

贵州省互联网发展报告

2012 年

贵州省通信管理局

中国互联网络信息中心 (CNNIC)

前 言

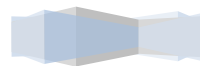
2012 年，“十二五”规划持续稳步推进。在这一年中，我国的经济实力持续增强、发展质量逐步提高，信息化建设取得了新的成果。互联网在社会流通领域内的影响进一步深化，网络经济成为市场经济体系内不可或缺的一部分。同时，贵州省信息化和互联网建设工作得到积极实施，信息通信基础设施建设进一步完善，农村信息化网络建设工作持续推进，电信基础设施共建共享工作取得显著成效。

2012 年，贵州省总体经济发展态势持续向好，综合经济实力大幅提升，当年经济增速位列全国第二位。根据 2013 年贵州省人民政府工作报告，2012 年贵州省地区生产总值达到 6802 亿元，五年年均增长 12.8%，产业结构实现持续快速优化。在地区经济高速发展、产业结构加速升级的进程中，互联网持续发挥着重要作用。贵州省政府对信息化工作高度重视，继续贯彻落实工信部“十二五”信息化工作精神，在 2012 年继续开展各项信息化建设工作，取得了显著成效，同时结合十八大相关指导精神，为下一年的工作指出明确的目标。

为了全面了解贵州省的互联网发展状况，贵州省通信管理局会同中国互联网络信息中心进行本次调查。本报告内容延续了《2011 年贵州省互联网发展报告》的基本框架，将从三个主要方面对贵州省互联网发展状况进行阐述和对比分析，包括总体网民规模情况、网民特征及互联网应用情况，以及互联网资源情况。力求客观、公正、全面地反映贵州省互联网发展状况。

希望本次报告的发布，能够继续为贵州省 2012 年互联网建设总结经验、为下一年的计划提供数据支持、为规划未来发展战略提供决策依据。

贵州省通信管理局



目 录

第一章	报告介绍	5
一.	研究术语定义.....	5
二.	调查范围.....	6
三.	调查日期.....	6
第二章	报告摘要	7
第三章	贵州省网民概况	9
一.	贵州省整体网民规模.....	9
二.	贵州省网民城乡结构.....	9
三.	贵州省手机网民规模.....	10
第四章	贵州省网民特征	12
一.	贵州省网民背景特征.....	12
二.	贵州省网民互联网使用特征.....	16
三.	贵州省网民互联网应用特征.....	19
四.	贵州省网民安全状况.....	29
第五章	贵州省通互联网资源状况.....	34
一.	贵州省 IPv4 地址数量.....	34
二.	贵州省域名数量.....	34
三.	贵州省网站数量.....	35
四.	贵州省网页数量.....	35
第六章	贵州省互联网发展总结及建议	37
附录一:	分省互联网数据	39
附录二:	调查方法	45
一.	网民个人调查.....	45
二.	网上调查.....	46
三.	网上自动搜索与统计数据上报.....	47

图目录

图 1 贵州省网民规模.....	9
图 2 贵州省网民城乡结构.....	10
图 3 贵州省手机网民规模.....	11
图 4 贵州省网民性别特征.....	12
图 5 贵州省网民年龄对比.....	13
图 6 贵州省网民年龄结构.....	13
图 7 贵州省网民受教育程度对比.....	14
图 8 贵州省网民受教育程度变化.....	14
图 9 贵州省网民职业结构对比.....	15
图 10 贵州省网民收入对比.....	16
图 11 贵州省网民上网设备对比.....	16
图 12 贵州省网民上网设备对比.....	17
图 13 贵州省网民上网地点对比.....	18
图 14 贵州省网民上网地点变化.....	18
图 15 贵州省网民搜索引擎应用状况.....	20
图 16 贵州省网民即时通信应用状况.....	21
图 17 贵州省网民博客/个人空间应用状况.....	22
图 18 贵州省网民微博应用状况.....	23
图 19 贵州省网民社交网站应用状况.....	24
图 20 贵州省网民网络游戏应用状况.....	25
图 21 贵州省网民网络视频应用状况.....	26
图 22 贵州省网民网络购物应用状况.....	27
图 23 贵州省网民团购应用状况.....	28
图 24 贵州省网民网上支付使用状况.....	28
图 25 贵州省网民网旅行预订使用状况.....	29
图 26 贵州省网民中病毒木马状况.....	30
图 27 贵州省网民账号或者密码被盗状况.....	30
图 28 贵州省网民遭遇消费欺诈状况.....	31
图 29 2012 年贵州省 Android 手机病毒类型比例.....	31
图 30 2012 年贵州省 Symbian 手机病毒类型比例.....	32
图 31 2012 年贵州省垃圾短信分类占比情况.....	33
图 32 贵州省 IPv4 数量.....	34
图 33 贵州省域名数量.....	35
图 34 贵州省网站数量.....	35
图 35 贵州省网页数量.....	36



表目录

表格 1 分省互联网网民规模.....	39
表格 2 分省 IPv4 地址数量.....	40
表格 3 分省域名数和分省 CN 域名数.....	41
表格 4 分省网站数.....	42
表格 5 分省网页数量.....	43
表格 6 分省网页字节数.....	44

第一章 报告介绍

一. 研究术语定义

◇ 网民

过去半年内使用过互联网的 6 周岁及以上中国居民。

◇ 手机网民

指过去半年通过手机接入并使用互联网，但不限于仅通过手机接入互联网的网民。

◇ 电脑网民

指过去半年通过电脑接入并使用互联网，但不限于仅通过电脑接入互联网的网民。

◇ 家庭电脑上网宽带网民

指过去半年在家使用电脑上网的网民中，使用宽带（xDSL、CABLE MODEM、光纤接入、电力线上网、以太网、WIFI）接入互联网的网民，但不限于仅使用宽带接入互联网的网民。

◇ 农村网民

指过去半年主要居住在我国农村地区的网民。

◇ 城镇网民

指过去半年主要居住在我国城镇地区的网民。

◇ IP 地址

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

◇ 域名

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

◇ 网站

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

同频道。

二. 调查范围

贵州省行政区

三. 调查日期

本次统计调查数据截止日期为 2012 年 12 月 31 日。

第二章 报告摘要

- 2012 年贵州省网民规模达到 991 万人，较 2011 年增加 151 万，增长率达 17.9%，与此同时，互联网普及率进一步提升，2012 年网民占全省人口比例为 28.6%，相比 2011 年升高 4.4%。
- 2012 年贵州省农村地区网民比例为 28.1%，城镇地区网民比例为 71.9%，农村网民占比高于全国水平。
- 2012 年贵州省手机网民增长迅速，规模达到 735 万，在网民中的渗透率达到 74.2%，略低于全国的 74.5%。
- 2012 年贵州省网民男女比例为 59.5:40.5，男性网民占比明显高于全国的 55.8%。
- 2012 年，10-29 岁年龄段的网民是贵州省网民的主要群体，占比高达 60.5%，尤其是 19 岁以下的网民占比高达 38.0%，相比全国的 25.7%高出了 12.2 个百分点，同时贵州省网民中 30 岁以上的群体占比则远低于全国水平，
- 贵州省网民受教育程度偏低，高中及以下的网民是主要群体，占比达 82.3%，与全国相比，大专、大学本科及以上学历的网民占比分别低 1.3 个百分点和 2 个百分点。
- 贵州省网民职业主要以学生为主体，比例为 32.4%，其次为个体户和自由职业者、无业/下岗/失业人员，比例分别为 17.9%和 11.6%。
- 与全国相比，贵州省网民收入整体偏低，月收入低于 1500 元的网民比例达 51.3%，收入高于 2000 元的比例则远低于全国水平。
- 2012 年，贵州省网民使用手机上网的比例超越了台式电脑，使用率达 74.2%。
- 2012 年，贵州省网民主要上网地点是家庭，比例为 88.7%，低于全国水平，在网吧与学校上网的比例超过全国水平，分别为 27.9%和 22.6%，在单位上网的比例低于全国水平 4.1 个百分点。
- 2012 年，贵州省网民搜索引擎用户规模增速为 20.5%，使用率为 77.6%，相比 2011 年升高 1.6 个百分点，低于全国的 80.0%。
- 2012 年，贵州省网民即时通信用户增速为 20.8%，使用率为 82.6%，相比 2011 年提升近 2 个百分点，略低于于全国的 82.9%。
- 2012 年，贵州省网民博客/个人空间用户增速为 21.2%，使用率为 61.8%，相比 2011 年提升 1.6 个百分点，低于全国的 66.1%。
- 2012 年，贵州省微博用户增速为 23.4%，使用率为 54.7%，与 2011 年相比提高 2.4 个百



分点，与全国的 54.7%持平。

- 2012 年，贵州省社交网站用户增速为 22.6%，使用率为 50.6%，与 2011 年相比基本持平，与全国的 48.8%相比略高。
- 2012 年，贵州省网络游戏用户增速为 6.4%，使用率为 59.7%，与 2011 年相比大幅下降了 6.5 个百分点，与全国的 59.5%基本持平。
- 2012 年，贵州省网络视频用户增速为 23.3%，使用率为 64.6%，与 2011 年相比上升了 2.8 个百分点，略低于全国的 65.9%。
- 2012 年，贵州省网络购物用户增速为 28.0%，使用率为 42.3%，与 2011 年相比上升了 3.3 个百分点，略低于全国的 42.9%。
- 2012 年，贵州省团购用户增速为 75.7%，使用率为 12.5%，与 2011 年相比上升了 4.1 个百分点，低于全国的 14.8%。
- 2012 年，贵州省网上支付用户增速为 25.9%，使用率为 35.4%，与 2011 年相比上升了 2.2 个百分点，低于全国的 39.1%。
- 2012 年，贵州省旅行预订用户增速为 199.9%，是 2012 年贵州省增速最快的互联网应用，使用率从 2011 年的 7.0%一跃升至 2012 年的 17.8%，远高于全国的 13.2%。
- 2012 年，贵州省网民中有 33.8%在用电脑或手机上网时中过病毒或者木马，有 22.0%遭遇过账号或者密码被盗，有 11.0%遭遇过消费欺诈。
- 2012 年，贵州省 IPv4 数量为 145.4 万，相比 2011 年增加了接近一成。
- 2012 年，贵州省域名总数量为 33022 个，占全国域名总数比例的 0.2%，排名第二十六。其中 CN 域名数量为 12919 个，占全国总数的 0.2%。
- 2012 年，贵州省网站数量达 7941 个，相比 2011 年增加了 1870 个，增幅超过 30%，占全国总数的 0.3%。
- 2012 年，贵州省网页数量为 13889.9 万个，较去年上升 22.1%，静态网页数与动态网页数的比例由 2011 年的 0.97:1，下降到 0.34:1。

第三章 贵州省网民概况

一. 贵州省整体网民规模

2012 年，贵州省互联网发展继续呈现稳中有增的态势，网民规模绝对数量进一步显著增长，且增长率出现逆势回升，达 17.9%，增速相比 2011 年的 11.9% 上升了 6 个百分点。2012 年贵州省网民规模达到 991 万人，较 2011 年增加 151 万。与此同时，互联网普及率进一步提升，2012 年网民占全省人口比例为 28.6%，相比 2011 年升高 4.4%。

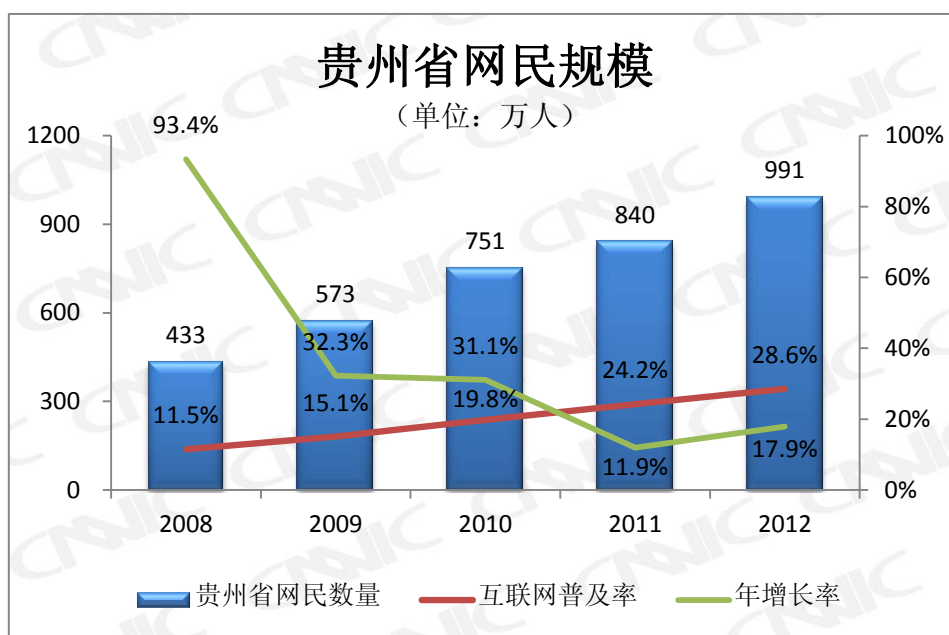


图 1 贵州省网民规模

2012 年，全国互联网普及率持续稳步升高。截至 2012 年 12 月底，中国网民规模达到 5.64 亿人，较 2011 年增长了 5091 万人，在总人口中的比重从 38.3% 提升到 42.1%。目前，我国互联网普及率的年增幅逐渐缩小，网民规模增长已经趋于平稳，进入平台期。在这样的背景下，贵州省网民规模出现逆势增长，年增长率跃居全国第二位，互联网普及率增幅居全国第八位。不过，与其他省市相比，贵州省的互联网普及率仍处于较低水平，未来互联网的普及程度工作仍需持续坚定实施。

二. 贵州省网民城乡结构

2012 年贵州省农村地区网民比例为 28.1%，高于全国 27.6% 的比例；城镇地区网民比例为 71.9%，低于全国 72.4% 的比例。在 2012 年，贵州省农村信息化网络建设工作持续进行，信息化网络建设点的范围进一步扩大，多功能信息服务站也正在开展第二批建

设工作，推进互联网在农村地区的普及应用，但是相比 2011 年，贵州省乡村网民占比变动不大，略有下降，一方面是由于城镇化进程使得乡村发生大人口规模转化，但是更重要的原因则在于，整体上贵州省农村互联网渗透率依然很低，农村地区人口互联网应用意识不高，未来城乡网民比例依然存在巨大的优化空间。

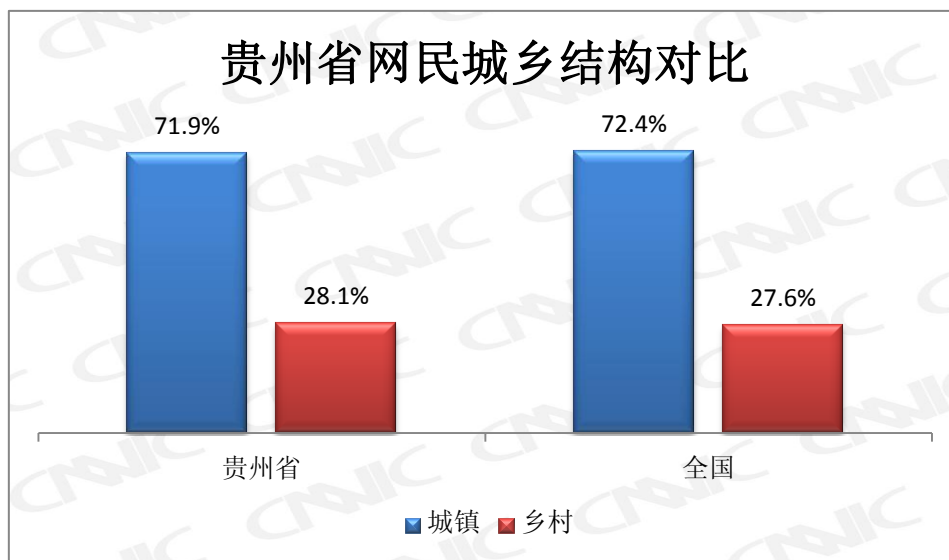


图 2 贵州省网民城乡结构

从全国情况看，2012 年，我国农村网民比例仅有小幅提高。2011 年中国城镇常住人口规模首次超越乡村常住人口，城镇化率突破 50% 的关口，农村人口已经由 2008 年的 7.28 亿持续降至目前的 6.57 亿，因而造成网民中农村人口比例没有显著提升。目前城乡互联网普及率仍存在较大差距：到 2012 年底，城镇居民中的互联网普及率已经达到约六成，而农村地区目前只有 23.7%，但是从 2011 年开始，互联网在中国农村常住人口中的普及速度开始小幅超越城镇，结束了城乡互联网普及率差距持续扩大的趋势，反映出全国农村互联网普及工作的成效。

三. 贵州省手机网民规模

2012 年贵州省手机网民规模达到 735 万，在网民中的渗透率达到 74.2%，略低于全国的 74.5%。相比 2011 年，贵州省手机网民规模实现显著增长，绝对规模扩大 140 万，增速达 23.6%，远高于 2011 年的 13.8%，普及率也从 2011 年的 70.8% 增加了 3.4 个百分点。

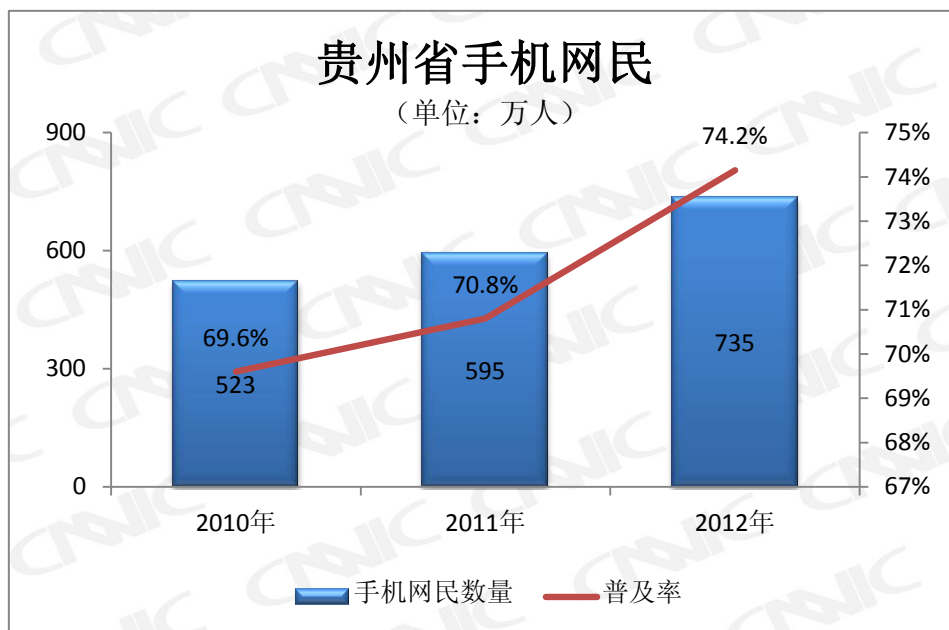
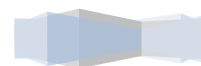


图 3 贵州省手机网民规模

截至 2012 年 12 月底,我国手机网民规模为 4.2 亿,较上年底增加约 6440 万人,网民中使用手机上网的人群占比由上年底的 69.3% 提升至 74.5%。手机网民规模在 2012 年增长迅速,并于年中超越使用台式电脑接入互联网的网民,成为第一大上网终端,但在上网时长、应用深度、使用功能的丰富性上,与整体 PC 网民(包括台式电脑和笔记本电脑)还存在一定差距。与全国相一致,贵州省手机网民也出现了喜人的增长,随着网民总体规模增长逐渐趋稳,手机上网将会成为下一个新的增长点。



第四章 贵州省网民特征

一. 贵州省网民背景特征

1. 贵州省网民性别特征

贵州省网民依然以男性为主。2012 年贵州省网民男女比例为 59.5:40.5，男性网民占比明显高于全国的 55.8%。相比 2011 年，贵州省网民的性别结构并没有明显的优化，女性网民占比仅提高 0.2%。

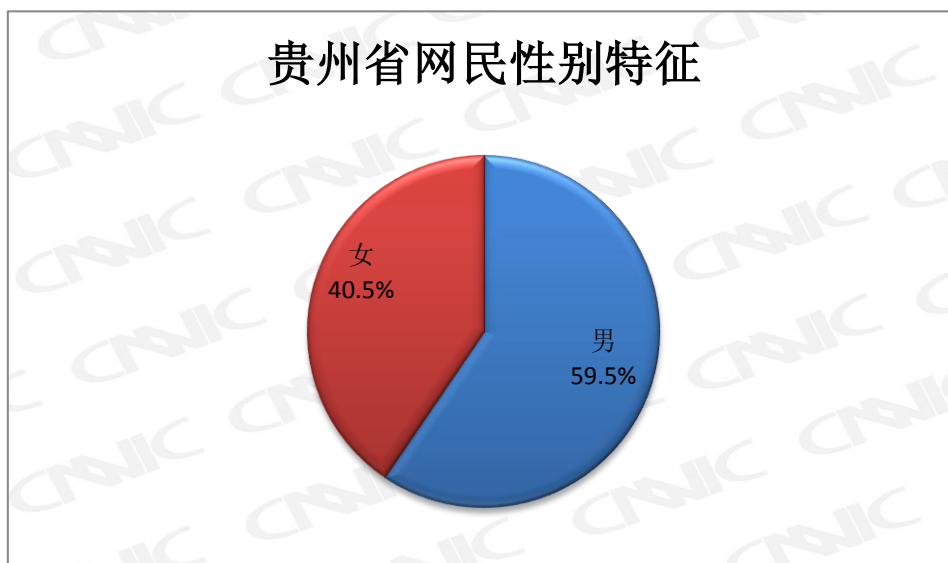


图 4 贵州省网民性别特征

2. 贵州省网民年龄结构

2012 年，10-29 岁年龄段的网民是贵州省网民的主要群体，占比高达 60.5%。与全国相比，贵州省网民群体的年龄结构明显较为年轻，尤其是 19 岁以下的网民占比高达 38.0%，相比全国的 25.7%高出了 12.2 个百分点，这对贵州省青少年健康上网的教育工作提出了更高的要求；同时，贵州省网民中 30 岁以上的群体占比则远低于全国水平，即网民中具有较高消费能力的人群较少，这可能会对贵州省提升互联网消费水平起到一定的阻碍作用。

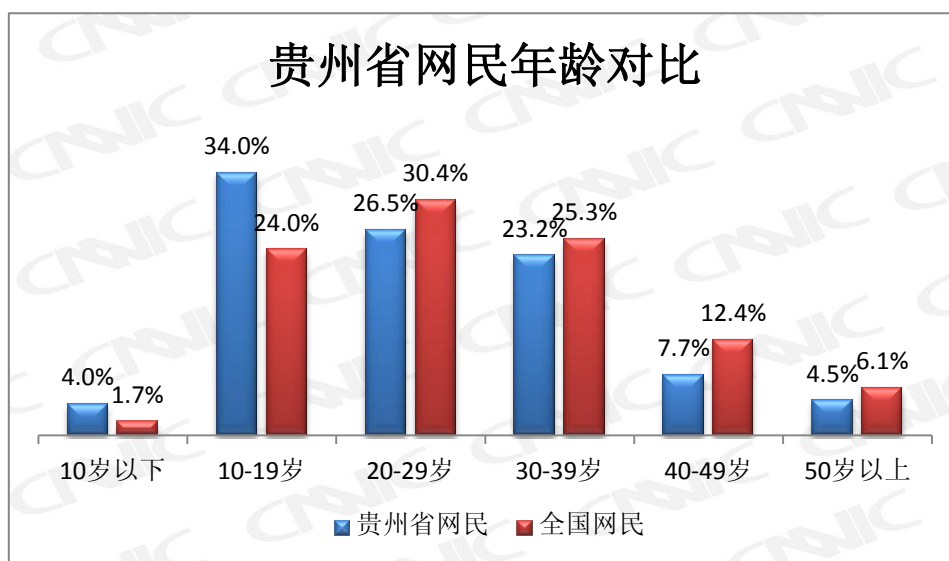


图 5 贵州省网民年龄对比

与 2011 年相比，贵州省 10 岁以下的网民比例有比较明显地上升，而 10-19 岁的网民比例则有所下降；与此同时，网民中 40 岁以上各年龄段人群占比均有不同程度的提升，互联网在这些群体中的普及速度加快。

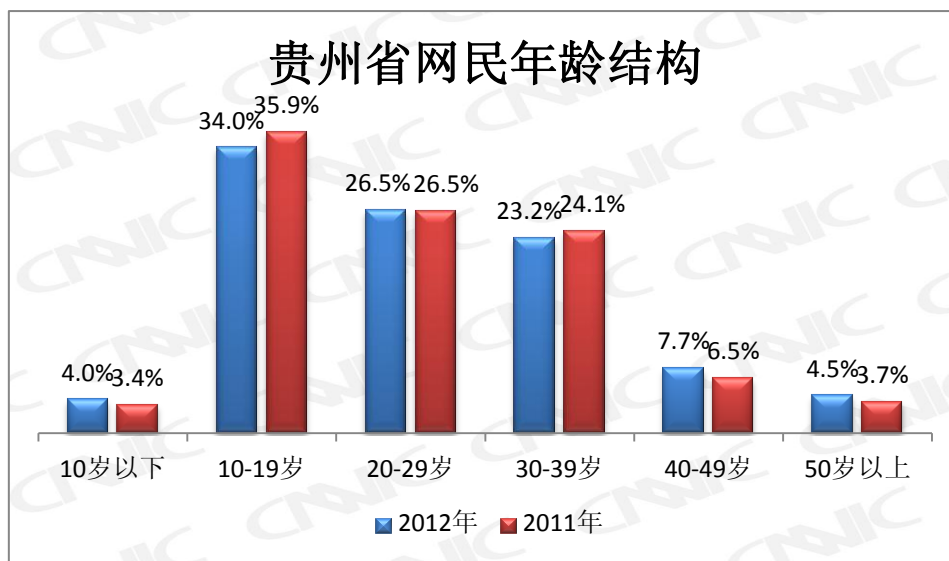


图 6 贵州省网民年龄结构

3. 贵州省网民受教育程度

贵州省网民受教育程度偏低。从贵州网民的学历结构看，受教育程度在高中及以下的网民是主要群体，占比达 82.3%。与全国相比，大专、大学本科及以上学历的网民占比分别低 1.3 个百分点和 2 个百分点。较低的学历构成可能会对互联网应用水平向纵深

方向发展时造成一些阻碍作用，所以贵州省对于网民学历结构方面的优化工作还需加以重视。

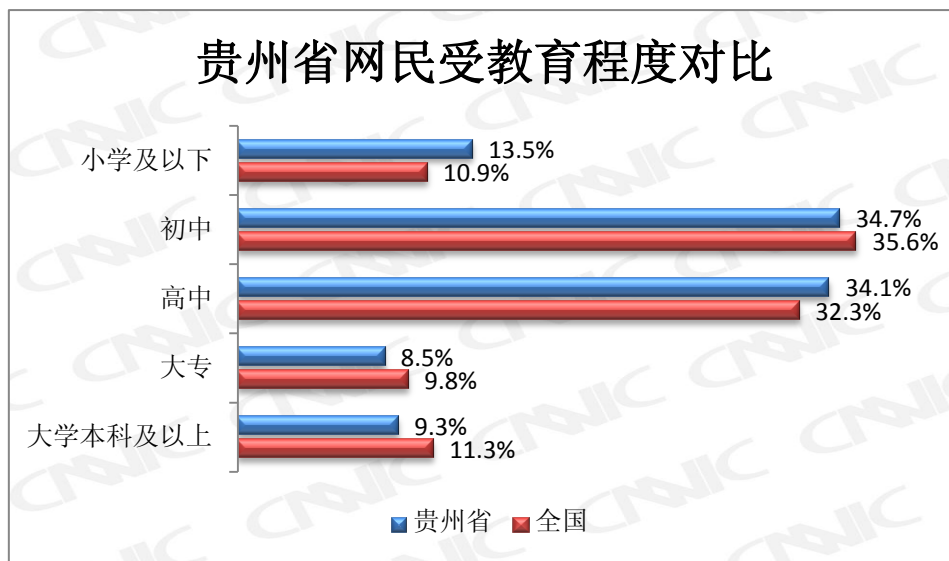


图 7 贵州省网民受教育程度对比

与 2011 年相比，2012 年贵州省网民学历结构变化不大。小学、高中、大专学历网民比例上升，而初中、大学本科及以上学历的网民比例均有所降低。

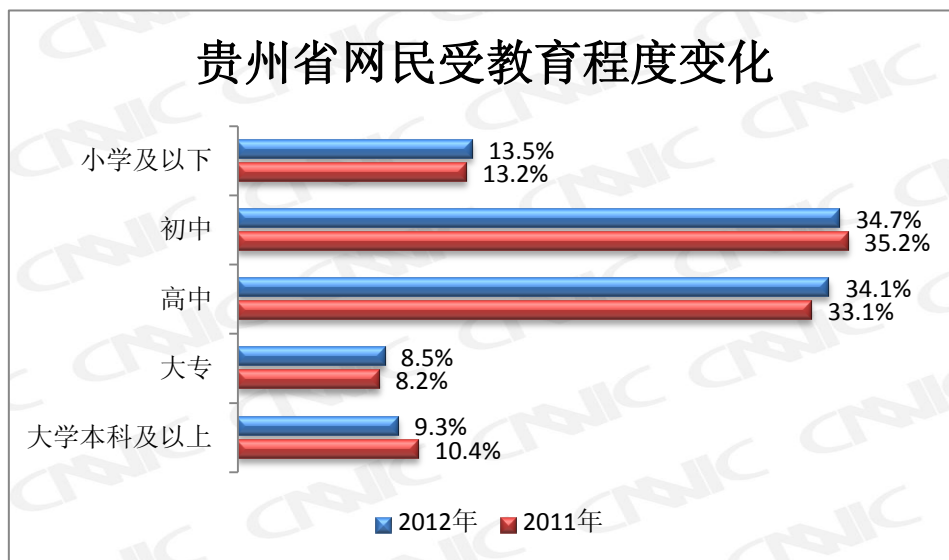


图 8 贵州省网民受教育程度变化

4. 贵州省网民职业结构

贵州省网民职业主要以学生为主体，比例为 32.4%，其次为个体户和自由职业者、无业/下岗/失业人员，比例分别为 17.9%和 11.6%。

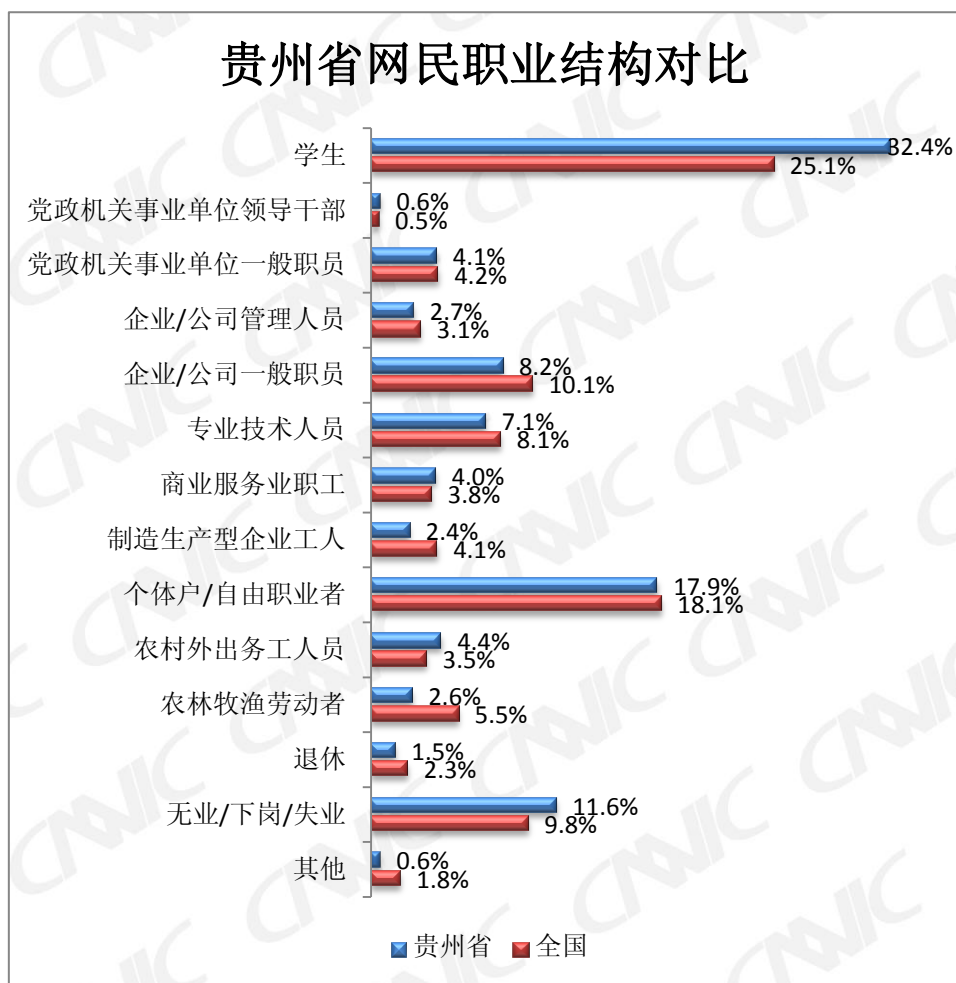


图 9 贵州省网民职业结构对比

5. 贵州省网民收入结构

与全国相比，贵州省网民收入整体偏低。从贵州省网民收入结构看，主要集中在中低收入群体，月收入低于 1500 元的网民比例过半，达 51.3%，尤其是收入不足 1000 元的比例超过全国 8.3 个百分点，相反，收入高于 2000 元的比例则远低于全国水平。这与贵州省经济发展水平有一定关系。



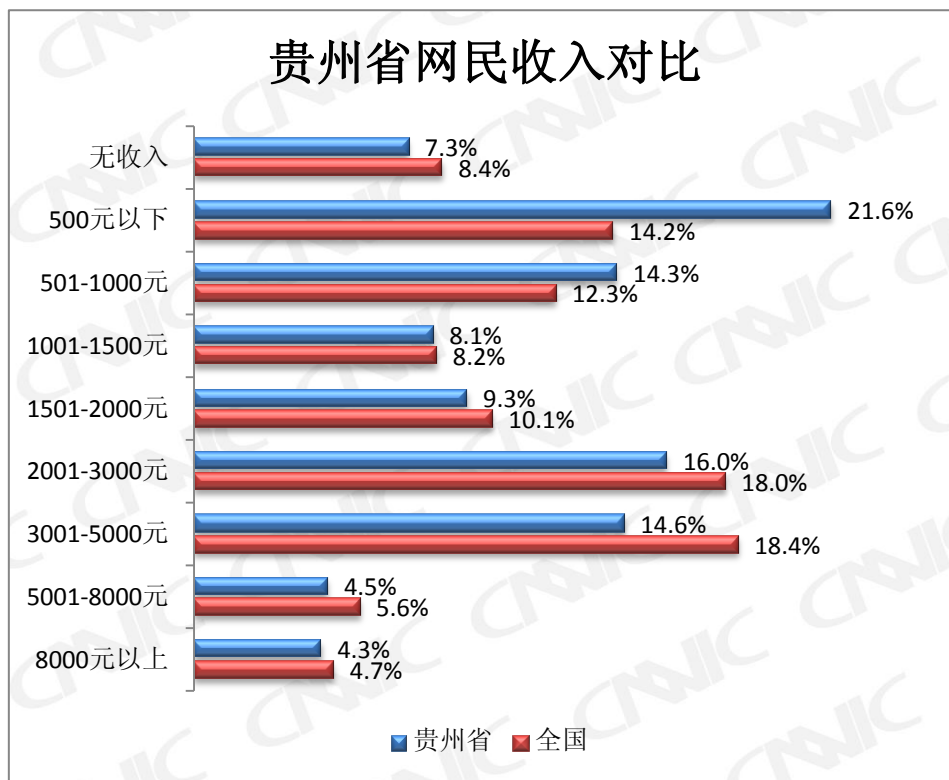


图 10 贵州省网民收入对比

二. 贵州省网民互联网使用特征

1. 贵州省网民上网设备

2012 年上半年，手机首次超过台式电脑，成为上网的第一大终端。与全国趋势相一致，贵州省网民使用手机上网的比例在 2012 年也超越了台式电脑，达 74.2%。不过，贵州省网民使用笔记本上网的比例仍远低于全国水平。

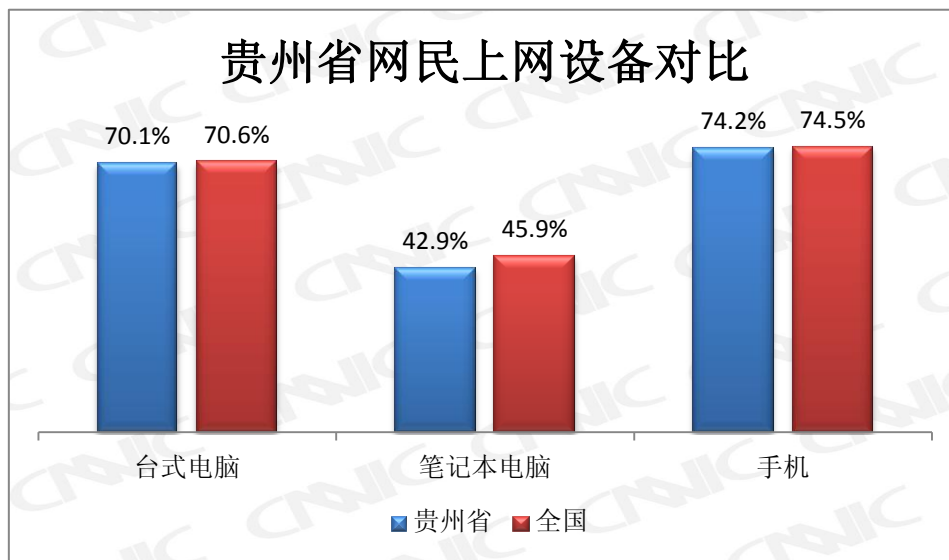


图 11 贵州省网民上网设备对比

与 2011 年相比，贵州省网民使用台式电脑上网的比例，受到手机终端分流的影响，使用率下降 1.4%。

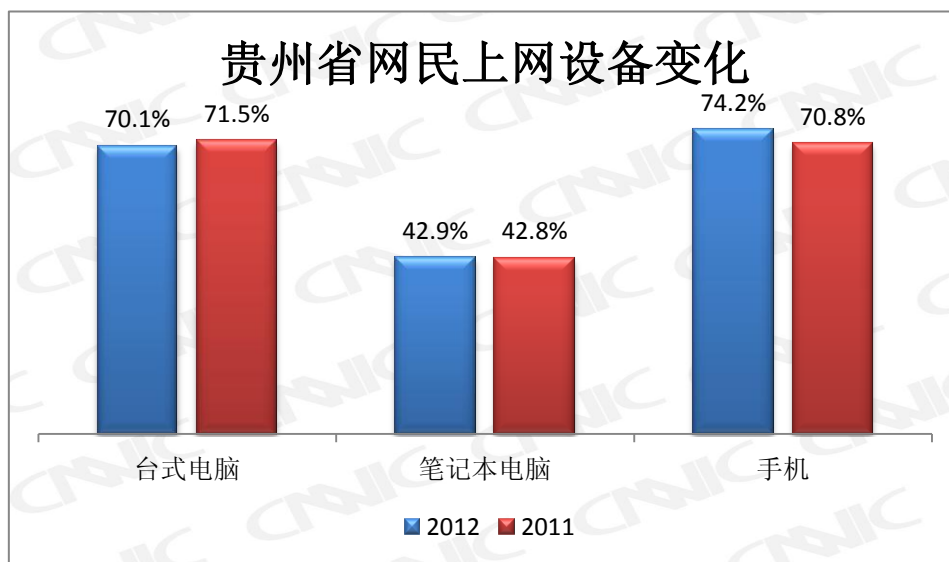
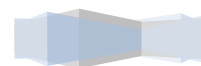


图 12 贵州省网民上网设备对比

2. 贵州省网民上网地点

2012 年，贵州省网民主要上网地点仍是家庭，比例为 88.7%，低于全国水平，家庭网络环境基础建设工作仍需进一步加强。另外，贵州省网民在网吧与学校上网的比例超过全国水平，分别为 27.9%和 22.6%。贵州省的现状仍然表现为较高的公共场合互联网使用率、相对较低的家庭互联网接入比例，表明贵州的互联网建设仍有很多的工作。另外值得注意的是，贵州省网民在单位上网的比例低于全国水平 4.1 个百分点，这也从侧面说明贵州省企业互联网的普及程度有待提升。



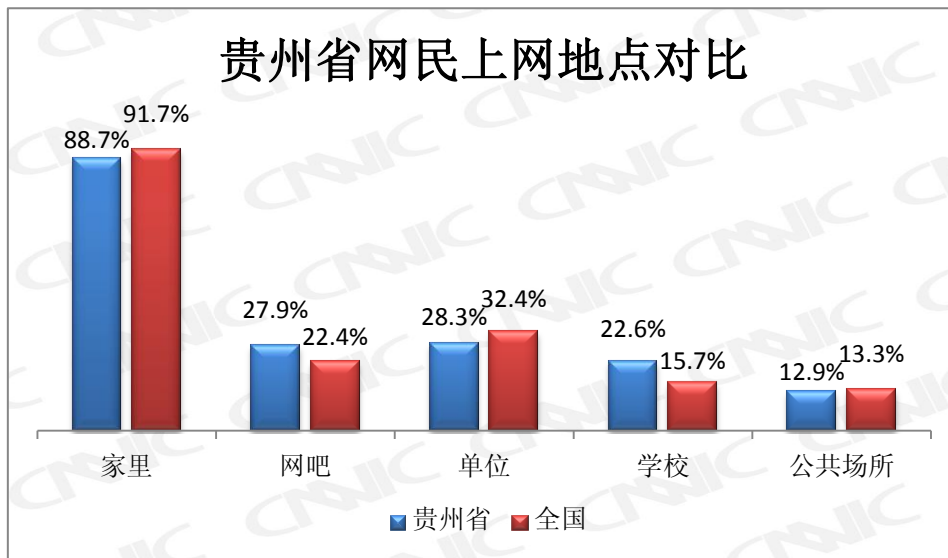


图 13 贵州省网民上网地点对比

与 2011 年相比，贵州省互联网上网地点变化不大。其中在家里、学校、公共场所上网的比例略有升高，而在网吧、学校上网的比例略有下降。

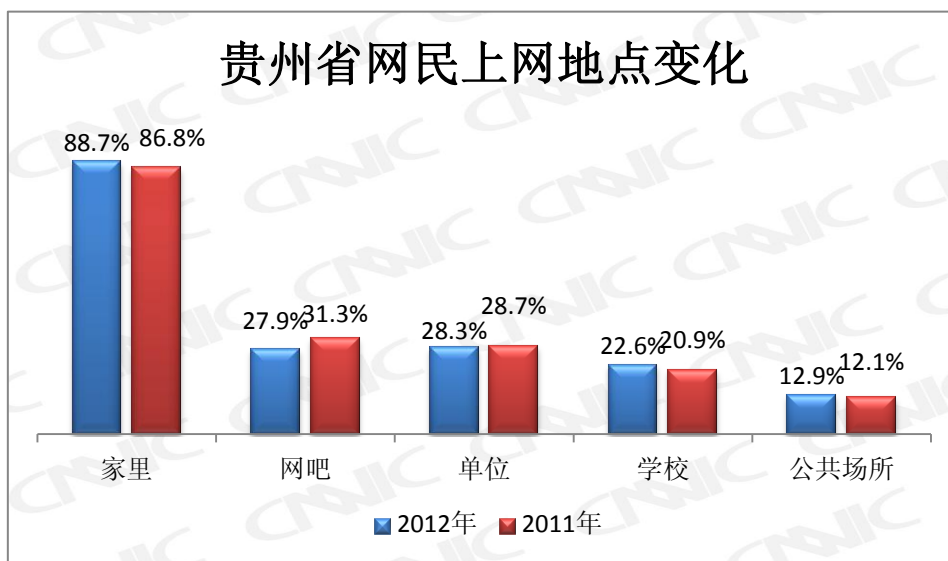


图 14 贵州省网民上网地点变化

三. 贵州省网民互联网应用特征

表 1 贵州省网民网络应用使用率

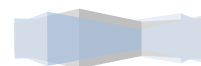
应用	2012 年 使用率	2011 年 使用率	用户增长率	增长率排名
即时通信	82.6%	80.70%	20.76%	11
网络音乐	77.3%	77.70%	17.35%	13
搜索引擎	77.6%	76.00%	20.48%	12
网络游戏	59.7%	66.20%	6.41%	14
网络视频	64.6%	61.80%	23.28%	8
博客/个人空间	61.8%	60.20%	21.23%	10
微博	54.7%	52.30%	23.40%	7
社交网站	50.6%	48.70%	22.59%	9
电子邮件	38.0%	42.50%	5.39%	15
网络购物	42.3%	39.00%	28.02%	5
网络文学	43.6%	36.40%	41.43%	3
网上银行	36.3%	33.30%	28.60%	4
网上支付	35.4%	33.20%	25.87%	6
论坛/BBS	19.9%	23.30%	0.76%	16
团购	12.5%	8.40%	75.69%	2
旅行预订	17.8%	7.00%	199.87%	1
网络炒股	2.7%	4.40%	-27.19%	17

1. 信息获取类应用

1.1 搜索引擎

2012 年,贵州省搜索引擎用户规模为 765 万,相比 2011 年的 638 万增加了 131 万,增速为 20.5%,高于全省网民增速;使用率为 77.6%,相比 2011 年升高 1.6 个百分点。2012 年,全国搜索引擎使用率 80.0%,与全国相比,贵州省网民搜索引擎使用率偏低。搜索引擎是网民通过互联网主动获取信息的重要途径,而贵州省网民在该项应用的使用率上还存在较大的提升空间。搜索引擎作为网民获取信息的重要工具,其使用率自 2010 年后保持在 80%左右水平,稳居互联网第二应用之位。

与此同时,2012 年贵州省手机网民中,手机搜索的使用率为 64.4%,在所有手机互联网应用中排名第二。



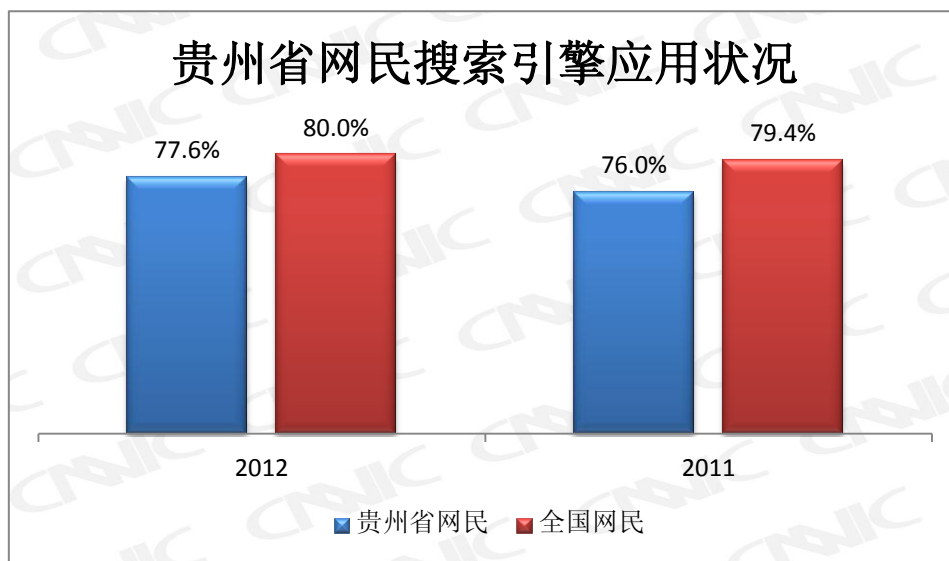


图 15 贵州省网民搜索引擎应用状况

2. 交流沟通类网络应用

2.1 即时通信

2012 年,贵州省即时通信用户规模为 819 万,相比 2011 年的 678 万增加了 141 万,增速为 20.8%,高于全省网民增速;使用率为 82.6%,相比 2011 年提升近 2 个百分点。2012 年,全国即时通信使用率为 82.9%,与全国相比,贵州省网民的即时通信使用率略低。自 2011 年底,即时通信一跃成为我国第一大上网应用。即时通信产品使用率持续上升源于产品对用户需求的把握,尤其是手机端即时通信产品不断创新,持续拉入新的用户。

与此同时,2012 年贵州省手机网民中,手机即时通信的使用率为 77.4%,在所有手机互联网应用中排名第一。

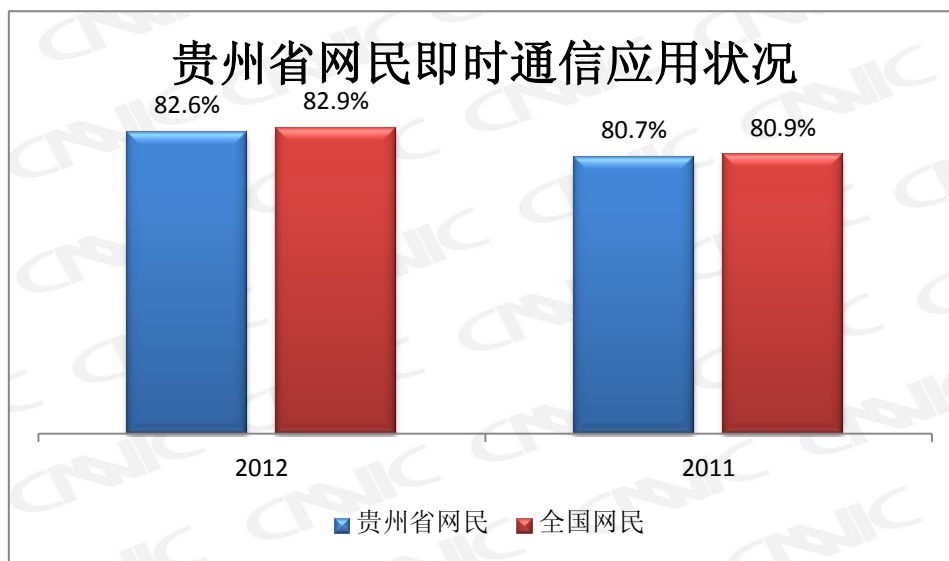


图 16 贵州省网民即时通信应用状况

2.2 博客/个人空间

2012 年，贵州省博客/个人空间用户规模为 613 万，相比 2011 年的 506 万增加了 107 万，增速为 21.2%，高于省网民增速；使用率为 61.8%，相比 2011 年提升 1.6 个百分点。2012 年，全国博客/个人空间使用率为 66.1%，与全国相比，贵州省网民博客/个人空间的使用率仍然偏低。受到微博的挤压，博客的用户量逐年下降，其发展道路由早期的平民化、草根化逐渐转向精英化，一些“超级博主”的博客、专业类博客仍然保持着较高的点击率和影响力，而普通用户则转向互动性更强的微博和社交网站进行交流沟通、自我展示；与此同时，QQ 空间等空间网站在发展初期，基础功能与各大博客网站类似，属于同一类型的网络应用，然而近年来空间网站通过不断地改版，完成了向社交网站的转型，迎合了社交化趋势下网民的需求，因而用户量继续保持上升势头。



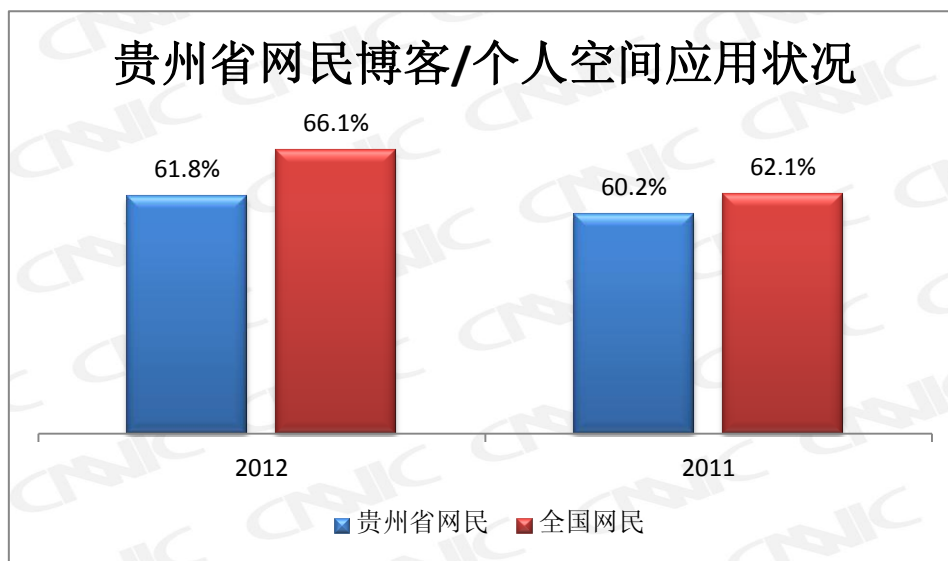


图 17 贵州省网民博客/个人空间应用状况

2.3 微博

2012 年，贵州省微博用户规模为 542 万，相比 2011 年的 439 万增加了 103 万，增速为 23.4%，高于全省网民增速；使用率为 54.7%，与 2011 年相比提高 2.4 个百分点。2012 年，全国微博使用率为 54.7%，与 2011 年相比，贵州省网民与全国使用率的差距已经消失。2011 年，微博用户经历了爆发式增长，但纵观 2012 年，用户数量的增长已经趋于稳定，伴随微博平台的转型、社会影响力的增大，同时手机微博发展迅速，微博用户的行为转变则更受关注。

与此同时，2012 年贵州省手机网民中，手机微博的使用率为 43.5%，在所有手机互联网应用中排名第四。随着智能手机的普及，有相当一部分网民对微博的使用从 PC 端转到手机端，网民越来越碎片化的时间使得手机微博的发展潜力巨大。

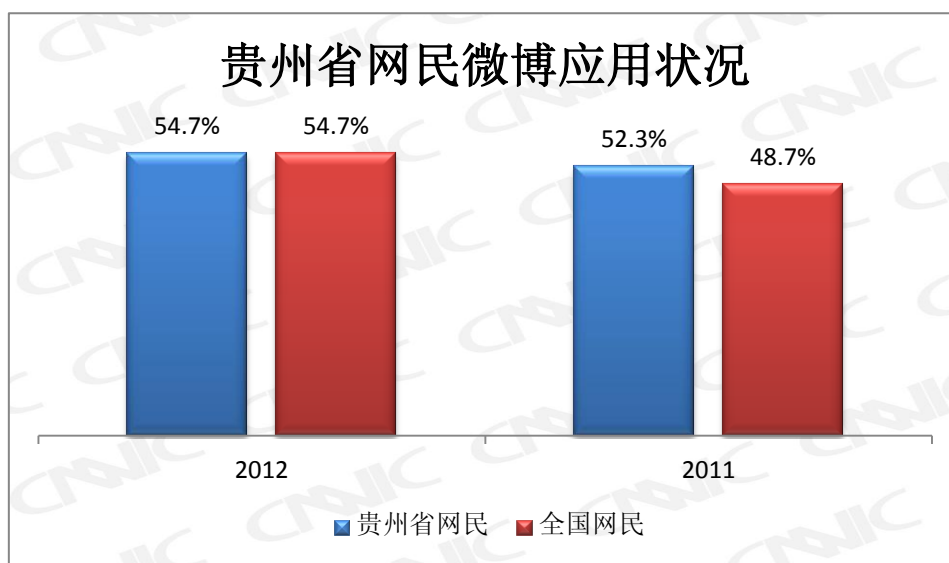


图 18 贵州省网民微博应用状况

2.4 社交网站

2012 年，贵州省社交网站用户规模为 502 万，相比 2011 年的 409 万增加了 93 万，增速为 22.6%，高于全省网民增速；使用率为 50.6%，与 2011 年相比提升不到 2 个百分点。2012 年，全国社交网站使用率为 48.8%，贵州省网民使用率相比全国水平略高。2012 年，社交网站的发展整体遇冷，但同时“社交化”又是各种互联网应用竞相引入的元素，从即时通信、游戏娱乐到电子商务，而如人人网、开心网等传统社交网站则在各类“微”社交的夹击下，面临着用户增长停滞、用户粘性下降等难题，亟需寻找新的突破点。

与此同时，2012 年贵州省手机网民中，手机社交网站的使用率为 38.2%。随着网民社交生活的持续碎片化，以及社交网站手机客户端的完善，未来这一应用的上升空间还很大，而且与手机微博的竞争也将更加激烈。



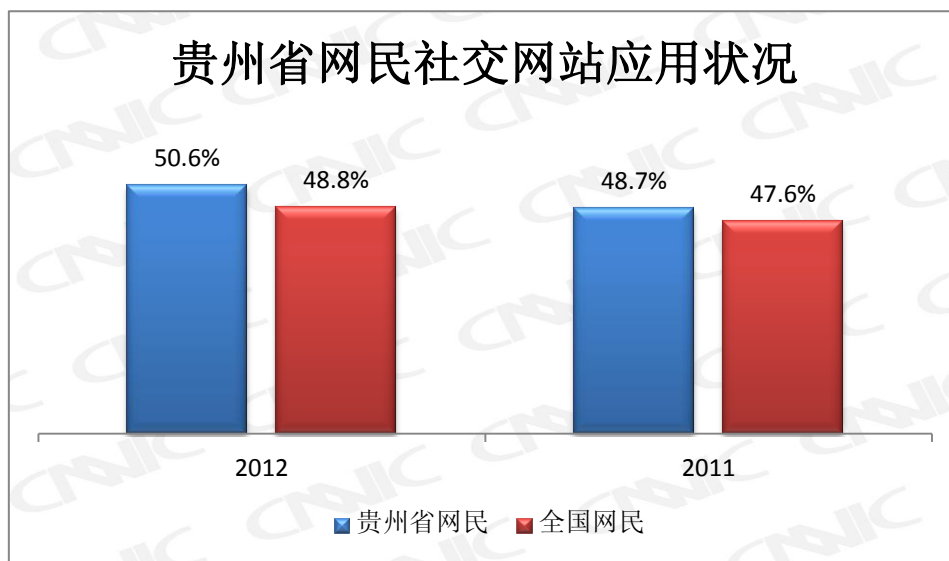


图 19 贵州省网民社交网站应用状况

3. 网络娱乐类应用

3.1 网络游戏

2012 年，贵州省网络游戏用户规模为 592 万，相比 2011 年的 556 万增加了 36 万，增速为 6.4%，远低于全省网民增速；使用率为 59.7%，与 2011 年相比大幅下降了 6.5 个百分点。2012 年，全国网络游戏使用率为 59.5%，与全国相比，贵州省网民网络游戏应用基本处于同一水平。

贵州省网民网络游戏使用比例已经连续两年出现下降，从全国范围来看，网络游戏应用的使用率也经历了明显下降。网络游戏的发展在最近几年内并未被业界看好，一方面，国内网络游戏的创新性低、可玩性不高，面对网民越来越多的个性化需求，吸引并留住已有用户的能力较差，同时也阻碍了新网民的进入；另一方面，网络游戏已经发展为客户端、网页两种主要形式，并且热门游戏的生命周期较长，同时网游推广成本的不断升高也在一定程度上抑制了新网游的出现。种种因素共同作用，使得网络游戏的发展较为缓慢甚至停滞不前。

与此同时，2012 年贵州省手机网民中，手机网络游戏的使用率为 29.8%。随着手机硬件性能的提高和 HTML5 技术的广泛应用，手机端网络游戏的用户体验将会越来越接近电脑终端，手机网游的发展空间很大。

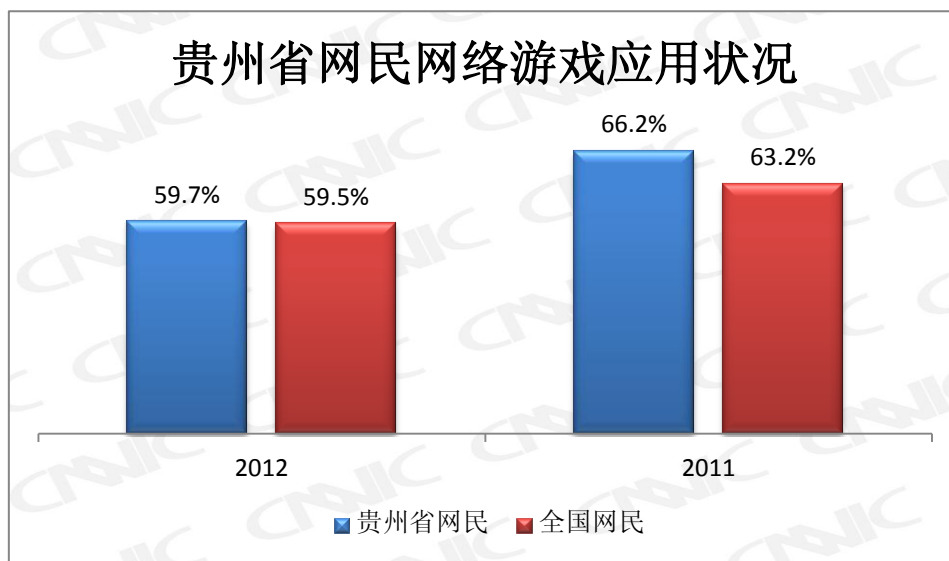
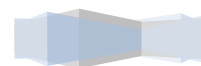


图 20 贵州省网民网络游戏应用状况

3.2 网络视频

2012 年,贵州省网络视频用户规模为 640 万,相比 2011 年的 519 万增加了 121 万,增速为 23.3%,高于全省网民增速;使用率为 64.6%,与 2011 年相比上升了 2.8 个百分点。2012 年,全国网络视频使用率为 65.9%,贵州省网民网络视频应用水平与全国相比差距有小幅缩小。2012 年,网络视频行业稳定发展,在提供更丰富、质量更高的服务同时,行业内也正努力克服 2011 年出现的症结,逐渐形成健康的运营模式。

与此同时,在贵州省手机网民中,手机网络视频的使用率仅为 25.0%。随着 Wifi 热点和 3G 网络的广泛覆盖,以及手机屏幕尺寸和分辨率的不断扩大,手机网络视频的用户体验将会越来越好。



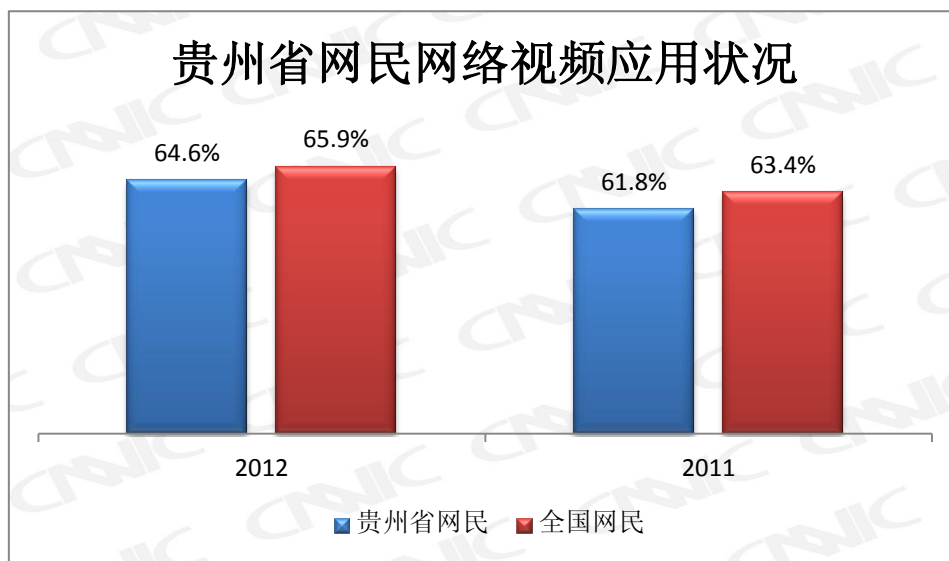


图 21 贵州省网民网络视频应用状况

4. 商务交易类应用

4.1 网络购物

2012 年，贵州省网络购物用户规模为 419 万，相比 2011 年的 328 万增加了 91 万，增速为 28.0%，高于全省网民增速；使用率为 42.3%，与 2011 年相比上升了 3.3 个百分点。2012 年，全国网络购物使用率为 42.9%，贵州省网民对网络购物的使用率与全国水平基本一致。

与此同时，在贵州省手机网民中，手机网络购物的使用率仅为 9.3%。随着大型网络零售平台服务商纷纷布局移动互联网，以及手机端支付体系和信息安全的不断完善，未来手机网络购物应用的发展空间巨大。

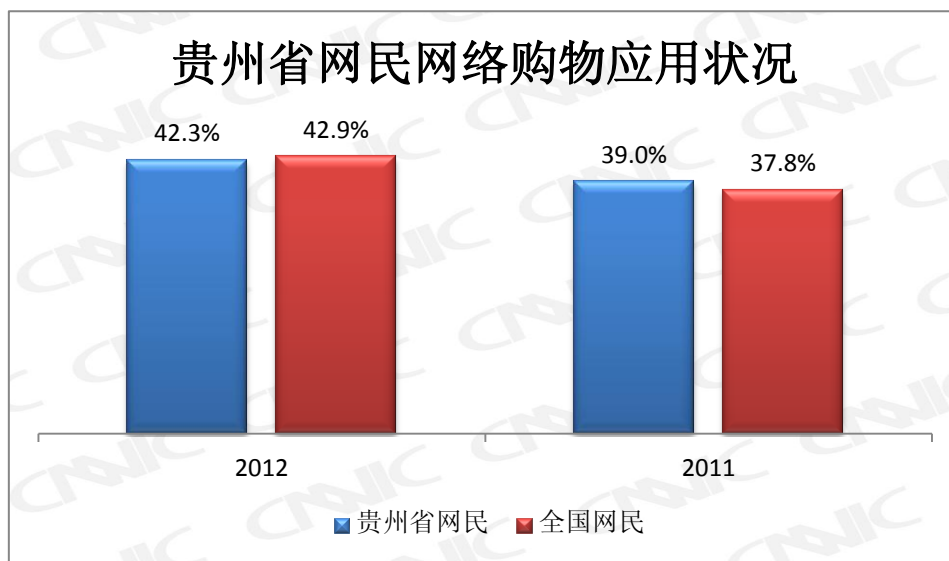


图 22 贵州省网民网络购物应用状况

4.2 团购

2012 年，贵州省团购用户规模为 124 万，相比 2011 年的 71 万增加了 53 万，增速为 75.7%，远高于全省网民增速；使用率为 12.5%，与 2011 年相比上升了 4.1 个百分点。2012 年，全国团购使用率为 14.8%，与全国相比，贵州省网民的使用率差距仍然较大，不过两年间差距有所缩小。经历了 2011 年年底至 2012 年团购行业的洗牌，存活下来的团购企业纷纷寻求稳定的发展模式，在本地消费电子商务、实物团购和旅行预订领域，赢得了稳定的团购用户群，引导用户形成相对成熟的团购消费行为模式。但是，由于互联网发展仍处在初期阶段，贵州省本地团购业务的成长有所不足，形成网民团购使用率与全国差距较大的局面。

与此同时，在贵州省手机网民中，手机团购的使用率仅为 3.3%。



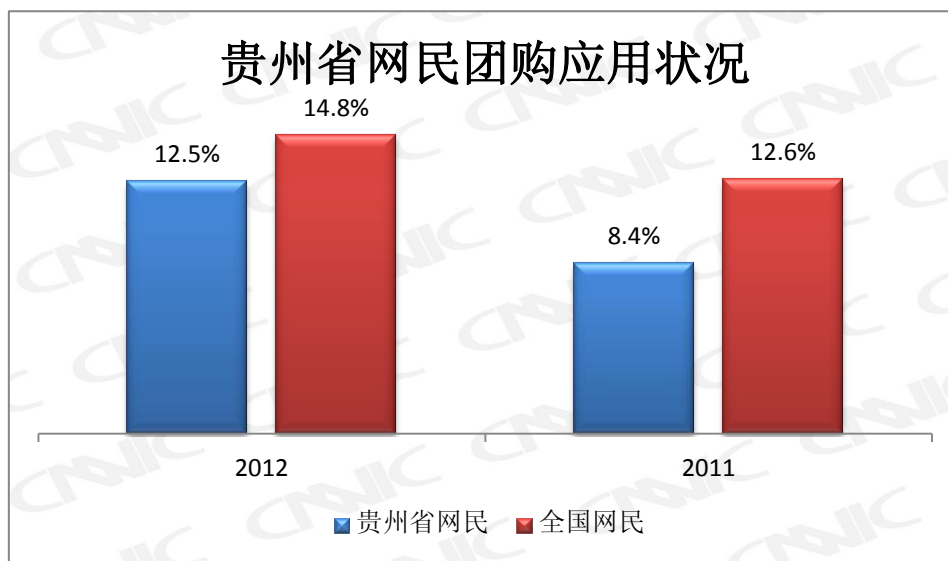


图 23 贵州省网民团购应用状况

4.3 网上支付

2012 年，贵州省网上支付用户规模为 351 万，相比 2011 年的 219 万增加了 72 万，增速为 25.9%，高于全省网民增速；使用率为 35.4%，与 2011 年相比上升了 2.2 个百分点。2012 年，全国网上支付使用率为 39.1%，与全国相比，贵州省网民网上支付的使用率较低。在网络购物、团购、旅行预订的带动下，网上支付作为重要的支撑服务环节，在功能整合、交易安全方面也有很大提升，用户规模增长迅速。

与此同时，在贵州省手机网民中，手机网上支付的使用率仅为 7.0%。

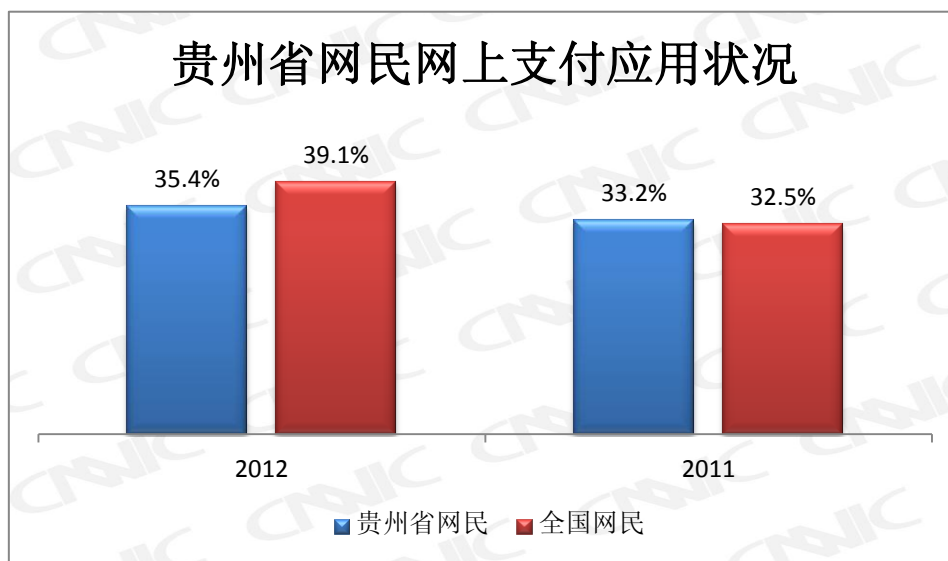


图 24 贵州省网民网上支付使用状况

4.4 旅行预订

2012 年，贵州省旅行预订用户规模为 176 万，相比 2011 年的 59 万增加了 118 万，增速为 199.9%，是 2012 年贵州省增速最快的互联网应用，使用率从 2011 年的 7.0% 一跃升至 2012 年的 17.8%。2012 年，全国旅行预订使用率为 13.2%，与全国相比，贵州省网民旅行预订使用率高出 4.6 个百分点。从全国范围看，2012 年旅行预订用户的增速突破 165%，这与火车票开通网上预订渠道不无关系。

与此同时，在贵州省手机网民中，手机旅行预订的使用率为 4.8%。随着 LBS 的广泛应用，以及与手机银行、手机支付的整合，未来手机旅行预订的前景广阔。

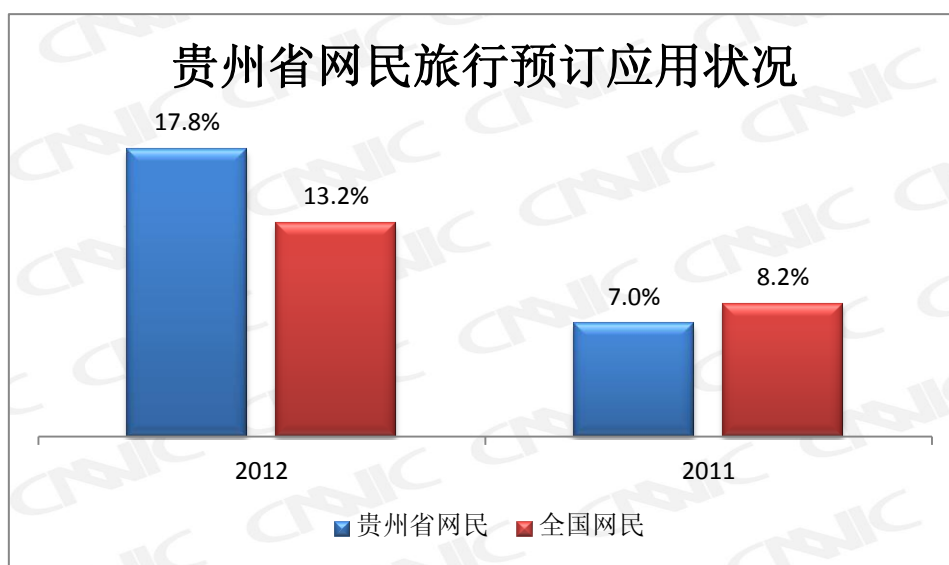
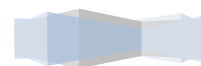


图 25 贵州省网民网旅行预订使用状况

四. 贵州省网民安全状况

1. 中病毒或木马比例

根据 CNNIC 互联网调查结果显示，2012 年贵州省网民中有 33.8% 在用电脑或手机上网时中过病毒或者木马。



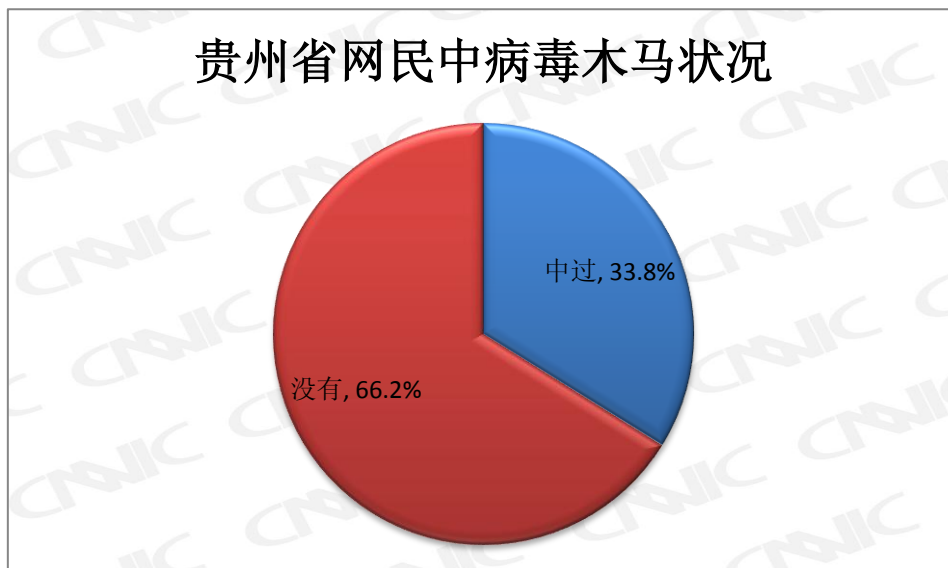


图 26 贵州省网民中病毒木马状况

2. 帐号或者密码被盗比例

根据 CNNIC 互联网调查结果显示, 2012 年贵州省网民中有 22.0% 遭遇过帐号或者密码被盗。

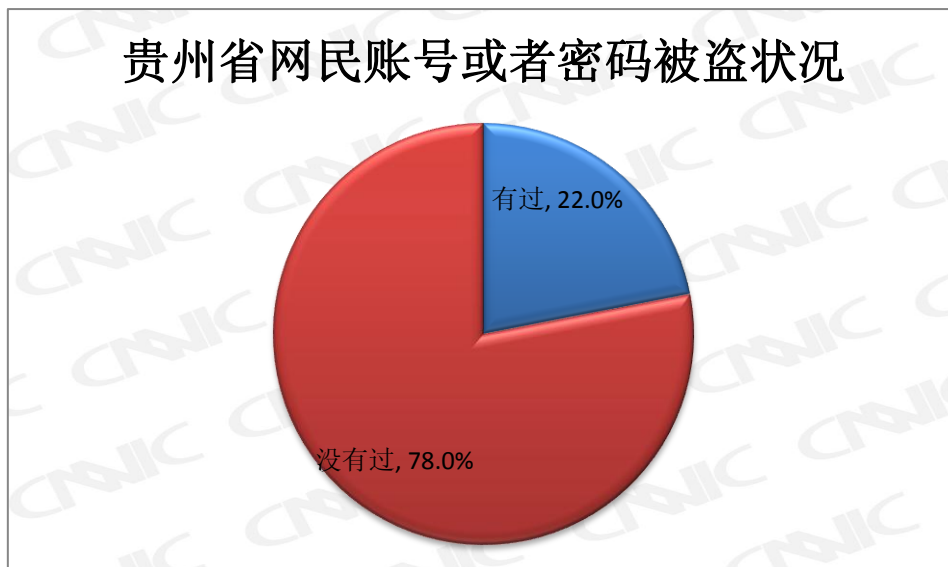


图 27 贵州省网民帐号或者密码被盗状况

3. 在网上遇到消费欺诈比例

根据 CNNIC 互联网调查结果显示, 2012 年贵州省网民中有 11.0% 遭遇过消费欺诈。

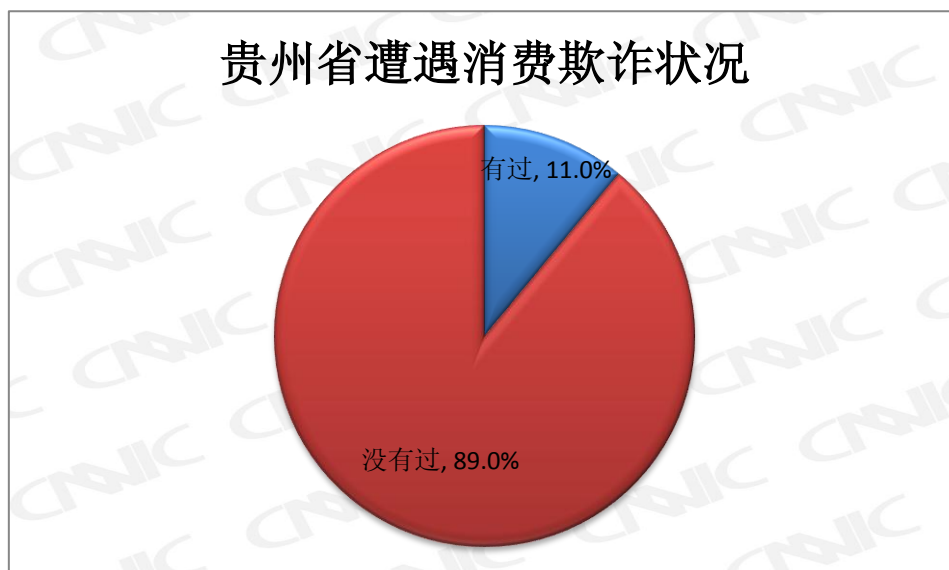


图 28 贵州省网民遭遇消费欺诈状况

4. 手机网民安全状况

2012 年全年，基于腾讯手机管家服务的腾讯移动安全实验室监测显示，2012 年贵州省手机中毒用户为 471279 人次。经过统计分析，2012 年贵州省 Android 用户遭受恶意软件危害行为分类比例如下图所示，资费消耗类病毒行为占比 37.60%，诱骗欺诈类病毒行为 18.80%；隐私获取类病毒行为 16.95%；远程控制类病毒行为占比 13.88%。恶意扣费类病毒行为占比 11.60%。

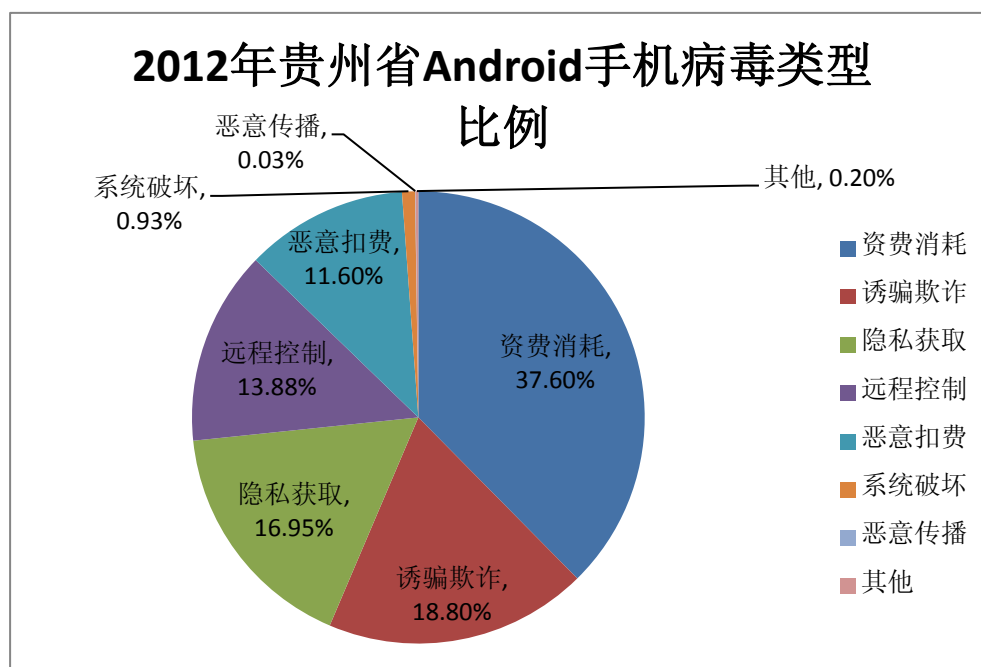


图 29 2012 年贵州省 Android 手机病毒类型比例

数据来源：腾讯移动安全实验室

注：大部分恶意软件同时存在多种危害行为，这里以总体用户遭遇的恶意软件的次数与包含的多种危害行为进行统计

2012 年贵州省 Symbian 用户遭受手机病毒类型比例分别为：资费消耗类病毒类型为位居第一，占据比例达到 32.23%，系统破坏类病毒行为占比 19.94%，隐私获取类病毒行为占比 17.98%；诱骗欺诈类病毒行为的比例为 17.78%；恶意扣费类病毒行为占比为 11.98%。

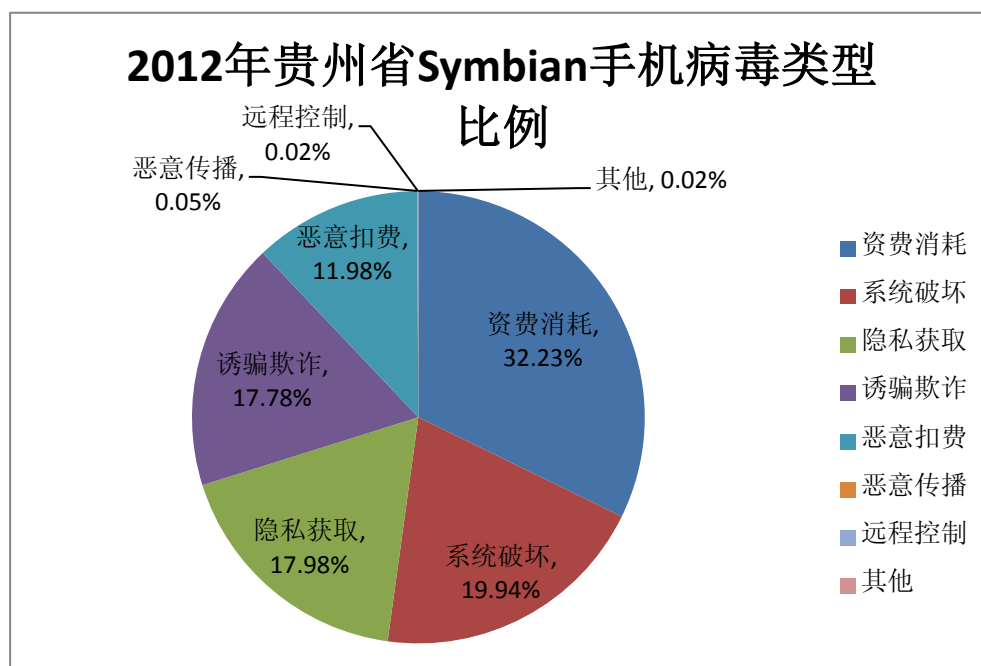


图 30 2012 年贵州省 Symbian 手机病毒类型比例

数据来源：腾讯移动安全实验室

腾讯手机管家对贵州省用户举报上传的垃圾短信内容进行统计分析，贵州省垃圾短信主要分为广告、诈骗、违法类、其他类四个类别为主，其中广告类垃圾短信比例最大，占到垃圾短信比例的 72.62%。诈骗类和违法类垃圾短信分别占比 15.39%、8.27%。

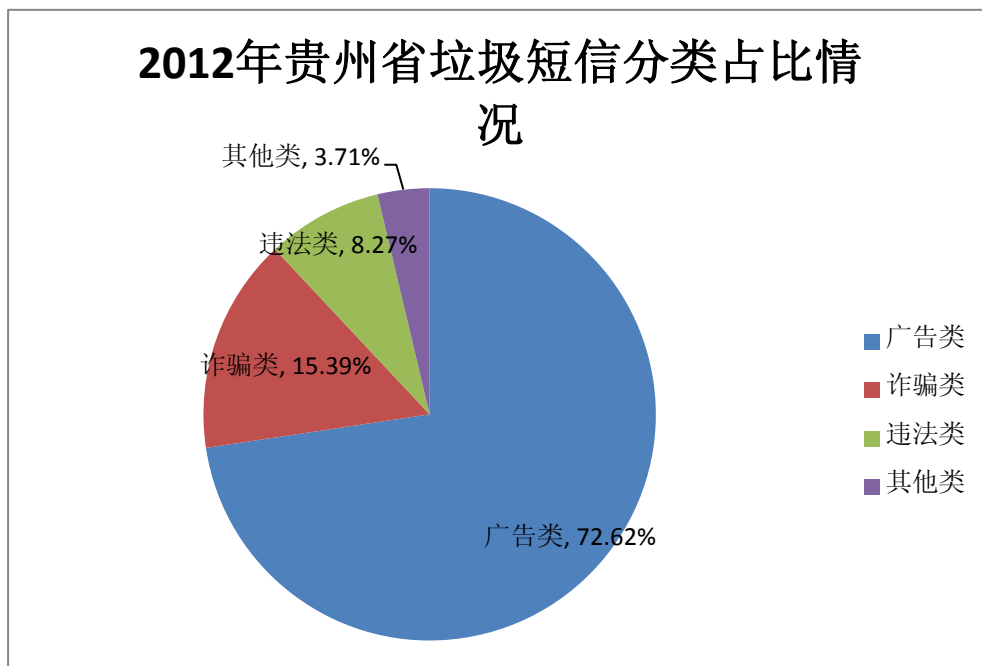
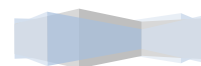


图 31 2012 年贵州省垃圾短信分类占比情况

数据来源：腾讯移动安全实验室



第五章 贵州省通互联网资源状况

一. 贵州省 IPv4 地址数量

截至 2012 年 12 月底，贵州省 IPv4 地址数量为 145.4 万。随着 2011 年 2 月 3 日国际互联网名称和编号分配公司（ICANN）宣布最后一批 IPv4 地址资源分配完毕，全球在 2011 年共同面对了 IPv4 地址枯竭的难题。截至 2012 年底，全国 IPv4 的数量仅增加不到 9.5 万。与此相对应，贵州省 IPv4 地址数量由于基数较小，增加了接近一成。

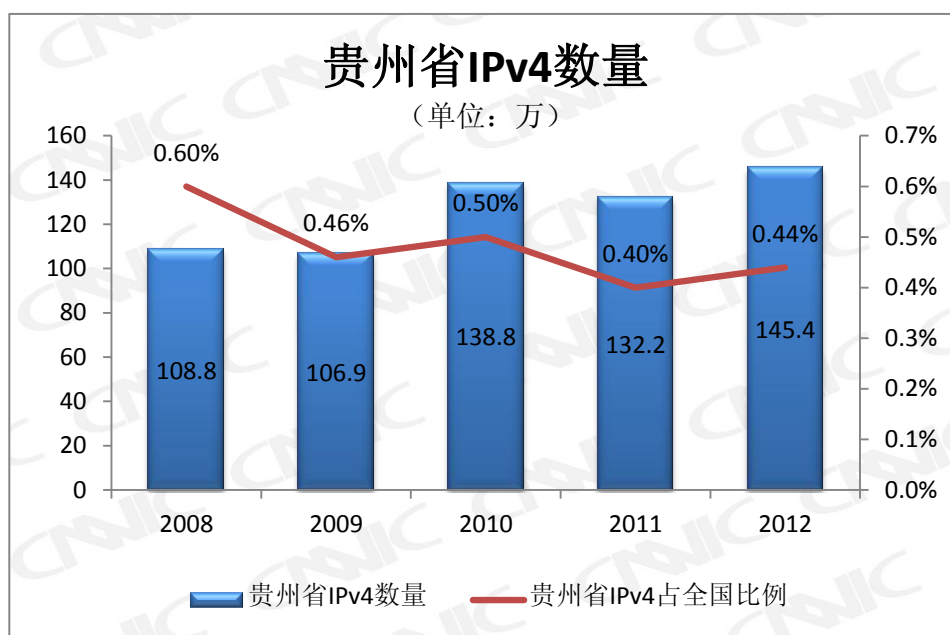


图 32 贵州省 IPv4 数量

二. 贵州省域名数量

2012 年贵州省域名总数量为 33002 个，占全国域名总数比例的 0.2%，排名第二十六。其中 CN 域名数量为 12919 个，占全国总数的 0.2%，CN 域名数量自 2010 年以来首次出现正增长，且占总域名数量的比例也有明显上升；其他类型域名数量为 20083 个，相比上一年增加 4400 个。

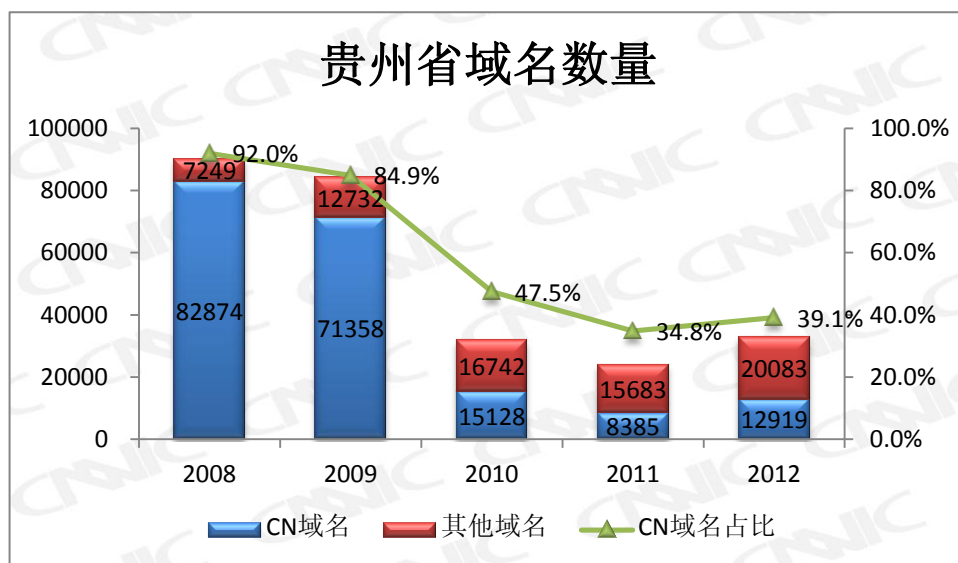


图 33 贵州省域名数量

三. 贵州省网站数量

在域名数量增长的带动下，2012 年，贵州省网站数量也有回升，达 7941 个，相比 2011 年增加了 1870 个，增幅超过 30%。贵州省网站数量占全国总数的 0.3%，全国排名第二十六位。

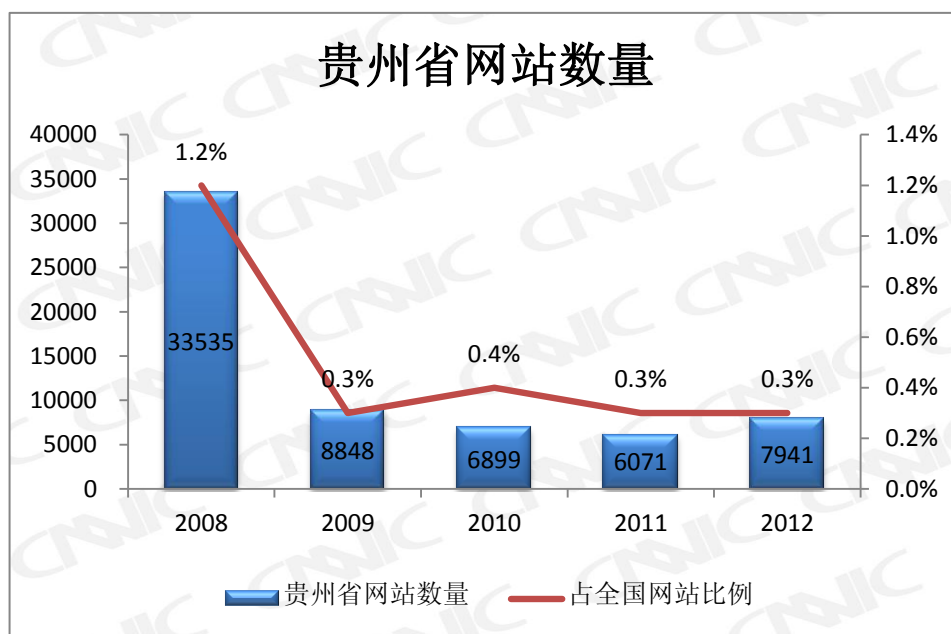


图 34 贵州省网站数量

四. 贵州省网页数量

2012 年贵州省网页数量为 13889.9 万个，较去年上升 22.1%，其中静态网页数量明显减少，同时动态网页数量大幅增加，静态网页数与动态网页数的比例由 2011 年的 0.97:1，下降到 0.34:1，说明 2012 年贵州省网站内容的丰富性得到了很大的提升。

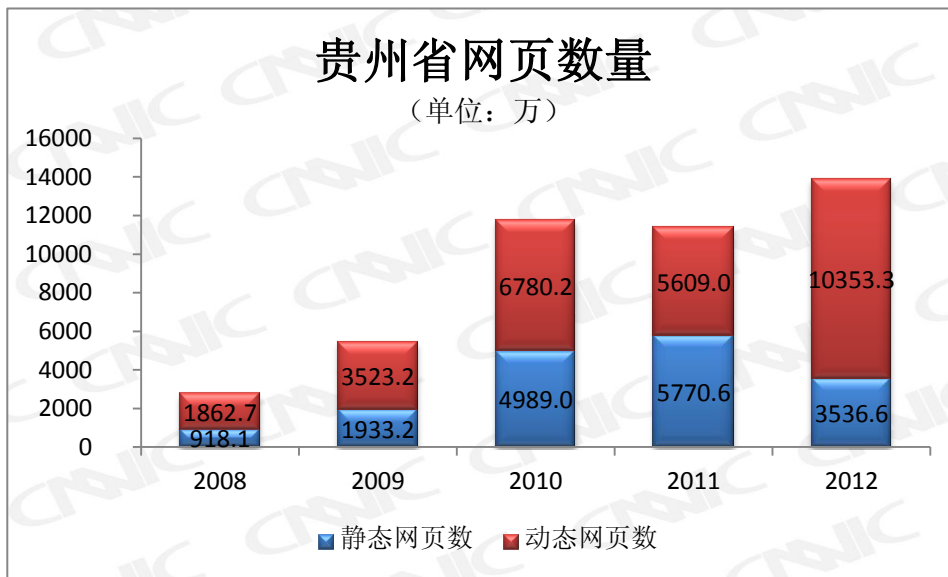


图 35 贵州省网页数量

第六章 贵州省互联网发展总结及建议

2012 年,贵州省在互联网基础设施建设和应用普及的推进过程中,获得了显著的工作成绩。但在有些方面仍需要加以重视,以保证贵州省互联网的建设成果平稳显著。

贵州省网民规模平稳增长,手机网民增长迅速

2012 年,贵州省互联网发展继续呈现稳中有升的态势,网民规模绝对数量进一步显著增长,达到 991 万人,且增长率超越全国网民增速,出现逆势回升。从全国来看,互联网渗透率的增长已经进入平台期,尽管贵州省网民绝对规模增速超过了全国水平,但互联网普及率相比全国水平仍有很大差距。

2012 年,贵州省手机网民出现突破性增长,相比上年规模扩大 155 万,增速达 26.1%,普及率也从 2011 年的 70.8% 增至 2012 年的 75.7%。值得注意的是,自从手机上网成为重要趋势之后,贵州省手机上网的普及率连续三年均高于全国水平。较低的互联网普及率,反而为移动互联网的发展创造了条件,手机为网络接入、终端获取受到限制的人群和地区提供了使用互联网的可能性。

随着固定宽带、移动宽带网络基础设施建设的逐渐完成,如何引导省内居民开展广泛且深入的互联网应用,将成为下一步工作重点。一方面,通信基础设施建设、网络入户的工作仍要持续大力开展,同时针对贵州省手机网民发展迅速的特点,指导运营商降低上网资费,在智能终端价格走低的同时降低手机网民的上网门槛,以支持省内移动互联网业务的持续快速发展。

贵州省网民结构仍需进一步优化,提升网络应用水平

首先,城乡结构亟待改善。尽管农村信息化网络建设工作已经持续开展了很长时间,但是 2012 年贵州省农村网民规模又出现了小幅下降,一方面是由于城镇化进程使得乡村人口发生大规模转化,但是更重要的原因则在于,整体上贵州省农村互联网渗透率依然很低,基础设施建设尚待进一步完善,且农村群众互联网应用意识较为缺乏。随着“村村通”工程的持续深入,在农村信息通信网络覆盖率扩大、实现乡乡通宽带、行政村通电话的同时,培养农村地区群众互联网的应用意识,宣传互联网在丰富日常生活、提升生产效率方面的作用,切实树立好“户户通”建设工作的典范作用,引导群积极众主动使用。

第二,贵州省网民年龄结构较为年轻,且收入水平较低。青少年网民的比例偏高,对贵州省青少年进行安全、健康上网的教育是一项重要工作;而中年网民的比例偏低,

加之受贵州省经济发展水平的限制，网民整体的收入水平较低，对拉动网络经济尤其是促进网络零售市场发展、提升省内网民总体的消费能力有一定不利影响。建立健康有序的网络环境，对青少年进行必要的上网引导；同时，民生建设仍然是重中之重，提升省内居民的收入水平，从而增强全省经济实力，吸引大型电子商务服务企业立足省内，以提升消费力为抓手，带动网络经济加速发展。

商务交易类应用增长明显，网络经济发展基础良好

2012年，贵州省网民商务交易类应用的使用率增长迅速。其中，旅行预订、网上支付、网上银行是全年贵州省网民使用率增长前三位的互联网应用，除此以外，团购与网络购物用户规模的增长也非常明显。从全国情况来看，居民消费在拉动国民经济发展中的重要性明显提升，而网络零售更是成为促进消费的重要抓手，同时，与网络零售密切相关的物流、支付也正在成为网络经济中重要的组成部分。在这样的大背景下，贵州省网民对商务交易类应用的使用水平逐年升高，表现了贵州省网络经济发展已经具备一定的基础，展现出良好的态势。

网络经济的发展水平取决于网络经济环境的支撑，以及网民与企业的共同参与。加速推动贵州省网络经济发展，首先要结合省内互联网经济发展的特点和条件，尽快建立健全完善的地方互联网和电子商务相关政策、法规，形成支持性的网络经济发展环境；第二，贵州省网民规模还有很大增长动力、网民结构也有很大的优化空间，尤其是要重视互联网在农村、中年群体中的渗透和应用，着重提升商务类应用水平；第三，在信息化建设过程中，推进企业互联网和电子商务应用也是非常必要的，一方面鼓励支持企业开展电子商务、树立电子商务服务企业典范，同时注重与两化融合工作相结合，将工业化、信息化建设同电子商务建设工作紧密联系，不仅能够提升企业电子商务服务质量、提升网民电子商务消费水平，还能够带动传统企业的电子商务建设工作和应用深度，从而为省内网络经济发展贡献更多力量。

附录一：分省互联网数据

表格 1 分省互联网网民规模

省份	网民数 (万人)	普及率	增长率	普及率排名	网民增速排名
宁夏	258	40.3%	23.1%	24.5%	1
贵州	991	28.6%	18.3%	17.9%	2
安徽	1869	31.3%	18.2%	17.9%	3
广西	1586	34.2%	18.2%	17.2%	4
江西	1267	28.2%	14.5%	16.5%	5
云南	1321	28.5%	14.4%	15.9%	6
河北	3008	41.5%	13.9%	15.9%	7
四川	2562	31.8%	13.7%	14.9%	8
青海	238	41.9%	13.2%	14.7%	9
湖南	2200	33.3%	12.4%	13.6%	10
甘肃	795	31.0%	11.9%	13.6%	11
海南	384	43.7%	11.9%	13.6%	12
山西	1589	44.2%	11.7%	13.1%	13
内蒙古	965	38.9%	11.6%	12.9%	14
西藏	101	33.3%	11.5%	12.7%	15
重庆	1195	40.9%	11.4%	11.9%	16
河南	2856	30.4%	10.9%	10.6%	17
天津	793	58.5%	10.8%	10.3%	18
黑龙江	1329	34.7%	10.8%	10.2%	19
吉林	1062	38.6%	10.4%	10.0%	20
新疆	962	43.6%	10.4%	9.1%	21
陕西	1551	41.5%	10.3%	8.6%	22
福建	2280	61.3%	9.5%	8.5%	23
湖北	2309	40.1%	9.5%	8.5%	24
江苏	3952	50.0%	9.2%	7.2%	25
山东	3866	40.1%	8.8%	6.7%	26
北京	1458	72.2%	7.9%	5.8%	27
浙江	3221	59.0%	7.7%	5.5%	28
上海	1606	68.4%	7.0%	5.3%	29
广东	6627	63.1%	6.9%	5.2%	30
辽宁	2199	50.2%	6.8%	5.1%	31

表格 2 分省 IPv4 地址数量

序号	省份	比例
1	北京	25.61%
2	广东	9.61%
3	浙江	5.31%
4	山东	4.93%
5	江苏	4.81%
6	上海	4.47%
7	辽宁	3.39%
8	河北	2.89%
9	四川	2.81%
10	河南	2.67%
11	湖北	2.42%
12	湖南	2.41%
13	福建	1.96%
14	江西	1.77%
15	重庆	1.71%
16	安徽	1.68%
17	陕西	1.66%
18	广西	1.41%
19	山西	1.30%
20	黑龙江	1.23%
21	吉林	1.23%
22	天津	1.05%
23	云南	0.99%
24	内蒙古	0.79%
25	新疆	0.62%
26	海南	0.48%
27	甘肃	0.48%
28	贵州	0.44%
29	宁夏	0.24%
30	青海	0.18%
31	西藏	0.13%
32	其他	9.32%
	合计	100.0%

表格 3 分省域名数和分省 CN 域名数

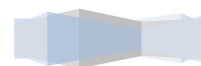
序号	省份	域名		其中：CN 域名	
		数量（个）	占域名总数比例	数量（个）	占 CN 域名总数比例
1	浙江	3,429,977	25.60%	2,810,016	37.40%
2	广东	2,815,805	21.00%	1,848,602	24.60%
3	北京	1,255,887	9.40%	472,405	6.30%
4	上海	843,503	6.30%	260,263	3.50%
5	福建	815,661	6.10%	353,235	4.70%
6	江苏	522,351	3.90%	178,443	2.40%
7	山东	468,980	3.50%	129,154	1.70%
8	河北	272,654	2.00%	58,502	0.80%
9	四川	261,186	1.90%	71,341	1.00%
10	辽宁	228,795	1.70%	90,419	1.20%
11	河南	228,049	1.70%	63,124	0.80%
12	湖北	156,517	1.20%	58,910	0.80%
13	湖南	142,789	1.10%	51,385	0.70%
14	安徽	119,306	0.90%	43,309	0.60%
15	天津	117,168	0.90%	29,585	0.40%
16	陕西	112,627	0.80%	36,002	0.50%
17	重庆	109,230	0.80%	34,312	0.50%
18	江西	77,075	0.60%	26,518	0.40%
19	黑龙江	73,258	0.50%	28,582	0.40%
20	山西	71,069	0.50%	21,032	0.30%
21	广西	70,328	0.50%	27,829	0.40%
22	吉林	66,827	0.50%	18,115	0.20%
23	云南	60,920	0.50%	24,233	0.30%
24	海南	43,005	0.30%	11,847	0.20%
25	内蒙古	39,254	0.30%	12,663	0.20%
26	贵州	33,002	0.20%	12,919	0.20%
27	新疆	32,447	0.20%	11,815	0.20%
28	甘肃	23,794	0.20%	8,973	0.10%
29	宁夏	14,577	0.10%	3,813	0.10%
30	青海	12,396	0.10%	2,054	0.00%
31	西藏	4,798	0.00%	1,210	0.00%
32	其他	888,844	6.60%	703,123	9.40%
	合计	13,412,079	100.00%	7,503,733	100.00%

表格 4 分省网站数

序号	省市	网站数量 (个)	占网站总数比例
1	广东	435,864	16.30%
2	北京	398,462	14.90%
3	上海	270,327	10.10%
4	浙江	195,546	7.30%
5	福建	188,992	7.10%
6	江苏	170,810	6.40%
7	山东	142,863	5.30%
8	河北	86,452	3.20%
9	四川	82,942	3.10%
10	河南	79,301	3.00%
11	辽宁	64,369	2.40%
12	湖北	60,296	2.20%
13	湖南	48,458	1.80%
14	陕西	39,484	1.50%
15	天津	36,742	1.40%
16	安徽	34,547	1.30%
17	重庆	31,437	1.20%
18	山西	21,739	0.80%
19	江西	21,545	0.80%
20	吉林	21,091	0.80%
21	黑龙江	20,258	0.80%
22	广西	18,067	0.70%
23	云南	13,291	0.50%
24	内蒙古	12,946	0.50%
25	海南	12,436	0.50%
26	贵州	7,941	0.30%
27	甘肃	6,228	0.20%
28	新疆	5,697	0.20%
29	宁夏	4,098	0.20%
30	青海	2,356	0.10%
31	西藏	972	0.00%
32	其他	145,145	5.40%
	合计	2,680,702	100.00%

表格 5 分省网页数量

序号	省市	总数	静态	动态	静、动态比例
1	北京	38,094,501,610	20,523,896,790	17,570,604,819	1.17:1
2	广东	17,873,852,984	9,287,537,886	8,586,315,098	1.08:1
3	上海	10,814,818,142	5,769,570,774	5,045,247,367	1.14:1
4	浙江	9,588,985,450	5,056,771,081	4,532,214,370	1.12:1
5	江苏	8,233,663,796	3,390,706,882	4,842,956,915	0.7:1
6	河南	5,968,602,580	2,560,637,401	3,407,965,179	0.75:1
7	福建	4,698,727,949	2,074,868,490	2,623,859,459	0.79:1
8	山东	2,923,357,797	974,224,060	1,949,133,737	0.5:1
9	四川	2,864,372,046	1,094,210,179	1,770,161,868	0.62:1
10	天津	2,759,890,512	1,642,864,995	1,117,025,517	1.47:1
11	河北	2,600,059,497	1,420,333,349	1,179,726,148	1.2:1
12	湖北	2,592,350,255	1,101,255,024	1,491,095,230	0.74:1
13	安徽	2,476,031,556	913,276,745	1,562,754,811	0.58:1
14	江西	1,933,048,617	1,094,447,242	838,601,374	1.31:1
15	湖南	1,832,633,429	806,350,992	1,026,282,437	0.79:1
16	辽宁	1,821,832,142	1,033,267,243	788,564,899	1.31:1
17	陕西	1,179,661,457	329,571,486	850,089,970	0.39:1
18	广西	614,025,218	184,612,141	429,413,077	0.43:1
19	海南	571,666,578	139,033,712	432,632,867	0.32:1
20	黑龙江	542,111,759	203,721,579	338,390,181	0.6:1
21	云南	485,436,913	125,292,764	360,144,150	0.35:1
22	重庆	450,294,294	172,759,056	277,535,239	0.62:1
23	山西	413,268,048	100,714,193	312,553,856	0.32:1
24	吉林	406,422,825	136,650,645	269,772,180	0.51:1
25	甘肃	331,899,561	80,713,036	251,186,525	0.32:1
26	新疆	290,884,206	83,834,148	207,050,058	0.4:1
27	贵州	138,898,043	35,365,506	103,532,538	0.34:1
28	内蒙古	131,434,473	28,064,367	103,370,106	0.27:1
29	宁夏	86,224,234	10,261,424	75,962,810	0.14:1
30	青海	24,374,540	3,429,758	20,944,783	0.16:1
31	西藏	3,486,741	1,104,233	2,382,509	0.46:1
	全国	122,746,817,252	60,379,347,181	62,367,470,071	0.97:1



表格 6 分省网页字节数

序号	省市	总页面大小 (KB)	平均每个网页的字节数 (KB)
1	北京	1,598,896,794,063	42
2	广东	720,862,367,972	40
3	上海	528,339,799,641	49
4	浙江	486,434,239,754	51
5	江苏	310,644,859,566	38
6	河南	252,917,546,708	42
7	福建	159,006,497,360	34
8	山东	139,951,991,860	48
9	河北	117,095,088,380	45
10	天津	104,827,317,374	38
11	湖北	102,850,454,180	40
12	四川	101,914,677,802	36
13	安徽	90,079,145,839	36
14	辽宁	87,602,050,250	48
15	湖南	60,510,693,091	33
16	江西	58,259,945,425	30
17	陕西	45,647,129,967	39
18	广西	24,079,120,223	39
19	山西	23,190,373,335	56
20	云南	21,704,229,825	45
21	黑龙江	21,380,520,814	39
22	海南	20,746,518,506	36
23	重庆	16,855,795,631	37
24	吉林	12,729,963,427	31
25	甘肃	10,543,603,773	32
26	新疆	9,193,140,276	32
27	贵州	4,673,062,202	34
28	宁夏	4,515,820,351	52
29	内蒙古	3,695,735,778	28
30	青海	1,200,252,712	49
31	西藏	114,548,362	33
	全国	5,140,463,284,447	42

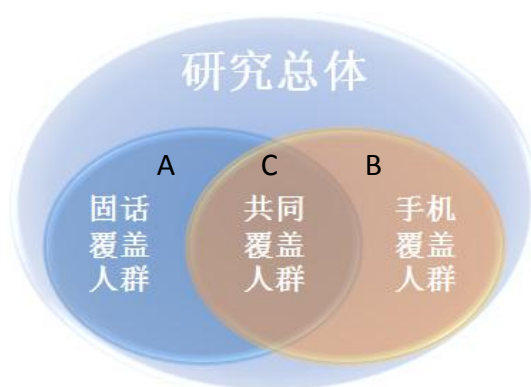
附录二：调查方法

一. 网民个人调查

1. 调查总体

贵州省行政区内有住宅固定电话（家庭电话、小灵通、宿舍电话）或者手机的 6 岁及以上常住居民。

调查总体细分：



调查总体划分如下：

子总体 A：住宅固话覆盖人群【包括：住宅固定电话覆盖的居民+小灵通用户+学生宿舍电话覆盖用户+其他宿舍电话覆盖用户】；

子总体 B：手机覆盖人群；

子总体 C：手机和住宅固话共同覆盖人群【住宅固话覆盖人群和手机覆盖人群有重合，重合处为子总体 C】， $C=A \cap B$ 。

2. 抽样方式

CNNIC 只针对子总体 A、B、C 进行调查。为更大限度地覆盖网民群体，采用双重抽样框方式进行调研。采用的第一个抽样框是固定住宅电话名单，调查子总体 A 和 C。采用的第二个抽样框是移动电话名单，调查子总体 B 和 C。

对于固定电话覆盖群体，采用分层二阶段抽样方式。为保证所抽取的样本具有足够的代表性，将全国按省和直辖市分为 31 层，各层独立抽取样本。将样本根据网民数的开平方根比例分配到 31 个省市。

贵州省内采取样本自加权的抽样方式。样本量根据贵州省内固定住宅电话覆盖的 6 周岁

以上人口数占全省总覆盖人口数的比例分配。

对于手机覆盖群体，抽样方式与固定电话群体类似，也将全国按省和直辖市分为 31 层，各层独立抽取样本。然后按照贵州省居民人口所占比例分配样本，使省内样本分配符合自加权。

为了保证贵州省内的住宅电话号码被抽中的机会近似相同，即使住宅电话多的局号被抽中的机会多，同时也考虑到了访问实施工作的操作性，在贵州省内住宅电话号码的抽取按以下步骤进行：

手机群体调研方式是，在贵州省内，抽取全部手机局号；结合贵州省的有效样本量，生成一定数量的四位随机数，与贵州省的手机局号相结合，构成号码库（局号+4 位随机数）；对所生成的号码库进行随机排序；拨打访问随机排序后的号码库。固定电话群体调研方式与手机群体相似，仍旧是生成随机数与局号组成电话号码，拨打访问这些电话号码。但为了不重复抽样，此处只访问住宅固定电话。

3. 调查内容

用户调查侧重于了解贵州省网民数量与结构特征、上网条件、网络应用、网民对互联网使用的态度和非网民状况。调查内容包括被访者是否上网，被访者背景信息，网民的上网行为、上网深度、上网体验等。

4. 调查方式

通过计算机辅助电话访问系统（CATI）进行调查。

5. 调查总体和目标总体的差异

CNNIC 在 2005 年底曾经对电话无法覆盖人群进行过研究，此群体中网民规模很小，随着我国电信业的发展，目前该群体的规模逐步缩减（截至 2011 年 11 月底，我国电话用户累计达到 12.6 亿户，普及率达到 94.2 部/百人¹）。因此本次调查研究有一个前提假设，即：

针对该项研究，电话无法覆盖人群中的网民在统计中可以忽略不计。

二. 网上调查

¹ 数据来源：<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293877/n14395765/n14395861/n14396152/14400045.html>

网上调查重在了解典型互联网应用的使用情况。中国互联网络信息中心（CNNIC）在 2012 年 12 月 1 日—12 月 31 日进行了网上调查。将问卷放置在中国互联网络信息中心（CNNIC）的网站上，同时在政府媒体网站、全国较大 ICP/ISP 网站与各省的信息港上设置问卷链接，由网民主动参与填写问卷。回收问卷后，通过技术手段进行答卷有效性检验，筛除无效答卷。

三. 网上自动搜索与统计数据上报

网上自动搜索主要是对域名、网站数量及其地域分布等指标进行技术统计，而统计上报数据主要是指 IP 地址数。

1. IP 地址总数

贵州省 IP 地址统计的数据来自亚太互联网信息中心（APNIC）和中国互联网络信息中心 IP 地址数据库。将两个数据库中已经注册且可以判明地址所属省份的数据，按省分别相加得到分省数据。由于地址分配使用是动态过程，所统计数据仅供参考。同时，IP 地址的国家主管部门工业和信息化部也会要求中国 IP 地址分配单位（如中国电信等）每半年上报一次其拥有的 IP 地址数。为确保 IP 数据准确，中国互联网络信息中心（CNNIC）会将来自 APNIC 的统计数据与上报数据进行比较、核实，确定最终 IP 地址数。

2. 域名总数和网站总数

域名总数和网站总数由以下两部分数据相加得到：

第一部分是.CN 下的域名数和网站数，由中国互联网络信息中心（CNNIC）采用计算机网上自动搜索得到；第二部分是中国类别顶级域名（gTLD）与网站数，由国内各类别顶级域名注册单位协助提供。这些数据包括：所有类别顶级域名（gTLD）和域名下已开通的网站数；按.COM、.NET、.ORG 分类的类别顶级域名（gTLD）和网站数；按注册单位所在省份分类的类别顶级域名（gTLD）和网站数。

