

2003 年中国互联网络 信息资源数量调查报告

主持单位：国务院信息办推广应用组

承办单位：中国互联网络信息中心

完成时间：2004 年 2 月

目 录

第一部分 调查背景.....	1
第二部分 调查说明.....	2
一、调查对象.....	2
二、调查内容.....	2
三、调查时间.....	3
四、有关概念.....	3
五、调查方法.....	4
六、调查问卷.....	7
七、组织单位.....	7
第三部分 调查结果.....	9
第一章 域名、网站数及地区分布.....	9
一、域名数.....	9
二、网站数.....	10
第二章 网站性质及服务内容.....	12
一、网站按性质分类.....	12
二、网站的基本情况.....	13
三、各类型网站信息服务内容及信息更新情况.....	29
第三章 网页数量及性质特征.....	60
一、全国网站的网页情况.....	60
二、国内前 100 家大型网站的网页情况.....	63
三、全国网站的网页与国内前 100 家大型网站的网页情况比较.....	65
第四章 在线数据库数量及性质.....	67
一、在线数据库数量及各类网站拥有在线数据库情况.....	67
二、在线数据库按内容和记录数分类情况.....	70
第五章 总结.....	79
一、域名统计.....	79
二、网站统计.....	79
三、网页统计.....	85
四、在线数据库统计.....	86

图目录

图 1 地区域名数量分布.....	10
图 2 www 站点性质分类.....	10
图 3 地区网站数量分布.....	11
图 4 不同性质类型网站分布图-饼状图.....	12
图 5 不同性质类型网站分布图-柱状图 (%).....	13
图 6 平均每个网站每天的页面访问数.....	13
图 7 网站每天的页面访问数-按类型分布.....	14
图 8 企业网站每天的页面访问数-按行业分布 (%).....	15
图 9 制造业企业网站每天的页面访问数 (%).....	16
图 10 IT 业企业网站每天的页面访问数 (%).....	16
图 11 各类网站的网站链接情况.....	17
图 12 各网站链接数的网站比例.....	18
图 13 各类网站的信息主要来源情况.....	19
图 14 各类网站提供的语种/文字阅读情况.....	20
图 15 各类网站提供全站信息搜索的情况.....	21
图 16 各类网站的网页上提供网站地图的情况.....	21
图 17 各类网站的网页上提供联系方式的情况.....	22
图 18 各类网站服务器拥有情况.....	22
图 19 拥有服务器的网站比例.....	23
图 20 各类网站拥有服务器情况.....	24
图 21 拥有服务器的各类网站所采用的操作系统情况.....	25
图 22 负责网站运营的全职员工人数情况.....	26
图 23 各类网站负责运营的平均全职员工人数.....	26
图 24 各类网站负责运营的全职员工人数拥有情况.....	27
图 25 网站的成立时间-饼图.....	28
图 26 提供各类信息服务的政府网站的比例.....	30
图 27 政府网站交互性服务.....	31
图 28 政府新闻更新周期.....	32
图 29 政府职能/业务介绍更新周期.....	32
图 30 统计数据/资料查询更新周期.....	33
图 31 法律法规/政策/文件更新周期.....	33
图 32 办事指南/说明更新周期.....	34
图 33 办公/业务咨询信息更新周期.....	34
图 34 政府通知/公告更新周期.....	35

图 35 办事进程状态查询更新周期.....	35
图 36 企业/行业经济信息更新周期.....	36
图 37 便民生活/住行信息更新周期.....	36
图 38 表格下载更新周期.....	37
图 39 政府公告、新闻、政策等信息通过网站发布情况.....	37
图 40 政府日常办公事务与网站相关服务的结合程度.....	38
图 41 提供以下信息服务的企业网站的比例.....	39
图 42 提供以下交互服务的企业网站的比例.....	40
图 43 企业网站信息总体更新情况.....	41
图 44 企业介绍更新周期.....	41
图 45 产品/服务介绍更新周期.....	42
图 46 行业新闻更新周期.....	42
图 47 企业动态更新周期.....	43
图 48 售后服务/技术支持更新周期.....	43
图 49 行业解决方案更新周期.....	44
图 50 行业报告更新周期.....	44
图 51 电子期刊更新周期.....	45
图 52 招聘信息更新周期.....	45
图 53 企业网站的行业分布.....	46
图 54 制造业中各类网站的分布.....	47
图 55 IT 业中各类网站的分布.....	47
图 56 企业产品、服务、企业新闻等信息通过网站发布情况.....	48
图 57 企业业务与网站的结合程度.....	48
图 58 提供各类服务的商业网站的比例.....	50
图 59 提供各类信息的商业网站的比例.....	51
图 60 商业网站总体信息更新情况.....	52
图 61 商业网站新闻更新周期.....	52
图 62 商业网站产品信息更新周期.....	53
图 63 商业网站贸易信息更新周期.....	53
图 64 商业网站企业信息更新周期.....	54
图 65 商业网站科技信息更新周期.....	54
图 66 商业网站教育信息更新周期.....	55
图 67 商业网站招聘信息更新周期.....	55
图 68 商业网站金融财经信息更新周期.....	56
图 69 商业网站房地产信息更新周期.....	56
图 70 商业网站汽车信息更新周期.....	57

图 71 商业网站休闲娱乐信息更新周期	57
图 72 商业网站生活服务信息更新周期	58
图 73 商业网站体育信息更新周期	58
图 74 商业网站医疗健康/保健信息更新周期	59
图 75 商业网站文学艺术信息更新周期	59
图 76 商业网站旅游交通信息更新周期	60
图 77 商业网站交友征婚信息更新周期	60
图 78 全国网站的静动态网页数	61
图 79 网页的更新周期	62
图 80 全国前 100 家大型网站的动静态网页数	63
图 81 全国前 100 家网站的网页更新周期	64
图 82 前 100 家大型网站与全国网站的网页更新周期	66
图 83 各类网站拥有的在线数据库数和占全部在线数据库的比例	67
图 84 各类网站拥有在线数据库的比例	68
图 85 各类网站/平均每个网站拥有数据库数量情况	69
图 86 各类网站平均拥有在线数据库数量情况	69
图 87 拥有不同在线数据库数的网站比例	70
图 88 拥有各类在线数据库的网站比例情况	71
图 89 各类在线数据库平均拥有的记录数	72
图 90 各类在线数据库的更新周期情况	73
图 91 各类在线数据库的每次更新比率情况	75
图 92 各类网站在线数据库具有其它载体情况	76
图 93 各类网站在线数据库具体载体形式	76
图 94 在线数据库收费情况	77
图 95 在线数据库面向对象情况	78

表目录

表 1 调查内容和指标	2
表 2 地区域名数量分布	9
表 3 www 站点性质分类	10
表 4 地区网站数量分布	11
表 5 各类网站的网站链接情况	17
表 6 各类网站的信息主要来源情况	18
表 7 各类网站提供的语种/文字阅读情况	20
表 8 各类网站拥有服务器情况	23
表 9 拥有服务器的各类网站所采用的操作系统情况	25
表 10 各类网站负责运营的平均全职员工人数拥有情况	27
表 11 网页数及网页字节数情况	61
表 12 网页的编码情况	62
表 13 网页的内容分类情况（按多媒体形式）	62
表 14 网页的更新周期情况	62
表 15 前 100 家网站的网页数及网页字节数情况	63
表 16 前 100 家网站的网页编码情况	63
表 17 前 100 家网站的网页内容分类情况（按多媒体形式）	64
表 18 前 100 家网站的网页更新周期	64
表 19 在线数据库数量及分布情况	67
表 20 各类网站拥有在线数据库情况	68
表 21 拥有各类在线数据库的网站比例情况	70
表 22 各类在线数据库平均拥有的记录数	71
表 23 各类在线数据库的更新周期情况	73
表 24 在线数据库的每次更新记录比率情况	74
表 25 在线数据库的载体情况	75
表 26 各类网站在线数据库具体载体形式	76
表 27 在线数据库收费情况	77
表 28 在线数据库面向对象情况	78

第一部分 调查背景

信息资源是国家的战略资源，它在国民经济信息化中位于核心的地位。正确开发、利用信息资源对促进我国信息化的快速发展，导正我国信息化的发展方向，拉动国民经济和社会发展，提高全民族的文化素质和创新能力，促进社会进步和繁荣，实施西部大开发战略等方面有着十分重要的意义。

互联网络信息资源是信息资源的重要组成部分，自从 20 世纪 90 年代中期开始，互联网在我国迅猛发展，网上中文信息资源快速增长，到 2002 年 12 月 31 日，全国在线数据库达到 82929 个，共 15709 万个网页，2744G 数据量。网上政府信息、行业和企业信息、科技教育信息、文化娱乐信息、新闻信息、旅游信息、区域特色信息等均已形成一定规模。

随着互联网的飞速发展，我国互联网络信息资源得到了很大的发展，但是我国互联网络信息资源不断进展的同时，存在一些问题需要重视。例如，网络和数据库存在大量低水平重复建设，难以实现互联共享；信息资源的开发滞后应用，存在大量信息孤岛现象等。因此，加大对我国互联网络信息资源开发和利用的引导力度，迫在眉睫。

为加深政府对我国互联网络信息资源开发和利用情况的把握，包括信息资源的存量、增量以及地区和行业分类特征等，为加快制定有关信息资源发展政策和措施提供重要参考依据，促进政府对信息资源开发的有力引导，促进我国互联网络信息资源的充分利用，国务院信息化工作办公室决定对我国各行、各业、各地区互联网络信息资源数量情况进行全面调查。

本次调查是我国互联网络信息资源的第三次数量调查，开始于 2003 年 12 月，结束于 2004 年 2 月，历时 3 个月。在保持与前二次调查有一定连续性、借鉴前二次调查成功经验的基础上，在调查方法、调查深度、结果分析等方面有所创新。本次调查初步探索了我国互联网络信息资源发展中的问题和规律，为我国政府进一步正确引导互联网络信息资源的开发利用提供了重要参考。

第二部分 调查说明

一、调查对象

所有域名注册单位属于中国（不包括香港、澳门、台湾）的网站总和，包括.COM，.NET，.ORG和.CN域名(含ORG.CN，GOV.CN，EDU.CN等)下的所有网站。

二、调查内容

表 1 调查内容和指标

指标		数据来源	备注	
域名数量		CNNIC 数据+注册商上报		
网站数量		CNNIC 数据+注册商上报		
网页数量		计算机自动搜索		
在线数据库数量		问卷调查		
域名	各区域域名分布状况	CNNIC 数据+注册商上报		
网站	各地区网站分布状况	CNNIC 数据+注册商上报	按照省级行政区域划分	
	各种性质的网站分布状况		按照网站的域名特征划分	
	主要类型网站提供的服务	问卷调查	政府、商业、企业	
	各行业网站分布状况		按照标准行业分类法	
	网站相关特征		每天页面访问数	
			服务器拥有情况	
			网站的链接数	
			网站的员工数	
			网站成立时间	
			频道数	
			网站版本	
	网站效果指标		网站的可访问性	
		安全性		防火墙、操作系统等
网页	网站效	计算机搜索	可用性度量	
	果指标			
	网页按内容形式分类比例		包括图像、音频和视频	
	网页按性质分类比例		政府、企业、商业等	
	网页按地域分布比例		省域及七大区分布	
	网页长度		以字节数计算	
网页的更新周期				
网页编码状况		简、繁体中文、英文等		

在线 数据 库	按性质分类比例	问卷调查	政府、企业、商业网站等
	按地域分布比例		华北、华南等七大区分布
	按内容分类比例		产品、科技信息数据库等
	按形式分类比例		图形文字数据综合等
	按使用情况分类比例		分自用和公用
	按服务方式分类比例		面向终端用户或中介
	在线数据库更新状况		-
	数据库容量		物理存储量(G)
	是否同时具有其它载体		否、是(光盘、纸质等)

三、调查时间

调查时间：2003年12月 - 2004年2月；数据截至时间：2003年12月31日。

四、有关概念

1. 在本次调查中，中国互联网络信息资源定义为：中国互联网络上公开发布的网页和在线数据库的总和。
2. 中国互联网络是指所有域名注册单位属于中国大陆的网站总和。
3. 在线数据库是指以 Web 为界面，提供公共检索的收费或免费的数据库。
4. 网站是指有独立域名的 web 站点，其中包括 CN 和通用顶级域名 (gTLD) 下的 web 站点。此处的独立域名指的是每个域名最多只对应一个网站“WWW.+域名”，如：对域名 sina.com.cn 来说，它只有一个网站 www.sina.com.cn，并非它有 news.sina.com.cn、mail.sina.com.cn.....等多个网站。
5. 商业网站指业务主要在网上进行的电子商业网站，如新浪、搜狐、网易等网站；企业网站是相对于商业网站而言，指业务主要在网下进行的企业所建立的网站，如联想集团的网站www.lenovo.com.cn。
6. 网页搜索是指对抽取的网站从其首页 (WWW+域名) 开始搜索，通过网页上的层层链接，抓取所有属于该网站的网页的特征及其文本内容。
7. 静态网页是指 URL 中不含?和输入参数的网页，包括：*.htm、*.html、*.shtml、*.txt、*.xml 等。
8. 动态网页是指 URL 中含?或输入参数的网页，包括：ASP，PHP，PERL，CGI

等在 Server 方进行处理的网页。

9. 网页的编码形式：是根据网页本身的信息通过分析得到的，不是通过一篇网页在 HTML 中的声明来判断的。因为大量国内的英文网页在其 HTML 声明中都是简体中文。
10. 网页的内容形式：是通过文件后缀获得的。关于图像、音频、视频的文件后缀定义标准参考 MIME 标准。
11. 网页的更新情况：网页的更新时间是指搜索到该网页的当日日期与该网页的最后更新日期之间的时间段。

五、调查方法

（一）数据获取方式和渠道

域名和网站的总量数据通过国内各国际域名注册商和 CNNIC 联合获得。

网页的特征数据由百度公司利用搜索技术对全国网站进行搜索获得。搜索时通过 URL 判断同一网页是否有多个链接指向，避免了对这类网页的重复计算，通过判断不同网站的 IP 地址和首页字节数是否相同，排除了不同域名指向同一网站的情况。

网站的特征数据及在线数据库的特征数据通过 Call Center 电话问卷调查的方式获得。

（二）调查问卷的抽样方法

1. 总体界定

按照对中国互联网络信息资源的定义（中国互联网络上公开发布的网页、在线数据库的总和），同时考虑到未注册域名而提供服务的网站数量较少以及调查的难度，本次调查中所指的总体为：中国（不包括香港、澳门、台湾地区）所有已注册域名的网站，包括.COM，.NET，.ORG 和.CN 域名(含 ORG.CN，GOV.CN 等)下的所有网站。

2. 抽样框

关于抽样框，最直接的作法是选择抽样框为全国有域名的网站名录。由于保密性的原因，抽样过程需要委托各域名注册/代理商完成，从方便实施并提高数据精度的角度考虑选择抽样框为全国（不含港、澳、台）范围内的域名名录。

由于一个网站可能会有两个或两个以上域名，而有的域名没有建立网站。这样对于总体而言，就出现了“抽样框单位没有对应的抽样单位”、“抽样框单位和抽样单位不一一对应”等问题。对此，考虑采用排除、事后加权等方法来解决。

3. 抽样方法

本次调查的抽样方法采用分层按比例抽样：考虑到各域名类别下网站特征的差别，首先按域名类别分层；之后在每个类别内采用定距抽样的方法来抽取样本，最后对调查结果进行事后加权处理以估计全国范围的估计量。下面分阶段叙述抽样方法：

第一阶段：将样本量分到各层

因为到目前（2003年11月）为止只有截止2003年6月30日的全国范围的域名数的情况；同时考虑到我们主要是利用各类别域名数之间的比例关系来确定样本量在各层的分配，而这种关系应该不会有较大的变化。因此本方案按照截止2003年6月30日的“各类别域名数占全国域名总数的比例”将样本总量分配到各域名类别。

第二阶段：将样本量分配到各域名注册/代理商

抽样过程由域名注册/代理商按照抽样办法（由中国互联网络信息中心提供）抽取指定数量的域名作为样本。样本按照各域名注册/代理商所注册拥有的域名数的比例进行分配。具体计算办法如下：

$$M_{ij} = M_j \times (N_{ij} / N_j)$$

其中： M_{ij} 表示第*i*家域名注册/代理商所应抽取第*j*类的域名数， M_j 表示第*j*类应抽取的域名样本数， N_{ij} 表示第*i*家域名注册/代理商所拥有第*j*类的域名总数， N_j 表示第*j*类的域名总数。

第三阶段：各家域名注册/代理商抽取域名样本

考虑到尽可能简化各域名注册/代理商抽取样本的工作量和保证抽样的精度，要求各域名注册/代理商在整理了域名名录（抽样框）后采用等距抽样，抽取样本步骤如下：

步骤1：分组

以域名的类别为单位对域名名录进行分组。

步骤2：排序

由域名注册/代理商对其抽样框（域名名录及相关信息）内各组域名首先按照域名注册单位所属省份排序，进而在域名注册单位所属省份下按域名注册先后时间进行排序。

步骤 3：编号

对各组内完成排序的域名进行编号。域名注册单位所属省份排序和编号规则规定如下：

序号	省市区	序号	省市区	序号	省市区	序号	省市区
1	北京	9	上海	17	湖北	25	云南
2	天津	10	江苏	18	湖南	26	西藏
3	河北	11	浙江	19	广东	27	陕西
4	山西	12	安徽	20	广西	28	甘肃
5	内蒙古	13	福建	21	海南	29	青海
6	辽宁	14	江西	22	重庆	30	宁夏
7	吉林	15	山东	23	四川	31	新疆
8	黑龙江	16	河南	24	贵州		

步骤 4：抽取样本

以第 i 个域名注册/代理商、抽取第 j 类样本的过程为例叙述如下。第 i 个域名注册/代理商在第 j 组域名列表中抽取出指定数量的 M_{ij} 个域名作为其提供的第 j 类域名的样本，抽取的规则如下：首先计算一个抽样距离 X_{ij} ($X_{ij} = \text{Round}(n_{ij}/M_{ij})$)， X_{ij} 为第 i 个域名注册/代理商在第 j 类样本中的抽样间距，然后随机从 1 到 n_{ij} 中选出一个数 S ，那么编号为 $P = S + k * X_{ij}$ ($k = 0, 1, 2, 3 \dots M_{ij} - 1$) 的域名即为被抽取的样本域名（当 $P > n_{ij}$ 时，取 $P = P - n_{ij}$ ）。

其他组的样本抽取过程类似，将各组中抽取到的样本综合到一起可组成第 i 个注册/代理商应抽取的样本。

步骤 5：获取样本相关资料

将以上步骤所抽取的样本域名及其相关信息（包括：域名、域名类型、域名注册时间、域名所属单位、域名单位所在地、域名联系人、联系电话等）存为 Excel 工作表文件。格式如下：

序号	域名	域名类型	域名注册时间	域名所属单位	域名单位所在地	联系人及联系方式
1	cnnic.net.cn	Net			北京	

将所有注册/代理商提供的样本合并即成为调查所需样本。

六、调查问卷

本次问卷调查的有效网站样本数为 2492 个，在置信度为 95%的精度要求下，可以保证最大允许绝对误差小于 2%。

调查问卷时间为 2003 年 12 月 - 2004 年 2 月。问卷所采集数据的相应记录时间为 2003 年 12 月 31 日。

七、组织单位

1、委托单位：

国务院信息化工作办公室

2、实施单位：

中国互联网络信息中心 (CNNIC)

3、协助单位（按字母排序）：

百度在线网络技术（北京）有限公司

北京东方网景信息科技有限公司

北京信海科技发展公司

北京信诺立兴业网络通信技术有限公司

创联万网国际信息技术（北京）有限公司

东方通信股份有限公司

搜狐爱特信信息技术（北京）有限公司

厦门必信电脑网络有限公司

厦门精通科技实业有限公司

厦门中资源网络服务有限公司

第三部分 调查结果

(以下调查结果截止到 2003 年 12 月 31 日)

第一章 域名、网站数及地区分布

一、域名数

1. 全国域名数：1187380 个

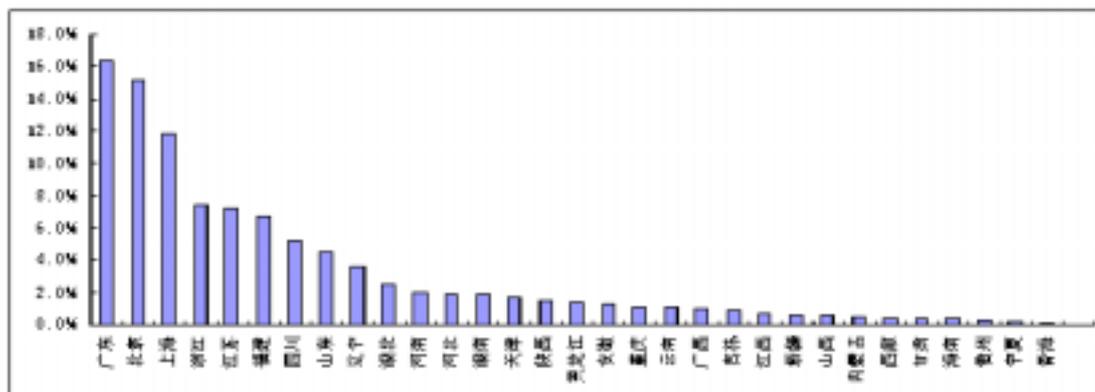
注：包括 CN 域名和通用顶级域名 (gTLD)，不含中文域名。

2. 分地区域名数比例

表 2 地区域名数量分布

北京	天津	上海	重庆	安徽
15.2%	1.6%	11.8%	1.1%	1.3%
福建	甘肃	广东	广西	贵州
6.7%	0.4%	16.2%	1.0%	0.3%
海南	河北	河南	黑龙江	湖北
0.4%	1.9%	1.9%	1.4%	2.5%
湖南	吉林	江苏	江西	辽宁
1.9%	0.9%	7.2%	0.7%	3.6%
内蒙古	宁夏	青海	山东	山西
0.4%	0.2%	0.1%	4.5%	0.6%
陕西	四川	西藏	新疆	云南
1.5%	5.2%	0.4%	0.6%	1.1%
浙江				
7.4%				

图 1 地区域名数量分布



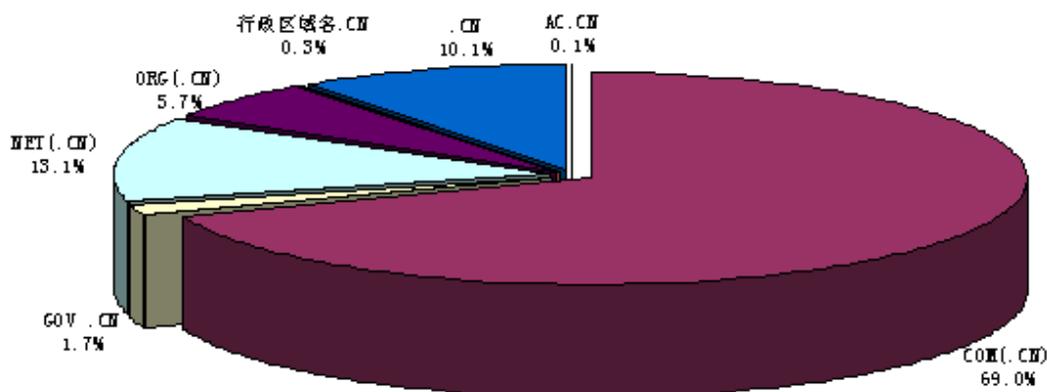
二、网站数

1. 全国网站数 (包括 .CN、.COM、.NET、.ORG 下的网站): 约 595550 个¹
2. WWW 站点分类状况

表 3 www 站点性质分类

	AC .cn	COM (.cn)	EDU .cn	GOV .cn	NET (.cn)	ORG (.cn)	行政区域 名.cn	.CN
百分比	0.1%	69.0%	略	1.7%	13.1%	5.7%	0.3%	10.1%

图 2 www 站点性质分类



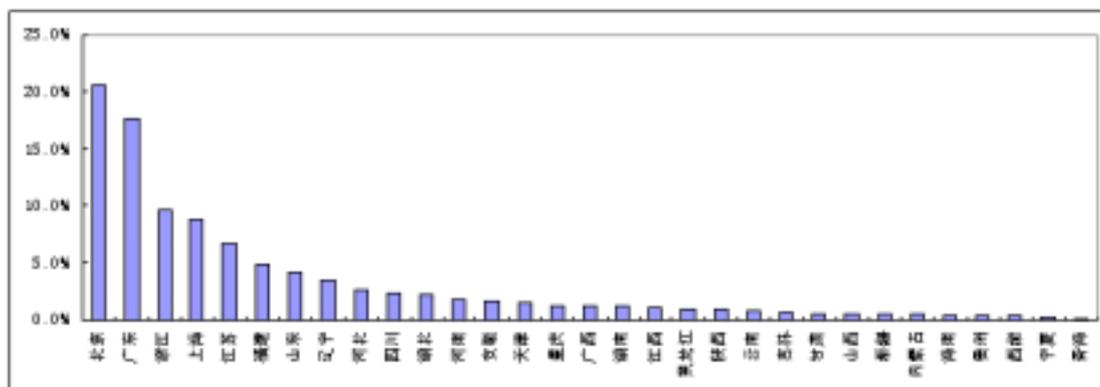
¹由于此次对网站的定义是指“WWW+域名”有 Web 服务，而有的网站的主机名并不是“WWW”，则这类网站虽然存在，却不在我们的统计之列。

3. 分地区网站比例

表 4 地区网站数量分布

	北京	天津	上海	重庆	河北	山西	内蒙古
百分比	20.7%	1.5%	8.8%	1.3%	2.6%	0.6%	0.5%
	辽宁	吉林	黑龙江	江苏	浙江	安徽	福建
百分比	3.4%	0.6%	1.0%	6.8%	9.7%	1.7%	4.8%
	江西	山东	河南	湖北	湖南	广东	广西
百分比	1.0%	4.2%	1.8%	2.3%	1.2%	17.6%	1.2%
	海南	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃
百分比	0.4%	2.3%	0.4%	0.9%	0.3%	1.0%	0.6%
	青海	宁夏	新疆				
百分比	0.1%	0.2%	0.5%				

图 3 地区网站数量分布



第二章 网站性质及服务内容

一、网站按性质分类

将网站按照主体性质不同分为政府网站、企业网站、商业网站、教育科研机构网站、个人网站、其它非盈利机构网站以及其它类型等。

本次调查结果显示，企业网站数的比例最大，占整个网站总数的 70.9%，其次为商业网站，占 8.2%，第三是个人网站，占 6.5%，随后依次为教育科研机构网站占 5.1%，其它非盈利机构网站占 5.0%，政府网站占 3.2%，其它类型占 1.1%。如下图所示。

注：商业网站指业务主要在网上进行的电子商业网站，如新浪、搜狐等网站；企业网站是相对于商业网站而言，指业务主要在网下的企业所建立的网站，如联想集团的网站 www.lenovo.com。

图 4 不同性质类型网站分布图-饼状图

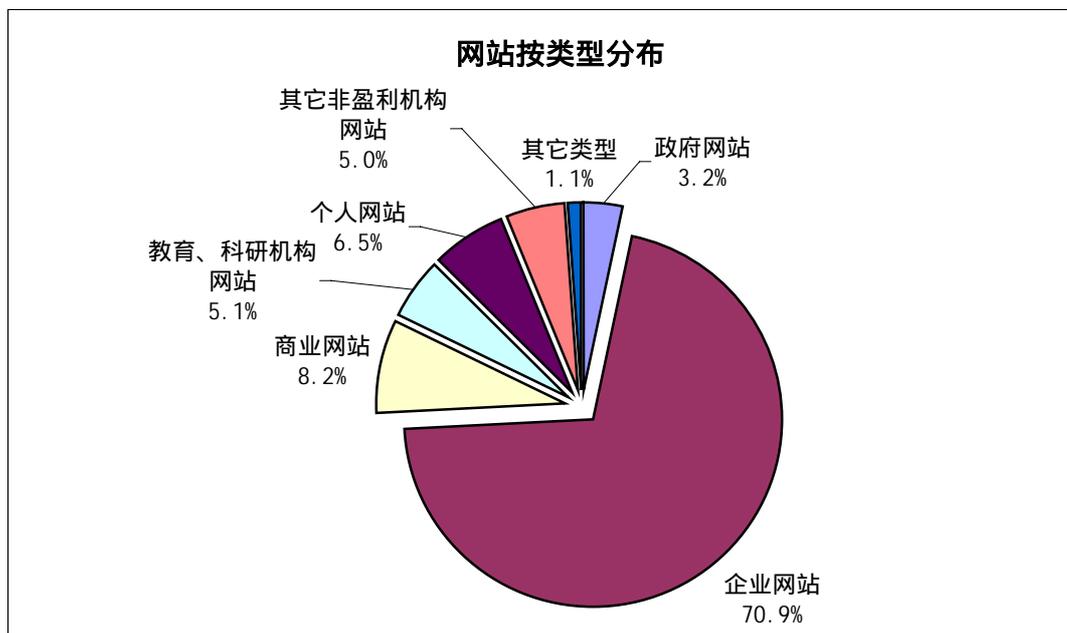
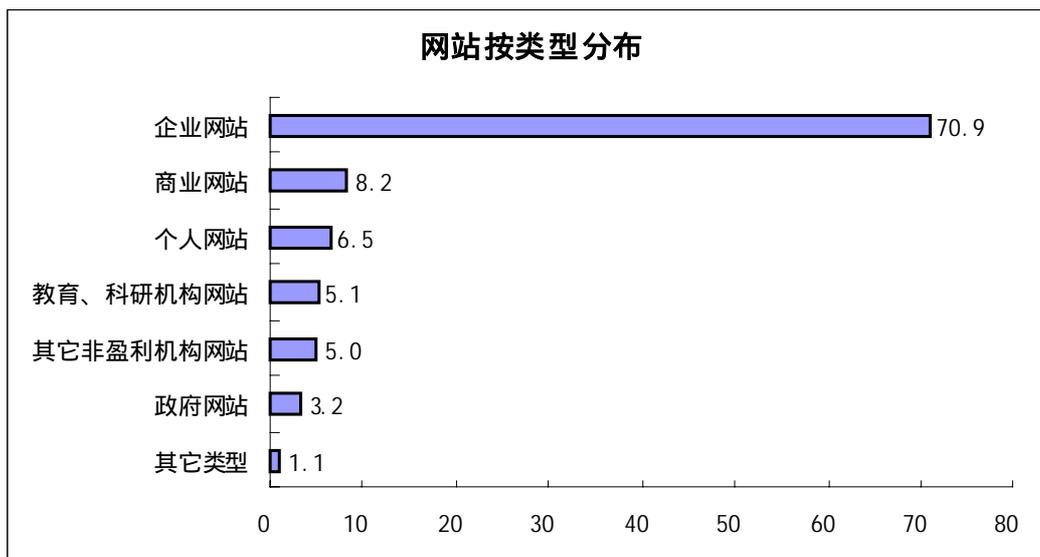


图 5 不同性质类型网站分布图-柱状图 (%)



二、网站的基本情况

1. 网站每天的页面访问数

图 6 平均每个网站每天的页面访问数

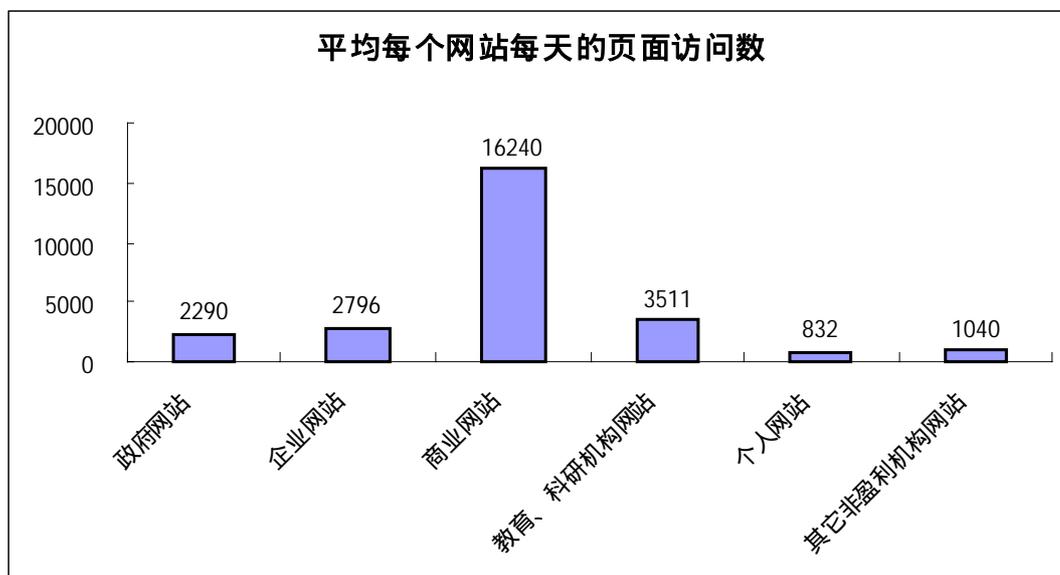


图 7 网站每天的页面访问数-按类型分布

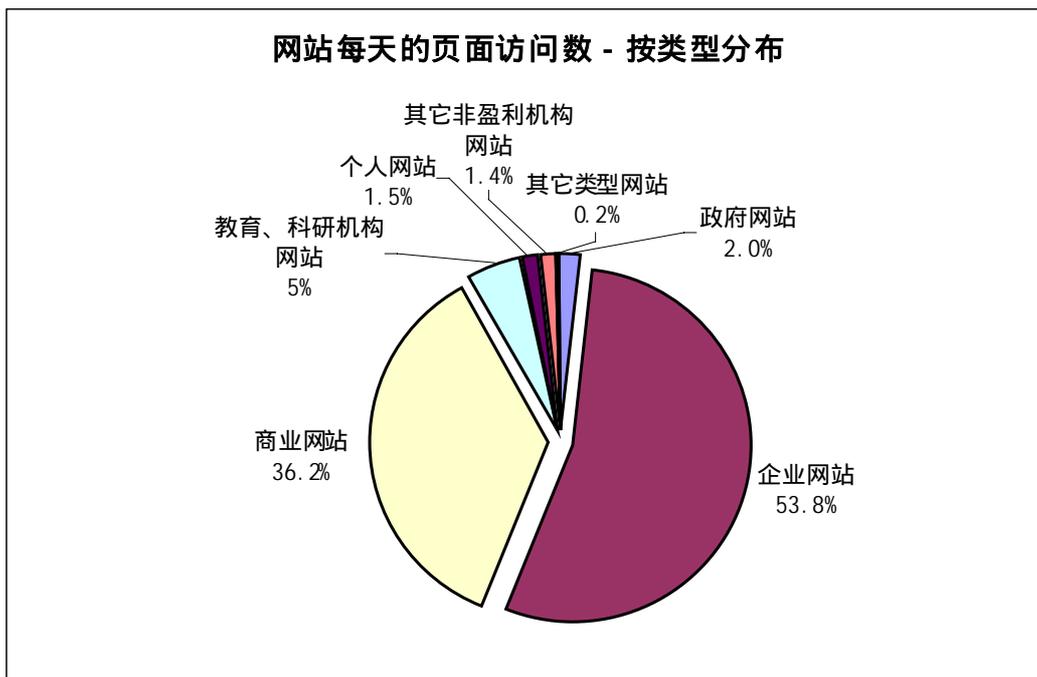


图 8 企业网站每天的页面访问数-按行业分布 (%)



图 9 制造业企业网站每天的页面访问数 (%)

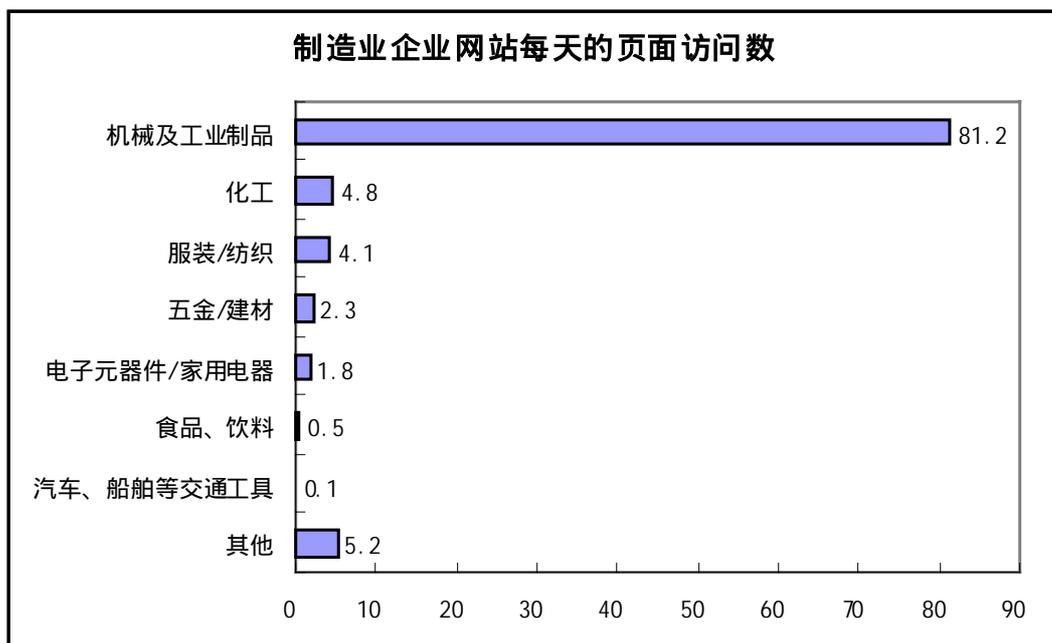
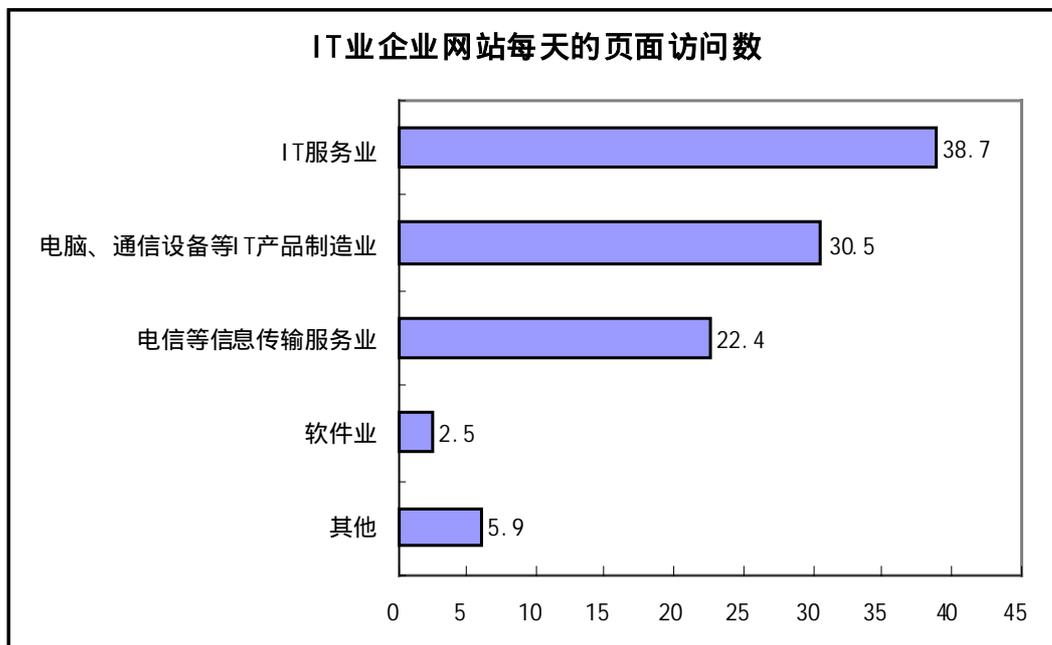


图 10 IT 业企业网站每天的页面访问数 (%)



2. 网站的链接数

表 5 各类网站的网站链接情况

(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
没有链接	17.1	48.5	15.2	22.9	43.1	24.5	41.4
1 - 5 家	22.2	30.8	23.2	37.2	25.2	30.9	29.9
6 - 10 家	16.3	11.2	42.4	13.1	14.1	23.8	15.0
11 - 20 家	22.2	5.6	9.1	12.4	10.1	12.2	7.4
21 - 50 家	13.3	2.4	4.5	5.9	4.9	5.0	3.6
51 家及以上	8.9	1.5	5.6	8.5	2.6	3.6	2.7

备注：网站总体情况为各类网站加权平均所得，“权数”为各类网站占总网站的比例

图 11 各类网站的网站链接情况

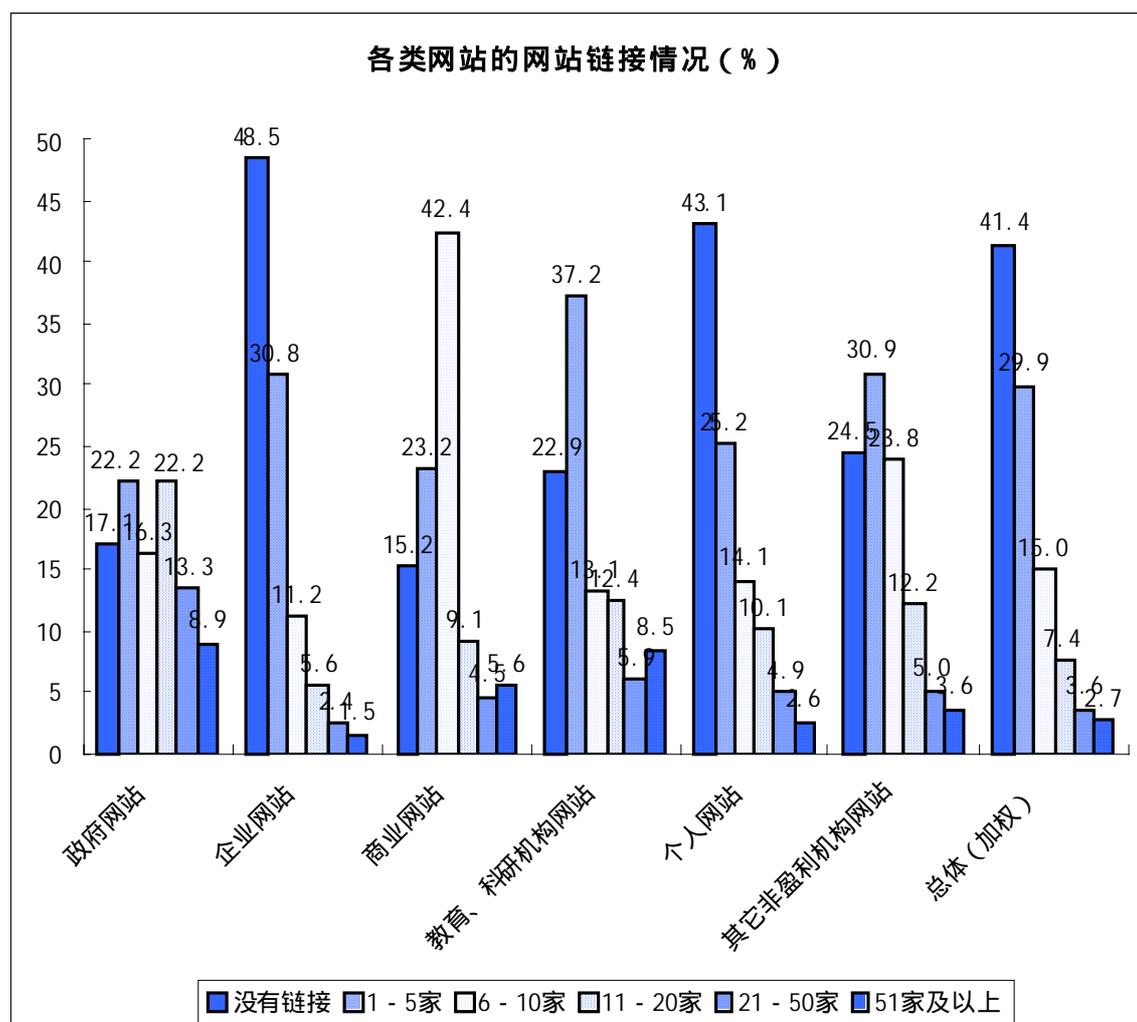
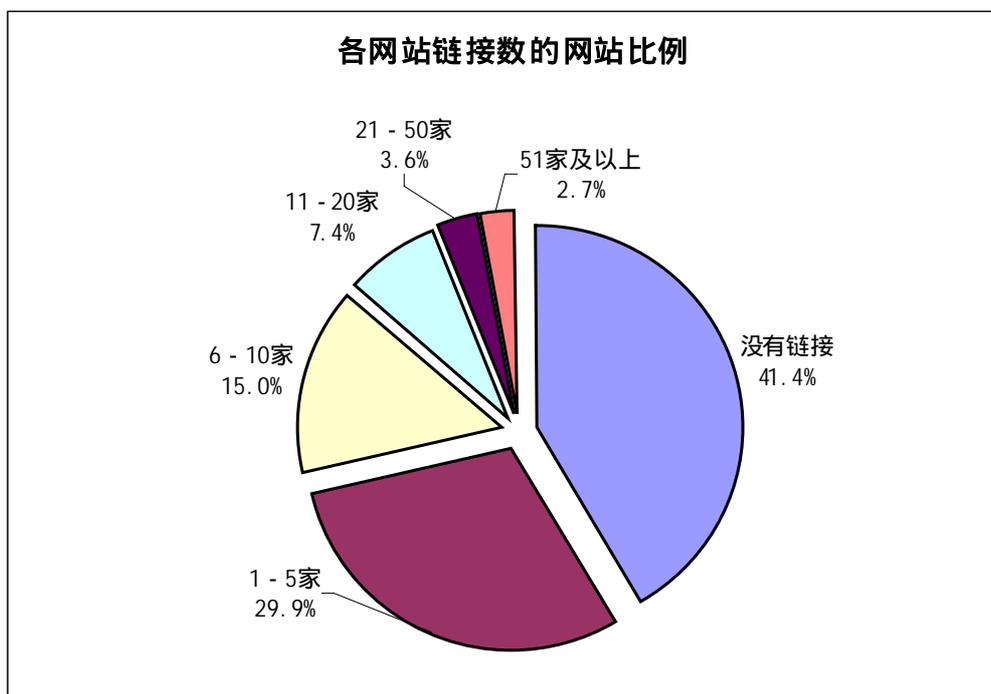


图 12 各网站链接数的网站比例

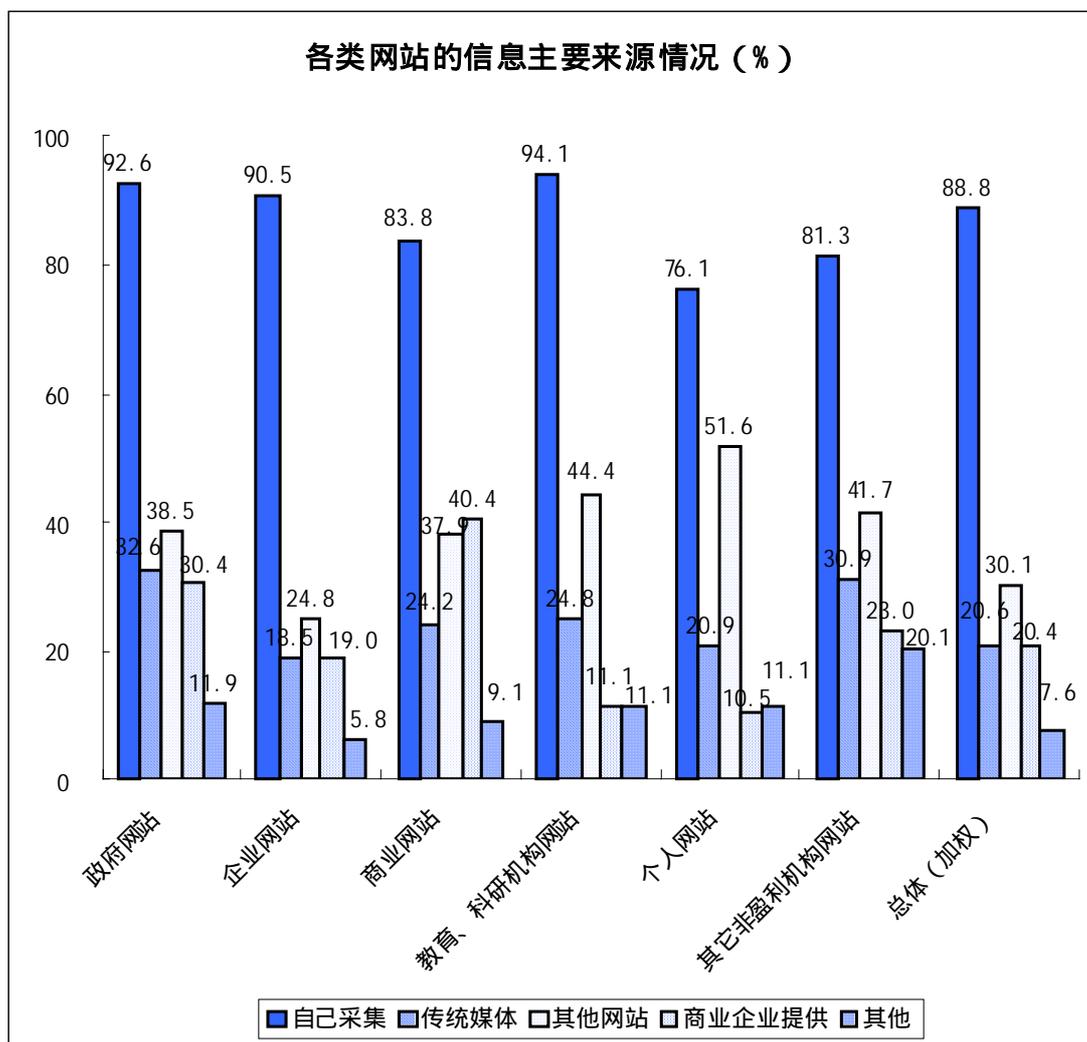


3. 网站信息的主要来源

表 6 各类网站的信息主要来源情况

(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
自己采集	92.6	90.5	83.8	94.1	76.1	81.3	88.8
传统媒体	32.6	18.5	24.2	24.8	20.9	30.9	20.6
其他网站	38.5	24.8	37.9	44.4	51.6	41.7	30.1
商业企业提供	30.4	19.0	40.4	11.1	10.5	23.0	20.4
其他	11.9	5.8	9.1	11.1	11.1	20.1	7.6

图 13 各类网站的信息主要来源情况

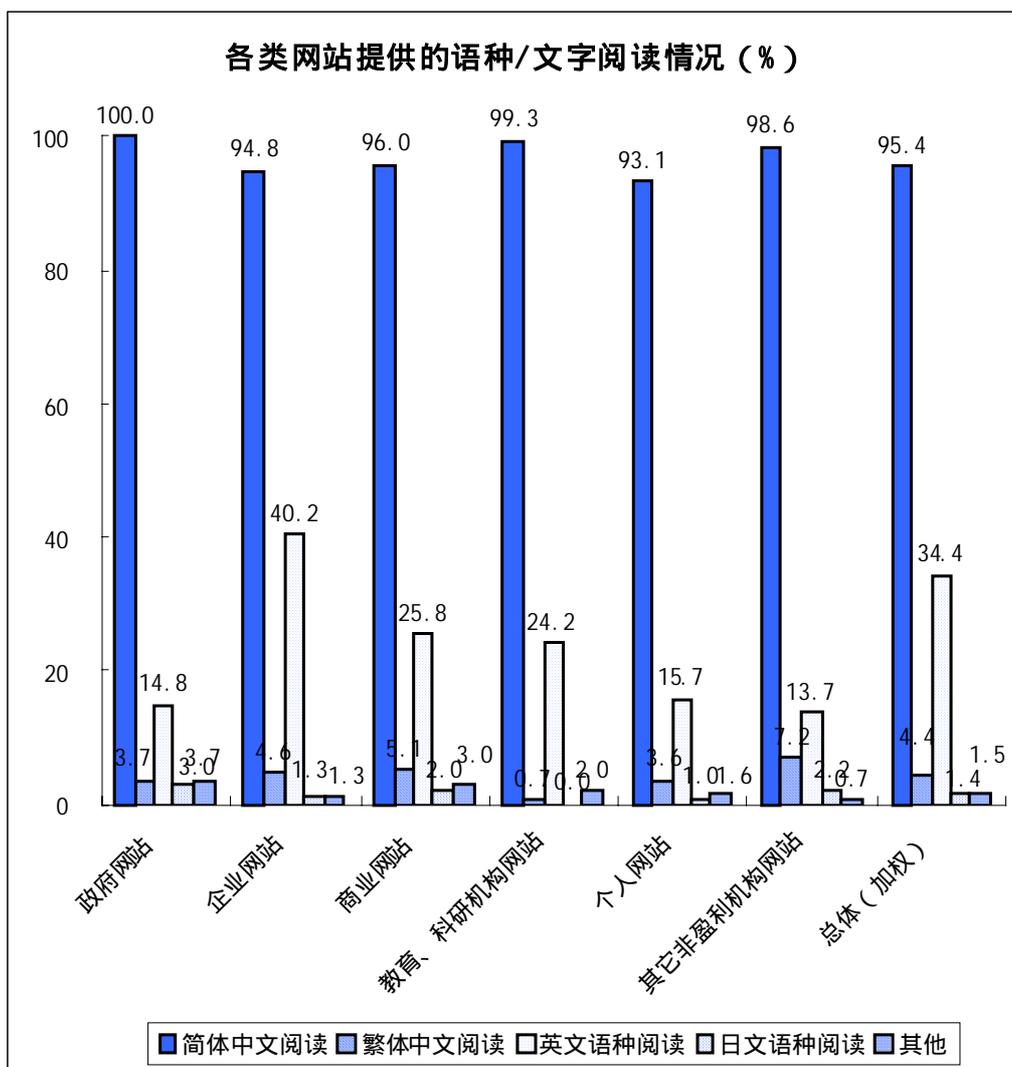


4. 网站提供的语种/文字阅读情况

表 7 各类网站提供的语种/文字阅读情况

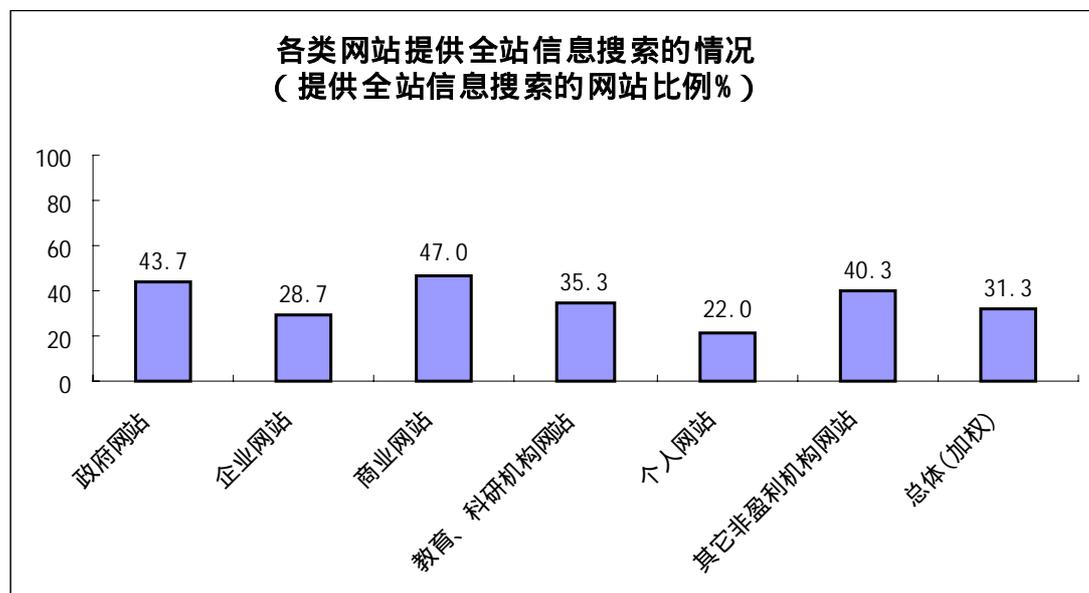
(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
简体中文阅读	100.0	94.8	96.0	99.3	93.1	98.6	95.4
繁体中文阅读	3.7	4.6	5.1	0.7	3.6	7.2	4.4
英文语种阅读	14.8	40.2	25.8	24.2	15.7	13.7	34.4
日文语种阅读	3.0	1.3	2.0	0.0	1.0	2.2	1.4
其他	3.7	1.3	3.0	2.0	1.6	0.7	1.5

图 14 各类网站提供的语种/文字阅读情况



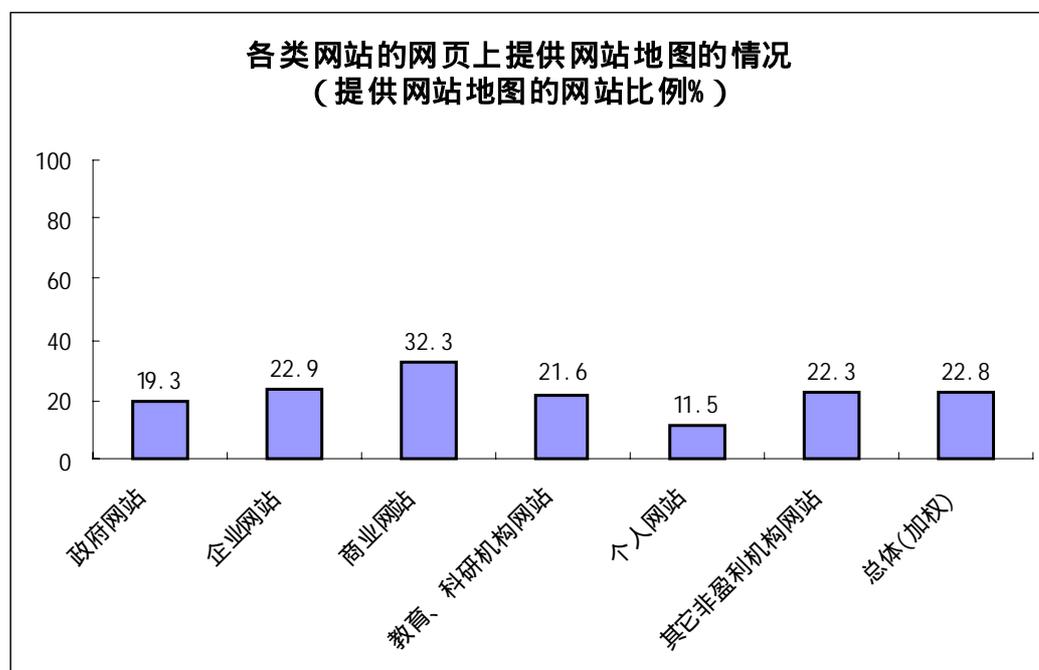
5. 网站提供全站信息搜索的情况

图 15 各类网站提供全站信息搜索的情况



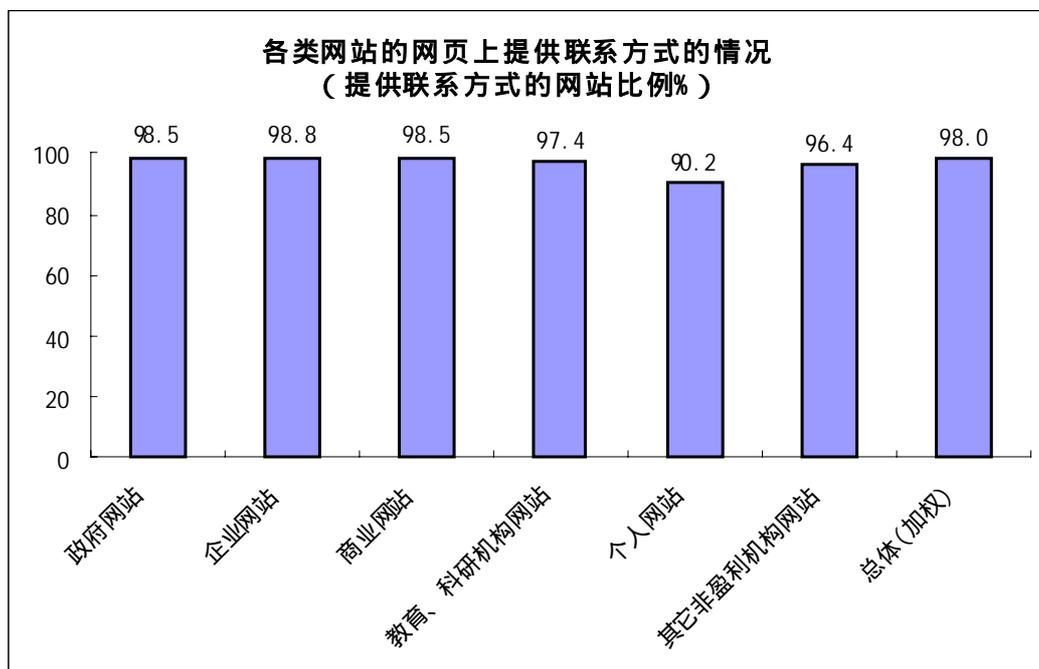
6. 网站的网页上提供网站地图的情况

图 16 各类网站的网页上提供网站地图的情况



7. 网站的网页上提供联系方式的情况

图 17 各类网站的网页上提供联系方式的情况



8. 网站的服务器拥有情况

图 18 各类网站服务器拥有情况

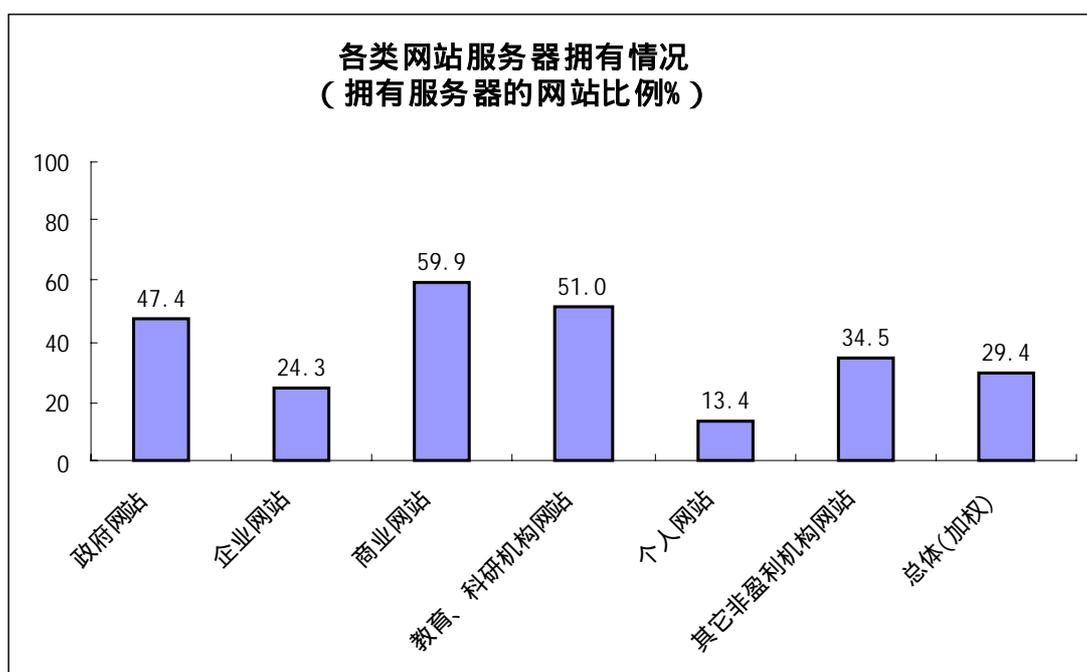


表 8 各类网站拥有服务器情况

(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
有服务器的网站比例	47.4	24.3	59.9	51.0	13.4	34.5	29.4
一台	48.4	68.4	32.7	53.8	78.0	56.5	64.0
二台	24.2	20.9	26.9	21.8	17.6	23.9	21.5
三台	16.1	7.1	5.1	6.4	4.4	4.4	6.9
四台	1.6	0.8	3.9	1.3	0.0	8.7	1.5
五台及五台以上	9.7	2.8	31.4	16.7	0.0	6.5	6.1

图 19 拥有服务器的网站比例

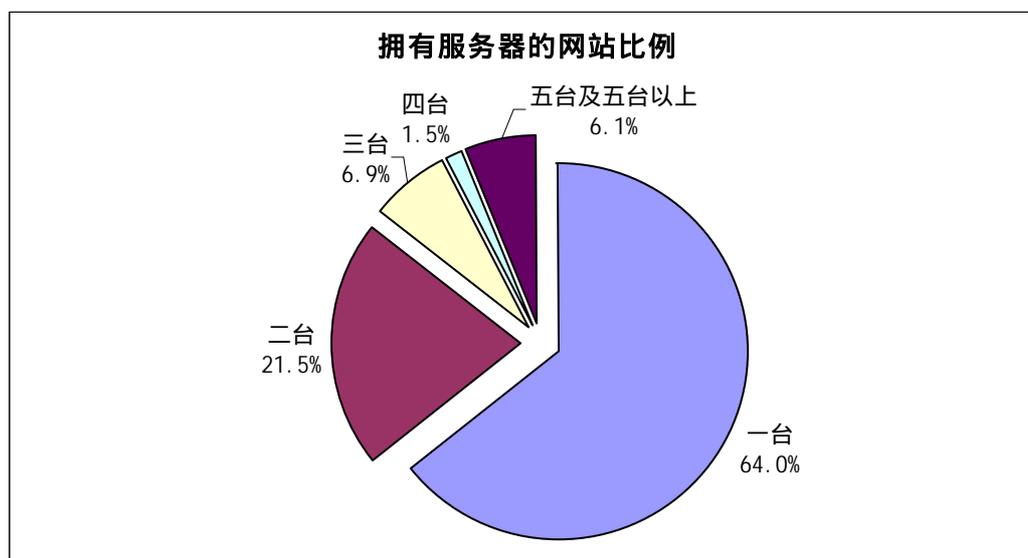
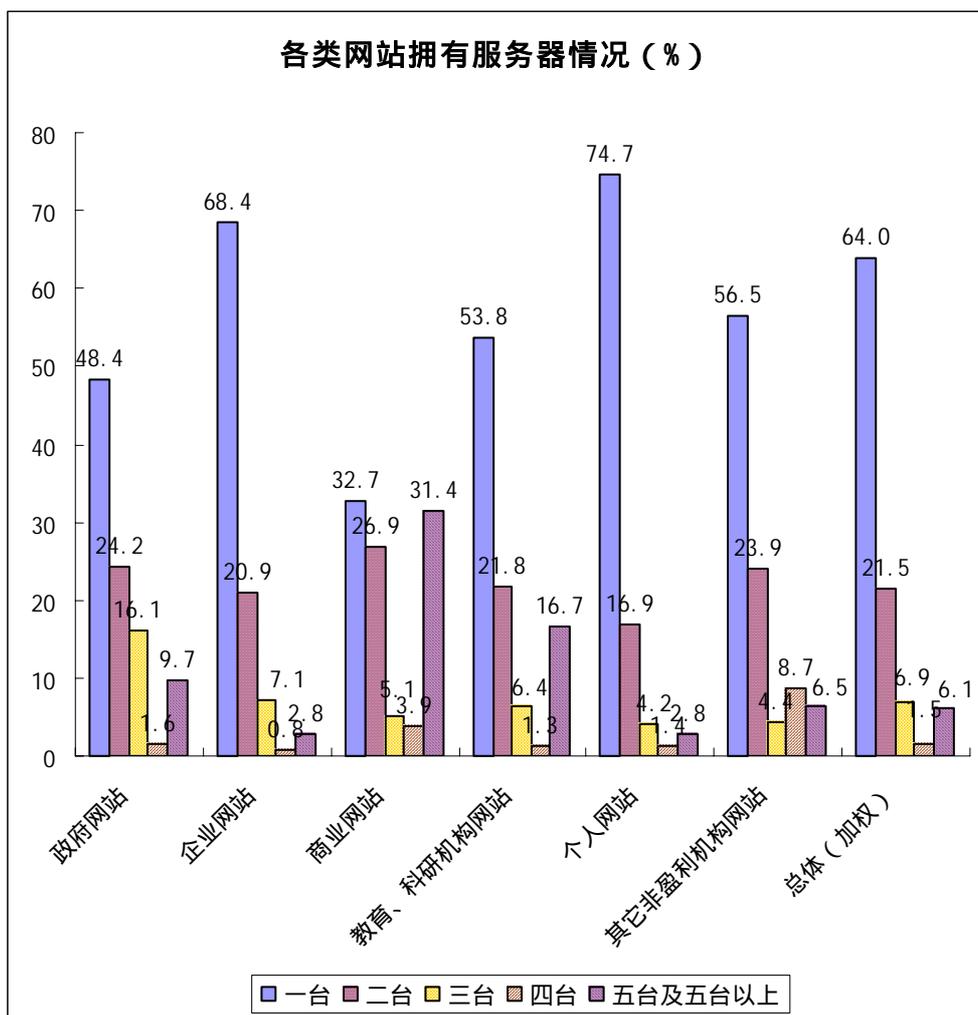


图 20 各类网站拥有服务器情况

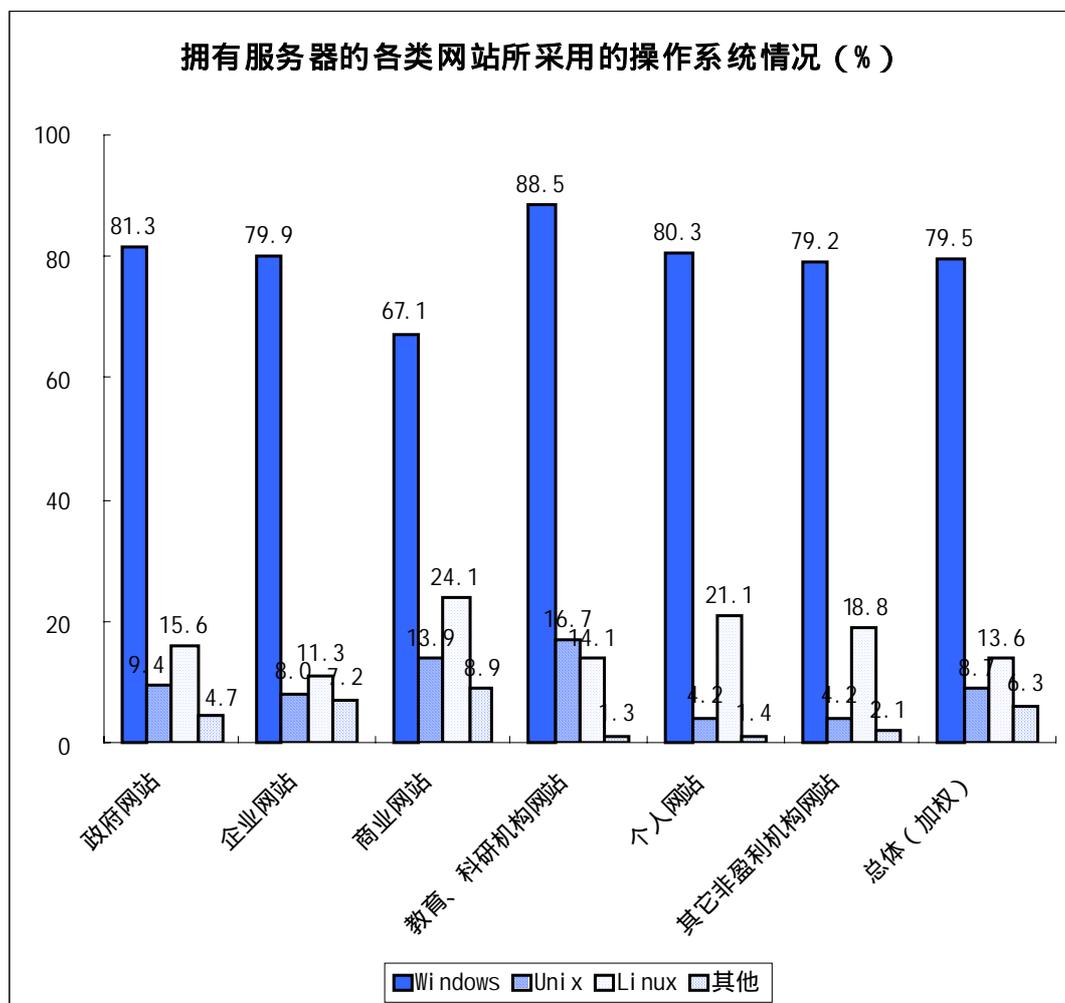


9. 拥有服务器的网站所采用的操作系统情况

表 9 拥有服务器的各类网站所采用的操作系统情况

(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
Windows	81.3	79.9	67.1	88.5	80.3	79.2	79.5
Unix	9.4	8.0	13.9	16.7	4.2	4.2	8.7
Linux	15.6	11.3	24.1	14.1	21.1	18.8	13.6
其他	4.7	7.2	8.9	1.3	1.4	2.1	6.3

图 21 拥有服务器的各类网站所采用的操作系统情况



10. 负责网站运营的全职员工人数

图 22 负责网站运营的全职员工人数情况

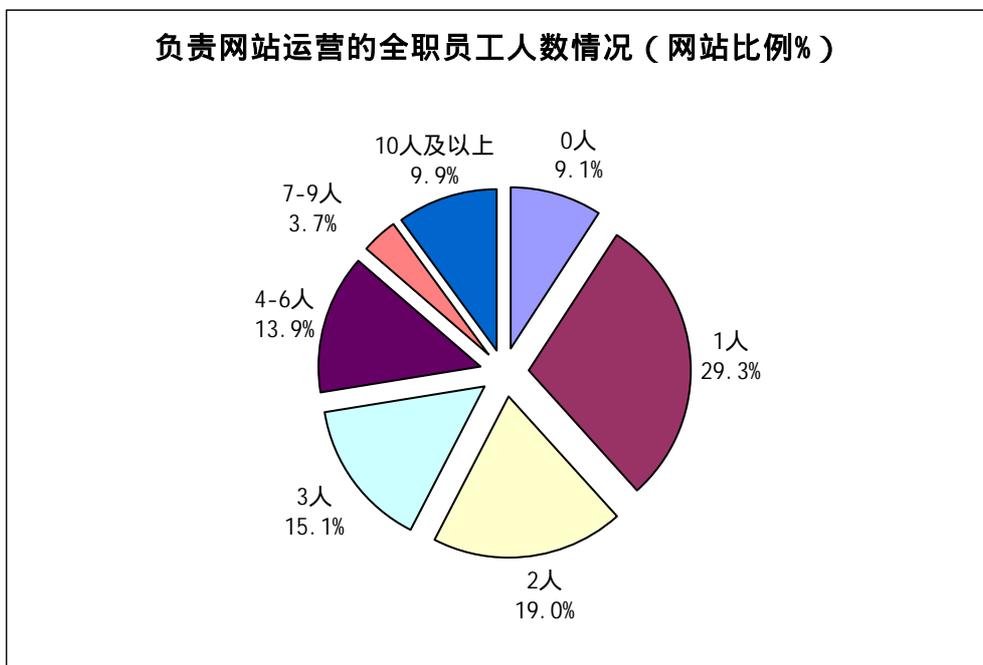


图 23 各类网站负责运营的平均全职员工人数

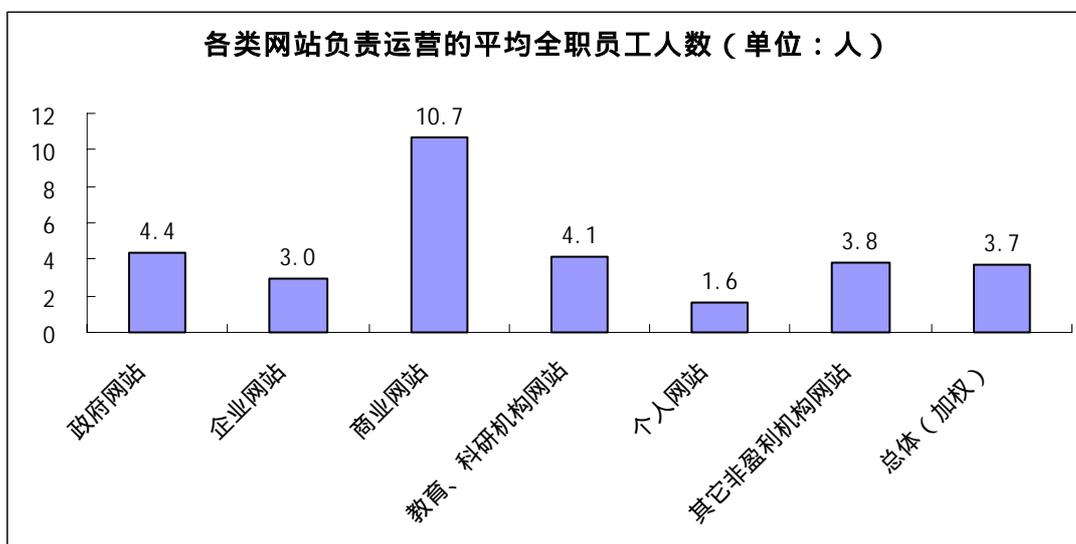
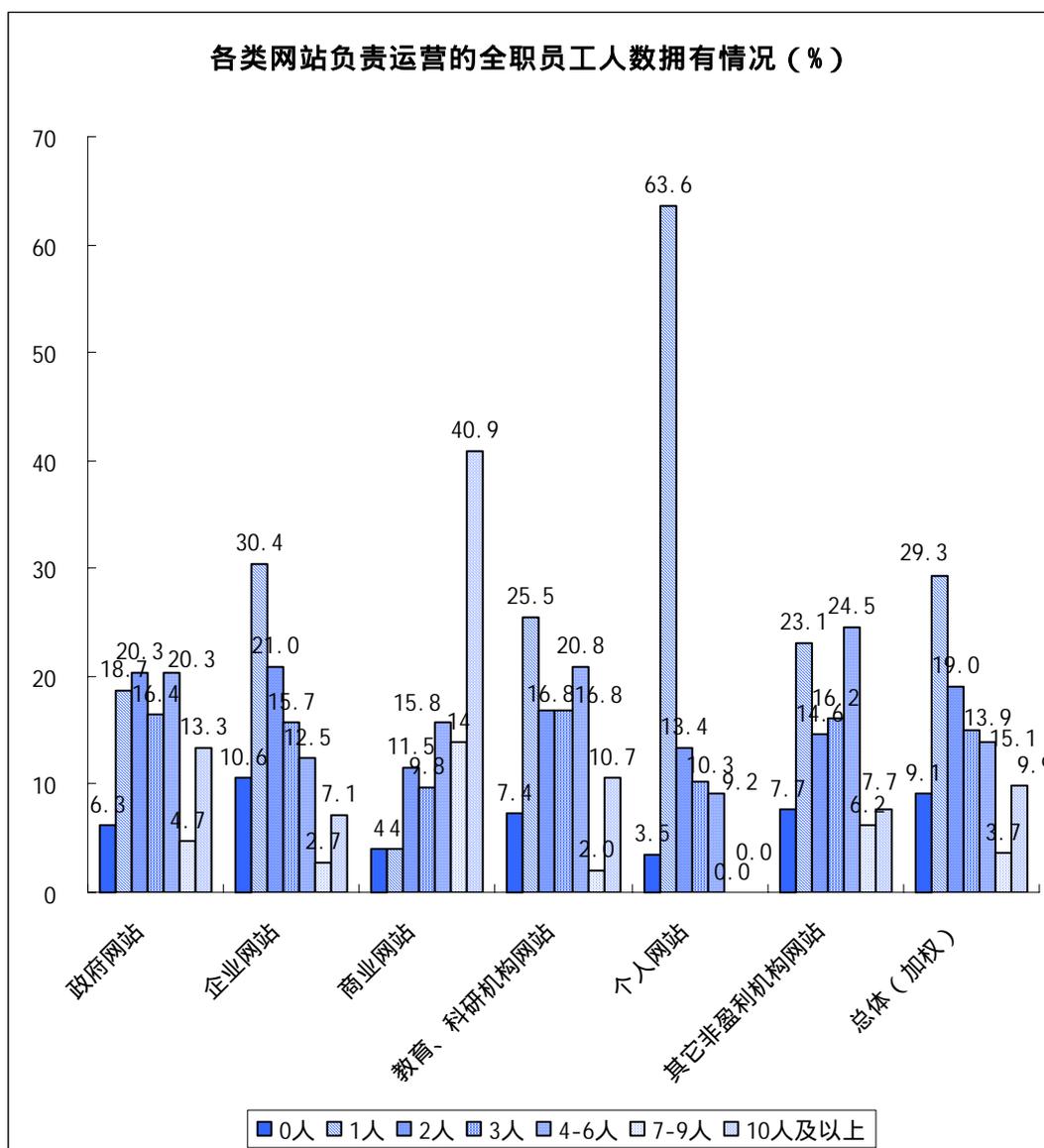


表 10 各类网站负责运营的平均全职员工人数拥有情况

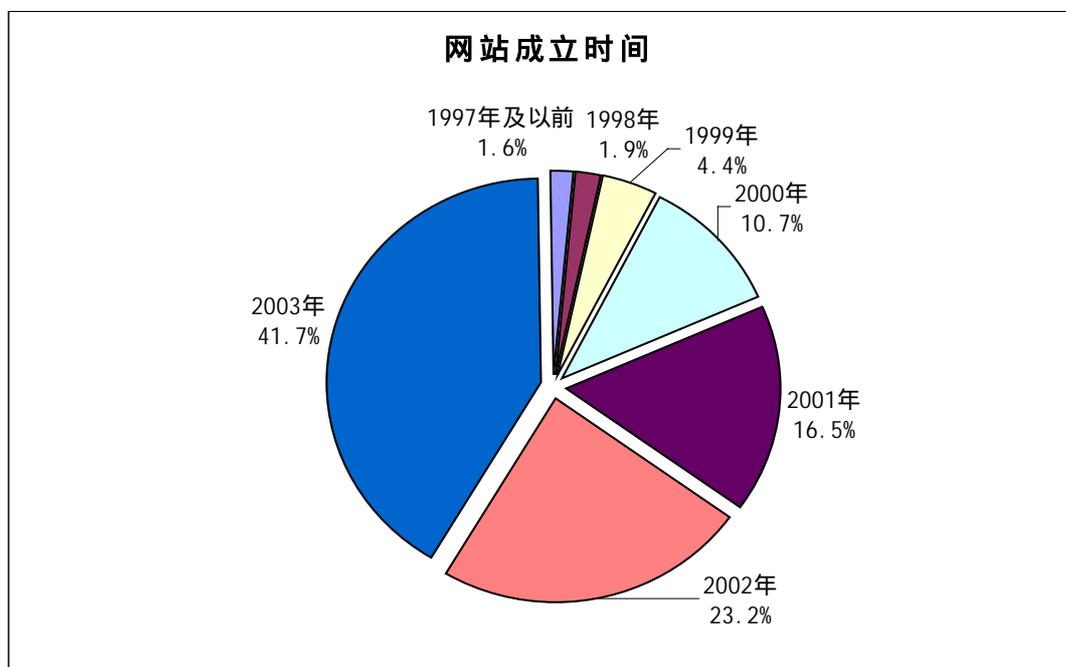
(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育、科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
0人	6.3	10.6	4.0	7.4	3.5	7.7	9.1
1人	18.7	30.4	4.0	25.5	63.6	23.1	29.3
2人	20.3	21.0	11.5	16.8	13.4	14.6	19.0
3人	16.4	15.7	9.8	16.8	10.3	16.2	15.1
4-6人	20.3	12.5	15.8	20.8	9.2	24.5	13.9
7-9人	4.7	2.7	14.0	2.0	0.0	6.2	3.7
10人及以上	13.3	7.1	40.9	10.7	0.0	7.7	9.9

图 24 各类网站负责运营的全职员工人数拥有情况



11. 网站的成立时间

图 25 网站的成立时间-饼图



三、各类型网站信息服务内容及信息更新情况

1. 政府网站

(1) 政府网站信息内容提供情况

政府网站所提供的主要信息服务包括：政府新闻、政府职能/业务介绍、统计数据/资料查询、法律法规/政策/文件、办事指南/说明、办公/业务咨询、政府通知/公告、办事进程状态查询、企业/行业经济信息、便民生活/住行信息、表格下载等。此外还对信息是否按政府、企业及公民进行了分类、是否具有信息搜索功能、是否提供网站链接、以及阅读语种等进行调查。调查结果显示：

关于信息服务，绝大多数的政府网站提供法律法规/政策/文件（83.7%）、政府职能/业务介绍（82.2%），大多数的政府网站提供办事指南/说明（74.8%）、政府新闻（71.1%）、办公/业务咨询（68.1%）、通知/公告（63.0%）、统计数据/资料查询（54.1%）、企业/行业经济信息（50.4%）。提供其他信息服务的政府网站比例则较少。

关于网站链接，83.0%的政府网站能够提供其他网站链接。

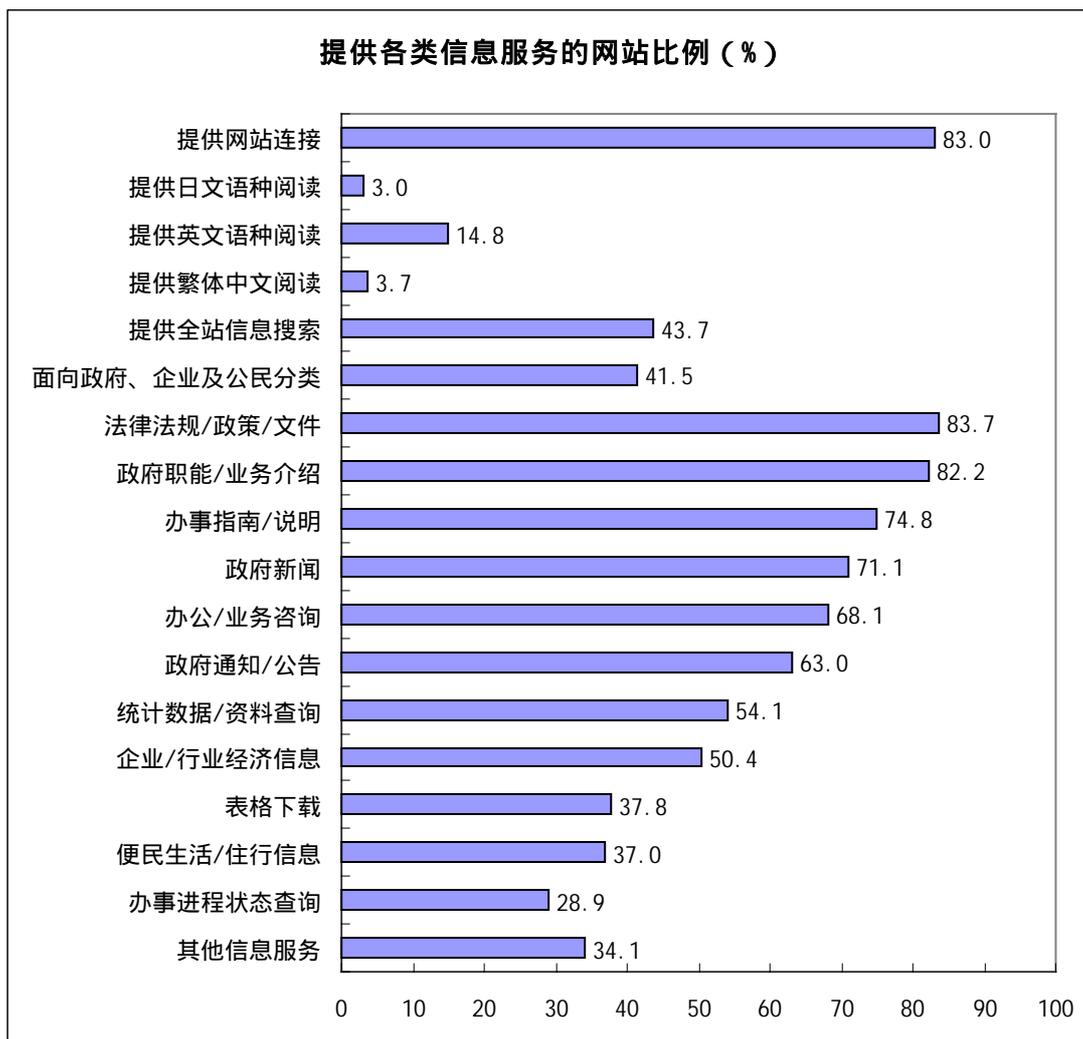
关于网站语种，14.8%的政府网站具有英文语种阅读，3.7%的政府网站具有繁体中文阅读，3.0%的政府网站具有日文语种阅读。

关于信息是否按政府、企业及公民分类，41.5%的政府网站进行了分类。

关于信息搜索功能，43.7%的政府网站提供全站信息搜索。

具体结果如下图所示。

图 26 提供各类信息服务的政府网站的比例

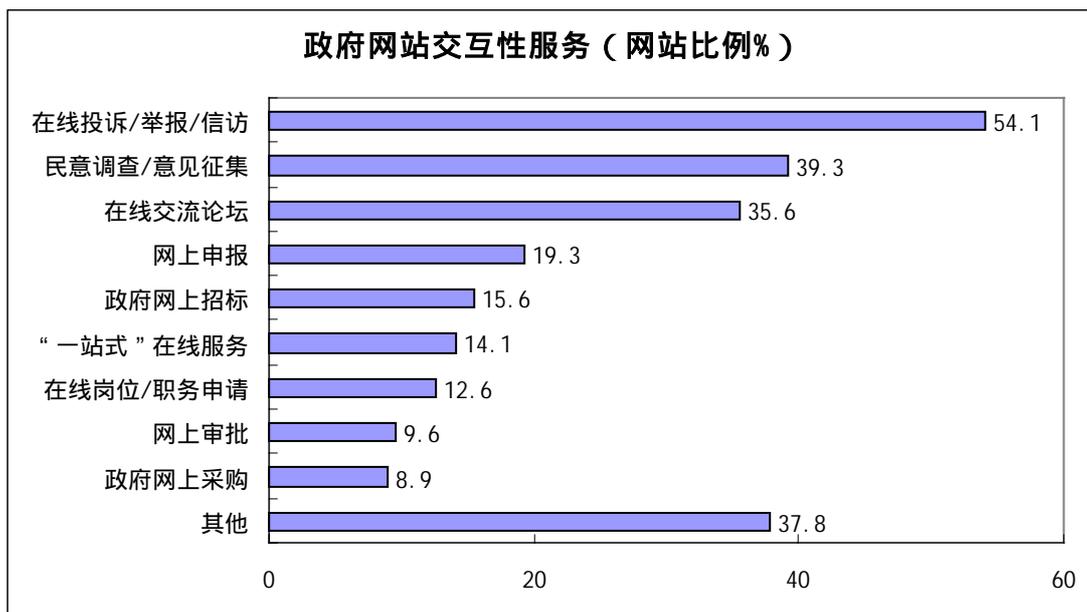


(2) 政府网站交互服务提供情况

本次调查对政府网站提供的交互性服务(包括简单的单向交互)进行了调查, 调查结果显示, 在线投诉/举报/信访为政府网站提供最多的交互服务, 对应的政府网站比例为 54.1%; 排在第二位的交互服务为民意调查/意见征集, 对应的政府网站比例为 39.3%; 排在第三位的交互服务为在线交流论坛, 对应的政府网站比例为 35.6%, 提供其他交互服务的网站则较少。

具体结果如下图所示。

图 27 政府网站交互性服务



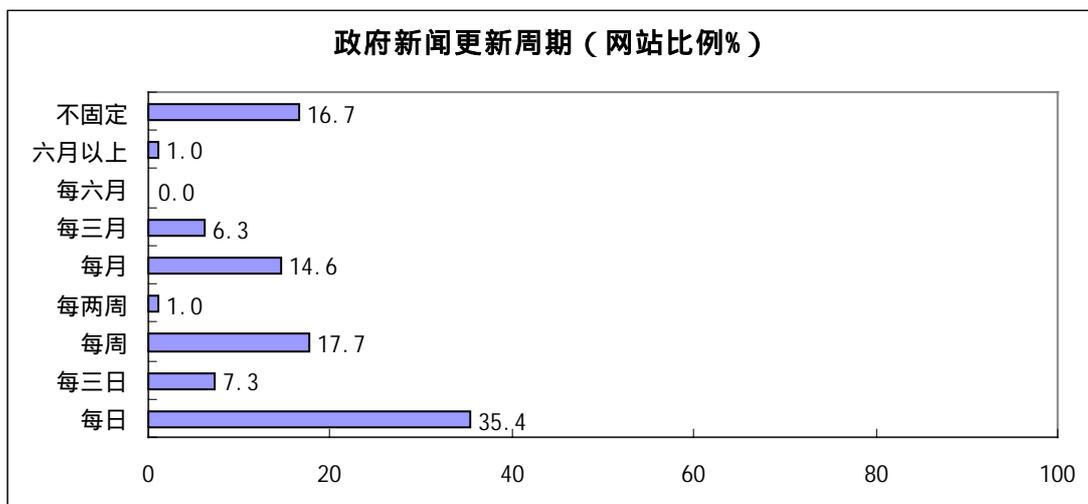
（3）政府网站信息更新情况

由于没有调查各类信息量占总信息量的比例,故无法精确计算政府网站信息总体更新情况。从所调查的几项信息来看,政府新闻和统计数据/资料查询的更新频率最高,每月(含每月)以内更新的政府网站比例分别为76.0%和52.1%;办事指南/说明和政府职能/业务介绍的更新频率最慢,六个月以上更新的政府网站比例分别为22.7%和22.5%;法律法规/政策/文件和政府通知/公告的更新周期不固定的最多,网站比例分别为51.3%和50.6%。

下面图示各类信息更新情况。

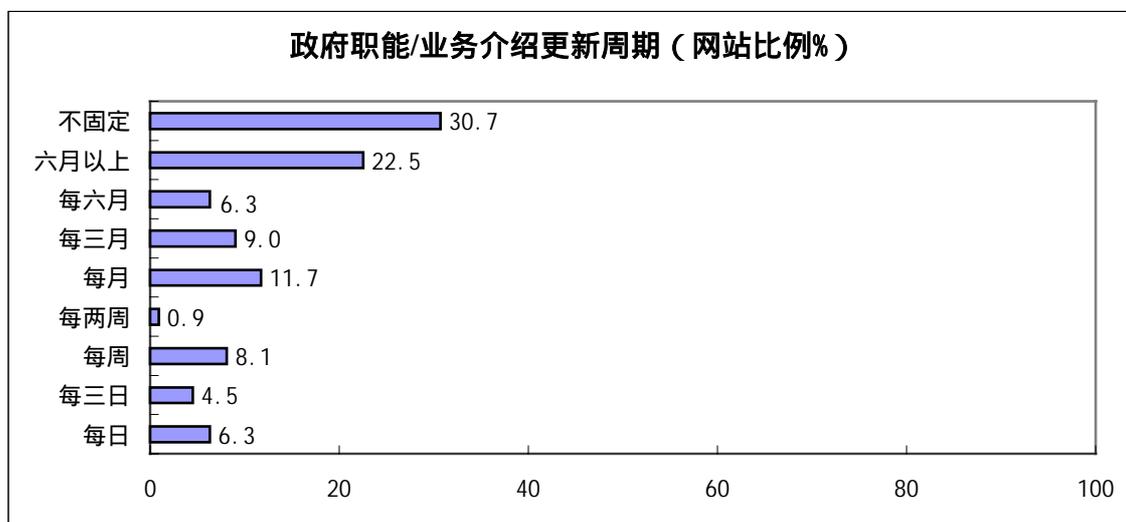
政府新闻:每月(含每月)以内更新政府新闻的政府网站占76.0%;超过一个月更新的占7.3%;不固定的占16.7%。

图 28 政府新闻更新周期



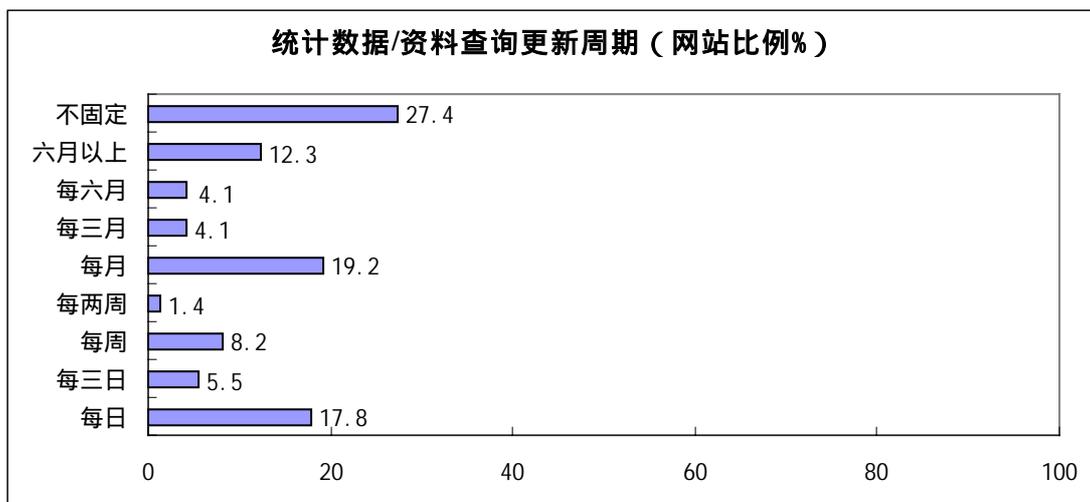
政府职能/业务介绍：此类信息的更新周期不固定的网站比例最多，为 30.7%；其次是六个月以上的，占 22.5%；其他更新周期的网站比例则很少。

图 29 政府职能/业务介绍更新周期



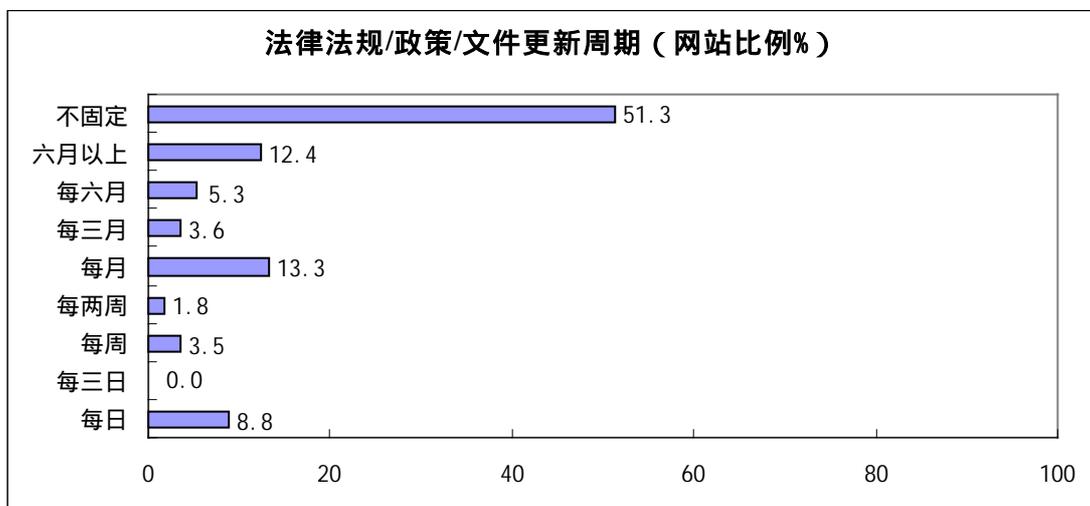
统计数据/资料查询：每月（含每月）内更新的政府网站占 52.1%；更新周期超过一个月的网站比例为 20.5%；不固定的为 27.4%。

图 30 统计数据/资料查询更新周期



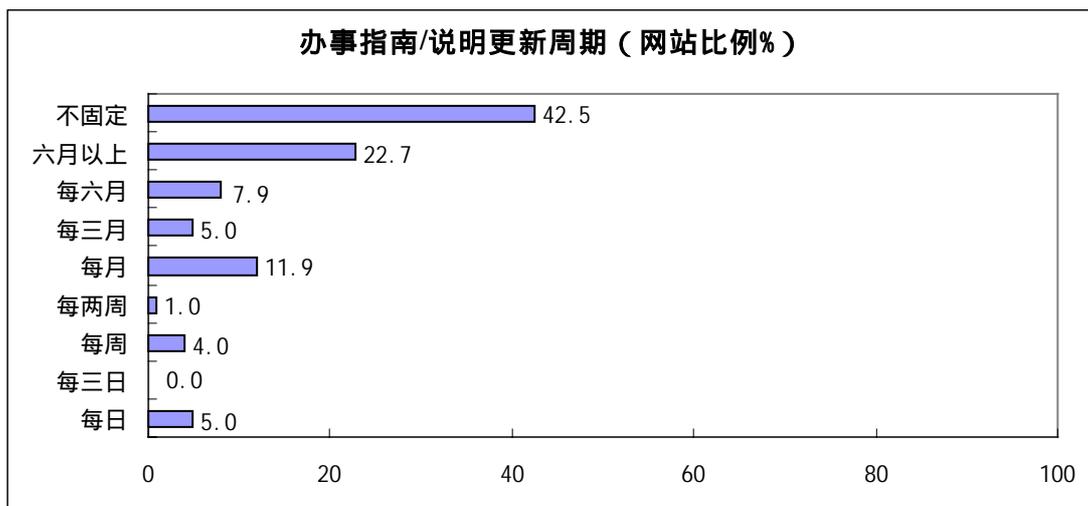
法律法规/政策/文件：每月（含每月）内更新的政府网站占 27.4%；更新周期超过一个月的网站比例为 21.3%；不固定的占 51.3%。

图 31 法律法规/政策/文件更新周期



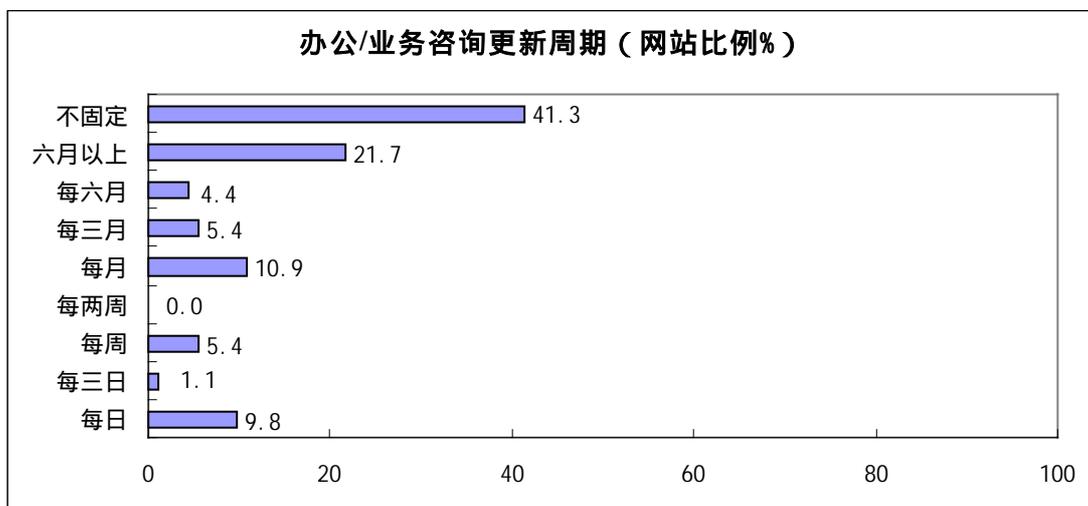
办事指南/说明：每月（含每月）内更新的政府网站占 21.9%；更新周期超过一个月的网站比例为 35.6%；不固定的占 42.5%。

图 32 办事指南/说明更新周期



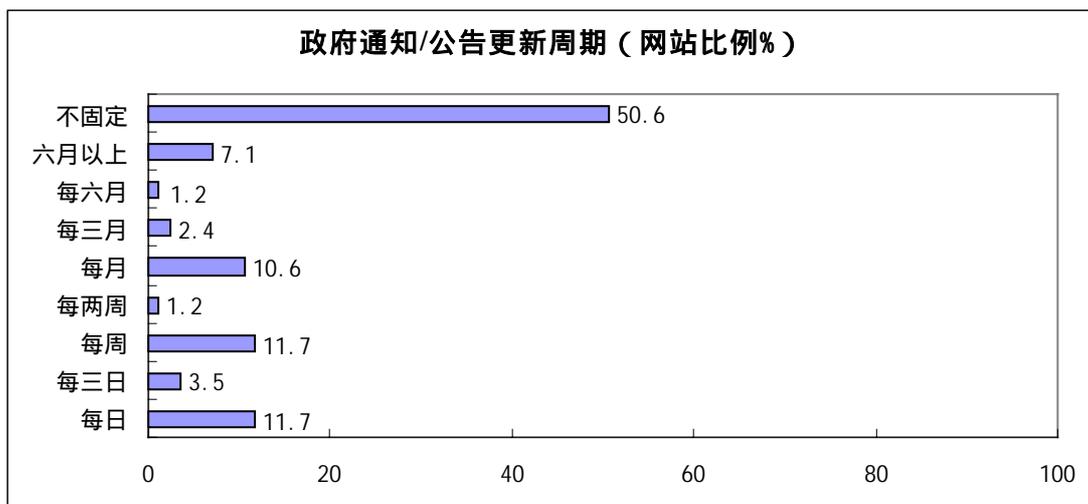
办公/业务咨询信息：每月（含每月）内更新的政府网站占 27.2%；更新周期超过一个月的网站比例为 31.5%；不固定的占 41.3%。

图 33 办公/业务咨询信息更新周期



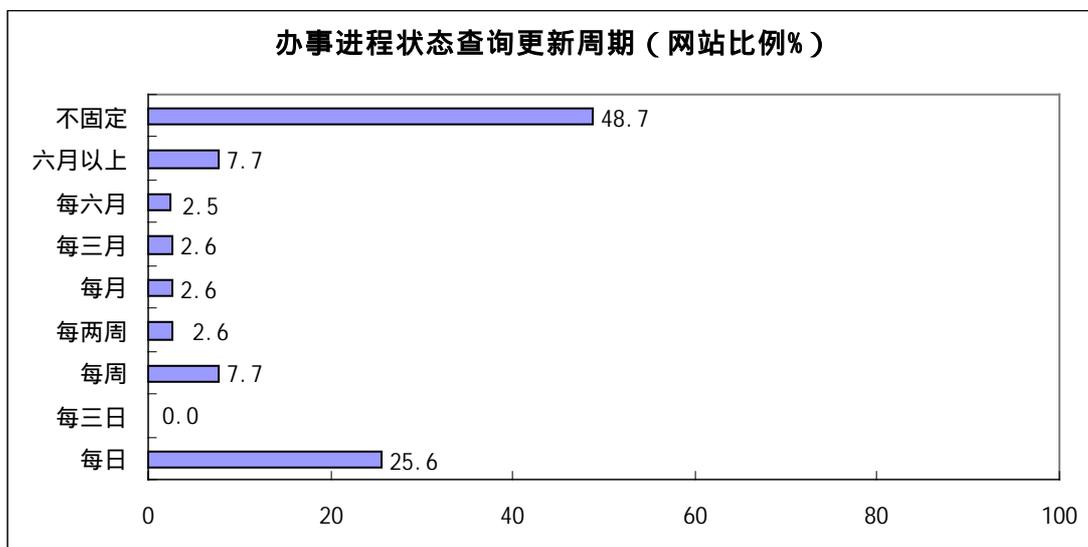
政府通知/公告：每月（含每月）内更新的政府网站占 38.7%；更新周期超过一个月的网站比例为 10.7%；不固定的占 50.6%。

图 34 政府通知/公告更新周期



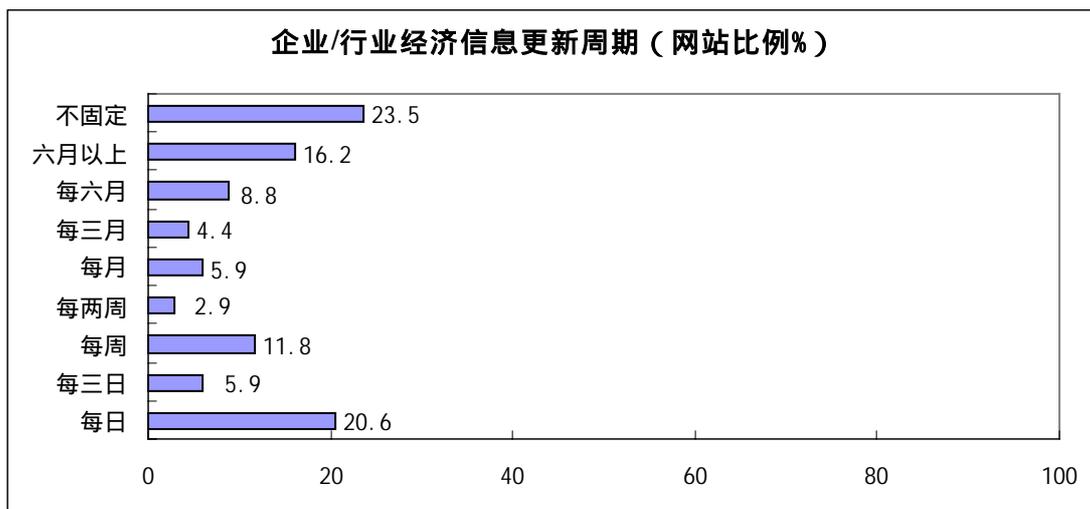
办事进程状态查询：更新周期在每月以下（含每月）的政府网站比例为 38.5%；更新周期超过一个月的网站比例为 12.8%；不固定的占 48.7%。

图 35 办事进程状态查询更新周期



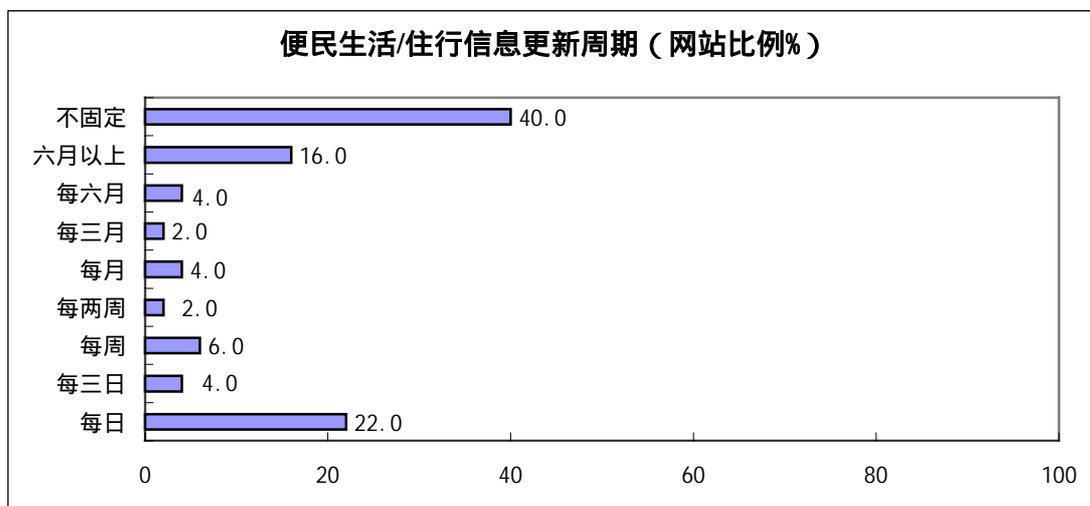
企业/行业经济信息：每月（含每月）内更新的政府网站占 47.1%；更新周期超过一个月的网站比例为 29.4%；不固定的占 23.5%。

图 36 企业/行业经济信息更新周期



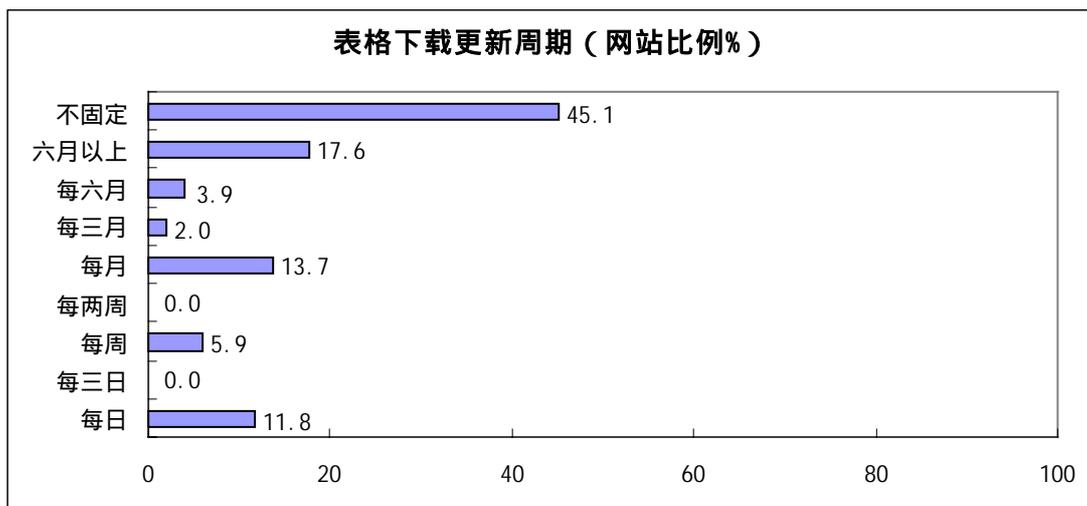
便民生活/住行信息：每月（含每月）内更新的政府网站占 38.0%；更新周期超过一个月的网站比例为 22.0%；不固定的占 40.0%。

图 37 便民生活/住行信息更新周期



表格下载：每月（含每月）内更新的政府网站占 31.4%；更新周期超过一个月的网站比例为 23.5%；不固定的占 45.1%。

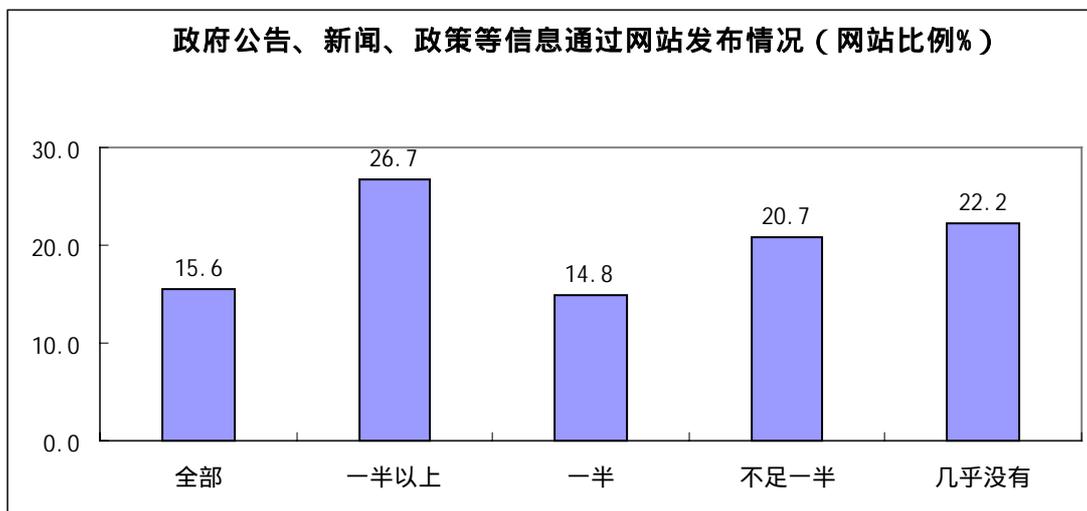
图 38 表格下载更新周期



(4) 政府网站效果

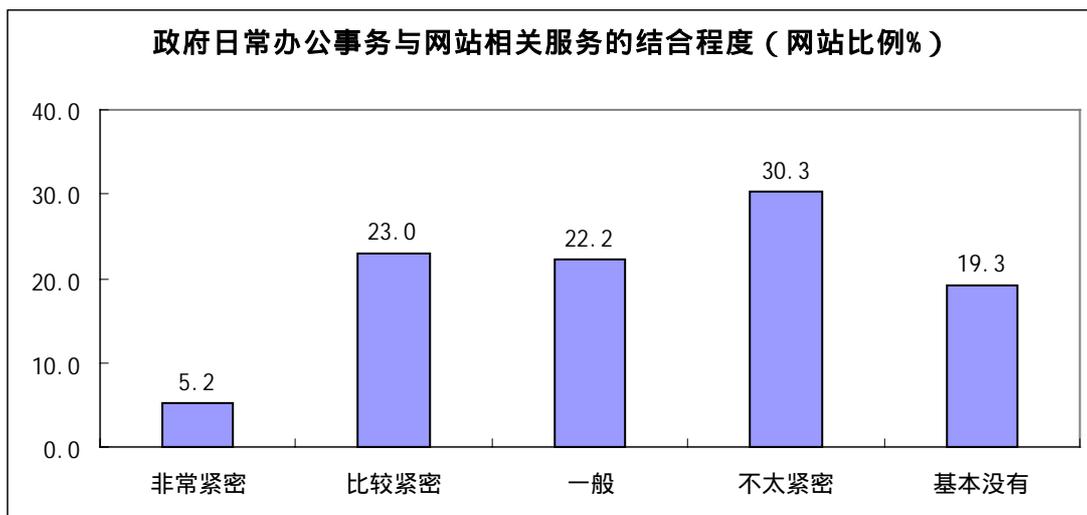
政府公告、新闻、政策等信息通过网站发布情况：调查结果显示，一半及以上（包括全部）的信息通过网站进行了发布的政府网站比例为 57.1%；几乎没有信息通过网站发布的政府网站比例为 22.2%。

图 39 政府公告、新闻、政策等信息通过网站发布情况



政府日常办公事务与网站相关服务的结合程度：调查结果显示，政府日常办公事务与网站相关服务结合比较紧密和非常紧密的政府网站比例为 28.2%；政府日常办公事务与网站相关服务结合不太紧密的政府网站比例为 30.3%；政府日常办公事务与网站相关服务基本没有结合的政府网站比例为 19.3%。

图 40 政府日常办公事务与网站相关服务的结合程度



2. 企业网站

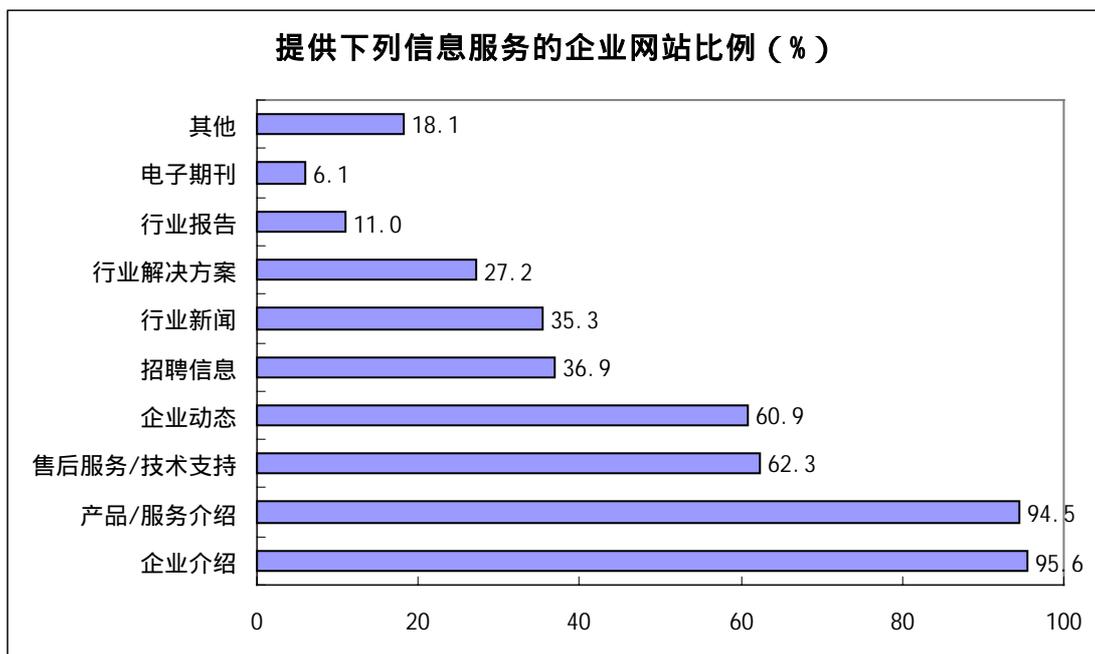
(1) 企业网站信息内容提供情况

企业网站所提供的主要信息服务包括：企业介绍、产品/服务介绍、行业新闻、企业动态、售后服务/技术支持、行业解决方案、行业报告、电子期刊、招聘信息等。

调查结果显示，绝大部分企业网站提供企业介绍（95.6%）和产品/服务介绍（94.5%），超过半数的企业网站提供售后服务/技术支持（62.3%）和企业动态（60.9%），36.9%的企业网站提供招聘信息，35.3%的企业网站提供行业新闻，提供其他信息服务的网站比例则较少。

具体如下图所示。

图 41 提供以下信息服务的企业网站的比例



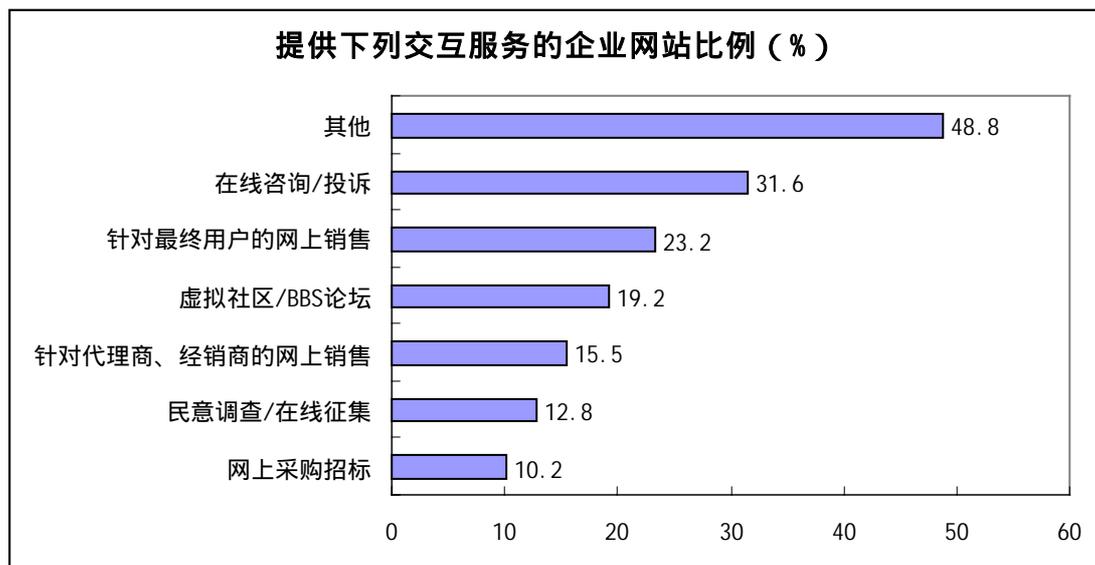
(2) 企业网站交互服务提供情况

企业网站所提供的主要交互服务包括：民意调查/在线征集、在线咨询/投诉、网上采购招标、针对最终用户的网上销售、针对代理商、经销商的网上销售、虚拟社区/BBS 论坛等。

调查结果显示，31.6%的企业网站提供在线咨询/投诉；23.2%的企业网站提供针对最终用户的网上销售；19.2%的企业网站提供虚拟社区/BBS 论坛；15.5%的企业网站提供针对代理商、经销商的网上销售；12.8%的企业网站提供民意调查/在线征集；10.2%的企业网站提供网上采购招标。

具体如下图所示。

图 42 提供以下交互服务的企业网站的比例



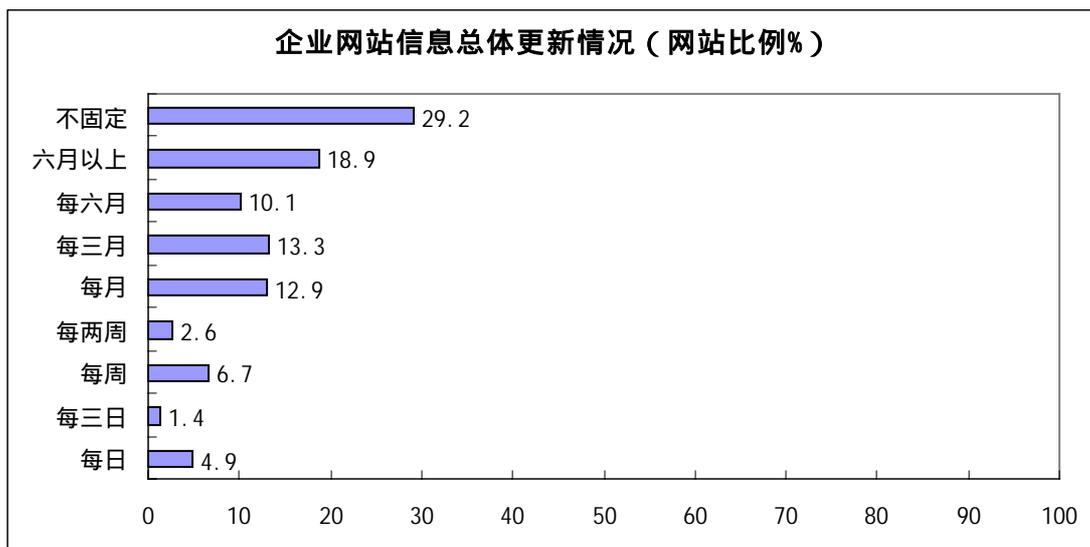
(3) 企业网站信息更新情况

同政府网站，由于没有调查各类信息量占总信息量的比例，故也无法精确计算企业网站信息总体更新情况。但从所调查的这几项信息更新情况来看，企业网站的总体更新情况不是很好。

从所调查的几项信息来看，电子期刊和行业新闻的更新频率最高，每月（含每月）以内更新的企业网站比例分别为 53.8%和 52.9%；企业介绍和售后服务/技术支持的更新频率最慢，更新频率在六个月及以上的网站比例分别为 44.4%和 36.7%；招聘信息和产品/服务介绍的更新周期不固定的最多，网站比例分别为 48.0%和 30.2%。

具体如下图所示。

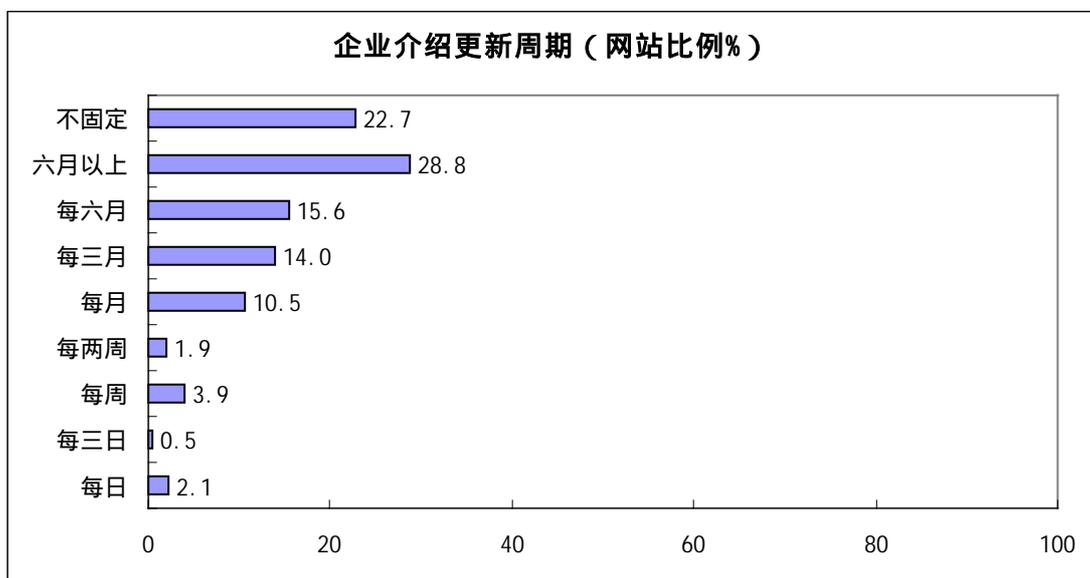
图 43 企业网站信息总体更新情况



下面图示各类信息更新情况。

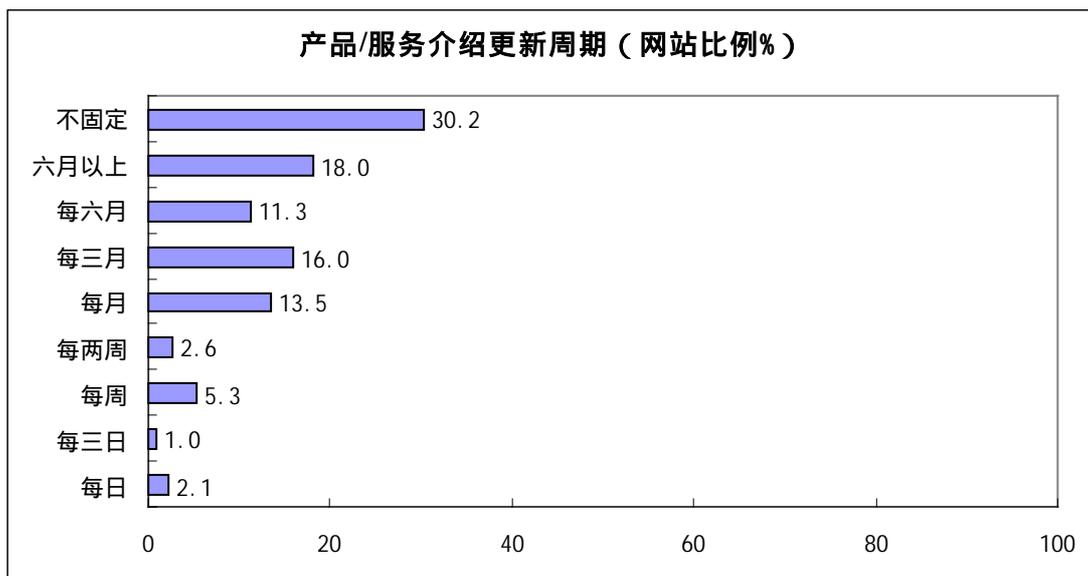
企业介绍：更新频率在六个月及以上的网站比例为 44.4%；六个月以内的为 32.9%；不固定的为 22.7%。

图 44 企业介绍更新周期



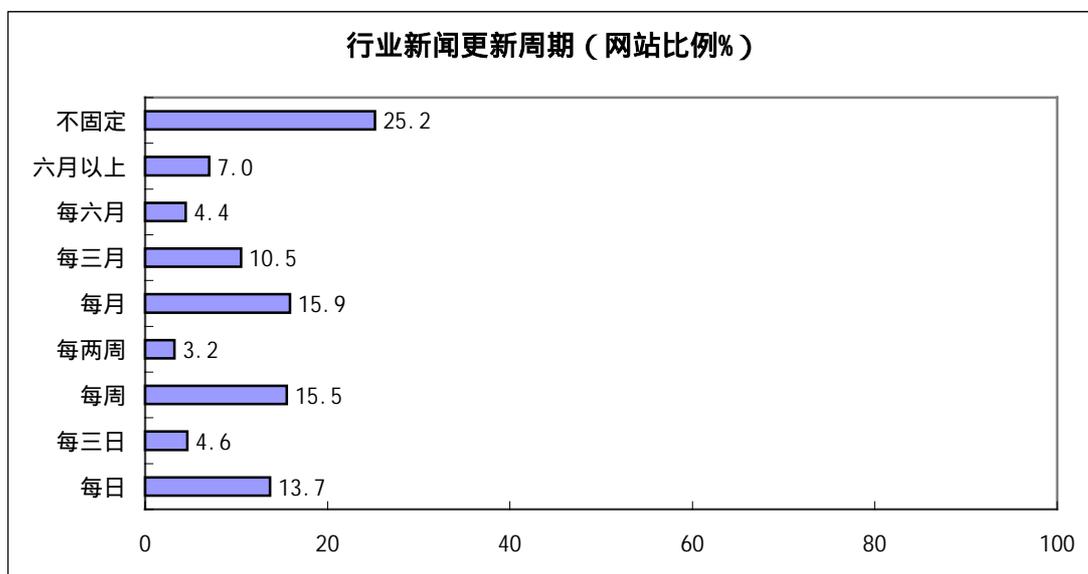
产品/服务介绍：更新频率在一个月及以上的网站比例为 58.8%；一个月以内的占 11.0%；不固定的占 30.2%。

图 45 产品/服务介绍更新周期



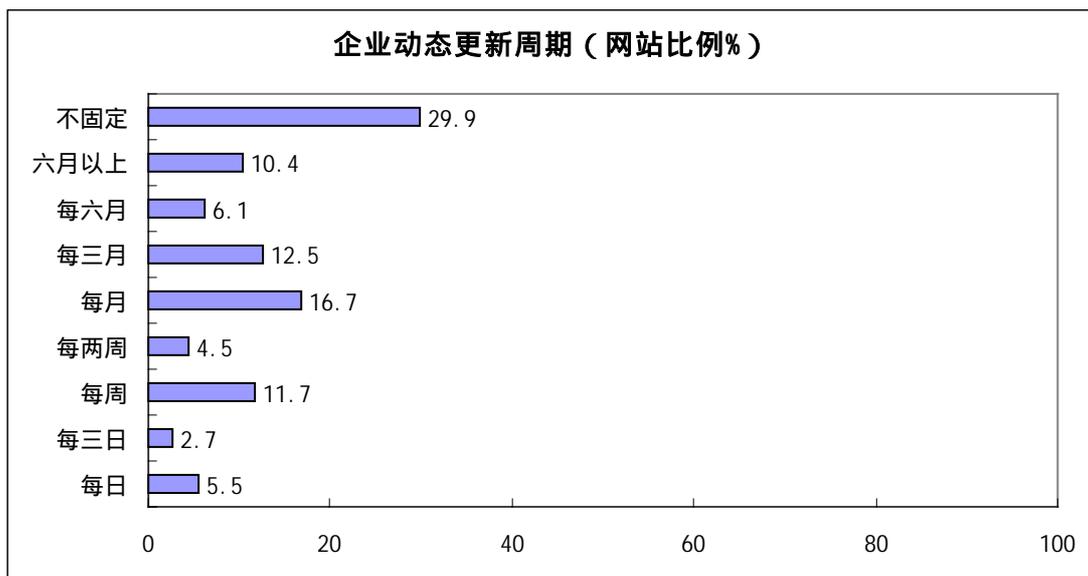
行业新闻：更新频率在六个月及以内的网站比例为 67.8%；六个月以上的为 7.0%；不固定的为 25.2%。

图 46 行业新闻更新周期



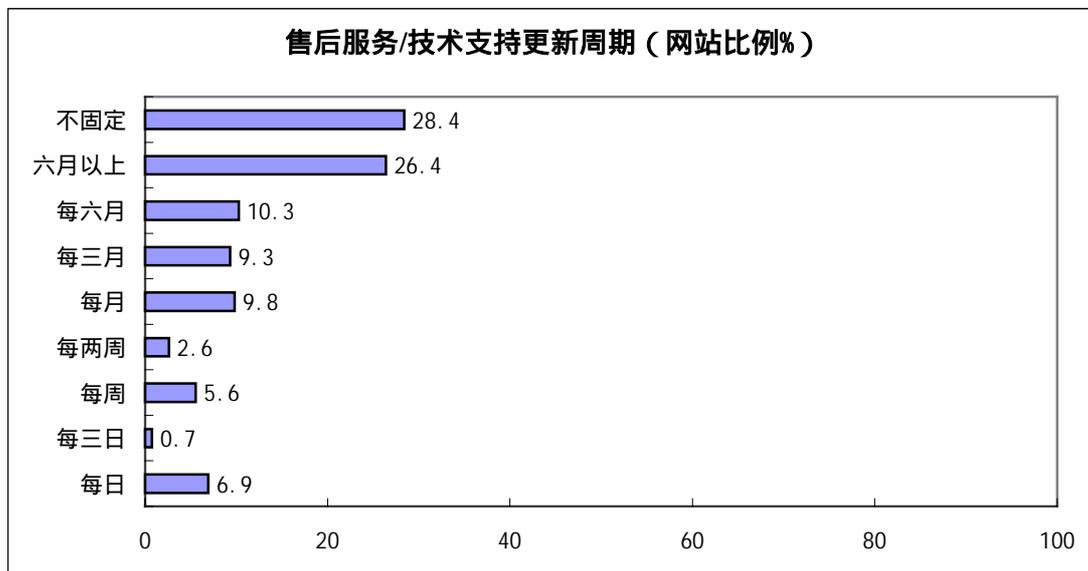
企业动态：更新频率在一个月及以内的网站比例为 41.1%；一个月以上的为 29.0%；不固定的为 29.9%。

图 47 企业动态更新周期



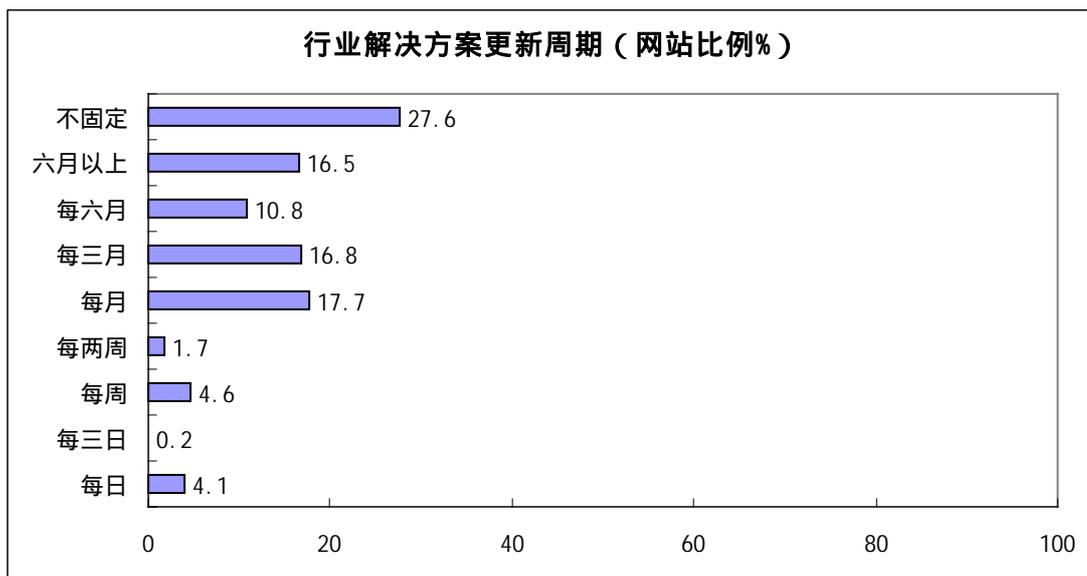
售后服务/技术支持：更新频率在六个月及以上的网站比例为 36.7%；六个月以下的占 34.9%；不固定的有 28.4%。

图 48 售后服务/技术支持更新周期



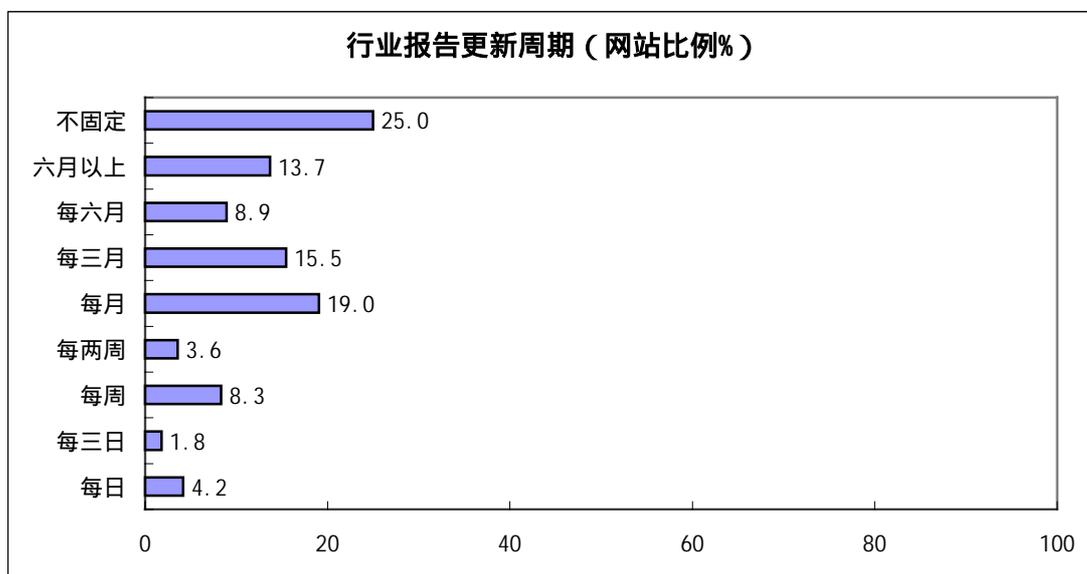
行业解决方案：更新频率在一个月及以上的网站比例为 61.8%；一个月以下的 10.6%；不固定的为 27.6%。

图 49 行业解决方案更新周期



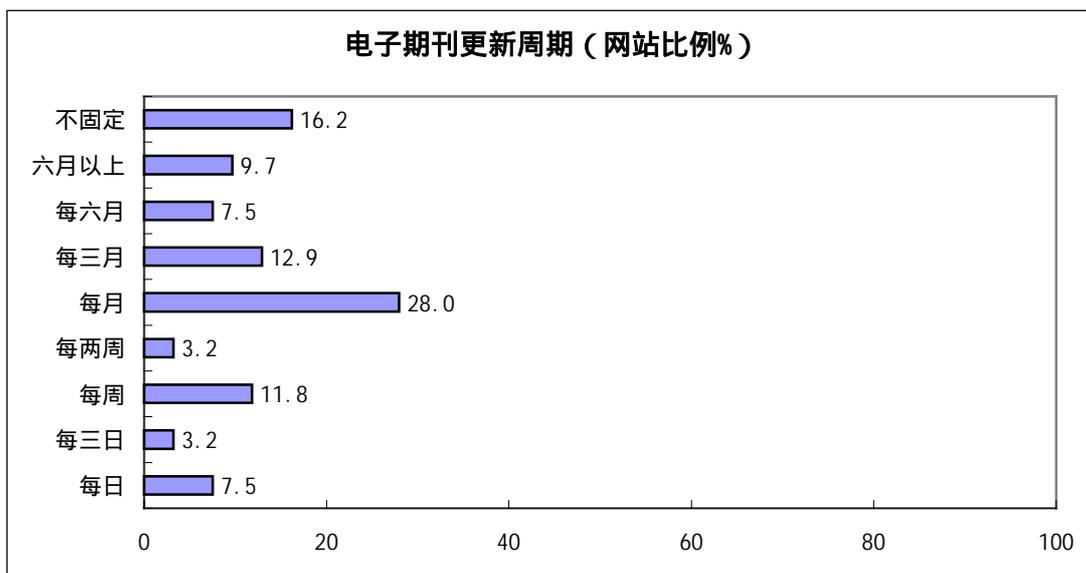
行业报告：更新频率在一个月及以上的网站较多，所占比例为 57.1%；一个月以下的为 17.9%；不固定的为 25.0%。

图 50 行业报告更新周期



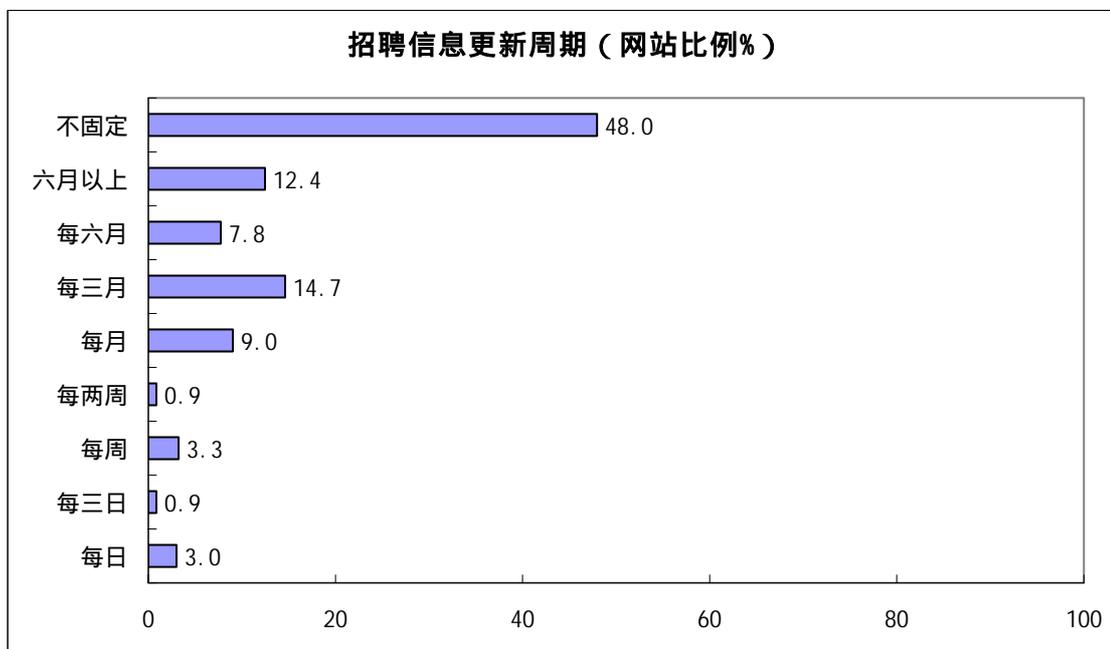
电子期刊：更新频率在一个月及以内的网站比例为 53.7%；一个月以上的为 30.1%；不固定的为 16.2%。

图 51 电子期刊更新周期



招聘信息：更新频率基本上都在一个月及以上，其网站占 43.9%；一个月以下的为 8.1%；不固定的为 48.0%。

图 52 招聘信息更新周期

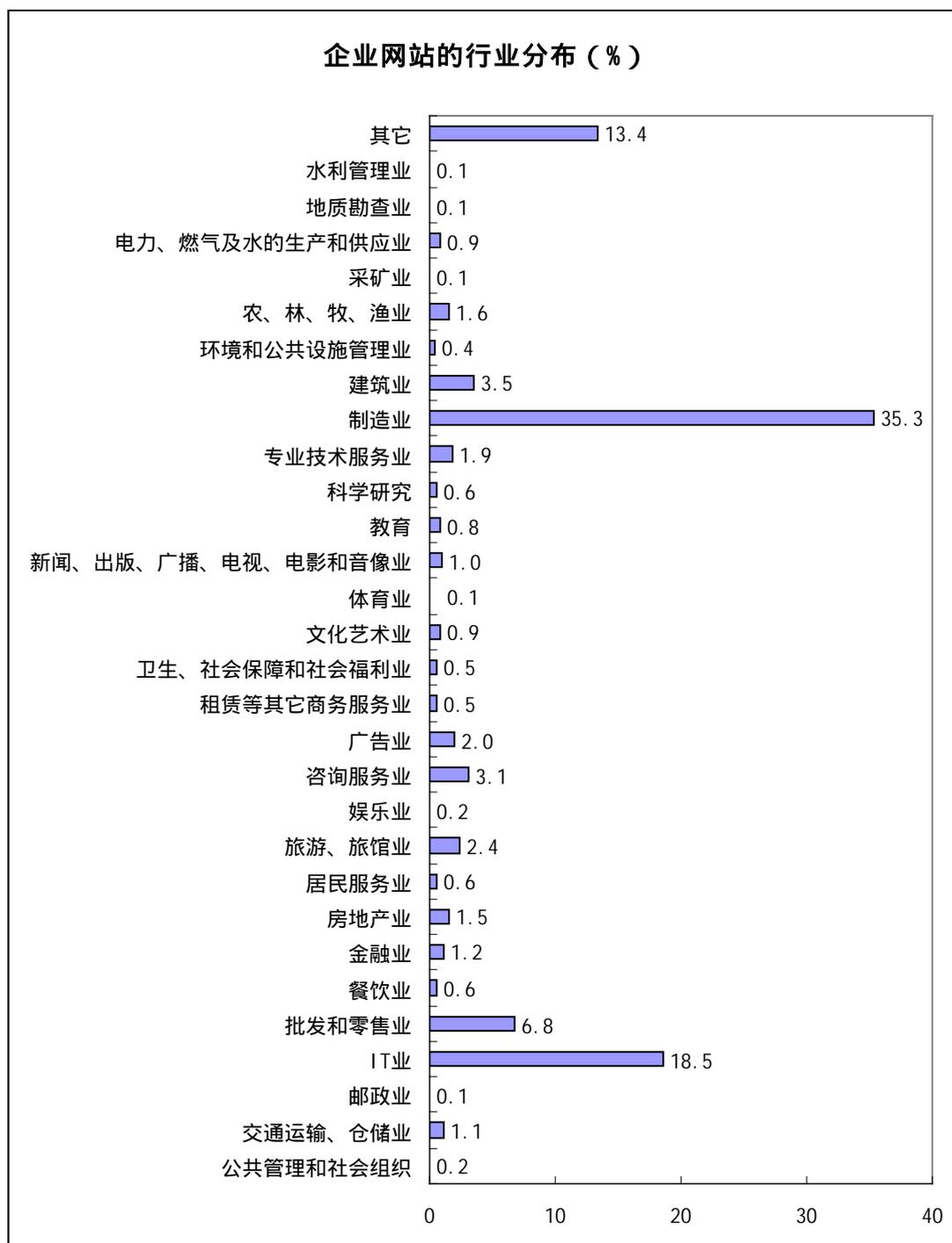


(4) 企业网站的行业分布情况

调查结果显示，企业网站的行业分布中，制造业比例最高，为 35.3%；其次

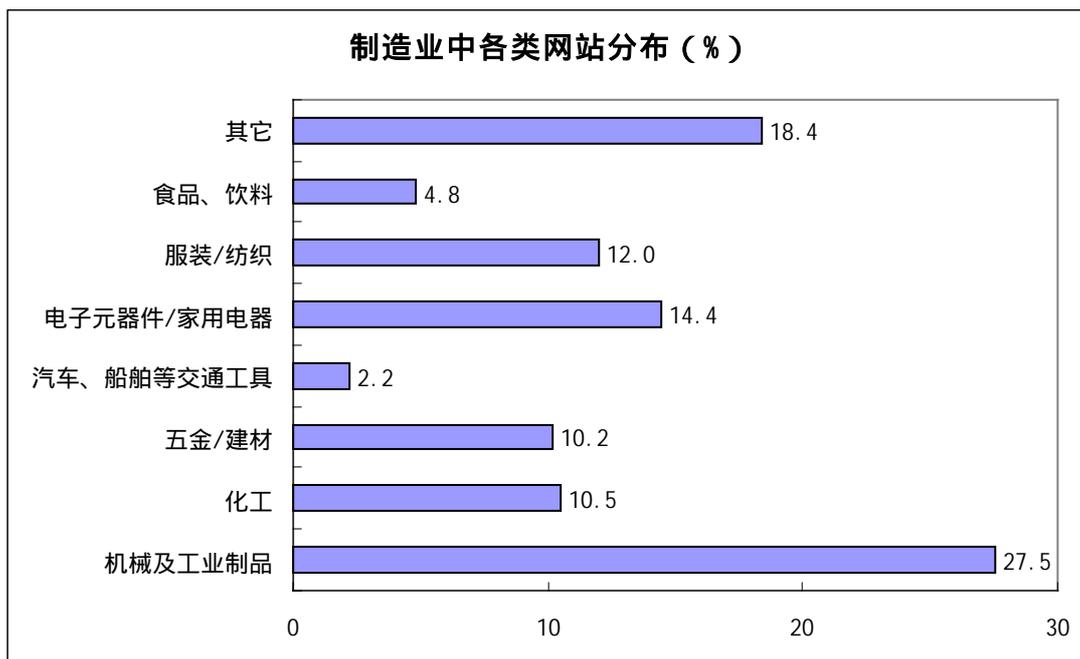
是IT业，占18.5%；第三是批发零售业，占6.8%；第四是建筑业，占3.5%；第五是咨询服务业，占3.1%；其他行业所占比例较小。

图 53 企业网站的行业分布



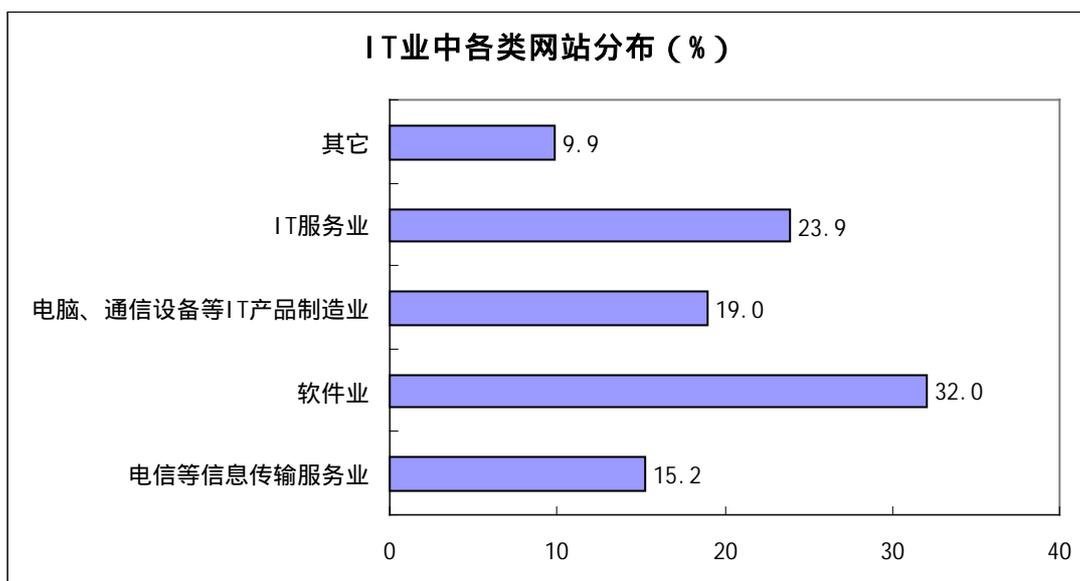
在制造业中，机械及工业制品所占份额最高，占27.5%；其次是电子元器件/家用电器，占14.4%；第三是服装、纺织，占12.0%；其他行业所占比例较小。

图 54 制造业中各类网站的分布



在 IT 业中，软件业所占份额最高，占 32.0%；其次是 IT 服务业，占 23.9%；第三是电脑、通信设备等 IT 产品制造业，占 19.0%；其他行业所占比例较小。

图 55 IT 业中各类网站的分布

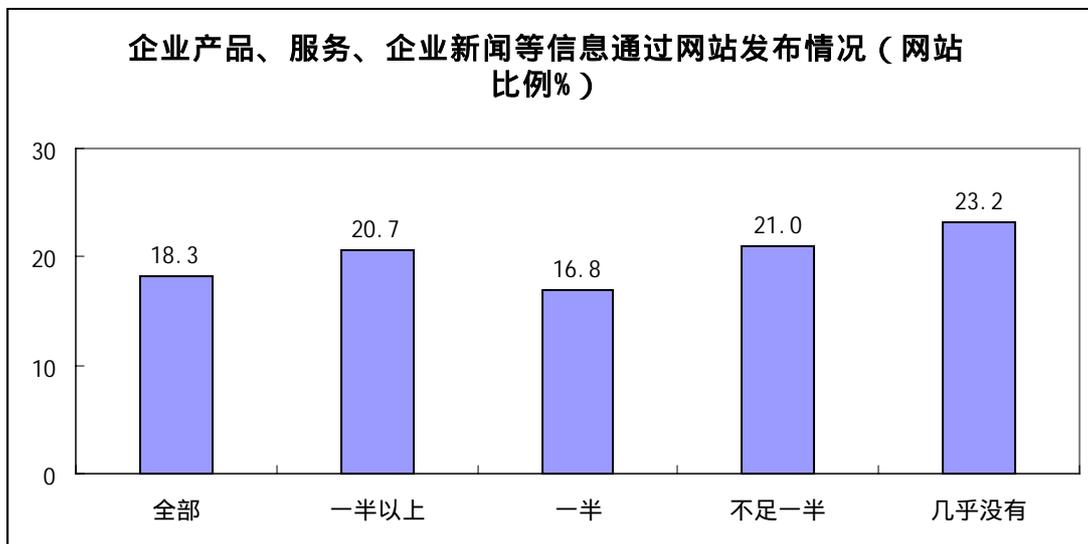


(5) 企业网站效果

企业产品、服务、企业新闻等信息通过网站发布情况：调查结果显示，一半

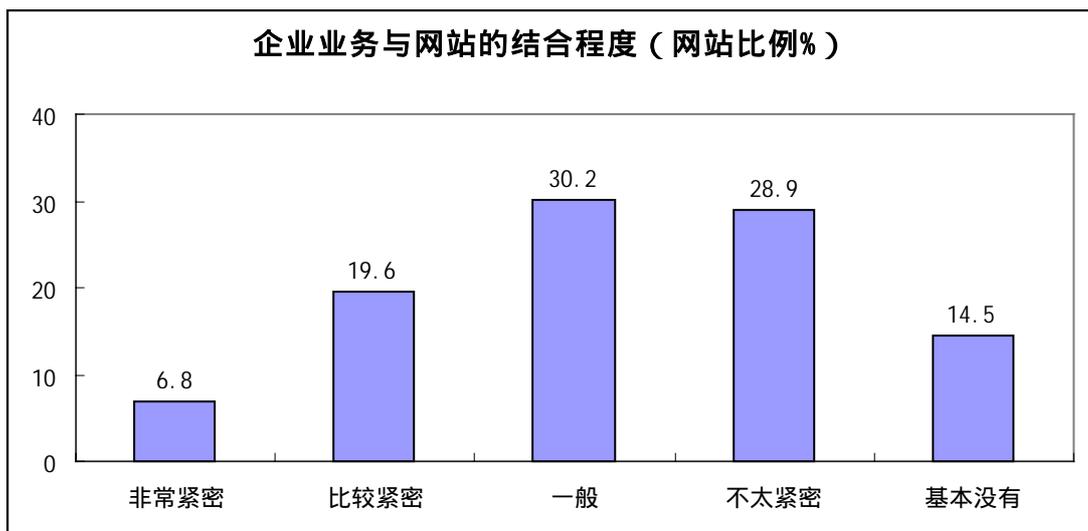
及以上（包括全部）的信息通过网站进行了发布的企业网站比例为 55.8%；几乎没有信息通过网站发布的企业网站比例为 23.2%。

图 56 企业产品、服务、企业新闻等信息通过网站发布情况



企业业务与网站的结合程度：调查结果显示，企业业务与网站结合比较紧密和非常紧密的企业网站比例为 26.4%；企业业务与网站结合不太紧密的企业网站比例为 28.9%；企业业务与网站基本没有结合的企业网站比例为 14.5%。

图 57 企业业务与网站的结合程度



3. 商业网站

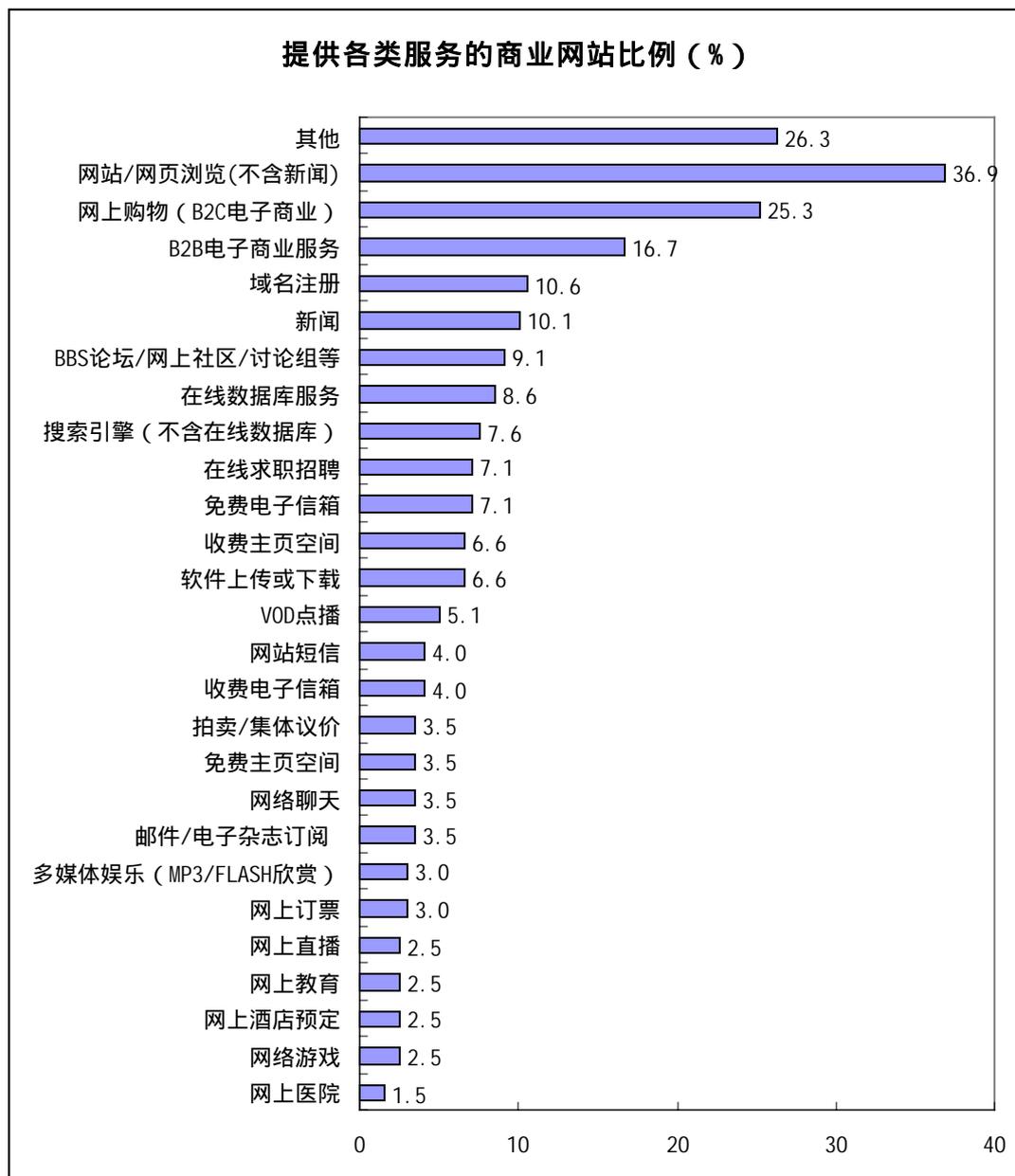
(1) 商业网站信息服务提供情况

商业网站提供的主要服务包括：新闻、搜索引擎（不含在线数据库）、网站/网页浏览（不含新闻）、免费电子信箱、收费电子信箱、软件上传或下载、邮件/电子杂志订阅、网络游戏、网络聊天、BBS 论坛/网上社区/讨论组等、网站短信、免费主页空间、收费主页空间、网上购物（B2C 电子商业）、域名注册、B2B 电子商业服务、拍卖/集体议价、网上股票交易、网上订票、网上酒店预定、网上教育、网上医院、在线求职招聘、在线数据库服务、VOD 点播、多媒体娱乐（MP3/FLASH 欣赏）、网上直播等。

调查结果显示，网站/网页浏览（不含新闻）是所有商业网站中提供最多的服务，在所调查的所有商业网站中，有 36.9% 的网站提供此服务；其次是 B2C 电子商业，有 25.3% 的网站提供；提供其他服务的网站比例较少。

具体如下图所示。

图 58 提供各类服务的商业网站的比例



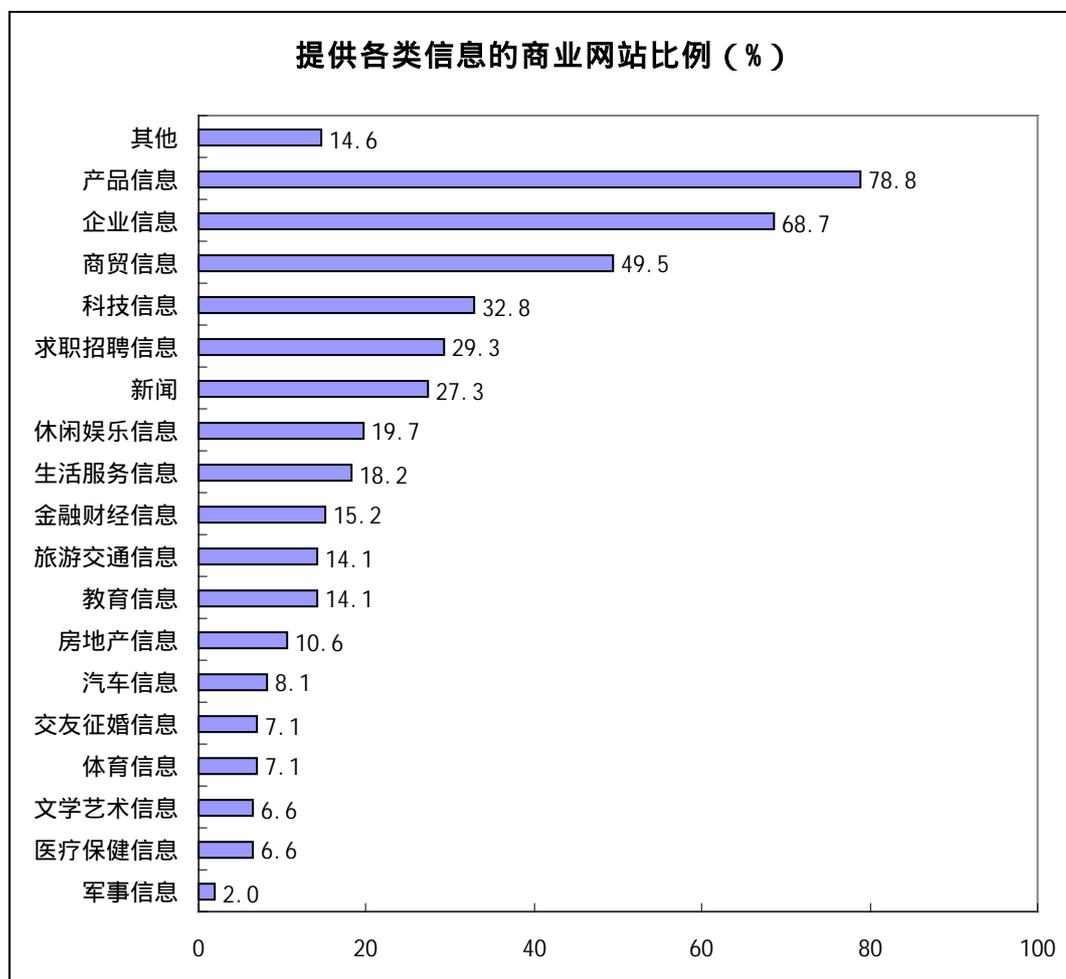
商业网站提供的主要信息包括新闻、产品信息、商贸信息、企业信息、科技信息、教育信息、军事信息、求职招聘信息、金融财经信息、房地产信息、汽车信息、休闲娱乐信息、生活服务信息、体育信息、医疗保健信息、文学艺术信息、旅游交通信息、交友征婚信息等。

调查结果显示，在各种信息中，提供产品信息的商业网站比例最高，为 78.8%；其次是提供企业信息的网站，为 68.7%；第三是提供商贸信息的网站，为 49.5%；第四是提供科技信息的网站，为 32.8%；第五是提供求职招聘信息的

网站，为 29.3%；提供其他信息的网站比例较少。

具体如下图所示。

图 59 提供各类信息的商业网站的比例

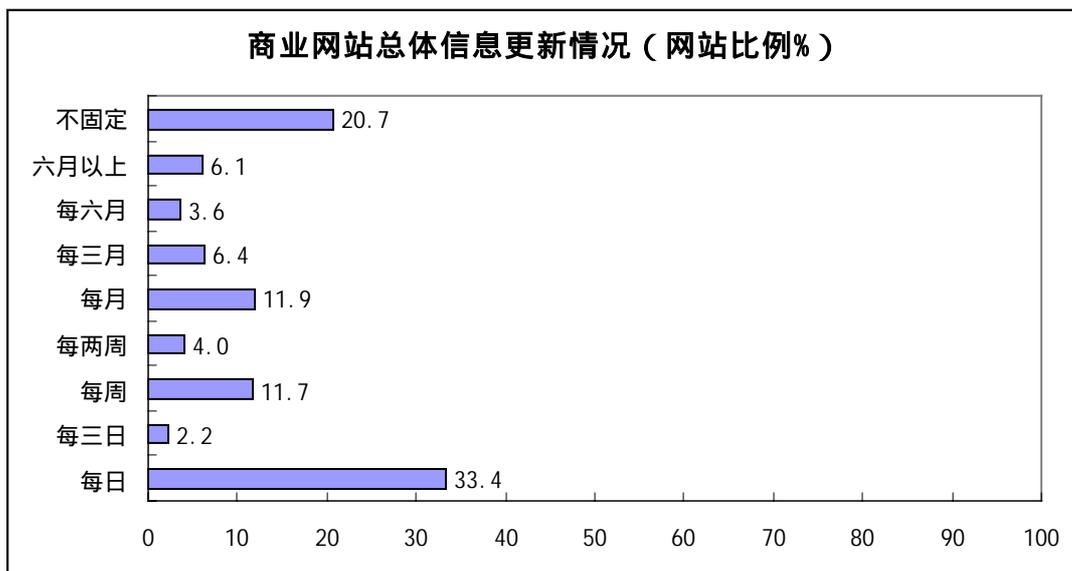


(2) 商业网站信息更新情况

调查结果显示，商业网站信息更新频率普遍高于政府网站和企业网站的信息更新频率。

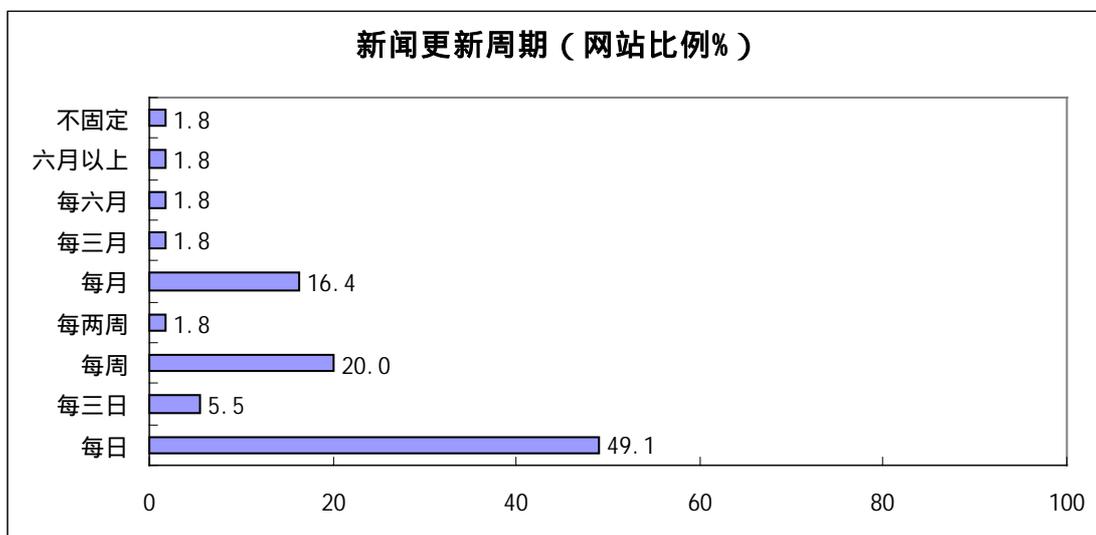
下面图示各类信息更新情况。

图 60 商业网站总体信息更新情况



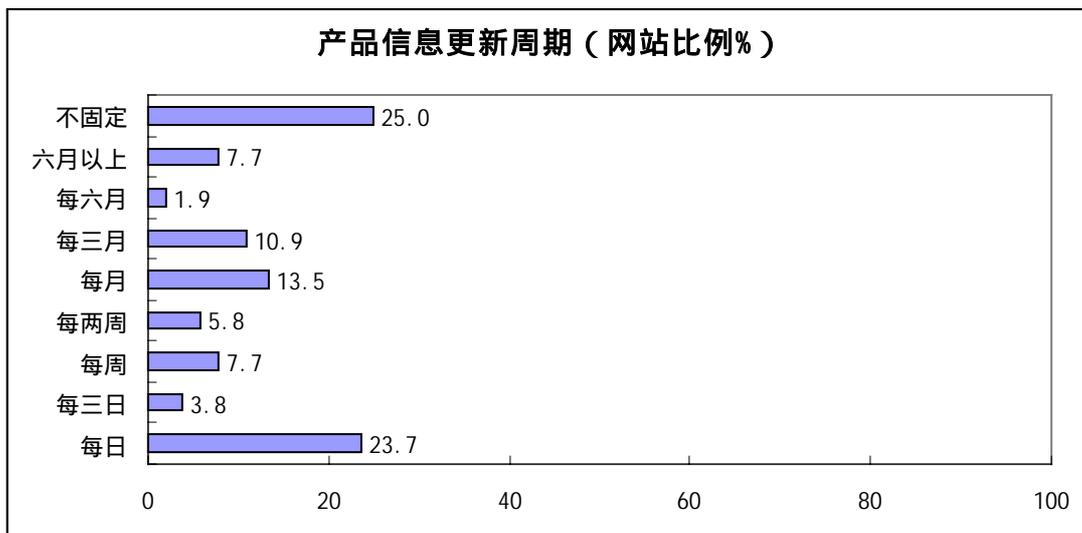
新闻：92.7%的商业网站新闻更新周期为一个月及以下；更新周期超过一个月的较少。

图 61 商业网站新闻更新周期



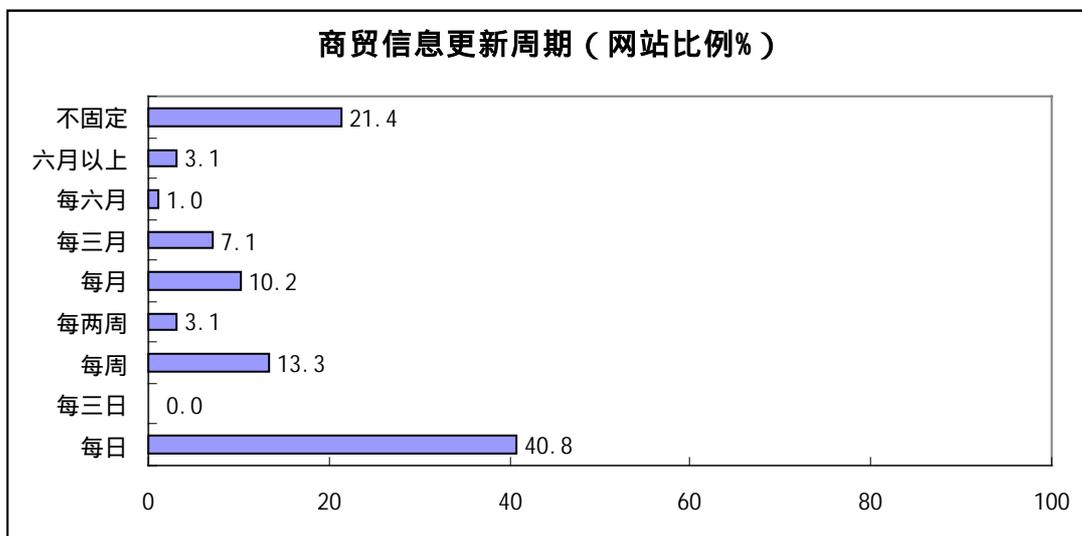
产品信息：54.5%的商业网站产品信息更新周期为一个月及以下；更新周期超过一个月的较少。

图 62 商业网站产品信息更新周期



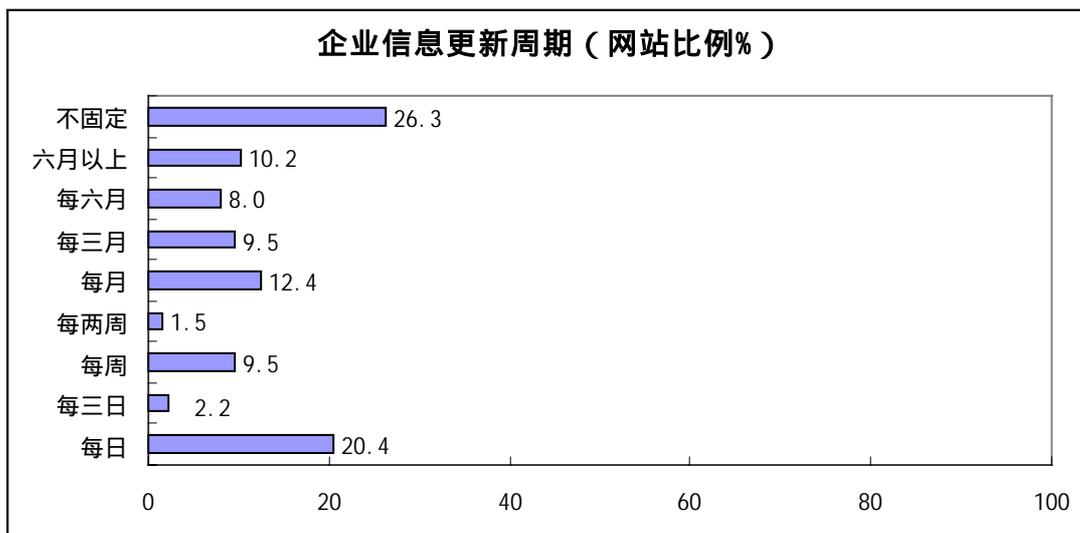
商贸信息：67.3%的商业网站更新周期为一个月及以下；更新周期超过一个月的较少。

图 63 商业网站贸易信息更新周期



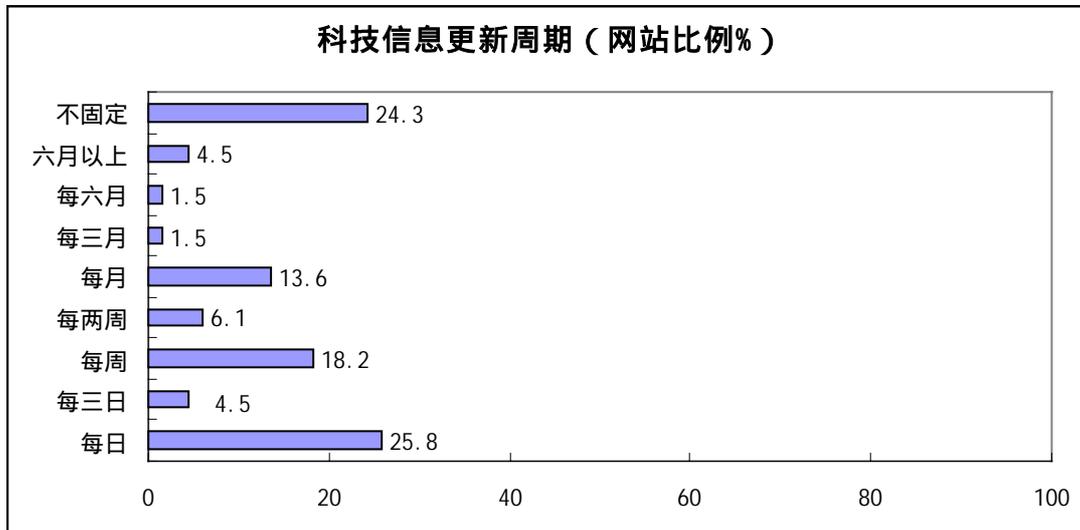
企业信息：46.0%的商业网站更新周期为一个月及以下；更新周期超过一个月的较少。

图 64 商业网站企业信息更新周期



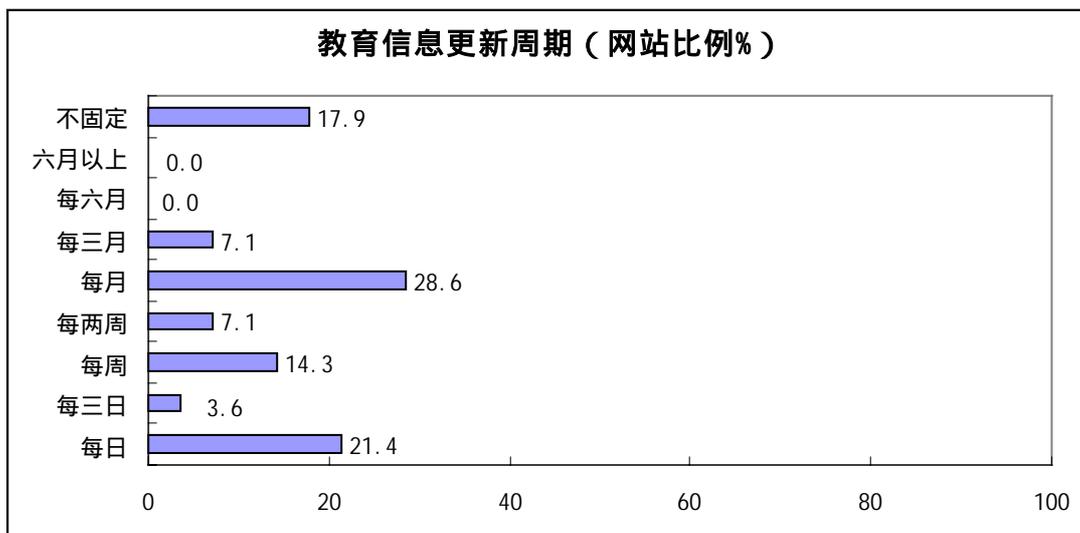
科技信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 25.8%；超过一日的较少；不固定的为 24.3%。

图 65 商业网站科技信息更新周期



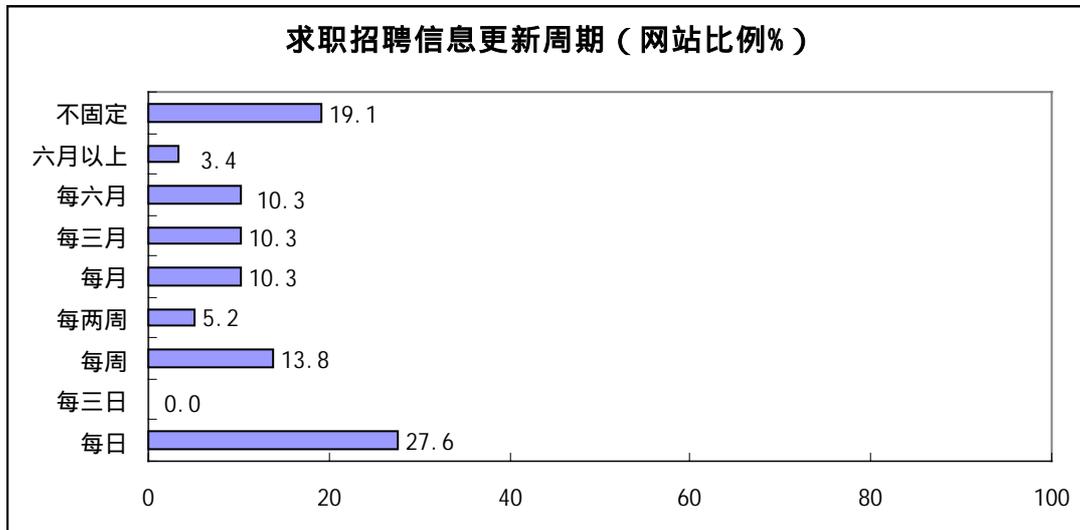
教育信息：更新周期为每月的网站最多，网站比例为 28.6%。绝大部分网站更新周期在每三月及以下，占 82.1%。

图 66 商业网站教育信息更新周期



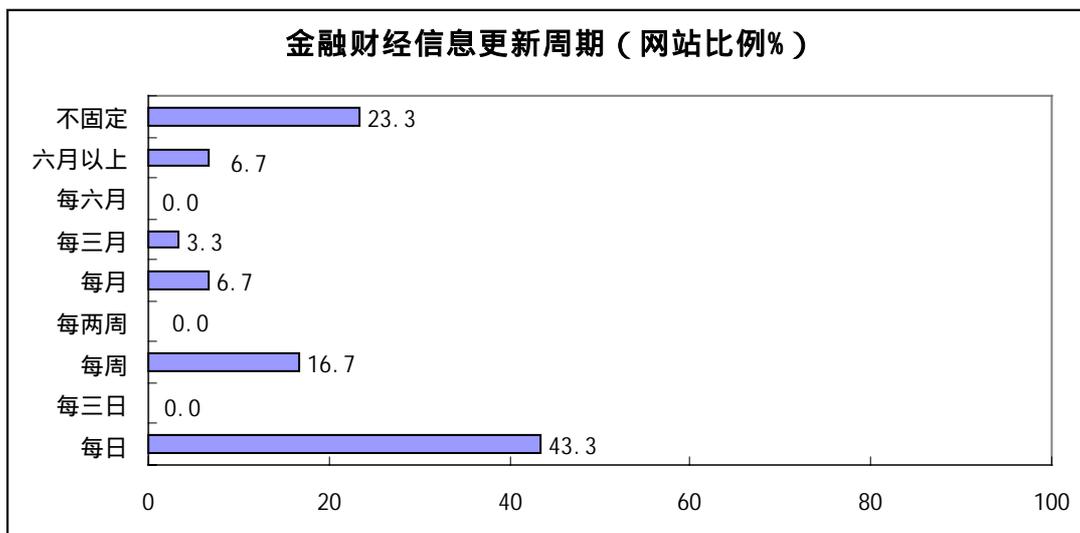
求职招聘信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 27.6%；其他更新周期的网站比例较少。

图 67 商业网站招聘信息更新周期



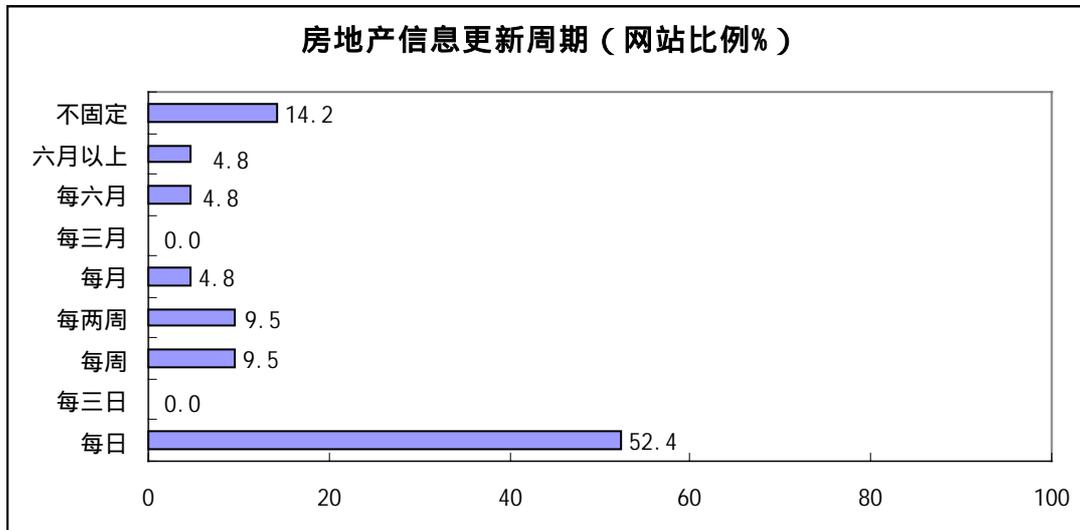
金融财经信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 43.3%；其他更新周期的网站比例较少。

图 68 商业网站金融财经信息更新周期



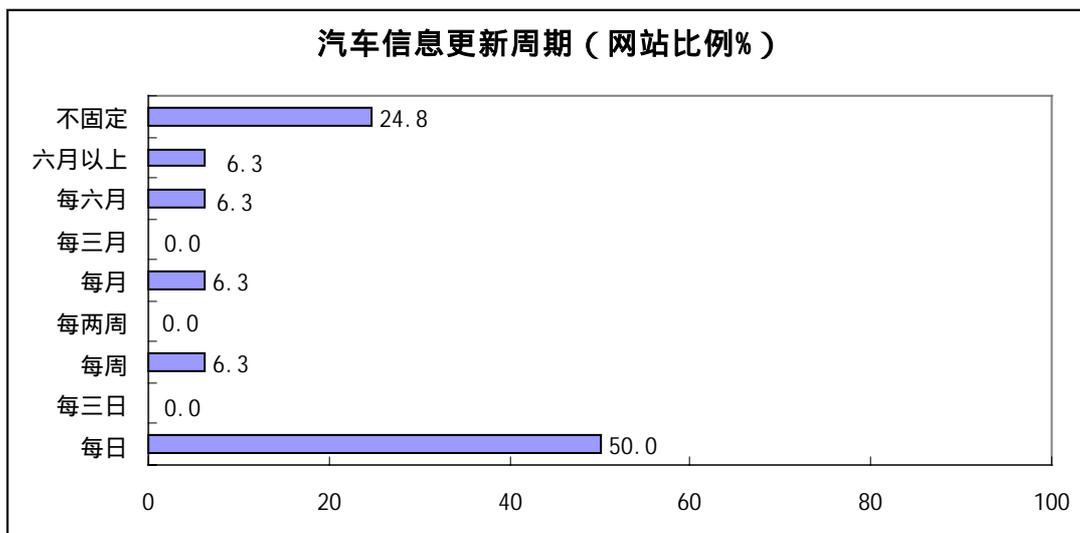
房地产信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 52.4%；其他更新周期的网站比例较少。

图 69 商业网站房地产信息更新周期



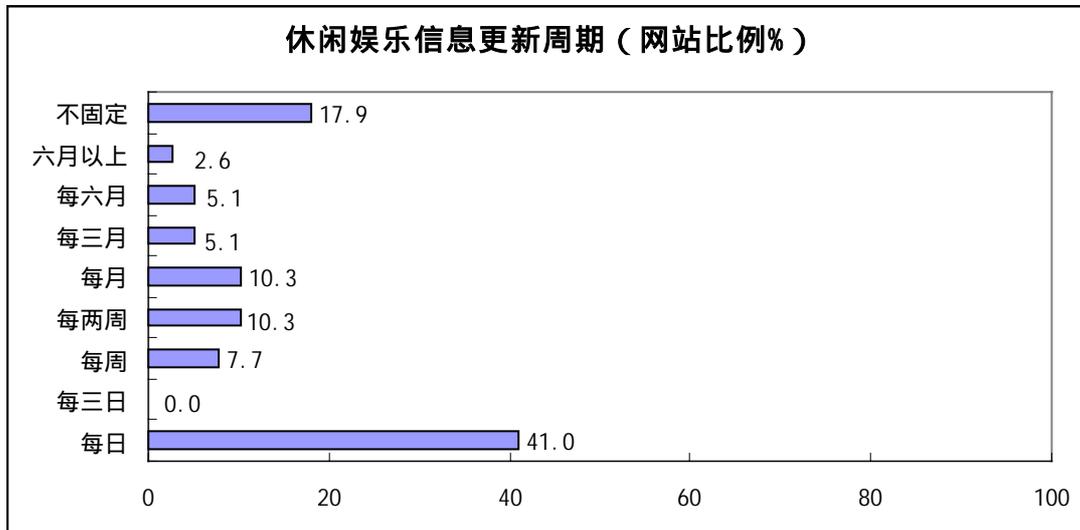
汽车信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 50.0%；其他更新周期的网站比例较少。

图 70 商业网站汽车信息更新周期



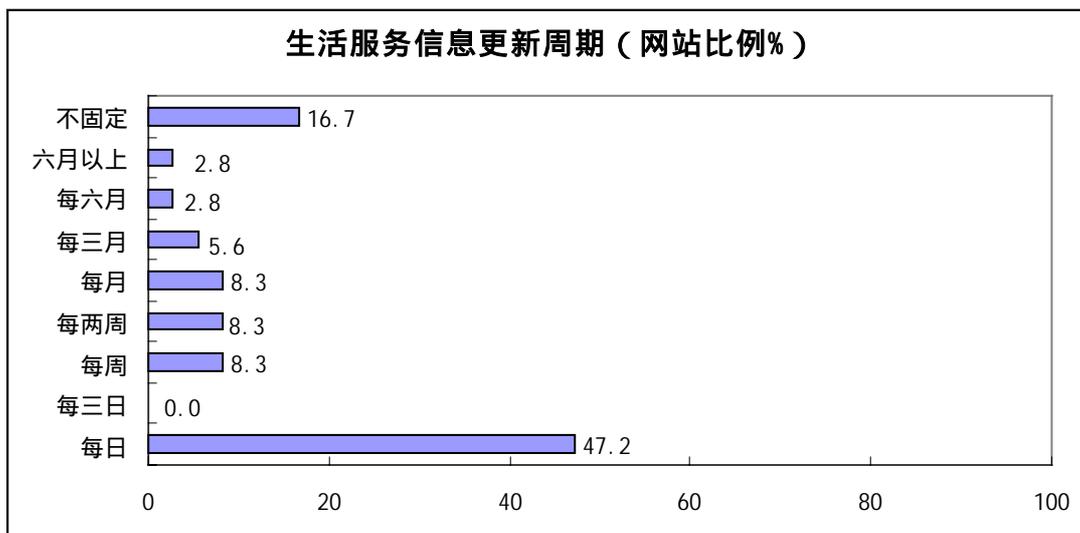
休闲娱乐信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 41.0%；多数网站更新周期在每周至每月之间，占 28.3%；其他更新周期的网站比例较少。

图 71 商业网站休闲娱乐信息更新周期



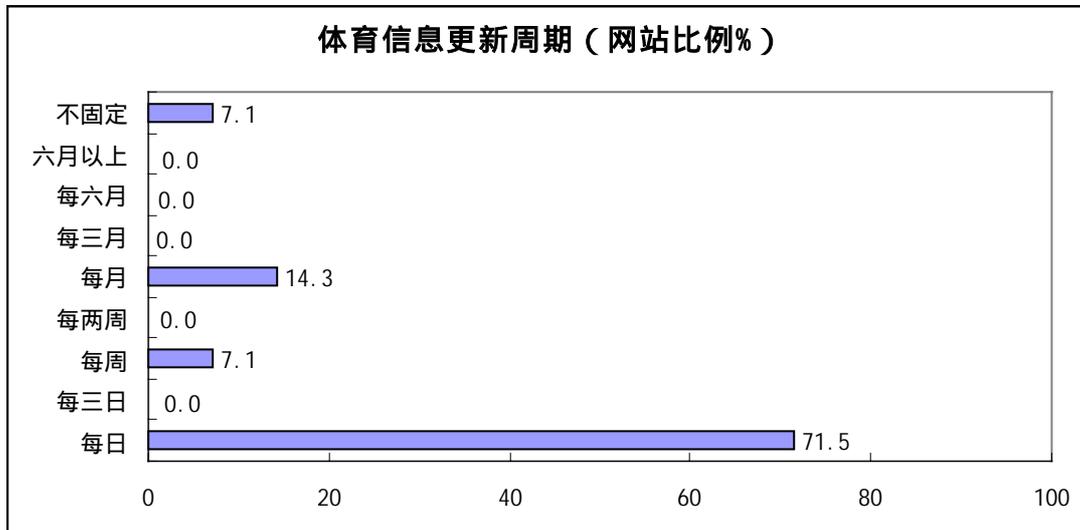
生活服务信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 47.2%；其他更新周期的网站比例较少。

图 72 商业网站生活服务信息更新周期



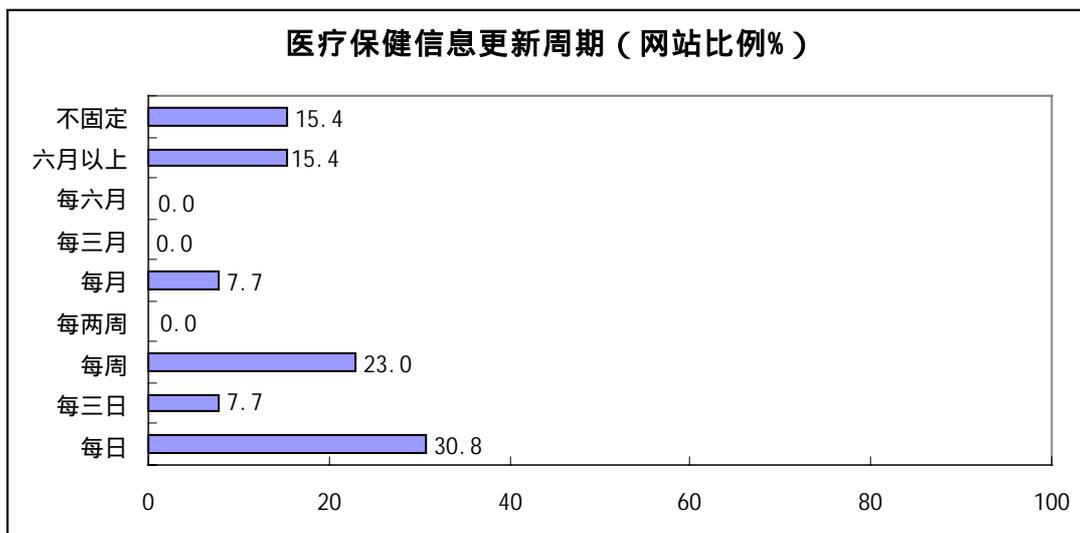
体育信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 71.5%；其他更新周期的网站比例较少。

图 73 商业网站体育信息更新周期



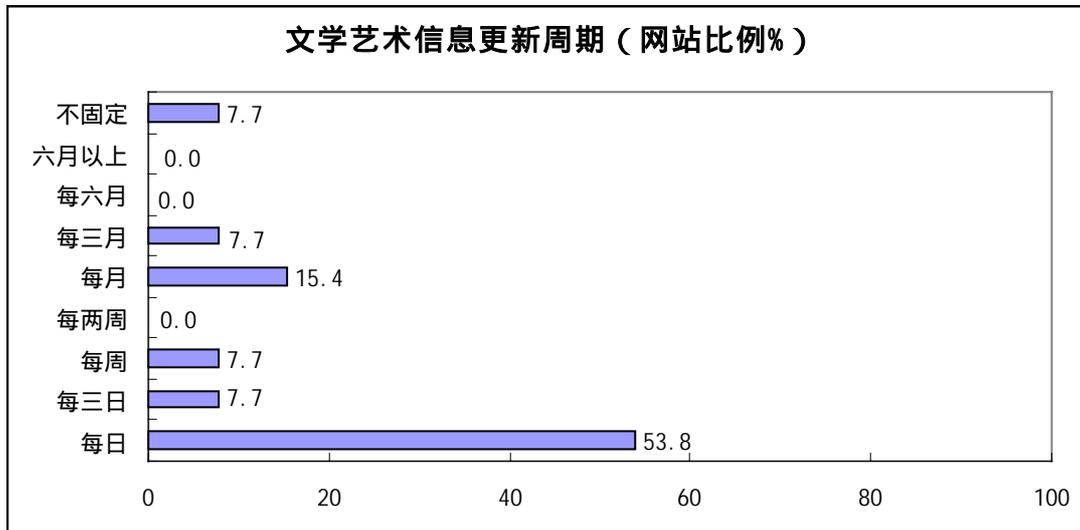
医疗健康/保健信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 30.8%；其他更新周期的网站比例较少。

图 74 商业网站医疗健康/保健信息更新周期



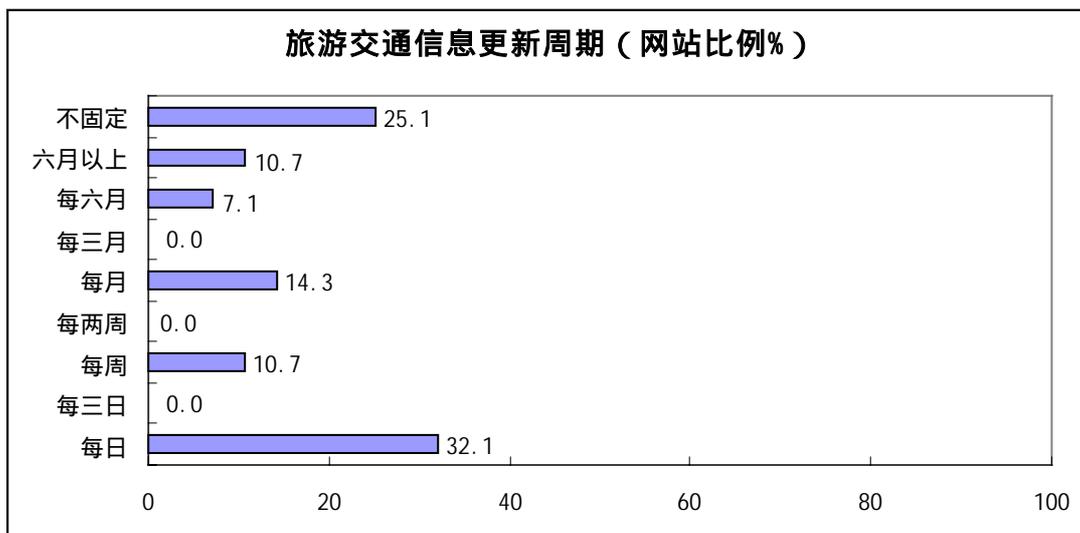
文学艺术信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 53.8%；其他更新周期的网站比例较少。

图 75 商业网站文学艺术信息更新周期



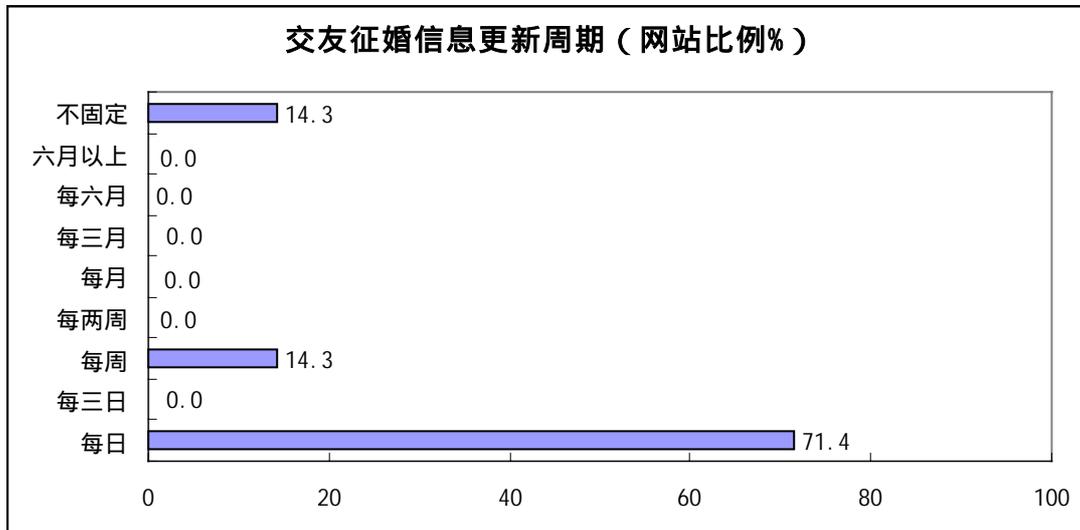
旅游交通信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 32.1%；其他更新周期的网站比例较少。

图 76 商业网站旅游交通信息更新周期



交友征婚信息：更新周期为每日的网站最多，网站比例为 71.4%；其他更新周期的网站比例较少。

图 77 商业网站交友征婚信息更新周期



第三章 网页数量及性质特征

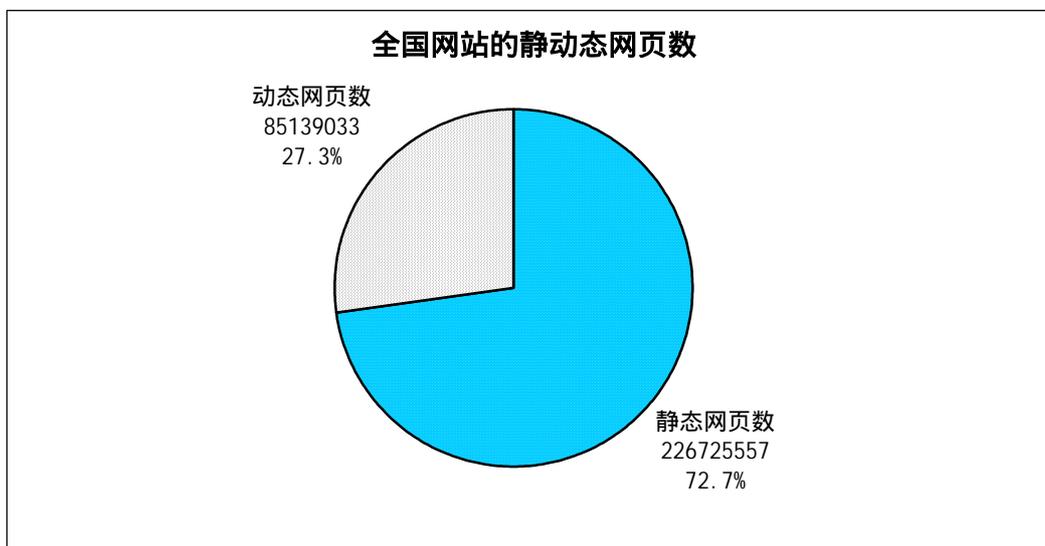
一、全国网站的网页情况

1. 网页数及网页字节数

表 11 网页数及网页字节数情况

网页数	全国网页总数	311,864,590 个 ²
	其中：静态网页数	226,725,557 个
	动态网页数	85,139,033 个 ³
	静动态网页数比例	2.66:1
	平均每个网站的网页数	523.7 个
网页字节数	全国网页总字节数	6,059,431,526KB
	每个网页平均字节数	19.43KB
	平均每个网站的网页字节数	10,174.51KB

图 78 全国网站的静动态网页数



² 本次统计与上次统计一样，已经先行剔除了重复网页，网页总数为 3.118 亿。目前，中国互联网中网页的重复率比较高，估计有 25-40%，为了数据的准确，我们没有计入这些重复网页。

³ 该比例中动态网页数与实际情况相比是偏小的，这是由于：网上包含大量的动态网页，搜集到的网页只是网上动态网页的一部分。

动态网页按照访问的方式可以分为两种：(1) 通过点击超链，无需额外输入即可访问的网页；(2) 必须通过输入内容才可以访问的网页。

搜集到的动态网页不是全部，因为：(1) 搜索引擎一般只搜集第一种动态网页。(2) 各包含动态网页的站点上一般会有大量的动态网页，且动态网页的内容质量相对静态网页低得多，因此搜索引擎一般只搜集有限的动态网页以保证其数据的质量。

2. 网页的编码分类

表 12 网页的编码情况

简体比例 (GB)	繁体比例 (BIG5)	英文比例	其他比例
93.1%	3.7%	3.2%	0.0%

3. 网页的内容分类情况 (按多媒体形式)

表 13 网页的内容分类情况 (按多媒体形式)

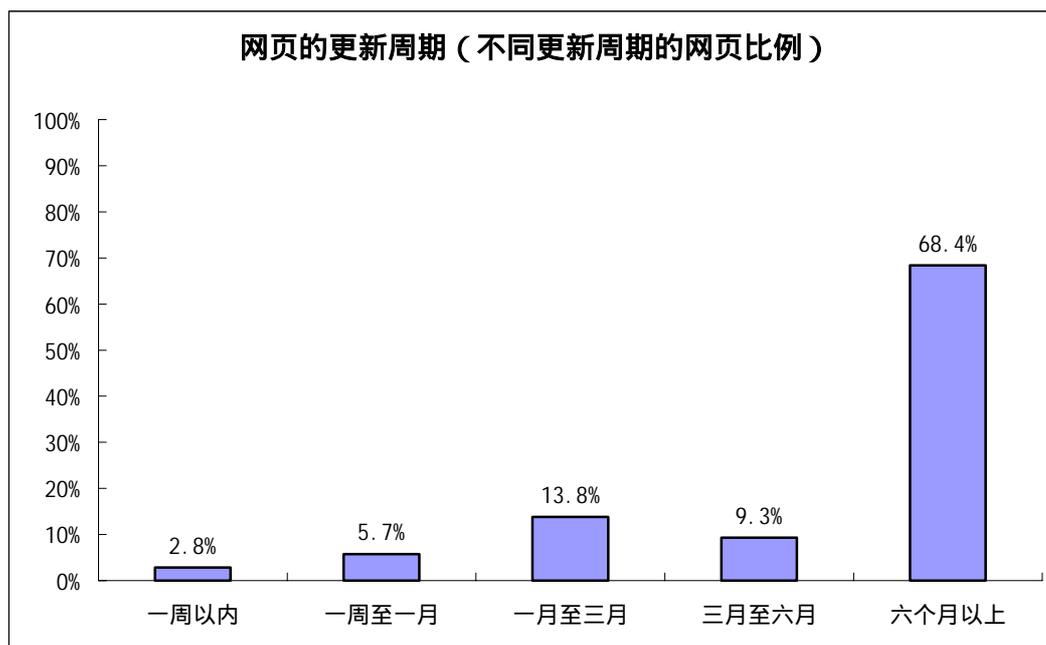
图像	97.9%
音频	0.5%
视频	1.6%

4. 网页的更新周期

表 14 网页的更新周期情况

一周以内	2.8%
一周至一月	5.7%
一月至三月	13.8%
三月至六月	9.3%
六个月以上	68.4%

图 79 网页的更新周期



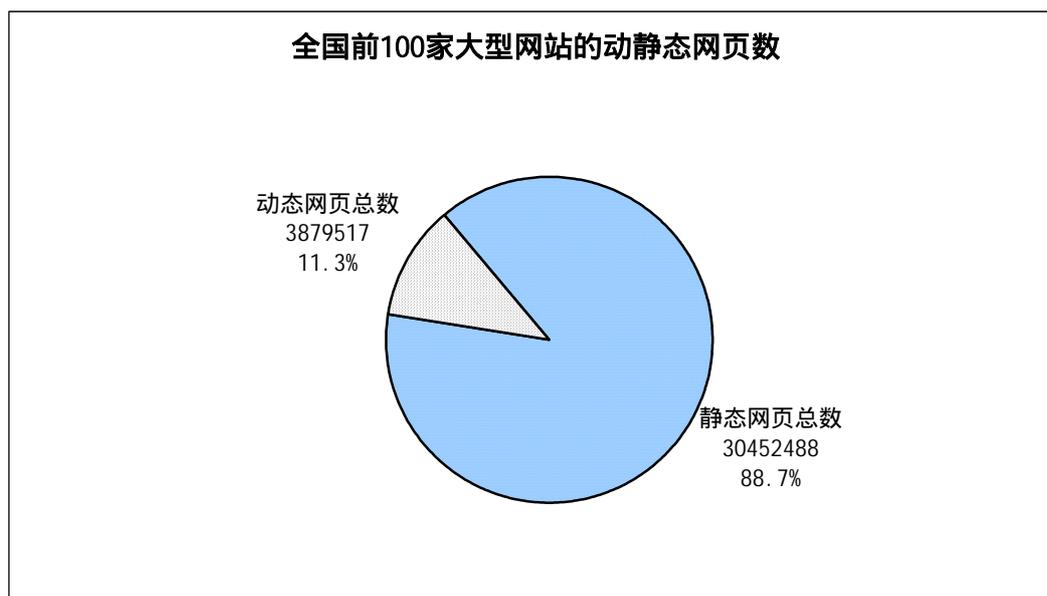
二、国内前 100 家大型网站的网页情况⁴

1. 网页数及网页字节数

表 15 前 100 家网站的网页数及网页字节数情况

网页数	网页总数	34,332,005 个
	其中：静态网页数	30,452,488 个
	动态网页数	3,879,517 个
	静动态网页数比例	7.85:1
	平均每个网站的网页数	343,320 个
网页字节数	网页总字节数	806,533,899KB
	每个网页平均字节数	23.49KB
	平均每个网站的网页字节数	8,065,339KB

图 80 全国前 100 家大型网站的动静态网页数



2. 网页的编码分类

表 16 前 100 家网站的网页编码情况

简体比例 (GB)	繁体比例 (BIG5)	英文比例	其他比例
91.1%	5.0%	3.9%	0.0%

⁴ 100 家大型网站指网页数量最多的前 100 家网站。

3. 网页的内容分类情况（按多媒体形式）

表 17 前 100 家网站的网页内容分类情况（按多媒体形式）

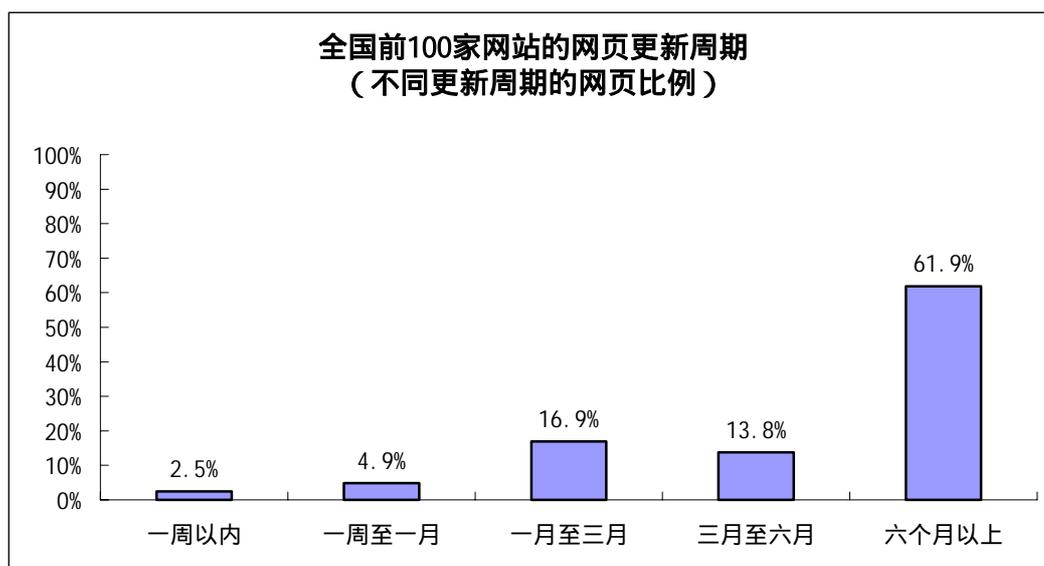
图像	97.6%
音频	0.3%
视频	2.1%

4. 网页的更新周期

表 18 前 100 家网站的网页更新周期

一周以内	2.5%
一周至一月	4.9%
一月至三月	16.9%
三月至六月	13.8%
六个月以上	61.9%

图 81 全国前 100 家网站的网页更新周期



三、全国网站的网页与国内前 100 家大型网站的网页情况比较

1. 网页数及总字节数

- ◇ 国内前 100 家大型网站的网页总数和网页总字节数与全国其它网站的网页数和网页总字节数比例悬殊，约 1/6000 的网站占了约 1/10 的网页总数和网页总字节数。全国网站总数为 595550 个，前 100 家大型网站占全国网站总数 0.017%，但其网页总数占全国网页总数的 11.0%，网页总字节数占全国网页总字节数的 13.3%。100 家网站平均每个网站的网页数为 34.3 万个，而全国网站平均每个网站的网页数为 523.7 个。
- ◇ 国内前 100 家大型网站的静动态网页比例大于全国网站的静动态网页比例。前 100 家网站的静动态网页的比例为 7.85:1，全国网站静动态网页比例 2.66:1。前者约为后者的 3 倍左右⁵。

2. 网页的编码分类

- ◇ 国内前 100 家大型网站中使用简体中文编码的网页比例低于全国网站中使用简体中文编码的网页比例。国内前 100 家网站中使用简体中文编码的网页占 91.1%，而全国网站中使用简体中文编码的网页所占比例为 93.1%。

3. 网页的内容分类（按多媒体形式）

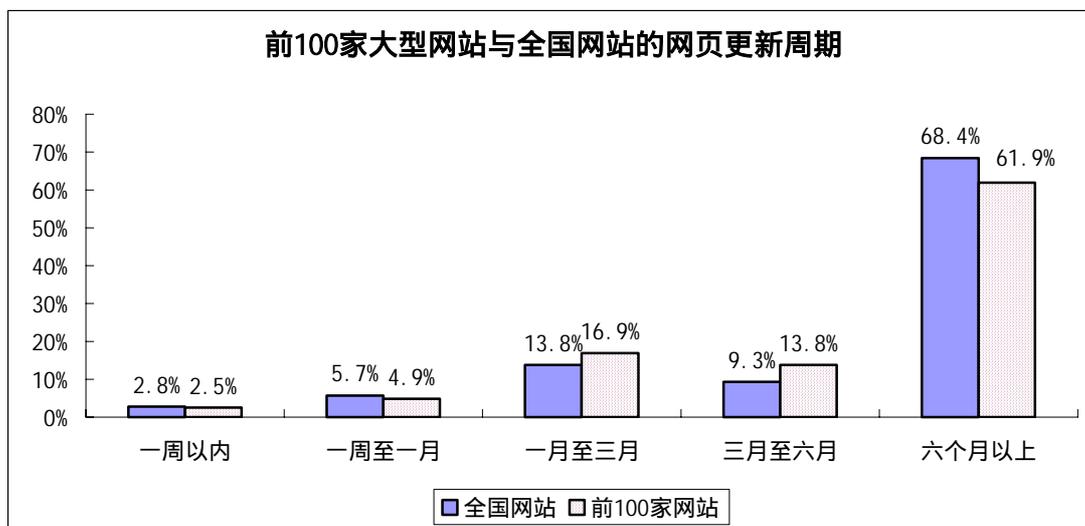
- ◇ 国内前 100 家大型网站与全国网站的网页内容在多媒体形式基本一致，图像占据绝大多数。国内前 100 家大型网站的网页中图像的比例为 97.6%，全国网站中相应的比例为 97.9%。

4. 网页的更新周期

- ◇ 国内前 100 家大型网站网页的更新周期略优于全国网站。国内前 100 家大型网站中，30.7%的网页更新时间为 1 月至 6 月，全国网站中相应的比例为 23.1%；国内前 100 家大型网站中 61.9%的网页更新时间在 6 个月以上，全国网站中相应的比例为 68.4%。

⁵ 大型网站的静态网页数量明显多于动态网页数量，是因为对网站来说，支持动态网页的访问要比静态网页耗费更多资源。大型网站的数据量和访问量，通常采用了静态网页作为表现方式，以提高访问的效率，减轻服务器负载。而小型网站访问量小，没有这方面的限制。

图 82 前 100 家大型网站与全国网站的网页更新周期



第四章 在线数据库数量及性质

一、在线数据库数量及各类网站拥有在线数据库情况

1. 全国在线数据库数量

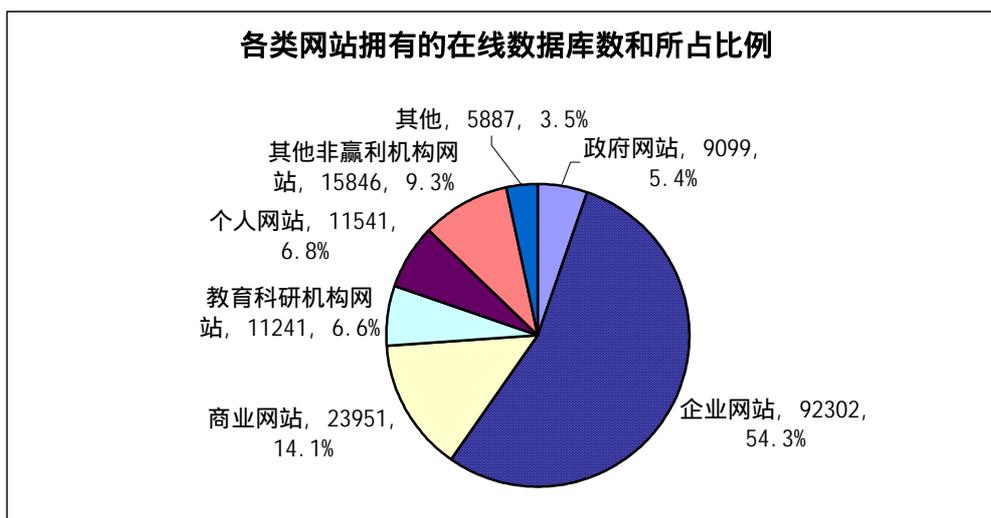
全国在线数据库的总量为 169867 个。

其中，企业网站拥有的在线数据库数最多，占全部在线数据库的 54.3%；其次是商业网站拥有的在线数据库，占全部在线数据库的 14.1%；其他非赢利机构网站拥有的在线数据库排第三位，占全部在线数据库的 9.3%；个人网站的在线数据库占 6.8%；教育科研机构网站的在线数据库占 6.6%；政府网站拥有的在线数据库占 5.4%；其他类型网站的在线数据库占 3.5%。具体如下表和图所示。

表 19 在线数据库数量及分布情况

网站类型	总体	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其他非赢利机构网站	其他类型网站
在线数据库数量(个)	169867	9099	92302	23951	11241	11541	15846	5887
所占比例	100.0%	5.4%	54.3%	14.1%	6.6%	6.8%	9.3%	3.5%

图 83 各类网站拥有的在线数据库数和占全部在线数据库的比例



2. 拥有在线数据库的网站数量

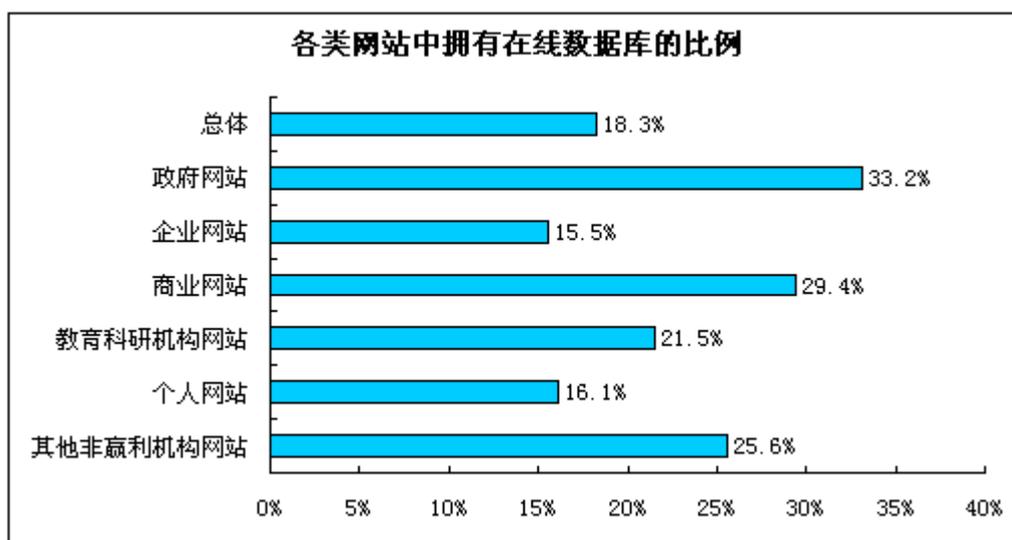
全国网站中拥有在线数据库的网站数为 108986 个，约占全部网站的 18.3%。

从各类网站中拥有在线数据库的网站比例来看，政府网站中拥有在线数据库的网站比例最高，达到 33.2%；其次为商业网站，比例为 29.4%；排第三位的是其他非赢利机构网站，比例为 25.6%；教育科研机构网站为 21.5%；个人网站为 16.1%；企业网站为 15.5%。具体见下表和图所示。

表 20 各类网站拥有在线数据库情况

网站类型	总体	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其他非赢利机构网站
拥有在线数据库的网站数(个)	108986	6317	65447	14338	6533	6235	7616
拥有在线数据库的网站比例	18.3%	33.2%	15.5%	29.4%	21.5%	16.1%	25.6%

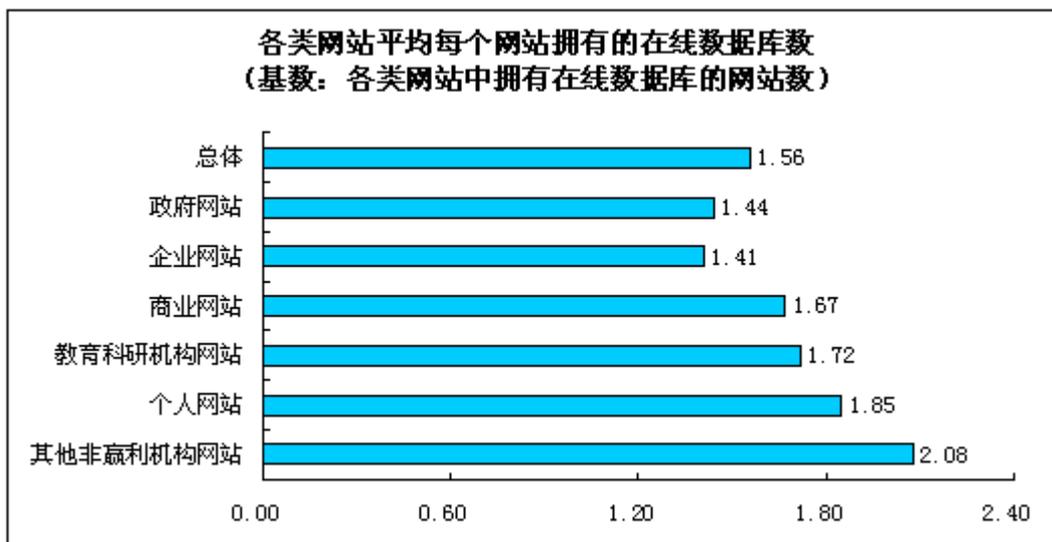
图 84 各类网站拥有在线数据库的比例



3. 各类网站平均每个网站拥有在线数据库数量情况

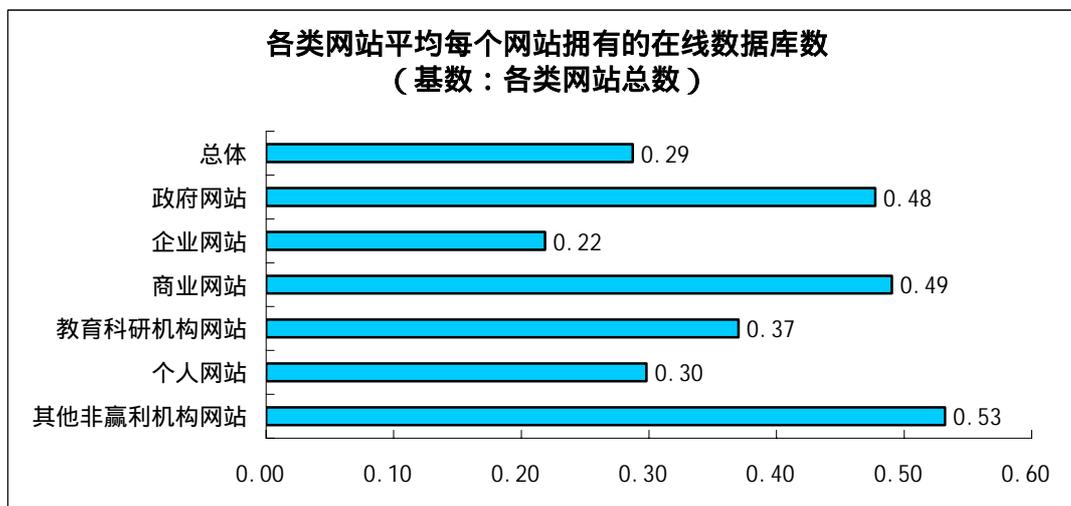
(1) 以拥有在线数据库的网站为基数，全国平均每个网站拥有 1.56 个数据库。

图 85 各类网站/平均每个网站拥有数据库数量情况



(2) 以所有网站为基数，全国平均每个网站拥有 0.29 个在线数据库。

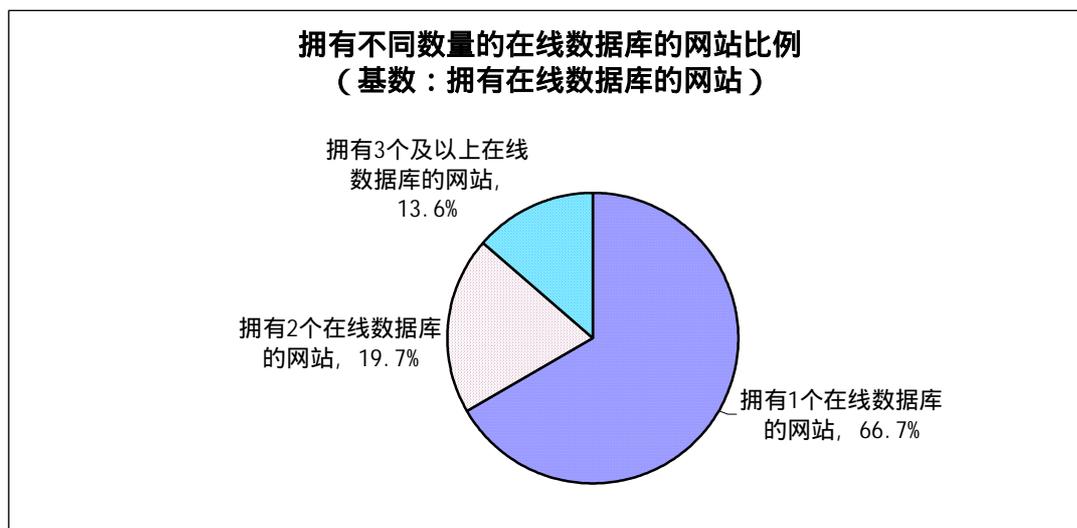
图 86 各类网站平均拥有在线数据库数量情况



4. 各类网站拥有不同数量在线数据库的情况 (基数为拥有在线数据库的网站)

在拥有在线数据库的网站中，66.7%的网站只拥有一个在线数据库；19.7%的网站拥有 2 个在线数据库；13.6%的网站拥有 3 个及以上的在线数据库。具体如下图所示。

图 87 拥有不同在线数据库数的网站比例



二、在线数据库按内容和记录数分类情况

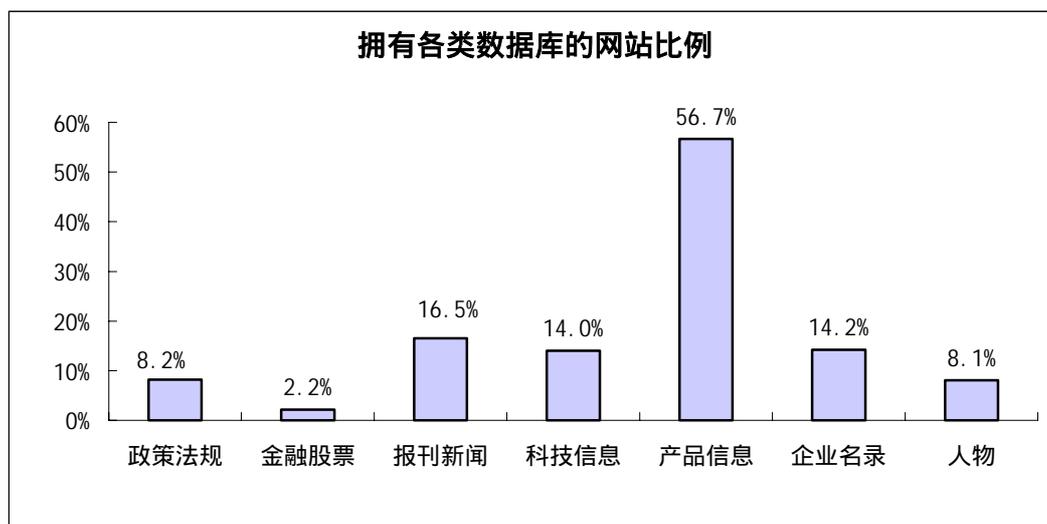
1. 拥有各类在线数据库的网站比例

在拥有在线数据库的网站中，56.7%的网站拥有产品信息数据库；16.5%的网站拥有报刊新闻数据库；14.2%的网站拥有企业名录数据库；14.0%的网站拥有科技信息数据库；8.2%的网站拥有政策法规数据库；8.1%的网站拥有的人物数据库；2.2%的网站拥有金融股票信息数据库。具体如下表和下图所示

表 21 拥有各类在线数据库的网站比例情况

在线数据库类型	政策法规	金融股票	报刊新闻	科技信息	产品信息	企业名录	人物
拥有该类数据库的网站比例	8.2%	2.2%	16.5%	14.0%	56.7%	14.2%	8.1%

图 88 拥有各类在线数据库的网站比例情况



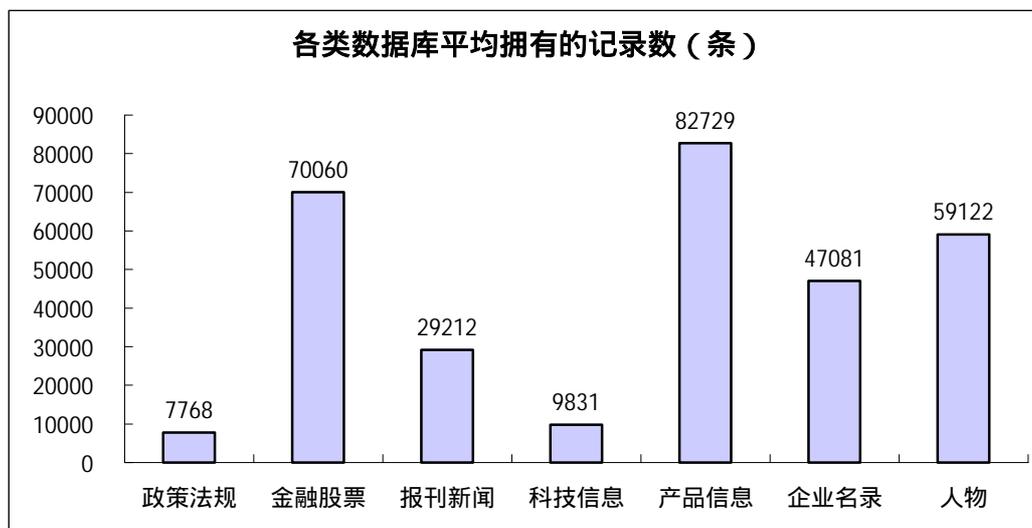
2. 各类在线数据库平均拥有的记录数

在各类在线数据库中，产品信息数据库平均拥有 82729 条记录；金融股票信息数据库平均拥有 70060 条记录；人物数据库平均拥有 59122 条记录；企业名录数据库平均拥有 47081 条记录；报刊新闻数据库平均拥有 29212 条记录；科技信息数据库平均拥有 9831 条记录；政策法规数据库平均拥有 7768 条记录。具体如下表和图所示。

表 22 各类在线数据库平均拥有的记录数

在线数据库类型	政策法规	金融股票	报刊新闻	科技信息	产品信息	企业名录	人物
平均拥有的记录数(条)	7768	70060	29212	9831	82729	47081	59122

图 89 各类在线数据库平均拥有的记录数



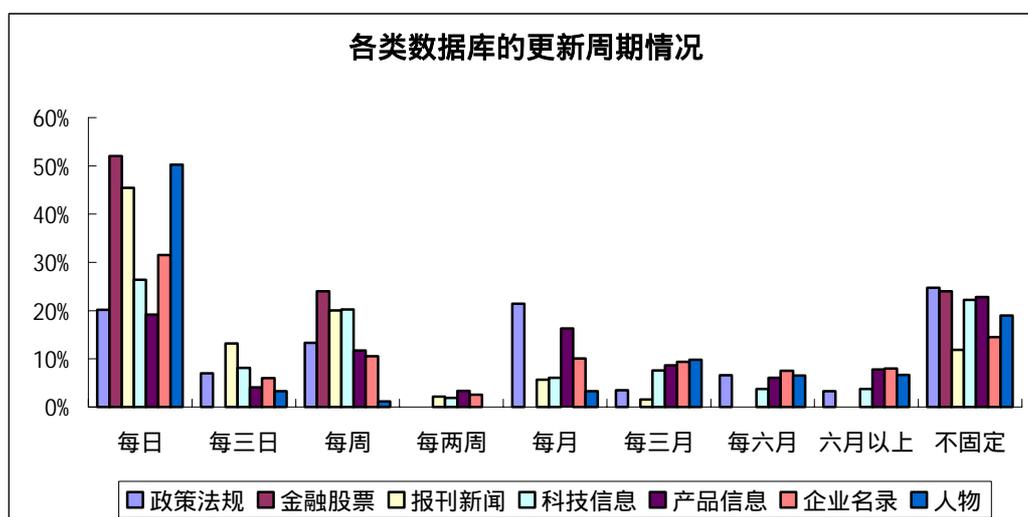
3. 各类在线数据库的更新周期

从各类在线数据库的更新周期看，政策法规数据库中，21.4%的数据库每月更新一次，20.2%的数据库每日更新，13.3%的数据库每周更新，其他更新周期的数据库所占比例相对较少；金融股票信息数据库中，52.0%的数据库每日更新，24.0%的数据库每周更新，其他更新周期的数据库所占比例相对较少；报刊新闻数据库中，45.5%的数据库每日更新，20.1%的数据库每周更新，13.2%的数据库每三日更新，其他更新周期的数据库所占比例相对较少；科技信息数据库中，26.4%的数据库每日更新，20.2%的数据库每周更新，8.1%的数据库每三日更新，其他更新周期的数据库所占比例相对较少；产品信息数据库中，19.2%的数据库每日更新，16.3%的数据库每月更新，11.7%的数据库每周更新，其他更新周期的数据库所占比例相对较少；企业名录数据库中，31.5%的数据库每日更新，10.5%的数据库每周更新，10.1%的数据库每月更新，其他更新周期的数据库所占比例相对较少；人物数据库中，50.3%的数据库每日更新，9.8%的数据库每三月更新，6.6%的数据库更新周期超过六月，其他更新周期的数据库所占比例相对较少。具体如下表和图所示。

表 23 各类在线数据库的更新周期情况

	每日	每三日	每周	每两周	每月	每三月	每六月	六月以上	不固定
政策法规	20.2%	7.0%	13.3%	0.0%	21.4%	3.5%	6.6%	3.3%	24.7%
金融股票	52.0%	0.0%	24.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	24.0%
报刊新闻	45.5%	13.2%	20.1%	2.1%	5.7%	1.6%	0.0%	0.0%	11.8%
科技信息	26.4%	8.1%	20.2%	1.9%	6.0%	7.6%	3.8%	3.8%	22.2%
产品信息	19.2%	4.1%	11.7%	3.4%	16.3%	8.6%	6.1%	7.8%	22.8%
企业名录	31.5%	6.0%	10.5%	2.6%	10.1%	9.4%	7.5%	8.0%	14.5%
人物	50.3%	3.3%	1.2%	0.0%	3.3%	9.8%	6.5%	6.6%	19.0%

图 90 各类在线数据库的更新周期情况



4. 各类在线数据库每次更新的记录所占比率

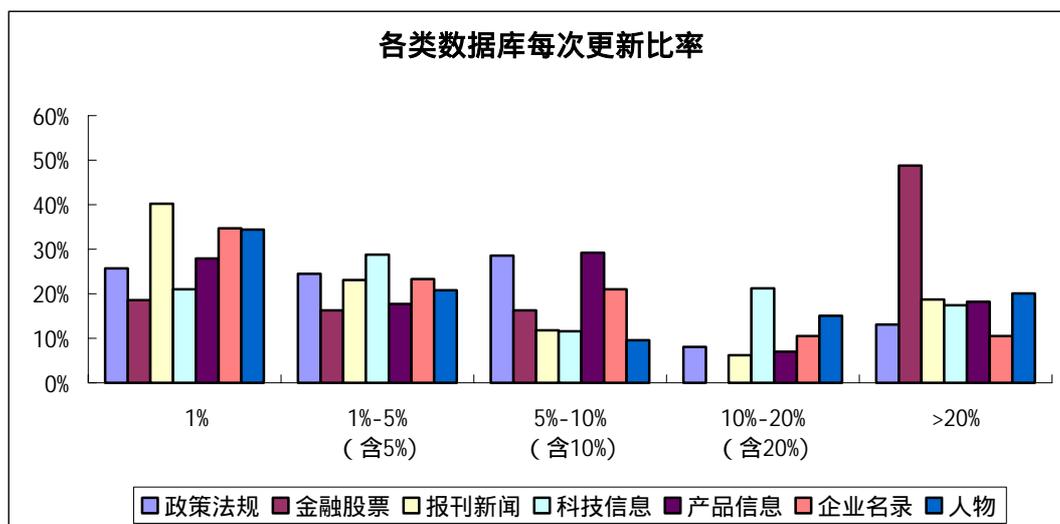
从各类在线数据库每次更新记录所占比率看，政策法规数据库中 28.6%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%)，25.7%的数据库低于及等于 1%，24.5%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%)，13.1%的数据库每次更新比率超过 20%，8.1%的数据库每次更新比率为 10%-20% (含 20%)；金融股票数据库中 48.8%的数据库每次更新比率超过 20%，18.6%的数据库每次更新比率低于及等于 1%，各有 16.3%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%)和 5%-10% (含 10%)；报刊新闻数据库中 40.2%的数据库每次更新比率低于及等于 1%，23.1%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%)，18.7%的数据库每次更新比率超过 20%，11.8%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%)，6.2%的数据库每次更新比率为 10%-20% (含

20%) ;科技信息数据库中 28.8%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%) , 21.2%的数据库每次更新比率为 10%-20% (含 20%) , 21.0%的数据库每次更新比率低于及等于 1% , 17.4%的数据库每次更新比率超过 20% , 11.6%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%) ;产品信息数据库中 29.2%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%) , 27.9%的数据库每次更新比率低于及等于 1% , 18.2%的数据库每次更新比率超过 20% , 17.7%的数据库更新比率为 1%-5% (含 5%) , 7.0%的数据库每次更新比率为 10%-20% (含 20%) ;企业名录数据库中 34.7%的数据库每次更新比率低于及等于 1% , 23.3%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%) , 21.0%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%) , 各有 10.5%的数据库每次更新比率为 10%-20% (含 20%)和超过 20% ;人物数据库中 34.4%的数据库每次更新比率低于及等于 1% , 20.8%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%) , 20.1%的数据库每次更新比率超过 20% , 15.1%的数据库每次更新比率为 10%-20% (含 20%) , 9.6%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%)。具体如下表和下图所示。

表 24 在线数据库的每次更新记录比率情况

	1%	1%-5% (含 5%)	5%-10% (含 10%)	10%-20% (含 20%)	>20%
政策法规	25.7%	24.5%	28.6%	8.1%	13.1%
金融股票	18.6%	16.3%	16.3%	0.0%	48.8%
报刊新闻	40.2%	23.1%	11.8%	6.2%	18.7%
科技信息	21.0%	28.8%	11.6%	21.2%	17.4%
产品信息	27.9%	17.7%	29.2%	7.0%	18.2%
企业名录	34.7%	23.3%	21.0%	10.5%	10.5%
人物	34.4%	20.8%	9.6%	15.1%	20.1%

图 91 各类在线数据库的每次更新比率情况



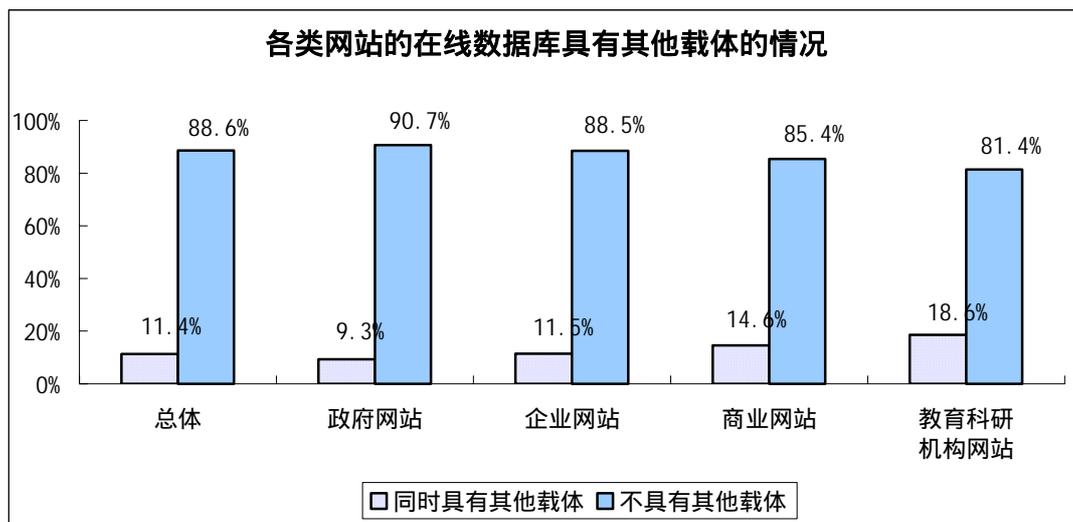
5. 在线数据库同时具有其它载体情况

在拥有在线数据库的网站中，11.4%的网站拥有在线数据库的其它载体。其中，18.6%的教育科研机构网站拥有在线数据库的其他载体，14.6%的商业网站拥有在线数据库的其他载体，11.5%的企业网站拥有在线数据库的其他载体，9.3%政府网站拥有在线数据库的其他载体。具体如下表和图所示。

表 25 在线数据库的载体情况

网站类型	总体	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站
在线数据库拥有其他载体的网站比例	11.4%	9.3%	11.5%	14.6%	18.6%

图 92 各类网站在线数据库具有其它载体情况

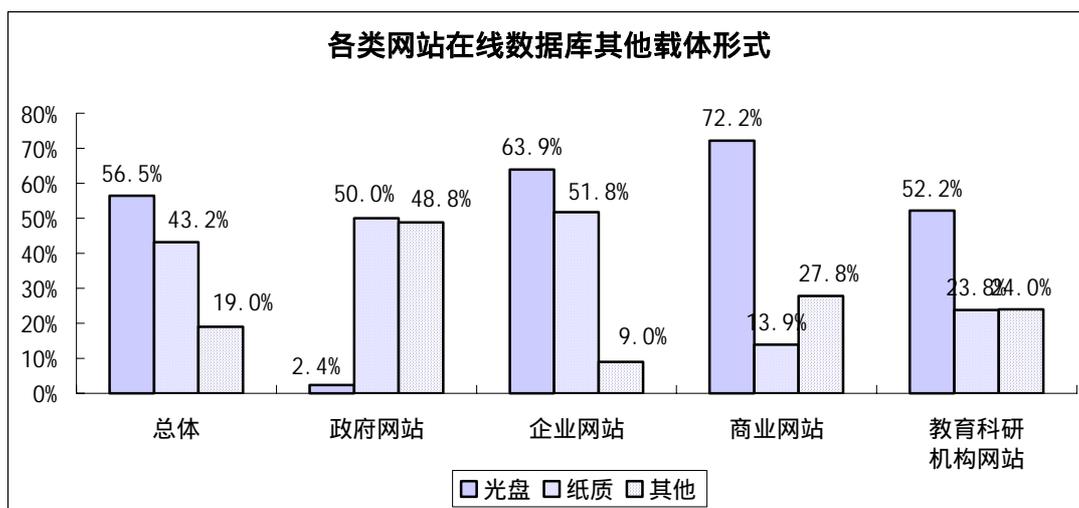


各类网站在线数据库的具体载体形式分布情况如下表和图所示。

表 26 各类网站在线数据库具体载体形式

载体形式	总体	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站
光盘	56.5%	2.4%	63.9%	72.2%	52.2%
纸质	43.2%	50.0%	51.8%	13.9%	23.8%
其他	19.0%	48.8%	9.0%	27.8%	24.0%

图 93 各类网站在线数据库具体载体形式



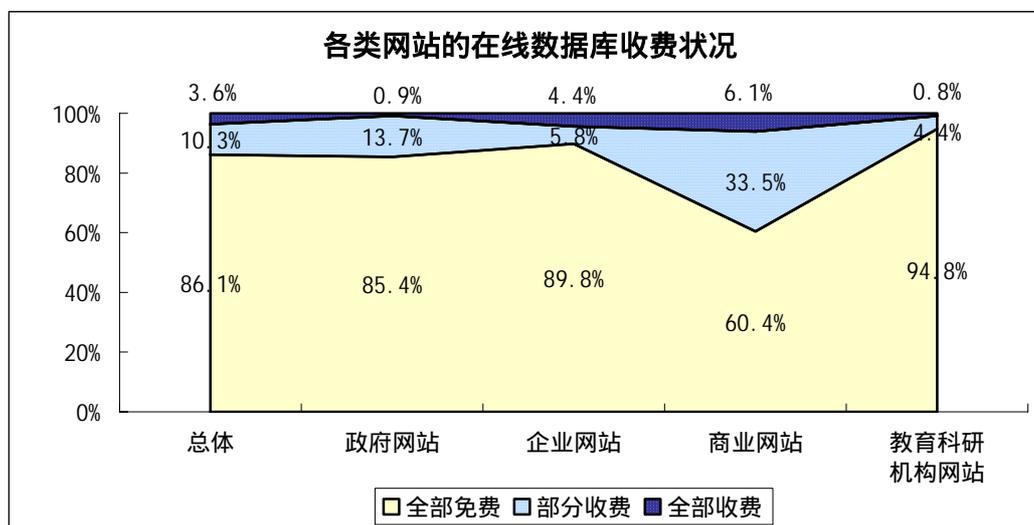
6. 在线数据库收费情况

在拥有在线数据库的网站中，13.9%的网站对其在线数据库收费，其中3.6%的网站对拥有的在线数据库全部收费⁶，10.3%网站部分收费。从各类网站的情况看，商业网站中6.1%的网站对拥有的在线数据库全部收费，33.5%的网站部分收费；政府网站中0.9%的网站对拥有的在线数据库全部收费，13.7%的网站部分收费；企业网站中4.4%的网站对拥有的在线数据库全部收费，5.8%的网站部分收费；教育科研机构网站中0.8%的网站对拥有的在线数据库全部收费，4.4%的网站部分收费。具体如下表和图所示。

表 27 在线数据库收费情况

网站类型	总体	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站
全部收费	3.6%	0.9%	4.4%	6.1%	0.8%
部分收费	10.3%	13.7%	5.8%	33.5%	4.4%
全部免费	86.1%	85.4%	89.8%	60.4%	94.8%

图 94 在线数据库收费情况



⁶ 对只有一个在线数据库且该在线数据库收费的网站，我们归入全部收费。

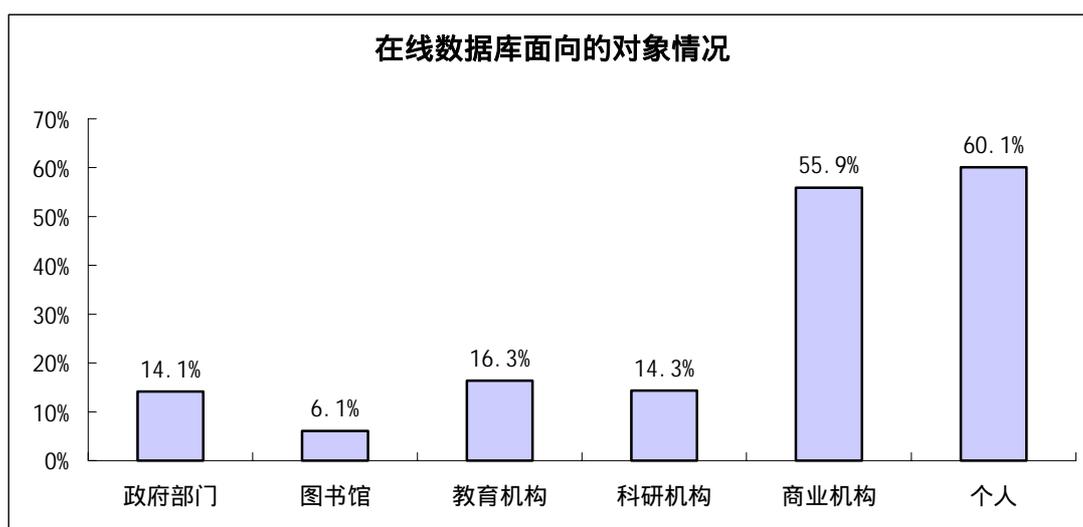
7. 在线数据库面向对象情况

从在线数据库的面向对象情况来看，面向个人的在线数据库比例最高，占 60.1%；其次是面向商业机构的在线数据库，比例为 55.9%；第三是面向教育机构的在线数据库，所占比例为 16.3%；面向科研机构的在线数据库占 14.3%；面向政府部门的在线数据库占 14.1%；面向图书馆的在线数据库占 6.1%。具体如下表和图所示。

表 28 在线数据库面向对象情况

面向对象	政府部门	图书馆	教育机构	科研机构	商业机构	个人
比例	14.1%	6.1%	16.3%	14.3%	55.9%	60.1%

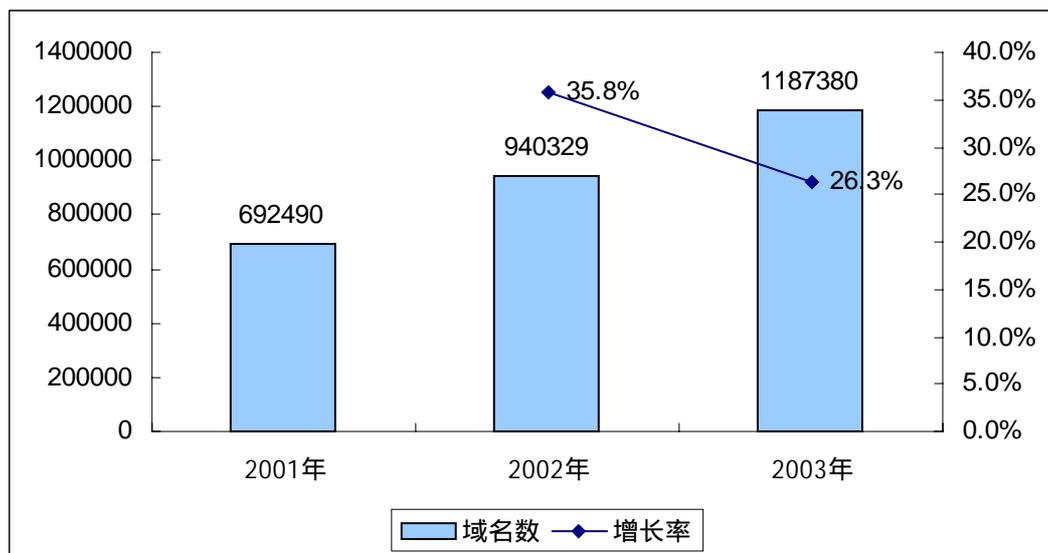
图 95 在线数据库面向对象情况



第五章 总结

一、域名统计

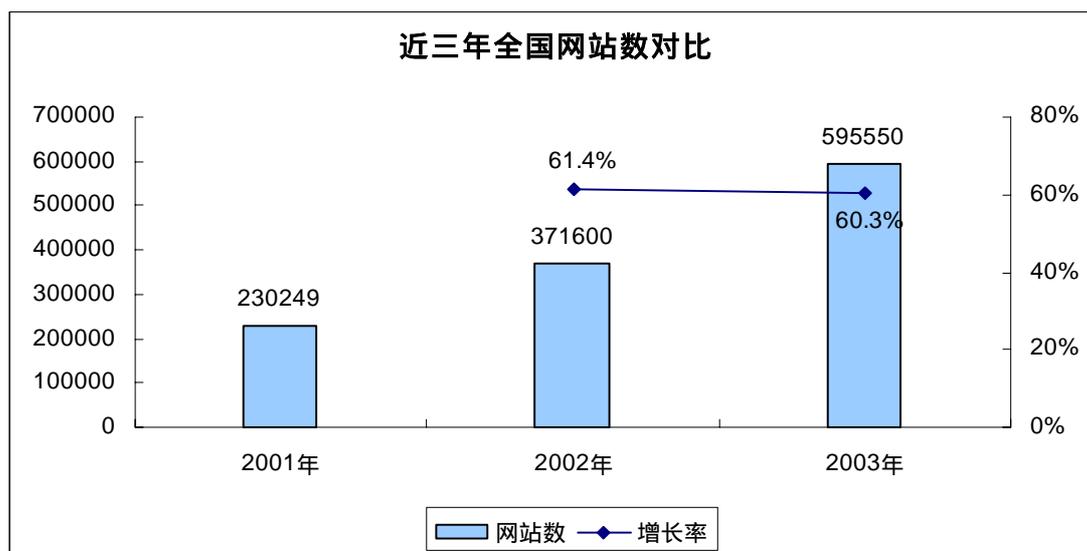
截止到 2003 年 12 月 31 日，全国域名数为 1187380 个。



1. 域名数排在前 4 位的省市依次是广东、北京、上海和浙江，这 4 省的域名总数占全国域名总数的 50.6%；
2. 华东地区的域名数占全国总量的 39.6%，华东、华北、华南三地区的域名数总和占全国总量的 83.2%。

二、网站统计

截止到 2003 年 12 月 31 日，全国网站数为 595550 个。



1. 网站 WWW 性质分布，其中 COM 和 COM.CN 比例最高。具体见下表。

	AC .cn	COM (.cn)	EDU .cn	GOV .cn	NET (.cn)	ORG (.cn)	行政区域 名.cn	.CN
百分比	0.1%	69.0%	略	1.7%	13.1%	5.7%	0.3%	10.1%

- 网站数排在前 4 位的省市依次是北京、广东、浙江和上海，这 4 省的网站总数占全国总数的 56.8%。
- 华东地区的网站数占全国总量的 37.0%，华东、华北、华南三地区的网站数总和占全国总量的 87.4%。
- 各类网站中，企业网站数的比例最大，占整个网站总体的 70.9%，其次为商业网站，占 8.2%，第三是个人网站，占 6.5%，随后依次为教育科研机构网站占 5.1% 其它非盈利机构网站占 5.0% 政府网站占 3.2% 其它类型占 1.1%。
- 关于平均每个网站每天的页面访问数（页面个数），调查结果显示，商业网站最多，为 16240 个；第二为教育、科研机构网站，3511 个；第三为企业网站，2796 个；第四为政府网站，2290 个；第五为其它非盈利机构网站，1040 个；第六为个人网站，832 个。关于全国总页面访问数在不同类型网站中的分布，调查结果显示，企业网站的页面访问数最高，占全部页面访问数的 53.8%；其次为商业网站，占全部页面访问数的 36.2%；第三为教育科研机构网站，占全部页面访问数的 5%；其他网站所占比例很少。
- 关于网站链接情况，见下表。

(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
没有链接	17.1	48.5	15.2	22.9	43.1	24.5	41.4
1 - 5 家	22.2	30.8	23.2	37.2	25.2	30.9	29.9
6 - 10 家	16.3	11.2	42.4	13.1	14.1	23.8	15.0
11 - 20 家	22.2	5.6	9.1	12.4	10.1	12.2	7.4
21 - 50 家	13.3	2.4	4.5	5.9	4.9	5.0	3.6
51 家及以上	8.9	1.5	5.6	8.5	2.6	3.6	2.7

7. 网站信息最主要的来源是自己采集,比例高达 88.8%;30.1%的网站从其他网站处获取信息;各有 20%左右的网站信息来源于传统媒体和商业企业提供。
8. 关于网站提供的语种/文字阅读情况,调查显示,95.4%的网站提供简体中文阅读,34.4%的网站提供英文语种阅读。
9. 全部网站中,31.3%的网站提供全站信息搜索;22.8%的网站网页上有网站地图;98%的网站网页上有联系方式。
10. 关于网站的服务器拥有情况,见下表。

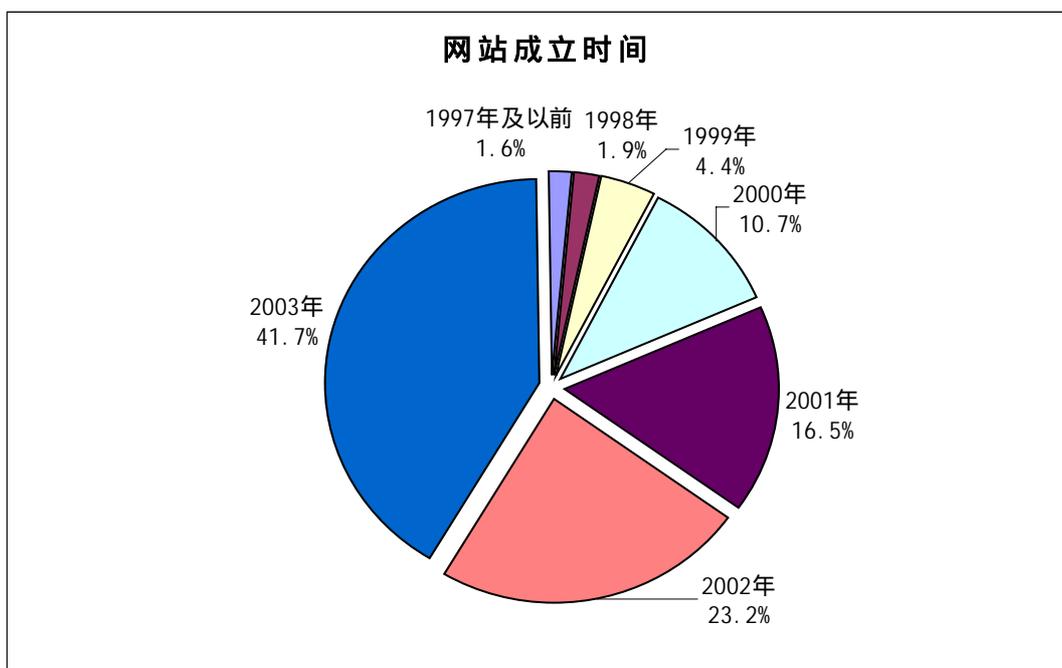
(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
有服务器的网站比例	47.4	24.3	59.9	51.0	13.4	34.5	29.4
一台	48.4	68.4	32.7	53.8	78.0	56.5	64.0
二台	24.2	20.9	26.9	21.8	17.6	23.9	21.5
三台	16.1	7.1	5.1	6.4	4.4	4.4	6.9
四台	1.6	0.8	3.9	1.3	0.0	8.7	1.5
五台及五台以上	9.7	2.8	31.4	16.7	0.0	6.5	6.1

11. 拥有服务器的各类网站主要采用的操作系统以 Windows 为最多,79.5%的网站选择;其次是 Linux,13.6%的网站选择;还有 8.7%的网站使用 Unix。

12. 关于负责网站运营的全职员工人数，见下表。

(%)	政府网站	企业网站	商业网站	教育、科研机构网站	个人网站	其它非盈利机构网站	总体(加权)
0人	6.3	10.6	4.0	7.4	3.5	7.7	9.1
1人	18.7	30.4	4.0	25.5	63.6	23.1	29.3
2人	20.3	21.0	11.5	16.8	13.4	14.6	19.0
3人	16.4	15.7	9.8	16.8	10.3	16.2	15.1
4-6人	20.3	12.5	15.8	20.8	9.2	24.5	13.9
7-9人	4.7	2.7	14.0	2.0	0.0	6.2	3.7
10人及以上	13.3	7.1	40.9	10.7	0.0	7.7	9.9

13. 关于网站的成立时间，见下图。



14. 企业网站的行业分布中,制造业比例最高,为 35.3%;其次是 IT 业,占 18.5%;第三是批发零售业,占 6.8%;第四是建筑业,占 3.5%;第五是咨询服务业,占 3.1%。在制造业中,机械及工业制品所占份额最高,占 27.5%;其次是电子元器件/家用电器,占 14.4%;第三是服装、纺织,占 12.0%。在 IT 业中,软件业所占份额最高,占 32.0%;其次是 IT 服务业,占 23.9%;第三是电脑、通信设备等 IT 产品制造业,占 19.0%。

15. 关于政府网站提供的信息服务,绝大多数的政府网站提供法律法规/政策/文件(83.7%)、政府职能/业务介绍(82.2%),大多数的政府网站提供办事指

南/说明 (74.8%)、政府新闻 (71.1%)、办公/业务咨询 (68.1%)、通知/公告 (63.0%)、统计数据/资料查询 (54.1%)、企业/行业经济信息 (50.4%)。关于网站链接, 83.0%的政府网站能够提供其他网站链接。关于网站语种, 14.8%的政府网站具有英文语种阅读, 3.7%的政府网站具有繁体中文阅读, 3.0%的政府网站具有日文语种阅读。关于信息是否按政府、企业及公民分类, 41.5%的政府网站进行了分类。关于信息搜索功能, 43.7%的政府网站提供全站信息搜索。

16. 关于政府网站提供的交互性服务, 调查结果显示, 在线投诉/举报/信访为政府网站提供最多的交互服务, 对应的政府网站比例为 54.1%; 排在第二位的交互服务为民意调查/意见征集, 对应的政府网站比例为 39.3%; 排在第三位的交互服务为在线交流论坛, 对应的政府网站比例为 35.6%。
17. 关于企业网站所提供的主要信息服务, 调查结果显示, 绝大部分企业网站提供企业介绍 (95.6%) 和产品/服务介绍 (94.5%), 超过半数的企业网站提供售后服务/技术支持 (62.3%) 和企业动态 (60.9%)。
18. 关于企业网站所提供的主要交互服务, 调查结果显示, 31.6%的企业网站提供在线咨询/投诉; 23.2%的企业网站提供针对最终用户的网上销售; 19.2%的企业网站提供虚拟社区/BBS 论坛; 15.5%的企业网站提供针对代理商、经销商的网上销售; 12.8%的企业网站提供民意调查/在线征集; 10.2%的企业网站提供网上采购招标。
19. 关于商业网站提供的服务, 调查结果显示, 网站/网页浏览(不含新闻)是所有商业网站中提供最多的服务, 在所调查的所有商业网站中, 有 36.9%的网站提供此服务; 其次是 B2C 电子商业, 有 25.3%的网站提供。
20. 关于商业网站提供的信息, 调查结果显示, 在各种信息中, 提供产品信息的商业网站比例最高, 为 78.8%; 其次是提供企业信息的网站, 为 68.7%; 第三是提供商贸信息的网站, 为 49.5%; 第四是提供科技信息的网站, 为 32.8%; 第五是提供求职招聘信息的网站, 为 29.3%;
21. 关于政府网站信息更新情况, 从所调查的几项信息来看, 政府新闻和统计数据/资料查询的更新频率最高, 每月(含每月)以内更新的政府网站比例分别为 76.0%和 52.1%; 办事指南/说明和政府职能/业务介绍的更新频率最慢,

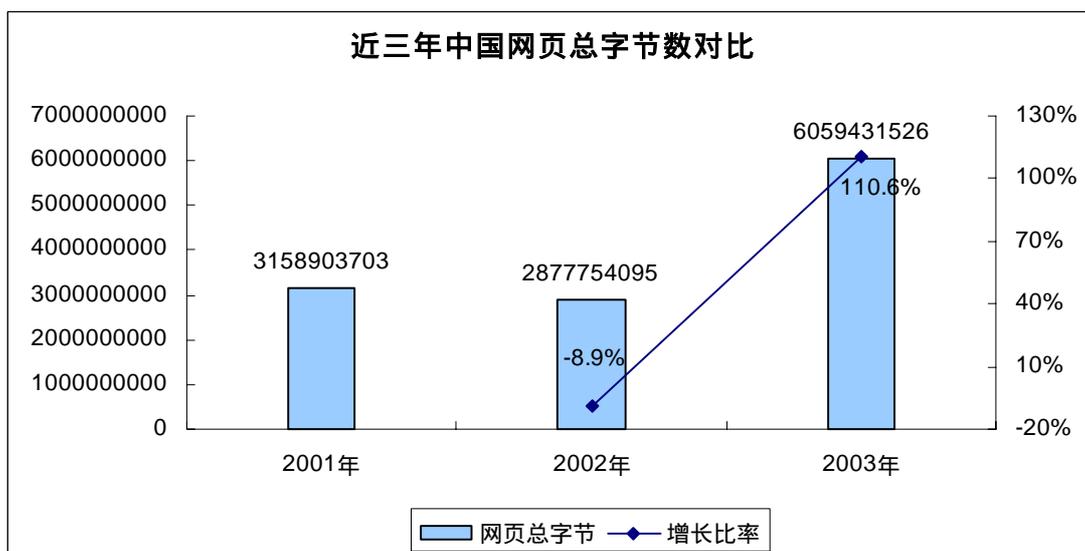
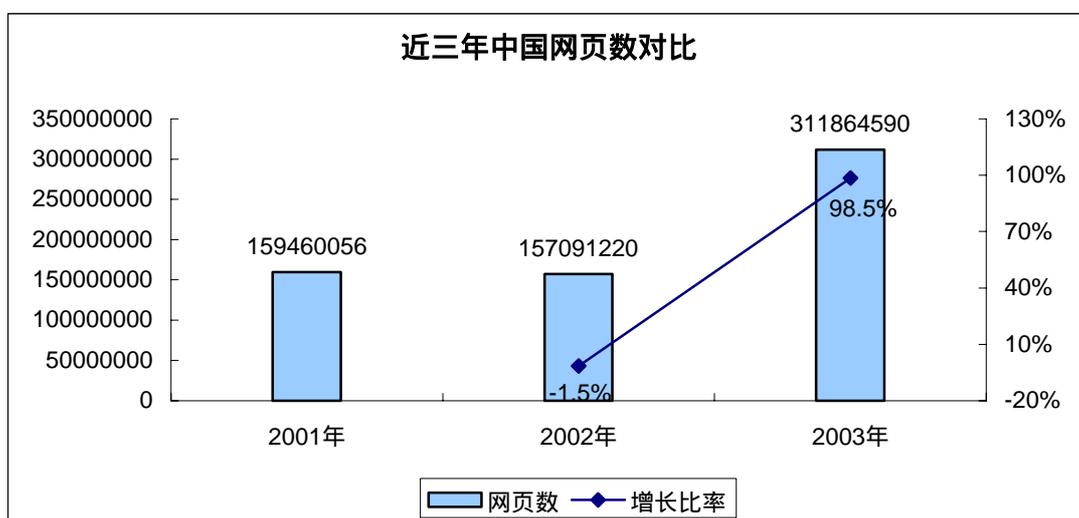
六个月以上更新的政府网站比例分别为 22.7%和 22.5%；法律法规/政策/文件和政府通知/公告的更新周期不固定的最多，网站比例分别为 51.3%和 50.6%

22. 关于企业网站信息更新情况，从所调查的几项信息来看，电子期刊和行业新闻的更新频率最高，每月（含每月）以内更新的企业网站比例分别为 53.8%和 52.9%；企业介绍和售后服务/技术支持的更新频率最慢，更新频率在六个月及以上的网站比例分别为 44.4%和 36.7%；招聘信息和产品/服务介绍的更新周期不固定的最多，网站比例分别为 48.0%和 30.2%。
23. 商业网站信息更新频率普遍高于政府网站和企业网站的信息更新频率。
24. 关于政府公告、新闻、政策等信息通过网站发布情况，调查结果显示，一半及以上（包括全部）的信息通过网站进行了发布的政府网站比例为 57.1%；几乎没有信息通过网站发布的政府网站比例为 22.2%。
25. 关于政府日常办公事务与网站相关服务的结合程度，调查结果显示，政府日常办公事务与网站相关服务结合比较紧密和非常紧密的政府网站比例为 28.2%；政府日常办公事务与网站相关服务结合不太紧密的政府网站比例为 30.3%；政府日常办公事务与网站相关服务基本没有结合的政府网站比例为 19.3%。
26. 关于企业产品、服务、企业新闻等信息通过网站发布情况，调查结果显示，一半及以上（包括全部）的信息通过网站进行了发布的企业网站比例为 55.8%；几乎没有信息通过网站发布的企业网站比例为 23.2%。
27. 关于企业业务与网站的结合程度，调查结果显示，企业业务与网站结合比较紧密和非常紧密的企业网站比例为 26.4%；企业业务与网站结合不太紧密的企业网站比例为 28.9%；企业业务与网站基本没有结合的企业网站比例为 14.5%。

三、网页统计

1. 网页数及字节数

网页数	全国网页总数	311,864,590 个
	其中：静态网页数	226,725,557 个
	动态网页数	85,139,033 个
	静动态网页数比例	2.66:1
	平均每个网站的网页数	523.7 个
网页字节数	全国网页总字节数	6,059,431,526KB
	每个网页平均字节数	19.43KB
	平均每个网站的网页字节数	10,174.51KB



2. 网页编码情况

简体比例 (GB)	繁体比例 (BIG5)	英文比例	其他比例
93.1%	3.7%	3.2%	0.0%

3. 网页的内容分类情况 (按多媒体形式)

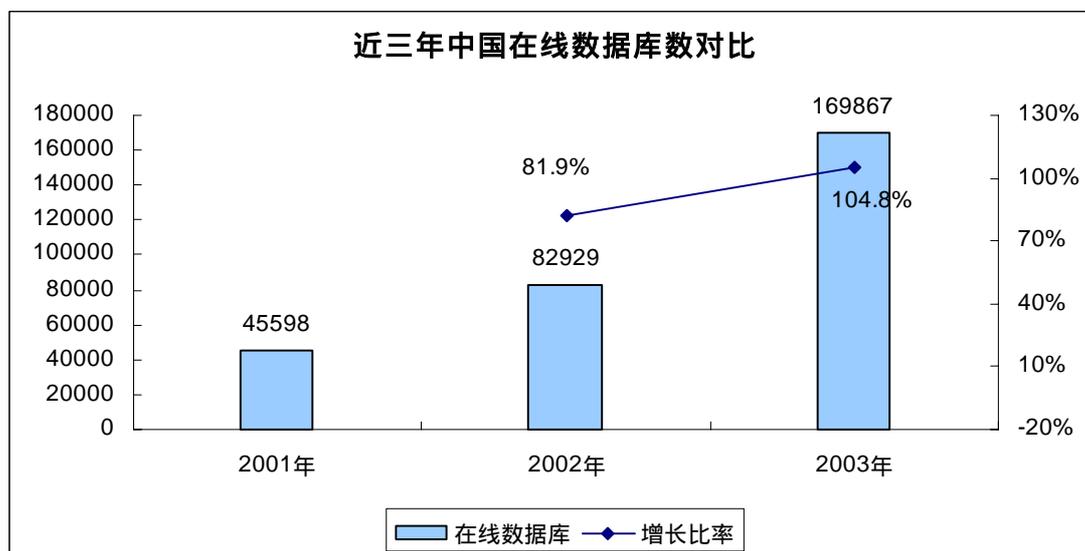
图像	97.9%
音频	0.5%
视频	1.6%

4. 网页的更新周期

一周以内	2.8%
一周至一月	5.7%
一月至三月	13.8%
三月至六月	9.3%
六个月以上	68.4%

四、在线数据库统计

截止到 2004 年 2 月，全国在线数据库的总量为 169867 个。



1. 在所有在线数据库中，企业网站拥有的在线数据库数量最多，占全部在线数据库的 54.3%；其次是商业网站拥有的在线数据库，占全部在线数据库的 14.1%；其他非赢利机构网站拥有的在线数据库排第三位，占全部在线数据

- 库的 9.3%。
2. 本次调查结果显示，全国网站中拥有在线数据库的网站数为 108986 个，约占全部网站的 18.3%。从各类网站中拥有在线数据库的网站比例来看，政府网站中拥有在线数据库的网站比例最高，达到 33.2%；其次为商业网站，比例为 29.4%；排第三位的是其他非赢利机构网站，比例为 25.6%。
 3. 在拥有在线数据库的网站中，56.7%的网站拥有产品信息数据库；16.5%的网站拥有报刊新闻数据库；14.2%的网站拥有企业名录数据库；14.0%的网站拥有科技信息数据库；8.2%的网站拥有政策法规数据库；8.1%的网站拥有数据库；2.2%的网站拥有金融股票信息数据库。
 4. 在各类在线数据库中，产品信息数据库平均拥有 82729 条记录；金融股票信息数据库平均拥有 70060 条记录；人物数据库平均拥有 59122 条记录；企业名录数据库平均拥有 47081 条记录；报刊新闻数据库平均拥有 29212 条记录；科技信息数据库平均拥有 9831 条记录；政策法规数据库平均拥有 7768 条记录。
 5. 从各类在线数据库的更新周期看，政策法规数据库中，21.4%的数据库每月更新一次，20.2%的数据库每日更新，13.3%的数据库每周更新；金融股票信息数据库中，52.0%的数据库每日更新，24.0%的数据库每周更新；报刊新闻数据库中，45.5%的数据库每日更新，20.1%的数据库每周更新，13.2%的数据库每三日更新；科技信息数据库中，26.4%的数据库每日更新，20.2%的数据库每周更新，8.1%的数据库每三日更新；产品信息数据库中，19.2%的数据库每日更新，16.3%的数据库每月更新，11.7%的数据库每周更新；企业名录数据库中，31.5%的数据库每日更新，10.5%的数据库每周更新，10.1%的数据库每月更新；人物数据库中，50.3%的数据库每日更新，9.8%的数据库每三月更新，6.6%的数据库更新周期超过六月。
 6. 从各类在线数据库每次更新记录所占比率看，政策法规数据库中 28.6%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%)；金融股票数据库中 48.8%的数据库每次更新比率超过 20%；报刊新闻数据库中 40.2%的数据库每次更新比率低于及等于 1%；科技信息数据库中 28.8%的数据库每次更新比率为 1%-5% (含 5%)；产品信息数据库中 29.2%的数据库每次更新比率为 5%-10% (含 10%)；企业名

录数据库中 34.7%的数据库每次更新比率低于及等于 1%；人物数据库中 34.4%的数据库每次更新比率低于及等于 1%。

7. 从在线数据库的载体情况来看，在拥有在线数据库的网站中，11.4%的网站拥有在线数据库的其它载体。其中，18.6%的教育科研机构网站拥有在线数据库的其他载体，14.6%的商业网站拥有在线数据库的其他载体，11.5%的企业网站拥有在线数据库的其他载体，9.3%政府网站拥有在线数据库的其他载体。
8. 从在线数据库的收费情况来看，在拥有在线数据库的网站中，13.9%的网站对其在线数据库收费，其中 3.6%的网站对拥有的在线数据库全部收费，10.3%网站部分收费。从各类网站的情况看，商业网站中 6.1%的网站对拥有的在线数据库全部收费，33.5%的网站部分收费；政府网站中 0.9%的网站对拥有的在线数据库全部收费，13.7%的网站部分收费；企业网站中 4.4%的网站对拥有的在线数据库全部收费，5.8%的网站部分收费；教育科研机构机构网站中 0.8%的网站对拥有的在线数据库全部收费，4.4%的网站部分收费。
9. 从在线数据库的面向对象情况来看，面向个人的在线数据库比例最高，占 60.1%；其次是面向商业机构的在线数据库，比例为 55.9%；第三是面向教育机构的在线数据库，所占比例为 16.3%。

百度在线网络技术（北京）有限公司 简介

百度 (www. bai du. com), 领先的中文搜索引擎。由李彦宏及徐勇先生于 1999 年底在美国硅谷创建, 2000 年百度回国发展。凭借全球独有的“超链接分析”技术, 以每秒超过亿计的中文网页, 庞大的服务器群, 打造出世界最快、数据量最大、更新最及时的中文互联网搜索引擎, 树起了中国互联网民族技术的一面旗帜。

百度自进入中国互联网及软件市场以来, 依靠自身实力为广大网民提供中国人自己的优秀搜索引擎 www. bai du. com, 为众多企业提供最先进的网络营销工具以及拥有自主知识产权的企业级应用软件, 百度的竞价排名已经成为中国 3 万多家中小企业营销的利器。

在得到众多企业界接受的同时, 百度大力支持政府工作, 不负国家对百度产品和技术的信任, 连续 3 次为“中国互联网络信息资源数量调查”提供搜索技术支持, 为推动中国互联网的发展作出了积极的贡献。

“众里寻她千百度”, 正象征着百度对中文信息检索技术执著的追求, 百度正不断完善自身技术, 为中国互联网企业带去更多、更好的服务; 积极投身社会公益事业, 进一步支持政府工作, 促进中国信息化产业的发展。