

●李冠强 陈雅 李强

中国互联网用户网络使用行为分析

摘 要 我国目前有互联网用户 6800 万人,其网络使用行为大体可分为通信、信息浏览、下载信息和购物 4 大类。影响用户使用行为的因素主要有:用户特征、网络易用性及其娱乐性、实用性等。这些影响因素与用户网络行为间有着必然的联系。图 1。表 2。参考文献 13。

关键词 互联网用户 互联网应用 行为分析 用户特征 影响因素

分类号 G250.72

ABSTRACT In China, there are 6.8 million Internet users, who use the Internet mainly for communications, information browsing, information downloading and online shopping. Factors affecting user's behaviors include user characteristics, network usability, network entertainment and network practicality. 1 fig. 2 tabs. 13 refs.

KEY WORDS Internet users. Internet applications. Behavior analysis. User characteristics. Impact factors.

CLASS NUMBER G250.72

据中国互联网信息中心(CNNIC)的调查报告显示,截止 2003 年 6 月底,我国网络用户人数已达 6800 万,仅次于美国。有专家预言,到 2005 年,中国将超过美国而成为世界上互联网用户数最多的国家。因此,了解广大网络用户的特征,分析其网络行为及其影响因素,从而制定、调整互联网发展策略,以使其健康地成长,就越来越重要。

国外的一些学者对影响因特网使用行为的因素进行了一系列的研究,如 1992 年 Adams 在 *MIS Quarterly* 上发表的《实用性、易用性和 IT 技术的使用》,分析了易用性、实用性对 IT 技术包括因特网使用的影响;Atkinson1997 年在 *The Database For Advances in Information Systems* 上发表了《个体特征与 WWW 的使用》一文,讨论了一些个体特征如性别、年龄、受教育程度等与因特网使用内在的联系。这些研究多注重研究用户的特征因素及网络的易用性、娱乐性、实用性等因素对用户使用的因特网的影响,而对这些因素与具体的网络行为之间的联系研

究较少。本文就从此入手,着重分析中国互联网用户网络使用行为的影响因素。

1 我国网络用户的基本状况

1.1 我国网络用户数量状况

网络用户就是指互联网的使用者。对于网络用户有不同的界定方法,在这里我们采用 CNNIC 对网络用户的定义,即平均每周使用互联网至少 1 小时的中国公民。网络用户的主体是个人,而不是团体、机构、单位等。网络用户数量是反映我国互联网发展的一个重要指标。关于我国网络用户的数量,不同的机构从不同的角度、利用不同的统计方法和手段进行了调查。表 1 是国家统计局公布的《国民经济与社会发展统计公告》中关于我国的网络用户数量的数据。图 1 是中国互联网信息中心公布的调查数据。据中国互联网信息中心的调查报告显示,截止 2003 年 6 月底,我国网络用户人数已达 6800 万。

表 1 国家统计局关于我国网络用户数的统计数据

统计时间	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年
用户数(万人)	16	68	890	900	3000

注:2000 年统计资料中不包括科技、教育网用户。

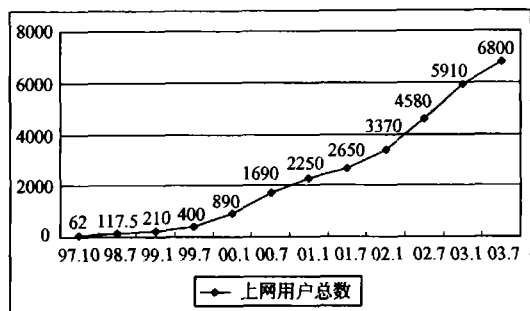


图1 历次调查上网用户总数(万人)

1.2 我国网络用户的主要网络行为

CNNIC 调查的中国网络用户在互联网上经常使用的服务统计结果如表2。

表2 用户在互联网上经常使用的服务情况统计

服务名称	使用程度(%)
电子邮箱	91.8
新闻组	20.7
搜索引擎	70.0
软件上传或下载服务	43.0
信息查询	37.8
网上聊天(聊天室、QQ、ICQ等)	45.4
BBS论坛、社区、讨论组等	22.6
免费个人主页空间	6.2
电子政务	2.1
网上游戏	18.2
网上购物	11.7
短信服务	7.8
网上教育	8.9
电子杂志	8.2
网络电话	1.0
网上医院	0.8
网上银行	4.3
网上炒股	5.4
网上拍卖	1.1
视频会议	0.5
VOD点播	5.3
网上直播	3.7
多媒体娱乐(MP3、FLASH欣赏等)	13.0
远程登录	1.2
信息发布	3.5

通过对这些网络服务进行归纳整理,我们将网络用户的网络行为分为四类:

- (1)通信:包括电子邮件、使用讨论组、BBS、网络聊天、视频会议、网络电话等。
- (2)信息浏览:包括网上冲浪、信息检索等。
- (3)下载:包括下载图像、软件等信息。
- (4)购物:购买商品、进行电子交易等。

2 影响网络用户使用的因素

2.1 用户的基本特征因素

(1)性别。

国外以往的研究表明,性别是产生计算机焦虑和影响计算机取向的重要因素。女性的计算机焦虑状况高于男性,男性较女性更愿意学习和使用计算机,因此男性更可能拥有较高的计算机水平。对于使用因特网而言,研究也显示了同样的性别差异。在因特网的用户中男性占了绝对的多数,男性较女性对它更有兴趣。根据CNNIC第12次调查结果显示,我国网络用户中男性占60.1%,女性占39.9%。男性占据网络用户的主体。

目前网络用户中男女性别之比为3:2。从普及率的角度来看,男性网络用户占我国男性总人口的6.2%,女性网络用户占女性总人口的4.4%,互联网在男性中的普及程度要高于女性。调查结果显示,预期可能上网的非网络用户中男性占53.2%,女性占46.8%;预期可能上网的非网络用户中男性占多数,且其比例低于网络用户中男性网络用户的比例。这在一定程度上预示着近期内我国网络用户中男性网络用户的主体地位不会改变。

(2)年龄。

研究发现在计算机使用率以及计算机技能水平上存在明显的年龄层次差异。从总体上说,年龄与计算机使用程度以及计算机能力呈负相关,即年轻人群拥有较高的计算机使用率和计算机技能。在因特网的用户群中,也存在类似的现象,年轻人群对因特网的使用程度较高。

根据CNNIC第12次调查结果显示,我国网络用户中18~24岁的年轻人所占比例最高,达到39.1%,其次是25~30岁(比例为17.2%)和18岁

以下(比例为17.1%)。30岁以上的网络用户随着年龄的增加所占比例相应减少:31~35岁的网络用户占到10.3%,36~40岁的占到7.4%,41~50岁的为6%,只有2.9%的网络用户在50岁以上。35岁以下的网络用户占83.7%。35岁以上的网络用户占16.3%,网络用户在结构上仍然呈现低龄化。调查结果表明,预期可能上网的非网络用户中,年龄低于18岁的非网络用户为25.6%,年龄在18~24岁的非网络用户为15.8%,年龄在25~30岁的非网络用户为12.8%,年龄在31~35岁、36~40岁、41~50岁的非网络用户分别为14.4%、11.5%、13.9%,年龄在51~60岁和超过60岁的非网络用户分别有3.7%和2.3%。年龄低于30岁的预期可能上网的非网络用户比例达到54.2%。这在一定程度上预示着未来一段时间内网络用户中年龄低于30岁的仍将是多数。

(3)受教育程度。

国外研究发现,用户受的教育程度和计算机焦虑程度呈明显的反向相关,和对计算机价值认同度呈正向相关,就是说受教育程度越高计算机焦虑程度越低,对计算机价值的认同度越高。而计算机焦虑程度和对计算机价值的认同程度直接影响到用户对使用计算机的态度。具有较高的受教育程度的用户一般较愿意使用计算机并可能具有较高的计算机水平,对因特网的使用程度也越高。

而在我国情况有些不同,据CNNIC第12次调查结果显示,网络用户中受教育程度为高中(中专)的比例最高,占到30.9%,其次是大专(比例为27.1%)和本科(比例为25.5%)。本科及以上受教育程度的网络用户为28.1%,本科以下受教育程度的网络用户达到了71.9%。本科以下受教育程度的网络用户占据大多数。造成这种情况的原因是我国接受过本科以上高等教育的人口占总人口的比例很低,另外也有网络信息资源建设不完善等原因。虽然本科以下受教育程度的用户在绝对人数上占大多数,但几乎可以肯定本科及以上受教育程度的人群中网络用户的比例一定远远高于本科以下受教育程度人群的网络用户比例,这符合上述研究结论。

2.2 易用性

易用性是指用户预期的网络系统的易用程度。一般来说,如果一个系统较容易使用,那么用户选择使用的可能性较高。相反,如果系统较为复杂或使用起来比较困难,那么被用户问津的可能性就小。易于使用的浏览器的出现,是因特网用户能迅速增长的一个重要原因。

2.3 娱乐性

娱乐性是指网络用户对使用因特网能够带来的快乐程度。研究发现,如果用户通过使用计算机能够获得娱乐的体验,那么他使用计算机的程度将较其他人高。对于使用因特网也同样,如果用户能在使用中获得娱乐的感受,那么其使用因特网的程度就越高。

2.4 实用性

以往的研究发现实用性与计算机的使用有着紧密的联系,实用性对系统的使用倾向也有重要的直接影响。只有人们在能够预期到使用计算机能给他们带来直接的价值,有利于实现特定的目标才更有可能使用计算机。同样,人们使用互联网也具有同样的要求,即利于达成他们特定的目标。互联网的实用性对用户的使用有着直接、正向的影响。

3 影响因素与网络行为的联系

3.1 性别与网络行为

分析发现女性比男性更愿意利用因特网通信活动,比如聊天、E-mail等,女性较倾向于以计算机为媒体的沟通交流。男性较女性更愿意使用因特网进行下载和购物活动。一个原因是男性较女性对学习计算机更有兴趣,因此他们在网络上进行下载和购物活动的技能更强。男性和女性在进行网络浏览活动方面没有明显的差别。

3.2 年龄与网络行为

研究结果显示,在浏览、购物行为上没有明显的年龄差异,这主要是由于浏览是因特网一种最基本、普遍的网络活动,而网络购物普及的程度还较低;年轻人较年长的用户更喜欢进行通信以及下载行为,这就是前面所谈及的年龄与计算机使用技能呈负相关现象的体现,年轻人在进行通信、下载活动方面具有较熟练的技能。

3.3 受教育程度与网络行为

受教育水平对使用计算机和因特网存在积极作用,但对具体的网络行为影响不是很明显。调查的结果显示,受教育程度与通信、下载、购物行为没有明显的关联,这主要是由于目前网络浏览器、下载服务、电子邮件、网络购物都比较容易掌握、使用,对使用者受教育程度的要求不高,具有高中以上的学历水平完全可以应付自如了。在浏览行为方面,受教育程度低的用户使用程度略高,这可能是由于较高受教育程度的群体相对空闲时间较少,没有更多的时间在网冲浪。

3.4 易用性、娱乐性、实用性与网络行为

调查结果反映出易用性、娱乐性对浏览、通信、下载等行为有积极的影响作用,而对购物行为的影响较少。娱乐性与浏览行为有着更为紧密的联系,友好、生动的用户界面使浏览因特网变得更加容易、生动有趣,给用户带来有用的信息的同时也带来了愉快的感受。这就要求网站设计者在制作网站时要充分考虑网站的娱乐性,如可以加入多媒体信息,使网页生动活泼,更可以提高用户使用因特网的兴致。网络的易用性和娱乐性可以促进网络行为的发展。网络的实用性与通信、下载、浏览、购物等网络行为都紧密相关,对各种网络行为起到关键的影响作用。如果用户发现使用因特网没有实用价值,他们就不会继续上网。实用性是网络行为发展的决定因素。基于这一规律,就要求网站制作时在注意易用性和娱乐性的同时,一定要以加强实用性为核心,要能给用户提供有价值、及时、可靠的信息。

网络行为的影响因素相当复杂,而且是随着时代和互联网的发展不断变化的。我们只是对产生目前我国网络用户使用行为现状的一些因素做了粗浅的分析,目的在于对互联网发展策略制定和相关研究提供一些借鉴。

参考文献

- 1 <http://www.cnnic.net.cn/develst/2003-7>
- 2 吕伟纲. 透析《中国互联网络发展状况统计报告》(上).

<http://www.sina.com.cn>

- 3 王京山. 网络用户研究论纲. 图书情报工作, 2002(9)
- 4 中国 Internet 发展状况统计报告(2003/01) <http://www.cnnic.com.cn>
- 5 何明升. 网络行为的哲学意义. 自然辩证法研究, 2000(11)
- 6 邓小昭. 因特网用户信息检索与浏览行为研究. 情报学报, 2003(6)
- 7 白海燕, 赵丽辉. 网络环境下用户信息行为分析. 燕山大学学报(哲学社会科学版), 2002(1)
- 8 Adams, D. A., Nelson, R. R. and Todd, P. A. (1992), "Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication", MIS Quarterly, Vol. 6, pp. 227-47.
- 9 Allen, B. J. (1995), "Gender and computer-mediated communication", Sex Roles, Vol. 32 NO 7/8, pp. 557-63.
- 10 Atkinson, M. A. and Kydd, C. (1997), "Individual characteristics associated with world Wide Web use: an empirical study of playfulness and motivation", The Database for Advances in Information Systems, Vol. 28 NO. 2, pp. 53-62.
- 11 Davis, F. D. (1989), "Perceived usefulness, Perceived ease of use, and user acceptance of information technology", MIS Quarterly, Vol. 13, pp. 319-390.
- 12 Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989), "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models", Management Science, Vol. 35, pp. 982-1003.
- 13 Gilroy, F. D. and Desai, H. B. (1986), "Computer anxiety: sex, race and age", International Journal of Man-Machine Studies, Vol. 25, pp. 711-19.

李冠强 南京审计学院图书馆馆长, 副研究馆员。通讯地址: 江苏省南京市。邮编 210029。

陈雅 南京大学信息管理学院副教授。通讯地址: 江苏省南京市。邮编 210093。

李强 解放军理工大学气象学院图书馆副研究馆员。通讯地址: 江苏省南京市。邮编 211101。

(来稿时间: 2004-04-02)