

2013年中国青少年上网行为调查报告

(2014年5月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

目 录

前 言	5
报告术语界定	6
内容摘要	7
第一章 青少年上网行为概述	9
一、青少年网民规模及群体特征	9
(一) 网民规模	9
(二) 群体特征	9
二、青少年上网行为特征	12
(一) 上网地点	12
(二) 上网设备	13
(三) 上网时长	13
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	15
四、商务交易	16
第三章 青少年手机上网行为分析	17
一、青少年手机网民规模	17
二、青少年手机网民特征	17
三、青少年手机网民网络应用行为	19
第四章 不同地区青少年上网行为分析	20
一、城乡青少年上网行为对比	20
(一) 城乡青少年网民规模特点	20
(二) 城乡青少年应用差异	21
二、东、中、西部青少年上网行为对比	22
(一) 东中西部青少年网民规模特点	22
(二) 东中西部青少年网络应用差异	24
第五章 未成年人上网行为分析	26

一、未成年网民规模和特征	26
二、未成年网民网络应用情况	27
第六章 总结和建议	29

图 目 录

图 1 2009-2013 青少年网民规模及占比	9
图 2 2012-2013 年青少年网民性别构成	10
图 3 2012-2013 青少年网民年龄分布	10
图 4 2012-2013 年青少年网民在学状态分布	11
图 5 2012-2013 年青少年网民城乡结构	11
图 6 2012-2013 年青少年网民上网地点	12
图 7 2012-2013 年不同学龄期青少年网民网吧上网比例	12
图 8 2012-2013 年青少年网民上网设备	13
图 9 2009-2013 少年手机网民规模及占比	17
图 10 2012-2013 年青少年手机网民性别结构	18
图 11 2012-2013 年青少年手机网民年龄结构	18
图 12 2012-2013 年青少年手机网民城乡结构	19
图 13 2013 年青少年手机网民网络应用	19
图 14 2012-2013 年青少年城乡网民规模及增长率	20
图 15 2013 年城乡青少年网民上网地点对比	21
图 16 2013 年城乡青少年网民上网设备对比	21
图 17 城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异	22
图 18 2013 年东中西部青少年网民规模及占比	23
图 19 2013 年东中西部青少年网民上网地点对比	23
图 20 2013 年东中西部青少年上网设备对比	24
图 21 2013 年未成年网民和青少年网民上网地点对比	26
图 22 2013 年未成年网民和青少年网民上网设备对比	27
图 23 2013 年未成年手机网络应用	28

表 目 录

表 1 不同学龄期青少年网民周上网时长	13
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	15
表 6 不同群体青少年网民商务类应用使用率	16
表 7 东中西部青少年网民网络应用对比	24
表 8 各互联网应用在未成年网民中的普及率	27

前 言

互联网已经渗透到社会生活的方方面面，成为社会、经济、文化活动和个人生活的重要平台。互联网在青少年群体中的不断渗透，改变着青少年的生活方式甚至思维意识。青少年接触网络的时间越来越长，网络对青少年的影响也越来越深。

根据CNNIC第33次中国互联网发展状况调查显示，2013年中国6.18亿网民中，25周岁以下的青少年网民规模为2.56亿，占网民总体的41.5%。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
据支撑，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》根据第33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）

2014年5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 2013 年 12 月 31 日。

内容摘要

- 截至 2013 年 12 月，中国青少年网民规模达 2.56 亿，占青少年总体的 71.8%，超过全国互联网普及率平均水平（45.8%）26 个百分点，较 2012 年增加了 5.4 个百分点。
- 截至 2013 年 12 月，中国青少年网民男女比例为 54.2:45.8，差异小于全国网民男女比例的 56:44。
- 从年龄分布分析，青少年网民主要集中在 12-24 岁，所占比例为 88.4%。
- 中学生群体和非学生群体占比最高，分别为 38.3% 和 32.6%，比例较去年有所下降。小学生比例增长明显，占比提高了 7.3 个百分点。
- 截至 2013 年 12 月，青少年网民城乡分布差异较去年年底有所扩大，城镇网民和乡村网民比例为 76:24，青少年网民中农村人口比例继续下降。
- 截至 2013 年 12 月，青少年网民在家里和网吧通过电脑接入互联网的网民比例均有所下降，其中家里上网的比例下降了 2.3 个百分点，网吧上网比例下降了近 7 个百分点。
- 截至 2013 年 12 月，大学生网民中网吧上网的比例从 2012 年的 33.2% 降至 24%，而中学生和小学生网民在网吧上网的比例有所增长。
- 截至 2013 年 12 月，中国青少年网民平均每周上网时长为 20.7 小时，较 2012 年增加了 2.3 小时。
- 截至 2013 年 12 月，中国青少年网民搜索引擎的使用率为 80.5%，较去年下降了 3.6 个百分点，比整体网民平均水平高 1.2 个百分点。
- 沟通交流类应用在青少年网民中使用较好，除电子邮件外，其余应用均高于网民总体平均水平。其中，微博在青少年网民中的使用率高出全国平均水平 8.8 个百分点。
- 网络娱乐类应用是青少年群体最重要的互联网应用，网络音乐、网络游戏、网络视频和网络文学在青少年网民中的使用率均超过了全国平均水平，其中网络游戏高出 11 个百分点，网络音乐高出 10.3 个百分点。
- 商务交易类应用在青少年群体中发展水平不一，差异明显。大学生商务交易类应用使用率均高于全国平均水平，而小学生和初中生群体各项商务交易类应用的比例则较低。
- 截至 2013 年 12 月，青少年手机网民规模已经达到 2.21 亿，较去年同期增长了 12.8 个百分点，青少年网民中手机上网比例为 86.3%，高出整体网民手机上网比例（81%）5.3

个百分点。

- 青少年手机网民在交流沟通、信息获取和网络娱乐类等应用上使用较好，其中手机即时通信使用率为 90.6%，手机搜索使用率为 79.4%，手机网络音乐使用率为 70.2%，是青少年网民手机端使用率最高的三大应用。
- 截至 2013 年 12 月，中国城镇青少年网民规模为 1.95 亿人，农村青少年网民规模为 6140 万人。与去年同期相比，城镇青少年网民增长了 15 个百分点，农村青少年网民规模下降了 5.7 个百分点。
- 农村地区青少年上网地点中，家里和网吧上网的比例较去年明显下降，家里上网的比例从 86.9% 降至 82.6%，降低了 4.3 个百分点；网吧上网比例从去年的 35.2% 降至今年的 28.1%，下跌了 7.1 个百分点。
- 农村地区青少年网民手机和台式电脑上网的比例均高于城镇青少年，其中手机上网的比例已达到 89%，比城镇地区高 3.6 个百分点；台式电脑上网比例为 74.2%，比城镇地区高 3.9 个百分点。
- 城镇青少年网民在各类应用上的使用率普遍高于农村地区，仅即时通信使用率低于农村青少年。
- 东部地区互联网普及程度较高，互联网发展较好。东部地区青少年网民上网比例占整体青少年网民的 45.8%，网民规模为 1.17 亿。但与去年相比，减少了 2.4 个百分点。
- 截至 2013 年 12 月，中国未成年网民占青少年总体网民的 54.5%，规模为 1.4 亿。未成年网民家里和学校上网的比例高于青少年网民整体。与去年相比，未成年人网吧上网的比例继续下降至 22.4%，降低了 3.5 个百分点。
- 手机是未成年网民上网的主要设备，使用比例为 79%，较去年增加了 5 个百分点，比青少年整体手机上网比例低 7.3 个百分点，比全国网民手机上网平均水平低 2 个百分点。
- 各类应用中，未成年人仅在网络游戏使用率超过了青少年总体水平，其余均低于整体水平。截至 2013 年 12 月，未成年网民网络游戏使用率为 70.5%，较青少年整体水平高近 5 个百分点，比去年下降了近 6 个百分点。

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

2013 年，青少年互联网普及率继续攀升。截至 2013 年 12 月，中国青少年网民规模达 2.56 亿，占青少年总体的 71.8%，超过全国互联网普及率 45.8% 的平均水平 26 个百分点，较 2012 年增加了 5.4 个百分点。

2013 年，中国青少年新增网民 2176 万，增长率为 9.3%，略低于全国网民 9.5% 的增幅。青少年网民在整体网民中的占比为 41.5%，略低于去年 41.6% 的比例。中国青少年互联网渗透已处于高位，未来增速将进一步放缓。

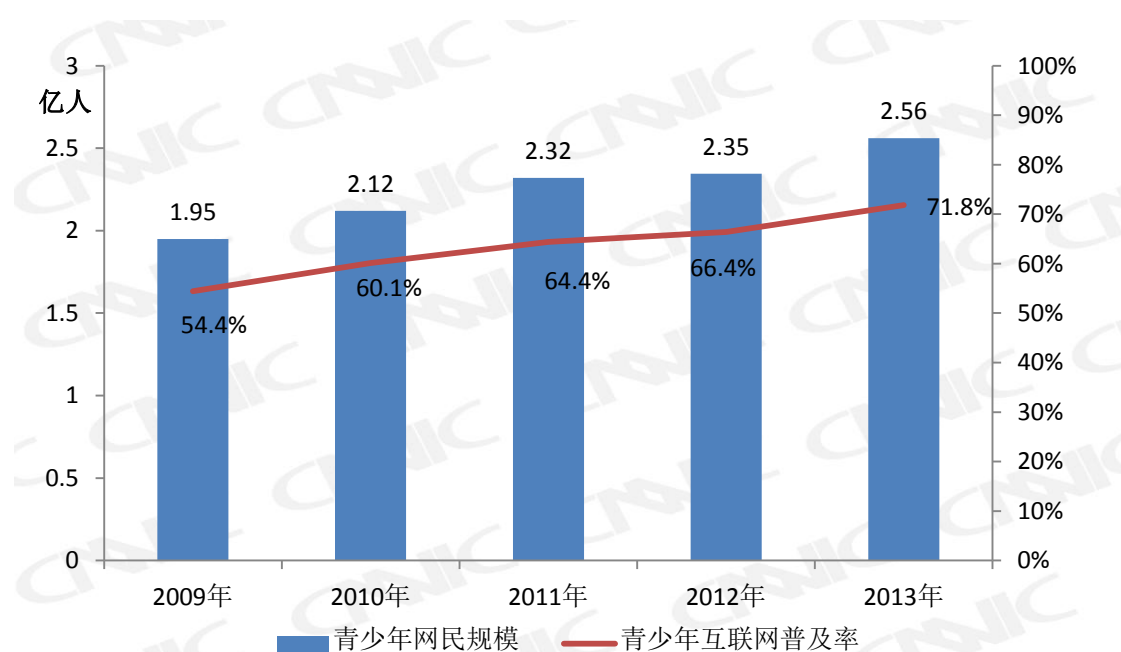


图 1 2009-2013 青少年网民规模及占比

(二) 群体特征

◆ 性别分布

截至 2013 年 12 月，中国青少年网民男女比例为 54.2:45.8，差异小于全国网民男女比例的 56:44。

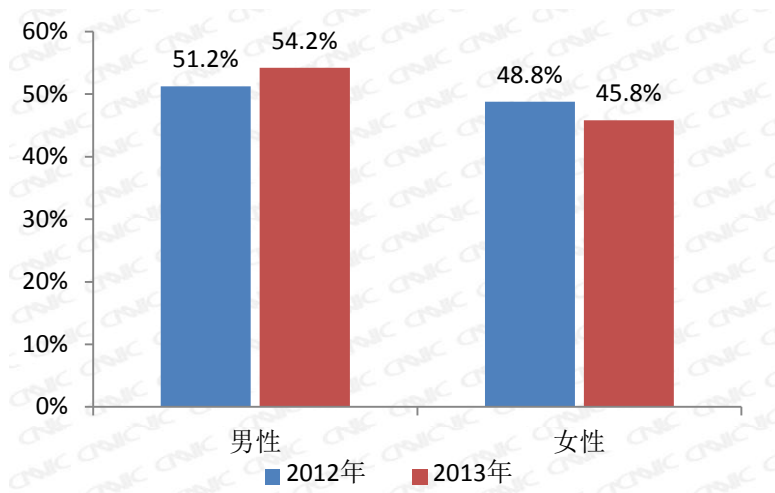


图 2 2012-2013 年青少年网民性别构成

◆ 年龄分布

从年龄分布分析，青少年网民主要集中在 12-24 岁，所占比例达 88.4%，较去年比例有所下降，降低了 3.8 个百分点。而 6-11 岁网民占比较去年则有一定提升，增长了近 4 个百分点，增至 11.6%。互联网在 12 岁以下少年中的渗透加大。

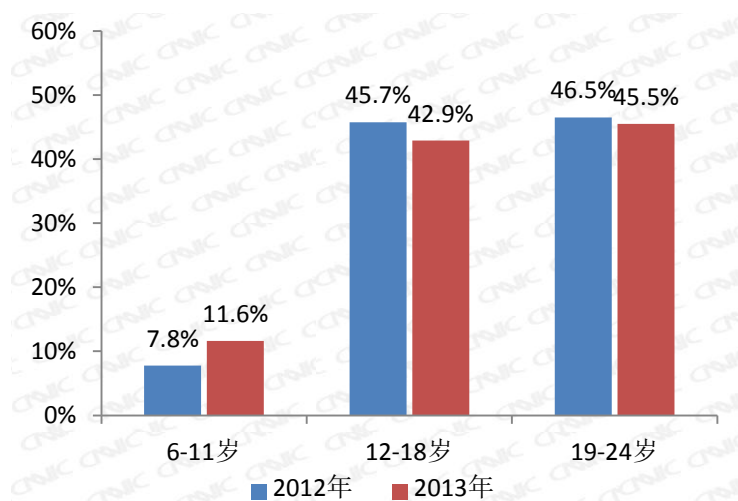


图 3 2012-2013 青少年网民年龄分布

◆ 在学状态分布

中国青少年网民中，中学生群体和非学生群体占比最高，比例分别为 38.3% 和 32.6%，但是较 2012 年均有所下降，其中中学生群体占比降低了 2.2 个百分点，非学生群体占比降

低了 7.2 个百分点。与中学生和非学生群体的比例下滑相反，青少年网民中小学生和大学生占比呈上升的态势，其中，小学生占比增长最为明显，提高了 7.3 个百分点。

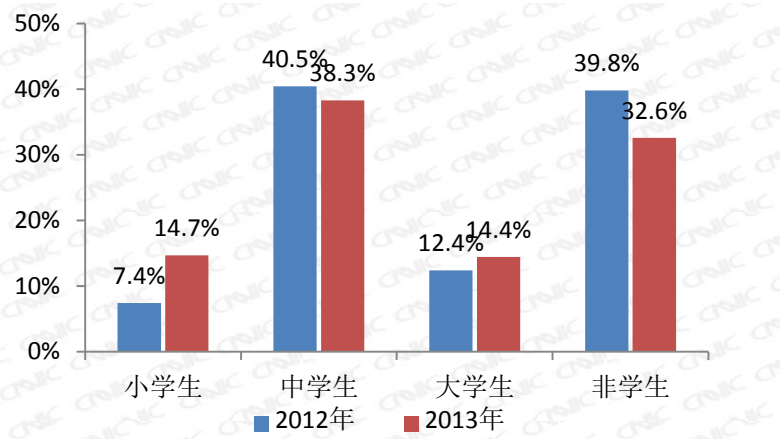


图 4 2012-2013 年青少年网民在学状态分布

◆ 地区分布

截至 2013 年 12 月，青少年网民城乡分布差异较去年底有所扩大，城镇网民和乡村网民比例为 76:24，青少年网民中农村人口比例继续下降。同期全国网民中城镇人口比例为 71.4%，低于青少年网民中城镇人口的比例，这说明青少年城乡差异要高于整体网民。

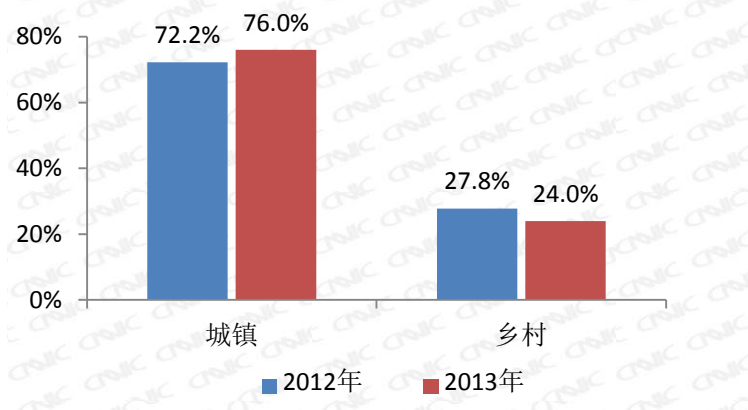


图 5 2012-2013 年青少年网民城乡结构

二、青少年上网行为特征

(一) 上网地点

截至 2013 年 12 月，青少年网民在家里和网吧通过电脑接入互联网的网民比例均有所下降，其中家里上网的比例下降了 2.3 个百分点，网吧上网比例下降了近 7 个百分点。互联网快速渗透，使网吧在青少年上网地点中比例越来越低。

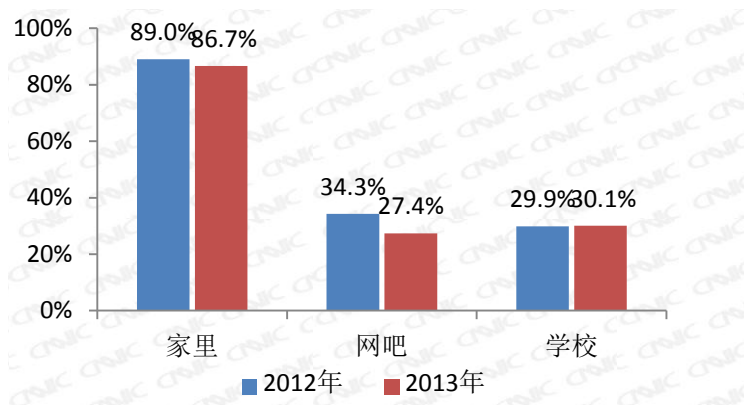


图 6 2012-2013 年青少年网民上网地点

截至 2013 年 12 月，大学生网民中网吧上网的比例从 2012 年的 33.2% 降至 24%，而中学生和小学生网民在网吧上网的比例有所增长，其中中学生网民网吧上网比例增加了近 4 个百分点，小学生网民增长了 2.6 个百分点。

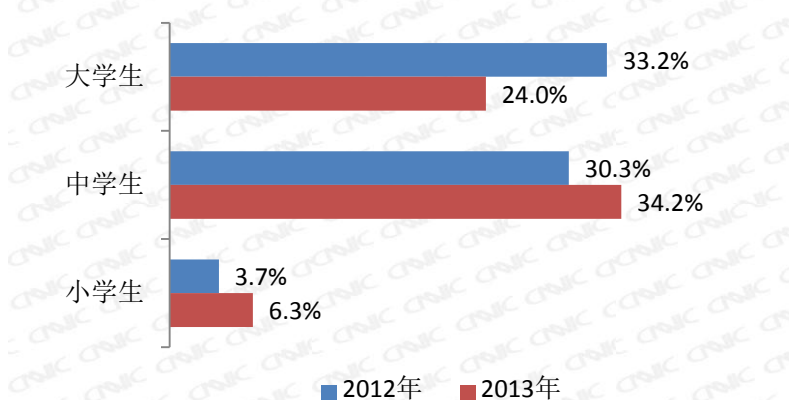


图 7 2012-2013 年不同学龄期青少年网民网吧上网比例

(二) 上网设备

与 2012 年相比，青少年网民使用手机、台式电脑和笔记本电脑三种上网设备上网的比例均有所提升，分别增加了 2.8、2.1 和 2.7 个百分点。青少年使用手机上网的比例最高，为 86.3%。

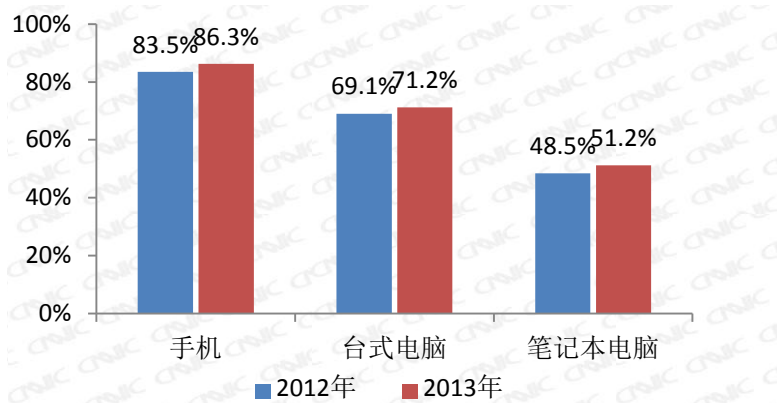


图 8 2012-2013 年青少年网民上网设备

(三) 上网时长

截至 2013 年 12 月，中国青少年网民平均每周上网时长为 20.7 小时，较 2012 年增加了 2.3 小时。各个群体上网时长均有不同程度的增长，其中，小学生网民每周上网时长为 10.7 小时，上升了 3 个小时；中学生网民每周上网时长为 19.4 小时，增加了 6.1 个小时；大学生网民周上网时长增加至 25.1 小时，比去年多 2.3 小时；非学生群体是上网时长最长的群体，每周平均上网 25.6 小时，比去年多 2 个小时。

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
2012 年	6.7	13.3	22.8	23.6	18.4
2013 年	10.7	19.4	25.1	25.6	20.7

第二章 青少年网络应用行为分析

信息获取类应用方面，除小学生低于网民总体平均水平外，其余均高于全国平均水平。交流沟通类应用中，即时通信、微博、博客/个人空间和社交网站在中学生、大学生和非学生群体中的使用率均高于全国平均水平。网络娱乐类应用是青少年群体最重要的互联网应用，网络音乐和网络游戏在青少年各个群体中的占比均高于全国水平，大学生是网络音乐使用率最高的群体，中学群体是网络游戏使用率最高的群体。商务交易类应用在青少年群体中发展水平不一，差异明显。大学生商务交易类应用使用率均高于全国平均水平，而小学生和初中生群体各项商务交易类应用的比例则较低。

表 2 各互联网应用在青少年网民中的普及率

类别	应用	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	73.8%	79.3%	91.0%	79.9%	80.5%	79.3%	1.2%
	即时通信	73.3%	91.9%	97.7%	93.6%	91.1%	86.2%	4.9%
交流沟通	微博	27.0%	59.7%	76.7%	53.5%	54.3%	45.5%	8.8%
	电子邮件	22.8%	35.0%	68.7%	39.8%	37.6%	42.0%	-4.4%
	论坛和 BBS	15.3%	19.2%	30.6%	21.2%	21.4%	19.5%	1.9%
	博客/个人空间	58.0%	80.7%	86.5%	83.0%	76.7%	70.7%	6.0%
	社交网站	19.2%	51.4%	60.0%	49.6%	45.7%	45.0%	0.7%
	网络娱乐	网络音乐	82.0%	83.3%	91.3%	81.1%	83.7%	73.4%
	网络游戏	69.5%	75.2%	63.5%	55.1%	65.7%	54.7%	11.0%
	网络视频	62.6%	76.0%	81.9%	71.1%	72.9%	69.3%	3.6%
	网络文学	25.1%	45.4%	61.2%	43.9%	45.0%	44.4%	0.6%
商务交易	网络购物	17.8%	51.2%	77.0%	56.8%	50.0%	48.9%	1.1%
	团购	3.0%	15.2%	43.0%	15.4%	17.7%	22.8%	-5.1%
	旅行预订	6.8%	14.7%	50.1%	26.4%	20.6%	29.3%	-8.7%
	网上支付	10.6%	39.8%	70.3%	46.4%	39.0%	42.1%	-3.1%
	网上银行	9.1%	35.2%	70.4%	46.5%	37.0%	40.5%	-3.5%

注：粗体斜体数字表示使用比例高于总体网民的应用。

一、信息获取

截至 2013 年 12 月，中国青少年网民搜索引擎使用率为 80.5%，较去年下降了 3.6 个百分点，比网民整体水平高 1.2 个百分点。大学生是搜索引擎使用率最高的群体，比例达到 91%，其次为非学生群体，比例为 79.9%。

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
73.8%	79.3%	91.0%	79.9%	80.5%	79.3%

二、交流沟通

交流沟通类应用在青少年网民中使用较好，除电子邮件外，其余应用均高于网民总体平均水平。其中，微博在青少年网民中的使用率高出全国平均水平 8.8 个百分点；即时通信作为青少年上网第一应用，在青少年网民中的使用率较全国平均水平高 4.9 个百分点。几款交流沟通类应用中，即时通信、微博、博客/个人空间和社交网站除在小学生群体中的使用率低于总体网民外，其余均高于全国平均水平。大学生群体使用各类交流沟通应用的比例均高于其他群体，是交流沟通类应用的主力军。

表 4 不同群体青少年网民网络社交类应用使用率

应用	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	73.3%	91.9%	97.7%	93.6%	91.1%	86.2%
微博	27.0%	59.7%	76.7%	53.5%	54.3%	45.5%
电子邮件	22.8%	35.0%	68.7%	39.8%	37.6%	42.0%
论坛和 BBS	15.3%	19.2%	30.6%	21.2%	21.4%	19.5%
博客/个人空间	58.0%	80.7%	86.5%	83.0%	76.7%	70.7%
社交网站	19.2%	51.4%	60.0%	49.6%	45.7%	45.0%

三、网络娱乐

网络娱乐类应用是青少年群体最重要的互联网应用，网络音乐、网络游戏、网络视频和网络文学在青少年网民中的使用率均超过了全国平均水平，其中网络游戏高出 11 个百分点，网络音乐高出 10.3 个百分点。网络音乐和网络游戏在青少年各个群体中的占比均高于全国水平，大学生是网络音乐使用最高的群体，比例为 91.3%，比青少年整体水平高 7.6%，中学生群体是网络游戏使用率最高的群体，比青少年整体高 9.5%。

表 5 不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率

应用	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	82.0%	83.3%	91.3%	81.1%	83.7%	73.4%

网络游戏	69.5%	75.2%	63.5%	55.1%	65.7%	54.7%
网络视频	62.6%	76.0%	81.9%	71.1%	72.9%	69.3%
网络文学	25.1%	45.4%	61.2%	43.9%	45.0%	44.4%

四、商务交易

商务交易类应用在青少年群体中发展水平不一，差异明显。大学生在各类商务交易应用上的使用率均高于全国平均水平，其中网上银行在大学生网民中的使用率为 70.4%，高出全国平均水平 29.9 个百分点，较青少年总体水平高出 33.4 个百分点；大学生网民网上支付的使用率为 70.3%，高出整体网民 28.2%，比青少年总体高 31.3%。而小学生和初中生群体在各项商务交易类应用的比例则较低，他们在收入来源方面主要依赖父母，购物等商务行为能力相对较弱。

表 6 不同群体青少年网民商务类应用使用率

应用	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	17.8%	51.2%	77.0%	56.8%	50.0%	48.9%
团购	3.0%	15.2%	43.0%	15.4%	17.7%	22.8%
旅行预订	6.8%	14.7%	50.1%	26.4%	20.6%	29.3%
网上支付	10.6%	39.8%	70.3%	46.4%	39.0%	42.1%
网上银行	9.1%	35.2%	70.4%	46.5%	37.0%	40.5%

第三章 青少年手机上网行为分析

一、青少年手机网民规模

手机是青少年上网的主要终端。截至 2013 年 12 月，青少年手机网民规模已经达到 2.21 亿，较去年同期增长了 12.8 个百分点，增长率高于 2012 年。青少年网民中手机上网比例为 86.3%，高出整体网民中手机上网比例（81%）5.3 个百分点。移动互联网的发展将促使手机上网比例的继续扩大。

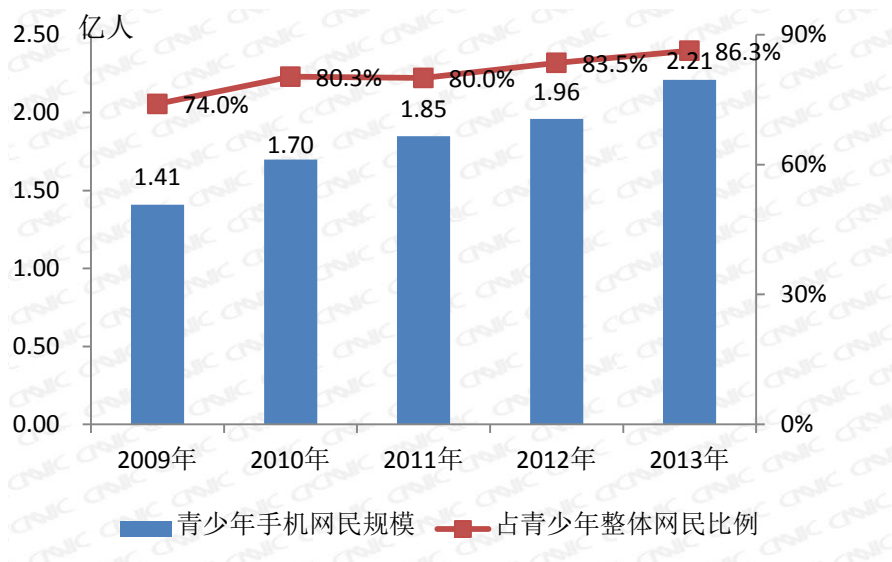


图 9 2009-2013 少年手机网民规模及占比

二、青少年手机网民特征

2013 年青少年手机网民性别结构与 2012 年相比变化不大。截至 2013 年 12 月，青少年手机网民男女比例为 52:48。

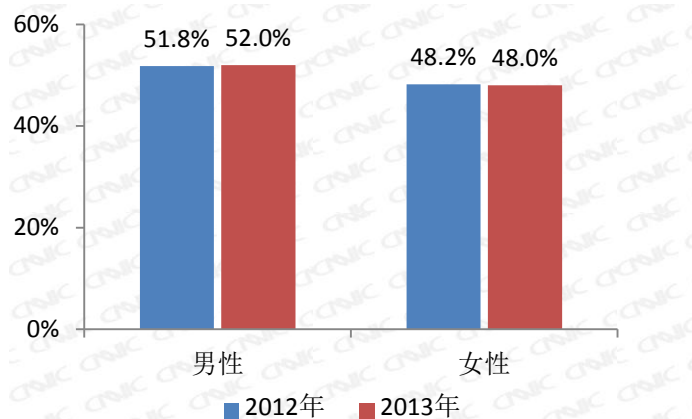


图 10 2012-2013 年青少年手机网民性别结构

与 2012 年相比，2013 年青少年手机网民 12-24 岁年龄段比例略微下降，较去年降低了 3.7 个百分点，6-11 岁年龄段青少年手机上网比例较去年提高了 3.7 个百分点，增至 8.2%。

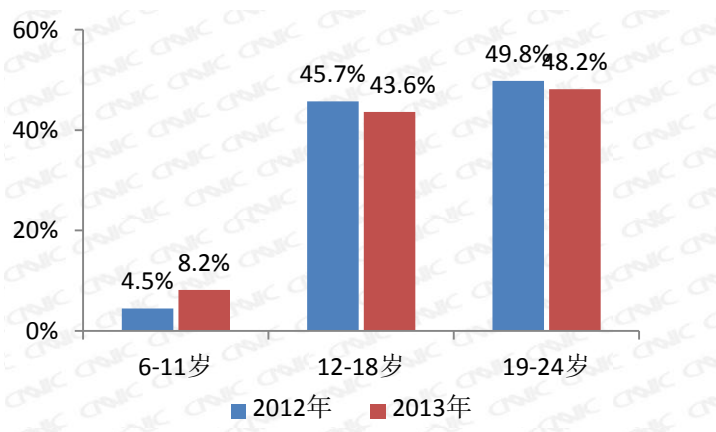


图 11 2012-2013 年青少年手机网民年龄结构

青少年手机网民城乡差异较去年无显著变化，城镇和乡村比例为 75.3:24.7。手机设备的价格优势和易操作性，使青少年农村网民使用手机上网的比例高于青少年农村网民上网比例。

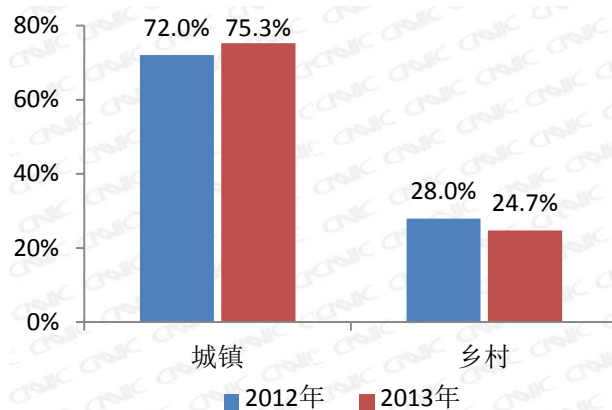


图 12 2012-2013 年青少年手机网民城乡结构

三、青少年手机网民网络应用行为

青少年手机网民在交流沟通、信息获取和网络娱乐等各类应用上使用较好，其中手机即时通信使用率为 90.6%，手机搜索使用率为 79.4%，手机网络音乐使用率为 70.2%，是青少年网民手机端使用率最高的三大应用。手机网络游戏和手机网络视频的使用率超过了 50%。

交流沟通和网络娱乐是青少年在互联网上的重要需求，手机端应用的发展，进一步推动了青少年网民规模的增长。

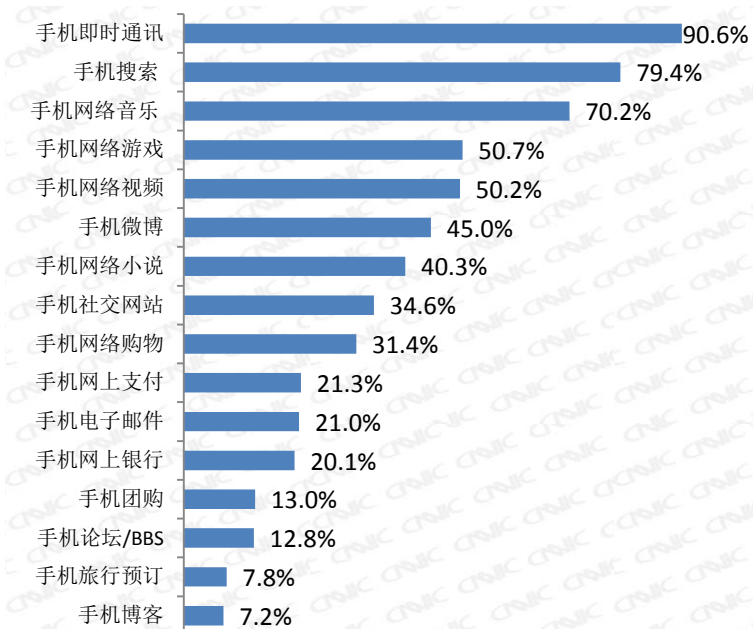


图 13 2013 年青少年手机网民网络应用

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

青少年网民城乡差异明显。截至 2013 年 12 月，中国城镇青少年网民规模为 1.95 亿人，农村青少年网民规模为 6140 万人。与去年同期相比，城镇青少年网民增长了 15 个百分点，而农村青少年网民规模则下降了 5.7 个百分点。城乡之间互联网基础设施建设方面存在很大差异，城镇地区网络环境的优化，无线网络的发展，3G 网络的普及，促进了城镇青少年网民的快速增长，而相比之下，农村地区基础设施建设落后，阻碍着农村青少年上网。

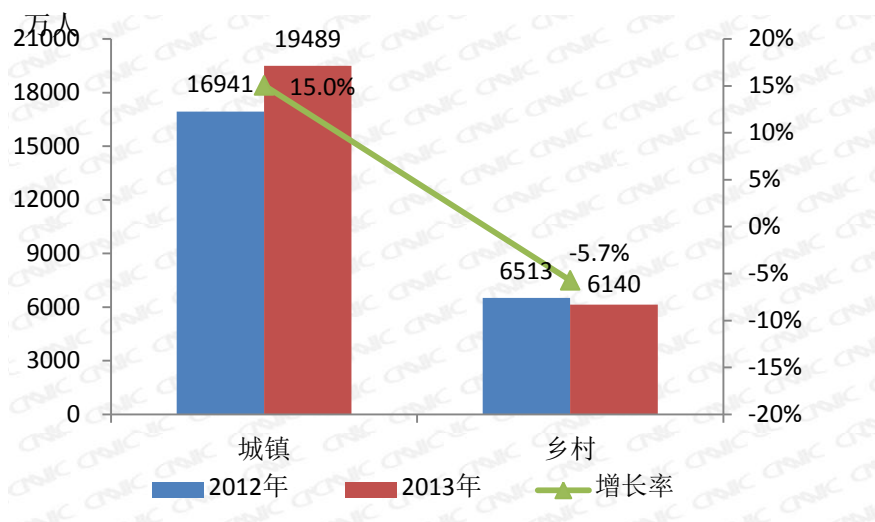


图 14 2012-2013 年青少年城乡网民规模及增长率

农村地区青少年上网地点中，家里和网吧上网的比例较去年有明显的下降，家里上网的比例从 86.9% 降至 82.6%，降低了 4.3 个百分点；网吧上网比例从去年的 35.2% 降至今年的 28.1%，下降了 7.1 个百分点。农村青少年家里上网的比例明显低于城镇青少年，而网吧、学校和公共场所上网的比例则高于城镇。农村青少年群体家庭收入较低，家庭状况原因导致家中上网的比例低于城镇水平，而与去年相比，农村地域学校和公共场所互联网发展取得了一定的成效，比例有所提升。

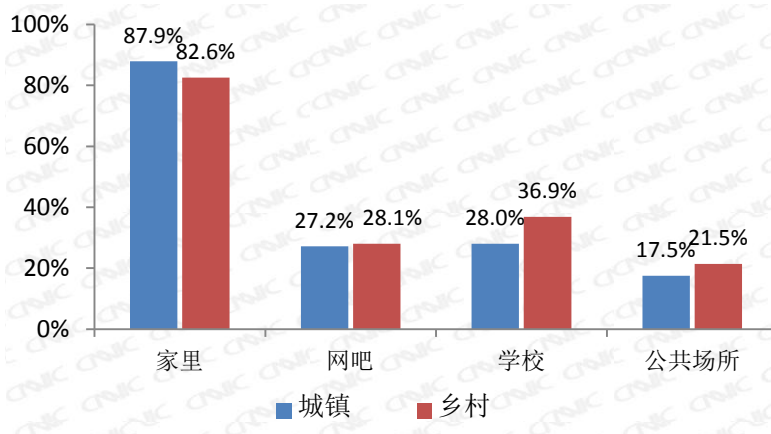


图 15 2013 年城乡青少年网民上网地点对比

农村地区青少年网民手机和台式电脑上网的比例均高于城镇青少年，其中手机上网的比例已达到 89%，比城镇地区高 3.6 个百分点；台式电脑上网比例为 74.2%，比城镇地区高 3.9 个百分点。手机是农村网民最主要的上网设备，其易操作性和价格的优势，使农村青少年网民更喜欢用手机上网。

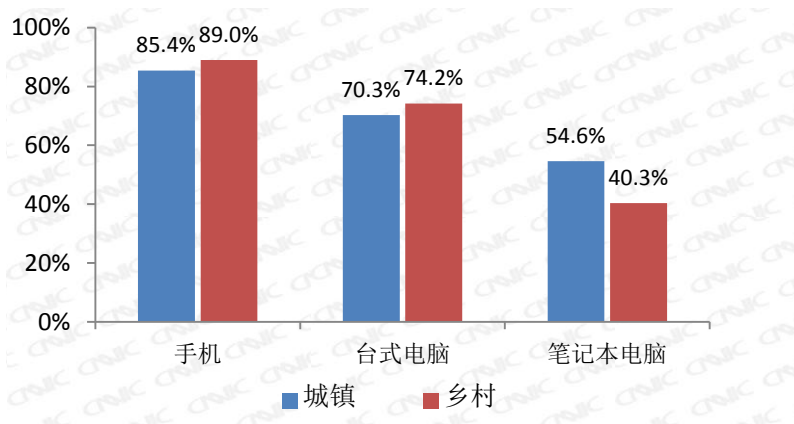


图 16 2013 年城乡青少年网民上网设备对比

（二）城乡青少年应用差异

农村青少年在各网络应用上的使用情况和城镇地区存在较大的差异，农村青少年网民和城镇青少年网民网络应用的侧重点不同。根据城乡青少年网民网络应用差异比较，可以总结出以下几个特点：

首先，从整体来看，城镇青少年网民各类应用的使用率普遍高于农村地区，仅即时通信使用率低于农村青少年。城镇地区互联网发展水平远高于农村地区，农村青少年互联网使用

情况整体较弱。

其次，几类应用中，交流沟通类应用在城乡青少年中的差异相对最小，仅电子邮件使用率差异较大，为 17.6 个百分点，即时通信在农村的使用情况优于城镇地区。

再次，商务交易类应用是城乡间差异最大的应用类型，网络购物、网上支付、网上银行和旅行预订在城镇青少年中的比例均高出农村青少年网民 15 个百分点左右。商务类应用在农村青少年中使用较少。

图 17 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	2013 差异
信息获取	搜索引擎	82.7%	72.3%	10.4%
网络娱乐	网络游戏	68.8%	56.9%	11.9%
	网络视频	76.7%	58.4%	18.3%
	网络音乐	87.1%	74.0%	13.1%
	网络文学	46.4%	41.0%	5.4%
交流沟通	即时通信	90.4%	93.1%	-2.7%
	博客/个人空间	77.3%	74.2%	3.1%
	微博	55.5%	49.4%	6.1%
	电子邮件	41.2%	23.6%	17.6%
	论坛/BBS	23.0%	15.3%	7.7%
商务交易	网络购物	53.3%	37.5%	15.8%
	网上支付	42.4%	26.1%	16.3%
	网上银行	40.0%	25.8%	14.2%
	团购	18.6%	14.2%	4.4%
	旅行预订	23.6%	9.2%	14.4%

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

东部地区互联网普及程度较高，互联网发展较好。东部地区青少年网民上网比例占整体青少年网民的 45.8%，网民规模为 1.17 亿。但是与去年相比，比例缩小了 2.4 个百分点，青少年网民上网的地域差异在逐渐缩减。

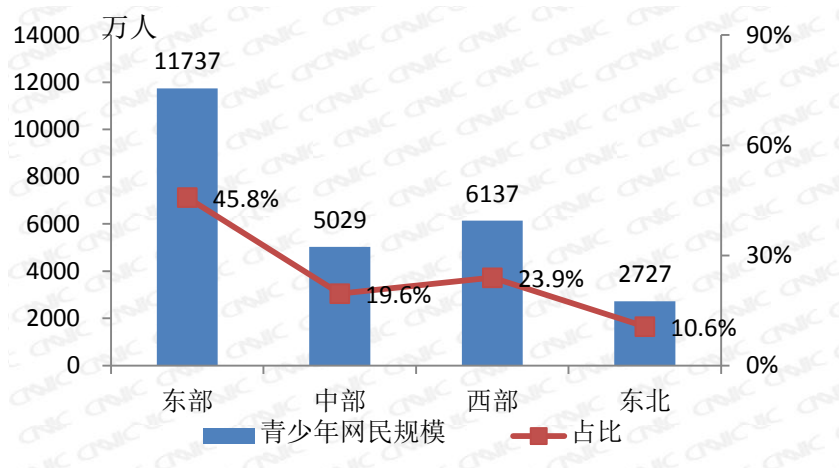


图 18 2013 年东中西部青少年网民规模及占比

东部地区和西部地区青少年在家里上网的比例高于其他地区，分别为 88.8% 和 88.4%；中部和东北部地区青少年网吧上网的比例高于其他地域，占比分别为 35% 和 34.3%；东部和西部地区青少年学校上网比例高；东部和东北地区青少年公共场所上网比例高。

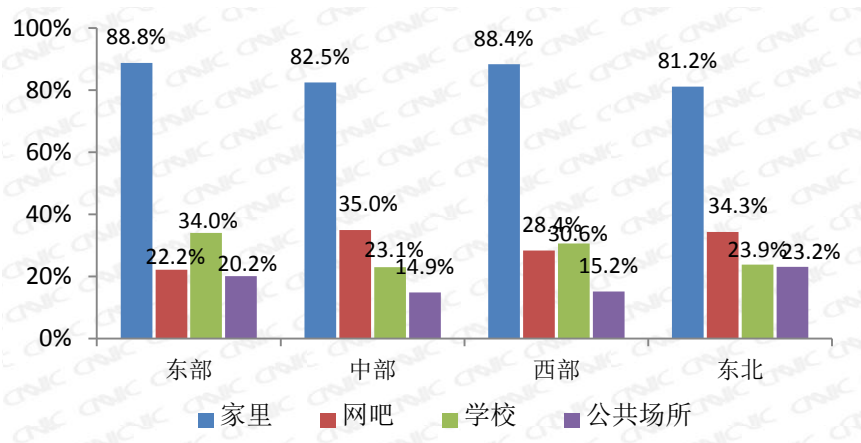


图 19 2013 年东中西部青少年网民上网地点对比

全国各个地区青少年使用手机上网的比例高于使用台式电脑和笔记本电脑上网的比例。东部地区和东北部地区青少年使用手机上网的比例均为 89.5%，台式电脑使用最多的地区是东北部地区，比例为 77.2%。笔记本电脑使用最多的在东部地区，比例为 56.5%。

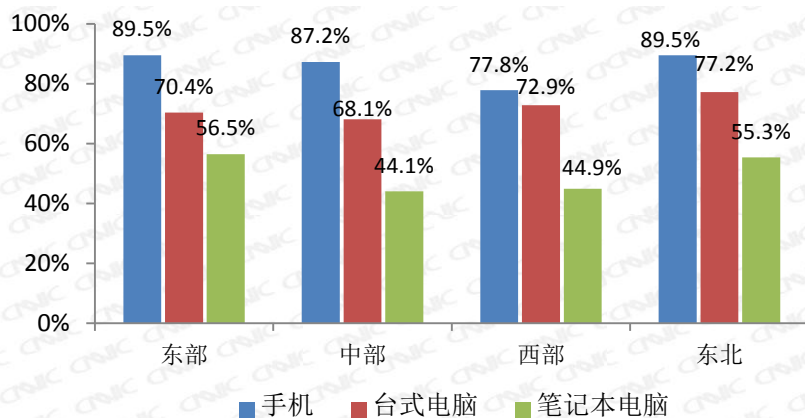


图 20 2013 年东中西部青少年上网设备对比

(二) 东中西部青少年网络应用差异

从地域分布来看，东部地区搜索引擎、网络音乐、网络视频、微博、电子邮件使用率高于其他地区，商务交易类应用在东部地区使用率也较高，网络购物、网上支付、团购、旅行预订使用率高于其他地区，比例分别为 59.1%、44.1%、23%和 21.9%。中部地区社交网站使用率较高，比例为 50.5%，高于其他地区。西部地区网络游戏、网络文学高于其他地区，比例分别为 72.2%和 47.1%。东北地区则在即时通信、博客/个人空间、论坛/BBS、网上银行高于其他地区。

表 7 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	84.2%	73.1%	79.1%	82.9%
网络娱乐	网络音乐	87.5%	78.5%	83.6%	78.9%
	网络游戏	62.7%	61.5%	72.2%	71.2%
	网络视频	78.6%	63.3%	69.7%	74.2%
	网络文学	45.6%	42.2%	47.1%	43.6%
交流沟通	即时通信	91.7%	90.8%	89.0%	93.2%
	博客/个人空间	80.5%	74.9%	69.6%	86.5%
	微博	63.9%	46.5%	45.1%	44.9%
	社交网站	46.4%	50.5%	41.0%	46.2%
	电子邮件	43.4%	26.4%	35.7%	36.2%
	论坛/BBS	22.9%	16.8%	21.1%	26.6%
商务交易	网络购物	59.1%	44.3%	38.7%	50.7%
	网上支付	44.1%	35.2%	32.6%	41.0%

2013 年中国青少年上网行为调查报告

	网上银行	40.9%	33.7%	31.1%	45.8%
	团购	23.0%	17.4%	9.8%	13.1%
	旅行预订	21.9%	20.3%	19.0%	18.5%

第五章 未成年人上网行为分析

一、未成年网民规模和特征

截至 2013 年 12 月，中国未成年网民占青少年总体网民的 54.5%，规模为 1.4 亿。作为互联网发展的潜在用户，未成年网民家里和学校上网的比例高于青少年网民整体情况，其中家里上网的比例为 89.3% 高出整体水平 2.6 个百分点，学校上网比例为 34.3% 比整体水平高 4.2 个百分点。与去年相比，未成年人网吧上网的比例继续下降至 22.4%，降低了 3.5 个百分点。

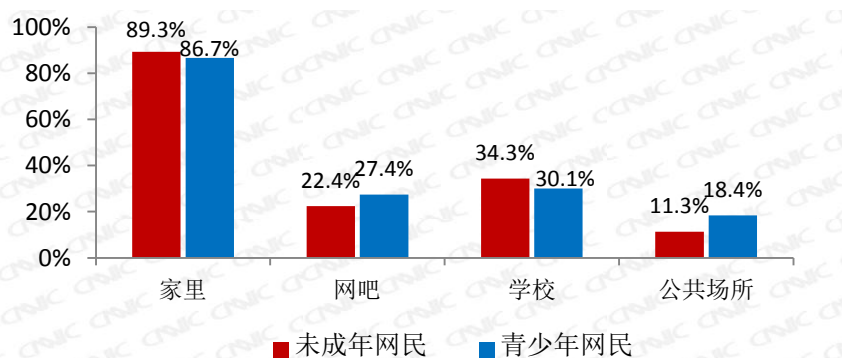


图 21 2013 年未成年网民和青少年网民上网地点对比

未成年网民上网主要使用的设备是手机，比例为 79%，较去年增加了 5 个百分点，比青少年整体手机上网比例低 7.3 个百分点，低于全国网民手机上网平均水平 2 个百分点；未成年网民使用台式电脑上网的比例相对较低，为 39.1%，低于青少年整体平均水平 12.1 个百分点。

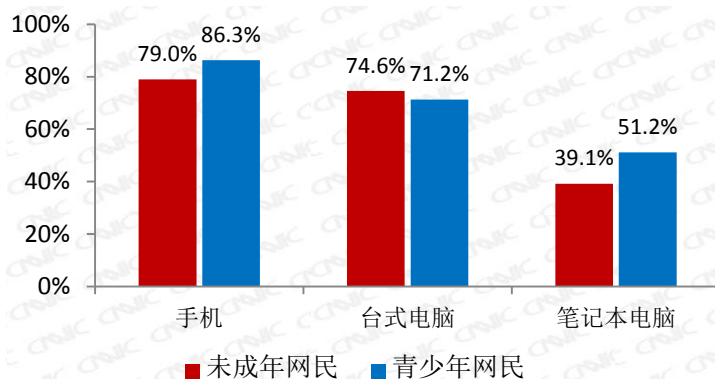


图 22 2013 年未成年网民和青少年网民上网设备对比

二、未成年网民网络应用情况

未成年网民互联网使用上受到学校、家长的诸多限制，在网络应用使用上与青少年整体水平存在较大差距。各应用中，未成年人仅在网络游戏使用率超过了青少年总体水平，其余均低于整体水平。截至 2013 年 12 月，未成年网民网络游戏使用率为 70.5%，较青少年整体水平高近 5 个百分点，比去年下降了近 6 个百分点。

表 8 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	78.2%	80.5%
网络娱乐	网络音乐	81.5%	83.7%
	网络游戏	70.5%	65.7%
	网络视频	69.5%	72.9%
	网络文学	34.3%	45.0%
交流沟通	即时通信	86.2%	91.1%
	博客/个人空间	71.7%	76.7%
	微博	46.8%	54.3%
	社交网站	40.4%	45.7%
	电子邮件	27.6%	37.6%
	论坛/BBS	17.5%	21.4%
商务交易	网络购物	35.6%	50.0%
	网上支付	25.7%	39.0%
	网上银行	21.8%	37.0%
	团购	9.4%	17.7%
	旅行预订	10.1%	20.6%

注：粗体斜体数字表示未成年网络应用使用比例高于青少年总体网民。

2013 年，未成年网民手机端最主要的五大网络应用为手机即时通信、手机搜索、手机

网络音乐、手机网络游戏和手机网络视频。娱乐类应用在青少年中的比重加大。与 2012 年相比，手机搜索、手机网络游戏、手机网络视频、手机网络购物、手机网上支付、手机网络银行、手机团购和手机旅行预订使用率均有所提升，其中手机网络视频较去年增加了 16.9 个百分点，手机网络游戏增加了 8.4 个百分点。

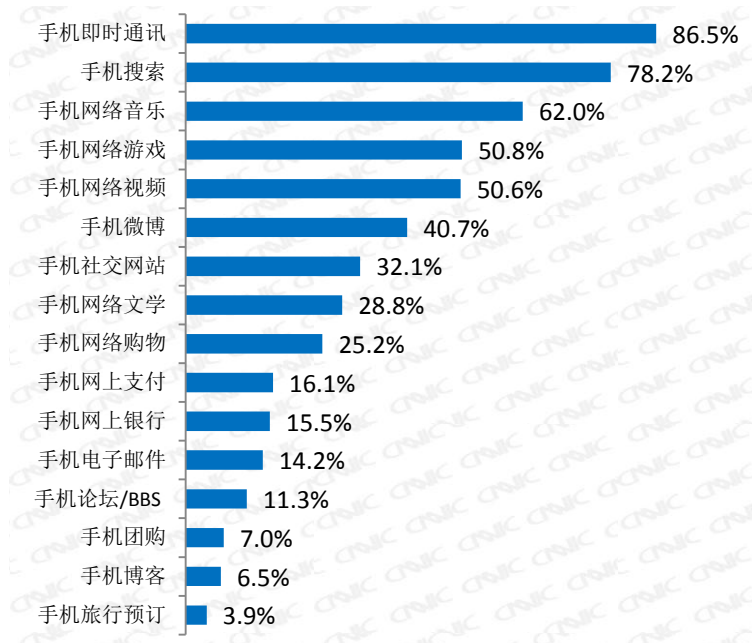


图 23 2013 年未成年手机网络应用

第六章 总结和建議

2013 年，青少年互联网普及率继续攀升。截至 2013 年 12 月，中国青少年网民规模达 2.56 亿，占青少年总体的 71.8%，超过全国互联网普及率 45.8% 的平均水平 26 个百分点，较 2012 年增加了 5.4 个百分点。

青少年手机网民规模达到 2.21 亿，较去年同期增长了 12.8 个百分点，增长率高于 2012 年。青少年网民中手机上网比例为 86.3%，高出整体网民 81% 的手机上网比例 5.3 个百分点。移动互联网的发展将促使手机上网比例继续扩大。

青少年网民上网时长不断增加，截至 2013 年 12 月，中国青少年网民平均每周上网时长为 20.7 小时，较 2012 年增加了 2.3 小时。上网时长的增加促进了青少年对互联网应用使用深度的加深。从各类应用使用来看，信息获取类应用方面，只有小学生的信息获取需求低于网民总体平均水平；交流沟通类应用中，即时通信、微博、博客/个人空间和社交网站除在小学生群体中的使用率低于总体网民外，其余均高于全国平均水平；网络娱乐类应用则是青少年群体最重要的互联网应用，网络音乐和网络游戏在青少年各个群体中的占比均高于全国水平；而商务交易类应用在青少年群体中发展水平不一，差异明显。大学生商务交易类应用使用率均高于全国平均水平，而小学生和初中生群体各项商务交易类应用的比例则较低。

青少年网民城乡差异明显，城镇地区互联网发展水平远高于农村地区，因此，农村青少年互联网使用情况整体较弱。城镇青少年网民各类应用的使用率普遍高于农村地区，仅即时通信使用率低于农村青少年。交流沟通类应用在城乡青少年中的差异相对最小，即时通信在农村的使用情况优于城镇地区。商务交易类应用是城乡间差异最大的应用类型，网络购物、网上支付、网上银行和在城镇青少年中的比例均高于农村 15 个百分点左右。

东部地区互联网普及程度较高，互联网发展较好。东部地区青少年网民上网比例占整体青少年网民的 45.8%，网民规模为 1.17 亿。但是与去年相比，比例缩小了 2.4 个百分点，青少年网民上网的地域差异在逐渐缩减。

青少年网民规模不断扩大，为了使青少年能够合理的运用互联网，使互联网能够有利于青少年健康成长，我们提出以下三点建议：

1. 加强网络监管，净化网络环境

互联网是一把“双刃剑”。一方面，互联网为青少年增加了获取信息的途径，有效帮助

了青少年进行交流沟通，并提供了多样化的娱乐休闲方式；另一方面，互联网发展也带来了一些问题，网上充斥着大量的信息，而青少年对信息真伪分辨能力尚不完善，较容易受到毒害。互联网正在不断影响着青少年的生活方式甚至思想意识，因此必须要加强网络监管，为青少年营造一个良好的互联网环境。政府相关部门要对互联网内容进行监管治理，帮助青少年远离网络谣言、淫秽色情等有害信息，规范青少年网络社交、网络娱乐行为。青少年接触网络的时间越来越长，在青少年生活中的影响也就越来越深，社会各界、学校、家长都要对青少年加强网络文明教育和网络法制教育，使青少年增强对网上有害信息的甄别、抵制能力，为青少年创造绿色上网环境。

2. 农村青少年加强知识培训，缩减城乡数字鸿沟

城乡之间互联网基础设施建设方面存在很大差异，城镇地区网络环境的优化，3G、无线网络的快速发展，促进了城镇青少年网民规模的快速增长。而相比之下，农村地区基础设施建设相对落后，阻碍着农村青少年上网。因此需要大力加强农村地区基础设施建设，从而带动农村地区使用互联网的数量以及网络应用使用深度的加强。受到农村地区经济状况的影响，农村人口接触电脑晚，且受教育水平偏低，使他们在互联网知识方面严重欠缺。因此需要加强农村青少年网络教育，提高农村青少年的互联网知识水平，提高互联网使用能力，缩减城乡青少年数字鸿沟。

3. 建设绿色网络游戏，引导青少年健康成长

网络娱乐类应用是青少年群体最重要的互联网应用，而网络游戏在娱乐类应用中更为受到青少年用户的喜爱。网络游戏在青少年各个群体中的占比均高于全国水平，未成年网民的网络游戏使用率超过了青少年总体水平。然而，较多青少年由于沉迷于网络游戏不能自拔，对成长造成了很大的危害，严重危害着青少年身心健康。因此建设绿色网络游戏对青少年的健康发展非常重要，无论是政府部门、社会组织、甚至游戏企业都需要共同努力，在为青少年提供丰富的游戏内容的同时，还要为青少年打造一个健康的绿色网络环境，保障青少年绿色游戏。同时还需对青少年个体加强教育，这还需要学校和家长的努力，为青少年进行正向引导，控制青少年游戏行为包括游戏时长以及游戏花费，达到游戏均衡性，帮助青少年健康成长。