
中国青少年上网行为调查报告

(2011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	6
一、青少年网民规模及群体特征	6
(一) 网民规模	6
(二) 群体特征	6
二、青少年上网行为特征	9
(一) 上网地点	9
(二) 上网设备	10
(三) 上网时长	10
第二章 青少年网络应用行为分析	11
一、信息获取	12
二、交流沟通	12
三、网络娱乐	13
四、商务交易	13
第三章 青少年手机上网行为分析	14
一、青少年手机网民规模	14
二、青少年手机网民特征	14
三、青少年手机网民网络应用行为	16
第四章 不同地区青少年上网行为分析	17
一、城乡青少年上网行为对比	17
(一) 城乡青少年网民规模特点	17
(二) 城乡青少年应用差异	18
二、东、中、西部青少年上网行为对比	19
(一) 东中西部青少年网民规模特点	19
(二) 东中西部青少年应用差异	20
第五章 未成年人上网行为分析	22
一、未成年网民规模和特征	22
二、未成年网民网络应用情况	23
三、未成年上网行为管理建议	错误！未定义书签。
第六章 总结	24

前 言

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，已逐渐在社会的各个人群中加速渗透。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4.57亿网民中，有46.3%的网民是25周岁以下的青少年群体。这个群体已经达到2.12亿，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）

2011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。

◇ 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 2010 年 12 月 31 日。

内容摘要

- 截至 2010 年底,中国青少年网民规模达 2.12 亿人,占网民总体的 46.3%,同比增长 8.7%,低于全国 19.1%的网民增幅。中国青少年互联网使用普及率达到 60.1%。
- 2010 年,青少年网民中男性占了 51.6%,女性为 48.4%。
- 18 岁以下网民规模占比呈现继续扩张的态势,6-11 岁的网民占比提升 2.7 个百分点,达到 7%的比例;12-18 岁的网民占比提高 2.9 个百分点,达到 47.2%。
- 2010 年,在家上网的青少年网民比例显著增加,从 77.2%提升至 86.5%,增加了 9.3 个百分点。在学校上网的青少年网民也增加了 6.6 个百分点,达到 42.9%。青少年在网吧上网的比例小幅下降,目前为 48.1%。
- 2010 年,青少年网民平均每周上网时间为 16.4 小时,比 2008 年减少 0.1 小时。
- 青少年网民在网络娱乐和社交应用上表现较为突出,其使用率均高于整体网民平均水平。
- 青少年网民在网络视频(66.6%)、网络文学(48.1%)和网络游戏(74.8%)上的使用率分别高于整体网民 4.5, 5.5 和 8.3 个百分点。
- 青少年网民在网络沟通交流上也表现的非常活跃,其在社交网站(62.0%)和博客(74.1%)上的使用率分别高于整体网民 10.6 和 9.7 个百分点。
- 大学生群体大部分网络应用上的使用率都较高。其中搜索引擎、网络新闻使用率分别达到 94.8%和 88.3%,网络音乐和视频使用率分别达到 93%和 86.6%,即时通信和社交网站使用率分别达到 94.9%和 86.4%;在商务类应用上也较为活跃,大学生网民群体网购比例为 62.8%,使用网上支付和网上银行的比例也分别达到 57.4%和 55.9%。
- 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为 76.4%,而在视频和网络文学上的使用率已经低于整体网民。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 86.7%,在各类青少年群体中居于首位。
- 2010 年,中国青少年手机网民达 1.7 亿人,同比增长 21.4%。中国青少年手机网民手机应用较为活跃。有 72%的青少年手机网民使用手机在线聊天服务,使用手机搜索和手机音乐的青少年手机网民也达到了 62%和 58.2%。
- 未成年人占到青少年网民的 46.5%,规模达到 9858 万。与整体青少年相比,未成年人在家里和学校上网的比例更高,分别为 91.3%和 48.5%。但是,仍然有 32%的未成年人在网吧上网。

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 2010 年 12 月，中国青少年网民规模为 2.12 亿。青少年互联网渗透率较高，60.1% 的青少年都是网民，超出全国平均水平 25.8 个百分点。与 2009 年相比，青少年互联网渗透率继续上升，增加了 5.6 个百分点。

由于青少年互联网普及率已经处于较高的水平，2010 年我国新增青少年网民 1700 万，同比增长 8.7%，低于全国 19.1% 的网民增幅。与此同时，青少年网民在整体网民中的占比进一步下降，为 46.3%。

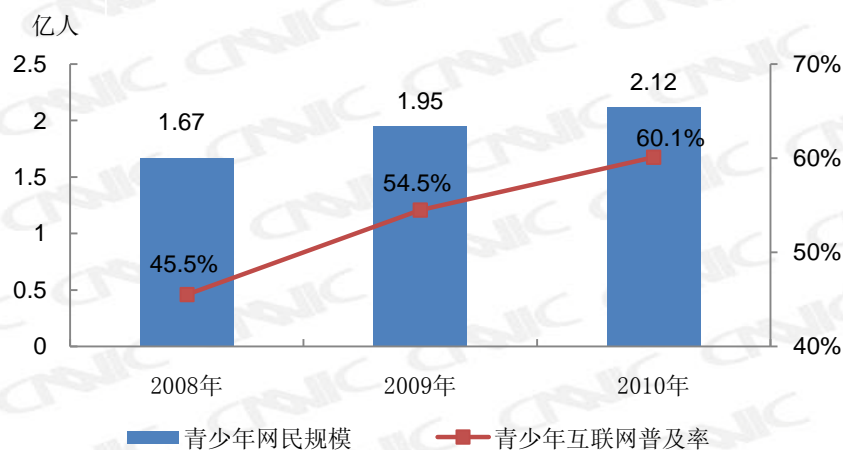


图 1 2008-2010 年青少年网民规模及普及率

(二) 群体特征

◆ 性别分布

2010 年，中国青少年网民中男性占了 51.6%，女性网民为 48.4%。与 2009 年相比，男性网民所占的比例有所回落，但是青少年网民中仍然保持男性略多的局面。

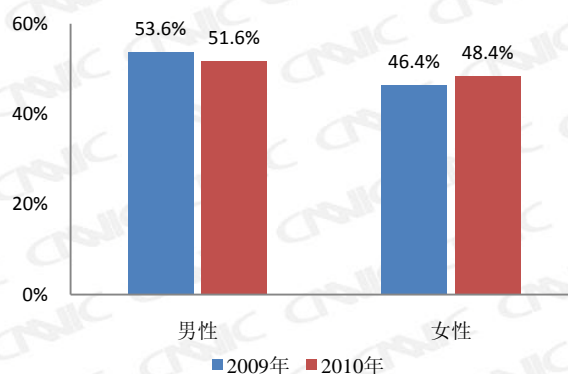


图 2 青少年网民性别结构

◆ 年龄分布

从年龄分布看，94%的青少年网民在12-24岁之间，其中以12-18岁之间的网民最集中，占到青少年整体网民的47.2%。与2009年相比，18岁以下网民规模占比呈现继续扩张的态势，6-11岁的网民占比提升2.7个百分点，达到7%的比例；12-18岁的网民占比提高2.9个百分点，目前为47.2%。

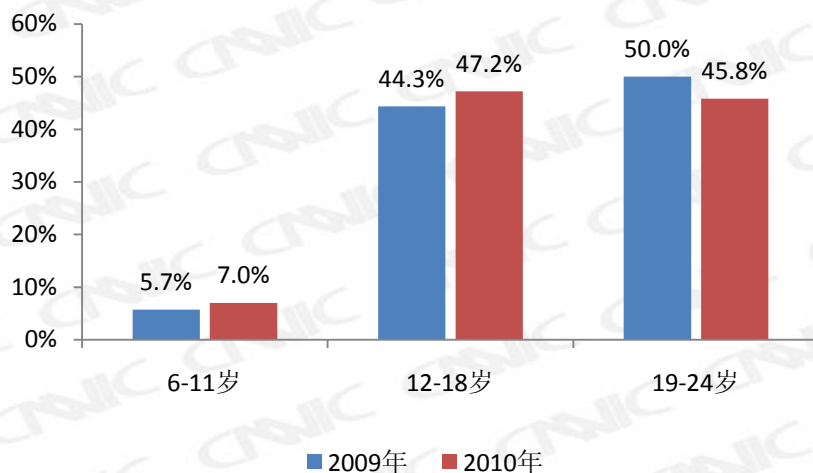


图 3 青少年网民年龄结构

◆ 在学状态分布

在青少年网民中，中学生群体规模最大，达到9012万人，占青少年网民的42.6%，比重与2009年相比仍在上升；其次是非学生群体，规模为7335万人，占到34.6%；大学生和小学生分别占比14.7%和8.1%。

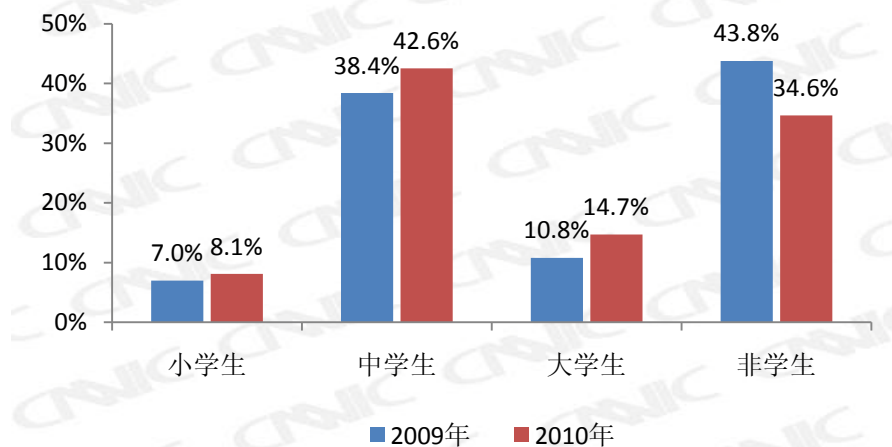


图 4 青少年网民在学状态

◆ 地区分布

2010 年，青少年网民有 70.4%居住在城镇地区，29.6%的青少年网民居住在农村地区。同期全国网民中农村地区占比为 27.3%，青少年网民中农村人口占比高出整体网民 2.3 个百分点，城乡差异小于整体网民。

但与 2009 年相比，2010 年中国青少年网民中农村人口占从 32.5 下降到 29.6%，减少了 2.9 个百分点。

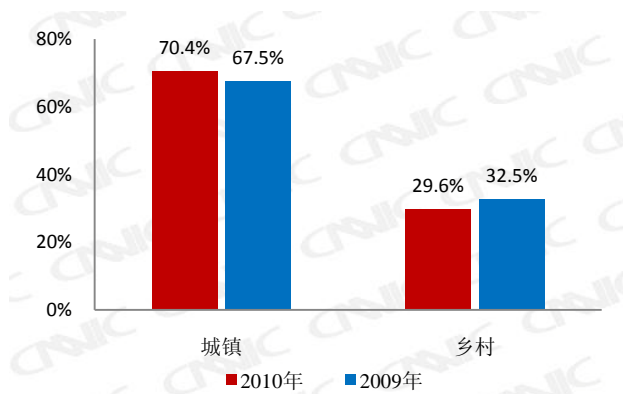


图 5 青少年网民城乡结构

二、青少年上网行为特征

(一) 上网地点

2010年，在家上网的青少年网民比例显著增加，从77.2%提升至86.5%，增加了9.3个百分点。在学校上网的青少年网民也增加了6.6个百分点，达到42.9%。青少年在网吧上网的比例小幅下降，目前为48.1%。

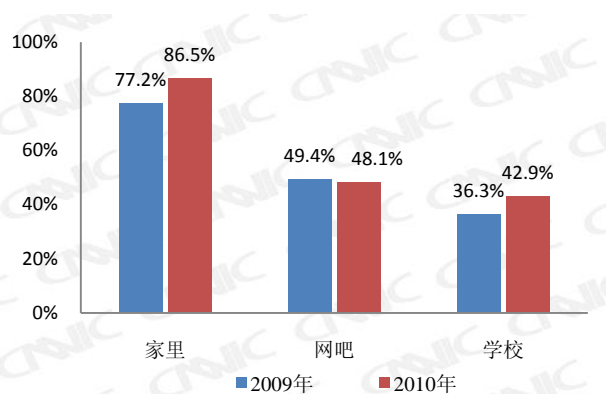


图6 青少年网民上网地点

对于低龄青少年群体，使用网吧的比例下降明显。小学生网民在网吧上网的比例从9.3%下降到4.7%。中学生在网吧上网的比例从45.3%降低到40.3%。

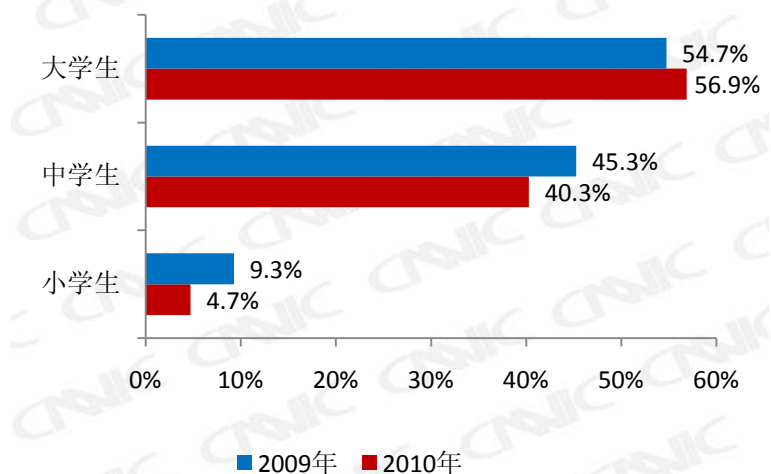


图7 不同学龄期青少年网民网吧上网比例

(二) 上网设备

青少年在各类上网设备上的复用比例在增加。青少年手机上网的比例达到 80.3%，使用率较 2009 年增加 6.3 个百分点，稳居上网设备使用率首位。使用笔记本电脑上网的青少年网民比例增加了 17.4 个百分点，台式机上网的比例也增加了 4.9 个百分点。

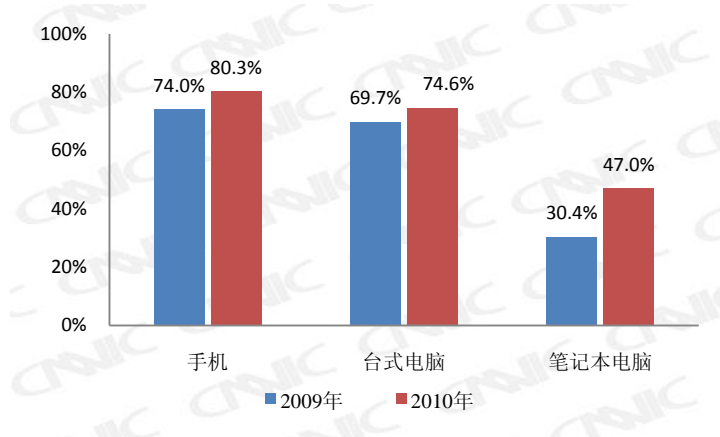


图 8 青少年网民上网设备

(三) 上网时长

2010 年，青少年网民平均每周上网时间为 16.4 小时，比 2008 年减少 0.1 小时。分群体看，大学生和非学生上网时长明显增加，周上网时长分别增加了 3.1 和 3.8 小时，达到了 21.7 和 25.4 小时/周的水平。中小学生网民平均每周上网时间减少到 9.5 和 5.7 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
2009 年	5.9	12.1	18.6	21.6	16.5
2010 年	5.7	9.5	21.7	25.4	16.4

第二章 青少年网络应用行为分析

2010年，中国青少年网民在网络娱乐和社交应用上表现较为突出，其使用率均高于整体网民平均水平。从网络娱乐上，青少年网民在网络视频（66.6%）、网络文学（48.1%）和网络游戏（74.8%）上的使用率分别高于整体网民4.5、5.5和8.3个百分点；同时，青少年网民在网络沟通交流上也表现的非常活跃，其在社交网站（62.0%）和博客（74.1%）上的使用率分别高于整体网民10.6和9.7个百分点。

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84.7%，高于整体网民81.9%的水平。但是在所有商务类网络应用上，青少年的活跃性都相对较差。

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	77.6%	85.6%	94.8%	80.8%	84.7%	81.9%	2.8%
	网络新闻	46.2%	69.9%	88.3%	68.4%	<i>70.1%</i>	77.2%	-7.1%
网络娱乐	网络音乐	67.7%	85.9%	93.0%	84.9%	85.1%	79.2%	5.9%
	网络视频	55.0%	65.2%	86.6%	62.7%	66.6%	62.1%	4.5%
	网络文学	22.2%	47.5%	60.2%	49.8%	48.1%	42.6%	5.5%
	网络游戏	86.7%	76.4%	69.9%	72.3%	74.8%	66.5%	8.3%
沟通交流	博客应用	62.8%	75.5%	82.4%	71.5%	74.1%	64.4%	9.7%
	即时通信	67.2%	83.4%	94.9%	79.9%	82.6%	77.1%	5.5%
	社交网站	42.2%	58.6%	86.4%	60.4%	62.0%	51.4%	10.6%
	电子邮件	28.0%	52.8%	87.0%	50.6%	55.0%	54.6%	0.4%
	论坛/BBS	10.2%	31.8%	60.4%	33.7%	34.9%	32.4%	2.5%
	微博客	8.6%	21.2%	32.9%	15.0%	19.7%	13.8%	5.9%
商务交易	网络购物	8.7%	25.1%	62.8%	35.3%	<i>32.9%</i>	35.1%	-2.2%
	网上支付	4.1%	19.1%	57.4%	31.3%	<i>27.8%</i>	30.0%	-2.2%
	网上银行	2.5%	15.4%	55.9%	32.0%	<i>26.1%</i>	30.5%	-4.4%
	旅行预订	1.3%	2.0%	13.2%	5.0%	<i>4.6%</i>	7.9%	-3.3%
	团购	0.6%	1.7%	11.3%	3.1%	<i>3.5%</i>	4.1%	-0.6%

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。

大学生群体大部分网络应用上的使用率都较高。在网络娱乐、沟通交流、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

94.8%和 88.3%，网络音乐和视频使用率分别达到 93%和 86.6%，即时通信和社交网站使用率分别达到 94.9%和 86.4%；在商务类应用上，大学生网民群体网购比例为 62.8%，使用网上支付和网上银行的比例也分别达到 57.4%和 55.9%。

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为 76.4%，而在视频和网络文学上的使用率已经低于整体网民。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 86.7%，在各类青少年群体中居于首位。

一、信息获取

2010 年，中国青少年网民使用搜索引擎的比例为 84.7%，高出整体网民 2.8 个百分点，与 2009 年相比使用率提升较快。

青少年整体使用网络新闻的比例总体较高，有 70.1%的青少年网民浏览网络新闻，但是与整体网民使用的平均水平相比，依然低 7.1 个百分点。

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	77.6%	85.6%	94.8%	80.8%	84.7%	81.9%
网络新闻	46.2%	69.9%	88.3%	68.4%	70.1%	77.2%

二、交流沟通

2010 年，青少年网民在网络社交应用上表现较为突出，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 74.1%、34.9%、62%和 77.0%，均高于整体网民平均水平。其中，有 74.1%的青少年开博客，高于整体网民 9.7 个百分点；有 62%的青少年使用社交网站，高于整体网民 10.6 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
博客应用	62.8%	75.5%	82.4%	71.5%	74.1%	64.4%
即时通信	67.2%	83.4%	94.9%	79.9%	82.6%	77.1%
社交网站	42.2%	58.6%	86.4%	60.4%	62.0%	51.4%
电子邮件	28.0%	52.8%	87.0%	50.6%	55.0%	54.6%
论坛/BBS	10.2%	31.8%	60.4%	33.7%	34.9%	32.4%

三、网络娱乐

偏重网络娱乐应用一直是青少年网络应用的主要特点。2010年，青少年网民在网络音乐、网络视频、网络文学和网络游戏上的使用率分别为85.1%、66.6%、48.1%和74.8%，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	67.7%	85.9%	93.0%	84.9%	85.1%	79.2%
网络视频	55.0%	65.2%	86.6%	62.7%	66.6%	62.1%
网络文学	22.2%	47.5%	60.2%	49.8%	48.1%	42.6%
网络游戏	86.7%	76.4%	69.9%	72.3%	74.8%	66.5%

虽然网络游戏是青少年上网重要的应用之一，但是青少年整体使用网络游戏的比例在持续下降，2010年降低了4.9个百分点，从77.2%下降到72.3%。但分群体看，中小网民使用网络游戏的比例还在上升，从82.3%增加到了86.7%，上升了3.4个百分点。

表 6 2007 与 2008 年青少年网民网络游戏使用对比

	中小网民	大学生	非学生	青少年总体
2009 年	82.3%	81.0%	67.1%	77.2%
2010 年	86.7%	76.4%	69.9%	72.3%

四、商务交易

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32.9%和27.8%，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62.8%，高出整体网民27.7个百分点。中小网民由于年龄、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。

表 7 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	8.7%	25.1%	62.8%	35.3%	32.9%	35.1%
网上支付	4.1%	19.1%	57.4%	31.3%	27.8%	30.0%
网上银行	2.5%	15.4%	55.9%	32.0%	26.1%	30.5%
旅行预订	1.3%	2.0%	13.2%	5.0%	4.6%	7.9%
团购	0.6%	1.7%	11.3%	3.1%	3.5%	4.1%

第三章 青少年手机上网行为分析

一、青少年手机网民规模

2010年，中国青少年手机网民达1.7亿人，同比增长21.4%。从2008年开始，青少年手机网民规模迅速增大，手机网民占青少年整体网民的比例从49.7%提升到74%，又增加到目前80.3%的比例。目前青少年网民中使用手机上网的比例远远高于全国平均水平。

在全国3.03亿手机网民中，青少年占整体手机网民的56.1%，是我国手机上网用户最主要的群体。在青少年网民中，在校大学生网民使用手机上网的比例最高，有91.4%的的大学生网民使用手机上网，中小學生网民使用手机上网的比例分别为79.6%和38.2%。

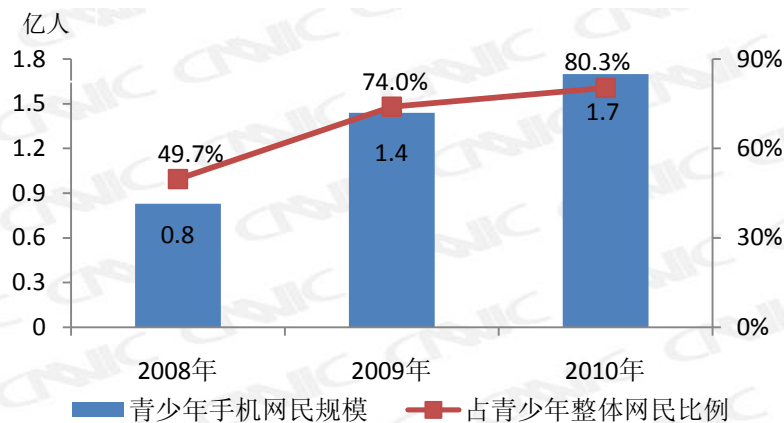


图9 青少年手机网民规模及占比

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。

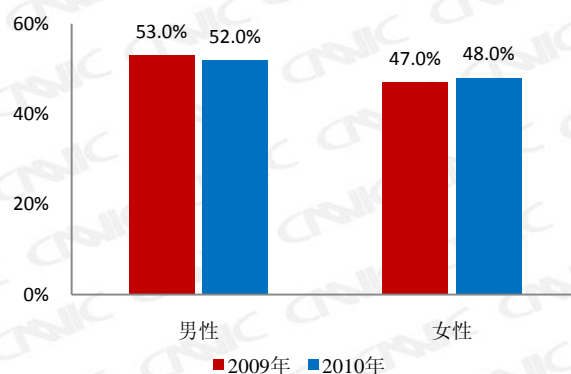


图 10 2009-2010 青少年手机网民性别结构

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 49.6%，而青少年网民中这一群体占比为 45.8%。与 2009 年相比，低龄的青少年手机网民比例在增加，12-18 岁的青少年手机网民占比从 42.2% 提升到 47.4%，6-11 岁的青少年手机网民也占到了 3% 的比例。

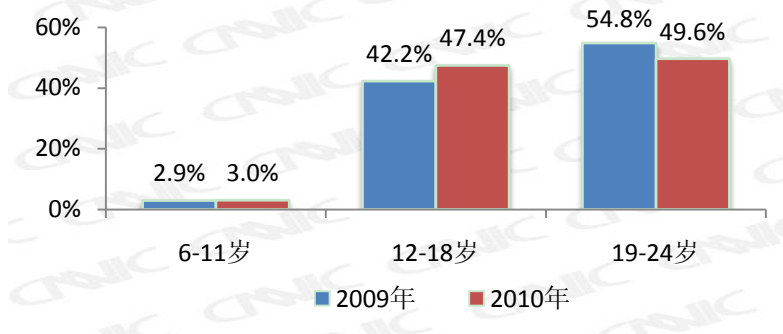


图 11 2009-2010 青少年手机网民年龄结构

中国青少年手机网民城乡比为 69.3:30.7，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（29.6%）。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。

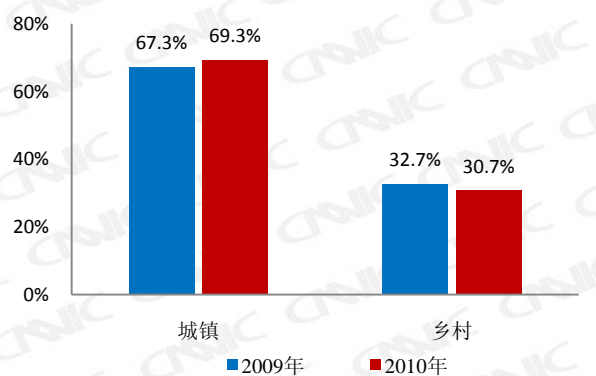


图 12 2009-2010 年青少年手机网民城乡结构

三、青少年手机网民网络应用行为

中国青少年手机网民手机应用较为活跃。有 72% 的青少年手机网民使用手机在线聊天服务，使用手机搜索和手机音乐的青少年手机网民也达到了 62% 和 58.2%。

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。

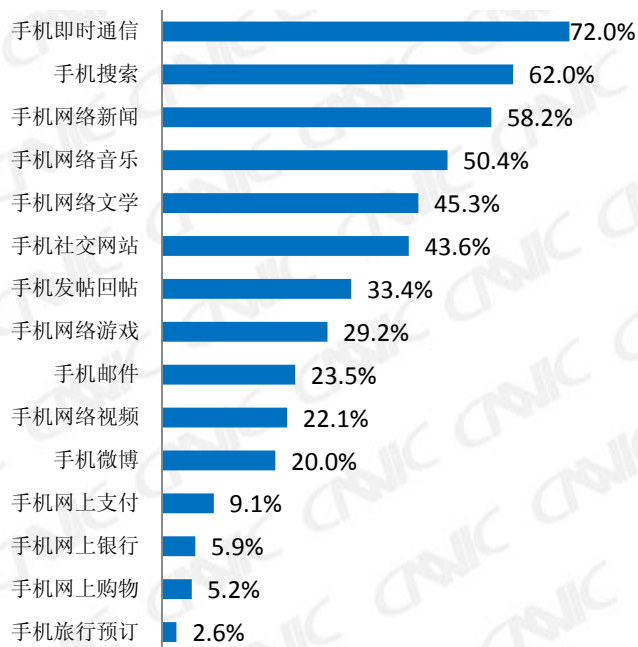


图 13 2010 年青少年手机网民网络应用

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

2010年，中国成长青少年网民规模为14925万人，农村青少年为6275万人。城镇青少年网民比农村青少年网民多8650万。城乡的互联网基础设施和社会发展上依然存在较大差距，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。

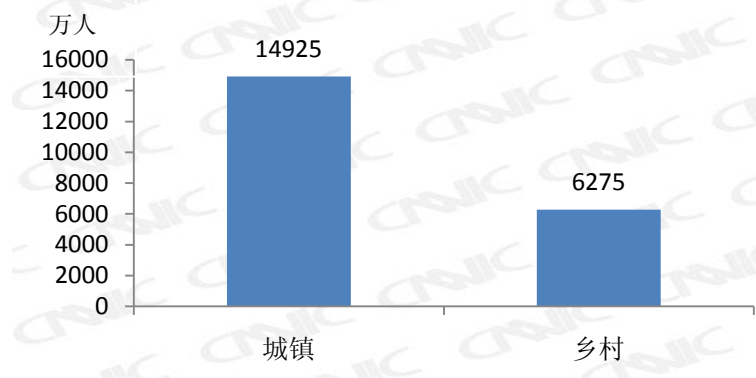


图 14 2008-2009 年青少年城乡网民规模及增长

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。中国农村仍有53%的青少年网民在网吧上网，比例仍显著高于城镇地区6.9个百分点。

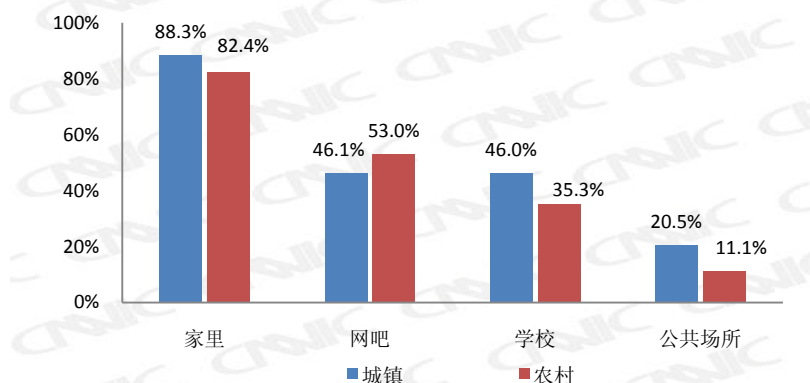


图 15 城乡青少年网民上网地点对比

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使用手机上网的比例更高，达到83.2%，高于城镇地区79.1%的水平。台式电脑和笔记本电脑上网使用方面，城镇地区

的青少年明显优于农村地区，有 76.9% 的城镇青少年网民使用台式电脑上网，而农村地区该比例为 69.3%；52.5% 的城镇地区青少年网民使用笔记本电脑上网，而农村地区使用笔记本电脑上网的比例为 33.9%。

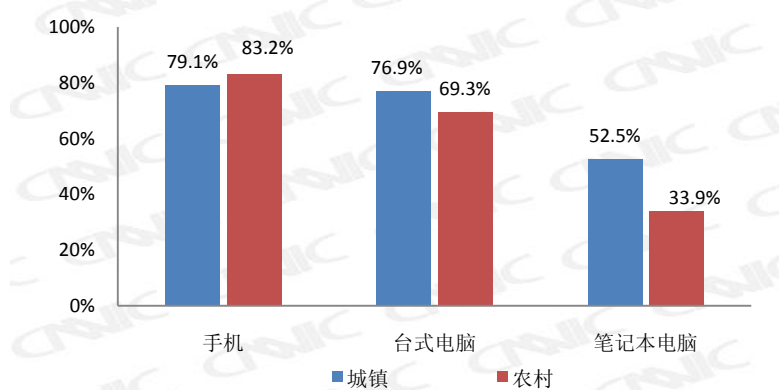


图 16 城乡青少年上网设备对比

(二) 城乡青少年网络应用差异

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。

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超过 10 个百分点。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，城乡青少年使用率的较大差距可能会导致城乡地区青少年在网络信息使用上的“鸿沟”。

网络娱乐使用上，网络音乐、游戏和文学的使用率差距都在 10 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。城乡青少年使用网络视频的比例相差 15.2 个百分点，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，社交网站和博客应用使用率差距都在 10 个百分点以上，城乡青少年网民电子邮件和社交网站的使用率差距达到 18.9 和 18.3 个百分点。只有即时通信的使用率差距最低，为 7.5。

商务交易类应用上，城乡青少年使用率差距更为明显。其中网络购物使用率差距为 17.4 个百分点。网上支付和网上银行使用率也分别相差 15.3 和 14.8 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。

表 8 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	88.1%	76.4%	11.8
	网络新闻	74.3%	60.4%	13.9
网络娱乐	网络音乐	87.5%	79.5%	8.0
	网络视频	71.1%	56.0%	15.2
	网络文学	50.3%	42.9%	7.4
	网络游戏	76.4%	71.1%	5.2
交流沟通	拥有博客	77.8%	65.4%	12.4
	微博客	22.7%	12.7%	10.0
	即时通信	84.8%	77.3%	7.5
	社交网站	67.4%	49.1%	18.3
	电子邮件	60.6%	41.7%	18.9
	论坛/BBS	39.3%	24.5%	14.9
商务交易	网络购物	38.0%	20.6%	17.4
	网上支付	32.3%	17.0%	15.3
	网上银行	30.5%	15.7%	14.8
	旅行预订	5.9%	1.5%	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、网民较集中的地区，青少年网民数量占到整体的50.4%，青少年网民规模为 10681 万人。与 2009 年相比，中部和西部地区的青少年网民数量增长更快，占比明显提升。

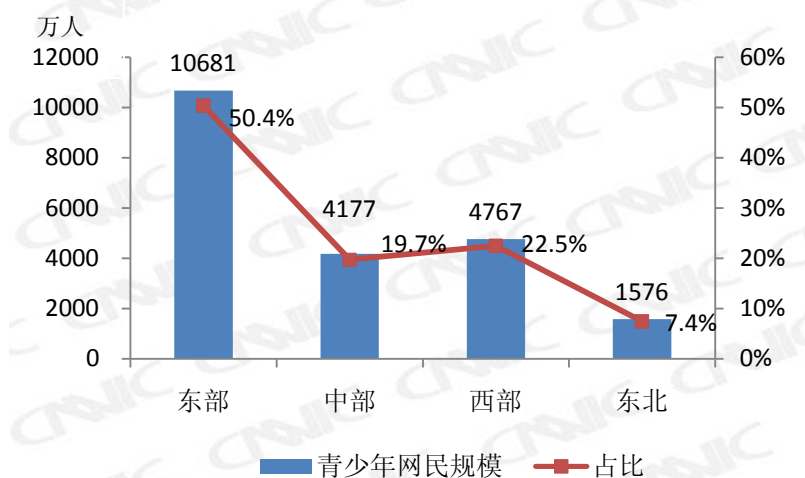


图 17 东中西青少年网民规模及占比

目前，东中西部地区青少年在家上网比例差异不大，其中东部最高为 88.6%，西部地区最低，但也达到了 83.8%的水平。中部青少年在网吧上网比例最高，达到 58%；西部地区青少年在学校上网比例最高，为 47.9%。

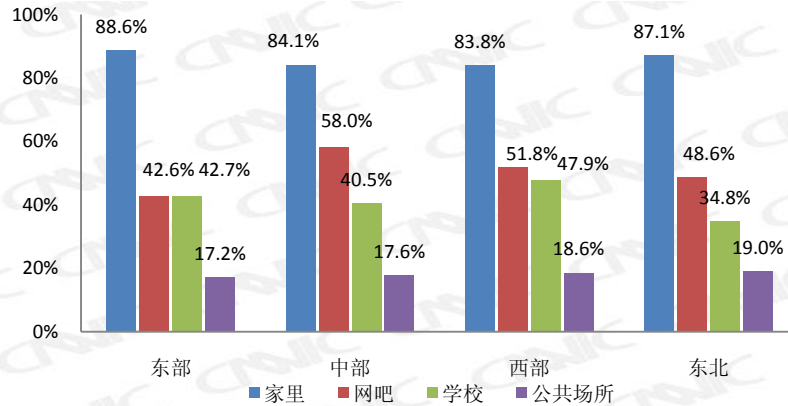


图 18 东中西青少年网民上网地点对比

除了东北地区的青少年以外，全国其他区域的青少年用手机上网的比例都高于台式机和笔记本。中西部地区青少年手机上网比例最高，分别达到了 82.1%和 81.8%的比例。

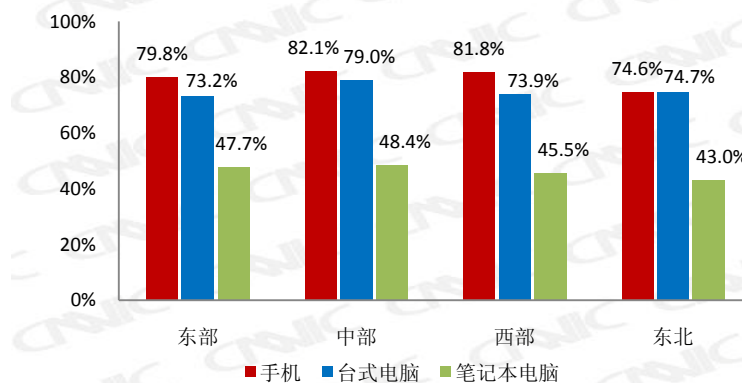


图 19 东中西青少年上网设备对比

（二）东中西部青少年应用差异

东部地区青少年在网络应用方面更加深入，在微博和团购等新应用上活跃度明显高于中西部青少年网民。信息获取类应用方面，东部地区青少年在搜索引擎和网络新闻上的使用都最高，分别为 85.9%和 71.6%。商务交易方面，东部和东北部地区青少年在网络购物、网上支付、网上银行以及旅行预订的使用率都高于中西部地区，分别为 33.4%，29.1%，28.3%和 5.4%。东部地区青少年使用微博的比例为 21.5%，远远高于其他地区。

在娱乐类应用方面，中西部地区的青少年使用的比例更高，尤其是中部地区。但是值得注意的是，网络游戏使用的比例东北部相对更高，达到了 78.9%。

表 9 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	85.9%	82.4%	84.1%	84.2%
	网络新闻	71.6%	67.9%	68.7%	70.5%
网络娱乐	网络音乐	84.5%	85.7%	85.8%	85.5%
	网络视频	66.3%	68.0%	66.7%	65.4%
	网络文学	47.2%	51.7%	47.3%	47.3%
	网络游戏	73.0%	77.1%	75.7%	78.9%
交流沟通	拥有博客	73.2%	75.8%	74.7%	73.8%
	微博客	21.5%	16.9%	19.4%	16.1%
	即时通信	82.2%	82.5%	83.9%	81.4%
	社交网站	63.1%	62.9%	58.5%	62.2%
	电子邮件	55.4%	57.0%	54.0%	50.2%
	论坛/BBS	35.1%	36.2%	34.0%	33.0%
商务交易	网络购物	33.4%	33.0%	31.3%	33.4%
	网上支付	27.7%	28.3%	27.0%	29.1%
	网上银行	25.8%	27.8%	24.5%	28.3%
	旅行预订	4.8%	4.2%	4.3%	5.4%
	团购	3.6%	4.2%	2.6%	3.8%

第五章 未成年人上网行为分析

一、未成年网民规模和特征

未成年人占到青少年网民的 46.5%，规模达到 9858 万。与整体青少年相比，未成年人在家里和学校上网的比例更高，分别为 91.3% 和 48.5%。但是，仍然有 32% 的未成年人在网吧上网。

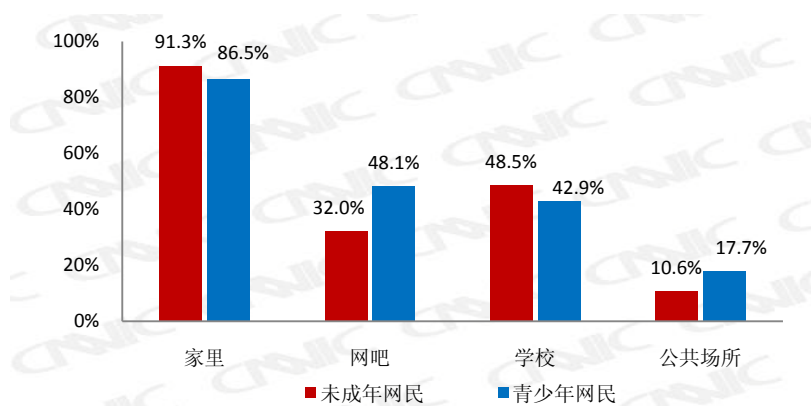


图 20 未成年网民上网地点

未成年网民使用手机上网的比例达到了 71.5%，低于青少年使用手机上网平均水平 8.8 个百分点。但也高出全国网民平均使用手机上网的比例 5.3 个百分点。与青少年整体网民相比，未成年人使用笔记本电脑上网的比例相对偏低，只有 39% 的未成年网民使用笔记本电脑上网。

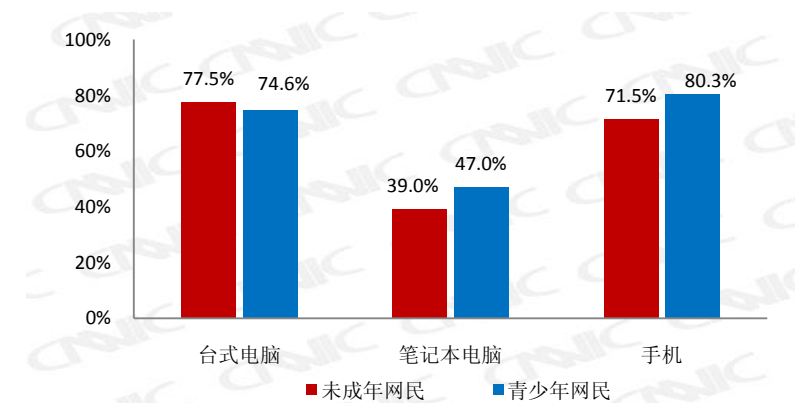


图 21 未成年网民上网设备

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。

与整体青少年网民网络应用相比，未成年网民的网络游戏使用相对突出，达到 79.2% 的比例，高于整体青少年网民 4.4 个百分点。但是，在其他网络应用使用率上均低于整体青少年群体。

表 10 各互联网应用在未成年网民中的普及率

类别	网络应用	未成年人	青少年整体
信息获取	搜索引擎	83.2%	84.7%
	网络新闻	64.3%	70.1%
网络娱乐	网络音乐	82.6%	85.1%
	网络视频	63.0%	66.6%
	网络文学	43.3%	48.1%
	网络游戏	79.2%	74.8%
交流沟通	拥有博客	73.8%	74.1%
	微博客	18.5%	19.7%
	即时通信	80.1%	82.6%
	社交网站	54.4%	62.0%
	电子邮件	47.0%	55.0%
	论坛/BBS	27.7%	34.9%
商务交易	网络购物	21.4%	32.9%
	网上支付	15.7%	27.8%
	网上银行	11.4%	26.1%
	旅行预订	1.8%	4.6%
	团购	1.6%	3.5%

注：粗体数字表示未成年网络应用使用比例高于青少年整体网民。

有 71.5% 的未成年网民使用手机上网，未成年手机网民达到 7048 万。其中，有 70.1% 的未成年手机网民使用手机即时通信（在线聊天）服务，使用手机搜索和手机音乐的青少年手机网民也达到了 54.3% 和 46.4%。使用手机网络文学的未成年手机网民有 35.1%，手机社交网站的比例为 34.5%，玩手机网络游戏的未成年手机网民有 27.6%。

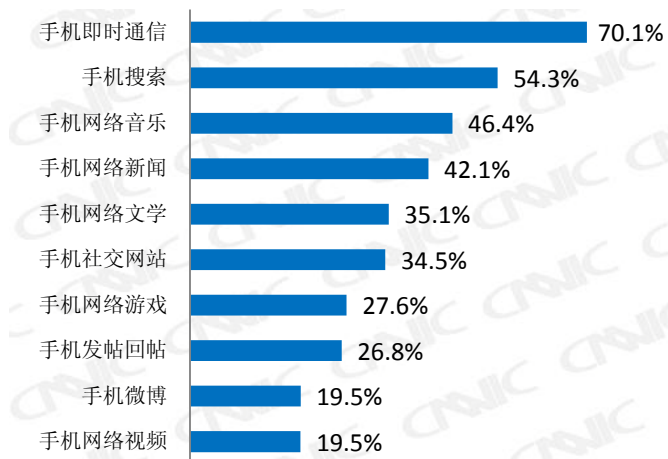


图 22 2010 年未成年手机网络应用

第六章 总结

一、中国青少年上网整体情况

青少年互联网使用水平较高

青少年群体对信息技术应用的接受性较强,是我国网民中互联网应用水平最高的群体之一。截至2010年12月,中国青少年网民规模为2.12亿。青少年互联网渗透率达到60.1%,超出全国平均水平25.8个百分点。与2009年相比,青少年互联网渗透率继续上升,增加了5.6个百分点。由于青少年互联网普及率已经处于较高的水平,2010年我国新增青少年网民1700万,同比增长8.7%,低于全国19.1%的平均增幅。与此同时,青少年网民在整体网民中的占比进一步下降,为46.3%。

上网终端不断从电脑向手机扩展

随着我国网络技术的快速发展和居民家庭收入的不断提高,拥有手机的未成年人规模越来越大,手机作为上网工具在未成年网民中迅速扩散,以电脑为主要上网终端的未成年群体比重逐步下降。台式电脑的使用率从2007年的94%下降到2010年的74.6%,青少年网民手机上网的比例从49.7%提升到80.3%的比例。2010年,中国青少年手机网民达1.7亿人,同比增长21.4%,青少年占整体手机网民的56.1%,是我国手机上网用户最主要的群体。而可以预见,随着移动互联网的进一步发展和低龄人群手机持有比例的提升,未成年人使用手机上网的比例还会进一步提高。

上网场所从网吧向家庭学校转移

从20世纪90年代中期开始,网吧在我国迅猛发展,而同时期电脑对普通居民家庭而言还是昂贵的奢侈品,拥有电脑的家庭较少,因此网吧一度成为缺少家庭上网条件的未成年人主要甚至唯一的上网场所。然而,随着网吧禁止未成年人进入的监管力度不断加强,未成年人网吧上网比例迅速下降。2008年,有57.5%的青少年在网吧上网,到2010年,该比例下降到48.1%。同时,家庭拥有电脑比例的提高,学校上网条件的改善,上网终端设备的变化,使未成年人上网的地点更加多元化。2010年,在家里和学校上网的青少年网民分别占85.5%和42.9%,青少年上网地点更加多元化。

手机上网持续向低龄群体渗透

农村地区未成年人网络使用条件相对薄弱,手机上网成为其接触互联网更为便捷的工具。2010年,19-24岁年龄段人群占青少年手机网民总体的49.6%,而青少年网民中这一群体占比为45.8%。与2009年相比,低龄的青少年手机网民比例在增加,12-18岁的青少年手机网

民占比从 42.2%提升到 47.4%，6-11 岁的青少年手机网民也占到了 3%的比例。有 71.5%的未成年网民使用手机上网，未成年手机网民达到 7048 万。随着手机的低价化及智能手机的快速发展，低龄人群手机持有比例还将上升，手机上网的还将加速向低龄群体渗透。

青少年网络应用的重点从娱乐转向社交

2010 年，中国青少年网民在社交应用上表现甚至领先于娱乐应用。青少年网民在网络视频（66.6%）、网络文学（48.1%）和网络游戏（74.8%）上的使用率分别高于整体网民 4.5，5.5 和 8.3 个百分点。而青少年网民在网络沟通交流上表现的更为活跃，有 62.0%的青少年网民使用社交网站，有 74.1%的青少年网民使用博客，二者使用率分别高于整体网民 10.6 和 9.7 个百分点。

城乡间青少年网络应用的差距依然较大

城乡的互联网基础设施和社会发展上依然存在较大差距，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。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。中国农村仍有 53%的青少年网民在网吧上网，比例仍显著高于城镇地区 6.9 个百分点。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超过 10 个百分点。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，城乡青少年使用率的较大差距可能会导致城乡地区青少年在网络信息使用上的“鸿沟”。

二、中国青少年上网发展建议

（一）将手机上网纳入未成年人网络监管体系

随着青少年上网地点的多元化和非固定化，未成年人网络使用管理的难度在逐渐加大，单纯依靠政府统一监管的模式出现了诸多盲点，已经越来越难以适应青少年上网行为监管的要求。特别是随着智能手机的不断普及和网络通信的逐步升级，手机上网在未成年群体不断普及，这种管理的盲点会不断增大。因此，需要将手机上网、手机网站、手机网络应用等都纳入未成年人网络使用行为管理的范围，加强对未成年人手机上网的监管力度，加快出台针对未成年人手机上网管理的相关细则，使监管行为更加具体完备、有法可依。

（二）建立政府主导、社会参与的多元化监管体系

长期以来，由于网吧上网环境复杂，缺乏有效管理，容易使未成年人受到不良影响，因此我国未成年人网络使用管理的重点一直放在网吧。但是，随着未成年人上网地点逐渐向家庭、学校等转移，网吧作为未成年人上网地点的重要性在下降，未成年人上网场所和条件发生了较大的变化。尤其是随着未成年人手机上网的迅猛发展，网络使用的空间监管能力在弱化，以网吧整治为重心的监管方式已经很难对未成年人的网络使用行为进行有效约束。除政

府统一监管外，家长和学校等需要承担更多的管理职责，亟需建立起政府、学校、家长和社会共同参与的多元监管体系。针对未成年人手机上网，学校应该制定相应的限制和管理措施。同时，家庭是未成年人使用网络的主要环境，应该加强学校和家长共同监督的措施，建立政府主导、社会参与的多元监管体系。

（三）针对未成年人上网，加快建立运营商为主体的网站过滤机制

为避免青少年受到色情暴力等不良信息毒害，各国都采取了相应措施要求运营商对网站进行过滤。如英国各大手机运营商联合成立了“移动分级独立机构”，专门负责对手机上网内容进行详细分级界定，并接受消费者投诉。德国手机入网需要实名登记，提供用户身份证、住址、银行账户等信息，并输入到电信运营商的数据库备案。英国手机运营商必须对他们所能影响的手机网站的商业内容进行分级标注，标明不适合年龄在 18 岁以下的青少年观看的内容。德国电信运营商需要给未成年用户卡设置防色情软件，以防范犯罪分子骚扰。日本手机网络运营商在向未满 18 岁的未成年人提供服务时，必须在手机中安装过滤有害网站的软件。新加坡《广播法》明确规定，新加坡三大电信服务供应商负有屏蔽特定网站的义务，若供应商不能履行义务，将会被罚款或被暂时吊销营业执照。因此，应该借鉴国外的经验，加快建立以运营商为主体的网站过滤系统，通过将不良网站过滤纳入运营商和行业协会职责范畴，使这项工作常规化和规范化，避免后续的不良网站对青少年和未成年人的不良影响。

（四）增设青少年手机上网专区和群体服务类型

手机网络应用发展是信息化潮流中的新一轮冲击，仅仅依靠监控管制方式不利于未成年人的长远发展。因此，不仅需要对未成年人手机上网进行合理管理，更需要加大适宜未成年人手机上网应用产品的普及。通过鼓励和开发适宜未成年人使用的网络应用产品，满足该群体的发展需求，利用手机上网服务平台促进未成年人社会化发展过程中的“信息社会化发展”。一方面，针对未成年人网络使用的特点，将互联网的一些优秀网络产品向手机网络拓展；另一方面，建立未成年人手机上网平台，尤其是针对不同群体搭建未成年人手机上网平台，如推出适宜低龄群体和农村地区未成年人健康成长的优质网络内容，促进不同群体未成年人网络使用的平衡发展。鼓励青少年的网络商务应用，促进青少年网络应用的多样化，从单一娱乐使用向学习平台、信息媒介、生活助手转移。鼓励学校等教育机构与开发商展开合作，开发和推荐绿色网络游戏，建立适宜青少年的网络交友社区，打造适宜青少年的网络空间，可以帮助青少年在娱乐和社交中掌握知识，增进品德。

附录：图表目录

图目录

图 1 2008-2010 年青少年网民规模及普及率	6
图 2 青少年网民性别结构	7
图 3 青少年网民年龄结构	7
图 4 青少年网民在学状态	8
图 5 青少年网民城乡结构	8
图 6 青少年网民上网地点	9
图 7 不同学龄期青少年网民网吧上网比例	9
图 8 青少年网民上网设备	10
图 9 青少年手机网民规模及占比	14
图 10 2009-2010 青少年手机网民性别结构	15
图 11 2009-2010 青少年手机网民年龄结构	15
图 12 2009-2010 青少年手机网民城乡结构	16
图 13 2010 年青少年手机网民网络应用	16
图 14 2008-2009 年青少年城乡网民规模及增长	17
图 15 城乡青少年网民上网地点对比	17
图 16 城乡青少年上网设备对比	18
图 17 东中西青少年网民规模及占比	19
图 18 东中西青少年网民上网地点对比	20
图 19 东中西青少年上网设备对比	20
图 20 未成年网民上网地点	22
图 21 未成年网民上网设备	22
图 22 2010 年未成年手机网络应用	24

表目录

表 1 不同学龄期青少年网民周上网时长	10
表 2 各互联网应用在青少年网民中的普及率	11
表 3 不同群体青少年网民信息获取类应用使用率	12
表 4 不同群体青少年网民网络社交类应用使用率	12
表 5 不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率	13
表 6 2007 与 2008 年青少年网民网络游戏使用对比	13
表 7 不同群体青少年网民商务类应用使用率	13
表 8 城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异	19
表 9 东中西部青少年网民网络应用对比	21
表 11 各互联网应用在未成年网民中的普及率	23