

中国互联网络发展状况统计报告(2001/7)

中国互联网络信息中心

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年和2000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。值得说明的是,信息产业部电信管理局和国家信息化推进工作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调查支持网站、媒体等相关单位对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网计算机数量、上网用户数量、域名数量及分布、各个互联网络国际出口带宽以及WWW站点数量及分布;对我国上网用户的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。

依据统计学理论和国际惯例,在第七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、网上联机调查和网下抽样调查等调查方法。其中网下抽样调查侧重于了解中国网民的总量、相关的特征、行为特点等,而网上联机调查侧重于了解网民对网络的使用情况、行为习惯以及对有关热点问题的看法和倾向。CNNIC在2001年6月进行了网上联机调查和网下抽样调查。此次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144083份,经处理得到有效答卷78342份,网下调查采用科学的抽样原则进行电话访问,共获得有效样本4828个(在95%置信度下,调查结果的最大绝对误差小于2%)。本次统计数据的截止日期为2001年6月30日。

一、中国互联网络发展的宏观概况

(?) 我国上网计算机数：

约 1002 万台，其中专线上网计算机数为 163 万台，拨号上网计算机数为 839 万台。

(?) 我国上网用户人数：

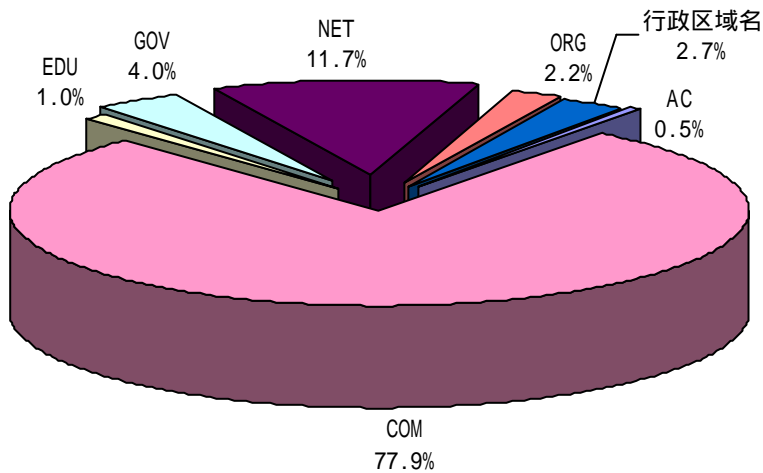
约 2650 万人，其中专线上网的用户人数为 454 万，拨号上网的用户人数为 1793 万，同时使用专线与拨号的 用户人数为 403 万。除计算机外同时使用其它设备（移动终端、信息家电）上网的用户人数为 107 万。

注：CNNIC 将中国网民定义为：平均每周使用互联网 1 小时（含）以上的中国公民。

(三) CN 下注册的域名数：

	AC	COM	EDU	GOV	NET	ORG	行政区域名	合计
数量	667	99922	1239	5181	15055	2864	3434	128362
百分比	0.5%	77.9%	1.0%	4.0%	11.7%	2.2%	2.7%	100.0%

各类域名所占的比例如下图所示：



CN 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	44304	11913	2155	1174	2335	840	624
百分比	34.8%	9.4%	1.7%	0.9%	1.8%	0.7%	0.5%

	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
域名数量	4219	864	1276	6575	5399	1217	2997
百分比	3.4%	0.7%	1.0%	5.2%	4.3%	1.0%	2.4%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
域名数量	514	4994	2041	2318	1257	18000	900
百分比	0.4%	3.9%	1.6%	1.8%	1.0%	14.1%	0.7%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
域名数量	987	2437	413	1655	170	1747	451
百分比	0.8%	1.9%	0.3%	1.3%	0.1%	1.4%	0.4%
	青海	宁夏	新疆	香港	澳门	台湾	
域名数量	105	342	1195	1572	-	-	
百分比	0.1%	0.3%	0.9%	1.2%	-	-	

(四) WWW 站点数 (包括 .CN、.COM、.NET、.ORG 下的网站): 约 242739 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)	行政区域名 .CN	合计
百分比	0.2%	78.7%	0.5%	1.4%	14.9%	3.7%	0.6%	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
百分比	21.8%	10.7%	1.7%	1.0%	2.2%	1.0%	0.7%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
百分比	3.6%	0.9%	1.6%	6.0%	5.3%	1.4%	5.7%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
百分比	0.8%	3.3%	2.3%	2.3%	1.7%	14.0%	1.4%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
百分比	1.1%	3.2%	0.6%	1.2%	0.3%	1.8%	0.7%
	青海	宁夏	新疆				
百分比	0.2%	0.4%	1.1%				

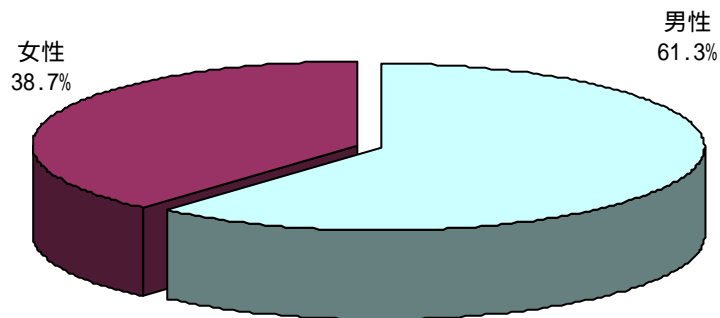
(五) 我国国际线路的总容量为：3257M。连接的国家有美国、加拿大、澳大利亚、英国、德国、法国、日本、韩国等。分布情况如下：

- 中国科技网 (CSTNET): **55M**
- 中国公用计算机互联网 (CHINANET): **2387M** 其中: 北京 863M、上海 867M、广州 657M
- 中国教育和科研计算机网 (CERNET): **117M**
- 中国金桥信息网 (CHINAGBN): **151M** 其中: 北京 51M、上海 49M、广州 51M
- 中国联通互联网 (UNINET): **100M** 其中: 上海 47M、广州 53M
- 中国网通公用互联网(CNCNET): **355M** 其中: 上海 200M、广州 155M
- 中国国际经济贸易互联网 (CIETNET): **2M**
- 中国移动互联网 (CMNET): **90M** 其中: 北京 45M、广州 45M
- 中国长城互联网 (CGWNET): (建设中)
- 中国卫星集团互联网 (CSNET): (建设中)

二、网民行为意识调查结果

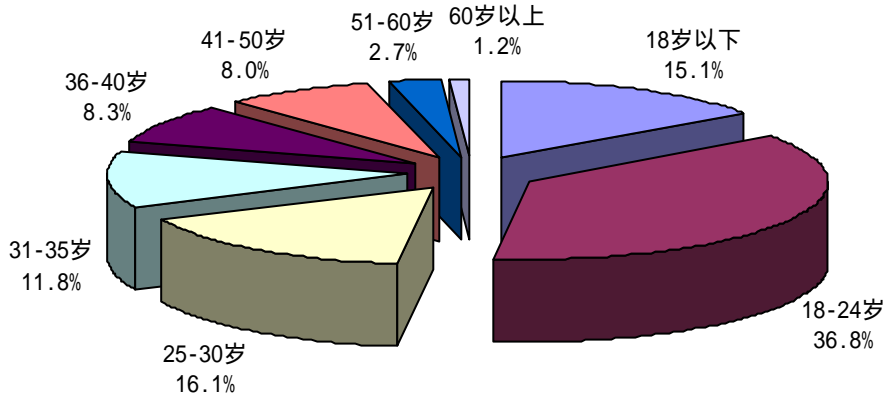
(一) 用户个人信息:

*1. 用户的性别: 男性占 61.3%, 女性占 38.7%。

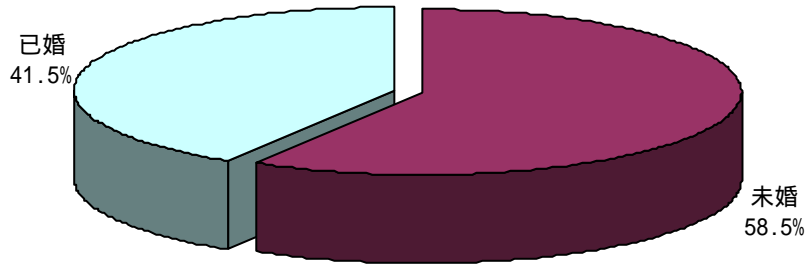


*2. 用户的年龄分布：

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
15.1%	36.8%	16.1%	11.8%	8.3%	8.0%	2.7%	1.2%

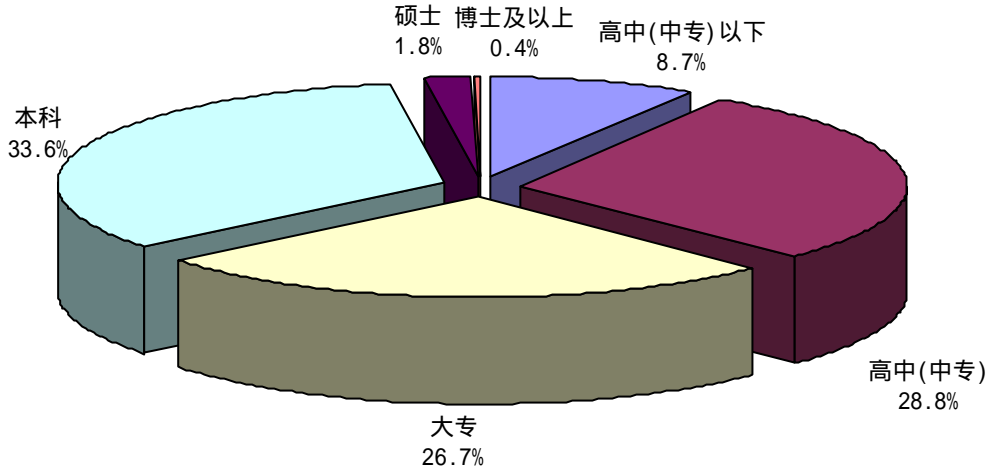


*3. 用户的婚姻状况：未婚占 58.5%，已婚占 41.5%。



*4. 用户的文化程度：

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士	博士及以上
8.7%	28.8%	26.7%	33.6%	1.8%	0.4%



*5. 用户的行业分布 (不包括军人、学生和无业人员):

党政管理机关	工商管理、税务	交通、运输业	商业、贸易
9.6%	2.0%	4.1%	14.2%
金融、保险、房地产业	信息、咨询服务业	社会服务业	公检法
10.1%	3.0%	7.7%	2.4%
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
0.6%	0.9%	10.0%	4.7%
计算机业与 IT 行业	制造业	水、电、气供给业	建筑业
9.0%	8.1%	5.0%	4.1%
采掘业、矿业	农林牧渔业	其它	
0.9%	1.5%	2.1%	

*6. 用户的职业分布:

国家行政管理人員	专业技术人员	办事員和有关人員	商业、服务业人員
8.8%	20.6%	18.6%	12.0%
农林牧渔工作人員	生产、运输设备操作人員及有关人員	军人	学生
1.2%	4.9%	1.2%	23.0%
无业人員	其它		
5.7%	4.0%		

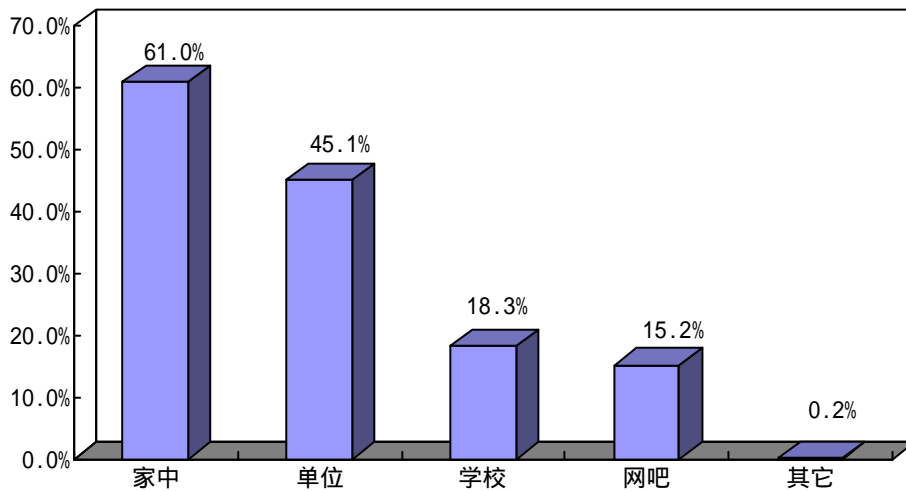
*7. 用户的个人月收入：

500元以下	501-1000元	1001-1500元	1501-2000元	2001-2500元	2501-3000元
20.0%	25.5%	16.3%	9.0%	5.6%	3.7%
3001-4000元	4001-5000元	5001-6000元	6001-10000元	10000元以上	无收入
3.1%	1.4%	0.5%	0.5%	1.1%	13.3%

(二) 用户使用网络情况和上网习惯：

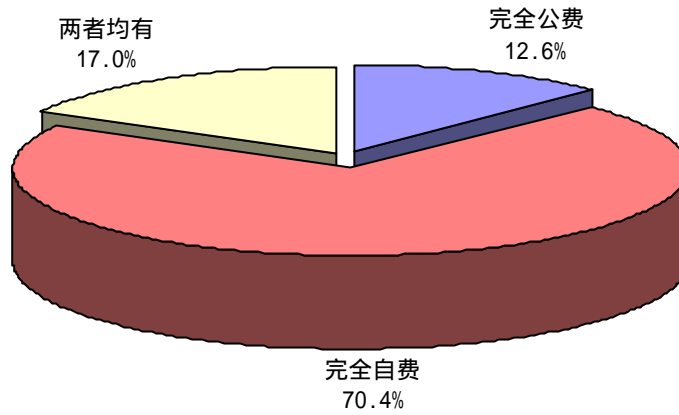
*1. 用户上网的主要地点 (多选题)：

家中	单位	学校	网吧	其它
61.0%	45.1%	18.3%	15.2%	0.2%



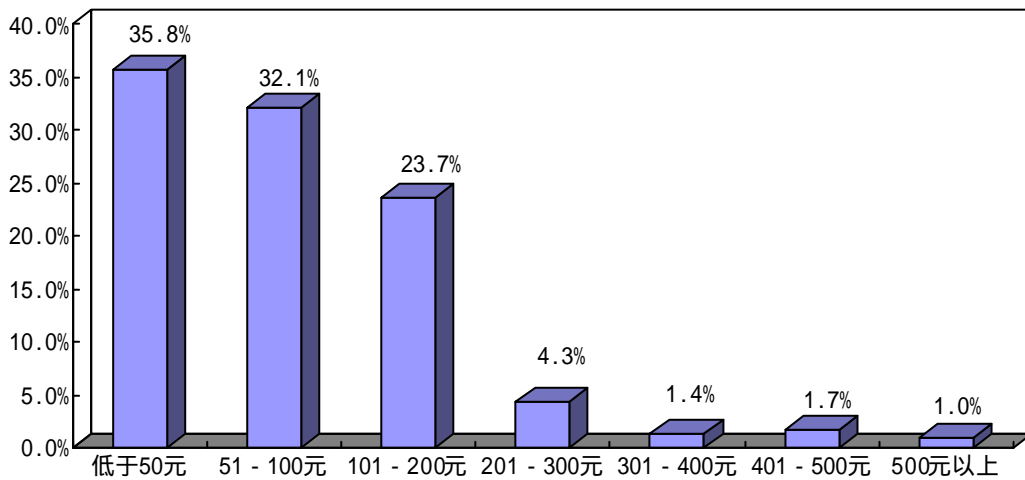
*2. 用户上网费用的来源：

完全公费	完全自费	两者均有
12.6%	70.4%	17.0%



*3. 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
35.8%	32.1%	23.7%	4.3%	1.4%	1.7%	1.0%



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

*4. 用户平均每周上网时间：8.7 小时

*5. 用户平均每周上网天数：3.3 天

*6. 用户通常在什么时间上网 (多选题)：

0、1点	2、3点	4、5点	6、7点
14.1%	4.1%	3.3%	3.7%
8、9点	10、11点	12、13点	14、15点
24.4%	30.8%	29.3%	42.1%
16、17点	18、19点	20、21点	22、23点
35.9%	39.5%	77.2%	49.8%

*7. 用户拥有 E-mail 帐号平均值：2.6

其中免费 E-mail 帐号平均值：2.3

*8. 用户平均每周收到电子邮件数：12.9

发出电子邮件数：8.2

9. 用户拥有个人主页的情况：

有：24.4%

没有：75.6%

*10. 用户上网最主要的目的：

- 获得各方面的信息（包括新闻等）：42.9%
- 学习需要：4.3%
- 工作需要：5.8%
- 休闲娱乐（聊天、交友等）：34.4%
- 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）：3.1%
- 对外通讯、联络（收发邮件、短信息、传真等）：4.1%
- 炒股需要：4.1%
- 网上购物或商务活动：0.3%
- 追崇时尚、赶时髦、好奇：0.5%
- 其它：0.5%

11. 用户最常使用的网络服务（多选题）：

- 电子邮箱：74.9%
- 搜索引擎：51.3%
- 软件上传或下载服务：43.9%
- 各类信息查询：39.5%
- 网上聊天室：21.9%
- 网上寻呼机（OICQ、QQ、ICQ等）：31.6%
- 新闻组：10.7%
- BBS 电子公告栏：9.0%
- 免费个人主页空间：8.4%
- 网上游戏娱乐：15.8%

■ 网上炒股：	10.3%
■ 网上购物或商务活动：	8.0%
■ 网上教育：	11.8%
■ 网络电话：	2.0%
■ 网上支付：	1.8%
■ 其它：	0.2%

12. 用户在网上最主要获得哪方面的信息 (多选题)：

■ 新闻：	63.5%
■ 计算机软硬件信息：	44.2%
■ 休闲娱乐信息(体育、音乐、艺术等)：	44.1%
■ 电子书籍：	32.8%
■ 科技、教育信息：	31.4%
■ 金融证券、房地产信息：	19.0%
■ 求职招聘信息：	19.8%
■ 商贸信息：	10.4%
■ 旅行、交通信息：	12.5%
■ 各类广告信息：	6.5%
■ 医疗信息：	7.6%
■ 交友征婚信息：	4.7%
■ 法律、法规、政策信息：	12.2%
■ 其它：	1.0%

13. 用户获取、浏览的中文信息占有所有信息的比例：	78.7%
用户获取、浏览的国内信息占有所有信息的比例：	71.3%

(?) 用户对一些热点问题的看法：

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

■ 连线速度：	37.9%
■ 服务质量：	26.3%
■ 价格：	26.7%
■ 知名度：	7.8%
■ 其它：	1.3%

2. 用户认为一个成功网站须具备的最主要的因素是：

■ 该网站信息量大、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)：	74.2%
■ 浏览该网站的速度较快：	14.2%
■ 该网站交互性好，能与其他网友自由交流：	6.9%
■ 该网站设计精巧：	3.7%

- 其它： 1.0%
- *3. 用户认为当前互联网最令人不满意的地方是：
- 速度太慢： 42.7%
 - 收费太贵： 19.0%
 - 中文信息不够丰富： 4.1%
 - 内容杂乱/不真实/不健康： 8.6%
 - 无法保护个人隐私： 0.9%
 - 需要太多的专业知识，使用不便： 1.6%
 - ISP 服务质量不好： 1.2%
 - 上网时容易断线： 3.3%
 - 上网没什么用： 0.2%
 - 没有不满意的地方： 10.6%
 - 其它： 7.8%
4. 用户得知新网站的主要途径是 (多选题)：
- 搜索引擎： 57.5%
 - 其它网站上的链接： 52.9%
 - 朋友、同学、同事的介绍： 42.3%
 - 网友介绍： 22.5%
 - 网址大全之类的书籍： 14.7%
 - 相关报刊杂志的介绍： 36.2%
 - 相关广播电视节目的介绍： 17.4%
 - 其它： 0.4%
5. 下列网上信息中哪些还不能满足用户的需要 (多选题)：
- 新闻： 19.3%
 - 计算机软硬件信息： 19.9%
 - 休闲娱乐信息(体育、音乐、艺术等)： 18.3%
 - 电子书籍： 29.1%
 - 科技、教育信息： 21.1%
 - 金融证券、房地产信息： 11.7%
 - 求职招聘信息： 20.1%
 - 商贸信息： 11.9%
 - 旅行、交通信息： 15.0%
 - 各类广告信息： 5.5%
 - 医疗信息： 16.5%
 - 交友征婚信息： 5.3%
 - 法律、法规、政策信息： 16.9%
 - 其它： 1.1%

6. 用户是否经常浏览网络广告：

- 经常浏览：18.1%
- 有时浏览：51.8%
- 很少浏览：27.6%
- 从来不浏览：2.5%

7. 用户是否经常点击网络广告：

- 经常点击：12.2%
- 有时点击：51.2%
- 很少点击：33.0%
- 从来不点击：3.6%

8. 网上哪一类广告会吸引用户点击 (多选题)：

- 公益性活动：51.2%
- 新闻信息：41.5%
- 商业公司：11.3%
- 商品信息：33.1%
- 有奖促销活动：67.9%
- 新站发布：20.9%
- 学术活动：24.1%
- 娱乐活动：42.9%
- 形象广告：22.6%
- 其它：0.5%

9. 哪一种网络广告形式最能吸引用户点击：

- 横幅式广告：31.2%
- 按钮式广告：7.9%
- 游动式广告：40.7%
- 插页式广告：9.8%
- 文字式广告：4.2%
- 邮件式广告：6.2%

10. 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：36.0%
- 不愿意：27.1%
- 无所谓：36.9%

11. 用户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 (多选题)：

- 网络广告：43.2%
- 电视：41.9%

- 广播： 0.7%
- 杂志： 2.5%
- 报纸： 3.7%
- 户外广告： 4.8%
- 宣传册，广告信函： 3.2%

12. 用户是否经常浏览电子商务网站：

- 经常浏览： 21.6%
- 有时浏览： 52.3%
- 很少浏览： 23.3%
- 从来不浏览： 2.8%

13. 用户在过去一年中是否曾通过网络商店购买过商品或服务：

- 是： 31.9%
- 否： 68.1%

14. 用户在过去一年中是否成功地在拍卖/竞标网站上购买过他人的商品：

- 是： 6.0%
- 否： 94.0%

15. 用户在过去一年中是否在网上成功地进行过二手交易：

- 是： 8.7%
- 否： 91.3%

16. 用户由于何种原因进行网络购物 (多选题)：

- 节省时间： 46.7%
- 节约费用： 33.4%
- 操作方便： 44.2%
- 寻找稀有商品： 29.7%
- 出于好奇，有趣： 32.6%

17. 用户在过去一年中在网上实际购买过哪些种类的产品 (多选题)：

- 书刊类： 58.7%
- 电脑的相关产品： 35.5%
- 照相器材： 4.8 %
- 通讯类： 18.0%
- 音像器材及制品： 29.5%
- 生活、家居类： 11.8%
- 服装类： 5.9%
- 家电产品： 7.4%

■ 体育用品类：	6.1%
■ 医疗保健类：	3.8%
■ 礼品服务：	13.8%
■ 金融、保险服务：	3.3%
■ 票务服务；	8.3%
■ 教育学习服务：	12.9%
■ 其它：	4.1%

18. 用户希望网络能更多地提供哪些种类的产品 (多选题)：

■ 书刊类：	51.5%
■ 电脑的相关产品：	46.4%
■ 照相器材：	10.7%
■ 通讯类：	29.1%
■ 音像器材及制品：	31.5%
■ 生活、家居类：	24.8%
■ 服装类：	14.7%
■ 家电产品：	19.4%
■ 体育用品类：	15.7%
■ 医疗保健类：	15.1%
■ 礼品服务：	27.0%
■ 金融、保险服务：	16.9%
■ 票务服务；	23.2%
■ 教育学习服务：	33.6%
■ 其它：	1.1%

19. 用户是否经历过“已经订了货并付了款后，而未收到货物”的情形：

■ 是：	15.6%
■ 否：	84.4%

20. 用户对通过网络进行交易的满意程度：

■ 非常满意：	1.8%
■ 较为满意：	27.8%
■ 一般：	50.6%
■ 较为不满意：	16.3%
■ 非常不满意：	3.5%

21. 用户一般采取哪种付款方式：

■ 货到付款 (现金结算)：	37.7%
■ 信用卡 (或储蓄卡)：	14.0%
■ 网上支付：	15.3%

- 邮局汇款： 25.3%
 - 银行汇款： 4.1%
 - 银行存折账户划付： 1.6%
 - EMS、快递代收货款： 2.0%
22. 对于高额"超过 1000 元的产品", 用户希望采取的付款方式：
- 货到付款 (现金结算) : 57.8%
 - 信用卡 (或储蓄卡) : 16.4%
 - 网上支付： 7.7%
 - 邮局汇款： 5.4%
 - 银行汇款： 4.8%
 - 银行存折账户划付： 3.6%
 - EMS、快递代收货款： 4.3%
23. 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： 33.4%
 - 付款不方便： 11.5%
 - 产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障： 33.0%
 - 送货耗时、渠道不畅： 8.7%
 - 价格不够诱人： 6.6%
 - 网上提供的信息不可靠： 6.0%
 - 其它： 0.8%
24. 用户一般选择什么方式进行商品配送：
- EMS： 20.0%
 - 其它快递： 7.6%
 - 普通邮寄： 31.6%
 - 航空、铁路发运： 3.3%
 - 送货上门： 36.9%
 - 其它： 0.6%
25. 用户认为中国何时能实现大规模的网上电子商务：
- 半年内： 1.0%
 - 半年--1 年： 4.5%
 - 1--2 年： 20.2%
 - 2--3 年： 26.5%
 - 3--5 年： 26.8%
 - 5 年以上： 15.4%
 - 没考虑过： 5.6%

26. 用户认为将来最有希望的网上事业是 (多选题):
- 网上购物: 60.5%
 - 网上炒股: 50.9%
 - 网上有偿信息服务: 40.1%
 - 网上游戏娱乐服务: 38.0%
 - 网络通讯: 52.4%
 - 虚拟社区: 25.4%
 - 在线点播服务: 37.0%
 - 网上学校: 54.7%
 - 网上医院: 28.9%
 - 其它: 2.5%
27. 在一年内用户计算机被入侵的情况:
- 被入侵过: 47.1%
 - 没有被入侵过: 43.0%
 - 不知道: 9.9%
28. 在网上用户主要采取什么安全措施 (多选题):
- 密码加密: 36.9%
 - 防病毒软件: 74.5%
 - 防火墙: 67.6%
 - 电子签名: 7.3%
 - 不清楚, 由系统管理员负责: 7.4%
 - 什么措施都不采用: 3.6%
29. 对于电子邮件帐号, 用户多久换一次密码:
- 1 个月: 8.8%
 - 3 个月--半年: 21.4%
 - 半年--1 年: 19.7%
 - 一直不换: 50.1%

(以上结果中加注*者为网下抽样调查结果)