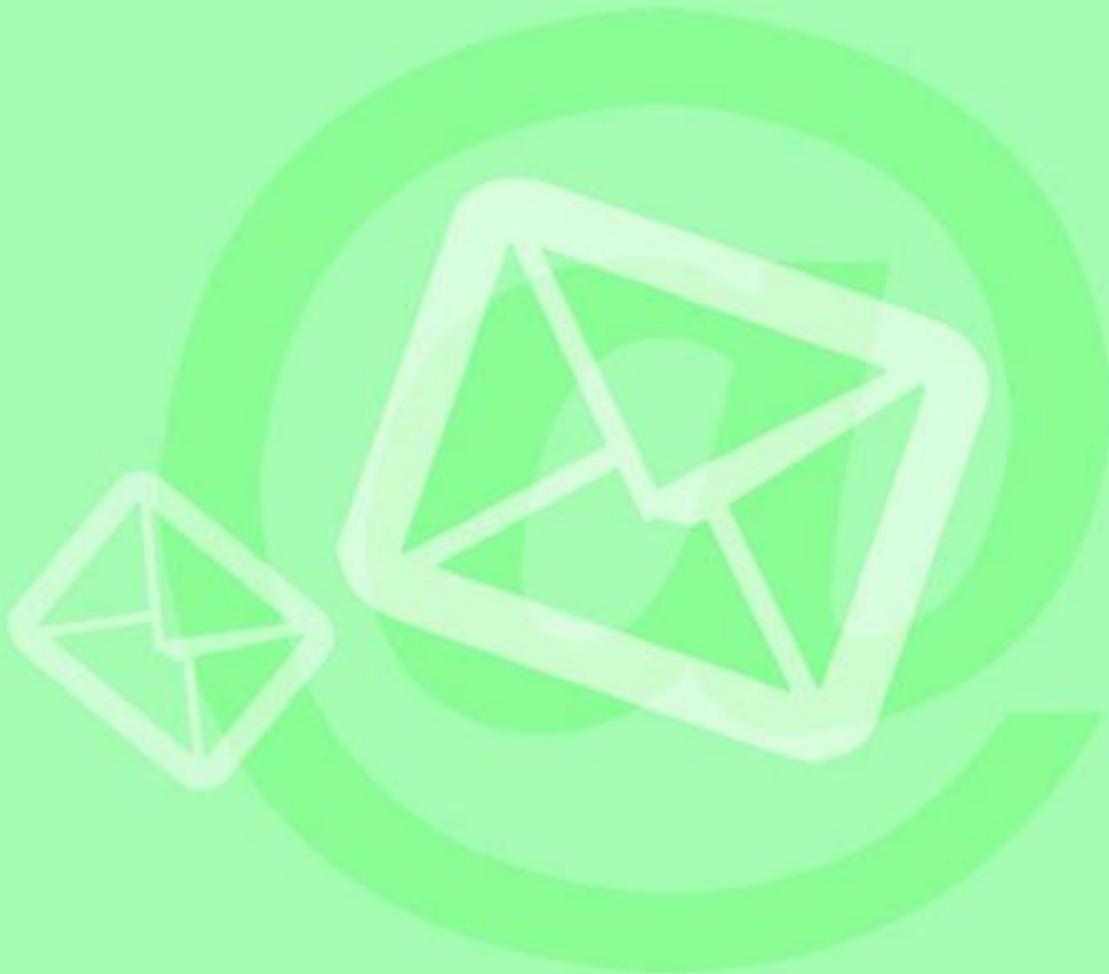




第 35 次(2013Q4)

中国反垃圾邮件状况 调查报告



中国互联网协会

ANTI-SPAM CN

反垃圾邮件(信息)中心

www.12321.org.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 全球垃圾邮件比重下降 灰色邮件增加	8
2 用户电子邮箱使用现状分析	9
2.1 用户电子邮箱使用概况	9
2.2 电子邮箱核心性能的重要程度认知	10
2.3 电子邮箱用户对邮箱的满意度情况	11
2.4 电子邮箱用户每周收到的邮件情况及比例	12
2.5 电子邮箱用户对垃圾邮件的举报情况	14
3 个人邮箱使用现状调查分析	15
3.1 普通用户对个人邮箱各性能指标的满意度情况	15
3.2 个人免费邮箱用户满意度指数影响因素分析	16
3.3 免费邮箱的主要用途	16
3.4 免费电子邮箱接收邮件情况	17
4 用户企业邮箱使用现状分析	19
4.1 用户对企业邮箱各性能指标的满意度情况	19
4.2 影响用户对企业邮箱满意度指数的情况	19
4.3 企业邮箱接收邮件情况	20
5 用户通过移动设备使用电子邮箱现状分析	21
5.1 用户通过手机使用邮箱的频度	21
5.2 用户对手机邮箱性能指标满意度	21
5.3 手机邮箱满意度影响因素	23
5.4 手机邮箱接收邮件情况	23
6 用户电子邮箱的垃圾邮件状况分析	25
6.1 用户收到的垃圾邮件内容	25

6.2 用户对不同内容垃圾邮件反感情况	26
7 用户对垃圾邮件处理方式及治理建议分析	27
7.1 垃圾邮件给用户带来的影响	27
7.2 用户对垃圾邮件的处理情况	28
7.3 用户处理垃圾邮件耗费时间情况	28
7.4 用户认为有效的反垃圾邮件措施	29
IX 附：图表目录	30
X 鸣谢	31
XI 法律声明	31
XII 联系方式	31

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，有效的制定反垃圾邮件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中心共同承办，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，此为第三十五次调查。

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性能指标的满意度情况
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. 用户使用电子邮箱的现状
2. 电子邮箱用户收到垃圾邮件的现状
3. 企业电子邮箱（公司邮箱）使用的现状
4. 企业电子邮箱收到垃圾邮件的现状
5. 通过手机登录邮箱的用户状况

6. 通过手机使用邮箱的垃圾邮件状况
7. 用户对邮箱的主要性能满意度情况
8. 用户对垃圾邮件的态度

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：2013 年 12 月 25 日~2014 年 1 月 20 日
4. 网上联机调查：将问卷放置在 12321 举报中心（<http://www.12321.cn>）和中国互联网协会反垃圾邮件中心（<http://www.12321.org.cn>）的网站上，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 4631 份问卷，其中有效问卷共 4258 份。

VI 研究方法

1. 问卷设计

本次调查为第三十五次调查，调查问卷与 2013 年前 3 个季度相同。

问卷针对广大互联网用户电子邮箱使用情况、垃圾邮件状况等主题设置六个模块，每个模块设置 4 到 7 个问题不等。以单选、限选为主，部分问题包含有半开放选项。

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

本次调查共收回 4631 份问卷，其中有效问卷共 4258 份

1. 中国网民每周收到垃圾邮件的数量为12.6封，垃圾邮件占比32.3%。

调查显示，2013年第四季度，中国电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量为12.6封，环比上升了0.7封，同比下降2.2封。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32.3%，环比下降了0.5个百分点，同比下降了1.1个百分点。

2. 个人免费邮箱平均每周收到正常邮件23.2封，收到垃圾邮件12.9封，垃圾邮件占比35.7%，环比增加1.3个百分点。

3. 企业邮箱平均每周收到正常邮件47.9封，收到垃圾邮件9.0封，垃圾邮件占比15.8%，环比下降了7.6个百分点，垃圾邮件占比相对最低。

4. 手机邮箱用户平均每周收到正常邮件30.5封，垃圾邮件14.4封，环比增长6.0封，垃圾邮件占比为32.1%，环比下降0.2个百分点。

5. 个人电子邮箱综合体验满意度指数（UEI）66.3，环比下降1.9；企业邮箱的综合UEI为64.9，环比下降3.3；手机邮箱的综合UEI为60.8，环比下降5.3。

6. 在最重要的邮箱核心功能中，“收发邮件成功、及时性”和“安全性、保密性”仍高居前两位，比例分别为65.5%和63.6%，环比分别下降了19.7%和17.6%。

对2012年第四季度至2013年第四季度位居前三的性能的重要性认知程度对比中发现，信息安全一直是用户关注的焦点。

7. 对收到垃圾邮件，受访用户感觉数量最多的是欺诈类、网站推广类和旅游交通类；受访用户选择比例分别为40.5%、38.2%和34.1%。

8. 用户对欺诈类垃圾邮件最反感。

2013年第四季度，用户最为反感的内容仍是“欺诈类”，24.9%受访用户选择，环比增长了1.8%；“网站推广类”居第二位，10.4%的受访用户选择了此项，环比下降了6.2%；“妨害公共安全类”为8.7%，环比大幅增长了5.8%；“病毒类”由第三位降为第四位，为8.1%，环比下降0.5%。

9. 电子邮箱用户每周处理垃圾邮件的时间为9.4分钟，比上季度增加了1.2分钟。

VIII 报告正文

1 全球垃圾邮件比重下降 灰色邮件增加

2013 年全球垃圾邮件的比重下降了 2.5%，跌到了 69.6%。而带恶意附件的邮件比重也下跌了 0.2%，跌到了 3.2%。

但是，垃圾邮件制造者们找到了新的方法绕开企业垃圾邮件过滤器，这让反垃圾邮件厂商，IT 管理人员和消费者们都没有喘息的机会。

据《卡巴斯基安全报告：2013 年垃圾邮件新变化》(Kaspersky Security Bulletin. Spam evolution 2013, 下称“报告”)来看，现在不仅仅是出现了新伎俩，还出现了新的不法分子以及正在改变的目标。

垃圾邮件制造者似乎已经意识到，他们的目标越来越难攻下。所以，他们不再专注于银行账户和其他金融数据，而是转向社交网络和邮件。

“我们发现在垃圾邮件中合法的商业邮件减少了，更多的是诈骗和恶意信息，”报告称，“以前，犯罪分子可以利用用户的粗心大意，而现在，他们面对的是具备防范技术的用户。形势迫使他们寻求新的诈骗伎俩，如假借反病毒软件升级为名，发送恶意附件。”

蠢蠢欲动的垃圾邮件制造者们现在用群发邮件的形式向订阅用户以及所窃数据库中的邮件地址发送信息，这样一来，当安全厂商拦截这些邮件时，他们可以谎称这些邮件都是可靠的，导向的网页也是合法的，人们在这些网站可以取消订阅。这些所谓的“灰色”邮件依据“发件人名誉”的规则，绕过了安全软件厂商的拦截。

卡巴斯基研究人员期望，在新的一年里，垃圾邮件的比重维持在 2013 年的水平，但是他们预计这类“灰色”邮件会增加。

“垃圾邮件在发生改变，随着传统广告的衰败，我们会看到更多诈骗，恶意和钓鱼邮件，”报告总结称。“因此，即便是经验丰富的互联网用户也要提高警惕避免中招。”

(附：相关报告原文 http://www.securelist.com/en/analysis/204792322/Kaspersky_Security_Bulletin_Spam_evolution_2013#08)

2 用户电子邮箱使用现状分析

2.1 用户电子邮箱使用概况

如图 1 所示,参与调查的网民,使用普通个人电子邮箱的用户占 95.4%,使用企业邮箱的占 18.6%,使用手机邮箱占 20.9%,不使用邮箱的用户占 1.9%。后续若非特别指明,所有分析均基于使用电子邮箱服务的有效调查样本。受访网民平均拥有邮箱个数为 1.70 个,如图 2 所示。

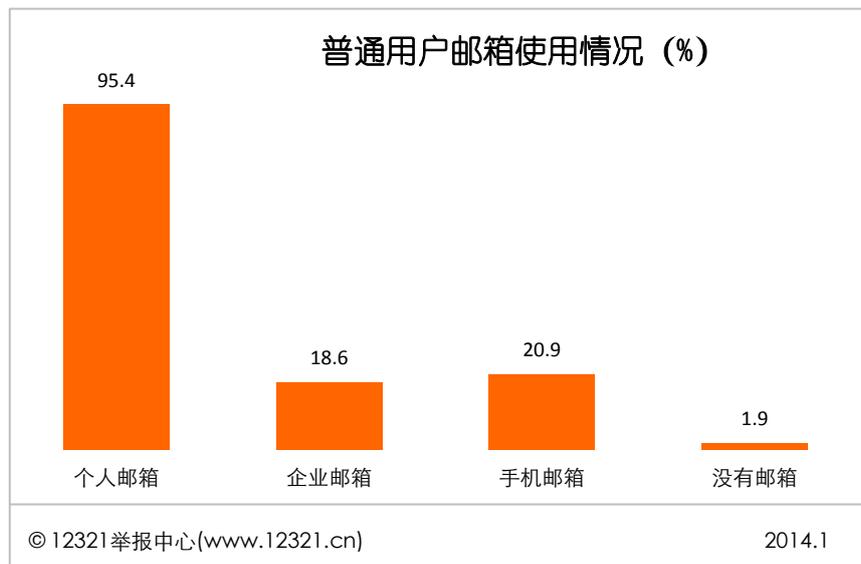


图 1 普通用户邮箱使用情况 (%)

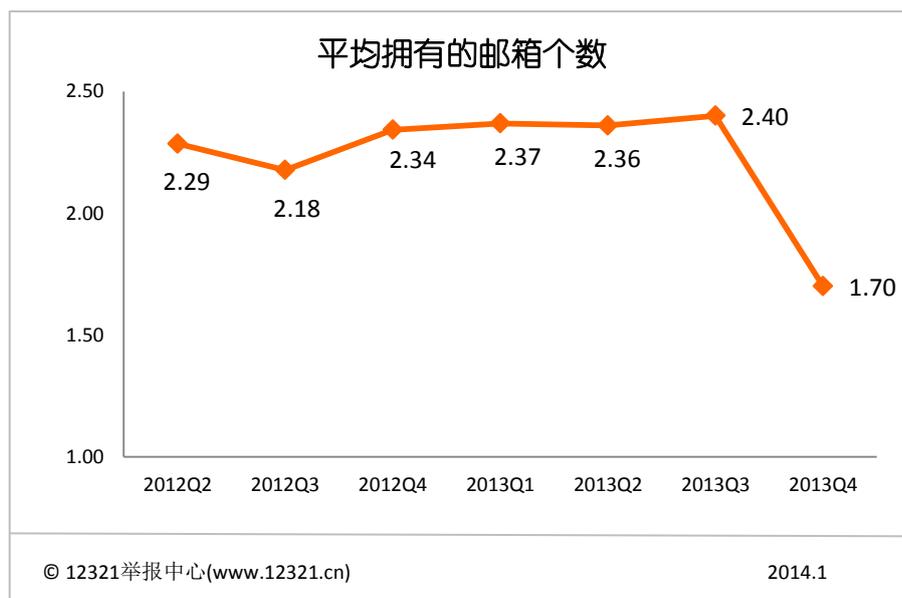


图 2 平均拥有的邮箱个数

2.2 电子邮箱核心性能的重要程度认知

调查显示，2013 年第四季度，在电子邮箱的八项核心性能指标中，“收发邮件成功、及时性”和“安全性、保密性”仍位居用户关注前二位，比例分别为 65.5%和 63.6%，明显高于其它选项；与上季度相比，“收发邮件成功、及时性”“安全性、保密性”分别下降了 19.7%、17.6%，如图 3 所示。

选择“邮箱登陆，页面加载速度”的用户与上季度相比上升了 8.6%，并且其重要性排到了邮件系统的稳定性之前；其他性能性能指标的选择比例均有不同程度的下降。

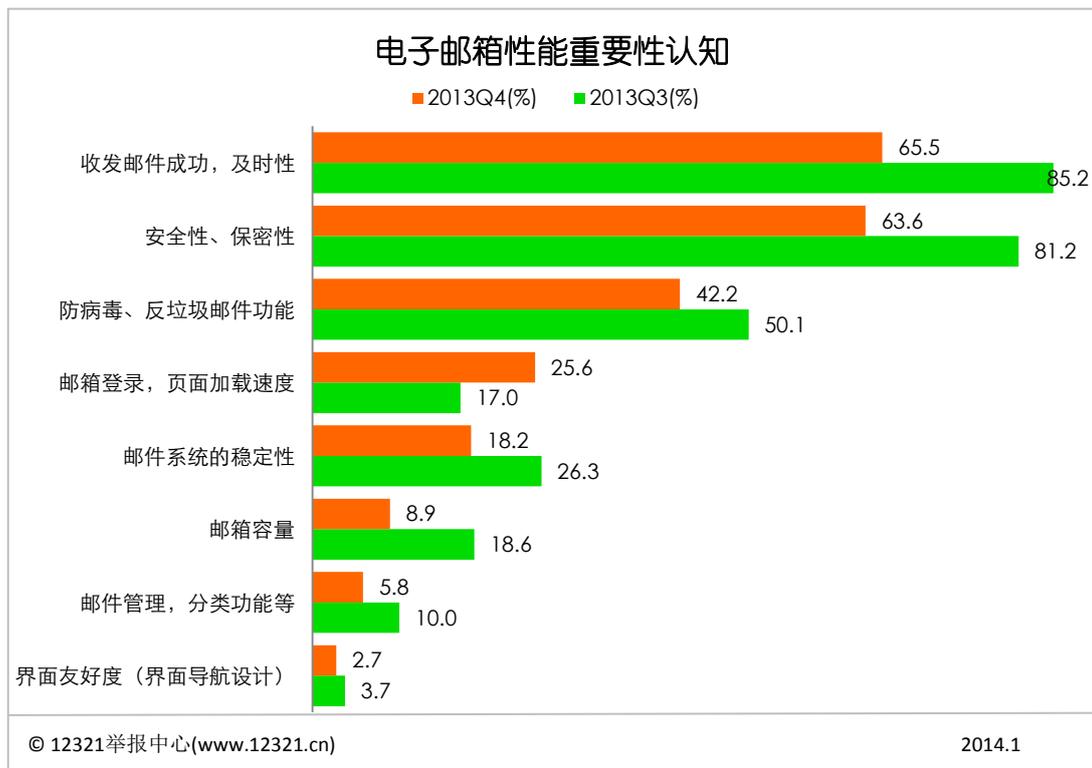


图 3 电子邮箱性能重要性认知

对 2012 年第二季度至 2013 年第四季度位居前三的性能的重要性认知程度对比中发现，“安全性和保密性”“收发邮件成功，及时性”和“防病毒、反垃圾邮件功能”三个指标的重要性认知均呈现下降态势，而且下降的幅度比较明显。

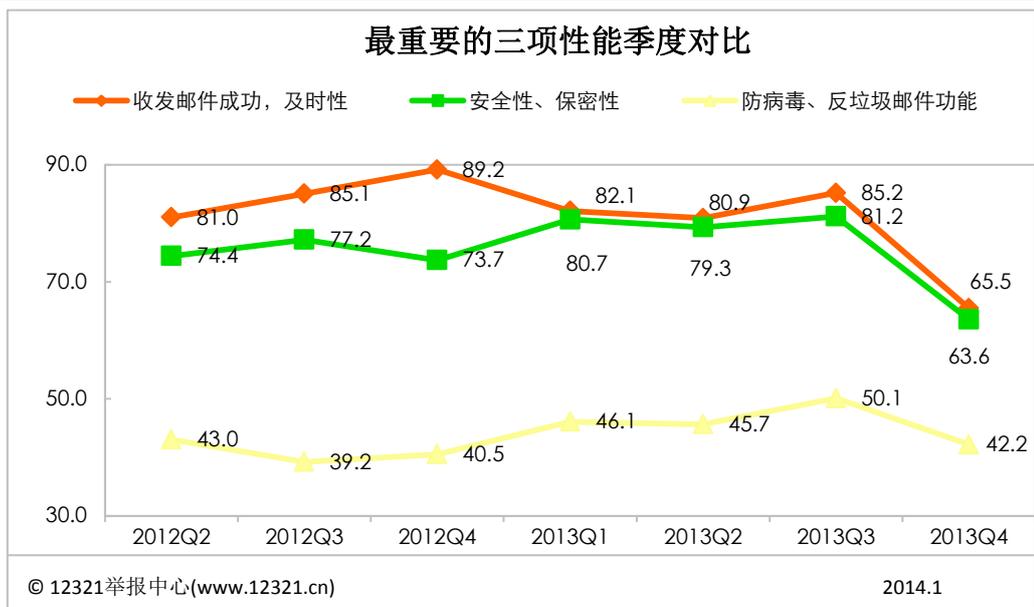


图 4 最重要的三项性能季度对比

2.3 电子邮箱用户对邮箱的满意度情况

在本次调查中, 通过用户对普通个人邮箱、企业邮箱和移动设备访问邮箱(简称手机邮箱)的核心性能指标的评价, 得出邮箱各性能指标的得分, 依据调查获得邮箱各指标重要程度加权汇总成各类型邮箱的用户邮箱综合体验(满意度)指数 UEI (User experience index)¹。其中的重要性(%)为用户选择该项目的百分比(最多选 3 项), 权数为该选项所占选择数目总比值。结果如表 1 所示。

表 1 个人电子邮箱用户综合体验指数

序列	性能	重要性 (%)	权数	免费邮箱 满意指数	企业邮箱 满意指数	手机邮箱 满意指数
1	安全性、保密性	63.6	27.3	66.1	65.1	61.9
2	邮箱容量	8.9	3.8	70.7	61.8	61.9
3	收发邮件成功, 及时性	65.5	28.2	71.4	65.1	64.9
4	防病毒、反垃圾邮件功能	42.2	18.2	57.9	65.1	56.5
5	邮箱登录, 页面加载速度	25.6	11.0	64.2	63.8	54.2
6	邮件管理, 分类功能等	5.8	2.5	66.8	63.8	58.3
7	邮件系统的稳定性	18.2	7.8	68.3	65.8	61.9
8	界面友好度(界面导航设计)	2.7	1.2	67.5	64.5	58.3
	小计	232.6	100.0	66.3	64.9	60.8

© 12321 举报中心(www.12321.cn)

2014.1

¹ UEI 指数根据各指标指数与权重相乘后汇总得到, 范围为[0,100]。

个人免费邮箱的用户综合体验指数（UEI）为 66.3，环比下降 1.9，同比下降 2.3；企业邮箱的用户综合体验指数为 64.9，环比下降 3.3，同比下降 7.5；手机邮箱用户综合体验指数为 60.8，环比下降 5.3，同比下降 11.5。2013 年第四季度，三种类型的邮箱指数环比均有不同程度的下降。

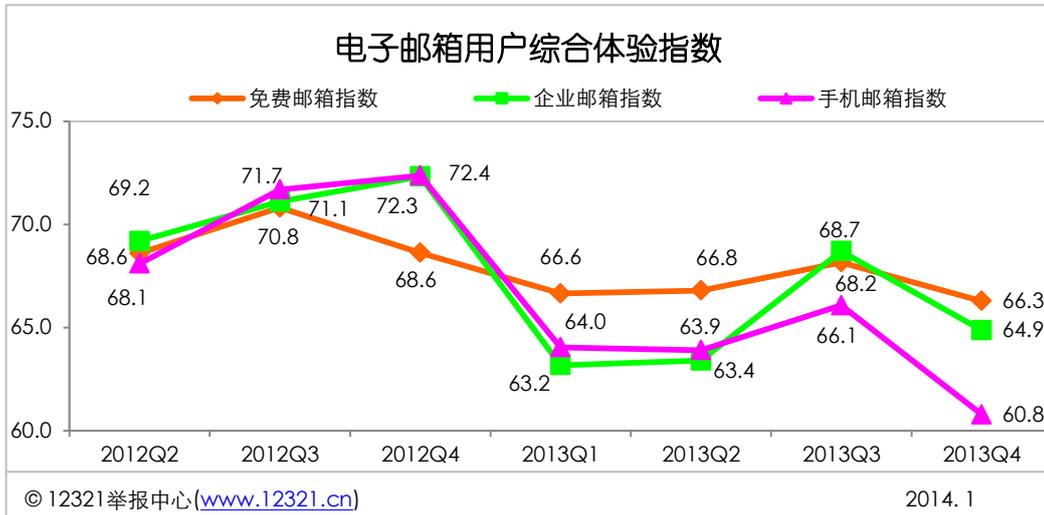


图 5 电子邮箱用户综合体验指数

2.4 电子邮箱用户每周收到的邮件情况及比例

调查显示，2013 年第四季度，中国电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量为 12.6 封，如图 6 所示，环比上升 0.7 封，同比下降 2.2 封。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 32.3%，环比下降了 0.5 个百分点，同比下降了 1.1 个百分点。

第四季度垃圾邮件的数量与垃圾邮件比例与上季度相比，基本持平。

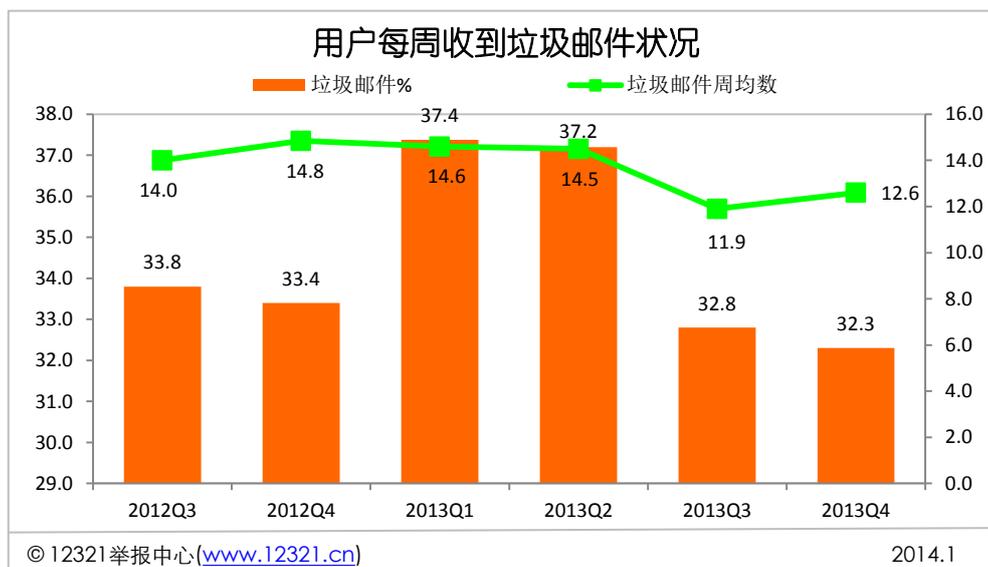


图 6 用户每周收到垃圾邮件状况

2013年第四季度，不同邮箱收到的垃圾邮件状况如图7所示，企业邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量及垃圾邮件比例少于个人邮箱和手机邮箱。

免费邮箱周均收到垃圾邮件12.9封，环比增加0.2封；垃圾邮件占比为35.7%，环比增加1.3个百分点。企业邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量为9.0封，环比下降4.9封；垃圾邮件占比为15.8%，环比下降7.6个百分点，占比相对最低。手机邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量为14.4封，环比增加6.0封；垃圾邮件占比为32.1%，环比下降0.2个百分点。



图7 2013第4季度各类邮箱的垃圾邮件情况

2013年第四季度，个人免费邮箱垃圾邮件比例与上季度相比略有上升，企业邮箱垃圾邮件比例继续下降，手机邮箱基本持平，如图8所示。

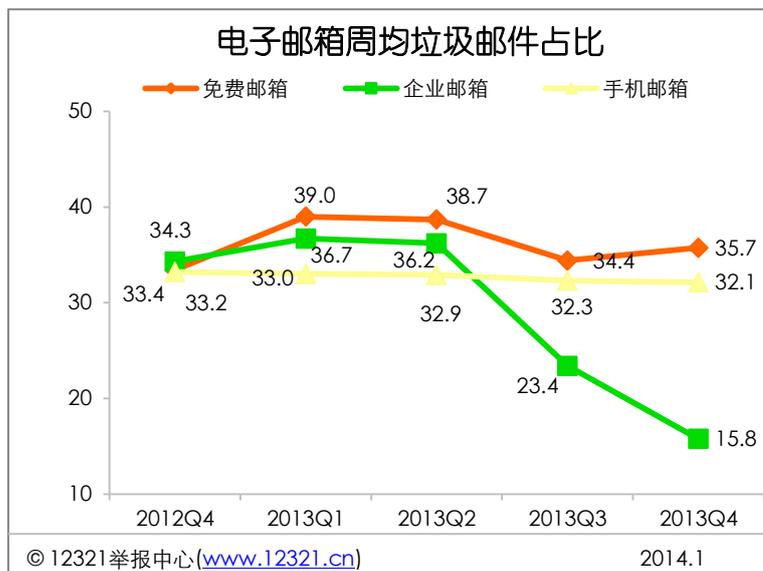


图8 电子邮箱周均垃圾邮件占比

2.5 电子邮箱用户对垃圾邮件的举报情况

本次调查显示，电子邮箱用户对垃圾邮件总体举报率为 45.7%，其中 19.1%的用户会向 12321 举报中心举报，26.6%的用户会向邮箱所属邮件服务提供商（ESP）投诉。向 12321 举报的受访对象比例环比上升了 7.5 个百分点，向 ESP 投诉比例环比上升了 11.9 个百分点。

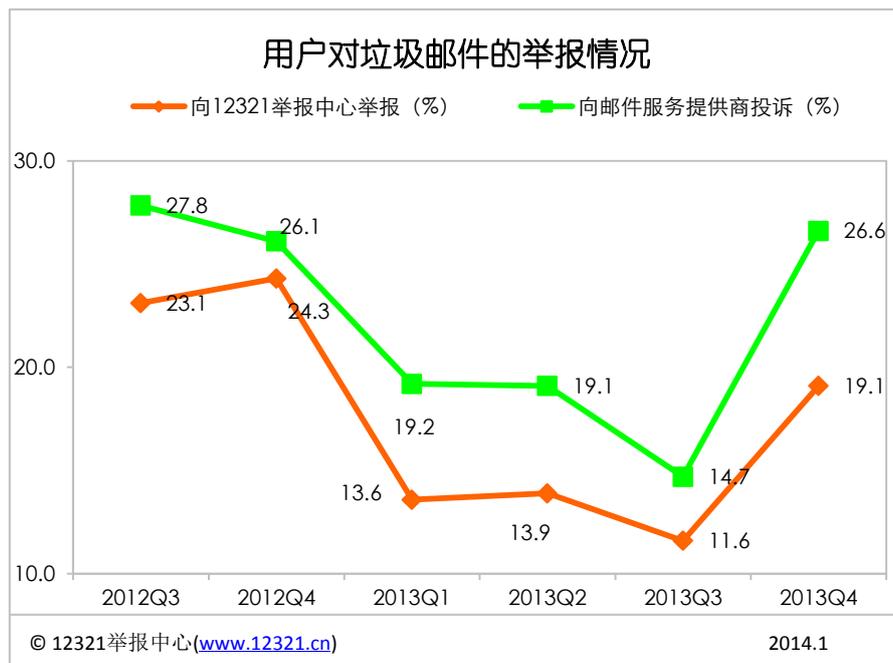


图 9 用户对垃圾邮件的举报情况

3 个人邮箱使用现状调查分析

3.1 普通用户对个人邮箱各性能指标的满意度情况

调查显示，2013 年第四季度，普通个人电子邮箱的用户综合体验指数（UEI）为 66.3，环比下降了 1.9，总体来说各指标的 UEI 均处于较低水平，对于用户来说处于初级满意程度(高于 60，低于 75)，如表 1 所示。

“收发邮件成功、及时性”和“邮箱容量”的满意度仍居前两位。“收发邮件成功、及时性”UEI 为 71.4，环比下降 2.3；“邮箱容量”UEI 为 70.7，环比下降 0.8；排第三位的依旧是“邮件系统的稳定性”，为 68.3，环比下降 1.2。

用户对于邮箱基本的功能的满意度相对比较稳定，但“安全性、保密性”指标和“防病毒、反垃圾邮件功能”两个高权重指标的满意指数处于较低的水平，满意指数分别为 66.1 和 57.9，前者环比下降 2.9，后者尽管环比增长了 0.3，但仍然低于 60。

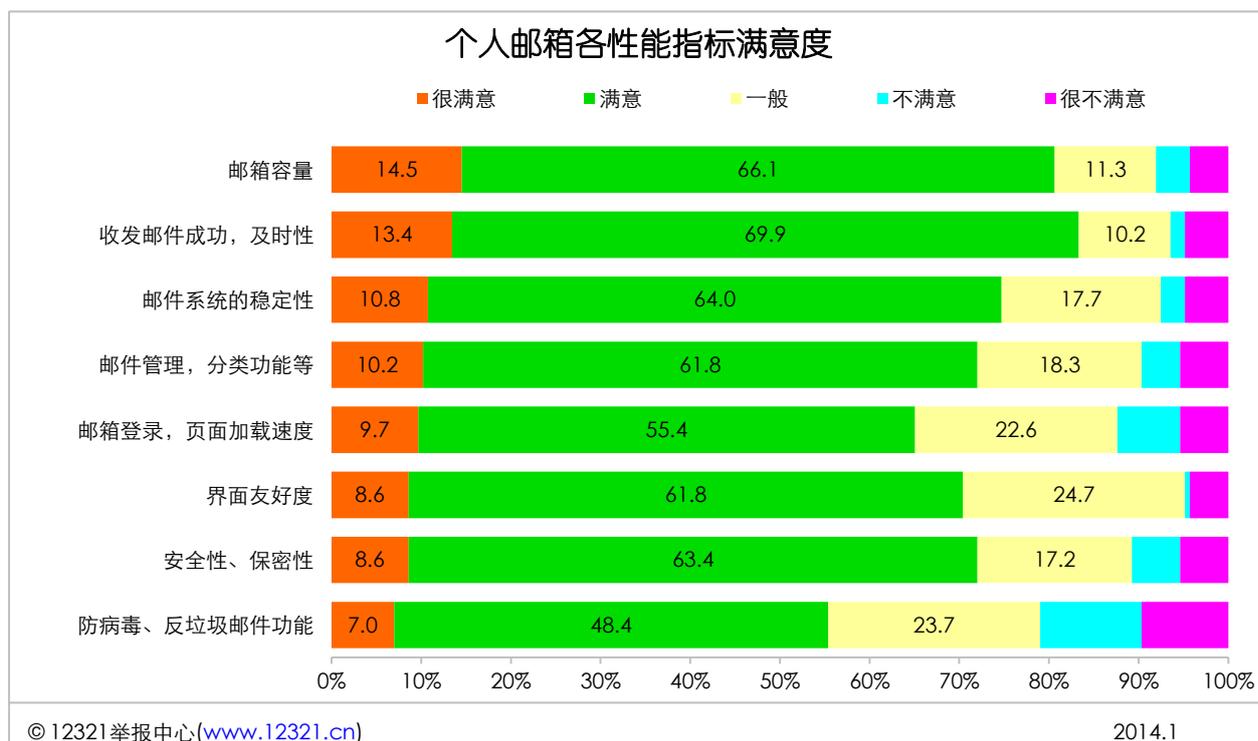


图 10 个人邮箱各性能指标满意度

3.2 个人免费邮箱用户满意度指数影响因素分析

本次调查显示，影响个人邮箱满意度的首要因素依然是“垃圾邮件和垃圾信息过多”，有76.9%的用户选择，环比上升3.3个百分点；第二位是“无法发送大附件”为60.4%，环比下降1.6%；第三位是“安全性差”为49.9%，环比上升2.6%。

调查发现“垃圾邮件和垃圾信息过多”对满意度指数造成的影响最大，与“防病毒、反垃圾”功能中满意度指数最低的情况相互印证；“无法发送大附件”是仅次于“垃圾邮件和垃圾信息过多”的因素，大附件一方面受制于邮箱容量，另一方面受制于网速，属于技术性指标。

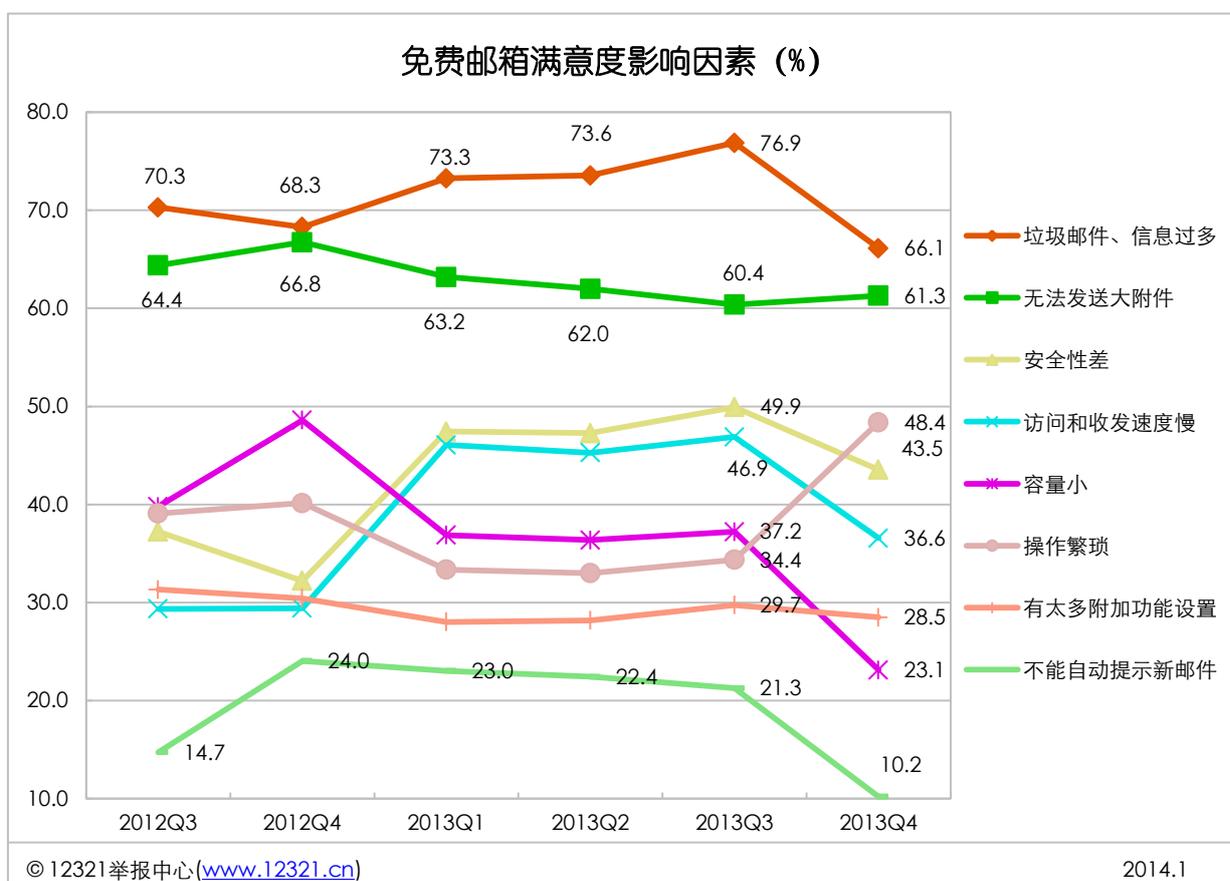


图 11 免费邮箱满意度影响因素 (%)

3.3 免费邮箱的主要用途

2013年第四季度，“用于网站的注册、接收激活注册邮件等”排名从上季度的第二位上升到第一位，比例为69.9%，环比上升17个百分点；“作为工作邮箱”使用的比例为61.3%，排名下降到第二位，环比下降了15.2个百分点；“与家人、亲戚和朋友联系”为47.3%，环比上升2.5个百分点。

个人免费电子邮箱的用途排序中，电子邮箱成为网站或者其他地方注册的一个必备途径，ESP 及互联网企业借助现有的免费邮箱用户，用做高效便捷的新用户扩展战略，电子邮箱作为网络基础应用，将展现更多的应用，在网络的地位也将越来越强。

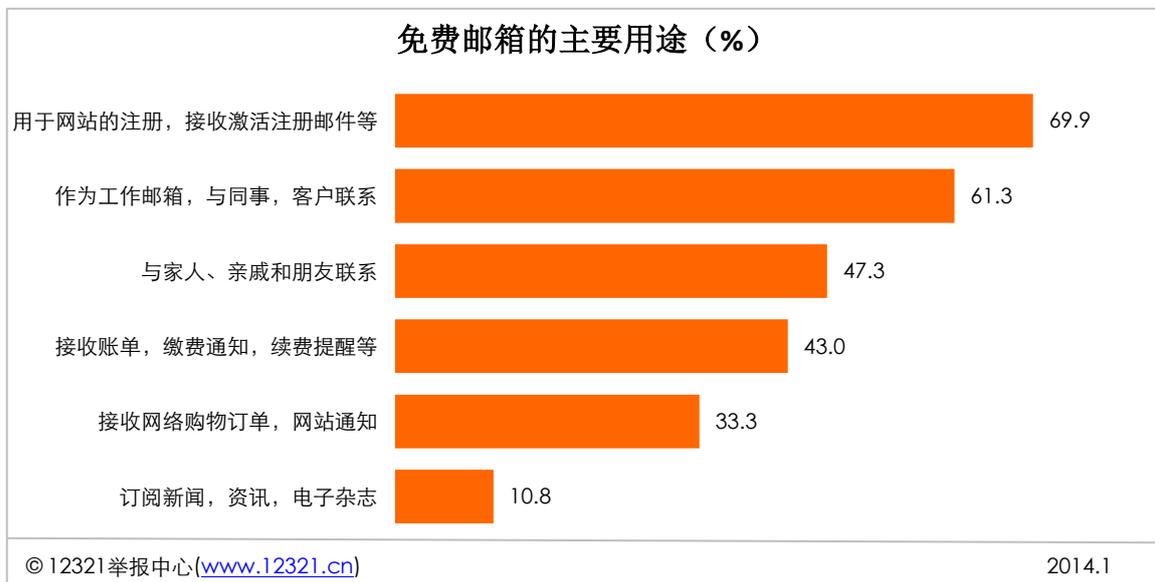


图 12 免费邮箱的主要用途 (%)

3.4 免费电子邮箱接收邮件情况

第四季度调查数据显示，19.4%的用户个人免费邮箱平均每周收到的正常邮件数量在 5 封以下，21.5%的免费邮箱用户平均每周收到的正常邮件在 6-10 封之间。两者合计，平均每周收到正常电子邮件数量在 10 封以下的用户占 40.9%，平均每周收到 11 封及以上正常邮件的用户占 59.1%。

根据调查结果估算，本次调查用户免费邮箱平均每周收到的正常邮件数量为 23.2 封，环比下降了 1.1 封。

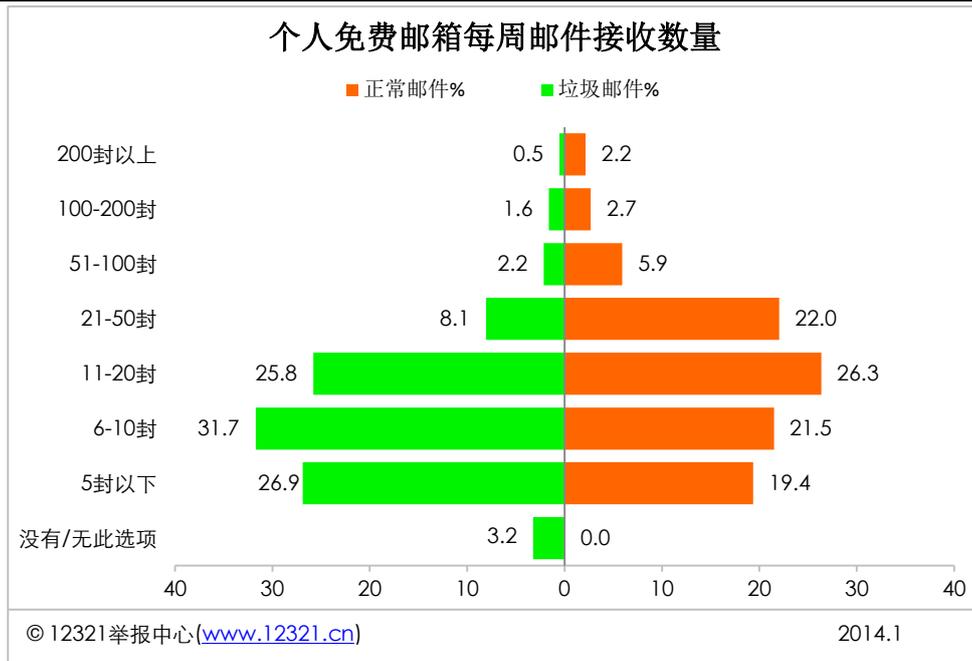


图 13 个人免费邮箱每周邮件接收数量

在垃圾邮件方面，30.1%的用户平均每周收到的垃圾邮件数量集中在5封以下，比上季度下降6.2个百分点，收到6-10封的垃圾邮件用户有31.7%，与上季度相比上升了4.4%，收到垃圾邮件11-20封的用户有25.8%，环比上升8.7个百分点，收到21-50封垃圾邮件的用户有8.1%，下降0.7个百分点，而收到51封以上垃圾邮件的用户有4.3%，环比下降0.7个百分点。

根据调查结果估算，对于用户所使用的个人电子邮箱而言，2013年四季度平均每周收到垃圾邮件的数量为12.9封，环比上升0.2封，垃圾邮件占比为35.7%，环比上升1.3个百分点。

4 用户企业邮箱使用现状分析

4.1 用户对企业邮箱各性能指标的满意度情况

2013 年第四季度，如表 1 所示，企业邮箱的各性能指标用户体验综合满意指数为 64.9，环比下降 3.83，比个人免费邮箱低 1.4。总体上各指标的 UEI 均处于一般水平，对于用户来说仍处于初级满意阶段（满意程度高于 60，低于 75）。排在前四位的分别是：邮件系统稳定性为 65.8，环比下降 2.4；安全性和保密性、收发邮件成功和及时性、防病毒和反垃圾邮件功能均为 65.1，相对上一季度，这三项环比均有不同程度的下降。

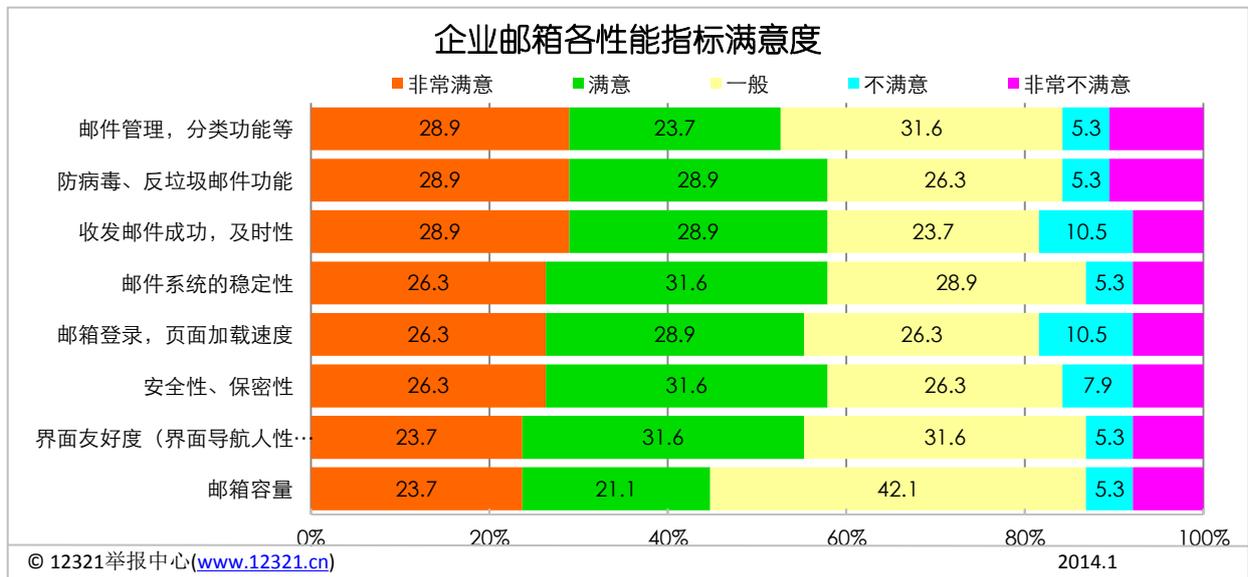


图 14 企业邮箱各性能指标满意度

4.2 影响用户对企业邮箱满意度指数的情况

如图 15 所示，2013 年第四季度，影响企业邮箱满意指数首位的是“有太多附加功能设置”，为 57.9%，环比增长 39.6%；其次是“垃圾邮件、信息过多”，受访用户选择比例达 55.3%，环比增长 3.6%；第三位的是“操作繁琐”，为 52.6%，环比增长 17.9%。

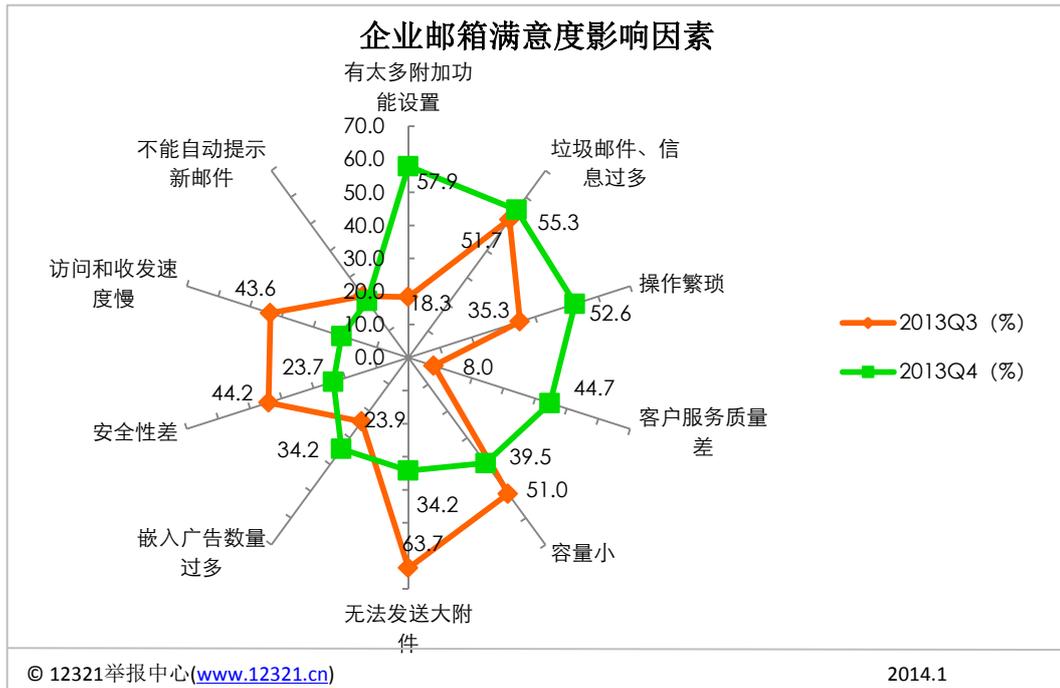


图 15 企业邮箱满意度影响因素

4.3 企业邮箱接收邮件情况

本次调查显示，2013 年第四季度，企业邮箱用户平均每周收到正常邮件 47.9 封，环比下降 2.4 封；平均每周收到垃圾邮件 9.0 封，环比明显下降了 4.9 封；平均每周收到的垃圾邮件占比 15.8%，环比下降了 7.6 个百分点。

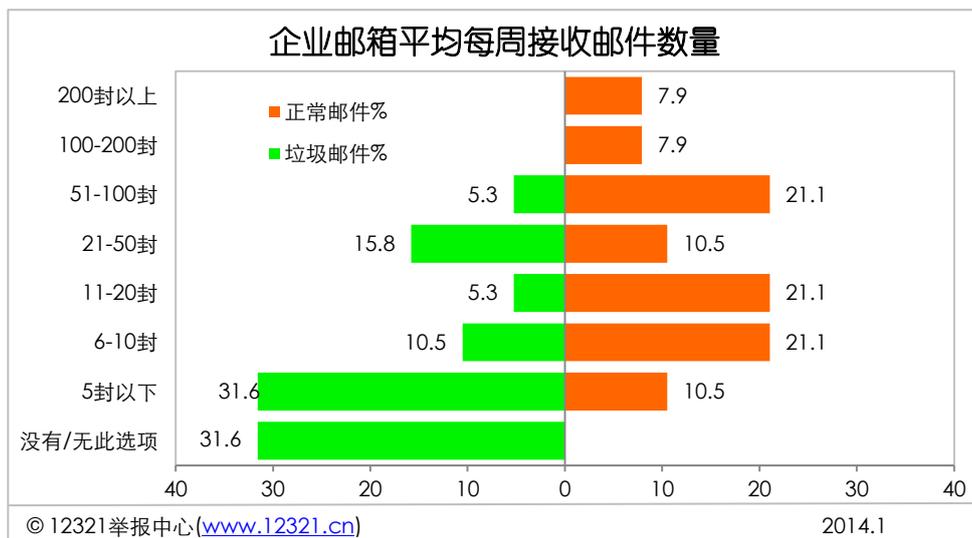


图 16 企业邮箱平均每周接收邮件数量

从图 16 可以看出，企业邮箱用户收到垃圾邮件的比例较低。31.6%的受访用户表示在第四季度没有收到垃圾邮件；31.6%的受访用户表示其平均每周收到的垃圾邮件在 5 封以下，两者合计达 63.2%，超过 6 成；同时，有 21.1%的用户表示其企业邮箱周均收到垃圾邮件在 21 封以上。

5 用户通过移动设备使用电子邮箱现状分析

5.1 用户通过手机使用邮箱的频度

用户通过手机使用邮箱的情况如图 17 所示。每天使用多次手机邮箱的用户比例为 38.6%，环比大幅上升 11.4 个百分点；每天使用一次的用户占 25%，环比上升 6.4%；每周使用一次的占 13.6%，环比下降 7.6%；从来没有通过移动设备或手机登录过电子邮箱只占 4.5%，环比下降 0.8%。总体上，手机邮箱的使用频率进一步上升。

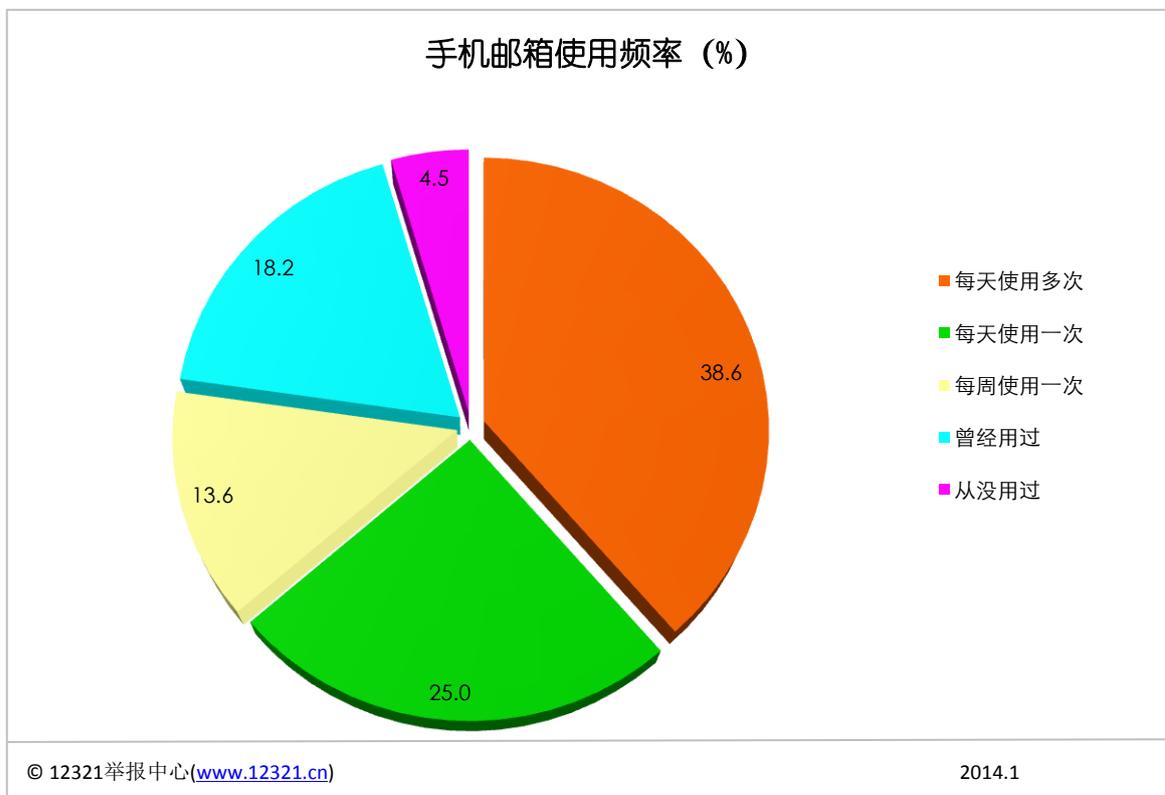


图 17 手机邮箱使用频率 (%)

5.2 用户对手机邮箱性能指标满意度

2013 年第四季度手机邮箱的各项性能指标满意度整体及各项指标均有不同程度的下降，如图 18 所示。手机邮箱的综合体验指数是 60.8，环比下降 5.3。“收发邮件成功、及时性”居首位，为 64.9；“邮件系统的稳定性”“安全性、保密性”“邮箱容量”并列第二位，用户综合满意度指数（UEI）均为 61.9。整体来看，各项性能指标环比均有不同程度的下降。

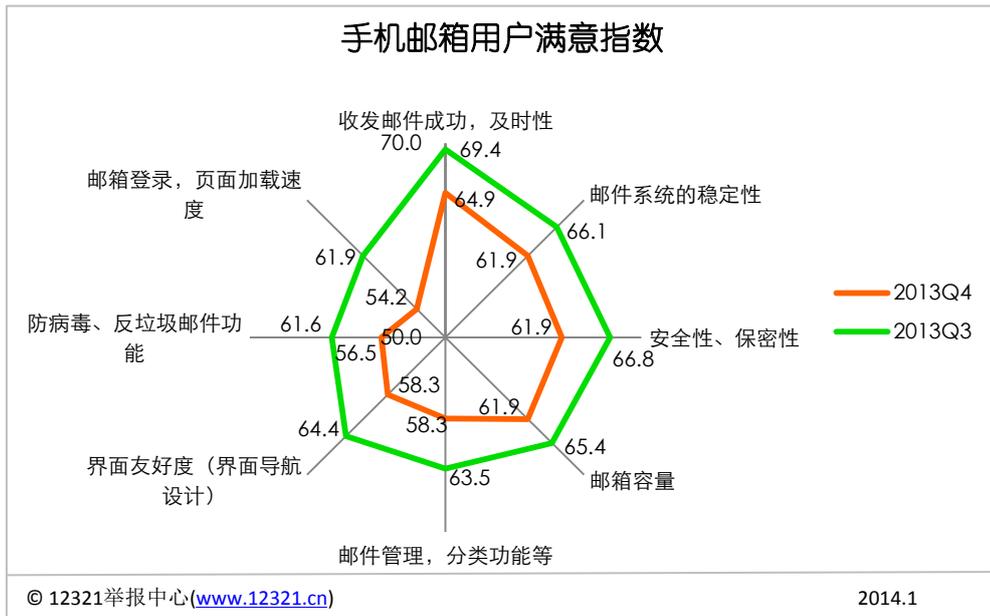


图 18 手机邮箱用户满意指数

手机邮箱各具体性能指标受访用户的满意情况如图 19 所示。

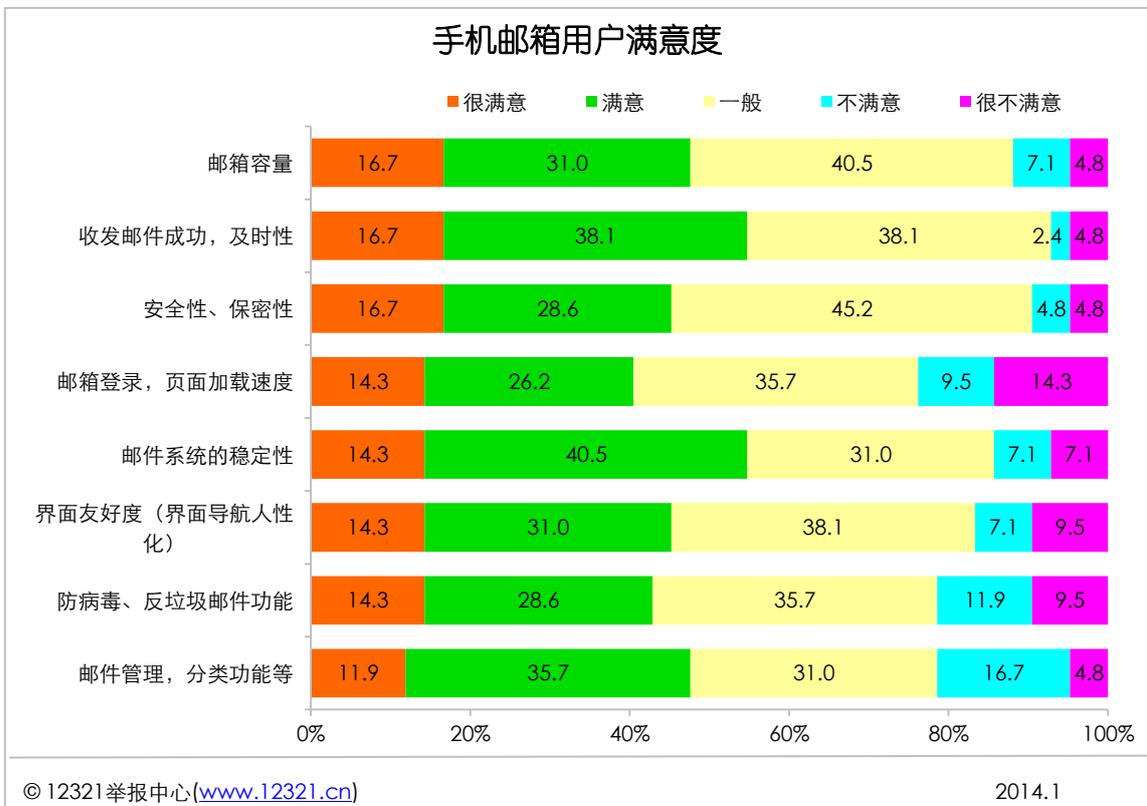


图 19 手机邮箱用户满意度

5.3 手机邮箱满意度影响因素

调查显示,2013年第四季度,影响手机满意度指数排名前三位的是:“系统不稳定、读取速度太慢”为45.2%,环比下降7.5%;“防垃圾邮件效率低”为31.0%,环比下降8.5%;“浏览界面不清晰、操作复杂”为28.6%,环比下降7.6%。

总体上,如图20所示,手机邮箱满意指数影响因素的影响全面减弱。

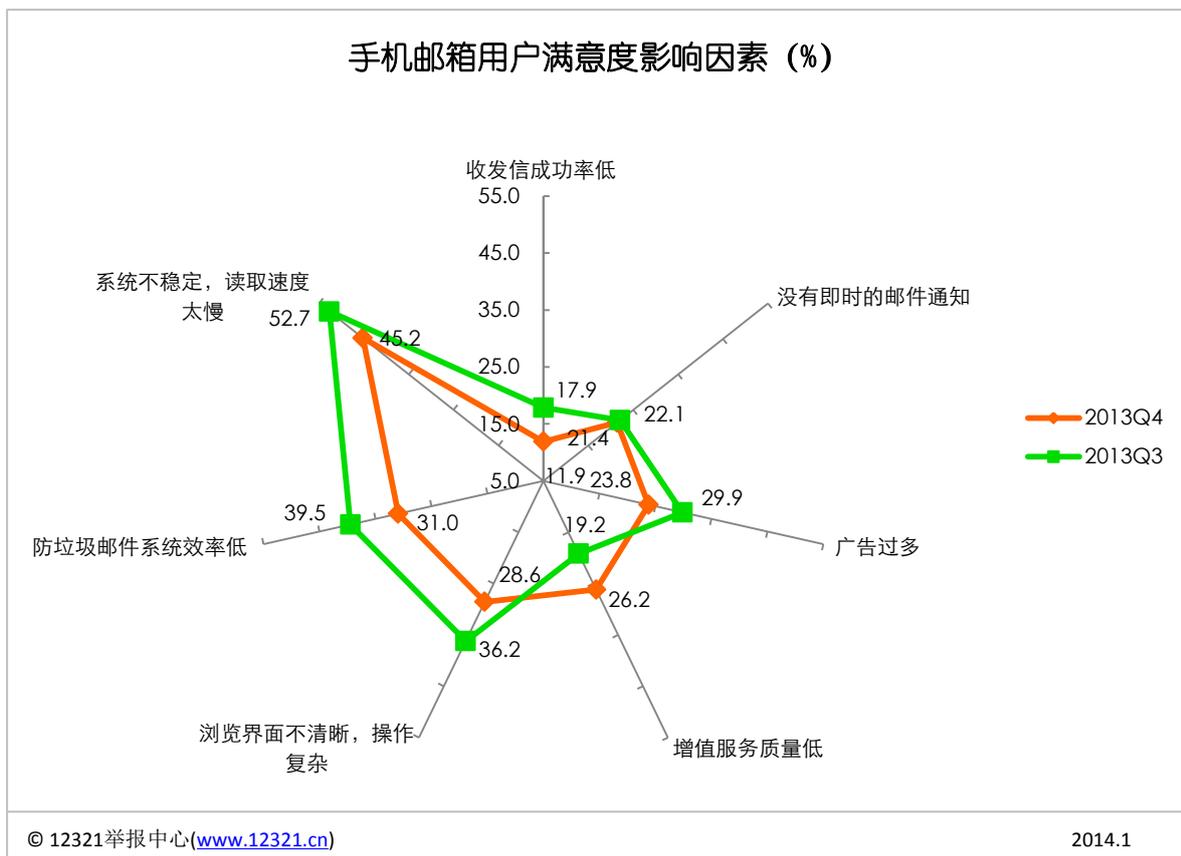


图 20 手机邮箱用户满意度影响因素 (%)

5.4 手机邮箱接收邮件情况

本次调查显示,手机邮箱垃圾邮件占比32.1%,环比下降0.2%。

调查显示,2013年第四季度手机邮箱用户平均每周收到正常邮件30.5封,环比大幅度增长13封。如图21,平均每周收到10封以下正常邮件的占42.9%,环比下降20.5%;平均每周收到50封以上正常邮件的占16.7%,环比增长7.9个百分点。

手机邮箱每周收到垃圾邮件14.4封,环比增长6.0封。如图21,没有收过垃圾邮件的手机邮箱用户占14.3%,环比增长2.1%;平均每周收到10封以下垃圾邮件的用户占61.9%,环比上升10.8%;每周平均收到20封以上垃圾邮件的用户占21.5%,环比增长13.1%。

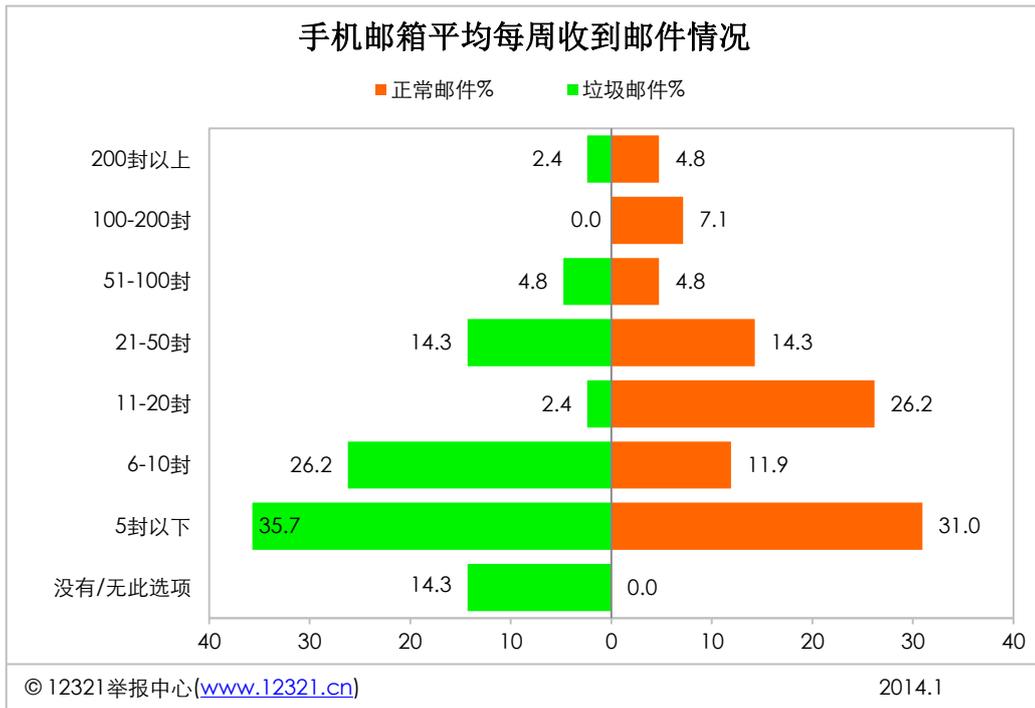


图 21 手机邮箱平均每周收到邮件情况

6 用户电子邮箱的垃圾邮件状况分析

6.1 用户收到的垃圾邮件内容

如图 22 所示，2013 年第四季度，受访用户表示其收到的邮件中：

- “欺诈类”以 40.5% 居首位，环比增长 1%；
- “网站推广类”为 38.2%，环比下降 7.2%；
- “旅游交通类”为 34.1%，环比增长 2.8%；
- “IT 产品推销类”为 32.9%，环比下降 2.2%；
- “妨害公共安全类、出售违禁品”为 24.3%，环比增长 13.2%。

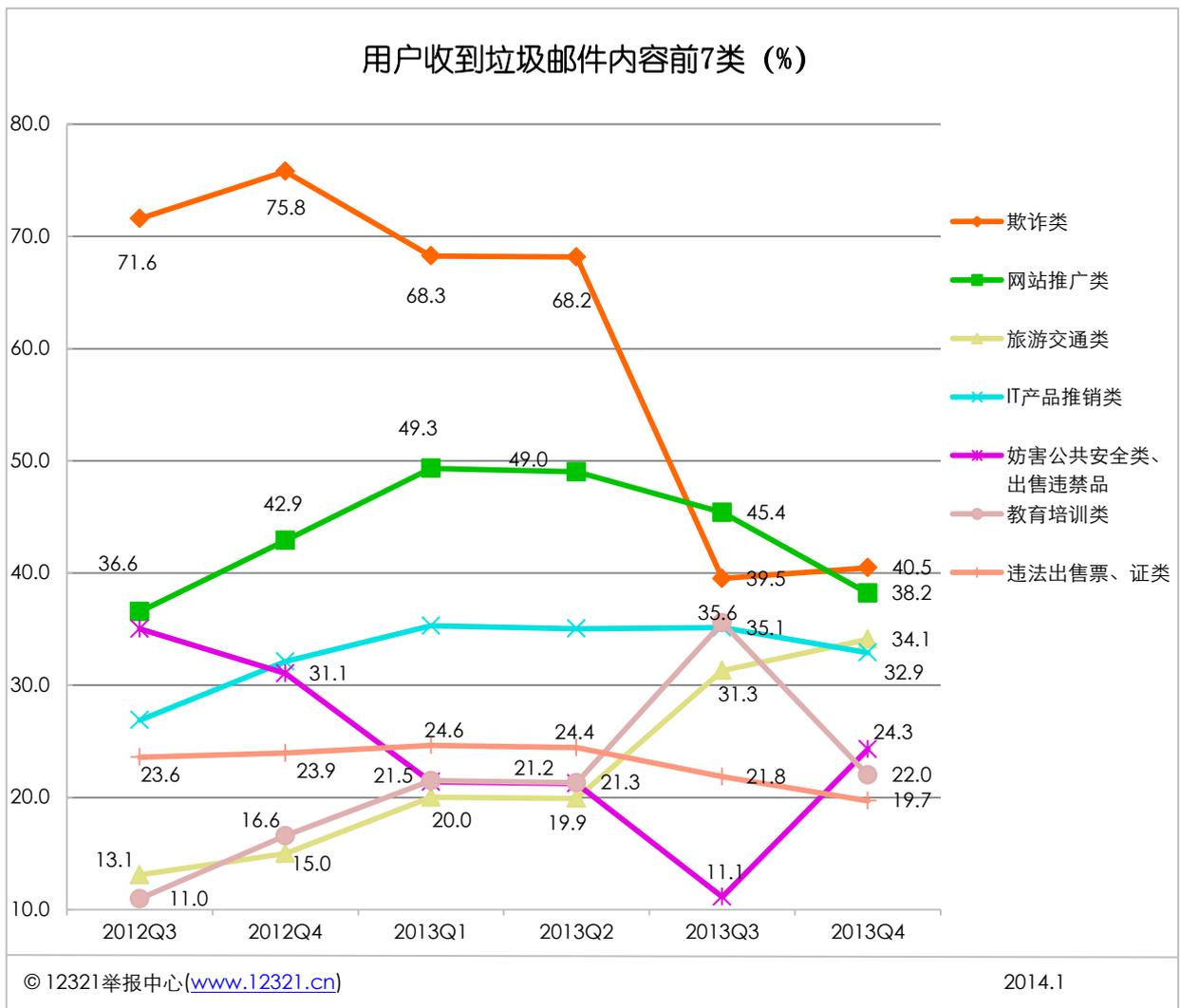


图 22 用户收到垃圾邮件内容前 7 类 (%)

6.2 用户对不同内容垃圾邮件反感情况

2013年第四季度，在用户所收到的垃圾邮件内容中，用户最为反感的内容仍是“欺诈类”，与上季度排名一致，受访用户选择的比例由23.1%上升到24.9%，环比增长了1.8%；“网站推广类”居第二位，10.4%的受访用户选择了此项，环比下降了6.2%；“妨害公共安全类”为8.7%，环比增长了5.8%；“病毒类”由第三位降为第四位，为8.1%，环比下降0.7%。

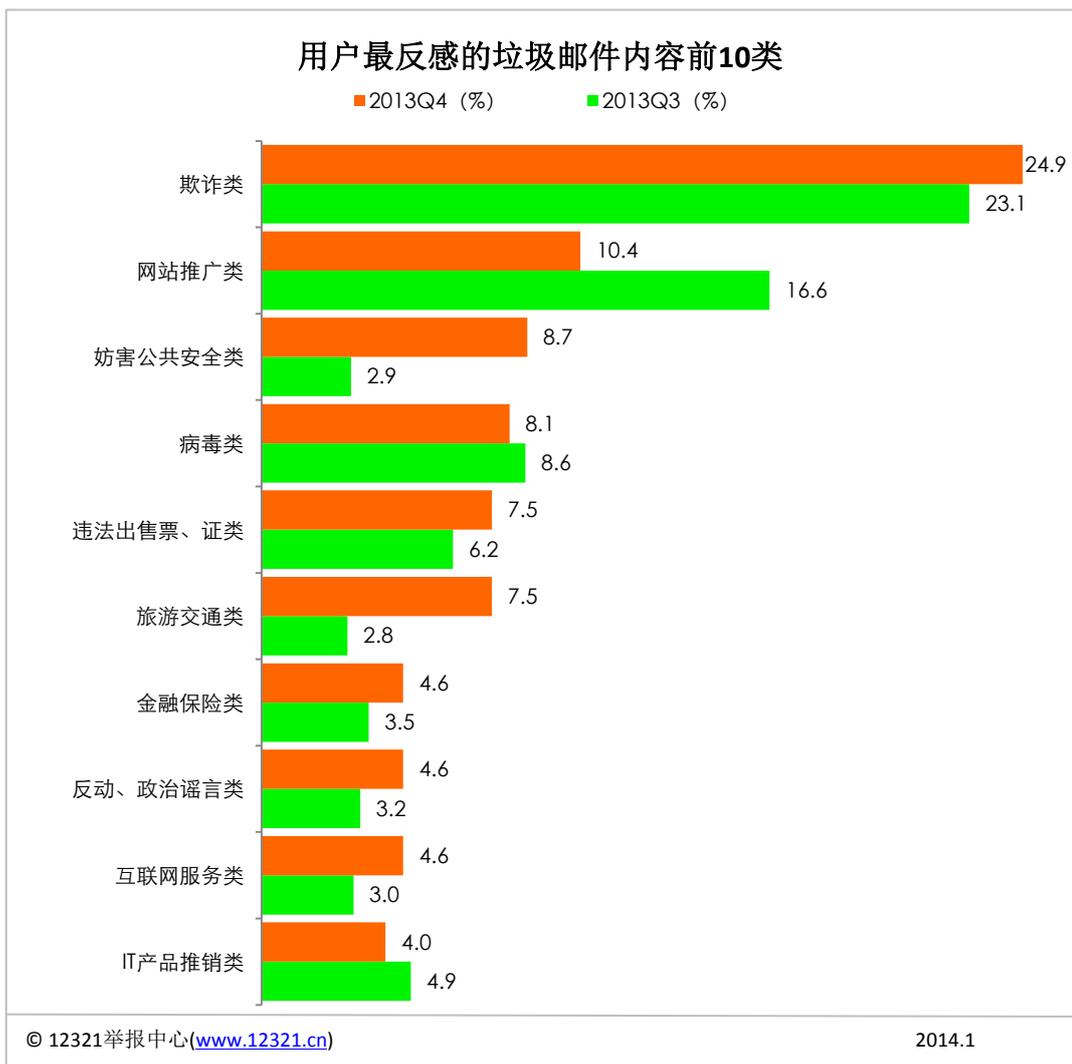


图 23 用户最反感的垃圾邮件内容前 10 类

7 用户对垃圾邮件处理方式及治理建议分析

7.1 垃圾邮件给用户带来的影响

调查显示，2013 年第四季度，54.3%的电子邮箱用户认为垃圾邮件浪费了自己的时间，环比下降 10.6%；49.1%的用户认为垃圾邮件浪费了电脑及网络资源，环比下降了 7.0 个百分点；25.4%的用户认为垃圾邮件“影响工作”，环比上升 5.5%；“上当、受骗、造成经济损失”以 25.4%居第四位，环比上升 5.2%；“影响用户使用邮箱的兴趣”为 23.7%，环比下降了 0.1%。

本季度“浪费时间”“浪费电能及网络资源”和“影响用户心情”三项环比均出现了一定程度的下降；“造成重要信息丢失”环比大幅增长 9.2%。

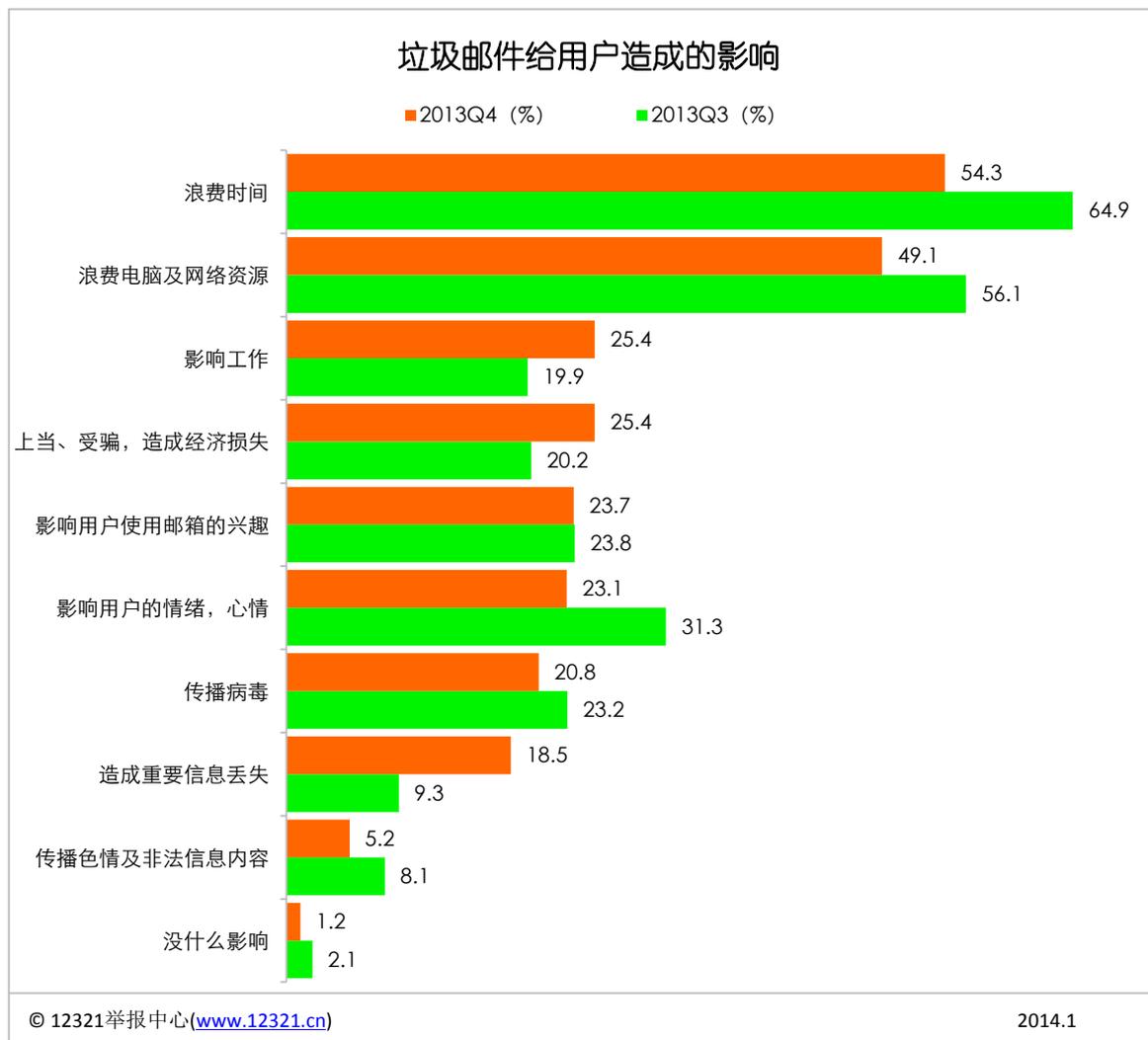


图 24 垃圾邮件给用户造成的影响

7.2 用户对垃圾邮件的处理情况

调查显示，2013 年第四季度，79.2%的用户直接删除垃圾邮件或者将其转到垃圾邮件夹中，比上季度下降了 9.8 个百分点；49.7%的用户会把垃圾邮件发送地址添加到黑名单，环比增长 2.1 个百分点。向邮件服务提供商投诉的有 26.6%，环比增长 11.9%。向 12321 举报中心举报的用户占 19.1%，比上季度增长 7.5 个百分点。

本季度直接删除、转到垃圾邮件夹和拖入黑名单仍是用户最常采用的做法。但直接删除的用户比例略有下降，本季度向邮件服务提供商投诉和向 12321 举报中心举报的用户比例有一定程度的上升。

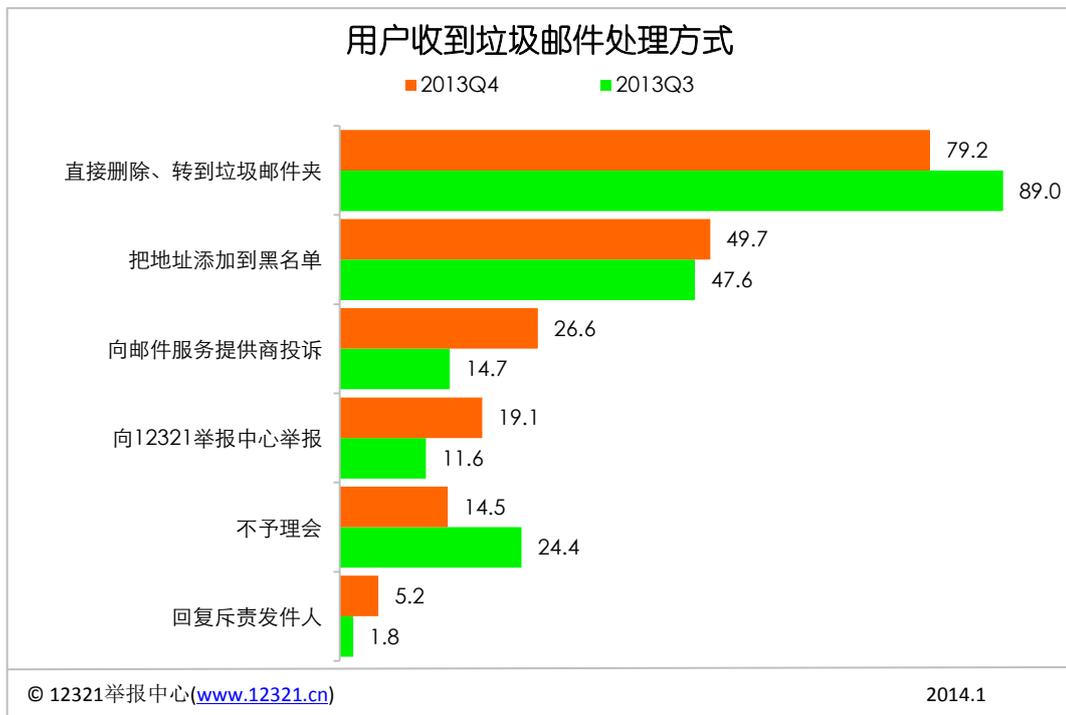


图 25 用户收到垃圾邮件处理方式

7.3 用户处理垃圾邮件耗费时间情况

调查显示，2013 年第四季度，中国电子邮箱用户平均每周花费 9.4 分钟处理垃圾邮件，与上季度相比，环比增长了 1.2 分钟，同比上升 1.4 分钟。



图 26 用户平均每周处理垃圾邮件耗时

7.4 用户认为有效的反垃圾邮件措施

调查显示，2013年第四季度，65.9%的用户认为“加强反垃圾邮件技术，拦截垃圾邮件”的反垃圾邮件措施最有效，居首位，环比下降了8.9%；选择“加强监管力度，完善举报、投诉、退订机制”的用户有63.0%，环比下降4.2%；选择“加大对垃圾邮件发送者的打击力度”为50.3%，环比下降3.0%；选择“制定完善的法律、法规，规范邮件发送行为”的占47.4%，环比增长7.2%。

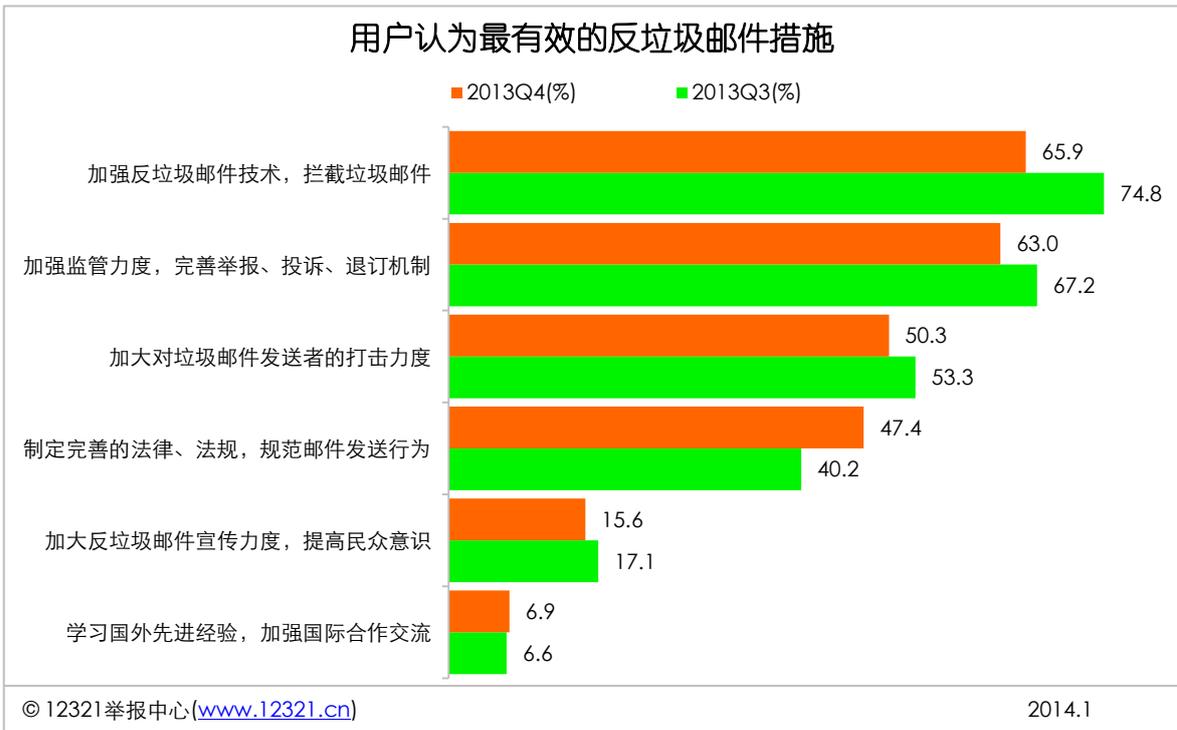


图 27 用户认为最有效的反垃圾邮件措施

IX 附：图表目录

图 1 普通用户邮箱使用情况 (%)	9
图 2 平均拥有的邮箱个数.....	9
图 3 电子邮箱性能重要性认知	10
图 4 最重要的三项性能季度对比.....	11
图 5 电子邮箱用户综合体验指数	12
图 6 用户每周收到垃圾邮件状况.....	12
图 7 2013 第 4 季度各类邮箱的垃圾邮件情况.....	13
图 8 电子邮箱周均垃圾邮件占比.....	13
图 9 用户对垃圾邮件的举报情况.....	14
图 10 个人邮箱各性能指标满意度.....	15
图 11 免费邮箱满意度影响因素 (%)	16
图 12 免费邮箱的主要用途 (%)	17
图 13 个人免费邮箱每周邮件接收数量	18
图 14 企业邮箱各性能指标满意度.....	19
图 15 企业邮箱满意度影响因素	20
图 16 企业邮箱平均每周接收邮件数量	20
图 17 手机邮箱使用频率 (%)	21
图 18 手机邮箱用户满意指数.....	22
图 19 手机邮箱用户满意度.....	22
图 20 手机邮箱用户满意度影响因素 (%)	23
图 21 手机邮箱平均每周收到邮件情况	24
图 22 用户收到垃圾邮件内容前 7 类 (%)	25
图 23 用户最反感的垃圾邮件内容前 10 类.....	26
图 24 垃圾邮件给用户造成的影响.....	27
图 25 用户收到垃圾邮件处理方式.....	28
图 26 用户平均每周处理垃圾邮件耗时	29
图 27 用户认为最有效的反垃圾邮件措施.....	29
表 1 个人电子邮箱用户综合体验指数.....	11

X 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。特别感谢网易邮箱、新浪邮箱、139 邮箱、中国邮箱网、搜狐企业邮箱、263 云通信、各地方省市互联网协会等单位给予我们的支持。

XI 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中心(www.1232.org.cn)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。

XII 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.org.cn