



# 2011年

## 手机短信息状况调查报告

### (第二次)



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

I. 调查背景.....	4
II. 调查目的 .....	4
III. 调查内容.....	4
IV. 概念说明 .....	4
V. 调查方式.....	5
VI. 研究设计 .....	6
VII. 报告摘要.....	7
VIII. 报告正文.....	8
1. 我国手机短信息近期情况 .....	8
2. 用户手机使用基本情况.....	10
2.1 用户手机运营商归属.....	10
3. 用户手机短信息使用情况.....	12
3.1 用户手机短信息功能使用情况.....	12
3.2 用户短信息主要使用用途情况.....	13
3.3 用户使用短信息过程中遇到的不合理现象.....	14
3.4 用户每周收到的短信息数量.....	15
4. 用户收到的垃圾短信息情况 .....	16
4.1 用户收到的垃圾短信息的主要内容前十名情况.....	16
4.2 用户最反感的垃圾短信息主要内容前十名情况.....	17
4.3 用户每周收到的垃圾短信息的数量.....	18
4.4 垃圾短信息数量及垃圾短信息比例对比情况.....	19
5. 用户对垃圾短信息治理及影响态度 .....	20
5.1 用户反感垃圾短信息的原因.....	20
用户认为垃圾短信息对社会的主要影响 .....	21
5.2 用户认为垃圾短信息存在的原因.....	22
5.3 用户认为垃圾短信息的责任主体.....	23
5.4 用户认为有效治理垃圾短信息的主要方法.....	24

---

5.5	用户对近期垃圾短信息治理效果的评价 .....	25
6.	用户对垃圾短信息的处理情况 .....	26
6.1	用户对垃圾短信息的处理情况 .....	26
6.2	用户对垃圾短信息投诉举报情况 .....	27
6.3	用户对垃圾短信息拦截产品的性能指标关注情况 .....	28
6.4	用户在垃圾短信息拦截产品预算费用情况 .....	29
7.	鸣谢 .....	30
8.	法律声明 .....	30
9.	联系方式 .....	30

## I. 调查背景

为综合治理广大手机用户反映强烈的垃圾短信息问题，保护用户合法权益，促进短信息行业的健康发展，中国互联网协会受工业和信息化部委托，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。

12321举报中心组织举办中国手机短信息状况调查活动，旨在通过网络问卷的形式，了解用户手机短信息使用情况，垃圾短信息情况及垃圾短信息对用户的影响，用户对垃圾短信息的态度以及处理措施，用户的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息服务环境，为垃圾短信息的治理提供依据和相关部门制定制度和规范提供依据。

中国手机短信息状况调查活动，从2006年开始每年调查一次。自2008年以后，每年开展两次手机短信息状况调查，下半年调查为第九次。调查报告主要从用户短信息使用情况，用户收到垃圾短信息情况，用户对垃圾短信息态度，垃圾短信息治理效果，用户对安全产品需求等情况来分析研究，挖掘调查获得数据并形成报告。

## II. 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、探索垃圾短信息的泛滥的原因
- 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

## III. 调查内容

- 1、用户使用的手机网络及运营商状况
- 2、用户使用手机短信息状况
- 3、用户收到垃圾短信息的状况
- 4、用户对收到垃圾短信息的态度及用户对垃圾短信息的传播及影响的认知
- 5、用户对手机安全短信拦截产品的需求

## IV. 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：

- (1) 电子邮件；

- (2) 语音信箱;
- (3) 在线信息库存储和检索;
- (4) 电子数据交换;
- (5) 在线数据处理与交易处理;
- (6) 增值传真;
- (7) 互联网接入服务;
- (8) 互联网信息服务;
- (9) 可视电话会议服务。

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。

## V. 调查方式

本调查采用了互联网网络联机调查。

调查对象：全国移动网手机用户，本报告中所提到的“用户”如无特别注明均指中国范围内的手机用户，包括移动用户、联通用户和电信用户。

调查范围：全国范围（不包括港、澳、台地区）

调查时间：2011年11月23日~2011年12月24日

网上联机调查：下半年调查由12321举报中心设计问卷，12321技术中心实现，主要是将问卷放置在12321举报中心（<http://www.12321.cn>）首页，由网民主动参与填写问卷的方式来获取样本信息。

## VI. 研究设计

### 1. 问卷设计

下半年调查为第九次调查，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，手机短信息应用情况，垃圾短信息情况，手机使用安全情况。以单选，多选为主，部分为限选题，也有部分可以填写的开放或半开放题。

问卷在延续上半年调查的基础之上，基于移动互联网的发展和3G应用带来的手机短信息的应用的变化，做了一定幅度的调整，以后逐步调整一些问卷问题，跟进发展的需要，逐步优化手机短信息调查。中心框架将主要以手机短信息的应用和垃圾短信息的情况展开。

### 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的同时，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，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，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，目前有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。



## VII. 报告摘要

下半年调查共收集有效的手机短信息使用样本 4632 份。

**1. 中国手机短信息用户使用短信息的主要用途仍以通信类应用为主，用户比例达到93.8%。**

信息类（39.2%）作为短信息服务的主要用途之一，比上半年提高了 3.3 个百分点，仍居第二位。

**2. 用户平均每周收到短信息39.1条，环比增加4.5条，增长12.5%。同比减少3.5条，下降8.2%。**

**3. 用户收到垃圾短信息中，最多的是涉嫌欺诈的短信息。**

在收到垃圾短信息的用户中，65.2%的用户收到过中奖类欺诈短信息，47.1%的用户收到违法出售票据，冒充银行扣款诈骗为 46.6%，仍分列前三位。中奖诈骗和银行扣款诈骗与上半年基本一致，而违法出售票据、证件增幅较大，应引起注意。

**4. 用户反感的垃圾短信息中，中奖欺诈类、冒充银行扣款类诈骗信息高居前两位。**

在欺诈类信息中，选择中奖类诈骗为 26.7%、冒充银行扣款类诈骗为 16.4%、银行贷款诈骗 6.7%、复制手机卡诈骗 6.0%，总计 55.8%，有超过一半的用户反感诈骗类短信。

**5. 用户平均每周收到垃圾短信息11.4条。比上半年减少了1.6条，下降12.3%，与去年同期持平。收到垃圾短信息占全部短信息的比例为22.6%，环比下降4.7个百分点，同比增长1.5%。**

**6. 70.5%的用户认为垃圾短信息产生的原因是运营商从中获得利益，而72.4%的用户认为运营商应该承担主要责任。**

认为运营商和短信息群发商应负主要责任的明显高其它，分列前两位，其中 74.2%的用户认为运营商应该为垃圾短信息承担责任，64.7%的用户认为短信息群发商应该为垃圾短信息承担责任，分别比上半年提高了 4.1 和 3.9 个百分点。

**7. 用户对下半年垃圾短信息治理效果的感受指数为30.21，环比相比下降了0.6，同比下3.2，趋势在断下降。**

有 57.7%用户认为上半年的手机垃圾短信息治理有一定成果，感觉垃圾短信息有减少，与上半年调查相比，下降了 1.6 个百分点，同时有 16%的用户感觉垃圾短信息有所增加，与上半年相比增加了 3.9 个百分点。

**8. 垃圾短信息总体举报率为21.1%，比上半年下降7.5个百分点。**

其中向 12321 举报中心进行举报为 12.6%，比上半年下降 11.8 个百分点，向所属运营商举报的举报率为 13.1%，比上半年下降 0.1 百分点。

**9. 用户平均每月在垃圾短信息拦截产品的预算费用为0.77元，与上半年调查相比，上涨了0.07元。**

有 64.3%的用户每月在垃圾短信息拦截产品预算费用是免费，22.9%的用户每月预算在 2 元以内。

<sup>1</sup> UFI (user feeling index) 该指数范围【-100,100】。负数为用户感受到的治理效果变差，正数相反。

## VIII. 报告正文

本调查总体为所有手机用户，共收集样本问卷 4715 份，其中有效的手机短信息使用用户样本为 4632 份。主体问卷仅针对有效手机短信息用户。

### 1. 我国手机短信息近期情况

最高法院 4 月 8 日对外通报了《最高人民法院、最高人民检察院关于办理诈骗刑事案件具体应用法律若干问题的解释》。解释明确了诈骗罪的定罪量刑标准，结合我国经济社会发展的实际和诈骗犯罪的发案形势，将最低入罪门槛由原来的 2000 元提高为 3000 元。根据解释，诈骗公私财物价值 3000 元至 1 万元以上为刑法规定的“数额较大”，3 万元至 10 万元以上为“数额巨大”，50 万元以上的为“数额特别巨大”。解释将电信诈骗行为规定为可酌情从严惩处的情节，规定了 5 种情形酌情从严惩处：通过发送短信、拨打电话或者利用互联网、广播电视、报刊杂志等发布虚假信息，对不特定多数人实施诈骗的；诈骗救灾、抢险、防汛、优抚、扶贫、移民、救济、医疗款物的；以赈灾募捐名义实施诈骗的；诈骗残疾人、老年人或者丧失劳动能力人的财物的；造成被害人自杀、精神失常或者其他严重后果的。

浙江省政府 7 月 8 日出台的突发事件应急短信发布工作暂行办法，规定应急短信属公益短信，在预防和处置突发事件时，由政府权威部门发布，电信运营企业通过统一接入号，免费向公众发送，以此确保应急短信发布的权威性和严肃性，同时保护用户不受侵扰。流程为：（1）应急短信发布将由省级主管部门提出应急短信发布需求，起草应急短信内容，确定应急短信发送范围、缓急排序和其他要求。（2）浙江省应急办根据应对突发事件的实际需要，在报省政府领导审批后，负责审核应急短信内容和相关要求，承办审批手续，协调相关单位落实应急短信发布工作。（3）浙江省通信管理局负责向基础电信运营企业下达应急短信发送任务，接到应急短信发布任务后，立即组织协调企业实施发布工作，并进行监督、检查和落实。（4）电信运营企业按照省通信管理局要求，快速组织实施应急短信发送工作。

为了打击电信诈骗，各地公安部门和银监会已经建立了打击电信诈骗协作机制，双方设立了联络员制度，当公安部门确认受害者上当受骗后，联络员会第一时间联系银行，银行联络员会以最快速度冻结嫌疑账户。该制度试行 4 个月以来，就已经冻结挽回受害者损失 2000 多万元，其中最快的一次是在短短 10 分钟内冻结了 473 万元资金，成功为受害者挽回了损失。

9 月 18 日，广东省公安厅会同福建省、台湾地区以及泰国警方，同时出动警力 1500 多名，在境内外涉案地迅速准确地找到诈骗电话、转账洗钱、开卡取款、运营诈骗网络平台等犯罪窝点 24 个，台湾摧毁 5 个，泰国警方摧毁 2 个，一举抓获该团伙 174 名犯罪嫌疑人，查获交货网关、汽车、电脑、手机、电话、银行卡一大批。

10 月 28 日，宁夏公安机关刑侦部门携手各地公交、公路客运部门集中启动了“防范电信诈骗宣传活动”，通过 1500 余台次公交车、1000 余台长途大巴、各汽车站 LED 液晶电子屏，滚动播放预防电信诈骗犯罪动漫短片，开展为期一个月的宣传工作，掀起新一轮的防范电信诈骗宣传新高潮。

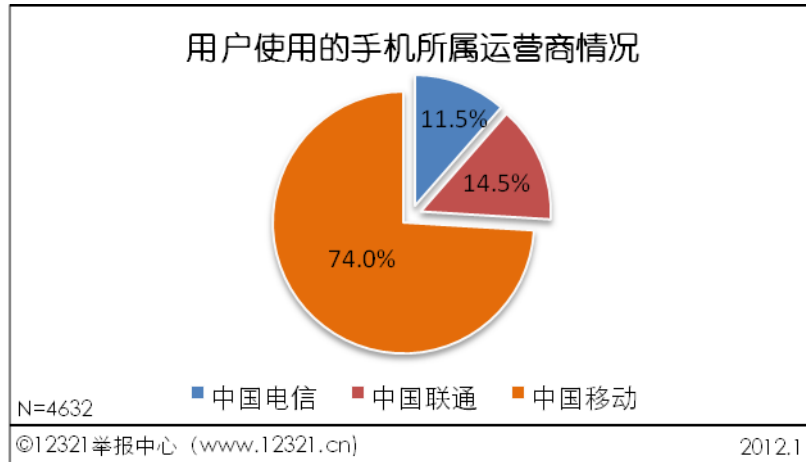


12321 举报中心与中国网民文化节联合推动绿色网络之旅防范网络诈骗安全知识宣传活动，通过网站、微博等形式宣传网络安全知识，曝光短信诈骗等形式的网络诈骗类型，提醒广大群众要牢记三个绝对不会：司法机关等执法部门绝对不会打电话要求群众转账，司法机关绝对不会通过网络传真发送传票等法律手续，司法机关绝对不会设立“国家安全账户”。提示网友要做到：1、捂住嘴，骗子都成打酱油的，无论谁来电，不要透露个人信息和银行密码；2、擦亮眼，火眼金睛识骗子，无论谁来电只要觉得来电可疑，要从正规渠道核实情况，多问亲友意见；3、看紧钱，神马骗局都是浮云，无论谁来电，只要是要求转账的，没核实情况前，不要转账。该活动得到了公安机关微博、安全公司等的大力支持，对网民提升诈骗短信防范意识，起到了一定的作用。

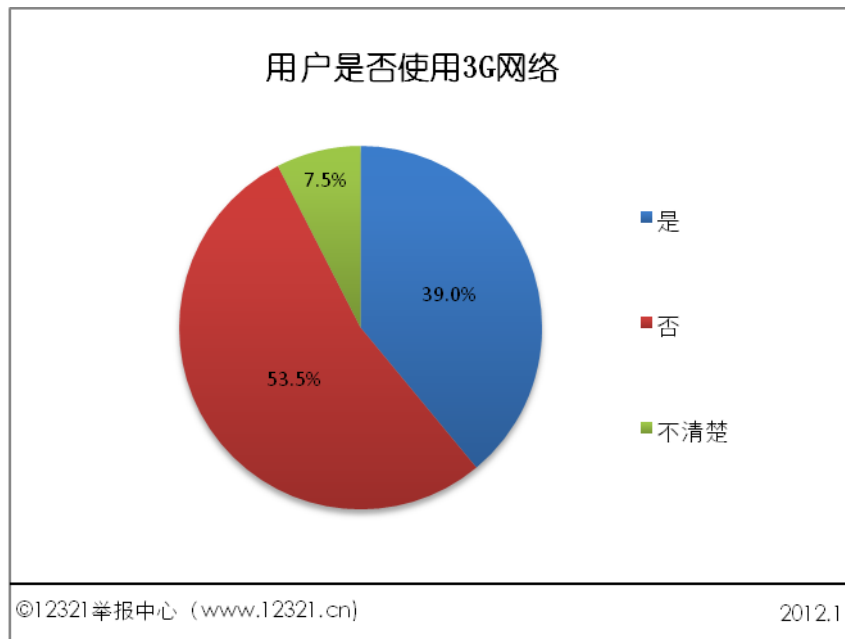
## 2. 用户手机使用基本情况

### 2.1 用户手机运营商归属

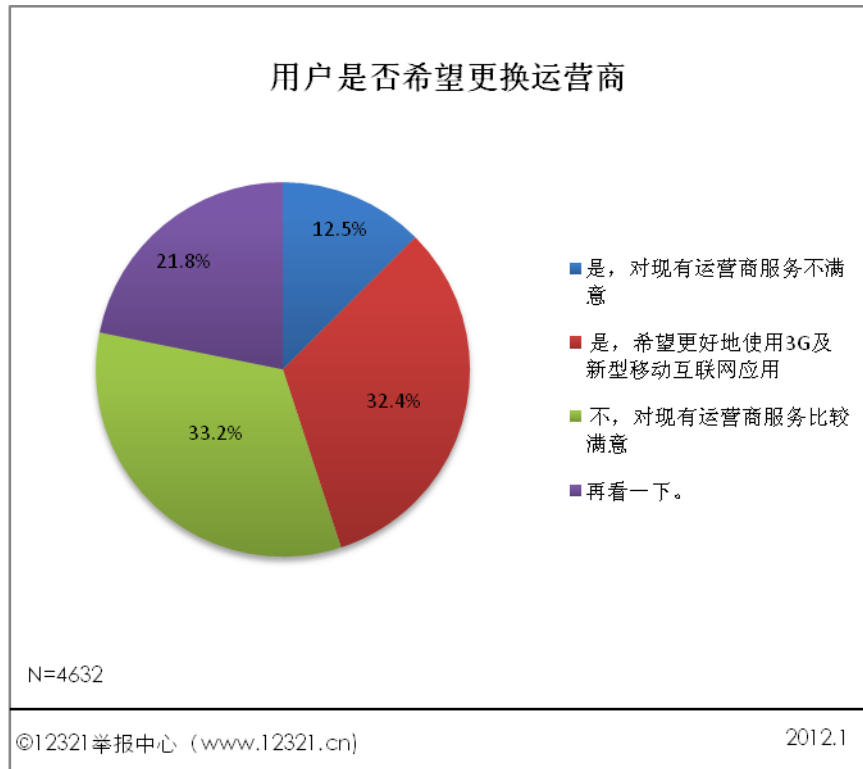
在下半年调查用户中，74.0%使用中国移动提供的服务，中国联通占 14.5%，中国电信占 11.5%，与上次调查相比，基本与三大运营商在移动通信用户中的份额相当。



在下半年的短信调查问卷中，添加了用户是否使用 3G 网络，以及在 3G、移动互联网已进入规模发展期，用户是否希望更换运营商的问题，随 3G 用户的不断增多同时也影响着垃圾短信，在下半年 4632 份有效问卷中使用 3G 的用户占 39.0%，没有使用的占 53.5%，不清楚的占 7.5%。3G 用户占近 40%的比例，与运营商的实际数对比，可见本次被调查用户偏高端，经测算，对结果影响可忽略不计。



在用户选择是否希望更换运营商中，对现有运营商的服务比较满意的占到了 33.2%，选择“希望更换并使用 3G”的用户达到 32.4%，12.5%的用户希望更换运营商的原因是“对现有运营商服务不满意”。

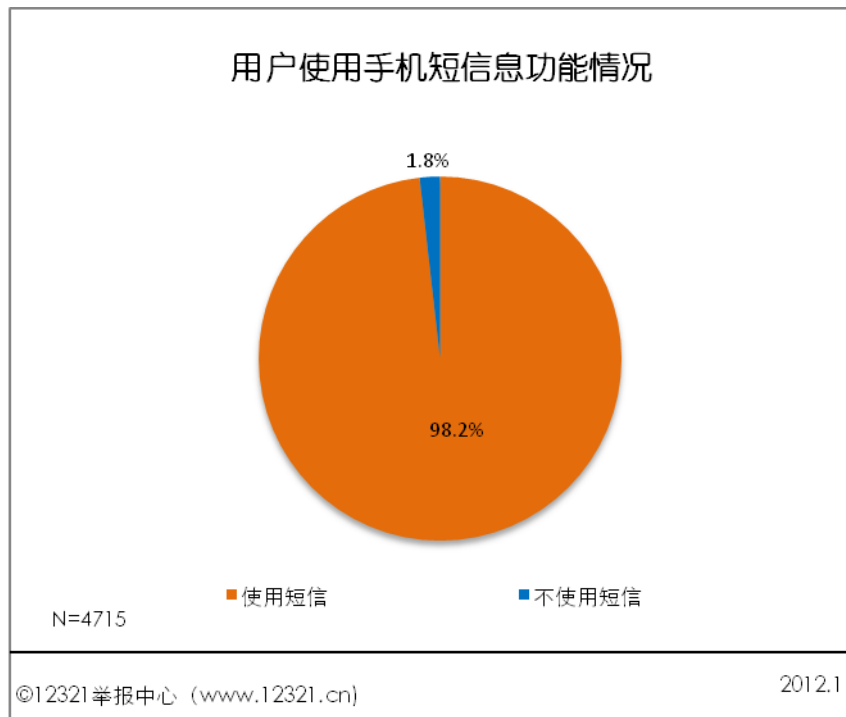


### 3. 用户手机短信息使用情况

#### 3.1 用户手机短信息功能使用情况

短信息具有使用方便、价格便宜的特点，是中国手机用户普遍接受的通讯方式。此次调查中，98.2% 的被调查者使用短信息服务。

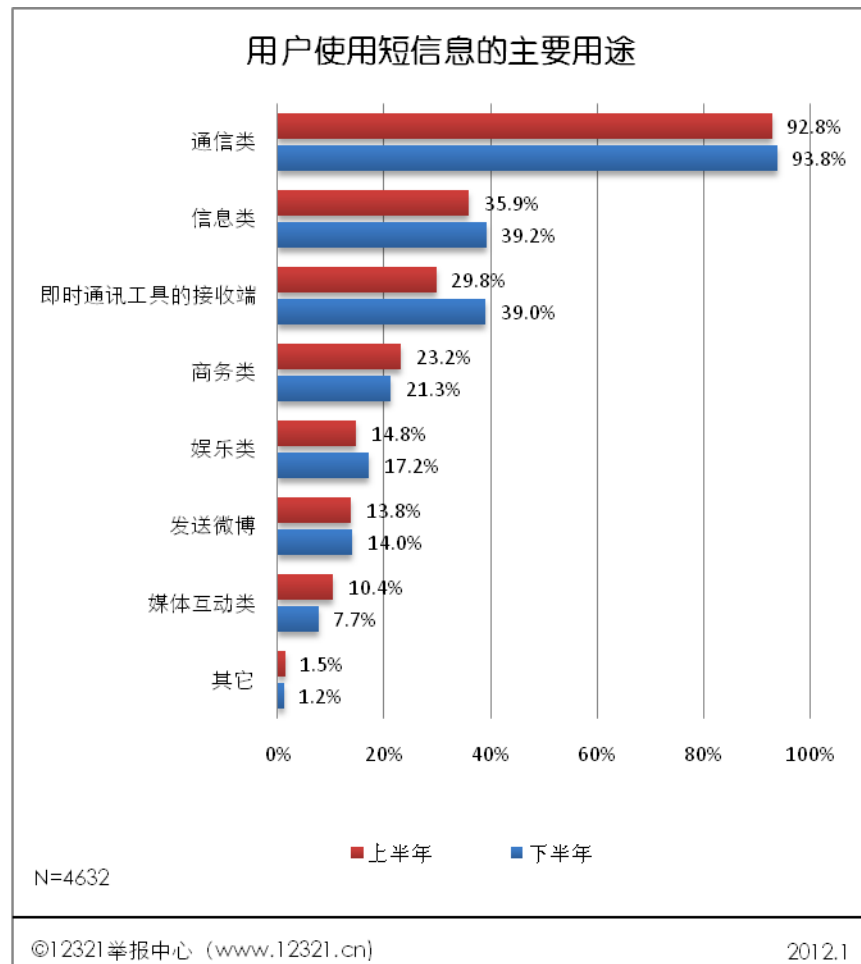
本调查问卷的设计主要是针对使用短信息的手机用户，本报告后面涉及到问题，不使用短信息功能的用户不再作为有效样本。有效的手机短信息使用用户样本为4632份。



### 3.2 用户短信息主要使用用途情况

下半年调查显示，通信类、信息资讯类、即时通讯工具的接收端三类仍为手机短信息的主要应用。通信类应用仍是手机短信息的最主要用途，有 93.8% 的手机短信用户通过短信息和家人、亲戚朋友交流沟通，高居第一位；39.2% 的手机用户将短信息作为信息资讯工具的接收发送服务，比上半年调查提高了 3.3 个百分点，居第二位。与上半年相比，将短信作为即时通讯工具的接收端的选项从 29.8% 上涨到 39.0%，上涨 9.2 个百分点，涨幅最大，仍排第三，但已非常接近信息资讯工具接收端。

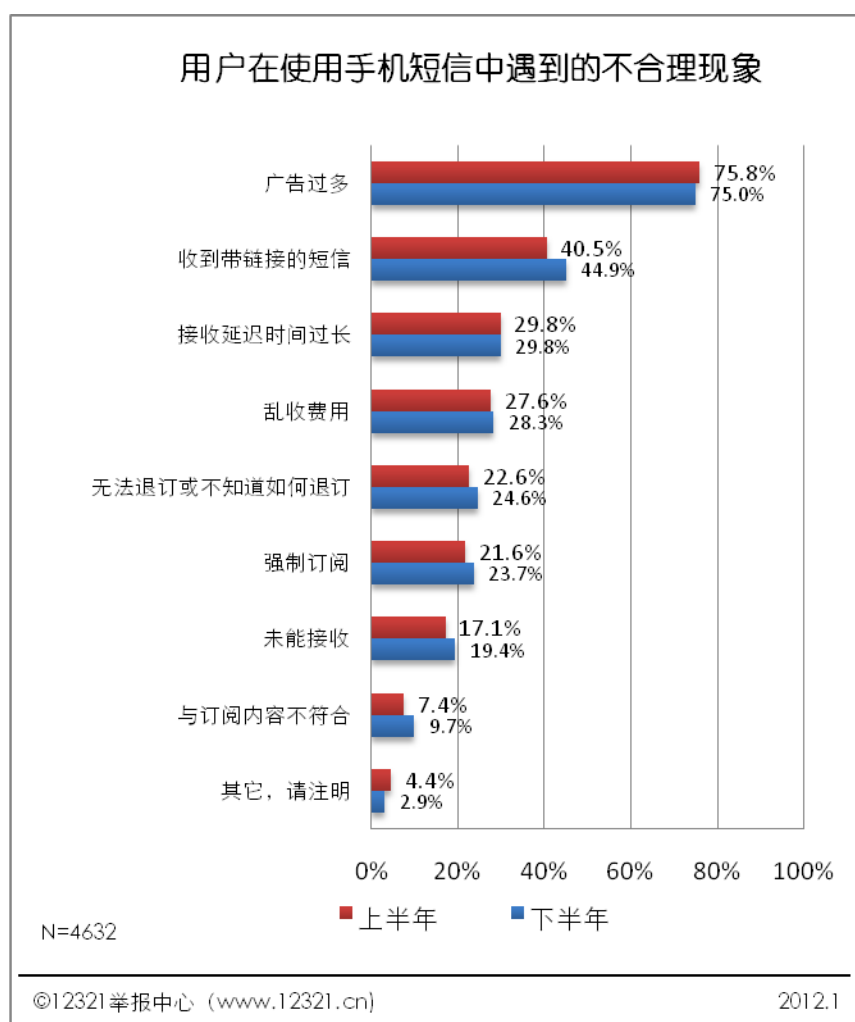
选择商务类和娱乐类的仍居第四、五位，选择商务类的从 23.3% 下降到 21.3%，下降 1.9 个百分点，而将短信作为娱乐工具的从 14.8% 上涨到 17.2%，上升 2.3 个百分点。选择发送微博的用户有 14.0%，涨 0.2 个百分点。下半年即时通讯工具、娱乐类和使用微博的比例有所增长，可见手机智能化的发展不断加大了信息服务比重，表明移动互联网应用已具备一定规模。



### 3.3 用户使用短信息过程中遇到的不合理现象

下半年调查显示，在用户使用短信息过程中遇到的主要不合理现象中，选择“广告过多”的用户比例仍居首位，达到了 75.0%。列在第二、三、四位的分别为收到带链接的短信、接收延迟时间过长、乱收费用，比例分别为 44.9%，29.8%和 28.3%。

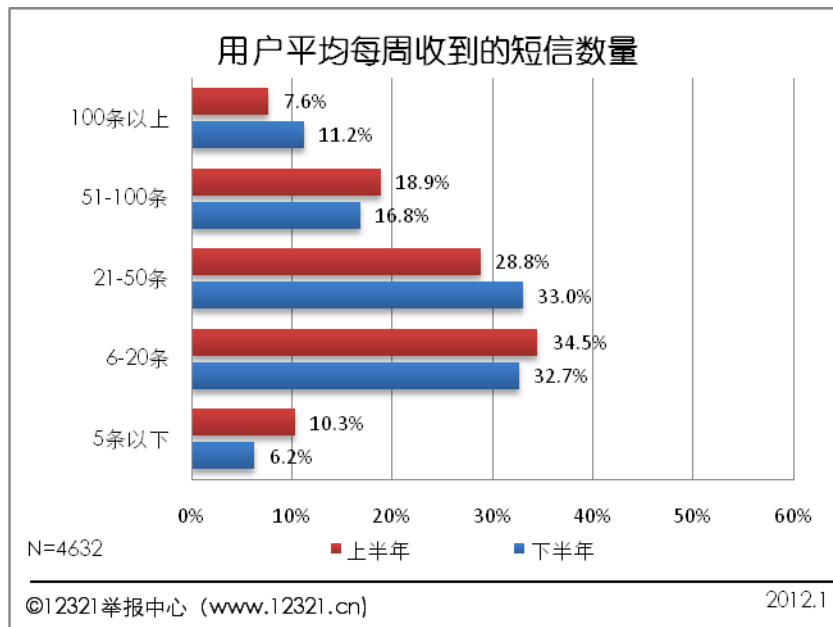
下半年排名均与上半年一致，2-8 位排名除了‘接受延迟时间过长’和上半年一致外，其它所占比例比上半年都有小幅上涨。其中上涨较多的分别是：收到带连接的短信比上半年增长 4.4 个百分点，与订阅内容不符合增长 2.4%，未能接收增长 2.3%，强制订阅和无法退订或不知道如何退订各增长 2.1%。随着智能手机普及，短信中包含网页链接，可跳转到其他网页的明显增加，但用户也越来越担心，点击此链接可能到达诈骗网站，或下载并安全恶意程序。



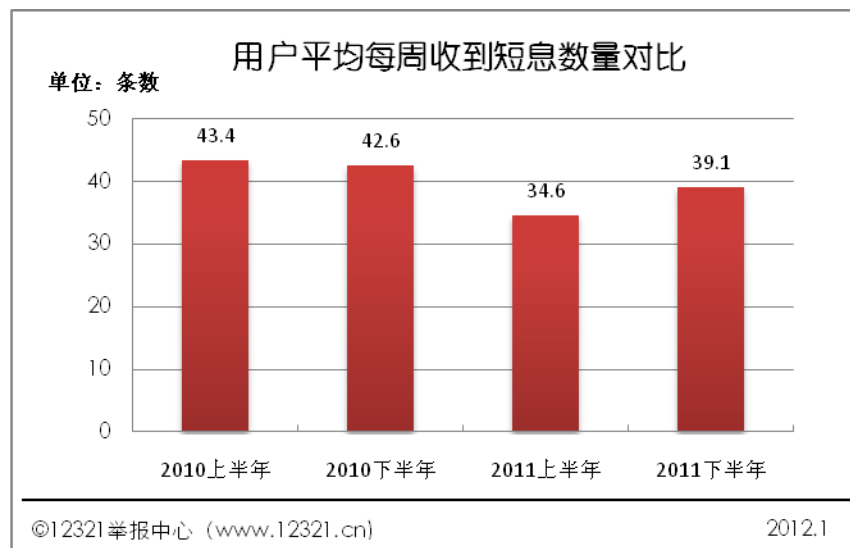


### 3.4 用户每周收到的短信息数量

下半年调查显示,平均每周收到短信息数量在 5 条以下的用户仅占 6.2%,比上半年下降 4.1 个百分点。每周平均收到 6-20 条的用户比上半年下降 1.8 个百分点,下半年占比为 32.7%。收到 21-50 条短信息的为 33.0%,比上半年增长 4.3 百分点。收到 51-100 条短信息的是 16.8%,比上半年下降 2.1%。每周收到 100 条以上的短信息为 11.2%,比上半年增长 3.7 个百分点。20 条以内比例有所下降,20 条以上的比例增加,这验了本次调查用户相对偏高端推论。



经测算,2011 年下半年中国手机用户平均每周收到短信息 39.1 条,比上半年增加 4.5 条,环比增长 13%。同比下降 3.5 条,下降 8.2%。下半年平均每周收到短信数量有所反增加,但与 2010 年同期相比仍有所下降。



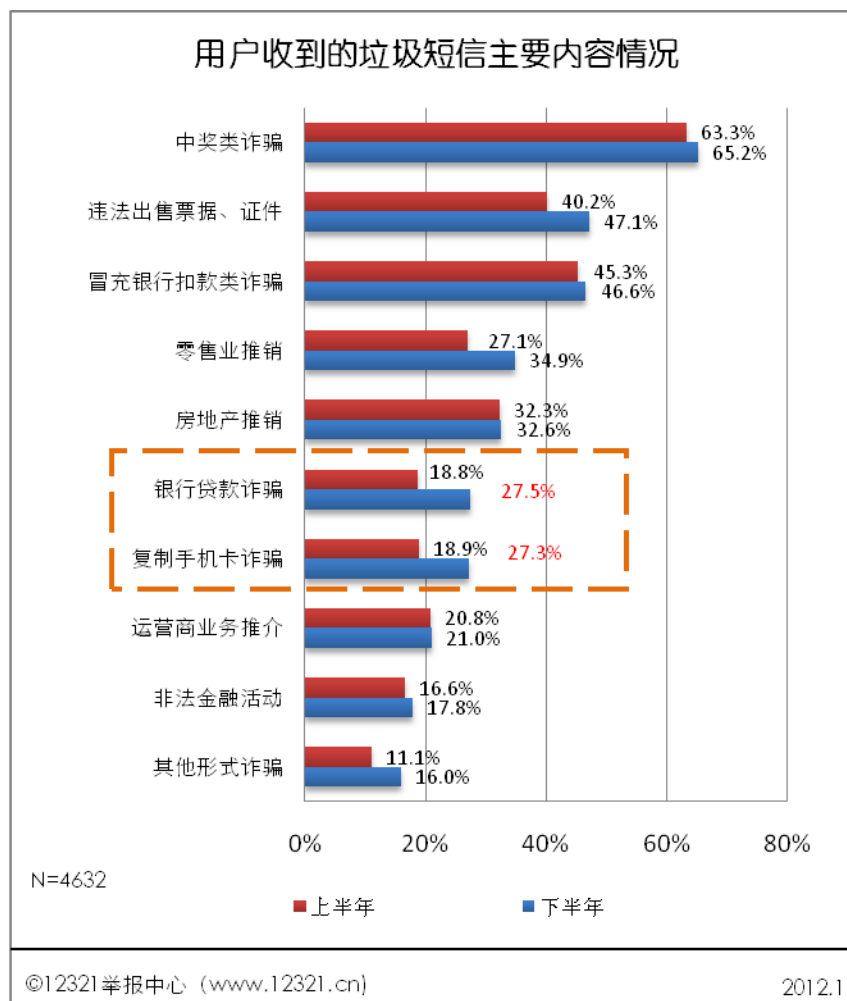
## 4. 用户收到的垃圾短信息情况

### 4.1 用户收到的垃圾短信息的主要内容前十名情况

2011 年下半年，65.2%的用户收到过中奖类诈骗短信，比上半年上涨 1.9 个百分点，仍明显领先于其他选项，居首位。而收到违法出售票据、证件类垃圾短信的用户达到 47.1%，比上半年增长 6.9 个百分点，跃居第二位，收到过冒充银行扣款类诈骗短信的用户为 46.6%，比上半年增加 1.3 个百分点，但跌到第三位。

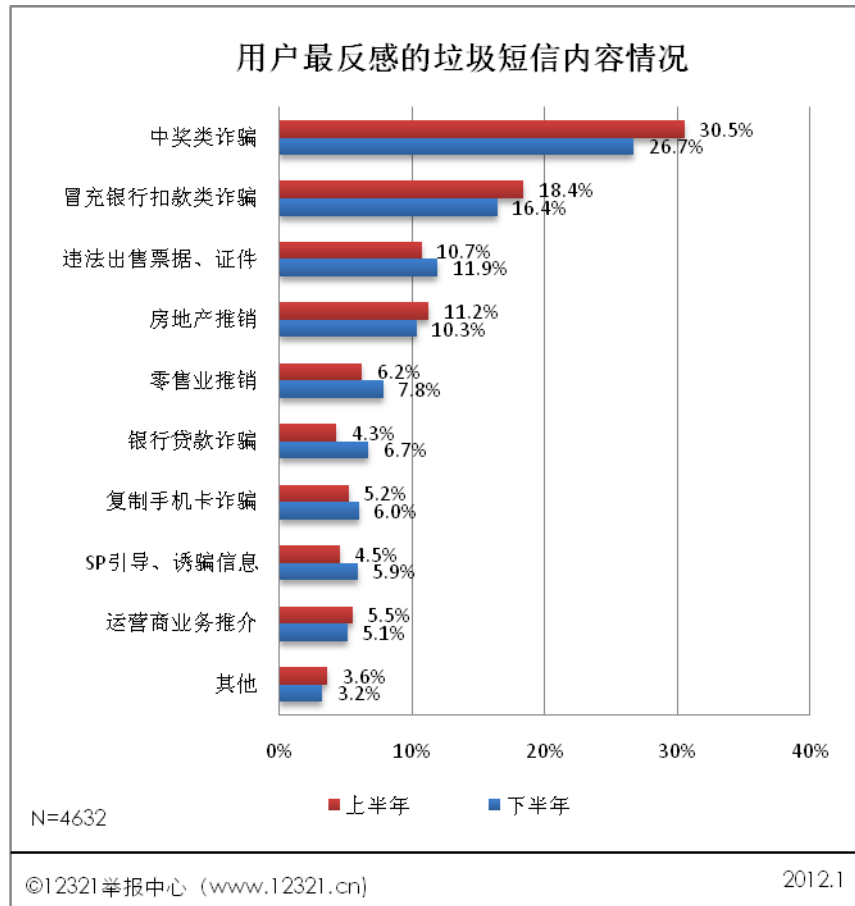
收到零售业推销垃圾短信的用户，居第四位，为 34.9%，比上半年增长 7.8 个百分点，超过房地产推销垃圾短信。收到房地产推销短信的用户增长 0.3 个百分点，为 32.6%。

与上半年相比，收到银行贷款诈骗和复制手机卡诈骗类诈骗短信的用户分别增加 8.7 个百分点和 8.4 个百分点，应引起重视。收到过运营商业推介类垃圾短信的用户比上半年增长 0.2 个百分点，达 21.0%，但从上半年的第六退居第八位。



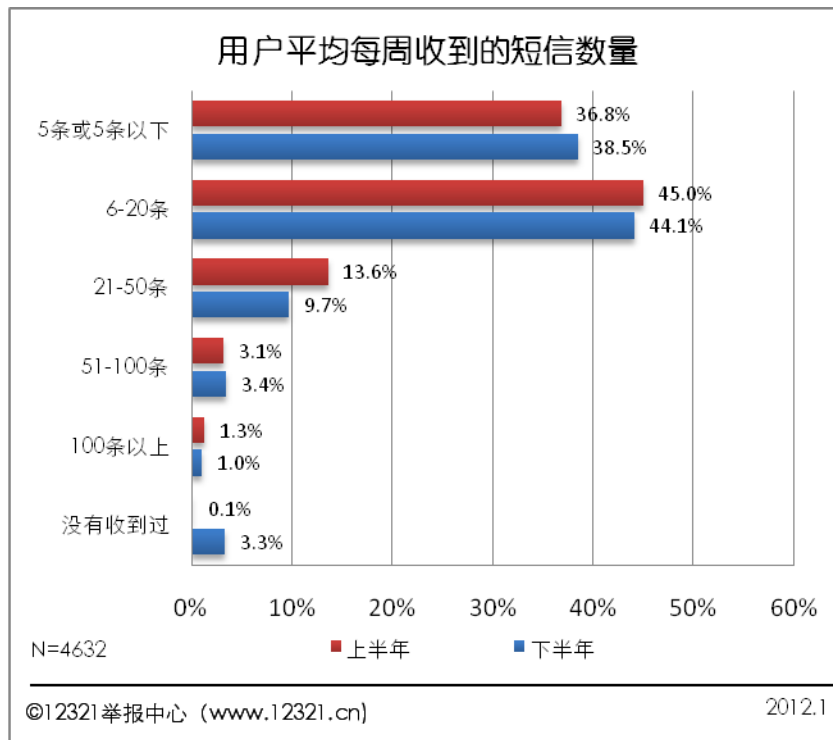
## 4.2 用户最反感的垃圾短信息主要内容前十名情况

用户最反感的垃圾短信息的前两位都是诈骗类信息，中奖类诈骗和冒充银行扣款类诈骗分别以 26.7% 及 16.4% 列前两位，选择比例超过 10% 的还有违法出售票据、证件类及房地产推销类垃圾短信。选择最反感四类诈骗比例虽然比上半年下降 5.5 个百分点，但仍达到 65.3%。



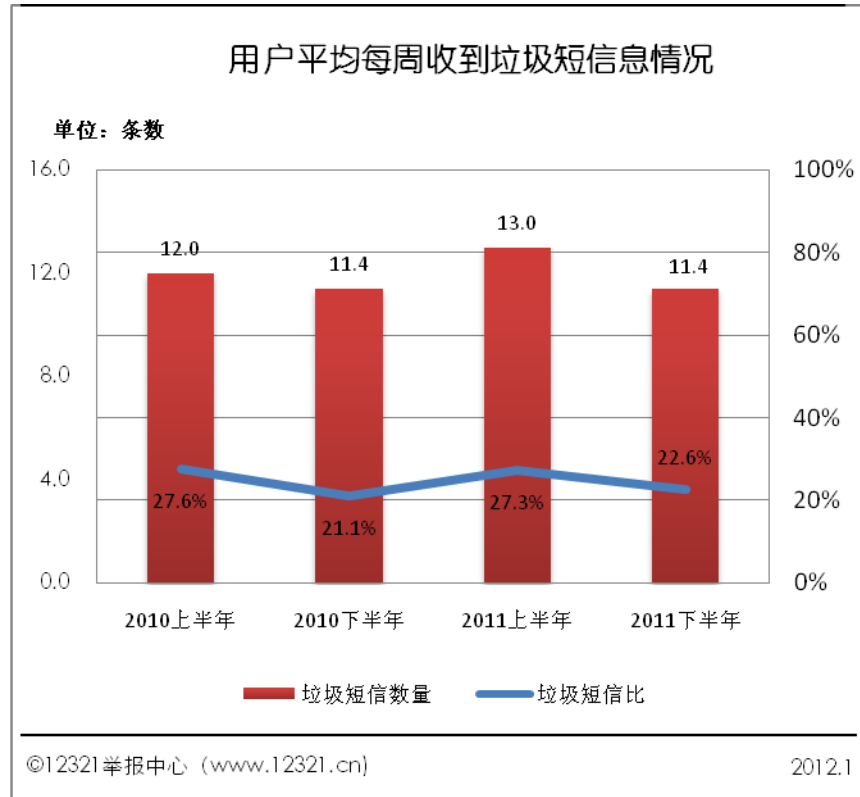
### 4.3 用户每周收到的垃圾短信息的数量

下半年调查显示，82.6%的用户收到的垃圾短信息在每周 20 条以下。有 3.3%的用户表示没有收到过垃圾短信息。综合计算，用户平均每周收到的垃圾短信息数量为 11.4 条，比上半年下降 1.6 条。各选项中，每周收到 5 条以下垃圾短息的用户比上半年上涨 1.7 个百分点。6-20 条垃圾短信的数量比上半年下降 0.9 个百分点，收到 21-50 条垃圾短信的用户比上半年下降 3.9%，而收到 51-100 条垃圾短信的用户比上半年增长 0.3 个百分点。



#### 4.4 垃圾短信数量及垃圾短信比例对比情况

下半年调查显示，2011 年下半年短信息用户平均每周收到垃圾短信 11.4 条，环比下降了 1.6 条，下降 12.3%，同比持平。收到垃圾短信占全部短信息的比例为 22.6%，环比下降 4.7 个百分点，同比增加 1.5 个百分点。总体看，与上半年相比，2011 年下半年垃圾短信有所下降，但仍维持在一个较高的水平，治理垃圾短信仍任重道远。

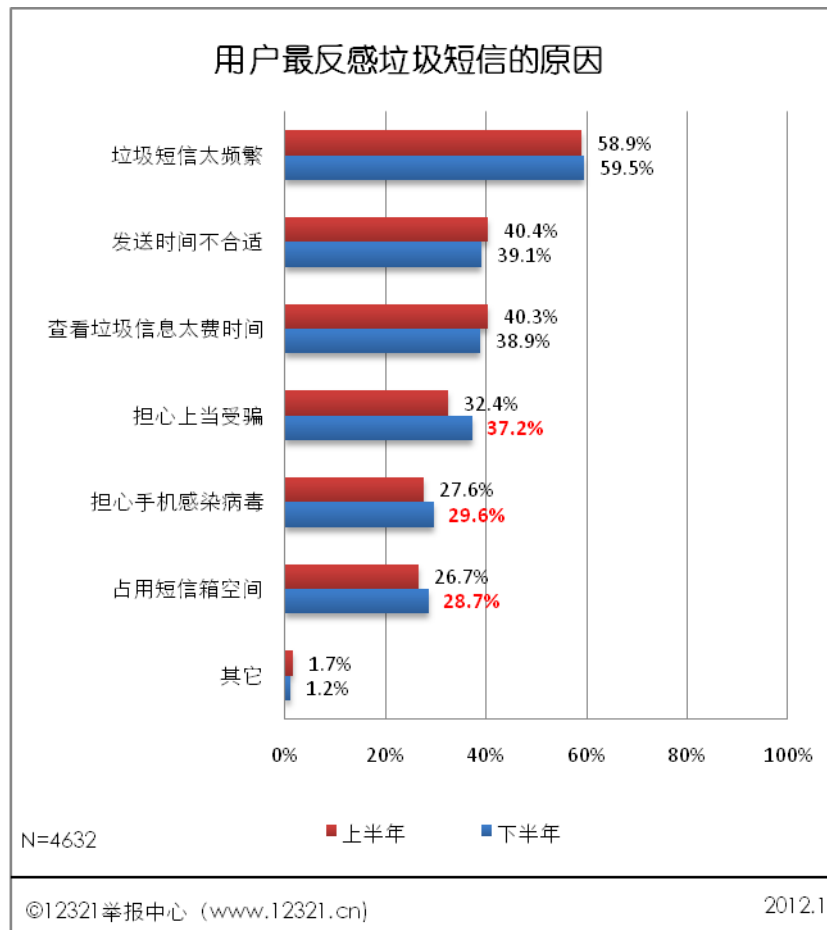


## 5. 用户对垃圾短信息治理及影响态度

### 5.1 用户反感垃圾短信息的原因

下半年调查显示，用户反感垃圾短信息太频繁的占 59.5%，增长 0.6 个百分点，仍高居首位。用户认为垃圾短信息发送时间不合理和查看垃圾短信息太费时间分别为 39.1%，38.9%，分别下降 1.3 和 1.4 个百分点，居下半年二、三位。担心上当受骗的用户比上半年上涨 4.8 个百分点，居第四位，占比为 37.2%。用户担心手机感染病毒和占用短信箱空间的占比为 29.6%和 28.7%，居五、六位，分别增加 2.0 个百分点。

用户反感垃圾短信最多的原因仍然是，垃圾短信太频繁，然后是发送时间不合适和查看短信浪费时间，从用户的反感程度来看，表明垃圾短信无论是在频次上还是在时间上都给用户造成了很多烦恼，在收到垃圾短信时，不仅浪费了时间还影响了正常的工作和生活。需注意的是下半年，用户担心上当受骗、手机感染病毒、占用空间的影响都有所增加，尤其是担心上当受骗增幅明显，可见用户更加关心垃圾短信带来的安全问题。

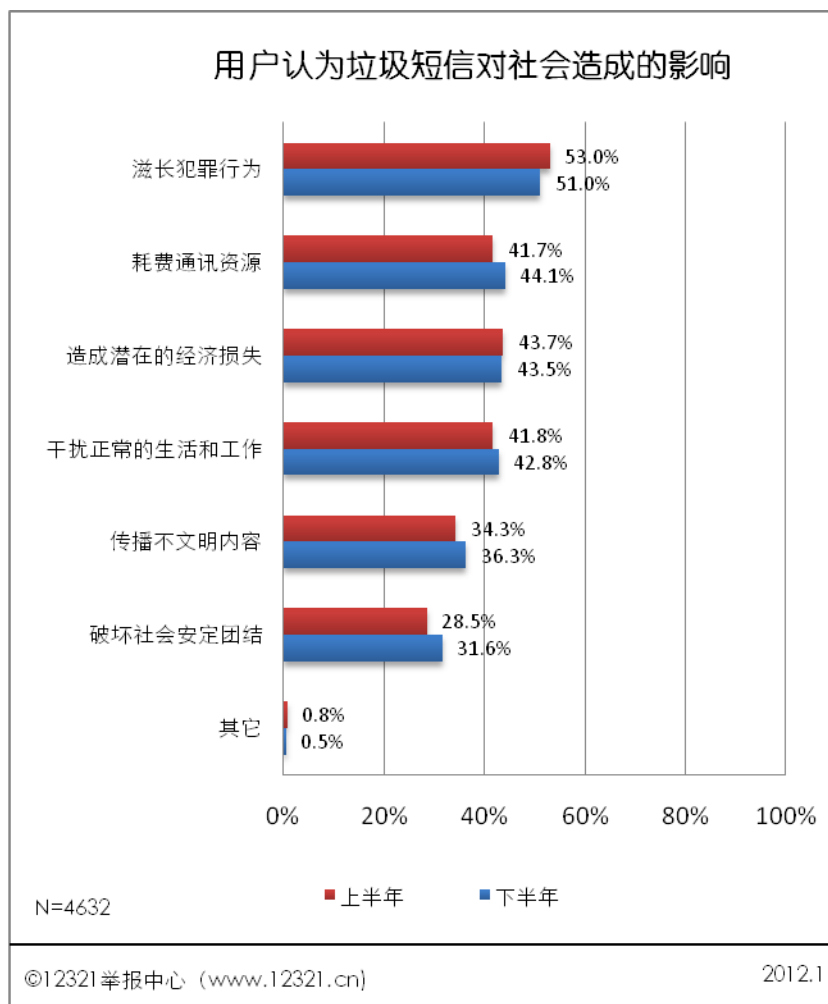




## 5.2 用户认为垃圾短信息对社会的主要影响

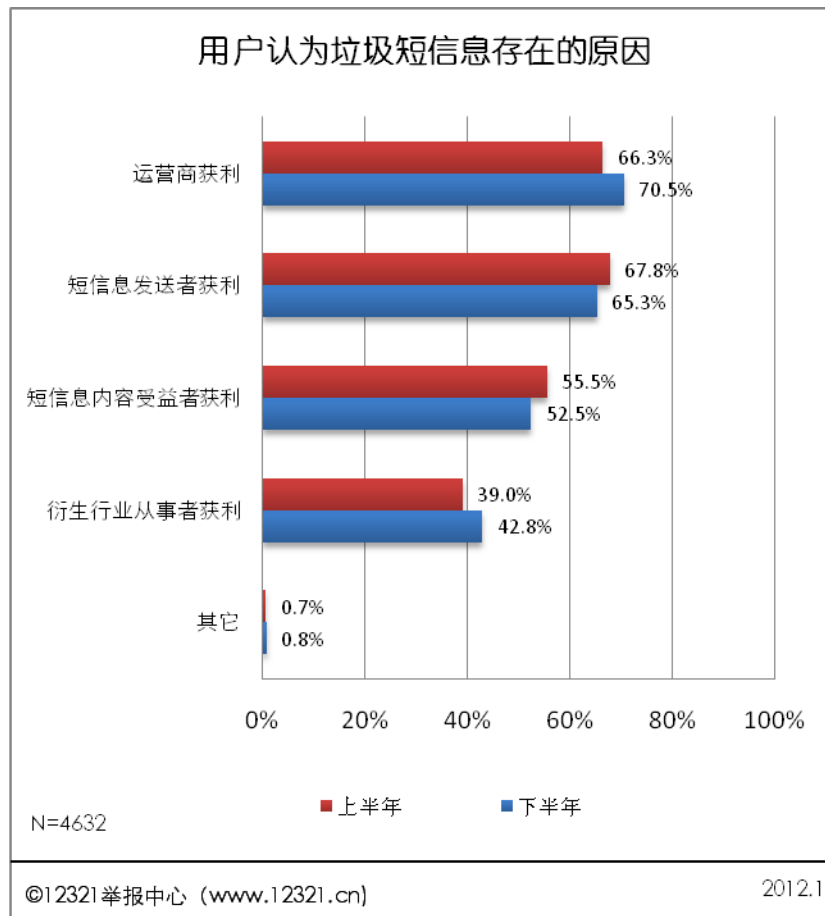
从垃圾短信息对社会的影响来看，51.0%的用户选择垃圾短信息的社会影响是滋长犯罪行为，位居第一位，环比下降 2.0%，44.1%的用户认为耗费通讯资源，位居第二位，比上半年增长 2.4 个百分点，选择垃圾短信息造成潜在的经济损失为 43.5%，与上半年相当，而选择干扰正常的生活和工作的用户有 42.8%，比上半年上涨 1.0 个百分点，而“传播不文明内容、污染社会文化环境”和破坏社会安定团结与上半年均有小幅度上涨。

滋长犯罪行为是用户认为对社会造成影响最大，上半年和下半年均保持 50%以上，和上半年相比，耗费通讯资源、传播不文明内容、破坏社会团结，都上涨 2.0 个百分点以上，可见用户在注意犯罪、经济损失的同时，也开始重视对生活、社会的影响。



### 5.3 用户认为垃圾短信息存在的原因

下半年调查显示，70.5%的用户认为运营商获利，与上半年调查相比，上升 4.2 个百分点，且排名上升到首位。认为短信息发送者获利的用户为 65.3%，比上半年下降 2.5 个百分点，下降到第二。短信息内容受益者增长 3.0 个百分点，下半年占比 52.5%，居第三。认为衍生行业从业者获利的有 42.8%，上升 3.8 个百分点。运营商获利被认为是垃圾短信存在的最主要原因，这应引起主管部门和运营商的注意，在开展业务过程中，更好地体现社会责任。

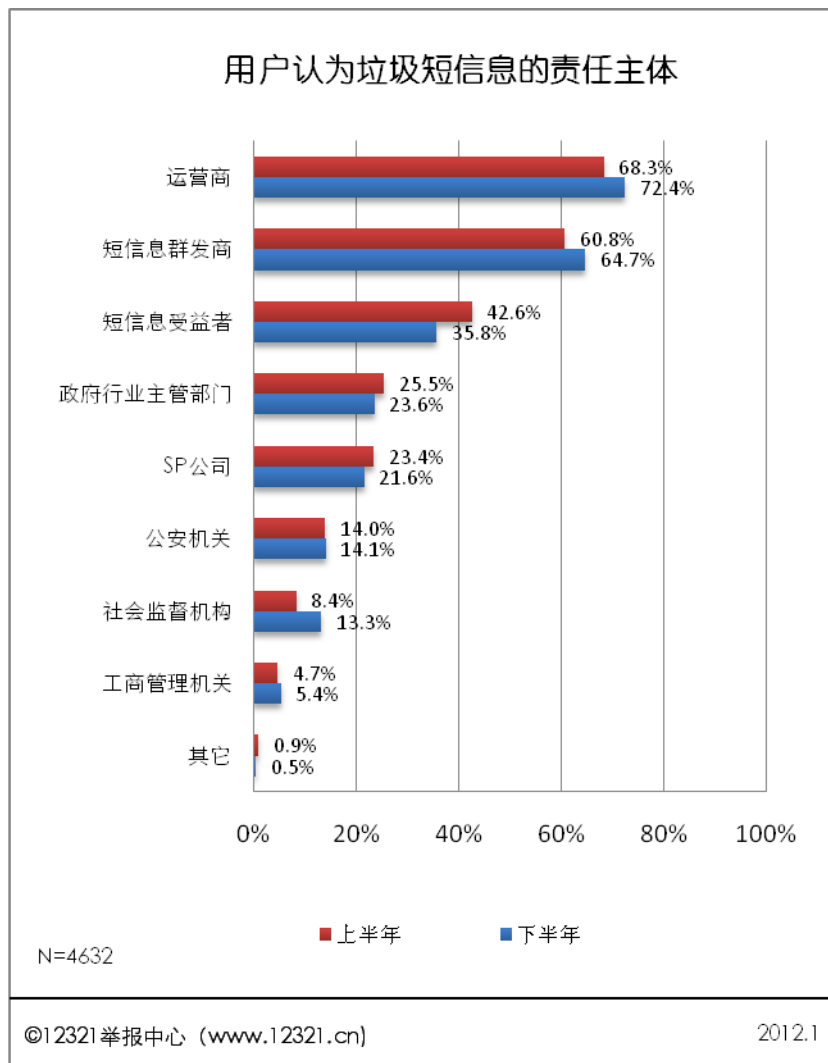


## 5.4 用户认为垃圾短信的责任主体

与认为垃圾短信存在的原因类似，认为运营商和短信息群发商应负主要责任的明显高于其他，分列前两位，其中 74.2% 的用户认为运营商应该为垃圾短信承担责任，64.7% 的用户认为短信息群发商应该为垃圾短信承担责任，分别比上半年上涨了 4.1 和 3.9 个百分点。

35.8% 用户认为短信息内容受益者应该承担责任，位居第三，比上半年下降 6.8 个百分点。排在第四、五位的政府部门和 SP 公司均有小幅下降，分别为 1.9 和 1.8 个百分点。排在六、七、八位的公安机关、社会监督机构和工商管理机关分别上涨 0.1、4.9 和 0.7 个百分点。

与上半年调查相比，更多的用户认为，运营商和短信息群发商是垃圾短信存在的主体。

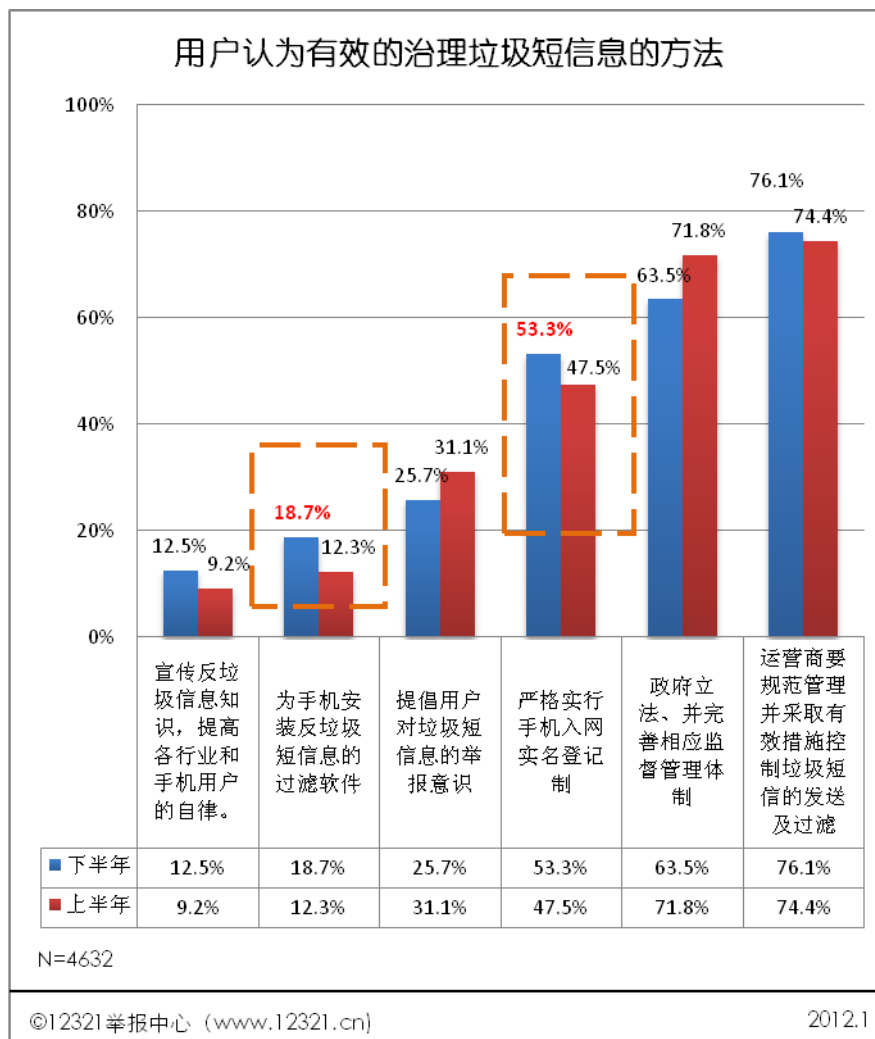


### 5.5 用户认为有效治理垃圾短信息的主要方法

下半年调查显示，用户认为，治理垃圾短信息方法的排名与上半年一致，仍是“运营商要规范管理并采取有效措施控制垃圾短信的发送及过滤”和“政府立法、并完善相应监督管理体制”分列前两位。占比为 76.1%和 63.5%，运营商要规范管理上涨 1.7%，政府立法则下降 8.3%。

其次是选择“严格实行手机入网实名登记制”占 53.3%，比上半年上涨 5.8 个百分点，超过半数，用户对手机实名制的关注明显提高。“提倡用户对垃圾短信息的举报意识”的占 25.7%，与上半年相比下降 5.4 个百分点。“为手机安装反垃圾短信息的过滤软件”的占 18.7%，比上半年上涨 6.4 个百分点，在治理垃圾短信不理想的情况下，用户有意识提高了选择安装安全软件来防范，“宣传反垃圾信息知识，提高各行业和手机用户的自律”占 12.5%，比上半年增长 3.3 个百分点。

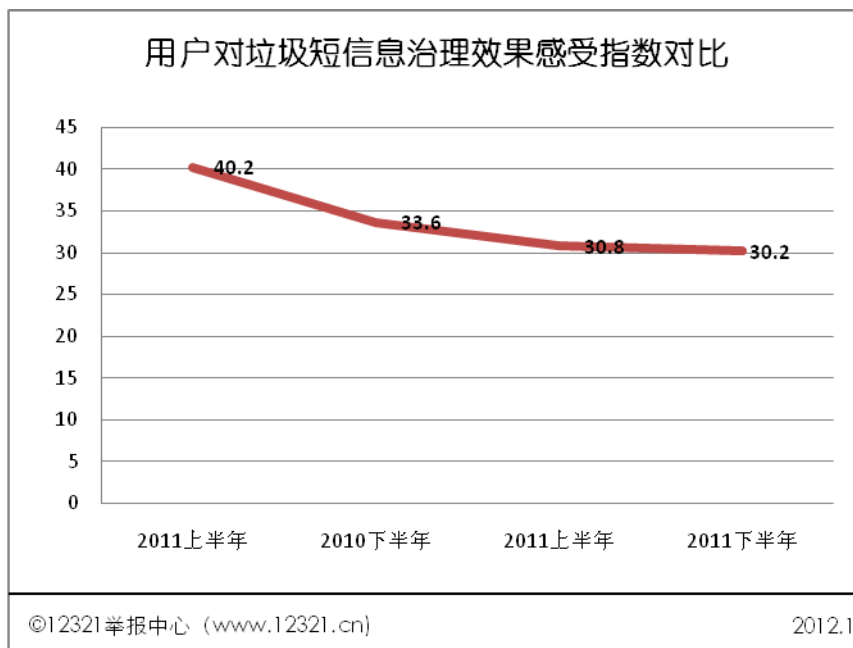
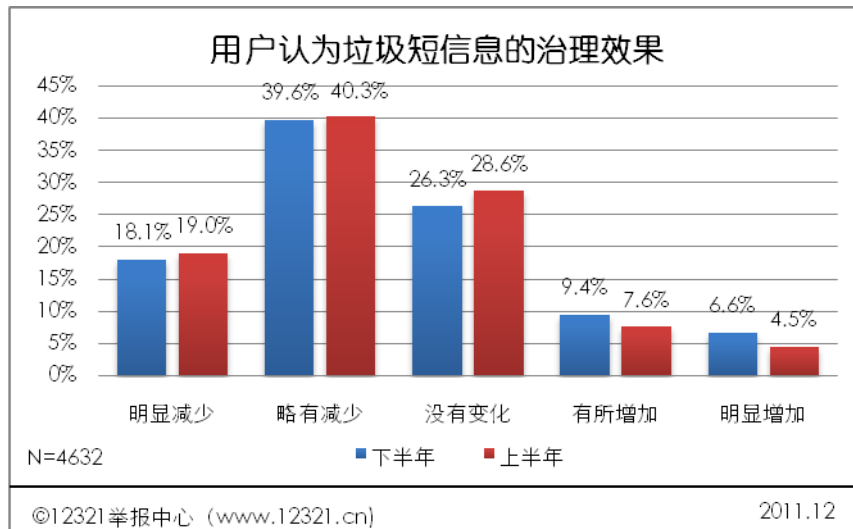
可以看出，被调查者仍最希望运营商加强管理、执法机构执法力度需加强，同时认为实名制对治理垃圾短信息有利，越来越多的用户选择安装过滤软件来减少垃圾短信息骚扰。



## 5.6 用户对近期垃圾短信息治理效果的评价

下半年调查显示, 57.7%用户认为上半年的手机垃圾短信息治理有一定成果, 感觉垃圾短信息减少了, 与上半年调查相比, 下降了 1.6 个百分点, 同时有 16%的用户感觉垃圾短信息有所增加, 与上半年相比增加了 3.9 个百分点, 用户反映垃圾短信还是有略微的增加。

综合各类用户态度比例, 加权计算出 2011 年下半年短信息用户对垃圾短信息治理效果感受指数 UFI<sup>2</sup> (user feeling index) 为 30.2<sup>3</sup> [-100, 100], 比 2011 年上半年感受指数 30.8 下降了 0.6, 可见用户对垃圾短信治理满意程度在逐渐下滑。运营商和有关管理机构应该采取更为积极的措施。



<sup>2</sup> 按{2, 1, 0, -1, -2}分别给予用户感知态度赋权后汇总, 再除以 2, 把指数约束到【-100,100】。

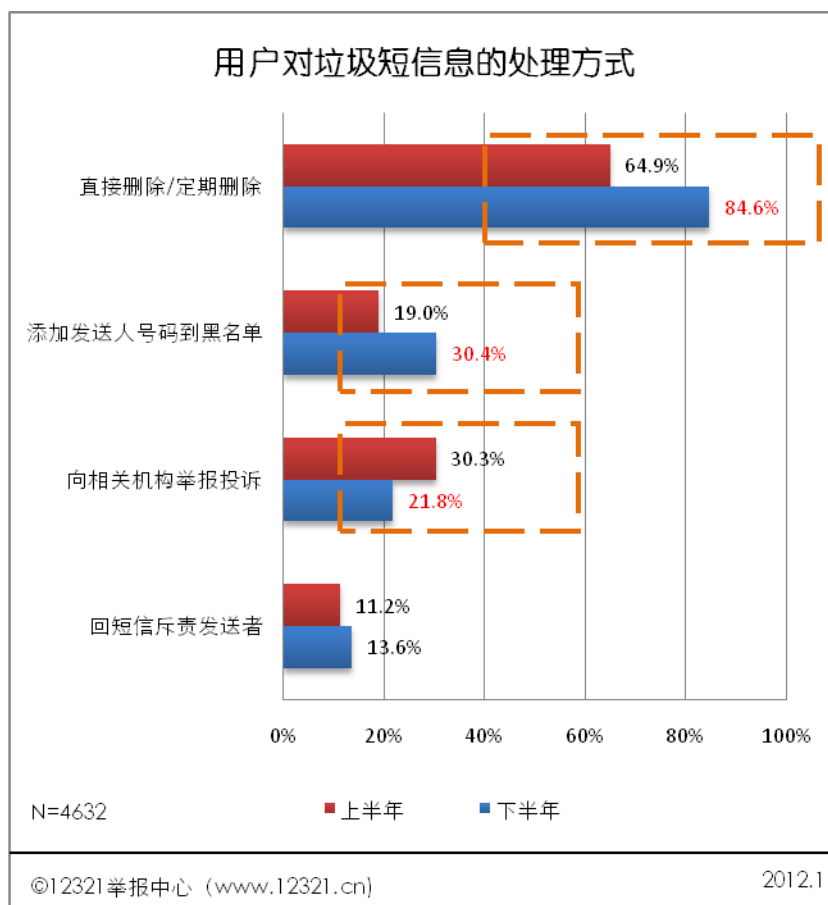
<sup>3</sup> UFI (user feeling index) 该指数范围【-100,100】。负数为用户感受到的治理效果变差, 正数相反。

## 6. 用户对垃圾短信息的处理情况

### 6.1 用户对垃圾短信息的处理情况

下半年调查显示，84.6%的用户收到垃圾短信息后，不会去举报投诉，与上半年调查相比，上涨了19.7个百分点，30.4%的用户会把发送垃圾短信息的号码填加到黑名单，与上半年相比上涨11.4个百分点。回短信直接斥责的发送者比上半年上升了2.4个百分点，占比为13.6%，向相关机构举报投诉只有21.8%，比上半年下降8.5%。

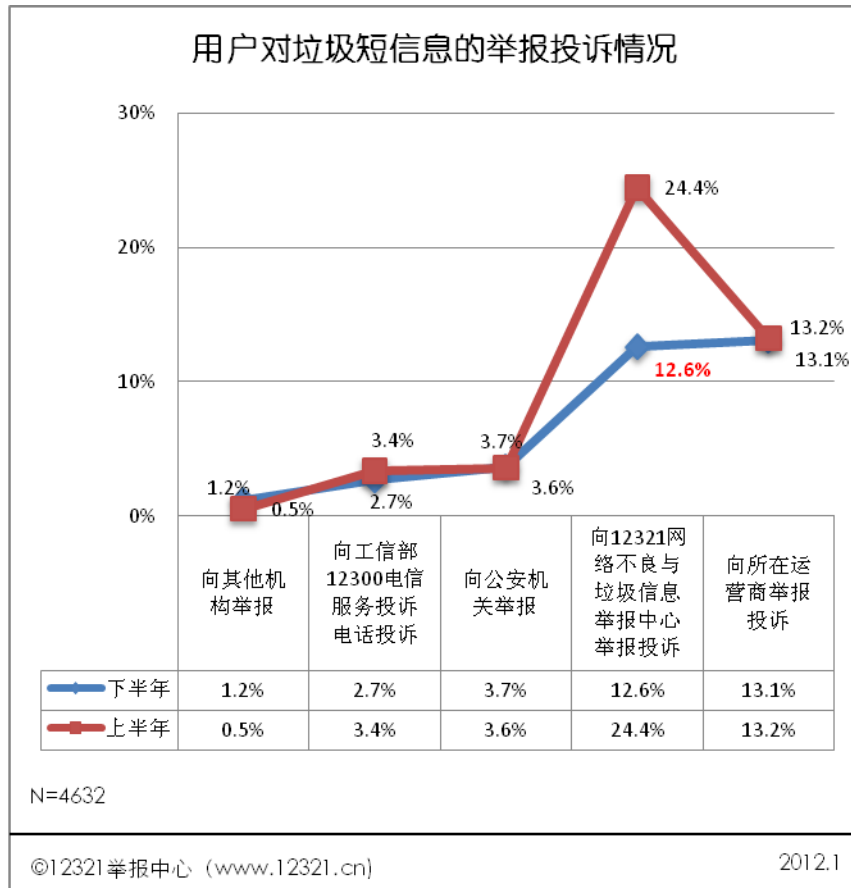
不选择举报的比例下半年大幅增多，而选择直接删除或添加到黑名单等被动应对的用户比例则有明显增加。





## 6.2 用户对垃圾短信息投诉举报情况

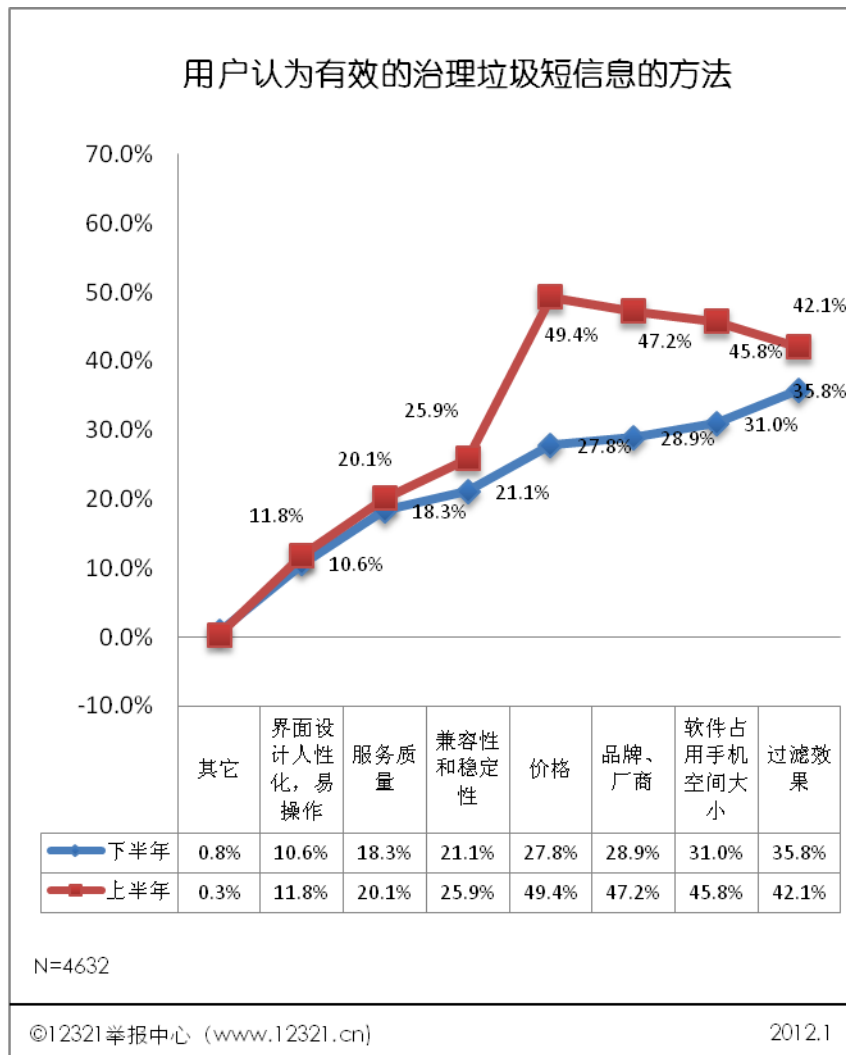
下半年调查显示，选择向 12321 举报中心进行举报的举报率为 12.6%，比上半年下降 11.8 个百分点，下半年向 12321 举报有明显下降，选择向所属运营商举报的举报率为 13.1%，与上半年基本一致。向公安机关举报的举报率为 3.7%，增长了 0.1 个百分点。向 12300（工信部电信用户申诉受理中心）投诉的举报率为 2.7%，下降了 0.7 个百分点。举报率有整体微幅下降。



### 6.3 用户对垃圾短信息拦截产品的性能指标关注情况

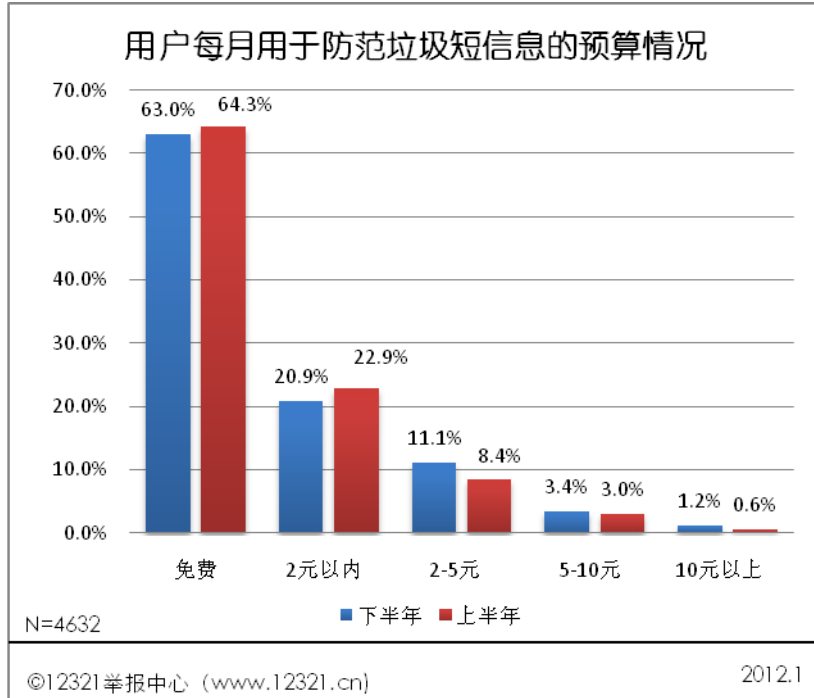
下半年调查显示，对垃圾短信息拦截产品的性能指标，35.8%的用户关注过滤效果，比上半年下降 6.3%。居二、三位的是“软件占用手机空间太小和厂商”，分别占 31.0%，28.9%，均比上半年有较大下降，下降幅度分别为 14.8 和 18.3 个百分点。选择价格的用户有 27.8%，与上半年调查相比，下降了 21.6%，从第一位下降到第四位。21.1%的用户更关注兼容性和稳定性，比上半年下降 4.8 个百分点，位居第五。

下半年用户对垃圾短信拦截产品性能的关注度明显比上半年下降了很多，目前垃圾短信拦截产品的还不够成熟，兼容性和稳定性问题还需要进一步改进，用户最关注的还是过滤的效果是否能够让用户满意。

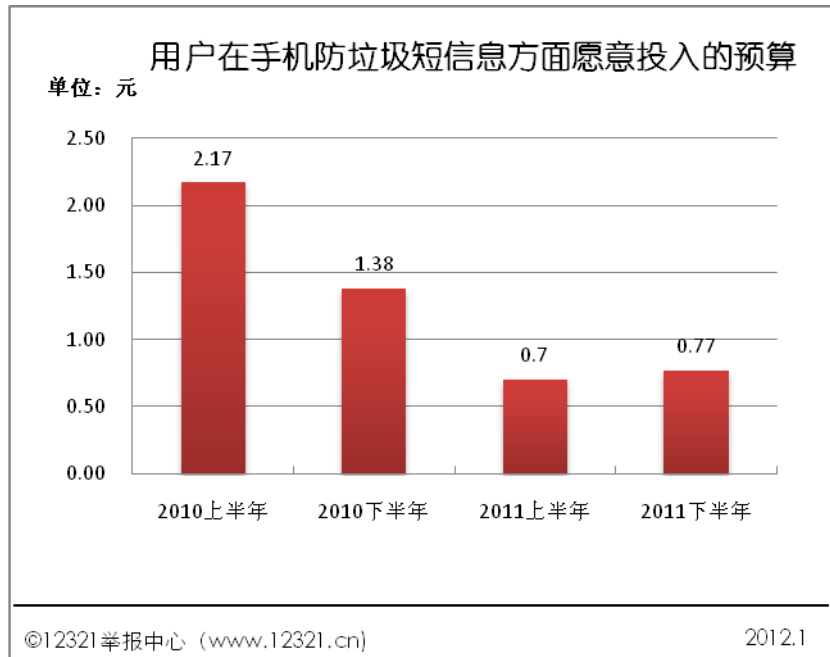


### 6.4 用户在垃圾短信息拦截产品预算费用情况

下半年调查显示，有 63.0% 的用户每月在垃圾短信息拦截产品预算费用是免费的，20.9% 的用户每月预算费用在 2 元以内。11.1% 的用户每月预算费用在 2-5 元之间。



综合计算平均数，用户平均每月在垃圾短信息拦截产品的预算费用为 0.77 元，与上半年调查相比，上涨了 0.07 元。目前主流垃圾短信拦截产品都选择了免费，应用程序商店模式更推动了免费软件的应用，如没有突出的产品质量（如拦截效果）或更有价值的附加应用，用户很难为此类软件付费。



## 7. 鸣谢

本次调研活动网络问卷计算机技术部分实现由 12321 技术中心实现，并且得到广大网民以及各省协会的大力支持和拥护，同时非常感谢反垃圾短信信息联盟单位的鼎力支持以及移动信息服务运营商对本次活动的配合，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。特别是新浪网、腾讯网、天涯、人民网、中国网络电视台、第一视频网、新华网、上海市互联网协会和山东省互联网协会 9 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](http://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，本报告只提供给购买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。

## 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

邮编：100031

电话：(010) 66414321

传真：(010) 66414320

网站：[www.12321.cn](http://www.12321.cn)

邮箱：[info@12321.cn](mailto:info@12321.cn)