

2008—2009 中国互联网研究报告系列之 “中国农村互联网发展状况调查报告”

(2009 年 3 月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

目 录

前 言	4
报告术语界定	5
内容摘要	6
第一章 农村互联网宏观情况	9
一、 经济发展状况	9
二、 电信发展状况	10
三、 互联网发展状况	12
第二章 农村网民构成特征	15
一、 性别结构	15
二、 年龄结构	15
三、 学历结构	16
四、 职业结构	17
五、 收入结构	18
第三章 农村网民的网络应用	19
一、 农村网民的上网时间	19
二、 农村网络应用概述	19
三、 农村网民的信息获取情况	20
四、 农村网民的娱乐应用情况	21
五、 农村网民的网络互动情况	22
第四章 农村网民网络生活形态研究	23
一、 总体分析	23
二、 不同应用深度的农村网民在生活形态上的对比	24
第五章 农村网吧发展状况	26
一、 农村网民的上网地点	26
二、 农村网吧上网现状	27
三、 农村未成年人网吧上网情况	28
第六章 农村手机上网的发展状况	29
一、 农村网民的上网设备	29
二、 农村的网络接入方式	29
三、 农村手机上网现状	30
四、 农村手机上网前景展望	31
第七章 农村互联网发展政策建议	32

图目录

图 1 城乡居民人均收入比较.....	9
图 2 2004 年-2008 年移动电话用户所占比重.....	11
图 3 城镇和农村网民规模对比.....	12
图 4 城镇和农村网民增长率对比.....	13
图 5 城镇和农村互联网普及率对比.....	14
图 6 2007-2008 农村网民区域分布对比.....	14
图 7 城镇和农村网民性别结构对比.....	15
图 8 城镇和农村网民年龄结构对比.....	16
图 9 城镇和农村网民学历结构对比.....	17
图 10 城镇和农村网民学历结构对比.....	17
图 11 城镇和农村网民学历结构对比.....	18
图 12 2007 年-2008 年城乡网民上网时长对比.....	19
图 13 城镇和农村网民上网场所对比.....	26
图 14 2007 年-2008 年农村网吧网民规模.....	27
图 15 城镇与农村网民上网设备对比.....	29
图 16 城镇与农村网民网络接入方式对比.....	30
图 17 仅使用窄带接入的网民使用的上网设备.....	30
图 18 城镇与农村手机网民规模对比.....	31

表目录

表 1 2008 年主要电信能力指标增长情况.....	10
表 2 农村网民的网络应用情况.....	20
表 3 城镇和农村网民对生活形态语句的认同度.....	23
表 4 不同上网时长的农村网民对生活形态语句的认同度.....	24
表 5 不同应用数量的农村网民对生活形态语句的认同度.....	25
表 6 东中西部地区网民上网场所对比.....	27
表 7 农村网吧网民对生活形态语句的认同度.....	28

前 言

互联网已经成为网民重要的信息渠道之一，网民可以跨越地域等差距，寻找到自己需要的各种信息。不仅如此，互联网已逐渐渗透到社会生活的各个角落，成为社会、经济、文化活动和个人生活的平台，极大地促进了整个社会经济的发展。

当前我国经济社会的发展中存在明显的“二元结构”问题，这种二元结构表现在我国城乡之间、东中西部之间等多个方面。城乡之间二元结构不仅仅存在于传统的社会经济领域，也存在于诞生时间不久的互联网发展之中。从社会发展来看，农村信息匮乏是引致二元结构的一个因素。重视和加强农村互联网的发展，可有效地缩小城乡“数字鸿沟”，促进农村思想观念的更新和经济社会的跨越式发展，化解二元结构的诸多矛盾，也是响应党中央号召，建设社会主义新农村、构建社会主义和谐社会的重要组成部分。

为了揭示我国城乡互联网发展差距，了解农村网民上网状态与行为及农村互联网发展存在的问题，2005 年至今，中国互联网络信息中心（CNNIC）一直致力于农村互联网的研究，并在2007 年推出了《2007 年中国农村互联网调查报告》，引起社会较大反响。2009 年又推出了2008-2009中国互联网发展系列报告之《中国农村互联网发展状况调查报告》，希望能够为政府制定农村信息化发展策略和建设社会主义新农村提供参考依据。此份报告为 CNNIC 第23 次调查数据的深度挖掘，样本量为全国范围内的5801个，综合了家庭固定电话调查、手机调查等多种调查方式。

中国互联网络信息中心（CNNIC）

2009 年3 月

报告术语界定

◇ 网民

中国互联网络信息中心（CNNIC）对网民的定义为：过去半年使用过互联网的6周岁及以上中国公民。

◇ 宽带网民

指过去半年使用过宽带接入互联网的网民。宽带包括：xDSL、CABLE MODEM、光纤接入、电力线上网、以太网等。

◇ 网吧网民

指在网吧上网的网民，但不限于仅在网吧上网的网民。

◇ 手机网民

指半年内曾经通过手机接入互联网的网民，但不限于仅通过手机接入互联网的网民。

◇ 农村网民

指过去半年主要居住在农村的网民。

◇ 城镇网民

指过去半年主要居住在城镇的网民。

◇ 未成年网民

指年龄在18 周岁以下的网民。

◇ 调查范围

除非明确指出，本报告中的数据均不包括香港、澳门和台湾地区在内。

◇ 调查数据截止日期

本次调查统计数据截止日期为2008 年12 月31 日。

内容摘要

（一） 中国整体经济保持平稳增长，政府加大对农村信息化建设的扶持力度，农村互联网发展潜力较大

中国 GDP 总体保持快速发展，从 2007 年的 257306 亿元人民币增长到 2008 年的 300670 亿元人民币，比上年增长了 9.0%。同期中国居民的收入水平也逐渐提高，农村居民人均纯收入由 2004 年的 2936 元人民币/年，增长到 2008 年的 4761 元人民币/年。但是，城乡发展的“二元结构”依然存在，农村信息化建设已经成为社会主义新农村建设的关键，为了让信息技术和服务惠及亿万农民群众，政府加大对农村电信和互联网发展的扶持力度。截至 2008 年底，全国 98% 的乡镇能上网、95% 的乡镇通宽带，全国有 27 个省份已经实现“乡乡能上网”。2008 年，全年共为 12364 个行政村开通互联网，全国能上网的行政村比重达 89%，已有 19 个省份基本实现行政村“村村能上网”。

（二） 农村网民规模增长快速，但城乡之间和地域之间的差距仍旧较大

截至 2008 年底，农村网民规模已达到 8460 万人，年增长率超过 60%，远高于城镇网民 35.6% 的增长率。在 2008 年新增的 8800 万网民中，新增的农村网民有 3190 万人，农村互联网持续快速发展。

“数字鸿沟”不仅仅存在于城乡之间，也存在于东中西部地区之间。城镇居民的互联网普及率是 35.2%，农村仅为 11.7%。农村网民分布的区域差异更为明显，超过 50% 的农村网民集中在东部农村地区，但与 2007 年相比，东部地区的网民所占比例降低了 8.5%，而中部地区上升了大约 7.9%，西部地区网民比重也有所增长。随着互联网网民结构的不断优化，互联网逐步向女性群体、低学历群体的渗透，城乡之间的数字鸿沟将得以改善。同时，农村不同区域之间的数字鸿沟也在逐步缩小，中国的广大农村也将成为未来互联网产业最具潜力的市场。

（三） 手机上网在农村地区的渗透率高于城镇，农村手机上网市场前景可期

2008 年移动电话与固定电话之间的用户规模差距已经超过 3 亿，随着固定电话用户的减少，手机用户的增长，3G 应用的发展，手机作为上网终端迅速崛起。截至 2008 年底，中国手机上网用户达到 1.2 亿，城镇手机上网用户 7789 万人，占城镇网民总体的 36.5%。农村手机上网用户约为 4010 万人，占农村网民总体的 47.4%。2009 年，随着中国 3G 应用的

发展,手机上网也将进入快速发展时期,农村手机上网市场的前景可期,农村通信市场将会成为中国互联网快速增长的新动力。

(四) 农村网吧经济繁荣,未成年出入网吧上网现象比城镇严重

城乡网民上网场所的选择侧重有所不同。农村家庭上网的人群比例为 68.0%,比城镇低 14.3%;而农村的网吧经济较为繁荣,网吧网民比例为 54.2%,比城镇高 16.2%。对于农村网民而言,家庭和网吧几乎同等重要。8460 万农村网民中,网吧网民人数已达到了 4585 万人,年增长率达 79.7%。其中,只在网吧上网的网民占农村网民总体的 9.3%,约有 787 万人。农村未成年人出入网吧的情况比城镇要更为普遍,有 61.6%的未成年网民在网吧上过网,即有 1793 万农村未成年网民出入网吧。

(五) 农村网民互联网应用深度有所加深,但娱乐化倾向更加明显

目前,农村网民的平均上网时长约 13.1 小时/周,与 2007 年相比,农村网民平均每周上网时间增加了近 1 小时,但仍比城镇网民 17.9 小时/周的使用深度要浅;在中国农村,网络音乐、网络视频、网络游戏以及网络聊天成为农村网民使用互联网的主要目的,其用户的规模均超过了 5000 万人。其中,网络游戏的渗透速度较快,与 2007 年相比,中国农村网络游戏用户年净增长 2022 万人,年增长率达 66.0%。农村网民在互联网上发帖的比例为 39.4%,回帖的比例为 51.3%,虽然与城镇网民的参与度相比仍然有一定的差距。但与 2007 年的相比,中国农村网民通过互联网参与公共舆论的积极性有所提高。

(六) 农村网民的性别分布逐步走向均衡,互联网向农村低学历群体渗透

农村网民中,男性所占比例为 57.4%,高出女性 14.8%。但与 2007 年相比,农村的女性网民所占比重提高了 5.3%,农村网民的性别结构正在逐步走向均衡;农村网民文化水平相对较低,初中及以下学历的网民占 49.4%,远高于城镇中 27.0%的占比。其中,初中文化程度的农村网民比例达到 42.3%,比城镇高 20.0%。与 2007 年相比,农村初中文化程度的网民所占比例增长了 3.9%,互联网正在向中国农村的低学历人口渗透。与城镇相比,农村网民则更加趋于年轻化,30 岁以下年轻群体所占比例高达 76.9%;从职业结构来看,农村网民的构成主体是学生,所占的比例高达 38.8%。

(七) 城镇和农村网民对互联网的认知和态度略有差异

城镇网民对互联网的生活辅助作用、信息渠道功能及对互联网的信任感和安全感的认同度均高于农村网民。而农村网民较为认同互联网在拓展和加强人际关系方面的作用,从社会参与的认同度来看,互联网对于农村网民的民主参与意义重大。随着互联网对农村网民的渗

透，互联网给农村网民带来的社会隔离感也明显高于城镇网民。

（八） 加强农村互联网信息内容建设，引导农村网民对互联网的价值应用

结合中国农村网民的结构特征，以及农村网民对互联网的认知心理和使用习惯，以学生网民和农村基层干部为基础，推动互联网在农村的普及；针对农村居民的生产和生活需要，加强农村互联网信息内容建设，积极开展基于电脑、手机下乡的信息下乡；通过政府和学校的引导，使农村网民向网络求职、电子商务、电子政务等价值型的网络应用侧重。

第一章 农村互联网宏观情况

一、 经济发展状况

良好的经济环境是互联网产业持续、健康发展的基础，中国经济和电信产业发展水平是影响中国互联网发展的两个重要因素。

2008 年，是中国面临挑战和迎接喝彩的一年。在这一年里，全国各族人民万众一心、顽强拼搏，努力克服历史罕见的特大自然灾害和国际金融危机的不利影响。同时，在全国人民和全世界人民的共同努力下，北京奥运会成功举办，为中国在世界舞台上赢得了阵阵喝彩。在利弊因素的交织影响下，国民经济总体保持较快的发展。根据初步核算，中国 GDP 总体保持快速发展，从 2007 年的 257306 亿元人民币增长到 2008 年的 300670 亿元人民币，比上年增长了 9.0%。

尽管中国经济整体上发展迅速，但中国农村与城镇居民之间的收入差距仍较大，城乡“二元结构”仍然比较明显。据统计，2004 年时，农村居民人均纯收入为 2936 元人民币/年，城镇居民收入是农村的 3.2 倍。到 2008 年时，农村居民人均纯收入为 4761 元人民币/年，扣除价格上涨因素，比上年实际增长 8.0%，而城镇居民收入是农村的 3.3 倍。从经济发展速度来看，中国城乡经济发展水平的地区落差问题仍比较严重。

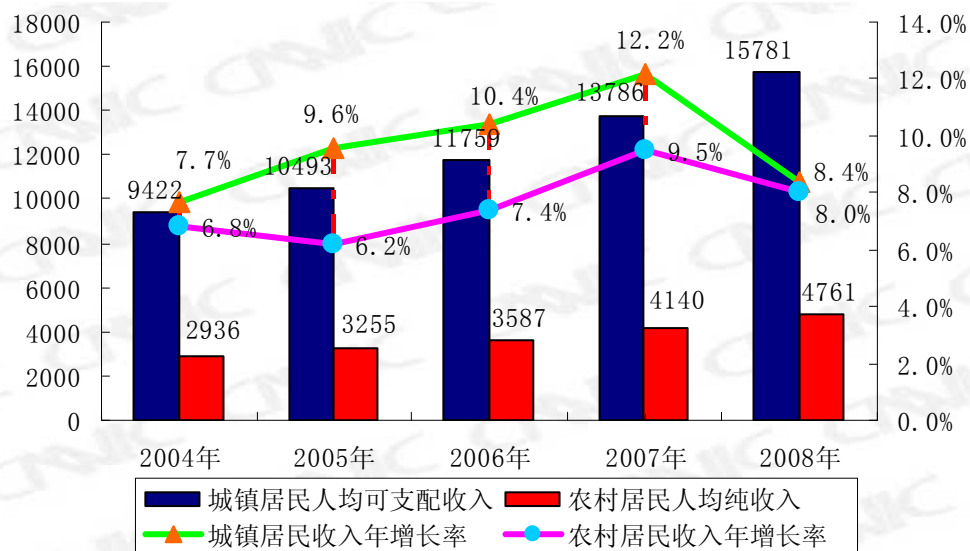


图 1 城乡居民人均收入比较¹

¹ 数据来源：国家统计局。

二、 电信发展状况

互联网的快速发展离不开电信基础设施的支持。2008 年，是我国电信业改革发展的重要一年，也是电信业遭遇严峻挑战和考验的一年。在党中央、国务院的正确领导下，我国电信业认真贯彻落实科学发展观，全面推进企业改革重组、3G 牌照发放等一系列重大决策，全力做好抗击雨雪冰冻灾害、抗震救灾和奥运通信保障工作，积极应对国际金融危机，全行业保持平稳健康发展，企业业务与战略转型更加深入，在推进国民经济和社会信息化建设中继续发挥重要支撑作用。

截至 2008 年 12 月，全国光缆线路长度净增 99.1 万公里，达到 676.8 万公里。其中，长途光缆线路长度达到 79.3 万公里。固定长途电话交换机容量达到 1704.6 万路端，局用交换机容量（含接入网设备容量）达到 50878.9 万门。移动电话交换机容量净增 28854.6 万户，达到 114350.8 万户。基础电信企业互联网宽带接入端口净增 2388.8 万个，达到 10928.1 万个。全国互联网国际出口带宽达到 640286Mbps，同比增长 73.6%。

表 1 2008 年主要电信能力指标增长情况²

指标名称	单位	2008 年	比上年末净增
光缆线路长度	公里	6767957	990669
其中：长途光缆线路长度	公里	792554	400
固定长途电话交换机容量	万路端	1704.6	-4.7
局用交换机容量	万门	50878.9	-155.7
移动电话交换机容量	万户	114350.8	28854.6
互联网宽带接入端口	万个	10928.1	2388.8
互联网国际出口带宽	Mbps	640286	271360

目前居民个人接入互联网主要有两种方式：xDSL 接入和以手机设备为主的窄带接入，这两种方式分别需要固定电话网络的铺设和手机的拥有。2008 年，全国电话用户净增 6909.2 万户，总数达到 98203.4 万户，移动电话用户与固定电话用户的差距超过 3 亿户。2008 年是移动电话用户增长最多的一年，全国移动电话用户净增 9392.4 万户，达到 64123.0 万户，移动电话用户在电话用户总数中所占的比重达到 65.3%。移动电话普及率达到 48.5 部/百人，比上年底提高 6.9 部/百人。移动电话的迅速增长与 2008 年移动通信资费下降和国产手机的迅速普及密切相关。2008 年移动通信资费下降明显，移动电话用户基本实现单向收费（包

² 数据来源：工业和信息化部，2008 年电信业统计公报。

括准单向收费），移动长途和漫游资费也大幅下降。与此形成对比的是 2008 年全国固定电话用户减少 2483.2 万户，达到 34080.4 万户。固定电话普及率为 25.8 部/百人，比上年底下降 2.0 部/百人。其中，城市电话用户减少 1660.2 万户，达到 23199.5 万户；农村电话用户减少 823.0 万户，达到 10881.0 万户。

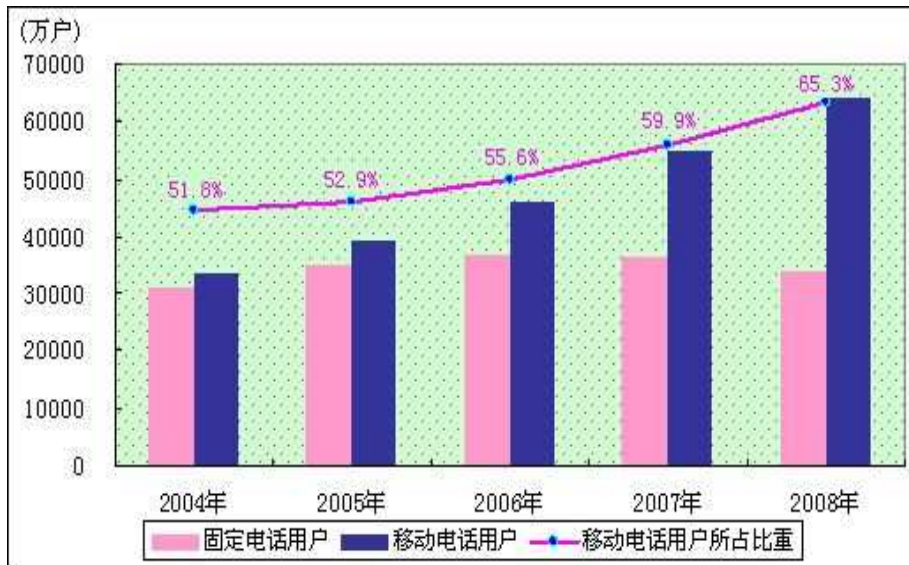


图 2 2004 年-2008 年移动电话用户所占比重³

农村信息化建设是保证全国信息化健康发展的关键，为了让信息技术与服务惠及亿万群众，落实 2010 年基本实现全国“村村通电话，乡乡能上网”目标，政府主管部门和电信运营企业正在积极推进农村信息化进程：

1. 2008 年，各家基础电信企业用于村通工程和农村信息化建设方面的工程直接投资达到 122 亿元。

2. 自然村、行政村通电话方面：2008 年，全年共为 30996 个 20 户以上的无电话自然村新开通电话，全国通电话自然村的比重达到 92.4%；为 1322 个无电话行政村新开通电话，全国通电话行政村的比重达到 99.7%；还为新疆、黑龙江等地 1047 个建设兵团连队和林场矿区新开通电话。

3. 农村互联网建设方面：2008 年，全年共为 593 个乡镇提供上网接入、601 个乡镇开通宽带，目前全国 98% 的乡镇能上网、95% 的乡镇通宽带，全国有 27 个省份已经实现“乡乡能上网”。2008 年，全年共为 12364 个行政村开通互联网，全国能上网的行政村比重达 89%，已有 19 个省份基本实现行政村“村村能上网”。

³ 数据来源：工业和信息化部，2008 年电信业统计公报。

4. 农村信息服务方面：适农业务和平台推广迅速，农村信息化步伐不断加快。“农信通”、“农民用工信息平台”、“信息田园”等农村综合信息服务平台得到进一步完善和扩大。“乡乡有网站”项目已在安徽等8个省份试点，免费建成乡镇政府网站1600多个，免费培训乡镇信息员2000余人。宁夏、四川等近10个省份推行了县信息中心、乡信息站、村信息员的农村信息网络模式。部分农村通过“通信光缆+机顶盒”方式，在一条线路上实现了电话、互联网和广播电视的共享传送。

三、 互联网发展状况

(一) 农村网民总体规模

中国互联网处于快速发展时期，网民规模增长快速，互联网普及率不断实现飞跃。截至2008年12月底，中国网民规模达2.98亿人，较2007年增长了8800万人，年增长率达41.9%，互联网普及率已经达到22.6%，略高于全球平均水平。

农村互联网的快速发展，是中国整体互联网快速发展的关键环节，也是中国互联网未来发展的潜力所在。据统计，在2008年新增的8800万网民中，新增的农村网民有3190万人，农村网民规模已达到8460万人，年增长率超过60%，远高于城镇网民35.6%的增长率。

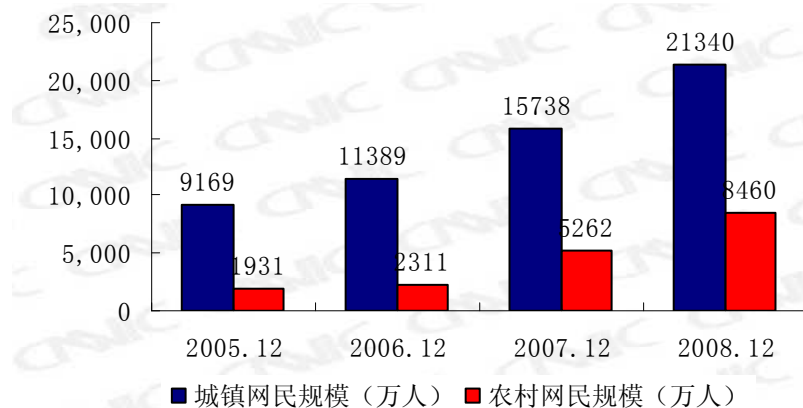


图 3 城镇和农村网民规模对比

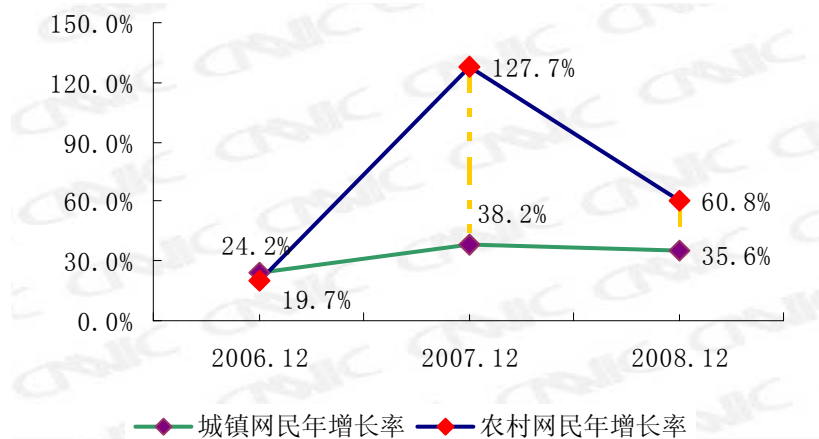


图 4 城镇和农村网民增长率对比

农村互联网的快速发展与如下因素密不可分：

第一，农村党员干部现代远程教育工程的深入推广，建设了一大批远程教育终端接收站点，这些站点对互联网的发展起到了客观的推动作用。

第二，农村信息服务站建设工作的扎实推进为农民上网提供了终端设备与场所；农村信息化建设逐渐成为农业和农村基础设施建设的重要内容，更是我国信息化建设健康发展的重要保证。

第三，配合远程教育工程的推进和农村信息服务站的建设，为了让信息技术与服务惠及亿万农民群众，政府主管部门和电信运营企业正在积极推进自然村通电话和行政村通宽带工程，电信运营商为广大农村地区提供了资费优惠政策，从而客观上推动了这些地区的互联网使用。

（二）城乡网民规模的差异

目前，城镇与农村的互联网发展水平仍然存在很大的差异，城镇居民的互联网普及率是 35.2%，农村仅为 11.7%。对比 2004 年以来中国城乡互联网的发展差距，可以看到：当社会整体的互联网普及率快速增长时，因为经济发展水平、教育程度、年龄和职业结构等等因素的差异，城镇居民在互联网接入的硬件条件上和“软件条件”即自身的互联网消费能力和使用素养方面更具有优势，使城镇互联网的普及速度要快于农村互联网的普及速度，从而使城乡互联网发展差距有拉大趋势。但是，随着互联网网民结构的不断优化，互联网逐步向女性群体、低学历群体的渗透，城乡互联网的差距将逐步得到改善，中国的广大农村也将成为未来互联网产业最具潜力的市场。

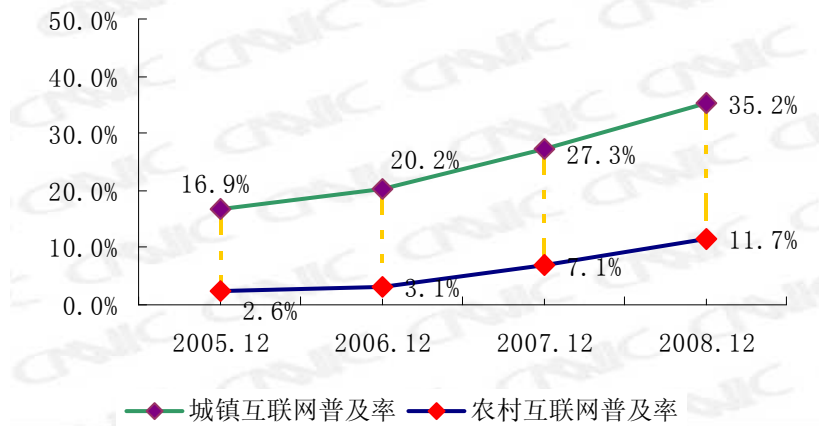


图 5 城镇和农村互联网普及率对比

(三) 农村网民分布的区域差异

从区域分布上看，“数字鸿沟”不仅仅存在于城乡之间，也存在于东中西部地区之间。网民依然多集中在东部地区，尤其是农村网民分布的区域差异更为明显，超过50%的农村网民集中在东部农村地区，这与不同区域的经济水平密切相关。

对不同区域的网民构成特征进行分析表明，目前中西部农村网民性别比例严重失衡，男性网民比例高于女性20%多，网民的平均收入也低于东部地区。其中，西部地区的互联网发展特征较为突出，学生用户所占比例近50%，网吧是互联网服务的最主要渠道，这对西部地区的网络文化市场监管工作提出了更高的要求。

与2007年相比，东部地区的网民所占比例降低了8.5%，而中部地区上升了大约7.9%，西部地区网民比重也略有增长。随着农村网民的快速增长，城乡之间的数字鸿沟将得以改善，同时，农村不同区域之间的数字鸿沟也在逐步缩小。

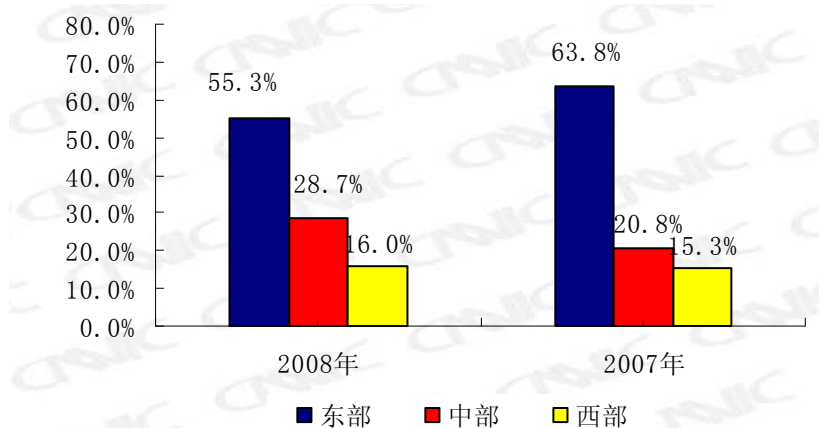


图 6 2007-2008 农村网民区域分布对比

第二章 农村网民构成特征

一、性别结构

从中国网民整体的性别结构来看，男女性别比例日趋均衡，网民性别结构不断优化，趋近于中国总人口的性别结构。但是，城乡之间的网民性别结构仍然有较大的差异。城镇网民中的性别分布基本均衡，但农村网民的性别分布差距仍较大，男性所占比例为 57.4%，高出女性 14.8%。

与 2007 年相比，农村的女性网民所占比重提高了 5.3%。女性网民所占比重的增长，将会带动部分偏于女性网民的网络应用的发展；与此同时，农村女性对互联网的应用，对其价值观念、生活能力以及就业能力的提高将会有一定的帮助。

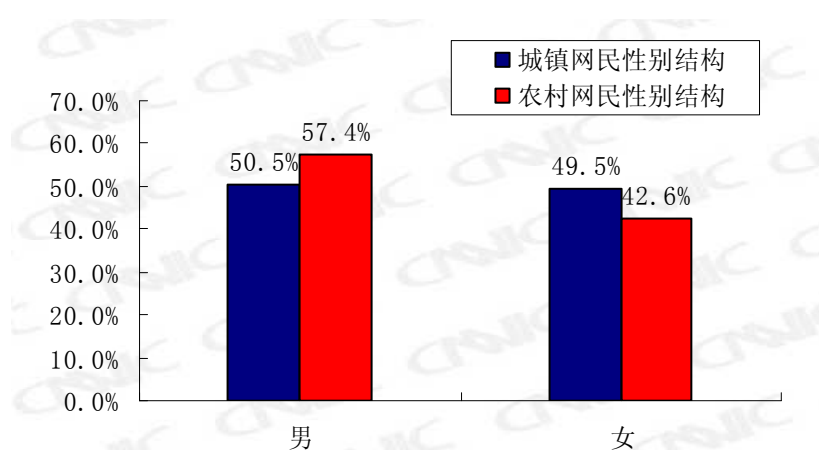


图 7 城镇和农村网民性别结构对比

二、年龄结构

目前，30 岁以下的年轻群体仍然是我国网民构成的主体，该群体占总体的 2/3 以上（67.1%）。而农村网民则更加趋于年轻化，农村网民中 30 岁以下群体所占比例高达 76.9%，其中 10~19 岁的未成年网民所占比重高达 46.5%。农村网民的年轻化，决定了农村互联网的娱乐倾向较强。由于 10~19 岁的网民群体正处在学龄时期，社会化程度较低，心理认知和行为控制能力尚不成熟，所以，在学习和生活中，应该注重加强对该群体的网络社会化教育。

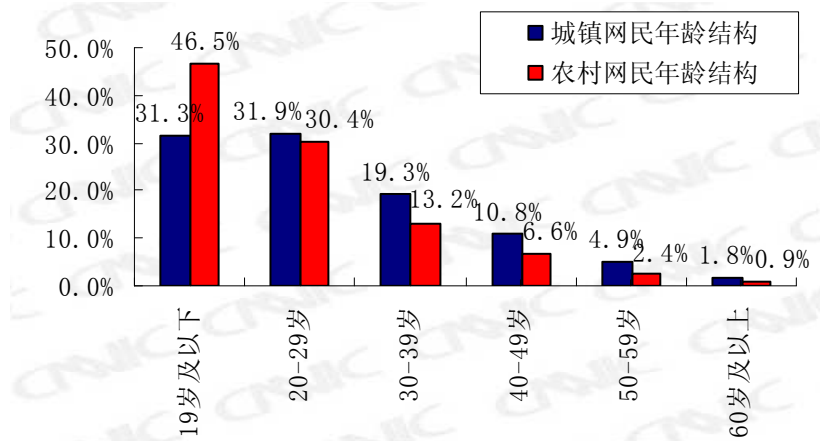


图 8 城镇和农村网民年龄结构对比

三、 学历结构

城镇与农村网民之间的学历分布差异比较明显，农村网民文化水平相对较低。农村网民中，初中及以下学历的网民占 49.4%，远高于城镇中 27.0% 的占比。其中，初中文化程度的农村网民比例达到 42.3%，比城镇高 20.0%。与 2007 年相比，农村初中文化程度的网民所占比例增长了 3.9%，互联网正在向中国农村的低学历人口渗透。

网络音乐、网络视频、网络游戏等互联网娱乐功能是吸引农村低学历群体使用互联网的主要因素。所以，在农村开展互联网普及工作时，要充分考虑农村网民偏年轻化、学历较低等实际情况。一方面力图使网站信息通俗易懂，网络应用工具简单易用；另一方面，要加强互联网娱乐内容的文化建设，吸引越来越多的农民使用互联网，丰富广大农民的文化生活。同时，更要针对低学历和低龄人群的学习和生活需要，提供服务和支撑，使互联网切实为广大农村网民的生产和生活提供更多的帮助。

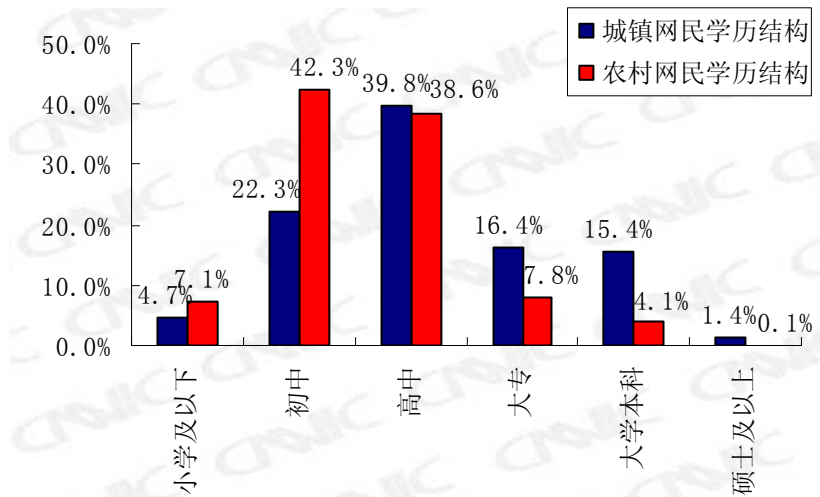


图 9 城镇和农村网民学历结构对比

四、 职业结构

从农村与城镇网民职业结构的对比来看，农村网民中学生群体所占的比例高达 38.8%，比城镇网民中学生群体所占比例高 7.6%。除学生外，无业、下岗、失业和农林牧渔劳动者在农村网民中所占比例也较高。所以，积极促进农村剩余劳动力的就业，满足农村产业劳动者对农业专项知识需求、提升农村产业劳动者的生产技能，是农村互联网建设和发展的主要方向。

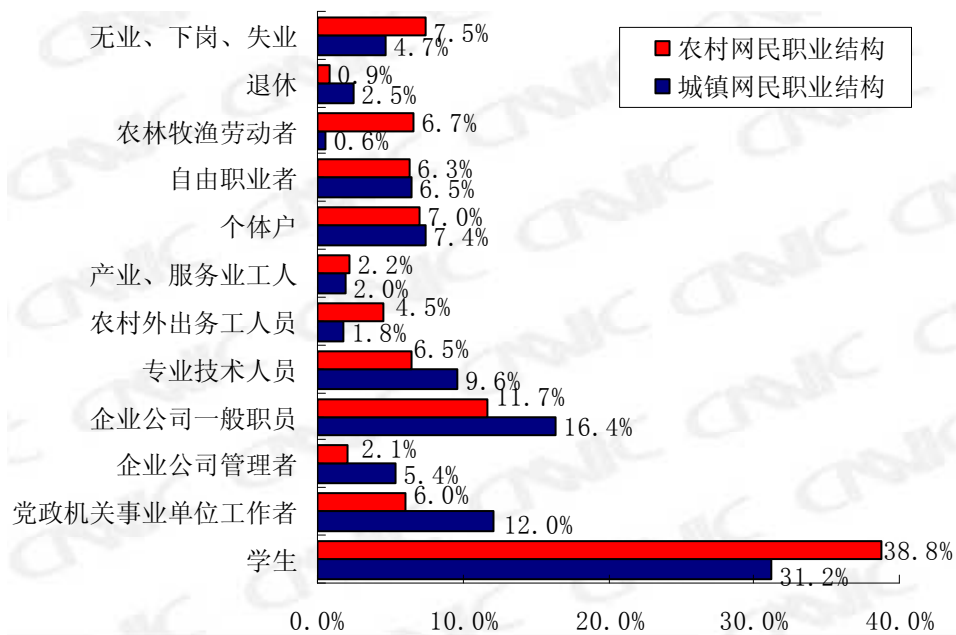


图 10 城镇和农村网民职业结构对比

五、 收入结构

中国农村整体的经济发展水平落后于城镇，中国农村与城镇网民的平均收入水平差距也较大。农村月收入 1000 元以下的网民占 54.7%，比城镇高出 15.3%。农村网民收入水平偏低，一方面是受农村整体经济水平偏低的影响；另一方面，农村网民构成中学生群体所占的比例较高也是重要原因。

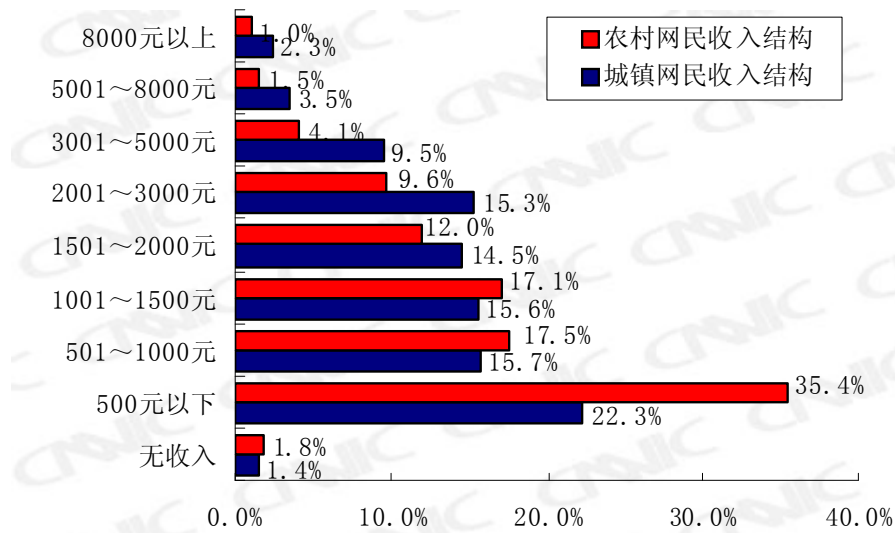


图 11 城镇和农村网民学历结构对比

第三章 农村网民的网络应用

一、农村网民的上网时间

目前，农村网民的平均上网时长约 13.1 小时/周，与 2007 年相比，农村网民平均每周上网时间增加了近 1 小时。但是，仍比城镇网民 17.9 小时/周的使用深度要浅，这与农村网民的构成有一定关系。农村网民中，上网时长最短的群体是学生，而学生在农村网民中占 38.8%，是农村网民中所占比重最大的构成群体。农村网民中，在互联网上花费时间最多的是企业的管理者，但该群体仅占农村网民的 2.1%。

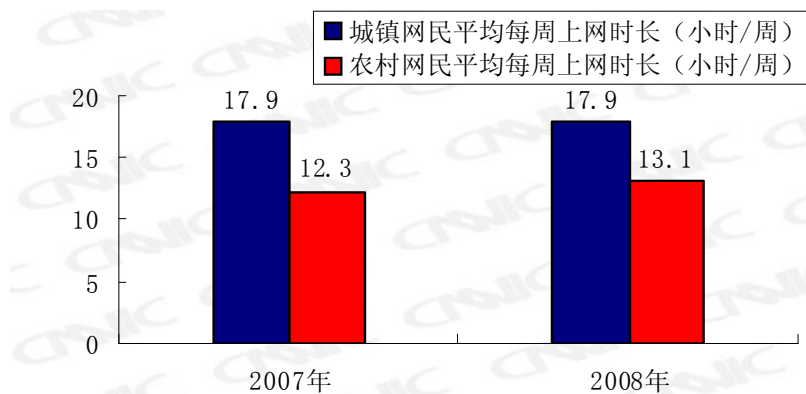


图 12 2007 年-2008 年城乡网民上网时长对比

二、农村网络应用概述

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)对互联网各种应用所做的分类，将农村网民的互联网应用分为如下几类：网络媒体、互联网信息检索、网络通讯、网络社区、网络娱乐、电子商务、网络金融和网络教育等。目前，中国农村网民的网络应用数量平均为 6.0 个，比城镇少 1.5 个。上网时间和网络应用的数量能够客观反映网民使用互联网的程度，花费在互联网上的时间越多，网络应用越丰富，则网民的互联网使用越深。据统计，农村网民的主要网络应用使用率如下表所示：

表 2 农村网民的网络应用情况

类型	具体应用	城镇使用率	农村使用率	农村用户规模	城乡差距
网络媒体	网络新闻	82.3%	68.7%	5,810	13.7%
信息检索	搜索引擎	71.7%	58.6%	4,955	13.2%
	网络求职	19.4%	16.7%	1,411	2.8%
网络通讯	电子邮件	61.5%	45.0%	3,807	16.5%
	即时通信	77.0%	71.0%	6,004	6.0%
网络社区	拥有博客	56.7%	48.3%	4,085	8.4%
	更新博客	68.6%	53.9%	3,900	14.7%
	论坛/BBS	35.1%	19.9%	1,682	15.2%
	交友网站	19.8%	17.9%	1,518	1.9%
网络娱乐	网络游戏	63.9%	60.1%	5,085	3.8%
	网络音乐	84.8%	80.8%	6,836	4.0%
	网络视频	70.6%	60.3%	5,102	10.3%
电子商务	网络购物	28.5%	15.4%	1,302	13.1%
	网络售物	4.1%	2.8%	235	1.3%
	网上支付	20.9%	9.5%	800	11.4%
	旅行预订	6.8%	2.6%	221	4.2%
网络金融	网上银行	23.2%	9.5%	800	13.7%
	网络炒股	14.2%	4.2%	359	10.0%
网上教育	网上教育	17.9%	13.0%	1,103	4.9%

三、农村网民的信息获取情况

信息时代，农村信息资源匮乏将是社会主义新农村建设的发展瓶颈，也将成为拉大城乡之间发展差距的决定因素。互联网具有信息储量大、信息全面、查询方便、信息更新及时等优势，对于地理位置较偏僻，交通相对不便利的农村而言，互联网无疑是给广大农村提供了方便快捷的信息渠道。所以，将互联网的信息获取优势有效地应用到农村的生产、生活中，是提高农村信息化服务水平的真正意义所在。

新闻信息浏览、搜索引擎应用和网络求职应用等都是信息获取的重要方式。目前，中国农村网民中有 68.7% 的网民使用互联网浏览新闻信息，比城镇低 13.6%，这主要与中国农村居民获取新闻信息的媒体使用习惯有关。2008 年，农村搜索引擎用户净增长了 1976 万人，年增长率超过 60%。目前，搜索引擎在农村网民中的使用率为 58.6%，比 2007 年提升了 2.0%。搜索引擎是网民在互联网上获取信息的重要工具，作为互联网的基础应用，搜索引擎在农村

的使用率还不高，比城镇低 13.1%。网络求职的城乡使用率差距不大，与 2007 年相比，农村网络求职的使用率增长了一倍多，达 16.7%，互联网日益成为农村网民就业、求职的重要信息渠道。

根据农村网民年龄偏年轻化、文化程度和收入水平偏低，以及学生群体所占比重较大等特征，结合农村网民的信息需求，在农村信息化建设中，首先要以农民利益为目标导向，注重实用性和实效性，及时掌握农民真正想了解的信息、对农民生产和生活有用的信息，使互联网切实有效地服务于新农村建设。这就需要建立高素质的信息员队伍，让有价值、有针对性的信息到达农民手中，发挥作用。同时，要让信息获取的程序、操作方法变得简单易行，还要降低广大农民信息资源获取的成本，让农民以低成本获取生产和生活中的有价值信息，只有这样才能增强农业信息的生命力。

针对农村大量的未成年网民和学生网民，网络教育成为农村信息化建设的重要环节。目前，在中国 7 亿多农民中，网络教育的使用者仅为 1100 多万，这对于教育资源匮乏的农村来讲，既阻碍了互联网在农村的健康、持续发展，同时也将会使城乡之间的教育落差再次加大。所以，必须重视农村学校的互联网普及和推广，将网络教育作为一种常规教育。开设互联网应用和心理等教育课程，培养农村网络世代的互联网应用素养。

四、 农村网民的娱乐应用情况

目前，互联网对广大农民的吸引更多的来源于网络的休闲娱乐功能。在中国农村，网络音乐、网络视频、网络游戏以及网络聊天成为农村网民使用互联网的主要目的，其用户的规模均超过了 5000 万人。其中，网络游戏的渗透速度较快，与 2007 年相比，中国农村网络游戏用户年净增长 2022 万人，年增长率达 66.0%。

农村互联网娱乐化应用虽然能够大量激发“触网”兴趣，提升互联网的普及率，但是如果对互联网的应用持续局限在聊天、游戏、听音乐、看电影等休闲娱乐方面，将会大大阻碍广大农民阶层通过互联网改善自身社会和经济地位的发展路径，有可能造成城乡数字鸿沟的进一步扩张，再次拉大不同地区的社会经济地位差距。所以，积极引导互联网由娱乐化应用向价值应用延伸，让广大农民从网络求职、网络购物、网络政治参与中创造和获取价值，使得互联网的价值走进每一个农民，是互联网在农村发展的重要意义所在。

五、农村网民的网络互动情况

随着 Web2.0 时代的兴起，网民已经不仅仅是网络传媒的单向受众，使用互联网的每个人，不单单是信息的需求者和获取者，同时还是信息的编辑者和创造者，互联网的参与互动性，为民众参与社会事务管理、发表意见提供了一个很好的平台。由于中国的农村地区信息获取和发布的渠道相对匮乏，居民的文化水平较低。因此，广大农民公共参与意识和政治民主意识相对薄弱，在社会中的话语权较弱，影响社会的能力较低，从而使农村地区的民主进程也比城市缓慢。而互联网的诸多特性正好为广大农民群众提供了一个很好的公共参与平台。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）对网民参与度的分析，农村网民在互联网上发帖的比例为 39.4%，回帖的比例为 51.3%，虽然与城镇网民的参与度相比仍然有一定的差距。但与 2007 年的对比来看，中国农村网民通过互联网参与公共舆论的积极性有所提高。

第四章 农村网民网络生活形态研究

一、 总体分析

随着中国农民生活水平的不断提高，互联网作为一种新兴的互动媒体、信息渠道、生活平台开始走进农民的生活，并逐步渗透到农民生活的各个层面。由于农民对互联网的认识不足，只是在接触中逐渐了解与把握它们，并逐渐形成新的价值观念和生活态度，这些认知心理潜移默化地影响着农村网民的行为方式，并再次塑造着新的价值观念和生活态度。

根据中国互联网络信息中心第 23 次《中国互联网发展状况统计报告》的调查，研究人员对比了城镇和农村网民在 6 种与互联网相关的价值观念上的表现，具体分析如下表：

表 3 城镇和农村网民对生活形态语句的认同度

分类	语句	城镇认同度	农村认同度	总和
生活助手	离了互联网，我无法工作学习	39.6%	37.3%	39.0%
	没有互联网，我的娱乐生活会很单调	59.6%	57.9%	59.1%
	网上办事减少了我很多亲临实地的麻烦	70.5%	66.0%	69.3%
信息渠道	重大新闻我一般都首先从互联网上看到	63.4%	57.5%	61.8%
	遇到问题时，我首先会去网上找答案	67.3%	57.5%	64.6%
交往工具	通过互联网我认识了很多新朋友	62.9%	72.5%	65.4%
	互联网加强了我与朋友的联系	81.7%	84.9%	82.5%
社会隔离	互联网时代，我感觉更孤单	19.2%	22.1%	19.9%
	互联网减少了我与家人相处的时间	28.5%	30.6%	29.0%
网络信任与安全	我在互联网上填写注册信息是真实的	48.2%	45.7%	47.5%
	在网上进行交易是安全的	29.3%	22.9%	27.6%
社会参与	互联网是我发表意见的主要渠道	40.9%	44.5%	41.9%
	上网以后，我比以前更加关注社会事件	76.6%	77.6%	76.9%

总体来看，由于中国城乡网民的网络应用深浅不一，因而城镇和农村网民对互联网的认知和态度也略有差异。城镇网民对互联网的生活辅助作用、信息渠道功能及对互联网的信任感和安全感的认同度均高于农村网民。而农村网民较为认同互联网在拓展和加深人际关系方面的作用，从社会参与的认同度来看，互联网对于农村网民的民主参与意义重大。随着互联网对农村网民的渗透，互联网给农村网民带来的社会隔离感也明显高于城镇网民。

二、不同应用深度的农村网民在生活形态上的对比

互联网的应用深度可以从多个角度测量，例如上网花费的时间、网民的网龄、上网频率、网络应用的使用数量等。由于农村网民在对互联网的认知上还处于逐渐了解和把握的过程，所以这里我们主要根据不同上网时长和不同应用数量对农村网民的网络应用深度进行分析。随着网民互联网应用深度的逐步加深，网民的网络生活和现实生活之间的关系，以及网络社会的信任机制，一直受到社会的广泛关注。因此，通过对“社会隔离”和“信任与安全”的认同度分析，来观测农村网民使用互联网的认知情况。

由于农村多数网民使用互联网时间较短、网络应用尚浅，因此城乡网民之间对互联网的“信任与安全”的认同度存在一定差异，农村网民的信任感略低于城镇。农村网民对互联网上的风险和不安全因素的防范能力较弱，农村网民在网络聊天、网络游戏等主要的应用中，可能会遇到过不同程度的欺骗和伤害，从而引致农村网民整体对互联网的信任感和安全感较低。但随着农村网民对互联网的接触越来越深，使用互联网的时间越长，网络应用越丰富，对一些互联网的陷阱和假象的区分和防范能力也会逐渐增强。

网络聊天、网络游戏等是目前中国农村网民的主要网络应用，这两种网络应用的特质直接引致农村网民社会隔离感较高，网络安全感和信任感较低。网络聊天一方面拓展了个人的人际关系，但这种人际关系多为不真实和虚拟的关系，不足以支撑个人的真实交往需要，在这种关系中徘徊的时间越长，就有可能产生家庭、朋友关系的疏离，产生空虚和孤独感。甚至于降低个人现实社会的交往能力，造成人际交往中的挫败。农村网民中的年轻群体、学生群体是网络游戏的青睐者，由于该人群的认知心理尚不稳定，行为控制能力尚不成熟，所以，很容易在网络游戏的虚拟“人生”中过度迷恋，由此导致家庭关系紧张、生活质量下降等，这些社会负面影响有可能成为社会的不稳定因素，所以建议广大网民适度上网，合理安排时间。

表 4 不同上网时长的农村网民对生活形态语句的认同度

		2 小时 以下	2-5 小 时	5-10 小时	10-20 小时	20-40 小时	40 小 时及 以上
社会 隔离	互联网时代，我感觉更孤单	18.3%	21.4%	21.7%	23.2%	25.6%	23.3%
	互联网减少了我与家人相处的时间	30.8%	27.7%	31.5%	25.9%	38.4%	31.1%
信任与 安全	我在互联网上填写注册信息是真实的	42.7%	44.3%	45.3%	44.4%	53.3%	47.2%
	在网上进行交易是安全的	20.0%	21.5%	20.9%	26.5%	27.9%	27.6%

表 5 不同应用数量的农村网民对生活形态语句的认同度

		3个及 以下	4-6个	7-9个	10-12 个	12个以 上
社会隔离	互联网时代, 我感觉更孤单	28.3%	20.5%	18.8%	22.5%	29.6%
	互联网减少了我与家人相处的时间	32.9%	30.2%	29.4%	28.4%	41.3%
信任与 安全	我在互联网上填写注册信息是真实的	40.0%	43.3%	49.2%	52.5%	63.7%
	在网上进行交易是安全的	17.4%	19.9%	23.9%	35.0%	54.2%

第五章 农村网吧发展状况

一、农村网民的上网地点

经济发展水平是制约网民选择上网场所的关键因素。一方面，经济发达地区居民人均收入水平较高，个人电脑的拥有率较高，其互联网消费支付能力也较强；另一方面，经济发达地区网络接入也较发达，能够提供更好、更便捷的上网服务，网民对上网场所选择的自由度较高。而经济相对落后的地区，受上网设备和网络接入条件的限制，网民选择上网的场所有很大差异。

目前，家庭和网吧仍然是网民上网的最主要的两个场所。但是，受上述因素影响，城乡网民上网场所的选择侧重有所不同。农村家庭上网的人群比例为 68.0%，比城镇低 14.3%；而农村的网吧经济较为繁荣，网吧网民比例为 54.2%，比城镇高 16.2%。分析表明，对于城镇网民而言，家庭上网是绝对主流；但对于农村网民而言，家庭和网吧几乎同等重要。

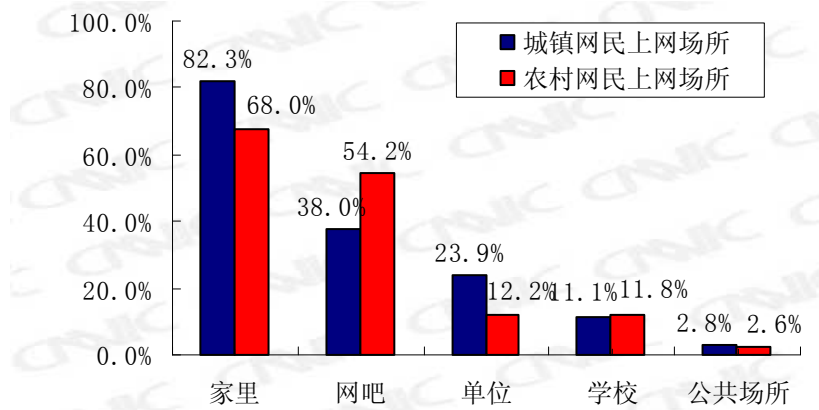


图 13 城镇和农村网民上网场所对比

不同地区农村网民的上网场所差异也较大，东部地区经济较发达，家庭上网的网民比例高于其他地区，而西部地区的网民，网吧是其上网的主要场所。

表 6 东中西部地区网民上网场所对比

	东部	中部	西部
家里	71.8%	68.3%	54.4%
网吧	46.4%	59.2%	72.0%
单位	13.6%	10.3%	10.9%
学校	11.4%	9.8%	16.7%
公共场所	2.6%	1.7%	4.0%

二、农村网吧上网现状

对于农村网民而言，网吧与家庭几乎居于同等重要的位置，网吧成为广大农村网民进行网上生活的重要场所，随之也带动了农村网吧经济的繁荣。8460 万农村网民中，网吧网民人数已达到了 4585 万人，年增长率达 79.7%。其中，只在网吧上网的网民占农村网民总数的 9.3%，约有 787 万人。

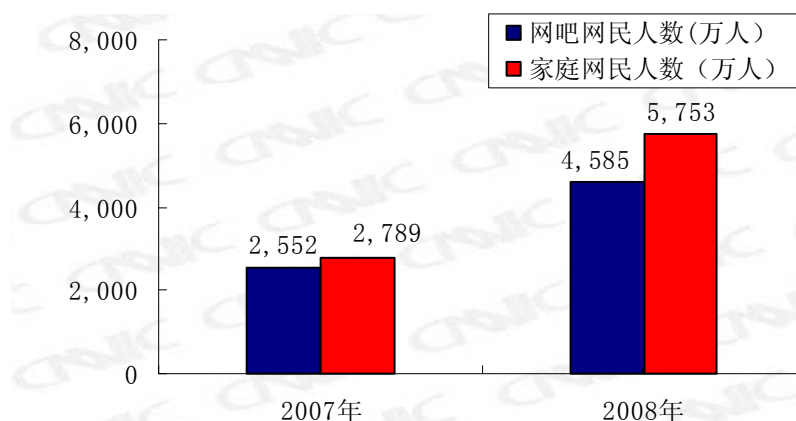


图 14 2007 年-2008 年农村网吧网民规模

在农村网吧上网的人群以男性为主，约占 60.9%。与 2007 年相比，农村男性网吧网民所占比重减少了 12.4%，说明农村的女性也开始走入网吧进而接触互联网。农村网吧网民中学生群体占 44.5%，农村网吧网民的收入水平要低于农村网民整体的平均水平，收入在 1000 元以下的群体所占比例达 57.2%。

农村网吧网民平均每周上网时长约为 12 小时，比非网吧网民的上网时长少 2 小时，这主要与网吧网民中学生群体的大量存在有关。网吧网民平均每人有 6.4 个网络应用，高于农村非网吧网民的互联网应用数量。分析表明，通过即时通讯工具进行网络聊天比较受网吧网民的青睐；而通过对论坛回帖和发帖的统计分析发现，农村网吧网民在网上的参与度高于非

网吧网民。网络游戏是网吧网民的主要娱乐项目，其中以对战平台游戏和大型多人在线游戏为主，网络视频和网络音乐的使用率也高于非网吧网民。总体来看，农村网吧网民使用互联网更具娱乐倾向。

农村网吧网民对互联网拓展和加深人际关系的认同度较高，同时，互联网也使网吧网民越来越感受到与社会的隔离。

表 7 农村网吧网民对生活形态语句的认同度

		农村非网吧网民认同度	农村网吧网民认同度
交往工具	通过互联网我认识了很多新朋友	67.7%	76.5%
	互联网加强了我与朋友的联系	81.5%	87.7%
社会隔离	互联网时代，我感觉更孤单	25.3%	19.4%
	互联网减少了我与家人相处的时间	32.4%	29.1%
信任与安全	我在互联网上填写注册信息是真实的	47.4%	44.4%
	在网上进行交易是安全的	23.5%	22.4%

三、农村未成年人网吧上网情况

农村 8460 万网民中，18 岁以下网民所占比例为 34.4%，即有 2910 万未成年农村网民。与 2007 年相比，中国未成年农村网民净增长了 1537 万人，年增长率超过了 100%。农村未成年网民中，男女性别比为：48.8：51.2，性别结构较均衡，随着女性未成年人群的增长，未来农村网民性别结构将得到优化。农村未成年网民中，81.6% 都是学生，学生大量进入网吧上网，严重影响了学生的学业，加强对未成年人规范上网的引导，是当前教育面临的重要问题。

农村未成年网民中，有 61.6% 的未成年网民在网吧上过网，即有 1793 万农村未成年网民出入网吧。农村未成年人出入网吧的情况比城镇要普遍的多，同期城镇未成年人在网吧上网的比例为 42.2%，比农村低 19.4%。农村未成年网吧网民平均每周上网 7.9 小时，比农村未成年网民整体的互联网使用程度要深。未成年人网吧上网主要以娱乐为主，交友聊天、网络游戏的使用率较高。研究发现，农村未成年网吧网民对互联网加深现实人际关系深度方面的作用较为认同，而对网络世界的信任感则较低。

第六章 农村手机上网的发展状况

一、农村网民的上网设备

根据国家相关部门统计，2008 年手机与固定电话之间的用户规模差距已经超过 3 亿，手机的普及率是 48.5 部/百人，而固定电话的普及率是 25.8 部/百人，随着固定电话用户的减少，手机用户的增长，3G 应用的发展，手机作为上网终端迅速崛起。

台式电脑依然是网民上网的主要设备，但由于农村人均年收入较低，消费支付能力有限。因此，在农村地区网民的上网设备相对匮乏之际，手机以较低的价格获得农村网民的青睐，成为农村网民上网设备的有益补充。同时，农村手机上网也将成为未来移动互联网产业关注的焦点。

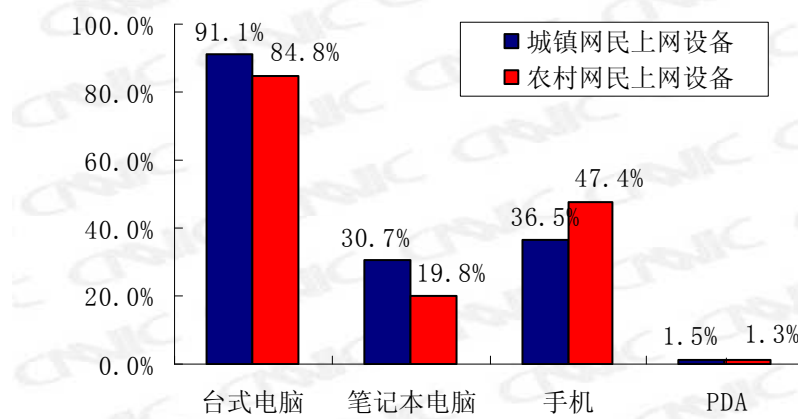


图 15 城镇与农村网民上网设备对比

二、农村的网络接入方式

从城乡网民互联网接入方式来看，宽带上网虽然是农村网民上网的主要接入方式，但农村宽带网民所占的比例仍比城镇低 11.8%。农村互联网基础设施条件是农村宽带网民偏低的外部原因，而农村居民对互联网的需求意识，及其互联网的消费支付能力和使用素养是制约农村互联网发展水平的内在原因。

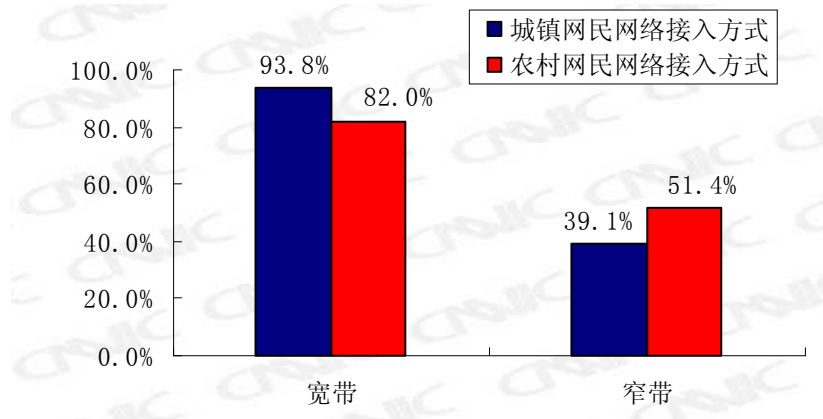


图 16 城镇与农村网民网络接入方式对比

农村网民中有 51.4% 使用过窄带接入，从窄带网民所使用的上网设备可以看出，目前的窄带接入更多的是手机等移动互联网的无线接入。由于宽带和窄带之间存在复用，在农村网民中，只使用窄带接入的网民占农村网民总体的 18.0%，也就是说有 1500 多万农村网民只使用窄带接入，占全国只使用窄带接入的网民总体的 54.4%。针对只使用窄带接入的农村网民上网设备进行分析，手机是该群体最常使用的上网设备。

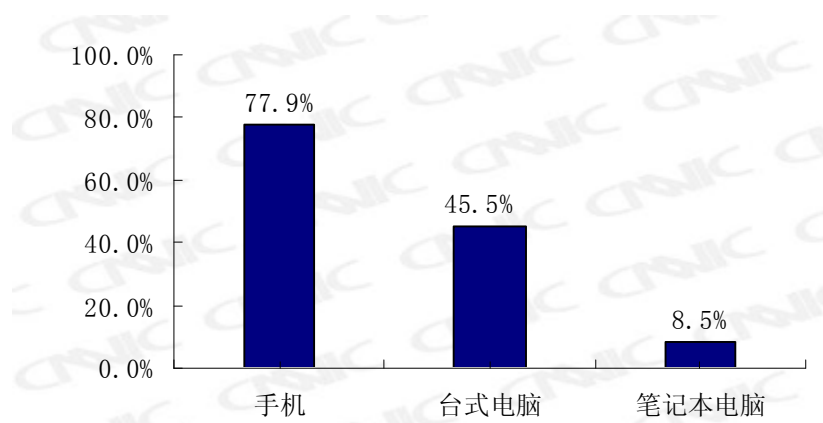


图 17 仅使用窄带接入的网民使用的上网设备

三、农村手机上网现状

2008 年是中国移动电话用户增长最多的一年，全国移动电话用户达到 64123.0 万户。在手机日益普及的条件下，手机数据业务和手机上网，成为新农村建设的重要手段。目前，手机上网在广大农村地区的渗透率高于城镇，但由于农村网民规模远低于城镇，因此农村手机上网的用户规模和城镇依然有一定差距。截至 2008 年底，中国手机上网用户达到 1.2 亿，城镇手机上网用户 7789 万人，占城镇网民总体的 36.5%。农村手机上网用户约为 4010 万人，

占农村网民总体的 47.4%。

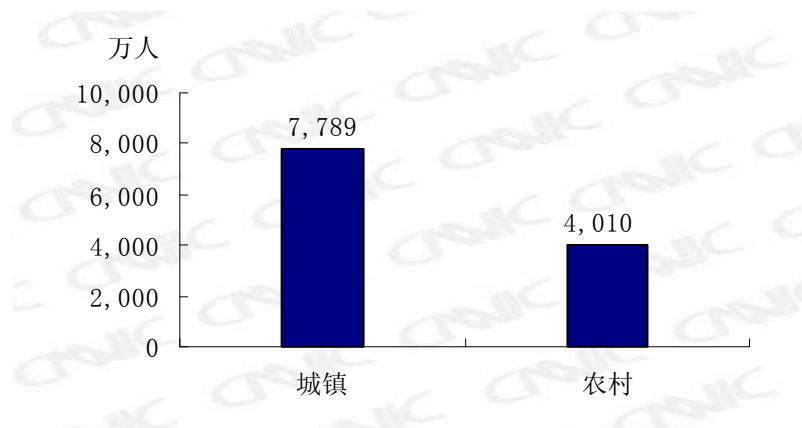


图 18 城镇与农村手机网民规模对比

农村手机网民中，男性用户所占比例约为 63.0%，84.4%的手机网民用户年龄在 30 岁以下，在校学生和公司职员是农村手机上网用户的主要构成群体，与非手机网民相比，手机上网用户的月收入较高，有 16.8%的用户月收入 2000 元以上。

农村手机网民的互联网应用程度较深，平均每周使用互联网 14.2 小时，平均每人使用 6.4 个网络应用，均高于农村未使用手机上网用户的使用深度。

根据对中国农村手机网民的构成及网络行为深度的分析，农村手机网民是农村网民中价值较高的用户群体，应该针对该部分人群对农村手机上网的潜力进行深入挖掘。

四、农村手机上网前景展望

目前中国农民使用手机仍更多的局限于电话业务和短信业务，由于手机上网的资费问题和技术上的困难尚未有效解决，所以，中国农村与城镇对手机上网的应用还存在较大的差距。但从 2009 年 2 月 1 日，手机被列入“家电下乡”工程以来，在国家政策的鼓励号召下，各大运营商“手机下乡”活动已经全面展开，手机作为通讯工具，在中国广大农村将会迅速普及。2009 年，随着中国 3G 应用的发展，手机上网也将进入快速发展时期，农村手机上网市场的前景可期，农村通信市场将会成为中国互联网快速增长的新动力。

第七章 农村互联网发展政策建议

2008年，在中国经济整体保持平稳增长的基础上，在“村村通电话，乡乡能上网”等工程的有力推动下，农村地区的基础设施建设水平有了显著提高，农村互联网保持快速增长。但是，由于中国城乡经济发展的“二元结构”，使得城乡之间的互联网发展仍有较大差距，农村互联网的网民结构还存在很多不合理之处，农村网民对互联网的认知态度和使用习惯还存在诸多亟待解决的问题。随着2009年电脑、手机等终端设备列入“家电下乡”工程扶持的范围，3G时代的到来，中国农村互联网将持续快速发展，成为未来互联网产业最具潜力的市场。

为了促进中国农村互联网持续、健康地发展，切实有效地将互联网的资源优势引入到农民的生产、生活中，结合中国农村网民的结构特征，以及农村网民对互联网的认知心理和使用习惯，对中国农村互联网的发展提出以下几点思考建议：

一、 结合农村网民结构特征，在农村进一步推广互联网

“村村通电话，乡乡能上网”工程，有力地推动了农村地区互联网接入方面的基础设施建设；电脑、手机等上网设备列入“家电下乡”工程中，也将有效地解决农村地区上网设备匮乏的问题，这些工程建设，是推广农村居民上网的前提条件。与此同时，农民上网的需求意愿及互联网的使用技能和素养，是农村互联网能够快速普及、持续发展的关键。

根据对中国农村网民用户的构成特征的分析，改变7亿多农民的互联网需求意愿、提高农民使用互联网的技能 and 素养，必须以农村现有主要网民为基础，通过这部分人群将互联网的信息媒体价值、参与公共舆论和拓展关系网络的平台价值传递和渗透给农村的非网民群体。结合目前中国农村网民以学生为主体的群体构成特征，学生将成为推广农村互联网发展的关键，在积极引导和教育学生正确认识和使用互联网的同时，还要引导学生将互联网上与农民关心的信息传递给身边的非网民群体。除学生之外，接受现代远程教育的农村基层党员干部，也应该积极将通过互联网获取的政策信息和商业信息及时传达给农民，使中国农村多数未上网的农民亲身体会到互联网的价值，产生使用网络的兴趣，进而促进互联网在农民的生活中发挥作用，缩短城乡之间的“数字鸿沟”，促进农村地区的经济发展。

二、 针对农民的信息需求，加强农村互联网信息内容建设

上网设备的购置、网络接入的搭建为农村信息化提供了实现手段，但基础设施建设还不足以支撑起农村信息化建设。要使农村信息化真正用起来，需要加强农村互联网信息内容建设，满足农民获取、交换信息的需求，从根本上解决农民靠信息致富的资源不足问题。

目前，农村地区信息资源匮乏，这成为农村经济发展的瓶颈。互联网所具有的信息储量、信息全面、查询方便、信息更新及时等优势，为广大农村提供了方便快捷的信息渠道。但是，由于我国农村信息化建设起步时间不长，因此关于农村生产和生活的信息内容不够丰富，不能真正满足农村地区经济发展对信息的需求。所以，一方面是各大运营商要根据农村居民的生产和生活需要，结合中国农村居民的结构特征，通过简单易行的操作方式，有针对性地提供生产和生活信息服务。另一方面，农村的基层领导干部要根据本地的经济发展特征，配套整合农民切实与农民相关的信息，积极推动农村基层网站建设，将互联网对农民生产和生活有益的信息及时传递给农民。

三、 积极引导农村网民对互联网应用由娱乐化转向价值化

信息时代，信息已经成为创造财富的重要资源，信息的流通也成为政治民主建设的关键。所以，对信息的价值应用将会大大拉近互联网与物质财富创造及政治民主建设的距离，信息的价值应用为经济落后地区发挥区域优势提供了契机。如果不能借此机会善用信息，那么将可能造成“数字鸿沟”的迅速扩张，进一步拉大中国城乡发展的“二元结构”。

随着中国农村互联网的快速发展，农村网民对互联网的使用逐步加深。农村网民花费在互联网上的时间越来越长，互联网的应用越来越丰富，农村网民的网络参与意识逐步增强。互联网已经不仅仅是农村网民获取信息的渠道，同时也是农民参与公共舆论的重要平台。但是，从网民的互联网应用来看，目前中国农村网民对互联网的应用仍偏重于娱乐化，农村网民在网上教育、网络银行、网络购物等价值型应用的使用率上与城镇有很大差距，而在即时通信、网络音乐、网络游戏等娱乐应用方面则比较相近。对互联网的应用局限于对网络视频、网络游戏、网络音乐的娱乐功能的使用，将会大大阻碍农村信息化建设的发展，进一步阻碍农村经济的发展。所以，应积极引导农村网民对网络求职、电子商务、电子政务等价值型应用的侧重，在这个过程中，政府的引导作用和学校的教育作用不可忽视，农村的基层领导干

部必须要结合本地的居民结构特征，组织学习和培训，提升农民的互联网认知和应用水平。学校要积极开展网络教育，培养青少年的互联网使用技能和素养，使其善于使用互联网进行学习和交流，增强其在信息社会的学习和生活能力。

四、 加大网吧管理力度，开展农村中小学校的网络教育

目前中国农村未成年人群出入网吧上网的现象仍然很严重。农村网民的主要构成群体是学生，约有 3300 多万人，其中未成年学生有 2400 多万人，有 1300 多万未成年农村网民出入网吧上网。农村未成年群体出入网吧上网主要以聊天交友、网络游戏的使用为主，在互联网上花费的时间要比同年龄段的其他人群多，对互联网的信任感较低。未成年群体大量进入网吧上网，严重影响了学业，加强对未成年人规范上网的引导，是当前教育面临的重要问题。

在加大农村网吧管理力度，开展农村中小学校的网络教育时，家长和学校乃至相关管理部门，应该认识到随着互联网的快速发展，网络已经深入到人们生活的各个层面，将个人的学习和生活与互联网充分结合是社会发展的趋势所在。所以，对未成年人上网问题仅仅靠禁止是不够的，必须改善农村网民上网条件，解决农村未成年群体的上网困难，在学校积极开设网络课程，将网络社会化引入个人社会化过程中，培养学生的互联网使用技能，引导学生认识互联网积极面。从网吧管理、互联网内容治理、家长和学校引导教育等多方面入手，为生长于网络时代的青少年群体营造一个良好的互联网使用环境。

五、 大力推进基于手机下乡的信息下乡

手机等移动终端设备下乡的同时，更重要的是通过“手机下乡”能够缩短中国城乡的“二元结构”，给广大农民搭建有效的信息获取平台，缩小城乡之间的“数字鸿沟”，切实改善农民生活、帮助农民致富。

目前，手机在农村的拥有率远远高于电脑。根据中国互联网络信息中心的统计，近一半的农村网民使用过手机上网，手机将成为农村居民获取信息的重要平台。所以，“手机下乡”不仅仅是终端设备在农村的普及，更强调的是基于手机下乡的信息下乡。

信息下乡的涵义包括两个层面：一是通过“村村通工程”和“手机下乡”等信息服务，更好地为广大农村地区提供一条“信息高速路”。二是针对农村地区的经济发展特征，结合农民的生产和生活需要，提供具有针对性的信息服务，提高农民使用手机获取信息的意愿，

切实有效地让手机等移动终端设备所搭建的信息获取平台，惠及广大农民的生产和生活。

针对第一个层面的信息下乡，从政府角度来看，首先应该严格监督“手机下乡”政策的执行机制，严格把关下乡手机的质量和销售渠道，使“手机下乡”政策能够惠及到每个农民。其次，国家应该从政策上号召和鼓励各大运营商，着力解决中国广大农村地区使用手机上网的技术困难，使手机成为上网设备相对匮乏的广大农村地区的有益补充。再次，国家应该在政策上鼓励专业技术人员走入农村，积极帮助农民更好地使用手机。而从各大运营商的角度来看，应该从多方位、多层次展开手机通讯和上网的资费优惠政策，并提供有针对性的增值服务，使农民能够积极购买手机、积极使用手机。同时，在全国的 3G 业务开展中，要着眼于中国城乡的共同发展。

针对第二个层面的信息下乡，各运营商应该根据农村居民使用手机和使用互联网的信息需要，结合农村居民和网民的结构特征，有针对性地为广大农民的生产和生活提供信息服务，以手机为载体，为农民提供政策法规、农业科技、价格行情、市场供求等信息，使农民在使用过程中真实地体会到互联网信息带来的价值，提高农民使用手机上网的需求和积极性，使互联网信息在中国 7 亿多农民的生产和生活中发挥作用，这也是中国农村信息化的真正意义所在。