

县域未成年人网络消费 调研报告

佟毕铖

二〇二四年八月

目 录

一、调研背景及调研对象	3
二、县域未成年人网络消费数据情况	5
1. 县域未成年人网络消费时长总体情况	5
2. 县域未成年人网络消费费用总体情况	8
3. 县域未成年人网络游戏消费情况	9
4. 县域未成年人短视频消费情况	15
5. 县域未成年人直播消费情况	18
6. 县域未成年人网购消费情况	20
7. 县域未成年人视听娱乐平台消费情况	22
三、县域未成年人网络消费方面存在的问题	24
1. 县域未成年人上网时间明显偏长	24
2. 县域未成年人借名认证情况严重，实名制限制作用很小	25
3. 过多县域未成年人沉迷网络游戏及短视频平台	26
4. 多种因素诱导未成年人进行游戏消费	27
5. 县域未成年人使用青少年模式比例低，意见大	29
6. 县域使用快手的未成年人最多，未成年人反映的问题也较多	30
四、对未成年人网络消费问题的建议	31
1. 在未成年人上网的问题上成年人应该转变观念	31

2. 父母、学校、互联网平台、国家应该多倾听未成年人的声音	32
3. 改革青少年模式，使其成为未成年人喜欢的网络空间	34
4. 开展更多未成年人喜欢的线下休闲运动活动	36
5. 大力发展有利于未成年人的网络产品和活动	38

一、调研背景及调研对象

我是一名 17 岁的高中生，记得从小学开始就越来越多地接触网络。就上网尤其是玩网络游戏、看网络小说、浏览短视频等问题多次与父母进行讨论、争论，甚至斗智斗勇。近些年来，我发现社会上关于这个问题的讨论越来越多，但感觉很多讨论都没能反映我们未成年人的声音。在未成年人上网问题的讨论中，未成年人自己的声音反倒被忽视了。我认为在上网问题上，我们未成年人与成年人看法存在很大差别，我一直想就此问题表达一些我们未成年人的声音。但我只了解身边同学上网的情况，其他未成年人上网的情况到底是怎样？那些生活在县里的未成年人尤其是父母不在身边的未成年人上网情况到底是怎样？未成年人上网背后到底反映着怎样的问题？我对这些问题并不了解。

2024 年 2 月，我有了想要就县域未成年人网络消费情况开展调查研究的想法。在后来上学的过程中，我陆续看了一些相关资料。5 月，我开始设计问卷。6 月初，我到北京青少年法律援助与研究中心开始实习，这是一家专业开展未成年人法律保护以及研究的机构。北京青少年法律援助与研究中心的律师对我设计的问卷提出了很好的修改意见。6 月中旬开始，我陆续到河北、贵州、江西、安徽、陕西、山东 6 个省 8 个县开展了调研工作，整个过程行程将近 9000 公里。为了鼓励同学们真实填写问卷信息，我每到一个班，都和同学们事先交流 15 分钟左右，期间尽可能劝说老师不要在场，以便于让同学们在没有压力的情况下真实表达未成年人自己的声音。另外，每次问卷

后我都及时和部分同学进行面对面地访谈，一方面希望保证调研的准确性，另一方面希望了解更多的信息。在河北、贵州、江西、安徽四个省进行问卷调查、收回有效问卷 1108 份，访谈同学 75 名。在对问卷统计后，我又到陕西、山东访谈了 35 名未成年人。以上，共访谈了 110 名未成年人。

我本次调研的重点对象是县域的未成年人，包括县城和农村的未成年人。在问卷调研的 1108 名未成年人中，家在县城的未成年人共有 437 名，占比 39.44%；家在农村的未成年人共有 671 名，占比 60.56%。我重点关注了未成年人父母近一年内外出务工的情况：父母没有外出务工的有 393 名学生，占比 35.47%；父母外出务工时间不满 1 个月的共有 183 名学生，占比 16.52%；父母外出务工时间在 1—3 个月的共有 148 名学生，占比 13.36%；父母外出务工时间在 3—6 个月的共有 127 名学生，占比 11.46%；父母外出务工时间超过半年的共有 257 名学生，占比 23.19%。**数据显示，问卷调研对象中父母每年外出务工超过一个月的有 532 人，占比 48.01%。**

问卷调研未成年人的其他基本情况是：**调研对象主要是年满 12 周岁的未成年人，占本次问卷调研的将近 95%。**其中，9—11 岁的未成年人共有 61 名，占比 5.51%；12—14 岁的未成年人共有 528 名，占比 47.65%；15—17 岁的未成年人共有 519 名，占比 46.84%；本次问卷不涉及小学 4 年级及以下的未成年人。**调研对象男女比例比较均衡**，其中男生共有 573 名，占比 51.71%；女生共有 535 名，占比 48.29%。**调研对象走读生所占比例更大。**其中，住宿生共有 393 名学生，占比

35.47%；走读生共有 715 名学生，占比 64.53%。

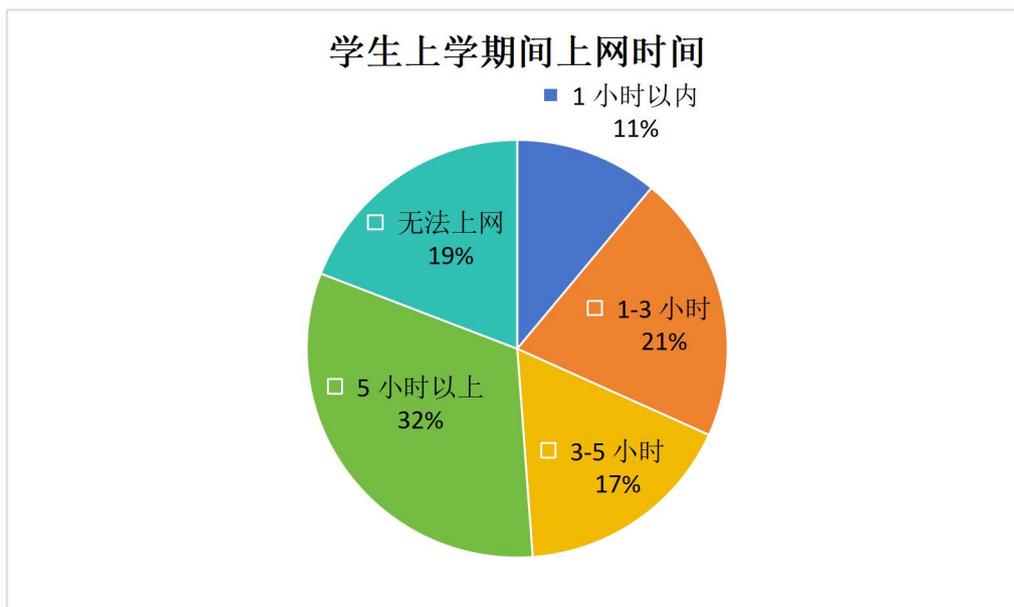
要特别说明的是，本调研问卷所关注的未成年人网络消费，不仅是金钱消费，也包括时间消费。对我们未成年人而言，并没有太多的金钱可以消费，但我们可能有时间和精力，我们的时间可能更为宝贵。

二、县域未成年人网络消费数据情况

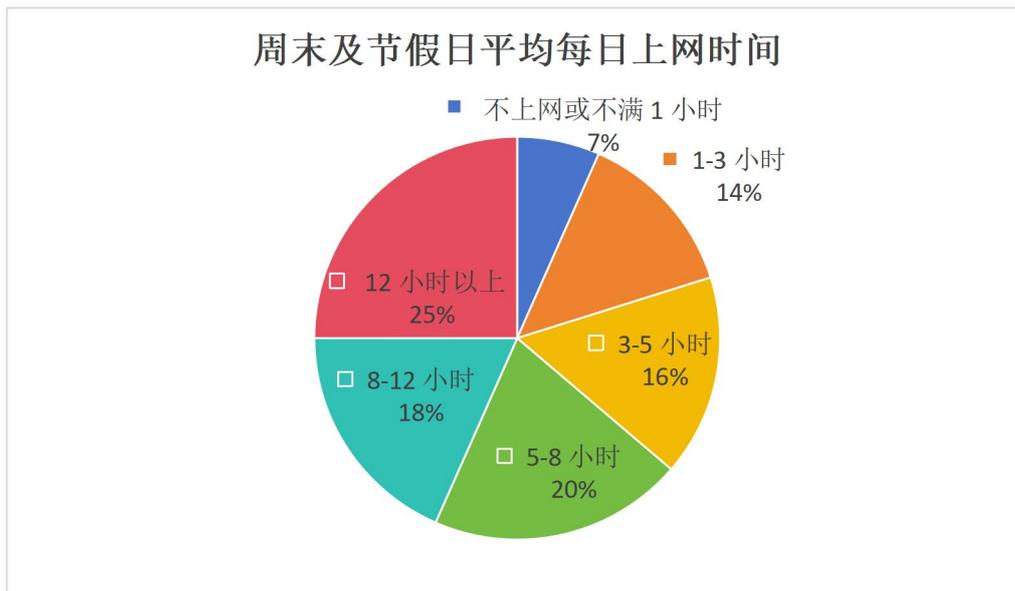
我的这次调研，重点关注了未成年人网络消费时间以及金钱数额的总体情况以及未成年人在网络游戏、短视频、直播、网购、视听娱乐平台五个方面消费情况。具体情况如下：

1. 县域未成年人网络消费时长总体情况

学生上学期间的上网时间情况。周一到周五是学生上学时间，在 1108 份问卷中，上学期间可以上网的有 896 人，占 80.87%，其中学生每天上网时间不到 1 小时的有 122 人，占比 11.01%；上网时间 1—3 小时的有 230 人，占比 20.76%；上网时间是 3—5 小时的有 189 人，占比 17.06%；上网时间超过 5 小时的有 355 人，占比 32.04%。
上述数据显示，上网时间 3 小时以上的有 544 人，占比 49.10%；上网时间超过 5 小时的有 355 人，占比 32.04%。



学生周末及节假日上网时间情况。周末及节假日是学生的休闲娱乐时间，在 1108 份问卷中，不上网或平均每日上网时间不满 1 小时的仅有 73 人，占比仅 6.59%；上网时间 1—3 小时的有 150 人，占比 13.54%；上网时间 3—5 小时的有 179 人，占比 16.16%；上网时间 5—8 小时的有 225 人，占比 20.31%；上网时间 8—12 小时的有 204 人，占比 18.41%；上网时间 12 小时以上的有 277 人，占比 25.00%。上述数据显示，周末及节假日平均每日上网时间超过 3 小时的有 885 人，占比 79.90%；超过 5 小时的有 706 人，占比 63.72%；超过 12 小时的有 277 人，占比 25.00%。

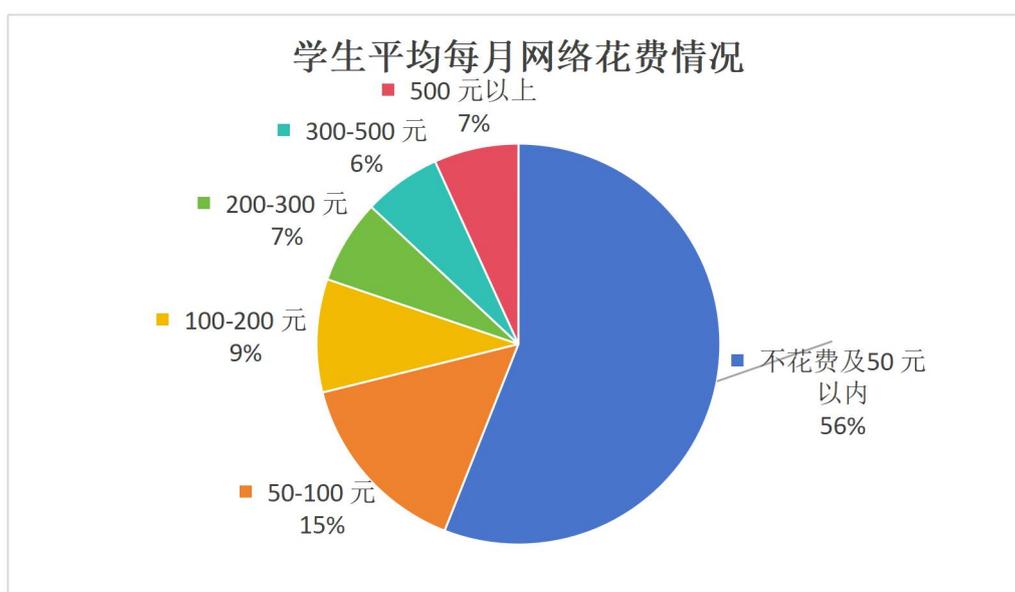


访谈学生周末及节假日上网时间情况。在访谈的 110 名访谈对象中,不上网或平均每日上网时间不满 1 小时的仅有 7 人,占比仅 6.37%; 上网时间 1—3 小时的有 14 人,占比 12.73%; 上网时间 3—5 小时的有 35 人,占比 31.82%; 上网时间 5—8 小时的有 25 人,占比 22.73% ; 上网时间 8—12 小时的有 16 人,占比 14.55% ; 上网时间 12 小时以上的有 13 人,占比 11.82%。上述数据显示,周末及节假日平均每日上网时间超过 3 小时的有 89 人,占比 80.92%; 超过 5 小时的有 54 人,占比 49.09%。

一名填写了问卷的男生表示:“12 小时太短了,应该在 12 小时以上再划分几个区间,我才能准确地写出我的上网时间。”一名 14 岁的男生表示:“我放假的时候整天把着手机,肯定在 12 小时以上。”访谈中发现,经常上网观看小说的人数很少,但常上网看小说的同学上网时间普遍很长。在 6 位经常上网看小说的同学中,有 5 名同学上网时间在 12 小时以上,一名同学上网时间在 8—12 小时。

2. 县域未成年人网络消费费用总体情况

学生平均每月网络花费情况。花费中包括游戏充值、直播打赏、购买会员服务、网络购物等所有网络花费。在 1108 份问卷中，调研对象不花费及花费在 50 元以内的有 620 人，占比 55.96%；花费在 50—100 元的有 168 人，占比 15.16%；花费在 100—200 元的有 101 人，占比 9.12%；花费在 200—300 元的有 75 人，占比 6.77%；花费在 300—500 元的有 69 人，占比 6.23%；花费在 500 元以上的有 75 人，占比 6.77%。上述数据显示，每月不花费及花费在 50 元以内的有 620 人，占比 55.96%，每月花费在 200 元以上的有 219 人，占比 19.76%。



访谈学生平均每月网络花费情况，在 110 名访谈对象中，不花费及花费在 50 元以内的有 56 人，占比 50.91%；花费在 50—100 元的有 24 人，占比 21.82%；花费在 100—200 元的有 7 人，占比 6.36%；花费在 200—300 元的有 6 人，占比 5.45%；花费在 300—500 元的有

12人，占比10.91%；花费在500元以上的有5人，占比4.55%。访谈对象不花费及花费在50元以内的有56人，占比50.91%；花费在200元以上的有23人，占比20.90%。

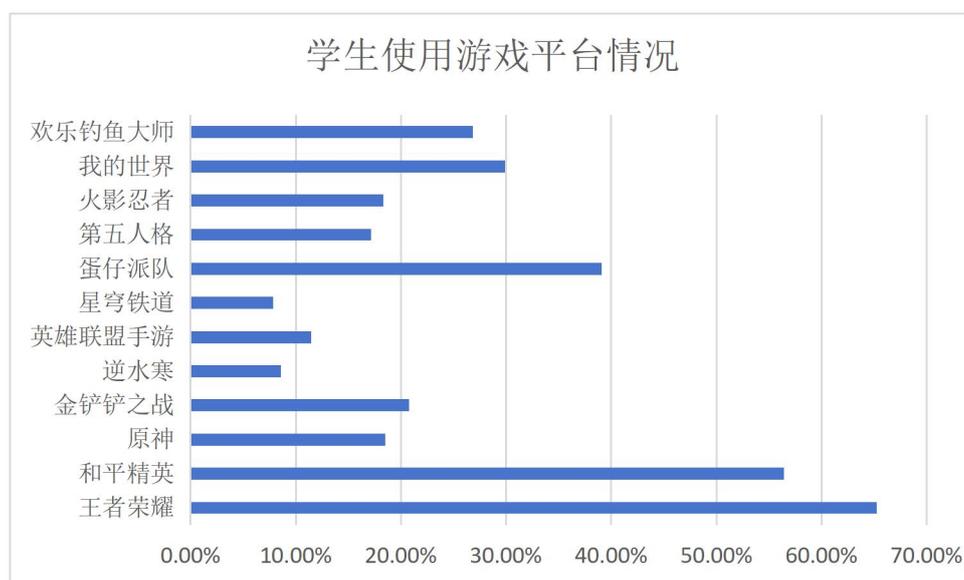
学生网络花费主要来源于压岁钱和剩余的零花钱。一位总计在王者荣耀中充值过2000元的男生表示：“我过年压岁钱有1500元，这基本是我一年的网络花费，目前为止（已经过去5个月）还剩500元左右。”另一位每月生活费50元的同学表示：“我偶尔在生活费中攒下几块钱，找小卖部的老板换成微信上的钱。”另一位爱玩剧情类游戏的女生表示：“我在学校两周一回家，每月的生活费基本就是餐费，但是我周末经常起得很晚，早饭的钱就花不了，所以总能攒下来一些钱。”

支付方式选择情况。在1108份问卷中，问卷调研对象选择微信支付支付的有977人，占比88.18%；选择支付宝支付的有171人，占比15.43%；选择银行卡支付的有44人，占比3.97%；选择PayPal支付的有2人，占比0.18%。

3. 县域未成年人网络游戏消费情况

学生使用游戏平台情况。游戏是目前未成年人重要的娱乐方式之一，在1108份问卷中，使用最多的五款手机游戏分别是：王者荣耀、和平精英、蛋仔派对、我的世界、欢乐钓鱼大师。其中，王者荣耀723人玩，占比65.25%；和平精英625人玩，占比56.41%；蛋仔派对433人玩，占比39.08%；我的世界331人玩，占比29.87%；欢乐

钓鱼大师 297 人玩，占比 26.81%。从上述问卷数据中可以看出，王者荣耀、和平精英两款游戏热度极高，使用人数均超过 50%。其余游戏使用的情况为：原神 205 人玩，占比 18.50%；金铲铲之战 230 人玩，占比 20.76%；火影忍者 203 人玩，占比 18.32%；第五人格 190 人玩，占比 17.15%；英雄联盟手游 127 人玩，占比 11.46%；星穹铁道 87 人玩，占比 7.85%；逆水寒 95 人玩，占比 8.57%。

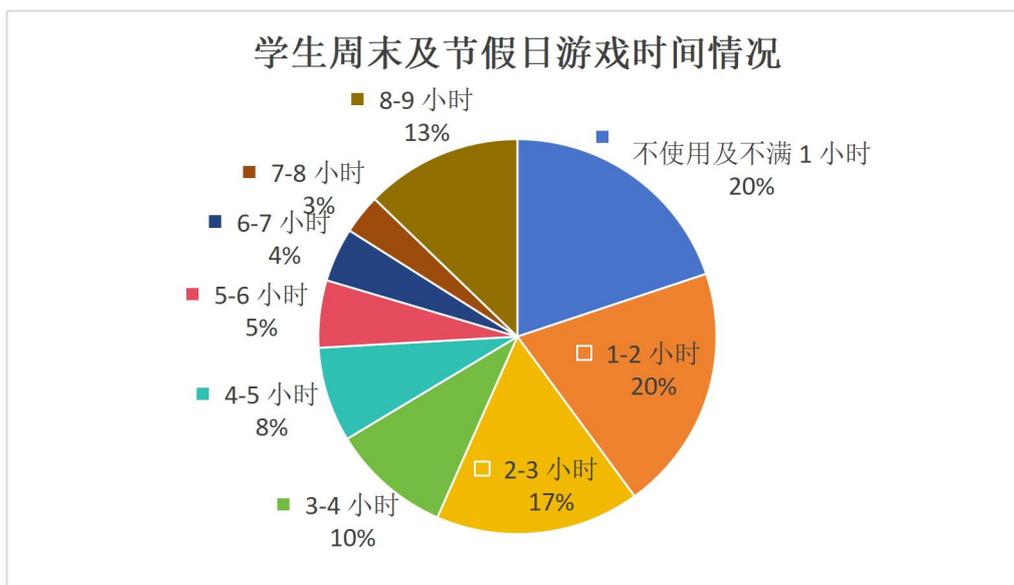


访谈学生使用游戏平台情况。在对未成年人使用游戏平台进行深度访谈后，发现未成年人最主要玩的两款游戏是王者荣耀和和平精英，与上述问卷调研的结果一致。在问卷设计时并未考虑到 PUBG MOBILE 这款游戏，但在河北、贵州、江西的访谈中，了解到很多未成年人非常喜爱这款游戏。在对安徽的 104 名初中未成年人的问卷调研中，加入了 PUBG MOBILE 的调研内容，其中 31 名同学表示玩这款游戏，占比 29.80%。在陕西、山东的访谈中，很多同学也都表示喜欢玩这款游戏。这说明这款游戏在全国很多地方的未成年人中流行。

PUBG MOBILE 在中国并未获得版号，那未成年人都是怎样使用这

款游戏的呢？经过访谈了解到，未成年人的下载方式步骤是：1. 在浏览器上下载 4399 游戏盒或光环助手；2. 在 4399 游戏盒或光环助手中下载 PUBG MOBILE；3. 下载迅猛兔加速器，为 PUBG MOBILE 加速。一名 10 岁的小朋友说自己的很多同学都很喜欢这款游戏，常常在放学后一起开黑。通过与这位同学进行交流发现这款游戏之所以吸引大家，主要原因是：1. 不需要实名认证并不需要进行刷脸；2. 相较于国服具有更纯粹的游戏环境。一名 16 岁的女生说自己常看到弟弟和班里的同学玩 PUBG，其认为这款游戏的优点可能在于更多皮肤可以直售，并且皮肤的品质更好。一名玩过同类型游戏暗区突围的男生表示：“我觉得暗区突围不好玩，然后 PUBG 他那个地铁模式比较好玩，然后画面很简洁，暗区突围太麻烦了。”

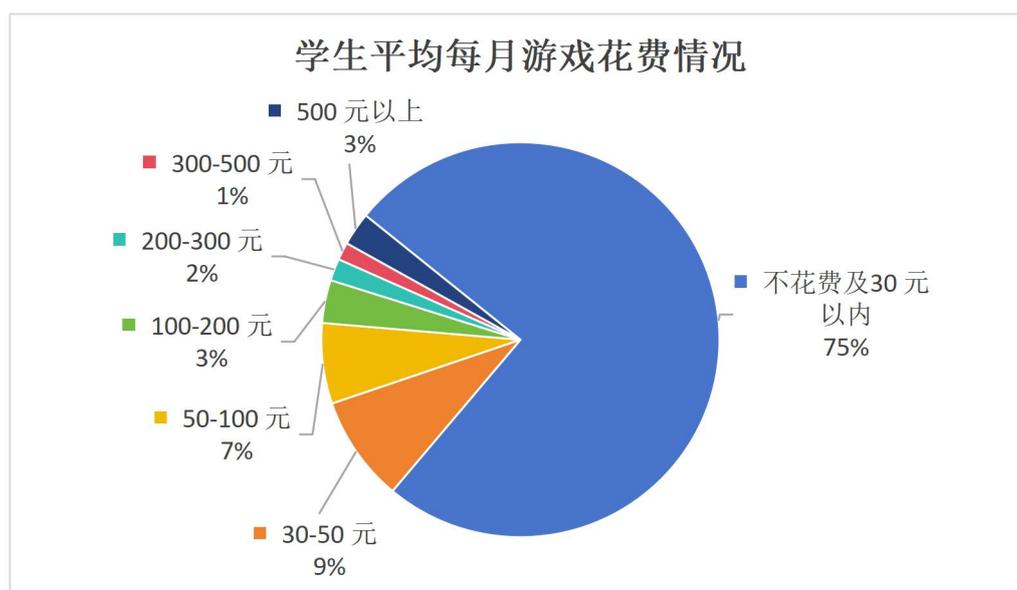
学生周末及节假日游戏时间情况。在 1108 份问卷中不玩游戏及平均每日游戏时间不满 1 小时的有 220 人，占比 19.86%；花费在 1—2 小时的有 223 人，占比 20.13%；花费在 2—3 小时的有 184 人，占比 16.61%；花费在 3—4 小时的有 108 人，占比 9.75%；花费在 4—5 小时的有 86 人，占比 7.76%；花费在 5—6 小时的有 61 人，占比 5.51%；花费在 6—7 小时的有 49 人，占比 4.42%；花费在 7—8 小时的有 36 人，占比 3.25%；花费在 8—9 小时的有 141 人，占比 12.73%。上述数据显示，学生周末及节假日平均每日游戏时长超过 3 小时的有 481 人，占比 43.42%，超过 5 小时的有 287 人，占比 25.91%；超过 8 小时的有 141 人，占比 12.73%。



访谈学生周末及节假日游戏时间情况。在 110 名访谈对象中不玩游戏及平均每日玩游戏的时间不满 1 小时的有 21 人，占 19.09%；花费在 1—2 小时的有 23 人，占比 20.91%；花费在 2—3 小时的有 24 人，占比 21.82%；平均每日游戏时长超过 3 小时的有 42 人，占比 38.18%；超过 5 小时的有 23 人，占比 20.90%。一名打游戏时间在 8—9 小时的男生表示：“我基本从早到晚都在打游戏，只有吃饭的时候在刷快手。”一名家长很严厉的男生表示自己在白天基本不玩游戏，只会刷快手，但从晚上十点钟开始打到凌晨两三点。针对家长管理的现象，在访谈中发现，家长的严格管理并不直接影响未成年人的游戏时间，但常常会影响未成年人打游戏的时间段。有一名小学生表示，奶奶规定自己每天只能玩一小时，自己在奶奶面前会遵守规定，但会趁奶奶下地干活的时候偷偷玩 2—3 小时。

学生平均每月游戏花费情况。在 1108 份问卷中，不在游戏中花费或每月花费在 30 元以内的有 834 人，占比 75.27%；花费在 30—50 元的有 96 人，占比 8.66%；花费在 50—100 元的有 73 人，占比 6.59%；

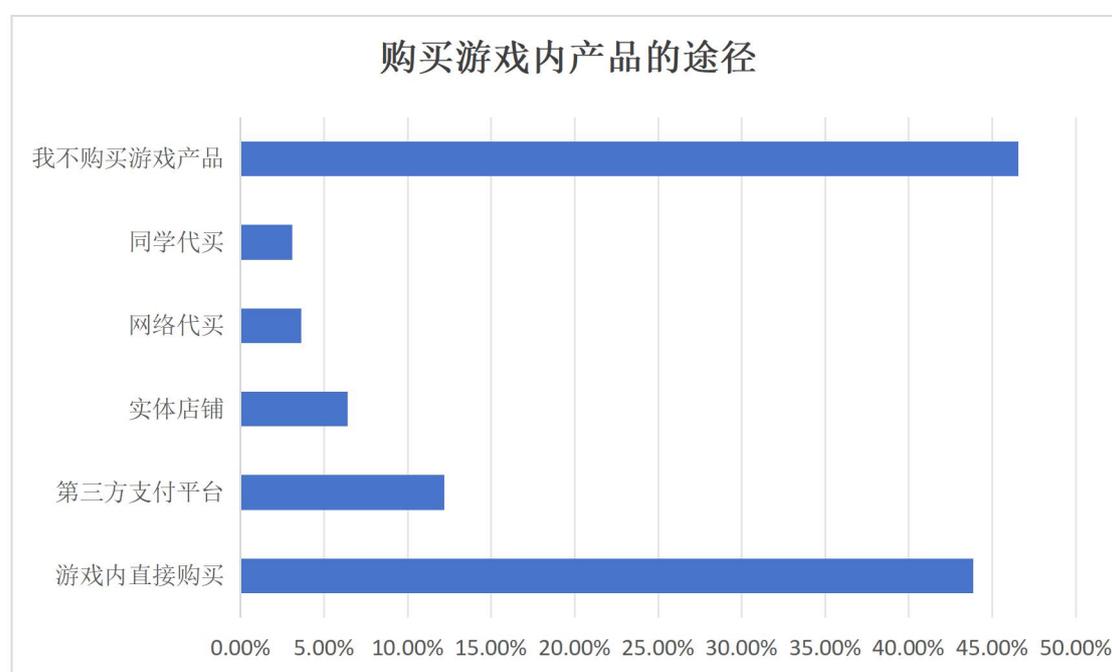
花费在 100—200 元的有 39 人，占比 3.52%；花费在 200—300 元的有 20 人，占比 1.81%；花费在 300—500 元的有 16 人，占比 1.44%；花费在 500 元以上的有 30 人，占比 2.71%。上述问卷数据显示，调研对象每月花费 200 元以内的有 1042 人，占比 94.04%。



访谈学生平均每月游戏花费情况。在 110 名访谈对象中每月花费在 200 元以内的有 104 人，占比 94.54%。在与不同年龄段的同学进行交谈后发现小学、初中阶段的未成年人确实非常喜欢游戏内的各种商品，常常在父母不知道的情况下进行充值。这种情况在未成年人上高中后会逐渐改变，很多男生表示自己在上了高中后便不怎么进行充值了，感觉没有用而且浪费钱。一名初中在游戏上充值超过 3000 元的同学表示：“我在上了高中后便很少在网络游戏上花钱了，感觉我长大后对皮肤啥的没那么多兴趣了，不需要通过买皮肤来获得成就感了。”

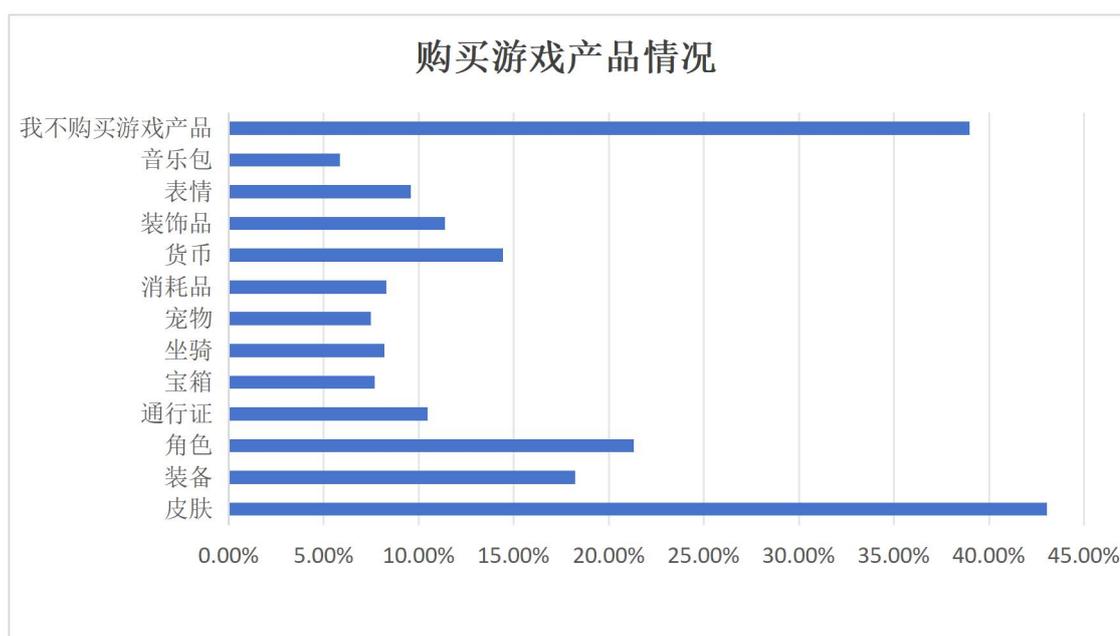
学生购买游戏产品渠道。学生游戏产品的购买渠道包括游戏内直接购买、通过第三方平台购买、在实体店铺购买、通过网络代购购买、

同学代买等多种购买途径。其中游戏内直接购买的优点是安全可靠，缺点一是使用自己身份信息认证微信，支付宝的学生无法购买，二是价格昂贵。通过第三方平台购买的优点是价格便宜，缺点是存在被骗的可能。在实体店铺购买的优点一是可以跳过支付方式实名认证，二是有小额的优惠，没有明显的缺点。通过网络代购购买的优点一是可以跨过支付方式的实名认证要求，二是有小额的优惠，但同样有被骗的风险。同学代买的优点同样是可以跨过支付方式实名制要求，缺点是并不稳定，有时可靠但有时不可靠。在 1108 份问卷中，不购买游戏产品的有 516 人，占比 46.57%；在游戏内直接购买的有 486 人，占比 43.86%；通过第三方支付平台购买的有 135 人，占比 12.18%；在实体店铺购买的有 71 人，占比 6.41%；通过网络代购购买的有 40 人，占比 3.61%；通过同学代买的有 34 人，占比 3.07%。



购买游戏产品情况。在 1108 份问卷中，主要调研了未成年人购买音乐包、表情、装饰品、货币等 12 种游戏产品的情况。问卷调研

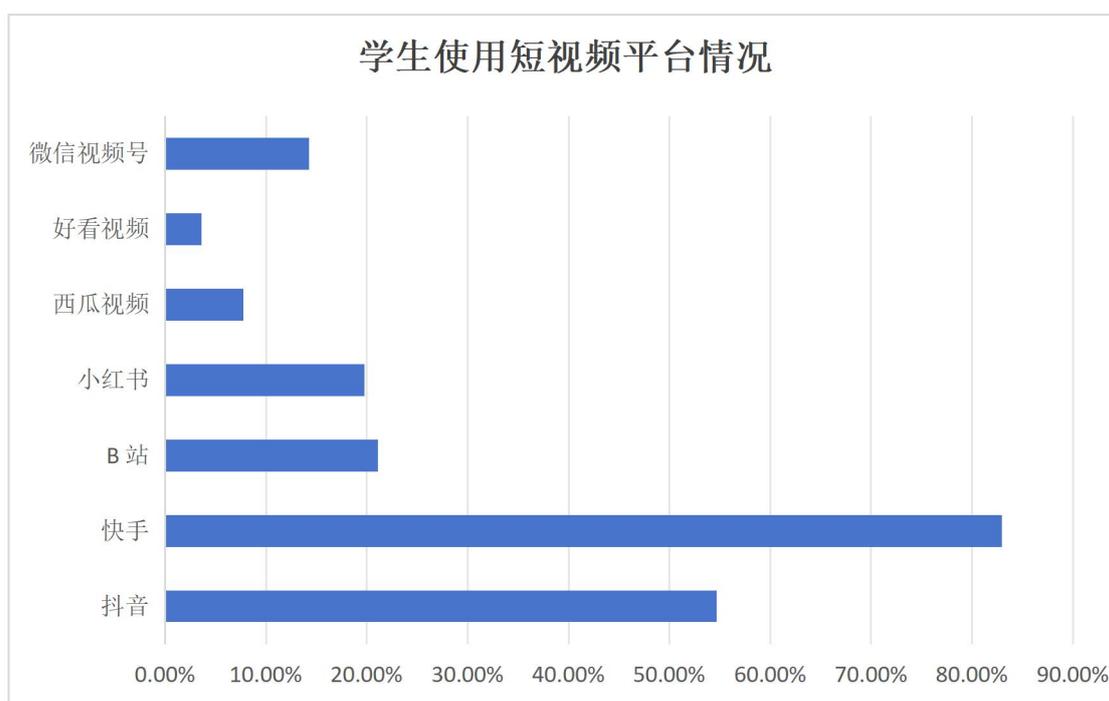
对象不购买上述游戏产品的有 432 人，占比 38.99%；购买皮肤的有 477 人，占比 43.05%；购买装备的有 202 人，占比 18.23%；购买角色的有 236 人，占比 21.30%；购买通行证的有 116 人，占比 10.47%；购买宝箱的有 85 人，占比 7.67%；购买坐骑的有 91 人，占比 8.21%；购买宠物的有 83 人，占比 7.49%；购买消耗品的有 92 人，占比 8.30%；购买货币的有 160 人，占比 14.44%；购买装饰品的有 126 人，占比 11.37%；购买表情的有 106 人，占比 9.57%；购买音乐包的有 65 人，占比 5.87%；由上述问卷数据可以看出，皮肤、装备、角色、通行证、货币、装饰品都是调研对象购买的主要游戏产品。



4. 县域未成年人短视频消费情况

学生使用短视频平台情况。短视频平台不仅是目前学生休闲娱乐的主要方式之一，还是目前学生获取信息的主要途径。**最受欢迎的五款短视频平台是：快手、抖音、B 站、小红书、微信视频号。**其中快

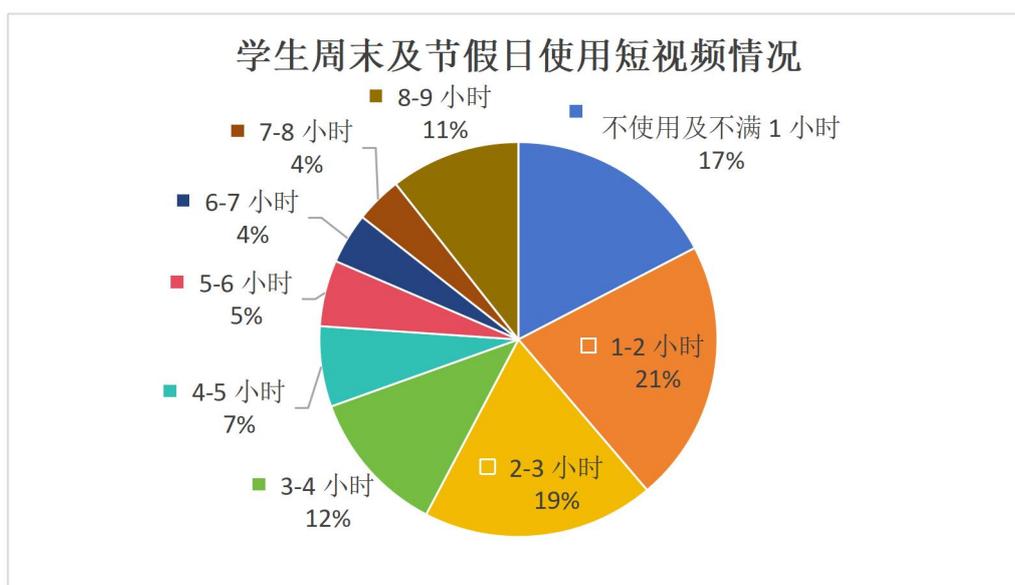
手 919 人使用，占比 82.94%；抖音 606 人使用，占比 54.69%；B 站 234 人使用，占比 21.12%；小红书 219 人使用，占比 19.77%；微信视频号 158 人使用，占比 14.26%。其中快手的使用人数就超过 80%，抖音的使用人数也超过 50%，其余短视频平台使用占比相对较低。



访谈学生使用短视频平台情况。在 110 名访谈对象中，使用快手的有 88 人，占比 80%，与问卷结果一致，说明快手确实是县域学生中最受欢迎的短视频平台。经常使用抖音的有 22 人，占比 20%；经常使用 b 站的有 6 人，占比 5.45%；经常使用小红书的有 4 人，占比 3.64%；经常使用西瓜视频的有 1 人，占比 0.91%。

学生周末及节假日使用短视频情况。在 1108 份问卷中，不花费或每日花费时间在 1 小时以内的有 192 人，占比 17.33%；花费 1—2 小时的有 238 人，占比 21.48%；花费 2—3 小时的有 209 人，占比 18.86%；花费 3—4 小时的有 131 人，占比 11.82%；花费 4—5 小时的有 73 人，占比 6.59%；花费 5—6 小时的有 60 人，占比 5.42%；花费 6—7 小时

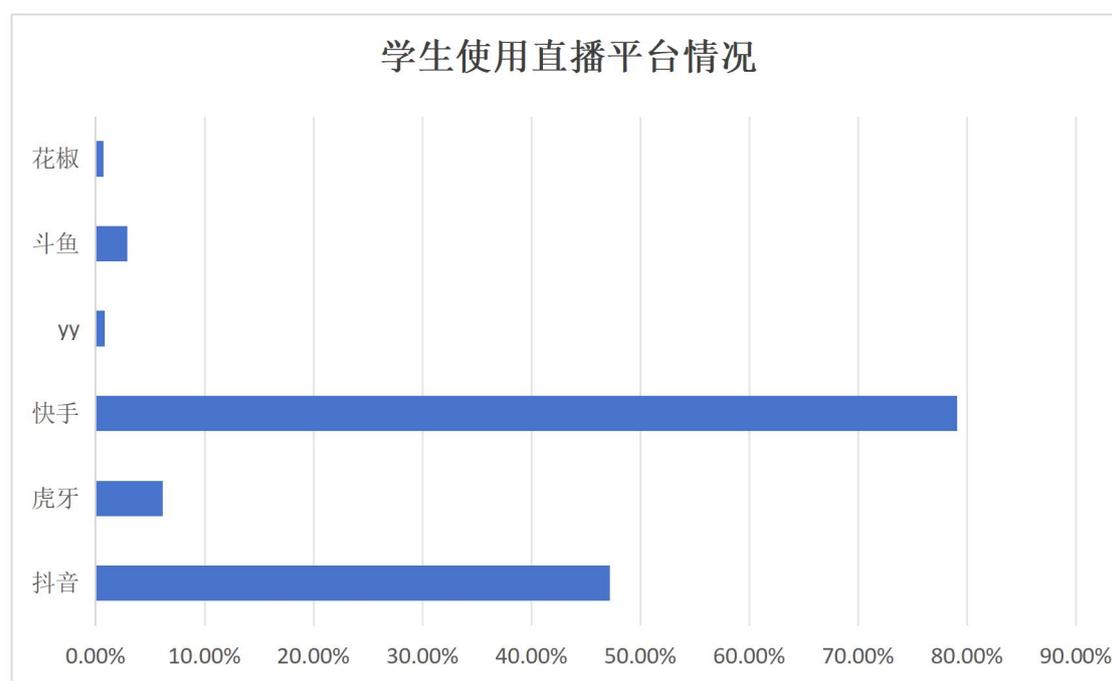
的有 46 人，占比 4.15%；花费 7—8 小时的有 42 人，占比 3.79%；花费 8—9 小时的有 117 人，占比 10.56%。上述数据显示，学生周末及节假日平均每日浏览短视频超过 3 小时的有 469 人，占比 42.33%；超过 5 小时的有 265 人，占比 23.92%；超过 8 小时的有 117 人，占比 10.56%。



访谈学生周末及节假日使用短视频情况。在访谈的 110 名访谈对象中，不使用或花费时间在 1 小时以内的有 22 人，占比 20%；在超过 1 小时的 80% 中，超过 3 小时的有 23 人，占比 20.90%；超过 5 小时的有 8 人，占比 7.27%。访谈中发现，刷短视频经常会在间歇休息时进行。一名爱玩游戏的同学表示自己只会在游戏中连续输了好几把后把短视频当作休息。一名初中生表示自己只在吃饭的时候浏览短视频。一名每天需要上山干活 6 小时的同学表示自己在山上累了的时候便靠在树旁刷一会短视频休息。

5. 县域未成年人直播消费情况

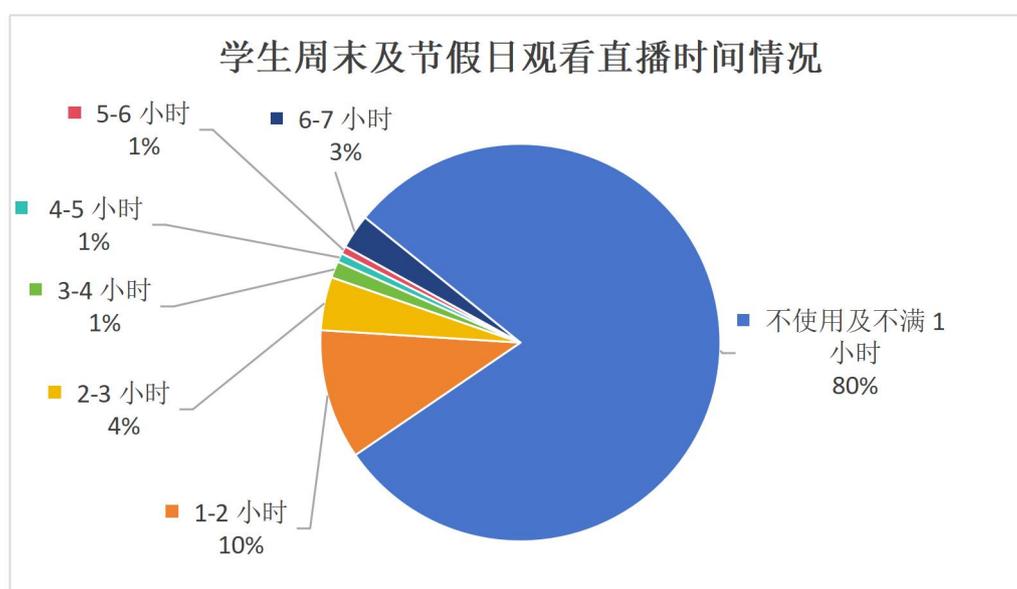
学生使用直播平台情况。在 1108 份问卷中快手、抖音是最受欢迎的两款直播平台，其中快手 876 人使用，占比 79.06%。抖音 523 人使用，占比 47.20%。其他平台使用比例较少：斗鱼 32 人使用，占比 2.89%；虎牙 68 人使用，占比 6.14%；yy9 人使用，占比 0.81%；花椒 8 人使用，占比 0.72%。



访谈学生使用直播平台情况。在 110 名访谈对象中快手、抖音同样是最受欢迎的两款直播平台，其中快手 34 人使用，占比 30.91%。抖音 15 人使用，占比 13.64%。其他平台使用比例较少。在访谈中发现，大家只会选择自己喜欢的主播所在的平台观看主播。一名为陈泽打赏 30 元的女生说自己只在有空的时候看陈泽的直播作为放松娱乐，认为他的直播内容非常搞笑。

学生周末及节假日观看直播时间情况。在 1108 份问卷中不观看

直播及周末及节假日平均每日观看直播时间不满 1 小时的有 882 人，占比 79.60%；超过 1 小时的有 226 人，占比 20.40%；超过 3 小时的有 61 人，占比 5.5%。



访谈学生周末及节假日观看直播时间情况。在访谈中发现未成年人观看直播总体时间不长。一名爱玩游戏的男生提出：“我只在游戏玩累的情况下看直播学习技术，平常基本不看直播。”一名周末平均每日游戏时间在 6—7 个小时的男同学表示：“看直播就是在浪费时间，本来休息时间就不多，不如自己玩几把游戏。”对此，我与几名不同年龄段的同学进行了深度的探讨，发现大家关注到直播的方式基本是在短视频浏览过程中弹出的直播内容。不过从时长来看，未成年人即使被弹出的直播内容所吸引，观看时间依旧不长。

学生直播打赏情况。问卷调研对象中不打赏的及花费在 30 元以内的有 1060 人，占比 95.67%；花费在 30 元以上的有 48 人，占比 4.33%。在 110 名访谈对象中，仅有 2 人有直播打赏的习惯，1 人每月花费在 30 元以内，1 人每月花费在 30—50 元之间。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/057125105030006142>