

2019 年网民网络安全感满意度 “网络购物安全” 专题调查报告

本报告数据源于相关行业协会共同组织的 2019 年网民网络安全感满意度调查

本报告观点仅代表网络购物安全专题调查报告研究组观点

2019 年 9 月

目录

一、网络购物提质升级满足人民美好生活新需要.....	3
二、“网络购物安全”网民安全感满意度调查分析.....	4
（一）调查过程和基本数据情况.....	4
（二）“网络购物安全”满意度调查发现.....	4
1、网民对网络购物安全满意度较高 且高于总体网络安全感.....	5
2、网络灰黑产业对网络购物安全危害大 公众关注度高.....	8
3、公众对网络购物差别化待遇或歧视性行为缺乏了解.....	8
4、网络购物中仍然存在较多的强制搭售行为 需要重点打击.....	9
5、个人信息相关违禁品的网络交易比例较高.....	10
6、公众信赖电商平台解决假货等问题.....	10
三、建议和结论.....	12
（一）深化网络生态治理，积极营造公平有序营商环境.....	12
（二）聚焦网络灰黑产业，精准打击有关违法犯罪行为.....	12
（三）加大社会共治创新，激励市场主体发挥更大作用.....	13

一、网络购物提质升级满足人民美好生活新需要

网络购物是以网络为基础的新型经济活动。网络购物的健康有序发展，对我国国民经济有着非常重大而深刻的影响。我国的网络购物产业总体发展水平走在世界前列，网络零售额连续六年稳居世界第一。以网络购物为核心要素的电子商务，在激发需求潜力、扩大国内消费、助力乡村振兴、带动创新创业、促进经济转型升级等诸多方面发挥了重要作用，已经成为推动国民经济高质量发展的新引擎。国家统计局数据显示，2019年上半年全国实现社会消费品零售总额19.5万亿元，同比增长8.4%，其中实物商品网上零售额同比增长21.6%，占社零总额比重达19.6%，比上年同期提高2.2个百分点，拉动社零增长3.8个百分点。

以网络购物等为代表的数字经济的创新，根本目的就是满足人民美好生活的需要。网络平台陆续推出的“618”“双十一”等网络购物营销活动之所以取得巨大成功，并且相关交易额连年创新高，正是因其不断提升服务能力，创新服务方式，与时俱进地发现、满足人民群众对美好生活的新需求。优胜劣汰的市场经济法则，也倒逼网络购物平台需要不断根据网民满意度优化服务水平。为此，我们能够看到例如淘宝、天猫等众多网络购物平台一方面在不断优化服务质量，拓展服务内容，另一方其也赋予了网民对网络店铺的信用评价权利，网民可以对网络店铺关于商品描述、物流服务、服务态度等进行多维度的综合评价，通过这样的市场化评价机制激励网络店铺积极主动提升客户满意度。

对网民关切的网络购物安全问题，近年来线上线下多方协同和社会共治成效显著，社会各界为优化网购购物环境付出的努力有目共睹。近五年来，全国共立各类假冒伪劣犯罪案件13.6万余起，有力遏制了侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品违法犯罪活动的高发势头，净化市场环境，维护消费者合法权益。国家知识产权局调查显示，中国知识产权保护社会满意度已经由2012年的63.69分提高到2018年的76.88分，累计提高了13分，整体步入良好阶段。2019年初阿里巴巴对外发布的《阿里巴巴知识产权保护年度报告》披露，2018全年阿里共向执法机关推送超5万元起刑点的涉假线索1634条，协助抓捕犯罪嫌疑人1953名，溯源打击涉案金额79亿元。与去年的网络安全满意度调查结果相比，今年公众网民对网络安全的正面评价提升12.91%，网民安全感提升显著。

网络购物环境仍然需要持续优化，不断增强网络用户的获得感、幸福感、安全感。我们注意到，在网络购物环境整体向好的同时，当前网络购物环境仍然存在诸多问题。例如网购信息泄露事件时有发生；消费者风险防范和自我保护意识不强；假货治理呈现出的洼地效应以及假货跨境流窜趋势等等。对此，有关部门需要继续保持高压态势，开展各类危害网络购物的专项打击行动，持续深入地解决网民关切的个人信息泄露、假货等网络购物症结问题，特别是要加强对严重危害网络购物环境的网络灰黑产业链开展重点打击。

二、“网络购物安全”网民安全感满意度调查分析

（一）调查过程和基本数据情况

2019年网民网络安全感满意度调查分为公众版调查问卷和从业人员版调查问卷，其中从业人员版中根据所面向群体不同，将从业人员分为八类，分别是1)网络服务提供者中从事网络安全相关工作的从业人员；2)网络服务提供者中从事非网络安全相关工作的从业人员；3)网络安全产品、服务提供者的从业人员；4)网络行业协会的从业人员；5)政府网络安全监督管理部门的从业人员；6)国有企事业单位的从业人员；7)科研机构、大学的从业人员；8)其他联网使用单位的从业人员。

2019年网民网络安全感满意度调查共收回问卷221266份，经数据清洗消除无效数据后，有效问卷198588份。其中公众版189495份，有效问卷172075份纳入统计；从业人员版31771份，有效问卷26513份纳入统计。

公众版下设立网络购物安全、个人信息保护、网络安全法制建设、遏制网络违法犯罪行为、未成年人网络权益保护等七项二级问卷，共有12.3万网民参加二级问卷调查，其中64974人参加“网络购物安全”调查。

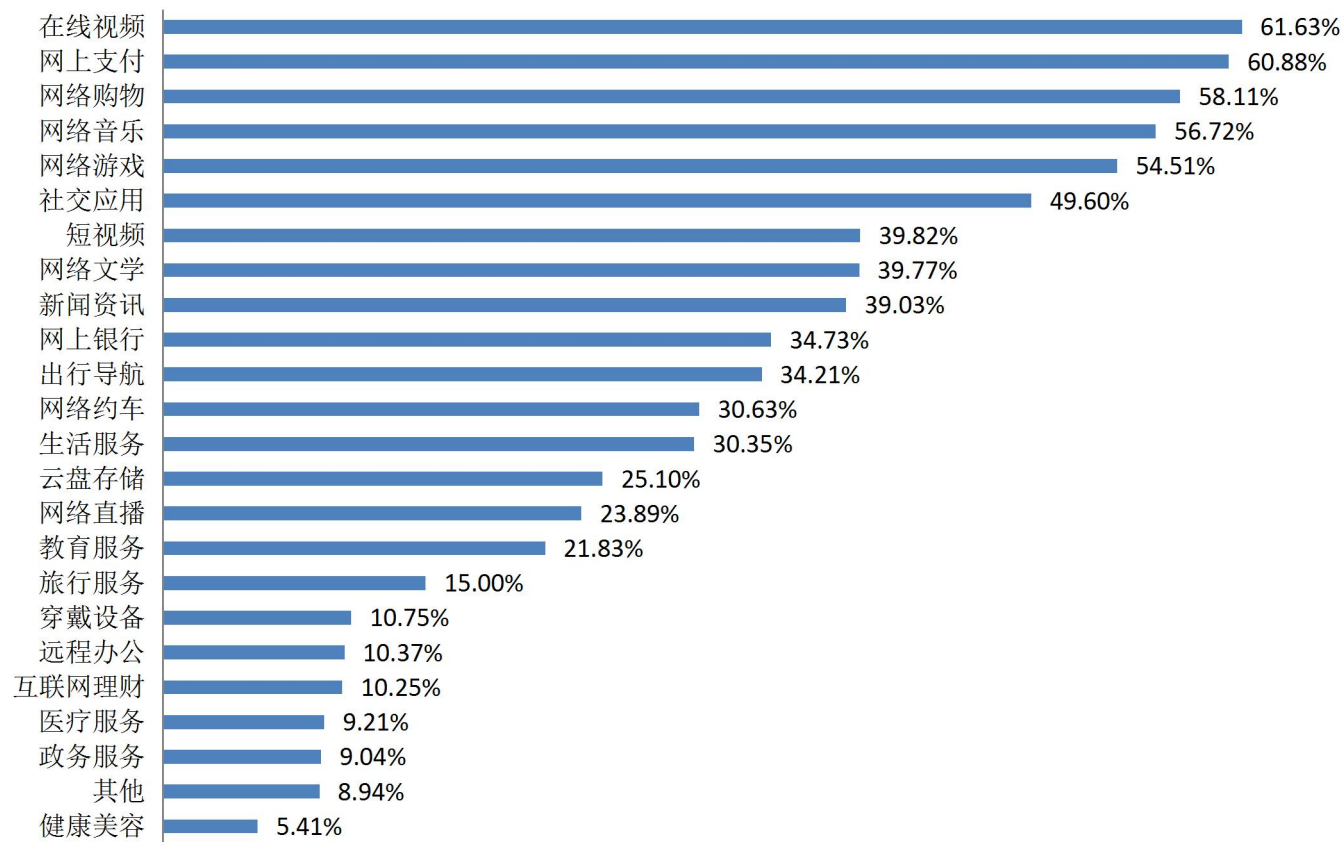
为全面分析我国网络购物安全情况，本报告围绕“网络购物安全”专题及与网络购物安全相关的其他调查问题展开，内容主要涉及公众和从业人员参与回答的选择题结果。

因每项问题面向群体不同，为方便理解，本报告中“网民”指的是公众以及受调查的部分从业人员；“公众”指的是公众版问卷中参与调查的公众；“受调查从业人员”指的是从业人员版问卷中参与调查的从业人员。

（二）“网络购物安全”满意度调查发现

网购是我国网民最常用的应用之一。调查显示，我国58.11%的网民经常使用网络购物，仅次于在线视频（61.63%）、网上支付（60.88%）。

图1：网民常用应用



当前，我国网络购物安全态势总体向好，网民网络安全感较 2018 年有所提升。特别是作为网络安全的一线工作者，其切身的感受最有代表性，能够清晰反映我国网络空间安全的真实情况。本次受调网络服务提供者网络安全相关工作的从业人员，绝大部分人认为当前网络安全状况改善，37.36%从业人员认为明显改善，44.97%从业人员认为有改善，两者合计 82.33%。这样的数据表明，自有关部门持续深入推动《网络安全法》落地后，我国的网络环境安全环境建设取得了明显进步。

同时，调查发现，公众对网络安全满意度不如受调查从业人员。某种程度上这样的获得感落差，可能因为前期公众的网络安全体验不佳，导致部分公众负面印象深刻。这表明我国的网络安全治理的效果仍然需要稳固和沉淀，但由此也能预见今后的一段时间，公众对网络安全的正面印象将会持续走高。

本次的调查主要涉及的网络购物安全最常见的两类场景，一是传统购物问题的网络化，如假货、搭售等；二是网络购物领域的特殊问题，如冒充客服退款诈骗、大数据杀熟等。同时，调查的其他版块还涉及网络购物安全的相关具体链路，例如网络广告、账号安全、支付安全、个人信息安全等。

通过调查发现，当前网购购物在整体安全环境持续向好，假货、违禁品等治理取得了明显成效，网络平台服务质量显著提升；同时，网络购物行业仍然需要重点解决两类问题，一是网络购物全链路的安全问题，包括账号安全、支付安全、个人信息安全等问题；二是部分公众对网络购物领域的大数据应用可能存在不了解甚至误解，需要企业积极主动与公众沟通，加强透明度，取得公众理解。

1、网民对网络购物安全满意度较高且高于总体网络安全感

通过调查发现，网民总体网络安全感较高。超过一半的网民对使用网络时的总体安全感觉是安全的。其中感到安全占 39.87%，非常安全占 11.38%，两者相加占 51.25%。而与总体安全

感相比，网民对网络购物安全的满意度更高一些，比较满意占 54.54%，非常满意占 9.91%，合计 64.45%。

网民认为与去年相比，今年的网络安全感有较明显的提升。其中 34.59% 的网民中认为网络安全感有提升，14.17% 网民认为有明显提升，两者相加达 48.76%，接近一半的网民认为网络安全感有提升。

图 2：网络安全感评价

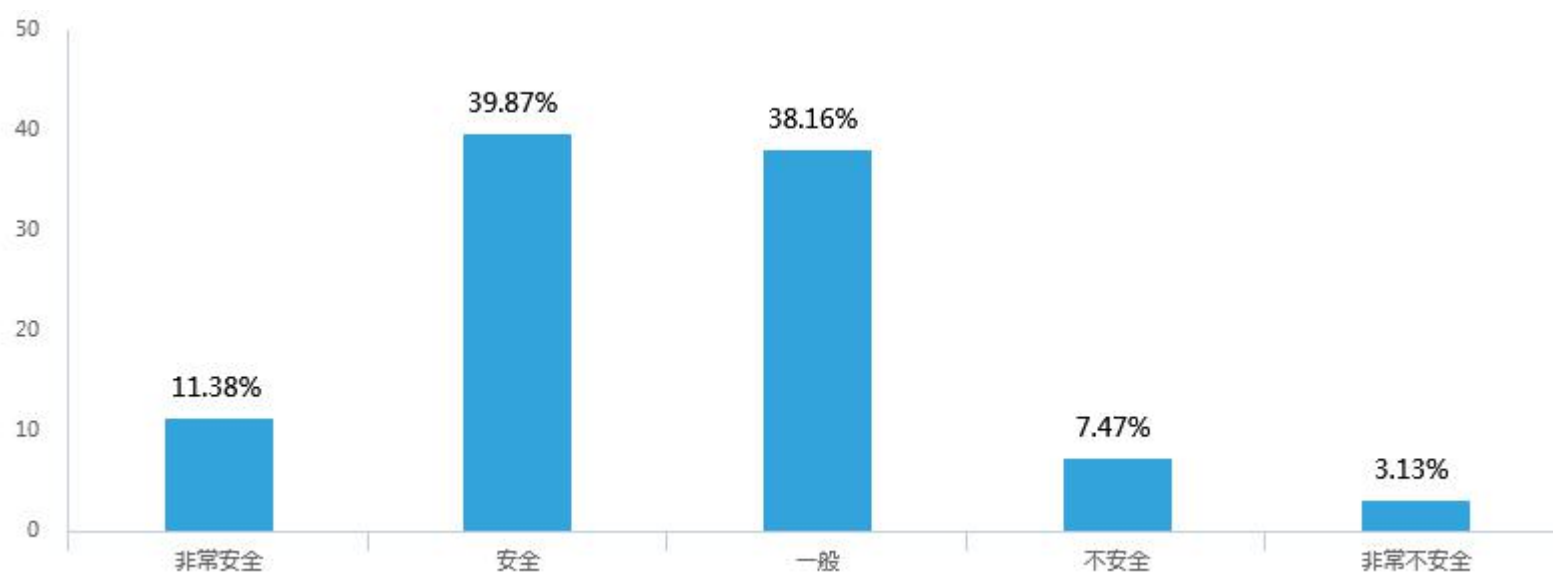
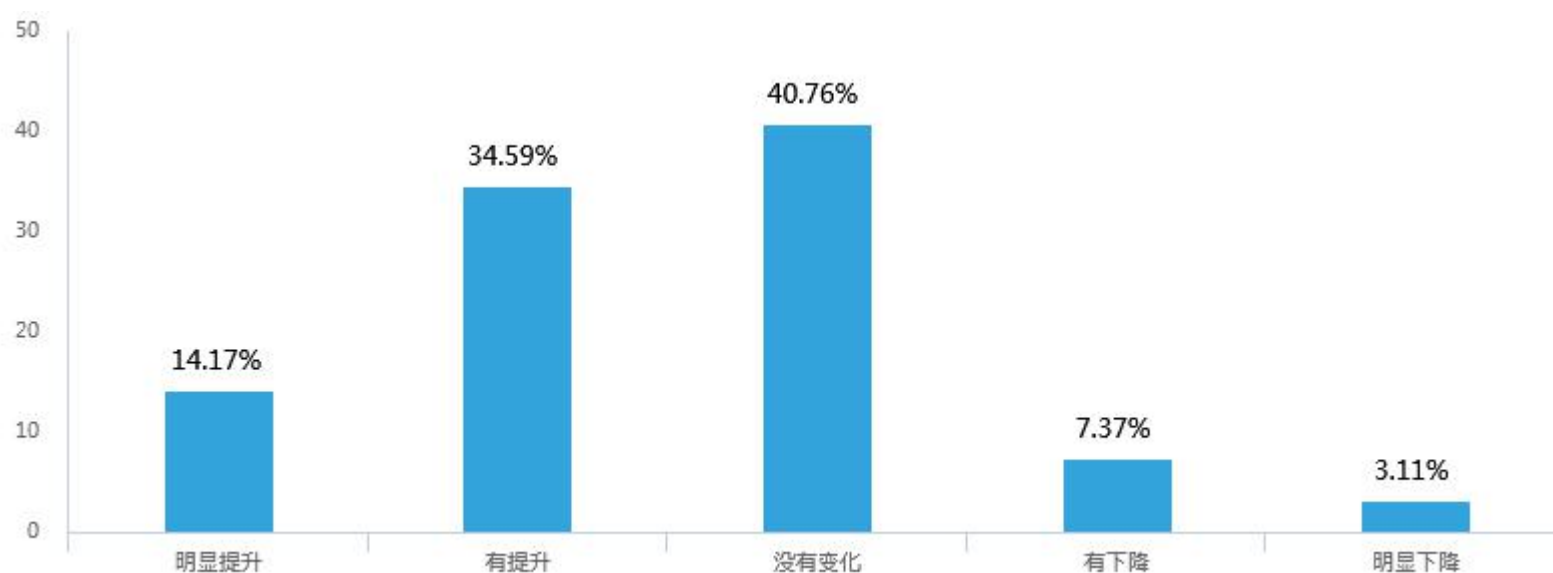


图 3：网络安全感变化评价



调查结果表明，通过有关部门与网络购物平台的持续努力，我国的网络购物安全治理已走在整体网络安全治理的前列。特别是 2019 年 1 月 1 日起，《中华人民共和国电子商务法》正式实施。它进一步明确了电子商务各方主体的权利与义务，这对规范电子商务行为，维护市场秩序，保障和促进网络购物安全发挥了重要的作用。

表 1：网络购物安全状况的满意度

选项	比例
非常满意	9.91%
比较满意	54.54%
一般	29.49%

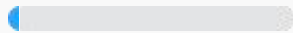
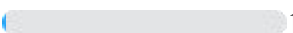
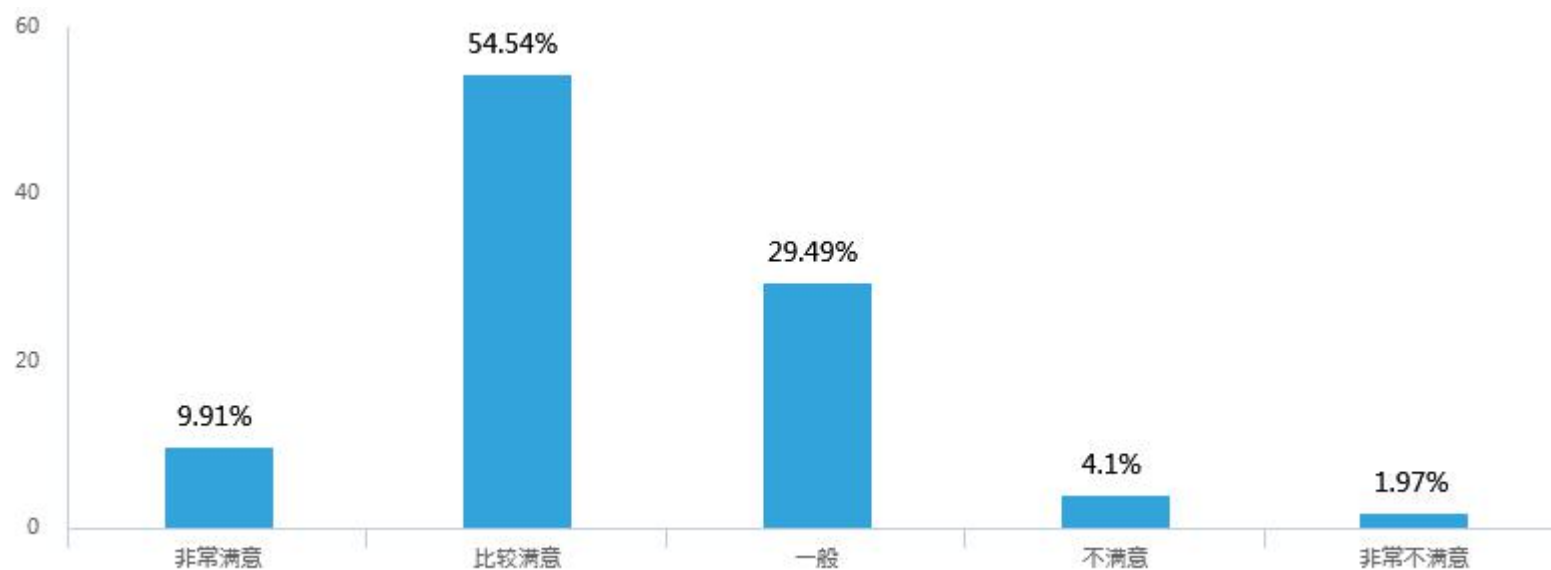
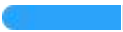
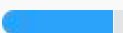
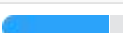
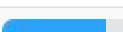
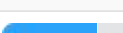
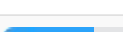
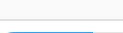
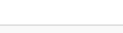
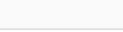
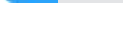
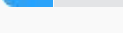
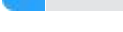
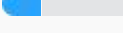
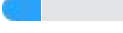
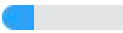
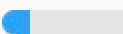
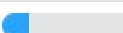
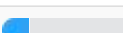
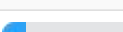
不满意	 4.1%
非常不满意	 1.97%


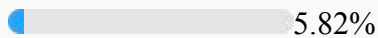
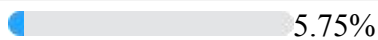
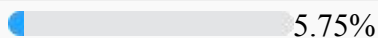
图 4：网络购物安全状况的满意度



调查结果表明，在用户个人信息保护、杜绝违法和不良信息、保护未成年人等方面，网民对网络购物的信任度较高。调查发现，网民对网站、应用程序、小程序的安全疑虑主要是网络社交（43.15%）、网上支付（38.77%）、在线视频（37.89%）、网络游戏（37.29%）等类型的应用，仅有 33.78%的网民对网络购物有安全疑虑。

表 2：安全疑虑一览表

选项	比例
网络社交	 42.15%
网上支付	 38.77%
在线视频	 37.89%
网络游戏	 37.29%
网络购物	 33.78%
网络直播	 32.95%
短视频	 32.2%
网上银行	 20.54%
互联网理财	 20.05%
网络约车	 18.25%
新闻资讯	 15.41%
云盘存储	 13.69%
网络文学	 13.39%
生活服务	 12.67%
网络音乐	 11.63%
出行导航	 10.07%
教育服务	 9.42%
旅行服务	 9.2%
医疗服务	 8.92%
健康美容	 8.39%

远程办公	 7.34%
政务服务	 5.82%
穿戴设备	 5.75%
其他	 5.75%

2、网络灰黑产业对网络购物安全危害大 公众关注度高

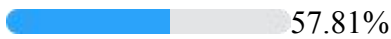
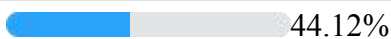
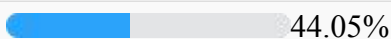
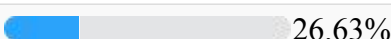
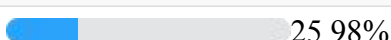
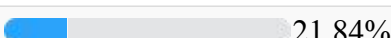
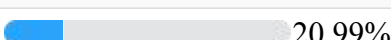
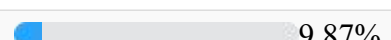
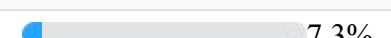
通过调查发现，在电信网络诈骗行为中，公众最关注的是兼职刷单类诈骗（57.81%）。“刷单”是指网店卖家付款请人假扮顾客购买商品，但实际上并不真正发货，仅仅是在线完成的“空交易”，是网店卖家为了提高销量和好评率的一种不合规行为，刷单产业是典型的网络灰黑产业。刷单黑灰产业的畸形繁荣，间接带来了“兼职刷单”诈骗的猖獗。违法犯罪分子利用部分公众特别大学生、宝妈等群体熟悉网络操作，但涉世未深、急于赚钱的心理，骗取受害人钱财。据公安部门不完全统计，年龄在18岁至30岁的年轻群体已成为“兼职刷单”受害的重灾区。

调查同时发现，在电信网络诈骗行为中，还有25.98%的公众关注冒充网购客服退款诈骗。主要是因为一些网络店铺经营者网络安全能力不足，导致订单信息流入黑灰产业链，被诈骗分子利用。

另外，除电信网络诈骗行为外，账号违法交易也对网络购物安全有重要影响，公众关注高也较高。账号违法交易是窃取网络购物账号的下游灰黑产业，也是刷单、炒信的上游灰黑产业。

总之，网络黑灰产业对网络购物环境危害非常大，应当予以持续重点打击。

表 3：电信网络诈骗行为一览表

选项	比例
兼职刷单类诈骗	 57.81%
代办信用卡、贷款诈骗	 52.41%
投资理财诈骗	 44.12%
QQ、微信冒充老板、亲友诈骗	 44.05%
冒充公检法诈骗	 27.63%
冒充熟人领导诈骗；	 26.63%
冒充网购客服退款诈骗	 25.98%
网络招嫖诈骗	 21.84%
征婚交友诈骗	 20.99%
机票改签诈骗	 9.87%
其它	 7.3%

3、公众对网络购物差别化待遇或歧视性行为缺乏了解

通过调查发现，25.78%的公众认为其在网络购物时遭遇差别化待遇或歧视性行为。

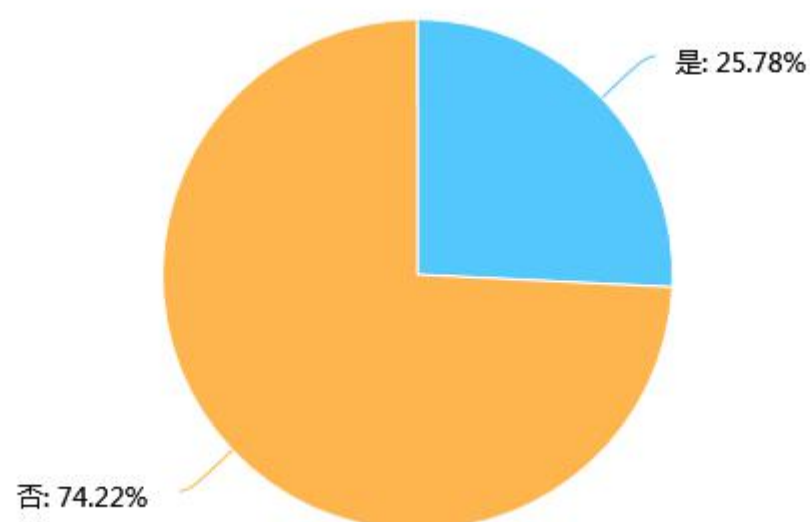
对于差别化待遇或歧视性的行为，可以从两个角度理解：

一是同一商品对不同的消费者设置不同价格。这种属于典型的违法行为，严重违反了《消费者权益保护法》《电子商务法》确定的平等、公平、诚信交易的原则。公众一旦发现存在这类行为，可以及时向有关部门投诉举报。

二是利用大数据技术对不同消费者的需求推测，提供不同的商品，从而间接带来不同消费者接触到不同价格商品。这类商品推送行为的出发点是更高效地匹配供给与需求，充分满足消费者的消费需求，客观上也为消费者提供便利，促进了网络购物产业的繁荣。为保障消费者的知情权与选择权，《电子商务法》第十八条也明确规定，电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。电子商务经营者向消费者发送广告的，应当遵守《中华人民共和国广告法》的有关规定。

针对公众关于网络购物差别化待遇或歧视性行为的担忧，有关部门一方面应当积极打击同物不同价的违法行为，另一方面也要引导网络购物平台加强与公众的沟通，保证必要的透明度，让公众更清晰地理解合理的大数据技术应用以及行使相关知情权选择权的方式、方法。

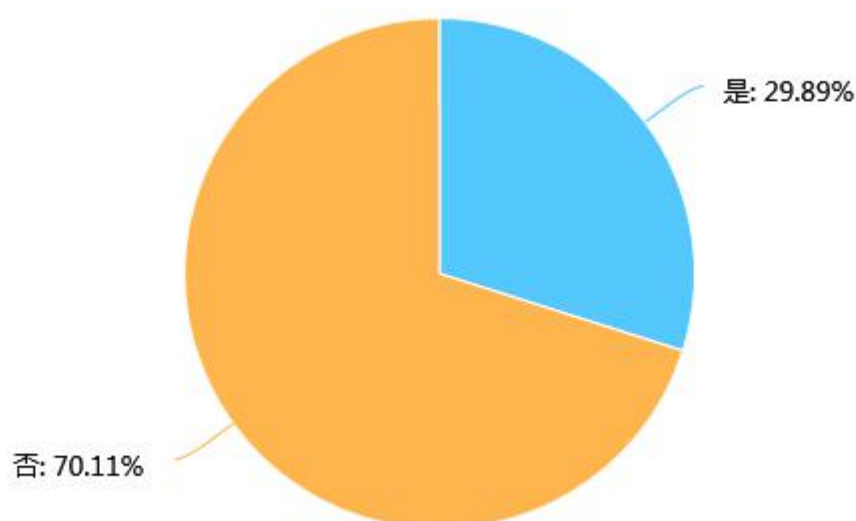
图 5：是否遭遇差别化待遇或歧视性行为？



4、网络购物中仍然存在较多的强制搭售行为 需要重点打击

通过调查发现，有近 30%的网民遭遇过强制搭售其它业务。一些在线旅游平台等购物网站“捆绑搭售”屡屡被媒体曝光，公众反应强烈。对于强制搭售，《电子商务法》第十九条明确规定，电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。违反《电子商务法》第十九条规定搭售商品、服务的，由市场监督管理部门责令限期改正，没收违法所得，可以并处五万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，并处二十万元以上五十万元以下的罚款。

图 6：是否遭遇强制搭售行为？

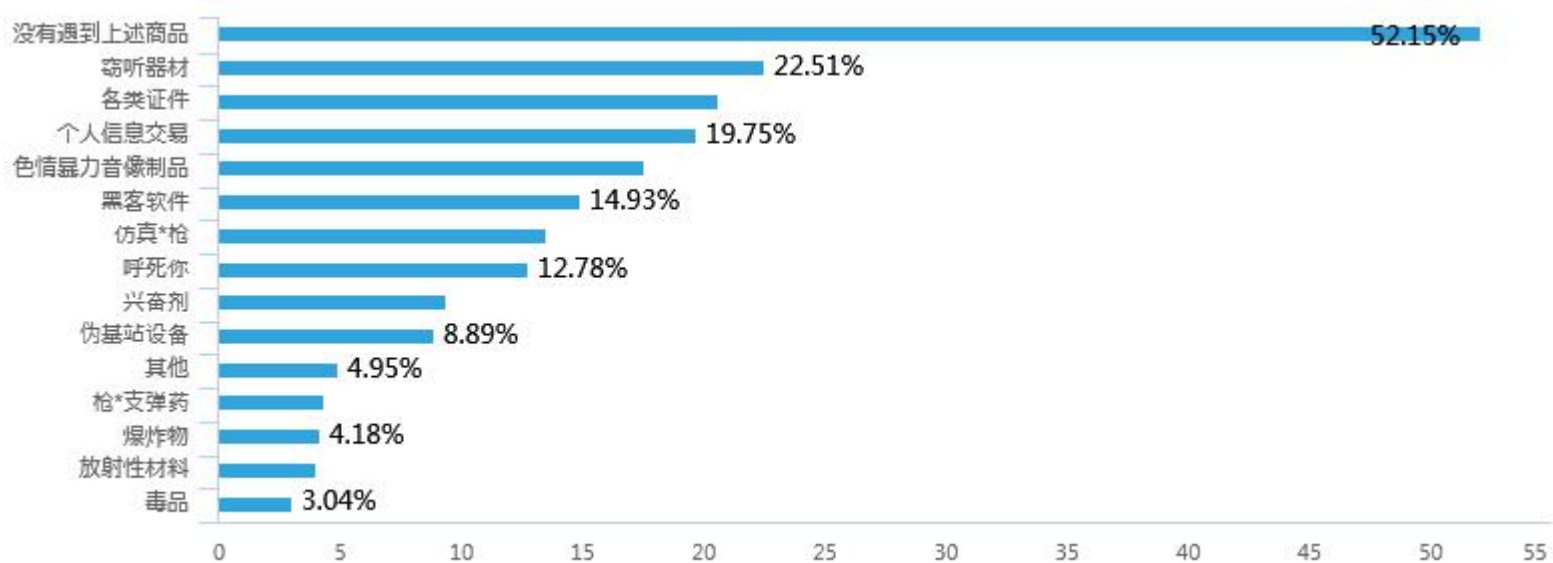


5、个人信息相关违禁品的网络交易比例较高

当前的网络生态治理成效显著。经过有关部门的持续打击，以及网络购物平台主动治理意识和治理水平的不断提升，当前网络违禁品的违法交易活动已经得到有效的遏制。通过调查发现，52.15%的公众在网络购物中没有遇到违禁品。

通过调查发现，公众在网络购物中接触到的违法物品，排前三位的均是直接涉及侵犯公民个人信息安全的类型，包括窃听器材、各类证件、个人信息交易。另外，对窃听器材，根据我国法律规定，其属于国家专控产品，制造和贩卖窃听器材涉嫌违法犯罪；对各类证件的交易，也涉嫌伪造、买卖国家机关证件。

表 4：网络购物遇到违禁品的比例



6、公众信赖电商平台解决假货等问题

通过调查发现，59.52%的网民曾买过假冒伪劣产品。网络假货问题一直以来是有关部门持续关注重点。

表 5：网络购物遇到假冒伪劣产品的比例

选项	比例
是	59.52%
否	40.48%

通过调查发现，对假冒伪劣商品的处理网民以退货和向电商平台举报为主，网民对电商平台网络购物的渠道基本上是信任的。65.95%的公众收到商品发现问题后选择退货处理，发现假货后有 50.89%的公众选择向电商平台举报。

表 6: 遇到卖家售假时的应对

选项	比例
收到产品发现问题后退货	65.95%
向电商平台举报	50.89%
依法索赔	27.44%
无所谓	12.21%
向政府市场监管部门举报	10.76%
其他	6.05%

调查数据表明，公众对于电商平台对假货的处理情况的满意度评价满意为主，其中比较满意为 39.88%，非常满意为 5.54%，合计为 45.42%。表示一般的也有 41.39%，不太满意与不满意的仅占约 10%。

表 7:对电商平台处理情况的评价

选项	比例
非常满意	5.54%
比较满意	39.88%
一般	41.39%
不太满意	9.22%
非常不满意	3.98%

同时，有 10.76%的公众在遇到假货后选择向市场监管部门举报，通过调查发现这部分公众对市场监管部门的处理结果比较满意，其中认为比较满意的 36.66%，非常满意的 14.23%，合计 50.89%。

表 8 :对市场监管部门的处理情况的评价

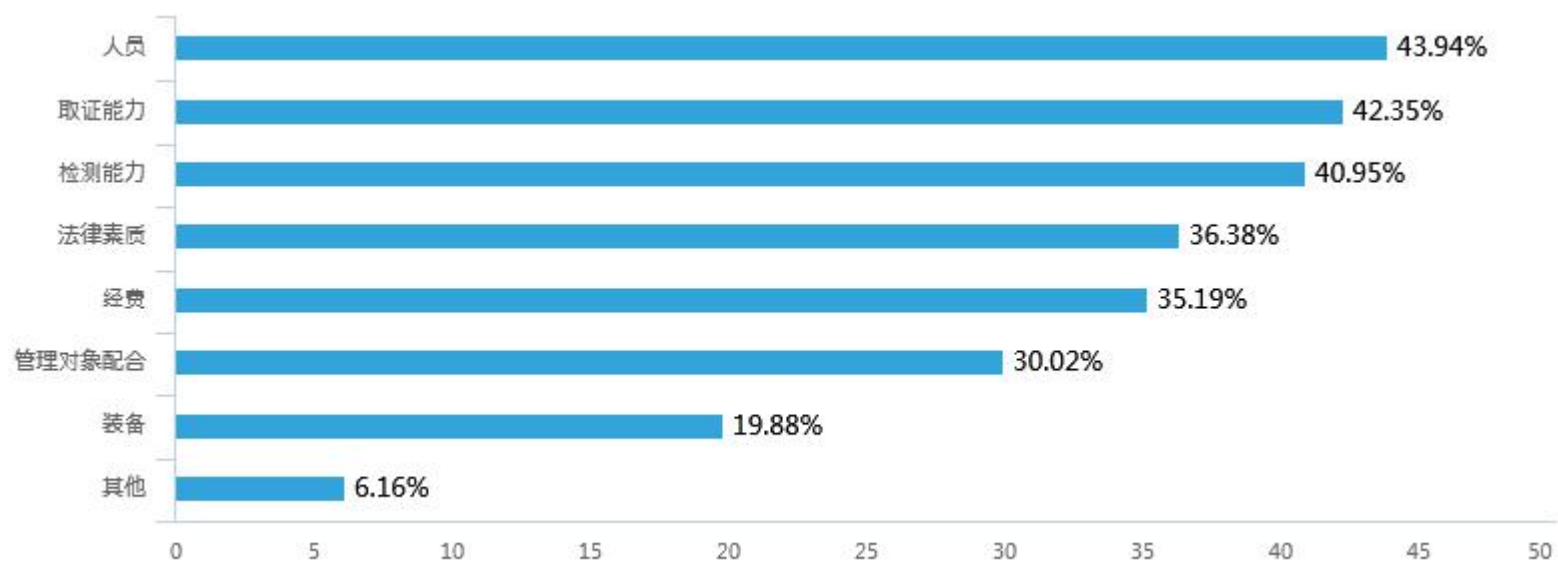
选项	比例
非常满意	14.23%
比较满意	36.66%
一般	37.5%
不太满意	6.04%
非常不满意	5.56%

三、建议和结论

（一）深化网络生态治理，积极营造公平有序营商环境

健康的网络生态与公平有序的营商环境，是数字经济发展的基石。在数字经济蓬勃发展的今天，如何把握时代的脉搏、创造良好的治理环境、助力数字经济腾飞，是我们共同面对的话题。通过本次调查发现，公众在网购过程仍然时常遇到的假货、诈骗、网络传销、违禁品等问题。这需要执法部门适应互联网的技术性要求，强化专业队伍建设，及时跟进技术、应用、服务和市场的变化，不断提升执法人员取证能力、检测能力和法律素质，提供必要的经费与装备保障，深化网络生态治理，解决这些掣肘行业发展的症结。

表 9：您¹认为当前影响网络安全执法的制约因素是什么？（多选）



同时，针对强制搭售、同物不同价的大数据杀熟等侵犯消费者合法权益、破坏市场公平竞争环境和经营秩序的问题，监管部门不仅需要积极主动查处，而且要加强对公众的宣传，善于故事案例、比赛竞答、动漫动画、互动程序等新颖方式普法，增强传播效果，提升公众主动维权的意识，还要通过行政执法和行政指导引导网络购物平台严格自律，多方协同共治，共同塑造公平合理、良性竞争的市场营商环境。

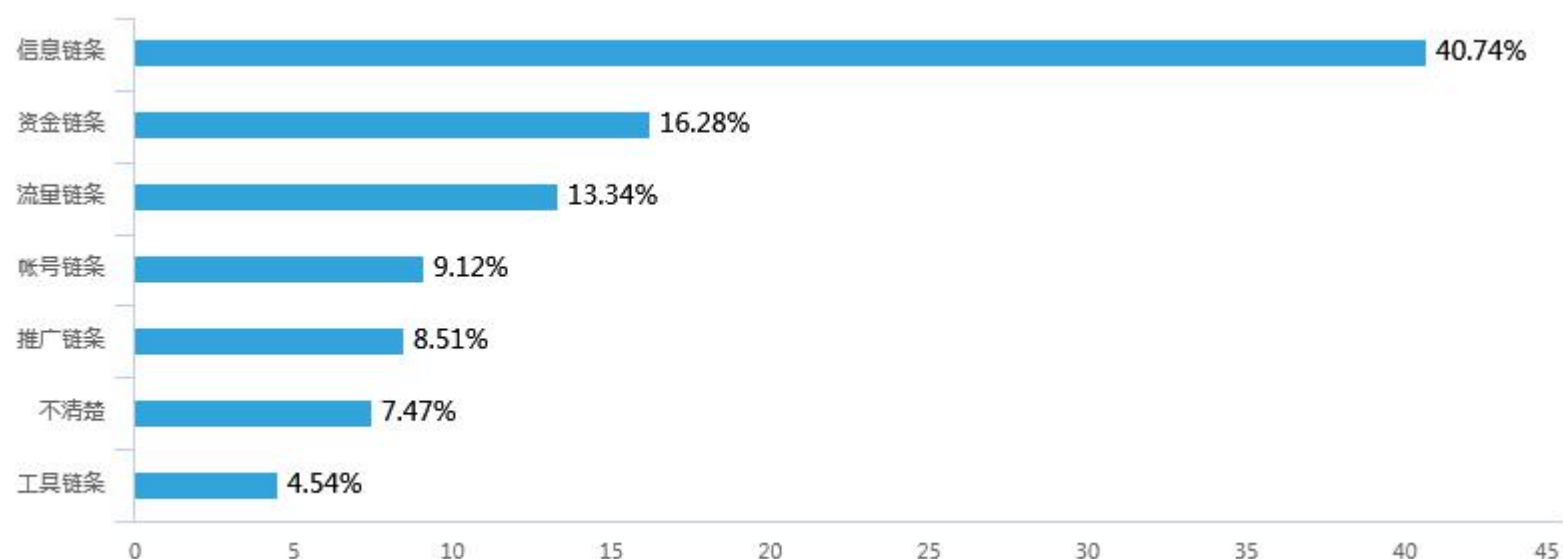
（二）聚焦网络灰黑产业，精准打击有关违法犯罪行为

有数据显示，中国的互联网络犯罪已占到全部犯罪的 30%，且还在以每年 30% 的速度增长。网络购物领域的账号买卖、刷单交易等各种类型的网络黑灰产正变得越来越专业化、集团化、产业化，且分工精细、人员构成复杂。基于庞大的网络黑灰产产业，一些不法分子从中不断寻觅合适的工具，实施诸如电信诈骗、盗窃支付账户等违法犯罪行为，严重扰乱了市场经济的公平竞争环境和经营秩序，破坏营商环境，影响数字经济的健康发展。

对此，有必要就危害网络购物的灰黑产业链条上的各类行为进行关联分析，特别是要对看似情节轻微但实则危害后果严重的协助刷单、批量账号注册、账号交易的平台进行精准打击，切断黑灰产业的信息链条。

¹ 面向网络服务提供者网络安全相关工作的从业人员

表 10：您²认为整治网络黑灰产业链条，从下列哪些链条入手最关键？(单选)



（三）加大社会共治创新，激励市场主体发挥更大作用

调查结果表明，电商平台在解决假货等问题上发挥了积极的作用，也取得了公众的信任。但是当前的网络购物早已超越了电商平台的边界，随着技术的创新和小程序、社交电商、新零售等新商业模式的演进，软件开发者、社交平台、线下零售商等主体也纳入了网络购物相关服务提供方的序列。对于这些处于萌发期的新现象、新问题，法律很难做到稳妥地创设规则予以规制。对此，应当在保证法律的权威，确保网络购物秩序规范力度、违法犯罪行为打击强度的同时，坚持包容审慎和风险管理理念，保持对互联网新技术新业态的监管柔度，充分利用科技发展红利推进数据治理，允许市场主体遵循用市场化的方式，以平台自治为基础，创新商业关系、创设服务规则及灵活解决矛盾。

近年来，随着全国“放管服”改革不断向纵深发展，简政放权、放管结合、优化服务协同推进，党和政府聚焦市场主体和人民群众的痛点难点，持续激发市场活力、调动人的积极性和社会创造力，大力优化营商环境，网络购物安全环境建设已取得了显著的成效。数字经济时代网络购物安全环境的进一步优化，需要在全国继续深化“放管服”改革的基础上，一方面不断完善相应政策和法律法规，让消费者安心购物、让老实人放心经营、让作恶者无隙可乘；另一方面，则是在实现社会共治上要有制度创新，引导市场多元主体参与，激励与约束并重，多种治理方式结合，形成网络社会治理新格局。

² 同上