

中国网民人数已居全球首位电子商务考试 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_BD_91_E6_c40_515647.htm 中国已成为全球最大的互联网市场。国家工业和信息化部昨天公布的信息显示，截至2月份，我国网民数达2.21亿人，超过美国居全球首位。在2007年底，这一数字为2.1亿人。尽管用户量巨大，但网络普及率依然很低，低于全球平均水平。国家工业和信息化部公布的数据显示，目前中国互联网普及率仅为16%左右，而世界水平为19.1%，美国为69.7%。在线广告和电子商务等方面，美国市场更是遥遥领先。农村互联网市场大有可为。国家工业和信息化部对新增网民构成进行了细化分析。2007年新增网民中，向各层次扩散的趋势明显：18岁以下的网民和30岁以上年龄较大的网民增长较快；初中及以下受教育程度的网民增长较快；低收入人群开始越来越多地接触互联网。快速增长的农村网民成为新增网民的重要组成，7300万新增网民中的4成，即有2917万来自农村；截至2007年12月底，我国农村网民数量达到5262万，年增长率达到127.7%。这一数据表明：农村网民的高速增长，使得农村成为一个拥有巨大潜力的互联网消费市场，随着“村村通电话”、“乡乡能上网”、“乡乡有网站”等乡镇信息化普及工程的推进，农村互联网市场必将大有可为。随着网民数量的增长，互联网基础资源的发展势头也“当仁不让”。作为基础地址资源“根本”的IP地址和域名年增长率分别达到了38%和190.4%，保证了互联网的发展需求。娱乐拉动网民快速增长。国家工业和信息化部在调查中发现，中国网民首选的互联网应用发生了

转移，娱乐已经成为我国互联网最重要的网络应用，前七类网络应用的使用率排序依次是：网络音乐(86.6%)gt.网络影视(76.9%)gt.搜索引擎(72.4%)gt.电子邮件(56.5%)，体现互联网娱乐作用的网络音乐、网络影视等排名明显靠前，94.2%的网民对互联网的娱乐功能给出了正面评价。数据显示，使用网络音乐的网民高达1.81亿，使用即时通信的网民高达1.7亿，而网络新闻、电子邮件等互联网基础应用落在其后，其中“电子邮件”在2007年之前一直位居中国互联网用户的应用率最高的榜首。互联网娱乐功能成为网民快速增长的拉动因素之一。网络广告远不如美国网民虽多，但网络广告远不如美国。一位经济分析师认为，互联网广告仅占中国广告支出的5%左右，而在美国则占到10%。如果中国经济持续增长，中国互联网用户在相比传统娱乐形式时更多地选择互联网，中国定会迎头赶上。他预计在未来五年内，中国网络用户数量每年的复合增长率将达到18.5%，而美国的增长率仅为2.2%。到2012年，中国将有5.9亿网络用户。迄今为止，在线广告在中国尚未得到成功发展，即使是包括百度等在内的最大网络公司也表示，它们只有使出浑身解数才能让中小广告主相信付费搜索的效能。电子商务被认为是在线广告的主要推动力，但自身发展缓慢。许多消费者不习惯网上购物，且不愿通过网络付费。百考试题收集整理F8F8" 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