

2009 年中国农村互联网发展状况调查报告

(2010 年 4 月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

目 录

前 言	5
内容摘要.....	6
报告术语界定.....	8
第一章 农村互联网宏观情况.....	9
一、 经济发展状况.....	9
二、 电信发展状况.....	9
三、 农村互联网发展概况.....	10
第二章 农村网民构成特征.....	14
一、 性别结构.....	14
二、 年龄结构.....	14
三、 学历结构.....	15
四、 职业结构.....	16
五、 收入结构.....	17
第三章 农村网民的网络应用.....	18
一、 农村网民的上网时间.....	18
二、 农村网络应用概述.....	19
三、 农村网民的信息获取情况.....	20
四、 农村网民的娱乐应用情况.....	21
五、 农村网民的网络互动情况.....	23
六、 农村网民电子商务应用情况.....	27
第四章 农村网吧发展状况.....	29
一、 农村网民的上网地点.....	29
二、 农村网吧上网现状.....	29
三、 农村未成年人网吧上网情况.....	30

第五章 农村手机上网的发展状况	31
一、 农村网民的上网设备.....	31
二、 农村手机上网现状.....	32
第六章 农村互联网发展政策建议	33
一、 加强基础设施建设，改善农村地区上网条件.....	33
二、 加强信息内容建设，提高农村互联网的信息服务能力.....	34
三、 加强农村互联网应用教育，提升农民使用互联网的技能.....	35
四、 完善农村电子商务配套措施，推动农村经济发展.....	36

图目录

图 1 2009 年城乡居民人均收入比较	9
图 2 城镇和农村网民规模对比	11
图 3 城镇和农村网民增长率对比	11
图 4 城镇和农村互联网普及率对比	13
图 5 城镇和农村网民性别结构对比	14
图 6 城镇和农村网民年龄结构对比	15
图 7 城镇和农村网民学历结构对比	16
图 8 城镇和农村网民职业结构对比	17
图 9 城镇和农村网民收入结构对比	17
图 10 2007-2008 年城乡网民上网时长对比	18
图 11 城镇和农村网民上网时间对比	19
图 12 城镇和农村网民搜索引擎使用情况对比	20
图 13 城镇和农村网民网络新闻使用情况对比	21
图 14 城镇和农村网民网络游戏使用情况对比	22
图 15 城镇和农村网民网络音乐使用情况对比	23
图 16 城镇和农村网民网络视频使用情况对比	23
图 17 城镇和农村网民即时通信使用情况对比	24
图 18 城镇和农村网民电子邮件使用情况对比	25
图 19 城镇和农村网民论坛/BBS 使用情况对比	26
图 20 城镇和农村网民网络博客使用情况对比	26
图 21 城镇和农村网民网络购物使用情况对比	27
图 22 城镇和农村网民网络银行使用情况对比	28
图 23 城镇和农村网民网络支付使用情况对比	28
图 24 城镇和农村网民上网场所对比	29
图 25 2009 年农村网吧网民规模	30
图 26 城镇与农村网民上网设备对比	31

图 27 城镇与农村手机网民规模对比 32

表目录

表 1 农村网民的网络应用情况 19

前 言

随着中国互联网的快速发展，互联网已经渗透到社会生活的各个层面，成为社会、经济、文化活动和个人生活的重要平台。互联网不仅改变了个人的工作、学习生活方式，更以突出的信息渠道、交流互动、商务交易等价值极大地促进了社会政治、经济文化的快速发展。

当前我国经济社会的发展中存在明显的“二元结构”问题，这种二元结构表现在我国城乡之间、东中西部之间等多个方面。城乡之间二元结构不仅仅存在于传统的社会经济领域，也存在于诞生时间不久的互联网发展领域。从获取信息和信息应用的角度来看，农村信息匮乏是引致二元结构的一个因素。重视和加强农村互联网的发展，可有效地缩小城乡“数字鸿沟”，促进农村思想观念更新和经济社会跨越式发展，消除城乡之间的信息壁垒、化解二元结构的诸多矛盾，也是响应党中央号召，建设社会主义新农村、构建社会主义和谐社会的重要组成部分。

为了揭示我国城乡互联网发展差距，了解农村网民上网状态与行为及农村互联网发展存在的问题，CNNIC在2007年推出了《中国农村互联网调查报告》，引起社会较大反响。在深化研究的基础上，2010年又推出了《2009年中国农村互联网发展状况调查报告》。此份报告为CNNIC第25次调查数据的深度挖掘，样本量分布在除港、澳、台三地的中国大陆地区，综合了家庭固定电话调查、手机调查等多种调查方式。希望本报告的发布能够为政府制定农村信息化发展策略和建设社会主义新农村提供参考依据。

中国互联网络信息中心（CNNIC）

2010年4月

内容摘要

（一） 农村网民规模过亿

截至 2009 年 12 月底，中国农村网民规模达到 10681 万人，农村网民规模首次超过一个亿。

（二） 城乡之间互联网的发展差距仍较大

从城乡互联网的普及率来看，互联网在城镇的普及率是 44.6%，在农村仅为 15%，城乡之间的互联网发展水平仍存在很大的差异。对比 2004 年以来中国城乡互联网的发展差距，农村互联网发展速度放缓，存在使城乡互联网发展差距进一步拉大的可能。

（三） 手机上网将成为拉动农村互联网发展的重要力量，

截至 2009 年底，中国手机上网用户达到 2.33 亿，其中农村手机上网用户约为 7189 万人，占农村网民的 67.3%，较 2008 年提升了近 20 个百分点，手机成为拉动农村互联网发展的重要力量。

（四） 农村网民更加趋于年轻化，互联网逐步向农村低学历群体渗透

中国城镇网民男女性别比例为 52.7：47.3，农村网民男女性别比例为 58：42。与城镇相比，农村网民的性别结构相对不均衡，男性比例高出女性 16 个百分点。

与网民总体的年龄结构相比，农村网民更加趋于年轻化。农村网民中 30 岁以下群体所占比例高达 69.2%，其中 19 岁以下年轻网民所占比重达 41.1%。

城镇与农村网民之间的学历分布差异比较明显，农村网民平均文化水平相对较低。农村网民中，初中及以下学历的网民占 52.1%，远高于城镇中 29.2% 的占比。与 2008 年相比，农村初中文化程度的网民所占比例增长了 2.7%，互联网在中国农村地区正在向低学历人口渗透。

（五） 农村网民上网时长增加，互联网在农村地区日常生活中占有重要位置

农村网民的平均上网时长约 16 小时/周，与 2008 年相比，农村网民平均每周上网时间增加了近 3 小时，互联网在农村地区日常生活中占有重要位置。

（六） 城乡网络应用使用差距较大，侧重略有不同

从城乡使用差距来看，大部分网络应用在城镇的使用率均高于农村。尤其在商务交易类和交流沟通类的网络应用中，城镇网民使用率远高于农村网民；而对网络娱乐的应用中，农

农村地区网民的使用率与城镇较为接近，甚至高于城镇，以网络游戏为例，农村地区网民的使用率高出城镇 1.3%。

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：过去半年使用过互联网的6周岁及以上中国公民。

◇ 宽带网民

指过去半年使用过宽带接入互联网的网民。宽带包括：xDSL、CABLE MODEM、光纤接入、电力线上网、以太网等。

◇ 网吧网民

指在网吧上网的网民，但不限于仅在网吧上网的网民。

◇ 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。

◇ 农村网民

指过去半年主要居住在农村的网民。

◇ 城镇网民

指过去半年主要居住在城镇的网民。

◇ 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2009 年12 月31 日。

第一章 农村互联网宏观情况

一、 经济发展状况

中国经济环境和电信产业发展水平是互联网产业持续、健康发展的基础。

中国农村与城镇居民之间的收入差距较大。据统计，2005年时，农村居民人均纯收入为3255元人民币/年，城镇居民收入是农村的3.2倍。2009年时，农村居民人均收入为5153元人民币/年，城镇居民人均可支配收入17175元，城镇居民人均收入是农村的3.3倍。从经济发展速度来看，中国城乡经济发展水平的地区落差问题仍比较严重。

根据CNNIC研究，互联网的发展程度与地区经济发展水平正相关，地区经济发展越发达，其互联网也越发达，互联网普及率越高。因此，中国城乡经济发展水平的落差将会影响农村地区互联网发展的速度。同时，农村经济发展、农业现代化以及农民增收，更需要互联网信息服务的支持。

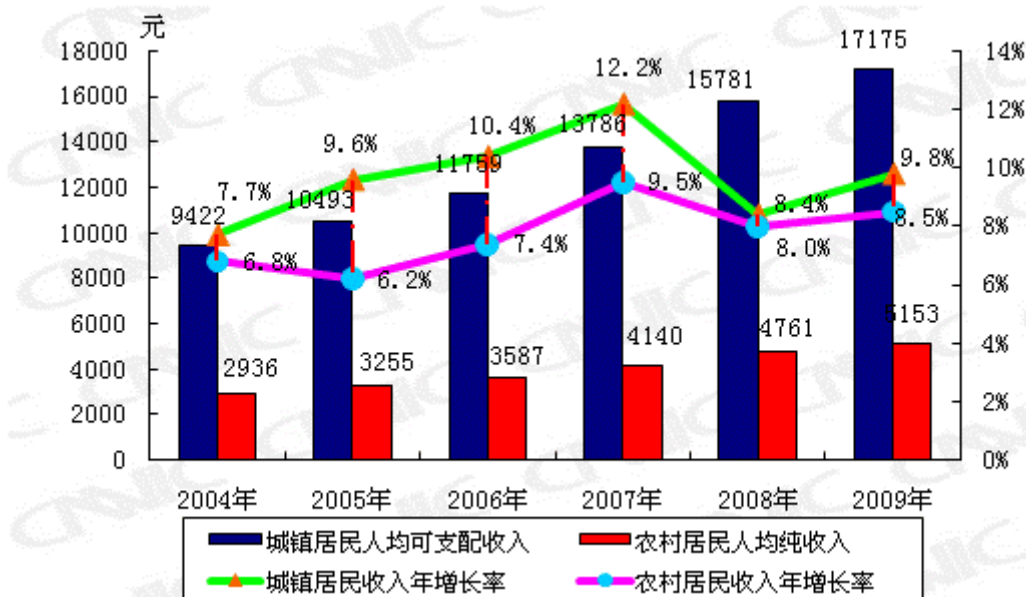


图 1 2009年城乡居民人均收入比较¹

二、 电信发展状况

互联网的快速发展离不开电信基础设施的支撑，为了让信息技术与服务惠及亿万群众，

¹ 数据来源：国家统计局。

落实 2010 年基本实现全国“村村通电话，乡乡能上网”目标。2009 年，村村通电话工程确立了“完善基础设施、建设信息平台、开展信息下乡”三大目标任务，通过全行业推进，各项工作取得新的成效：

1、 偏远农村基础设施建设取得新突破。中国电信、中国移动、中国联通三家基础电信企业克服困难筹集资金 103 亿元，组织力量在大山深处、雪域高原艰苦施工，全年共为 2.7 万多个偏远自然村和行政村开通电话，全国开通电话的行政村和 20 户以上自然村的比重分别达到 99.86%和 93.4%。

2、 农村信息服务能力迈上新台阶。全年共为 4228 个乡镇和行政村开通互联网，开通互联网的乡镇比重从上年的 98%提高到 99.3%，开通互联网的行政村比重从上年的 89%提高到 91.5%。三家基础电信企业的“农信通”、“信息田园”、“金农通”等基础性综合信息平台已覆盖全国，为广大农民群众提供了功能强大、种类丰富、经济便捷的公共服务、便民服务和农产品交易服务，极大地促进了农村经济社会的发展。

3、 信息下乡活动进展迅速。目前已在 15 个省份的 1.3 万余个乡镇开展信息下乡活动，并基本实现“一乡一个信息服务站，一村一个信息服务点，一乡一个互联网站，一村一个网上农副产品信息栏目”的“四个一”目标，全国三分之一的乡镇建立了乡村信息服务体系，信息内容、信息业务和信息终端的进乡入村初显成效。

农村网络基础设施和信息服务能力的提高，为互联网在农村普及奠定了更坚实的基础。但是，部分农村地区网络使用的基础条件还很匮乏，尤其是经济发展落后的农村地区网络使用意识相对落后。同时，农村信息网络建设的发展还存在应用整合之后、对农民的真正需求把握不到位等问题。因此，应借助“电脑下乡”、“三网融合”等机遇，将互联网的信息服务在农村落到实处，提供农民真正需要、用得起、用得好的信息，使农村信息化上升到新的高度。

三、 农村互联网发展概况

（一）农村网民总体规模

2009年中国互联网用户规模持续增长，互联网普及率稳步上升。截至2009年12月底，中国网民规模达3.84亿人，年增长率28.9%；互联网在总人口中的普及率稳步上升，从22.6%提升到28.9%。

农村互联网是中国社会和农村信息化的重要部分，也是中国互联网未来发展的潜力所在。据统计，中国农村网民规模持续快速增长，截至2009年12月底，已经达到10681万人，年增长2220万人，年增长率26.3%。

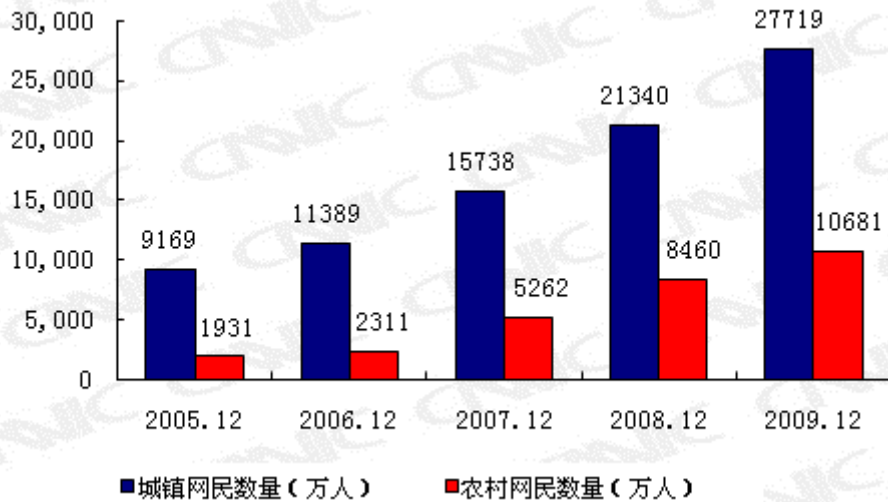


图 2 城镇和农村网民规模对比

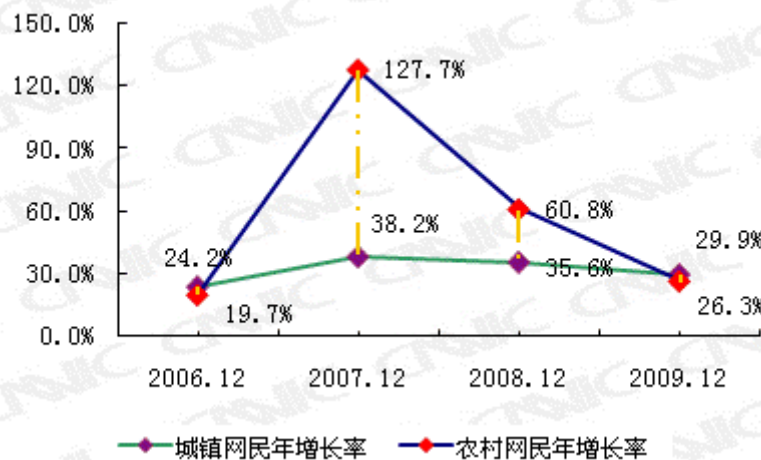


图 3 城镇和农村网民增长率对比

农村互联网增速放缓与如下因素密不可分：

第一，农村互联网相关基础设施薄弱，公共上网资源匮乏。虽然在“村村能上网”、“乡乡有网站”、“家电下乡”等国家政策和企业投资扶持下，我国农村互联网基础设施有了明显改善。但是，目前部分农村地区网络使用的基础条件还很匮乏，网络使用的增长条件和空间不足。据调查，农村非网民中19.7%的人是由于没有电脑等上网设备，3.5%的人是由

于当地没有网络接入条件。尤其是中西部经济发展落后的农村地区，家庭拥有电脑率较低，网吧和学校成为农村居民接触和使用互联网的重要场所，而这些地区网吧缺乏监督管理，环境较差、电脑硬件更新周期较长，配置较低；学校的上网硬件设施数量少、配置也只能满足最基础的电脑使用。

第二，农村上网成本相对于农民收入水平仍较高。根据国家统计局调查显示，目前中国农村居民年平均收入在5000元左右。而农村上网成本，包括硬件设备购买成本、网络接入费用等，对于多数农村居民的年均收入水平而言仍是很大的支出。虽然“家电下乡”等刺激消费的政策给农村地区居民提供了购买优惠电脑的途径，但在推动农村地区电脑使用上作用有限。对大部分农民而言，电脑仍是奢侈的用品。

第三，农村地区网络基础知识匮乏，对互联网的认知存在偏差。目前非农村网民中，有38.8%的人是由于不懂电脑/网络而不上网，由于缺乏使用互联网的知识和技能而不使用互联网的比例高于城镇非网民群体。另外，关于互联网的负面事件报道，造成农村居民对互联网存在认知上的偏差，由此产生的使用网络的种种顾虑也限制了农民的上网欲望。

农村地区较容易接触和使用网络的群体在过去的网络普及过程中已经基本进入网络生活范畴，而未使用互联网的农村居民是网络渗透门槛较高的人群，互联网向该人群的普及和渗透将是一个缓慢的过程。因此，在农村地区，网络技术的传播、扩散速度放缓，出现传播的“衰减效应”。

(二) 城乡互联网普及率差距

对比2004年以来中国城乡互联网的发展情况，中国城镇和农村的互联网发展水平仍存在很大的差距。从互联网的普及率来看，截至2009年底，互联网在城镇的普及率是44.6%，在农村仅为15%。从历史数据对比来看，互联网在城乡的差距在拉大，城乡之间的“数字鸿沟”有扩大趋势。

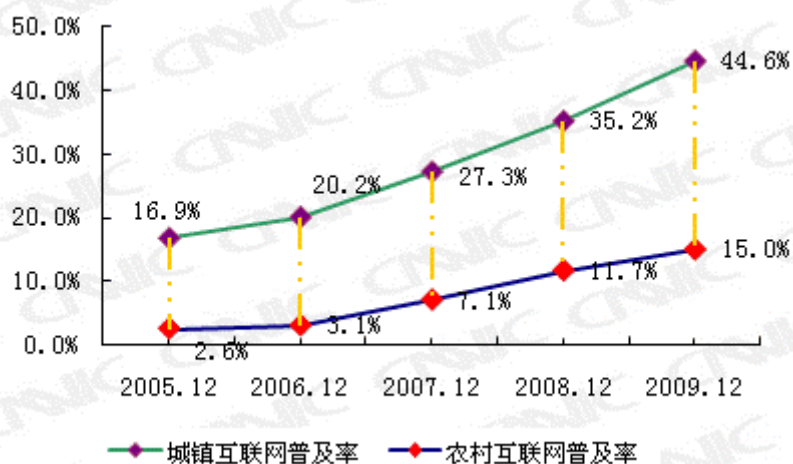


图 4 城镇和农村互联网普及率对比

根据美国传播学家蒂齐诺等提出的知沟理论，社会经济地位高者通常比社会经济地位低者更快、更有效地获得和使用信息技术。而信息技术越发达、传播信息的速度和数量越多，这两者之间的差距会有扩大的趋势。网络传递海量信息的能力，使其成为现代传媒中最突出的工具。如果农村地区网络使用基础和接入条件长时间滞后于城镇，农村互联网普及率不能及时赶上，农村互联网发展速度继续放缓，慢于城镇的增长速度，则将可能使城乡社会差距进一步拉大。

第二章 农村网民构成特征

一、性别结构

在城乡网民的性别分布中，城镇网民男女性别比例为 52.7:47.3，农村网民男女性别比例为 58:42。与城镇相比，农村网民的性别结构相对不均衡，男性比例高出女性 16 个百分点。

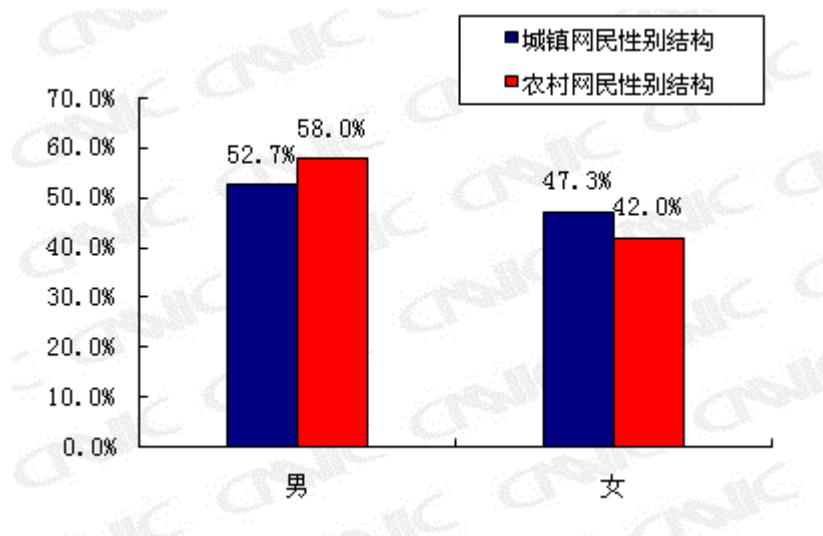


图 5 城镇和农村网民性别结构对比

二、年龄结构

全国网民中，30 岁以下的年轻群体占 61.5%，是我国网民构成的主体。与 2008 年相比，该群体所占比例下降了 5.6 个百分点，中国网民年龄结构更加均衡。

与网民总体的年龄结构相比，农村网民更加趋于年轻化。农村网民中 30 岁以下群体所占比例高达 69.2%，其中 19 岁以下年轻网民所占比重达 41.1%。大量年轻网民的存在，一方面大大活跃了互联网在农村的应用；另一方面，农村地区网络应用的基础教育也更为紧迫。

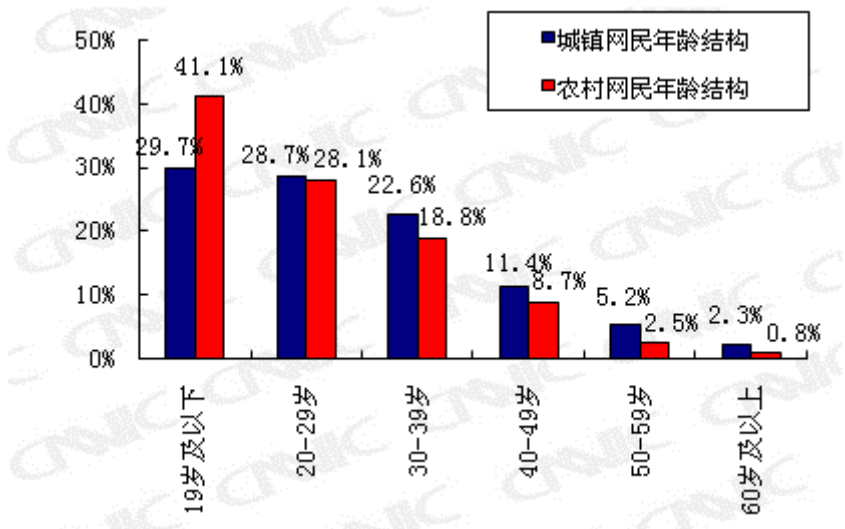


图 6 城镇和农村网民年龄结构对比

三、 学历结构

城镇与农村网民之间的学历分布差异比较明显，农村网民平均文化水平相对较低。农村网民中，初中及以下学历的网民占 52.1%，远高于城镇中 29.2% 的占比。其中，初中文化程度的农村网民比例达到 39.5%，比城镇高 17.6%。与 2008 年相比，农村初中文化程度的网民所占比例增长了 2.7%，互联网在中国农村地区正在向低学历人口渗透。

网络音乐、网络视频、网络游戏等互联网娱乐功能是吸引农村低学历群体使用互联网的主要因素。所以，在农村开展互联网普及工作时，要充分考虑农村网民偏年轻化、学历较低、应用偏娱乐化等实际情况。一方面力图使农村网站信息通俗易懂，网络应用工具简单易用；另一方面，要加强互联网娱乐内容的文化建设，吸引越来越多的农民使用互联网，丰富广大农民的文化生活。同时，更要针对低学历和低龄人群的学习和生活需要，提供服务和支 持，使互联网切实为广大农村网民的生产和生活提供更多的帮助。

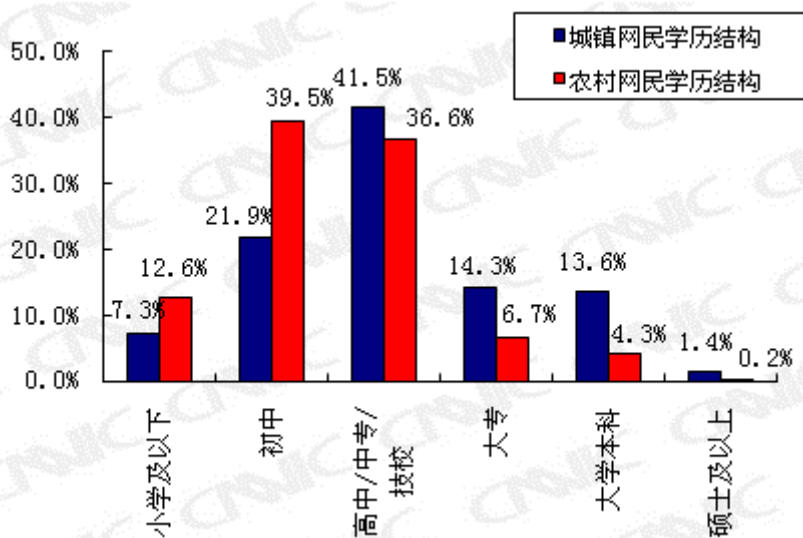


图 7 城镇和农村网民学历结构对比

四、 职业结构

从城乡网民职业结构的对比来看，农村网民学生群体所占的比例高达 32.3%，比城镇网民学生群体所占比例高 4.9%。除学生外，无业、下岗、失业和农林牧渔劳动者在农村网民中所占比例也较高。积极促进农村剩余劳动力的就业，满足农村产业劳动者对农业专项知识需求、提升农村产业劳动者的生产技能，是农村互联网建设和发展的主要方向。

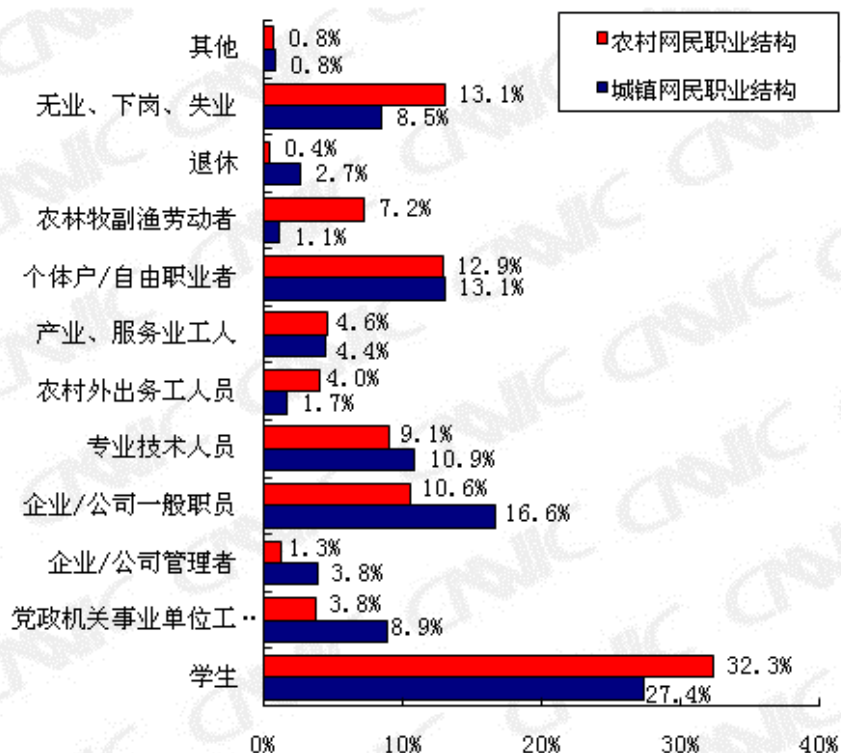


图 8 城镇和农村网民职业结构对比

五、 收入结构

由于中国城乡居民收入水平差异较大，因此城乡网民的收入水平也存在着一定的差距。城镇网民中月收入 1000 元以下的群体占 38.4%，而农村网民这一比例高达 53.4%，比城镇高出 15%。与去年相比，农村无收入群体上网的比例快速增长，这与农村网民中学生、无业、下岗、失业群体所占的比例较高密切相关。

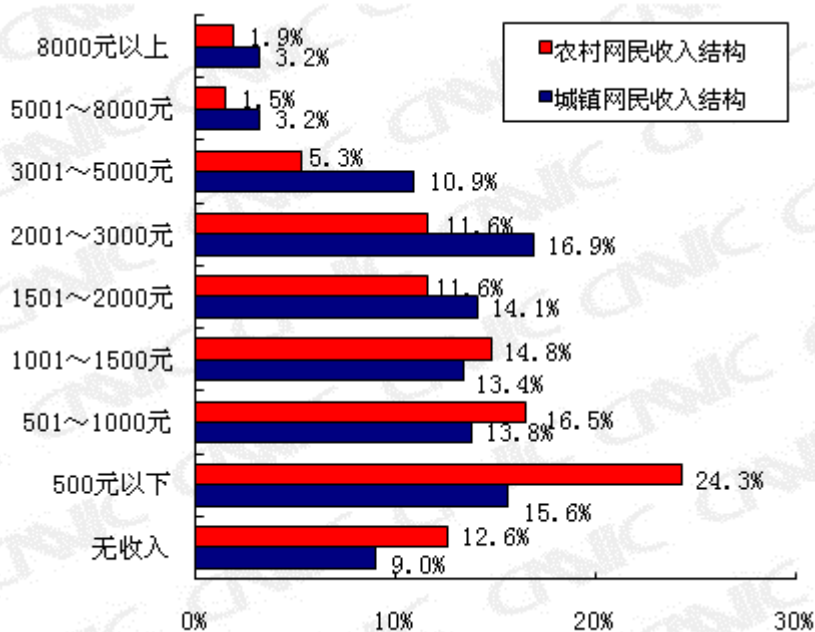


图 9 城镇和农村网民收入结构对比

第三章 农村网民的网络应用

一、农村网民的上网时间

目前，农村网民的平均上网时长约 16 小时/周，与 2008 年相比，农村网民平均每周上网时间增加了近 3 小时。但是，仍低于城镇网民 19.7 小时/周的使用时间。这与农村网民的构成有一定关系。农村网民中，学生群体上网时长较短，而学生在农村网民中占 32.3%，是农村网民中所占比重最大的构成群体。农村网民中，在互联网上花费时间最多的是企业的管理者，但该群体仅占农村网民的 1.3%。另外，农村网民多在业余时间上网，业余时间上网的人群占 75.1%，互联网在农村地区网民的日常生活中占有重要位置。

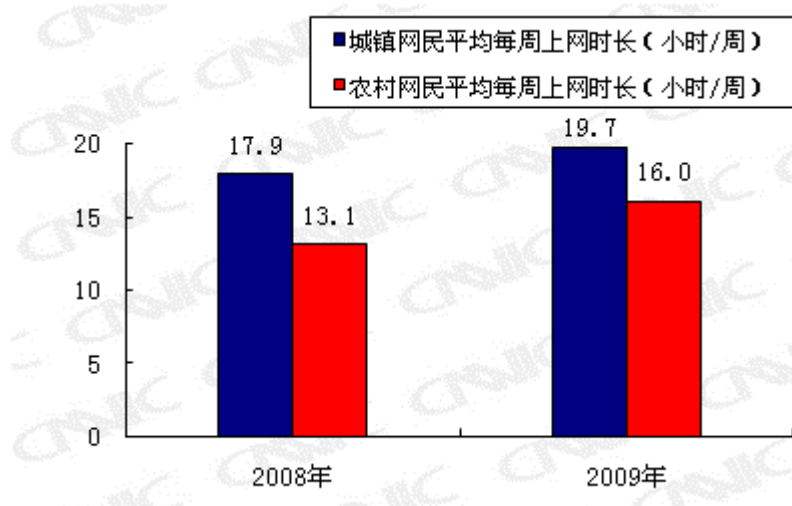


图 10 2007-2008 年城乡网民上网时长对比

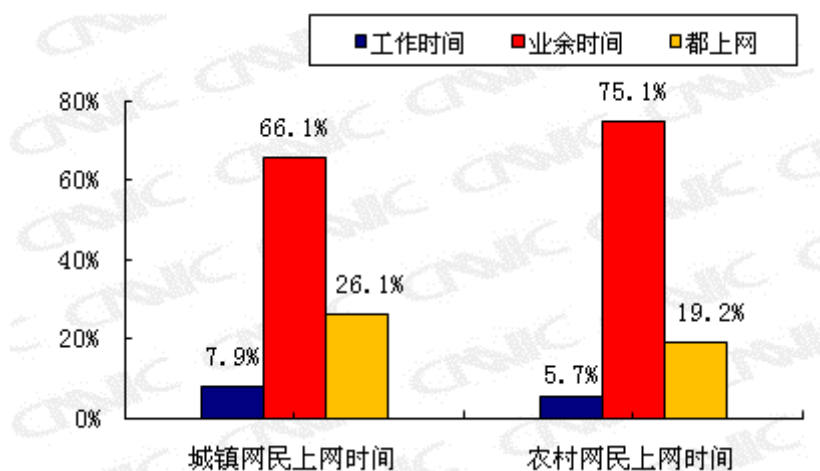


图 11 城镇和农村网民上网时间对比

二、农村网络应用概述

从整体上对比城乡网民网络应用的差异，主要有以下几个特点：

从城乡使用差距来看，在商务交易类和交流沟通类的网络应用中，城镇网民使用率远高于农村网民，城乡之间使用差距较大；而对网络娱乐的应用中，农村地区网民的使用率与城镇较为接近，尤其是网络游戏，农村地区网民的使用率高出城镇 1.3%。

从城乡网民对各种网络应用的使用侧重来看，城镇网民网络应用前五位的是：网络音乐、网络新闻、搜索引擎、即时通信、网络游戏；而农村网民的前五位网络应用是：网络音乐、网络新闻、网络游戏、搜索引擎、即时通信，农村网民对娱乐性较高的网络游戏使用率较高。

从各种网络应用在城乡的增长速度来看，旅行预订、电子邮件在城镇的增长速度快于农村，而农村地区论坛/bbs、博客的使用率增长幅度与城镇相比排名靠前。

表 1 农村网民的网络应用情况

类型	应用	城镇使用率	农村使用率	城乡差距	农村用户年增长率	城镇用户年增长率
商务交易	网络炒股	16.9%	8.5%	-8.4%	153.7%	54.8%
商务交易	网上银行	27.7%	15.2%	-12.5%	103.2%	55.1%
商务交易	网上支付	27.7%	15.1%	-12.6%	101.7%	72.3%
商务交易	旅行预订	9.4%	3.3%	-6.1%	60.2%	80.2%
交流沟通	论坛/BBS	32.9%	23.3%	-9.6%	48.0%	21.9%
网络娱乐	网络游戏	68.6%	69.9%	1.3%	47.5%	39.4%
交流沟通	博客应用	58.4%	55.5%	-2.9%	45.1%	33.8%
商务交易	网络购物	31.7%	17.6%	-14.1%	44.7%	44.6%
信息获取	搜索引擎	75.9%	66.5%	-9.4%	43.3%	37.5%
信息获取	网络新闻	82.8%	72.4%	-10.3%	33.2%	30.6%
网络娱乐	网络音乐	83.8%	82.7%	-1%	29.2%	28.4%
交流沟通	电子邮件	61.0%	44.6%	-16.4%	25.1%	28.7%
交流沟通	即时通信	71.9%	68.2%	-3.7%	21.3%	21.2%
网络娱乐	网络视频	64.5%	57.3%	-7.2%	19.9%	18.6%
交流沟通	社交网站	47.9%	41.0%	-6.9%	—	—
网络娱乐	网络文学	42.7%	41.2%	-1.6%	—	—

（注：各种应用排序是按其在农村地区的用户年增长率降序排序）

三、农村网民的信息获取情况

(一) 搜索引擎应用情况

2009年，我国农村搜索引擎用户达7103万人，年增长2184万人，年增长率43.4%。搜索引擎在农村网民中的使用率达66.5%，比2008年提高了7.9%。虽然搜索引擎在农村的增长快于城镇，但搜索引擎在农村的使用率还不高，比城镇低9.4%。

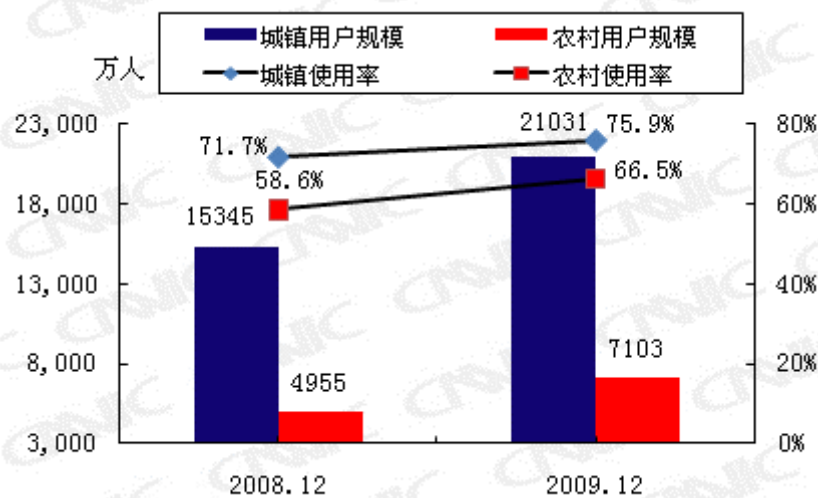


图 12 城镇和农村网民搜索引擎使用情况对比

(二) 网络新闻应用情况

目前，农村浏览网络新闻的用户约7733万人，用户年增长量1923万人，年增长率33.1%。农村网民中有72.4%的网民使用互联网浏览新闻信息，比城镇低10.4%，这主要与中国农村居民获取新闻信息的媒体使用习惯有关。

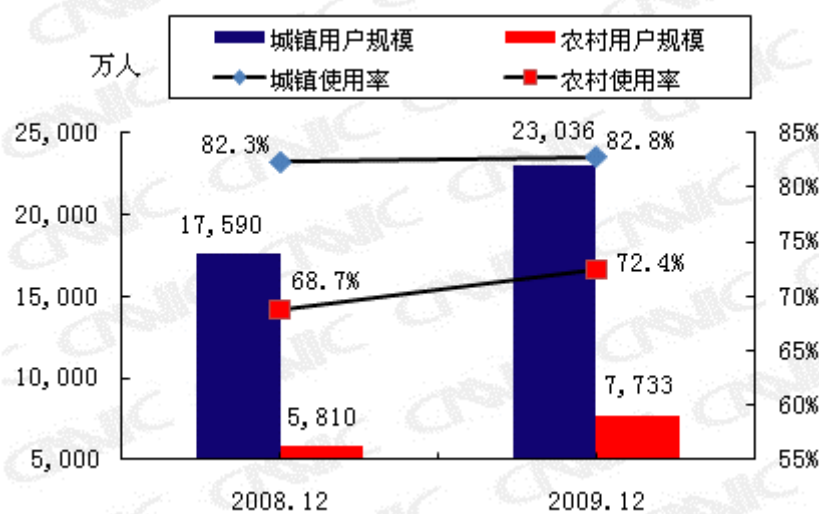


图 13 城镇和农村网民网络新闻使用情况对比

信息时代，农村信息资源匮乏将是社会主义新农村建设的发展瓶颈，也将成为拉大城乡之间发展差距的决定因素。搜索引擎、网络新闻等网络应用充分体现了互联网具有信息储量大、信息全面、查询方便、信息更新及时等优势。对于信息相对匮乏的农村而言，互联网无疑是广大农村地区方便快捷的信息渠道。将互联网的信息获取优势有效地应用到农村的生产、生活中，是提高农村信息化服务水平的真正意义所在。

根据农村网民年龄偏年轻化、文化程度和收入水平偏低等特征，结合农村网民的信息需求，在农村信息化建设中，需要注意以下几点：首先要以农民利益为目标导向，注重实用性和实效性，及时掌握农民真正想了解的信息、对农民生产和生活有用的信息，使互联网切实有效地服务于新农村建设。这就需要建立高素质的信息员队伍，让有价值、有针对性的信息到达农民手中，发挥作用。同时，要让信息获取的程序、操作方法变得简单易行，还要降低广大农民信息资源获取的成本，让农民以低成本获取生产和生活中的有价值信息，只有这样才能增强农业信息的生命力。

四、农村网民的娱乐应用情况

目前，互联网对广大农民的吸引更多的来源于网络的休闲娱乐功能。互联网的娱乐化应用虽然能够大量激发农村居民“触网”兴趣，提升农村互联网普及率，但是如果对互联网的应用持续局限在聊天、游戏、听音乐、看电影等休闲娱乐方面，将会大大阻碍广大农民阶层通过互联网改善自身社会和经济地位的发展路径，有可能造成城乡“数字鸿沟”的进一步扩

张，在已经落后的情况下继续拉大不同地区的社会经济地位差距。

（一）网络游戏

目前，网络游戏在农村网民中的使用率约为 69.9%，比城镇高 1.3%，使用率年增长 9.8%。农村网络游戏用户 7466 万人，比 2008 年增长了 2381 万人，年增长率 46.8%。

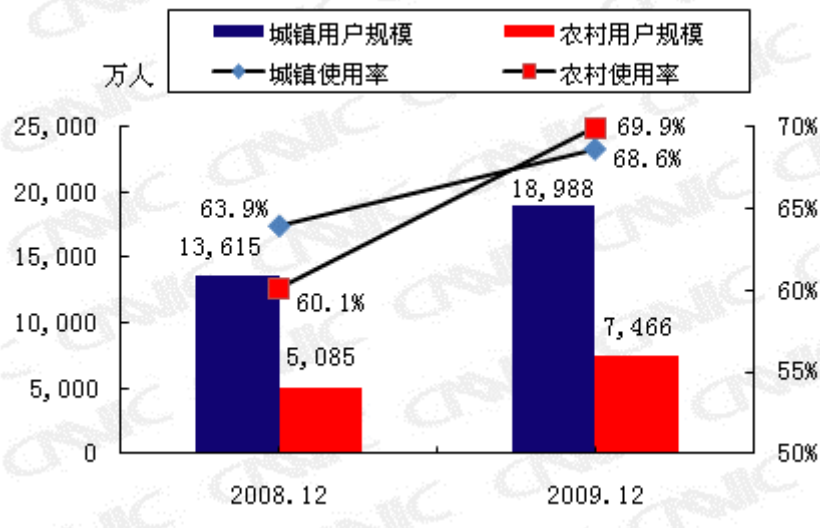


图 14 城镇和农村网民网络游戏使用情况对比

（二）网络音乐

农村地区网络音乐的使用率为 82.7%，与城镇网络音乐使用水平相近。农村网络音乐用户规模达 8833 万人，用户量年增长 1997 万人，年增长率 29.2%。

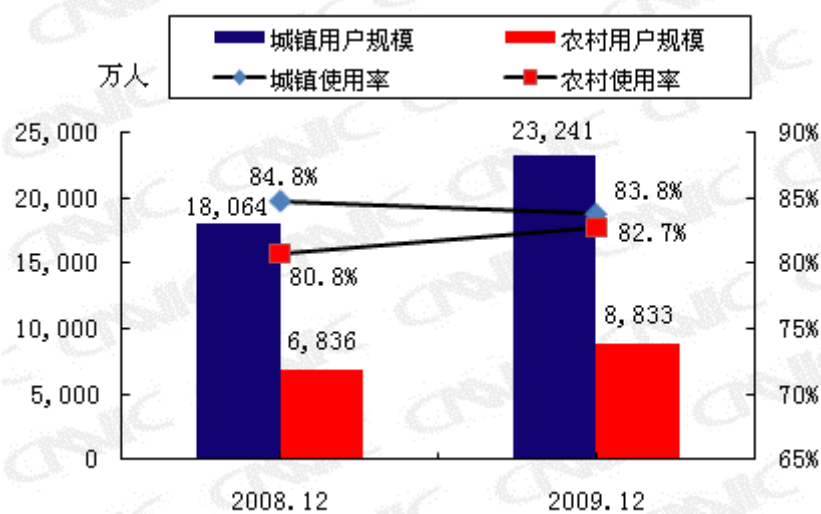


图 15 城镇和农村网民网络音乐使用情况对比

(三) 网络视频

在各种应用中，网络视频在农村的增长最为缓慢，农村网络视频的使用情况较城镇存在一定差距。农村地区现有网络视频用户 6120 万人，用户年增长 1000 万人，年增长率近 20%。网络视频在农村网民中的使用率 57.3%，比城镇低 7.2%。

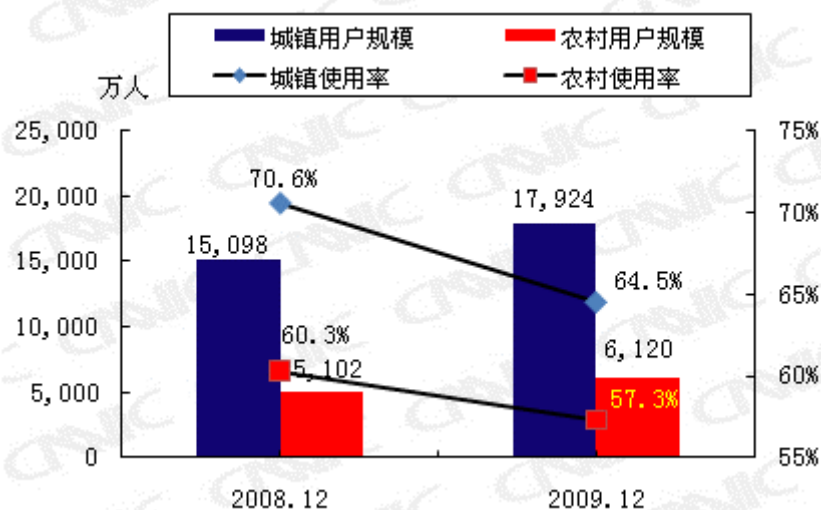


图 16 城镇和农村网民网络视频使用情况对比

五、农村网民的网络互动情况

随着互联网承载交流互动功能的应用日益丰富，网络在人们工作和日常生活的交流互动

中影响力进一步加强。由于各种网络应用适用的人群不同，导致城乡网民在交流互动网络应用方面有明显差异。

第一，即时通信的使用率在城乡均表现为下降趋势，但由于农村网民偏年轻化，网民结构中对即时通信有使用需求的用户群体（30岁以下群体）所占比重较高，且农村网民对新增的网络应用及功能的接受较慢，新增加的互联网服务类型和功能对即时通信在农村网民中的“互联网入口”作用冲击较小，因此即时通信在农村使用率的下降较城市缓慢。

第二，由于网民学历越高、电子邮件的使用率越高；职业分类中的办公室人员、管理者、大学生等电子邮件的使用率明显高于其他人群，而这部分人群在农村网民中的比重较小。所以，电子邮件在农村的使用率下滑速度快于城镇，且与城镇差距较大。

第三，由于中国的农村地区信息获取和发布的渠道相对匮乏，居民的文化水平较低。因此，广大农民在社会中的话语权较弱，影响社会的能力较低，从而使农村地区的民主进程也比城市缓慢。而具有 Web2.0 特征的论坛、博客等网络应用为农民参与社会事务管理、发表意见提供了一个很好的平台。随着这些应用的功能和服务日趋便捷化，其在农村地区的使用需求也在快速增长。

（一）即时通信

2009年中国农村即时通信用户规模达 7284 万人，用户年增长 1280 万人，年增长率 21.3%。即时通信在农村网民中的使用率为 68.2%，比 2008 年下降了 2.8%，但与城镇网民中即时通信使用率年下降 5.1% 的幅度相比，农村网民对即时通信的使用率下降较缓慢。

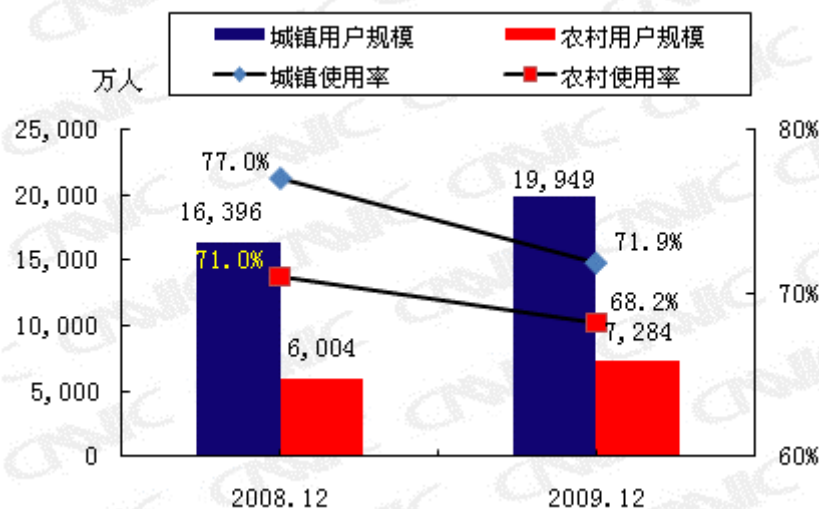


图 17 城镇和农村网民即时通信使用情况对比

（二）电子邮件

受农村居民职业结构影响，电子邮件在农村的使用率较低。2009 年，农村网民中电子邮件使用率为 44.6%，较 2008 年略有下降，与城镇网民中电子邮件的使用相差 16.4%。农村现有电子邮件用户 4764 万人，年增长 957 万人，年增长率 25.1%。

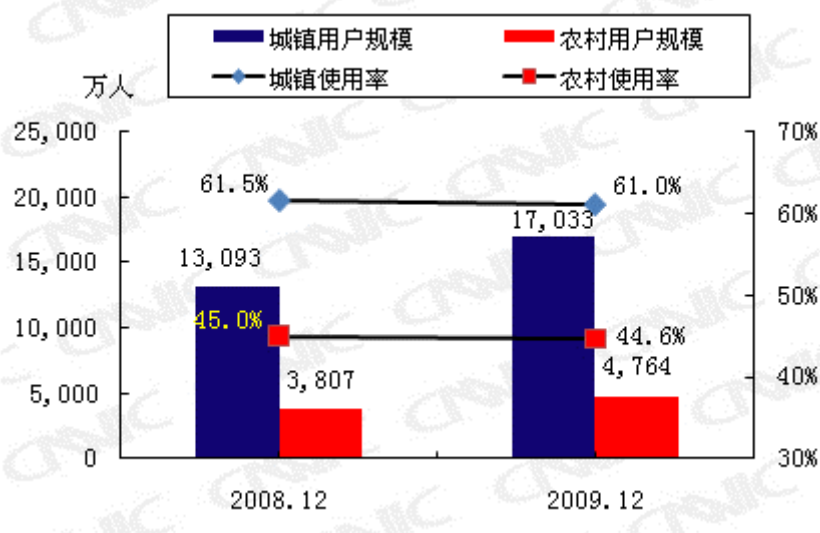


图 18 城镇和农村网民电子邮件使用情况对比

（三）论坛/BBS

与城镇相比，论坛/BBS 在农村的使用率较低。但近年来，来自农村的论坛/BBS 用户增长快速。2009 年，农村网民中 2489 万人使用过论坛/BBS，年增长量 807 万人，年增长率 48%。农村网民中论坛/BBS 使用率约为 23.3%，比 2008 年提高了 3.4%，但与城镇相差 9.6%。

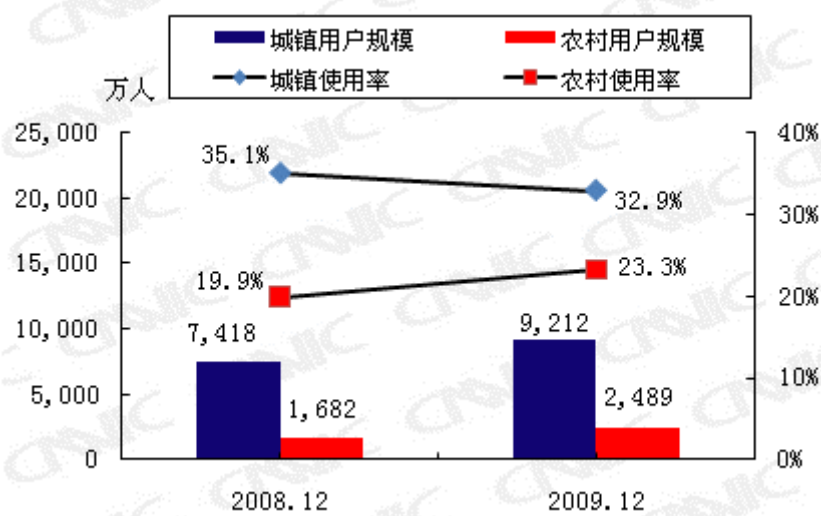


图 19 城镇和农村网民论坛/BBS 使用情况对比

（四）网络博客

博客在农村也有较好的发展势头。2009 年，农村网民中网络博客的使用率为 55.5%，较 2008 年增长了 7.2%。目前农村网络博客用户 5928 万人，年增长用户 1843 万人，年增长率 45.1%，是农村网民各种网络应用中增长较快的应用之一。

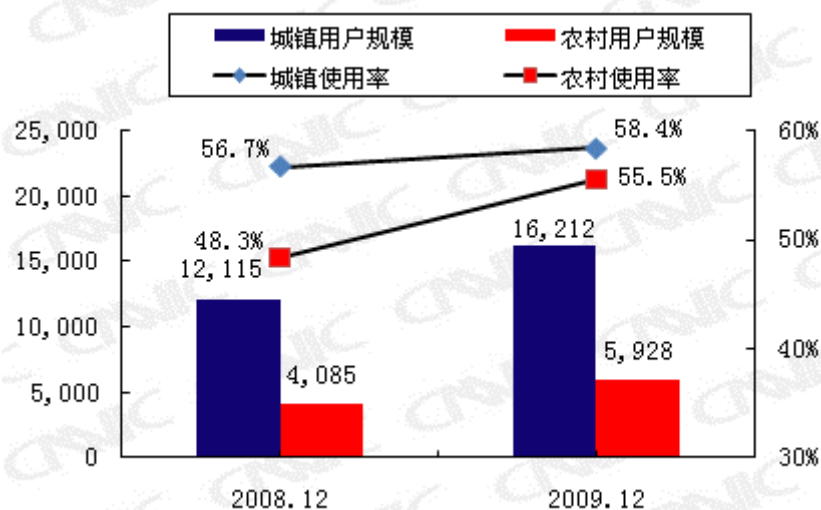


图 20 城镇和农村网民网络博客使用情况对比

六、农村网民电子商务应用情况

农村信息化工程的推进需要统筹长远规划，这就需要构建一个“农民、农村、农业”提供政务、商务、服务“三位一体”的农村综合信息服务平台。因此，农村电子商务的发展是农村信息化的重要组成部分，一方面，电子商务在农村的发展将会为农村地区的产业经济提供更加便捷、有效的平台；另一方面，农村地区也为电子商务的发展提供了更广阔的市场空间。

在农村地区网络基础设施大大改善，互联网范围更加广泛、渗透更加深入的前提下，如何使互联网带动区域经济、农村专业合作经济更好更快发展成为重要的议题。而目前农村地区电子商务的发展仍存在一些基本问题尚未解决。其中，农村地区物流配送条件落后、网络支付手段匮乏成为农村电子商务发展的瓶颈；与此同时，农村地区的消费观念，以及农村网民对互联网认知的偏差、对互联网较低的安全感和信任感，都限制了农村商务交易类网络应用发展。

（一）网络购物

农村网络购物的使用率为 17.6%，较 2008 年增长了 2.2%。农村地区网络购物用户约 1880 万人，年增长 578 万人。与城镇相比，农村地区网络购物的发展速度仍较缓慢，一方面与农村网民互联网使用行为的深度有关；另一方面，与农村地区物流配送等购物条件密切相关。

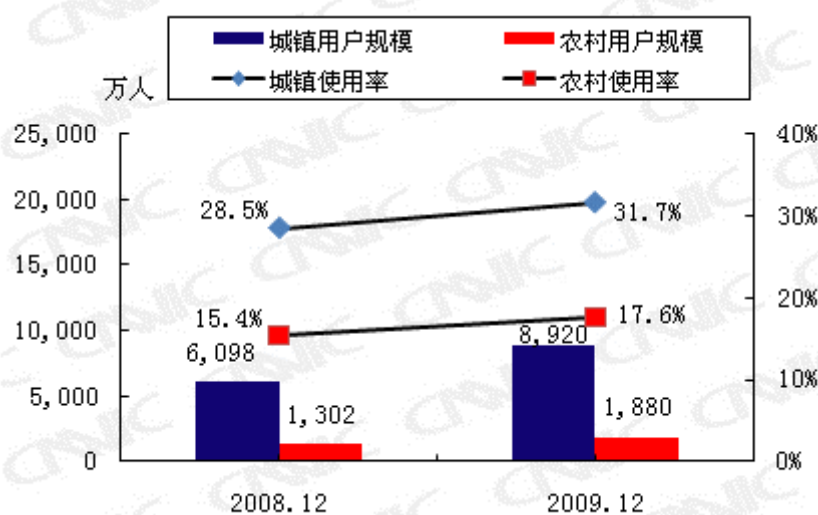


图 21 城镇和农村网民网络购物使用情况对比

（二）网络银行

网络银行在农村网民中的使用率为 15.2%，较 2008 年增长了 5.7%。农村网络银行用户约为 1624 万人，用户规模较 2008 年翻了一倍多。农村网络银行的发展速度较快，但与城镇相比还存在一定的差距。

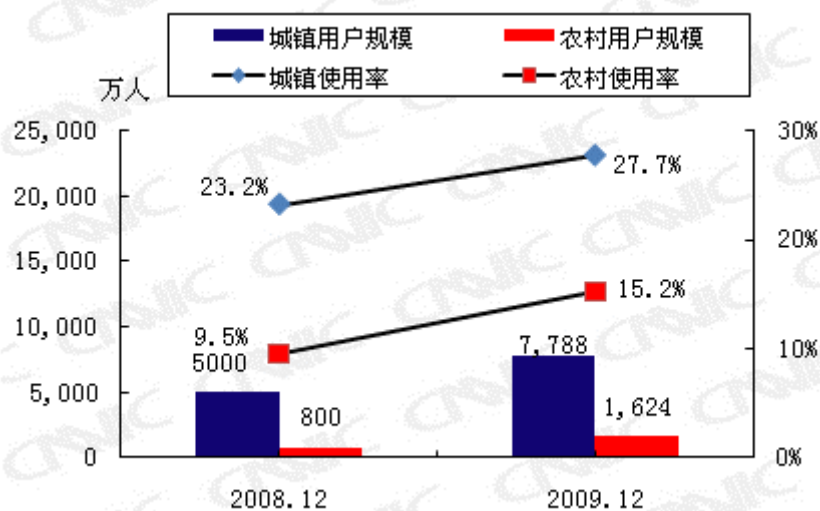


图 22 城镇和农村网民网络银行使用情况对比

（三）网络支付

2009 年，农村网络支付的发展速度也较快，使用率达 15.1%，用户规模达 1613 万人，较 2008 年增长了一倍多。

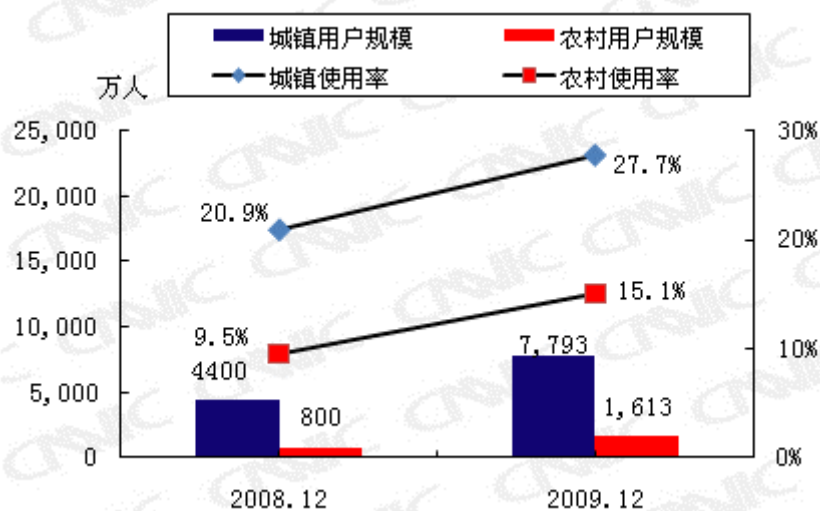


图 23 城镇和农村网民网络支付使用情况对比

第四章 农村网吧发展状况

一、农村网民的上网地点

随着社会经济的稳步发展，家庭收入水平的提高，家庭电脑拥有率和人们上网的消费能力普遍提高，家庭上网占据绝对主流，并不断发展，而网吧上网的比例在不断下降。但受城乡经济发展水平差距的制约，一方面农村地区居民人均收入水平较低，电脑拥有率较低，其互联网消费支付能力也有限；另一方面，农村地区网络接入条件相对城镇落后，受上网设备和网络接入条件的限制，使网民对上网场所的选择自由度较低。随着农村信息化基础设施的完善、家电下乡等政策扶持，农村网民上网场所有了很大改善。但对比城镇可以发现，城乡之间上网条件仍有较大差异。

2009年，农村家庭上网的比例为74.8%，比城镇低11.7%，但比2008年增长了6.8%；农村网吧上网的网民所占比例为42.1%，比城镇高9.6%，但比2008年减少了12.1%。

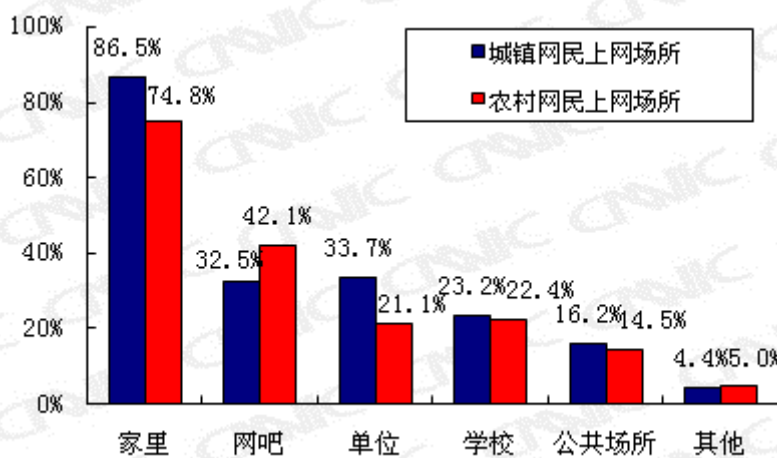


图 24 城镇和农村网民上网场所对比

二、农村网吧上网现状

2009年，农村网吧网民人数近4500万人，比2008年略减少。农村家庭网民增长快速，家庭网民用户规模近8000万人，年增长2236万人，年增长率约为38.9%。

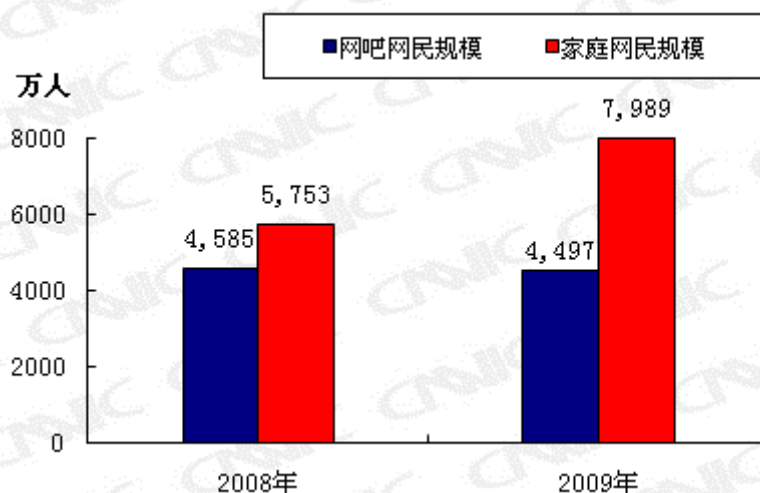


图 25 2009 年农村网吧网民规模

在农村网吧上网的人群以男性为主，约占 63.4%。与 2008 年相比，农村男性网吧网民所占比重略有增长。农村网吧网民中学生群体占 39.2%，农村网吧网民的收入水平要低于农村网民整体的平均水平，收入在 1000 元以下的群体所占比例达 54.2%。

农村网吧网民平均每周上网时长约为 18 小时，比农村网民的平均上网时长多 2 小时，这主要与网吧网民网络应用侧重有关。分析表明，农村网吧网民的主要网络应用中网络音乐和网络游戏的使用率较高，农村网吧网民使用互联网更具娱乐倾向。

三、农村未成年人网吧上网情况

农村近 4500 万网吧网民中，18 岁以下网民所占比例为 26.6%，即有近 1200 万农村未成年人出入网吧。与 2008 年相比，农村未成年人出入网吧的人数减少了近 600 万人。但与城镇相比，农村未成年人出入网吧的情况比城镇普遍的多，同期城镇未成年网吧网民占比为 18.3%，比农村低 8.3%。

农村未成年网吧网民中 83.8% 是在校学生，农村未成年网吧网民平均每周上网 12.2 小时，未成年人网吧上网主要以娱乐为主，交友聊天、网络游戏的使用率较高。

第五章 农村手机上网的发展状况

一、农村网民的上网设备

根据国家相关部门统计，2009 年手机与固定电话之间的用户规模差距已经超过 4 亿，手机的普及率是 56.3 部/百人，而固定电话的普及率是 23.6 部/百人，随着固定电话用户的减少，手机用户的增长，3G 网络的快速发展，手机作为上网终端迅速崛起。

由于农村人均年收入较低，消费支付能力有限，在农村地区网民上网设备相对匮乏。而随着手机上网日渐便利，手机以较低的价格获得农民的青睐。2009 年农村网民使用台式机作为上网终端的比例下滑至 68%，而使用手机上网的比例迅速增加，目前已有 67.3% 的农村网民使用手机上网，使用率年提升了近 20 个百分点，也高于同期城镇水平（58.3%）。手机成为农村网民主流的上网终端。

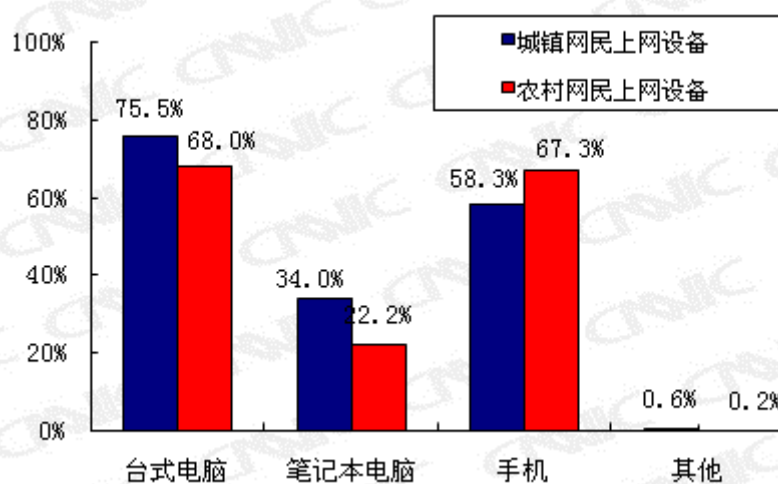


图 26 城镇与农村网民上网设备对比

手机在农村的拥有量远高于电脑拥有量，其使用门槛低于电脑等终端设备。另外，农村网民网络使用相对较浅，手机聊天和手机新闻等应用发展能方便地满足该群体在初期的网络使用需求。这些都促成了农村网民对手机上网的选择。

因此，促进农村互联网普及要利用好手机上网的拉动作用，借助 3G 带来的无线互联网发展热潮，把握三网融合的契机，加快农村地区无线接入的基础设施建设，推动农村网民的新增长。

二、农村手机上网现状

2009年中国移动电话用户增长最多的一年，全国移动电话用户达到74738.4万户。在手机日益普及的条件下，手机数据业务和手机上网，成为新农村建设的重要手段。目前，手机上网在广大农村地区的渗透率高于城镇，但由于农村网民规模远低于城镇，因此农村手机上网的用户规模和城镇依然有一定差距。截至2009年底，中国手机上网用户达到2.33亿，城镇手机上网用户1.6亿人，占城镇网民总体的58.3%。农村手机上网用户约为7189万人，占农村网民总体的67.3%。

从手机上网的增长速度来看，由于3G在城镇推广的力度较大，2009年城镇手机网民规模年增长率高达107.4%，增长快速。而农村手机上网用户规模年增长3000多万，年增长率79.3%，相对城镇较缓。由于手机上网在农村地区有较高的使用需求，随着3G应用向农村地区的推广，未来农村手机上网市场前景看好。

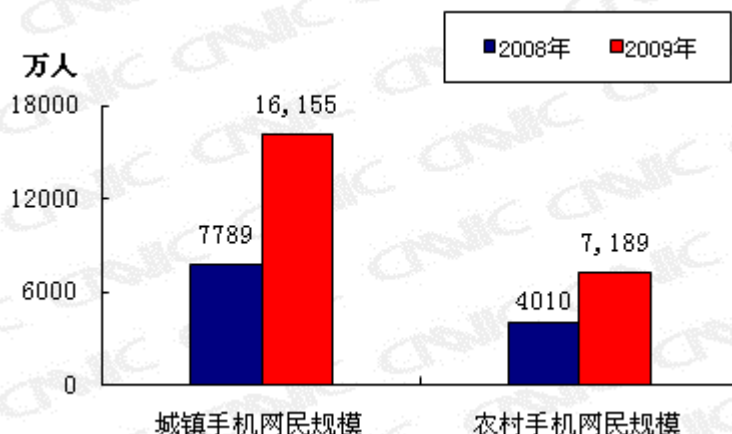


图 27 城镇与农村手机网民规模对比

农村手机网民中，男性用户所占比例约为59.0%，女性用户比例上升至41%。76.2%的手机网民用户年龄在30岁以下，其中10-19岁群体占43.2%。在校学生、公司职员、个体从业者是农村手机上网用户的主要构成群体。除此之外，农村手机网民中下岗、无业、失业的群体占比也较高。受此影响，农村实际上网用户的月收入也普遍低于城镇手机网民。

农村手机网民的互联网应用程度较深，平均每周使用互联网18.7小时，手机聊天和手机下载音乐是其使用手机上网的主要活动。

第六章 农村互联网发展政策建议

2009年，在国家政策的扶持和基础电信企业的资金投入下，偏远农村电信基础设施建设取得了新突破，农村信息服务能力迈上了新台阶。同时，农村网民规模保持稳定增长，各项网络应用在农村地区快速发展，尤其是以手机为终端上网的用户群体在农村快速增长。随着三网融合、“电脑下乡”、3G普及等工程的推进，中国农村互联网的发展空间仍较大，也是中国未来互联网产业值得挖掘的市场。

但是，中国长期以来城乡经济发展的“二元结构”，部分农村地区网络使用基础建设薄弱，网络基础知识匮乏等，限制了农民对互联网的需求和使用，城乡之间的互联网发展差距仍较大，并且城乡“数字鸿沟”有进一步扩大的趋势。

为了促进中国农村的经济发展，加快农村信息化的发展，缩短中国城乡之间的“数字鸿沟”，切实有效地将互联网的资源优势引入到农民的生产、生活中，对中国农村互联网的发展提出以下几点思考建议：

一、 加强基础设施建设，改善农村地区上网条件

网络基础设施是推进互联网在农村地区普及的前提条件，包括农村地区的网络接入条件、上网设备、上网场所等基础设施。

1、 **完善农村地区网络接入，提高农村带宽的服务能力。**近年来，政府和基础电信企业在农村地区网络基础设施建设方面做了大量的工作，随着“村村通电话”、“乡乡能上网”等工程的推进，农村网络接入条件取得了突破性进展。但是，部分农村地区，尤其是中西部农村偏远地区的网络铺设还没有到位，据调查 3.5%的农村非网民是由于当地没有网络接入条件而无法上网。而在已接入互联网的部分农村地区，由于带宽有限，网速较慢，也影响了网民使用互联网的积极性。因此，完善农村地区网络接入条件，提高农村带宽的服务能力，是保证农村地区“有网可上”的重要举措。除此之外，农村上网成本相对于农村人均收入仍较高，也需要政府和运营商给予政策上的优惠。

2、 **有效落实“电脑下乡”政策，改善农村网民的上网设备。**随着“电脑下乡”、手机的普及，用来满足农村网民上网诉求的终端设备不断得到改善，家庭上网的比例较 2008 年增长了 6.8%。但目前农村地区个人电脑拥有率仍较低，19.7%的农村非网民是由于没有电脑等上网设备而无法接触和使用互联网。因此，应进一步使“电脑下乡”的优惠政策落到实处，针对农村地区消费水平和消费习惯，以更实用的配置、更实惠的价格，满足农村地区对电脑等上网设备的需求。

3、**加强农村公共上网场所建设。**目前，农村单位、学校、网吧等公共场所的上网条件远低于城镇的发展水平。其中，网吧是农村地区网民上网的重要场所之一，但农村网吧条件较差，黑网吧较多，设备配置较低，安全和卫生环境多数不达标。学校是培育青少年上网的重要场所，但是农村学校的上网设备匮乏，且设备更新慢、较为陈旧，无法满足青少年上网需求。因此，政府应加大对农村公共上网场所建设的投入力度，企业也应该强调自身的社会责任感，共同致力于农村地区公共场所上网条件的改善。

4、**以手机带动农村互联网的普及。**2009年，手机的快速普及和发展，为农村互联网的普及增添了新动力。在农村上网设备相匮乏之际，手机以较低的成本成为农村网民更可能选择的上网终端。目前，手机在农村地区的普及远高于电脑，其使用门槛也低于电脑等终端设备。通过加快农村地区无线接入业务的发展，从手机聊天、手机新闻等相对较浅的应用推广开始，利用手机上网拉动农村互联网的普及和发展。

二、 加强信息内容建设，提高农村互联网的信息服务能力

上网设备的购置、网络接入的搭建为农村信息化提供了实现手段，但基础设施建设还不足以支撑起农村信息化建设。要使农村信息化真正用起来，需要加强农村互联网信息内容建设，结合农村居民和网民的结构特征，有针对性地为广大农民的生产和生活提供信息服务，从根本上解决农民靠信息致富的资源不足问题。

1、**针对农民的信息需求，加强农村互联网信息内容建设。**信息资源匮乏成为农村经济发展的瓶颈。互联网所具有的信息储量大、信息全面、查询方便、信息更新及时等优势，为广大农村提供了方便快捷的信息渠道。但是，由于我国农村信息化建设起步时间不长，因此关于农村生产和生活的信息内容不够丰富，不能真正满足农村地区经济发展对信息的需求。所以，一方面是各大运营商要根据农村居民的生产和生活需要，结合中国农村居民的结构特征，通过简单易行的操作方式，有针对性地为生产和生活信息服务。另一方面，农村的基层领导干部要根据本地的经济发展特征，配套整合农民切实与农民相关的信息，积极推动农村基层网站建设，将互联网对农民生产和生活有益的信息及时传递给农民。

2、**以手机为传播载体大力推进信息下乡。**据统计，2/3以上的农村网民使用过手机上网，手机将成为农村居民获取信息的重要平台。手机上网在农村的快速发展，不仅仅是上网终端设备在农村的普及，更强调的是以手机为传播载体的信息下乡。

信息下乡的涵义包括两个层面：一是通过“村村通工程”和“手机下乡”等信息服务，更好地为广大农村地区提供一条“信息高速路”。二是针对农村地区的经济发展特征，结合农民的生产和生活需要，提供具有针对性的信息服务，提高农民使用手机获取信息的意愿，切实有效地让手机等移动终端设备所搭建的信息获取平台，惠及广大农民的生产和生活。

针对第一个层面的信息下乡，从政府角度来看，首先应该严格监督“手机下乡”政策的

执行机制,严格把关下乡手机的质量和销售渠道,使“手机下乡”政策能够惠及到每个农民。其次,国家应该从政策上号召和鼓励各大运营商,着力解决中国广大农村地区使用手机上网的技术困难,使手机成为上网设备相对匮乏的广大农村地区的有益补充。再次,国家应该在政策上鼓励专业技术人员走入农村,积极帮助农民更好地使用手机。而从各大运营商的角度来看,应该从多方位、多层次展开手机通讯和上网的资费优惠政策,并提供有针对性的增值服务,使农民能够积极购买手机、积极使用手机。同时,在全国的3G业务开展中,要着眼于中国城乡的共同发展。

针对第二个层面的信息下乡,各运营商应该根据农村居民使用手机和使用互联网的信息需要,结合农村居民和网民的结构特征,有针对性地为广大农民的生产和生活提供信息服务,以手机为载体,为农民提供政策法规、农业科技、价格行情、市场供求等信息,使农民在使用过程中真实地体会到互联网信息带来的价值,提高农民使用手机上网的需求和积极性,使互联网信息在农民的生产和生活中发挥作用。

三、 加强农村互联网应用教育,提升农民使用互联网的技能

由于我国农村地区文化水平低于城镇,现代信息技术的使用技能也较低。因此,在基础设施和信息内容建设的基础上,加强农村互联网应用教育,提高农民接触和使用网络的技能,是推动互联网在农村普及的关键。

1、 **加强网络应用基础教育,推动互联网在农村的普及。**目前,互联网在我国的普及率为28.9%,网络已经覆盖了全国近1/3的人口。但是,农村地区互联网普及率仅为15%,大部分农村居民是在网络覆盖范围之外。而这部分人口中38.8%的人是由于不懂电脑/网络而不上网,技术门槛成为阻碍农民上网的主要原因。与此同时,农村居民对互联网的认知存在偏差,网络犯罪、网络上瘾、网络色情等形成的负面评价,成为农民使用网络所疑虑的问题,限制了农民的上网欲望。因此,农村地区需要通过加强学校教育、乡村基层组织学习、外来务工人员培训等多渠道,培养农民上网的需求意愿和使用技能,将互联网的信息媒体价值、参与公共舆论和拓展关系网络的平台价值传递和渗透给农村的非网民群体,推动农村互联网的快速普及和持续发展。

2、 **积极引导农村网民对互联网应用的规范化和价值化。**信息已经成为当今时代创造财富的重要资源,信息的流通也成为政治民主建设的关键。网络的娱乐功能作为吸引网民触网的工具,在网民上网的初期阶段发挥重要作用。但对互联网的应用局限于对网络视频、网络游戏、网络音乐的娱乐功能的使用,将会大大阻碍农村信息化建设的发展,进一步阻碍农村经济的发展。所以,应积极引导农村网民对网络求职、电子商务、电子政务等价值型应用的侧重,在这个过程中,政府的引导作用和学校的教育作用不可忽视,农村的基层领导干部必须要结合本地的居民结构特征,组织学习和培训,提升农民的互联网认知和应用水平。学

校要积极开展网络教育，培养青少年的互联网使用技能和素养，使其善于使用互联网进行学习和交流，增强其在信息社会的学习和生活能力。

3、加大农村网吧监管力度，积极推行农村网络教育。在加大农村网吧管理力度，开展农村中小学校的网络教育时，家长和学校乃至相关管理部门，应该认识到随着互联网的快速发展，网络已经深入到人们生活的各个层面，将个人的学习和生活与互联网充分结合是社会发展的趋势所在。所以，对未成年人上网问题仅仅靠禁止是不够的，必须改善农村网民上网条件，解决农村未成年群体的上网困难，在学校积极开设网络课程，将网络社会化引入个人社会化过程中，培养学生的互联网使用技能，引导学生认识互联网积极面。从网吧管理、互联网内容治理、家长和学校引导教育等多方面入手，为生长于网络时代的青少年群体营造一个良好的互联网使用环境。

四、完善农村电子商务配套措施，推动农村经济发展

2009年是我国电子商务类网络应用快速发展的一年，网络购物、网络银行、网上支付、网络旅行预订等应用的快速发展，加快了我国向商业信息化发展的步伐。作为中国城乡经济发展“二元结构”中落后的农村地区而言，电子商务的快速发展是农村地区经济发展的重要契机。但农村电子商务平台的匮乏，及与电子商务相配套的物流、网络银行等环节的欠缺，严重阻碍了农村地区电子商务的发展。

1、大力发展农村电子商务平台，建立农村多元产销渠道。产品供求信息不对称、销售渠道不畅通等是阻碍农村经济发展的因素之一。通过互联网搭建的供需平台，能够建立起经营者和消费者之间对称、开放的信息渠道，一方面，有利于农民进行农机具、化肥、工业用品在平台上的联合采购，降低环节成本，为农民带来生产的真正实惠；另一方面，有利于农产品生产者及时了解市场需求、价格波动等信息进行生产和销售；同时，也有利于农民将农产品推向市场，建立多元销售渠道。

2、完善农村物流体系，提高农村网络支付、网络银行的服务能力。物流是电子商务发展的关键环节，农村地区物流不发达，甚至很多偏远山区缺少物流配送，成为农村电子商务发展的瓶颈。同时，因大部分农村未能在现有网络支付、网络银行服务的覆盖范围内，农村电子商务的支付手段也成为其发展的难题。因此，完善农村物流体系，提高农村网络支付、网络银行的服务能力是发展农村电子商务的前提。