

# 互联网发展信息与动态



《互联网发展信息与动态》是中国互联网络信息中心 (CNNIC) 定期对全球互联网相关信息进行搜索整理所得, 供领导、专家参考。

除非特别注明, 本报告版权归中国互联网络信息中心 (CNNIC) 所有, 如引用或转载, 请注明出处。

主办: 中国互联网络信息中心  
(CNNIC)  
编辑: 孟蕊  
电话: 010-58813316  
邮箱: mengrui@cnnic.cn

## 目录

互联网统计信息 .....	2
一、中国 .....	2
二、全球 .....	3
CNNIC 互联网研究 .....	8
网络营销成中小企业主要营销手段 .....	8
中国中小企业电子商务发展良好, 中国特色明显 .....	10
中国中小企业网络应用达较高水平, 与发达国家差距较小 ..	14
中小企业网络营销遇效果困局 .....	17
组织动态 .....	20
一、国际组织动态 .....	20
二、中国互联网络信息中心动态 .....	21
附录: 常用英文缩写注释 .....	22

# 互联网统计信息

## 一、中国

### 1. 网民数

截至 2011 年 11 月，中国网民规模约为 5.05 亿人，互联网普及率为 37.7%<sup>1</sup>。

注：此处的网民数是根据 CNNIC 历次调查数据推算出的数据，仅供内部参考。如需引用，请注明“据 CNNIC 测算”。

### 2. CN 域名数

截至 2011 年 11 月，我国.cn 域名总数为 3,413,127 个。.cn 域名类别如图 1 所示。

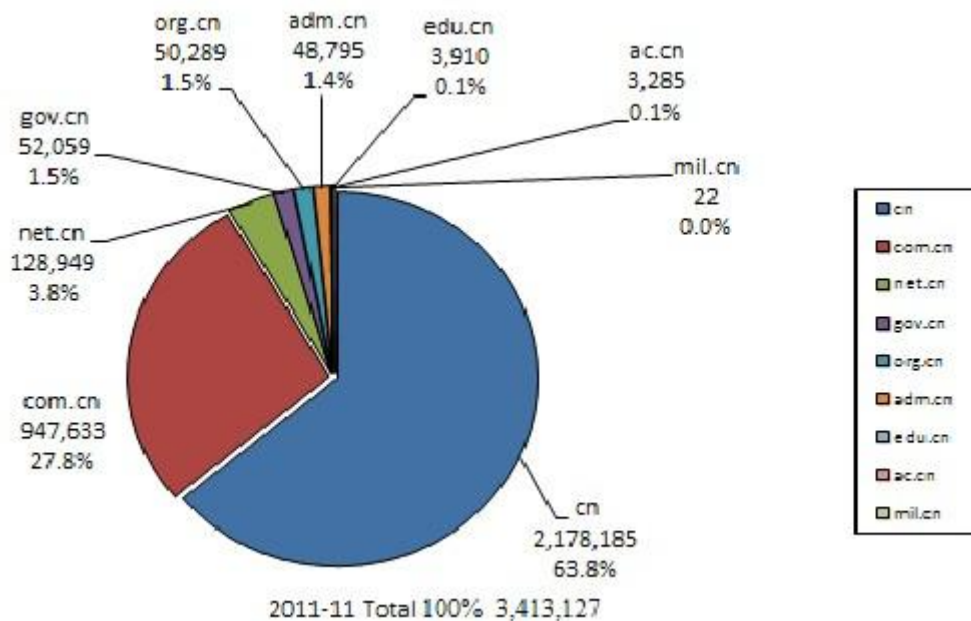


图 1 2011 年 11 月.CN 域名的类别分布

<sup>1</sup> 根据 2010 年第六次全国人口普查，全国总人口数为 1,339,724,852 人。本数据不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的人口数。

## 二、全球

### 1. 全球网页服务器（Web Server）统计数据

[http://news.netcraft.com/archives/web\\_server\\_survey.html](http://news.netcraft.com/archives/web_server_survey.html)

在 2011 年 11 月的调查中，Netcraft 在侦测时收到了 525,998,433 个站点的反馈信息。如图 1 所示：

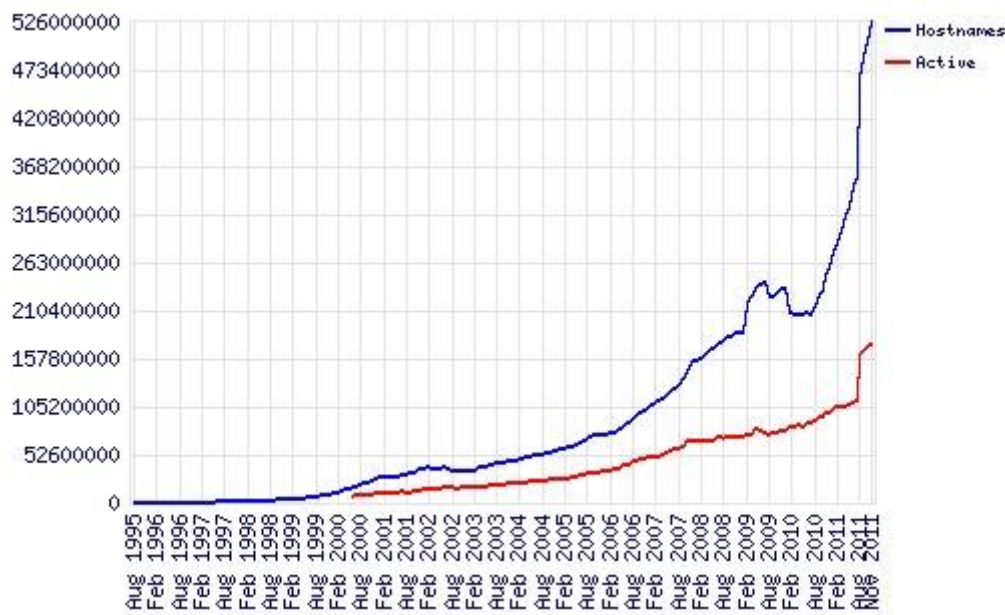


图 1 全球网页服务器数（1995/8~2011/11）

### 2. 全球 gTLD 域名注册数量

<http://www.webhosting.info/domains/>

截至 2011 年 11 月 28 日，全球 gTLD 域名注册总量为 128,117,974 个。主要国家和地区的通用顶级域名注册量见表 1。

表 1 全球主要国家和地区通用顶级域名注册数（2011/11/28）

排名	国家/地区	gTLD 注册数量 (个)	排名	国家/地区	gTLD 注册数量 (个)
1	美国	77,988,578	9	西班牙	1,575,599
2	德国	6,507,459	10	荷兰	1,404,215
3	中国	5,225,514	11	意大利	1,363,062
4	英国	4,600,593	12	开曼群岛	1,173,547
5	加拿大	3,896,033	13	土耳其	1,109,347
6	法国	3,234,988	14	中国香港	909,270

7	日本	2,458,873	15	韩国	853,862
8	澳大利亚	2,363,706			

### 3. 全球 IPv4 地址数

<http://trace.twnic.net.tw/ipstats/statsipv4.php>

截至 2011 年 11 月 25 日，中国大陆 IPv4 地址数量约为 3.30 亿个，居全球第二位（表 2）。

表 2 全球主要国家或地区 IPv4 地址数

1	美国	1,537,975,808	11	意大利	39,278,912
2	中国大陆	330,434,816	12	俄罗斯	38,222,792
3	日本	202,051,840	13	中国台湾	35,381,504
4	韩国	112,229,888	14	印度	34,666,752
5	德国	96,198,792	15	西班牙	25,404,064
6	法国	84,653,664	16	荷兰	25,129,736
7	英国	83,773,648	17	墨西哥	25,111,808
8	加拿大	80,209,408	18	瑞典	23,071,272
9	澳大利亚	47,490,304	19	南非	20,414,208
10	巴西	46,466,560	20	波兰	18,214,504

### 4. 超 1/3 年轻人视网络如空气

<http://it.sohu.com/20111104/n324523939.shtml>

11 月 4 日消息，据国外媒体报道，Cisco Systems 的一项调查研究表明，三分之一的大学生及 30 岁以下职业人群认为，上网如同空气、水、食物一样重要。

调查抽样了 14 个国家的 8000 人，发现半数以上人称，无法在没有网的状态下生存，认为互联网比开车约会还重要。

以下为此次调查研究的一些要点：

- 过半被调查者表示，移动设备是生活中最重要的科技产品；
- 七成人在 Facebook 上加同事和上司为好友；
- 四成的学生两年内没买过纸质笔记本；
- 绝大多数人有 Facebook 账户，每天至少登陆一次；
- 如果能上网，能使用更多的移动设备，超过 4 成的人宁愿选择工资低点的工作，也不愿意选择不能上网的工资相对较高的工作；
- 超出三成的人认为，他们有权利不在办公室上班（远程工作），只要能完成工作，他们就有权利制定灵活的时间表。

## 5. 韩国将实行“网络游戏深夜关闭制”

<http://it.sohu.com/20111110/n325165029.shtml>

首尔11月9日消息，韩国国会8日通过《青少年保护法实行令修正案》，该法案将于11月20日正式实施。根据该法案，将对未满16周岁的青少年实行“网络游戏深夜关闭制”，即从零点到清晨6点期间，网络游戏将对青少年自动关闭。

对于违反规定的运营商，将从明年2月开始，处以两年以下监禁或1000万韩元（1美元约合1117韩元）以下罚款。新的法案主要针对个人电脑，考虑到智能手机和平板电脑在青少年中并不普及，因此针对智能手机和平板电脑游戏的相关法令将推迟两年实行。

## 6. 美第三季度零售电子商务支出增13%至363亿美元

<http://tech.qq.com/a/20111110/000167.htm>

11月10日消息，据国外媒体报道，美国市场研究公司comScore 9日发布的最新统计报告显示，今年第三季度期间，美国零售电子商务总支出为363亿美元，比去年同期增长13%。

comScore指出，今年第三季度，也是美国零售电子商务支出连续第8个季度出现增长，连续第4个季度实现双位数的增长。今年第二季度期间，美国零售电子商务支出同比增长14%。

comScore报告称，今年第三季度美国网络零售最为畅销的产品主要有：数字内容和订阅、活动门票、珠宝和手表、消费电子以及计算机软件。在这些产品类别中，每类皆实现了至少15%的同比增长。

comScore表示，今年第三季度美国零售电子商务支出的增长，主要得益于网络购物者数量的增加，即该季度美国网络购物者数量增长22%。comScore报告显示，今年第三季度期间，74%美国网民至少进行过一次网络购物。今年第二季度期间的相应比率为70%。

comScore报告还显示，今年第三季度期间，40%的美国零售电子商务交易免去了产品运费。2010年第四季度的相应比率为49%。通常情况下，每年圣诞节假日购物旺季期间，免去运费的电子商务交易比率将达到峰值。

comScore认为，尽管美国金融市场目前仍存在诸多未确定因素，但预计今年圣诞节假日购物旺季期间，美国零售电子商务仍将处于“健康状态”。尤其是更

多消费者对于网络购物、免去运费以及其他便利因素产生了依赖心理，因此今年第四季度期间，美国零售电子商务将呈强劲增长势态。

## 7. 2011 第三季度域名销售总额为 2550 万美元

[http://news.ename.cn/domain\\_news\\_2011\\_11\\_04\\_31439.html](http://news.ename.cn/domain_news_2011_11_04_31439.html)

11 月 2 日消息，最近公布的 2011 年第三季度域名销售报告中显示，本季度域名销售总额为 2550 万美元，与去年同期相比增长 8.5%。

今年第三季度成交了一个七位数的域名：Social.com，以 260 万美元交易，而在去年第三季度没有七位数的域名售出。

各类别域名的具体分析如下：

整个 ccTLDs 销售额比去年同期下降 200 万美元：2010 年第三季度 ccTLDs 销售额为 700 万美元，而今年第三季度只有 500 万美元。

非.com 域名的销售额与去年同期相比也有所下降：去年第三季度为 300 万美元，而 2011 年非.com 域名第三季度销售额为 254 万美元。

最后是.com 域名销售分析：与 2010 年相比，.com 域名销售额呈增长态势，今年销售额共计 1800 万美元，而 2010 年第三季度.com 域名销售总额为 1350 万美元。这个数字意味着今年比去年同期增长 33%。

## 8. ICANN 接受.africa 新顶级域名后缀申请

[http://news.ename.cn/domain\\_news\\_2011\\_10\\_31\\_31351.html](http://news.ename.cn/domain_news_2011_10_31_31351.html)

10 月 31 日消息，据悉，ICANN 接受了.africa 新顶级域名后缀申请。

据了解，在 3 月份的时候，非洲顶级域名组织(AfTLD)和非洲联盟委员会(AU Commission)一起联名向 ICANN 提交.africa 新顶级域名后缀申请。

5 月份时，非洲联盟表态公开甄选.africa 域名注册商，任何一方的 TLD 及操作注册商对此后缀域名感兴趣，可提交相关建议和申请书给非盟委员会，非盟委员会将会进行观察和考验，接纳合适的潜在的注册商。当时，该域名后缀的申请还未审批。

若.africa 新顶级域名后缀申请通过，域名市场将迎来新的商机，同时也有利于非洲域名事业的发展。

## 9. 保加利亚三度申请.6r 域名后缀 或继续被拒

[http://news.ename.cn/domain\\_news\\_2011\\_11\\_09\\_31508.html](http://news.ename.cn/domain_news_2011_11_09_31508.html)

11 月 9 日消息，据悉，保加利亚尝试第三次向 ICANN 申请 .bg 保加利亚语域名后缀。ICANN 于 2010 年 3 月拒绝了保加利亚关于此域名后缀的第二次申请。

根据保加利亚新任命的交通、信息技术和通信副部长 Valeri Borisov 所言，保加利亚仍有机会申请西里尔字母域名，即使要经过更繁琐的程序。

ICANN 拒绝保加利亚的域名后缀申请时表示，通过保加利亚 .bg 后缀申请的几率很小，因为保加利亚申请的域名后缀和巴西的域名后缀 .br 很相像。

# CNNIC 互联网研究

## 网络营销成中小企业主要营销手段

中国互联网络信息中心分析师 吴丹

根据 CNNIC 的最新调查显示，多数中小企业目前在营销推广方面的投入还处于较低水平，接近七成的受访中小企业在过去一年内没有进行过任何营销推广投入，而在有过营销推广投入的中小企业中，营销推广投入水平集中在 10 万元以下。

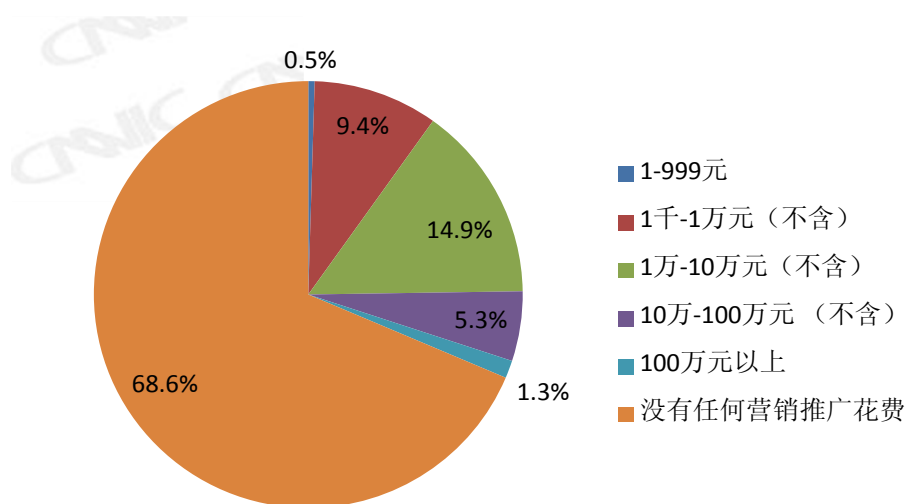


图 1 中小企业过去一年内营销推广投入金额

可以看出，我国中小企业的营销推广投入主要集中在 10 万元以下。而传统广告媒体动辄几十万、上百万的投入无法很好满足中小企业的营销推广需求，投入小、见效快的网络营销就成为了中小企业最主要的营销手段。根据 CNNIC 最新调查数据显示，受访中小企业中过去一年在互联网渠道进行过广告和营销推广投入的比例最高，达到了 26.7%。



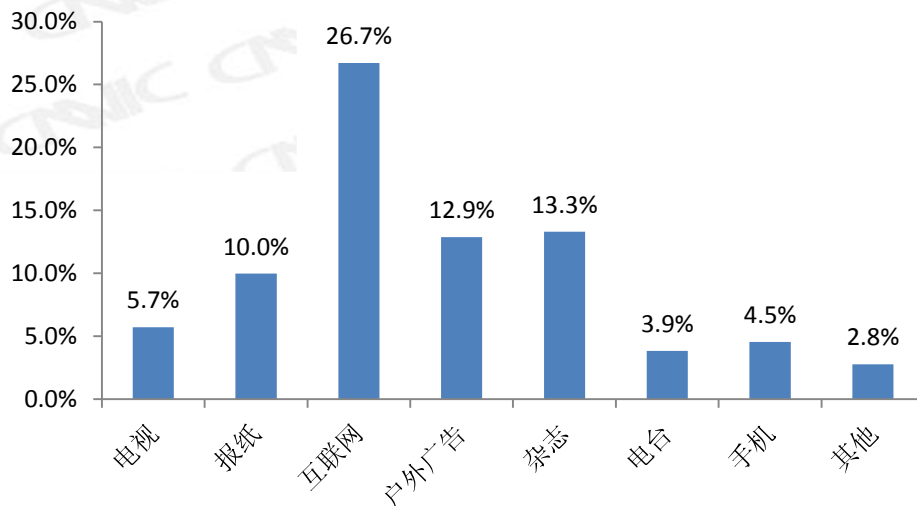


图 2 中小企业的营销推广渠道选择（复选）

互联网营销推广的方式多种多样，其中，网络营销应用企业中，电子商务平台推广、搜索营销推广、QQ 等即时聊天工具推广是普及率最高的三类互联网营销方式。

由于电子商务平台服务商的大力推广，以及电子商务平台门槛低、使用简单的特点，电子商务平台推广方式成为了中小企业中最普遍采用的互联网营销方式。据 CNNIC 最新调查数据显示，网络营销应用企业中，67.8%曾利用电子商务平台进行过推广。

搜索营销在普及率中位居第二。CNNIC 调查数据显示，网络营销应用企业中，62.3%曾进行过搜索营销推广。搜索营销具有成本可控、投放精准、效果可见等优点，但搜索营销一般要求有企业网站，同时对网络营销运营水平要求较高，因此受到一些限制。但随着企业建站的活跃，搜索营销也得以快速发展。

由于 QQ 等即时聊天工具在网民中的普及率不断提升，基于即时聊天工具的网络营销方式也在中小企业中普及起来。这种方式主要通过建立或加入主题群组，或与群管理员合作，在群组中进行营销推广。本次调查数据显示，网络营销应用企业中，57.2%曾利用即时聊天工具进行过推广。这类营销方式，对于一些特定行业的营销具有很好的营销效果，例如家居装饰、婚纱摄影等，具有成本低、效果好的优点，但并非适合所有行业。

此外，电子邮件营销方式也是中小企业采用较多的互联网营销方式。根据本次调查，网络营销应用企业中，48%曾采用过电子邮件营销。电子邮件营销具有

成本低、到达率高等优点，但具有容易引起受众反感等缺点。因此，在付费进行网络营销的中小企业中的普及率并不太高。

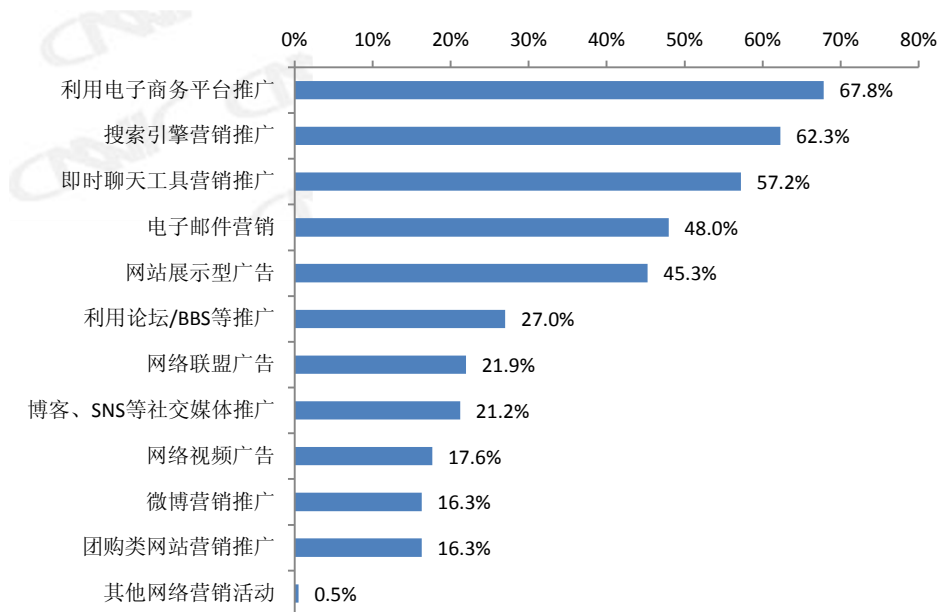


图 3 网络营销应用企业的网络营销方式使用率

## 中国中小企业电子商务发展良好，中国特色明显

中国互联网络信息中心分析师 吴丹

电子商务是企业互联网应用中的重要一环，对于提升中小企业竞争力具有很重要的作用。金融危机以来，我国的中小企业电子商务取得了较大的发展。阿里巴巴、慧聪网、淘宝网、敦煌网等一大批为中小企业提供电子商务交易服务的平台蓬勃发展起来；而以百度、谷歌中国为代表的搜索服务、黄页服务提供商也借助中小企业电子商务的兴起而得以快速成长。

目前，我国中小企业中的电子商务普及程度已达到一定水平，在销售和采购环节都开始利用互联网手段。

根据 CNNIC 最新调查数据显示，33.2%的受访中小企业过去一年曾有过在线销售<sup>2</sup>活动。其中，信息传输、计算机服务和软件业，以及文化、体育和娱乐业中的普及率较高；而建筑和房地产业中的普及率偏低。

<sup>2</sup> 在线销售，是指通过互联网接收订单的行为，包括通过网站、电子邮件等各种方式。

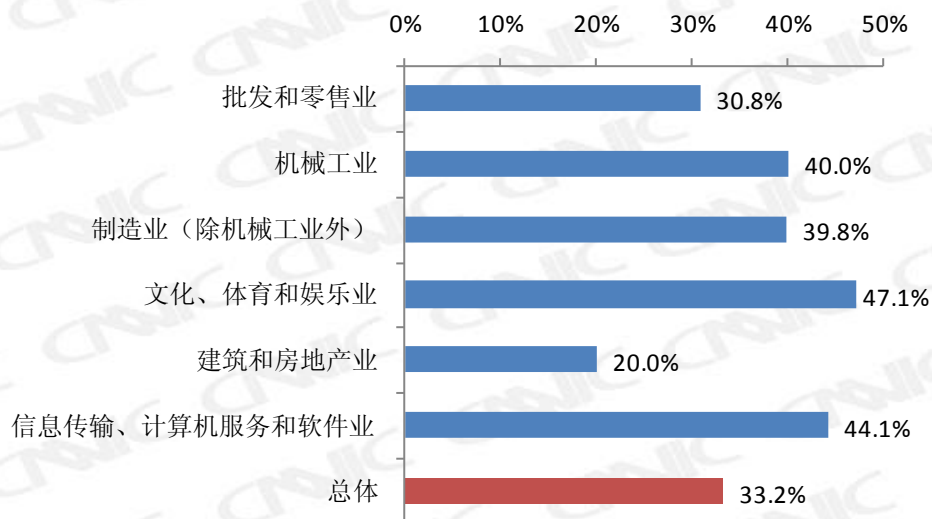


图 1 重点行业中过去一年曾有在线销售活动的中小企业的比例

中小企业的采购环节同样也逐渐开始利用互联网手段。根据 CNNIC 调查数据显示，26.2%的受访中小企业过去一年曾有过在线采购<sup>3</sup>活动。其中，信息传输、计算机服务和软件业，以及文化、体育和娱乐业中的普及率较高；其他行业中的普及程度比较接近。

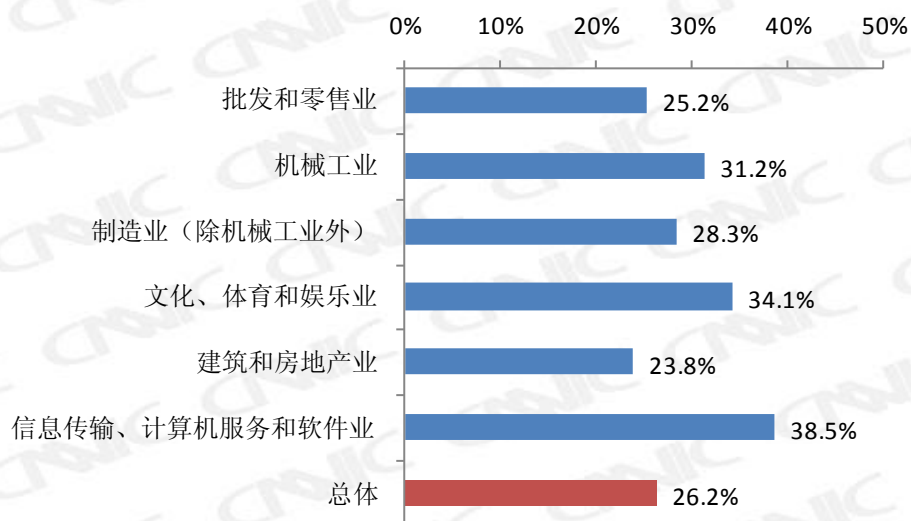


图 2 重点行业中过去一年曾有在线采购活动的中小企业的比例

从与国外发达国家的横向对比可以看出，目前我国中小企业电子商务的普及程度已经接近国外发达国家，甚至超过了部分发达国家。但是，我国的中小企业

<sup>3</sup> 在线采购，是指通过互联网发送订单的行为，包括通过网站、电子邮件等各种方式。

电子商务相对国外发达国家有很明显的特点——国外发达国家的企业中一般都是在在线采购活动普及程度远超在线销售的普及；但在我国的情况却恰恰相反，在线销售的普及程度相比在线采购更高。

形成我国电子商务这种特有情况的原因，主要是国内的电子商务是由电子商务服务商主导的拉动式发展，而国外的电子商务主要是由企业信息化推动的、自企业内部发起的推动式发展。国外企业主要是为了提高供应链管理效率、降低成本，才开始使用电子商务；而国内企业的信息化程度偏低，对电子商务最主要的需求就是拓展市场、寻求商机。因此，我国的企业电子商务偏重在线销售，而国外的企业电子商务偏重在线采购。

表 1 部分发达国家电子商务普及情况

(%)	在线销售企业比例	在线采购企业比例
澳大利亚 (*)	33.3	58.2
奥地利	9.9	30.9
比利时 (2008 年)	16.2	34.3
加拿大 (2007) (*)	13.1	65.4
捷克共和国	14.7	26.7
丹麦	18.9	40.4
爱沙尼亚	10.9	17.0
芬兰 (2007 年)	15.1	19.4
法国	12.1	20.8
德国	17.9	43.0
希腊 (2008 年)	7.0	10.2
匈牙利	6.2	15.4
冰岛 (2008 年)	20.8	35.1
爱尔兰	20.9	48.9
意大利	4.3	14.3
日本 (*)	23.3	39.9
韩国 (2008) (*)	6.5	42.5
卢森堡	9.2	23.4
墨西哥 (2003 年) (*)	2.2	2.2
荷兰	22.3	37.1
新西兰 (2008) (*)	42.2	65.8
挪威	29.2	53.8
波兰 (2008 年)	8.3	11.2
葡萄牙	16.4	19.2
斯洛伐克共和国	5.6	12.5
斯洛文尼亚	10.6	19.9
西班牙	10.5	17.9
瑞典	20.8	48.4
瑞士 (2008) (*)	31.0	75.0
英国	16.5	29.0

数据来源: OECD

注:

- 1、数据为 OECD 于 2009 年末或更早公布，非 2009 年末的在表格中标注了数据时间。
- 2、各国对于在线销售、在线采购的定义有一定差异。例如，一些国家规定通过传统电子邮件产生的订单不属于在线销售/采购的范围（如澳大利亚、加拿大和韩国），而另一些国家则将其纳入统计（如爱尔兰，英国和其他一些欧洲国家）。大多数国家都使用 OECD 关于互联网电子商务的定义，即商品或服务通过互联网订购，但付款和交付环节可在线下完成。
- 3、各国统计对象也有一定差异：
  - a) 多数欧洲国家在该统计中包括制造业，建筑业，批发和零售，酒店和餐馆，运输，仓储及通信，金融中介和保险，房地产，租赁和商业活动，社会及个人服务活动。在丹麦和芬兰，金融中介和保险不在统计范围内。
  - b) 澳大利亚排除了以下行业：政府机构，农林牧渔，公共管理和安全，教育和培训，资产投资和退休基金，宗教服务，私人家庭雇员等。
  - c) 加拿大排除了农林牧渔业，及建筑业中的专业承建商。
  - d) 日本仅统计雇员数为 100 人及以上的企业，排除了农林渔业和矿业。
  - e) 韩国的统计排除了汽车零件批发及零售，主要包括：农业，林业，渔业，采矿及采石业，制造业，建筑，批发，零售，酒店和餐馆，运输，邮电电信，金融机构及保险，房地产，租赁和商务活动等。
  - f) 墨西哥仅统计雇员数为 50 人及以上的企业，行业主要包括：制造业，服务业和建筑业。
  - g) 新西兰仅统计雇员数为 6 人及以上、年营业额达到 30000 新西兰元的企业，排除了政府行政和国防，以及个人和其他服务。
  - h) 瑞士仅统计雇员数为 5 人及以上的企业，包括制造业，建筑业，电力、煤气、水的供应业和服务业。
- 4、瑞士统计的建筑业、制造业和服务业的数据是指在使用互联网办公的企业中在线采购/销售的企业的百分比。

## 中国中小企业网络应用达较高水平，与发达国家差距较小

中国互联网络信息中心分析师 吴丹

根据 CNNIC 最新调查显示，我国中小企业的互联网普及率已经达到了一个较高的水平。受访中小企业中过去一年使用互联网办公的企业比例达到了 85%。互联网的普及水平与企业规模具有较强的相关性，在规模较大的中小企业中，互联网普及比例已经达到了 95% 左右；而在人员不足 7 人的微型企业中，该比例却仅仅是 66.5%。

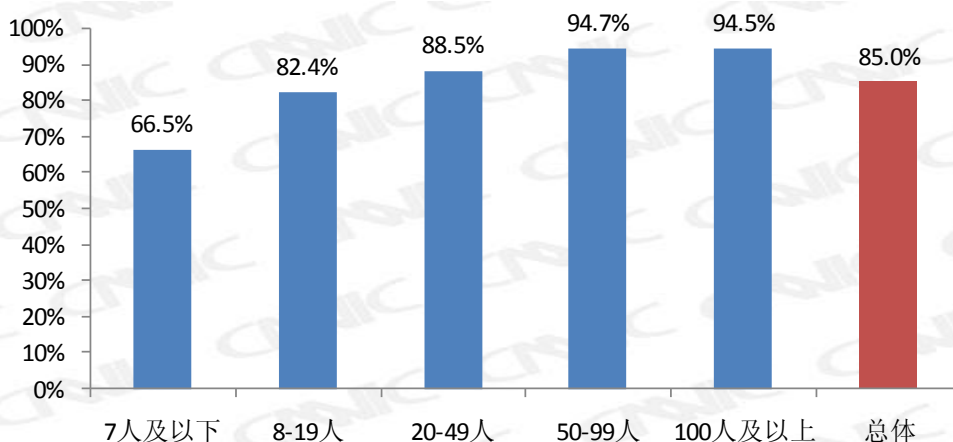


图 1 使用互联网办公的企业比例（按企业规模划分）

尽管我国的中小企业互联网普及程度已经达到了较高水平，但与国外的发达国家相比仍然有较大差距。表 1 列出了 OECD<sup>4</sup>部分成员国 2009 年末或更早的互联网在企业中的普及率，可以看出，即使在 10-49 人规模企业这一档的互联网普及率也基本达到 95% 左右；而在 50 人以上的企业中的互联网普及率都基本接近 100%。可见，我国的中小企业互联网普及水平还有一定的提升空间。

表 1 部分发达国家使用互联网办公的企业比例（按企业人员规模划分）

(%)	10-49 人	50-249 人	250 人及以上
澳大利亚 (*)	97.5	98.8	100.0
奥地利	98.3	99.4	100.0
比利时 (2007 年)	96.4	98.9	99.3
加拿大 (2007) (*)	93.7	98.9	99.6
捷克共和国	94.7	98.6	99.7
丹麦 (*)	97.9	99.4	99.0
爱沙尼亚	94.3	99.6	99.4
芬兰 (*)	99.5	100.0	100.0
法国	96.2	99.2	99.8

<sup>4</sup>经济合作与发展组织 Organization for Economic Co-operation and Development 简称经合组织(OECD)。

德国	97.2	98.6	99.4
希腊 (2008年)	92.3	97.7	100.0
匈牙利	86.8	95.9	98.5
冰岛 (2008年)	100.0	100.0	100.0
爱尔兰	93.9	98.4	100.0
意大利	94.6	98.8	99.8
日本 (*)	..	99.2	99.9
韩国 (2008) (*)	97.1	99.4	100.0
卢森堡	96.3	98.8	100.0
墨西哥 (2003年) (*)	..	88.8	94.9
荷兰	95.8	98.0	99.4
新西兰 (2008) (*)	94.8	98.4	99.4
挪威	97.4	99.5	99.4
波兰	89.1	97.7	99.6
葡萄牙	94.1	99.1	100.0
斯洛伐克共和国	97.8	98.8	99.5
斯洛文尼亚	95.1	100.0	100.0
西班牙	95.7	98.7	99.9
瑞典	95.0	98.0	99.1
瑞士 (2008) (*)	100.0	100.0	100.0
英国	93.5	99.3	97.6

数据来源: OECD

注:

- 1、数据为 OECD 于 2009 年末或更早公布, 非 2009 年末的在表格中标注了数据时间。
- 2、多数欧洲国家在该统计中包括制造业, 建筑业, 批发和零售, 酒店和餐馆, 运输, 仓储及通信, 金融中介和保险, 房地产, 租赁和商业活动, 社会及个人服务活动。在丹麦和芬兰, 金融中介和保险不在统计范围内。
- 3、澳大利亚排除了以下行业: 政府机构, 农林牧渔, 公共管理和安全, 教育和培训, 资产投资和退休基金, 宗教服务, 私人家庭雇员等。
- 4、加拿大排除了农林牧渔业, 及建造业中的专业承建商。
- 5、日本仅统计雇员数为 100 人及以上的企业, 排除了农林渔业和矿业。
- 6、韩国的统计排除了汽车零件批发及零售, 主要包括: 农业, 林业, 渔业, 采矿及采石业, 制造业, 建筑, 批发, 零售, 酒店和餐馆, 运输, 邮电电信, 金融机构及保险, 房地产, 租赁和商务活动等。
- 7、墨西哥仅统计雇员数为 50 人及以上的企业, 行业主要包括: 制造业, 服务业和建筑业。
- 8、新西兰仅统计雇员数为 6 人及以上、年营业额达到 30000 新西兰元的企业, 排除了政府行政和国防, 以及个人和其他服务。
- 9、瑞士仅统计雇员数为 5 人及以上的企业, 包括制造业, 建筑业, 电力、煤气、水的供应业和服务业。
- 10、各国的企业规模分段也有一定差异: 加拿大的“50-249 人”实际是“50-299 人”, “250

人及以上”实际是“300人及以上”；日本的“50-249人”实际是“100-299人”，而“250人及以上”实际是“300人及以上”；瑞士的“10-49人”实际是“5-49人”。

从企业互联网的接入<sup>5</sup>方式上看，宽带已经是中国中小企业最主流的接入方式。本次调查中的受访企业最主要是通过固定宽带方式接入互联网的，而移动宽带也开始占据一定份额，窄带方式的互联网接入已经接近消亡。

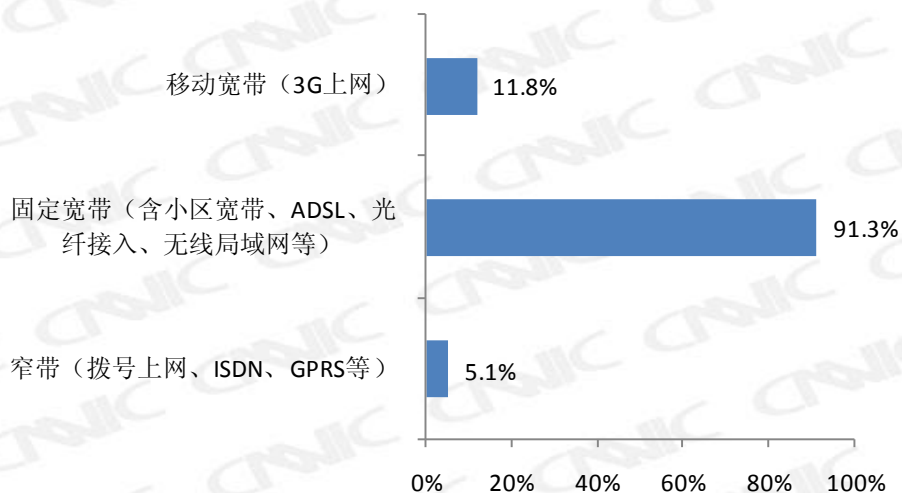


图 2 企业互联网的接入方式

我国中小企业互联网接入的宽带化水平与国际发达国家相比，已经没有很明显的差距。而像日本等发达国家由于系统改造困难等原因，还遗留了很大一部分窄带方式接入的企业。不过，中国宽带互联网的真实连接速率与国外发达国家还有一些差距，“宽带不宽”的问题一直阻碍着我国宽带化战略的顺利实施。

表 2 部分发达国家的企业互联网中的宽带普及率

(%)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
瑞士(*)	..	..	85.0	..	..	100.0	..
冰岛	19.9	..	..	95.2	..	99.5	..
韩国	88.6	92.2	94.2	96.2	97.0	97.2	..
澳大利亚	36.5	52.7	70.4	83.8	89.7	93.3	96.6
加拿大	77.2	81.7	89.7	92.2	94.3	..	..
芬兰	65.2	70.9	81.1	88.9	90.6	92.1	93.9
西班牙	50.7	71.6	76.2	87.1	89.8	92.1	93.8
法国	49.1	..	..	86.5	89.4	92.3	92.9
比利时	49.4	69.9	77.9	84.5	86.3	91.4	..
新西兰(*)	..	..	..	82.0	..	91.0	..
挪威	46.9	60.3	78.0	86.1	85.2	86.1	90.0
瑞典	62.2	..	82.5	88.9	87.3	89.4	89.3

<sup>5</sup> 指办公网络的接入方式，不包括企业网站的接入方式。



德国	41.9	53.6	62.4	73.1	79.6	84.0	89.2
卢森堡	39.1	48.0	64.2	76.0	81.4	86.9	88.8
英国	26.7	50.2	65.4	77.4	78.2	87.1	88.3
荷兰	36.6	53.7	71.3	81.7	86.9	85.9	87.4
爱沙尼亚	..	67.7	66.6	75.7	78.3	87.8	86.2
斯洛文尼亚	..	61.8	73.9	74.9	79.3	84.3	84.9
葡萄牙	31.0	48.6	62.8	65.9	76.4	80.7	84.7
希腊	13.0	20.6	44.3	57.7	71.7	73.7	84.2
意大利	31.2	23.3	56.7	69.6	75.6	81.1	83.8
丹麦	69.0	79.8	82.5	82.7	80.1	79.7	82.3
土耳其	..	..	..	..	81.8	..	..
爱尔兰	18.9	31.5	47.6	60.7	67.6	82.7	80.2
斯洛伐克	..	24.8	47.6	60.8	76.1	79.0	78.2
捷克	20.1	38.0	52.1	69.3	76.9	79.2	77.7
奥地利	48.1	54.8	60.7	69.5	72.2	76.4	76.8
日本 (*)	..	60.0	66.5	72.2	74.9	76.0	76.6
匈牙利	..	..	47.6	61.3	69.5	72.1	75.6
波兰	..	27.8	42.7	46.4	53.2	58.7	58.3
墨西哥 (*)	45.6	..	..	..	..	..	..

数据来源: OECD

注:

- 1、瑞士统计雇员数为 5 人及以上的企业, 宽带指 144kbps 以上的互联网连接。
- 2、新西兰统计雇员数为 6 人及以上、年收入 3 万新西兰币及以上的企业。
- 3、日本统计雇员数为 100 人及以上的企业。
- 4、墨西哥统计雇员数为 50 人及以上的企业。
- 5、其他国家统计对象均为 10 人及以上的企业。

## 中小企业网络营销遇效果困局

中国互联网络信息中心分析师 吴丹

营销已经跨入了互联网时代, 网络营销在中小企业中的普及率正在不断提高。但中小企业网络营销的效果差强人意, 能很好发挥网络营销效果的中小企业很少。

针对中小企业在利用互联网进行营销推广的过程中遇到的问题, CNNIC 进行了相应的调查。根据 CNNIC 调查数据显示, 目前中小企业利用互联网进行营销推广的过程中遇到的问题主要集中在网络营销的实际效果不佳上, 如何实现点击量、访问量向订单量的转化是中小企业网络营销面临的共性问题。

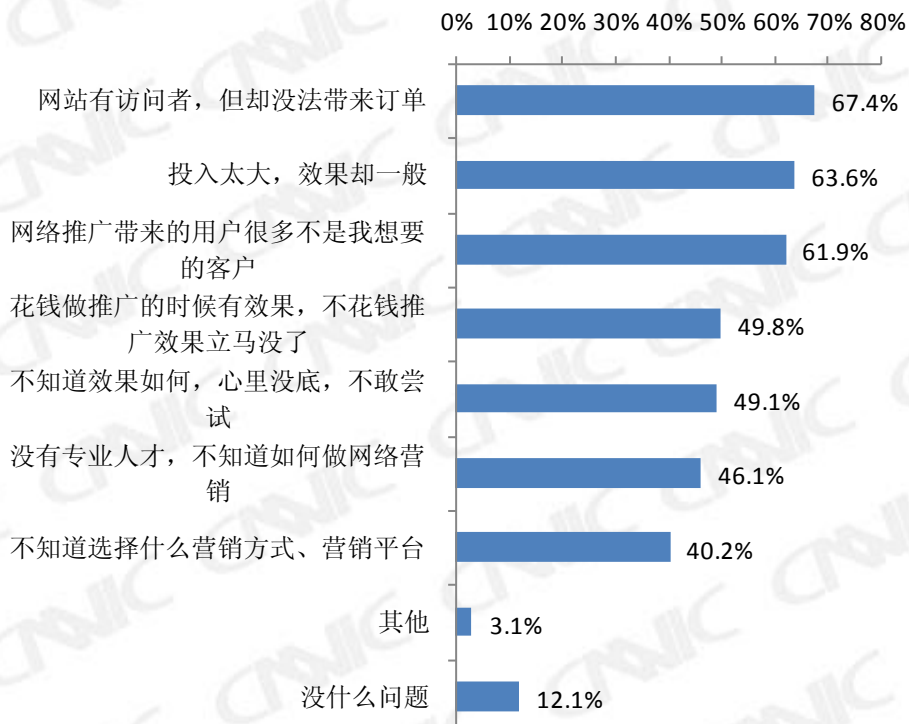


图 1 网络营销推广中面临的主要问题

网络营销其实是一个系统工程，从建立网站，到吸引用户点击、吸引用户访问，最后再到达成交交易……整个过程中有很多环节，网络营销最终的效果其实是各个环节综合作用的结果。只有做好了各个环节的工作，才能真正提升网络营销的最终效果。

从调查中发现，很多中小企业进行网络营销都不是完全没效果，而是进入了一种“得势不得分”的怪圈。很多中小企业进行网络营销推广之后，其网站的访问量、浏览量都得到了大大的提升，但是对于其最终的销售效果却作用不大。造成这种情况的原因，主要有以下几点：

1、粗放式的网络营销推广投入，没有真正吸引到目标人群。网络营销的优势之一就是能依托于强大的数据分析功能，更加精准的进行营销投放。但是，目前很多中小企业并不具备网络营销相关经验和知识，没有很好发挥网络营销的优势。他们花了精准营销的点击单价，却吸引来了大量无用的点击量，无法有效促进最终销售。

2、网站运营水平不足，影响访问量到销售量的转化。网站是网络营销的基础，也是访问量转化为销售量的关键，但很多中小企业网站却存在很多问题。根

据此前的一次调查，中小企业网站多数都没有专人负责，一般都是外包开发，后续却没有技术人员运维，网站出现的问题难于发现、难于修正。另外，大多数中小企业网站功能单一，且一味追求显示效果、忽视用户体验，例如大量 flash 动画、大图片等，这都给用户的访问带来了不良体验。

3、对网络营销支撑不足，影响订单达成。目前多数中小企业的网络营销还是需要线下方式辅助完成订单，部分企业线下辅助部分衔接差，影响订单的达成。例如，有的企业网站中的联系方式经常处于无人接听状态，让一些潜在订单流失。

要真正提升网络营销的最终效果，应当做好以下几点：

1、做好人才保障，提升中小企业网络营销技能。在中小企业自身的层面，一方面要注重网络营销人才的培养和引进，尽快提升自身网络营销技能水平；另一方面可以尽量利用网络营销服务提供商的服务支撑能力，解决网络营销初期自身能力不足的问题。在行业 and 政府的层面，需要引导建立面向实操的网络营销人才培养体系，充实具有网络营销知识和技能的人才队伍。

2、摒弃粗放营销，善用精细投放。在有相应的人才保障的基础上，中小企业应当不断提升营销推广的精细化程度，通过对目标人群的细致研究，制订出精准、高效的网络营销投放计划。

3、注重企业网站的建设和运营。一方面，要建立一个面向网络营销的企业网站，让用户能方便地找到产品信息、方便地洽谈和订购；另一方面，要注重网站的运维，及时发现和排除问题，及时更新和维护网站内容。

4、建立系统的数据分析和效果评估体系，持续改善网络营销方法。目前多数中小企业缺乏对网络营销的系统化的数据分析和效果评估，一般是仅看最终效果。这种效果导向的效果评估方式无法帮助企业定位问题，进行针对性改进。因此，每个中小企业都应该重视数据分析，建立相对完善的效果评估和数据分析体系，进而发现和分析网络营销中的问题并进行针对性改进，不断完善自身网络营销的方法。

中小企业网络营销要走向成熟，还有十分漫长的道路。不仅是中小企业自己要不断提升自身能力，政府、行业组织、营销服务提供商也需要发挥作用，共同推动我国中小企业网络营销不断向前发展。

## 组织动态

### 一、国际组织动态

#### ◆ 关注域名安全问题 ICANN 将修改现有 RAA

[http://news.ename.cn/domain\\_news\\_2011\\_10\\_28\\_31328.html](http://news.ename.cn/domain_news_2011_10_28_31328.html)

10 月 28 日消息, 据悉, ICANN 在非洲达喀尔召开的会议期间, 将与注册服务商一起修改现有的注册商认证协议(RAA)。此次修改的目的是解决安全问题和为注册者提供更多的保护。此次会议已经筹划了一段时间, 而不是由于会议期间执法机关施压而作出的临时反应。

ICANN 的第 43 次会议将于 2012 年 3 月 11 日至 16 日在哥斯达黎加首都圣何塞举行, 现有的 RAA 的修改将继续在 ICANN 第 43 次会议中进行协商。

#### ◆ ICANN 第 42 届会议闭幕

[http://tech.ifeng.com/internet/detail\\_2011\\_11/14/10644054\\_0.shtml](http://tech.ifeng.com/internet/detail_2011_11/14/10644054_0.shtml)

10 月 23 日至 28 日 ICANN 的第 42 届国际会议在塞内加尔的首都达喀尔举行, 参会人数高达 2300 多人, 创 ICANN 非洲参会人数之最。会议围绕新顶级域名计划的扩展方案进行了深入讨论, 并取得实质性进展。

会上, 针对部分发展较为落后的区域, ICANN 考虑将新顶级域(新 gTLD)申请费用由原来的 18.5 万美金降至 4.7 万美金, 降幅高达 75%, 这一举措意在帮助经济欠发达地区的互联网普及与发展。

同时, 会上还展示了新顶级域申请系统(TAS)的互动演示资料。据介绍, 这套系统是 ICANN 为了帮助全球品牌塑造者理解复杂的 ICANN 申请程序而专门设计的, 具体展示了申请系统的主要功能, 以方便全球用户快速了解新顶级域的申请方法。

此次 ICANN 第 42 届国际会议出台的若干决议, 预计将进一步升温巩固新顶级域的热度。

## 二、中国互联网络信息中心动态

### ◆ CNNIC 发布《中国中小企业互联网应用状况调查报告》

2011 年 10 月 27 日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布了《中国中小企业互联网应用状况调查报告（2011 年上半年）》及《中国中小企业网络营销调查报告（2011 年上半年）》。

根据两份报告显示，85%的受访中小企业使用互联网办公，48.1%的受访中小企业拥有独立网站或网店。从企业互联网的接入方式上看，宽带已经是最主流的接入方式。

报告显示，中国中小企业中主要互联网应用的普及情况普遍较好，一些基础的沟通类、信息类应用的普及率已达较高水平。其中，电子邮件的普及程度最高，在所有受访中小企业中的普及率达到了 64.5%。

目前，我国中小企业中的电子商务普及程度已达到一定水平，在销售和采购环节都开始利用互联网手段。报告显示，33.2%的受访中小企业过去一年曾有过在线销售活动，26.2%的受访中小企业过去一年曾有过在线采购活动。

报告显示，受访中小企业中过去一年在互联网渠道进行过广告和营销推广投入的比例最高，达 26.7%；营销推广渠道中，使用率位列第二的杂志仅达 13.3%。另外，进行网络营销投入的中小企业中，电子商务平台推广、搜索营销推广、即时聊天工具推广是普及率最高的三类互联网营销方式，普及率分别达 67.8%、62.3%、57.2%。

## 附录：常用英文缩写注释

- APNIC** 亚太互联网络信息中心（Asia Pacific Network Information Center），坐落于澳大利亚的布里斯班，是全球现有 5 个地区性互联网注册管理机构（RIR）之一，负责向亚太地区 64 个经济体提供 IP（v4 及 v6）地址和自治系统（AS）号码分配，以及反向 DNS 授权服务的非营利性会员组织。其会员单位包括 ISP、国家（或地区）互联网注册管理机构（NIR）等互联网组织。此外，APNIC 还向亚太地区的各个 IP 地址分配单位开展技术培训。
- APIRA** 亚太互联网研究联盟（Asia Pacific Internet Research Alliance）。
- APTLD** 亚太地区顶级域名组织（Asia Pacific Top Level Domain Association）。APTLD 成立于 1998 年 7 月，主要由亚太地区的国家和地区顶级域名管理机构组成。其目的是协调亚太地区各国家和地区的顶级域名注册机构，提高亚太地区在国际互联网络业界的影响，为亚太地区互联网发展争取更多的利益，促进本地区互联网络的健康发展。
- ASO** 地址支持组织（Address Supporting Organization）。ICANN 的支持组织之一，为 ICANN 的 IP 地址方面的政策提供建议和支持。
- ccNSO** 国家及地区代码支持组织（country code Names Supporting Organization）。
- ccTLD** 国家、地区顶级域名（country code Top Level Domain）。是以国家或地区的英文缩写代码为后缀的顶级域名。
- DSL** 数字用户环线（Digital Subscriber Line）。是一种通过普通电话线把宽带信息带到家中和小公司中的技术。xDSL 代表不同的技术，如 ADSL、HDSL 等。
- EAI** 国际化邮件地址（E-mail Address Internationalization）。
- ENUM** 电话号码到 URI 的映射（tElephone NUmber Mapping）。ENUM 是 Internet 工程任务组（IETF）采用的一个标准，它使用域名系统（DNS）把电话号码匹配到网站或统一资源定位器（URL）上。
- GAC** 政府咨询委员会（Governmental Advisory Committee）。是 ICANN 设立的专向 ICANN 理事会提出各种咨询建议的咨询委员会之一。

- GNSO** 通用顶级域支持组织（Generic Names Supporting Organization）。
- gTLD** 通用顶级域名（generic Top Level Domain）。指以.COM、.NET、.ORG等结尾的顶级域名。
- IANA** Internet 号分配机构（Internet Assigned Numbers Authority）。其职能由 ICANN 承担，主要负责维护全球 ccTLD 和 gTLD 信息的 Whois 数据库，互联网协议参数及 IP 地址在全球范围的分配。
- ICANN** 国际互联网名字与编号分配机构（Internet Corporation for Assigned Names and Numbers）。ICANN 成立于 1998 年 10 月，是一个集合了各地网络界的商业、非商业、技术，及学术领域的专家的非营利公司法人组织，本部设在洛杉矶城镇 Marina Del Rey。ICANN 目前负责全球许多重要的网络基础工作，如：地址空间 (IP Address Space) 的分配，协议参数 (Protocol Parameters) 的配置，域名系统 (Domain Name System) 与根服务器系统 (Root Server System) 的管理。ICANN 本着由下而上的精神，推动全球各地网络组织及社团达成共识，共同规划网络界未来蓝图，并付诸实践。
- ICT** 信息与通讯技术（Information and Communications Technology）。
- IDN** 国际化域名（Internationalized Domain Name）。
- IETF** 互联网工程任务组（The Internet Engineering Task Force）。成立于 1985 年底，其主要任务是负责互联网相关技术规范的研发和制定。目前，IETF 已成为全球互联网界最具权威的大型技术研究组织。
- IGF** 互联网治理论坛（Internet Governance Forum）。
- IMA** 国际化邮件地址（Internationalized eMail Address）。
- ISOC** 国际互联网协会（Internet SOCIety）。是一个领导国际互联网络的科技和经济发展并指导国际互联网络政策制定的非赢利，非政府性组织，它兼顾各个行业的不同兴趣和要求，注重国际互联网络上出现的新功能与新问题，其主要任务是发展国际互联网络的技术架构。现在世界上已有 150 个国家的总数超过 100 的以组织入会的会员和总数超过 7000 的以个人名义入会的会员。ISOC 还每年定期组织一次 INET 大会，着重讨论国际互联网络的世界性架构以及 ISOC 执行的政策和网络的应用情况。
- ITU** 国际电信联盟（International Telecommunication Union）。

- NGN** 下一代网络 (Next Generation Network) 。
- NIR** 国家级 Internet 注册机构 (National Internet Registry) 。
- NRO** 数字资源组织 (Number Resource Organization) 。是由几个 RIR —— APNIC、ARIN、LACNIC、RIPE, 于 2003 年发起成立的, 并在 2004 年 10 月与 ICANN 正式签订了 MoU, 承担了原由 ASO 负责的一些职能。NRO 的主要职责是保护那些未分配的 IP 地址资源, 保证原有的由下而上的政策发展模式, 并且作为世界互联网社群与 RIR 系统交流的统一接口。NRO 于 2005 年主导了 AfriNIC 的建立。
- RFC** “请求注解” (Request For Comments)。通常, 当某家机构或团体开发出了一套标准或提出对某种标准的设想, 想要征询外界的意见时, 就会在 Internet 上发放一份 RFC, 对这一问题感兴趣的人可以阅读该 RFC 并提出自己的意见; 绝大部分网络标准的指定都是以 RFC 的形式开始, 经过大量的论证和修改过程, 由主要的标准化组织所指定的, 但在 RFC 中所收录的文件并不都是正在使用或为大家所公认的, 也有很大一部分只在某个局部领域被使用或并没有被采用, 一份 RFC 具体处于什么状态都在文件中作了明确的标识。
- RFID** 无线射频识别 (Radio Frequency Identification) 。常被称为感应式电子芯片或近接卡、感应卡、非接触卡、电子标签、电子条码等。
- RIR** 地区级的 Internet 注册机构 (Regional Internet Registry) 。目前全球共有 5 个 RIR: 负责北美地区的 ARIN, 负责欧洲地区的 RIPE NCC, 负责拉丁美洲的 LACNIC, 负责非洲地区的 AfriNIC 以及负责亚太地区的 APNIC。
- SSAC** 安全与稳定咨询委员会 (Security and Stability Advisory Committee) 。ICANN 下属机构之一。
- VoIP** 基于 IP 的语音传输 (Voice over IP) 。是 IP 电话技术中利用网际协议管理语音信息传输的一个专有名词。
- WGIG** 联合国互联网治理工作组 (Working Group on Internet Governance) 。
- WIPO** 世界知识产权组织 (World Intellectual Property Organization) 。
- WSIS** 信息社会世界峰会 (World Summit on the Information Society ) 。