



# China Anti-Spam Market Research Report

## 中国反垃圾邮件市场 研究报告



---

版权声明：该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归上海艾瑞市场咨询有限公司和中国互联网协会共同所有。其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。艾瑞公司取得数据的途径来源于公开的资料，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络艾瑞公司。

## 前言

由上海艾瑞市场咨询有限公司 (www.iresearch.com.cn) 于 2003 年 11 月配合中国互联网协会 (www.isc.org.cn) 开始的为期一个月的有关中国反垃圾邮件调查项目已经告一段落, 本次调查主要通过 iUserSurvey 数据库对中国网络用户 E-mail 调研, 并由网民主动填写问卷来获得相关的信息。

在《2003 年中国反垃圾邮件研究报告》中, 将对近几年来中国垃圾邮件的情况做一个详细的了解, 特别是在于网民对垃圾邮件的态度及被骚扰程度。

报告中将涉及以下方面的主要内容——

- 中国和世界反垃圾邮件概况
- 中国邮件服务提供商反垃圾邮件分析
- 中国邮件用户反垃圾邮件整体现状
- 中国免费邮箱用户反垃圾邮件现状
- 中国收费邮箱用户反垃圾邮件现状
- 使用单位/学校邮箱用户反垃圾邮件现状
- 各类型邮箱用户反垃圾邮件现状对比分析
- 反垃圾邮件相关政策和法律

## 目 录

i .研究背景	5
ii .概念说明	5
iii .研究方法	5
1、国际和中国垃圾邮件现状	7
1.1. 国际垃圾邮件现状	7
1.2. 中国垃圾邮件现状	8
1.2.1 中国邮件服务提供商反垃圾邮件现状	8
1.2.2 中国用户收到垃圾邮件现状	10
1.2.3 用户每天用来处理垃圾邮件的时间	12
1.2.4 中国邮件用户使用邮箱和收发邮件状况	13
2、中国用户反垃圾邮件分析	15
2.1. 用户对垃圾邮件的定义	15
2.2. 用户收到的垃圾邮件的分类和收到垃圾邮件的种类	16
2.2.1 用户收到的垃圾邮件语种比例	16
2.2.2 用户收到过的垃圾邮件和讨厌的垃圾邮件种类比例	17
2.3 用户对垃圾邮件的处理方式	19
2.4 用户对垃圾邮件的厌烦程度及接受程度	20
2.4.1 垃圾邮件对网络生活带来的厌烦程度	20
2.4.2 用户对垃圾邮件的接受程度	21
2.5 用户对垃圾邮件内容的查看和获得资讯情况	22
2.6 用户对邮箱中的垃圾邮件投诉情况	23
2.7 用户对其使用的邮箱反垃圾邮件功能知晓程度	24
2.8 用户认为反垃圾邮件功能最强的邮箱比例	25
2.9 用户认为垃圾邮件造成的影响及期望的处理方式	26
2.9.1 用户认为垃圾邮件造成的影响	26
2.9.2 用户认为有效防止垃圾邮件的方式	27
2.9.3 用户期望邮件服务提供商处理垃圾邮件的方式	28
2.9.4 用户对对政府有效处理垃圾邮件发送者的期望	29
3、免费电子邮箱用户收到垃圾邮件的情况分析	30
3.1 免费邮箱用户收到过的和最讨厌的垃圾邮件种类	30
3.2 免费邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾邮件功能知晓程度	32
4、收费电子邮箱用户收到垃圾邮件的情况分析	33
4.1 收费邮箱用户收到过的和最讨厌的垃圾邮件种类	33
4.2 收费邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾邮件功能知晓程度	35
5、单位/学校提供的电子邮箱收到垃圾邮件的情况分析	36
5.1 使用单位/学校提供的电子邮箱用户收到过的和最讨厌的垃圾邮件种类	36
5.2 使用单位/学校提供的电子邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾邮件功能知晓程度	38
6、各电子邮箱用户收到垃圾邮箱情况对比分析	39
6.1 收到邮件量情况和垃圾邮件情况对比分析	39

---

6.2 用户每天用来处理垃圾邮件的时间对比分析	45
6.3 不同邮箱用户对收到的垃圾邮件的投诉分析	47
7、反垃圾邮件相关法律和政策	48
7.1 世界反垃圾邮件法律、政策和组织	48
7.2 中国反垃圾邮件法律、政策和组织	49
8、结论	51
9、法律声明	52
10、联系方式	52

## I. 研究背景

伴随着 Internet 的普及，电子邮件作为一个主流的应用也日益得到了更多的使用。但是随之而来也带给了我们新的研究课题。今日的网络，“垃圾邮件”已不再是陌生的名词，几乎每个使用网络的人都面临着垃圾邮件的炮轰攻势。令人头疼的是，垃圾邮件的传播已经到了空前的数量，如果您的邮件地址曾经对外传递过，那么可能你每天打开邮箱收到的不知来源的信件超过半数。据预测，到明年垃圾邮件的数量将增至电子邮件总数的 65%之多。如果垃圾邮件的传播得不到控制，很多用户将宁愿放弃使用电子邮件；服务商可能被迫终止服务；依赖于现代通讯的企业将面临极大的损失……

正是在这样一个背景下，由上海艾瑞市场咨询有限公司（www.iResearch.com.cn）于 11 月开展了为期一个月的针对中国反垃圾邮件市场情况的调查，以帮助业内的相关人士能够更好的了解目前中国垃圾邮件的相关情况。

## II. 概念定义

### 垃圾邮件的定义：

- （一）收件人事先没有提出要求或者同意接收的广告、电子刊物、各种形式的宣传品等宣传性的电子邮件
- （二）收件人无法拒收的电子邮件
- （三）隐藏发件人身份、地址、标题等信息的电子邮件
- （四）含有虚假的信息源、发件人、路由等信息的电子邮件
- （五）含有病毒、恶意的代码、色情、反动等不良信息或有损信息的邮件

## III. 研究方法

### 用户调研：

性别	比例	统计样本数
男性	72.55%	2262
女性	27.45%	856
总计	100%	3118

本次调查结果主要于 2003 年 11 月通过 iUserSurvey 数据库对中国网络用户 E-mail 调研，由网络用户主动参与填写问卷的方式来获取信息，对网络用户收到的垃圾邮件情况进行了研究，本次调查共收到有效调查问卷 7671 份，并随机抽取了 3118 份作为样本。

1. 去除重复问卷：针对用户填写的问卷的个人信息，去除重复用户填写的问卷。
2. 本次调查问卷在网上共分 24 个问题完成，完成全部问题的问卷作为有效问卷。

3.根据CNNIC于2003年1月公布的网络用户在各地区的分布比例进行样本配额，主要目的是在于删去某一地区的网络用户过多的问卷，部分地区由于有效问卷数量相对较少，则全部选入以下实际样本中。

地区	用户比例	统计样本数
北京	12.51%	390
广东	9.62%	300
江苏	7.5%	234
上海	6.41%	200
山东	6%	187
浙江	5.32%	166
福建	5.23%	163
河南	4.97%	155
湖北	4.68%	146
四川	4.14%	129
安徽	3.46%	108
辽宁	3.4%	106
湖南	2.89%	90
黑龙江	2.73%	85
陕西	2.47%	77
广西	2.41%	75
江西	2.31%	72
天津	1.99%	62
重庆	1.86%	58
吉林	1.8%	56
河北	1.48%	46
山西	1.28%	40
云南	1.28%	40
贵州	0.9%	28
甘肃	0.83%	26
新疆	0.74%	23
内蒙古	0.64%	20
海南	0.55%	17
宁夏	0.26%	8
西藏	0.06%	2
其他 地区	0.29%	9

#### 运营商深度访谈调研:

在这次调研中我们先后走访了包括搜狐、Yahoo、网易、263、TOM 等 10 家邮件服务提供商，并针对中国反垃圾邮件现状提出包括邮箱用户数、收到邮件数、收到垃圾邮件数、反垃圾邮件投入人员经费、平均投诉数等 13 道问题，基本了解中国邮件提供商反垃圾邮件的现状。

## 1、国际和中国垃圾邮件现状

### 1.1.国际垃圾邮件现状

#### 整体损失

众所周知，垃圾邮件大部分是商业广告，关乎一些可疑的产品，或准合法性质的服务，并且以强加方式发送给那些不乐意接受它们的人群。尽管垃圾邮件可能预示着会给广告客户带来即时的财富，但最后的结果是它们将带来更多的负面影响。垃圾邮件已经成为各国共同面临的棘手问题。据预测，2003年全球电子邮件数量将达到4420亿封。据估计，仅仅考虑、处理这些垃圾邮件就将会花费大量的人力物力，全世界的企业每年大概要花费80亿~100亿美元来解决垃圾邮件问题，甚至有报道说，仅美国每年因垃圾邮件造成的损失就高达870亿美元。

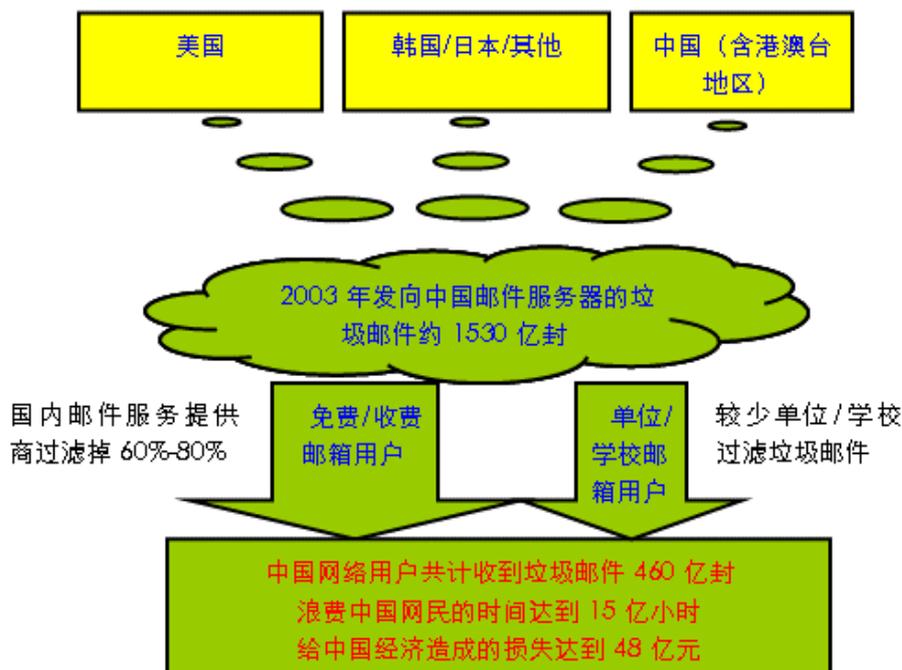
#### 企业方面

企业方面的损失更为严重，据来自Ferric调研公司2003年发布的一份调研报告试着量化垃圾邮件每年给企业带来的损失，其结果如下：美国企业在此方面损失89亿美元；欧洲企业损失25亿美元；还有美国和欧洲的互联网服务提供商每年也因此损失5亿美元。AOL、雅虎以及Hotmail等ISP所处理的邮件中，垃圾邮件的数量已经过半。美国Bright Mail公司的报告称：该公司最近的数据显示，垃圾邮件占有所有互联网的比例已经上升至40%；2002年美国人平均会收到2200封垃圾邮件，若按垃圾邮件每月增长2%的速度递增，到2007年，这一数字将达到3600封。

#### 处理方法力度

鉴于此，很多国家都在反垃圾邮件立法方面加强了力度，希望通过立法手段解决垃圾邮件不断增长的问题。截至目前，美国已经有26个州通过了有关反垃圾邮件的立法，而且美国各届国会也曾多次提议，要求制定关于反垃圾邮件的法律。另外，日本、韩国、英国、法国、意大利、比利时、瑞典、芬兰、西班牙、挪威、丹麦，以及希腊和加拿大、印度等国家也都在立法方面制定了比较详细的反垃圾邮件法案。“反垃圾邮件战争”已经成为世界性的协作活动，各国相关组织间针对垃圾邮件的交流工作不断加强，合作日益密切。

## 1.2. 中国垃圾邮件现状



此次研究表明，我国反垃圾邮件现状不容乐观。我国邮件用户现在平均每人每天收到邮件7.05封，其中有1.85封为垃圾邮件，占26.27%。以中国网民6800万人来计算，中国用户每年收到约1752亿封邮件，其中垃圾邮件为460亿封，占全球垃圾邮件量10.4%。以每人每天用在处理垃圾邮件的时间平均为3.65分钟计算，每年浪费在处理垃圾邮件上的时间就高达15亿小时，垃圾邮件浪费的中国GDP在2003年高达48亿元人民币，占全球6.2%（全球垃圾邮件造成损失94亿美元）。

注：GDP损失计算是根据浪费网民工作时间占整体中国人口工作时间的比例计算的。

我国拥有邮件服务器的企业普遍受到垃圾邮件的侵扰，有的企业每年要为应付垃圾邮件投入上百万元设备和大量人力，垃圾邮件的泛滥已带来严重后果。

鉴于国内的垃圾邮件泛滥形势，中国互联网协会反垃圾邮件协调小组9月8日宣布，从9月9日零时开始封杀全球127个发送垃圾邮件的服务器，拒收由这些邮件服务器发送的邮件。这是我国互联网行业首次大规模封杀垃圾邮件服务器。

### 1.2.1 中国邮件服务提供商反垃圾邮件现状

#### 服务商对垃圾邮件的定义、内容和分类

广大服务商对垃圾邮件的定义基本一致，其定义为：向新闻组或他人电子信箱发送的未经用户准许、不受用户欢迎的、难以退掉的电子邮件或电子邮件列表，叫做垃圾邮件 (Spam)。

垃圾邮件的常见内容包括：赚钱信息、成人广告、商业或个人网站广告、电子杂志、连

环信等。

垃圾邮件可以分为良性和恶性的。良性垃圾邮件是各种广告宣传等对收件人影响不大的信息邮件。恶性垃圾邮件是指垃圾邮件炸弹或附带有病毒的具有破坏性的电子邮件。

垃圾邮件具有以下特性：同一内容多次重复发送；同一发件人特定时间段非正常通讯；不合法的地址；来自国际公开 RBL 列表的 IP 的请求。

### 服务商对垃圾邮件的防范

各邮件服务商是站在中国反垃圾邮件防线的最前方，也是最为重要的一部分。根据此次调查统计显示，各服务商规模不同，每天收到的邮件从 50 万封-9000 万封不等，而垃圾邮件占这些邮件中的 60%-85%，在我们收到邮件之前这一部分已经被服务商帮我们先删除掉了。如果没有这个屏障，那么我们邮箱中的垃圾邮件泛滥程度将不堪设想。

当然为了达到这样的防范效果，各服务商在对垃圾邮件的防范上都花费了很大的精力。根据此次统计显示，各服务商在过去三年内投入到反垃圾邮件中的人力、物力、财力以每年 30% 的速度递增，尤其在今年投入的力度较往年更大。基本上都设置了专门的反垃圾邮件员工 4-10 名，在反垃圾邮件方面的技术和设备投入多以百万元人民币计算。更有甚者，专门用于过滤垃圾邮件的服务器就有 10 台以上。中国反垃圾邮件的攻坚战已全面打响。

服务商	现有免费邮箱用户 (万户)	现有收费邮箱用户 (万户)	平均每天收到邮件 (万封)	平均每天收到垃圾邮件 (万封)	每月收到垃圾邮件投诉人次	免费和收费邮箱用户投诉比例	拥有专职反垃圾邮件员工 (人)	已投入经费 (万元)
TOM/163.net	1500-2000	55	1200	600-720	300	5: 5	4	100
eLong	500-1000	5	56	39.2	0	0	0	0
Yahoo 中国	2000 万以上	0	8000-9000	6800-7650	300	0	20	百万元以上
263	0	200.8	2400	1920	难估算	0	16	几百万
中华网	500-1000	40-50	500	425-450	200 多	难估算	3	难估算
搜狐	5000 万以上	50	500	300-350	1000	0	4	160
网易	5000 万以上	70	500	300-360	难估算	9:1	5	600

注：新浪等几家服务商因特殊原因没有参加此次活动

### 服务商反垃圾邮件的方法和技术

各服务商在防范垃圾邮件上基本采用了：软件自动过滤和人工管理相结合的方式。采用了：

- (1) 系统全局规则：基于 SMTP 协议过程的反垃圾邮件规则和系统规则；
- (2) IP 过滤规则：基于 IP 的反垃圾邮件过滤规则；
- (3) 用户过滤规则：基于特定用户的反垃圾邮件过滤规则；（用户对垃圾邮件能进行个性哈设定）
- (4) 内容过滤规则：基于邮件内容的反垃圾邮件过滤规则。

在技术方面大多采取了以下技术：

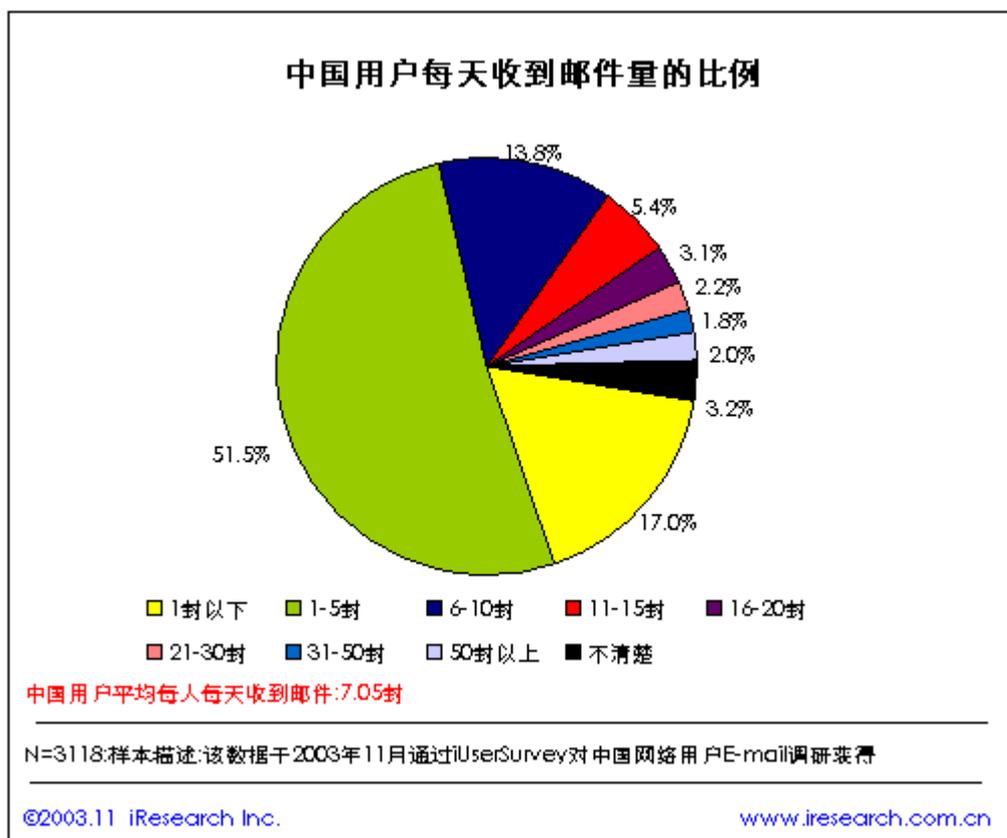
- 邮件全文关键字匹配识别技术。
- 邮件附件长度大小匹配识别技术。
- 支持扫描邮件附件是压缩文件。
- 结合防病毒系统，拦截病毒垃圾邮件。
- 能限制一次性发送 n 封以上邮件，能限制每连接最大邮件数。
- IP 黑名单功能，阻断特定 IP、服务器连接到邮件服务器发送邮件。
- 限制来自相同客户端 IP 的并发连接数量。
- AI 智能数据统计分析识别技术
- 用户在线举报分析识别技术

## 1.2.2 中国用户收到垃圾邮件情况现状

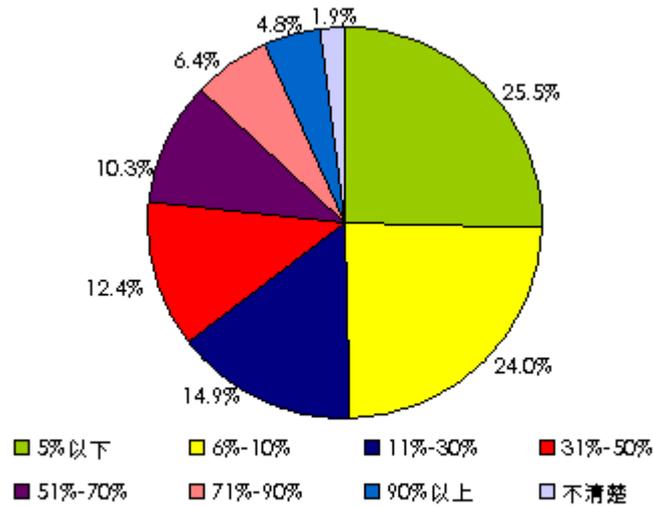
### 中国用户收到垃圾邮件情况

根据此次调查表明，中国邮件用户平均每人每天收到邮件7.05封，其中每天收到1-5封的比例最大，达到50%以上。在收到的邮件中，垃圾邮件占26.27%，其中收到的邮件中1%-10%为垃圾邮件的比例近50%。综合以上数据显示表明，中国邮件用户平均每人每天收到垃圾邮件1.85封，占收到邮件总量的26.27%。

以中国网民6800万人来计算，中国用户每周收到33.56亿封邮件，每年收到邮件1752亿封，每周受到垃圾邮件8.8亿封，每年收到垃圾邮件为460亿封。



收到邮件中垃圾邮件所占比例



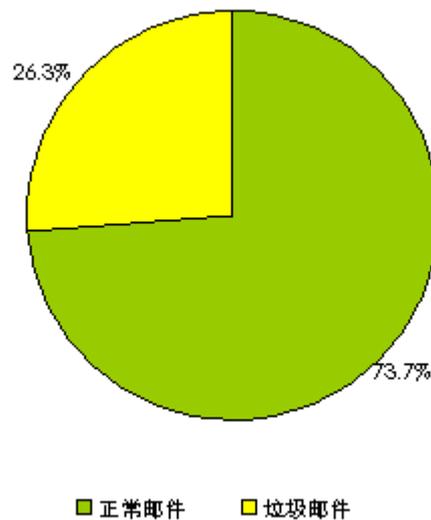
中国用户人均收到的垃圾邮件占总邮件的26.27%

N=3118;样本描述:该数据于2003年11月通过iUserSurvey对中国网络用户E-mail调研获得

©2003.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

用户平均每天收到的邮件中垃圾邮件所占比例



N=3118;样本描述:该数据于2003年11月通过iUserSurvey对中国网络用户E-mail调研获得

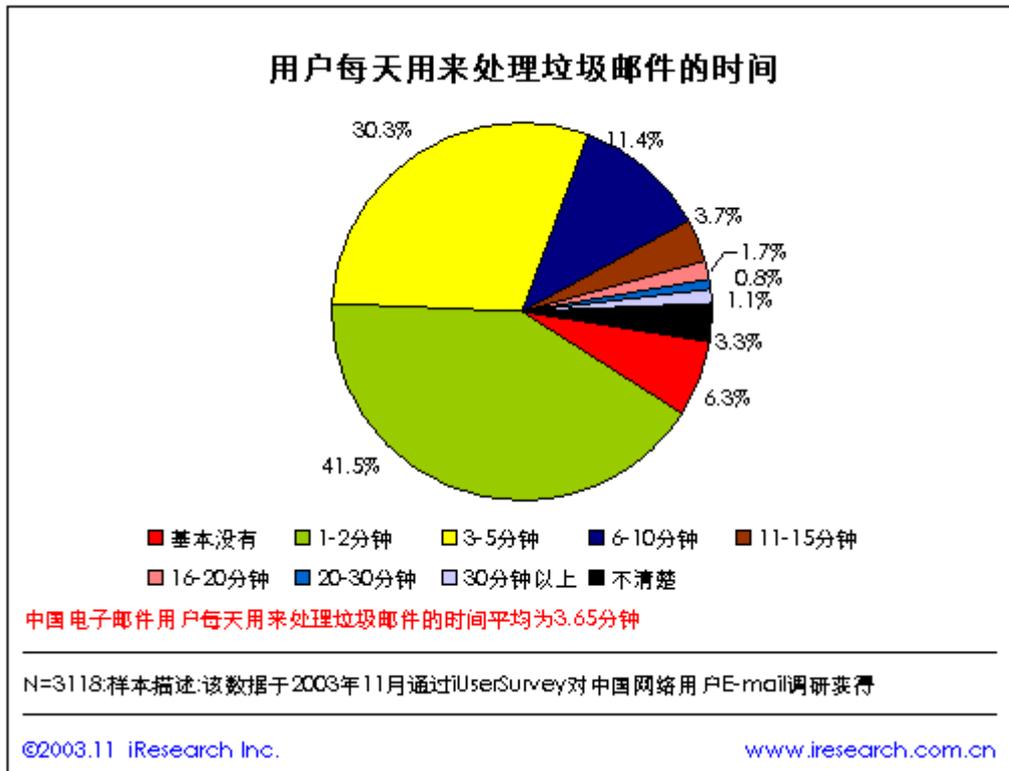
©2003.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

### 1.2.3 用户每天用来处理垃圾邮件的时间

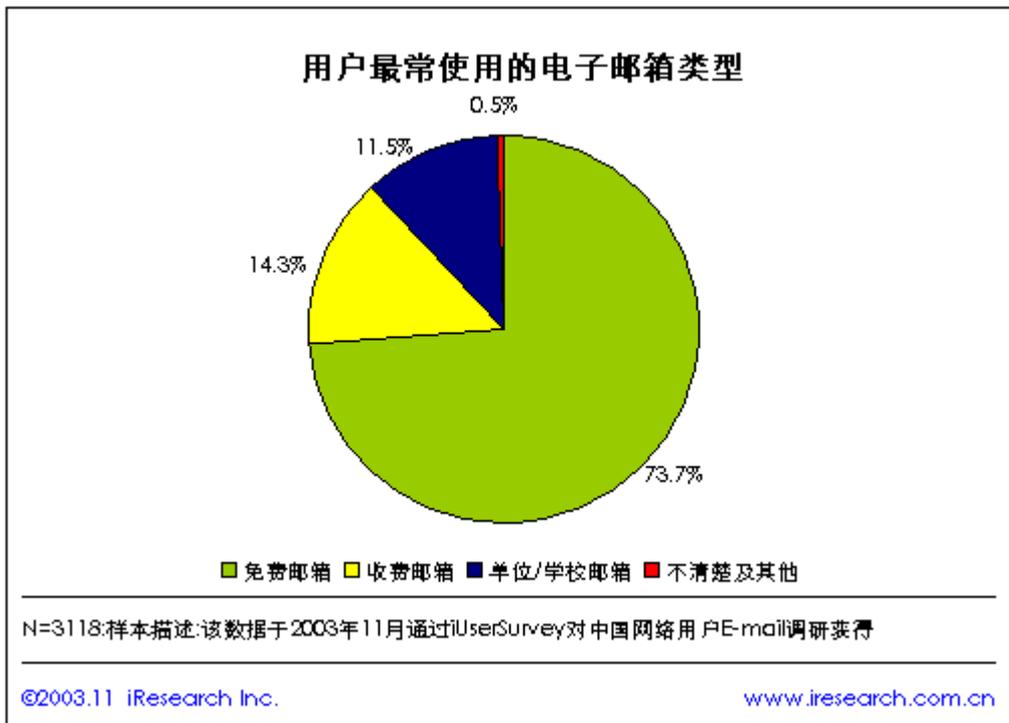
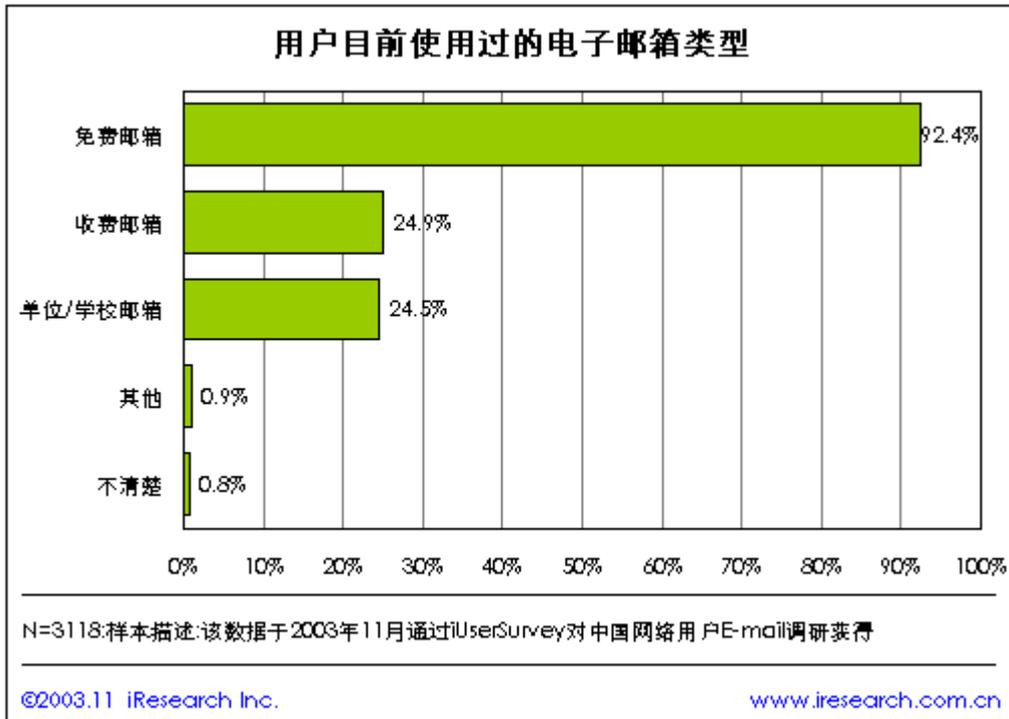
中国邮件用户每天用来处理垃圾邮件的平均时间为 3.65 分钟，其中用时 1-5 分钟的占 71.8%的绝大比例。

以中国 6800 万网民来计算，每年浪费在处理垃圾邮件上的时间就高达 15 亿小时。



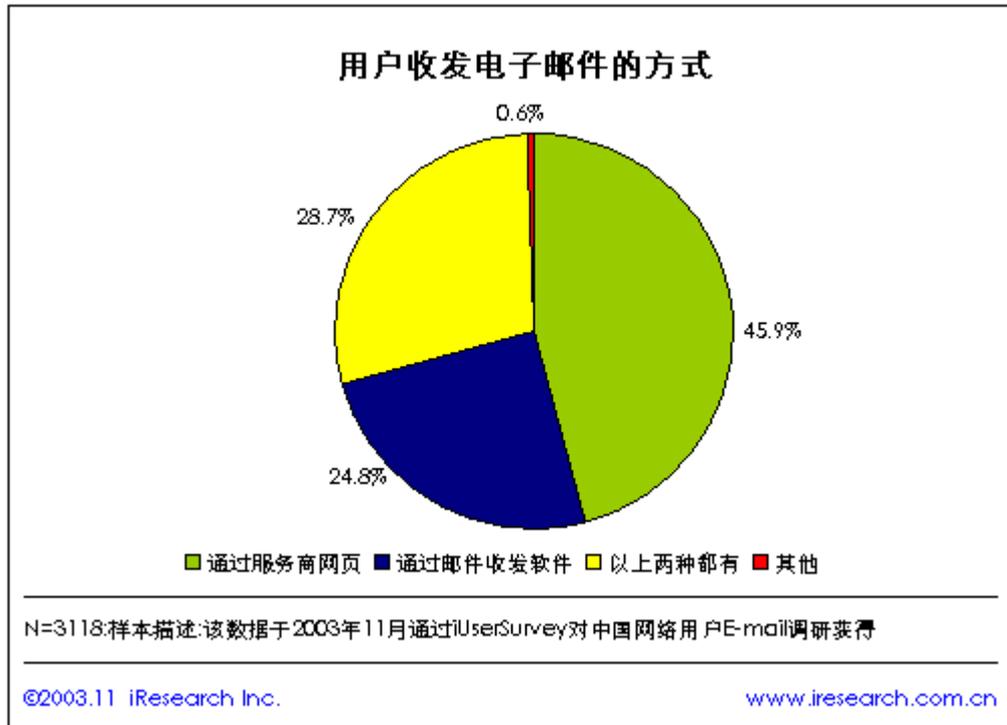
#### 1.2.4 中国邮件用户使用邮箱和收发邮件状况

目前中国 92.4%的邮件用户使用过免费邮箱。最常使用的邮箱中，免费邮箱也占到了73.7%的绝对比例，其次为收费邮箱和单位/学校提供的邮箱，免费邮箱还是人们收发电子邮件的首选。



### 用户收发电子邮件方式分析

中国邮件用户收发电子邮件近 50%是通过运营商网页进行收发，这也是由于用户大部分使用免费或收费邮箱的客观事实造成的。其次是使用邮件收发软件（如 Outlook，Foxmail）进行收发，这一部分的用户基本上是使用单位/学校邮箱的群体。在这一图表中有 28.7%的用户是两种收发方式都使用的交叉群体。

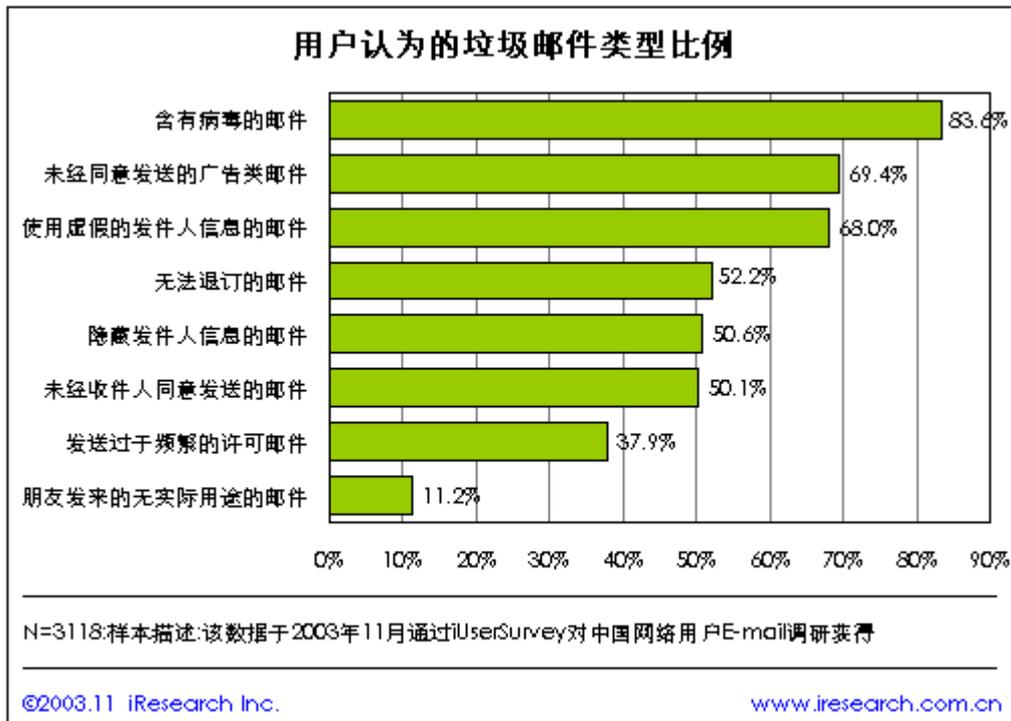


## 2、中国用户反垃圾邮件分析

### 2.1 用户对垃圾邮件的定义

调查显示中国邮件用户认为的垃圾邮件首位是“含有病毒的邮件”，这正是现在垃圾邮件定义中比较模糊的一部分。病毒邮件是否属于垃圾邮件一直是人们比较有争议的一个话题。我们认为，病毒邮件应该是属于传统垃圾邮件的一个分支，应称其为“病毒垃圾邮件”。这是一种以垃圾邮件的方式传播的病毒，邮件只是其方式，不是真正的内容和内涵。

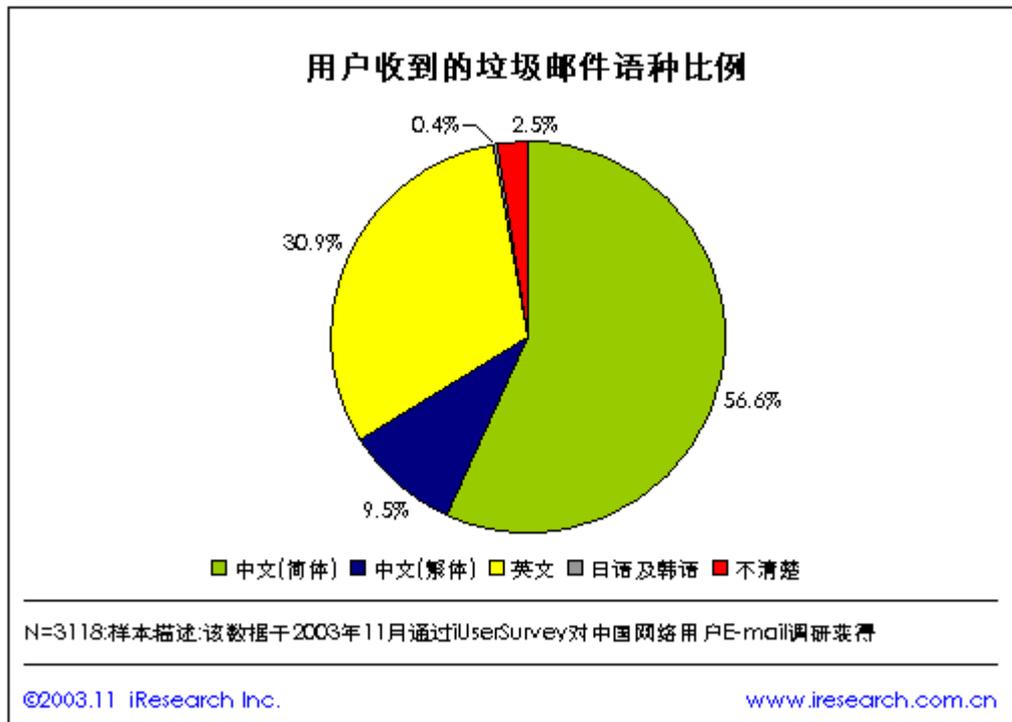
排在第二位的是“未经同意发送的广告类邮件”，这一点是广大用户所认同的。



## 2.2 用户收到的垃圾邮件的分类和收到垃圾邮件的种类

### 2.2.1 用户收到的垃圾邮件语种比例

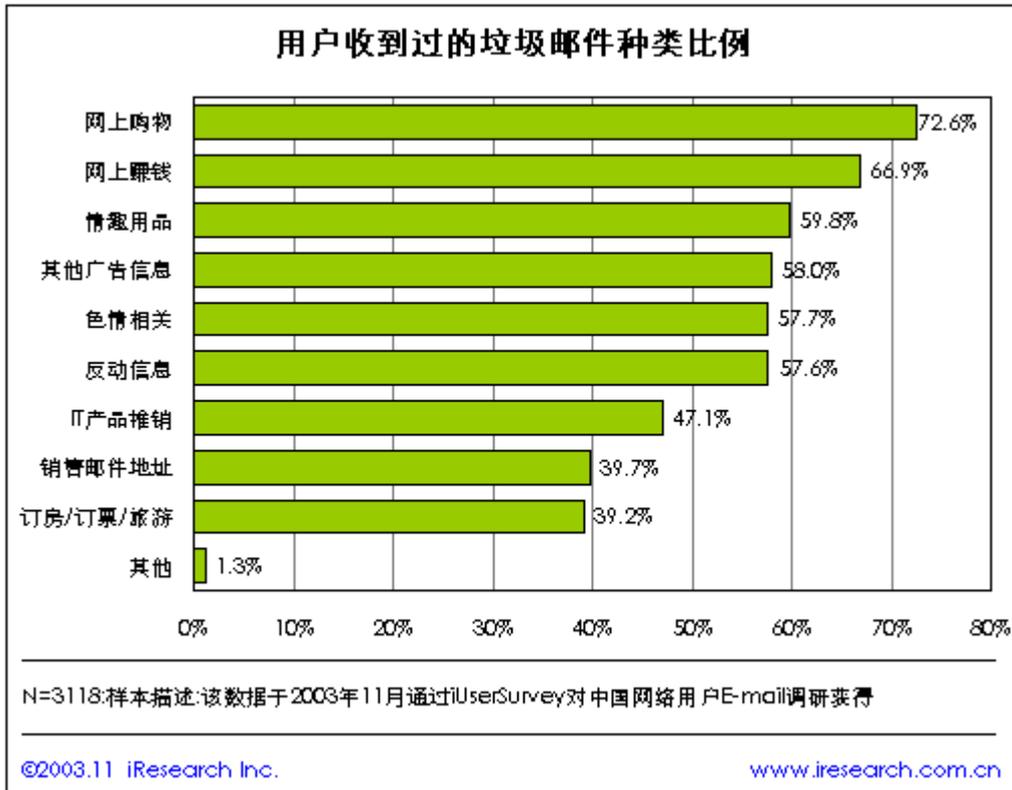
调查显示中国用户收到的垃圾邮件中还是以中文比例最高，达到 50%以上，其次为英文 30.9%，中文繁体列第三位占 9.5%。由此统计可见，我国垃圾邮件的主要来源还是出自我国境内，这才是我们反垃圾邮件所应主要关注的地区。

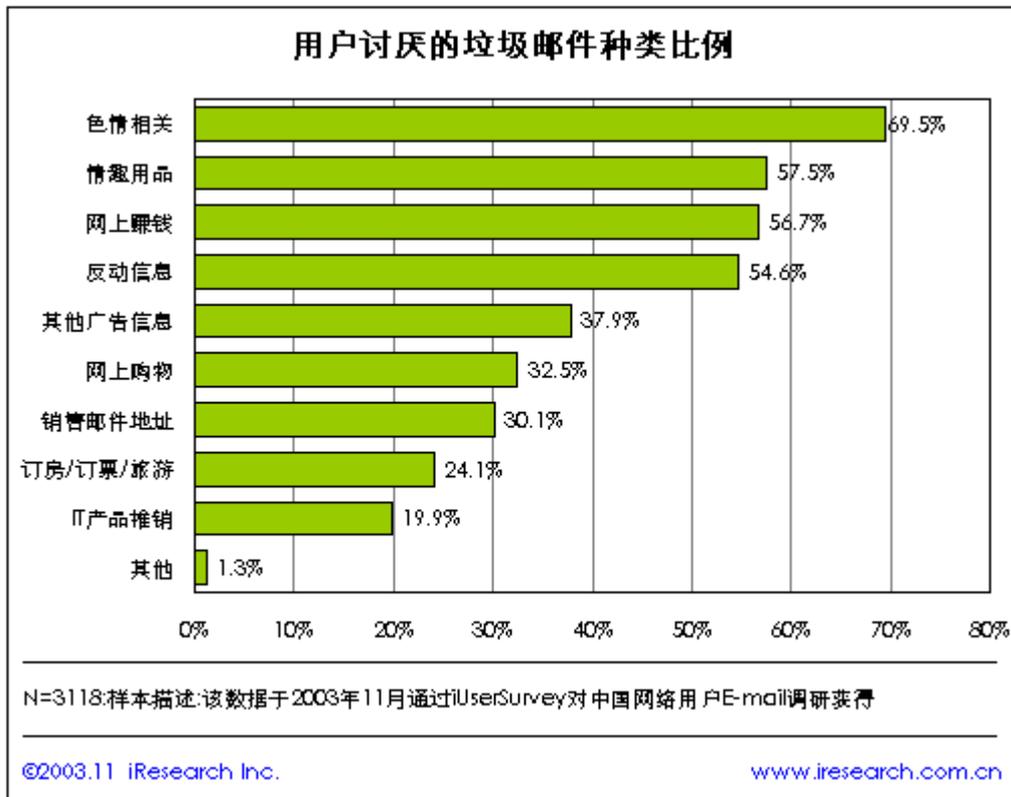


## 2.2.2 用户收到过的垃圾邮件和讨厌的垃圾邮件种类比例

调查显示，用户收到过的垃圾邮件前四位都是属于广告类垃圾邮件，其中“网上购物”高居榜首。

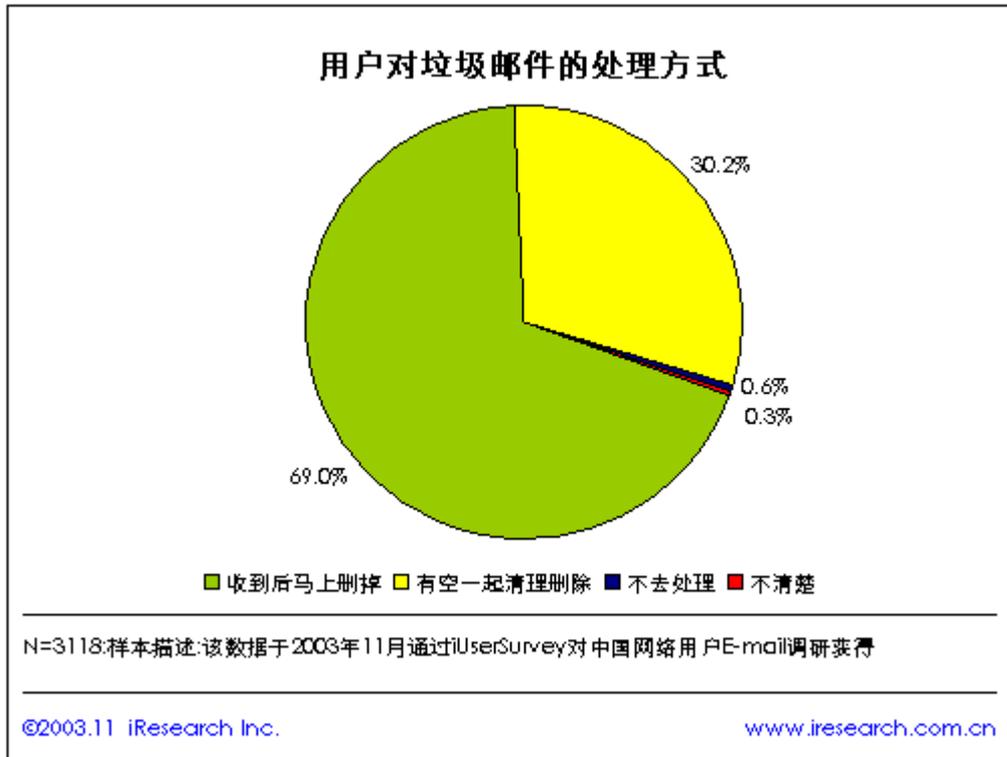
在最讨厌的垃圾邮件排名中“色情相关”和“情趣用品”分列第一、第二位，表明人们对于此类敏感话题的厌烦程度很高。相反广告类垃圾邮件的排名比较靠后，说明相比之下人们更能从此类邮件中获得相对有用的信息。





### 2.3 用户对垃圾邮件的处理方式

调查显示，69%的用户收到垃圾邮件后马上就会删除，30.2%的用户会有空一起删除，这99%的数字说明了垃圾邮件对绝大多数用户而言是毫无意义的，人们对垃圾邮件大多都会删除。

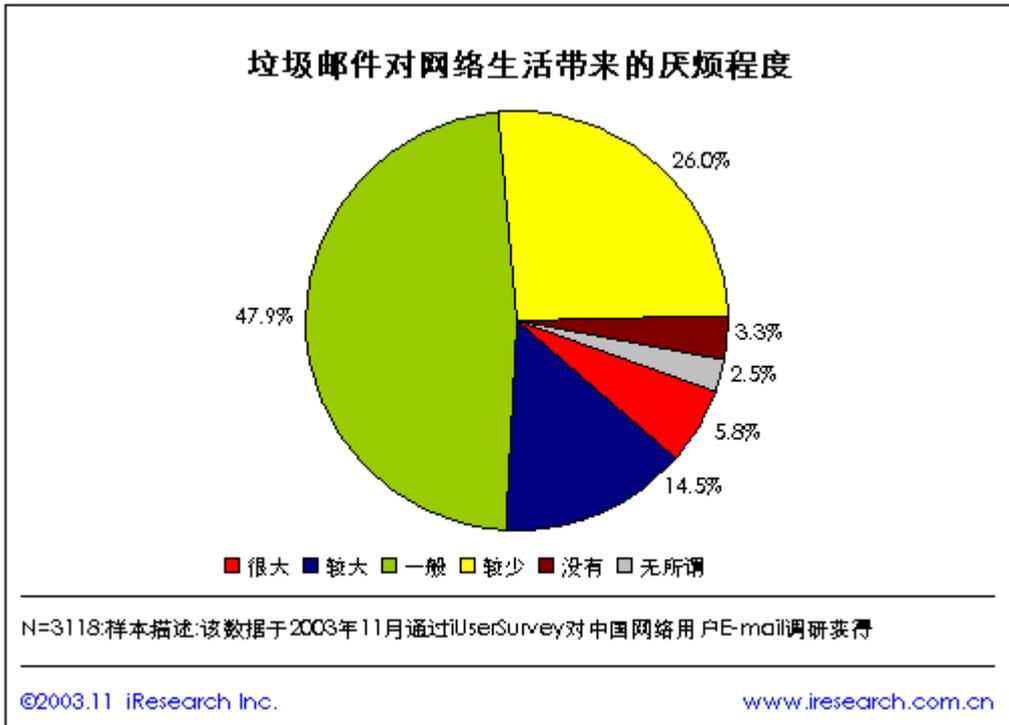


## 2.4 垃圾邮件对用户带来的厌烦程度及用户的接受程度

### 2.4.1 垃圾邮件对网络生活带来的厌烦程度

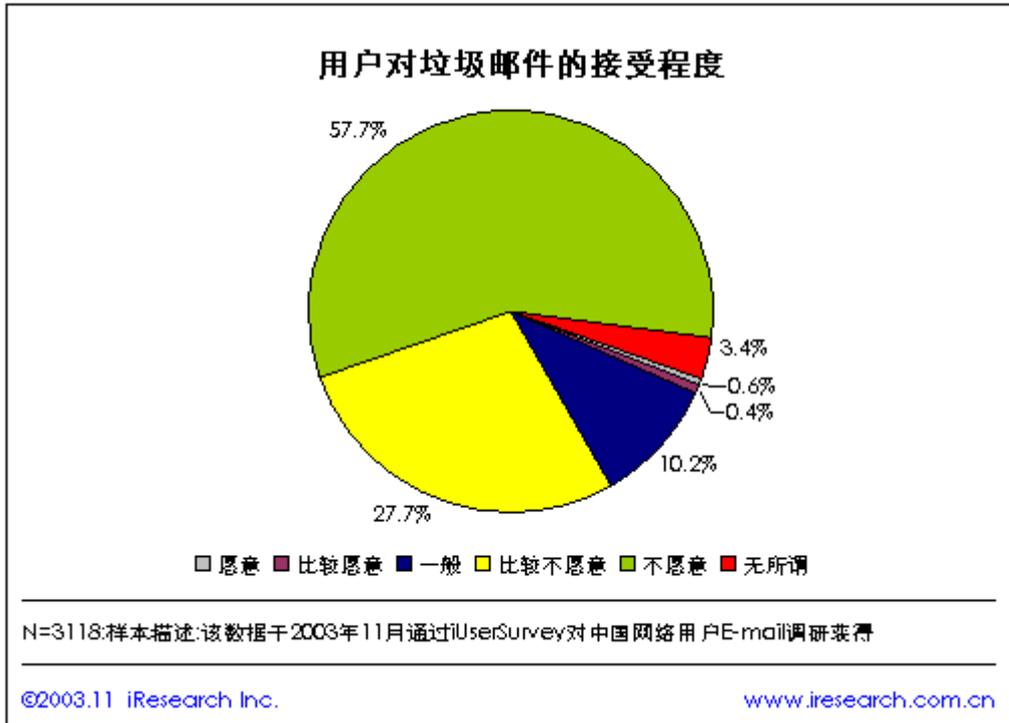
调查显示，对垃圾邮件带来的厌烦程度感到一般和较少的用户占整体的 73.9%，而感到厌烦程度很大和较大的用户只有 20.3%。这是由于大多数用户的邮箱都具有反垃圾邮件功能，而且收发邮件只是作为一种交流和沟通方式，相比以邮件作为工作用工具的人群来说，邮件地址外泄的可能性更低，所以收到的垃圾邮件量也较少，对垃圾邮件的厌烦程度自然较低。

从这 94.2%的数字中我们也不难看出，垃圾邮件对人们的网络生活或多或少的带来了困扰，垃圾邮件成为了大多数用户共同厌烦的一个话题。



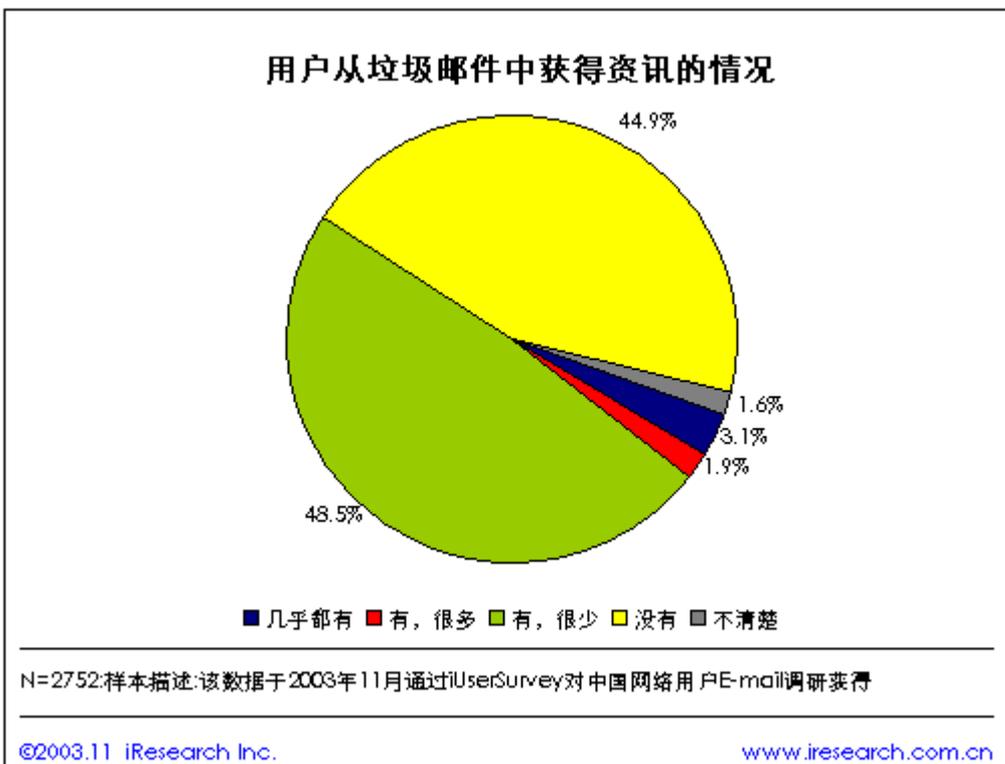
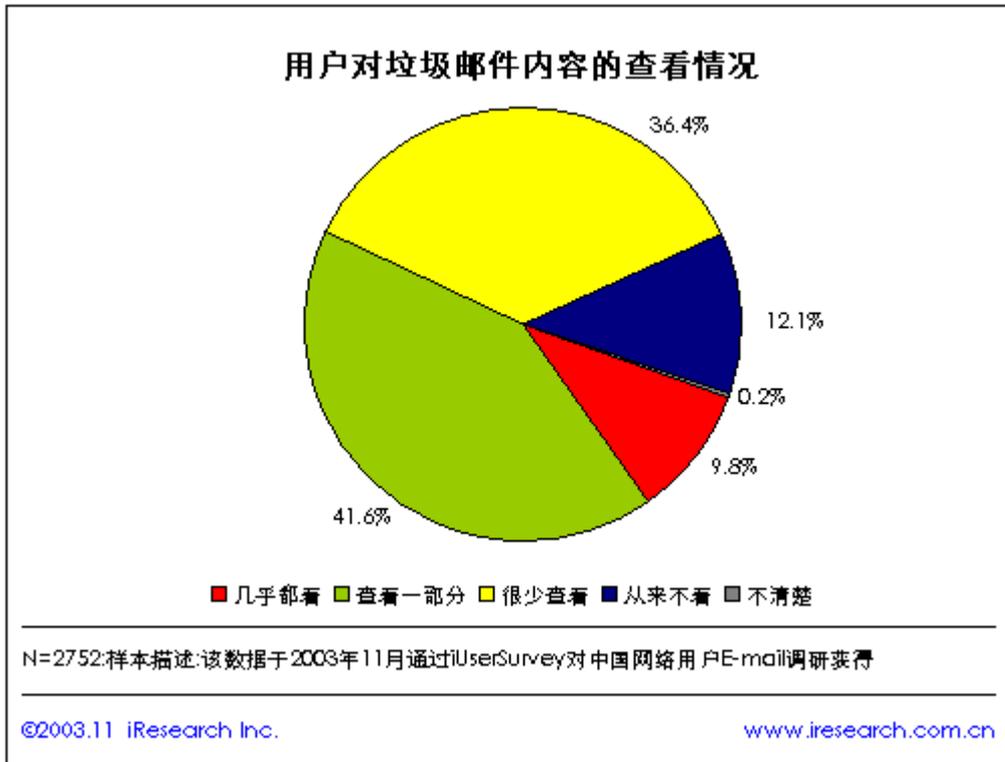
## 2.4.2 用户对垃圾邮件的接受程度

调查表明，在中国邮件用户中有 95.6%的用户对垃圾邮件持反感态度，更有 57.7%的用户明确表示不愿接到垃圾邮件，可见反垃圾邮件问题已迫在眉睫。但是还是有 1%用户愿意收到垃圾邮件，3.4%的用户持无所谓的态度，可见垃圾邮件的内容对一部分用户还是有一定的可用性。这就给我们邮箱运营商提出了一个需要解决的问题：如何筛选垃圾邮件中对用户有用的信息。



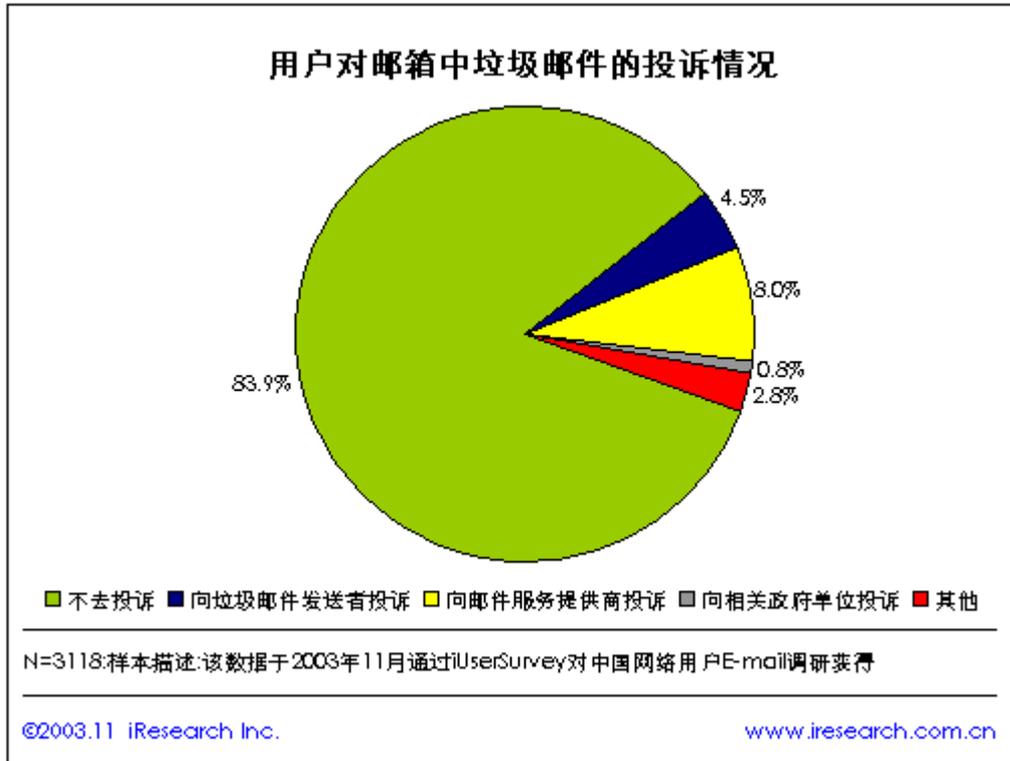
## 2.5 用户对垃圾邮件内容的查看和获得资讯情况

调查表明有 78%的用户对垃圾邮件的内容很少察看或只察看一部分，只有 12%的用户从不察看。而近 50%的用户或多或少的从垃圾邮件中获得过资讯。这些数字表明垃圾邮件对一部分用户还是具有一定的吸引力和有用性，在对垃圾邮件的处理上，应注意这类人群的需求。



## 2.6 用户对邮箱中的垃圾邮件投诉情况

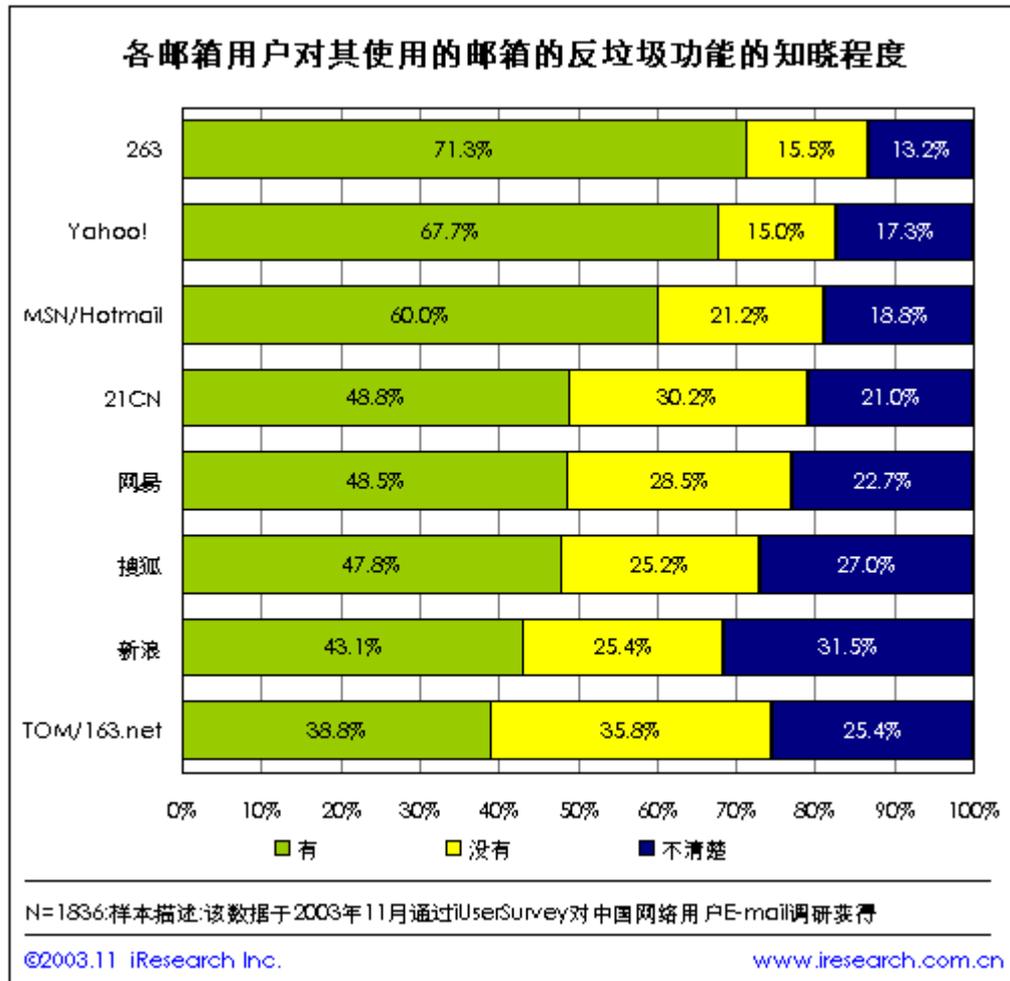
调查显示，在收到垃圾邮件后，83.9%的用户选择了不投诉。而需要特别说明的是，所有的“其他”选项中，大部分的用户表明不知怎么投诉，不知去哪投诉。这说明整体用户对垃圾邮件的投诉意识还不强，这对反垃圾邮件的工作具有一定的阻碍作用。建议各邮件服务商加大对垃圾邮件投诉功能的宣传力度，完善投诉机制。



## 2.7 用户对其使用的邮箱反垃圾邮件功能知晓程度

在对“邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾功能的知晓程度”评测中，236 邮箱用户对其邮箱的反垃圾邮件功能认知程度最高。这也是由于 263 的用户全都是收费邮箱用户，用户整体对邮箱功能的了解程度比较高，对邮箱功能的使用比较全面。

Yahoo 中国只有免费邮箱服务，但是在次评比中名列第二，这是由于其反垃圾邮件服务设置非常突出，另外 Yahoo 全球的反垃圾邮件的联盟政策，也让中国用户受益。上述优点形成了 Yahoo 区别于其它邮箱的竞争优势。

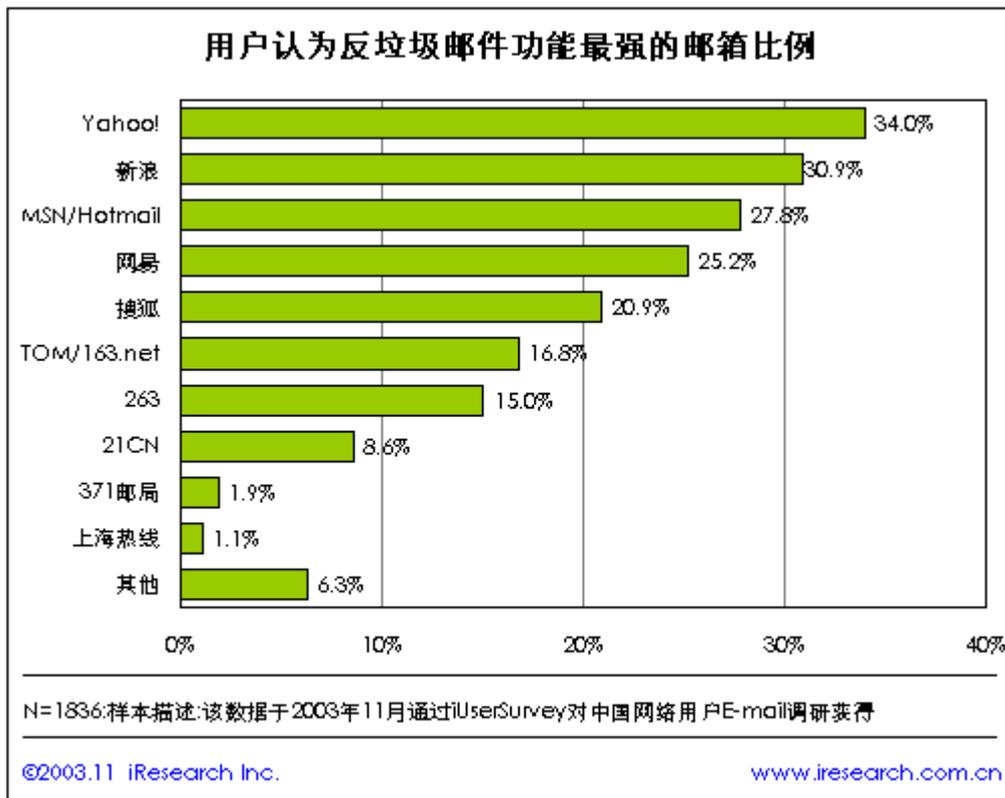


## 2.8 用户认为反垃圾邮件功能最强的邮箱比例

在“用户认为反垃圾邮件功能最强的邮箱评比”中雅虎的认知度和美誉度高居榜首。作为国际知名网站，雅虎在中国对用户只提供免费邮箱业务，但是其反垃圾邮件技术和对用户负责的态度得到了广大用户的认可。

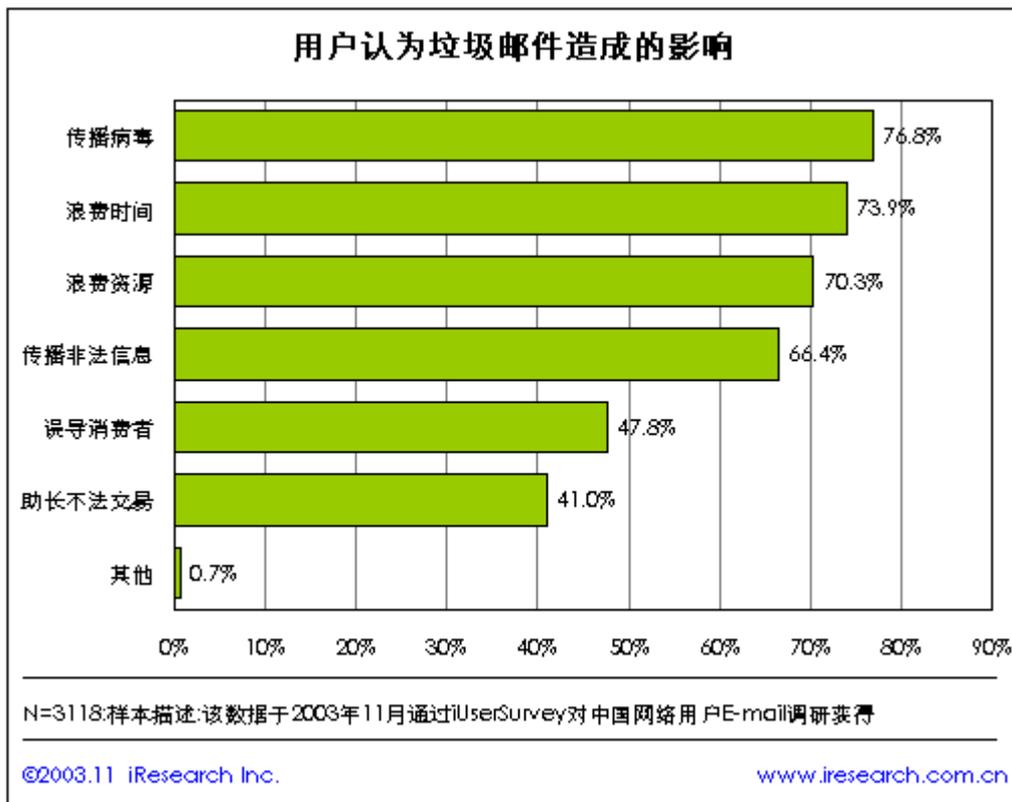
对国内厂商而言，新浪、网易、搜狐在反垃圾邮件声誉方面以 5 个百分点的趋势递减，新浪稍占优势。

“其他”选项达 6.3%，在这当中除大部分用户回答为“不清楚”外，剩余用户认为“亿唐”、“亿龙”和“中华网”的反垃圾邮件功能较强。



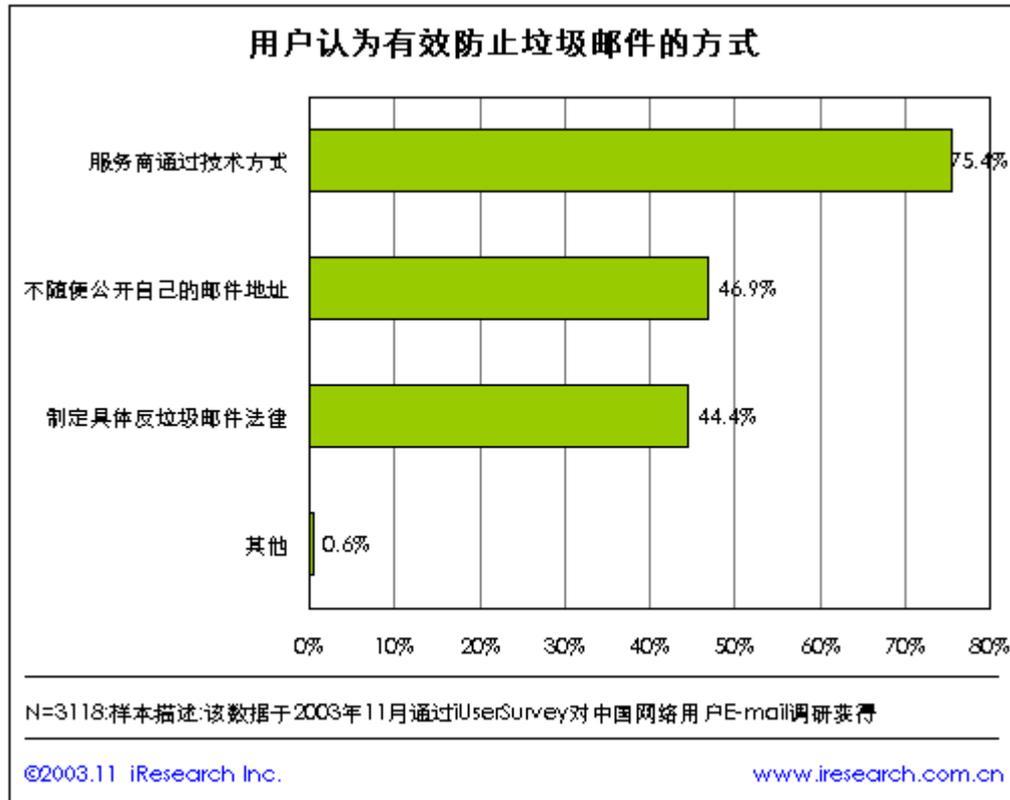
## 2.9 用户认为垃圾邮件造成的影响及期望的处理方式

### 2.9.1 用户认为垃圾邮件造成的影响



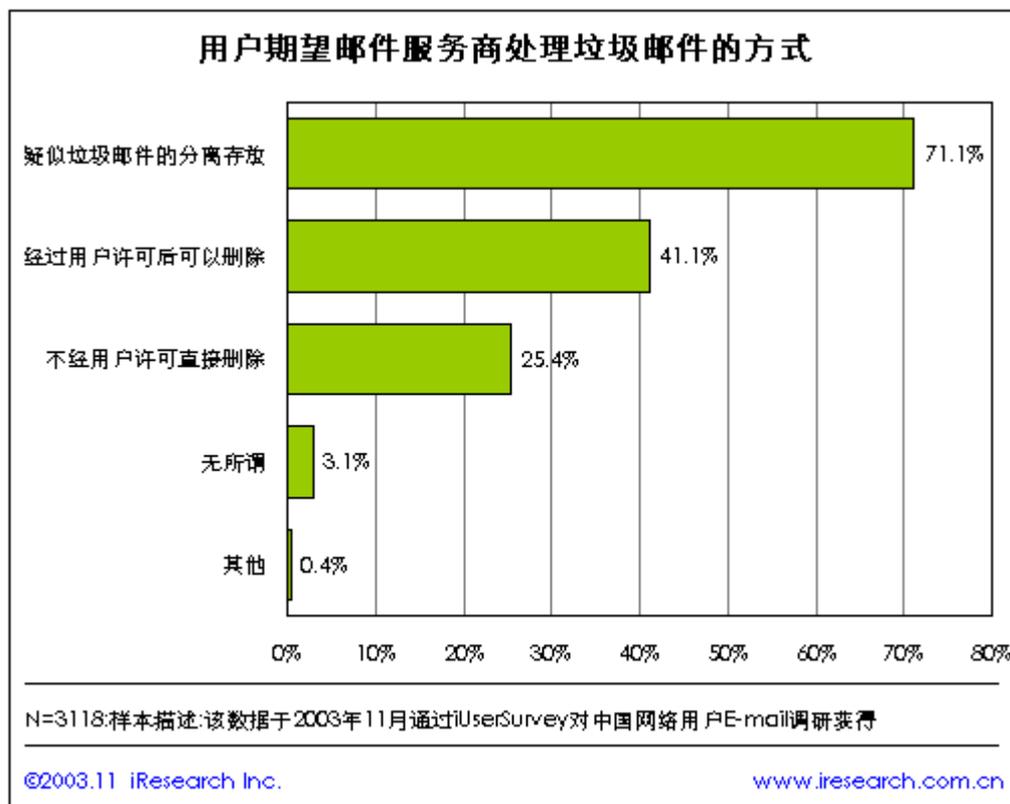
## 2.9.2 用户认为有效防止垃圾邮件的方式

从整体上看，用户认为解决垃圾邮件的关键还是在于技术。自身的防范意识只是起到辅助作用。立法则是对垃圾邮件处理上的法律依据和保证。



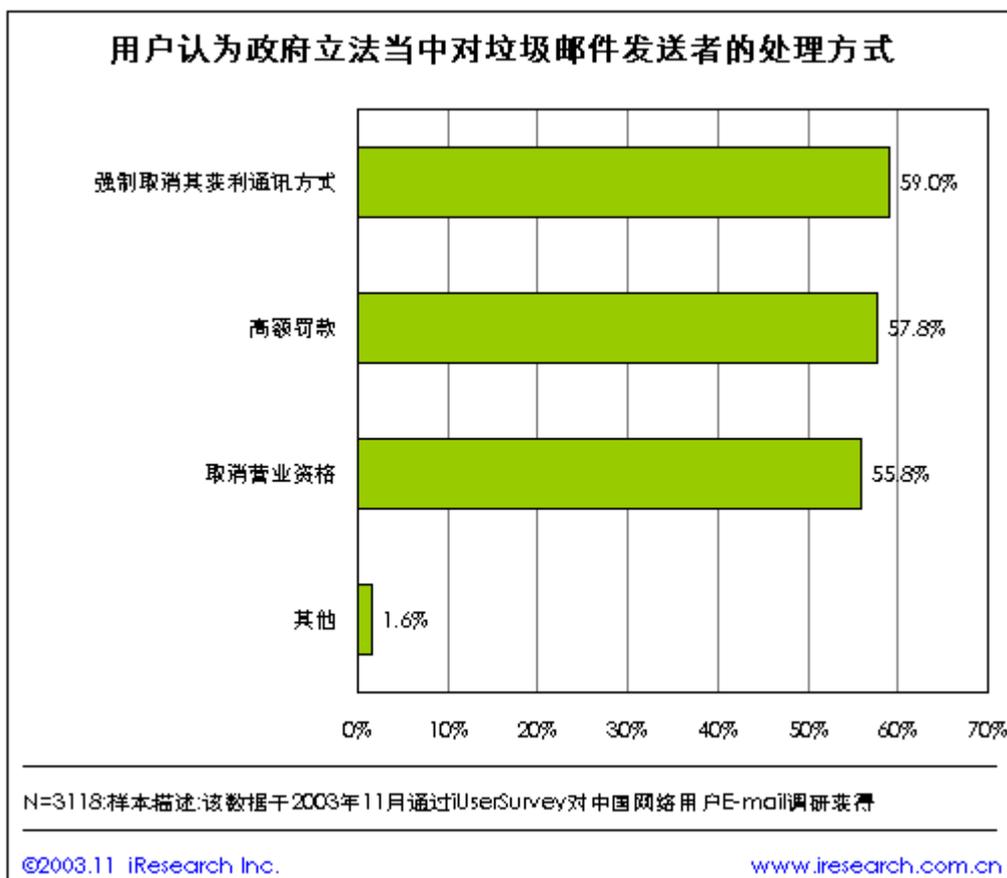
### 2.9.3 用户期望邮件服务商处理垃圾邮件的方式

用户对垃圾邮件的处理上偏向于疑似垃圾邮件的分离存放。这是由于用户需求的多样性和垃圾邮件的多样性共同作用的结果。这样提高了用户对邮件有用程度判定的自主性和选择性。



## 2.9.4 用户对对政府有效处理垃圾邮件发送者的期望

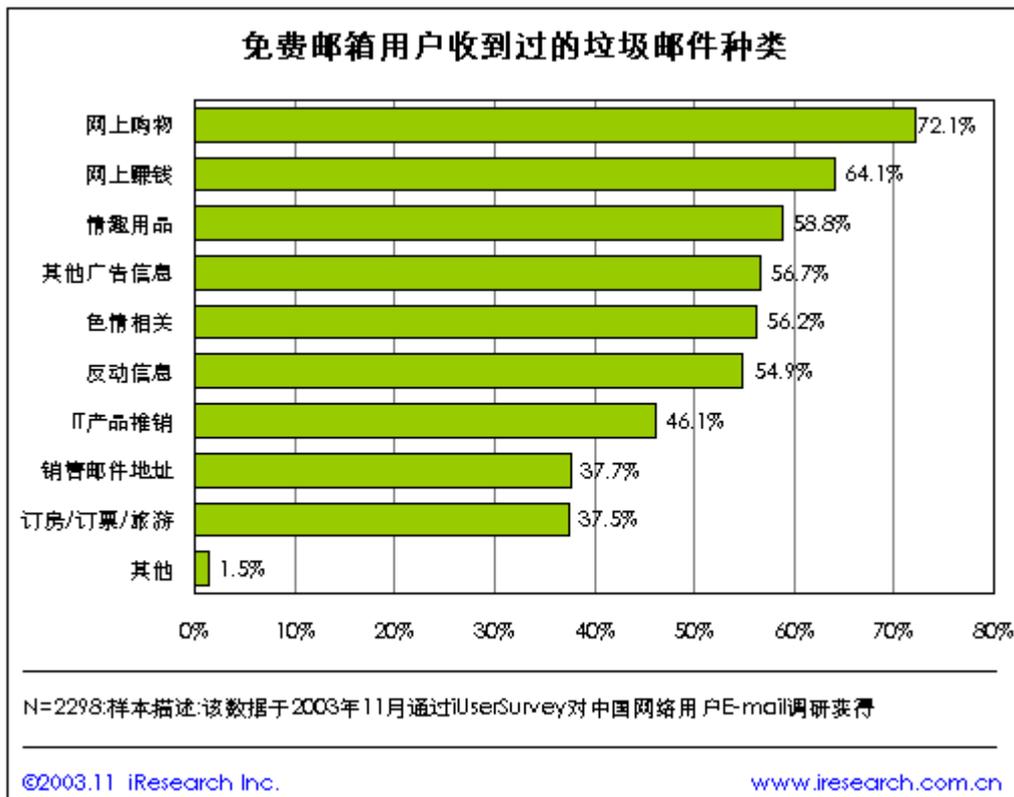
以下三种处理方式都是对垃圾邮件发送者比较严厉的处罚。用户对这三种处理方式的选择率差别不大，这说明了广大用户的心声——严惩垃圾邮件发送者。对于我们今后的立法工作也是一些启示和借鉴。

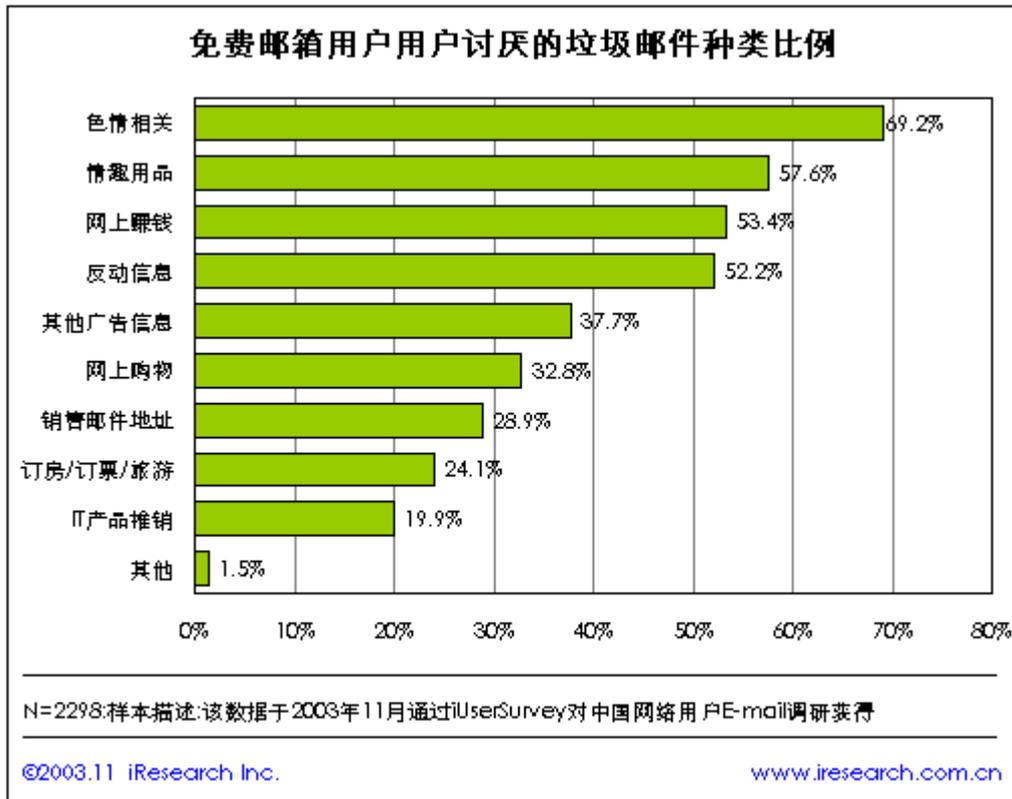


### 3、免费电子邮箱用户反垃圾邮件的情况分析

#### 3.1 免费邮箱用户收到过的和最讨厌的垃圾邮件种类

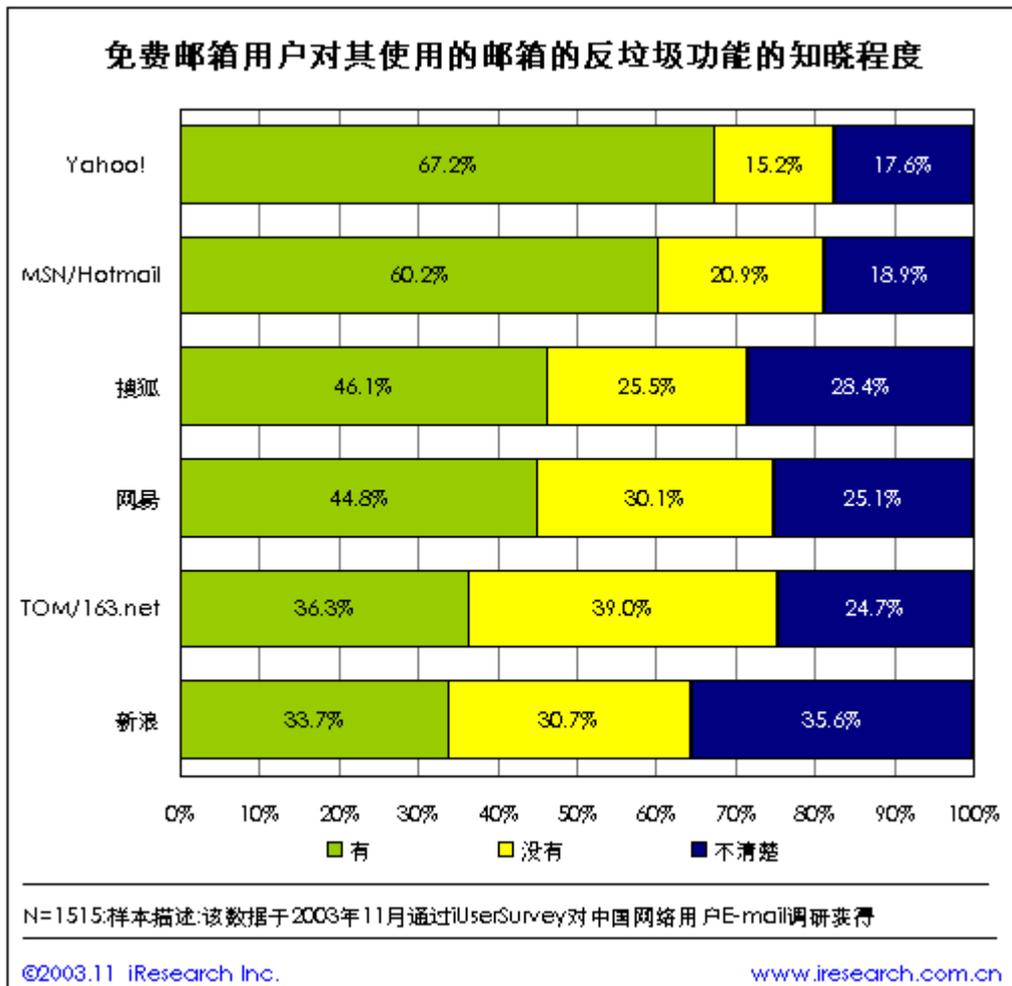
调查显示，免费邮箱用户收到过的垃圾邮件前四位都是属于广告类垃圾邮件，其中“网上购物”高居榜首。在最讨厌的垃圾邮件排名中“色情相关”和“情趣用品”分列第一、第二位。这都与总体情况相吻合。





### 3.2 免费邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾邮件功能知晓程度

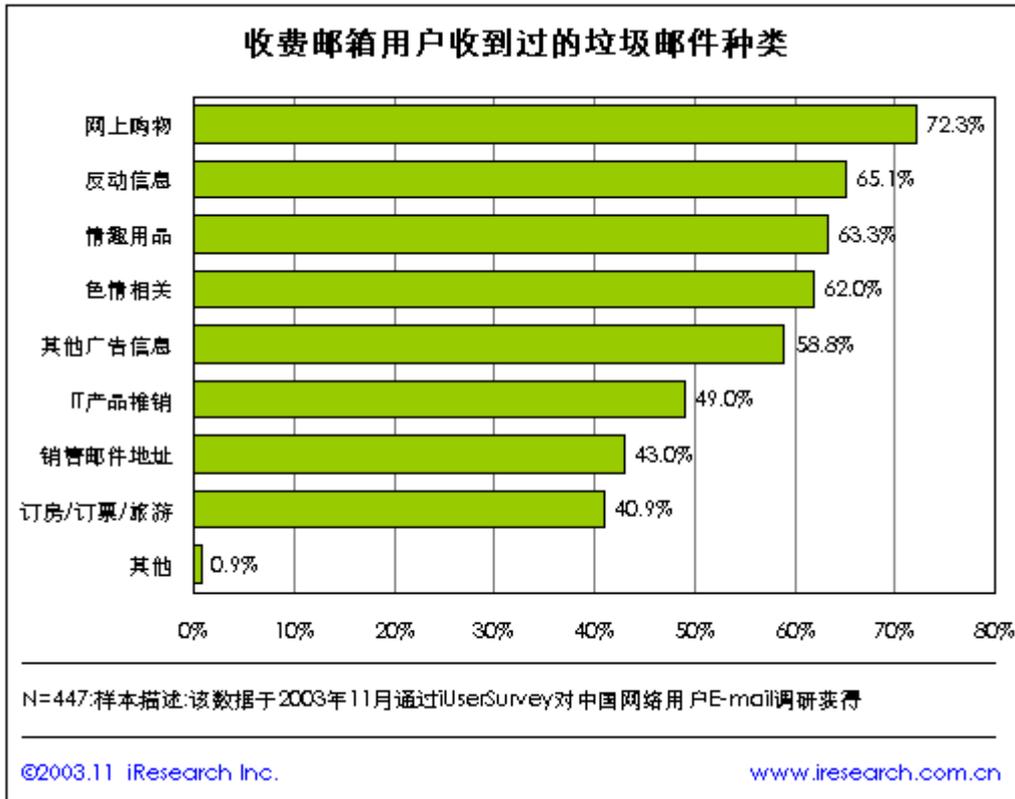
在这评比中，Yahoo 和 MSN/Hotmail 两家国外邮箱运营商分获一、二名，这与整体评测中的二、三名位置相差不远。由此可见这两家运营商对于邮箱反垃圾邮件功能的推广还是十分到位的。国内运营商中，搜狐和网易相差不远，分列第三、四名。

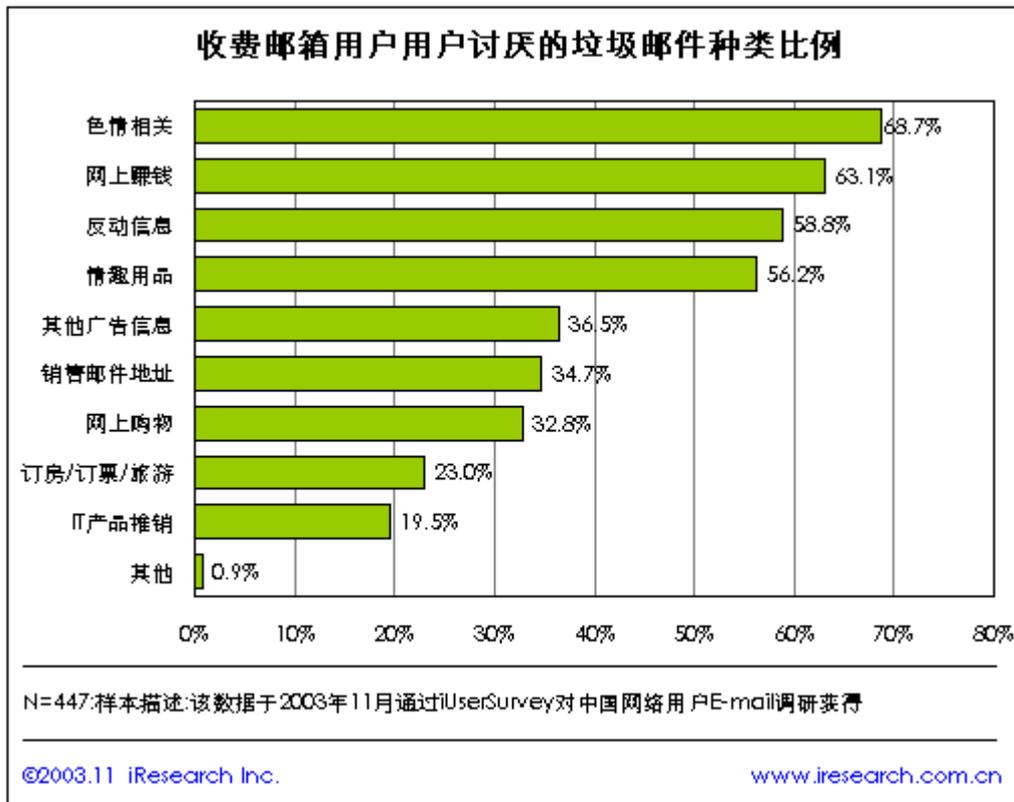


#### 4、收费电子邮箱用户收到垃圾邮件的情况分析

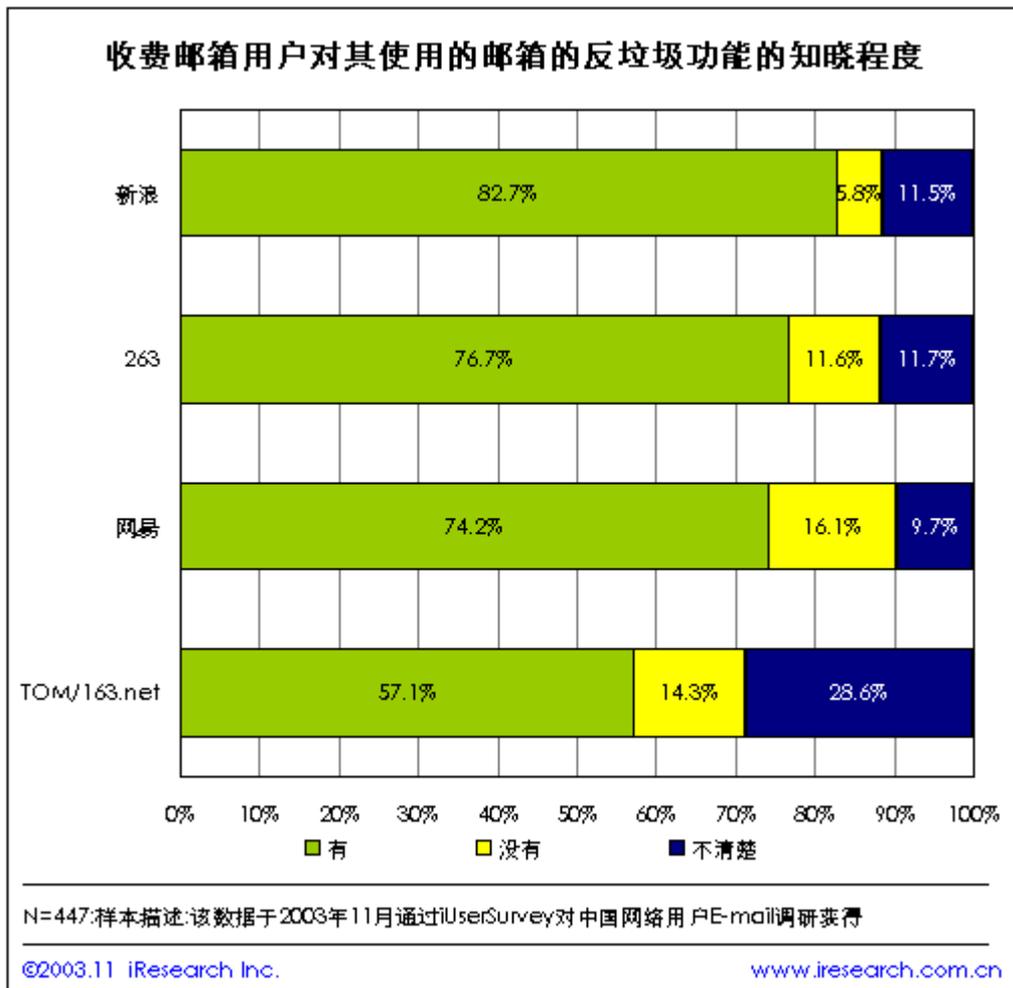
##### 4.1 收费邮箱用户收到过的和最讨厌的垃圾邮件种类

调查显示，收费邮箱用户收到过的垃圾邮件前四位依次是：“网上购物”、“政治相关”、“情趣用品”、“色情相关”。这与总体情况相比有所不同，具有收费邮箱垃圾邮件的特性。在最讨厌的垃圾邮件排名中“色情相关”列第一，这与总体情况相吻合。





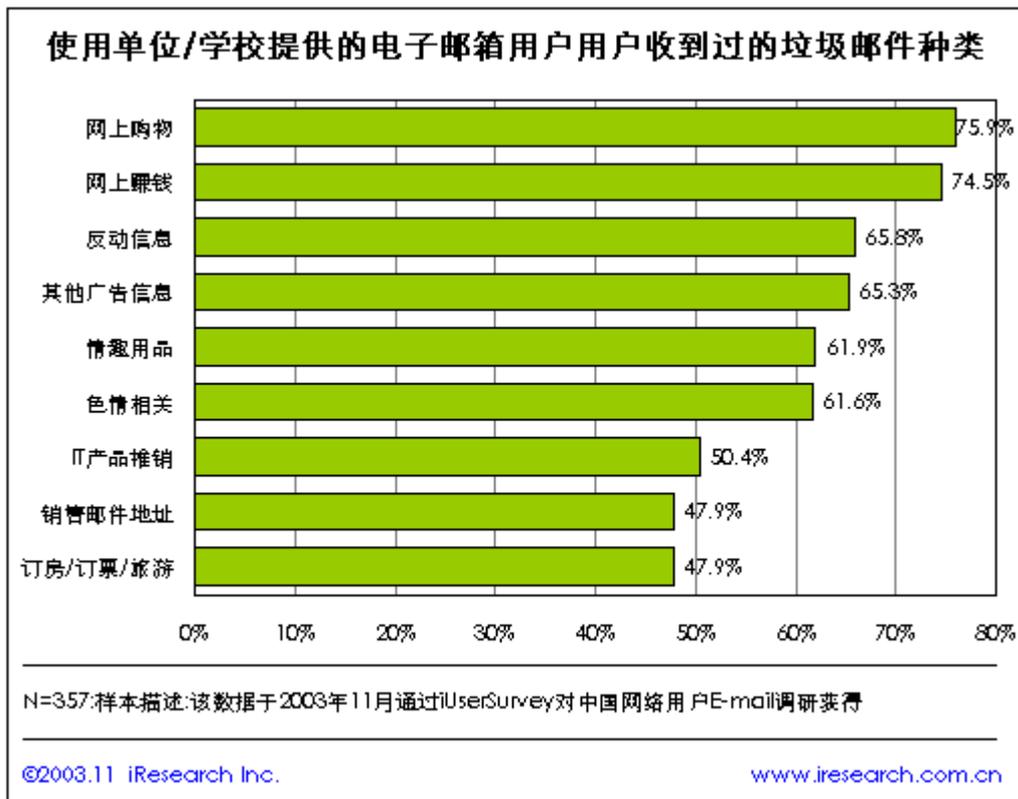
#### 4.2 收费邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾邮件功能知晓程度



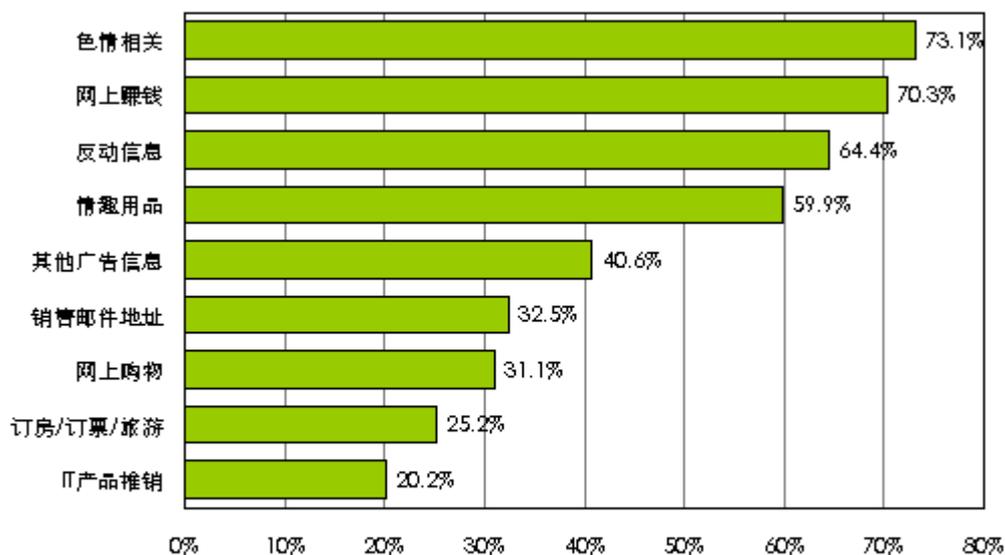
## 5、使用单位/学校提供的电子邮箱用户反垃圾邮件分析

### 5.1 使用单位/学校提供的电子邮箱用户收到过的和最讨厌的垃圾邮件种类

调查显示，中国使用单位/学校邮箱用户收到过的垃圾邮件前四位有三位属于广告类垃圾邮件，其中“网上购物”高居榜首。在最讨厌的垃圾邮件排名中“色情相关”列第一，这与总体情况相吻合。



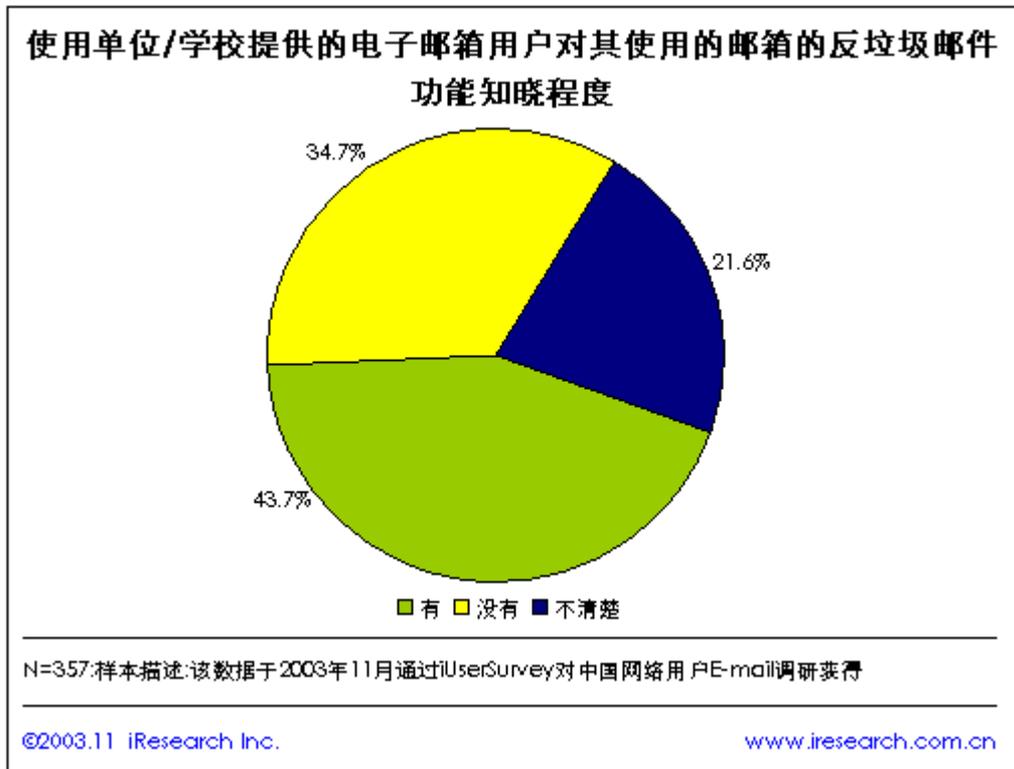
使用单位/学校提供的电子邮箱用户讨厌的垃圾邮件种类比例



N=357; 样本描述: 该数据于2003年11月通过iUserSurvey对中国网络用户E-mail调研获得

## 5.2 使用单位/学校提供的电子邮箱用户对其使用的邮箱的反垃圾邮件功能知晓程度

调查表明,单位/学校邮箱没有反垃圾邮件功能的达 34.7%,比例如此之高,就不难发现为何使用单位/学校邮箱用户收到的垃圾邮件,处理垃圾邮件的时间都远高于一般用户。



## 6、各电子邮箱用户收到垃圾邮箱情况对比分析

### 6.1 收到邮件量情况和垃圾邮件情况对比

#### 免费邮箱用户收到垃圾邮件现状

中国免费邮箱用户平均每人每天收到邮件5.16封，其中每天收到1-5封的比例最大，达到54.5%。在收到的邮件中，垃圾邮件占26.63%，略高于平均水平，其中收到的邮件中1%-10%为垃圾邮件的比例近50%。综合以上数据显示表明，中国免费邮箱用户平均每人每天收到垃圾邮件1.37封，略低于平均水平。

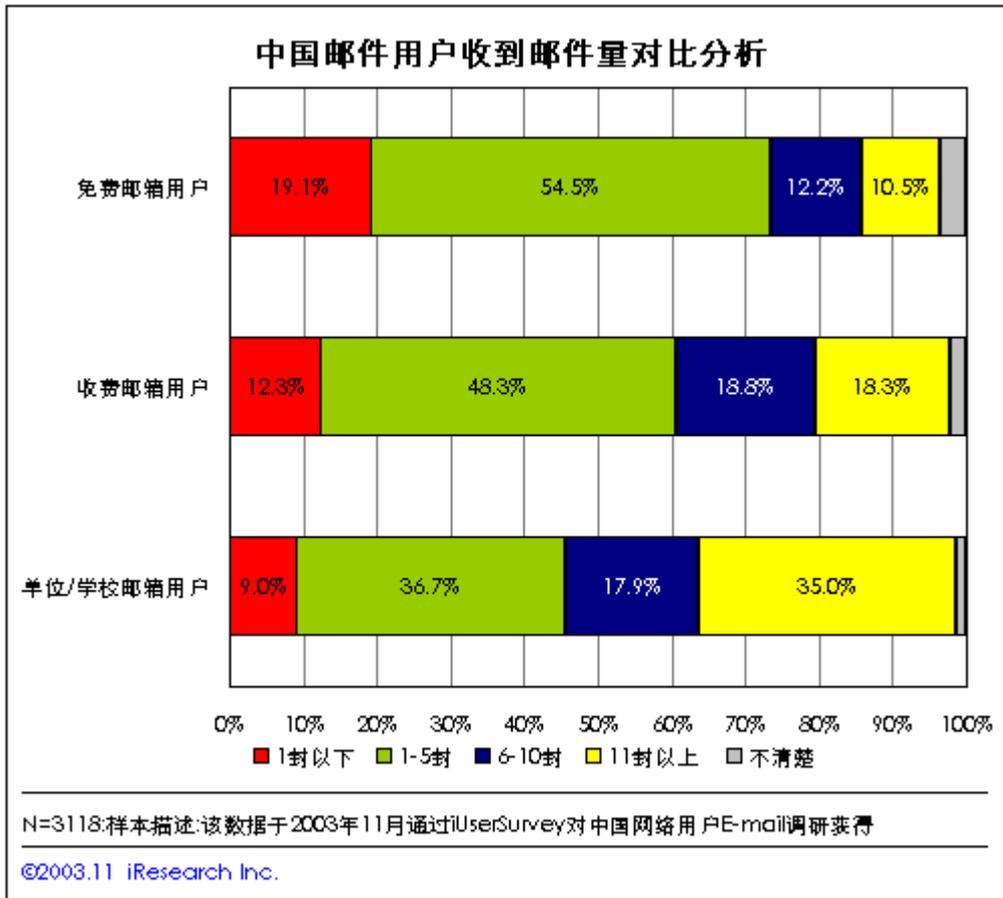
#### 收费邮箱用户收到垃圾邮件现状

中国收费邮箱用户平均每人每天收到邮件7.76封，略高于平均水平，其中每天收到1-5封的比例最大，达到48.3%。在收到的邮件中，垃圾邮件占21.78%，远低于平均水平，其中收到的邮件中1%-10%为垃圾邮件的比例达50%以上。综合以上数据显示表明，中国收费邮箱用户平均每人每天收到垃圾邮件1.7封，略低于平均水平。

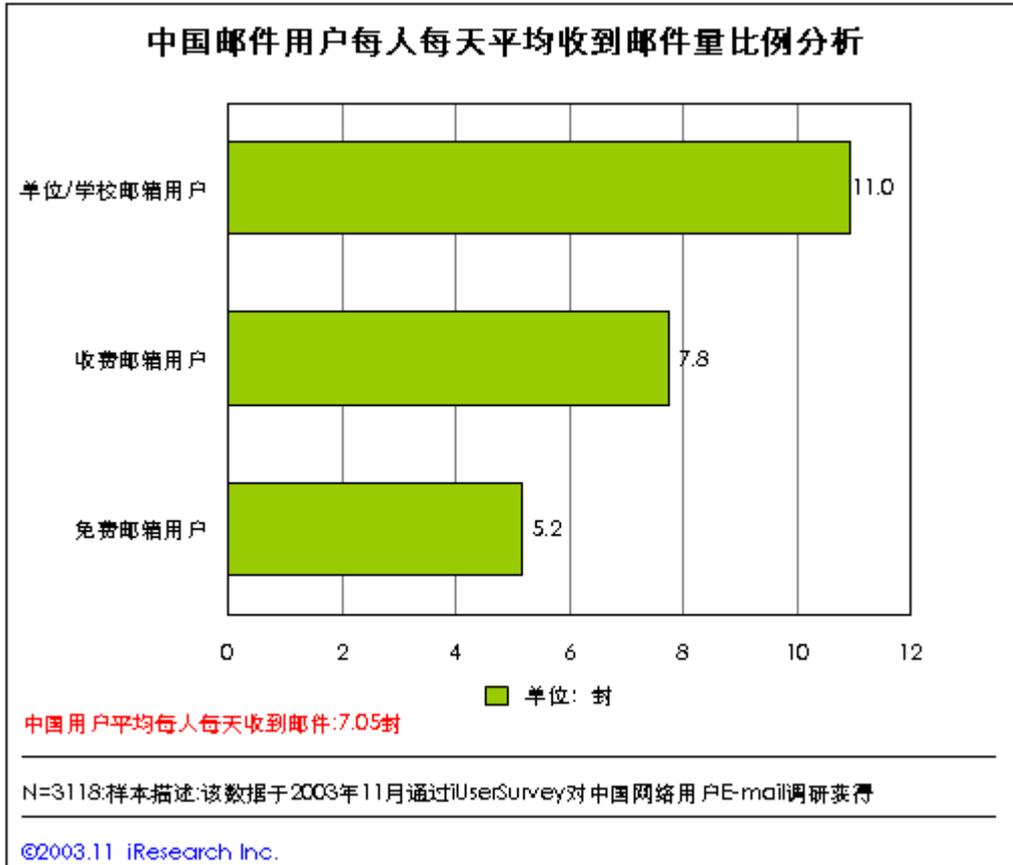
#### 单位/学校邮箱用户现状

中国使用单位/学校邮箱用户平均每人每天收到邮件10.95封，远高于平均水平，其中每天收到1-10封的比例最大，达到54.6%。在收到的邮件中，垃圾邮件占23.95%，略低于平均水平，其中收到的邮件中1%-10%为垃圾邮件的比例达50%以上。综合以上数据显示表明，中国使用单位/学校邮箱用户平均每人每天收到垃圾邮件2.62封，远高于平均水平。

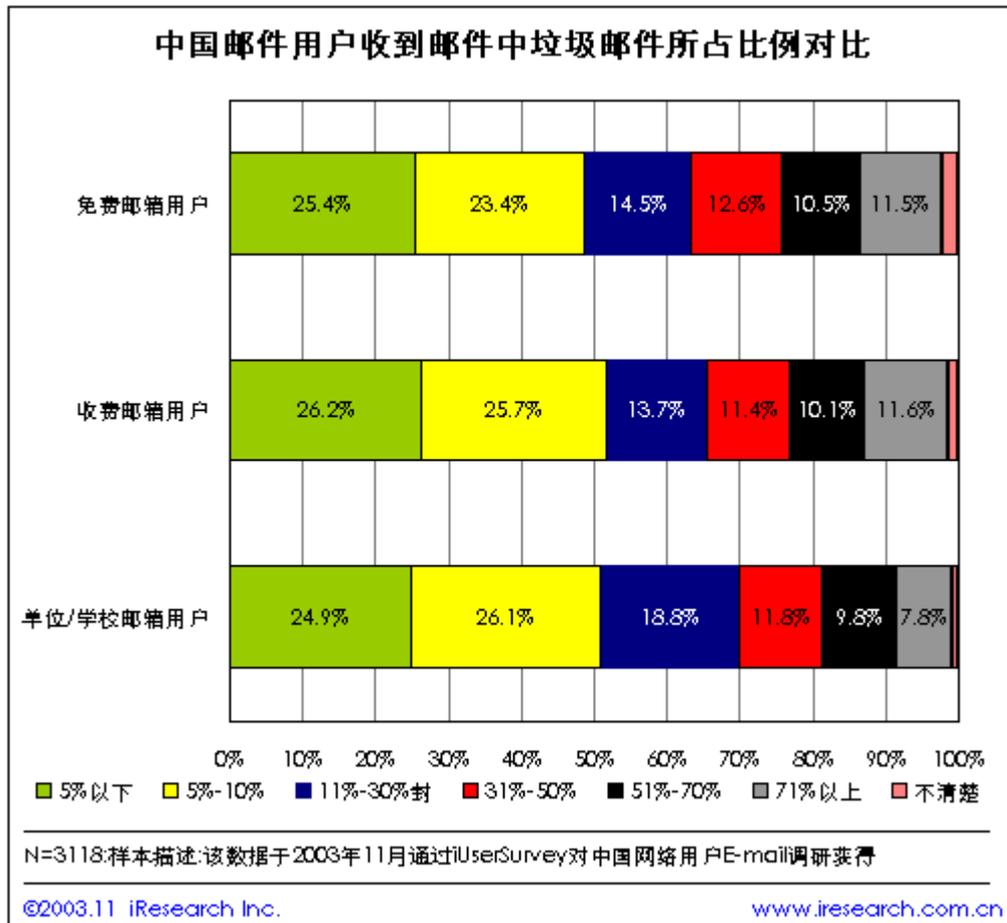
收到邮件情况

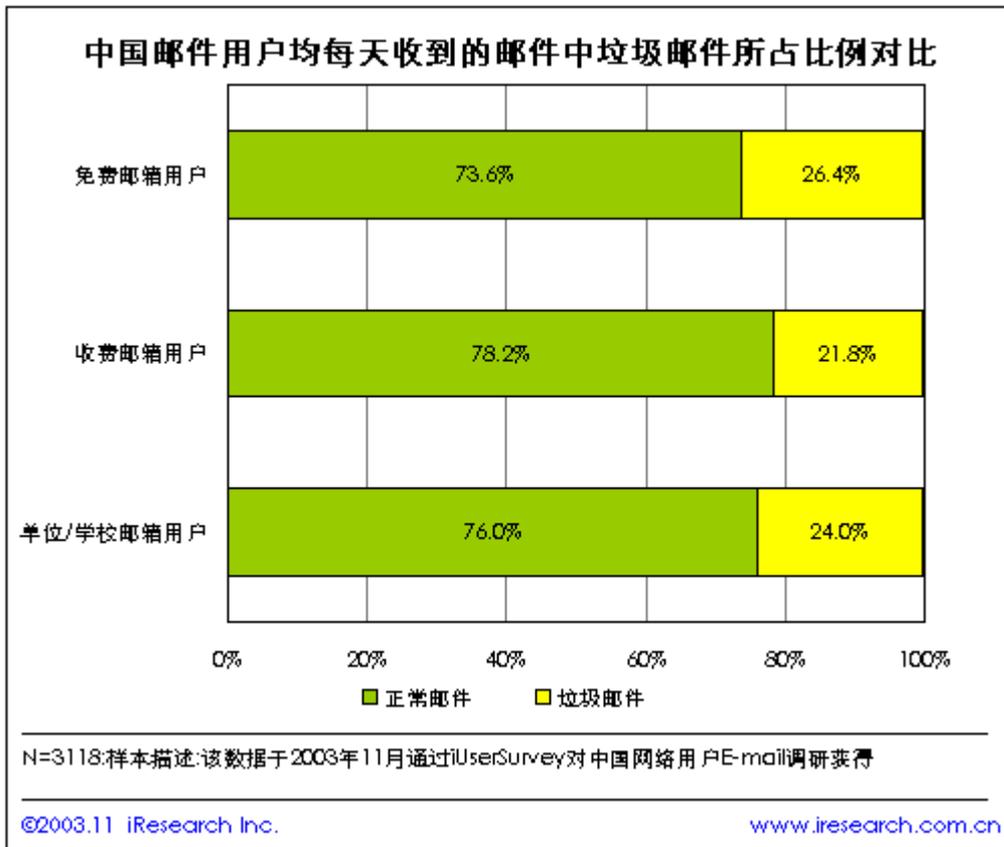


调查显示中中国邮件用户每人每天平均收到邮件量最多的为单位/学校邮箱用户 11 封，这也是由于其邮箱主要用来进行工作上的辅助交流，所以邮件量比一般用户较多。

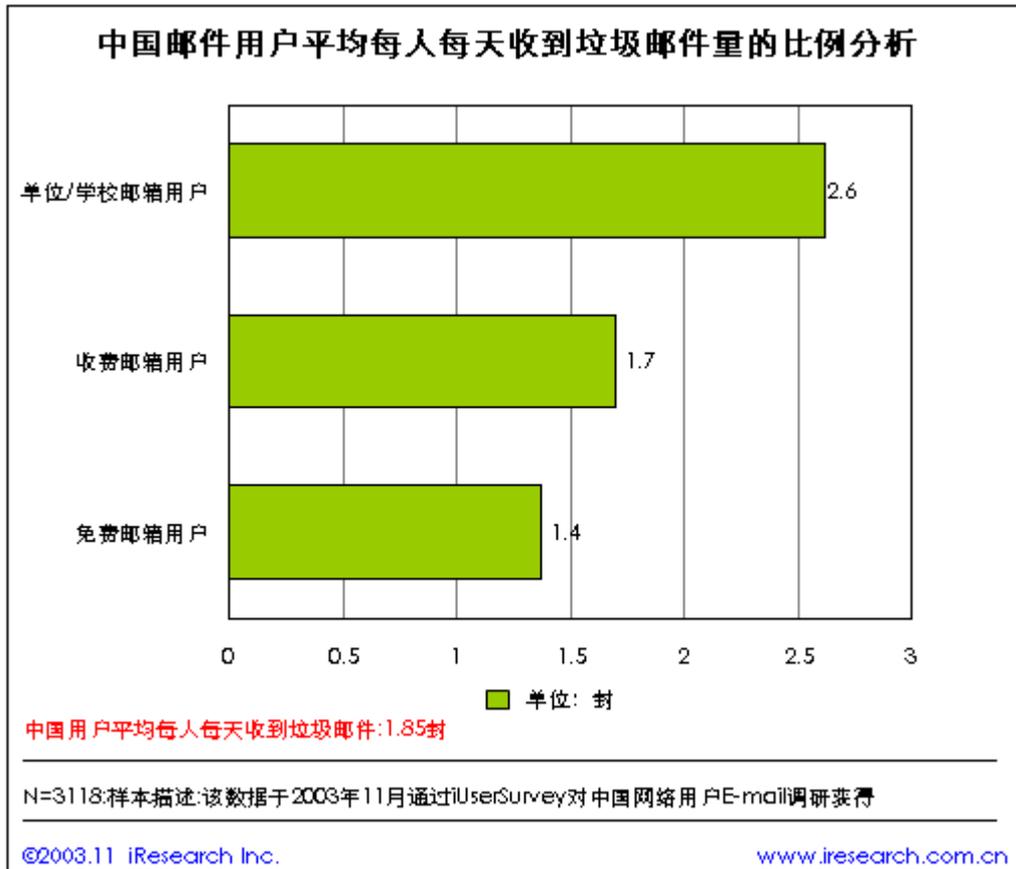


收到垃圾邮件情况





在收到垃圾邮件的量上，使用单位/学校邮箱用户位列第一，这是由于其服务器大多没有反垃圾邮件功能的客观情况所造成的。



## 6.2 用户每天用来处理垃圾邮件的时间对比分析

### 免费邮箱用户每天处理垃圾邮件的时间

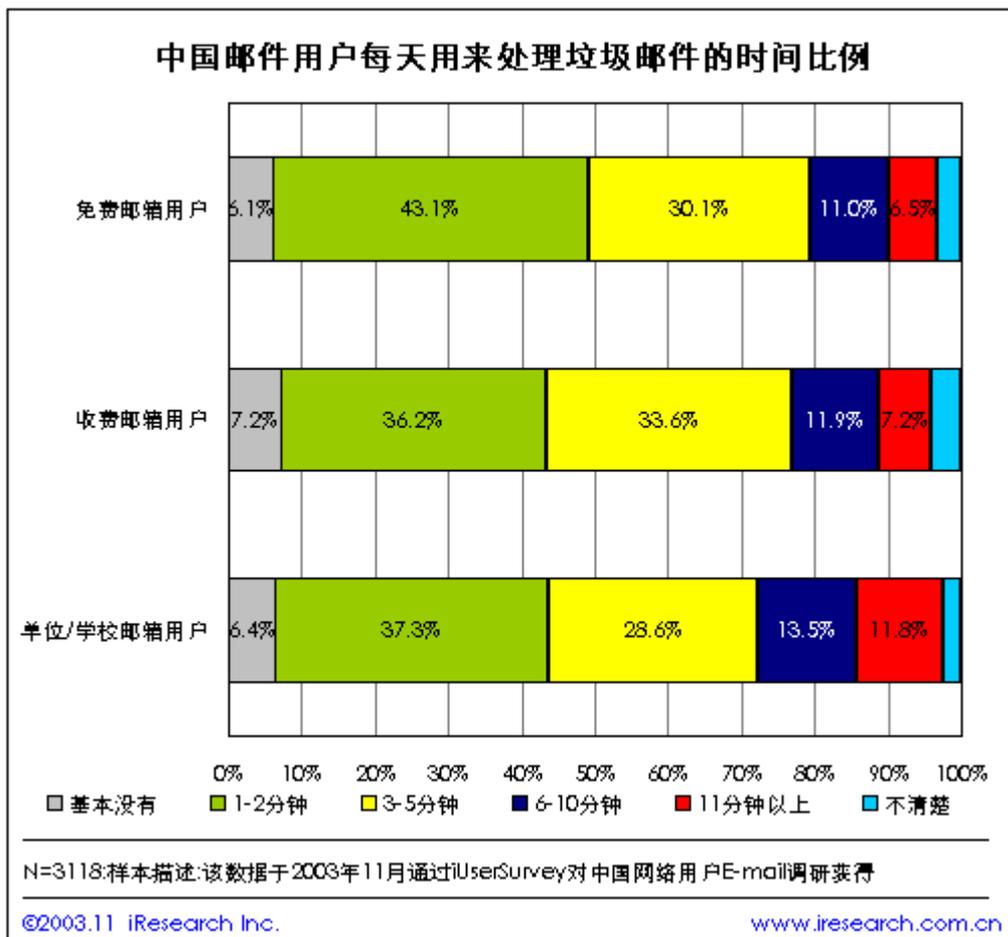
中国免费邮箱用户每天用来处理垃圾邮件的平均时间为 3.49 分钟，略低于平均水平其中用时 1-5 分钟的占 73.2%的绝对比例。

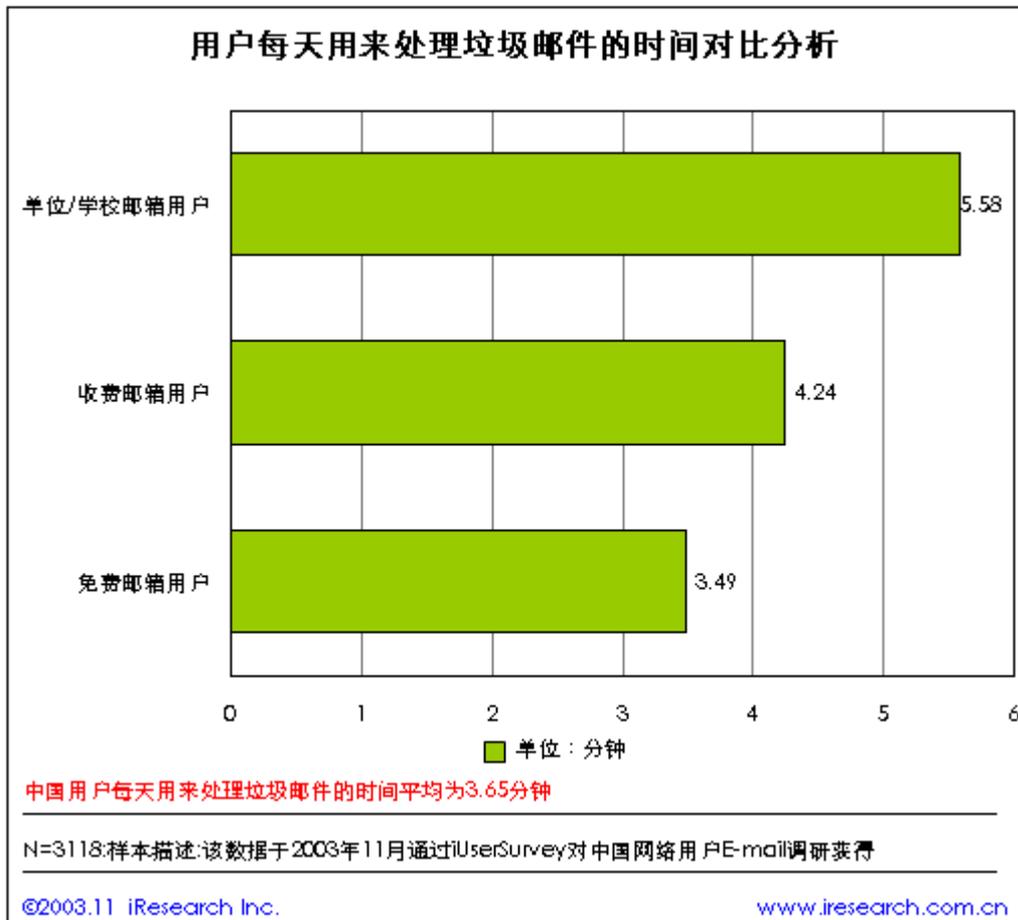
### 收费邮箱用户每天处理垃圾邮件的时间

中国收费邮箱用户每天用来处理垃圾邮件的平均时间为 4.24 分钟，略高于平均水平其中用时 1-5 分钟的占 69.8%的绝对比例。

### 使用单位/学校提供的电子邮箱用户每天用来处理垃圾邮件的时间

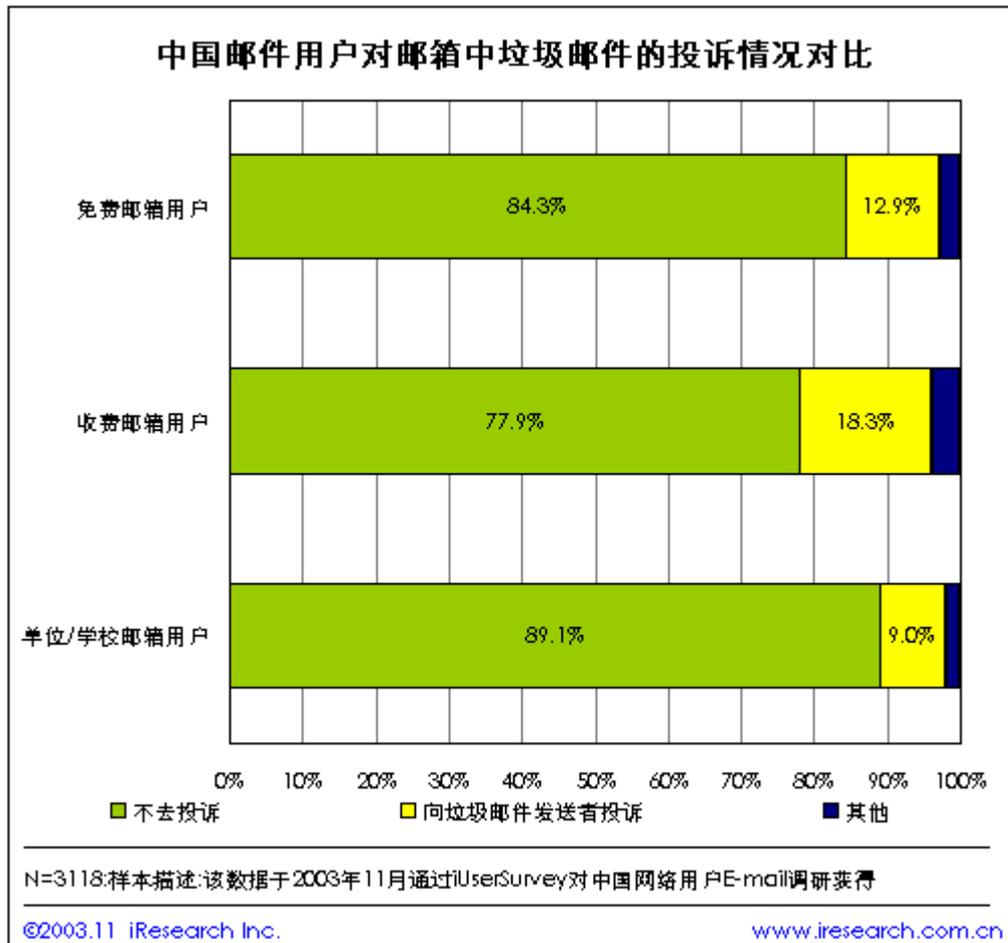
中国使用单位/学校邮箱用户每天用来处理垃圾邮件的平均时间为 4.58 分钟，远高于平均水平其中用时 1-5 分钟的占 65.9%的绝对比例。





### 6.3 不同邮箱用户对收到的垃圾邮件的投诉分析

需要说明的是，在“其他”选项中，大部分的用户表明不知怎么投诉，不知去哪投诉。由此暴露出了我们的投诉机制还不完善的弱点。



## 7、反垃圾邮件相关法律和政策

### 7.1 世界反垃圾邮件法律、政策和组织

#### 一). 加强立法

目前针对世界范围的垃圾邮件泛滥各国政府都已做出相应措施。很多国家都在反垃圾邮件立法方面加强了力度，希望通过立法手段解决垃圾邮件不断增长的问题。截至 2003 年 8 月份，美国已经有 26 个州通过了有关反垃圾邮件的立法，而且美国各届国会也曾多次提议，要求制定关于反垃圾邮件的法律。另外，日本、韩国、英国、法国、意大利、比利时、瑞典、芬兰、西班牙、挪威、丹麦，以及希腊和加拿大、印度等国家也都在立法方面制定了比较详细的反垃圾邮件法案。

韩国《新法》规定，任何人都不许通过明确禁止使用的软件或通过提供自动搜索电子邮件地址服务的网页搜集电子邮件地址，而且不允许在违反该规定的情况下出售或传播电子邮件地址；美国、日本、韩国、丹麦和奥地利等国家在反垃圾邮件的行动中，对垃圾邮件发送者采取了严厉的惩罚措施，包括对肇事者进行罚款和监禁。其中，日本和美国采取的惩罚措施比较严厉。例如，日本《反垃圾邮件法》规定，任何违反该法律的企业最高可罚款 256 万美元，个人可判处最高为两年的有期徒刑。美国《限制垃圾邮件法》中规定，凡是蓄意违反该法的垃圾邮件发送者将被处以最高达 150 万美元的罚款。

今年 9 月意大利刚刚通过全欧洲第一个针对垃圾邮件的法律，按照该法律，垃圾邮件制造者将面临最高 101600 美元的罚款以及最多三年的监禁处罚。与此同时，英国宣布实施一项针对垃圾邮件与垃圾信息制造者的法令，其覆盖的范围包括了宣传低廉房屋贷款、性娱乐途径等等不受欢迎的未认可信息的互联网电子邮件与移动电话短讯。这将使得英国成为全欧洲第二个施行相关法规的国家。按照该项法文，被法庭判处有罪的违规者将被罚款 8,057 美元，而这个数字仅仅是下限而已，重案犯所收到的罚单金额将是没有限度的。。

美国联邦贸易委员会（FTC）向国会提出了一项被称为“国际消费者保护强制法（ICPEA）”的意见草案，要求赋予其新的职权，使其能够与外国政府紧密合作，从而有效地对国内外的垃圾邮件制造者提起诉讼。

#### 二). 加强行业联合与国际合作

美国、加拿大、澳大利亚、欧盟、印度均成立了“反垃圾邮件联盟”，这些组织推进行业自律，建立专门网站，设立举报邮箱，并在网页上提供其他反垃圾邮件网站的链接。英国实行的自律机制对行业起到了一定的监督作用，同时也对用户提供了保护：建立用户监督举报机制，投资少、见效快；举报平台还可以有效地减轻监控平台的负荷压力，通过举报平台及时发布“黑名单”，可促使邮件服务器提供商和用户及时对垃圾邮件进行过滤。

各国也加强行业联合与国际合作来打击垃圾邮件，由于互联网自身的特点，打击垃圾邮件不可能由一个国家或一个组织独立完成，必须加强行业联合联动，依赖国际上各国政府、管理组织与机构的共同努力。今年7月，欧盟委员会要求其他成员国采取共同措施，打击“不请自来”的电子邮件，要求各成员国最晚于今年10月底拿出禁止垃圾邮件的法律及实施措施，对“侵犯私人生活”而受到的处罚细节做出具体规定，受害者可以向垃圾邮件来源国主管信息安全信息的部门投诉。近来各国相关组织间针对垃圾邮件的交流工作不断加强，合作日益密切。

## 7.2 中国反垃圾邮件法律、政策和组织

### 一)、我国对垃圾邮件的法律管制现状

与国外对垃圾邮件的立法现状相比，我国明显滞后，目前没有出台专门管制垃圾邮件的法律。与此相关的仅仅有2000年5月北京市工商局发布的《关于对利用电子邮件发送商业信息的行为进行规范的通告》和中国电信在2000年8月出台的垃圾邮件处理暂行办法。对于后者是一个企业的内部制度，它的实施仅仅对接受其服务的用户有效，不具有任何法律效力。

而前者是一个地方性法规，所发生的效力仅仅局限于北京市地区，对于利用众多的不在北京市的邮件服务器发送电子邮件起不到约束作用。在北京市的《关于对利用电子邮件发送商业信息的行为进行规范的通告》规定了“因特网使用者利用电子邮件发送商业信息，应遵守以下规范：1、未经收件人同意不得擅自发送；2、不得利用电子邮件进行虚假宣传；3、不得利用电子邮件诋毁他人商业信誉；利用电子邮件发送商业广告的，广告内容不得违反《广告法》的有关规定”。内容过于简单笼统，实际操作性差，作为工商行政管理部门管理的仅仅是工商企业，而对大量的普通网民不起约束作用。

### 二)、现行制裁垃圾邮件的法律依据

尽管我国目前没有专门管制垃圾邮件的法律，但在我国现行法律法规中一样可以找到制裁垃圾邮件的法律依据。前面讲的北京市的《关于对利用电子邮件发送商业信息的行为进行规范的通告》是一个直接的法律依据。

在我国的基本大法《宪法》上对此有着规定，《宪法》第40条规定：中华人民共和国的通信自由和通信秘密受法律的保护。电子邮件在今天已经好不犹豫的被认定为属于通信，其自由和秘密都应该受到法律的保护，除因国家安全或者追查刑事犯罪的需要，由公安机关或者检察机关依照法律规定的程序对通信进行检查外，任何组织或者任何个人不得以任何理由侵犯公民的通信自由和通信秘密。在《计算机信息网络国际互联网安全保护管理办法》第七条规定：用户的通信自由和通信秘密受法律保护。任何单位和个人不得违反法律规定，利用国际互联网侵犯用户的通信自由和通信秘密。垃圾邮件未经电子邮件用户同意，强迫其接受邮件，属于侵犯通信自由的行为。这仅仅是宪法的一个基本权利，实践中的操作性一样很差。打击垃圾邮件急盼着专门的法律法规出台。

### 三)、制定管制垃圾邮件的法律法规的几点思考

第一，在禁止垃圾邮件的同时，要保障用户的通信自由。我们不能否认某些电子邮件广告能够吸引其用户的注意力。我们在禁止垃圾邮件的同时，要尊重用户的意愿，如果消费者自愿接受邮件广告的话，应该认为是可以的，这种权利应该保障，否则也会侵犯宪法赋予其的基本权利。在美国所发生的几起有关垃圾邮件的案例中，法官对垃圾邮件颁发了禁制令，同时也附带了条件：必须让想收到电子广告信的消费者依然有权收到广告信。

第二，明确 ISP 的责任。这在互联网的法律管制中表现得很明显，由于互联网的特性，致使单个网民的身份很难确定，即使确定由于地域的原因，其责任一样很难追究，管制 ISP 堵住其“源头”比较合适。在美国华盛顿州有关垃圾邮件立法中就规定对于违反消费者保护法的商业性电子邮件（如使用误导标题，提供错误路径或发信源头等），ISP 明知或有意避免知悉寄信人正在传输或准备传输，而仍提供实质上的协助的，也违反消费者保护法并承担连带责任。通过对 ISP 的管制来督促 ISP 履行义务，在技术上提高防范。

第三，规定合理的赔偿制度。对发送垃圾邮件者不仅要规定其所可能负担的刑事责任、行政责任，而且还要规定一些简单具体可行的民事责任。在美国华盛顿州有关垃圾邮件立法中就规定收件人对违法电子邮件可以请求 500 美元或实际损害的损害赔偿；ISP 可以向寄件人请求 1000 美元或实际损害的损害赔偿。否则，有着良好的法律规定，但没有可行的法律责任予以追究加以保障，法律就成为一纸空文。

### 四)、初步成效

在我国，由于前期的法制法规及管理的不健全，造成了国内的反垃圾邮件形势的极度紧迫。2002 年底，由中国互联网协会、263 网络集团、新浪网共同发起的“反垃圾邮件协调小组”在北京正式成立，国内 20 多家邮件服务商首批参加了该协调小组，中国互联网由此打响了有组织抵制垃圾邮件的第一枪。

在 2003 年 8 月 8 日“反垃圾邮件协调小组”公布了首批垃圾邮件服务器“黑名单”，在 9 月 9 日零时开始封杀全球 127 个发送垃圾邮件的服务器，并拒绝由这些邮件服务器发送的邮件。这些被“封杀”的网络垃圾制造者有 90 个来自中国台湾地区，29 个来自中国以外地区。此外，还有 8 个来自中国内地。这是中国互联网行业首次进行的大规模封杀垃圾邮件服务器行动。

### 五). 推行行业自律和用户监督举报机制组织

在民间组织上中国反垃圾邮件联盟(CASA)于北京时间 9 月 11 日正式推出了中国第一个公开的实时邮件黑名单(RBL)服务。并在 11 月 11 日继续推出了增强的反垃圾邮件黑名单服务。这次发布的反垃圾邮件黑名单服务包括两个部分：CBL+和 CDL，它们作为对 CBL 的补充和完善，可以为 CBL 用户提供更好的、更有效的反垃圾手段。

## 8、结论

此次研究表明，我国反垃圾邮件现状不容乐观。我国邮件用户现在平均每人每天收到邮件7.05封，其中有1.85封为垃圾邮件，占26.2%，但是对收到的垃圾邮件投诉率却只有16.1%。高收到率，低投诉率，给垃圾邮件的泛滥造成了可乘之机。以中国网民6800万人来计算，中国用户每周收到33.56亿封邮件，其中垃圾邮件为8.8亿封。中国用户每年收到约1752亿封邮件，其中垃圾邮件为460亿封，占全球垃圾邮件量10.4%。

以每人每天用在处理垃圾邮件的时间平均为 3.65 分钟计算，每年浪费在处理垃圾邮件上的时间就近 15 亿小时，垃圾邮件浪费的中国 GDP 在 2003 年高达 48 亿元，占全球 6.2%（全球垃圾邮件造成损失 94 亿美元）。面对中国垃圾邮件暴增的情况，立法工作已迫不容缓。

## 附录

### 法律声明：

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，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版权保护。没有经过本公司书面许可，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做为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

### 公司联系方式：

上海艾瑞市场咨询有限公司  
地址：上海市紫阳路 80 号 210 室  
邮编：200030  
电话：(021)64381678, 64699956  
传真：(021)64699956

上海艾瑞市场咨询有限公司北京办事处  
地址：北京市朝阳区建国路 88 号 SOHO 现代城 D 座 2913 室  
邮编：100022  
电话：010-85806810 85800987 85804143  
传真：010-85800987  
网站：[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

### 报告顾问/业务联系：

杨伟庆  
电话：(021) 64381678  
Email：[henry@iresearch.com.cn](mailto:henry@iresearch.com.cn)