



2020 年全国网民网络安全感 满意度调查专题报告

网络购物安全权益保护专题

指导单位:公安部网络安全保卫局

发起单位:全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织

承办单位:广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

2020年11月

2020 年全国网民网络安全感满意度调查

专题报告

(网络购物安全权益保护专题)

指导单位：公安部网络安全保卫局

发起单位：全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织

承办单位：广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

2020 年 11 月

本报告数据来源于 2020 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

前言.....	1
一、“网络购物权益保护”网络安全的总体满意度.....	2
（一）网民对当前网络购物权益保护的总体评价.....	3
（二）网购后悔权基本得到落实，运费赔付受争议.....	4
（三）治理直播带货现象需要从关键点入手.....	6
二、结论与建议.....	8
（一）健全法律法规增强法规约束，切实维护网购权益.....	8
附件一：调查方法与数据样本情况.....	11
附件二：调查活动发起单位及支持单位名单（排名不分先后）.....	16

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

前言

作为 2020 年国家网络安全周的重要组成部分，由公安部网络安全保卫局指导、全国 135 家网络社会组织共同发起，以“网络安全为人民、网络安全靠人民”为主题的 2020 网民网络安全感满意度调查活动于 2020 年 7 月 22 日启动。本活动持续 10 天，共收回问卷 1503168 份，经数据清洗消除无效数据后，有效问卷 1490304 份。

此次发布的调查问卷分为公众版和从业人员版。公众版从大众化的角度，设置八个专题二级问卷，分别是网络安全法治社会建设、遏制网络违法犯罪行为、个人信息保护、网络购物安全权益保护、未成年人网络权益保护、互联网平台监管与企业自律、数字政府服务与治理能力提升、新冠疫情的影响和应对。“网络购物权益保护”作为二级问卷之一，围绕我国网络购物安全权益设置十一个问题。

为全面分析我国网络购物权益保护情况，基于发起单位调查所得的数据，广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院围绕“网络购物权益保护”专题，结合分析得出四项调查结论，汇总形成本报告。

网络购物在我国呈现蓬勃发展的态势，根据互联网信息中心提供的数据，我国 2010 年网络购物的人数已经接近 2 亿人，网络购物的市场规模已经超过了 4300 亿元。国家统计局报告显示，2019 年全国网上零售额达到 106324 亿元，占社会消费品零售总额的 20.7%。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。

本专题调查旨在利用问卷的形式了解我国网民对网络购物安全的满意度和他们对当前网络购物权益保护热点、痛点的评价。通过统计不同性别、年龄、文化程度、职业、收入的网民在日常网络购物中所遇到的权益被侵害的情形及他们维护自身权益的途径，总结网民自身在网络购物权益保护中扮演的角色、作用，指出网购平台消费者维权的重点、难点，从完善立法、规范制度、行业自律、社会监督等角度探索网络购物权益保护问题的解决对策。

本专题有效问卷数共有 98870 份，在八大专题中排名第五位。

一、“网络购物权益保护”网络安全的总体满意度

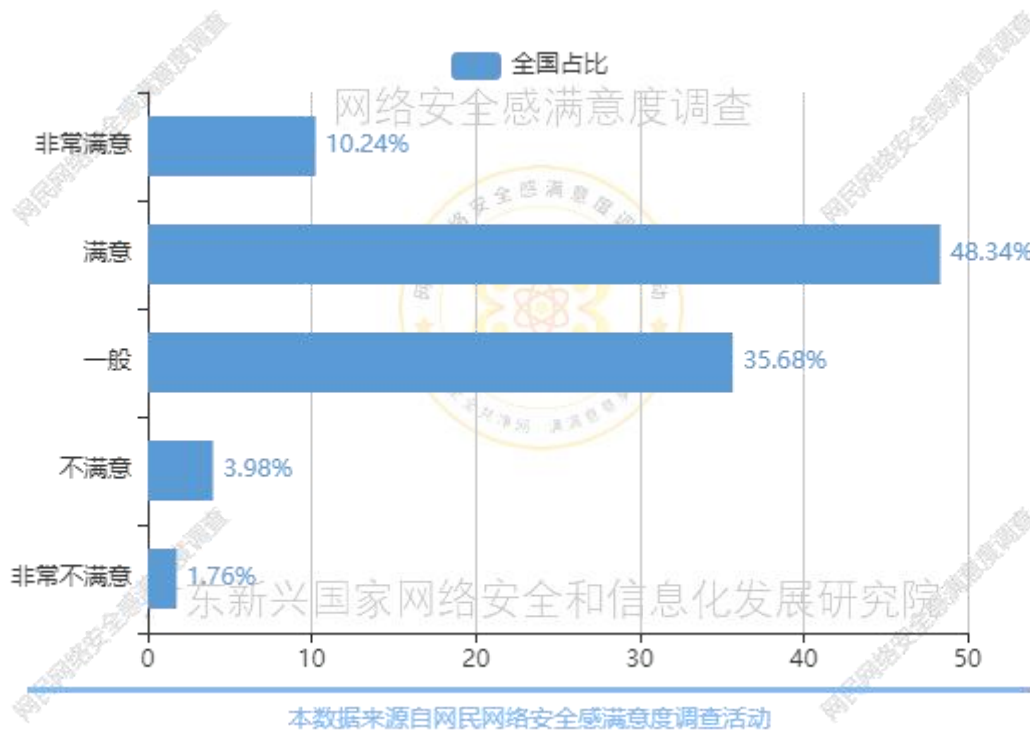
互联网技术的发展使得网络购物成为一种新的消费模式，它给人们带来方便、快捷的同时，也存在着诸多不安全的因素，如信息的不对称、利益的不良驱动、平台风险漏洞等。网络购物的风险已经成为现实中一个不可回避的问题，研究网络购物中安全隐患的表现形式，采取有效措施，将网络购物的风险降到最低，有利于维护互联网交易的安全，更好地保护网民的合法权益。

网络环境及网络购物的独有特点也导致网民在网络购物中处于更为弱势的地位，在网络交易各个阶段都是风险的最大承担者。从本次调查总体来看，网民对网络购物安全状况整体持中立评价。

（一）网民对当前网络购物权益保护的总体评价

所谓网络购物安全权益是指围绕着互联网购物相关的知情权、个人信息安全、电子支付安全、商品交易安全等安全权及一系列其他权利。随着电子商务和大数据技术快速发展，线上、线下的购物和消费渠道逐步连接打通，网民对网络购物拥有了更多的评价权。

58.58%网民表示非常满意及满意，其中 10.24%表示非常满意、48.34%表示满意；35.68%网民表示一般；5.74%网民表示不满意及非常不满意，其中 3.98%表示不满意，1.76 表示非常不满意。



图表 1：网络购物安全状况的满意程度评价

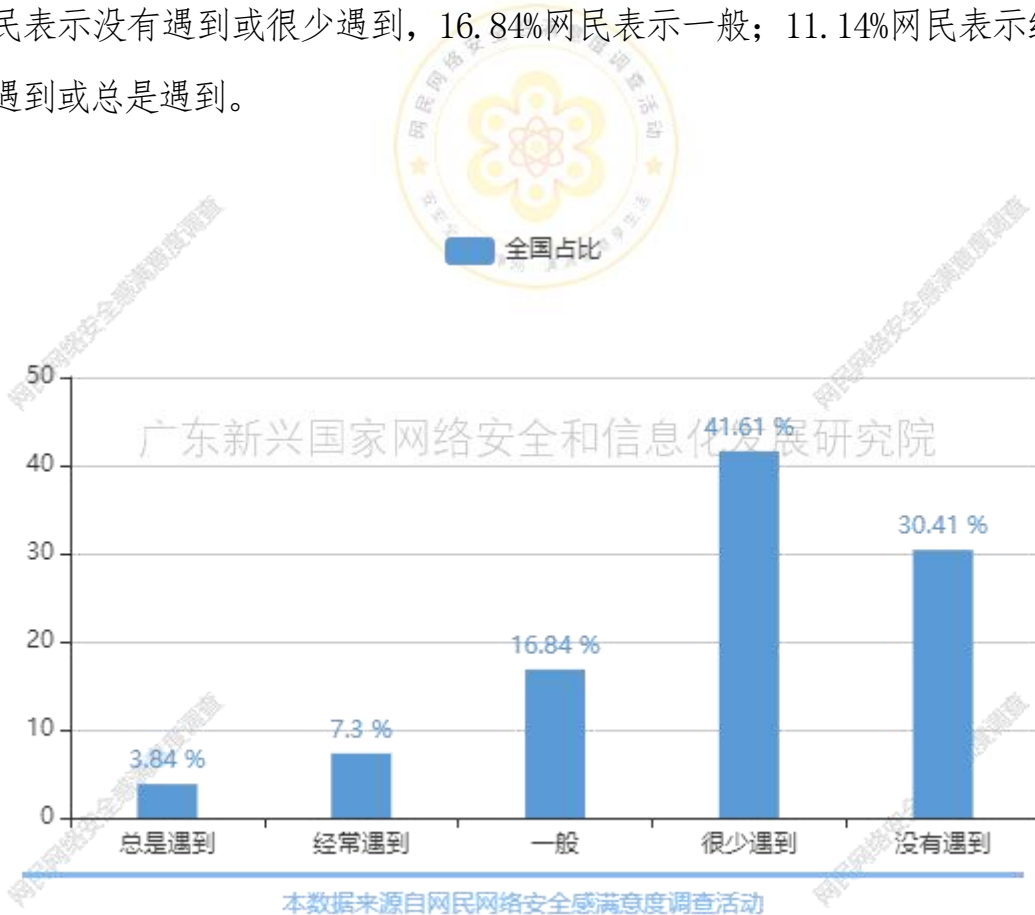
调查显示，网络使用时间越长，对网络信息信任度越高，网络购物参与程度越深。互联网的普及与功能的完善是网络购物发展的前提，而网民对互联网的使用情况也成为网络购物的重要影响因素。网龄、上网时间、网络依赖程度以及对网络信息的信任度与网络购物参与程度存在显著的正

向线性相关关系。网龄越长，上网时间越长，网络依赖度越高，网络购物的程度越深，对网络信息的信任度越高的网民，越积极参与网络购物。

（二）网购后悔权基本得到落实，运费赔付受争议

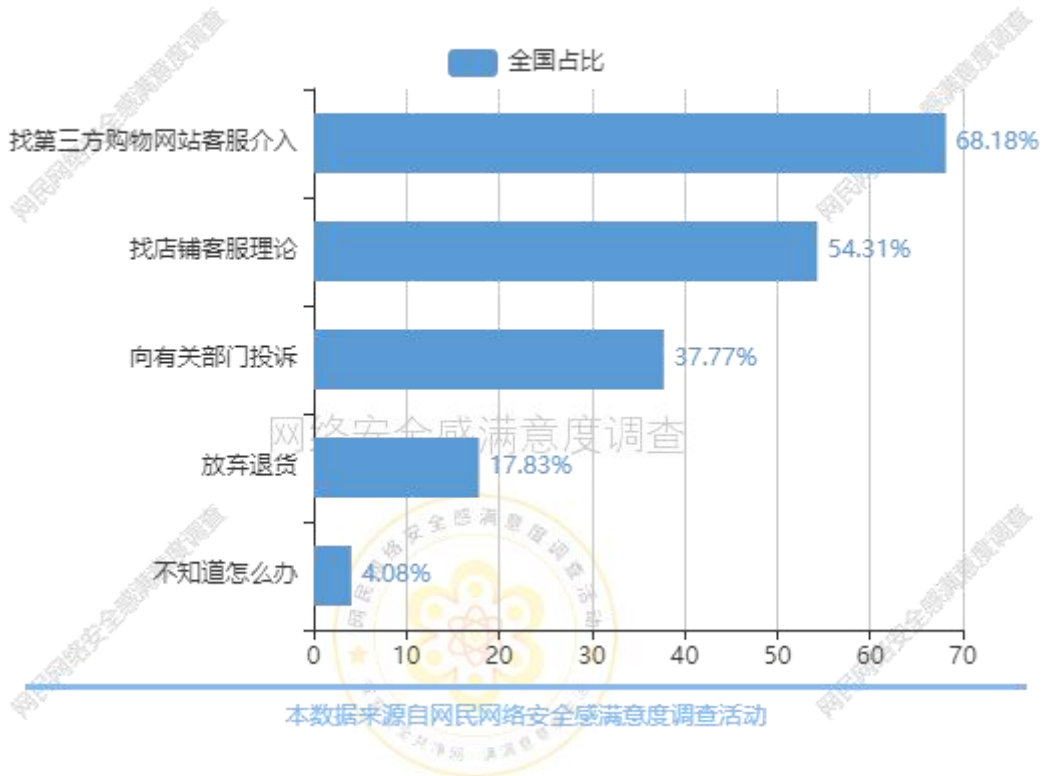
《消费者权益保护法》赋予网购消费者七天之内无需理由且不需承担责任即可单方面退货的权利，但是该条例对消费者购买的反悔商品进行了限定，专门定制商品、生鲜类食品、数字化商品、报纸期刊四项商品在消费过程中消费者不具有反悔权。

调查显示，网络购物7天无理由退货保障基本能得到落实。72.02%网民表示没有遇到或很少遇到，16.84%网民表示一般；11.14%网民表示经常遇到或总是遇到。



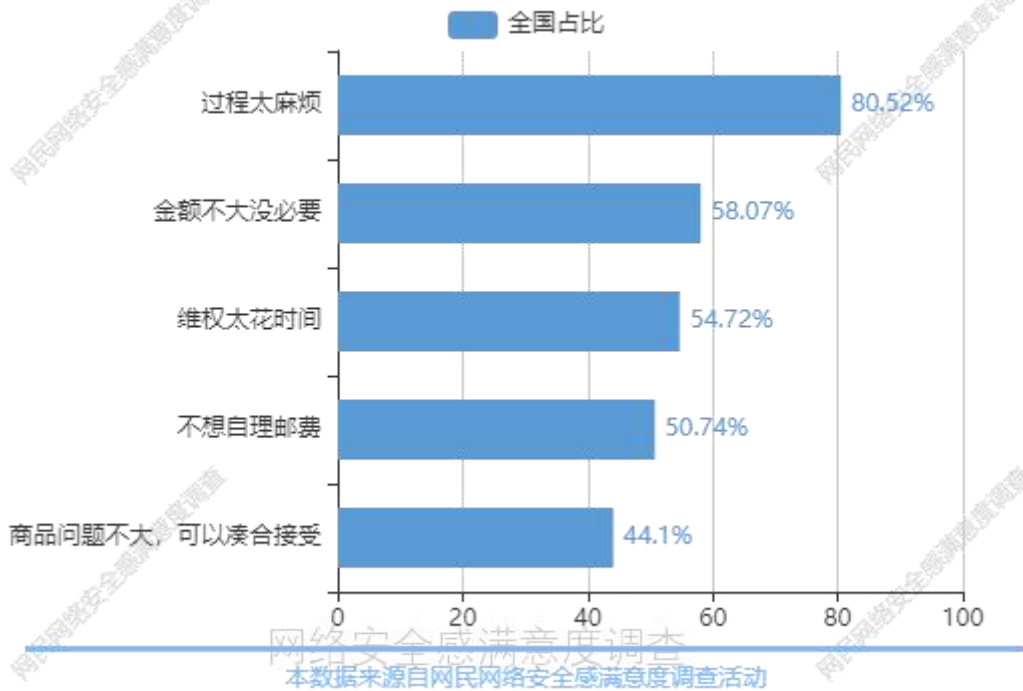
图表 2：商家拒绝 7 天无理由退货的情况

68.18%在遇到拒绝退货后采取找第三方购物网站客服介入，54.31%网民表示找店铺客服理论，37.77%网民表示向有关部门投诉。而有17.83%的网民表示放弃退货。



图表 3：遇到商家拒绝 7 天无理由退货后采取的措施

公众网民网络维权中时间、金钱成本是其考虑的重要因素，58.07%表示金额不大没必要，54.72%表示维权太花时间。其次，五成（50.74%）公众网民表示因退货运费的赔付问题，而放弃 7 天无理由退货。



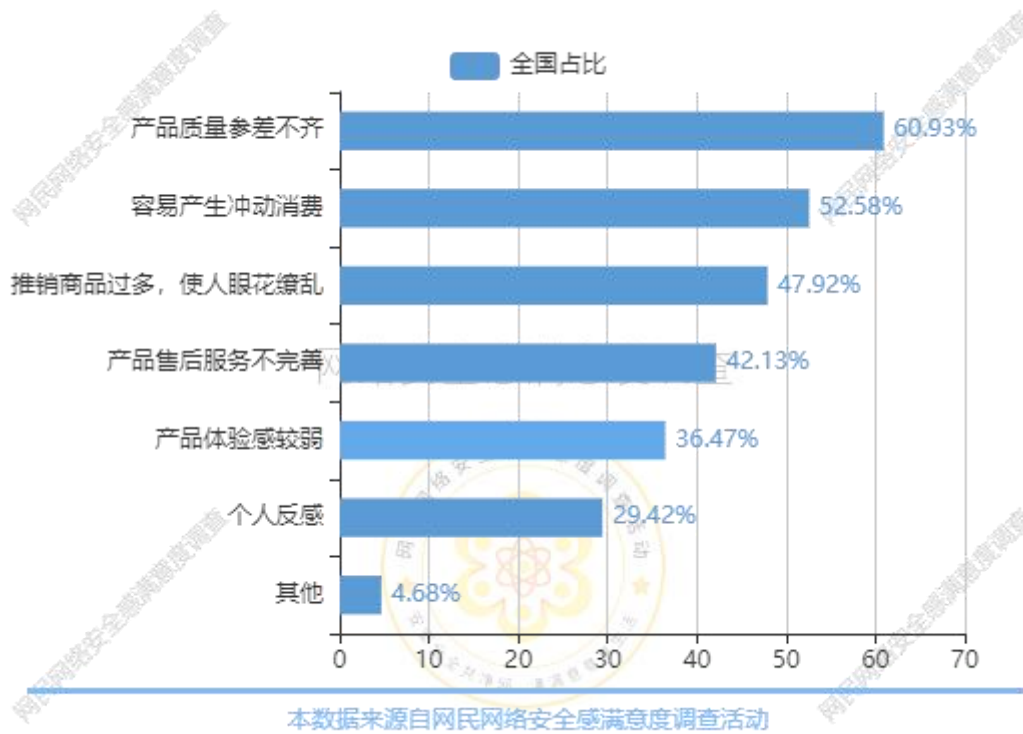
图表 4: 放弃无理由退货的原因

无理由退货产生的争议在许多地方已经上升为消费者投诉的第一位，争议主要集中在消费者购买的商品质量无法得到保障，所有对商品的认知来自商家对商品的基本描述，还有一些商家存在故意拖延拒绝退货、折扣或赠送商品不予退货等现象，导致在现实案例中消费者权益难以维护。此外，该条例并未对在退货过程中运费承担方进行归纳。

调查显示，网民对退货运费赔付问题选择率占比较高。事实上，当发生纠纷时，网民在购物后的公平交易权，平台服务商以“谁过错、谁负责”的原则处理，因平台商家没有购买运费险，其次交易双方履行退费地址与发货地址不一致，进而需要网民产生额外运费。

（三）治理直播带货现象需要从关键点入手

调查显示，网民对电商直播购物最关注是产品质量和推销手法，与去年相比，网民对电商直播渠道购买商品的关注点基本无差，进一步说明依法规范直播购物，打造安全、放心的线上购物环境，切实维护网民合法权益已迫在眉睫。



图表 5：网民对直播渠道购物的关注点

直播带货所带来的网络安全网络直播购物与传统的电商平台不同，依靠社交属性和直播形式，网络主播们利用单品流量进行引导、推广，并吸引顾客来光顾。不少网友抱怨“种草”容易维权难，自己购买的“网红”产品存在质量问题，找背后的商家投诉被置之不理，找社交平台投诉最终也杳无音讯。其次，网购用户面临的潜在风险包括延迟发货和订单取消、在线支付诈骗、防疫物资虚假宣传和假冒伪劣、商品签收时间认定等现象，如果网民不小心防范很有可能落入陷阱。

二、结论与建议

（一）健全法律法规增强法规约束，切实维护网购权益

在 2020 年 9 月，国家网信办等 8 部门，通报了直播带货行业专项整治和规范管理工作进展情况，提出推动研究制定主播账号分级分类管理规范制度，规范电商平台、直播带货团队、商家等行为，明确直播带货行业打赏行为管理规则，引导公众理性打赏，将内容供给导向、打赏金额标准、主播带货资格与直播带货账号分级分类紧密关联。同时更逐步健全直播带货法律法规，以成文的法律法规加以明确，让直播带货在法治轨道上健康运行，强化规范管理，促进其社会效益和经济效益双统一。

（二）警惕数据造假，树立正确理性消费观

无论是平台商品页面、直播带货、“刷单”、流量造假、售后服务无人服务等翻车事件层出不穷，直播间圈粉等问题再次暴露出来。网民应树立正确的消费观和生活观，摒弃攀比心理，自觉纠正超前消费、过度消费和从众消费等错误观念。网民在日常消费过程中，消费水平要在个人承受范围之内。合理安排生活支出，做到量入为出、适度消费，避免盲目跟风，例如识别查阅相关产品说明和其他网友跟帖评论，评估产品实用价值等，坚决向问题产品、虚假推广说“不”。

针对直播数据造假乱象，国家网信办 11 月 13 日发布《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。其中明确规定，直播间运营者、直播营销人员从事互联网直播营销信息内容服务，应当真实、准确、全面地发布商品或服务信息，不得“虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等数据流量造假”。对于违反上述规定，

给他人造成损害的，也分别就相应行为程度做出了明确的处罚规定。

11月23日，国家广播电视总局发布《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，指出：“要对头部直播间、头部主播及账号、高流量或高成交的直播带货活动进行重点管理，加强合规性检查。要探索建立科学分类分级的实时动态管理机制，设置奖惩退禁办法，提高甄别和打击数据造假的能力，为维护诚信市场环境发挥积极作用。”

（三）发挥科技优势，建立智能化监管预警系统

依法治理电商平台弄虚作假行为，电商平台是阵地前沿，只要守得严、守得住、守得好这个关口，就能最大限度减少各类欺诈、忽悠、戏弄网民的机会，因此，相关职能部门对电商平台应加大依法治理力度，制定规范性规章制度，建立健全对各类电商平台的监督、约束、奖惩机制，同时要充分发挥大数据管理平台科技优势，建立智能化监管系统，将各类电商平台基本信息、操作过程、业绩成效纳入智能管理范围，并实时提醒、通报、惩处各类电商平台运营情况；各类电商平台对招募入驻、产品选定、商品把关、营销推广、售后评价、违规治理、售后服务、纠纷裁定等全流程交易的依法治理力度，严格查处各类人气造假、销售造假、评论造假、诱导交易、违法交易、虚假交易等行为，以保障网民合法权益。

（四）加大诚信评价，据实依法监督

电商平台行业链条应加强自律，网红、经纪公司、商家要增强自觉性，坚守职业道德，严把产品质量关。此外，各类监管部门、电商平台、供货商家、直播带货机构应建立违法违规举报维权平台和联系方式，将每订单销售情况在全社会有效监管、有效评价、有效举报之下，对于随意其夸大其辞、欺诈误导、诱惑好评的“刷单”行为纳入社会诚信考核体系，让网

民有地方对直播带货违法违规行实施举报、评价、投诉，让网民能够看到对直播带货据实依法监督和评价的成效。

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关于“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，由公安部网络安全保卫局指导，全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织联合发起了 2020 网民网络安全感满意度调查活动。

二、目的

网民网络安全感满意度调查的宗旨就是要坚持面向网民大众，目的是让大家有话可以说，让政府主管部门可以倾听和了解网络安全在网民中的感受、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、法律和知识。

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）通过广泛收集广大群众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，科学反映我国网络治理成效和网络安全现状，为政府部门决策提供数据支持。为公安机关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，广泛发动广大网络用户积极参与，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

2020 年 6 月，以“网络安全为人民，网络安全靠人民”为活动主题的 2020 网民网络安全感满意度调查活动正式启动。2020 年 7 月 22 日正式上线采集数据。到 2020 年 7 月 31 日 24 点结束采集。采集的时间段为 10 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类利益群体和专业人士的观点。

两类调查对象的意见的综合可以较为全面地反映各类网民的真实感受，为数据采集、分析提供坚实的基础。

（3）调查内容

本次网民网络安全感满意度调查内容丰富，以问卷的形式提出了 225 道题（小题），内容涵盖 2 个主问卷、12 大专题领域。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从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 8 个专题问卷，具体名称如下：

专题 1 问卷：网络安全法治社会建设专题

专题 2 问卷：遏制网络违法犯罪行为专题

专题 3 问卷：个人信息保护专题

专题 4 问卷：网络购物安全权益保护专题

专题 5 问卷：未成年人网络权益保护专题

专题 6 问卷：互联网平台监管与企业自律专题

专题 7 问卷：数字政府服务与治理能力提升专题

专题 8 问卷：新冠疫情的影响和应对专题

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 D 共 4 个专题问卷，具体名称如下：

A 专题问卷：等级保护实施与企业合规专题

B 专题问卷：行业发展与生态建设专题

C 专题问卷：新技术应用与网络安全专题

D 专题问卷：科技创新与人才培养专题。

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自身在网络安全建设中的角色、职责、执行情况及其产生的效果设计调查问题。

除了一般的选择题外，问卷还设立了 11 道征求意见的填空题，以开放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

由于疫情防控需要，本次调查形式为线上方式。全国统一部署，各省分别组织落实，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，建立 2019 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。利用组委会微信公众号和各合作单位以及支持单位的信息服务商门户进行推广，取得良好的效果。

（5）调查组织

指导单位公安部网络安全保卫局对调查活动给予了大力支持。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。

在指导单位的关心和指导下，为加强对调查活动的组织领导，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。

领导小组由指导单位公安部网络安全保卫局、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。秘书处负责日常办公事务处理和对外联系和活动的组织协调。活动组委会在总结 2018、2019 年两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，活动影响力和问

卷数量实现跨越式增长。

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。

各地发起单位和协会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；三是负责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、专家小组和各地参与发动单位的共同努力下，本次调查活动，按既定计划推进，采集了大量的网民数据，本次调查活动问卷收回总量为 150.3168 万份，其中，公众网民版 124.3251 万份，网络从业人员版 25.9912 万份。数据的采集量比上一年度幅度增长 6~7 倍，活动取得圆满成功。

四、调查数据的有效性

根据本次调查活动收集的数据情况来看有以下特点：

1) 调查数据总大

本次调查活动问卷收回总量为 150.3168 万份。经过数据清洗后，有效样本数据总数为 149.0304 万份，其中，公众网民版 123.1455 万份，网络从业人员版 25.8849 万份。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共 16.4347 万条。本次调查活动受到网民的热烈响应，参与人数多，采集的数据样本的规模大，样本数据的总体质量比较好。

2) 调查数据来源分布广泛

从调查数据来源来看，数据的分布广泛，全国 34 个省、直辖市、自治区（包括港澳台）400 多个地市（区）均有数据，其中 2 个省的数据量超过 20 万，21

个省数据量过万，31 个省的数量超过 1 千。

3) 调查数据分布比较均匀

从调查数据来源来看，数据的分布广泛，全国 400 多个地级市都有样本数据分布，反映本次样本分布比较均匀。

从以上分析，本次问卷调查数据的样本基本符合网民的分布的主要特性，具有较高的代表性。

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

附件二：调查活动发起单位及支持单位名单（排名不分先后）

发起单位

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 1 北京网络行业协会 | 31 山东省信息网络安全协会 |
| 2 北京网络空间安全协会 | 32 福建省网络与信息安全产业发展促进会 |
| 3 中关村可信计算产业联盟 | 33 浙江省计算机系统安全协会 |
| 4 中关村网络安全与信息化产业联盟 | 34 河南省网络营销协会 |
| 5 中关村信息安全测评联盟 | 35 湖北省信息网络安全协会 |
| 6 北京关键信息基础设施安全保护中心 | 36 湖北省安全技术防范行业协会 |
| 7 上海市信息网络安全管理协会 | 37 湖南省网络空间安全协会 |
| 8 上海市信息安全行业协会 | 38 江西省网络空间安全协会 |
| 9 天津市网络文化行业协会 | 39 江门信息网络安全协会 |
| 10 天津市青少年网络协会 | 40 安徽省计算机网络与信息安全协会 |
| 11 天津市软件行业协会 | 41 广东省计算机信息网络安全协会 |
| 12 天津市互联网协会 | 42 广东省网络空间安全协会 |
| 13 天津市大数据协会 | 43 广东关键信息基础设施保护中心 |
| 14 重庆市信息安全协会 | 44 广东省电子政务协会 |
| 15 重庆计算机安全学会 | 45 广东软件行业协会 |
| 16 重庆信息安全产业技术创新联盟 | 46 广东省首席信息官协会 |
| 17 重庆市互联网界联合会 | 47 广东省版权保护联合会 |
| 18 河北省网络空间安全学会 | 48 广东省互联网协会 |
| 19 山西省信息网络安全协会 | 49 广东省信息消费协会 |
| 20 山西省互联网协会 | 50 广东省图书文化信息协会 |
| 21 吉林省信息网络安全协会 | 51 广东省物联网协会 |
| 22 吉林省信息技术应用协会 | 52 广州市网络安全产业促进会 |
| 23 吉林省电子信息行业联合会 | 53 广东省电子信息行业协会 |
| 24 吉林省计算机行业商会 | 54 海南省计算机学会 |
| 25 辽宁省信息网络安全协会 | 55 海南省网络安全协会 |
| 26 辽宁网络安全保障工作联盟 | 56 四川省计算机信息安全行业协会 |
| 27 黑龙江省网络安全协会 | 57 贵州省互联网上网服务行业协会 |
| 28 黑龙江省旅游产业发展促进会 | 58 云南省信息安全协会 |
| 29 黑龙江省虚拟现实科技学会 | 59 内蒙古自治区网络行业协会 |
| 30 陕西省信息网络安全协会 | 60 宁夏网络与信息安全行业协会 |

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 61 广西网络安全协会 | 94 广州市信息基础协会 |
| 62 西藏互联网协会 | 95 广州华南信息安全测评中心 |
| 63 秦皇岛市信息网络安全协会（筹） | 96 深圳市计算机网络公共安全协会 |
| 64 长春市计算机信息网络安全协会 | 97 深圳市网络与信息安全行业协会 |
| 65 沈阳市网络安全协会 | 98 佛山市信息协会 |
| 66 大连市信息网络安全协会 | 99 揭阳网络空间安全协会 |
| 67 渭南市互联网协会 | 100 揭阳市信息技术和软件协会 |
| 68 榆林市网络安全协会 | 101 珠海市信息网络安全协会 |
| 69 商洛市信息网络安全协会 | 102 清远市网络安全协会 |
| 70 济宁市信息网络安全协会 | 103 茂名市计算机信息网络安全协会 |
| 71 青岛市计算机学会 | 104 茂名市网络文化协会 |
| 72 潍坊市网络空间安全协会 | 105 河源市计算机信息网络安全协会 |
| 73 曲阜市信息网络安全协会 | 106 惠州市计算机信息网络安全协会 |
| 74 聊城市网络空间安全协会 | 107 韶关市计算机信息网络安全协会 |
| 75 郑州市网络安全协会 | 108 东莞市信息技术联合会 |
| 76 杭州市网络安全协会 | 109 肇庆市计算机学会 |
| 77 宁波市计算机信息网络安全协会 | 110 汕尾市计算机学会 |
| 78 金华市信息安全协会 | 111 成都信息网络安全协会 |
| 79 金华市信息产业协会 | 112 成都安全可靠信息技术联合会 |
| 80 金华市网商协会 | 113 成都市大数据协会 |
| 81 丽水市信息网络安全协会 | 114 成都物联网产业发展联盟 |
| 82 温州市软件行业协会 | 115 贵阳市信息网络安全协会 |
| 83 洛阳市信息网络安全协会 | 116 贵阳市大数据产业协会 |
| 84 南昌市网络信息安全协会 | 117 曲靖市计算机信息网络安全协会 |
| 85 南昌市互联网创业协会 | 118 玉溪市网络安全协会 |
| 86 扬州市信息网络安全协会 | 119 包头市计算机公共网络安全协会 |
| 87 连云港市计算机信息网络安全协会 | 120 通辽市信息网络安全协会 |
| 88 南通市信息网络安全协会 | 121 南宁市信息网络安全协会 |
| 89 泰州市信息网络安全协会 | 122 网络安全（天津）检测中心 |
| 90 苏州市互联网协会 | 123 青海省网络与信息安全信息通报中心 |
| 91 湘潭市计算机学会 | 124 石河子大学信息科学技术学院 |
| 92 长沙市开福区网络安全协会 | 125 宁夏大学信息工程学院 |
| 93 广州市信息网络安全协会 | 126 重庆信息安全产业研究院 |

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 127 甘肃烽侦网络安全研究院 | 131 江西中证电子数据司法鉴定中心 |
| 128 广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院 | 132 四川大学信息安全研究所 |
| 129 广东省现代社会评价科学研究院 | 133 中国计算机学会计算机安全专委会 |
| 130 广东中证声像资料司法鉴定所 | 134 中国联合国采购促进会网信分会 |
| | 135 中国化管理协会网络文化工作委员 |

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

牵头实施单位

全国信息网络安全协会联盟（网安联）

承办单位

北京网络空间安全协会网安联发展工作委员会

技术支撑单位

北京关键信息基础设施安全保护中心

广东关键信息基础设施保护中心

长沙冉星信息科技有限公司（问卷星）

广东中证声像资料司法鉴定所

广州华南信息安全测评中心

部分新闻媒体

参与调查活动的中央及各地方媒体、平台，包括且不限于：

中央电视台《社会与法》频道 《光明日报》

《信息安全与通信保密》 《南方都市报》

《中国信息安全》 人民网

《信息网络安全》 中国网

《信息安全研究》 未来网

《警察技术》 环球网

《经济》 中青在线

《经济参考报》 光明网

《中国财经论坛》 金羊网

《中青报》

部分支持企业和机构

腾讯	映客直播	一起住好房
阿里巴巴	陌陌直播	瓜子二手车
百度	酷狗	酷溜网
网之易	迅雷	珍爱网
今日头条	TT 语音	完美世界
抖音	Hello 语音	一点资讯
火山小视频	荔枝 FM	优贝在线
新浪	vivo	智联招聘
新浪微博	oppo	奇虎 360
京东	金山 WPS	绿盟
美团	搜狐	亚信安全
拼多多	爱奇艺	奇安信
顺丰速运	哔哩哔哩	安恒
苏宁易购	UC	任子行
魅族	嘀嘀	天融信
YY 直播	嘀嗒出行	新华三
虎牙直播	UU 跑腿	圣博润
斗鱼直播	天盈九州	炫音网络
花椒直播	贝壳找房	友迪资讯
么么直播	房天下	远光软件
快手直播	Q 房网	

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

网安联秘书处

官网:www.iscn.org.cn

电话:020-8380 3843/13911345288

邮箱:cinsabj@163.com