

安 安 全 全 共 净 网

满 满 意 意 享 生 活



网民网络安全感 满意度调查活动

| 工作手册 |



2021年7月

目录

第一章、活动主题及背景	1
一、活动主题.....	1
二、背景及意义.....	1
三、活动成效.....	1
第二章、活动组织架构	2
一、发起单位.....	2
二、联合发起单位.....	2
三、组织机构.....	2
（一）活动组委会.....	2
（二）牵头实施单位.....	2
（三）秘书处单位.....	3
（四）承办单位.....	3
（五）技术支持单位.....	3
（六）媒体平台支持.....	3
第三章、参与单位权利和义务	3
一、发起单位.....	3
二、支持单位.....	5
三、其他支持.....	6
第四章、活动流程	6
一、调查对象.....	6
二、调查方法.....	6
三、问卷推送.....	7
（一）调查问卷推送覆盖的网络平台范围.....	7
（二）发动网民参与调查的方式.....	7
（三）填写调查问卷激励方法.....	8
四、采集样本的时间和形式.....	8
（一）线上采集样本的时间和形式.....	8
（二）线下调研采集样本数据的时间和形式.....	8
第五章、问卷设计	8
一、调查问卷的基本思路.....	8
二、问卷调查采用的主要议题.....	9
（一）网络安全法制建设.....	9
（二）个人信息保护.....	9
（三）遏制惩处网络违法犯罪.....	9
（四）网络购物权益保护.....	9
（五）未成年人网络权益保护.....	9
（六）互联网平台监管与企业自律.....	9
（七）数字政府安全服务.....	9
（八）信息鸿沟消除与乡村振兴.....	10
第六章、服务保障	10
一、组织保障.....	10
二、综合赋能.....	10
三、数据服务.....	10

四、评比表彰.....	11
第七章、活动配套.....	11
一、宣传平台.....	11
(一) 活动官网.....	12
(二) 微信公众号.....	12
(三) 官方抖音号.....	12
(四) 官方微博号.....	13
(五) 官方头条号.....	14
二、活动文化建设.....	14
(一) 调查活动 LOGO.....	14
(二) 调查活动吉祥物“安全满意网络四宝”.....	15
(三) 调查活动同心圆.....	17
(四) 调查活动网安赋.....	17
(五) 调查活动宣传语.....	18
第八章、案例参考.....	19
一、往届优秀案例推广.....	19
(一) 发起单位.....	19
(二) 支持单位.....	21
二、其他模式参考.....	23
(一) 与企业合作宣发方式.....	23
(二) 与媒体合作模式化方案.....	24
(三) 奖品征集方案参考.....	25
(四) 与校园合作系列活动方案.....	26



第一章、活动主题及背景

一、活动主题

安安全全共净网 满满意意享生活

二、背景及意义

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视互联网的建设和发展，特别强调要“建设网络良好生态，发挥网络引导舆论、反映民意的作用”。为全面了解、反映网民对我国网络安全状况的感受和看法，为国家和有关部门开展互联网治理、监管提供详实的网情民意的支撑，2018年，在公安部网络安全保卫局及各地市公安局网安部门的支持指导下，全国135家网络安全行业协会及相关社会组织共同发起了网民网络安全感满意度调查活动。

调查活动目前已经成为国内调查范围最广、参与人数最多的全国性、公益性网络安全社会调查活动，受到了社会各界的好评和赞誉。组委会也已总结出一条全民参与、全民发声、全民受益之路，通过搭建“两大平台+两大服务”网络生态体系，凝聚全社会的共识与合力，共筑调查活动网上网下同心圆，与亿万网民同心而行，与国家网络安全同向而进。

三、活动成效

（一）积极探索，开辟网络综治新路径

调查活动结合网络空间自由开放、跨时空、强互动、去中心化、去权威性的新特征、新规律，有效融入社会主义核心价值观，坚持用互联网思维探索网络综合治理新方式。凝聚网络空间力量，提升全民共治共享意识，形成“听民声→诉民愿→解民忧→纾民困”闭环；以网情民意数据推动网络社会治理，以全民护网文化清朗网络空间。

（二）共治共享，打造网络安全同心圆

调查活动强调全民参与、全民发声、全民共建、全民共享，坚持协同联动，聚沙成塔，串珠成链，同心同行，唱响主旋律，激发广大网民在网络社会安全建设中的主人翁作用。

（三）真实反映，开启民声民意直通车

调查活动用心倾听网情民意，为政府部门提供真实、客观的数据报告，对于了解网络社会生态、网民真实心态，化解潜在社会矛盾，维护安定社会环境具有重要的参考价值。

（四）舆论导向，助推网络文明建设

调查活动以网民喜闻乐见的方式传递网络正能量，引导正面舆论，对完善网络道德规范，维护网络社会秩序有着积极作用。获得各主流媒体的密切关注、宣传及高度评价，文明上网用网蔚然成风。

（五）造福百姓，深挖数据社会价值

为使数据的实用性更强，为行业、企业、政府提供更全面的服务。调查活动开放公益性数据平台，加强政、产、学、研、用合作，以数据为驱动，赋能社会治理、公共服务、产业服务、生态构建，推动社会高质量发展。

九万里风鹏正举，新征程砥砺前行。调查活动将继续坚持以人民为中心，聚焦网络安全，与全国135家发起单位共同将调查活动向纵深推进！

第二章、活动组织架构

调查活动以组委会为核心，充分发挥网络社会组织、专业机构和知名专家的行业影响与专业优势，保证调查活动的成功。详细见活动组委会组织名单。

一、发起单位

全国135家网络安全行业协会及相关社会组织（每年优化5%~10%成员），名单可通过“网络安全共建网”<http://www.iscn.org.cn/>查询。

二、联合发起单位

北京大学
中国电子技术标准化研究院
国家计算机病毒应急处理中心
中国互联网协会

三、组织机构

（一）活动组委会

1、主任

严明 公安部第一、三研究所原所长

2、副主任

谢毅平 广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院院长
公安部科技信息化局原局长

袁旭阳 北京网络行业协会会长
公安部网络安全保卫局原副局长

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会长

陈 钟 北京大学网络和信息安全实验室主任

杨建军 中国电子技术标准化研究院副院长

陈建民 国家计算机病毒应急处理中心常务副主任

宋茂恩 中国互联网协会常务副秘书长

3、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会长

4、副秘书长

王卫亚 陕西省信息网络安全协会副秘书长

朱江霞 成都信息网络安全协会名誉会长

胡俊涛 郑州市计算机网络安全协会秘书长

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

5、秘书长助理

周贵招 广东省网络空间安全协会会长助理

（二）统筹单位

北京网络空间安全协会网安联发展工作委员会

(三) 秘书处单位

广东省网络空间安全协会

(四) 承办单位

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

接受调查活动组委会监督，配合组委会秘书处承担调查活动实施方案的起草、完善和确立，提出并落实问卷数据采集方案，负责问卷设计、题目设置、报告撰写等。

(五) 技术支持单位

具有网络安全技术支撑和保障能力的专业技术机构，具有全国性问卷调查系统支持和技术保障的单位。

(六) 媒体平台支持

中央及各地方媒体、平台，包括且不限于：

中央电视台《社会与法》频道、《新华社经济参考报》、《信息安全与通信保密》、《中国信息安全》、《信息网络安全》、《信息安全研究》、《警察技术》、《经济》、《经济参考报》、《中国财经论坛》、《中青报》、《光明日报》等；

人民网、中国网、未来网、环球网、中青在线、光明网等；

腾讯、百度、新浪、网易、今日头条、新浪微博、21CN、京东、唯品会、爱奇艺、哔哩哔哩、花椒直播、斗鱼、YY、虎牙、快手、映客、TT等。

第三章、参与单位权利和义务

一、发起单位：

成为活动发起单位，有利于高效整合本地各方资源，快速提升自身的社会知名度、影响力和行业权威性：

(一) 六大收益

1. 提升业务拓展实力

在调查活动宣传推广中，发起单位可利用组委会提供的图文、海报、视频等活动素材，结合自身情况同步进行业务展示和品牌推广，提高在社会及行业的曝光率。

2. 增强资源聚合力

通过调查活动，可深度探索和挖掘各方资源，有利于本单位拓展更多业务、寻求更多资源支持。

3. 增加协会曝光度

通过参与调查活动，任何一个举措的闪光点都能得到高频宣传，活动与全国各主流媒体联动，采用图文视频等各项宣传方式进行全年话题发酵，将给协会带来意想不到的收获。

4. 巩固协会文化建设

调查活动推广工作可作为本单位网络安全建设和公益活动文化建设的重要组成部分，体现单位社会责任感。

5. 提升协会综合形象

参与调查活动可作为单位或个人工作总结汇报成绩，并成为本单位年度宣传推广的大事之一，贯彻落实为群众做实事理念。

6. 塑造社会好口碑

可使用调查活动吉祥物“安全满意网络四宝”的形象，结合本单位的宣传推广，利用具有亲和力的吉祥物打造接地气的亲民形象，塑造良好的社会及行业口碑。

(二) 六项权利

1. 可获授权，统筹协调

(1) 以调查活动的名义开展相关宣传和推广工作，寻求社会各方资源的支持，提升本单位在当地的美誉度、影响力与权威性；

(2) 可邀请社会组织、企事业单位成为发起单位、支持单位，并负责在本地的统筹协调工作。

2. 反馈需求，建议决策

可参与调查活动筹备期间的重要会议，在第一时间掌握活动发展动向，参与讨论与决策，反馈建议和需求。

3. 共享组委会文创宣贯资源池

享有调查活动 LOGO 和吉祥物“安安、全全、满满、意意”的形象使用权，有相关资源的发起单位可与组委会联合开发游戏以及吉祥物周边产品等；

共享调查活动图文宣传设计物料，可发挥主观能动性积极创新创造，通过喜闻乐见的活动物料拉近与群众网民的距离，增加本单位的知名度和曝光率；

可自主设计调查活动的宣传渠道入口，通过本单位自媒体平台宣传、设置活动奖励等方式聚集人气引流，提高本单位宣传推广工作的互动趣味性。

4. 核心进阶，资源扩散

(1) 活动发起单位可共享互联网企业、高校、公益组织等社会资源，开展跨界活动与合作；

(2) 表现优秀的发起单位，可加入调查活动核心发起单位阵营，大力提升社会知名度与行业地位，享受更多的权益与好处。

5. 宣传赋能，形象背书

(1) 对于表现突出和做法新颖的发起单位，特设“专访通道”。组委会安排专门人员进行发起单位代表采访，在调查活动多渠道推送专访图文，打造发起单位与个人良好的公众形象，提升知名度；

(2) 调查活动结束后，组委会将发放活动感谢信并长期悬挂于“网络安全共建网”醒目位置作为长期荣誉。

6. 鼓励表彰，至高荣誉

(1) 对于组织效果优秀、采集样本量大、质量高的发起单位，组委会将在全国调查活动总结会上进行表彰，包括评选“发起单位优秀组织奖、先进单位奖、创新创意奖、突出贡献奖、优秀支持单位、优秀个人安安奖、全全奖、满满奖、意意奖”等多个奖项；

(2) 采集有效样本量成绩突出的发起单位，可出席调查报告发布会现场（国家网络安全宣传周等），邀请发起单位代表上台领取荣誉证书和奖励。

(三) 六个义务

1. 多方协调

充分发挥社会组织的优势，主动联系当地政府、企业、相关机构、各类媒体资源，寻求更多支持；积极协调当地社会组织、企业内部从业人员和相关会员单位填写调查问卷，争取做到全员参与。

2. 多层次宣传

采用线上线下相结合的方式，对调查活动进行多层次、综合性的立体宣传，提高社会各界对调查活动的知晓率和认可度，确保样本具有代表性。

3. 积极参与

踊跃参与组委会相关重要会议，并明确当年样本量采集目标，跟进样本量的完成情况，确保按量保质地完成调查活动工作，优秀创新举措可进行汇报分享。

4. 公告链接

采集样本期间，在本单位网站、公众号等对外宣传平台上发布调查公告和调查问卷的链接、悬挂活动调查入口，确保调查活动顺利进行采集。

5. 推动应用、成果转化

推动调查研究成果在本地的深化、应用和推广，积极参与到调查活动后期的问题解决环节，形成专业建议或相关研究成果汇报，高效地推进当地网络安全治理体系建设。

6. 提交计划、总结

调查活动结束后，及时提交优秀经验总结和需要改善的工作细节，并向组委会提交活动工作总结和下半年工作计划。

二、支持单位

作为活动支持单位，可在组委会的特别授权和统一部署下，采取多种方式，发挥创意，充分运用企业自身的科技、人才、技术、产品等优势，大力支持和配合活动多元化宣传推广、样本采集以及广大网民的奖品赞助。经授权后的活动支持单位，可享有以下权益：

1. 享有授权，提升资源聚合能力

以调查活动名义开展调查活动相关宣传和推广，深度探索和挖掘各方资源，有利于扩大单位未来发展格局。

2. 评优表彰，享受长期荣誉背书

对于组织效果优秀、采集样本量大、质量高的支持单位，活动组委会将在全国调查活动总结会上进行表彰；本年度活动结束后，组委会将发放活动感谢信，并长期悬挂于“网络安全共建网”醒目位置作为长期荣誉。

3. 塑造公众心中的好口碑

参与支持单位会议，承担更具体的调查活动相关工作任务，为单位树立正能量形象，建立良好的社会口碑。

4. 文创延伸，扩充公益参与形式

可获得调查活动 logo、吉祥物“安安、全全、满满、意意”的使用权，可与组委会联合开发公益游戏和相关周边公益类产品。

5. 共享组委会融媒体资源池

可在组委会的统一部署下，共享调查活动的视频、动画、图文宣传方案和物料，拉近与当地群众的距离，增加曝光率。

6. 聚合人气，增加美誉度，巩固知名度

经报组委会同意，支持单位可自主设计调查活动问卷入口链接的展示方式，并可

通过本单位的自由对外平台宣传、悬挂调查入口，为自有平台引流，聚集更多人气，提高本单位的知名度和美誉度。

7. 多方位宣传，增强行业影响力

在调查活动全国线上线下相关宣传素材中显示支持单位的名称或 Logo，增强本单位的认知度和行业影响力。

8. 共享活动热度，积极贡献可获高频曝光

所提供的奖品将出现在调查问卷“奖品池”，面向全国网民在调查活动开展期间进行宣传展示。

9. 活动优先推荐，沉淀业界实力

如果活动举办现场启动会、新闻发布会、报告发布会等，组委会举办的各种宣传推广活动，可选派人员参与。

10. 特别贡献，至高荣誉

连续多年（3 年及以上）在调查活动贡献突出的支持单位，经组委会评价认定可成为“调查活动战略合作单位”，享受更多调查活动带来的宣传效益和荣誉。

三、其他支持

1. 问卷采集系统技术平台的支持
2. 法务咨询的支持
3. 跨行业合作机构、平台支撑

第四章、活动流程

一、调查对象

中国网民，主要包括社会公众网民、网络从业人员两类。

（一）社会公众调查类型

社会公众按年龄、性别、学历、职业等基本社会统计要求进行分类。同时按照其使用网络的目的进行辅助分类。

（二）网络从业人员调查对象

与网络生产、教育、研发、应用、测试、管理相关的岗位人员，按照其从事的细分行业和岗位进行分类。

二、调查方法

调查主要采用定性分析和定量调查研究相结合的方法。定性部分，主要依靠桌面研究的方式；定量部分，主要采用在线问卷调查的方式进行。

（一）定性部分，研究资料主要来源于国内各网络安全有关政府投诉网站和民间公益投诉网站的数据、专业机构发布的年度互联网相关报告，网络监管部门发布的政策文件及监管措施，以及各发起单位组织的线下调研等。

（二）定量部分，通过发动社会公众网民和网络从业人员参与填写问卷的方式获得调查样本。

问卷调查主要通过“网络安全共建网”“网安联”微信公众号、活动发起单位和

支持单位网站、网络平台、商业门户网站、中央（地方）重点新闻网站等平台及其对应的移动端app、公众号等媒体平台上发布调查公告和调查问卷的链接。

三、问卷推送

（一）调查问卷推送覆盖的网络平台范围

1、全国各省市发起单位网站、公众号等对外宣传平台

包括且不限于活动各网络社会组织发起单位、联合发起单位的官方网站、公众号等。

2、网络平台

包括且不限于今日头条、微信、抖音、快手、微博、UC、21CN、爱奇艺、优酷、腾讯视频、哔哩哔哩、TT语音等。

3、商业门户网站

包括且不限于腾讯、百度、搜狐、网易、新浪、凤凰网等商业门户网站。

4、中央（地方）重点新闻网站

包括且不限于：人民网、新华网、中国网、未来网、国际在线、中国日报网、央视网、中国青年网、中国经济网、中国台湾网、中国西藏网、中国新闻网、央广网、光明网、中青在线、中国军网；千龙新闻网、河北新闻网、东北新闻网、东方新闻网、新华报业网、中国安徽在线、大江网、胶东在线、红网、南方新闻网、广西新闻网、视界网、多彩贵州网、西部网、宁夏新闻网、北方网、黄河新闻网、中国吉林网、新民网、浙江在线、东南网、大众网、华声在线、大洋网、南海网、四川新闻网、云南网、中国甘肃网、天山网、长城网、内蒙古新闻网、东北网、中国江苏网、中国宁波网、中国江西网、齐鲁网、荆楚网、金鹰网、深圳新闻网、华龙网、四川在线、中国西藏新闻网、青海新闻网、中国常州网，苏州新闻网，佛山新闻网，东莞阳光网，台海网，福州新闻等。

（二）发动网民参与调查的方式

调查采取线上和线下相结合的形式，广泛发动网民参与调查。具体如下：

1、活动组委会和各省市发起单位发动、组织网民参与

借助活动发起单位数量多、分布广的优势，以及发挥行业协会整合各方资源、社会动员力强的特点，以自愿参与发起为原则，各自携手所在地区的新兴网络平台、商业门户网站、地方重点新闻网站及其移动端媒体等开展调查活动，积极宣传和组织本地区的政府部门、企事业单位、学校、工厂、社区等参与调查，跟进样本量的完成情况，确保按量保质完成网络推送工作，同时也在各自的官网推送调查公告和调查问卷链接，号召和组织自身的会员单位参加调查活动。

2、互联网企业组织员工参与

互联网行业企业作为网络空间建设的主体，汇聚了互联网行业各类从业人员，他们对互联网企业的网络安全建设相关情况更为熟悉，对相关的问题理解更为深入。各类互联网从业人员可以通过不限于所在企业内部组织的调查方式，自主点击调查问卷链接进行填答。

3、发动网络平台网民参与

充分借助网络平台粉丝量大、覆盖面广、粘性强的特点，通过一定的合作机制、激励机制，充分发动时下包括且不限于今日头条、微信、抖音、快手、微博、UC、爱奇艺、优酷、腾讯视频、网易游戏、腾讯游戏、盛大游戏、畅游等新兴网络平台发布

调查公告和问卷链接，网民通过关注所在平台的调查公告，自主点击调查问卷链接进行填答。

4、发动商业门户网站网民参与

充分借助商业门户网站影响力大、品牌效果好、用户群体广泛的特点，通过一定的合作机制、激励机制，充分发动包括且不限于腾讯、百度、搜狐、网易、新浪、凤凰网、21CN 等商业门户网站，以及其对应的移动端 app、公众号等移动媒体平台发布调查公告和问卷链接，网民通过关注所在平台的调查公告，自主点击调查问卷链接进行填答。

5、发动中央（地方）重点新闻网站网民参与

充分借助中央（地方）重点新闻网站在全国和地方具有较强的权威性和公信力的特点，广泛发动网民通过关注所在平台的调查公告，自主点击调查问卷链接进行填答。

（三）填写调查问卷激励方法

为了吸引更多网民参与调查，达到预期的调查目标，对参与调查的网民采取激励机制，结合各合作企业、网站媒体、平台的优势和特点，对参与调查问卷的网民进行一定的奖励，形式和内容不限。活动奖品在数量、品种和吸引力方面有所增加和突破。

四、采集样本的时间和形式

（一）线上采集样本的时间和形式

每年的 7 月或 8 月初，共 10 天时间，在各自平台及其对应移动客户端显著位置悬挂或推送调查公告和调查问卷填答链接，形式包括且不限于：

- 1、持续置顶公告
- 2、持续悬浮窗公告
- 3、移动客户端热点推文
- 4、微博微信等公众号热点推文等

（二）线下调研采集样本数据的时间和形式

发起单位根据本地实际情况，结合年度工作任务，围绕网络安全问题，开展线下专题调研。形式包括且不限于：

- 1、会议、论坛
- 2、现场调研
- 3、专题研讨
- 4、技术培训
- 5、社区服务

（采集样本数据的推广形式可以参考“网安联”微信公众号及网络安全共建网：<http://www.iscn.org.cn/>，搜索调查活动）

第五章、问卷设计

一、调查问卷的基本思路

网络安全涉及政府主管部门、互联网企业和互联网用户（企业、组织机构、个人）三大类主体，网络安全建设也需要上述三大类主体的参与合作与协同共治。此次调查问卷设计的基本思路是以习近平主席对网络安全的讲话精神为指导，以《网络安全法》对网络安全建设的总体要求为依据，以推进网络安全监管部门的政策法规落地实施为核心，以网民对网络安全的认知、需求与满意度评价为基本内容，针对政府网络安全主管部门、互联网企业及网民在网络安全建设中的角色、职责作用发挥情况及其产生的社会影响来设计调查问题。

基于 2018-2020 三年调查问卷设计的经验教训，2021 年调查问卷设计主要改进之处包括：网民调查问卷进一步精简优化问题选项，围绕年度网络安全热点话题展开，细分区域性、行业性、专题性问题设计。网络从业人员问卷设计强化互联网企业诉求的角度设计问题，提高问卷调查的数据真实性。

二、问卷调查采用的主要议题

（一）网络安全法制建设

- 1、《网络安全法》等相关法律法规普及、落实情况；
- 2、《互联网安全监督检查规定（公安部令第 151 号）》、《具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务安全评估规定》的落实情况等。

（二）个人信息保护

本专题围绕网民对个人信息保护的重视和认知程度展开。收集个人信息保护不够完善的网络应用或服务，了解网民日常上网容易忽略的不安全行为，以及摸索最有效的宣传普及方式，增强网民自我保护意识和能力，双管齐下加强网民个人信息保护。

（三）遏制惩处网络违法犯罪

从网民角度来了解网络违法犯罪的一些数据，包括网络犯罪频率、类型、损坏程度，主管部门的解决率、打击效果、个人的满意度等，对后续管理的建议。

（四）网络购物权益保护

网络购物在我国呈现蓬勃发展的态势，与此同时，电子商务的跨地域性、虚拟性、开放性、不安全性等特点造成网络购物环境下的消费者权益保护面临诸多挑战。如果消费者权益保护问题得不到有效解决，将成为约束网络购物持续发展的瓶颈。

（五）未成年人网络权益保护

未成年人网络权益保护（沉迷游戏、网瘾、不健康信息接触），侵犯公民个人信息（公民个人隐私信息泄露，共享经济用户信息安全，过度采集个人数据信息），“青少年保护模式/防沉迷模式”的作用，产品平台的“侵犯未成年权益”专属举报标签，网络素养教育的课程开设等。

（六）互联网平台监管与企业自律

从网民自身出发，了解网民对于企业提供的服务是否满意，希望有那些措施可以保障网民权益。

（七）数字政府安全服务

主要评价政府在数字政府提供网上服务和维护网络安全方面的服务以及智慧城市方面的表现；政府的服务的使用情况，统计政府网上服务的用户使用率；政府网上服务的薄弱领域；便利程度的评价；对政府监管部门在网络安全方面服务的评价；可以对各项服务作满意率的比较。

（八）信息鸿沟消除与乡村振兴

主要针对今年乡村振兴的热点问题提问，探讨信息差异的对网民生活的影响和应对措施的效果的评价。

第六章、服务保障

为支持各地开展活动，组委会秘书处从组织保障、宣传策划、技术支撑、数据服务、礼品提供、个性化设计、专家咨询等方面，为发起单位提供支撑服务。

一、组织保障

成立专项工作组、专家组，统筹协调全国活动的组织、宣传、技术支撑工作，协助各发起单位在本地有序高效开展活动。

二、综合赋能

（一）设计专属的独立链接及识别度较高的二维码，方便发起单位及时掌握本地采集情况，并可批量发放。

（二）制作宣传素材及相关物料，活动宣传语、宣传海报、链接样例以及 LOGO、吉祥物、二维码设计图样等，可在活动官方宣传平台（网络安全共建网、网安联公众号、网安联调查活动抖音号等）下载使用，在不改变活动名称、“网安联”标识的前提下，可根据需要自行修改创新。

（三）由网安联专项基金结合各地今年样本量计划，向各发起单位发放活动周边礼品，助力活动线下推广。

（四）整合中央媒体、专业媒体和相关机构的全国性宣传资源，为各地开展工作助力。

（五）汇总往届调查活动情况和各地成功经验，提供各类成熟模式和创新模式范例，供发起单位参考。

（六）提供正式邀请函，授权各发起单位代表组委会邀请本地相关社会组织、企业、媒体等机构加入调查活动大家庭，扩大活动规模，推动活动更好地开展。活动结束后，将向各参与单位致信感谢，并长期悬挂在网络安全共建网，向社会公开。

（七）将为采集样本量大、覆盖面广、数据全面的省市撰写区域报告，各发起单位可代表行业在本地网络安全相关领域发布或使用。

三、数据服务

（一）**数据查询**。样本采集期间，可通过样本采集统计平台，定时查询本地及全国采集样本数量情况，及时调整采集策略。全年任何时候，可通过调查数据查询系统，凭账号查询本地各年度网民问卷数据，以及与全国、各省市数据的比对；

（二）**数据下载**。往届调查报告（全国总报告和行业发展报告、区域报告、专题报告等）可通过网安联公众号或登录网络安全共建网（<http://www.iscn.org.cn/>）

下载；数据分析及使用。调查报告外部版以调查统计报告形式对外发布，内部版以补充数据图表及意见建议形式提供给相关部门。本地有个性化报告需求或有数据分析和使用需求的发起单位，按规定提交申请材料、经秘书处报上级部门批准后，可领取与其本年度所采集样本等量的本地网民问卷数据，在审批准许的使用范围有效使用数据。

四、评比表彰

在调查活动中成绩突出的发起单位，将邀请参加全国总结表彰会和全国总报告、行业发展报告发布会，参与全国奖项评比表彰，并在各大合作媒体平台上进行专题采访和报道。



公安部网络安全保卫局、广东省公安厅、天津市公安局、调查活动组委会以及国家计算机病毒应急处理中心等相关部门领导，分别为2018、2019年调查活动的最佳组织奖、优秀组织奖、突出贡献奖、活动创新奖、热心社会公益奖等单位代表颁奖。



2020网民网络安全感满意度调查活动颁奖仪式，表彰在调查活动中作出杰出贡献的先进单位及个人。
颁奖嘉宾：公安部网络安全保卫局副局长李彤、河南省公安厅副厅长黎萍、公安部网络安全保卫局副局长邓宏敏、公安部第一、三所原所长严明、广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院总工程师高宁。

（调查活动往届颁奖现场情况）

第七章、活动配套

一、宣传平台

(一) 活动官网：“网络安全共建网” <http://www.iscn.org.cn/>



(二) 微信公众号：“网安联”



(扫描以下二维码关注，可下载活动报告、相关宣传素材等)

(三) 官方抖音号：网安联调查活动 (diaochahuodong)



(通过抖音 APP，扫描以上二维码关注抖音号，并可转发宣传视频)

(四) 官方微博号：“安网联”



(微博搜索“安网联”，可与官博互动、转发、点赞)

(五) 官方头条号：“网安联”



二、活动文化建设

(一) 调查活动 LOGO

LOGO以明亮温暖的橙黄色为主，构图大方、圆润、饱满，表达了人们对美好生活的追求和向往。

正中图案是绽放的花朵，花瓣数为六合之意，象征吉祥、如意、安康，寓意建设平安和谐清朗的网络空间，需要政府、社会组织、企事业单位、媒体等相关机构及广大网民的共同努力，大家手牵着手，心连着心，形成一股巨大的合力。



“花蕊”是科技感十足的网络形象，代表人们通过网络获取大千世界各类信息和知识，也代表各界人士共同促进网络安全体系的搭建，把网络空间建设得更加清润明朗。

“花蕊之心”是点睛之笔，代表全国社会各界力量紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，培育和践行社会主义核心价值观，团结一心向前进，坚定不移打造“网络安全同心圆”。

一年一度的“网民网络安全感满意度调查”面向的是中国网民，为了让LOGO更深入人心，让广大网民乐于参与并献计献策，组委会在LOGO的语言表达方面，全部采纳易懂易传播的汉字。其中“安安全全共净网，满满意意享生活”是向全国网民征

集到的和活动最契合的口号。

(二) 调查活动吉祥物“安全满意网络四宝”



“安安”代表：网上一切打击不安全因素的机构和个人，能及时扫除网上一切违法犯罪迹象，防患于未然，能将安全隐患扼杀于萌芽，保障广大网民上网、用网安全。



“全全”代表：广大网民获取安全知识和能力的渠道，包括政府、学校、科研单位和培训机构等，他追求真理，传播知识，让网民懂法用法，学会维护自身权益。不断提升安全防范能力，共同维护清朗网络空间。



“满满”代表：被关爱和呵护的全体网民，是我们需要用心守护的对象；“满满”还代表努力创造幸福生活的理想状态中的网民，能任意遨游在网络世界中，是网民的典范，在上网用网过程中，满满有很强的网



“意意”代表：社会组织、公益组织和媒体等，第三方中立机构，他们维护网络环境安全运行，通过行业自律、社会自治的方式，守护网民的幸福生活。络安全意识，掌握许多网络安全知识，懂得保护自己，

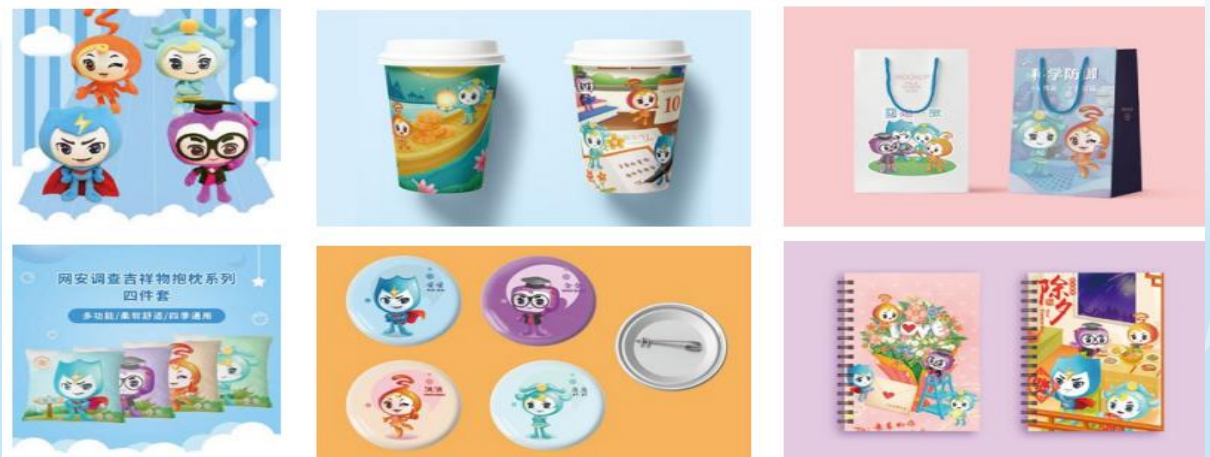


“吉祥物”通过吉祥之物来连接双方的情感，成为情感的纽带，正如名称和标

志是脸，让人记住，那吉祥物则是双手，能紧握着别人，与人产生情感，相互连接。

• 安全满意网络四宝发挥大作用

① 精品图文科普栏目：**安安热搜** **全全解惑** **满满能量** **意意调查**



② 节日海报、活动海报、结合热点事件的公益宣传图



③ 长条原创故事漫画



(各类吉祥物周边可以持续为活动助力)

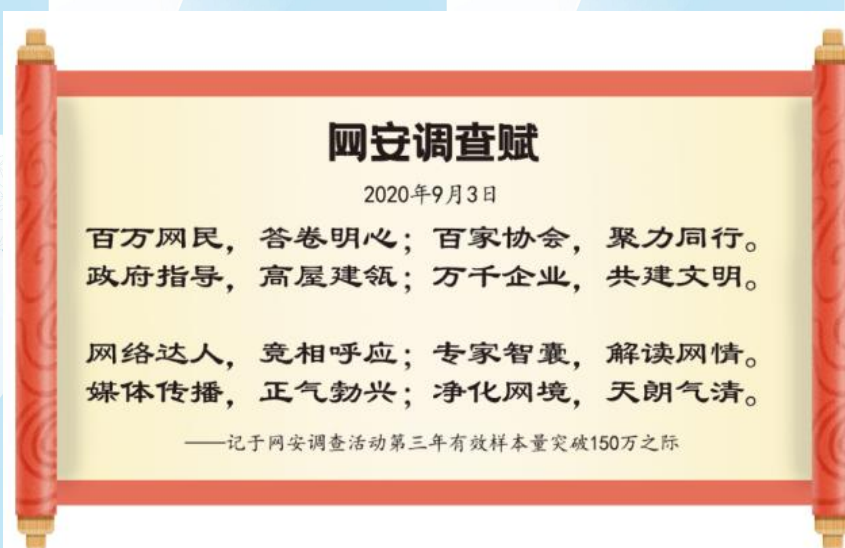
(三) 调查活动同心圆



网民网络安全感满意度调查活动同心圆

网民网络安全感满意度调查活动围绕社会主义核心价值观，旨在搭建“两大平台+两大服务”网络生态体系，通过社会组织聚合政府、企业、媒体、相关机构及网民的力量，助力构建国家网络安全同心圆。通过两大平台（宣传平台、共建平台），提升全民共治共享意识，凝聚各界力量，形成“听民声→诉民愿→解民忧→纾民困”闭环；通过两大服务（数据服务、文化服务），以网情民意数据推动网络社会治理，以全民护网文化清朗网络空间。

(四) 调查活动网安赋



《网安调查赋》是一篇短小明畅的小赋，有着独特的艺术风格，文句简明易懂，结构短小灵活，通篇朗朗上口，耐人寻味。起句“百万网民，答卷明心”直接表明了网民是调查活动的主体，点出了超过百万网民积极踊跃参与的景象，后半句体现了网民参与答卷袒露心声、表明心迹，通过调查活动，表达对伟大祖国的热爱、对美好生活的向往、对参与网络安全综合治理的心愿、对共建清朗网络空间的殷殷期盼，直接表达出调查活动弘扬正气、清明身心的功能。“百万网民”、“百家协会”、“政府”、“网络达人”、“专家智囊”、“媒体”指明了调查活动的参与群体的广泛性。其中“政府指导，高屋建瓴”充分体现了政府对这次活动的大力支持和高瞻远瞩的决策，也间接表达了调查活动所拥有的权威性和正能量性质。

“聚”字表现出调查活动是由全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织共同发起的，具有齐心协力同行的强大凝聚力。“万千企业，共建文明”承上启下，表现出全国各地企业，社会各界响应号召，达人的呼应，专家的解读，媒体的传播，给人一副生动活跃的动态画面，渲染了网络安全事业蓬勃发展的正气形象。最后一句深化了全赋，明确了调查活动的目标和主题，也给人留有对于网安事业未来一片干净，清朗的美好向往和展望之情。通观全赋，文字简短精炼，押韵有致。短短 64 个字，描写出活动的大气与参与的人群，更用了一系列动词描绘出了更各界人员各司其职，为调查活动和为网络安全事业不懈付出的奉献精神，读起来使人倍受鼓舞，感到振奋。

（五）调查活动宣传语

1、发起单位使用

- （1）安安全全共净网，满满意意享生活
- （2）网络调查，你我有责
- （3）多一份防范意识，多一份网安保障
- （4）网海悠悠，诱惑无穷；便宜莫贪，保障安全
- （5）风清气爽，你我担当
- （6）积极参与调查问卷，让政府听到网民心声

.....

2、企业代表选用

- （1）我是 xx 集团/公司的 xx
网络安全为人民
网络安全靠人民
一起参与网民网络安全感满意度调查
网络安全，从 xx 公司和 xx 公司的每位员工做起！
- （2）我是 xx 集团/公司的 xx
网络防线人人筑
社会责任人人扛
参与网民网络安全感满意度调查我们在行动！
- （3）我是 xx 集团/公司的 xx
网络安全我为先
幸福不止 e 点点
参与网民网络安全感满意度调查
从 xx 公司和 xx 公司的每位员工做起！

.....

3、网络主播选用

(1) 我是 xx

网络安全为人民、网络安全靠人民、共建网络安全
来和我一起参与网民网络安全感满意度调查吧!

(2) 我是 xx

和我一起参与网民网络安全感满意度调查
风清气爽、你我担当、绿色网络、畅想未来

(3) 我是 xx

关注网民网络安全感满意度调查网安调查意义大
我参与! 我建议! 我受益!

.....

(可通过“网络安全共建网”搜索口号, 下载更多参考内容)

第八章、案例参考

一、往届优秀案例推广

(一) 发起单位

1、郑州市网络安全协会

2020年郑州市网络安全协会在线上问卷采集开始前,向河南省公安厅网安总队就满意度调查活动进行了汇报和请示得到指导单位的支持。联合郑州市公安局网安支队开展了调查活动宣贯动员会议,当地相关电信运营商、网络媒体、知名互联网企业、等保测评机构、网络安全服务企业、网络社会组织等参加了会议。省总队第一时间向全省18个地市支队转发了通知文件,全力部署开展实施网民网络安全感满意度调查活动。并明确2020年的调查活动目标,细化任务和责任,为整体活动的开展活动打好了基础。河南省各地市、企业在明确目标并细化任务的同时,多渠道、多维度宣传和发动开展满意度调查活动。

郑州协会在组织开展好调查活动是一直萦绕的思索和探索。在活动后及时作出工作总结:积极主动向指导单位汇报沟通,推动协调和影响力。

郑州协会在工作总结中提到,做好整体调查活动的基础支撑和支持工作,协会要始终坚持对整个活动的全程响应及支撑;积极为活动开展落后地区或单位介绍先进经验,为活动的全面均衡开展做好保障。河南各地市开展模式有:

(1) 登封市发动当地武校学生积极参与并传播调查活动;

(2) 河南省网络文化协会及网吧相关服务及应用提供商,通过网吧锁屏界面及系统桌面壁纸,展示调查活动问卷二维码;

(3) 河南省网络营销协会及河南省国际贸易网商协会通过商务系统和国际贸易业务平台,宣传和开展调查活动问卷调查;

(4) 嘀嗒出行、河南金象客运等积极通过网约车及公共交通订票平台宣传调查活动;

(5) 本地知名互联网众包平台UU跑腿,发动平台所有骑手,参加并传播调查活动;

(6) 大河网、中原网利用本地知名媒体优势，在网站显著位置宣传并放置调查问卷入口。

2、曲靖市网络安全协会

2020年曲靖协会在云南在省厅网安总队的指导下，完成云南省网民网络安全感满意度调查活动，取得好成绩。云南采集样本总数达85189份(占全国5.67%)，其中公众网民64350份(占全国5.17%)，从业人员20839份(占全国8.02%)。

云南省各级网安部门高度重视配合组织开展全省调查活动。同时要求各地网安部门：一是要指导本地重点互联网站、App以及网上执法巡查账号、微信公众号、微博号等；二是要积极组织开展本地调查活动；三是要加强与曲靖市网络安全协会的协调配合。

曲靖市网络安全协会精心筹备全面启动宣传推广工作，专门组织召开会议进行认真研究，根据活动组委会提供的信息和宣传图片，制作具有本省特征的宣传推广资料，及时向曲靖市公安局网安支队进行汇报，争取到省市各级网安部门的支持和帮助。通过一系列宣传推广模式发动各方力量，线上利用本地媒体资源、线下展开户外宣传推广，特别在客流量较为集中的火车站、高铁站、大型综合医院开展宣传取得优异成绩。提出了创新想法。





3、揭阳网络空间安全协会

揭阳网络空间安全协会在“网民网络安全感满意度调查活动组委会”的大力支持下，在揭阳市委网信办、揭阳市公安局网警支队的直接指导下，积极组织揭阳市机关企事业单位、社会组织、学校和网民等的热心人士参与，日以继夜，提量保质，获得政府相关职能部门及社会各界的高度好评。

(1) 召开“网民网络安全感满意度调查活动揭阳站启动仪式”大会，揭阳市公安局网警支队向各县（市、区）网警大队和揭阳网络空间安全协会的单位会员和个人会员分配了相关的问卷链接和二维码，并提出了任务要求。揭阳市委网信办在“揭阳发布”官方微信公众号主版页眉上摆放主题宣传页。增加媒体报道、网站宣传揭阳日报为此次启动仪式进行报道，揭阳电视台综合频道进行报道。组委会提供的调查活动宣传图片模板，设计了相关宣传图，安排各企业、单位在微信、微信朋友圈、微信公众号、各自的网站、QQ空间等新媒体上对其进行活动前期宣传。

(2) 策划线下抽奖，揭阳线下抽奖活动由揭阳移动、揭阳联通的热心支持提供电话卡、话费、流量等奖品。对本地答题的网民进行抽奖派送。

(3) 邀请揭阳市教育系统面向市区高中学校发出组织学生参与调查活动的通知。

(4) 样本采集期间，专人跟进数据更新，对各单位链接数据不仅汇总发布，并成立团队时刻对数据的研究分析。当发现某链接数据增长缓慢、总体氛围出现回落时，当即主动联络各链接联系人对本区域网民进行持续扩散发动；又立即启动增加邀请对象的预案，及时充实新的参与团队。

(二) 支持单位

1、广州趣丸网络科技有限公司

广州趣丸网络科技有限公司旗下拥有王者荣耀 KPL 官方指定语音平台 TT 语音，作为一款游戏社交 app，深受年轻网民粉丝的欢迎。趣丸网络抓准目标网民粉丝，发挥自身平台资源优势，制作发布调查活动精美宣传素材，如活动海报、微博互动、微信公众号推送、官方网站挂网展示等，持续为调查活动保持热度，通过不断的推广宣传让趣丸网络也取得企业问卷采集数排行榜佳绩。活动推广方式：

(1) 发挥党支部优势

充分发挥趣丸网络党支部及星辉中心楼宇党支部的政治优势及组织优势，发动党员带头完成问卷调查并转发朋友圈，从党员先进模范作用及公益角度出发，刺激党员自发参与活动调查，并以点带面带动身边人参与活动。

(2) 参与式调动员工积极性

满意度调查活动正式启动前，发动趣丸网络员工及优秀公会为如何做好本次调查活动出谋划策。趣丸网络小游戏组开发两款防诈骗 H5 小游戏；新音院优秀主播为满意度调查宣传片配音；趣丸网络副总裁及新音院创始人作为满意度调查代言打气。

(3) 拳头产品对外宣传

结合 TT 语音 APP 用户基数大的优势，满意度调查活动期间，通过广场推送、开机界面推送、娱乐 banner 首位推送、助手消息推送，开放优质宣传渠道，持续密集推送满意度调查活动相关内容，使用户持续感知活动进程，刺激用户参与度。

(4) 两微推动

TT 语音 APP 微博、微信与软件同步推动，刺激用户关注此活动，并完成调查问卷；通过百万级粉丝量的电竞战队微博推送，扩大网络问卷调查面。官方自媒体矩阵在社交媒体密集发声，形成强大的动员合力，极大激发了用户关注本次调查，站内用户参与度极高。

趣丸的成功并非一蹴而就，离不开积极的筹划和点到点的落实、推进，给各支持单位参与活动提供了优秀的示范。

2. 广州虎牙信息科技有限公司

广州虎牙信息科技有限公司作为直播界的优秀领军者，旗下虎牙直播具有巨大影响力。无论是游戏电竞还是生活学习，都能覆盖到许多年轻的网民群体，这正是 2020 调查活动重要的调查对象之一。通过在虎牙直播官方网站首页广告位展示、悬挂调查活动链接入口、邀请人气主播姜韬与网警网协代表共同开展互动有奖直播间等方式，积极为调查活动提高声量，也得到了网民粉丝的积极响应，广州虎牙信息科技有限公司也上升到了广东企业问卷采集数排行榜的首位。活动推广方式：

(1) 官网、APP 内推送

通过首页新闻推荐、banner、APP 端、WEB 端站内信推送，向虎牙用户广泛宣传本次调查活动，邀请用户填写问卷以获得虎牙周边（由公司事先赠予主办方，共计 300 个）的抽奖机会，用户参与的热情高涨，问卷回收数量连创新高。

(2) 官方账号两微推送

平台动用“虎牙直播”“虎牙文化”“虎牙安全”“虎牙直播志愿者联盟”等官方自媒体账号矩阵，通过微博、微信双渠道，持续密集推送满意度调查活动相关内容，使用户持续感知活动进程，把控良好宣发节奏。其中“虎牙直播志愿者联盟”（置顶微博）用户回复互动量超过 700 人次，有效动员了平台重度用户群体参与到问卷填写工作中。官方自媒体矩阵在社交媒体密集发声，形成强大的动员合力，极大激发了网友的参与热情，使得本次调查的回收样本量不断高企。

(3) 企业内宣

通过虎牙 OA 新闻栏目（置于 CEO 专访之下醒目位置）、虎牙社区、虎牙内部微

博等公司内宣官方渠道，面向全体虎牙员工宣传满意度调查活动，有效拓展了本次活动在公司内部从业人员间的知名度，一时之间关于活动的热烈讨论在公司内网随处可见。

（4）举办虎牙专场直播活动

“2020 网民网络安全感满意度调查”虎牙直播专场在虎牙广州总部开展。虎牙出动当家主播（粉丝订阅量 2098 万），与广州市公安局番禺分局网警大队陈警官，广州市信息网络安全协会的代表黎老师现场互动，就网络安全相关话题展开探讨。直播活动寓教于乐，不仅普及了网络安全相关知识，也现场解答了网友关切的问题，全程累计在线观看人次约 150 万，峰值的观看人次超过 60 万，是一次成功的网络安全普法课。

二、其他模式参考

（一）与企业合作宣发方式

1、合作背景

各企业在调查活动开展前期，需要积极规划和准备。企业在活动执行过程中，可结合自身优势，充分发挥主观能动性，集中在优质的宣传展示位推广活动，在自有平台和调查活动奖品池同步投放对网民具有吸引力的奖品；结合企业的产品、技术能力和平台资源，在内部宣讲、外部平台推广方面持续献力，让更多人能够方便地找到调查活动入口，进入答题。

2、合作权益

（1）与调查活动组委会联合宣传调查活动的同时，企业单位名称将出现在调查活动所有宣传材料和调查报告中，受到密切的社会关注，获得大量的品牌背书机会，并受到众多媒体的高密度大范围的宣传；

（2）利用调查活动的影响力带动企业关注热度，对企业推广产品和服务具有积极作用，树立企业在网民心中的正面形象；

（3）企业参与调查活动可合力打造调查活动奖品池，增加企业曝光率，达到品牌宣传的效果；

（4）通过公益项目合作方式，与调查活动共同推广，推动企业公益事业建设，扩大影响力；

（5）与高校合作进行调查活动推广，提高企业的关注度，为企业未来人才储备提供新力量。

3、合作方式

（1）主页面展示

通过平台 PC 移动端首页推送，官网 APP 最有价值资源位推广、APP 端首页推送、手机端站内推送、精选专题推送等频道进行同步推动，向平台用户广泛宣传网民网络安全感满意度调查活动。

（2）发声宣传

公司总裁/副总裁或网络安全部门负责人通过录 15-30 秒的短视频，在移动端社交渠道进行推广和传播。表达支持调查活动的信心和发声呼吁。

（3）官方账号两微推送，微信推文等支持

通过微博、微信双渠道，持续密集推送满意度调查活动相关内容，使用户持续感

知活动进程，把控良好宣发节奏；通过图文并茂的微信推送向平台受众广泛宣传调查活动，也可转发调查活动的新闻通稿，组委会鼓励和支持一切形式的内容原创（需经调查活动组委会审核后发布）。

（4）党建引领调查活动的开展

充分发挥企业内部党支部的组织优势，从党员面出发，发挥党员的先进模范作用和带头作用，在党员大群发布消息，发动党员同志带头完成调查问卷，并呼吁党员带动员工群众转发至朋友圈。

（5）影音联合推广支持

活动期间会针对活动的特性和地域性，发布若干短视频，需要符合活动特质的男/女声以及视频联合制作的技术和人员支撑，期间可与组委会洽谈分工。

（6）H5 页面游戏、长条漫画等智娱创作

可与调查活动组委会联合开展技术层面的推广活动，包括但不限于 H5 页面游戏、长条漫画等智娱创作以及其他表现形式，增强活动的亲民感和趣味性。

（7）虚拟类型产品

各企业可根据自身平台的特征，提供虚拟产品的赞助（如会员卡、打折券、优惠券、会员积分、礼包等）完成双向引流。

（8）主流旗舰产品补充奖品池

生产实物类型的企业可将主流旗舰产品补充进奖品池，调查活动会在答题后的奖品跳转页面给予展示，并联和双微和直播平台进行活动奖品宣传。

（9）定制型产品库存

企业可将印有企业 logo 的实物类产品补充入奖品池，组委会将提供奖品展示位，并链接给网友，多向宣传。

（10）联合推广吉祥物周边

与调查活动组委会联合定制文化创意类型的产品，该产品将在多个渠道进行展示，并会适时调入扶贫攻坚和助学项目或作为网民奖品支持。

（11）礼品制作

与调查活动联合制作伴手礼、生日礼包、吉祥物节日礼包，丰富 IP 所包含的元素，如企业已有吉祥物，可和组委会的吉祥物一起开展更多的联合创意类礼品制作。

（12）联合走进社区开展互动趣味推广活动（有奖游戏、知识竞赛）

调查活动组委会派遣人手，可与企业联合开展调查活动进社区，共同展开网络安全感满意度调查普及活动。

（13）企业内部可考虑召开宣讲会，开设调查活动公告栏宣传

企业内部可开展宣讲动员大会，规划调查活动任务部署，号召并动员全员参与。

（14）企业文化建设联合推广（团建、内部活动）

可结合企业内部的团建和各类活动进行联合宣传，对积极参与和带动参与的先进个人给予表彰鼓励。

（15）结合直播带货热潮开展公益店宣传

企业可与调查活动联合定制限量公益产品，长期上架公益店，网安联公益店的优质定制产品将在直播过程中向网民宣传展示。

（二）与媒体合作模式化方案

1、合作背景

网民网络安全感满意度调查活动启动，为了通过调查活动与社会各界网民构建直

接沟通的桥梁，发挥网民参与调查活动推广与网络安全普及的积极作用，引起调查活动在社会各界的广泛关注，辐射全国更广的影响范围，提升调查活动有效样本采集量，请各发起单位持续与媒体进行合作：

- (1) 加强与社会各界媒体合作的力度，建立长期稳定的合作关系；
- (2) 做好调查活动的媒体投放计划，提高调查活动的公众曝光量；
- (3) 促进社会各界网民参与积极性，打造调查活动品牌建设文化与口碑传播；
- (4) 形成良好的品牌效应，完成调查活动推广与网络安全普及的最终目标；
- (5) 形成全国性媒体合作方案模式，提供给全国各地协会借鉴参考；
- (6) 与全国各地协会共同促进媒体合作宣传工作落实，打造宣传推广矩阵。

2、媒体合作经验总结

2020 调查活动积极开创宣传推广新形式，与各路媒体联合发力，得到更多多样化的媒体渠道支持，且更加注重与网民的互动性，增加媒体推送预热环节，提出更多新颖的角度观点，而不仅仅是局限于往年简单的挂网与通知。

(1) 人民网

网上的人民日报——人民网利用自身多种媒介渠道为调查活动发布推送相关宣传素材。在微信公众号发布调查活动宣传推文，阅读量已经超过 6W；在微博与网民粉丝进行互动推广，发布展示调查活动资讯和海报；在官方新闻网站页面设置调查活动入口，呼吁网民积极参与。

(2) 金羊网

华南地区最出色的新闻网站——金羊网发布对 2020 调查活动全新观点的深度评论，提出独特的角度见解与分析，为调查活动的宣传推广提高社会舆论热度，打造调查活动专栏主页，持续发出具有影响力的报道，吸引更多网民读者的关注。

(3) 南方都市报

中国都市类报纸的领军者——南方都市报在国家网络安全宣传周上针对 2020 调查活动总报告作出了深度剖析和点评，特别是关注到老年人群在网络安全感评价呈现两极分化的趋势，使社会各界高度重视老年人群如何跨越信息社会下的数字鸿沟，在网络上形成热烈讨论，进一步彰显调查活动数据真实性，扩大调查活动的网络影响力，迅速提高调查活动品牌关注度。

(三) 奖品征集方案参考

1、奖品征集类型

调查活动奖品池的目的是提升调查活动的整体规模，完善各流程的部署工作，提高活动自身的活动吸引力，使更多网民参与到调查活动中来，进而实现调查活动样本量的再次突破提升。

可征集的奖品包括但不限于以下类型：

- (1) 实物类奖品：吉祥物玩偶、数码产品、日常用品、电器产品、活动纪念品、企业定制新产品、各类套装礼品等；
- (2) 虚拟权益类奖品：平台权益会员、平台消费券、增值体验券、优惠券、抵用券等；
- (3) 其他奖品：话剧表演门票、课程增值、旅游机会等。

2、奖品征集渠道

调查活动各发起、支持单位经组委会同意后，可以调查活动组委会的名义对外征集活动奖品，用于活动抽奖或赠送。

可通过以下建议渠道进行奖品征集合作：

(1) 发挥各发起、支持单位自身资源优势，积极联系有实力、可支持的知名企业或公司组织，寻求合作机会；

(2) 各发起、支持单位可与当地高校、社区、公益组织等影响范围广的机构组织进行深度交流，合作推出更多符合网民喜好的奖品；

(3) 各发起、支持单位可在当地召开调查活动宣贯会，邀请更多各行业企业参与，介绍成为调查活动支持单位的多项权益，有利于企业自身的合作发展；

(4) 各发起、支持单位在自身媒体渠道（微信公众号、朋友圈微信群、微博、纸媒、电视新闻等）大力推广调查活动奖品池资讯，让更多有意向的企业加入搭建调查活动奖品池的队伍中来。

3、奖品征集具体要求

(1) 调查活动全面启动时，需各发起、支持单位大力支持，如已有意向赞助奖品可向组委会报备；

(2) 各发起、支持单位可与组委会联合定制吉祥物相关产品，产品可印制赞助合作单位的 LOGO 和标语；

(3) 各发起、支持单位可以在组委会同意下自主使用吉祥物形象制作奖品作为宣传用途；

(4) 在调查活动奖品征集阶段，各发起单位加入奖品池搭建队伍，按加入时间顺序、支持力度和贡献进行排名，达到宣传周期长，使用范围广效果的，便于组委会活动整体调度工作进行的单位将给予表彰。

对于活动组织效果优秀，奖品征集贡献巨大，同时获得采集样本数量多的发起、支持单位，组委会将在全国总结会上进行表彰；组委会届时献上感谢信，并悬挂于“网络安全共建网”醒目位置作为长期荣誉，在调查活动总结宣传期间进行全国大范围曝光展示，扩大获奖的发起、支持单位影响力，提高关注度。

（四）与校园合作系列活动方案

1、活动意义

随着网络的普及，相对来说，积极活跃的大学生群体会更频繁地使用网络。互联网是大学生群体学习生活、获取知识、社交娱乐、求职应聘等的重要工具，而受到网络不良信息影响的概率也会相对提升。因此，加强大学生群体的网络安全教育显得十分重要。同时高校要深化教育与实践相结合的模式，满足创新网络安全教育行业人才的需求，促进网络安全相关专业学生的高质量就业，为加快网络强国和人才强国政策的建设推广贡献新生力量。网民网络安全感满意度调查活动秉承着宣传推广网络安全的理念和宗旨，开展一系列网络安全走进校园活动。

2、活动目的

在调查活动走进校园的系列活动中，将与大学生群体进行面对面交流，宣传普及网络安全知识。通过制作发放通俗易懂的网络安全宣传资料，在活动现场开展网络安全技能的课程讲座为学生们解疑答惑，分享网络安全行业前沿的技术，积极开拓学生视野，营造高校网络安全技术交流氛围，使学生们更好地了解网络安全的重要性，为校园网络安全爱好者搭建互动交流的平台，提升网络安全专业技术能力，鼓励学生们参与网络安全事业建设，成为网络安全的新生力量，继续弘扬网络安全正能量，共同守护网络安全净土。

3、活动形式

网安联调查活动走进校园系列活动是由网安联调查活动组委会作为主办单位，邀请网络安全相关企业（包括但不限于信息技术安全、安全应急响应、安全软件开发、计算机网络安全类型等企业）牵头冠名，在全国范围内选择网络安全相关专业定向高校（开设有计算机应用技术，网络信息工程，网络安全相关专业等），在涉及网络安全的多方面同步开展包括专家课程讲座、技能实训平台、互动赠礼、科普宣传、实习招聘平台等等一系列网络安全校园宣传推广活动。

4、活动亮点

（1）网络安全技术沙龙

调查活动组委会和网络安全合作企业邀请重量级行业大咖专家助阵，开展网络安全技术沙龙。网络安全专家会深入讲解网络安全行业最新动态、宣传网络安全政策法规、分析技术攻防案例、移动应用程序、个人隐私保护政策等相关论题，与高校学生们进行深入沟通和交流当前网络安全现状和问题。

（2）网络安全知识技能普及

为丰富和提升网络安全相关专业学生的网络安全相关知识、实操技能与实战能力，本次活动将打造网络安全综合培训平台，提供网络安全学习的机会、举办网络攻防比赛、进行网络技能训练、网络安全岗位培训、提供就业指导等课程及资源。本次活动期间，线上或者线下活动的分享内容会实时同步到综合培训平台，让广大网络安全爱好者和相关专业的学生能得到知识更新和技能提升，快速成长的机会。

（3）调查活动科普及介绍

开展网安联调查活动专场科普活动，介绍网安联动态以及调查活动相关活动资讯，为开展调查活动进校园和采集工作顺利开展打好基础，向学生们普及调查活动的意义和重要性，为网络安全事业的建设贡献个人的力量。现场还安排有网安联福利抽奖活动，参与即有福利馈赠，激励网络安全爱好者的热情，提升对网络安全的兴趣，继续投身于网络安全事业建设。

（4）提供实习就业机会

活动可联合多家著名网络安全行业的企业开设实习招聘通道，让更多相关专业学生及网络安全爱好者得到学习实践的机会，提供施展网络安全知识和技能的平台，共同推动网络安全人才的培养。

5、校园定向合作

活动面向开设有计算机应用技术，网络信息工程，网络安全相关专业的高校参与合作，联合打造一系列网络安全校园活动，包括但不限于网络安全技能、网络安全攻防演练等赛事，增强大学生的网络安全意识，丰富网络安全知识，提高网络安全的专业技术能力和实战能力，营造高校网络安全技术交流氛围，开拓学生视野，激发学生的学习兴趣和交流网络安全知识的积极性，鼓励更多学生了解和参与到网络安全事业当中，成为支撑网络安全的重要力量，向社会和行业输出优秀的网络安全人才。