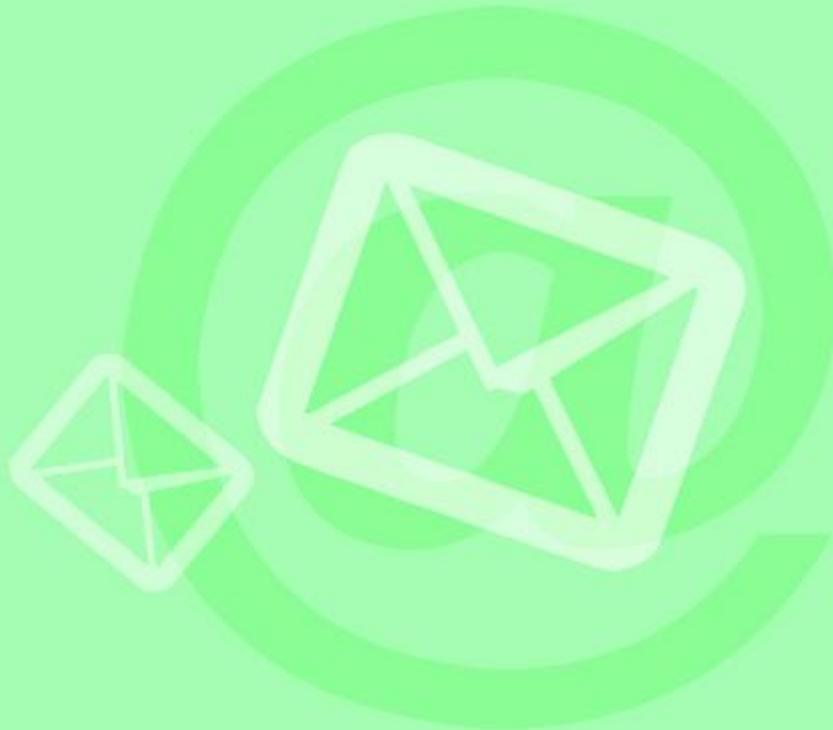




2012年第一季度

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. 2012 年第一季度中国反垃圾邮件近况.....	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情况.....	10
2.3 电子邮箱用户对邮箱的满意度情况.....	12
2.4 电子邮箱用户每周收到的邮件情况及比例.....	13
2.5 电子邮箱用户对垃圾邮件的举报情况.....	16
3. 普通用户个人邮箱使用现状调查分析.....	17
3.1 普通用户对个人邮箱各性能指标的满意度情况.....	17
3.2 普通用户对个人邮箱影响满意度指数情况.....	18
3.3 普通用户使用电子邮箱的主要用途.....	19
3.4 普通用户个人免费电子邮箱每周接收邮件情况.....	20
4. 用户企业邮箱使用现状分析.....	21
4.1 用户对企业邮箱各性能指标的满意度情况.....	21
4.2 用户对企业邮箱影响满意度指数情况.....	22
4.3 用户企业邮箱平均每周接收邮件情况.....	23
5. 用户通过移动设备使用电子邮箱现状分析.....	24
5.1 用户通过手机使用邮箱的频度.....	24
5.2 用户通过手机使用邮箱的性能指标满意度.....	25
5.3 用户对手机邮箱影响满意度指数情况.....	26
5.4 用户使用手机登录的邮箱平均每周接收邮件情况.....	27
6. 用户电子邮箱的垃圾邮件状况分析.....	28

6.1 用户收到的垃圾邮件内容	28
6.2 用户对收到的垃圾邮件反感情况	29
7.用户对垃圾邮件处理方式及治理建议分析	30
7.1 垃圾邮件给用户带来的影响	30
7.2 用户对垃圾邮件的处理情况	31
7.3 用户每周处理垃圾邮件耗费时间情况	32
7.4 用户认为有效的反垃圾邮件措施	33
7. 鸣谢.....	34
8. 法律声明.....	34
9. 联系方式.....	34

I. 调查背景

随着互联网应用的深入，电子邮件已经成为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。

中国反垃圾邮件状况调查从 2005 年开始每季度开展一次，本次为第二十八次。本季度调查问卷仅为提高结果的有效性在局部做了微调。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。

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：本报告中的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：2012 年 4 月 1 日~2012 年 4 月 30 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.anti-spam.cn>) 的网站上，同时在全国知名的 ICP/ISP 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。

VI. 研究方法

1. 问卷设计

本次调查为第二十八次调查，调查问卷与 2011 年相比进行了一部分的修改，精简了一些问题和答案。

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，可在历次调查研究的基础之上，完善问卷结构，以及问卷问题和选项的优化。

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繁琐程度。适度设置半开放选项的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，直观的体现各标志，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和以及分析，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. 中国网民每周收到垃圾邮件的数量为16.7封，垃圾邮件占比35.6%。

调查显示，2012年一季度中国网民平均每周收到垃圾邮件数量为16.7封，环比（与上季度调查相比）增长了0.3封，同比上涨2.9封。中国网民平均每周收到垃圾邮件比例为35.6%，环比增长0.1个百分点，同比下降4.5个百分点。

2. 手机邮箱用户平均每周收到垃圾邮件14.0封，垃圾邮件占比为35.2%，环比增长1.0个百分点。与普通邮箱垃圾邮件特征趋同。

3. 企业邮箱平均每周收到正常邮件51.9封，收到垃圾邮件25.9封，垃圾邮件占比33.3%，环比下降了0.9个百分点，仍低于免费邮箱和手机邮箱。

4. 普通电子邮箱综合体验满意度指数（UEI）67.5，环比下降0.6个百分点。

“收发邮件成功、及时性”和“邮箱容量”的满意度仍居前两位。其中“收发邮件成功、及时性”UEI达到71.4，与上季度相比下降0.4。其次是“邮箱容量”邮箱容量UEI为71.3，较上季度上涨0.5。防病毒、反垃圾邮件功能的UEI最低，为60.2。

5. 企业邮箱的综合UEI为66.8，环比增长2.9。手机邮箱的综合UEI为69.0，环比增长0.1。

6. 总体来说邮箱的综合满意度指数较低（低于75），说明邮箱的服务在初级满意阶段。经过多个安全事件后，第一季度，用户更为关注邮箱的安全保密性及反病毒、反垃圾功能。

7. 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”高居前两位。选择比例分别为85.0%和73.3%，远超过其他选项。与上季度调查相比，“收发邮件成功、及时性”上涨1.9个百分点，“安全性、保密性”下降5.8个百分点。

8. 普通邮箱和企业邮箱用户影响满意度指数排名前三项功能中，均有垃圾邮件、垃圾信息过多和无法发送大附件。

普通个人邮箱垃圾邮件，垃圾信息过多影响比例为70.7%，无法发送大附件为60.6%，企业邮箱垃圾邮件，垃圾信息过多影响比例为51.9%，无法发送大附件为65.4%。

9. 用户收到垃圾邮件主要内容最多的是欺诈类、病毒类垃圾邮件和妨害公共安全类、出售违禁品，其中最反感欺诈类垃圾邮件。

排名前三位是“欺诈类”为74.7%，“病毒类”为52.6%，“妨害公共安全类、出售违禁品”为36.2%，其中，33.9%和28.1%的用户最反感“欺诈类”和“病毒类”垃圾邮件。

9. 电子邮箱用户每周处理垃圾邮件的时间为8.2分钟，比上季度增长0.4分钟。

10. 电子邮箱用户对垃圾邮件总体举报率是36.4%，其中15.3%的用户会向12321举报中心举报，环比上涨1.6%，21.1%的用户会向邮箱所在邮件服务提供商投诉，环比上涨1.9%，总体举报率比上季度上涨3.5个百分点。

VIII. 报告正文

1. 2012年第一季度中国反垃圾邮件近况

2月27日下午，国家互联网信息办、全国“扫黄打非”办、工信部、公安部、文化部、国务院国资委、国家工商总局、广电总局、新闻出版总署九部门召开电视电话会议，部署在全国深入开展整治互联网和手机传播淫秽色情及低俗信息专项行动。行动自3月初开始至8月底结束，历时6个月，包括加强网上重点领域重点环节管理、严厉打击互联网和手机淫秽色情违法犯罪、广泛发动社会公众监督举报、形成打击网络淫秽色情强大舆论声势等7项重点任务。

中央电视台3·15晚会根据日前收到的各类线索汇总统计，整理出投诉量排在前十位的消费领域，网络购物居投诉排行榜首位。十大消费投诉领域分别为：网络购物、快递、汽车、食品、宽带网络服务和通讯产品、虚假广告、金融保险、交通运输、服装鞋帽等日用消费品、家用电器。

国家互联网应急中心(CNCERT) 2011年互联网网络安全态势报告显示，我国基础网络防护水平明显提升，政府网站安全事件显著减少。其中，2011年我国大陆被篡改的政府网站数量较2010年下降39.4%。据CNCERT监测，2011年我国大陆被篡改的政府网站为2807个。其中，国务院部门门户网站存在低级别安全风险的比例从2010年的60%降低为50%。

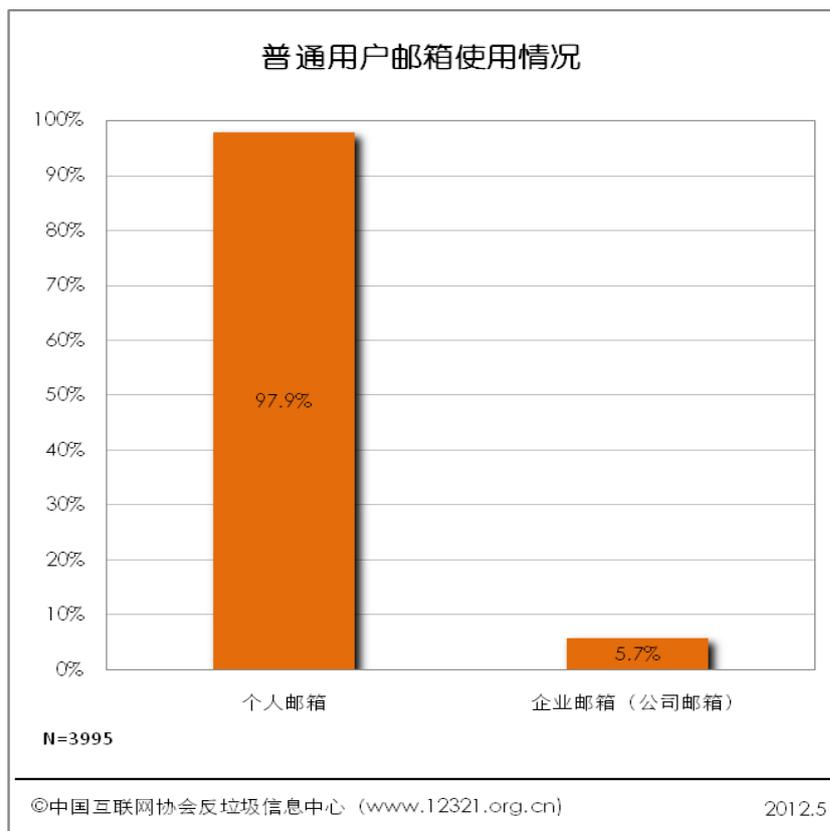
2011年我国互联网基础网络防护能力虽有较大幅度提升，但2011年，我国遭受了更为严重复杂的境外网络攻击，网络银行和工业控制系统安全受到的威胁显著上升，恶意程序引发的手机安全事件呈多发态势。报告指出，网上银行面临的钓鱼威胁、手机恶意程序、应用软件漏洞、工业控制系统安全事件等呈增长态势，其中网银用户已成为黑客网络攻击的主要目标之一。

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

本次调查共收回4043份问卷，其中有效问卷共3995份。

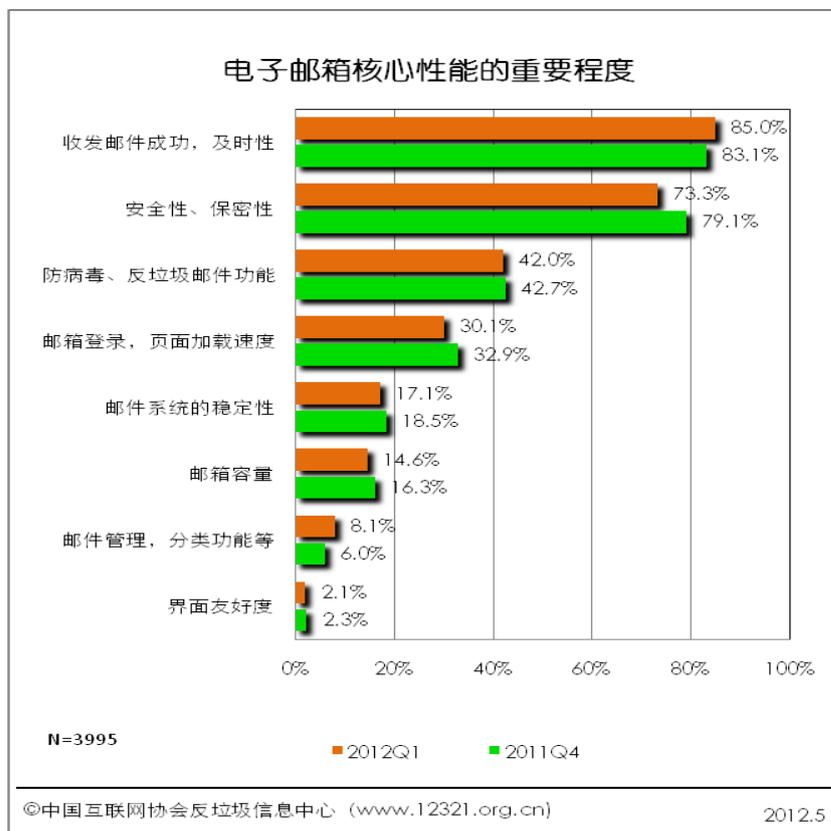
调查显示，使用普通个人电子邮箱的用户占电子邮箱总使用人数的97.9%。使用企业邮箱的用户占电子邮箱使用者总体的5.7%。不使用邮箱的用户占调查者总数的1.2%，使用邮箱的用户为有效问卷用户。



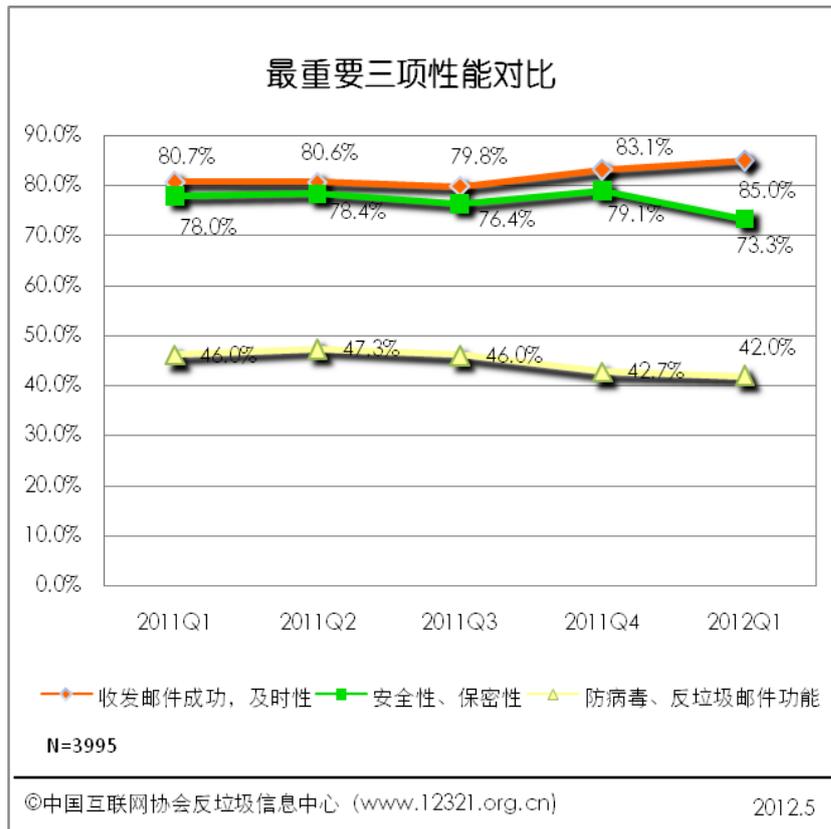
2.2 电子邮箱核心性能的重要程度情况

调查显示，2012年第一季度，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85.0%，73.3%，明显高于其它选项。与上季度相比，“收发邮件成功、及时性”上涨1.9个百分点，“安全性、保密性”下降5.8个百分点。

“防病毒、反垃圾邮件功能”用户选择比例为42.0%，比上季度下降0.7个百分点，仍居三位。30.1%的用户选择“邮箱登陆，页面加载速度”，与上季度相比，下降2.8个百分点，仍排名第四，第五位的邮箱系统稳定性有17.1%的支持者，比上季度下降1.6个百分点。



在 2011 年第一季度至 2012 年第一季度三项功能的重视程度对比中发现，选择“收发邮件成功、及时性”和“安全性、保密性”的比例在 2011 年中非常接近，并持续走高，2012 年的第一季度“收发邮件成功、及时性”继续上涨 1.9 个百分点，“安全性、保密性”同比 2011 年一季度下降 4.7 个百分点，和“收发邮件成功、及时性”的比例有所拉开，“反病毒、反垃圾”功能同比下降 4.0 个百分点，环比下降 0.7 个百分点，从近一年的数据中看，用户对防病毒、反垃圾功能的重视程度有逐渐下降的趋势。



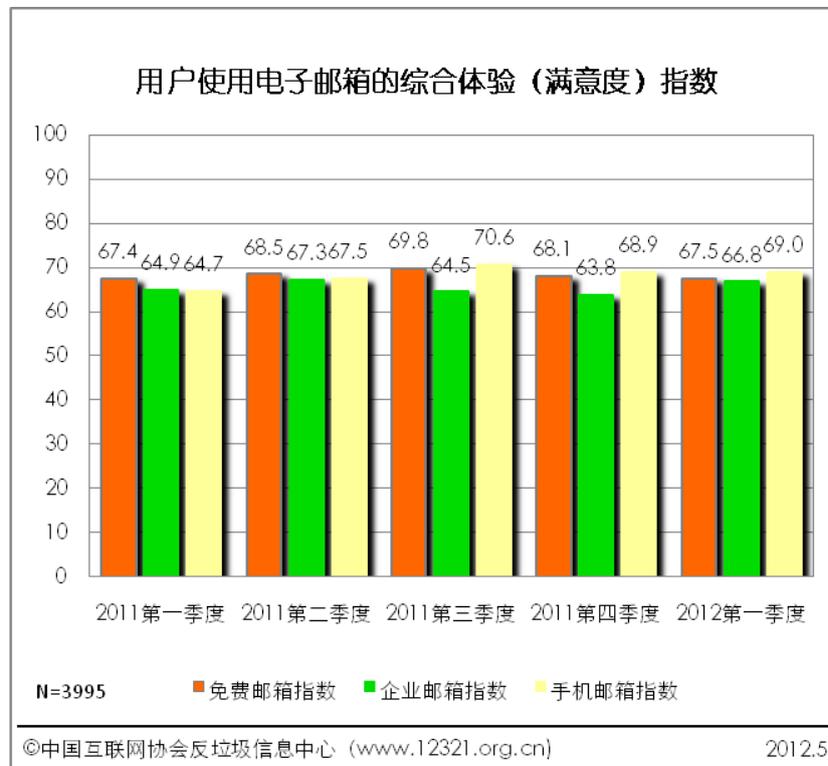
2.3 电子邮箱用户对邮箱的满意度情况

在本次调查中，通过对用户的普通个人邮箱、企业邮箱和移动设备访问邮箱（简称手机邮箱）的核心性能指标做了满意度调查后，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。

序列	性能	重要性程度	权数	免费邮箱指数	企业邮箱指数	手机邮箱指数
1	安全性、保密性	85.0%	0.31	68.1	69.7	70.7
2	邮箱容量	30.1%	0.11	71.3	61.6	68.4
3	收发邮件成功，及时性	73.3%	0.27	71.4	69.7	70.8
4	防病毒、反垃圾邮件功能	42.0%	0.15	60.2	65.0	68.1
5	邮箱登录，页面加载速度	14.6%	0.05	66.4	67.3	66.7
6	邮件管理，分类功能等	8.1%	0.03	68.4	62.1	69.3
7	邮件系统的稳定性	17.1%	0.06	69.6	66.0	69.7
8	界面友好度（界面导航设计）	2.1%	0.01	70.3	63.0	69.7
	综合指数，范围[0,100]	272.3%	1.00	67.5	66.8	69.0

普通个人电子邮箱的用户综合体验指数（UEI）为67.5，比上季度下降0.6，同比涨幅0.1，企业邮箱的用户综合体验指数最低为66.8，比上季度上涨3.0，同比上涨1.9，手机邮箱在上期指数为69.0，比上季度上涨0.1，同比上涨4.3。

2012年第一季度企业邮箱的指数有较大提高，企业邮箱加强和完善了整体的性能，用户对邮箱的满意度有所好转。手机邮箱满意度同比涨幅4.3，随着移动互联网的发展，手机邮箱功能也在不断完善。



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]。

2.4 电子邮箱用户每周收到的邮件情况及比例

调查显示，2012年第一季度，中国电子邮箱用户平均每周收到垃圾邮件数量为16.7封，环比上涨了0.3封，同比上涨2.9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35.6%，环比上涨了0.1个百分点，同比下降4.5个百分点。

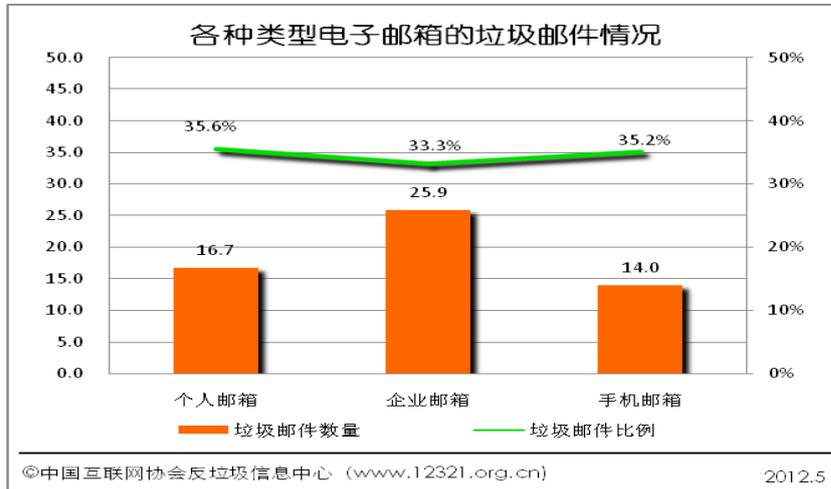
第一季度的垃圾邮件封数和比例与上季度相比没有明显变化，但垃圾邮件的比例同比2011年第一季度的40.1%已经有所下降，垃圾邮件的治理取得了一定的效果。



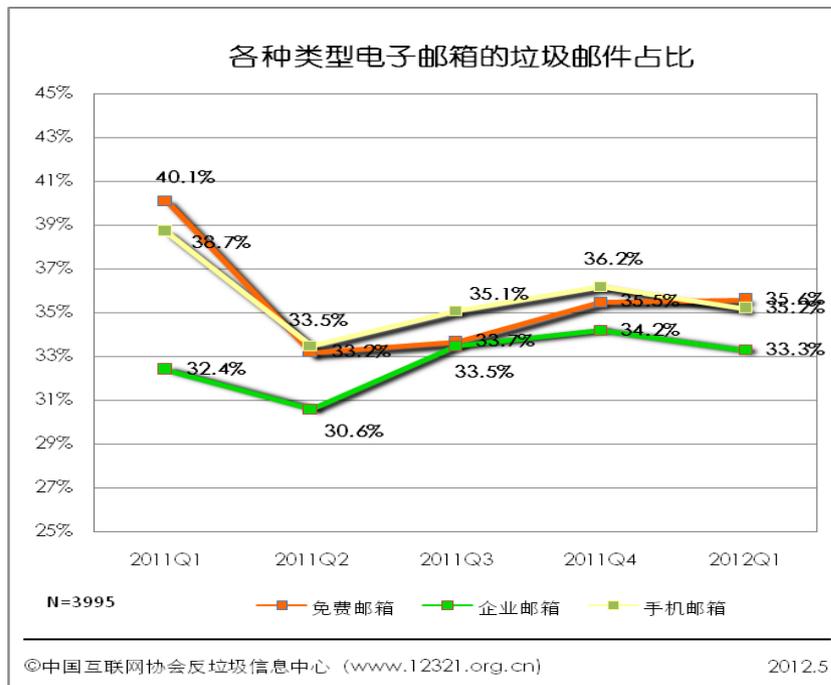
不同邮箱收到的垃圾邮件状况如下图所示,企业邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量多于免费邮箱和手机邮箱,但其垃圾邮件占比仍略低于免费电子邮箱、手机邮箱。

企业邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量为25.9封，比上季度下降0.5封，垃圾邮件占比为33.3%，比上季度下降0.9个百分点。垃圾邮件比例在第一季度继续保持平稳。

手机邮箱平均每周收到的垃圾邮件数量为14.0封，比上季度上涨0.9封，垃圾邮件占比为35.2%，比上季度下降1.0%，在第一季度手机邮箱的垃圾邮件数量略有增长。

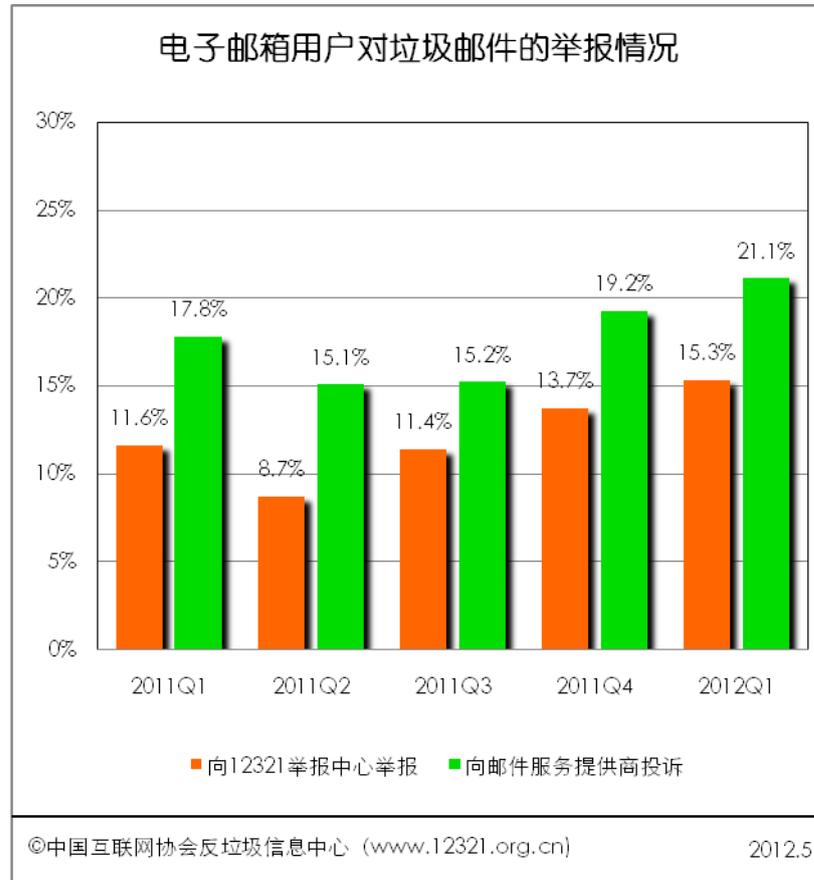


2012年第一季度个人免费邮箱垃圾邮件比例同比2011年第一度已经有明显的下降，降幅为4.5个百分点，经过一年的治理垃圾邮件有所缓解，目前处于平稳期。手机邮箱第一季度的垃圾邮件比例稍有回落，同比2011年也下降3.5个百分点，手机邮箱垃圾邮件比例越来越接近个人邮箱，手机邮箱和个人邮箱的体验趋于一致。



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36.4%，其中15.3%的用户会向12321举报中心举报垃圾邮件，21.1%的用户会向邮箱所属邮件服务提供商（ESP）投诉。总体举报率比上季度上涨3.5个百分点，环比向12321举报和向ESP投诉分别上涨了1.6个百分点和1.9个百分点，同比2011年第一季度，向12321举报和向ESP投诉分别涨幅3.7个百分点和3.3个百分点，经过微博和网站的推广及宣传，用户能够很积极的参与举报，举报率在第一季度都略有上涨。



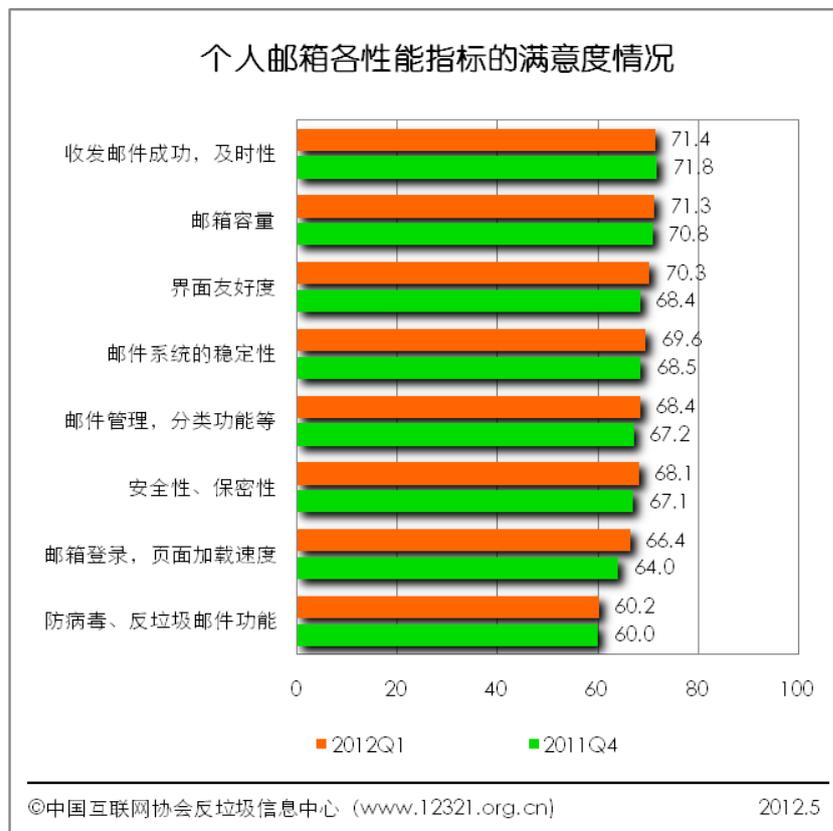
3. 普通用户个人邮箱使用现状调查分析

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，2012年第一季度，普通个人电子邮箱的用户综合体验指数（UEI）为67.5，比上季度下降了0.6。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）。

“收发邮件成功、及时性”和“邮箱容量”的满意度仍居前两位。其中“收发邮件成功、及时性”UEI达到71.4，与上季度的71.8相比下降0.4。其次是“邮箱容量”邮箱容量UEI为71.3，较上季度调查上涨0.5。第三位是“界面友好度”为70.3，比上季度上涨了1.9。

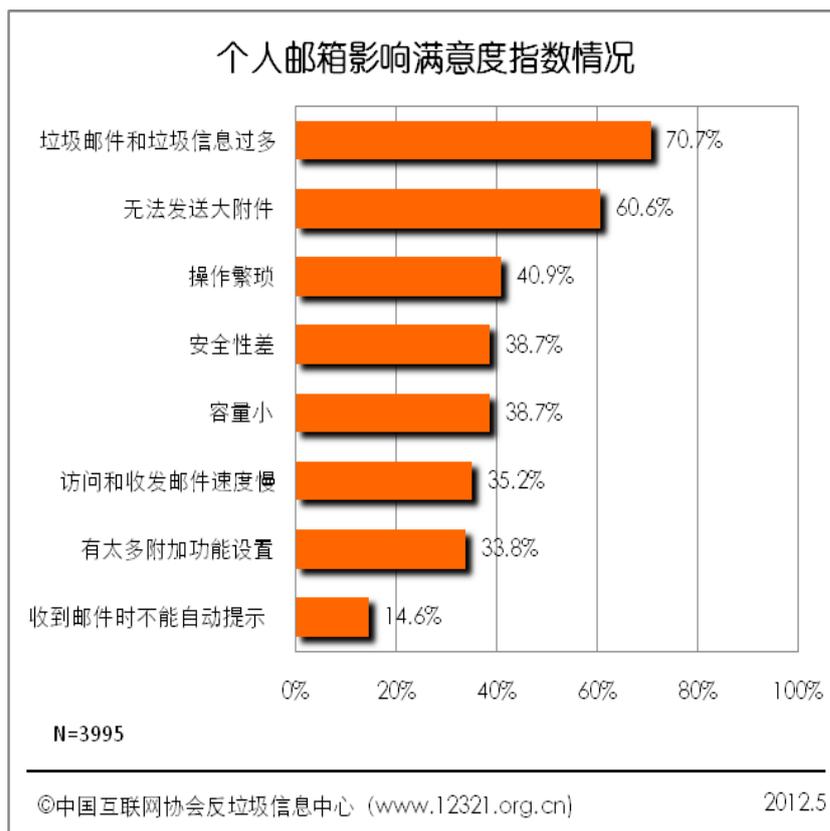
2012年第一季度，普通个人邮箱各项功能指数有所好转，各指标都有微幅上涨，其中“邮箱登陆、页面加载速度”功能比上季度上涨2.4，在全部指数中上涨最多，但综合指数仍然较低，用户对于邮箱基本的功能较满意，安全性和病毒方面的指数一直处于较低，其中“防病毒和反垃圾”功能依然是最不满意的指标，指数为60.2，比上季度上涨0.2。



3.2 普通用户对个人邮箱影响满意度指数情况

为了能够更深入地了解用户对满意度指数的判断，在2012年的新问卷中，添加了“影响满意度指数”的问卷，从最新的数据统计中发现，排在第一位的有70.7%的用户选择“垃圾邮件和垃圾信息过多”第二位是“无法发送大附件”为60.6%，第三位是“操作频繁”为40.9%，4-8位的占比均在40%以下，“安全性差”和“容量小”均为38.7%。

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，恰好验证了满意度指数中“防病毒、发垃圾”功能的指数最低的原因，其次“无法发送大附件”和“操作频繁”也占了很大的比例，说明用户对邮箱发送大附件功能的需求在不断加大，同时可以更轻松和快速的操作各项功能，“安全性差”和“容量小”也较大影响了满意度指数，同样造成了“安全性、保密性”的满意度指数只有68.1，排在倒数第三位。

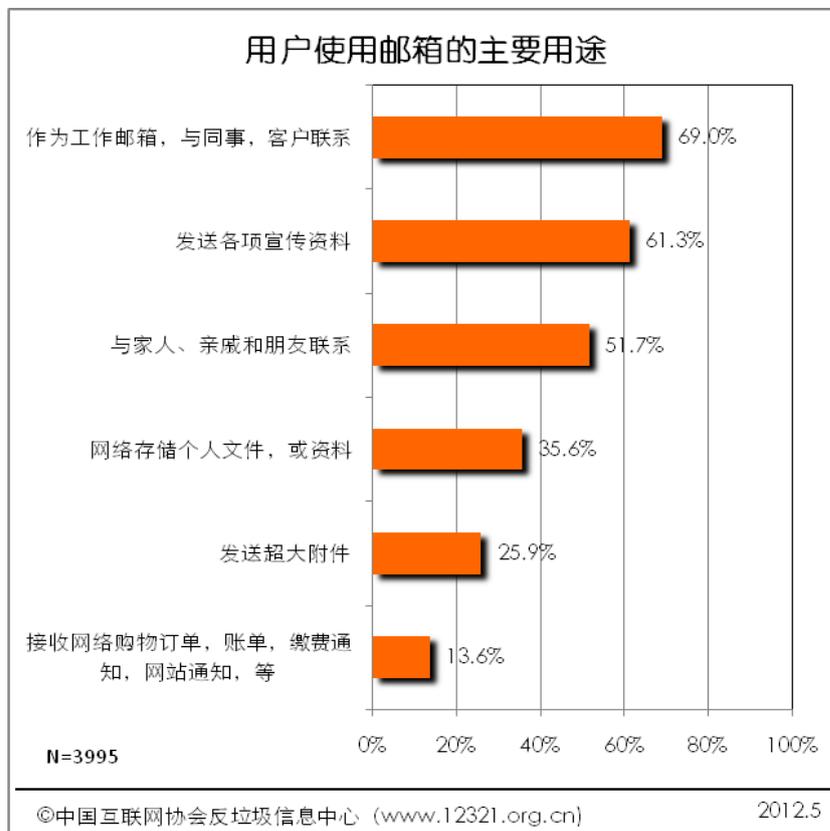


3.3 普通用户使用电子邮箱的主要用途

2012年用户使用邮箱的主要用途和2011年的问卷稍有修改,简化了一些问题,更方便用户进行选择。

2012年第一季度,“作为工作邮箱”使用的比例为69.0%,排在第一位,“发送各项宣传资料”排在第二位,比例为61.3%，“与家人、亲戚和朋友联系”为51.7%,排在前三的使用用途比例较高。在信息快速发展时代,个人邮箱使用用途非常广泛,可以看出作为工作用途的人群最多,其次是用于联系和文件存储,

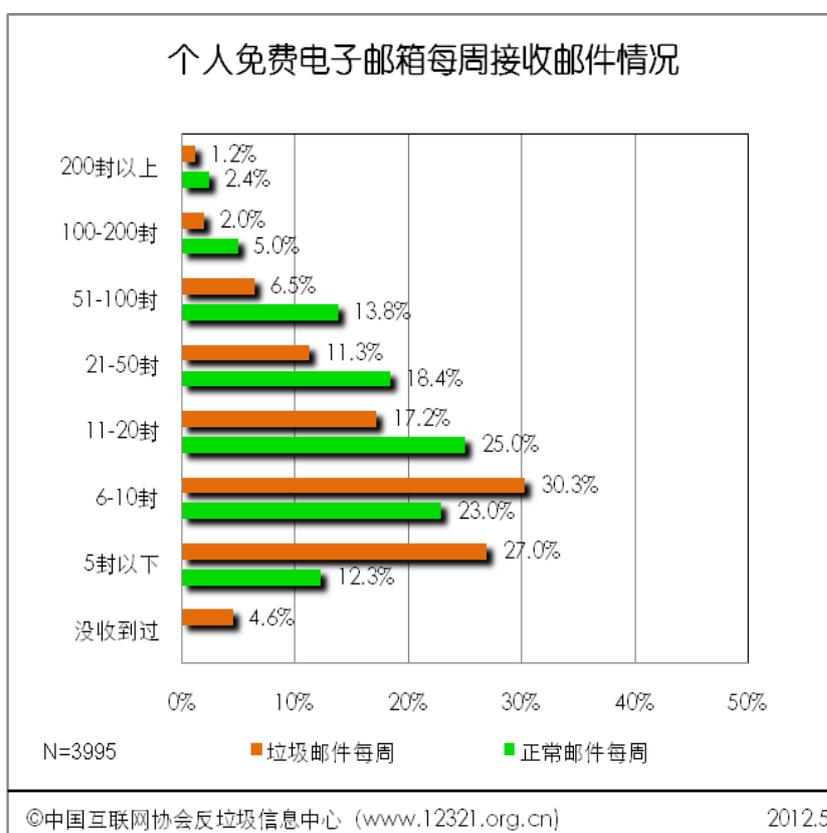
另外,“发送超大附件”为25.9%，“接受网络购物订单、账单”为13.6%,目前个人邮箱的多用途性非常明显,随邮箱在网络中重要性越来越高,用途也越来越广泛。



3.4 普通用户个人免费电子邮箱每周接收邮件情况

第一季度调查数据显示, 12.3%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, 与上季度相比, 下降了1.7个百分点; 23.0%的免费邮箱用户平均每周收到的正常邮件在6-10封之间, 与上季度相比下降了1.9个百分点。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35.3%, 平均每周收到20封以上正常邮件的用户达到39.7%, 比上次调查下降了0.2个百分点。

根据调查结果核算, 本次调查用户免费邮箱平均每周收到的正常邮件数量为30.3封, 比上季度上涨了0.3封。



在垃圾邮件中, 27.0%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1.6个百分点, 收到6-10封的垃圾邮件用户有30.3%, 上涨2.5个百分点, 收到垃圾邮件11-20封的用户有17.2%, 下降1.2个百分点, 收到21-50封垃圾邮件的用户有11.3%, 上涨0.1个百分点, 而收到51-100封的垃圾邮件的用户有6.5%, 上涨2.1个百分点, 100封以上的垃圾邮件用户比例有3.2%。

根据调查结果核算, 对于用户所使用的个人电子邮箱而言, 2011年四季度平均每周收到垃圾邮件的数量为16.7封, 环比增加0.3封, 垃圾邮件占比为35.6%, 环比上涨0.1个百分点。

4. 用户企业邮箱使用现状分析

本次调查共收到224份有效企业邮箱（公司邮箱）用户问卷。

4.1 用户对企业邮箱各性能指标的满意度情况

调查显示，2012年第一季度，企业邮箱的各性能指标满意度是66.8，比上季度上涨3.0。总体来说各指标的UEI均处于较低水平，综合用户体验满意度低于免费邮箱0.7。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）。排在前三位的分别是：安全性、保密性，收发邮件成功、及时性，和邮箱登陆，分别涨幅：7.1、4.3、1.9，排名4-8位中涨幅最多的性能是，第五位的防病毒、反垃圾邮件功能比上期增长5.1，第八位的邮箱容量为61.6，增长4.8，本季度满意度指数只有“邮件管理”下降了2.3，其余指标满意度都有所提高。

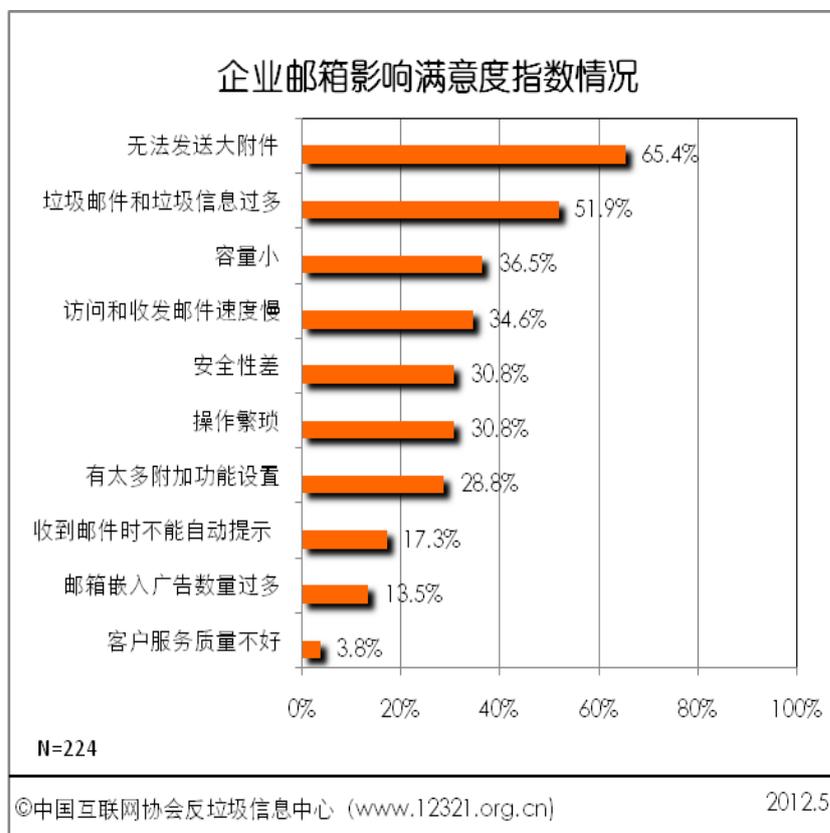
2011年第四季度受到多家公司密码泄露事件，用户对安全性的指数下滑了不少，用户对自己的信息安全也比较担忧，导致指数的下降。2012年第一季度，第一季度用户对企业邮箱的满意度有所好转。其中安全性、保密性涨幅最多，排在第一位。成为焦点后，随着邮件服务提供商的努力及各界的宣传，用户对企业邮箱防病毒、发垃圾邮件功能的满意度有明显的提升。



4.2 用户对企业邮箱影响满意度指数情况

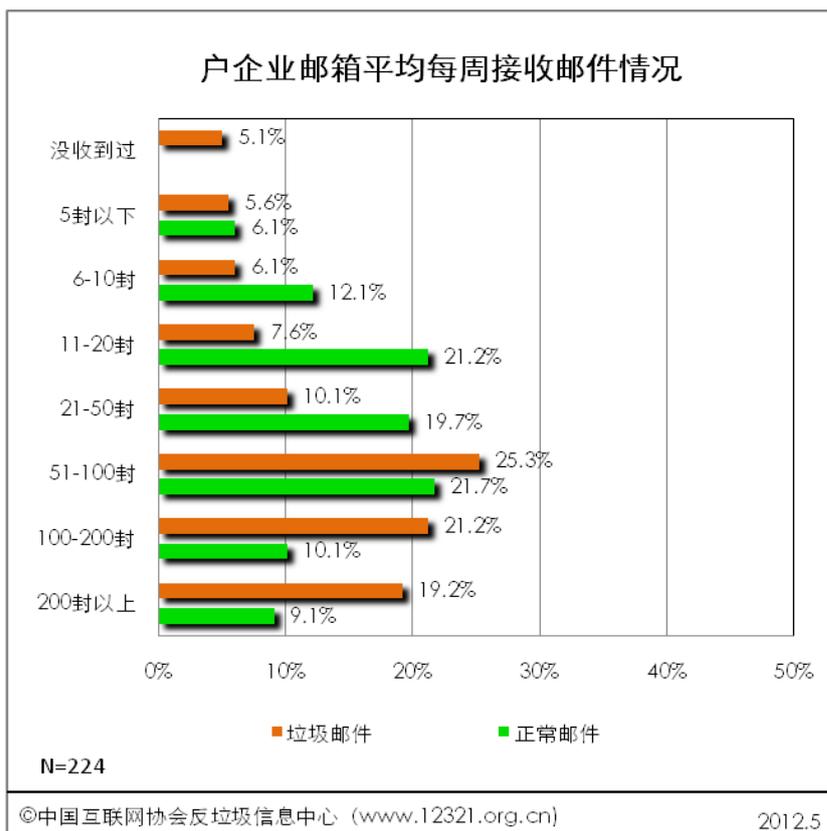
和个人邮箱调查一样，在2012年的新问卷中，添加了“影响满意度指数”的问卷

调查显示，2012年第一季度，影响企业邮箱满意度指数排名前两位，且超过50%以上的分别是“无法发送大附件”比例为65.4%，和“垃圾邮件和信息过多”比例为51.9%，排在第三位是“容量小”为36.5%，第四位是“访问和收发邮件速度慢”为34.6%，其他选项都小于30.0%，提高发送附件的容量一直是企业邮箱用户的迫切需求，同时也很大的影响了满意度指数。从调查数据看，对满意度指数的影响因素集中在“无法发送大附件”和“垃圾邮件和垃圾信息过多”。



4.3 用户企业邮箱平均每周接收邮件情况

本次调查显示，2012年第一季度，企业邮箱用户平均每周收到正常邮件51.9封，与上季度相比增长1.1封；平均每周收到垃圾邮件25.9封，比上季度下降了0.5封；平均每周收到的垃圾邮件占比33.3%，比上季度调查下降了0.9个百分点。

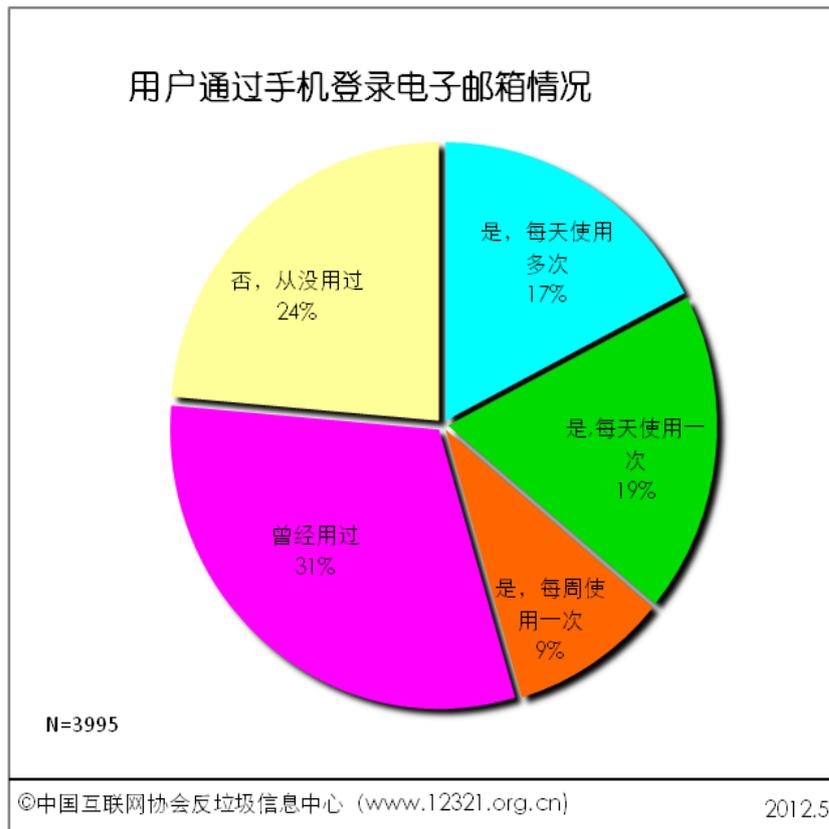


5. 用户通过移动设备使用电子邮箱现状分析

本次调查共收到了1814份“每周通过移动设备登录邮箱一次及以上”的调查问卷，本部分以此作为有效样本。

5.1 用户通过手机使用邮箱的频度

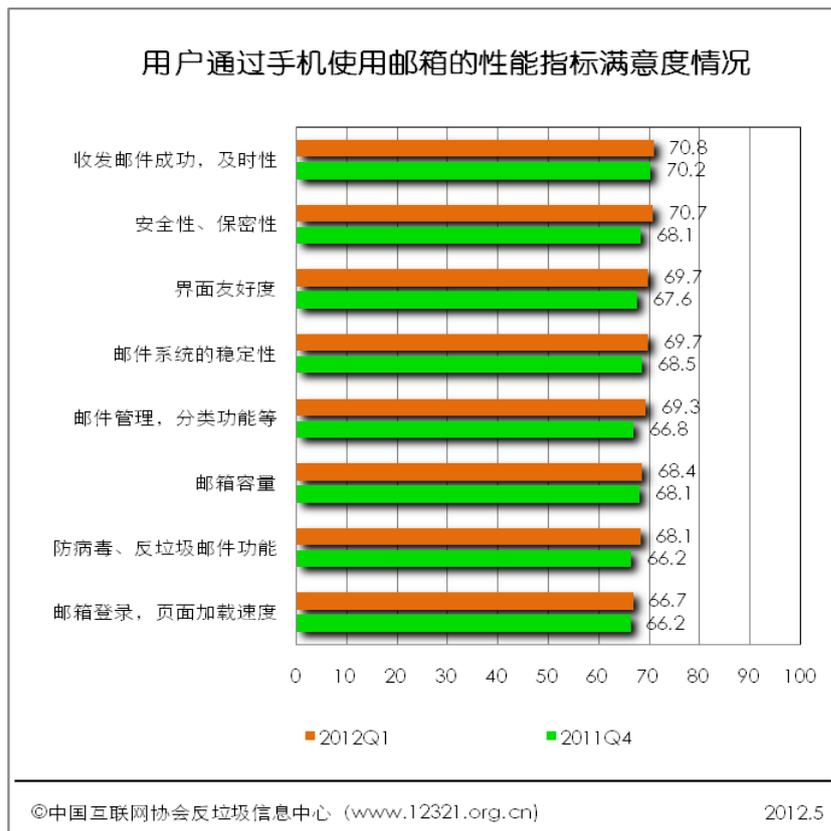
23.6%的用户从来没有通过移动设备或手机登录过电子邮箱。每天使用多次手机邮箱的用户占17.4%，下降0.6个百分点；每天使用一次的用户占18.6%，比上季度上涨3.17个百分点；每周仅使用一次手机邮箱的用户占9.4%，下降3.5个百分点。选择每周使用一次，每天使用一次和每天使用多次的频度记为每周通过移动设备登录邮箱一次以上的用户，作为有效用户，共1814个。



5.2 用户通过手机使用邮箱的性能指标满意度

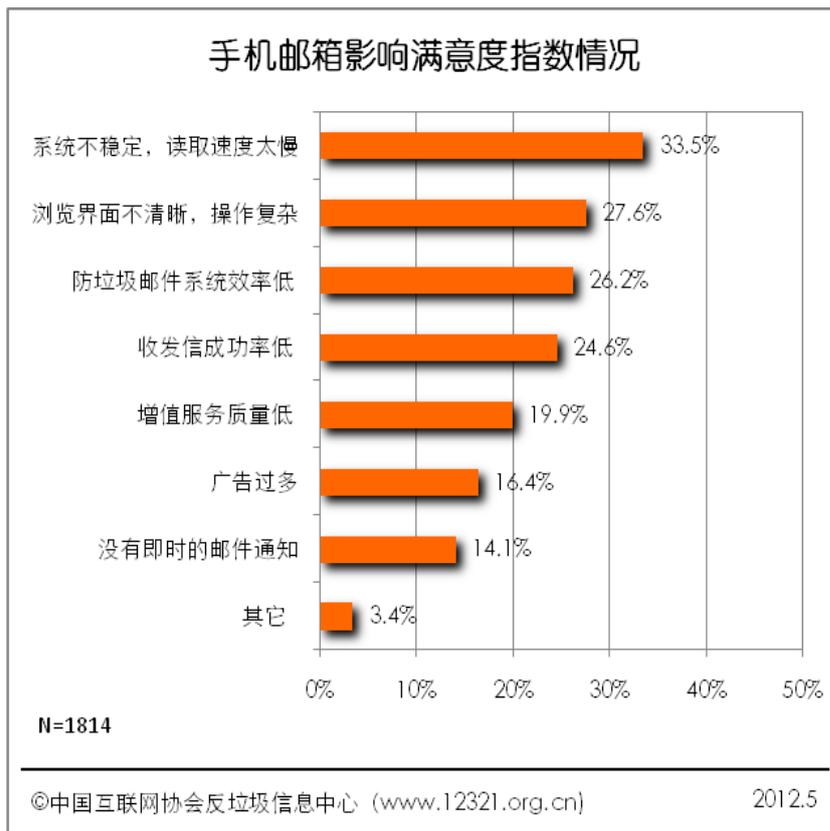
一季度调查显示，在手机邮箱的各项性能指标满意度调查中，手机邮箱的综合体验指数是69.0，与上季度相比，上涨0.1，但仍高于免费邮箱和企业邮箱，总体来说各指标的UEI均处于初级水平（满意程度高于60，低于70）。“收发邮件成功，及时性”和“安全性、保密性”的UEI为70.8，70.7，居前两位。与上季度相比，分别上涨0.6和2.6。邮件系统稳定性为69.7，比上季度上涨1.2，界面友好度满意度为69.7，比上季度上涨2.1。

上季度调查受到密码泄露等问题的影响，各项指数都有所下降，本季度，所有满意度指数均有所回涨，其中在邮箱安全、界面友好度和邮件管理、分类功能上涨幅最大，信息安全一直是用户比较关注和担心的问题，随着移动互联网的发展，手机邮箱的使用频率将会提高，对于手机邮箱的功能和安全还需要继续完善。



5.3 用户对手机邮箱影响满意度指数情况

调查显示，2012年第一季度，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33.5%，浏览界面不清晰，操作复杂为27.6%，防垃圾邮件效率低为26.2%，4-6位的分别是，收发信息成功率低为24.6%，增值服务质量低为19.9%，广告过多为16.4%，目前手机邮箱的市场处于快速发展阶段，各项功能还处于完善阶段，随着3G和移动互联网的发展，手机邮箱会被更多用户接受和采用。

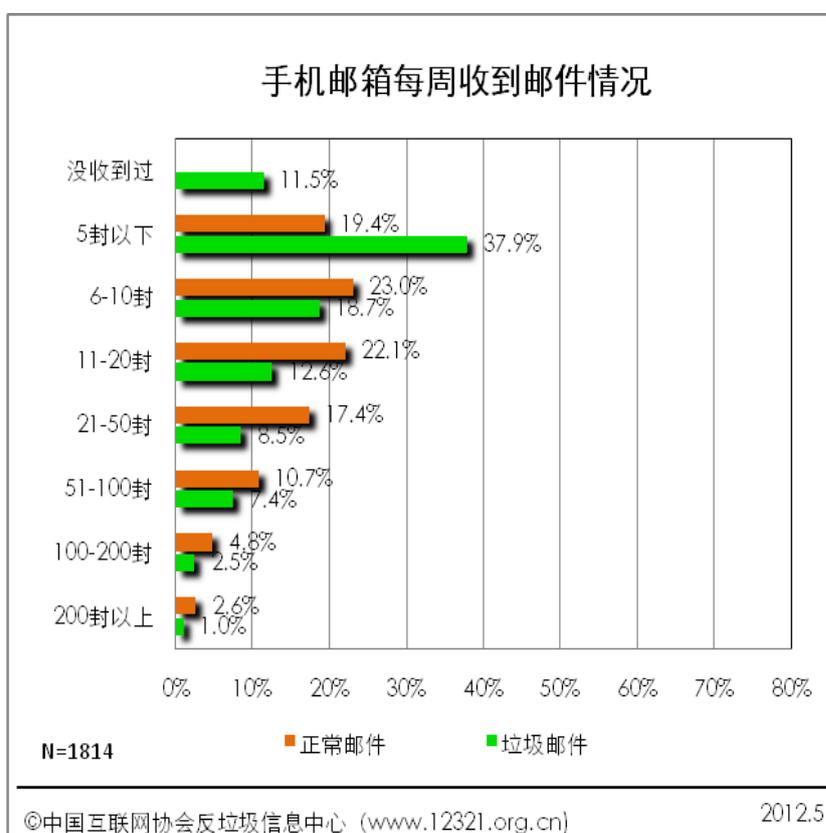


5.4 用户使用手机登录的邮箱平均每周接收邮件情况

调查显示，2012年第一季度手机邮箱用户平均每周收到正常邮件27.9封，比上季度增长4.8封。平均每周收到10封以下正常邮件的占42.4%，平均每周收到50封以上正常邮件的占了18.2%。平均每周没有收到过垃圾邮件的比例占11.5%，比上季度下降了2.0个百分点。

手机邮箱每周收到垃圾邮件14.0封，上涨0.9封，平均每周收到10封以下垃圾邮件的用户占了56.6%，每周平均收到20封以上垃圾邮件的用户占了19.3%。

本次调查显示，手机邮箱垃圾邮件占比35.2%，环比下降1.0%。

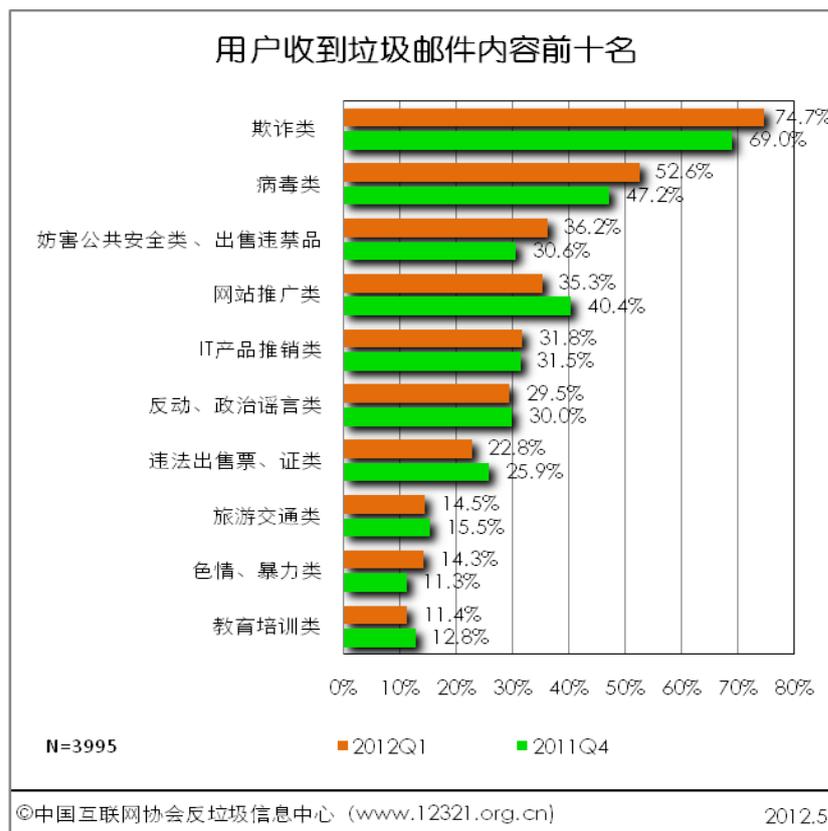


6. 用户电子邮箱的垃圾邮件状况分析

6.1 用户收到的垃圾邮件内容

调查显示，2012年第一季度，“欺诈类”、“病毒类”和“妨害公共安全类”垃圾邮件是用户邮箱中收到垃圾邮件的主要内容。其中74.7%的被调查者收到过“欺诈类”的垃圾邮件，环比上涨5.7个百分点，居首位。居二、三位的是“病毒类”和“妨害公共安全类”，比例分别为52.6%和36.2%。其中病毒类垃圾邮件上涨5.4个百分点。妨害公共安全类上涨5.6个百分点。“网站推广类”垃圾邮件比上季度下降5.1个百分点，排名第四位，比上期排名下降一位。

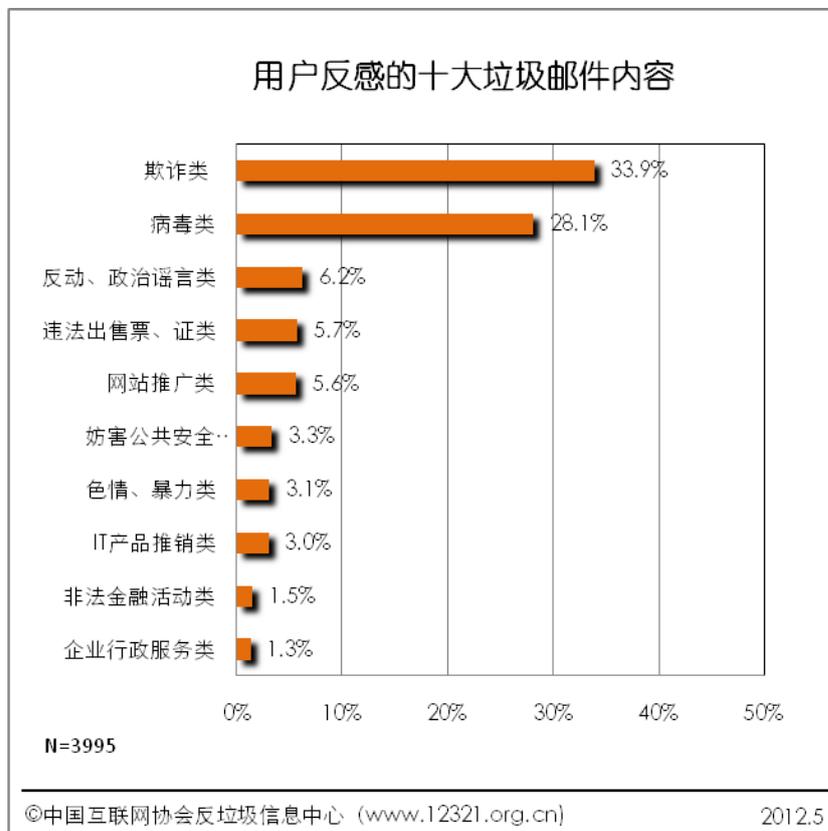
根据本季度调查，欺诈、病毒类和妨害公共安全类垃圾邮件均有超过5%的增长，排名在前三位，表现出有继续增长的趋势。2011年第四季度的互联网密码和个人信息泄露所造成的影响，在2012年第一季度里并没有有效缓解，欺诈和病毒类垃圾邮件仍然对很多用户造成困扰，应该重点治理和防范。



6.2 用户对收到的垃圾邮件反感情况

2012年第一季度，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和病毒类，与上季度排名一致。62.0%的用户选择了最反感“欺诈类”或“病毒类”，明显领先于其他选项。其中有33.9%的用户反感欺诈类垃圾邮件，比上季度增长5.2个百分点。28.1%的用户反感病毒类垃圾邮件，上涨2.2个百分点。“网站推广类”垃圾邮件上季度排在第三位，本季度排名下降到第五位，比例为5.6%，环比下降3.4个百分点。

第一季度，欺诈和病毒类垃圾邮件的用户反感度继续上涨，有继续蔓延的趋势，给社会 and 用户造成的危害最大，很可能直接造成经济和安全上的损失，未来需要加强防范和采取强力的治理措施。

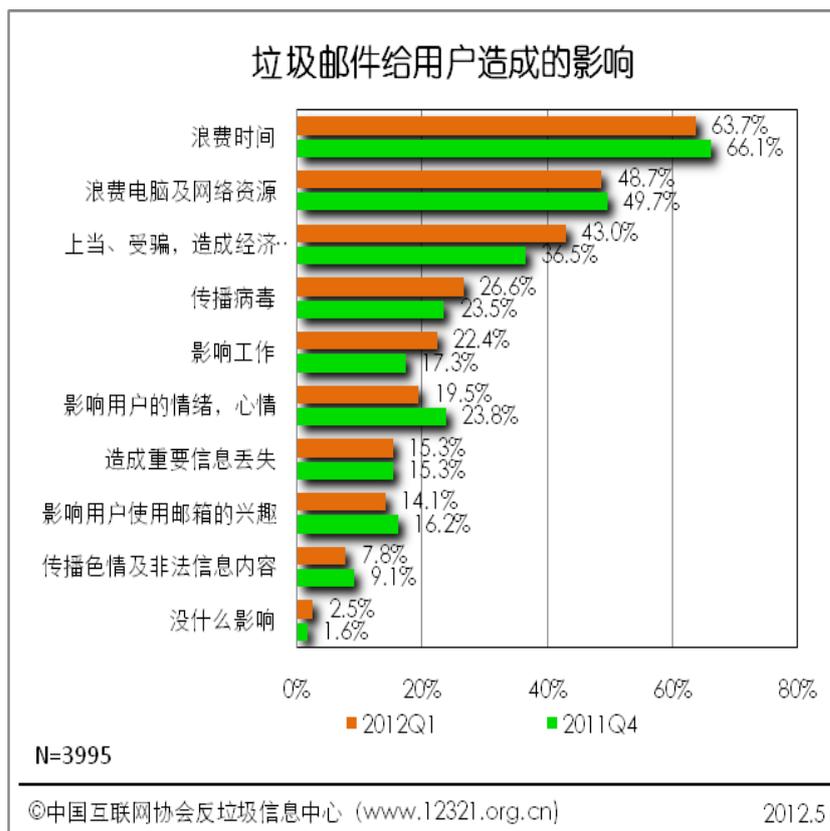


7. 用户对垃圾邮件处理方式及治理建议分析

7.1 垃圾邮件给用户带来的影响

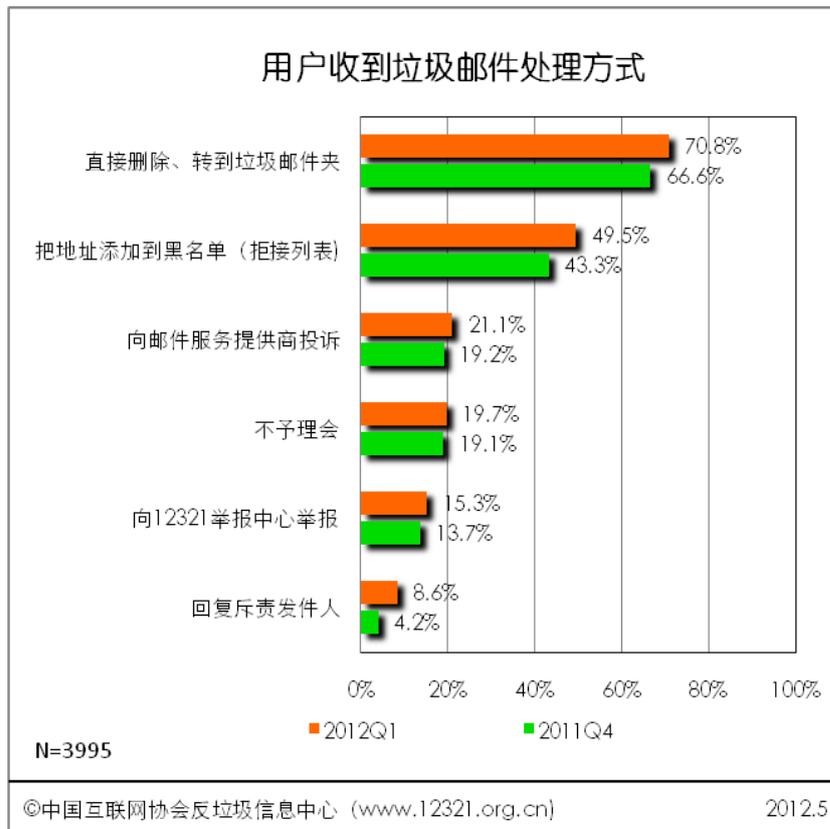
调查显示，2012年第一季度，63.7%的电子邮箱用户认为垃圾邮件浪费了自己的时间。近五成的用户（48.7%）认为垃圾邮件浪费了电脑及网络资源，43.0%的用户认为垃圾邮件的传播，容易使人“上当、受骗，造成经济损失”。有26.6%的用户认为垃圾邮件使得病毒传播。有22.4%的用户认为垃圾邮件影响工作。

垃圾邮件一直困扰着用户，尤其是在时间上几乎每天都需要清理垃圾邮件，给工作和生活都造成了影响，一些垃圾邮件里带有的附件或链接，很有可能对电脑进行病毒或是木马攻击，在数据中，“上当、受骗、造成经济损失”的用户上涨了6.5%，“影响工作”和“传播病毒”也分别上涨了5.2和3.0个百分点。



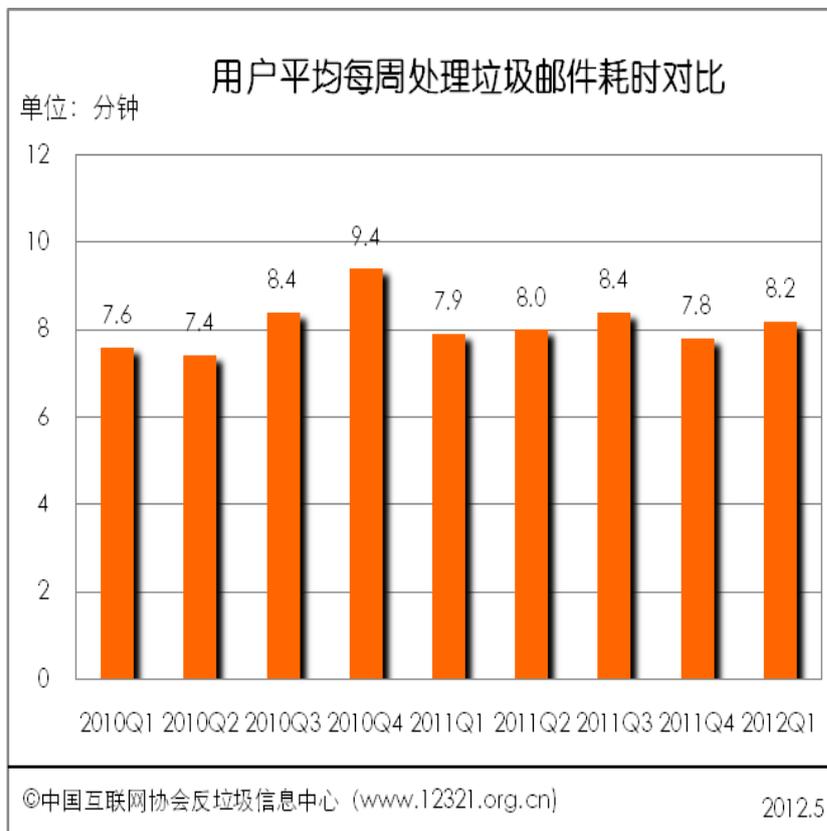
7.2 用户对垃圾邮件的处理情况

调查显示，2012年第一季度，70.8%的用户直接删除垃圾邮件或者转到垃圾邮件夹中，比上季度上涨4.2个百分点。49.5%的用户会把垃圾邮件发送地址添加到黑名单，增长4.2个百分点。21.1%的用户会向邮件服务提供商投诉，比上季度上涨1.9个百分点，向12321举报中心举报的用户占15.3%，比上季度上涨1.6个百分点，不予理会上涨了0.6个百分点，为19.7%，直接删除、转到垃圾邮件夹和拖入黑名单仍是用户最省事最方便的做法。



7.3 用户每周处理垃圾邮件耗费时间情况

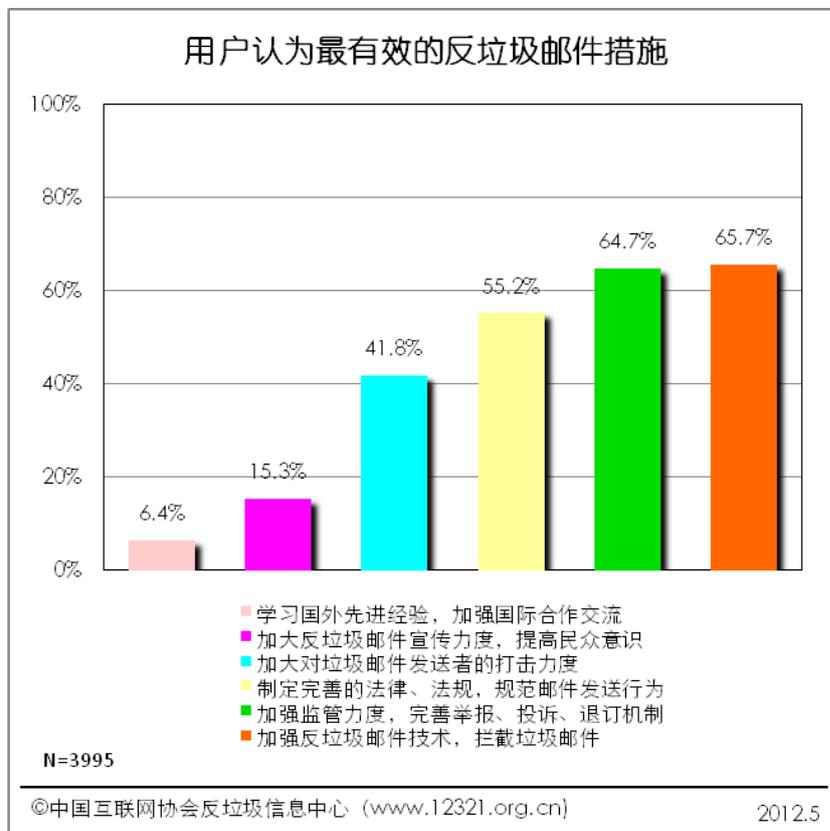
调查显示，2012年第一季度，中国电子邮箱用户平均每周花费8.2分钟处理垃圾邮件，与上季度相比，上涨0.4%。



7.4 用户认为有效的反垃圾邮件措施

调查显示，2012年第一季度，65.7%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，与上季度相比下降1.4个百分点。选择“加强监管力度，完善举报、投诉、退订机制”措施的有64.7%的用户，比上季度上涨1.5个百分点。选择“制定完善的法律、法规，规范邮件发送行为”的占55.2%，比上季度上涨1.5个百分点。

由于垃圾邮件已经严重影响了正常的网络通信和商务活动，但是人们对这些举措所能产生的效果仍然持怀疑态度，因为单纯寄希望于某种方法都很难有效遏制垃圾邮件的泛滥，需要采取多管齐下的组合策略。



7. 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。特别感谢中国雅虎、21CN、新浪网、中企动力、网易、天涯社区、TOM、万网、腾讯网、贵州省互联网协会、上海市互联网协会11家单位给予我们的支持。

8. 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，本报告只提供给用户作为参考资料，报告制作方对该报告的数据准确性不承担法律责任。

9. 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, www.anti-spam.cn