

2011 年四川省互联网络 发展状况报告

四川省互联网协会
中国互联网络信息中心

前言

2011 年是“十二五”开局之年，在国家相关政策和规划的引导下，以云计算、物联网和移动互联网为代表的新应用、新模式不断涌现，并与传统领域融合，创造全新的产业模式，成为推动整个经济社会变革发展的新动力。

2011 年是汶川特大地震灾后恢复重建任务胜利完成之年，四川穿越灾难、加快发展，创造了世界灾后恢复重建史上的奇迹，书写了从灾难到进步、从悲壮到豪迈的恢弘篇章。在这一历史壮举中，四川互联网行业为加快建设灾后美好新家园，加快建设西部经济发展高地发挥了应有的作用，行业自身也获得了健康发展。

当前，互联网已经成为我国经济社会发展的关键基础设施，在推动经济社会各领域信息化进程中发挥着十分重要的作用。随着技术进步，应用创新和智能终端的迅猛发展，以互联网为核心的技术产业变革风起云涌，影响着中国经济社会的未来。当此之际，四川省互联网协会同中国互联网络信息中心，发布 2011 年四川省互联网发展状况报告，回顾总结过去一年四川互联网的发展，统计分析四川互联网行业的基础数据。四川互联网发展的成就与面临的问题，在报告中都有详尽的解析。互联网的发展与社会各行各业紧密相关，衷心希望这份汇聚了行业同仁辛勤与智慧的调查报告，在为四川互联网行业的健康可持续发展提供有力支撑的同时，也为四川经济社会的持续快速发展提供重要的决策参考。

四川省通信管理局局长/四川省互联网协会理事长



2011《四川省互联网络发展状况报告》编制人员名单

总 编： 王 钢 黄向阳

副 总 编： 林建祥 张志跃 刘 冰

陶俊培 杨蜀璋

编写成员： 孟 澜 张 军 雷晓燕

彭 云 古利勇 江林芯

陈建功 刘 鑫 沈 珅

报告目录

第一部分	报告介绍.....	8
一.	研究术语定义.....	8
二.	调查范围.....	9
三.	调查时间.....	9
第二部分	报告正文.....	10
一.	报告摘要.....	10
二.	四川省网民规模.....	13
1.	四川省网民数量.....	13
2.	四川省城乡网民规模.....	14
3.	四川省手机网民规模.....	15
三.	四川省互联网资源概况.....	15
1.	四川省 IPv4 地址数量.....	15
2.	四川省域名数量.....	16
3.	四川省网站数量.....	17
4.	四川省网吧数及网吧终端数.....	17
5.	四川省网络文化经营单位数.....	18
四.	四川省网站接入情况.....	18
1.	四川省网站总体情况统计.....	18
2.	四川基础运营商接入网站情况统计.....	20
3.	接入服务商接入网站情况统计.....	21
4.	四川各市州接入网站情况统计.....	22
5.	四川备案信息主体分布情况统计.....	22
五.	四川省网民特征.....	23
1.	四川省网民性别结构.....	23
2.	四川省网民年龄结构.....	24
3.	四川省网民教育程度.....	24
4.	四川省网民职业结构.....	25
5.	四川省网民收入情况.....	26
六.	四川省网民上网方式.....	26
1.	四川省网民上网时间.....	26
2.	四川省网民上网地点.....	27
3.	四川省网民上网设备.....	28
七.	四川省网络应用情况.....	28
1.	概述.....	28

2.	信息获取类网络应用.....	30
3.	网络娱乐类网络应用.....	31
4.	商务交易类网络应用.....	32
5.	交流沟通类网络应用.....	35
八.	四川省互联网网络安全状况.....	37
1.	互联网流量监测分析.....	37
2.	木马和僵尸网络监测情况分析.....	41
3.	被篡改网站监测分析.....	42
4.	四川省网民安全状况.....	43
5.	四川省网络不良与垃圾信息举报受理情况.....	45
九.	四川互联网站关注度排行.....	48
1.	接入和备案均在四川省的网站点击率排行.....	48
2.	新闻类网站排行.....	49
3.	论坛类网站排行.....	50
十.	四川省互联网企业及门户网站概况.....	51
1.	中国电信股份有限公司四川分公司.....	51
2.	中国移动通信集团四川有限公司.....	52
3.	四川新闻网.....	54
4.	四川在线.....	56
5.	四川省艾普网络有限公司.....	58
6.	长城宽带网络服务有限公司.....	60
7.	亚洲教育网.....	61
8.	成都百都科技有限公司.....	63
9.	成都康途科技有限公司.....	65
十一.	结论和建议.....	68
第三部分	附 录.....	70
附录一	分省互联网数据.....	70
附录二	调查方法.....	76

图目录

图 1	四川省网民规模.....	13
图 2	世界各国互联网普及率.....	14
图 3	四川省城乡网民规模.....	14
图 4	四川省手机网民规模.....	15
图 5	四川省 IPv4 地址数量.....	16
图 6	四川省域名数量.....	16
图 7	四川省网站数量.....	17
图 8	四川省网吧分布情况.....	18
图 9	全省备案网站信息统计.....	19
图 10	全省接入网站统计.....	19
图 11	2010 年、2011 年备案网站增减情况.....	20
图 12	2010 年、2011 年接入网站增减情况.....	20
图 13	基础运营商接入网站比例.....	21
图 14	全省各市州接入网站分布情况.....	22
图 15	全省各市州备案主体信息分布情况.....	23
图 16	四川省网民性别特征.....	23
图 17	四川省网民与全国网民年龄结构对比.....	24
图 18	2010.12-2011.12 四川省网民年龄结构.....	24
图 19	四川省网民与全国网民学历结构对比.....	25
图 20	四川省网民职业结构.....	25
图 21	四川省网民收入结构.....	26
图 22	四川省网民上网时间.....	27
图 23	四川省网民上网地点.....	27
图 24	2010.12-2011.12 四川省网民上网地点.....	27
图 25	四川省网民与全国网民上网设备比较.....	28
图 26	2010.12-2011.12 四川省网民上网设备.....	28
图 27	2010.12-2011.12 四川省网民网络新闻应用状况.....	30
图 28	2010.12-2011.12 四川省网民搜索引擎应用状况.....	30
图 29	2010.12-2011.12 四川省网民网络游戏应用状况.....	31
图 30	2010.12-2011.12 四川省网民网络视频应用状况.....	32
图 31	2010.12-2011.12 四川省网民网络音乐应用状况.....	32
图 32	2010.12-2011.12 四川省网民网络购物应用状况.....	33
图 33	2010.12-2011.12 四川省网民旅行预订应用状况.....	33
图 34	2010.12-2011.12 四川省网民网上支付应用状况.....	34
图 35	2010.12-2011.12 四川省网民团购应用状况.....	34
图 36	2010.12-2011.12 年四川省网民即时通信应用状况.....	35
图 37	2010.12-2011.12 年四川省网民博客/个人空间应用状况.....	36
图 38	2010.12-2011.12 年四川省网民社交网站应用状况.....	36
图 39	2010.12-2011.12 年四川省网民微博客应用状况.....	37

图 40 流出四川省 TCP 端口流量比例 TOP10 排行	37
图 41 流入四川省 TCP 端口流量比例 TOP10 排行	38
图 42 流出四川省 UDP 端口流量比例 TOP10 排行	39
图 43 流入四川省 UDP 端口流量比例 TOP10 排行	40
图 44 2011 年四川省木马控制服务器 IP 数量月度统计	41
图 45 2011 年四川省木马受控主机 IP 数量月度统计	42
图 46 2011 年四川省被篡改网站数量月度统计	42
图 47 四川省网民中病毒木马状况	43
图 48 四川省网民遭恶意网页类型	43
图 49 四川省网民手机遭遇恶意软件危害行为分类比例	44
图 50 四川省手机骚扰短信类型	44
图 51 12321 四川举报中心举报受理趋势	45
图 52 2111 年四川网络不良信息与垃圾信息传播方式概况	46
图 53 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息内容概况	46
图 54 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息归属企业及处理情况	47
图 55 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息地域分布概况	47

表目录

表 1 基础运营商接入、备案网站情况	21
表 2 接入服务商接入、备案网站情况	21
表 3 2010.12-2011.12 四川省网民各网络应用使用率	29
表 4 流出四川省流量 TCP 端口流量比例 TOP10 排行	38
表 5 流入四川省流量 TCP 端口流量比例 TOP10 排行	39
表 6 UDP 端口流量比例 TOP10 排行	40
表 7 UDP 端口流量比例 TOP10 排行	41
表 8 我省接入我省备案网站排行	48
表 9 我省接入新闻类网站排行	49
表 10 我省接入我省备案新闻类网站排行	49
表 11 我省接入论坛类网站排行	50
表 12 我省接入我省备案论坛类网站排行	50
表 13 分省互联网网民规模	70
表 14 分省 IPv4 地址数量	71
表 15 分省域名数和分省 CN 域名数	72
表 16 分省网站数	73
表 17 分省网页数量	74
表 18 分省网页字节数	75

第一部分 报告介绍

一. 研究术语定义

◇ 网民

过去半年内使用过互联网的 6 周岁及以上中国居民。

◇ 宽带网民

指过去半年使用过宽带接入互联网的网民，但不限于仅使用宽带接入互联网的网民。宽带接入方式包括：xDSL、CABLE MODEM、光纤接入、电力线上网、以太网等方式。

◇ 手机网民

指过去半年通过手机接入并使用互联网，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我国农村地区的网民。

◇ 城镇网民

指过去半年主要居住在我国城镇地区的网民。

◇ 青少年网民

指年龄在 25 周岁以下的我国网民。

◇ IP 地址

IP 地址的作用是标识上网计算机、服务器或者网络中的其他设备，是互联网中的基础资源，只有获得 IP 地址（无论以何种形式存在），才能和互联网相连。

◇ 域名

本报告中仅指英文域名，是指由点（.）分割、仅由数字、英文字母和连字符（-）组成的字串，是与 IP 地址相对应的层次结构式互联网地址标识。常见的域名分为两类：一类是国家或地区顶级域名（ccTLD），如以 .CN 结尾的域名代表中国；一类是类别顶级域名（gTLD），如以 .COM, .NET, .ORG 结尾的域名等。

◇ 网站

是指以域名本身或者“WWW.+域名”为网址的 web 站点，其中包括中国的国家顶级域名.CN 和类别顶级域名（gTLD）下的 web 站点，该域名的注册者位于中国境内。如：对域

名 cnic.cn 来说，它的网站只有一个，其对应的网址为 cnic.cn 或 www.cnic.cn，除此以外，whois.cnic.cn，mail.cnic.cn……等以该域名为后缀的网址只被视为该网站的不同频道。

二. 调查范围

四川省行政区

三. 调查时间

本次统计调查数据截止日期为 2011 年 12 月 31 日。

第二部分 报告正文

一. 报告摘要

总体规模

- 截至 2011 年 12 月，四川省网民数增至 2229 万，全年增加 231 万，增速为 11.6%。互联网普及率较上年底提升 5.5 个百分点，达到 27.7%。
- 截至 2011 年 12 月，四川省农村地区网民占比为 24.6%，与 2010 年相比呈现继续下降的趋势。
- 截至 2011 年 12 月，四川省手机网民数量为 1722 万，增速为 13.1%，手机网民在总体网民中的比例从 2010 年末的 76.2%提升一个百分点至 77.2%。

基础资源

- 2011 年底，四川省 IPv4 地址达 925 万，占全国比例由上年底的 2.6%提升至 2.8%。
- 截至 2011 年 12 月，四川省域名数量为 24 万，其中 CN 域名数为 5.2 万，较上一年底均出现下降。
- 截至 2011 年 12 月，注册单位所在地为四川省的网站数量为 71724 个，较上一年底增长了 38.7%。

网民结构

- 2011 年，四川省网民中 19 岁及以下比例达到 39.4%，比全国整体比例高出 11 个百分点，而 20-29 岁网民比例比全国整体水平低出七个百分点，30-39 岁网民比例低近四个百分点。
- 与 2010 年相比，四川省初中学历网民比例由 34.1%上升至 36.8%，互联网继续向低学历人群扩散。
- 2011 年，四川省网民中收入在 1000 元以下的占比接近 50%，其中收入在 500 元以下的比例达到 22.6%，比全国高出 5 个百分点。

上网方式

- 2011 年四川省网民上网时长为 17.6 小时，比全国平均水平低了 1.1 个小时。
- 四川省网民中有 88.6% 在家里上网，这一比例与去年基本持平；在网吧上过网的网民比例下降至 35.7%。
- 四川省网民使用台式电脑上网的比例低于全国整体水平，为 69.0%；其使用手机上网的网民比例已经超过了台式电脑，手机成为最为重要的上网终端。

应用情况

- 2011 年，四川省前三大网络应用为即时通信、网络音乐、搜索引擎，使用率分别达到了 82.6%、78.3% 和 76.6%。
- **信息获取类应用：**网络新闻使用率出现明显逆增长，相比 2010 年底，四川省在互联网上看新闻的网民比例从 76.4% 下降至 66.0%，用户规模缩减了 3.5%。

- **网络娱乐类应用：**

截至 2011 年 12 月底，四川省网络视频用户为 1392 万人，较上一年底增长了 12.6%，是用户增幅较为明显的网络应用之一。

2011 年 12 月，四川省网络游戏用户规模为 1469 万，比上年底增长 4.6%，使用率则由 70.3% 降低为 65.9%，这一发展形势与我国整体情况一致。

四川省网民对网络音乐的使用率在 2011 年保持下降趋势，由上一年底的 81.8% 下降至 78.3%，用户规模 1745 万。

- **商务交易类应用：**

截至 2011 年 12 月底，四川省网民中网络购物的使用率为 33.8%，较上一年略有下降，用户规模增长 7.0%，为 752 万。

2011 年 12 月，四川省旅行预订用户规模为 162 万，与上一年相比增长了 7.8%，使用率为 7.3%，与 2010 年相比基本保持稳定。

2011 年 12 月，四川省网上支付用户规模为 655 万，比上年底增长了 5.1%。

截至 2011 年 12 月，四川省团购用户规模为 212 万，一年内增速达到 165.1%。

● **交流沟通类应用：**

得益于手机即时通信的快速发展，四川省 2011 年即时通信用户规模达到 1842 万，较上一年增长了 13.4%，使用率达到 82.6%，较上一年增长了 1.3 个百分点。

2011 年 12 月，四川省网民博客和个人空间用户为 1472 万，使用率达到 66.0%，高于全国 62.1%的水平。

截至 2011 年 12 月，四川省社交网站使用率为 48.4%，用户规模为 1080 万，与 2010 年的 1027 万基本持平。

截至 2011 年 12 月，四川省使用微博的网民数量达到 1124 万，相比 2010 年的 280 万增长了超过三倍，目前在四川省网民中的使用率达到 50.4%。

二. 四川省网民规模

1. 四川省网民数量

截至 2011 年 12 月，四川省网民数增至 2229 万，全年增加 231 万，增速为 11.6%。互联网普及率较上年底提升 5.5 个百分点，达到 27.7%。

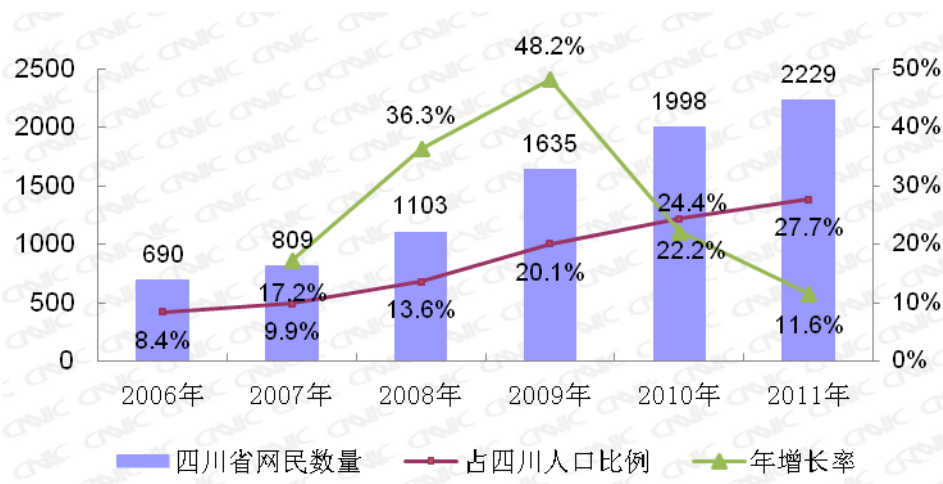


图 1 四川省网民规模

与往年相比，2011 年四川省网民增速由上年的 22.2% 下降至 11.6%，网民增速有所放缓，这与当前全国网民增长整体形势有关，由于我国居民中具备上网条件和技能的人已经基本转化为网民，接下来网民规模增长的难度将加大，因而中国网民增长进入了放缓的阶段。但是与我国互联网平均普及率相比，截至 2011 年 12 月底四川省的网民普及率为 27.7%，在中国大陆 31 个省市中排名第 25 位，与全国整体 38.3% 的水平相比还存在一定差距，网民增长还有较大的空间。

截至 2011 年，全球互联网平均普及率为 32.7%。其中在互联网发展情况较好的国家中，英国互联网普及率达到 84.1%，美国为 78.2%，德、法两国也分别达到 79.9% 和 77.2%，而与中国同处东亚地区的韩国和日本，互联网发展水平较高，普及率分别达到 82.7% 和 78.4%。在新兴市场国家中，巴西互联网普及率为 39.0%，与中国基本持平，印度则较低，仅为 10.2%^①。从全球范围看中国各地区互联网普及差异，目前北京和上海地区的互联网普及率为 70.3% 和 66.2%，已经接近欧盟国家的平均水平，同时我国还有 20 个省市的互联网普及率在全球平均

^① 各国互联网普及率数据来源：<http://www.internetworldstats.com/top20.htm>。数据截至日期：2011 年 12 月

普及率之上，而四川省互联网普及率目前离全球整体普及率还有一定差距。

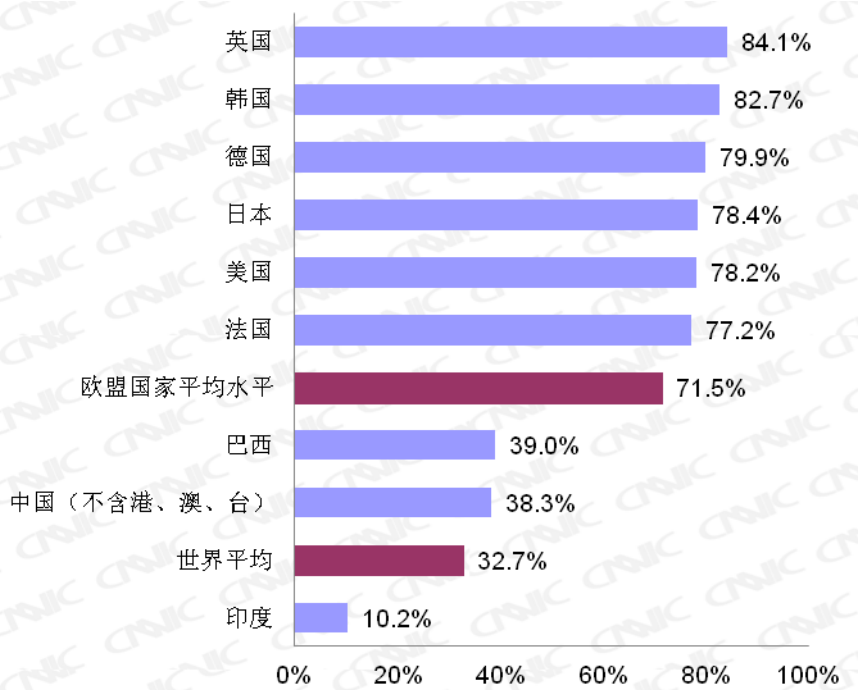


图 2 世界各国互联网普及率

2. 四川省城乡网民规模

截至 2011 年 12 月，四川省农村地区网民占比为 24.6%，与 2010 年相比呈继续下降的趋势。城市与农村互联网普及率差异持续扩大，一方面是由于农村地区互联网渗透难度相对较大，扩散速度不及城市，另一方面则是因为当前城市化步伐加快，大量农村人口、尤其是年轻人进入城市工作，进一步拉大了城市和农村网民占比的差距。

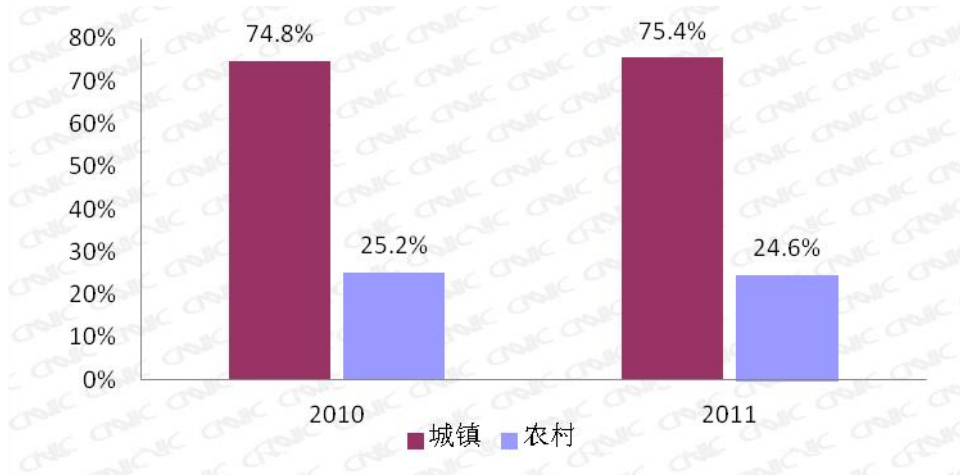


图 3 四川省城乡网民规模

3. 四川省手机网民规模

截至 2011 年 12 月，四川省手机网民数量为 1722 万，与 2010 年相比增加了 200 万人，增速为 13.1%，手机网民在总体网民中的比例从 2010 年末的 76.2% 提升一个百分点至 77.2%。

四川省手机上网网民比例明显高于全国整体水平：截至 2011 年 12 月，全国手机网民占整体网民中的比例为 69.3%，相比之下四川高出了近八个百分点。手机网民的相对饱和也造成四川省手机网民在 2010 年和 2011 年的发展走势较为平缓，上一波的刺激因素造成 2009 年四川省手机网民高速增长后，目前已经基本被市场消化，移动互联网的下一波增长需要新的刺激因素。

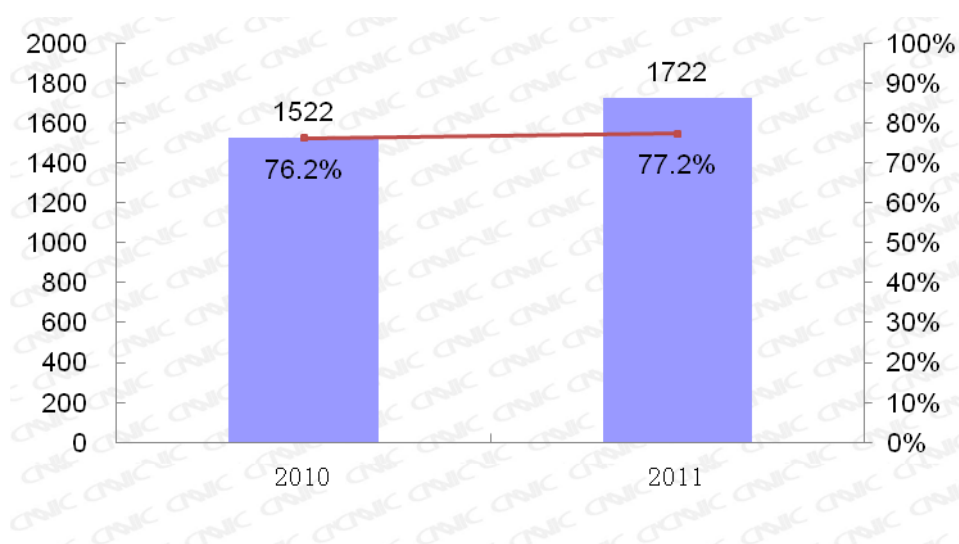


图 4 四川省手机网民规模

三. 四川省互联网资源概况

1. 四川省 IPv4 地址数量

2011 年底，四川省 IPv4 地址达 925 万，相比 2010 年增加了近 200 万，继续保持了 2009 年来的高速增长态势，年增长率为 27.9%。四川省 IPv4 地址总量占全国比例由上年底的 2.6% 提升至 2.8%。

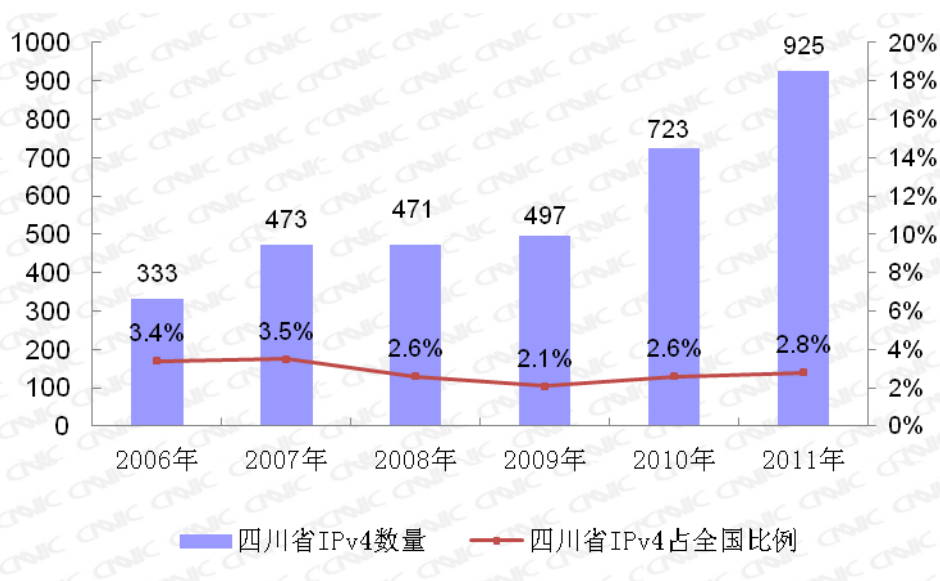


图 5 四川省 IPv4 地址数量

2. 四川省域名数量

截至 2011 年 12 月，四川省域名数量为 24 万，其中 CN 域名数为 5.2 万，较上一年底均出现下降。

四川省域名总数占全国域名总数的比例为 3.1%，其中 CN 域名占全国总数的比例为 1.5%，两者与上一年基本持平，位列全国第八位。当前全国域名总数由前几年的下降趋势开始转向平稳，并且 CN 出现止跌回升，四川省域名数量的跌速相较前几年也开始放缓。

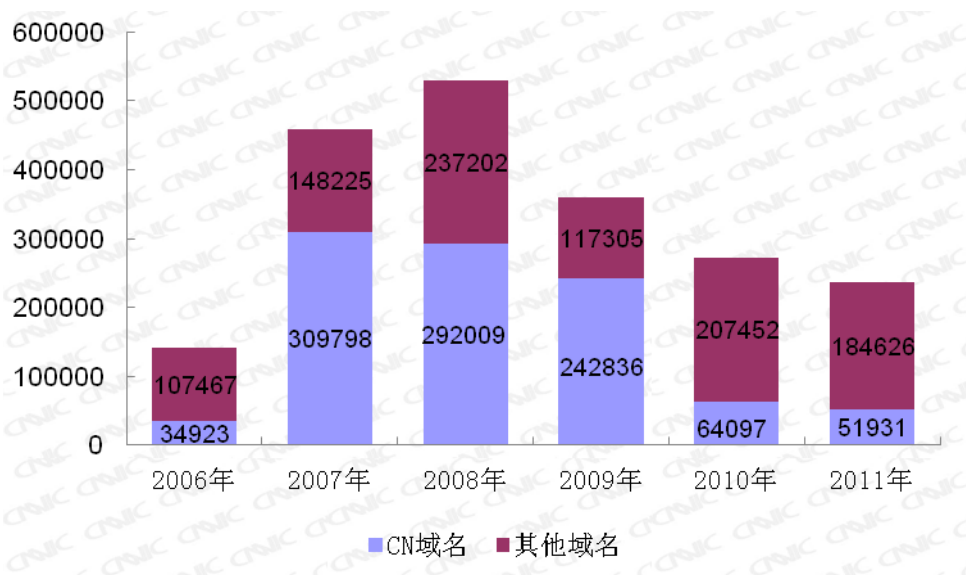


图 6 四川省域名数量

3. 四川省网站数量

截至 2011 年 12 月，注册单位所在地为四川省的网站数量为 71724 个，较上一年底增长了 38.7%，结束了近两年来的跌势。注册单位所在地为四川省的网站占全国比例为 3.1%，位居全国第八位，较上一年提升了两位。

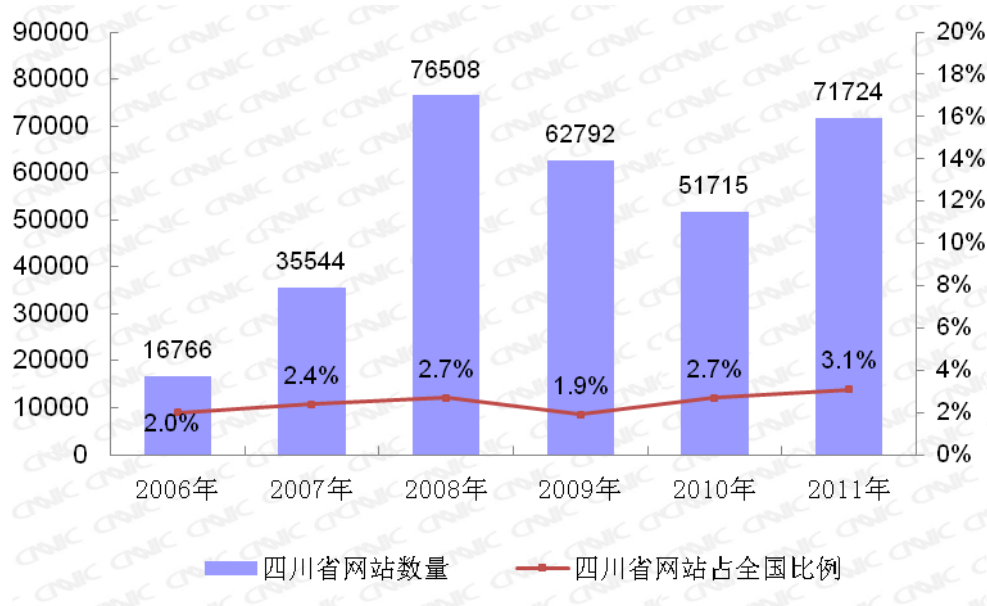


图 7 四川省网站数量

4. 四川省网吧数及网吧终端数

截止 2010 年 12 月，在四川省经营的网吧 9211 家，在成都地区内的网吧 2430 家，占四川省网吧总数的 26%；绵阳地区网吧数 787 家，占四川省网吧总数的 8.54%；南充地区网吧数 614 家，占四川省网吧总数的 6.67%。

四川省网吧终端 73 万余台，比 2011 年增长 3 万台，规模化成效显著。其中成都 25 万余台，绵阳 6.3 万余台，南充 5 万余台，网吧市场经营收入 40 亿元。

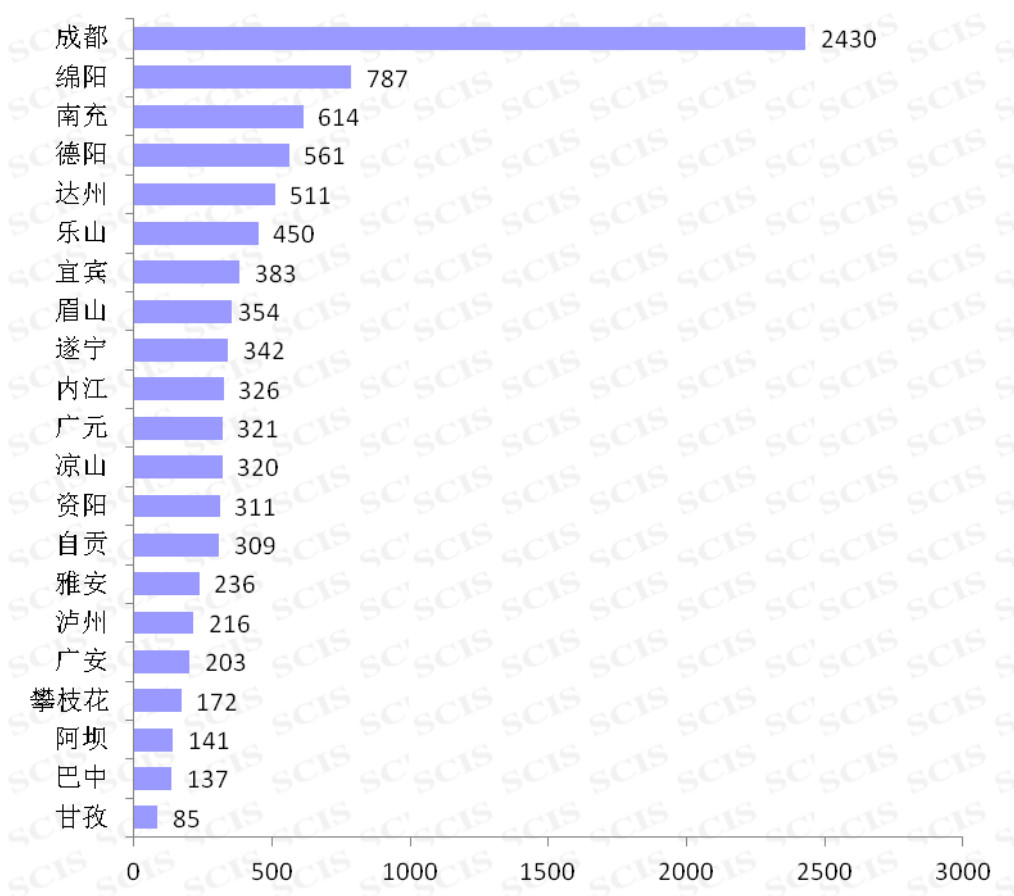


图 8 四川省网吧分布情况

5. 四川省网络文化经营单位数

截止 2011 年 12 月，四川省已取得网络文化经营许可证的单位共 62 家，主要集中在成都市高新区，其中网络游戏经营单位 51 家、网络音乐经营单位 11 家。新增原创网络游戏产品 12 款，年收入上亿元企业有 2 家，年收入上 1000 万元企业从 4 家增至 12 家，产品出口从东南亚等国家和地区扩展到英国、德国、俄罗斯等欧洲国家，出口额超过 2000 万人民币。网络文化经营单位年产值 25 亿余元。

四. 四川省网站接入情况

1. 四川省网站总体情况统计

(1) 四川省备案网站数据统计

截止 2011 年 12 月，在四川省备案的网站总数为 137767 个，其中接入地信息在四

川的网站为 45258 个，接入地信息在省外的网站为 87446 个，无接入信息的空壳网站为 5063 个。

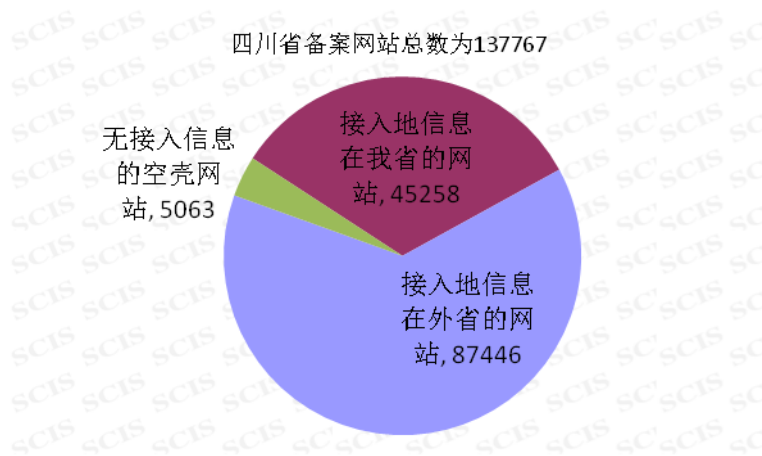


图 9 全省备案网站信息统计

(2) 四川省实际接入网站数据统计

截止 2011 年 12 月，四川省实际接入网站总数为 74275 个，已备案和正在备案的网站数为 73362 个（其中在四川省备案的网站为 31892 个，在省外备案的网站为 41470 个），未备案网站为 913 个，备案率为 98.8%。

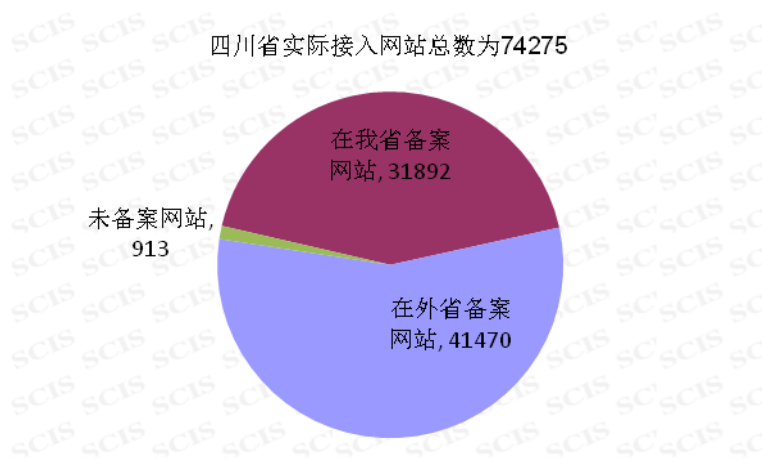


图 10 全省接入网站统计

(3) 2011 年四川省备案网站增减情况

2010 年备案网站总数 187809 个，2011 年新增备案网站 104694 个，但由于 2011 年注销了 154736 个空壳类网站备案信息，故截止 2011 年底，在川备案的网站总数为 137767 个。

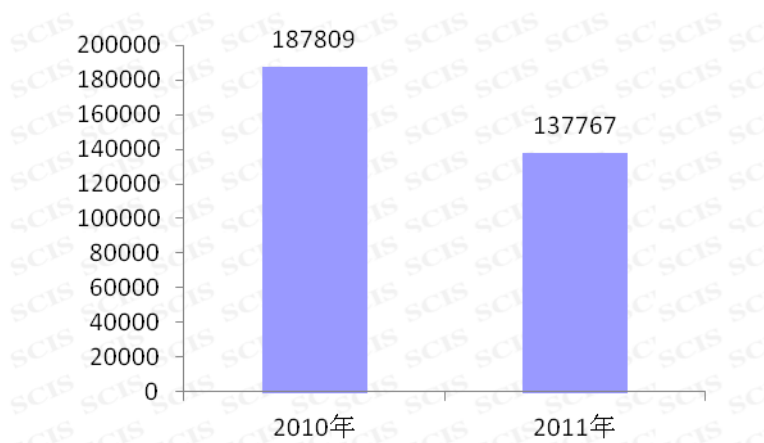


图 11 2010 年、2011 年备案网站增减情况

(4) 2011 年四川省接入网站增减情况

2011 年 1 月四川省接入网站数量 79720 个，截至 2011 年底我省接入网站数量 74275 个，减少大约 5 千个。

按照工信部、省委省政府要求以及配合互联网内容管理部门，对未备案、淫秽色情、反动、暴力等违法违规网站进行了严肃查处，关闭了一批违法违规网站，是导致接入网站数量减少的主要原因。

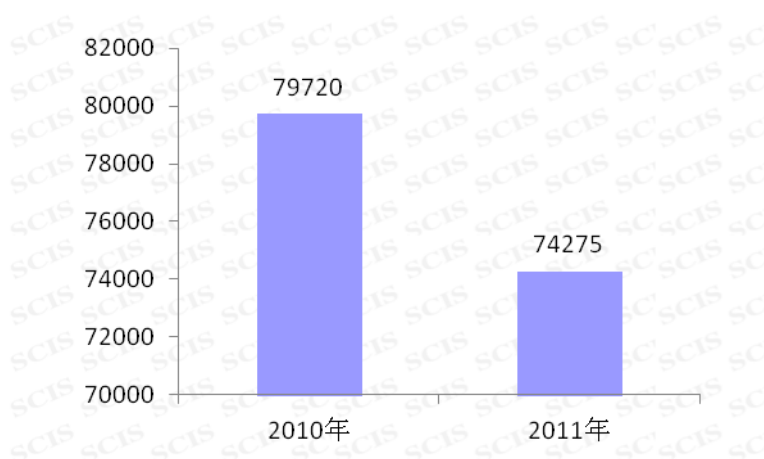


图 12 2010 年、2011 年接入网站增减情况

2. 四川基础运营商接入网站情况统计

截止 2011 年 12 月，四川电信接入网站 65029 个，备案率 98.8%，占四川接入网站总数的 87.6%；四川移动（含铁通）接入网站 4399 个，备案率 99%，占四川接入网站总数的 5.9%；四川联通接入网站 4847 个，备案率 98.0%，占四川接入网站总数的 6.5%。

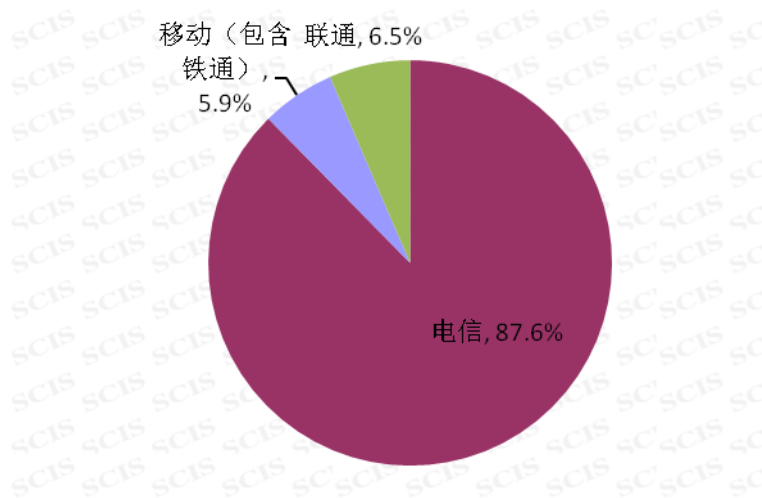


图 13 基础运营商接入网站比例

表 1 基础运营商接入、备案网站情况

运营商名称	接入总数	已备案网站	未备案网站
电信	65029	64258	771
移动(包含铁通)	4399	4353	46
联通	4847	4751	96

3. 接入服务商接入网站情况统计

截止 2011 年 12 月，四川省具有互联网接入服务许可资质的接入服务商一共有 25 家，接入总数前十位的有西维数码、世纪东方、火山互联等 10 家企业。

表 2 接入服务商接入、备案网站情况

公司名称	接入总数	占我省接入网站比例
成都西维数码科技有限公司	20033	27.0%
成都世纪东方网络通信有限公司	6850	9.2%
四川火山互联信息科技有限责任公司	4899	6.6%
成都飞数科技有限公司	4138	5.6%
四川商众联信息技术有限公司	3622	4.9%
四川省易通宽带网科技有限公司	1695	2.3%
成都耀网科技有限公司	1084	1.5%
成都指南针联网科技发展有限责任公司	1080	1.5%
成都威凯科技信息有限公司	476	—
四川华西咨询有限责任公司	178	—

注：“—”代表小于 1%

4. 四川各市州接入网站情况统计

四川省接入的网站主要集中在绵阳市和成都市，绵阳市共接入网站 32692 个，占全省接入网站的 44.0%；成都市共接入网站 23535 个，占全省接入网站的 31.7%；接入网站数目最少的是甘孜州，共接入网站 35 个。



图 14 全省各市州接入网站分布情况

5. 四川备案信息主体分布情况统计

在四川备案的主体信息所在地主要集中在成都市，共 74341 个，占全省备案主体的 59.6%；备案主体信息所在地最少的是甘孜州，共 317 个。此数据说明我省创办网站的企业和个人主要集中的成都市。

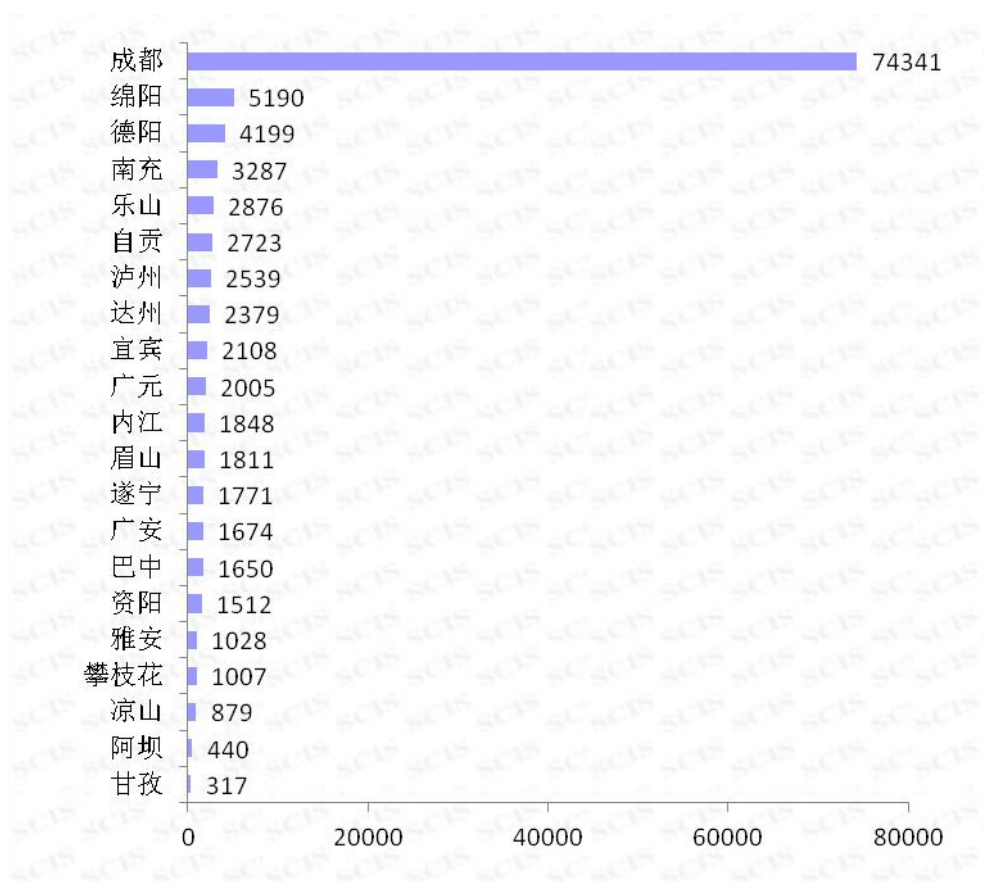


图 15 全省各市州备案主体信息分布情况

五. 四川省网民特征

1. 四川省网民性别结构

四川省网民中男性比例比女性高出超过 15 个百分点，达到 57.6%，相比上一年略有上涨。

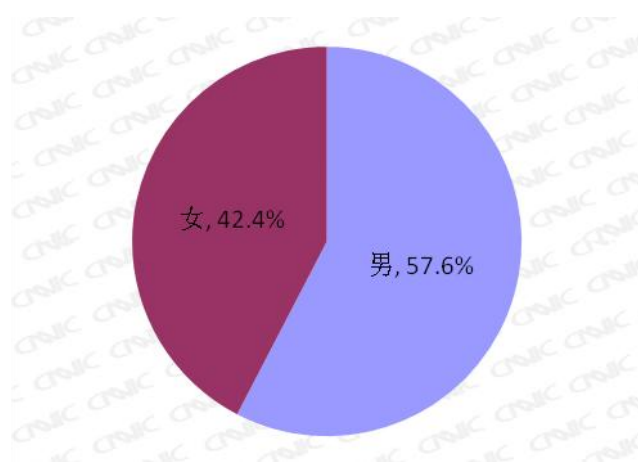


图 16 四川省网民性别特征

2. 四川省网民年龄结构

2011 年，四川省网民中 19 岁及以下比例达到 39.4%，比全国整体比例高出 11 个百分点。20-40 岁的中青年网民比例较低，其中 20-29 岁网民比例比全国整体水平低出七个百分点，30-39 岁网民比例低近四个百分点。四十岁以上的中老年网民比例则与全国整体水平相当。

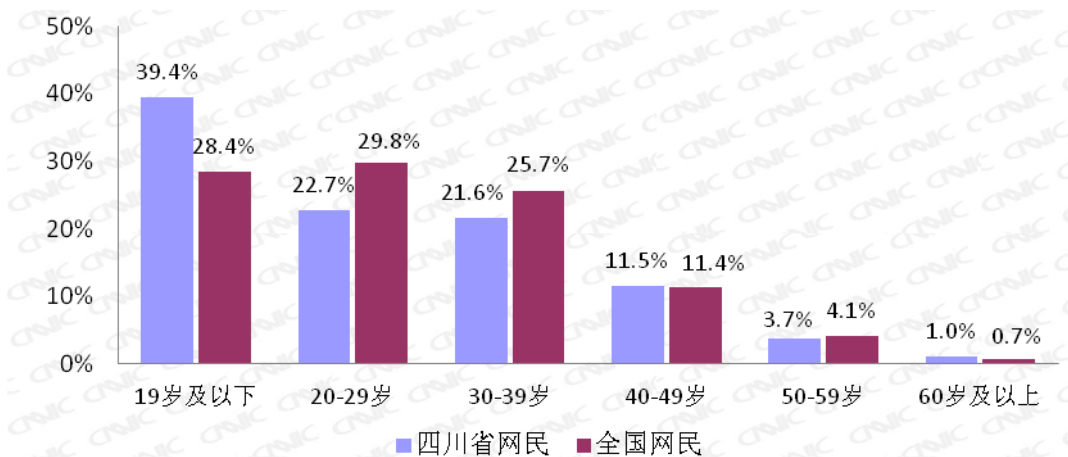


图 17 四川省网民与全国网民年龄结构对比

四川省低龄网民占比接近四成，网民低龄化特征比 2010 年更加明显，19 岁以下网民比例由上一年的 36.9% 提升至 39.4%，延续了 2009 年以来的上涨趋势。低龄网民占比持续走高，给相关部门开展未成年人健康上网工作提出了更高的要求。

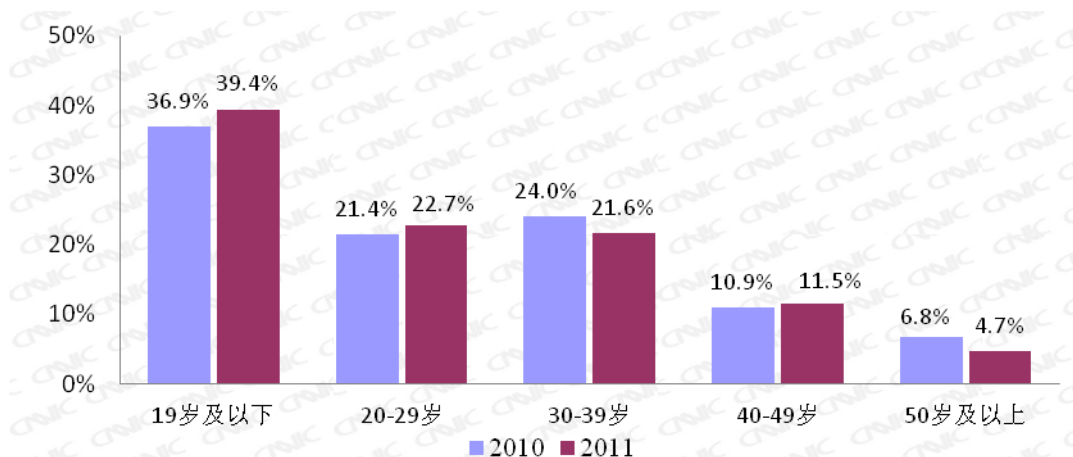


图 18 2010.12-2011.12 四川省网民年龄结构

3. 四川省网民教育程度

四川省网民的学历结构与全国整体水平类似，中学学历网民占比达到七成，其中初

中学历网民为 36.8%，高中为 33.3%。与 2010 年相比，初中学历网民比例由 34.1% 上升至 36.8%，互联网继续向低学历人群扩散。

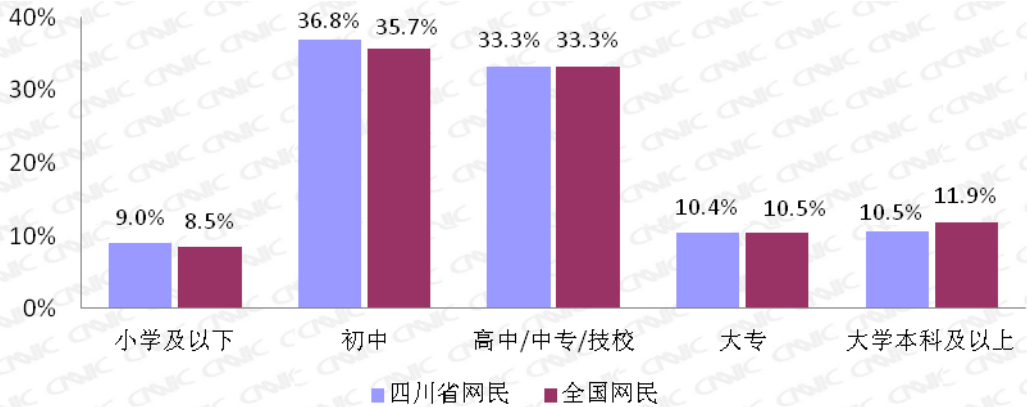


图 19 四川省网民与全国网民学历结构对比

4. 四川省网民职业结构

由于四川省网民低龄特征十分明显，而且持续上升，因而职业为学生的网民比例比全国整体水平高出超过 10 个百分点，达到 40.8%，比 2010 年提升了 1.3 个百分点。

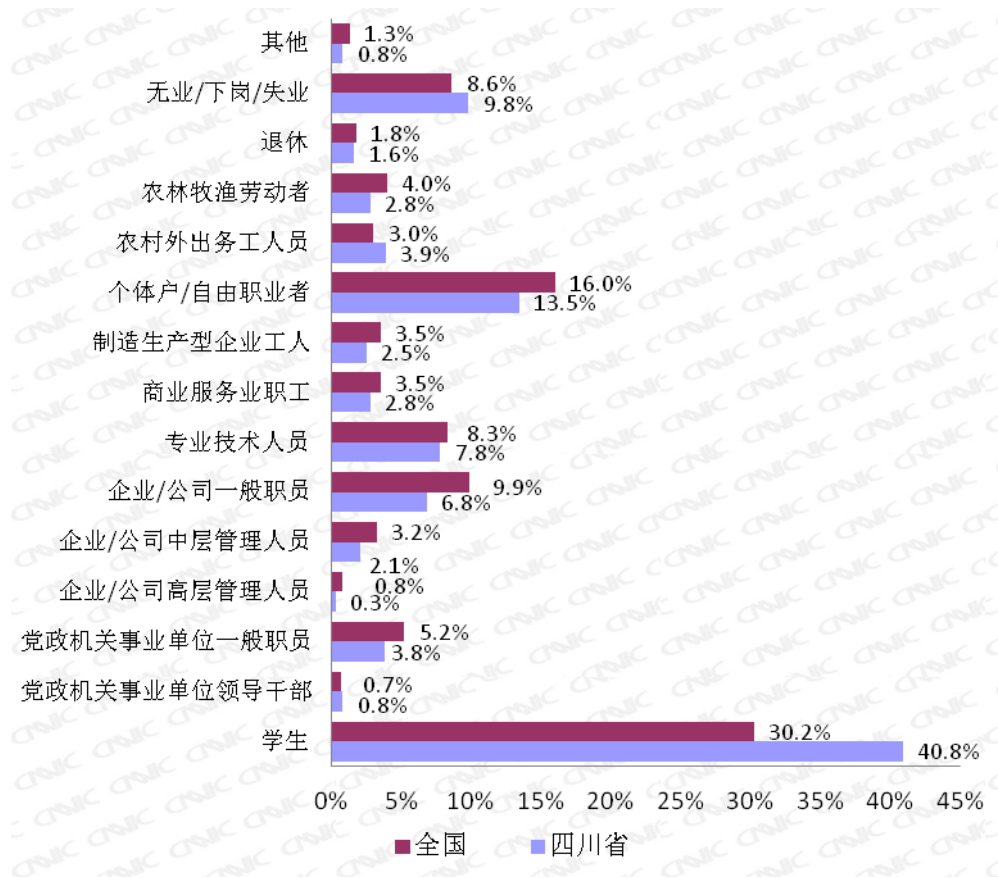


图 20 四川省网民职业结构

5. 四川省网民收入情况

四川省网民中收入在 1000 元以下的占比接近 50%，其中收入在 500 元以下的比例达到 22.6%，比全国高出 5 个百分点，收入在 501-1000 元之间的占比为 19.2%，比全国高 6.7 个百分点。四川网民低收入者占比较高与低龄、学生网民比例较高有关。

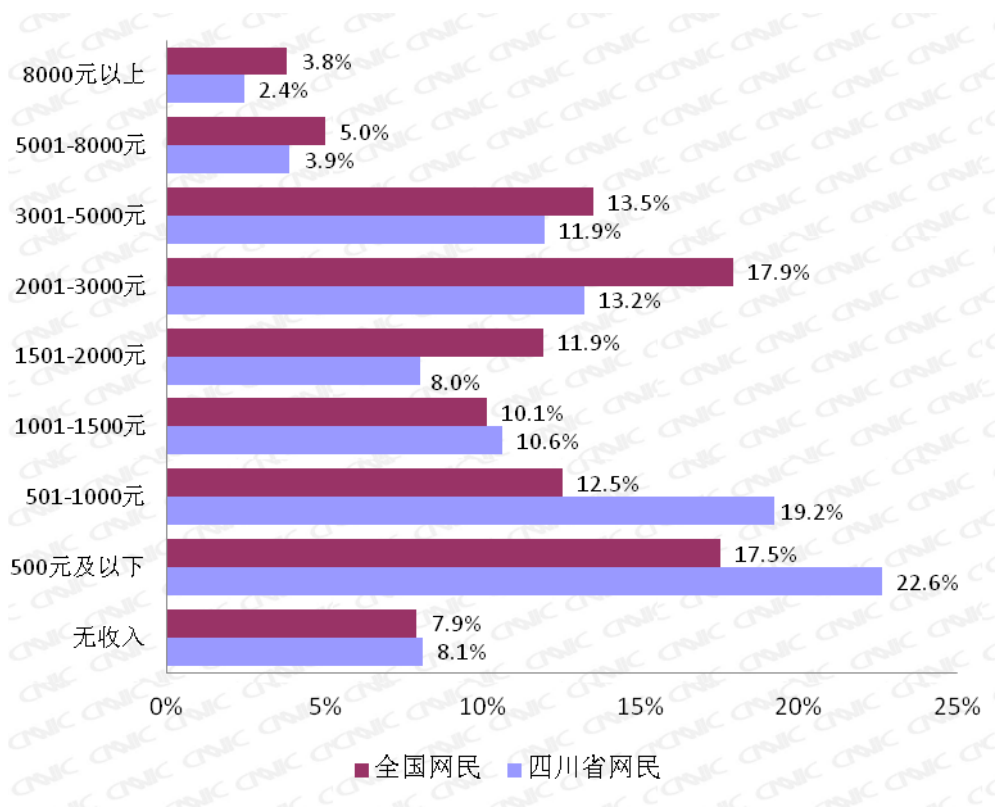


图 21 四川省网民收入结构

六. 四川省网民上网方式

1. 四川省网民上网时间

2011 年四川省网民上网时长为 17.6 小时，比全国平均水平低了 1.1 个小时。数据显示，19 岁以下网民上网时长低于网民整体水平，其中 10-19 岁网民平均上网时长为 13.1 小时，而 20-39 岁网民上网时间则相对较长。四川省网民上网时长低于全国整体水平与四川省网民平均年龄偏低有关。

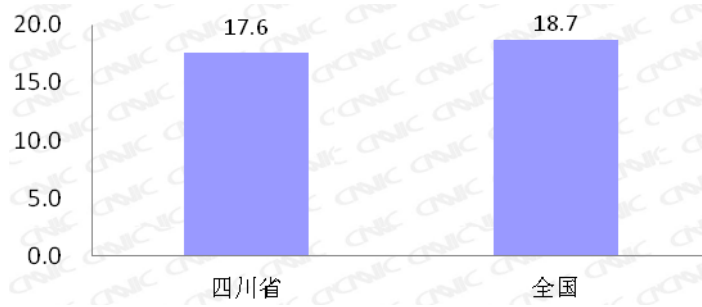


图 22 四川省网民上网时间

2. 四川省网民上网地点

四川省网民中有 88.6% 在家里上网，这一比例与去年基本持平。从全国整体情况看，网吧作为上网场所的重要性在不断下降，四川省网民中在网吧上网的比例比去年同样下降了近六个百分点，但仍然高出全国近八个百分点，这一差距与去年保持基本稳定。

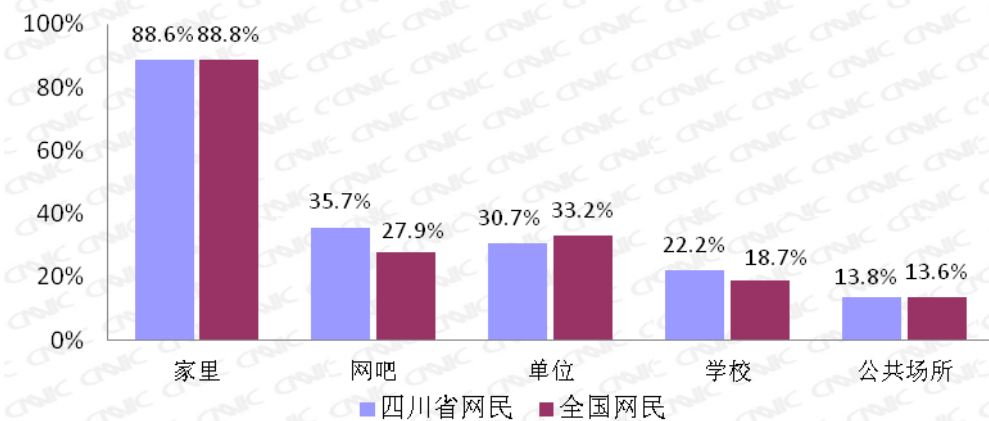


图 23 四川省网民上网地点

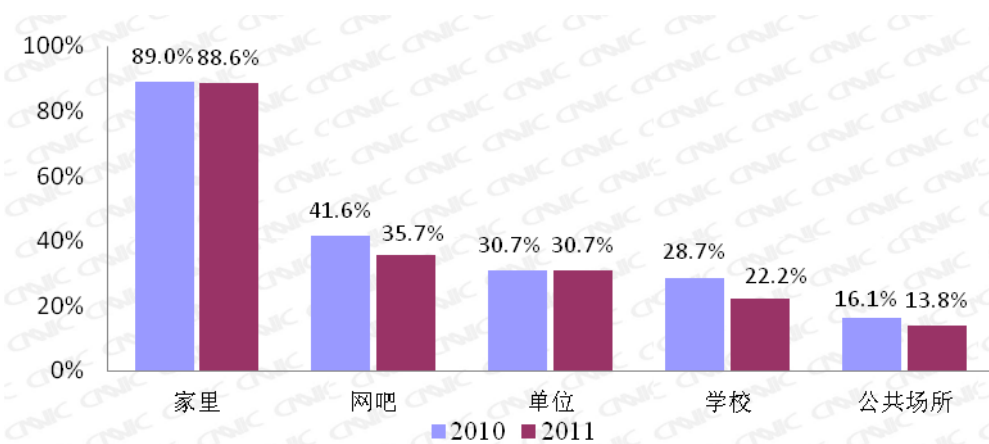


图 24 2010.12-2011.12 四川省网民上网地点

3. 四川省网民上网设备

与全国整体情况相比，四川省使用手机和笔记本电脑上网的网民比例较高，使用率分别达到 77.2% 和 52.2%，而使用台式电脑上网的比例则低于全国整体水平，为 69.0%。其中，四川省网民中使用手机上网的网民比例已经超过了台式电脑，手机成为最为重要的上网终端，显示出四川省网民对于移动互联网有较高的接受度。

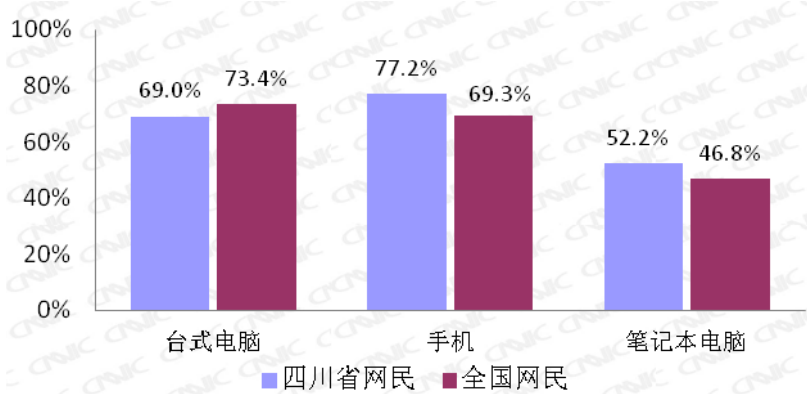


图 25 四川省网民与全国网民上网设备比较

与 2010 年相比，2011 年四川省使用台式电脑上网的网民比例出现较大幅度的下滑，从 76.2% 下降至 69.0%，因而被手机一举超越。四川省使用笔记本电脑上网的网民比例经历了 2010 年的大幅上涨后，目前已经处于高位，因而增长速度有所放缓。

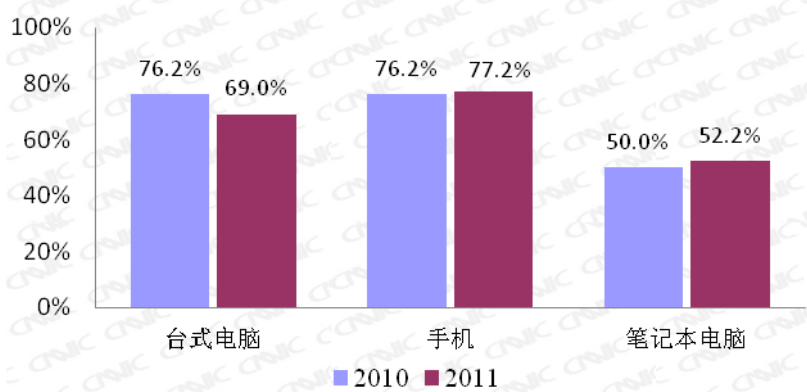


图 26 2010.12-2011.12 四川省网民上网设备

七. 四川省网络应用情况

1. 概述

截至 2011 年 12 月底，四川省前三大网络应用为即时通信、网络音乐、搜索引擎，使用

率分别达到了 82.6%、78.3%和 76.6%。在各种互联网应用中，四川省网民的微博、团购使用率有大幅度的增长，此外即时通信、网络视频和网络文学的增长也相对明显，而电子商务类应用增速相对较慢。总结起来如下：

首先，网络游戏、网络音乐等传统的互联网娱乐类应用使用率出现不同程度下降，人数增长趋缓。网络视频和网络文学则维持较为快速的增长态势。

其次，2011 年微博快速崛起，截至当年底四川省有超过半数网民使用过微博，使用率达到 50.4%。而网络新闻使用率却出现逆增长，相比 2010 年底，四川省在互联网上看新闻的网民比例从 76.4%下降至 66.0%，用户规模缩减了 3.5%。

第三，四川省网民对商务类应用的使用率在 2011 年增长势头放缓。其中，网络购物用户增长率仅为 7.0%，网上支付和网上银行的用户规模增长率也分别只有 5.1%和 11.0%，从全国范围来看，四川省商务类应用水平普遍低于全国整体水平，而且差距还在拉大。

表 3 2010.12-2011.12 四川省网民各网络应用使用率

应用	2011 年		2010 年		增长率
	用户规模 (万)	使用率	用户规模 (万)	使用率	
即时通信	1842	82.6%	1624	81.3%	13.4%
网络音乐	1745	78.3%	1634	81.8%	6.8%
搜索引擎	1707	76.6%	1640	82.1%	4.1%
网络新闻	1472	66.0%	1526	76.4%	-3.5%
博客应用	1472	66.0%	1347	67.4%	9.3%
网络游戏	1469	65.9%	1405	70.3%	4.6%
网络视频	1392	62.5%	1237	61.9%	12.6%
微博	1124	50.4%	280	14.0%	301.4%
社交网站	1080	48.4%	1027	51.4%	5.1%
电子邮件	965	43.3%	1115	55.8%	-13.5%
网络文学	933	41.9%	831	41.6%	12.3%
网络购物	752	33.8%	703	35.2%	7.0%
网上支付	655	29.4%	623	31.2%	5.1%
网上银行	623	27.9%	561	28.1%	11.0%
论坛/BBS	582	26.1%	647	32.4%	-10.0%
团购	212	9.5%	80	4.0%	165.1%
旅行预订	162	7.3%	150	7.5%	7.8%
网络炒股	159	7.1%	300	15.0%	-47.0%

2. 信息获取类网络应用

(1) 网络新闻

2011 年四川省网络新闻使用率出现大幅下降，从 2010 年底的 76.4% 大幅下降超过 10 个百分点至 66.0%，用户绝对规模也出现萎缩，较上年底缩减了 3.5%。

网络新闻使用率的明显下滑，由多方面原因造成。第一，四川省网民年龄低龄化特征更加明显，数据显示，19 岁以下网民上网看新闻的比例明显低于 20 岁以上的网民，而四川省中 19 岁以下青少年网民的比例逐年增加，导致网络新闻使用率走低。第二，目前互联网上信息传播渠道日益广泛，一定程度上取代了网民的网络新闻使用率。

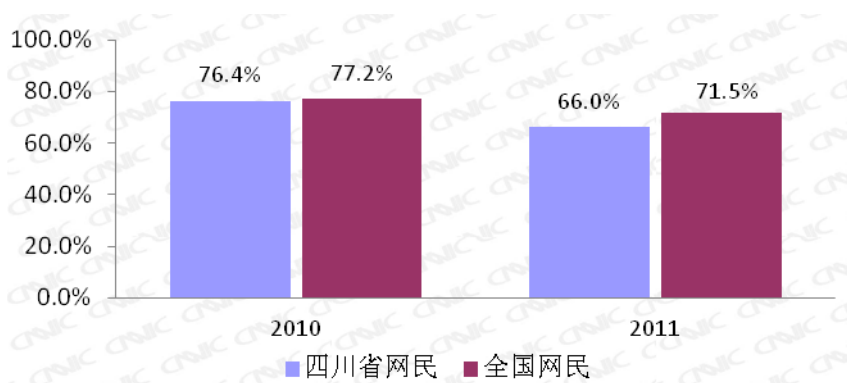


图 27 2010.12-2011.12 四川省网民网络新闻应用状况

(2) 搜索引擎

截至 2011 年 12 月底，四川省搜索引擎用户规模达到 1707 万，在网民中的渗透率为 76.6%。2010 年四川省网民的搜索引擎出现大幅上升，达到了 82.1%，市场基本接近饱和，因而在 2011 年搜索引擎用户数量基本保持稳定，增长空间有限。

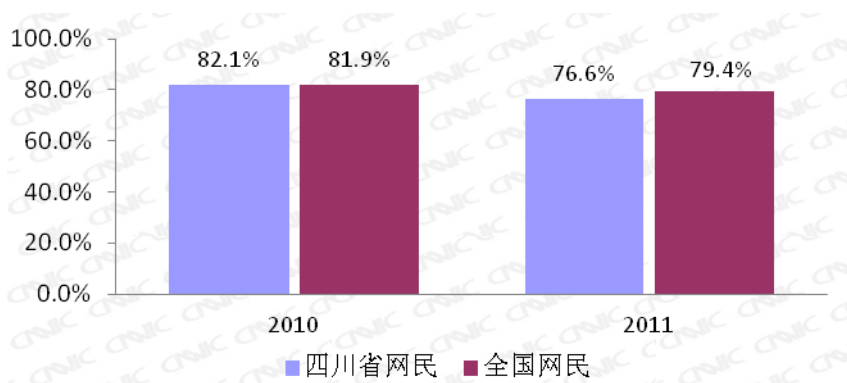


图 28 2010.12-2011.12 四川省网民搜索引擎应用状况

3. 网络娱乐类网络应用

(1) 网络游戏

截至 2011 年 12 月底，四川省网络游戏用户规模为 1469 万，比上年底增长 4.6%，使用率则由 70.3% 降低为 65.9%，这一发展形势与我国整体情况一致。目前我国网络游戏用户增长进入平台期，经过长期的发展，游戏产品在内容和使用形式上很难出现大的变革，导致用户新增较为缓慢，同时老用户出现流失。虽然使用率有所下滑，但是四川省网民的网络游戏使用仍然略高于全国整体水平，这与四川省低龄网民占比较高的情况相对应，数据显示年轻网民尤其是未成年网民游戏使用率明显较高。

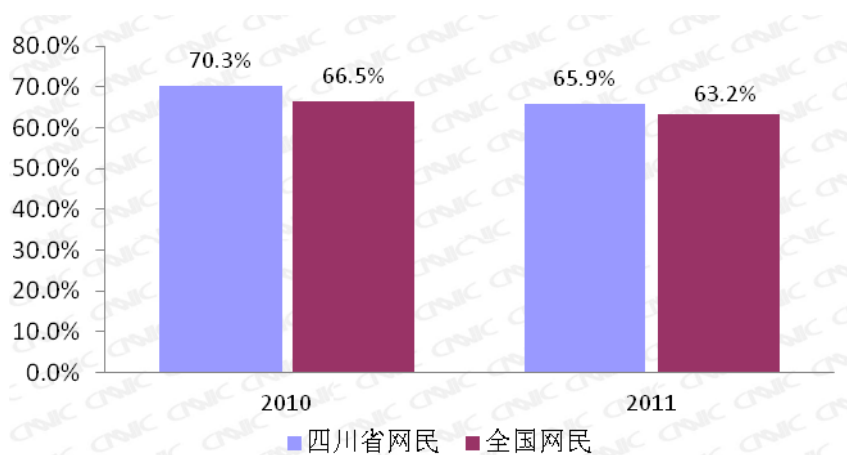


图 29 2010.12-2011.12 四川省网民网络游戏应用状况

(2) 网络视频

截至 2011 年 12 月底，四川省网络视频用户为 1392 万人，较上一年底增长了 12.6%，是用户增幅较为明显的网络应用之一，因此使用率也由 2010 年的 61.9% 增长至 62.5%。2011 年是我国互联网视频行业发展较为迅猛的一年，由于各大网站加强了在版权内容资源上的投入，同时推出大量自制内容，极大地丰富了网站视频内容，无论在资源的全面性还是时效性上都有极大的提升，因此吸引许多用户上网收看视频。值得注意的是，这一趋势正在逐渐影响到用户的视频收看习惯，未来互联网将和电视终端一样，成为居民重要的视频接收渠道。

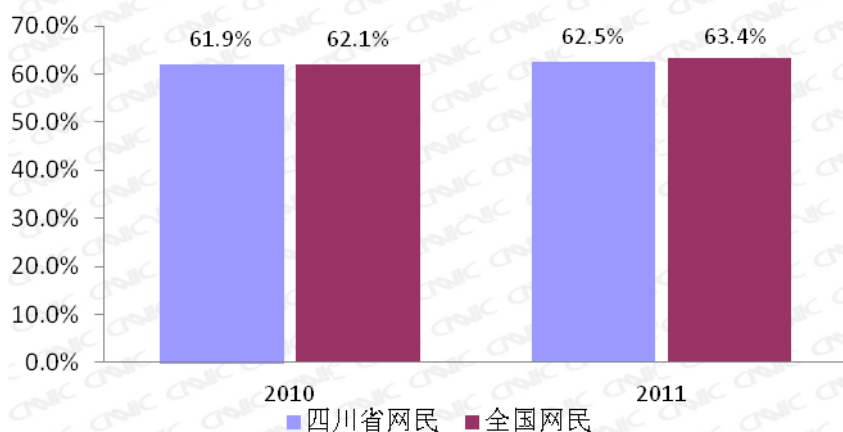


图 30 2010.12-2011.12 四川省网民网络视频应用状况

(3) 网络音乐

网络音乐是近年来使用率不断下降的娱乐类网络应用之一，四川省在 2011 年使用率也保持这一趋势，由上一年底的 81.8% 下降至 78.3%，用户规模 1745 万。

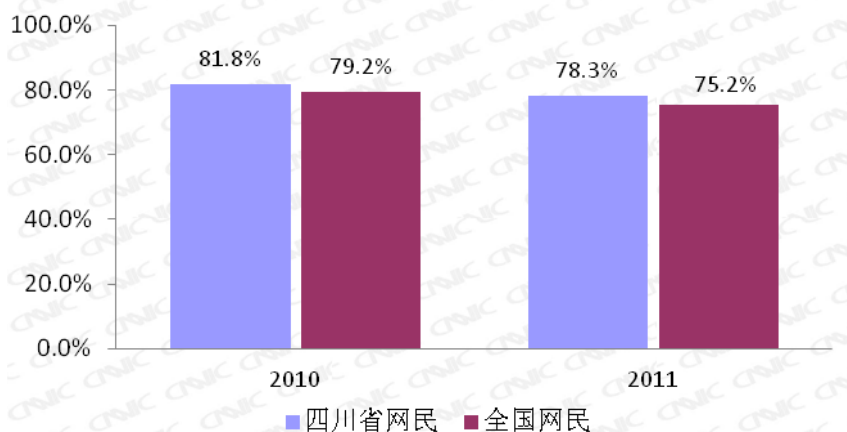


图 31 2010.12-2011.12 四川省网民网络音乐应用状况

4. 商务交易类网络应用

(1) 网络购物

截至 2011 年 12 月底，四川省网民中网络购物的使用率为 33.8%，较上一年略有下降，由于网购用户规模增速在 2011 年出现放缓，仅为 7.0%，不及整体网民增速，所以使用率出现下降。近年来，网络购物服务的深化带动了更多的网民通过网购实现日常消费，同时购物网站的频繁促销激发了网民新的购买需求，推动网络购物用户规模稳健增

长，2011 年我国网络购物用户规模增速达到 20.8%，使用率由 35.1% 上升至 37.8%。相比之下，由于四川省网购用户增速在 2011 年有所放缓，因而与全国整体水平的差距拉大，这种情况与四川省网民年龄结构中青少年比重加大有关，同时四川省本地电子商务配套设施和硬件环境、网民的使用习惯等也有关系。

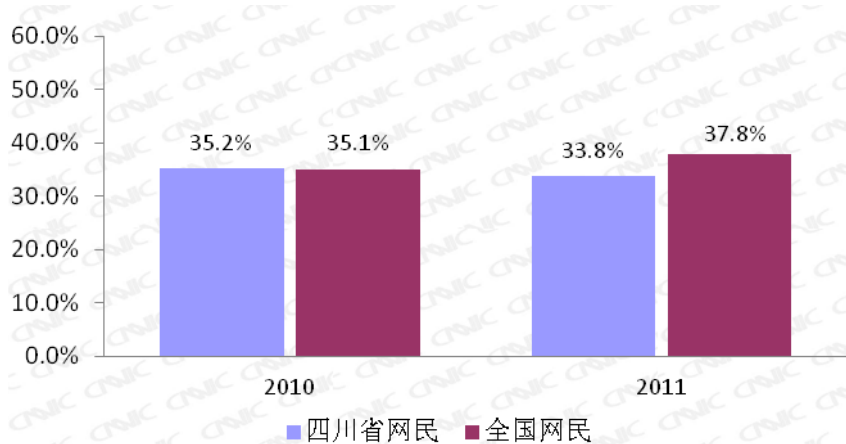


图 32 2010.12-2011.12 四川省网民网络购物应用状况

(2) 旅行预订

截至 2011 年 12 月，四川省旅行预订用户规模为 162 万，与上一年相比增长了 7.8%，使用率为 7.3%，与 2010 年相比基本保持稳定。与其他商务类应用相比，我国旅行预订用户相对高端，因而应用渗透水平比较低。目前我国网民的休闲旅游需求正在高速增长，这一需求将在未来持续释放，而四川省相关部门和企业可抓住这一机遇，利用省内丰富的旅游资源，从而提高本地用户对旅行预订的接受度。

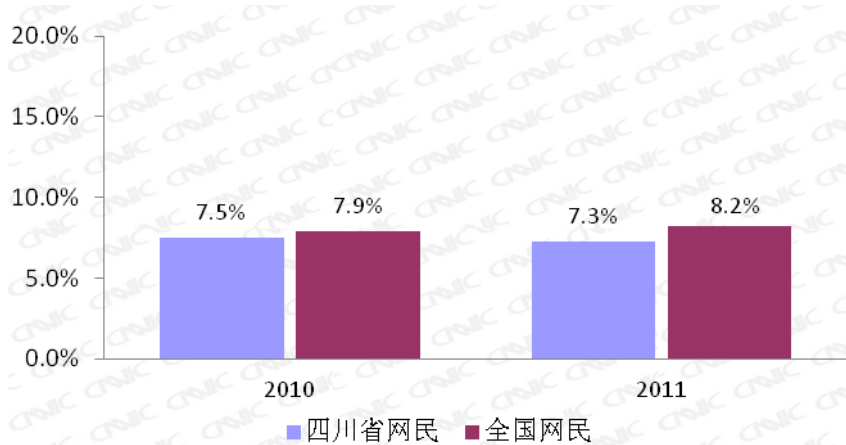


图 33 2010.12-2011.12 四川省网民旅行预订应用状况

（3）网上支付

截至 2011 年 12 月底，四川省网上支付用户规模为 655 万，比上年底增长了 5.1%，与网上购物一样，由于用户增速不及网民整体增速，因而网上支付使用率出现下降，由上年底的 31.2% 下降至 29.4%。网上支付与网络购物相关性较大，在网购使用率有限的情况下，网上支付的增长也较为乏力，不及全国网民网上支付应用的整体增长速度。

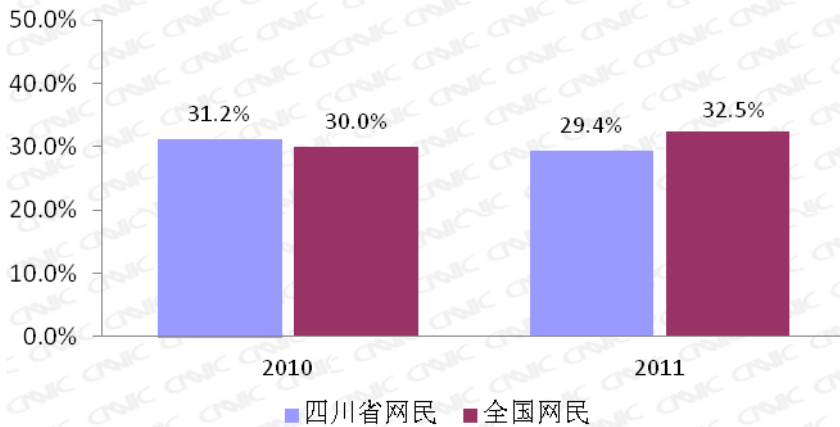


图 34 2010.12-2011.12 四川省网民网上支付应用状况

（4）团购

团购行业是 2011 年互联网备受关注的细分领域之一，呈现出先冷后热的发展局面，虽然目前行业整体市场转冷，用户增速放缓，但全年增速仍然迅猛。截至 2011 年 12 月，四川省团购用户规模为 212 万，而在上年底团购行业刚开始兴起之时这一服务的应用人数仅为 80 万，一年内增速达到 165.1%。与全国总体水平进行比较，四川省团购用户比例仍然偏低，这与其他电子商务类应用相似。

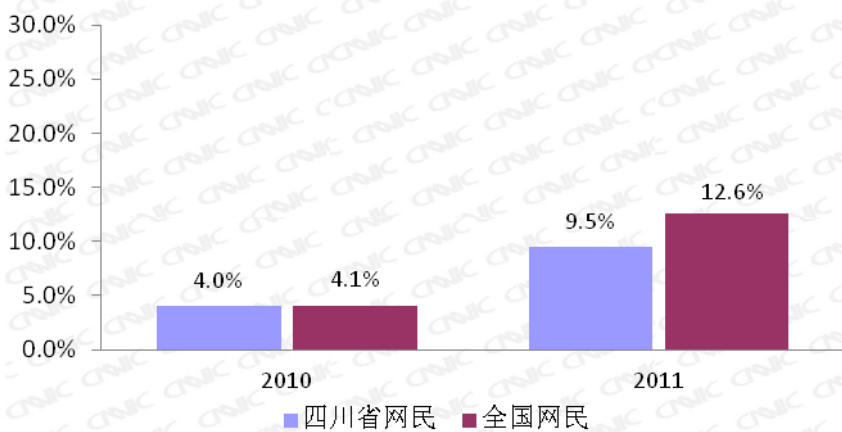


图 35 2010.12-2011.12 四川省网民团购应用状况

5. 交流沟通类网络应用

(1) 即时通信

即时通信是 2011 年发展较为迅速的互联网细分领域之一，这得益于移动互联网即时通信的快速发展。四川省 2011 年即时通信用户规模达到 1842 万，较上一年增长了 13.4%，使用率达到 82.6%，较上一年增长了 1.3 个百分点，成为使用率最高的互联网应用。

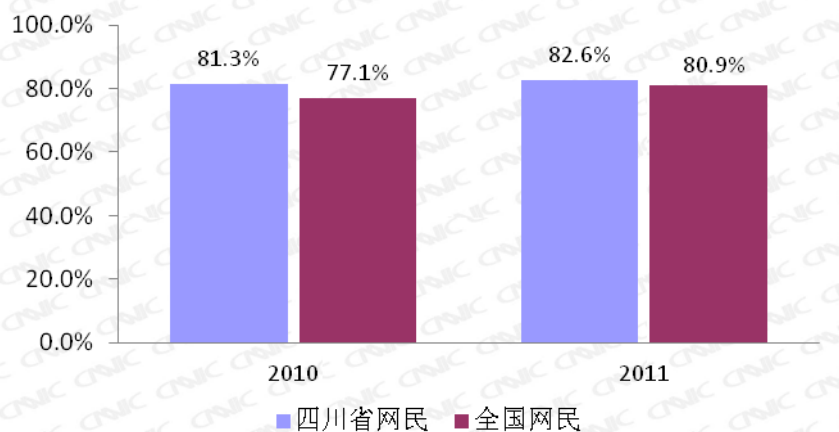


图 36 2010.12-2011.12 年四川省网民即时通信应用状况

(2) 博客和个人空间

四川省网民的博客和个人空间使用率一直高于全国整体水平，2011 年这一差距有所扩大，截至该年底，四川省网民博客和个人空间用户为 1472 万，使用率达到 66.0%，高于全国 62.1% 的水平。然而，随着互联网社交化趋势的深入，对于普通网民来说，在微博和 SNS 等新兴应用的影响下，用户越来越习惯于快速、简单、互动性和社交性强的信息互动方式，因而博客的增速与往年相比开始放缓，四川省网民博客和个人空间的使用率也出现下降，由上年底的 67.4% 下降至 66.0%。

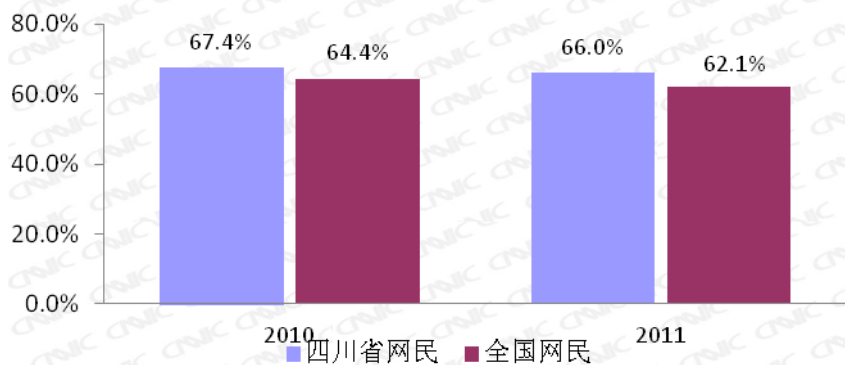


图 37 2010.12-2011.12 年四川省网民博客/个人空间应用状况

(3) 社交网站

截至 2011 年 12 月，四川省社交网站使用率为 48.4%，用户规模为 1080 万，与 2010 年的 1027 万基本持平，显示出四川省社交网站用户发展状况依然处于停滞状态，这与全国社交网站发展态势基本一致。2011 年我国社交网站进入了调整期，在网站功能和未来发展战略上不断进行创新，希望能够重新激发用户的使用兴趣，然而从目前看这一过程有诸多阻碍，尤其是面对来自其他新兴社交类应用的激烈竞争，因而 2011 年社交网站用户增长依然较为乏力。

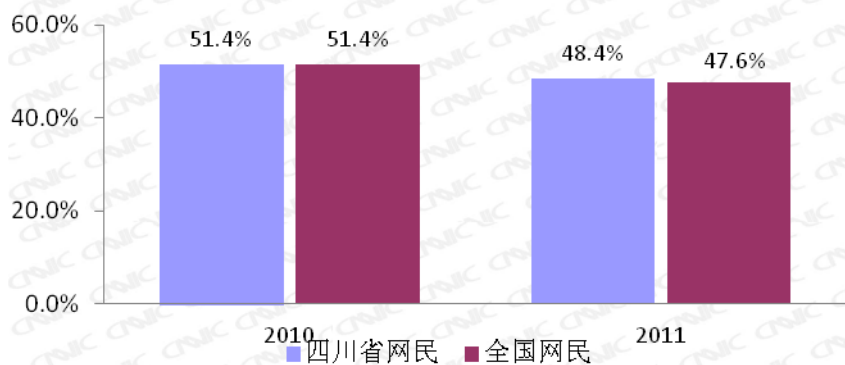


图 38 2010.12-2011.12 年四川省网民社交网站应用状况

(4) 微博客

微博成为 2011 年中国互联网业界的明星级应用，用户增长速度居所有网络应用的首位。四川省微博用户增长也十分迅速，截至 2011 年 12 月，四川省使用微博的网民数量达到 1124 万，相比 2010 年的 280 万增长了超过三倍，目前在四川省网民中的使用率

达到 50.4%，一年内发展成为超过半数网民使用的重要互联网应用。相比全国，四川省网民对微博客的使用率更高，与博客类应用使用率高于全国的情况类似，显示出四川省网民在网络上展示和表达言论的积极性更高，而微博目前已经成为中国最为活跃的互联网信息传播与言论表达平台，是中国社会公共舆论的中心。

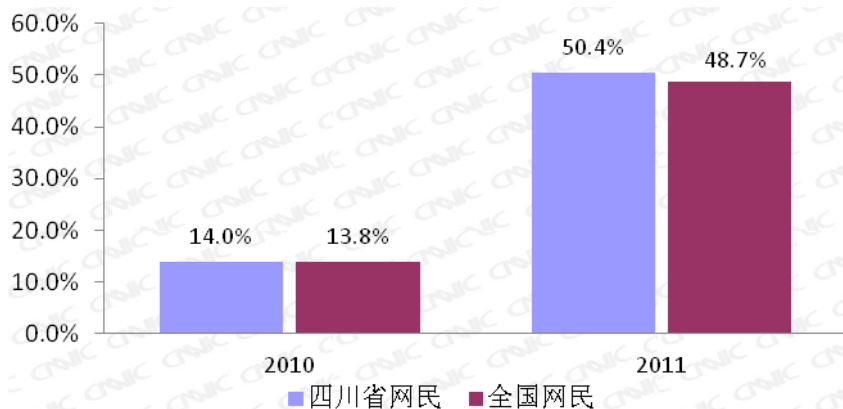


图 39 2010.12-2011.12 年四川省网民微博客应用状况

八. 四川省互联网网络安全状况

1. 互联网流量监测分析

2011 年,通过四川省互联网应急中心对四川省互联网业务流量的抽样统计发现,在 TCP 协议中,占用带宽最多的网络应用主要是 Web 浏览、视频点播、网络游戏和及时通信等应用。

2011 年,流出四川省 TCP 协议流量按端口流量占 TCP 总流量比例居前十位的端口分布情况如图。

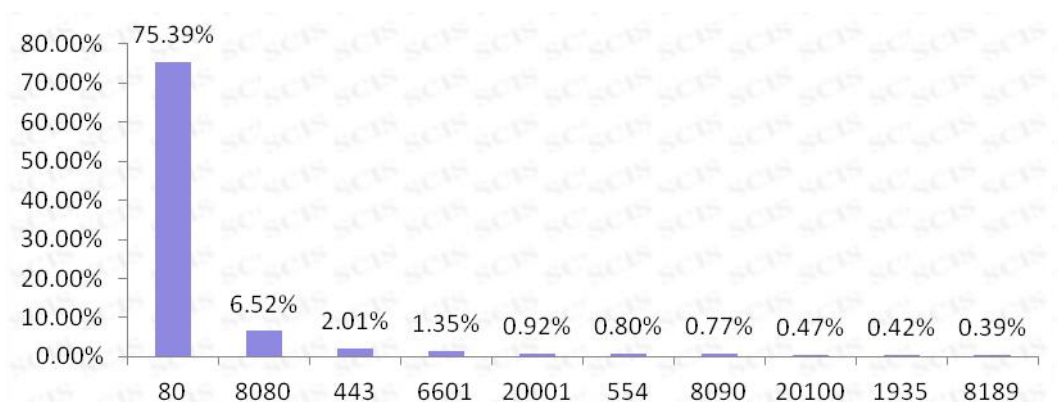


图 40 流出四川省 TCP 端口流量比例 TOP10 排行

“数据来源：四川省互联网应急中心”

表 4 流出四川省流量 TCP 端口流量比例 TOP10 排行

TCP 源端口	排名	占 TCP 总流量百分比
80	1	75.39%
8080	2	6.52%
443	3	2.01%
6601	4	1.35%
20001	5	0.92%
554	6	0.80%
8090	7	0.77%
20100	8	0.47%
1935	9	0.42%
8189	10	0.39%

“数据来源：四川省互联网应急中心”

2011 年，流入四川省 TCP 协议流量按端口流量占 TCP 总流量比例居前十位的端口分布情况如图。

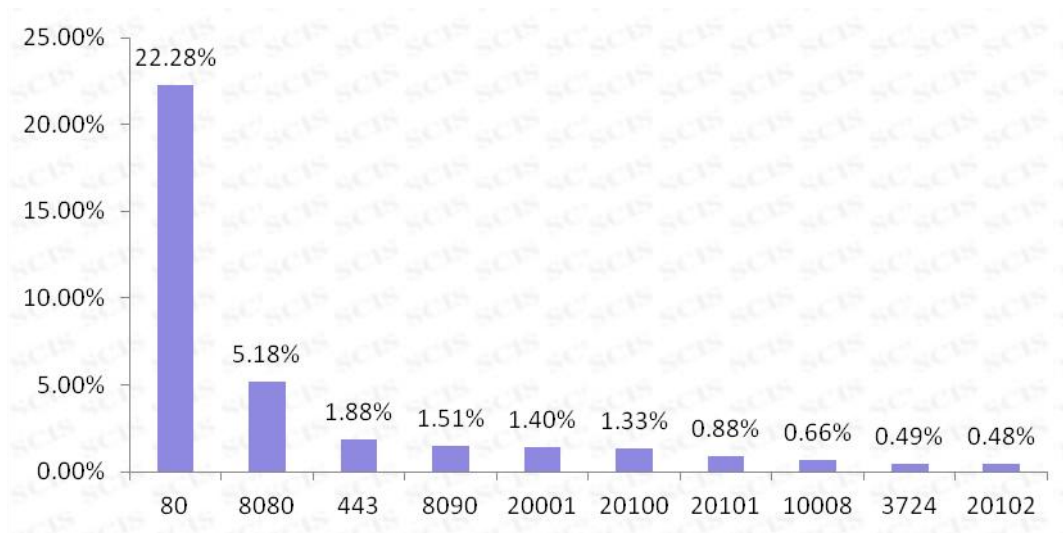


图 41 流入四川省 TCP 端口流量比例 TOP10 排行

“数据来源：四川省互联网应急中心”

表 5 流入四川省流量 TCP 端口流量比例 TOP10 排行

TCP 源端口	排名	占 TCP 总流量百分比
80	1	22.28%
8080	2	5.18%
443	3	1.88%
8090	4	1.51%
20001	5	1.40%
20100	6	1.33%
20101	7	0.88%
10008	8	0.66%
3724	9	0.49%
20102	10	0.48%

“数据来源：四川省互联网应急中心”

而在 UDP 协议中, 占用带宽最多的网络应用主要是各类即时通讯业务和 P2P 下载。

2011 年, 流出四川省 UDP 协议流量按端口流量占 UDP 总流量比例居前十位的端口分布情况如图:

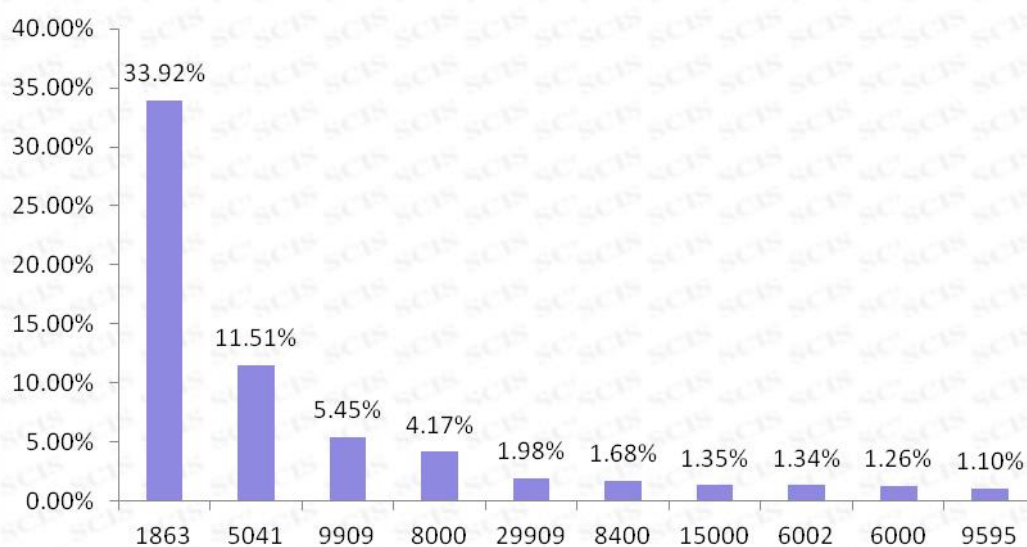


图 42 流出四川省 UDP 端口流量比例 TOP10 排行

“数据来源：四川省互联网应急中心”

表 6 UDP 端口流量比例 TOP10 排行

UDP 端口	排名	占 UDP 总流量百分比
1863	1	33.92%
5041	2	11.51%
9909	3	5.45%
8000	4	4.17%
29909	5	1.98%
8400	6	1.68%
15000	7	1.35%
6002	8	1.34%
6000	9	1.26%
9595	10	1.10%

“数据来源：四川省互联网应急中心”

2011 年，流入四川省 UDP 协议流量按端口流量占 UDP 总流量比例居前十位的端口分布情况如图。

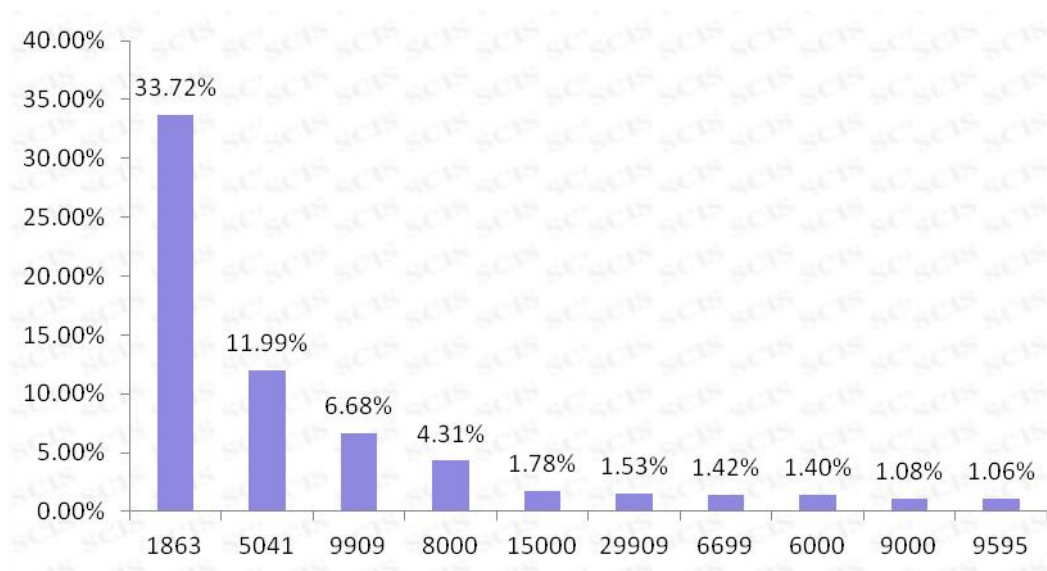


图 43 流入四川省 UDP 端口流量比例 TOP10 排行

“数据来源：四川省互联网应急中心”

表 7 UDP 端口流量比例 TOP10 排行

UDP 端口	排名	占 UDP 总流量百分比
1863	1	33.92%
5041	2	11.51%
9909	3	5.45%
8000	4	4.17%
29909	5	1.98%
8400	6	1.68%
15000	7	1.35%
6002	8	1.34%
6000	9	1.26%
9595	10	1.10%

“数据来源：四川省互联网应急中心”

2. 木马和僵尸网络监测情况分析

根据四川省互联网应急中心抽样监测结果显示，2011 年四川省范围内去重后有 10443 个 IP 地址对应的主机被作为木马和僵尸网络控制服务器，较 2010 年增涨了 19.34%，占四川省活跃 IP 数比例为 0.11%，月度统计情况如图所示。

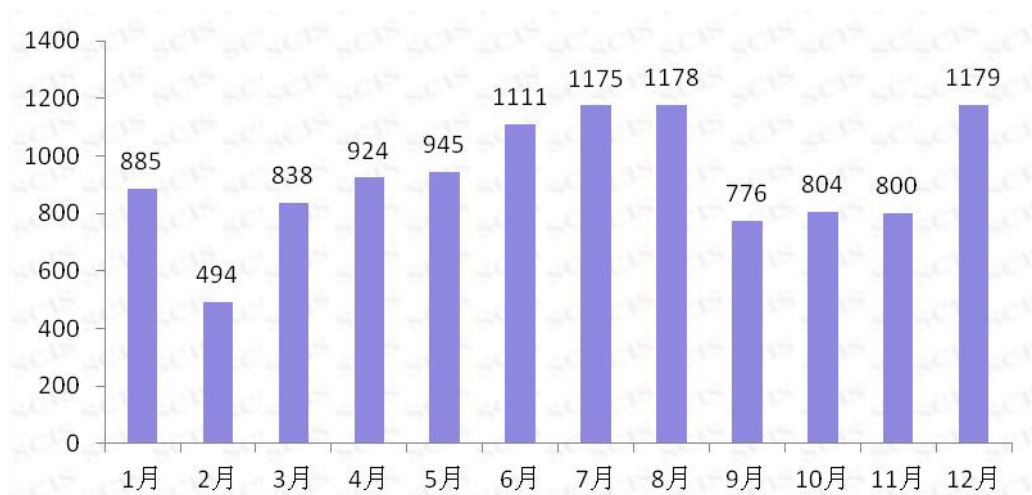


图 44 2011 年四川省木马控制服务器 IP 数量月度统计

“数据来源：四川省互联网应急中心”

根据四川省互联网应急中心抽样监测结果显示，2011 年四川省范围内去重后有 277281 个 IP 地址对应的主机被木马和僵尸网络程序控制，较 2010 年增涨了 97.12%，占四川省活跃 IP 数比例为 2.92%，月度统计情况如图所示。

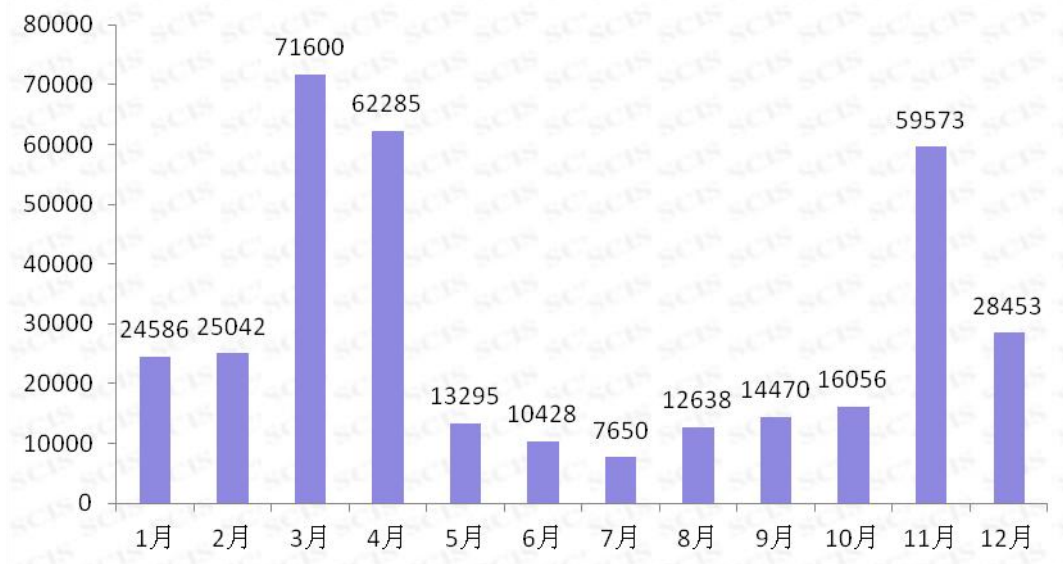


图 45 2011 年四川省木马受控主机 IP 数量月度统计

“数据来源：四川省互联网应急中心”

3. 被篡改网站监测分析

根据四川省互联网应急中心监测结果显示，2011 年四川省范围内被篡改网站数量为 597 个，较 2010 年减少了 56.53%，被篡改网页数量月度统计情况如图所示。



图 46 2011 年四川省被篡改网站数量月度统计

“数据来源：四川省互联网应急中心”

4. 四川省网民安全状况

(1) 四川省整体网民安全状况

CNNIC 调查结果显示, 2011 年下半年四川省有 25.7% 的网民上网的手机或者电脑中过病毒或者木马。

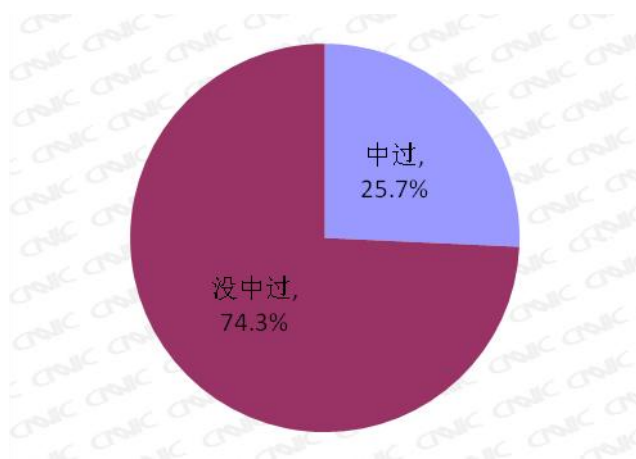


图 47 四川省网民中病毒木马状况

为了了解四川省网民具体安全状况, 腾讯公司 QQ 电脑管家和 QQ 手机管家提供数据支持, 对于当地网民电脑和手机遭受的安全事件类型做出更深入的分析。

(2) 四川省网民电脑安全状况

腾讯公司 QQ 电脑管家查杀木马类型监测结果显示, 四川省网民安全事件主要以虚假购物类和挂马网站类为主, 比例分别为 47.4% 和 39.2%, 具体如下表所示。

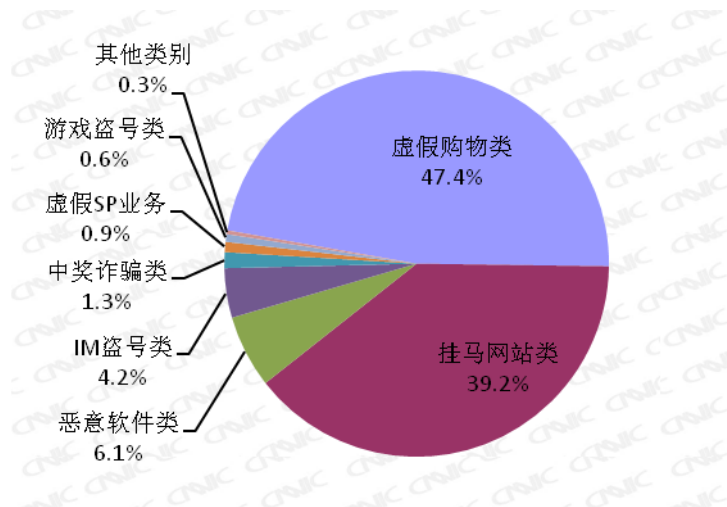


图 48 四川省网民遭恶意网页类型

*数据来源: QQ 电脑管家统计

(3) 四川省网民手机安全状况

2011 年腾讯 QQ 手机管家检测四川省用户遭遇过手机恶意软件情况如下图所示，其中以资费消耗和流氓行为最为常见，占比分别为 24.6% 和 23.6%，其次恶意扣费和隐私获取占比也较多，比例达到 16.0% 和 10.2%。（注：大部分恶意软件同时存在多种危害行为，这里以总体用户遭遇的恶意软件的次数与包含的多种危害行为进行统计）

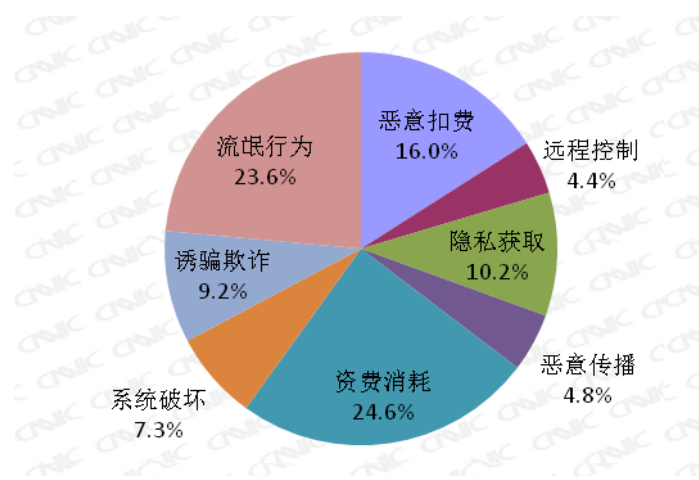


图 49 四川省网民手机遭遇恶意软件危害行为分类比例

*数据来源：QQ 手机管家统计

腾讯 QQ 手机管家的对四川省用户举报上传的骚扰短信内容进行统计分析，骚扰短信主要分为广告短信和非法内容短信（诈骗、代开发票、股票推荐等灰短信），其中公司或者商家的广告短信比例最大，占到垃圾短信的 69.6%。

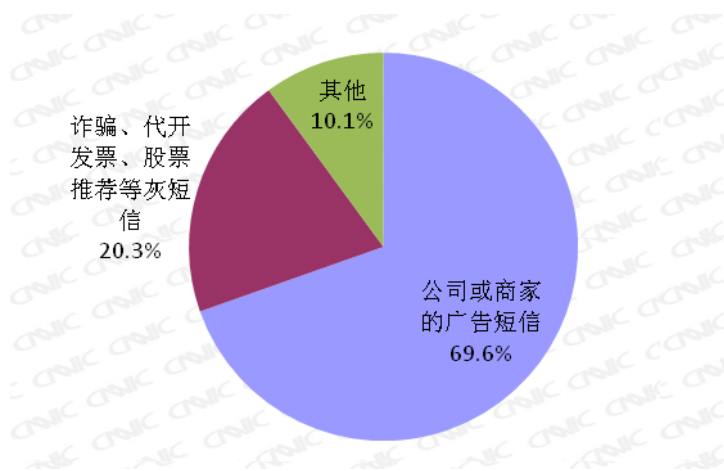


图 50 四川省手机骚扰短信类型

*数据来源：QQ 手机管家统计

5. 四川省网络不良与垃圾信息举报受理情况

2011 年，12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心（以下简称 12321 四川举报中心）共受理举报不良与垃圾信息举报 3549 起（平均每月 296 起），其中举报四川省不良与垃圾信息举报 1160 起；举报其他各省不良与垃圾信息举报 2389 起，已即时移送中国互联网协会 12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心。

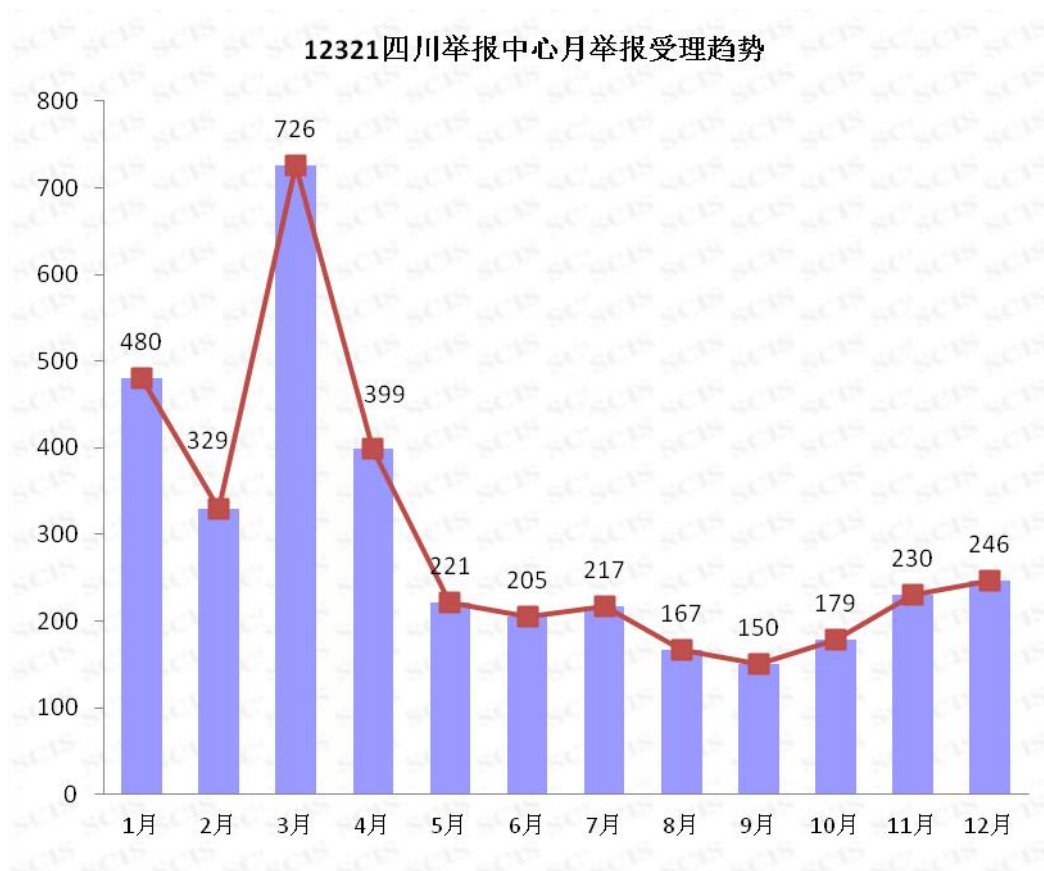


图 51 12321 四川举报中心举报受理趋势

（1）根据举报信息传播方式分类

2011 年共受理举报互联网不良与垃圾信息举报 258 起，占举报总量的 7%；受理举报移动电话网不良与垃圾信息举报 2034 起，占举报总量的 58%；受理举报固定电话网不良与垃圾信息举报 1257 起，占举报总量的 35%。

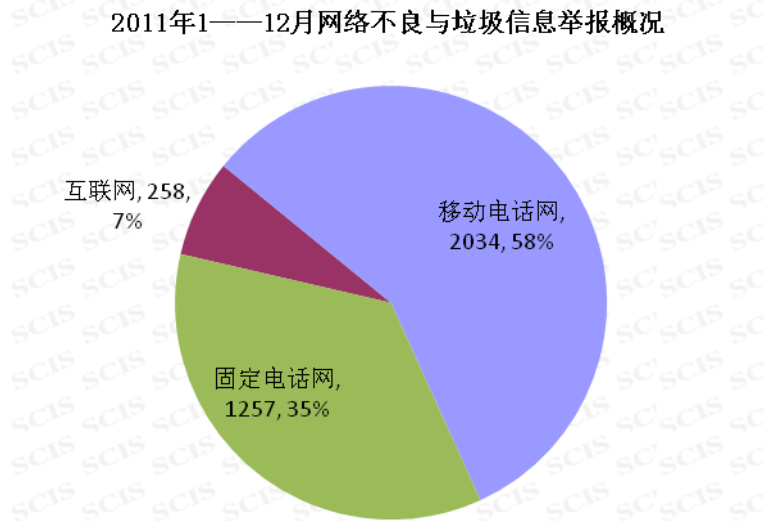


图 52 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息传播方式概况

(2) 根据举报信息内容分类

2011 年受理举报淫秽色情 185 起，占举报总量的 5.2%；商业广告 1156 起，占举报总量的 32.6%；虚假中奖信息 595 起，占举报总量的 16.7%；代开票代办证 373 起，占举报总量的 10.5%；低俗骚扰信息 325 起，占举报总量的 9.2%；诽谤欺诈 915 起，占举报总量的 25.8%。

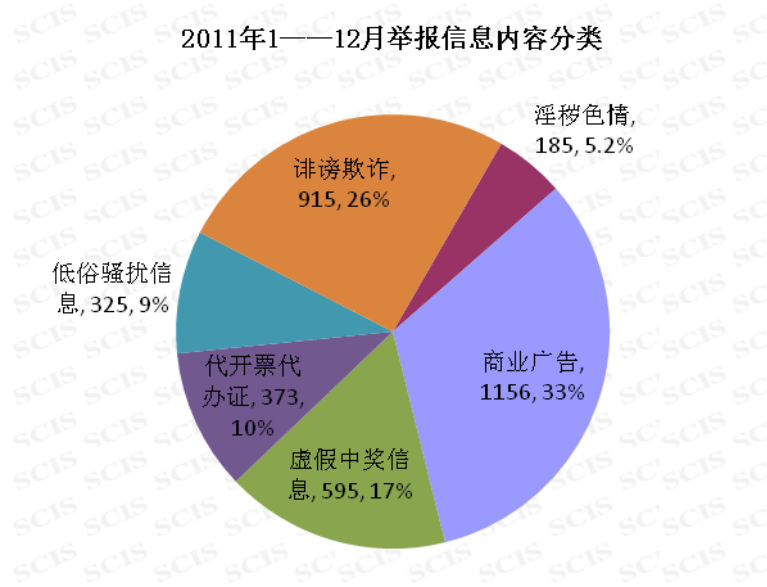


图 53 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息内容概况

（3） 举报信息归属企业及处理情况

2011 年受理举报四川省的不良与垃圾信息中，归属四川电信的 277 起，占本省举报量的 23.9%；归属四川移动的 470 起，占本省举报量的 40.5%；归属四川联通的 413 起，占本省举报量的 35.6%。

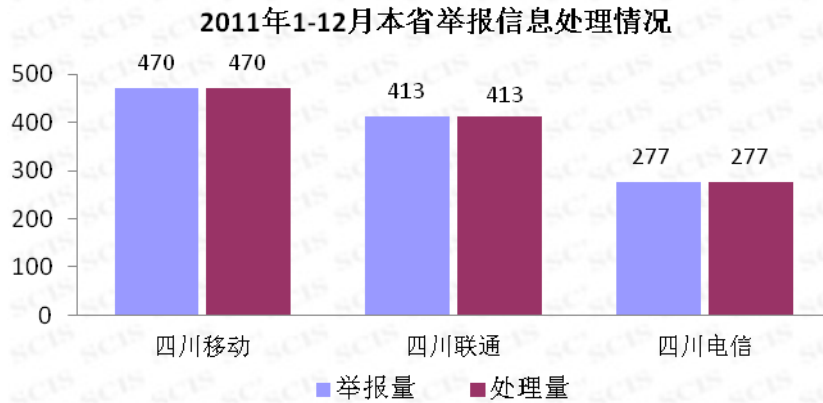


图 54 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息归属企业及处理情况

（4） 举报信息地域分布

2011 年受理举报四川省的不良与垃圾信息中，成都市占 50.6%，举报量排名第一，绵阳、攀枝花、南充次之，分别占 6.3%、4.7%、4.5%，全省 21 个市州详细排名如下：

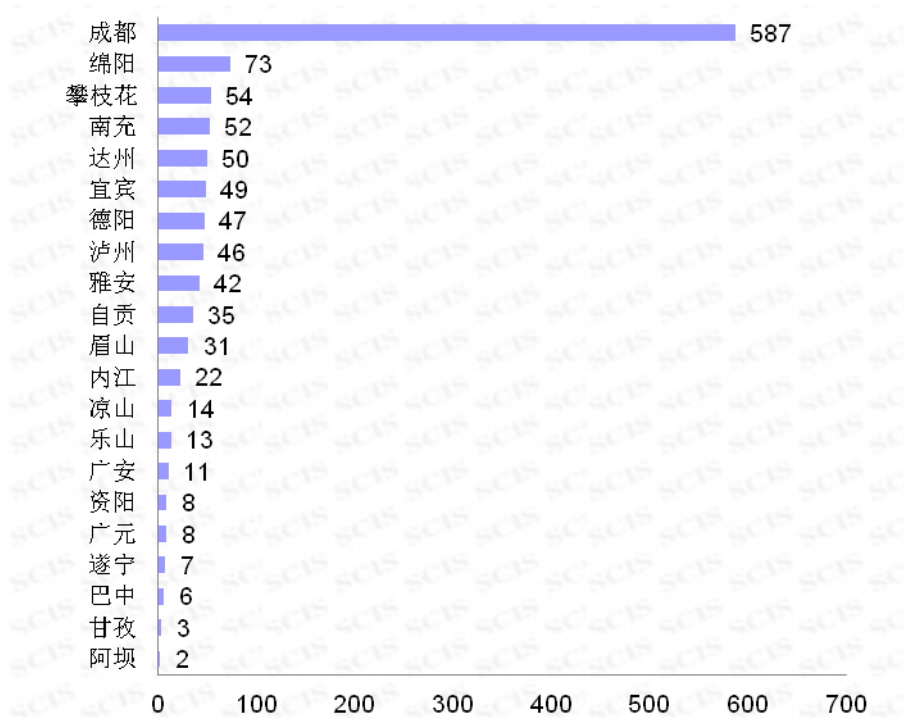


图 55 2011 年四川网络不良信息与垃圾信息地域分布概况

九. 四川互联网站关注度排行

1. 接入和备案均在四川省的网站点击率排行

表 8 我省接入我省备案网站排行

排名	域名	网站名
1	169ol.com	169 在线
2	scol.com.cn	四川在线
3	scCNT.gov.cn	省文化厅
4	12530.com	中国移动音乐门户
5	newssc.org	四川新闻网
6	cdqss.com	成都全搜索
7	028town.com	第四城
8	jisu.com.cn	四川省极速数字娱乐产业有限公司
9	8844028.com	巴适游戏
10	tfol.com	天府热线;天虎网
11	feiche.cn	飞车下载
12	scpta.gov.cn	四川人事考试网
13	dmato.com	马头桌面
14	hx168.com.cn	华西证券网络财经
15	wxcd.net.cn	无线成都
16	che98.com.cn	四川汽车生活网
17	scpta.gov.cn	四川人事考试网欢迎您!
18	dmato.com	蜂巢组合上网导航
19	hx168.com.cn	华西证券
20	wxcd.net.cn	无线成都门户站
21	che98.com.cn	四川汽车生活网
22	e21cn.com	考生之家
23	52ch.net	吃喝玩乐网
24	chengdu.cn	成都公众信息网
25	wbhome.net	网吧家园网
26	sctv.com	神韵在线
27	sc.gov.cn	中国四川
28	xinchao.com	新潮生活网
29	ybv.com	宜宾房产网
30	3721game.com	爱特生信息技术有限

2. 新闻类网站排行

表 9 我省接入新闻类网站排行

序号	域名	中文名称
1	qq.com	腾讯网
2	sina.com	新浪网
3	sina.com.cn	新浪网
4	163.com	网易
5	ifeng.com	凤凰网
6	scol.com.cn	四川在线
7	netease.com	网易 netease
8	qidian.com	起点中文
9	joy.cn	激动网
10	newssc.org	四川新闻网

表 10 我省接入我省备案新闻类网站排行

序号	域名	中文名称
1	scol.com.cn	四川在线
2	newssc.org	四川新闻网
3	cdqss.com	成都全搜索
4	8844028.com	巴适游戏
5	che98.com.cn	四川汽车生活网
6	chengdu.cn	成都公众信息网
7	sctv.com	神韵在线
8	leshan.cn	乐山新闻网
9	snxw.com	遂宁日报网
10	chinawestnews.net	中国西部网

3. 论坛类网站排行

表 11 我省接入论坛类网站排行

序号	域名	中文名称
1	qq.com	腾讯网
2	sina.com	新浪网
3	sina.com.cn	新浪网
4	163.com	网易
5	taobao.com	淘宝
6	ku6.com	酷溜网
7	ifeng.com	凤凰网
8	netease.com	网易 netease
9	paipai.com	paipai 网
10	newssc.org	四川新闻网

表 12 我省接入我省备案论坛类网站排行

序号	域名	中文名称
1	newssc.org	四川新闻网
2	028town.com	第四城
3	dz169.net	达州信息港
4	zyrb.com.cn	资阳网
5	newssc.net	四川新闻网
6	0831.cn	三江在线
7	0830e.com	住在泸州-泸州房产
8	tg280.com	爱成都
9	028028.net	成都房产
10	scsn.cn	遂宁之窗

十. 四川省互联网企业及门户网站概况

1. 中国电信股份有限公司四川分公司

中国电信四川公司是中国股份电信有限公司在川设立的分公司,是四川主体电信企业和综合信息服务提供主导企业,是目前省内承担普遍电信服务、党政机要通信、国防通信、保密通信、应急通信等任务的最主要通信企业。

高速发展, 规模突破, 最具成长性应用商店

天翼空间作为中国电信应用软件运营基地, 2011 年整体业务发展趋势强劲, 实现了从试商用到快速成长的超常规业务发展, 用户增长率达到 650%, 注册累计用户 4500 万, 成为业界最具成长性的移动互联网应用商店。

2011 年天翼空间坚持以客户为中心理念推动产品体验持续优化, 用户感知持续提升。大力开展国内知名市场合作, 快速推进基地内容调用, 热门应用覆盖率达 95%, 应用更新及时率达 90%, 开发者聚合速度、质量均大幅提升。为我省移动互联网产品的不断丰富、应用的不断优化提供了先决条件。

资源初具规模, 合作渐成体系, 云计算基地品牌逐步形成

2011 年底中国电信四川公司在成都高新区所建中国西部信息中心获集团公司、四川省政府“中国西部云计算中心”授牌, 成为成都市政府、高新区政府招商引资、对外合作的样板和名片, 并成为中国电信集团公司三大云计算试点基地之一。

目前已建城了近 3000 台云主机, 2000T 的云存储容量的基础资源, 成为西部最大的云计算资源池。依托中国电信西部信息中心的资源, 将在西部率先推云主机、云加速、云安全、云搜索、政务云、物流云、教育云等不同层面的产品和解决方案。公司还与政府合作搭建云计算创新应用孵化平台, 聚合过百家小微开发群体和近千的开发个人, 带动川内云计算产业链的发展。通过政府牵引、市场运作、开放合作等工作, 产业布局初见成效, 合作初具规模。建立了云计算高校联合实验室, 打通产学研产业链条, 策划并成立成都市云计算产业联盟, 任联盟副理事长单位, 并与思科、华为、DELL、世纪互联、金致网络等国内外知名企业形成实质性合作。

中国电信四川公司将利用强大的基础资源能力和产业链的整合能力, 在自身抢位发展的同时, 为四川互联网行业和企业云计算时代提供强大云计算资源支撑, 提供可靠的云计算

业务承载平台，提供优质的云计算产品服务。

合作共赢，务实推进，三网融合稳步发展

2011 年中国电信四川公司坚持合作共赢原则务实推进四川三网融合工作，在与产业链各合作伙伴共同推动下，三网融合业务已于 2011 年 8 月起在绵阳地区试点发展，成为四川三网融合的重要节点。随着四川三网融合的推进，电信、广电、终端、平台等相关行业的融合也已开始提速，促进了相关产业的做大做强，加快了四川智慧城市建设。

目前成都已成为全国三网融合二批试点城市，中国电信四川公司将以三网融合为切入点，抓住四川文化大发展历史机遇，持续推进四川三网融合发展。

2. 中国移动通信集团四川有限公司

根据国务院和中国移动通信集团的统一部署，中国移动通信集团四川有限公司（以下简称四川移动）于 1999 年 7 月 28 日正式组建。同年，四川移动成功在香港和纽约注册上市，实现了企业运营体制的重大改革，转制后的中国移动通信集团四川有限公司成为中国移动有限公司的全资子公司之一。

作为中国西部最大的移动通信运营商，四川移动承担了中国移动四川省网络发展规划、工程建设、网络维护和经营服务、无线音乐基地建设运营等重任。在产品服务方面，除基本话音业务外，四川移动近年相继推出彩信、彩铃、无线音乐、语音信箱、移动秘书、手机证券、移动梦网等多项增值服务，引领通信消费时尚；“全球通”、“神州行”、“动感地带”三大著名品牌鼎足而立，树立起通信服务业的行业标杆。陆续开通了 139、138、137、136、135、134、150、151、152、158、159、187、147、188 等网号，综合通信能力达到国内同行业先进水平。

历经 12 年磨砺，四川移动以绝对的网络优势、客户规模优势领势西部通信前沿，在巴蜀大地上布起一张覆盖范围广、通信质量高、业务品种丰富、服务水平一流的移动通信网络，用户总数突破 3000 万。截至 2011 年底，省内 21 个市州、所有县以上城市和乡镇实现 GSM 网络的全覆盖；全省高速公路、国家级风景区、热点地区实现连续覆盖；各市州中心城区、县城、部分乡镇实现了第三代移动通信网络 TD-SCDMA 覆盖，呈现出持续稳定发展的良好态势。

特色业务：

一、无线音乐：用户通过无线通信网络，以 SMS、MMS、WAP、IVR、WWW、客户端等接入方式获取以音乐为主题内容的各类相关业务的总称；产品包括彩铃、振铃、歌曲下载、歌曲在线听、无线音乐俱乐部等。具有全国最大的正版音乐内容库；独家首发的最新歌曲。可向客户提供海量音乐内容及全方位的音乐服务，方便用户随时、随地、通过多种方式接入和使用无线音乐业务，提供多维度的音乐使用方式，满足客户的个性化音乐需求。四川移动持续丰富曲库，截止 2011 年底，累计引入版权数量 153 万首，获得免 DRM 授权的歌曲达 46 万首；华语新歌覆盖率保持在 98% 以上；新增图片、MV，力求内容元素多元化；建立了可与个人音乐人直接合作的内容引入机制；全年独家首发了 21 张优质专辑，总销量 1.7 亿次，其中单张专辑最高销量近 2000 万次，单曲最高销量超过 1700 万次；终端适配方面：优化音乐随身听客户端，推出音乐随身听 4.0 版，确保用户可在 30 秒内开始播放音乐，所有业务交互集中在 3 个主要界面，登录用户听歌转换率由 25% 提升至 55%；推出随身听简版，加大了对中低端手机的覆盖；目前随身听客户端支持机型 469 款，覆盖 21% 的终端用户。

二、中国移动 12580 综合信息服务在传统的号码查询基础上，以“一按我帮你（12580）”为服务传播口号，开发和提供了就业、出行、房产等信息查询及订电影票、订餐、优惠券等一系列便民、惠民服务。通过语音、短信、彩信、WAP 多种接入方式为前向客户提供具有移动特色的一站式综合信息服务；同时，利用多元化的商业模式，将前、后向客户需求进行整合，成为用户与商户间信息交互的桥梁。包括有生活播报、出行我帮您、订餐我帮您、彩信折扣券、交通违章查询等多项基于手机互联网信息服务措施，2011 年业务使用用户超过 400 万人。

三、手机报是中国移动联合新华社、人民日报、中央电视台和各省级主流媒体，以彩信为主要载体，涵盖彩信、短信、手机网站等多种方式，提供各类时政、财经、体育新闻等。截止 2011 年底，四川移动手机报用户突破 500 万户，使手机成为传统媒体之外的第五媒体。

四、手机阅读是中国移动联合国内主要出版机构和互联网电子书发行企业，以手机客户端为主要载体，通过手机网站、手机客户端、彩信等多种方式，提供各种小说、杂志等。用户通过手机互联网可方便阅读或下载电子书。目前业务使用用户已经突破 70 万人。

五、手机视频是中国移动联合中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台等广播电视机构，通过手机客户端提供的流媒体服务。用户可以通过手机随时随地进行影视、MV、

娱乐、体育等丰富的视频内容点播和下载、观看电视直播，直播内容回放，及向好友推荐节目和发表观感，目前四川移动手机视频客户已突破 70 万户。

六、手机游戏是中国移动在移动互联网时代努力推动手机多样化用途的重要举措，通过手机网站、手机客户端等方式进行在线娱乐，具体包括单机游戏、联网游戏等多种方式。目前业务使用用户突破 100 万人。

此外，四川移动还开发推出了飞信、手机动漫、手机证券等各种各样的移动互联网产品用于满足用户需要。在业务发展的同时，四川移动也在持续实施手机淫秽色情信息专项治理，保障移动互联网业务可控健康运营，秉承中国移动通信集团公司“创无限通信世界，做信息社会栋梁”的企业使命，四川移动植根于巴蜀这片热土，始终践行“创优质服务，向世界一流通信企业迈进”的奋斗目标，锻造卓越品质，积极推进信息化高地的建设，助力四川经济聚日腾飞。以优秀企业公民的赤诚责任心，为构建社会主义和谐社会添砖加瓦。内强素质，外塑品牌，全面提升领先优势，打造民族自主创新科技，为建设数字化强省及和谐四川做出贡献。

3. 四川新闻网

四川新闻网成立于 1999 年 1 月，是国务院新闻办确定的中国六大地方重点新闻网站之一，由中共四川省委宣传部主管主办，是四川省省级四大主流媒体之一和全球了解四川的权威窗口，也是全国最早成立、最早拥有网络记者队伍、传统媒体集中上网最多的省级新闻网站，还是互联网对外宣传西部联盟的执行主席单位。网站共有 57 个频道和 9 个系列网（四川警察网、四川三农新闻网、中国川剧网、四川政协网、四川警察网等），通过频道和系列网群发布的新闻资讯浏览量居四川省第一。2009 年 9 月，国务院新闻办（中央外宣办）确定四川新闻网为全国首批十家重点新闻网站转企改制试点单位之一。

近年来，网站上下紧紧抓住当前网络媒体快速发展的历史机遇，认真贯彻落实全省网络文化建设和管理工作会议精神，深入研究媒体发展和网络文化建设的特点和规律，科学谋划，扎实推进，有效开展各项工作，在内容建设上取得新成绩，在产业发展上取得新突破，四川新闻网影响力和传播力日益增强，可持续发展能力不断提高，网站的发展思路和模式得到了国务院新闻办的充分肯定。2010 年 11 月，荣获 2009-2010 中国品牌媒体“新闻网站 10 强”，经营能力和全国综合影响力跻身中国地方重点新闻网站第一梯队。在 2011 年第二十一届中国

国新闻奖评选中，四川新闻网报送的《“5.12”两年记一穿越重建之路》大型专题荣获中国新闻奖二等奖，改写了建网 12 年来一直未获此项殊荣的历史。

2011 年，截止 12 月 31 日，共刊发文字、图片、音视频作品 80 多万篇（幅、条，包括贴文），其中原创 2 万多篇（幅、条，不包括贴文）；上传网络视频新闻 9790 余条，举办“嘉宾访谈”节目 20 余期，四川手机报出版 600 余版，浏览量、点击率、首发率、转载率等各项指标均有一定提升。

一是策划大量网络专题，深化主题宣传。推出《四川两会专题》、《新春走基层》、《建党 90 周年网上系列专题》、《汶川特大地震三周年》、《纪念辛亥革命 100 周年》、《十七届六中全会》、《省委九届九次全会》等数百个专题，加强网上正面宣传声势，亮点频现。我们制作的“全国网络媒体重返灾区看奇迹”专题被评为此次活动专题类一等奖。同时，在庆祝中国共产党成立九十周年互联网宣传报道中，四川新闻网与人民网、新华网等 21 家网站一道荣获中央对外宣传办公室、国家互联网信息办公室授予的“优秀网站奖”。**二是组织众多网络宣传活动，扩大宣传声势。**紧紧抓住灾后恢复重建这一舆论热点，紧紧围绕汶川特大地震三周年这一时间节点，精心组织策划重大宣传活动，积极宣传灾后重建取得的巨大成就及灾区人民的感恩情怀，充分展示中国发展模式、发展道路的独特优势。网站积极配合省网管办做好了全国网络媒体负责人汶川抗震救灾和恢复重建宣传考察活动、互联网企业负责人汶川地震灾区恢复重建学习考察活动以及“重返灾区看奇迹”采访报道活动等宣传报道工作，在网上掀起了“5.12”汶川特大地震灾后恢复重建成就宣传报道高潮，赢得了社会各界和广大网友的好评。在“‘记录重建奇迹，见证中国力量’全国第四届专家博客笔会”中，四川新闻网荣获最佳组织奖。**三是充分利用互动栏目进行正面宣传，增强宣传实效。**我们组织策划了《麻辣版主走灾区》、《5.12 特大地震三周年 我为汶川植棵树》、《首届全国温馨感人帖文博文大展贴活动》、《感恩之旅》等互动宣传活动；围绕“两会”、“汶川特大地震三周年”、“建党 90 周年”等宣传主题活动组织评论，其中《5.12 特大地震三周年 我为汶川种棵树》，到场人数超千人，帖文点击达 19 万；线上活动参与人数最多的为《纪念汶川地震三周年“四川：从悲壮走向豪迈”手机征文活动》，参与人数高达数十万人，参赛作品 45 万条，仅帖文点击就高达 39 万，创汶川特大地震征文类参与人数、投稿篇次之最，充分彰显了主流媒体的社会责任和引领作用。**四是注重网群建设质量，地方频道和专业频道、专业网站已经成为服务地方中心工作的重要宣传阵地，成为引领行业网上舆情的排头兵。**文明网、中国未

成年人网、三农新闻网、中国川剧网、健康频道等专业性网站和频道位居全国同行前茅。

通过学习国外先进网站的经验，麻辣社区改造升级，注册用户数相比年初的 70 万，大幅增加，突破 100 万关口，达 112 万。麻辣社区每天的访问用户数稳步升到了 12 万左右。发帖量由去年每天 1 万帖左右上升到现在 3 万帖左右。在国内很多大网站都没有自己独立的微博、仍依附于新浪微博的情况下，本网的互动论坛及时开通了最新的微博客功能，实现了 QQ、电脑、手机直接访问论坛，并逐步向移动互联网发展，为进一步做好舆论引导工作打下了坚实基础。

目前，网站上下正紧紧抓住转企改制的重大历史机遇。在省委宣传部、省网管办的坚强领导下，以高度的政治责任心，以我们对网络传媒事业的忠诚与热爱，抓住机遇，扎实工作，力争用三至五年的时间，将网站打造成“西部第一、全国一流、全球知名”的全国重点新闻网站，建成西部第一个网络传媒集团公司，通过文化资本的大集聚，积极吸纳国有资本组建集团控股子公司，并成为西部第一个网络传媒上市公司，不遗余力地实现四川新闻网二次创业的理想与飞跃。

4. 四川在线

四川在线成立于 2000 年，是国务院新闻办批准设立的具有新闻资质的一类新闻网站，由四川日报报业集团和中国电信四川公用信息产业有限责任公司共同发起创办，是四川日报报业集团第一家对外合资的有限责任公司。

2002 年底，四川在线在 Alexa 上的排名提升到 3000 位左右，之后最高排名曾进入全球 500 位以内，从 2003 年起即成为西部地区访问量排名第一的综合性新闻网站，并一直持续保持领先地位至今。

四川在线作为四川日报报业集团的网上形象代表，全权负责报业集团各报（刊）的网络版及数字报的制作、发布及对外信息交换、交流。通过汇聚川报集团旗下所有子媒的内容产品和形式多样的报网融合互动，提供丰富详尽的新闻信息产品。四川在线是广电总局批准的具备网络视听节目许可资质的网络直播服务商，同时首批获得国家新闻出版总署网络出版许可，具备各类网络数字出版业务资质。四川在线作为四川第一网络新闻门户，依托四川日报报业集团强大的新闻原创资源，树立了“权威、即时、全面、准确、客观、专业、原创”的品牌形象，拥有良好的媒体公信力与影响力。四川在线曾两次荣获中国新闻奖二等奖，先后

荣获“中国最具发展潜力的地方新闻网站”、“中国最具影响力新闻网站 10 强”等称号。

2010 年底，四川在线与天府早报、华西手机报合并成立全媒体中心，顺应新媒体发展趋势而进行的改革创新，不仅为四川在线的发展注入了强大的动力，也为四川在线注入了更多优质资产。全媒体中心是一个全新的事业平台，作为全媒体中心战略发展核心的四川在线大胆变革，通过与天府早报、华西手机报在人员、资源、平台、流程各方面的深度融合，根据自身特点建立了全媒体应急反应机制，完成了全媒体中心采编流程的再造。在一系列突发事件和重大策划报道中，充分体现了全时立体传播的功效，在新传播格局下显露出强劲的发展势头。

四川在线目前开设了新闻、资讯、社区、博客、市州等各类频道近 60 个，注册用户 100 多万。随着全媒体整合的加快和内容的改进，四川在线的影响力进一步扩大。2011 年以来，四川在线的流量稳步提升，继续强化了其四川新闻门户网站的领先优势。社区天府论坛在全球中文论坛百强评选委员会组织的“第二届全球最具影响力中文论坛”评选中，获新闻社区组第 9 名，在国新办组织的“全国第四届专家博客笔会”中获最佳组织奖。

四川在线拥有优秀的网站技术开发能力，具备优良的传播效果：

传播效率：网动无限，传播无限——四川在线日均访问量逾 300 万人次，网页浏览量近 1000 万次，各项监测数据均位列西部榜首，是全国网友访问频率最高的地方网站之一。四川在线天府社区的注册会员近 100 万，日均在线人数近 2 万，发帖量逾 1.5 万篇，是“中国最有影响力的地方互动网站”之一。同时与天府早报和华西手机报的传播渠道无缝对接，整合传播效果优势独特而明显。

网民结构：年轻时尚，消费主流——四川在线用户 70%来自我国西南部和东南沿海地区；30%用户来自全国其他地区。受众年龄以 25 至 35 岁为主，占总受众群体的 85%以上，60%以上的用户具有大专及以上学历。

技术优势：开发出众，推广有力——四川在线拥有一支专业的技术团队，在网站设计、开发及推广等方面具备丰富的专业经验，曾为四川省交通厅、成都市公安局、中国消费者协会、四川市州县政府部门等提供过网络技术开发服务。四川在线的卫星直播车不仅在四川业内独树一帜，在西部地区业内也属技术和配置最先进的设备。

目前四川在线与全国最大视频网站优酷网签署了战略合作协议，双方共建四川在线视频官网；与成演集团合作致力于网络票务和演艺服务；实施高校人才技术合作计划，将人才培

养和发掘引向高校，目前已与 3 家高校达成合作框架。四川在线将融聚四川日报报业集团全媒体中心的力量，全力打造中国西部第一大全媒体数字平台、第一大综合信息服务平台、第一大娱乐互动平台；第一大电子商务平台、第一大无线增值服务平台。在全媒体中心优势媒体平台的支持下，四川在线将发挥本地网络多样化、专业化的服务功能，致力于成为“四川新闻网上发布中心”、“四川网上形象代表”、“四川网上广告发布重要站点”和“四川公众服务信息交换重要站点”。

5. 四川省艾普网络有限公司

艾普模式跨省经营已经初步获得成效：2008 年艾普在成立第一家分公司，开始拓展全国市场，开始艾普独有的跨省经营模式。“在成都能够成功，在省外绝不失败”这是艾普的坚定信念！艾普靠着这一信念的支撑，从被质疑到被赞赏，艾普用行动给予这一质疑最好的回答。

截止 2011 年底，艾普在成都、重庆、昆明、武汉、长沙、广州等省市已建覆盖 800 万余户，在线用户达 80 余万户。艾普全集团现有员工 5600 人。2011 年底收入已经突破 5 亿，同时获得了由成都商报社及成都电视台经济频道共同组织评选的“2011 年四川省最佳雇主”、“最具社会责任雇主”两个重量级奖项。

抢占武汉：截止 2011 年底艾普网络武汉分公司已建覆盖资源户 86 万在网用户 8 万 7 千户。公司经营范围包括：网络项目投资、建设，信息产业相关产品研制、开发、销售。宽带 IP 网提供的服务内容：互联网高速接入。

风雨长沙：作为艾普大家庭中最年轻的成员，目前艾普长沙分公司已将业务发展至浏阳河两岸，覆盖约 70 万用户，直接造福近 7 万户长沙百姓。在成立长沙分公司的同时还成立了“四川省艾普网络有限公司工会委员会长沙分会”和“四川省艾普网络有限公司爱心基金委员会长沙分会”，为社会尽应有的责任。

开拓广州：靠优质的服务质量赢得用户信任和支持，截止 2011 年，在广州已经覆盖用户近 10 万户，市场占有率在二级运商中牢牢占据前三名，得到了广州市有关部门的认可与支持。

热血重庆：重庆艾普始终坚持“共同创造，一起分享”的核心理念；坚持艰苦奋斗、勤俭节约的优良传统；坚持敢拼敢闯、无私奉献的革命精神。截止 2011 年底我公司的艾普网

络在重庆已经覆盖用户 55 万户，正在为 7 万多用户提供网络服务，目前正以每月新增 3000 多户的进度快速发展。

腾飞昆明：艾普在昆明已覆盖用户 41 多万户，正在为 5 万多用户提供网络服务。目前正以每月新增 5000 多户的速度快速发展，成为昆明电信之后的第二大宽带运营商，并与昆明电信达成了战略合作关系，即将推出与昆明电信合作的品牌。

稳固成都：成都是艾普集团的“根据地”，2011 年的基本思路是全面改善成都地区的网络质量，提高服务水平，同时保证艾普用户有一定程度的增长。通过提升网络质量，提升用户满意度，统筹兼顾，综合平衡，保留住现有的艾普市场，不断发展发觉更深层次的市场。

2011 年抓改革、促发展是艾普集团的主旋律，回顾过去的一年，我们得出以下经验：

民主集中制的决策体制：2011 年公司进一步实施民主集中制的决策体制，企业战略管理委员作为公司的最高决策机构，负责确定企业年度战略与目标，对各类重大问题进行决策。最大限度确保了公司发展的正确轨道。

能者上的用人机制：“能者居之、能上能下、一视同仁”的用人理念，对优秀人才大胆提拔、任用。公司大力倡导德才兼备、全面发展的用人理念，始终坚持人才的使用和培训、工作和休息、奖优和罚劣、精神和物质等诸多方面的综合平衡，以保障人力资源对企业发展的长久支持。

竞合关系的发展和巩固：在 2010 年与成都电信合作蓉易宽带之后，2011 年是蓉易发展迅速的一年，从刚开始的开通和用户解释上的面临的难题，到现在得到用户的理解和信任，艾普和成都电信做了大量的工作。通过“竞合”，各宽带运营商在相互学习彼此长处、努力提高本企业核心竞争力的同时，避免了重复建设，减少了竞争消耗，提升了服务水准，延伸了产业链，最终为用户带来了更多的实惠。

讲学习、讲奉献、讲贡献的常态化：2011 年以来，艾普集团持续开展全员的思想道德培养及企业社会责任的认识，2011 年 4 月 31 日，四川通信协会，四川互联网协会，在四川互联网特刊上发表了“地震无情，艾普有义”的文章，充分肯定了艾普对一个企业应承担的社会责任认识的水平及艾普员工高尚的思想道德素质。

深化工会工作：大力推进基层工会组织建设。目前集团各兄弟成员单位均已建立了基层工会组织。深入开展“员工之家”的建设活动，使“员工之家”成为员工的读书阵地、文化体育活动中心、献计献策窗口，把广大员工团结到艾普共同事业改革、稳定、发展的旗帜下。

展望 2012 年，艾普的明天更好

2012 年，艾普公司立志成为一个大型的上市集团股份公司，在强化网络质量和维护服务的同时，努力树立差异化应用服务的品牌口碑，肩负起一个企业应有的社会责任，2012 年是艾普的责任年，它不仅包含着一个企业对社会责任的承担，同时也包含着实现千百名艾普员工自身价值的责任。切实做好责任年的工作，力争今年实现集团上市，打造“百年老店”的艾普品牌。

6. 长城宽带网络服务有限公司

科技长城 宽带专家

长城宽带网络服务有限公司是中国推行互联网宽带接入的先驱，公司创立于 2000 年 4 月，由世界 500 强企业中国国际信托投资集团和鹏博士电信传媒集团联合控股。总部设于北京，并在全国 30 多个城市设有分支机构。成都长城宽带网络服务有限公司是长城宽带网络服务有限公司的全资子公司，是长城宽带全国 8 个重点业务城市之一。

长城宽带致力于以新一代以太网技术为基础的宽带网络建设，为用户提供从接入到骨干、从天空到地面的端到端宽带解决方案。作为全国最大的专业驻地网运营商，在城域网建设上，成都长城宽带网络服务有限公司经过多年不懈的努力，已在成都市区内建成了完善的城域网结构，覆盖五城区主要居住地。

随着互联网进入了宽频时代，视音频业务的不断丰富促使宽带接入快速发展，长城宽带与时俱进，逐步发展基于多媒体技术的宽带产品和各种增值服务。

2007 年长城宽带通过第三方合作机构缓存系统做了优酷、奇艺等网站内容缓存，以及部分 HTTP 下载类缓存，为长宽用户提供更好更多的网络视频类应用服务，迈出“以应用服务为网络增值”的第一步；

2009 年，长宽缓存系统引入土豆网全站内容；

2010 年，成都长宽与视频提供商 PPTV 正式展开官方合作。

2010 年，成都长城宽带率先试点“智能终端”接入业务，打造全新“双核”产品，首推双屏双应用，实现电脑网、电视网双网融合，打造家庭整体网络，以丰富的视频应用功能获得了用户的广泛好评。

2011 年成都长城宽带网络服务有限公司凭借着 11 年专业社区宽带运营经验，以自身网

络资源为主，进一步丰富网络视频、互动娱乐等领域的应用产品，将前期优势资源进行品牌包装，成功推出“闪客”、“闪影”、“闪游”、“闪讯”四款产品，同时对网络信息传输速度进行升级，从 1M、2M 提升到 4M，6M 为主，内网带宽放大到 10M，满足了现在网络信息量爆炸式发展的需求。

2012 年，长城宽带网络服务有限公司整合全国网络，实现 33 个城市间的网络互联互通，加大 p2p 供速力度，提高用户资源下载速度，进一步优化视音频类应用服务。同时引进成都未自建的 CDN 缓存项目。如：奇艺、乐视、百度影音、优酷等。

“宽带改变网络、网络改变生活”，长城宽带网络服务有限公司将以更优质的网络、更先进的技术、更人性化的服务，向广大用户展示一个更加全面的“宽带专家”形象，引领用户走向更加美好的网络新生活。

7. 亚洲教育网

亚洲教育网——全球教育云平台

亚洲教育网（www.aedu.cn）是由四川亚教网络科技有限公司建设的国际化教育云平台，面向全球大中小学校提供教育云服务，三网合一，支持手机、电脑、电视访问，拥有各级教育社区、新课标课程系统、素质教育评测系统、视频数字校园、校园一卡通、成绩管理系统、选修课系统、亚教英语、视频家校通等教育产品，以及教学资源库、试题库、数字图书馆等优质教学资源，提供了各地教育网、校园网、班级网、家庭网、亚教博客等教学管理互动平台。亚洲教育网努力为社会构建面向未来的网络终身教育体系，打造全球最大教育云平台和网络教育社区；以共建共享形式整合各级各类教育网站和学校资源，为全球学习者提供云教育服务，填补教育云综合网站空白，为各国基础教育、职业教育和高等教育用户提供服务。为未成年人建设专属的绿色教育网，以教育云服务促进孩子在德、智、体、美方面健康成长。

亚洲教育网将以亚洲为中心建立欧洲、美洲、非洲、澳洲五大教育云，促进东西方文化整合，在国内建成 34 个省级分站，388 个地级分站和 2828 个县级分站，接入大中小学校 10 万所，学生数量 1 亿人。未来十年，亚洲教育网将成为国际化最具影响力的教育云，建成全球最大的教育、培训、社交、公益性综合教育网。

亚洲教育网获得的荣誉

2010 年，亚洲教育网教育社区（教育云平台）被教育部授予“中国教育信息化应用创

新奖”；

2011 年，中国互联网创新年会上，亚洲教育网教育云平台与新浪微博、阿里云、支付宝等企业被工信部、中国互联网协会授予“中国互联网应用创新奖”，成为国内获此殊荣的唯一教育企业；

2012 年，亚洲教育网教育云平台被教育部全国教育科学规划办、中国教育技术协会立项为国家十二五课题，为全国中小学校教育云平台建设与应用提供了网络平台、理论指导和建设方向；

亚洲教育网“中小学素质教育云平台”简介

一、构建“素质教育云平台”的紧迫性：

当代青少年是“数字原住民”，虚拟网络环境与现实社会环境对青少年成长起着同等重要的作用，信息孤岛式的校园网和教育城域网已经不能满足现代教育的需要，以互联网为代表的开放共享云平台是课程改革和素质教育的最佳工具，素质教育云平台对破解 20 年中国教育信息化纵深应用难题是较好解决方案，对构建未成年人绿色网络并具备吸引力和教育功能极具价值。

二、素质教育云平台的必要性

现有的校园网和教育城域网是相对信息孤岛，不利于教育资源共建共享和先进教育理念的传播交流，也不能满足未成年人成长必须的网络环境，不能满足课程改革和素质教育的需要，局域网/城域网必须升级为开放共享的互联网模式，素质教育云平台有助于校园网/城域网的升级完善；虚拟网络环境与现实社会环境对青少年成长起着同等重要的作用，不良网络环境对未成年人身心产生巨大危害，素质教育云平台是构建未成年人专属网络的有效模式，素质教育云平台必须引入现代互联网技术，现代教育必须构建社会、家庭、学校和网络的立体教育模式，只有完整全面的系统教育体系才能有效实现基础教育的教育功能。

三、亚洲教育网为全国中小学校构建的素质教育云平台组成为：

1、基础平台：

班级网平台：含班级手拉手、班级相册、班级动态、新闻、作业、作文、视频课堂、视频家长会、家长委员会等模块。

学校平台：提供本校班级排行、博客推荐、社团活动、优质课件、运动会、艺术节等栏目，可生成校园网站。

个人平台：含教师、家长和学生博客平台、微博平台、交流平台。

2、 教学资源：

视频资源：名校名师优质视频录像，覆盖小初高，可供老师观摩提高，也可供学生预习、复习、自主学习。

教学资源库：含小初高全部知识点的教案、课件、资源，适于教师多媒体教学的丰富素材库。

智能试题库：含小初高各学科 100 多万道试题，可实现 30 秒生成试卷，是教师教学和学生学习的好助手。

3、 教育软件：

亚教通（绿色 QQ）：支持老师、家长和学生即时交流沟通，支持在离线视频教学和视频会议，形成绿色安全的中小学生学习交流群。

花季卫士：支持对不良网络信息的过滤，支持网站白名单和黑名单，支持家长/学生模式，保护未成年人绿色上网，构建安全健康网络环境。

智能成绩分析系统：智能分析单个学生、班级、年级、学校、地区的历次成绩状况，形成多种统计图形和报表，可及时短信通知家长，能评介教学质量并提供改进依据，可供教师、家长、学生使用。

综合素质评介素质：实施素质教育评介的网络软件，提供学生德育综合指标的量化评介，将道德品质、公民素养、学习能力等六大指标分解为 20 个小指标后由自己、小组、教师、家长评定，形成个体综合素质评介表，支持教师快捷评语撰写。

家校沟通系统：支持老师与家长、学校与老师、老师与学生的网络和短信沟通交流，提供视频家长会、家长委员会等功能。

选修课系统：供中小学校开展选修课管理，支持课程设置、网络选课、网络班级、考勤、评分等。

8. 成都百都科技有限公司

成都百都科技有限公司（即百度成都地区客户服务中心）作为全球最大的中文搜索引擎

——百度在成都、自贡、绵阳、宜宾、德阳、乐山、南充地区的唯一授权合作伙伴，全权负责以上区域百度推广业务的营销及客户服务。是西部最大的互联网电子商务第三方服务平台企业。也是四川省电子信息行业中的重点优势企业。

成都百都科技有限公司一直秉承“客户成功，就是我们的成功”的服务理念，致力于为四川各行业用户提供全方位、深层次的互联网推广和基础数据业务服务，帮助客户采用正确的营销策略获得价值。不断通过规模效益将成熟的业务模式拓展市场至全川的各行各业；形成了有资深行业知识及信誉保证的知名品牌。在规模、用户量、服务方式以及对政府的贡献度等方面，被公认为中国西部首席互联网基础服务商。

作为四川省电子商务协会常务理事单位、成都市电子商会副会长单位、四川省软件行业协会副理事长单位、四川省互联网协会副理事长单位、成都市大学生就业基地的成都百都科技有限公司，目前已经网布全川，公司总部办公面积近 4500 平方米，员工近 700 人。

成都百都科技有限公司整合自身现有资源积极联系四川各地政府合作，并在自贡、绵阳、宜宾、德阳、乐山、南充地区与当地合作针对当地各大中小企业电子商务现状，提高企业网络广能力，推动企业电子商务全面发展。在大力推进信息化建设、发展朝阳行业的形势之下，依托百度产品，公司连续多年实现业务高速增长。2012 年更是荣获百度推广颁发的“优秀合作伙伴大奖”。公司在企业发展的同时，也为员工提供了一个广阔的发展平台。未来，公司将继续推动中国民族信息产业的发展、促进知识经济的崛起做出最大的贡献，立志成为国内乃至国际一流的信息化服务商。

一、互联网服务运营经验

作为一家成长中的新型公司，目前成都百都科技有限公司已经发展为西部最大的互联网服务企业，省内有 25000 多家的企业正通过成都百都科技有限公司使用百度搜索推广的业务，广泛涉及机械、电子、医药、培训、装修等多个行业。

成都百都科技有限公司通过与百度公司的精诚合作，成为百度西部众多地区服务中心甚至是百度全国地区服务中心的佼佼者，且连续多次荣获“西部渠道销售冠军”“百度全国优秀客服团队”。目前省内使用百度搜索的客户有 25000 多家，有效客户数 18000 多家，来自省内的百度搜索点击量每天超过 20 万次，以搜索引擎为主的网络推广能够帮助企业找到精准客户，让客户主动找上门，从而把握商机，促进产品销售，实现业绩增长。与此同时，公司加大、加快在网络营销服务上的步伐，为全川网络营销的快速发展做出了应尽的贡献。

二、西部地区规模最大、服务体系最完善的互联网产品服务营销团队

公司目前团队规模达 700 人，由经验丰富的技术团队、专业的客服团队、精锐的营销团队组成。“在发展中壮大，在壮大中完美”，成都百都科技有限公司在互联网产业发展中，不断整合资源、凝聚团队、勇于竞争，尊重人才，专注电子商务、电子政务与 B2B / B2C / C2C 服务的方向，目前已成为西部地区规模最大的，服务体系最完善的互联网营销团队。

三、品牌建设获勋章，多项殊荣引未来

自成立以来，成都百都科技有限公司凭借着卓越的互联网服务运营经验、独具优势的服务产品、完善的互联网产品服务团队赢得了多项荣誉，并连续多年荣获武侯区纳税大户光荣称号。

2008 年 荣获由华西都市报主办的“营销中国，华西领航 华西都市报 2008 年年度传媒盛典”颁发的“年度最佳网络搜索引擎奖”；

2011 年 荣获成都市电子商务企业协会颁发的“2010 年度电子商务优秀服务商奖”

2011 年 荣获四川省电子商务协会颁发的“2010 年度四川电子商务优秀服务商奖”；

2011 年 荣获华西都市报“2010 年度榜样中国·3C 行业领袖品牌奖”

2012 年 被成都市武侯区授予“2012 年度重点优势企业”称号；

……

这一项项荣誉的取得离不开政府和各级部门对公司的支持；离不开客户对我们的肯定；离不开勤能高效的管理团队的付出；离不开公司全体成员的努力拼搏……成都百都科技有限公司将保持迅猛的发展势头，迎接一个又一个的辉煌。

9. 成都康途科技有限公司

全民健康与电子商务完美结合。随着社会进步和人们对身体健康状况的关注，健康产业涉及医药产品、保健用品、营养食品、医疗器械、休闲健身、健康管理、健康咨询等多个与人类健康紧密相关的生产和服务领域。在人们对健康需求与日俱增的前提下，健康产品成为新兴产业中的一支独秀。为了让国人能更加方便和快捷接受健康领域知识普及和购买相应产品，成都康途科技有限公司倚靠庞大投资背景和优秀创业团队上线运作“康途健康商城（www.kangtu.com）”。

康途健康商城。康途的发展如此迅速，借力于强大而稳定的融资，最大资方是哈尔滨

红太阳健康产业集团,该集团注资国内外多家企业,其中包括中国最大线下支付平台拉卡拉、乐淘网等,在新能源方面投资的企业也已准备在境外上市,并且该集团还是巨人集团、迅雷等主流支柱企业的股东成员之一。随着康途运作日趋纯熟,市场价值逐日提升,在未来获得更大资金注入成为发展的必经之路,几年之后亦可 IPO。康途在入驻金牛区时,与金牛区政府签订了重大投资项目认定协议,并在 2012 年初被成都市政府认定为“成都市特别重大投资项目”,康途正以极快速度发展,具备极高的发展空间。

资深管理团队,打造 B2C 营养战舰。康途拥有一支有战斗力、有执行力的原始初创团队,他们都来自于各行各业的精英。总裁兼首席执行官具有多年电子商务运作经验、成功运作多个不同行业电子商城;首席技术官从事技术研发多年,独立操作多个技术开发项目,具备极强的技术能力;首席运营官对网站运营颇有建树,从产品到物流的全盘把控能力极强;首席营销官从事客户联络中心工作和管理 10 余年,独立运营百余个电话服务和销售项目,具备很强的市场嗅觉和团队精细化管理理念。

国民健康人人有责,让网络传递“爱”。康途健康商城成立于 2010 年 10 月 22 日,于 2011 年 1 月 1 日上线运作至今,已有会员用户 10 逾万人,康途秉承“让每个人都拥有健康,让每个人都拥有康途的健康服务”为治企根本,为国人提供最全面的健康产品和服务。康途在发展中,始终坚持“一切都是为了爱”的企业宗旨,将爱真诚地传递给每一位用户,将爱毫无保留的传递给每一位员工,在提供健康产品和服务的同时,向人们传达一种健康的生活理念。

产品全、品质好、价格低。康途健康商城保用户提供国际、国内顶级品质的健康产品 1000 余种,覆盖面广、产品线多,既有功效型产品,也有综合包间类产品;所有产品均为厂家直接提供的原装正品,产品出厂前,均经过严格的质量检验,并且所有产品均有质检证书,康途保证只做正品、只做真品;商城所有产品均由厂家直接供货,最大程度的节约成本,降低用户购买门槛。康途始终坚持用户至上,合理定价,让用户能够享受到全国同类产品最低价。

康途营养师 1VS1。康途始终以关注客户为导向,在购买产品以后,可以获得 1VS1 营养师服务。我们拥有一支由资深医学、营养学专家组成的营养师团队,为每位用户建立私人健康档案,针对用户具体的健康状况进行专业的健康指导,营造“营养师就在您身边”的服务理念,利用各种通路为客户提供随时随地的健康服务。康途第一次提出“私人营养师”理

念，并为此培养出大量营养专家，他们不但可以为康途的会员提供服务，在未来还可以为更多非康途客户提供营养和健康的咨询及服务。即便他们其中有少部分离开了康途，依然在健康产业内做出贡献，可以不夸张的说，康途已经成为营养师培养的摇篮之一。

在健康产品 B2C 电子商城中，康途已经占据龙头地位，资源汇集也呈现多点开花之趋势。在未来，康途健康商城将在营养品运作成功的基础上，推出保健器械、药品等产品，保障用户在各种情况下的需求。我们将协同政府部门更加关注民生，为国人提供更多公益化的内容及服务，为民生发展尽一份企业的绵薄之力。

十一. 结论和建议

总体上看, 2011 年四川省网民增速出现明显放缓, 这与全国网民整体增速放缓相关, 然而从发展阶段上看, 四川省目前网民普及率为 27.7%, 远没有达到全国 38.3% 的平均普及水平, 因而在网民增长上应该有很大空间。

四川省网民规模增速放缓

四川省网民在 2011 年增长了 11.6%, 而同期全国增速达到了 12.2%, 因而导致四川省网民普及程度与全国平均水平进一步拉大。全国网民增速放缓的原因是受到年龄、教育水平、收入水平等种种因素的约束, 目前我国居民中具备上网条件和技能的人已经基本转化为网民, 接下来网民规模增长难度加大。四川省是我国的人口大省, 而且地域广阔, 区域之间的发展差异较大, 受到这一因素的影响更明显, 尤其是部分偏远地区互联网渗透难度较大, 因而导致虽然网民绝对规模庞大、但是普及率偏低的现状。

未来, 四川省互联网发展, 仍要强化偏远地区的接入条件, 随着年轻、高学历人群中网民的饱和, 下一阶段网民规模的增长动力将更多地来自于中老年和低学历群体, 然而这些群体的互联网渗透难度更大, 需要政府和相关机构从网络环境和自身网络使用意识两方面同时发力, 一方面降低互联网接入和使用门槛, 另一方面宣传和普及互联网使用知识, 鼓励高龄人群、低学历人群等新技术的晚期接受者尝试使用互联网工具, 将是下一阶段推动网民规模进一步扩大的重要条件。除了量的增加, 四川省还需要提升现有网民的互联网应用水平, 进而提升互联网产业的经济价值。

网民年龄结构决定四川省网民应用特征

2011 年四川省网民中 19 岁以下年龄用户比例进一步增加, 因而网民互联网应用也呈现出相应的低龄化特征, 其突出表现为: 娱乐类、部分交流沟通应用普遍高于全国整体水平, 包括网络游戏、网络音乐、网络文学以及博客/个人空间、即时通信等, 而电子商务类应用以及电子邮件、搜索引擎、网络新闻等应用则低于全国整体水平, 从这一点看网民的低龄结构一定程度上限制了互联网应用的深入发展, 尤其是电子商务类用的发展。同时, 目前移动互联网的深入发展很大程度上对高端的移动终端设备具有很强的

依赖性，由于价格方面仍处于较高水平，因而这类设备的潜在消费人群大多为高学历、高收入的用户，相对低龄的网民结构将对四川省移动互联网的深入发展产生制约。

网络信息安全建设需受到重视

四川省网民对博客的应用水平历年来都处于高位，即使当前博客类应用在全国的使用率开始出现下降，四川省网民博客使用率仍然保持 66.0% 的较高水平，同时，随着微博的兴起，四川省网民对微博的接受程度也高于全国整体网民。此外，四川省网民即时通信的使用率也高于全国。

当前互联网移动化、社交化的趋势造成创新型产品不断涌现，大大提升了移动互联网和交流沟通类应用的创新速度，新的产品形态层出不穷，功能更加多样，尤其在提升信息交流的便捷度上，这类产品的传播效率和联通性能大大提升，因而也为网络信息安全带来隐患，建议及时关注这类产品的变化趋势，尤其是在信息安全监管、用户隐私保护等方面。同时四川省网民中低龄用户较多，对事物的辨识能力不高，较容易受互联网上不良信息的影响，更应该重视网络信息安全建设。

电子商务类应用发展势头不稳定

观察四川省往年的电子商务发展情况，此类应用的使用率偏低，2010 年曾出现过全面增长的势头，然而在 2011 年增速又有所回落，可见四川省电子商务发展速度并不稳定。目前，一些固有的现实条件制约了四川省电子商务类应用的发展速度，比如消费模式转变难度大，随着网络购物的发展，未来网购潜在人群里中老年和农村网民占比提升，然而该群体转化为网络购物用户的阻碍较多。又比如，物流发展滞后导致市场供给水平不均，尤其是地域发展水平不均衡，在城市和农村、核心城市和三四线城市之间，网购产品的配送服务差距较大，造成地区间网络购物供给水平的差异。从这一点看，电子商务的发展对基础设施环境、用户习惯等现实因素有较强依赖，需要从环境、意识等多方面强化相关基础，从而保持四川省电子商务行业的稳定发展。

第三部分 附 录

附录一 分省互联网数据

表 13 分省互联网网民规模

省份	网民数(万人)	普及率	增长率	普及率排名	网民增速排名
北京	1379	70.3%	13.2%	1	9
上海	1525	66.2%	23.1%	2	1
广东	6300	60.4%	18.3%	3	2
福建	2102	57.0%	13.7%	4	8
浙江	3052	56.1%	9.5%	5	23
天津	719	55.6%	10.9%	6	17
辽宁	2092	47.8%	9.2%	7	25
江苏	3685	46.8%	11.5%	8	15
新疆	882	40.4%	7.7%	9	28
山西	1405	39.3%	12.4%	10	10
海南	338	38.9%	11.4%	11	16
陕西	1429	38.3%	10.3%	12	22
山东	3625	37.8%	8.8%	13	26
湖北	2129	37.2%	11.9%	14	11
重庆	1068	37.0%	7.9%	15	27
青海	208	36.9%	10.4%	16	20
河北	2597	36.1%	18.2%	17	3
吉林	966	35.2%	9.5%	18	24
内蒙古	854	34.6%	14.4%	19	6
宁夏	207	32.8%	18.2%	20	4
黑龙江	1206	31.5%	7.0%	21	29
西藏	90	29.9%	10.8%	22	19
湖南	1936	29.5%	10.8%	23	18
广西	1353	29.4%	10.4%	24	21
四川	2229	27.7%	11.6%	25	14
河南	2582	27.5%	6.8%	26	31
甘肃	700	27.4%	6.9%	27	30
安徽	1585	26.6%	13.9%	28	7
云南	1140	24.8%	11.7%	29	13
江西	1088	24.4%	14.5%	30	5
贵州	840	24.2%	11.9%	31	12
全国	51310	38.3%	12.2%	—	—

表 14 分省 IPv4 地址数量

序号	省份	比例
1	北京	25.6%
2	广东	9.6%
3	浙江	5.3%
4	江苏	4.8%
5	上海	4.5%
6	山东	4.9%
7	河北	2.9%
8	辽宁	3.4%
9	河南	2.7%
10	湖北	2.4%
11	四川	2.8%
12	福建	2.0%
13	湖南	2.4%
14	陕西	1.7%
15	安徽	1.7%
16	黑龙江	1.2%
17	广西	1.4%
18	重庆	1.7%
19	吉林	1.2%
20	天津	1.1%
21	江西	1.8%
22	山西	1.3%
23	云南	1.0%
24	内蒙古	0.8%
25	新疆	0.6%
26	海南	0.5%
27	贵州	0.4%
28	甘肃	0.5%
29	宁夏	0.2%
30	青海	0.2%
31	西藏	0.1%
32	其他	9.3%
	合计	100.0%

数据来源：APNIC、中国互联网络信息中心（CNNIC）

注1：以上统计的是IP地址所有者所在省份。

注2：以上数据统计截至日为2011年12月31日。

表 15 分省域名数和分省 CN 域名数

序号	省份	域名		其中：CN 域名	
		数量（个）	占域名总数比例	数量（个）	占 CN 域名总数比例
1	广东	1401965	18.1%	783362	22.2%
2	北京	1061328	13.7%	471979	13.4%
3	浙江	874559	11.3%	571111	16.2%
4	上海	681291	8.8%	238773	6.8%
5	福建	528072	6.8%	156841	4.4%
6	江苏	406578	5.2%	146310	4.2%
7	山东	383059	4.9%	100639	2.9%
8	四川	236557	3.1%	51931	1.5%
9	河北	216685	2.8%	46473	1.3%
10	河南	197583	2.6%	58669	1.7%
11	辽宁	142505	1.8%	44869	1.3%
12	湖北	141973	1.8%	59823	1.7%
13	湖南	124135	1.6%	52586	1.5%
14	安徽	93898	1.2%	36098	1.0%
15	陕西	93282	1.2%	31002	0.9%
16	重庆	91217	1.2%	30327	0.9%
17	天津	83414	1.1%	26418	0.7%
18	黑龙江	67775	0.9%	35743	1.0%
19	江西	61083	0.8%	20728	0.6%
20	山西	56625	0.7%	16455	0.5%
21	吉林	51012	0.7%	13859	0.4%
22	广西	50518	0.7%	21159	0.6%
23	云南	41387	0.5%	17082	0.5%
24	海南	35825	0.5%	9794	0.3%
25	内蒙古	29052	0.4%	9609	0.3%
26	新疆	24541	0.3%	8266	0.2%
27	贵州	24068	0.3%	8385	0.2%
28	甘肃	16104	0.2%	6310	0.2%
29	宁夏	13668	0.2%	5099	0.1%
30	青海	11251	0.1%	1722	0.0%
31	西藏	3887	0.1%	983	0.0%
32	其他	499652	6.5%	442196	12.5%
33	合计	7744549	100.0%	3524601	100.0%

注：分省域名总数不含.EDU.CN

表 16 分省网站数

序号	省市	网站数量(个)	占网站总数比例
1	北京	384881	16.8%
2	广东	383928	16.7%
3	上海	237680	10.4%
4	浙江	216855	9.4%
5	福建	151096	6.6%
6	江苏	126298	5.5%
7	山东	109402	4.8%
8	四川	71724	3.1%
9	河北	65749	2.9%
10	河南	63128	2.8%
11	湖北	51506	2.2%
12	辽宁	47744	2.1%
13	湖南	39855	1.7%
14	陕西	30041	1.3%
15	天津	26362	1.1%
16	安徽	25805	1.1%
17	重庆	24854	1.1%
18	山西	17316	0.8%
19	黑龙江	16668	0.7%
20	吉林	16336	0.7%
21	江西	16032	0.7%
22	广西	13342	0.6%
23	内蒙古	10015	0.4%
24	海南	9987	0.4%
25	云南	9907	0.4%
26	贵州	6071	0.3%
27	甘肃	4505	0.2%
28	新疆	4263	0.2%
29	宁夏	3074	0.1%
30	青海	1754	0.1%
31	西藏	762	0.0%
32	其他	108622	4.7%
	合计	2295562	100.0%

注：分省网站总数不含.EDU.CN 下网站。

表 17 分省网页数量

序号	省市	总数	静态	动态	静、动态比例
1	北京	29930424880	23274705999	6655718881	3.5:1
2	广东	8801688609	6044005308	2757683301	2.19:1
3	浙江	8182509849	5453031445	2729478404	2:01
4	上海	6901553074	4639181028	2262372046	2.05:1
5	江苏	5224453739	3127152077	2097301662	1.49:1
6	河南	4809358506	3006880929	1802477577	1.67:1
7	福建	3524628981	2120421818	1404207163	1.51:1
8	山东	2546669383	1540406840	1006262543	1.53:1
9	天津	2532319650	1972457267	559862383	3.52:1
10	河北	2182635029	1412330132	770304897	1.83:1
11	湖北	1734660413	1075913421	658746992	1.63:1
12	四川	1453212803	830727555	622485248	1.33:1
13	江西	1363560479	955786695	407773784	2.34:1
14	安徽	1247590630	637447056	610143574	1.04:1
15	湖南	1040882735	656027555	384855180	1.7:1
16	辽宁	971844193	540729137	431115056	1.25:1
17	陕西	758564207	389015525	369548682	1.05:1
18	广西	618524470	336576897	281947573	1.19:1
19	海南	560394654	231612450	328782204	0.7:1
20	重庆	471595785	259636129	211959656	1.22:1
21	山西	435950269	244272629	191677640	1.27:1
22	黑龙江	415088897	214127365	200961532	1.07:1
23	云南	194597558	68839560	125757998	0.55:1
24	新疆	153534321	60922085	92612236	0.66:1
25	吉林	144083975	66255813	77828162	0.85:1
26	甘肃	117685156	58946350	58738806	1:01
27	贵州	113796442	57706209	56090233	1.03:1
28	内蒙古	98398864	58399702	39999162	1.46:1
29	宁夏	34141016	17672275	16468741	1.07:1
30	青海	13166414	9658854	3507560	2.75:1
31	西藏	4783412	4133417	649995	6.36:1
32	全国	86582298393	59364979522	27217318871	2.18:1

表 18 分省网页字节数

序号	省市	总页面大小 (KB)	平均每个网页的字节数 (KB)
1	北京	1229281887117	41
2	广东	321267052786	37
3	浙江	309022635231	38
4	上海	261969567817	38
5	江苏	188925286700	36
6	河南	166321489803	35
7	福建	116566876652	33
8	山东	115801581602	45
9	天津	99221640133	39
10	河北	82109673989	38
11	湖北	58619536383	34
12	四川	47970607404	33
13	江西	45248628373	33
14	安徽	43472378140	35
15	辽宁	36832005234	38
16	湖南	33769342135	32
17	陕西	29362565540	39
18	广西	29051345976	47
19	海南	22906541506	41
20	黑龙江	16308487442	39
21	重庆	16277563305	35
22	山西	13068956591	30
23	云南	6604563775	34
24	吉林	5392894027	37
25	新疆	4788429533	31
26	甘肃	4014729078	34
27	贵州	3716238356	33
28	内蒙古	3664779638	37
29	宁夏	1226559702	36
30	青海	478850437	36
31	西藏	266930603	56
32	全国	3313529625009	38

附录二 调查方法

一、网民个人调查

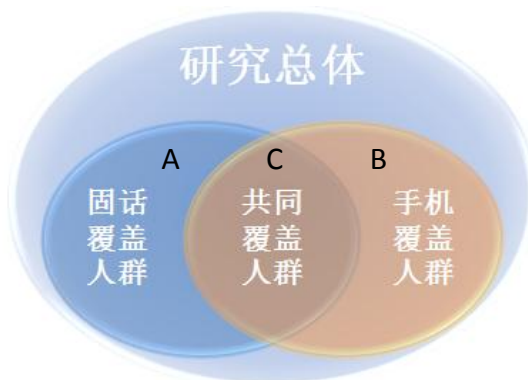
1 调查总体

四川省有住宅固定电话（家庭电话、小灵通、宿舍电话）或者手机的 6 岁及以上常住居民。

1.1 样本规模

全国用户调查总体样本 60,000 个，其中，住宅固定电话用户、手机用户各 30,000 个，样本覆盖四川省各省辖市。

1.2 调查总体细分



调查总体划分如下：

子总体 A：住宅固话覆盖人群【包括：住宅固定电话覆盖的居民+小灵通用户+学生宿舍电话覆盖用户+其他宿舍电话覆盖用户】；

子总体 B：手机覆盖人群；

子总体 C：手机和住宅固话共同覆盖人群【住宅固话覆盖人群和手机覆盖人群有重合，重合处为子总体 C】， $C=A \cap B$ 。

2 抽样方式

CNNIC 只针对子总体 A、B、C 进行调查。为更大限度地覆盖网民群体，采用双重抽样框

方式进行调研。采用的第一个抽样框是固定住宅电话名单，调查子总体 A 和 C。采用的第二个抽样框是移动电话名单，调查子总体 B 和 C。

对于固定电话覆盖群体，采用分层二阶段抽样方式。为保证所抽取的样本具有足够的代表性，将四川省按省辖市分为 21 层，各层独立抽取样本。将样本根据网民数的开平方根比例分配到 21 个省辖市。

省内采取样本自加权的抽样方式。各地市州（包括所辖区、县）样本量根据该城市固定电话覆盖的 6 周岁以上人口数占全省总覆盖人口数的比例分配。

对于手机覆盖群体，抽样方式与固定电话群体类似，也将四川省按照省辖市分为 17 层，各层独立抽取样本。市内按照各县级行政单位居民人口所占比例分配样本，使市内样本分配符合自加权。

为了保证每个地市州内的住宅电话号码被抽中的机会近似相同，即使住宅电话多的局号被抽中的机会多，同时也考虑到了访问实施工作的操作性，在各地市州内住宅电话号码的抽取按以下步骤进行：

手机群体调研方式是，在每个地市州中，抽取全部手机局号；结合每个地市州的有效样本量，生成一定数量的四位随机数，与每个地市州的手机局号相结合，构成号码库（局号+4 位随机数）；对所生成的号码库进行随机排序；拨打访问随机排序后的号码库。固定电话群体调研方式与手机群体相似，仍旧是生成随机数与局号组成电话号码，拨打访问这些电话号码。但为了不重复抽样，此处只访问住宅固定电话。

3 调查内容

用户调查侧重于了解中国网民数量与结构特征、上网条件、网络应用、网民对互联网使用的态度和非网民状况。调查内容包括被访者是否上网，被访者背景信息，网民的上网行为、上网深度、上网体验等。

4 调查方式

通过计算机辅助电话访问系统（CATI）进行调查。

5 调查总体和目标总体的差异

CNNIC 在 2005 年底曾经对电话无法覆盖人群进行过研究，此群体中网民规模很小，随着我国电信业的发展，目前该群体的规模逐步缩减（截至 2011 年 11 月底，我国电话用户累计达到 12.6 亿户，普及率达到 94.2 部/百人^②）。因此本次调查研究有一个前提假设，即：

针对该项研究，电话无法覆盖人群中的网民在统计中可以忽略不计。

二、网上调查

网上调查重在了解典型互联网应用的使用情况。中国互联网络信息中心（CNNIC）在 2011 年 12 月 1 日—12 月 31 日进行了网上调查。将问卷放置在中国互联网络信息中心（CNNIC）的网站上，同时在政府媒体网站、全国较大 ICP/ISP 网站与各省的信息港上设置问卷链接，由网民主动参与填写问卷。回收问卷后，通过技术手段进行答卷有效性检验，筛除无效答卷。本次网上调查共收到有效调查问卷 32772 份。

三、网上自动搜索与统计数据上报

网上自动搜索主要是对域名、网站数量及其地域分布等指标进行技术统计，而统计上报数据主要包括 IP 地址数和网络国际出口带宽数。

1. IP 地址总数

IP 地址分省统计的数据来自亚太互联网信息中心（APNIC）和中国互联网络信息中心 IP 地址数据库。将两个数据库中已经注册且可以判明地址所属省份的数据，按省分别相加得到分省数据。由于地址分配使用是动态过程，所统计数据仅供参考。同时，IP 地址的国家主管部门工业和信息化部也会要求中国 IP 地址分配单位（如中国电信等）每半年上报一次其拥有的 IP 地址数。为确保 IP 数据准确，中国互联网络信息中心（CNNIC）会将来自 APNIC 的统计数据与上报数据进行比较、核实，确定最终 IP 地址数。

2. 中国域名总数和网站总数

中国的域名总数和网站总数由以下两部分数据相加得到：

第一部分是.CN 下的域名数和网站数，由中国互联网络信息中心（CNNIC）采用计算机

^② 数据来源：<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293877/n14395765/n14395861/n14396152/14400045.html>

网上自动搜索得到；第二部分是中国类别顶级域名（gTLD）与网站数，由国内各类别顶级域名注册单位协助提供。这些数据包括：所有类别顶级域名（gTLD）和域名下已开通的网站数；按.COM、.NET、.ORG 分类的类别顶级域名（gTLD）和网站数；按注册单位所在省份分类的类别顶级域名（gTLD）和网站数。

3. 网络国际出口带宽数

工业和信息化部通过电信企业的报表制度，定期得到中国各运营商与其他国家和地区相连的网络出口带宽总数。《中国互联网络发展状况统计报告》中纳入了这些上报数据。