



2015 年上半年

手机短信息状况调查报告

(第 17 次)



12321网络不良与垃圾信息举报受理中心

版权所有 违者必究

目 录

报告摘要.....	4
I. 报告正文.....	5
1 手机使用基本情况.....	5
1.1 用户手机短信.....	5
1.2 用户使用智能手机情况.....	5
2 垃圾短信及侵权现象.....	6
2.1 用户每周收到的垃圾短信的数量.....	6
2.2 垃圾短信内容分类.....	7
2.3 短信使用中涉嫌侵权的现象.....	8
3 垃圾短信处理情况.....	8
3.1 用户处理垃圾短信的措施.....	8
3.2 用户对垃圾短信投诉举报情况.....	9
4 手机 APP 信息调查情况.....	10
5 手机安全软件的使用与选择.....	13
5.1 当前手机安全软件安装情况.....	13
5.2 用户选择手机安全软件的因素.....	13
5.3 用户对手机安全软件功能的期望.....	14
6 用户对垃圾短信息治理的意见.....	16
6.1 垃圾短信的责任主体.....	16
6.2 垃圾短信治理措施.....	16
6.3 用户对 2015 上半年垃圾短信治理效果的评价.....	18
7 用户愿意接收服务类短信.....	18
II. 调查背景.....	20
III. 调查目的.....	20
IV. 调查内容.....	20
V. 概念说明.....	21
VI. 调查方式.....	21

VII. 研究设计	22
1 问卷设计	22
2 质量控制	22
3 分析研究	23
IX. 鸣谢	23
X. 法律声明	23
XI. 联系方式	23

报告摘要

1. 2015 年上半年调查发现：91%的用户“非常同意”或者“比较同意”“我留手机号是为了接收服务信息，而不是商业推销类信息”这一观点；7%的用户保持中立；仅 2%的用户不认同。
2. 2015 年上半年调查显示，用户平均每周收到的垃圾短信息数量为 12.8 条，比 2014 年下半年下降 2.0 条。这一结果也与 12321 举报中心垃圾短信举报数量的下降趋势基本一致。另外 12321 举报中心的举报数据显示：无特定对象的滥发垃圾短信现象已明显减少（例如：房地产、餐饮类短信）。向会员发送商业营销短信的现象仍然需要规范，成为垃圾短信下一步治理工作的重点。
3. 在对短信使用过程中遇到的侵权现象的调查显示：“收到带不明链接的短信”现象占比较高，达 82.5%，比上期增长 18.8%；其次是“无法退订或不知道如何退订”（42.9%）；“强制订阅”（41.0%）；“收到邮箱发送的短信”（40.6%）和“与订阅内容不符合”（16.9%）。12321 举报中心不建议网友打开短信中的任何链接，短信中来路不明的链接是进行钓鱼或诈骗的重要安全隐患。
4. “收到垃圾短信直接删除或定期删除”依然是用户处理垃圾短信的主要措施。2015 年上半年该项占比为 88.7%，较上期上升 0.16 个百分点；57.5%的用户会将发送人号码拉入黑名单，较上期增长 22.9%；向相关机构举报投诉的有 48.0%；回短信直接斥责发送者的比例为 7.6%。
5. 2015 年上半年，超过五成的用户感觉手机 APP 推送的垃圾信息偏多（28.2%的用户认为比较多；24.1%的用户认为非常多）。认为比较少或很少的用户分别占 17.9%和 10.8%。APP 推送信息的现象对用户造成的骚扰越来越大。
6. 在对使用苹果手机的用户调查中，知道 iMessage 可以对未知信息进行过滤的用户占 27.5%。35.9%的用户因为垃圾信息太多，从而关闭了 iMessage 功能。
7. 用户选择手机安全软件时，“保障用户个人信息安全”是用户考虑选择与否的主要因素，用户选择比例达 6 成；排在第二位的是垃圾短信“过滤效果”，选择比例为 54.7%；排名第三的是“操作简便”，占比 38.0%；“能举报到 12321”达 35.6%，排第四位（12321 举报中心自 2014 年开始加强与业内主流拦截软件商合作，目前有部分拦截软件可以一键举报到 12321 举报中心。）。
8. “不上传、滥用我的个人信息”是用户对手机安全软件功能的最高期望，占比 72.6%。其次是“能举报垃圾短信”（71.4%）；“拦截效果更好”（69.8%）；“举报有反馈”（32.9%）；“有号码标记功能”（42.1%）。从第 7 和 8 点来看，2015 年上半年调查显示：用户对个人信息保护的意识已有所加强。
9. 用户认为治理垃圾短信的有效措施排名前 5 位的依次为：对垃圾短信广告主进行处罚、加大关停发送垃圾短信的端口号和手机号的时效和力度、严厉打击个人信息买卖行为，对运营商的短信服务进行监督和考核、完善短信服务的法律法规，加大实施力度。占比分别为 74.8%、68.0%、61.9%、56.2%、55.5%。

10. 4 成多用户感觉垃圾短信数量减少（13.9%的用户感觉数量明显减少，30.6%的用户感觉数量略有减少）。39.3%的用户感觉没什么变化；感觉垃圾短信数量有所增加和明显增加的仅为 8.4%和 7.9%

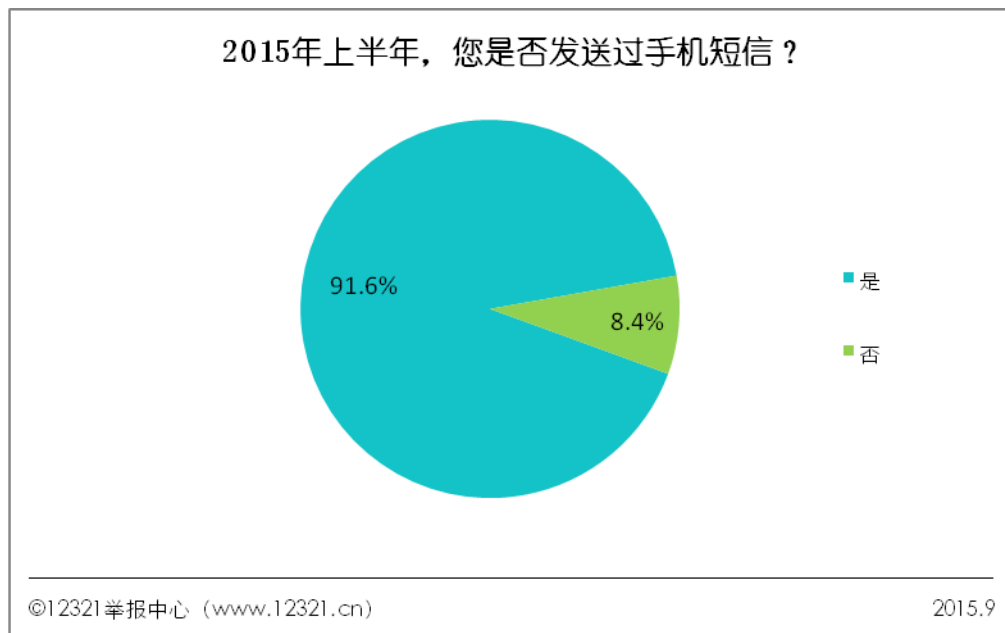
I. 报告正文

1 手机使用基本情况

1.1 用户手机短信

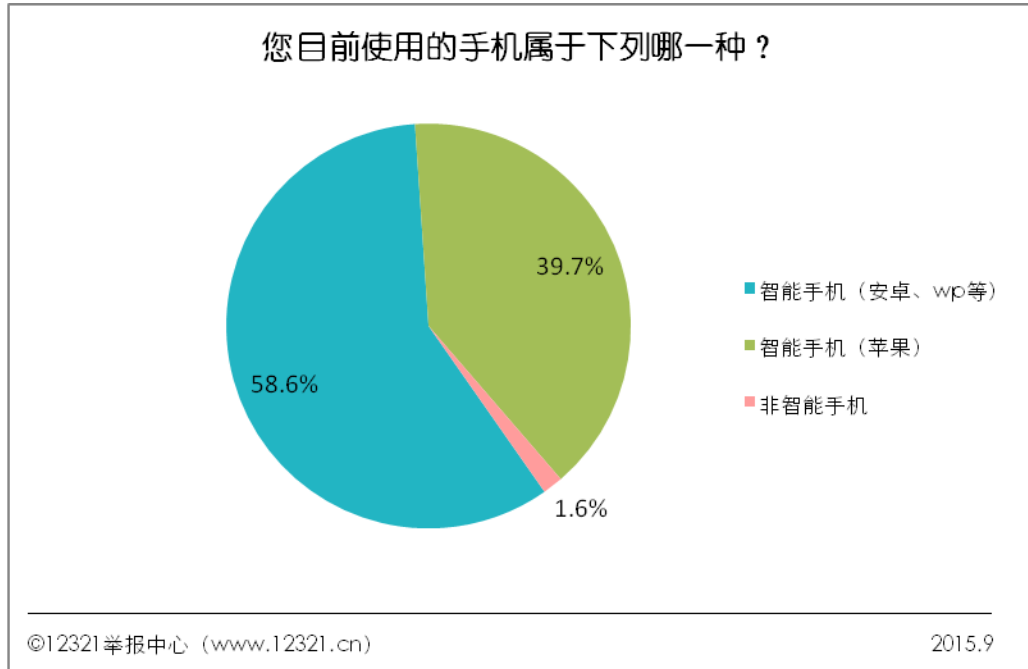
本次调查共 1422 名用户参与。

调查显示：2015 年上半年 91.6%的用户发送过手机短信，8.4%的手机用户没有发送过短信。



1.2 用户使用智能手机情况

参与 2015 年上半年调查的用户，使用智能手机的占 98.4%，较 2014 年下半年上升了 1.1%。如下图所示。

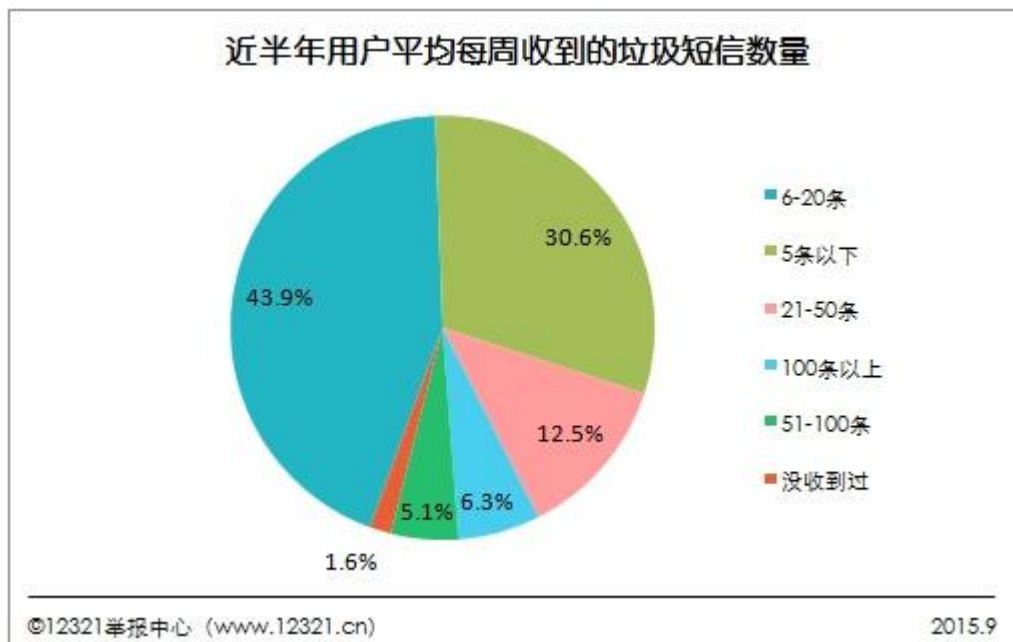


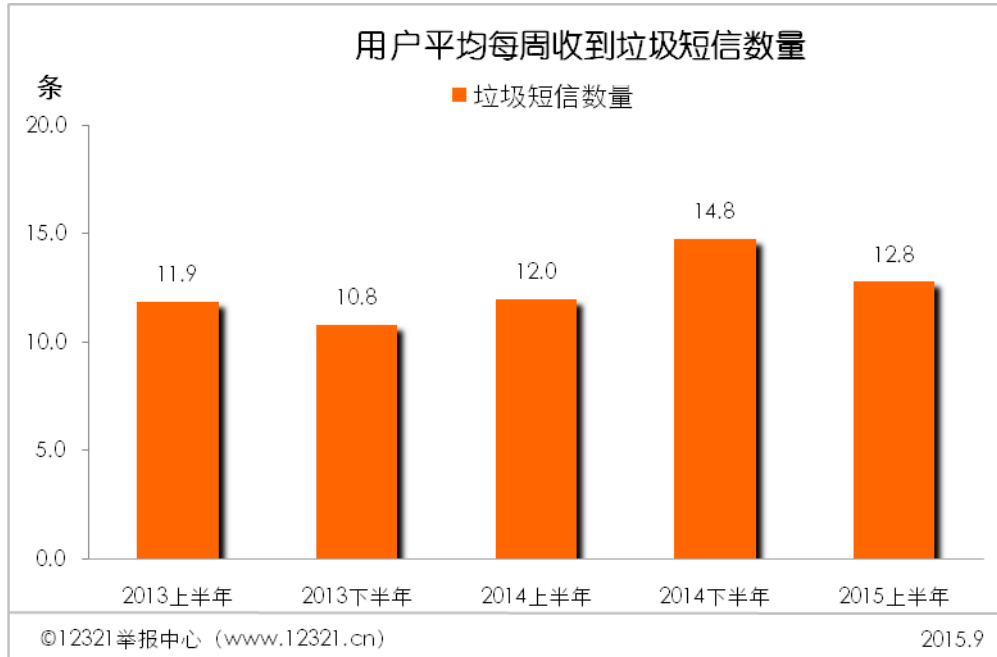
2 垃圾短信及侵权现象

2.1 用户每周收到的垃圾短信的数量

本期调查中，只有 1.6% 的用户表示没有收到过垃圾短信；30.6% 的用户表示平均每周收到的垃圾短信在 5 条或 5 条以下；平均每周收到垃圾短信 6-20 条的用户占 43.9%；

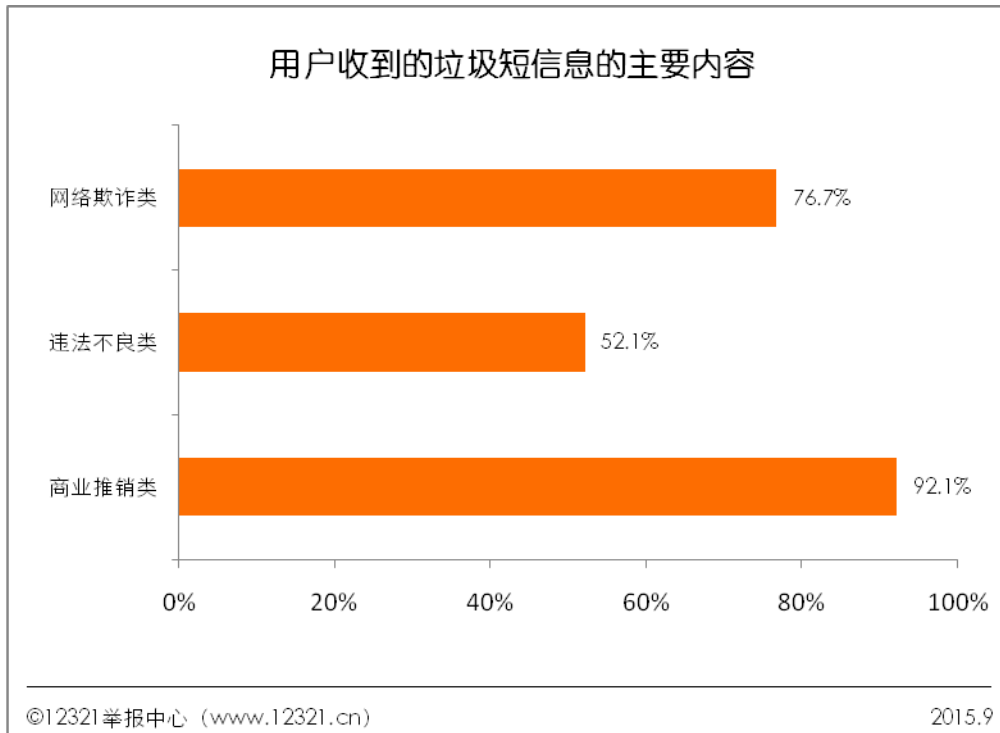
2015 上半年调查显示，用户平均每周收到的垃圾短信数量为 12.8 条，如下图所示：



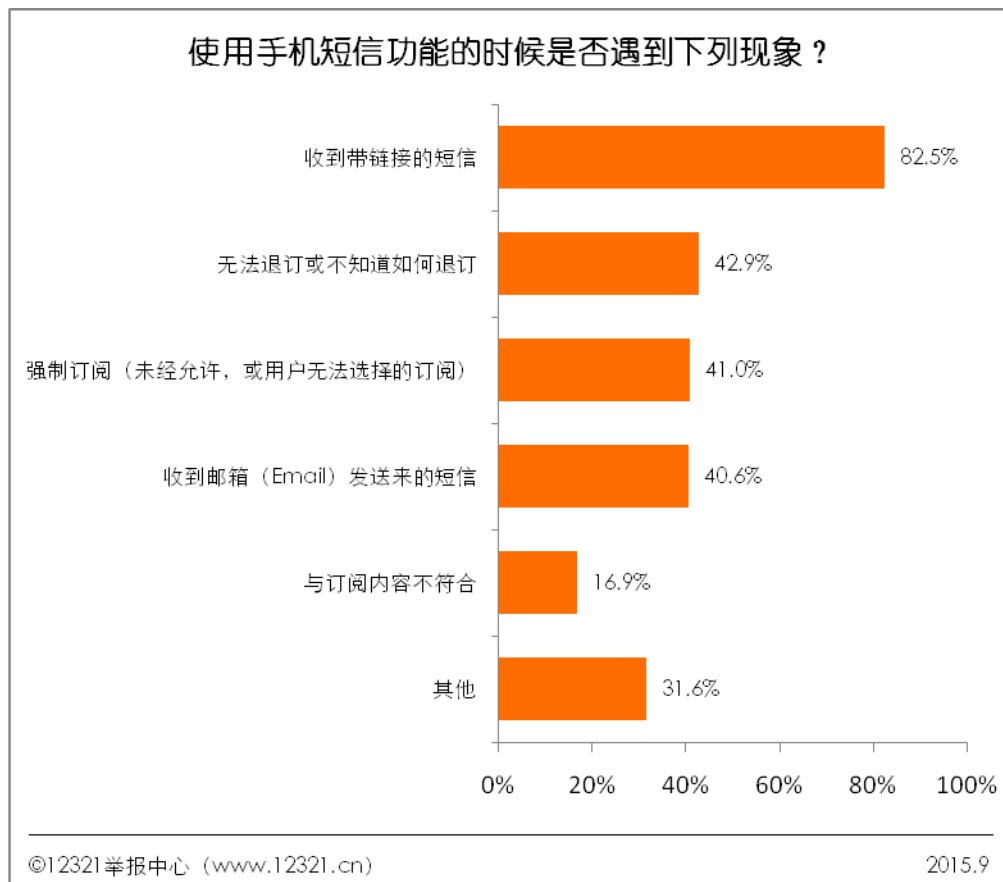


2.2 垃圾短信内容分类

如下图所示，本期调查数据表明，9 成多的用户收到过商业推销短信，近 8 成用户收到过网络欺诈短信，超过半数的用户收到过违法不良类短信。



2.3 短信使用中涉嫌侵权的现象



2015 上半年调查显示，如下图所示，短信使用过程中遇到的侵权现象，“收到带链接的短信”现象占比较高，达 82.5%，比上期增长 18.8%；

42.9%的受访用户表示碰到“无法退订或不知道如何退订”现象，与上期相比上升 15.6%；

41.0%的受访用户表示碰到“强制订阅”现象，与上期相比增长 22.9%；

“收到邮箱发送的短信”为 40.6%，比上期上升 4.1%；

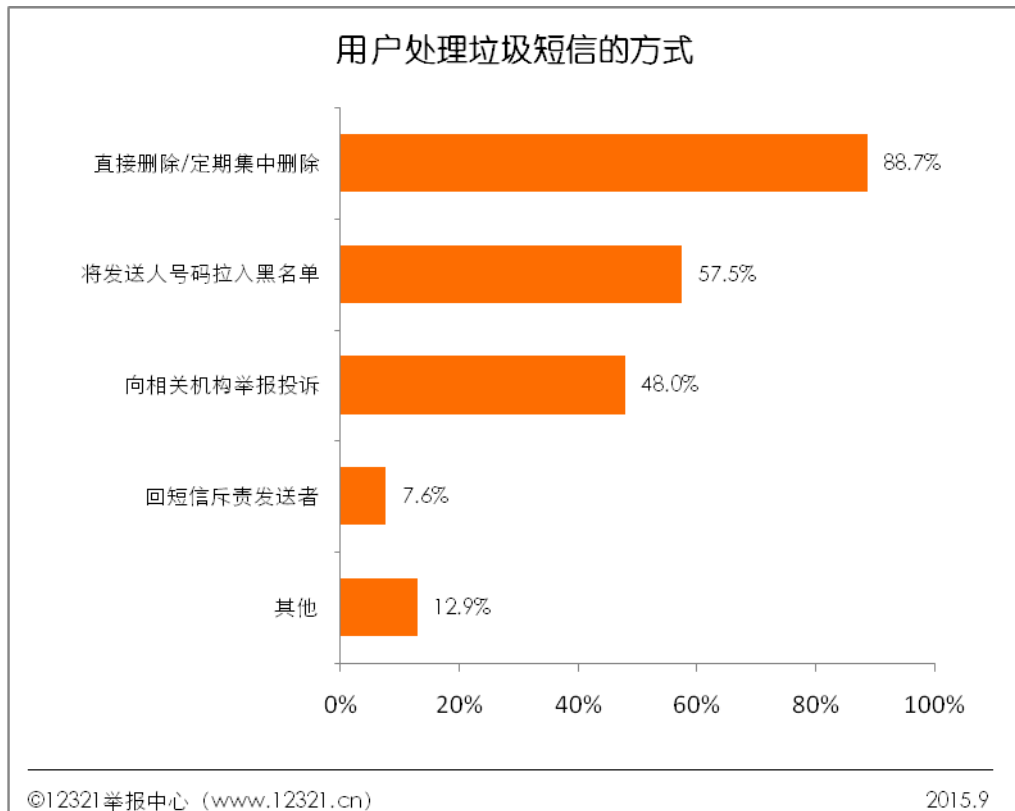
16.9%的受访用户表示碰到“与订阅内容不符合”的现象，比上期相比增加了 5.3%。

3 垃圾短信处理情况

3.1 用户处理垃圾短信的措施

2015 上半年调查显示，88.7%的用户对收到的垃圾短信直接删除或定期删除，较上期上升 0.16 百分点；57.5%的用户会将发送人号码拉入黑名单，较上期增长 22.9%；向相关机构举报投诉的有 48.0%；回

短信直接斥责发送者的比例为 7.6%。



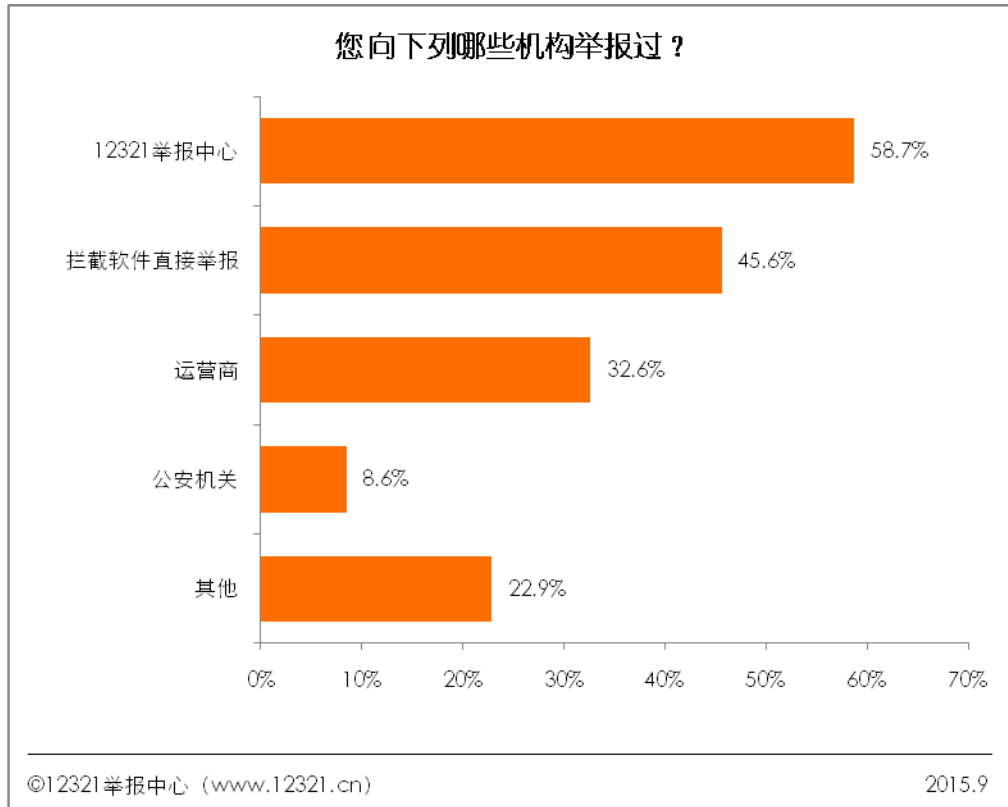
3.2 用户对垃圾短信投诉举报情况

2015 年上半年调查显示，采取了“向相关机构举报投诉”措施的用户，其中的 58.7%选择向 12321 举报中心进行举报，较上期下降了 1.8 个百分点，位居首位；

其次是选择“拦截软件直接举报”，比例为 45.6%，较上期调查下降 9.8 个百分点；

第三位是选择向所属运营商举报，比例为 32.6%，与上期调查相比大幅下降 16 个百分点；

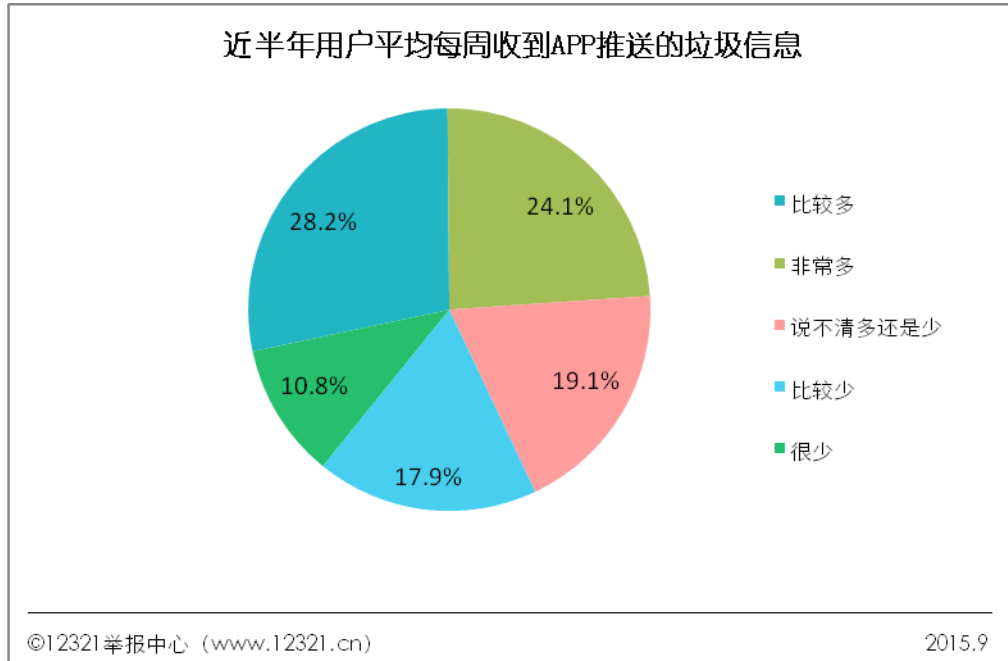
向公安机关举报的用户比例为 8.6%，较上期调查下降 0.8 个百分点。



4 手机 APP 信息调查情况

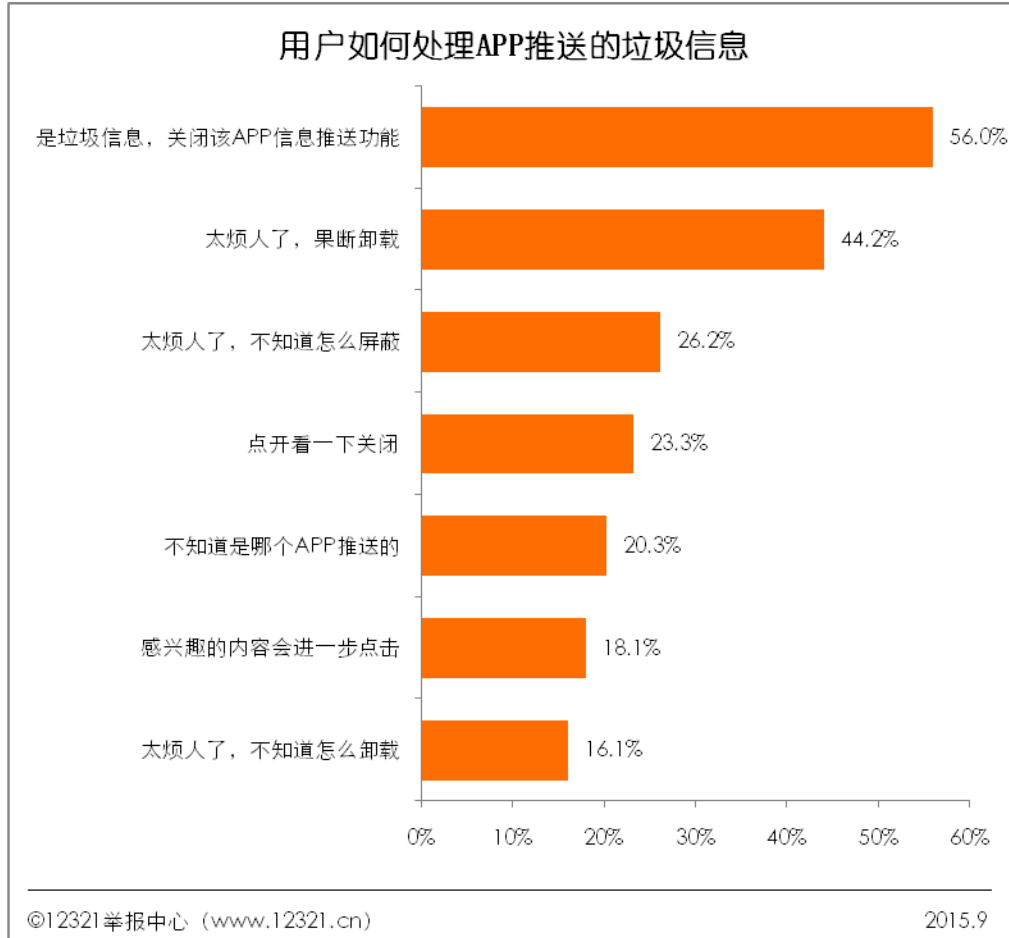
本次调查新增了对手机 APP 推送信息情况的调查。

2015 年上半年，28.2%的用户认为手机 APP 推送的垃圾信息比较多；24.1%的用户认为非常多。认为比较少或很少的用户分别占 17.9%和 10.8%。

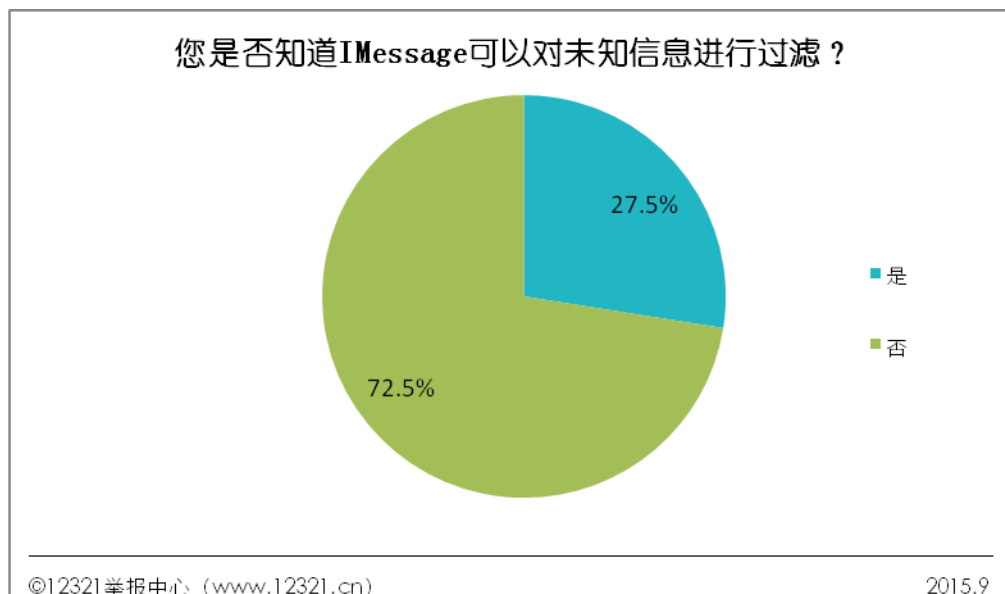


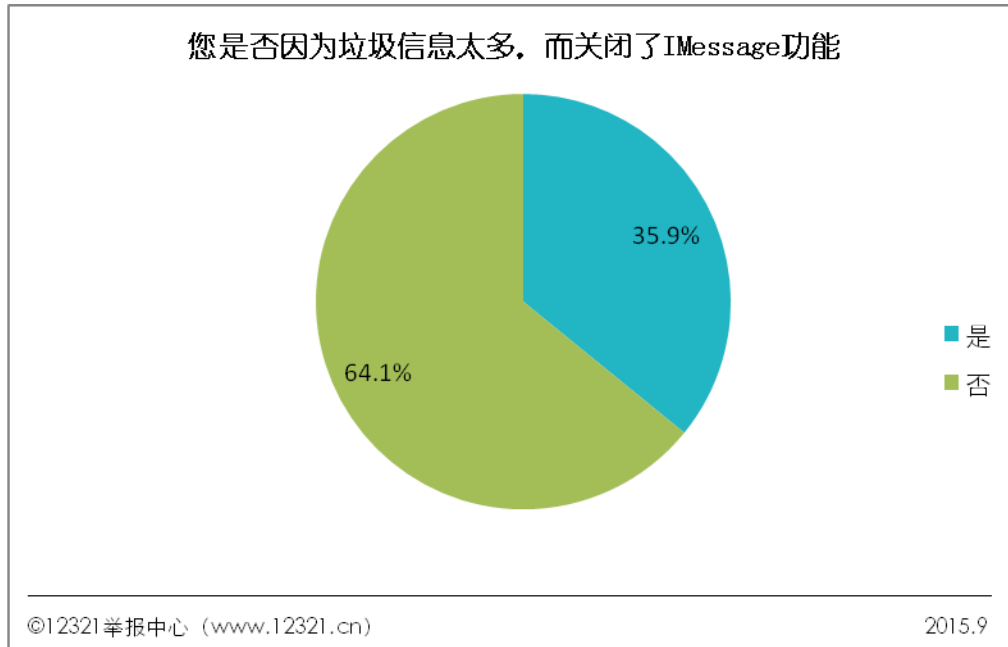
在用户接收到 APP 推送的信息后，认为是垃圾信息，关闭该 APP 信息推送功能的占 56.0%。

认为太烦人，果断卸载的占 44.2%；太烦人，不知道怎么屏蔽的占 26.2%；点开看一下关闭的占 23.3%；不知道是哪个 APP 推送的占 20.3%。



在对使用苹果手机的用户调查中，知道 iMessage 可以对未知信息进行过滤的用户占 27.5%。35.9% 的用户因为垃圾信息太多，关闭了 iMessage 功能。

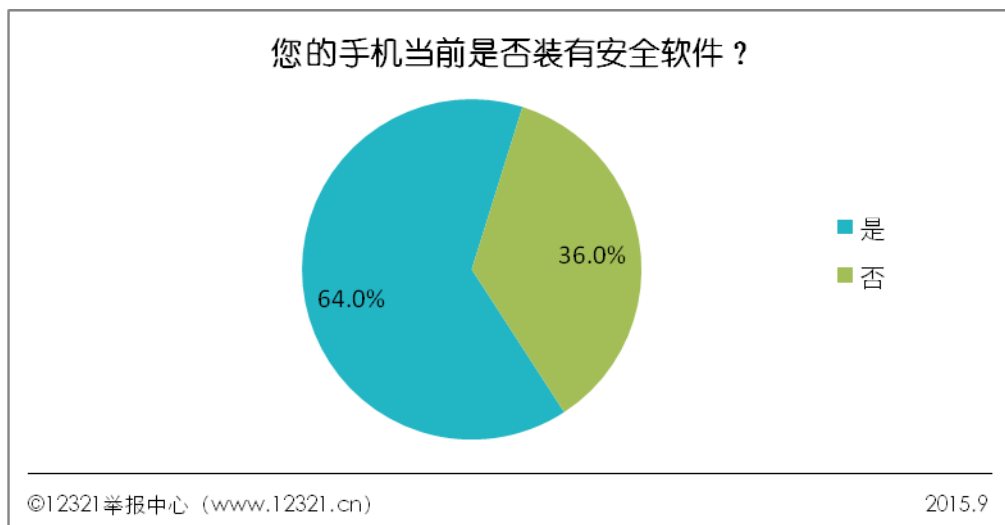




5 手机安全软件的使用与选择

5.1 当前手机安全软件安装情况

64.0%的受访用户使用手机安全软件，如下图所示。



5.2 用户选择手机安全软件的因素

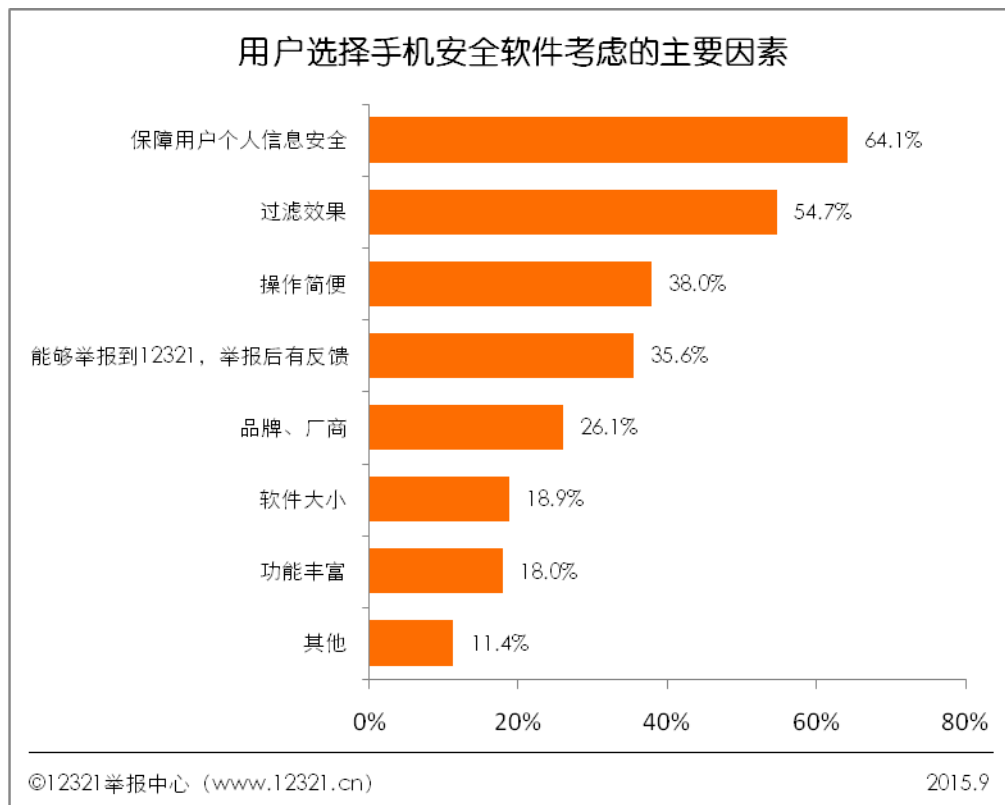
用户选择手机安全软件时考虑的因素比较多，问卷对可能的因素进行了调查，本次调查结果如下图所示。为提供更具参考意义的结果，本节将样本范围缩小到了使用智能手机且当前安装使用了手机安全软件的受访用户。

排在首位的因素，是“保障用户个人信息安全”，受访用户选择比例达 6 成；

排在第二位的是垃圾短信“过滤效果”，选择比例为 54.7%；

排在第三位的是“操作简便”，选择比例为 38.0%；

选择“能举报到 12321”达 35.6%，排第四位。



5.3 用户对手机安全软件功能的期望

2015 上半年调查显示，用户对手机安全软件功能的期望如下：

“不上传、滥用我的个人信息”，72.6%的受访用户选择，较上期增长 15.2%；

“能举报垃圾短信”，71.4%的受访用户选择，较上期增长 11.7 个百分点；

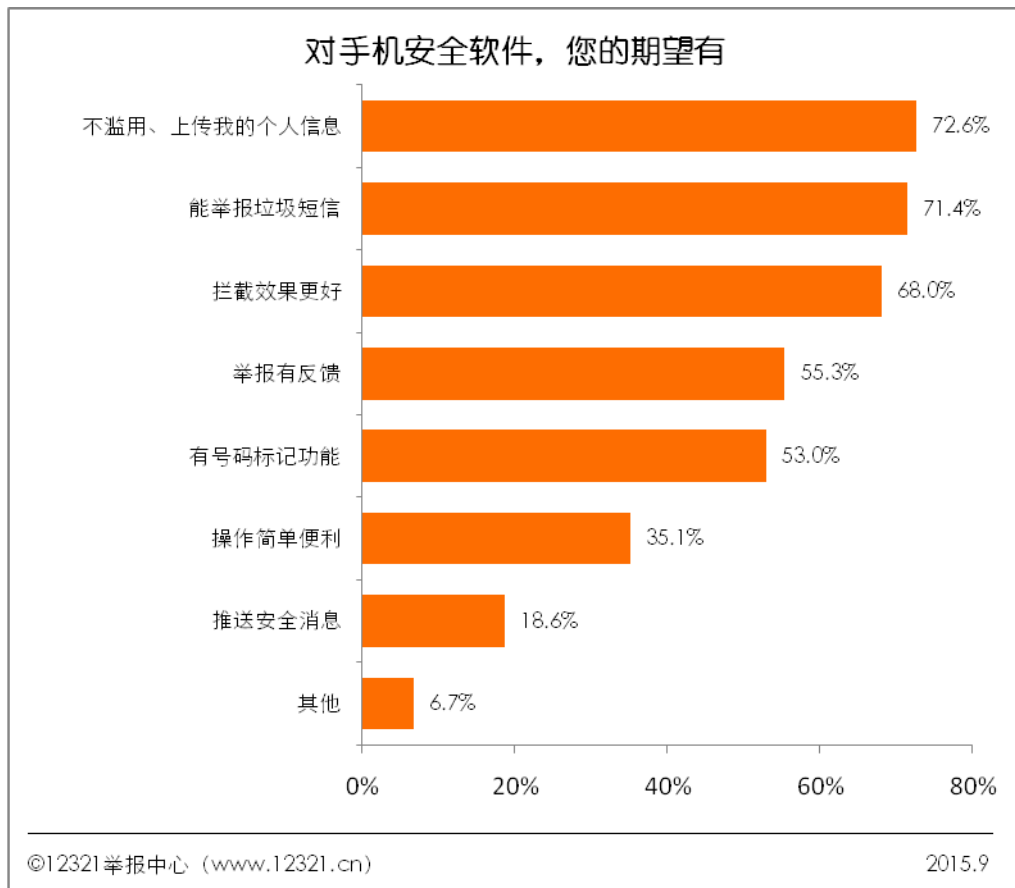
“拦截效果更好”，69.8%的受访用户选择，较上期减少 1.8 个百分点；

“举报有反馈”，32.9%的受访用户选择，较上期增长 22.4 个百分点；

“有号码标记功能”，42.1%的受访用户选择，较上期增长 10.9 个百分点；

“操作简单便利”，39.6%的受访用户选择，较上期减少 4.5 个百分点；

“推送安全消息”，20.1%的受访用户选择，较上期减少 1.5 个百分点。



6 用户对垃圾短信治理的意见

6.1 垃圾短信的责任主体

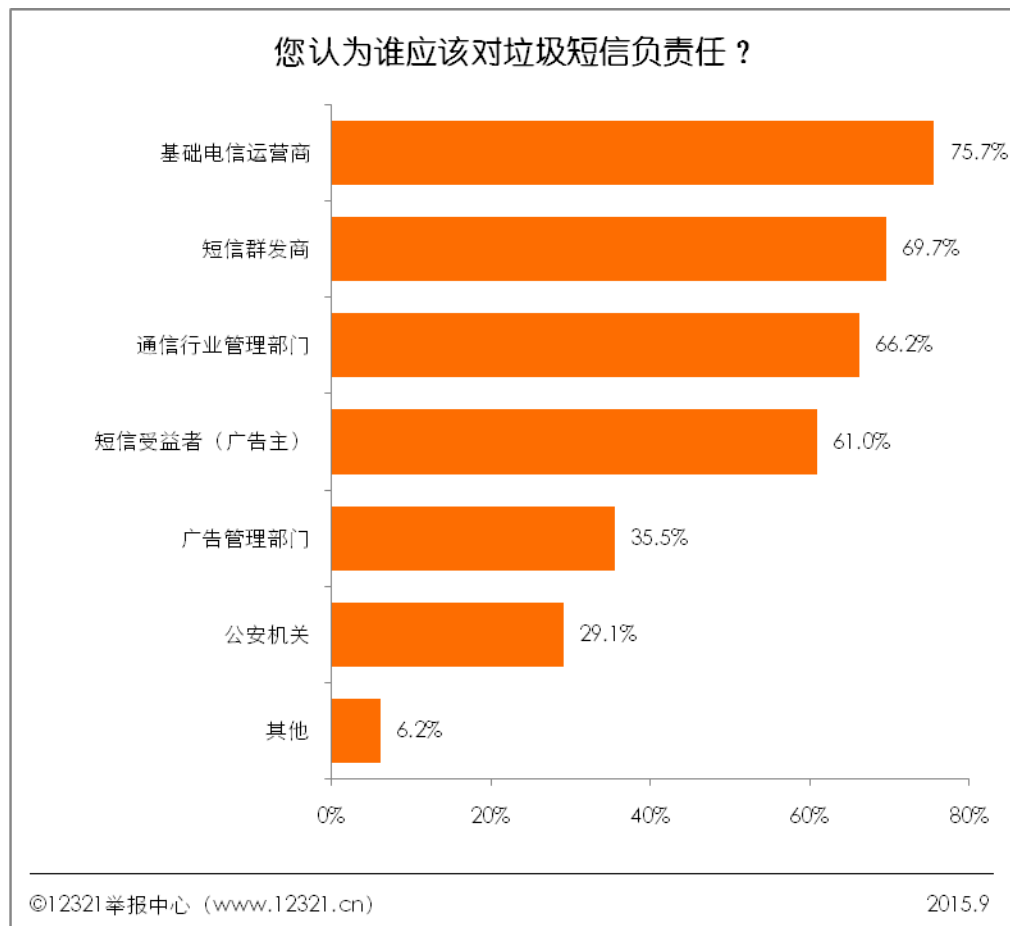
如下图所示，2015 年上半年的调查中，

75.7%的用户认为基础电信运营商应该对垃圾短信负主要责任，比上期调查上升了 29.9%，排名上升至第一位。

排名第二位的是短信群发商，69.7%的用户认为其应该负责。环比上升 17.5%。

认为通信行业管理部门应该负责任的占 66.2%，环比上升 21.5%。

选择短信受益者（广告主）和公安机关的分别占 35.3%、29.1%。



6.2 垃圾短信治理措施

本期调查进一步细化了垃圾短信治理措施，根据以往的垃圾短信治理实践经验，提炼了 8 条具体的措施供受访用户多选，如下图所示。

【第一阶梯】排名前三的有效措施分别为：对垃圾短信广告主进行处罚、加大关停发送垃圾短信的端口号和手机号的实效和力度、严厉打击个人信息买卖行为，占比分别为 74.8%、68.0%和 61.9%；

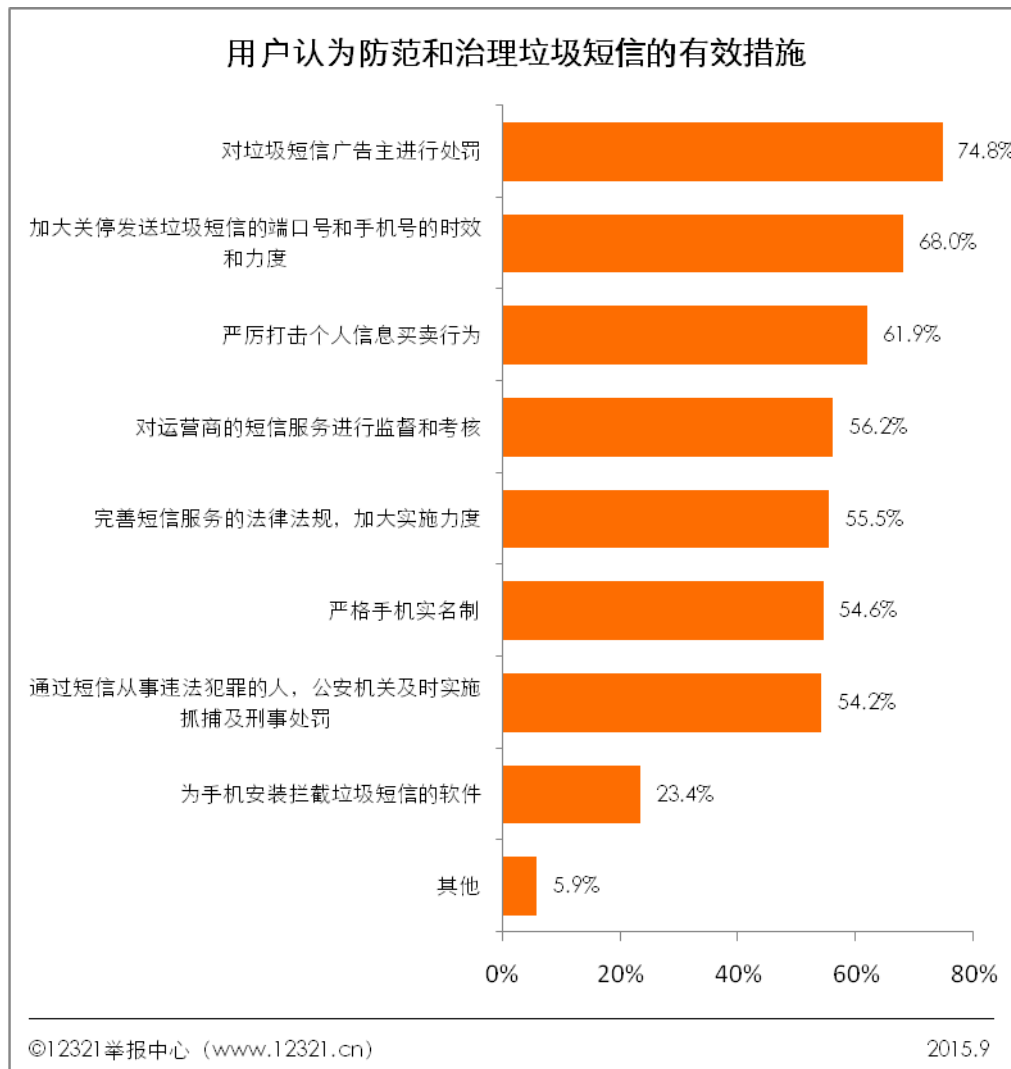
【第二阶梯】对运营商的短信服务进行监督和考核占 56.2%；

完善短信服务的法律法规，加大实施力度的占 55.5%；

严格手机实名制 54.6%；

通过短信从事违法犯罪的人，公安机关及时实施抓捕及刑事处罚的占 54.2%。

【第三阶梯】为手机安装拦截垃圾短信的软件，占 23.4%。可见，为手机安装拦截软件是用户迫于无奈的最后选择。



6.3 用户对 2015 上半年垃圾短信治理效果的评价

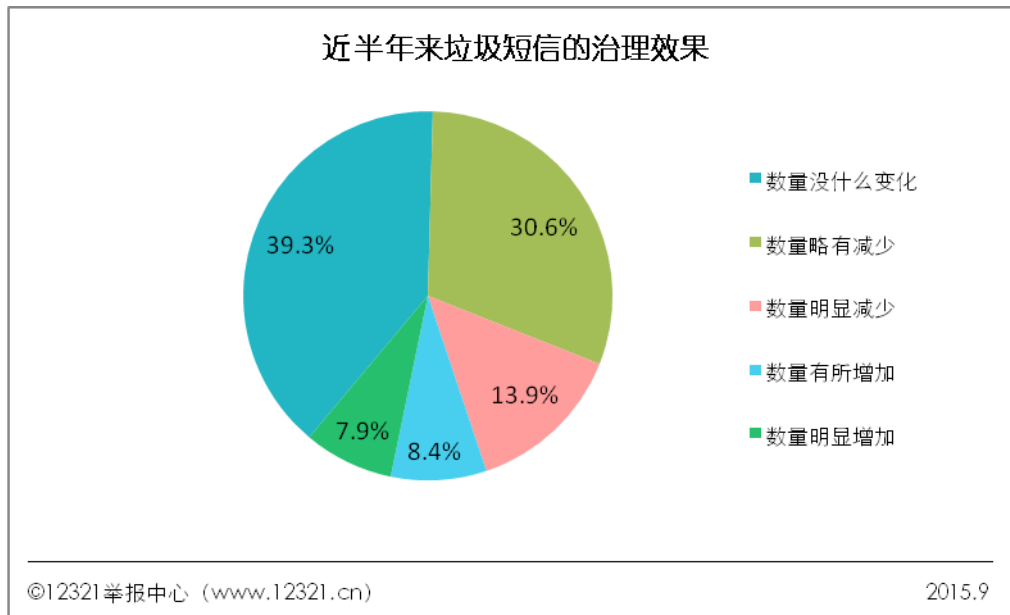
2015 下半年调查显示：

39.3%的用户感觉数量没什么变化；

3 成的用户感觉数量略有减少；

13.9%的用户感觉数量明显减少；

感觉垃圾短信数量有所增加和明显增加的分别为 8.4%和 7.9%。



7 用户愿意接收服务类短信

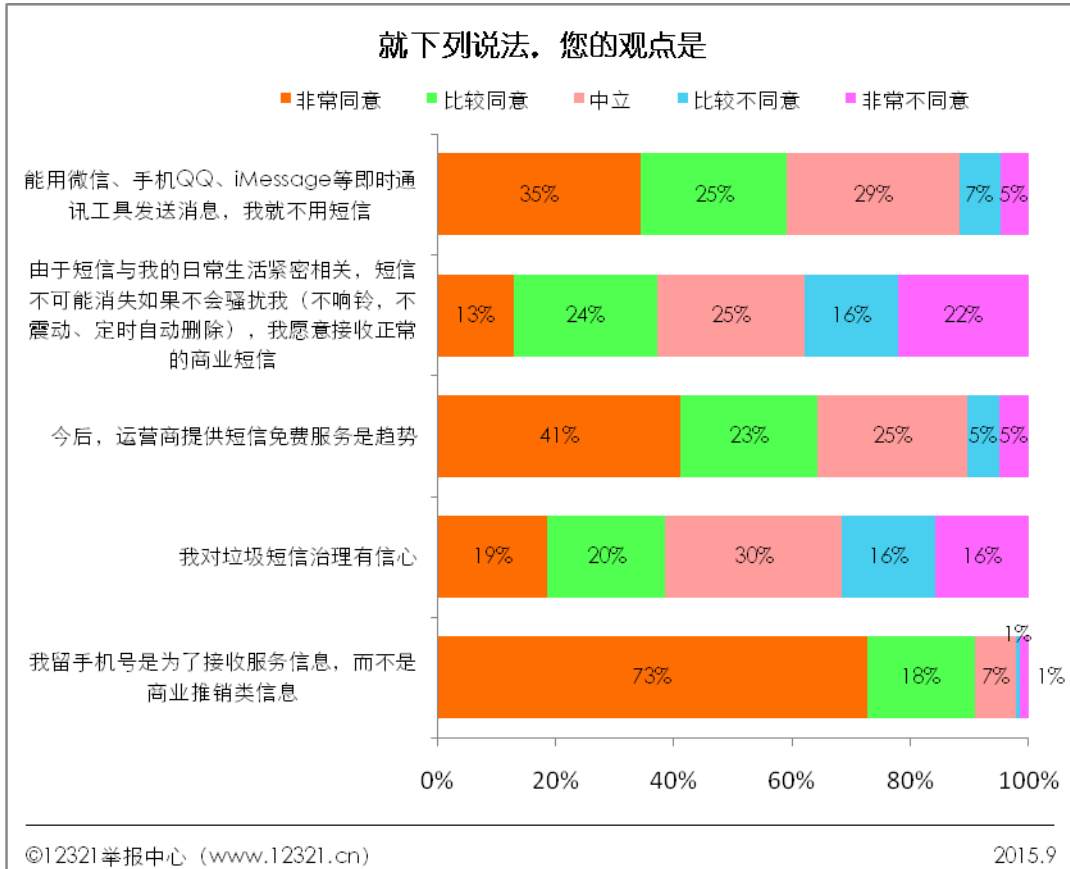
本次调查，结合短信产业发展趋势、移动互联网发展趋势、垃圾短信治理现状，提供了 5 条有关短信的观点语句询问用户看法，结果如下图所示。

73%的用户非常同意“我留手机号是为了接收服务信息，而不是商业推销类信息”这一观点。18%的比较同意该观点。7%的用户保持中立；仅 2%的用户不认同。

64%的受访用户认为“今后，运营商提供短信免费服务是趋势”，其中表示非常同意的比例高达 41%。

同时，35%的受访用户表示，“能用微信、手机 QQ、iMessage 等即时通讯工具发送消息，我就不用短信”。

尽管微信、手机 QQ、iMessage 等即时通讯工具对手机短信服务的替代效应非常明显，但 60%的受访用户依然认为，“由于短信与我的日常生活紧密相关，短信不可能消失”，29%的受访用户保持中立，有 12%的用户赞同短信会消失



II. 调查背景

为综合治理广大手机用户反映强烈的垃圾短信问题，保护用户合法权益，促进短信行业的健康发展，中国互联网协会受工业和信息化部的委托，成立“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”），开展网络不良与垃圾信息的举报受理和监督工作。

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。

12321 举报中心组织举办中国手机短信状况调查活动，旨在通过网络问卷的形式，了解用户收到垃圾短信情况，用户对垃圾短信的态度以及处理措施，用户对手机安全产品的认知需求情况等。为营造绿色和谐的手机短信服务环境、垃圾短信的治理，以及相关制度和规范的制定提供依据。

中国手机短信状况调查活动，从 2006 年开始每年开展 1 次，自 2008 年以后，每年开展 2 次，本期调查为第 17 次。

III. 调查目的

- 1、掌握中国手机短信息的使用情况及趋势
- 2、研究目前垃圾短信息主要情况及趋势变化
- 3、了解用户对垃圾短信息的态度
- 4、探索垃圾短信息泛滥的原因
- 5、了解用户对垃圾短信息的处理和预防措施
- 6、跟踪垃圾短信息治理对策的治理成效
- 7、探究治理垃圾短信息对策，为治理垃圾短信息提供参考

IV. 调查内容

- 1、用户使用的手机系统及运营商状况
- 2、用户收到垃圾短信息的状况

- 3、用户对收到垃圾短信息处理方式和认知
- 4、用户对手机安全产品性能的需求
- 5、短信息发展趋势探索

V. 概念说明

1、增值电信业务：根据《中华人民共和国电信条例》第二章第八条，增值电信业务，是指利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务。根据《电信业务分类目录》的规定，增值电信业务的内容包括：

2、垃圾短信息：根据《中国互联网协会短信息服务规范》第四条和《中国互联网协会反垃圾短信息自律公约》第二条，指未经用户同意向用户发送的用户不愿意收到的短信息，或用户不能根据自己的意愿拒绝接收的短信息，主要包含未经用户同意向用户发送的商业类、广告类等短信息；其他违反行业自律性规范的短信息。

3、违法和不良短信息：根据《中国互联网协会短信息服务规范》第五条和《中国互联网协会反垃圾短信息自律公约》第三条，违法和不良短信息是指违反国家有关法律法规的,低级恶俗的短信息，主要包括以下属性：

- (1) 反对宪法所确定的基本原则的；
- (2) 危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；
- (3) 损害国家荣誉和利益的；
- (4) 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；
- (5) 破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；
- (6) 散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- (7) 散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；
- (8) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；
- (9) 煽动非法集会、结社、游行、示威、聚众扰乱社会秩序的；
- (10) 以非法民间组织名义活动的；
- (11) 含有虚假、欺诈、诱导内容的；
- (12) 含有提供非法产品或服务的；
- (13) 含有法律、行政法规禁止的其他内容的。

VI. 调查方式

本调查采用了互联网联机调查。

调查对象：全国移动网手机用户，本报告中所提到的“用户”如无特别说明均指中国范围内的手机用

户，包括移动用户、联通用户、电信用户和虚拟电信服务商的用户。

调查范围：全国范围（不包括港、澳、台地区）

调查时间：2015 年 8 月 5 日~2015 年 9 月 11 日

网上联机调查：本次调查由 12321 举报中心设计问卷，主要是将问卷放置在 12321 举报中心 (<http://www.12321.cn>) 首页，以及一些新闻、安全 APP 推送问卷，由网民主动参与填写问卷的方式来获得样本信息。

VII. 研究设计

1 问卷设计

本次调查问卷针对手机短信息，主要设置了四个模块的问卷：手机使用的基本情况，手机短信息使用情况，垃圾短信息情况，手机安全软件使用情况。以单选，多选为主，部分为限选题。

问卷在延续以前调查的基础之上，基于移动互联网的发展和 3G、4G 应用带来的手机短信息的应用的变化，做了一些细节的调整，主要围绕垃圾短信息收取、治理情况以及短信发展趋势探索展开。

2 质量控制

回答有效性控制：针对收回的问卷，随机抽取小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难度，提升问卷的可信度。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。此方式主要防止无效问卷产生，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，设置分步提交，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，对指标频度，以及指标的趋势集中程度，离散趋势等做描述性分析，采用指标历史数据趋势对比，及对指标横向对比等方法来研究。

体系性指标研究，综合估算关键指标的平均数，综合性反映手机短信息应用、垃圾短信息方面、手机安全方面的情况，如短信息接收数量平均数，垃圾短信息平均数，垃圾短信息比例、举报投诉率、拦截垃圾短信息产品预算等。

IX. 鸣谢

本次调研活动得到广大网民、公信卫士的大力支持，而使得调查问卷的数据收集工作得以顺利进行，在此深表感谢！

X. 法律声明

本报告为 12321 举报中心（www.12321.cn）制作，报告中所有文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。未经本中心书面许可，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样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。所以，本报告只提供给阅读报告的客户作为市场参考资料，本中心对该报告的数据准确性不承担法律责任。

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

邮编：100031

电话：(010) 66414321

传真：(010) 66414320

网站：www.12321.cn

邮箱：info@12321.cn