

2011 年中国农村互联网发展调查报告

(2012 年 8 月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

目 录

前 言.....	4
内容摘要.....	5
报告术语界定.....	6
第一章 农村互联网宏观情况	7
一、 经济发展状况	7
二、 电信发展状况	8
三、 农村互联网发展概况	9
第二章 农村网民构成特征	11
一、 性别结构	11
二、 年龄结构	11
三、 学历结构	12
四、 职业结构	12
五、 收入结构	13
第三章 农村网民的网络应用	15
一、 农村网民的上网时间	15
二、 农村网络应用概述	15
三、 农村网民的信息获取情况.....	17
四、 农村网民的娱乐应用情况.....	18
五、 农村网民的网络互动情况.....	21
六、 农村网民电子商务应用情况.....	25
第四章 农村网吧发展状况	28
一、 农村网民的上网地点	28
二、 农村网吧上网现状	28
第五章 农村手机上网的发展状况	30
一、 农村网民的上网设备	30
二、 农村手机上网现状	30
第六章 农村互联网发展政策建议	32
一、 降低农村上网成本，提高农村互联网普及率.....	32
二、 发展具有农村特色的信息服务和商务交易体系.....	33
三、 加强农村网民教育，深化互联网应用.....	33

图目录

图 1	2004-2011 年城乡居民人均收入比较	7
图 2	2007-2011 年移动电话用户所占比重	9
图 3	城镇和农村网民规模对比	10
图 4	城镇和农村互联网普及率对比	10
图 5	城镇和农村网民性别结构对比	11
图 6	城镇和农村网民年龄结构对比	12
图 7	城镇和农村网民学历结构对比	12
图 8	城镇和农村网民职业结构对比	13
图 9	城镇和农村网民收入结构对比	14
图 10	2010-2011 年城乡网民上网时长对比	15
图 11	城镇和农村网民搜索引擎使用情况对比	17
图 12	城镇和农村网民网络新闻使用情况对比	18
图 13	城镇和农村网民网络游戏使用情况对比	19
图 14	城镇和农村网民网络音乐使用情况对比	19
图 15	城镇和农村网民网络视频使用情况对比	20
图 16	城镇和农村网民网络文学使用情况对比	21
图 17	城镇和农村网民即时通信使用情况对比	21
图 18	城镇和农村网民电子邮件使用情况对比	22
图 19	城镇和农村网民论坛/BBS 使用情况对比	23
图 20	城镇和农村网民网络微博使用情况对比	23
图 21	城镇和农村网民网络博客使用情况对比	24
图 22	城镇和农村网民网络博客使用情况对比	25
图 23	城镇和农村网民网络购物使用情况对比	26
图 24	城镇和农村网民网络银行使用情况对比	26
图 25	城镇和农村网民网络支付使用情况对比	27
图 26	城镇和农村网民上网场所对比	28
图 27	2011 年农村网吧网民规模	29
图 28	城镇与农村网民上网设备对比	30
图 29	城镇与农村手机网民规模对比	31

表目录

表 1	2011 年主要电信能力指标增长情况	8
表 2	农村网民的网络应用情况	16

前言

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、经济文化的发展。

当前我国经济社会的发展存在明显的“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，也存在于互联网发展领域。从获取信息和信息应用的角度来看，城乡信息技术鸿沟是加深二元结构分化的一个重要因素。重视和加强农村互联网的发展，不仅能有效地缩小城乡“数字鸿沟”、消除城乡之间的信息壁垒、化解二元结构的诸多矛盾，也是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自2007 年开始发布《中国农村互联网发展状况调查报告》，引起社会较大反响。本次《2011年中国农村互联网发展状况调查报告》以CNNIC第29次中国互联网络发展状况统计调查数据为基础，对农村互联网发展状况进行了细分研究。希望本报告的发布能让读者更全面的了解农村互联网发展状况。

中国互联网络信息中心（CNNIC）

2012年8月

内容摘要

（一） 农村网民规模增速放缓

截止2011年12月底，中国农村网民规模为1.36亿，比2010年增加1113万，同比增长8.9个百分点，相比2010年，农村网民规模增速放缓。

（二） 城乡之间互联网的发展差距持续拉大

从互联网的普及率来看，截至2011年12月底，互联网在城镇的普及率是54.6%，在农村仅为20.7%。对比2005年以来，互联网在城乡的差距持续拉大。

（三） 手机成为农村网民最主要的上网终端

手机成为农村网民最主要的上网终端。截止2011年12月底，中国手机网民规模达到3.56亿，城镇手机上网用户2.6亿人，占城镇网民总体的68.6%；农村手机上网用户约为9694万人，占农村网民总体的71.3%，比农村网民中台式电脑上网的占比高4.5个百分点。

（四） 城乡网络应用使用差距较大，侧重点略有不同

从城乡使用差距来看，所调查的网络应用在城镇网民中的使用率均高于农村。农村网民在商务交易类和信息获取类的网络应用的使用率远低于城镇网民相应水平，其中搜索引擎、网络新闻、网络购物、网上支付和网上银行的使用率差距均在10个百分点以上；在网络娱乐的应用方面，农村地区网民的使用率与城镇较为接近，其中网络游戏、网络视频和网络文学的使用率差距在5个百分点以下；在交流沟通类的应用方面，城乡之间的差距也相对较小。

与2010年相比，在商务交易应用上，如团购、旅游预订、网络购物和网络支付的农村用户规模增长幅度较大，用户规模增长率均在20%以上。这表明农村网民有从单一娱乐类应用逐步向多元化的网络应用转变的趋势。

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2011 年12 月31 日。

第一章 农村互联网宏观情况

一、 经济发展状况

良好的经济环境和较高的电信产业发展水平是影响中国互联网发展的两个重要前提，是互联网产业持续、健康发展的基础。

据国家统计局数据显示，2004年农村居民和城镇居民人均纯收入分别为2936元和9422元，城镇居民人均可支配收入是农村居民的3.2倍；2011年，农村居民人均纯收入提高到6977元，城镇居民人均可支配收入达到21810元，是农村居民收入的3.1倍，城乡经济发展差距依然很大。

经济的发展会带动互联网产业的发展，而互联网产业的壮大又会对经济发展起到推动作用，两者相互促进。农村地区落后的经济水平将会影响农村地区互联网发展进程，而互联网发展缓慢又会进一步拉大城乡经济的差距。

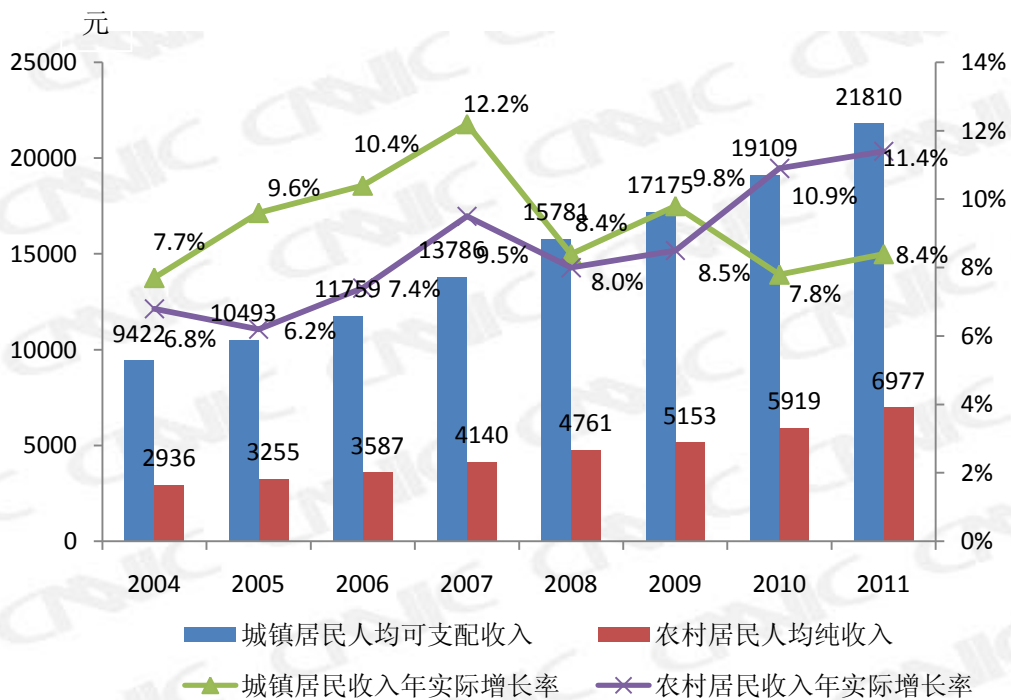


图 1 2004-2011年城乡居民人均收入比较^①

^①数据来源：国家统计局。

二、 电信发展状况

2011 年，全国光缆线路长度净增 210 万公里，达 1205 万公里。固定长途电话交换机容量减少 28 万路端，达到 1616 万路端；局用交换机容量（含接入网设置容量）减少 3092 万门，达到 43467 万门。移动电话交换机容量净增 20174 万户，达到 170691 万户。基础电信企业互联网宽带接入端口净增 4406 万个，达到 23166 万个。全国互联网国际出口带宽达到 1389529Mbps，同比增长 26.4%。

表 1 2011 年主要电信能力指标增长情况^①

指标名称	单位	2010 年	2011 年	比上年末净增
光缆线路长度	万公里	995	1205	210
固定长途电话交换机容量	万路端	1644	1616	-28
局用交换机容量	万门	46559	43467	-3092
移动电话交换机容量	万户	150518	170691	20174
互联网宽带接入端口	万个	18760	23166	4406
互联网国际出口带宽	Mbps	1098957	1389529	207268

根据工业和信息化部发布的《2011 年全国电信业统计公报》显示，经初步核算，2011 年全行业累计完成电信业务总量 11772 亿元，同比增长 15.5%。2011 年，全国电话用户净增 11802 万户，总数达到 127137 万户。其中，移动电话用户达到 98625 万户，在电话用户总数中所占的比重达到 77.6%。

2011 年，全国移动电话用户净增 12725 万户，创历年净增用户新高，达到 98625 万户。其中，3G 用户净增 8137 万户，达到 12842 万户。移动电话普及率达到 73.6 部/百人，比上年底提高 9.2 部/百人。

2011 年，全国固定电话用户减少 923 万户，达到 28512 万户。其中，城市电话用户减少 548 万户，达到 19110 万户；农村电话用户减少 375 万户，达到 9402 万户。固定电话普及率达到 21.3 部/百人，比上年底下降 0.8 个百分点。

^① 数据来源：工业和信息化部，2011 年全国电信业统计公报

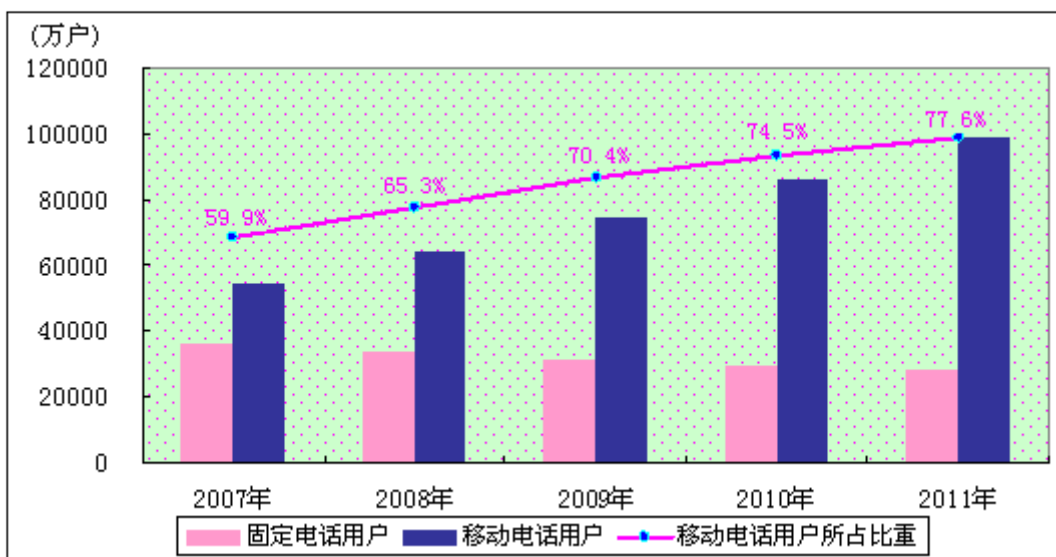


图 2 2007-2011 年移动电话用户所占比重^①

三、农村互联网发展概况

(一) 农村网民总体规模

截至2011年12月底，中国网民规模达5.13亿人，全年新增网民5580万人。互联网普及率较上年底提升4个百分点，达到38.3%。中国网民规模已占全球网民总数的22.6%，占亚洲网民总数的50.5%^②。

农村互联网是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。截至2011年12月底，农村网民规模为1.36亿，比2010年增加1113万，同比增长8.9个百分点。

^① 数据来源：工业和信息化部，2010年全国电信业统计公报

^② 由 <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> 的数据整理得到

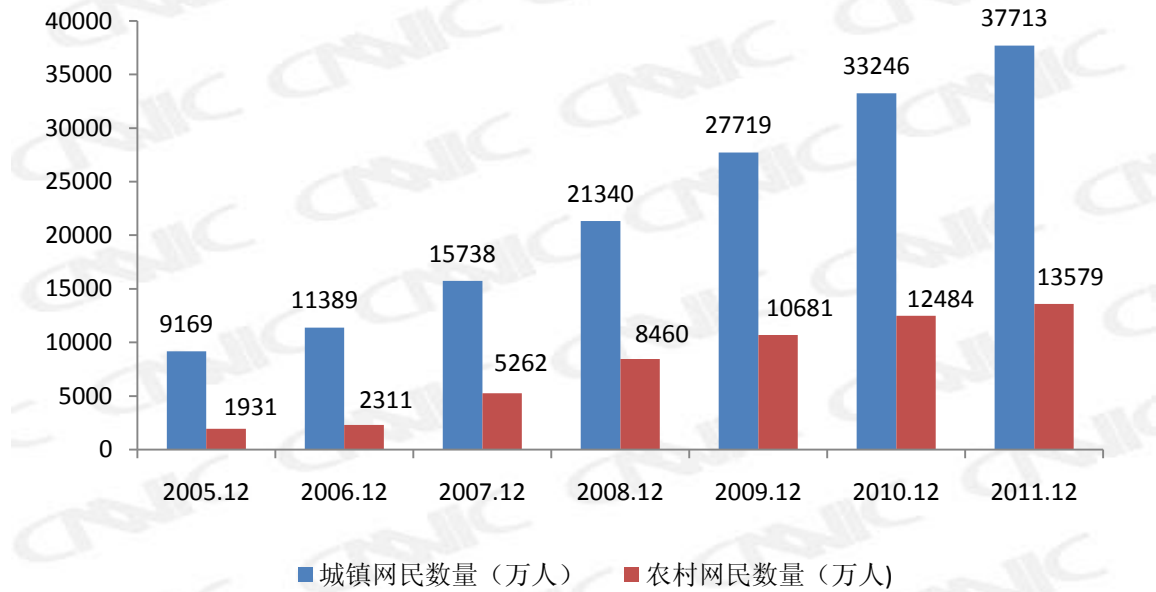


图 3 城镇和农村网民规模对比

(二) 城乡互联网普及率差距

中国互联网城乡差距有逐步扩大的态势。从互联网的普及率来看，截至2011年底，互联网在城镇的普及率是54.6%，在农村仅为20.7%。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。

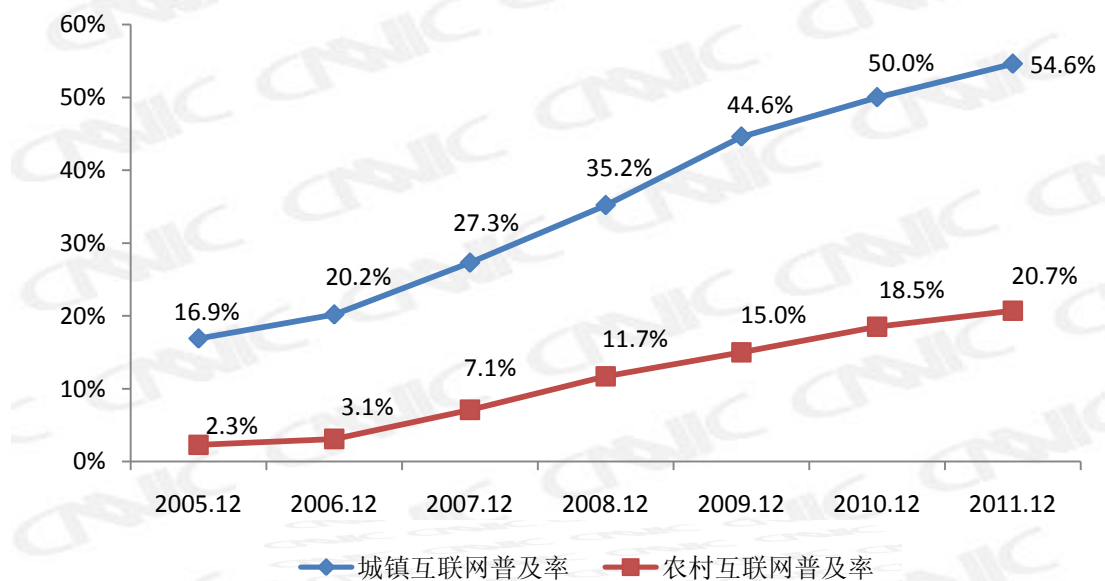


图 4 城镇和农村互联网普及率对比

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 55.1: 44.9，农村网民男女性别比例为 58.2: 41.8。与城镇相比，农村网民的性别结构较不均衡，男性占比高出女性 16.4 个百分点。

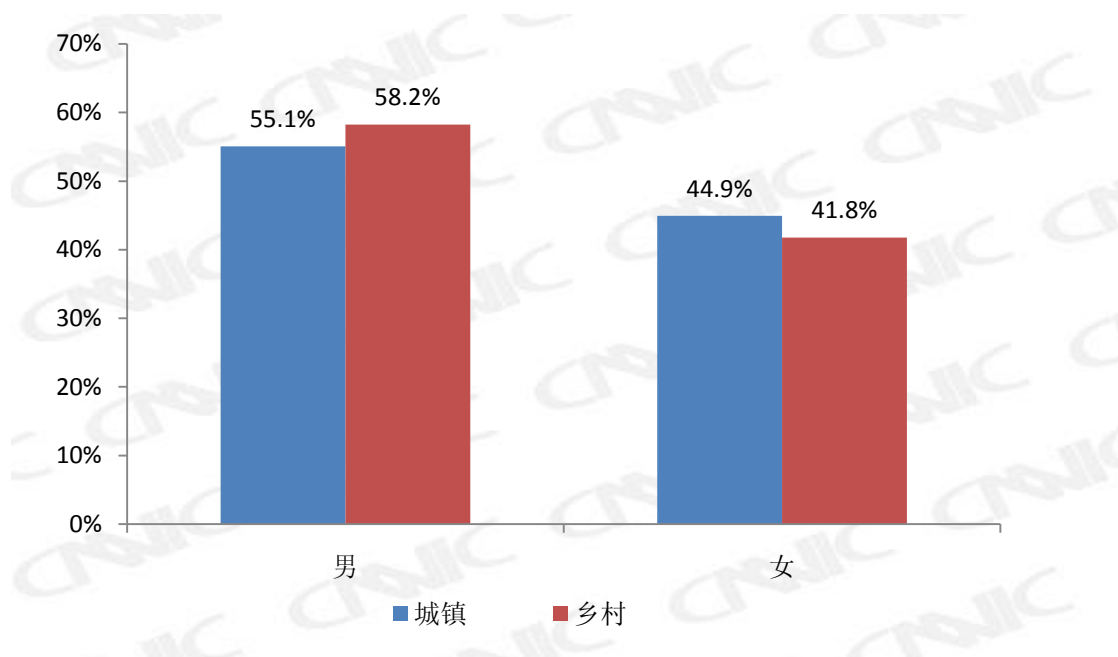


图 5 城镇和农村网民性别结构对比

二、年龄结构

从全国网民年龄结构分析，30 岁以下的年轻群体仍是我国网民构成的主体，占整体网民的 58.2%。与网民总体的年龄结构相比，农村网民更趋于年轻化。农村网民中 30 岁以下群体所占比例达 61.3%，其中 20-29 岁群体是农村网民中占比最高的群体，占比为 30.5%，其次是 10-19 岁年轻网民，占比为 29.6%。

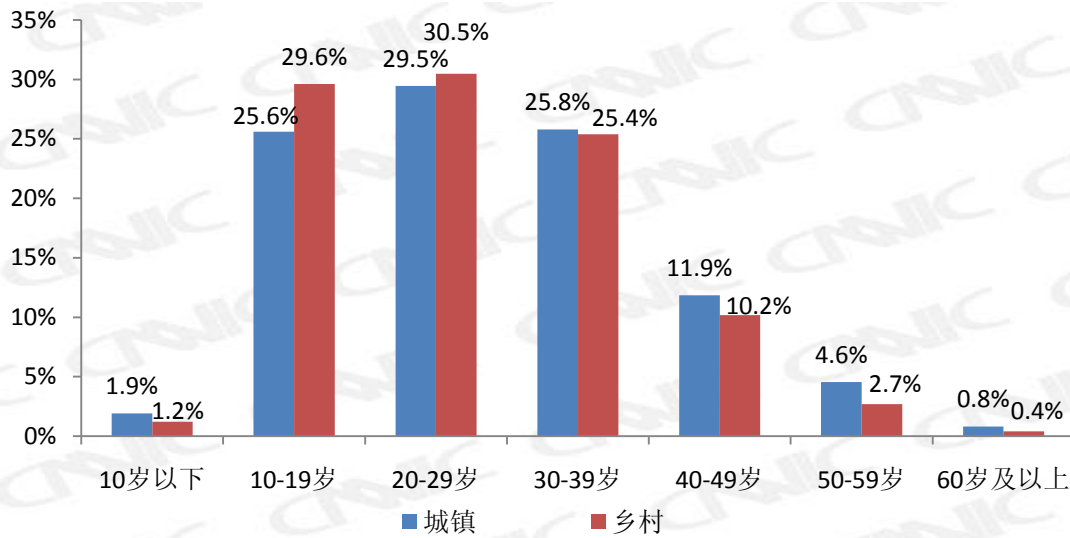


图 6 城镇和农村网民年龄结构对比

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。截止到2011年12月底，农村网民中初中及以下学历的网民占比为62.2%，比城镇相应比例高24.5个百分点，其中初中文化程度的农村网民占比为50.9%，比城镇相应比例高20.7个百分点。

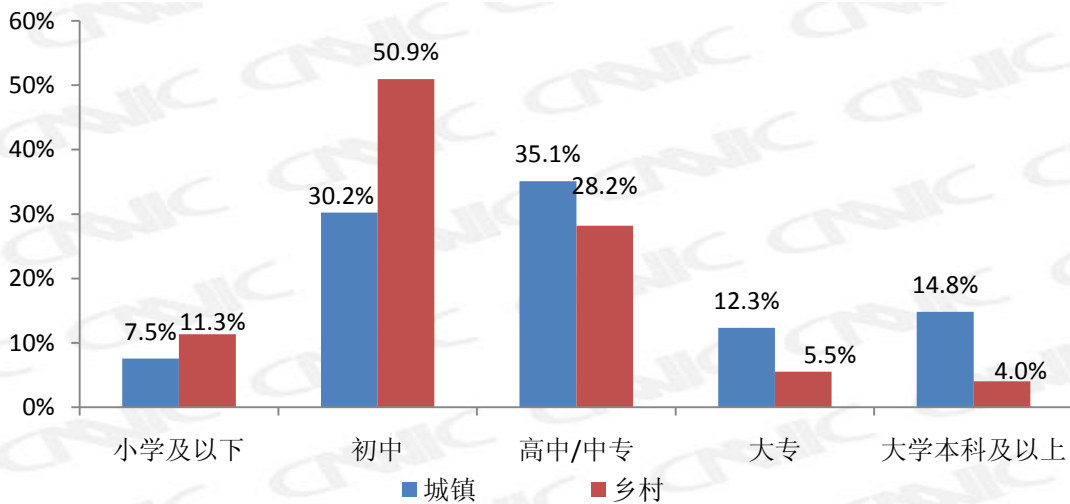


图 7 城镇和农村网民学历结构对比

四、 职业结构

从城乡网民职业结构对比分析，农村网民中学生群体所占的比例高达30.7%，除学生群

体以外，个体户/自由职业者、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，其中农村无业、下岗、失业网民的占比比城镇同类占比高 4 个百分点。

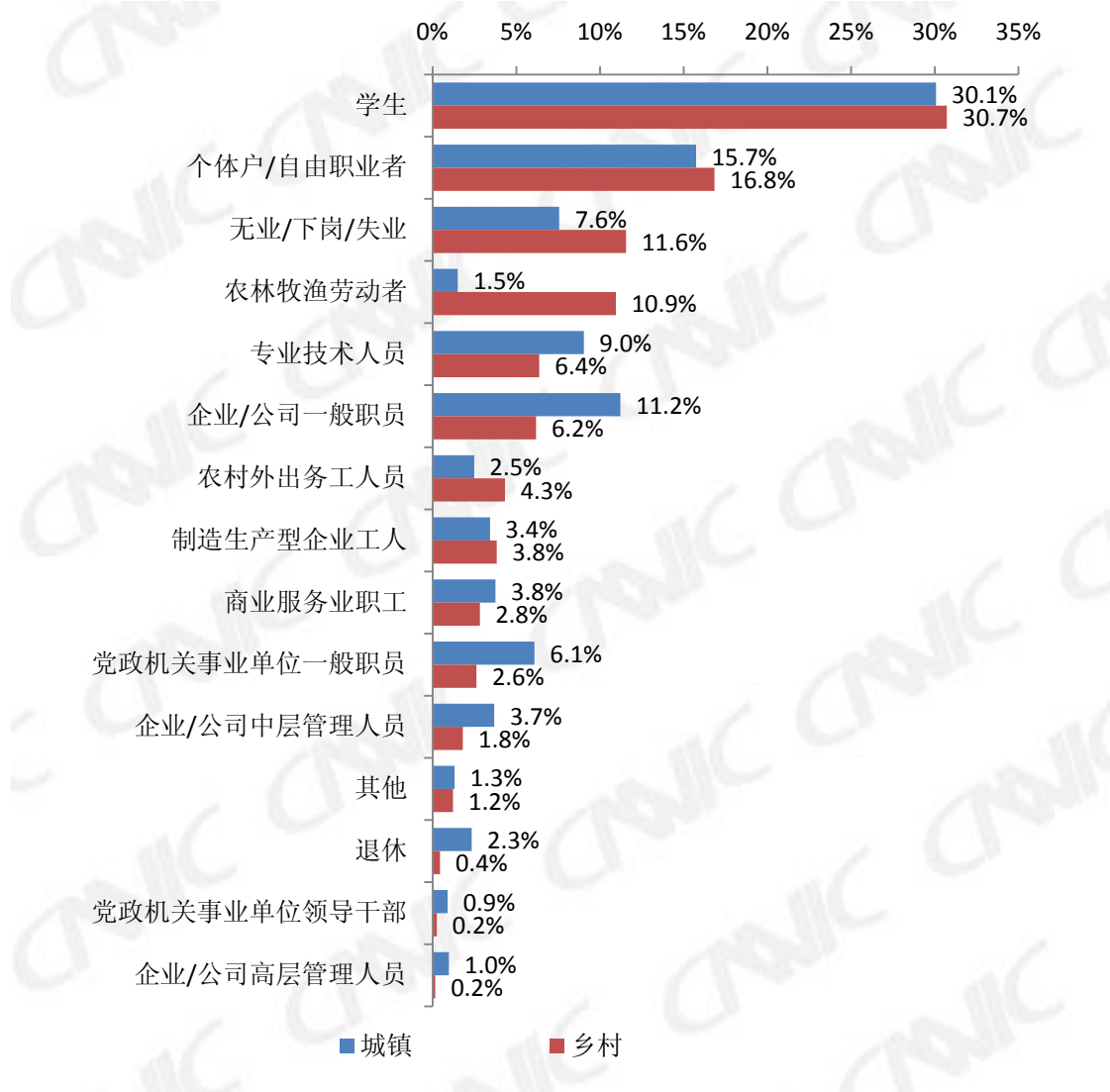


图 8 城镇和农村网民职业结构对比

五、 收入结构

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一一定的差距。城镇网民中月收入 1000 元以下的群体占 34.0%，而农村网民这一比例高达 45.9%，比城镇高出 11.9 个百分点。农村网民收入水平偏低，与农村经济发展较为落后有关。

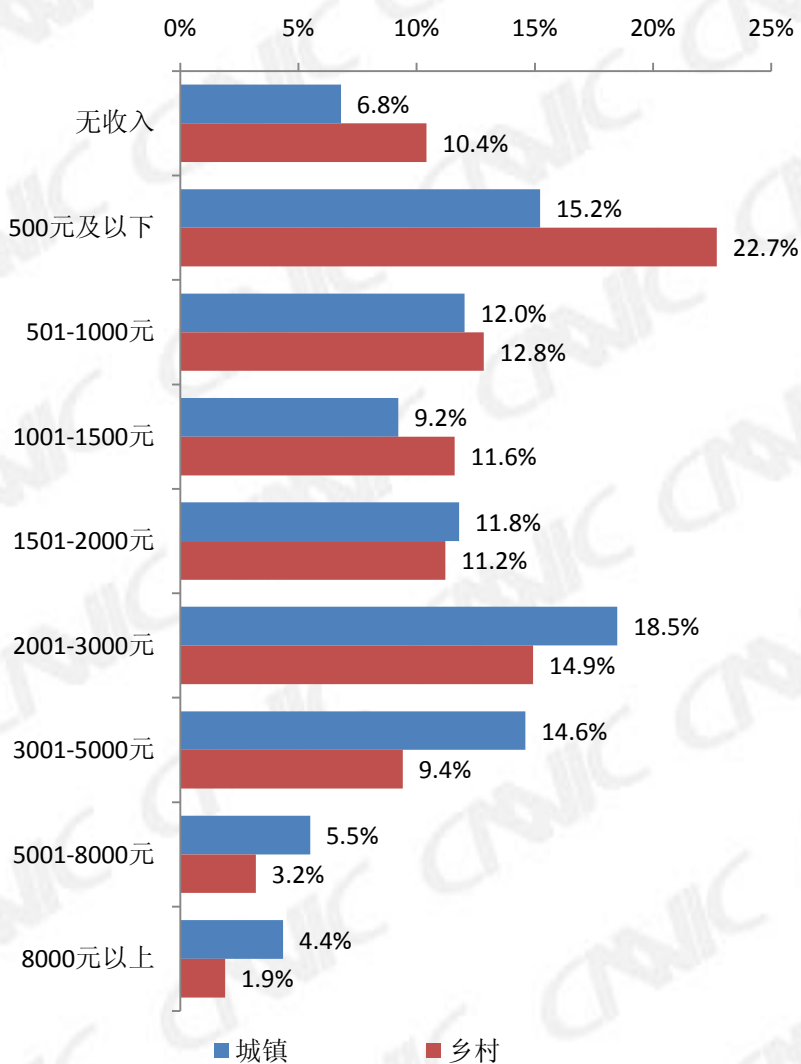


图 9 城镇和农村网民收入结构对比

第三章 农村网民的网络应用

一、农村网民的上网时间

截止到 2011 年 12 月底，农村网民的平均上网时长 16.5 小时/周，与 2010 年相比，农村网民平均每周上网时间增加 0.7 小时，但比城镇网民 19.5 小时/周的使用时间低 3.0 个小时/周。

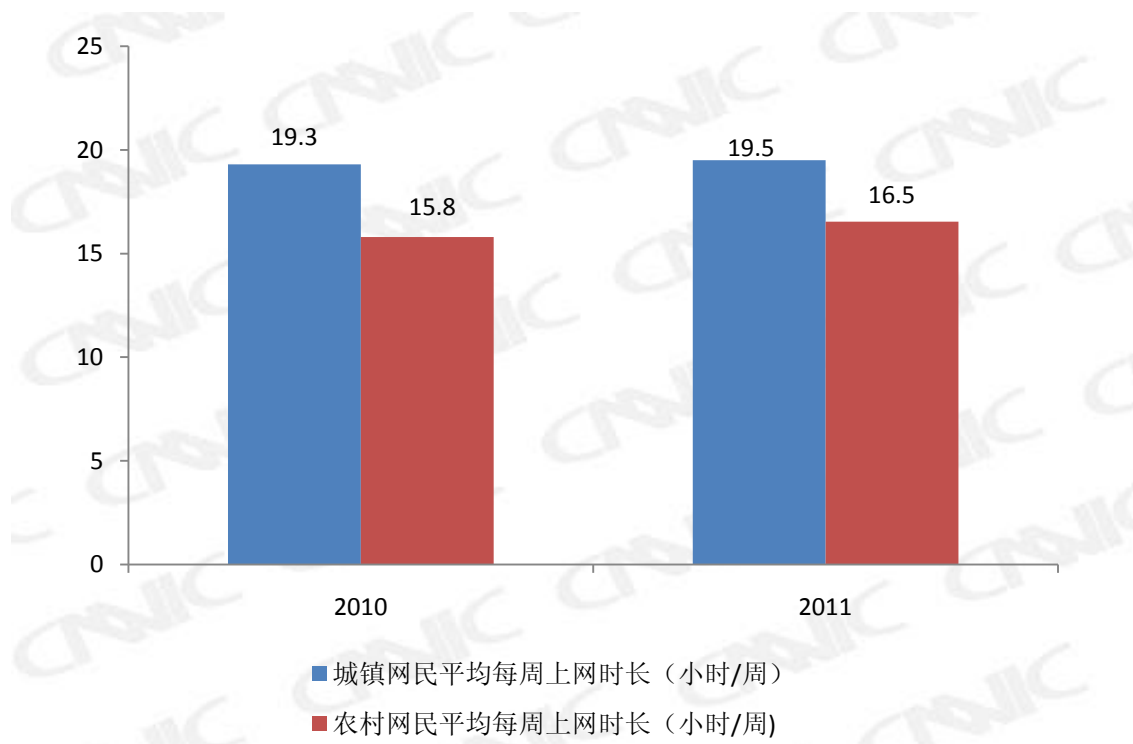


图 10 2010-2011 年城乡网民上网时长对比

二、农村网民网络应用概述

在城乡网民对各种网络应用的使用侧重方面，城镇和农村网民的前六位网络应用相同，分别是：即时通信、搜索引擎、网络音乐、网络新闻、网络游戏和网络视频。

从城乡网络应用的使用差距来分析，在商务交易类和信息获取类的网络应用方面，城镇网民的使用率远高于农村网民，城乡之间使用差距较大；在网络娱乐的应用方面，农村地区网民的使用率与城镇较为接近；在交流沟通类的网络应用方面，城乡之间的差距也相对较小。

与 2010 年相比，在信息获取类和网络娱乐类应用上，农村用户规模增长缓慢；在交流

沟通类应用方面，论坛/BBS、博客/个人空间、电子邮箱和社交网站的用户规模增长幅度较小，但微博的用户规模增长幅度较大，增长 412.8 个百分点；在商务交易应用方面，团购、旅游预订、网络购物以及网络支付农村用户规模增长幅度较大，增长率均在 20% 以上。这表明农村网民有从单一娱乐类应用逐步向多元化的网络应用转变的趋势。

表 2 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	农村年增长率排名
交流沟通	即时通信	82.3%	77.3%	5.0%	17.5%	8
信息获取	搜索引擎	82.3%	71.5%	10.8%	7.7%	10
网络娱乐	网络音乐	77.7%	68.5%	9.2%	1.8%	15
信息获取	网络新闻	74.9%	62.4%	12.5%	2.1%	14
网络娱乐	网络游戏	64.2%	60.6%	3.6%	4.4%	12
网络娱乐	网络视频	64.7%	60.1%	4.6%	27.4%	4
交流沟通	社交网站	50.3%	42.3%	8.0%	14.8%	9
交流沟通	博客/个人空间	64.6%	55.1%	9.5%	3.4%	13
交流沟通	微博	50.5%	43.8%	6.7%	412.8%	1
网络娱乐	网络文学	40.8%	35.9%	4.9%	6.0%	11
交流沟通	电子邮件	53.2%	33.2%	20.1%	-9.0%	16
商务交易	网络购物	43.1%	23.2%	19.9%	25.9%	5
商务交易	网上支付	37.4%	19.0%	18.4%	23.3%	6
商务交易	网上银行	37.4%	18.5%	18.9%	18.2%	7
交流沟通	论坛/BBS	28.7%	15.2%	13.5%	-24.5%	17
商务交易	团购	14.8%	6.5%	8.3%	273.4%	2
商务交易	网络炒股	9.4%	3.6%	5.8%	-40.2%	18
商务交易	旅行预订	10.1%	3.1%	7.0%	47.9%	3

（注：各种应用排序是按其在农村地区的用户使用率降序排序）

三、农村网民的信息获取情况

(一) 搜索引擎应用情况

截止到 2011 年 12 月底，我国农村搜索引擎用户达 9719 万人，年增长 693 万人，年增长率 7.7%。搜索引擎在农村网民中的使用率达 71.5%，比城镇低 10.8 个百分点。相比 2010 年，城镇和农村网民搜索引擎的使用率均有下降，分别下降 3.3 和 0.8 个百分点。

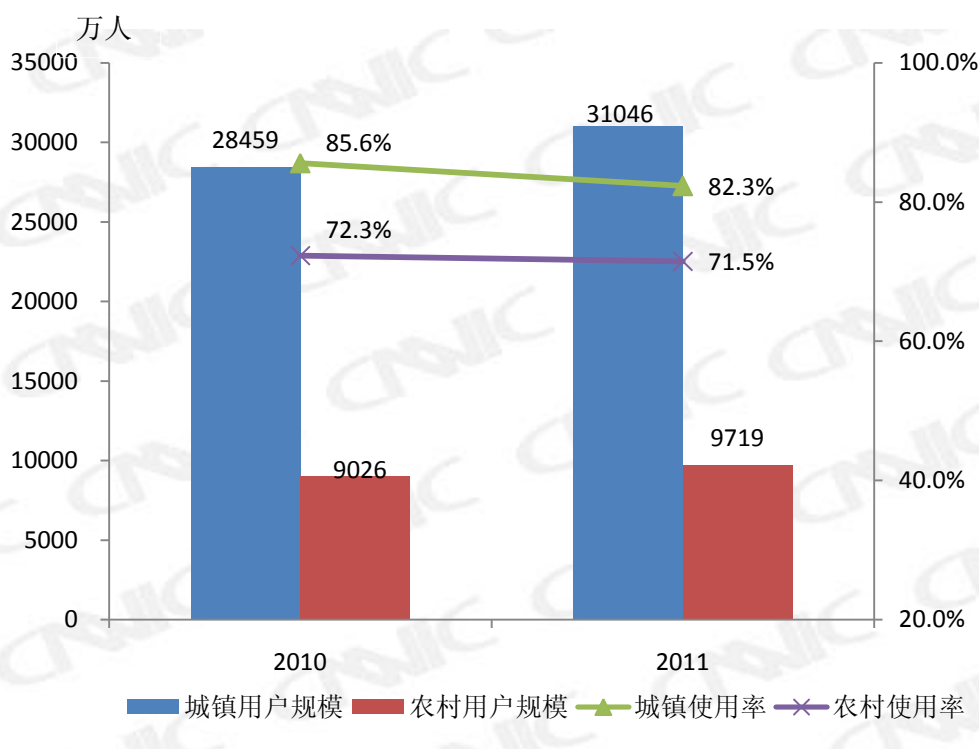


图 11 城镇和农村网民搜索引擎使用情况对比

(二) 网络新闻应用情况

农村网络新闻用户规模缓慢上涨，但使用率下跌。截至 2011 年 12 月底，农村网民网络新闻的用户为 8478 万人，用户规模年增长 176 万人，年增长率 2.1%。农村网民中网络新闻的使用率为 62.4%，比 2010 年底低 4.1 个百分点。从 2009 年以后，农村以及城镇地区的网民网络新闻使用率持续下跌，网民通过互联网获取新闻信息的渠道正在发生转移。微博等已成为网民新闻信息获取重要的渠道。

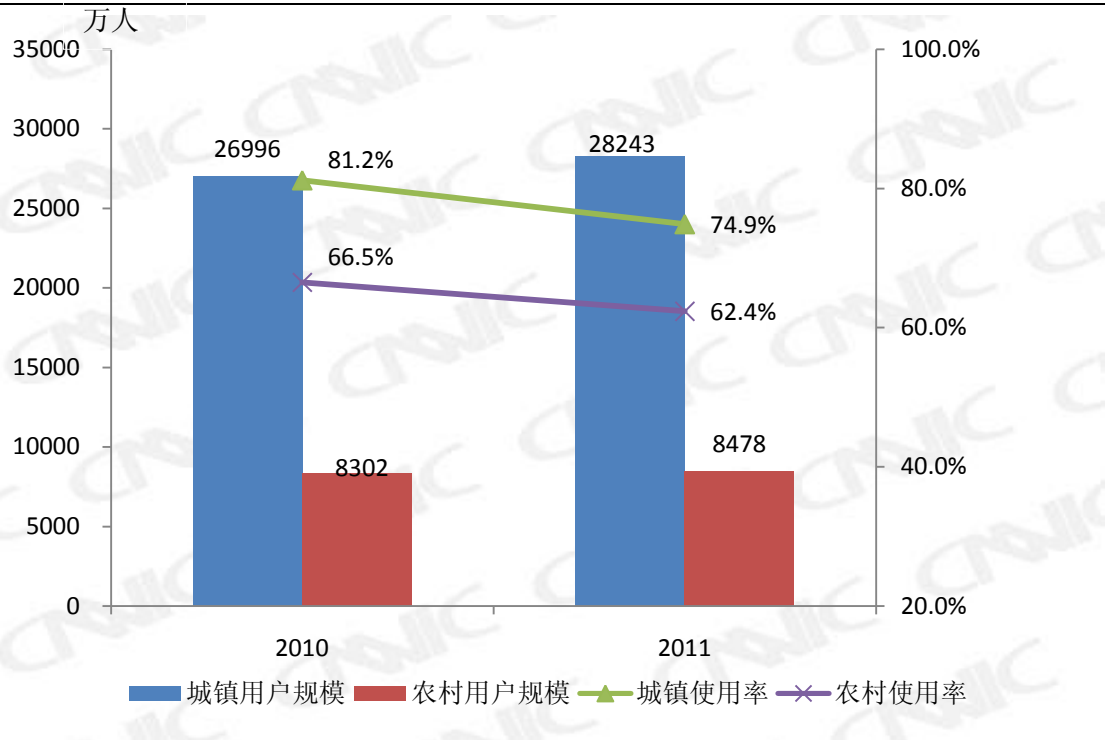


图 12 城镇和农村网民网络新闻使用情况对比

尽管农村信息化状况已有明显改善，信息资源不断增多，但是与城镇相比，农村信息化设施仍较不完善，农村信息资源仍相对匮乏，而这些造成农民信息渠道相对狭窄，农村与城镇发展差距依旧较大。

农村网民中学生群体占比高，平均文化水平不高，这些也使得农村网民利用互联网获取信息的比例较低。

四、农村网民的娱乐应用情况

截止到 2011 年 12 月底，农村各项娱乐类应用用户规模增长缓慢，除了网络视频使用率有所上升以外，其他均呈下跌趋势。这说明农村网民偏重娱乐化应用的特点略有改变，这将有利于深化其他网络应用。

（一）网络游戏

截止到 2011 年 12 月底，农村网络游戏用户规模增长缓慢，比 2010 年增长 344 万人，规模为 8234 万人，年增长率仅为 4.4%；农村网民网络游戏的使用率为 60.6%，相比 2010 年，使用率下降 2.6 个百分点。

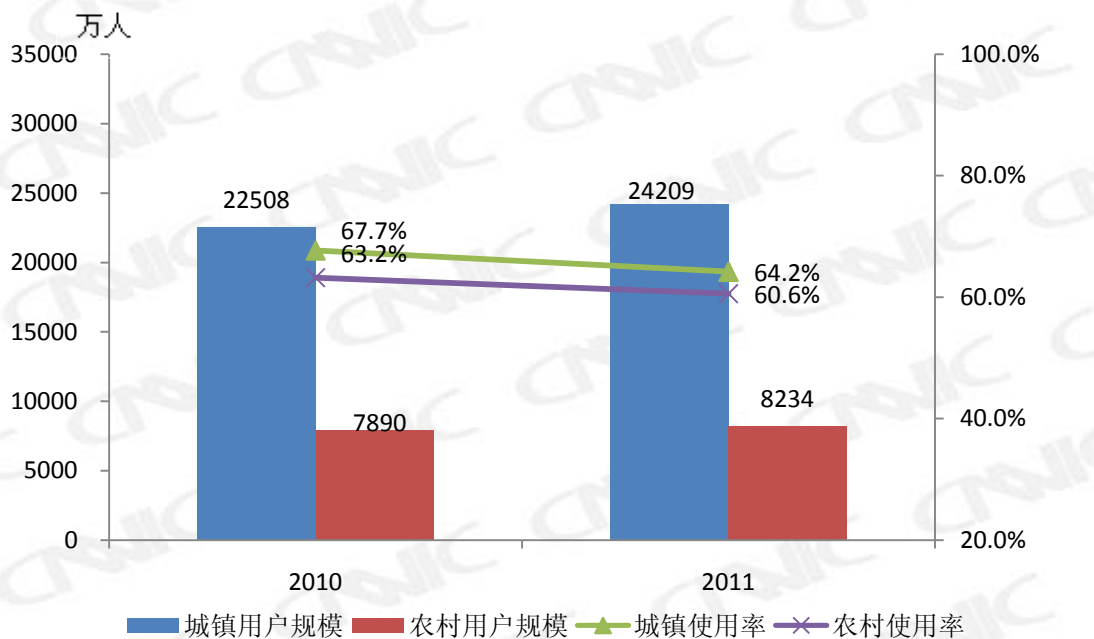


图 13 城镇和农村网民网络游戏使用情况对比

(二) 网络音乐

截止到 2011 年 12 月底,农村网络音乐用户规模为 9317 万人,用户量年增长 166 万人,年增长率仅为 1.8%。农村地区网络音乐的使用率为 68.5%, 相比 2010 年, 下降 4.8 个百分点。

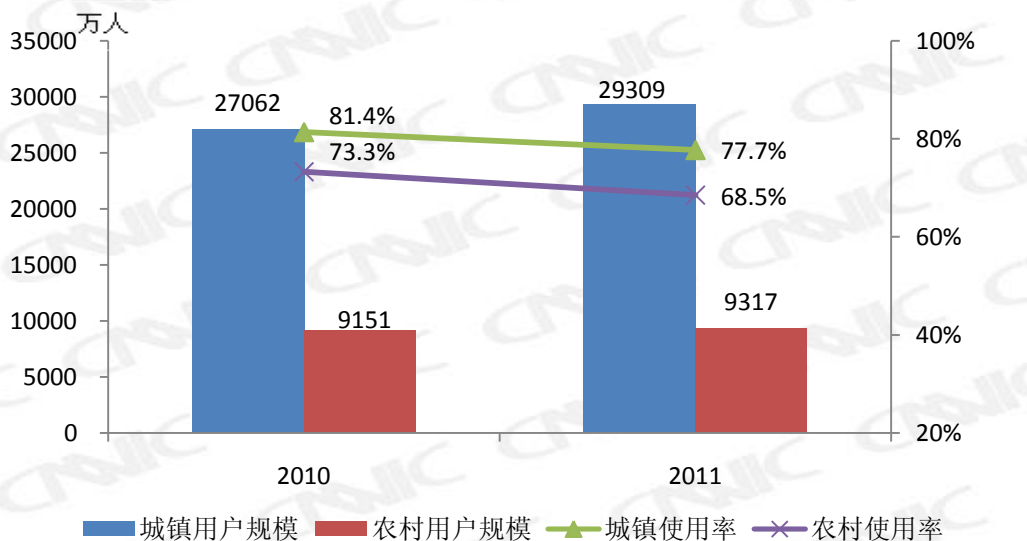


图 14 城镇和农村网民网络音乐使用情况对比

（三）网络视频

在各种娱乐应用中，网络视频使用率在农村的增长幅度最大。截止到 2011 年 12 月底，农村地区现有网络视频用户规模达 8173 万人，用户年增长 1757 万人，年增长率为 27.4%，

网络视频在农村网民中的使用率为 60.1%，比城镇低 4.6%。相比 2010 年，城镇和农村网络视频的使用差距有所缩小。

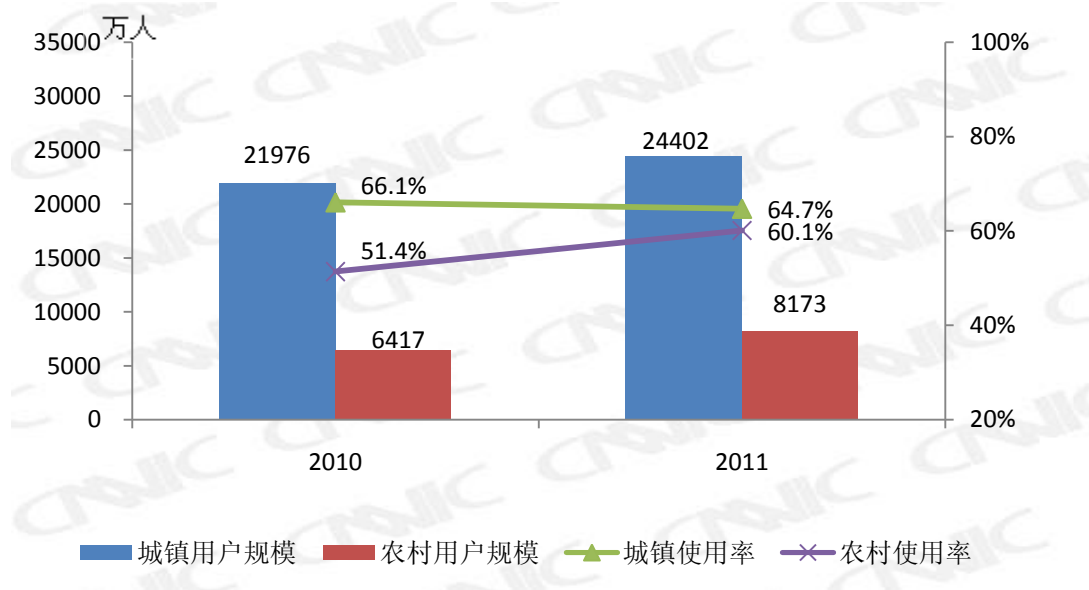


图 15 城镇和农村网民网络视频使用情况对比

（四）网络文学

截止到 2011 年 12 月底，农村地区现有网络文学用户规模达 4883 万人，年增长 277 万人，年增长率为 6.0%。网络视频在农村网民中的使用率为 35.9%，比城镇低 4.9 个百分点。

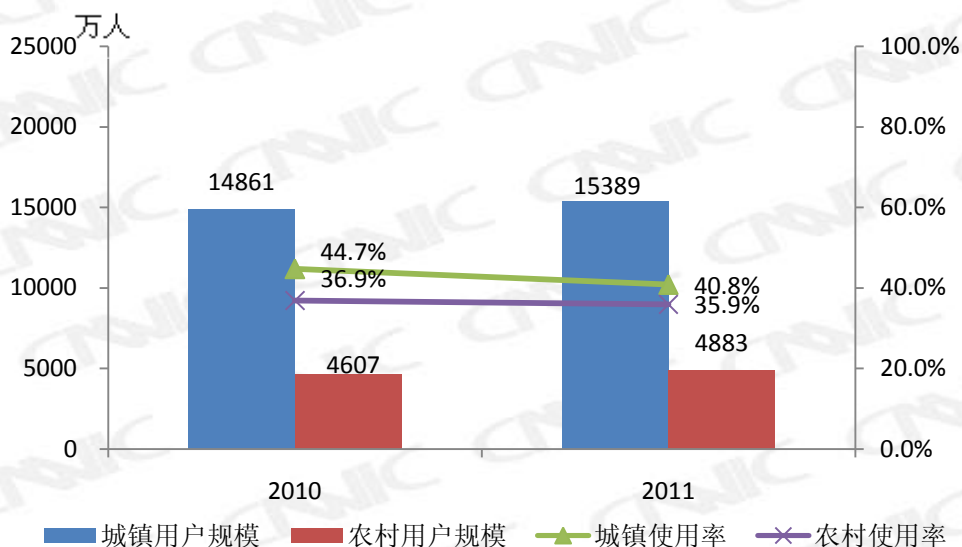


图 16 城镇和农村网民网络文学使用情况对比

五、农村网民的网络互动情况

(一) 即时通信

截止到 2011 年 12 月底，中国农村即时通信用户规模达 10506 万人，年增长 1567 万人，年增长率为 17.5%。即时通信在农村网民中的使用率为 77.3%，相比 2010 年，上升 5.7 个百分点。

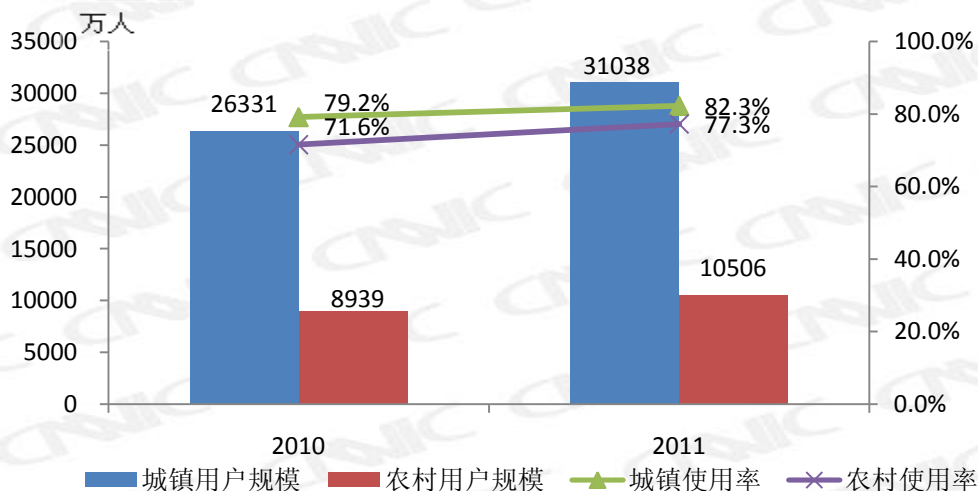


图 17 城镇和农村网民即时通信使用情况对比

(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。农村网民中对电子邮件需求较大的职业群体，如办公人员、管理者等，这些群体占比相对较小，从而导致了电子邮件的使用率较低。截止到 2011 年 12 月底，农村现有电子邮件用户 4509 万人，相比 2010 年，减少 447 万人，降低 9.0 个百分点。电子邮件在农村网民中的使用率为 33.2%，比城镇低 20 个百分点。

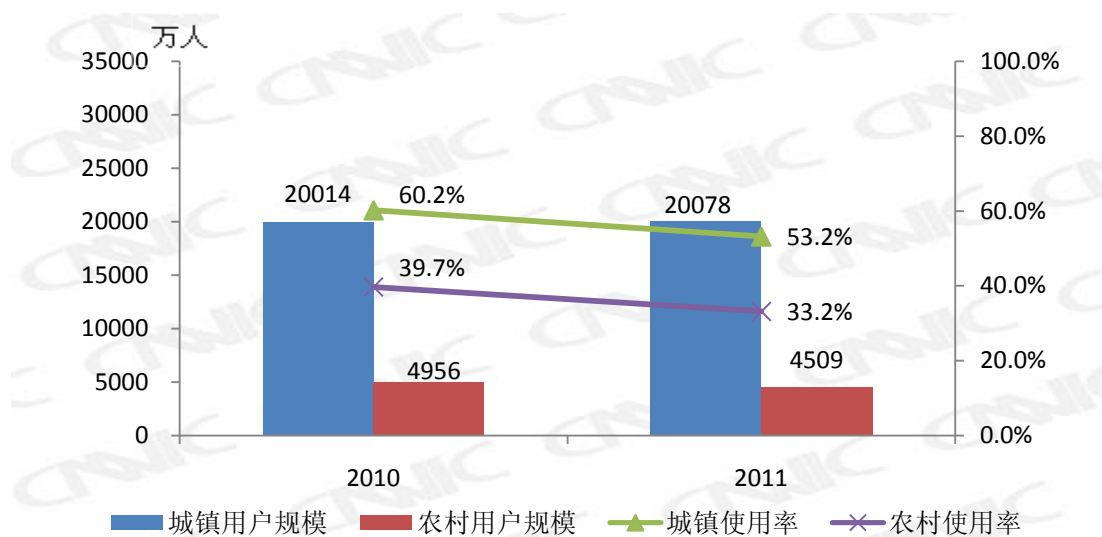


图 18 城镇和农村网民电子邮件使用情况对比

(三) 论坛/BBS

论坛/BBS 在农村的使用率较低。截止到 2011 年 12 月底，农村网民中论坛/BBS 用户规模为 2067 万人，使用率仅为 15.2%，相比 2010 年，减少 670 万人，使用率降低 6.7 个百分点；与城镇相比，使用率低 13.5 个百分点。

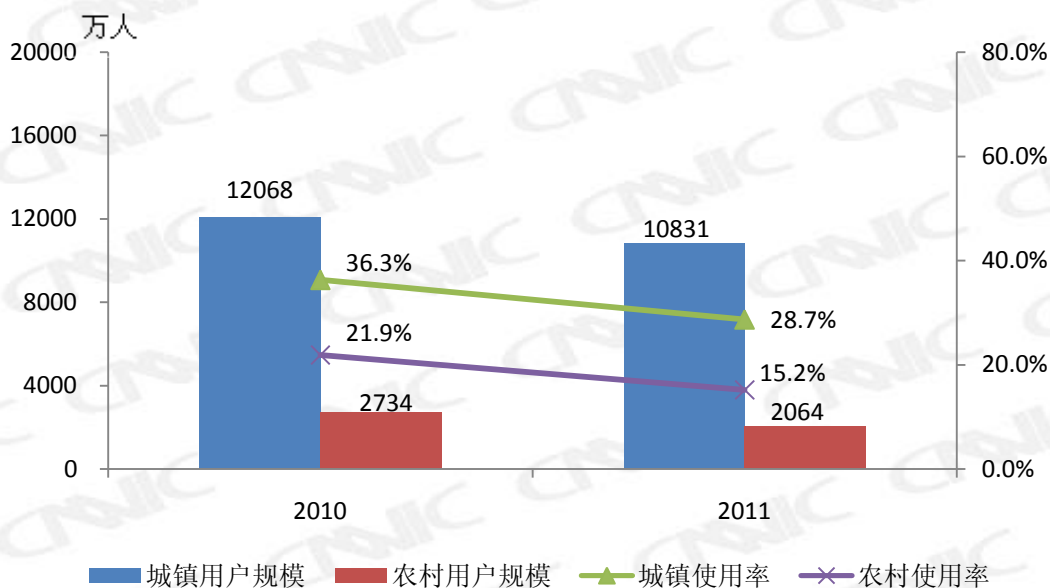


图 19 城镇和农村网民论坛/BBS 使用情况对比

(四) 微博

微博成为网民信息获取的重要渠道。截止到 2011 年 12 月底，城镇和农村微博用户规模快速增长。农村微博用户规模达 5954 万人，年增长 4793 万人，年增长率高达 412.8%，在各种应用中，微博使用率增长幅度最大。农村网民微博的使用率 43.8%，比城镇低 6.7 个百分点。

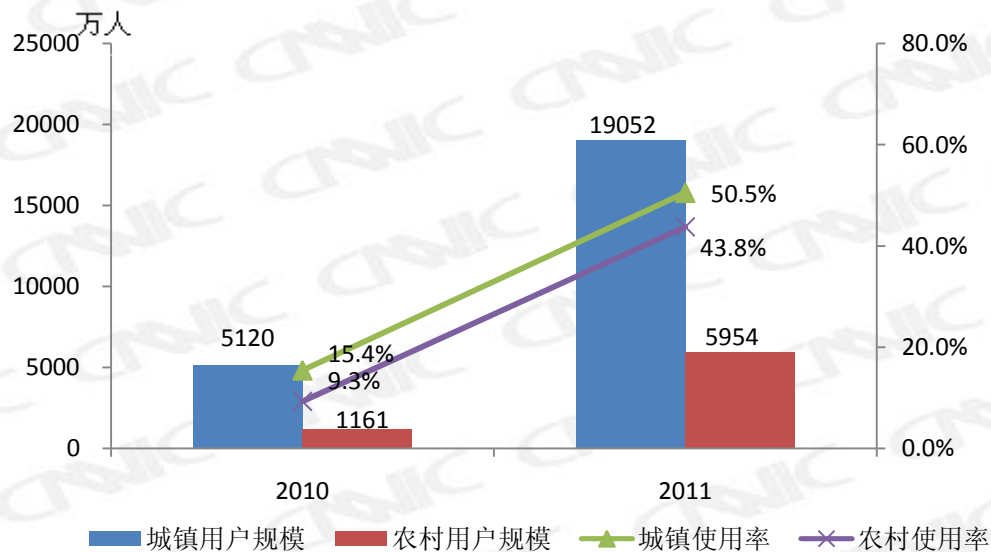


图 20 城镇和农村网民网络微博使用情况对比

（五）博客/个人空间

由于微博的使用率大幅度增加，城镇和农村博客使用率略有下降。截止到 2011 年 12 月底，农村网络博客用户规模为 7497 万人，增加 224 万人，使用率为 55.5%，相比 2010 年下降 3.0 个百分点，比城镇低 9.5 个百分点。

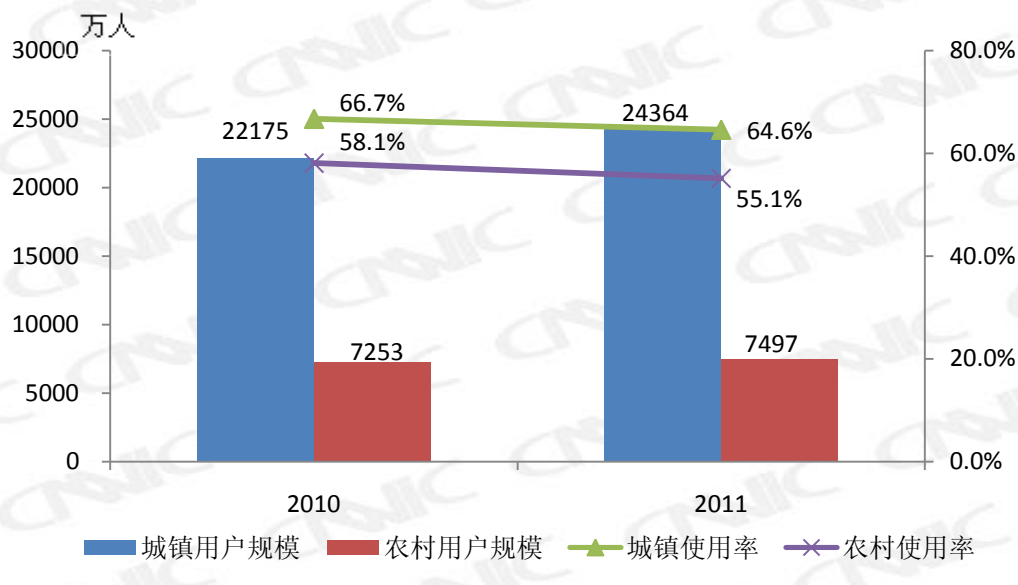


图 21 城镇和农村网民网络博客使用情况对比

（六）社交网站

截至 2011 年 12 月底，农村社交网站用户规模增加 742 万人，达 5748 万人，年增长率为 14.8%。社交网站在农村网民中的使用率为 42.3%，相比 2010 年增加 2.2 个百分点。

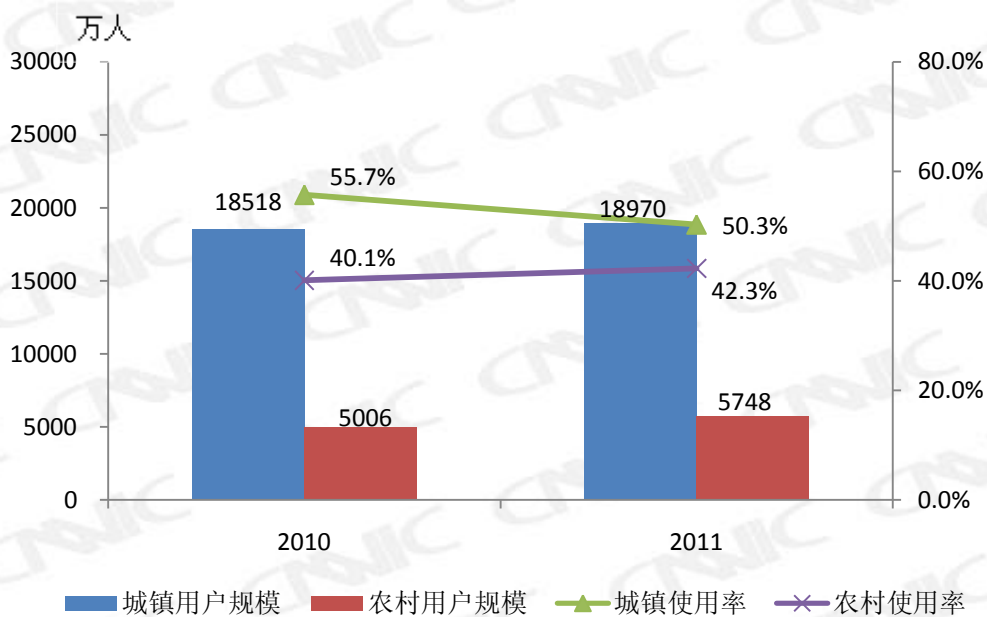


图 22 城镇和农村网民网络博客使用情况对比

六、农村网民电子商务应用情况

就农村电子商务应用整体发展情况而言，各应用使用率均呈上升趋势，但与城镇存在较大的差距。农村网民学历偏低、收入水平偏低，以及对电子商务不了解，影响着农村电子商务的发展进程。此外，农村地区互联网基础设施不完备和物流配送不健全，也是农村电子商务发展的阻碍。

（一）网络购物

截至 2011 年 12 月底，农村地区网络购物用户 3159 万人，年增长 650 万人，年增长率 25.9%。网络购物在农村网民中的使用率为 23.1%，较 2010 年仅增长 3.1 个百分点，比城镇低 19.9 个百分点。网络购物在农村和城镇中的使用率存在较大的差距，其原因归结于：第一，农村网民学历水平、收入水平较低，影响农村网民网络购物的使用；第二，农村地区物流配送等购物条件方面存在的较多问题也使网络购物应用发展受限。

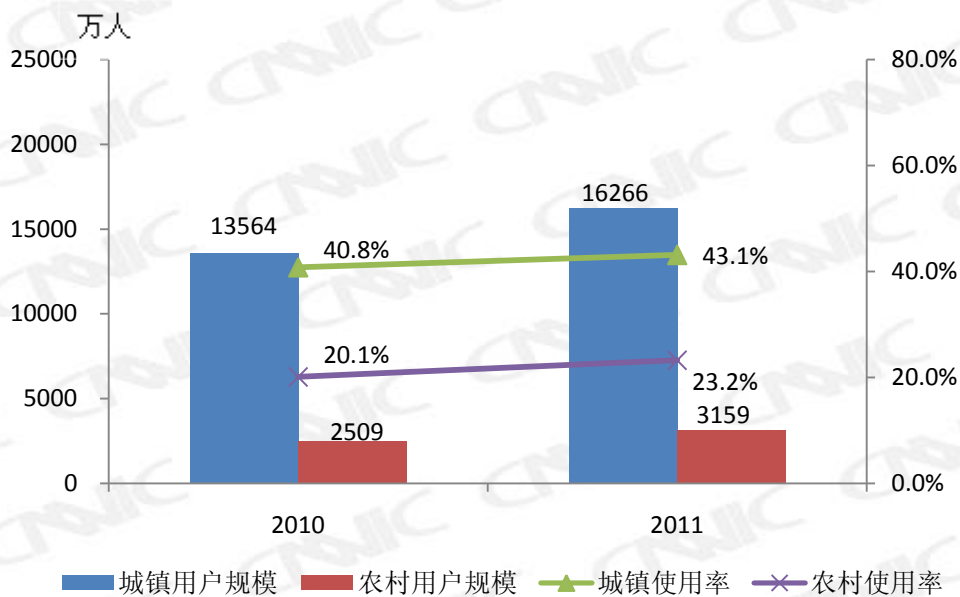


图 23 城镇和农村网民网络购物使用情况对比

(二) 网上银行

农村网络银行的应用发展速度缓慢。截至2011年12月底，农村网络银行用户规模年增加387万人，达2509万人。网络银行在农村网民中的使用率为18.5%，较2010年增长1.5个百分点，比城镇低18.9个百分点。

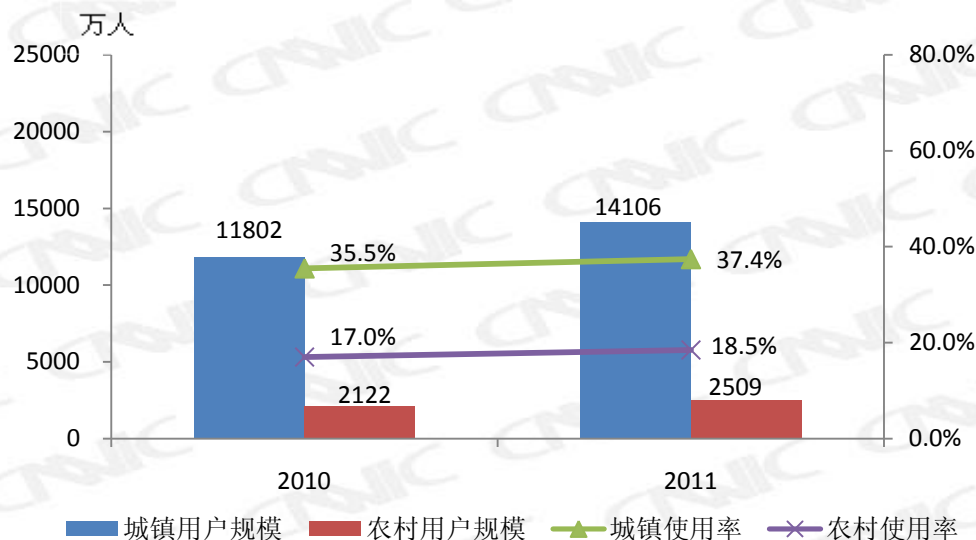


图 24 城镇和农村网民网络银行使用情况对比

(三) 网络支付

截至2011年12月底，网络支付在农村网民中的使用率为19.0%，较2010年底增长2.2个百分点，比城镇低18.4%。农村地区网上支付用户规模为2587万人，年增长489万人，年增长率为23.3%。

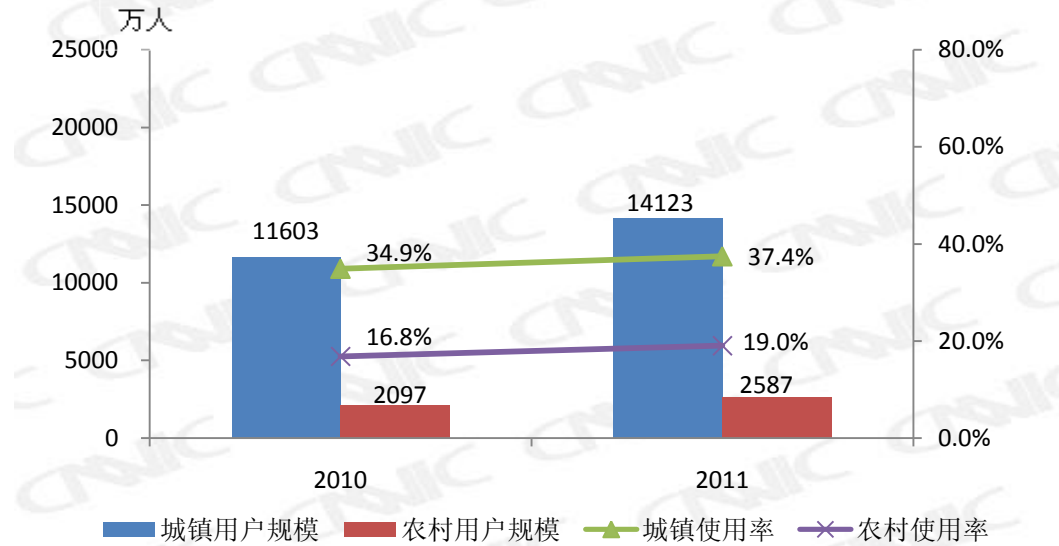


图 25 城镇和农村网民网络支付使用情况对比

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，家里上网占据绝对主流，在网吧上网的占比在不断下降。

截至 2011 年 12 月底，农村网民中在家里上网的所占比例为 86.3%，比城镇低 3.3 个百分点；在网吧上网的网民所占比例为 31.6%，比城镇高 4.9 个百分点，但相比 2010 年下降 8.9 个百分点。

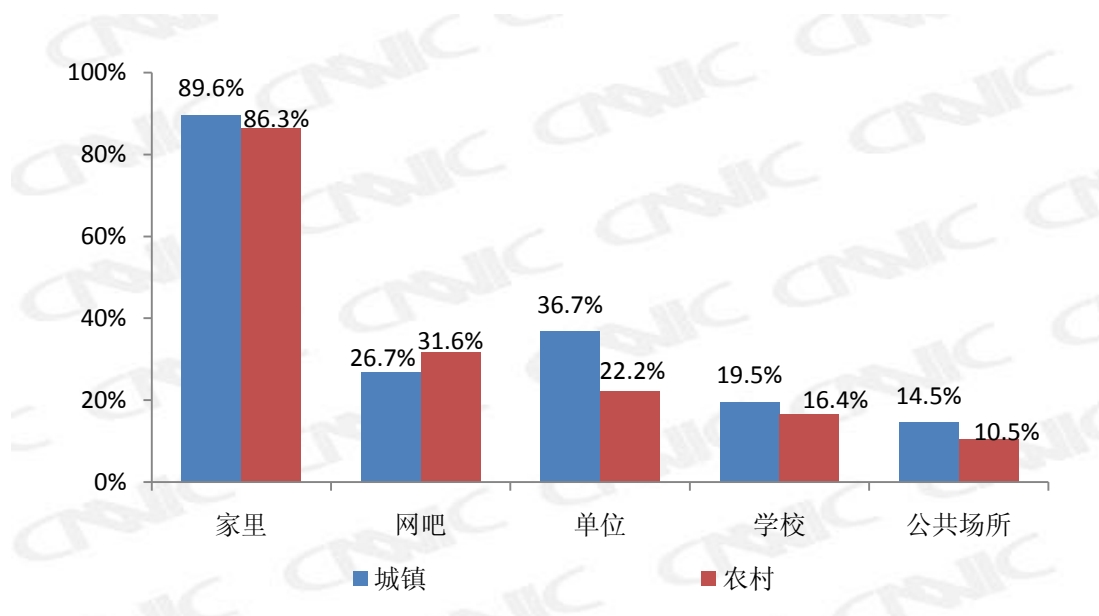


图 26 城镇和农村网民上网场所对比

二、农村网吧上网现状

截至 2011 年 12 月底，农村网吧网民规模为 4298 万人，比 2010 年减少 758 万人；在家上网用户规模达 11733 万人，年增长 1059 万人，年增长率为 9.9%。

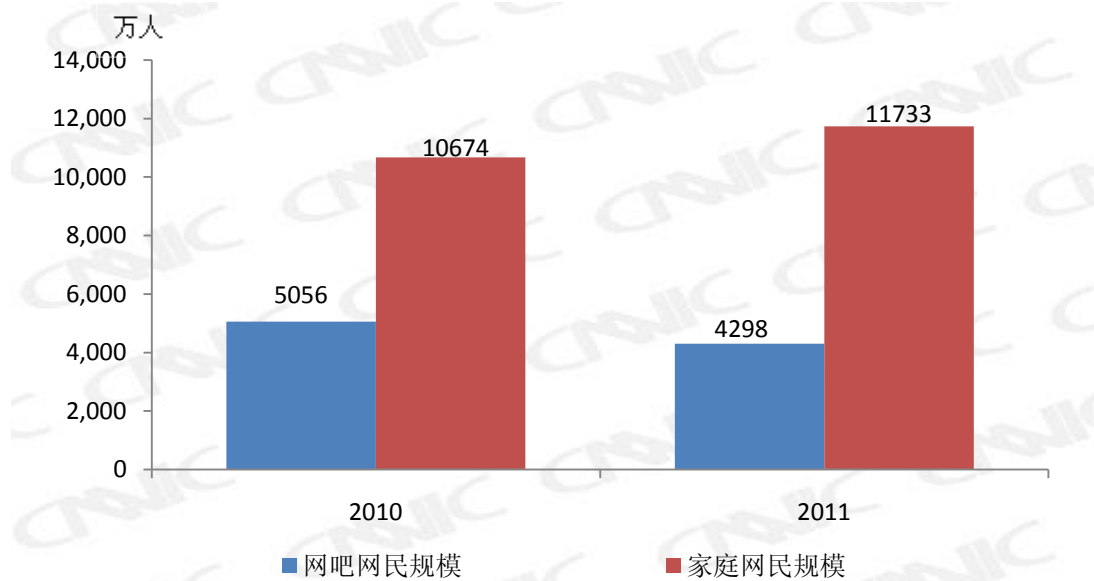


图 27 2011 年农村网吧网民规模

截至 2011 年 12 月底，中国农村青少年网民规模为 6460 万人，其中在网吧上网的青少年为 2830 万人，占农村青少年的 43.8%，比城镇高 6.1 个百分点。

第五章 农村手机上网的发展状况

一、农村网民的上网设备

根据工业和信息化部发布的《2011 年全国电信业统计公报》显示，2011 年，全国电话用户总数达到 127137 万户。移动电话用户 98625 万户，其中，3G 用户净增 8137 万户，达到 12842 万户。在电话用户总数中所占的比重达到 77.6%，是固定电话用户的 3 倍以上。移动电话普及率达到 73.6 部/百人，比上年底提高 9.2 部/百人。固定电话用户数快速下降，手机用户持续增长，3G 网络迅速发展，手机成为重要的上网终端。

手机成为农村网民最主要的上网终端。截止 2011 年 12 月底，农村网民中手机上网的占比达 71.3%，比城镇高 2.7 个百分点，比农村台式电脑的使用率高 4.5 个百分点。手机具有使用门槛低以及成本较低的特点，使其受到了农村网民的青睐。

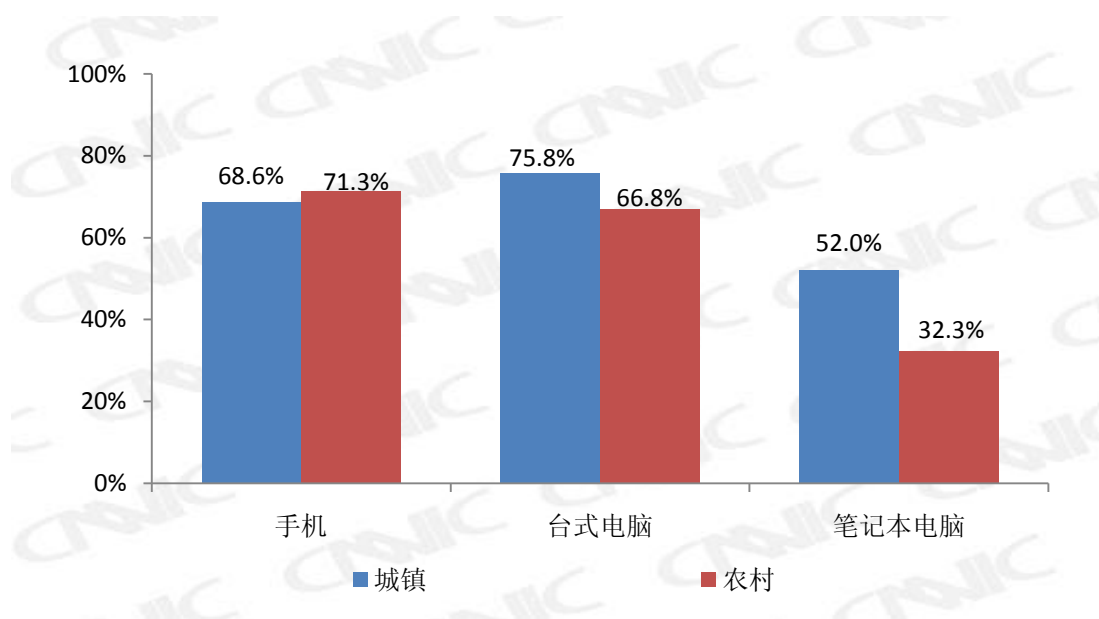


图 28 城镇与农村网民上网设备对比

二、农村手机上网现状

截至 2011 年 12 月底，移动电话用户 9.86 亿户，其中 3G 用户达到 1.28 亿户。中国手机网民规模达到 3.56 亿，城镇手机上网用户 2.6 亿人，占城镇网民总体的 68.6%；农村手机上网用户为 9694 万人，占农村网民总体的 71.3%。

从手机网民的增长速度来分析，城镇手机网民规模增长 4138 万，年增长率 20.7%；而农村手机上网用户规模年增长 892 万人，年增长率 10.1%，比城镇缓慢。

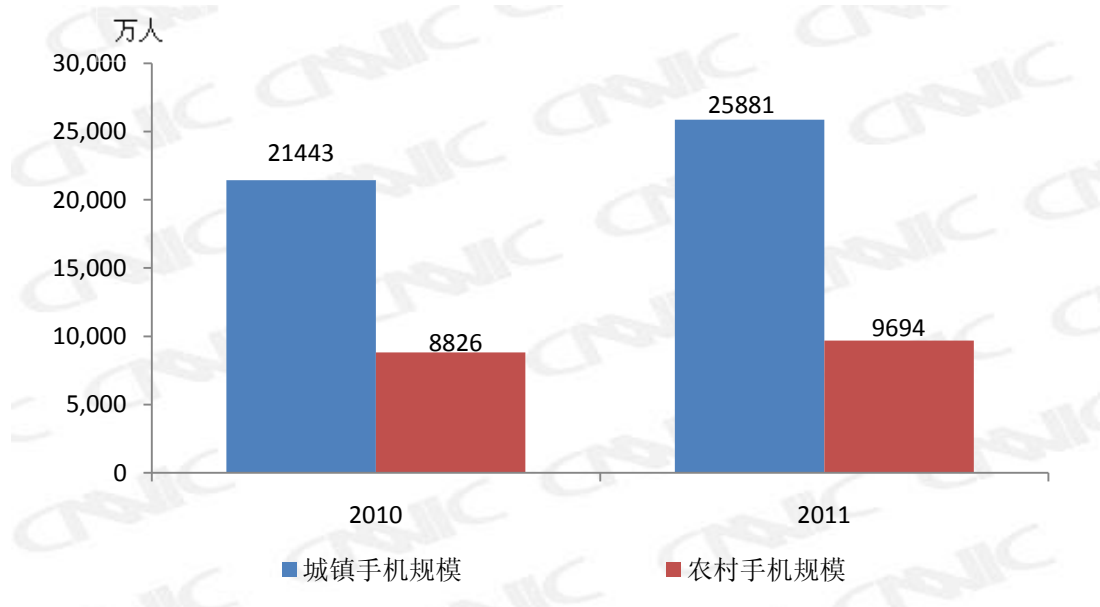


图 29 城镇与农村手机网民规模对比

第六章 农村互联网发展政策建议

2011 年，农村地区互联网基础设施发展较快，信息化水平有一定的提高。全年新增 1.7 万个行政村通宽带，通宽带行政村比例从 80% 提高到 84%；全年新增 1.2 万个偏远自然村(20 户以上)开通电话，全国通电话自然村比例从 94% 提高到 94.6%；全年新增 7413 个乡镇实施信息下乡活动，新建乡信息服务站 6966 个、村信息服务点 75254 个、乡级网上信息库 4184 个、村级网上信息栏目 62755 个。^①

但是，中国长期以来城乡经济发展的“二元结构”，部分农村地区互联网基础建设依旧薄弱，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、降低农村联网成本，提高农村互联网普及率

降低农村电脑的购买成本。随着“电脑下乡”用来满足农村网民上网诉求的终端设备不断得到改善，但目前农村地区个人电脑拥有率仍较低。2012 年是部分省市“家电下乡”的最后一年，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。

智能手机价格需要更加贴近农村实际。2011 年农村手机上网用户达 9694 万人，占农村网民的 71.3%，比农村台式电脑的使用率高 4.5 个百分点。目前，手机在农村地区普及率较高，但智能手机在农村地区的普及率过低，其主要原因是智能手机的价格相对较高。农村用户对价格敏感，目前智能手机价格对于农村网民相对昂贵，与廉价的功能手机相比，智能手机很难在农村地区较大范围的普及。降低智能手机的价格，提高智能手机在农村的使用率，对于深化农村互联网应用有着重要的意义。

降低农村网络通信资费。农村网络通信资费是制约农村网络普及的另一重要因素。应当降低农村使用信息通信的消费成本，向农村推出优惠的通信资费政策，在上网等费用上给予优惠。首先，应降低农村宽带价格，提高农村宽带家庭普及率，例如扶持老少边穷地区宽带接入网络建设、对低收入群体宽带减免光缆敷设费用等；其次，提高农村地区手机上网速度，降低流量资费。手机是农村网民最主要的上网终端。目前手机上网存在资费贵，网速慢等缺点，农村网络整体上的建设还相当的不完善，上网速度和服务有很大的提升空间，上网流量

^①数据来源于《2011 年全国电信业统计公报》

二、 发展具有农村特色的信息服务和商务交易体系

发展具有农村特色的信息服务平台。在信息获取类的网络应用上，城乡差距较大。信息获取类应用差距较大的一个重要原因是由于中国农村信息化建设时间不长，关于农村生产和生活的信息内容不够丰富，不能真正满足农村网民对信息的需求。一方面，各大运营商要根据农村网民的生产和生活需要，结合中国农村网民的年龄、性别和学历等结构特征，有针对性地提供信息服务。同时，当地政府应根据本地的经济发展特征，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，提供对农民生产和生活有益的信息，如农业技术、气象服务、供求信息、市场行情、专家咨询、网上农展、劳务市场和政策法规等内容。另一方面，手机是农村网民的最主要的上网终端，政府可以扶持并鼓励运营商，以手机为载体为农民提供信息，提高农民通过网络获取信息的积极性。

发展具有农村特色的商务交易服务平台。目前，农村产品供求信息不对称、销售渠道不畅等因素阻碍农村经济发展，其中一个原因是农村缺乏交易平台。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，首先，有利于农民进行农机具、化肥等工业用品在平台上的联合采购，降低了中间环节成本，为农民带来生产的真正实惠；其次，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；最后，也有利于农民将农产品推向市场，建立多元销售渠道。

三、 加强农村网民教育，深化互联网应用

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（初中及以下学历的网民占 62.2%，远高于城镇中 37.7%的占比）。低学历和低年龄网民是农村网民的主要组成部分，网络娱乐自然成为农村互联网的主要应用，这也是城乡网民在信息获取和商务交易应用上差距较大的另一个重要原因。其深层次的原因在于农村高学历人群向城市流动，从而导致农村社会“精英阶层”的缺失。所以，必须加强农村居民网络教育，培育其互联网观念，提高他们的互联网深化应用的能力。

政府可以通过加强学校教育、乡村基层组织学习、外来务工人员培训等多种渠道，培养农民上网的需求意愿和使用技能，将互联网的信息获取和商务交易价值传递和渗透到农村的非网民群体，提高互联网在农村地区的普及率。同时，政府应积极引导农村网民对信息获取、商务交易、电子政务等价值类型的应用，推动农村互联网应用的可持续发展。