



2025年 全国网民网络安全感满意度 调查统计报告

四川卷

指导单位：网民网络安全感满意度调查活动组委会

发起单位：四川省密码行业协会等

全国135家网络社会组织及相关机构（网安联）

承办单位：广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

2025年10月

2025 年全国网民网络安全感满意度调查 统计报告

网络安全感满意度调查



四川卷

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

指导单位： 网民网络安全感满意度调查活动组委会
发起单位： 四川省密码行业协会等全国 135 家网络社会组织
及相关机构（网安联）
承办单位： 广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

2025 年 10 月

2025 年网民网络安全感满意度调查课题组

组长：高宁（总负责）

成员：黎明瑶、林灿锋、郑楚庄、陈怡敏等

网络安全感满意度调查



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

本报告数据来源于 2025 网民网络安全感满意度调查活动，任何组织和个人引用本报告中的数据和内容须注明来源出处。

组委会欢迎有关研究机构合作，深入挖掘调查数据价值，有需要者请与组委会秘书处联系。

报告查询（总报告及区域、专题、行业报告）：

网络安全共建网：www.iscn.org.cn “网安联” 公众号：



目录

一、前言.....	15
二、受访者基本情况.....	18
2.1 性别分布	18
2.2 年龄分布	18
2.3 学历分布	19
2.4 职业分布	20
2.5 担任角色	21
2.6 地区分布	22
2.7 户口分布	24
2.8 薪资分布	24
三、网络安全基本情况.....	26
3.1 网民上网行为	26
3.2 网络安全认知	30
3.3 网络安全态势与网络安全感	31
3.7 网络安全治理成效评价	44
四、公众网民版专题分析.....	52
4.1 专题 1：网络安全法治社会建设专题	52
4.2 专题 2：网络诚信建设专题	74
4.3 专题 3：遏制惩处网络违法犯罪行为专题	130
4.4 专题 4：个人信息保护和数据安全专题	153
4.5 专题 5：网络购物权益保护专题	182
4.6 专题 6：特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护	206
4.7 专题 7：互联网平台监管与企业自律专题	243
4.8 专题 8：数字政府服务与治理能力提升专题	274
4.9 专题 9：智能社会发展与治理挑战	301
五、从业人员版基本情况.....	336
5.1 性别分布	336
5.2 年龄分布	336

5.3 从业时间	337
5.4 学历分布	338
5.5 工作单位	339
5.6 工作岗位	340
5.7 单位类型	341
5.8 所属行业	342
5.9 地区分布	343
六、网络安全共性问题.....	346
6.1 安全感总体感受	346
6.2 网络安全态势感受	347
6.3 打击网络黑灰产业	349
6.4 网络安全的治理	352
七、从业人员版专题分析.....	357
7.1 专题 A：行业治理与企业合规专题	357
7.2 专题 B：行业发展与科技创新专题	358
7.3 专题 C：新技术挑战与网络安全专题	359
附件一：调查方法与数据样本情况.....	360
附件二：调查报告致谢词.....	366
附件三：调查活动组委会名单.....	367
附件四：调查活动发起单位及支持单位名单.....	370
（一）发起单位	370
核心发起单位	370
骨干发起单位	370
参与发起单位	371
（二）联合发起单位	372
（三）合作研究机构	376
（四）合作媒体	377

图表目录

图表 1: 公众网民性别分布图.....	18
图表 2: 公众网民年龄分布图.....	19
图表 3: 公众网民学历分布图.....	20
图表 4: 公众网民职业分布图.....	21
图表 5: 公众网民在互联网中担任角色比例.....	22
图表 6: 2025 公众网民各地市分布图	23
图表 7: 2025 公众网民户口分布图	24
图表 8: 2025 公众网民薪资分布图	25
图表 9: 公众网民网龄分布.....	26
图表 10: 公众网民每天上网时长.....	27
图表 11: 公众网民每月上网费用分布.....	28
图表 12: 公众网民每月上网费用负担评价.....	29
图表 13: 公众网民常用的网络应用服务.....	30
图表 14: 网民中有不安全的网络行为的比例.....	31
图表 15: 网络不良信息的网络安全问题评价.....	32
图表 16: 网络入侵攻击的网络安全问题评价.....	33
图表 17: 数据泄露被盗的网络安全问题评价.....	34
图表 18: 网络诈骗、黑灰产等的网络安全问题评价.....	35
图表 19: 网络骚扰行为的网络安全问题评价.....	36
图表 20: 网民遭遇网络安全问题的应对选择.....	37
图表 21: 2025 年公众网民网络安全感评价	38
图表 22: 网络实体和信息的信任度评价.....	39
图表 23: 网络环境的意外风险度评价.....	40
图表 24: 网络威胁的严重性评价.....	41
图表 25: 网络安全保障的信心度评价.....	42
图表 26: 公众网民对网络安全感变化的评价.....	43
图表 27: 公众网民对网络安全感变化预期的评价.....	44
图表 28: 网络空间安全治理总体状况评价.....	45

图表 29: 网络安全法治社会建设与依法治理状况评价.....	46
图表 30: 政府惩治网络违法犯罪的表现评价.....	47
图表 31: 政府对网络安全的监管和执法方面的表现评价.....	48
图表 32: 互联网企业履行网络安全责任方面的表现评价.....	49
图表 33: 政府在数字政府网上服务方面的表现评价.....	50
图表 34: 我国网络诚信社会治理总体状况评价.....	51
图表 35: 网络空间治理领域的立法建设效果评价.....	52
图表 36: 网络安全立法的薄弱环节.....	53
图表 37: 法制宣传活动的效果评价.....	54
图表 38: 网络安全普法教育工作的薄弱环节.....	55
图表 39: 网络安全立法的薄弱环节.....	56
图表 40: 公众网民对网络安全法律、规章及政策标准的了解.....	57
图表 41: 网民对“帮信罪”的行为看法.....	58
图表 42: 网络安全法律法规知识来源渠道.....	59
图表 43: 网络素养水平和网络守法方面的表现评价.....	60
图表 44: 《个人信息保护法》施行情况.....	61
图表 45: 个人信息保护实施效果方面的表现评价.....	62
图表 46: 网络知识产权保护实施效果方面的表现评价.....	63
图表 47: 网络暴力实施效果方面的表现评价.....	64
图表 48: 网络诈骗实施效果方面的表现评价.....	65
图表 49: 公益诉讼实施效果方面的表现评价.....	66
图表 50: 网络安全司法工作状况评价.....	67
图表 51: 网络安全领域中司法工作在维护公平正义的成效评价.....	68
图表 52: 网络安全法治建设的参与度和关注度.....	69
图表 53: 企业或社会组织参与网络安全治理工作的普遍程度.....	70
图表 54: 社会组织或公民参与网络安全领域治理的状况满意度评价.....	71
图表 55: 社会监督效果状况满意度评价.....	72
图表 56: 网民利益代表的看法.....	73
图表 57: 网络诚信总体状况评价.....	74

图表 58: 线上新媒体网络诚信状况评价.....	75
图表 59: 短视频和直播网络诚信状况评价.....	76
图表 60: 社交平台网络诚信状况评价.....	77
图表 61: 电商平台网络诚信状况评价.....	78
图表 62: 互联网游戏平台网络诚信状况评价.....	79
图表 63: 影视娱乐平台网络诚信状况评价.....	80
图表 64: 自媒体平台网络诚信状况评价.....	81
图表 65: 家政、婚姻、职介、房产等网络中介网络诚信状况评价.....	82
图表 66: 物流配送平台网络诚信状况评价.....	83
图表 67: 在线教育培训网络诚信状况评价.....	84
图表 68: 搜索服务网络诚信状况评价.....	85
图表 69: 电信运营商网络诚信状况评价.....	86
图表 70: 金融服务平台网络诚信状况评价.....	87
图表 71: 在线旅游服务平台网络诚信状况评价.....	88
图表 72: 交通工具类平台网络诚信状况评价.....	89
图表 73: 个人信息滥用变化评价.....	90
图表 74: 网络谣言变化评价.....	91
图表 75: 网络诈骗变化评价.....	92
图表 76: 网络水军变化评价.....	93
图表 77: 网络暴力信息变化评价.....	94
图表 78: 自媒体乱象变化评价.....	95
图表 79: 人工智能技术滥用变化评价.....	96
图表 80: 生成式人工智能等新技术滥用变化评价.....	97
图表 81: 网络诚信状况变化的评价.....	98
图表 82: 网络诚信状况改善的原因.....	99
图表 83: 网络诚信状况恶化的原因.....	100
图表 84: 政府部门（事业单位）发布信息信任度评价.....	101
图表 85: 社会组织发布信息信任度评价.....	102
图表 86: 企业发布信息信任度评价.....	103

图表 87: 新闻媒体报道信任度评价.....	104
图表 88: 专家学者言论信任度评价.....	105
图表 89: 朋友圈发布信息信任度评价.....	106
图表 90: 网络自媒体、大 V 发布的信息信任度评价.....	107
图表 91: 互联网不诚信行为.....	108
图表 92: 互联网不诚信行为现象.....	109
图表 93: 网民对网络诚信问题的应对.....	110
图表 94: 网络薅羊毛不诚信行为存在问题.....	111
图表 95: 造成电商直播不诚信行为的主要因素.....	112
图表 96: 自媒体乱象现状.....	113
图表 97: 自媒体平台违规行为治理.....	114
图表 98: 自媒体乱象整治效果评价.....	115
图表 99: “网络身份认证公共服务”的知晓率.....	116
图表 100: “国家网络身份认证公共服务平台”的信任度评价.....	117
图表 101: 网络谣言的渠道来源.....	118
图表 102: 网络谣言成因	119
图表 103: 官方加强辟谣措施效果评价	120
图表 104: 官方辟谣措施不足原因	121
图表 105: 热点舆情事件转发率	122
图表 106: 热点舆情事件的真实性确认行为	123
图表 107: 转发、评论热点舆情事件行为的动机	124
图表 108: 热点舆情事件的传播效应因素	125
图表 109: 网络舆情处置的期望	126
图表 110: 网民整体网络诚信自律的表现评价	127
图表 111: 应加强的网络诚信建设信用主体	128
图表 112: 网络诚信治理的参与方式	129
图表 113: 网络上遭遇违法犯罪的情况	130
图表 114: 需加强打击的网络违法犯罪行为	131
图表 115: 网络诈骗态势	132

图表 116: 新型技术诈骗类型	133
图表 117: 各类网络诈骗形式	134
图表 118: 网络诈骗信息传播开展渠道	135
图表 119: 网民对电信诈骗的应对措施	136
图表 120: 网络诈骗投诉或举报处理结果的评价	137
图表 121: 反诈骗服务渠道的认知度	138
图表 122: 所在社区、校园及企业开展防诈骗宣传活动情况	139
图表 123: 防诈骗宣传活动的渠道	140
图表 124: 网络勒索病毒、木马等破坏性程序的威胁	141
图表 125: 个人网络安全防范措施的落实情况	142
图表 126: 网络不良信息威胁	143
图表 127: 色情暴力等低俗网络信息数量变化情况	144
图表 128: 遇到网络低俗信息的应对措施	145
图表 129: 网络低俗信息投诉处理效果评价	146
图表 130: 网络诈骗打击力度成效	147
图表 131: 跨境诈骗犯罪泛滥原因	148
图表 132: 加强应对跨境诈骗建议	149
图表 133: 遏制网络违法违规工作的工作成效评价	150
图表 134: 对遏制网络违法行为工作成效不满意的地方	151
图表 135: 对打击和遏制网络违法行为工作的期望	152
图表 136: 个人信息保护状况评价	153
图表 137: 网络个人信息泄露现状	154
图表 138: 个人信息保护做得不好的应用领域	155
图表 139: 个人信息泄露的环节	156
图表 140: 开盒现象的遭遇率.....	157
图表 141: 遭遇“开盒”时的采取措施.....	158
图表 142: 遭遇“开盒”所受到的影响.....	159
图表 143: “开盒者”的动机.....	160
图表 144: “开盒”可能造成的社会危害.....	161

图表 145: 个人信息被泄露或被滥用的情况	162
图表 146: 个人信息泄露的应对	163
图表 147: 算法背后的精准诈骗	164
图表 148: 人工智能个人信息安全保护	165
图表 149: 生物识别技术个人信息泄露风险	166
图表 150: 违规使用人脸识别遇见率	167
图表 151: 强制刷脸识别的风险应对	168
图表 152: 公众网民遭遇 APP 收集信息的情况	169
图表 153: 个人信息保护监管有效性评价	170
图表 154: 个人信息保护监管的行业对象	171
图表 155: APP 运营者在个人信息保护方面的表现	172
图表 156: 公众网民对个人信息安全保护法律法规的了解	173
图表 157: 个人信息保护被滥用或泄露时维权途径	174
图表 158: 个人信息被滥用或泄露时监管机关处理方式的满意度评价	175
图表 159: 《个人信息保护法》个人信息保护公益诉讼制度了解程度	176
图表 160: 个人信息保护民事公益诉讼困境	177
图表 161: 个人信息保护公益诉讼建议	178
图表 162: 数据安全保护方面的问题	179
图表 163: 数据安全保护的不足	180
图表 164: 个人信息保护和数据安全治理的期望	181
图表 165: 网络购物安全状况满意度评价	182
图表 166: 网民网络购物年平均消费情况	183
图表 167: 电商平台刷单的严重程度	184
图表 168: 电商平台刷单问题治理效果评价	185
图表 169: 电商平台上商家评价数据的信任度	186
图表 170: 网络平台虚假宣传和虚假评价看法	187
图表 171: “好评返现”现象的举措	188
图表 172: 新型网络购物方式	189
图表 173: 新型购物方式的关注点	190

图表 174: 电商直播购物的问题	191
图表 175: 网红带货的认可度	192
图表 176: 公众网民对电商直播渠道购买商品的关注点	193
图表 177: 平台推送“擦边”内容遇见率	194
图表 178: “擦边”内容推送对购物体验的影响	195
图表 179: 遇见不合适推送内容所采取的措施	196
图表 180: 消费者权益保障现状	197
图表 181: 密码技术应用措施	198
图表 182: 网络购物权益遇见率	199
图表 183: 网络购物纠纷维权应对措施	200
图表 184: 网络购物纠纷放弃维权的原因	201
图表 185: 网络购物维权结果的满意度评价	202
图表 186: 网络购物维权的难点	203
图表 187: 网络购物安全权益保障的期望	204
图表 188: 网络平台在消费者权益保护的期望	205
图表 189: 未成年人网络权益保护状况满意度评价	206
图表 190: 未成年人上网的情况	207
图表 191: 未成年人日均上网时长	208
图表 192: 未成年人常用的网络应用服务	209
图表 193: 未成年人上网风险	210
图表 194: 移动互联网未成年人模式的了解及使用情况	211
图表 195: 了解移动互联网未成年人模式的渠道	212
图表 196: 移动互联网未成年人模式的常用性	213
图表 197: 移动互联网未成年人模式家长管控功能的实用性	214
图表 198: 移动互联网未成年人模式不足原因	215
图表 199: 网民对防止未成年人网络沉迷措施有效性评价	216
图表 200: 未成年人接触不良信息的措施	217
图表 201: 网络信息分级制度的支持度	218
图表 202: 网络信息分级制度的好处	219

图表 203: 未成年人使用 AI 情感陪伴智能体的看法.....	220
图表 204: 未成年人心理或情绪问题状况.....	221
图表 205: 未成年人心理或情绪问题产生因素.....	222
图表 206: 未成年人心理情绪问题康复困难点.....	223
图表 207: 未成年人网络游戏消费支出.....	224
图表 208: 打击诱导未成年人消费措施成效.....	225
图表 209: 减少未成年人网络游戏消费的外部因素.....	226
图表 210: 对引导未成年人健康上网起主要作用的角色.....	227
图表 211: 未成年人安全健康上网教育	228
图表 212: 未成年人网络权益保护宣传/网络素养教育课程等工作的评价	229
图表 213: 网络素养教育课程的建议.....	230
图表 214: 老年人网络权益保护的痛点问题.....	231
图表 215: 老人使用互联网感到困难的原因.....	232
图表 216: 网络应用适老化改造效果满意度评价.....	233
图表 217: 网络应用适老化改造普及性评价	234
图表 218: 网络应用适老化改造实用性评价	235
图表 219: 网络应用适老化改造易学性评价	236
图表 220: 网络应用适老化改造通用性评价	237
图表 221: 老年人跨越数字鸿沟障碍的服务或措施.....	238
图表 222: 残障人士使用网络应用的支持效果满意度评价.....	239
图表 223: 老人网瘾现象	240
图表 224: 老年人沉迷网络的主要原因.....	241
图表 225: 老年人沉迷网络问题的有效措施	242
图表 226: 不良信息的接触率.....	243
图表 227: 网络欺凌等情况严重性的评价.....	244
图表 228: 大数据杀熟或被区别对待的遇见率	245
图表 229: 网络营销账号的监管效果.....	246
图表 230: 网络营销账号监管的不足.....	247

图表 231: 政府部门对互联网平台的监管效果评价.....	248
图表 232: 自媒体平台信息发布检查措施的效果.....	249
图表 233: 自媒体平台检查措施的不足.....	250
图表 234: 网络谣言的监管或辟谣措施的效果.....	251
图表 235: 网络谣言的监管或辟谣措施的不足.....	252
图表 236: 网络舆情发展的正确引导.....	253
图表 237: 直播应用的监管.....	254
图表 238: 电商服务类平台的监管评价	255
图表 239: 生活服务类平台的监管评价	256
图表 240: 社交娱乐类平台的监管评价	257
图表 241: 信息服务类平台的监管评价	258
图表 242: 金融服务类平台的监管评价	259
图表 243: 应用服务类平台的监管评价	260
图表 244: 需加强治理的互联网应用领域.....	261
图表 245: 互联网平台企业不规范经营、不正当竞争问题.....	262
图表 246: 电商不正当竞争行为泛滥的原因.....	263
图表 247: 电商不正当竞争行为管治期望和建议.....	264
图表 248: 互联网企业合规自律评价.....	265
图表 249: 需加强整治的自媒体行业乱象.....	266
图表 250: 自媒体行业乱象的原因.....	267
图表 251: 自媒体乱象专项行动治理效果.....	268
图表 252: 自媒体乱象整治效果评价	269
图表 253: 自媒体发布信息的监管.....	270
图表 254: 互联网企业合规自律评价.....	271
图表 255: 互联网平台自律评价.....	272
图表 256: 互联网平台自律满意度评价.....	273
图表 257: 政府网上服务的渗透率.....	274
图表 258: 网民优先选择的服务渠道.....	275
图表 259: 不选网上服务的原因.....	276

图表 260: 网上政务服务事项建设状况.....	277
图表 261: 政府网上服务覆盖度满意度.....	278
图表 262: 数字政府服务满意度影响因素	279
图表 263: 数字政府服务在消除地区、人群差异的公平度.....	280
图表 264: 政府网上服务消除城乡地区差异评价.....	281
图表 265: 政府网上服务提供适老化服务评价.....	282
图表 266: 政府网上服务支持多种语言评价.....	283
图表 267: 政府网上服务支持弱能人士评价.....	284
图表 268: 网民对政府网上服务便利性的评价.....	285
图表 269: 政府网上服务便利性的不足.....	286
图表 270: 网民对政府网上服务便利性的评价.....	287
图表 271: 数字政府服务的信息安全保护措施的信任程度评价.....	288
图表 272: 信息泄露的常见领域.....	289
图表 273: 线上政务服务的不足.....	290
图表 274: 政府部门或机构投诉热线知晓率.....	291
图表 275: 政府举报平台投诉处理结果.....	292
图表 276: 数字政府服务用户体验.....	293
图表 277: 智慧化便民应用的关注点	294
图表 278: “数字化无障碍政府”的服务需求.....	295
图表 279: 应加强的智能化高效治理.....	296
图表 280: 乡村地区所需数字政府服务或公共服务.....	297
图表 281: 数字政府建设在应急和网络舆情管理方面的表现.....	298
图表 282: 政府在公共信息基础设施方面改进的空间.....	299
图表 283: 政府信息化工程建设的成效.....	300
图表 284: 人工智能应用使用率.....	301
图表 285: 人工智能应用工具使用率.....	302
图表 286: 智能生活应用场景体验率.....	303
图表 287: AI 生成内容的错误或虚构事实遇见率	304
图表 288: AI 内容生成错误的应对	305

图表 289: AI 生成内容的可靠性评价	306
图表 290: 人工智能生成的虚假信息误导性评价	307
图表 291: 新智能技术接受度	308
图表 292: 新智能技术接受度受阻的主要因素	309
图表 293: 智能社会的安全感评价	310
图表 294: 智能社会的获得感评价	311
图表 295: 智能社会的幸福感评价	312
图表 296: 智能技术所带来未知风险的感受	313
图表 297: “现在人类社会已经进入智能社会阶段”说法的认同度	314
图表 298: “智能社会里人工智能技术是主要生产力”说法的认同度	315
图表 299: “智能社会里人工智能技术将无所不在”说法的认同度	316
图表 300: “不掌握人工智能技术的人将会被淘汰”说法的认同度	317
图表 301: “智能社会里人要学会和智能体（人工智能代理）共处和互动” 说法的认同度	318
图表 302: “智能社会里大部分工作将被人工智能系统代替”说法的认同度	319
图表 303: “智能社会将会有新的工作岗位出现，大部分的人不会失业”说 法的认同度	320
图表 304: “老年人也要学会使用人工智能应用”说法的认同度	321
图表 305: “智能社会里人际关系可能更疏远”说法的认同度	322
图表 306: “人工智能系统能力将超越人类，人类可能会被其控制”说法的 认同度	323
图表 307: “人工智能应用会带来风险，必须加以管控”说法的认同度	324
图表 308: “智能社会里物质供应将大为丰富，价值评估将会重整”说法的 认同度	325
图表 309: 智能社会对学习、工作、生活的冲击	326
图表 310: 智能社会冲击的应对措施	327
图表 311: 使用智能技术存在的风险	328
图表 312: 智能社会发展下网络治理的挑战	329

图表 313: 人工智能产品或服务的整体满意度.....	330
图表 314: 使用人工智能产品或服务的问题.....	331
图表 315: 使用人工智能服务时的关注点.....	332
图表 316: 智能社会相关治理的整体满意度.....	333
图表 317: 提升智能社会治理效能的关键因素.....	334
图表 318: 网络治理下智能社会发展挑战的建议.....	335
图表 319: 从业人员性别分布图	336
图表 320: 从业人员年龄分布图	337
图表 321: 从业人员从业时间分布图	338
图表 322: 从业人员学历分布图	339
图表 323: 从业人员工作单位分布占比	340
图表 324: 从业人员工作岗位分布	341
图表 325: 工作单位类型	342
图表 326: 工作单位所属行业	343
图表 327: 2025 从业人员各地市分布图	344
图表 328: 从业人员安全感评价分布图	346
图表 329: 从业人员安全感变化评价	347
图表 330: 在工作中最常面对的网络安全威胁遇见率	348
图表 331: 网络安全事件频繁出现的原因	349
图表 332: 互联网黑灰产业活跃情况	350
图表 333: 常见黑灰产业类别	351
图表 334: 整治网络黑灰产业关键手段评价	352
图表 335: 网络安全最突出或亟需治理问题	353
图表 336: 维护网络安全最需要采取的措施	354
图表 337: 网络安全的相关管理部门认知度	355
图表 338: 政府部门网络安全监管力度评价	356

一、前言

关山初度尘未洗，策马扬鞭再奋蹄。2025年是“十四五”规划收官、“十五五规划”谋篇布局之年，也是全面深化网络安全领域改革、推进网络强国建设的关键一年。在这一年里，以习近平同志为核心的党中央团结带领全党全国各族人民积极作为、攻坚克难，加紧实施积极有为的宏观政策，大力发展新质生产力，不断深化改革开放，加快构建新发展格局，着力稳就业、稳企业、稳市场、稳预期，高质量发展取得新成效。我国经济呈现总体平稳、稳中有升的态势，充分展现出我国经济的强大活力与韧性。在这一年里，国际形势复杂多变，国际经济贸易秩序遭遇挑战，美国发起的贸易战和关税战冲击了全球供应链，不确定因素增多。地缘政治方面，台海局势风波又起，大国博弈日趋激烈。世界百年变局和信息革命浪潮相互冲击和演进。在这一年里，网络信息技术加速发展，以人工智能为代表的战略性新兴产业和未来产业蓬勃发展，网络信息化成为重塑世界发展格局的重要力量，网络空间成为大国博弈的重要领域。因此，加强网络空间治理，有效地防范网络安全风险，维护网络空间安全，提升全民网络安全素质，已经成为我们必须面对的问题和挑战。

筑牢网络安全屏障，助推网络强国建设，走出一条具有中国特色的用网治网之道是我国网络空间治理的重要课题和任务。提升网络空间治理水平事关国家长治久安，事关经济社会发展和人民群众福祉。截至2025年6月，我国网民规模已达11.23亿人，互联网普及率提高至79.7%（数据来源：第56次《中国互联网络发展状况统计报告》），我国已经形成了全球规模最大的数字社会。网络空间是亿万民众共同的精神家园，建设风清气正的网络空间，越来越成为广大网民共同的追求和期待。开展网民网络安全感满意度调查，旨在进一步贯彻落实习近平总书记关于网络强国的重要思想，增强全体国民的网络安全意识和防范能力，筑牢可信可控的网络安全屏障，深化网络文明建设，营造清朗有序的网络空间，形成网络文明人人参与、共享共建的生动局面。

网民网络安全感满意度调查的宗旨就是以人为本，广大网民是网络活动的直接参与者。调查活动直接面向网民大众，通过问卷调查的方式为大家提供表达诉求的渠道，让政府主管部门可以直接倾听广大网民对网络安全治理的感受和了解

现存的网络安全治理问题，更好地倾听民声、尊重民意、顺应民心。同时也向广大网民宣传网络安全的相关政策、法规和知识，提升公众网络安全素养，自觉抵制网上不良信息和网络违法行为，共同守护好清朗的网络空间。

为充分发挥网络安全社会组织在网络空间建设中的桥梁作用，切实履行网络社会组织的社会责任，全面提升社会组织服务国家及地方政府网络安全建设的能力和水平，促进全国网络安全事业的发展，从 2018 年开始由全国多家网络安全社会组织联合发起了每年一度的全国网民网络安全感满意度调查活动。调查活动及其报告引起社会积极反响，有力地推动全国各地网络安全宣传教育和网络治理措施的落实。

建设网络强国是我国重要发展战略，在新时代全面推进现代化建设的背景下，开展 2025 年度全国网民网络安全感满意度调查别具意义。调查活动通过收集人民群众对网络安全治理的意见和建议，为网络空间治理提供方向和依据，既贯彻落实了“网络安全为人民，网络安全靠人民”的重要思想，又深刻体现了网络安全治理中的“人民性”的本质要求。本年度调查活动由全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织联合发起，公安、网信等各级政府网络安全主管部门对活动给予了强有力的指导和支持。同时，相关的业务主管部门也提供了各种关心和支持，各参与单位和企业、机构等密切配合，充分保证了调查活动的成功举办。

2025 年 7 月，以“网络安全为人民，网络安全靠人民”为活动主题的 2025 网民网络安全感满意度调查活动正式启动。7 月 22 日开始全国各大网络平台同步开展信息推送，同时数据采集平台开通线上采集通道，正式对外采集数据，至 8 月 15 日 24 时结束。

本次调查活动共收回问卷总数为 164.5895 万份（主问卷+专题问卷），其中公众网民版为 123.9164 万份，网络从业人员版 40.6731 万份。采集回来的数据经过清洗后，有效问卷总数为 77.8166 万份，其中，公众网民版 63.3224 万份，网络从业人员版 14.4942 万份。丰富的数据量为课题研究打下坚实基础。

本报告由课题组基于 2025 年度网民网络安全感满意度调查活动收集回来的有效问卷数据，经过对调查数据进行整理、统计、初步分析后编写形成。报告力求真实、客观地反映参与调查的网民群体的网络安全感和满意度的感受，揭示网

络安全的态势和网民的关注点和痛点以及期望,为有关各方开展网络空间安全治理研究和治理实践提供参考。

网络安全感满意度调查



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

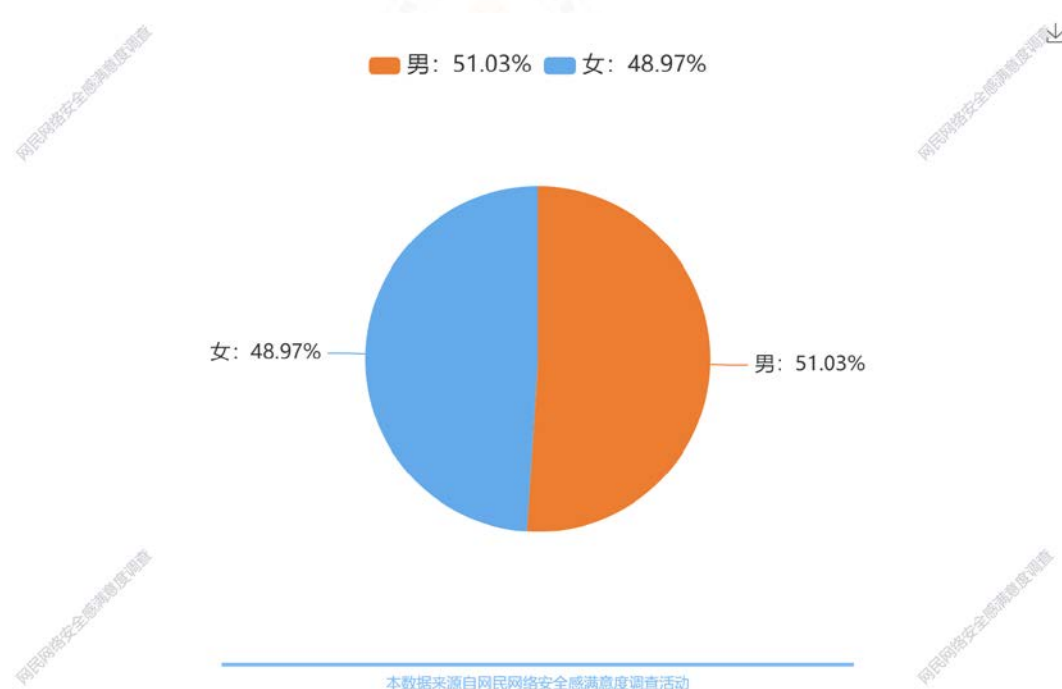
二、受访者基本情况

本次问卷调查共收回四川省公众版网民网络安全感满意度调查问卷 9668 份，经数据清洗消除无效数据后，共有 1967 份问卷数据纳入统计。数据样本有效性为：20.35%。

以下统计数据基于本次调查问卷有效样本统计而成，反映的是参与调查活动的公众网民意见和情况。报告中“全国”是特指全国范围参与调查的有效样本的总体，“各省”、“各市”也是基于参与调查的有效样本中分布在各省、各市的子集。本报告是四川省报告，数据统计范围涵盖四川省。

2.1 性别分布

参与调查的男性网民占 51.03%，女性网民占 48.97%。



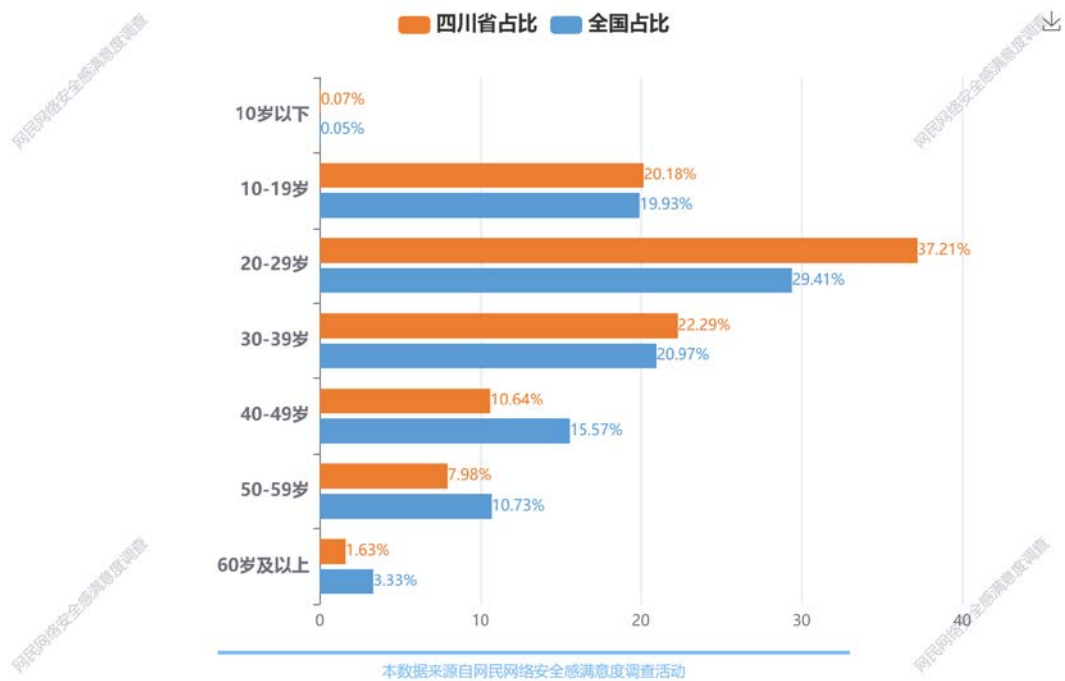
图表 1：公众网民性别分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 1 题：您的性别？）

2.2 年龄分布

数据显示 10 岁以下占比 0.07%，10 岁到 19 岁占 20.18%，20 岁到 29 岁占 37.21%，30 岁到 39 岁占 22.29%，40 岁到 49 岁占 10.64%，50 岁到 59 岁占 7.98%，

60 岁及以上占 1.63%。30 岁以下年轻人占比达 57.46%。

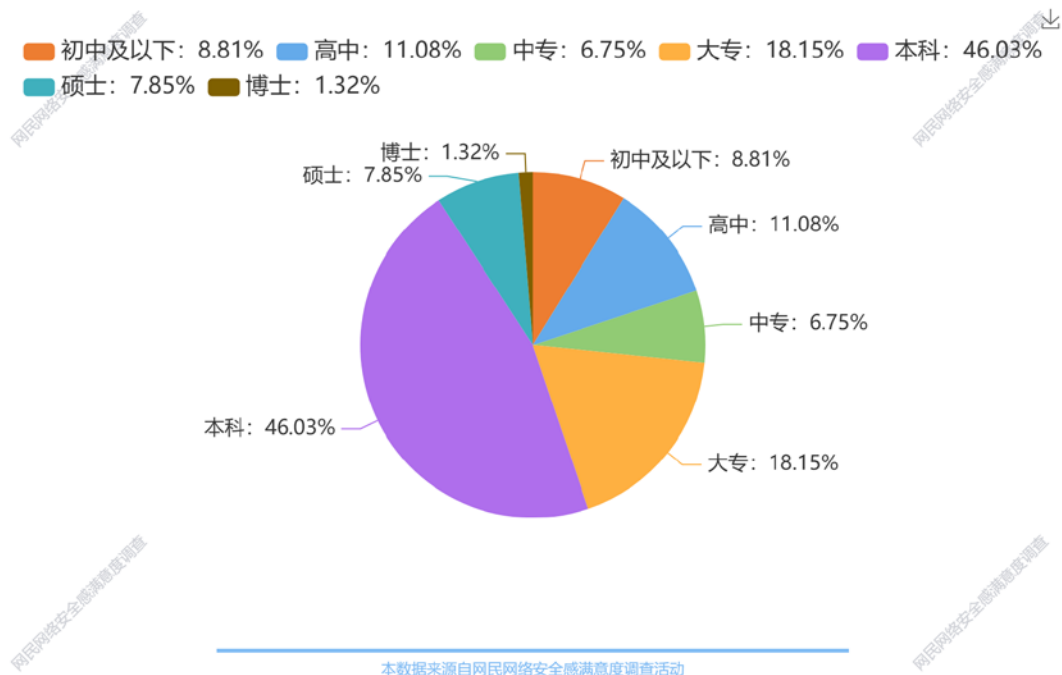


图表 2：公众网民年龄分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 2 题：您的年龄？）

2.3 学历分布

参与调查的网民中本科学历人数最多，占比 46.03%，其次是大专学历占 18.15%，第三是高中占 11.08%。普遍网民群体中受教育的程度，本科及大专学历占比较高。

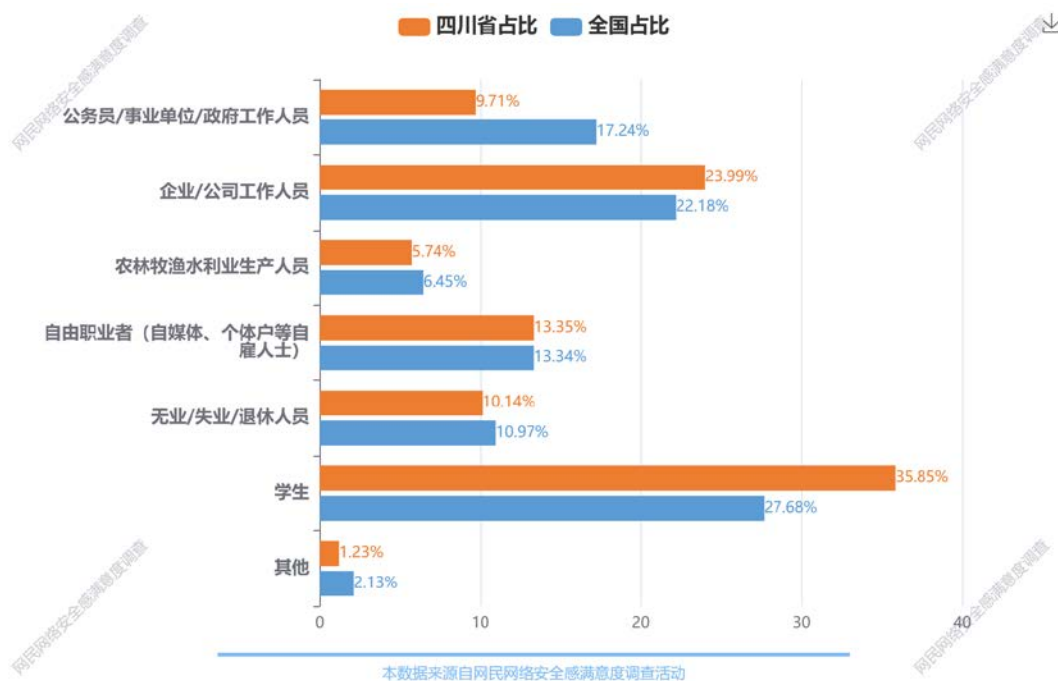


图表 3：公众网民学历分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 3 题：您的学历？）

2.4 职业分布

参与调查的网民职业中最高为学生，占比 35.85%，其次是企业/公司工作人员占比 23.99%，自由职业者（自媒体、个体户等自雇人士）占比 13.35%，无业/失业/退休人员占比 10.14%，公务员/事业单位/政府工作人员占比 9.71%，农林牧渔水利业生产人员占比 5.74%。与全国数据相比，表示公务员/事业单位/政府工作人员的比例要低 7.53 个百分点，表示企业/公司工作人员比例要高 1.81 个百分点。

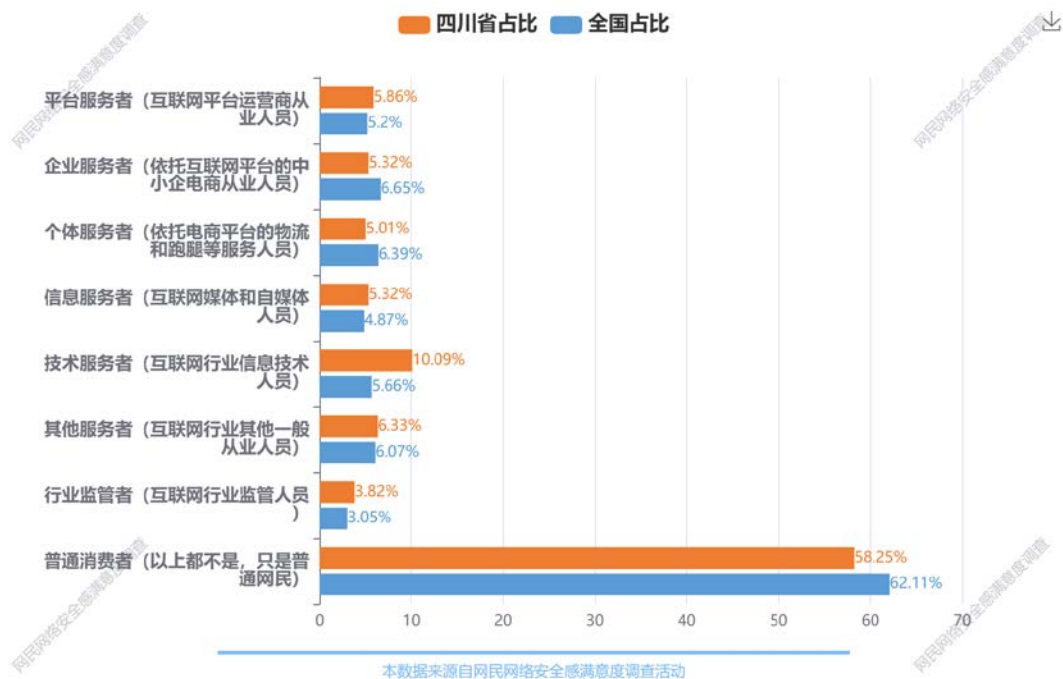


图表 4：公众网民职业分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 4 题：您的职业身份？）

2.5 担任角色

参与调查的网民中普通消费者（以上都不是，只是普通网民）占 58.25%，技术服务者（互联网行业信息技术人员）占比 10.09%，其他服务者（互联网行业其他一般从业人员）占比 6.33%，平台服务者（互联网平台运营商从业人员）占比 5.86%。调查显示，有 16.42%的人在与网络安全相关的岗位工作，有 3.82%的人是互联网行业监管人员。与全国数据相比，表示企业服务者（依托互联网平台的中小企电商从业人员）的比例要低 1.33 个百分点，表示技术服务者（互联网行业信息技术人员）比例要高 4.43 个百分点。

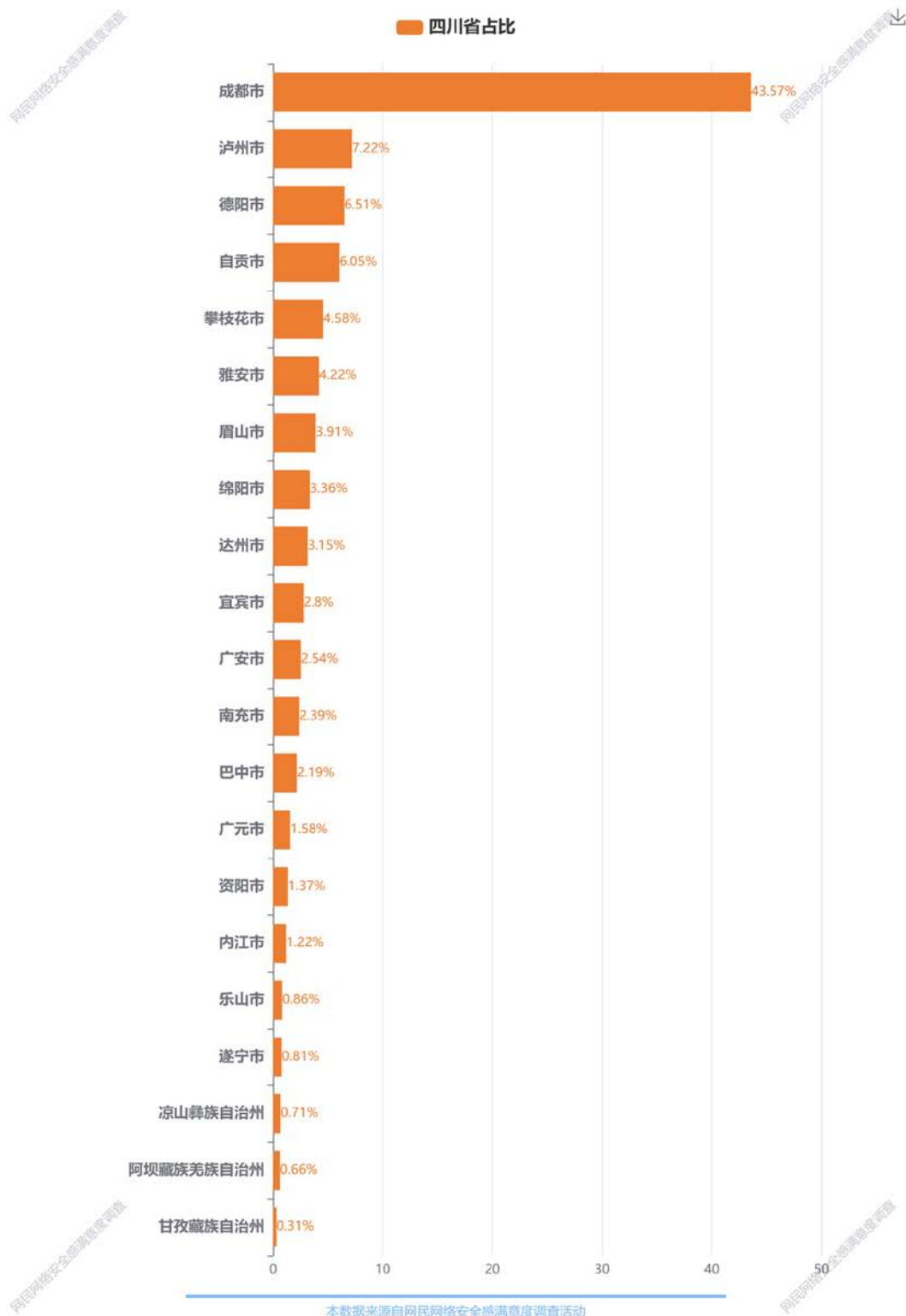


图表 5：公众网民在互联网中担任角色比例

(图表数据来源：公众网民版一级问卷第 5 题：您在互联网中担任的网民角色？)

2.6 地区分布

参与调查的网民来自四川省下辖 21 个地级市（区）。四川省内各地区都有一定数量的网民参加调查，其中成都市、泸州市、德阳市、自贡市、攀枝花市、雅安市、眉山市、绵阳市、达州市、宜宾市前 10 位。四川省内网民常住地(居住满 6 个月)的地区分布情况如下图：

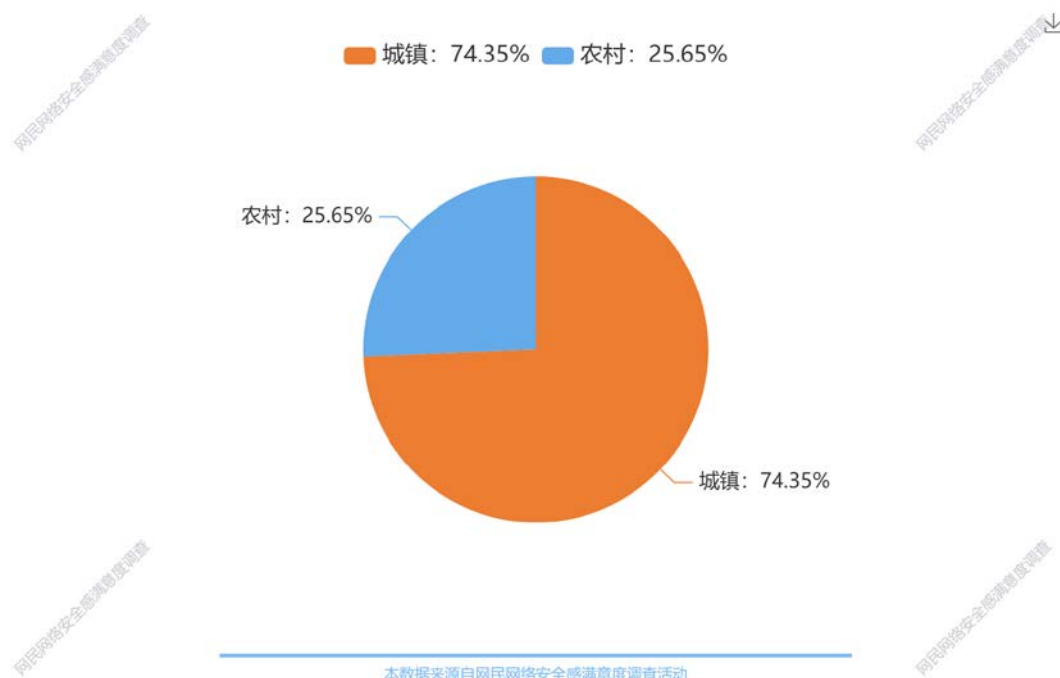


图表 6：2025 公众网民各地市分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 6 题：您现在的常住地？（居住满 6 个月或以上））

2.7 户口分布

参与调查的网民城镇户口占 74.35%，农村户口占 25.65%。

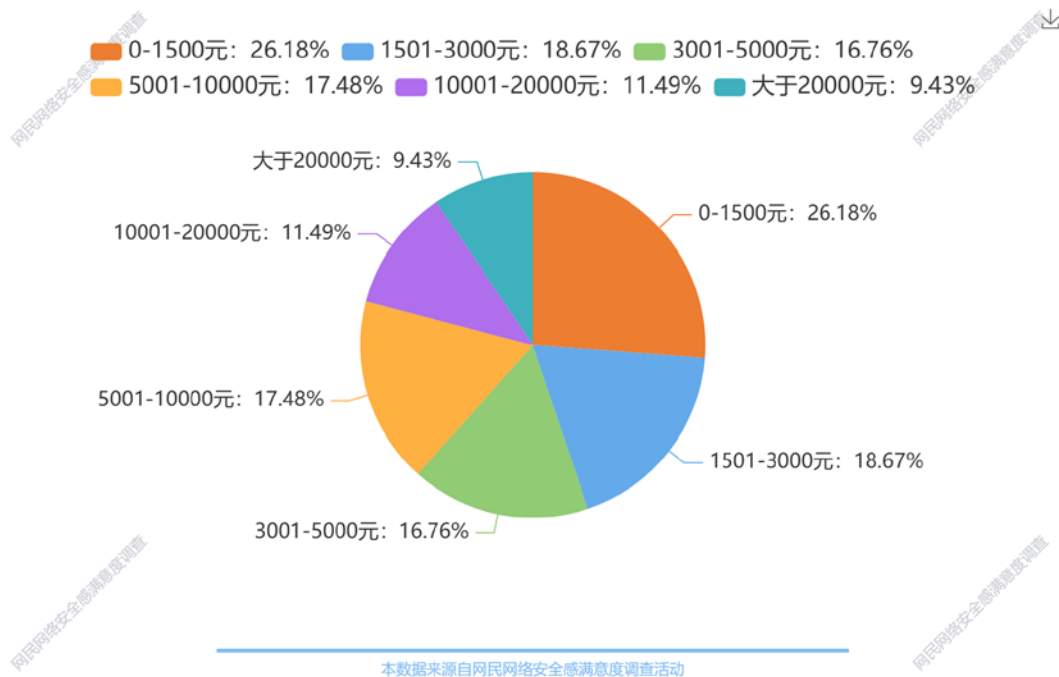


图表 7：2025 公众网民户口分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 7 题：您目前居住在城镇还是农村？）

2.8 薪资分布

参与调查的网民中 0-1500 元月收入人数最多，占比 26.18%，其次是 1501-3000 元占比 18.67%，5001-10000 元占比 17.48%，3001-5000 元占比 16.76%，10001-20000 元占比 11.49%，大于 20000 元占比 9.43%。与全国数据相比，表示 3001-5000 元的比例要低 4.91 个百分点，表示 0-1500 元比例要高 1.91 个百分点。



图表 8：2025 公众网民薪资分布图

（图表数据来源：公众网民版一级问卷第 8 题：您去年平均每月收入处在哪一个档次？（选答））

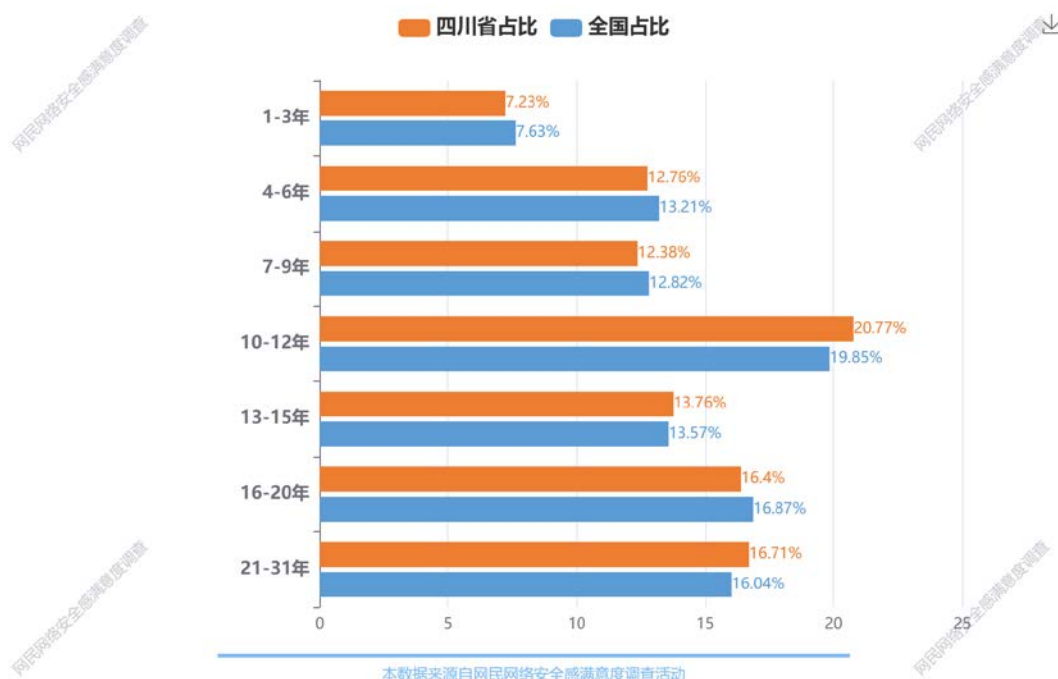
广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

三、网络安全基本情况

3.1 网民上网行为

（1）网龄分布

大部分受调查网民有多年上网、用网经验，有 45.91%网龄在 4-12 年之间，其中网龄 4-6 年占 12.76%，7-9 年占 12.38%，10-12 年占 20.77%。10 年以上网龄人数占 67.64%。与全国数据排序一致。

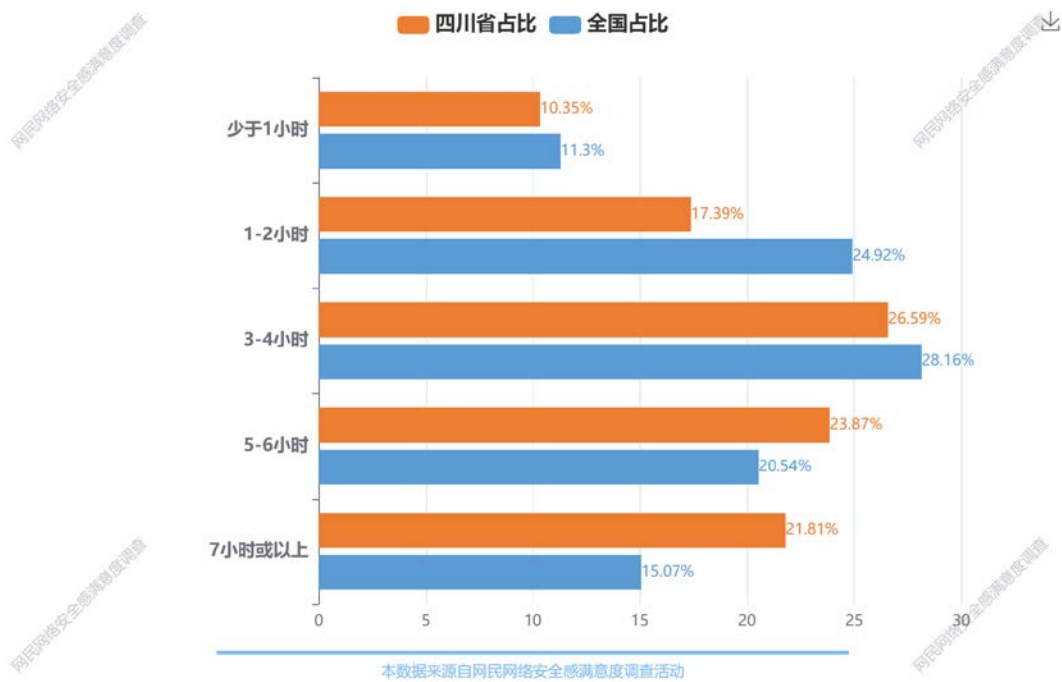


图表 9：公众网民网龄分布

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 9 题：您上网已经有多少年（网龄）？）

（2）上网时长

参与调查的公众网民中平均每天上网时长 4 小时以内 54.33%，3 小时以上为 72.27%，2 小时以下为 27.74%。23.87%的网民上网时间 5-6 小时，21.81%的网民上网时间超过 7 小时。与全国数据相比，表示 1-2 小时的比例要低 7.53 个百分点，表示 5-6 小时比例要高 3.33 个百分点。

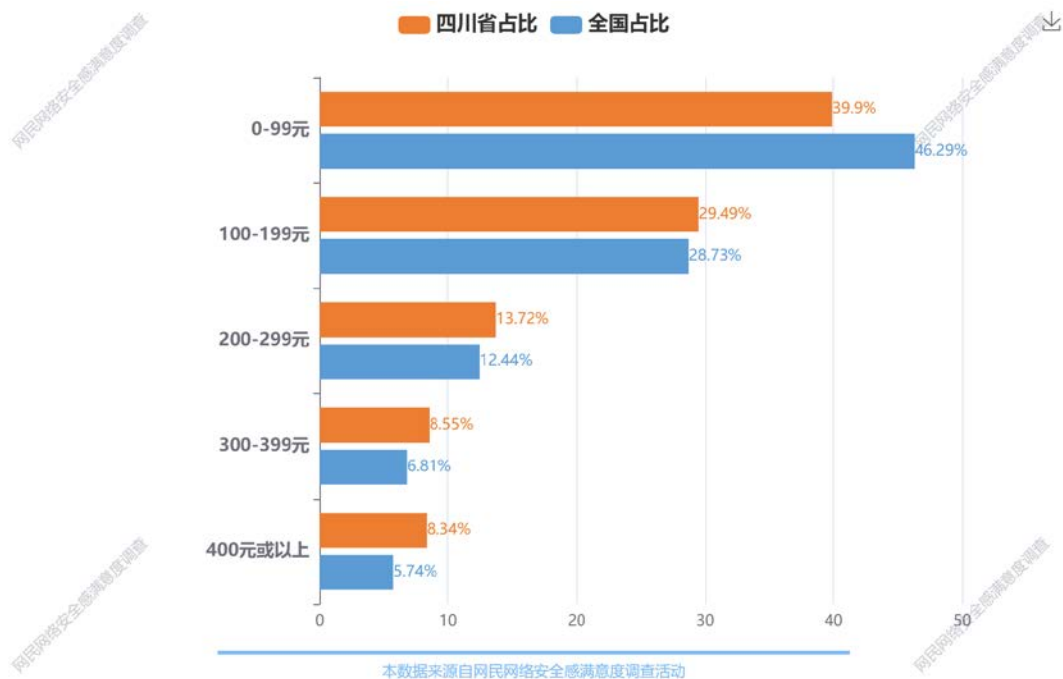


图表 10：公众网民每天上网时长

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 10 题：您平均每天上网的时长是多少小时？）

（3）网费支出

参与调查的公众网民中平均每月支出上网费用（手机流量和宽带费用）在 0-99 元的比例最高。39.9%每月上网费用在 99 元以下；29.49%每月上网费用在 100 元—199 元；13.72%每月上网费用在 200 元—299 元；超过 16.89%每月上网费用在 300 元以上。与全国数据相比，表示 0-99 元的比例要低 6.39 个百分点，表示 200-299 元比例要高 1.28 个百分点。

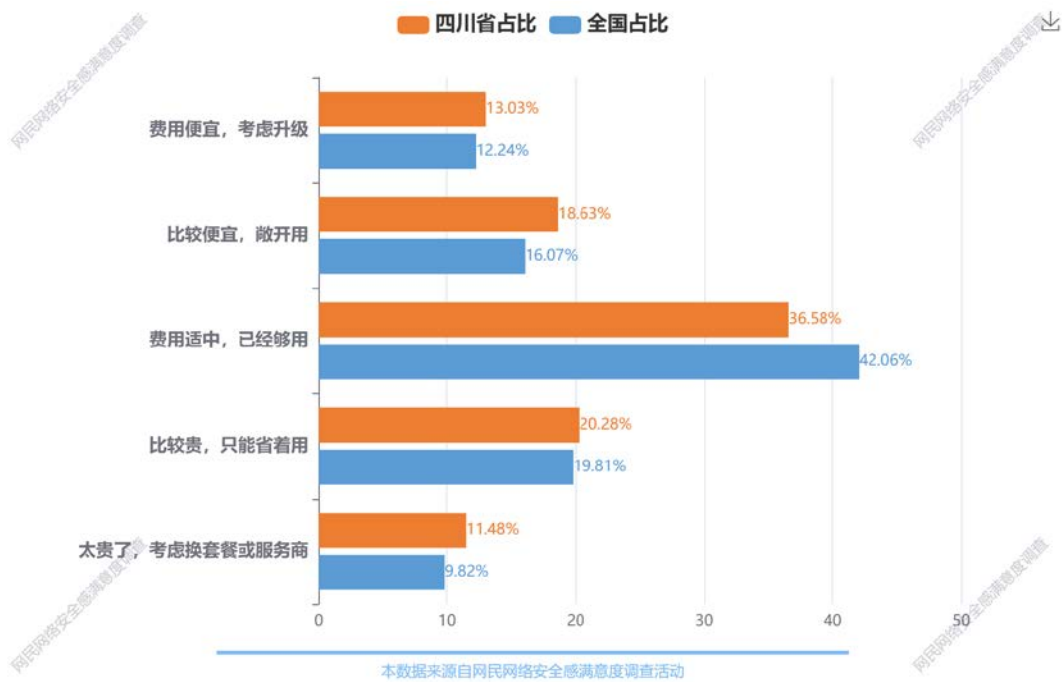


图表 11：公众网民每月上网费用分布

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 11 题：您平均每月花多少钱网费（包括手机流量和宽带费用）？）

（4）网费支出负担评价

参与调查的公众网民对上网费用负担评价：认为费用适中，已经够用占比 36.58%；认为比较便宜，敞开使用占比 18.63%；认为费用便宜，考虑升级占比 13.03%。在负面评价方面，认为比较贵，只能省着用占比 20.28%；认为太贵了，考虑换套餐或服务商占比 11.48%；两者相加，持比较贵评价或太贵评价的占 31.76%。与全国数据相比，表示费用适中，已经够用的比例要低 5.48 个百分点，表示比较便宜，敞开用比例要高 2.56 个百分点。

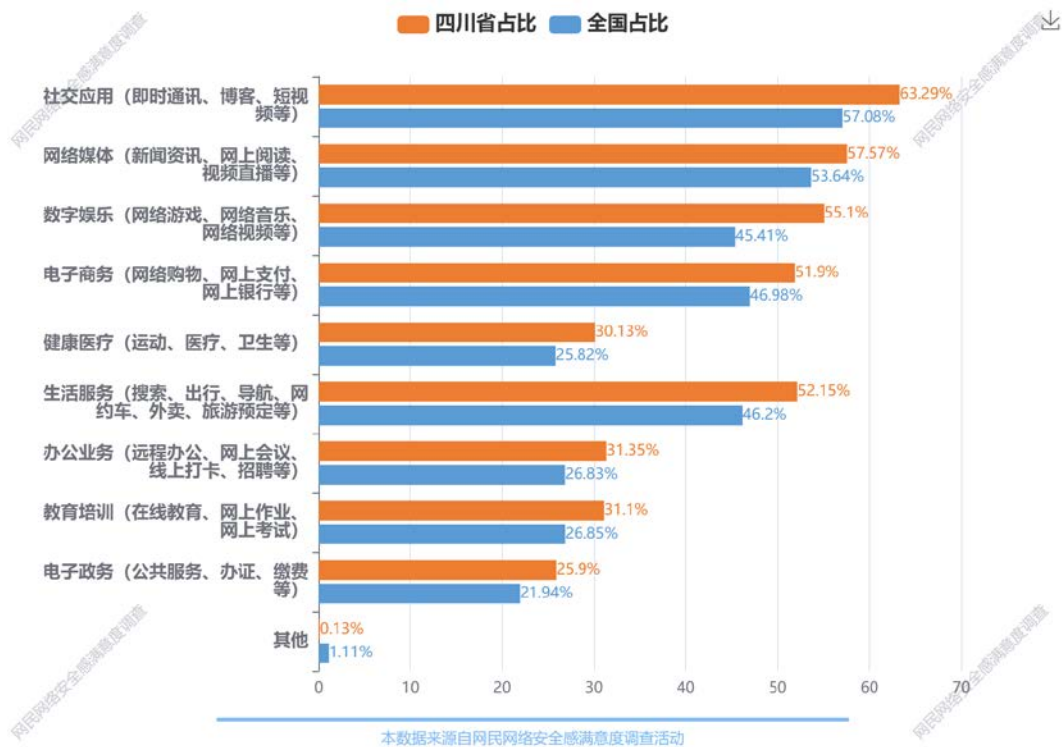


图表 12：公众网民每月上网费用负担评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 12 题：您认为目前每月用于上网费用（包括手机流量和宽带费用）的负担如何？）

（5）常用的网络服务

参与调查的公众网民最常用的网络应用服务，排行前五位分别是：第一位社交应用（即时通讯、博客、短视频等）（63.29%）、第二位网络媒体（新闻资讯、网上阅读、视频直播等）（57.57%）、第三位数字娱乐（网络游戏、网络音乐、网络视频等）（55.1%）、第四位生活服务（搜索、出行、导航、网约车、外卖、旅游预定等）（52.15%）、第五位电子商务（网络购物、网上支付、网上银行等）（51.9%）。其他为，办公业务（远程办公、网上会议、线上打卡、招聘等）31.35%；教育培训（在线教育、网上作业、网上考试）31.1%；健康医疗（运动、医疗、卫生等）30.13%；电子政务（公共服务、办证、缴费等）25.9%。相较于全国数据，排名基本一致。

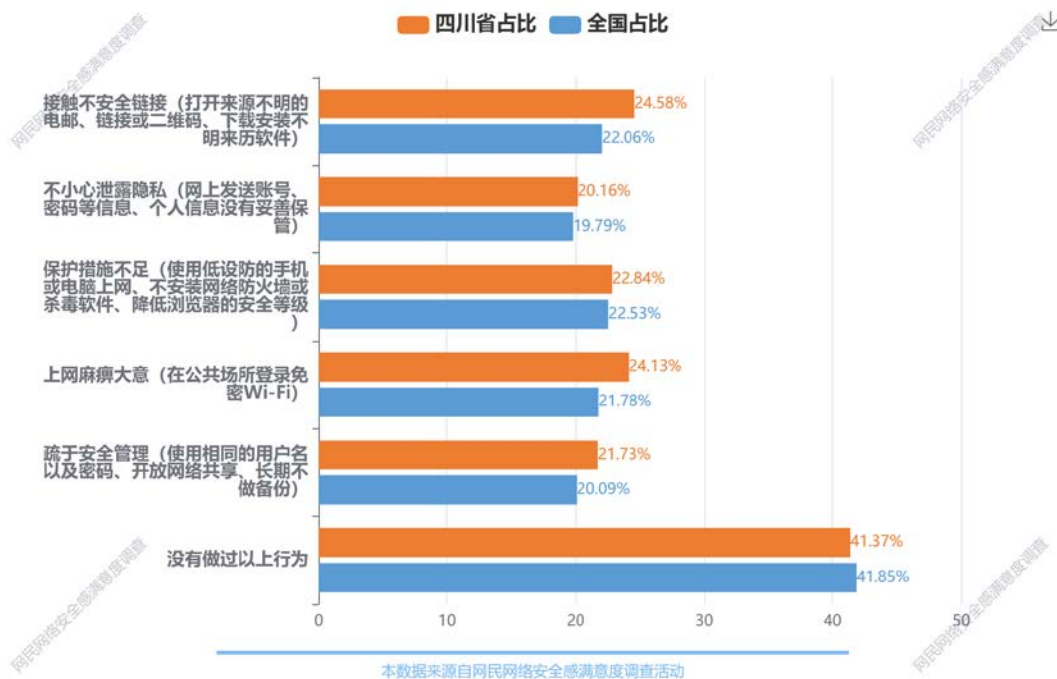


图表 13：公众网民常用的网络应用服务

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 13 题：您经常使用的网络应用服务有哪些？（多选））

3.2 网络安全认知

参与调查的公众网民有不安全的网络行为的比例：有 41.37%网民没有做过以上行为，24.58%网民接触不安全链接（打开来源不明的电邮、链接或二维码、下载安装不明来历软件），24.13%网民上网麻痹大意（在公共场所登录免密 Wi-Fi），22.84%网民保护措施不足（使用低设防的手机或电脑上网、不安装网络防火墙或杀毒软件、降低浏览器的安全等级）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



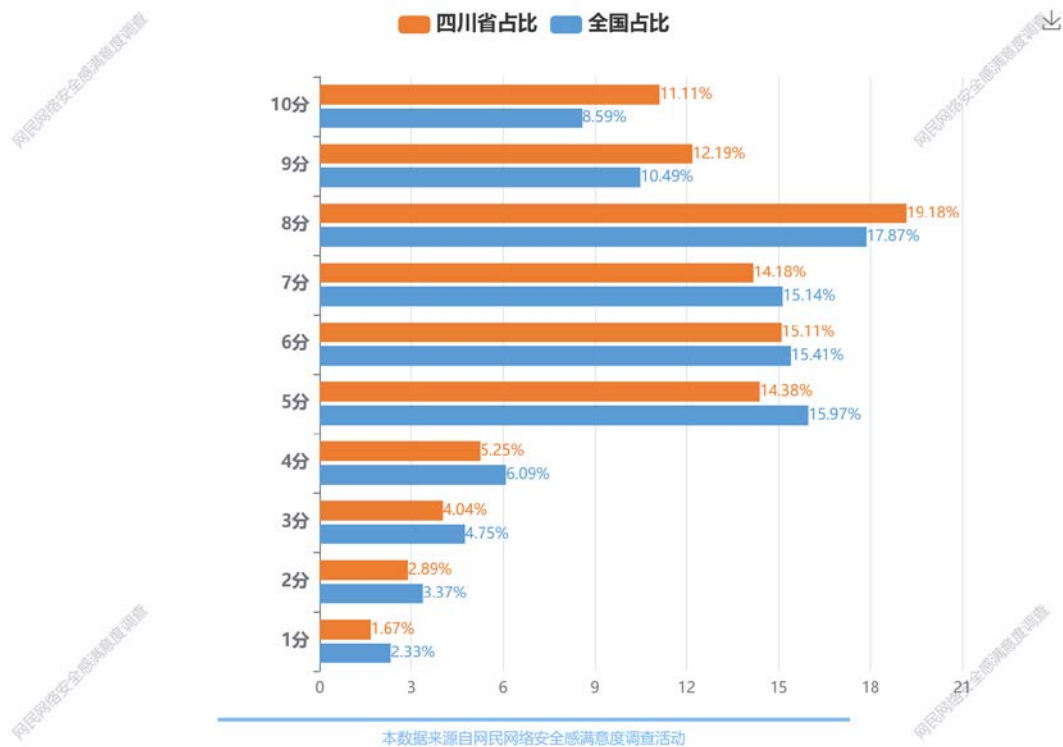
图表 14：网民中有不安全的网络行为的比例

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 14 题：您在过去的一年里做过以下哪些行为？（多选））

3.3 网络安全态势与网络安全感

（1）网络不良信息安全态势感受（常遇到的安全问题）

网民对目前网络不良信息的严重性评价：23.30%公众网民认为非常严重，33.36%的网民认为较严重。29.49%网民认为一般。9.29%认为较不严重，4.56%非常不严重。数据显示表示较严重或非常严重的网民占 56.66%。与全国数据相比，表示 5 分的比例要低 1.59 个百分点，表示 10 分比例要高 2.52 个百分点。

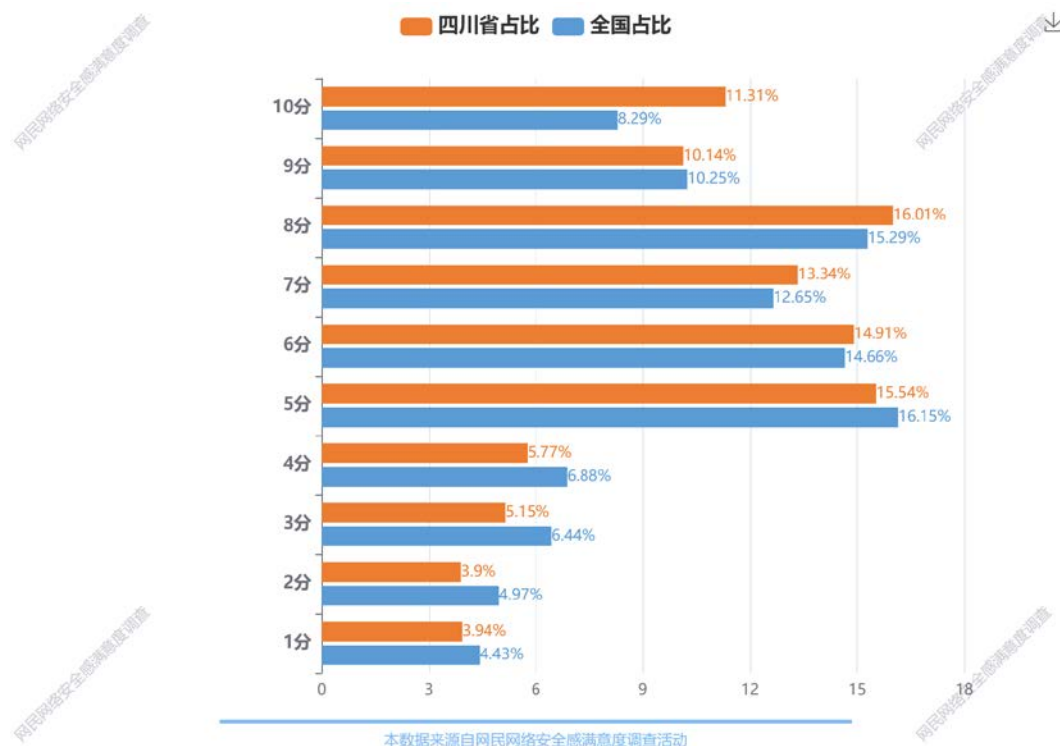


图表 15：网络不良信息的网络安全问题评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 15 题：您认为下列网络安全问题的严重性如何？（单选）（非常不严重 1-2 分；较不严重 3-4 分；一般 5-6 分；较严重 7-8 分；非常严重 9-10 分）1.网络不良信息）

（2）网络入侵攻击安全态势感受（常遇到的安全问题）

网民对目前网络入侵攻击的严重性评价：21.45%公众网民认为非常严重，29.35%的网民认为较严重。30.45%网民认为一般。10.92%认为较不严重，7.84%非常不严重。数据显示表示较严重或非常严重的网民占 50.80%。相较于全国数据，4 分、3 分、2 分分别比全国数据低 1.11、1.29、1.07 个百分点。

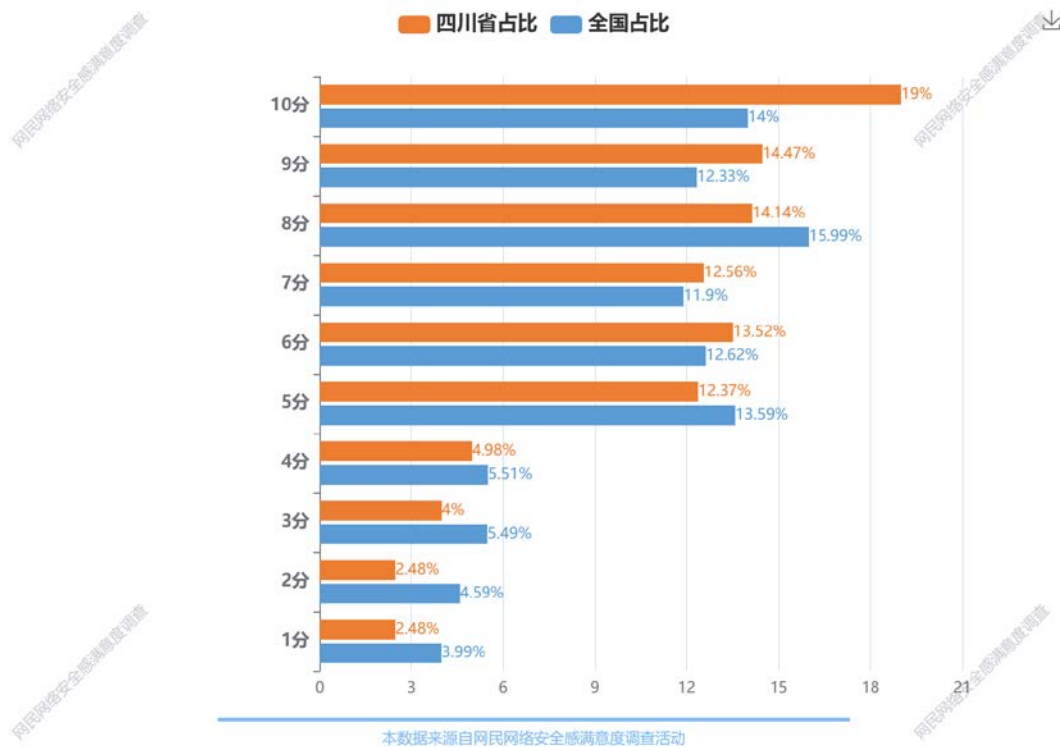


图表 16：网络入侵攻击的网络安全问题评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 15 题：您认为下列网络安全问题的严重性如何？（单选）（非常不严重 1-2 分；较不严重 3-4 分；一般 5-6 分；较严重 7-8 分；非常严重 9-10 分）2.网络入侵攻击）

（3）数据泄露被盗安全态势感受（常遇到的安全问题）

网民对目前数据泄露被盗的严重性评价：33.47%公众网民认为非常严重，26.70%的网民认为较严重。25.89%网民认为一般。8.98%认为较不严重，4.96%非常不严重。数据显示表示比较严重或非常严重的网民占 60.17%。相较于全国数据，8 分、5 分、3 分分别比全国数据低 1.85、1.22、1.49 个百分点。

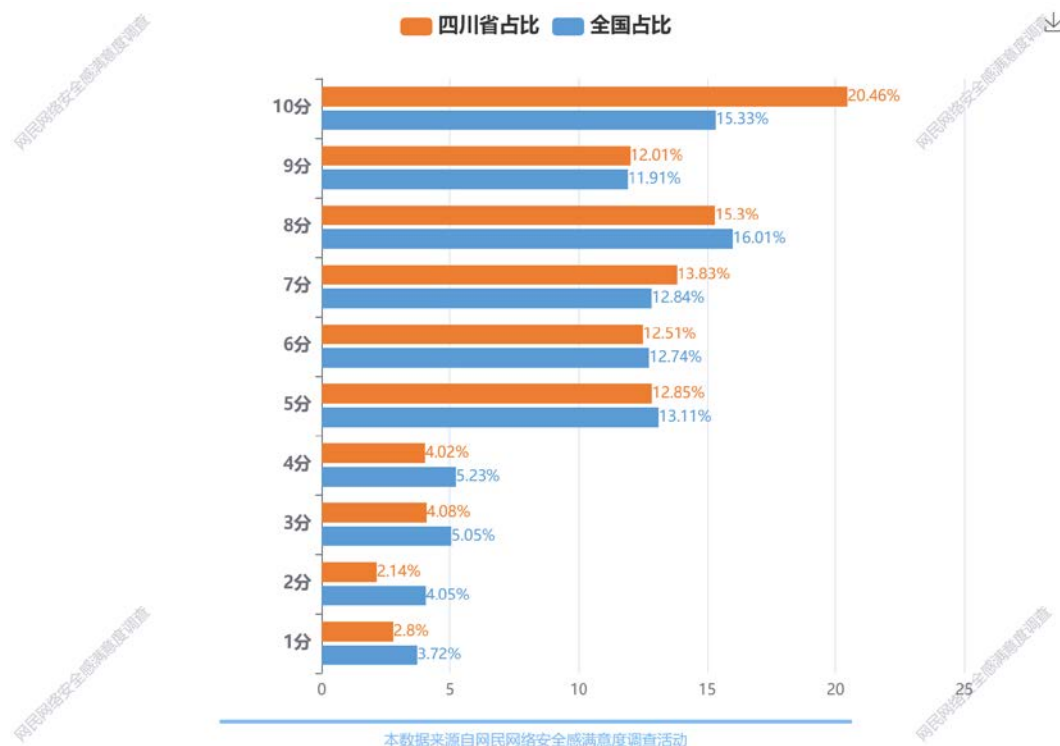


图表 17：数据泄露被盗的网络安全问题评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 15 题：您认为下列网络安全问题的严重性如何？（单选）（非常不严重 1-2 分；较不严重 3-4 分；一般 5-6 分；较严重 7-8 分；非常严重 9-10 分）3.数据泄露被盗）

（4）网络诈骗、黑灰产等安全态势感受（常遇到的安全问题）

网民对目前网络诈骗、黑灰产等的严重性评价：32.47%公众网民认为非常严重，29.13%的网民认为较严重。25.36%网民认为一般。8.10%认为较不严重，4.94%非常不严重。数据显示表示较严重或非常严重的网民占 61.60%。与全国数据相比，表示 4 分的比例要低 1.21 个百分点，表示 10 分比例要高 5.13 个百分点。

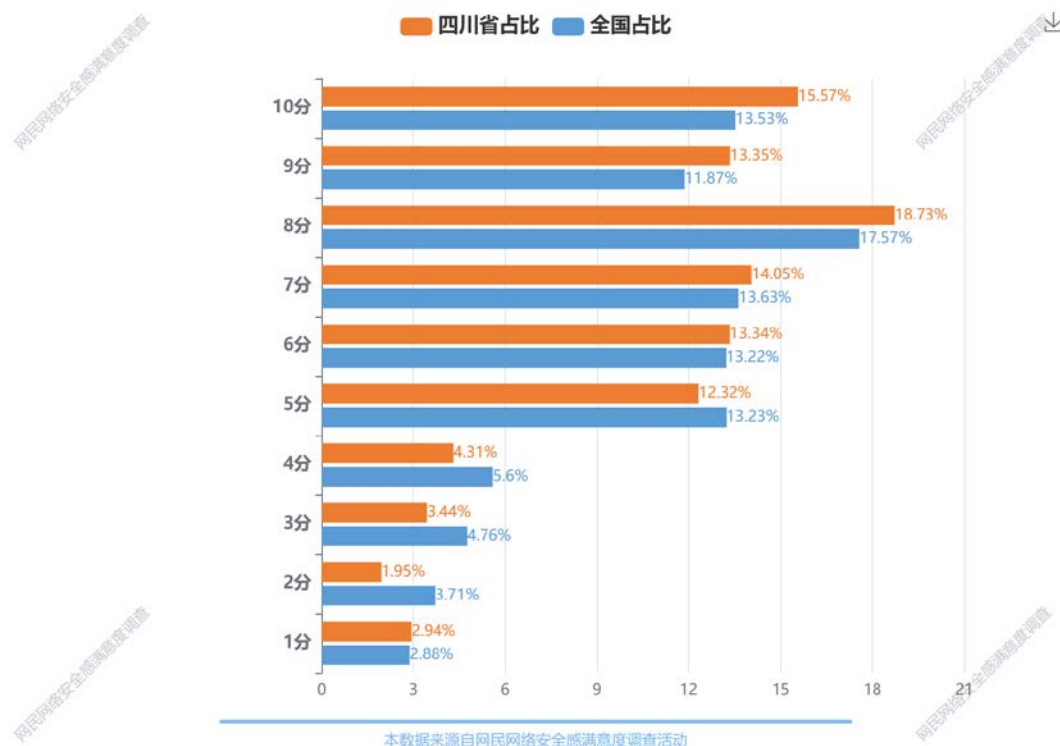


图表 18：网络诈骗、黑灰产等的网络安全问题评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 15 题：您认为下列网络安全问题的严重性如何？（单选）（非常不严重 1-2 分；较不严重 3-4 分；一般 5-6 分；较严重 7-8 分；非常严重 9-10 分）4.网络诈骗、黑灰产等）

（5）网络骚扰行为安全态势感受（常遇到的安全问题）

网民对目前网络骚扰行为的严重性评价：28.92%公众网民认为非常严重，32.78%的网民认为较严重。25.66%网民认为一般。7.75%认为较不严重，4.89%非常不严重。数据显示表示比较严重或非常严重的网民占 61.70%。相较于全国数据，4 分、3 分、2 分分别比全国数据低 1.29、1.32、1.76 个百分点。

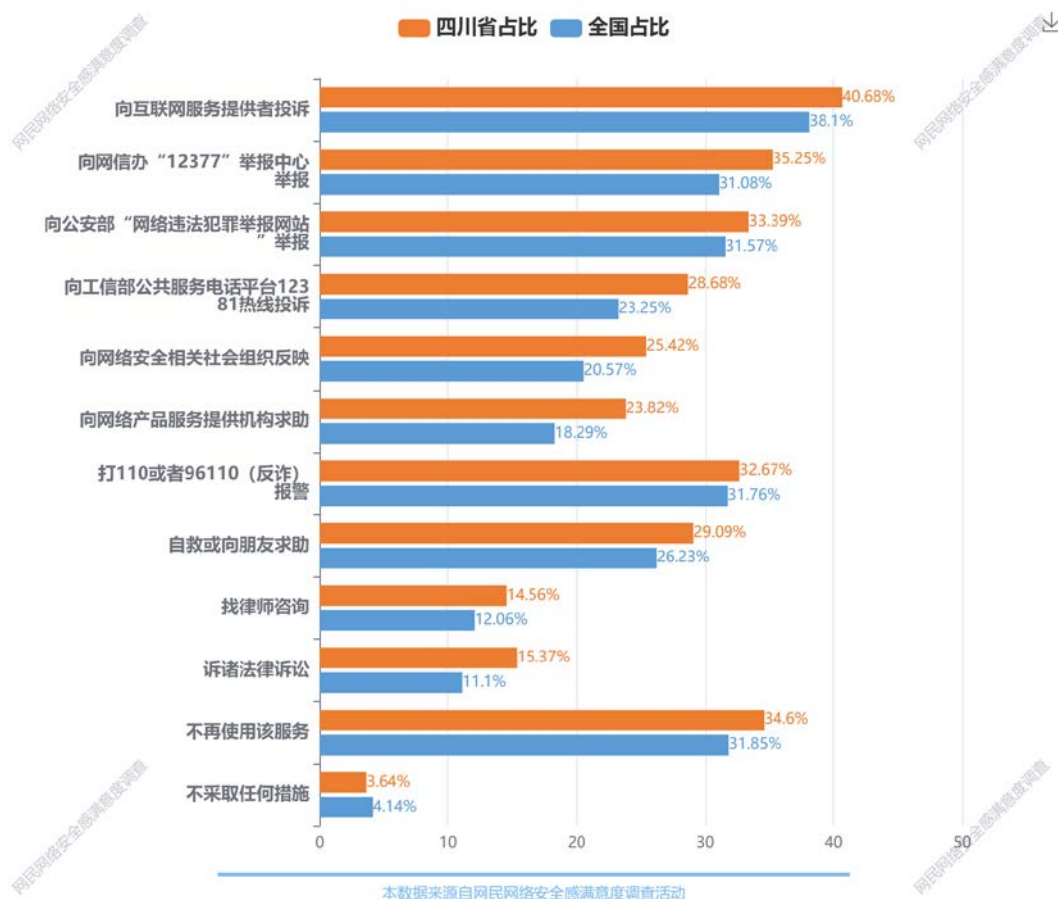


图表 19：网络骚扰行为的网络安全问题评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 15 题：您认为下列网络安全问题的严重性如何？（单选）（非常不严重 1-2 分；较不严重 3-4 分；一般 5-6 分；较严重 7-8 分；非常严重 9-10 分）5.网络骚扰行为）

（6）遭遇网络安全问题的应对选择

参与调查的公众网民在遭遇网络安全问题的应对选择：遇到网络安全问题，向互联网服务提供者投诉占 40.68%，向网信办“12377”举报中心举报占 35.25%，不再使用该服务占 34.6%，向公安部“网络违法犯罪举报网站”举报占 33.39%，打 110 或者 96110（反诈）报警占 32.67%，自救或向朋友求助占 29.09%，向工信部公共服务电话平台 12381 热线投诉占 28.68%。各选项数据接近于全国数据。



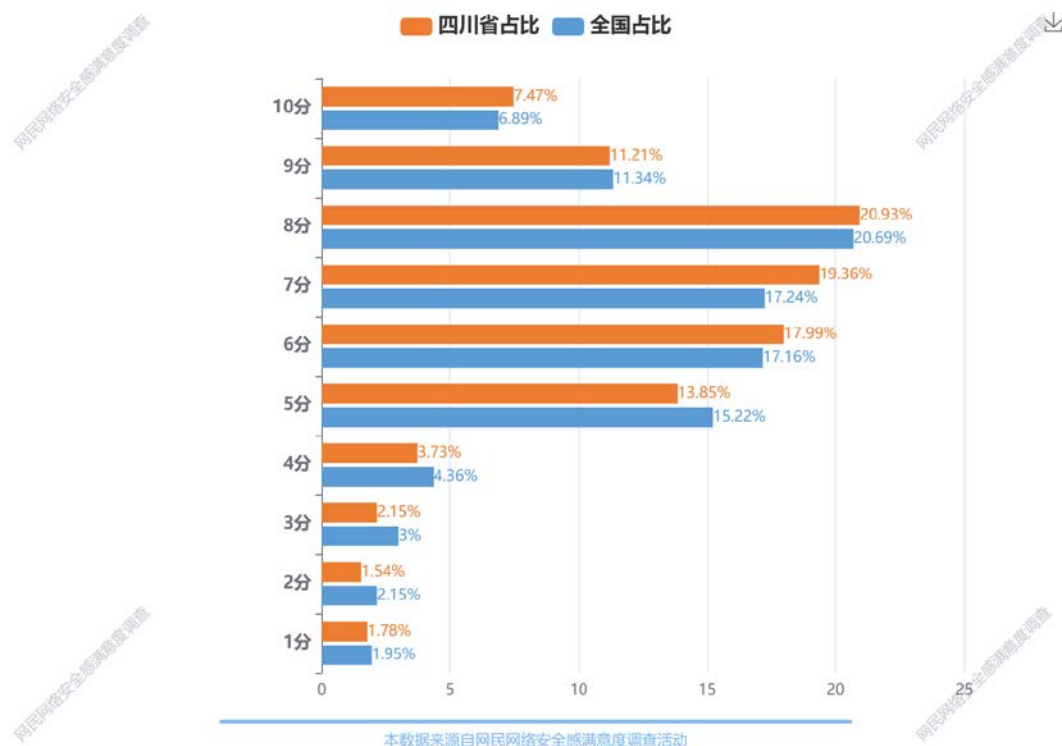
图表 20：网民遭遇网络安全问题的应对选择

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 16 题：您遇到网络安全问题后一般会怎么做？（多选））

3.4 网络领域的网络空间安全总体感受

（1）网络空间总体安全感受评价

公众网民对我国网络空间总体安全感受评价：满意率为 58.97%，其中 18.68% 公众网民认为非常满意，40.29% 认为较满意。有 31.84% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.88% 认为不满意，3.32% 认为非常不满意。总体评价满意度 58.97%。

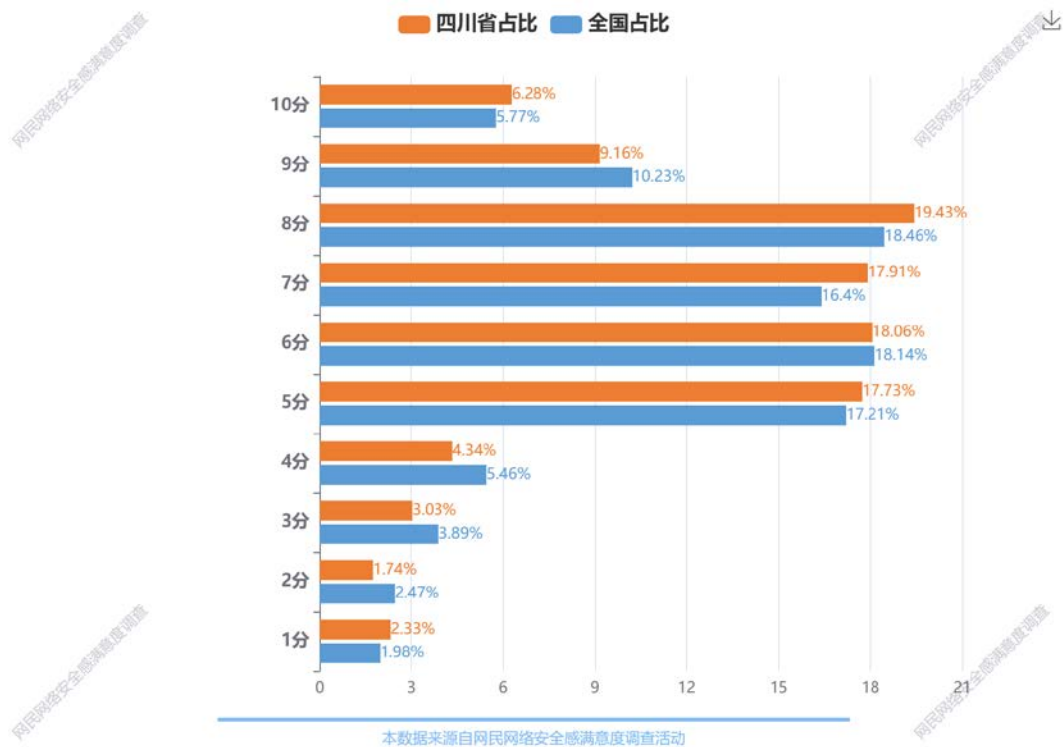


图表 21：2025 年公众网民网络安全感评价

（图表数据来源：公众网民版主二级问卷第 17 题：您对以下网络领域的安全感受如何？（10 分最高，1 分最低）1.网络空间总体安全感受）

（2）网络实体和信息的信任度评价

公众网民对网络实体和信息的信任度评价：信任率为 52.78%，其中 15.44% 公众网民认为非常信任，37.34%认为较信任。有 35.79%网民认为一般。网民认为较不信任或非常不信任，有 7.37%认为较不信任，4.07%认为非常不信任。总体评价信任度 52.78%。

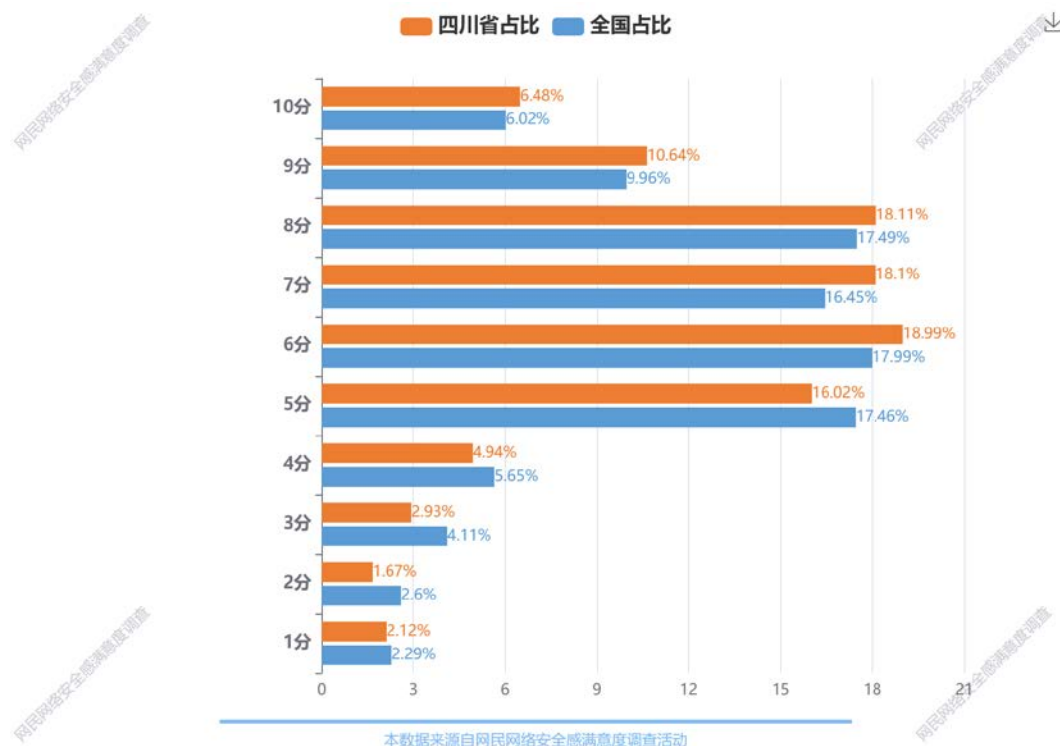


图表 22：网络实体和信息的信任度评价

（图表数据来源：公众网民版主二级问卷第 17 题：您对以下网络领域的安全感受如何？（10 分最高，1 分最低）2.网络实体和信息的信任度评价）

（3）网络环境的意外风险度评价

公众网民对网络环境的意外风险度评价：满意率为 53.33%，其中 17.12%公众网民认为非常满意，36.21%认为较满意。有 35.01%网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 7.87%认为不满意，3.79%认为非常不满意。总体评价满意度 53.33%。

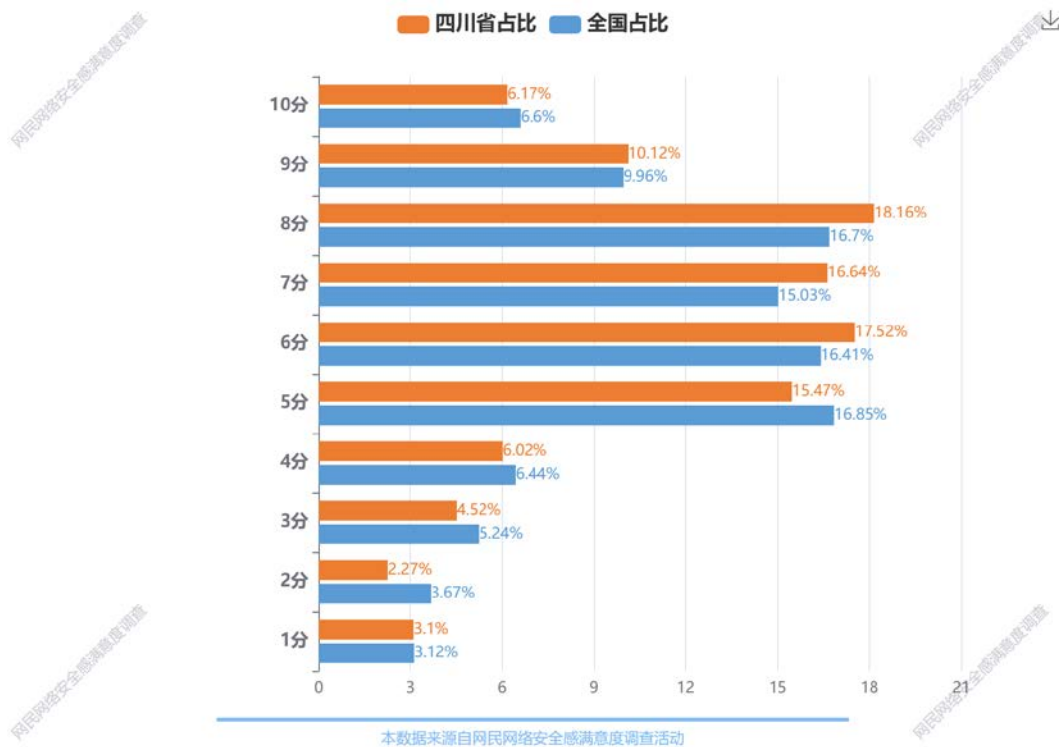


图表 23：网络环境的意外风险度评价

（图表数据来源：公众网民版主二级问卷第 17 题：您对以下网络领域的安全感受如何？（10 分最高，1 分最低）3.网络环境不安定因素导致的不确定性/意外风险度）

（4）网络威胁的严重性评价

公众网民对我国网络威胁严重性评价：满意率为 51.09%，其中 16.29%公众网民认为非常满意，34.80%认为较满意。有 32.99%网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 10.54%认为不满意，5.37%认为非常不满意。总体评价满意度 51.09%。

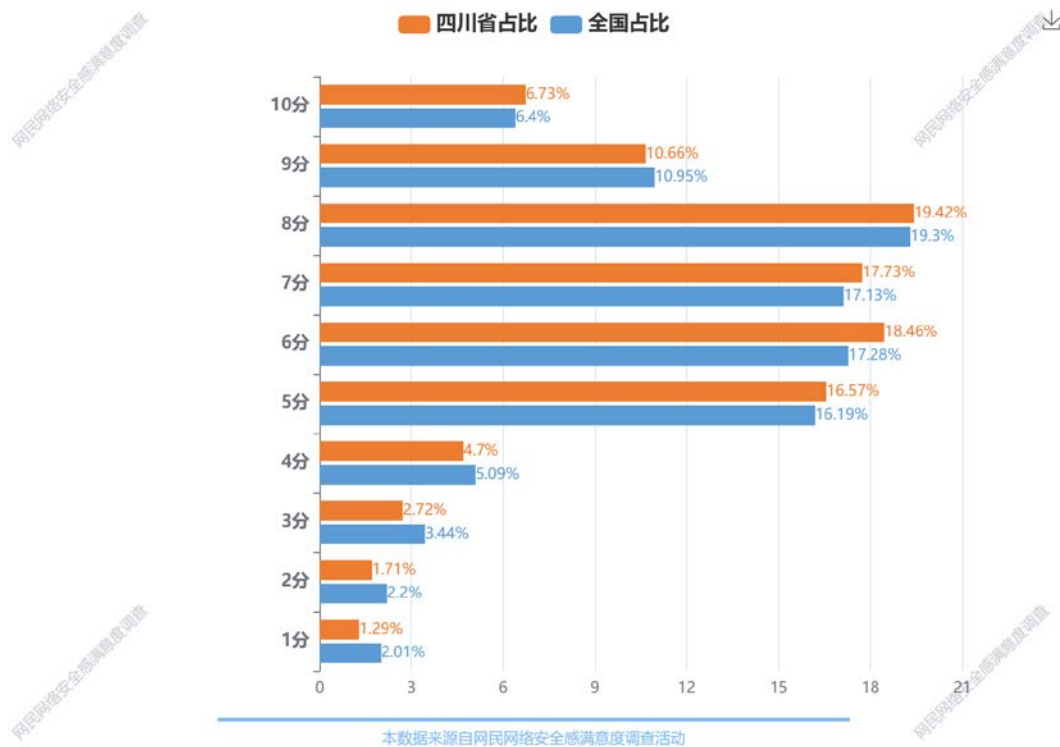


图表 24：网络威胁的严重性评价

（图表数据来源：公众网民版主二级问卷第 17 题：您对以下网络领域的安全感受如何？（10 分最高，1 分最低）4.网络威胁（敌对攻击和侵权行为）的严重性）

（5）网络安全保障的信心度评价

公众网民对网络安全保障的信心度评价：满意率为 54.54%，其中 17.39%公众网民认为非常满意，37.15%认为较满意。有 35.03%网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 7.42%认为较不满意，3.00%认为非常不满意。总体评价满意度 54.54%。

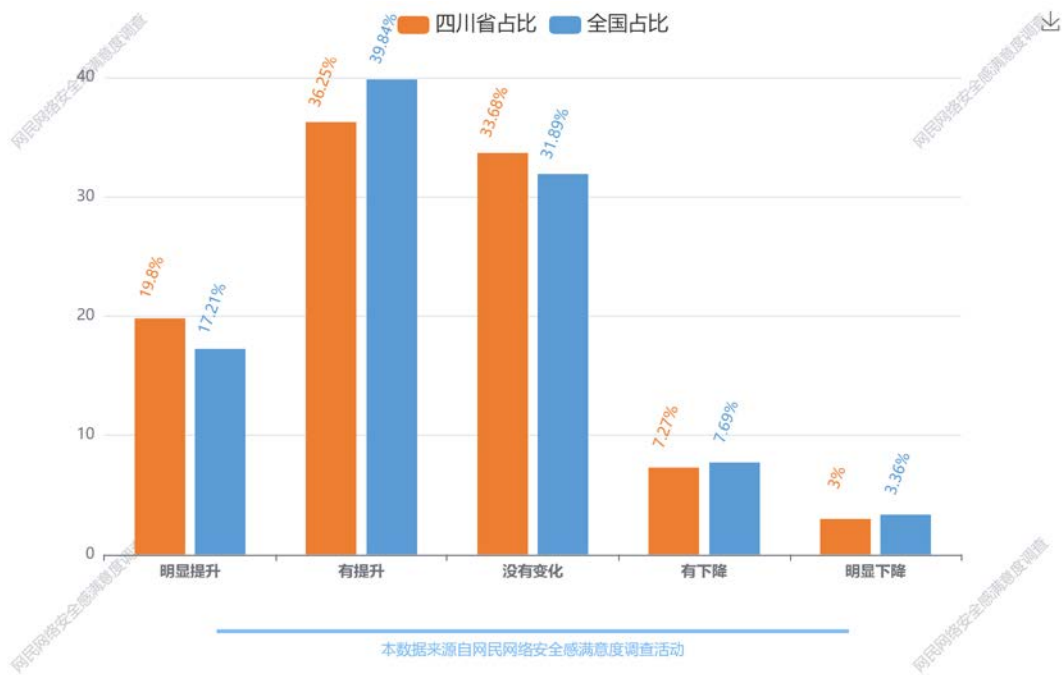


图表 25：网络安全保障的信心度评价

（图表数据来源：公众网民版主二级问卷第 17 题：您对以下网络领域的安全感受如何？（10 分最高，1 分最低）5.网络安全保障的信赖度）

3.5 公众网民对网络安全感变化的评价

公众网民认为与去年（2024 年）相比，19.8%的网民认为网络安全感有明显提升，36.25%网民认为有提升，两者相加达 56.05%；公众网民对网络安全变化持没有变化评价的有 33.68%；持有下降或明显下降评价的有 10.27%。与全国数据相比，表示有提升的比例要低 3.59 个百分点，表示明显提升比例要高 2.59 个百分点。

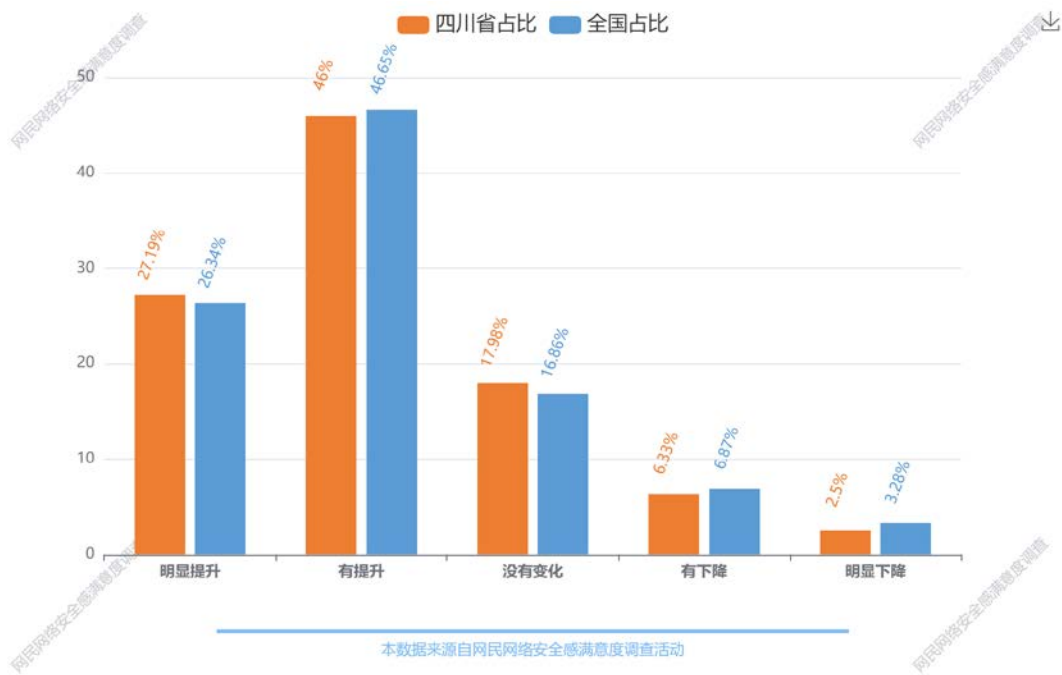


图表 26：公众网民对网络安全感变化的评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 18 题：与去年相比，您使用网络时安全感是否有变化？）

3.6 公众网民对网络安全感变化预期的评价

公众网民对未来网络安全感变化预期认为网络安全感有明显提升占比 27.19%，46%网民认为有提升，两者相加达 73.19%；公众网民对网络安全变化持没有变化评价的有 17.98%；持有下降或明显下降评价的有 8.83%。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



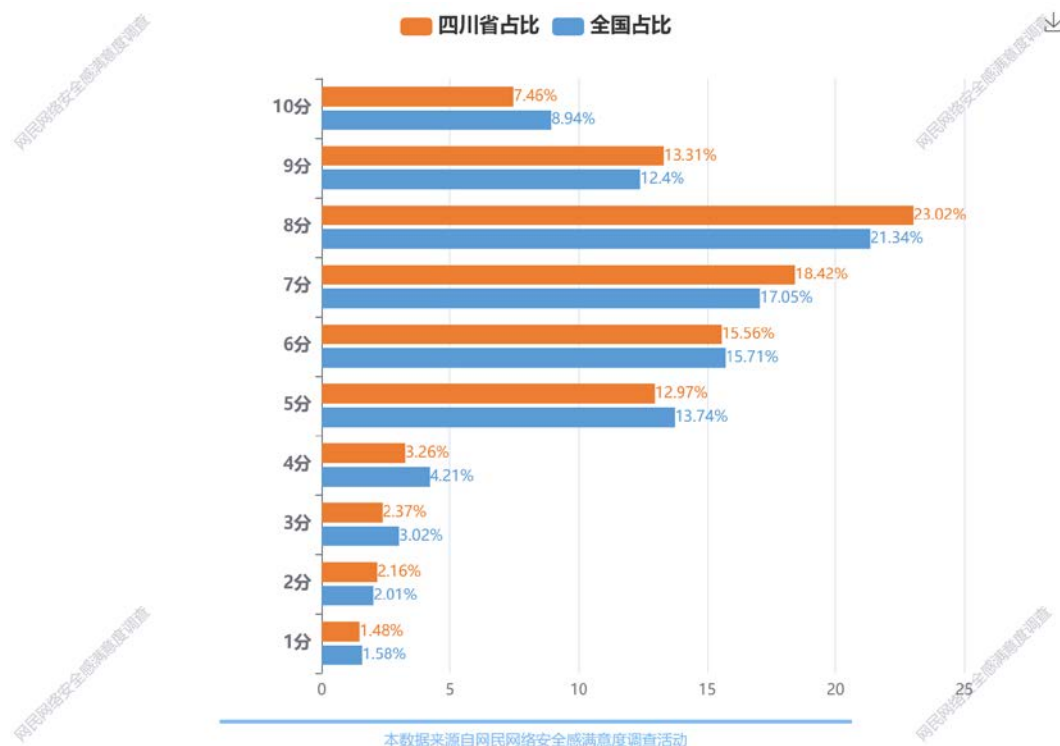
图表 27：公众网民对网络安全感变化预期的评价

（图表数据来源：公众网民版二级问卷第 19 题：您对未来网络安全感的变化预期是？）

3.7 网络安全治理成效评价

（1）我国网络空间安全治理总体状况

公众网民对我国网络空间安全治理总体状况评价为：满意率为 62.21%，其中 20.77% 公众网民认为非常满意，41.44% 认为较满意。有 28.53% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.63% 认为不满意，3.64% 认为非常不满意。总体评价满意度 62.21%。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 1.48 个百分点，表示 8 分比例要高 1.68 个百分点。

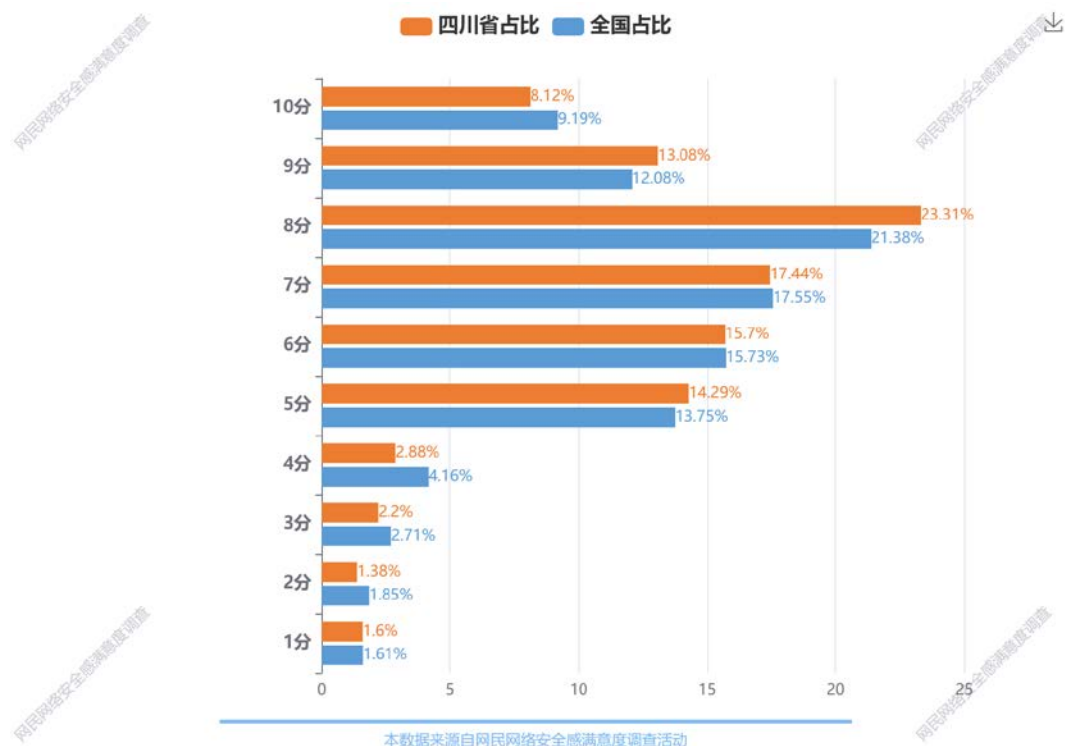


图表 28：网络空间安全治理总体状况评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）1.我国网络空间安全治理总体状况）

（2）网络安全的法治社会建设和依法治理状况

公众网民对网络安全的法治社会建设和依法治理状况评价：满意率为 61.95%，其中 21.20% 公众网民认为非常满意，40.75% 认为较满意。有 29.99% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.08% 认为不满意，2.98% 认为非常不满意。总体评价满意度 61.95%。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 1.07 个百分点，表示 9 分比例要高 1.0 个百分点。

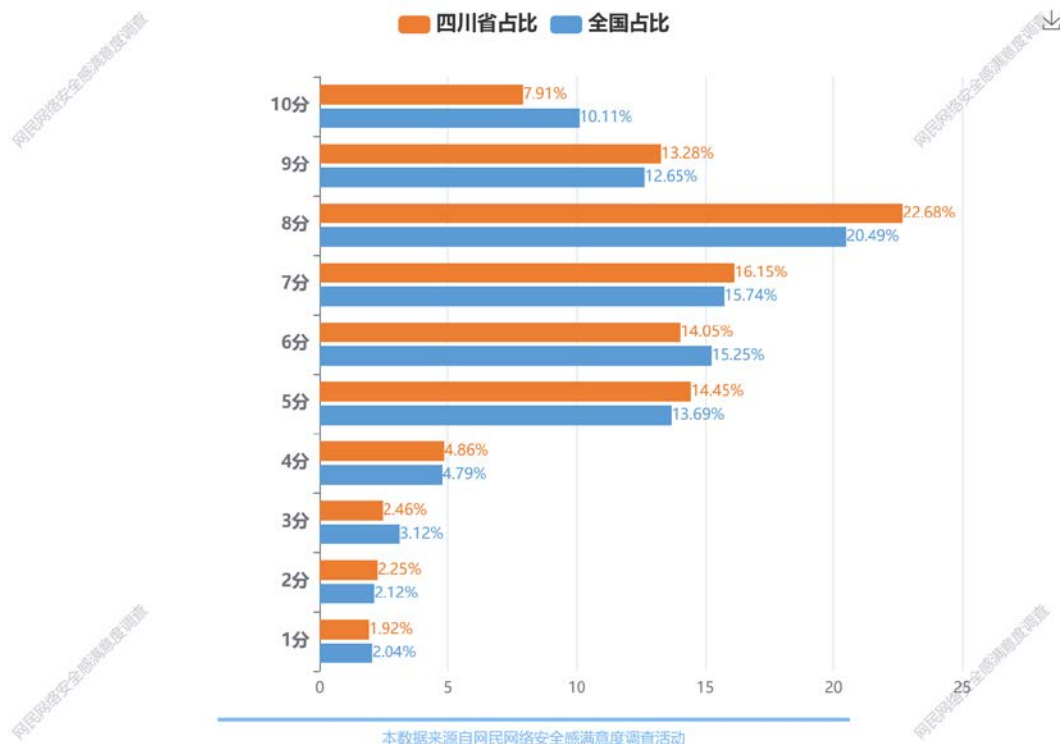


图表 29：网络安全法治社会建设与依法治理状况评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）2.网络安全的法治社会建设和依法治理状况）

（3）政府惩治网络违法犯罪的表现评价

公众网民对政府惩治网络违法犯罪的表现评价：满意率为 60.02%，其中 21.19% 公众网民认为非常满意，38.83% 认为较满意。有 28.50% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 7.32% 认为不满意，4.17% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.02%。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 2.2 个百分点，表示 8 分比例要高 2.19 个百分点。

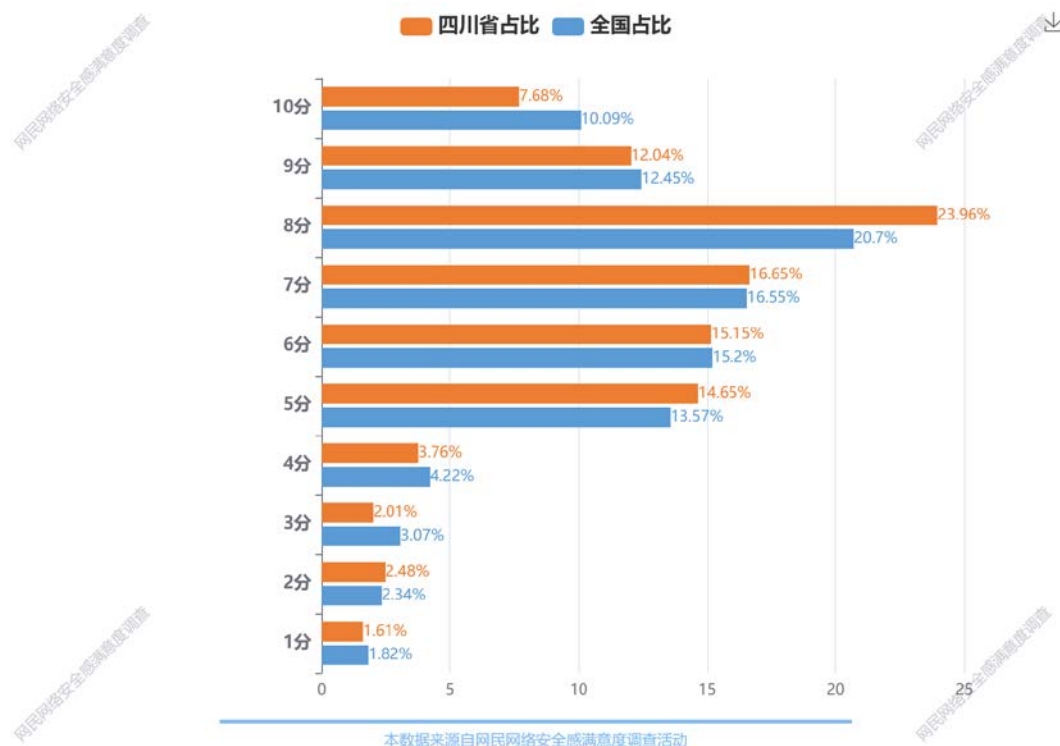


图表 30：政府惩治网络违法犯罪的表现评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）3.政府惩治网络犯罪行为的表现）

（4）政府对网络安全的监管和执法方面的表现评价

公众网民对政府对网络安全的监管和执法方面的表现评价：满意率为 60.33%，其中 19.72% 公众网民认为非常满意，40.61% 认为较满意。有 29.80% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.77% 认为不满意，4.09% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.33%。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 2.41 个百分点，表示 8 分比例要高 3.26 个百分点。

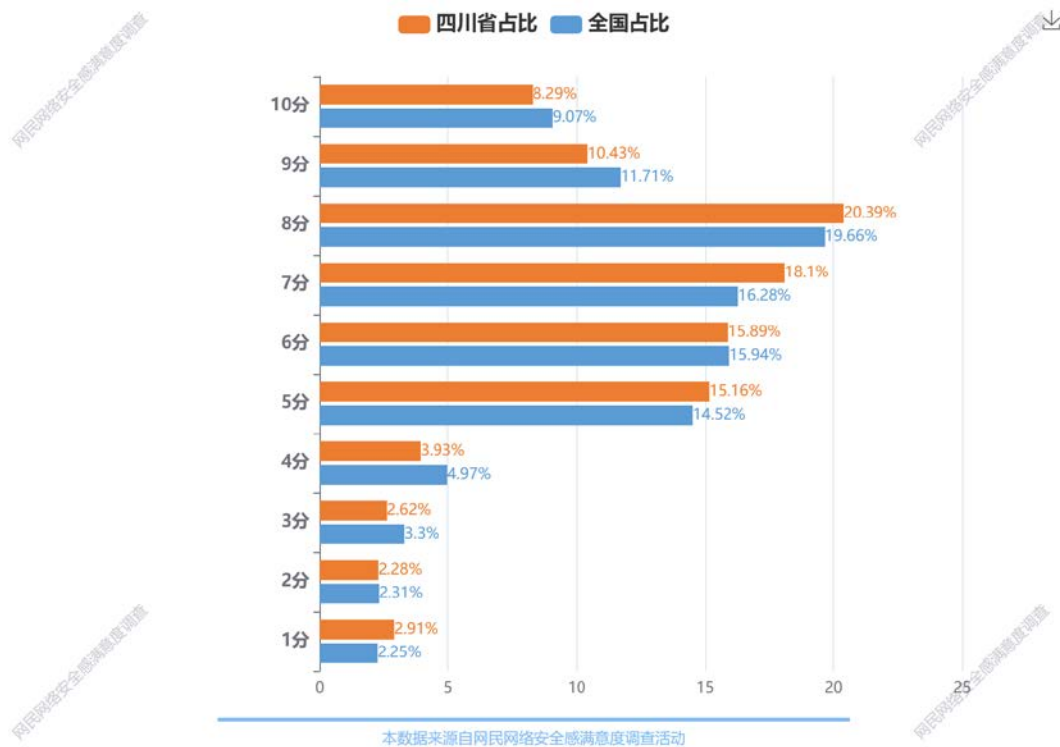


图表 31：政府对网络安全的监管和执法方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）4.政府对网络安全的监管和执法方面的表现）

（5）互联网企业履行网络安全责任方面的表现评价

公众网民对互联网企业履行网络安全责任方面的表现评价：满意率为 57.21%，其中 18.72% 公众网民认为非常满意，38.49% 认为较满意。有 31.05% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 6.55% 认为不满意，5.19% 认为非常不满意。总体评价满意度 57.21%。与全国数据相比，表示 9 分的比例要低 1.28 个百分点，表示 7 分比例要高 1.82 个百分点。

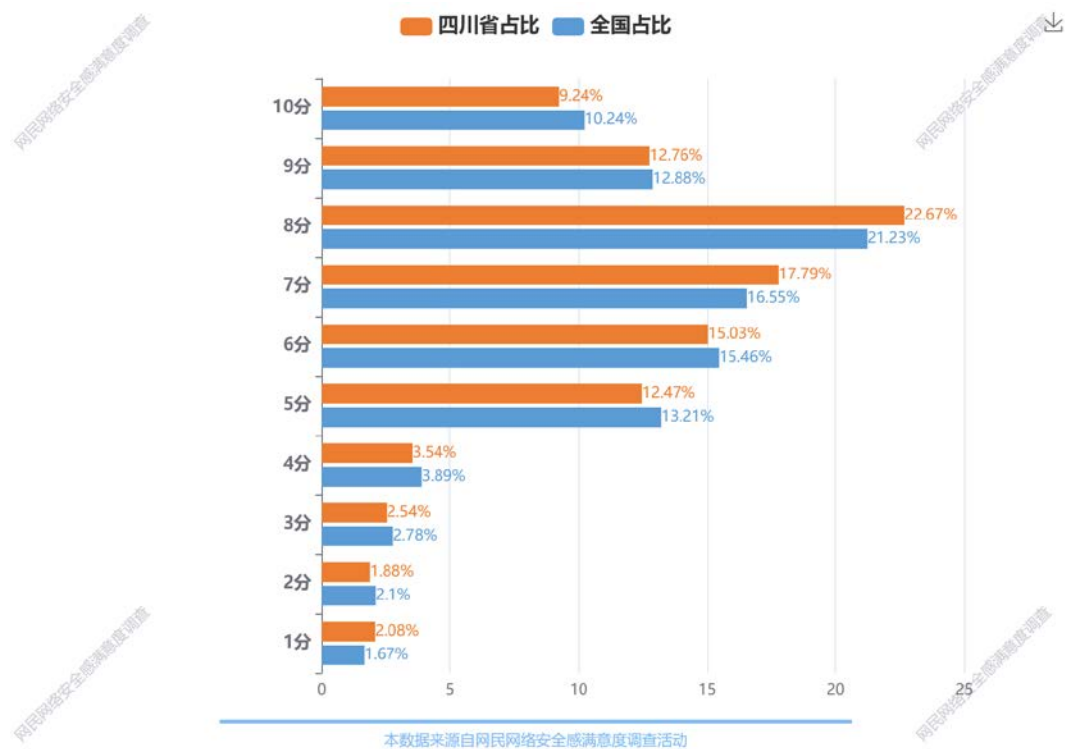


图表 32：互联网企业履行网络安全责任方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）5.互联网企业履行网络安全责任方面的表现）

（6）政府在数字政府网上服务方面的表现评价

公众网民对政府在数字政府网上服务方面的表现评价：满意率为 62.46%，其中 22.00%公众网民认为非常满意，40.46%认为较满意。有 27.50%网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 6.08%认为不满意，3.96%认为非常不满意。总体评价满意度 62.46%。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 1.0 个百分点，表示 8 分比例要高 1.44 个百分点。

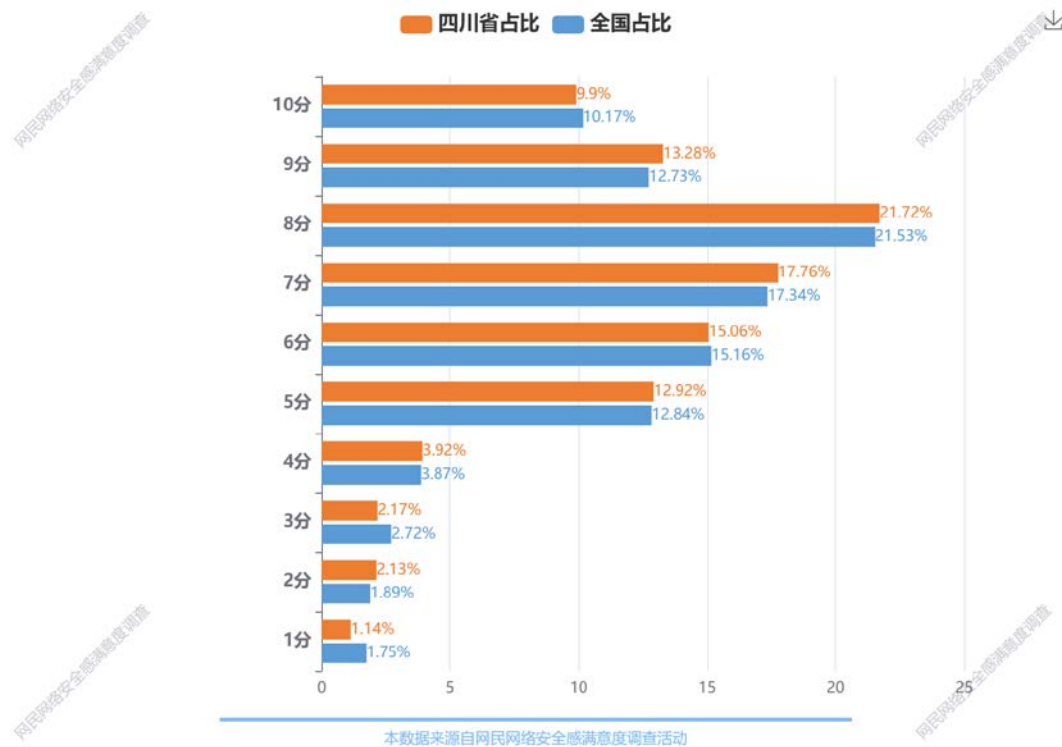


图表 33：政府在数字政府网上服务方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）6.政府在数字政府网上服务方面的表现）

（7）我国网络诚信社会治理总体状况评价

公众网民对我国网络诚信社会治理总体状况评价：满意率为 62.66%，其中 23.18%公众网民认为非常满意，39.48%认为较满意。有 27.98%网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 6.09%认为不满意，3.27%认为非常不满意。总体评价满意度 62.66%。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



图表 34：我国网络诚信社会治理总体状况评价

（图表数据来源：公众网民版主问卷第 20 题：您对以下网络安全治理各方面的表现是否满意？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分）7.我国网络诚信社会治理总体状况评价）

四、公众网民版专题分析

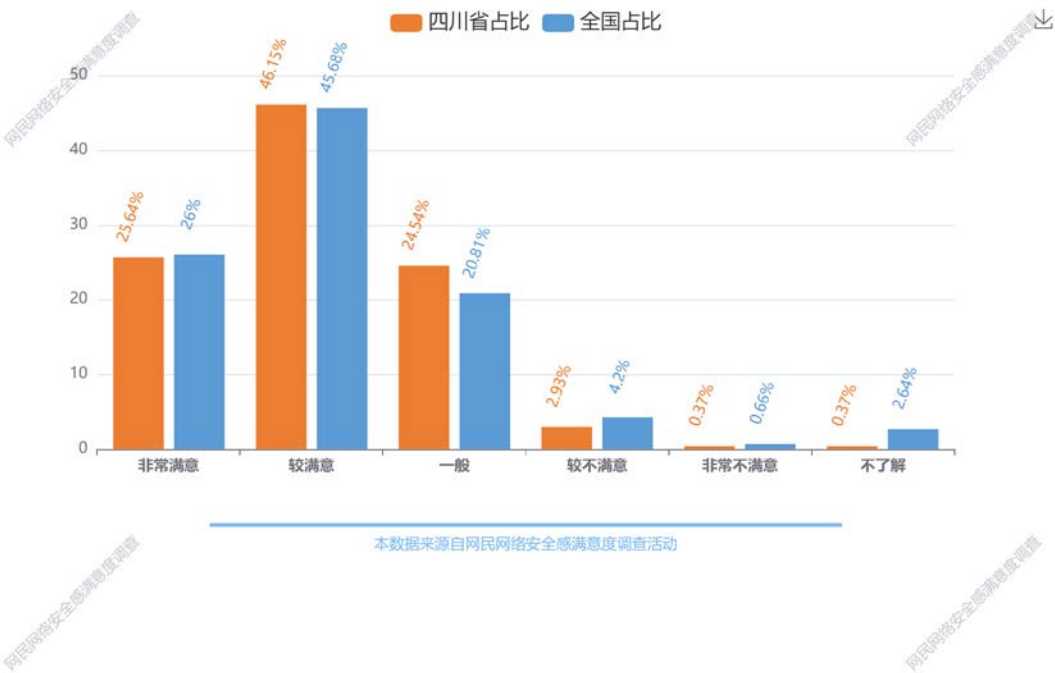
4.1 专题 1：网络安全法治社会建设专题

参加本专题调查的公众网民数量为 273 人。

一、立法和普法

（1）网民的网络空间治理领域的立法建设效果评价

公众网民对网络空间治理领域的立法建设效果的评价：满意率为 71.79%，其中 25.64% 公众网民认为非常满意，46.15% 认为较满意。有 24.54% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 2.93% 认为较不满意，0.37% 认为非常不满意。总体评价满意度 71.79%。与全国数据相比，表示较不满意的比例要低 1.27 个百分点，表示一般比例要高 3.73 个百分点。



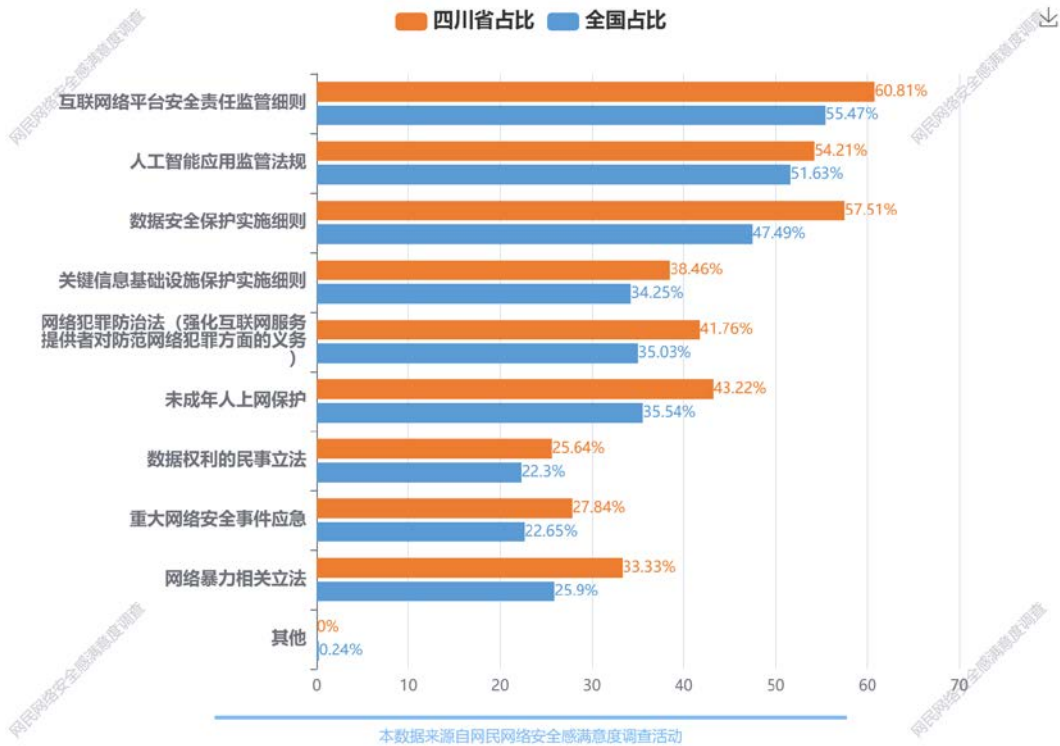
图表 35：网络空间治理领域的立法建设效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 1 题：您对网络空间治理领域的立法建设效果如何评价？）

（2）网络安全立法的薄弱环节

网络安全立法的薄弱环节方面，第一位是互联网络平台安全责任监管细则（关注度 60.81%），第二位是数据安全保护实施细则（关注度 57.51%），第三

位是人工智能应用监管法规（关注度 54.21%），第四位是未成年人上网保护（关注度 43.22%），第五位是网络犯罪防治法（强化互联网服务提供者对防范网络犯罪方面的义务）（关注度 41.76%），第六位是关键信息基础设施保护实施细则（关注度 38.46%）。与全国数据排序一致。

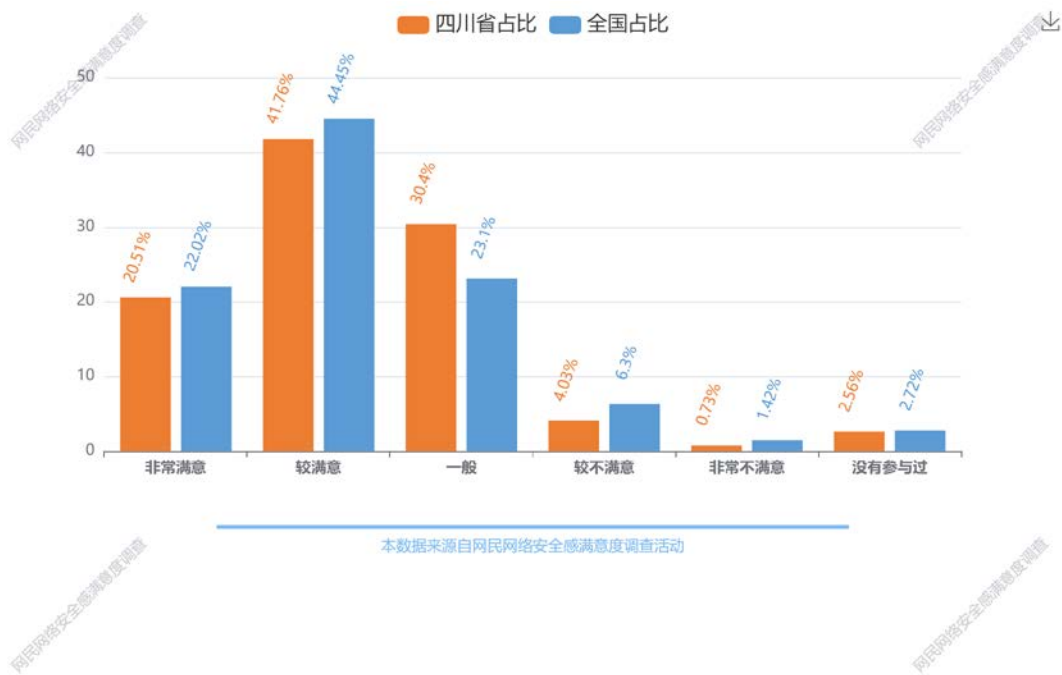


图表 36：网络安全立法的薄弱环节

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 2 题：您认为亟待加强哪些方面的网络安全立法？（多选））

（3）法制宣传活动的效果评价

参与调查的公众网民对法制宣传活动的效果评价：认为满意以上的占 62.27%，其中 20.51%公众网民认为非常满意， 41.76%认为较满意。30.4%认为一般。4.76%认为较不满意或非常不满意，其中 4.03%认为较不满意， 0.73%认为非常不满意。仅有 2.56%公众网民表示没有参与过。相较于全国数据，一般的占比高了 7.3 个百分点。

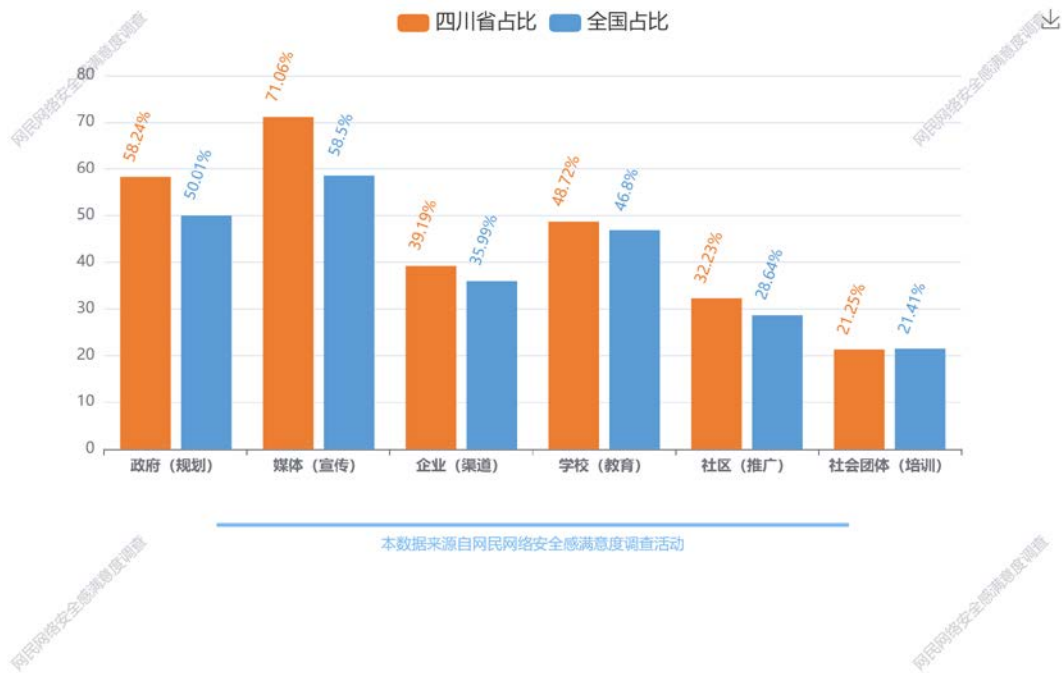


图表 37：法制宣传活动的效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 3 题：您对本地开展的法制宣传活动的效果如何评价？）

（4）网络安全普法教育工作的薄弱环节

网络安全普法教育工作薄弱环节方面，第一位是媒体（宣传）（关注度 71.06%），第二位是政府（规划）（关注度 58.24%），第三位是学校（教育）（关注度 48.72%）。各选项数据接近于全国数据。

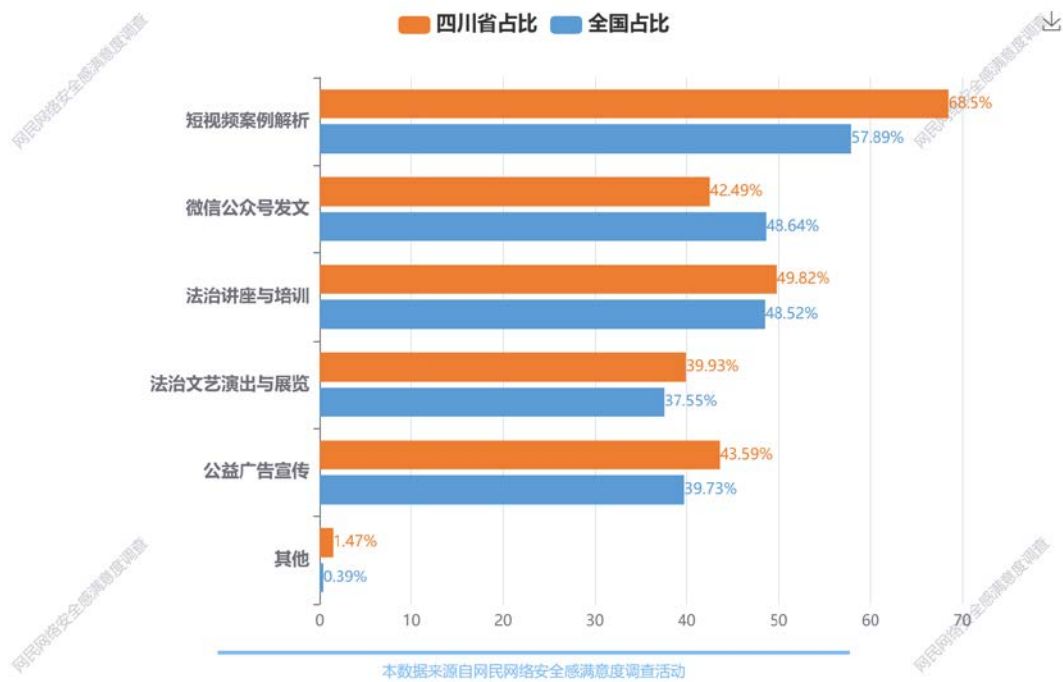


图表 38：网络安全普法教育工作的薄弱环节

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 4 题：您认为在网络安全普法教育工作中哪一方的作用需要加强？（多选））

（5）网络安全立法的薄弱环节

公众网民认为最有效的普法形式，第一位是短视频案例解析（关注度 68.5%），第二位是法治讲座与培训（关注度 49.82%），第三位是公益广告宣传（关注度 43.59%），第四位是微信公众号发文（关注度 42.49%），第五位是法治文艺演出与展览（关注度 39.93%）。与全国数据相比，表示微信公众号发文的比例要低 6.15 个百分点，表示短视频案例解析比例要高 10.61 个百分点。



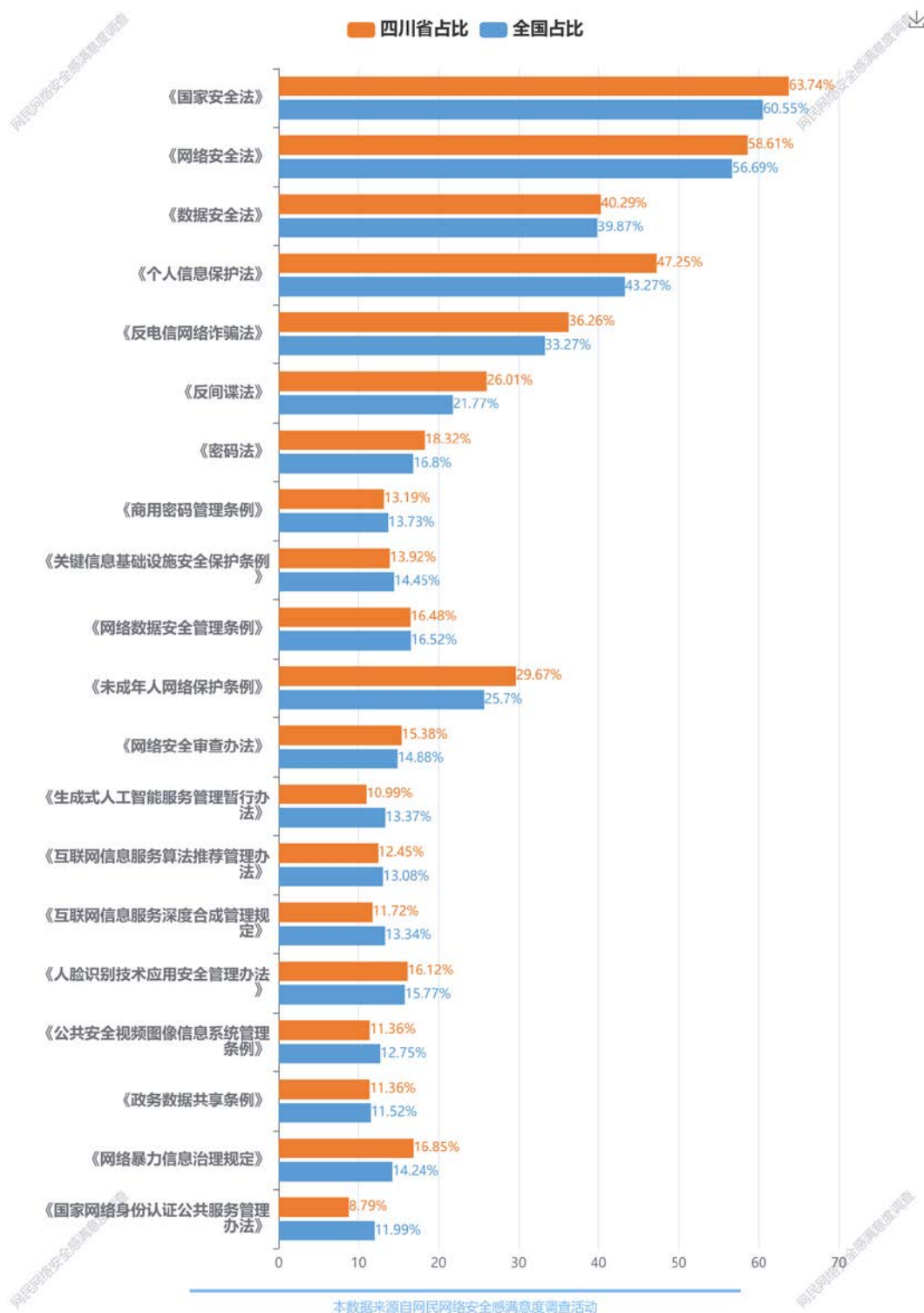
图表 39：网络安全立法的薄弱环节

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 5 题：您认为最有效的普法形式是？（多选））

二、知法和守法

（6）公众网民对网络安全法律、规章及政策标准的了解

公众网民对网络安全法律、规章及政策标准的了解程度：**63.74%**了解《国家安全法》；**58.61%**公众网民了解《网络安全法》；**47.25%**网民了解《个人信息保护法》；《数据安全法》、《反电信网络诈骗法》了解的人也比较多，分别占 **40.29%**和 **36.26%**。与全国数据相比，表示《生成式人工智能服务管理暂行办法》的比例要低 2.38 个百分点，表示《国家安全法》比例要高 3.19 个百分点。

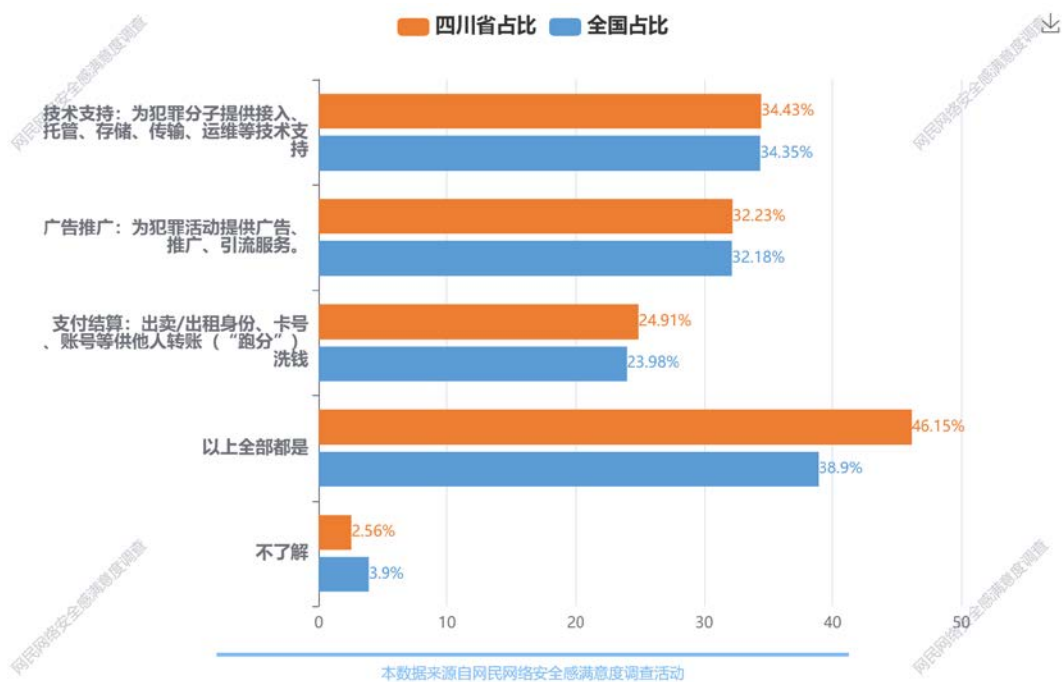


图表 40：公众网民对网络安全法律、规章及政策标准的了解

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 6 题：您了解以下哪些网络安全方面的法律法规、部门规章和政策标准？（多选））

（7）网民对“帮信罪”的行为看法

公众网民对“帮信罪”的行为认知度为：排第一位是以上全部都是（选择率 46.15%）；第二位是技术支持：为犯罪分子提供接入、托管、存储、传输、运维等技术支持（选择率 34.43%）；第三位是广告推广：为犯罪活动提供广告、推广、引流服务。（选择率 32.23%）。支付结算：出卖/出租身份、卡号、账号等供他人转账（“跑分”）洗钱和不了解，分别有 24.91%、2.56%的认知度。与全国数据相比，表示不了解的比例要低 1.34 个百分点，表示以上全部都是比例要高 7.25 个百分点。



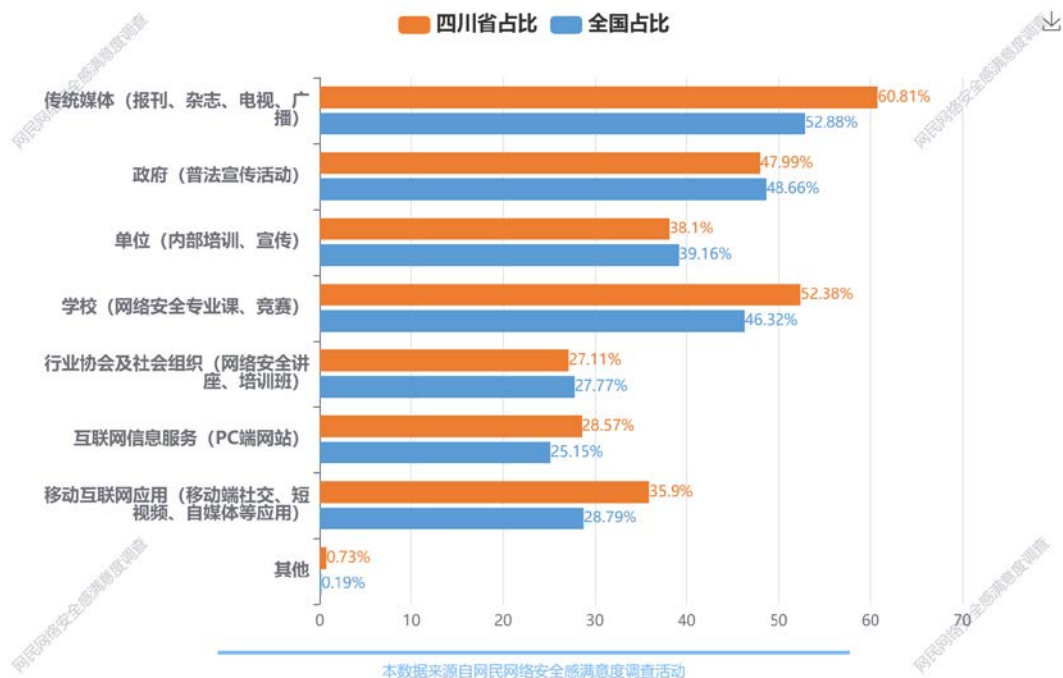
图表 41：网民对“帮信罪”的行为看法

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 7 题：您认为下列哪些行为属于“帮信罪”中的帮助行为？（多选题））

（8）网络安全法律法规知识来源渠道

公众网民的网络安全法律法规知识来源渠道方面，传统媒体（报刊、杂志、电视、广播）的渗透度达 60.81%，学校（网络安全专业课、竞赛）的达 52.38%，政府（普法宣传活动）47.99%，单位（内部培训、宣传）38.1%，移动互联网应用（移动端社交、短视频、自媒体等应用）35.9%，互联网信息服务（PC 端网站）

28.57%。与全国数据相比，表示单位（内部培训、宣传）的比例要低 1.06 个百分点，表示传统媒体（报刊、杂志、电视、广播）比例要高 7.93 个百分点。

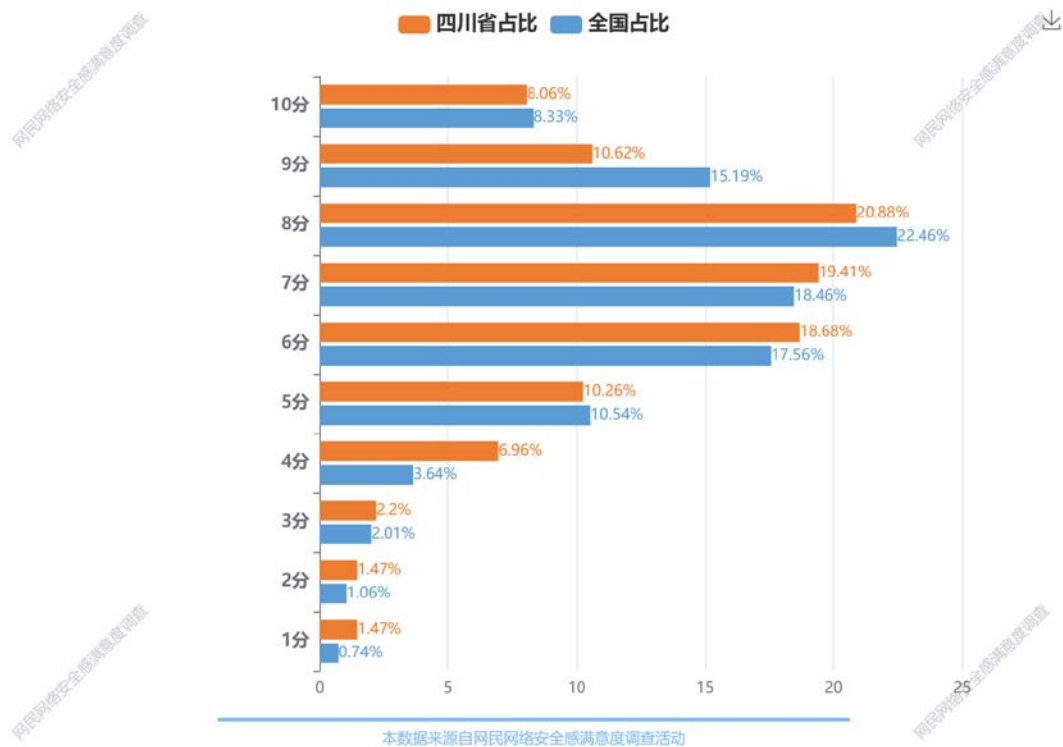


图表 42：网络安全法律法规知识来源渠道

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 8 题：您从下列哪些渠道了解到网络安全方面的法律法规？（多选））

（9）网民的网络素养水平和网络守法方面的表现评价

公众网民的网络素养水平和网络守法方面的表现评价：满意率为 58.97%，其中 18.68% 公众网民认为非常满意，40.29% 认为较满意。有 28.94% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 9.16% 认为不满意，2.94% 认为非常不满意。总体评价满意度 58.97%。与全国数据相比，表示 9 分的比例要低 4.57 个百分点，表示 6 分比例要高 1.12 个百分点。



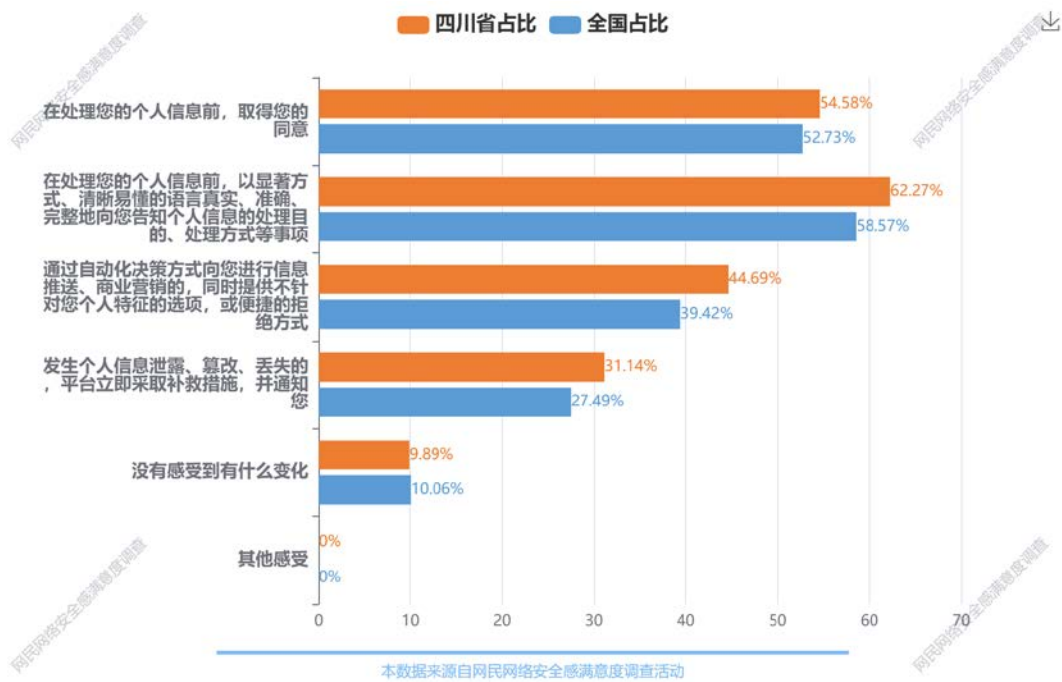
图表 43：网络素养水平和网络守法方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 9 题：您对目前网民的网络素养水平和网络守法方面的表现如何评价？(非常差 1-2 分；较差 3-4 分；一般 5-6 分；较好 7-8 分；非常好 9-10 分)）

三、执法和司法

（10）《个人信息保护法》施行情况

《个人信息保护法》施行至今，公众网民感受到以下变化：排第一位是在处理您的个人信息前，以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地向您告知个人信息的处理目的、处理方式等事项（遇见率 62.27%）；第二位是在处理您的个人信息前，取得您的同意（遇见率 54.58%）；第三位是通过自动化决策方式向您进行信息推送、商业营销的，同时提供不针对您个人特征的选项，或便捷的拒绝方式（遇见率 44.69%）。还有是发生个人信息泄露、篡改、丢失的，平台立即采取补救措施，并通知您（31.14%）和没有感受到有什么变化（9.89%）的网民遇到过。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

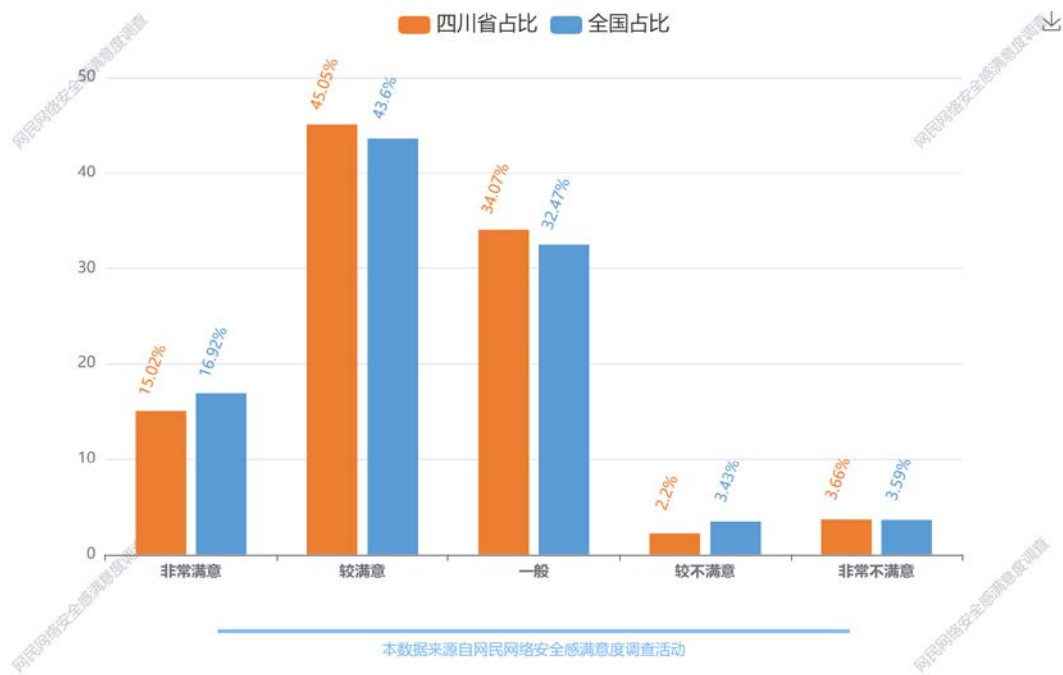


图表 44：《个人信息保护法》施行情况

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 10 题：《个人信息保护法》施行至今，您感受到以下哪些变化？（多选））

（11）网民对网络空间治理在个人信息保护司法实施效果的表现评价

公众网民对网络空间治理在司法领域实施效果个人信息保护方面的表现评价：满意率为 60.07%，其中 15.02% 公众网民认为非常满意，45.05% 认为较满意。有 34.07% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 2.2% 认为较不满意，3.66% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.9 个百分点，表示较满意比例要高 1.45 个百分点。

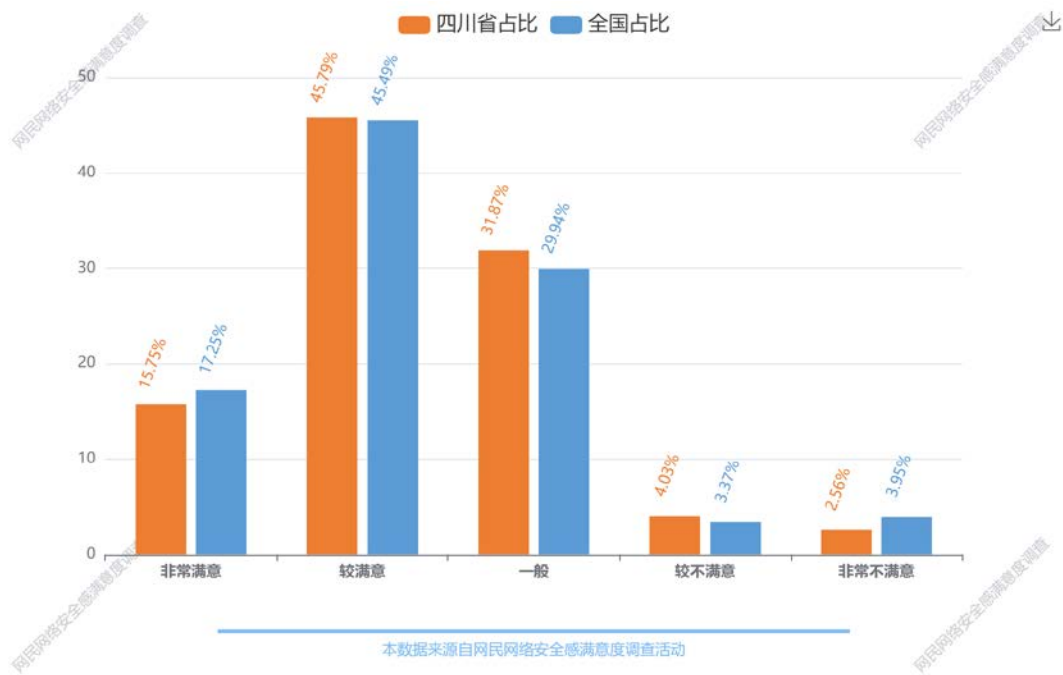


图表 45：个人信息保护实施效果方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 11 题：
（您对下列网络空间治理在司法实施效果方面的满意度如何？（单选）1. 个人信息保护）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（12）网民对网络空间治理在网络知识产权保护司法实施效果的表现评价
公众网民对网络空间治理在司法实施效果网络知识产权保护方面的表现评价：满意率为 61.54%，其中 15.75% 公众网民认为非常满意，45.79% 认为较满意。有 31.87% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 4.03% 认为较不满意，2.56% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.5 个百分点，表示一般比例要高 1.93 个百分点。



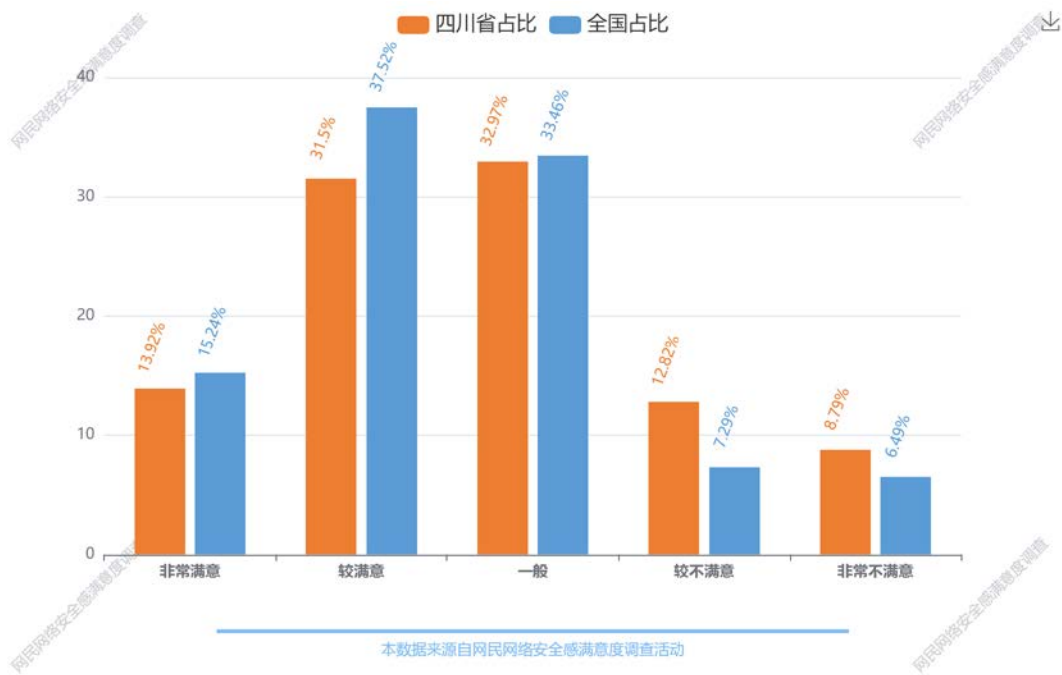
图表 46：网络知识产权保护实施效果方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 11 题：您对下列网络空间治理在司法实施效果方面的满意度如何？（单选）2. 网络知识产权保护）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（13）网民对网络空间治理在网络暴力司法实施效果的表现评价

公众网民对网络空间治理在司法实施效果网络暴力方面的表现评价：满意率为 45.42%，其中 13.92% 公众网民认为非常满意，31.5% 认为较满意。有 32.97% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 12.82% 认为较不满意，8.79% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.32 个百分点，表示较不满意比例要高 5.53 个百分点。



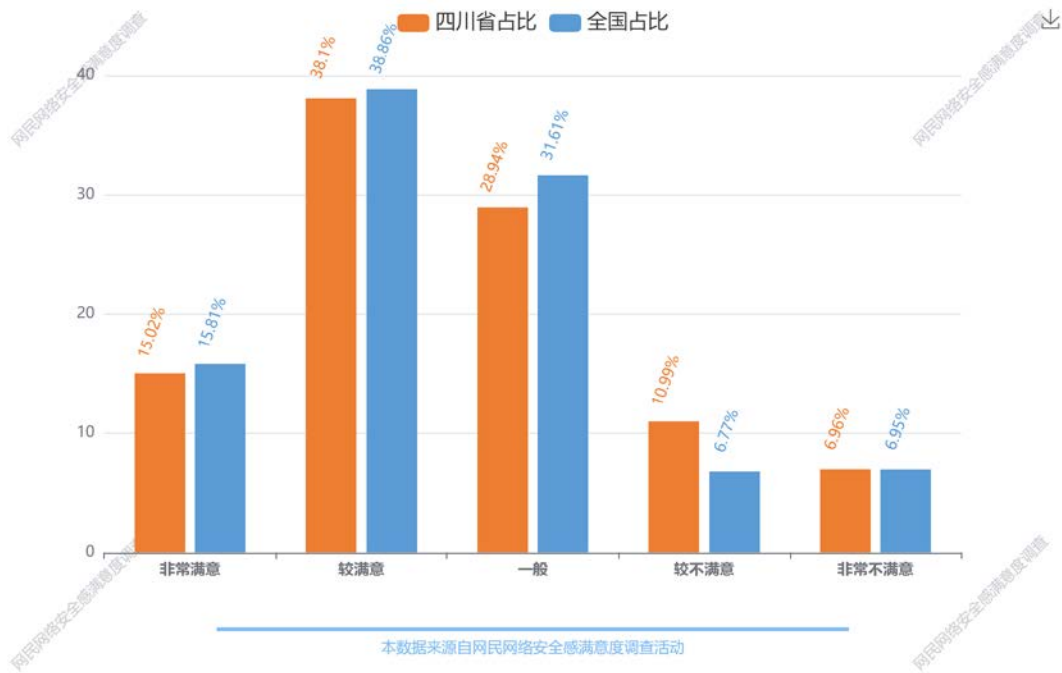
图表 47：网络暴力实施效果方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 11 题：
（您对下列网络空间治理在司法实施效果方面的满意度如何？（单选）3. 网络暴力）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（14）网民对网络空间治理在网络诈骗司法实施效果的表现评价

公众网民对网络空间治理在司法实施效果网络诈骗方面的表现评价：满意率为 53.12%，其中 15.02% 公众网民认为非常满意，38.1% 认为较满意。有 28.94% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 10.99% 认为较不满意，6.96% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示一般的比例要低 2.67 个百分点，表示较不满意比例要高 4.22 个百分点。



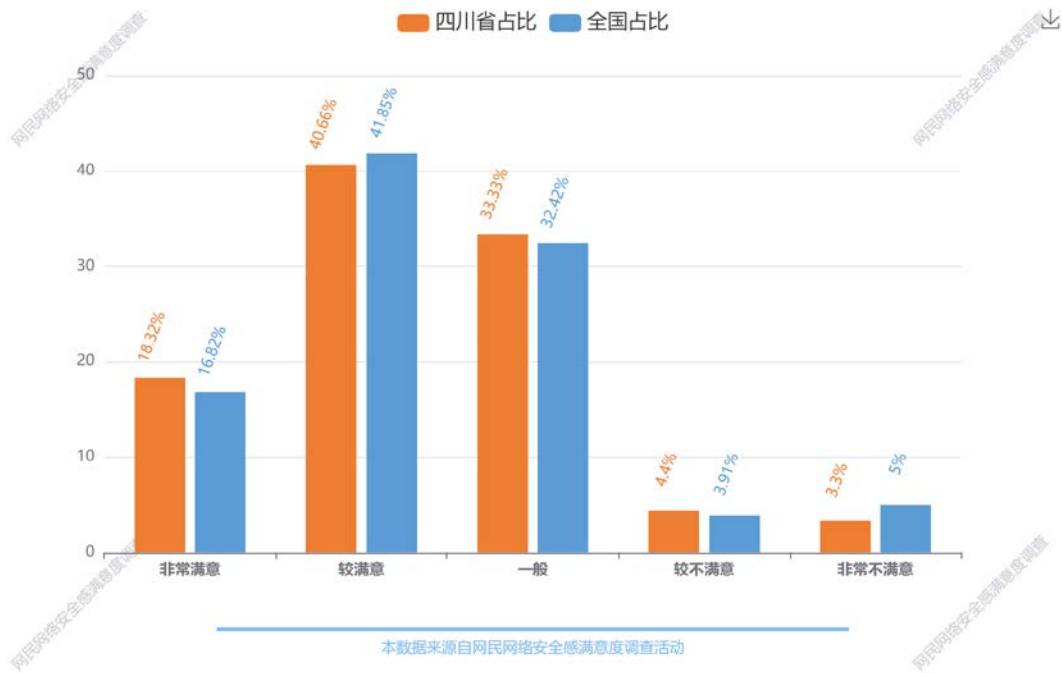
图表 48：网络诈骗实施效果方面的表现评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 11 题：
（您对下列网络空间治理在司法实施效果方面的满意度如何？（单选）4. 网络诈骗）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（15）网民对网络空间治理在公益诉讼司法实施效果的表现评价

公众网民对网络空间治理在司法实施效果公益诉讼方面的表现评价：满意率为 58.98%，其中 18.32% 公众网民认为非常满意，40.66% 认为较满意。有 33.33% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 4.4% 认为较不满意，3.3% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示较满意的比例要低 1.19 个百分点，表示非常满意比例要高 1.5 个百分点。



图表 49：公益诉讼实施效果方面的表现评价

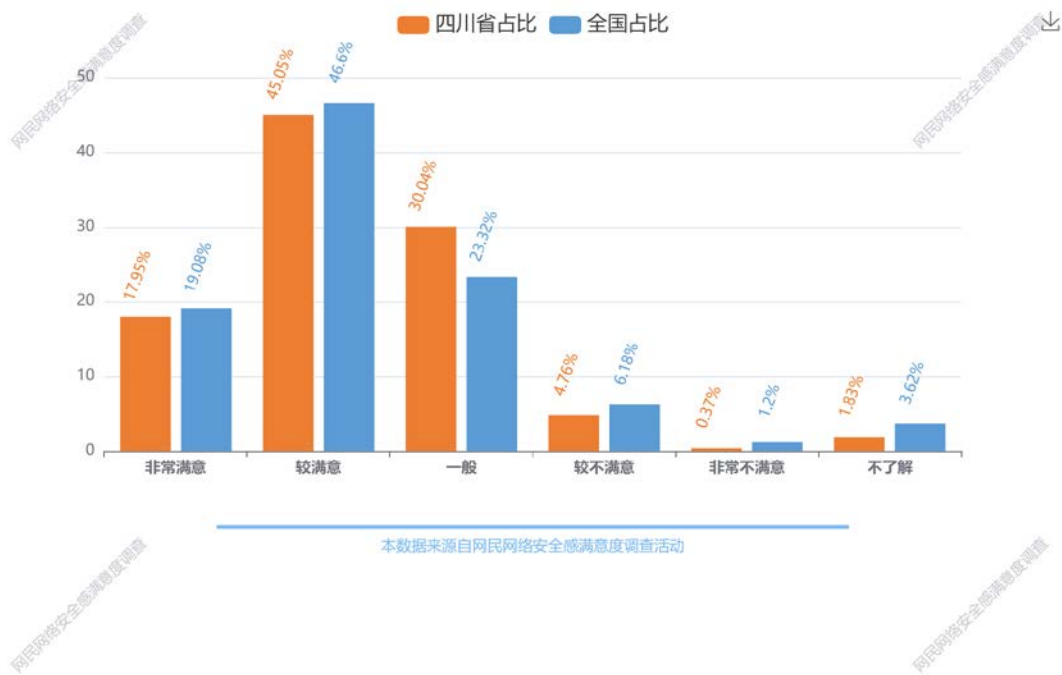
（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 11 题：
（您对下列网络空间治理在司法实施效果方面的满意度如何？（单选）5. 公益诉讼）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（16）网络安全司法工作状况评价

参与调查的网络安全司法工作状况评价：非常满意占 17.95%，较满意占 45.05%，两者相加占 63.00%。评价一般的占 30.04%。

在负面评价方面，持较不满意评价的占 4.76%，非常不满意的评价占 0.37%，两者相加占 5.13%。仅 1.83% 网民表示不了解。相较于全国数据，非常满意、较满意、较不满意分别比全国数据低 1.13、1.55、1.42 个百分点。

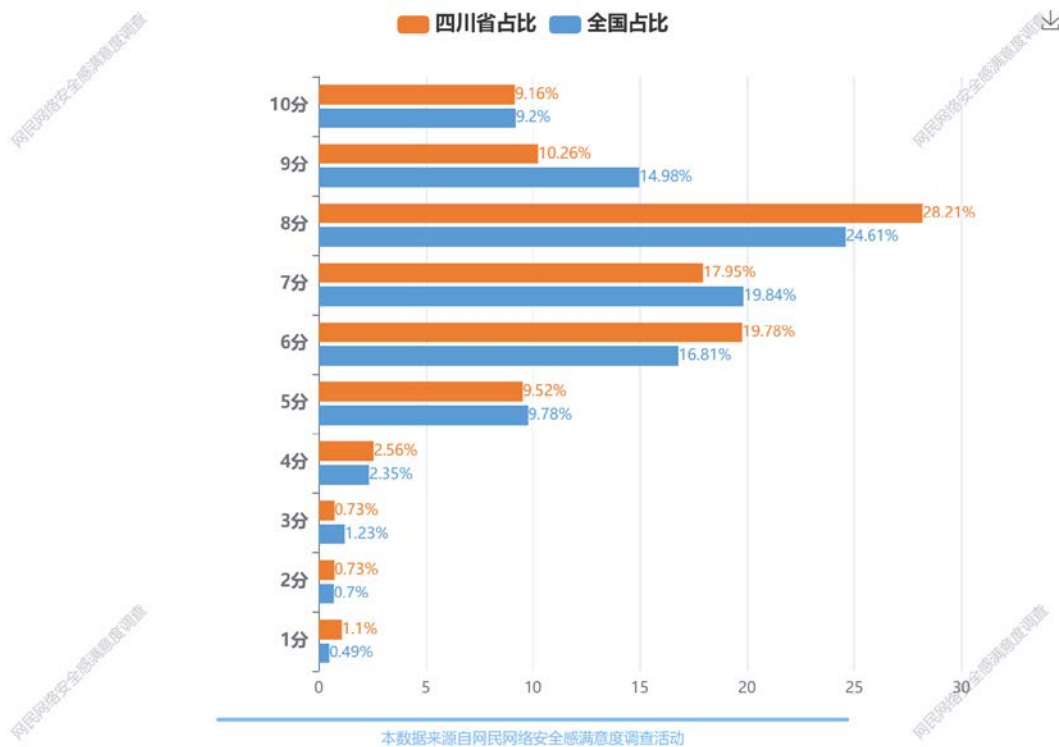


图表 50：网络安全司法工作状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 12 题：您对网络安全方面的司法工作状况（如出台司法解释及检察院和法院对相关案件的处理）是否满意？）

（17）网络安全领域中司法工作在维护公平正义的成效评价

公众网民对我国网络安全领域中司法工作治理状况满意度评价：满意率为 65.58%，其中 19.42% 公众网民认为非常好，46.16% 认为较好。有 29.30% 网民认为一般。网民认为较差或非常差，有 3.29% 认为较差，1.83% 认为非常差。总体评价满意度 65.58%。



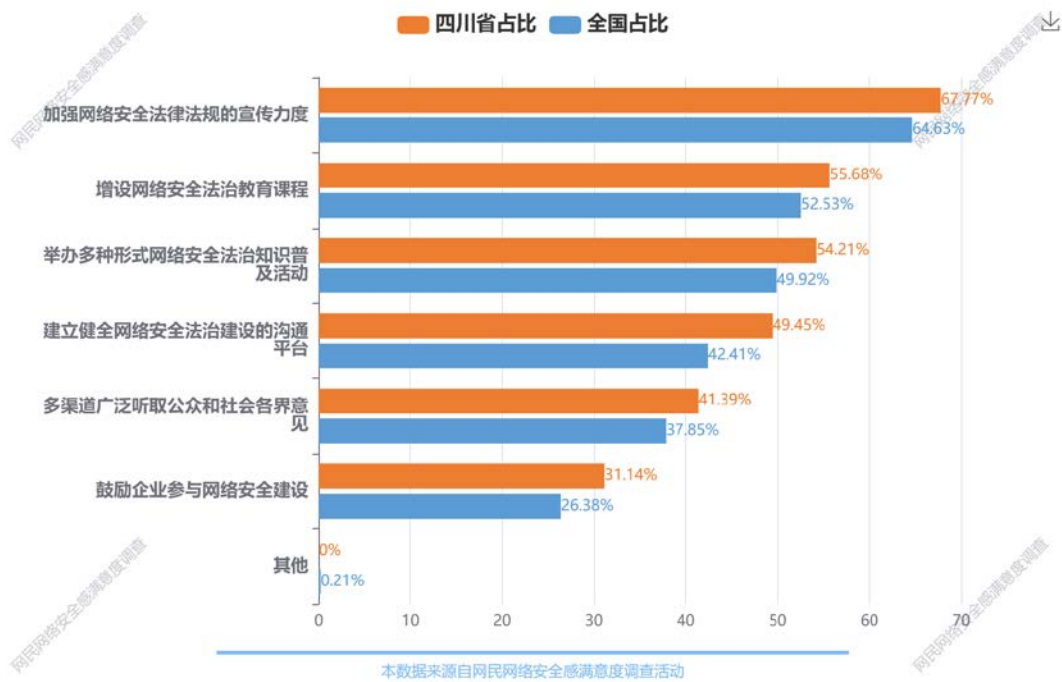
图表 51：网络安全领域中司法工作在维护公平正义的成效评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 13 题：您对网络安全领域的司法工作在维护公平正义方面成效的评分？（10 分最高，0 分最低））

四、社会参与

（18）网络安全法治建设的参与度和关注度

在提高公众对网络安全法治建设的参与度和关注度方面，第一位是加强网络安全法律法规的宣传力度（参与度和关注度 67.77%）；第二位是增设网络安全法治教育课程（参与度和关注度 55.68%）；第三位是举办多种形式网络安全法治知识普及活动（参与度和关注度 54.21%）；第四位是建立健全网络安全法治建设的沟通平台（参与度和关注度 49.45%）；第五位是多渠道广泛听取公众和社会各界意见（参与度和关注度 41.39%）；第六位是鼓励企业参与网络安全建设（参与度和关注度 31.14%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

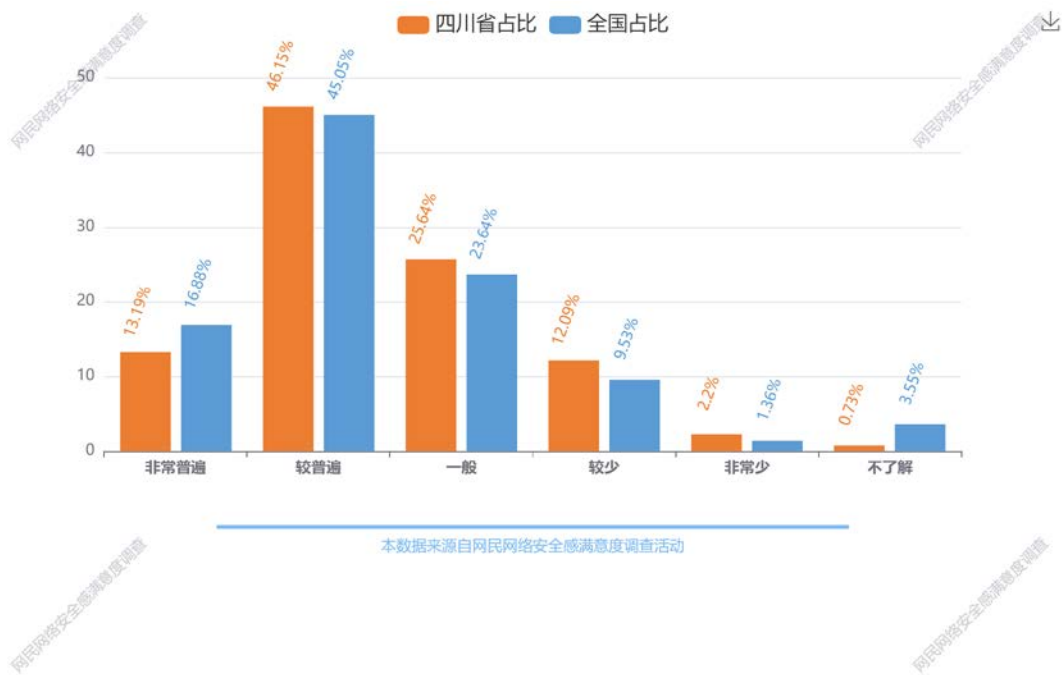


图表 52：网络安全法治建设的参与度和关注度

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 14 题：您认为如何能更好地提高公众对网络安全法治建设的参与度和关注度？（多选））

（19）企业或社会组织参与网络安全活动情况

公众网民对企业或组织开展网络安全领域治理相关活动的看法：认为较普遍的最多（占 46.15%），其次是认为一般（占 25.64%），再次是认为非常普遍（占 13.19%）。即认为较普遍占比较多。与全国数据相比，表示非常普遍的比例要低 3.69 个百分点，表示较普遍比例要高 1.1 个百分点。

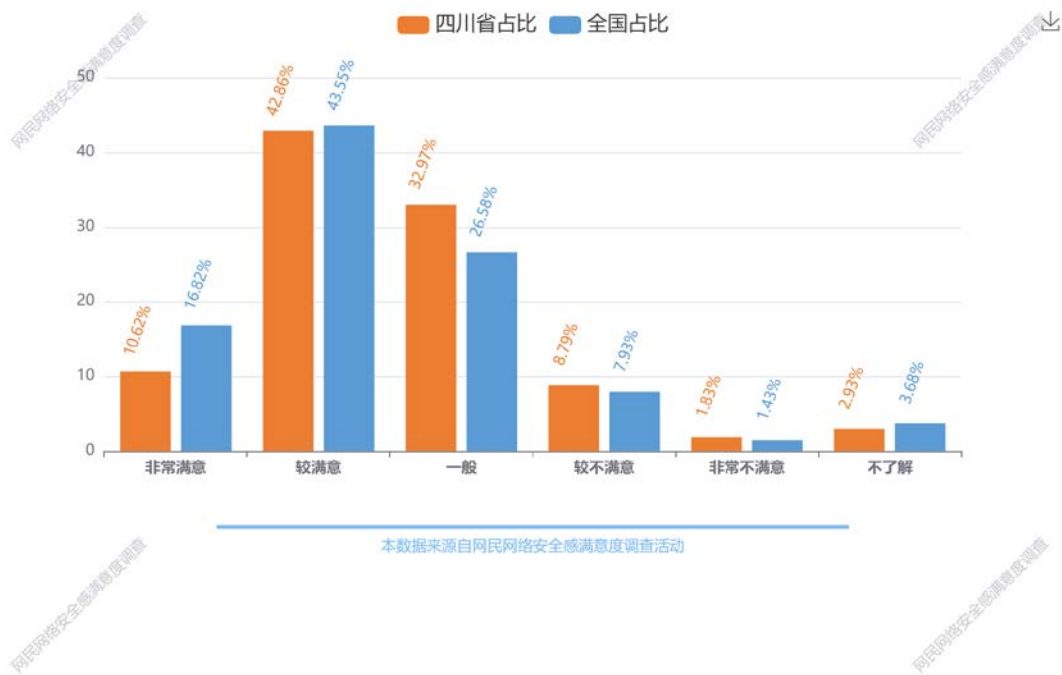


图表 53：企业或社会组织参与网络安全治理工作的普遍程度

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 15 题：您认为我国企业和社会组织参与网络安全领域治理相关活动普遍吗？）

（20）社会组织或公民参与网络安全领域治理的状况满意度评价

参与调查的公众网民对社会组织或公民参与网络安全领域治理的状况满意度评价：认为满意以上的占 53.48%，其中 10.62% 公众网民认为非常满意，42.86% 认为较满意。32.97% 认为一般。10.62% 认为较不满意或非常不满意，其中 8.79% 认为较不满意，1.83% 认为非常不满意。仅有 2.93% 表示不了解。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 6.2 个百分点，表示一般比例要高 6.39 个百分点。

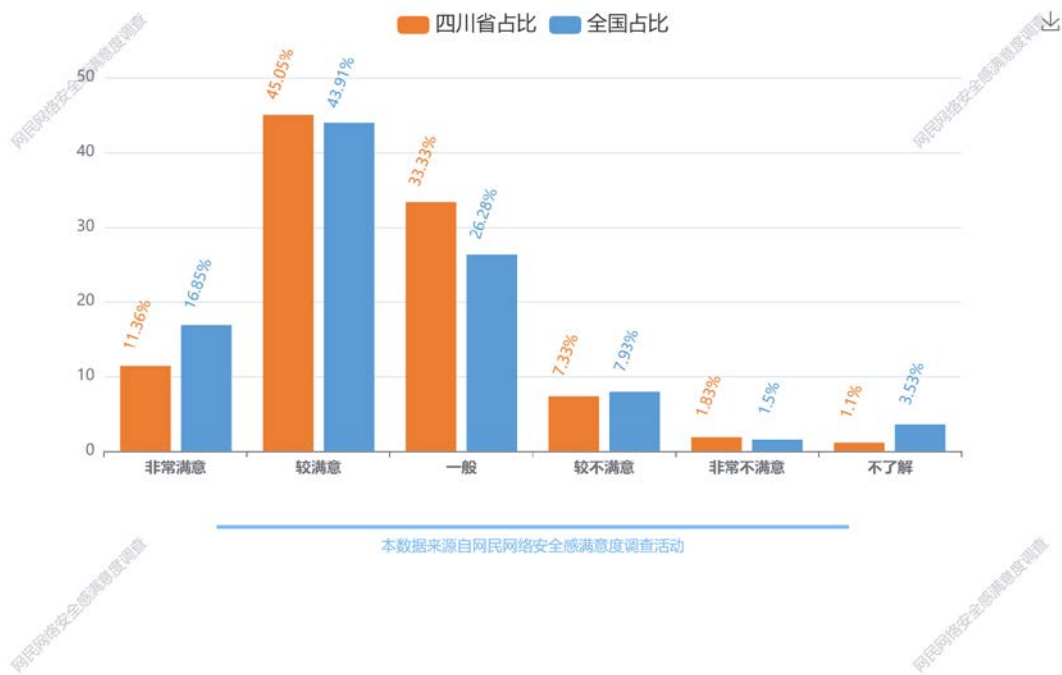


图表 54：社会组织或公民参与网络安全领域治理的状况满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 16 题：您认为我国社会组织或公民参与网络安全领域治理的状况是否令人满意？）

（21）社会监督效果满意度评价

参与调查的公众网民对网络安全领域治理的社会监督效果满意度评价：认为满意以上的占 56.41%，其中 11.36% 公众网民认为非常满意，45.05% 认为较满意。33.33% 认为一般。9.16% 认为较不满意或非常不满意，其中 7.33% 认为较不满意，1.83% 认为非常不满意。仅有 1.1% 表示不了解。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 5.49 个百分点，表示较满意比例要高 1.14 个百分点。

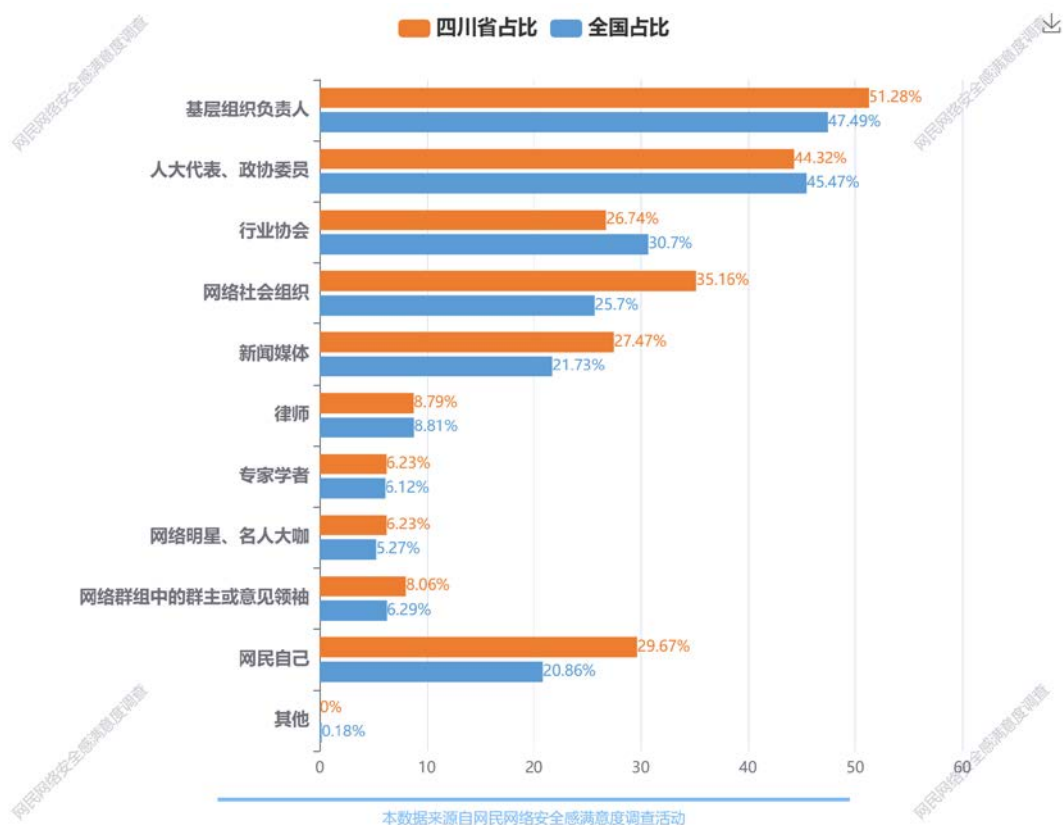


图表 55：社会监督效果状况满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 17 题：您认为网络安全领域治理的社会监督效果是否令人满意？）

（22）网民利益代表的看法

参与调查的公众网民对谁能够代表网民利益的人或团体看法：排第一位是基层组织负责人（认同率 51.28%）；第二位是人大代表、政协委员（认同率 44.32%）；第三位是网络社会组织（认同率 35.16%）；第四位是网民自己（认同率 29.67%）；第五位是新闻媒体（认同率 27.47%）。其次为行业协会、律师、网络群组中的群主或意见领袖、专家学者、网络明星、名人大咖，分别有 26.74%、8.79%、8.06%、6.23%、6.23%的认同率。与全国数据相比，表示人大代表、政协委员的比例要低 1.15 个百分点，表示基层组织负责人比例要高 3.79 个百分点。



图表 56：网民利益代表的看法

（图表数据来源：公众网民版专题 1 网络安全法治社会建设专题第 18 题：
您认为哪些人或组织通常能够较好地代表网民的利益说话？（多选，最多 3 个））

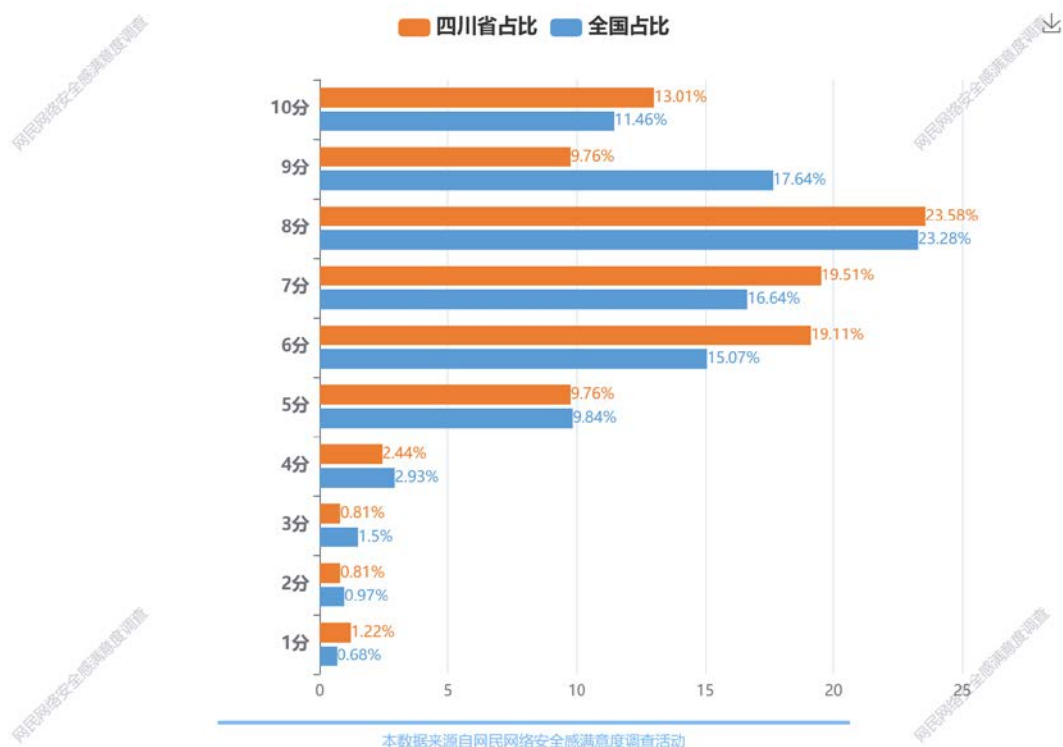
4.2 专题 2：网络诚信建设专题

参与本专题答题的公众网民数量为 246 人。

一、网络诚信态势

1. 网络诚信总体状况评价

公众网民对当前网络诚信总体状况评价，诚信为：65.86%，其中 22.77% 公众网民认为非常诚信，43.09% 认为较诚信。有 28.87% 网民认为一般。网民认为较不诚信或非常不诚信，有 3.25% 认为较不诚信，2.03% 认为非常不诚信。总体评价诚信度 65.86%。



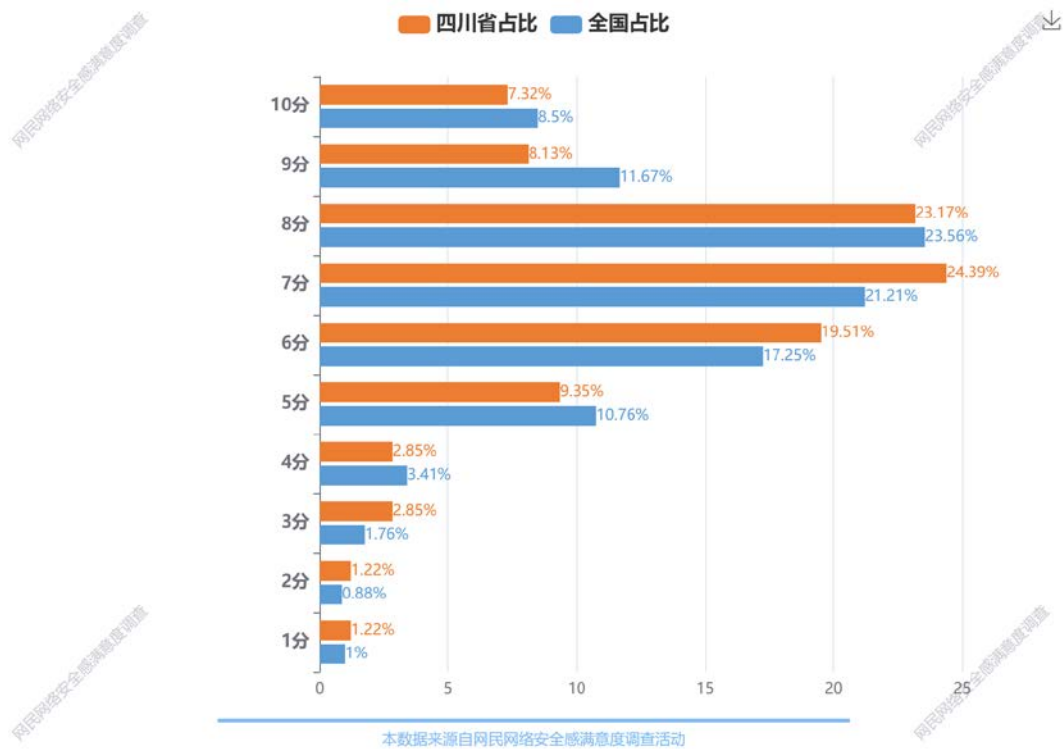
图表 57：网络诚信总体状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 1 题：您对当前网络诚信总体状况的感受如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分，其中：非常不诚信 1-2 分；较不诚信 3-4 分；一般 5-6 分；较诚信 7-8 分；非常诚信 9-10 分））

2. 互联网行业或领域网络诚信状况评价

（1）线上新媒体网络诚信状况评价

公众网民对互联网行业或领域网络诚信的线上新闻媒体评价：满意率为 63.01%，其中 15.45% 公众网民认为非常满意，47.56% 认为较满意。有 28.86% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.70% 认为不满意，2.44% 认为非常不满意。总体评价满意度 63.01%。

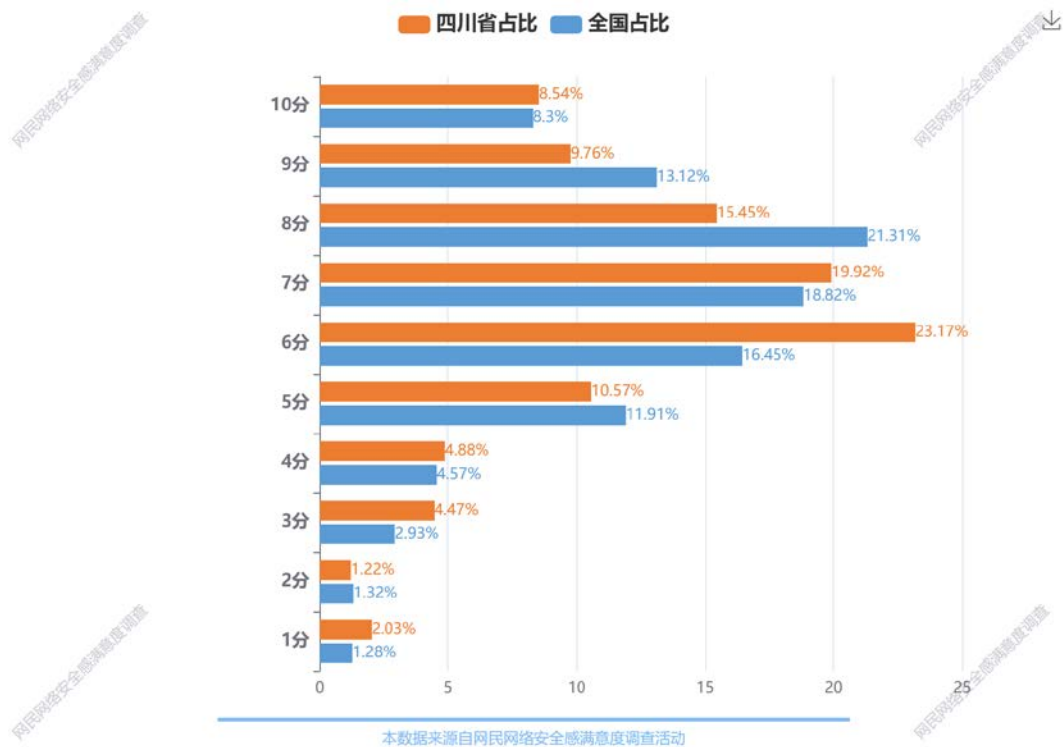


图表 58：线上新媒体网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）1. 线上新闻媒体）

（2）短视频和直播网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的短视频和直播状况评价：满意率为 53.67%，其中 18.30% 公众网民认为非常满意，35.37% 认为较满意。有 33.74% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 9.35% 认为不满意，3.25% 认为非常不满意。总体评价满意度 53.67%。

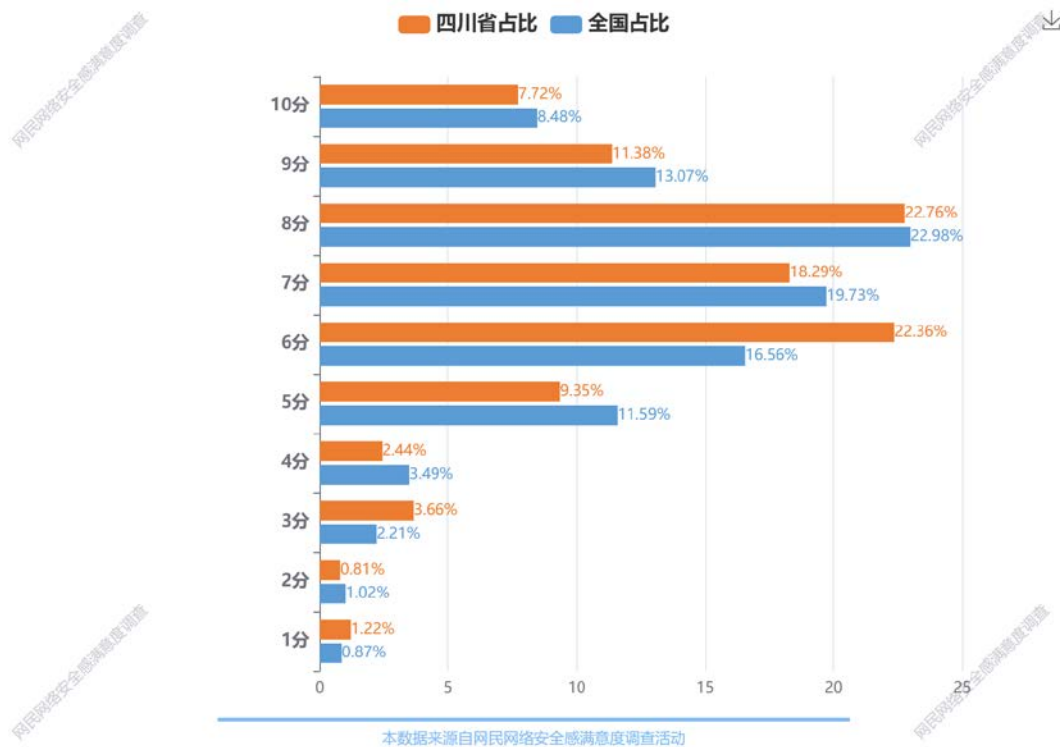


图表 59：短视频和直播网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）2. 短视频和直播）

（3）社交平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的社交平台状况评价：满意率为 60.15%，其中 19.10% 公众网民认为非常满意，41.05% 认为较满意。有 31.71% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 6.10% 认为不满意，2.03% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.15%。

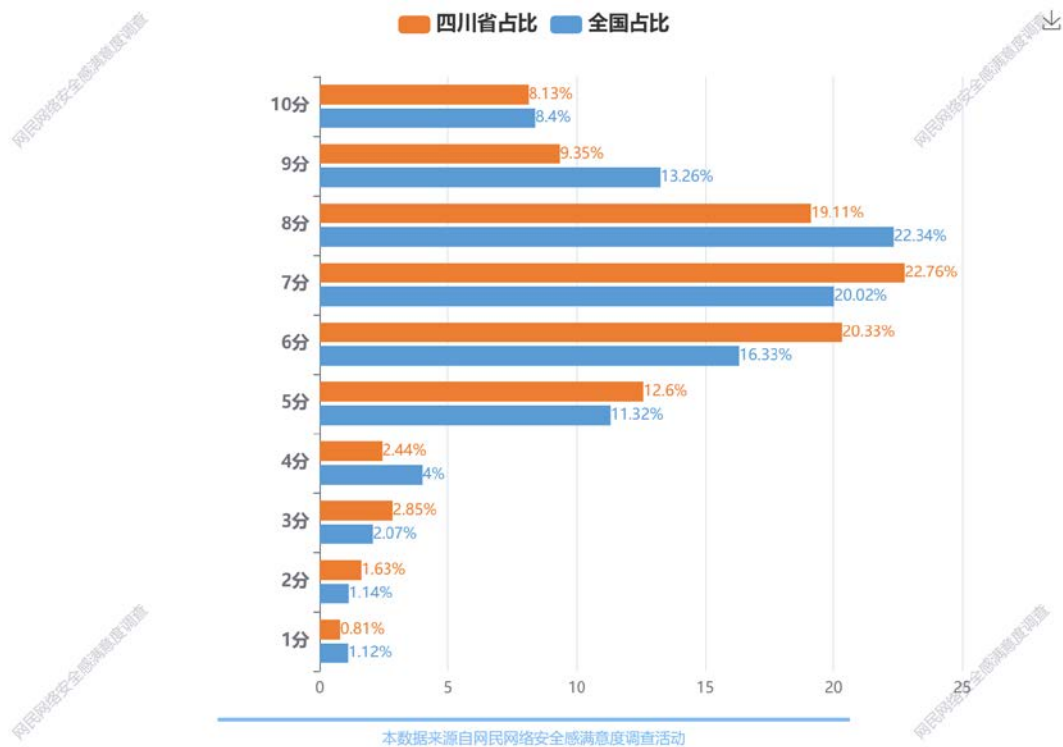


图表 60：社交平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）3. 社交平台）

（4）电商平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的电商平台状况评价：满意率为 59.35%，其中 17.48% 公众网民认为非常满意，41.87% 认为较满意。有 32.93% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.29% 认为不满意，2.44% 认为非常不满意。总体评价满意度 59.35%。

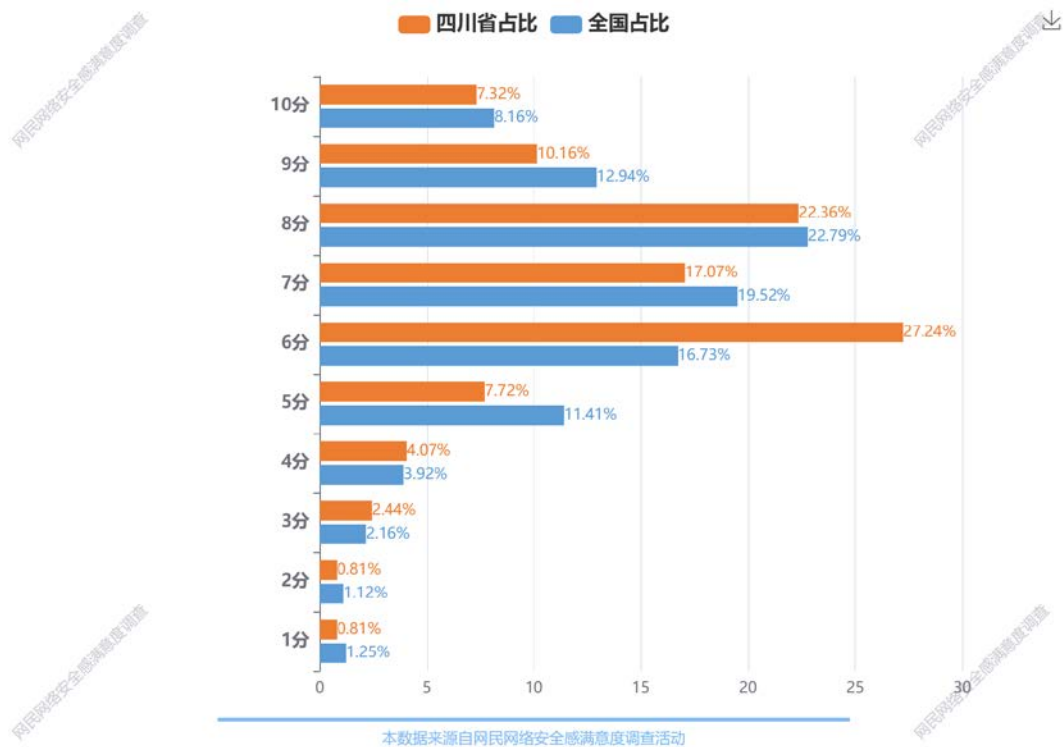


图表 61：电商平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）4. 电商平台）

（5）互联网游戏平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的互联网游戏平台状况评价：满意率为 56.91%，其中 17.48% 公众网民认为非常满意，39.43% 认为较满意。有 34.96% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 6.51% 认为不满意，1.62% 认为非常不满意。总体评价满意度 56.91%。

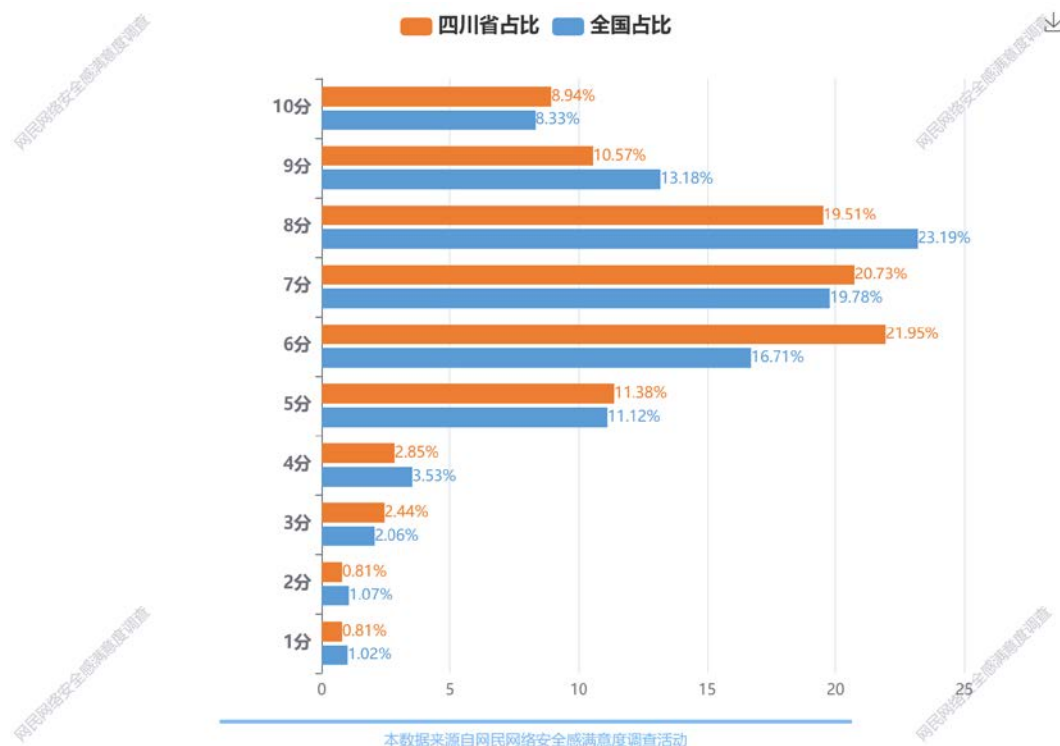


图表 62：互联网游戏平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）5. 互联网游戏平台）

（6）影视娱乐平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的影视娱乐平台状况评价：满意率为 59.75%，其中 19.51% 公众网民认为非常满意，40.24% 认为较满意。有 33.33% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 5.29% 认为不满意，1.62% 认为非常不满意。总体评价满意度 59.75%。

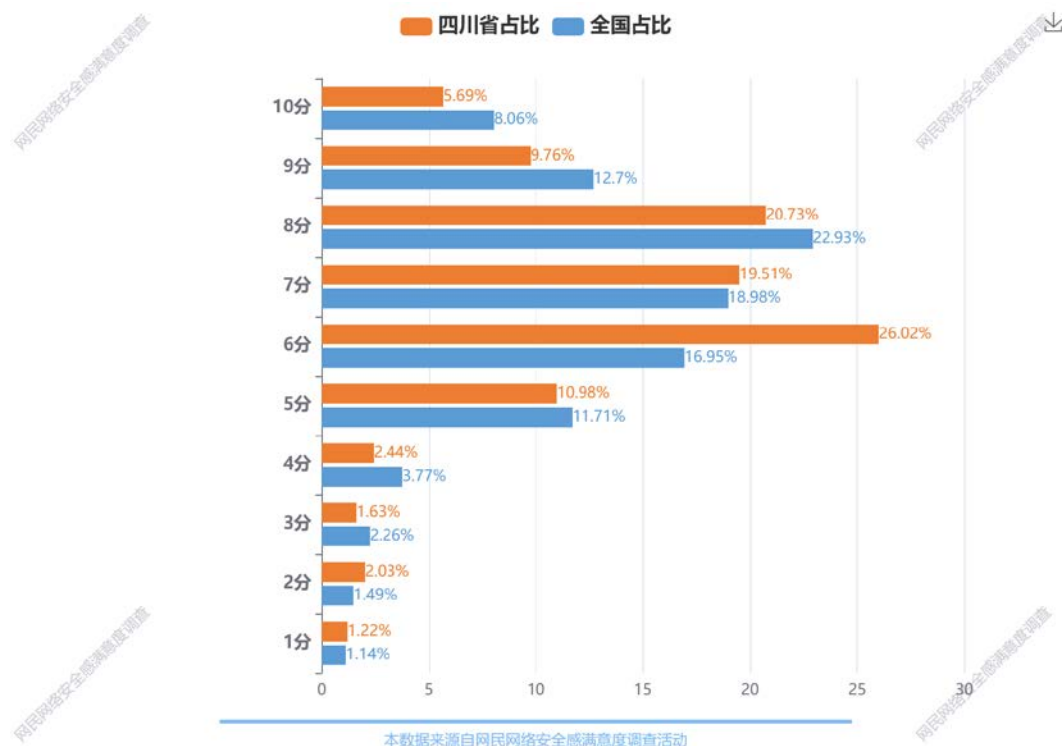


图表 63：影视娱乐平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）6. 影视娱乐平台）

（7）自媒体平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的自媒体平台状况评价：满意率为 55.69%，其中 15.45% 公众网民认为非常满意，40.24% 认为较满意。有 37.00% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 4.07% 认为不满意，3.25% 认为非常不满意。总体评价满意度 55.69%。

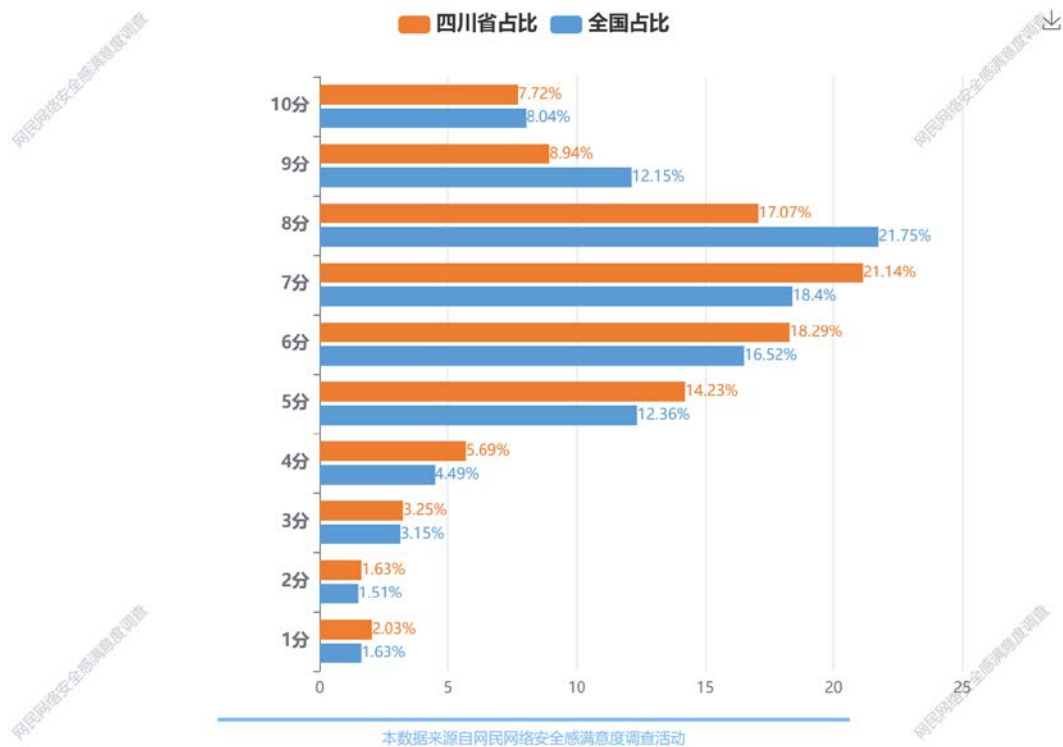


图表 64：自媒体平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）7. 自媒体平台）

（8）家政、婚姻、职介、房产等网络中介网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的家政、婚姻、职介、房产等网络中介状况评价：满意率为 54.87%，其中 16.66% 公众网民认为非常满意，38.21% 认为较满意。有 32.52% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 8.94% 认为不满意，3.66% 认为非常不满意。总体评价满意度 54.87%。

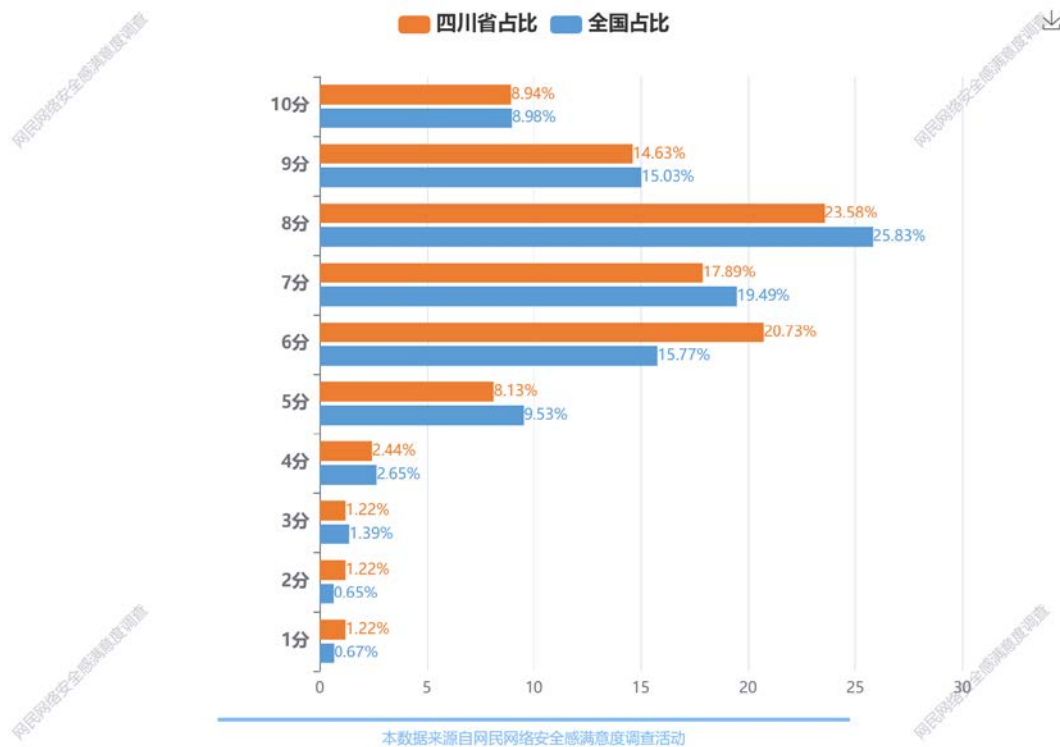


图表 65：家政、婚姻、职介、房产等网络中介网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）8. 家政、婚姻、职介、房产等网络中介）

（9）物流配送平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的物流配送平台状况评价：满意率为 65.04%，其中 23.57% 公众网民认为非常满意，41.47% 认为较满意。有 28.86% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 3.66% 认为不满意，2.44% 认为非常不满意。总体评价满意度 65.04%。

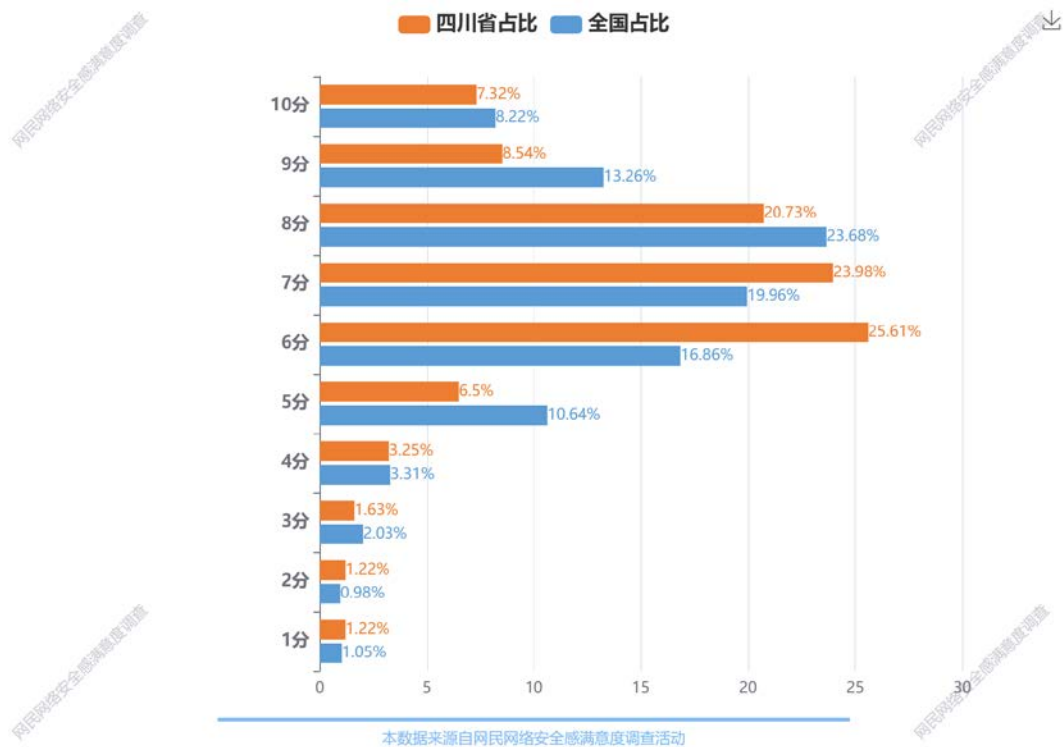


图表 66：物流配送平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）9. 物流配送平台）

（10）在线教育培训网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的在线教育培训状况评价：满意率为 60.57%，其中 15.86% 公众网民认为非常满意，44.71% 认为较满意。有 32.11% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 4.88% 认为不满意，2.44% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.57%。

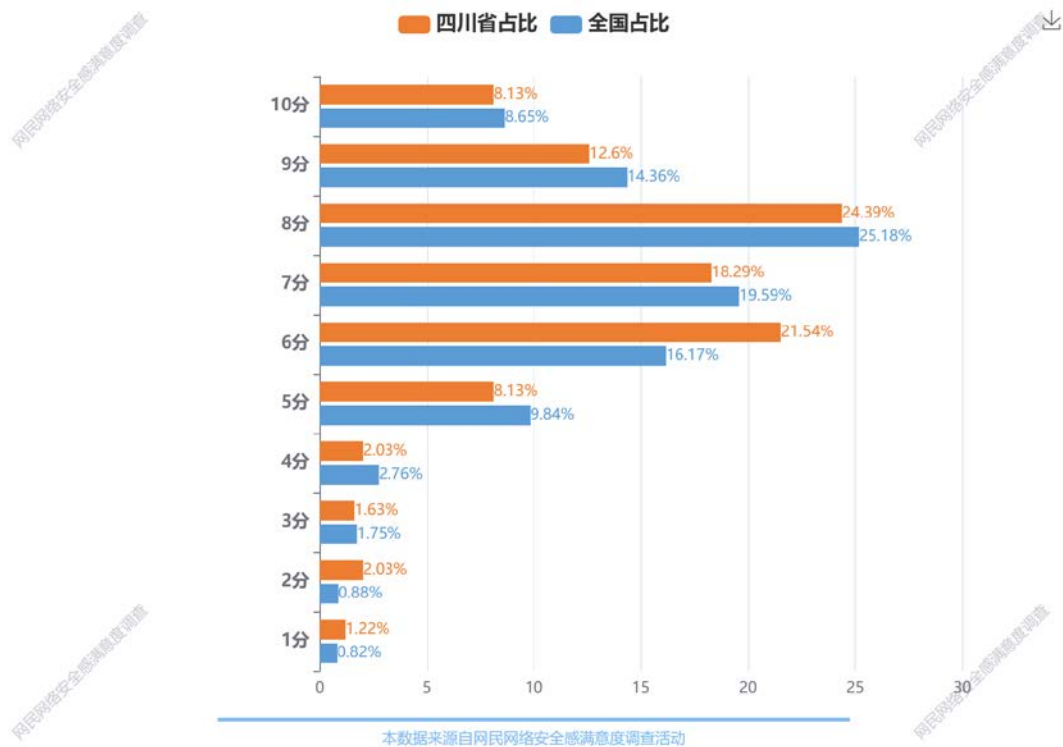


图表 67：在线教育培训网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）10. 在线教育培训）

（11）搜索服务网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的搜索服务状况评价：满意率为 63.41%，其中 20.73% 公众网民认为非常满意，42.68% 认为较满意。有 29.67% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 3.66% 认为不满意，3.25% 认为非常不满意。总体评价满意度 63.41%。

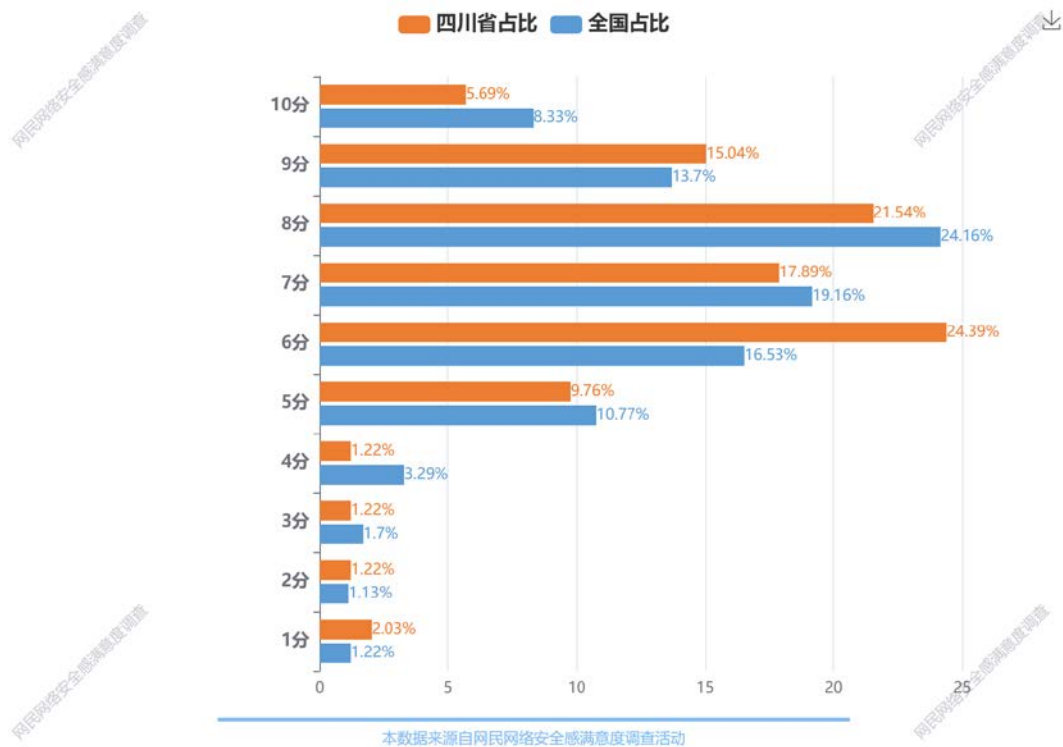


图表 68：搜索服务网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）11. 搜索服务）

（12）电信运营商网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的电信运营商状况评价：满意率为 60.16%，其中 20.73% 公众网民认为非常满意，39.43% 认为较满意。有 34.15% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 2.44% 认为不满意，3.25% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.16%。

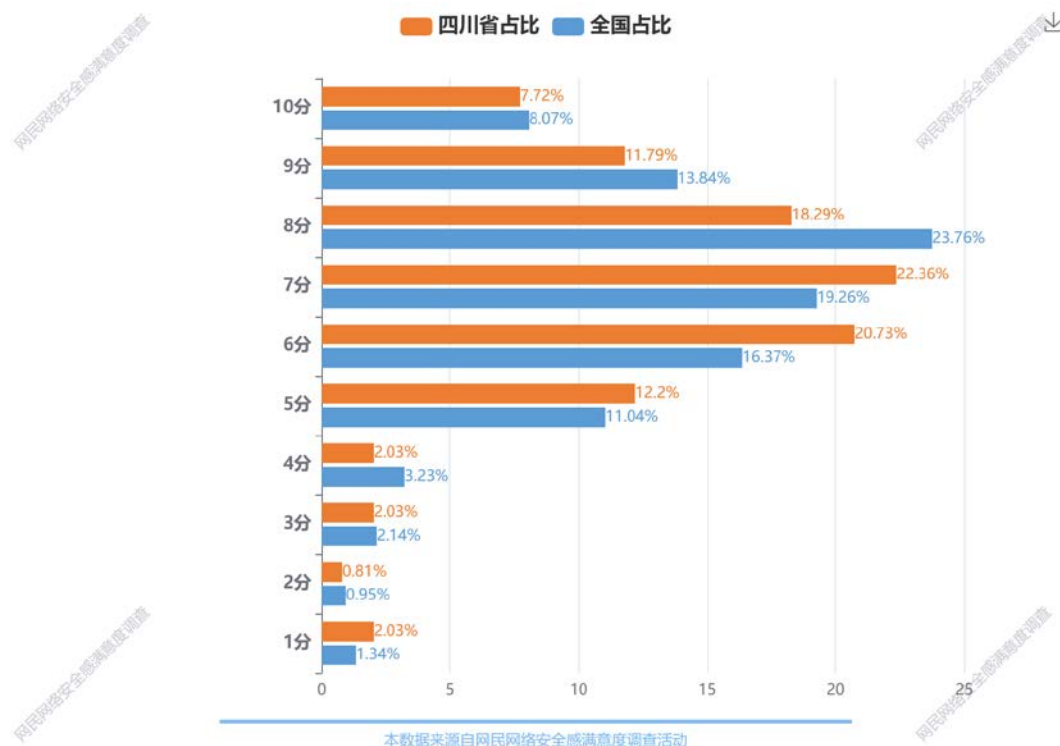


图表 69：电信运营商网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）12. 电信运营商）

（13）金融服务平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的金融服务平台状况评价：满意率为 60.16%，其中 19.51% 公众网民认为非常满意，40.65% 认为较满意。有 32.93% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 4.06% 认为不满意，2.84% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.16%。

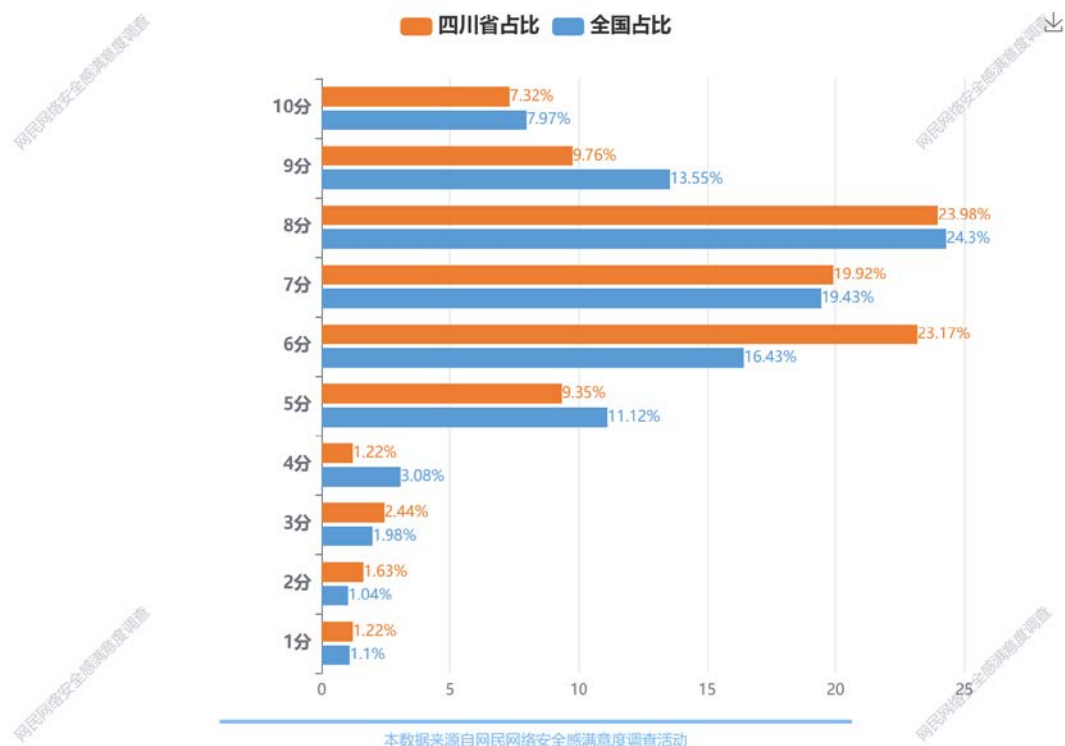


图表 70：金融服务平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）13. 金融服务平台）

（14）在线旅游服务平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的在线旅游服务平台状况评价：满意率为 60.98%，其中 17.08% 公众网民认为非常满意，43.90% 认为较满意。有 32.52% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 3.66% 认为不满意，2.85% 认为非常不满意。总体评价满意度 60.98%。

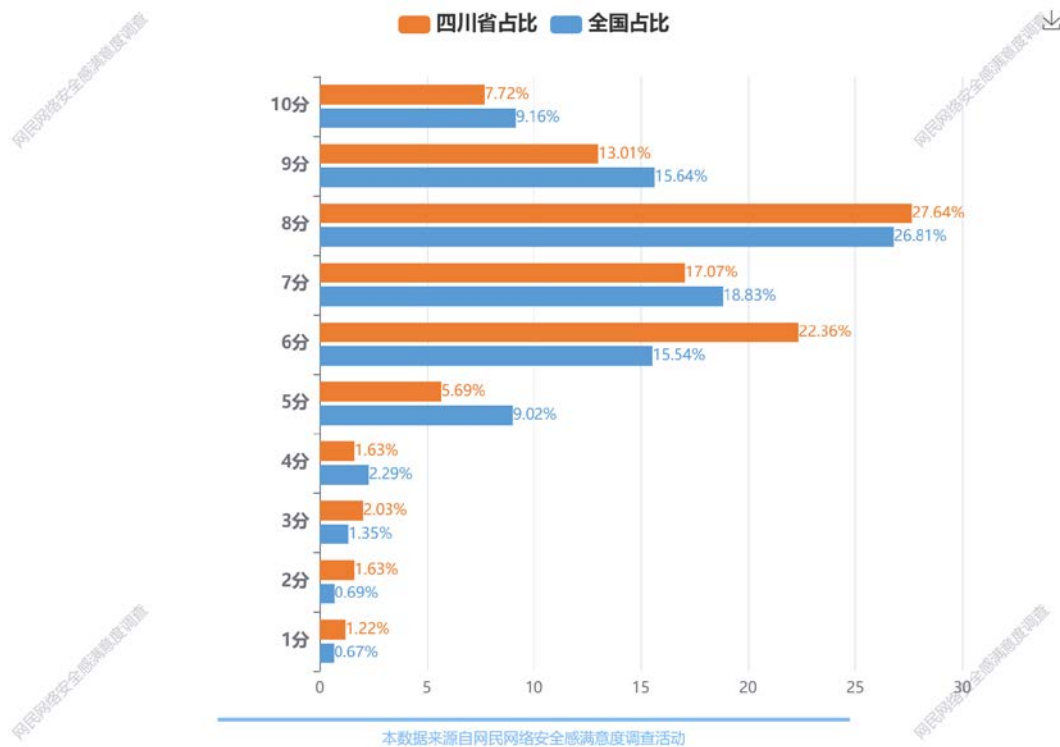


图表 71：在线旅游服务平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）14. 在线旅游服务平台）

（15）交通工具类平台网络诚信状况评价

公众网民对网络诚信的交通工具类平台状况评价：满意率为 65.44%，其中 20.73% 公众网民认为非常满意，44.71% 认为较满意。有 28.05% 网民认为一般。网民认为不满意或非常不满意，有 3.66% 认为不满意，2.85% 认为非常不满意。总体评价满意度 65.44%。



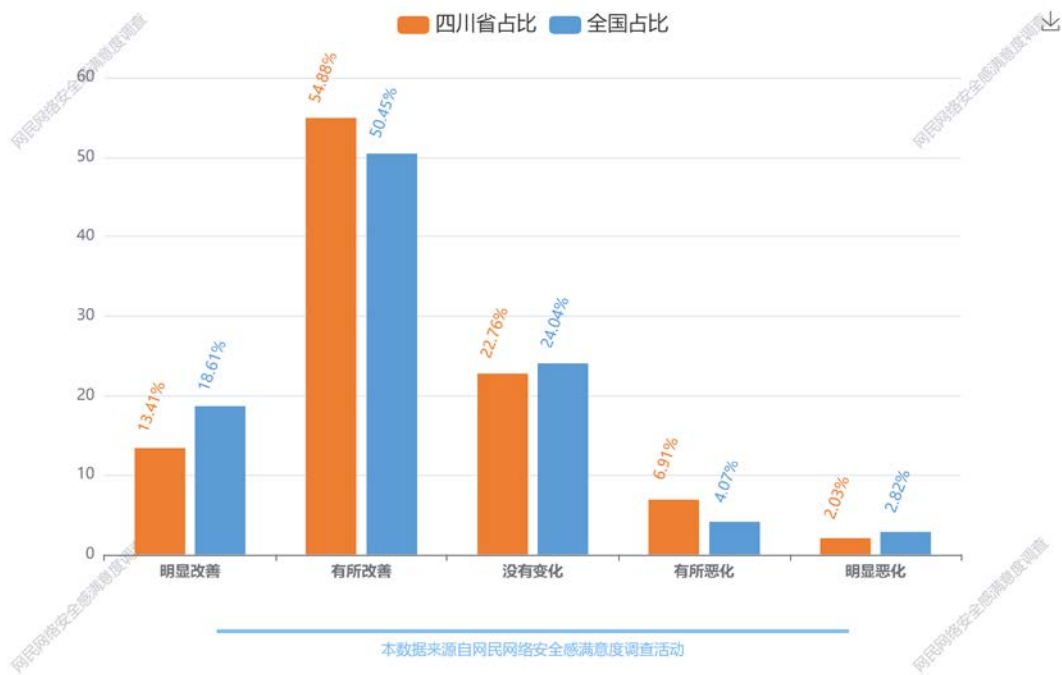
图表 72：交通工具类平台网络诚信状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 2 题：您对当前以下互联网行业或领域的网络诚信状况评分如何？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）15. 交通工具类平台）

3.网络诚信态势

（16）个人信息滥用变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内个人信息滥用变化的评价为：**13.41%**的网民认为个人信息滥用有明显改善，**54.88%**网民认为有所改善，两者相加达**68.29%**；其次，**22.76%**的网民认为个人信息滥用没有变化；再次，**6.91%**的网民认为个人信息滥用有所恶化，**2.03%**网民认为明显恶化，两者相加达**8.94%**。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低**5.2**个百分点，表示有所改善比例要高**4.43**个百分点。

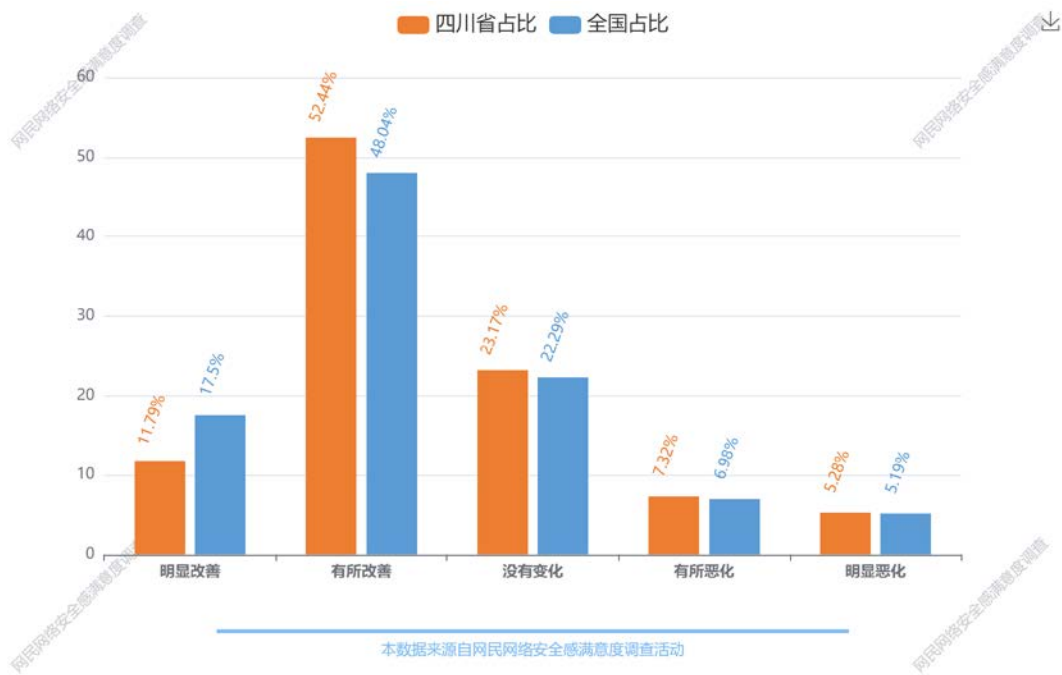


图表 73：个人信息滥用变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年内以下网络问题有何变化？1. 个人信息滥用）

（17）网络谣言变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内网络谣言变化的评价为：**11.79%**的网民认为网络谣言有明显改善，**52.44%**网民认为有所改善，两者相加达 **64.23%**；其次，**23.17%**的网民认为网络谣言没有变化；再次，**7.32%**的网民认为网络谣言有所恶化，**5.28%**网民认为明显恶化，两者相加达 **12.60%**。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 **5.71** 个百分点，表示有所改善比例要高 **4.4** 个百分点。

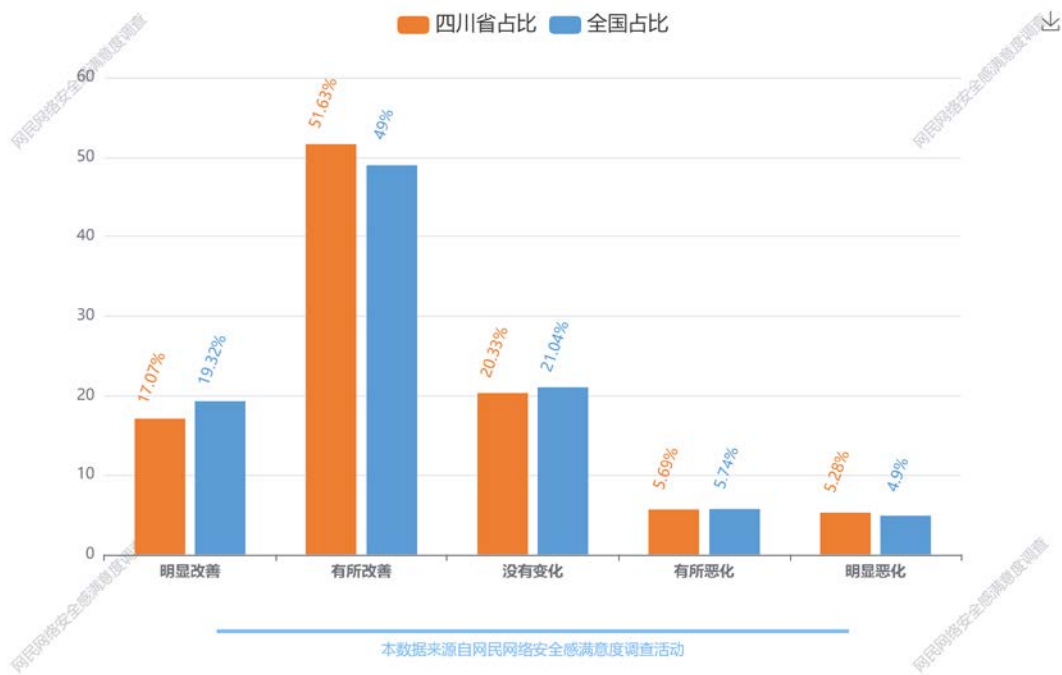


图表 74：网络谣言变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年内以下网络问题有何变化？2. 网络谣言）

（18）网络诈骗变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内网络诈骗变化的评价为：17.07%的网民认为网络诈骗有明显改善，51.63%网民认为有所改善，两者相加达 68.70%；其次，20.33%的网民认为网络诈骗没有变化；再次，5.69%的网民认为网络诈骗有所恶化，5.28%网民认为明显恶化，两者相加达 10.97%。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 2.25 个百分点，表示有所改善比例要高 2.63 个百分点。

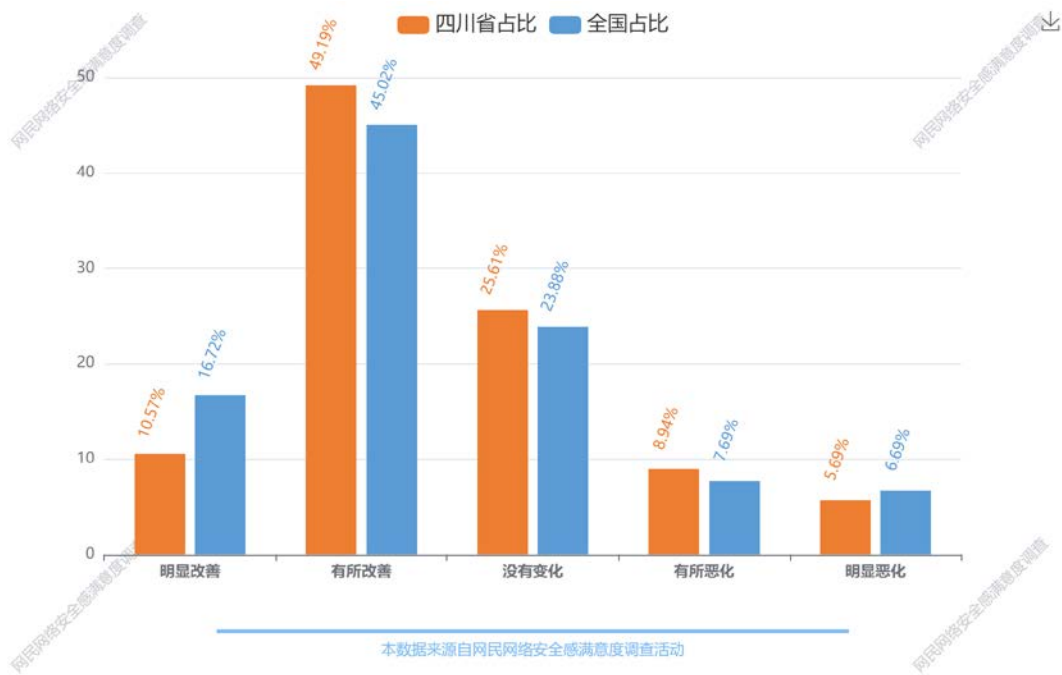


图表 75：网络诈骗变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年内以下网络问题有何变化？3. 网络诈骗）

（19）网络水军变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内网络水军变化的评价为：10.57%的网民认为网络水军有明显改善，49.19%网民认为有所改善，两者相加达 59.76%；其次，25.61%的网民认为网络水军没有变化；再次，8.94%的网民认为网络水军有所恶化，5.69%网民认为明显恶化，两者相加达 14.63%。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 6.15 个百分点，表示有所改善比例要高 4.17 个百分点。

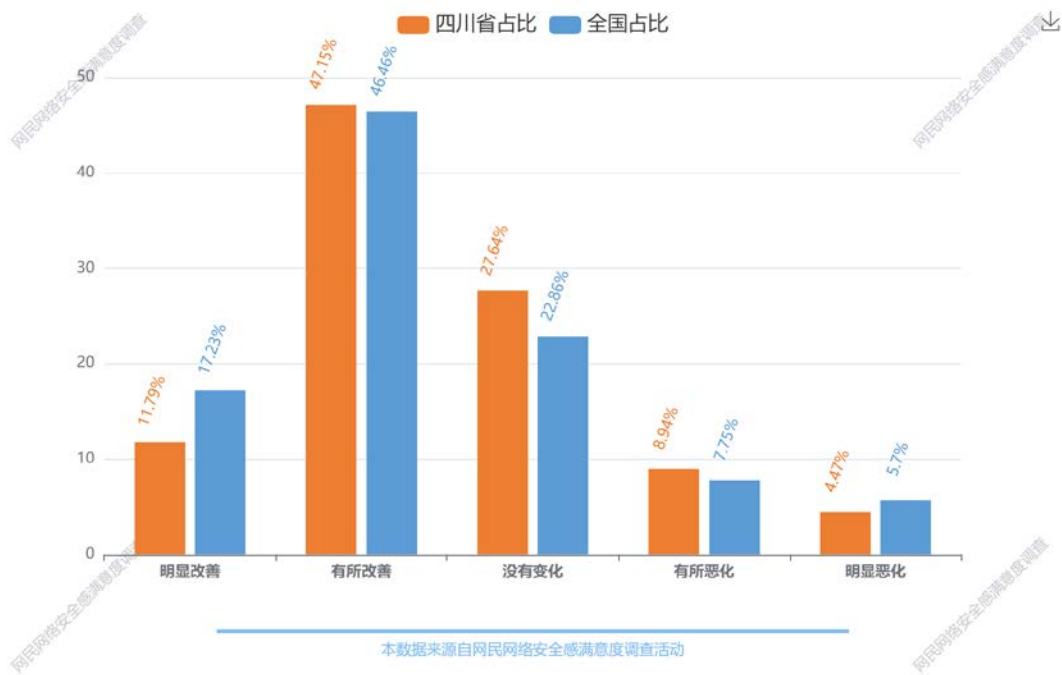


图表 76：网络水军变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年以下网络问题有何变化？4. 网络水军）

（20）网络暴力信息变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内网络暴力信息变化的评价为：**11.79%**的网民认为网络暴力信息有明显改善，**47.15%**网民认为有所改善，两者相加达**58.94%**；其次，**27.64%**的网民认为网络暴力信息没有变化；再次，**8.94%**的网民认为网络暴力信息有所恶化，**4.47%**网民认为明显恶化，两者相加达**13.41%**。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低**5.44**个百分点，表示没有变化比例要高**4.78**个百分点。



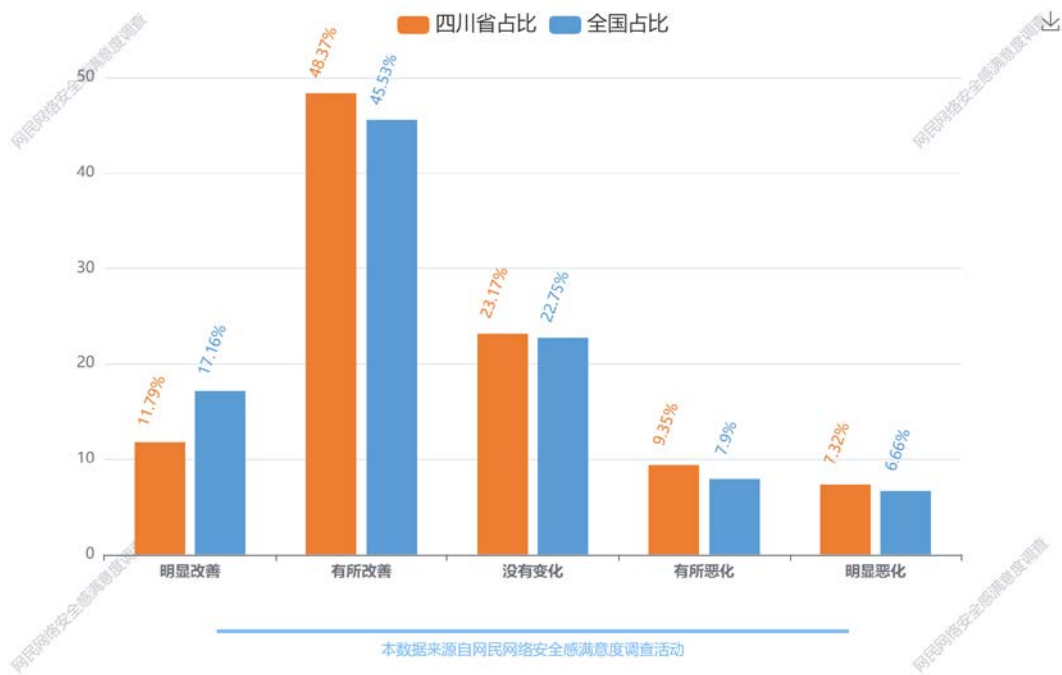
图表 77：网络暴力信息变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年内以下网络问题有何变化？5. 网络暴力信息（侮辱谩骂、造谣诽谤、侵犯隐私等））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（21）自媒体乱象变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内自媒体乱象变化的评价为：11.79%的网民认为自媒体乱象有明显改善，48.37%网民认为有所改善，两者相加达 60.16%；其次，23.17%的网民认为自媒体乱象没有变化；再次，9.35%的网民认为自媒体乱象有所恶化，7.32%网民认为明显恶化，两者相加达 16.67%。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 5.37 个百分点，表示有所改善比例要高 2.84 个百分点。



图表 78：自媒体乱象变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年内以下网络问题有何变化？6. 自媒体乱象（造谣传谣、假冒仿冒、违规营利等））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（22）人工智能技术滥用变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内人工智能技术滥用变化的评价为：

11.79%的网民认为人工智能技术滥用有明显改善，50%网民认为有所改善，两者相加达 61.79%；其次，20.33%的网民认为生成式人工智能等新技术滥用没有变化；再次，12.2%的网民认为生成式人工智能等新技术滥用有所恶化，5.69%网民认为明显恶化，两者相加达 17.89%。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 5.46 个百分点，表示有所改善比例要高 2.06 个百分点。

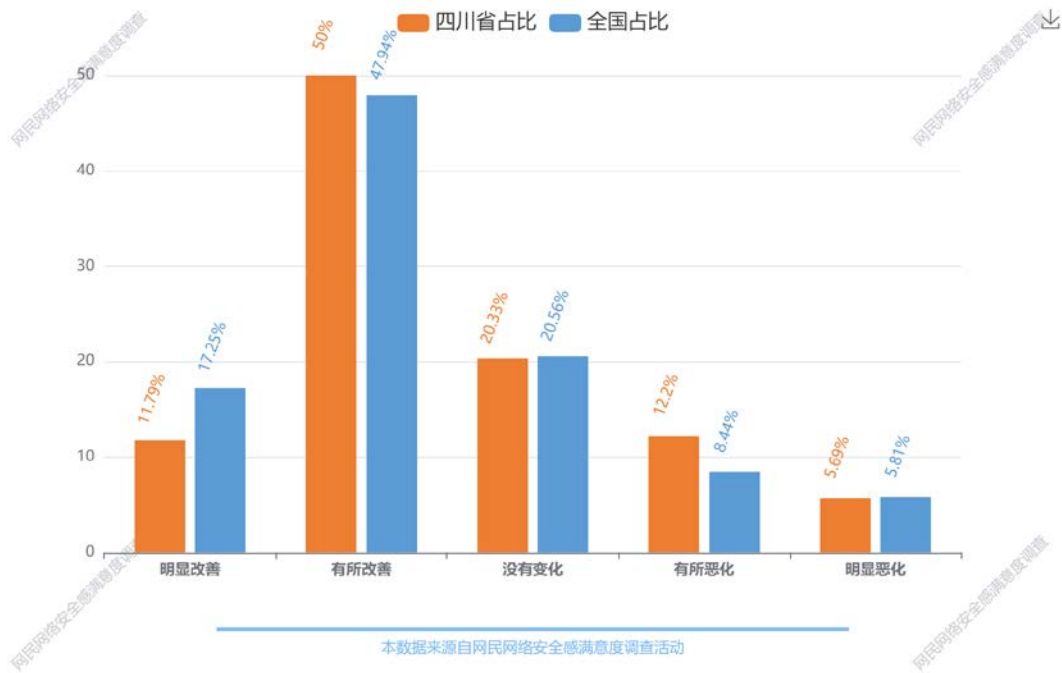


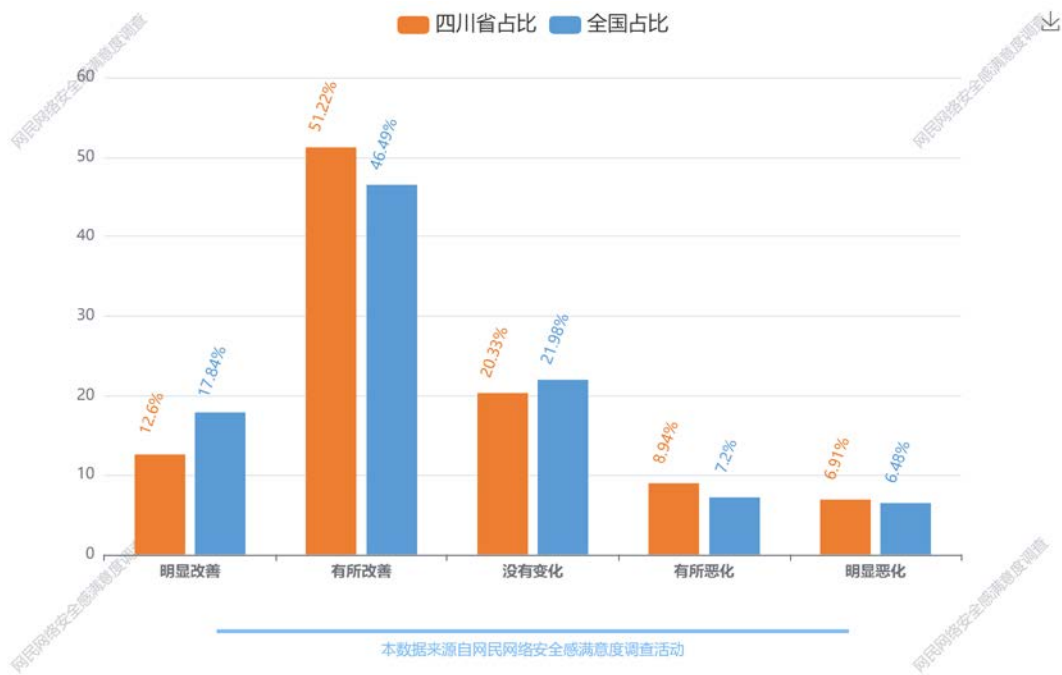
图 79：人工智能技术滥用变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年以内以下网络问题有何变化？7. 人工智能技术滥用（人工智能技术滥用（传播虚假和不良信息、侵犯隐私、仿冒诈骗等））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（23）网络骚扰广告、短信和电话变化评价

参与调查的公众网民认为过去一年内网络骚扰广告、短信和电话变化的评价为：12.6%的网民认为网络骚扰广告、短信和电话有明显改善，51.22%网民认为有所改善，两者相加达 63.82%；其次，20.33%的网民认为生成式人工智能等新技术滥用没有变化；再次，8.94%的网民认为生成式人工智能等新技术滥用有所恶化，6.91%网民认为明显恶化，两者相加达 15.85%。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 5.24 个百分点，表示有所改善比例要高 4.73 个百分点。

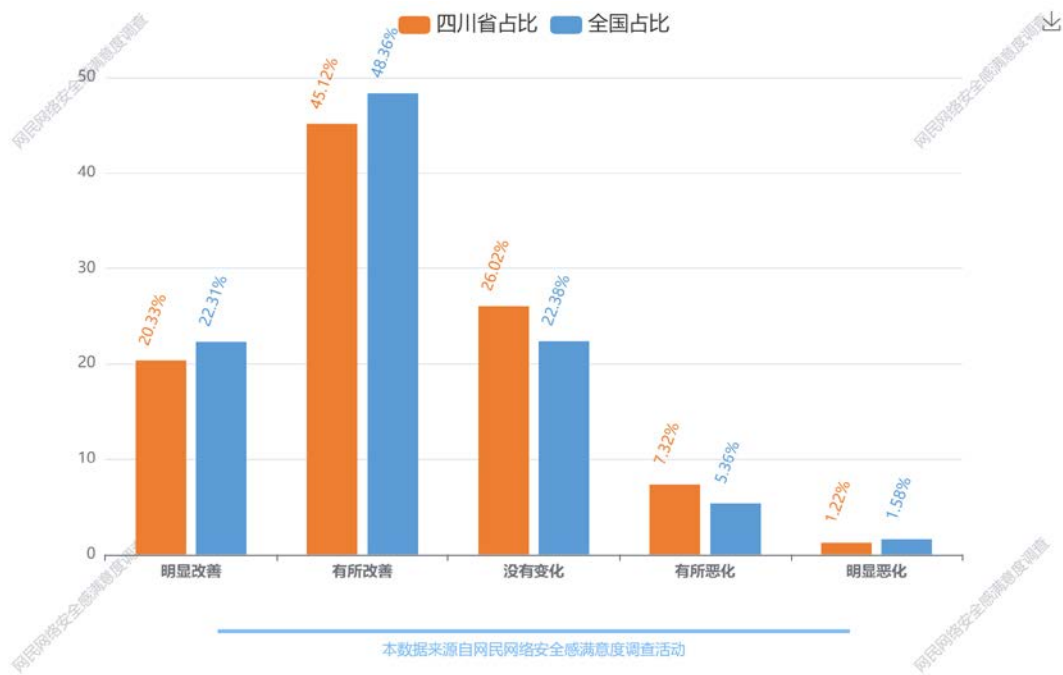


图表 80：生成式人工智能等新技术滥用变化评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3 题：您认为过去一年内以下网络问题有何变化？8. 网络骚扰广告、短信和电话）

（24）网络诚信状况变化的评价

在网络诚信状况方面，与去年（2024 年）相比，20.33%的公网民认为网络诚信状况明显提升，45.12%的网民认为有所改善。26.02%的网民认为没有变化。8.54%的网民认为恶化。数据显示绝大多数（65.45%）的网民认为网络诚信状况有明显改善和有所改善。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 1.98 个百分点，表示没有变化比例要高 3.64 个百分点。

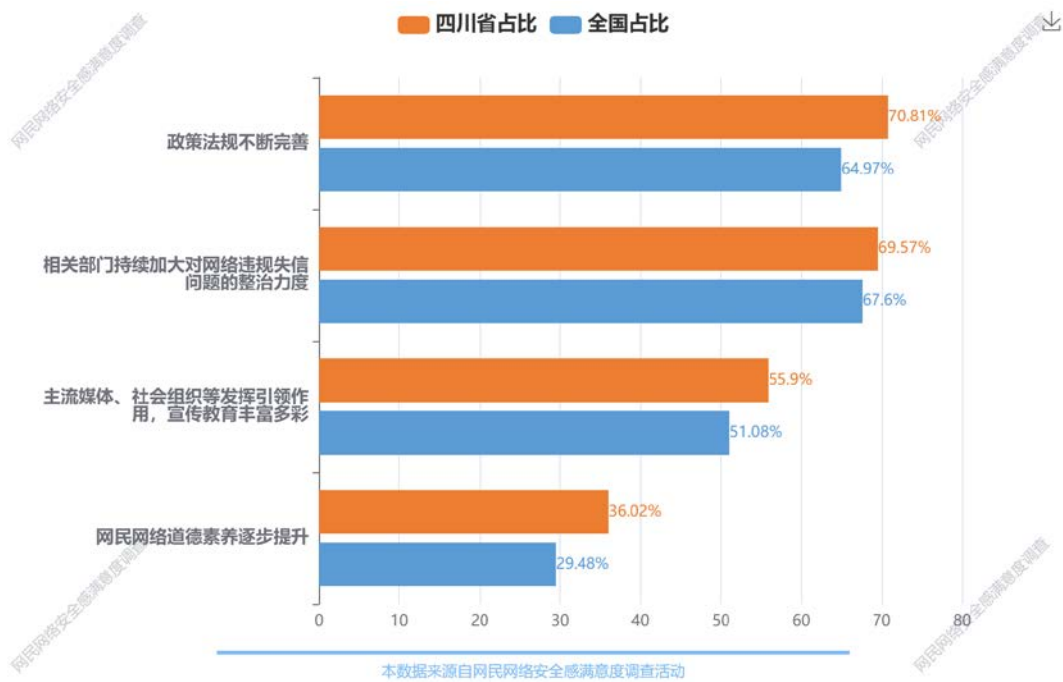


图表 81：网络诚信状况变化的评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 4 题：同去年相比，您认为今年的网络诚信整体状况是否有变化？）

（25）网络诚信状况改善的原因

参与调查的公众网民认为目前网络诚信状况改善的主要原因，排行第一位是政策法规不断完善（遇见率 70.81%）；第二位是相关部门持续加大对网络违规失信问题的整治力度（遇见率 69.57%）；第三位是主流媒体、社会组织等发挥引领作用，宣传教育丰富多彩（遇见率 55.9%）；第四位是网民网络道德素养逐步提升（遇见率 36.02%）。与全国数据排序一致。

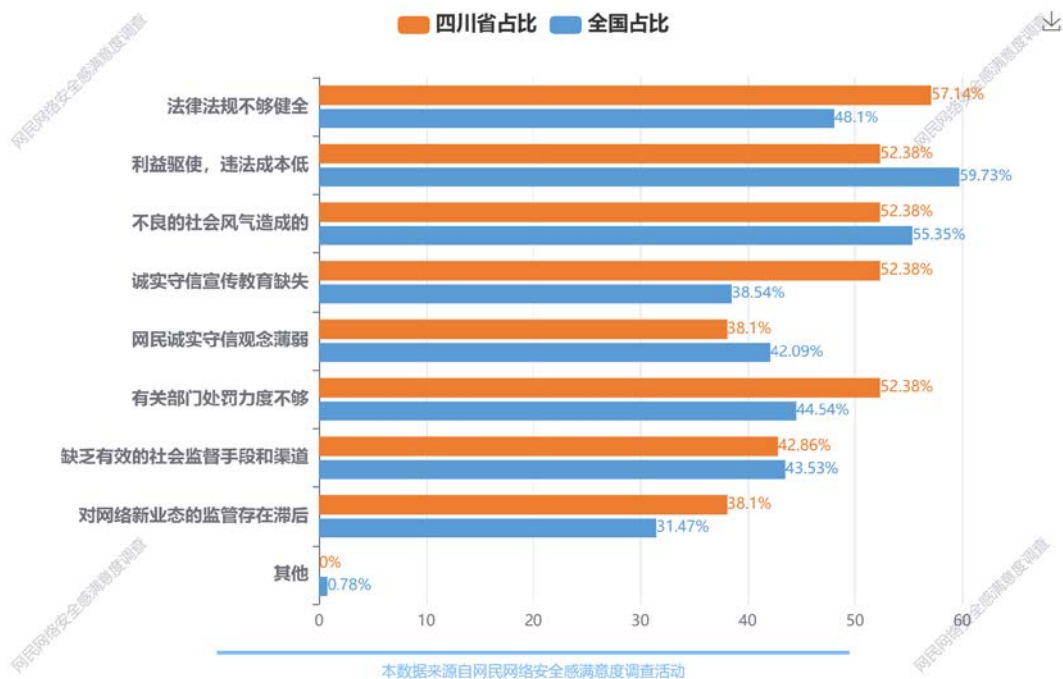


图表 82：网络诚信状况改善的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 4.1 题：您认为目前网络诚信状况改善的主要原因是什么？（多选））

（26）网络诚信状况恶化的原因

参与调查的公众网民认为网络诚信状况恶化的主要原因，选择最多的是法律法规不够健全，达到（57.14%）；其次是利益驱使，违法成本低（52.38%）、不良的社会风气造成的（52.38%）、诚实守信宣传教育缺失（52.38%），有（52.38%）选择有关部门处罚力度不够。与全国数据相比，表示利益驱使，违法成本低的比例要低 7.35 个百分点，表示法律法规不够健全比例要高 9.04 个百分点。



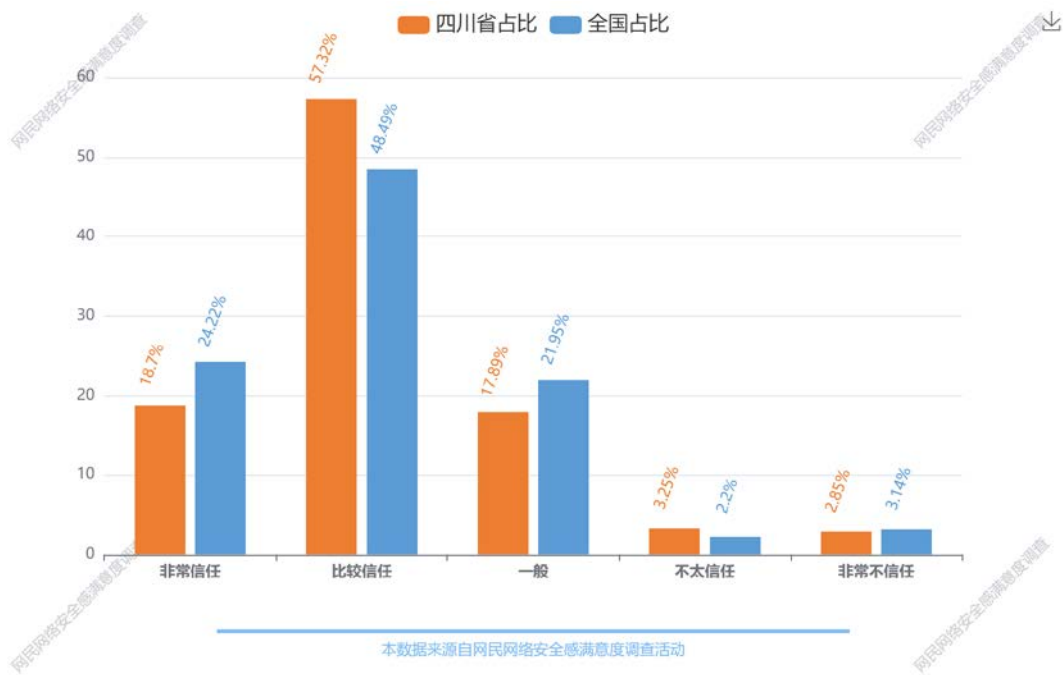
图表 83：网络诚信状况恶化的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 4.2 题：您认为网络诚信状况有所恶化的主要原因是什么？（多选））

4. 互联网信息内容信任度评价

（27）政府部门（事业单位）发布信息信任度评价

公众网民对政府部门（事业单位）发布信息的信任度评价：信任为 93.91%，其中 18.7% 公众网民认为非常信任，57.32% 认为比较信任。有 17.89% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 3.25% 认为不太信任，2.85% 认为非常不信任。总体评价信任度 93.91%。与全国数据相比，表示非常信任的比例要低 5.52 个百分点，表示比较信任比例要高 8.83 个百分点。

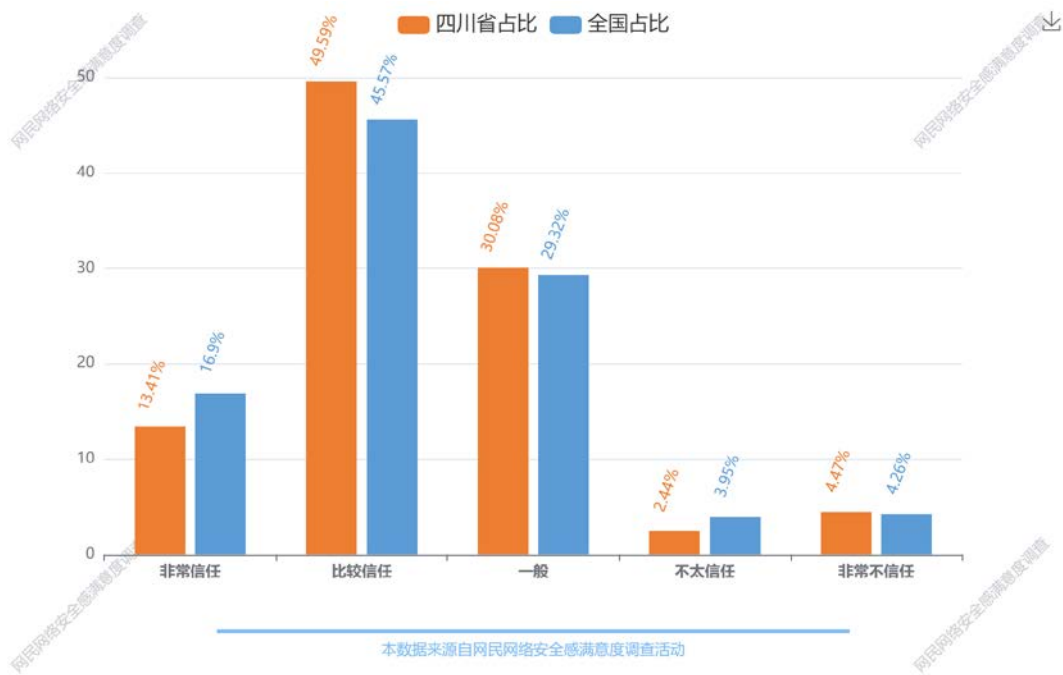


图表 84：政府部门（事业单位）发布信息信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？1. 政府部门（事业单位）发布信息的信任度）

（28）社会组织发布信息信任度评价

公众网民对社会组织发布信息信任度评价：信任为 93.08%，其中 13.41% 公众网民认为非常信任，49.59% 认为比较信任。有 30.08% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 2.44% 认为不太信任，4.47% 认为非常不信任。总体评价信任度 93.08%。与全国数据相比，表示非常信任的比例要低 3.49 个百分点，表示比较信任比例要高 4.02 个百分点。

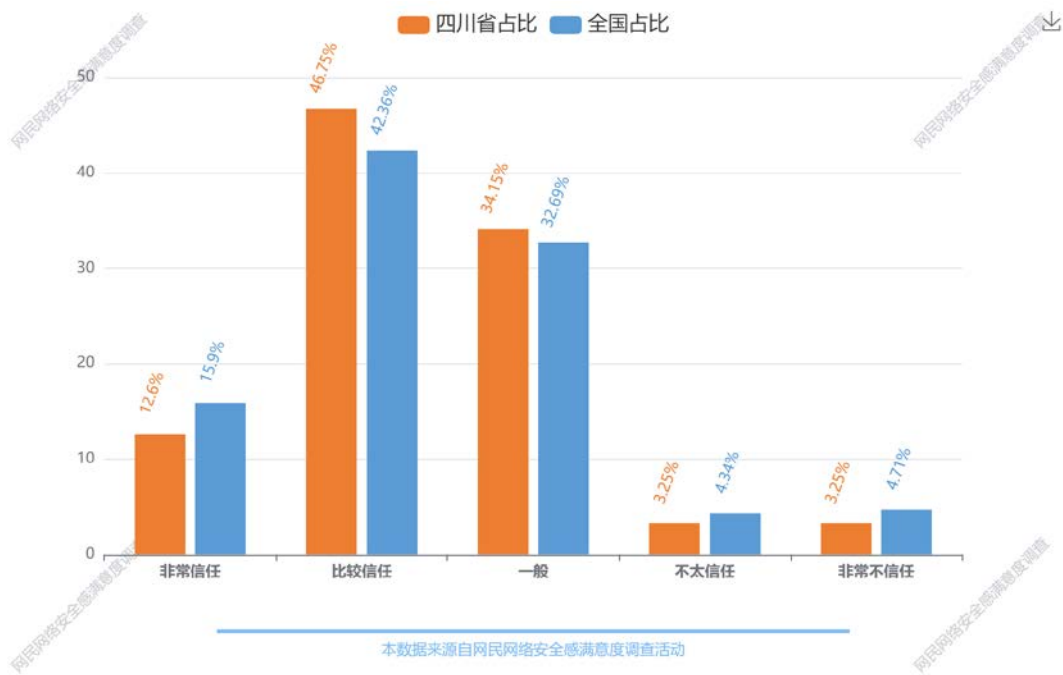


图表 85：社会组织发布信息信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？2. 社会组织发布信息信任度）

（29）企业发布信息信任度评价

公众网民对企业发布信息信任度评价：信任为 93.50%，其中 12.6% 公众网民认为非常信任，46.75% 认为比较信任。有 34.15% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 3.25% 认为不太信任，3.25% 认为非常不信任。总体评价信任度 93.50%。与全国数据相比，表示非常信任的比例要低 3.3 个百分点，表示比较信任比例要高 4.39 个百分点。

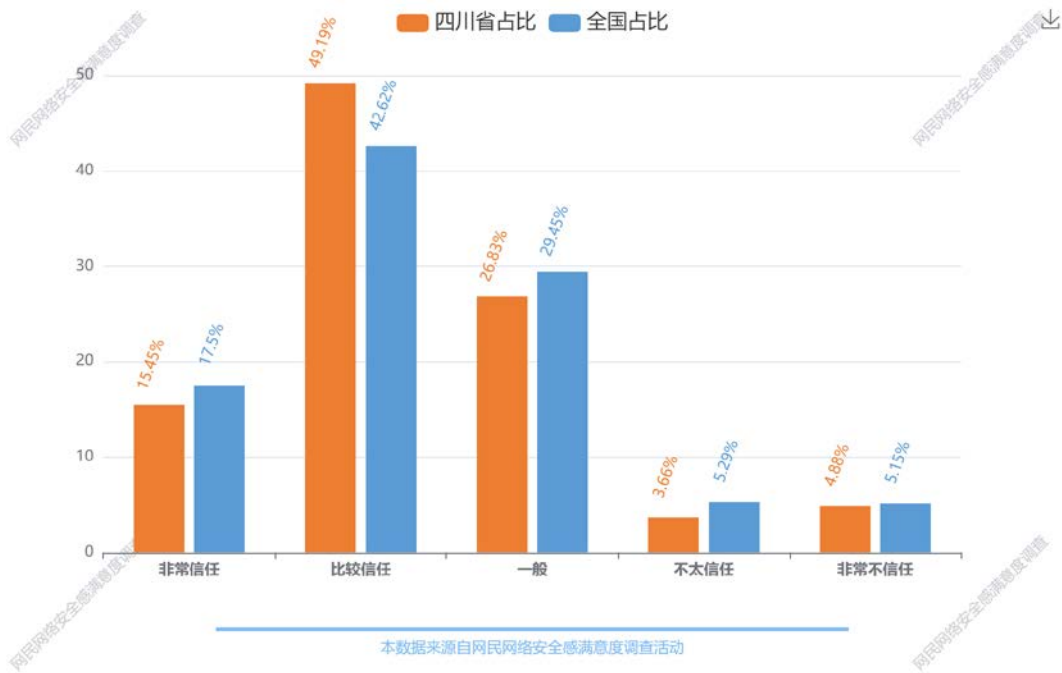


图表 86：企业发布信息信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？3. 企业发布信息的信任度）

（30）新闻媒体报道信任度评价

公众网民对新闻媒体报道的信任度评价：信任为 91.47%，其中 15.45% 公众网民认为非常信任，49.19% 认为比较信任。有 26.83% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 3.66% 认为不太信任，4.88% 认为非常不信任。总体评价信任度 91.47%。相较于全国数据，比较信任的占比高了 6.57 个百分点。

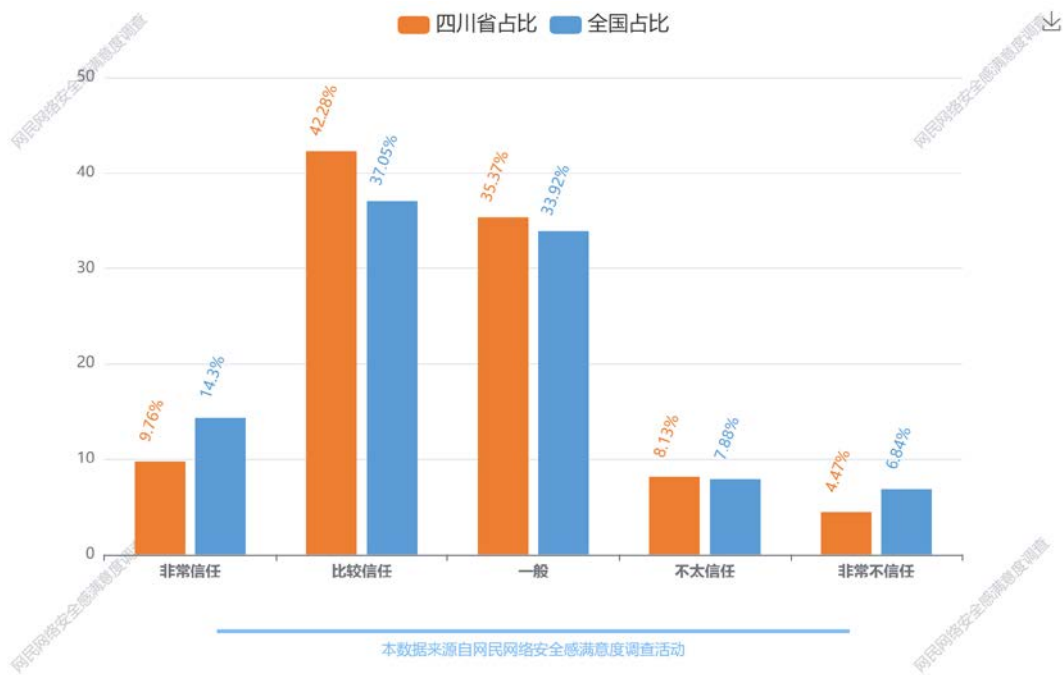


图表 87：新闻媒体报道信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？4. 新闻媒体报道的信任度）

（31）专家学者言论信任度评价

公众网民对专家学者言论的信任度评价：信任为 87.41%，其中 9.76% 公众网民认为非常信任，42.28% 认为比较信任。有 35.37% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 8.13% 认为不太信任，4.47% 认为非常不信任。总体评价信任度 87.41%。与全国数据相比，表示非常信任的比例要低 4.54 个百分点，表示比较信任比例要高 5.23 个百分点。

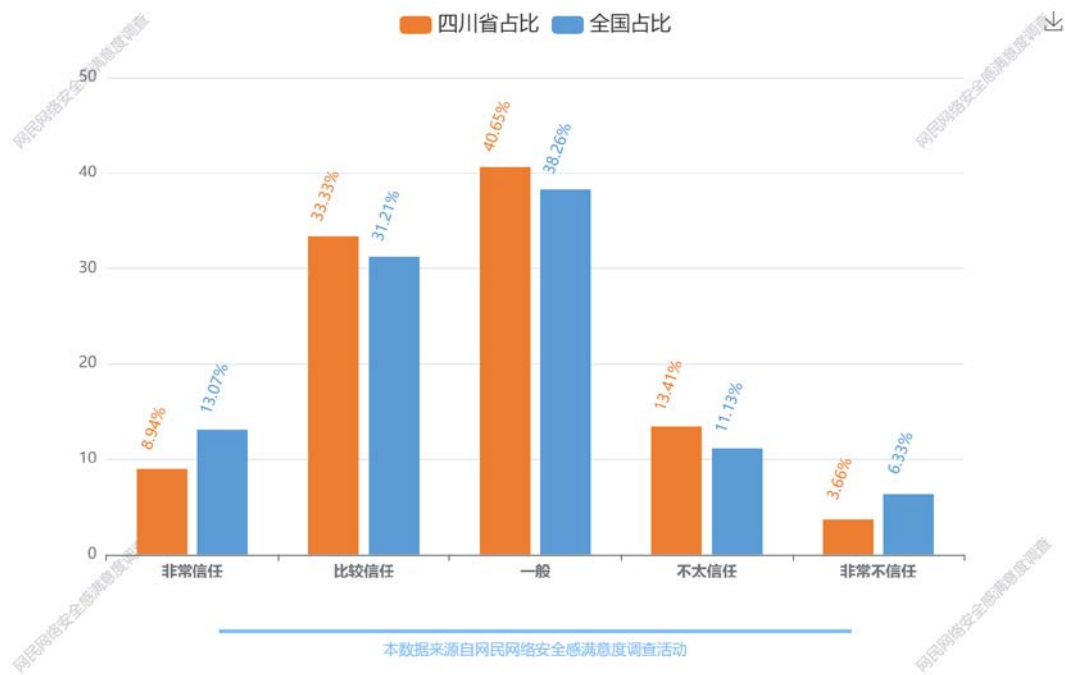


图表 88：专家学者言论信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？5. 专家学者言论的信任度）

（32）朋友圈发布信息信任度评价

公众网民对朋友圈发布信息的信任度评价：信任为 82.92%，其中 8.94% 公众网民认为非常信任，33.33% 认为比较信任。有 40.65% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 13.41% 认为不太信任，3.66% 认为非常不信任。总体评价信任度 82.92%。与全国数据相比，表示非常信任的比例要低 4.13 个百分点，表示比较信任比例要高 2.12 个百分点。

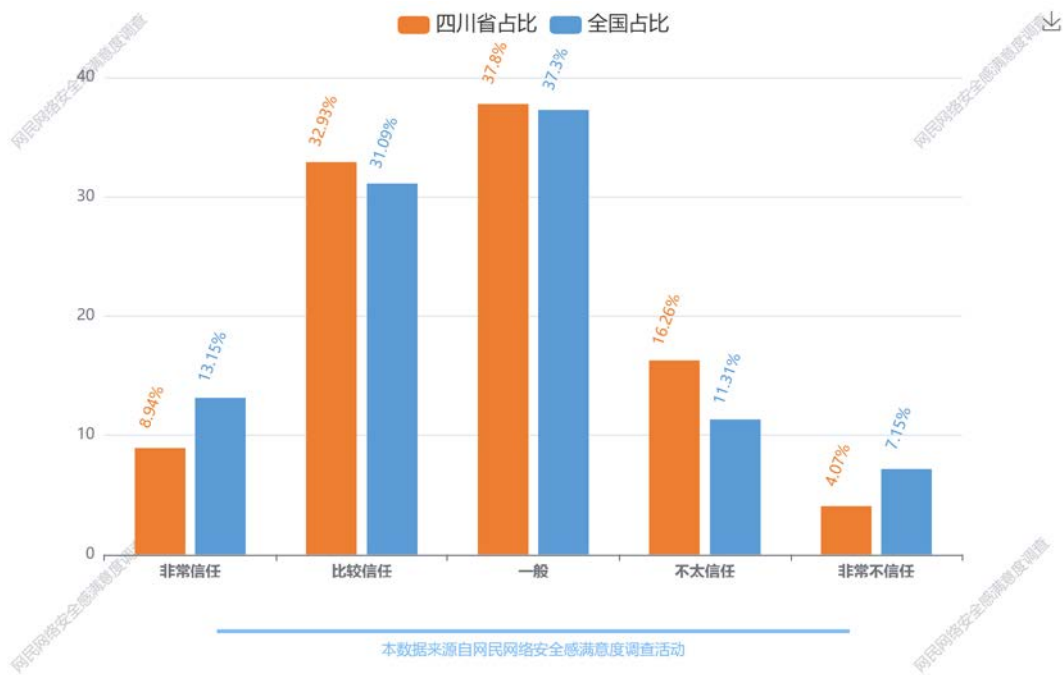


图表 89：朋友圈发布信息信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？6. 朋友圈发布的信息的信任度）

（33）网络自媒体、大 V 发布的信息信任度评价

公众网民对网络自媒体、大 V 发布的信息的信任度评价：信任为 79.67%，其中 8.94% 公众网民认为非常信任，32.93% 认为比较信任。有 37.8% 网民认为一般。网民认为不太信任或非常不信任，有 16.26% 认为不太信任，4.07% 认为非常不信任。总体评价信任度 79.67%。与全国数据相比，表示非常信任的比例要低 4.21 个百分点，表示比较信任比例要高 1.84 个百分点。



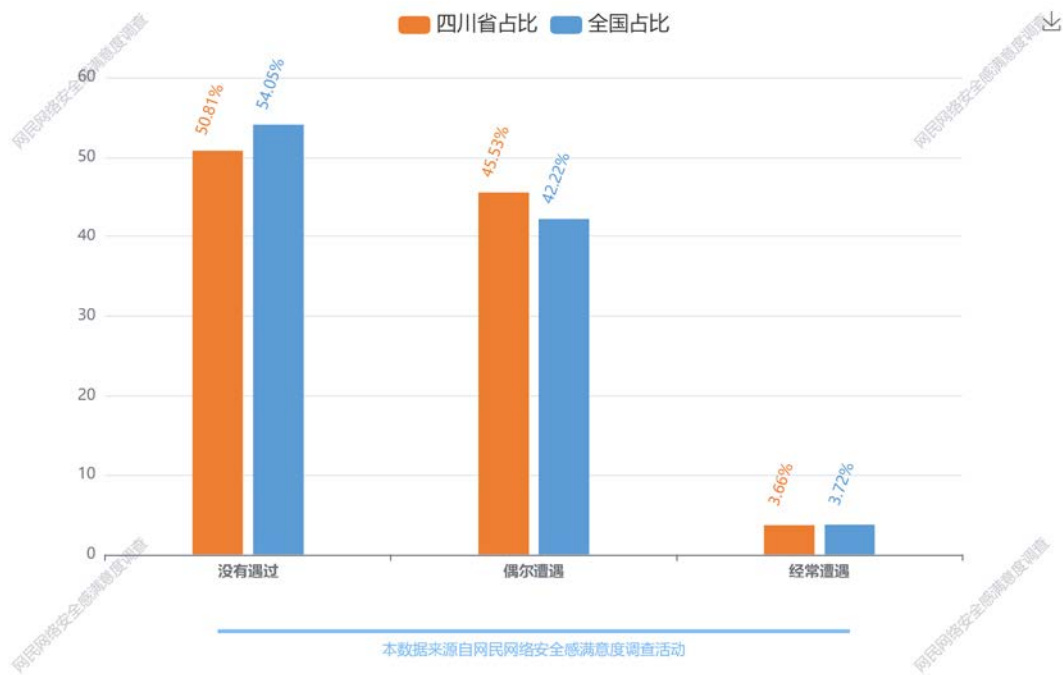
图表 90：网络自媒体、大 V 发布的信息信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 5 题：您对以下互联网信息内容的信任度如何？7. 网络自媒体、大 V 发布的信息的信任度）

二、诚信认知和行为

（34）互联网不诚信行为

参与调查的公众网民对使用互联网过程中亲身遭遇不诚信行为现象评价：50.81%公众网民表示没有遇到过；45.53%网民表示偶尔遭遇；3.66%网民表示经常遭遇。数据显示，（49.19%）的公众网民遇到互联网不诚信行为现象。相较于全国数据，偶尔遭遇的占比高了 3.31 个百分点。

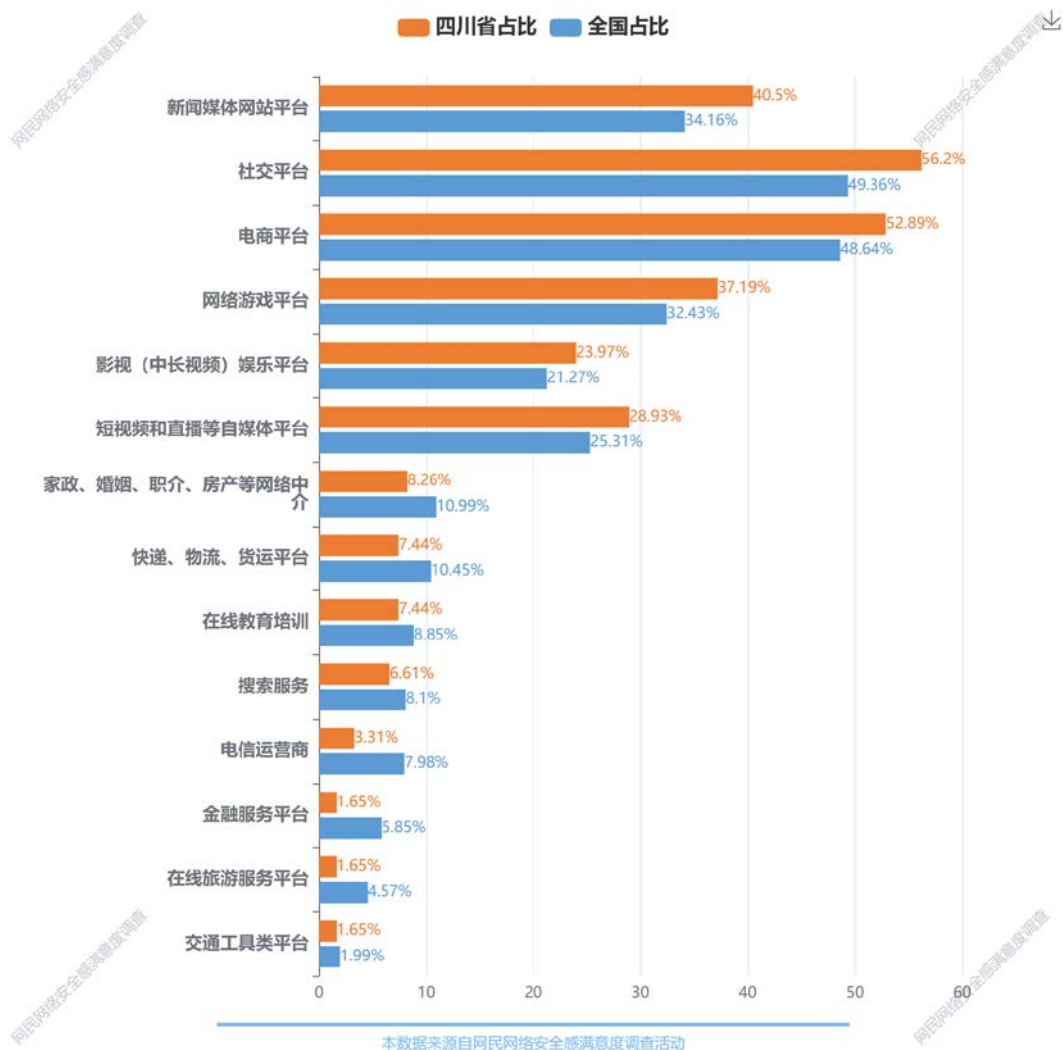


图表 91：互联网不诚信行为

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 6 题：今年您在使用互联网过程中是否亲身遭遇过不诚信行为（虚假宣传、网络谣言、网络诈骗、个人信息泄露等）的经历？）

（35）互联网行业或领域不诚信行为现象

参与调查的公众网民对互联网行业或领域不诚信行为现象排序：第一位是 56.2% 公众网民认为社交平台；第二位是 52.89% 公众网民认为电商平台；第三位是 40.5% 公众网民认为新闻媒体网站平台；第四位是 37.19% 公众网民认为网络游戏平台；第五位是 28.93% 公众网民认为短视频和直播等自媒体平台。与全国数据相比，表示家政、婚姻、职介、房产等网络中介的比例要低 2.73 个百分点，表示新闻媒体网站平台比例要高 6.34 个百分点。

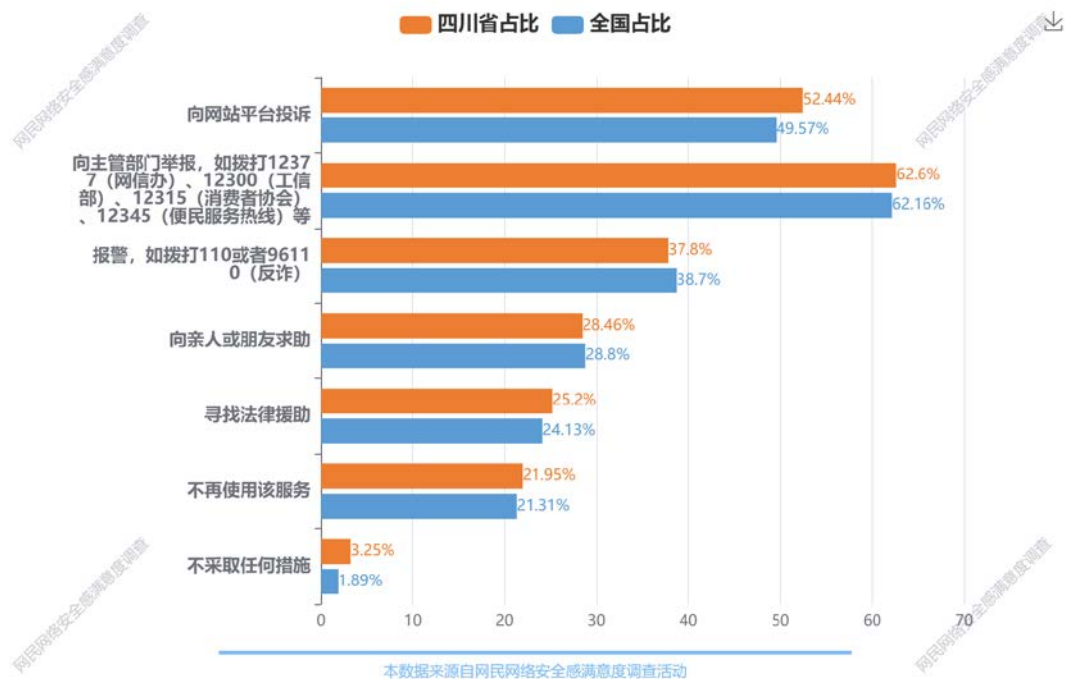


图表 92：互联网不诚信行为现象

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 6.1 题：今年您在以下哪些互联网行业或领域遭遇过不诚信行为？（最多可选 5 项））

（36）网民对网络诚信问题的应对

参与调查的公众网民对遭遇网络诚信问题的应对选择为：第一位是向主管部门举报，如拨打 12377（网信办）、12300（工信部）、12315（消费者协会）、12345（便民服务热线）等（选择率 62.6%）；第二位是向网站平台投诉（选择率 52.44%）；第三位是报警，如拨打 110 或者 96110（反诈）（选择率 37.8%）；第四位和第五位分别是向亲人或朋友求助（选择率 28.46%）和寻找法律援助（选择率 25.2%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



图表 93：网民对网络诚信问题的应对

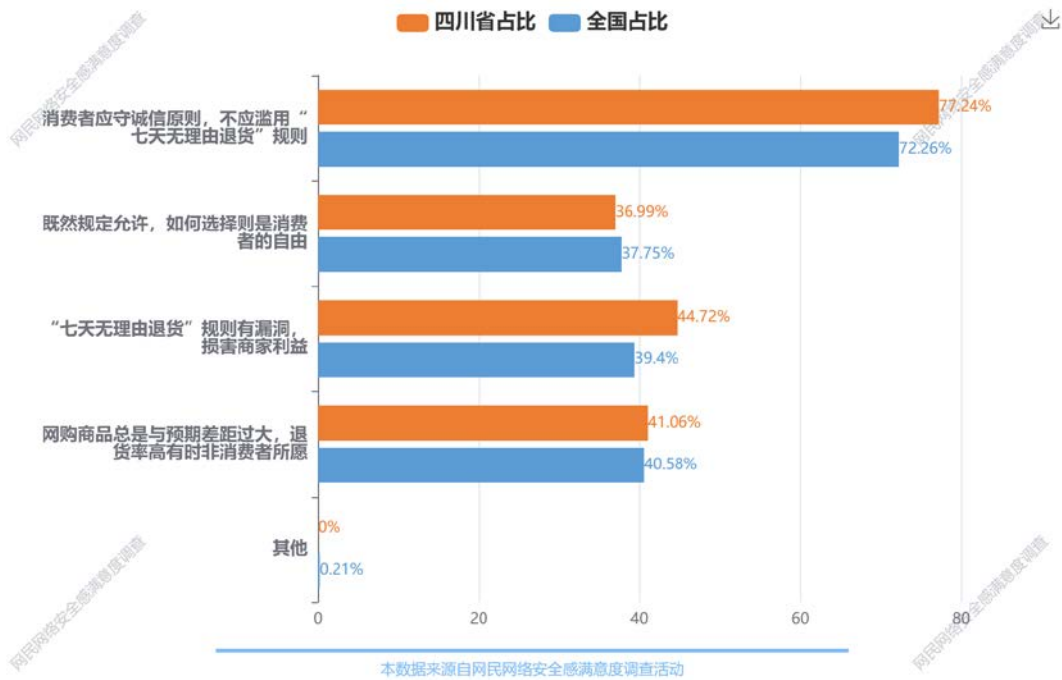
（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 7 题：当您遭遇了网络诚信问题，您会怎么办？（多选））

三、网络诚信问题治理

（一）薅羊毛乱象

（37）网络薅羊毛现象

参与调查的公众网民对网络薅羊毛现象不诚信行为看法：**77.24%**公众网民认为消费者应守诚信原则，不应滥用“七天无理由退货”规则；**44.72%**公众网民认为“七天无理由退货”规则有漏洞，损害商家利益；**41.06%**公众网民认为网购商品总是与预期差距过大，退货率高有时非消费者所愿；只有 **36.99%**公众网民认为既然规定允许，如何选择则是消费者的自由。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

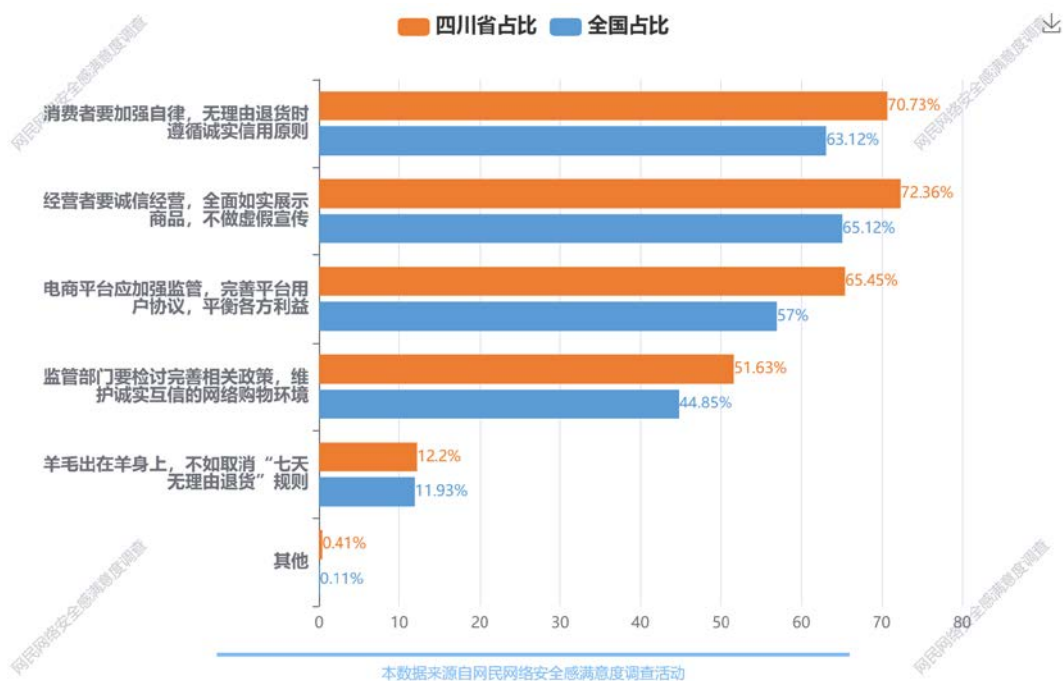


图表 94：网络薅羊毛不诚信行为存在问题

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 8 题：近来发生了多起退货事件并引起网络热议，如有人滥用“七天无理由退货”规则“薅羊毛”，部分网店退货率高居不下。您如何看待这种行为？（多选））

（38）改善网络购物环境的主要做法

参与调查的公众网民认为改善网络购物环境的主要做法是：第一位是经营者要诚信经营，全面如实展示商品，不做虚假宣传（选择率 72.36%）；第二位是消费者要加强自律，无理由退货时遵循诚实信用原则（选择率 70.73%）；第三位是电商平台应加强监管，完善平台用户协议，平衡各方利益（选择率 65.45%）；第四位是监管部门要检讨完善相关政策，维护诚实互信的网络购物环境（选择率 51.63%）；第五位是羊毛出在羊身上，不如取消“七天无理由退货”规则（选择率 12.2%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



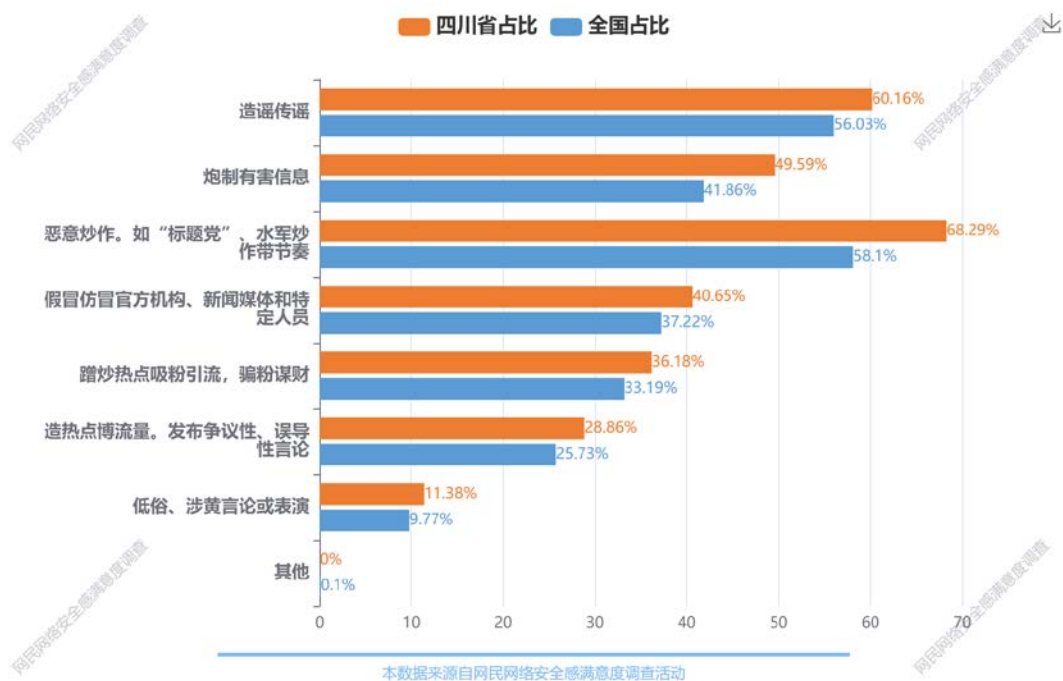
图表 95：造成电商直播不诚信行为的主要因素

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 9 题：您认为以下哪些做法有助于改善网络购物环境？（多选））

（二）“自媒体”乱象

（39）自媒体乱象现状

参与调查的公众网民对自媒体乱象现状认为：排第一位是恶意炒作。如“标题党”、水军炒作带节奏（选择率 68.29%）；第二位是造谣传谣（选择率 60.16%）；第三位是炮制有害信息（选择率 49.59%）；第四位是假冒仿冒官方机构、新闻媒体和特定人员（选择率 40.65%）；第五位是蹭炒热点吸粉引流，骗粉谋财（选择率 36.18%）。各选项数据接近于全国数据。

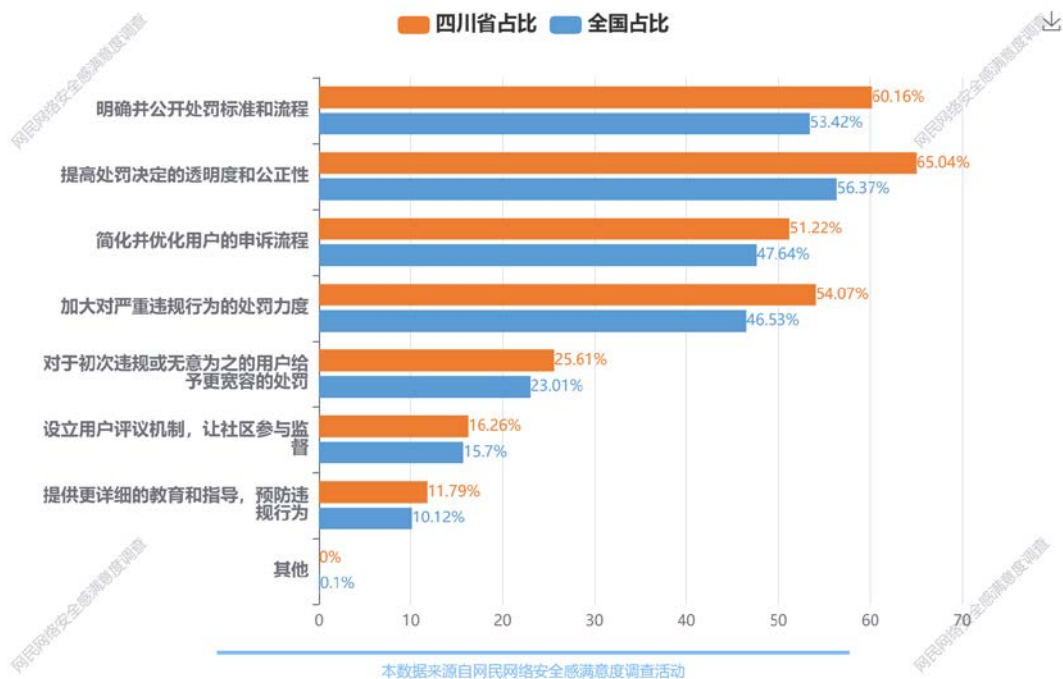


图表 96：自媒体乱象现状

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 10 题：您认为以下哪些“自媒体”乱象比较严重？（多选，最多 4 项））

（40）自媒体平台违规行为治理

参与调查的公众网民认为自媒体平台在处罚用户的违规行为的改进之处，最多选择的是提高处罚决定的透明度和公正性（选择率 65.04%），其次明确并公开处罚标准和流程（选择率 60.16%）、加大对严重违规行为的处罚力度（选择率 54.07%）、简化并优化用户的申诉流程（选择率 51.22%），而加大对严重违规行为的处罚力度（选择率 54.07%）、设立用户评议机制，让社区参与监督（选择率 16.26%）也有较多公众网民遇到过。相较于全国数据，排名基本一致。

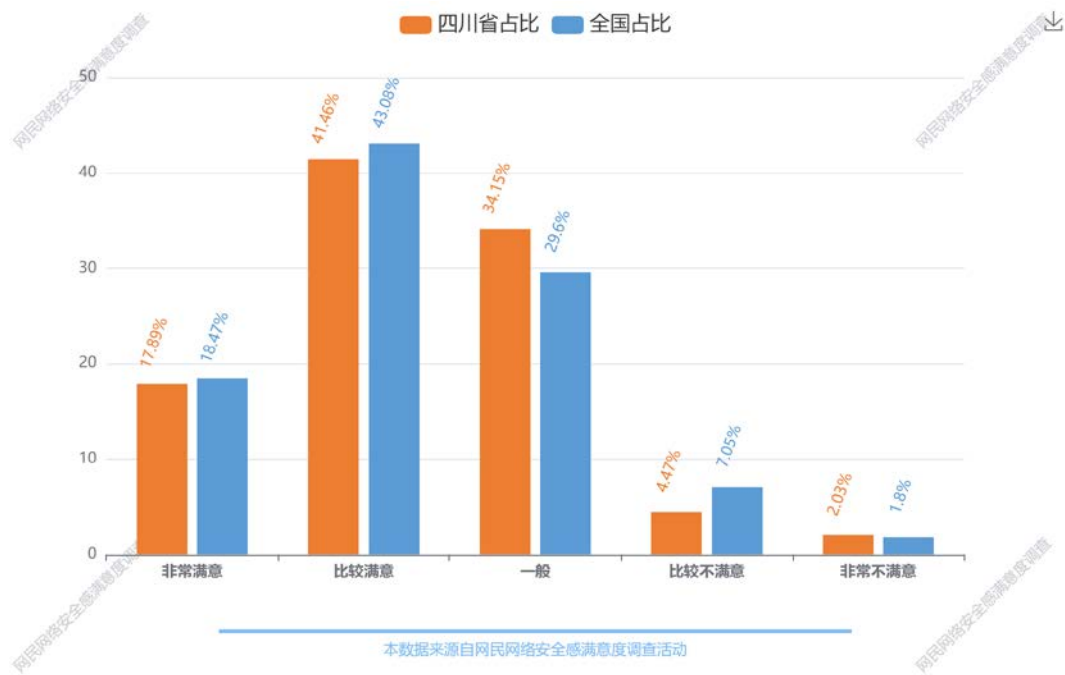


图表 97：自媒体平台违规行为治理

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 11 题：您认为自媒体平台在处罚用户的违规行为时，有哪些可以改进的地方？（多选，最多 4 项））

（41）自媒体乱象整治效果评价

公众网民对自媒体乱象整治效果的评价：认为满意以上的占 59.35%，其中 17.89% 公众网民认为非常满意，41.46% 认为比较满意。34.15% 认为一般。6.50% 认为比较不满意或非常不满意，其中 4.47% 认为比较不满意，2.03% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示比较满意的比例要低 1.62 个百分点，表示一般比例要高 4.55 个百分点。



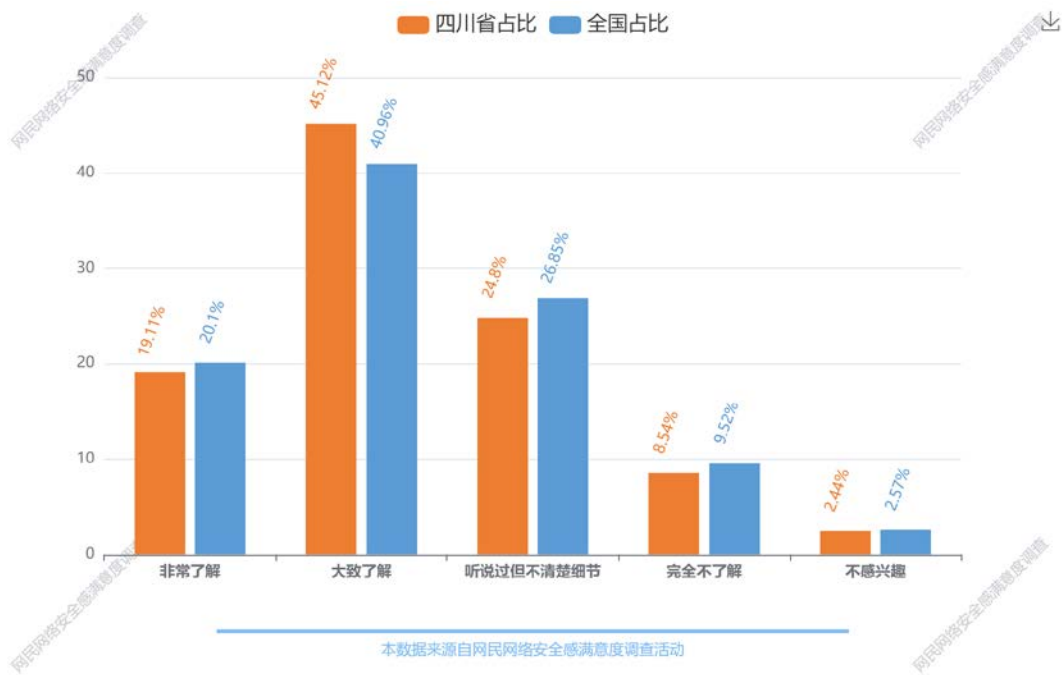
图表 98：自媒体乱象整治效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 12 题：您对目前大力整治“自媒体”乱象的效果满意吗？）

（三）网络实名制的落实

（42）“网络身份认证公共服务”的知晓率

参与调查的公众网民对“网络身份认证公共服务”（如网号、网证）的了解：表示了解的占 64.23%，其中 19.11% 公众网民表示非常了解，45.12% 表示大致了解。24.8% 表示听说过但不清楚细节。8.54% 表示完全不了解。仅有 2.44% 表示不感兴趣。相较于全国数据，大致了解的占比高了 4.16 个百分点。

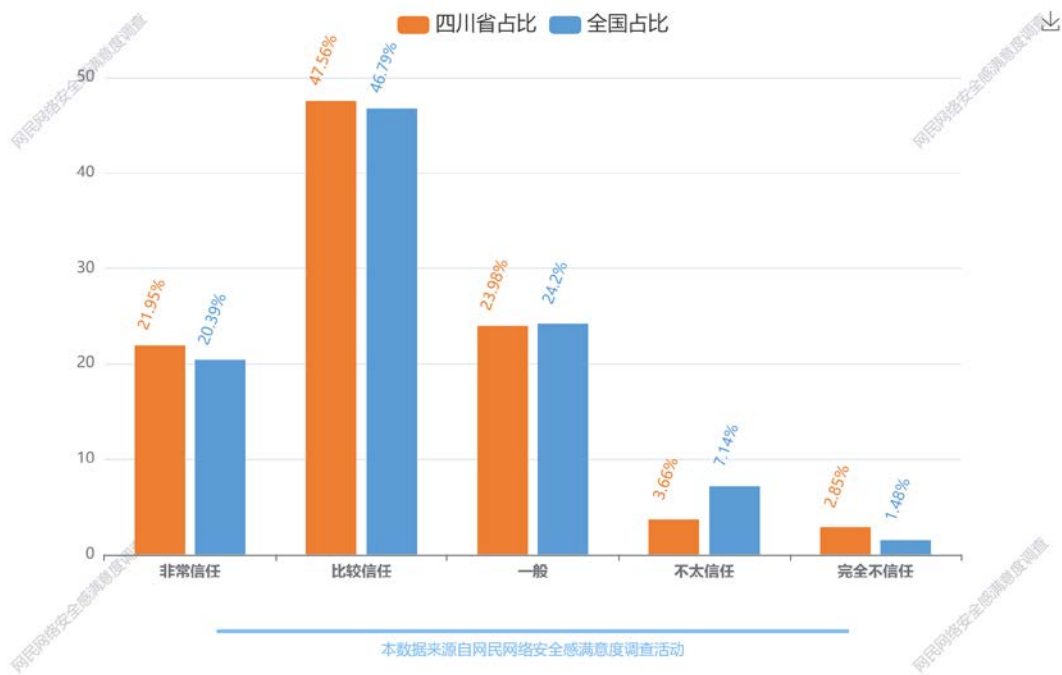


图表 99：“网络身份认证公共服务”的知晓率

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 13 题：您是否了解国家推行的“网络身份认证公共服务”（如网号、网证）？）

（43）“国家网络身份认证公共服务平台”的信任度评价

公众网民对“国家网络身份认证公共服务平台”进行匿名化身份认证信任度评价：信任率为 69.51%，其中 21.95% 公众网民认为非常信任，47.56% 认为比较信任。有 23.98% 网民认为一般。网民认为较不信任或非常不信任，有 3.66% 认为不太信任，2.85% 认为完全不信任。与全国数据相比，表示不太信任的比例要低 3.48 个百分点，表示非常信任比例要高 1.56 个百分点。



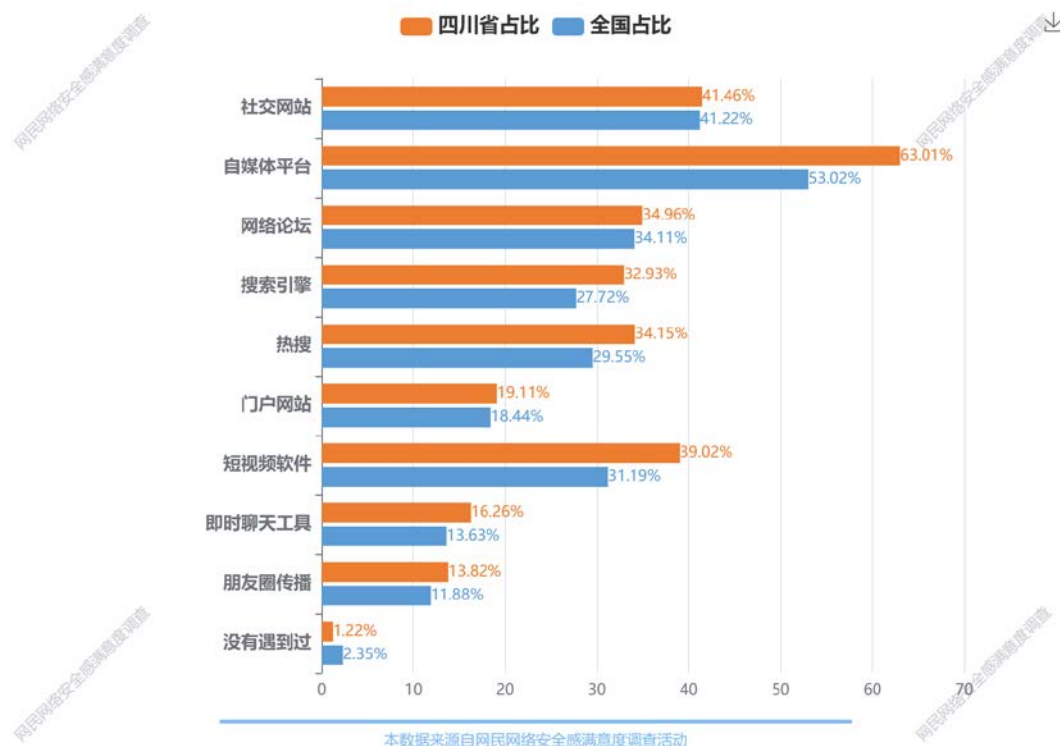
图表 100：“国家网络身份认证公共服务平台”的信任度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 14 题：您是否信任通过“国家网络身份认证公共服务平台”进行匿名化身份认证的安全性？）

（四）网络谣言传播

（44）网络谣言的渠道来源

参与调查的公众网民对网络谣言的渠道来源：排第一位是自媒体平台（选择率 63.01%），第二位是社交网站（选择率 41.46%），第三位是短视频软件（选择率 39.02%），第四位是网络论坛（选择率 34.96%），第五位是热搜（选择率 34.15%）。与全国数据相比，表示没有遇到过的比例要低 1.13 个百分点，表示自媒体平台比例要高 9.99 个百分点。

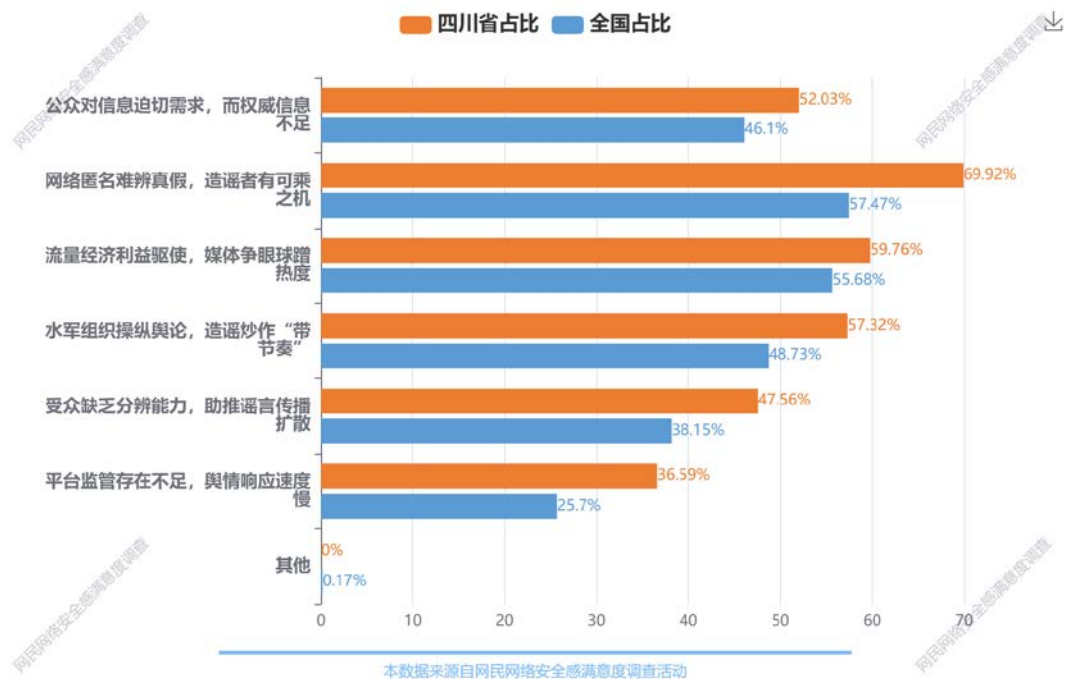


图表 101：网络谣言的渠道来源

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 15 题：您看到过的网络谣言通常来自于什么平台？（多选））

（45）网络谣言成因

参与调查的公众网民认为网络谣言产生和扩散的主要原因，最多选择的是网络匿名难辨真假，造谣者有可乘之机（选择率 69.92%），其次流量经济利益驱使，媒体争眼球蹭热度（选择率 59.76%）、水军组织操纵舆论，造谣炒作“带节奏”（选择率 57.32%）、公众对信息迫切需求，而权威信息不足（选择率 52.03%），而水军组织操纵舆论，造谣炒作“带节奏”（选择率，57.32%）、平台监管存在不足，舆情响应速度慢（选择率 36.59%）也有较多公众网民遇到过。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

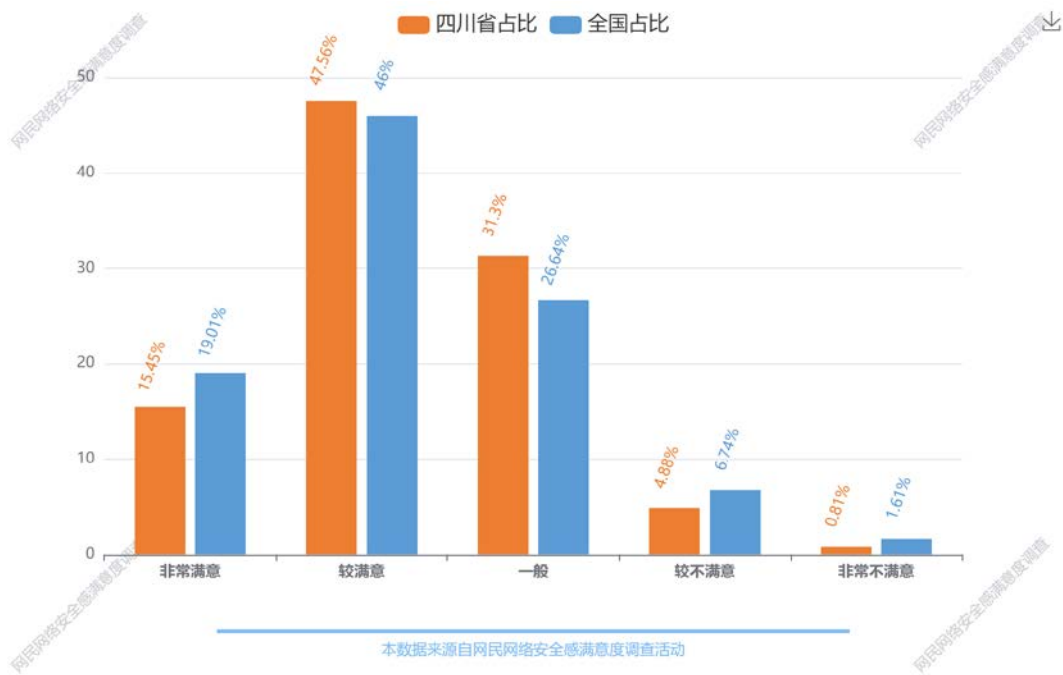


图表 102：网络谣言成因

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 15.1 题：您认为网络谣言产生和扩散的原因主要是什么？（多选））

（46）自媒体乱象整治效果评价

公众网民对目前官方加强辟谣措施的效果满意评价：认为满意以上的占 63.01%，其中 15.45% 公众网民认为非常满意，47.56% 较满意。31.3% 认为一般。5.69% 较不满意或非常不满意，其中 4.88% 较不满意，0.81% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 3.56 个百分点，表示较满意比例要高 1.56 个百分点。

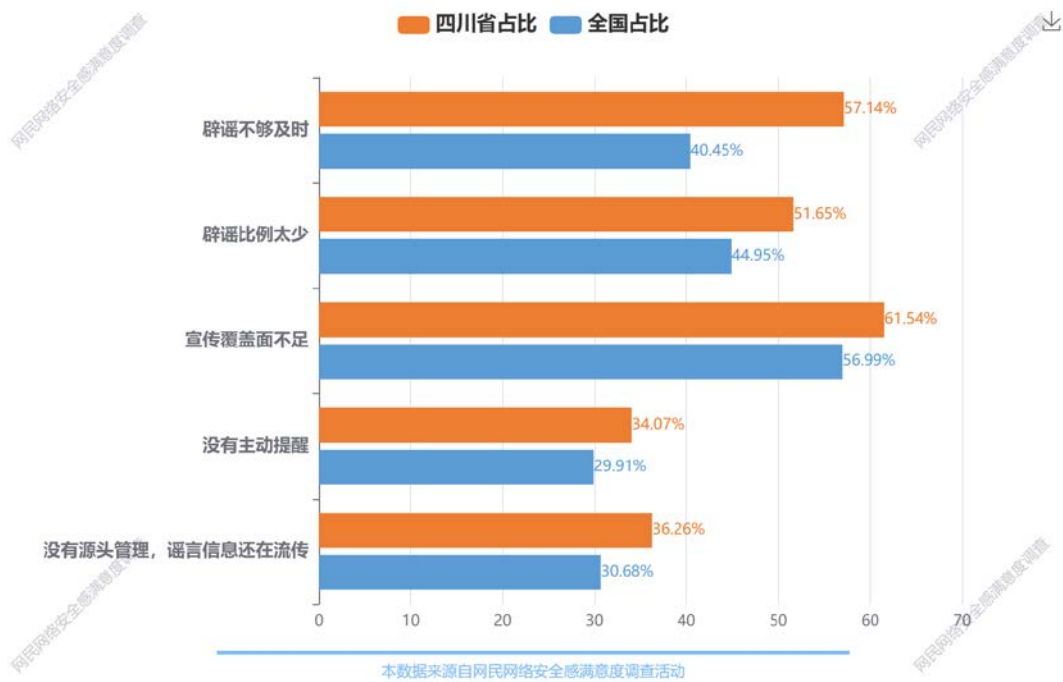


图表 103：官方加强辟谣措施效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 15.2 题：您对目前官方加强辟谣措施的效果满意吗？）

（47）官方辟谣措施不足原因

公众网民认为目前官方辟谣措施不足的原因：最多选择的是宣传覆盖面不足（选择率 61.54%），其次辟谣不够及时（选择率 57.14%）、辟谣比例太少（选择率 51.65%）、没有源头管理，谣言信息还在流传（选择率 36.26%），而没有主动提醒（选择率，34.07%）。各选项数据接近于全国数据。



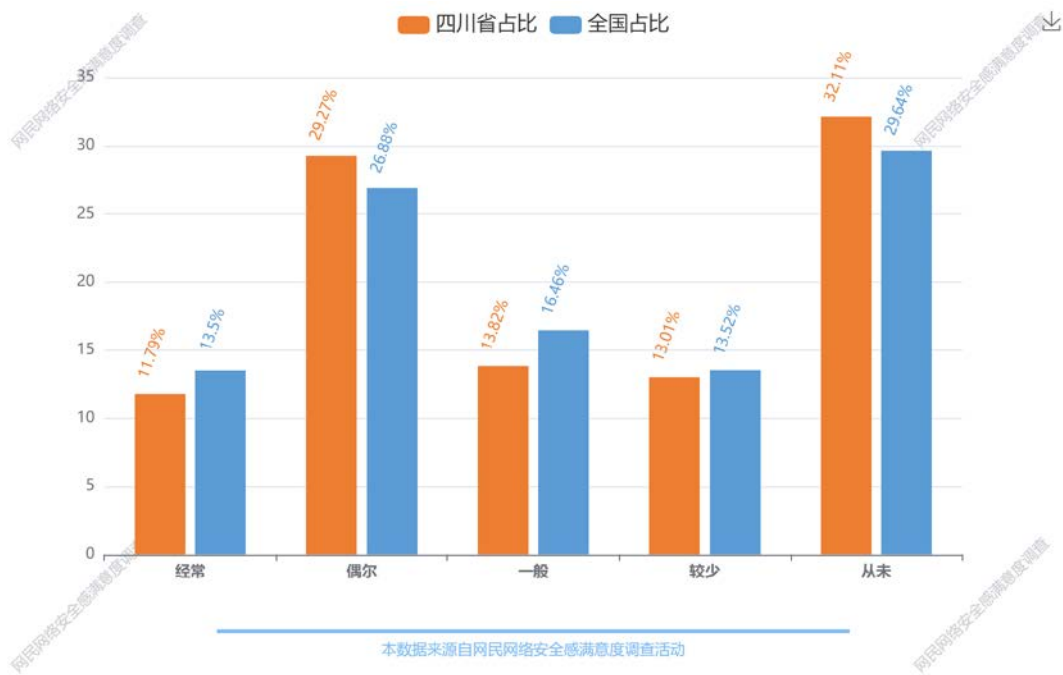
图表 104：官方辟谣措施不足原因

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 15.3 题：您对目前官方辟谣措施不满意的原因是什么？（多选））

（五）网络舆情

（48）热点舆情事件转发率

公众网民曾经对热点舆情事件转发率：最多选择的是从未（选择率 32.11%），其次偶尔（选择率 29.27%）、一般（选择率 13.82%）、较少（选择率 13.01%），而经常（选择率 11.79%）。与全国数据相比，表示经常的比例要低 1.71 个百分点，表示偶尔比例要高 2.39 个百分点。

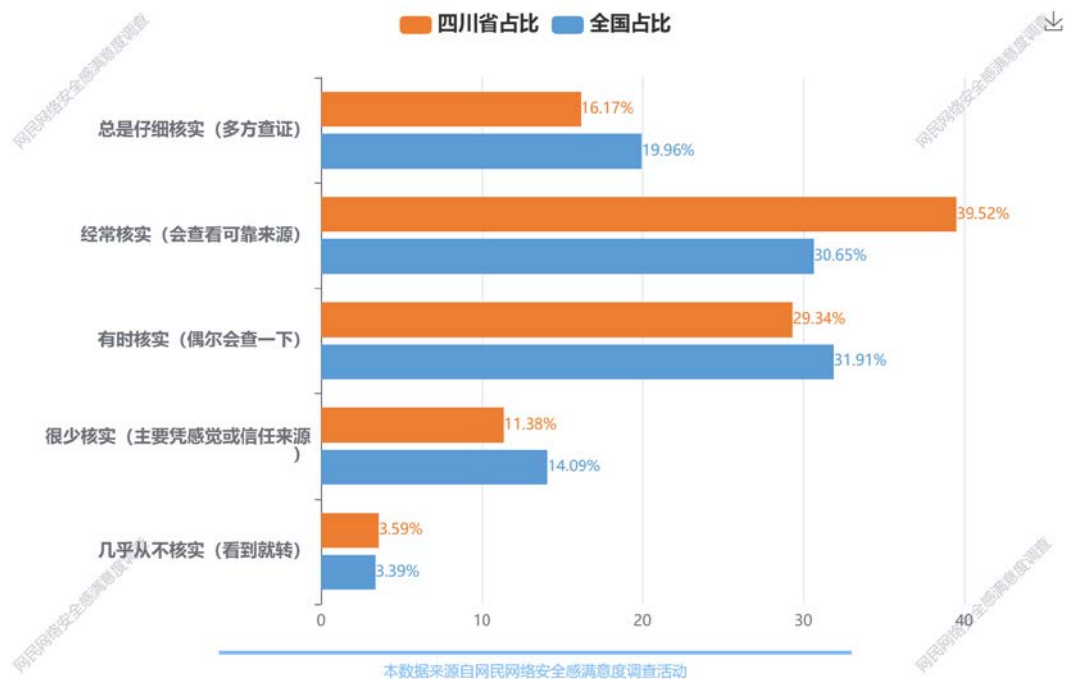


图表 105：热点舆情事件转发率

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 16 题：您是否曾转发/评论过热点舆情事件？）

（49）热点舆情事件的确认真实性行为

公众网民对转发前的舆情事件存有核实信息真实性行为：最多选择的是经常核实（会查看可靠来源）（选择率 39.52%），其次有时核实（偶尔会查一下）（选择率 29.34%）、总是仔细核实（多方查证）（选择率 16.17%）、很少核实（主要凭感觉或信任来源）（选择率 11.38%），而几乎从不核实（看到就转）（选择率 3.59%）。与全国数据相比，表示总是仔细核实（多方查证）的比例要低 3.79 个百分点，表示经常核实（会查看可靠来源）比例要高 8.87 个百分点。

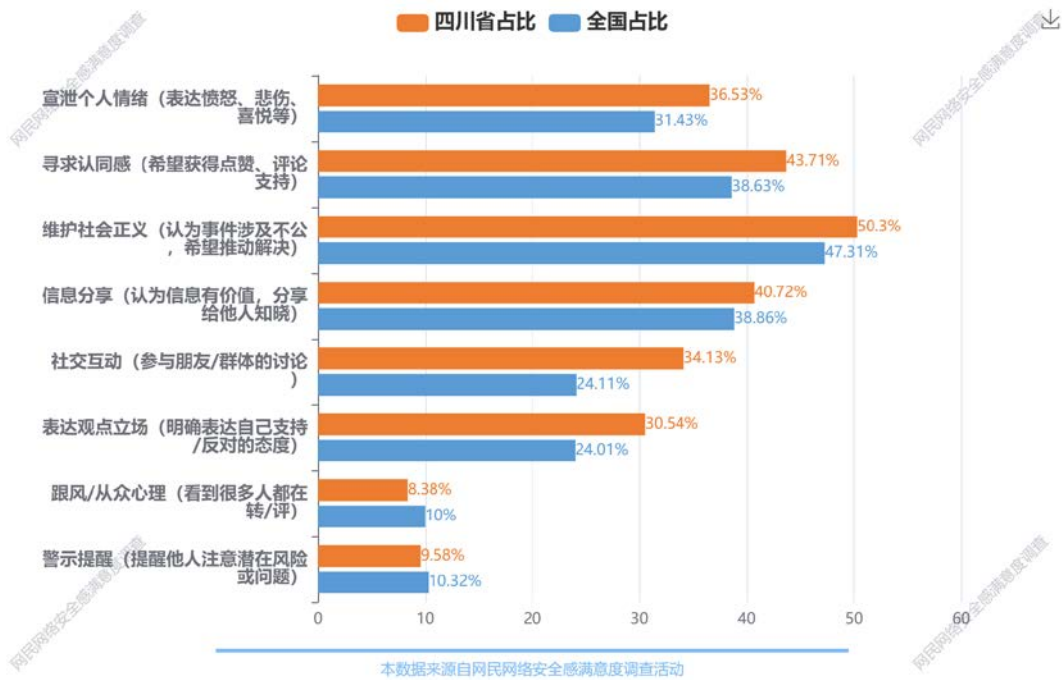


图表 106：热点舆情事件的真实性确认行为

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 16.1 题：转发前是否会核实信息真实性？）

（50）转发、评论热点舆情事件行为的动机

公众网民对转发或评论舆情事件行为的动机：排第一位是维护社会正义（认为事件涉及不公，希望推动解决）（选择率 50.3%）；第二位是寻求认同感（希望获得点赞、评论支持）（选择率 43.71%）；第三位是信息分享（认为信息有价值，分享给他人知晓）（选择率 40.72%）；第四位是宣泄个人情绪（表达愤怒、悲伤、喜悦等）（选择率 36.53%）；第五位是社交互动（参与朋友/群体的讨论）（选择率 34.13%）。与全国数据相比，表示跟风/从众心理（看到很多人都在转/评）的比例要低 1.62 个百分点，表示宣泄个人情绪（表达愤怒、悲伤、喜悦等）比例要高 5.1 个百分点。

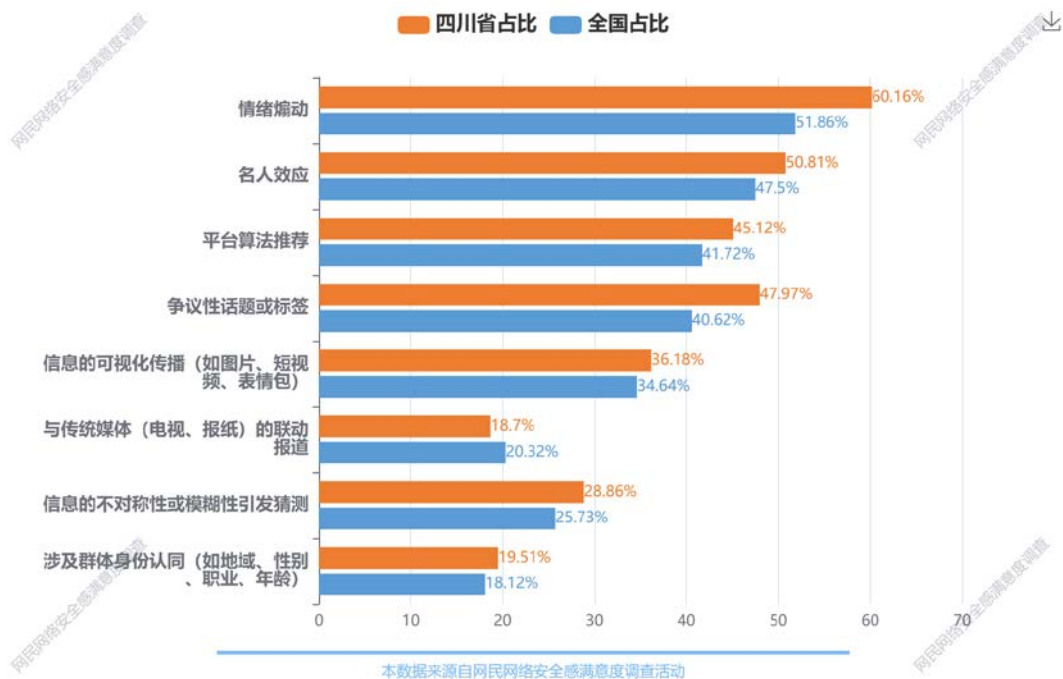


图表 107：转发、评论热点舆情事件行为的动机

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 16.2 题：转发或评论的主要动机是？（多选））

（51）热点舆情事件的传播效应因素

公众网民认为网络舆情事件中，放大了传播效应的因素有：排第一位是情绪煽动（选择率 60.16%）；第二位是名人效应（选择率 50.81%）；第三位是争议性话题或标签（选择率 47.97%）；第四位是平台算法推荐（选择率 45.12%）；第五位是信息的可视化传播（如图片、短视频、表情包）（选择率 36.18%）。与全国数据相比，表示与传统媒体（电视、报纸）的联动报道的比例要低 1.62 个百分点，表示情绪煽动比例要高 8.3 个百分点。

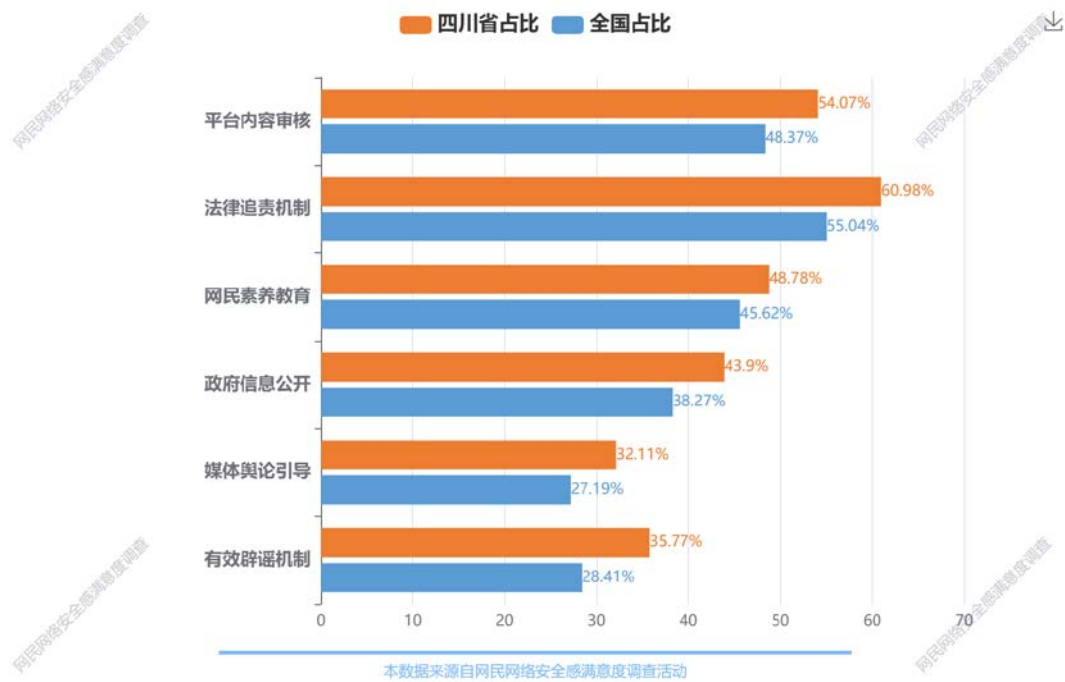


图表 108：热点舆情事件的传播效应因素

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 16.3 题：网络舆情事件中，您认为哪些因素放大了传播效应？（多选））

（52）网络舆情处置的期望

参与调查的公众网民认为当前网络舆情处置最需要改进的地方：排第一位是法律追责机制（选择率 60.98%）；第二位是平台内容审核（选择率 54.07%）；第三位是网民素养教育（选择率 48.78%）；第四位是政府信息公开（选择率 43.9%）；第五位是有效辟谣机制（选择率 35.77%）。各选项数据接近于全国数据。



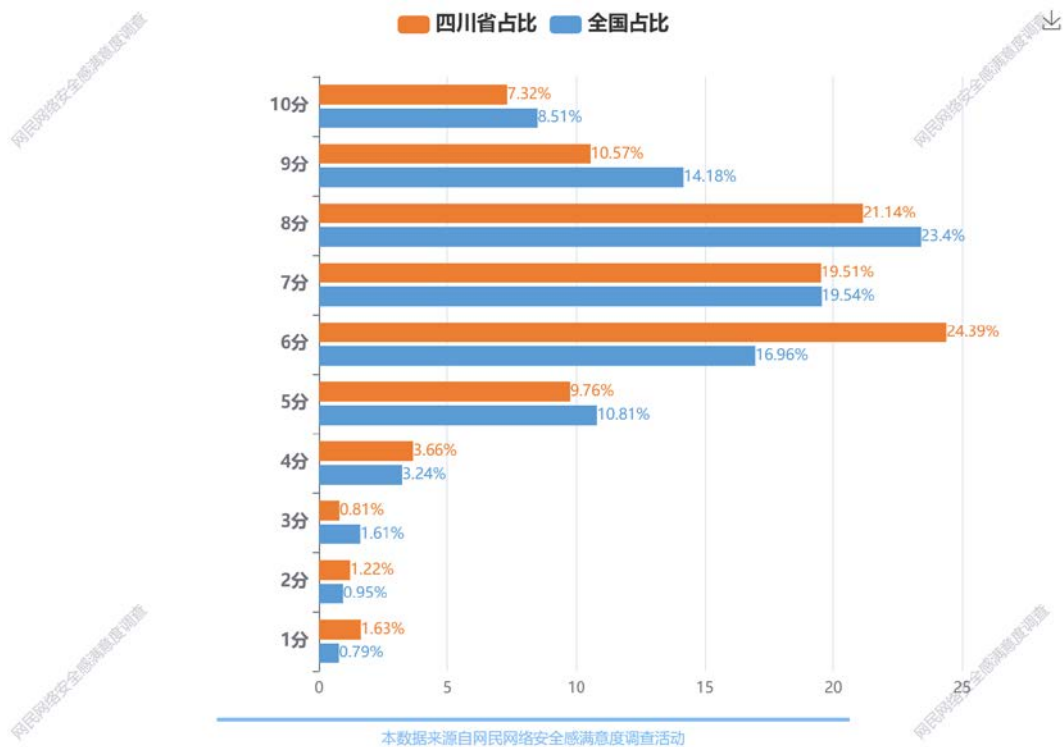
图表 109：网络舆情处置的期望

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 16.4 题：您认为当前网络舆情处置最需改进的方面是？（多选））

四、诚信素养和文化建设

（53）网民整体网络诚信自律的表现评价

网民对整体网络诚信自律方面的表现评价为：诚信以上的占 58.54%。其中 17.89% 公众网民认为非常诚信，40.65% 认为较诚信，34.15% 认为一般。而 7.32% 认为不诚信。

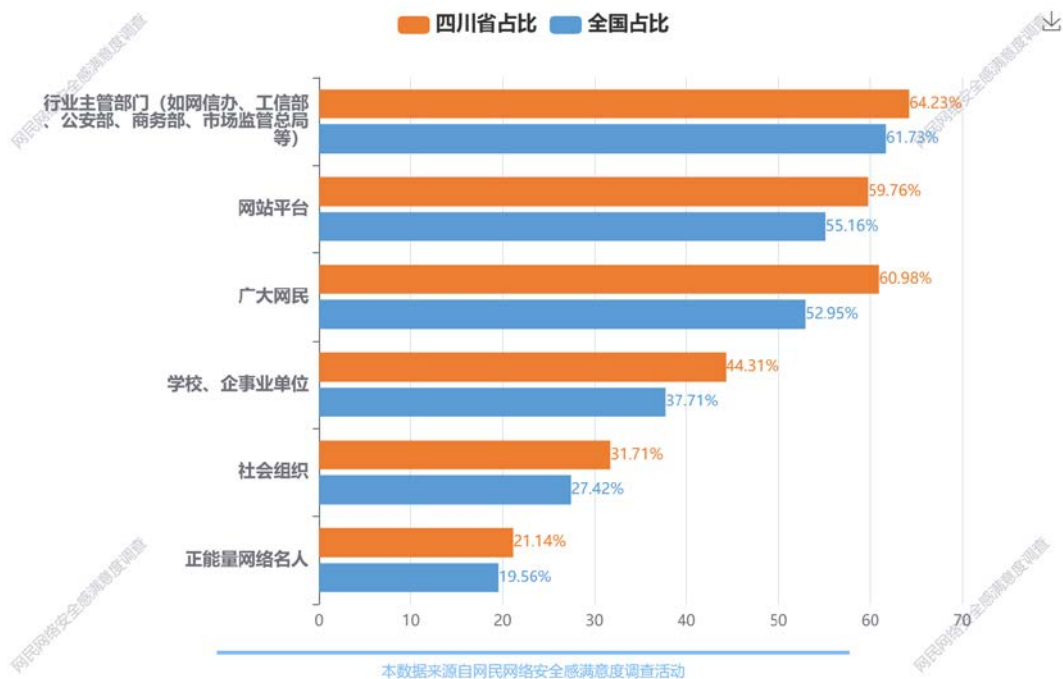


图表 110：网民整体网络诚信自律的表现评价

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 17 题：请您对网民整体网络诚信自律方面的表现打分（非常不诚信 1-2 分；较不诚信 3-4 分；一般 5-6 分；较诚信 7-8 分；非常诚信 9-10 分））

（54）应加强的网络诚信建设信用主体

参与调查的公众网民认为网络诚信建设离不开各信用主体共同参与，对以下主体的作用发挥需要进一步加强：第一位是行业主管部门（如网信办、工信部、公安部、商务部、市场监管总局等）（选择率 64.23%）；第二位是广大网民（选择率 60.98%）；第三位是网站平台（选择率 59.76%）；第四位是学校、企事业单位（选择率 44.31%）；第五位是社会组织（选择率 31.71%）。与全国数据排序一致。



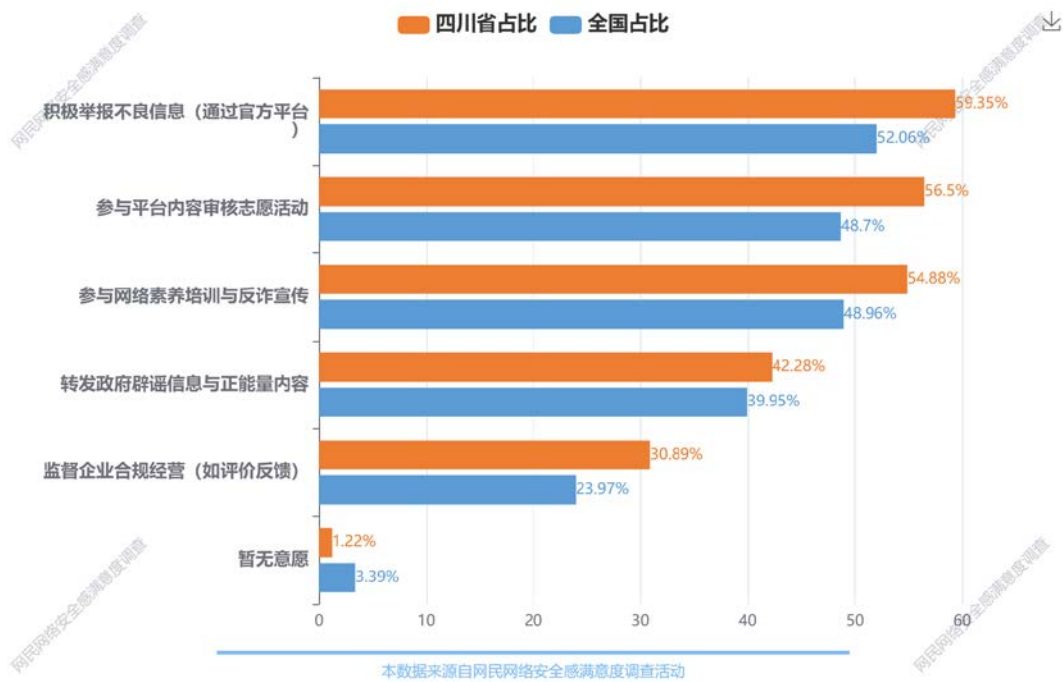
图表 111：应加强的网络诚信建设信用主体

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 18 题：网络诚信建设离不开各信用主体共同参与，您认为以下哪个主体的作用发挥需要进一步加强？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（55）参与网络诚信治理的方式

公众网民愿意参与网络诚信治理的方式：最多选择的是积极举报不良信息（通过官方平台）（选择率 59.35%），其次参与平台内容审核志愿活动（选择率 56.5%）、参与网络素养培训与反诈宣传（选择率 54.88%）、转发政府辟谣信息与正能量内容（选择率 42.28%），而监督企业合规经营（如评价反馈）（选择率 30.89%）。与全国数据相比，表示暂无意愿的比例要低 2.17 个百分点，表示积极举报不良信息（通过官方平台）比例要高 7.29 个百分点。



图表 112：网络诚信治理的参与方式

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 19 题：您愿意通过以下哪种方式参与网络诚信治理？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

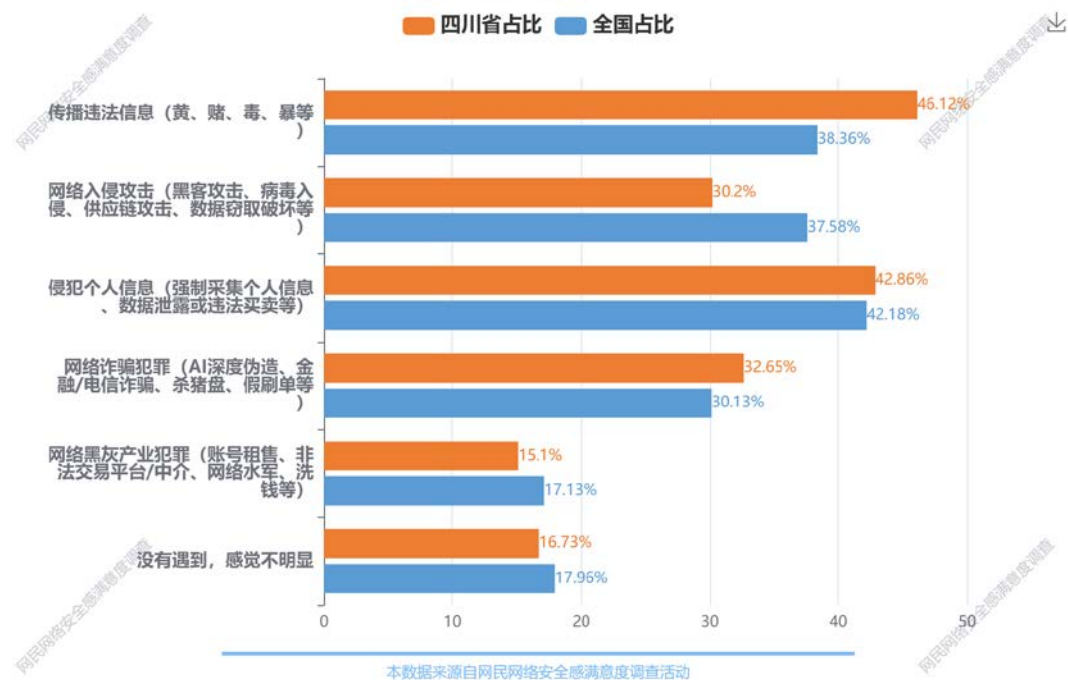
4.3 专题 3：遏制惩处网络违法犯罪行为专题

参与本专题答题的公众网民数量为 245 人。

一、态势和感受

（1）网络违法犯罪态势

过去一年（2024 年），公众网民对各类网络违法犯罪遇见率排列：第一位是传播违法信息（黄、赌、毒、暴等）（遇见率 46.12%）；第二位是侵犯个人信息（强制采集个人信息、数据泄露或违法买卖等）（遇见率 42.86%）；第三位是网络诈骗犯罪（AI 深度伪造、金融/电信诈骗、杀猪盘、假刷单等）（遇见率 32.65%）；网络入侵攻击（黑客攻击、病毒入侵、供应链攻击、数据窃取破坏等）和没有遇到，感觉不明显分列四、五位，遇见率分别为 30.2%和 16.73%。与全国数据相比，表示网络入侵攻击（黑客攻击、病毒入侵、供应链攻击、数据窃取破坏等）的比例要低 7.38 个百分点，表示传播违法信息（黄、赌、毒、暴等）比例要高 7.76 个百分点。

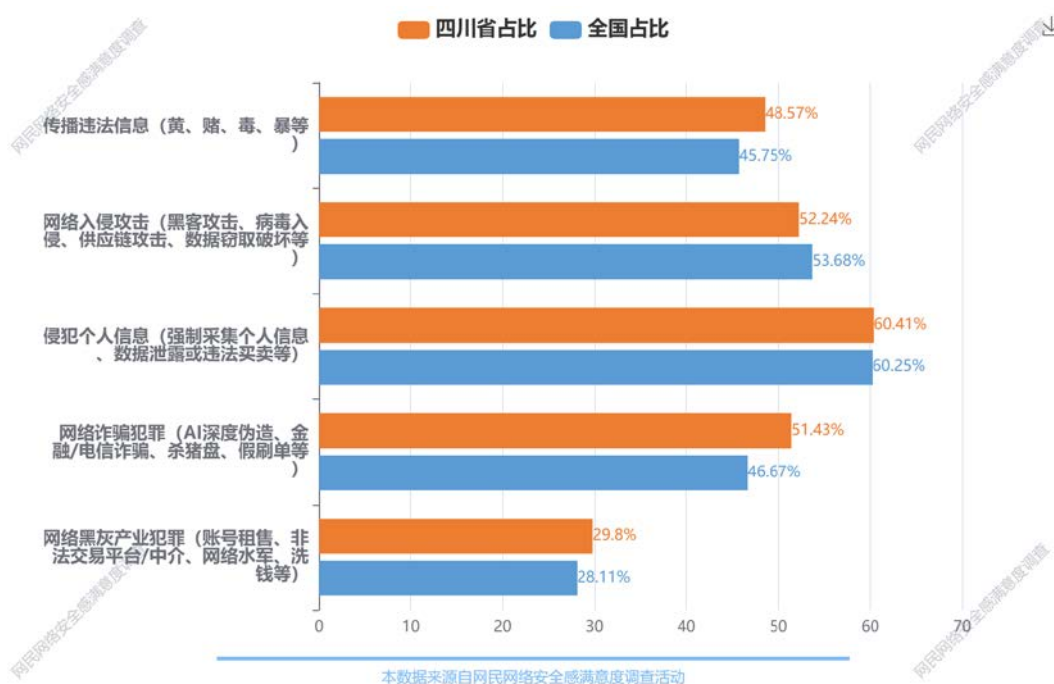


图表 113：网络上遭遇违法犯罪的情况

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 1 题：过去一年中在使用网络时曾遇到过下列哪些违法犯罪的情况？（多选））

（2）需加强打击的网络违法犯罪行为

公众网民认为需加强打击的网络违法犯罪行为需要加强：第一位侵犯个人信息（强制采集个人信息、数据泄露或违法买卖等）（关注度 60.41%）；第二位网络入侵攻击（黑客攻击、病毒入侵、供应链攻击、数据窃取破坏等）（关注度 52.24%）；第三位网络诈骗犯罪（AI 深度伪造、金融/电信诈骗、杀猪盘、假刷单等）（关注度 51.43%）；第四位是传播违法信息（黄、赌、毒、暴等）（关注度 48.57%）；第五位是网络黑灰产业犯罪（账号租售、非法交易平台/中介、网络水军、洗钱等）（关注度 29.8%）。与全国数据相比，表示网络入侵攻击（黑客攻击、病毒入侵、供应链攻击、数据窃取破坏等）的比例要低 1.44 个百分点，表示传播违法信息（黄、赌、毒、暴等）比例要高 2.82 个百分点。



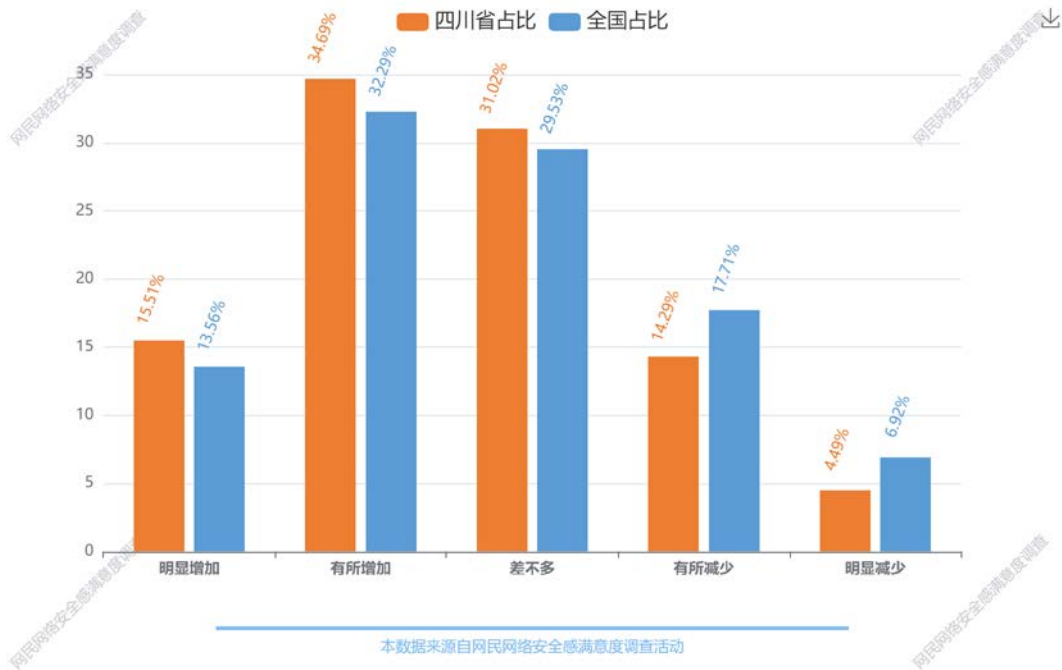
图表 114：需加强打击的网络违法犯罪行为

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 2 题：您认为哪些网络违法犯罪行为愈发严重，需要加强打击？（多选））

二、风险与防范

（3）网络诈骗态势

参与调查的公众网民对近一年遇见网络诈骗频率为：15.51%的公众网民认为明显增加，34.69%公众网民认为有所增加，31.02%认为差不多，认为有所增加和明显增加的占 50.20%，认为有所减少和明显减少的占 18.78%。与全国数据相比，表示有所减少的比例要低 3.42 个百分点，表示明显增加比例要高 1.95 个百分点。

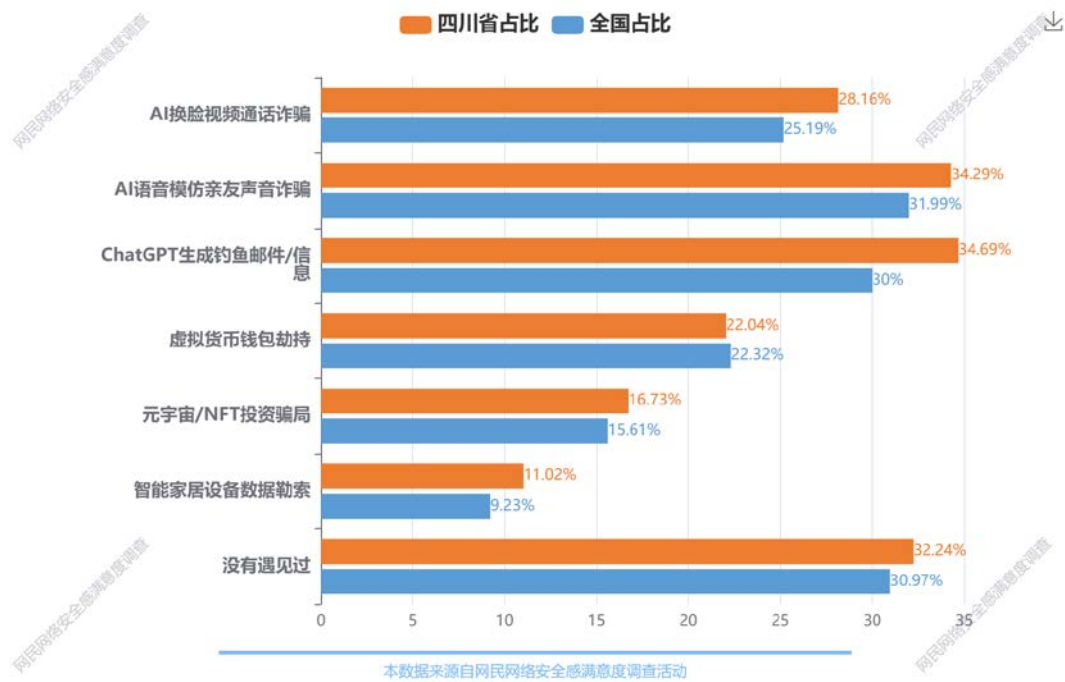


图表 115：网络诈骗态势

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 3 题：和过去相比，近一年您或身边的朋友遇到网络诈骗的频率？）

（4）新型技术诈骗类型

公众网民遇见新型技术诈骗类型：最多选择的是 ChatGPT 生成钓鱼邮件/信息（选择率 34.69%），其次 AI 语音模仿亲友声音诈骗（选择率 34.29%）、没有遇见过（选择率 32.24%）、AI 换脸视频通话诈骗（选择率 28.16%），而虚拟货币钱包劫持（选择率 22.04%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

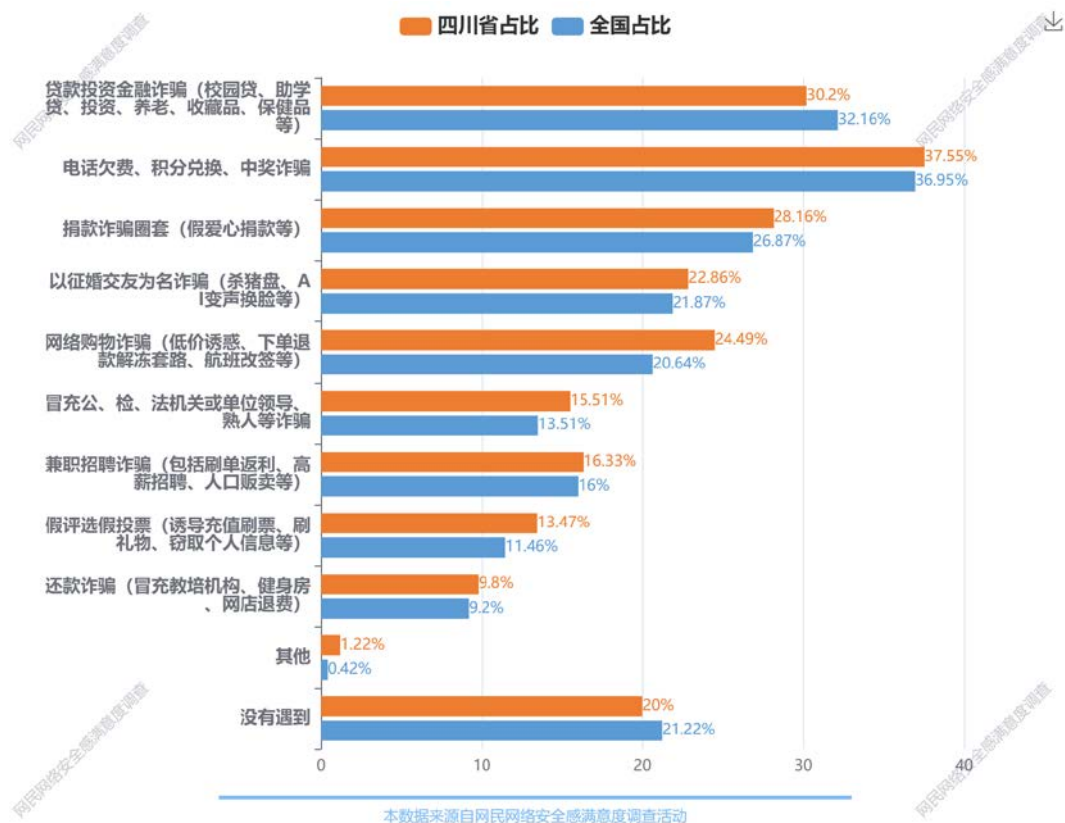


图表 116：新型技术诈骗类型

（图表数据来源：公众网民版专题 2 网络诚信建设专题第 3.1 题：您是否遭遇过以下新型技术诈骗手段？（多选））

（5）各类网络诈骗形式

参与调查的公众网民或身边朋友遇到过网络诈骗的形式是：第一位是电话欠费、积分兑换、中奖诈骗（遇见率 37.55%），第二位是贷款投资金融诈骗（校园贷、助学贷、投资、养老、收藏品、保健品等）（遇见率 30.2%），第三位是捐款诈骗圈套（假爱心捐款等）（遇见率 28.16%），第四位是网络购物诈骗（低价诱惑、下单退款解冻套路、航班改签等）（遇见率 24.49%），第五位是以征婚交友为名诈骗（杀猪盘、AI 变声换脸等）（遇见率 22.86%）。与全国数据相比，表示贷款投资金融诈骗（校园贷、助学贷、投资、养老、收藏品、保健品等）的比例要低 1.96 个百分点，表示捐款诈骗圈套（假爱心捐款等）比例要高 1.29 个百分点。

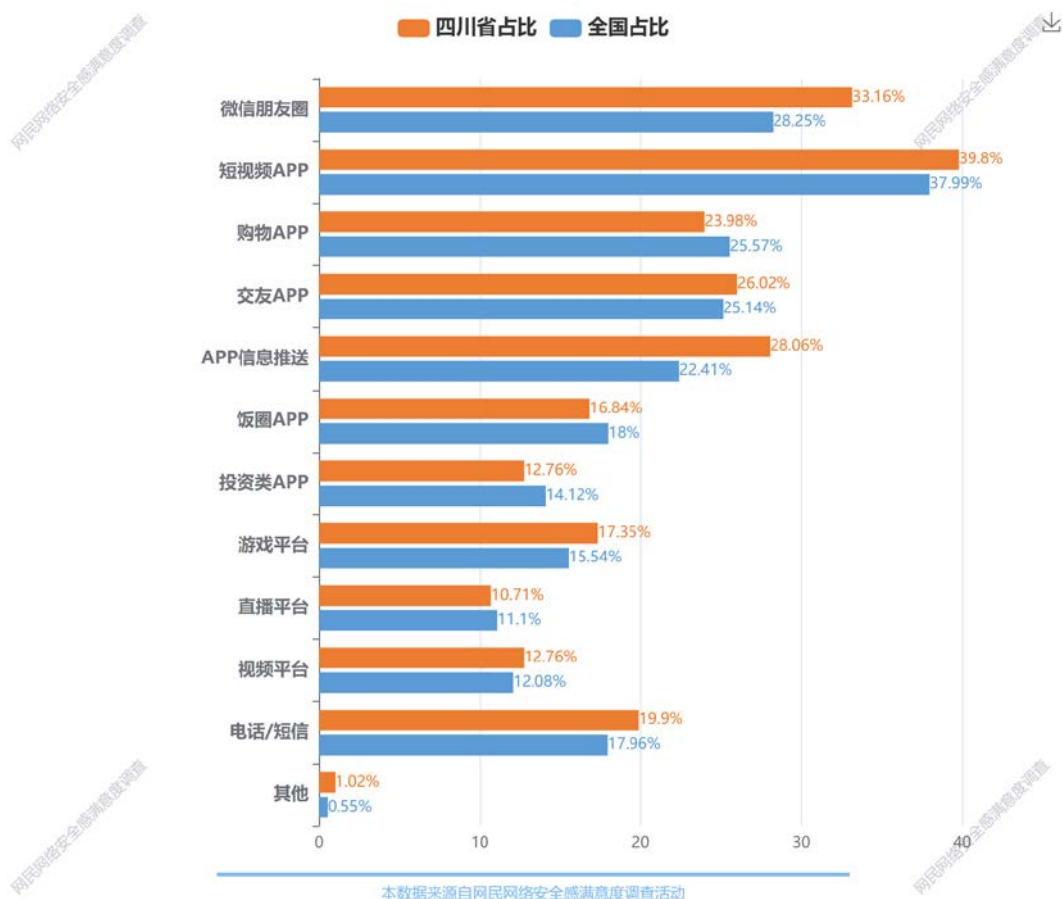


图表 117：各类网络诈骗形式

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 4 题：您遇到过下列哪种形式的网络诈骗？（多选））

（6）网络诈骗信息传播开展渠道

参与调查的公众网民认为网络诈骗信息传播渠道主要为：第一位是短视频 APP（选择率 39.8%），第二位是微信朋友圈（选择率 33.16%），第三位是 APP 信息推送（选择率 28.06%），第四位是交友 APP（选择率 26.02%），第五位是购物 APP（选择率 23.98%）。相较于全国数据，购物 APP、饭圈 APP、投资类 APP 分别比全国数据低 1.59、1.16、1.36 个百分点。

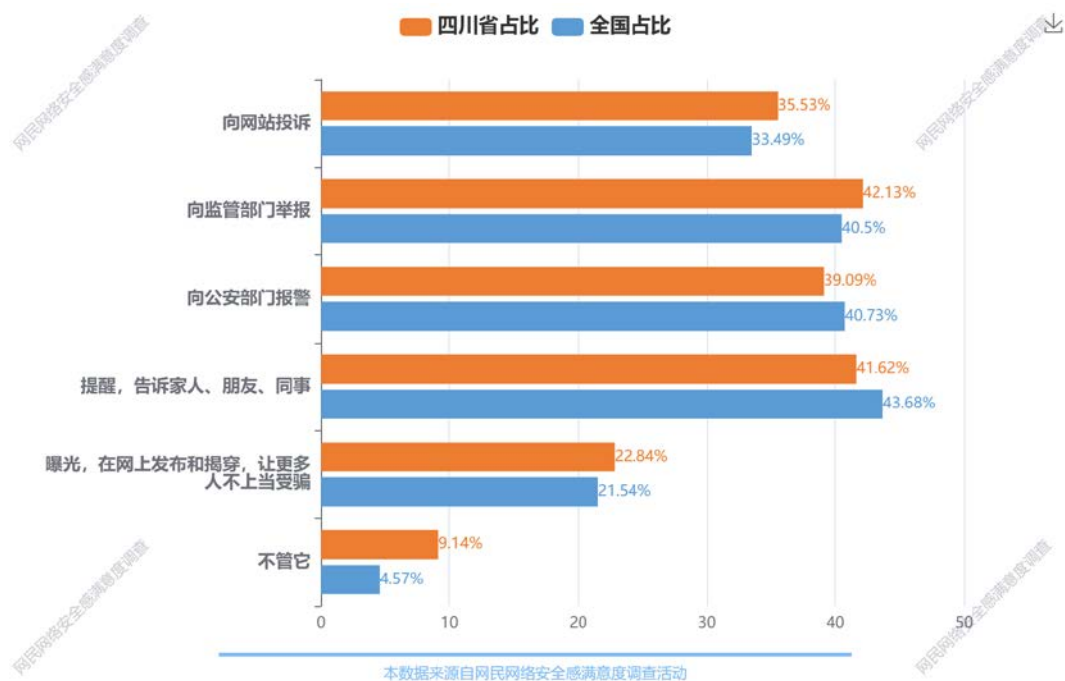


图表 118：网络诈骗信息传播开展渠道

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 4.1 题：过去一年，您在哪里遇到过网络诈骗信息？（多选））

（7）电信诈骗的应对

公众网民对电信诈骗的应对选择为：(42.13%)的网民选择向监管部门举报；其次是提醒，告诉家人、朋友、同事（41.62%）；向公安部门报警（39.09%）；向网站投诉(35.53%)和曝光，在网上发布和揭穿，让更多人不上当受骗(22.84%)。与全国数据相比，表示向公安部门报警的比例要低 1.64 个百分点，表示向网站投诉比例要高 2.04 个百分点。



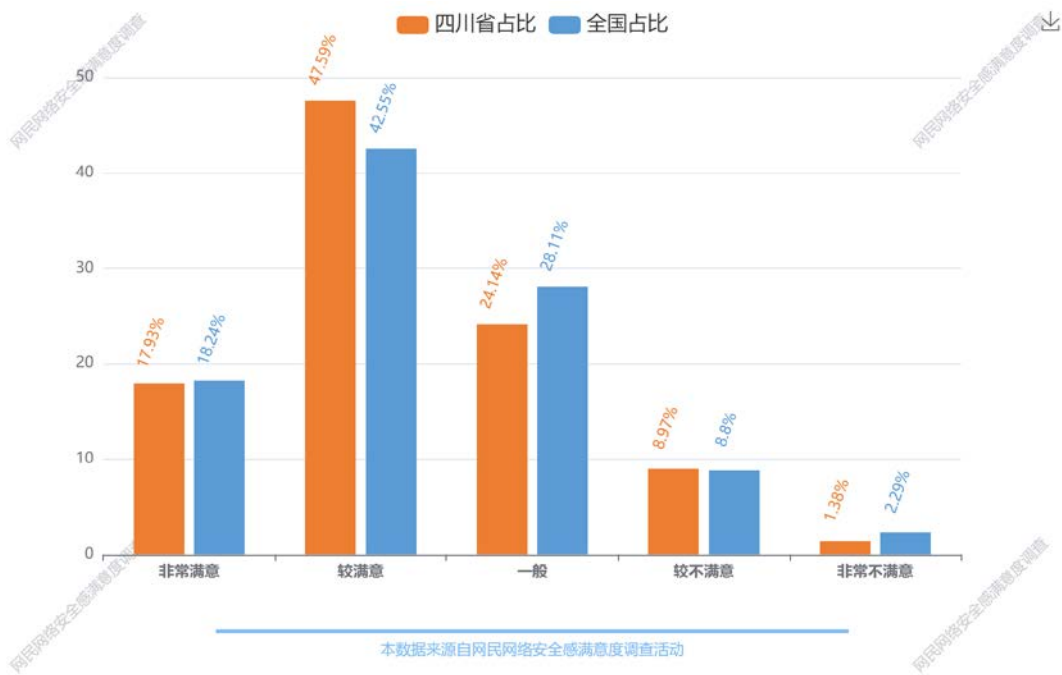
图表 119：网民对电信诈骗的应对措施

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 4.2 题：对于这些网络诈骗，您是如何应对的？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（8）网民对投诉或举报的处理

参与调查的公众网民对网络诈骗投诉或举报处理的评价为：表示较满意或非常满意的占 65.52%，其中 47.59%的网民表示较满意，17.93%的网民表示非常满意。24.14%的网民表示一般。表示较不满意或非常不满意的占 10.35%，其中表示较不满意的占 8.97%，表示非常不满意的占 1.38%。总体上来说表示满意的占主要部分。与全国数据相比，表示一般的比例要低 3.97 个百分点，表示较满意比例要高 5.04 个百分点。



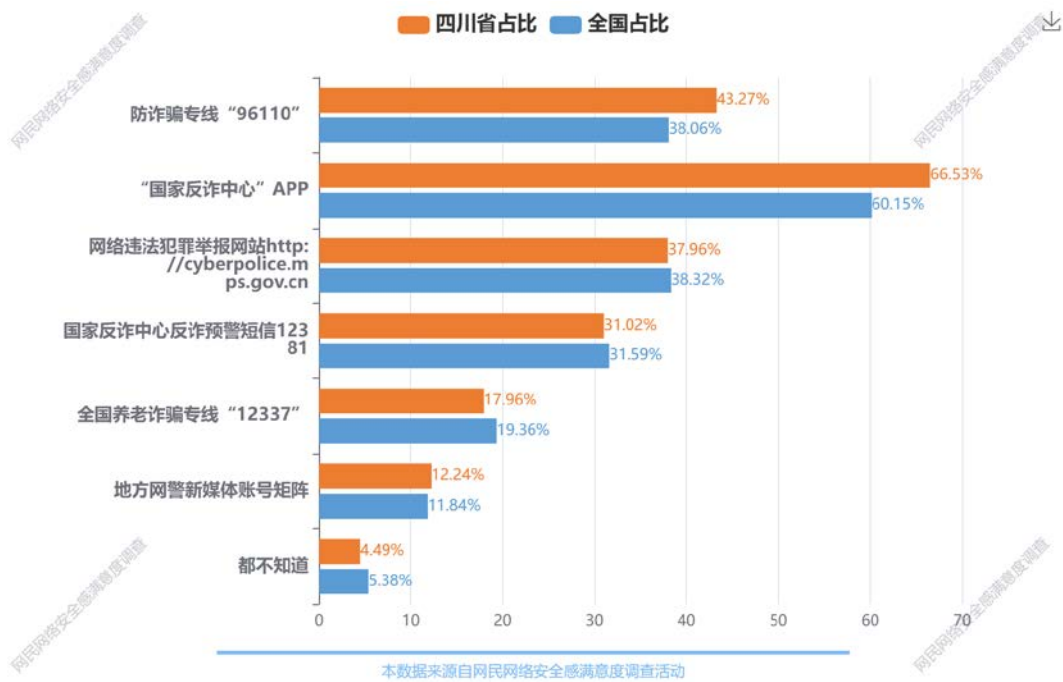
图表 120：网络诈骗投诉或举报处理结果的评价

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 4.3 题：您对投诉或举报的处理结果是否满意？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（9）反诈骗服务渠道

参与调查的公众网民对各个反诈骗服务渠道的认知度为：排第一位是“国家反诈中心”APP（认知度 66.53%）；第二位是防诈骗专线“96110”（认知度 43.27%），第三位是网络违法犯罪举报网站 <http://cyberpolice.mps.gov.cn>（认知度 37.96%），第四位国家反诈中心反诈预警短信 12381 的网民占 31.02%，第五位全国养老诈骗专线“12337”的网民占 17.96%，只有 12.24%的网民表示地方网警新媒体账号矩阵。与全国数据相比，表示全国养老诈骗专线“12337”的比例要低 1.4 个百分点，表示防诈骗专线“96110”比例要高 5.21 个百分点。



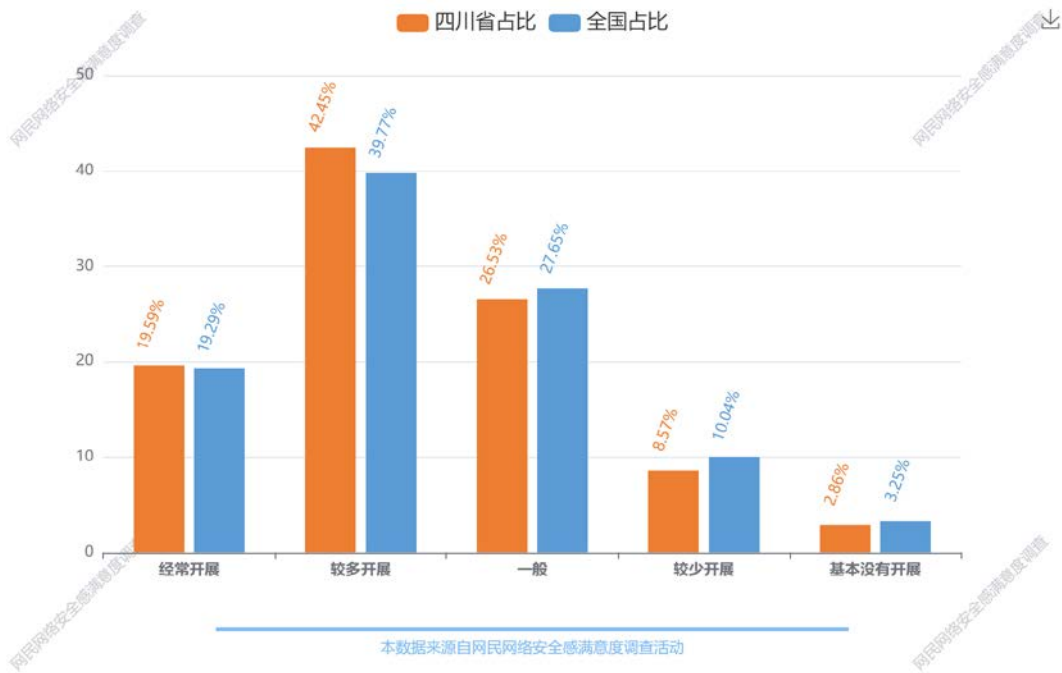
图表 121：反诈骗服务渠道的认知度

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 5 题：您是否知晓以下官方的反诈服务渠道和平台？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（10）防诈骗宣传活动的开展

参与调查的公众网民所在社区、校园及企业开展防诈骗宣传活动的情况为：19.59%的网民所在社区经常开展防诈骗宣传活动，42.45%的网民所在社区较多开展防诈骗宣传活动。26.53%的网民表示一般。8.57%的网民所在社区较少开展防诈骗宣传活动。2.86%网民所在社区基本没有开展防诈骗宣传活动。即有开展的占比为 97.14%。相较于全国数据，除经常开展和较多开展比全国数据分别高出 0.3 个百分点、2.68 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

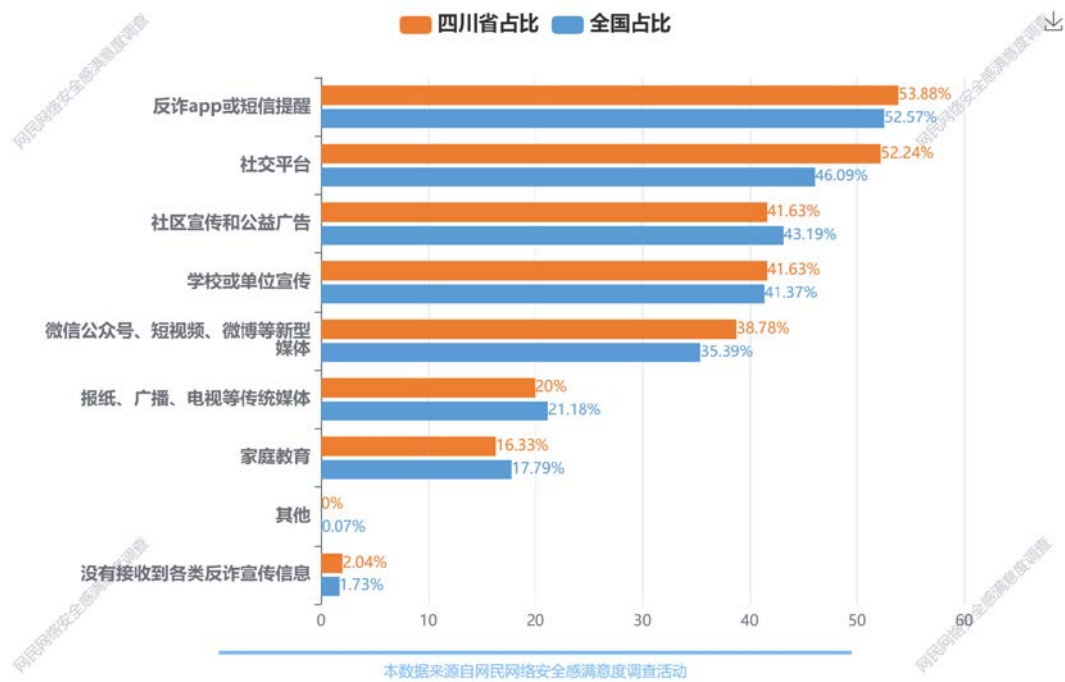


图表 122：所在社区、校园及企业开展防诈骗宣传活动情况

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 6 题：在您所在社区、校园、企业是否有开展防诈骗宣传活动？）

（11）防诈骗宣传活动的渠道

参与调查的公众网民了解防诈反诈知识（接受反诈骗教育）的途径是：第一位是反诈 app 或短信提醒（选择率 53.88%），第二位是社交平台（选择率 52.24%），第三位是社区宣传和公益广告（选择率 41.63%），第四位是学校或单位宣传（选择率 41.63%），第五位是微信公众号、短视频、微博等新型媒体（选择率 38.78%）。相较于全国数据，社区宣传和公益广告、报纸、广播、电视等传统媒体、家庭教育分别比全国数据低 1.56、1.18、1.46 个百分点。

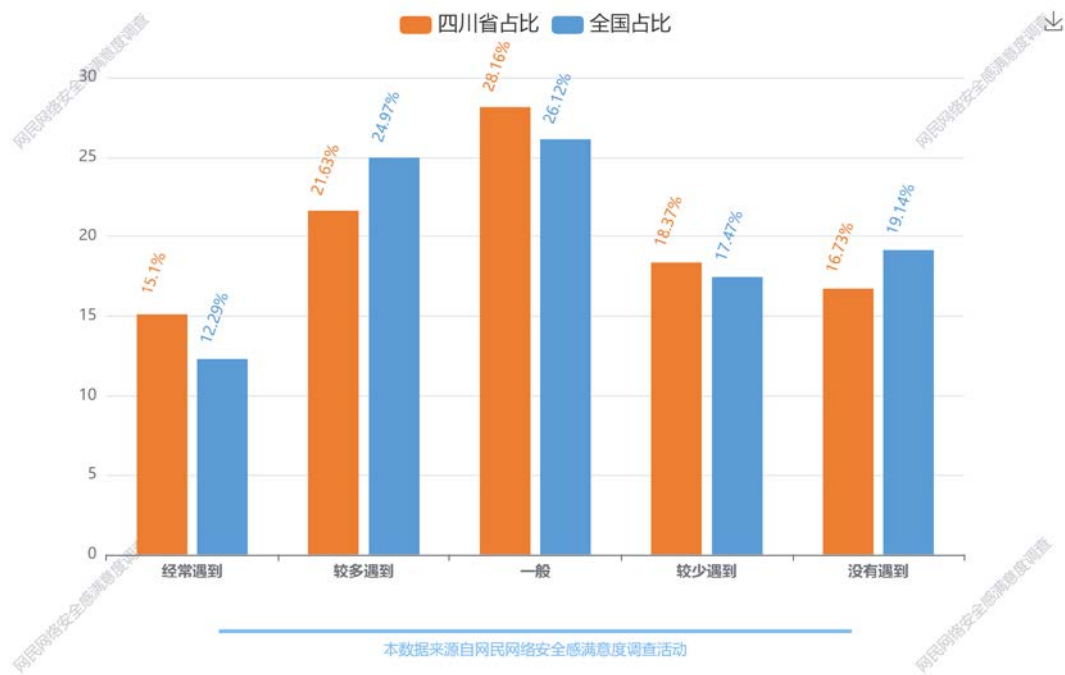


图表 123：防诈骗宣传活动的渠道

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 7 题：您通过哪些途径了解防诈反诈知识（接受反诈骗教育）？（多选））

（12）网络勒索病毒、木马等破坏性程序的威胁

网络勒索病毒、木马等破坏性程序渗透程度方面：**16.73%**网民没有遇到；**15.1%**网民经常遇到；**21.63%**网民较多遇到；**18.37%**网民较少遇到。网络勒索病毒、木马等的渗透率达到 **83.26%**。与全国数据相比，表示较多遇到的比例要低 **3.34** 个百分点，表示经常遇到比例要高 **2.81** 个百分点。



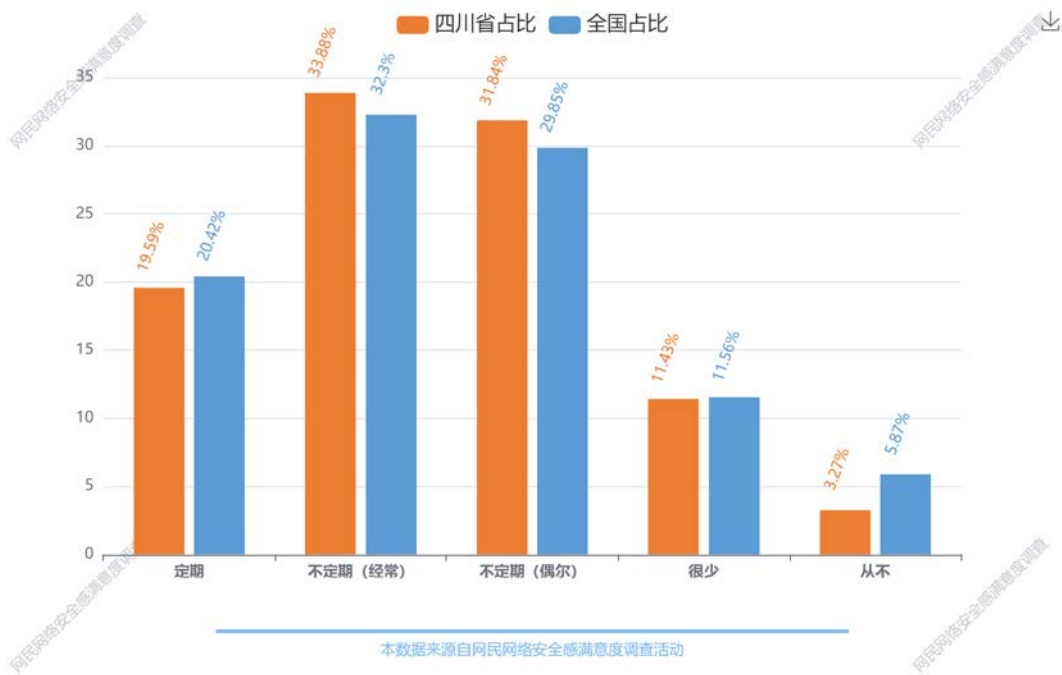
图表 124：网络勒索病毒、木马等破坏性程序的威胁

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 8 题：您在上网过程中是否遇到过勒索病毒软件、“流氓”杀毒软件、木马攻击等破坏性程序？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（13）个人网络安全防范措施的落实

公众网民在网络安全个人防范措施的落实方面：19.59%能够定期杀毒和更新补丁，33.88%能够不定期（经常）进行杀毒和更新补丁，31.84%不定期（偶尔）进行杀毒和更新补丁，11.43%很少进行杀毒和更新补丁，还有 3.27%从不杀毒和更新补丁。与全国数据相比，表示从前的比例要低 2.6 个百分点，表示不定期（经常）比例要高 1.58 个百分点。



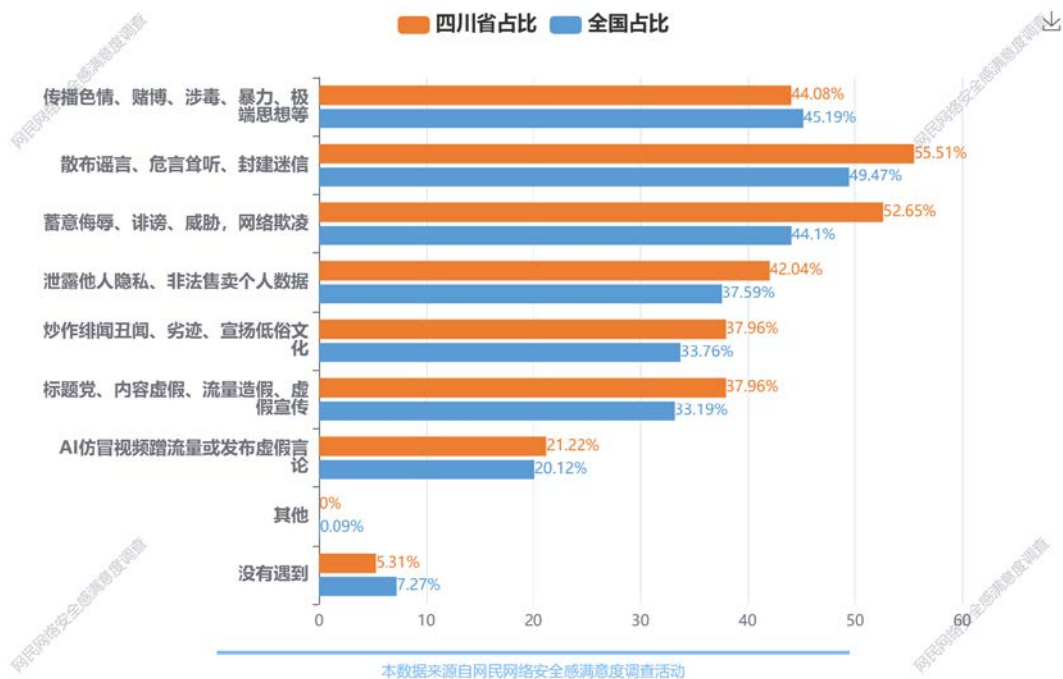
图表 125：个人网络安全防范措施的落实情况

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 9 题：您是否定期使用正规杀毒软件或者经常更新系统补丁？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（14）网络不良信息威胁

不良信息乱象泛滥现状：第一位是散布谣言、危言耸听、封建迷信（网民遇见率 55.51%）；第二位是蓄意侮辱、诽谤、威胁，网络欺凌（网民遇见率 52.65%）；第三位是传播色情、赌博、涉毒、暴力、极端思想等（网民遇见率 44.08%）；第四位是泄露他人隐私、非法售卖个人数据（网民遇见率 42.04%）；第五位是炒作绯闻丑闻、劣迹、宣扬低俗文化（网民遇见率 37.96%）。与全国数据相比，表示传播色情、赌博、涉毒、暴力、极端思想等的比例要低 1.11 个百分点，表示散布谣言、危言耸听、封建迷信比例要高 6.04 个百分点。



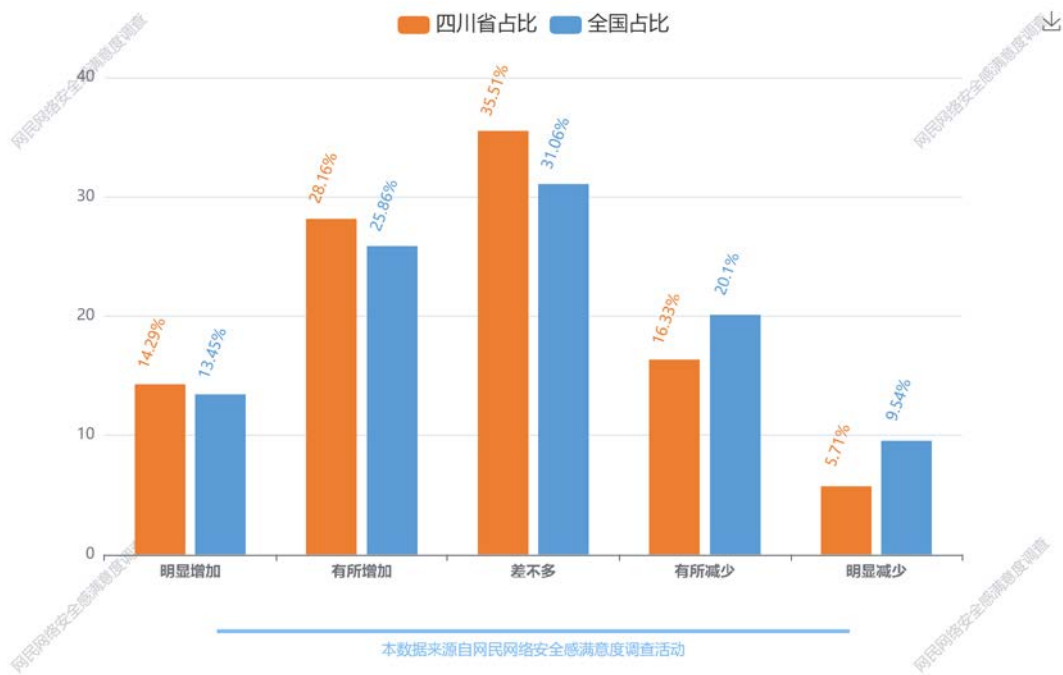
图表 126：网络不良信息威胁

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 10 题：在网上过程中，曾看到过以下哪些违法有害、不良信息乱象？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（15）网络低俗信息治理效果评价

近一年来，参与调查的公众网民对色情暴力等低俗网络信息数量变化情况的评价：认为增加的占 42.45%，其中 14.29% 公众网民认为明显增加，28.16% 认为有所增加。35.51% 认为差不多。22.04% 认为减少，其中 16.33% 认为有所减少，5.71% 认为明显减少。与全国数据相比，表示有所减少的比例要低 3.77 个百分点，表示有所增加比例要高 2.3 个百分点。



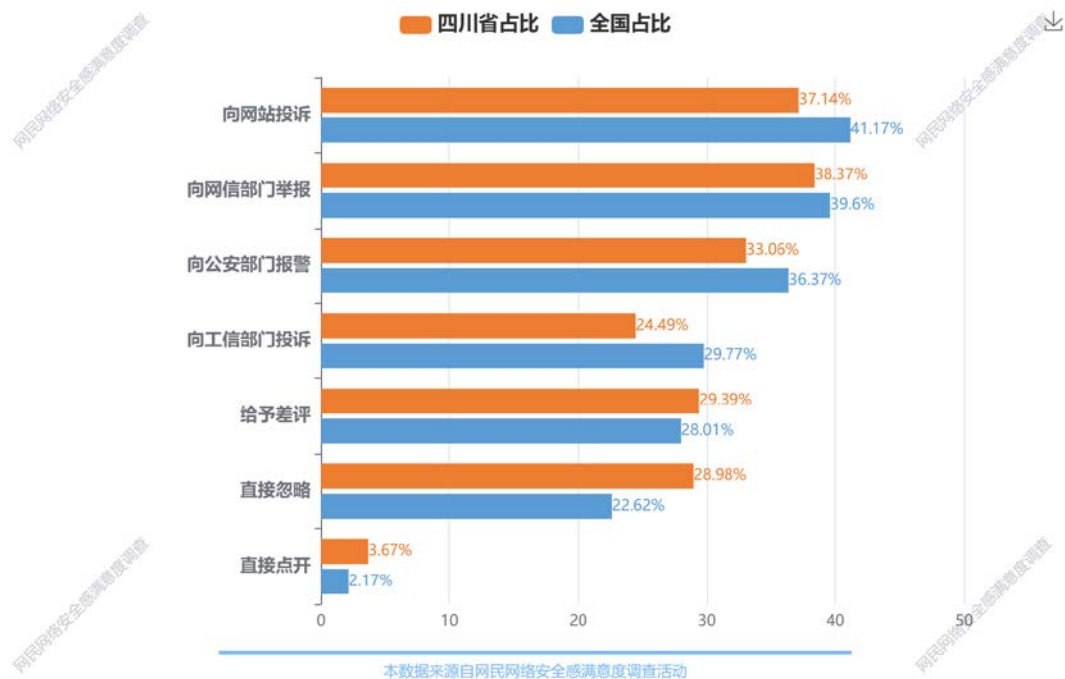
图表 127：色情暴力等低俗网络信息数量变化情况

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 11 题：近一年来，您遇到网络色情、赌博、暴力等低俗信息的数量有什么变化？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（16）遇到网络低俗信息的应对措施

参与调查的公众网民遇到网络低俗信息的应对措施方面：最多选择的是向网信部门举报（选择率 38.37%），第二位是向网站投诉（选择率 37.14%），第三位是向公安部门报警（选择率 33.06%），第四位是给予差评（选择率 29.39%），第五位是直接忽略（选择率 28.98%），显示公众网民对低俗网络信息有较强的抵制意识。有 38.37% 网民向网信部门举报，排名第一位，与全国数据的 41.17%，低了 2.8 个百分点。



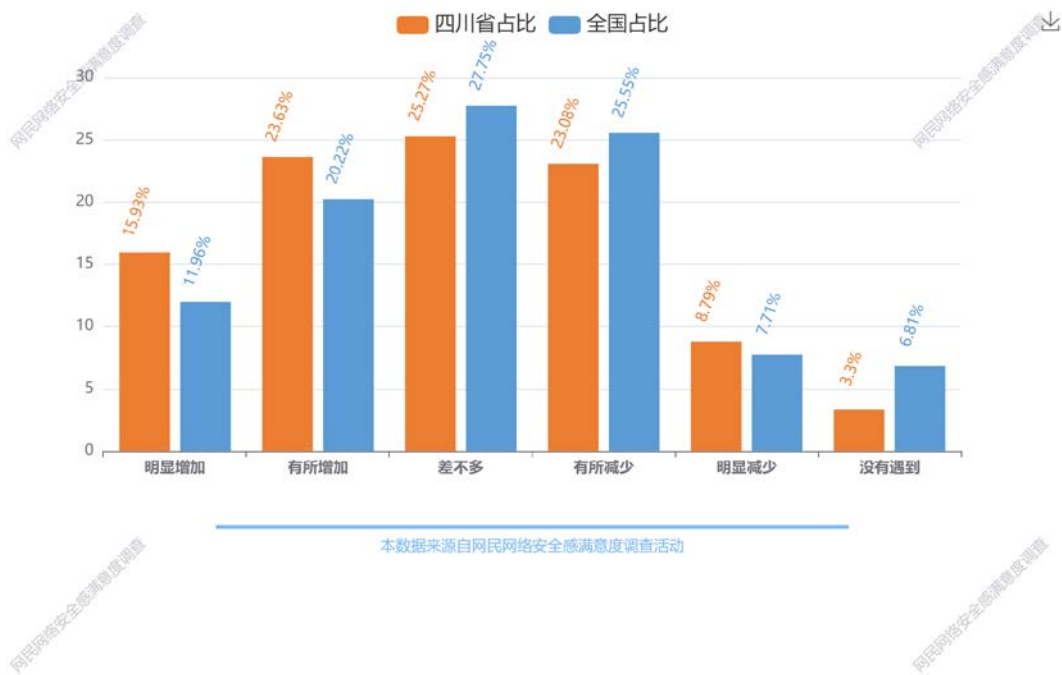
图表 128：遇到网络低俗信息的应对措施

（图表数据来源：公众网民版专题3遏制网络违法犯罪行为专题第11.1题：遇到网络低俗信息时您会怎么做？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（17）网络低俗信息投诉处理效果

公众网民对投诉后网络色情、赌博、暴力等低俗信息的数量变化情况：认为增加的占 39.56%，其中 15.93%公众网民认为明显增加，23.63%认为有所增加。25.27%认为差不多。31.87%认为减少，其中 23.08%认为有所减少，8.79%认为明显减少。与全国数据相比，表示差不多的比例要低 2.48 个百分点，表示明显增加比例要高 3.97 个百分点。

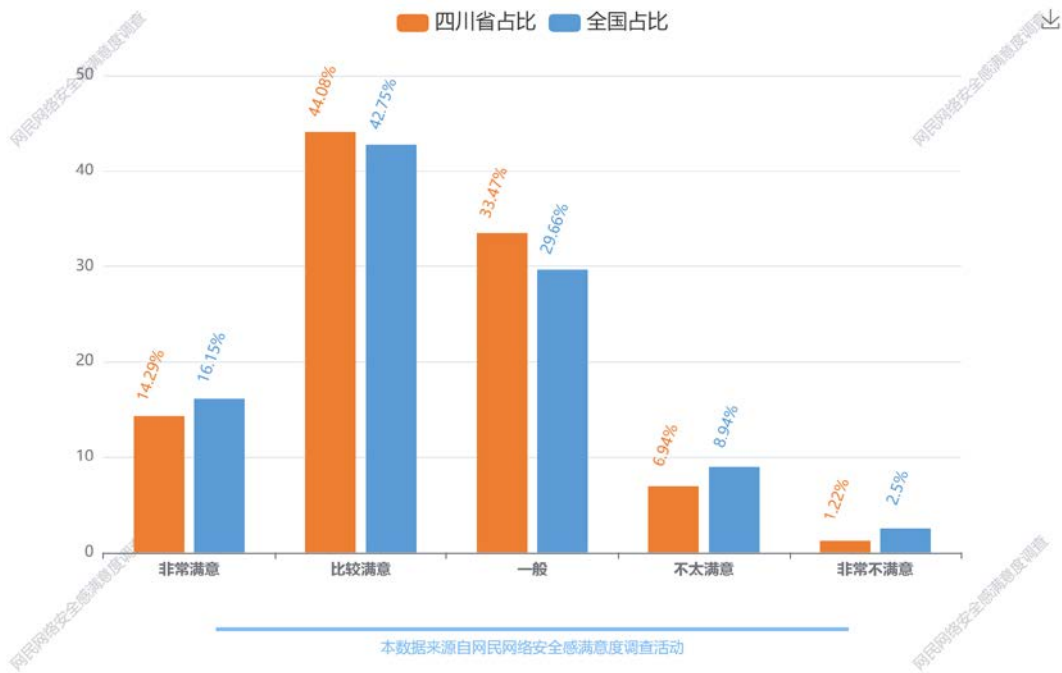


图表 129：网络低俗信息投诉处理效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题3遏制网络违法犯罪行为专题第11.2题：进行投诉后，您遇到网络色情、赌博、暴力等低俗信息的数量有什么变化？）

（18）网络诈骗打击力度成效

公众网民对政府目前的网络诈骗打击力度的评价：认为满意以上的占58.37%，其中14.29%公众网民认为非常满意，44.08%认为满意。33.47%认为一般。8.16%认为不太满意或非常不满意，其中6.94%认为不太满意，1.22%认为非常不满意。相较于全国数据，非常满意、不太满意、非常不满意分别比全国数据低1.86、2.0、1.28个百分点。

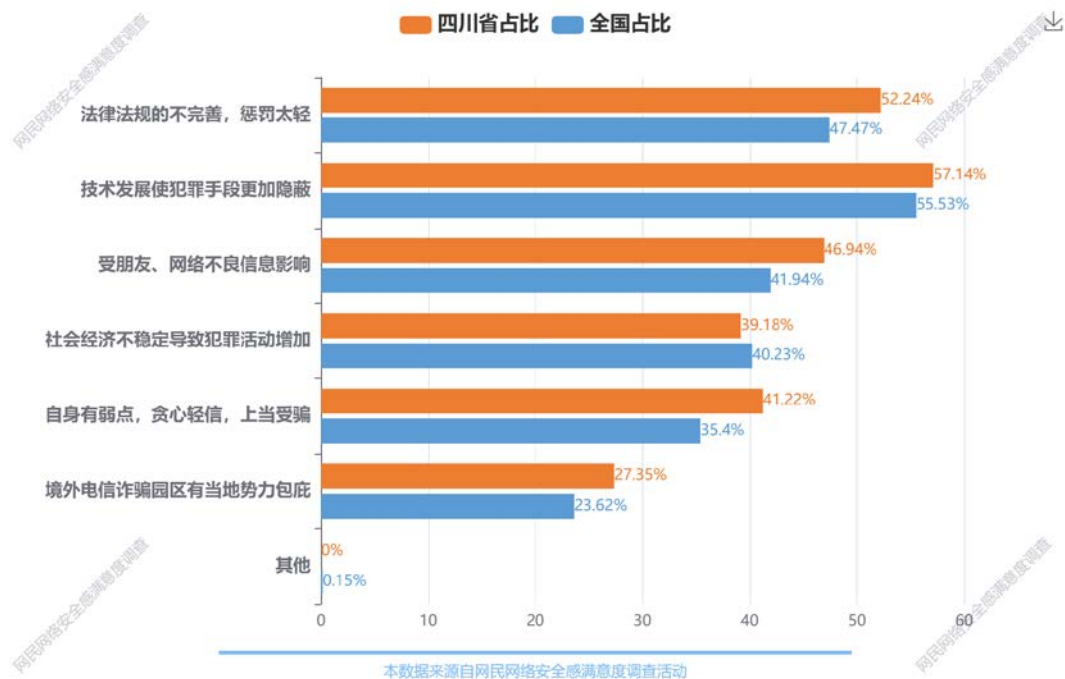


图表 130：网络诈骗打击力度成效

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 12 题：您对政府目前的网络诈骗打击力度是否满意？）

（19）跨境诈骗犯罪泛滥原因

参与调查的公众网民认为跨境诈骗犯罪泛滥原因主要为：第一位是技术发展使犯罪手段更加隐蔽（选择率 57.14%），第二位是法律法规的不完善，惩罚太轻（选择率 52.24%），第三位是受朋友、网络不良信息影响（选择率 46.94%），第四位是自身有弱点，贪心轻信，上当受骗（选择率 41.22%），第五位是社会经济不稳定导致犯罪活动增加（选择率 39.18%）。与全国数据相比，表示社会经济不稳定导致犯罪活动增加的比例要低 1.05 个百分点，表示法律法规的不完善，惩罚太轻比例要高 4.77 个百分点。

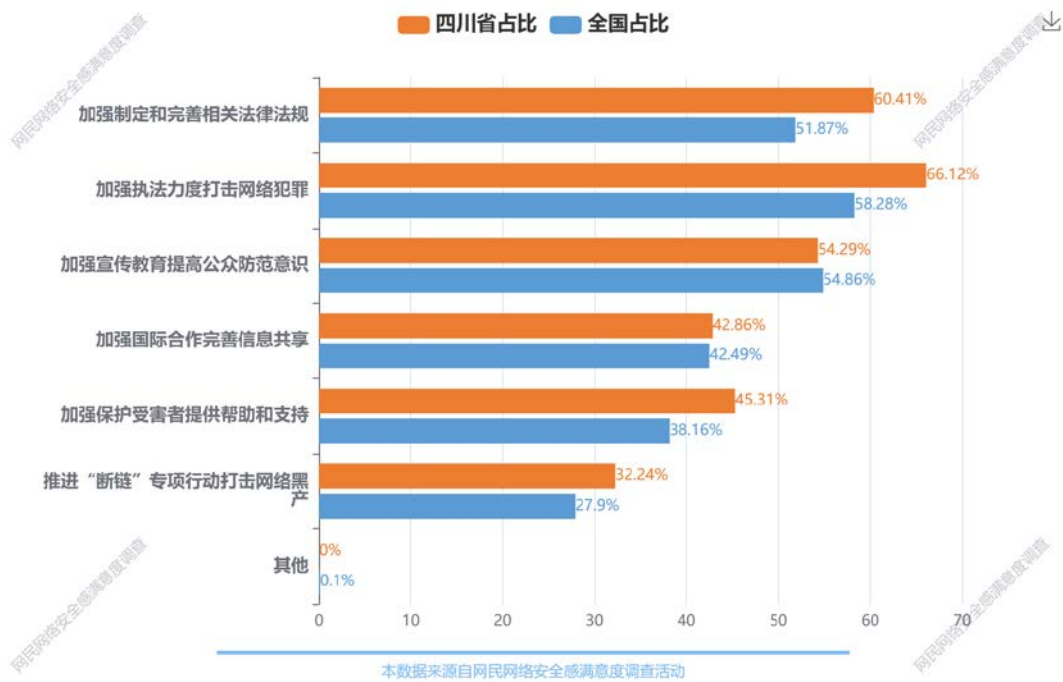


图表 131：跨境诈骗犯罪泛滥原因

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 13 题：您认为导致跨境诈骗犯罪泛滥的主要原因是什么？（多选））

（20）加强应对跨境诈骗建议

参与调查的公众网民认为政府应强化跨境诈骗情况，最多选择的是加强执法力度打击网络犯罪（选择率 66.12%）；其次加强制定和完善相关法律法规（选择率 60.41%）；加强宣传教育提高公众防范意识（选择率 54.29%）；加强保护受害者提供帮助和支持（选择率 45.31%）。而加强国际合作完善信息共享（选择率 42.86%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

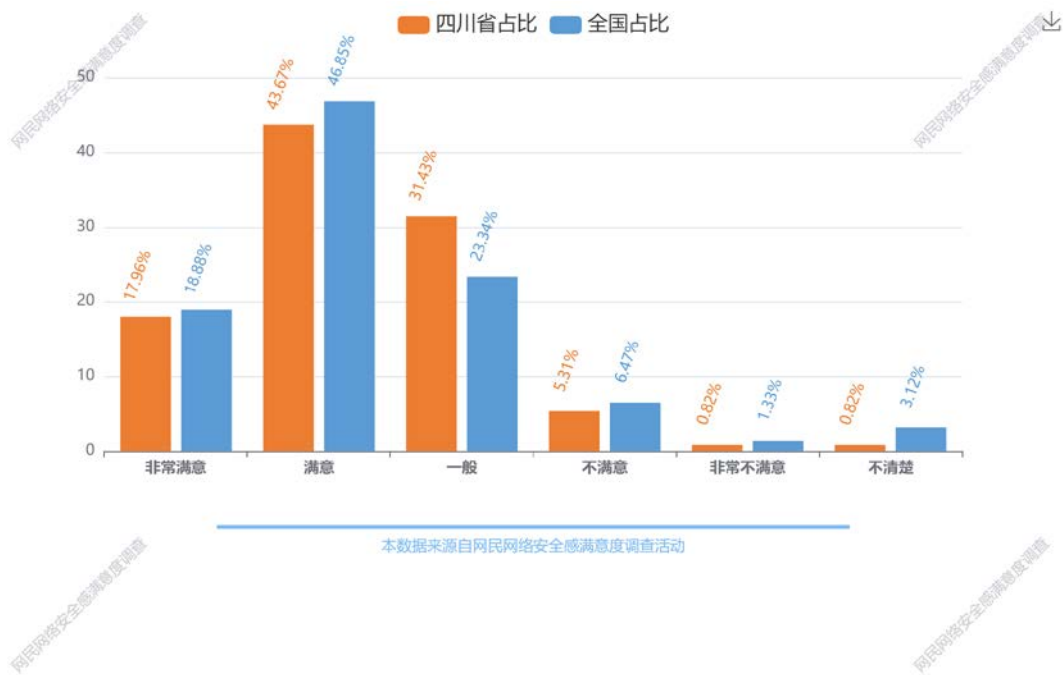


图表 132：加强应对跨境诈骗建议

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 14 题：您认为政府强化哪些方面工作来应对跨境诈骗问题？（多选））

（21）遏制网络违法违规行为的工作成效评价

过去一年，公安、网信等部门开展了“清朗”、“净网”等专项行动，公众网民对当前遏制网络违法违规行为的工作成效评价：认为满意以上的占 61.63%，其中 17.96% 公众网民认为非常满意，43.67% 认为满意。31.43% 认为一般。6.13% 认为不满意或非常不满意，其中 5.31% 认为不满意，0.82% 认为非常不满意。相较于全国数据，一般的占比高了 8.09 个百分点。

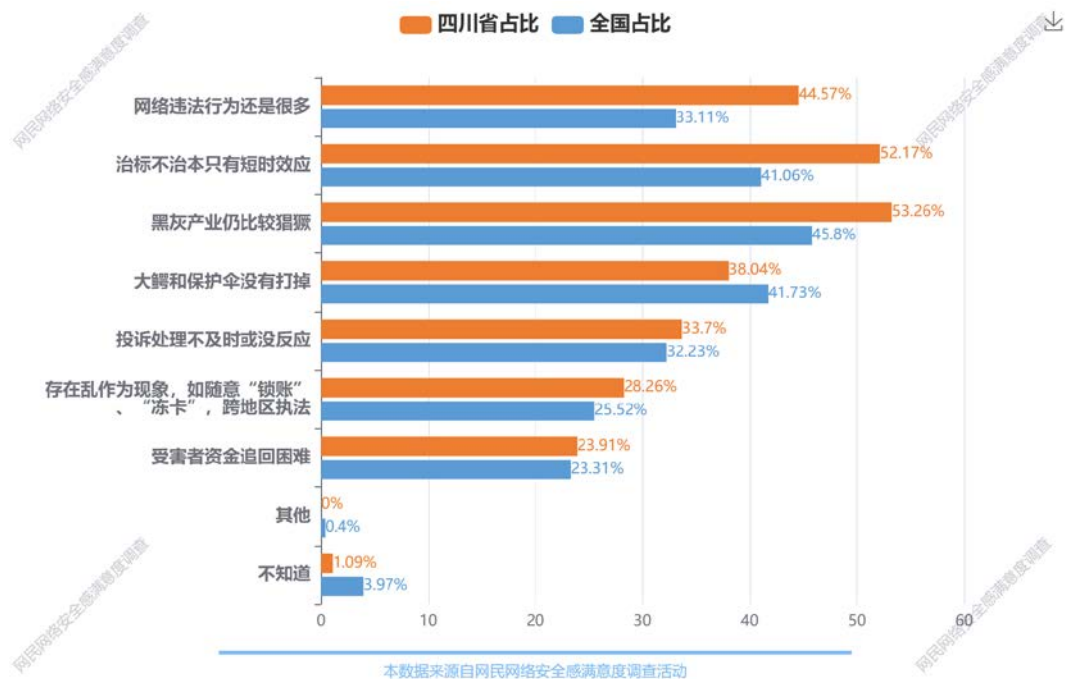


图表 133：遏制网络违法违规行为的工作成效评价

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 15 题：过去一年，公安、网信等部门开展了“清朗”、“净网”等专项行动，您对当前遏制网络违法违规行为的工作成效是否满意？）

（22）对遏制网络违法行为工作成效不满意的地方

公众网民对遏制惩处网络违法犯罪不满意的地方主要有：排行第一位为黑灰产业仍比较猖獗（选择率 53.26%），第二位为治标不治本只有短时效应（选择率 52.17%），第三位为网络违法行为还是很多（选择率 44.57%），第四位大鳄和保护伞没有打掉（选择率 38.04%），第五位投诉处理不及时或没反应（选择率 33.7%）。与全国数据相比，表示大鳄和保护伞没有打掉的比例要低 3.69 个百分点，表示网络违法行为还是很多比例要高 11.46 个百分点。



图表 134：对遏制网络违法行为工作成效不满意的地方

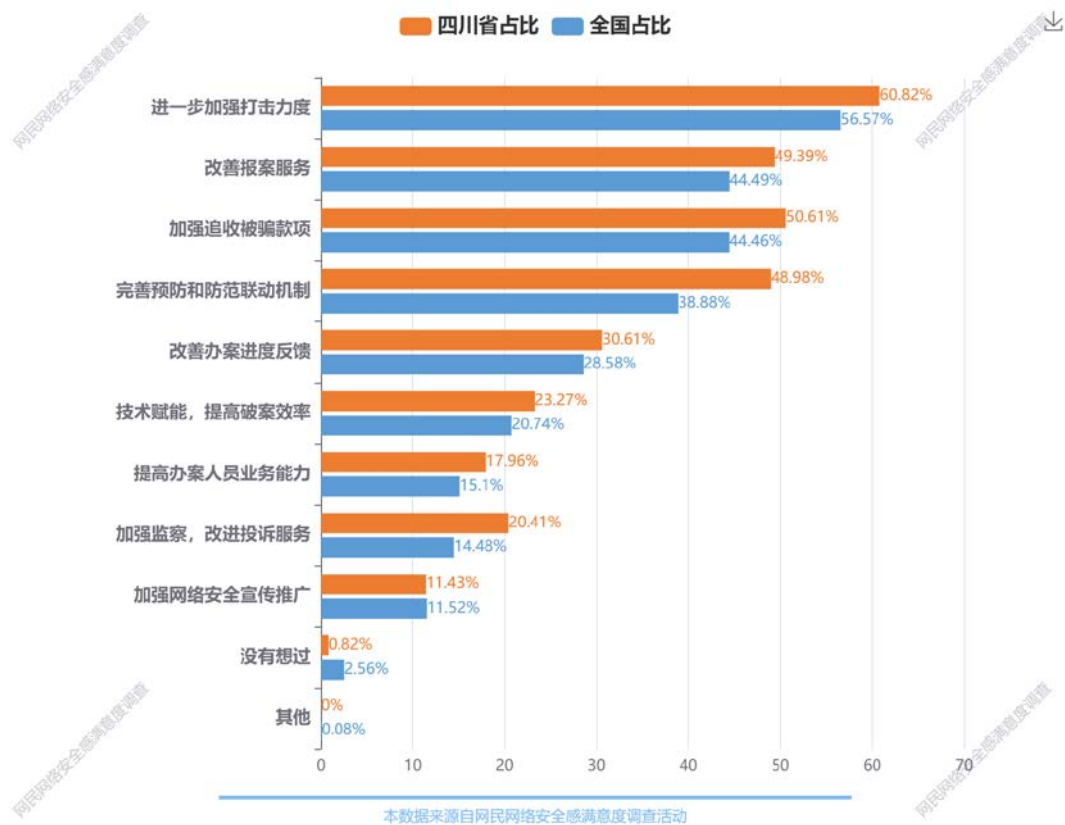
（图表数据来源：公众网民版专题3遏制网络违法犯罪行为专题第15.1题：有哪些不满意的地方？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

四、期望和建议

（23）对打击和遏制网络违法行为工作的期望

参与调查的公众网民对打击和遏制网络违法行为工作的期望主要有：最多选择的是进一步加强打击力度（选择率 60.82%），第二位是加强追收被骗款项（选择率 50.61%），第三位是改善报案服务（选择率 49.39%），第四位是完善预防和防范联动机制（选择率 48.98%），第五位是改善办案进度反馈（选择率 30.61%）。与全国数据相比，表示没有想过的比例要低 1.74 个百分点，表示进一步加强打击力度比例要高 4.25 个百分点。



图表 135：对打击和遏制网络违法犯罪工作的期望

（图表数据来源：公众网民版专题 3 遏制网络违法犯罪行为专题第 16 题：
你对公安部门打击和遏制网络犯罪行为工作有什么期望？（多选，限选 5 个））

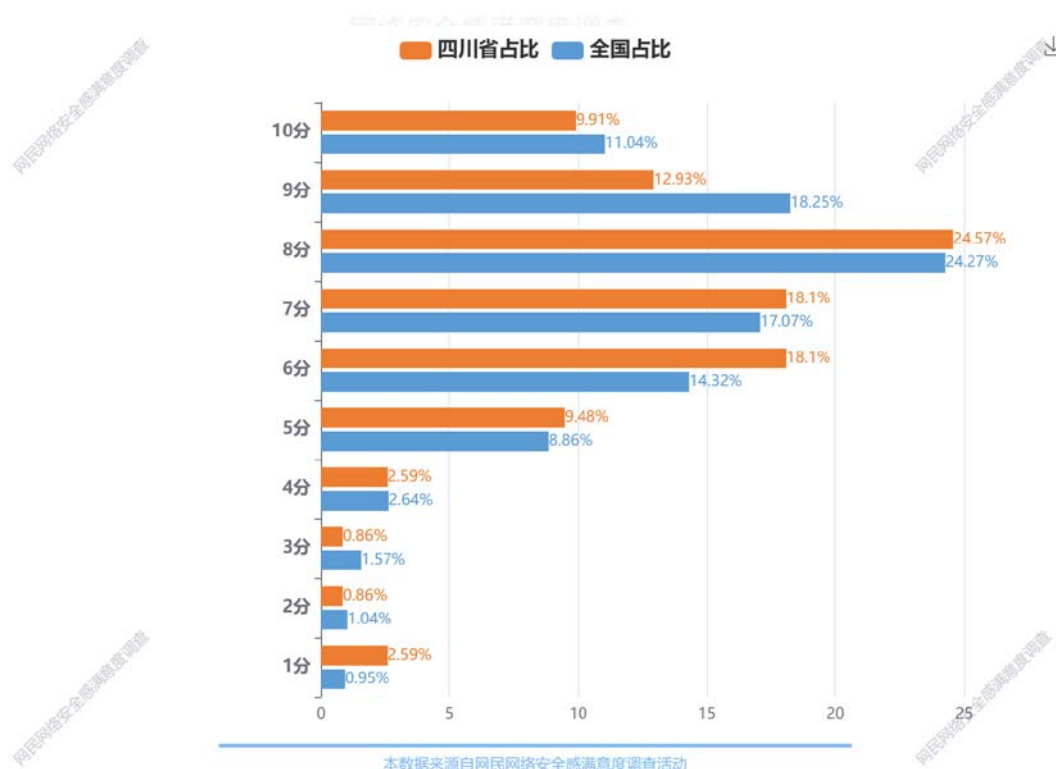
4.4 专题 4：个人信息保护和数据安全专题

参与本专题答题的公众网民人数为 232 人。

一、态势和感受

（1）个人信息保护状况评价

参与调查的公众网民对我国个人信息保护状况的评价：正面评价（认为较满意和非常满意）的占 65.51%，其中 22.84% 公众网民认为非常满意，42.67% 认为较满意。27.58% 认为一般。负面评价（认为较不满意或非常不满意）的占 6.90%，其中 3.45% 认为较不满意，3.45% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 1.13 个百分点，表示 7 分比例要高 1.03 个百分点。

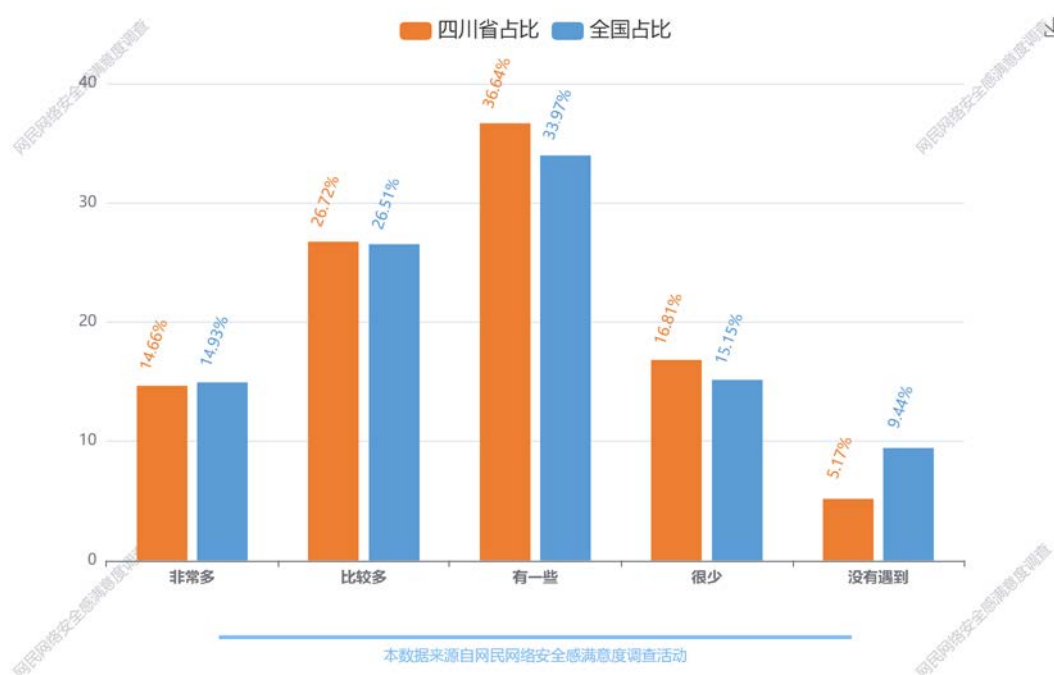


图表 136：个人信息保护状况评价

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 1 题：您对当前我国个人信息保护的状况满意度评价如何？（非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分））

（2）网络个人信息泄露现状

近一年，参与调查的公众网民遇到网络个人信息泄露现状：认为非常多或比较多以上的占 41.38%，其中 14.66% 公众网民认为非常多，26.72% 认为比较多。53.45% 认为很少或有一些，其中 36.64% 认为有一些，16.81% 认为很少。5.17% 公众网民没有遇到过。与全国数据相比，表示没有遇到的比例要低 4.27 个百分点，表示有一些比例要高 2.67 个百分点。



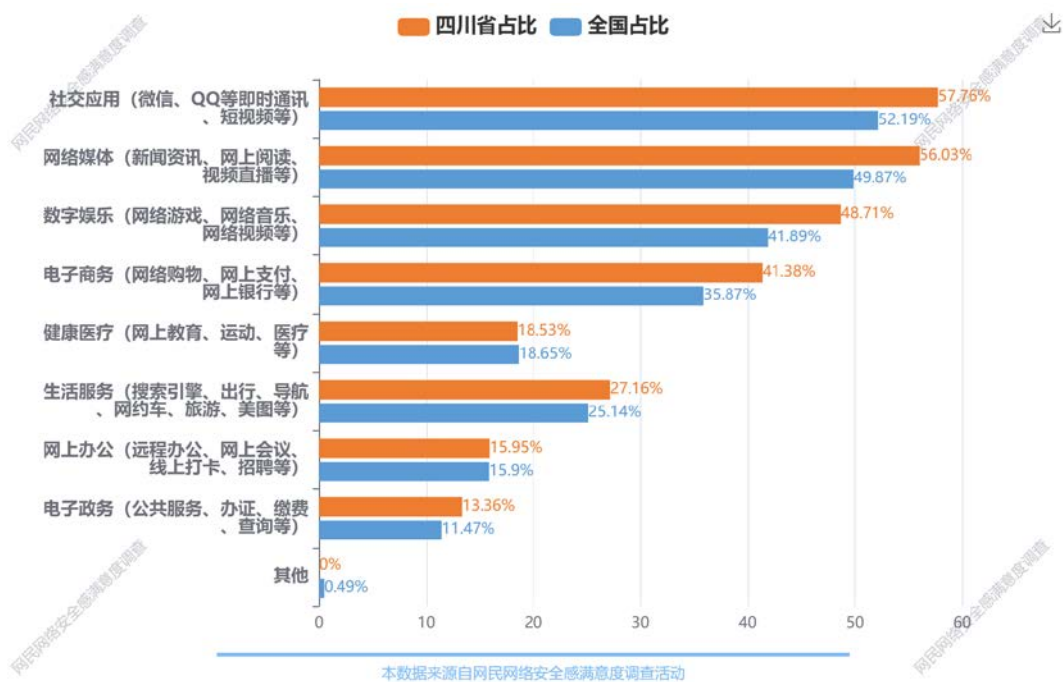
图表 137：网络个人信息泄露现状

（图表数据来源：公众网民版专题 3 个人信息保护和数据安全专题第 2 题：近一年，您遇到网络个人信息泄露的情况如何？）

（3）个人信息保护做得不好的应用领域

近一年，公众网民认为个人信息保护做得不好的应用领域有：最多选择的是社交应用（微信、QQ 等即时通讯、短视频等）（选择率 57.76%），第二位是网络媒体（新闻资讯、网上阅读、视频直播等）（选择率 56.03%），第三位是数字娱乐（网络游戏、网络音乐、网络视频等）（选择率 48.71%），第四位是电子商务（网络购物、网上支付、网上银行等）（选择率 41.38%），第五位是生活服务（搜索引擎、出行、导航、网约车、旅游、美图等）（选择率 27.16%）。相较于

全国数据，本题的排名完全一致。

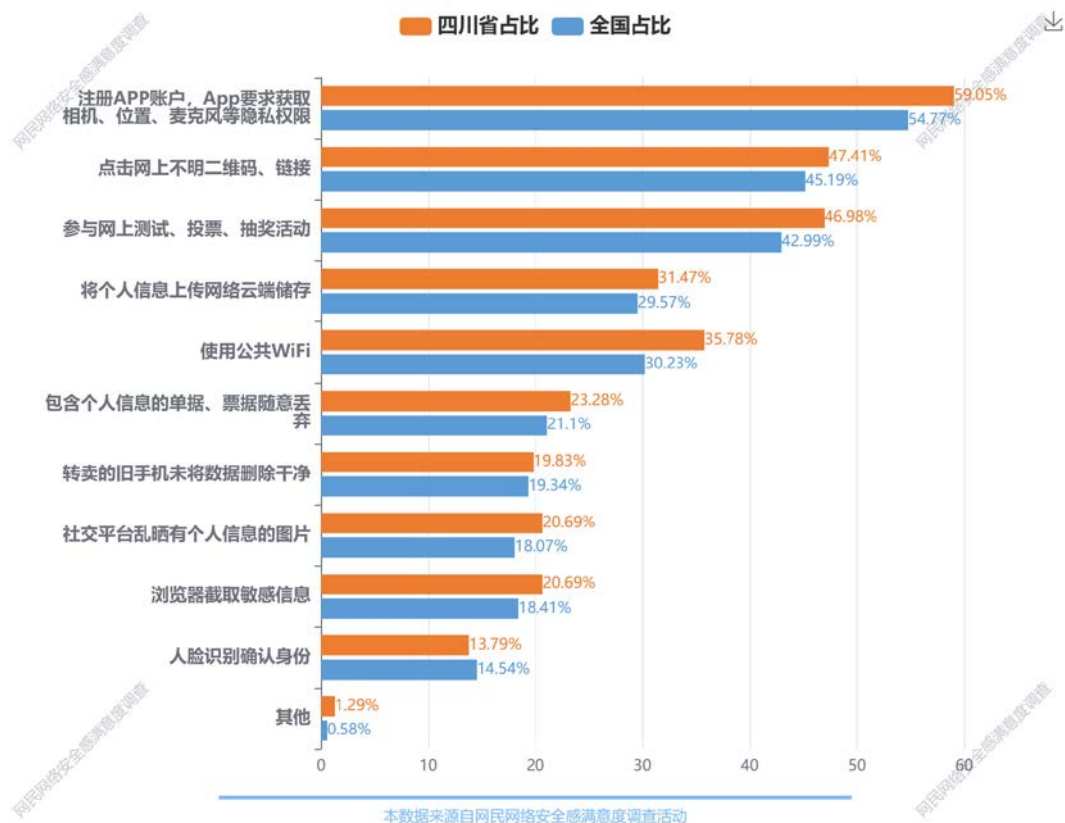


图表 138：个人信息保护做得不好的应用领域

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 3 题： 您认为下列哪类应用的个人信息保护做得不太好？（多选））

（4）个人信息泄露的环节

参与调查的公众网民认为个人信息泄露的主要环节有：排行第一位是注册 APP 账户，App 要求获取相机、位置、麦克风等隐私权限（选择率 59.05%）；第二位是点击网上不明二维码、链接（选择率 47.41%）；第三位是参与网上测试、投票、抽奖活动（选择率 46.98%）；第四位是使用公共 WiFi（选择率 35.78%）；第五位是将个人信息上传网络云端储存（选择率 31.47%）。相较于全国数据，排名基本一致。



图表 139：个人信息泄露的环节

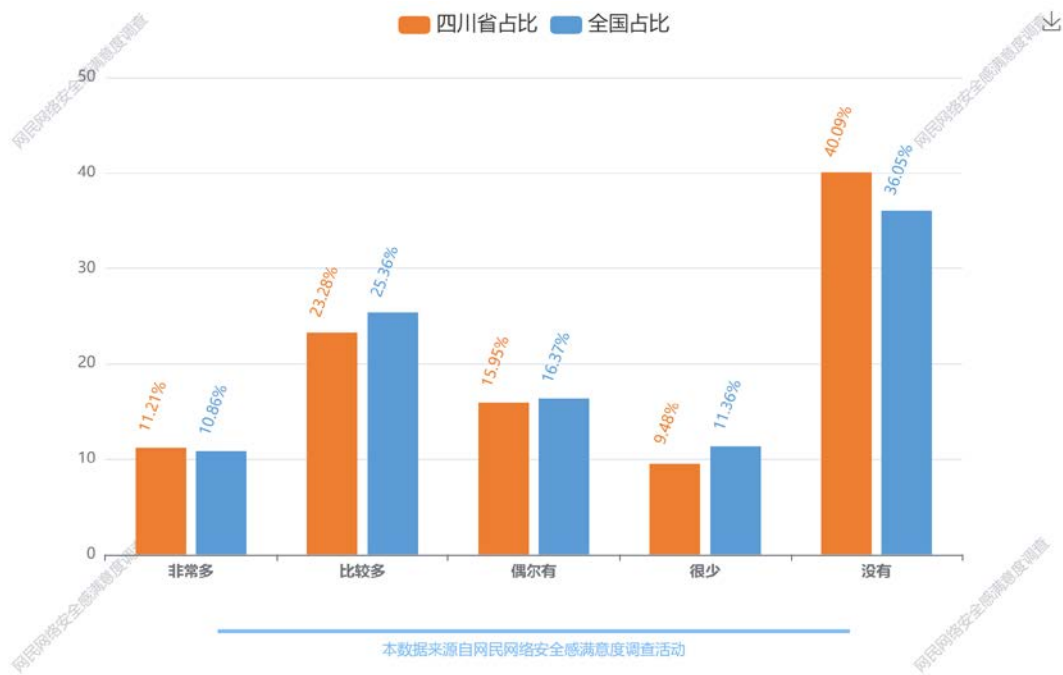
（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 4 题：您觉得您的个人信息有可能是从下列哪个环节泄露的？（多选））

二、认知和行为

（一）开盒乱象

（5）开盒现象的遭遇率

参与调查的公众网民或网民身边亲友遭遇“开盒”的状况：**11.21%**公众网民表示非常多，**23.28%**的网民表示比较多。**15.95%**网民表示偶尔有。**9.48%**表示很少，**40.09%**表示没有。与全国数据相比，表示比较多的比例要低 **2.08** 个百分点，表示没有比例要高 **4.04** 个百分点。

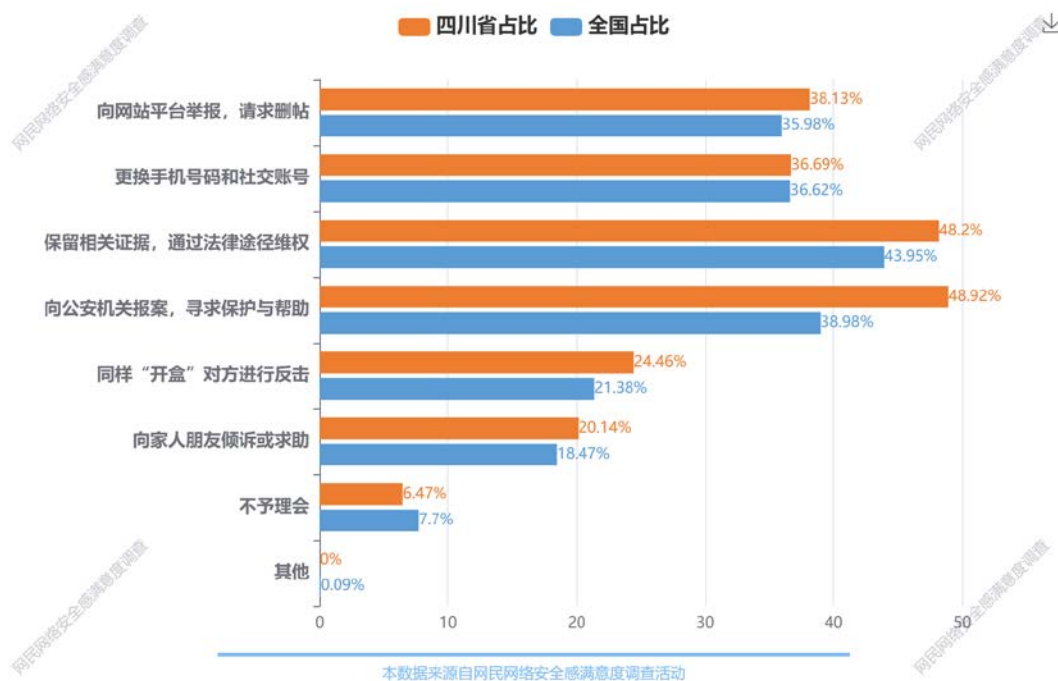


图表 140：开盒现象的遭遇率

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 5 题：您或您身边的亲友是否遭遇过“开盒”？（“开盒”指通过搜集个人隐私信息，并在网络公开发布的一种网络暴力违法行为））

（6）遭遇“开盒”时的采取措施

参与调查的公众网民遭遇“开盒”时采取的措施是：最多选择的是向公安机关报案，寻求保护与帮助（选择率 48.92%），第二位是保留相关证据，通过法律途径维权（选择率 48.2%），第三位是向网站平台举报，请求删帖（选择率 38.13%），第四位是更换手机号码和社交账号（选择率 36.69%），第五位是同样“开盒”对方进行反击（选择率 24.46%）。与全国数据相比，表示不予理会的比例要低 1.23 个百分点，表示向网站平台举报，请求删帖比例要高 2.15 个百分点。

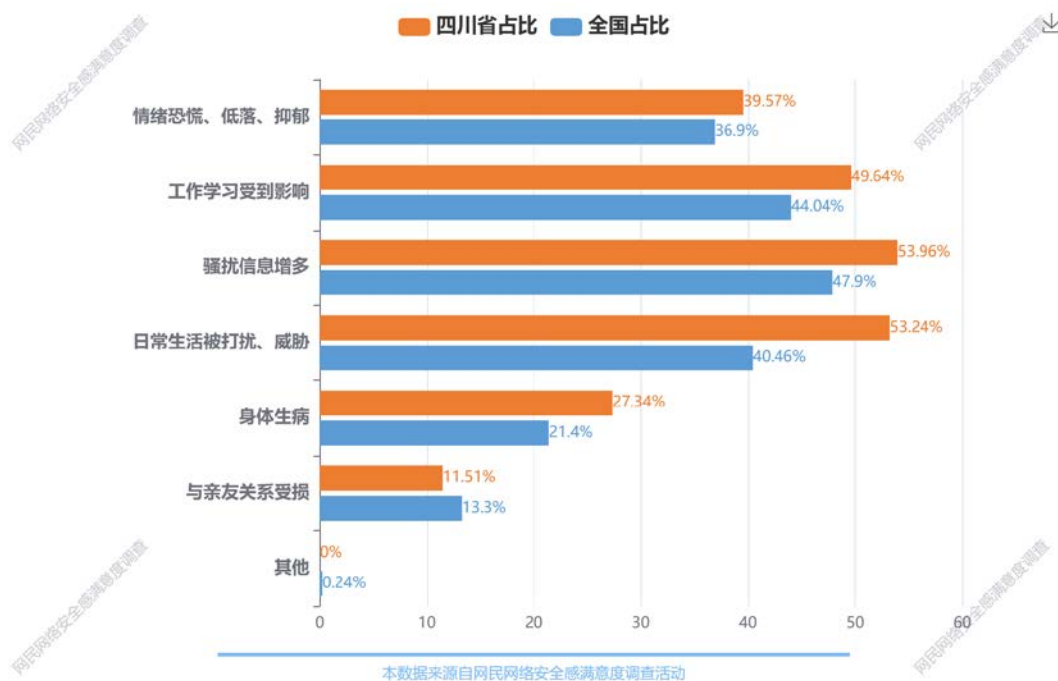


图表 141: 遭遇“开盒”时的采取措施

(图表数据来源: 公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 5.2 题: 当您遭遇“开盒”时会采取什么样的措施?(多选))

(7) 遭遇“开盒”所受到的影响

参与调查的公众网民遭遇“开盒”所受到的影响是: 最多选择的是骚扰信息增多(选择率 53.96%), 第二位是日常生活被打扰、威胁(选择率 53.24%), 第三位是工作学习受到影响(选择率 49.64%), 第四位是情绪恐慌、低落、抑郁(选择率 39.57%), 第五位是身体生病(选择率 27.34%)。与全国数据相比, 表示与亲友关系受损的比例要低 1.79 个百分点, 表示情绪恐慌、低落、抑郁比例要高 2.67 个百分点。

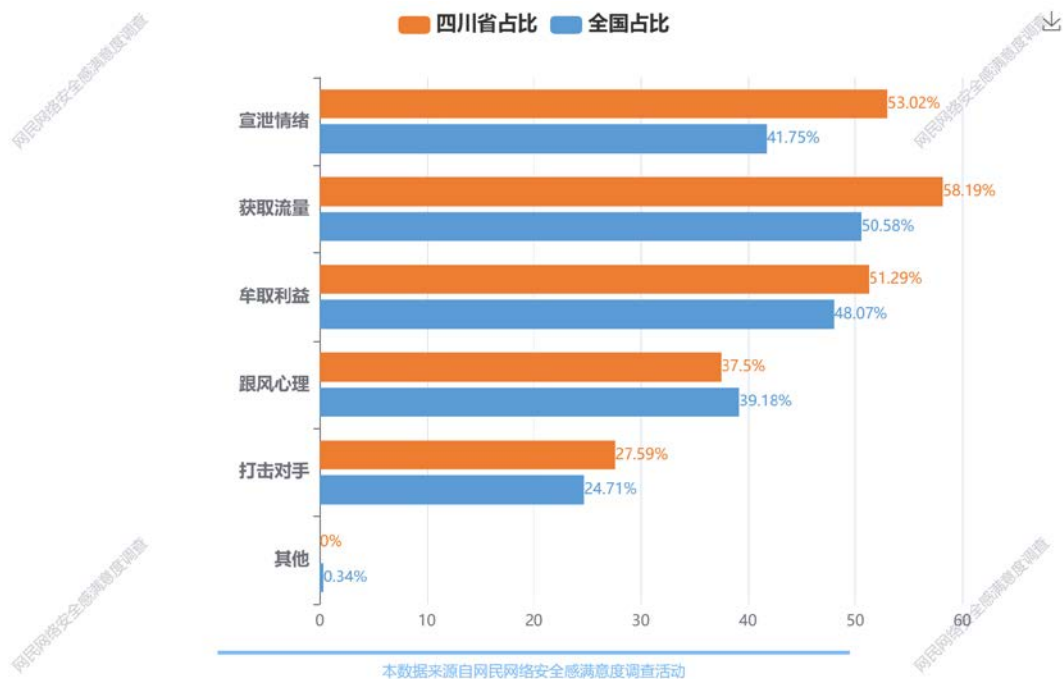


图表 142：遭遇“开盒”所受到的影响

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 5.3 题：当您遭受“开盒”时，什么方面受到影响？（多选））

（8）“开盒者”的动机

参与调查的公众网民认为“开盒者”的动机一般为：获取流量（选择率 58.19%）；其次宣泄情绪（选择率 53.02%）；牟取利益（选择率 51.29%）；跟风心理（选择率 37.5%）。而打击对手（选择率 27.59%）。与全国数据相比，表示跟风心理的比例要低 1.68 个百分点，表示宣泄情绪比例要高 11.27 个百分点。

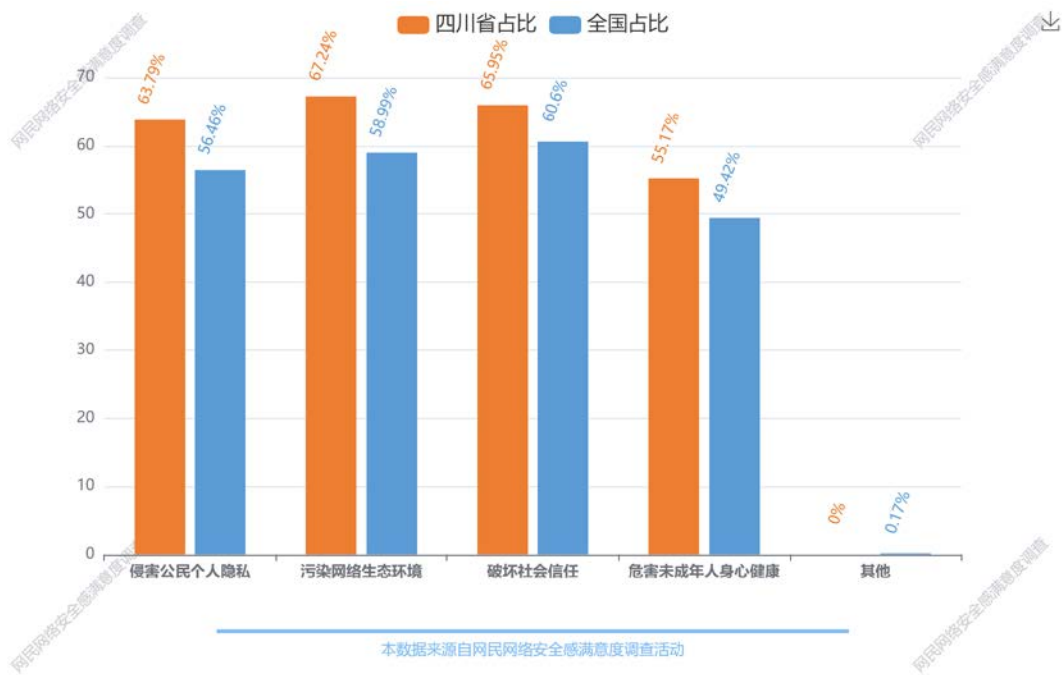


图表 143：“开盒者”的动机

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 6 题：您认为“开盒者”的动机一般是什么？（多选））

（9）“开盒”可能造成的社会危害

参与调查的公众网民认为“开盒”会造成哪些社会危害：污染网络生态环境（选择率 67.24%）；其次破坏社会信任（选择率 65.95%）；侵害公民个人隐私（选择率 63.79%）；危害未成年人身心健康（选择率 55.17%）。而其他（选择率 0%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



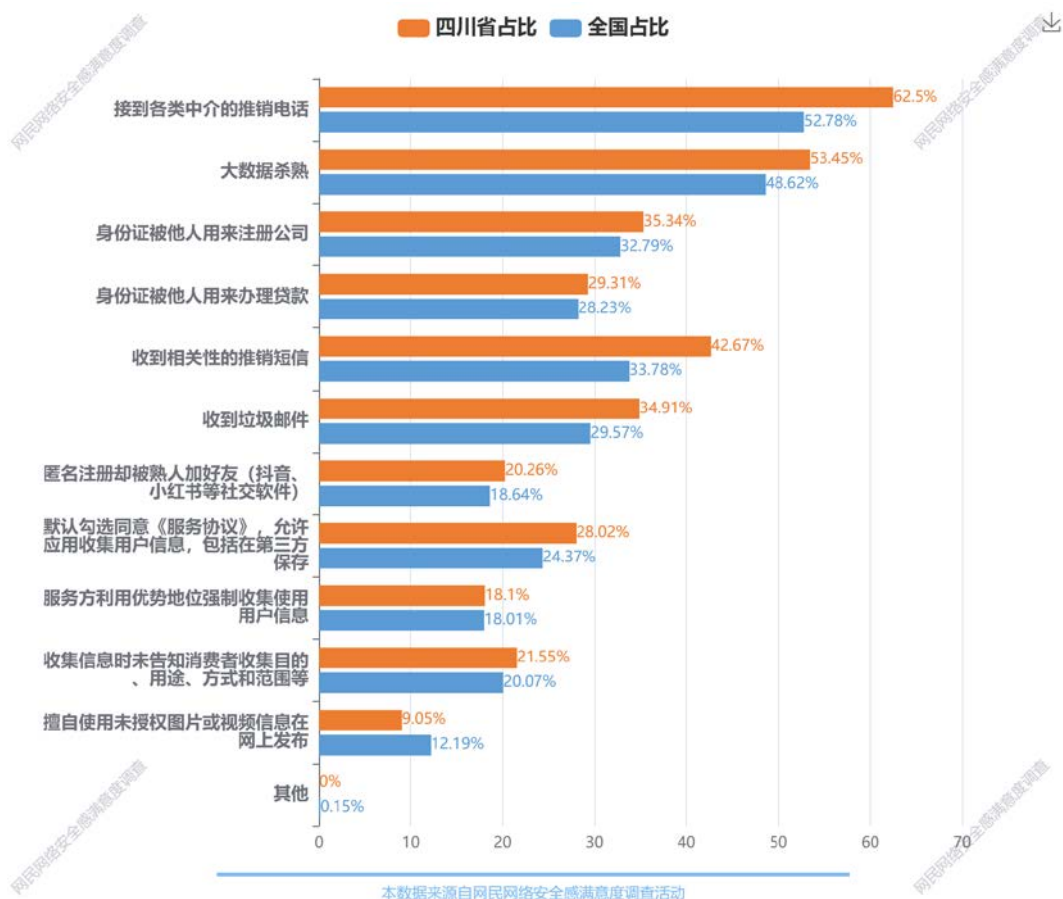
图表 144：“开盒”可能造成的社会危害

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 7 题：您认为“开盒”可能会造成哪些社会危害？（多选））

（二）个人信息滥用

（10）个人信息被泄露或被滥用的情况

参与调查的公众网民遇到个人信息被泄露或被滥用的情况：最多的是接到各类中介的推销电话（选择率 62.5%），第二位是大数据杀熟（选择率 53.45%），第三位是收到相关性的推销短信（选择率 42.67%），第四位是身份证被他人用来注册公司（选择率 35.34%），第五位是收到垃圾邮件（选择率 34.91%）。与全国数据相比，表示擅自使用未授权图片或视频信息在网上发布的比例要低 3.14 个百分点，表示接到各类中介的推销电话比例要高 9.72 个百分点。

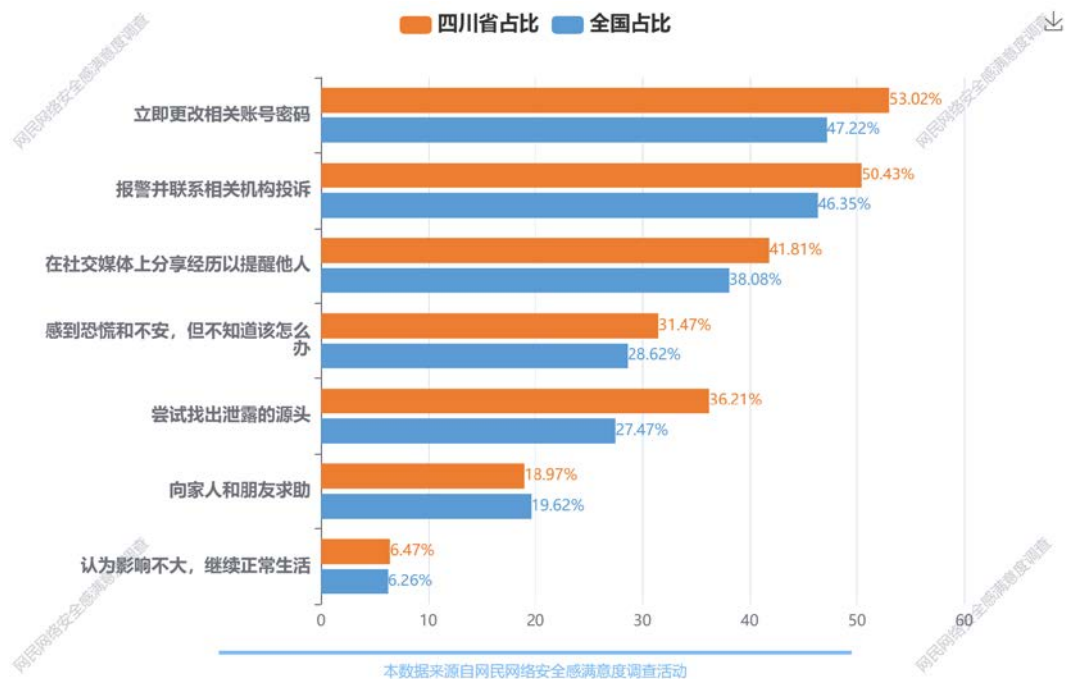


图表 145：个人信息被泄露或被滥用的情况

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 8 题：您遇到过哪些怀疑或确认个人信息被泄露或被滥用的情形？（多选））

（11）个人信息泄露的应对

参与调查的公众网民察觉或遇到个人信息泄露时选择最多是：立即更改相关账号密码（53.02%）；其次是报警并联系相关机构投诉（50.43%），在社交媒体上分享经历以提醒他人（41.81%），尝试找出泄露的源头（36.21%）。有（31.47%）的公众网民选择感到恐慌和不安，但不知道该怎么办。各选项数据接近于全国数据。



图表 146：个人信息泄露的应对

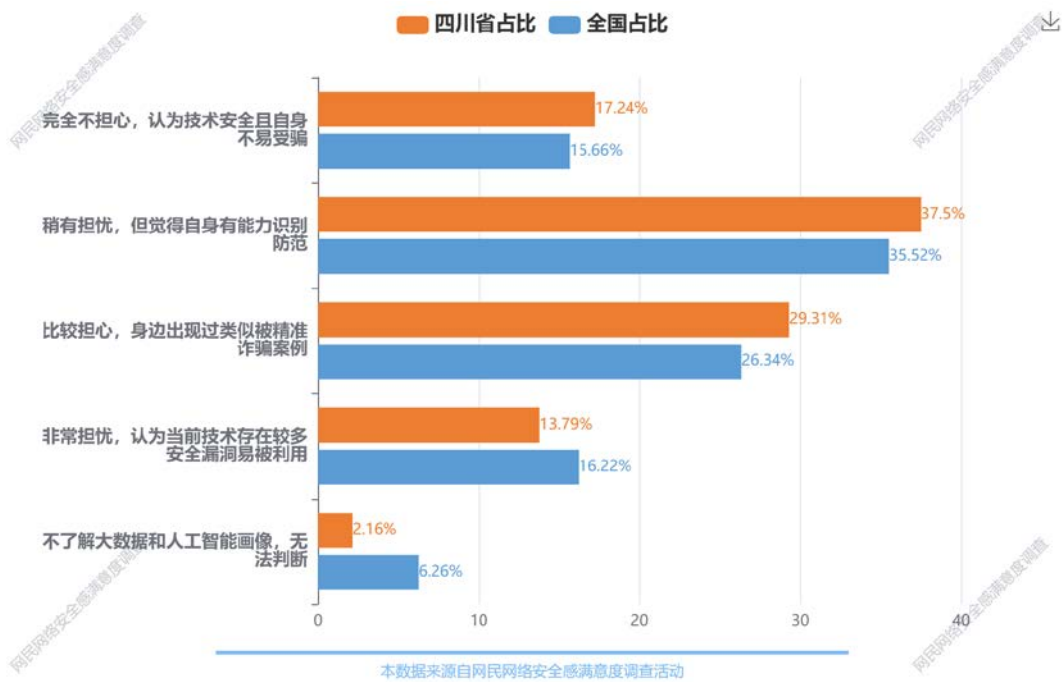
（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 9 题：发现自己的个人信息出现泄露的情况，您会怎么解决？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（三）个人信息泄露风险

（12）算法背后的精准诈骗

大数据和人工智能技术可基于用户网络行为构建精准画像，参与调查的公众担忧会被不法分子利用实施精准诈骗：稍有担忧，但觉得自身有能力识别防范（选择率 37.5%）；其次比较担心，身边出现过类似被精准诈骗案例（选择率 29.31%）；完全不担心，认为技术安全且自身不易受骗（选择率 17.24%）；非常担忧，认为当前技术存在较多安全漏洞易被利用（选择率 13.79%）。而不了解大数据和人工智能画像，无法判断（选择率 2.16%）。与全国数据相比，表示非常担忧，认为当前技术存在较多安全漏洞易被利用的比例要低 2.43 个百分点，表示完全不担心，认为技术安全且自身不易受骗比例要高 1.58 个百分点。

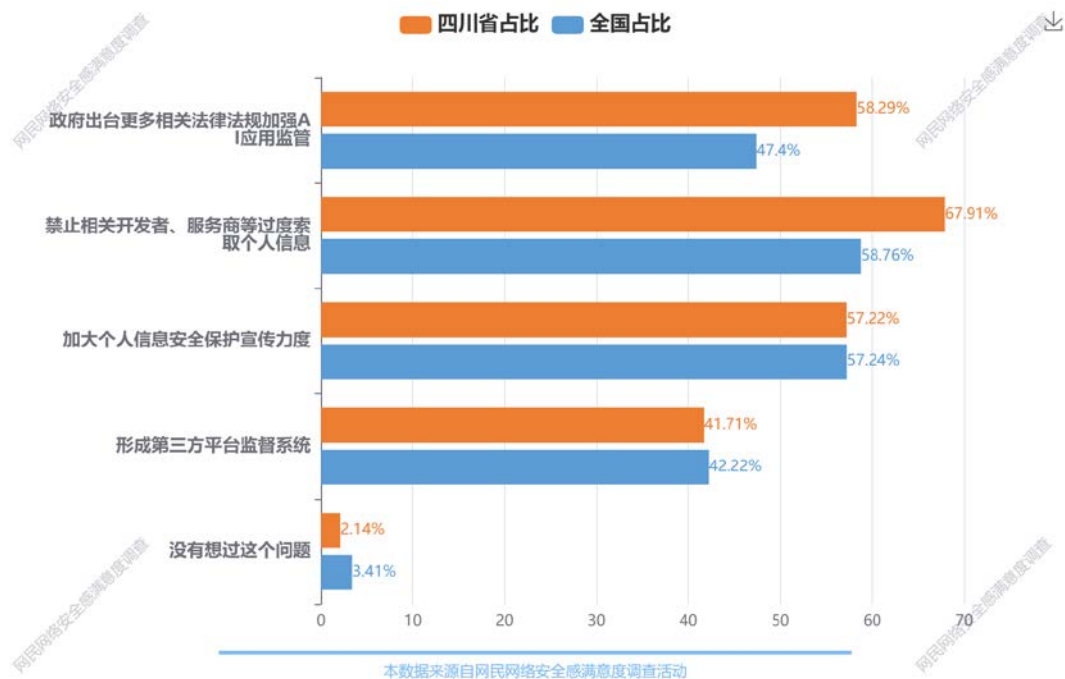


图表 147：算法背后的精准诈骗

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 10 题：大数据和人工智能技术可基于用户网络行为构建精准画像，您是否担忧会被不法分子利用实施精准诈骗？）

（13）人工智能个人信息安全保护

参与调查的公众网民觉得这些措施可以保护人工智能（AI）时代的个人信息安全：最多的是禁止相关开发者、服务商等过度索取个人信息（选择率 67.91%），第二位是政府出台更多相关法律法规加强 AI 应用监管（选择率 58.29%），第三位是加大个人信息安全保护宣传力度（选择率 57.22%），第四位是形成第三方平台监督系统（选择率 41.71%），第五位是没有想过这个问题（选择率 2.14%）。相较于全国数据，除政府出台更多相关法律法规加强 AI 应用监管和禁止相关开发者、服务商等过度索取个人信息比全国数据分别高出 10.89 个百分点、9.15 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。



图表 148：人工智能个人信息安全保护

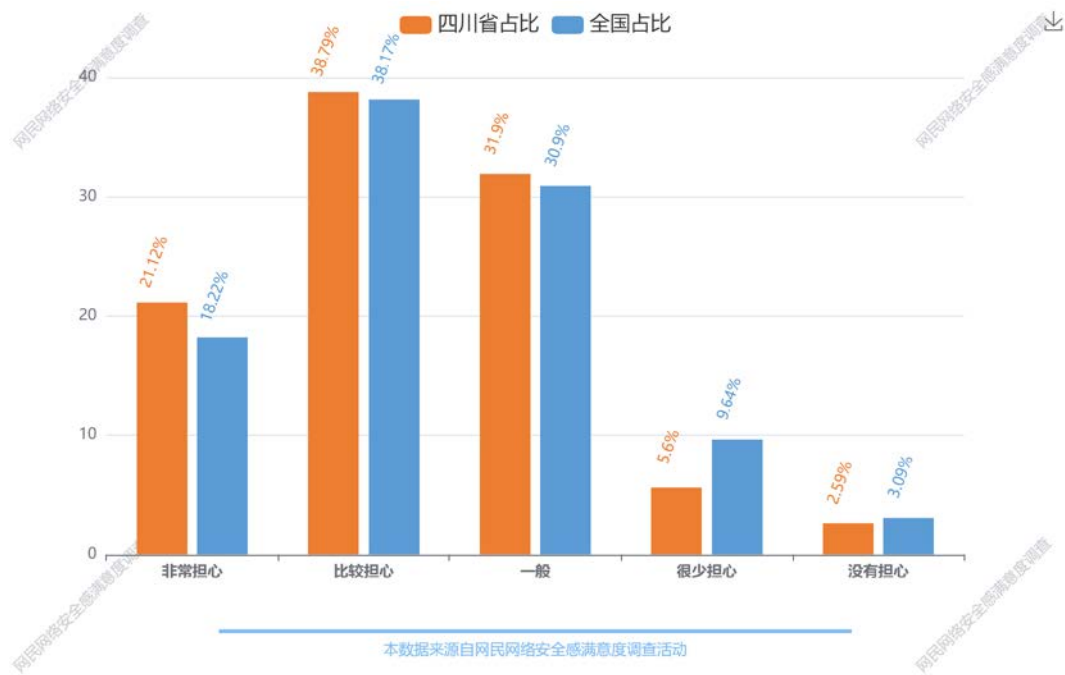
（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 10.1 题：您觉得哪些措施可以保护人工智能（AI）时代的个人信息安全？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（四）人脸识别风险

（14）生物识别技术个人信息泄露风险

参与调查的公众网民对使用生物识别技术（如人脸识别、指纹识别）时个人信息泄露担心评价：表示比较担心或非常担心的占 59.91%，其中认为非常担心的占 21.12%，认为比较担心占 38.79%。认为一般占 31.9%。认为很少担心或没有担心的占 8.19%。与全国数据相比，表示很少担心的比例要低 4.04 个百分点，表示非常担心比例要高 2.9 个百分点。

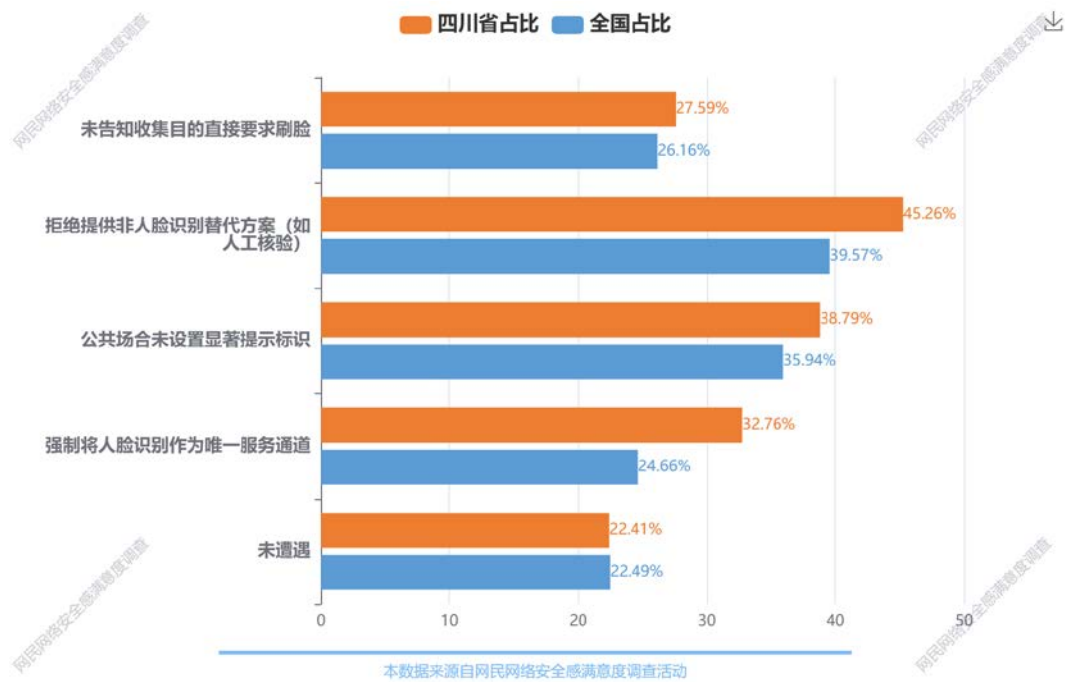


图表 149：生物识别技术个人信息泄露风险

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 11 题：当您使用生物识别技术(如人脸识别、指纹识别)进行身份认证时，是否会担心自己的信息泄露？）

（15）违规使用人脸识别遇见率

参与调查的公众网民在违规使用人脸识别遇见率为：**27.59%**网民遭遇过未告知收集目的直接要求刷脸；**45.26%**网民遭遇过拒绝提供非人脸识别替代方案（如人工核验）；**38.79%**网民遭遇过公共场合未设置显著提示标识；**32.76%**网民遭遇过强制将人脸识别作为唯一服务通道；**22.41%**网民遭遇过未遭遇。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

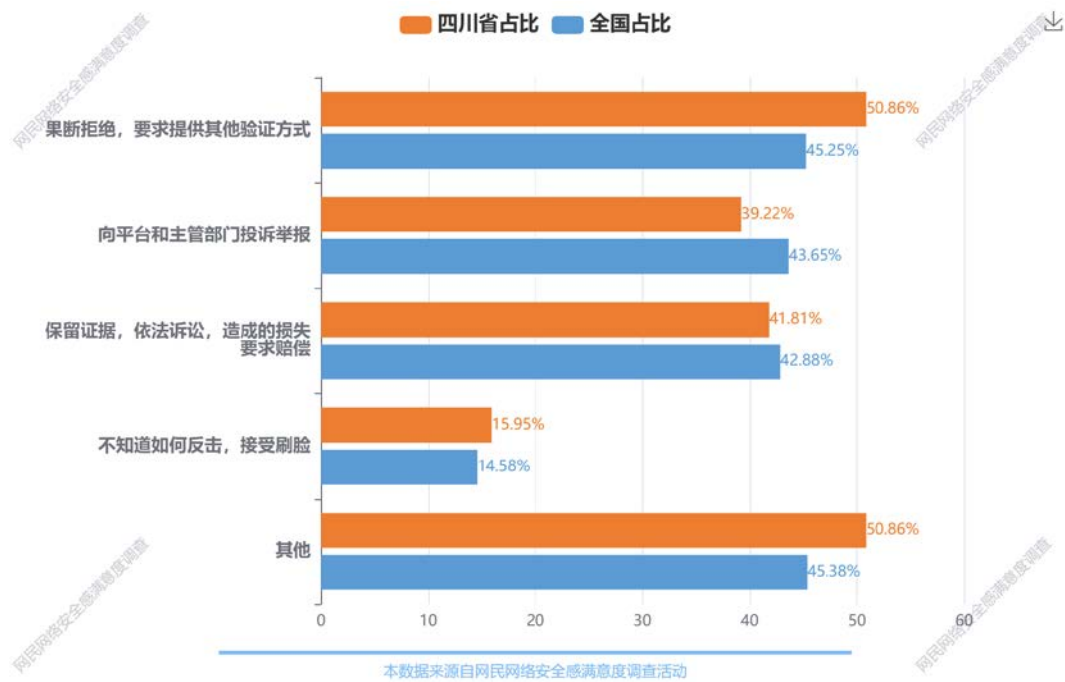


图表 150：违规使用人脸识别遇见率

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 11.1 题：您是否遭遇过以下违规使用人脸识别的情况？（多选））

（16）强制刷脸识别的风险应对

参与调查的公众网民对遭遇强制刷脸、被告知“不刷脸就无法办理”时的风险应对为：50.86%网民遭遇过果断拒绝，要求提供其他验证方式；39.22%网民遭遇过向平台和主管部门投诉举报；41.81%网民遭遇过保留证据，依法诉讼，造成的损失要求赔偿；15.95%网民遭遇过不知道如何反击，接受刷脸；50.86%网民遭遇过其他。与全国数据相比，表示向平台和主管部门投诉举报的比例要低 4.43 个百分点，表示果断拒绝，要求提供其他验证方式比例要高 5.61 个百分点。



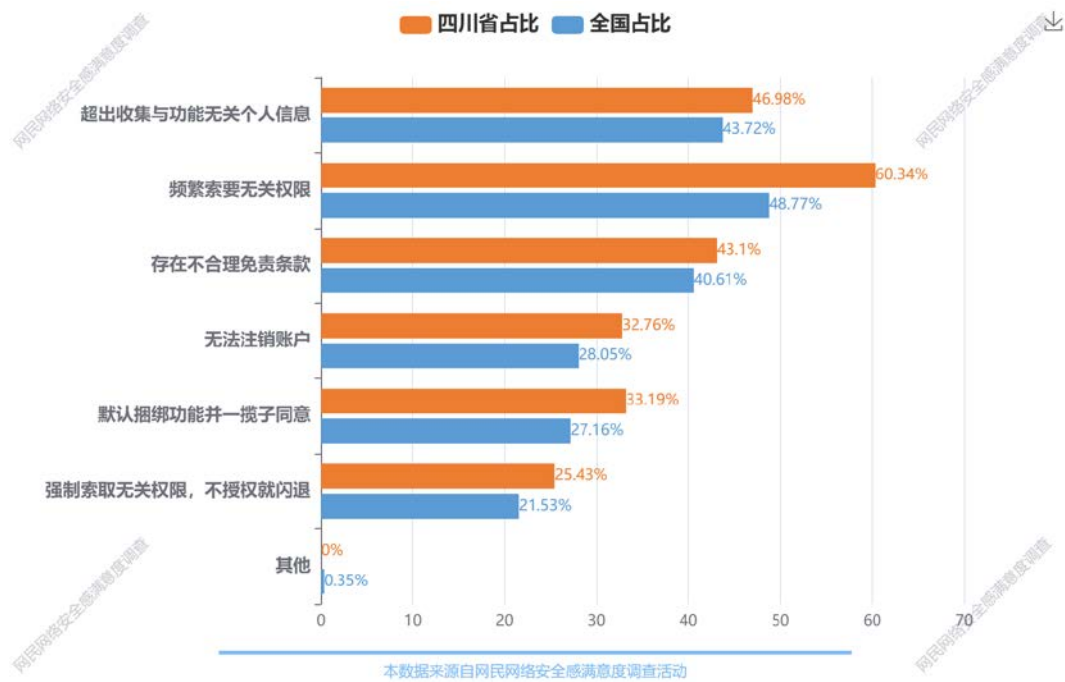
图表 151：强制刷脸识别的风险应对

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 11.2 题：若您遭遇强制刷脸、被告知“不刷脸就无法办理”时会怎么做？（多选））

三、监管治理

（17）APP 收集个人信息的情况

参与调查的公众网民遭遇 APP 收集个人信息的情况，最多选择的是频繁索要无关权限（选择率 60.34%）；其次超出收集与功能无关个人信息（选择率 46.98%）；存在不合理免责条款（选择率 43.1%）；默认捆绑功能并一揽子同意（选择率 33.19%）。与全国数据排序一致。

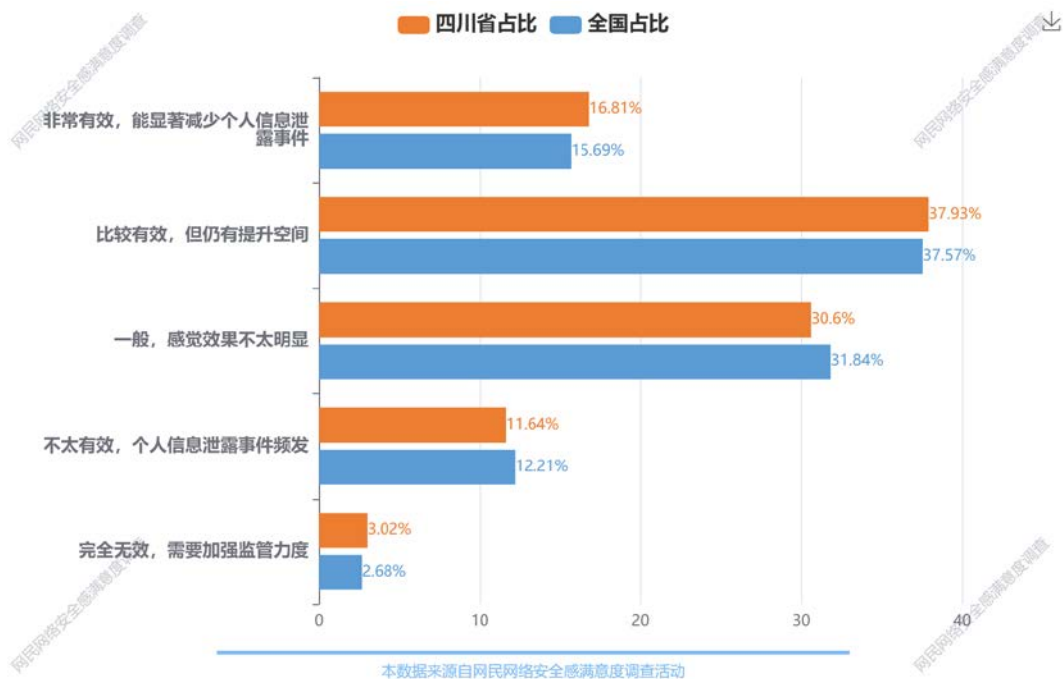


图表 152：公众网民遭遇 APP 收集信息的情况

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 12 题：关于 APP 收集信息，您遇到过下列哪些问题？（多选））

（18）个人信息保护监管有效性评价

参与调查的公众网民对个人信息保护监管有效性评价：第一位是比较有效，但仍有提升空间（选择率 37.93%）；第二位是一般，感觉效果不太明显（选择率 30.6%）；第三位是非常有效，能显著减少个人信息泄露事件（选择率 16.81%）；第四位是不太有效，个人信息泄露事件频发（选择率 11.64%）；第五位是完全无效，需要加强监管力度（选择率 3.02%）。与全国数据相比，表示一般，感觉效果不太明显的比例要低 1.24 个百分点，表示非常有效，能显著减少个人信息泄露事件比例要高 1.12 个百分点。



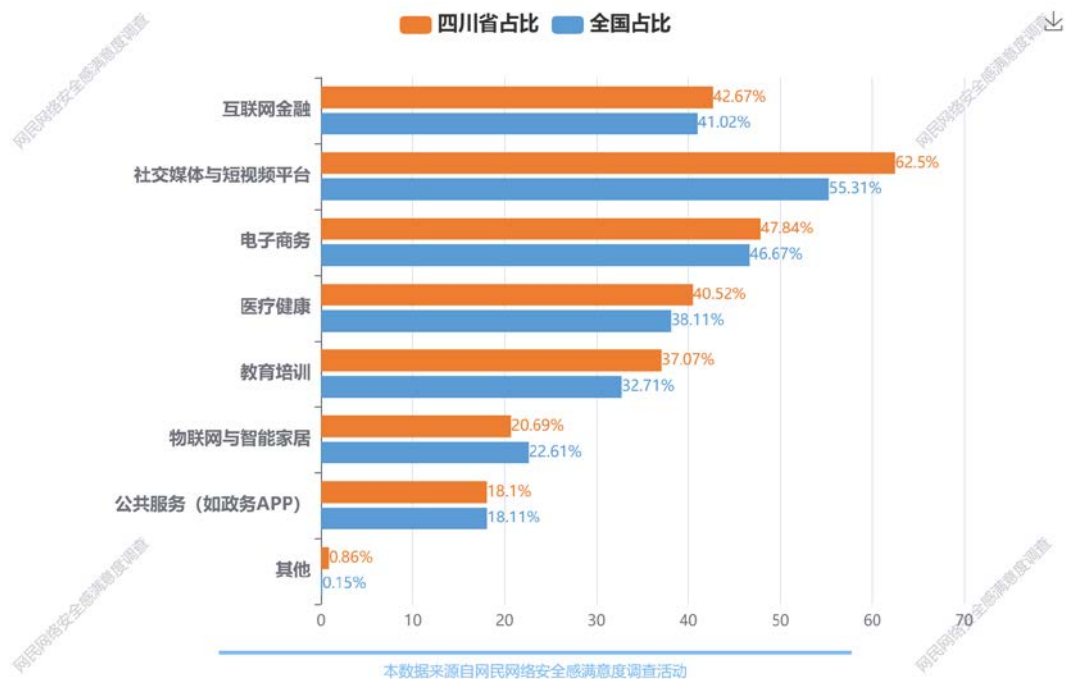
图表 153：个人信息保护监管有效性评价

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 13 题：您认为当前个人信息保护监管的有效性如何？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（19）个人信息保护监管的行业对象

公众网民认为个人信息保护监管中重点监管的行业对象是：62.5%网民选择了社交媒体与短视频平台，占比最多；第二位是电子商务，占 47.84%；第三位是互联网金融，占 42.67%；第四位是医疗健康，占 40.52%；认为教育培训的占 37.07%；认为物联网与智能家居，占 20.69%。与全国数据相比，表示物联网与智能家居的比例要低 1.92 个百分点，表示互联网金融比例要高 1.65 个百分点。



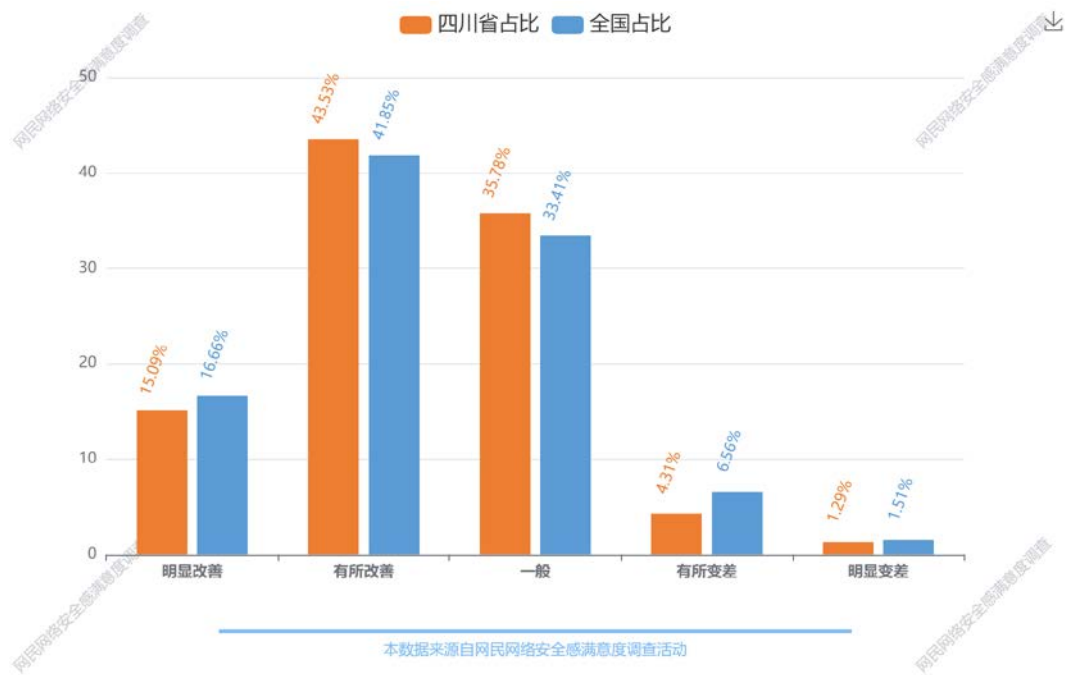
图表 154：个人信息保护监管的行业对象

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 14 题：您认为在个人信息保护监管中，哪些行业应成为重点监管对象？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（20）APP 运营者在个人信息保护方面的表现

数据安全法、个人信息保护法等出台后，参与调查的公众网民认为 APP 运营者在个人信息保护表现评价：表示有所改善或明显改善的占 58.62%，其中认为明显改善的占 15.09%，认为有所改善占 43.53%。认为一般占 35.78%。认为有所变差或明显变差的占 5.60%，其中认为有所变差的占 4.31%，认为明显变差的占 1.29%。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 1.57 个百分点，表示有所改善比例要高 1.68 个百分点。



图表 155: APP 运营者在个人信息保护方面的表现

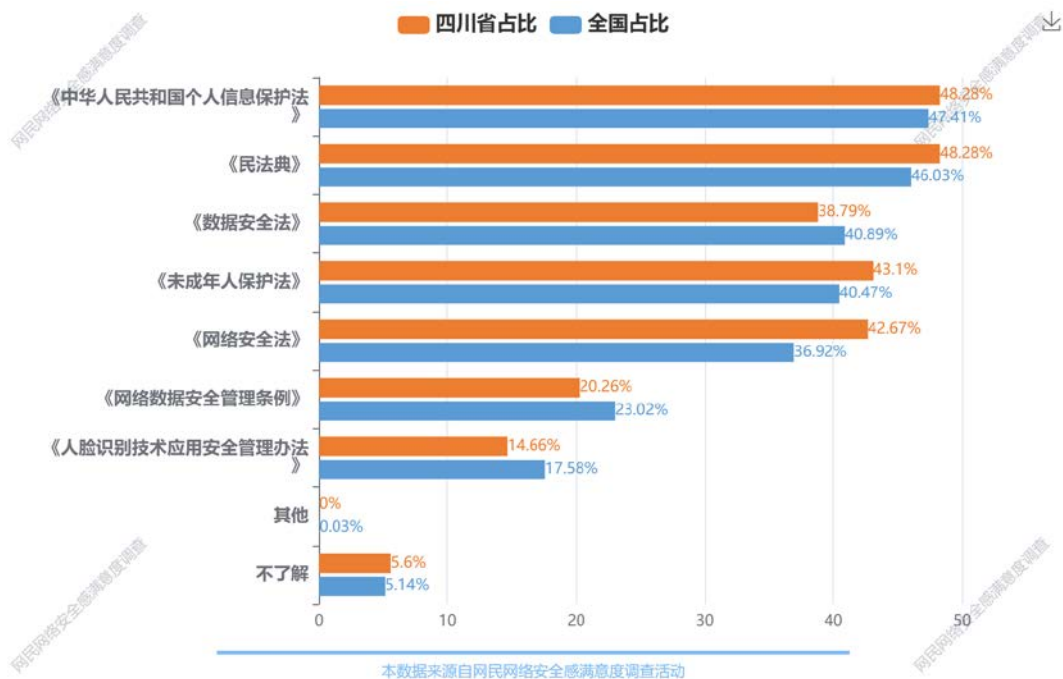
(图表数据来源: 公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 15 题: 数据安全法、个人信息保护法等出台后, 您认为 APP 运营者在个人信息保护方面是否有改善?)

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

四、权益保护

(21) 公众网民对个人信息安全保护法律法规的了解

公众网民对个人信息安全保护法律法规的了解程度: 48.28%了解《中华人民共和国个人信息保护法》, 48.28%公众网民了解《民法典》、43.1%网民了解《未成年人保护法》; 《网络安全法》、《数据安全法》了解的人也比较多, 分别占 42.67%和 38.79%。与全国数据相比, 表示《数据安全法》的比例要低 2.1 个百分点, 表示《民法典》比例要高 2.25 个百分点。

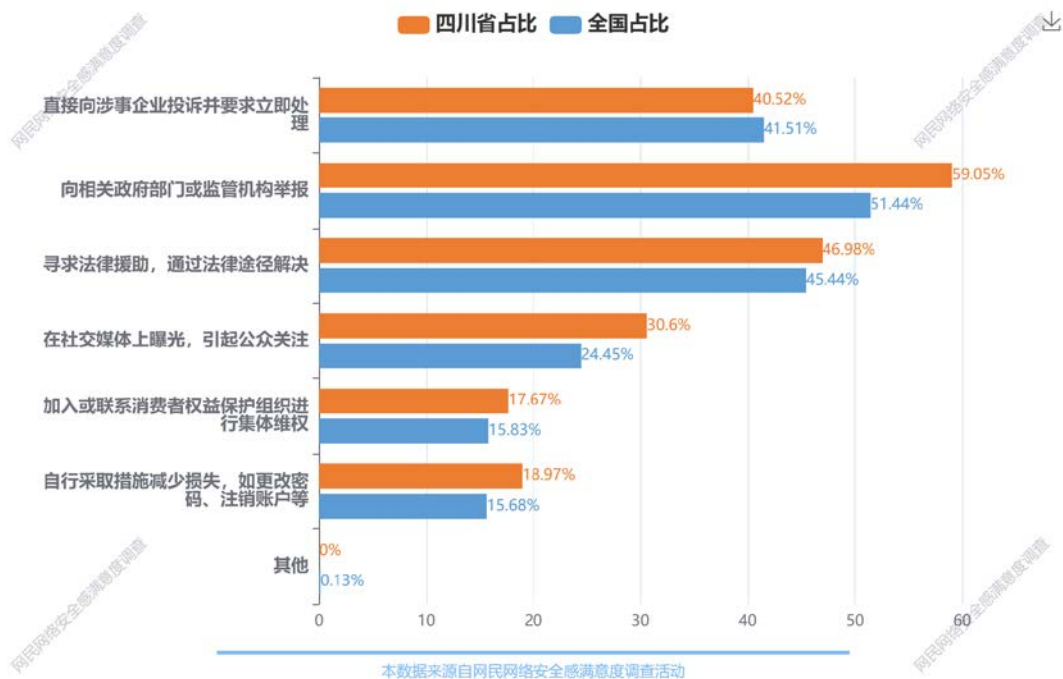


图表 156：公众网民对个人信息安全保护法律法规的了解

（图表数据来源：公众网民版专题4个人信息保护和数据安全专题第16题：您了解或知道以下哪些涉及个人信息安全保护的法律法规？（多选））

（22）个人信息保护被滥用或泄露时维权途径

公众网民认为个人信息被滥用或泄露时最有效的维权途径是：向相关政府部门或监管机构举报的选择率达 59.05%；寻求法律援助，通过法律途径解决的达 46.98%；直接向涉事企业投诉并要求立即处理 40.52%；在社交媒体上曝光，引起公众关注 30.6%；自行采取措施减少损失，如更改密码、注销账户等 18.97%。相较于全国数据，本题的排名完全一致。



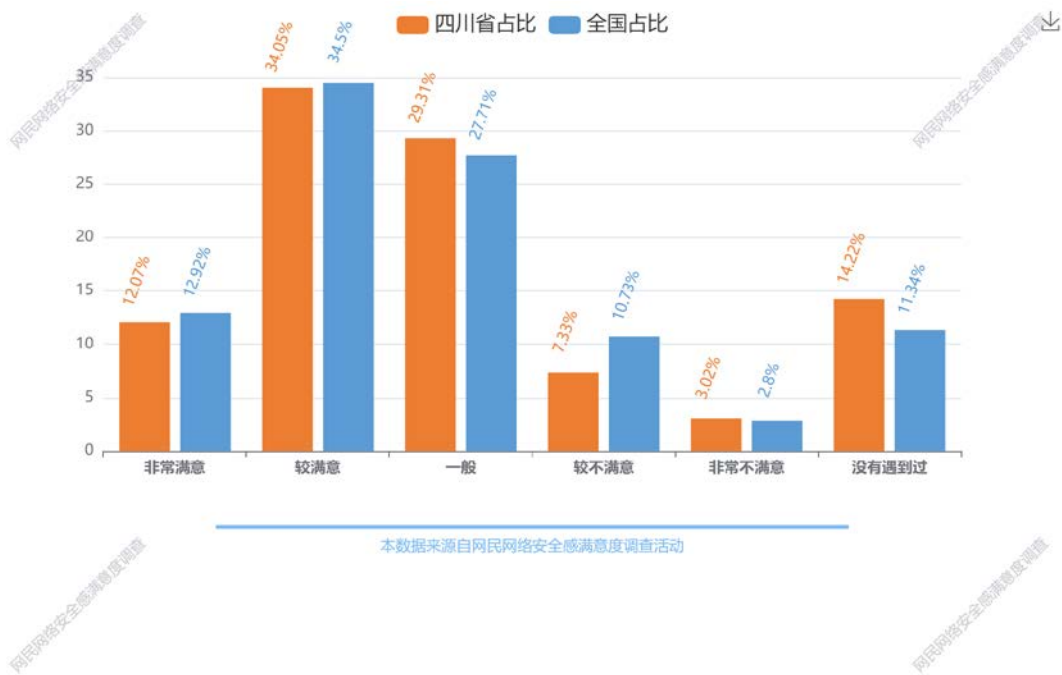
图表 157：个人信息保护被滥用或泄露时维权途径

（图表数据来源：公众网民版专题4个人信息保护和数据安全专题第17题：当您发现个人信息被滥用或泄露时，您认为最有效的维权途径是什么？（多选，最多3个））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（23）个人信息被滥用或泄露时监管机关处理方式的满意度评价

参与调查的公众网民对个人信息被滥用或泄露时监管机关处理方式的满意度评价为：12.07%公众网民表示非常满意；34.05%网民表示较满意。29.31%网民表示一般。7.33%网民表示较不满意；3.02%网民表示非常不满意。仅14.22%网民表示没有遇到过。与全国数据相比，表示较不满意的比例要低3.4个百分点，表示一般比例要高1.6个百分点。

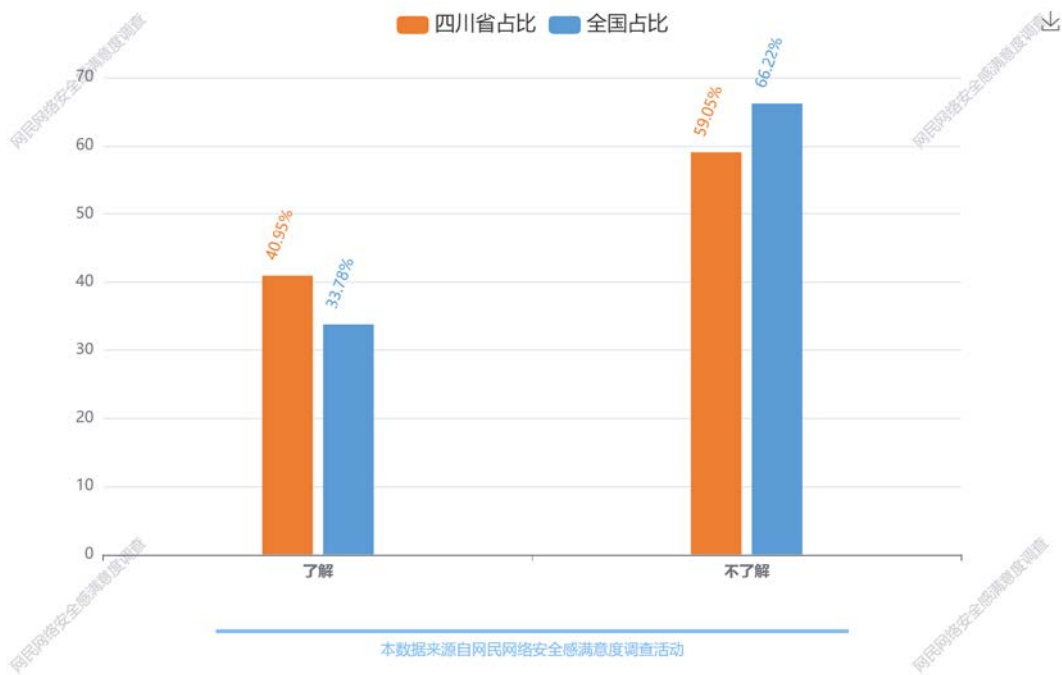


图表 158：个人信息被滥用或泄露时监管机关处理方式的满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 17.1 题：当您发现个人信息被滥用或泄露时（如被“开盒”），您对监管机关处理方式满意吗？）

（24）《个人信息保护法》个人信息保护公益诉讼制度了解程度

参与调查的公众网民对《个人信息保护法》中新规定了个人信息保护公益诉讼制度了解程度：有 40.95%的网民了解；有 59.05%的网民不了解。

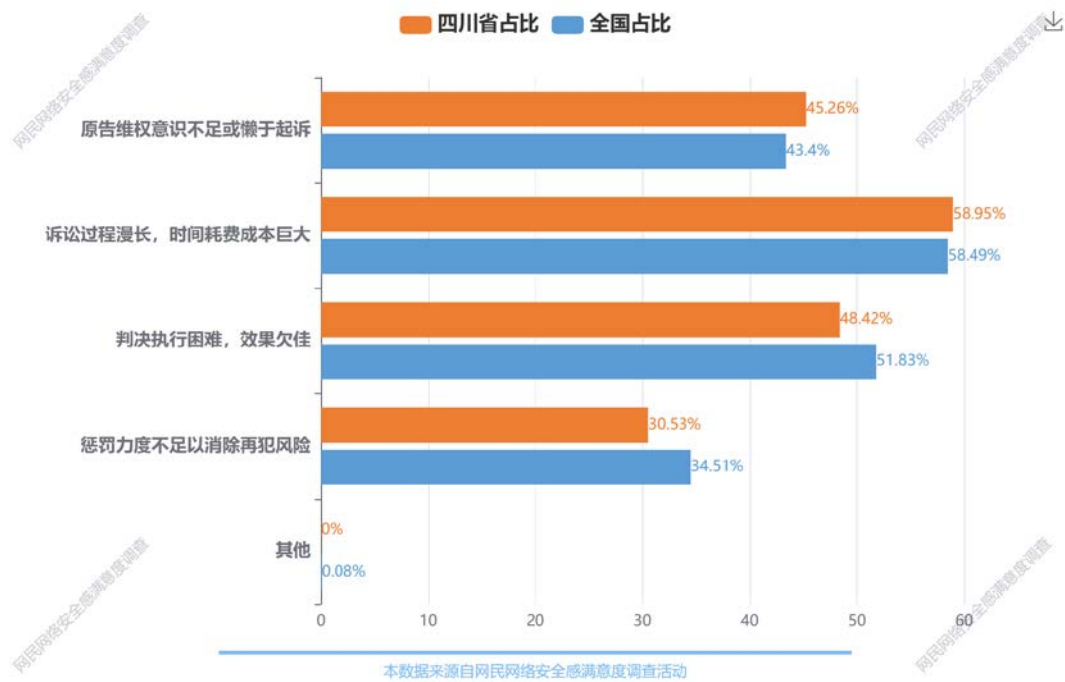


图表 159：《个人信息保护法》个人信息保护公益诉讼制度了解程度

（公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 18 题：《个人信息保护法》中新规定了个人信息保护公益诉讼制度，请问您对此是否有了解？）

（25）个人信息保护民事公益诉讼困境

公众网民对您认为在个人信息保护民事公益诉讼的推行过程中面临困境：选择最多的是诉讼过程漫长，时间耗费成本巨大 58.95%；其次 48.42%公众网民表示判决执行困难，效果欠佳。45.26%公众网民表示原告维权意识不足或懒于起诉，和 30.53%公众网民表示惩罚力度不足以消除再犯风险 相较于全国数据，除原告维权意识不足或懒于起诉和诉讼过程漫长，时间耗费成本巨大比全国数据分别高出 1.86 个百分点、0.46 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

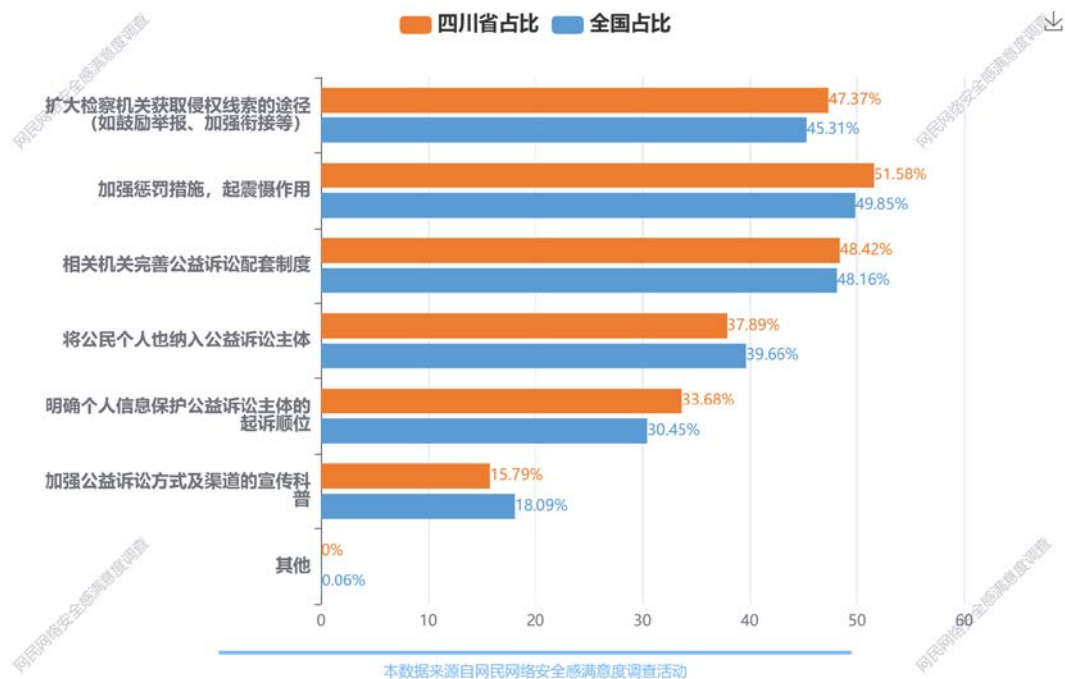


图表 160：个人信息保护民事公益诉讼困境

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 18.1 题：您认为在个人信息保护民事公益诉讼的推行过程中会面临哪些困境？（多选））

（26）人信息保护公益诉讼建议

公众网民对您认为在人信息保护公益诉讼建议：加强惩罚措施，起震慑作用的选择率达 51.58%；相关机关完善公益诉讼配套制度的达 48.42%；扩大检察机关获取侵权线索的途径（如鼓励举报、加强衔接等）47.37%；将公民个人也纳入公益诉讼主体 37.89%；明确个人信息保护公益诉讼主体的起诉顺位 33.68%。与全国数据相比，表示将公民个人也纳入公益诉讼主体的比例要低 1.77 个百分点，表示扩大检察机关获取侵权线索的途径（如鼓励举报、加强衔接等）比例要高 2.06 个百分点。



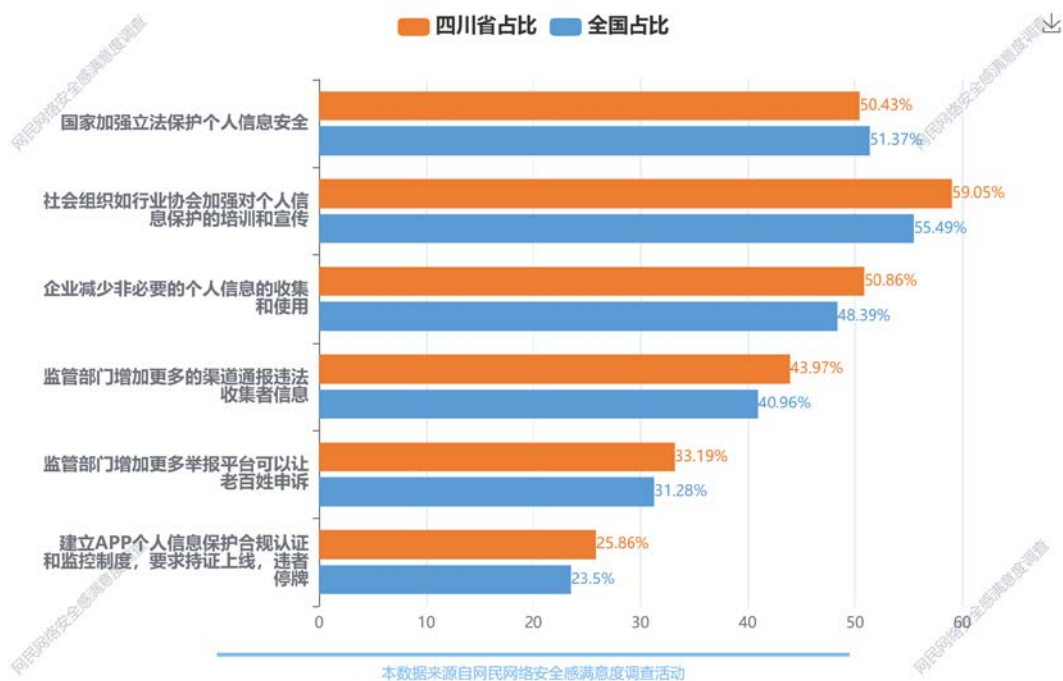
图表 161：人信息保护公益诉讼建议

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 18.2 题：您对个人信息保护公益诉讼有哪些建议？（多选））

五、数据安全

（27）数据安全保护方面的问题

参与调查的公众网民认为目前数据安全保护方面存在的问题主要为：第一位是社会组织如行业协会加强对个人信息保护的培训和宣传，选择率为 59.05%；第二位为企业减少非必要的个人信息的收集和使用，选择率为 50.86%；第三位、第四位为国家加强立法保护个人信息安全和监管部门增加更多的渠道通报违法收集者信息，选择率为 50.43%和 43.97%；第五位为监管部门增加更多举报平台可以让老百姓申诉，选择率为 33.19%。各选项数据接近于全国数据。



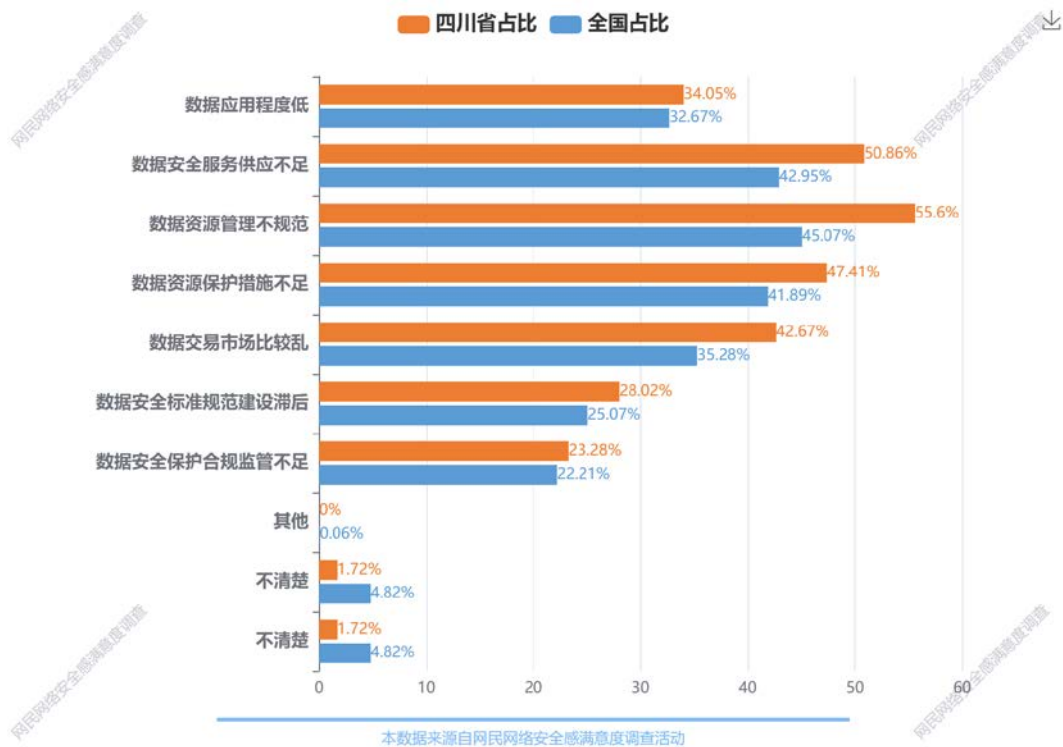
图表 162：数据安全保护方面的问题

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 19 题：您认为应重点在哪些方面加强数据安全保护？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（28）数据安全保护的不足

参与调查的公众网民认为对于目前数据安全保护存有以下问题：第一位是数据资源管理不规范（选择率 55.6%）；第二位是数据安全服务供应不足（选择率 50.86%）；第三位是数据资源保护措施不足（选择率 47.41%）；第四位是数据交易市场比较乱（选择率 42.67%）；第五位是数据应用程度低（选择率 34.05%）。认为数据安全标准规范建设滞后选择率为 28.02%。与全国数据相比，表示不清楚的比例要低 3.1 个百分点，表示数据应用程度低比例要高 1.38 个百分点。



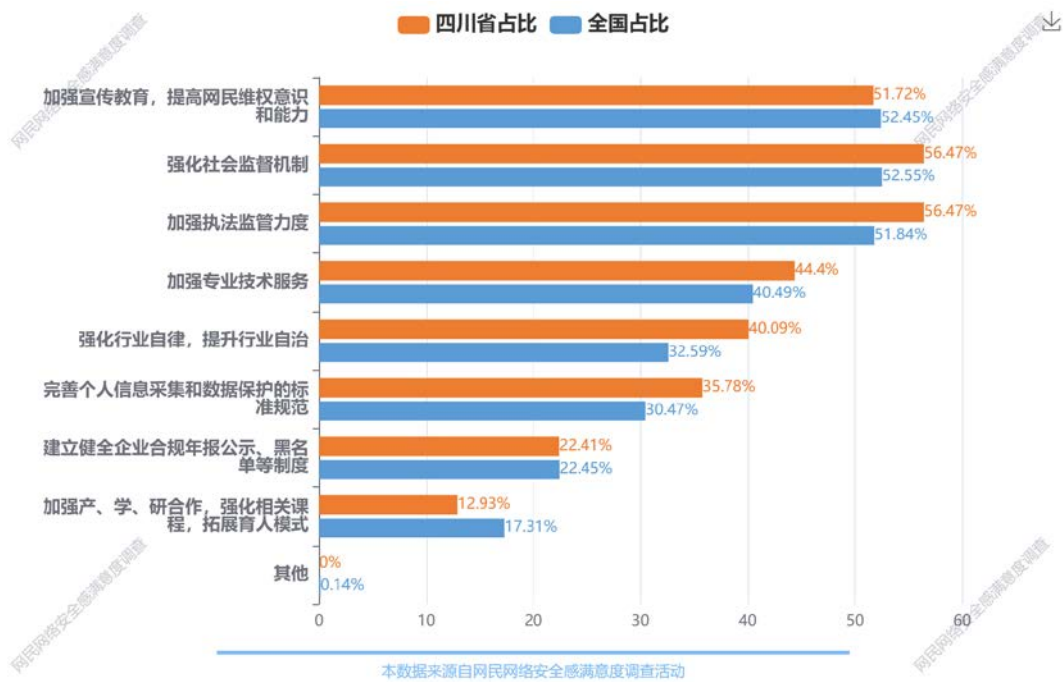
图表 163：数据安全保护的不足

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 20 题：您认为目前数据安全保护现状存在什么问题？（多选））

六、期望和建议

（29）个人信息保护和数据安全治理的期望

参与调查的公众网民认为加强个人信息保护和数据安全治理的期望为：排第一位的是强化社会监督机制（选择率 56.47%）；第二位是加强执法监管力度（选择率 56.47%）；第三位是加强宣传教育，提高网民维权意识和能力（选择率 51.72%）；第四位是加强专业技术服务（选择率 44.4%）；第五位是强化行业自律，提升行业自治（选择率 40.09%）。与全国数据相比，表示加强产、学、研合作，强化相关课程，拓展育人模式的比例要低 4.38 个百分点，表示强化社会监督机制比例要高 3.92 个百分点。



图表 164：个人信息保护和数据安全治理的期望

（图表数据来源：公众网民版专题 4 个人信息保护和数据安全专题第 21 题：您对加强个人信息保护和数据安全治理的期望和建议？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

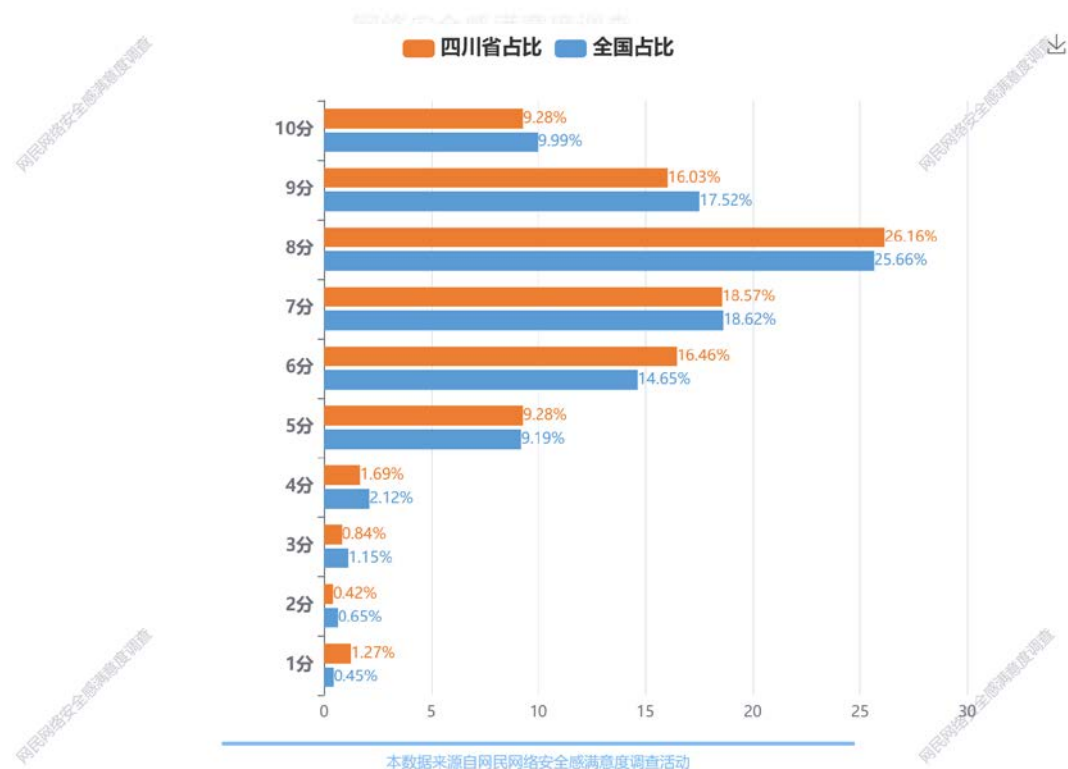
4.5 专题 5：网络购物权益保护专题

参与本专题答题的公众网民人数量为 237 人。

一、权益保护状况

（1）网络购物安全状况满意度评价

参与调查的公众网民对网络购物安全状况满意度评价：满意率为 70.04%，其中 25.31% 公众网民认为非常满意，44.73% 认为较满意。有 25.74% 网民认为一般。网民认为较不满意或非常不满意，有 2.53% 认为较不满意，1.69% 认为非常不满意。总体评价满意度 70.04%。与全国数据相比，表示 9 分的比例要低 1.49 个百分点，表示 6 分比例要高 1.81 个百分点。

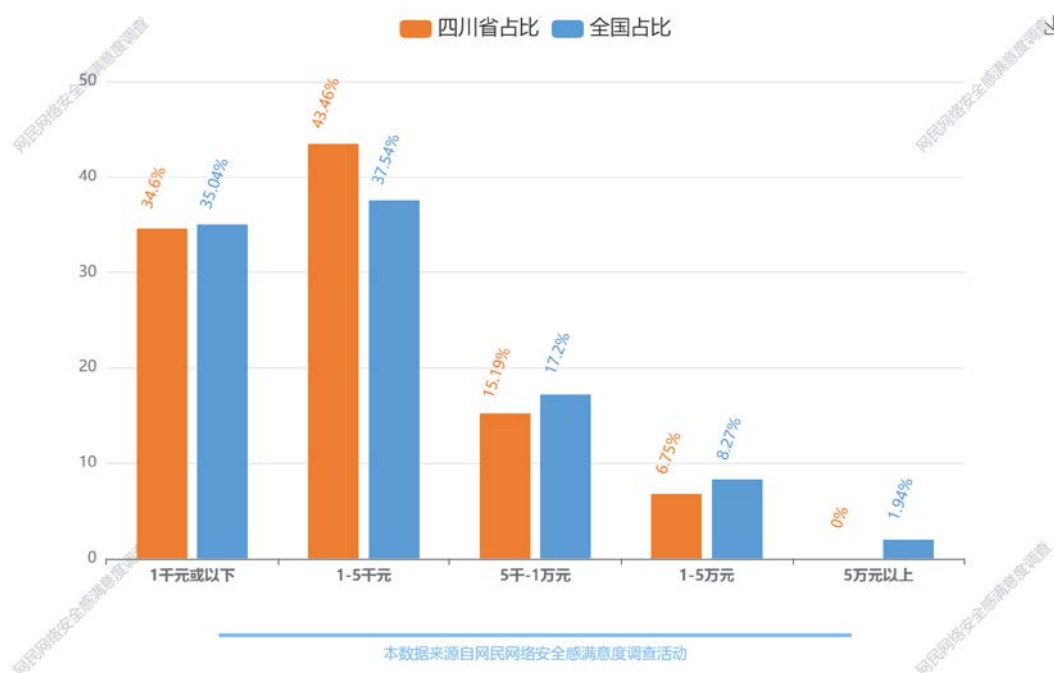


图表 165：网络购物安全状况满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 1 题：您对当前网络购物安全状况的满意程度？（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分，其中：非常不满意 1-2 分；较不满意 3-4 分；一般 5-6 分；较满意 7-8 分；非常满意 9-10 分））

（2）网民网络购物年平均消费情况

网民网络购物年平均消费情况：**34.6%**公众网民网络购物年平均消费 1 千元或以下，**43.46%**公众网民网络购物年平均消费 1-5 千元，**15.19%**公众网民网络购物年平均消费 5 千元-1 万元，**6.75%**公众网民网络购物年平均消费 1-5 万元，**0.00%**公众网民网络购物年平均消费 5 万元以上。相较于全国数据，1-5 千元的占比高了 5.92 个百分点。

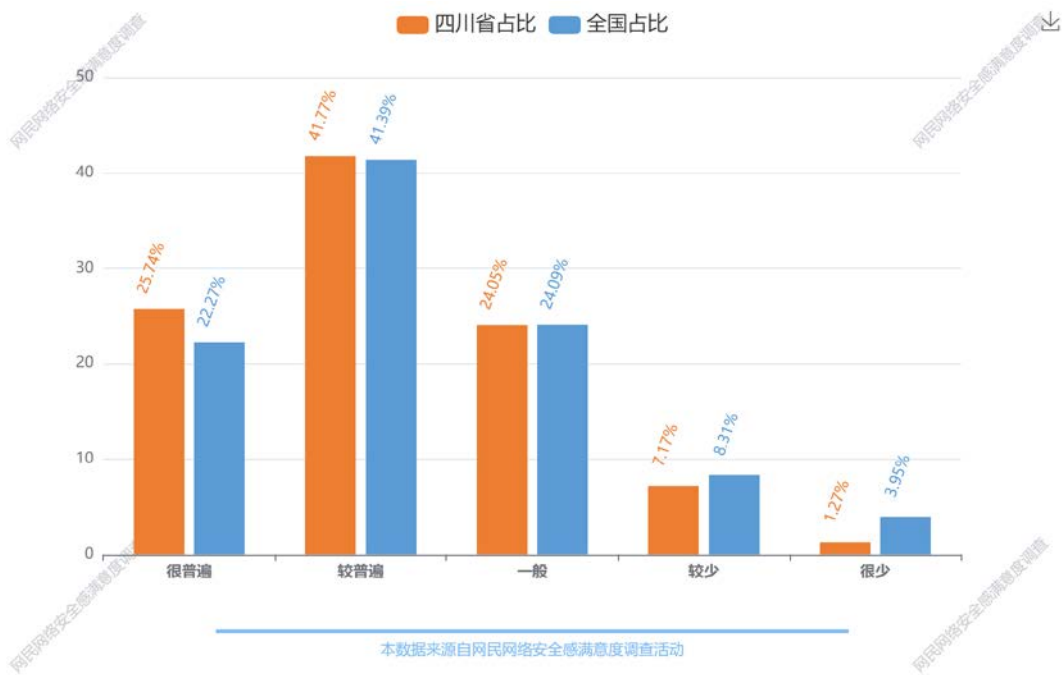


图表 166：网民网络购物年平均消费情况

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 2 题：您每年平均在网上购物的消费总额在哪个档次？）

（3）电商平台刷单的严重程度

参与调查的公众网民认为目前电商平台刷单现象的情况：**67.51%**网民表示刷单现象普遍（很普遍或较普遍），其中 **25.74%**表示很普遍，**41.77%**表示较普遍。**24.05%**表示一般。**8.44%**表示较少或很少，其中 **7.17%**表示较少，**1.27%**表示很少。相较于全国数据，除很普遍和较普遍比全国数据分别高出 **3.47** 个百分点、**0.38** 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

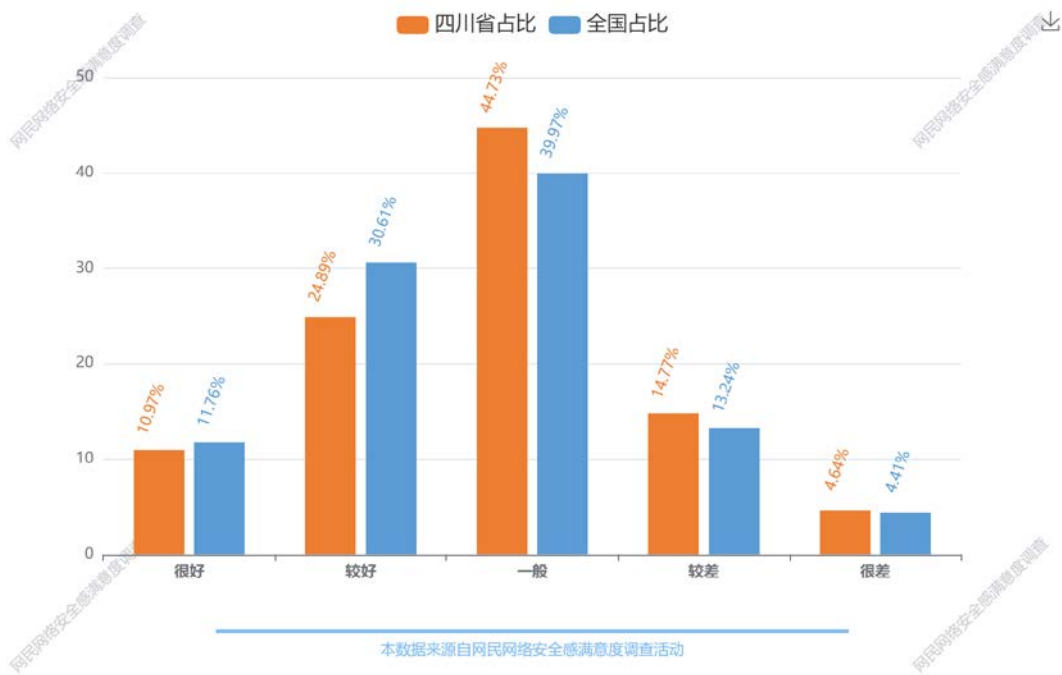


图表 167：电商平台刷单的严重程度

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 3 题：您认为目前淘宝等电商平台刷单现象普遍吗？）

（4）电商平台刷单问题治理效果评价

参与调查的公众网民认为治理电商平台刷单现象的情况：35.86%网民表示很好或较好，其中 10.97%表示很好，24.89%表示较好。44.73%表示一般。19.41%表示较差或很差，其中 14.77%表示较差，4.64%表示很差。与全国数据相比，表示较好的比例要低 5.72 个百分点，表示一般比例要高 4.76 个百分点。



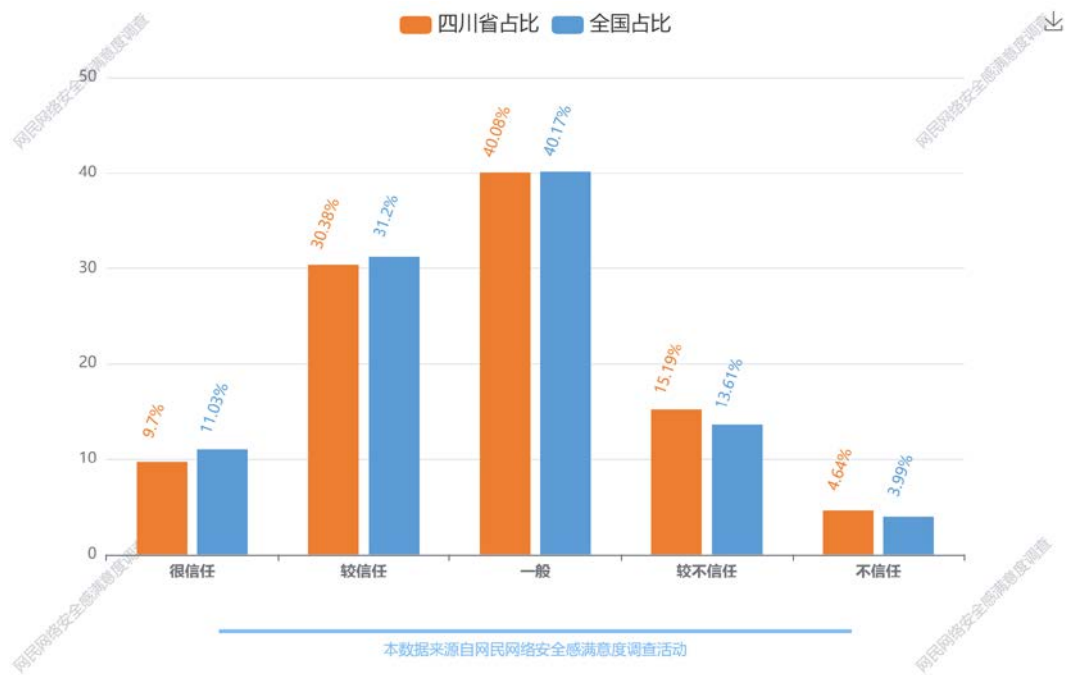
图表 168：电商平台刷单问题治理效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 3.1 题：您认为电商平台治理刷单的效果好不好？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（5）电商平台上商家评价数据的信任度

公众网民对信任电商平台上商家评价数据的情况：**40.08%**网民表示很信任或较信任，其中 **9.7%**表示很信任，**30.38%**表示较信任。**40.08%**表示一般。**19.83%**表示较不信任或不信任，其中 **15.19%**表示较不信任，**4.64%**表示不信任。与全国数据相比，表示很信任的比例要低 **1.33** 个百分点，表示较不信任比例要高 **1.58** 个百分点。

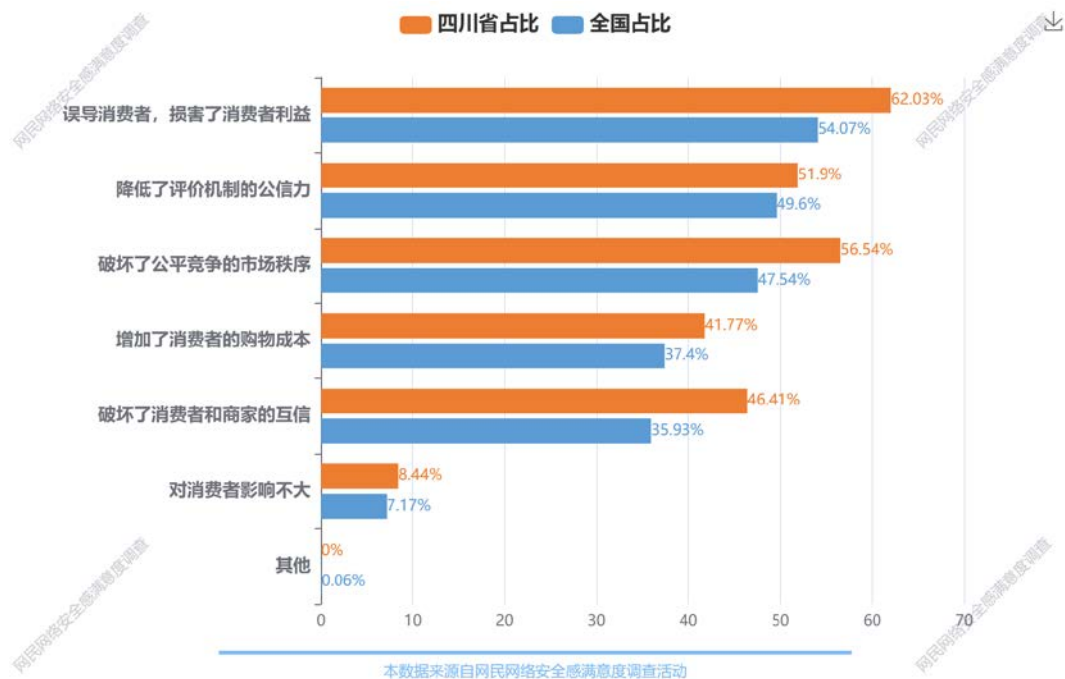


图表 169：电商平台上商家评价数据的信任度

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 3.2 题：您是否信任淘宝等电商平台上商家的评价数据？）

（6）网络平台虚假宣传和虚假评价看法

参与调查的公众网民对网络购物平台上的虚假宣传和虚假评价看法是：排第一位的是误导消费者，损害了消费者利益（选择率 62.03%）；第二位是破坏了公平竞争的市场秩序（选择率 56.54%）；第三位是降低了评价机制的公信力（选择率 51.9%）；第四位是破坏了消费者和商家的互信（选择率 46.41%）；第五位是增加了消费者的购物成本（选择率 41.77%）。与全国数据排序一致。

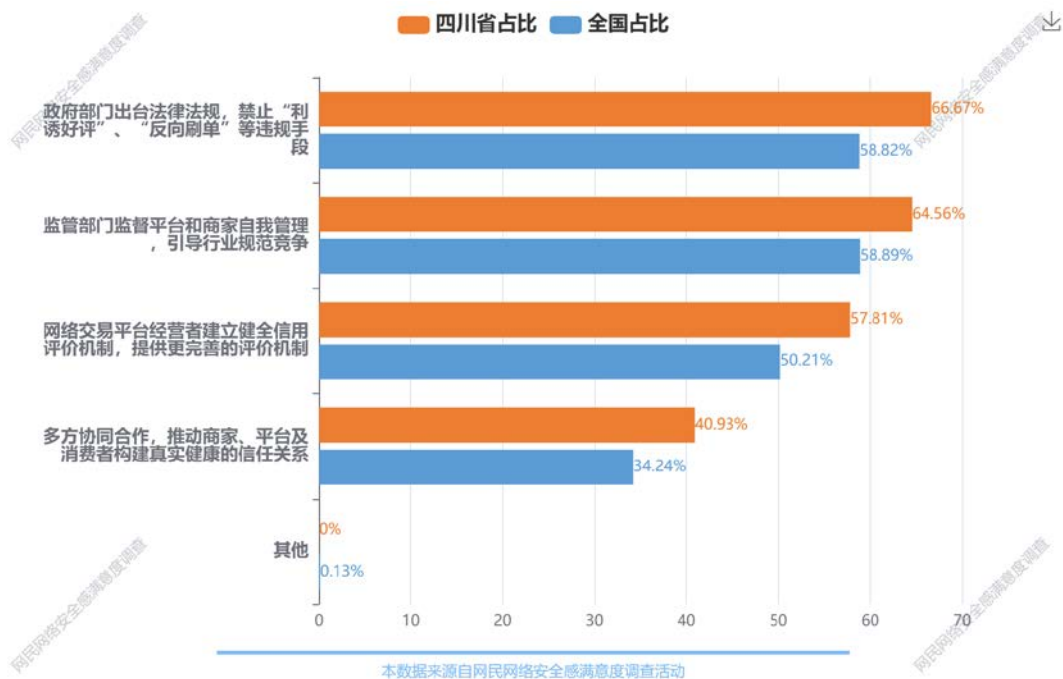


图表 170：网络平台虚假宣传和虚假评价看法

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 3.3 题：您如何看待网络购物平台上的虚假宣传和虚假评价？（多选））

（7）“好评返现”现象的举措

公众网民对改进“好评返现”现象的措施为：政府部门出台法律法规，禁止“利诱好评”、“反向刷单”等违规手段的选择率达 66.67%；监管部门监督平台和商家自我管理，引导行业规范竞争的达 64.56%；网络交易平台经营者建立健全信用评价机制，提供更完善的评价机制 57.81%；多方协同合作，推动商家、平台及消费者构建真实健康的信任关系 40.93%；其他 0%。与全国数据排序一致。



图表 171：“好评返现”现象的举措

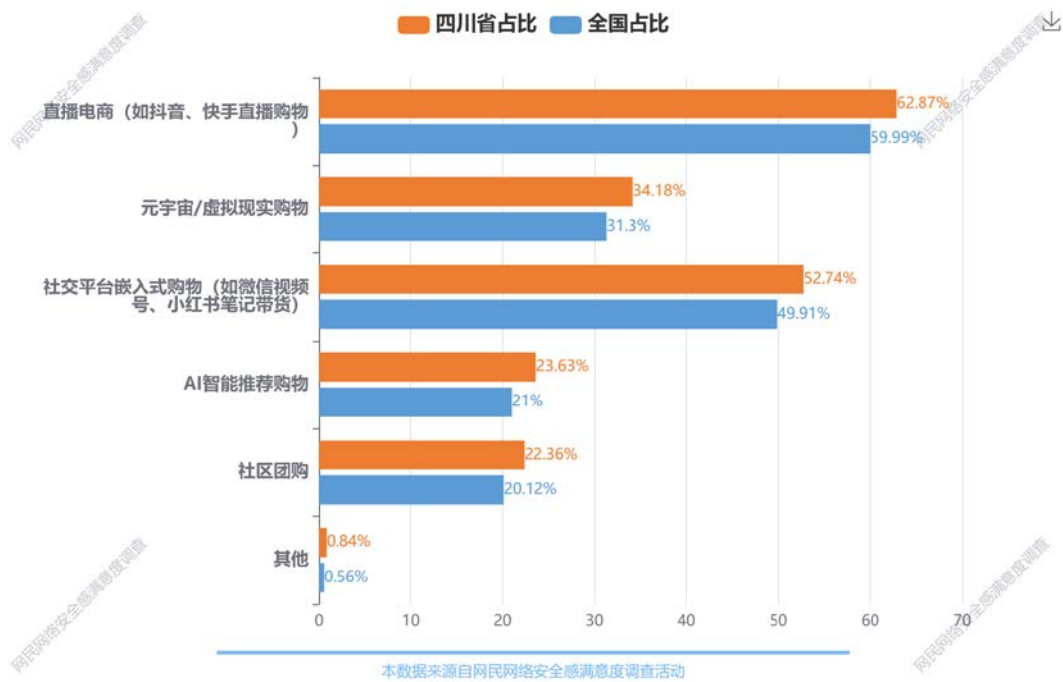
（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 3.4 题：您认为哪些举措可以改进“好评返现”等现象？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

二、网购行为表现

（8）新型网络购物方式

参与调查的公众网民对使用的新型购物方式为：**62.87%**公众网民选择直播电商（如抖音、快手直播购物），**52.74%**表示社交平台嵌入式购物（如微信视频号、小红书笔记带货），**34.18%**表示元宇宙/虚拟现实购物，**23.63%**公众网民表示 AI 智能推荐购物。各选项数据接近于全国数据。

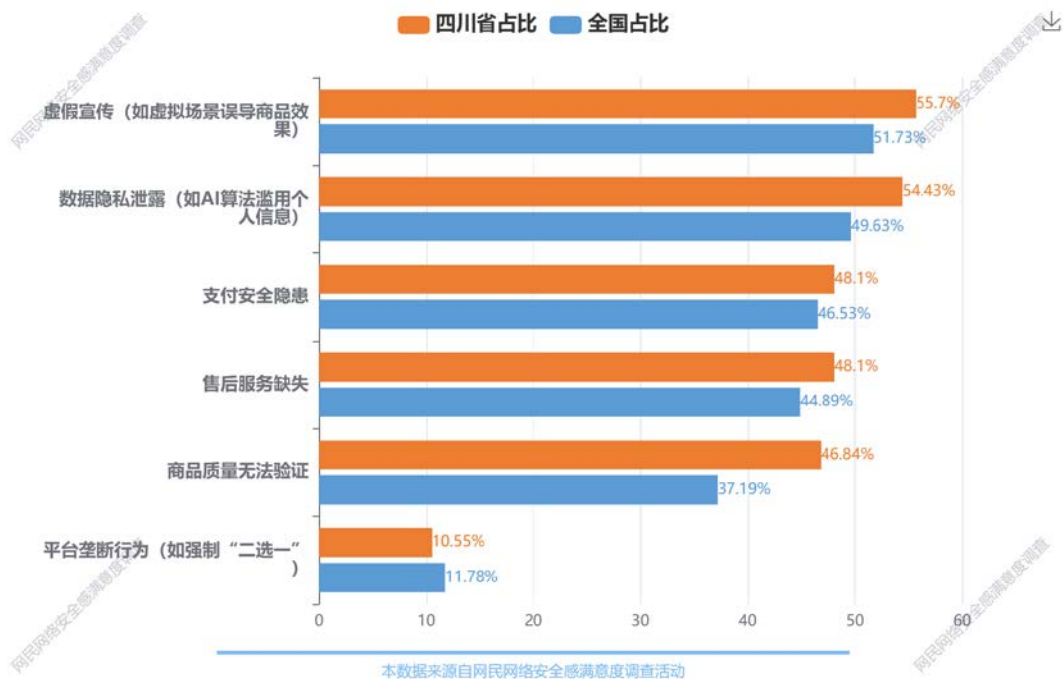


图表 172：新型网络购物方式

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 4 题：您使用过以下哪些新型购物方式？（多选））

（9）新型购物方式的关注点

参与调查的公众网民在使用新型购物方式时，最担心的问题是：55.7%网民表示虚假宣传（如虚拟场景误导商品效果）；54.43%网民表示数据隐私泄露（如 AI 算法滥用个人信息）；48.1%网民表示支付安全隐患；48.1%网民表示售后服务缺失。与全国数据相比，表示平台垄断行为（如强制“二选一”）的比例要低 1.23 个百分点，表示虚假宣传（如虚拟场景误导商品效果）比例要高 3.97 个百分点。



图表 173：新型购物方式的关注点

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 6 题：您在使用新型购物方式时，最担心哪些问题？（多选））

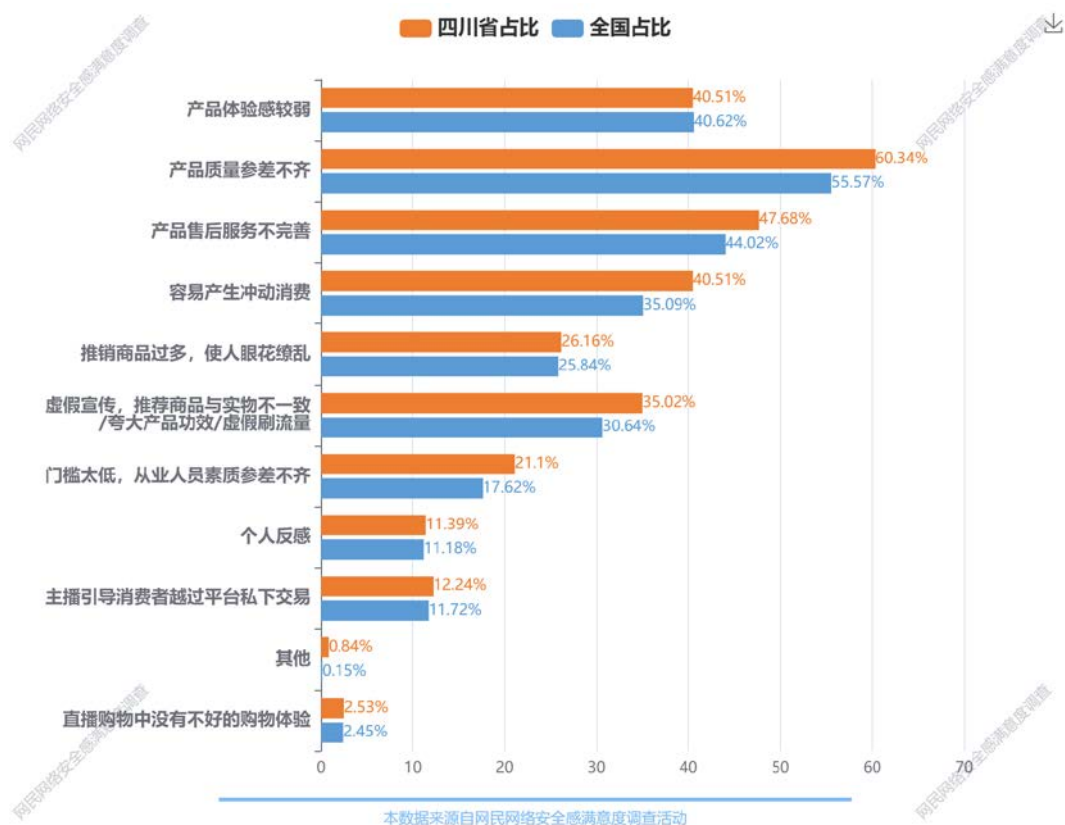
广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

三、网购问题治理

（3.1）直播购物问题

（10）电商直播购物的痛点问题

参与调查的公众网民对电商直播购物的问题主要是：40.51%网民认为产品体验感较弱；60.34%网民认为产品质量参差不齐；47.68%网民认为产品售后服务不完善；40.51%网民认为容易产生冲动消费；26.16%网民认为推销商品过多，使人眼花缭乱；35.02%网民认为虚假宣传，推荐商品与实物不一致/夸大产品功效/虚假刷流量；21.1%网民认为门槛太低，从业人员素质参差不齐；11.39%网民认为个人反感；12.24%网民认为主播引导消费者越过平台私下交易。与全国数据排序一致。

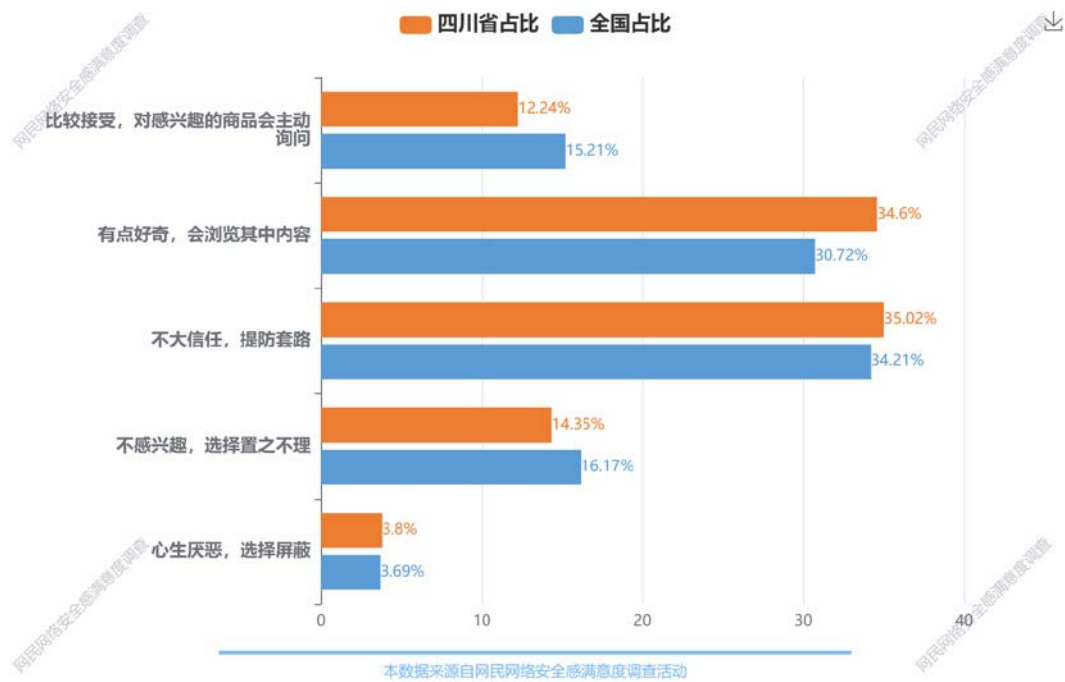


图表 174：电商直播购物的问题

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物权益保护专题第 7 题：您认为以下哪些原因导致您对直播购物不满意？（多选））

（11）网红带货的认可度

参与调查的公众网民对网红带货的反应：排第一位是不大信任，提防套路（选择率 35.02%）；第二位是有点好奇，会浏览其中内容（选择率 34.6%）；第三位是不感兴趣，选择置之不理（选择率 14.35%）；第四位是比较接受，对感兴趣的商会主动询问（选择率 12.24%）。数据显示 18.15%网民选择不理会或屏蔽。与全国数据相比，表示比较接受，对感兴趣的商会主动询问的比例要低 2.97 个百分点，表示有点好奇，会浏览其中内容比例要高 3.88 个百分点。



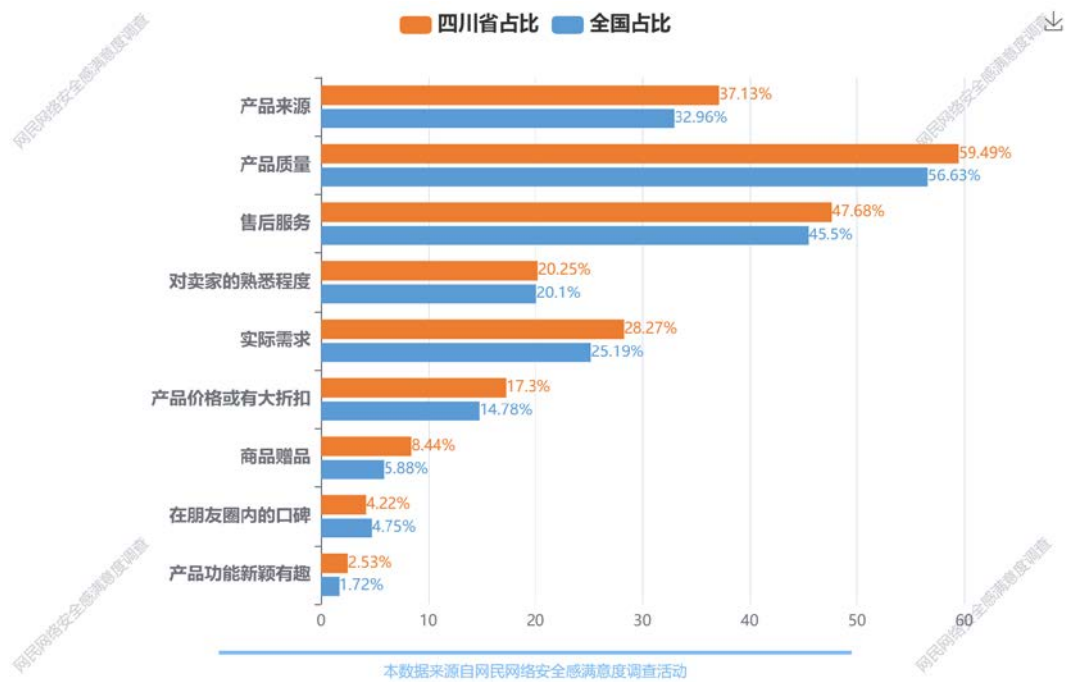
图表 175：网红带货的认可度

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 8 题：看到网红带货，您的反应是？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（12）公众网民对电商直播渠道购买商品的关注点

参与调查的公众网民对电商直播网购的考虑因素：排第一位是产品质量（选择率 59.49%）；第二位是售后服务（选择率 47.68%）；第三位的是产品来源（选择率 37.13%）；第四位是实际需求（选择率 28.27%）；第五位是在对卖家的熟悉程度（选择率 20.25%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。



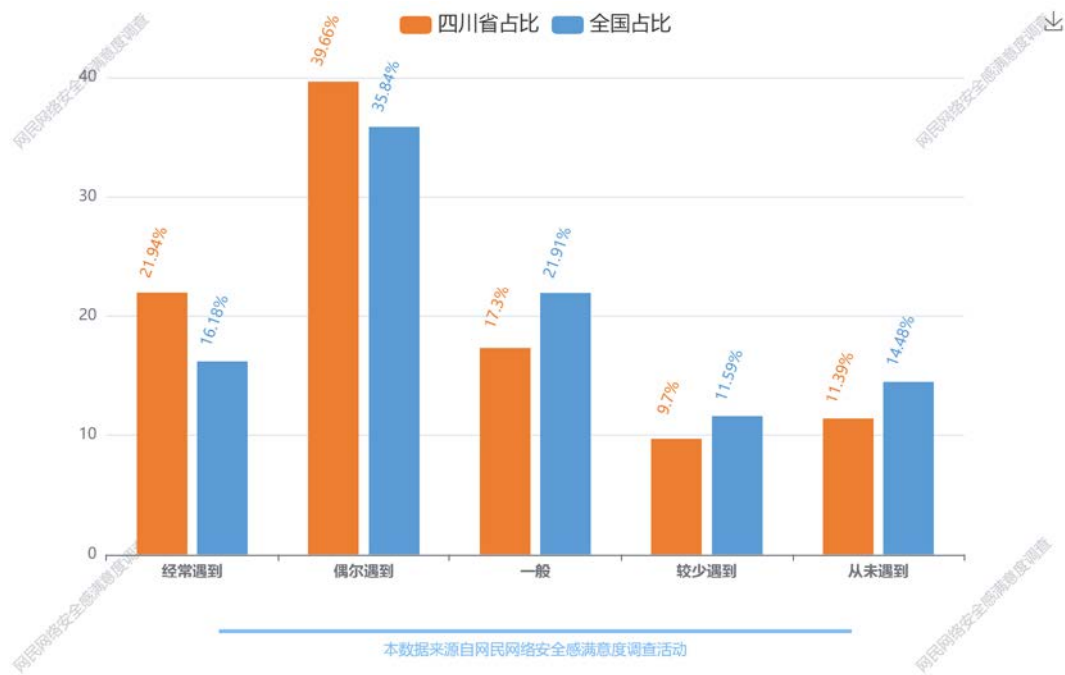
图表 176：公众网民对电商直播渠道购买商品的关注点

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 9 题：
假如您通过电商直播渠道购买商品，您首先考虑的是？（最多选 3 项））

（3.2）推送体验与隐私感知

（13）平台推送“擦边”内容遇见率

参与调查的公众网民遇到过电商平台推送与实际需求无关的“擦边”内容的机率：21.94%公众网民表示经常遇到；39.66%网民表示偶尔遇到；17.3%网民表示一般；9.7%网民表示较少遇到；11.39%网民表示从未遇到。相较于全国数据，除经常遇到和偶尔遇到比全国数据分别高出 5.76 个百分点、3.82 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。



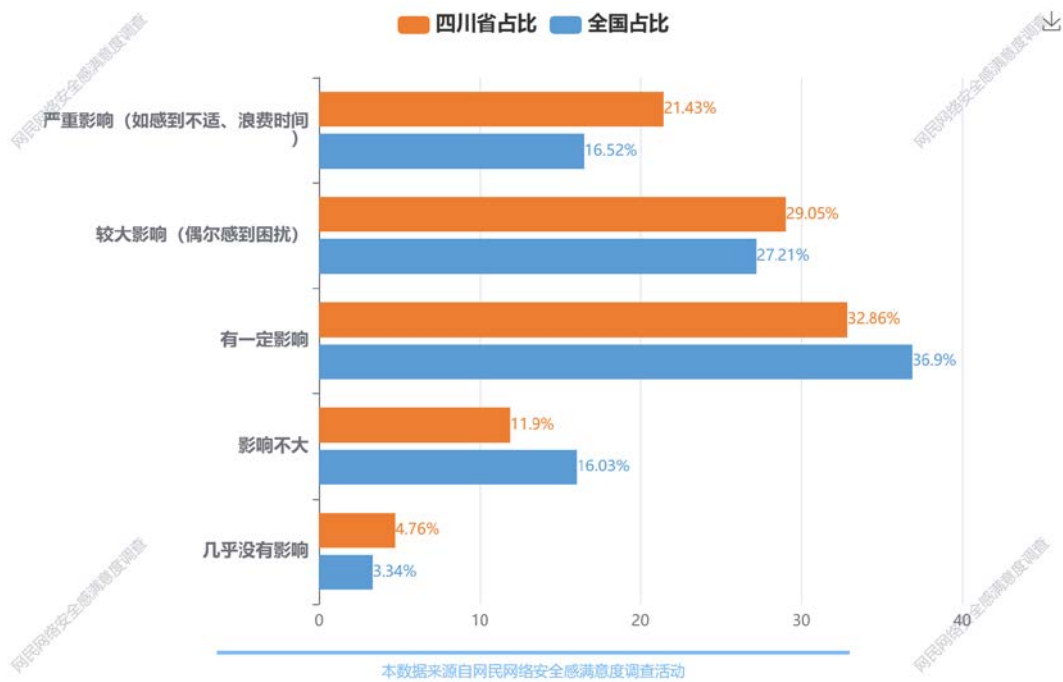
图表 177：平台推送“擦边”内容遇见率

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 10 题：您是否遇到过电商平台推送与您实际需求无关的“擦边”内容？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（14）“擦边”内容推送对购物体验的影响

参与调查的公众网民认为平台推送“擦边”内容对购物体验的影响：有 21.43% 的网民认为严重影响（如感到不适、浪费时间）；有 29.05% 的网民认为较大影响（偶尔感到困扰）；有 32.86% 的网民认为有一定影响；有 11.9% 的网民认为影响不大；有 4.76% 的网民认为几乎没有影响。与全国数据相比，表示有一定影响的比例要低 4.04 个百分点，表示严重影响（如感到不适、浪费时间）比例要高 4.91 个百分点。

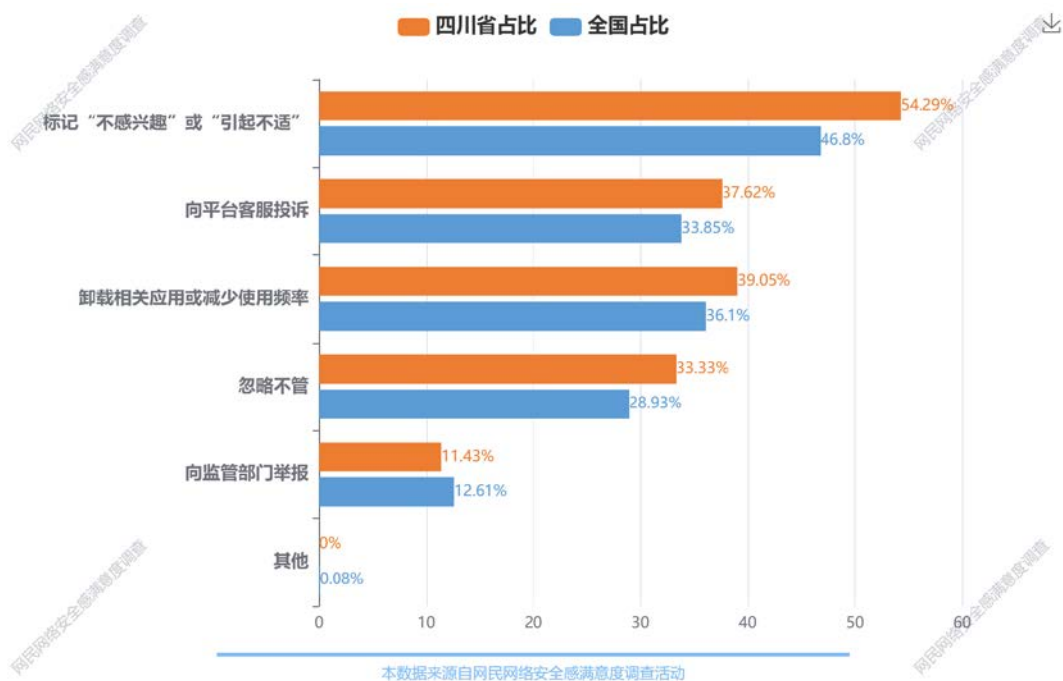


图表 178：“擦边”内容推送对购物体验的影响

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 10.1 题：您认为此类“擦边”推送是否影响了您的购物体验？）

（15）遇见不合适推送内容所采取的措施

参与调查的公众网民遇到不合适的推送内容通常采取的措施是：有 54.29% 的网民采取标记“不感兴趣”或“引起不适”；有 37.62% 的网民采取向平台客服投诉；有 39.05% 的网民采取卸载相关应用或减少使用频率；有 33.33% 的网民采取忽略不管；有 11.43% 的网民采取向监管部门举报。与全国数据相比，表示向监管部门举报的比例要低 1.18 个百分点，表示标记“不感兴趣”或“引起不适”比例要高 7.49 个百分点。



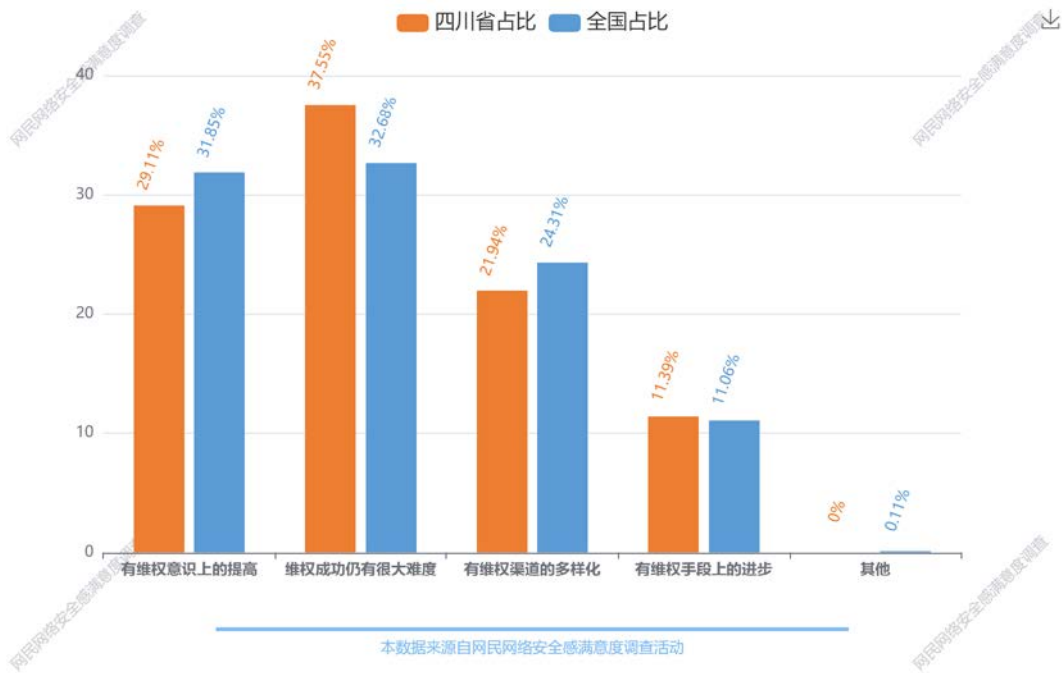
图表 179：遇见不合适推送内容所采取的措施

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 10.2 题：您遇到不合适的推送内容时，通常会采取哪些措施？（多选））

四、权益保障评价

（16）消费者权益保障现状

参与调查的公众网民认为自《消费者权益保护法》实施以来，现今消费者权益保障现状为：37.55%公众网民选择维权成功仍有很大难度，29.11%表示有维权意识上的提高，21.94%表示有维权渠道的多样化，11.39%公众网民表示有维权手段上的进步。与全国数据相比，表示有维权意识上的提高的比例要低 2.74 个百分点，表示维权成功仍有很大难度比例要高 4.87 个百分点。

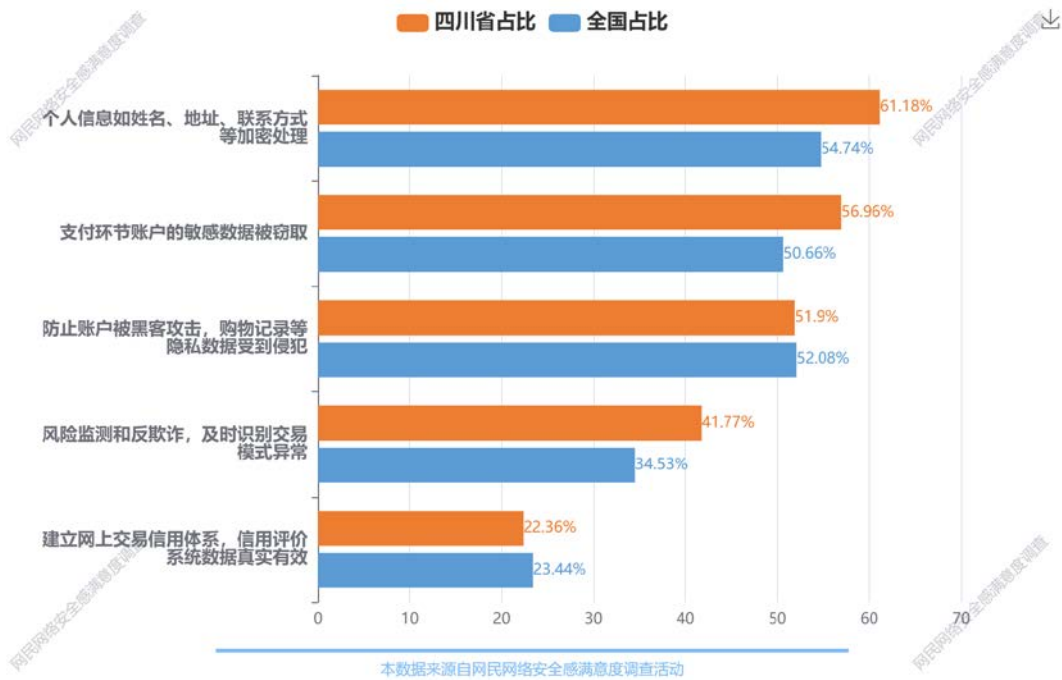


图表 180：消费者权益保障现状

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 11 题：自《消费者权益保护法》实施以来，您认为现今消费者权益保障现状如何？）

（17）密码技术应用措施

参与调查的公众网民看重密码技术的应用：排第一位的是个人信息如姓名、地址、联系方式等加密处理（选择率 61.18%）；第二位是支付环节账户的敏感数据被窃取（选择率 56.96%）；第三位是防止账户被黑客攻击，购物记录等隐私数据受到侵犯（选择率 51.9%）；第四位是风险监测和反欺诈，及时识别交易模式异常（选择率 41.77%）；第五位是建立网上交易信用体系，信用评价系统数据真实有效（选择率 22.36%）。与全国数据相比，表示建立网上交易信用体系，信用评价系统数据真实有效的比例要低 1.08 个百分点，表示个人信息如姓名、地址、联系方式等加密处理比例要高 6.44 个百分点。

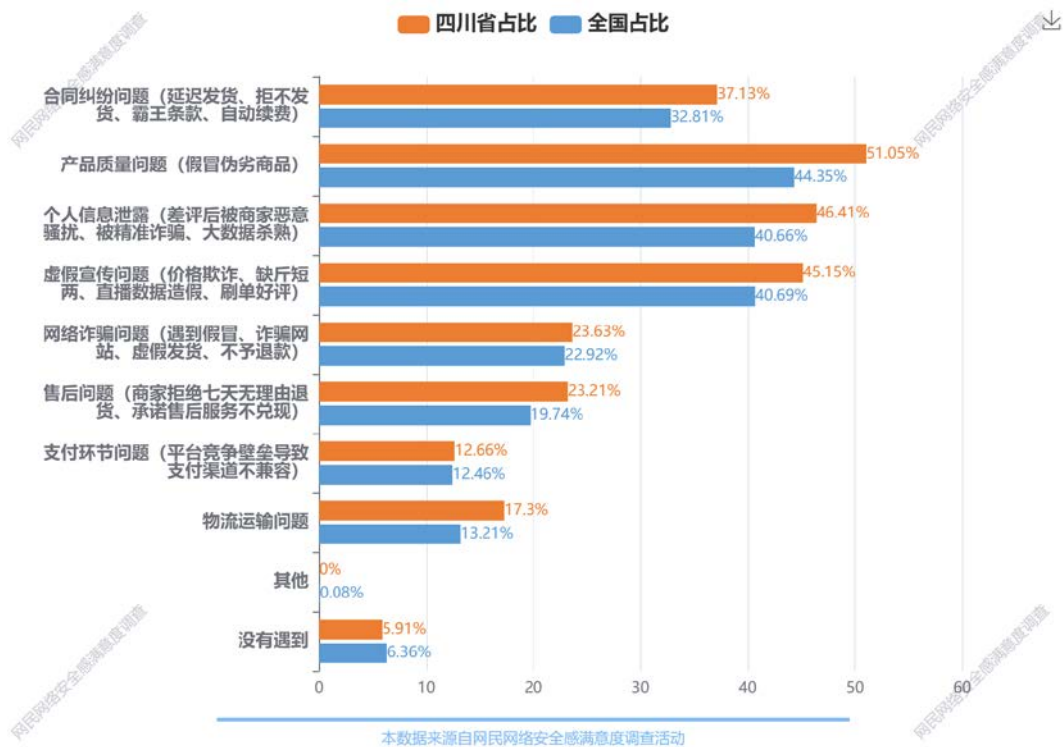


图表 181：密码技术应用措施

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 12 题：密码技术在网络购物中可以保护消费者的个人信息安全和交易数据的安全。您会比较看重以下哪些方面的应用？）

（18）网络购物权益遇见率

参与调查的公众网民在网络购物权益保障遇见率：排第一位的是产品质量问题（假冒伪劣商品）（选择率 51.05%）；第二位是个人信息泄露（差评后被商家恶意骚扰、被精准诈骗、大数据杀熟）（选择率 46.41%）；第三位是虚假宣传问题（价格欺诈、缺斤短两、直播数据造假、刷单好评）（选择率 45.15%）；第四位是合同纠纷问题（延迟发货、拒不发货、霸王条款、自动续费）（选择率 37.13%）；第五位是网络诈骗问题（遇到假冒、诈骗网站、虚假发货、不予退款）（选择率 23.63%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

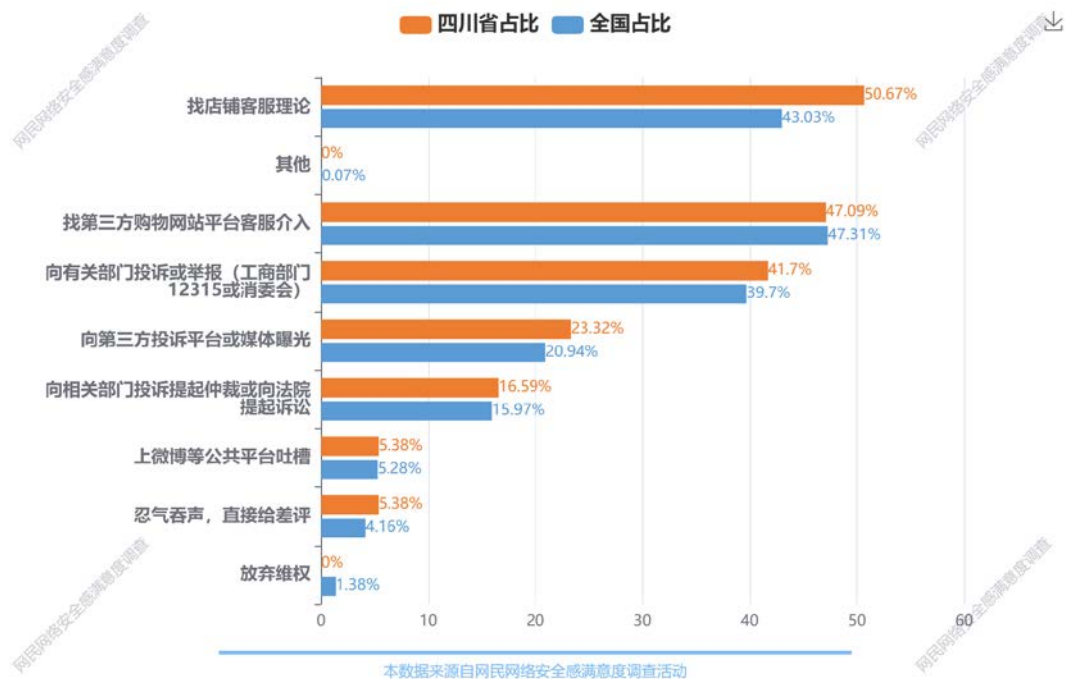


图表 182：网络购物权益遇见率

(图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 13 题：您在网购的过程中，是否碰到过下列情况?(多选))

(19) 网络购物纠纷维权应对措施

参与调查的公众网民遭遇网络购物纠纷采取的维权应对措施是：排第一位的是找店铺客服理论(选择率 50.67%)；第二位是找第三方购物网站平台客服介入(选择率 47.09%)；第三位是向有关部门投诉或举报(工商部门 12315 或消委会)(选择率 41.7%)；第四位是向第三方投诉平台或媒体曝光(选择率 23.32%)；第五位是向相关部门投诉提起仲裁或向法院提起诉讼(选择率 16.59%)。与全国数据相比，表示放弃维权的比例要低 1.38 个百分点，表示找店铺客服理论比例要高 7.64 个百分点。

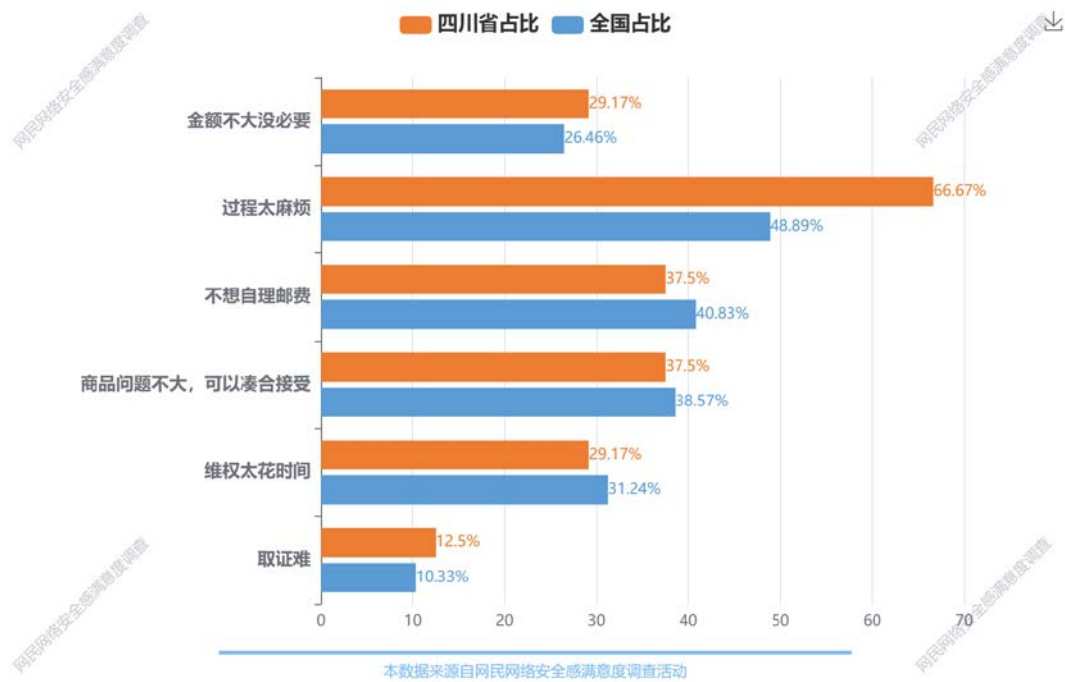


图表 183：网络购物纠纷维权应对措施

（图表数据来源：公众网民版专题5网络购物安全权益保护专题第13.1题：您遇到网上购物纠纷时通常采取的维权措施？（多选））

（20）网络购物纠纷放弃维权的原因

参与调查的公众网民遭遇网络购物纠纷放弃维权的原因：排第一位的是过程太麻烦（选择率 66.67%）；第二位是不想自理邮费（选择率 37.5%）；第三位是商品问题不大，可以凑合接受（选择率 37.5%）；第四位是金额不大没必要（选择率 29.17%）；第五位是维权太花时间（选择率 29.17%）。与全国数据相比，表示不想自理邮费的比例要低 3.33 个百分点，表示金额不大没必要比例要高 2.71 个百分点。

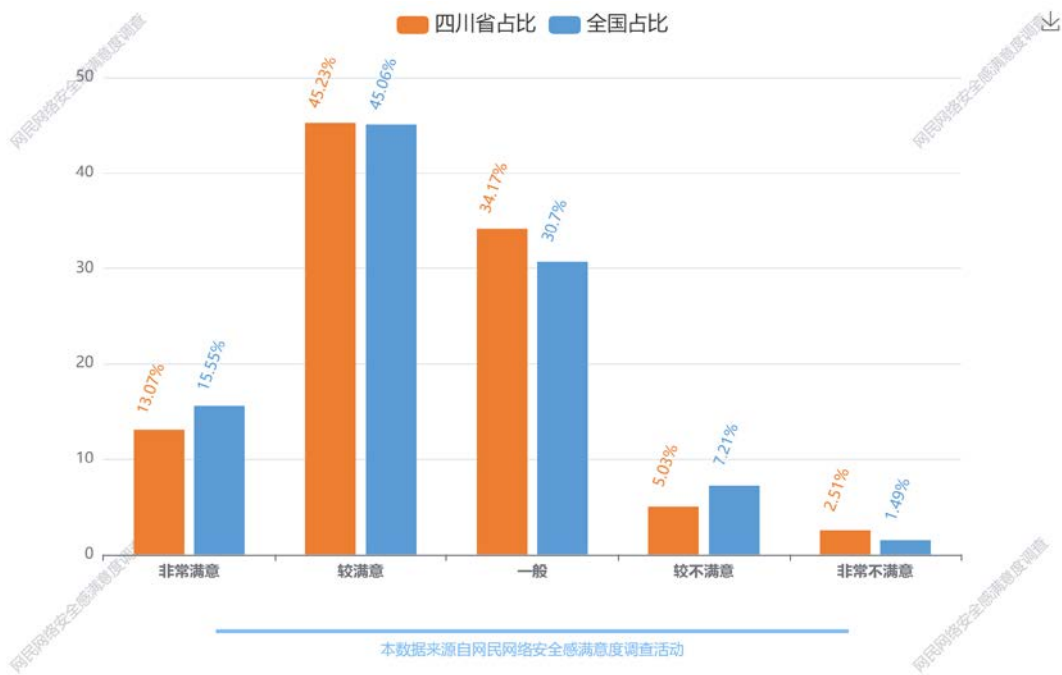


图表 184：网络购物纠纷放弃维权的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 13.2 题：您放弃维权的原因？（多选））

（21）网络购物维权结果的满意度评价

参与调查的公众网民对网络购物维权结果的满意度评价为：13.07%公众网民表示非常满意；45.23%网民表示较满意。34.17%网民表示一般。5.03%网民表示较不满意；2.51%网民表示非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 2.48 个百分点，表示一般比例要高 3.47 个百分点。

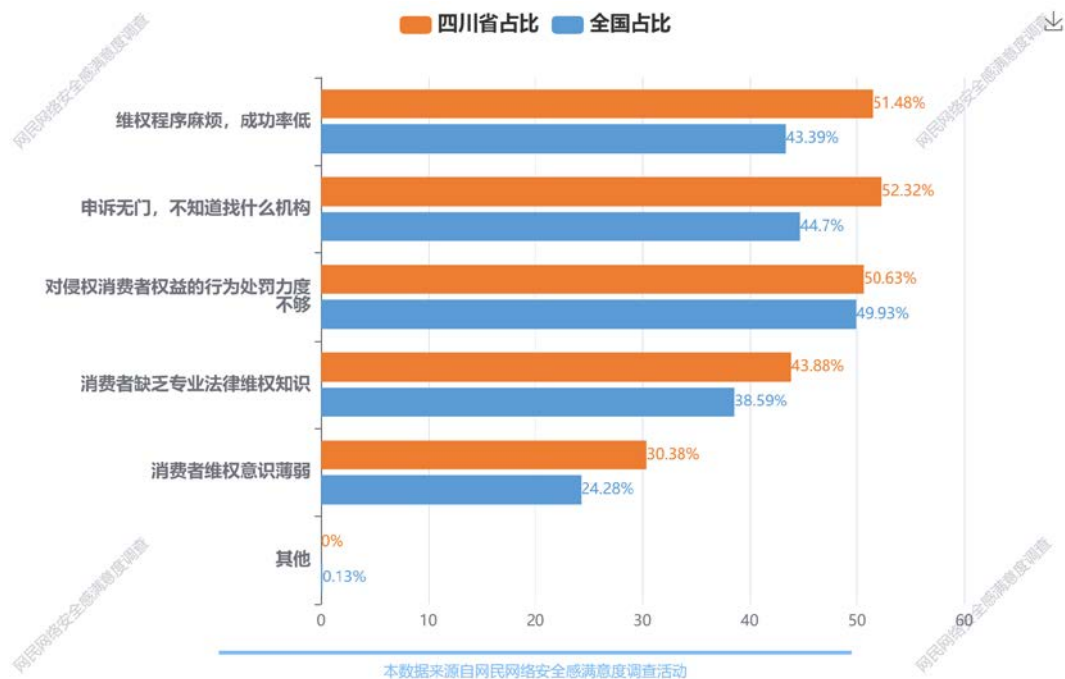


图表 185：网络购物维权结果的满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题5网络购物安全权益保护专题第13.3题：您对维权的结果满意吗？）

（22）网络购物维权的难点

参与调查的公众网民认为网络购物维权的难点是：排第一位的是申诉无门，不知道找什么机构（选择率 52.32%）；第二位是维权程序麻烦，成功率低（选择率 51.48%）；第三位是对侵权消费者权益的行为处罚力度不够（选择率 50.63%）；第四位是消费者缺乏专业法律维权知识（选择率 43.88%）；第五位是消费者维权意识薄弱（选择率 30.38%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

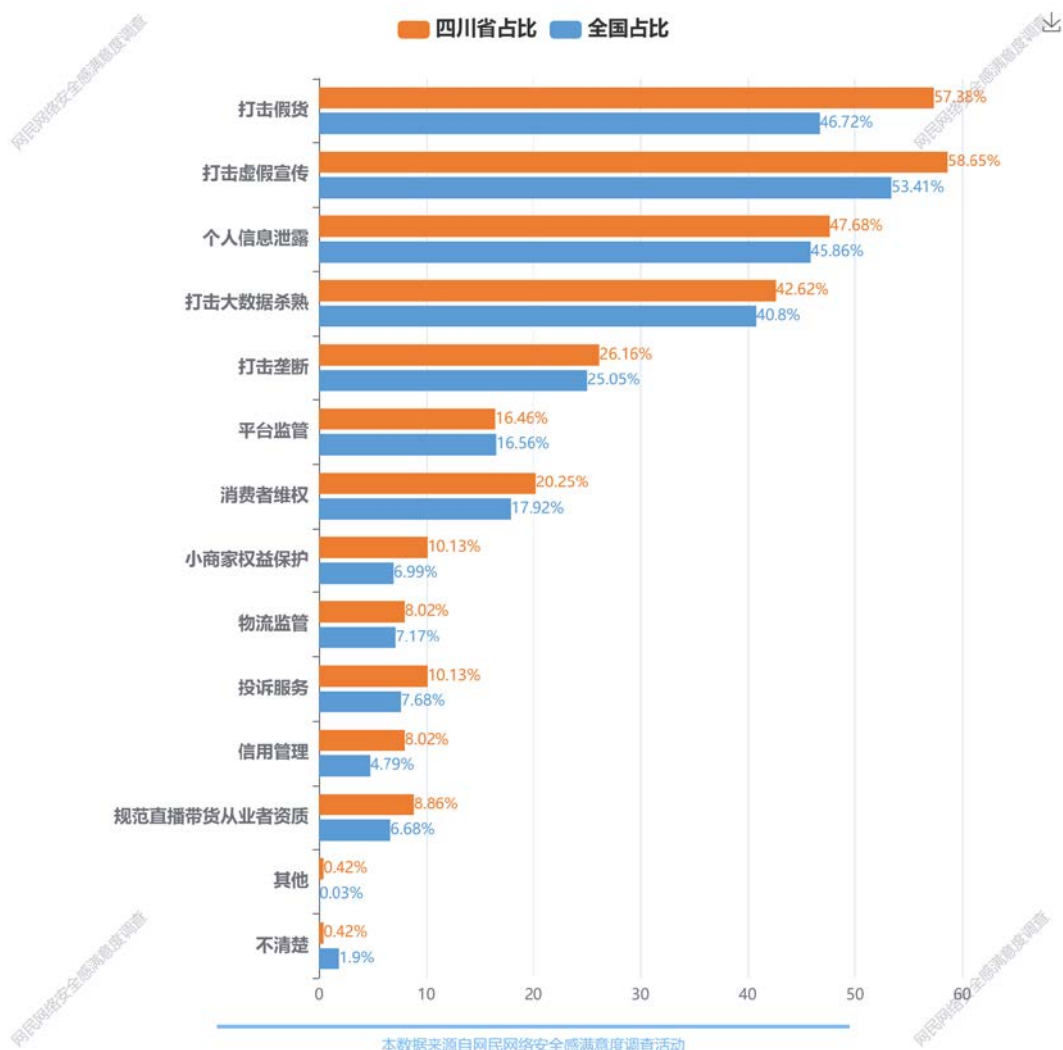


图表 186：网络购物维权的难点

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 14 题：您觉得网络维权最大的难点是？（多选））

（23）网络购物安全权益保障的期望

参与调查的公众网民认为网络购物安全权益保障亟需改进的问题：排第一位的是打击虚假宣传（选择率 58.65%），第二位是打击假货（选择率 57.38%），第三位是个人信息泄露（选择率 47.68%），第四位是打击大数据杀熟（选择率 42.62%），第五位是打击垄断（选择率 26.16%）。与全国数据相比，表示不清楚的比例要低 1.48 个百分点，表示打击假货比例要高 10.66 个百分点。

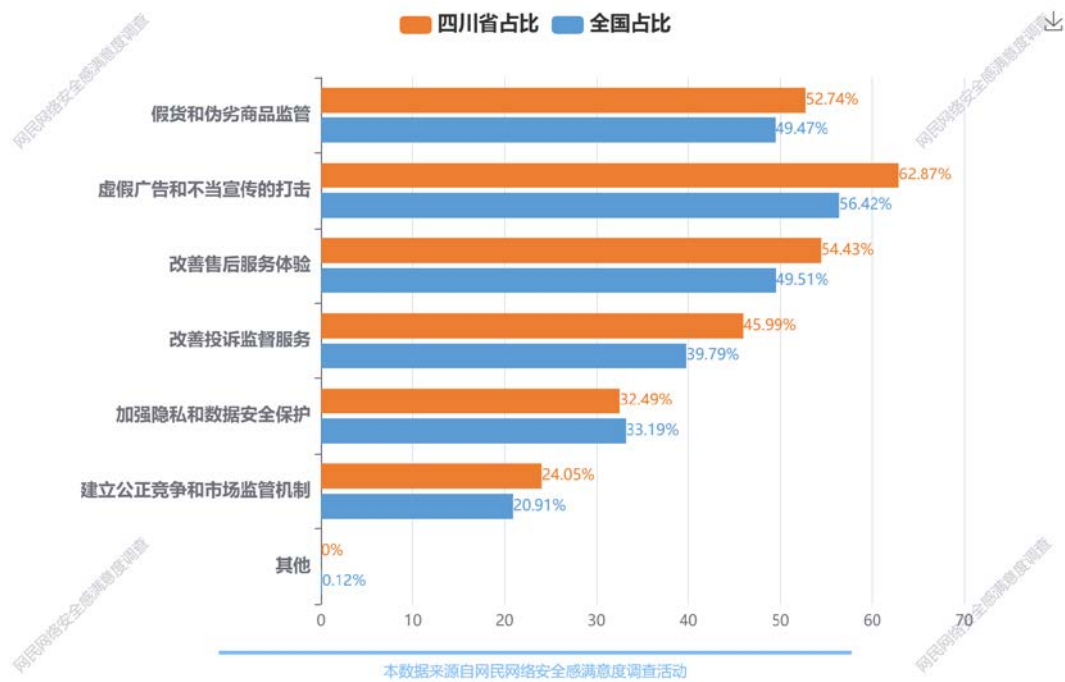


图表 187：网络购物安全权益保障的期望

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 16 题：您认为网络购物安全权益保障在哪些方面亟需改进？（多选，最多选 5 项））

（24）网络平台在消费者权益保护的期望

参与调查的公众网民认为网络平台在消费者权益保护方面需要改进的地方：排第一位的是虚假广告和不当宣传的打击（选择率 62.87%）；第二位是改善售后服务体验（选择率 54.43%）；第三位是假货和伪劣商品监管（选择率 52.74%）；第四位是改善投诉监督服务（选择率 45.99%）；第五位是加强隐私和数据安全保护（选择率 32.49%）。各选项数据接近于全国数据。



图表 188：网络平台在消费者权益保护的期望

（图表数据来源：公众网民版专题 5 网络购物安全权益保护专题第 17 题：
您认为网络平台在消费者权益保护方面还有哪些需要改进的地方？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

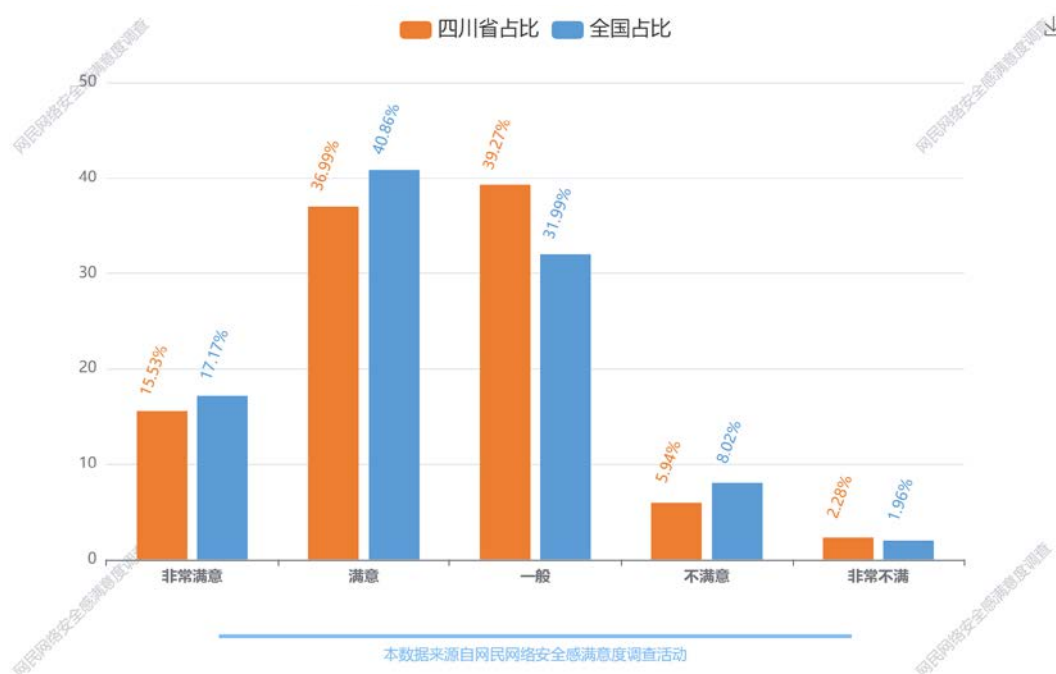
4.6 专题 6：特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护

参与本专题答题的公众网民数量为 219 人。

一、权益保护状况

（1）未成年人网络权益保护状况满意度评价

参与调查的公众网民对未成年人网络权益保护状况满意度评价：认为满意以上的占 52.52%，其中 15.53% 公众网民认为非常满意，36.99% 认为满意。39.27% 认为一般。8.22% 认为不满意或非常不满意，其中 5.94% 认为不满意，2.28% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.64 个百分点，表示一般比例要高 7.28 个百分点。

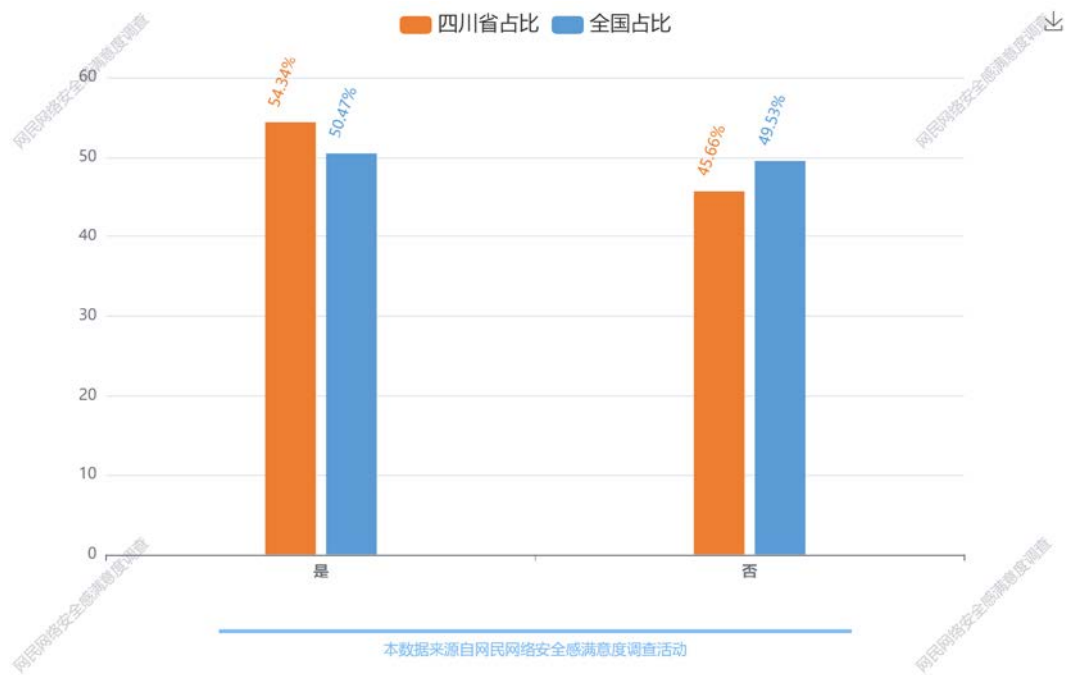


图表 189：未成年人网络权益保护状况满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 1 题：您对当前未成年人网络权益保护状况的满意程度？）

（2）未成年人上网的情况

有未成年人上网情况的公众网民家庭：有 54.34% 网民家庭中有未成年人上网的情况，没有的占 45.66%。相较于全国数据，是的占比高了 3.87 个百分点。

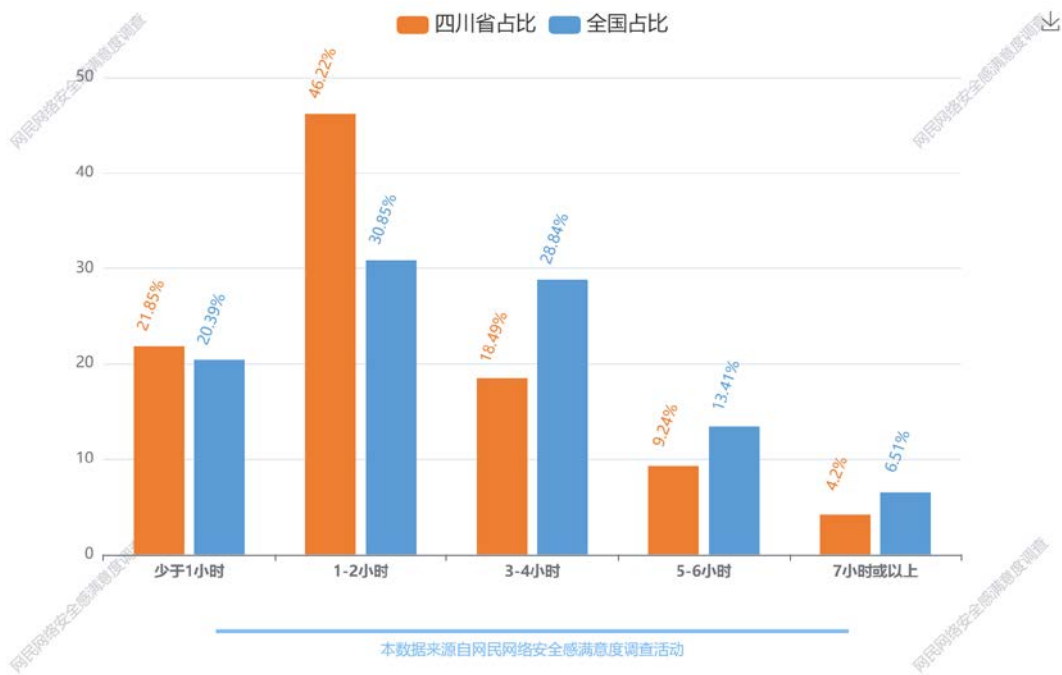


图表 190：未成年人上网的情况

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 2 题：您的家庭是否存在未成年人上网的情况？）

（3）未成年人日均上网时长

参与调查的公众网民家中未成年人平均每天上网时长 2 小时以下为 68.07%，3 小时以上为 31.93%。3-4 小时为 18.49%。9.24%的网民上网时间 5-6 小时，4.2%的网民上网时间超过 7 小时。相较于全国数据，除少于 1 小时和 1-2 小时比全国数据分别高出 1.46 个百分点、15.37 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

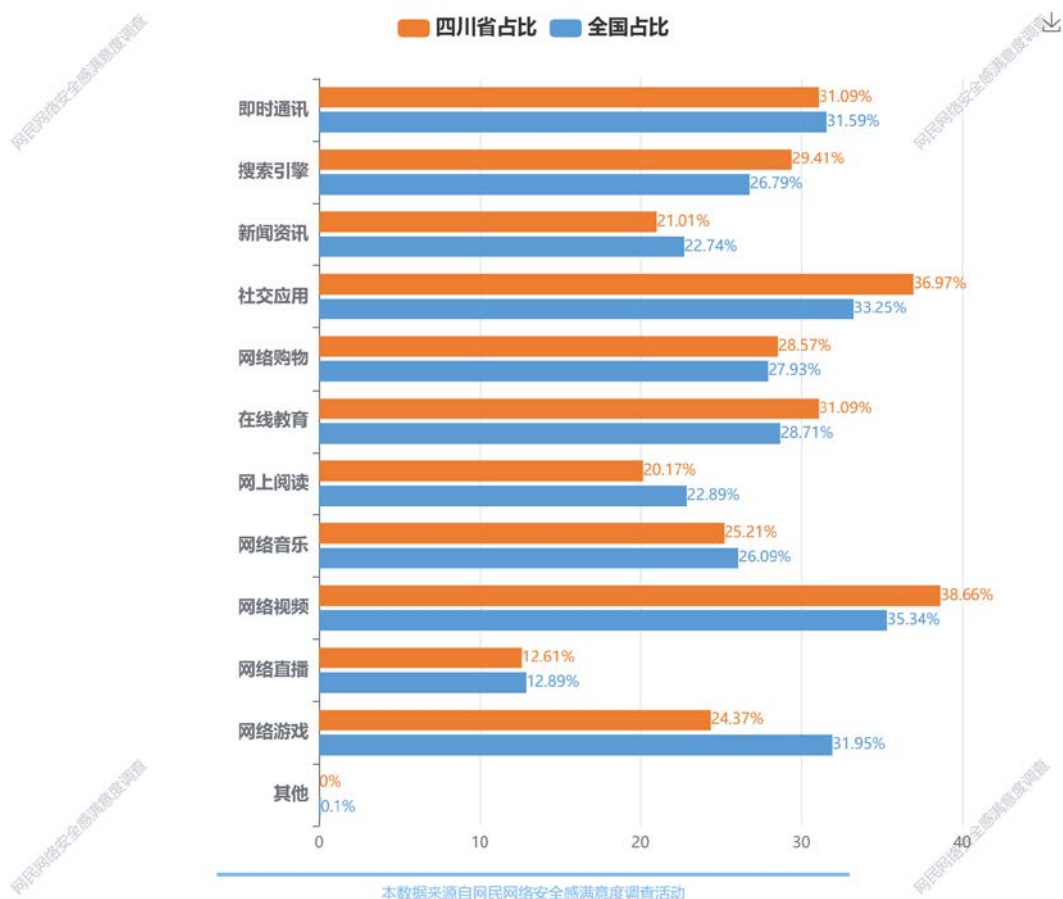


图表 191：未成年人日均上网时长

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 2.1 题：您家中的未成年人平均每日上网时长是多少小时？）

（4）未成年人常用的网络应用服务

参与调查的公众网民对未成年人常用网络应用服务的情况：排第一位是网络视频（渗透率 38.66%）；第二位是社交应用（渗透率 36.97%）；第三位是即时通讯（渗透率 31.09%）；第四位是在线教育渗透率（31.09%）；第五位是搜索引擎（渗透率 29.41%）；第六位是网络购物（渗透率 28.57%）。数据显示网络视频、社交应用、即时通讯、在线教育等应用是未成年人上网最普及使用的应用，搜索引擎和网络购物在未成年人中也有一定的使用率。与全国数据相比，表示新闻资讯的比例要低 1.73 个百分点，表示搜索引擎比例要高 2.62 个百分点。

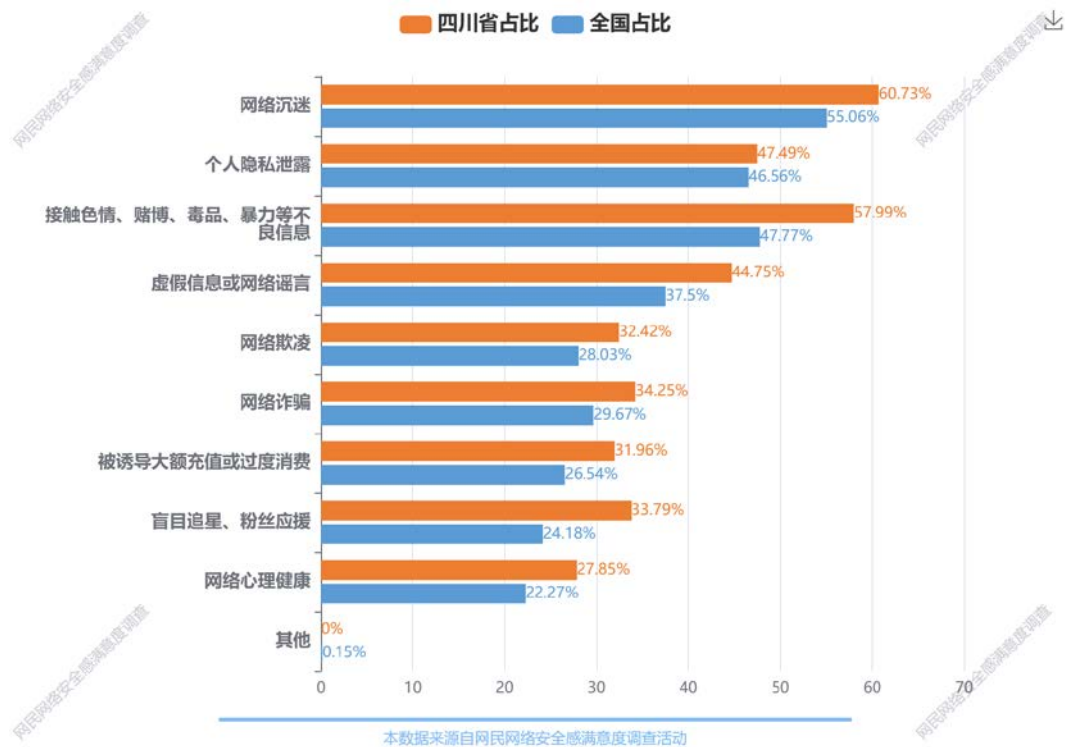


图表 192：未成年人常用的网络应用服务

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 2.2 题：您家中的未成年人经常使用哪些网络应用服务？（多选））

（5）未成年人上网风险

参与调查的公众网民对家中未成年人在网络空间中面临的主要风险为：排第一位是网络沉迷（选择率 60.73%）；第二位是接触色情、赌博、毒品、暴力等不良信息（选择率 57.99%）；第三位是个人隐私泄露（选择率 47.49%）；第四位是虚假信息或网络谣言（选择率 44.75%）；第五位是网络诈骗（选择率 34.25%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



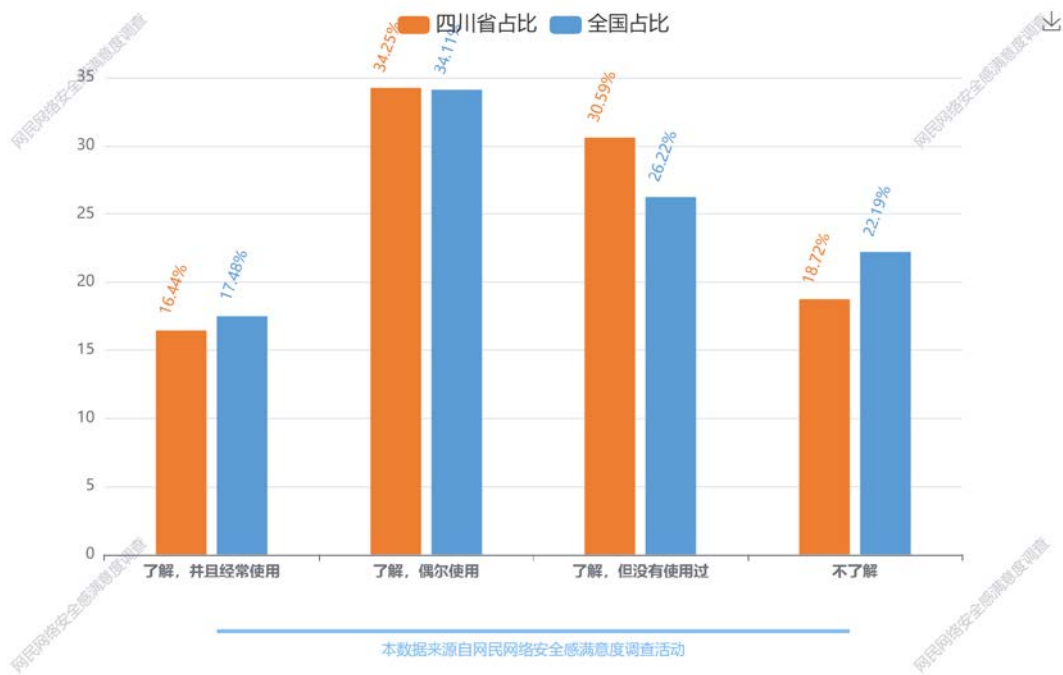
图表 193：未成年人上网风险

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 3 题：您认为未成年人在网络空间中面临的主要风险是什么？（多选））

二、网络沉迷治理

（6）移动互联网未成年人模式的了解及使用状况

参与调查的网民对网络应用服务中移动互联网未成年人模式的了解及使用情况：**81.28%**的网民表示了解该模式，其中**16.44%**的网民了解并经常使用，**34.25%**的网民了解并偶尔使用，**30.59%**的网民了解但没有使用过。不了解的网民占比**18.72%**。与全国数据相比，表示了解，并且经常使用的比例要低**1.04**个百分点，表示了解，但没有使用过比例要高**4.37**个百分点。

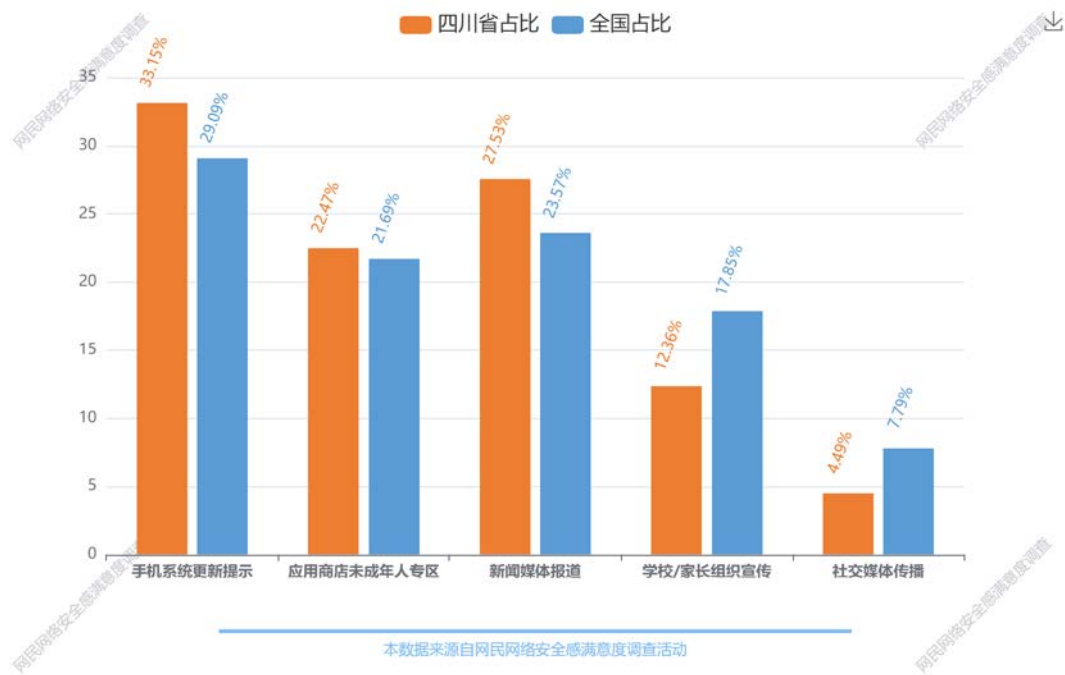


图表 194：移动互联网未成年人模式的了解及使用情况

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 4 题：您是否了解或使用过移动互联网未成年人模式？）

（7）了解移动互联网未成年人模式的渠道

参与调查的公众网民通过对移动互联网未成年人模式的获取方式为：**33.15%** 公众网民选择手机系统更新提示，**27.53%**表示新闻媒体报道，**22.47%**表示应用商店未成年人专区，**12.36%**公众网民表示学校/家长组织宣传。与全国数据相比，表示学校/家长组织宣传的比例要低 **5.49** 个百分点，表示手机系统更新提示比例要高 **4.06** 个百分点。

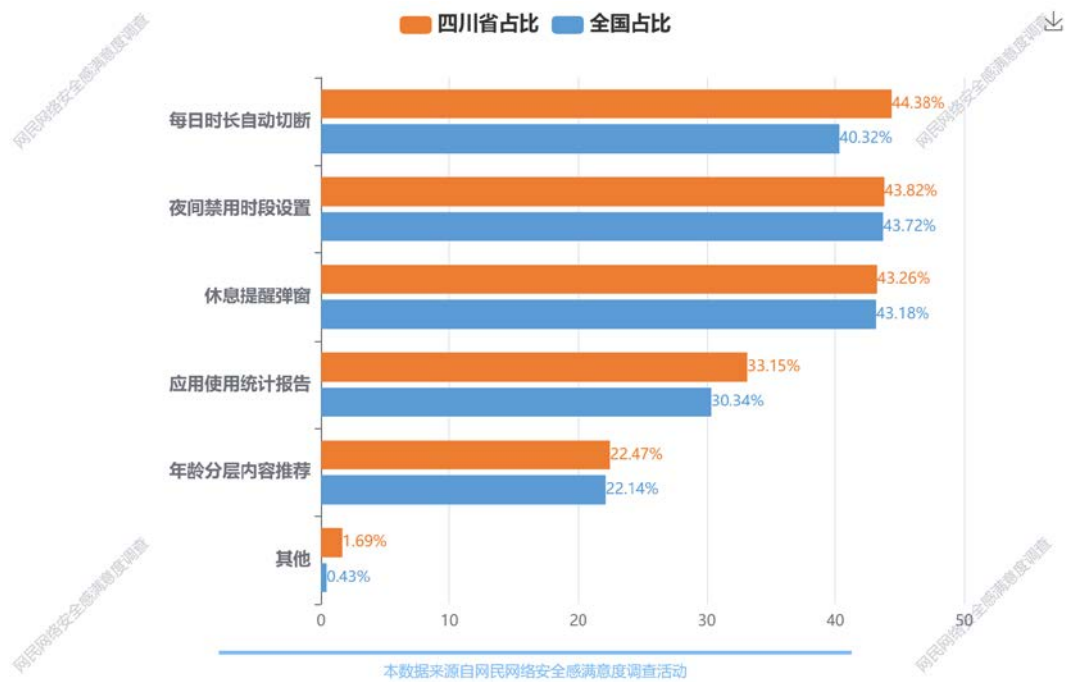


图表 195：了解移动互联网未成年人模式的渠道

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 4.1 题：您是通过什么渠道了解移动互联网未成年人模式的？）

（8）移动互联网未成年人模式的常用性

参与调查的公众网民在使用应用移动互联网未成年人模式时，**44.38%**网民常用每日时长自动切断功能；**43.82%**的网民常用夜间禁用时段设置功能；**43.26%**的网民常用休息提醒弹窗功能；**33.15%**网民常用应用使用统计报告功能；**22.47%**网民常用年龄分层内容推荐功能。相较于全国数据，本题的排名完全一致。



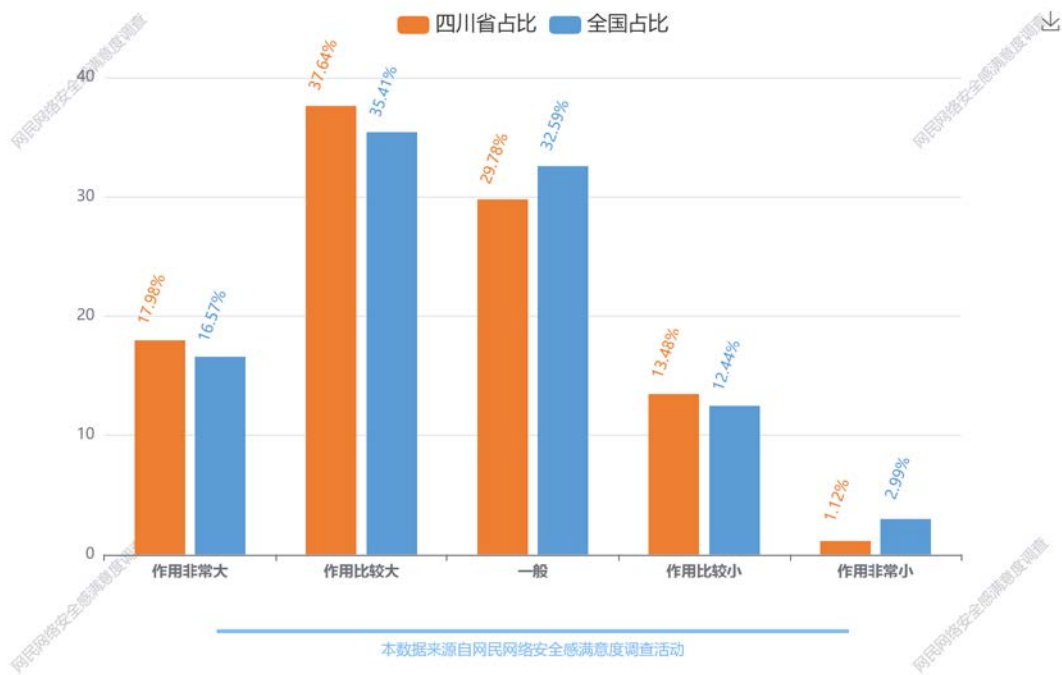
图表 196：移动互联网未成年人模式的常用性

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 4.2 题：您在应用移动互联网未成年人模式时，最常使用以下哪些功能？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（9）移动互联网未成年人模式家长管控功能的实用性

参与调查的公众网民认为应用互联网未成年人模式家长管控功能的实用性为：17.98%公众网民认为作用非常大；37.64%网民认为作用比较大；有 29.78%网民认为一般；有 13.48%网民认为作用比较小；1.12%网民认为作用非常小。与全国数据相比，表示一般的比例要低 2.81 个百分点，表示作用非常大比例要高 1.41 个百分点。

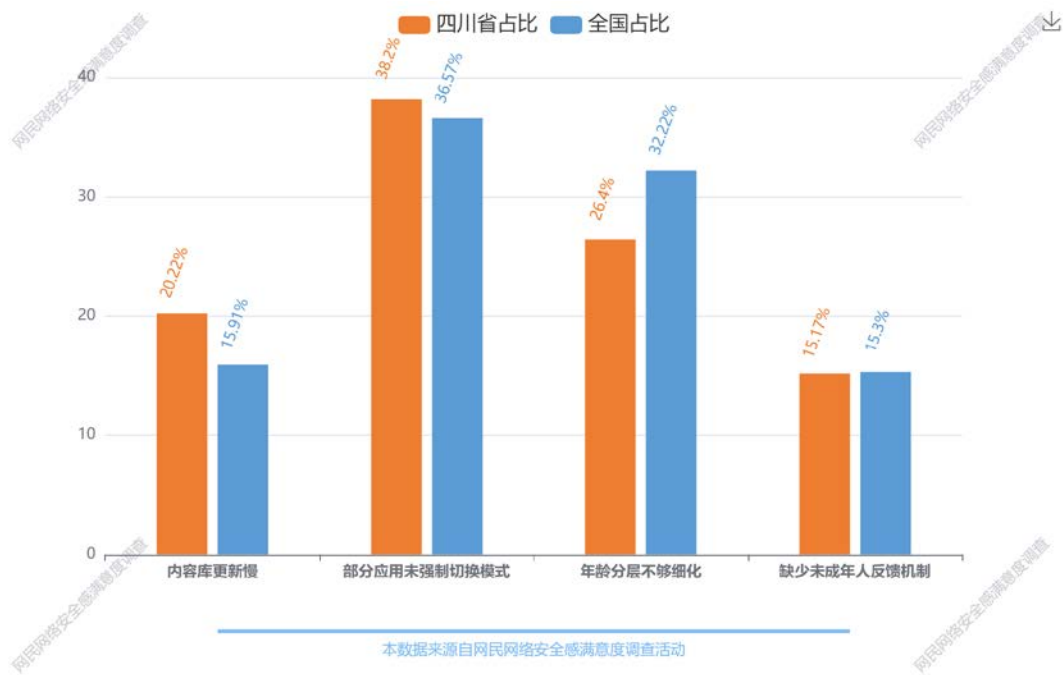


图表 197：移动互联网未成年人模式家长管控功能的实用性

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 4.3 题：您认为该模式家长管控功能是否实用？）

（10）移动互联网未成年人模式不足原因

参与调查的公众网民认为移动互联网未成年人模式不足原因：20.22%公众网民认为内容库更新慢；38.2%网民认为部分应用未强制切换模式；有 26.4%网民认为年龄分层不够细化；有 15.17%网民认为缺少未成年人反馈机制。相较于全国数据，除内容库更新慢和部分应用未强制切换模式比全国数据分别高出 4.31 个百分点、1.63 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

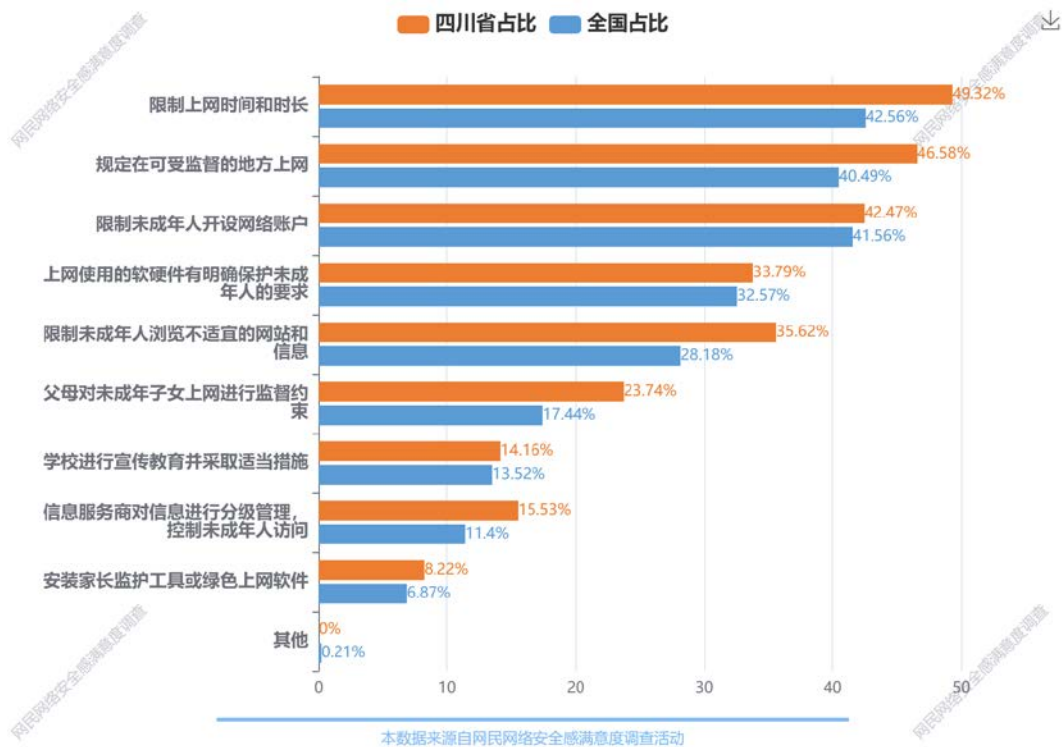


图表 198：移动互联网未成年人模式不足原因

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 4.4 题：您认为当前模式的主要不足是？）

（11）网民对防止未成年人网络沉迷措施有效性评价

参与调查的公众网民对防止未成年人网络沉迷措施有效性评价：第一位是限制上网时间和时长（选择率 49.32%）；第二位是规定在可受监督的地方上网（选择率 46.58%）；第三位是限制未成年人开设网络账户（选择率 42.47%）；第四位是限制未成年人浏览不适宜的网站和信息（选择率 35.62%）；第五位是上网使用的软硬件有明确保护未成年人的要求（选择率 33.79%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。



图表 199：网民对防止未成年人网络沉迷措施有效性评价

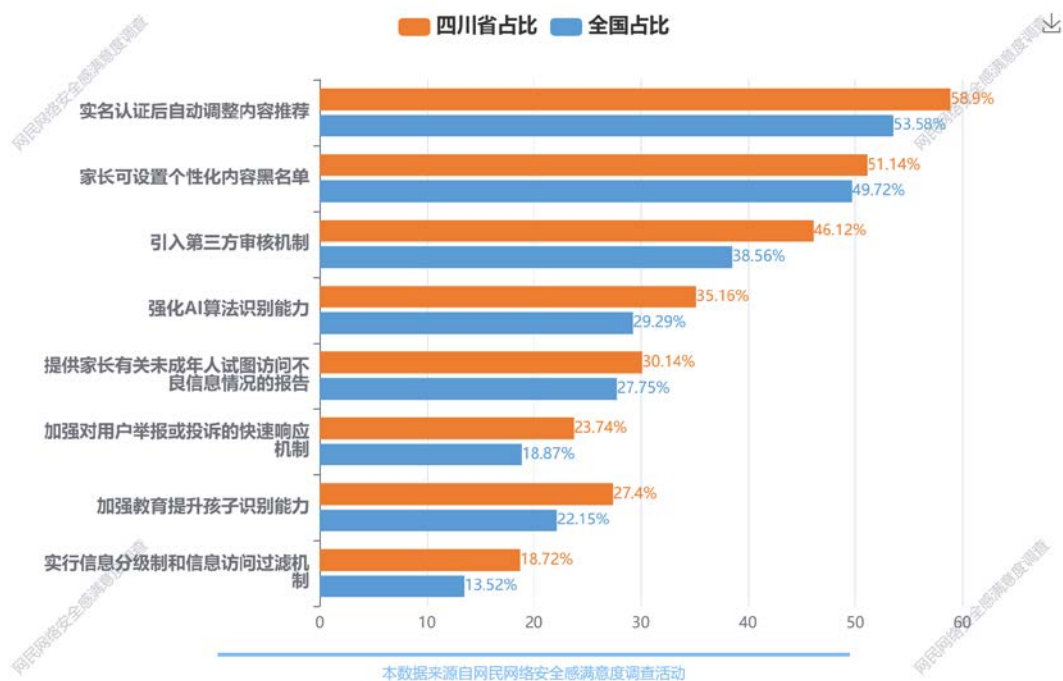
（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 5 题：您认为哪些防止未成年人网络沉迷的措施比较有效？（多选，限选 4 项））

三、网络不良影响

（3.1）不良信息治理

（12）未成年人接触不良信息的措施

参与调查的公众网民认为网络平台在防止未成年人接触不良信息方面需加强的措施为：58.9%公众网民表示实名认证后自动调整内容推荐；51.14%网民表示家长可设置个性化内容黑名单；有 46.12%网民表示引入第三方审核机制；有 35.16%网民表示强化 AI 算法识别能力；30.14%网民表示提供家长有关未成年人试图访问不良信息情况的报告。相较于全国数据，排名基本一致。



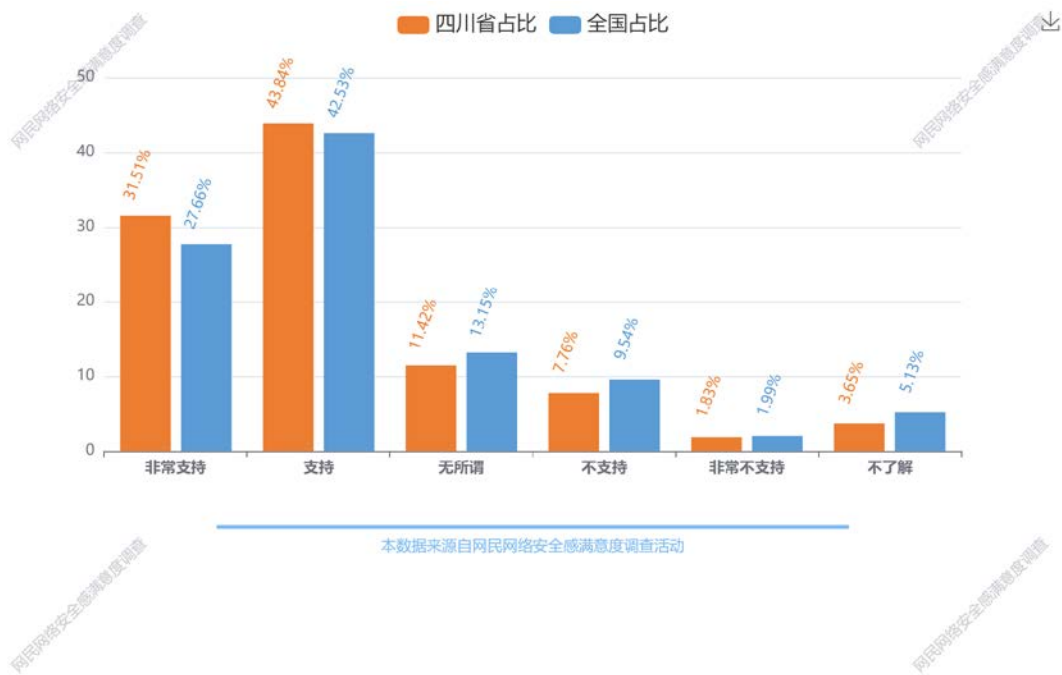
图表 200：未成年人接触不良信息的措施

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 6 题：您认为网络平台在防止未成年人接触不良信息方面需加强的措施？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（13）网络信息分级制度的支持度

参与调查的公众网民对保护未成年人免受不良信息的影响的网络信息分级制度支持度：31.51%公众网民表示非常支持；43.84%网民表示支持；有 11.42%网民表示无所谓；有 7.76%网民表示不支持；1.83%网民表示非常不支持。仅 3.65%网民表示不了解。相较于全国数据，无所谓、不支持、不了解分别比全国数据低 1.73、1.78、1.48 个百分点。

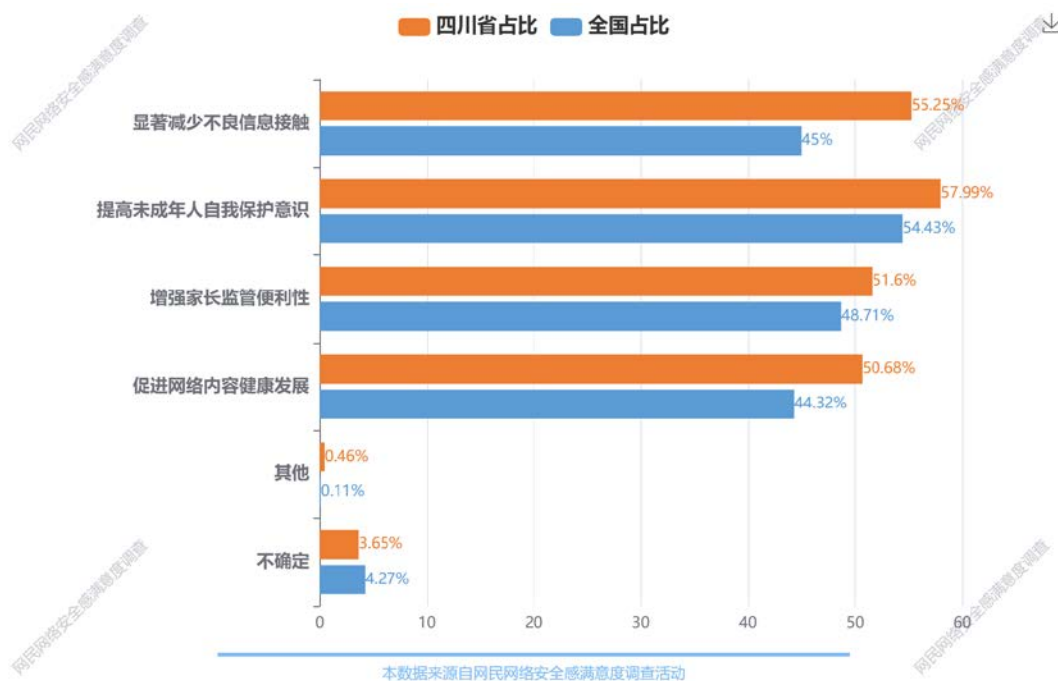


图表 201：网络信息分级制度的支持度

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 6.1 题：您是否支持网络信息分级制度，以保护未成年人免受不良信息的影响？）

（14）网络信息分级制度的好处

参与调查的公众网民认为网络信息分级制度的好处为：提高未成年人自我保护意识（选择率 57.99%）；显著减少不良信息接触（选择率 55.25%）；增强家长监管便利性（选择率 51.6%）；促进网络内容健康发展（选择率 50.68%）；而不确定（选择率 3.65%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

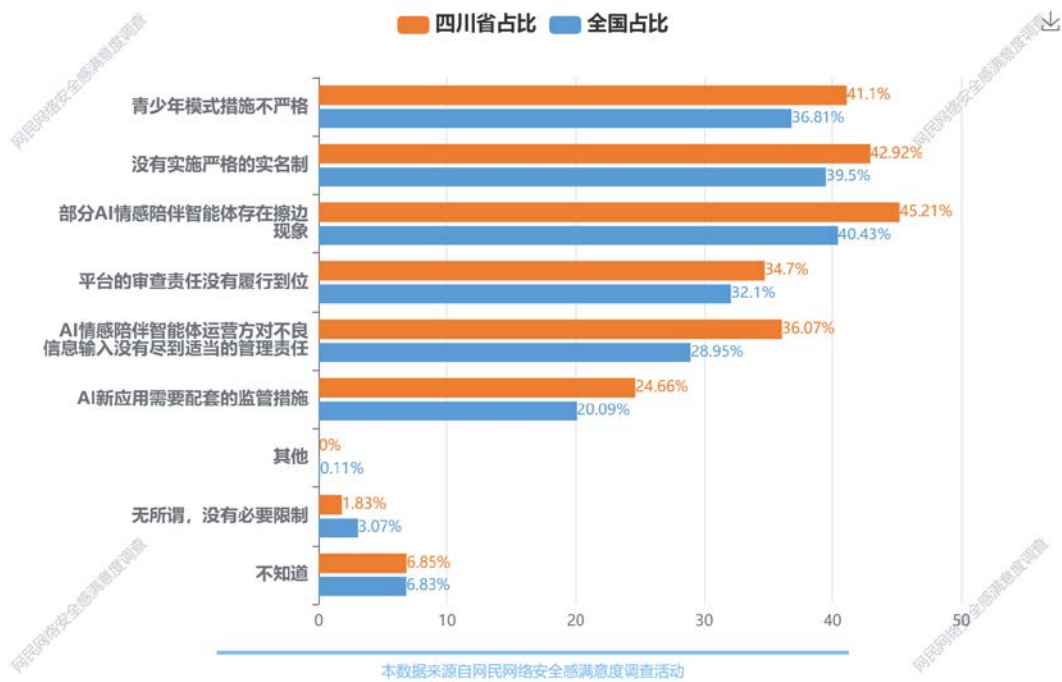


图表 202：网络信息分级制度的好处

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 6.2 题：您认为网络信息分级制度的好处有？（多选））

（15）未成年人使用 AI 情感陪伴智能体的看法

参与调查的公众网民对未成年人使用 AI 情感陪伴智能体的看法：**41.1%**公众网民表示青少年模式措施不严格；**42.92%**网民表示没有实施严格的实名制；有**45.21%**网民表示部分 AI 情感陪伴智能体存在擦边现象；有**34.7%**网民表示平台的审查责任没有履行到位；**36.07%**网民表示 AI 情感陪伴智能体运营方对不良信息输入没有尽到适当的管理责任。与全国数据相比，表示无所谓，没有必要限制的比例要低**1.24**个百分点，表示青少年模式措施不严格比例要高**4.29**个百分点。



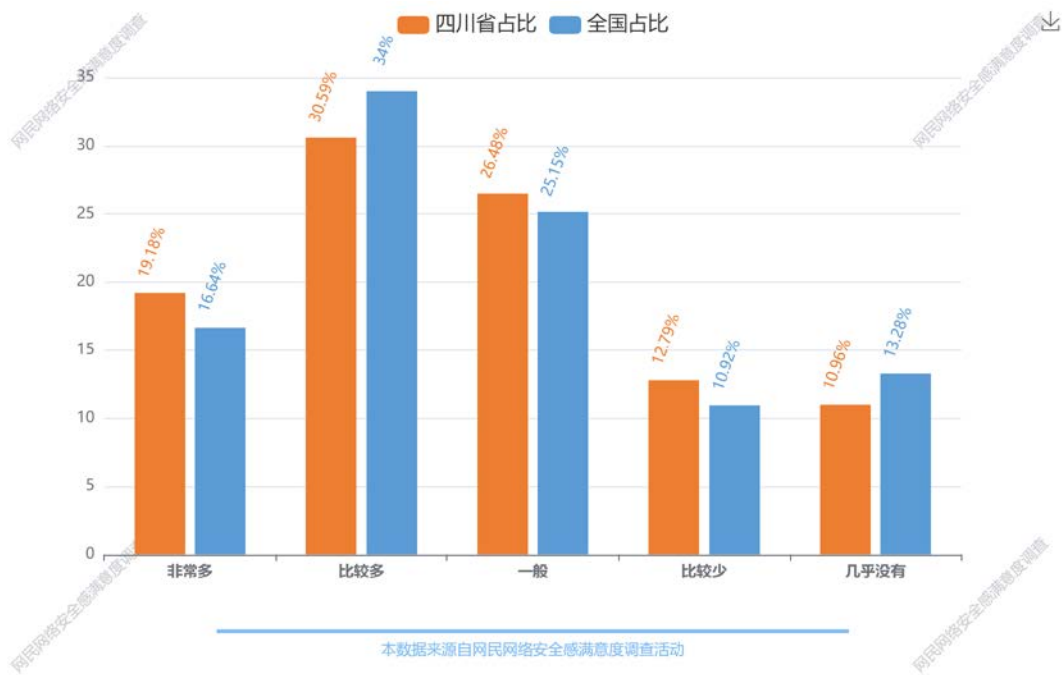
图表 203：未成年人使用 AI 情感陪伴智能体的看法

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 7 题：您对未成年人使用 AI 情感陪伴智能体有何看法？（多选））

（3.2）网络情绪影响

（16）未成年人心理或情绪问题状况

参与调查的公众网民对身边未成年人出现网络沉迷、厌学、情绪障碍、抑郁等状况：19.18%公众网民认为非常多，30.59%的网民认为比较多。26.48%网民认为一般。12.79%认为比较少，10.96%认为几乎没有。与全国数据相比，表示比较多的比例要低 3.41 个百分点，表示非常多比例要高 2.54 个百分点。



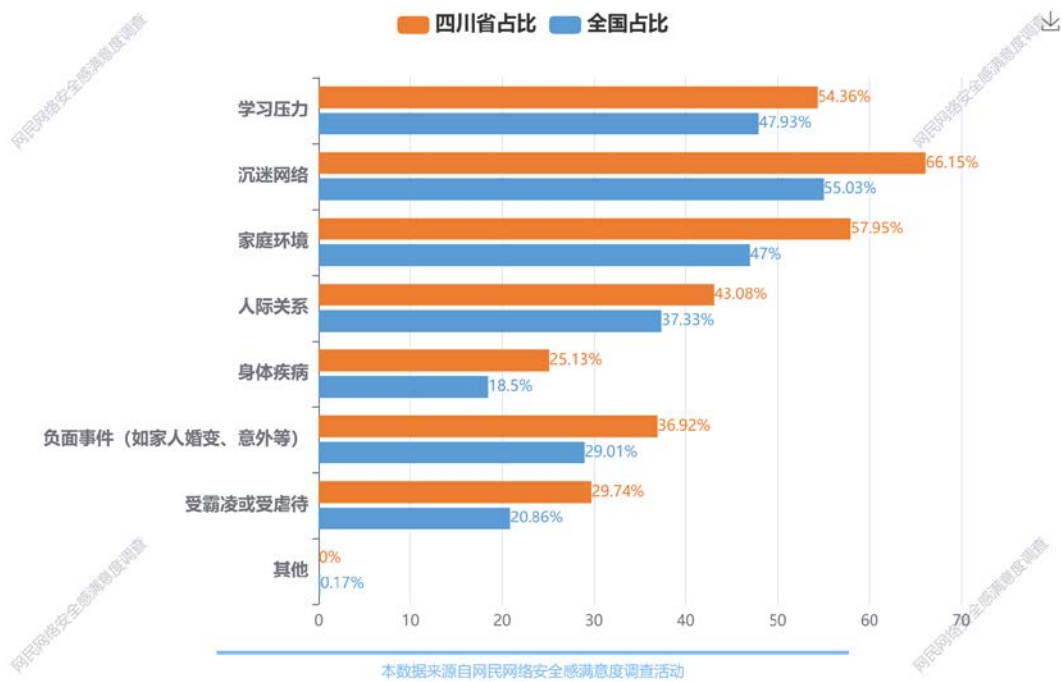
图表 204：未成年人心理或情绪问题状况

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 8 题：您身边的未成年人出现网络沉迷、厌学、情绪障碍、抑郁等状况多吗？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（17）未成年人心理或情绪问题产生因素

参与调查的公众网民认为导致未成年人心理或情绪问题产生因素：54.36%公众网民表示学习压力；66.15%网民表示沉迷网络；有 57.95%网民表示家庭环境；有 43.08%网民表示人际关系；25.13%网民表示身体疾病。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



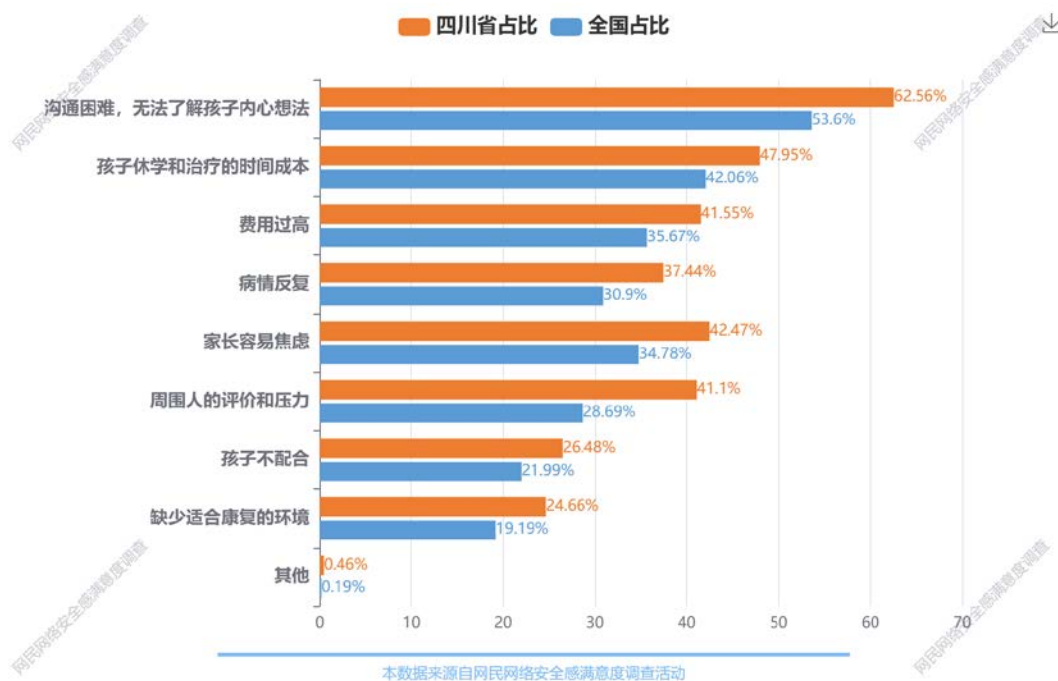
图表 205：未成年人心理或情绪问题产生因素

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 8.1 题：您认为导致未成年人出现心理或情绪问题的因素有哪些？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（18）未成年人心理情绪问题康复困难点

参与调查的公众网民认为未成年人心理情绪问题康复过程中，有以下比较困难点：第一位是沟通困难，无法了解孩子内心想法（选择率 62.56%）；第二位是孩子休学和治疗的时间成本（选择率 47.95%）；第三位是家长容易焦虑（选择率 42.47%）；第四位是费用过高（选择率 41.55%）；第五位是周围人的评价和压力（选择率 41.1%）。与全国数据排序一致。



图表 206：未成年人心理情绪问题康复困难点

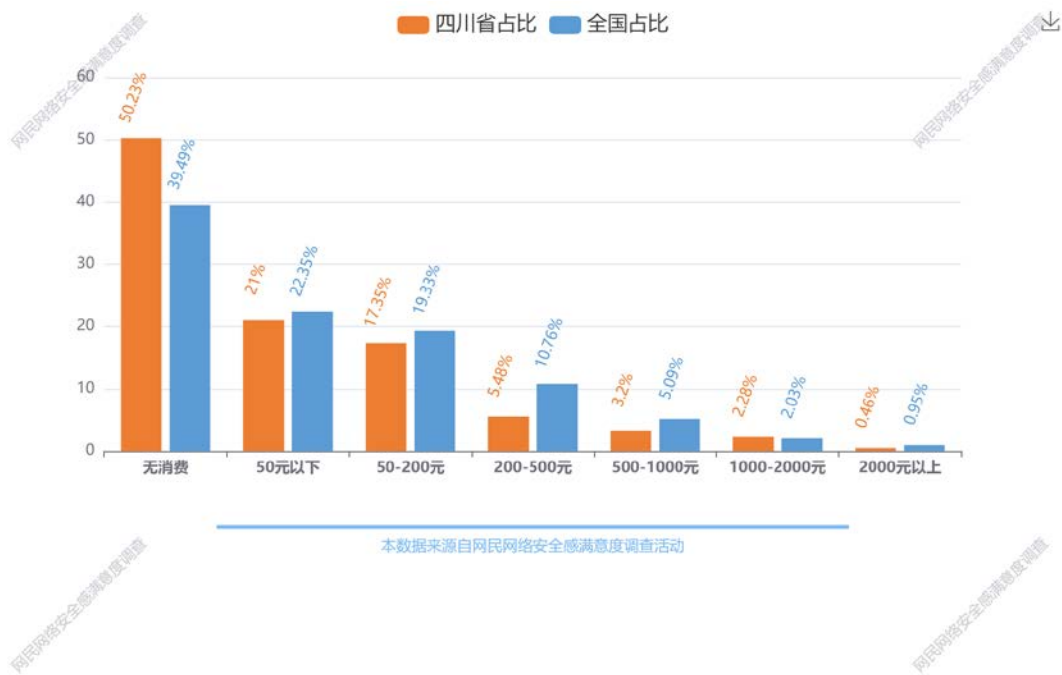
（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 8.2 题：您认为未成年人心理情绪问题康复过程中，下列哪些问题比较困难？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

四、网络消费保护

（19）未成年人网络游戏消费支出

参与调查的公众网民表示家中未成年人每月在网络游戏中的大约消费金额为：21%每月上网费用在 50 元以下；17.35%每月上网费用在 50 元—200 元；5.48%每月上网费用在 200 元—500 元；3.2%每月上网费用在 500 元—1000 元；2.28%每月上网费用在 1000 元—2000 元。而 50.23%表示无消费。相较于全国数据，50 元以下、50-200 元、500-1000 元分别比全国数据低 1.35、1.98、1.89 个百分点。

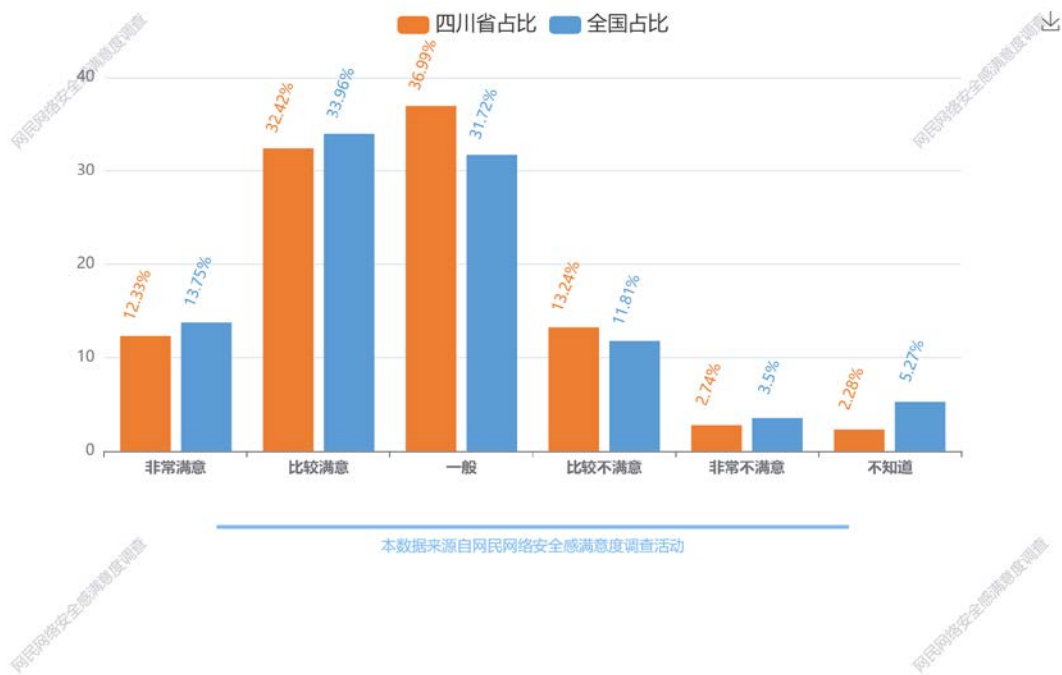


图表 207：未成年人网络游戏消费支出

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 9 题：您家中未成年人每月在网络游戏中的消费金额大约是多少？）

（20）打击诱导未成年人消费措施成效

参与调查的公众网民对目前打击诱导未成年消费的措施成效为：认为满意以上的占 44.75%，其中 12.33% 公众网民认为非常满意，32.42% 认为比较满意。36.99% 认为一般。15.98% 认为比较不满意或非常不满意，其中 13.24% 认为比较不满意，2.74% 认为非常不满意。有 2.28% 的网民表示不知道。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.42 个百分点，表示一般比例要高 5.27 个百分点。

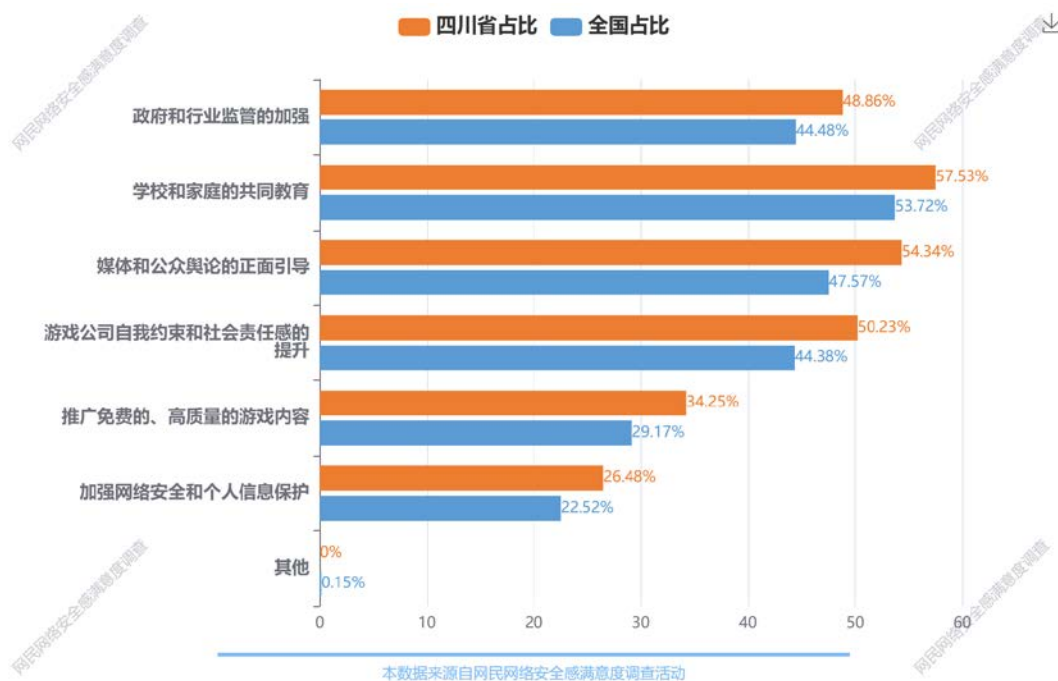


图表 208：打击诱导未成年人消费措施成效

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 9.1 题：您对目前打击诱导未成年人消费的措施如何评价？）

（21）减少未成年人网络游戏消费的外部因素

参与调查的公众网民认为以下外部因素有助于减少未成年人在网络游戏的不合理消费：第一位是学校和家庭的共同教育（选择率 57.53%）；第二位是媒体和公众舆论的正面引导（选择率 54.34%）；第三位是游戏公司自我约束和社会责任感的提升（选择率 50.23%）；第四位是政府和行业监管的加强（选择率 48.86%）；第五位是推广免费的、高质量的游戏内容（选择率 34.25%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。



图表 209：减少未成年人网络游戏消费的外部因素

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 9.2 题：你认为哪些外部因素有助于减少未成年人在网络游戏的不合理消费？）

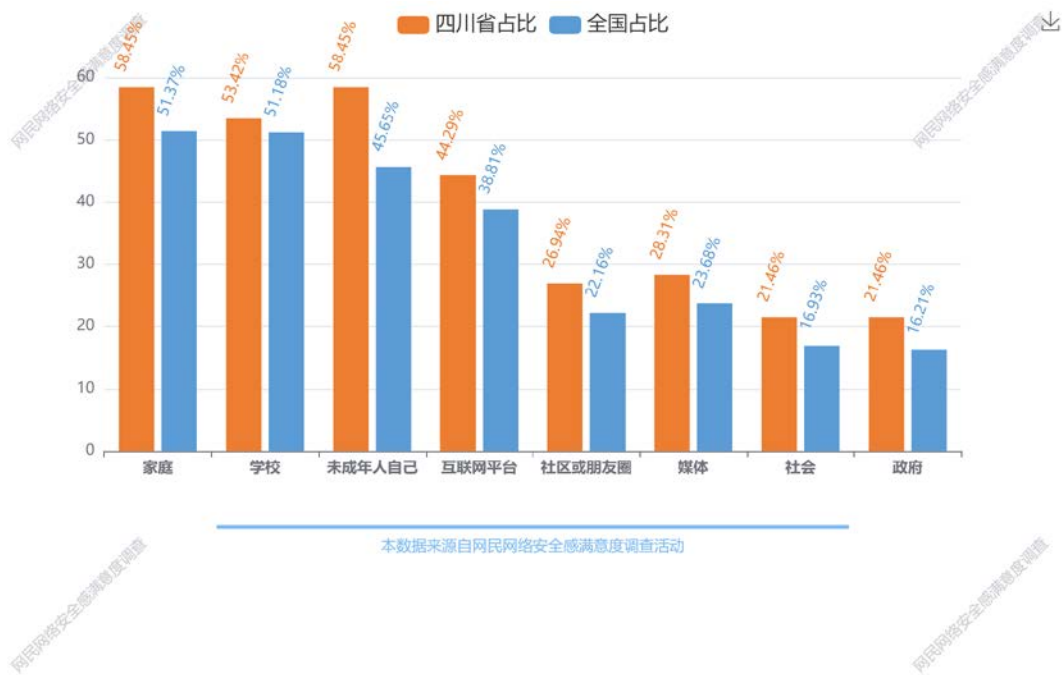
广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

五、网络素养教育

（22）对引导未成年人健康上网起主要作用的角色

参与调查的公众网民对引导未成年人健康上网起主要作用的角色排序：排第一位是家庭（选择率 58.45%）、第二位是未成年人自己（选择率 58.45%）、第三位是学校（选择率 53.42%）、第四位是互联网平台（选择率 44.29%），第五位是媒体（选择率 28.31%），第六、七、八位是社区或朋友圈、社会、政府，选择率分别为 26.94%、21.46%、21.46%。

数据显示公众网民认为引导未成年人上网责任方面家庭是第一位，其次是未成年人自己和学校，互联网平台。各选项数据接近于全国数据。



图表 210：对引导未成年人健康上网起主要作用的角色

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 10 题：在引导未成年人健康上网方面，你认为以下哪方应扮演主要角色？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（23）未成年人安全健康上网教育

参与调查的公众网民对未成年人安全健康上网教育：45.66%网民认为注意识别网络诈骗；44.75%网民认为避免在社交网站发布个人信息；56.16%网民认为不在网络上随意加陌生人好友；51.14%网民认为避免浏览不良内容；35.62%网民认为避免在网络上过度消费；35.16%网民认为不在网络上辱骂他人，使用网络文明用语。与全国数据相比，表示对不良内容进行举报的比例要低 1.16 个百分点，表示注意识别网络诈骗比例要高 4.0 个百分点。

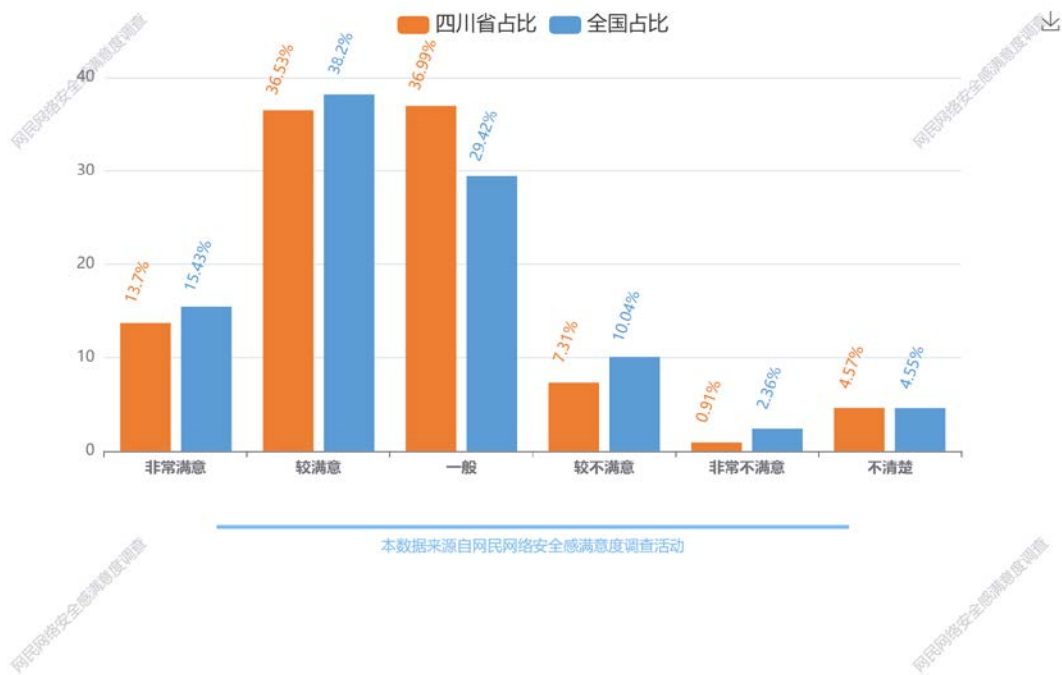


图表 211：未成年人安全健康上网教育

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 11 题：您平常对家中的未成年人有过以下哪些安全健康上网的教育？（多选））

（24）未成年人网络权益保护宣传/网络素养教育课程等工作的评价

参与调查的公众网民对本地学校/社区开展的未成年人网络权益保护宣传/网络素养教育课程等相关工作的评价：认为满意以上的占 50.23%，其中 13.7% 公众网民认为非常满意，36.53% 认为较满意。36.99% 认为一般。8.22% 认为较不满意或非常不满意，其中 7.31% 认为较不满意，0.91% 认为非常不满意。有 4.57% 的网民表示未听过，不清楚。相较于全国数据，非常满意、较满意、非常不满意分别比全国数据低 1.73、1.67、1.45 个百分点。



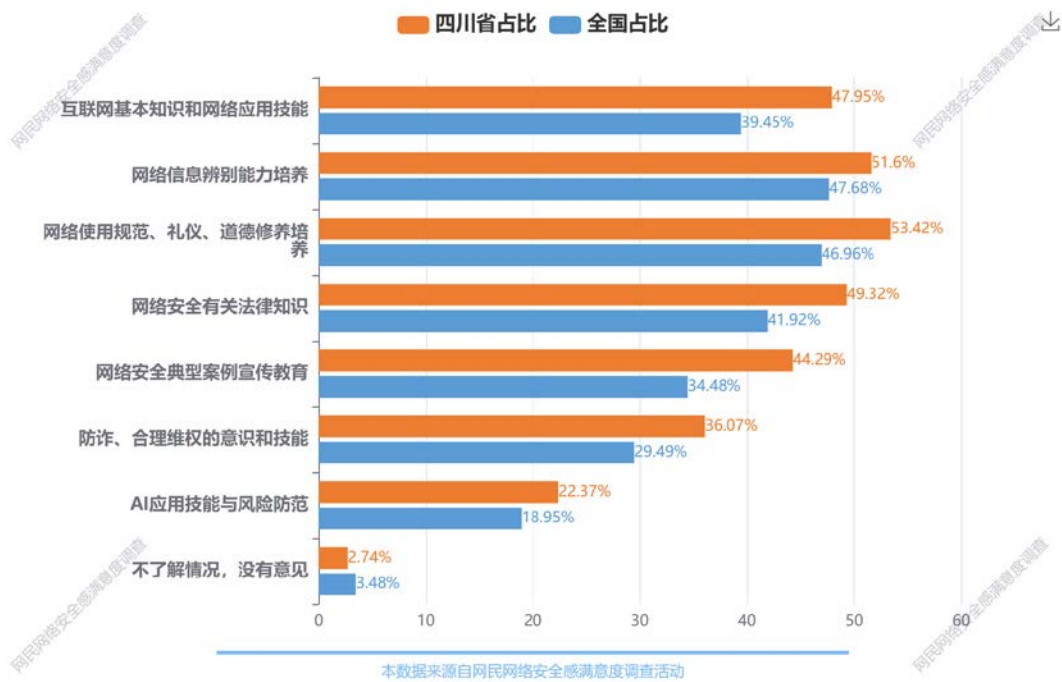
图表 212：未成年人网络权益保护宣传/网络素养教育课程等工作的评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 12 题：您对本地学校/社区开展的未成年人网络权益保护宣传/网络素养教育课程的相关工作评价如何？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（25）网络素养教育课程的建议

参与调查的公众网民对网络素养教育课程需要加强的部分：排第一位是网络使用规范、礼仪、道德修养培养（选择率 53.42%）、第二位是网络信息辨别能力培养（选择率 51.6%）、第三位是网络安全有关法律知识（选择率 49.32%）、第四位是互联网基本知识和网络应用技能（选择率 47.95%），第五位是网络安全典型案例宣传教育（选择率 44.29%），第六位是防诈、合理维权的意识和技能（选择率 36.07%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



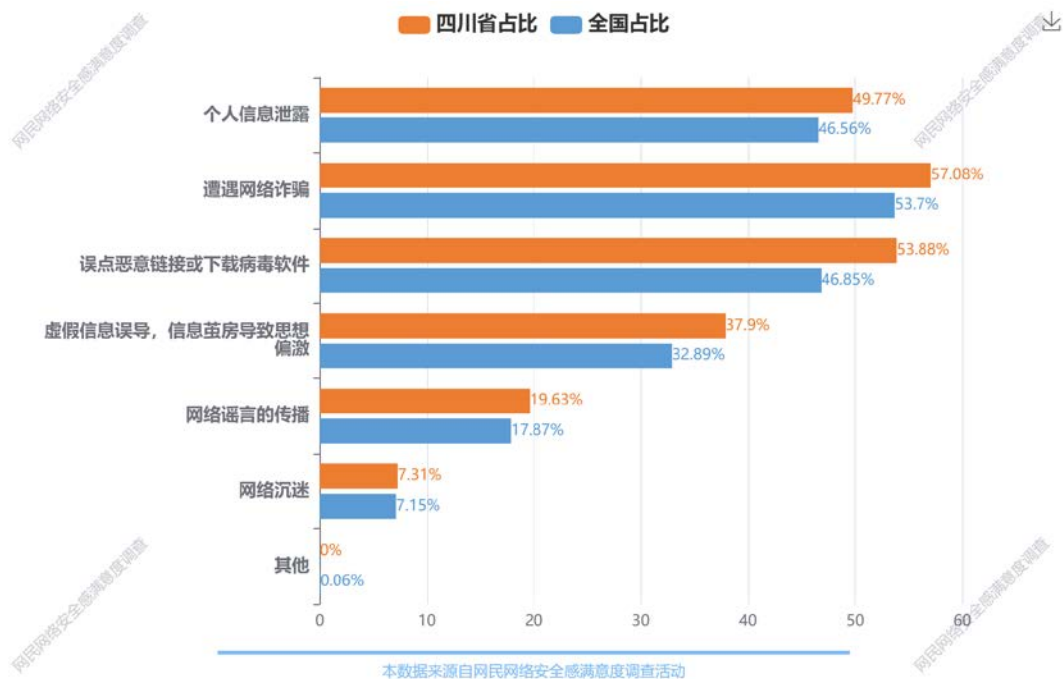
图表 213：网络素养教育课程的建议

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 13 题：您认为网络素养教育课程应加强哪些方面的内容？（多选））

六、数字鸿沟消除

（26）老年人网络权益保护的痛点问题

参与调查的公众网民对老年人网络权益保护的突出问题为：排第一位是遭遇网络诈骗（选择率 57.08%）、第二位是误点恶意链接或下载病毒软件（选择率 53.88%）、第三位是个人信息泄露（选择率 49.77%）、第四位是虚假信息误导，信息茧房导致思想偏激（选择率 37.9%），第五位是网络谣言的传播（选择率 19.63%）。各选项数据接近于全国数据。



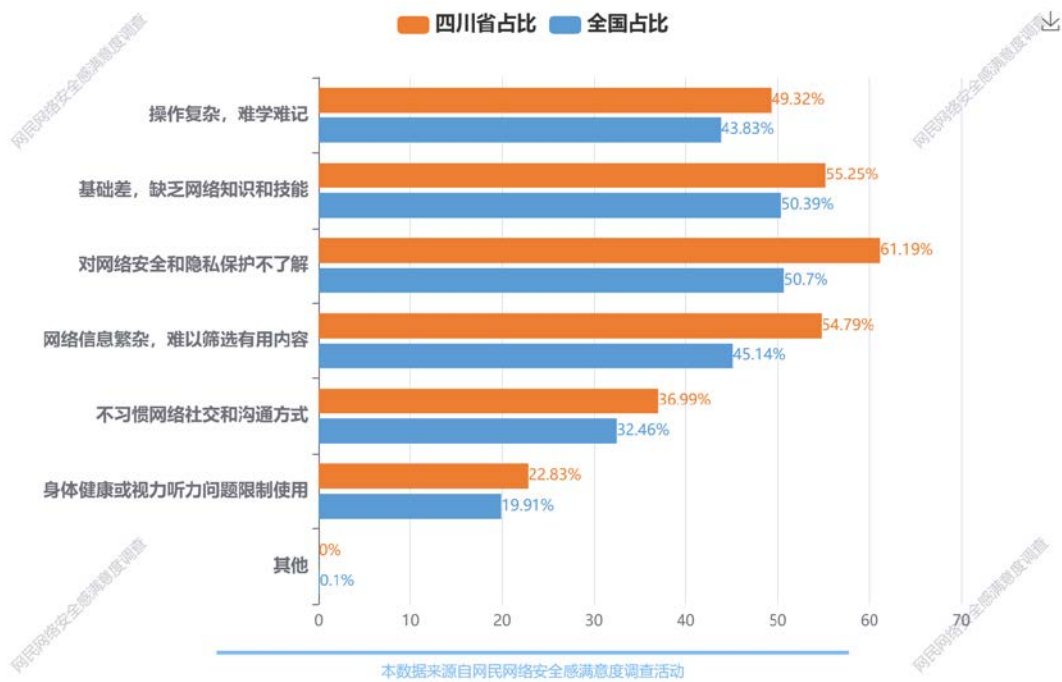
图表 214：老年人网络权益保护的痛点问题

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 14 题：您认为老年人网络权益保护较突出的问题是哪些？（多选，最多 3 个））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（27）老人使用互联网感到困难的原因

参与调查的公众网民对老人使用互联网感到困难为：排第一位是对网络安全和隐私保护不了解（选择率 61.19%）；第二位是基础差，缺乏网络知识和技能（选择率 55.25%）；第三位是网络信息繁杂，难以筛选有用内容（选择率 54.79%）；第四位是操作复杂，难学难记（选择率 49.32%）；第五位是不习惯网络社交和沟通方式（选择率 36.99%）。相较于全国数据，排名基本一致。



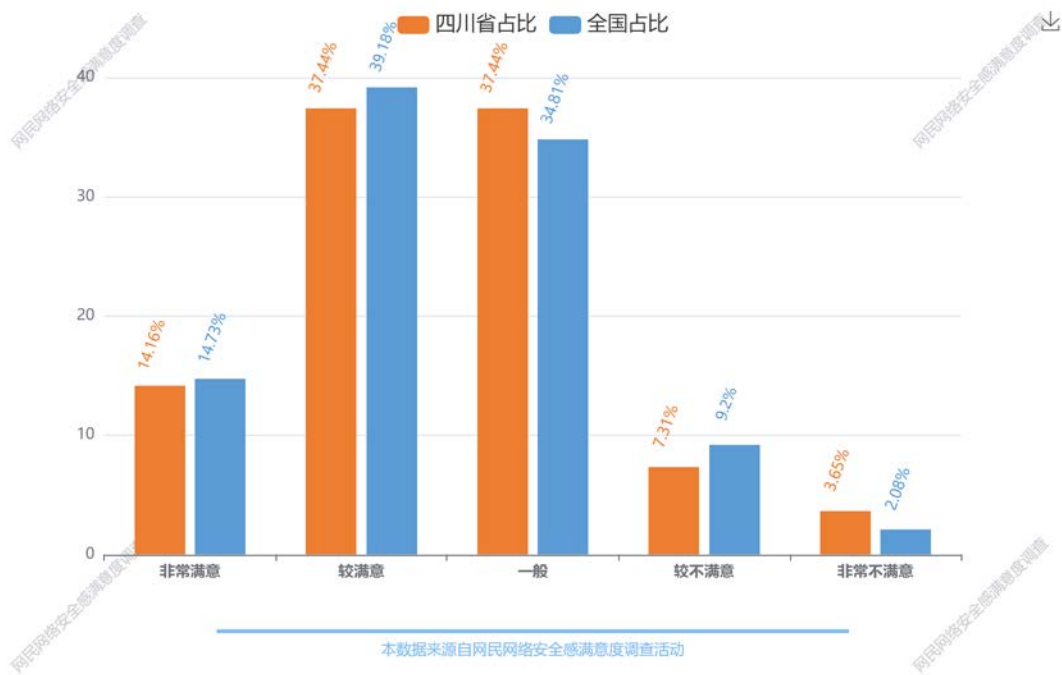
图表 215：老人使用互联网感到困难的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 15 题：如果您认为老人使用互联网感到困难的原因是什么？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（28）网络应用适老化改造效果满意度评价

参与调查的公众网民对网络应用适老化改造效果满意评价为：**14.16%**公众网民表示非常满意，**37.44%**网民表示较满意。**37.44%**网民表示一般。**7.31%**网民表示较不满意；**3.65%**网民表示非常不满意。数据显示表示较满意或非常满意的网民占 **51.60%**；表示较不满意或非常不满的只占 **10.96%**。与全国数据相比，表示较满意的比例要低 **1.74** 个百分点，表示一般比例要高 **2.63** 个百分点。

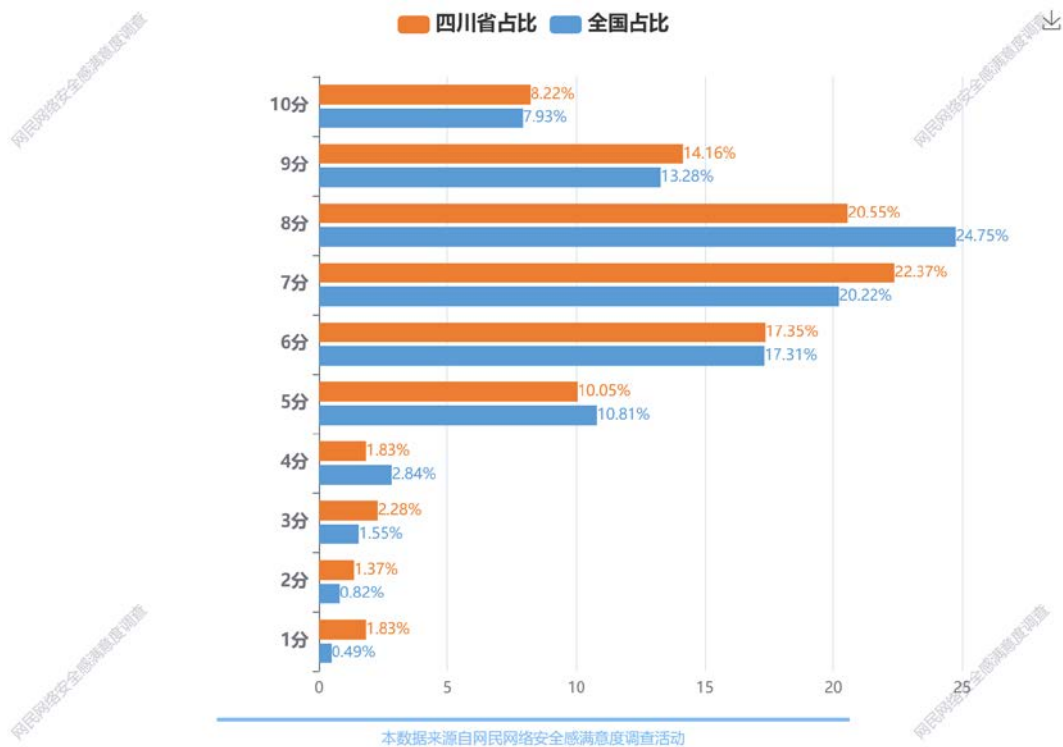


图表 216：网络应用适老化改造效果满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 16 题：您对目前网络应用适老化改造效果的满意度评价是？）

（29）网络应用适老化改造普及性评价

参与调查的公众网民对当前网络应用适老化改造普及性（应用率高）的满意度评价：满意以上的占 65.30%。其中 22.38% 公众网民认为非常满意，42.92% 认为较满意，27.40% 认为一般。而 7.31% 认为不满意。与全国数据相比，表示 8 分的比例要低 4.2 个百分点，表示 7 分比例要高 2.15 个百分点。

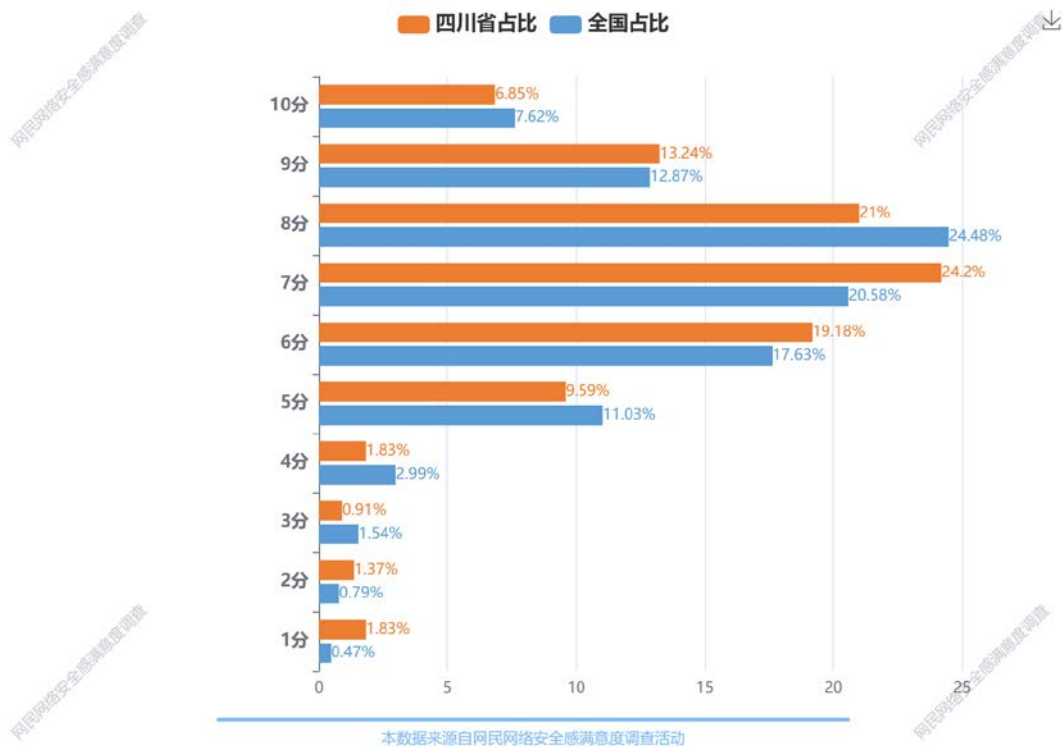


图表 217：网络应用适老化改造普及性评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 16.1 题 A. 普及性（应用率高）（评分范围 1- 10 分，最高 10 分，最低 1 分））

（30）网络应用适老化改造实用性评价

参与调查的公众网民对当前网络应用适老化改造实用性（易用好用）的满意度评价：满意以上的占 65.29%。其中 20.09% 公众网民认为非常满意，45.2% 认为较满意，28.77% 认为一般。而 5.94% 认为不满意。与全国数据相比，表示 8 分的比例要低 3.48 个百分点，表示 7 分比例要高 3.62 个百分点。

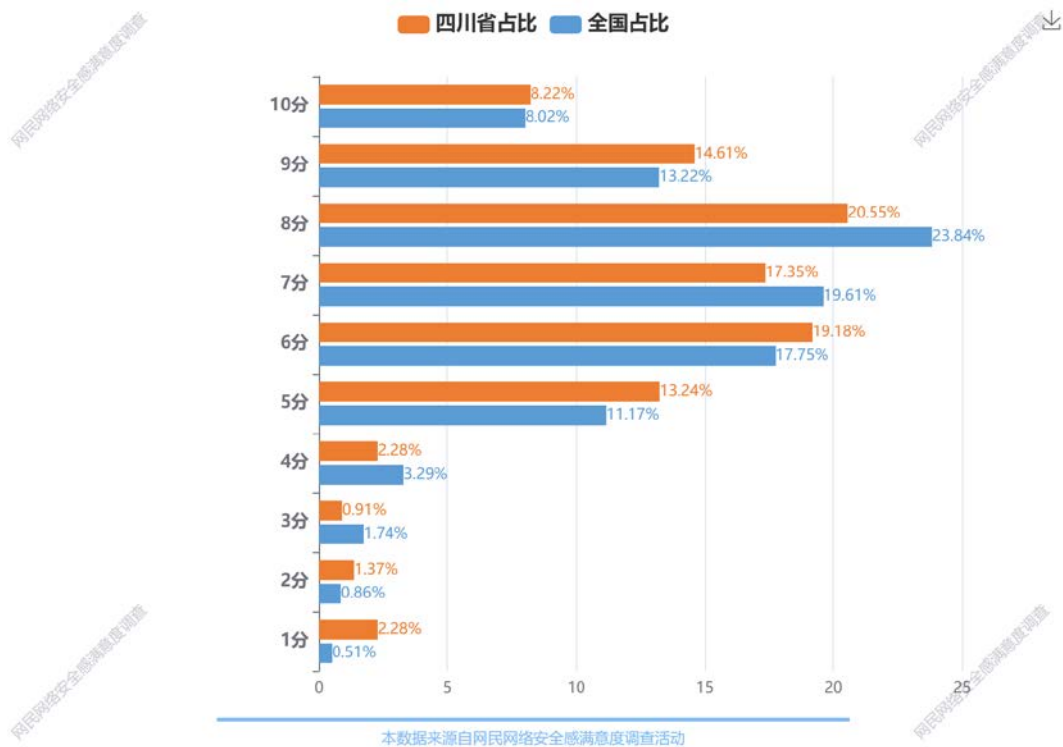


图表 218：网络应用适老化改造实用性评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 16.2 题 B. 实用性（易用好用）（评分范围 1- 10 分，最高 10 分，最低 1 分））

（31）网络应用适老化改造易学性评价

参与调查的公众网民对当前网络应用适老化改造易学性（易懂易记）的满意度评价：满意以上的占 60.73%。其中 22.83% 公众网民认为非常满意，37.90% 认为较满意，32.42% 认为一般。而 6.84% 认为不满意。与全国数据相比，表示 8 分的比例要低 3.29 个百分点，表示 9 分比例要高 1.39 个百分点。

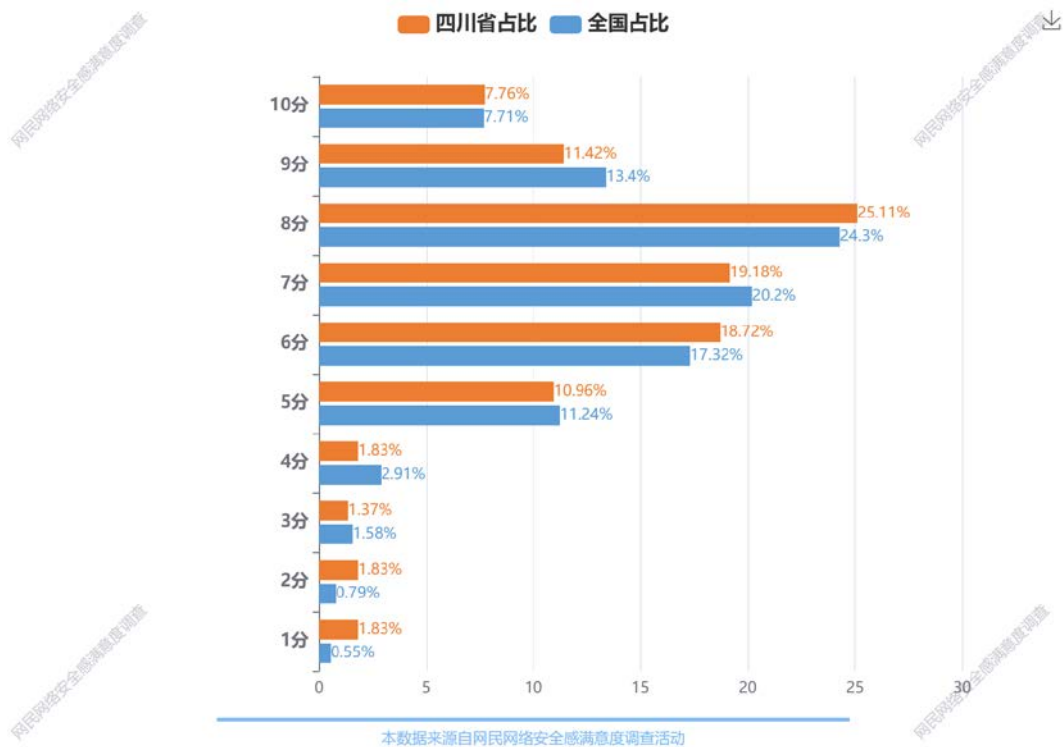


图表 219：网络应用适老化改造易学性评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 16.3 题 C. 易学性（易懂易记）（评分范围 1- 10 分，最高 10 分，最低 1 分））

（32）网络应用适老化改造通用性评价

参与调查的公众网民对当前网络应用适老化改造通用性（操作统一）的满意度评价：满意以上的占 63.47%。其中 19.18% 公众网民认为非常满意，44.29% 认为较满意，29.68% 认为一般。而 6.86% 认为不满意。相较于全国数据，9 分、7 分、4 分分别比全国数据低 1.98、1.02、1.08 个百分点。

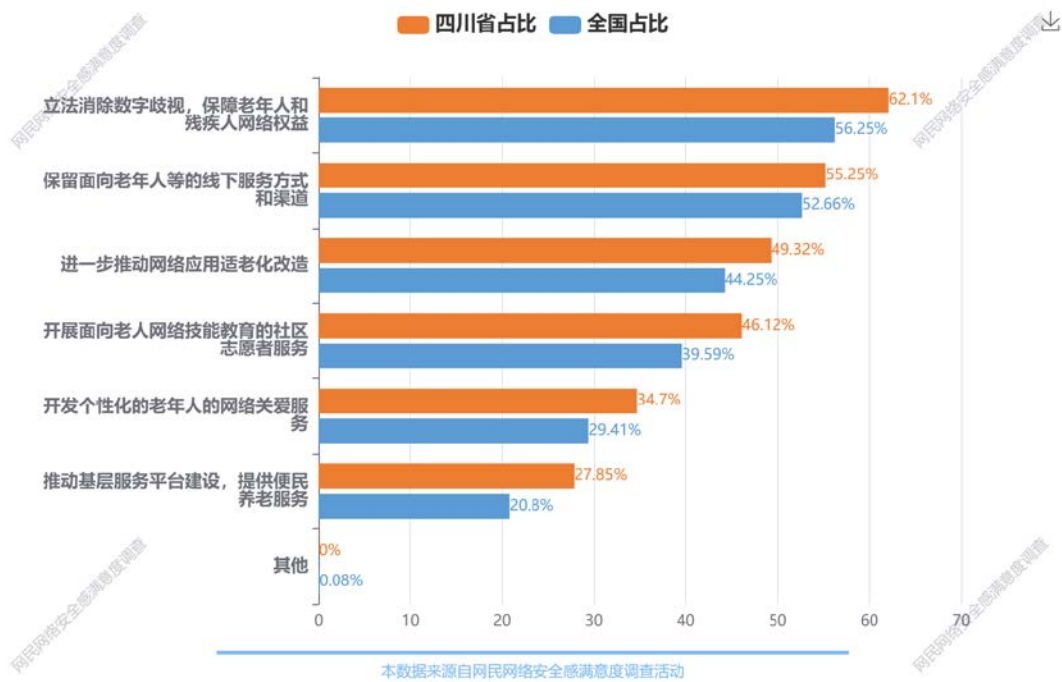


图表 220：网络应用适老化改造通用性评价

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 16.4 题 D. 通用性（操作统一）（评分范围 1- 10 分，最高 10 分，最低 1 分））

（33）老年人跨越数字鸿沟障碍的服务或措施

参与调查的公众网民对老年人最需要的服务或措施来跨越数字鸿沟障碍：排第一位是立法消除数字歧视，保障老年人和残疾人网络权益（选择率 62.1%）；第二位是保留面向老年人等的线下服务方式和渠道（选择率 55.25%）；第三位是进一步推动网络应用适老化改造（选择率 49.32%）；第四位是开展面向老人网络技能教育的社区志愿者服务（选择率 46.12%）；第五位是开发个性化的老年人的网络关爱服务（选择率 34.7%）。相较于全国数据，排名基本一致。



图表 221：老年人跨越数字鸿沟障碍的服务或措施

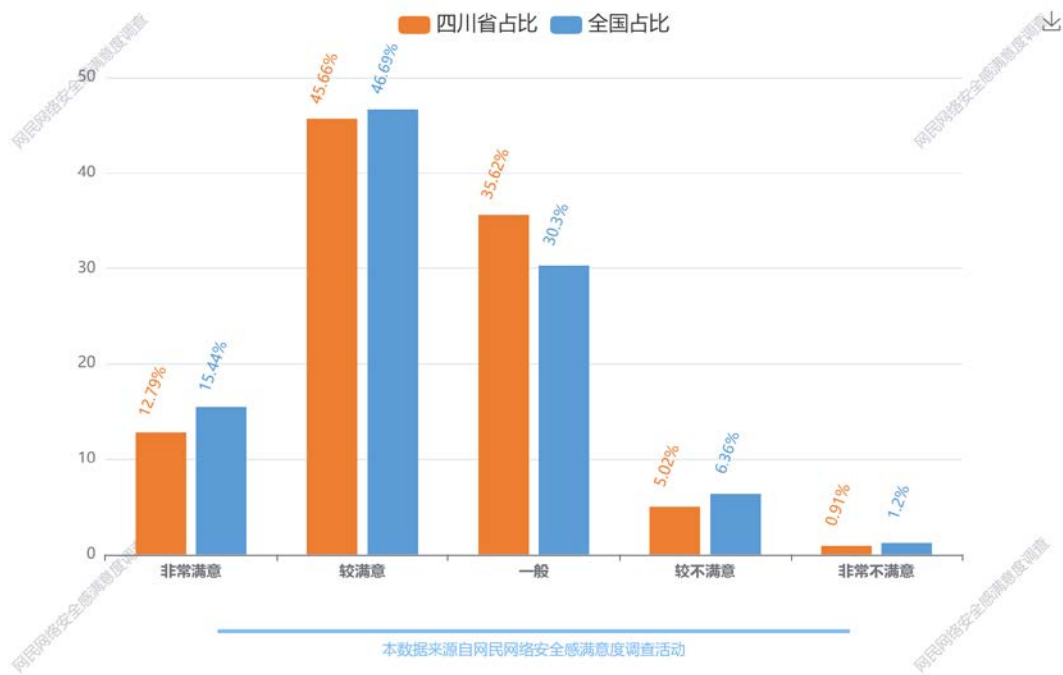
（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 17 题：您认为老年人最需要什么服务或措施来跨越数字鸿沟障碍？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（34）残障人士使用网络应用的支持效果满意度评价

参与调查的公众网民对残障人士使用网络应用功能支持效果的满意度评价是满意评价为：12.79%公众网民表示非常满意；45.66%网民表示较满意。35.62%网民表示一般。5.02%网民表示较不满意；0.91%网民表示非常不满意。

数据显示表示较满意或非常满意的网民占 58.45%；表示较不满意或非常不满的只占 5.93%。相较于全国数据，一般的占比高了 5.32 个百分点。



图表 222：残障人士使用网络应用的支持效果满意度评价

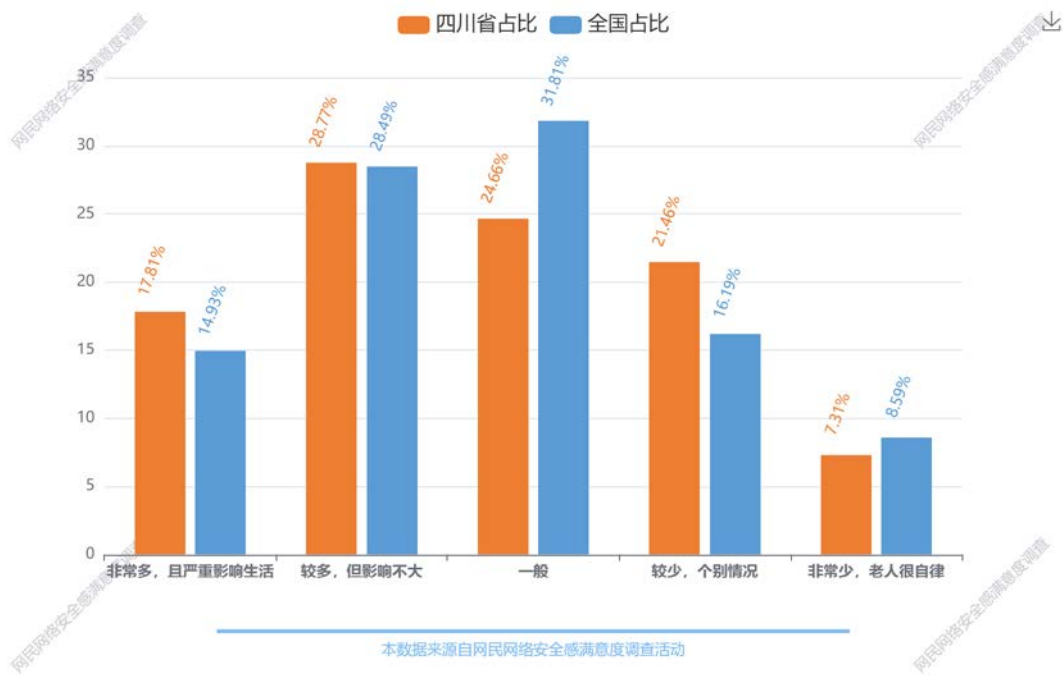
（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 18 题：您对目前网络应用有关残障人士辅助功能支持效果的满意度评价是？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

七、老人网瘾问题

（35）老人网瘾现象

参与调查的公众网民知道身边有老人存在网瘾现象：17.81%网民认为非常多，且严重影响生活；28.77%网民认为较多，但影响不大；24.66%网民认为一般；21.46%网民认为较少，个别情况；7.31%网民认为非常少，老人很自律。与全国数据相比，表示一般的比例要低 7.15 个百分点，表示非常多，且严重影响生活比例要高 2.88 个百分点。

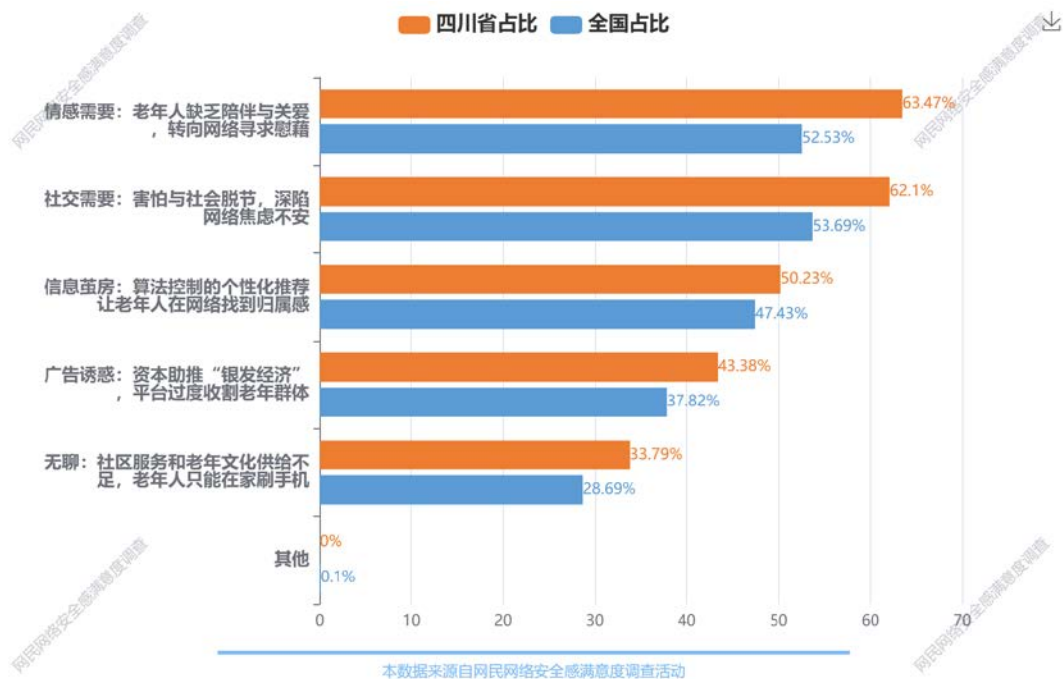


图表 223：老人网瘾现象

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 19 题：您是否知道身边有老人存在网瘾现象？）

（36）老年人沉迷网络的主要原因

参与调查的公众网民认为造成老年人沉迷网络的主要原因为：排第一位是情感需要：老年人缺乏陪伴与关爱，转向网络寻求慰藉（选择率 63.47%）；第二位是社交需要：害怕与社会脱节，深陷网络焦虑不安（选择率 62.1%）；第三位是信息茧房：算法控制的个性化推荐让老年人在网络找到归属感（选择率 50.23%）；第四位是广告诱惑：资本助推“银发经济”，平台过度收割老年群体（选择率 43.38%）；第五位是无聊：社区服务和老年文化供给不足，老年人只能在家刷手机（选择率 33.79%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

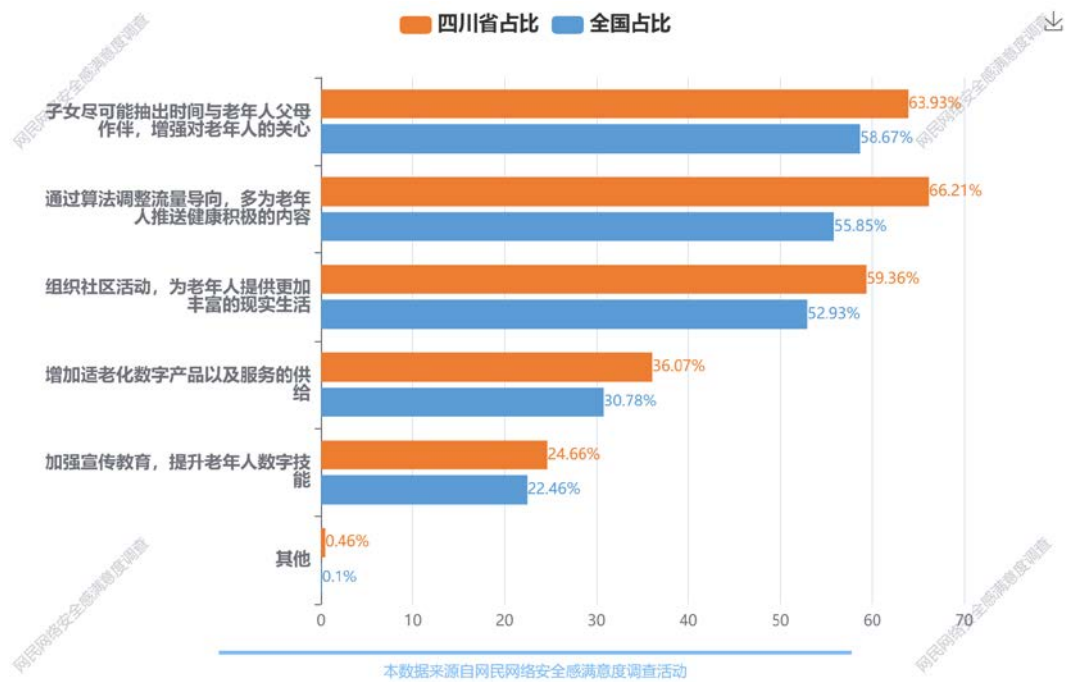


图表 224：老年人沉迷网络的主要原因

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 19.1 题：您认为造成老年人沉迷网络的主要原因是？（多选））

（37）老年人沉迷网络问题的有效措施

参与调查的公众网民认为缓解老年人沉迷网络问题的有效措施为：63.93%网民认为子女尽可能抽出时间与老年人父母作伴，增强对老年人的关心；66.21%网民认为通过算法调整流量导向，多为老年人推送健康积极的内容；59.36%网民认为组织社区活动，为老年人提供更加丰富的现实生活；36.07%网民认为增加适老化数字产品以及服务的供给；24.66%网民认为加强宣传教育，提升老年人数字技能；0.46%网民认为其他。相较于全国数据，本题的排名完全一致。



图表 225：老年人沉迷网络问题的有效措施

（图表数据来源：公众网民版专题 6 特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护第 19.2 题：为缓解老年人沉迷网络问题，您认为有什么有效措施？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

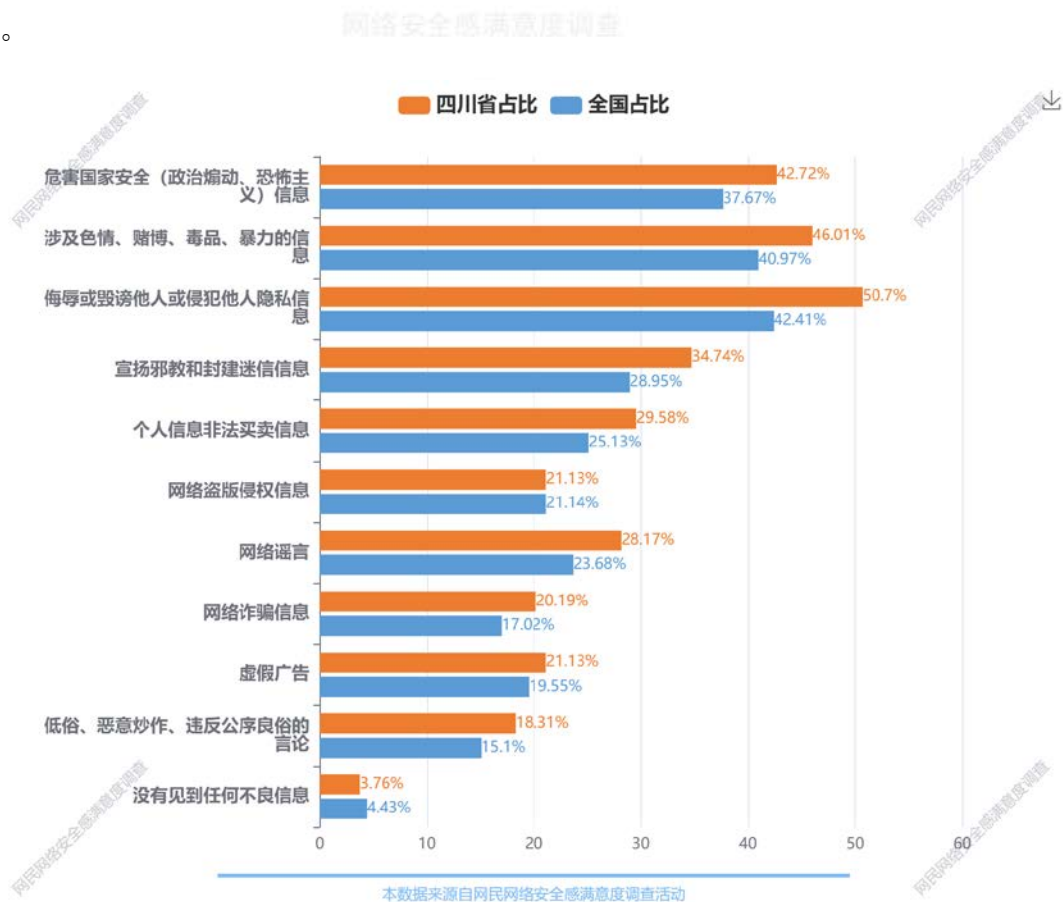
4.7 专题 7：互联网平台监管与企业自律专题

参与本专题答题的公众网民数量为 213 人。

一、存在问题

（1）不良信息泛滥的情况

近一年来，不良信息在网民中渗透情况排序：排第一位是侮辱或毁谤他人或侵犯他人隐私信息（选择率 50.7%）；第二位是涉及色情、赌博、毒品、暴力的信息（选择率 46.01%）；第三位是危害国家安全（政治煽动、恐怖主义）信息（选择率 42.72%）；第四位是宣扬邪教和封建迷信信息（选择率 34.74%）；第五位是个人信息非法买卖信息（选择率 29.58%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

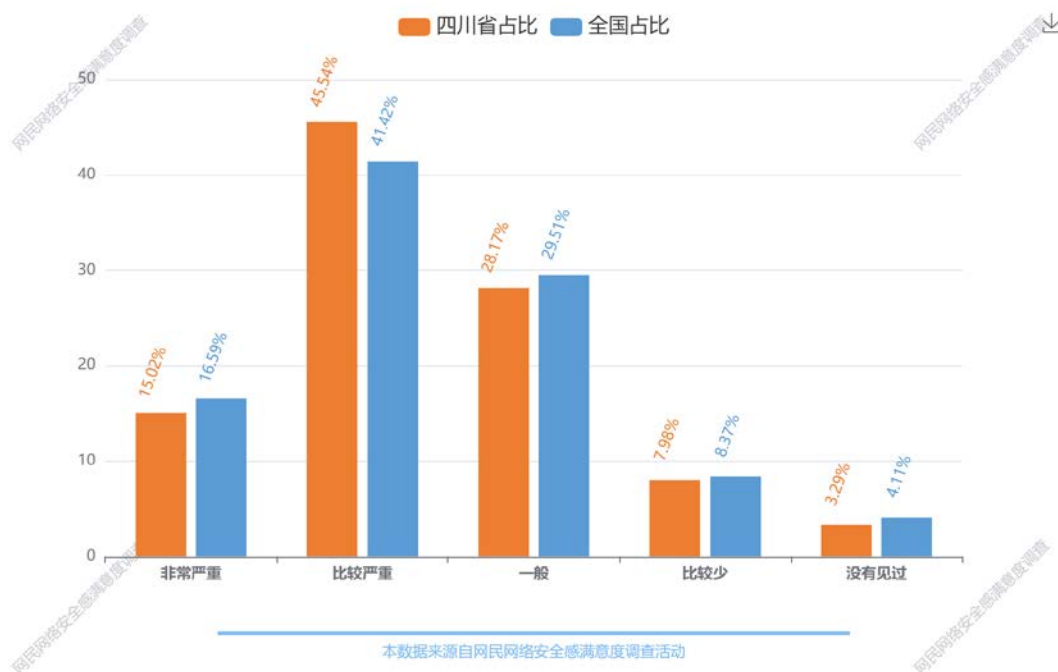


图表 226：不良信息的接触率

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 1 题：近一年，您在使用社交网络平台、自媒体平台、短视频平台、网络群组中见到过下列哪类不良信息？（多选））

（2）网络欺凌等的状况

网民对目前恶俗网红、喷子黑粉横行、网络欺凌等状况的评价：15.02%公众网民认为非常严重，45.54%的网民认为比较严重。28.17%网民认为一般。7.98%认为比较少，3.29%认为没有见过。数据显示表示比较严重或非常严重的网民占60.56%。相较于全国数据，比较严重的占比高了4.12个百分点。

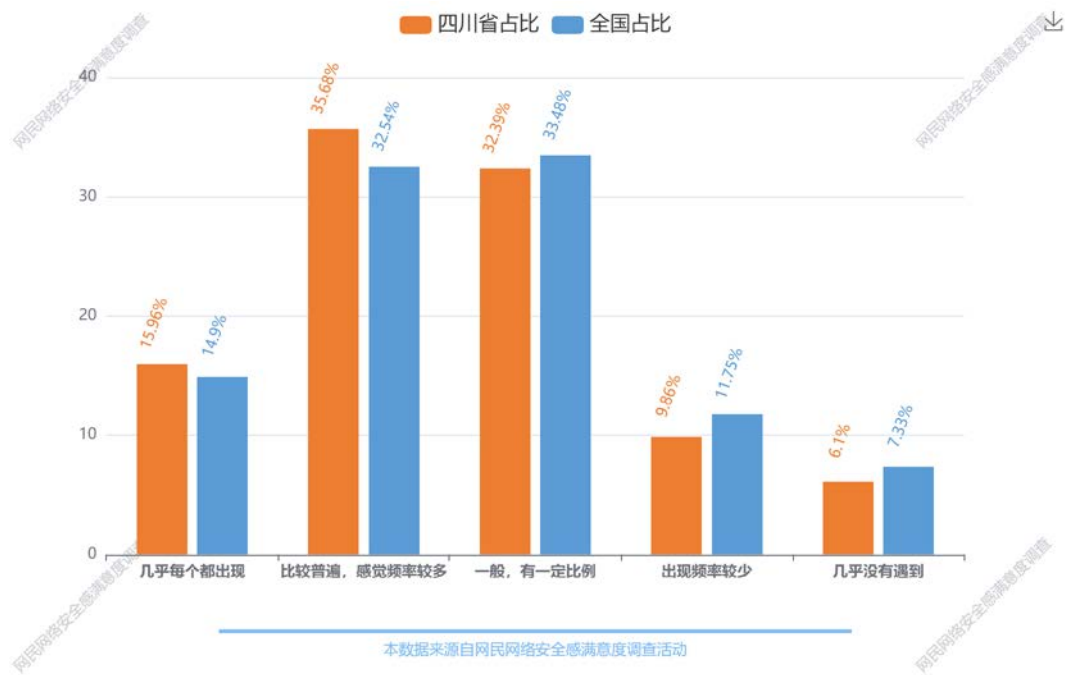


图表 227：网络欺凌等情况严重性的评价

（图表数据来源：公众网民版专题7 互联网平台监管与企业自律专题第2题：您认为现在社交网络、自媒体平台、短视频平台存在恶俗网红、喷子黑粉横行、网络欺凌的情况是否严重？）

（3）大数据杀熟或被区别对待的遇见率

参与调查的公众网民遭遇过大数据杀熟或被区别对待的现象（如：对新老用户给予不同的报价）：15.96%网民认为几乎每个都出现；35.68%网民认为比较普遍，感觉频率较多；32.39%网民认为一般，有一定比例；9.86%网民认为出现频率较少；6.1%网民认为几乎没有遇到。相较于全国数据，一般，有一定比例、出现频率较少、几乎没有遇到分别比全国数据低1.09、1.89、1.23个百分点。



图表 228：大数据杀熟或被区别对待的遇见率

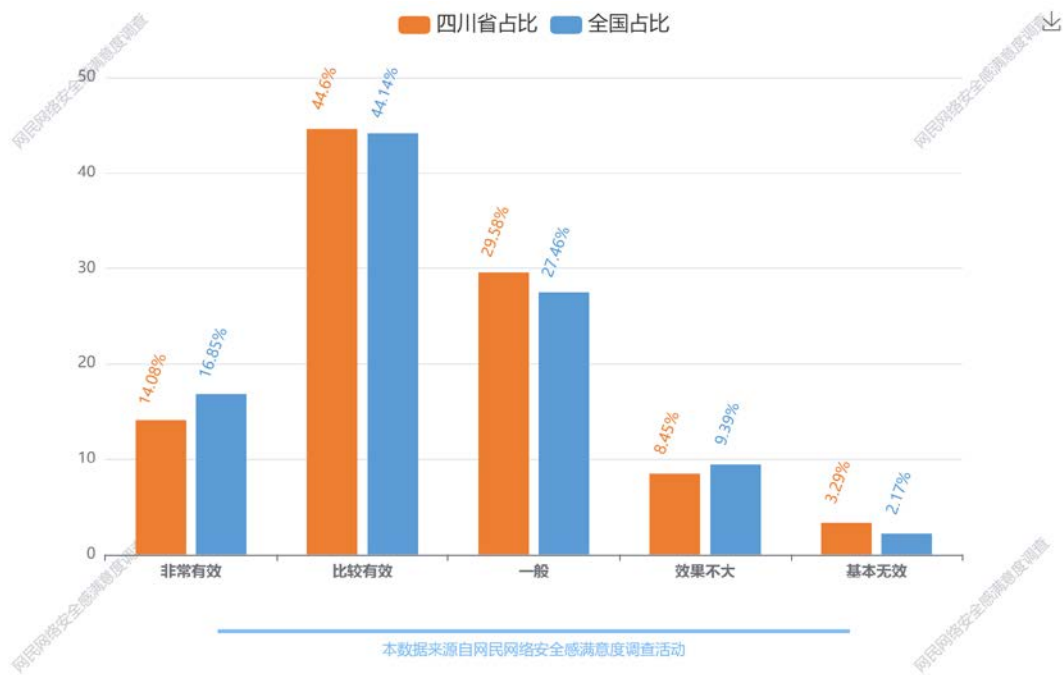
（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 3 题：您是否遭遇过大数据杀熟或被区别对待的现象（如：对新老用户给予不同的报价）？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

二、平台监管

（4）网络营销账号的监管效果

参与调查的公众网民对有关部门监管和引导网络营销账号效果的评价：14.08%网民表示非常有效，44.6%的网民表示比较有效；29.58%的网民表示一般；8.45%网民认为效果不大；3.29%网民基本无效。数据显示 11.74%的公众网民对有关部门对网络营销账号的监管和引导效果不认可，认为效果不大或基本无效。与全国数据相比，表示非常有效的比例要低 2.77 个百分点，表示一般比例要高 2.12 个百分点。

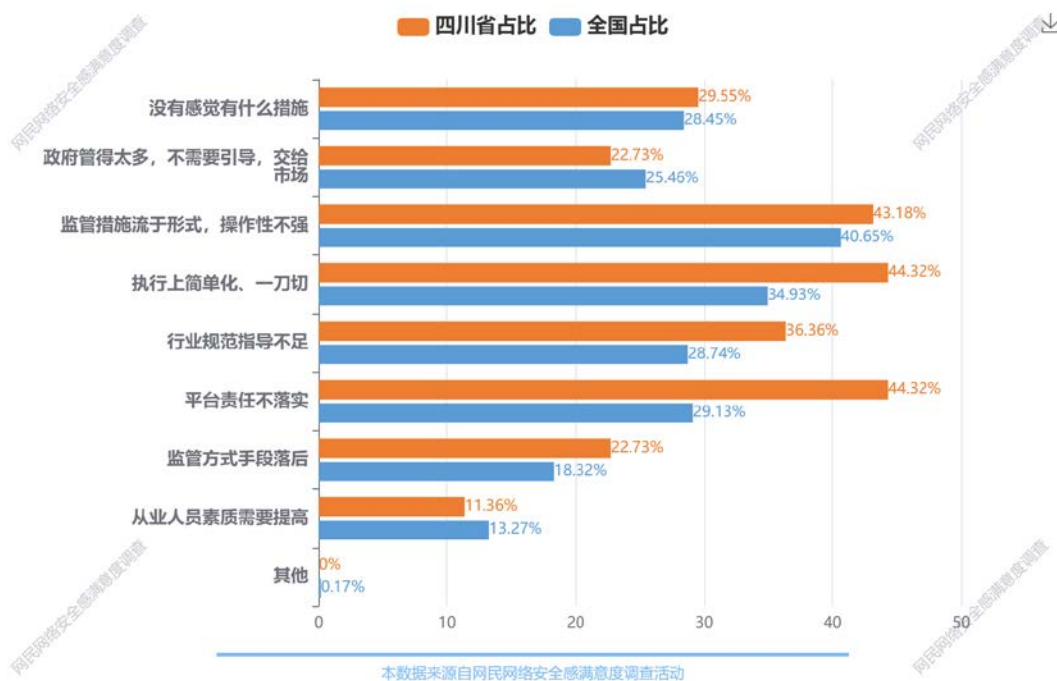


图表 229：网络营销账号的监管效果

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 4 题：您认为现在有关方面对网络营销账号的监管和引导是否有效？）

（5）网络营销账号监管的不足

参与调查的公众网民认为网络营销号监管引导效果不好的地方在于：排第一位是执行上简单化、一刀切（选择率 44.32%）；第二位是平台责任不落实（选择率 44.32%）；第三位是监管措施流于形式，操作性不强（选择率 43.18%）；第四位是行业规范指导不足（选择率 36.36%）；第五位是没有感觉有什么措施（选择率 29.55%）。与全国数据相比，表示政府管得太多，不需要引导，交给市场的比例要低 2.73 个百分点，表示没有感觉有什么措施比例要高 1.1 个百分点。



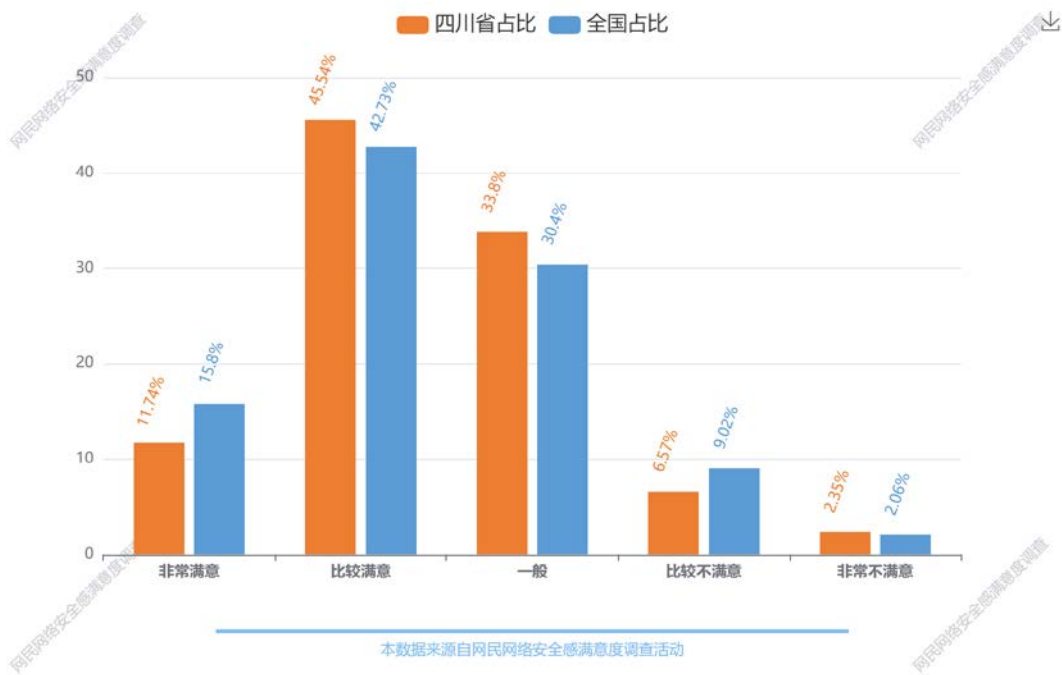
图表 230：网络营销账号监管的不足

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 4.1 题：监管引导效果不好的地方在于？（多选））

（6）政府部门对互联网平台的监管效果评价

参与调查的公众网民对政府部门的互联网平台监管效果满意度评价：**11.74%** 公众网民表示非常满意，**45.54%** 网民表示比较满意。**33.8%** 网民表示一般。**6.57%** 网民表示比较不满意，**2.35%** 网民表示非常不满意。

数据显示对处理结果表示比较满意或非常满意的网民占 **57.28%**，表示比较不满意或非常不满意的只占 **8.92%**。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 **4.06** 个百分点，表示比较满意比例要高 **2.81** 个百分点。



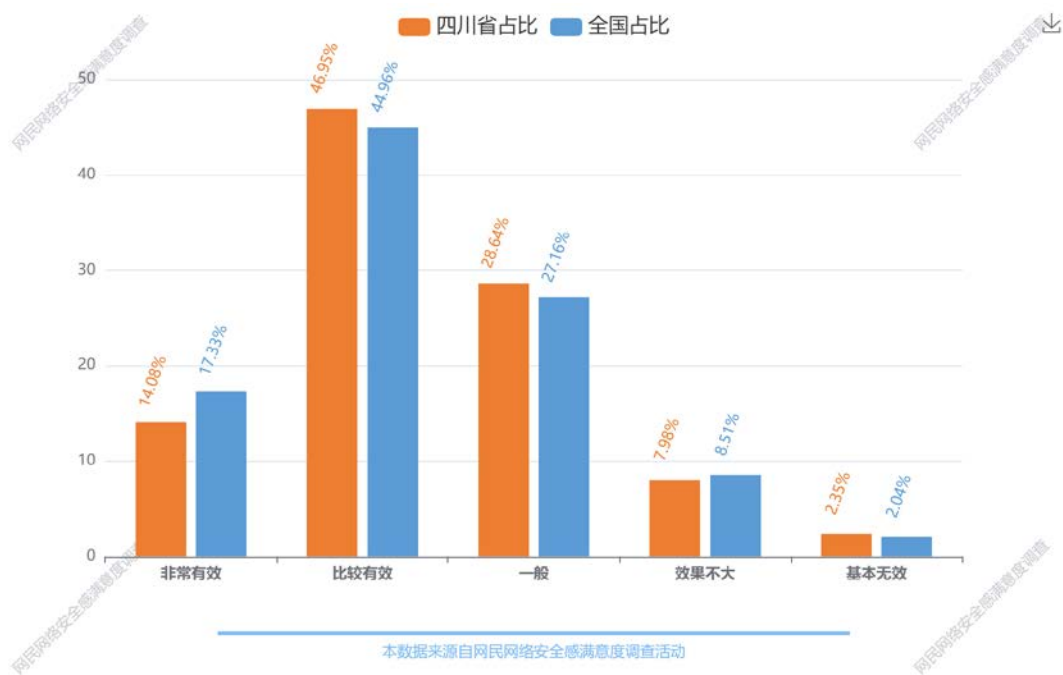
图表 231：政府部门对互联网平台的监管效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 5 题：您对政府部门对互联网平台的监管效果满意吗？）

（7）自媒体平台信息发布检查措施的效果

参与调查的公众网民对自媒体平台信息发布检查措施的有效性评价：**14.08%** 公众网民表示非常有效，**46.95%** 网民表示比较有效。有 **28.64%** 网民表示一般。有 **7.98%** 网民表示效果不大，**2.35%** 网民表示基本无效。

数据显示，**61.03%** 的网民认为自媒体平台信息发布检查措施非常有效或比较有效；**10.33%** 的网民表示效果不大或基本无效。与全国数据相比，表示非常有效的比例要低 **3.25** 个百分点，表示比较有效比例要高 **1.99** 个百分点。



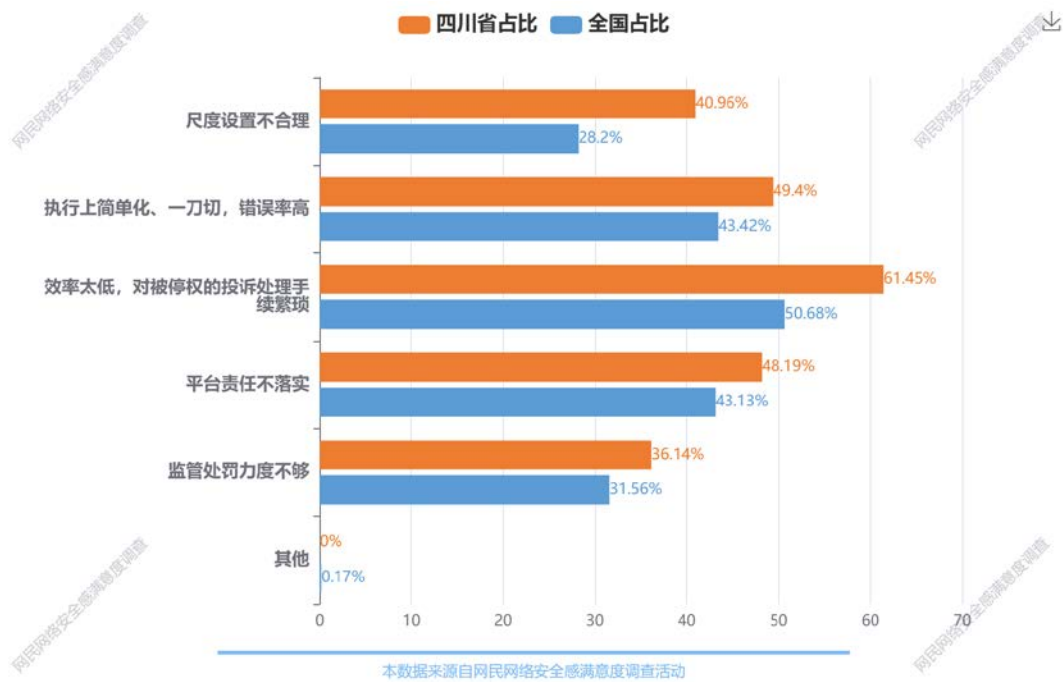
图表 232：自媒体平台信息发布检查措施的效果

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 6 题：您认为自媒体平台（微博、公众号、短视频等）对网民发布的信息或视频的内容检查措施是否有效？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（8）自媒体平台检查措施的不足

参与调查的公众网民对自媒体平台检查措施的不足之处认为：排第一位是效率太低，对被停权的投诉处理手续繁琐（选择率 61.45%）；第二位是执行上简单化、一刀切，错误率高（选择率 49.4%）；第三位是平台责任不落实（选择率 48.19%）；第四位是尺度设置不合理（选择率 40.96%）；第五位是监管处罚力度不够（选择率 36.14%）。与全国数据排序一致。



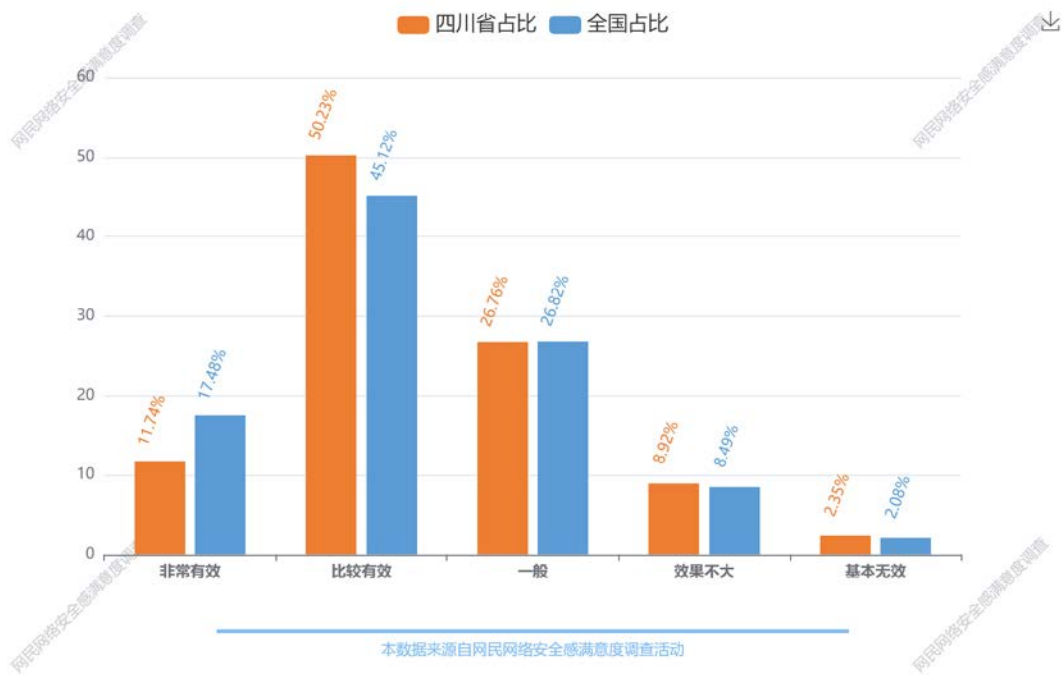
图表 233：自媒体平台检查措施的不足

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第

6.1 题：平台检查措施效果不好的地方在于：（多选，最多选 5 个））

（9）网络谣言的监管或辟谣措施的效果

参与调查的公众网民对网络谣言的监管或辟谣措施的效果评价：**11.74%**公众网民表示非常有效，**50.23%**网民表示比较有效。有 **26.76%**网民表示一般。有 **8.92%**网民表示效果不大，**2.35%**网民表示基本无效。与全国数据相比，表示非常有效的比例要低 **5.74** 个百分点，表示比较有效比例要高 **5.11** 个百分点。

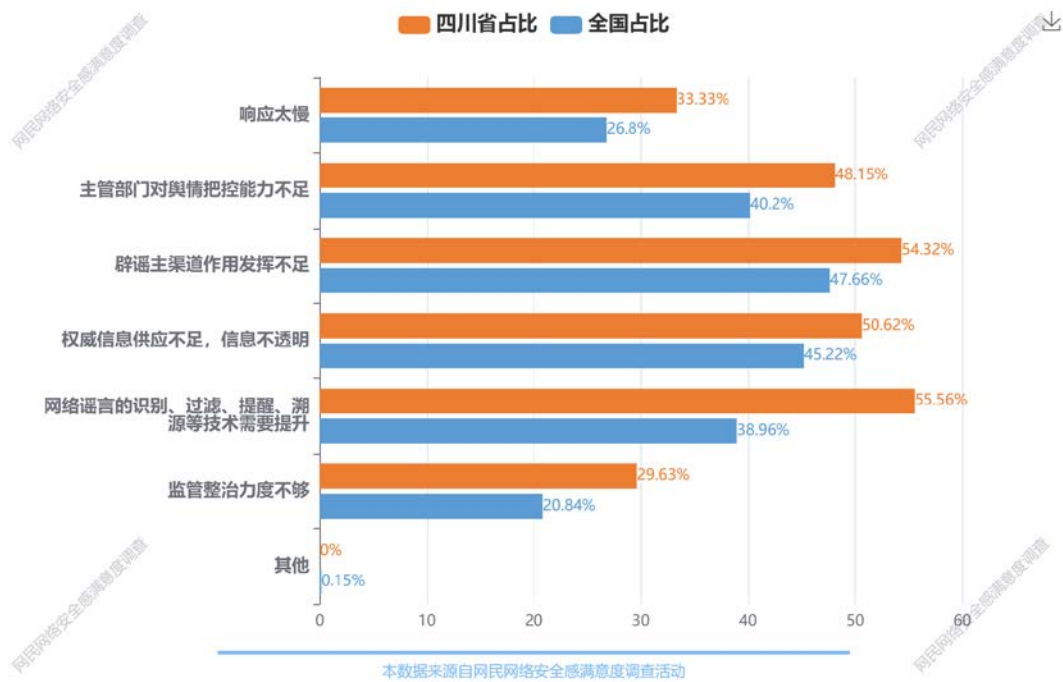


图表 234：网络谣言的监管或辟谣措施的效果

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 7 题：您认为网络谣言的监管或辟谣措施是否有效？）

（10）网络谣言的监管或辟谣措施的不足

参与调查的公众网民认为网络谣言的监管或辟谣措施的不足之处在于：排第一位是网络谣言的识别、过滤、提醒、溯源等技术需要提升（选择率 55.56%）；第二位是辟谣主渠道作用发挥不足（选择率 54.32%）；第三位是权威信息供应不足，信息不透明（选择率 50.62%）；第四位是主管部门对舆情把控能力不足（选择率 48.15%）；第五位是响应太慢（选择率 33.33%）。与全国数据排序一致。

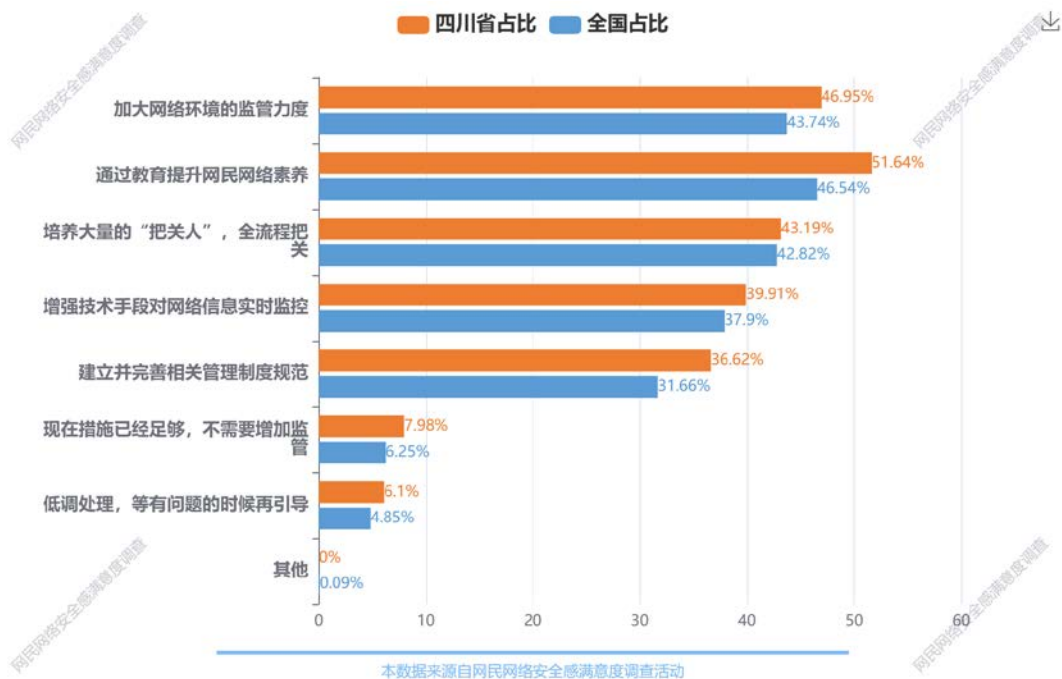


图表 235：网络谣言的监管或辟谣措施的不足

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 7.1 题：措施效果不好的地方在于：（多选，最多选 5 个））

（11）网络舆情发展的正确引导

参与调查的公众网民对引导网络舆情正确发展的看法：排第一位是通过教育提升网民网络素养（选择率 51.64%）；第二位是加大网络环境的监管力度（选择率 46.95%）；第三位是培养大量的“把关人”，全流程把关（选择率 43.19%）；第四位是增强技术手段对网络信息实时监控（选择率 39.91%）；第五位是建立并完善相关管理制度规范（选择率 36.62%）。认为现在措施已经足够，不需要增加监管的占 7.98%；认为低调处理，等有问题的时候再引导的占 6.1%。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

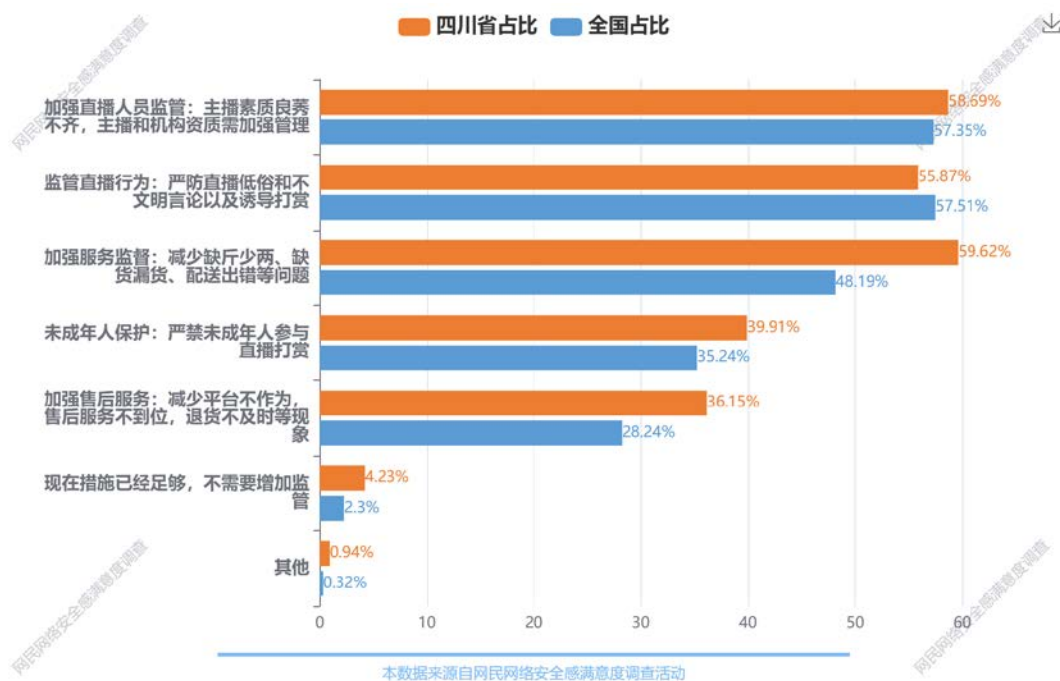


图表 236：网络舆情发展的正确引导

（图表数据来源：公众网民版专题7互联网平台监管与企业自律专题第8题：您对引导网络舆情正确发展的看法？（多选））

（12）直播应用的监管

参与调查的公众网民对“直播带货”类应用监管规范的看法：排第一位是加强服务监督：减少缺斤少两、缺货漏货、配送出错等问题（选择率 59.62%）；第二位是加强直播人员监管：主播素质良莠不齐，主播和机构资质需加强管理（选择率 58.69%）；第三位是监管直播行为：严防直播低俗和不文明言论以及诱导打赏（选择率 55.87%）；第四位是未成年人保护：严禁未成年人参与直播打赏（选择率 39.91%）；第五位是加强售后服务：减少平台不作为，售后服务不到位，退货不及时等现象（选择率 36.15%）；第六位是现在措施已经足够，不需要增加监管占 4.23%。与全国数据相比，表示监管直播行为：严防直播低俗和不文明言论以及诱导打赏的比例要低 1.64 个百分点，表示加强直播人员监管：主播素质良莠不齐，主播和机构资质需加强管理比例要高 1.34 个百分点。



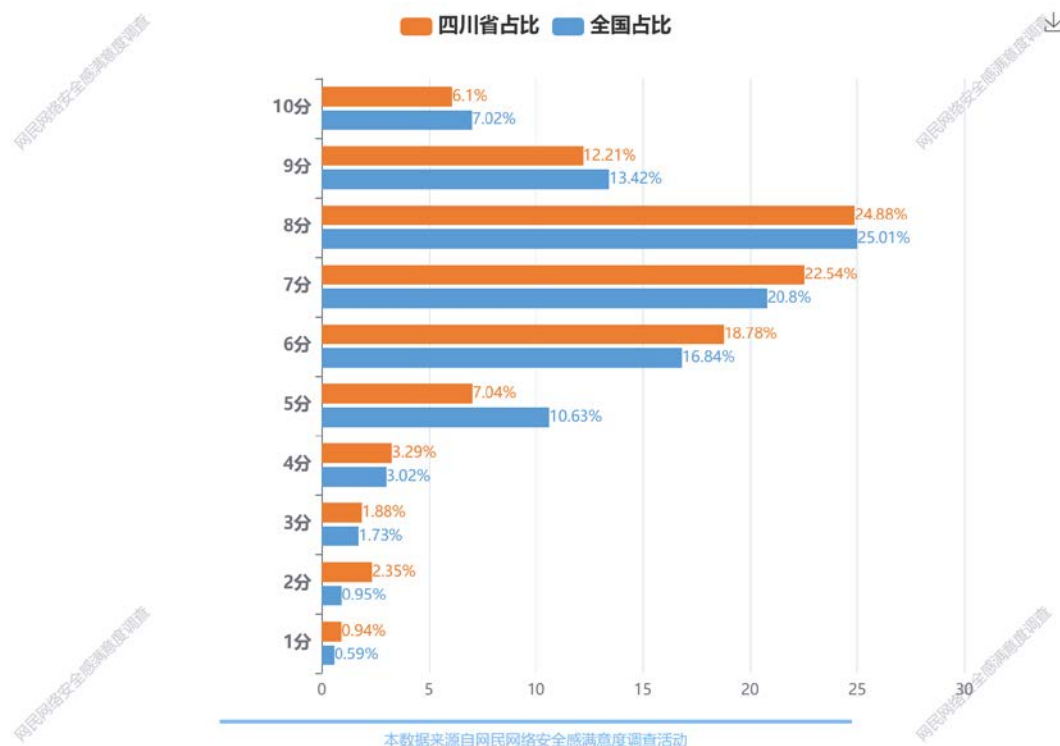
图表 237：直播应用的监管

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 9 题：随着“直播带货”类应用的兴起，您认为哪些方面需要进一步监管规范？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（13）电商服务类平台的监管评价

公众网民认为互联网电商服务类平台的监管评价：65.73%认为高，其中 18.31%公众网民认为非常高，47.42%认为较高。有 25.82%网民认为一般。网民认为低，有 5.17%认为较低，3.29%认为非常低。

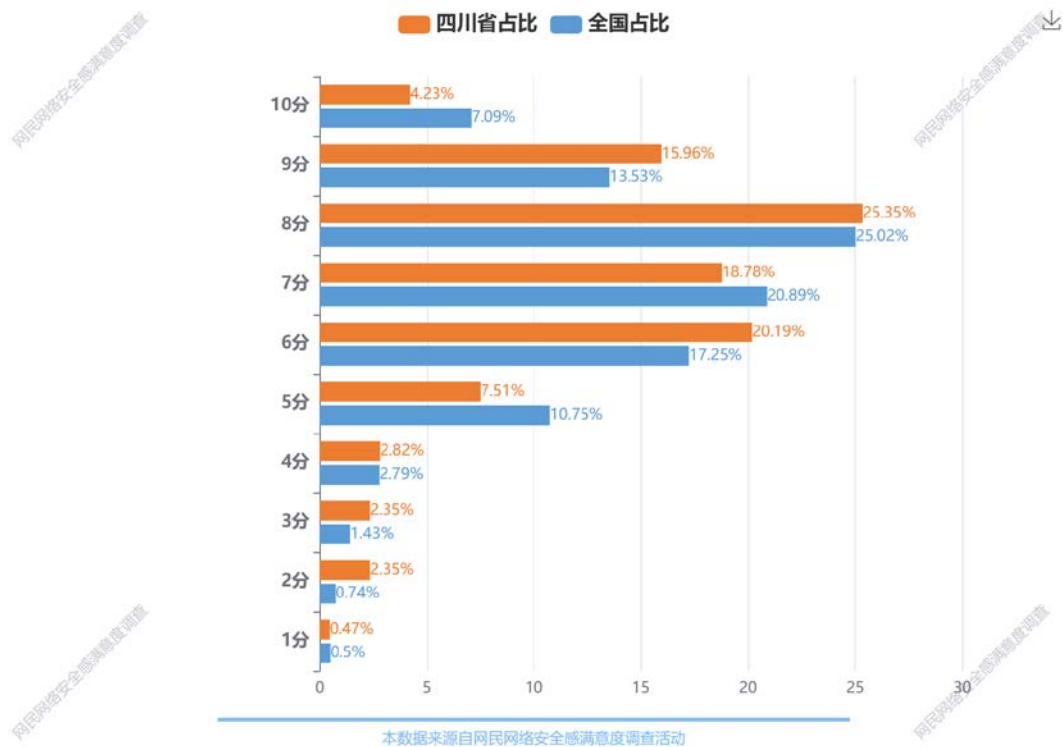


图表 238：电商服务类平台的监管评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 10 题：您认为互联网平台哪些板块的监管比较到位？（非常低 1-2 分；较低 3-4 分；一般 5-6 分；较高 7-8 分；非常高 9-10 分）A. 电商服务类平台的监管）

（14）生活服务类平台的监管

公众网民认为互联网生活服务类平台的监管评价：**64.32%**认为高，其中 **20.19%**公众网民认为非常高，**44.13%**认为较高。有 **27.70%**网民认为一般。网民认为低，有 **5.17%**认为较低，**2.82%**认为非常低。

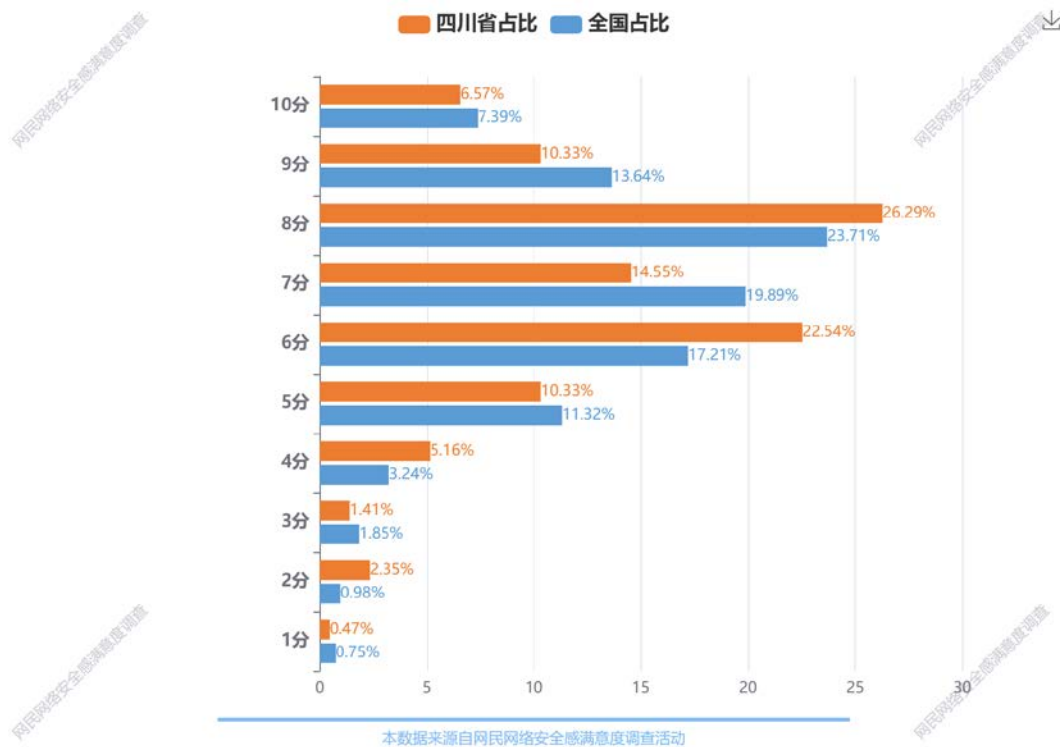


图表 239：生活服务类平台的监管评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 10 题：您认为互联网平台哪些板块的监管比较到位？（非常低 1-2 分；较低 3-4 分；一般 5-6 分；较高 7-8 分；非常高 9-10 分）B. 生活服务类平台的监管）

（15）社交娱乐类平台的监管

公众网民认为互联网社交娱乐类平台的监管评价：**57.74%**认为高，其中 **16.90%**公众网民认为非常高，**40.84%**认为较高。有 **32.87%**网民认为一般。网民认为低，有 **6.57%**认为较低，**2.82%**认为非常低。

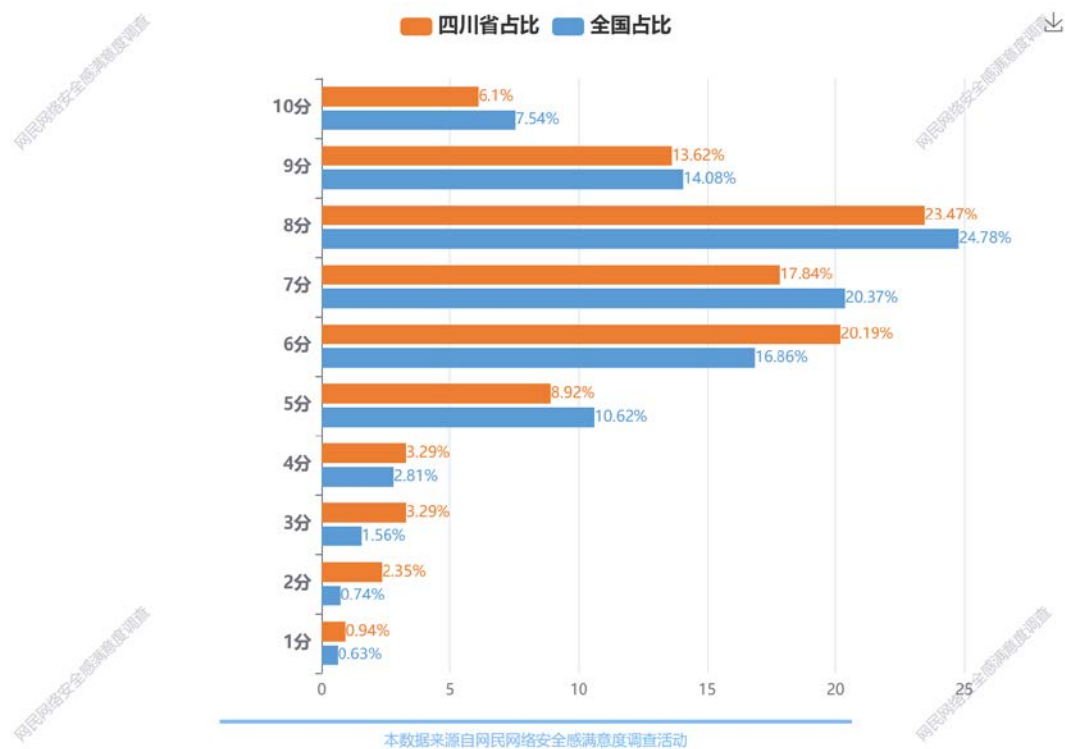


图表 240：社交娱乐类平台的监管评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 10 题：您认为互联网平台哪些版块的监管比较到位？（非常低 1-2 分；较低 3-4 分；一般 5-6 分；较高 7-8 分；非常高 9-10 分）C. 社交娱乐类平台的监管）

（16）信息服务类平台的监管

公众网民认为互联网信息服务类平台的监管评价：**61.03%**认为高，其中 **19.72%**公众网民认为非常高，**41.31%**认为较高。有 **29.11%**网民认为一般。网民认为低，有 **6.58%**认为较低，**3.29%**认为非常低。

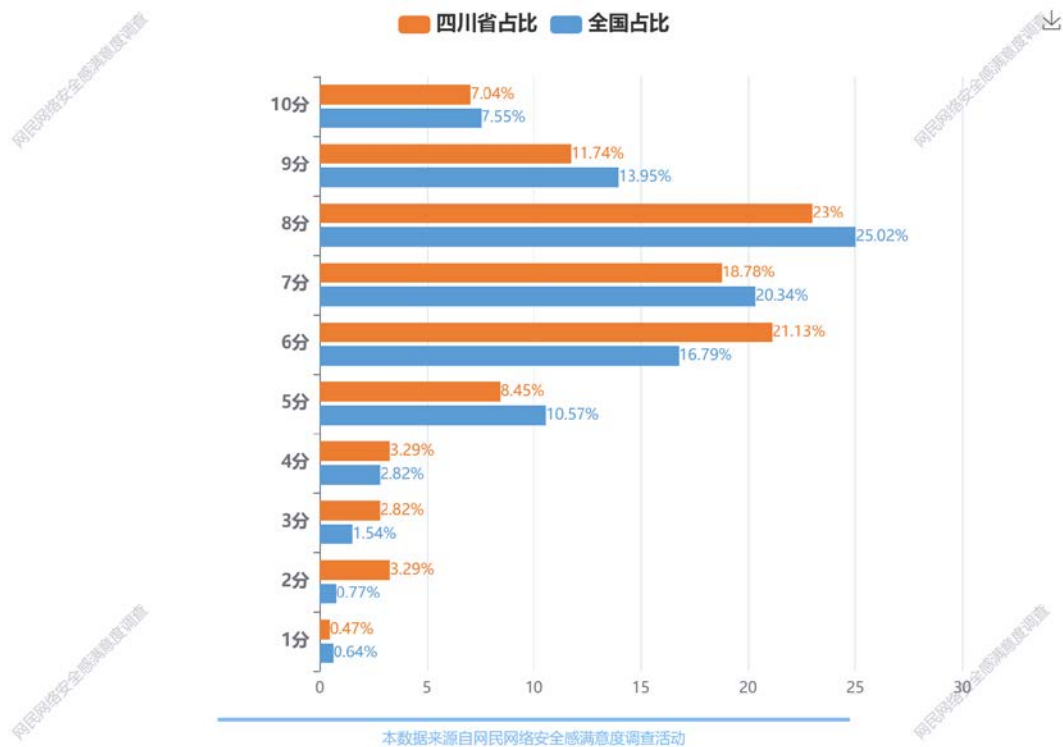


图表 241：信息服务类平台的监管评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 10 题：您认为互联网平台哪些板块的监管比较到位？（非常低 1-2 分；较低 3-4 分；一般 5-6 分；较高 7-8 分；非常高 9-10 分）D. 信息服务类平台的监管）

（17）金融服务类平台的监管

公众网民认为互联网金融服务类平台的监管评价：**60.56%**认为高，其中 **18.78%** 公众网民认为非常高，**41.78%**认为较高。有 **29.58%**网民认为一般。网民认为低，有 **6.11%**认为较低，**3.76%**认为非常低。

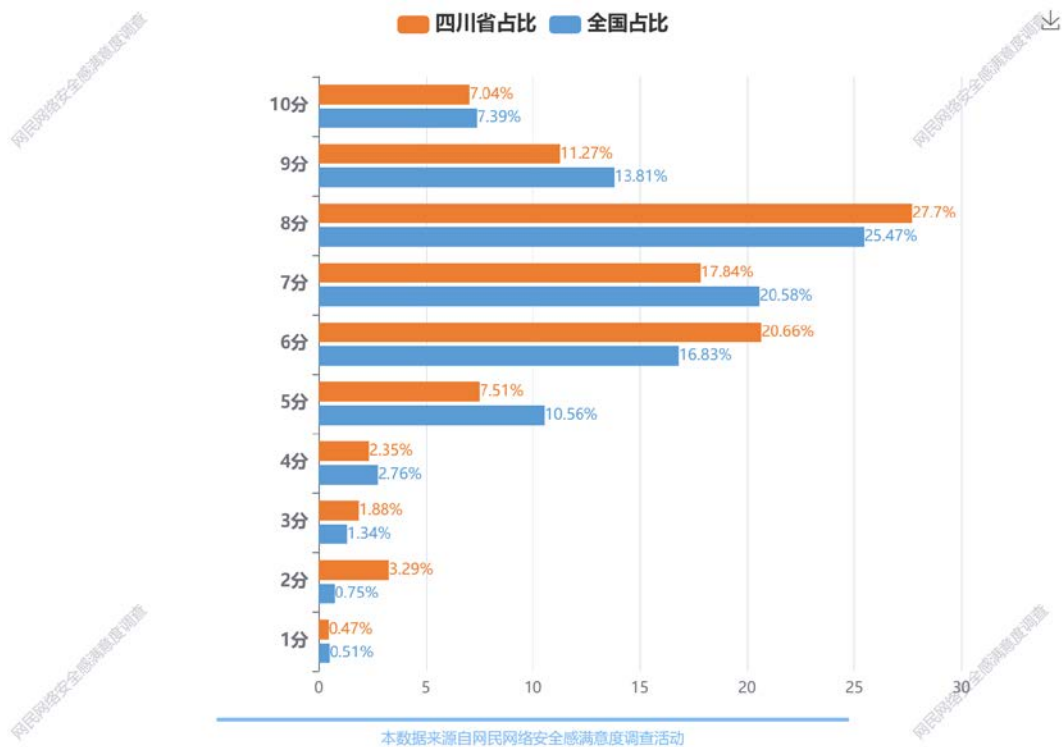


图表 242：金融服务类平台的监管评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 10 题：您认为互联网平台哪些版块的监管比较到位？（非常低 1-2 分；较低 3-4 分；一般 5-6 分；较高 7-8 分；非常高 9-10 分）E. 金融服务类平台的监管）

（18）应用服务类平台的监管

公众网民认为互联网应用服务类平台的监管评价：**63.85%**认为高，其中 **18.31%**公众网民认为非常高，**45.54%**认为较高。有 **28.17%**网民认为一般。网民认为低，有 **4.23%**认为较低，**3.76%**认为非常低。



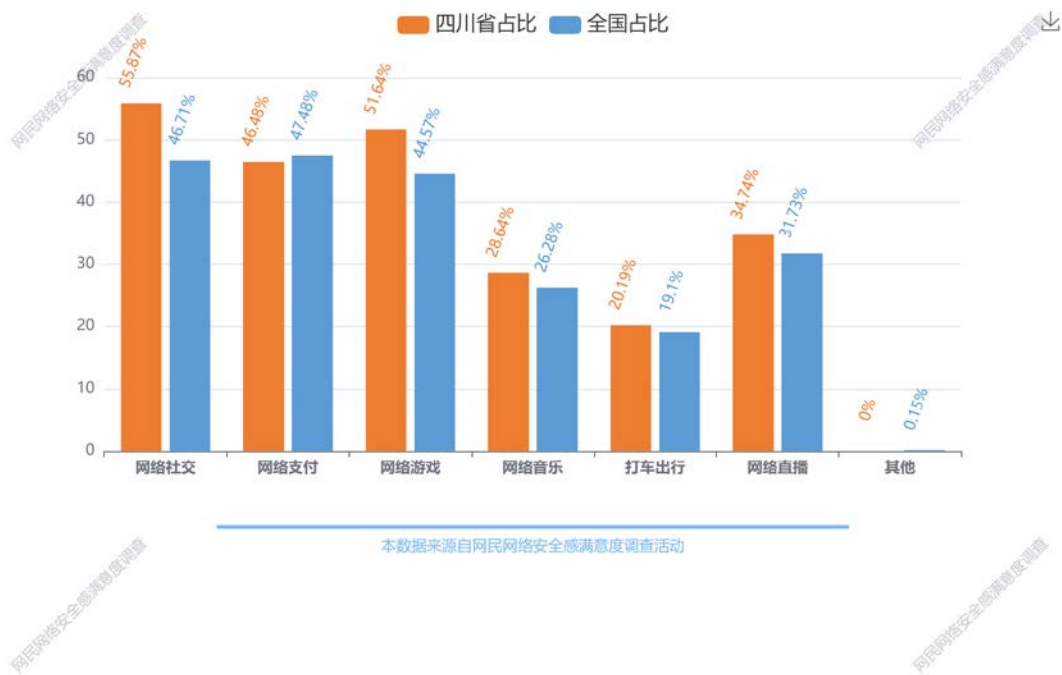
图表 243：应用服务类平台的监管评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 10 题：您认为互联网平台哪些板块的监管比较到位？（非常低 1-2 分；较低 3-4 分；一般 5-6 分；较高 7-8 分；非常高 9-10 分）F. 应用服务类平台的监管）

三、乱象治理

（19）需加强治理的互联网应用领域

参与调查的公众网民认为存在问题较多、应加大力度整治的互联网领域：排第一位是网络社交（选择率 55.87%）；第二位是网络游戏（选择率 51.64%）；第三位是网络支付（选择率 46.48%）；第四位是网络直播（选择率 34.74%）；网络音乐（选择率 28.64%）、打车出行（选择率 20.19%）领域分别排在第五、第六位。数据显示，网络社交、网络游戏、网络支付是公众网民认为存在问题较多、亟需加大力度整治的领域。与全国数据相比，表示网络支付的比例要低 1.0 个百分点，表示网络社交比例要高 9.16 个百分点。



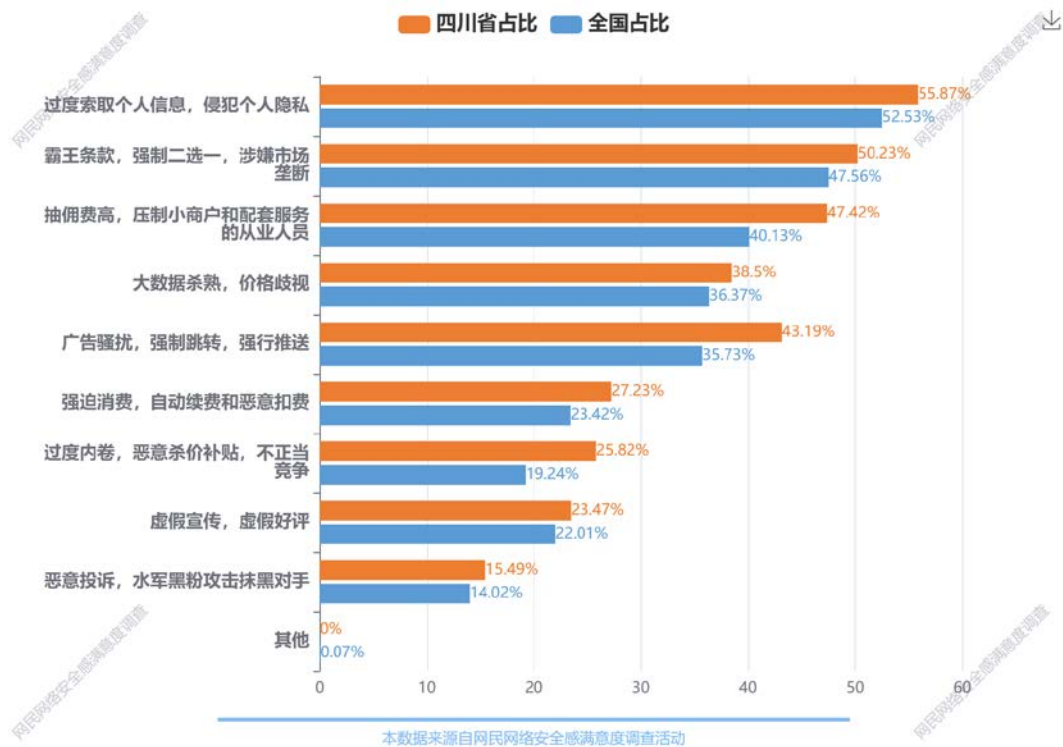
图表 244：需加强治理的互联网应用领域

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 11 题：您认为当前哪个互联网应用领域存在问题较多？（多选））

（3.1）不正当竞争行为治理

（20）互联网平台企业不规范经营、不正当竞争问题

参与调查的公众网民认为互联网平台企业不规范经营、不正当竞争问题比较严重：排第一位是过度索取个人信息，侵犯个人隐私（选择率 55.87%）；第二位是霸王条款，强制二选一，涉嫌市场垄断（选择率 50.23%）；第三位是抽佣费高，压制小商户和配套服务的从业人员（选择率 47.42%）；第四位是广告骚扰，强制跳转，强行推送（选择率 43.19%）；大数据杀熟，价格歧视（选择率 38.5%）、强迫消费，自动续费和恶意扣费（选择率 27.23%）领域分别排在第五、第六位。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

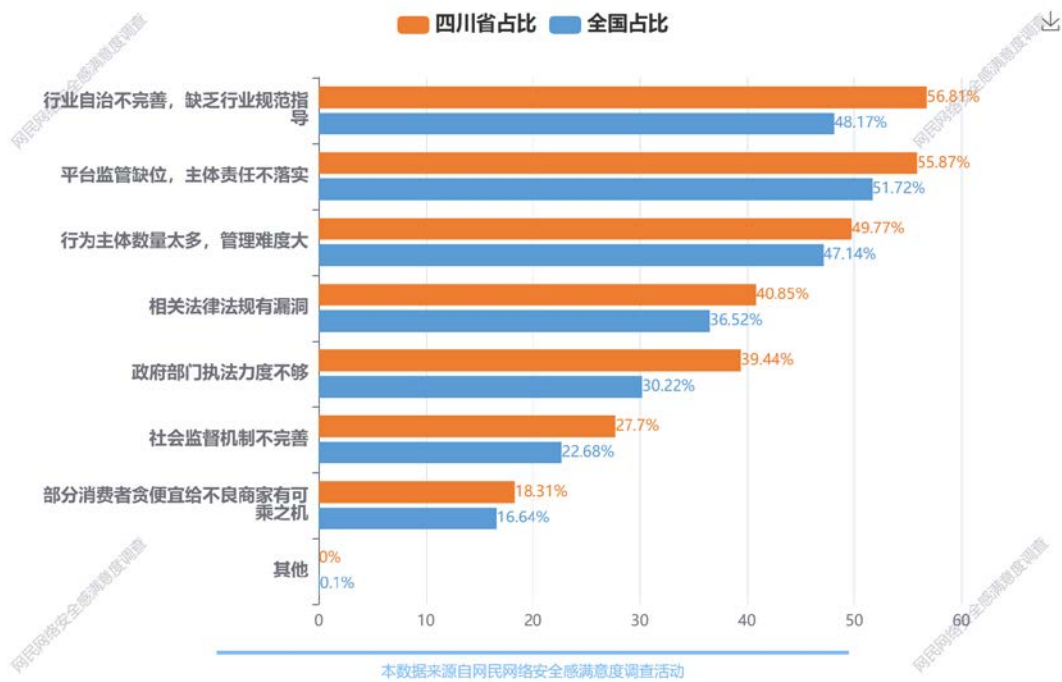


图表 245：互联网平台企业不规范经营、不正当竞争问题

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 12 题：您认为哪些互联网平台企业不规范经营、不正当竞争问题比较严重？（多选））

（21）电商不正当竞争行为泛滥的原因

参与调查的公众网民认为目前电商平台内商家的不正当竞争行为泛滥的原因：排第一位是行业自治不完善，缺乏行业规范指导（选择率 56.81%）；第二位是平台监管缺位，主体责任不落实（选择率 55.87%）；第三位是行为主体数量太多，管理难度大（选择率 49.77%）；第四位是相关法律法规有漏洞（选择率 40.85%）；政府部门执法力度不够（选择率 39.44%）、社会监督机制不完善（选择率 27.7%）领域分别排在第五、第六位。各选项数据接近于全国数据。

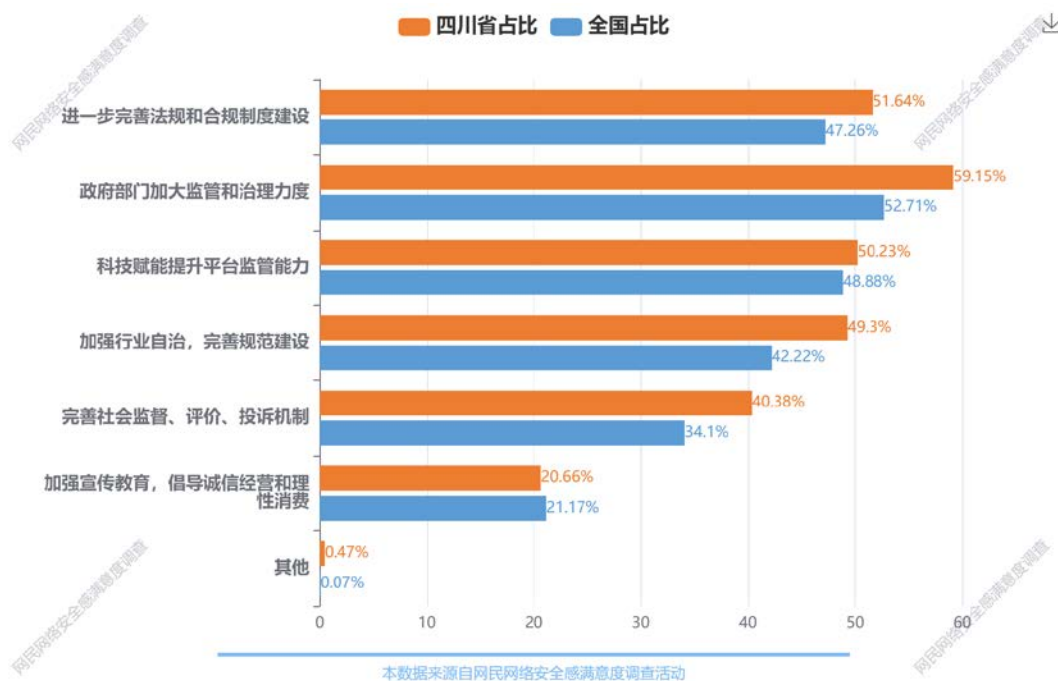


图表 246：电商不正当竞争行为泛滥的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 12.1 题：您认为目前电商平台内商家的不正当竞争行为泛滥的原因是什么？（多选））

（22）电商不正当竞争行为管治期望和建议

参与调查的公众网民对加强电商平台内不正当竞争行为管治的期望和建议：排第一位是政府部门加大监管和治理力度（选择率 59.15%）；第二位是进一步完善法规和合规制度建设（选择率 51.64%）；第三位是科技赋能提升平台监管能力（选择率 50.23%）；第四位是加强行业自治，完善规范建设（选择率 49.3%）；完善社会监督、评价、投诉机制（选择率 40.38%）、加强宣传教育，倡导诚信经营和理性消费（选择率 20.66%）领域分别排在第五、第六位。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

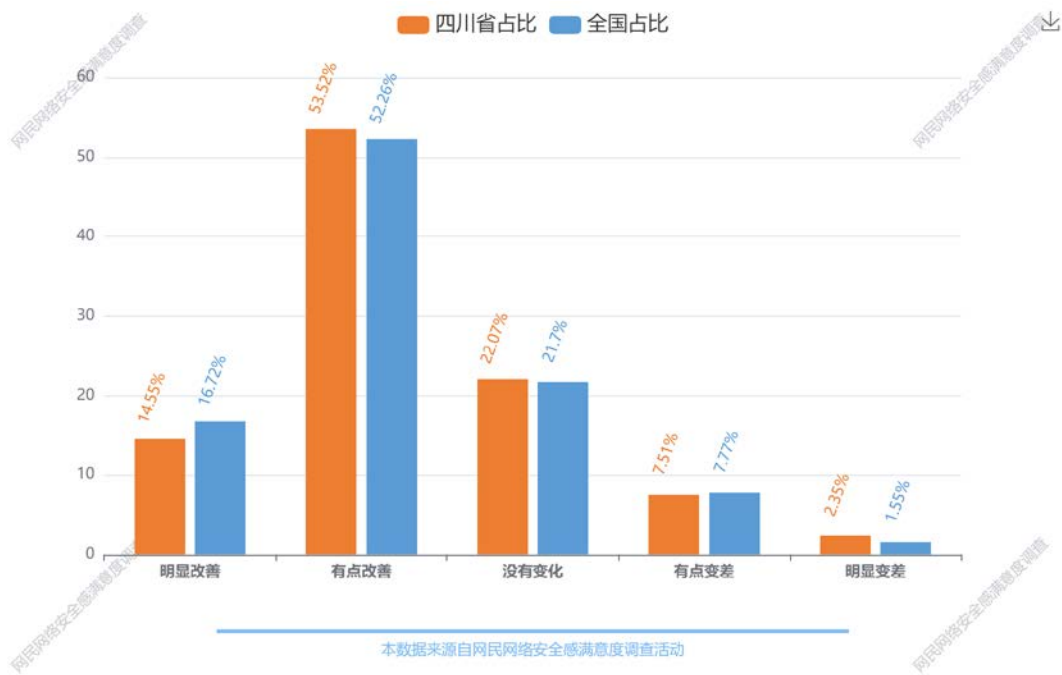


图表 247：电商不正当竞争行为管治期望和建议

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 12.2 题：您对加强电商平台内不正当竞争行为管治的期望和建议是什么？（多选））

（23）政府部门对互联网行业不规范经营行为的治理效果评价

参与调查的公众网民认为政府部门对互联网行业不规范经营行为的治理效果评价：认为改善的网民占 68.07%，其中 14.55%的网民认为明显改善，53.52%的网民认为有点改善。22.07%的公众网民表示没有变化。7.51%网民认为效果有点变差，2.35%网民表示效果明显变差。数据显示，（68.07%）的公众网民认为政府部门对互联网行业不规范经营行为的治理效果有所改善或有明显改善。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 2.17 个百分点，表示有点改善比例要高 1.26 个百分点。



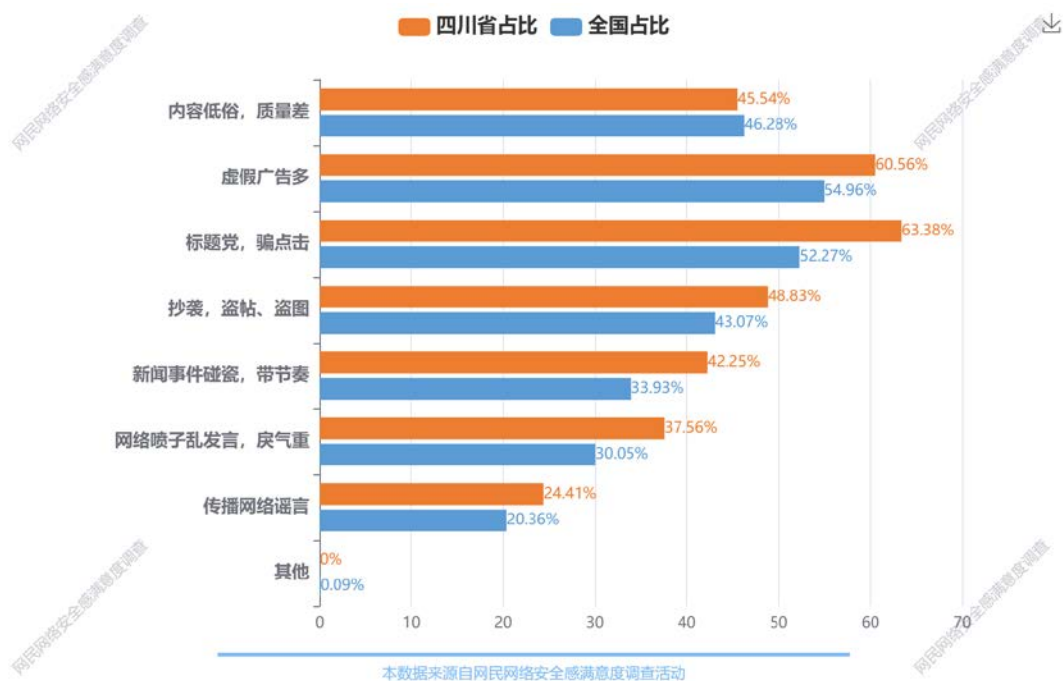
图表 248：互联网企业合规自律评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 13 题：您认为目前政府部门对互联网行业不规范经营行为的治理效果如何？）

（3.2）自媒体乱象治理

（24）需加强整治的自媒体行业乱象

参与调查的公众网民认为应加大力度整治的自媒体行业乱象：排第一位是标题党，骗点击（选择率 63.38%）；第二位是虚假广告多（选择率 60.56%）；第三位是抄袭，盗帖、盗图（选择率 48.83%）；第四位是内容低俗，质量差（选择率 45.54%）；新闻事件碰瓷，带节奏（选择率 42.25%）、网络喷子乱发言，戾气重（选择率 37.56%）领域分别排在第五、第六位。数据显示，标题党，骗点击、虚假广告多、抄袭，盗帖、盗图是公众网民认为存在问题较多、亟需加大力度整治的领域。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

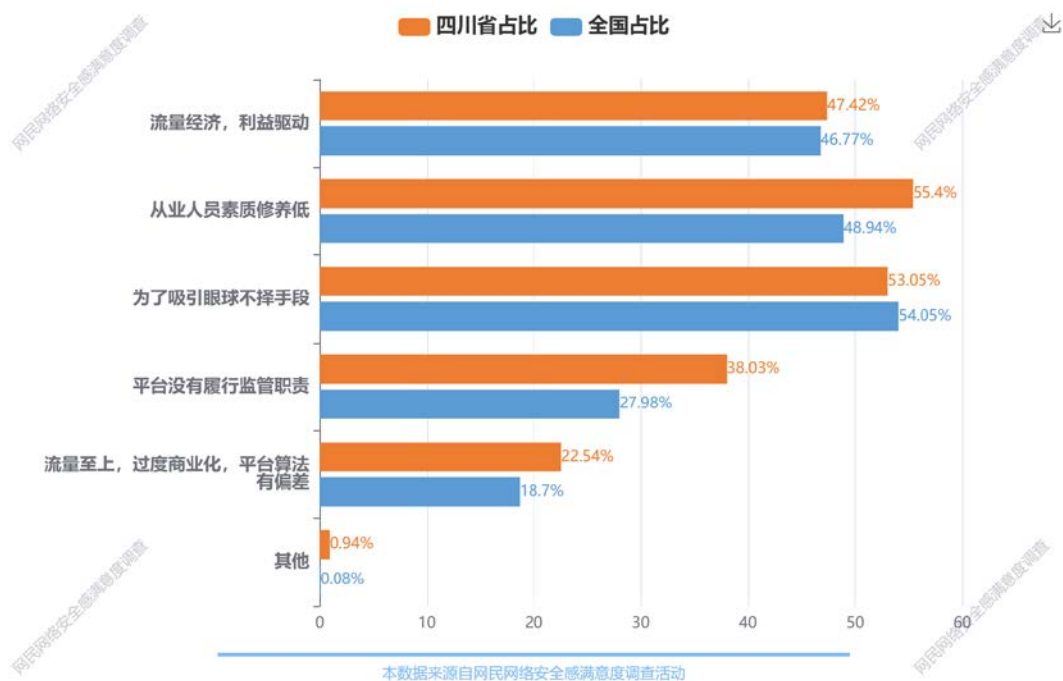


图表 249：需加强整治的自媒体行业乱象

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 14 题：您认为需要整治的自媒体行业乱象有哪些？（多选））

（25）自媒体行业乱象的原因

参与调查的公众网民认为自媒体行业乱象的主要原因，最多选择的是从业人员素质修养低（选择率 55.4%）；其次是为了吸引眼球不择手段（选择率 53.05%）；流量经济，利益驱动（选择率 47.42%）；平台没有履行监管职责（选择率 38.03%）。而流量至上，过度商业化，平台算法有偏差（选择率 22.54%）。与全国数据相比，表示为了吸引眼球不择手段的比例要低 1.0 个百分点，表示从业人员素质修养低比例要高 6.46 个百分点。

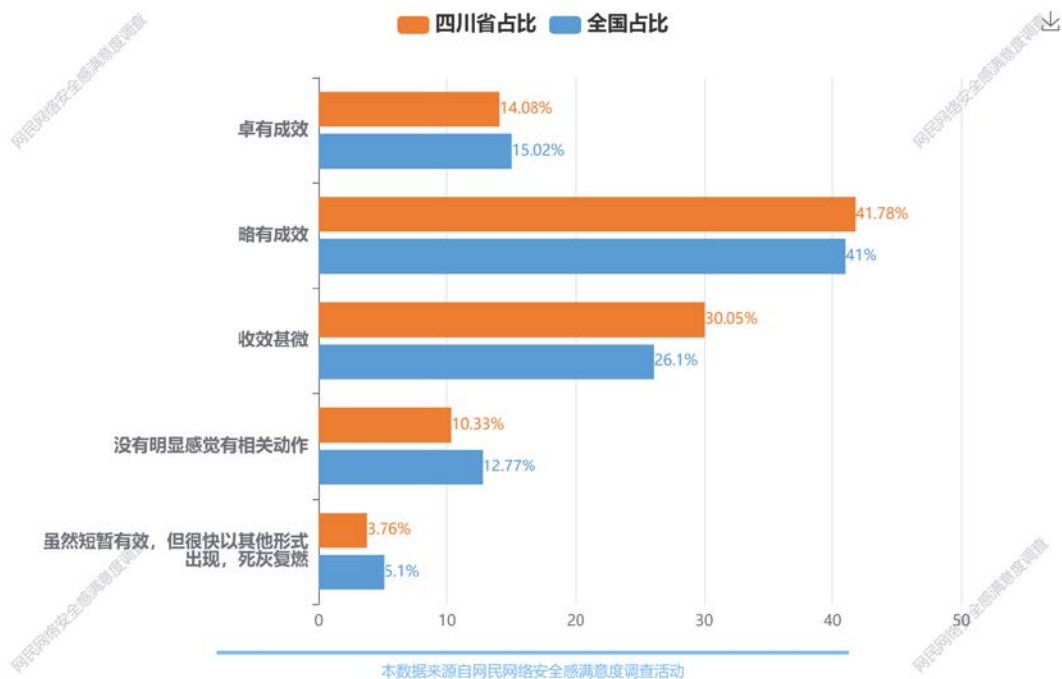


图表 250：自媒体行业乱象的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 14.1 题：您认为自媒体行业乱象的主要原因是什么？（多选，最多 3 项））

（26）自媒体乱象专项行动治理效果

参与调查的公众网民对自媒体乱象专项行动治理效果：有 14.08%的网民卓有成效；有 41.78%的网民略有成效；有 30.05%的网民收效甚微；有 10.33%的网民没有明显感觉有相关动作；有 3.76%的网民虽然短暂有效，但很快以其他形式出现，死灰复燃。与全国数据相比，表示没有明显感觉有相关动作的比例要低 2.44 个百分点，表示收效甚微比例要高 3.95 个百分点。

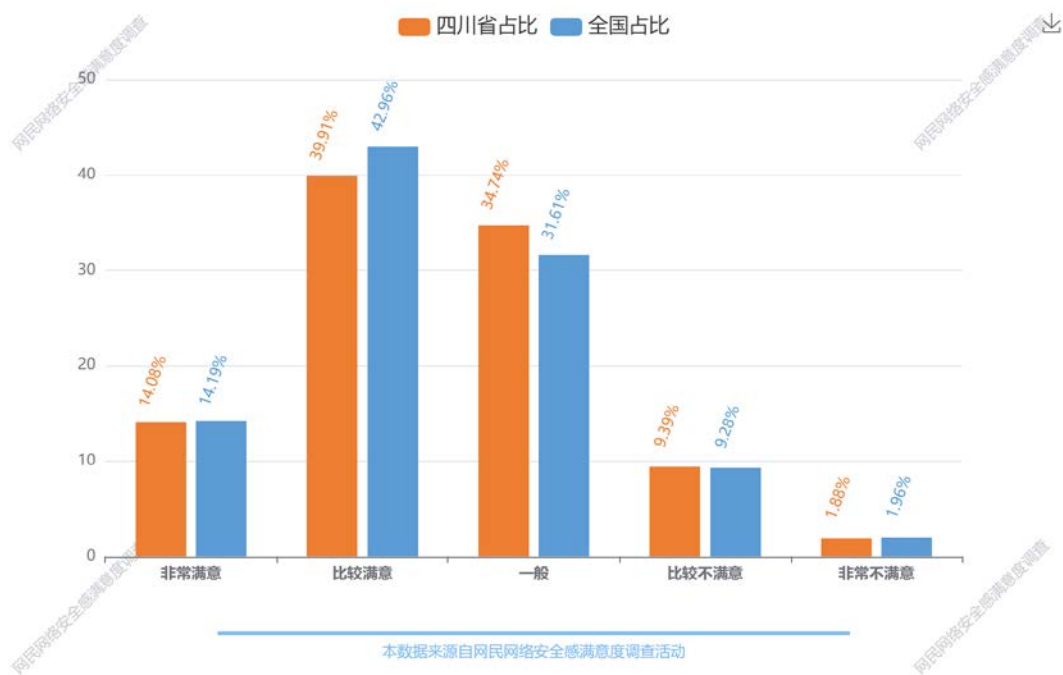


图表 251：自媒体乱象专项行动治理效果

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 14.2 题：您认为有关部门对自媒体乱象治理的专项行动是否有效？）

（27）自媒体乱象整治效果评价

公众网民对自媒体乱象整治效果的评价：认为满意以上的占 53.99%，其中 14.08% 公众网民认为非常满意，39.91% 认为比较满意。34.74% 认为一般。11.27% 认为比较不满意或非常不满意，其中 9.39% 认为比较不满意，1.88% 认为非常不满意。与全国数据相比，表示比较满意的比例要低 3.05 个百分点，表示一般比例要高 3.13 个百分点。

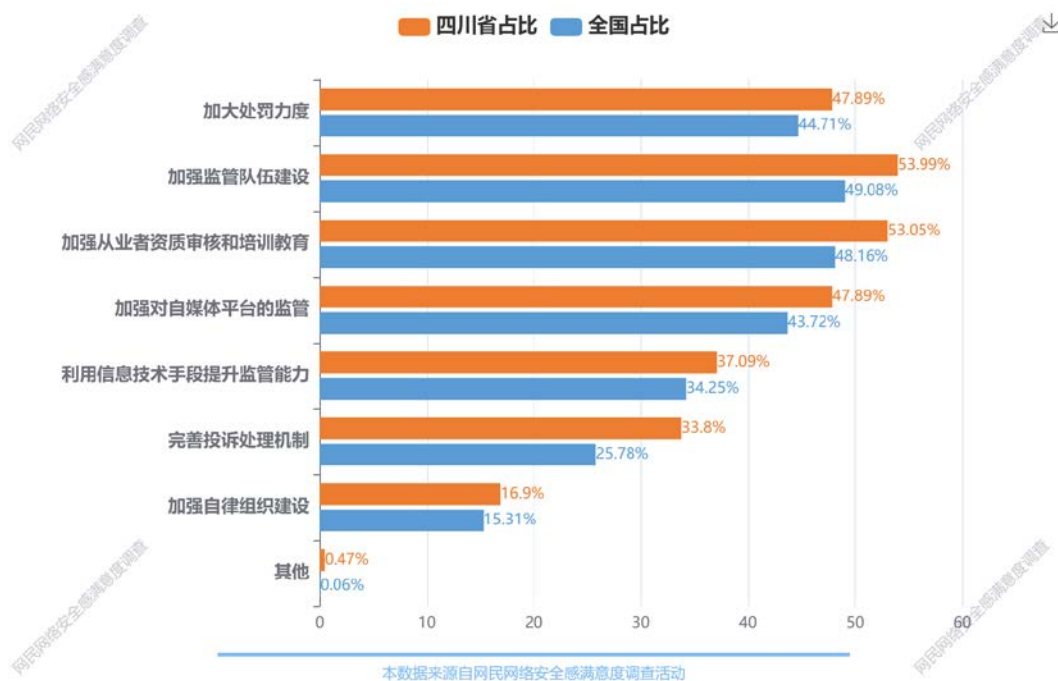


图表 252：自媒体乱象整治效果评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 14.3 题：您对目前大力整治“自媒体”乱象的效果满意吗？）

（28）自媒体发布信息的监管

参与调查的公众网民对自媒体发布虚假信息的监管：有 47.89%的网民加大处罚力度；有 53.99%的网民加强监管队伍建设；有 53.05%的网民加强从业者资质审核和培训教育；有 47.89%的网民加强对自媒体平台监管；有 37.09%的网民利用信息技术手段提升监管能力。



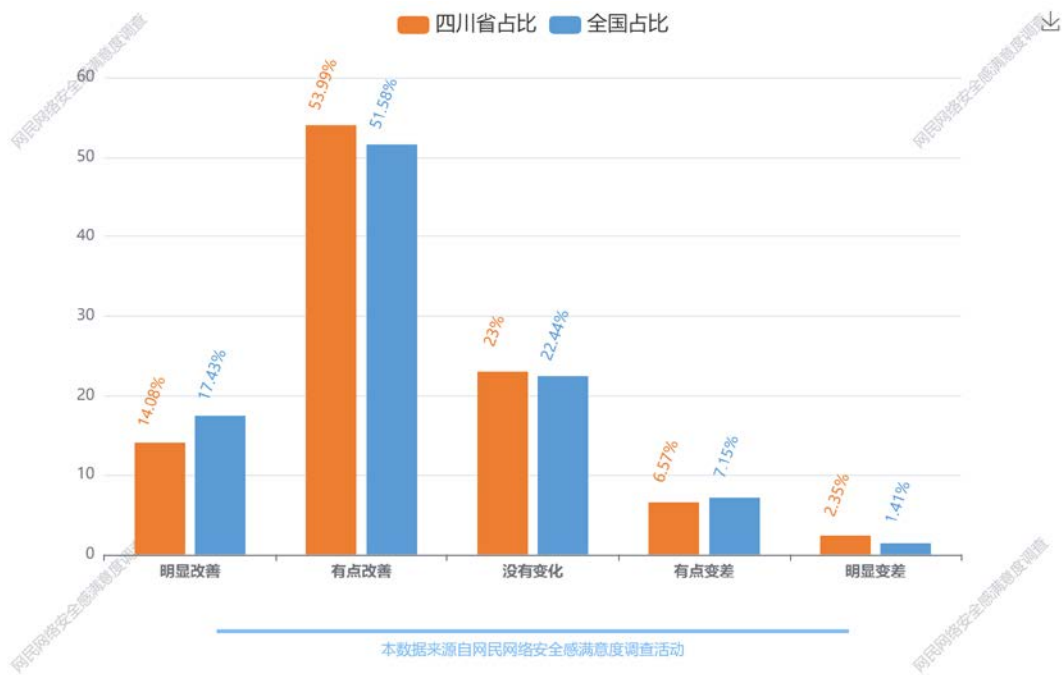
图表 253：自媒体发布信息的监管

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 14.4 题：您认为应该如何加强对自媒体发布虚假信息的监管？（多选））

四、企业自律

（29）互联网企业合规自律评价

参与调查的公众网民对目前互联网企业在合规自律方面的评价：认为有所改善的网民占 68.07%，其中 14.08% 的网民认为明显改善，53.99% 的网民认为有点改善。23% 的公众网民表示没有变化。6.57% 网民认为效果有点变差，2.35% 网民表示效果明显变差。数据显示，（68.07%）的公众网民认为互联网行业反垄断治理措施效果有所改善或有明显改善。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 3.35 个百分点，表示有点改善比例要高 2.41 个百分点。

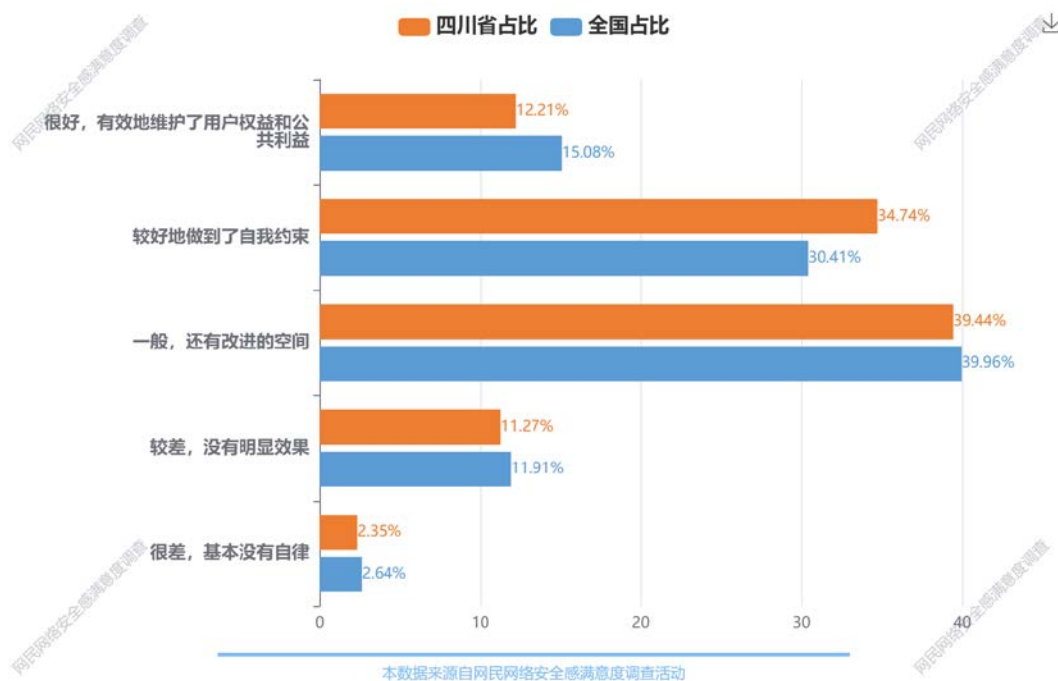


图表 254：互联网企业合规自律评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 15 题：您认为目前互联网企业在合规自律方面有什么变化？）

（30）互联网平台自律评价

参与调查的公众网民对互联网平台自律评价：有 12.21%的网民很好，有效地维护了用户权益和公共利益；有 34.74%的网民较好地做到了自我约束；有 39.44%的网民一般，还有改进的空间；有 11.27%的网民较差，没有明显效果；有 2.35%的网民很差，基本没有自律。

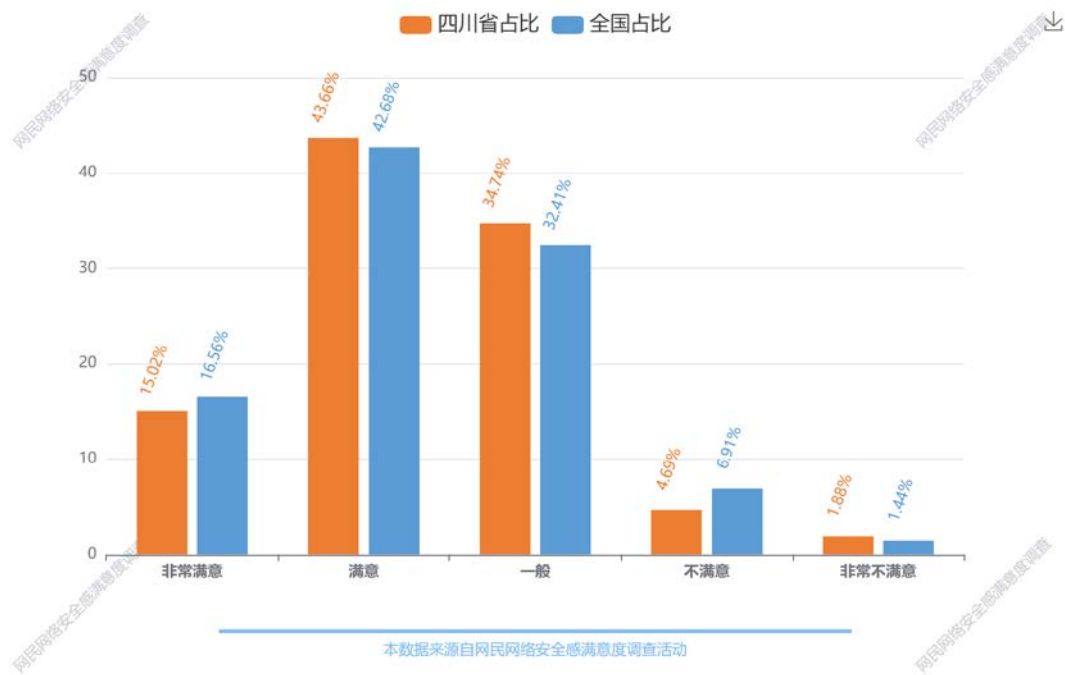


图表 255：互联网平台自律评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 16 题：您认为互联网平台自律评价如何？）

（31）互联网平台自律满意度评价

参与调查的公众网民对互联网平台自律满意度评价为：**15.02%**网民表示非常满意，**43.66%**的网民表示满意。**34.74%**的网民表示一般。**4.69%**网民表示不满意，**1.88%**网民表示非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 **1.54** 个百分点，表示一般比例要高 **2.33** 个百分点。



图表 256：互联网平台自律满意度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 7 互联网平台监管与企业自律专题第 17 题：您对当前互联网平台的自律程度是否满意？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

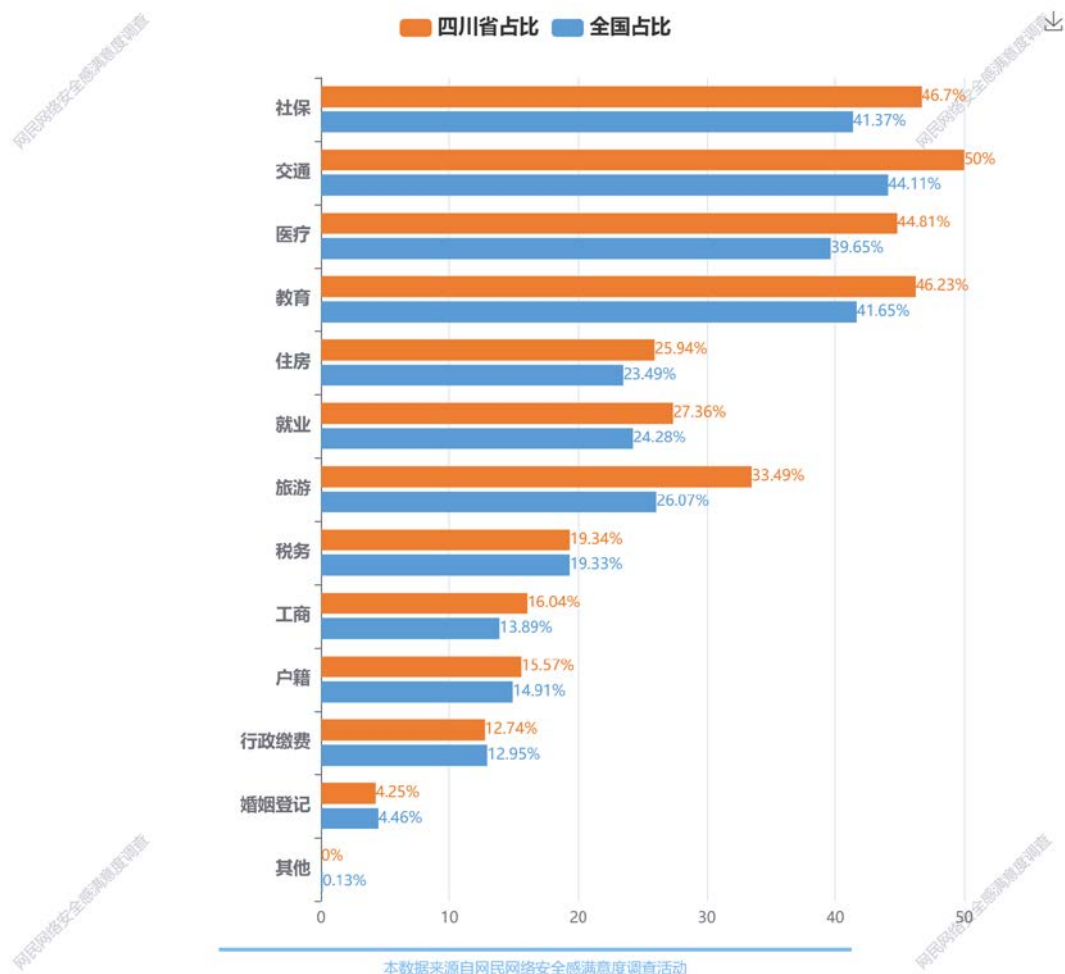
4.8 专题 8：数字政府服务与治理能力提升专题

参与本专题答题的公众网民数量为 212 人。

一、应用状况

（1）政府网上服务的渗透率

政府网上服务的渗透率排序：排第一位是交通领域（渗透率 50%）；第二位是社保领域（渗透率 46.7%）；第三位是教育领域（渗透率 46.23%）；第四位是医疗领域（渗透率 44.81%）；第五位是旅游领域（渗透率 33.49%）。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

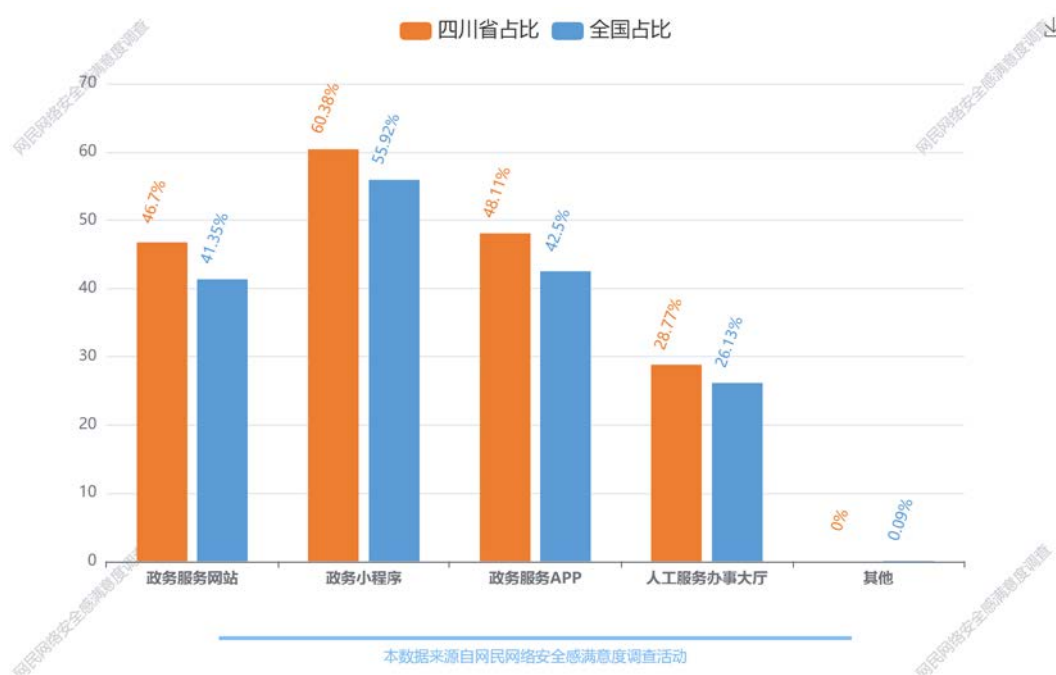


图表 257：政府网上服务的渗透率

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 1 题：您使用过哪些政府网上服务？（多选））

（2）网民优先选择的服务渠道

网民办理政务服务事项的渠道选择：排第一位是政务小程序（选择率 60.38%）；第二位是政务服务 APP（选择率 48.11%）；第三位是政务服务网站（选择率 46.7%）；第四位是人工服务办事大厅（选择率 28.77%）。相较于全国数据，排名基本一致。

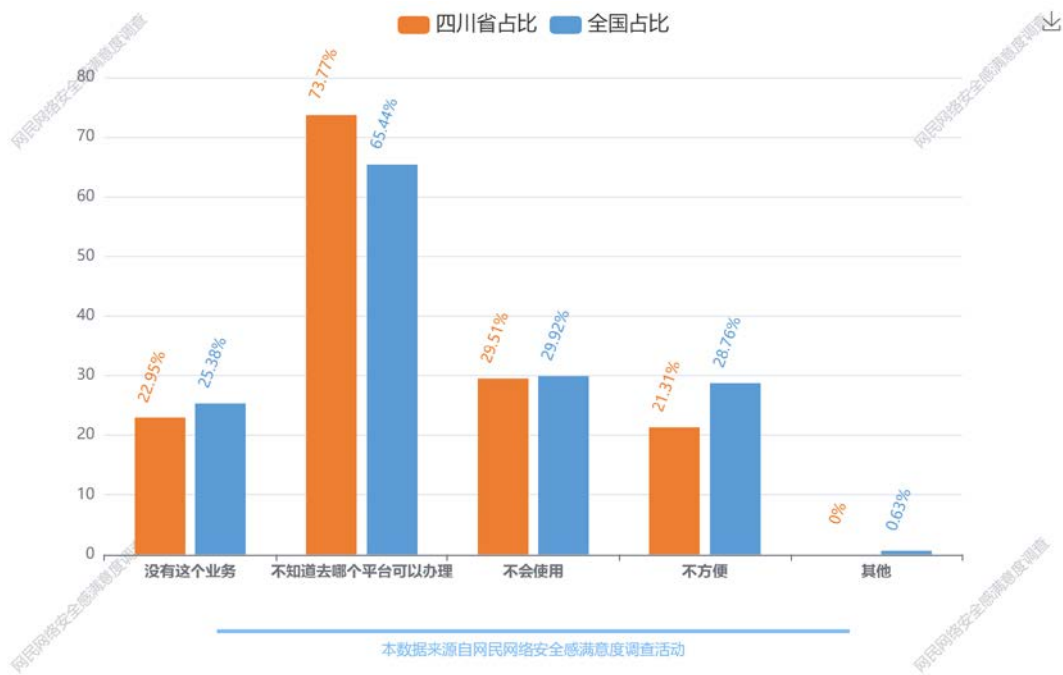


图表 258：网民优先选择的服务渠道

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 2 题：您在办理服务事项时，优先选择哪种渠道办理？（多选））

（3）不选网上服务的原因

公众网民对政府网上服务办理事项的见解：排第一位是不知道去哪个平台可以办理（选择率 73.77%）；第二位是不会使用（选择率 29.51%）；第三位是没有这个业务（选择率 22.95%）；第四位是不方便（选择率 21.31%）。数据显示，不知道去哪个平台可以办理是网民不选择政府网上服务办理事项的主要原因。相较于全国数据，不知道去哪个平台可以办理的占比高了 8.33 个百分点。



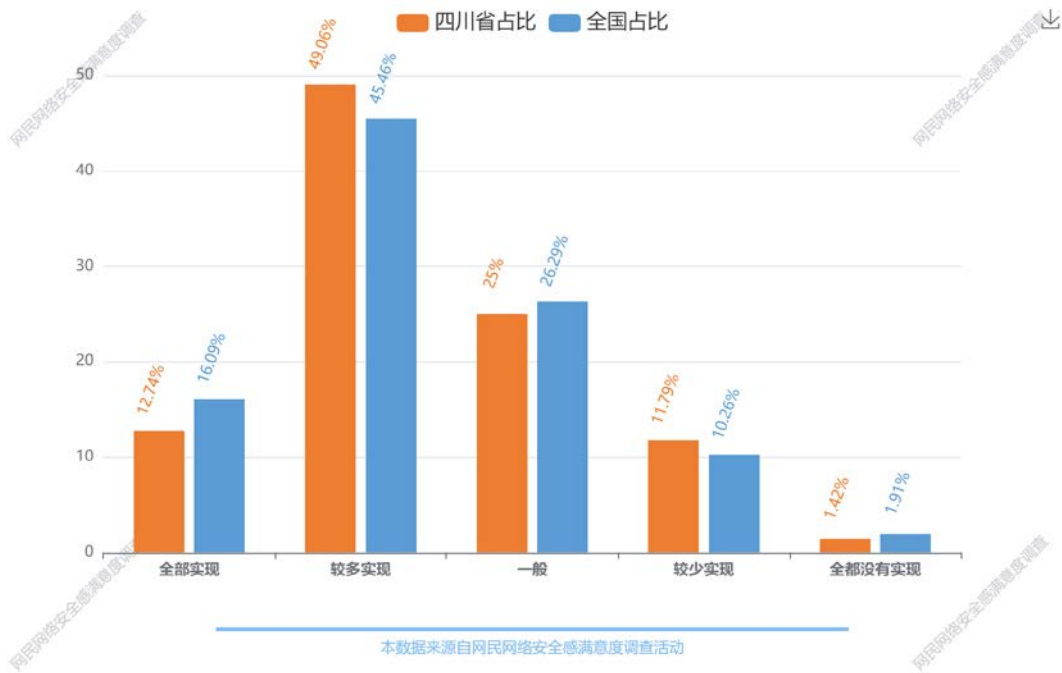
图表 259：不选网上服务的原因

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 2.1 题：您不选择政府网上服务办理事项的原因是？（多选））

二、建设效果

（4）网上政务服务事项建设状况

参与调查的公众网民对实现政府网上政务服务事项全程网上办理的评价：12.74%网民表示全部实现，49.06%的网民表示较多实现，25%的网民表示一般，11.79%网民表示较少实现，1.42%网民表示全都没有实现。与全国数据相比，表示全部实现的比例要低 3.35 个百分点，表示较多实现比例要高 3.6 个百分点。

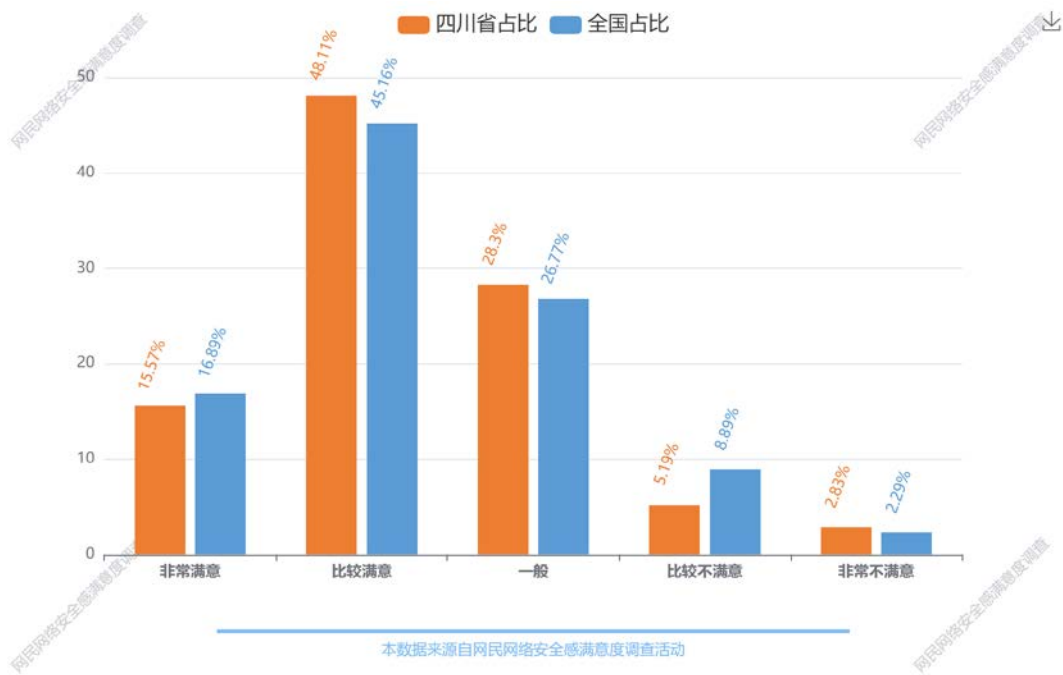


图表 260：网上政务服务事项建设状况

（图表数据来源：公众网民版专题 7 数字政府服务与治理能力提升专题第 3 题：您办理过的政务服务事项是否实现了全程网上办理？）

（5）政府网上服务覆盖度满意度

参与调查的公众网民对政府网上服务覆盖度满意度评价为：**15.57%**网民表示非常满意，**48.11%**的网民表示比较满意，**28.3%**的网民表示一般，**5.19%**网民表示比较不满意，**2.83%**网民表示非常不满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 **1.32** 个百分点，表示比较满意比例要高 **2.95** 个百分点。

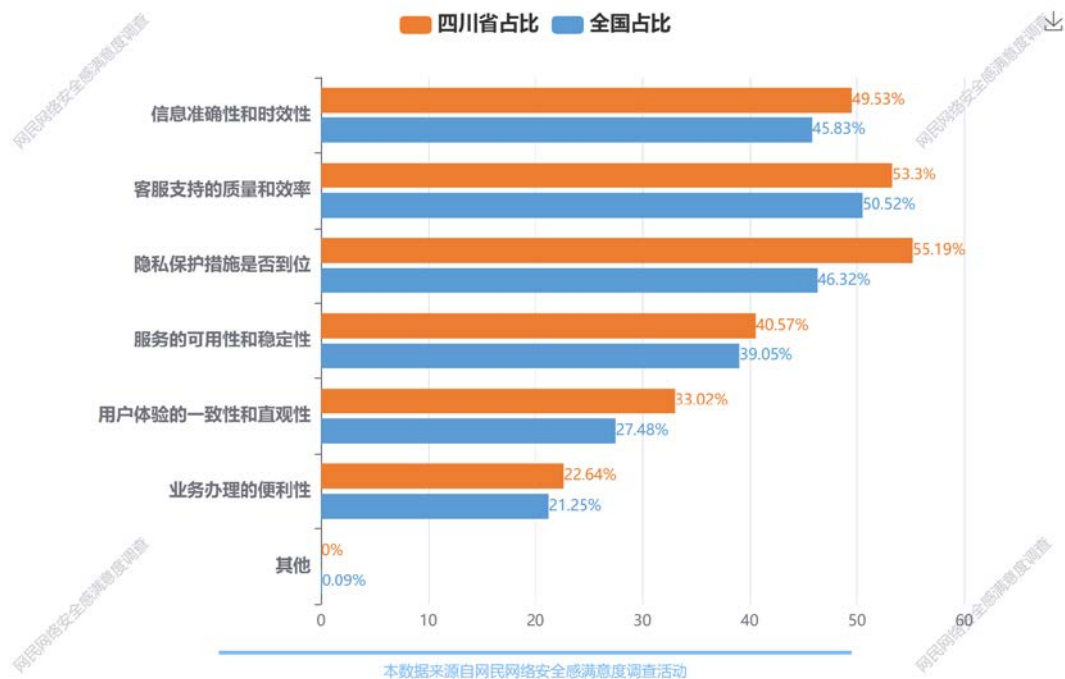


图表 261：政府网上服务覆盖度满意度

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 4 题：您对现在的政府网上服务覆盖度满意度评价如何？）

（6）数字政府服务满意度影响因素

参与调查的公众网民在使用数字政府服务过程中，影响满意度的因素排序为：排第一位是隐私保护措施是否到位（选择率 55.19%）；第二位是客服支持的质量和效率（选择率 53.3%）；第三位是信息准确性和时效性（选择率 49.53%）；第四位是服务的可用性和稳定性（选择率 40.57%）；第五位是用户体验的一致性和直观性（选择率 33.02%）。相较于全国数据，排名基本一致。

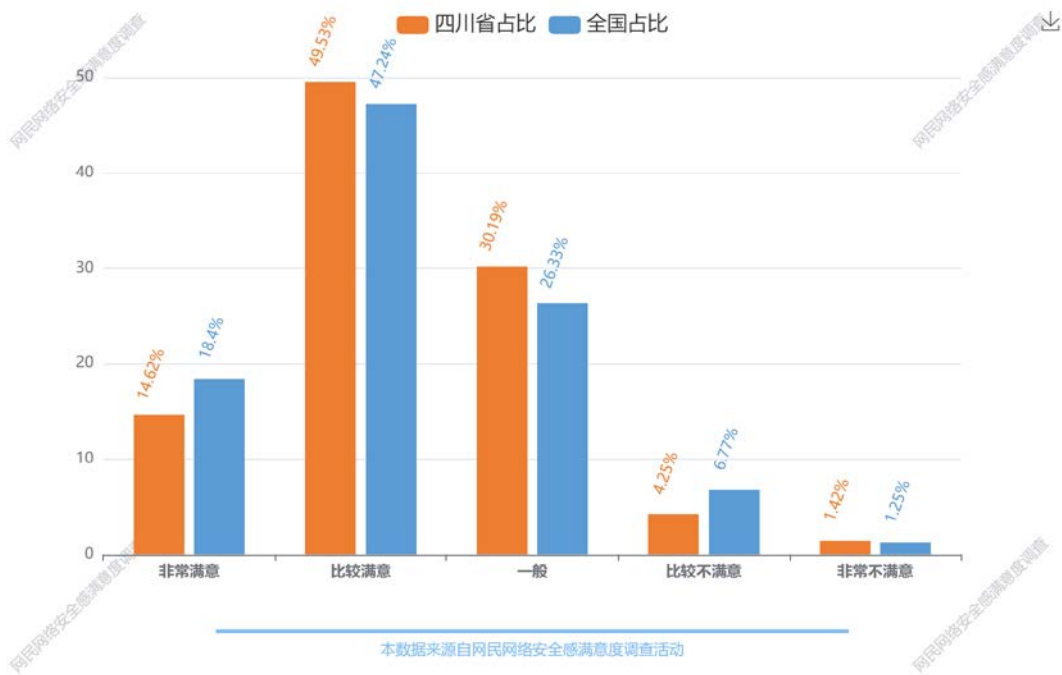


图表 262：数字政府服务满意度影响因素

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 5 题：在使用数字政府服务过程中，哪些因素最影响您的满意度？（多选））

（7）数字政府服务在消除地区、人群差异的公平度

参与调查的公众网民对数字政府网上服务在消除地区、人群差异的公平度评价：14.62%网民表示非常满意，49.53%的网民表示比较满意。30.19%的网民表示一般。4.25%网民认为比较不满意，1.42%网民表示非常不满意。数据显示，（64.15%）公众网民认为数字政府公平度比较满意和非常满意。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 3.78 个百分点，表示比较满意比例要高 2.29 个百分点。



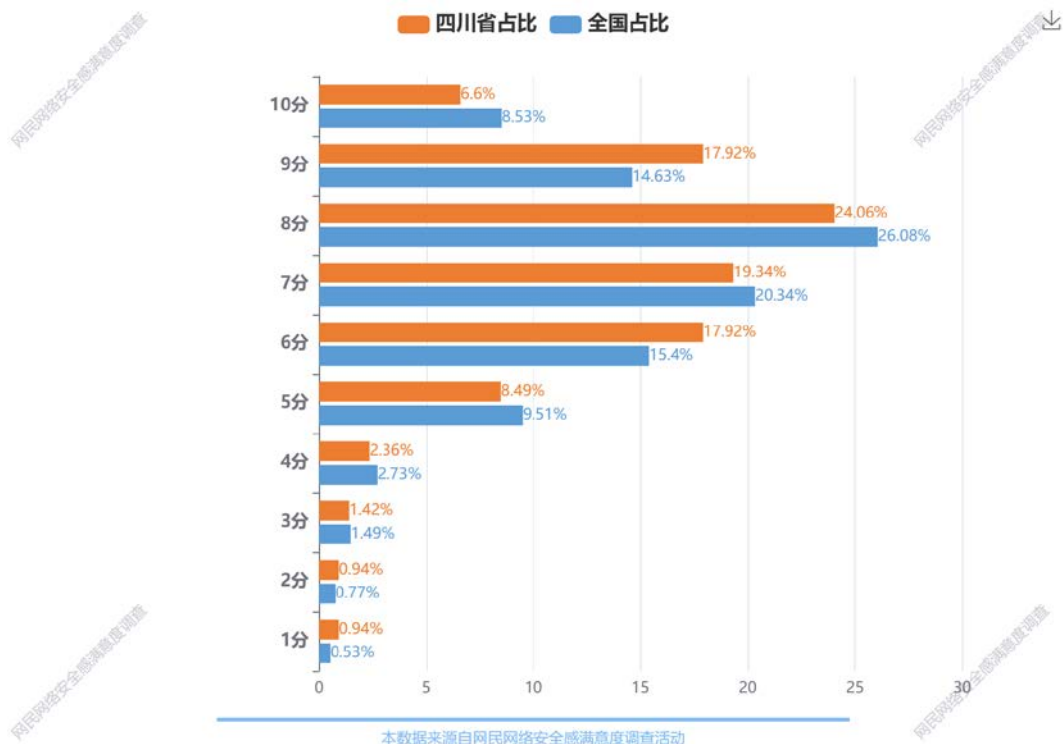
图表 263：数字政府服务在消除地区、人群差异的公平度

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 6 题：您如何评价当下数字政务服务在消除地区、人群差异，维护公平方面的成效？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（8）政府网上服务消除城乡地区差异评价

公众网民对政府提供城乡地区差异消除的网上服务评价：高以上的占 67.92%，其中 24.52% 公众网民认为非常高，43.40% 认为较高。26.41% 认为一般。而 5.66% 认为低。相较于全国数据，10 分、5 分分别比全国数据低 1.93、1.02 个百分点。

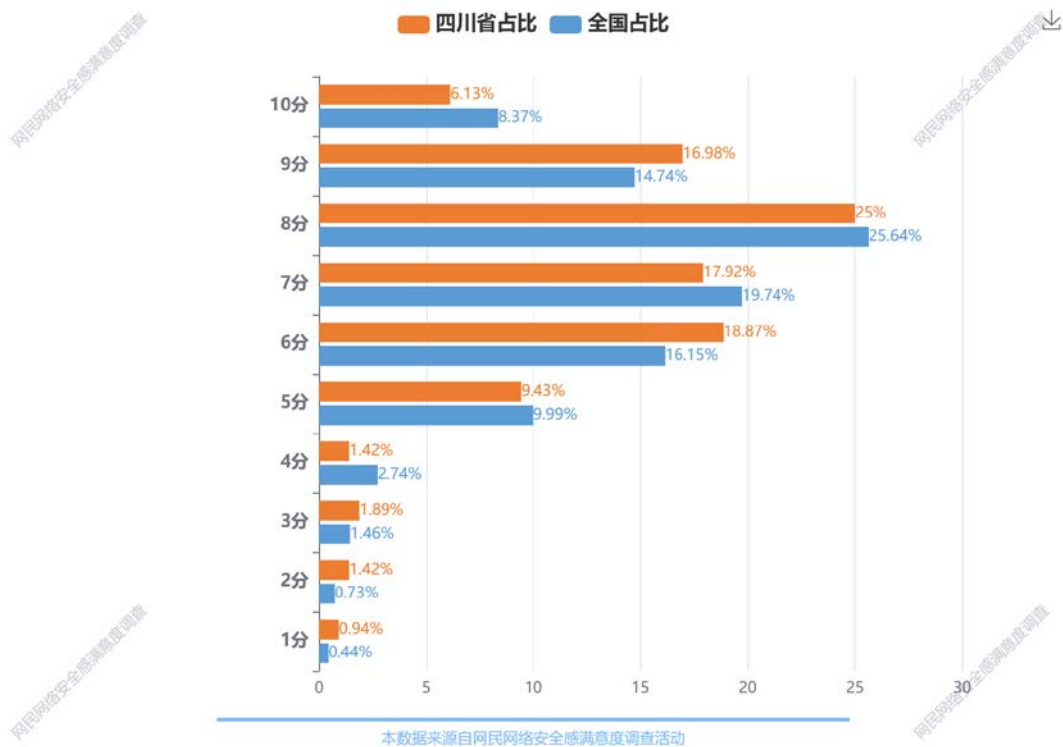


图表 264：政府网上服务消除城乡地区差异评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 6.1 题：您对政府网上服务公平度细分领域方面的评分：（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）A. 城乡地区差异消除）

（9）政府网上服务提供适老化服务评价

公众网民对政府网上服务提供适老化服务评价：高以上的占 66.03%，其中 23.11% 公众网民认为非常高，42.92% 认为较高。28.30% 认为一般。而 5.67% 认为低。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 2.24 个百分点，表示 9 分比例要高 2.24 个百分点。

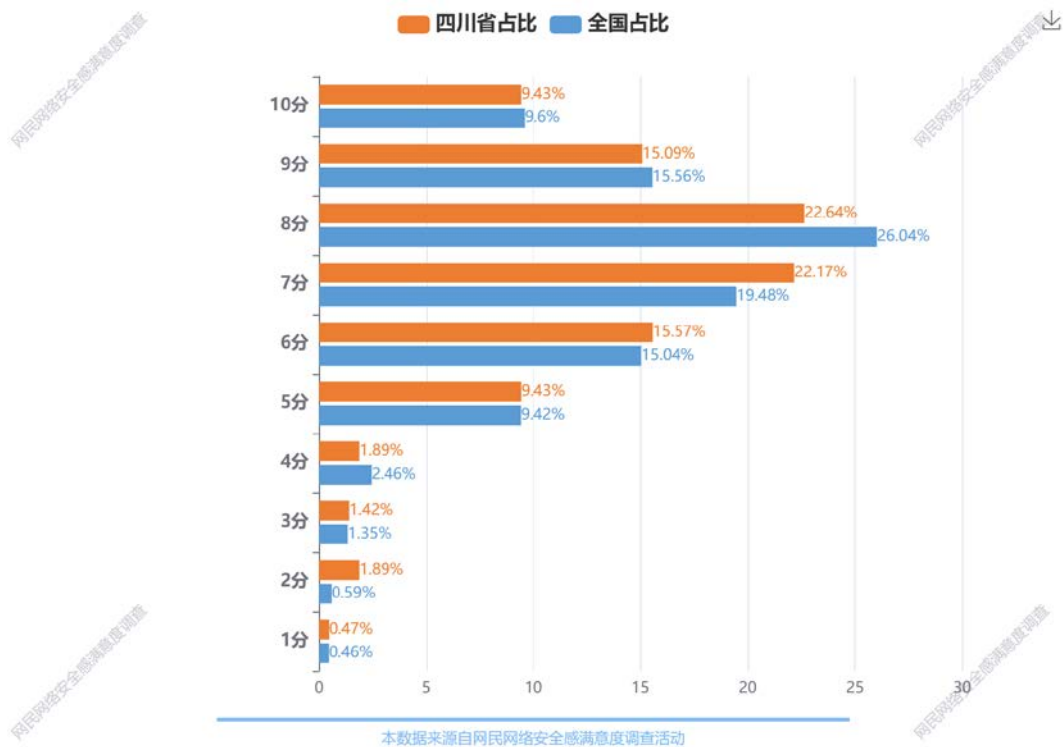


图表 265：政府网上服务提供适老化服务评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 6.1 题：您对政府网上服务公平度细分领域方面的评分：（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）B. 适老化服务提供）

（10）政府网上服务支持多种语言评价

公众网民对政府网上服务支持多种语言评价：高以上的占 69.33%，其中 24.52% 公众网民认为非常高，44.81% 认为较高。25.00% 认为一般。而 5.67% 认为低。与全国数据相比，表示 8 分的比例要低 3.4 个百分点，表示 7 分比例要高 2.69 个百分点。

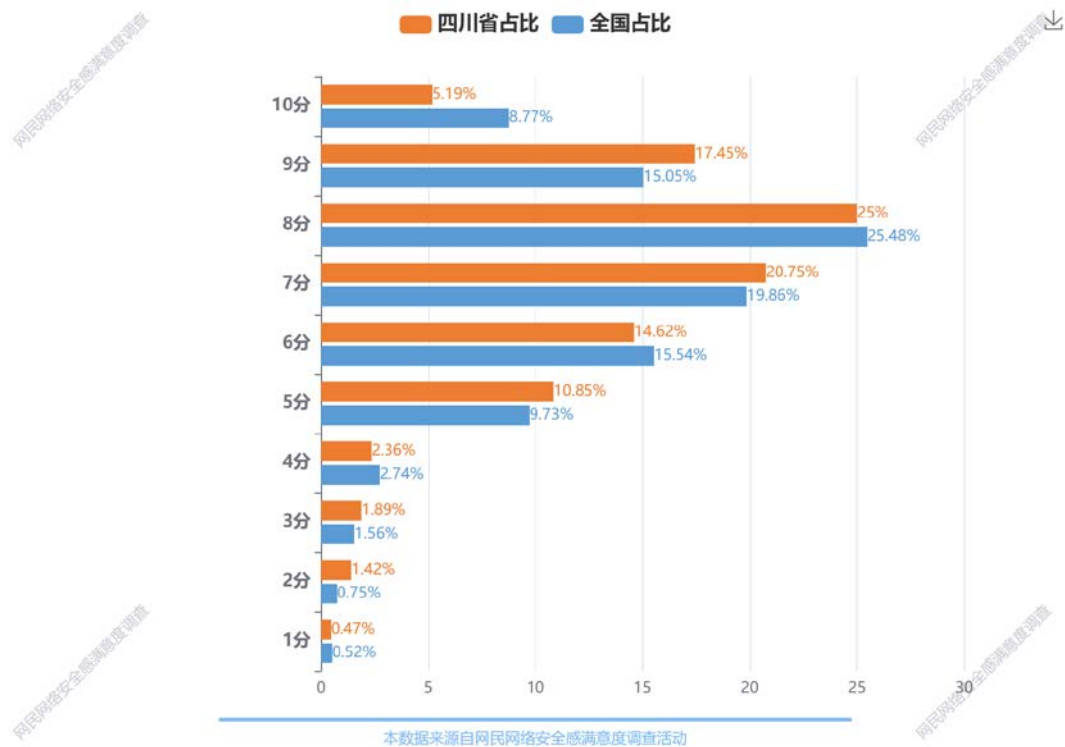


图表 266：政府网上服务支持多种语言评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 6.1 题：您对政府网上服务公平度细分领域方面的评分：（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）C. 多种语言支持）

（11）政府网上服务支持弱能人士评价

公众网民对政府网上服务支持弱能人士评价：高以上的占 68.39%，其中 22.64% 公众网民认为非常高，45.75% 认为较高。25.47% 认为一般。而 6.14% 认为低。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 3.58 个百分点，表示 9 分比例要高 2.4 个百分点。

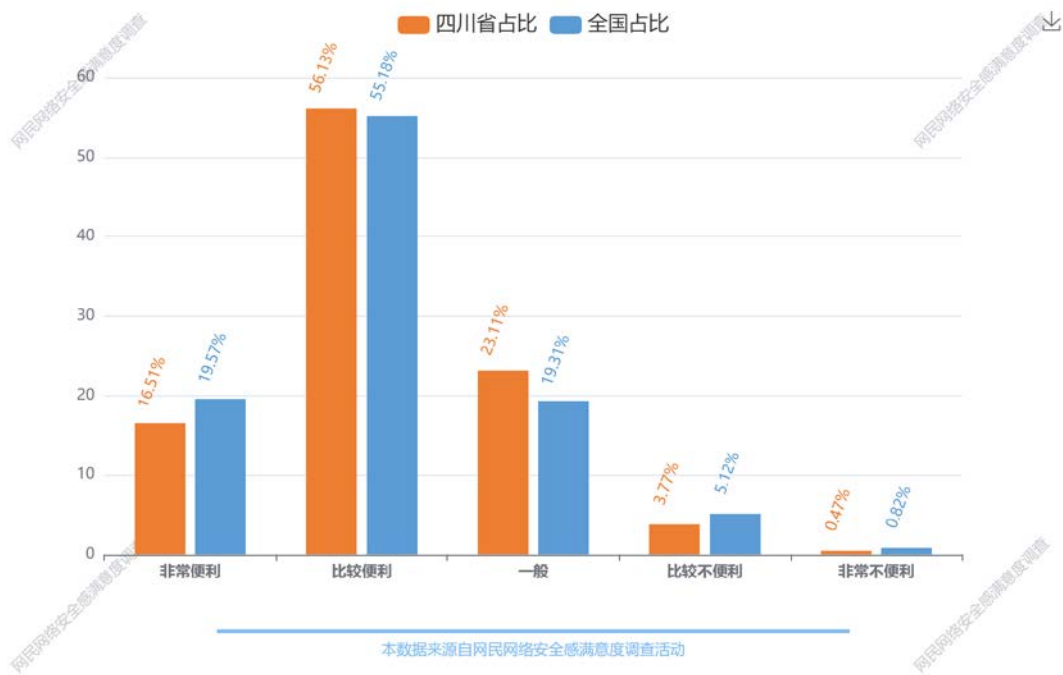


图表 267：政府网上服务支持弱能人士评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 6.1 题：您对政府网上服务公平度细分领域方面的评分：（评分范围 1-10 分，最高 10 分，最低 1 分）D. 弱能人士支持）

（12）政府网上服务的便利性

参与调查的公众网民对政府网上服务便利性的评价：**16.51%**网民表示非常便利，**56.13%**的网民表示比较便利。**23.11%**的网民表示一般。**3.77%**网民认为比较不便利，**0.47%**网民表示非常不便利。数据显示，（**72.64%**）公众网民认为政府网上服务比较便利或非常便利。与全国数据相比，表示非常便利的比例要低 3.06 个百分点，表示一般比例要高 3.8 个百分点。

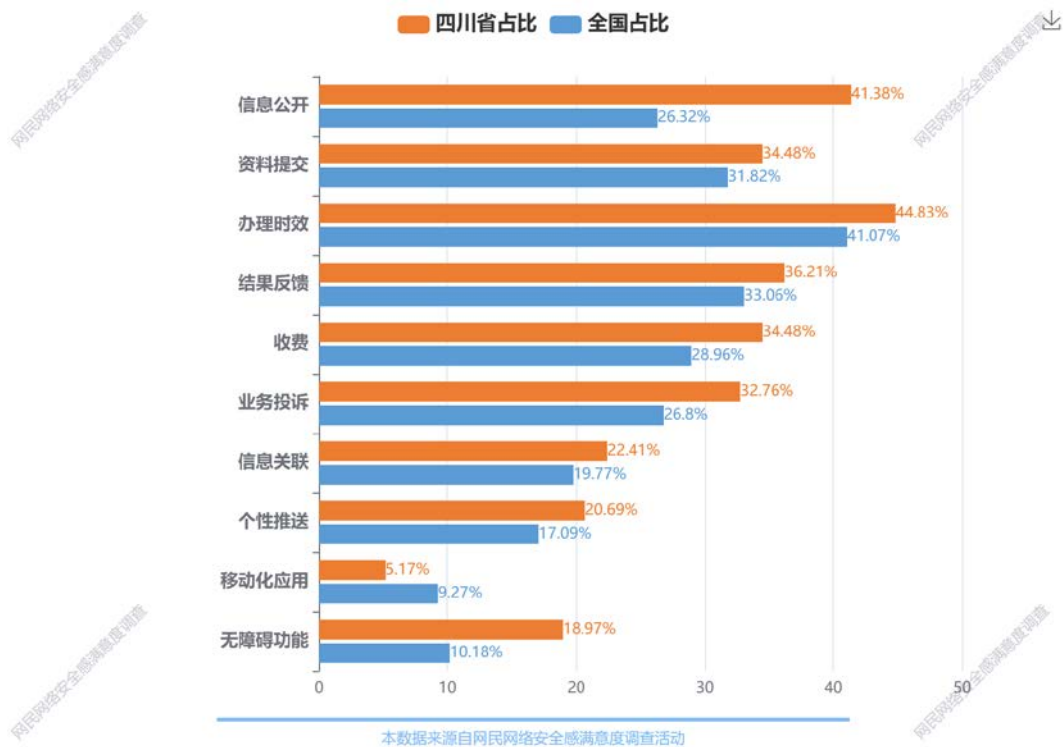


图表 268：网民对政府网上服务便利性的评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 7 题：您认为现在的政府网上服务是否便利？）

（13）政府网上服务便利性的不足

参与调查的公众网民对政府网上服务便利性需求不足之处的排序：排第一位是办理时效（选择率 44.83%）；第二位是信息公开（选择率 41.38%）；第三位是结果反馈（选择率 36.21%）；第四位是资料提交（选择率 34.48%）；第五位是收费（选择率 34.48%）。数据显示，政府网上服务需要在办理时效、信息公开、结果反馈等方面进一步改善，以提高数字政府网上服务的便利性。与全国数据相比，表示移动化应用的比例要低 4.1 个百分点，表示信息公开比例要高 15.06 个百分点。

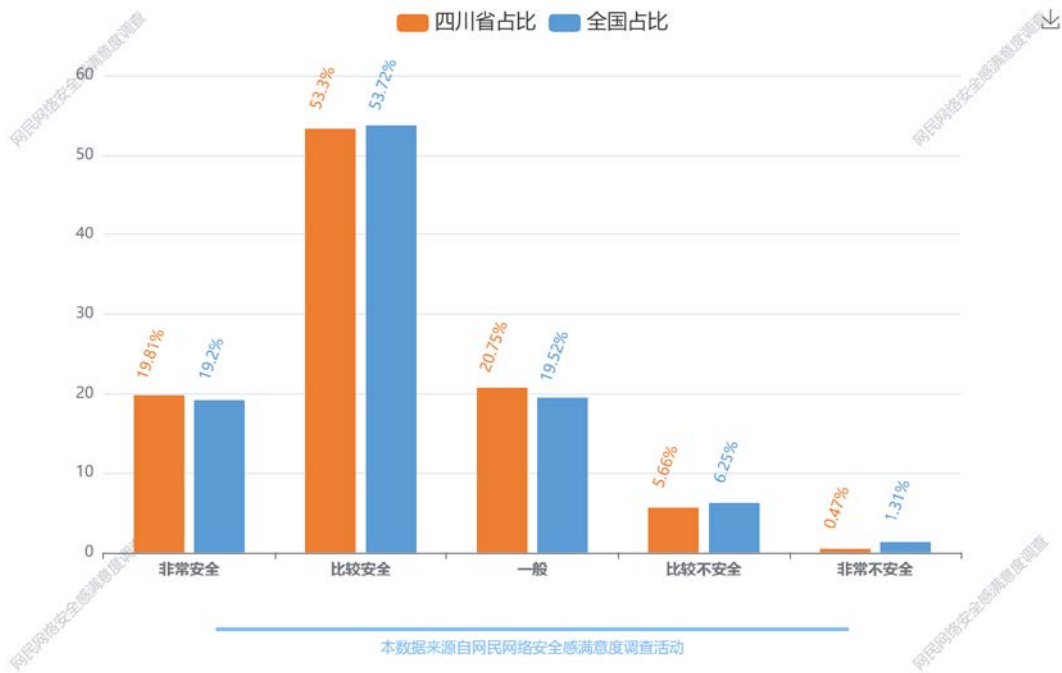


图表 269：政府网上服务便利性的不足

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 7.1 题：您认为政府网上服务的便利性应在哪些方面加强？（多选））

（14）政府网上服务的安全性

参与调查的公众网民对政府网上服务安全性的评价：**19.81%**网民表示非常安全，**53.3%**的网民表示比较安全。**20.75%**的网民表示一般。**5.66%**网民认为比较不安全，**0.47%**网民表示非常不安全。数据显示，（**73.11%**）公众网民认为数字政府网上服务比较安全和非常安全。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

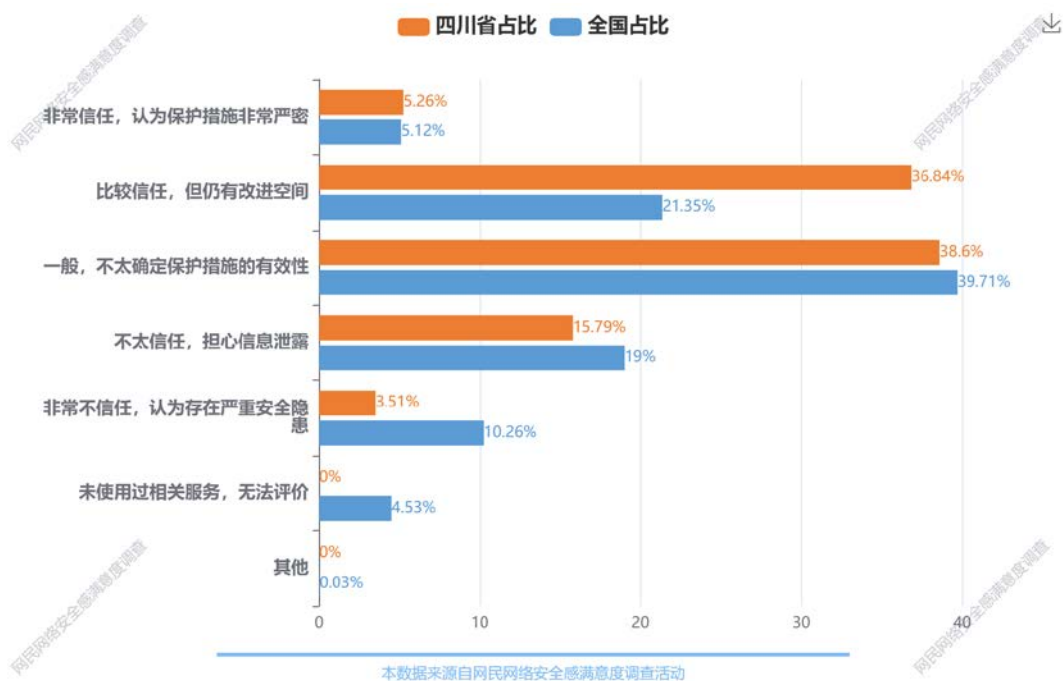


图表 270：网民对政府网上服务便利性的评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 8 题：您认为现在的政府网上服务是否安全？）

（15）数字政府服务的信息安全保护措施的信任程度评价

参与调查的公众网民对数字政府服务的信息安全保护措施的信任程度评价：排第一位是一般，不太确定保护措施的有效性（选择率 38.6%）；第二位是比较信任，但仍有改进空间（选择率 36.84%）；第三位是不太信任，担心信息泄露（选择率 15.79%）；第四位是非常信任，认为保护措施非常严密（选择率 5.26%）；第五位是非常不信任，认为存在严重安全隐患（选择率 3.51%）。相较于全国数据，除非常信任，认为保护措施非常严密和比较信任，但仍有改进空间比全国数据分别高出 0.14 个百分点、15.49 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

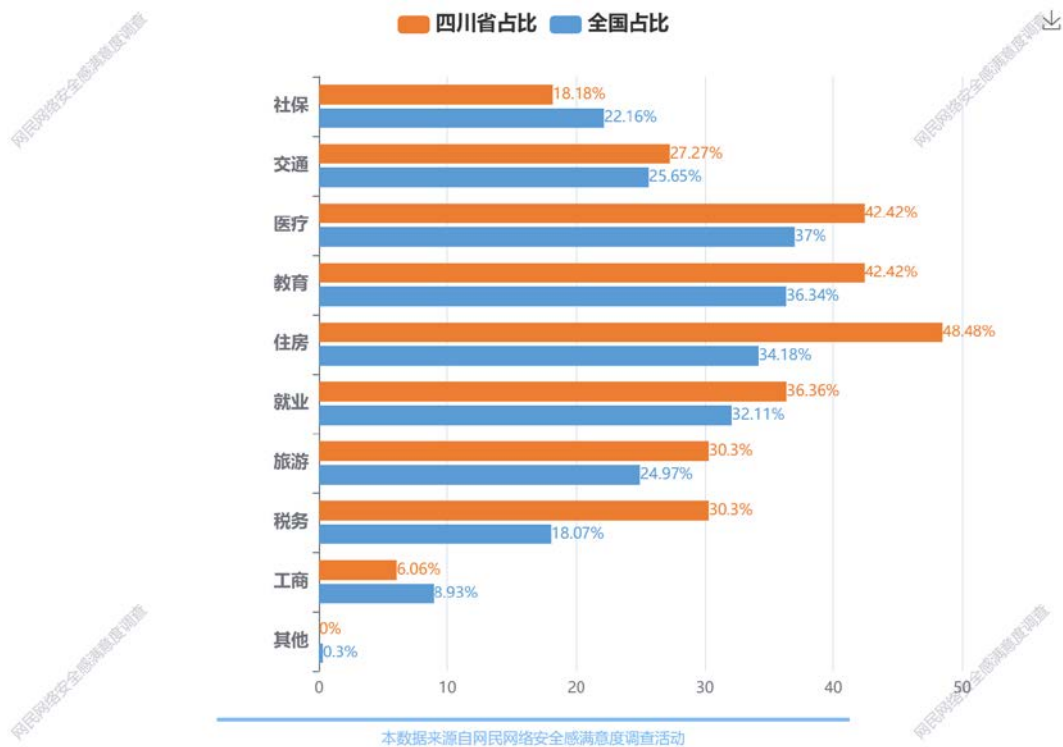


图表 271：数字政府服务的信息安全保护措施的信任程度评价

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 8.1 题：您对数字政府服务的信息安全保护措施的信任程度如何？）

（16）信息泄露的常见领域

参与调查的公众网民对政府网上服务发生信息泄露的常见领域排序：排第一位是住房（关注度 48.48%）；第二位是医疗（关注度 42.42%）；第三位是教育（关注度 42.42%）；第四位是就业（关注度 36.36%）；第五位是旅游（关注度 30.3%）。余下的是税务（30.3%），交通（27.27%）社保（18.18%），工商（6.06%）。与全国数据相比，表示社保的比例要低 3.98 个百分点，表示交通比例要高 1.62 个百分点。

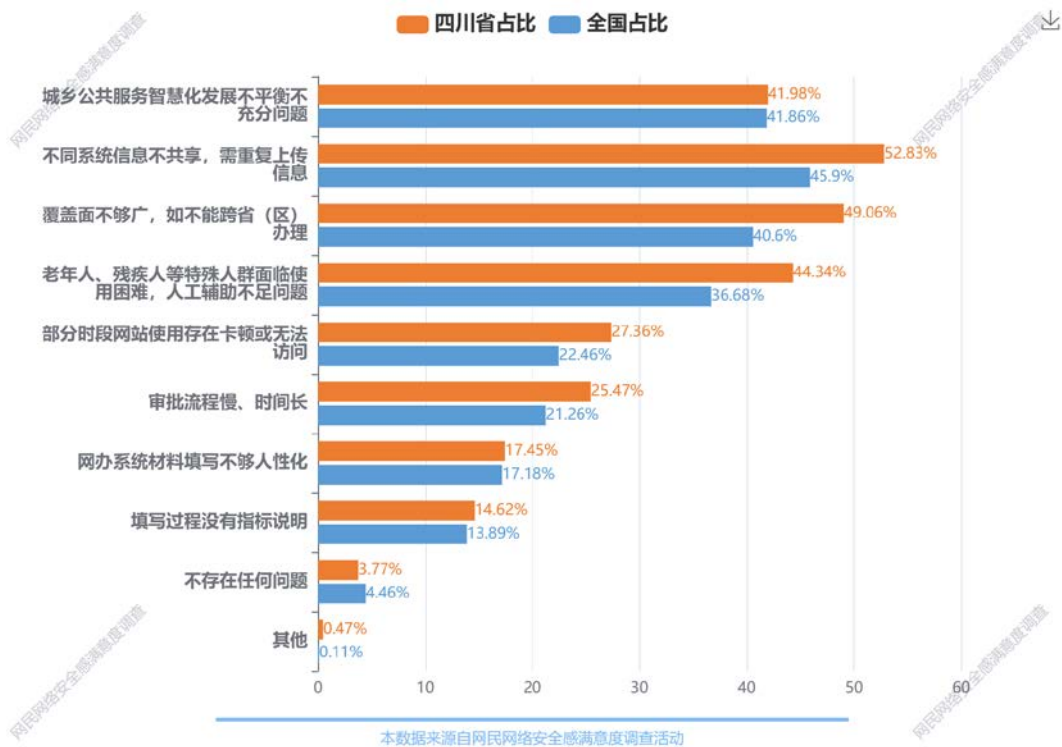


图表 272：信息泄露的常见领域

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 8.2 题：您认为主要在哪些领域的服务容易发生信息泄露？（多选））

（17）线上政务服务的不足

参与调查的公众网民对线上政务服务需求不足之处的排序：排第一位的是不同系统信息不共享，需重复上传信息（选择率 52.83%）；排第二位的是覆盖面不够广，如不能跨省（区）办理（选择率 49.06%）；排第三位的是老年人、残疾人等特殊人群面临使用困难，人工辅助不足问题（选择率 44.34%）；知道城乡公共服务智慧化发展不平衡不充分问题的网民占 41.98%。与全国数据排序一致。

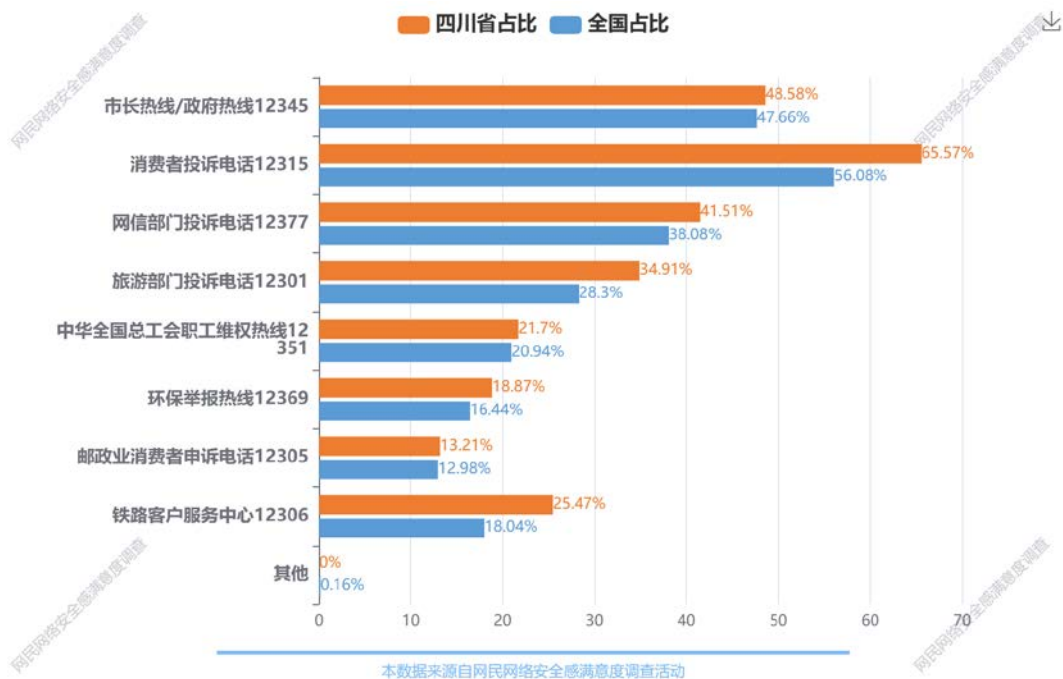


图表 273：线上政务服务的不足

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 9 题：您或者您的家人在接触线上政务服务遇到过哪些问题？（多选））

（18）政府部门或机构投诉热线知晓度

参与调查的公众网民对政府部门或机构投诉热线选择率：排第一位的是消费者投诉电话 12315（选择率 65.57%）；排第二位的是市长热线/政府热线 12345（选择率 48.58%）；排第三位的是网信部门投诉电话 12377（选择率 41.51%）。知道旅游部门投诉电话 12301 的网民占 34.91%。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

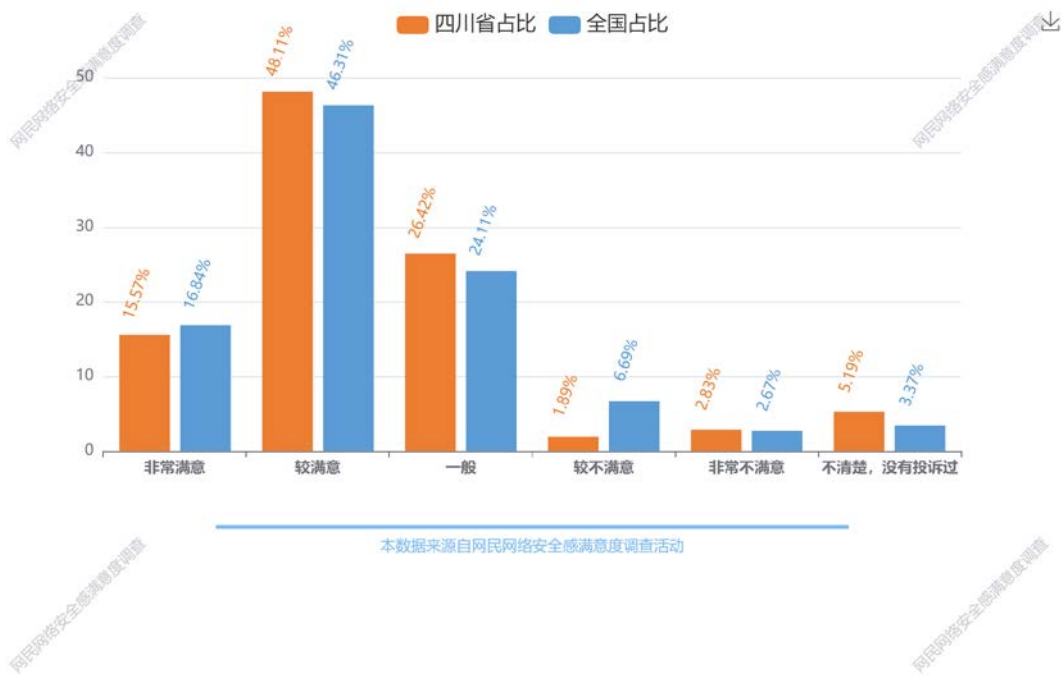


图表 274：政府部门或机构投诉热线知晓率

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 10 题：您知道哪些政府部门或机构投诉热线？（多选））

（19）政府举报平台投诉处理结果

参与调查的公众网民对政府部门举报平台处理举报投诉的结果满意度评价：15.57%公众网民表示非常满意，48.11%网民表示较满意。26.42%网民表示一般。1.89%网民表示较不满意，2.83%网民表示非常不满意，5.19%的网民表示不清楚，没有投诉过。数据显示对处理结果表示较满意或非常满意的网民占 63.68%，表示较不满意或非常不满的只占 4.72%。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.27 个百分点，表示较满意比例要高 1.8 个百分点。



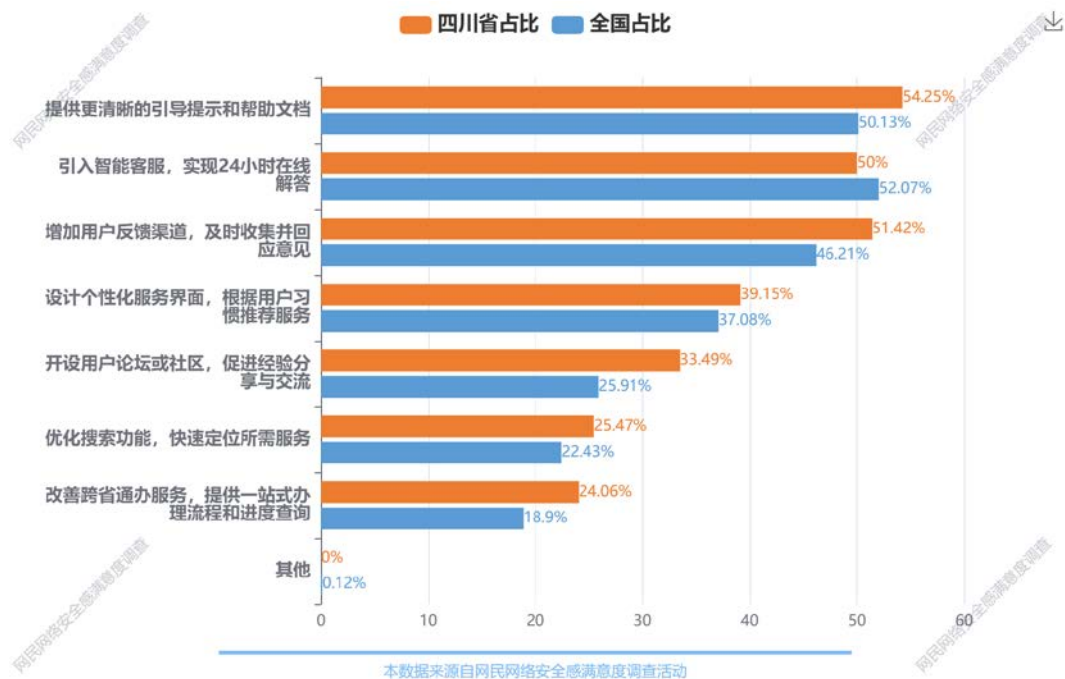
图表 275：政府举报平台投诉处理结果

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 11 题：您对相关政府部门举报平台处理举报投诉的结果满意吗？）

三、改进期望

（20）数字政府服务用户体验

参与调查的公众网民对提升数字政府用户体验的建议：排第一位是提供更清晰的引导提示和帮助文档（选择率 54.25%）；第二位是增加用户反馈渠道，及时收集并回应意见（选择率 51.42%）；第三位是引入智能客服，实现 24 小时在线解答（选择率 50%）；第四位是设计个性化服务界面，根据用户习惯推荐服务（选择率 39.15%）；第五位是开设用户论坛或社区，促进经验分享与交流（选择率 33.49%）。与全国数据相比，表示引入智能客服，实现 24 小时在线解答的比例要低 2.07 个百分点，表示提供更清晰的引导提示和帮助文档比例要高 4.12 个百分点。

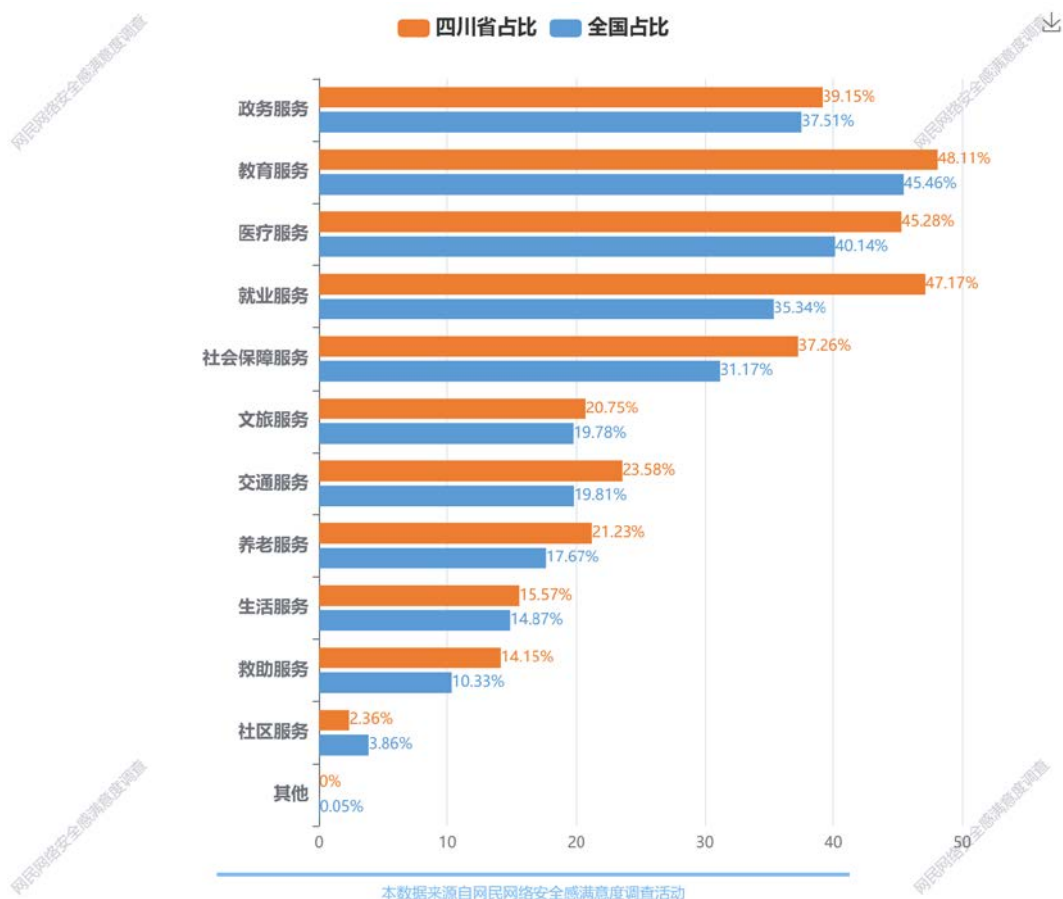


图表 276：数字政府服务用户体验

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 12 题：您希望数字政府服务如何进一步提升用户体验？（多选））

（21）智慧化便民应用的关注点

参与调查的公众网民对智慧化便民应用的关注点排序：排第一位是教育服务（选择率 48.11%）；第二位是就业服务（选择率 47.17%）；第三位是医疗服务（选择率 45.28%）；第四位是政务服务（选择率 39.15%）；第五位是社会保障服务（选择率 37.26%）。与全国数据相比，表示社区服务的比例要低 1.5 个百分点，表示政务服务比例要高 1.64 个百分点。

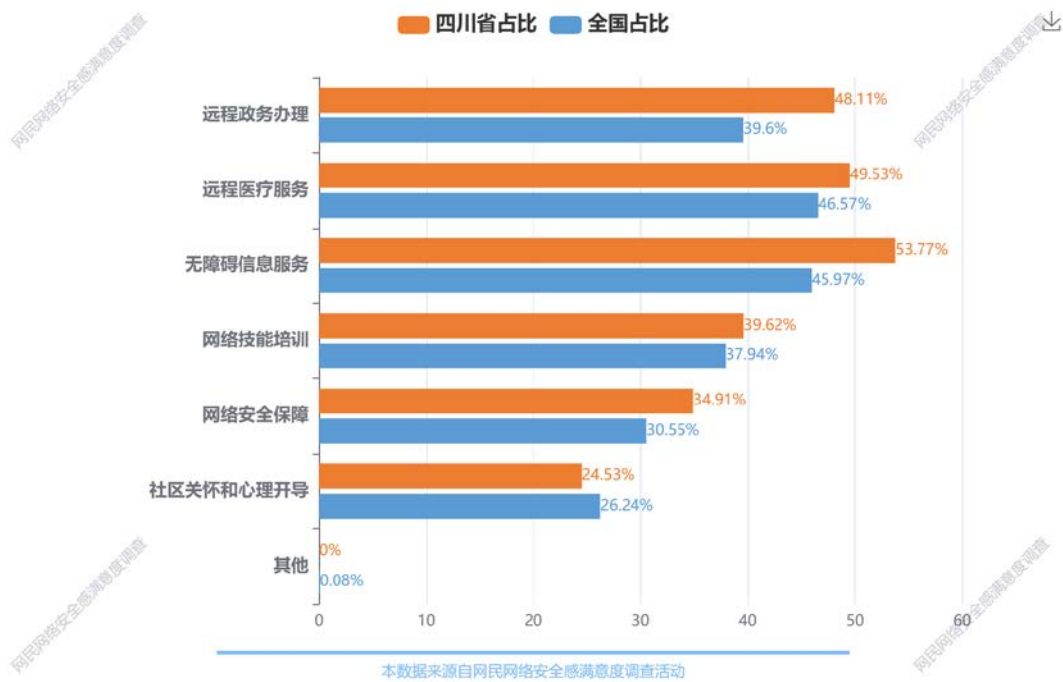


图表 277：智慧化便民应用的关注点

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 13 题：您最希望智慧化便民应用首先服务于以下哪些方面？（多选，最多 5 个））

（22）“数字化无障碍政府”的服务需求

参与调查的公众网民对“数字化无障碍政府”服务需求为：排第一位的是无障碍信息服务（选择率 53.77%）；排第二位的是远程医疗服务（选择率 49.53%）；排第三位的是远程政务办理（选择率 48.11%）；排第四位的是网络技能培训（选择率 39.62%）；排第五位的是网络安全保障（选择率 34.91%）。与全国数据相比，表示社区关怀和心理开导的比例要低 1.71 个百分点，表示远程政务办理比例要高 8.51 个百分点。

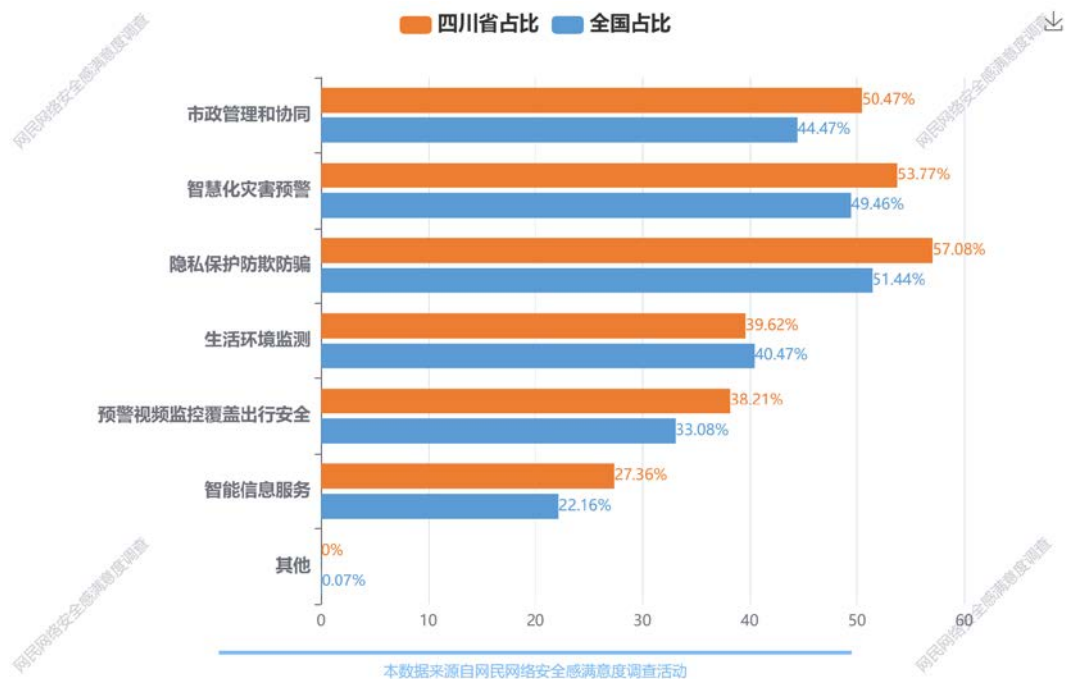


图表 278：“数字化无障碍政府”的服务需求

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 14 题：您认为“数字化无障碍政府”应该提高哪些服务？）

（23）应加强的智能化高效治理

参与调查的公众网民认为应进一步加强的智能化高效治理方面：排第一位的是隐私保护防欺防骗（选择率 57.08%）；排第二位的是智慧化灾害预警（选择率 53.77%）；排第三位的是市政管理和协同（选择率 50.47%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

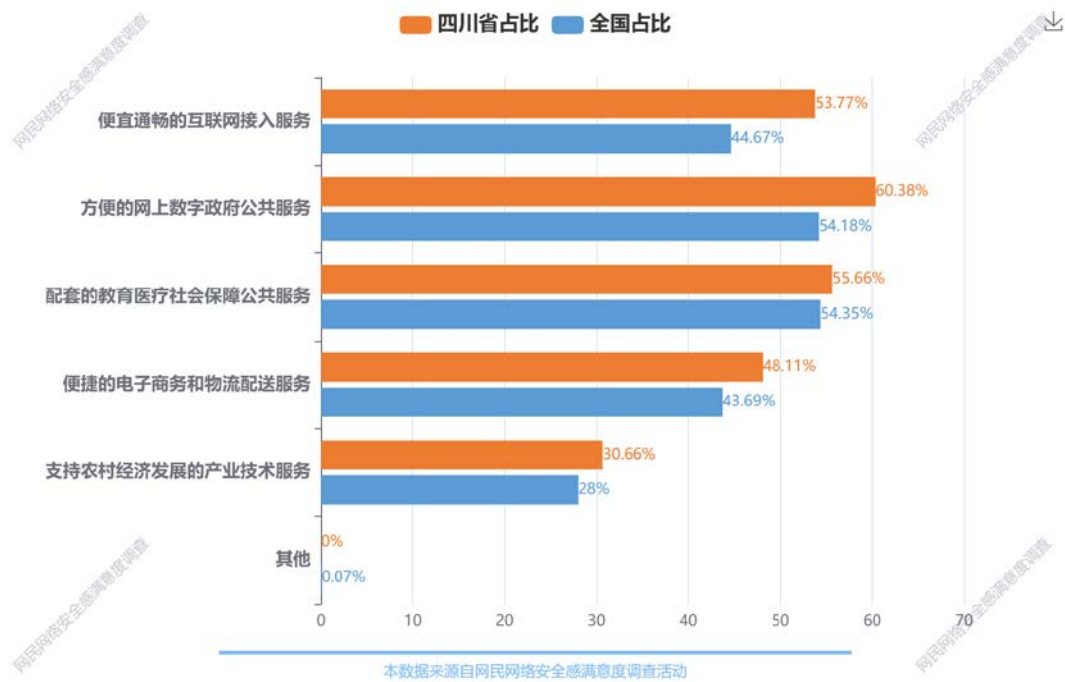


图表 279：应加强的智能化高效治理

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 15 题：在智能化高效治理方面，您认为哪些方面应进一步加强？（多选））

（24）乡村地区所需数字政府服务或公共服务

参与调查的公众网民认为乡村地区最需要获得的数字政府服务或公共服务：60.38%公众网民表示方便的网上数字政府公共服务，55.66%网民表示配套的教育医疗社会保障公共服务，53.77%网民表示便宜通畅的互联网接入服务，48.11%网民表示便捷的电子商务和物流配送服务，30.66%网民表示支持农村经济发展的产业技术服务。与全国数据排序一致。



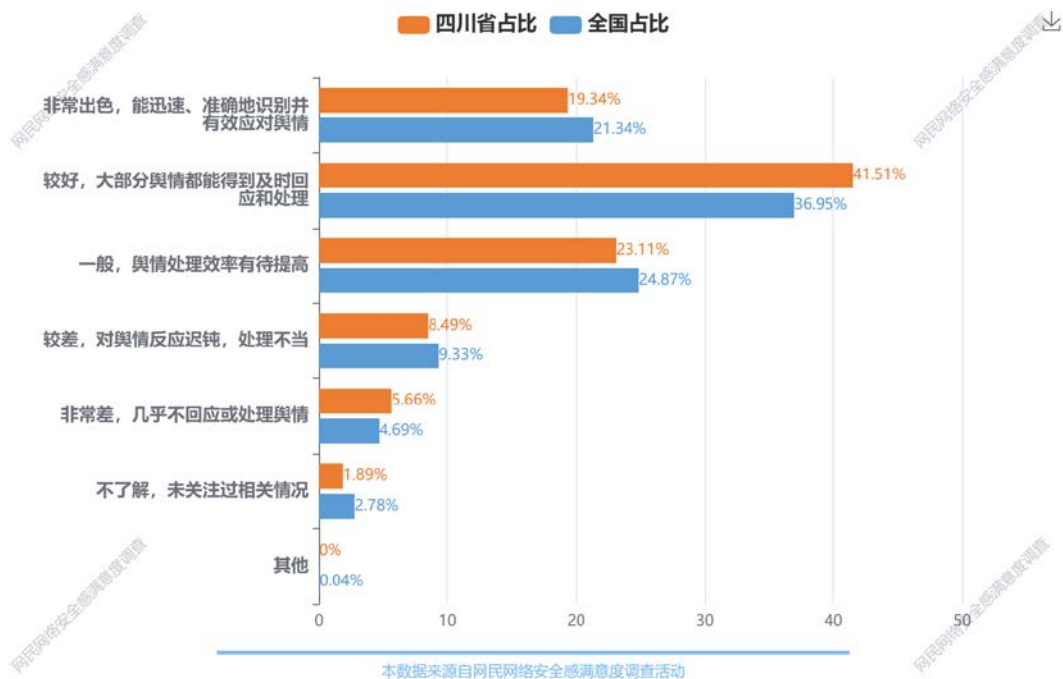
图表 280：乡村地区所需数字政府服务或公共服务

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 16 题：您认为乡村地区最需要获得的数字政府服务或公共服务？（多选））

四、治理评价

（25）数字政府建设在应急和网络舆情管理方面的表现

参与调查的公众网民对数字政府建设在应急和网络舆情管理方面的表现：排第一位较好，大部分舆情都能得到及时回应和处理（选择率 41.51%）；第二位是一般，舆情处理效率有待提高（选择率 23.11%）；第三位是非常出色，能迅速、准确地识别并有效应对舆情（选择率 19.34%）；第四位是较差，对舆情反应迟钝，处理不当（选择率 8.49%）；第五位是非常差，几乎不回应或处理舆情（选择率 5.66%）。与全国数据相比，表示非常出色，能迅速、准确地识别并有效应对舆情的比例要低 2.0 个百分点，表示较好，大部分舆情都能得到及时回应和处理比例要高 4.56 个百分点。

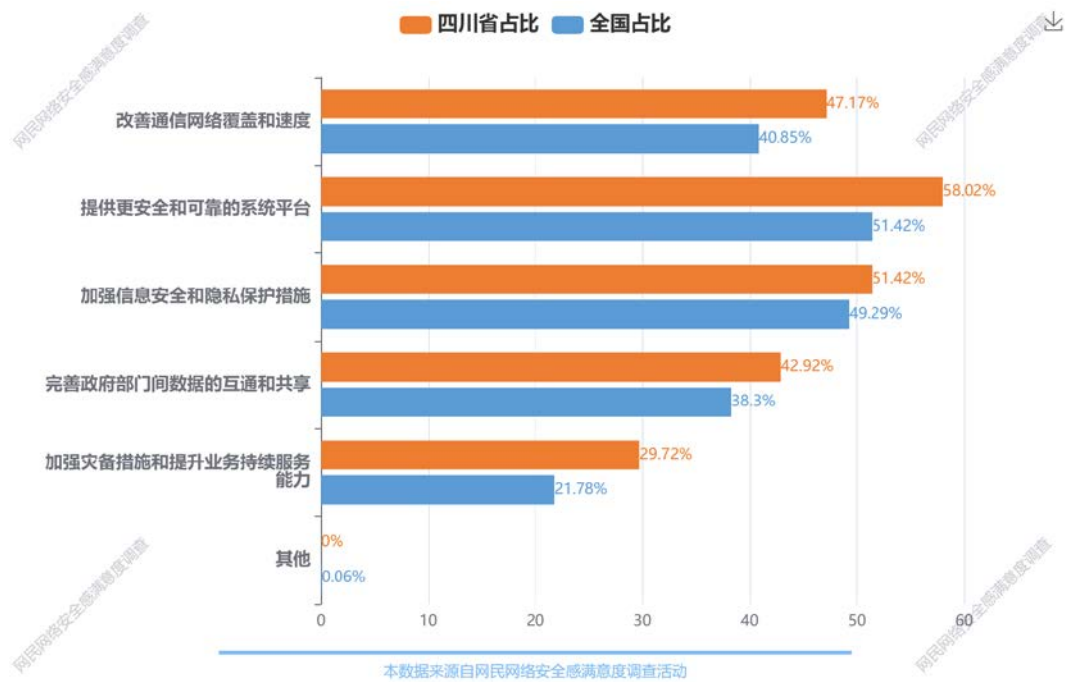


图表 281：数字政府建设在应急和网络舆情管理方面的表现

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 17 题：您认为数字政府建设在应急和网络舆情管理方面的表现如何？）

（26）政府在公共信息基础设施方面改进的空间

参与调查的公众网民对政府在公共信息基础设施方面改进的空间：排第一位提供更安全和可靠的系统平台（选择率 58.02%）；第二位是加强信息安全和隐私保护措施（选择率 51.42%）；第三位是改善通信网络覆盖和速度（选择率 47.17%）；第四位是完善政府部门间数据的互通和共享（选择率 42.92%）；第五位是加强灾备措施和提升业务持续服务能力（选择率 29.72%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

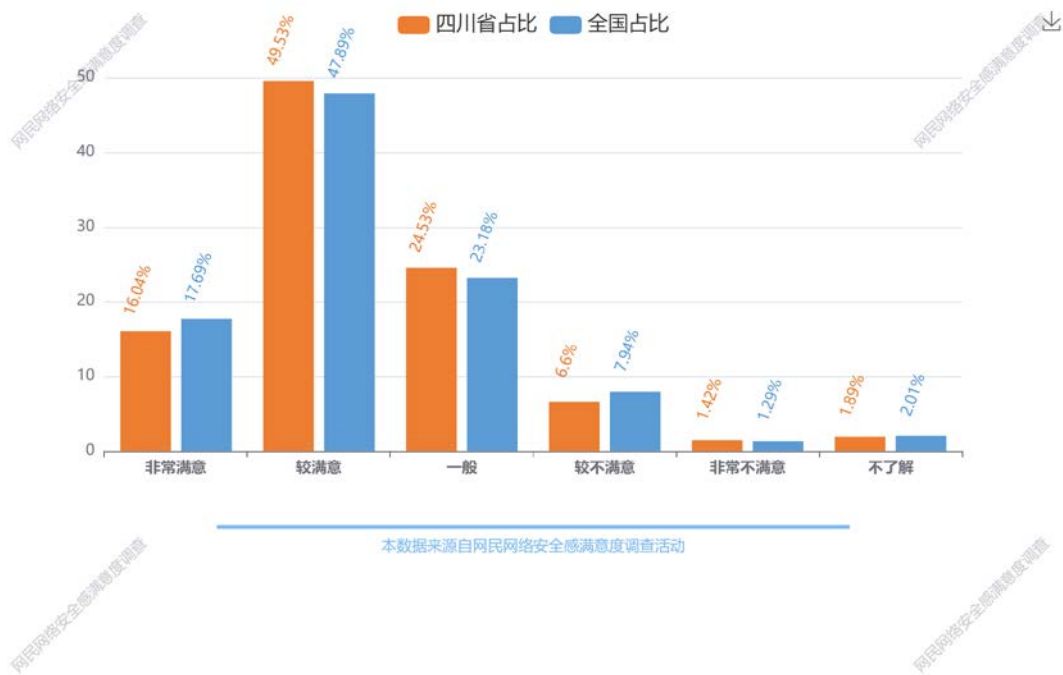


图表 282：政府在公共信息基础设施方面改进的空间

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 18 题：您认为在公共信息基础设施方面，政府还存在哪些改进的空间？）

（27）政府信息化工程建设的成效

参与调查的公众网民对政府提升治理能力的信息化工程建设成效的满意度评价：16.04%公众网民表示非常满意，49.53%网民表示较满意。24.53%网民表示一般。6.6%网民表示较不满意，1.42%网民表示非常不满意，1.89%的网民表示不了解。与全国数据相比，表示非常满意的比例要低 1.65 个百分点，表示较满意比例要高 1.64 个百分点。



图表 283：政府信息化工程建设的成效

（图表数据来源：公众网民版专题 8 数字政府服务与治理能力提升专题第 19 题：您对相关政府利用网络和信息 technology 提升治理能力的工程（如“智慧医疗”、“平安社区”、“智慧城市”、“智能交通”等）建设成效满意吗？）

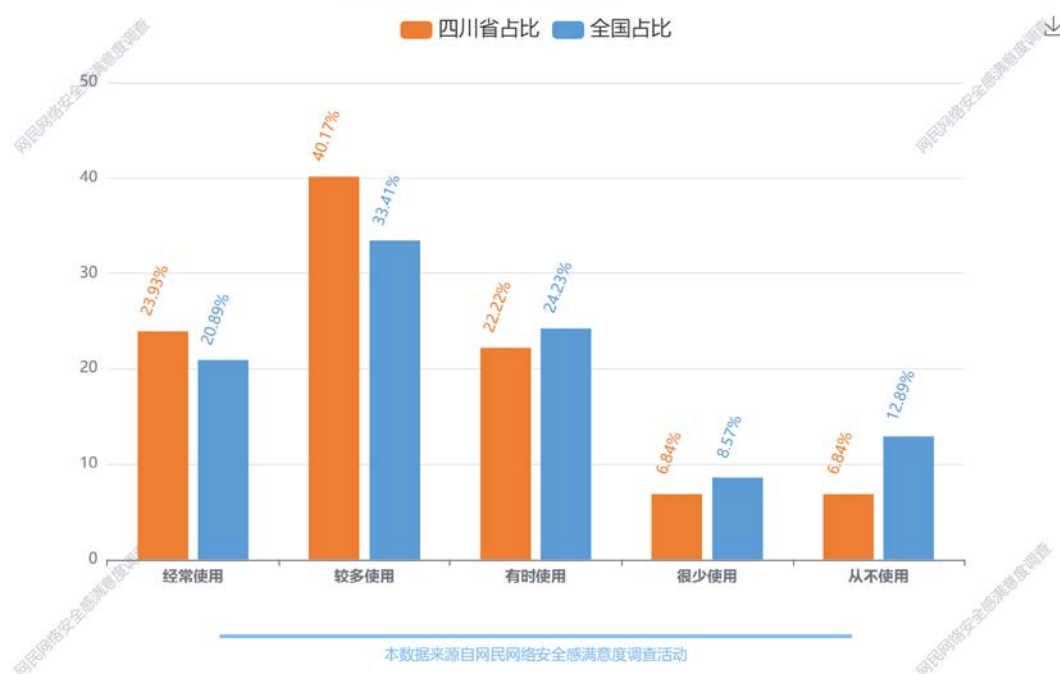
4.9 专题 9：智能社会发展与治理挑战

参与本专题答题的公众网民数量为 234 人。

一、变化与感受

(1) 人工智能应用使用率

参与调查的公众网民在日常生活中使用过人工智能应用为：**23.93%**公众网民表示经常使用；**40.17%**网民表示较多使用；有**22.22%**网民表示有时使用；有**6.84%**网民表示很少使用；**6.84%**网民表示从不使用。相较于全国数据，除经常使用和较多使用比全国数据分别高出**3.04**个百分点、**6.76**个百分点外，其他数据值均少于全国数据。



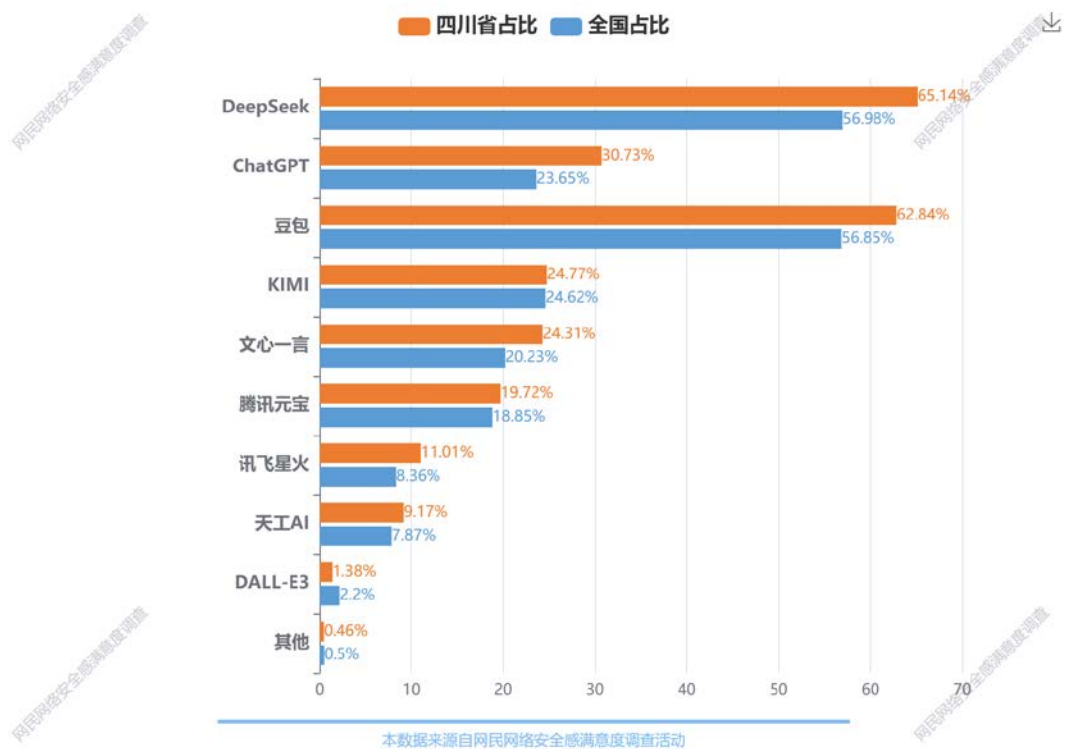
图表 284：人工智能应用使用率

(图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 1 题：您在日常生活中是否使用过人工智能应用?)

(2) 人工智能应用工具使用率

参与调查的公众网民所使用过的人工智能应用工具：排第一位是 DeepSeek (选择率 65.14%)；第二位是豆包 (选择率 62.84%)；第三位是 ChatGPT (选择率 30.73%)；第四位是 KIMI (选择率 24.77%)；第五位是文心一言 (选择率 24.31%)；

第六位是腾讯元宝（选择率 19.72%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

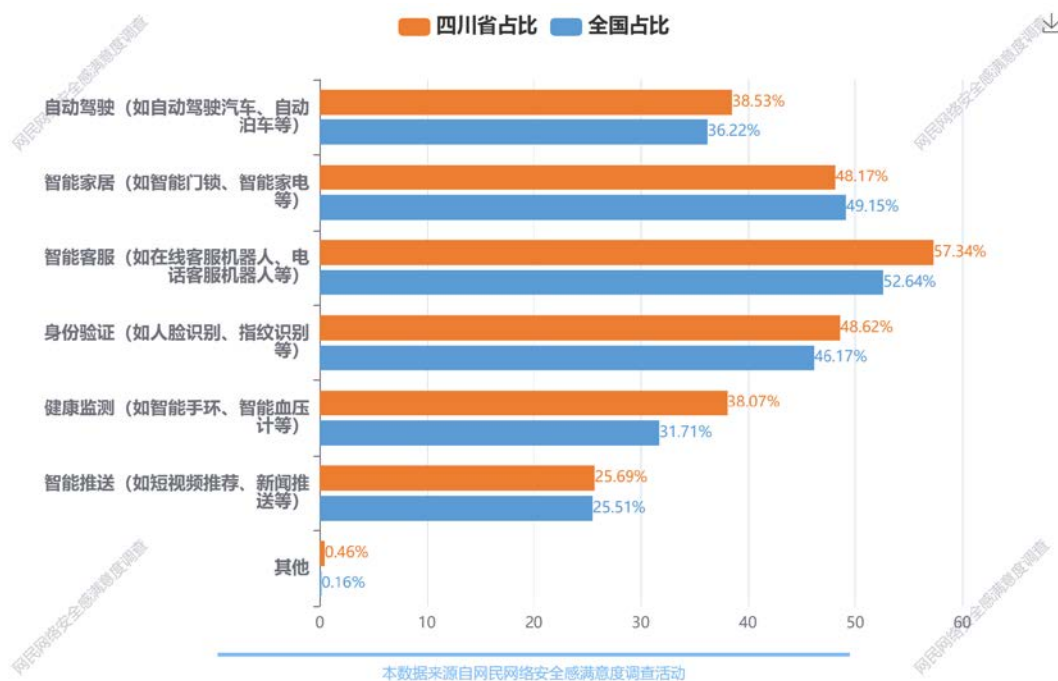


图表 285：人工智能应用工具使用率

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 1.1 题：您使用过以下哪个人工智能应用工具？（多选））

（3）智能生活应用场景体验率

参与调查的公众网民了解或体验过的智能生活应用场景有：排第一位是智能客服（如在线客服机器人、电话客服机器人等）（选择率 57.34%）；第二位是身份验证（如人脸识别、指纹识别等）（选择率 48.62%）；第三位是智能家居（如智能门锁、智能家电等）（选择率 48.17%）；第四位是自动驾驶（如自动驾驶汽车、自动泊车等）（选择率 38.53%）；第五位是健康监测（如智能手环、智能血压计等）（选择率 38.07%）；第六位是智能推送（如短视频推荐、新闻推送等）（选择率 25.69%）。各选项数据接近于全国数据。

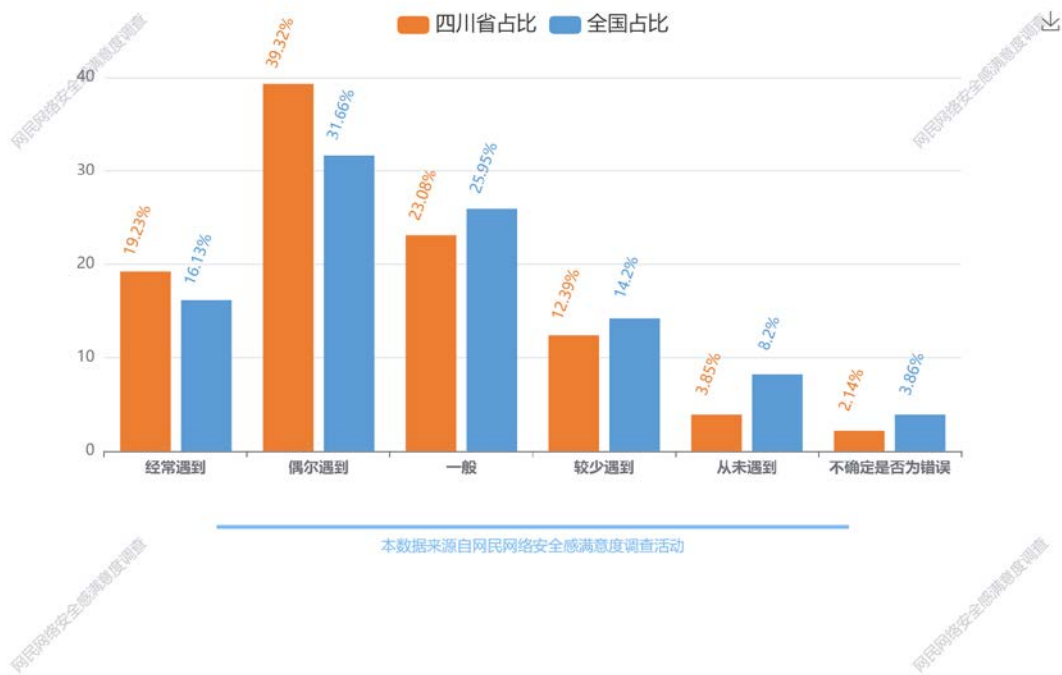


图表 286：智能生活应用场景体验率

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 1.2 题：智能生活是智能社会发展的主要体现形式，请问您了解或体验过以下哪些智能生活应用场景？（多选））

（4）AI 生成内容的错误或虚构事实遇见率

参与调查的公众网民在使用人工智能产品或服务时，AI 生成内容的错误或虚构事实遇见率：19.23%公众网民表示经常遇到；39.32%网民表示偶尔遇到；有 23.08%网民表示一般；有 12.39%网民表示较少遇到；3.85%网民表示从未遇到。仅 2.14%网民表示不确定是否为错误。相较于全国数据，除经常遇到和偶尔遇到比全国数据分别高出 3.1 个百分点、7.66 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

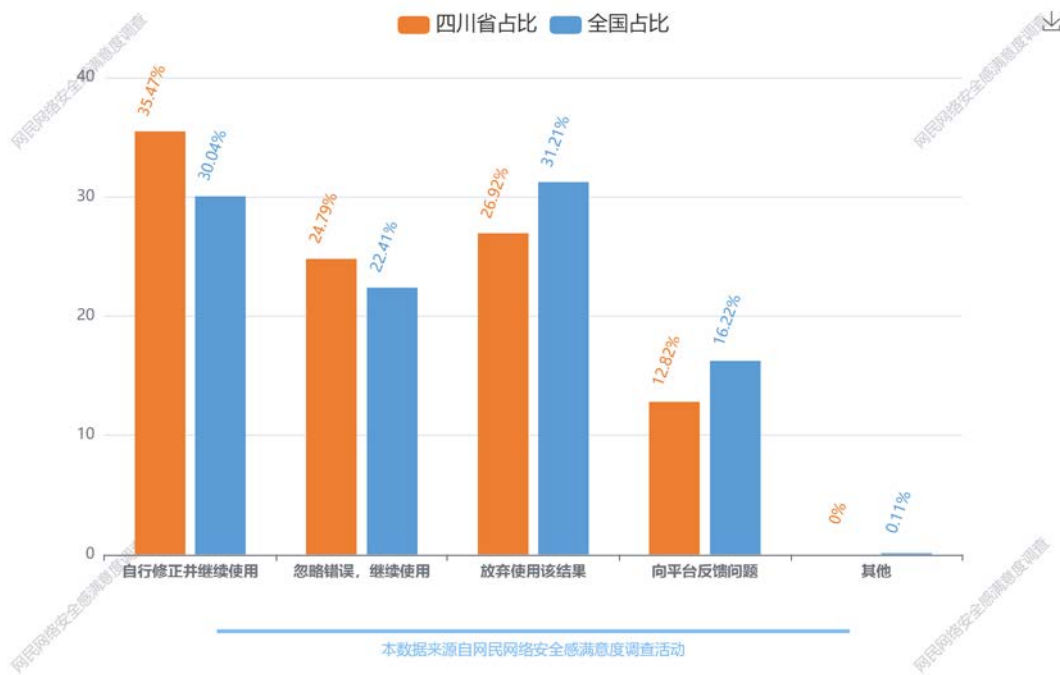


图表 287：AI 生成内容的错误或虚构事实遇见率

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 2 题：在使用人工智能产品或服务时，您是否遇到过 AI 生成内容的错误或虚构事实？）

（5）AI 内容生成错误的应对

参与调查的公众网民若遇到 AI 内容生成错误，通常应对为：35.47%公众网民表示自行修正并继续使用；24.79%网民表示忽略错误，继续使用；有 26.92%网民表示放弃使用该结果；有 12.82%网民表示向平台反馈问题。相较于全国数据，除自行修正并继续使用和忽略错误，继续使用比全国数据分别高出 5.43 个百分点、2.38 个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

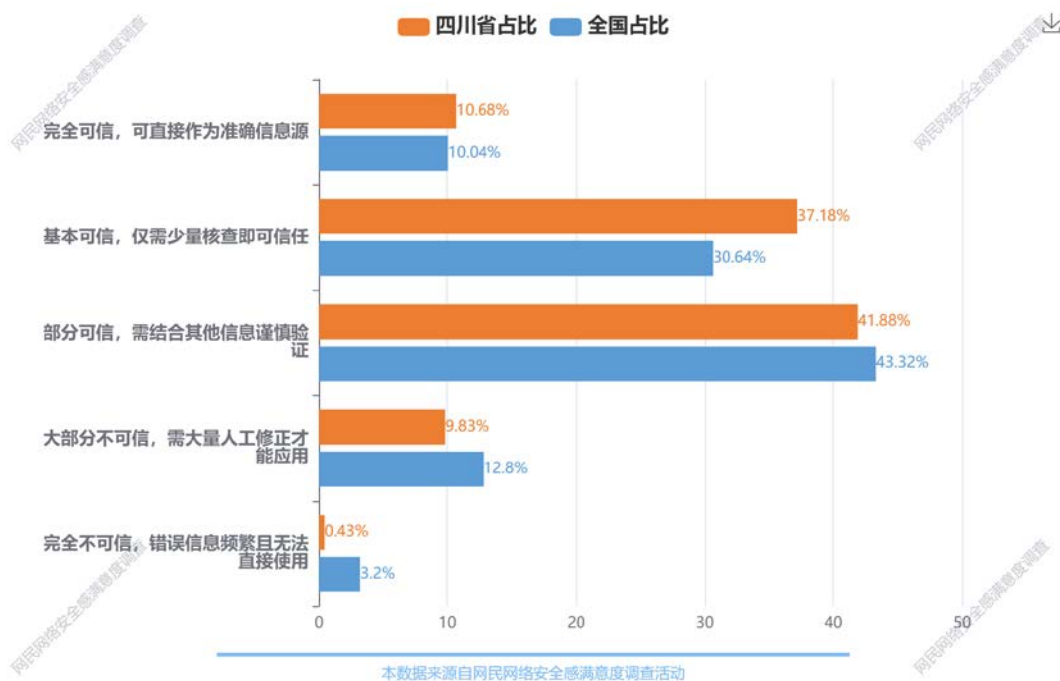


图表 288：AI 内容生成错误的应对

（图表数据来源：公众网民版专题9 智能社会发展与治理挑战专题第2.1题：若遇到 AI 错误，您通常会如何应对？）

（6）AI 生成内容的可靠性评价

参与调查的公众网民对当前 AI 生成内容的可靠性评价：**10.68%**公众网民表示完全可信，可直接作为准确信息源；**37.18%**网民表示基本可信，仅需少量核查即可信任；有**41.88%**网民表示部分可信，需结合其他信息谨慎验证；有**9.83%**网民表示大部分不可信，需大量人工修正才能应用；有**0.43%**网民表示完全不可信，错误信息频繁且无法直接使用。相较于全国数据，除完全可信，可直接作为准确信息源和基本可信，仅需少量核查即可信任比全国数据分别高出**0.64**个百分点、**6.54**个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

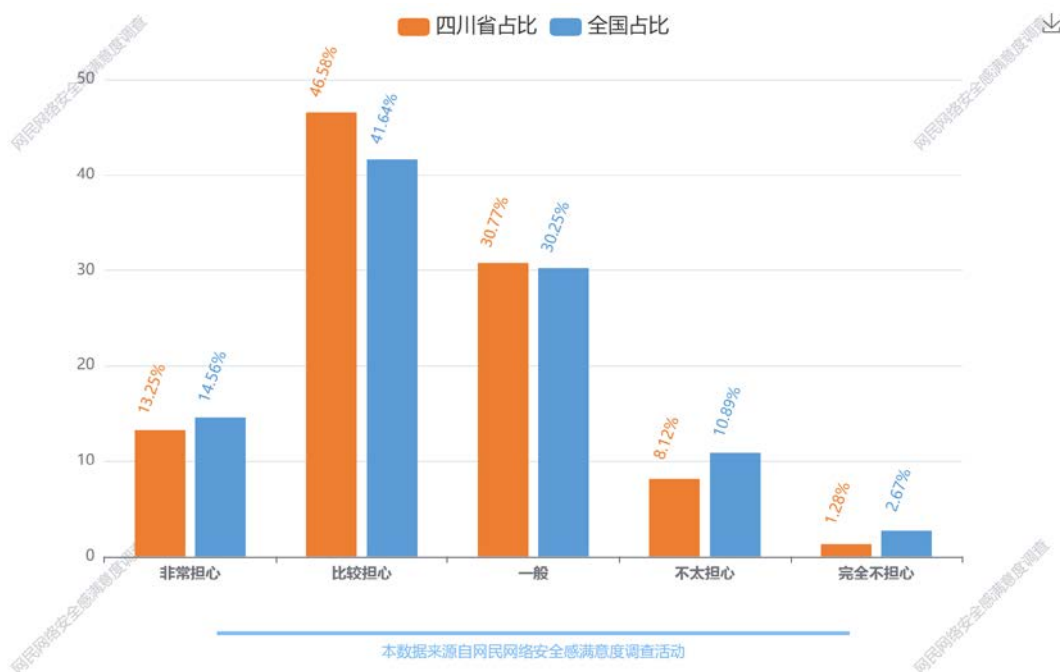


图表 289：AI 生成内容的可靠性评价

（图表数据来源：公众网民版专题9 智能社会发展与治理挑战专题第2.2题：您对当前 AI 生成内容的可靠性评价是？）

（7）人工智能生成的虚假信息误导性评价

参与调查的公众网民对人工智能生成的虚假信息误导性评价：**13.25%**公众网民表示非常担心；**46.58%**网民表示比较担心；有**30.77%**网民表示一般；有**8.12%**网民表示不太担心；有**1.28%**网民表示完全不担心。与全国数据相比，表示非常担心的比例要低**1.31**个百分点，表示比较担心比例要高**4.94**个百分点。

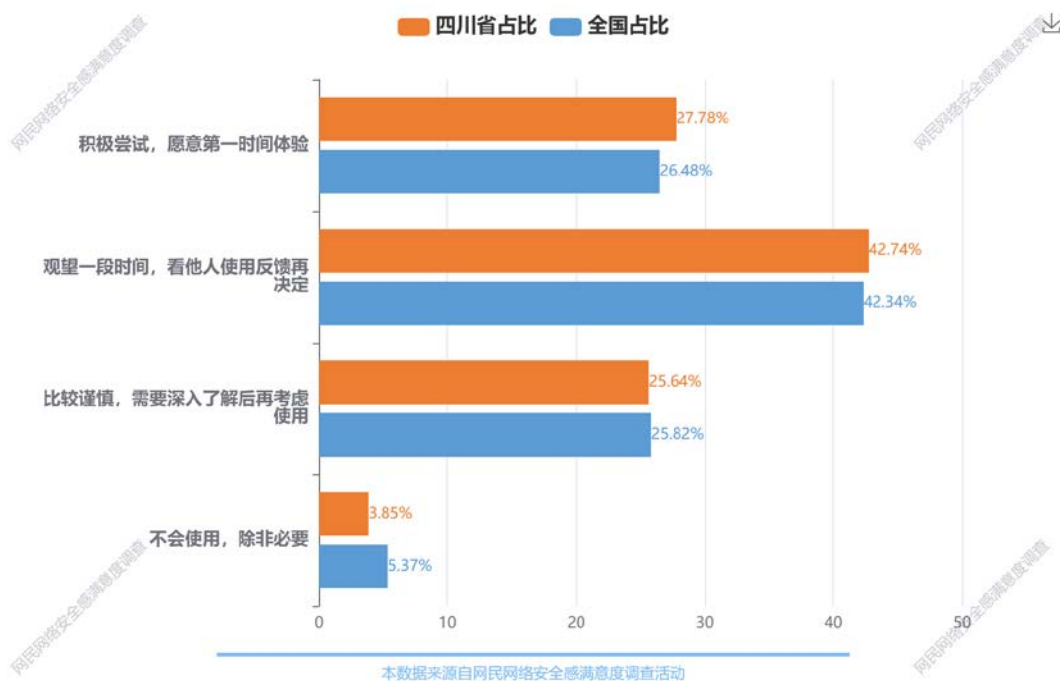


图表 290：人工智能生成的虚假信息误导性评价

（图表数据来源：公众网民版专题9 智能社会发展与治理挑战专题第2.3题：您是否担心人工智能生成的虚假信息会误导公众？）

（8）新智能技术接受度

参与调查的公众网民对新出现的智能技术的接受态度：**27.78%**公众网民表示积极尝试，愿意第一时间体验；**42.74%**网民表示观望一段时间，看他人使用反馈再决定；有**25.64%**网民表示比较谨慎，需要深入了解后再考虑使用；有**3.85%**网民表示不会使用，除非必要。相较于全国数据，除积极尝试，愿意第一时间体验和观望一段时间，看他人使用反馈再决定比全国数据分别高出**1.3**个百分点、**0.4**个百分点外，其他数据值均少于全国数据。

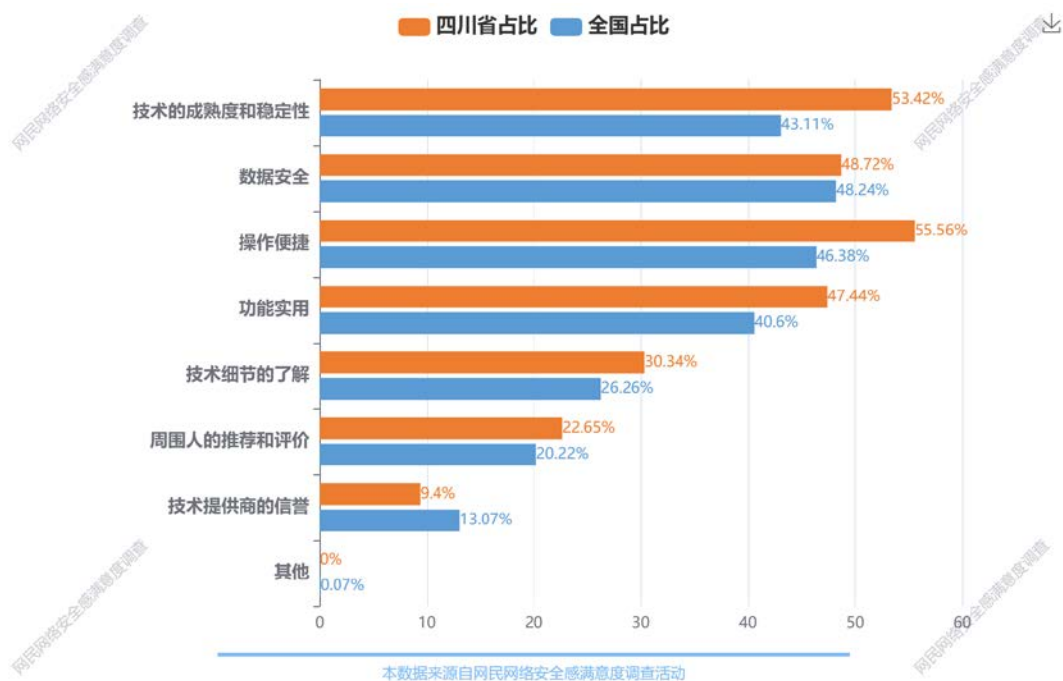


图表 291：新智能技术接受度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 3 题：您对新出现的智能技术的接受态度是？）

（9）新智能技术接受度受阻的主要因素

参与调查的公众网民认为影响接受新智能技术的主要因素是：排第一位是操作便捷（选择率 55.56%）；第二位是技术的成熟度和稳定性（选择率 53.42%）；第三位是数据安全（选择率 48.72%）；第四位是功能实用（选择率 47.44%）；第五位是技术细节的了解（选择率 30.34%）。与全国数据相比，表示技术提供商的信誉的比例要低 3.67 个百分点，表示技术的成熟度和稳定性比例要高 10.31 个百分点。

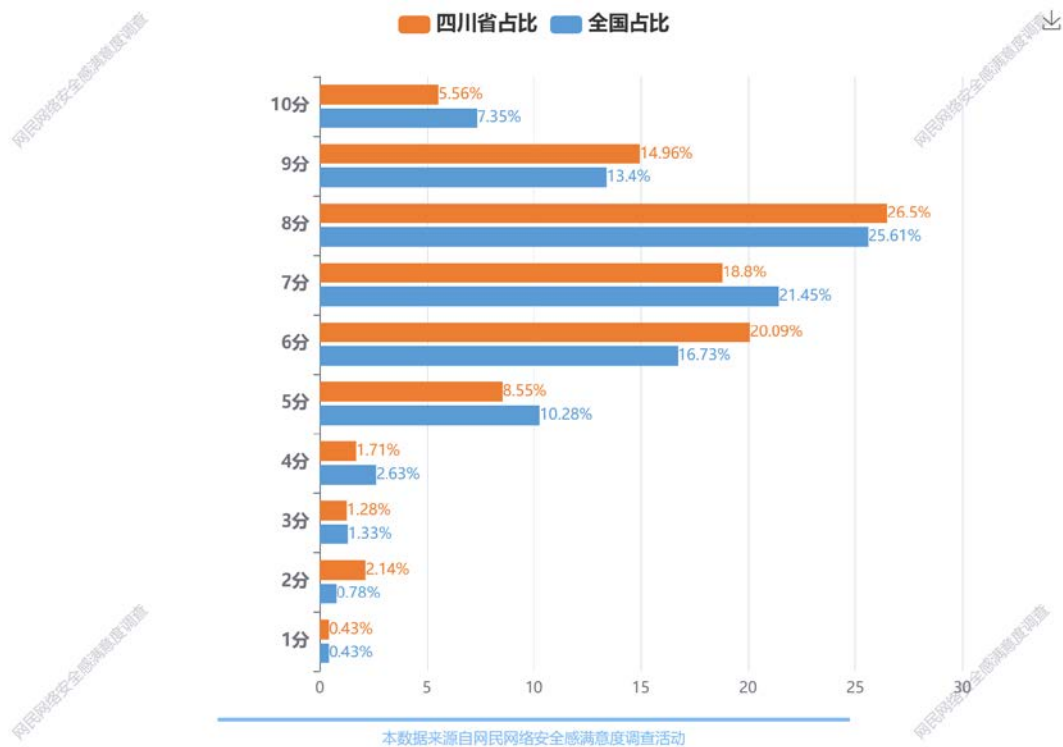


图表 292：新智能技术接受度受阻的主要因素

（图表数据来源：公众网民版专题 9 网络社会发展的变化与冲击专题第 4 题：您认为影响您接受新的智能技术的主要因素是什么？（多选））

（10）智能社会的安全感评价

参与调查的公众网民在使用人工智能技术以后，对智能社会生活中的安全感评价：好以上的占 65.82%。其中 20.52% 公众网民认为非常好，45.3% 认为较好，28.64% 认为一般。而 5.56% 认为差。



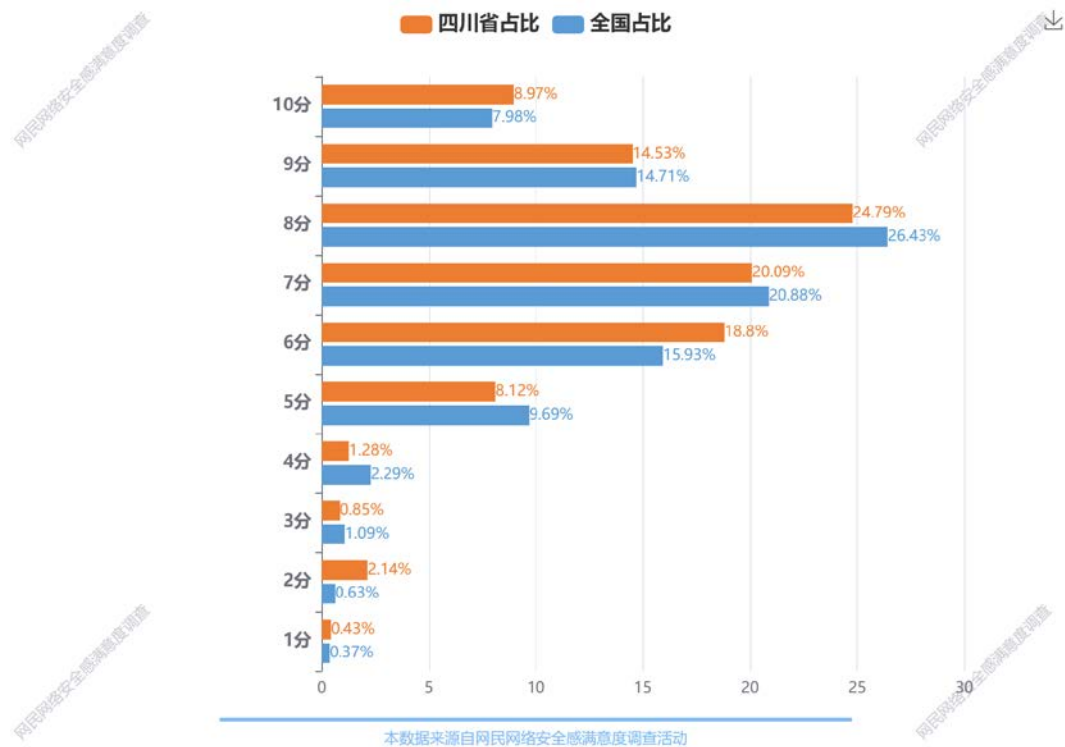
图表 293：智能社会的安全感评价

（图表数据来源：公众网民版专题9网络社会发展的变化与冲击专题第5题：使用人工智能技术以后，您对智能社会生活中的安全感、获得感、幸福感评分如何？（非常差 1-2 分；较差 3-4 分；一般 5-6 分；较好 7-8 分；非常好 9-10 分）

1. 安全感）

（11）智能社会的获得感评价

参与调查的公众网民在使用人工智能技术以后，对智能社会生活中的获得感评价：好以上的占 68.38%。其中 23.50%公众网民认为非常好，44.88%认为较好，26.92%认为一般。而 4.70%认为差。

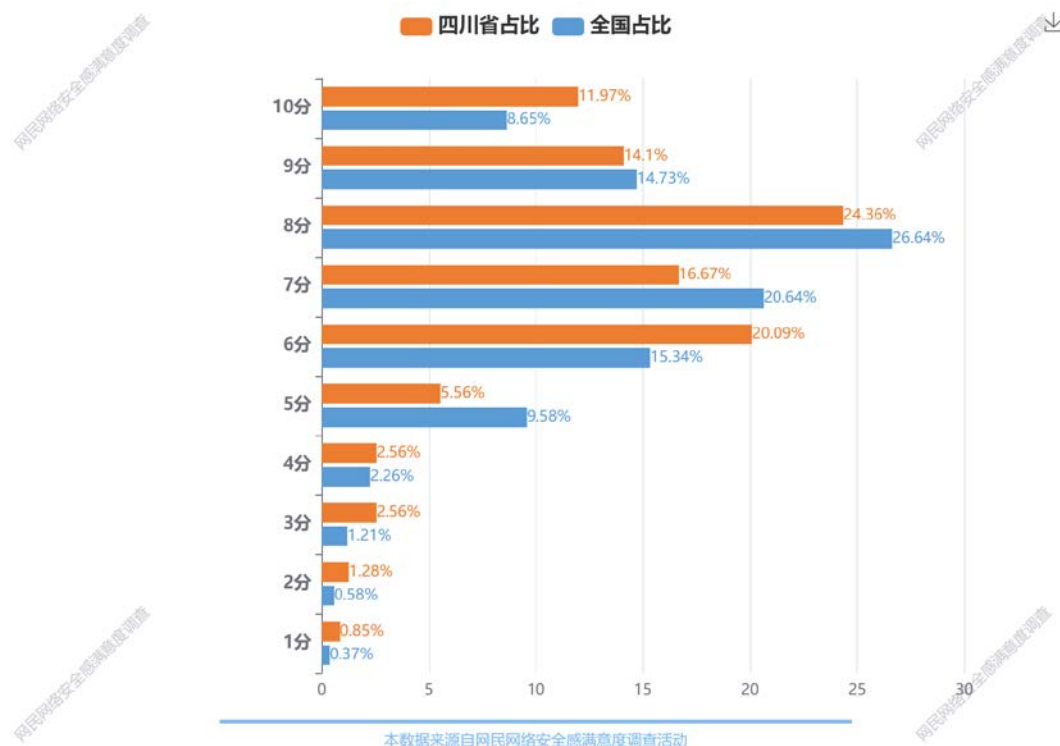


图表 294：智能社会的获得感评价

（图表数据来源：公众网民版专题 9 网络社会发展的变化与冲击专题第 5 题：公众网民版专题 9 网络社会发展的变化与冲击专题第 5 题：使用人工智能技术以后，您对智能社会生活中的安全感、获得感、幸福感评分如何？（非常差 1-2 分；较差 3-4 分；一般 5-6 分；较好 7-8 分；非常好 9-10 分）2. 获得感）

（12）智能社会的幸福感评价

参与调查的公众网民在使用人工智能技术以后，对智能社会生活中的幸福感评价：好以上的占 67.10%。其中 26.07% 公众网民认为非常好，41.03% 认为较好，25.65% 认为一般。而 7.25% 认为差。

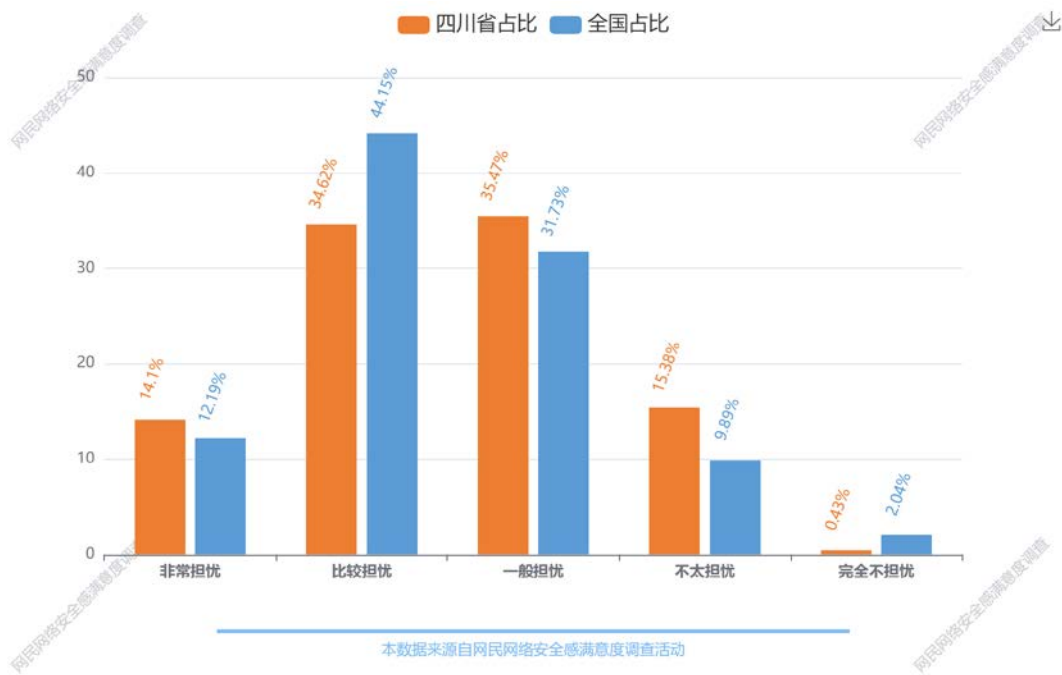


图表 295：智能社会的幸福感评价

（图表数据来源：公众网民版专题 9 网络社会发展的变化与冲击专题第 5 题：公众网民版专题 9 网络社会发展的变化与冲击专题第 5 题：使用人工智能技术以后，您对智能社会生活中的安全感、获得感、幸福感评分如何？（非常差 1-2 分；较差 3-4 分；一般 5-6 分；较好 7-8 分；非常好 9-10 分）3. 幸福感）

（13）智能技术所带来未知风险的感受

参与调查的公众网民对智能技术可能带来的未知风险的感受：**14.1%**公众网民表示非常担忧；**34.62%**网民表示比较担忧；有 **35.47%**网民表示一般担忧；有 **15.38%**网民表示不太担忧；有 **0.43%**网民表示完全不担忧。与全国数据相比，表示比较担忧的比例要低 9.53 个百分点，表示非常担忧比例要高 1.91 个百分点。



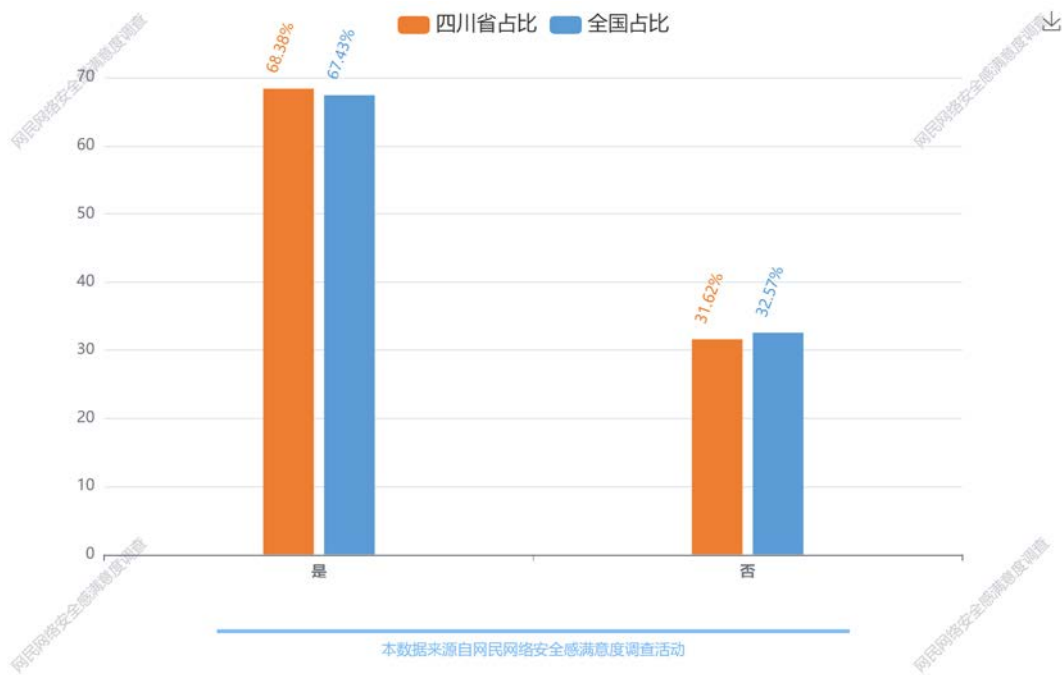
图表 296：智能技术所带来未知风险的感受

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 6 题：您对智能技术可能带来的未知风险的感受是？）

二、认知与冲击

（14）“现在人类社会发展已经进入智能社会阶段”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“现在人类社会发展已经进入智能社会阶段”这说法的认同度：68.38%表示认同，31.62%表示不认同。



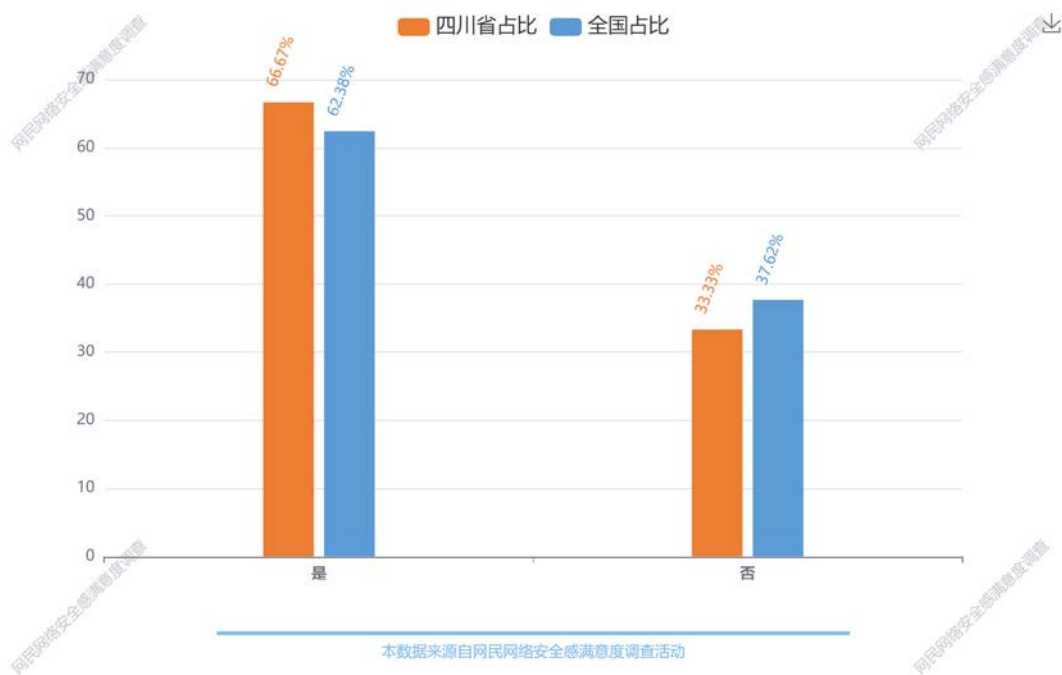
图表 297：“现在人类社会发展已经进入智能社会阶段”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？1. 现在人类社会发展已经进入智能社会阶段）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（15）“智能社会里人工智能技术是主要生产力”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会里人工智能技术是主要生产力”这说法的认同度：66.67%表示认同，33.33%表示不认同。



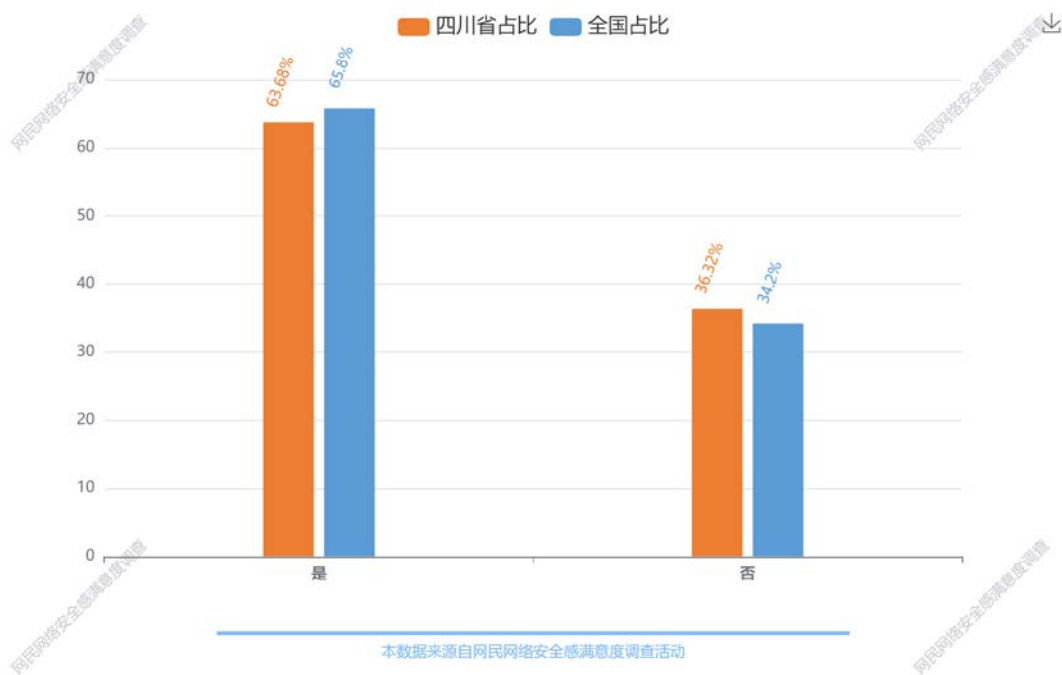
图表 298：“智能社会里人工智能技术是主要生产力”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？2. 智能社会里人工智能技术是主要生产力）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（16）“智能社会里人工智能技术将无所不在”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会里人工智能技术将无所不在”这说法的认同度：63.68%表示认同，36.32%表示不认同。

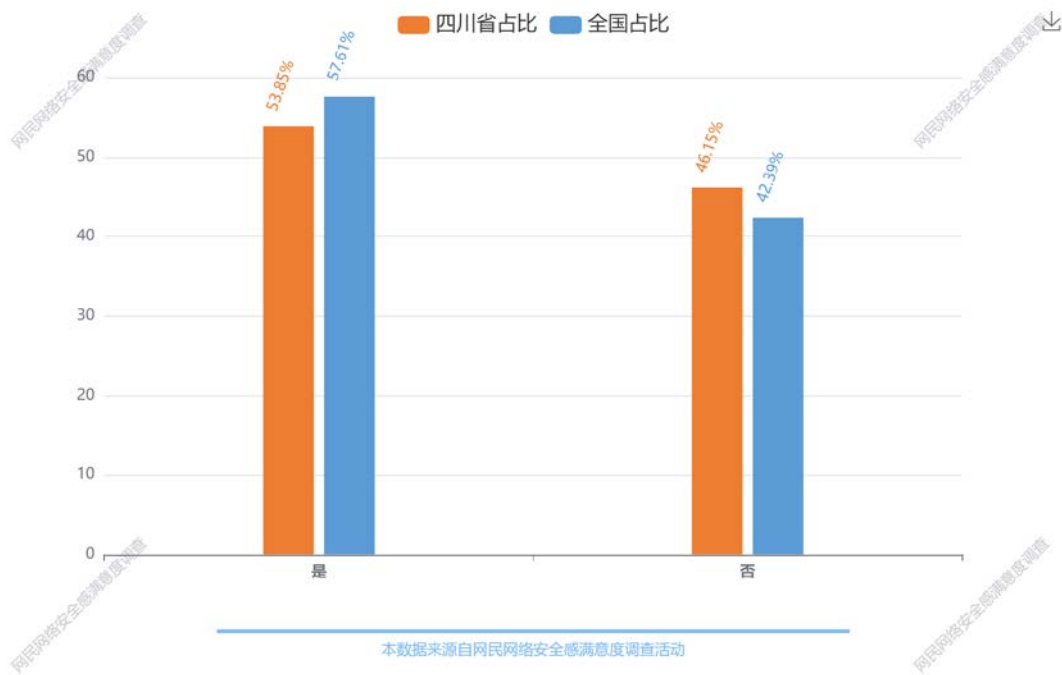


图表 299：“智能社会里人工智能技术将无所不在”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？3. 智能社会里人工智能技术将无所不在）

（17）“不掌握人工智能技术的人将会被淘汰”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“不掌握人工智能技术的人将会被淘汰”这说法的认同度：53.85%表示认同，46.15%表示不认同。

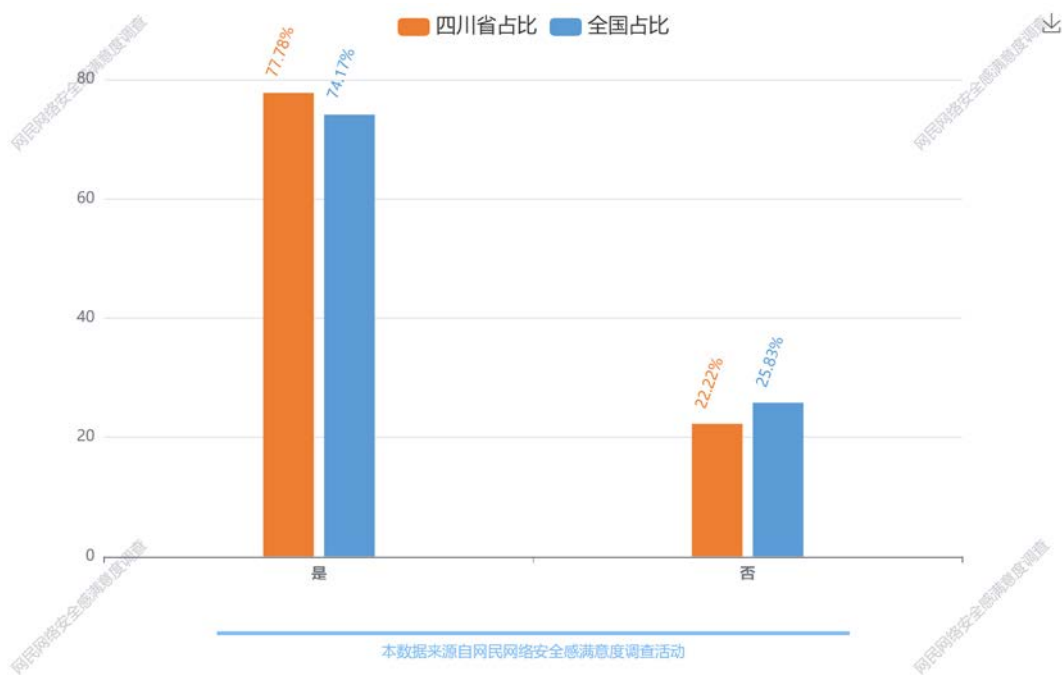


图表 300：“不掌握人工智能技术的人将会被淘汰”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？4. 不掌握人工智能技术的人将会被淘汰）

（18）“智能社会里人要学会和智能体（人工智能代理）共处和互动”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会里人要学会和智能体（人工智能代理）共处和互动”这说法的认同度：**77.78%**表示认同，**22.22%**表示不认同。

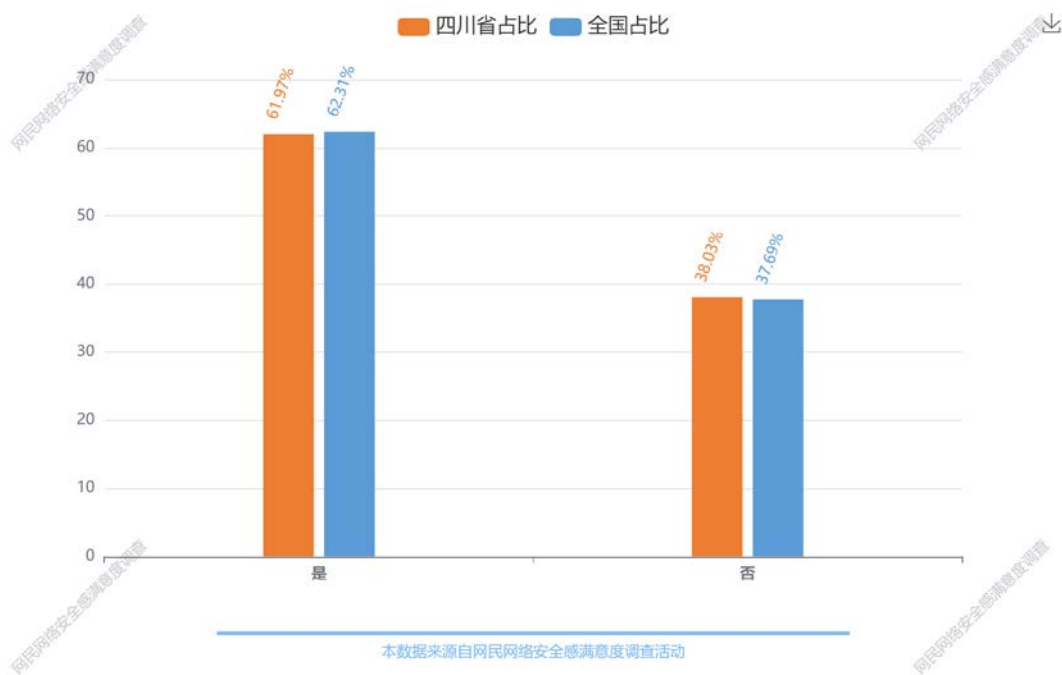


图表 301：“智能社会里人要学会和智能体（人工智能代理）共处和互动”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？5. 智能社会里人要学会和智能体（人工智能代理）共处和互动）

（19）“智能社会里大部分工作将被人工智能系统代替”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会里大部分工作将被人工智能系统代替”这说法的认同度：**61.97%**表示认同，**38.03%**表示不认同。

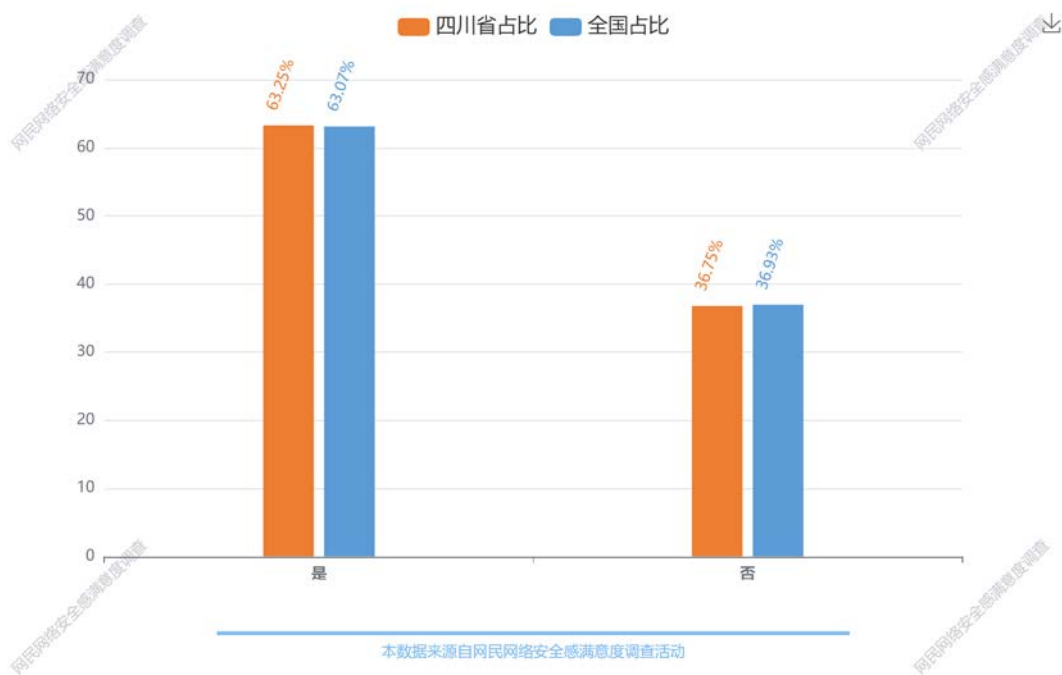


图表 302：“智能社会里大部分工作将被人工智能系统代替”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？6. 智能社会里大部分工作将被人工智能系统代替）

（20）“智能社会将会有新的工作岗位出现，大部分的人不会失业”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会将会有新的工作岗位出现，大部分的人不会失业”这说法的认同度：63.25%表示认同，36.75%表示不认同。

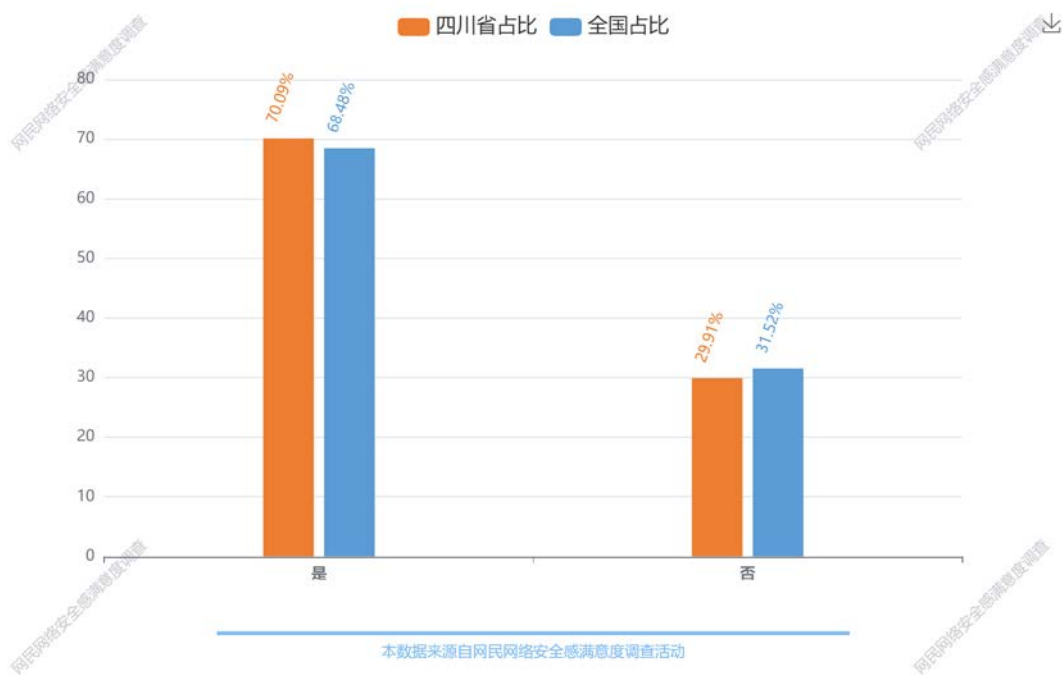


图表 303：“智能社会将会有新的工作岗位出现，大部分的人不会失业”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？7. 智能社会将会有新的工作岗位出现，大部分的人不会失业）

（21）“老年人也要学会使用人工智能应用”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“老年人也要学会使用人工智能应用”这说法的认同度：70.09%表示认同，29.91%表示不认同。

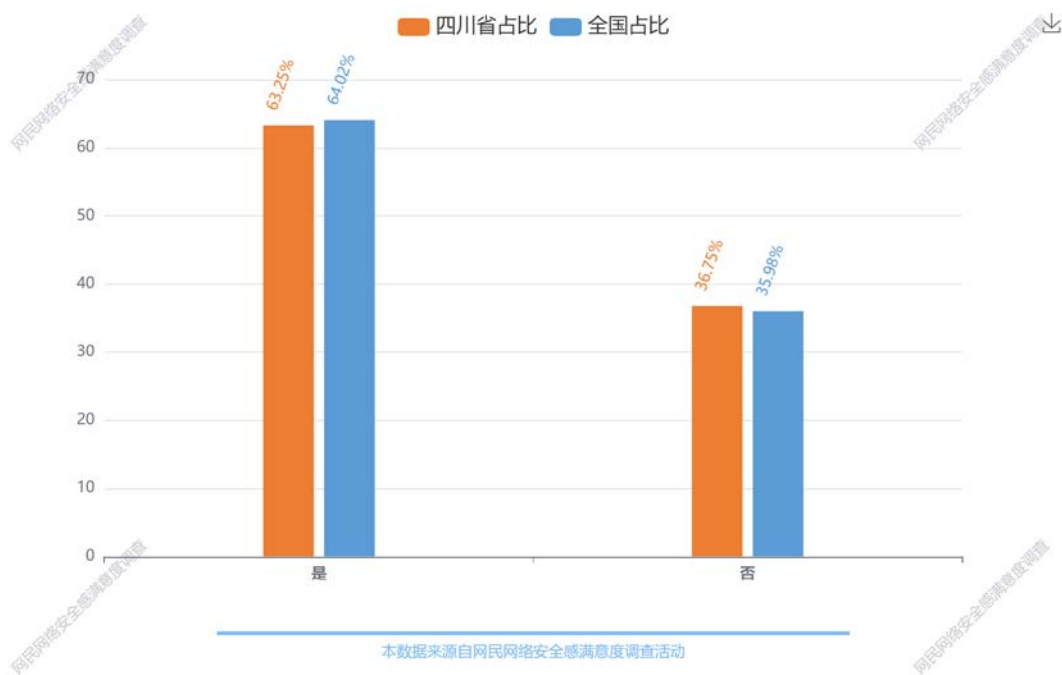


图表 304：“老年人也要学会使用人工智能应用”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 7 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？8. 老年人也要学会使用人工智能应用）

（22）“智能社会里人际关系可能更疏远”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会里人际关系可能更疏远”这说法的认同度：63.25%表示认同，36.75%表示不认同。

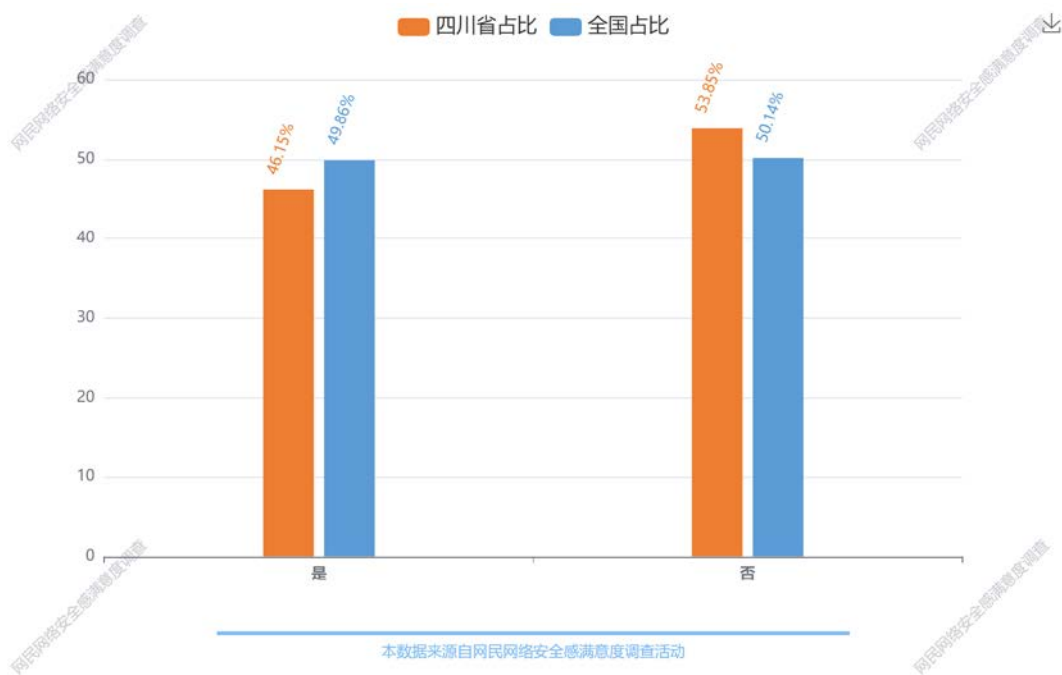


图表 305：“智能社会里人际关系可能更疏远”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 8 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？9. 智能社会里人际关系可能更疏远）

（23）“人工智能系统能力将超越人类，人类可能会被其控制”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“人工智能系统能力将超越人类，人类可能会被其控制”这说法的认同度：46.15%表示认同，53.85%表示不认同。

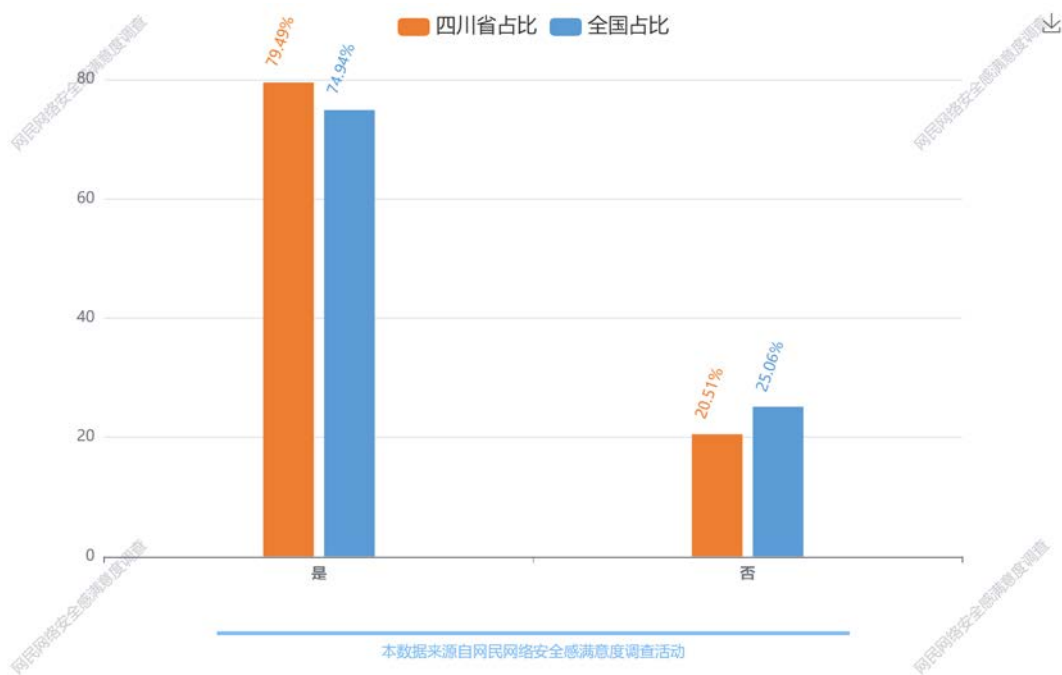


图表 306：“人工智能系统能力将超越人类，人类可能会被其控制”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 8 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？10. 人工智能系统能力将超越人类，人类可能会被其控制）

（24）“人工智能应用会带来风险，必须加以管控”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“人工智能应用会带来风险，必须加以管控”这说法的认同度：79.49%表示认同，20.51%表示不认同。



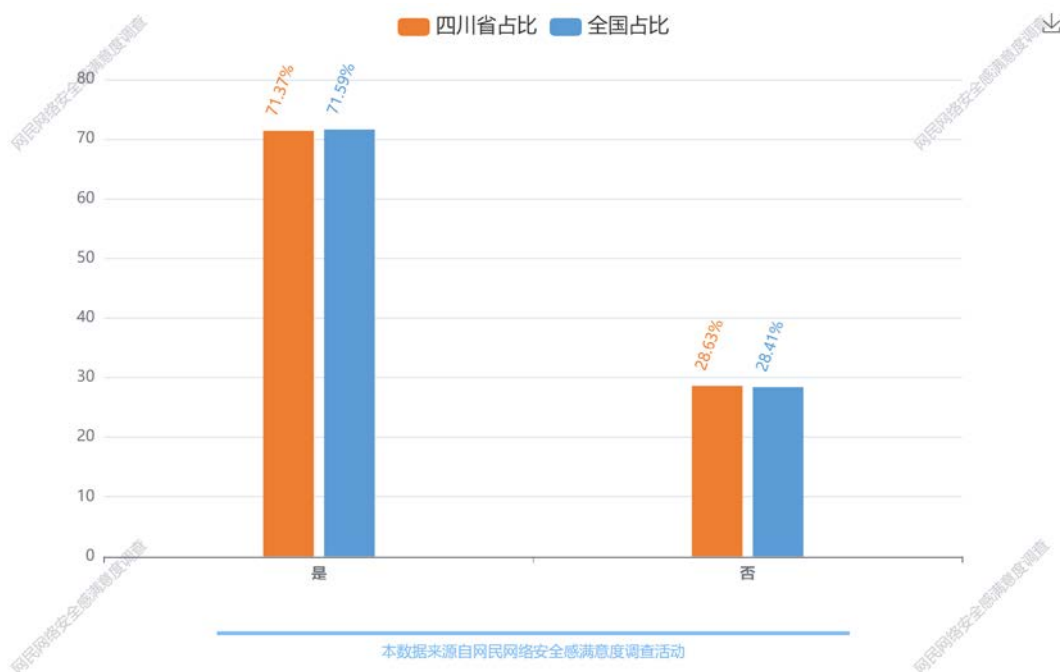
图表 307：“人工智能应用会带来风险，必须加以管控”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 8 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？11. 人工智能应用会带来风险，必须加以管控）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

（25）“智能社会里物质供应将大为丰富，价值评估将会重整”说法的认同度

参与调查的公众网民对智能社会下，“智能社会里物质供应将大为丰富，价值评估将会重整”这说法的认同度：71.37%表示认同，28.63%表示不认同。

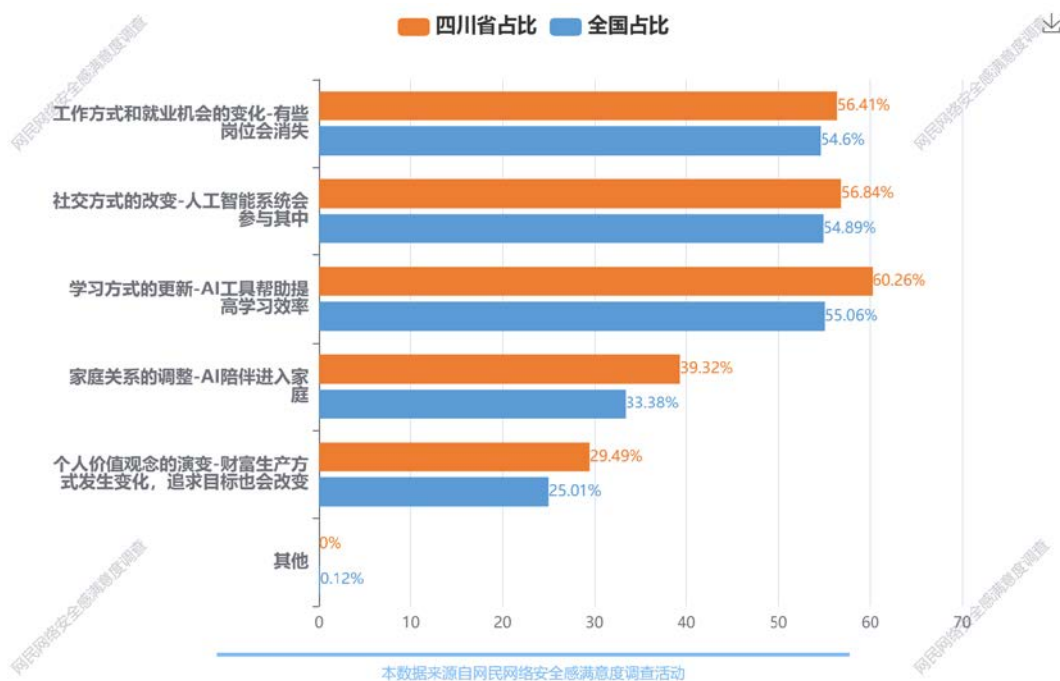


图表 308：“智能社会里物质供应将大为丰富，价值评估将会重整”说法的认同度

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 8 题：您对以下对智能社会的说法是否认同？12. 智能社会里物质供应将大为丰富，价值评估将会重整）

（26）智能社会对学习、工作、生活的冲击

参与调查的公众网民认为智能社会的到来，给学习、工作、生活产生的冲击是：56.41%公众网民表示工作方式和就业机会的变化-有些岗位会消失；56.84%网民表示社交方式的改变-人工智能系统会参与其中；有 60.26%网民表示学习方式的更新-AI 工具帮助提高学习效率；有 39.32%网民表示家庭关系的调整-AI 陪伴进入家庭；有 29.49%网民表示个人价值观念的演变-财富生产方式发生变化，追求目标也会改变。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。

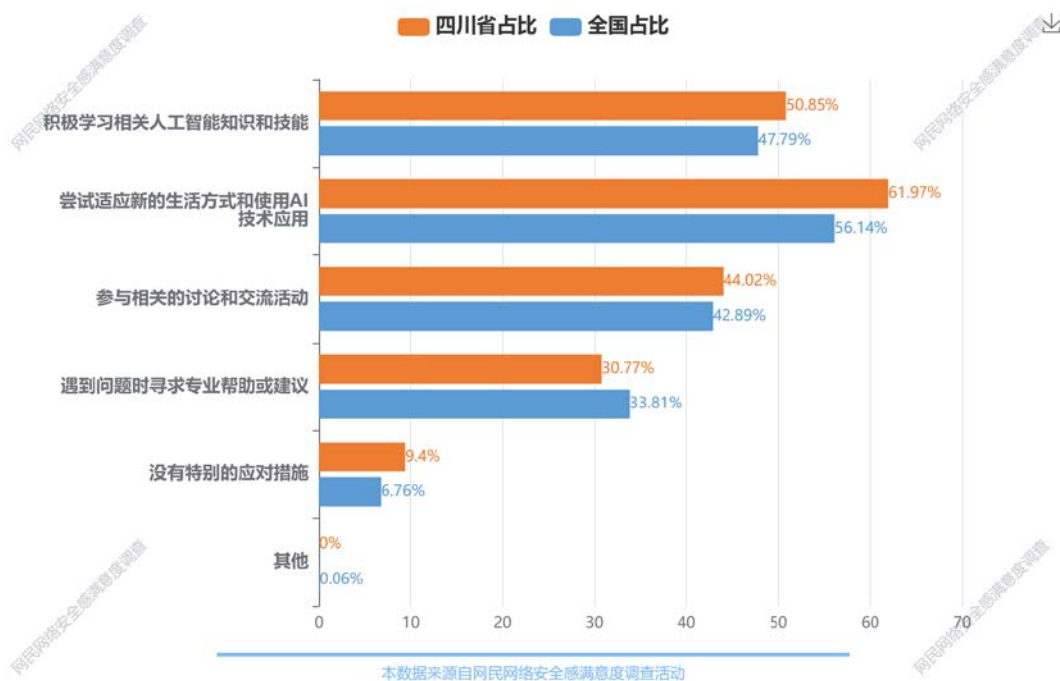


图表 309：智能社会对学习、工作、生活的冲击

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 8 题：您认为智能社会的到来对您的学习、工作、生活产生了哪些冲击？（多选））

（27）智能社会冲击的应对措施

参与调查的公众网民面对智能社会冲击下，采取的应对措施为：**50.85%**公众网民表示积极学习相关人工智能知识和技能；**61.97%**网民表示尝试适应新的生活方式和使用 AI 技术应用；有 **44.02%**网民表示参与相关的讨论和交流活动；有 **30.77%**网民表示遇到问题时寻求专业帮助或建议；有 **9.4%**网民表示没有特别的应对措施。与全国数据相比，表示遇到问题时寻求专业帮助或建议的比例要低 **3.04** 个百分点，表示积极学习相关人工智能知识和技能比例要高 **3.06** 个百分点。



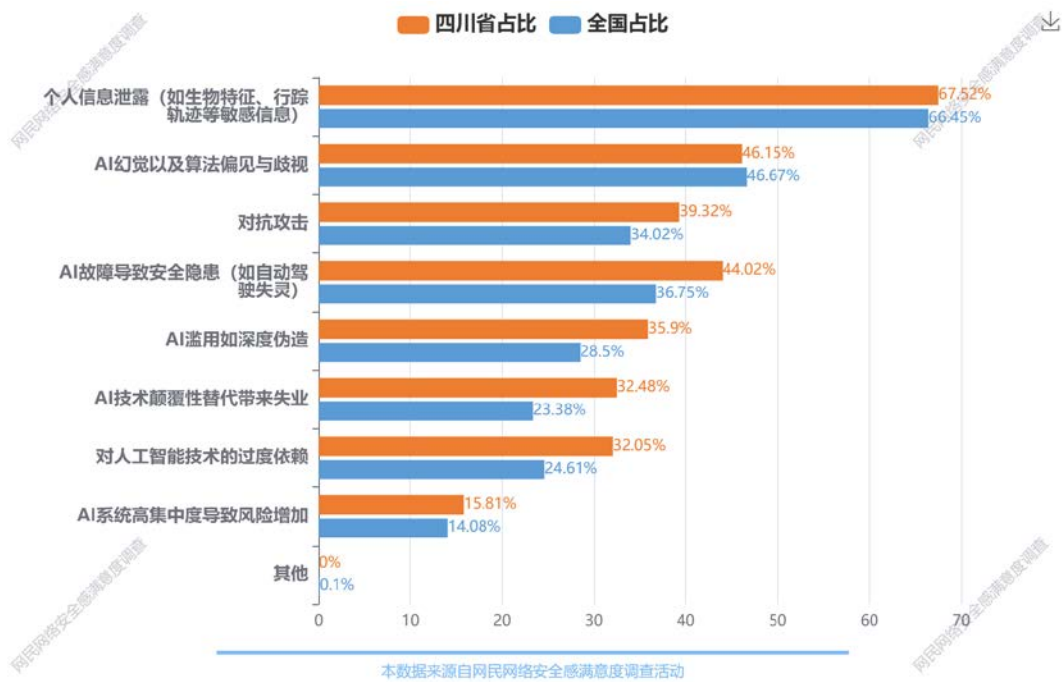
图表 310：智能社会冲击的应对措施

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 9 题：面对智能社会的冲击，您采取了哪些应对措施？（多选））

三、风险与挑战

（28）使用智能技术存在的风险

参与调查的公众网民认为在使用智能技术过程中，可能存在风险有：排第一位是个人信息泄露（如生物特征、行踪轨迹等敏感信息）（选择率 67.52%）；第二位是 AI 幻觉以及算法偏见与歧视（选择率 46.15%）；第三位是 AI 故障导致安全隐患（如自动驾驶失灵）（选择率 44.02%）；第四位是对抗攻击（选择率 39.32%）；第五位是 AI 滥用如深度伪造（选择率 35.9%）；第六位是 AI 技术颠覆性替代带来失业（选择率 32.48%）。相较于全国数据，本题的排名完全一致。

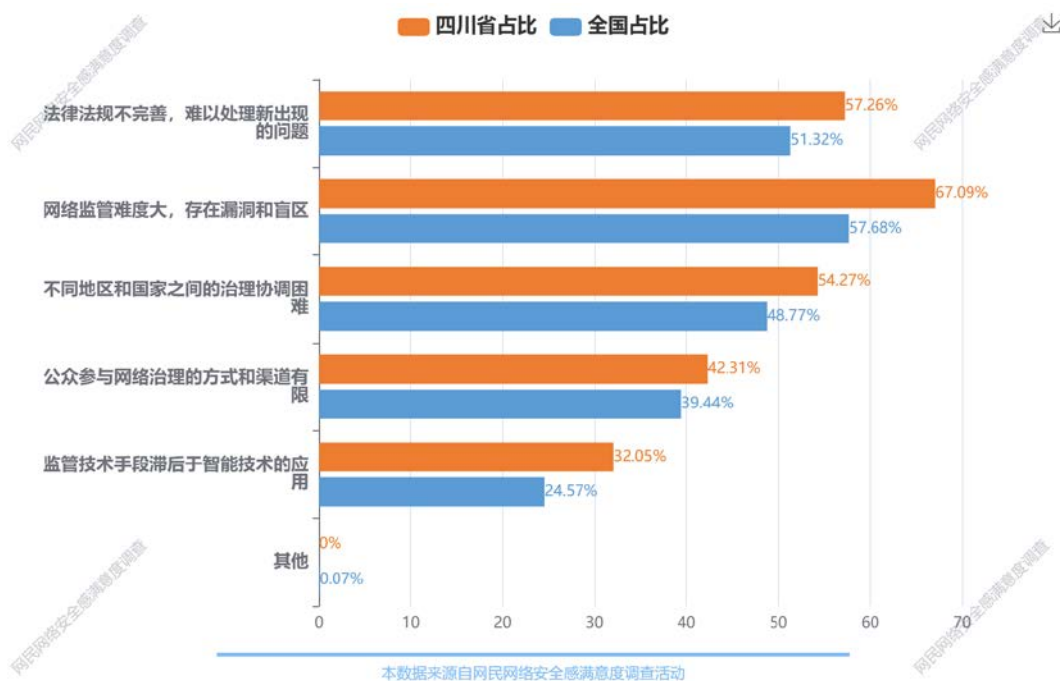


图表 311：使用智能技术存在的风险

（图表数据来源：公众网民版专题 9 智能社会发展与治理挑战专题第 10 题：您认为在使用智能技术过程中，可能存在哪些风险？（多选））

（29）智能社会发展下网络治理的挑战

参与调查的公众网民认为目前网络治理在应对智能社会发展方面的挑战为：57.26%公众网民表示法律法规不完善，难以处理新出现的问题；67.09%网民表示网络监管难度大，存在漏洞和盲区；有 54.27%网民表示不同地区和国家之间的治理协调困难；有 42.31%网民表示公众参与网络治理的方式和渠道有限；有 32.05%网民表示监管技术手段滞后于智能技术的应用。与全国数据排序一致。



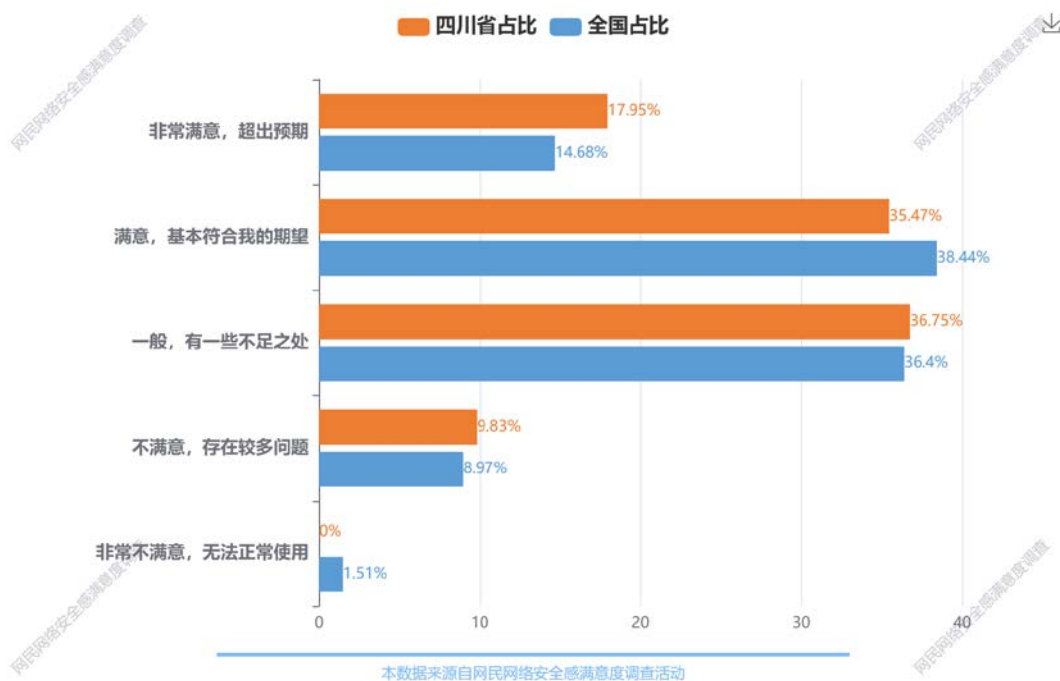
图表 312：智能社会发展下网络治理的挑战

（图表数据来源：公众网民版专题9智能社会发展与治理挑战专题第11题：您认为目前网络治理在应对智能社会发展方面有哪些挑战？（多选））

四、治理与期望

（30）人工智能产品或服务的整体满意度

参与调查的公众网民对目前使用的人工智能产品或服务的整体满意度：
 17.95%公众网民表示非常满意，超出预期；35.47%网民表示满意，基本符合我的期望；有36.75%网民表示一般，有一些不足之处；有9.83%网民表示不满意，存在较多问题；有0.00%网民表示非常不满意，无法正常使用。与全国数据相比，表示满意，基本符合我的期望的比例要低2.97个百分点，表示非常满意，超出预期比例要高3.27个百分点。

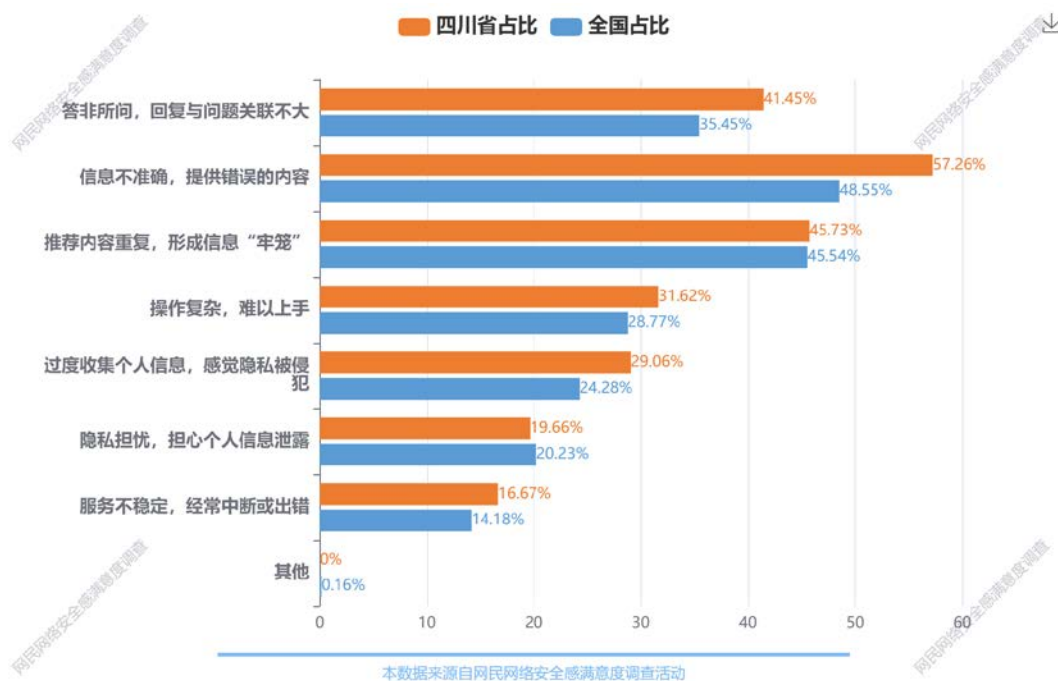


图表 313：人工智能产品或服务的整体满意度

（图表数据来源：公众网民版专题9智能社会发展与治理挑战专题第12题：您对目前使用的人工智能产品或服务的整体满意度如何？）

（31）使用人工智能产品或服务的问题

参与调查的公众网民在使用人工智能产品或服务过程中，遇到过的具体问题：排第一位是信息不准确，提供错误的内容（选择率 57.26%）；第二位是推荐内容重复，形成信息“牢笼”（选择率 45.73%）；第三位是答非所问，回复与问题关联不大（选择率 41.45%）；第四位是操作复杂，难以上手（选择率 31.62%）；第五位是过度收集个人信息，感觉隐私被侵犯（选择率 29.06%）。与全国数据排序一致。

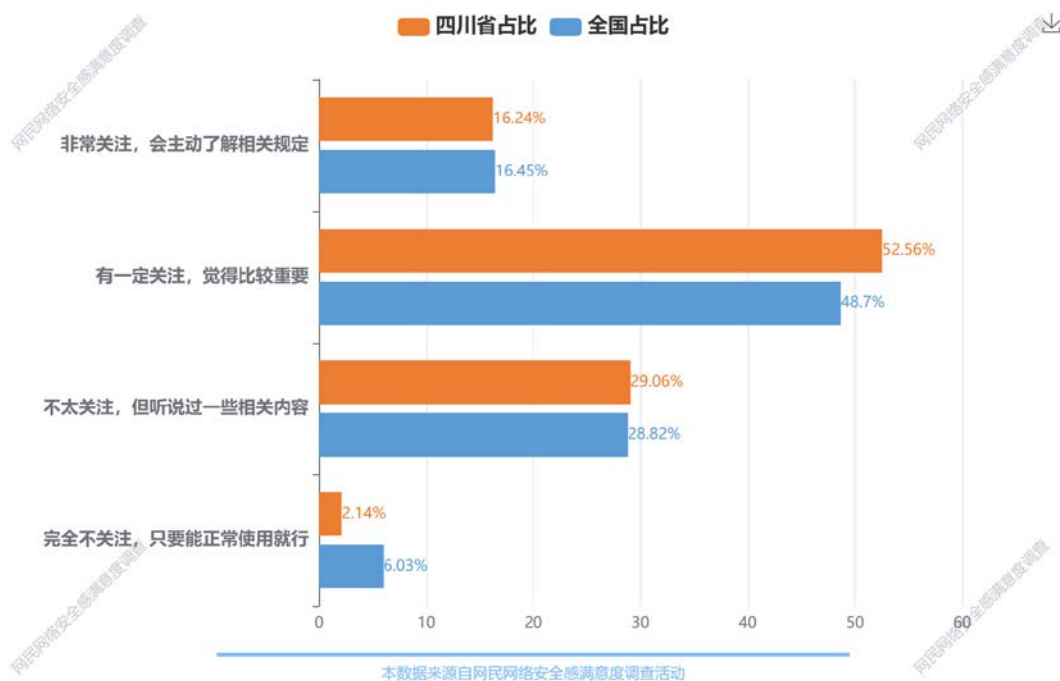


图表 314：使用人工智能产品或服务的问题

（图表数据来源：公众网民版专题 9 网络社会发展的变化与冲击专题第 13 题：您在使用人工智能产品或服务过程中，遇到过哪些具体问题？（多选））

（32）使用人工智能服务时的关注点

参与调查的公众网民在使用人工智能服务时，所关注相关的治理和监管情况是：16.24%公众网民表示非常关注，会主动了解相关规定；52.56%网民表示有一定关注，觉得比较重要；有 29.06%网民表示不太关注，但听说过一些相关内容；有 2.14%网民表示完全不关注，只要能正常使用就行。与全国数据相比，表示完全不关注，只要能正常使用就行的比例要低 3.89 个百分点，表示有一定关注，觉得比较重要比例要高 3.86 个百分点。

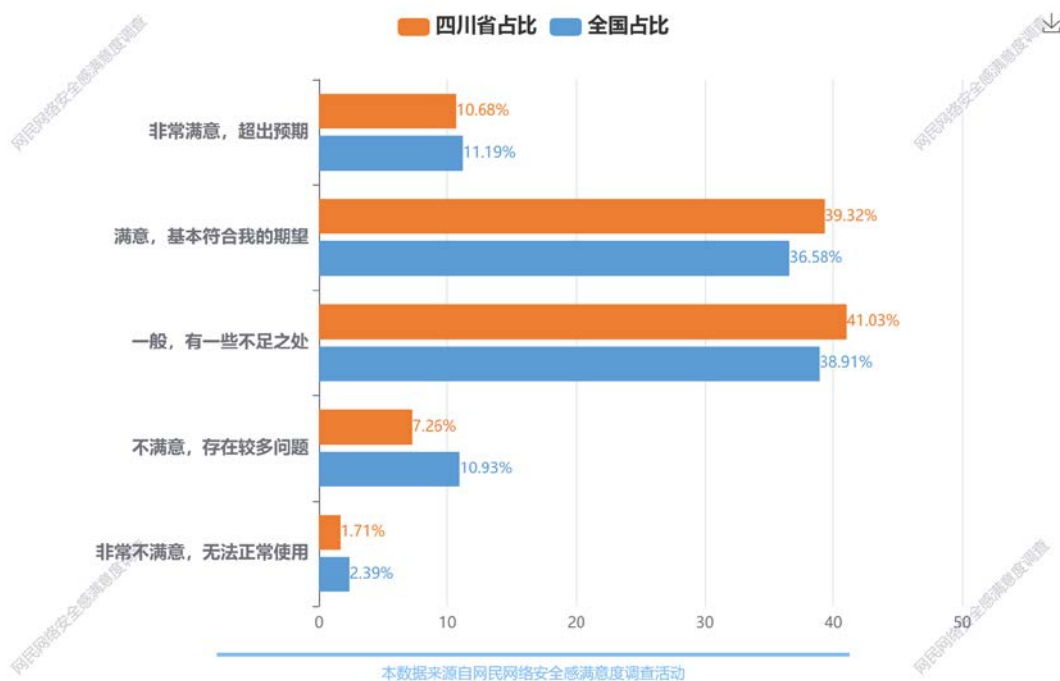


图表 315：使用人工智能服务时的关注点

（图表数据来源：公众网民版专题9 智能社会发展与治理挑战专题第14题：您在使用人工智能服务时，是否会关注相关的治理和监管情况？）

（33）智能社会相关治理的整体满意度

参与调查的公众网民对目前智能社会相关治理的整体满意度：**10.68%**公众网民表示非常满意，超出预期；**39.32%**网民表示满意，基本符合我的期望；有**41.03%**网民表示一般，有一些不足之处；有**7.26%**网民表示不满意，存在较多问题；有**1.71%**网民表示非常不满意，无法正常使用。与全国数据相比，表示不满意，存在较多问题的比例要低**3.67**个百分点，表示满意，基本符合我的期望比例要高**2.74**个百分点。

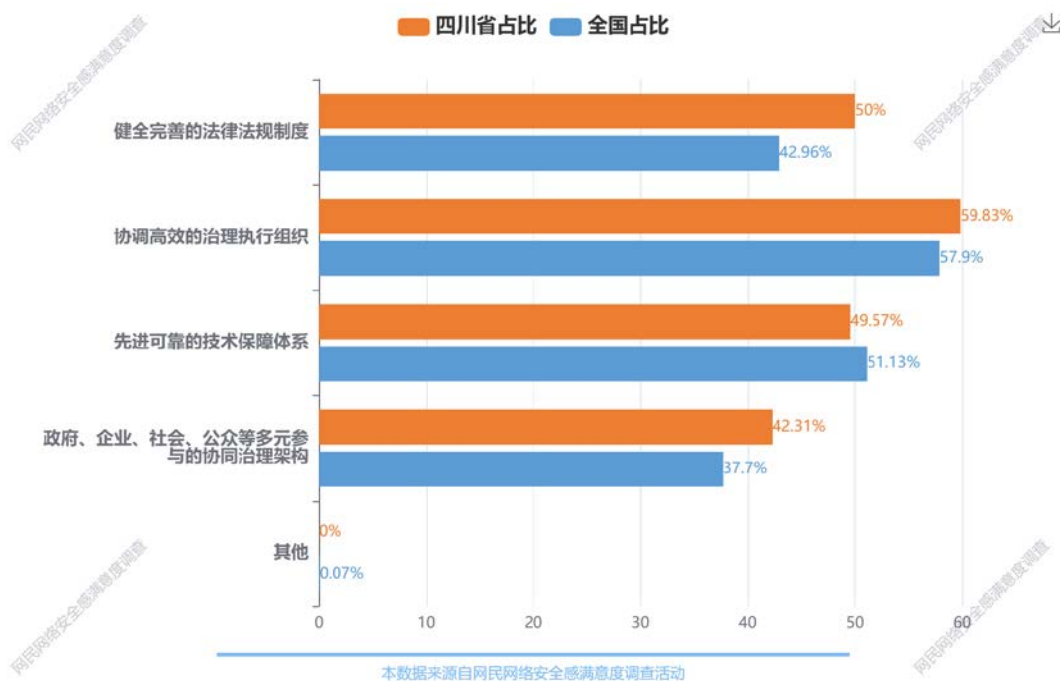


图表 316：智能社会相关治理的整体满意度

（图表数据来源：公众网民版专题9智能社会发展与治理挑战专题第15题：您对目前智能社会相关治理的整体满意度如何？）

（34）提升智能社会治理效能的关键因素

参与调查的公众网民认为提升智能社会治理效能的关键因素是：50%公众网民表示健全完善的法律法规制度；59.83%网民表示协调高效的治理执行组织；有49.57%网民表示先进可靠的技术保障体系；有42.31%网民表示政府、企业、社会、公众等多元参与的协同治理架构；有0%网民表示其他。与全国数据相比，表示先进可靠的技术保障体系的比例要低1.56个百分点，表示健全完善的法律法规制度比例要高7.04个百分点。

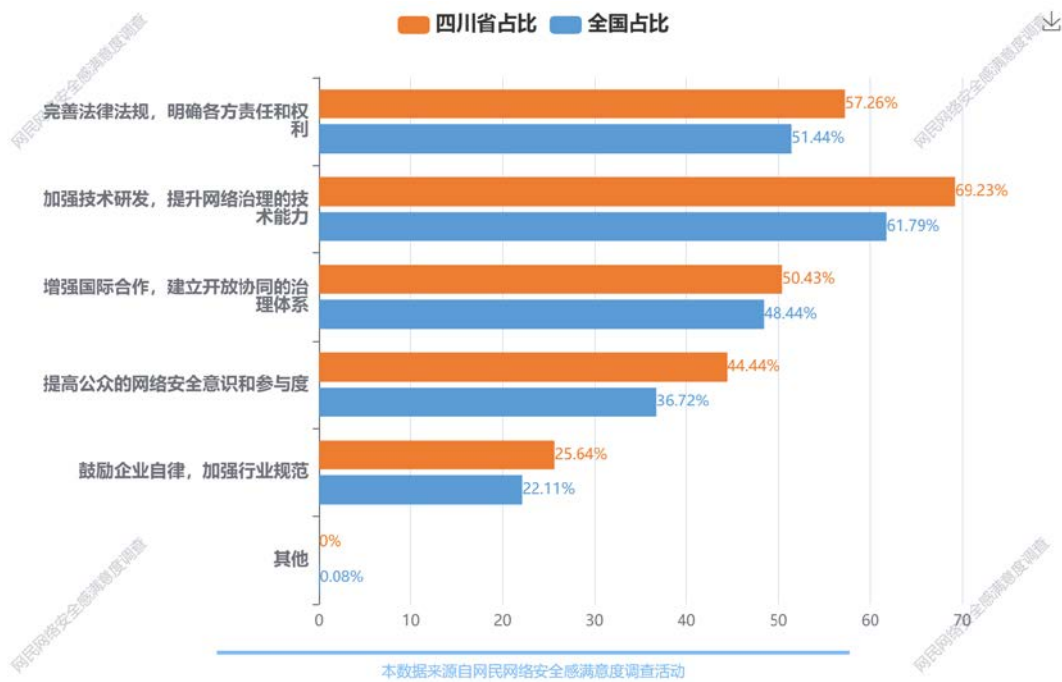


图表 317：提升智能社会治理效能的关键因素

（图表数据来源：公众网民版专题9 智能社会发展与治理挑战专题第16题：您认为提升智能社会治理效能的关键因素是什么？（多选））

（35）网络治理下智能社会发展挑战的建议

参与调查的公众网民对加强网络治理，应对智能社会发展挑战的建议是：57.26%公众网民表示完善法律法规，明确各方责任和权利；69.23%网民表示加强技术研发，提升网络治理的技术能力；有 50.43%网民表示增强国际合作，建立开放协同的治理体系；有 44.44%网民表示提高公众的网络安全意识和参与度；有 25.64%网民表示鼓励企业自律，加强行业规范。相较于全国数据，除了个别数据顺序互换外，排名基本一致。



图表 318：网络治理下智能社会发展挑战的建议

（图表数据来源：公众网民版专题9智能社会发展与治理挑战专题第17题：您对加强网络治理，应对智能社会发展挑战有何建议？（多选））

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

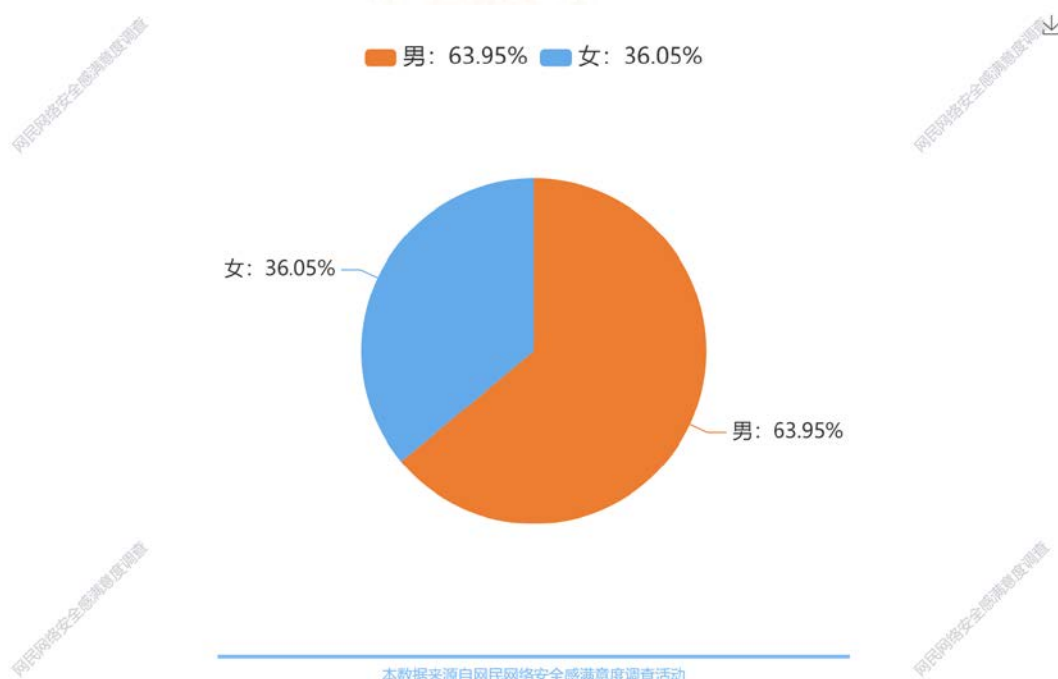
五、从业人员版基本情况

本次问卷调查共收回四川省从业人员版网络安全感满意度调查问卷 9978 份，经数据清洗消除无效数据后，共有 380 份问卷数据纳入统计。数据样本有效性为：3.81%。

以下统计数据基于本次调查问卷有效样本统计而成，反映的是参与调查活动的从业人员的意见和情况。报告中“全国”是特指全国范围参与调查的有效样本的总体，“各省”、“各市”也是基于参与调查的有效样本中分布在各省、各市的子集。本报告是四川省报告，数据统计范围涵盖四川省有效样本。

5.1 性别分布

参与本次调查的从业人员中男性从业人员占 63.95%，女性从业人员占 36.05%。从数据上看从业人员中男性的比例稍高。



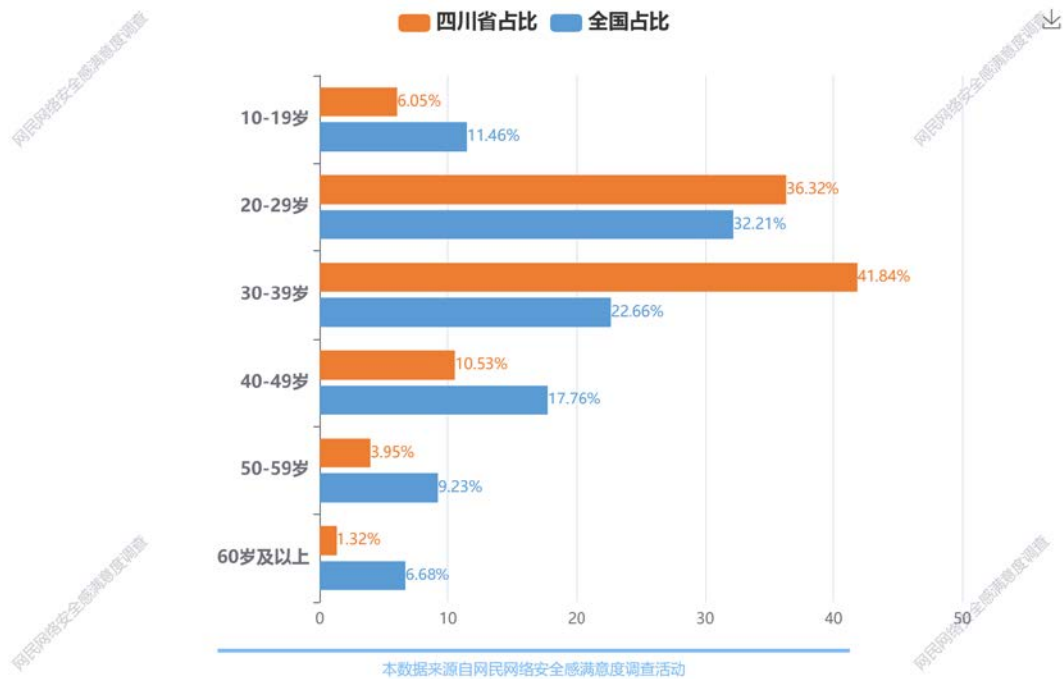
图表 319：从业人员性别分布图

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 1 题：您的性别？）

5.2 年龄分布

参与调查的从业人员中年轻人占大多数，其中 20 岁到 29 岁占 36.32%，30

岁到 39 岁占 41.84%，40 岁到 49 岁占 10.53%，50 岁到 59 岁占 3.95%。

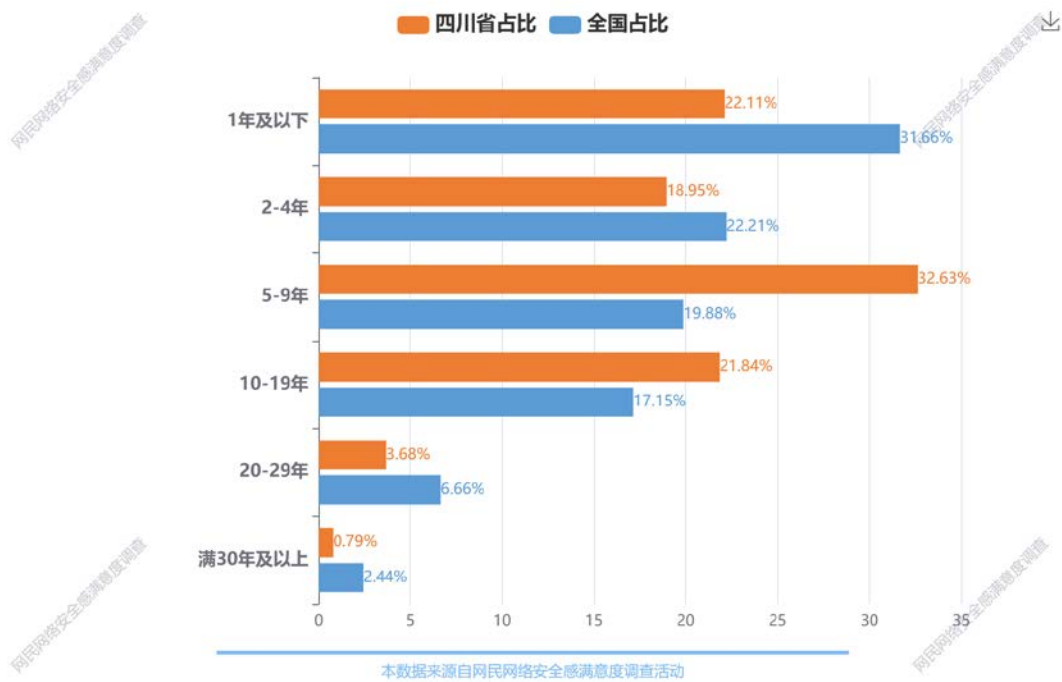


图表 320：从业人员年龄分布图

（图表数据来源：从业人员版基础信息第 2 题：您的年龄？）

5.3 从业时间

从业人员的从业时间方面，有 41.06%的从业人员从业时间在 4 年以下，从业时间 5-9 年的占 32.63%。数据显示，从业时间 9 年以内的占 73.69%。与全国数据相比，表示 1 年及以下的比例要低 9.55 个百分点，表示 5-9 年比例要高 12.75 个百分点。

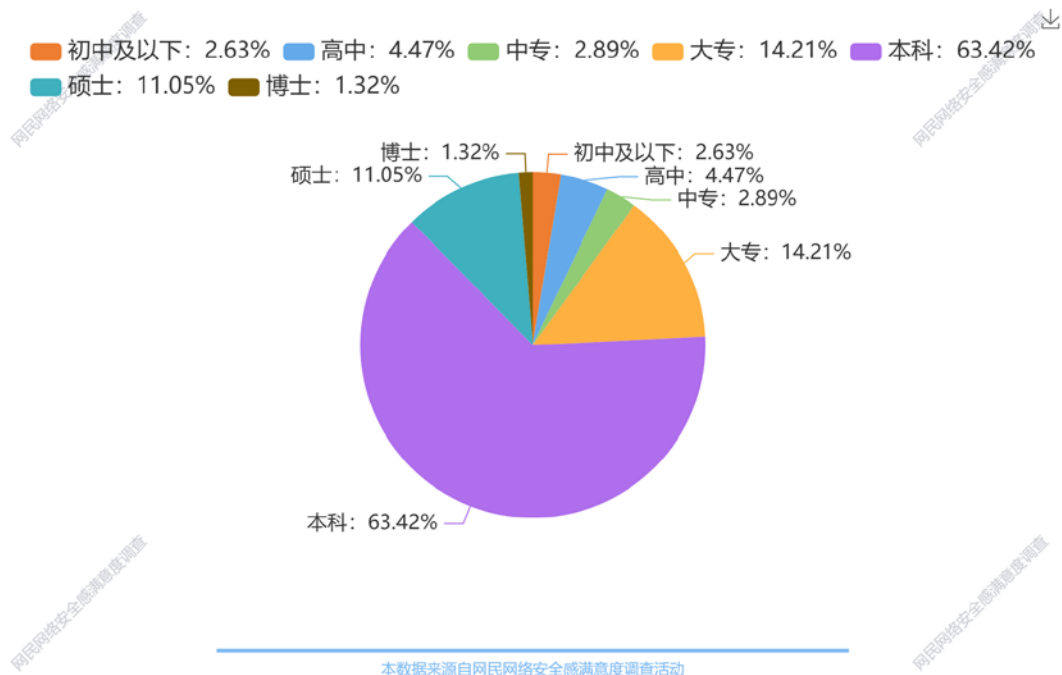


图表 321：从业人员从业时间分布图

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 3 题：您在网络行业的从业时间？）

5.4 学历分布

参与调查的从业人员中本科学历人数最多，占 63.42%，其次是大专学历，占 14.21%。大专以上学历占 90.00%。

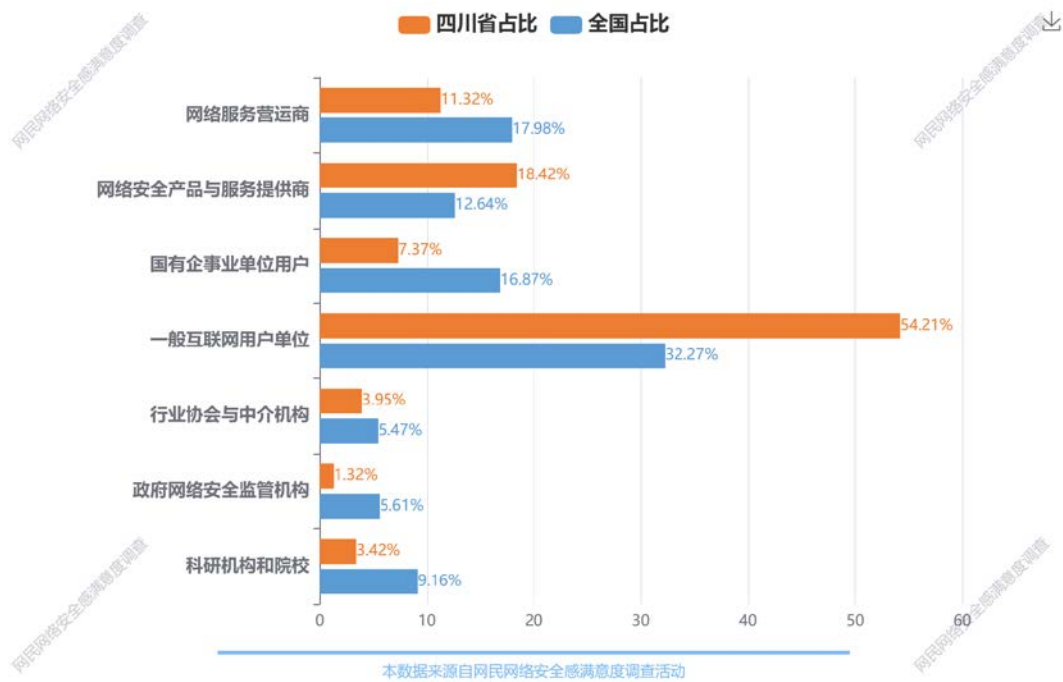


图表 322：从业人员学历分布图

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 4 题：您的学历？）

5.5 工作单位

参与调查的从业人员的工作单位以一般互联网用户单位和网络安全产品与服务提供商单位最多，分别为 54.21%和 18.42%，其次是网络服务营运商占 11.32%，国有企事业单位用户占 7.37%，行业协会与中介机构占 3.95%。与全国数据相比，表示网络服务营运商的比例要低 6.66 个百分点，表示网络安全产品与服务提供商比例要高 5.78 个百分点。

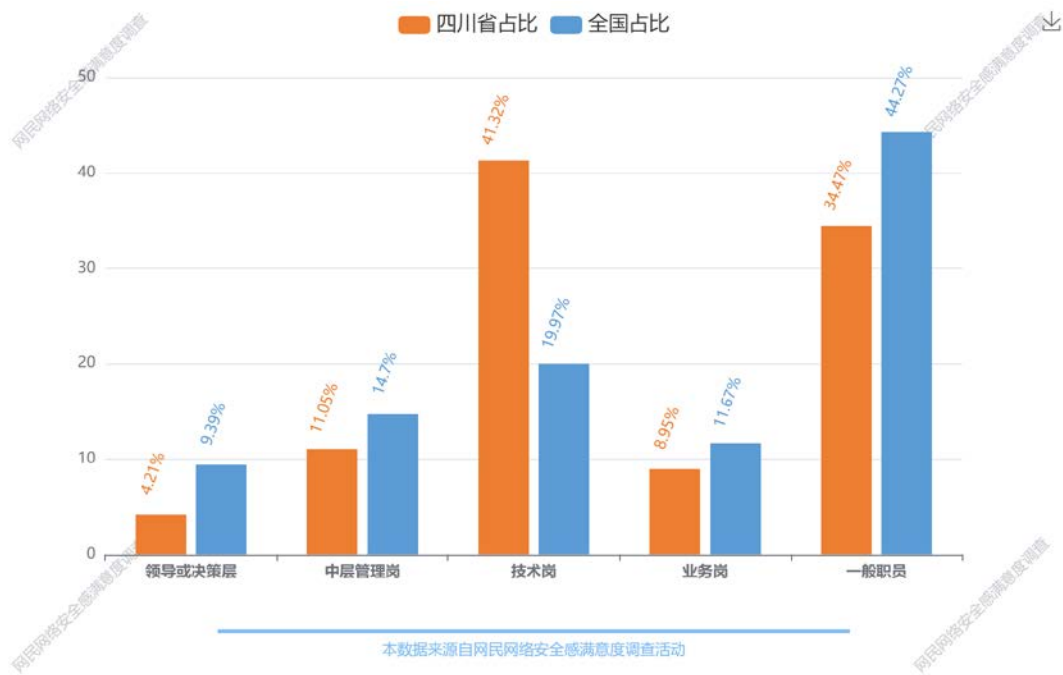


图表 323：从业人员工作单位分布占比

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 5 题：您的工作单位属于？）

5.6 工作岗位

参与调查的从业人员的工作岗位以技术岗和一般职员最多，分别为 41.32% 和 34.47%，其次是中层管理岗占 11.05%，业务岗占 8.95%，领导或决策层占 4.21%。相较于全国数据，技术岗的占比高了 21.35 个百分点。

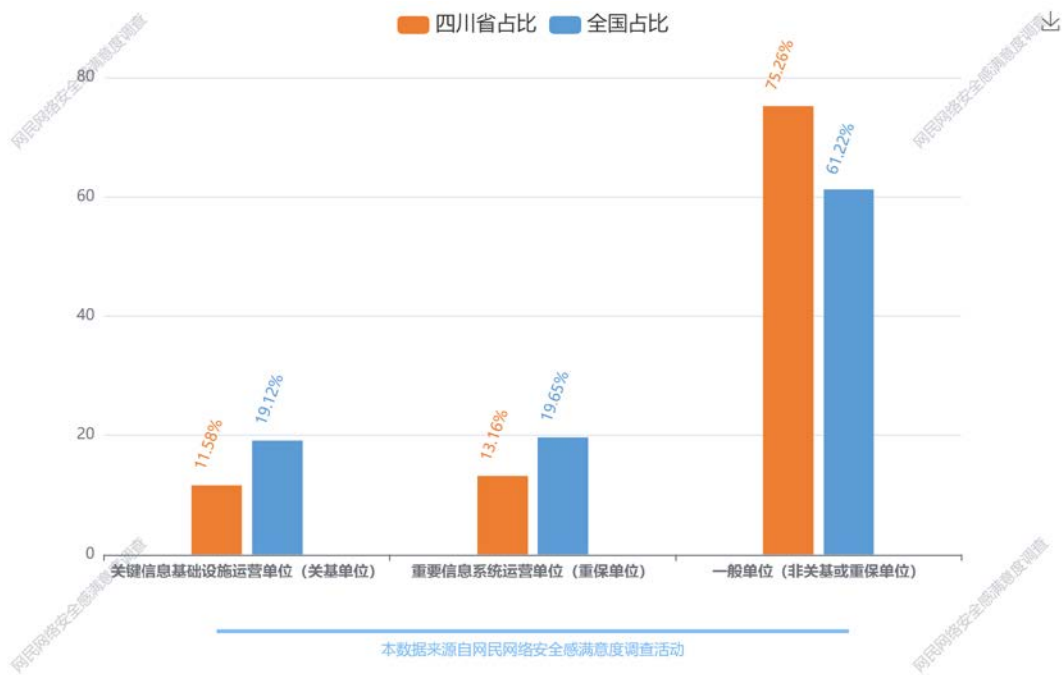


图表 324：从业人员工作岗位分布

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 5.1 题：您的岗位属于？）

5.7 单位类型

从业人员属于关键信息基础设施运营单位情况：**11.58%**从业人员是关键信息基础设施运营单位（关基单位），**13.16%**从业人员是重要信息系统运营单位（重保单位）；**75.26%**从业人员是一般单位（非关基或重保单位）。

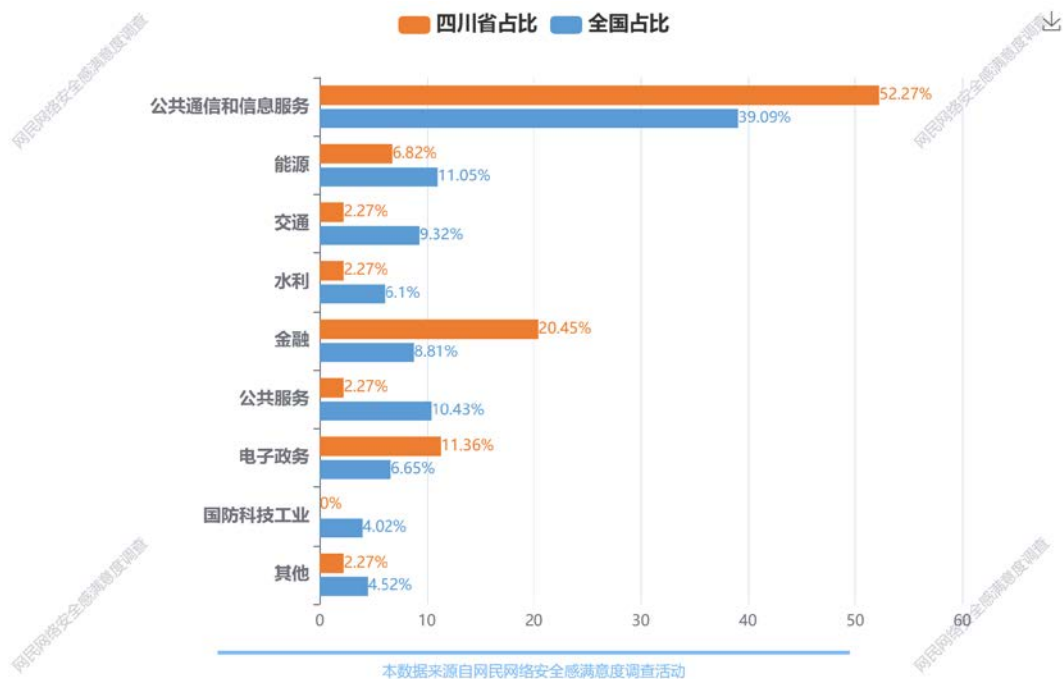


图表 325：工作单位类型

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 5.2 题：您的工作单位是否属于关键信息基础设施运营单位？）

5.8 所属行业

参与调查的从业人员的工作单位以公共通信和信息服务和金融所属行业最多，分别为 52.27%和 20.45%，其次是电子政务占 11.36%，能源占 6.82%，交通占 2.27%。与全国数据相比，表示能源的比例要低 4.23 个百分点，表示公共通信和信息服务比例要高 13.18 个百分点。

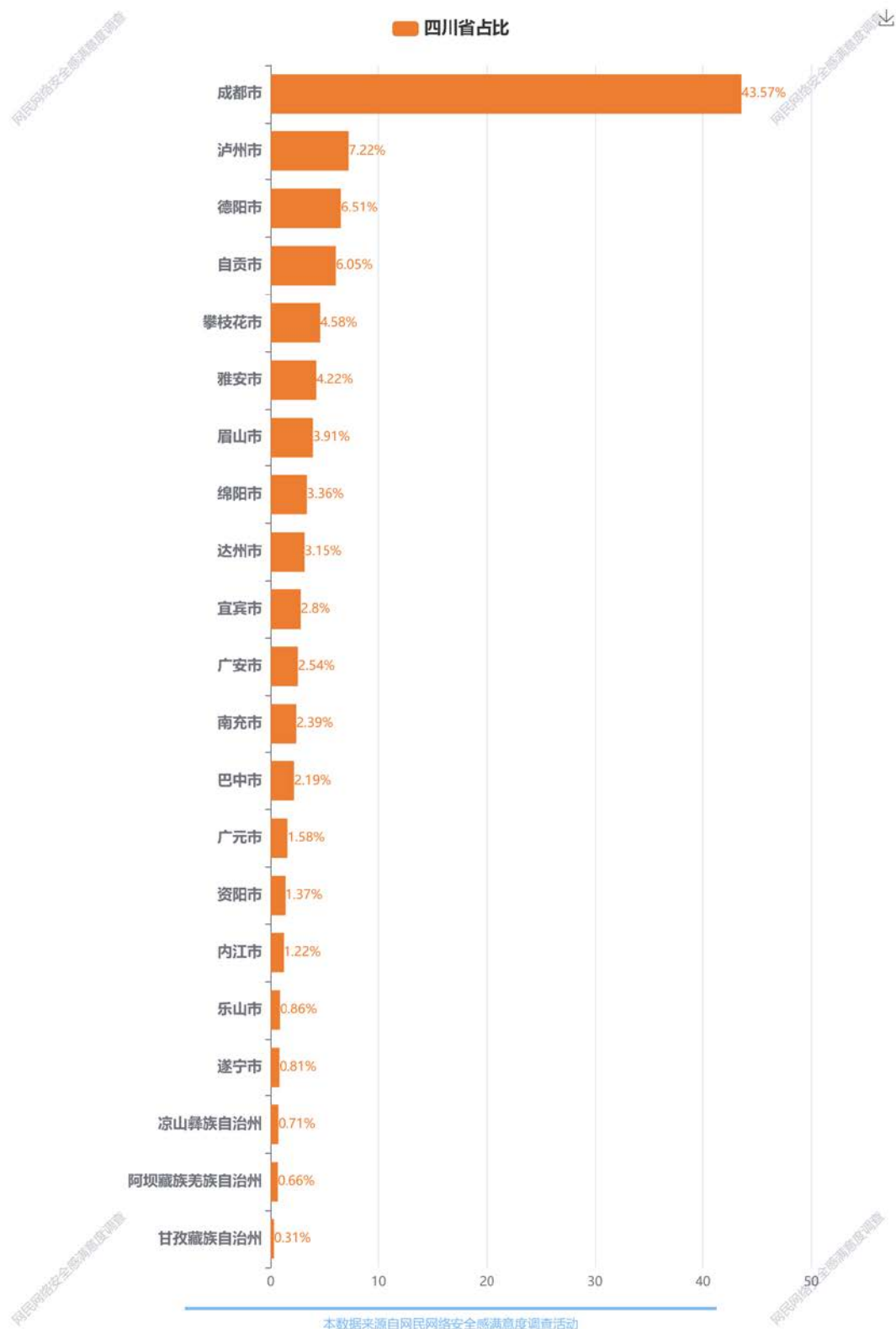


图表 326：工作单位所属行业

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 5.3 题：您的工作单位所属行业？）

5.9 地区分布

参与调查的从业人员来自四川省下辖 21 个地级市（区）。四川省内各地区都有一定数量的从业人员参加调查，其中成都市、泸州市、德阳市、自贡市、攀枝花市、雅安市、眉山市、绵阳市、达州市、宜宾市前 10 位。四川省内从业人员常住地(居住满 6 个月)的地区分布情况如下图：



图表 327：2025 从业人员各地市分布图

（图表数据来源：从业人员版一级问卷第 6 题：您现在的常住地？（居住满

6 个月或以上)

网络安全感满意度调查



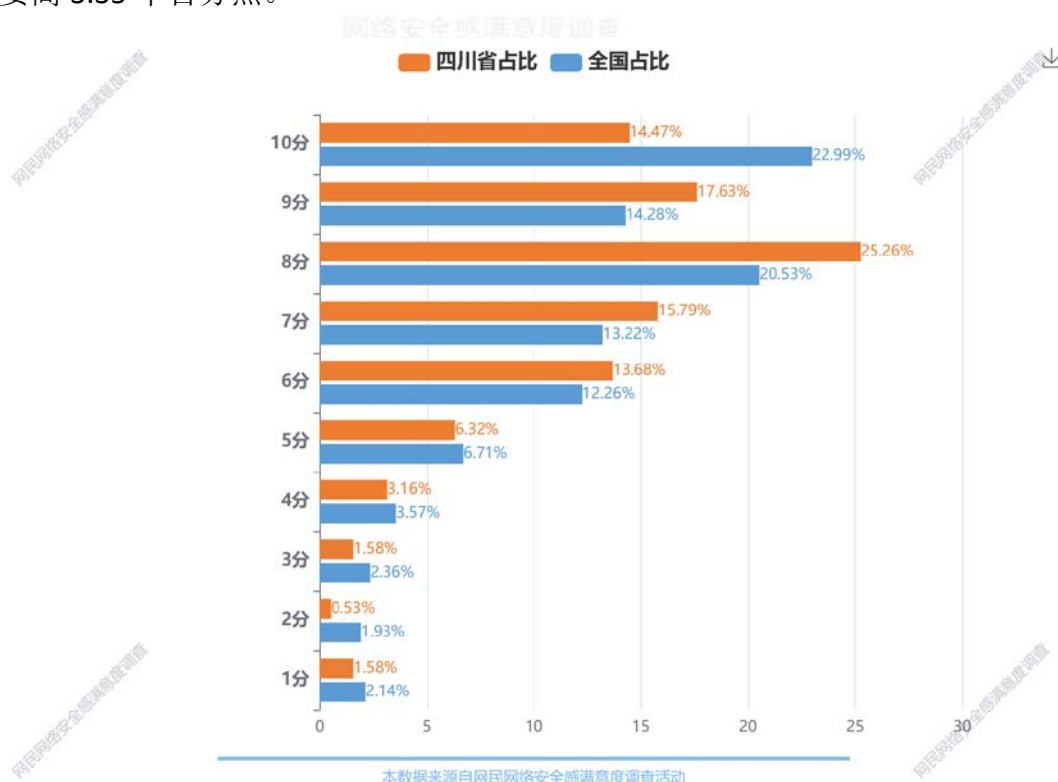
广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

六、网络安全共性问题

6.1 安全感总体感受

(1) 2025 年从业人员网络安全感评价

参与调查的从业人员对使用网络时的总体安全感觉是：感到较安全占 41.05%，非常安全占 32.10%，两者相加占 73.15%。评价一般的占 20.00%，显示从业人员对网络安全持有保留态度。在负面评价方面，持较不安全评价的占 4.74%，非常不安全的评价占 2.11%，两者相加，持不安全评价或非常不安全评价的占 6.85%。与全国数据相比，表示 10 分的比例要低 8.52 个百分点，表示 9 分比例要高 3.35 个百分点。

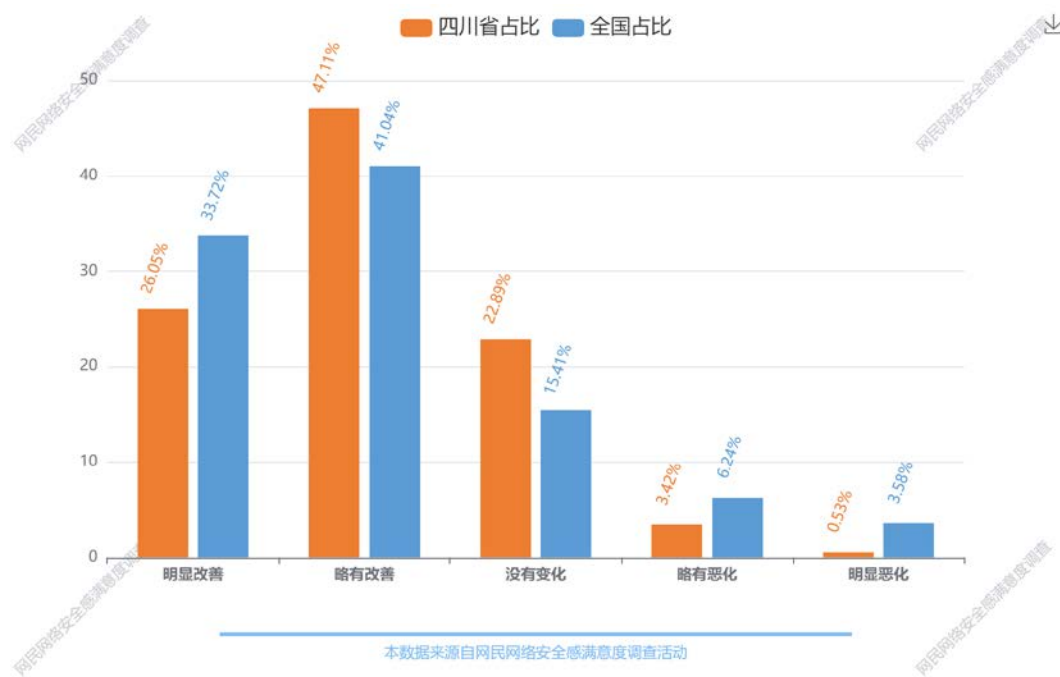


图表 328：从业人员安全感评价分布图

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 7 题：您认为当前网络安全状况如何？（10-9 分：非常安全，8-7 分：较安全，6-5 分：一般，4-3 分：较不安全，2-1 分非常不安全））

(2) 从业人员对网络安全状况变化的评价

在网络安全状况方面，与去年（2024 年）相比，26.05%的从业人员认为网络安全状况有明显改善，47.11%的从业人员认为有略有改善。达 73.16%从业人员认为网络安全状况有提升。与全国数据相比，表示明显改善的比例要低 7.67 个百分点，表示略有改善比例要高 6.07 个百分点。



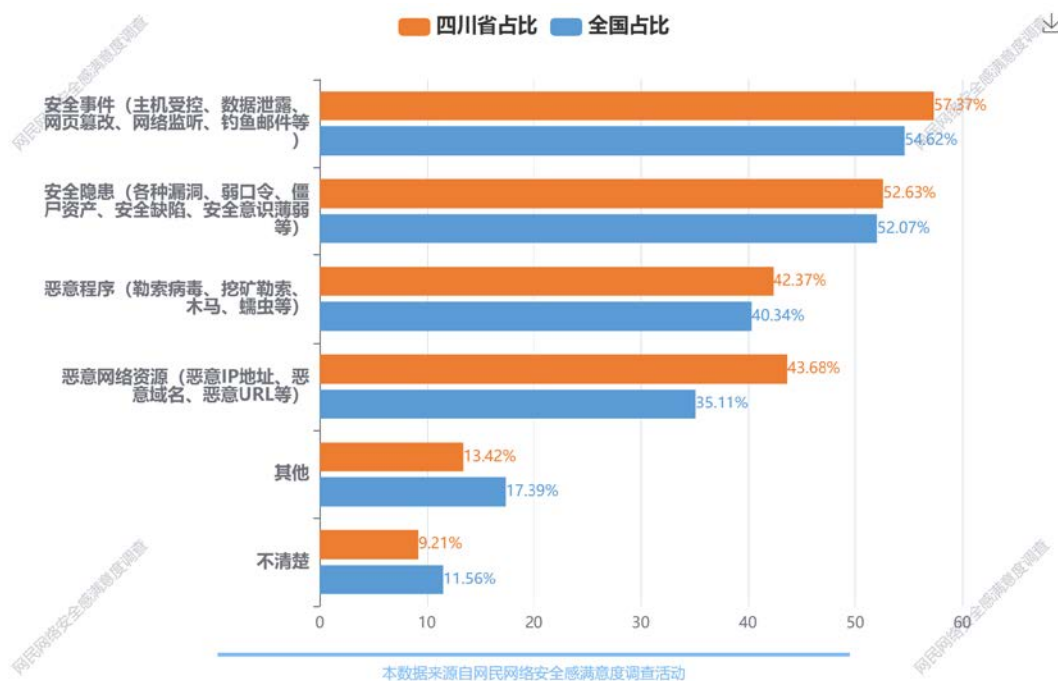
图表 329：从业人员安全感变化评价

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 8 题：与去年相比，您认为当前网络安全状况是否有变化？）

6.2 网络安全态势感受

（1）工作中最常面对的网络安全隐患遇见率

57.37%的从业人员在工作中最常遇到的网络安全问题是安全事件（主机受控、数据泄露、网页篡改、网络监听、钓鱼邮件等），52.63%从业人员遇见安全隐患（各种漏洞、弱口令、僵尸资产、安全缺陷、安全意识薄弱等），恶意网络资源（恶意 IP 地址、恶意域名、恶意 URL 等）遇见率为 43.68%，恶意程序（勒索病毒、挖矿勒索、木马、蠕虫等）遇见率为 42.37%。与全国数据相比，表示其他的比例要低 3.97 个百分点，表示安全事件（主机受控、数据泄露、网页篡改、网络监听、钓鱼邮件等）比例要高 2.75 个百分点。

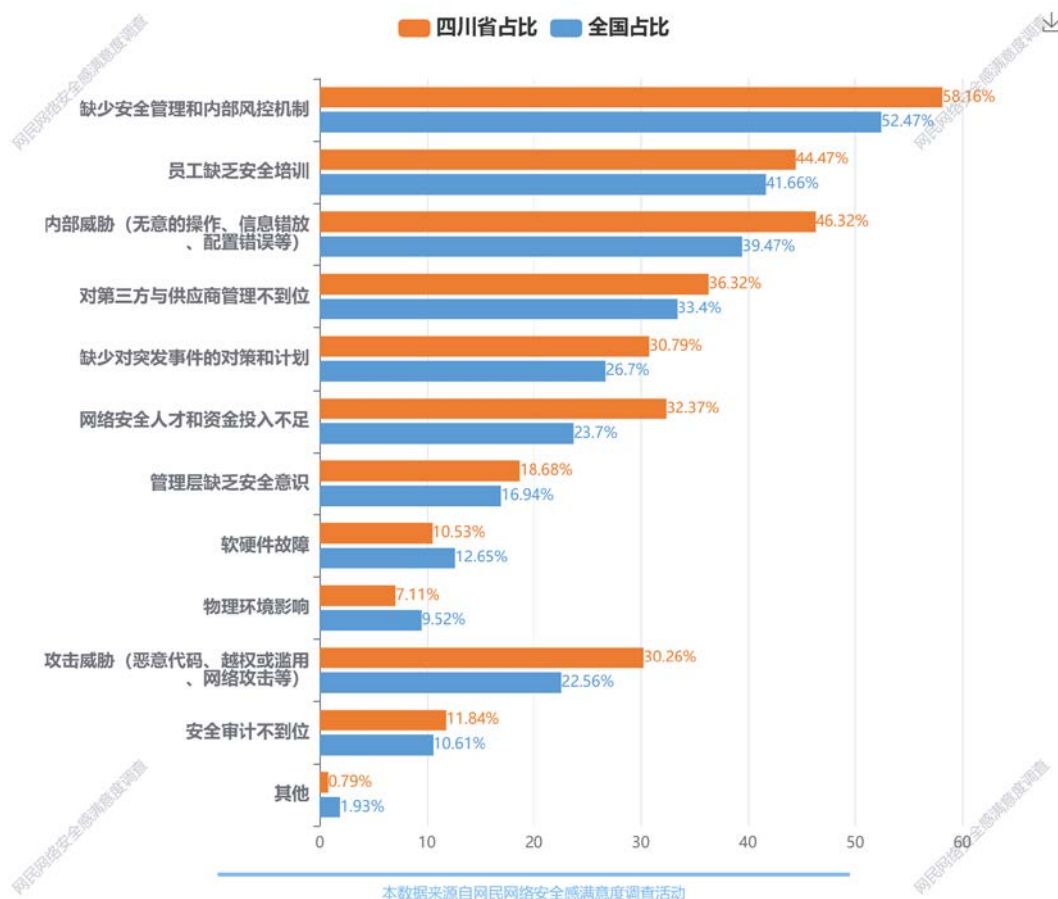


图表 330：在工作中最常面对的网络安全威胁遇见率

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 9 题：您在工作中最常面对和处理的网络安全威胁是？（多选））

（2）网络安全事件频繁出现的原因

从业人员认为网络安全事件频繁出现的原因排前五位是 1、缺少安全管理和内部风控机制，2、内部威胁（无意的操作、信息错放、配置错误等），3、员工缺乏安全培训，4、对第三方与供应商管理不到位，5、网络安全人才和资金投入不足，关注度分别为：58.16%、46.32%、44.47%、36.32%、32.37%。与全国数据相比，表示软硬件故障的比例要低 2.12 个百分点，表示缺少安全管理和内部风控机制比例要高 5.69 个百分点。



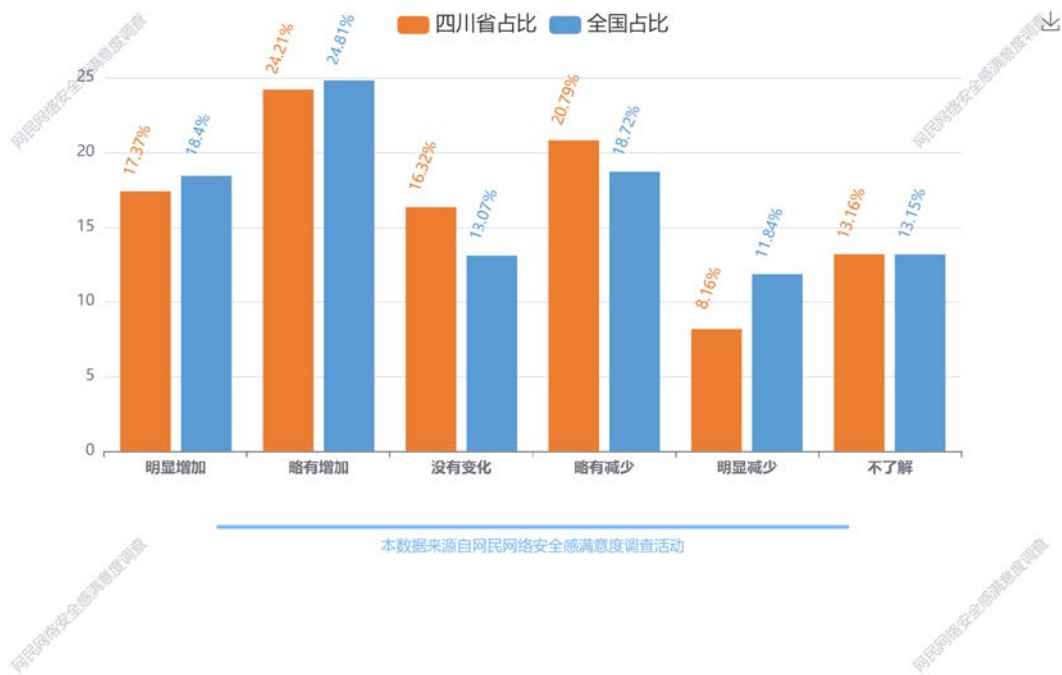
图表 331：网络安全事件频繁出现的原因

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 10 题：您认为造成网络安全事件频繁出现的主要原因是？（多选，最多选 5 个））

6.3 打击网络黑灰产业

（1）互联网黑灰产业活跃情况

从业人员对互联网黑灰产业的活跃度变化的评价差别比较大，认为增加有 41.58%，其中认为明显增加的有 17.37%，略有增加有 24.21%。认为减少的也有 28.95%，而认为不了解也有 13.16%。与全国数据相比，表示明显增加的比例要低 1.03 个百分点，表示没有变化比例要高 3.25 个百分点。

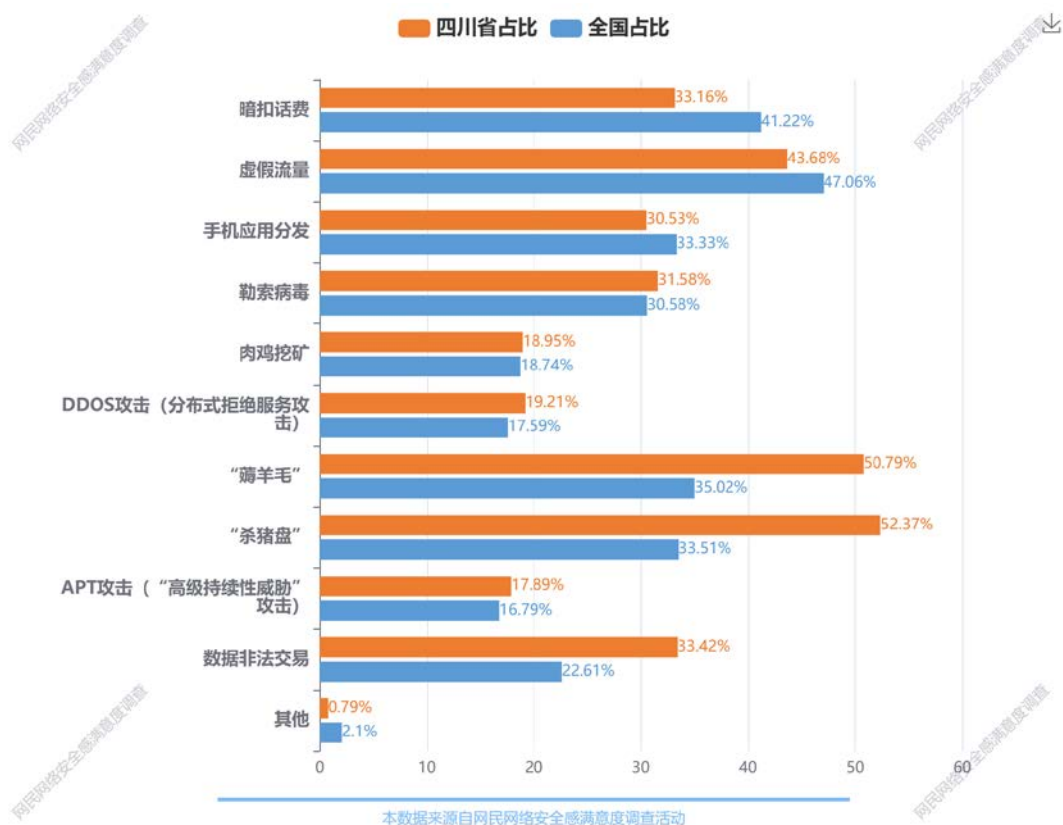


图表 332：互联网黑灰产业活跃情况

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 11 题：您认为近年来网络数据违法交易，网络色情等互联网黑灰产业的情况有何变化？）

（2）常见的网络黑灰产业类别

52.37%从业人员认为“杀猪盘”是近一年最常见的网络黑灰产业犯罪手法。“薅羊毛”和虚假流量等排二、三位，分别为 50.79%和 43.68%，数据非法交易和暗扣话费列四、五位，分别为 33.42%和 33.16%。与全国数据相比，表示暗扣话费的比比例要低 8.06 个百分点，表示勒索病毒比例要高 1.0 个百分点。

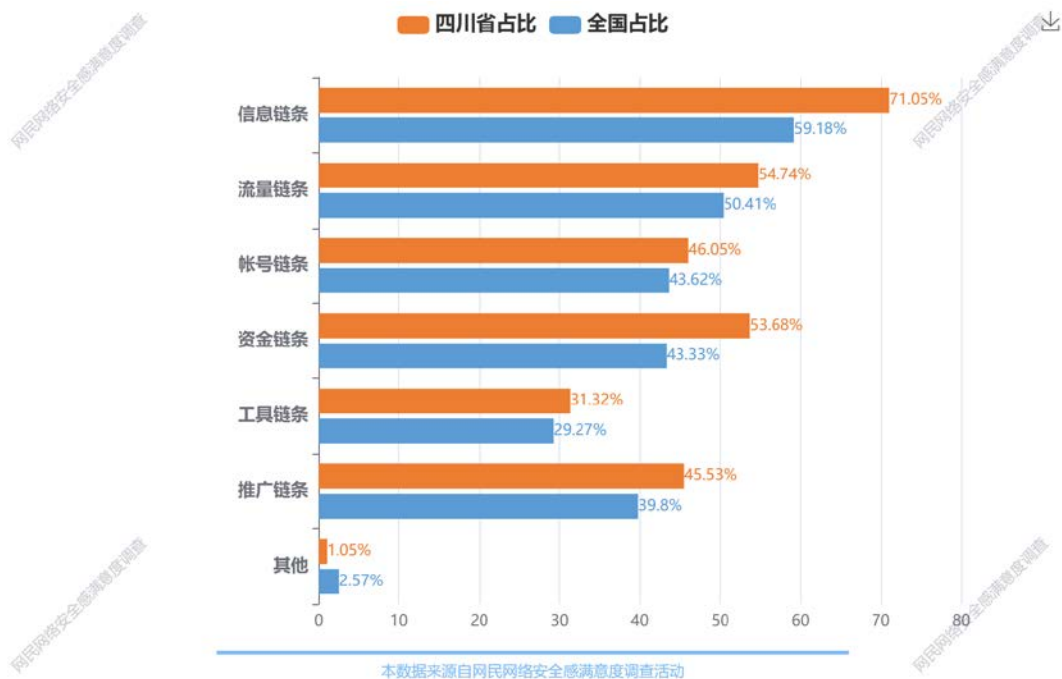


图表 333：常见黑灰产业类别

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 12 题：以下哪些网络黑灰产犯罪手法是您近一年常见的？（多选））

（3）整治网络黑灰产业的关键

71.05%从业人员认为信息链条最关键，54.74%从业人员认为流量链条；53.68%从业人员认为资金链条；46.05%从业人员认为帐号链条；45.53%从业人员认为推广链条；31.32%从业人员认为工具链条。与全国数据相比，表示其他的比例要低 1.52 个百分点，表示信息链条比例要高 11.87 个百分点。



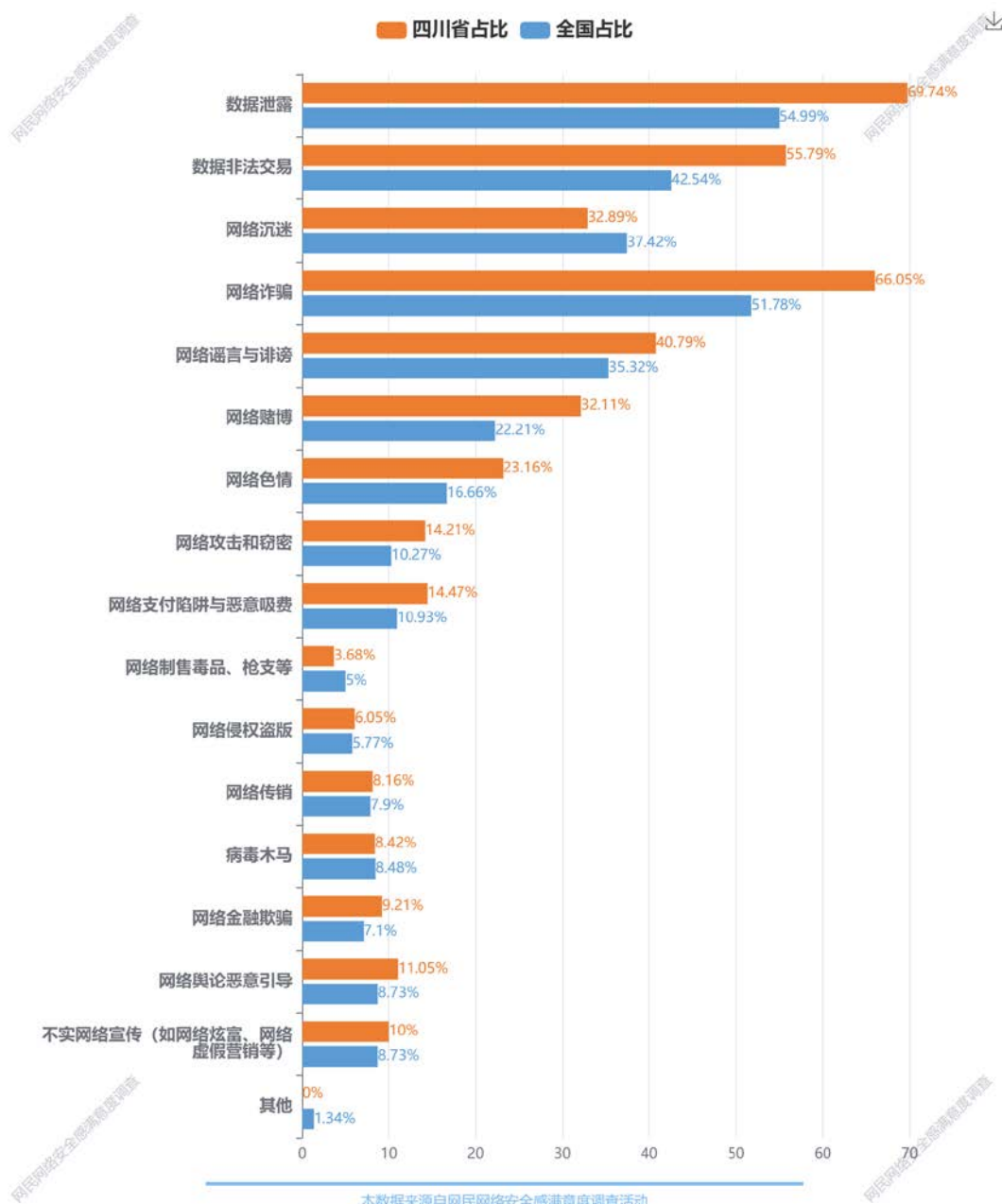
图表 334：整治网络黑灰产业关键手段评价

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 13 题：您认为整治网络黑灰产业，从哪些链条入手最关键？（多选））

6.4 网络安全的治理

（1）网络安全最突出的问题

69.74%的从业人员认为网络安全最突出或亟需治理的问题是数据泄露。网络诈骗、数据非法交易分别列 2、3 位，关注度达 66.05%和 55.79%。网络谣言与诽谤、网络沉迷、网络赌博、网络色情关注度也比较高，分别为 40.79%、32.89%、32.11%、23.16%。数据显示数据保护、打击诈骗、网络欺凌、打击涉黄涉赌等是主要的痛点。与全国数据相比，表示网络沉迷的比例要低 4.53 个百分点，表示数据泄露比例要高 14.75 个百分点。



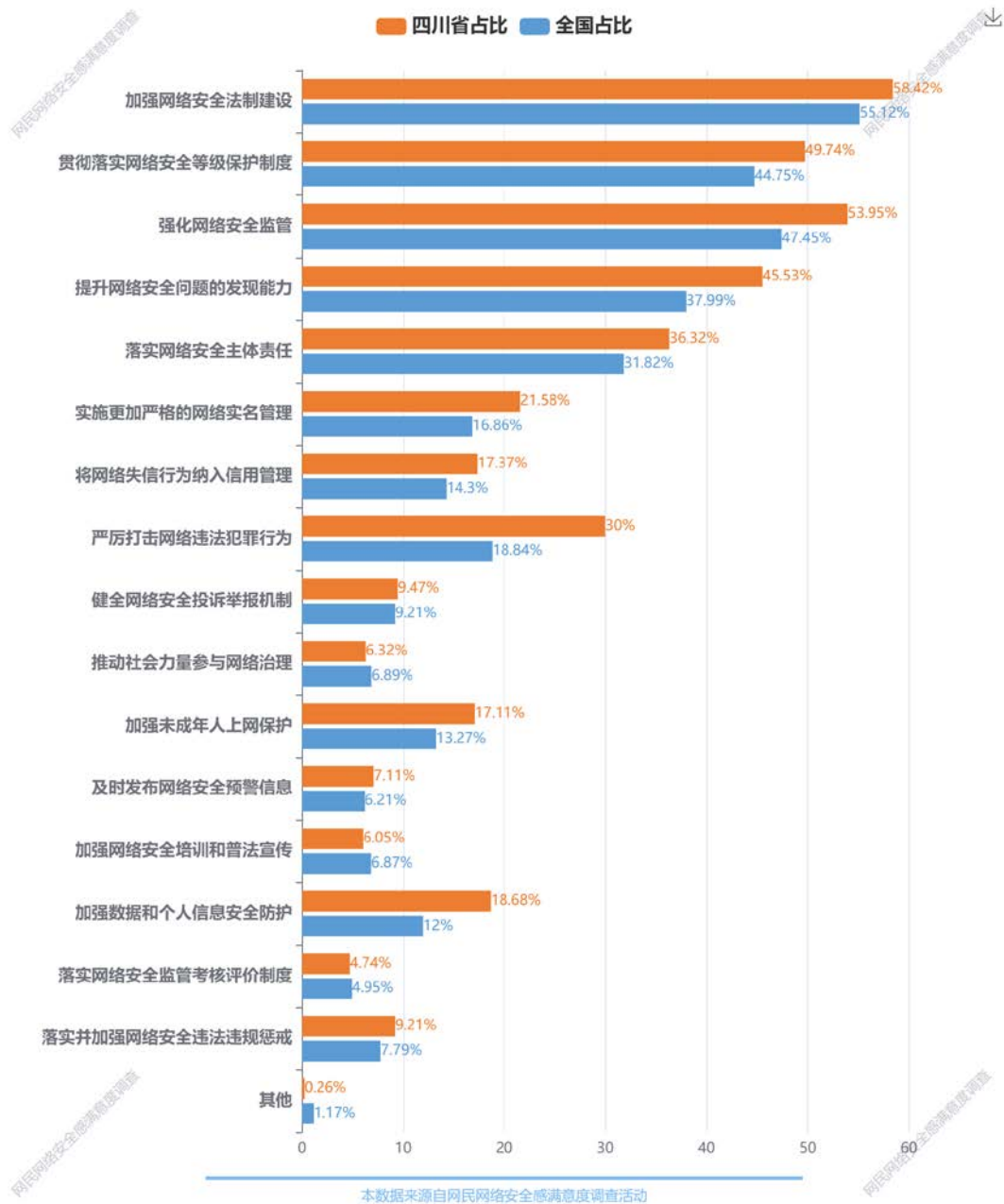
图表 335：网络安全最突出或亟需治理问题

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 14 题：您认为当前网络安全最突出或亟待治理的问题有哪些？（多选，最多 5 项））

（2）维护网络安全的措施

从业人员认为维护网络安全的最需要采取的措施有：1、加强网络安全法制建设（58.42%）；2、强化网络安全监管（53.95%）；3、贯彻落实网络安全等级保护制度（49.74%）；4、提升网络安全问题的发现能力（45.53%）；5、落实网

络安全主体责任（36.32%）。与全国数据排序一致。



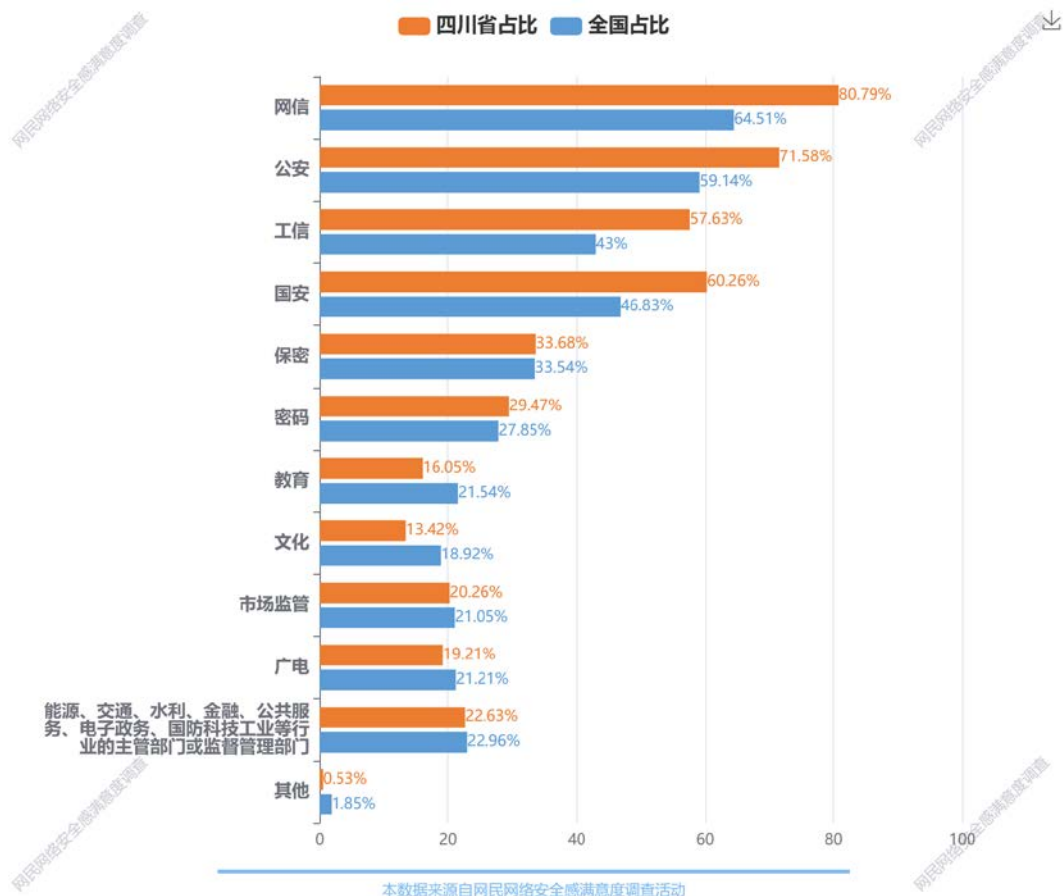
图表 336：维护网络安全最需要采取的措施

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 15 题：您认为维护网络安全最需要采取哪些措施？（多选，最多 5 项））

（3）网络安全管理部门的认知度

从业人员对网络安全管理部门的认知度排列为：网信（80.79%）、公安（71.58%）、国安（60.26%）、工信（57.63%）、保密（33.68%）。与全国数据

相比，表示教育的比例要低 5.49 个百分点，表示网信比例要高 16.28 个百分点。

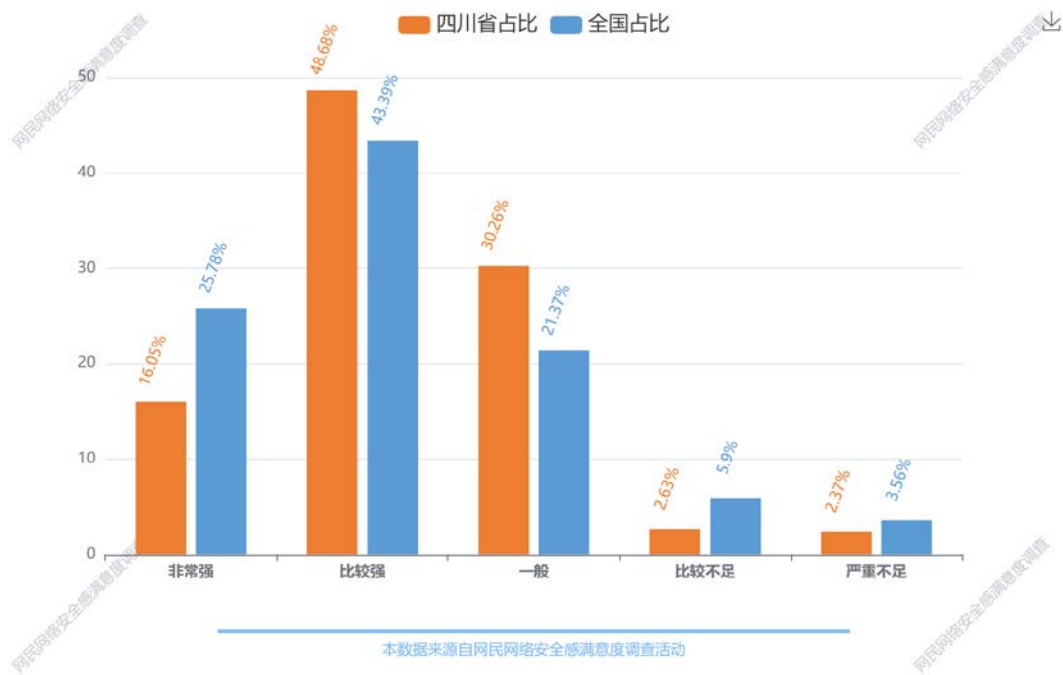


图表 337：网络安全的相关管理部门认知度

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 16 题：据您了解，以下哪些部门是网络安全的相关管理部门？（多选））

（4）网络安全监管力度

从业人员对政府有关部门对网络安全监管力度评价：认为非常强占 16.05%，认为比较强占 48.68%，即认为强的占 64.73%。认为一般有 30.26%。认为不足有 5.00%。与全国数据相比，表示非常强的比例要低 9.73 个百分点，表示比较强比例要高 5.29 个百分点。



图表 338：政府部门网络安全监管力度评价

（图表数据来源：从业人员版主问卷第 17 题：您认为政府相关部门在网络安全方面的监管力度如何？）

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

七、从业人员版专题分析

7.1 专题 A：行业治理与企业合规专题

因采集人数较少，本报告不作详细分析，相关专题主要发现和统计结果可参考《2025 年全国网民网络安全感满意度调查统计报告（总报告）》。

网络安全感满意度调查



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

7.2 专题 B：行业发展与科技创新专题

因采集人数较少，本报告不作详细分析，相关专题主要发现和统计结果可参考《2025 年全国网民网络安全感满意度调查统计报告（总报告）》。

网络安全感满意度调查



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

7.3 专题 C：新技术挑战与网络安全专题

因采集人数较少，本报告不作详细分析，相关专题主要发现和统计结果可参考《2025 年全国网民网络安全感满意度调查统计报告（总报告）》。

网络安全感满意度调查



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

附件一：调查方法与数据样本情况

一、背景

为贯彻习近平总书记有关“网络安全为人民，网络安全靠人民”等网络强国的重要思想，进一步落实《网络安全法》及相关法律法规，增强网民的网络安全意识和防范能力，促进互联网企业履行社会责任意识和能力的提高，提升网民网络安全感和满意度，最大限度调动网民参与网络生态社会治理的自觉性和主动性，助力政府相关部门积极探索网络治理规律，提高网络治理成效，由全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织联合发起了 2025 网民网络安全感满意度调查活动。

网络安全感满意度调查

二、目的

网民网络安全感满意度调查的宗旨就是以人为本。调查活动直接面向网民大众，目的是让大家有话可以说，让政府主管部门可以直接倾听网络安全在网民中的感受、了解网民的诉求和存在的问题，同时也向广大网民宣传网络安全的相关政策、法规和知识。

开展网民安全感满意度调查活动的具体目的有以下几点：

（1）通过广泛收集广大网民上网用网过程中对网络公共秩序、安全环境的真实感受和评价，多角度反映我国网络空间安全治理成效和网络安全现状，为政府部门决策提供数据支持。为各级政府主管部门加强互联网安全监管和打击网络违法犯罪提供指引。

（2）通过发挥社会组织的桥梁作用，调动社会各方力量，广泛发动广大网民积极参与网络安全治理，齐心协力，贡献智慧，共建良好网络生态，共筑网络安全屏障。

（3）通过不断收集和积累网民网络安全感满意度数据，形成庞大的数据库，为满意度研究和各种数据分析挖掘研究提供数据基础，建立和优化网民网络安全感满意度评价模型，推动网民网络安全感满意的量化研究向前发展。

三、调查方式

（1）调查时间

2025 年 7 月，2025 网民网络安全感满意度调查活动正式启动。调查活动于 2025 年 7 月 22 日开始正式对外采集数据，至 8 月 15 日 24 时结束。采集的时间段为 25 天。

（2）调查对象

本次调查对象分为两类：一类是普通网民，另外一类是网络行业从业人员。普通网民主要面向在中国境内有上网经验，熟悉中国互联网情况的互联网使用者。他们的意见主要体现互联网普通用户的感受。网络行业从业人员主要面向在网络行业工作人员，其工作单位或工作岗位和互联网有关，包括互联网企业、网络安全产品与服务的提供者、网络安全协会、政府主管部门、企事业单位、网络安全的学校和科研机构、一般的互联网用户等。网络行业从业人员对互联网的状态比较了解，是网络安全治理中主要的参与者、服务提供者和服务利用者。他们的意见体现了网络安全治理中关系密切的各方面利益群体和专业人士的观点。

两类调查对象的意见的综合和对比可以较为全面地反映各类网民的真实感受，为课题研究提供较全面的数据基础。

（3）调查内容

本次网民网络安全感满意度调查内容丰富，内容涵盖个 2 个主问卷、13 个专题领域，问卷题目总数量达 493 道。调查问卷按访问对象不同分两类问卷：面向普通网民的公众版和面向网络行业人员的从业人员版问卷

公众版的调查问卷除了以共性问题为主的主问卷外，还根据内容主题的不同分了 13 个专题问卷，具体名称如下：

专题 1：网络安全法治社会建设

专题 2：网络诚信建设

专题 3：遏制惩处网络违法犯罪行为

专题 4：个人信息保护和数据安全

专题 5：网络购物权益保护

专题 6：特殊人群（未成年人和老人等）网络权益保护

专题 7：互联网平台监管与企业自律

专题 8：数字政府服务与治理能力提升

专题 9：智能社会发展与治理挑战

专题 10：中国网民权益保护

从业人员版的调查问卷除了以共性问题为主的主问卷外，还根据内容主题的不同分为 A 到 C 共 3 个专题问卷，具体名称如下：

A 专题：行业治理与企业合规

B 专题：行业发展与科技创新

C 专题：新技术挑战与网络安全

本次调查问卷的设计以网络安全感满意指标体系为框架，以网民对网络安全的认知、需求、感受与评价为主线，针对相关政府主管部门、互联网企业、安全产品服务供应商、协会、科研机构、一般联网使用单位及网民等不同网络角色在网络空间活动的问题、感受及其期望设计调查问题。

除了一般的选择题外，问卷还设立了 8 道征求意见的填空题，以开放题的形式让网民畅所欲言，以求充分收集网民的意见。

（4）调查形式

本次调查形式主要为线上问卷调查方式。组委会牵头统一部署，各省发动单位分别组织落实，企业机构参与，网民自愿参加。

线上方式主要是依托在基于云平台问卷调查云服务，通过建立网民网络安全感满意调查服务门户和相应的网上问卷调查应用，同时支持两份公众版和从业人员版调查问卷的数据采集，提供手机和 PC 两个渠道，支持二维码扫描分享。组委会利用微信公众号和各合作单位以及支持单位的信息服务平台进行推广，取得良好的效果。

（5）调查组织

各级公安、网信等政府主管部门对调查活动给予了大力支持。有关组织单位领导高度重视，明确目标，指导把关，积极推动，狠抓落实，成效显著。

在政府主管部门领导的关心和指导下，为加强对调查活动的组织，活动发起单位组建了强有力的组织机构，机构分为领导小组、活动组委会（秘书处）和专家组等。

领导小组由各级有关主管部门、发起单位网安联主要领导组成，负责调查活动重大事项的决策。

活动组委会由各发起单位和承办单位的主要领导组成，负责活动的组织工作，有关活动事项的组织实施。下设秘书处，负责日常办公事务处理和对外联系和活动的宣传、组织、协调。承办单位广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院负责调查问卷设计、技术实施、数据处理、数据分析、报告编写等。活动组委会和承办单位在总结历届网民网络安全感满意度调查活动经验基础上，今年的调查活动在活动组织、品牌建设、推广发动、研究规划、问卷设计等方面进行了多方面的创新和改进，取得显著的效果。

专家组由国家及地方相关领域的专家、学者组成，负责审查及评价调查设计、调查过程的科学性、客观性和真实性。

活动的组织分为前期策划、问卷设计、组织发动、调查实施、数据分析与报告编制、成果发布与总结表彰等几个阶段。

各地发起单位按照组委会的统一部署和要求开展工作，一是协调所在地互联网企业组织员工参与调查活动。最大限度地协调所在地互联网企业组织员工参与调查活动，确保调查活动有针对性、合理性、科学性地开展；二是组织协调所在地商业门户网站、新媒体网络平台、中央（地方）重点新闻门户网站等参与调查活动。充分发挥这些网络平台在本地影响力大、覆盖面广、粉丝量多的特点，通过一定的推广合作和激励机制，最大限度地吸引网民在线上参与调查，确保调查活动的广泛性、代表性；三是拓宽推广渠道，利用志愿者组织和网络，组织志愿者下沉社区进行推广，拓宽推广面；四是抓好落实，跟进本地样本量的完成情况，确保按量保质完成数据采集工作。

在领导小组、组委会、承办单位、课题小组和各地参与发动单位的共同努力下，本次调查活动按计划有序推进，采集了大量的问卷数据，引起社会较大的反响，活动取得圆满成功。

四、调查样本数据的评估

经分析和评估，本次调查活动收集的数据具有以下特点：

1) 调查样本数据量大，总样本数超百万级

本次调查活动收回的问卷总数为 164.5859 万份（主问卷+专题问卷），其中公众网民版为 123.9164 万份，网络从业人员版 40.6731 万份。经过数据清洗后，有效问卷总数为 77.8166 万份，其中，公众网民版 63.3224 万份，网络从业人员版 14.4942 万份。数据样本的总有效率为 47.28%。另外，调查活动还收到网民对我国网络安全建设提出的意见和建议 10.0424 万条。本次调查活动参与问卷调查的网民人数众多，采集到的数据样本数量较多，单从公众网民版主问卷的采集数量来看，总数超过 63.3 万，其中样本数据量有 1 个省超过 30 万，1 个省超 3.5 万，6 个省的样本数据量过万，22 个省（不包括港、澳、台）的采集的问卷数量超过千。样本规模显示网民参与度较高。

2) 调查样本数据覆盖面广，基本实现区县级全面覆盖

从调查数据样本来源地来看，地区分布广泛。全国 34 个省、直辖市、自治区（包括港澳台），大陆地区的 333 个地市（区）均有数据样本分布，地市级采集覆盖率和有效覆盖率均为 100%，2846 个县区中除了个别县区以外其他县区均有数据样本分布，县区级地区的样本有效覆盖率达 96.73%（样本覆盖县区数占计划采集县区数的比例）。另外还有小部分样本数据来自海外。样本分布的广泛度体现了调查活动有较强的影响力和辐射力。

3) 调查样本数据地区分布差异仍然存在

从调查数据来源来看，虽然样本数据的分布广泛，但数据的地区分布仍有较大差异。广东、北京、河南、河北、山西、陕西、天津、黑龙江、福建、内蒙古、江苏等地的组织发动工作较好，网民参与积极性较高，采集的问卷样本数据较多。总体上看样本的分布仍存在一定程度上地区差异，数据分布的均衡度略有下降，数据样本分布基本实现了地市区全面覆盖。

为了保持各地区之间样本量分布和人口基数占比的基本相称，公众网民版主问卷数据在进行全国和省级数据汇总时按照统计局有关各下属区域人口占本区域人口的比例作为权重因子进行了适当的加权处理，经过加权以后，省级和全国的统计数降低了样本分布地区差异带来的影响。另外为了平衡不同人群在样本中的分布比例，对每个地市级的数据按人口构成比例进行了均衡处理。专题数据除

专题二做了区域人口加权均衡外，其余没有做均衡直接汇总统计。

4) 调查样本数据反馈的信息内容丰富数据质量略有下降

从数据清洗的结果来看，样本数据的总体有效率在 47.28%左右，比去年有效率有所下降，原因是今年有较多新渠道加入，有不少新人特别是年轻人参与，而且占比较高，但也出现了答卷数据质量有所下降的现象。另外今年传统老渠道的采集量有所下降，比重下降，进一步影响到有效率的下降。从答卷内容来看，大多数参与者都参与答题的积极性较高，采集的专题问卷数量明显提升，开放性作答的填空题方面网民共提交了超过 10 万条有效意见和建议。这些意见和建议包含了丰富的内容，反映了网民的意见和诉求，也是调查数据集重要的组成部分。

综上所述，本次问卷调查数据的样本基本符合网民分布的主要特性，可以多维度、多层次地反映网民的意见，具有较高的代表性和参考价值。



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

附件二：调查报告致谢词

致谢词

2025 年网民网络安全感满意度调查活动已顺利完成，在全国各级网信、公安、工信、市场监管等政府部门的精心指导和大力支持下，在参与调查的各机构和团队的共同努力下，调查活动取得圆满成功。调查活动结果经统计分析形成了本调查报告。调查报告的编制得到有关各方的指导和支持，课题组对有关参与各方的机构和人员表示衷心感谢。

感谢各发起单位、组委会的组织指导！（名单参看附件三、四）

感谢各牵头实施单位、承办单位、技术支撑单位的付出和贡献！（名单参看附件四）

感谢各新闻媒体、支持企业和机构的大力支持和配合！（名单参看附件四）

感谢参与调查活动的各位专家、研究人员、技术人员和工作人员的辛勤劳动！

感谢参与调查活动的公众网民和从业人员的积极参与！

2025 年网民网络安全感满意度调查课题组

2025 年 12 月

附件三：调查活动组委会名单

2025 网民网络安全感满意度调查活动组委会

主任：

严 明 中国计算机学会计算机安全专委会主任
公安部第一、三研究所原所长

副主任：

袁旭阳 北京网络行业协会会长
公安部网络安全保卫局原常务副局长

副主任兼秘书长：

黄丽玲 北京网络空间安全协会理事长
广东省网络空间安全协会创会会长

副秘书长：

黄汝锡 北京网络空间安全协会流动党员联合党支部书记
周贵招 广东省网络空间安全协会秘书长
高 宁 广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院总工程师

委员：

黄丽佳 北京网络空间安全协会理事长助理
方满意 揭阳网络空间安全协会会长
胡俊涛 郑州市网络安全协会 常务副会长兼秘书长
林法祥 福建省互联网协会理事长
孙甲子 黑龙江省网络安全协会会长
刘红兵 重庆市信息安全协会秘书长
吴文涛 安徽省网络安全协会秘书长
谈战平 陕西省信息网络安全协会会长
孔德剑 曲靖市网络安全协会会长
李任贵 广西网络安全协会理事长
刘春梅 上海市信息网络安全管理协会秘书长
王耀发 湖北省网络和数据安全协会

朵 荣 甘肃烽侦网络安全研究院副院长
卢建宙 甘肃省商用密码行业协会 会长
于永丰 辽宁省信息网络安全协会秘书长
严茂丰 浙江省计算机信息系统安全协会秘书长
李春报 海南省网络安全和信息化协会 常务副理事长
戴 勇 贵州省网络安全和信息化协会 副理事长
殷明哲 宁夏网络与信息安全行业协会会长
邓庭波 湖南省网络空间安全协会秘书长
李学锋 新疆维吾尔自治区互联网协会 秘书长
陈建设 贵阳市信息网络安全协会秘书长
樊建功 南昌市网络信息安全协会 会长
王胜军 南宁市信息网络安全协会会长
卜庆亚 徐州市网络安全协会 理事长
沈 泓 宁波市计算机信息网络安全协会秘书长
杨建东 昆明市网络安全协会 秘书长

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

牵头实施

北京网络空间安全协会

秘书处单位

广东省网络空间安全协会

承办单位

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

特别支持单位

中国网络空间安全协会

中国互联网协会

网安联（北京）国际人才交流中心

技术支撑单位

国源天顺科技产业集团有限公司

广州华南检验检测中心有限公司

广东中证声像资料司法鉴定所

附件四：调查活动发起单位及支持单位名单

（一）发起单位

核心发起单位

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1. 北京网络空间安全协会 | 11. 陕西省信息网络安全协会 |
| 2. 北京网络行业协会 | 12. 辽宁省信息网络安全协会 |
| 3. 黑龙江省网络安全协会 | 13. 上海市信息网络安全管理协会 |
| 4. 广东省网络空间安全协会 | 14. 郑州市网络安全协会 |
| 5. 重庆市信息安全协会 | 15. 广州网络空间安全协会 |
| 6. 福建省互联网协会 | 16. 曲靖市网络安全协会 |
| 7. 湖南省网络空间安全协会 | 17. 肇庆市计算机学会 |
| 8. 安徽省网络安全协会 | 18. 揭阳网络空间安全协会 |
| 9. 广西网络安全协会 | 19. 徐州网络公共安防技术协会 |
| 10. 甘肃省商用密码行业协会 | 20. 南宁市信息网络安全协会 |

骨干发起单位

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| 21. 福建省公共安全防范行业协会 | 32. 东莞市信息与网络安全协会 |
| 22. 榆林市网络安全协会 | 33. 四川省密码行业协会 |
| 23. 广西互联网协会 | 34. 海南省网络安全和信息化协会 |
| 24. 潍坊市网络空间安全协会 | 35. 河源市网络空间安全协会 |
| 25. 南通市信息网络安全协会 | 36. 苏州市互联网协会 |
| 26. 黑龙江省大数据产业协会 | 37. 甘肃烽侦网络安全研究院 |
| 27. 甘肃政法大学网络空间安全学院 | 38. 武汉市网络安全协会 |
| 28. 惠州市计算机信息网络安全协会 | 39. 南宁市信息技术学会 |
| 29. 珠海市网络空间安全协会 | 40. 湖北省安全技术防范行业协会 |
| 30. 重庆市合川区网络安全学会（重庆信息安全产业技术创新联盟） | 41. 江苏省商用密码产业协会 |
| 31. 新疆维吾尔自治区互联网协会 | 42. 湖北省商用密码协会 |
| | 43. 重庆计算机安全学会 |
| | 44. 佛山市信息协会 |
| | 45. 西藏自治区互联网协会 |
| | 46. 上海市信息安全行业协会 |

- | | |
|------------------|----------------------|
| 47. 河南省网络文化协会 | 55. 肇庆市信息协会 |
| 48. 贵阳市信息网络安全协会 | 56. 山东省大数据研究会 |
| 49. 重庆市互联网界联合会 | 57. 青海省网络与信息安全信息通报中心 |
| 50. 南昌市网络信息安全协会 | 58. 宁夏网络与信息安全行业协会 |
| 51. 湖北省网络和数据安全协会 | 59. 宁夏电子商务协会 |
| 52. 重庆商用密码行业协会 | 60. 辽宁省商用密码协会 |
| 53. 苏州市新媒体联合会 | |
| 54. 金华市网商协会 | |

参与发起单位

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| 61. 中国计算机学会计算机安全专委会 | 82. 中港网络空间安全联合会 |
| 62. 中国教育技术协会网络安全专委会 | 83. 澳门大学 |
| 63. 中关村可信计算产业联盟 | 84. 澳门智慧城市联盟协会 |
| 64. 中关村信息安全测评联盟 | 85. 澳门国际科技产业发展协会 |
| 65. 吉林省信息技术应用协会 | 86. 揭阳市网络文化协会 |
| 66. 广东省市政行业协会 | 87. 公安部第三研究所网络安全法律研究中心 |
| 67. 广东省数字安全协会 | 88. 郑州大学网络空间安全学院 |
| 68. 昆明市网络安全协会 | 89. 浙江大学国际传播研究中心 |
| 69. 甘肃省互联网发展促进会 | 90. 广州大学网络空间安全学院 |
| 70. 密码与网络空间安全(黄埔)研究院 | 91. 广州大学粤港澳大湾区网络空间安全治理创新研究院 |
| 71. 南昌市互联网创业协会 | 92. 上海交通大学信息内容分析技术国家工程研究中心 |
| 72. 东莞市信息技术联合会 | 93. 复旦大学网络空间国际治理研究基地 |
| 73. 河南省国际贸易网商协会 | 94. 海南大学网络空间安全学院 |
| 74. 河南省网络营销协会 | 95. 西安电子科技大学 |
| 75. 浙江省计算机信息系统安全协会 | 96. 北京联合大学 |
| 76. 天津市网络空间安全协会 | 97. 罗定职业技术学院 |
| 77. 聊城市网络空间安全协会 | 98. 五华县技工学校 |
| 78. 宁波市计算机信息网络安全协会 | 99. 平舆县星火志愿者协会 |
| 79. 泰州市信息网络安全协会 | 100. 开封市志愿者协会 |
| 80. 浙江省网络空间安全协会 | 101. 平顶山市义工联合会 |
| 81. 香港网络空间安全协会 | |

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 102. 广西科技情报学会 | 119. 兰州市网络文化协会 |
| 103. 广西网络空间安全产教共同体 | 120. 广东关键信息基础设施保护中心 |
| 104. 广西网络安全和信息化联合会 | 121. 广东计安信息网络培训中心 |
| 105. 广西网络信息安全服务研究院 | 122. 广东省安全生产协会 |
| 106. 广西机电职业技术学院 | 123. 广东省电子信息行业协会 |
| 107. 梧州市网络安全和文化交流协会 | 124. 广东省网络视听新媒体协会 |
| 108. 福建省数字经济促进会 | 125. 广东中证声像资料司法鉴定所 |
| 109. 福建省信息通信行业协会 | 126. 广东海外职业培训学院 |
| 110. 福建省通信学会 | 127. 广东远程教育中心 |
| 111. 福建省物联网行业协会 | 128. 山东省大数据应用与安全协会 |
| 112. 福建省数字经济企业商会 | 129. 大庆市网络安全协会 |
| 113. 福建省网信产业联合会 | 130. 广州市网络安全产业促进会 |
| 114. 贵州省网络安全和信息化协会 | 131. 汕头市网络空间安全协会 |
| 115. 广东新兴国家网络安全和信息化
发展研究院 | 132. 三亚市网络安全和信息化协会 |
| 116. 山东省网络社会组织联合会 | 133. 西安市信息网络安全协会 |
| 117. 陕西网络信息安全研究院 | 134. 渭南市互联网协会 |
| 118. 内蒙古自治区网络行业协会 | 135. 商洛市信息网络安全协会 |

(二) 联合发起单位

(网安联志愿服务机构及相关志愿服务团队)

- | | |
|-----------------------|--------------------------------|
| 1. 爱心手拉手网络安全志愿服务队 | 14. 北京经济技术职业学院 |
| 2. 安溪义工协会 | 15. 北京科技职业大学 |
| 3. 宝日希勒露天煤矿“追锋人”青年文明岗 | 16. 北京科技职业大学集成电路学院
(人工智能学院) |
| 4. 北京财贸职业学院 | 17. 北京科技职业学院人工智能与网络安全应用学院 |
| 5. 北京工商大学 | 18. 北京绿娃志愿服务队 |
| 6. 北京工业大学信息化处 | 19. 北京农业学院 |
| 7. 北京工业职业技术学院 | 20. 北京农业职业学院 |
| 8. 北京航空航天大学 | 21. 北京七彩阳光青年支队网络安全志愿服务队 |
| 9. 北京红领巾志愿服务队 | 22. 北京亲子志愿服务队 |
| 10. 北京化工大学 | 23. 北京体育大学 |
| 11. 北京汇佳职业学院 | 24. 北京物资学院 |
| 12. 北京交通大学网络安全学院 | |
| 13. 北京经济管理职业学院 | |

25. 北京信息科技大学
26. 北京星火志愿者联盟
27. 北京邮电大学
28. 北京政法职业学院
29. 北京志益躬行信息咨询中心
30. 北岭童心网络安全志愿服务站网络安全志愿服务队
31. 彪哥 2.0 爱心公益服务队
32. 潮汕职业技术学院
33. 东北大学秦皇岛分校计工学院团委
34. 东城爱心亲子志愿队
35. 洞见科技网络安全志愿服务队
36. 防诈骗知识大学生志愿服务队
37. 福建工业学校
38. 福建省海峡区块链研究院
39. 福建省网络空间安全学会
40. 福州大学计算机与大数据学院
41. 甘肃中医药大学
42. 共青团北京工业大学委员会
43. 观古鉴古志愿服务队
44. 广东白云学院
45. 广东财经大学
46. 广东财贸职业学院
47. 广东东软学院
48. 广东工程职业技术学院长乐行社会实践队
49. 广东工贸职业技术学院
50. 广东工业大学
51. 广东工业大学计算机学院
52. 广东工业大学先进制造学院
53. 广东机电职业技术学院
54. 广东技术师范大学网络安全科普科创协会
55. 广东交通职业技术学院
56. 广东理工学院队网络安全志愿服务队
57. 广东茂名幼儿师范专科学校
58. 广东轻工职业技术大学
59. 广东省城市技师学院
60. 广东省工程职业技术学院
61. 广东省科学院动物研究所
62. 广东省梅州市梅县区启善志愿者协会
63. 广东省汕头市粤东助听器经营部网络安全志愿服务队
64. 广东省粤港澳合作促进会金融专业委员会
65. 广东省再就业与创业发展促进会网络安全志愿服务队
66. 广东食品药品职业学院
67. 广东司法警官职业学院
68. 广州大学城科教文旅服务中心
69. 广州街坊·一村邻里志愿服务队
70. 广州市番禺区大学城科教文旅服务中心
71. 广州市公用事业技师学院
72. 广州市海珠区青年志愿者协会
73. 广州市时代邻里安全志愿服务站
74. 广州市天河区启智社会工作服务中心
75. 广州市越秀区晶鹰应急救援社会发展中心
76. 广州小草公益志愿服务队
77. 广州医科大学
78. 广州正阳社工
79. 贵州理工学院网络文明志愿服务队
80. 哈尔滨华德学院
81. 海南省义工互助协会
82. 韩山师范学院
83. 瀚海网络安全志愿服务队
84. 禾雀花亲子志愿队
85. 河南中州志愿服务总队
86. 黑龙江大学
87. 黑龙江东方学院

88. 衡水好人志愿者协会
89. 呼伦贝尔爱心公益协会
90. 呼伦贝尔恒爱志愿者协会
91. 呼伦贝尔四叶草志愿者服务队
92. 惠州城市职业学院
93. 慧邦安网络安全志愿服务队
94. 吉林泰和志愿服务队
95. 济南星星火公益服务中心
96. 佳丽炫网络安全志愿服务队
97. 嘉应学院
98. 江达县志愿服务联合会
99. 江西省慈善总会志愿者活动中心
100. 揭东技工学校
101. 揭东区志愿者协会
102. 揭西县初心救援志愿者协会
103. 揭西县客家志愿者协会
104. 揭西县蓝天救援志愿者协会
105. 揭西县五经富孝善志愿者协会
106. 揭阳技师学院
107. 揭阳市博通科学技术职业培训学校
108. 揭阳市晨曦慈善会
109. 揭阳市崇善社会工作服务中心
110. 揭阳市德胜志愿服务队
111. 揭阳市泓德社工综合服务中心
112. 揭阳市华勋慈善会
113. 揭阳市揭东区现代职业技术学校
114. 揭阳市揭东区志愿者协会
115. 揭阳市蓝天救援志愿者协会
116. 揭阳市绿源义工协会
117. 揭阳市民生志愿服务队
118. 揭阳市铭爱社会工作综合服务中心
119. 揭阳市青年科学技术工作者协会
120. 揭阳市榕鹏职业培训学校
121. 揭阳市善行义工协会
122. 揭阳市曙光慈善会
123. 揭阳市文艺志愿者协会
124. 揭阳市新的社会阶层人士联合会
125. 揭阳市星火义工协会
126. 揭阳市星空义工协会
127. 揭阳市阳光义工协会
128. 揭阳市志远义工协会
129. 揭阳市志愿者联合会
130. 揭阳市助爱回家慈善会
131. 揭阳职业技术学院
132. 揭阳职业技术学院电子商务创业学院
133. 揭阳职业技术学院信息工程系
134. 金色年华志愿服务队
135. 金色时光摄影沙龙志愿服务队
136. 晋中市榆次区使赵社服中心西荣村志愿服务队
137. 晋中市榆次区志愿服务联合会
138. 晋州市学雷锋志愿者协会
139. 京徽志愿服务总队
140. 荆门市义务工作者联合会
141. 开心奉献志愿服务队
142. 靠谱 e 家网络安全志愿服务队
143. 昆明阳光志愿服务中心
144. 兰州向阳社会工作服务中心
145. 乐创未来网络安全志愿服务队
146. 连州市志愿者协会
147. 聊城大学东昌学院
148. 聊城市金属新材料协会
149. 聊城市科学技术协会
150. 龙津街道党群服务志愿队
151. 洛阳市和谐养老协会
152. 吕梁市离石区青年志愿者协会
153. 玛卡巴卡网络安全志愿服务队
154. 蚂蚁力量儿童义工团
155. 蚂蚁力量网络空间安全志愿服务队
156. 门头沟京西志愿网络安全志愿服务队
157. 南昌理工学院志愿服务队
158. 南宁金盾之光志愿服务中心

159. 南通市信息网络安全协会卫生行业工作委员会
160. 牛牛网络安全志愿服务队网络安全志愿服务队
161. 平舆县星火网络空间安全志愿服务队
162. 莆田义工协会
163. 祁县精工号角志愿服务队
164. 乔庄亲子网络安全志愿服务队
165. 青山绿水青年志愿服务队
166. 清远市慈念网络安全志愿服务队
167. 清远市慈念志愿服务队
168. 清远市禾雀花志愿队
169. 清远市志愿者联合会
170. 曲阜师范大学统计与数据科学学院
171. 日照市社会工作者服务中心
172. 萨迪正念生活体验中心志愿服务队
173. 厦门市美亚柏科信息安全研究所
174. 山东管理学院会计学院
175. 山东省数据要素创新创业共同体
176. 山西省红十字缘梦志愿服务队
177. 汕尾技师学院
178. 汕尾职业技术学院
179. 上蔡县星火志愿者协会
180. 社群服务队网络安全志愿服务队
181. 深圳市绿源环保志愿者协会
182. 沈阳爱心社会工作服务中心
183. 圣马可-志愿服务队
184. 石景山亲子志愿服务队网络安全志愿服务队
185. 石景山区崔素凤网络安全志愿服务队
186. 石楼慧邦志愿义工
187. 首都经济贸易大学
188. 私立华联学院
189. 四川德阳市航空职业学院志愿服务队
190. 苏州新媒体产业学院
191. 太原市小店区青年志愿者协会
192. 太原市小店区社会志愿者应急服务队
193. 天河南文明志愿服务队
194. 天河区志愿者协会
195. 天津爱心联盟
196. 王洪春检验医学科普工作室“且听春语”
197. 网络安全守卫队网络安全志愿服务队
198. 文明引导员八大处志愿服务队
199. 文明引导员晋元庄志愿服务队
200. 文明引导员模式口志愿服务队
201. 文明引导员苹果园志愿服务队
202. 文砚爱心志愿服务总队
203. 乌兰察布市九天公益协会
204. 五华县爱心志愿服务队
205. 喜仕公益网络安全志愿服务队
206. 喜仕科技网络安全志愿服务队
207. 喜仕青年实践部网络安全志愿服务队
208. 仙游义工协会
209. 小喇叭文明宣传慈善义工服务队
210. 薪火启航志愿服务队
211. 星空之光志愿服务站
212. 邢台市益襄社会工作服务中心
213. 阳江职业技术学院
214. 尧都区青年志愿者协会
215. 银龄网络安全志愿服务队
216. 萤火虫志愿者服务队
217. 永红志愿服务总队
218. 永妍禹睿志愿服务队
219. 鱿鱼亲子志愿队
220. 裕盛电器网络安全志愿服务队
221. 圆方界健康管理中心网络安全志愿服务队

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 222. 远洋爱贝多亲子网络安全志愿服务
队 | 233. 中国矿业大学（北京） |
| 223. 远洋爱贝多亲子志愿队 | 234. 中国农业大学 |
| 224. 云浮罗定职业技术学院 | 235. 中央财经大学 |
| 225. 云山草青亲子志愿队 | 236. 仲恺农业工程学院 |
| 226. 云山草青少年志愿服务队网络安全
志愿服务队 | 237. 重庆市大渡口区梅明社会工作服务
中心 |
| 227. 张克俊雄志愿服务队 | 238. 重庆市南岸区青影志愿者服务中心 |
| 228. 长坡薪火网络安全志愿服务队 | 239. 珠海市香洲区北岭童心艺术团 |
| 229. 正佳广场西北门志愿驿站 | 240. 庄亲子志愿者服务队 |
| 230. 至善 V-FUN 网络安全志愿服务队 | 241. “网安卫士”实践队（广工）志愿
服务队 |
| 231. 中国传媒大学经济与管理学院 | 242. iProfit 网络安全志愿服务队 |
| 232. 中国公安大学 | |

（三）合作研究机构

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| 中国网络社会组织联合会 | 复旦大学网络空间国际治理研究基地 |
| 中国网络空间安全协会 | 西安电子科技大学 |
| 中国教育技术协会 | 北京联合大学 |
| 中国互联网协会 | 广州大学粤港澳网络空间安全治理创新研究
院 |
| 中国教育技术协会网络安全专委会 | 广州大学网络空间安全学院 |
| 中国互联网协会网民权益和个人信息保护
工作委员会 | 海南大学网络空间安全学院 |
| 北京网络空间安全协会教育分会 | 北京交通大学 |
| 公安部第三研究所网络安全法律研究中心 | 高速铁路网络管理教育部工程研究中心 |
| 郑州大学网络空间安全学院 | 北京交通大学软件测评实验室 |
| 乌镇数字文明研究院 | 广州华南检验检测中心有限公司 |
| 浙江大学国际传播研究中心 | 国源天顺科技产业集团有限公司 |
| 互联网实验室 | 长扬科技（北京）股份有限公司 |
| 上海交通大学信息内容分析技术国家工程
研究中心 | |

（四）合作媒体

人民日报(人民网)

新华社(新华网)

环球网

中国网

中国经济网

中国工人网

中国青年网

光明日报(光明网)

法制日报

广州日报(大洋网)

南方都市报

红网

澎湃新闻

羊城晚报(金羊网)

广东网络广播电视台（荔枝网）

网易新闻

新浪新闻

搜狐新闻

网络安全感清



广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院



网安联微信公众号



网安联微信小程序



“网络安全共建网”官网

网安联秘书处

官网:www.iscn.org.cn

电话:020-8380 3843/13911345288

邮箱:cinsabj@163.com