

# 2011年中国青少年上网行为调查报告

(2012年8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
<b>第一章 青少年上网行为概述.....</b>	<b>7</b>
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.....	11
(三) 上网时长.....	11
<b>第二章 青少年网络应用行为分析.....</b>	<b>12</b>
一、信息获取.....	13
二、交流沟通.....	13
三、网络娱乐.....	14
四、商务交易.....	14
<b>第三章 青少年手机上网行为分析.....</b>	<b>15</b>
一、青少年手机网民规模.....	15
二、青少年手机网民特征.....	15
三、青少年手机网民网络应用行为.....	17
<b>第四章 不同地区青少年上网行为分析.....</b>	<b>18</b>
一、城乡青少年上网行为对比.....	18
(一) 城乡青少年网民规模特点.....	18
(二) 城乡青少年应用差异.....	19
二、东、中、西部青少年上网行为对比.....	20
(一) 东中西部青少年网民规模特点.....	20
(二) 东中西部青少年网络应用差异.....	22
<b>第五章 未成年人上网行为分析.....</b>	<b>24</b>
一、未成年网民规模和特征.....	24
二、未成年网民网络应用情况.....	25
<b>第六章 总结.....</b>	<b>27</b>

# 前 言

随着互联网普及率的不断提升，互联网对人们生活的影响也日渐深入，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。

根据CNNIC第29次中国互联网络发展状况调查显示，在中国5.13亿网民中，25周岁以下的青少年网民占到网民的45.1%，规模达到2.32亿。青少年网民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。青少年网民占青少年总体的比重较高，网络娱乐应用较为活跃，同时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，我中心每年发布《中国青少年上网行为调查报告》。该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，同时，连续的研究报告给政府管理和规范青少年上网提供了更多思路和 data 支撑，也为相关管理部门提供了决策参考。

本次《中国青少年上网行为调查报告》以 CNNIC 第 29 次中国互联网络发展状况统计调查数据为基础，对青少年网民进行细分研究。本次研究首先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；此外，针对手机网民快速增长和青少年手机网民的特征、网络应用进行相应分析；最后，针对社会关注的热点，本次研究增加了对未成年网民的网络使用状况的阐述。目的在于更全面的了解青少年互联网应用状况。

中国互联网络信息中心（CNNIC）

2012 年 8 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 2011 年 12 月 31 日。

## 内容摘要

- 截至 2011 年底,中国青少年网民规模达 2.32 亿人,占总体网民的 45.1%,同比增长 9.0%。中国青少年互联网使用普及率达 64.4%,超出全国平均水平 26.1 个百分点。
- 青少年网民中男性占 51.5%,女性为 48.5%。
- 青少年网民中 12 岁以上的青少年网民占比为 92.8%;6-18 岁的网民规模占比上升 1.7 个百分点。
- 中学生是青少年网民中最大的群体,占比为 44.7%;其次是非学生群体,占比为 33.5%。
- 青少年网民城乡比例为 72.0:28.0,与 2010 年相比,青少年网民中农村人口占比从 29.6% 下降到 28.0%。
- 家里是青少年网民上网的重要场所。青少年网民中在家上网的占比达 85.8%;在网吧上网的占比下降 8.8 个百分点,为 39.3%;公共场所上网的占比达 15.2%。
- 青少年网民平均每周上网时间达 16.5 个小时,比 2010 年增加 0.1 小时。
- 青少年网民在网络娱乐应用上表现突出,其中网络音乐(81.2%)、网络视频(66.8%)、网络游戏(72.9%)和网络文学(44.4%)的使用率均高于整体网民的平均水平。
- 青少年网民在网络沟通交流上也表现得非常活跃,即时通信(86.0%)、微博(61.6%)、社交网站(57.7%)和博客/个人空间(71.9%)的使用率也高于整体网民的平均水平。
- 青少年网民网络购物、网上支付和团购的使用率与网民总体的差距在 1%左右,相比 2010 年,差距有所缩小。
- 大学生群体在大部分网络应用上的使用率较高,其中搜索引擎、网络新闻的使用率分别达 92.3%和 85.4%;网络音乐和视频的使用率分别达 88.8%和 78.9%;即时通信和电子邮件的使用率分别达 95.1%和 82.7%;网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别达 64.9%、58.6%和 58.4%。
- 中小网民网络应用的娱乐化特点比较突出。中学生网民网络音乐和网络游戏使用率分别达 81.3%和 76.5%。小学生大部分网络应用使用率低于整体网民,但该群体网络游戏的使用率达到 86.3%,在各类青少年群体中居于首位。
- 青少年手机网民规模达 1.85 亿人,同比增长 8.9%。青少年手机网民中使用手机即时通讯的比例达 87.3%,使用手机搜索、手机网络新闻、下载安装手机软件、手机音乐和手机社交网站青少年手机网民的比例分别为 68.0%、57.5%、52.8%、52.4%和 51.0%。
- 中国未成年网民占青少年网民总体的 55.9%,规模达 1.29 亿人。与整体青少年相比,未成年人中在家里和学校上网的比例较高,分别为 90.2%和 38.0%,但未成年网民中在

网吧上网的比例仍高达 31.0%。

- 未成年网民中使用手机上网的比例首次超过使用台式电脑上网的比例，达 73.0%。

# 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

青少年互联网普及率持续上升。截至 2011 年 12 月，中国青少年网民规模达 2.32 亿，占青少年总体的 64.4%，超过全国平均水平 26.1 个百分点。同时，2011 年青少年互联网渗透率继续上升，较 2010 年增加 4.3 个百分点。

由于青少年互联网渗透率已经处于较高的水平，2011 年增速放缓。中国新增青少年网民 1936 万，同比增长 9.0%，略低于全国 12.2% 网民增幅。同时，青少年网民在整体网民中的占比从 2010 年的 46.3% 下降到 45.1%。

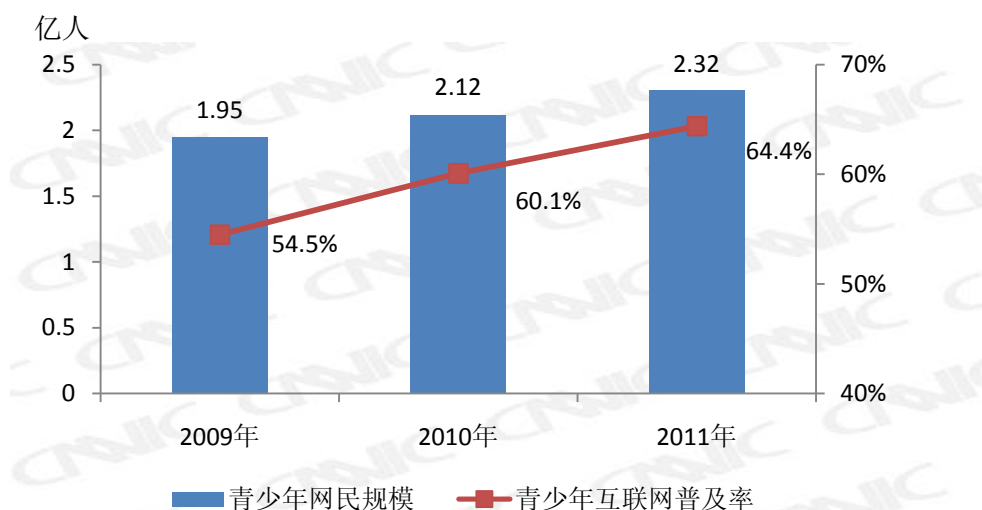


图 1 2009-2011 青少年网民规模及占比

### (二) 群体特征

#### ◆ 性别分布

截至 2011 年 12 月，中国青少年网民男女比例为 51.5: 48.5，这个比例与 2010 年相当。

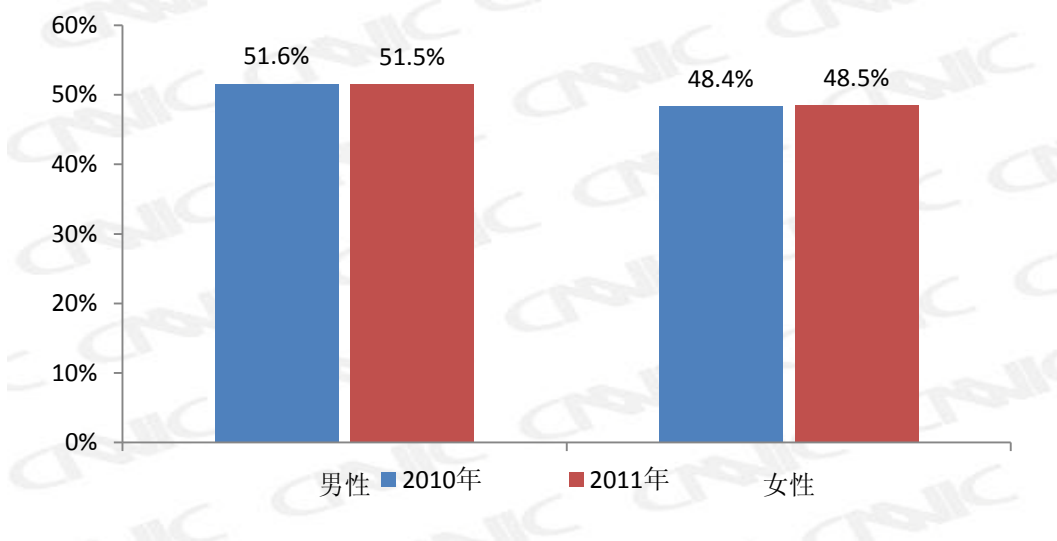


图 2 2010-2011 年青少年网民性别构成

◆ 年龄分布

从年龄分布分析,青少年网民中 12 岁以上的青少年网民占比为 92.8%。与 2010 年相比,18 岁以下网民规模占比呈现扩张的态势,6-18 岁的网民规模占比上升 1.7 个百分点。

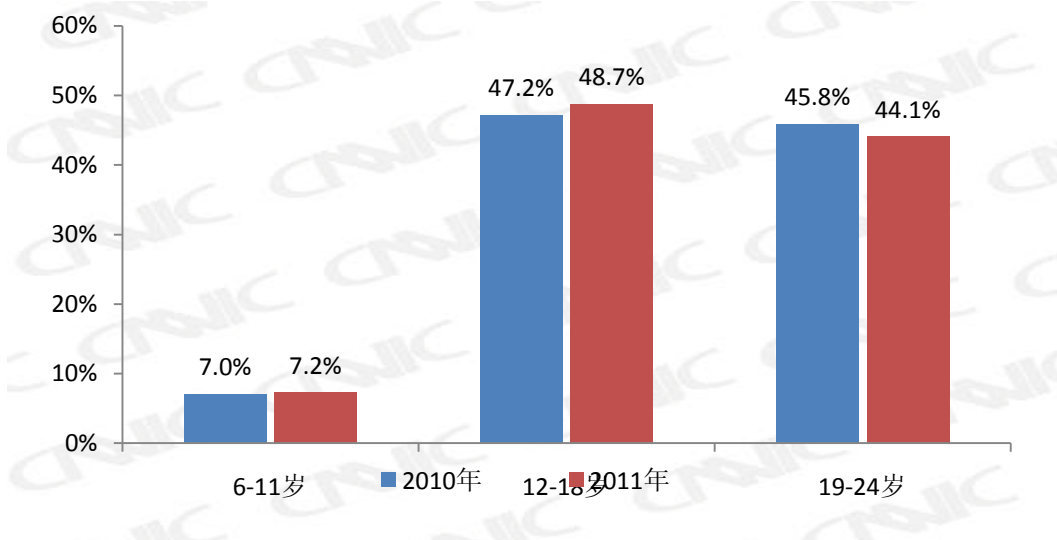


图 3 2010-2011 青少年网民年龄分布

◆ 在学状态分布

中国青少年网民中,中学生群体规模最大,达到 1.03 万人,占比为 44.7%,相比 2010 年,占比上升 2.1 个百分点;其次是非学生群体,规模为 7762 万人,占比为 33.5%;大学生和小学生群体占比分别为 13.6%和 8.1%。



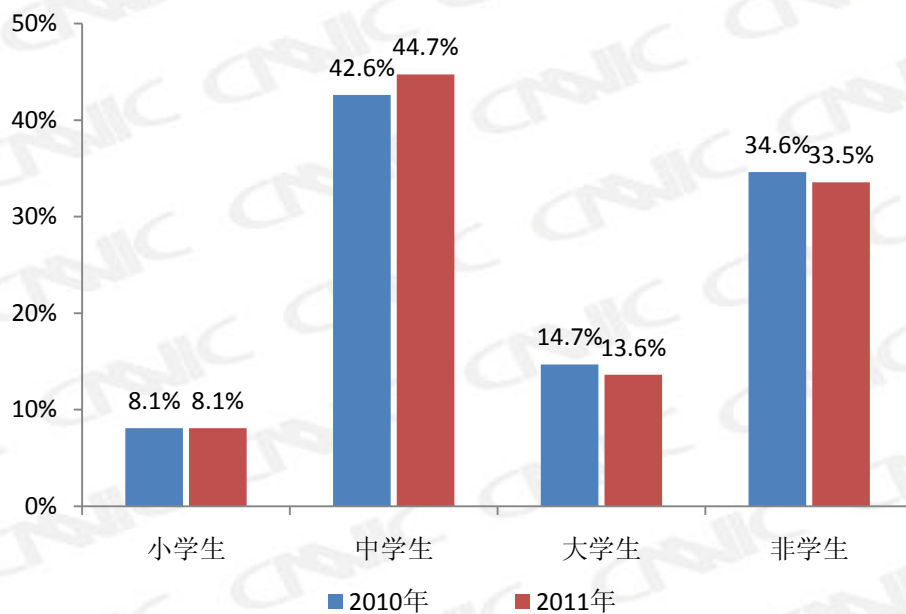


图 4 2010-2011 年青少年网民在学状态分布

◆ 地区分布

截至 2011 年底，青少年网民中城镇地区青少年网民占比为 72.0%，农村地区青少年网民占比为 28.0%。同期全国网民中农村地区网民占比为 26.5%，青少年网民中农村地区占比高出该比例 1.5 个百分点，说明青少年网民城乡差异略小于整体网民。

中国青少年网民中农村人口占比从 2010 年的 29.6% 下降到 28.0%。从 2009 年开始，呈现持续下降趋势（2009 年为 32.5%）。

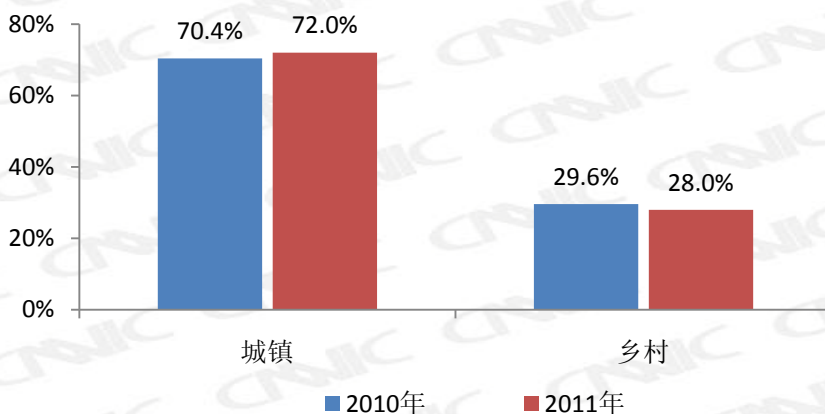


图 5 2010-2011 年青少年网民城乡结构

## 二、青少年上网行为特征

### (一) 上网地点

家里是青少年最主要的上网地点。截至 2011 年 12 月，青少年网民中在家上网的占比达 85.8%；与 2010 年相比，在网吧上网的占比有较大幅度下降，下降 8.8 个百分点，为 39.3%。

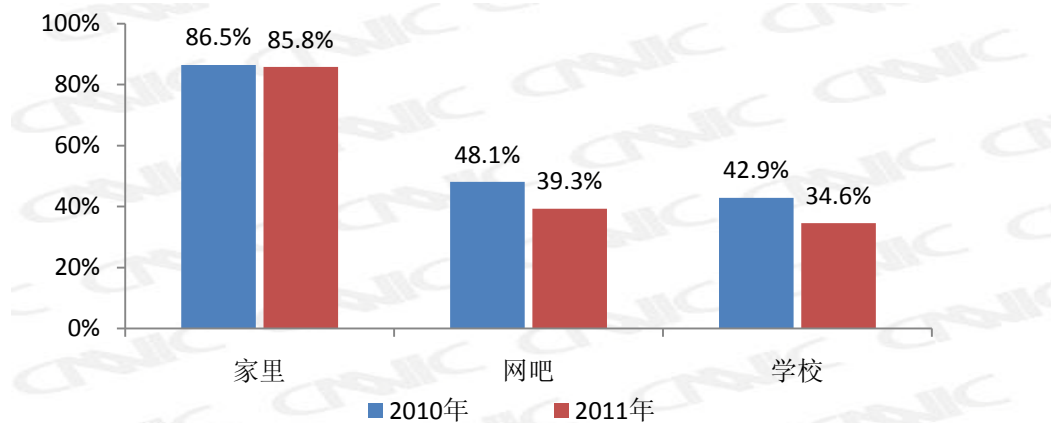


图 6 2010-2011 年青少年网民上网地点

学生网民在网吧上网的比例大幅度下降。大学生网民在网吧上网的比例从 2010 年 56.9% 下降至 46.5%，下降 10.4 个百分点；中学生、小学生网民在网吧上网的比例也分别下降 6.5 和 1.6 个百分点。

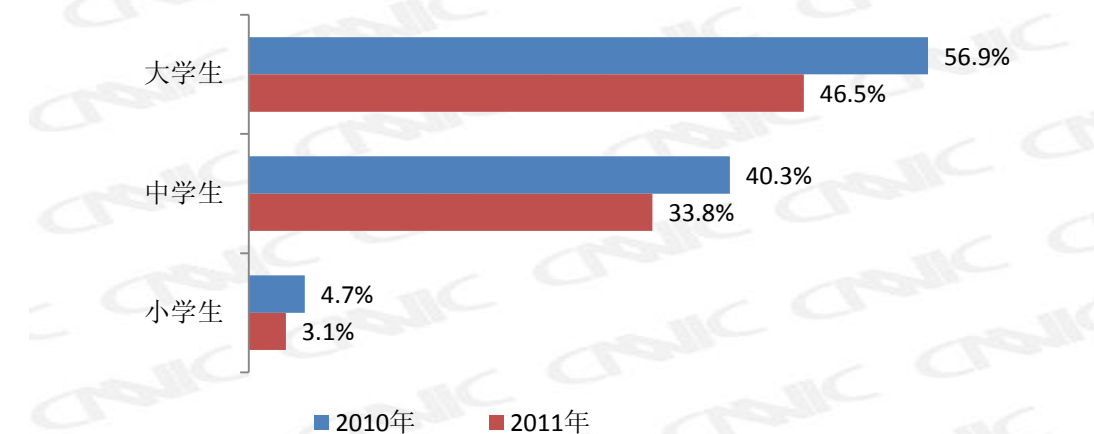


图 7 2010-2011 年不同学龄期青少年网民网吧上网比例

## (二) 上网设备

相比 2010 年，青少年网民中使用手机上网的占比相对稳定，为 80.0%；使用台式机上网的占比略有下降，下降 3.6 个百分点；而使用笔记本电脑上网的占比增加 2.8 个百分点。

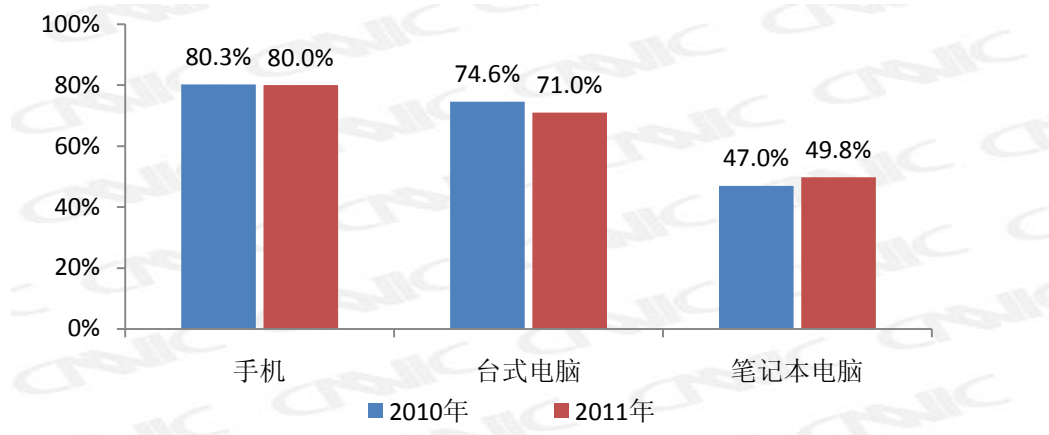


图 8 2010-2011 年青少年网民上网设备

## (三) 上网时长

截至 2011 年 12 月中国青少年网民平均每周上网时间达 16.5 个小时，比 2010 年增加 0.1 小时。非学生网民的每周上网时间从 2010 年的 25.4 个小时/周下降至 21.3 个小时/周；在学生网民群体中，大学生网民上网时间为 21.0 个小时/周，相比 2010 年略有下降，但比青少年网民平均上网时长长 4.5 个小时/周；中学生网民平均每周上网时间增幅较大，达 11.8 个小时/周，同比增加 2.3 个小时/周；小学生网民平均每周上网时间略有增加，为 6.3 个小时/周。

表 1 不同学龄期青少年网民周上网时长

上网时长	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体
2010 年	5.7	9.5	21.7	25.4	16.4
2011 年	6.3	11.8	21.0	21.3	16.5

## 第二章 青少年网络应用行为分析

网络娱乐和社交应用是中国青少年网民使用最多的服务。青少年网民网络音乐、网络游戏、网络视频和网络文学的使用率比整体网民相应比例分别高 6.0、9.7、3.4 和 4.9 个百分点；同时，青少年网民在网络沟通交流上也表现得非常活跃，其中即时通信、博客/个人空间、微博和社交网站的使用率也高于整体网民平均水平。

此外，青少年网民搜索引擎的使用率为 82.3%，与 2010 年相比，下降 2.4 个百分点，但对搜索引擎依然有较强的使用需求。

在所有商务类网络应用上，青少年的活跃性相对较差，但在 2011 年青少年网民网络购物、网上支付和团购的使用率与网民总体的差距仅在 1% 左右，相比 2010 年，差距有所缩小。

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	差距
信息获取	搜索引擎	76.0%	83.1%	92.3%	77.4%	<b>82.3%</b>	79.4%	2.9%
	网络新闻	31.8%	56.9%	85.4%	76.7%	<i>61.8%</i>	71.5%	-9.7%
网络娱乐	网络音乐	66.6%	81.3%	88.8%	72.8%	<b>81.2%</b>	75.2%	6.0%
	网络游戏	86.3%	76.5%	65.5%	58.0%	<b>72.9%</b>	63.2%	9.7%
	网络视频	52.6%	67.0%	78.9%	61.6%	<b>66.8%</b>	63.4%	3.4%
	网络文学	17.2%	47.9%	52.9%	37.0%	<b>44.4%</b>	39.5%	4.9%
交流沟通	即时通信	74.3%	85.9%	95.1%	78.6%	<b>86.0%</b>	80.9%	5.1%
	博客/ 个人空间	67.7%	73.3%	80.8%	56.9%	<b>71.9%</b>	62.1%	9.8%
	微博	33.4%	64.4%	73.9%	42.7%	<b>61.6%</b>	48.7%	12.9%
	社交网站	33.1%	58.1%	76.1%	43.6%	<b>57.7%</b>	47.6%	10.1%
	电子邮件	23.6%	43.6%	82.7%	47.3%	<i>47.2%</i>	47.9%	-0.7%
	论坛/BBS	12.5%	23.0%	43.9%	24.7%	<i>25.8%</i>	28.2%	-2.4%
商务交易	网络购物	13.8%	28.0%	64.9%	39.5%	<i>36.5%</i>	37.8%	-1.3%
	网上支付	5.5%	24.0%	58.6%	34.1%	<i>31.9%</i>	32.5%	-0.6%
	网上银行	3.0%	19.2%	58.4%	35.4%	<i>29.6%</i>	32.4%	-2.8%
	团购	2.3%	7.6%	27.0%	13.3%	<i>11.6%</i>	12.6%	-1.0%
	旅行预订	1.3%	3.0%	13.8%	9.6%	<i>5.7%</i>	8.2%	-2.5%

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，覆盖了学龄期和工作初期，因此处于不同年龄段的网民在网络应用上的差异较大。

大学生群体在大部分网络应用上表现活跃，所有网络应用的使用率均高于整体网民平均

水平。在网络娱乐、交流沟通、信息获取和商务类应用方面，大学生网民表现较活跃，其中搜索引擎、网络新闻的使用率分别达 92.3% 和 85.4%；网络音乐和视频使用率分别达 88.8% 和 78.9%；即时通信和电子邮件使用率分别达到 95.1% 和 82.7%；在商务类应用上，网络购物、网上支付和网上银行的使用率也分别达 64.9%、58.6% 和 58.4%。

中小网民网络应用的娱乐化特点比较突出。中学生网络娱乐应用的使用率均高于整体网民，其中网络音乐和网络游戏的使用率分别达 81.3% 和 76.5%；小学生大部分网络应用使用率都低于整体网民，但网络游戏的使用率达到 86.3%，在各类青少年群体中居于首位，也高出整体网民平均水平 23.1 个百分点。

## 一、信息获取

截至 2011 年 12 月，中国青少年网民搜索引擎的使用率为 82.3%，比整体网民高 2.9 个百分点，其中大学生网民的搜索引擎在使用率最高，达 92.3%。

中国青少年网民网络新闻的使用率为 61.8%，低于整体平均水平 71.5%。教育阶段与网络新闻使用率有一定的相关性，教育阶段越高，网络新闻使用率越高。网络新闻在大学生群体中的使用率较高，达 85.4%；中、小学生中的使用率较低，分别为 56.9% 和 31.8%。

**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	76.0%	83.1%	92.3%	77.4%	82.3%	79.4%
网络新闻	31.8%	56.9%	85.4%	76.7%	61.8%	71.5%

## 二、交流沟通

中国青少年网民即时通信、博客/个人空间、微博和社交网站的使用率分别为 86.0%、71.9%、61.6% 和 57.7%，这四类应用使用率均高于整体网民平均水平。其中，青少年网民使用微博的比例高出整体网民 12.9 个百分点；使用社交网站的比例高出整体网民 10.1 个百分点。

**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
即时通信	74.3%	85.9%	95.1%	78.6%	86.0%	80.9%
博客/个人空间	67.7%	73.3%	80.8%	56.9%	71.9%	62.1%
微博	33.4%	64.4%	73.9%	42.7%	61.6%	48.7%
社交网站	33.1%	58.1%	76.1%	43.6%	57.7%	47.6%
电子邮件	23.6%	43.6%	82.7%	47.3%	47.2%	47.9%
论坛/BBS	12.5%	23.0%	43.9%	24.7%	25.8%	28.2%

### 三、网络娱乐

偏重网络娱乐应用是中国青少年网络应用的显著特点。截至 2011 年 12 月，青少年网络音乐、网络视频、网络游戏和网络文学的使用率分别为 81.2%、66.8%、72.9%和 44.4%，均高于整体网民平均水平（这四项应用的使用率分别为 75.2%、63.2%、63.4%和 39.5%）。

网络游戏是青少年重要的网络应用之一。小学生网民是网络游戏使用率最高的群体，玩网络游戏的比例高达 86.3%。

**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	66.6%	81.3%	88.8%	72.8%	81.2%	75.2%
网络游戏	86.3%	76.5%	65.5%	58.0%	72.9%	63.2%
网络视频	52.6%	67.0%	78.9%	61.6%	66.8%	63.4%
网络文学	17.2%	47.9%	52.9%	37.0%	44.4%	39.5%

### 四、商务交易

中国青少年网民各个群体在商务类应用方面差异较大。大学生网民群体网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别达 64.9%、58.6%和 58.4%，分别高出整体网民平均水平 27.1、26.7 和 28.8 个百分点；非学生青少年网民网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别达 39.5%、34.1%和 35.4%，也高于整体网民平均水平；由于中、小学生年龄偏小、经济来源主要依靠父母等因素，导致这两个群体在商务交易类的使用率不高。

**表 6 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	13.8%	28.0%	64.9%	39.5%	36.5%	37.8%
网上支付	5.5%	24.0%	58.6%	34.1%	31.9%	32.5%
网上银行	3.0%	19.2%	58.4%	35.4%	29.6%	32.4%
团购	2.3%	7.6%	27.0%	13.3%	11.6%	12.6%
旅行预订	1.3%	3.0%	13.8%	9.6%	5.7%	8.2%

## 第三章 青少年手机上网行为分析

### 一、青少年手机网民规模

手机是青少年网民最主要的上网终端。截至 2011 年 12 月，中国青少年手机网民规模达 1.85 亿人，同比增长 8.9%。中国青少年网民中使用手机上网的占比达 80.0%，高出整体网民的平均水平（69.3%）10.7 个百分点。

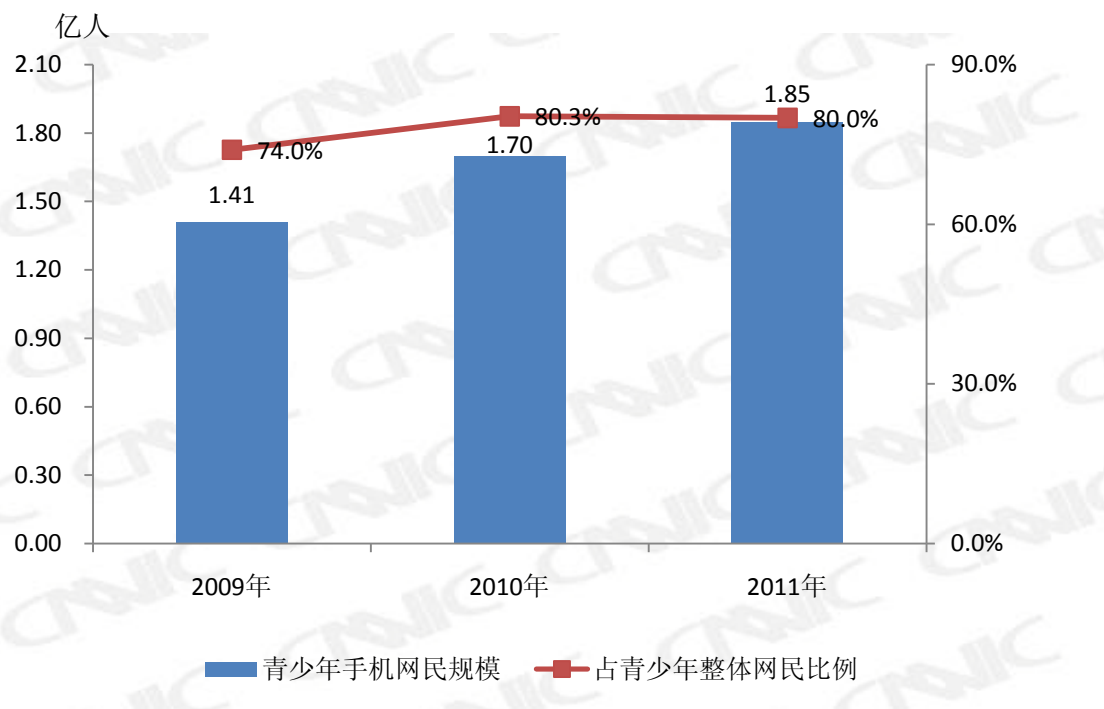


图 9 2009-2011 青少年手机网民规模及占比

### 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。截至 2011 年 12 月，青少年手机网民男女比例为 51.4：48.6。

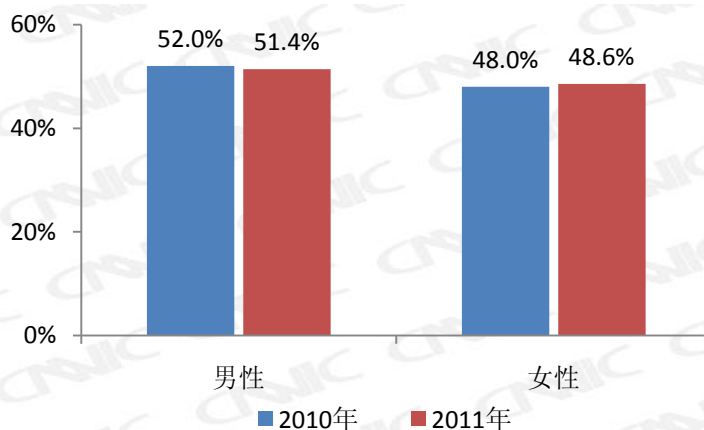


图 10 2010-2011 年青少年手机网民性别结构

相比 2010 年，青少年手机网民年龄分布基本稳定。青少年手机网民中 12-24 岁年龄段人群占比为 96.5%；低龄的青少年手机网民占比略有增加，6-11 岁的青少年手机网民占比为 3.5%，与 2010 年相比，增加 0.5 个百分点。

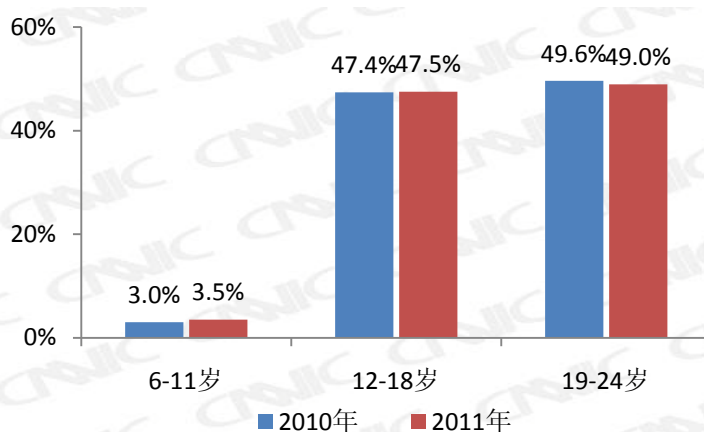


图 11 2010-2011 年青少年手机网民年龄结构

中国青少年手机网民城乡比为 71.5: 28.5，农村青少年手机网民在青少年手机网民的占比（28.5%）略高于农村青少年网民在青少年网民总体中的占比（28.0%）。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一定的优势。



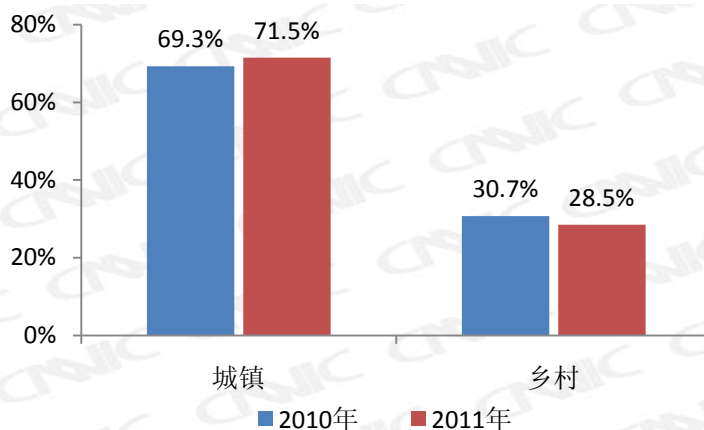


图 12 2010-2011 年青少年手机网民和青少年网民城乡结构

### 三、青少年手机网民网络应用行为

中国青少年手机网民在交流沟通、信息获取和网络娱乐类的应用上使用较为活跃。青少年手机网民中使用手机即时通讯的比例为 87.3%，使用手机搜索、手机网络新闻、手机音乐和手机社交网站青少年手机网民的比例已达 50% 以上，分别为 68.0%、57.5%、52.4% 和 51.0%。

青少年网民在交流沟通和娱乐类上较为突出，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。

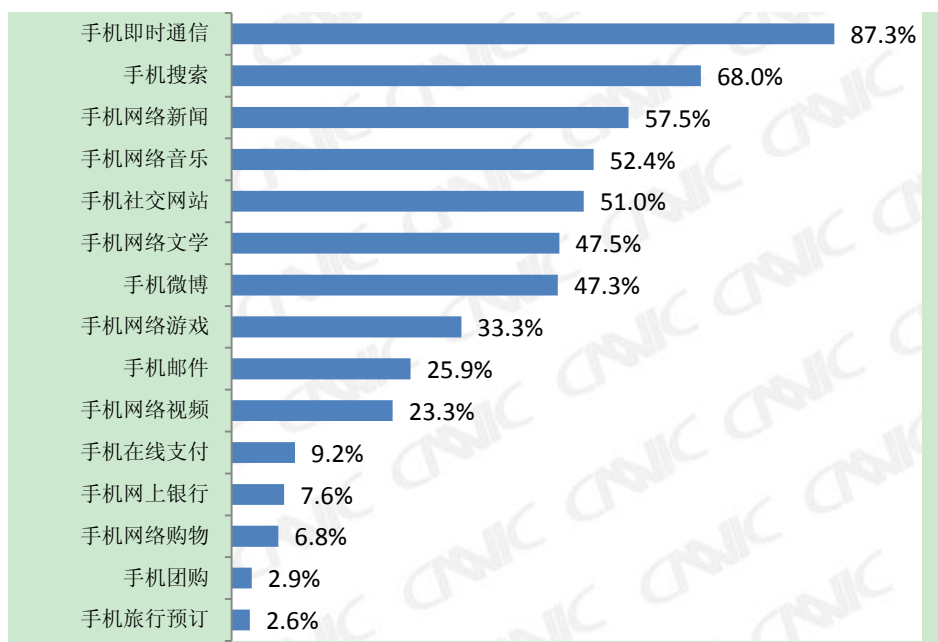


图 13 2011 年青少年手机网民网络应用

## 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

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网上场所、上网媒介和网络应用方面均表现出一定的差异。

截至 2011 年 12 月，中国城镇青少年网民规模为 1.67 亿人，农村青少年网民规模为 6275 万人。城镇、乡村网民规模的增长率分别为 11.7% 和 3.1%，这说明城乡互联网发展水平依然存在较大差距，这种差距有继续扩大的态势。

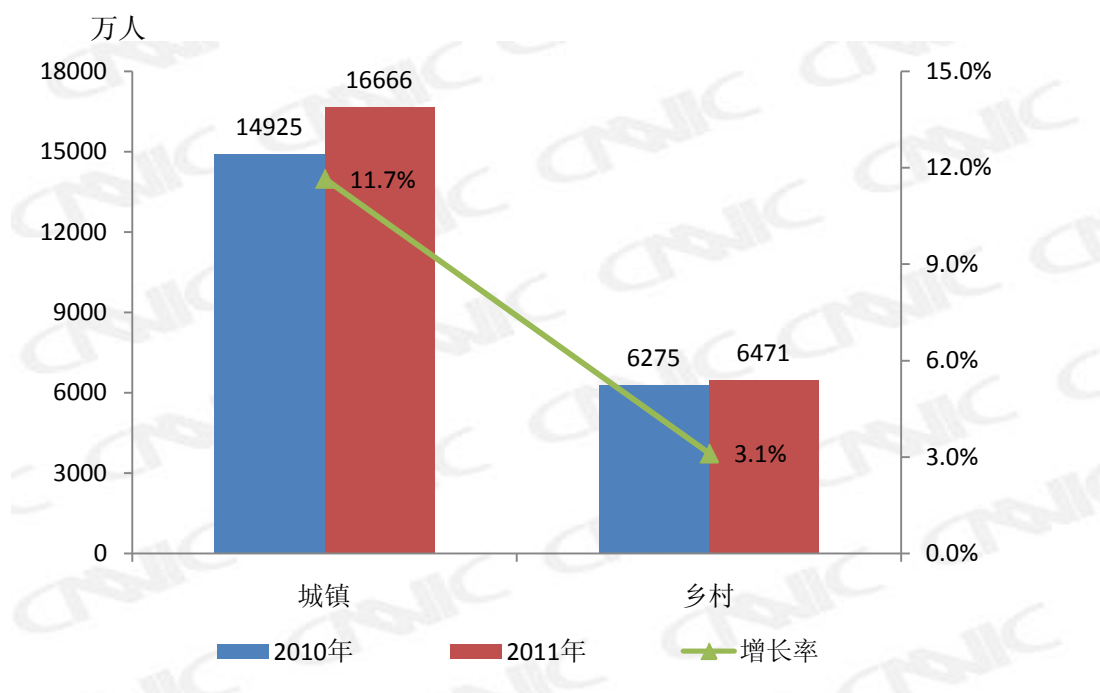


图 14 2010-2011 年青少年城乡网民规模及增长率

农村地区青少年网民在家里、学校、公共场所上网的比例均低于城镇地区。农村地区青少年网民中在网吧上网的占比为 43.8%，高于城镇在网吧上网的占比 6.1 个百分点。

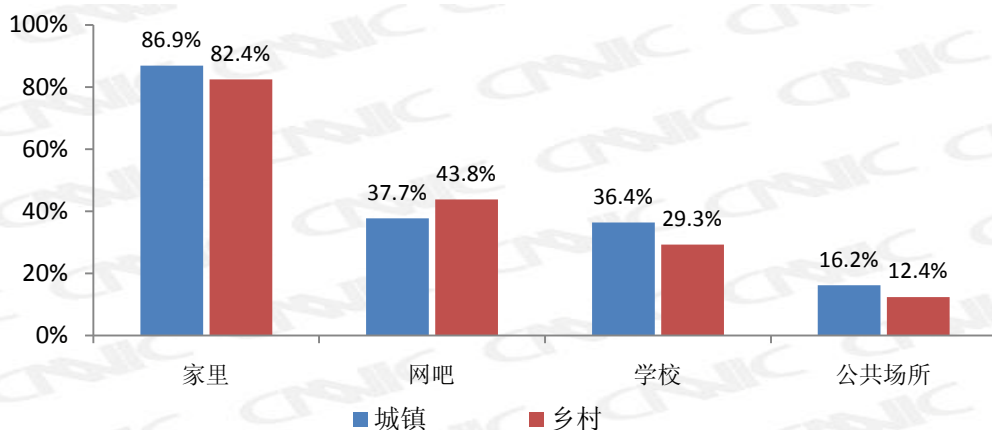


图 15 2011 年城乡青少年网民上网地点对比

青少年网民使用手机上网较为普遍，而农村地区的青少年网民中使用手机上网的比例更高，达 81.6%，比城镇地区高 2.2 个百分点。在使用台式电脑和笔记本电脑上网方面，城镇地区的青少年明显优于农村地区。城镇青少年网民中使用台式电脑上网比例为 73.4%，而农村地区该比例为 64.7%；城镇地区青少年网民使用笔记本电脑上网比例为 55.1%，而农村地区该比例为 36.1%。

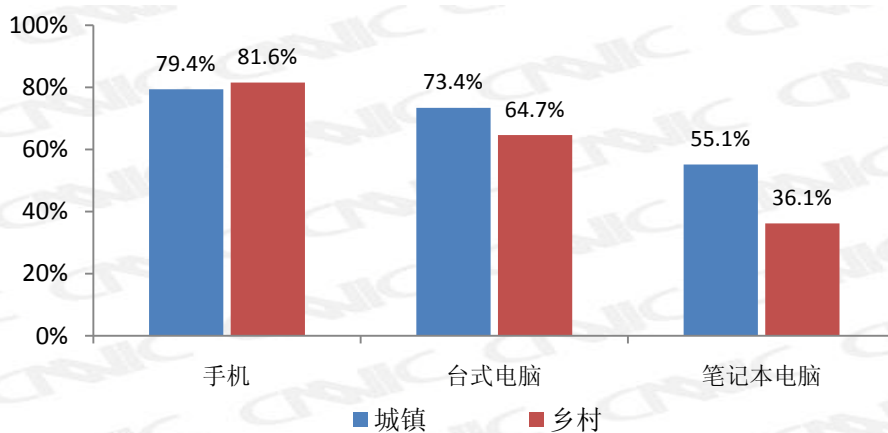


图 16 2011 年城乡青少年网民上网设备对比

## （二）城乡青少年应用差异

虽然农村地区青少年上网普及率有一定的提高，但是其网络应用水平与城镇地区青少年相比还存在较大的差距。在调查的网络应用中，城镇青少年网民网络应用的使用率均高于农村青少年网民。

从差异来看，城乡青少年信息获取和商务交易类应用使用率的差距较大。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的差距分别为 9.5% 和 12.8%，显

示出农村地区青少年在网络信息获取上的不足；在商务交易类应用方面，城乡青少年网络购物、网上支付和网上银行使用率的差距分别为 19.6、18.0 和 17.1 个百分点，显示出农村地区青少年在网络商务交易上的不足。在旅行预订、团购应用上，城乡青少年使用率均较低。

在网络娱乐应用方面，城乡青少年网络视频、游戏和文学（除了网络音乐以外）的使用率差距均在 8 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。

在沟通交流方面，城乡青少年即时通信和微博应用使用率的差距均在 8 个百分点以下；博客/个人空间、论坛/BBS 和社交网站使用率的差距都超过 10%；电子邮件使用率的差距为 18.9 个百分点。

**表 7 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	2011 差异
信息获取	搜索引擎	85.0%	75.5%	9.5%
	网络新闻	65.4%	52.6%	12.8%
网络娱乐	网络游戏	74.9%	67.9%	7.0%
	网络视频	68.8%	61.7%	7.1%
	网络视频	68.8%	61.7%	7.1%
	网络文学	45.9%	40.6%	5.3%
沟通交流	即时通信	87.4%	82.5%	4.9%
	博客/个人空间	75.8%	61.7%	14.1%
	微博	63.7%	56.4%	7.3%
	社交网站	61.0%	49.3%	11.7%
	电子邮件	52.5%	33.6%	18.9%
	论坛/BBS	29.9%	15.1%	14.8%
商务交易	网络购物	41.9%	22.3%	19.6%
	网上支付	36.9%	18.9%	18.0%
	网上银行	34.4%	17.3%	17.1%
	团购	13.5%	6.7%	6.8%
	旅行预订	6.9%	2.5%	4.4%

## 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、网民较为集中的地区，该地区青少年网民规模占总体青少年网民的 51.0%，达 1.18 亿人。

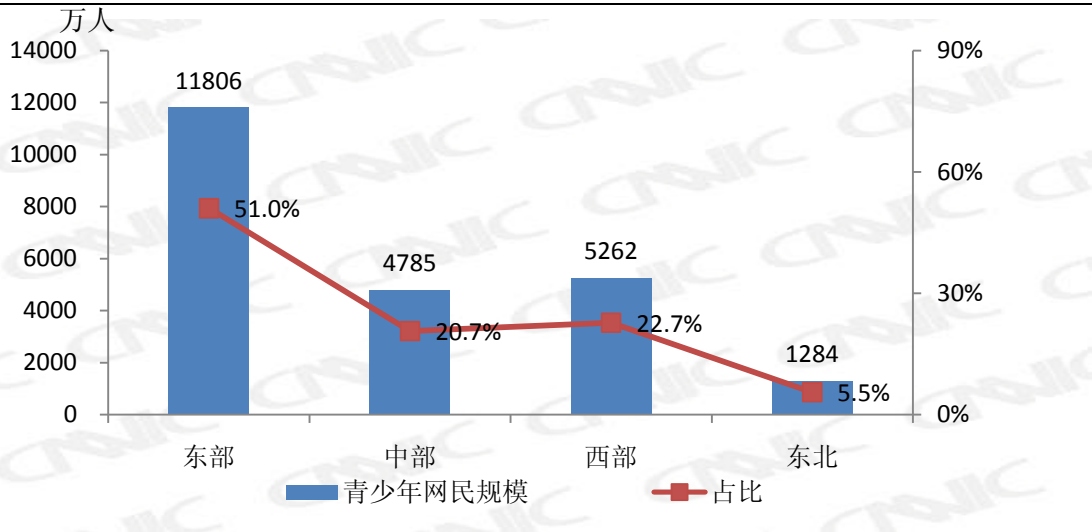


图 17 2011年东中西部青少年网民规模及占比

东部和东北地区的青少年在家上网的比例较高，分别达 88.1% 和 88.2%；中、西部青少年在网吧上网的比例相对其他区域较高，分别为 45.0%、44.2%；各区域青少年在学校和公共场合上网的比例差异性不大。

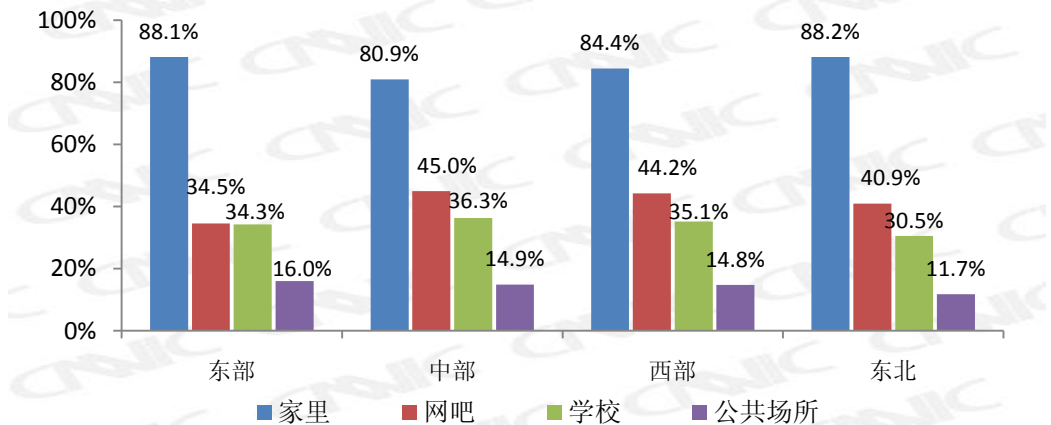


图 18 2011年东中西部青少年网民上网地点对比

除了东北地区的青少年以外，全国其他区域的青少年中使用手机上网的占比高于台式机和笔记本的占比。东部地区青少年中使用手机上网的占比最高，达 81.4%。

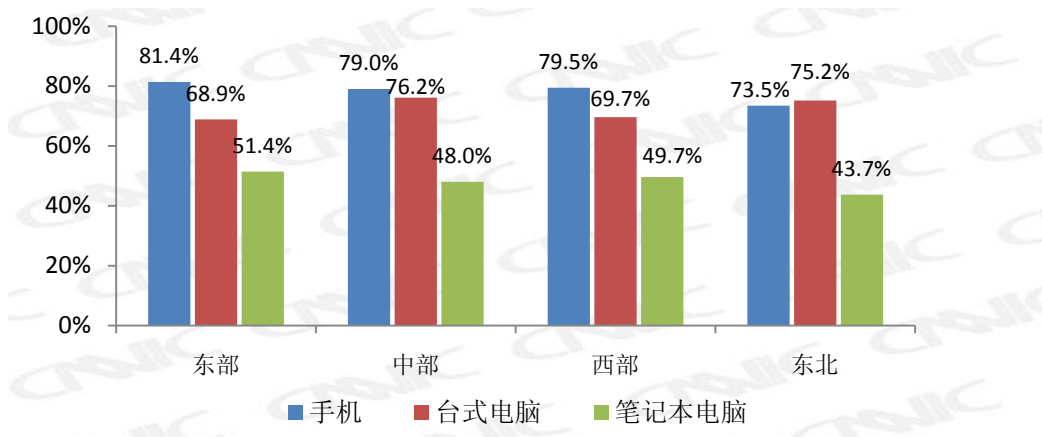


图 19 2011年东中西部青少年上网设备对比

## (二) 东中西部青少年网络应用差异

在信息获取方面，东部地区青少年在搜索引擎和网络新闻上的使用率较高，分别为 84.3% 和 63.7%；在网络娱乐方面，网络音乐和网络游戏各地区的使用率差异不大，网络视频和网络文学在东北部地区青少年中的使用率较低；在交流沟通方面，东北部地区青少年微博应用和微博的使用率高于其他地区；在商务交易方面，东部地区青少年在网络购物、网上支付、网上银行、旅行预订和团购的使用率都高于其它地区，分别为 38.3%、32.7%、30.2%、13.2% 和 6.7%。

表 8 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	84.3%	82.6%	78.3%	80.2%
	网络新闻	63.7%	62.2%	58.2%	57.6%
网络娱乐	网络音乐	81.3%	78.8%	82.3%	84.5%
	网络游戏	71.6%	75.3%	73.9%	72.7%
	网络视频	69.1%	64.9%	65.5%	59.2%
	网络文学	45.9%	42.5%	44.6%	37.9%
交流沟通	即时通信	86.2%	86.4%	86.2%	82.8%
	博客/个人空间	71.8%	71.2%	71.5%	76.3%
	微博	61.3%	61.8%	61.2%	64.9%
	社交网站	58.8%	57.6%	55.8%	56.1%
	电子邮件	49.0%	49.1%	43.6%	39.3%
	论坛/BBS	27.5%	25.4%	23.0%	22.5%
商务交易	网络购物	38.3%	34.4%	35.2%	32.8%
	网上支付	32.7%	30.4%	32.2%	28.5%

2011 年中国青少年上网行为调查报告

	网上银行	30.2%	29.4%	28.6%	29.0%
	团购	13.2%	10.7%	9.5%	8.8%
	旅行预订	6.7%	4.5%	4.6%	5.6%

## 第五章 未成年人上网行为分析

### 一、未成年网民规模和特征

未成年人已经成为现阶段网民增长的主要来源之一。截至 2011 年 12 月，中国未成年网民占青少年网民总体一半以上，达 55.9%，规模达 1.29 亿人，同比增长 31.2%。

与整体青少年网民相比，未成年网民在家里和学校上网的比例更高，分别为 90.2% 和 38.0%；但是未成年人网民中在网吧上网的占比仍高达 31.0%。

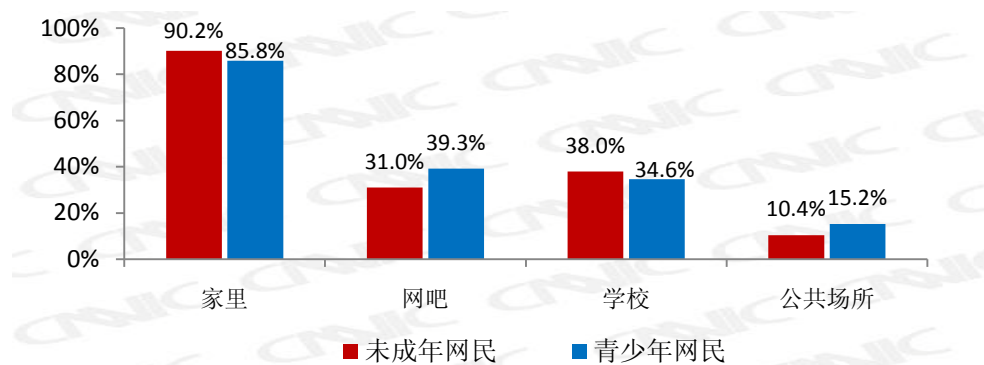


图 20 2011 年未成年网民和青少年网民上网地点对比

手机成为未成年网民最重要的上网终端。未成年网民中，使用手机上网的比例首次超过台式电脑，达 73.0%，低于青少年手机上网比例 7.0 个百分点，但比全国网民手机上网比例高 3.7 个百分点；与青少年整体网民相比，未成年人中使用笔记本电脑上网的比例相对偏低，为 40.4%。

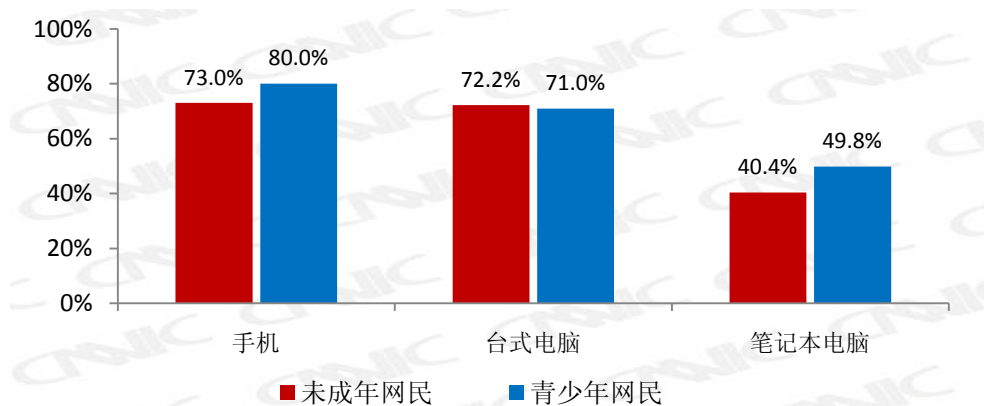


图 21 2011 年未成年网民和青少年网民上网设备对比



## 二、未成年网民网络应用情况

由于未成年网民大部分处于初等教育学龄期，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，该群体的互联网应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。

与整体青少年网民相比，未成年网民网络游戏的应用相对突出，使用率达 78.1%，与 2010 年相比，略有下降，但高于整体青少年网民 5.2 个百分点。未成年网民其他网络应用的使用率均低于青少年网民平均水平。

表 9 各互联网应用在未成年网民中的普及率

类别	网络应用	未成年	青少年总体
信息获取	搜索引擎	81.5%	82.3%
	网络新闻	52.8%	61.8%
网络娱乐	网络音乐	79.1%	81.2%
	网络游戏	<b>78.1%</b>	72.9%
	网络视频	64.7%	66.8%
	网络文学	43.9%	44.4%
交流沟通	即时通信	84.2%	86.0%
	博客/个人空间	71.9%	71.9%
	微博	59.2%	61.6%
	社交网站	54.3%	57.7%
	电子邮件	39.2%	47.2%
	论坛/BBS	20.8%	25.8%
商务交易	网络购物	26.3%	36.5%
	网上支付	21.4%	31.9%
	网上银行	17.1%	29.6%
	团购	6.5%	11.6%
	旅行预订	2.6%	5.7%

注：粗体数字表示未成年网络应用使用比例高于总体网民。

未成年网民中使用手机上网的占比为 73%，规模达 9441 万。

相比 2010 年，未成年手机网民对手机网络应用使用率有较大幅度的提升。未成年手机网民中，使用手机即时通信(在线聊天)服务的占比最高，达 86.2%(2010 年该比例为 70.1%)；使用手机搜索、手机音乐的占比分别为 67.7%(2010 年该比例为 54.3%)和 52.8% (2010 年该比例为 46.4%)；使用手机社交网站、手机网络新闻、手机微博和手机网络文学的占比均达 45%以上；玩手机网络游戏的占比为 36.6%。

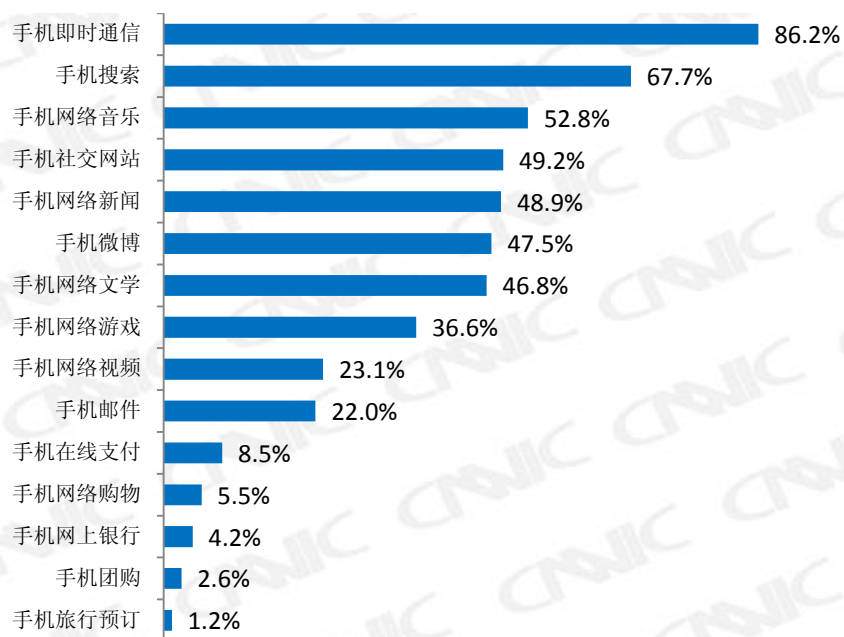


图 22 2011 年未成年手机网络应用

## 第六章 总结

### 一、中国青少年网民整体情况

#### 青少年互联网渗透率持续上升，未成年网民规模增长速度较快

青少年互联网渗透率持续上升，但增速放缓。青少年网民在整体网民中的所占比重较大，为 45.1%，规模达 2.32 亿。青少年互联网渗透率达到 64.4%，超出全国网民平均水平 26.1 个百分点。2011 年我国新增青少年网民 1936 万，同比增长 9.0%，低于全国网民 12.2% 的平均增幅。

未成年网民占青少年网民总数一半以上，为 55.9%，规模达 1.29 万人，同比增长率达 31.2%，远高于全国同期 12.2% 的平均增幅。

#### 青少年网民上网场所多元化

随着社会整体信息化进程的加快和上网终端设备的发展，青少年上网场所更加多元化。截止到 2011 年 12 月底，青少年网民中在家上网的比例最高，为 85.8%；在网吧上网的比例从 2008 年的 57.5% 下降到 2011 年的 39.3%，但未成年人中在网吧上网的比例仍高达 31.0%；青少年在学校上网比例从 2010 的 42.9% 下降到 2011 年 34.6%；青少年公共场所上网比例达到 15.2%，其中未成年人在公共场所上网的比例已达到 10.4%。

农村地区的青少年网民在家里、学校、公共场所上网的比例均低于城镇地区。农村青少年网民在网吧上网的占比为 43.8%，高于城镇地区 6.1 个百分点。

#### 中小网民上网时间增长

相比 2010 年，2011 年中学生网民平均每周上网时间增幅较大，每周增加 2.3 个小时，达 11.8 个小时/周；小学生网民平均每周上网时间增加 0.6 个小时，达 6.3 个小时/周。中、小学生网络游戏使用比例依然相对突出，分别为 67.5% 和 86.3%。

#### 青少年网民各个群体在商务类应用方面差异较大

中国青少年网民各个群体在商务类应用方面差异较大。大学生网民群体网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别达 64.9%、58.6% 和 58.4%，分别高出总体网民平均水平 27.1、26.7 和 28.8 个百分点；非学生青少年网民网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别达 39.5%、34.1% 和 35.4%，也高于总体网民平均水平；中、小学生群体在商务交易类使用率较低。

#### 手机成未成年网民第一上网设备

未成年网民中使用手机上网的比例首次超过台式电脑，达 73.0%，规模达 9441 万。手机成为未成年网民上网最重要的终端。

相比 2010 年，未成年手机网民对手机网络应用使用率有较大幅度的提升。未成年手机网民中，使用手机即时通信(在线聊天)服务的占比最高，达 86.2%(2010 年该比例为 70.1%)；使用手机搜索、手机音乐的占比分别为 67.7%(2010 年该比例为 54.3%)和 52.8% (2010 年该比例为 46.4%)；使用手机社交网站、手机网络新闻、手机微博、下载安装手机软件、手机网络文学的占比达 45% 以上；玩手机网络游戏的占比为 36.6%。随着手机的低价化及智能手机的快速发展，未成年手机持有比例还将上升，该群体手机互联网应用还将继续深化。

### **城乡青少年在网络应用上的差距较大，并有扩大的态势**

截止到 2011 年 12 月底，中国城镇青少年网民规模为 1.67 亿人，农村青少年为 6471 万人，城镇、乡村青少年网民规模的增长率分别为 11.7% 和 3.1%，这说明城乡的互联网基础设施和社会发展上依然存在较大差距，这种差距有继续扩大的态势。

城镇青少年网民网络应用的使用率均高于农村青少年网民，其中在信息获取和商务交易类应用上存在较大的差距。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的差距分别为 9.5% 和 12.8%，显示出农村地区青少年在网络信息使用上的不足；在商务交易类应用上，城乡青少年网络购物、网上支付和网上银行使用率的差距分别为 19.6、18.0、17.1 个百分点，相比 2010 年，这些差距有扩大的态势。

## **二、中国青少年网络发展建议**

### **(一) 发展未成年人的网络应用产品和服务**

2011 年未成年网民规模大幅度增加，并占到青少年网民总数的一半以上，是中国网民重要的组成部分。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。随着未成年人网络应用的深化，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，所以应鼓励开发适宜未成年人使用的专项网络应用产品和特定服务，满足该群体多样化、个性化发展需求，促进未成年人网络应用的平衡发展；同时，应鼓励未成年人拓展商务交易和信息获取等网络应用，促进网络应用的多样化，从单一娱乐使用向信息媒介和生活助手转移。

### **(二) 建立未成年人多元化的上网监管体系**

网吧作为未成年人上网地点的重要性逐步弱化，未成人上网场所逐步多元化；同时，未成年人使用手机上网首次超过使用台式电脑上网比例，从而在空间和时间上很难对未成年人的网络行为进行有效的约束。所以，除了政府统一监管外，家长、学校、电脑手机厂商和网络营运商等需要承担更多的社会责任，亟需建立起政府、学校、家长和社会共同参与的多元化的监管体系。

第一，家长有义务掌握未成年人的上网情况，并对未成年人上网进行有效的管理。例如，安装过滤软件等方式对未成年上网进行约束。

第二，电脑手机厂商在向未成年人用户出售产品时，必须为家长和社会对未成人上网监管提供便利。例如日本 KDDI 公司曾推出面向小学生的手机，用户仅可与已保存在电话本内的人通话，并完全删除了网络浏览和短信功能。

第三，网络服务提供商有义务遵守未成年保护规定，为未成年人提供健康的内容和服务。例如德国部分网站都必须应用“成人认证系统”，通过输入个人信用卡信息、身份证等不同方法来确认访问者的年龄，否则将被视为违法。

### （三）加强农村基础设施建设

大力推进农村信息化建设。农村青少年有较大比例在网吧上网，其主要原因是农村信息基础设施发展不足。推进农村信息化建设是提高农村青少年互联网渗透率和减少城乡互联网使用差距的先决条件。首先，应加快农村地区的宽带发展，加大政府财政投入，引导社会投资，推进光纤到行政村，提升行政村通宽带、通光缆比例。其次，推进 3G 网络向乡镇、行政村延伸，扩大 3G 网络的覆盖范围，提升网络质量。

加强农村电子商务配套设施建设。网上购物、网上银行和网上支付三者相关度高，并相互促进。城乡青少年在商务交易类应用上差距较大，部分原因是农村物流发展不畅，多数快递无法覆盖乡村，网上购物配送时间较长。提高农村物流水平，对推动乡村青少年网上购物有重要的意义，对整个农村青少年在互联网商务交易类应用有加大促进作用。

### （四）加强农村青少年网络应用教育，促进该群体应用水平的突破

在调查的网络应用中，绝大多数网络应用在农村青少年网民中的使用率远低于城镇相应比率，特别是获取信息和商务应用使用率差距较大。学校等机构可以通过互联网以青少年喜闻乐见的方式制作、传播各类信息和提供各类服务，培育其互联网观念，鼓励和帮助农村青少年群体开展多样化的网络应用，尤其是对网络信息获取和商务交易应用方面的指导，保证农村青少年能够较平等地享受信息社会资源，弥补农村地区发展落后造成的信息资源不足，同时推动农村青少年在互联网商务交易方面的深化应用。

# 附录：图表目录

## 图目录

图 1	2009-2011 青少年网民规模及占比 .....	7
图 2	2010-2011 年青少年网民性别构成 .....	8
图 3	2010-2011 青少年网民年龄分布 .....	8
图 4	2010-2011 年青少年网民在学状态分布 .....	9
图 5	2010-2011 年青少年网民与整体网民城乡规模差异 .....	9
图 6	2011 年青少年网民上网地点 .....	10
图 7	2010-2011 年不同学龄期青少年网民网吧上网比例 .....	10
图 8	2010-2011 年青少年网民上网设备 .....	11
图 9	2009-2011 青少年手机网民规模及占比 .....	15
图 10	2010-2011 年青少年手机网民和整体网民性别结构 .....	16
图 11	2010-2011 年青少年手机网民和整体网民年龄结构 .....	16
图 12	2010-2011 年青少年手机网民和青少年网民城乡结构 .....	17
图 13	2011 年青少年手机网民网络应用 .....	17
图 14	2010-2011 年青少年城乡网民规模及增长 .....	18
图 15	2011 年城乡青少年网民上网地点对比 .....	19
图 16	2011 年城乡青少年网民上网设备对比 .....	19
图 17	2011 年东中西部青少年网民规模及占比 .....	21
图 18	2011 年东中西部青少年网民上网地点对比 .....	21
图 19	2011 年东中西部青少年上网设备对比 .....	22
图 20	2011 年未成年网民和青少年网民上网地点对比 .....	24
图 21	2011 年未成年网民和青少年网民上网设备对比 .....	24
图 22	2011 年未成年手机网络应用 .....	26

## 表目录

表 1	不同学龄期青少年网民周上网时长 .....	11
表 2	各互联网应用在青少年网民中的普及率 .....	12
表 3	不同群体青少年网民信息获取类应用使用率 .....	13
表 4	不同群体青少年网民网络社交类应用使用率 .....	13
表 5	不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率 .....	14
表 6	不同群体青少年网民商务类应用使用率 .....	14
表 7	城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异 .....	20
表 8	东中西部青少年网民网络应用对比 .....	22
表 9	各互联网应用在未成年网民中的普及率 .....	25