

中国网站流量排名全线下滑 PDF转换可能丢失图片或格式，  
建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/202/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_BD\\_91\\_E7\\_c40\\_202867.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/202/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_BD_91_E7_c40_202867.htm) 因为工作原因，做国内门户网站和重点新闻网站的流量分析，突然发现：注册地在中国内地的主要网站的影响力全线下滑。2005年的七八月间，当时在WWW.ALEXA.COM看到的全球网站排名（按综合浏览量）的确令人吃惊：在全球网站前十名里有中国的新浪、搜狐、百度、网易，在全球网站前百名里也竟然有33个中国网站。记得当时高钢先生（时任中国人民大学新闻学院院长）表示：中国抓住了信息化的机遇，在实施信息化的国家战略上和发达国家基本是同步的，且有自己国情使然的特色（大意如此）。前几天早上看到的ALEXA全球网站排名也同样令人吃惊：在全球网站前十名里，只剩下了百度（第7）、腾讯（第9），而新浪（第12）和搜狐（第20）均跌出了前十；在全球网站前百名里，中国网站也就十个过点。重点新闻网站的下滑尤其令人汗颜：新华网从当时的前50位跌至第136位，央视网、人民网则从前百位跌至第310位和360位。与之相比较，纯属媒体定位的BBC、CNN、AOL，排名则相对比较稳定。显而易见，互联网的工具特性（搜索、即时通信、娱乐等）和社会组织动员功能（博客、论坛等）正在强化，利用新传播媒介的旧式传播思维正在不可逆转地失去受众。看不清这一点，就将遭遇失败。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)