 我国上网用户人数：

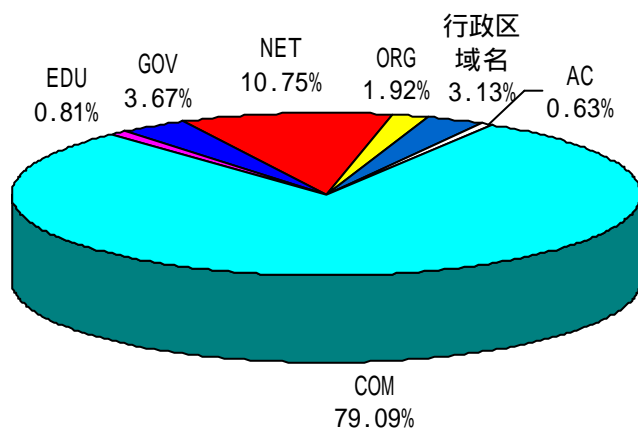
1690 万，其中专线上网的用户人数约为 258 万，拨号上网的用户人数约为 1176 万，同时使用专线与拨号的用户人数为 256 万。除计算机外同时使用其它设备（移动终端、信息家电）上网的用户人数为 59 万。

注：CNNIC 对中国网民定义为拥有独立的或者共享的上网计算机或者上网帐号的中国公民。

(三) CN 下注册的域名数：

	AC	COM	EDU	GOV	NET	ORG	行政区域名	合计
数量	624	78878	812	3665	10719	1912	3124	99734
百分比(%)	0.63	79.09	0.81	3.67	10.75	1.92	3.13	100

各类域名所占的比例如下图所示：



1、域名的地域分布：

	北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
域名数量	37786	8457	1595	965	1631	641	439
百分比	38.22%	8.55%	1.61%	0.98%	1.65%	0.65%	0.44%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
域名数量	2365	661	890	4217	4062	735	2418
百分比	2.39%	0.67%	0.90%	4.26%	4.11%	0.74%	2.44%

	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
域名数量	381	4164	1956	1714	898	13702	778
百分比	0.39%	4.21%	1.98%	1.73%	0.91%	13.85%	0.79%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
域名数量	1753	1515	236	1365	80	1238	319
百分比	1.77%	1.53%	0.24%	1.38%	0.08%	1.25%	0.32%
	青海	宁夏	新疆	香港	澳门	台湾	
域名数量	54	204	684	956	0	4	
百分比	0.05%	0.21%	0.69%	0.97%	0	0.01%	

2、中文域名数为：71727 个。

(四) 我国 WWW 站点数：约 27289 个

(五) 我国国际线路的总容量为：1234M。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。分布情况如表所示：

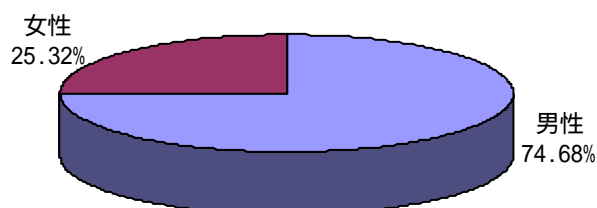
- 中国科技网 (CSTNET)：10M
- 中国公用计算机互联网 (CHINANET)：711M 其中：北京 170M、上海 214M、广州 327M
- 中国教育和科研计算机网 (CERNET)：12M
- 中国金桥信息网 (CHINAGBN)：69M 其中：北京 49M、广州 12M、深圳 8M
- 中国联通互联网 (UNINET)：55M 其中：上海 47M、广州 8M
- 中国网通(CNCNET)：377M 其中：北京 4M、上海 365M、广州 8M

我国 IP 电话出口带宽总量为：56M

二、网民行为意识调查结果：

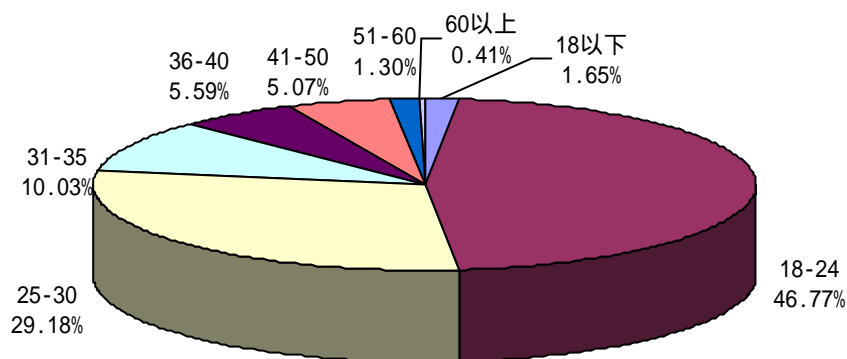
(一) 用户个人信息：

1. 用户中，男性占 74.68%，女性占 25.32%

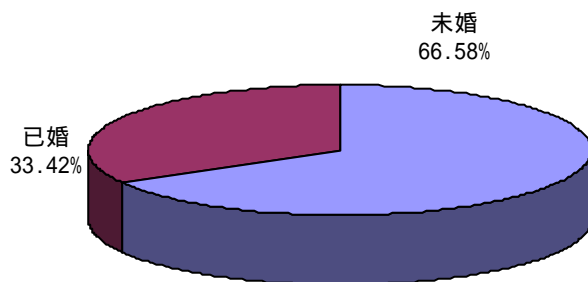


2. 用户的年龄段：

18岁以下	18-24	25-30	31-35	36-40	41-50	51-60	60岁以上
1.65%	46.77%	29.18%	10.03%	5.59%	5.07%	1.30%	0.41%



3. 用户的婚姻状况：未婚占 66.58%，已婚占 33.42%

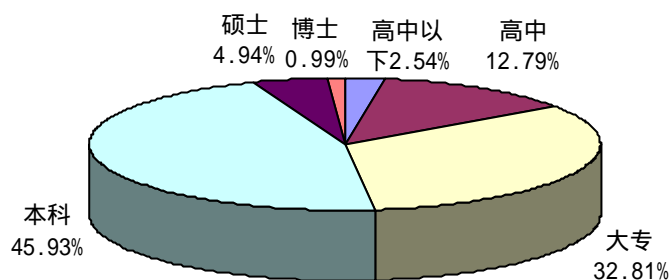


4. 用户的地域分布：

北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
18.72%	10.79%	2.79%	1.84%	2.22%	0.95%	0.43%
辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
3.34%	1.40%	1.67%	6.76%	4.92%	1.16%	1.94%
江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
0.91%	8.53%	2.22%	4.64%	2.05%	12.82%	0.91%
海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
0.27%	3.35%	0.36%	0.70%	0.03%	2.83%	0.56%
青海	宁夏	新疆				
0.07%	0.18%	0.64%				

5. 用户的文化程度：

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士	博士以上
2.54%	12.79%	32.81%	45.93%	4.94%	0.99%

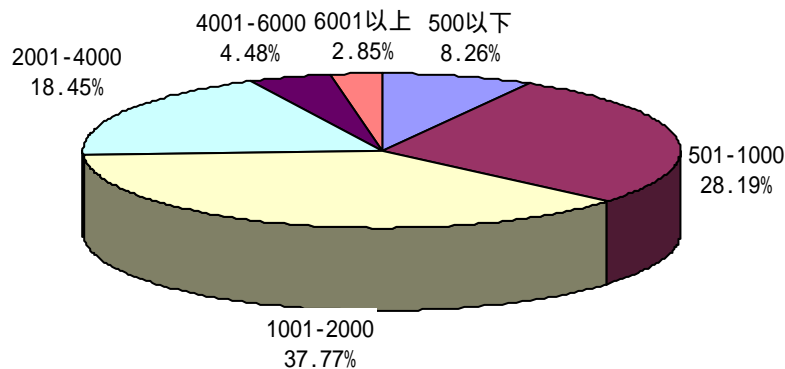


6. 用户的行业分布：

党政管理机关	工商管理、税务	交通、运输业	商业、贸易
5.09%	2.78%	2.80%	9.13%
金融、保险业	信息、咨询服务业	社会服务业	公检法
5.04%	4.58%	4.48%	1.53%
文化、娱乐与体育业	新闻媒体与广告业	科研、教育事业	邮政、通讯业
2.76%	2.26%	12.63%	2.83%
计算机业与 IT 行业	采掘、矿业、制造业	农林牧渔水利业	其他
13.60%	3.50%	0.62%	26.37%

7. 家庭人均月收入：

500 以下	501-1000	1001-2000	2001-4000	4001-6000	6001 以上
8.26%	28.19%	37.77%	18.45%	4.48%	2.85%



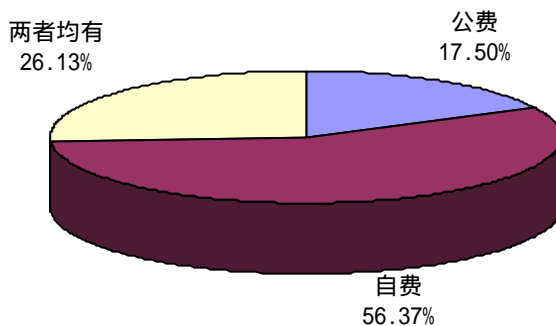
（二）用户使用网络情况和上网习惯：

1. 上网的主要地点（多选结果）：

家中	单位	网吧	其它
58.84%	42.96%	20.89%	8.82%

2. 上网费用的来源：

公费	自费	两者均有
17.50%	56.37%	26.13%



3. 用户每月能容忍的上网的费用：

100元	200元	300元	500元	600元	1000元
34.08%	35.64%	18.06%	7.96%	2.29%	1.97%

4. 用户平均每周上网时间：16.54 小时

1 小时以内	1--5 小时	6—10 小时	11--20 小时	20 小时以上
0.02%	20.70%	26.01%	30.72%	22.55%

5. 用户一天中首次上网的时间：

0、1 点	2、3 点	4、5 点	6、7 点
3.37%	1.85%	2.33%	7.55%
8、9 点	10、11 点	12、13 点	14、15 点
27.79%	7.69%	7.09%	3.59%
16、17 点	18、19 点	20、21 点	22、23 点
3.90%	9.79%	16.30%	8.75%

6. 您通常在什么时间上网 (多选结果):

0、1点	2、3点	4、5点	6、7点
24.00%	11.05%	6.38%	13.02%
8、9点	10、11点	12、13点	14、15点
43.10%	37.38%	36.15%	38.77%
16、17点	18、19点	20、21点	22、23点
32.94%	42.96%	75.57%	62.56%

7. 用户拥有 E-mail 帐号总数为: 6510 万
其中免费 E-mail 帐号总数为: 5610 万

8. 用户平均每周收到电子邮件数: 18
发出电子邮件数: 10

9. 对于电子邮件帐号, 您多久换一次密码:

- 1 个月: 11.36%
- 3-6 个月: 23.64%
- 6-12 个月: 18.45%
- 一直不换: 46.55%

10. 用户拥有个人主页的情况:

- 没有个人主页的用户: 74.51%
- 有个人主页的用户: 25.49%

11. 用户上网的主要目的:

- 获得各方面的信息: 56.11%
- 学习计算机等新技术: 10.89%
- 休闲娱乐: 10.77%
- 工作需要: 6.98%
- 获得各种免费资源: 6.38%
- 对外联系方便: 4.10%
- 炒股需要: 2.51%
- 节省通讯费用: 1.21%
- 赶时髦: 0.31%
- 其它: 0.74%

12. 用户最常使用的网络服务（多选结果）：

■ 电子邮箱：	87.65%
■ 搜索引擎：	55.91%
■ 软件上传或下载服务：	50.69%
■ 各类信息查询：	49.28%
■ 网上聊天室：	38.81%
■ 新闻组：	25.37%
■ BBS 电子公告栏：	21.17%
■ 网上寻呼机：	20.72%
■ 免费个人主页空间：	19.68%
■ 网上游戏娱乐：	17.70%
■ 网上炒股：	14.64%
■ 网上购物或商务活动：	14.09%
■ 网络电话：	9.63%
■ 网上支付：	3.67%
■ 其它服务：	11.01%

13. 用户在网上最主要获得哪方面信息（多选结果）：

■ 新闻：	82.00%
■ 计算机软硬件信息：	59.08%
■ 休闲娱乐信息：	50.88%
■ 电子书籍：	45.99%
■ 科教信息：	40.16%
■ 金融证券信息：	31.07%
■ 求职招聘信息：	26.11%
■ 商贸信息：	23.28%
■ 旅行信息：	19.33%
■ 各类广告信息：	15.23%
■ 医疗信息：	14.48%
■ 交友征婚信息：	12.09%
■ 其它：	17.61%

14. 请问在使用网络时，您获取、浏览的信息主要集中在：

■ 国内信息：	70.69%
■ 国外信息：	10.31%
■ 国内国外一样多：	19.00%

15. 在一年内用户计算机被入侵情况：

■ 被入侵：	20.40%
■ 没有被入侵：	58.43%
■ 不知道：	21.17%

(?) 用户对一些热点问题的看法

1. 您认为选择 Internet 接入服务商 (ISP) 的最主要因素是 :

- 连线速度 : 39.57%
- 服务质量 : 26.20%
- 价格 : 23.13%
- 知名度 : 7.91%
- 其他 : 3.19%

2. 用户认为一个成功网站须具备的最主要的因素是 :

- 网站信息量大、更新及时、有吸引人的服务 (如免费电子邮件、免费软件下载、证券信息等等) : 72.01%
- 浏览该网站的速度较快 : 16.15%
- 该网站交互性好, 能与其他网友自由交流 : 6.89%
- 该网站设计精巧, 值得学习参考 : 3.78%
- 其它 : 1.17%

3. 用户认为当前互联网最令人不满意的地方是 :

- 速度太慢 : 48.54%
- 收费太贵 : 35.67%
- 中文信息不够丰富 : 6.11%
- 无法保护个人隐私 : 3.00%
- 需要太多的专业知识, 使用不便 : 2.81%
- ISP 服务质量不好 : 2.36%
- 上网没什么用 : 0.58%
- 其它 : 0.93%

4. 下列网上信息中哪些还不能满足您的需要 (多选结果) :

- 电子书籍 : 35.17%
- 科教信息 : 27.91%
- 计算机软硬件信息 : 26.10%
- 新闻 : 25.24%
- 医疗信息 : 21.74%
- 求职招聘信息 : 19.62%
- 休闲娱乐信息 : 19.56%
- 旅行信息 : 17.67%
- 商贸信息 : 17.55%
- 金融证券信息 : 14.80%
- 各类广告信息 : 8.98%
- 交友征婚信息 : 8.72%
- 其它 : 12.00%

5. 用户对于网上广告的看法：

- 经常点击： 8.46%
- 有时点击： 46.14%
- 不常点击： 34.35%
- 不点击： 6.20%
- 网上广告将延长下载网页的时间，对其痛恨至极： 4.85%

6. 网上哪一类广告会吸引您点击 (多选结果)：

- 有奖促销活动： 49.24%
- 新闻信息： 47.86%
- 公益性活动： 45.21%
- 娱乐活动： 38.94%
- 学术活动： 29.94%
- 商品信息： 27.67%
- 新站发布： 24.39%
- 形象广告： 23.17%
- 商业公司： 12.77%
- 其它： 9.64%

7. 哪一种网络广告形式最能吸引您点击：

- 动画式广告： 59.77%
- 横幅式广告： 14.17%
- 跳出窗式广告： 9.78%
- 文字式广告： 7.68%
- 邮件式广告： 6.55%
- 插播式广告： 2.05%

8. 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：

- 乐意： 33.06%
- 不乐意： 49.43%
- 不知道： 17.51%

9. 您是否经常点击网页上的链接图标/链接站点：

- 有时： 48.85%
- 经常： 30.66%
- 不经常： 18.74%
- 从来不： 1.75%

10. 您认为在未来一年中下列哪种广告形式具有更好的宣传效果（多选结果）：

- 网络广告 45.54%
- 电视 41.34%
- 户外广告 4.48%
- 报纸 3.94%
- 杂志 2.04%
- 宣传册，广告信函 1.70%
- 广播 0.96%

11. 您是否经常浏览电子商务网站：

- 经常： 24.50%
- 有时： 47.96%
- 很少： 23.99%
- 从来不： 3.55%

12. 过去一年中您曾通过网络商店购买过商品或服务吗：

- 是： 16.28%
- 否： 83.72%

13. 过去一年中您曾成功地在拍卖/竞标网站上购买过他人的商品吗：

- 是： 8.09%
- 否： 91.91%

14. 由于何种原因，您进行网络购物（多选结果）：

- 节省时间： 45.51%
- 处于好奇，有趣： 39.49%
- 操作方便： 32.57%
- 节约费用： 30.49%
- 寻找稀有商品： 29.21%

15. 如果您没有进行过网络交易，您最担心的问题是什么：

- 交易的安全可靠性： 46.01%
- 网上提供的信息是否可靠： 16.81%
- 售后服务： 12.29%
- 是否按时交货： 9.84%
- 价格是否比较便宜： 7.28%
- 交易的界面是否简单易懂： 3.94%
- 商品品牌： 1.31%
- 其它： 2.52%

16. 您在网上实际购买过哪些种类的产品（多选结果）：

■ 书刊类：	45.05%
■ 电脑的相关产品：	37.22%
■ 通讯类：	17.08%
■ 音像器材及制品：	15.57%
■ 生活、家居类：	12.11%
■ 礼品服务：	11.23%
■ 教育学习服务：	10.15%
■ 票务服务；	9.62%
■ 家电产品：	9.36%
■ 服装类：	7.68%
■ 照相器材：	7.45%
■ 体育用品类：	6.96%
■ 医疗保健类：	4.91%
■ 金融、保险服务：	4.64%
■ 其它：	11.13%

17. 您希望网络能更多地提供哪些种类的产品（多选结果）：

■ 电脑的相关产品：	47.03%
■ 书刊类：	46.70%
■ 教育学习服务：	34.57%
■ 通讯类：	30.72%
■ 礼品服务：	29.81%
■ 音像器材及制品：	29.68%
■ 票务服务：	29.66%
■ 生活、家居类：	28.75%
■ 家电产品：	25.20%
■ 金融、保险服务：	23.58%
■ 体育用品类：	20.81%
■ 医疗保健类：	19.91%
■ 服装类：	19.48%
■ 照相器材：	15.46%
■ 其它：	12.11%

18. 您是否经历过“已经订了货并付了款后，而未收到货物”的情形：

■ 是：	22.01%
■ 否：	77.99%

19. 请问您对通过网络进行交易满意吗：

■ 满意：	47.20%
■ 不满意：	52.80%

20. 您一般采取哪种付款方式：
- 货到付款 (现金结算) : 39.16%
 - 信用卡 (或储蓄卡) : 19.87%
 - 邮局汇款 : 17.58%
 - 网上支付 : 12.54%
 - 银行汇款 : 4.87%
 - EMS、快递代收货款 : 3.35%
 - 银行存折账户划付 : 2.63%
21. 对于高额"超过 1000 元的产品", 您希望采取什么样的付款方式：
- 货到付款 (现金结算) : 48.74%
 - 信用卡 (或储蓄卡) : 22.08%
 - 网上支付 : 9.18%
 - 邮局汇款 : 5.63%
 - 银行汇款 : 5.30%
 - EMS、快递代收货款 : 4.90%
 - 银行存折账户划付 : 4.17%
22. 用户认为目前网上购物最大的问题是：
- 安全性得不到保障 : 31.76%
 - 产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障 : 28.33%
 - 付款不方便 : 13.34%
 - 送货耗时、渠道不畅 : 10.14%
 - 价格不够诱人 : 7.74%
 - 网上提供的信息不可靠 : 7.28%
 - 其它 : 1.41%
23. 您认为将来最有希望的网上事业是什么 (多选结果):
- 网上购物 : 54.67%
 - 网络通讯 : 51.86%
 - 网上学校 : 49.39%
 - 网上炒股 : 44.55%
 - 网上有偿信息服务 : 40.71%
 - 网上医院 : 32.60%
 - 虚拟社区 : 28.81%
 - 网上游戏娱乐服务 : 27.69%
 - 在线点播服务 : 26.29%
 - 其它 : 8.20%

24. 您是否同意网站经营者为市场开发之用，在网络上抓取使用者的个人资料的行为：

- 同意： 17.66%
- 不同意： 74.43%
- 不知道： 7.91%

三、近年来互联网动态发展情况

（一）宏观发展状况

1. 我国上网计算机数：

	上网计算机数	专线上网计算机	拨号上网计算机
1998.7	54.2 万台	8.2 万台	46 万台
1999.7	146 万台	25 万台	121 万台
2000.7	650 万台	101 万台	549 万台

2. 我国上网用户人数：

	上网用户人数	专线上网的用户	拨号上网的用户	同时使用专线与拨号
1998.7	117.5 万	32.5 万	85 万	—
1999.7	400 万	76 万	256 万	68 万
2000.7	1690 万	258 万	1176 万	256 万

3. CN 下注册的域名数：

	AC	COM	EDU	GOV	NET	ORG	行政区域名	合计
1998.7	363	6559	414	561	657	229	632	9415
1999.7	502	22220	615	1663	2221	649	1175	29045
2000.7	624	78878	812	3665	10719	1912	3124	99734

4. 我国 WWW 站点数：

	WWW 站点数	比上年同期增长%
1998.7	3700	—
1999.7	9906	268
2000.7	27289	275

5. 我国国际线路总容量：

	总容量	比上年同期增长%
1998.7	84.64M	—
1999.7	241M	285
2000.7	1234M	512

(二) 背景资料描述

- 性别比例的差距约以每年 10% 的比例逐年减少，但男性网民的比例仍占绝对优势：

	男性	女性
1998.7	93%	7%
1999.7	85%	15%
2000.7	75%	25%

- 平均年龄小幅提升，但仍以 35 岁以下年轻网民居多：

	35 岁及以下	35 岁以上
1998.7	91%	9%
1999.7	89%	11%
2000.7	88%	12%

- 学历分布以本科以上居多，比例有小幅下降的趋势；大、中专学历比例则逐年提高：

	高中（中专）以下	大、中专	大学本科	硕士及以上
1998.7	7%	34%	50%	9%
1999.7	2%	39%	48%	11%
2000.7	2%	46%	46%	6%

- 网民地域分布：华北、东北的比例有所降低，华东网民的比例有所增加：

	华北地区	东北地区	华东地区	华南地区	西南地区	西北地区
1998.7	32%	10%	29%	22%	4%	3%
1999.7	27%	7%	32%	21%	8%	5%
2000.7	25%	6%	35%	23%	6%	4%

（三）一般使用行为

- 上网时间：每周上网时间在 10 小时以上的人数比例较三年前明显增加：

	10 小时及以下	10 小时以上
1998.7	59%	41%
1999.7	59%	41%
2000.7	47%	53%

- 上网费用：自费上网为主，且比例逐年大幅升高：

	公费	自费	两者均有
1998.7	35%	44%	21%
1999.7	28%	46%	26%
2000.7	18%	56%	26%

- 用户拥有个人主页的比例无明显变化，与没有个人主页的用户比为 1:3：

	有个人主页的用户	没有个人主页的用户
1999.7	24%	76%
2000.7	25%	75%

- 网民上网的主要目的无明显变化：

	1999.7	2000.7
获得各方面信息	57%	56%
学习计算机等新技术	10%	11%
工作需要	9%	7%
休闲娱乐	8%	11%
获得免费资源	7%	6%
对外联系方便	5%	4%
炒股需要	1%	3%

- 用户最常使用的网络服务以电子邮箱、搜索引擎、软件上传或下载服务及各类信息查询为主，但其比例却均显示了下降的趋势，其中以搜索引擎和软件上传或下载服务的比例下降幅度最为明显：

	1999.7	2000.7
搜索引擎	66%	56%
软件上传或下载服务	60%	51%
BBS 电子公告栏	28%	21%
各类信息查询	55%	49%
电子邮箱	91%	88%

而网上聊天室、网上购物、网上寻呼机等网络服务，其绝对比重虽不占优势，却表现出较为明显的增长趋势：

	1999.7	2000.7
网上购物	3%	14%
网上聊天室	29%	39%
网上寻呼机	15%	21%
网上炒股	10%	15%
新闻组	21%	25%
网上游戏娱乐	16%	18%
网络电话	8%	10%

- 用户在网最主要获得的信息以求职招聘、金融信息、旅行、医疗、休闲娱乐增长较快；计算机软硬件信息、电子书籍略有下降趋势：

	1999.7	2000.7
求职招聘信息	19%	26%
金融证券信息	26%	31%
旅行信息	14%	19%
医疗信息	10%	14%
休闲娱乐信息	47%	51%
交友征婚信息	9%	12%
计算机软硬件信息	68%	59%
电子书籍	52%	46%
新闻	84%	82%

（四）热点问题

- 用户认为成功网站需具备的因素及其百分比与去年相比无明显改变，持网站应具备交互性好、能与其他网友自由交流观点的网民数增加了 2 个百分点。
- 速度慢、费用高仍是互联网最令人不满意的两方面，相比之下，网民对互联网中文信息量的满意度上升了 3 个百分点。
- 用户在选择网络服务商（ISP）时注重的主要因素：

	1999.7	2000.7
连线速度	43%	40%
服务质量	25%	26%
价格	22%	23%
知名度	6%	8%

- 对于网上广告的看法：

	1999.7	2000.7
经常点击	6%	8%
有时点击	19%	46%
不常点击	49%	34%
不点击	20%	6%
网上广告将延长下载网页的时间， 对其痛恨至极	6%	5%

- 对于网上购物，用户认为存在的最大问题：

	1999.7	2000.7
送货耗时、渠道不畅	6%	10%
安全性无保障	30%	32%
付款不方便	22%	13%
产品及服务质量无保障	34%	28%
价格不诱人	8%	8%

- 网民对于将来可能实现的网上事业充满希望，对各种事业看好的百分比均有极为显著的提高：

	1999.7	2000.7
网上购物	16%	55%
网上学校	11%	49%
网上炒股	8%	45%
网络通信	20%	52%
网上医院	2%	33%
网上游戏娱乐服务	6%	28%
在线点播服务	4%	26%
网上有偿信息服务	20%	41%
虚拟社区	9%	29%