

中国互联网络发展状况统计报告(2001/1)

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 站点数量及分布;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。

依据统计学理论和国际惯例并结合以往六次调查经验,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 2000 年 11 月末至 2001 年 1 月初期间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 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。网上调查共收到调查问卷 34695 份,经处理得到有效答卷 26667 份;网下调查采用抽样调查的方法,根据调查对象的不同特点将调查总体划分为几个子总体,分别采用不同的方式进行抽样调查,抽取的样本遍布全国 31 个省市,其中电话调查有效样本 62620 个、面访调查有效样本 6000 个。本次统计数据的截止日期为 2000 年 12 月 31 日。

一、中国互联网络发展的宏观概况

(?) 我国上网计算机数：

约 892 万台，其中专线上网计算机：141 万台，拨号上网计算机：751 万台。

(?) 我国上网用户人数：

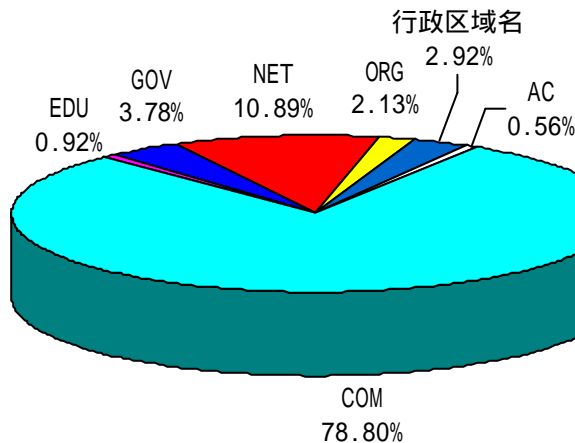
约 2250 万人，其中专线上网的用户人数约为 364 万，拨号上网的用户人数约为 1543 万，同时使用专线与拨号的用户人数为 343 万。除计算机外同时使用其它设备（移动终端、信息家电等）上网的用户人数为 92 万。

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	682	96221	1127	4615	13291	2596	3567	122099
百分比	0.56%	78.80%	0.92%	3.78%	10.89%	2.13%	2.92%	100.00%

各类域名所占的比例如下图所示：



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	44605	11141	2004	1140	2099	768	556
百分比	36.87%	9.21%	1.66%	0.94%	1.73%	0.63%	0.46%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
域名数量	3718	762	1156	5471	4862	1051	2983
百分比	3.07%	0.63%	0.96%	4.52%	4.02%	0.87%	2.47%

	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
域名数量	447	4740	1919	2093	1138	17043	835
百分比	0.37%	3.92%	1.59%	1.73%	0.94%	14.09%	0.69%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
域名数量	1270	2165	371	1689	143	1563	401
百分比	1.05%	1.79%	0.31%	1.40%	0.12%	1.29%	0.33%
	青海	宁夏	新疆	香港	澳门	台湾	
域名数量	86	299	1044	1404	0	6	
百分比	0.07%	0.25%	0.86%	1.16%	0%	0%	

(四) WWW 站点数 (包括 .CN、.COM、.NET、.ORG 下的网站): 约 265405 个

WWW 站点的域名分布情况:

	AC.CN	COM(.CN)	EDU(.CN)	GOV.CN	NET(.CN)	ORG(.CN)	行政区域名.CN	合计
数量	403	221988	略	3294	31833	6446	1441	265405
百分比	0.15%	83.64%		1.24%	11.99%	2.43%	0.55%	100%

WWW 站点的地域分布情况:

	北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
站点数量	62158	28173	3947	2312	5337	2608	971
百分比	23.42%	10.61%	1.49%	0.87%	2.01%	0.98%	0.37%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
站点数量	6420	1686	2773	17790	25627	2807	15878
百分比	2.42%	0.64%	1.04%	6.70%	9.66%	1.06%	5.98%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
站点数量	1499	12215	5062	6566	2732	37783	2152
百分比	0.56%	4.60%	1.91%	2.48%	1.03%	14.24%	0.81%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
站点数量	2872	5647	763	3174	59	2949	1043
百分比	1.08%	2.13%	0.29%	1.20%	0.02%	1.11%	0.39%
	青海	宁夏	新疆				
站点数量	133	562	1707				
百分比	0.05%	0.21%	0.64%				

（五）我国国际线路的总容量为：2799M。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：

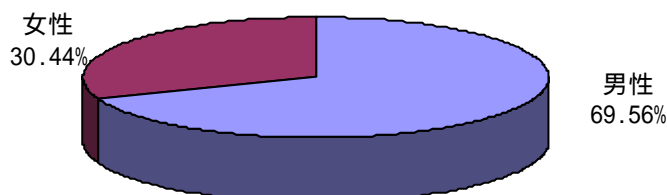
- 中国科技网（CSTNET）：55M
- 中国公用计算机互联网（CHINANET）：1953M 其中：北京 721M、上海 661M、广州 571M
- 中国教育和科研计算机网（CERNET）：117M
- 中国金桥信息网（CHINAGBN）：148M 其中：北京 53M、上海 59M、广州 36M
- 中国联通互联网（UNINET）：55M 其中：上海 47M、广州 8M
- 中国网通(CNCNET)：377M 其中：北京 4M、上海 365M、广州 8M
- 中国国际经济贸易互联网（CIETNET）：4M
- 中国移动互联网（CMNET）：90M 其中：北京 45M、广州 45M
- 中国长城互联网（CGWNET）：（建设中）

我国 IP 电话出口带宽总量为：213M

二、网民行为意识调查结果：

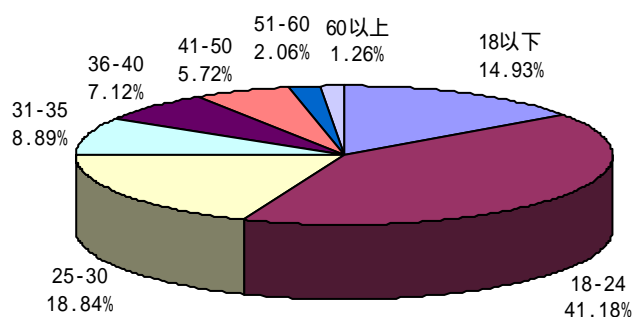
（一）用户个人信息：

*1. 用户中，男性占 69.56%，女性占 30.44%

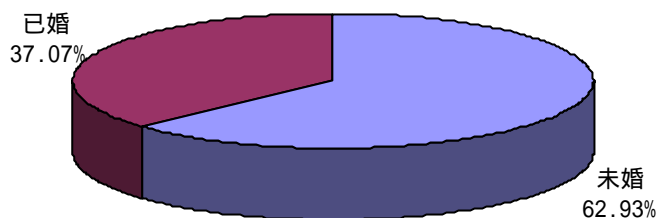


*2. 用户的年龄段：

18 岁以下	18-24	25-30	31-35	36-40	41-50	51-60	60 岁以上
14.93%	41.18%	18.84%	8.89%	7.12%	5.72%	2.06%	1.26%



*3. 用户的婚姻状况：未婚占 62.93%，已婚占 37.07%

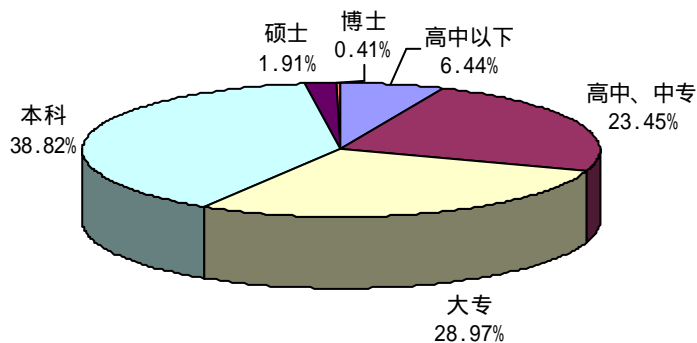


*4. 用户的地域分布：

北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
12.39%	8.97%	2.53%	2.03%	2.47%	1.34%	1.21%
辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
4.66%	2.41%	2.46%	5.43%	6.62%	2.43%	3.59%
江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
2.07%	5.33%	2.33%	3.52%	3.97%	9.69%	2.02%
海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
0.31%	5.03%	0.80%	1.46%	0.03%	1.47%	1.13%
青海	宁夏	新疆				
0.31%	0.48%	1.51%				

*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
6.44%	23.45%	28.97%	38.82%	1.91%	0.41%



*6. 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
8.59%	2.36%	4.05%	11.20%
金融、保险、房地产	信息、咨询服务业	社会服务业	公检法
6.68%	2.31%	8.26%	1.25%
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
1.48%	1.66%	10.75%	3.14%
计算机业与 IT 行业	制造业	水、电、气供给业	建筑业
11.94%	6.49%	4.05%	3.64%
采掘业、矿业	农林牧渔水利业	其他	
0.75%	1.45%	9.95%	

*7. 用户的职业：

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
9.75%	24.84%	13.43%	11.43%
农林牧副渔水利业生产人員	生产、运输设备操作人員及有关人員	军人	学生
0.76%	5.31%	1.03%	20.92%
无业人員	其它		
5.33%	7.2%		

*8. 用户个人月收入：

500 以下	501-1000	1001-1500	1501---2000	2001---2500	2501---3000
15.31%	25.94%	15.81%	7.54%	4.05%	3.49%
3001---4000	4001---5000	5001---6000	6001---10000	10000 以上	无收入
2.93%	1.80%	1.61%	0.53%	0.57%	16.35%
不确定					
4.07%					

(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	网吧	学校	其它
60.27%	43.92%	20.55%	19.70%	4.13%

*2. 用户上网费用的来源：

公费	自费	两者均有
14.15%	63.37%	22.48%

*3. 用户每月愿意花费的上网费用：

低于 100	100 元	200 元	300 元	400 元	500 元	600 元	600 元 以上	无所谓
25.27%	16.64%	30.62%	13.84%	6.19%	2.74%	1.25%	0.65%	2.80%

*4. 用户平均每周上网时间：13.66 小时

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
2.00%	1.12%	1.53%	6.56%
8、9 点	10、11 点	12、13 点	14、15 点
33.67%	8.83%	9.55%	3.36%
16、17 点	18、19 点	20、21 点	22、23 点
3.98%	11.82%	11.50%	6.08%

*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
10.58%	2.90%	1.68%	3.32%
8、9 点	10、11 点	12、13 点	14、15 点
17.49%	22.05%	21.90%	17.85%
16、17 点	18、19 点	20、21 点	22、23 点
28.49%	33.56%	62.47%	35.12%

*7. 用户拥有 E-mail 帐号平均值：3.24

其中免费 E-mail 帐号平均值：2.90

*8. 用户平均每周收到电子邮件数：16.82

发出电子邮件数：9.05

*9. 用户拥有个人主页的情况：

有： 28.17%

没有： 71.83%

*10. 用户上网的主要目的 (多选题):

■ 获得信息:	68.84%
■ 学习计算机等新技术:	13.32%
■ 休闲娱乐:	51.37%
■ 工作需要:	11.25%
■ 获得各种免费资源 (如免费邮箱、免费个人主页空间等):	9.90%
■ 对外联系方便:	12.16%
■ 炒股需要:	6.41%
■ 节省通讯费用:	2.59%
■ 赶时髦:	2.69%
■ 网上购物:	0.86%
■ 其它:	3.30%

11. 用户最常使用的网络服务 (多选题):

■ 电子邮箱:	95.07%
■ 搜索引擎:	66.76%
■ 软件上传或下载服务:	50.56%
■ 各类信息查询:	44.65%
■ 网上聊天室:	37.53%
■ 新闻组:	19.33%
■ BBS 电子公告栏:	16.72%
■ 网上寻呼机:	24.64%
■ 免费个人主页空间:	15.58%
■ 网上游戏娱乐:	18.94%
■ 网上炒股:	10.86%
■ 网上购物或商务活动:	12.54%
■ 网络电话:	6.58%
■ 网上支付:	2.72%
■ 其它服务:	7.12%

12. 用户在网上最主要获得哪方面信息 (多选题):

■ 新闻:	84.38%
■ 计算机软硬件信息:	58.00%
■ 休闲娱乐信息:	52.66%
■ 电子书籍:	45.99%
■ 科教信息:	35.77%
■ 金融证券资讯:	22.88%
■ 求职招聘信息:	29.12%
■ 商贸资讯:	15.66%
■ 旅行信息:	12.55%
■ 各类广告信息:	13.51%

- 医疗信息： 11.78%
- 交友征婚信息： 9.30%
- 其它： 13.27%

13. 用户获取、浏览的中文信息占有所有信息的比例为： 77.50%
 用户获取、浏览的国内信息占有所有信息的比例为： 70.94%

(?) 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： 42.25%
- 服务质量： 23.53%
- 价格： 25.15%
- 知名度： 6.29%
- 其他： 2.78%

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)： 68.41%
- 浏览该网站的速度快： 18.89%
- 该网站交互性好，能与其他网友自由交流： 7.88%
- 该网站设计精巧： 3.90%
- 其它： 0.92%

*3. 用户认为当前互联网最令人不满意的地方是：

- 速度太慢： 46.41%
- 收费太贵： 30.83%
- 中文信息不够丰富： 6.41%
- 无法保护个人隐私： 4.02%
- 使用不便，需要太多的专业知识： 5.42%
- ISP 服务质量不好： 3.35%
- 上网没什么用： 1.88%
- 其它： 1.68%

4. 用户得知新网站的主要途径是 (多选题)：

- 搜索引擎： 71.55%
- 其它网站上的链接： 66.91%
- 朋友、同学、同事的介绍： 52.90%
- 网友介绍： 30.50%
- 网址大全之类的书籍： 18.72%
- 相关报刊杂志的介绍： 48.65%

- 相关广播电视节目的介绍： 25.18%
- 其它： 10.47%

5. 下列网上信息中哪些还不能满足您的需要 (多选题):

- 电子书籍： 39.34%
- 科教信息： 29.25%
- 计算机软硬件信息： 28.70%
- 新闻： 24.85%
- 医疗信息： 23.69%
- 求职招聘信息： 25.41%
- 休闲娱乐信息： 21.34%
- 旅行信息： 16.85%
- 商贸资讯： 16.86%
- 金融证券资讯： 13.83%
- 各类广告信息： 10.25%
- 交友征婚信息： 9.32%
- 其它： 12.34%

6. 用户对于网上广告的看法：

- 经常点击： 12.89%
- 有时点击： 37.16%
- 偶尔点击： 40.01%
- 不点击： 6.24%
- 网上广告将延长下载网页的时间，对其痛恨至极： 3.70%

7. 网上哪一类广告会吸引您点击 (多选题):

- 有奖促销活动： 67.38%
- 新闻信息： 43.83%
- 公益性活动： 51.50%
- 娱乐活动： 43.14%
- 学术活动： 25.12%
- 商品信息： 30.58%
- 新站发布： 25.53%
- 形象广告： 22.30%
- 商业公司： 12.36%
- 其它： 7.54%

8. 哪一种网络广告形式最能吸引您点击：

- 动画式广告： 66.50%
- 横幅式广告： 11.48%

- 跳出窗式广告： 10.12%
- 文字式广告： 5.50%
- 邮件式广告： 4.49%
- 插播式广告： 1.91%

9. 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： 31.31%
- 不乐意： 28.04%
- 无所谓： 40.65%

10. 您是否经常点击网页上的链接图标/链接站点：

- 经常： 32.10%
- 有时： 45.88%
- 偶尔： 20.58%
- 从来不： 1.44%

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： 45.63%
- 电视： 39.16%
- 户外广告： 5.33%
- 报纸： 3.81%
- 杂志： 2.47%
- 宣传册, 广告信函： 2.73%
- 广播： 0.86%

12. 用户是否经常浏览电子商务网站：

- 经常： 23.90%
- 有时： 45.17%
- 偶尔： 27.23%
- 从来没有过： 3.70%

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： 31.67%
- 否： 68.33%

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： 8.64%
- 否： 91.36%

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： 9.49%
 - 否： 90.51%
16. 用户由于何种原因进行网络购物 (多选题)：
- 节省时间： 49.29%
 - 处于好奇，有趣： 33.29%
 - 操作方便： 44.05%
 - 节约费用： 37.41%
 - 寻找稀有商品： 28.72%
17. 用户在网上实际购买过哪些种类的产品 (多选题)：
- 书刊类： 58.33%
 - 电脑的相关产品： 37.47%
 - 通讯类： 19.87%
 - 音像器材及制品： 29.07%
 - 生活、家居类： 14.29%
 - 礼品服务： 16.41%
 - 教育学习服务： 13.13%
 - 票务服务： 8.45%
 - 家电产品： 8.43%
 - 服装类： 6.92%
 - 照相器材： 4.88%
 - 体育用品类： 6.91%
 - 医疗保健类： 4.44%
 - 金融、保险服务： 3.76%
 - 其它： 9.04%
18. 用户希望网络能更多地提供哪些种类的产品 (多选题)：
- 电脑的相关产品： 46.24%
 - 书刊类： 50.92%
 - 教育学习服务： 32.51%
 - 通讯类： 30.08%
 - 礼品服务： 28.86%
 - 音像器材及制品： 30.69%
 - 票务服务： 23.20%
 - 生活、家居类： 24.88%
 - 家电产品： 18.62%
 - 金融、保险服务： 17.38%
 - 体育用品类： 14.77%
 - 医疗保健类： 15.65%

- 服装类： 15.52%
- 照相器材： 9.45%
- 其它： 7.70%

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： 15.68%
- 否： 84.32%

20. 用户对通过网络进行交易的满意程度：

- 非常满意： 1.76%
- 较为满意： 25.96%
- 一般： 51.24%
- 较为不满意： 17.17%
- 非常不满意： 3.87%

21. 用户一般采取哪种付款方式：

- 货到付款（现金结算）： 42.02%
- 信用卡（或储蓄卡）： 12.73%
- 邮局汇款： 23.66%
- 网上支付： 13.14%
- 银行汇款： 4.13%
- EMS、快递代收货款： 2.70%
- 银行存折账户划付： 1.62%

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）： 55.45%
- 信用卡（或储蓄卡）： 17.31%
- 网上支付： 8.03%
- 邮局汇款： 5.14%
- 银行汇款： 5.21%
- EMS、快递代收货款： 4.99%
- 银行存折账户划付： 3.87%

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： 31.20%
- 产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障： 32.03%
- 付款不方便： 12.59%
- 送货耗时、渠道不畅： 9.86%
- 价格不够诱人： 7.39%
- 网上提供的信息不可靠： 5.91%
- 其它： 1.02%

24. 用户一般选择什么方式进行商品配送：
- EMS： 19.80%
 - 其它快递： 8.13%
 - 普通邮寄： 28.50%
 - 航空、铁路发运： 3.27%
 - 送货上门： 38.24%
 - 其它： 2.06%
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： 1.16%
 - 半年--1年： 6.15%
 - 1--2年： 23.88%
 - 2--3年： 26.56%
 - 3--5年： 23.97%
 - 5年以上： 13.58%
 - 没考虑过： 4.70%
26. 您认为将来最有希望的网上事业是什么 (多选题)：
- 网上购物： 61.41%
 - 网络通讯： 55.33%
 - 网上学校： 54.54%
 - 网上炒股： 49.14%
 - 网上有偿信息服务： 40.86%
 - 网上医院： 29.52%
 - 虚拟社区： 28.32%
 - 网上游戏娱乐服务： 33.02%
 - 在线点播服务： 31.17%
 - 其它： 6.78%
27. 在一年内用户计算机被入侵情况：
- 被入侵过： 44.66%
 - 没有被入侵过： 44.30%
 - 不知道： 11.04%
28. 对于电子邮件帐号，用户多久换一次密码：
- 1个月： 8.90%
 - 3-6个月： 21.63%
 - 6-12个月： 18.02%
 - 一直不换： 51.45%

29. 在网上用户主要采取什么安全措施（多选题）：
- | | |
|-----------------|--------|
| ■ 密码加密： | 38.11% |
| ■ 防病毒软件： | 71.59% |
| ■ 防火墙： | 64.67% |
| ■ 电子签名： | 7.83% |
| ■ 不清楚，由系统管理员负责： | 9.23% |
| ■ 什么措施都不采用： | 4.58% |

（以上结果中加注*者为网下抽样调查结果）