



中青年经济学家文库
ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

政府网站

——创新社会管理和提供公共服务的主渠道

陈兵 张斌 张如平 李培军 / 编著

ZHENGFU WANGZHAN

CHUANGXIN SHEHUI GUANLI HE TIGONG GONGGONG FUWU DE ZHUQUDAO



经济科学出版社
Economic Science Press

中青年经济学家文库

政 府 网 站

——创新社会管理和提供公共服务的主渠道

陈 兵 张 斌 张如平 李培军 编著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

政府网站：创新社会管理和提供公共服务的主渠道/
陈兵等编著. —北京：经济科学出版社，2012.9

(中青年经济学家文库)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2330 - 2

I. ①政… II. ①陈… III. ①国家行政机关 - 互联网 - 网站 - 建设 - 研究 - 中国 IV. ①TP393.409.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 202754 号

责任编辑：张庆杰

责任校对：杨晓莹

版式设计：齐 杰

责任印制：王世伟

政 府 网 站

——创新社会管理和提供公共服务的主渠道

陈 兵 张 斌 张如平 李培军 编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：88191217 发行部电话：88191537

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京中科印刷有限公司印装

880 × 1230 32 开 7.75 印张 210000 字

2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2330 - 2 定价：22.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：88191502)

(版权所有 翻印必究)

前 言

政府网站是社会信息化发展的必然产物。在政府意愿行为、社会需要和信息技术协同促进下，其最终演进为推进创新社会管理和提供公共服务的主渠道。

中国政府高度重视政府网站在促进各级政府及其部门依法行政，提高社会管理和公共服务水平，保障公众知情权、参与权和监督权，加强政府自身建设和推进行政管理体制改革的方面的重要作用。投入大量建设资金、出台一系列推进政策法规、推动第三方政府网站绩效评估、党和国家领导人以身作则并通过互联网与公众互动等，成为政府网站发展的强大动力。

在政府网站十余年的发展中，政府网站整体服务能力低、认知度和满意度低、持续处于发展初级阶段，暴露出政府网站发展中存在的领导重视程度不够、协同办公和信息共享困难等诸多问题。如何突破政府网站发展“瓶颈”的问题固然需要社会各方积极推动，但决定因素是各级政府的决心和聚集打破现有障碍力量的能力。

趋势、动力、问题相互交织，让政府、企业和公众看好政府网站的巨大潜能和光明前景的同时，也常常焦虑于如何推动政府网站的快速突破。在这种情况下，系统了解政府网站发展现状、总结经验、深刻理解政府网站的重要地位和作用显得尤为重要。本书是在跟踪观察国内政府网站十余年发展和分析大量公开数据的基础上编写而成，不仅有定性的文字描述更有大量的数据支撑和定量分析，努力为读者系统了解中国政府网站发展现状及深刻理解政府网站重

要性提供有益的帮助。

本书共分7章,围绕政府网站依次展开。分别为:第1章互联网与电子政务;第2章政府网站概述;第3章政府网站的发展动力;第4章政府网站的绩效评估;第5章政府网站的认知度和满意度;第6章新疆政府网站的建设与应用;第7章国内外政府网站的探索实践和先进经验。此外,本书附录了在大量公开发布数据基础上整理形成的反映中国互联网发展、中国政府网站发展的部分数据,以及2000年以来国家发布的与电子政务和政府网站发展相关的政策法规。第1~3章、第5章由陈兵编写;第4章、第6章张斌编写;第7章和附录部分由张如平和李培军编写。

第1章互联网与电子政务。本章是政府网站的引子,但并不满足于简单地引出政府网站,更重要的目的在于表达互联网、电子政务均是信息时代发展的趋势和必然产物,只有顺应了这种趋势才能在信息时代的全球化竞争中处于有利位置。在本章还谈及了互联网上的另一个重要应用——电子商务。与全球经济和信息化发展国家相比,中国的信息化水平较低,但以百度、腾讯和阿里巴巴为代表的互联网、电子商务企业却在互联网和电子商务应用中取得巨大成就;中国政府的电子政务一样可以取得甚至超越以上企业在互联网和电子商务应用中取得的成就。

第2章政府网站概述。本章提出了政府网站最终演进为推进创新社会管理和提供公共服务的主渠道的判断,并对政府网站创新社会管理和提供公共服务的主渠道的成因进行分析。这是本书传递给读者最重要的信息。如果认可政府网站创新社会管理和提供公共服务的主渠道地位,那么就要重新认识政府网站在提高政府效能和依法行能的能力、促进政府变革、公众获取政府服务和参政议政主渠道变化、推进经济社会信息化等方面的重要作用。

第3章政府网站的发展动力。在政府网站成长过程中,政府的意愿和行为、企业和公众的需要、技术的发展一起构成政府网站发展的强大动力。在以上动力源中,政府的意愿和行为更为重要,不

仅在于政府是政府网站建设和应用的主体，还在于政府可以影响社会需要、技术推动的方向和效果。目前来看，中国政府推进政府网站发展的意愿和行为十分积极，主要表现在投入大量资金、出台一系列推进政策法规、推动第三方政府网站绩效评估、党和国家领导人以身作则通过互联网与公众互动等多方面。

第4章政府网站的绩效评估。政府网站绩效评估是用科学和量化的方法衡量政府网站绩效结果，将政府的内在驱动与社会需求的外在推动的紧密结合，是政府网站发展动力机制中的不可缺少的重要一环。从2002年开始的政府网站绩效评估实践来看，政府网站绩效评估专业性、独立性愈加明显；但从政府网站发展现状和基于多年评估数据纵向统计分析来看，其对政府网站发展的促进作用逐渐减弱，需要在制度上和方法上进行创新和突破。

第5章政府网站的认知度和满意度。政府网站是为企业和公众服务的平台。因而，企业和公众对政府网站的认知度和满意度结果比第三方评估机构的评估结果更权威。现阶段第三方政府网站绩效评估结果和企业、公众对政府网站认知度和满意度的较大偏差也间接印证了政府在推进政府网站建设中面临的困境。政府网站最终会成为政府推进社会管理创新和提供公共服务的主渠道，在政府网站向这个目标的发展过程中，存在与其他渠道的激烈竞争，处理好在竞争中与其他渠道的融合至关重要，是政府在推进政府网站建设中需要理顺和驾驭的一个重要工作。

第6章新疆政府网站的建设与应用。在经济和信息化发展上，新疆均处于落后水平。但新疆近41%的网民普及率排在全国32省区的第九位，新疆政府十分重视包括政府网站在内的电子政务建设，在全国范围内比较早地开展全疆各级政府网站绩效（发展）评估，将包括电子政务（政府网站）、电子商务在内的互联网应用定位于推进新疆跨越式发展的重要力量，为新疆政府网站后发赶超提供了有利条件。本书认为，新疆政府网站后发赶超需要做好以下四个方面的工作：成立具有协调能力和资源调配能力的政府网站推

进机构；有计划推动越来越多的政府服务通过政府网站受理，甚至于其中的一些服务将政府网站当成面向公众的主要渠道或唯一渠道；鼓励、推动企业和公众通过政府网站参政议政，建言献策；将新疆政府网站绩效（发展）评估提升至绩效考核层面。

第7章国内外政府网站的探索实践和先进经验。国内外先进政府网站包括以美国、英国、澳大利亚、新加坡为代表的国外政府网站；以商务部为代表的国内政府部门网站；以北京市、广州市为代表的经济和信息化发达地区的省市两级政府网站；以四川省、柳州市为代表的西部地区省市两级政府网站。通过以上不同区域、不同发展条件下政府网站探索实践和先进经验描述给读者以更全面和完整的认识。

因MPA电子政务教学和参与新疆政府网站绩效评估的原因，2007年就有编写《政府网站》专著的想法，但一直未付诸行动。2011年初，在新疆天衡信息化评测中心组织的2011年新疆政府网站发展评估专家会议上谈及编写《政府网站》想法时得到张斌、张如平和李培军三位专家的赞同，遂在会后多次讨论确定结构、分工，经近一年共同努力，终成此书。

本书适合读者：政府机构中信息化建设的分管领导，负责政府网站建设和推进的管理人员；对电子政务和政府网站关注的研究人员。此外，本书还可用于MPA学员电子政务课程的参考用书。

本书参考了大量的国内诸多电子政务研究机构的研究报告、国内电子政务研究和相关人员发表的专业文章，无论是对MPA的电子政务教学，还是对本书编写均得到有益的启示。因而，在此对本书引用的图书、杂志、研究报告、网站之上原创内容的作者表示感谢。此外，在本书前期大纲讨论及后期编写过程中，新疆维吾尔自治区经济和信息化委员会苏国平副主任、新疆维吾尔自治区人民政府电子政务办公室刘雅主任、新疆发展研究中心李桃副处长多次提出建设性意见，在此也一并表示真诚的感谢。

陈 兵

目 录

1 互联网与电子政务	1
1.1 互联网的发展及作用	1
1.2 中国互联网应用的特点及发展趋势	4
1.3 电子商务	9
1.4 电子政务	15
2 政府网站概述	23
2.1 政府网站与电子政务	24
2.2 政府网站的发展历程	25
2.3 政府网站的作用	27
2.4 政府网站发展中存在的问题	29
2.5 微博在政府网站发展中的重要作用	31
2.6 政府网站的发展趋势	33
3 政府网站的发展动力	36
3.1 政府的意愿和行为	36
3.2 企业和公众需要的推动	39
3.3 技术发展的推动	42
4 政府网站的绩效评估	55
4.1 国内有影响力的政府网站第三方评估机构	56
4.2 2011 年中国政府网站绩效评估实践	67

4.3	欧盟的政府网站绩效评估	80
4.4	政府网站绩效评估创新	83
5	政府网站的认知度和满意度	87
5.1	政府网站认知度和满意度的内涵	87
5.2	政府网站认知度和满意度的调查实践	88
5.3	政府网站认知度和满意度的结果	92
5.4	政府网站认知度和满意度低的原因	93
5.5	从政府网站认知度和满意度看政府 网站发展的困境	94
6	新疆政府网站的建设与应用	97
6.1	新疆网民	97
6.2	新疆政府网站建设和应用现状	108
6.3	新疆第三方政府网站绩效（发展）评估机构	115
6.4	政府网站绩效（发展）评估促进新疆政府 网站发展	117
6.5	政府网站促进新疆跨越式发展的作用	119
6.6	新疆政府促进政府网站发展的主要工作	121
7	国内外政府网站的探索实践和先进经验	123
7.1	国内部分政府网站建设和应用的先进经验	123
7.2	领先国家和地区政府网站的探索实践	131
7.3	美国政府网站创新及对中国政府网站发展的 借鉴意义	148
附录1	1997~2011年中国互联网发展数据	153
附录2	1999~2011年中国政府网站发展数据	154
	1999~2011年中国各级政府注册的域名和拥有的	

网站数量.....	154
2006~2011年中国各级政府网站绩效评估	
总分平均值及短板.....	155
附录3 政府网站认知度和满意度调查问卷	157
省级政府网站认知度和满意度调查问卷.....	157
地市级政府网站认知度和满意度调查问卷.....	159
附录4 电子政务(政府网站)政策法规汇编	162
国家信息化领导小组关于我国电子政务建设的	
指导意见(中办发〔2002〕17号)	162
中共中央办公厅 国务院办公厅关于进一步推行	
政务公开的意见(中办发〔2005〕12号)	166
国家电子政务总体框架(国信〔2006〕2号)	171
国务院办公厅关于进一步做好中央政府门户网站	
内容保障工作的意见(国办发〔2006〕61号)	178
国务院办公厅关于加强政府网站建设和管理工作的	
意见(国办发〔2006〕104号)	183
中华人民共和国政府信息公开条例(国务院令	
第492号2008年5月1日实施)	188
政府网站发展评估核心指标体系(试行)(工业和	
信息化部 2009年4月22日)	196
工程建设领域项目信息公开和诚信体系建设	
工作实施意见(中纪发〔2011〕16号)	198
中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于深化	
政务公开加强政务服务的意见》(2011年8月)	203
关于开展依托电子政务平台加强县级政府政务	
公开和政务服务试点工作意见的通知(国办函	
〔2011〕99号)	210
参考文献	233

互联网与电子政务

1. 1

互联网的发展及作用

1. 1. 1 互联网的发展历程

顾名思义，互联网就是两个或两个以上网络互相联通后形成的网络群。Internet 只是全球众多互联网络中的一个，原意为国际互联网络，国内音译为因特网，但因其覆盖全球的通达能力和庞大用户群形成的巨大影响力，已成为互联网的代名词。如无特殊说明，在本书中互联网即指 Internet。

Internet 起源于美国国防部 1968 年主持研制的用于军事目的的阿帕网（ARPAnet）。阿帕网旨在解决当美国军方通信网络的一部分因受攻击而失去作用时，网络的其他部分仍能维持正常通信的问题。阿帕网的推出和应用对计算机网络的快速发展起到带头和技术研发的作用。

1985 年，美国国家科学基金会（National Science Foundation, NSF）为鼓励大学与研究机构共享他们昂贵的四台计算机主机，希望通过计算机网络把各大学与研究机构的计算机与这些巨型计算机连接起来，开始的时候，NSF 想用现成的阿帕网实现连接，但美国

军方出于安全考虑拒绝了 NSF 的提议，于是 NSF 于 1986 年建成将大学和科研机构连接在一起的 NSFnet。随着越来越多的大学和科研院所并入 NSFnet，NSFnet 逐渐超越阿帕网成为当时最有影响力的互联网络。

20 世纪 90 年代初，美国的一些企业发现通过 NSFnet 可以容易的在很大的范围内传递商业信息，给企业带来影响力、市场和利润。当这些美国企业申请在 NSFnet 进行商务活动时，遭到了 NSF 的反对和拒绝。无奈之下，1991 年，通用原子（General Atomics）、高性能系统国际（Performance Systems International）和网络技术（UUNET Technologies）三家公司将自己建设和管理的 CERFnet、PSInet 和 ALTERnet 联在一起组成主要用于商业目的的国际互联网络（简称为 Internet），Internet 的雏形初成。

三家美国公司不但相互之间通过 Internet 进行商务活动，而且鼓励其他的美国企业使用 Internet 开展商务活动，当其他的美国企业感受到在 Internet 进行商务活动的好处后，纷纷将属于自己的网络连入 Internet，Internet 的规模得到高速发展。至 1995 年 4 月 30 日，NSF 宣布 NSFnet 停止运作，接入服务通过 Internet 完成。至此，Internet 取代 NSFnet 成为最有影响力的互联网络。

从 ARPAnet 到 NSFnet 再到 Internet，在美国军方、科研院所和企业的依次大力推动下，开放共享的平台特性、高效低成本的信息传播和互动交流能力使互联网成为信息时代不可或缺的基础设施。

20 世纪 80 年代中后期，中国的科研人员和学者就在国外同行的帮助下，积极尝试利用互联网。在 1992 年、1993 年国际互联网年会等场合，中国计算机界的专家学者曾多次提出接入国际互联网的要求，并得到国际同行们的理解与支持。1994 年 4 月，在美国华盛顿召开中美科技合作联委会会议期间，中国代表与美国国家科学基金会最终就中国接入国际互联网达成一致意见。1994 年 4 月 20 日，北京中关村地区教育与科研示范网接入国际互联网的 64K 专线开通，实现了与国际互联网的全功能连接，标志着中国正式接

入国际互联网。

1.1.2 互联网的作用

互联网是人类智慧的结晶, 20 世纪的重大科技发明, 当代先进生产力的重要标志。互联网深刻影响着世界经济、政治、文化和社会的发展, 促进了社会生产生活和信息传播的变革。

在互联网的发展过程中, 美国军方、科研院所和企业依次成为互联网发展的主要推动者, 互联网广泛应用于军事、科研和商务活动, 基于其上的各种应用是将人类社会从工业时代带入信息时代的主要动力。其巨大的作用主要体现在以下方面:

(1) 互联网是信息时代人类社会生存和发展的基础设施, 其基础设施的地位和作用就如同路网、电网和水管在工业时代的不可或缺。人类社会不断加深对互联网地位和作用的理解, 其信息时代基础设施地位和作用的认识正在得到各国认同, 特别是 2008 年全球金融危机后, 大量的资本和技术投向互联网基础设施建设和互联网应用研究, 进一步强化了互联网信息社会基础设施的地位和作用。如果现在还不能认识到这一点, 就会在信息时代的全球竞争中处于劣势。

(2) 互联网是经济社会各领域发展的助推器和放大器。在经济方面, 互联网成为推动经济发展的重要引擎。互联网对经济的推动作用不仅表现在新兴的依托于互联网发展形成的互联网产业, 还在于利用互联网改造和提升传统产业, 带动的传统产业结构调整 and 经济发展方式的转变, 网络经济和传统经济的融合成为推动经济发展的创新和新动力。在政治方面, 互联网成为推进服务型政府建设的助推器。互联网为公众享有知情权、参与权、表达权和监督权提供了前所未有的便利条件和直接渠道, 为政府了解人民意愿, 满足人民需要, 维护人民利益发挥了日益重要的作用。公众利用互联网不仅可以更好地参政议政, 更可动员强大的力量推动和监督政府服务能力的提升。在文化方面, 互联网是推进文化产业发展的助推

器和放大器。首先,互联网已经成为文化产品传播的重要平台,成为公众获取文化产品的重要渠道;其次,互联网的出现催生了网络文化产业,将公众的文化娱乐生活进一步从现实引向网络空间;此外,互联网已成为公众创造文化产品、参与文化创新的重要平台。

(3) 互联网改变了人类的生存、工作和学习方式。随着互联网上以网上娱乐、网上支付、网上购物、网上办事、网上学习等各种应用的深入,人类传统的生活、工作和学习方式正在改变。对一个网民来讲,他可以选择更为便捷的网上银行代替到银行的营业网点办理存取和支付业务,他可以选择在家完成规定的任务而不再需要非到单位才能工作,他可以通过网络课堂更加灵活地选择需要的课程而不是在规定时间、规定地点学习可能并不需要的知识。这些变化正在逐渐地显现并随时间推移逐渐成为人类生存、工作和学习的主流方式。

1.2

中国互联网应用的特点及发展趋势

互联网作为信息时代人类社会生存发展的重要基础设施和先进生产力代表,其价值和重要性通过基于其上各种应用对人类社会生存发展的影响和效果决定。因而,对互联网价值和重要性的理解需要从基于其上的应用展开。自1994年北京中关村地区教育与科研示范网接入国际互联网,中国互联网就成为全球互联网的一部分,在近20年的时间里,中国政府、企业和网民的互联网应用呈现以下特点和较为明显的发展趋势。

1.2.1 中国互联网应用的特点

在近20年的互联网发展过程中,国内的互联网应用不断丰富、

不断创新,从满足人类获取信息和沟通交流的基本需求到丰富人类娱乐生活再到满足人类更好生活的需要。站在个体角度,国内的互联网应用呈现以下特点:

(1) 沟通性。信息获取、沟通交流是人类生存发展最基本的需求之一。从美国国家科学基金会搭建和运营 NSFnet,就为互联网注入信息共享和沟通交流的基因,并在中国的互联网应用中显著存在。中国互联网络信息中心(CNNIC)在1999年第5次中国互联网络发展状况统计报告开始发布国内网民的互联网应用调查,从数据上看,以搜索引擎、网络新闻为代表的信息获取和以即时沟通工具、Email为代表的沟通交流不仅有较高的使用率并且持续占据国内网民互联网应用的前几位(详细数据见表1-1)。从开始一直到互联网生命的终点,其应用的沟通性特点将一直延续。

表1-1 1999~2011年中国网民信息获取和沟通交流应用使用率及排名

应用 \ 年份	1999	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011年使用率(%)
即时通信	—	—	4	7	2	3	4	4	1	80.9
电子邮件	1	1	3	1	7	7	8	8	9	47.9
搜索引擎	2	3	2	3	5	4	3	1	2	79.4
网络新闻	—	2	1	2	4	2	2	3	4	71.5

资料来源:第5~29次中国互联网络发展状况统计报告, CNNIC。

(2) 娱乐性。2004年,《老鼠爱大米》依靠网络一举成名;2005年年底,《一个馒头引发的血案》再掀互联网娱乐狂潮的同时,使人们重新认识了网络娱乐的能力和影响力。这些互联网娱乐的标志性事件加快了互联网娱乐的进程,最终在2007年网络音乐以86.6%的使用率排在国内互联网应用的第一位,标志国内互联网应用进入全民娱乐时代。与此同时,伴随着国内互联网娱乐化发展,网民数增速再次发力,并在2007达到53.28%的高增长率。

2007 年以后,以网络音乐和网络游戏为代表的娱乐应用一直在网民中有较高的渗透率(详细数据见表 1-2)。互联网娱乐不仅丰富了国内网民娱乐内容而且对深化互联网应用和网民的快速增长起到积极的作用。

表 1-2 2006~2011 年中国网民互联网娱乐应用使用率及排名

应用	使用率排名						使用率(%)		
	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2009 年	2010 年	2011 年
网络音乐	8	1	1	1	2	3	83.50	79.20	75.20
网络游戏	10	6	6	5	5	6	68.90	66.50	63.20
网络视频	6	3	5	6	7	5	62.60	62.10	63.40
网络文学	—	—	—	10	10	11	42.30	42.60	39.50

资料来源:第 19~29 次中国互联网络发展状况统计报告, CNNIC。

(3) 生活性。1999 年 9 月 3~6 日,在中国只有几百万网民时,轰动一时的中国首届 72 小时网络生存测试活动就将互联网与居民生活拉在了一起。从 2009~2011 年 CNNIC 连续三年发布的针对网民互联网应用的调查数据来看,与网民生活紧密相关的网上购物、团购、网上银行、网上支付、网上旅行预订和网上炒股等互联网应用出现爆发性增长。以上与网民生活紧密相关的互联网应用的用户增长率在 2009 年互联网应用调查结果中占据前 5 位,在 2010 年互联网应用调查结果中占据前 3 位,在 2011 年互联网应用调查结果中占据前 2~5 位(2011 年,微博异军突起,占据用户增长率的第 1 位,如果不考虑微博的影响,生活类互联网应用仍占据国内互联网应用用户增长的前 4 位)。详细数据见表 1-3。

互联网应用的沟通性、娱乐性和生活性适应了公众生存发展的需,在互联网价值、互联网应用与公众(消费者)三者之间形成互相促进的良性循环机制,成为互联网发展和价值体现的强大动力。

表 1-3 2008~2011 年中国互联网商务应用用户增长率排名及使用率

应用	用户增长率排名				使用率 (%)		
	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2009 年	2010 年	2011 年
网络购物	3	5	1	4	28.10	35.10	37.80
网上银行	7	4	2	5	24.50	30.50	32.40
网上支付	4	1	3	3	24.50	30.00	32.50
网络炒股	14	3	9	18	14.80	15.50	7.80
旅行预订	—	2	11	7	7.90	7.90	8.20
团购	—	—	—	2	—	4.10	12.60

资料来源：第 21~29 次中国互联网络发展状况统计报告，CNNIC。

1.2.2 中国互联网应用的发展趋势

在互联网应用发展的初期，存在技术、设施和用户（网民）等诸多制约因素，互联网应用需要大量的技术、人力和资源支撑，因而初期互联网应用主要是由企业主导的。如前期以新浪、网易、搜狐为代表的互联网门户网站，中间以腾讯、百度、阿里巴巴为代表的互联网应用服务类企业，再到现在以苏宁、中粮等传统企业为代表的电子商务应用。但随着网民群体影响力和话语权的增强，网民和政府越来越重视在互联网上的影响力和话语权，他们积极、深入的介入互联网应用，从而影响和改变了互联网应用的发展趋势。

(1) 网民开始主动影响互联网应用发展方向，最终成为与政府、企业同等重要的影响互联网应用和价值体现的主导力量。国内网民快速增长经历了两个阶段：第一阶段是 1994~2000 年百分之几百的爆发式增长；第二阶段是 2005 年网民人数突破 1 亿后再次高速增长，2008 年年底，国内网民规模达到 2.98 亿人，首次超过美国成为网民最多的国家，普及率达到 22.6%，超过全球平均水平。国内网民在 2010 年以前，其作为互联网应用消费者群体的被动性特点十分明显，但从 2011 年起，网民群体在互联网应用的话