

# 中国互联网络发展状况统计报告

( 2002/1 )

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.....	6
(一) 用户个人信息.....	6
(二) 用户使用网络情况和上网习惯.....	9
(三) 用户对一些热点问题的看法.....	13
第五部分 近年来中国互联网络动态发展状况.....	20
一、宏观发展状况.....	20
二、上网用户结构发展变化状况.....	21
三、用户行为意识发展变化情况.....	22
第六部分 调查方法.....	24
一、域名数、网站数调查.....	24
二、网上联机调查.....	24
三、网下抽样调查.....	25
四、关于第九次中国互联网络发展状况统计调查方案.....	27
附录一.....	28
附录二.....	29

# 中国互联网络发展状况统计报告(2002/1)

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年和2001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第九次调查。

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

第九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、收入情况等）

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 sina.com.cn 来说，它只有一个网站 www.sina.com.cn，并非它有 news.sina.com.cn、mail.sina.com.cn……等多个网站，它们只被视为网站 [www.sina.com.cn](http://www.sina.com.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。

说明：本次调查统计数据截止日期为 2001 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

**（？） 我国上网计算机数：**

约 1254 万台，其中专线上网计算机数为 234 万台，拨号上网计算机数为 1020 万台。

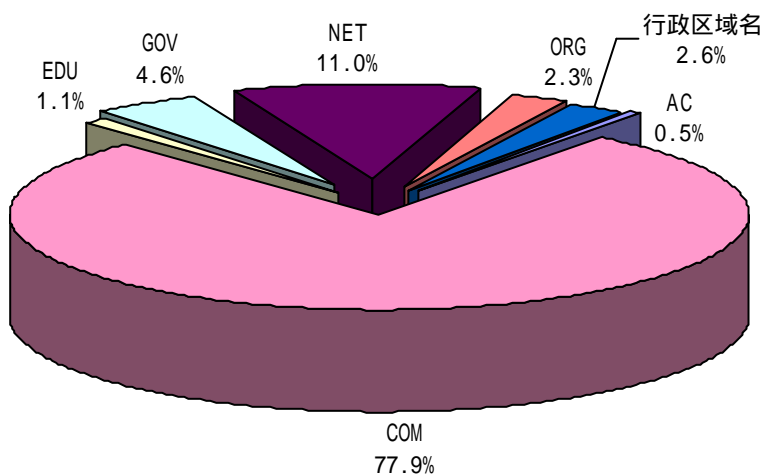
**（？） 我国上网用户人数：**

约 3370 万人，其中专线上网的用户人数为 672 万，拨号上网的用户人数为 2133 万，同时使用专线与拨号的用户人数为 565 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 118 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	673	99123	1354	5864	14045	2943	3317	127319
百分比	0.5%	77.9%	1.1%	4.6%	11.0%	2.3%	2.6%	100.0%

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	42602	12384	2152	1145	2432	815	611
百分比	33.8%	9.8%	1.7%	0.9%	1.9%	0.7%	0.5%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
域名数量	3701	889	1307	6809	5497	1298	3085
百分比	2.9%	0.7%	1.0%	5.4%	4.4%	1.0%	2.5%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
域名数量	541	4947	2064	2225	1248	18536	944
百分比	0.4%	3.9%	1.6%	1.8%	1.0%	14.7%	0.8%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
域名数量	911	2353	391	1534	158	1705	468
百分比	0.7%	1.9%	0.3%	1.2%	0.1%	1.4%	0.4%
	青海	宁夏	新疆	香港	澳门	台湾	
域名数量	112	333	1104	1634	-	-	
百分比	0.1%	0.3%	0.9%	1.3%	-	-	

(四) WWW 站点数 (包括.CN、.COM、.NET、.ORG 下的网站): 约 277100 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
	444	215779	略	4677	47307	7200	1693	277100
百分比	0.2%	77.8%		1.7%	17.1%	2.6%	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
	57138	29819	4052	1938	5225	1850	1149
百分比	20.6%	10.8%	1.5%	0.7%	1.9%	0.7%	0.4%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
	11170	2576	3342	18250	22484	3461	17491
百分比	4.0%	0.9%	1.2%	6.6%	8.1%	1.3%	6.3%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
	1990	11964	5084	5433	3683	45951	2331

百分比	0.7%	4.3%	1.8%	2.0%	1.3%	16.6%	0.8%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
	1497	6753	1118	2591	754	2700	1470
百分比	0.5%	2.5%	0.4%	0.9%	0.3%	1.0%	0.5%
	青海	宁夏	新疆				
	470	646	2720				
百分比	0.2%	0.2%	1.0%				

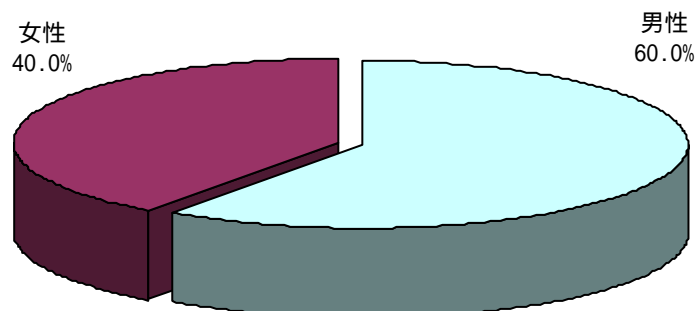
(五) 我国国际出口带宽的总量为：**7597.5M**。连接的国家有美国、加拿大、澳大利亚、英国、德国、法国、日本、韩国等。分布情况如下：

- 中国科技网 (CSTNET) : **55M**
- 中国公用计算机互联网 (CHINANET) : **6032M**
- 中国教育和科研计算机网 (CERNET) : **257.5M**
- 中国金桥信息网 (CHINAGBN) : **168M**
- 中国联通互联网 (UNINET) : **418M**
- 中国网通公用互联网 (CNCNET) : **465M**
- 中国国际经济贸易互联网 (CIETNET) : **2M**
- 中国移动互联网 (CMNET) : **200M**
- 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

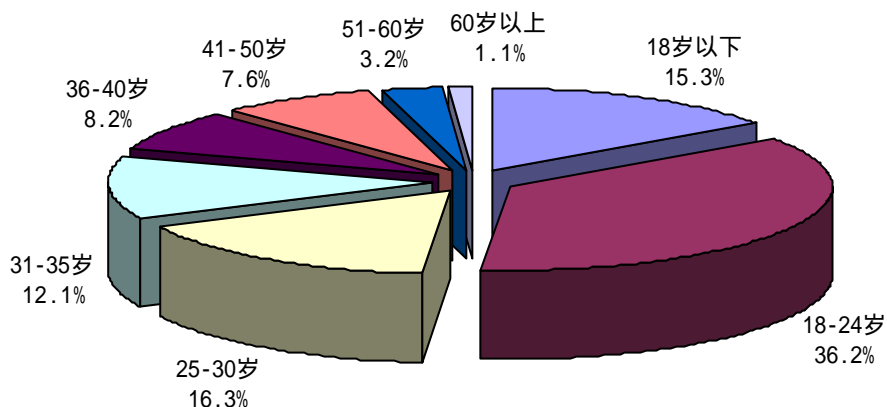
### (一) 用户个人信息

\*1. 用户的性别：男性占 60.0%，女性占 40.0%。

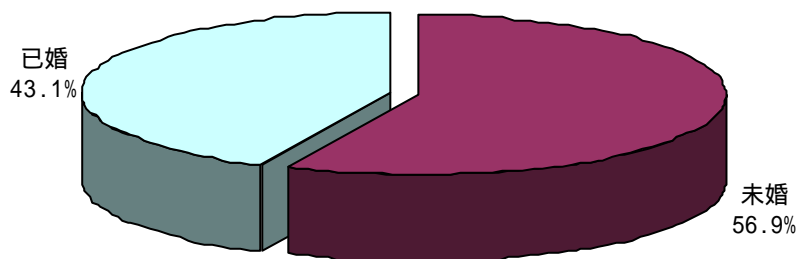


\*2. 用户的年龄分布：

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
15.3%	36.2%	16.3%	12.1%	8.2%	7.6%	3.2%	1.1%



\*3. 用户的婚姻状况：未婚占 56.9%，已婚占 43.1%。



\*4. 用户的地域分布：

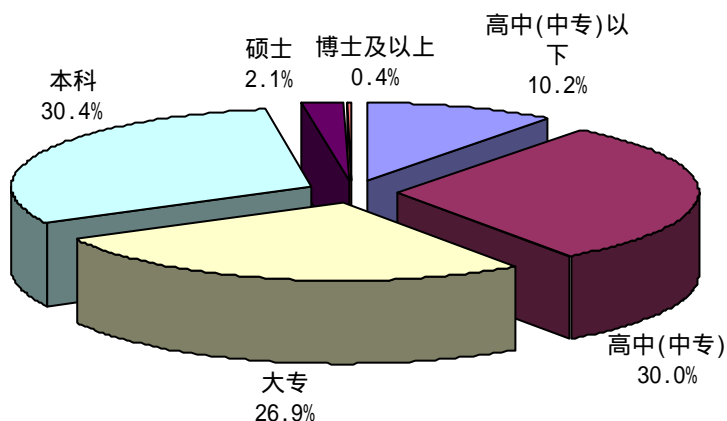
北京	上海	天津	重庆	河北	山西	内蒙
9.8%	9.2%	2.7%	1.6%	2.8%	1.2%	1.2%
辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
3.8%	1.8%	2.8%	8.0%	6.6%	2.5%	3.6%
江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
1.8%	4.3%	3.1%	4.3%	3.4%	10.4%	2.6%



海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
0.5%	5.2%	0.6%	1.5%	0.1%	1.5%	1.3%
青海	宁夏	新疆				
0.2%	0.3%	1.3%				

\*5. 用户的文化程度：

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士	博士及以上
10.2%	30.0%	26.9%	30.4%	2.1%	0.4%



\*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
8.3%	2.1%	4.0%	16.0%
金融保险、房地产业	信息、咨询服务业	社会服务业	公检法
10.5%	3.1%	9.1%	2.5%
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
1.6%	1.4%	10.2%	3.9%
IT业	制造业	水、电、气供给业	建筑业
7.8%	8.2%	4.0%	3.8%
采掘业、矿业	农林牧渔业	其它	
0.9%	1.9%	0.7%	

\*7. 用户的职业分布：

国家行政管理人员	专业技术人员	办事员和有关人员	商业、服务业人员
8.3%	19.9%	17.2%	13.2%
农林牧渔工作人员	生产、运输设备操作人员及有关人员	军人	学生
1.3%	5.6%	1.1%	24.1%
无业人员	其它		
4.9%	4.4%		

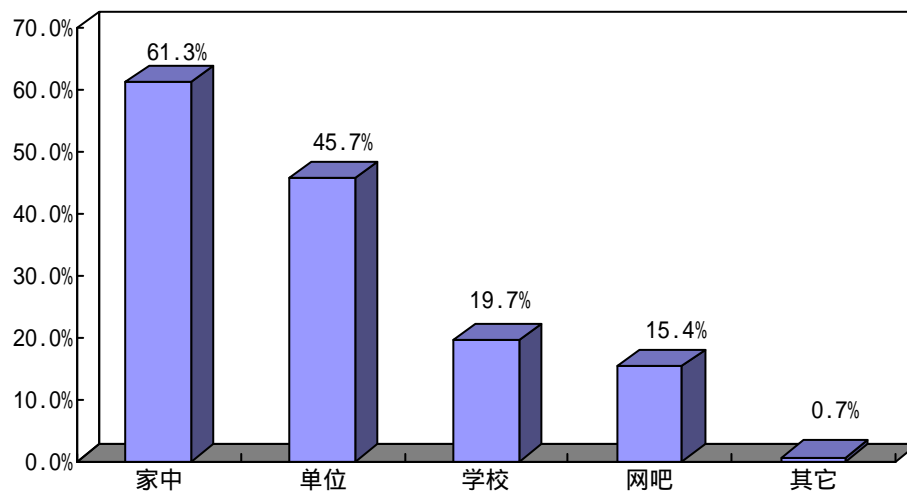
\*8. 用户的个人月收入：

500元以下	501-1000元	1001-1500元	1501-2000元	2001-2500元	2501-3000元
23.6%	25.3%	16.5%	8.8%	4.4%	3.4%
3001-4000元	4001-5000元	5001-6000元	6001-10000元	10000元以上	无收入
2.3%	1.1%	0.8%	0.7%	0.8%	12.3%

## （二）用户使用网络情况和上网习惯

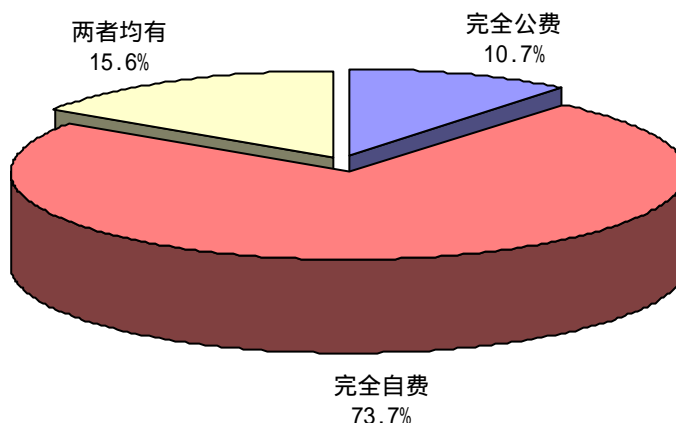
\*1. 用户上网的主要地点（多选题）：

家中	单位	学校	网吧	其它
61.3%	45.7%	19.7%	15.4%	0.7%



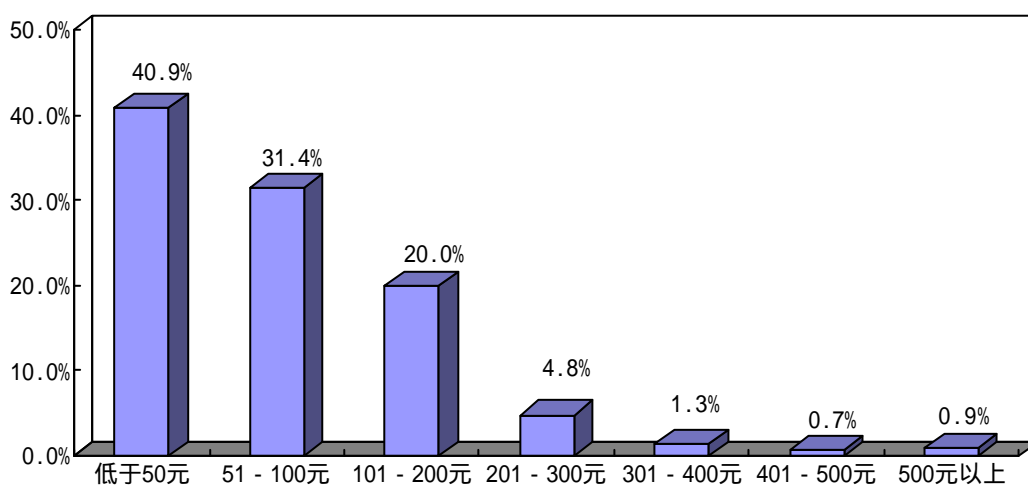
\*2. 用户上网费用的来源：

完全公费	完全自费	两者均有
10.7%	73.7%	15.6%



\*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
40.9%	31.4%	20.0%	4.8%	1.3%	0.7%	0.9%



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：8.5 小时

\*5. 用户平均每周上网天数：3.2 天

\*6. 用户通常在什么时间上网 (多选题):

<b>0、1 点</b>	<b>2、3 点</b>	<b>4、5 点</b>	<b>6、7 点</b>
14.9%	5.0%	2.8%	3.5%
<b>8、9 点</b>	<b>10、11 点</b>	<b>12、13 点</b>	<b>14、15 点</b>
16.9%	21.2%	22.7%	33.6%
<b>16、17 点</b>	<b>18、19 点</b>	<b>20、21 点</b>	<b>22、23 点</b>
29.7%	40.0%	77.0%	45.4%

\*7. 用户拥有 E-mail 帐号平均值：2.2

其中免费 E-mail 帐号平均值：1.9

\*8. 用户平均每周收到电子邮件数：8.6

发出电子邮件数：6.8

\*9. 用户上网最主要的目的：

- 获取信息：46.1%
- 学习需要：4.3%
- 工作需要：6.2%
- 休闲娱乐：31.1%
- 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)：3.3%
- 对外通讯、联络 (收发邮件、短信息、传真等)：4.9%
- 炒股需要：2.5%
- 网上购物或商务活动：0.4%
- 追崇时尚、赶时髦、好奇：0.6%
- 其它：0.6%

10. 用户经常使用的网络服务 (多选题):

- 电子邮箱：92.2%
- 搜索引擎：62.7%
- 软件上传或下载服务：55.3%
- 各类信息查询：46.7%
- 网上聊天室：22.0%
- 网上寻呼机 (OICQ、ICQ 等)：37.6%
- 新闻组：13.4%

- BBS 电子公告栏： 9.8%
  - 免费个人主页空间： 11.8%
  - 网上游戏： 17.1%
  - 网上炒股： 7.4%
  - 网上购物或商务活动： 7.8%
  - 短信服务： 8.0%
  - 网上教育： 11.0%
  - 网络电话： 1.7%
  - 网上支付： 2.1%
  - 视频会议： 0.6%
  - 多媒体娱乐 (VOD 点播, 网上直播, MP3、FLASH 欣赏等): 22.1%
  - 其它： 0.4%
11. 用户在网上经常查询哪方面的信息 (多选题):
- 新闻： 74.0%
  - 计算机软硬件信息： 55.6%
  - 休闲娱乐信息： 46.5%
  - 生活服务信息： 27.8%
  - 社会文化信息： 20.4%
  - 电子书籍： 37.4%
  - 科技、教育信息： 31.8%
  - 金融证券、房地产信息： 16.4%
  - 求职招聘信息： 22.2%
  - 商贸信息： 9.9%
  - 旅游、交通信息： 11.4%
  - 各类广告信息： 6.4%
  - 医疗信息： 7.7%
  - 交友征婚信息： 4.5%
  - 法律、法规、政策信息： 13.7%
  - 其它： 1.6%
12. 用户获取、浏览的中文信息占有所有信息的比例： 78.1%
- 用户获取、浏览的国内信息占有所有信息的比例： 69.3%
13. 下列网上信息中哪些还不能满足用户的需要 (多选题):
- 新闻： 25.4%
  - 计算机软硬件信息： 26.8%
  - 休闲娱乐信息： 21.0%
  - 生活服务信息： 23.6%
  - 社会文化信息： 14.4%
  - 电子书籍： 36.3%

■ 科技、教育信息：	23.5%
■ 金融证券、房地产信息：	11.7%
■ 求职招聘信息：	21.9%
■ 商贸信息：	13.3%
■ 旅游、交通信息：	15.2%
■ 各类广告信息：	9.0%
■ 医疗信息：	18.0%
■ 交友征婚信息：	5.1%
■ 法律、法规、政策信息：	20.7%
■ 其它：	2.0%

14. 用户得知新网站的主要途径 (多选题)：

■ 搜索引擎：	76.3%
■ 其它网站上的链接：	64.7%
■ 朋友、同学、同事的介绍：	53.9%
■ 网友介绍：	30.3%
■ 网址大全之类的书籍：	17.1%
■ 相关报刊杂志的介绍：	36.5%
■ 相关广播电视节目的介绍：	16.4%
■ 黄页：	4.7%
■ 其它：	0.5%

(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的满意程度是：

	非常满意	比较满意	一般	不太满意	很不满意
■ 速度	2.9%	22.1%	36.6%	23.3%	15.1%
■ 费用	5.1%	21.3%	33.6%	23.1%	16.9%
■ 中文信息的丰富性	4.7%	38.0%	42.2%	12.3%	2.8%
■ 内容的真实性	2.1%	20.1%	52.1%	20.6%	5.1%
■ 对个人隐私的保护	3.5%	18.7%	45.0%	24.2%	8.6%
■ 使用的方便性	8.1%	39.4%	39.8%	10.4%	2.3%
■ ISP 服务质量	3.8%	27.3%	51.0%	12.7%	5.2%

2. 用户认为互联网对其在如下几方面的影响是：

	影响非常大	影响比较大	一般	影响不太大	几乎没什么影响
■ 学习	19.6%	41.6%	27.4%	8.5%	2.9%
■ 工作	20.6%	36.4%	28.9%	9.5%	4.6%
■ 生活	17.9%	37.5%	30.3%	10.2%	4.1%

3. 用户申请收费邮箱时最为看重的功能：

■ 可靠性高：	40.8%
■ 速度快：	7.7%
■ 安全稳定：	31.8%
■ 容量大：	10.7%
■ 特色服务：	7.3%
■ 其它：	1.7%

4. 用户对所申请的收费邮箱的服务是：

■ 非常满意：	5.7%
■ 比较满意：	44.4%
■ 一般：	40.8%
■ 不太满意：	6.7%
■ 很不满意：	2.4%

5. 用户对经常使用的免费邮箱的服务是：

■ 非常满意：	10.4%
■ 比较满意：	55.0%
■ 一般：	29.2%
■ 不太满意：	4.7%
■ 很不满意：	0.7%

6. 无收费邮箱的用户最近一年内是否打算申请收费邮箱：

■ 肯定会申请：	14.4%
■ 可能会申请：	31.7%
■ 不好说：	23.0%
■ 不太可能申请：	19.4%
■ 肯定不申请：	11.5%

7. 用户是否经常浏览网络广告：

■ 经常浏览：	16.5%
■ 有时浏览：	48.3%
■ 很少浏览：	31.6%
■ 从来不浏览：	3.6%

8. 用户最能接受什么内容的网络广告（多选题）：

■ 公益性活动：	60.9%
■ 新闻信息：	45.8%
■ 商业公司：	12.4%
■ 商品信息：	36.5%
■ 有奖促销活动：	61.2%
■ 新站发布：	23.2%
■ 学术活动：	30.1%
■ 娱乐活动：	42.3%
■ 形象广告：	19.8%
■ 其它：	0.4%

9. 用户最能接受哪一种网络广告形式：

■ 横幅式广告：	42.9%
■ 按钮式广告：	21.5%
■ 游动式广告：	14.5%
■ 插页式广告：	5.2%
■ 文字式广告：	7.9%
■ 电子邮件式广告：	7.4%
■ 其它：	0.6%

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：	29.1%
■ 不愿意：	37.4%
■ 无所谓：	33.5%

11. 用户对目前网络广告最不满意的是：

■ 广告数量太多：	12.2%
■ 广告内容缺乏创意和特色：	12.0%
■ 广告的真实性无法保证：	39.2%
■ 广告出现的方式影响了网民正常的网上活动：	31.3%
■ 无所谓：	5.0%
■ 其它：	0.3%

12. 用户是否经常浏览电子商务网站：

■ 经常浏览：	21.9%
■ 有时浏览：	49.8%
■ 很少浏览：	25.8%
■ 从来不浏览：	2.5%



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： 31.6%
  - 否： 68.4%
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： 6.9%
  - 否： 93.1%
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： 48.3%
  - 节约费用： 38.8%
  - 操作方便： 41.7%
  - 寻找稀有商品： 28.9%
  - 出于好奇，有趣： 31.5%
  - 其它： 1.6%
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： 58.0%
  - 电脑的相关产品： 33.7%
  - 照相器材： 3.6 %
  - 通讯类： 15.5%
  - 音像器材及制品： 34.4%
  - 生活、家居类： 11.6%
  - 服装类： 4.4%
  - 家电产品： 5.6%
  - 体育用品类： 4.4%
  - 医疗保健类： 3.1%
  - 礼品服务： 14.7%
  - 金融、保险服务： 2.6%
  - 票务服务； 9.7%
  - 教育学习服务： 11.8%
  - 其它： 3.1%
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： 51.6%
  - 电脑的相关产品： 41.0%
  - 照相器材： 7.9%

■ 通讯类：	25.2%
■ 音像器材及制品：	30.1%
■ 生活、家居类：	24.6%
■ 服装类：	13.2%
■ 家电产品：	17.7%
■ 体育用品类：	12.7%
■ 医疗保健类：	12.1%
■ 礼品服务：	27.2%
■ 金融、保险服务：	15.1%
■ 票务服务；	26.4%
■ 教育学习服务：	34.6%
■ 其它：	1.0%

19. 用户一般采用哪种付款方式：

■ 货到付款：	42.8%
■ 网上支付：	28.1%
■ 邮局汇款：	24.0%
■ 银行汇款：	4.9%
■ 其它：	0.2%

20. 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：	73.3%
■ 网上支付：	15.6%
■ 邮局汇款：	3.9%
■ 银行汇款：	6.8%
■ 其它：	0.4%

21. 用户一般选择什么方式进行商品配送：

■ EMS：	20.5%
■ 其它快递：	7.1%
■ 普通邮寄：	25.5%
■ 航空、铁路发运：	2.2%
■ 送货上门：	44.4%
■ 其它：	0.3%

22. 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：	13.9%
■ 否：	86.1%

23. 用户对通过网络进行交易的满意程度：
- 非常满意： 3.5%
  - 较为满意： 34.8%
  - 一般： 39.9%
  - 较为不满意： 20.4%
  - 非常不满意： 1.4%
24. 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： 31.0%
  - 付款不方便： 11.8%
  - 产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障： 30.2%
  - 送货耗时、渠道不畅： 13.9%
  - 价格不够诱人： 6.3%
  - 网上提供的信息不可靠： 6.3%
  - 其它： 0.5%
25. 在过去一年内用户计算机被入侵的情况：
- 被入侵过： 63.3%
  - 没有被入侵过： 29.9%
  - 不知道： 6.8%
26. 在网上用户主要采取什么安全措施（多选题）：
- 密码加密： 27.3%
  - 防病毒软件： 78.0%
  - 防火墙： 64.6%
  - 电子签名： 4.1%
  - 不清楚，由系统管理员负责： 6.0%
  - 什么措施都不采用： 2.5%
27. 对于电子邮件帐号，用户多久换一次密码：
- 1个月： 7.4%
  - 3个月--半年： 19.4%
  - 半年--1年： 19.2%
  - 一直不换： 54.0%
28. 用户对目前网络的安全状况感到：
- 非常满意： 0.9%
  - 比较满意： 25.2%
  - 一般： 47.9%
  - 不太满意： 21.9%
  - 很不满意： 4.1%

29. 用户认为将来最有希望的网上事业是（多选题）：

■ 网上购物：	54.5%
■ 网上炒股：	38.0%
■ 网上有偿信息服务：	34.2%
■ 网上游戏娱乐服务：	36.3%
■ 网络通讯：	55.4%
■ 虚拟社区：	20.8%
■ 在线点播服务：	38.4%
■ 网上学校：	51.8%
■ 网上医院：	26.7%
■ 其它：	0.7%

（以上结果中加注\*者为网下抽样调查结果）

## 第五部分 近年来中国互联网络动态发展状况

### ?? 宏观发展状况

#### 1、我国上网计算机数的增长情况

	上网计算机数 (万台)	专线上网计算机数 (万台)	拨号上网计算机数 (万台)
1997.10	29.9	4.9	25
1998.7	54.2	8.2	46
1999.1	74.7	11.7	63
1999.7	146	25	121
2000.1	350	41	309
2000.7	650	101	549
2001.1	892	141	751
2001.7	1002	163	839
2002.1	1254	234	1020

#### 2、我国上网用户人数的增长情况

	上网用户 (万人)	专线上网用户 (万人)	拨号上网用户 (万人)	同时使用专线与拨号的用户 (万人)
1997.10	62	15.5	46.5	
1998.7	117.5	32.5	85	
1999.1	210	40	149	21
1999.7	400	76	256	68
2000.1	890	109	666	115
2000.7	1690	258	1176	256
2001.1	2250	364	1543	343
2001.7	2650	454	1793	403
2002.1	3370	672	2133	565

#### 3、我国国际出口带宽增长情况

	带宽总数(M)
1997.10	25.408
1998.7	84.64
1999.1	143.25
1999.7	241
2000.1	351
2000.7	1234
2001.1	2799
2001.7	3257

2002.1	7597.5
--------	--------

#### 4、我国域名增长情况

	AC	COM	EDU	GOV	NET	ORG	行政区域 域名	合计
1997.10	259	2131	325	323	370	99	559	4066
1998.7	363	6559	414	561	657	229	632	9415
1999.1	432	13913	531	982	1223	409	906	18396
1999.7	502	22220	615	1663	2221	649	1175	29045
2000.1	500	38776	731	2479	3753	940	1516	48695
2000.7	624	78878	812	3665	10719	1912	3124	99734
2001.1	682	96221	1127	4615	13291	2596	3567	122099
2001.7	667	99922	1239	5181	15055	2864	3434	128362
2002.1	673	99123	1354	5864	14045	2943	3317	127319

## ?? 上网用户结构发展变化状况

### 1、用户性别变化趋势

	男性	女性
1997.10	87.7%	12.3%
1998.7	92.8%	7.2%
1999.1	86%	14%
1999.7	85%	15%
2000.1	79%	21%
2000.7	74.68%	25.32%
2001.1	69.56%	30.44%
2001.7	61.3%	38.7%
2002.1	60%	40%

### 2、用户年龄变化趋势

	35岁及以下	35岁以上
1997.10	84.1%	15.9%
1998.7	91.1%	8.9%
1999.1	89.8%	10.2%
1999.7	88.9%	11.1%
2000.1	88.2%	11.8%
2000.7	87.63%	12.37%
2001.1	83.8%	16.2%
2001.7	79.8%	20.2%
2002.1	79.9%	20.1%

### 3、用户学历变化趋势

	高中（中专）以下	大、中专	大学本科	硕士及以上
1998.7	6.9%	34.2%	49.6%	9.3%
1999.7	2%	39%	48%	11%
2000.1	3.0%	45.0%	45.0%	7.0%
2000.7	2.5%	45.6%	45.9%	5.9%
2001.1	6.4%	52.4%	38.8%	2.3%
2001.7	8.7%	55.5%	33.6%	2.2%
2002.1	10.2%	56.9%	30.4%	2.5%

### 4、用户地域分布变化趋势

	华北	东北	华东	华南	西南	西北
1997.10	41.0%	5.2%	27.1%	20.5%	4.3%	1.9%
1998.7	31.6%	9.6%	29.3%	22.6%	4.2%	2.7%
1999.1	28.68%	6.79%	24.06%	30.52%	5.97%	3.98%
1999.7	26.74%	6.65%	32.07%	21.28%	7.92%	4.69%
2000.1	28.05%	7.43%	31.62%	23.64%	6.02%	3.24%
2000.7	25.11%	6.41%	35.01%	22.91%	6.28%	4.28%
2001.1	19.94%	9.53%	34.44%	21.84%	9.35%	4.90%
2002.1	17.7%	8.4%	36.0%	24.3%	9.0%	4.6%

## ?? 用户行为意识发展变化情况

### 1、上网费用变化情况

	公费	自费	两者均有
1998.7	35%	44%	21%
1999.1	26%	45%	29%
1999.7	28%	46%	26%
2000.1	21%	59%	20%
2000.7	17.50%	56.37%	26.13%
2001.1	14.15%	63.37%	22.48%
2001.7	12.6%	70.4%	17.0%
2002.1	10.7%	73.7%	15.6%

### 2、用户认为目前网上交易存在的最大问题

	1999.7	2000.1	2000.7	2001.1	2001.7	2002.1

安全性得不到保障	30%	36.54%	31.76%	31.20%	33.4%	31.0%
付款不方便	22%	17.68%	13.34%	12.59%	11.5%	11.8%
产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障	34%	27.64%	28.33%	32.03%	33.0%	30.2%
送货耗时、渠道不畅	6%	9.26%	10.14%	9.86%	8.7%	13.9%
价格不够诱人	8%	7.78%	7.74%	7.39%	6.6%	6.3%
网上提供的信息不可靠			7.28%	5.91%	6.0%	6.3%
其它		1.10%	1.41%	1.02%	0.8%	0.5%

3、用户通过网络商店购买过商品或服务的情况

	2000.1	2000.7	2001.1	2001.7	2002.1
是	8.79%	16.28%	31.67%	31.9%	31.6%
否	91.21%	83.72%	68.33%	68.1%	68.4%



## 第六部分 调查方法

依据统计学理论和国际惯例,在前八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。

### ?? 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(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。

### ?? 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2001年12月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 75383 份,经处理得到有效答卷 64627 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,一是有全国有住宅电话的 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 1700 时,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 1700 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 1700 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 243 个,如果该地市被抽中两次,则样本量为 486 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他成员的最简要资料。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、关于第九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,迄今为止已发布了八次“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。

2001 年 11 月 7 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,对北京广播学院调查统计研究所(以下简称 SSI)与中国互联网络信息中心(以下简称 CNNIC)联合设计的第九次中国互联网络发展状况调查方案进行了评审。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,并就召开此次评审会的目的与意义做了简要叙述。此后各位专家结合 CNNIC 提出的《第九次中国互联网络发展状况统计调查方案》,就该方案的特点、存在的不足及改进方法等展开了热烈的讨论。网络界专家就当前我国互联网发展中所存在的问题、社会各界关心的热点问题,以及问卷问题的顺序、筛选等问题进行了讨论;统计调查专家对通过经济、社会指标确定样本的选取地区、实际样本量,以及如何控制调查实施质量以尽量减少调查过程中的人为误差等方面对调查方法提出了有价值的修改意见。

CNNIC 在充分听取了各专家的意见后,对调查方案的有关细节进行了解释和修改。第九次调查方案得到了与会专家的一致肯定,形成了第九次中国互联网络发展状况统计调查方案的“评审意见”(详见附件一)。同时专家们还对今后的调查提出了期望和建议,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。

## 附录一

# 评审意见

由北京广播学院调查统计研究所(以下简称 SSI)与中国互联网络信息中心(以下简称 CNNIC)联合设计的第九次中国互联网络发展状况调查方案,适应我国互联网络的新发展。结合网络和抽样调查的特点,采用了多种调查方式,方法科学,可操作性强,能够获得关于我国互联网络发展的宏观概况、用户基本特征、用户上网习惯和使用网络情况以及用户对网络热点问题的看法等方面的数据。

该方案的设计有以下主要特点:

- 1、该方案有效地将网下抽样调查、网上联机调查与网上搜索等相结合,互相补充,覆盖面大,使获得的数据较为客观准确,从而可以较好地反映我国互联网络发展的现状。
- 2、抽样调查方案以全国范围内的电话调查为主,辅以学生网民测算模型,总体界定明确,模型合理、有创造性,可操作性强,推算方法正确,能够按合理的精度要求获得对全国及分省网民人数与结构的估计。

总之,SSI 与 CNNIC 联合设计的第九次中国互联网络发展状况调查方案在设计中突破了若干难点,其设计思路具有一定的开创性,是科学性与可操作性相结合的一个高水平的方案。

鉴于此项调查为半年一次的定期重复性调查,希望能充分利用前期调查结果进一步改进与完善抽样方法和问卷设计,以提高效率。

专家评审组组长:

副组长:

2001年11月7日

## 附录二

### 调查方案专家评审会成员单位名单

中国科学院统计科学开放研究实验室

航天科技集团 701 所

中国人民大学统计系

国家统计局国际统计信息中心

国家知识产权局

国务院新闻办公室网络局

信息产业部电信管理局发展规划处

中国电信集团数据通信局

中国教育网（CERNET）

北京大学光华管理学院

互联网实验室