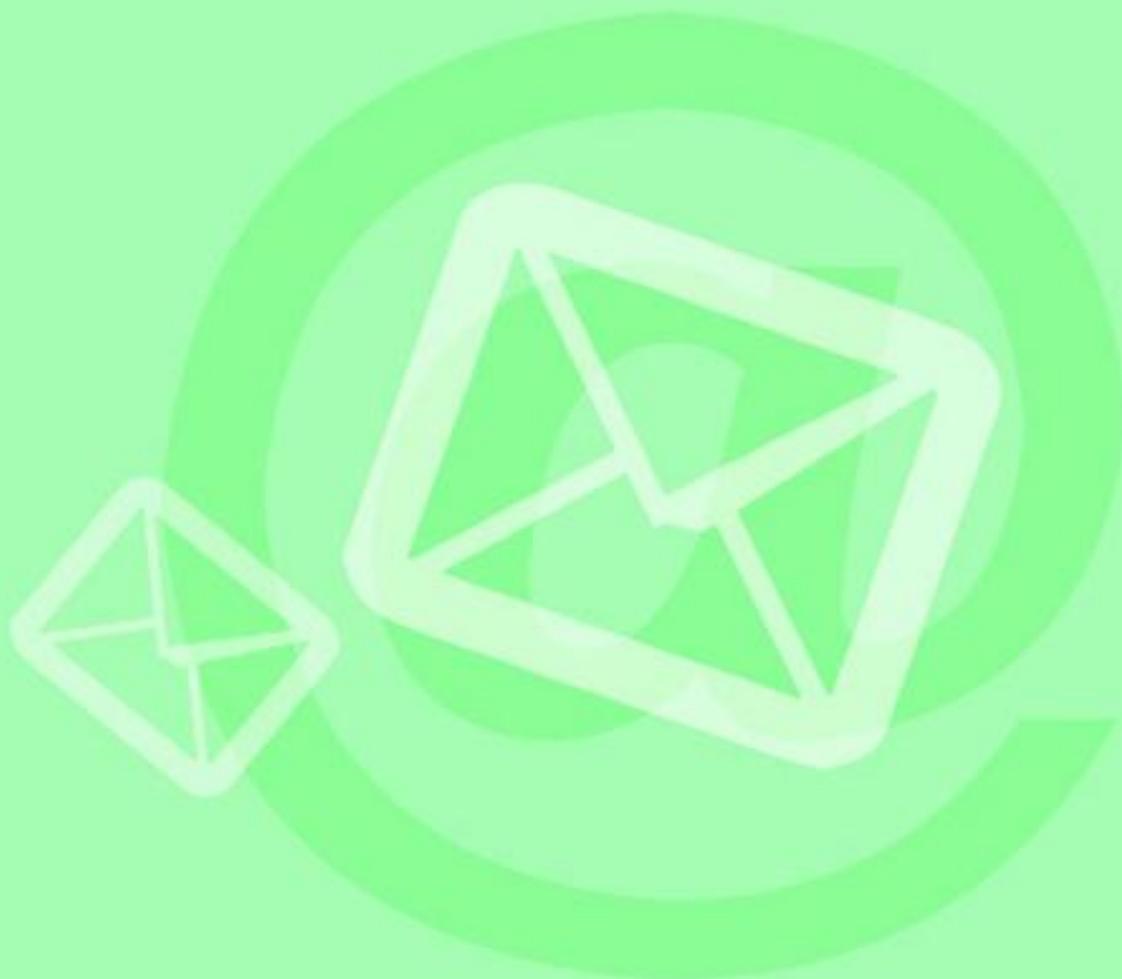




2014 年第三季度

中国反垃圾邮件状况 调查报告



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	14
2.2.1	电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量.....	15
2.2.2	不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量.....	16
2.3	用户电子邮箱每周收到的垃圾邮件内容	17
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.....	17
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.....	19
2.4	垃圾邮件给电子邮箱用户造成的影响	20
2.4.1	垃圾邮件给电子邮箱用户造成的影响.....	21
2.4.2	电子邮箱用户处理垃圾邮件耗费时间情况.....	22
3.	电子邮箱用户对垃圾邮件的态度及处理方式.....	23
3.1	电子邮箱用户处理垃圾邮件方式.....	23
3.2	垃圾邮件治理措施分析.....	24
3.2.1	电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施.....	25
3.2.2	电子邮箱用户对垃圾邮件举报的态度.....	25
3.2.3	12321 举报中心受理垃圾邮件举报内容	26



4.	垃圾邮件问题与治理新形势	27
4.1	国内垃圾邮件治理工作综述.....	27
4.2	全球垃圾邮件问题与治理	27
5.	附：图表目录	29
IX.	鸣谢.....	30
X.	法律声明	30
XI.	联系方式	30

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，此为第三十八次调查。

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 9 月 16 日~2014 年 10 月 16 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3598份问卷，其中有效问卷共3364份。

VI. 研究方法

1. 问卷设计

本次调查为第三十八次调查，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9月16日至10月16日，共收回3598份问卷，其中有效问卷共3364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80.5%；由于移动终端的逐渐普及，经常或偶尔使用手机打开网页邮箱和邮箱客户端的用户各占70.3%和61.8%，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92.3%，企业/单位/学校邮箱用户占比7.7%，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，基本在3个百分点以内。
4. 用户电子邮箱平均每周接收到的全部邮件数量为38.6封，平均每周接收到的垃圾邮件数量为12.8封，垃圾邮件占比是33.1%。
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(57.7%)、教育培训类(38.5%)、金融保险类(28.9%)、旅游交通类(28.6%)、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(48.5%)、违法出售票、证类(34.2%)、非法金融活动类(24.4%)、色情、暴力类(24.2%)、赌博类(20.3%)。
6. 有六成电子邮箱用户(59.9%)认为把网上商业活动“推荐给朋友”的发送功能，属于发送垃圾邮件；近一半用户(48.1%)认为经常收到带有网络热门词汇的垃圾邮件。
7. 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79%，同比增长14%；“使用户被误导受骗，造成经济损失”和“中病毒、电脑无法运行”分别环比增长8%和4%。
8. 电子邮箱用户平均每周花费8.7分钟处理垃圾邮件；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85%；选择“将发件人拉黑”的占比仍居第二位，达41%。
9. 电子邮箱用户认为“通过服务器端的技术拦截(67.2%)”、“加强立法惩治垃圾邮件发送者(66.9%)”和“完善举报与快速处理机制(65.7%)”三项是最有效的垃圾邮件治理措施。
10. 2014年第三季度12321举报中心受理垃圾邮件举报44326件次，在中文垃圾邮件举报内容中，会展类、违法出售票证类、网站推广类等占到用户举报的大多数，占比分别是26%、25%和18%。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60.3%和39.7%。

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

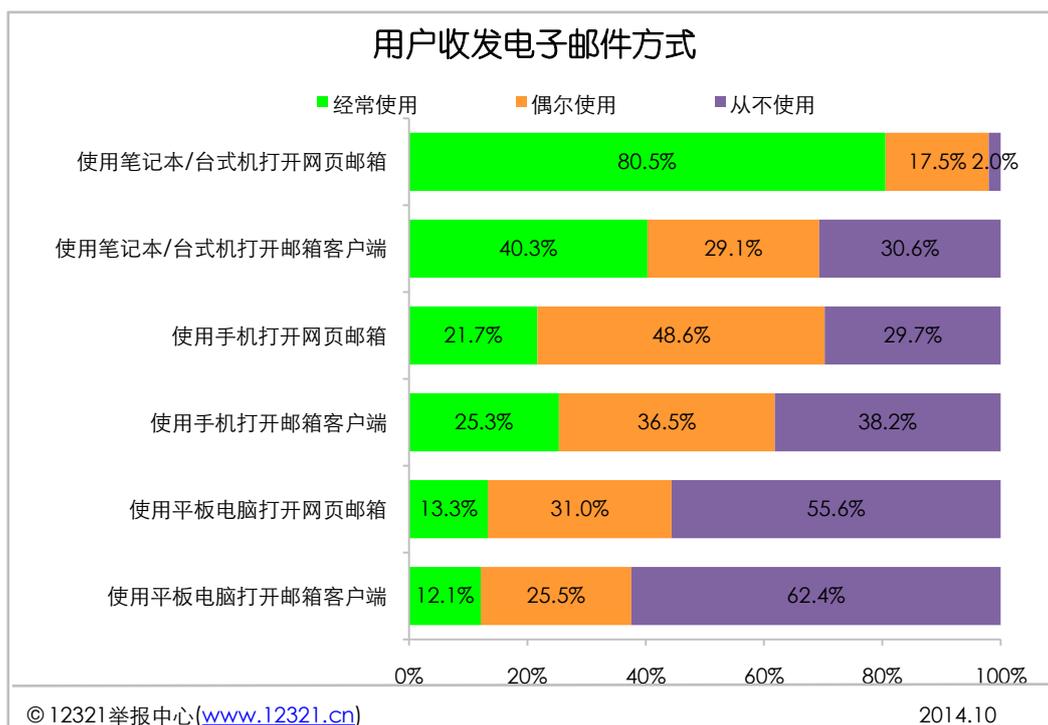


图 1 用户收发电子邮件方式

本次调查共收回 3598 份问卷，其中有效问卷共 3364 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、手机、平板电脑打开网页邮箱的用户分别占 80.5%、21.7%、13.3%；经常使用笔记本/台式机、手机、平板电脑打开邮箱客户端的用户占 40.3%、25.3%、12.1%；以上说明，无论是网页邮箱还是邮箱客户端，使用笔记本/台式机都是用户收发电子邮件的最主要途径。

经常或偶尔使用手机打开网页邮箱的用户占 70.3%，经常或偶尔使用手机打开邮箱客户端的用户占 61.8%；以上两种收发电子邮件的途径远超过 50%，说明由于智能手机的逐渐普及，手机已成为用户收发电子邮件的重要方式。

经常使用笔记本/台式机打开网页邮箱的用户高于经常使用笔记本/台式机打开邮箱客

户端的用户 40.2 个百分点；经常使用手机打开网页邮箱的用户低于经常使用手机打开邮箱客户端的用户 3.6 个百分点；经常使用平板电脑打开网页邮箱的用户高于经常使用平板电脑打开邮箱客户端的用户 1.2 个百分点；以上说明用户通过笔记本/台式机固定终端收发电子邮件时，更倾向于使用网页邮箱途径；用户通过手机/平板电脑等移动终端收发电子邮件时，使用客户端软件的方式同样受到青睐。

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（92.3%）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 7.7%。

1.3 电子邮箱用户每周接收邮件数量

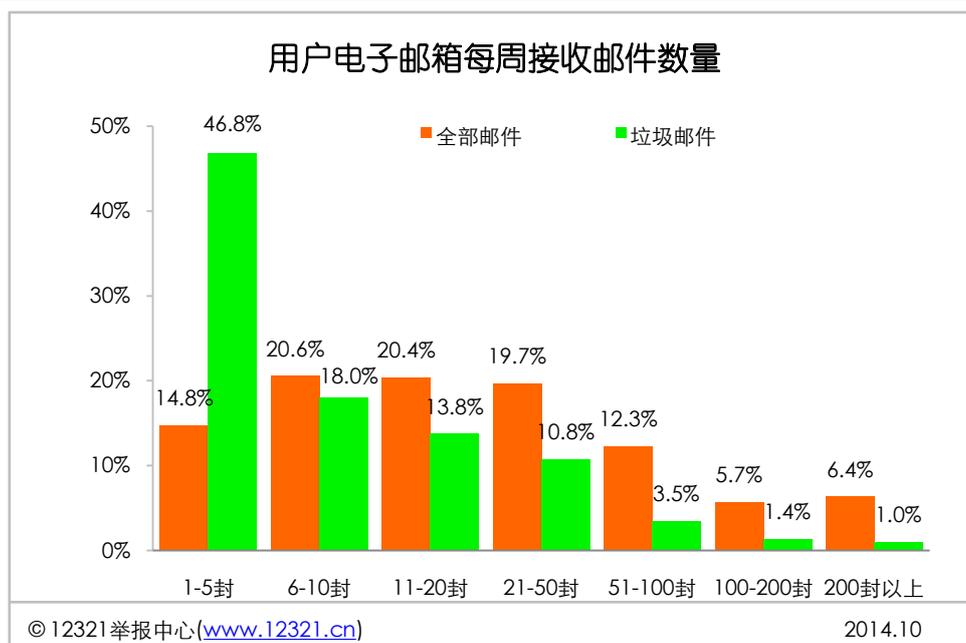


图 3 用户电子邮箱每周接收邮件数量

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全部邮件数量为 38.6 封，平均每周接收到的垃圾邮件数量为 12.8 封，垃圾邮件占比是 33.1%。平均每周收到全部电子邮件数量在 50 封以下的用户占 75.5%，20 封以下占 55.8%，10 封以下占 35.4%；平均每周收到垃圾电子邮件数量在 50 封以下的用户占 89.4%，20 封以下占 78.6%，10 封以下占 64.8%；其中近一半（46.8%）用户平均每周收到垃圾电子邮件数量在 1-5 封之间。

1.4 电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度

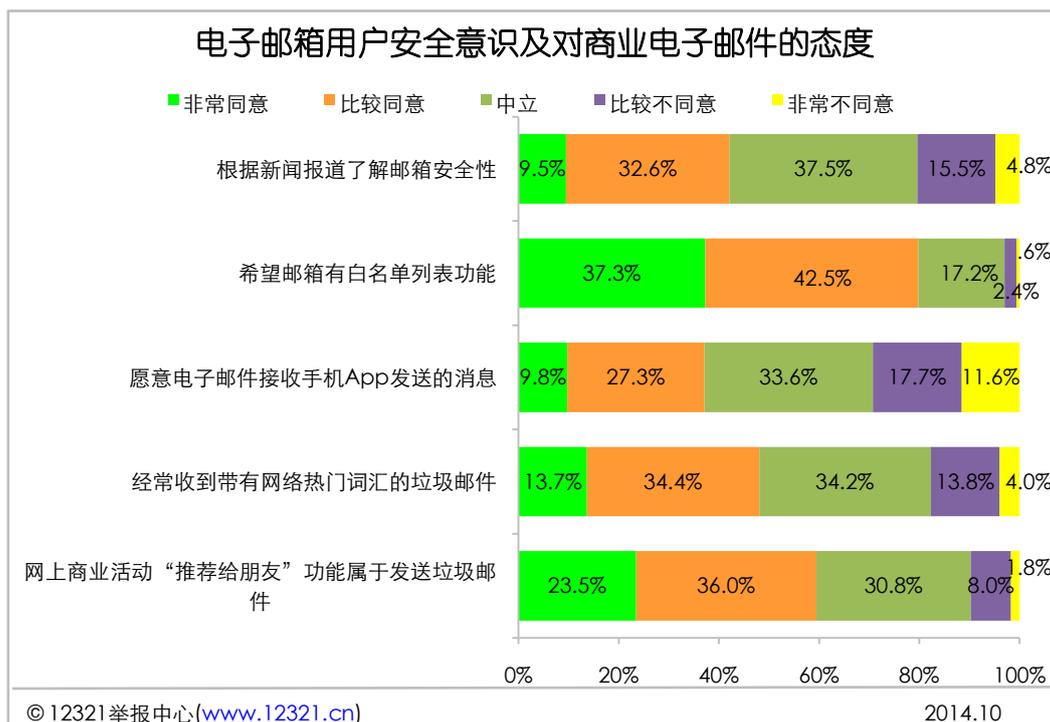


图 4 电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度

如图 4 所示，从电子邮箱用户的安全意识来看，57.8%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。

从用户对电子邮箱服务的态度来看，有近八成用户（79.8%）同意邮箱有白名单列表功能，避免喜欢的邮件进入垃圾箱；有七成用户（70.7%）不排斥通过电子邮件接收手机 App 应用发送的消息，说明这部分邮箱用户希望获得更人性化服务的愿望强烈一些。

从电子邮箱用户对商业邮件的态度来看，有六成用户（59.9%）认为把网上商业活动“推荐给朋友”的发送功能，属于发送垃圾邮件。

此外，有近一半用户（48.1%）认为经常收到带有网络热门词汇的垃圾邮件，网络犯罪分子和垃圾邮件发送者通常会利用重大新闻、热门事件或普通用户所关心的话题诱导用户接收垃圾邮件和传播恶意程序，需要广大电子邮箱用户提高警惕。

1.5 用户电子邮箱收到商业邮件情况

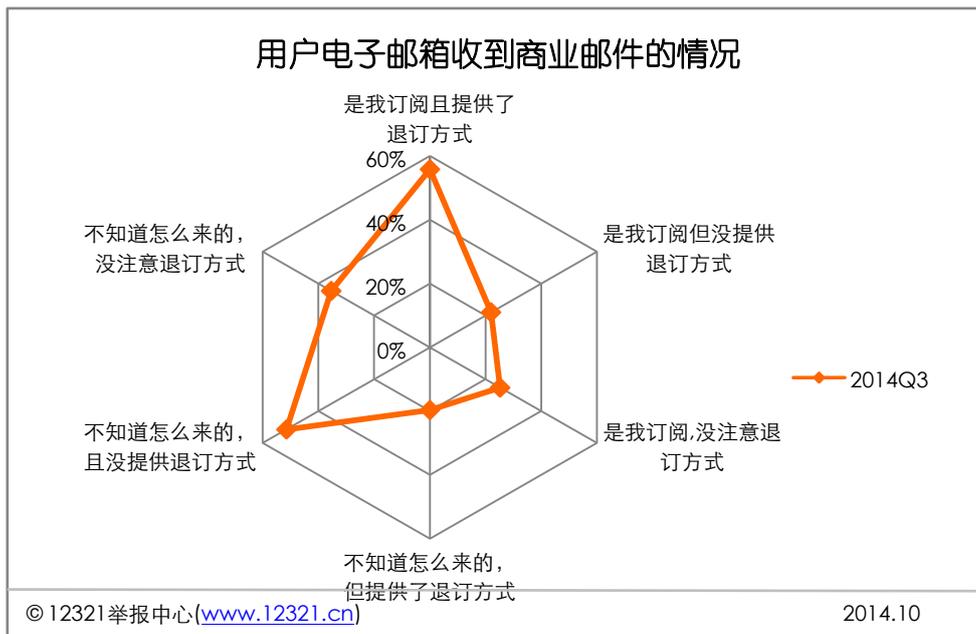


图 5 用户电子邮箱收到商业邮件的情况

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%的用户选择“是我订阅但没提供退订方式”，51.5%的用户选择“不知道怎么来的，且没提供退订方式”，19.6%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

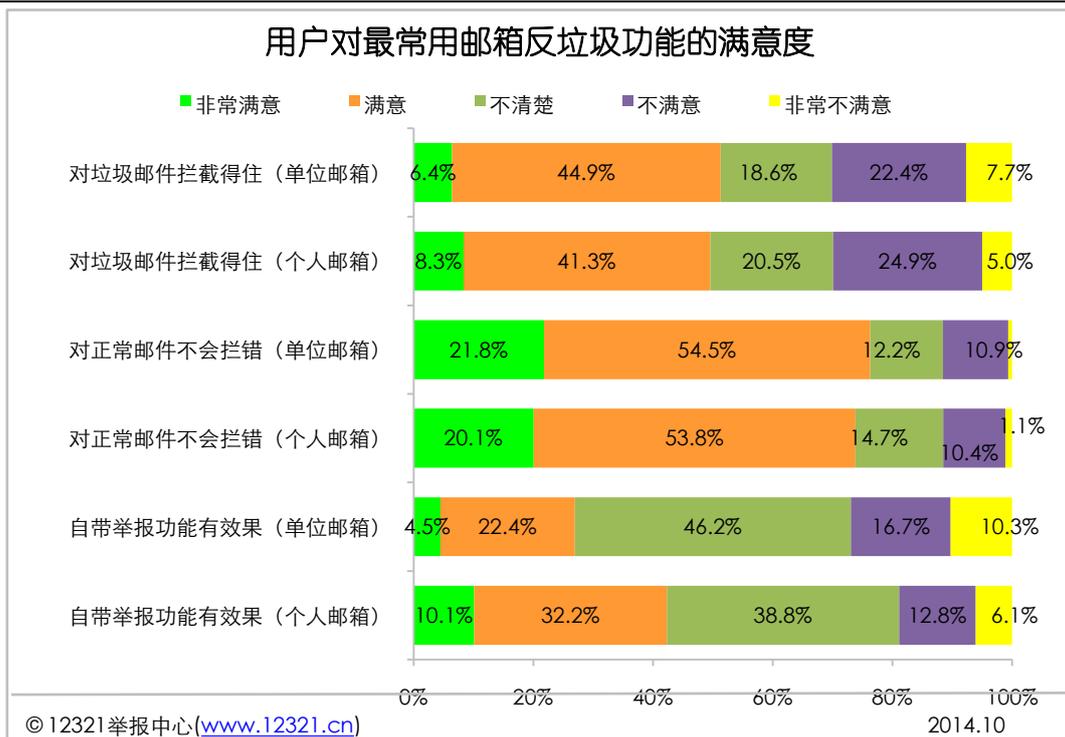


图 6 用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度

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基础反垃圾功能满意度差距并不大，基本在 3 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 1.7 个百分点，表示不满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 0.2 个百分点。“对正常邮件不会拦错”表示满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 2.4 个百分点，表示不满意的占比单位邮箱与个人邮箱没有差别。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。

此外，“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 15.4 个百分点，表示不满意的占比单位邮箱高出个人邮箱 8.1 个百分点，邮件服务提供商需要进一步重视单位邮箱的举报。

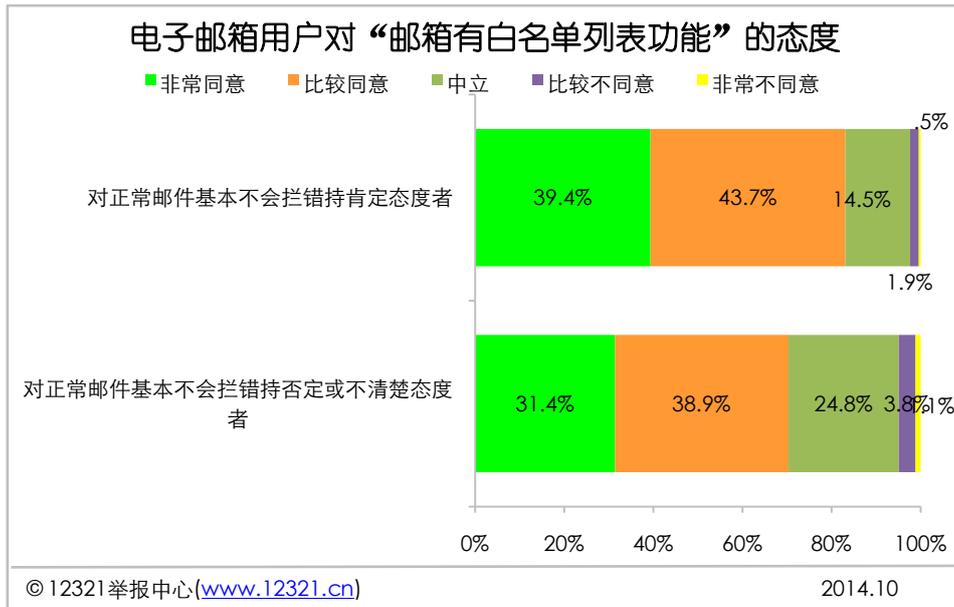


图 7 电子邮箱用户对“邮箱有白名单列表功能”的态度

如图 7 所示，从电子邮箱用户对“邮箱有白名单列表功能”的态度来看，绝大多数电子邮箱用户愿意设置白名单列表功能。有 83.1% 的用户对“正常邮件基本不会拦截”持肯定态度；有 70.3% 的用户对“正常邮件基本不会拦截”持否定或不清楚态度。

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

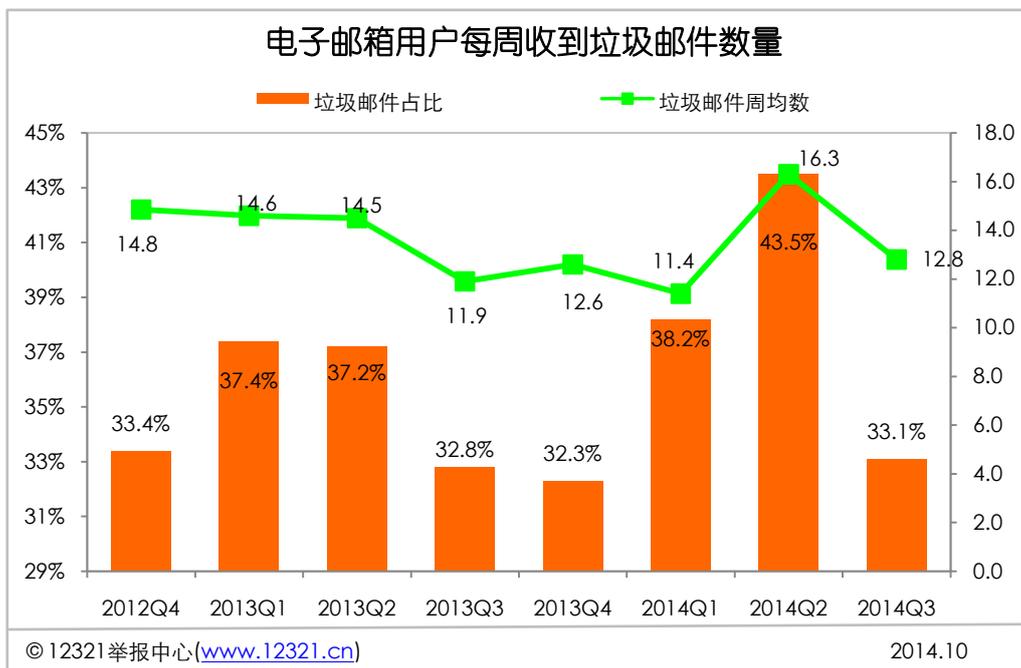


图 8 电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

如图 8 所示，根据调查结果估算，2014 年第三季度，中国电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量为 12.8 封，环比下降 3.5 封，同比上升 0.9 封；中国电子邮箱用户平均每周收到的邮件中，垃圾邮件所占比例为 33.1%，环比下降了 10.4 个百分点，同比上升了 0.3 个百分点。从年度走势来看，本季度中国电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量与垃圾邮件所占比例都相对偏低。

2.2.2 不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

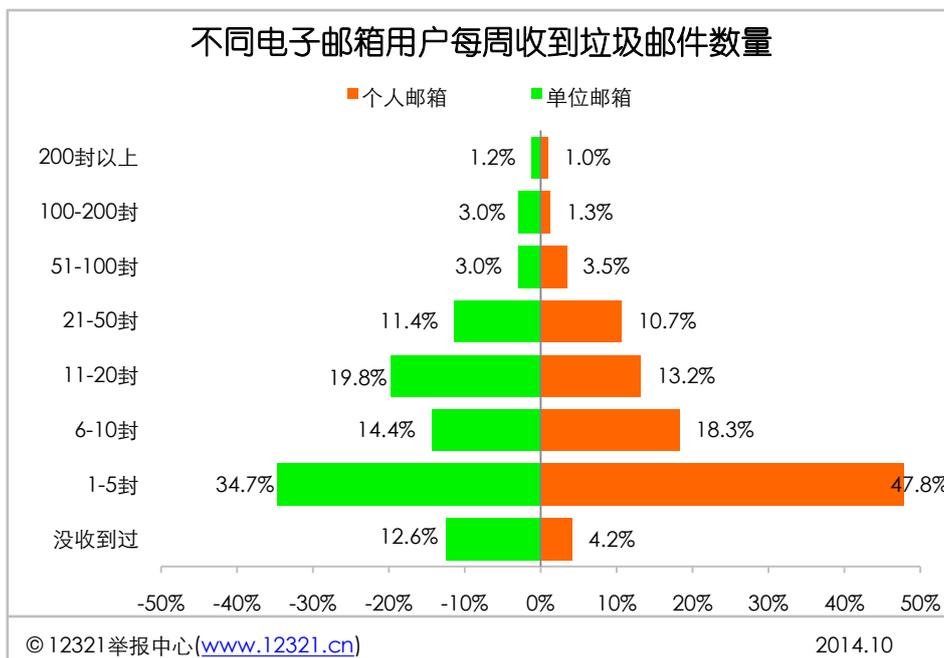


图 9 不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量

如图 9 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 92.9%，个人邮箱平均每周收到 50 封以下垃圾邮件的用户占 94.2%，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 1.3 个百分点内。

其中，收到 11-20 封垃圾邮件的单位邮箱用户占 19.8%，高于个人邮箱用户 6.6 个百分点；收到 1-5 封垃圾邮件的个人邮箱用户占 47.8%，高于单位邮箱用户 13.1 个百分点，没收到过垃圾邮件的单位邮箱用户占 12.6%，高于个人邮箱用户 8.4 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 15 封，个人邮箱平均每周收到的垃圾邮件具体数量为 12.6 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

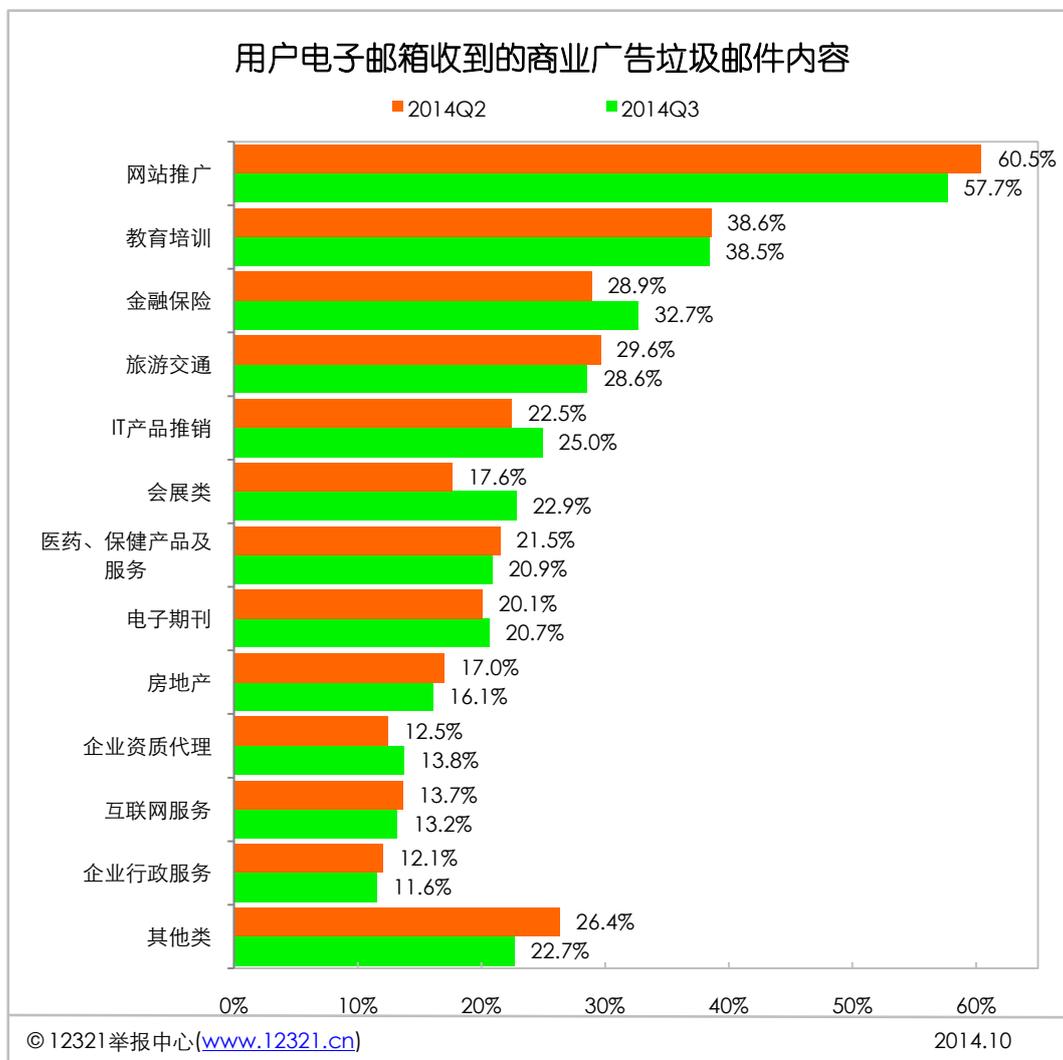


图 10 用户电子邮箱收到的商业广告垃圾邮件内容

如图 10 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（57.7%），下降 2.8 个百分点；教育培训类（38.5%），下降 0.1 个百分点；金融保险类（28.9%），上升 3.8 个百分点；旅游交通类（28.6%），下降 1 个百分点；IT 产品推销类（22.5%），下降 2.5 个百分点。

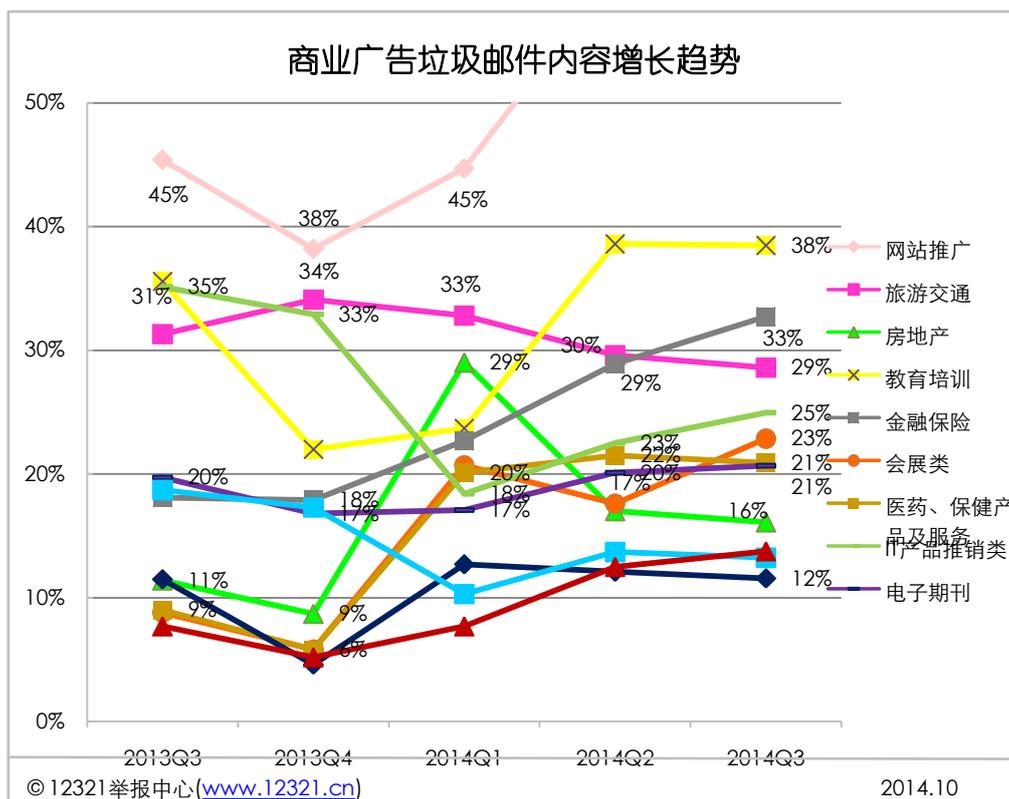


图 11 商业广告垃圾邮件内容增长趋势

如图 11 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，环比下降 3%。“教育培训类”从上季度升至第二位，本季度仍然保持这个名次，环比下降 1%。“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，本季度同比增长幅度达 15%，环比增长 4%，从第四位上升至第三位。原排名第三位的“旅游交通类”环比下降 1%，下降至第四位。排名第五位的“IT 产品推销类”环比上升 2 个百分点，与上季度相比变化幅度不大。

总体来讲，本季度商业广告垃圾邮件内容与上季度相比变化幅度不大，都在 5 个百分点以内。

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

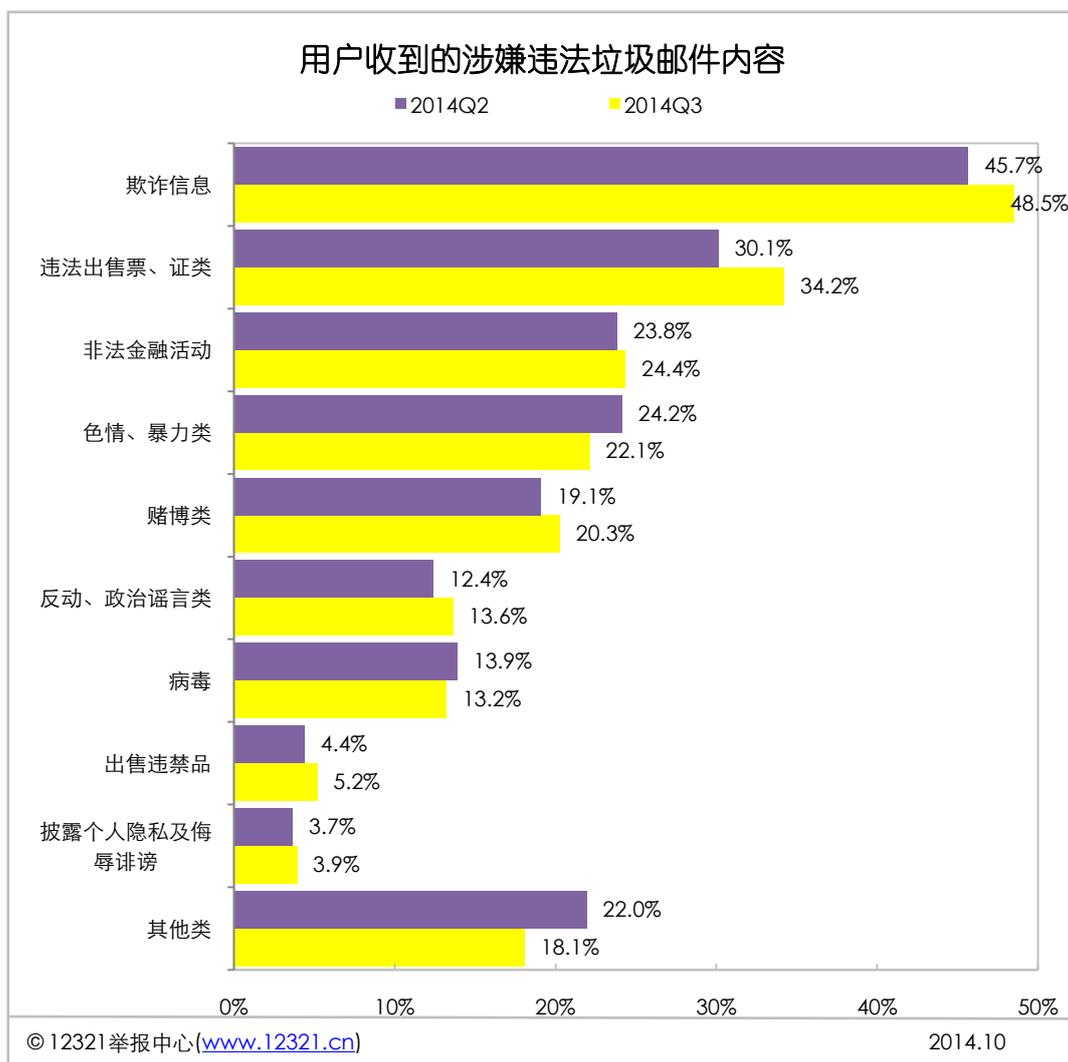


图 12 用户收到的涉嫌违法垃圾邮件内容

如图 12 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（48.5%），上升 2.8 个百分点；违法出售票、证类（34.2%），上升 4.1 个百分点；非法金融活动类（24.4%），上升 0.6 个百分点；色情、暴力类（24.2%），下降 2.1 个百分点；赌博类（20.3%），上升 1.2 个百分点。

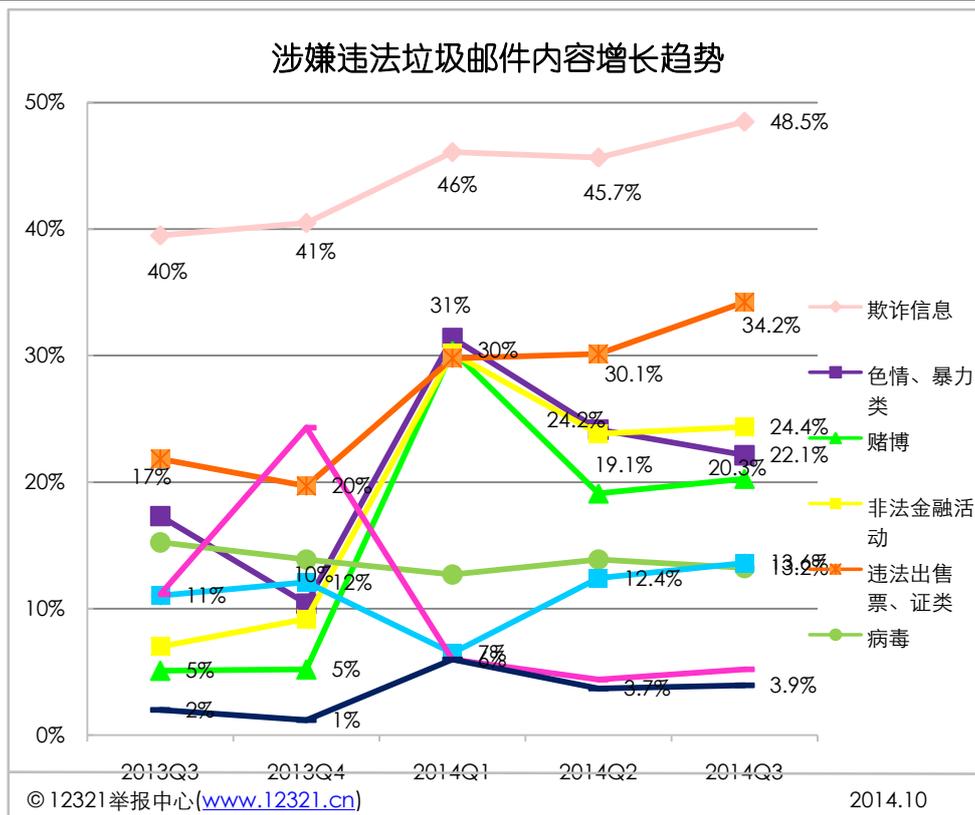


图 13 涉嫌违法垃圾邮件内容增长趋势

如图 13 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，本季度环比上升 3%。“违法出售票、证类”从上季度升至第二位，本季度没有变化，环比增长 4%。“色情、暴力类”持续下降 2 个百分点，本季度从排名第三位下跌至第四位，“非法金融活动类”环比上升 1%，排名从第四位上升至第三位。“赌博类”环比上升 1%，排名没有变化仍居第五位。

总体来讲，本季度涉嫌违法垃圾邮件内容与上季度相比变化幅度不大，都在 4 个百分点以内。

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

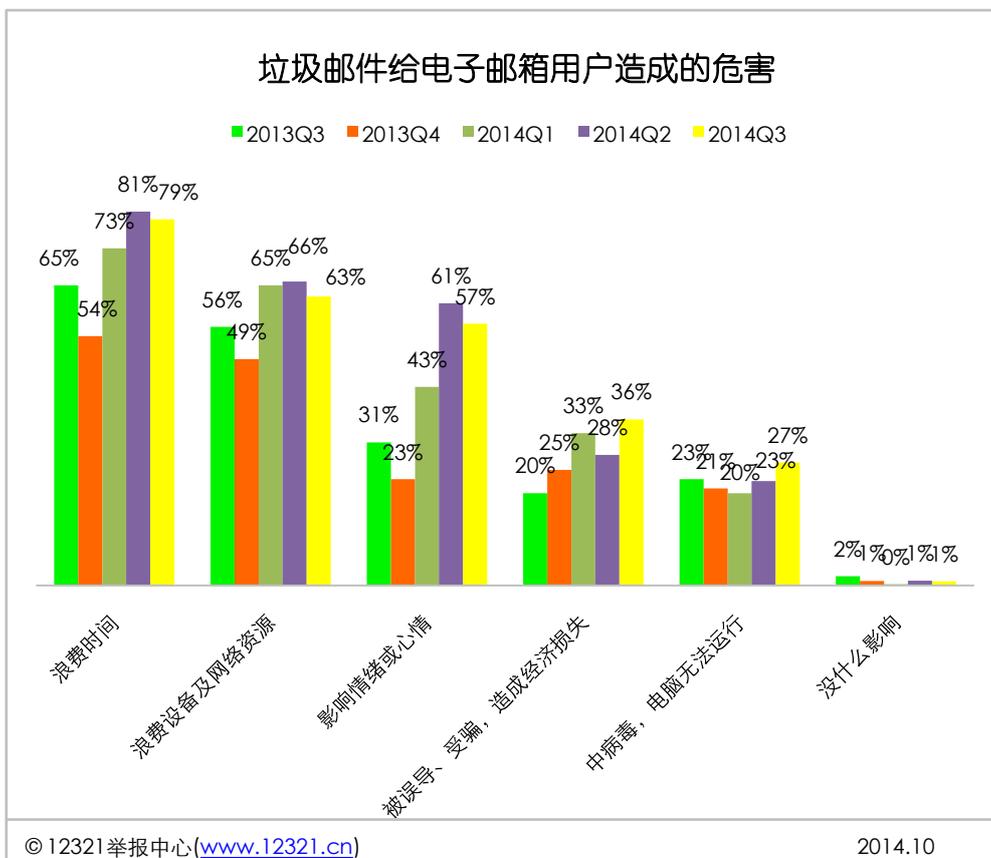


图 14 垃圾邮件给电子邮箱用户造成的危害

如图 14 所示，从垃圾邮件给电子邮箱用户造成的危害来看，“浪费时间”始终为用户认为造成的最大危害，本季度 79% 的用户认为垃圾邮件浪费了自己的时间，环比下降 2%，同比增长幅度达 14%。“使用户被误导受骗，造成经济损失”和“中病毒、电脑无法运行”两个选项在本季度占比出现一定增长；其中 36% 的用户认为垃圾邮件“使用户被误导受骗，造成经济损失”，环比上升了 8%；“中病毒、电脑无法运行”在上一季度略微上升后，本季度又环比增长 4 个百分点，占比 27%。

2.4.2 电子邮箱用户处理垃圾邮件耗费时间情况

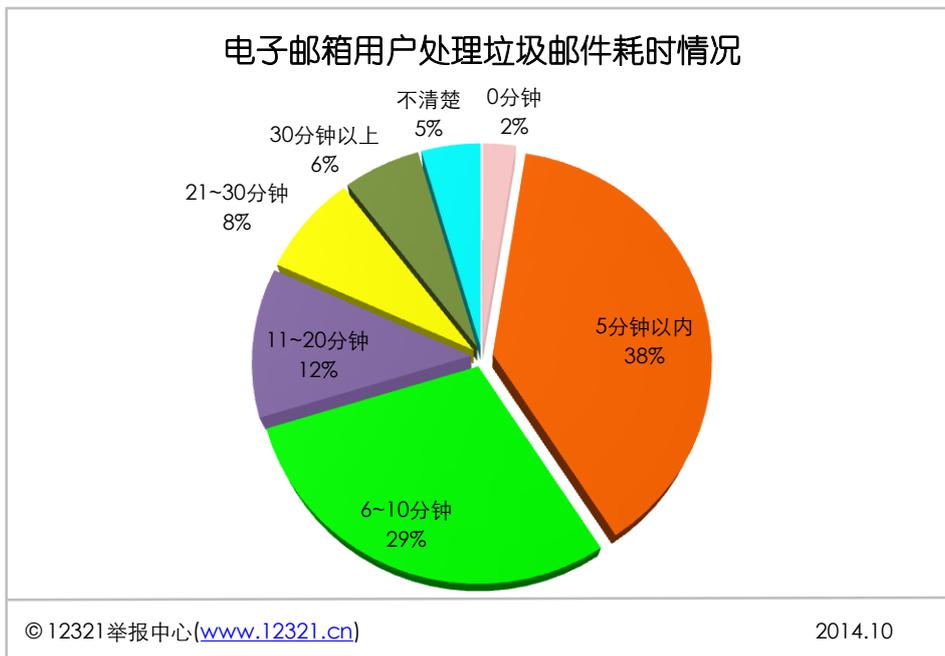


图 15 电子邮箱用户处理垃圾邮件耗时情况

如图 15 所示, 根据调查结果估算, 电子邮箱用户平均每周花费 8.7 分钟处理垃圾邮件, 其中 81.7% 受访用户耗时在 20 分钟以内, 70.2% 受访用户耗时在 10 分钟以内, 40.8% 用户耗时在 5 分钟以内。



图 16 用户平均每周处理垃圾邮件耗时对比

如图 16 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 8.7 分钟，同比增加 0.5 分钟，环比增加 0.3 分钟；近三年电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量在 11.4-16.7 封之间，总体呈略微下降趋势，但在上季度突然升至接近历史最高点，本季度又回落至 12.8 封，同比增加 0.9 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

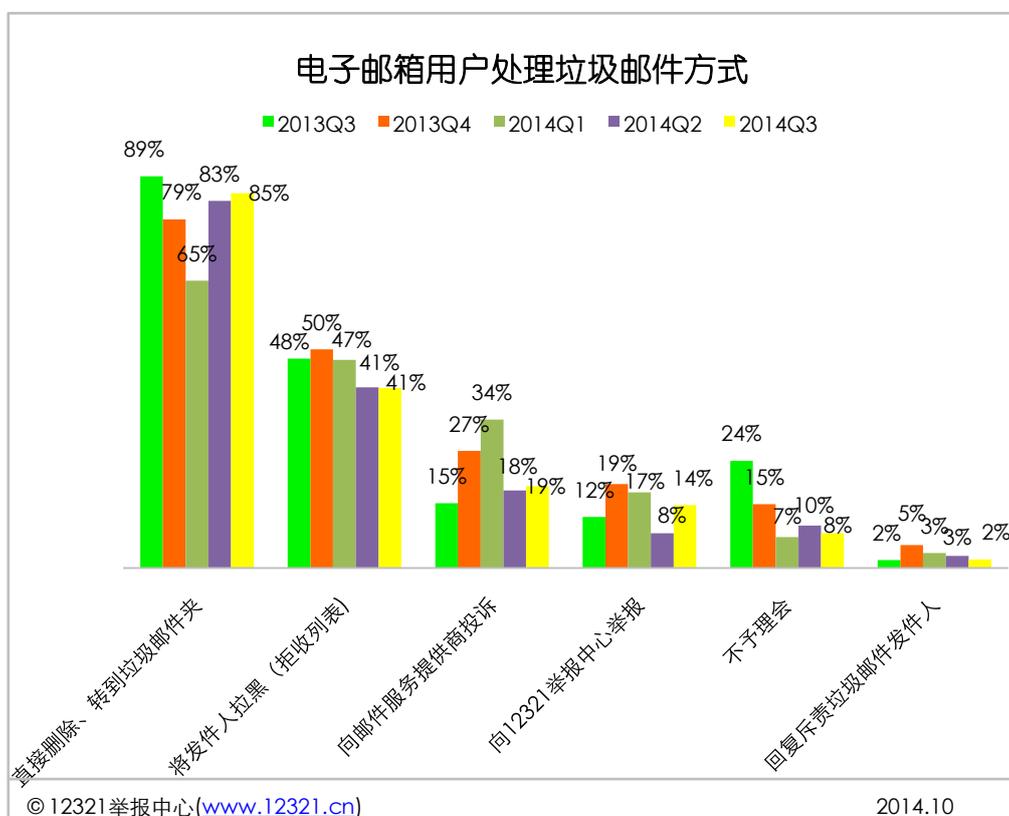


图 17 电子邮箱用户处理垃圾邮件方式

如图 17 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 85%，环比上升 2 个百分点，同比下降 4 个百分点；受访用户选择“将发件人拉黑”的占比仍居第二位，达 41%，环比没有变化；受访用户选择“不予理会”的比例近一年持续下降，本季度环比下降 2 个百分点；“向邮件服务提供商投诉”用户比例在上季度下降至近一年最低点，本季度没有变化，占比 19%，环比上升 1%。“向 12321 举报中心举报”用户比例在上季度下降至近一年最低点，本季度开始回升，

占比 14%，环比上升 6%。以上各种趋势说明，用户清除垃圾邮件的愿望强烈，并开始积极参与到垃圾邮件治理工作中，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。

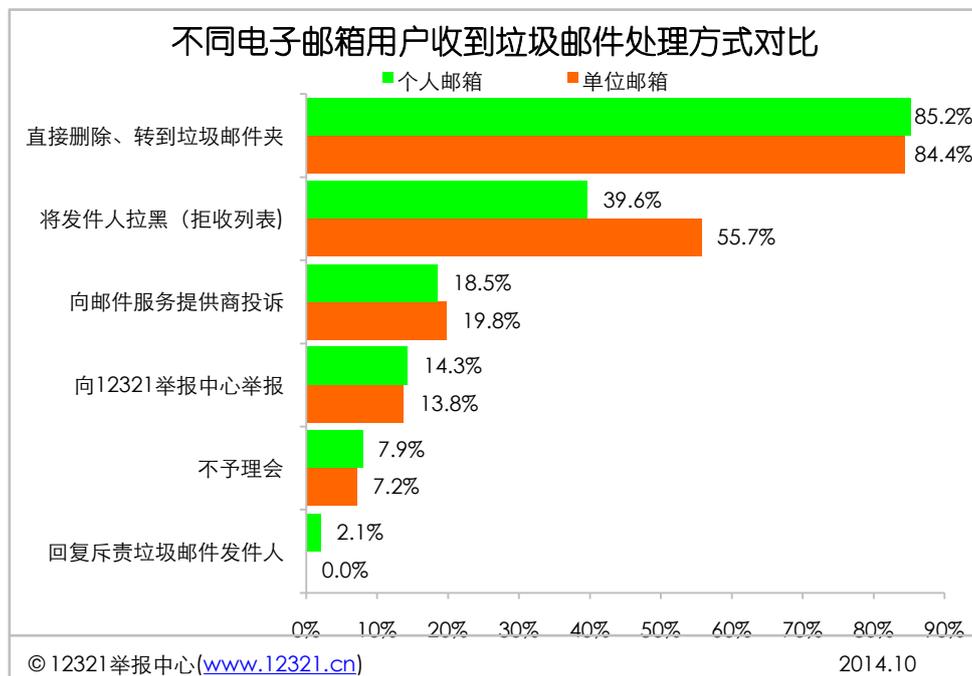


图 18 不同电子邮箱用户收到垃圾邮件处理方式对比

如图 18 所示，从不同电子邮箱用户收到垃圾邮件处理方式来看，除了单位邮箱用户比个人邮箱用户更倾向选择“将发件人拉黑（拒收列表）”外，在其余的处理方式上这两类邮箱用户的选择基本趋同。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。

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

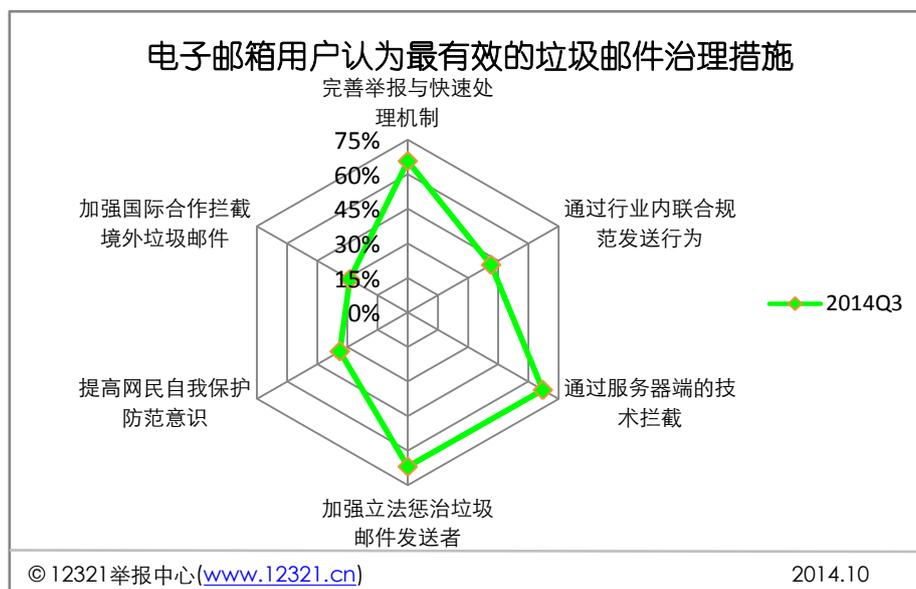


图 19 电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施

如图 19 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（67.2%）”、“加强立法惩治垃圾邮件发送者（66.9%）”和“完善举报与快速处理机制（65.7%）”等三项措施。

3.2.2 电子邮箱用户对垃圾邮件举报的态度

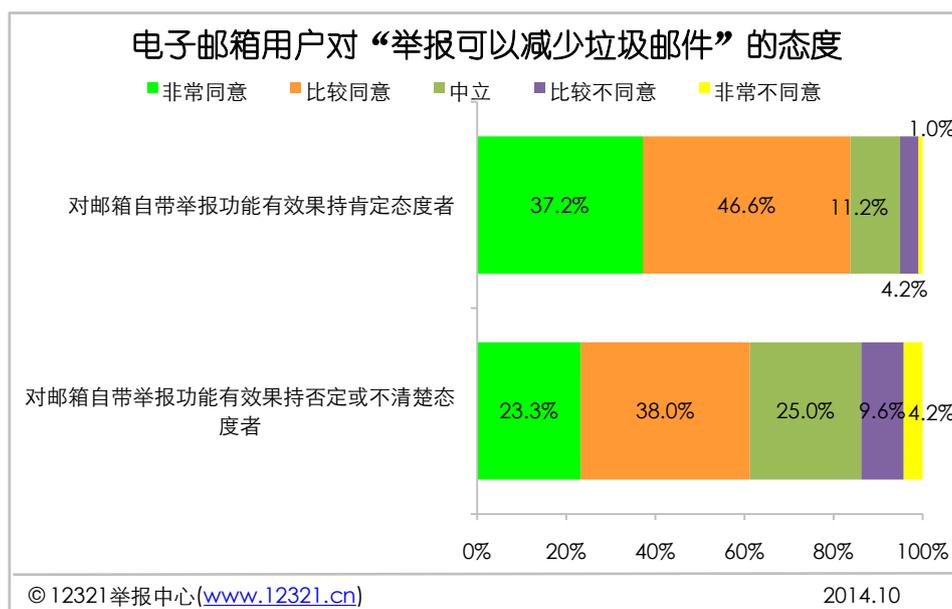


图 20 电子邮箱用户对“举报可以减少垃圾邮件”的态度

如图 20 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 83.8%同意此观点；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 61.3%同意此观点。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

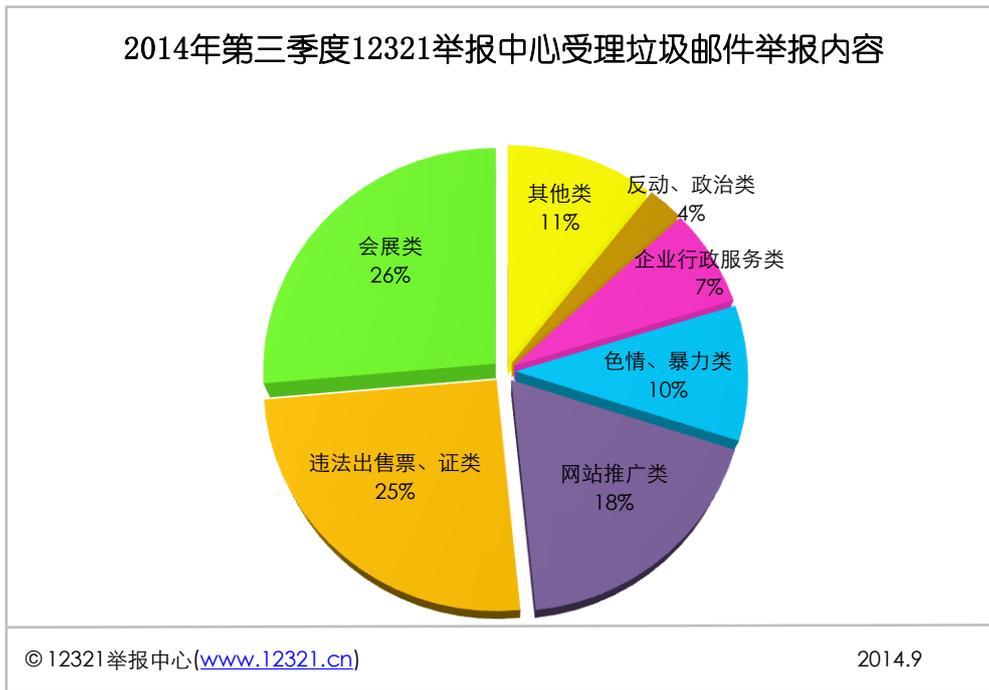


图 2112321 举报中心受理垃圾邮件举报内容

如图 21 所示，2014 年第三季度 12321 举报中心受理的垃圾邮件举报 44326 件次，在中文垃圾邮件举报内容中，会展类、违法出售票证类、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 26%、25%和 18%。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 60.3%和 39.7%。

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

完成中国互联网协会反垃圾邮件工作委员会改选

8 月 25 日下午，中国互联网协会反垃圾邮件工作委员会换届改选暨反垃圾信息工作委员会第一届委员会全体大会在京召开。会议决定将反垃圾邮件工作委员会变更为反垃圾信息工作委员会，修订了工作规则，选举产生了反垃圾信息工作委员会主任委员、副主任委员及秘书长。并明确近期工作计划：夯实举报受理工作机制，完善公众监督体系；探索建立以各类黑白名单为基础的网络信用体系；研究建立以反骚扰、反诈骗、反泄露为主要内容的网民权益保护体系等。

中国互联网协会对外发布《中国商业电子邮件服务蓝皮书》

8 月 27 日下午，中国互联网协会组织召开了中国网民权益保护论坛。论坛发布了《中国商业电子邮件服务蓝皮书》，蓝皮书项目从 2013 年 10 月底启动，经过两个月的调研，通过访问知名的商业电子邮件推广服务商、邮箱服务提供商、自建邮件服务器企业，以及法律界、反垃圾技术领域、网络营销领域等多位行业专家，听取宝贵的行业经验和观点，梳理并深入剖析商业电子邮件服务行业全貌，包括困扰行业发展的垃圾邮件问题。该报告发布后将有效提高商业邮件服务行业的服务品质，对改善商业邮件推广的服务形象，制约垃圾邮件发送起到关键性作用，对我国商业电子邮件服务行业未来 3-5 年发展具有指导意义。

《中国广告法修订草案》增加专条以规范垃圾邮件等

针对广告短信、垃圾邮件长期泛滥的问题，日前，向全国人大常委会提交的“中国广告法修订草案”中增加了专条予以规范，规定：任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，或者当事人明确表示拒绝的，不得向其住宅、交通工具、固定电话、移动电话或者个人电子邮箱等发送广告。作为平台提供商、发送管道的互联网企业、电信运营商等，也必须制止违法广告发布行为。此举意在斩断垃圾短信、邮件的传输渠道。目前，该草案正处于审议阶段。

4.2 全球垃圾邮件问题与治理

卡巴斯基实验室发布 9 月垃圾邮件报告

卡巴斯基实验室发布了 9 月垃圾邮件报告。报告显示，9 月份垃圾邮件的平均比例已占

邮件流量的 66.5%，较 8 月份降低了 0.7%。同时，根据卡斯基实验室反钓鱼组件的检测结果，金融钓鱼占有所有检出病毒的 36.97%，较上月增加了 1.7 个百分点。从这两组数据中不难看出，尽管垃圾邮件在整体上略有减少，针对在线金融数据的钓鱼邮件却不断增多。此外，卡斯基实验室专家称欺诈者通常会利用重大新闻与热门事件吸引用户的注意，使其相信这些欺诈邮件确有其事。因此，9 月出现了大量以埃博拉病毒为主题的欺诈邮件。

垃圾及钓鱼邮件，使用特殊符号躲避防护机制扫描

根据 ASRC 垃圾讯息研究中心研究，垃圾邮件发送者开始大量利用编码、HTML 等相关特殊符号等交错应用，达成规避侦测却不妨碍收信者阅读的区隔。这些特殊符号多半都可以被浏览器或发信软件自动转换为一般常见的符号，因此一般收信者在视觉或点击操作上并不会察觉有异，但却能成功躲过某些侦测机制。而钓鱼邮件也开始向垃圾邮件学习躲避被侦测的方法，故意在邮件内容中塞入大量垃圾字符，试图躲避一般的判断检查。

Facebook 向各种垃圾邮件发送者提起诉讼要求罚款 20 亿美元

近日社交网络巨头 Facebook 决定向各种垃圾邮件发送者提起诉讼，要求法院向其收取超过 20 亿美元的罚款，Facebook 博客上写道：“当我们意识到我们所提供的社交通道有可能被用于各种犯罪，我们必须反击，以防止这些垃圾邮件继续在我们的平台上滥用。”

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	10
图 4 电子邮箱用户安全意识及对商业电子邮件的态度	11
图 5 用户电子邮箱收到商业邮件的情况	12
图 6 用户对最常用邮箱反垃圾功能的满意度	13
图 7 电子邮箱用户对“邮箱有白名单列表功能”的态度	14
图 8 电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量	15
图 9 不同电子邮箱用户每周收到垃圾邮件数量	16
图 10 用户电子邮箱收到的商业广告垃圾邮件内容	17
图 11 商业广告垃圾邮件内容增长趋势	18
图 12 用户收到的涉嫌违法垃圾邮件内容	19
图 13 涉嫌违法垃圾邮件内容增长趋势	20
图 14 垃圾邮件给电子邮箱用户造成的危害	21
图 15 电子邮箱用户处理垃圾邮件耗时情况	22
图 16 用户平均每周处理垃圾邮件耗时对比	22
图 17 电子邮箱用户处理垃圾邮件方式	23
图 18 不同电子邮箱用户收到垃圾邮件处理方式对比	24
图 19 电子邮箱用户认为最有效的垃圾邮件治理措施	25
图 20 电子邮箱用户对“举报可以减少垃圾邮件”的态度	25
图 2112321 举报中心受理垃圾邮件举报内容	26

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