



2021年全国网民网络安全感 满意度调查专题报告

互联网平台监管与企业自律专题

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

赛迪研究院网络安全研究所

赛迪区块链研究院

2021年12月

本报告数据来源于 2021 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：



**2021 网民网络安全感满意度调查
“互联网平台监管与企业自律” 专题报告**

广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院

赛迪研究院网络安全研究所

赛迪区块链研究院

2021年12月

目 录

一、前言.....	1
二、互联网平台监管与企业自律调查背景.....	3
三、2021年参与调查公众网民的总体情况.....	4
（一）参与调查的公众网民性别分布.....	4
（二）参与调查的公众网民年龄分布.....	4
（三）参与调查的公众网民学历分布.....	5
（四）参与调查的公众网民网龄分布.....	5
（五）参与调查的公众网民职业分布.....	6
（六）参与调查的公众网民地区分布.....	7
（七）参与调查的公众网民常用的网络应用服务.....	7
四、互联网平台亟需加强自律.....	9
（一）网民表示互联网平台不良信息泛滥情况仍然堪忧.....	9
（二）超六成网民认为互联网平台上网络欺凌情况严重.....	9
（三）网民普遍反映遭遇过互联网平台大数据杀熟现象.....	10
（四）互联网平台垄断行为和不规范经营问题仍然存在.....	11
（五）约六成网民认为平台合规自律情况已经有所改善.....	12
五、互联网平台监管现状.....	13
（一）网络营销账号监管取得一定成效得到网民的认可.....	13
（二）自媒体平台对信息发布检查措施的效果基本显现.....	14
（三）超半数网民认为网络谣言的监管措施颇有成效.....	15
（四）多数网民认同政府反垄断治理措施起到改善效果.....	16

(五) 公众网民对互联网平台处理投诉的评价明显好转.....	17
六、互联网平台监管存在的问题.....	18
(一) 在营销账号监管上, 网民指出平台责任不落实、行业自律不足、监管要求不够具体等原因影响了监管效果.....	18
(二) 在平台合规检查上, 网民表示平台检查尺度不清晰、不准确以及监管处罚力度不够是效果不好的主要原因.....	18
(三) 在网络谣言监管上, 网民认为舆情把控能力、权威声音供应以及主渠道作用发挥等方面有待加强.....	19
(四) 在行业领域上, 网民反映网络社交、网络直播、网络游戏等领域存在问题较多.....	20
(五) 在新兴业务上, 网民认为“买菜”类社区团购需进一步监管规范.....	21
七、互联网平台监管与企业自律的对策建议.....	22
(一) 完善监管制度体系, 加大监督检查力度.....	22
(二) 引导网络舆情发展, 提升网民网络素养.....	22
(三) 重视技术监管手段, 防范数据滥用风险.....	22
(四) 引导企业合规自律, 健全投诉监督渠道.....	23

一、前言

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，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，由全国各级网信、公安、工信、市场监管等政府部门的指导和大力支持、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 2021 网民网络安全感满意度调查活动于 2021 年 8 月 3 日启动。本活动持续 10 天，共收回问卷 284.5235 万份，经数据清洗消除无效数据后，有效问卷 264.7339 万份。

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、遏制惩处网络违法犯罪、个人信息保护和数据安全、网络购物权益保护、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、数字鸿沟消除与乡村振兴；从业人员版从网络从业人员的专业技术角度，设置四个专题二级问卷，分别是等级保护实施与企业合规、行业发展与生态建设、新技术应用与网络安全、科技创新与人才培养。其中“互联网平台监管与企业自律”作为二级问卷之一，围绕我国互联网平台监管与企业自律设置十四个问题。

为全面分析我国互联网平台监管与企业自律情况，基于发起单位调查所得的数据，由广东新兴国家网络安全和信息化发展研究院主办，北京网络空间安全协会、赛迪研究院网络安全研究所承办，围绕本专题及聚焦行业趋势，结合分析得出四项调查结论，汇总形成本报告。

2021 年 12 月 6 日至 10 日，2021 年全国网民网络安全感满意度

调查报告发布周在北京面向全社会举办。《2021 年网民网络安全感满意度调查“互联网平台监管与企业自律”专题报告》作为发布周的重要组成部分，不仅反映了现阶段互联网平台监管与企业自律在数据要素化、可视化方向的具体实践，也为网络安全行业发展提供决策思考和可行路径，进而为网络空间建设提供有益参考。

二、互联网平台监管与企业自律调查背景

近年来，数字技术加速渗透、智能终端日益普及，我国互联网平台¹迅速发展，新业态新模式层出不穷，对推动经济高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要发挥了重要作用。但也要看到，在激烈的市场竞争中，互联网平台衍生出平台垄断、不规范经营、不良信息泛滥等诸多问题，损害竞争、创新和消费者利益的行为频发，引发社会各方面的广泛关注。中央经济工作会议对“强化反垄断和防止资本无序扩张”做出进一步要求，提出“要完善平台企业垄断认定、数据收集使用管理、消费者权益保护等方面的法律规范”，强调“要加强规制，提升监管能力”。完善互联网平台监管、规范互联网平台经营活动、促进平台经济健康发展，成为优化数字经济营商环境、激发数字经济发展动能的必然要求。同时，引导企业公平竞争、合规自律，也有助于互联网平台遵守法律法规和商业道德、公序良俗，积极承担主体责任，接受社会各界监督。

因此，为更深入了解公众网民对互联网平台监管和企业自律的态度和意见，由全国 135 家网络安全行业协会及相关社会组织联合发起，调查了全国 237134 名网民对互联网平台监管和企业自律的看法，进而形成互联网平台监管与企业自律专题报告。

¹ 互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。

三、2021 年参与调查公众网民的总体情况

本次调查活动收回的问卷总数为 2845235 份，其中，公众网民版 2531278 份，网络从业人员版 313957 份。经过数据清洗后，有效问卷总数为 2646787 份，其中，公众网民版 2350549 份，网络从业人员版 296238 份。其中，涉及到专题 6 的调查问卷面向对象为公众网民，因此以下基本信息不涉及网络从业人员。

（一）参与调查的公众网民性别分布

在参与调查的公众网民中，男性网民占比 52.54%，女性网民占比 47.46%。与 2020 年相比，此次参与调查的公众网民样本数量增加很多，其中女性网民占比更大，性别比例更为均衡。

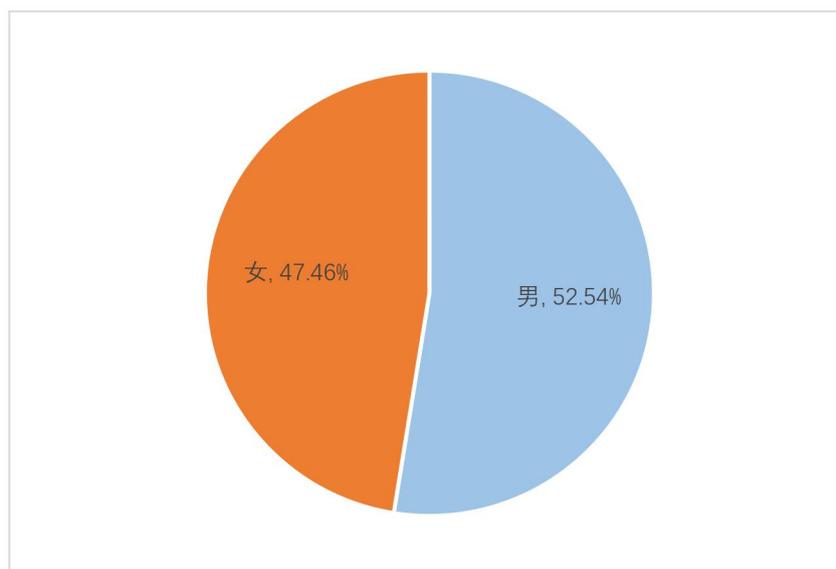


图 2-1 公众网民性别分布图

（二）参与调查的公众网民年龄分布

在参与调查的公众网民中，12 岁以下年龄阶段网民占比 4.4%，12-18 岁年龄阶段网民占比 18.22%，19-24 岁年龄阶段网民占比 24.11%，25-30 岁年龄阶段网民占比 16.04%，31-45 岁年龄阶段网民占比 29.19%，46-60 岁年龄阶段网民占比 7.66%，60 岁以上年龄阶段网民占比 0.38%。公众网民年龄以中青年为主，45 岁以下网民占比超九成，其中 30 岁以下年轻人占比超 60%。与 2020 年相比，大学生及中老年网民比重降低，中小网民网民比重上升。

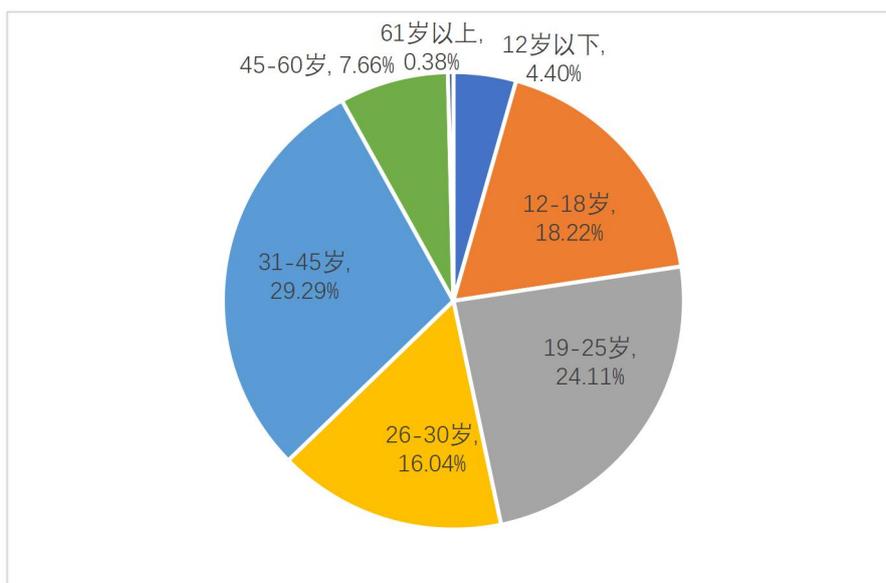


图 2-2 公众网民年龄分布图

(三) 参与调查的公众网民学历分布

在参与调查的公众网民中，初中及以下学历网民占比 22.08%，高中学历网民占比 13.75%，中专学历网民占比 9.10%，大专学历网民占比 22.67%，本科学历网民占比 28.11%，硕士学历网民占比 3.51%，博士学历网民占比 0.78%。大专及以上学历网民占比 55.07%，超过参与调查的公众网民数量的一半。

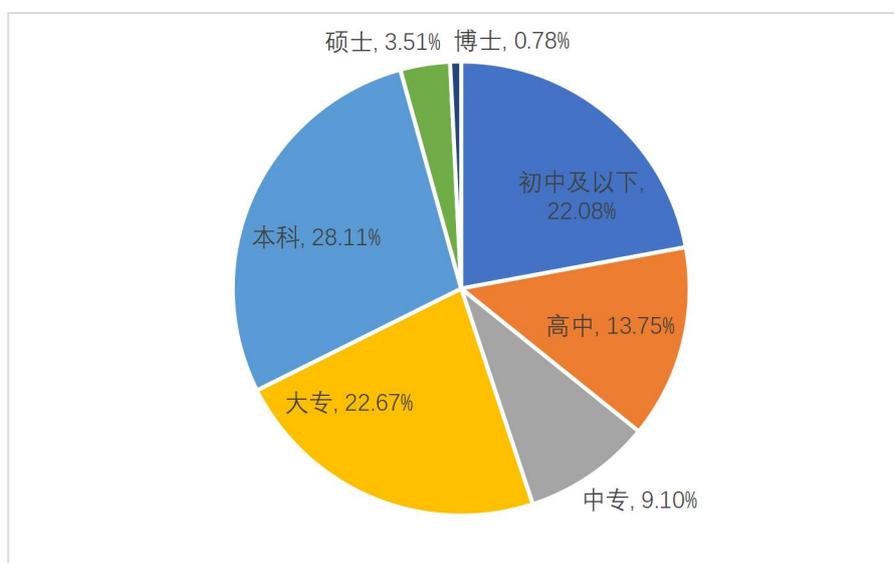


图 2-3 公众网民学历分布图

(四) 参与调查的公众网民网龄分布

在参与调查的公众网民中，网龄 1-3 年的网民占 16.54%，网龄 4-6 年的网民占 22.52%，网龄 7-9 年的网民占 14.11%，网龄 10-12 年的网民占 20.76%，网龄 13-15 年的网民占 11.61%，网龄 16-20 年的网民占 11.44%，网龄 21-30 年的

网民占 3.01%。

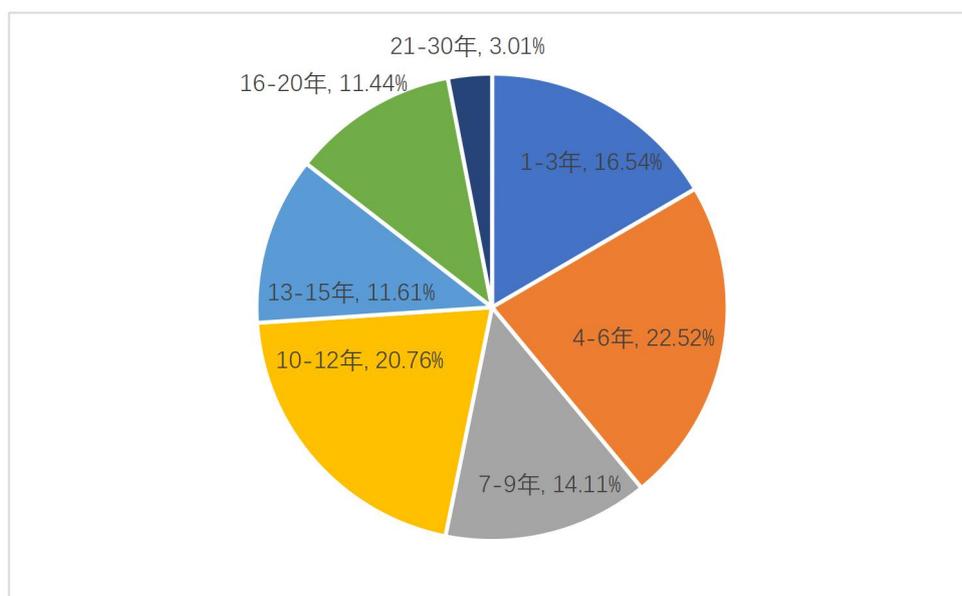


图 2-4 公众网民网龄分布图

(五) 参与调查的公众网民职业分布

在参与调查的公众网民中，在校学生占 35.21%，党政机关事业单位领导干部占比 1.51%，党政机关事业单位一般人员占比 7.38%，企业/公司管理人员占比 5.12%，企业/公司一般人员占比 16.98%，专业技术人员占比 8.48%，商业/服务业人员占比 4.09%，农林牧渔业劳动人员占比 0.96%，生产制造运输及相关人员占比 2.53%，自由职业者占比 7.47%，无业/下岗/失业人员占比 1.59%，其他人员占比 8.68%，其中在校学生的数量占比最高。

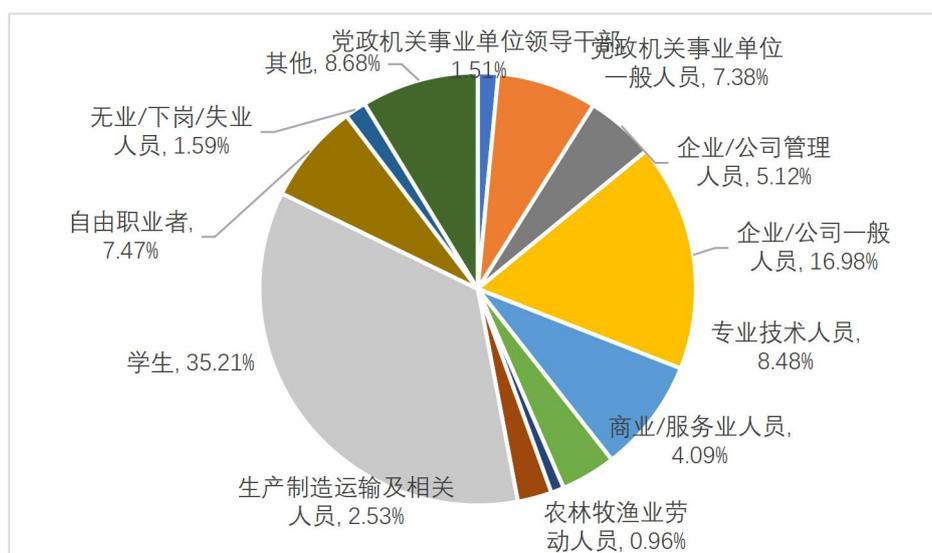


图 2-5 公众网民职业分布图

（六）参与调查的公众网民地区分布

参与调查的公众网民来自全国各省、自治区、直辖市和港澳台地区，涉及人群覆盖面广。过去6个月内常住地为广东、河南、江苏、广西、黑龙江、北京、湖南、河北、浙江、安徽的样本数据较多，排列前10位，特别是广东、河南和江苏三个省份参与调查的公众网民占比最高，其他地方参与调查的公众网民占比相对较少。

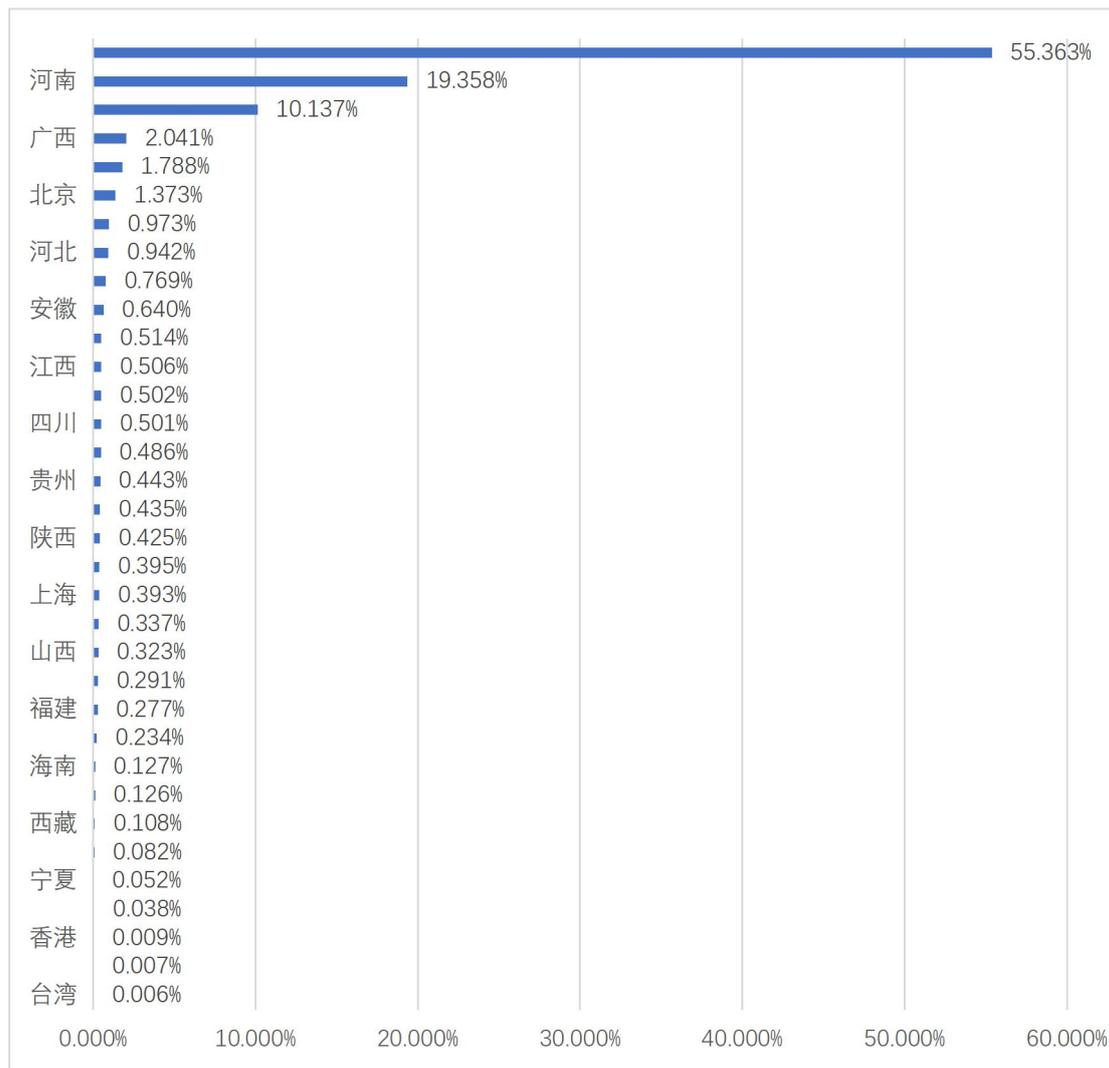


图 2-6 公众网民地区分布图

（七）参与调查的公众网民常用的网络应用服务

在参与调查的公众网民中，经常使用社交应用（即时通讯、博客、短视频等）的网民占 72.77%，经常使用网络媒体（新闻资讯、网上阅读、视频直播等）的网民占 58.12%，经常使用电子商务（网络购物、网上支付、网上银行等）的网民占 50.12%，经常使用数字娱乐（网络游戏、网络音乐、网络视频等）的网民占

55.63%，经常使用生活服务（搜索引擎、出行、导航、网约车、外卖、旅游预定、美图等）的网民占 41.92%，经常使用教育培训（在线教育、网上作业、网上考试）的网民占 29.57%，经常使用健康医疗（运动、医疗、卫生等）的网民占 24.09%，经常使用办公业务（远程办公、网上会议、线上打卡、招聘等）的网民占 23.53%，经常使用电子政务（公共服务、办证、缴费等）的网民占 21.90%，使用其他服务的网民占 9.10%。

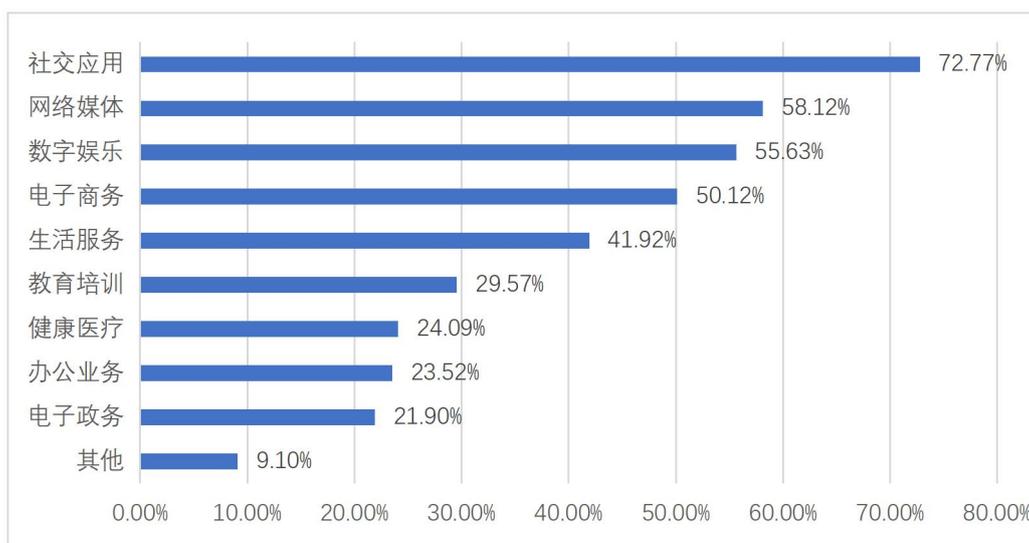


图 2-7 公众网民常用的网络应用服务选择率

四、互联网平台亟需加强自律

（一）网民表示互联网平台不良信息泛滥情况仍然堪忧

根据对公众网民遇到的不良信息泛滥情况的统计结果，现阶段我国网民在使用社交网络平台、自媒体平台、短视频平台、网络群组中接触到的不良信息分别是：传播色情、暴力、赌博占比 56.52%，低俗、恶意炒作、违反公序良俗的言论占比 55.03%，侮辱或毁谤他人或侵犯他人隐私占比 54.43%，散布谣言、扰乱社会公共秩序占比 52.40%，网络诈骗占比 41.43%，危害国家安全（政治煽动、恐怖主义）占比 37.96%，网络盗版侵权占比 37.37%，个人信息非法买卖占比 36.05%，宣传邪教和封建迷信占比 31.93%。其中传播色情、暴力、赌博，低俗、恶意炒作、违反公序良俗的言论，以及侮辱或毁谤他人或侵犯他人隐私成为网络不良信息泛滥的三大主要问题。

和 2020 年相比，不良信息接触率均有一定幅度的下降，除了网络诈骗的接触率下降了 7.58% 外，其他各类不良信息的接触率均下降 12% 以上。在各类不良信息泛滥程度的排名上，黄赌毒上升了 3 位到第一位，网络诈骗信息上升了 2 位到第五位，其他类别信息排位基本不变。调查数据显示，公众网民对不良信息的接触率有所下降，但不良信息泛滥情况仍然堪忧。

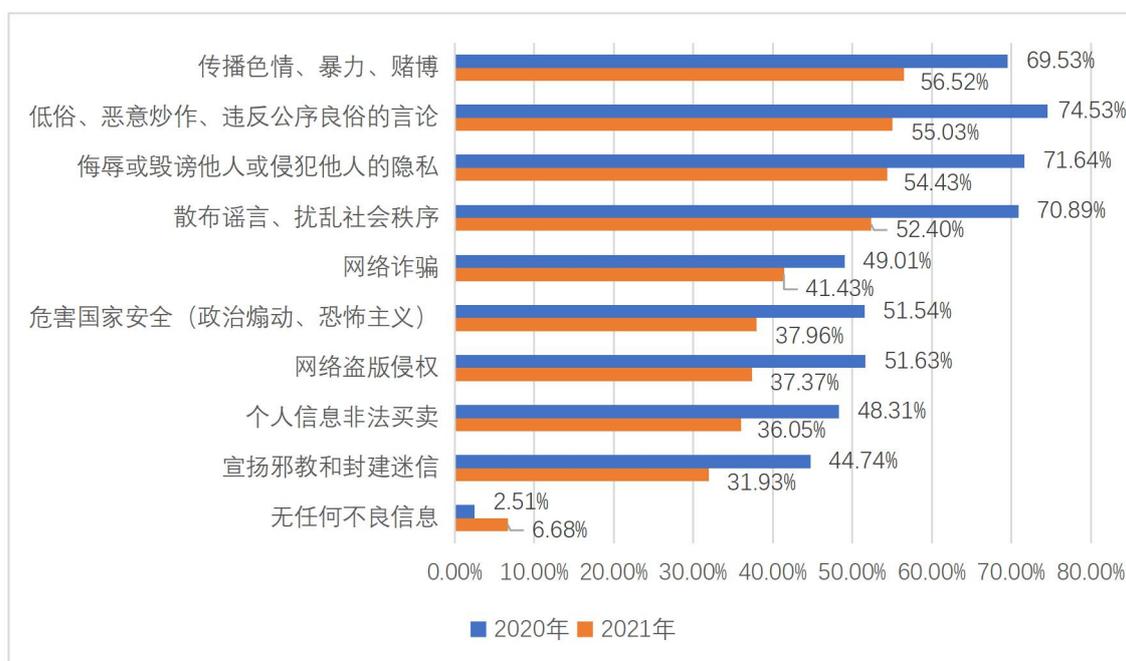


图 3-1 公众网民对互联网平台不良信息泛滥情况的看法

（二）超六成网民认为互联网平台上网络欺凌情况严重

根据公众网民对目前社交网络、自媒体平台、短视频平台存在恶俗网红、喷子黑粉横行、网络欺凌情况泛滥程度的评价的统计结果，结果显示，27.83%的网民认为网络欺凌情况非常严重，35.09%的网民认为网络欺凌情况比较严重，25.78%的网民认为一般，6.74%的网民认为网络欺凌情况比较少，4.56%的网民认为没有见过网络欺凌情况。

和2020年相比，认为网络欺凌情况非常严重的网民占比减少了24.97%，认为比较严重的网民占比略有上升，认为网络欺凌情况少（比较少+没有见过）的占比增加了6.23%。总体上看，公众网民认为网络欺凌现象相较过去有所好转，但仍有超六成网民认为网络环境中存在着严重的网络欺凌现象，亟需得到进一步治理。

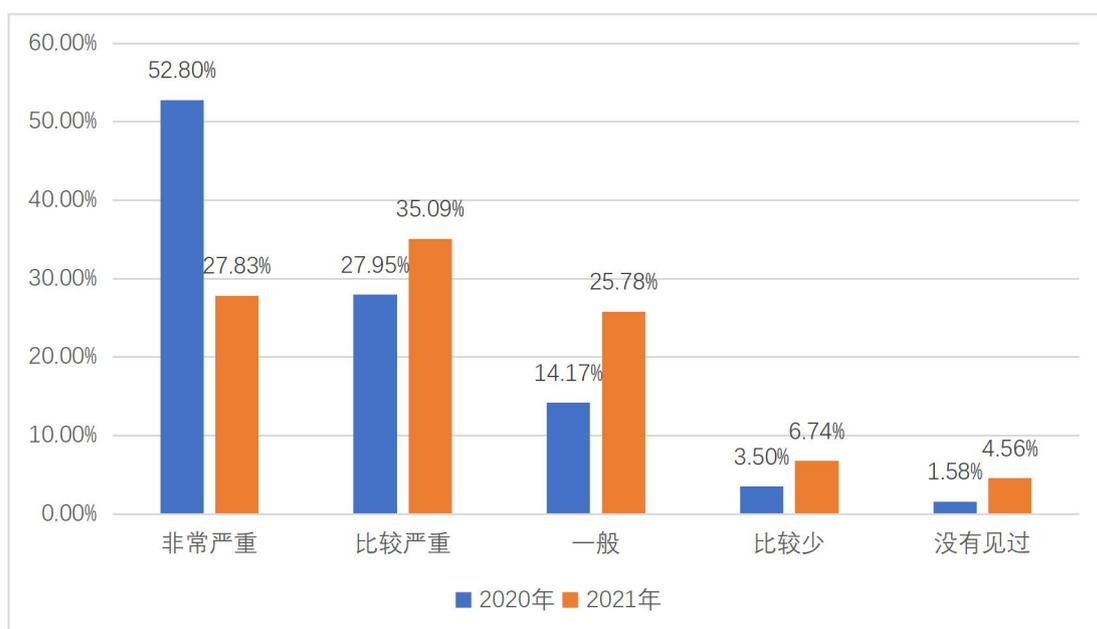


图 3-2 公众网民对网络欺凌情况程度的评价

（三）网民普遍反映遭遇过互联网平台大数据杀熟现象

随着互联网行业的蓬勃发展，互联网平台垄断及不规范经营问题逐渐引发社会关注。大型互联网平台依靠其垄断地位和信息不对称，对用户实行价格歧视，即“大数据杀熟”。根据公众网民对互联网平台大数据杀熟或区别对待状况的评价的统计结果，18.17%的网民表示“几乎每个都出现”，30.11%的网民表示“比较普遍，感觉频率较多”，28.44%的网民表示“一般，有一定比例”，9.88%的网民表示“出现频率比较少”，13.40%的网民表示“几乎没有遇到”。结果表明，网民普遍反映遭遇过互联网平台大数据杀熟现象，超过四分之三（76.72%）的网

民认为大数据杀熟情况很多或有一定比例。

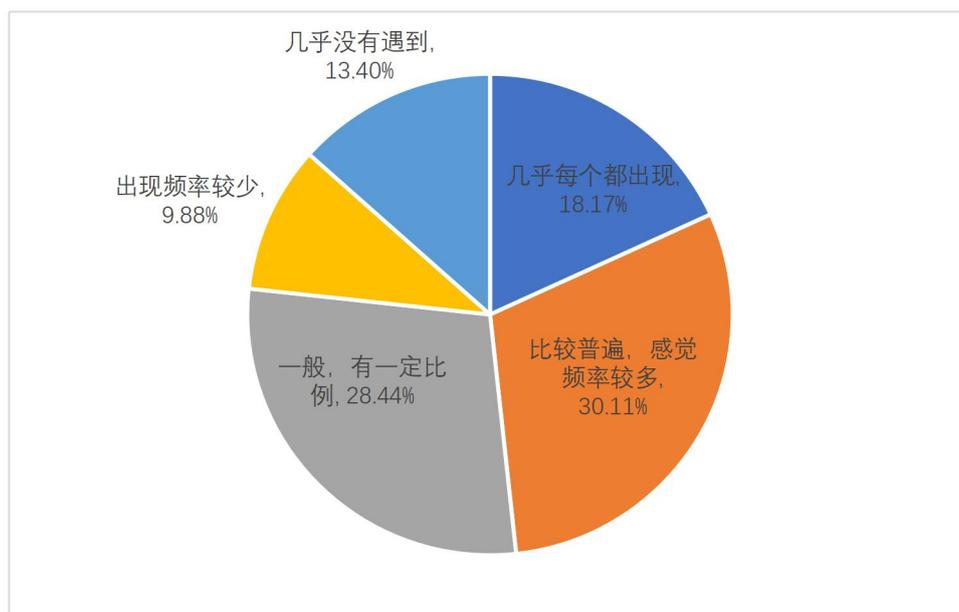


图 3-3 公众网民对大数据杀熟现象频率的评价

（四）互联网平台垄断行为和不规范经营问题仍然存在

根据公众网民对互联网平台存在的垄断行为和不规范经营问题的反馈的统计结果，66.74%的网民认为存在过度索取个人信息、谋取私利的行为，65.18%的网民认为存在频繁弹窗广告、强制跳转、强行推销的行为，57.42%的网民认为存在霸王条款、强制二选一等市场垄断行为，52.15%的网民认为存在大数据杀熟、价格歧视的现象，46.33%的网民认为存在平台收费高、压制小商户和配套服务的从业人员的行为，46.03%的网民认为存在平台监管不力、对消费者保护不足的现象，45.82%的网民认为存在投诉处理慢、流程复杂的问题，3.47%的网民认为还存在其他不规范经营行为。总体来看，当前互联网平台垄断行为和不规范经营问题仍然存在，形式多样且较为严重。

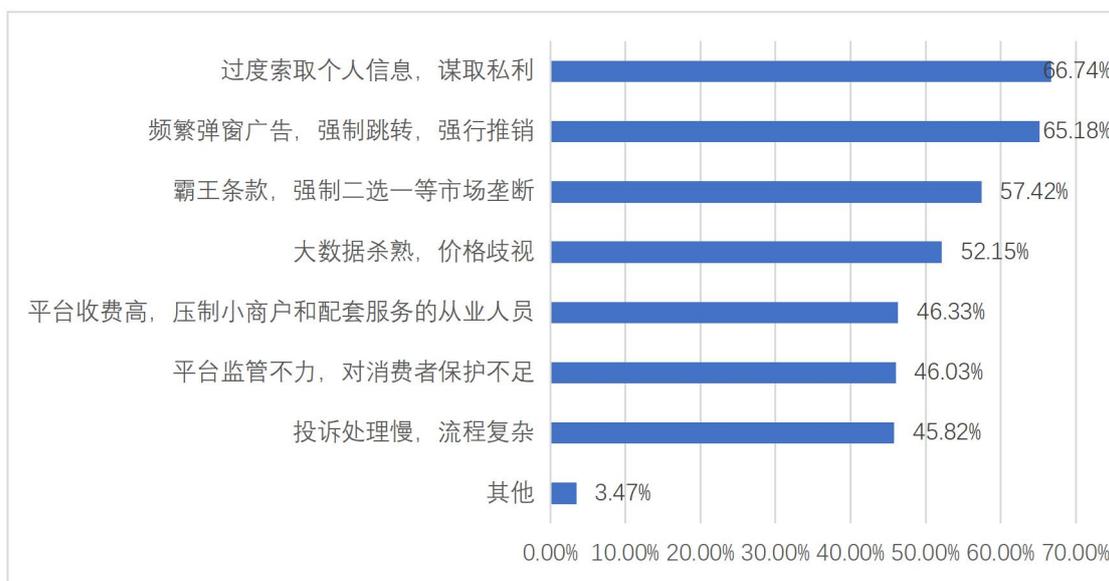


图 3-4 公众网民对垄断行为和不规范经营问题的看法

（五）约六成网民认为平台合规自律情况已经有所改善

根据公众网民对互联网企业在合规自律方面变化的评价的统计结果, 14.17%的网民认为明显改善, 46.60%的网民认为有点改善, 29.69%的网民认为没有变化, 5.11%的网民认为有点变差, 4.44%的网民认为明显变差。总体来看, 约有六成网民认为互联网平台合规自律情况有所改善, 约有一成网民认为互联网平台合规自律情况有所恶化。

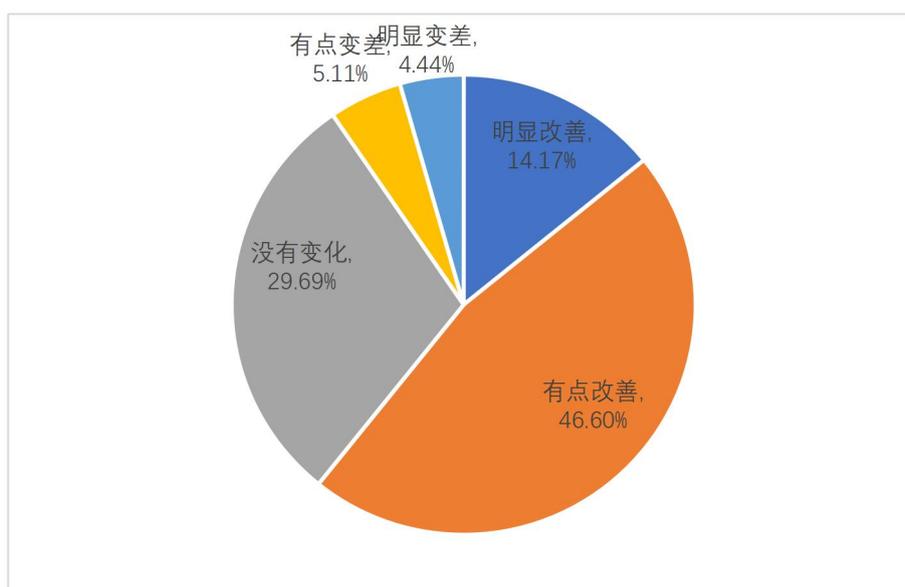


图 3-5 公众网民对互联网企业合规自律变化的评价

五、互联网平台监管现状

（一）网络营销账号监管取得一定成效得到网民的认可

为维护互联网行业秩序、保护网民合法权益，2021 年国家有关部门对互联网平台采取了一系列专项治理行动。5 月，国家互联网信息办公室部署开展 2021 年“清朗”系列专项行动，重拳整治网络违法违规问题，在全网开展“大扫除”，清理有害信息、打击网络暴力，处置职业黑粉、恶意营销的群组账号和纵容乱象的网站平台，强化信息推送的源头把控和导向管理。7 月，工业和信息化部在前期 APP 专项整治的基础上，决定开展为期半年的互联网行业专项整治行动，主要聚焦扰乱市场秩序、侵害用户权益、威胁数据安全、违反资源和资质管理规定等问题。10 月，国家互联网信息办公室召开“清朗·互联网用户账号运营乱象专项整治行动”全国视频工作会议，要求专项整治行动要强化统筹协调，通过进一步加强账号注册、使用和管理全流程动态监管，督促网站平台严格落实主体责任，引导账号主体规范账号运营行为，营造清朗网络空间。

根据公众网民对互联网平台网络营销账号监管和引导的效果的评价的统计结果，10.23%的网民认为监管效果非常有效，27.66%的网民认为监管效果比较有效，38.52%的网民认为监管效果一般，14.97%的网民认为监管效果不大，8.61%的网民认为监管基本无效。数据显示，公众网民认为网络营销账号监管效果非常有效或比较有效的占比 37.89%，认为监管效果不大或基本无效的占比 23.59%，总体上公众网民认为政府对网络营销账号监管和引导的效果小有成效。

和 2020 年相比，认为监管效果不大或基本无效的评价大幅度减少，降低了 33.68%，认为监管效果非常有效或比较有效的正面评价上升了 19.5%，认为效果一般的中间评价也上升了 14.18%。可以看出，公众网民对政府的监管成效评价从偏负面转为一般和偏正面，说明这一年时间政府对网络营销账号的监管取得一定成效，并得到网民的认可。

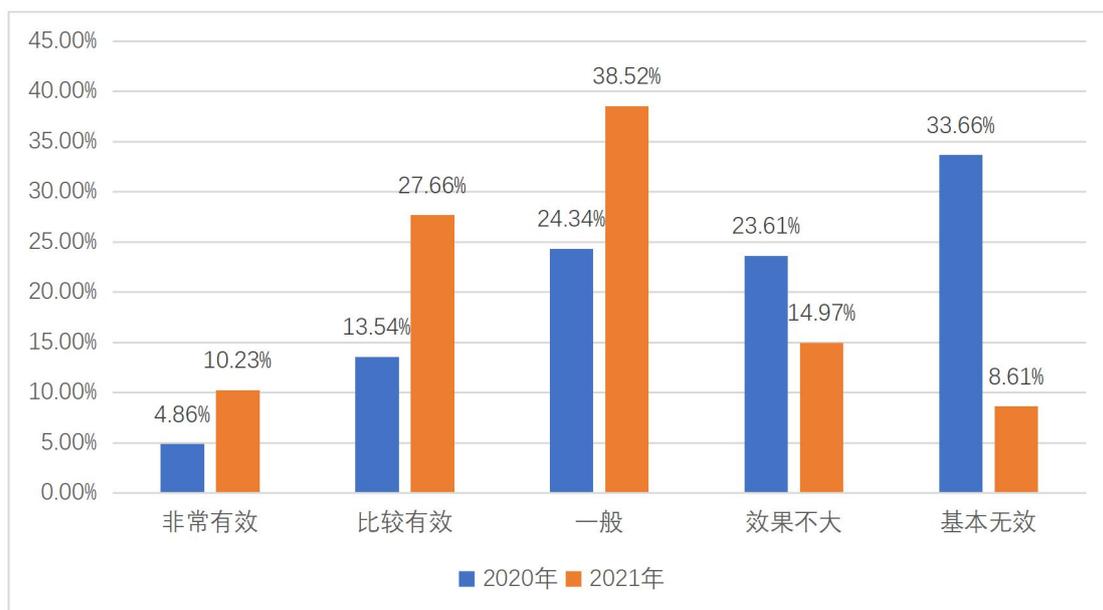


图 4-1 网民对网络营销账号监管效果的评价

(二) 自媒体平台对信息发布检查措施的效果基本显现

根据公众网民对自媒体平台（微博、公众号、博客、贴吧等）信息或视频发布的合规检查措施的效果的评价的统计结果，10.54%的网民认为监管效果非常有效，29.27%的网民认为监管效果比较有效，39.01%的网民认为监管效果一般，13.40%的网民认为监管效果不大，7.78%的网民认为监管基本无效。数据显示，公众网民认为自媒体平台对信息发布检查措施效果非常有效或比较有效的占比39.81%，认为监管效果不大或基本无效的占比21.18%，总体上公众网民认为自媒体平台（微博、公众号、博客、贴吧等）对信息或视频发布的合规检查措施取得了一定成效。

和2020年相比，认为监管效果不大或基本无效的评价大幅度减少，降低了27.12%，认为监管效果非常有效或比较有效的正面评价上升了17.85%，认为效果一般的中间评价也上升了9.26%。可以看出，公众网民对自媒体平台的信息发布检查措施效果的评价由原来的偏向负面转为些许偏向正面，说明自媒体平台对信息或视频发布的检查措施落实效果有较大改善。

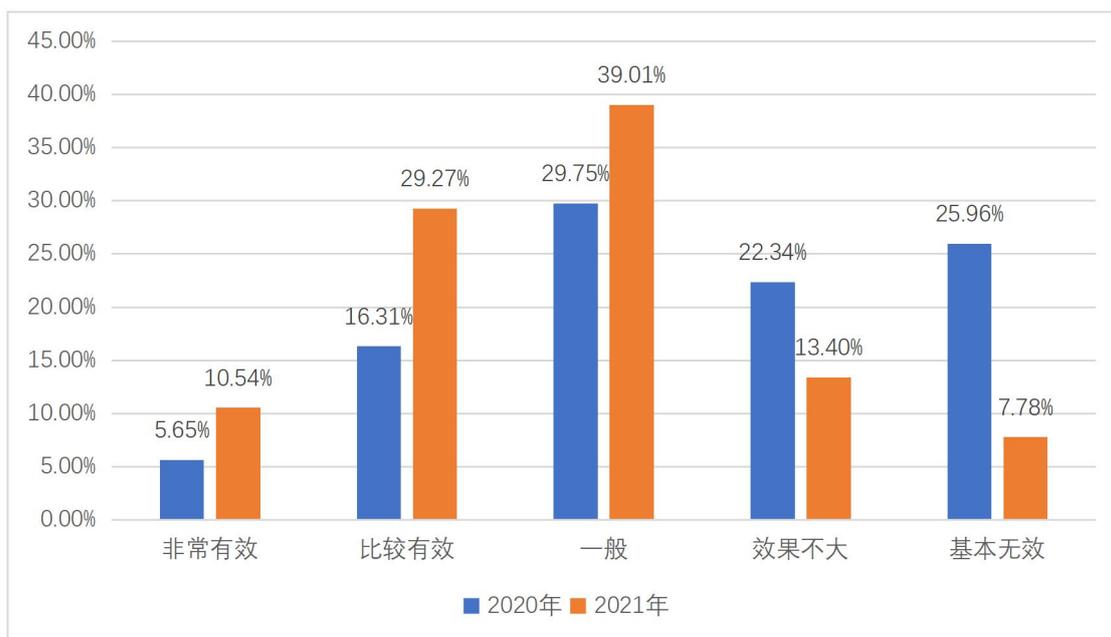


图 4-2 公众网民对自媒体平台信息发布检查措施效果的评价

(三) 超半数网民认为网络谣言的监管措施颇有成效

根据公众网民对网络谣言的监管或辟谣措施效果的评价的统计结果，13.52%的网民认为网络谣言的监管或辟谣措施非常有效，37.64%的网民认为措施比较有效，35.77%的网民认为效果一般，8.84%的网民认为效果不大，4.23%的网民认为基本无效。数据显示，超过一半的公众网民认为网络谣言的监管或辟谣措施比较有效或非常有效，说明大部分公众网民对网络谣言的监管和辟谣措施的效果持肯定态度。

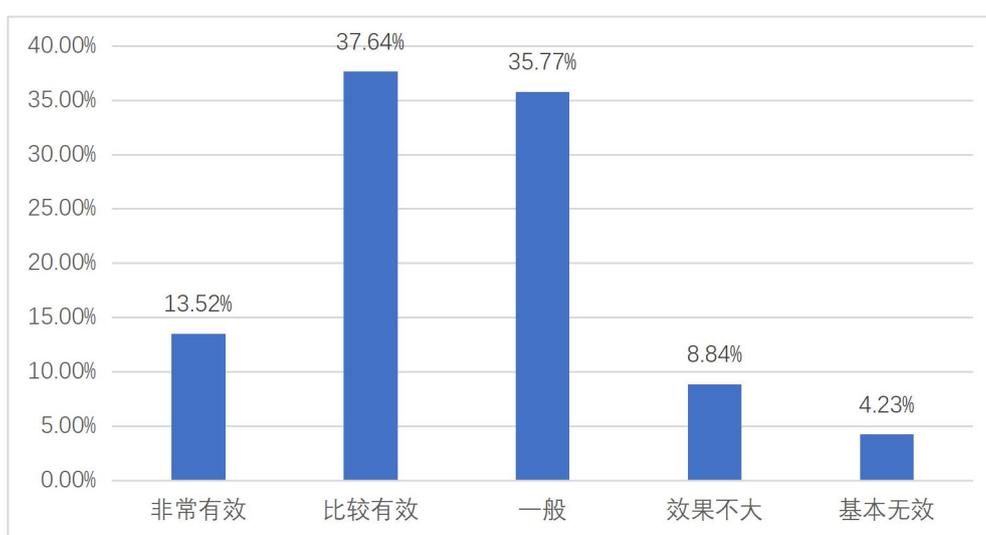


图 4-3 公众网民对网络谣言的监管或辟谣措施效果的评价

（四）多数网民认同政府反垄断治理措施起到改善效果

2021年2月，国务院反垄断委员会发布《关于平台经济领域的反垄断指南》中指出平台“二选一”、大数据杀熟、低价倾销成为重点监管领域，明确了对平台经济领域开展反垄断监管要坚持营造公平竞争秩序、加强科学有效监管、激发创新创造活力、促进行业健康发展和维护各方合法利益的原则。2021年4月，国家市场监督管理总局、中央网信办、国家税务总局联合召开互联网平台企业行政指导会，会议要求各平台企业在1个月内全面自检自查，逐项彻底整改，并向社会公开《依法合规经营承诺》，接受社会监督。市场监管部门将组织对平台整改情况进行跟踪检查，整改期后再发现有平台企业强迫实施“二选一”等违法行为，一律依法从重从严处罚。随后，国家市场监督管理总局先后对阿里巴巴、美团等企业开具滥用市场支配地位行为的行政处罚决定书，我国互联网行业真正进入强化反垄断的法治阶段。

根据公众网民对政府部门反垄断治理措施效果的评价的统计结果，16.09%的网民认为当前互联网行业垄断行为明显改善，53.57%的网民认为当前互联网行业垄断行为有点改善，23.49%的网民认为当前互联网行业垄断行为没有变化，4.12%的网民认为当前互联网行业垄断行为有点恶化，2.72%的网民认为当前互联网行业垄断行为明显恶化。约七成网民认为，政府部门对互联网行业反垄断的治理措施起到改善效果。

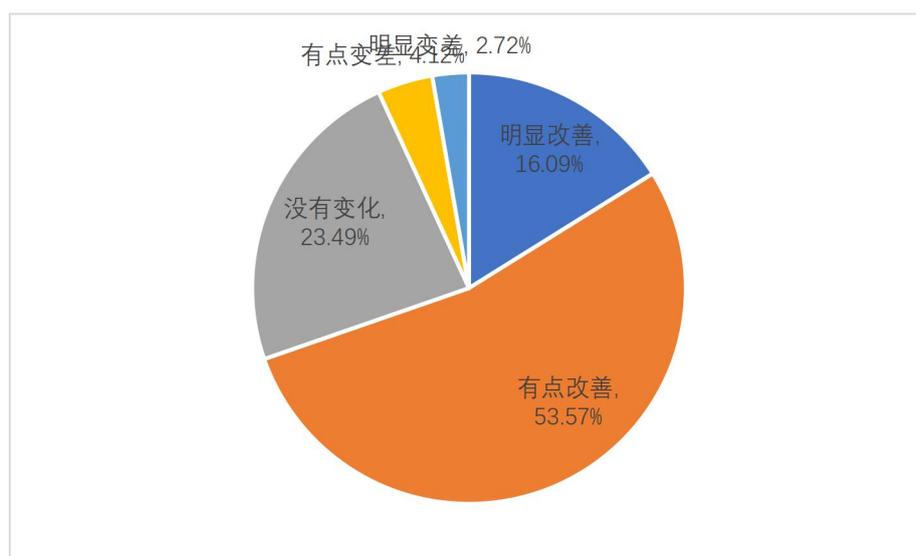


图 4-4 公众网民对反垄断治理措施的评价

（五）公众网民对互联网平台处理投诉的评价明显好转

面对种种不规范经营行为，消费者有权向平台投诉以维护自身权益，但网民对互联网平台处理投诉的结果反映好坏参半。根据公众网民对互联网平台投诉情况的评价的统计结果，20.95%的网民认为“投诉处理周期长，结果不满意”，18.87%的网民认为“投诉处理周期短，结果满意”，12.94%的网民认为“投诉处理周期长，结果满意”，12.40%的网民认为“投诉处理周期短，结果不满意”，34.84%的网民表示“没有投诉过，不评价”。结果显示，对互联网平台处理投诉结果感到不满意的比例（33.35%）比感到满意的比例（31.81%）略高，认为处理时间较长的比例（33.89%）比认为处理时间较短的比例（31.27%）也略高。因此公众网民对互联网平台处理投诉的评价好坏参半。

和2020年相比，网民对互联网平台处理投诉的评价已有显著改善。2020年网民对互联网平台处理投诉结果感到不满意的比例（51.94%）约为感到满意的比例（17.59%）的三倍，认为处理时间较长的比例（45.46%）约为认为处理时间较短的比例（24.07%）的两倍。说明互联网平台投诉处理的成效评价有明显好转。

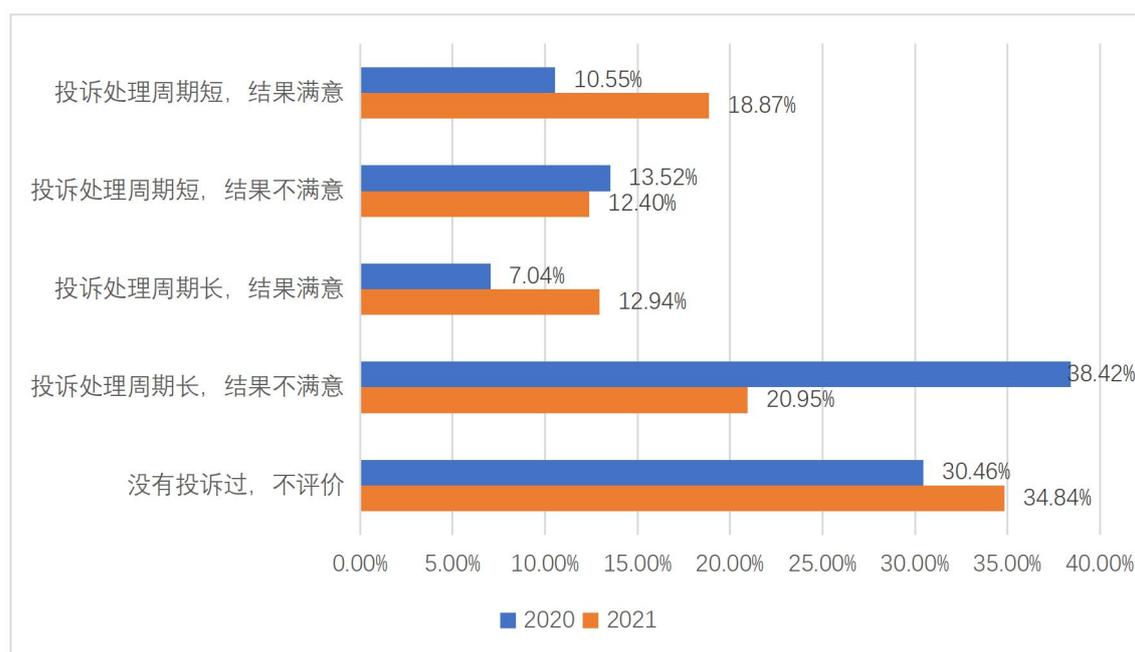


图 4-5 公众网民对互联网平台处理投诉的评价

六、互联网平台监管存在的问题

（一）在营销账号监管上，网民指出平台责任不落实、行业自律不足、监管要求不够具体等原因影响了监管效果

针对网络营销账号监管和引导的效果不好的原因的统计，60.54%的网民认为平台责任不落实，53.55%的网民认为行业自律不足，52.23%的网民认为监管要求不够具体、操作性不强，49.53%的网民没有什么监管措施，43.85%的网民认为监管方式手段落后，39.97%的网民认为执行上存在简单化、一刀切的行为，39.13%的网民认为从业人员素质需要提高，10.25%的网民认为政府管得太多、不需要引导、需要交给市场，4.37%的网民认为还存在其他原因。总体来看，公众网民认为影响互联网平台监管效果的主要原因是平台责任不落实、行业自律不足和监管要求不够具体、可操作性不够强。

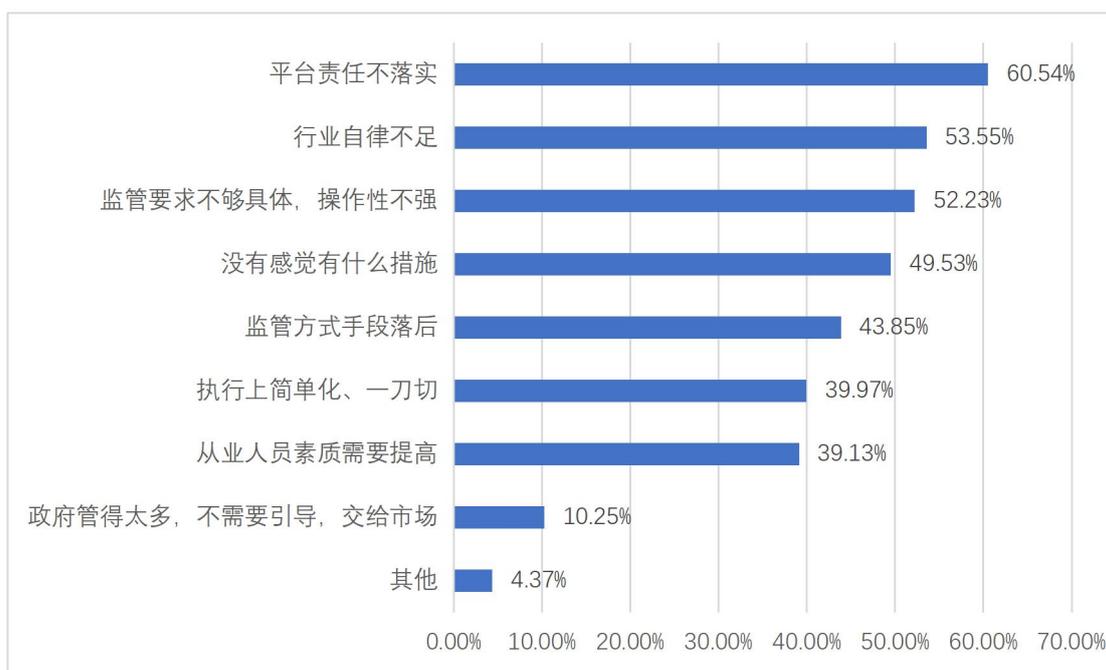


图 5-1 公众网民对网络营销账号监管不足的看法

（二）在平台合规检查上，网民表示平台检查尺度不清晰、不准确以及监管处罚力度不够是效果不好的主要原因

针对自媒体平台（微博、公众号、博客、贴吧等）对网民发布的信息或视频的合规检查措施效果不好的原因统计，54.12%的网民认为监查尺度不清晰，49.98%的网民认为检查尺度不准确，42.05%的网民认为监管处罚力度不够，40.33%的网民认为平台责任不落实，40.15%的网民认为检查过于宽松，38.00%

的网民认为执行上存在简单化、一刀切的行为,34.15%的网民认为检查反应太慢,24.91%的网民认为检查手段不够成熟,22.38%的网民认为把关人员水平低,9.27%网民认为检查过于严格,还有4.37%的网民认为还存在其他原因。其中平台检查尺度不清晰、不准确以及监管处罚力度不够是平台合规检查措施效果不好的主要原因。

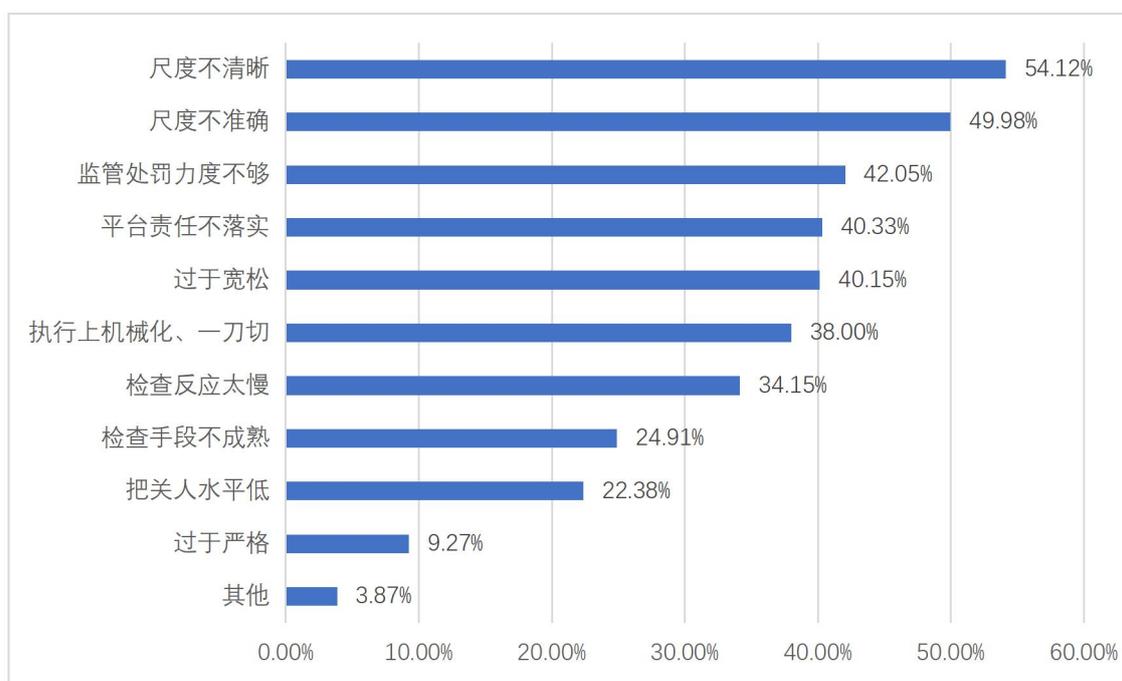


图 5-2 公众网民对自媒体平台合规检查措施不足的看法

（三）在网络谣言监管上，网民认为舆情把控能力、权威声音供应以及主渠道作用发挥等方面有待加强

针对互联网平台对网络谣言的监管或辟谣措施没有达到效果的原因的统计,48.07%的网民认为有关部门对舆情把控能力不足,47.72%的网民认为权威信息供应不足、主管部门、专家权威声音弱或缺位,44.55%的网民认为官方及其授权媒体辟谣主渠道作用发挥不足,40.56%的网民认为响应太慢,40.54%的网民认为公众知情权和个人隐私权的保护需要落实与平衡,37.56%的网民认为网络谣言的识别、过滤、提醒、溯源等技术需要提升,31.45%的网民认为源头监管不落实,30.95%的网民认为监管处罚力度不够,27.65%的网民认为传播渠道责任不落实,3.98%的网民认为还存在其他原因。其中舆情把控能力不足、权威声音供应不足以及主渠道作用发挥不足是互联网平台对网络谣言的监管或辟谣措施没有达到效果的主要原因。

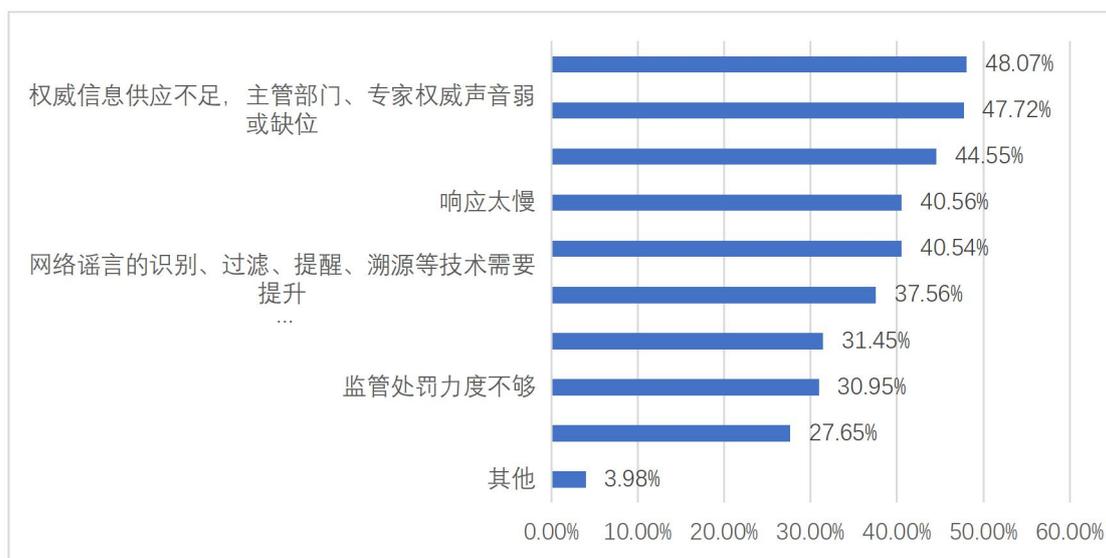


图 5-3 公众网民对网络谣言的监管或辟谣措施不足的看法

（四）在行业领域上，网民反映网络社交、网络直播、网络游戏等领域存在问题较多

通过公众网民对存在较多问题的互联网应用领域的反馈的统计结果，68.18%的网民认为网络社交平台存在较多问题，65.46%的网民认为网络直播平台存在较多问题，59.90%的网民认为网络游戏平台存在较多问题，46.10%的网民认为网络支付平台存在较多问题，36.82%的网民认为打车出行平台存在较多问题，24.04%的网民认为网络音乐平台存在较多问题，4.41%的网民认为其他网络行业平台存在较多问题。总体而言，在行业领域监管效果上，网民普遍反映网络社交、网络直播和网络游戏是存在问题较多的三大领域。

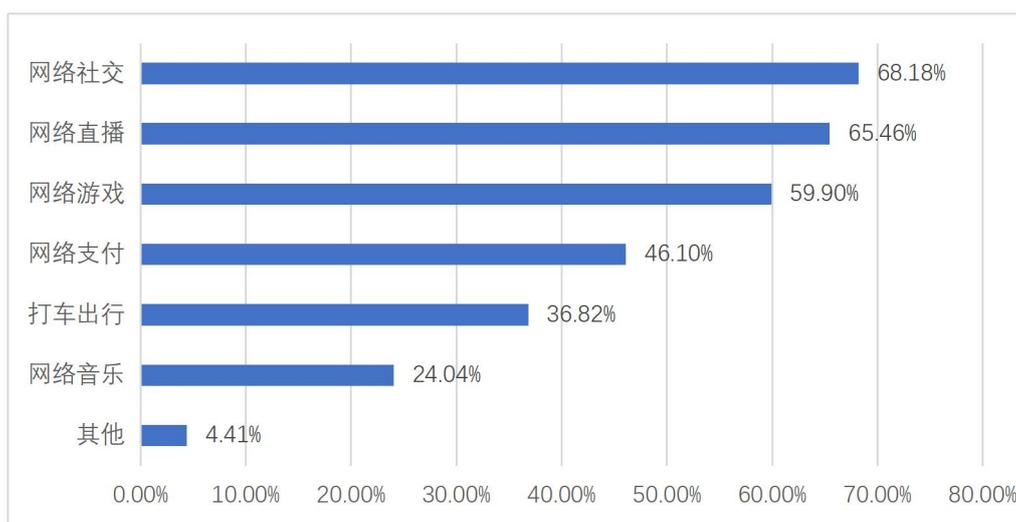


图 5-4 公众网民对存在较多问题的行业领域的看法

（五）在新兴业务上，网民认为“买菜”类社区团购需进一步监管规范

“买菜”类社区团购业务是一种依托社区和团长社交关系实现生鲜商品流通的新零售模式，但在发展过程中也存在着一些不规范经营行为，部分社区团购企业利用资金优势大量开展价格补贴、低于成本价销售商品，挤压小摊主、小商贩等群体的就业空间，引发社会关注。根据公众网民对“买菜”类社区团购的看法的统计结果，以下几个方面需进一步监管规范。“监管经营行为：严防伪劣产品打着“优选”的旗号进行倾销”占比 73.03%，“加强服务监督：减少缺斤少两、缺货漏货、配送出错等问题”占比 67.36%，“供应链监管：肉质类生鲜需要落实源头品控和后续的冷链条件，给出一定门槛”占比 66.62%，“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”占比 58.85%，“现在措施已经足够，不需要增加监管”占比 6.14%，“其他方面需进一步监管规范”占比 3.57%。结果表明，大部分公众网民认为应该在经营行为、服务监督、供应链和售后等方面加强对社区团购应用的规范和监管。

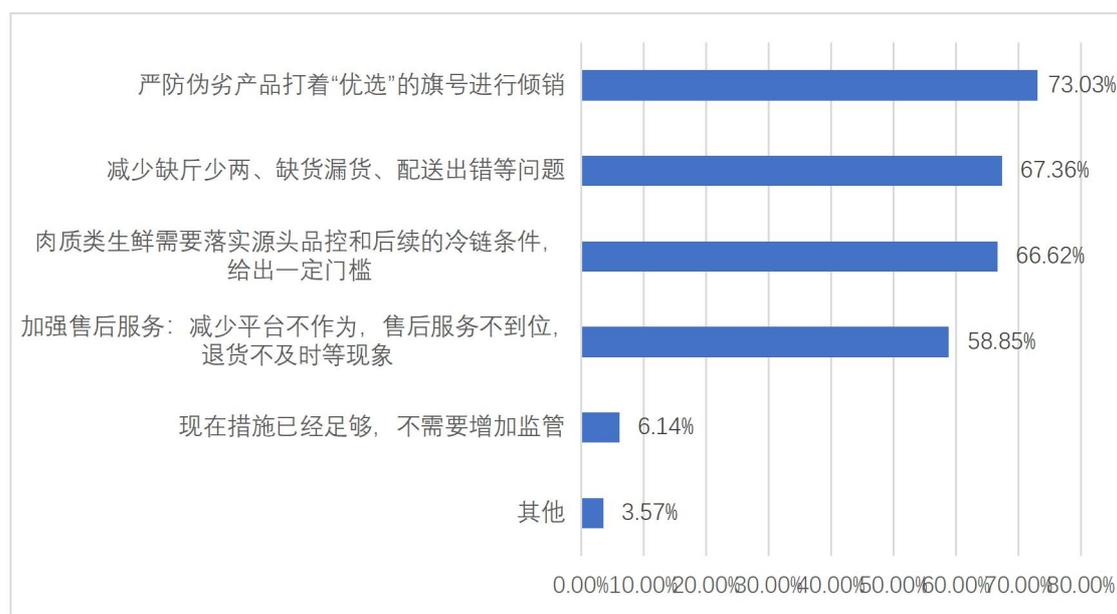


图 5-5 公众网民对“买菜”类社区团购需监管规范之处的看法

七、互联网平台监管与企业自律的对策建议

（一）完善监管制度体系，加大监督检查力度

一是完善平台经济监管制度体系。加快推动《反垄断法》修订工作，完善配套的实施细则、执行程序 and 处罚规定。推动出台《禁止互联网不正当竞争行为若干规定》，完善新业态新领域知识产权保护制度等。二是强化平台经济监管执法。重点监督检查超级和大型互联网平台垄断行为，严厉查处利用数据优势和技术优势采取不正当竞争手段，进行大数据杀熟、平台二选一等侵犯用户自主选择权的行为。三是防止平台资本无序扩张。全面落实平台企业并购行为依法申报义务，依法严格审查互联网企业采取的抑制创新的并购行为，及时制止“掐尖式并购”，维持市场竞争秩序。

（二）引导网络舆情发展，提升网民网络素养

一是注重舆论正面宣传引导。加强主流媒体的正面引导宣传，在数据保护与共享、消费者权益保护方面帮助消费者树立起正确的观念，理智谨慎地对待数据收集行为，提高安全防范意识和数据保护意识。针对老年人、残障人士等弱势群体，采用普遍又易于接受的宣传方式，促使其对数据资源形成正确认识。二是加强内容安全审核。对互联网平台上疑似网络欺凌、舆论操控等发布内容进行动态监测与收集，对网络上转发量上千、点赞量过万等影响力较高的言论进行严格审核，审查其是否具有不符合社会主流价值观的危险倾向，必要时应联系平台删除，联系内容发布者发表情况说明。三是提升网民网络素养。不断丰富网络素养的教育内涵，深入实施争做中国好网民工程，引导网民在上网过程中尊德守法、文明互动、理性表达，共创清朗网络空间。

（三）重视技术监管手段，防范数据滥用风险

一是监测预警平台垄断行为。通过技术手段监测和预警平台不正当竞争行为，及时发现、及时查处，减少垄断行为及不规范经营等问题的发生。二是督促平台做好数据安全保障。运用数据安全技术手段，保护重要数据和个人信息，确保平台拥有与业务规模相匹配的安全保障能力，防止发生网络攻击和数据泄露等网络安全事件。三是运用区块链技术加强监管。区块链具有去中心化、防篡改、开放性等特点，去中心化保证链上信息完全点对点发生，防篡改在保证数据安全性的

同时也可实现数据溯源，开放性保证区块链网络中数据的公开透明。

（四）引导企业合规自律，健全投诉监督渠道

一是发挥行业协会的引导作用。由互联网行业协会引导行业内经营者规范经营、公平竞争，加强算法道德伦理建设，不以任何方式限制消费者选择，切实维护行业和消费者的利益。二是压实互联网平台主体责任。督促互联网平台加强自治，重视经营合规教育和指导，监管互联网平台履行责任情况，强化企业社会责任意识，营造良好市场发展环境。三是建立健全监督投诉机制。倡导广泛的社会监督，畅通网民投诉渠道，降低识别、举证的难度，减少网民投诉或举报的时间成本，维护消费者的合法权益。



网安联微信公众号



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 / 139 1134 5288

邮箱:cinsabj@163.com