

2009年中国青少年上网行为调查报告

(2010年4月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

目 录

前 言.....	3
报告术语界定.....	4
内容摘要.....	5
第一章 青少年上网行为概述.....	7
一、青少年网民规模及群体特征.....	7
(一) 网民规模.....	7
(二) 群体特征.....	7
二、青少年上网行为特征.....	10
(一) 上网地点.....	10
(二) 上网设备.....	12
(三) 上网时长.....	12
第二章 青少年网络应用行为分析.....	14
一、信息获取.....	15
二、交流沟通.....	15
三、网络娱乐.....	16
四、商务交易.....	17
第三章 青少年手机上网行为分析.....	18
一、青少年手机网民规模.....	18
二、青少年手机网民特征.....	18
三、青少年手机网民网络应用行为.....	20
第四章 不同地区青少年上网行为分析.....	21
一、城乡青少年上网行为对比.....	21
(一) 城乡青少年网民规模特点.....	21
(二) 城乡青少年应用差异.....	22
二、东、中、西部青少年上网行为对比.....	23
(一) 东中西部青少年网民规模特点.....	23
(二) 东中西部青少年网络应用差异.....	25
第五章 未成年人上网行为分析.....	27
一、未成年网民规模和特征.....	27
二、未成年网民网络应用情况.....	28
三、未成年人上网行为管理建议.....	28
第六章 总结.....	31

前 言

截至2009年，中国互联网已经走过了十五年的历程。随着网络普及率的持续提升，互联网对人们生活的影响也日渐深入，已逐渐渗透到社会的各个人群。尤其对于处于成长期的青少年而言，上网行为对其学习和生活都产生了重大的影响。

在中国3.84亿网民中，有50.7%的网民是25周岁以下的青少年群体。这个群体已经接近2亿，既是网民中最大的群体，也是使用网络应用较为活跃的群体。青少年群体的网络使用行为对网络娱乐的发展，网络文化的走向，以及手机上网的推广都有着重要的影响。同时，由于青少年网民具有较高的网络使用普及率和活跃的网络娱乐应用水平，也是最可能受到互联网不良信息影响的群体。因此，对青少年群体上网行为的研究也变得更加重要。

中国互联网络信息中心（CNNIC）一直致力于全面、准确、深度认知与研究中国互联网的发展状况，同时不断追踪政府、社会、业界的关注热点，为相关决策提供支持。从2007年开始，我中心推出了《中国青少年上网行为研究报告》，较为全面地反映我国青少年网民网络使用的特点和发展状况。连续的研究给政府管理和规范青少年上网提供了更多思路和数数据支撑，也为相关管理部门提供了决策参考。

今年的《中国青少年上网行为调查报告》根据第二十五次中国互联网络发展状况统计调查，对青少年网民进行了细分研究。除了对青少年网民整体的规模特征、网络应用和地区差异进行分析；还就手机网民快速增长的情况，对青少年手机网民的特征、网络应用进行了分析；同时针对社会关注的热点，增加了对未成年网民的网络使用状况的阐述。

我们期待对青少年网民的连续研究，能够为政府管理部门制定政策措施、社会各界加强舆论监督、业界制定发展战略等提供支持。我们期待我们的努力能够为青少年营造积极向上的文化氛围，打造健康良好的网络环境出一份力、尽一份心。

中国互联网络信息中心（CNNIC）

2010年4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：半年内使用过互联网的 6 周岁及以上中国公民。

◇ 青少年网民

指年龄在 25 周岁以下的网民。

◇ 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。

◇ 未成年网民

指年龄在 18 周岁以下的网民。

◇ 东中西部区域划分

东部包括：北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南。

中部包括：山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南。

西部包括：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。

东北包括：辽宁、吉林和黑龙江。

◇ 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 2009 年 12 月 31 日。

内容摘要

- 截至 2009 年底，中国青少年网民规模达 1.95 亿人，占网民总体的 50.7%，同比增长 16.8%。中国青少年互联网使用普及率达到 54.5%。
- 中国青少年网民中，城镇网民为 13163 万，农村网民 6338 万，城乡比为 67.5：32.5。男女性别比为 53.6：46.4，男性网民占比高于 2008 年 48.9% 的水平。
- 2009 年中国青少年网民在学校上网的比例迅速攀升，同比增长 17.2 个百分点。其中，中、小学生网民群体在学校上网的比例涨幅最快，分别达到 28.3 个和 27.7 个百分点。
- 网吧作为中国青少年上网场所的重要性在弱化，2009 年在网吧上网的青少年网民占比从 57.5% 下降到 49.4%，但农村青少年网民在网吧上网比例仍高达 54.9%。
- 手机已经成为中国青少年第一位的上网工具。2009 年有 74% 的青少年网民使用手机上网，年增长 24.3 个百分点。
- 2009 年中国青少年网民平均每周上网时长为 16.5 个小时，比 2008 年增加了 1.9 个小时。
- 中国青少年网民网络使用娱乐化特点较为突出，2009 年在网络音乐（88.1%）、网络视频（67%）、网络文学（47.1%）和网络游戏（77.2%）上的使用率均高于整体网民。交流沟通应用方面，青少年网民在博客（68.6%）、即时通信（77%）、社交网站（50.9%）和论坛 BBS（31.7%）的使用率也高于整体网民。
- 中国青少年网民对搜索引擎的使用需求较强，使用率达 73.9%，高于整体网民 73.3% 的水平。互联网对青少年群体的综合工具作用更加明显。
- 大学生网民是网络使用最活跃的群体之一，该群体在大部分网络应用上的使用率都最高。在网络娱乐、交流沟通、信息获取方面，大学生网民表现的较为活跃；在商务类应用上，大学生网民网购比例达 43.1%，使用网上支付和网上银行的比例分别达 40.1% 和 38.9%。
- 中国中小网民网络应用娱乐化特点更为突出，中学生和小学生网民网络游戏的使用率分别达到 81% 和 82.3%。
- 城乡青少年在信息获取和商务交易类应用上差距较大。在使用网络获取信息方面，城乡青少年网民搜索引擎和网络新闻使用率差距 10 个百分点左右。
- 2009 年中国青少年手机网民达 1.44 亿人，同比增长 73.5%。大学生网民中手机网民占比最高，达 85.7%。有 69.3% 的中学生网民使用手机上网。
- 与整体手机网民相比，中国青少年手机网民在大部分手机应用上都更为活跃。87.3% 的青少年手机网民使用手机在线聊天服务，高于整体手机网民 77.8% 的水平。使用手机搜

索和手机音乐的青少年手机网民分别占到 60.8% 和 54.5 %，高于同期整体手机网民 5.6 个和 4.1 个百分点。

- 2009 年中国未成年网民规模达 7917 万人，占青少年网民总体的 40.6%，其中有 63% 的未成年网民使用手机上网。
- 娱乐、社交和自我展示是中国大部分未成年网民网络生活的主题。在网络娱乐应用方面，未成年网民的使用率均高于整体网民。其中未成年网民网络游戏的使用率达到 81.5%，不仅高于整体网民，也高于青少年网民 77.2% 的水平。

第一章 青少年上网行为概述

一、青少年网民规模及群体特征

(一) 网民规模

截至 2009 年 12 月，中国青少年网民规模达 1.95 亿，随着青少年网民规模的不断增大，其互联网普及率已经达到 54.5%，远高于整体网民 28.9% 的平均水平。

2009 年，中国新增青少年网民 2800 万，同比增长 16.8%，低于全国 28.9% 的网民增幅。这主要与 30 岁以上网民增速加快，网民年龄进一步成熟化有关。同时，青少年网民占整体网民的比例小幅下滑，目前占网民总体的 50.7%，为近三年新低，但青少年仍然是中国最大的网民群体。

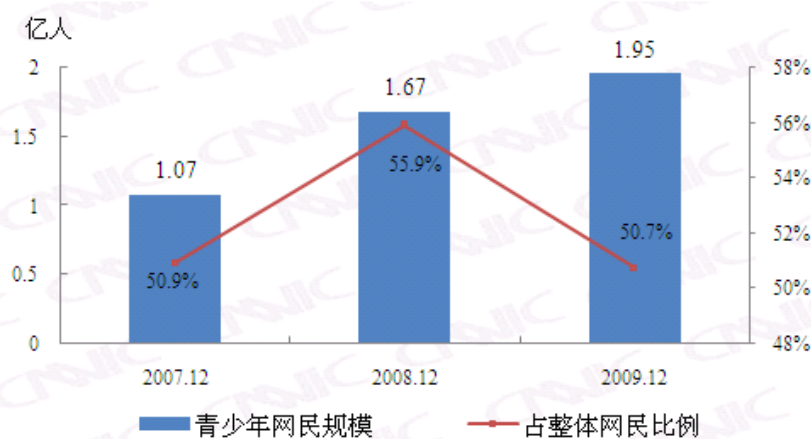


图 1 2007.12-2009.12 青少年网民规模及占比

(二) 群体特征

◆ 性别分布

2009 年，中国青少年网民男女比例为 53.6: 46.4，男性占比高于 2008 年 48.9% 的水平。青少年网民中女性群体居多的局面被改变，这主要与低龄群体男性人口占比更高有关。随着

更多的低龄人口进入网民群体，男性青少年网民群体规模也随之逐步增大。

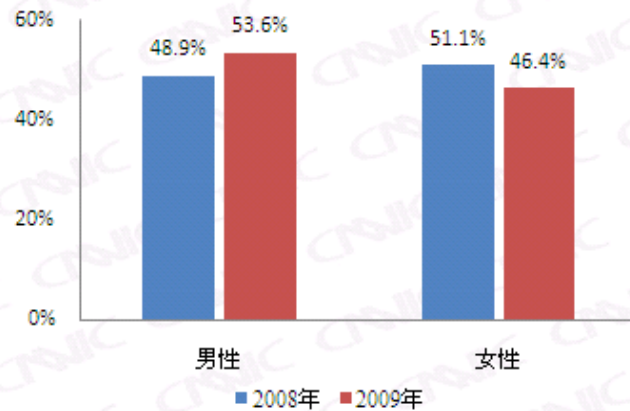


图 2 2008-2009 年青少年网民性别构成

◆ 年龄分布

从年龄分布看，94.3%的中国青少年网民在 12 岁及以上，19-24 岁之间的网民最集中，占到 50%。与 2008 年相比，19 岁以上网民占比提高 5.6 个百分点；12 岁以下网民规模有扩张趋势，占比提高 1 个百分点。

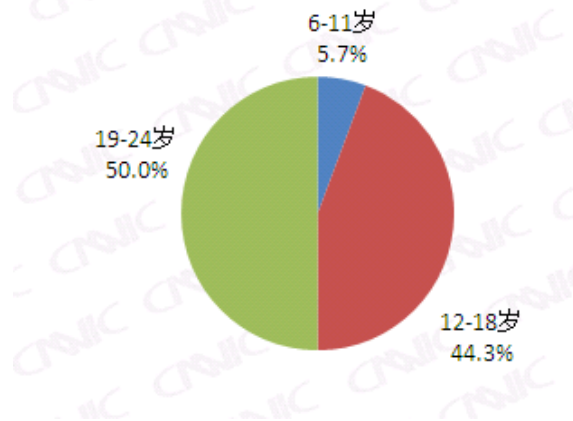


图 3 青少年网民年龄分布

◆ 在学状态分布

中国青少年网民中，非学生群体规模最大，达到 8541 万人，占 43.8%；中学生网民规模达 7488 万人，占 38.4%；大学生和小学生分别占比 10.8%和 7%。

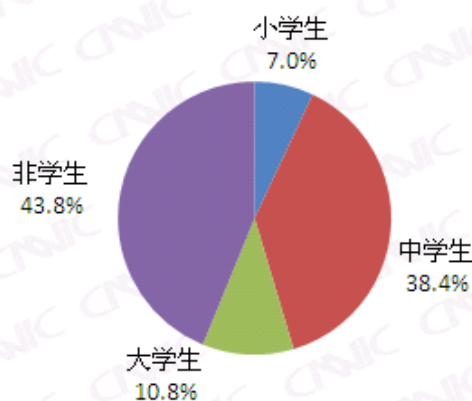


图 4 青少年网民在学状态分布

◆ 地区分布

2009 年，中国青少年网民城乡比为 67.5: 32.5，同期全国网民城乡比为 72.2: 27.8，青少年网民中农村人口占比高出整体网民 4.7 个百分点，城乡差异小于整体网民。

与 2008 年相比，2009 年中国青少年网民中农村人口的比例小幅波动，占比降低 2 个百分点。城市青少年网民规模年增幅 20.3%，而同期农村青少年网民仅增加了 10%。

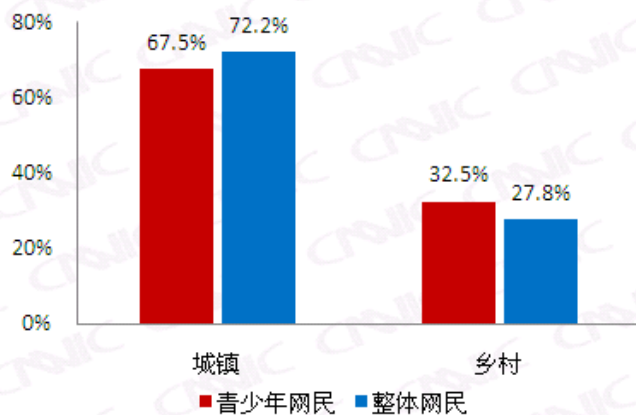


图 5 青少年网民与整体网民城乡规模差异

二、青少年上网行为特征

目前手机已经成为中国青少年第一位的上网工具，2009 年有 74% 的青少年网民使用手机上网。网吧作为青少年上网场所的重要性在弱化。青少年网络使用时长也在逐渐增加，平均每周上网时间达到 16.5 小时。

（一）上网地点

随着家庭网络接入环境的逐步优化，越来越多的中国青少年能够在家上网。2009 年，在家上网的青少年网民比例增加至 77.2%，同比提高 5.1 个百分点。

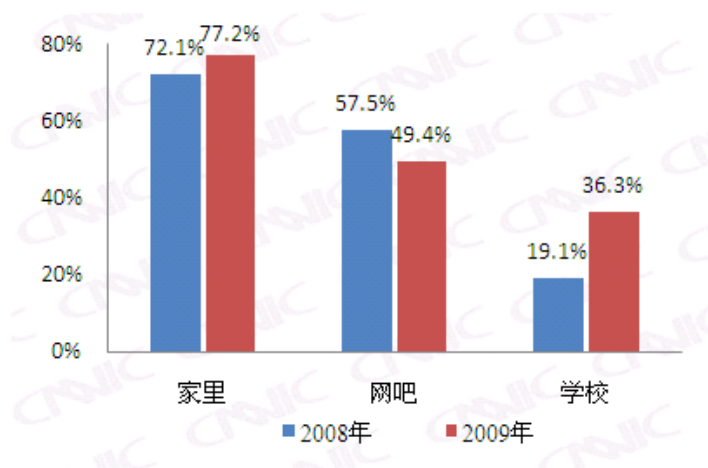


图 6 2008-2009 年青少年网民上网地点

中国青少年网民在学校上网的比例迅速攀升，从 2008 年的 19.1% 增加到 2009 年 36.3%，同比增加 17.2 个百分点。其中，处于低等教育阶段的学生网民在学校上网的比例上升最快，2009 年小学生和中学生在学校上网的比例分别达到 36.7% 和 46.3%，同比增加 27.7 个和 28.3 个百分点。

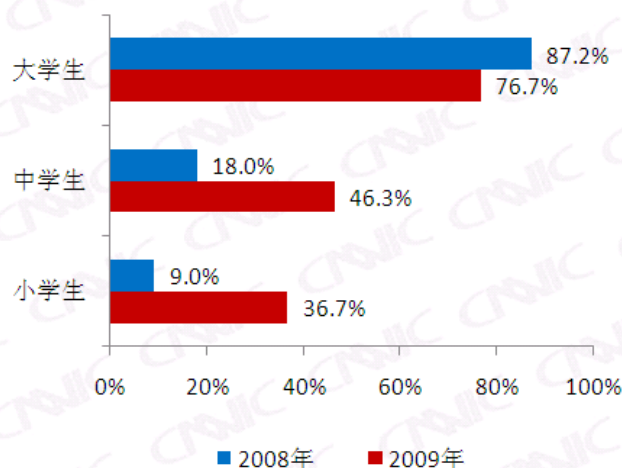


图 7 2008-2009 年不同学龄期青少年网民学校上网比例

网吧作为中国青少年上网场所的重要性在弱化，使用率从 2008 年的 57.5% 下降到 2009 年的 49.4%。其中，学生网民在网吧上网的比例大幅度下降，大学生在网吧上网的比例从 66% 下降至 54.7%，下降 11.3 个百分点；小学生、中学生在网吧上网比例也分别下降 4.3 和 3.1 个百分点。

但是，对农村地区青少年网民而言，网吧使用比例仍然较高。2009 年，有 54.9% 的农村青少年网民在网吧上网，农村未成年网民在网吧上网比例高达 46.2%。

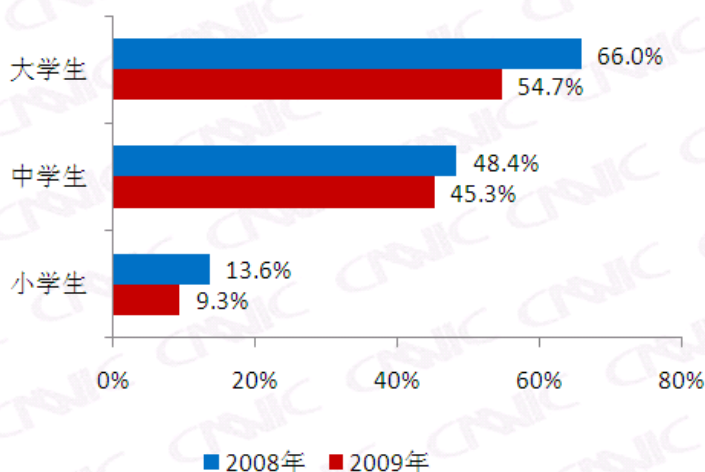


图 8 2008-2009 不同学龄期青少年网民网吧上网比例

（二）上网设备

青少年对新鲜事物具有较强的好奇心，在 3G 带来的手机上网热潮下，青少年使用手机上网的比例显著增长。手机已经成为中国青少年第一位的上网工具。2009 年，有 74% 的青少年网民使用手机上网，使用率年增幅达 24.3 个百分点。对缺少电脑等上网设备的农村地区和部分城镇地区而言，手机上网为青少年提供了另一条接触互联网的途径。

同期，使用台式机上网的青少年网民比例为 69.7%，同比有较大幅度下降，降幅达 19.9%。台式机逐步让位于手机成为青少年网民第二位的上网终端。使用笔记本电脑上网的青少年比例变化不大，微增 1.7 个百分点，达到 30.4%。

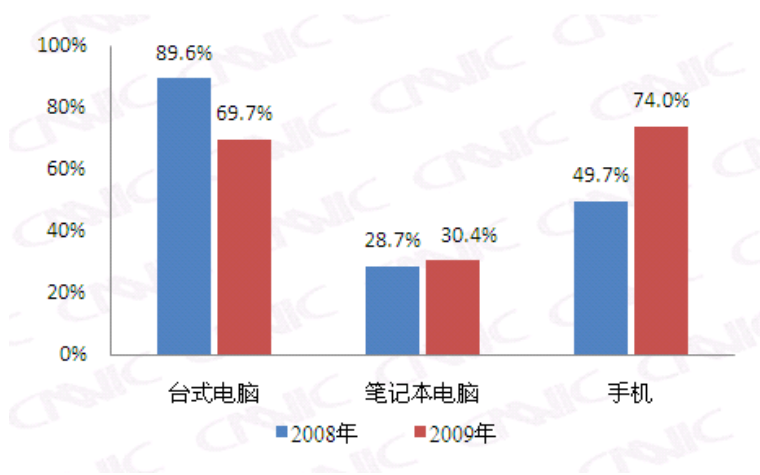


图 9 2008-2009 青少年网民上网设备

（三）上网时长

在网民规模不断增长的同时，中国青少年网络使用时长也在逐渐增加。2009 年，青少年网民平均每周上网时间达 16.5 个小时，比 2008 年增加 1.9 个小时。

相比学生网民而言，非学生网民的上网时间更长，达到 21.6 个小时。在学生网民群体中，大学生网民上网时间最长，达到 18.6 个小时，超过青少年网民平均上网时长，同比增加 0.2 个小时；中学生网民平均每周上网时间增幅较大，首次超过 10 个小时，达到 12.1 个小时，同比增加 2.4 个小时。小学生网民是青少年网民中周上网时长唯一减少的群体，为 5.9 个小时，同比减少 1.9 个小时。

表 1 不同学龄期青少年网民周上网时长

2009 年中国青少年上网行为调查报告

上网时长	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体
2008 年	7.8	9.7	18.4	--	14.6
2009 年	5.9	12.1	18.6	21.6	16.5

第二章 青少年网络应用行为分析

2009 年，中国青少年网民网络使用仍然保持较突出的娱乐特点，网络音乐（88.1%）、网络视频（67%）、网络文学（47.1%）和网络游戏（77.2%）的使用率均高于整体网民；同时，青少年网民在网络沟通交流上也属于活跃群体，其在博客（68.6%）、即时通信（77%）、社交网站（50.9%）和论坛 BBS（31.7%）的使用率也高于整体网民。此外，中国青少年网民对搜索引擎有较强的使用需求，使用率达 73.9%，高于整体网民 73.3% 的水平。对青少年网民而言，互联网的综合工具作用更加明显。

表 2 各互联网应用在青少年网民中的普及率

		小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
信息获取	搜索引擎	60.3%	77.2%	84.3%	70.4%	73.9%	73.3%
	网络新闻	47.4%	71.6%	88.9%	72.5%	72.0%	80.1%
网络娱乐	网络音乐	60.7%	90.0%	94.6%	89.9%	88.1%	83.5%
	网络视频	50.7%	67.1%	85.4%	65.4%	67.0%	62.6%
	网络文学	27.1%	49.4%	53.8%	47.1%	47.1%	42.3%
	网络游戏	82.3%	81.0%	67.1%	75.4%	77.2%	68.9%
交流沟通	拥有博客	48.6%	69.5%	76.3%	69.6%	68.6%	57.7%
	即时通信	44.2%	80.5%	88.7%	76.9%	77.0%	70.9%
	社交网站	25.6%	40.1%	60.7%	64.4%	50.9%	45.8%
	电子邮件	34.0%	55.0%	81.4%	55.3%	56.2%	56.8%
商务交易	论坛/BBS	11.9%	29.1%	50.4%	33.4%	31.7%	30.5%
	网络购物	10.2%	19.9%	43.1%	31.9%	26.5%	28.1%
商务交易	网上支付	4.7%	16.5%	40.1%	28.3%	22.9%	24.5%
	网上银行	2.9%	13.7%	38.9%	28.0%	21.4%	24.5%

注：粗体数字表示使用比例高于总体网民的应用，斜体数字表示使用比例低于总体网民的应用；

由于青少年群体年龄跨度较大，跨越了学龄期和工作初期，因此处于不同年龄段的网民在网络使用上的差异较大。大学生群体是中国网民最活跃的群体之一，该群体在大部分网络应用上的使用率都最高。在网络娱乐、交流沟通、信息获取和商务类应用方面，大学生群体都有较活跃的表现，其中搜索引擎、网络新闻使用率分别达到 84.3% 和 88.9%，网络音乐和视频使用率分别达到 94.6% 和 85.4%，即时通信和电子邮件使用率分别达到 88.7% 和 81.4%；在网民使用相对较浅的商务类应用上，大学生网民群体网购比例为 43.1%，使用网上支付和网上银行的比例也分别达到 40.1% 和 38.9%。

中小网民网络应用的娱乐化特点比较突出。中学生网民网络游戏使用率达 81.0%，网络音乐、视频和网络文学使用率都高于整体网民。小学生大部分网络应用使用率都低于整体网民，但网络游戏使用率达到 82.3%，在各类青少年群体中居于首位，也高出整体网民 13.4 个百分点。

一、信息获取

2009 年，中国青少年网民搜索引擎使用率为 73.9%，高出整体网民 0.6 个百分点，也高于 2008 年 67.3% 的水平。大学生和中学生群体使用搜索引擎的比例很高，分别为 84.3% 和 77.2%。

中国青少年网民网络新闻使用率为 72.0%，应用活跃性低于整体网民。其中，大学生对网络新闻的关注度较高，达到 88.9%。中小学生和青少年群体使用率较低，分别为 71.6%、47.4% 和 72.5%。

表 3 不同群体青少年网民信息获取类应用使用率

	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
搜索引擎	60.3%	77.2%	84.3%	70.4%	73.9%	73.3%
网络新闻	47.4%	71.6%	88.9%	72.5%	72.0%	80.1%

二、交流沟通

2009 年，中国青少年网民使用博客、论坛、社交网站和即时通信的比例分别为 68.6%、31.7%、50.9% 和 77.0%，这四类应用使用率均高于网民整体。

青少年网民中不同群体在交流沟通类应用使用上存在差异。大学生网民在博客、论坛、即时通信、电子邮件上的使用率都较高。非学生群体使用社交网站的比例在青少年群体中达到最高，为 64.4%。

表 4 不同群体青少年网民网络社交类应用使用率

	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
拥有博客	48.6%	69.5%	76.3%	69.6%	68.6%	57.7%
即时通信	44.2%	80.5%	88.7%	76.9%	77.0%	70.9%
社交网站	25.6%	40.1%	60.7%	64.4%	50.9%	45.8%
电子邮件	34.0%	55.0%	81.4%	55.3%	56.2%	56.8%
论坛/BBS	11.9%	29.1%	50.4%	33.4%	31.7%	30.5%

三、网络娱乐

偏重网络娱乐应用是中国青少年网络应用的特点之一。青少年在网民网络音乐、网络视频、网络文学和网络游戏上的使用率分别为 88.1%、67.0%、47.1% 和 77.2%，均高于整体网民平均水平。

表 5 不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率

	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
网络音乐	60.7%	90.0%	94.6%	89.9%	88.1%	83.5%
网络视频	50.7%	67.1%	85.4%	65.4%	67.0%	62.6%
网络文学	27.1%	49.4%	53.8%	47.1%	47.1%	42.3%
网络游戏	82.3%	81.0%	67.1%	75.4%	77.2%	68.9%

(一) 网络游戏

中国青少年网络使用偏重娱乐性，这一特点在中小网民群体中更为突出。2009 年，有 77.2% 的青少年网民使用网络游戏，同比增长 9.8 个百分点。小学生网民是网络游戏使用率最高的群体，2009 年玩网络游戏的比例达 82.3%，与 2008 年相比增长 13 个百分点。

表 6 2007 与 2008 年青少年网民网络游戏使用率

	中小网民	大学生	非学生	青少年总体
2008 年	69.5%	64.6%	65.4%	67.4%
2009 年	82.3%	81.0%	67.1%	77.2%

(二) 音乐视频

2009 年，88.1% 的中国青少年网民收听或下载网络音乐，67.0% 的青少年网民收看或下载网络视频，均高于整体网民相应使用率。

网络音乐和视频对青少年身心发展具有双面的影响，好的网络作品往往会给予青少年心理支持，陶冶情操，而不健康内容则会影响青少年的身心健康发展。

表 7 不同群体青少年网民网络音乐和视频使用率

	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
网络音乐	60.7%	90.0%	94.6%	89.9%	88.1%	83.5%
网络视频	50.7%	67.1%	85.4%	65.4%	67.0%	62.6%

四、商务交易

(一) 网络购物

整体来看，中国青少年网民在商务类应用方面较不活跃，网络购物和网上支付的使用率分别为 26.5% 和 22.9%，均略低于网民整体。

但是，各个群体差异较大，大学生网民群体使用网络购物的比例达 43.1%，高出整体网民 15 个百分点。非学生青少年网民使用网络购物的比例也达到 31.9%。中小学生网民由于年龄、购买能力等方面的原因，在网络购物等交易类应用上的使用率较低。

(二) 网上支付

2009 年，中国青少年网民使用网上支付的比例为 22.9%。有 40.1% 的大学生网民使用网上支付，高出全国网民平均使用率 15.6 个百分点。随着越来越多的学校和考试机构开通网上支付功能，学费和各类资格考试的缴费都可以通过更为便捷化的手段进行，网上支付在大学生群体中的使用情况较为普遍。与网络购物使用率相似，中小学生网民网上支付的使用率普遍较低。

表 8 不同群体青少年网民商务类应用使用率

	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
网络购物	10.2%	19.9%	43.1%	31.9%	26.5%	28.1%
网上支付	4.7%	16.5%	40.1%	28.3%	22.9%	24.5%
网上银行	2.9%	13.7%	38.9%	28.0%	21.4%	24.5%

第三章 青少年手机上网行为分析

一、青少年手机网民规模

青少年群体具有易于接受新事物的特点，随着 3G 网络技术的快速发展，使用手机上网的青少年网民数量迅速增长。2009 年，中国青少年手机网民达 1.44 亿人，同比增长 73.5%。

中国青少年网民中使用手机上网的比例高于全国平均水平。2009 年，有 74% 的青少年网民使用手机上网，而同期全国网民中手机上网的比例为 60.8%。在手机上网的青少年网民中，在校大学生网民使用手机上网的比例最高，有 85.7% 的大学生网民使用手机上网。中学生网民使用手机上网的比例为 69.3%，小学生网民为 36.6%。

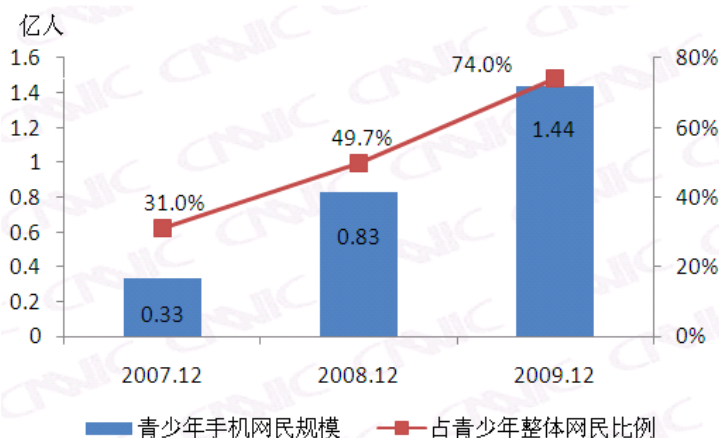


图 10 2007-2009 青少年手机网民规模及占比

二、青少年手机网民特征

中国青少年手机网民性别特征与整体网民趋同。2009 年，青少年手机网民男女比例为 53:47，男性占比略低于青少年整体网民分布。

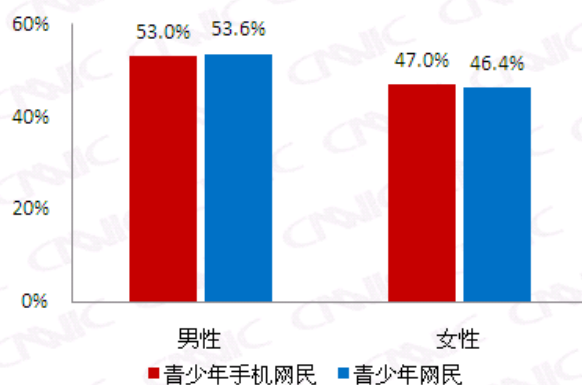


图 11 青少年手机网民和整体网民性别结构

中国青少年手机网民年龄偏高，19-24 岁年龄段人群占青少年手机网民总体的 54.8%，而青少年网民中这一群体占比为 50.0%。这主要与低龄群体较低的手机拥有率有关。

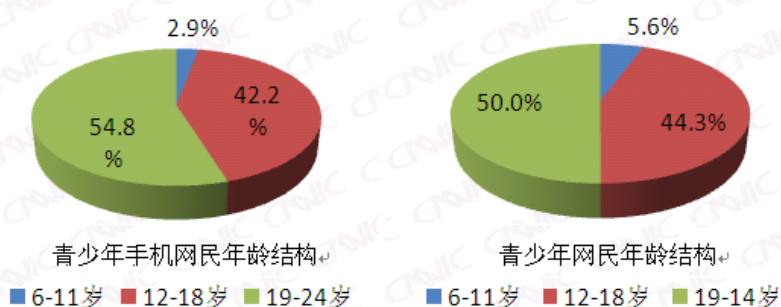


图 12 青少年手机网民和整体网民年龄结构

中国青少年手机网民城乡比为 32.7: 67.3，农村青少年手机网民占比略高于农村青少年网民在青少年网民总体中的占比（32.5%）。由于手机应用的便利性，手机在农村地区相对于传统的互联网有更大的优势。随着 3G 手机上网速率的提升，农村青少年群体势必将成为手机新增网民的重要人群之一。

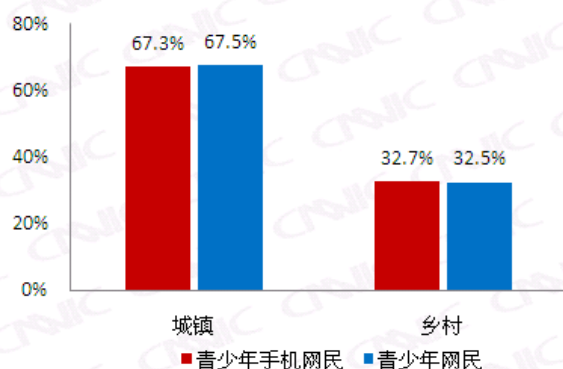


图 13 青少年手机网民和青少年网民城乡结构

三、青少年手机网民网络应用行为

与整体手机网民相比，中国青少年手机网民在大部分手机应用上都更为活跃。有 87.3% 的青少年手机网民使用手机在线聊天服务，高于整体手机网民 77.8% 的使用率。使用手机搜索和手机音乐的青少年手机网民也达到了 60.8% 和 54.5%，分别高于同期整体手机网民相应使用率 5.6 和 4.1 个百分点。

这种现象与青少年在传统网络应用上表现出的特征一致。以手机聊天、手机阅读和搜索领军的手機上网应用还处于发展初期，手机电视和手机社区应用也集中在娱乐层面。青少年网民在网络娱乐使用上较为突出，这与手机网络应用现阶段的发展状态较为吻合，二者的契合带动了青少年群体手机网络应用的活跃使用。

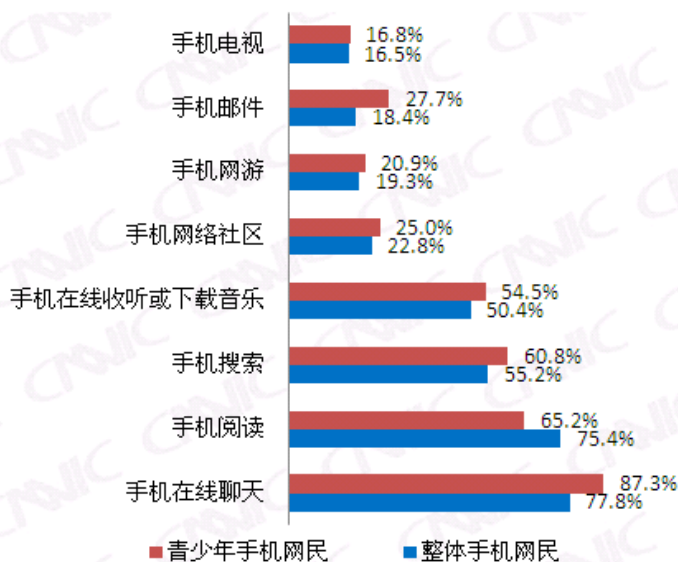


图 14 青少年手机网民和整体手机网民手机网络应用

第四章 不同地区青少年上网行为分析

一、城乡青少年上网行为对比

(一) 城乡青少年网民规模特点

2009 年，中国青少年网民规模城乡比约为 2:1，城镇青少年网民比农村青少年网民多 6824 万。由于城乡之间在基础设施和社会发展上存在差距，城镇与农村青少年在上网场所、上网媒介和网络应用方面均表现出一定的差异。

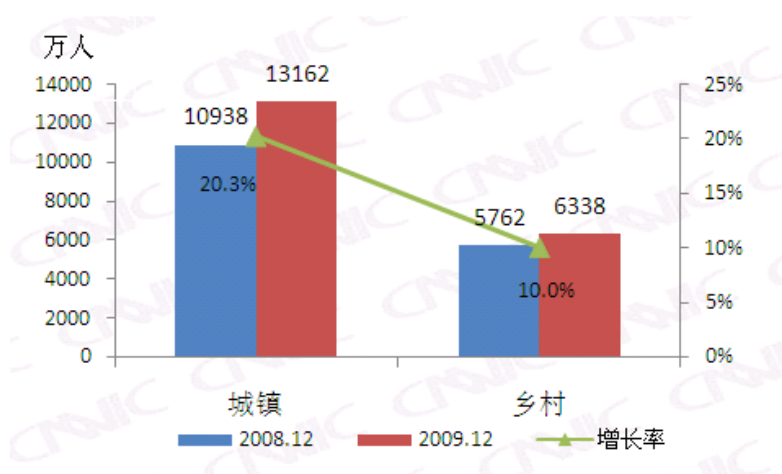


图 15 2008-2009 年青少年城乡网民规模及增长

由于城乡经济社会发展差距较大，目前中国农村青少年在网吧上网的比例仍高于城镇地区 8.2 个百分点，农村青少年网民在家里、学校、公共场所上网的比例也均落后于城镇地区。但是，由于家庭互联网接入条件在逐步改善，学校和公共场所也提供了更多的上网场所，农村青少年网民在网吧上网的比例较去年有所下降，为 54.9%，下降了 10.5 个百分点。

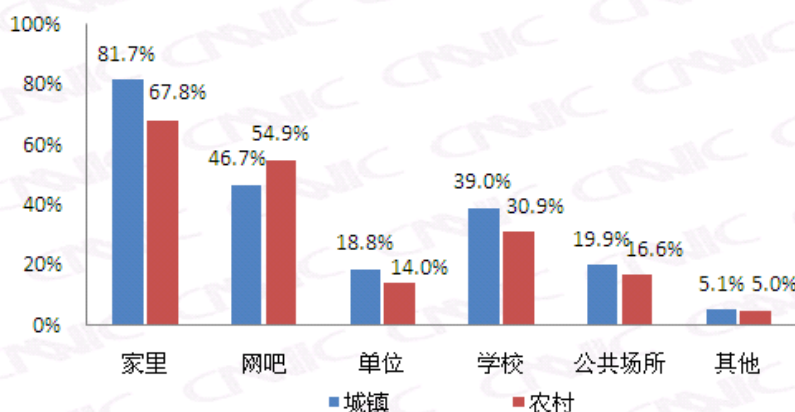


图 16 城乡青少年网民上网地点对比

上网设备方面，青少年使用笔记本电脑上网的城乡差距较大，家电下乡便利了农村地区购买笔记本电脑的渠道，但是较高的价格仍然制约农村地区笔记本电脑的使用。

农村地区使用手机上网的青少年占比略高于城镇，达到 74.5%。手机上网为电脑设备匮乏地区的青少年提供了另一条接触网络的渠道，较低的网络接入门槛吸引了更多的农村青少年网民。

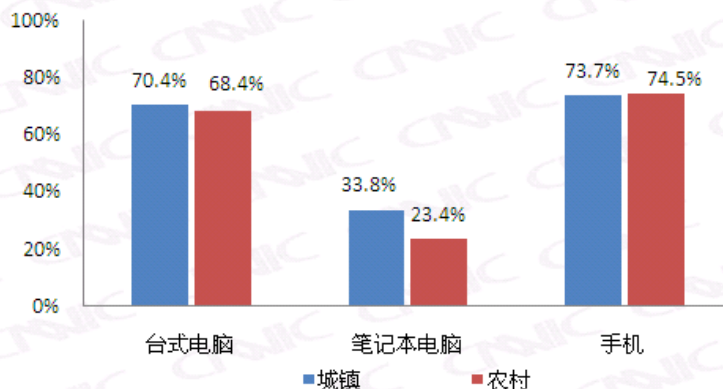


图 17 城乡青少年网民上网设备对比

（二）城乡青少年应用差异

在调查的所有网络应用中，城镇青少年网民使用率都高于农村青少年网民。虽然农村地区青少年上网普及率有了一定的提高，但是其网络应用水平于城市相比还有较大的差距。

从差异来看，城乡青少年在信息获取和商务交易类应用上差距较大。在使用网络获取信息方面，城乡青少年网民搜索引擎和网络新闻使用率差距 10 个百分点左右。在信息获取成为人们网络使用中较为普及的应用类型之时，城乡青少年高达 10 个百分点的使用率差距显示出农村地区青少年在网络信息使用上的不足。

网络娱乐使用上，除了网络视频以外，网络音乐、游戏和文学的使用率差距都在 5 个百分点以下，城乡青少年网络应用的娱乐特点都较为突出。网络视频使用的差距可能与农村地

区宽带和网络资源建设滞后有关，流量限制了部分农村青少年网民使用网络视频。

交流沟通方面，偏娱乐类的社交网站、即时通信和博客应用使用率差距都在 10 个百分点以下，而电子邮件、社交网站和论坛使用率差距都超过了 10%。青少年网民电子邮件使用率的城乡差距达到 16.3 个百分点。

商务交易类应用上，城乡青少年使用率差距较明显。其中网络购物使用率差距为 13.9 个百分点。网上支付和网上银行使用率也分别相差 12 和 10.9 个百分点。在旅行预订和网络炒股应用上，城乡青少年使用率均较低。

农村青少年网民的网络应用更偏重于娱乐性，更加远离信息性功能。缩小城乡青少年网民差距不仅体现在网民构成的平衡上，还应该帮助农村青少年网民拓展网络应用，发挥互联网的信息功能，弥补农村地区发展落后造成的信息资源不足。

表 9 城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异

类别	网络应用	城镇	农村	差异（百分点）
信息获取	搜索引擎	77.3%	66.7%	10.6
	网络新闻	75.3%	64.6%	10.7
网络娱乐	网络音乐	89.5%	85.2%	4.2
	网络视频	70.8%	58.8%	11.9
	网络文学	47.5%	46.3%	1.3
	网络游戏	77.9%	75.7%	2.2
交流沟通	拥有博客	70.9%	63.5%	7.4
	即时通信	79.7%	71.3%	8.4
	社交网站	55.6%	41.5%	14.1
	电子邮件	61.4%	45.1%	16.3
	论坛/BBS	35.5%	23.7%	11.8
商务交易	网络购物	30.9%	17.0%	13.9
	网上支付	26.7%	14.7%	12.0
	网上银行	24.8%	13.9%	10.9
	旅行预订	6.1%	2.3%	3.9

二、东、中、西部青少年上网行为对比

（一）东中西部青少年网民规模特点

中国东部地区是互联网发展较好、网民较集中的地区，青少年网民数量占到整体的 59.8%，青少年网民规模为 11657 万人。虽然不同地域之间在经济社会发展水平上存在差距，但是青少年在上网场所、上网媒介和网络应用方面差异相对较小。

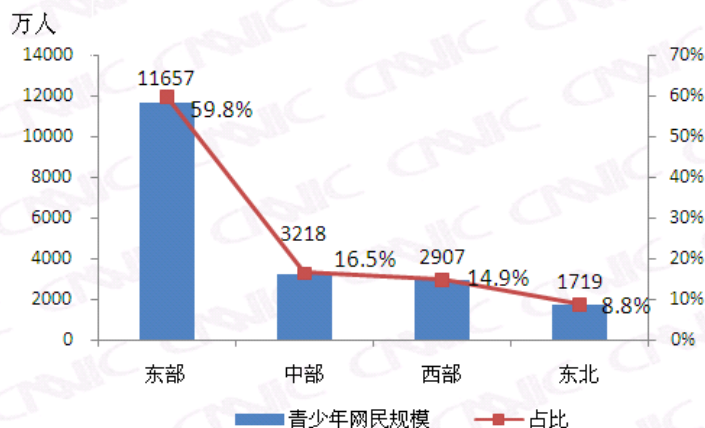


图 18 东中西部青少年网民规模及占比

随着家庭互联网接入条件在逐步改善,东中西地区青少年网民在家上网比例均达到 70% 以上的水平。由于网络接入的基础设施仍存在差异,中部和西部青少年在网吧上网的比例高于东部和东北部地区。同时,中部和西部青少年在学校上网的比例也达到最高,分别为 36.1% 和 43.5%。

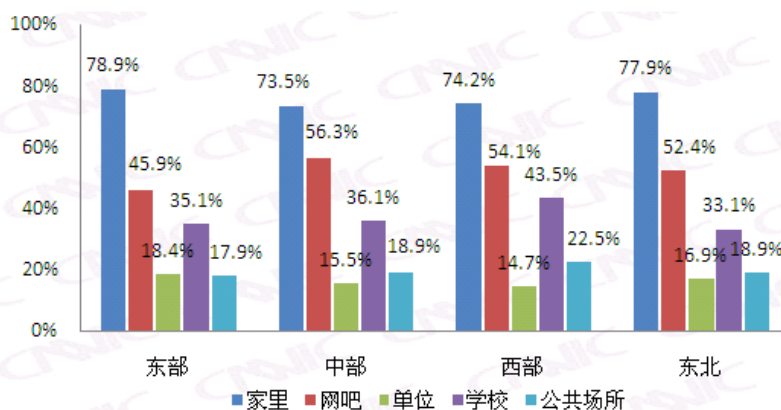


图 19 东中西部青少年网民上网地点对比

上网设备方面,东部地区经济社会发展水平领先,因此使用台式机和笔记本上网的比例均高于其他地区。而西部地区青少年网民手机上网比例最高,达到 75.3%。手机作为近年来蓬勃发展的上网设备,给西部地区网络接入相对薄弱地区的青少年群体提供了更为便捷的网络接入工具。

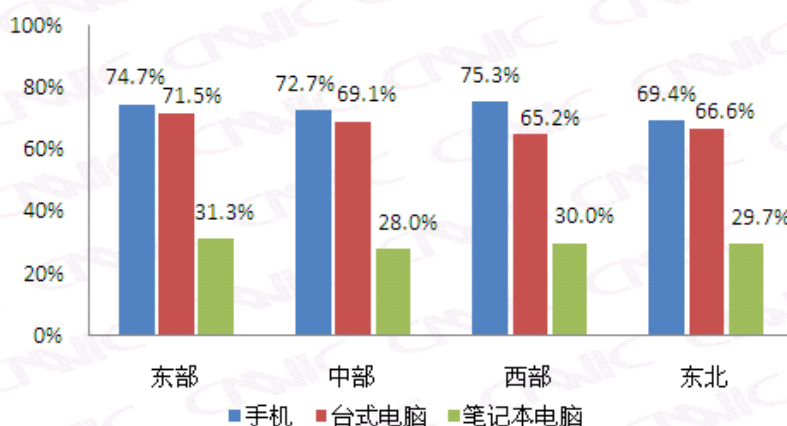


图 20 东中西部青少年上网设备对比

(二) 东中西部青少年网络应用差异

信息获取类应用上，东部地区青少年网民使用率较高，搜索引擎和网络新闻使用率分别为76%和72.7%；在偏娱乐的网络应用，如网络音乐、网络游戏的使用上，中西部地区青少年网民使用比例高于东部地区。东北地区青少年网民在网络游戏使用上较为特殊，使用率高达82.6%。

由于青少年网民整体商务类应用使用较浅，不同地区的青少年使用率差距相对较小，东部地区青少年网民使用率略高于中西部地区青少年网民，东部和中部有26.9%和26.2%的青少年网民使用网络购物，东北部和西部地区这一比例分别为25.8%和25.3%。

表 10 东中西部青少年网民网络应用对比

类别	网络应用	东部	中部	西部	东北
信息获取	搜索引擎	76.0%	70.7%	70.7%	70.6%
	网络新闻	72.7%	72.5%	70.5%	67.9%
网络娱乐	网络音乐	87.7%	90.4%	90.3%	83.1%
	网络视频	66.0%	69.5%	69.5%	65.3%
	网络文学	47.5%	46.8%	45.4%	47.9%
	网络游戏	76.7%	74.6%	79.7%	82.6%
交流沟通	拥有博客	69.7%	67.8%	67.4%	66.1%
	即时通信	77.3%	77.6%	76.8%	73.8%
	社交网站	47.2%	54.3%	59.3%	58.6%
	电子邮件	57.7%	52.0%	59.4%	48.0%
	论坛/BBS	32.9%	30.0%	29.7%	29.7%
商务交易	网络购物	26.9%	26.2%	25.3%	25.8%
	网上支付	23.3%	20.8%	22.7%	24.4%

2009 年中国青少年上网行为调查报告

	网上银行	21.4%	21.5%	20.7%	22.0%
	旅行预订	5.4%	3.2%	5.0%	4.7%

第五章 未成年人上网行为分析

一、未成年网民规模和特征

互联网在未成年人中普及率较高，上网已经成为我国未成年人的重要生活内容之一。2009 年，中国未成年网民占青少年网民总数的 40.6%，规模达 7917 万人。

未成年网民在家庭上网比例最高，为 81.1%。学校上网比例也达到 42%，高于青少年整体 36.3% 的水平。但是仍然有 37.6% 的未成年网民在网吧上网。

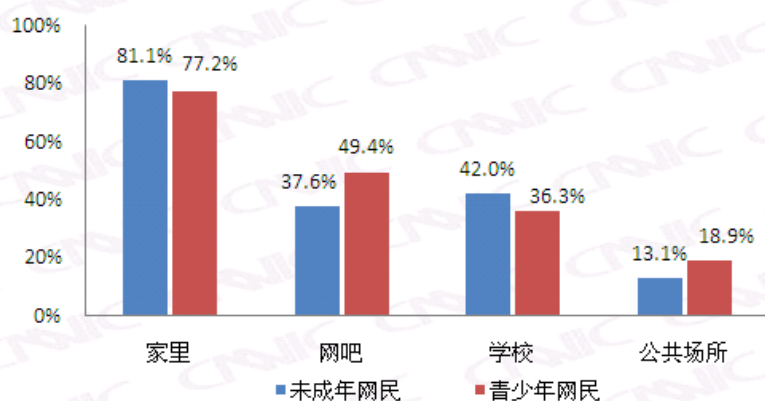


图 21 未成年网民和青少年网民上网地点对比

未成年网民使用台式机上网比例最高，为 75%。有 63% 的未成年网民使用手机上网，这一比例低于整体青少年网民手机上网比例。随着低龄人群人均手机持有量的增加，手机上网的普及，未来未成年网民使用手机上网的比例还会进一步提高。

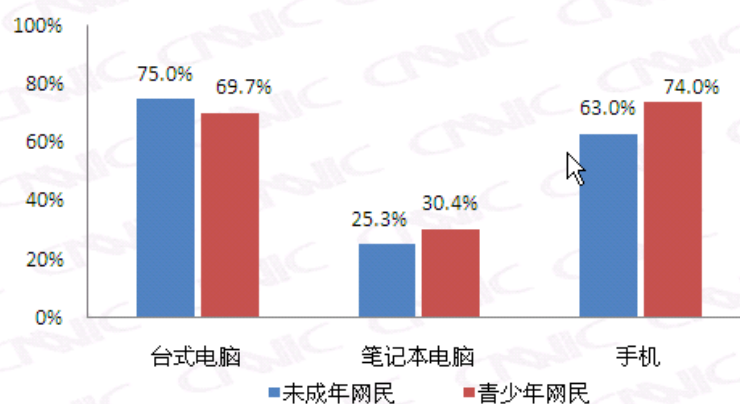


图 22 未成年网民和青少年网民上网设备对比

二、未成年网民网络应用情况

由于未成年网民大部分处于低等教育学龄期，受到家长和老师的约束较多，好奇心较强而自我约束能力较差，该群体的互联网使用与处于高等教育阶段的大学生和非学生群体有较大的不同。

娱乐、社交和自我展示是中国大部分未成年网民网络生活的主题。在网络娱乐应用方面，未成年网民的使用率都高于整体网民，其中网络音乐和网络文学的使用率分别达到84.8%和44.6%。网络游戏的使用率达81.5%，不仅高于整体网民使用率，也高出青少年网民77.2%的水平。

在网络作为信息获取工具方面，未成年网民使用率低于整体网民，但是使用率也超过了50%。其中，搜索引擎的使用率为71.8%，网络新闻的使用率为64.5%。在互联网交流沟通方面，博客和即时通信使用率分别为64.6%和72.4%，均高于整体网民相应水平。

表 11 各互联网应用在未成年网民中的普及率

应用分类	网络应用	未成年网民	青少年总体	网民总体
信息获取	搜索引擎	71.8%	73.9%	73.3%
	网络新闻	64.5%	72.0%	80.1%
网络娱乐	网络音乐	84.8%	88.1%	83.5%
	网络视频	62.0%	67.0%	62.6%
	网络文学	44.6%	47.1%	42.3%
	网络游戏	81.5%	77.2%	68.9%
交流沟通	拥有博客	64.6%	68.6%	57.7%
	即时通信	72.4%	77.0%	70.9%
	社交网站	34.7%	50.9%	45.8%
	电子邮件	47.6%	56.2%	56.8%
	论坛/BBS	23.7%	31.7%	30.5%
商务交易	网络购物	16.1%	26.5%	28.1%
	网上支付	12.4%	22.9%	24.5%
	网上银行	10.5%	21.4%	24.5%

注：粗体数字表示未成年网络应用使用比例高于总体网民；

三、未成年人上网行为管理建议

近年来，关于未成年人网络使用的问题争论较多，由于未成年网民不当使用网络带来的问题也成为社会关注的焦点。伴随越来越多的未成人也进入了网民队伍，未成年网民的网络娱乐化更为突出。由于未成年人自我约束和管理能力相对欠缺，在互联网内容的爆炸增长背景下，越来越多的网络使用问题也不断显现，如：

- 未成年网民规模不断增大，如何开展网络内容筛选和净化工作；
- 未成年手机网民规模持续壮大，如何防范不良手机网页内容浏览；
- 未成年网民网络游戏使用率逐步提升，如何防止未成年人网络游戏沉迷。
-

未成年人正处于易接受新事物，创造力丰富的年龄段，同时也处在价值观逐渐形成时期。随着网络信息使用的增加，对还没有形成良好自我约束和鉴别能力的未成年网民而言，他们很可能会受到网络渠道中不良信息和内容的负面影响。如何在保障青少年身心健康的前提下，使其更加自主地使用网络、用好网络，是家长、学校和社会各界关注的问题。

青少年期跨越了主要的学龄期和工作初期，经历了由父母监管、学校教育到自我管理、社会监督的转变。青少年内部不同群体心理发展成熟度差异较大，其网络使用特点也各异。因此，对不同群体的网民应该区分对待。对于已经成年或工作的青少年网民，应该正确理解和引导其网络使用行为，尊重其网络使用的多样性和丰富性。对还没有形成良好自我约束和鉴别能力的未成年网民而言，应该由家庭、学校和社会共同监督。从加强自我管理、充分利用学校网络资源和坚持对互联网产品的内容管理三个方面对未成年人网络使用提供保障。

（一）加强未成年人自我管理训练，在正确价值观下使用网络

首先，由于处于求学和成长的关键期，加之缺乏完全的鉴别和判断能力，未成年人在网络信息选择和使用上可能受到的负面影响也最大。因此需要加强对未成年人辨别善恶美丑能力的教育，帮助其正确处理信息爆炸时代的信息过滤和吸取问题。其二，在信息爆炸增长和高速流动的今天，未成年人使用互联网不仅仅是娱乐和休闲的选择，更是便捷快速地获取信息的必备工具。因此应该鼓励未成年人的正确上网行为，帮助其树立良好的榜样典范，发挥互联网促进青少年健全知识，发展技能的作用。其三，应该大力开发和帮助未成年人健康上网的软件和产品，协助学校和家长对还没有完全自我控制能力的未成年人进行上网指导。

（二）合理利用上网资源，保障未成年人安全的上网环境

首先，应该充分利用校内网络资源，为学生网民提供绿色上网环境。特别是加强中西部农村地区学校网络资源建设。对于偏远地区的青少年网民而言，由于家庭上网条件的不足，学校是最安全和可靠的上网环境。如果学校的网络资源不能及时满足成长中的学生的信息需求，就会将其排挤到网吧，尤其是“黑网吧”等不具备安全上网环境的上网场所。因此应该丰富学校上网资源，提供未成年人安全的上网环境。其二，敦促家长采取积极措施引导未成年人上网行为，充分发挥家庭教育功能。随着家庭电脑拥有量的提升，更多的青少年可以在家里使用互联网，因此家长在子女的上网行为的管理中需要发挥更大的作用。一方面，不能因为网络存在的负面影响而封闭未成年人探索网络世界的脚步；另一方面，也不能任其使用而不加限制。家长应该更加重视和合理管理子女的上网行为。

（三）加强网络文化建设，坚持互联网产品及内容的分层分类管理

首先，网络文化由于其来源于民间，更具有草根性，借助网络信息的平台流传更快更广。但是未经过滤的网络文化也含有很多不利于未成年人的成分，未成年人正处于对社会和自身探索的阶段，强烈的好奇心也导致未成年人对不健康的网络文化的追逐。因此，为了帮助未成年人树立更健全的文化意识，应该在加大内容建设力度，满足气多样化、个性化的文化信息需求的基础上，注重提升网络文化的道德情操水平，增进网络文化促进未成年人德智体发展的作用。其二，为了保护未成年网民的身心发展，应该加强对网络产品的审核和分级。限制未成年人使用带有暴力倾向的网络游戏，取缔带有教唆未成年人犯罪的视频内容，关闭带有色情信息的网站。其三，由于手机上网在青少年网民中的逐渐普及，未成年人的网络使用行为的监管难度在加大，需要强化对手机接入的互联网内容的管理。应该从源头上防止未成年人使用手机浏览信息下载色情信息，接触不健康的网络内容。开发适宜低龄群体使用的手机网络应用类型，利用手机网络信息开展多样化的教育形式，促进未成年人身心发展。

第六章 总结

一、中国青少年网民规模特点

青少年仍然是中国网民最大群体

截至 2009 年 12 月底，中国青少年网民规模达 1.95 亿，占网民总体的 50.7%。青少年网民仍然是中国最大的网民群体，其互联网普及率已经达到 54.5%，远高于整体网民 28.9% 的平均水平。青少年网民中，男性网民居多，占到 53.6%；19-24 岁的网民居多，占到 50%；非学生和处于中学阶段的网民居多，占到 82.2%。

手机成为青少年第一位的上网工具

在 3G 带来的手机上网热潮下，青少年使用手机上网的比例显著增长。手机已经成为中国青少年第一位的上网工具。2009 年，有 74% 的青少年使用手机上网，中国青少年手机网民达 1.44 亿人，同比增长 73.5%。青少年网民中使用手机上网的比例高于全国平均水平。在使用手机上网的青少年网民中，在校大学生网民使用手机上网的比例最高，有 85.7% 的大学生网民使用手机上网。中学生网民使用手机上网的比例为 69.3%，小学生网民为 36.6%。对缺少电脑等上网设备的农村地区和部分城镇地区而言，手机上网为青少年提供了更便捷的接触互联网的方式。

青少年网民在学校上网比例显著攀升

中国青少年网民在学校上网的比例迅速攀升，从 2008 年的 19.1% 增加到 2009 年 36.3%，同比增加 17.2 个百分点。其中，处于低教育阶段的学生网民在学校上网的比例上升最快，2009 年小学生和中学生在学校上网的比例分别达到 36.7% 和 46.3%，同比增加 27.7 个和 28.3 个百分点。与此同时，网吧作为中国青少年上网场所的重要性在弱化，使用率从 2008 年的 57.5% 下降到 2009 年的 49.4%。其中，学生网民在网吧上网的比例大幅度下降，大学生在网吧上网的比例从 66% 下降至 54.7%，下降 11.3 个百分点；小学生、中学生在网吧上网比例也分别下降 4.3 和 3.1 个百分点。

二、中国青少年网络使用特征

青少年网民网络应用仍偏娱乐化，工具价值逐步显现

对青少年网民而言，互联网的娱乐性仍然是吸引其网络使用的重要动力之一，青少年网民在网络音乐（88.1%）、网络视频（67%）、网络文学（47.1%）和网络游戏（77.2%）的使

用率均高于整体网民；在网络沟通交流上也属于活跃群体，其在博客（68.6%）、社交网站（50.9%）和即时通信（77%）的使用率也高于整体网民。同时，2009年在青少年使用网络的综合工具作用更加明显，其对搜索引擎有较强的使用需求，使用率达73.9%，高于整体网民73.3%的水平。

未成年网民网络应用娱乐化更加突出

中国未成年网民规模达7917万人，占青少年网民整体的40.6%，这部分群体使用手机上网的比例达到63%。娱乐、社交和自我展示是中国大部分未成年网民网络生活的主题。在网络娱乐应用方面，未成年网民的使用率均高于整体网民，其中网络音乐和网络文学的使用率分别达到84.8%和44.6%，网络游戏的使用率达81.5%，不仅高于整体网民使用率，也高出青少年网民77.2%的水平。在互联网交流沟通方面，博客和即时通信使用率分别为72.4%和64.6%，均高于整体网民相应使用率。

青少年手机网络应用使用较整体手机网民更为活跃

与青少年手机网民高增呼应的是青少年手机网络应用的活跃。2009年有87.3%的青少年手机网民使用手机在线聊天服务，高于整体手机网民77.8%的使用率。使用手机搜索和手机音乐的青少年手机网民所占比例也达到了60.8%和54.5%，分别高于同期整体手机网民的使用水平。

三、中国青少年网络地区差异

青少年互联网使用的城乡差距小幅拉大

2009年，中国青少年网民城乡比为67.5:32.5，同期全国网民城乡比为72.2:27.8，青少年网民中农村人口占比高出整体网民4.7个百分点，城乡差异小于整体网民。但是与2008年相比，2009年中国青少年网民中农村人口占比降低2个百分点。城市青少年网民规模年增幅20.3%，而同期农村青少年网民仅增加了10%。由于城乡之间在基础设施建设和社会发展程度上存在差距，城镇与农村青少年在上网场所、上网媒介和网络应用方面仍具有较大差异。

西部和农村地区青少年网民手机上网比例较高

农村地区使用手机上网的青少年占比略高于城镇，达到74.5%。手机上网为电脑设备匮乏地区的青少年提供了另一条接触网络的渠道，较低的网络接入门槛吸引了更多的农村青少年网民。西部地区青少年网民手机上网比例最高，达到75.3%。手机作为近年来蓬勃发展的上网设备，给西部地区网络接入相对薄弱地区的青少年群体提供了便捷的网络接入工具。

城乡青少年网络应用信息获取使用差异较大

城乡青少年在信息获取和商务交易类应用上差距较大。在使用网络获取信息方面，城乡青少年网民搜索引擎和网络新闻使用率差距10个百分点左右。在信息获取成为人们网络使

用中较为普及的应用类型之时，城乡青少年高达 10 个百分点的使用率差距显示出农村地区青少年在网络信息使用上的不足。

三、中国青少年网络发展建议

（一）加大学校网络资源的整合和深化

2009 年青少年群体在学校上网的比例大幅攀升，尤其是中西部和农村地区，青少年在学校上网的比例较高，显示了近年来学校网络基础资源建设的功效。基于此，学校的网络建设应该从网络接入向网络应用深化，将重点放在合理利用现有网络条件，普及网络应用，发展网络文化，提升青少年网络使用技能上。除了学校使用网络教育开展教学工作外，应该结合青少年的身心发展特点，发挥互联网在青少年的娱乐、社交和信息获取方面的作用。通过连接不同地区的网络平台，共享教育资源，促进不同地区和地域青少年交流互助。

（二）加快基于手机网络的教育信息传播

目前，手机已经成为青少年群体第一位的上网设备。随着未来手机成为最重要的上网工具之一，基于手机平台的网络建设还有待发展。尤其是对于青少年群体而言，是目前使用手机上网的主要群体之一，应该大力发展手机网络应用，通过手机网络传递教育信息，开展形式丰富的在线教育形式。通过增加手机上网中适宜青少年群体的内容和功能，促进手机上网带动青少年身心发展的作用。

（三）提高农村青少年网民信息获取能力

由于城乡网络基础的设施存在差异，人们接触网络的机会差异较大，城乡之间存在网络使用的“数字鸿沟”。要缩小地区间的数字鸿沟，在全国范围内推进信息化建设，让网络的信息和服务的便利性能惠及农村和中西部经济薄弱地区，除了提高农村地区互联网的介入情况外，应该加大提高农村青少年网络信息获取能力。应该鼓励和帮助青少年群体接触网络，开展多样化的网络应用，尤其是使用搜索引擎和网络新闻等信息功能获取信息的应用。保证年轻一代能够较平等地享受信息社会资源，助推互联网在农村地区、中西部地区社会生产、人民生活各个领域的深化应用。

附录：图表目录

图目录

图 1	2007.12-2009.12 青少年网民规模及占比	7
图 2	2008-2009 年青少年网民性别构成	8
图 3	青少年网民年龄分布	8
图 4	青少年网民在学状态分布	9
图 5	青少年网民与整体网民城乡规模差异	9
图 6	2008-2009 年青少年网民上网地点	10
图 7	2008-2009 年不同学龄期青少年网民学校上网比例	11
图 8	2008-2009 不同学龄期青少年网民网吧上网比例	11
图 9	2008-2009 青少年网民上网设备	12
图 10	2007-2009 青少年手机网民规模及占比	18
图 11	青少年手机网民和整体网民性别结构	19
图 12	青少年手机网民和整体网民年龄结构	19
图 13	青少年手机网民和青少年网民城乡结构	19
图 14	青少年手机网民和整体手机网民手机网络应用	20
图 15	2008-2009 年青少年城乡网民规模及增长	21
图 16	城乡青少年网民上网地点对比	22
图 17	城乡青少年网民上网设备对比	22
图 18	东中西部青少年网民规模及占比	24
图 19	东中西部青少年网民上网地点对比	24
图 20	东中西部青少年上网设备对比	25
图 21	未成年网民和青少年网民上网地点对比	27
图 22	未成年网民和青少年网民上网设备对比	27

表目录

表 1	不同学龄期青少年网民周上网时长	12
表 2	各互联网应用在青少年网民中的普及率	14
表 3	不同群体青少年网民信息获取类应用使用率	15
表 4	不同群体青少年网民网络社交类应用使用率	15
表 5	不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率	16
表 6	2007 与 2008 年青少年网民网络游戏使用率	16
表 7	不同群体青少年网民网络音乐和视频使用率	16
表 8	不同群体青少年网民商务类应用使用率	17
表 9	城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异	23
表 10	东中西部青少年网民网络应用对比	25
表 11	各互联网应用在未成年网民中的普及率	28