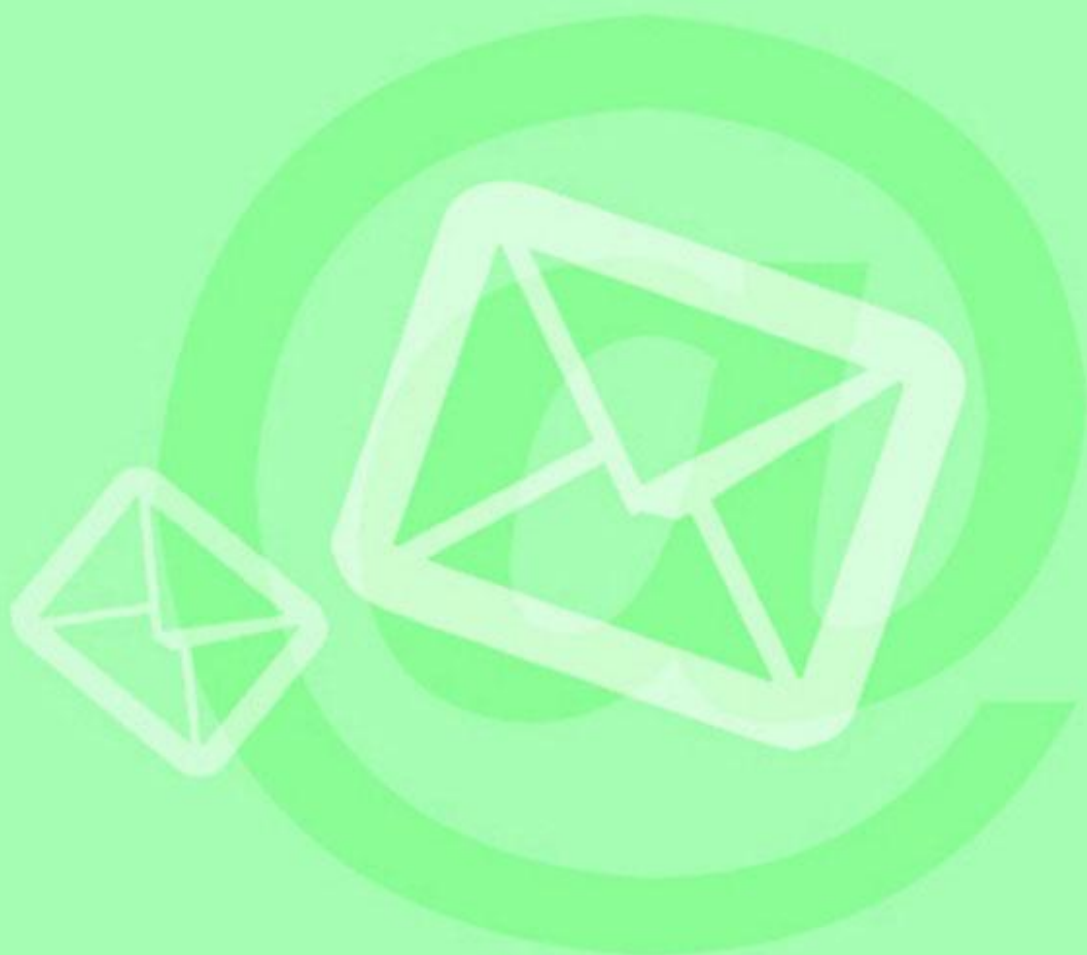




2016年下半年

中国反垃圾邮件状况 调查报告



中国互联网协会
Internet Society of China

反垃圾信息工作委员会

www.12321.cn

版权所有 违者必究

目录

I.	报告摘要	3
II.	报告正文	4
1.	用户日常使用的邮箱类型	4
2.	用户平均每周收到垃圾邮件的数量	4
3.	用户收到商业邮件的退订情况	6
4.	垃圾邮件造成的影响	7
5.	垃圾邮件浪费时间	8
6.	垃圾邮件处理方式	9
7.	有效防止垃圾邮件的方式	10
8.	用户安全使用邮箱情况	12
9.	邮件拦截功能情况	14
10.	用户对电子邮件服务的相关观点	15
III.	调查背景	17
IV.	调查目的	18
V.	调查内容	18
VI.	概念说明	19
VII.	调查方式	19
VIII.	研究方法	19
IX.	法律声明	20
X.	联系方式	21

I. 报告摘要

1. 2016 年下半年用户平均每周收到垃圾邮件 16.8 封，与上半年基本持平。

2. 本次调查的用户订阅的商业邮件中：50%的订阅邮件提供了退订方式；28%的订阅邮件没有提供退订方式；更有 22%的订阅邮件提供了退订方式，但退订不成功。没有提供退订方式和提供了但退订不成功的这两种做法都违反了《电子邮件服务管理办法》中关于商业邮件退订和拒收的规定。近半年在用户使用邮箱的过程中，有“曾经成功地退订过商业邮件”经历的网友有 61%；有“退订过商业邮件，但没成功”经历的网友占 49%。

3. 2016 年下半年调查显示：五成邮箱用户由于被垃圾邮件误导或被骗造成了经济损失。本次调查显示：用户认为垃圾邮件造成的主要影响是“浪费时间”（占比 79%）、“浪费设备及网络资源”（62%）和“影响情绪或心情”（59%）。“被误导、受骗，造成经济损失”（50%）虽然排名不在前三位，但造成的后果比较严重。垃圾邮件及相关的拦截措施还造成 35%的用户“正常邮件被拦到了垃圾箱”；27%的用户遭遇过“正常邮件收发不畅通”（重要邮件没有在收件箱和垃圾邮件箱）的情况，此类现象多发生在国际邮件来往方面，多是由于中外反垃圾邮件的策略差异所致。

4. 本次调查显示：高达 59%的用户邮箱登陆密码“从不更换，除非被盗”。13%的用户半年更换一次。13%的用户一年更换一次。仅 7%的用户一个月更换一次。12321 举报中心建议用户经常或定期更换邮箱密码，用字母、符号、数字 10 位以上的组合方式设置，且不要在不同网站使用相同的账号和密码，避免被黑客通过获取用户在 A 网站的账户从而尝试登录 B 网站的撞库攻击现象发生。在电子邮件已被各类网络应用广泛使用的情况下，邮件密码被盗往往会造成微信、支付宝等安全隐患。

5. 邮件内不明链接风险高，请勿点击。在安全使用邮箱方面：88%的用户认为邮件内的填写个人信息不安全；80%的用户“不打开内容中内嵌的按钮或链接”，71%的用户“不用邮箱密码作为其他注册信息的密码”，说明用户的安全意识在不断提高。12321 举报中心提醒用户：收到邮件后，尽量不点击邮件内的不明链接，更不要在邮件中直接填写个人卡号及身份信息。如需登录支付宝或网上银行，一定要通过在地址栏手工输入网址的方式进行登录。

6. 用户日常使用的邮箱中，对垃圾邮件拦截效果基本满意。选择满意的占 32%（非常满意 6%，满意 26%）；不满意的占 42%（非常不满意 13%，不满意 29%）。“对正常邮件基本不会拦截（没有误拦）”这一功能满意的占 47%（非常满意 9%；满意 38%）；不满意的 23%（非常不满意 6%；不满意 17%）。

II. 报告正文

2016 年下半年调查共收集有效问卷 2060 份，以下分析均基于有效的调查样本。

1. 用户日常使用的邮箱类型

2016 年下半年调查显示：92%的用户日常使用的都是个人邮箱，8%的用户使用企业邮箱，与上半年调查结果持平。

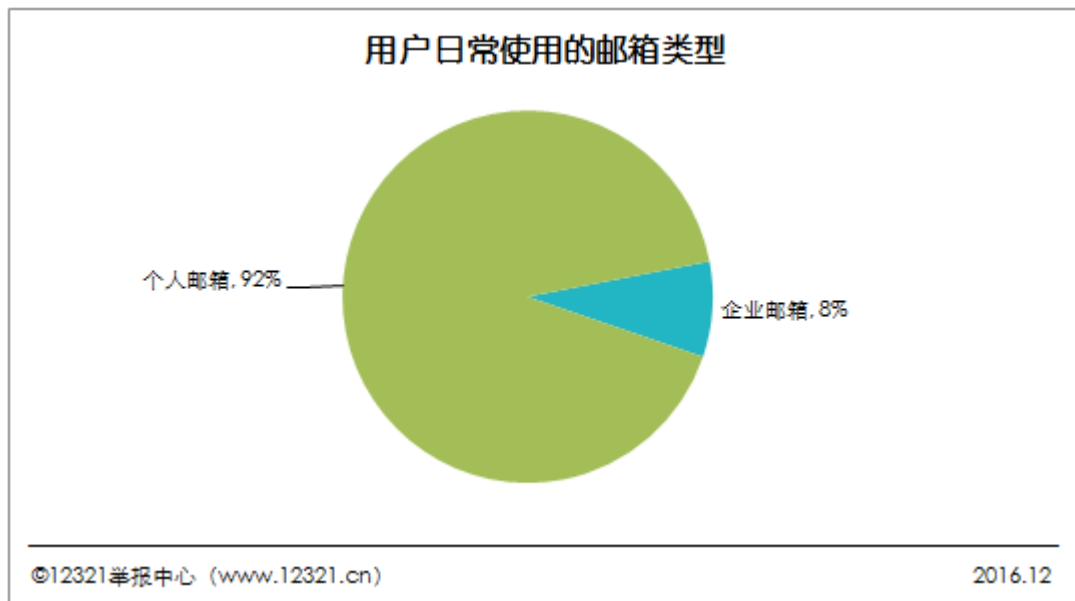


图 1

2. 用户平均每周收到垃圾邮件的数量

用户平均每周收到邮件的数量集中在 1-20 封以内，而垃圾邮件的数量集中在 1-10 封，占比 58%。

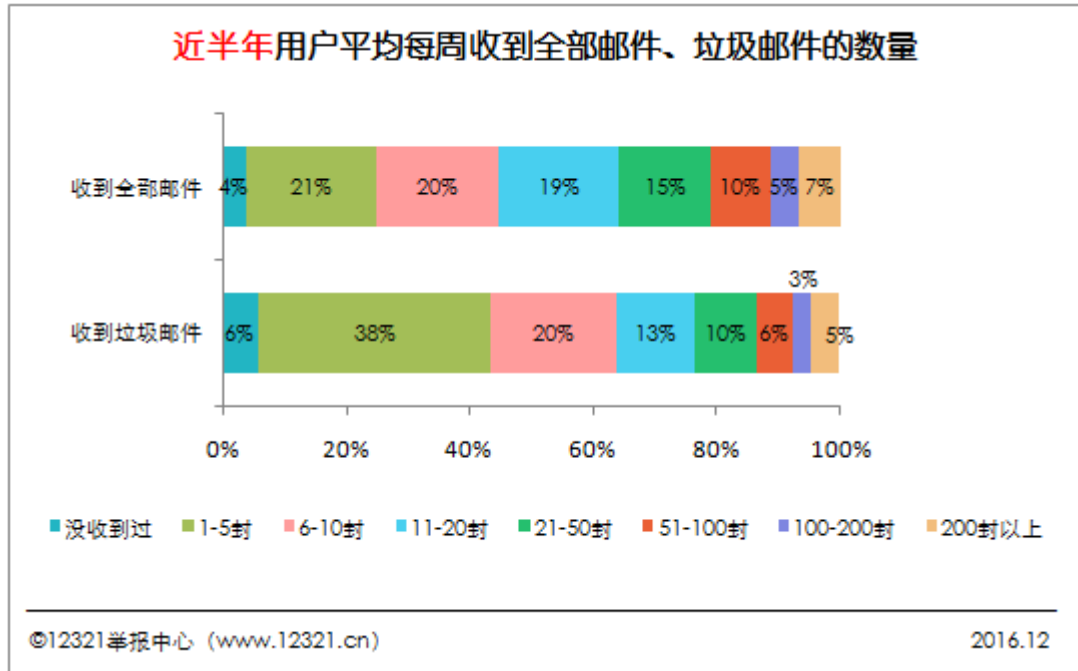


图 2

根据调查结果估算 2016 年下半年用户平均每周收到垃圾邮件 16.8 封，与上半年基本持平。

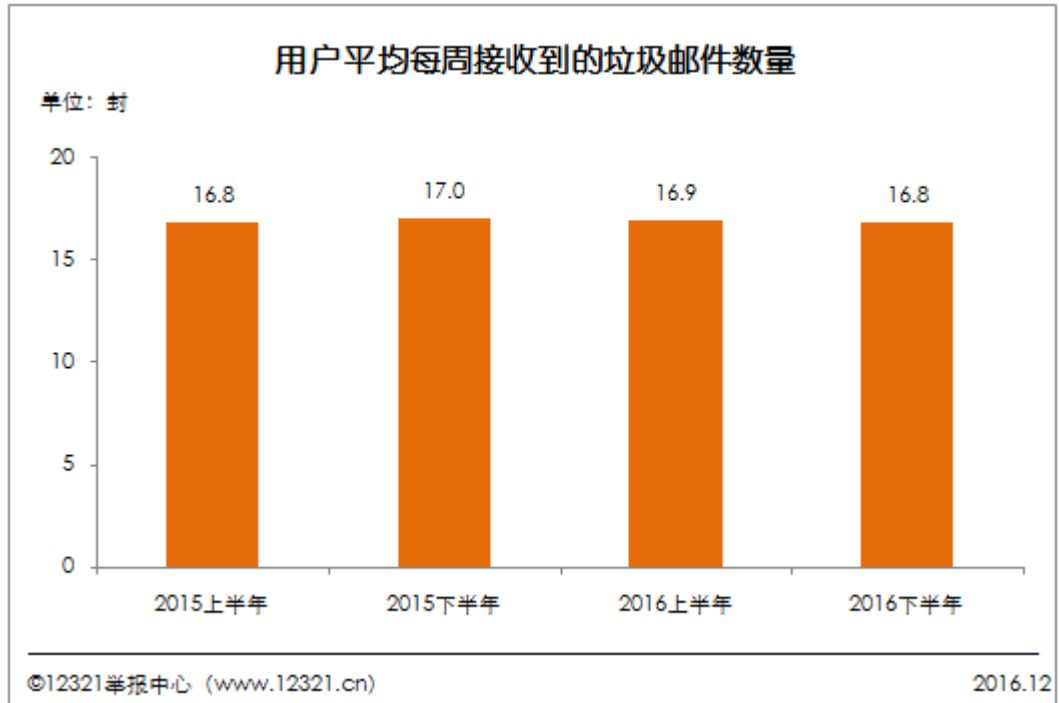


图 3

3. 用户收到商业邮件的退订情况

用户订阅的商业邮件中：50%的订阅邮件提供了退订方式；28%的订阅的邮件没有提供退订方式；更有22%的订阅邮件提供了退订方式，但退订不成功。没有提供退订方式和提供了但退订不成功的这两种现象都违反了《电子邮件服务管理办法》的第十四条中关于商业邮件退订和拒收的规定。

非用户订阅的商业邮件中：25%的非用户订阅邮件提供了退订方式；48%未提供退订方式。

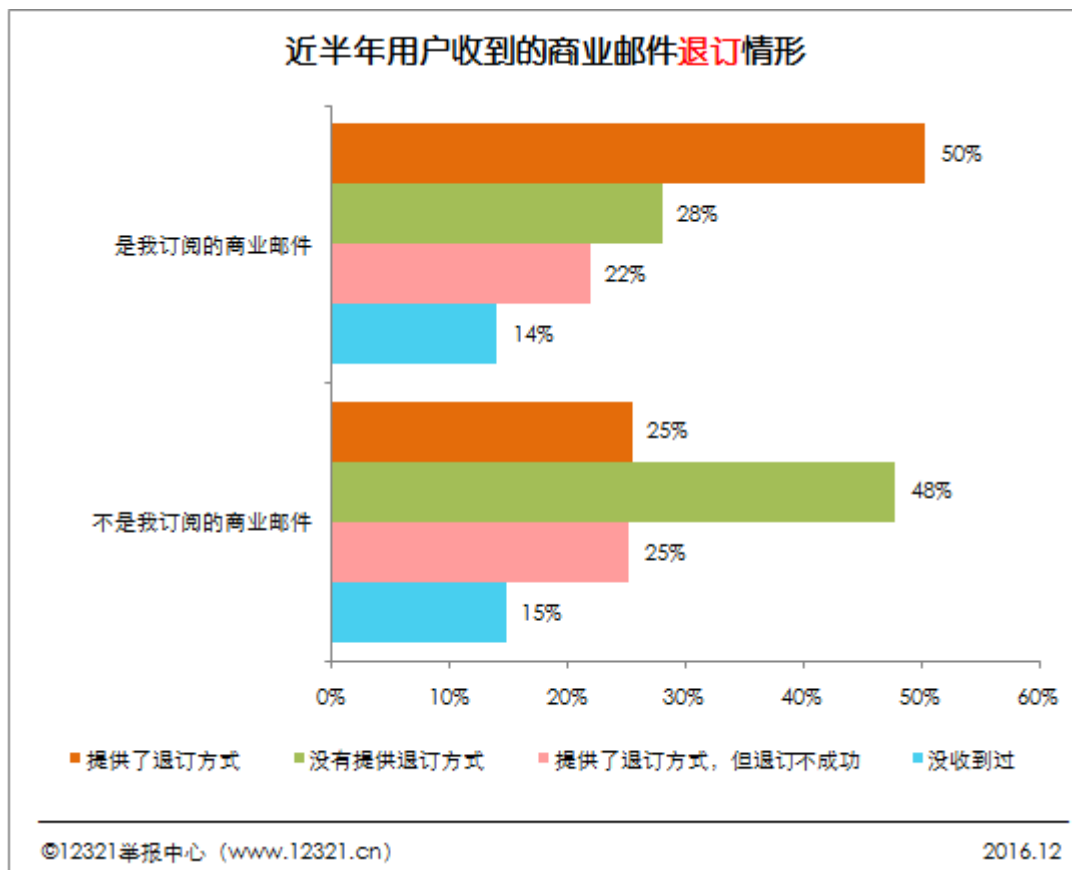


图 4

“曾经成功地退订过商业邮件”占61%；“退订过商业邮件，但没成功”的占49%。“正常邮件被投入垃圾邮件箱”占60%。“重要邮件没收到（收件箱和垃圾邮件箱都没有）”占45%。

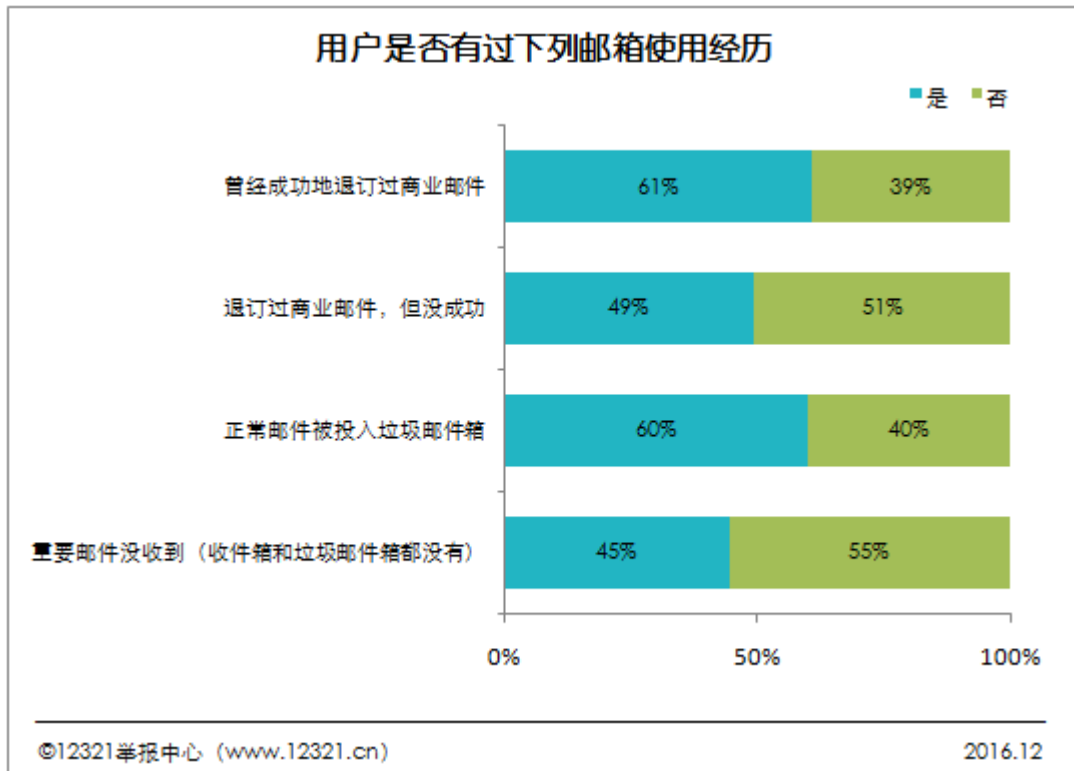


图 5

4. 垃圾邮件造成的影响

用户认为垃圾邮件造成的主要影响是“浪费时间”（占比 79%）、“浪费设备及网络资源”（62%）和“影响情绪或心情”（59%）。“被误导、受骗，造成经济损失”（50%）虽然排名不在前三位，但造成的后果比较严重。垃圾邮件还造成 35% 的用户“正常邮件被拦到了垃圾箱”；27% 的用户“正常邮件收发不畅通”。

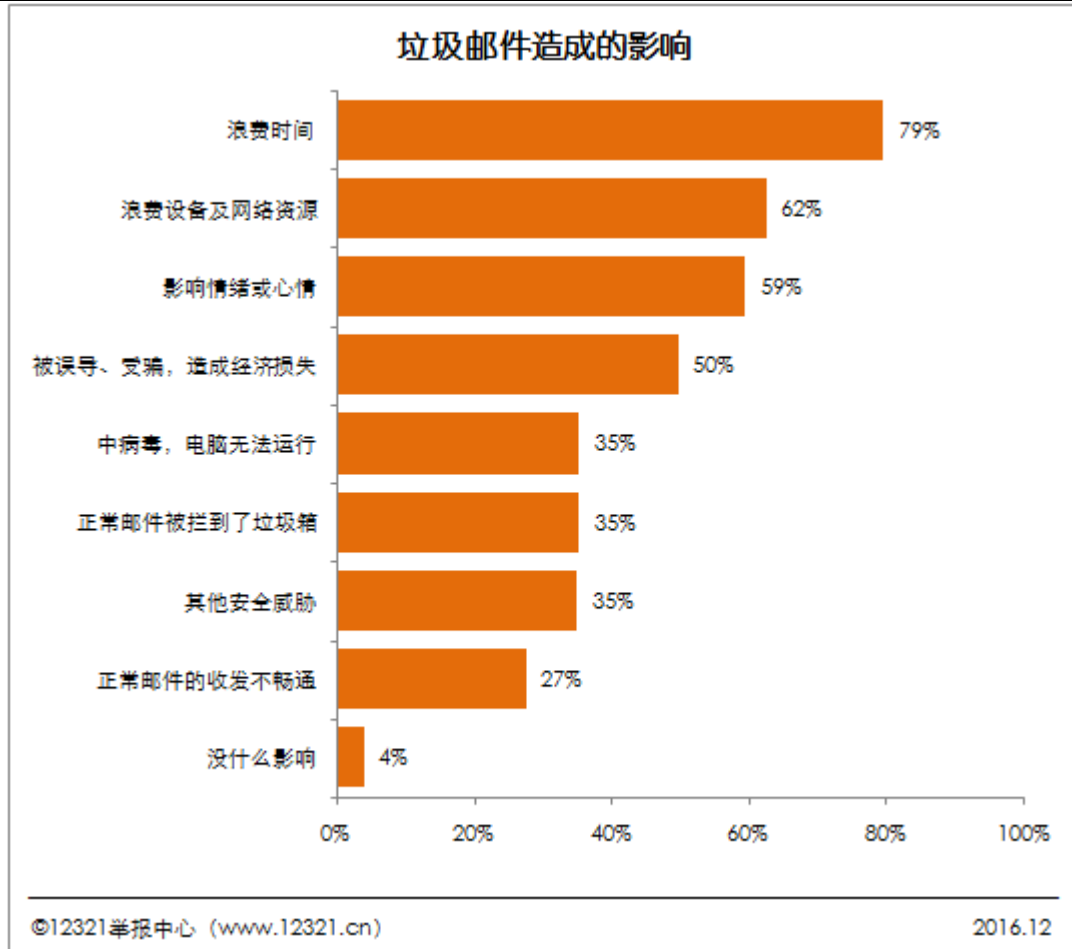


图 6

5. 垃圾邮件浪费时间

33%的用户平均每周浪费的时间在 5 分钟以内。其次是 6-10 分钟，占比 25%。花费 11-20 分钟的占 14%。结合下图，近半年，垃圾邮件平均每周花费用户的时间是 10 分钟，比 2016 年上半年调查增加了 0.8 分钟。

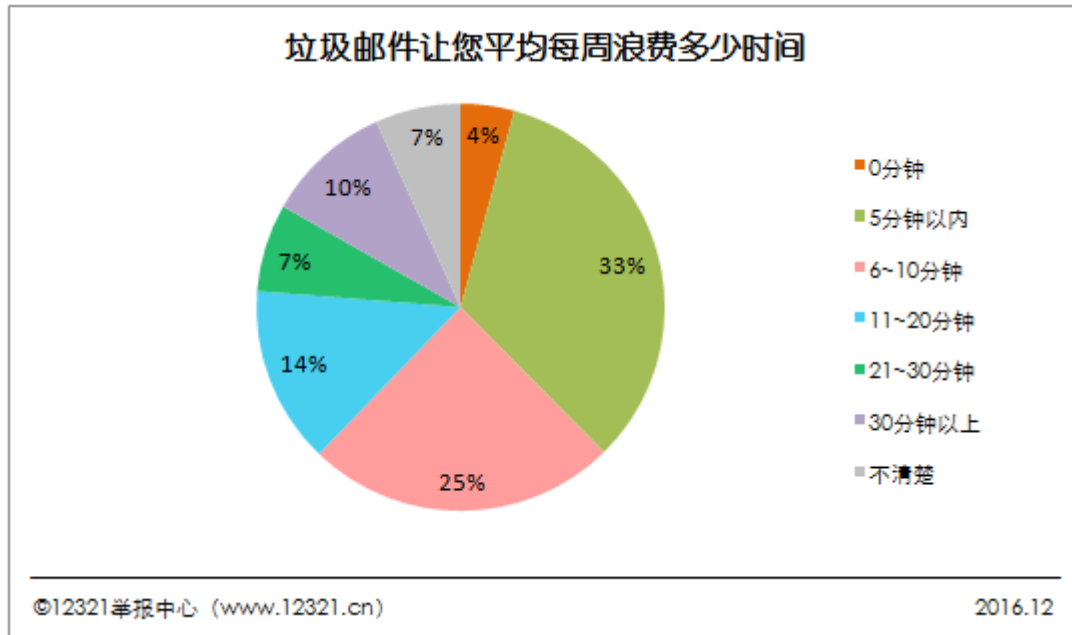


图 7

6. 垃圾邮件处理方式

“直接删除、转到垃圾邮件夹”是用户处理垃圾邮件的主要方式，占比 81%；其次是“将发件人拉黑（拒接列表）”，占比 53%；“不予理会”排第三位，占比 27%；“向邮件服务提供商投诉”和“向 12321 举报中心举报”的分别占 22%和 26%。还有 5%的用户会“回复斥责垃圾邮件发件人”，该方法非常不可取，不但起不到减少垃圾邮件的作用，还有可能被发送垃圾邮件的机构认为是活跃用户从而导致更多垃圾邮件的骚扰。因此建议用户通过正确的途径去处理垃圾邮件，如像 12321 举报中心或邮件服务提供商举报。

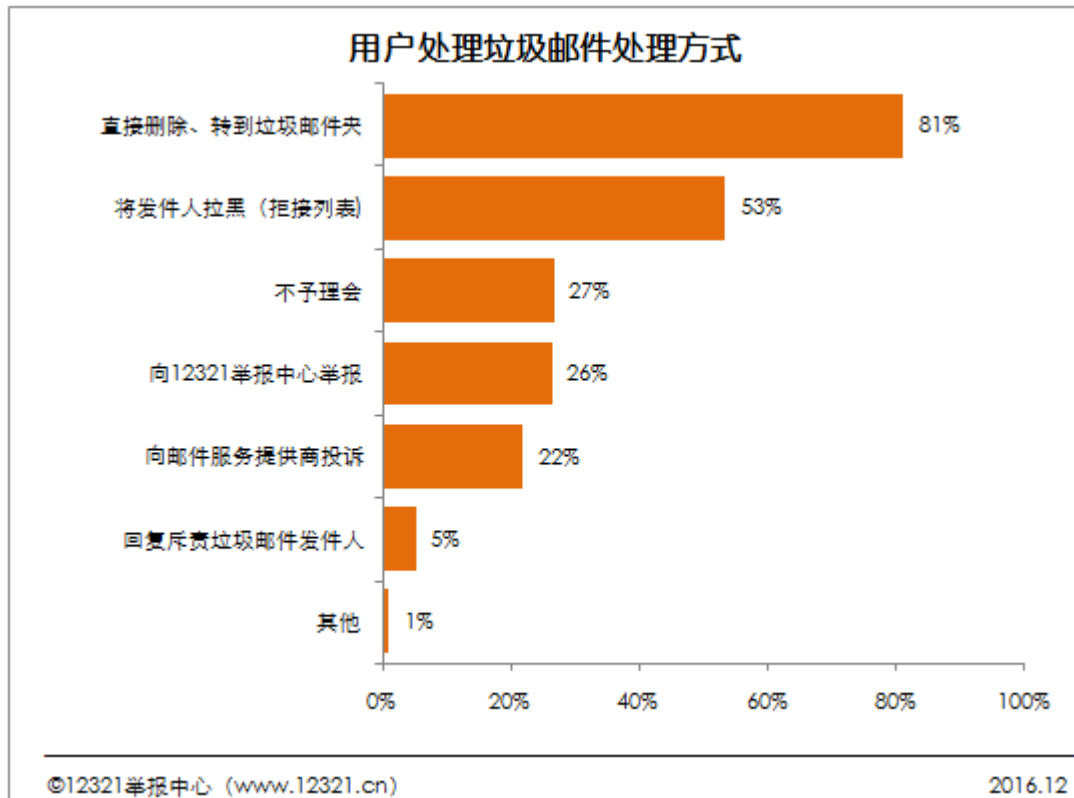


图 8

7. 有效防止垃圾邮件的方式

从用户个人角度来看：“不打开来路不明的邮件”（72%）、“不泄露个人邮箱地址”（70%）和“不轻易打开附件”（64%）是排名前三的用户处理垃圾邮件的方式。“邮箱账号不宜简单设置”（31%）的占比较低，使用数字字母组合的邮箱账号不能避免爬虫抓取，只有不留下邮箱地址，或者在地址中添加其他字符，才能干扰爬虫。

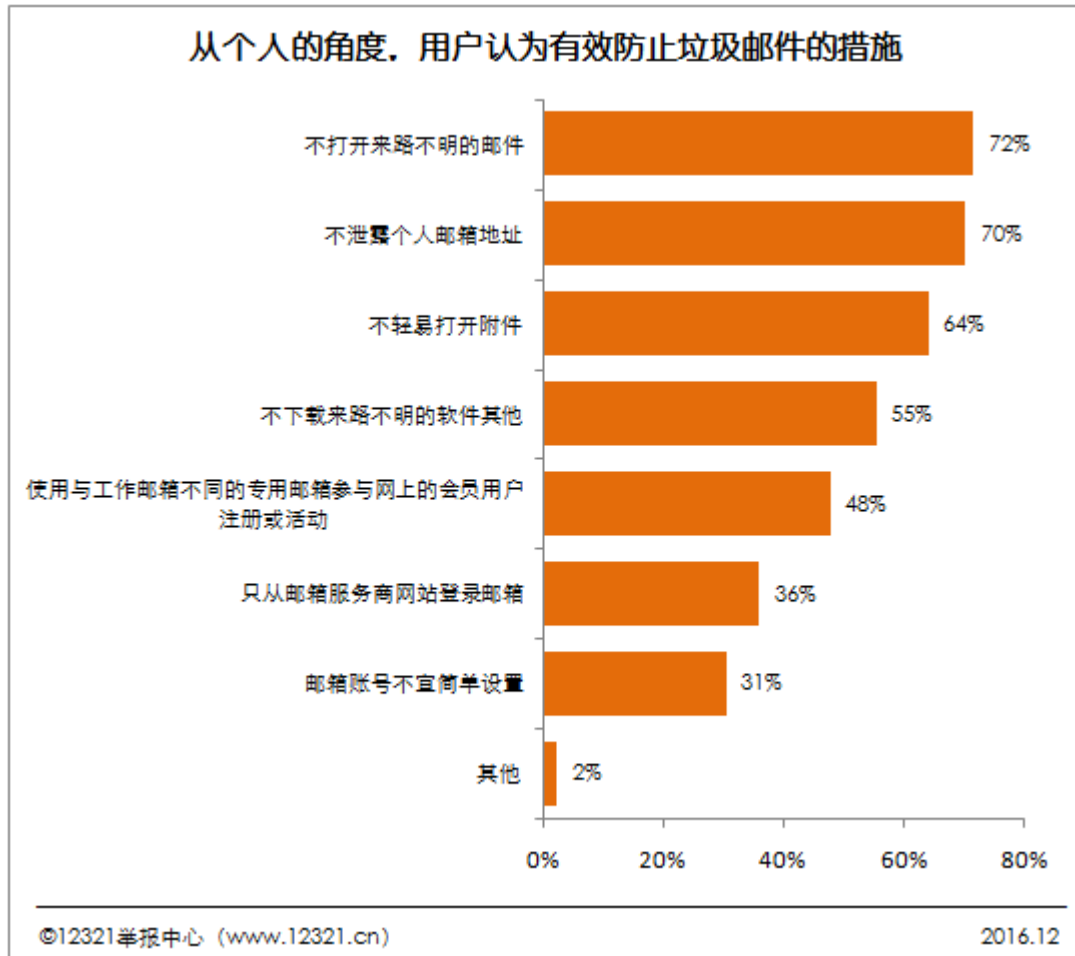


图 9

从宏观方面来看：用户认为有效防止垃圾邮件的措施是“完善举报与快速处理机制”（79%）；因此建议邮件服务提供商和相关举报投诉处理单位，在处理用户举报方面需要不断的优化和完善处理方式和处理机制。其次用户希望能通过技术手段来防止垃圾邮件的骚扰，“通过服务器端的技术拦截”占比 76%；通过“加强立法惩治垃圾邮件发送者”的占 73%。

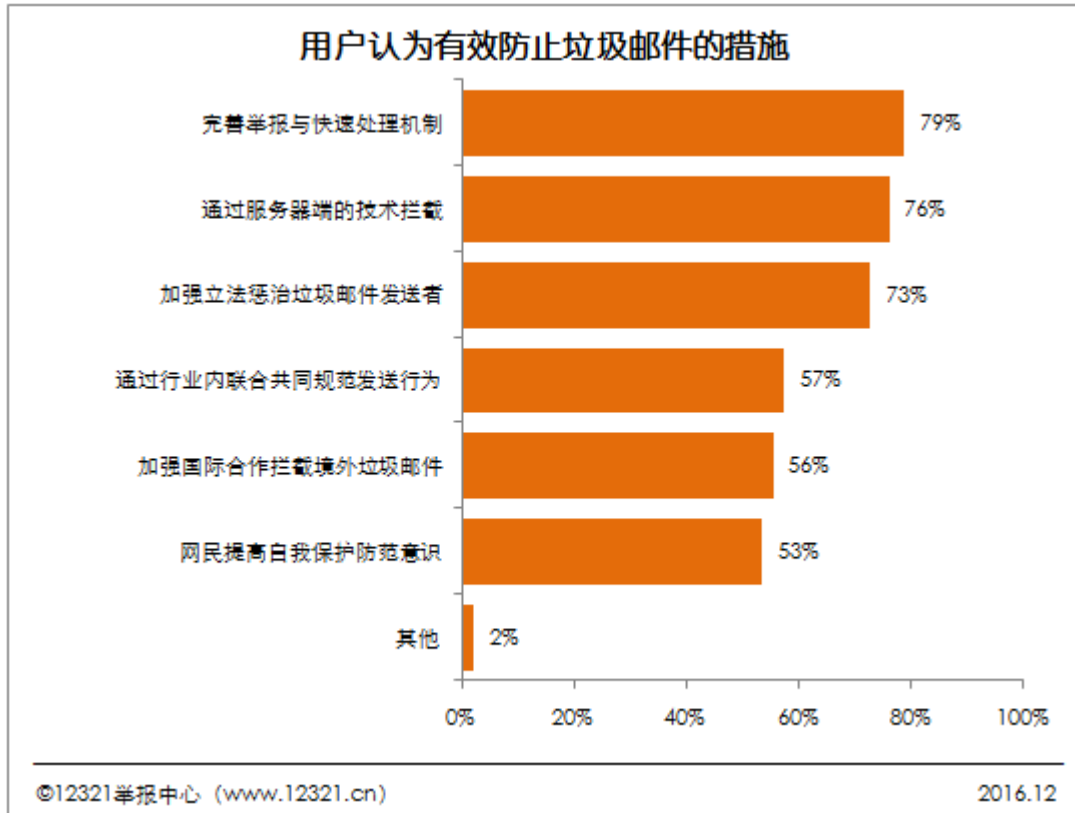


图 10

8. 用户安全使用邮箱情况

本次调查显示：高达 59%的用户邮箱登陆密码“从不更换，除非被盗”。13%的用户半年更换一次。13%的用户一年更换一次。仅 7%的用户一个月更换一次。12321 举报中心建议用户经常更换邮箱登陆密码，且用字母、符号、数字 10 位以上的组合方式设置邮箱密码。

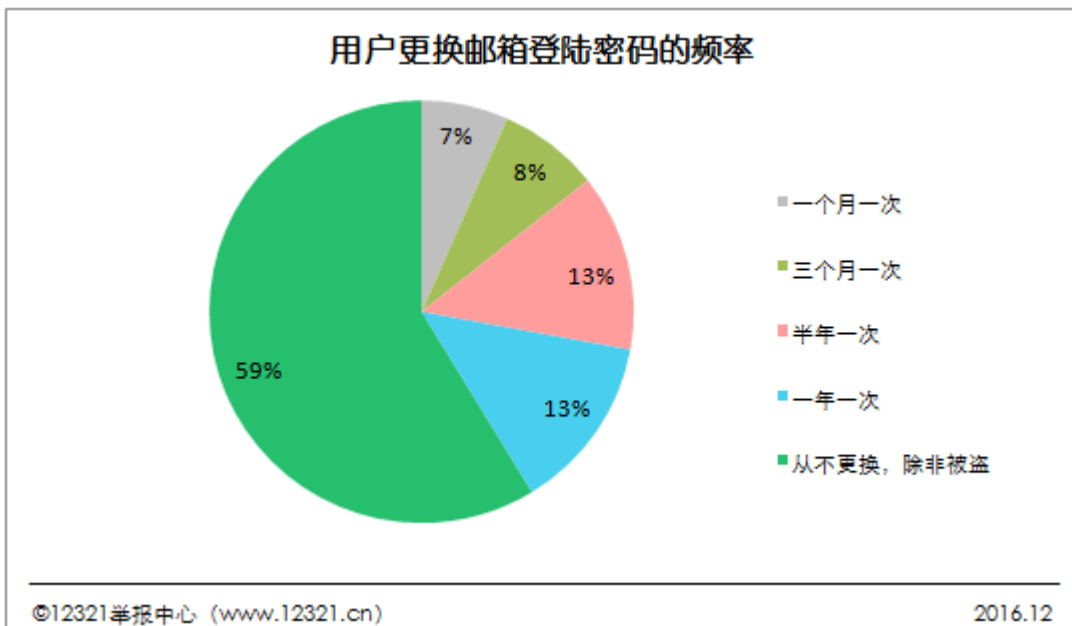


图 11

88%的用户认为邮件内的填写个人信息不安全；12%的用户认为安全。说明用户的安全意识在不断提高，12321 举报中心提醒用户：收到邮件后，尽量避免点击不明邮件和链接，更不要在邮件中直接填写个人卡号及身份信息。

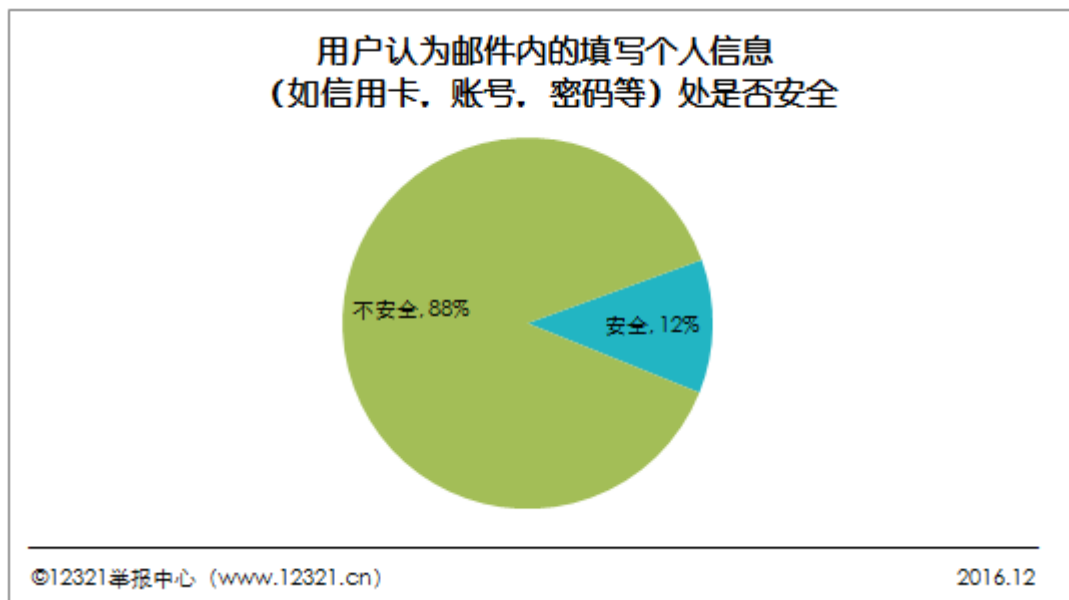


图 12

用户认为安全使用邮箱的方法有：“不打开内容中内嵌的按钮或链接”（占比 80%）和“不用邮箱注册密码作为其他注册信息的密码”（占比 71%）。

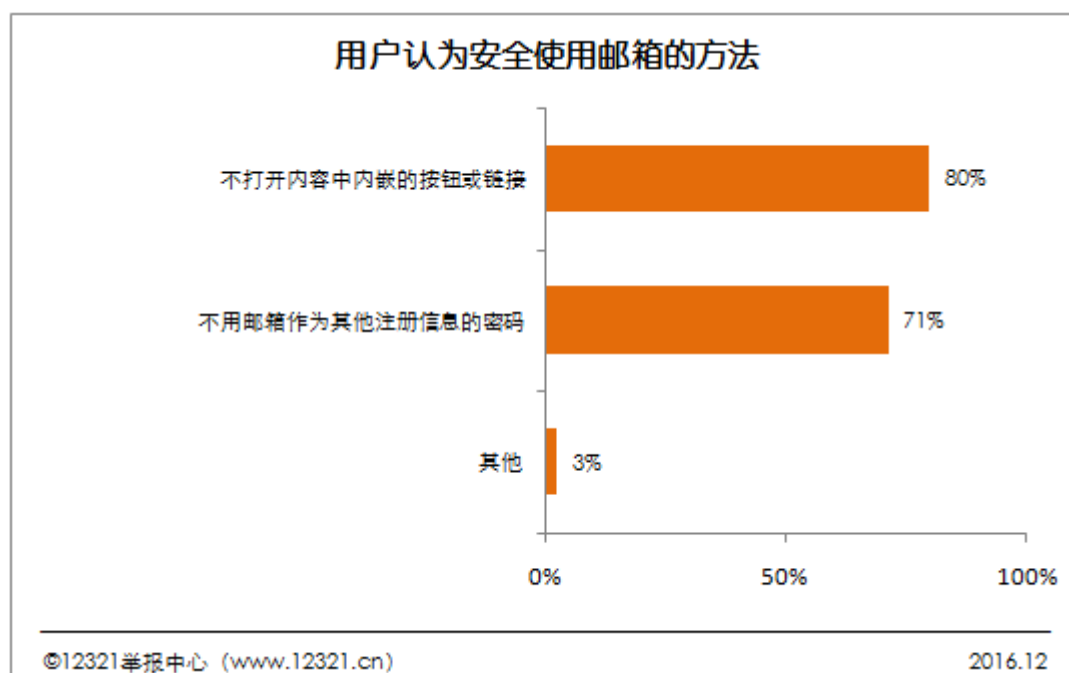


图 13

用户关注一封邮件的可信度：

“发件人名称”（占比 77%）、“发件人邮箱地址”（占比 75%）和“邮件标题”（占比 55%）是用户认为一封邮件是否可信的三个重要因素。其次还有“邮件链接指向”（45%）和“是否抄送其他不认识的邮箱地址”（39%）。

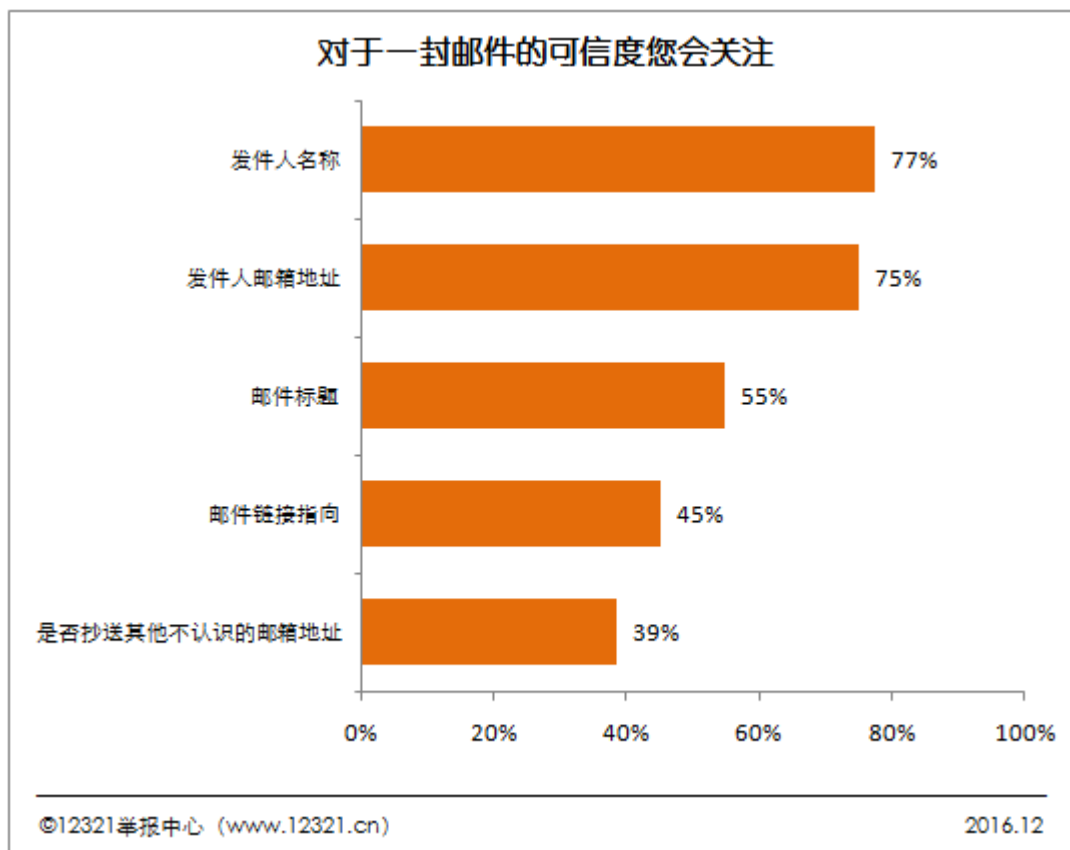


图 14

9. 邮件拦截功能情况

用户日常使用的邮箱中，对垃圾邮件拦截得住（没有漏拦）这一功能满意的占 32%（非常满意 6%，满意 26%）；不满意的占 42%（非常不满意 13%，不满意 29%）。

“对正常邮件基本不会拦错（没有误拦）”这一功能满意的占 47%（非常满意 9%；满意 38%）；不满意的 23%（非常不满意 6%；不满意 17%）。

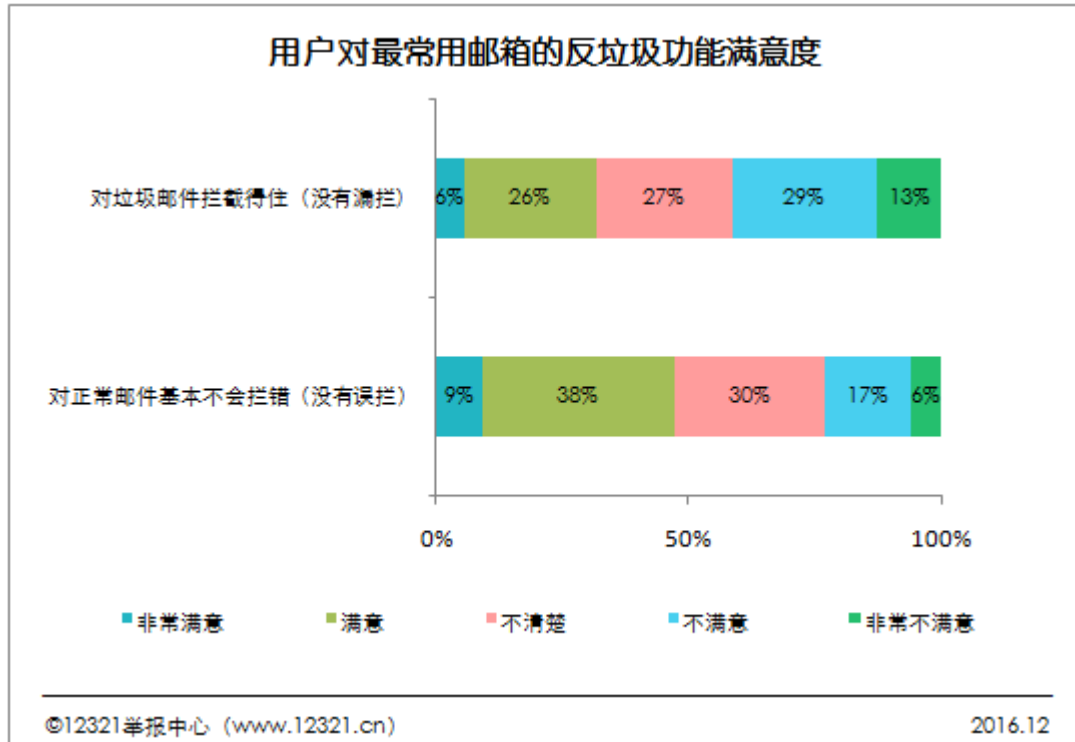


图 15

10. 用户对电子邮件服务的相关观点

76%的用户同意“我希望邮箱有白名单列表功能，避免正常的邮件进入垃圾箱”这一邮箱功能。

“相信通过举报可以减少垃圾邮件”的有 64%。

“尽量不点击邮件里的链接”的有 82%。

“我留电子邮件地址是只希望收到服务类信息（如：信用卡账单）”的有 64%。

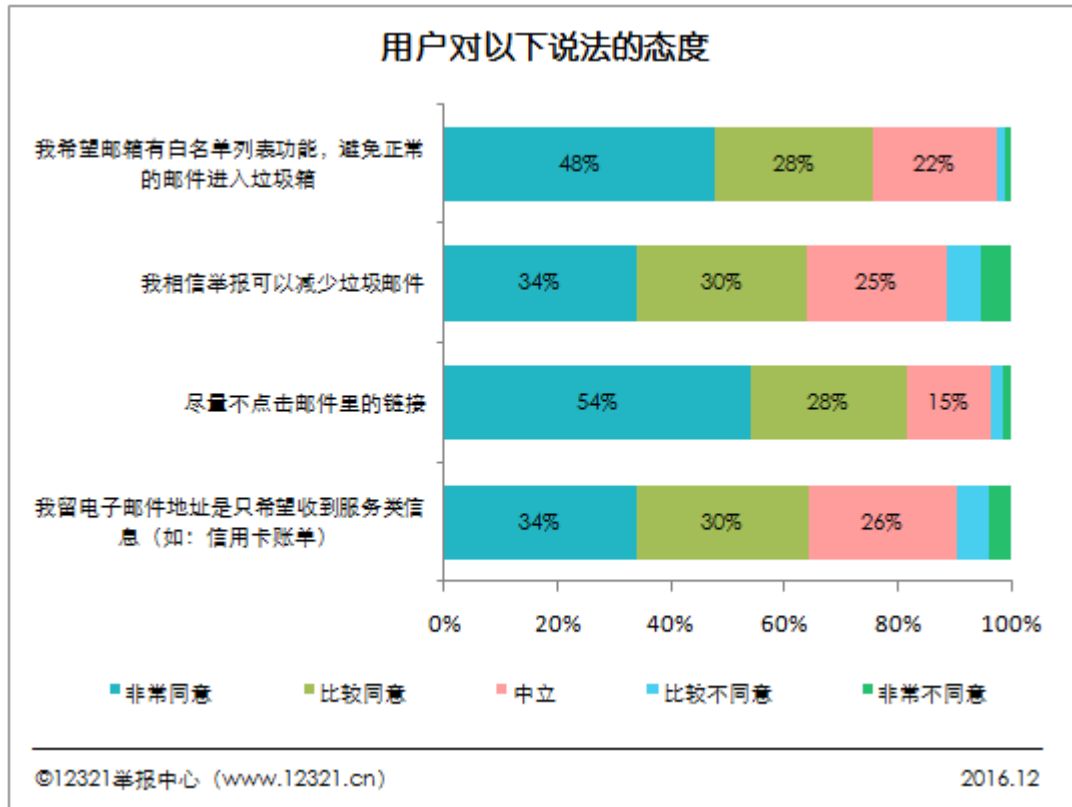


图 16

III. 调查背景

电子邮件是使用最为广泛的互联网产品之一，是人们日常工作和生活的交流工具，发挥越来越重要的作用。与此同时，垃圾邮件的出现破坏了和谐的网络文明，浪费互联网资源和网民的时间，引起社会各界的高度关注。深入开展针对垃圾邮件的调查，对于了解我国垃圾邮件的综合状况，有效的制定垃圾邮件治理措施和评估反垃圾邮件工作成果，有着十分重要的意义。

中国互联网协会在反垃圾邮件方面坚持“堵疏并重、破立并举”的垃圾信息治理理念，结合工信部领导对互联网信息“法律规范、行政监管、行业自律、技术保障、普教宣传、国际合作”综合治理体系要求，开展的一系列反垃圾邮件活动及服务。

1. 承担垃圾邮件举报受理工作，发布举报受理月度报告
2. 长期开展反垃圾邮件状况调查并发布调查报告
3. 举办《互联网电子邮件服务管理办法》、《电子邮件营销规范》等研讨会
4. 长期开展电子邮件服务器管理员培训及反垃圾信息公开课
5. 连续 12 年举办反垃圾邮件相关高层论坛
6. 陆续举办 12321 全国反垃圾邮件总动员活动
7. 多次组织反垃圾邮件国际组织交流会
8. 研究建设反垃圾综合处理平台

同时，以反垃圾邮件综合处理平台及中国反垃圾邮件联盟黑名单为技术核心，为国内外邮箱服务提供商、邮件营销服务提供商、自建邮件服务器企业及相关组织和安全厂商提供 CBL（垃圾邮件黑名单）、公共电子邮件 ITES 服务、垃圾邮件预警与处置系统、电子邮件服务信息备案及认证等服务。

中国反垃圾邮件状况调查由中国互联网协会组织，12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心（以下简称 12321 举报中心）和中国互联网协会反垃圾信息工作委员会共同承办，旨在通过网络问卷的形式，调查中国垃圾邮件的现状，用户对垃圾邮件的行为态度，分析垃圾邮件对我国用户的影响，为政府及相关部门规范电子邮件服务产业秩序，提高电子邮件服务质量和水平提供科学依据。该调查报告发布后受到业内的重视，被国内外相关领域广泛引用。中国反垃圾邮件状况调查从 2005 年开始每季度开展一次，此为第四十二次调查。

中国互联网协会反垃圾信息工作委员会成立于 2014 年 8 月 25 日，前身为成立于 2005

年 12 月 9 日的反垃圾邮件工作委员会。成员单位主要是由基础电信运营商、网络服务提供商、电信增值业务提供商、电子邮件服务提供者、移动互联网服务提供商等代表组成。

本委员会的宗旨是团结互联网行业企业及社会各界共同促进垃圾邮件、垃圾短信、骚扰电话、垃圾传真、不良 APP、不良网站等网络不良和垃圾电子信息及侵害网民权益行为的治理工作。主要职责是组织制定相关服务标准和规范，维护行业整体利益，保护网民的合法权益，开展多方位的国际和区域性反垃圾信息的交流与合作，提高电子信息服务质量和管理水平，治理网络不良和垃圾信息，促进我国互联网行业的健康、有序发展。

IV. 调查目的

1. 了解中国网民电子邮箱使用的总体状况
2. 研究垃圾邮件的总体状况
3. 研究垃圾邮件的主要内容
4. 研究用户对垃圾邮件举报处理情况
5. 研究用户对电子邮箱反垃圾功能的满意度
6. 探究垃圾邮件的治理对策
7. 追踪调查垃圾邮件的治理成效
8. 为政府及相关部门治理垃圾邮件提供参考

V. 调查内容

1. 用户收发、使用电子邮件状况
2. 用户对邮箱的反垃圾功能满意度情况
3. 用户电子邮箱的垃圾邮件状况
4. 用户对垃圾邮件态度及处理方式
5. 垃圾邮件治理措施分析
6. 垃圾邮件问题与治理新趋势

VI. 概念说明

垃圾邮件：根据中华人民共和国通信行业标准 YD/T 1311—2004《防范互联网垃圾电子邮件技术要求》，垃圾邮件是指收件人事先没有提出要求或者同意接收的广告、电子刊物、各种宣传性的电子邮件以及隐藏发件人身份、地址或者含有虚假的信息源、发件人、路由等信息的电子邮件。

手机邮箱：泛指可通过手机登陆，并可查看处理邮件的电子邮箱服务。

VII. 调查方式

本调查采用了网络问卷调查的方式。

1. 调查对象：目标为使用电子邮箱的全体网民
2. 调查范围：全国范围（不包括港、澳、台地区）
3. 调查时间：2016 年 12 月 1 日~2016 年 12 月 31 日
4. 网上联机调查：将问卷放置在 12321 举报中心（<http://www.12321.cn>）的网站、官方微博、官方微信上，同时在全国知名的 ICP/ESP 网站上设置问卷链接入口，由网民主动参与填写问卷的方式来获取信息。

VIII. 研究方法

1. 问卷设计

本次调查为第四十二次调查，采用新版调查问卷。

问卷针对广大互联网用户电子邮箱使用情况、垃圾邮件状况、满意度与治理探究等主题设置三个模块，每个模块设置 2 到 3 个问题不等。以单选、多选、限选为主。

问卷的设计基于电子邮件的发展和垃圾邮件状况的变化，以及实际研究需要，在历次调查研究的基础之上，完善问卷结构，优化问卷问题和选项。

2. 质量控制

回答有效性控制：针对收回的问卷，随机抽取样本问卷做回访测试，邀请对问卷中部分问题，重新作答，评估问卷整体的可靠程度。

问卷题型设计：尽量避免设计开放型问题，降低用户填答以及后续在统计分析过程中处

理工作繁琐程度。适度设置半开放选项是为了增加问卷选择答案的完备性同时，压缩问卷备选答案数目。在问卷答案设置中非关键特征、指标合并处理。

问卷回答的逻辑性控制：问卷在代码设计的时候，自动实现其逻辑控制。主要通过两种方式限制，1) 按问卷顺序，前者问题或选项对后续问题或选项的活性限制。2) 在问卷计算机实现的时候，把具有逻辑关系的问题或选项，映射为程序关系。此方式主要控制无效数据产生，保证问卷数据的逻辑有效性。

问卷回答的完整性控制：在问卷的完整性控制的实现上，通过程序检测受访者问卷回答情况，提醒受访者完整填写问卷，并根据分析研究需要，设置分布提交，提高问卷中各相对独立模块的回答完整性。

样本处理及数据分析过程控制：针对收回样本，对重复性填写，及未满足基本完整性，恶意性填写等做基本数据清理，汇总选型情况，评估各指标情况，处理异常值的影响，多方法评估指标值，排除异常样本的影响，根据分析对数据进行预处理。

3. 分析研究

单指标分析研究，汇总统计各选项情况，从比率、频度，以及选项的趋势集中程度，离散趋势等做描述性分析，指标历史数据趋势对比，及对指标横向对比等方法来研究。

图表图形呈现，通过条形图，柱形图，折线图，饼图等对各问题调查结果给予可视化展现，直观的体现各指标，变量的结构比例，趋势集中程度等特征。利于读者更好的把握调查结果以及分析，研究得出的结论。

体系性指标研究，通过模型构建，指标合成等方法搭建固定综合性指标，综合性反映邮件使用方面及垃圾邮件方面的情况，目前用垃圾邮件平均数指标，垃圾邮件比例指标，投诉举报率指标，邮箱满意度指标，垃圾邮件处理耗时指标等。

IX. 法律声明

本报告为 12321 举报中心（www.12321.cn）与中国互联网协会反垃圾信息工作委员会共同制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的保护。未经过本中心书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

本报告中发布的调研数据部分采用网络调查问卷获得，其数据受到样本结构的影响及数量的影响。部分数据未能够准确反映真实市场情况。所以，本报告只提供给使用者作为参考资料，报告制作方对因使用该报告产生的任何后果不承担法律责任。

X. 联系方式

地址：北京市复兴门南大街 2-乙号天银大厦 A 东座 10 层 1001 室

邮编：100031

电话：(010) 66414321

传真：(010) 66414320

网站：www.12321.cn