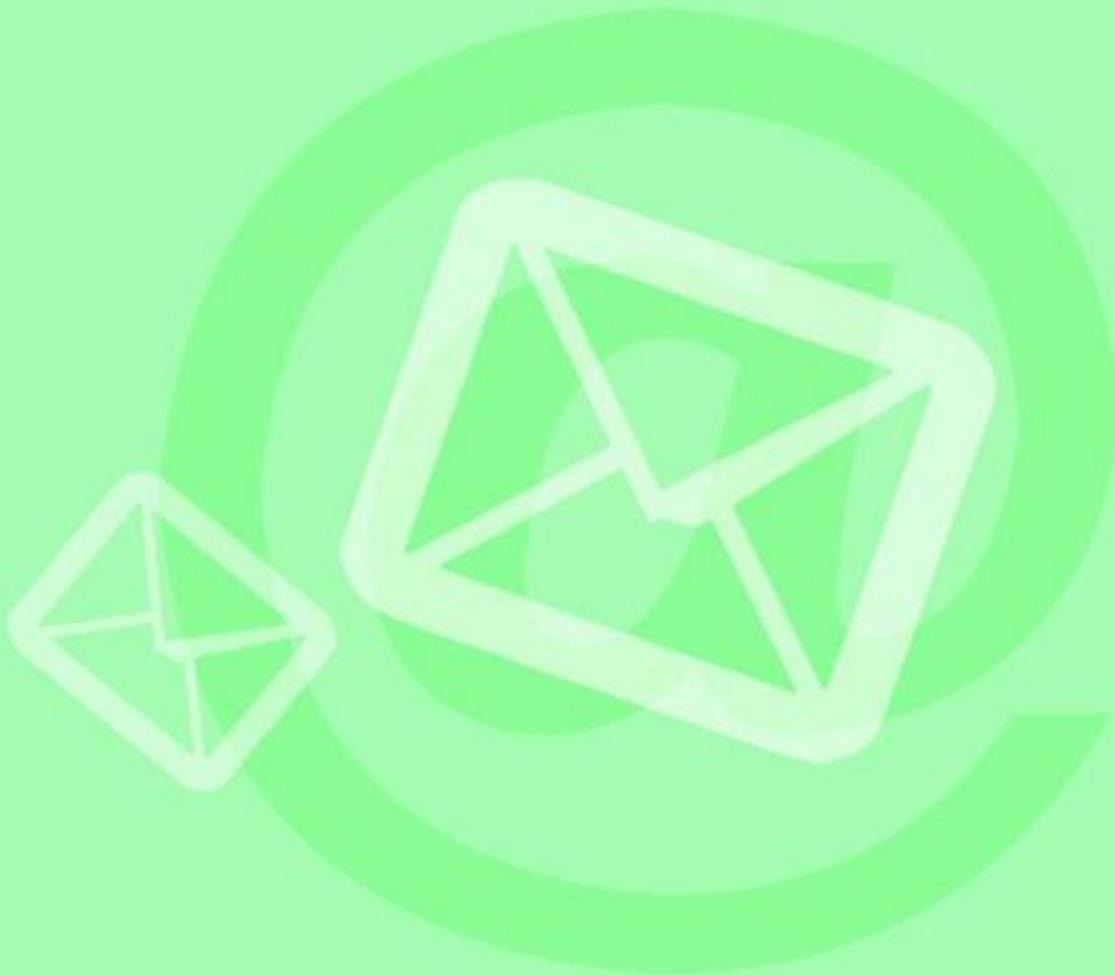




2014 年第二季度

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.	调查背景	4
II.	调查目的	4
III.	调查内容	4
IV.	概念说明	5
V.	调查方式	5
VI.	研究方法	5
VII.	报告摘要	7
VIII.	报告正文	8
1.	电子邮箱用户使用电子邮件状况	8
1.1	电子邮箱用户收发电子邮件方式.....	8
1.2	用户最常使用电子邮箱情况.....	9
1.3	电子邮箱用户每周接收邮件数量.....	9
1.4	电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度.....	10
1.5	用户电子邮箱收到商业邮件情况.....	11
2.	用户电子邮箱的垃圾邮件状况.....	12
2.1	用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度	12
2.2	电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量	13
2.2.1	电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量.....	13
2.2.2	不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量.....	14
2.3	用户电子邮箱每周收到的垃圾邮件内容	15
2.3.1	用户每周收到的商业广告垃圾邮件内容及增长趋势.....	15
2.3.2	用户每周收到的涉嫌违法垃圾邮件内容及增长趋势.....	17
2.4	垃圾邮件给电子邮箱用户造成的影响	19
2.4.1	垃圾邮件给电子邮箱用户造成的影响.....	19
2.4.2	电子邮箱用户处理垃圾邮件耗费时间情况.....	20
3.	电子邮箱用户对垃圾邮件的态度及处理方式.....	21
3.1	电子邮箱用户处理垃圾邮件方式.....	21
3.2	垃圾邮件治理措施分析.....	22
3.2.1	电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施.....	23
3.2.2	电子邮箱用户对垃圾邮件举报的态度.....	23
3.2.3	12321 举报中心受理垃圾邮件举报内容	24



4.	垃圾邮件问题与治理新形势	25
4.1	国内垃圾邮件治理工作综述.....	25
4.2	全球垃圾邮件问题与治理	25
5.	附：图表目录	27
IX.	鸣谢.....	28
X.	法律声明	28
XI.	联系方式	28

I. 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各界的重视，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，此为第三十七次调查。

II. 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

III. 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

IV. 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。

V. 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：2014 年 6 月 11 日~2014 年 7 月 12 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。
5. 本次调查共收回3896份问卷，其中有效问卷共3542份。

VI. 研究方法

1. 问卷设计

本次调查为第三十七次调查，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 4 到 8 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视觉化展现，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。

VII. 报告摘要

1. 本次调查自2014年6月11日至7月12日，共收回3896份问卷，其中有效问卷共3542份。
2. 使用笔记本/台式机打开网页邮箱是用户收发电子邮件的最主要途径，占比78.2%；由于移动终端的逐渐普及，经常或偶尔使用手机/平板电脑打开网页邮箱和邮箱软件的用户各占68.7%和54.6%，成为用户收发电子邮件的重要方式。
3. 用户最常使用的电子邮箱中，个人邮箱用户占比93.4%，企业/单位/学校邮箱用户占比6.6%，单位邮箱用户和个人邮箱用户对最常用邮箱的反垃圾功能满意度差距不大。
4. 用户电子邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量为16.3封，环比上升4.9封，同比上升1.8封。电子邮箱用户平均每周收到的邮件中，垃圾邮件比重为43.5%，环比上升5.3个百分点，同比上升6.3个百分点。
5. 用户电子邮箱收到的商业广告垃圾邮件内容占比前五名分别为网站推广类(60.5%)、教育培训类(38.6%)、旅游交通类(29.6%)、金融保险类(28.9%)和IT产品推销类(22.5%)。用户电子邮箱收到的涉嫌违法垃圾邮件内容占比前五名分别为欺诈信息类(45.7%)、违法出售票、证类(30.1%)、色情、暴力类(24.2%)、非法金融活动类(23.8%)和赌博类(19.1%)。
6. 电子邮箱用户仍旧认为“浪费时间”是垃圾邮件造成的最重要危害，本季度占比81%，环比增长8%；“影响情绪或心情”危害环比上升高达18%，同比增长高达33%。
7. 电子邮箱用户选择“直接删除、转到垃圾邮件夹”作为处理垃圾邮件方式的占比仍居首位，达83%，环比上升18个百分点，同比无变化；“向邮件服务提供商投诉”和“向12321举报中心举报”的用户比例前两个季度都出现上升趋势，本季度分别环比下降26%和9%，下降至近一年最低点。
8. 电子邮箱用户认为“通过服务器端的技术拦截(69.8%)”、“加强立法惩治垃圾邮件发送者(62.8%)”和“完善举报与快速处理机制(62.2%)”三项是最有效的垃圾邮件治理措施。
9. 2014年第二季度12321举报中心受理垃圾邮件举报23614件次，在中文垃圾邮件举报内容中，违法出售票证类、会展类、网站推广类等占到用户举报的大多数，占比分别是32%、21%和17%。

VIII. 报告正文

1. 电子邮箱用户使用电子邮件状况

1.1 电子邮箱用户收发电子邮件方式

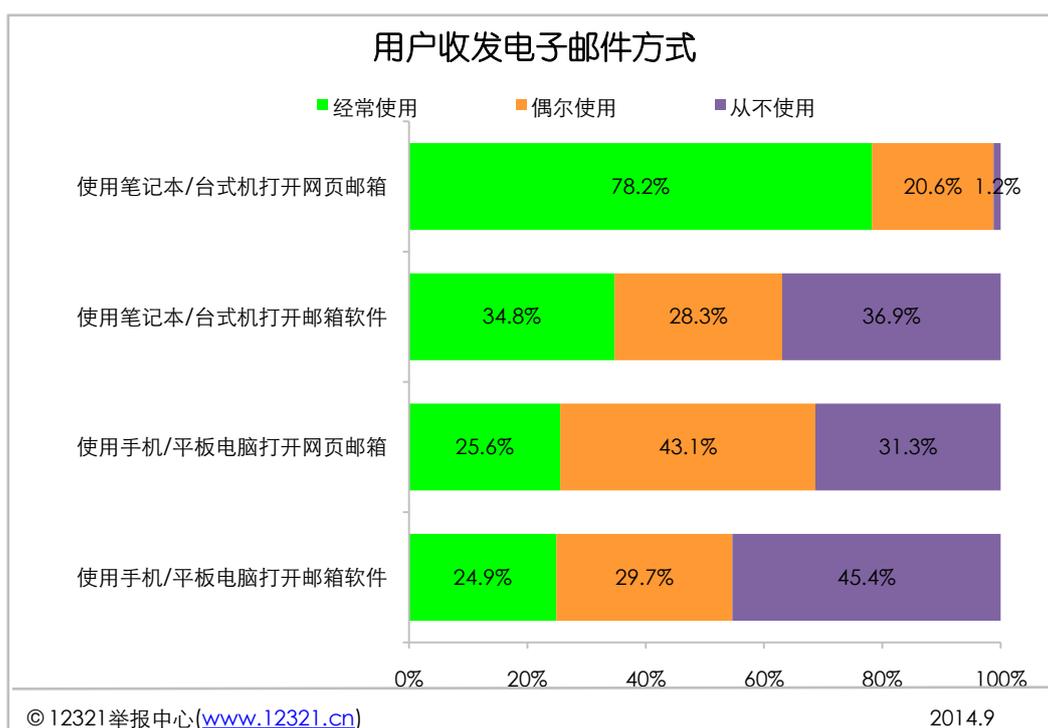


图 1 用户收发电子邮件方式

本次调查共收回 3896 份问卷，其中有效问卷共 3542 份。如图 1 所示，参与调查的网民（后续若非特别指明，所有分析均基于有效调查样本），经常使用笔记本/台式机打开网页邮箱的用户占 78.2%，经常使用笔记本/台式机打开邮箱软件的用户占 34.8%，前项高于后项 43.4 个百分点；经常使用手机/平板电脑打开网页邮箱的用户占 25.6%，经常使用手机/平板电脑打开邮箱软件的用户占 24.9%。以上说明使用笔记本/台式机打开网页邮箱是用户收发电子邮件的最主要途径。

经常或偶尔使用手机/平板电脑打开网页邮箱的用户占 68.7%，经常或偶尔使用手机/平板电脑打开邮箱软件的用户占 54.6%，以上两种收发电子邮件的途径都超过 50%，说明由于移动终端的逐渐普及，手机/平板电脑已成为用户收发电子邮件的重要终端。

1.2 用户最常使用电子邮箱情况



图 2 用户最常使用电子邮箱情况

如图 2 所示，通过对用户最常使用邮箱调查发现，九成以上（93.4%）用户最常使用的邮箱是个人电子邮箱，最常使用企业/单位/学校邮箱的用户占 6.6%。

1.3 电子邮箱用户每周接收邮件数量

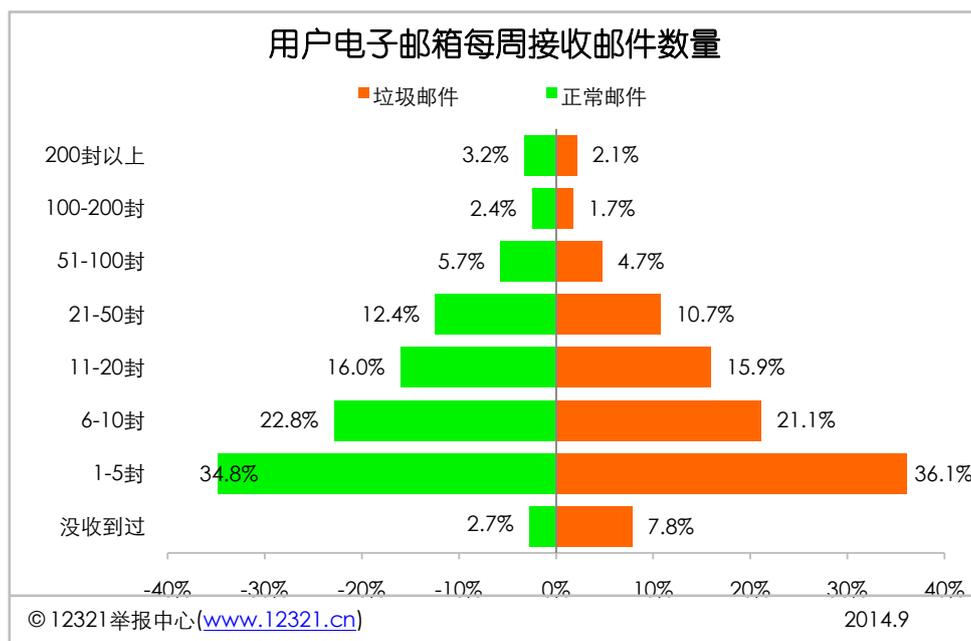


图 3 用户电子邮箱每周接收邮件数量

如图 3 所示，根据调查结果估算，用户电子邮箱平均每周接收到的正常邮件数量为 21.2 封，垃圾邮件数量为 16.3 封。平均每周收到正常电子邮件数量在 50 封以下的用户占 86%，20 封以下占 73.6%，10 封以下占 57.6%；平均每周收到垃圾电子邮件数量在 50 封以下的用户占 83.8%，20 封以下占 73.1%，10 封以下占 57.2%。

1.4 电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度

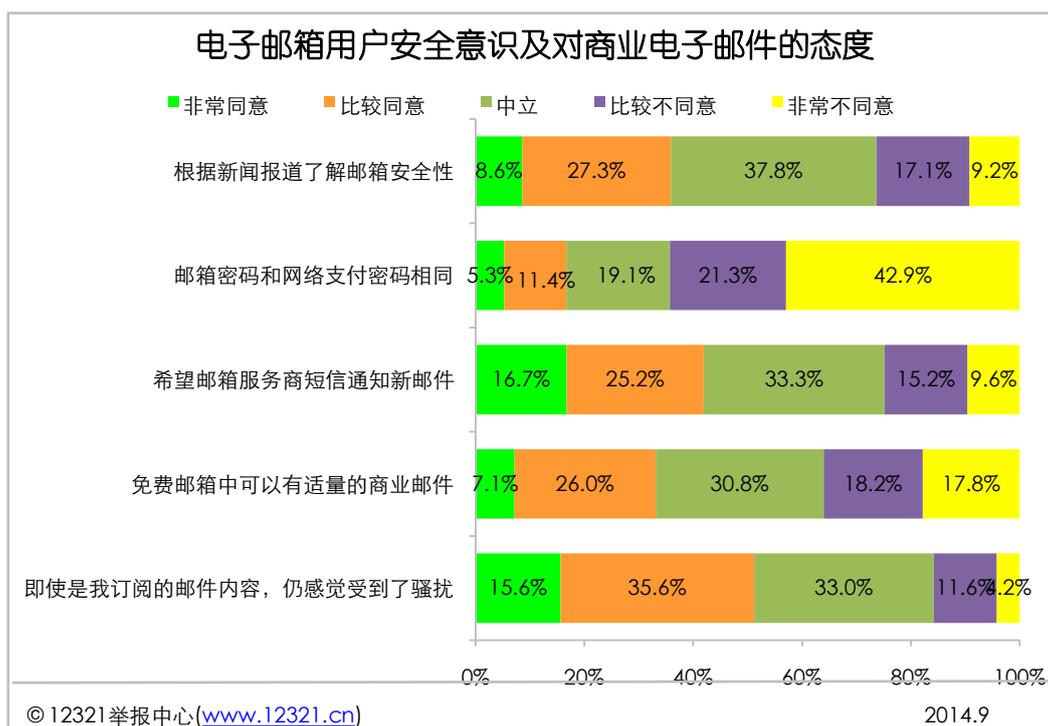


图 4 电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度

如图 4 所示，从电子邮箱用户的安全意识来看，64.1%的用户不根据或不完全根据新闻报道了解邮箱安全性，这部分用户具备自主判断邮箱是否安全的能力；42.9%的用户没有把邮箱密码设置成网络支付密码，具有较强的网络安全风险防护意识。

从电子邮箱用户对商业邮件的态度来看，有三分之一的用户同意“免费邮箱中可以有适量的商业邮件”，六成多用户表示对“免费邮箱中可以有适量的商业邮件”不反对，但仍有一半的用户表示“即使是订阅的商业邮件，仍感觉受到了骚扰”。以上互为矛盾的两种态度，说明一方面电子邮箱用户并不排斥收到商业邮件，另一方面，由于商业邮件发送不够规范，导致用户经常收到不需要的订阅信息，从而产生了抵触情绪。

1.5 用户电子邮箱收到商业邮件情况

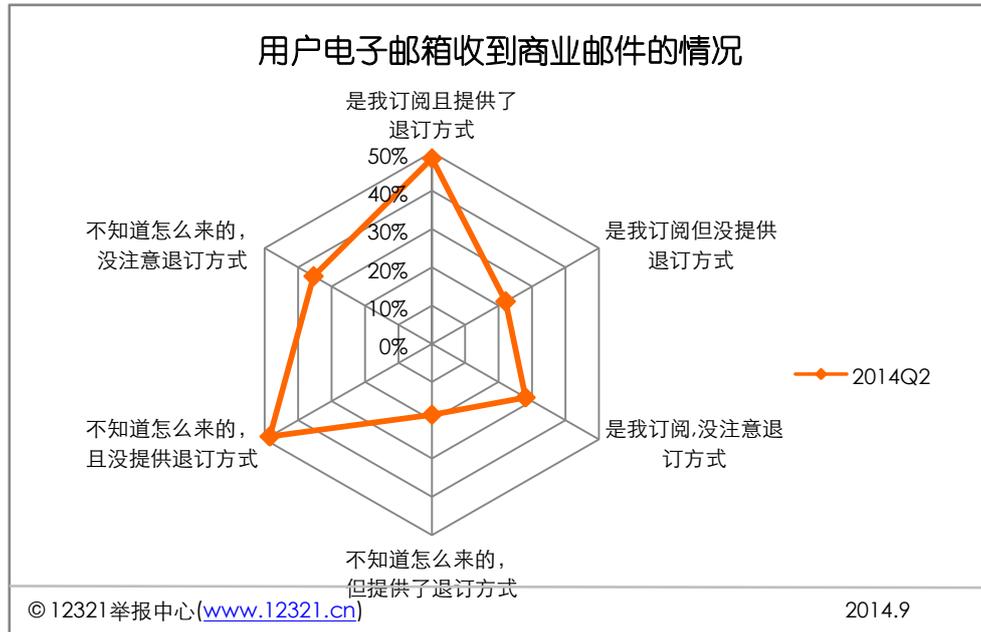


图 5 用户电子邮箱收到商业邮件的情况

如图 5 所示，从用户收到商业电子邮件及其退订的情形来看，22.1%的用户选择“是我订阅但没提供退订方式”，48.5%的用户选择“不知道怎么来的，且没提供退订方式”，18.5%的用户选择“不知道怎么来的，但提供了退订方式”，35.4%的用户选择“不知道怎么来的，没注意退订方式”，这几类商业邮件都未遵守我国工业和信息化部颁布的《互联网电子邮件服务管理办法》，说明目前行业内商业邮件的发送行为比较混乱，需要进一步加以规范。

2. 用户电子邮箱的垃圾邮件状况

2.1 用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度

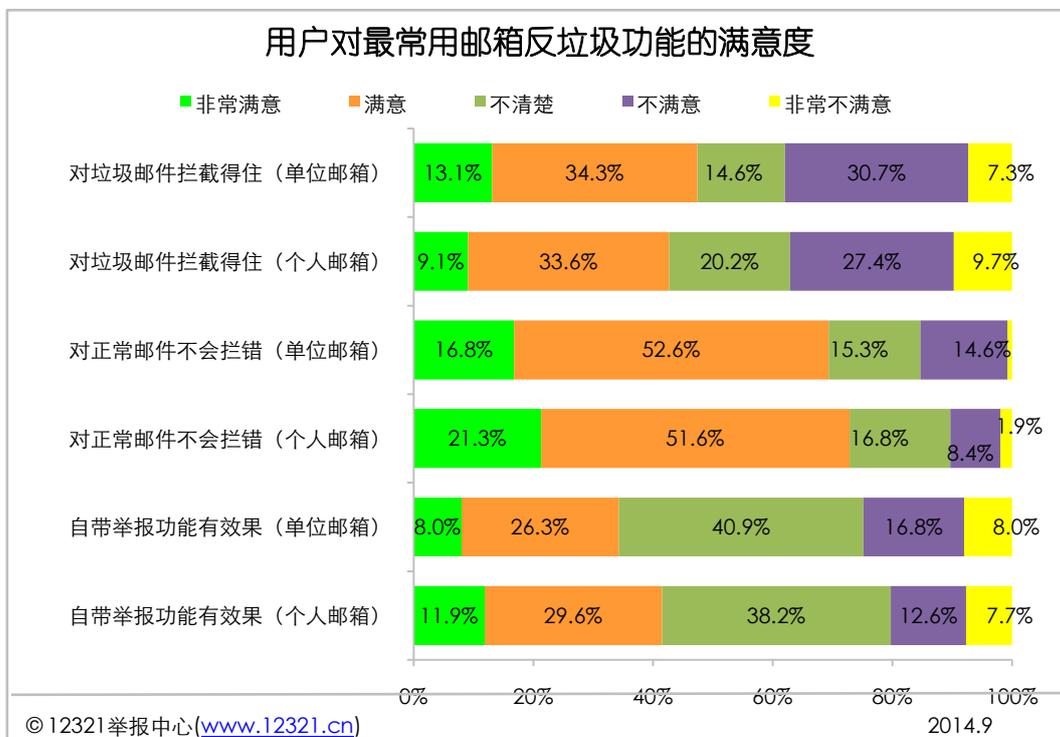


图 6 用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度

如图 6 所示，单位邮箱指企业/单位/学校邮箱，个人邮箱指个人使用的收费/免费邮箱。从用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度来看，单位邮箱与个人邮箱的反垃圾功能满意度差距并不大，基本在 5 个百分点以内。具体表现为：“对垃圾邮件拦截得住”表示满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 4.7 个百分点，表示不满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 0.9 个百分点。“对正常邮件不会拦错”表示满意的占比个人邮箱高出单位邮箱 3.5 个百分点，表示不满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 5 个百分点。“自带举报功能有效果”表示满意的占比个人邮箱高出单位邮箱 7.2 个百分点，表示不满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 4.5 个百分点。主要原因是在反垃圾邮件综合治理号召下，邮件服务提供商不仅重视付费单位邮箱，对个人邮箱也相应投入了更多的服务来管理、遏制垃圾邮件。

2.2 电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

2.2.1 电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

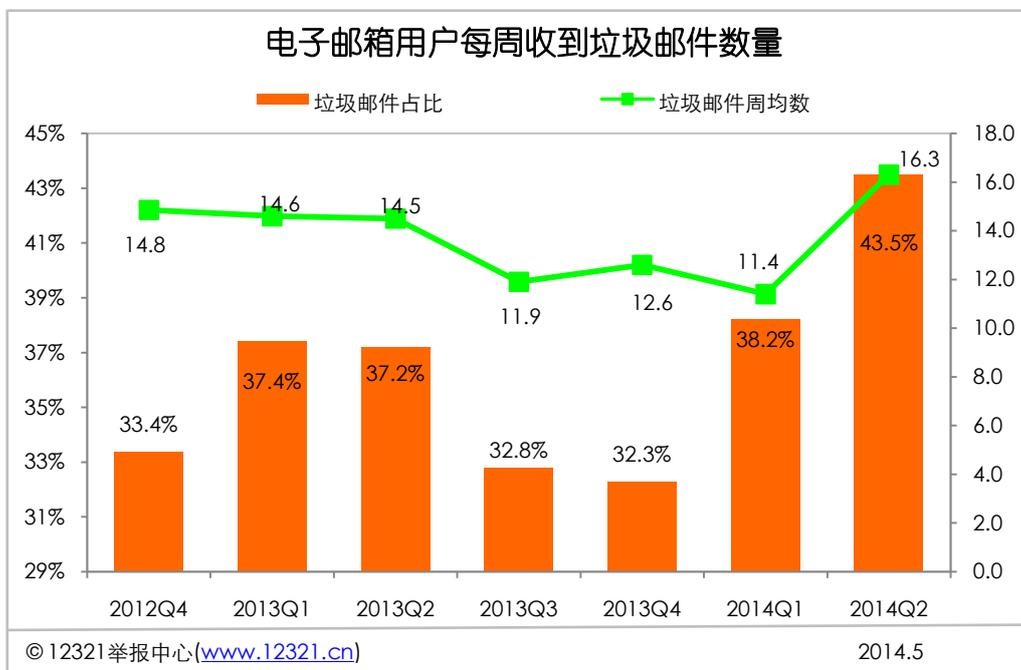


图 7 电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

如图 7 所示，根据调查结果估算，2014 年第二季度，中国电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量为 16.3 封，环比上升 4.9 封，同比上升 1.8 封，从年度走势来看，本季度平均每周收到垃圾邮件数量突然升高。电子邮箱用户平均每周收到的邮件中，垃圾邮件占比例为 43.5%，环比上升了 5.3 个百分点，同比上升了 6.3 个百分点。

2.2.2 不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

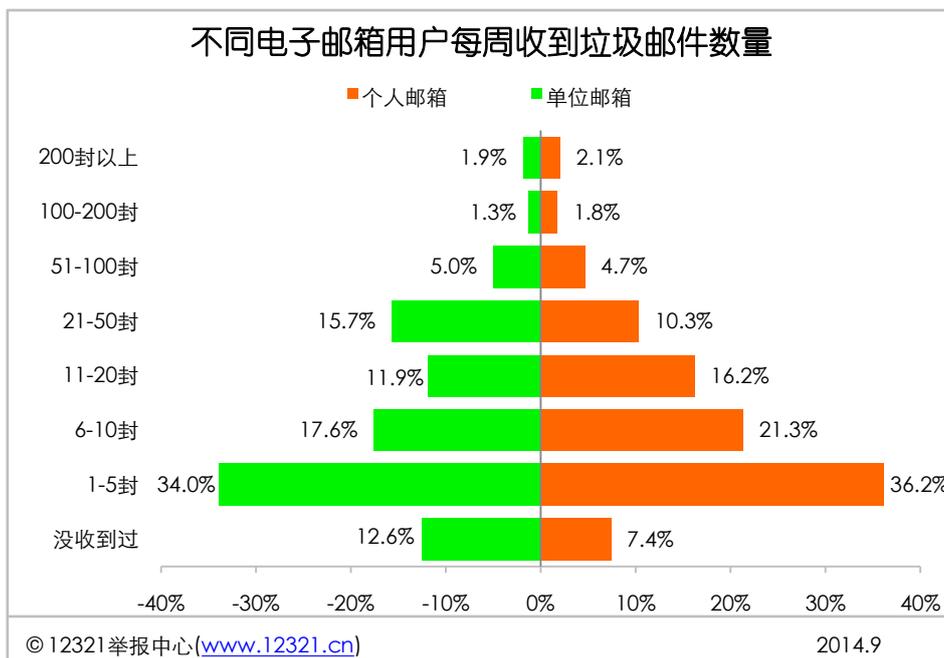


图 8 不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

如图 8 所示，根据调查用户近三个月最常使用的电子邮箱为准，单位邮箱平均每周收到垃圾邮件数量在 50 封以下的用户占 79.2%，个人邮箱平均每周收到 50 封以下垃圾邮件的用户占 84%，说明两类邮箱每周收到垃圾邮件数量都集中在 50 封以下，且数量差距在 5 个百分点内。

其中，收到 21-50 封垃圾邮件的单位邮箱用户占 15.7%，高于个人邮箱用户 5.4 个百分点；收到 11-20 封垃圾邮件的个人邮箱用户占 16.2%，高于单位邮箱用户 4.3 个百分点；收到 6-10 封垃圾邮件的个人邮箱用户占 21.3%，高于单位邮箱用户 4.7 个百分点。

根据本季度调查结果估算，单位邮箱用户平均每周收到的垃圾邮件具体数量为 16.1 封，个人邮箱平均每周收到的垃圾邮件具体数量为 16.4 封。

2.3 用户电子邮箱每周收到的垃圾邮件内容

2.3.1 用户每周收到的商业广告垃圾邮件内容及增长趋势

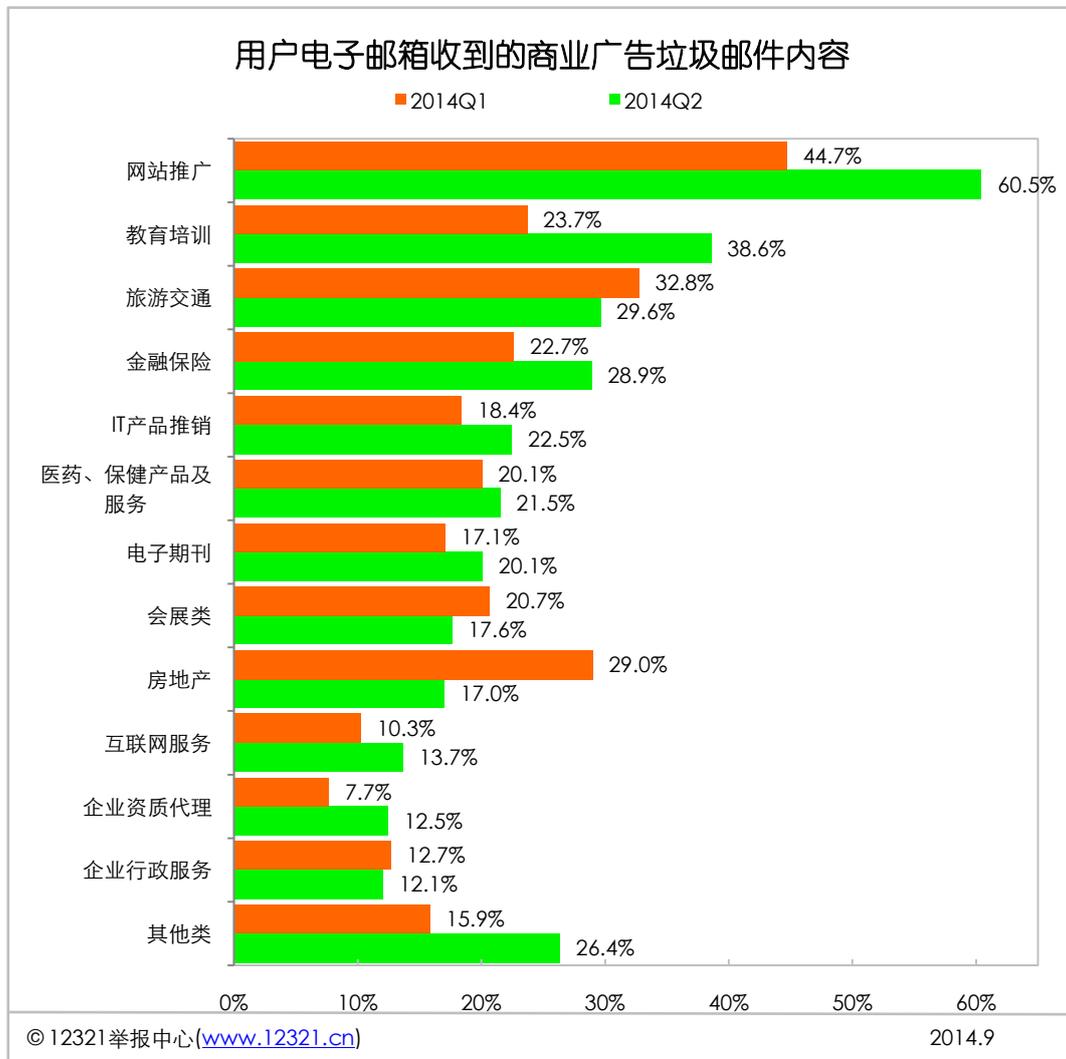


图 9 用户电子邮箱收到的商业广告垃圾邮件内容

如图 9 所示，从用户电子邮箱收到的商业广告垃圾邮件内容来看，受访用户选择占比前五名分别为网站推广类（60.5%）、教育培训类（38.6%）、旅游交通类（29.6%）、金融保险类（28.9%）和 IT 产品推销类（22.5%）。

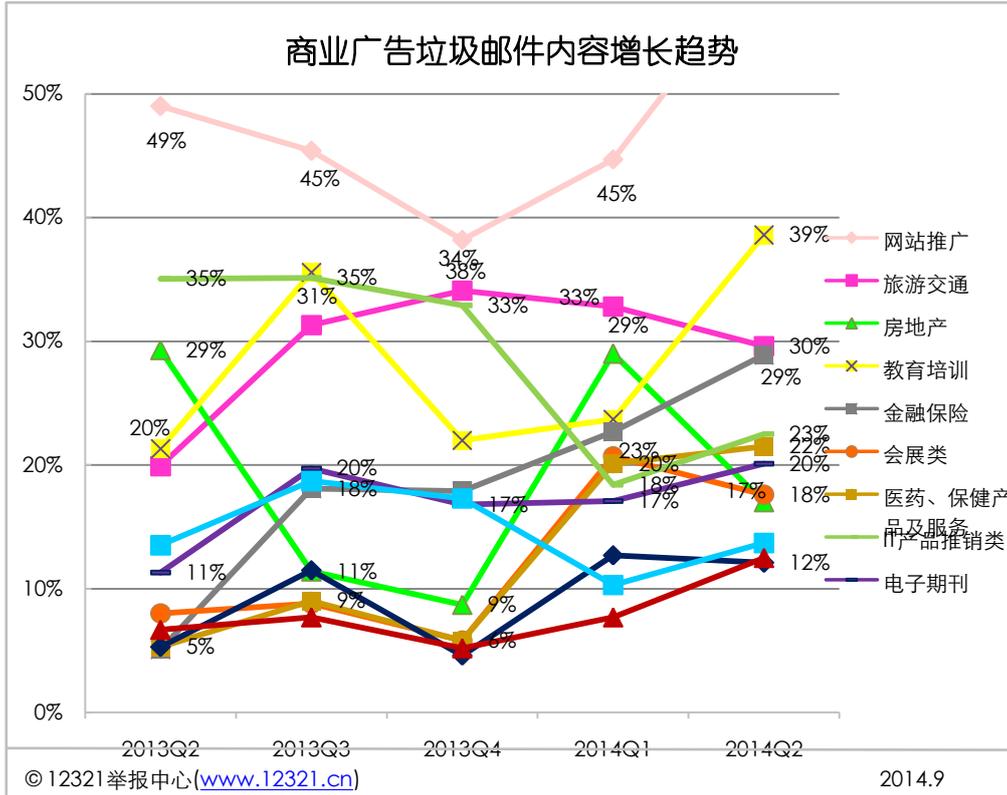


图 10 商业广告垃圾邮件内容增长趋势

如图 10 所示，从商业广告垃圾邮件内容年度增长走势来看，用户电子邮箱收到商业广告垃圾邮件内容排名首位的“网站推广类”长期居高不下，环比增长达 16%；“教育培训类”从本季度开始取代“旅游交通类”从第四位上升至第二位，环比增长高达 15%；这与教育机构开学后培训变得活跃有一定关系；排名第三位的“旅游交通类”环比下降 3 个百分点，与上季度相比变化幅度不大；“金融保险类”自互联网金融服务成为发展热点以来，呈现一路上升趋势，同比增长幅度达 24%，环比增长 6%，本季度从第五位上升至第四位。“IT 产品推销类”在本季度从第八名攀升至第五名，环比增长 5%，它的上升与“房地产类”、“医药、保健产品及服务类”、“会展类”等领域在本季度交易不活跃、相关商业广告垃圾邮件减少，导致排名下降有一定关系。

2.3.2 用户每周收到的涉嫌违法垃圾邮件内容及增长趋势

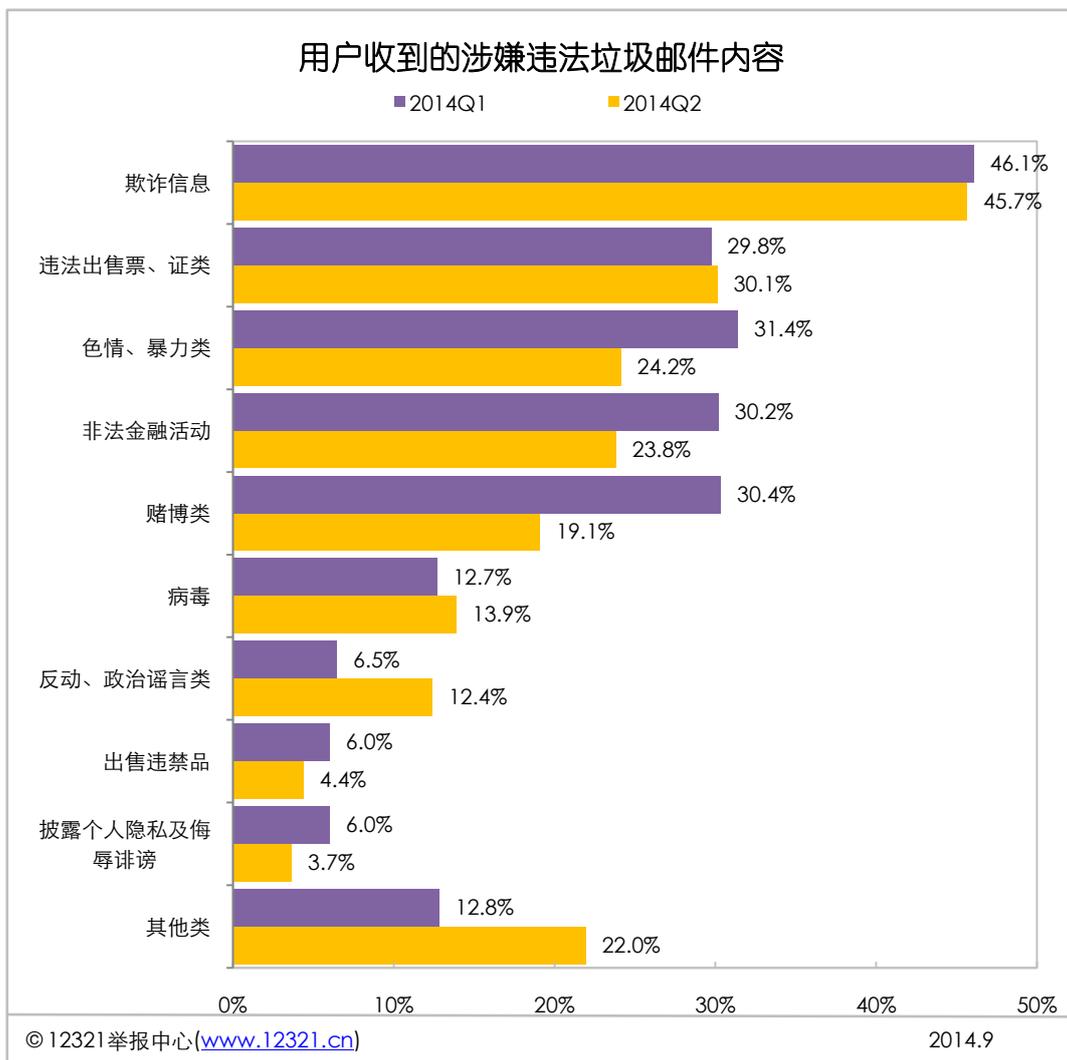


图 11 用户收到的涉嫌违法垃圾邮件内容

如图 11 所示，从用户电子邮箱收到的涉嫌违法垃圾邮件内容来看，受访用户选择占比前五名分别为欺诈信息类（45.7%）、违法出售票、证类（30.1%）、色情、暴力类（24.2%）、非法金融活动类（23.8%）和赌博类（19.1%）。

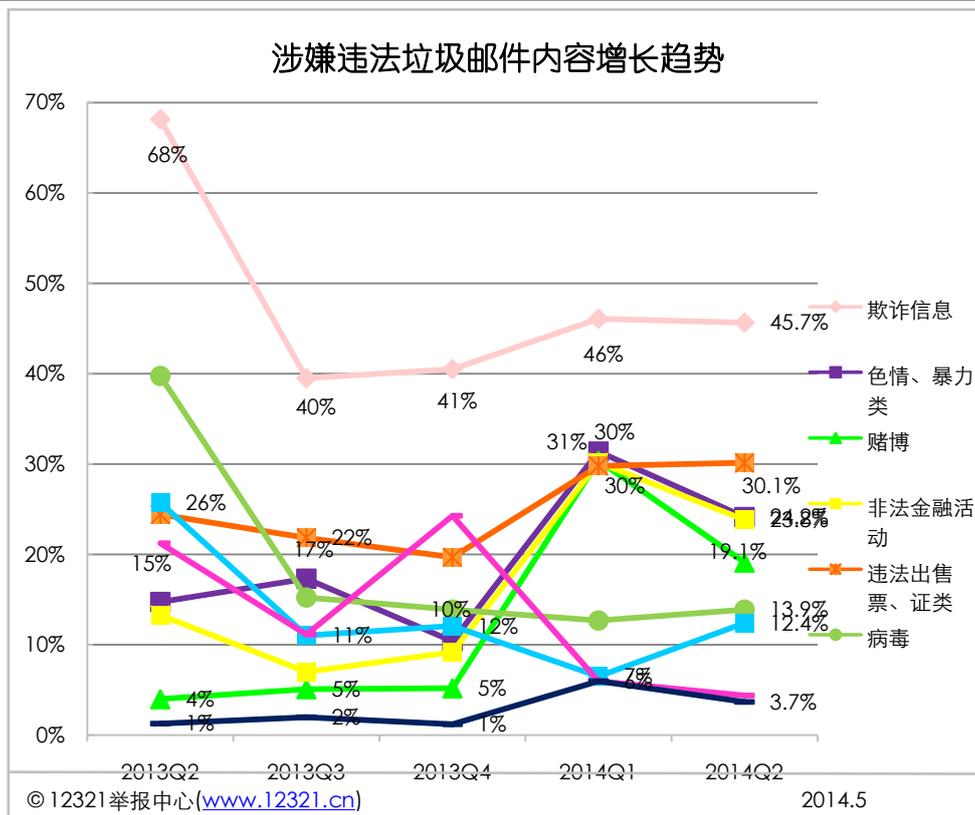


图 12 涉嫌违法垃圾邮件内容增长趋势

如图 12 所示，从涉嫌违法垃圾邮件内容年度增长走势来看，“欺诈信息类”垃圾邮件长期居于首位，但从 2013 年第三季度开始大幅下降，本季度环比下降 0.4%。由于“色情、暴力类”和“赌博类”分别环比下降 7.2% 和 11.3%，本季度下跌至排名第三位和第五位，但仍居垃圾邮件内容前五位。“非法金融活动类”环比下降 6.4%，排名没有变化仍居第四位。“违法出售票、证类”虽然本季度几乎没有增长，但因受“色情、暴力类”、“非法金融活动类”和“赌博类”环比下降影响，它从第五位上升至第二位。

总体来讲，涉嫌违法垃圾邮件内容都呈持平或环比下降走势，说明针对涉嫌违法内容垃圾邮件的综合治理取得一定成效。

2.4 垃圾邮件给电子邮箱用户造成的影响

2.4.1 垃圾邮件给电子邮箱用户造成的影响

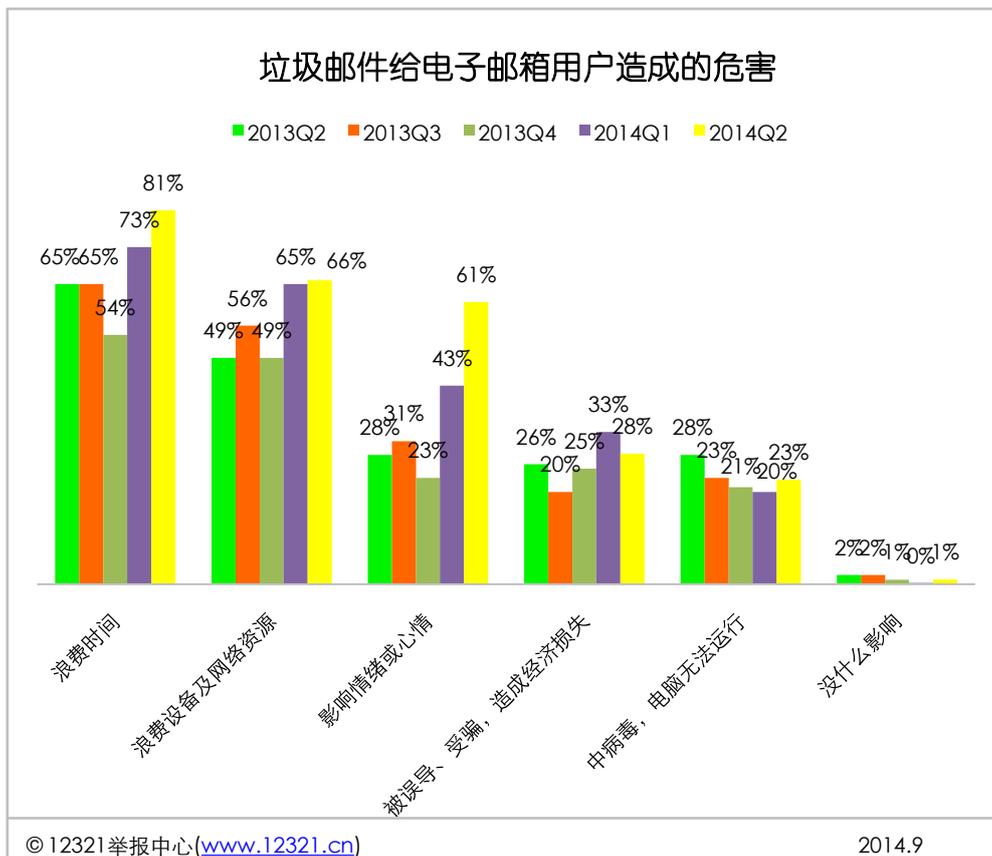


图 13 垃圾邮件给电子邮箱用户造成的危害

如图 13 所示，从垃圾邮件给电子邮箱用户造成的危害来看，有三个选项在本季度占比出现较大增长，主要跟本季度用户平均每周收到垃圾邮件数量增多有关。其中“浪费时间”始终为用户认为造成的最大危害，本季度 81% 的用户认为垃圾邮件浪费了自己的时间，环比增长 8%，同比增长幅度达 16%；用户认为垃圾邮件“影响情绪或心情”环比上升高达 18%，同比增长高达 33%；“中病毒、电脑无法运行”在前两季度有略微下降趋势后，本季度又出现略微上升情况，占比 23%。此外，近 1/3 的用户认为垃圾邮件“使用户被误导受骗，造成经济损失”，环比下降了 5%。

2.4.2 电子邮箱用户处理垃圾邮件耗费时间情况

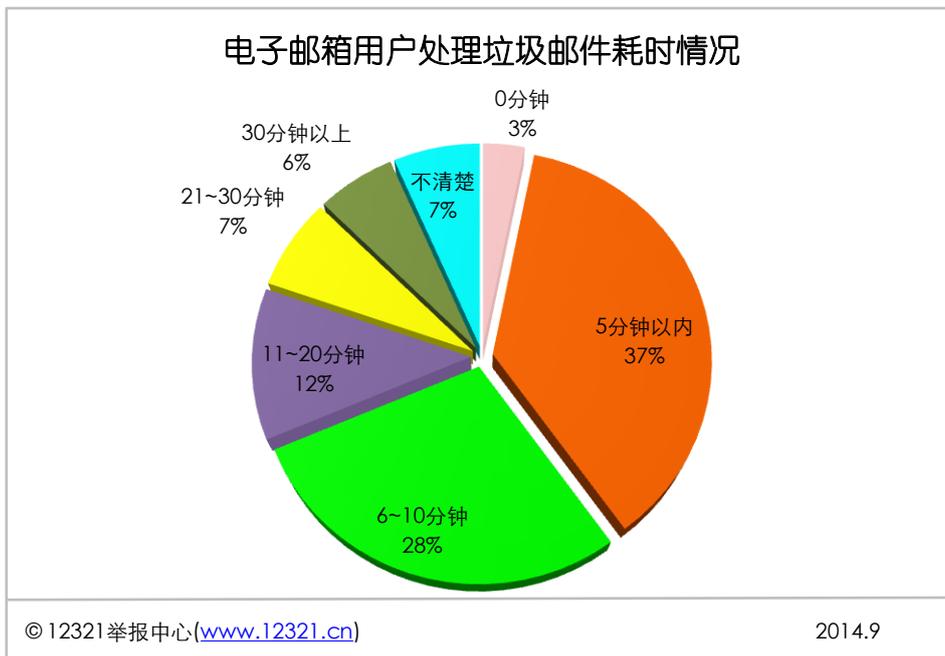


图 14 电子邮箱用户处理垃圾邮件耗时情况

如图 14 所示, 根据调查结果估算, 电子邮箱用户平均每周花费 8.4 分钟处理垃圾邮件, 其中 87.4% 受访用户耗时在 30 分钟以内, 68.6% 受访用户耗时在 10 分钟以内, 40% 用户耗时在 5 分钟以内。

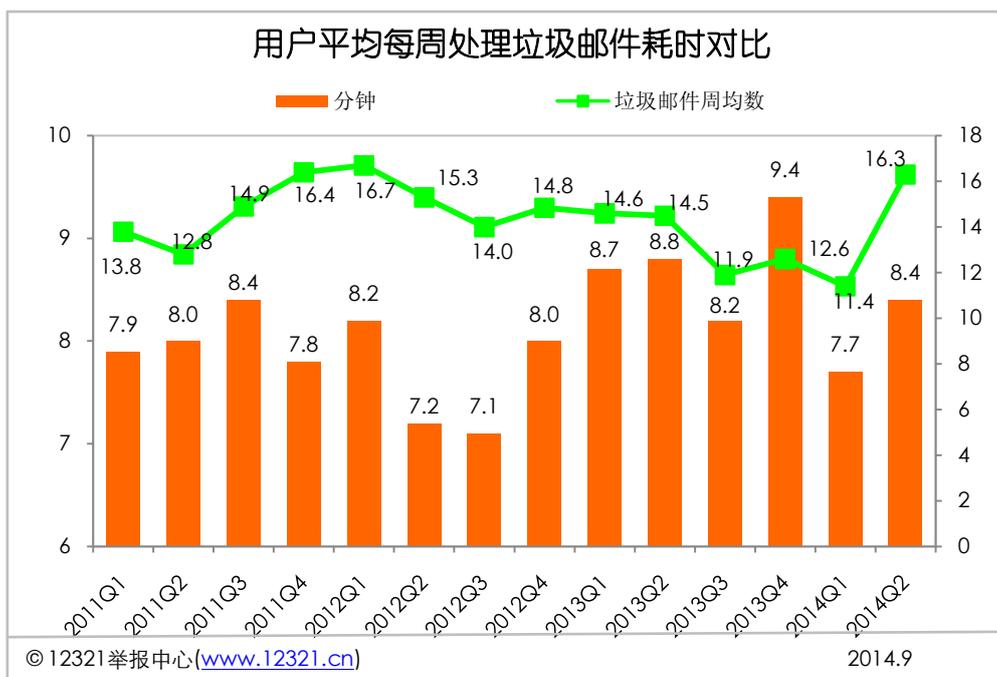


图 15 用户平均每周处理垃圾邮件耗时对比

如图 15 所示，近三年电子邮箱用户平均每周处理垃圾邮件的耗时在 7.1-9.4 分钟之间，本季度用户平均每周耗时 8.4 分钟，同比减少 0.4 分钟，环比增加 0.7 分钟；近三年电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量呈略微下降趋势，但本季度又回升至接近历史最高点，用户平均每周收到垃圾邮件数量 16.3 封，同比增加 1.8 封，环比增加 4.9 封。

3. 电子邮箱用户对垃圾邮件的态度及处理方式

3.1 电子邮箱用户处理垃圾邮件方式

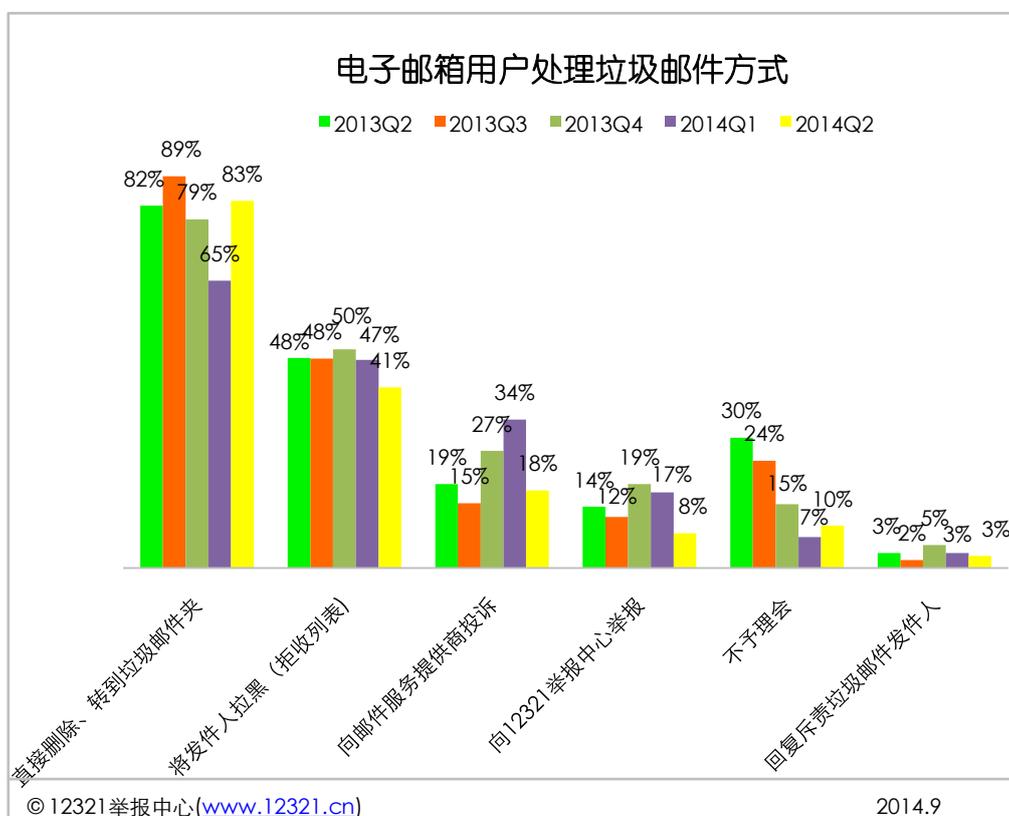


图 16 电子邮箱用户处理垃圾邮件方式

如图 16 所示，从近一年电子邮箱用户处理垃圾邮件方式来看，受访用户选择“直接删除、转到垃圾邮件夹”的占比仍居首位，达 83%，环比上升 18 个百分点，同比没有变化；受访用户选择“将发件人拉黑”的占比仍居第二位，达 41%，环比下降 6 个百分点；受访用户选择“不予理会”的比例近一年持续下降，本季度环比上升 3 个百分点；“向邮件服务提供商投诉”和“向 12321 举报中心举报”的用户比例前两个季度都出现上升趋势，但本季度下降至近一年最低点，占比 8%，分别环比下降 26%和 9%。以上各种趋势说明，用户清除垃

垃圾邮件的愿望强烈，政府部门与邮件服务提供商需要进一步加强垃圾邮件治理工作。

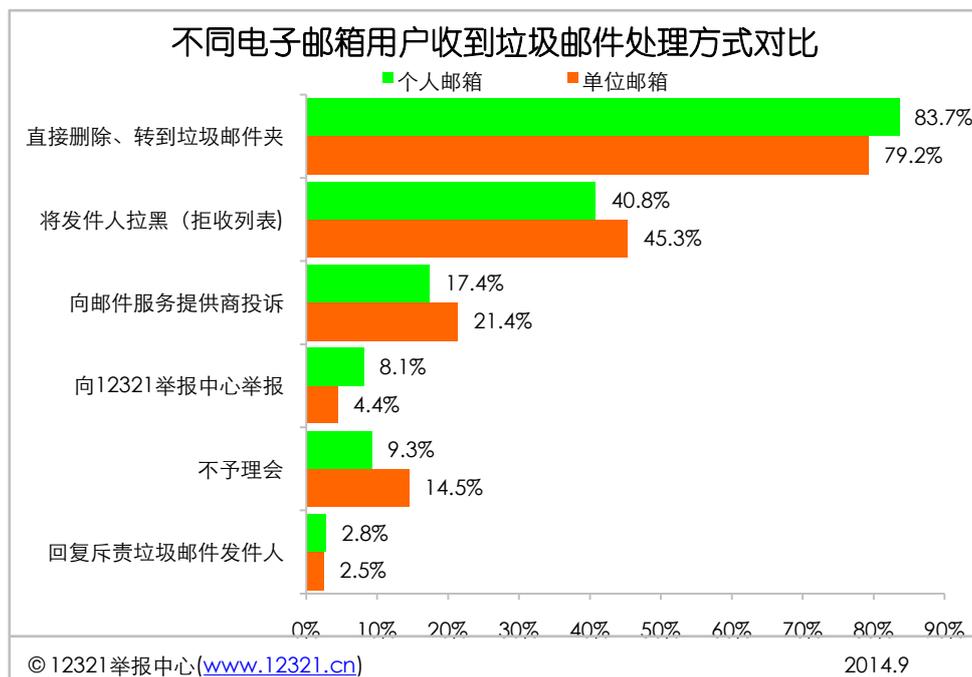


图 17 不同电子邮箱用户收到垃圾邮件处理方式对比

如图 17 所示，从不同电子邮箱用户收到垃圾邮件处理方式来看，单位邮箱用户倾向选择“将发件人拉黑（拒收列表）”、“向邮件服务提供商投诉”和“不予理会”；个人邮箱用户倾向选择“直接删除、转到垃圾邮件夹”和“向 12321 举报中心举报”。主要原因是单位邮箱基本属于付费邮箱，用户使用的频率更高，反垃圾功能相对于个人邮箱更加完善，一般采用拒收列表方式比直接删除垃圾邮件效果更好，出现问题倾向于以客户身份找邮件服务提供商解决。个人邮箱以免费邮箱居多，邮件服务提供商投入的服务管理有限，用户参与垃圾邮件治理更倾向于向 12321 举报中心等中立机构寻求帮助。

3.2 垃圾邮件治理措施分析

3.2.1 电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施

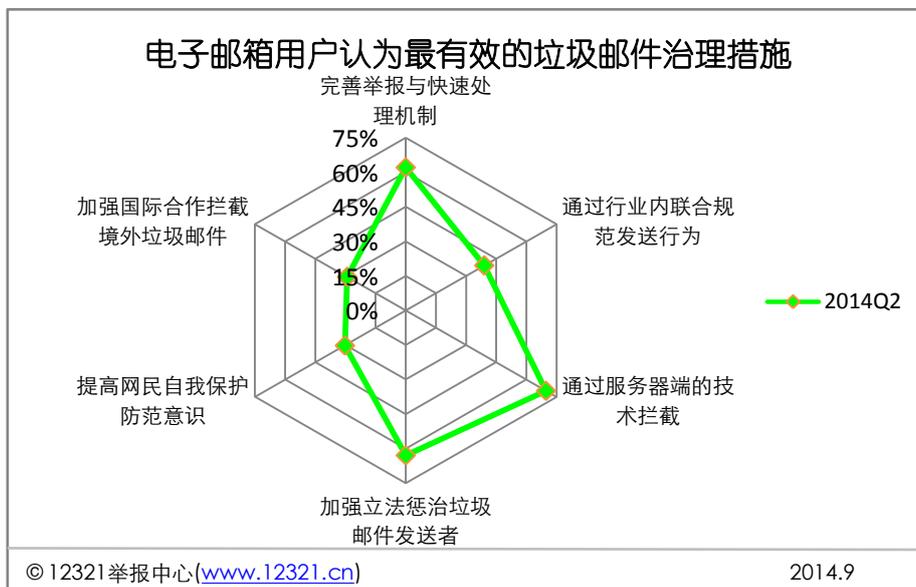


图 18 电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施

如图 18 所示，从电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施来看，用户倾向选择“通过服务器端的技术拦截（69.8%）”、“加强立法惩治垃圾邮件发送者（62.8%）”和“完善举报与快速处理机制（62.2%）”等三项措施。

3.2.2 电子邮箱用户对垃圾邮件举报的态度

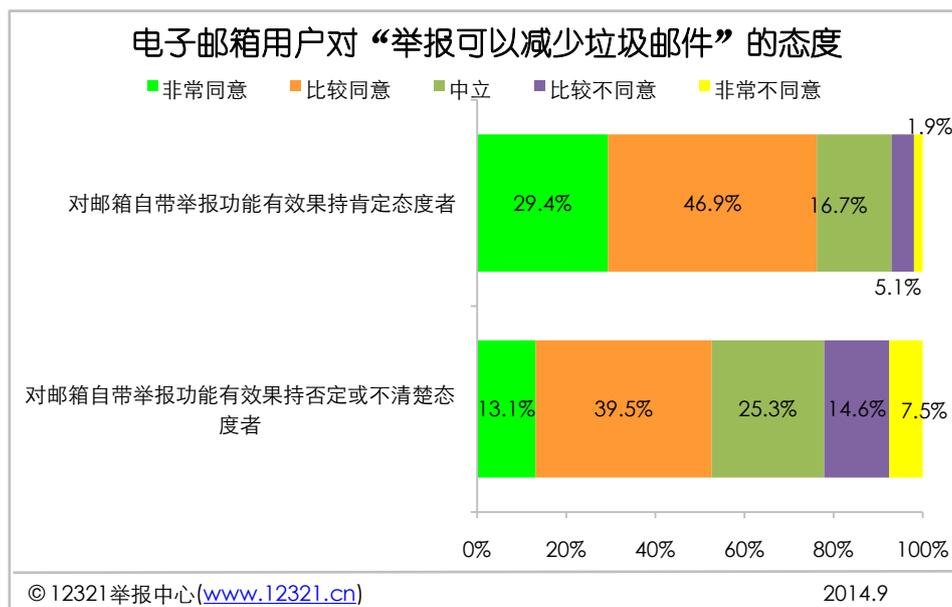


图 19 电子邮箱用户对“举报可以减少垃圾邮件”的态度

如图 19 所示，从电子邮箱用户对“举报可以减少垃圾邮件”的态度来看，对“邮箱自带举报功能有效果”持肯定态度的用户中，有 76.3%同意此观点，16.7%用户持中立态度；对“邮箱自带举报功能有效果”持否定或不清楚态度的用户中，有 52.6%同意此观点，25.3%用户持中立态度。可见，需要进一步完善举报与快速处理机制，以加强电子邮箱举报功能的处理效果，同时还应加强宣传，提高用户参与举报的积极性。

3.2.312321 举报中心受理垃圾邮件举报内容

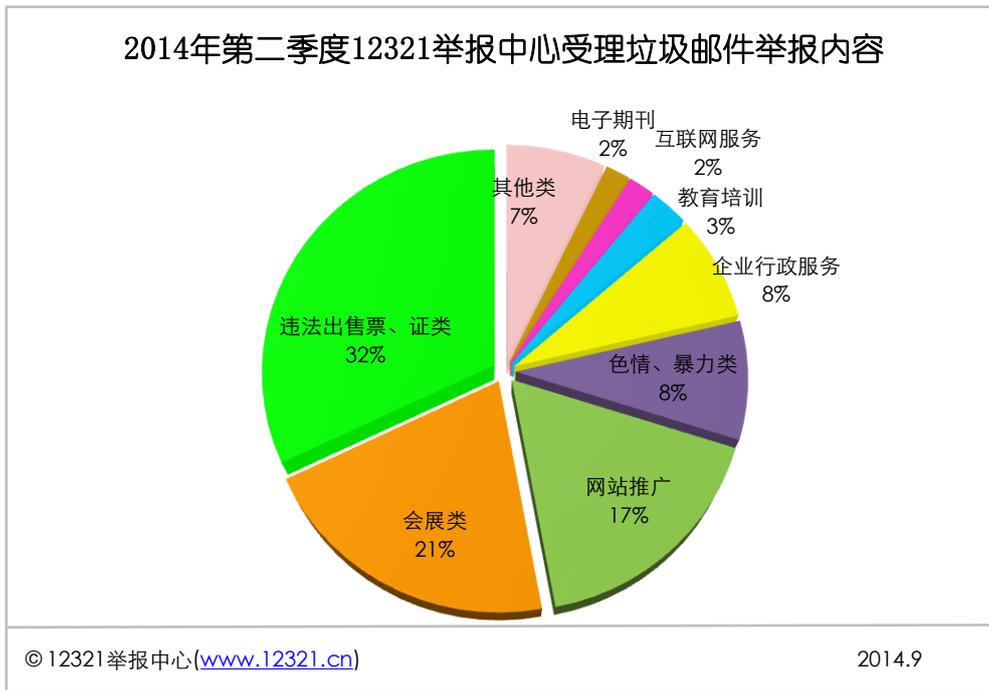


图 2012321 举报中心受理垃圾邮件举报内容

如图 20 所示，2014 年第二季度 12321 举报中心受理的垃圾邮件举报 23614 件次，从中文垃圾邮件举报内容中，违法出售票证类、会展类、网站推广类等占到用户举报垃圾邮件内容的大多数，占比分别是 32%、21%和 17%。商业广告垃圾邮件与涉嫌违法垃圾邮件的举报比例分别为 55.8%和 44.2%。

4. 垃圾邮件问题与治理新形势

4.1 国内垃圾邮件治理工作综述

我国反垃圾信息工作呈现逐步完善趋势

英国防病毒网络安全公司 Sophos 发布的一项报告指出，2014 年第二季度，全球垃圾邮件发送量排名中：来自美国的垃圾邮件占全球垃圾邮件数量的比例最高，达到 24%；紧随其后的是法国，比例为 6.7%；中国排在第三，为 6.2%。中国垃圾邮件数量占全球垃圾邮件总数比例从 2006 年的 22.3% 下降到 2014 年第二季度的 6.2%。

工业和信息化部电信管理局副局长李湘宁认为，近年来我国反垃圾信息工作呈现逐步完善的趋势，具体表现在三个方面：第一，联合互联网龙头企业搭建反垃圾邮件综合处理平台，新浪、网易、搜狐、腾讯等邮件服务企业纷纷加入，国内电子邮件用户监护覆盖率达到 89%；第二，在平台建设的基础上，成立反垃圾信息联盟，在公开、通畅的平台上共同呼吁、合作和交流经验；第三，成立专门的消费者反垃圾举报渠道 12321 举报中心，通过手机应用实现“一键举报”等功能，普通网民也可参与到反垃圾信息工作中来。

建立信息定期反馈制度促国际合作新进展

12321 举报中心联合反垃圾信息中心发起并建立与 Sophos、趋势科技、日本数据通信协会等国际反垃圾邮件组织以月为单位，以垃圾邮件数据来源、垃圾邮件来源 10 大省份、数据下发情况、ISP 反馈情况等为核心内容的反馈处置制度，不仅获得了各合作组织高度认可，更紧密加强了与国际组织之间交流的持续性。未来交流中将不断吸取借鉴国外宝贵的经验，并将其运用于工作机制的完善中，借此实现自身与国际发展趋势同步。

《互联网电子邮件服务管理办法》研究修订课题报告

制定相关法律被认为是防范垃圾邮件的有效办法。根据工信部通信保障局的要求，12321 举报中心经过调研，分析和征求意见，完成了《互联网电子邮件服务管理办法》修订课题研究工作，对管理办法的修订提出了意见和建议，并向工信部提交了课题报告。

4.2 全球垃圾邮件问题与治理

加拿大出台史上最严厉“反垃圾邮件法”

加拿大政府正式出台了《反垃圾电子邮件法》。该法在 7 月 1 日正式生效，规定商家未

经消费者同意而向其发送电子邮件属于违法行为，将受到严厉处罚。该法规定，违反该法的商业公司有可能面对高达 1000 万加元的罚款，而违反新法的个人罚款最高额是 100 万加元，而且这 1000 万加元和 100 万加元针对的是每一次违反新法的行为。业内人士称：“如果黑客和垃圾邮件制造者来自加拿大境内，那么事情可以解决，但是一旦发现这些来自海外，监管者可能就要面临挑战。

谷歌宣布将推新措施阻止垃圾邮件与欺诈邮件

谷歌将会判断邮件是否存在 Unicode “严格限制”的潜在误导式字母组合。如果谷歌发现邮件中有使用 Unicode 规定的潜在误导式字母组合，该邮件就会被阻止。

网络罪犯越发以窃取用户钱财为目的发布恶意程序邮件

根据卡巴斯基实验室的统计，在 2014 年第二季度中，垃圾邮件占有所有邮件流量的 68.6%，较上一季度上升 2.2%。全球信息安全厂商趋势科技公布，2014 上半年垃圾邮件数量较 2013 年同期成长 60%，原因包括名为“DOWNAD”的恶意程序盛行、具有发布能力的恶意程序邮件数量稳定成长、以及部分恶意程序将垃圾邮件做为其散布途径。在传播最广的垃圾邮件附件中，目前超半数均包含窃取用户钱财的木马，需要网络安全级别的有效解决方案才能与之抗衡。

5. 附：图表目录

图 1 用户收发电子邮件方式	8
图 2 用户最常使用电子邮箱情况	9
图 3 用户电子邮箱每周接收邮件数量	9
图 4 电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度	10
图 5 用户电子邮箱收到商业邮件的情况	11
图 6 用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度	12
图 7 电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量	13
图 8 不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量	14
图 9 用户电子邮箱收到的商业广告垃圾邮件内容	15
图 10 商业广告垃圾邮件内容增长趋势	16
图 11 用户收到的涉嫌违法垃圾邮件内容	17
图 12 涉嫌违法垃圾邮件内容增长趋势	18
图 13 垃圾邮件给电子邮箱用户造成的危害	19
图 14 电子邮箱用户处理垃圾邮件耗时情况	20
图 15 用户平均每周处理垃圾邮件耗时对比	20
图 16 电子邮箱用户处理垃圾邮件方式	21
图 17 不同电子邮箱用户收到垃圾邮件处理方式对比	22
图 18 电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施	23
图 19 电子邮箱用户对“举报可以减少垃圾邮件”的态度	23
图 20 12321 举报中心受理垃圾邮件举报内容	24

IX. 鸣谢

本次调研活动开展以来备受关注，多家网站都提供了链接入口，并且得到广大网民以及各省协会的大力支持以及反垃圾邮件工作委员会各成员单位的鼎力支持，从而使得调查问卷的回收工作非常顺利，在此一并表示诚挚的谢意。特别感谢新浪邮箱、网易邮箱、搜狐企业邮箱、QQ 邮箱、360 新闻、赛迪网、速途网、中国报道网、中国青年网、博鳌观察中文网、及各地方省市互联网协会等单位给予我们的支持。

X. 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。

XI. 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

邮箱：info@12321.cn

网站：www.12321.cn