163 网易免费邮 mail.163.com　126 网易免费邮 www.126.com　yeah.net 网易免费邮

2014网易个人电子邮箱
用户行为研究报告

网易邮件事业部

目 录

第一章 报告说明
一、 研究背景 03
二、 数据来源 04
三、 报告概念说明 05

第二章 报告摘要 05

第三章 报告正文
一、 网易邮箱用户属性 07
1. 性别结构 07
2. 年龄结构 08
3. 学历结构 09
4. 职业结构 09
5. 收入结构 10
6. 婚育状况 11
7. 地域结构 11

二、 网易邮箱用户行为分析 14
1. 使用目的 14
2. 接入方式 14
2.1 登录方式 14
2.2 网络位置 16
2.3 操作系统 17
2.4 屏幕分辨率 18
2.5 浏览器 18
2.6 外部访问来源 19
3. 登录及收发信时间分布 20
3.1 年分布 20
3.2 月分布 21
3.3 周分布 22
3.4 日分布 22
4. 登录及收发信地区分布 24
4.1 登录 24
4.2 发信 26
4.3 收信 27

三、 垃圾邮件分析 28
1. 用户对垃圾邮件的态度 28
1.1 接收过的垃圾邮件类型 28
1.2 对垃圾邮件的态度 29
1.3 对网易邮箱垃圾邮件的感知 29
2. 垃圾邮件发送时间分布 30
3. 垃圾邮件地域来源分布 31

四、 企业邮件分析 32
1. 企业邮件效果分析 32
1.1 送达率 32
1.2 打开率 33
1.3 举报率 34
2. 用户对营销邮件的态度 35
2.1 营销邮件的接受程度 35
2.2 各种类型营销邮件的接受程度 36
2.3 对营销邮件的态度 37
2.4 网易信箱的打开态度 38

五、 网易邮箱用户常用网站及APP应用分析 40
1. 常用互联网应用 40
2. 细分领域网站使用率 41
2.1 网络视频 41
2.2 在线音乐 41
2.3 微博或社交 42
2.4 在线旅游预订 43
2.5 网络购物 44
2.6 网上支付 46
2.7 互联网金融 47
3. 移动端app使用率 47
3.1 手机品牌 47
3.2 应用商店 48
3.3 浏览器 49

第一章 报告说明

一、研究背景

电子邮箱发展至今，已成为网民最常用的网络应用服务之一，随着互联网的深入发展，电子邮件作为人们日常工作和生活的交流工具，也将发挥越来越重要的作用。

根据CNNIC第34次中国互联网发展状况报告，截至2014年6月，中国网民规模已达6.32亿。网易电子邮箱自1997年成立至今，通过不断改善用户体验，获得了较高的品牌认知及认可度，用户满意度也处于行业领先地位。经过17年的努力耕耘，网易邮箱总用户数超过6.8亿，其中手机号码邮箱用户总数超过2亿。由此可见，研究网易个人电子邮箱用户，对于理解和把握中国网民使用个人电子邮箱的行为特征具有重要的意义。

作为中文邮箱第一品牌，网易邮箱一直以为中国网民提供最优质的电子邮件服务为己任，始终把用户使用体验放在首位。此次报告旨在为市场提供更加详细的参考资料，以推动中国电子邮件行业的良性发展。

研究目的及内容

本报告包含五大部分：

1) 网易个人电子邮箱用户人口统计特征
2) 网易个人电子邮箱用户的使用目的、接入方式、登录收发信的时间规律和地域分布
3) 网易个人电子邮箱用户对B2C邮件的态度及处理方式，包括垃圾邮件、营销邮件
4) 网易个人电子邮箱用户常用的网站及APP应用

通过以上内容，分析网易个人电子邮箱用户使用网易邮箱收发邮件的规律、访问网易邮箱的偏好等行为特征、对垃圾邮件与营销邮件的态度以及企业邮件的营销效果、常用的互联网应用与app等。

二、数据来源

本次报告数据来源有三种：

1) 网易邮箱后台数据 数据日期为2013年7月1日至2014年6月30日。

- **全体样本的数据**
  网易邮箱用户登录及收发信相关行为的数据；网易邮箱反垃圾系统中垃圾邮件相关数据。
- **抽样数据**
  随机抽取企业发送给网易邮箱用户的邮件的效果数据；

2) 网易邮箱用户调研数据

《网易邮箱用户问卷调研》：调研采用在线问卷的方式进行，于2014年6月在网易邮箱3个域推荐位投放，采取用户主动参与填写问卷的方式来获取信息，共投放14天。回收问卷28,529份，经处理，得到有效问卷21,703份。

《网易邮箱用户对营销及垃圾邮件的态度调研》：调研采用在线问卷的方式进行，于2014年6月在网易邮箱首页及用户俱乐部投放，采取用户主动参与填写问卷的方式来获取信息，共投放7天。回收问卷7,501份，经处理，得到有效问卷5,000份。

《网易邮箱用户常用网站及app调研》：调研采用在线问卷的方式进行，于2014年6月在网易邮箱首页及用户俱乐部投放，采取用户主动参与填写问卷的方式来获取信息，共投放7天。回收问卷15,000份，经处理，得到有效问卷10,000份。

报告中所引用调研数据将在正文相应的位置及图中说明。

3) 一些公开信息渠道的数据

行业公开信息相关数据包括：CNNIC关于网民基本情况的统计数据等。本报告所引用的行业公开数据，将在正文相应位置加以说明。

三、报告概念说明

定义

- **垃圾邮件：** 根据《防范互联网垃圾电子邮件技术要求》，垃圾邮件是指收件人事先没有提出要求或者同意接收的广告、电子刊物、各种形式的宣传品等宣传性的电子邮件以及隐藏发件人身份、地址或者含有虚假的信息源、发件人、路由等信息的电子邮件。

基本指标

- **网易邮箱用户：** 本报告特指注册并使用网易个人免费电子邮箱的用户，包括163免费邮、126免费邮以及yeah.net免费邮。
- **登录：** 通过各种方式访问网易个人电子邮箱。
- **发信：** 利用网易个人电子邮箱向其他有效邮箱地址发送电子邮件，包括个人或企业的、免费或收费的、网易或其他邮箱运营商提供的电子邮箱地址。
- **收信：** 网易个人电子邮箱接收来自其他有效邮箱地址的电子邮件。
- **内域：** 指通过网易公司相关域名（如mail.163.com、email.163.com、www.163.com等）登录网易邮箱的有效域名。
- **外域：** 指通过除了网易公司相关域名登录的其他有效域名。

效果指标

- **送达率：** 到达用户邮箱的邮件数/邮件发送总数。
- **打开率：** 邮件打开数/邮件成功送达数。
- **举报率：** 被用户举报为垃圾邮件的邮件数/邮件送达数。

该部分指标的定义来自Email Experience Council颁布的S.A.M.E报表。

第二章 报告摘要

网易邮箱用户属性：

网易邮箱用户中，74.6%的用户为男性用户，78.1%的用户年龄为20-39岁，88.1%的用户学历者大专及以上，68.7%的用户为职场人士，39.4%的用户月个人收入超过5000元，59.8%的用户已婚。

96.4%登录用户来源于境内，主要集中于东南沿海发达地区，从城市等级来看，24.0%来自一线城市，3.6%的境外登录用户主要集中欧美与日韩。

网易邮箱用户使用行为：

网易邮箱用户使用网易邮箱的主要目的是发送接收工作相关邮件（占比73.1%）、存储/备份资料、接收电子账单以及电商交易邮件等。

74.4%的网易邮箱用户使用过移动设备登录网易邮箱，其中36.9%的会通过邮箱客户端app访问；八成以上使用电信或联通网络；57.2%使用Windows操作系统，通过移动操作系统登录的用户中，有70.1%为安卓系统。

用户屏幕分辨率较多样化且分布相对均匀，今年需特别关注分辨率1366x768；浏览器中chrome浏览器与IE浏览器并列第一，占比分别为37.4%与37.2%；除了网易相关域名，网易邮箱用户喜欢通过网址导航（80.7%）或者搜索类网站（13.5%）进入网易邮箱。

一年中，网易邮箱的访问高峰来自1月份与6月份，每个月里都有超过1亿的用户访问网易邮箱，且以周为单位呈周期性波动；一周中工作日比周末更活跃，登录发信高峰在周一，收信规律性不强；一天中白天比晚上更活跃，登录与收发信集中于上班时间。

网易邮箱月度登录用户人均登录邮箱天数为7.6天，月度发信用户人均发信封数为11.6封，月度收信用户人均收件箱收信封数为12.5封；网易邮箱中，收件箱(包含用户自定义邮件夹)的邮件数占全部网易信箱 (包括收件箱、订阅箱、广告箱和垃圾箱) 收到的邮件总数的43.3%。

垃圾邮件分析：

网易反垃圾系统平均每天，拦截的垃圾邮件高达近4亿封，仅3.0%疑似垃圾邮件进入用户的垃圾箱，排除垃圾箱没有收到垃圾邮件的用户，垃圾箱有收到垃圾邮件的用户，月人均垃圾箱邮件数为3.8封。网易邮箱反垃圾系统拦截的邮件中，83.2%的垃圾邮件来自国内，国外为16.8%。周末垃圾邮件数略低于工作日，白天垃圾邮件比夜间略微高，凌晨垃圾邮件比其他时段略微高。

绝大多数用户对垃圾邮件表示反感(89.6%)，接触最多的垃圾邮件类型是未经许可的产品/服务广告推销类，79.7%的用户接收过此类型邮件。44.5%的用户表示其网易邮箱收到的垃圾邮件少。

网易邮箱用户营销效果：

企业发送的邮件中，平均有90.4%的邮件能够成功送达到网易邮箱，平均有29.2%的邮件被用户打开，平均有3.0‰的邮件被用户举报。

用户最能接受的推广方式是邮件营销(48.6%)。最多人接收过的营销邮件类型是优惠促销(62.0%)，但接受程度均值不及3分(表示中立)。影响用户打开一封营销邮件的主要因素是对自己有用的邮件(57.5%)，用户最能接受的发送频率是每周1次(32.4%)。用户打开除收件箱外的邮件夹的可能性依次是订阅邮件夹、广告邮件夹、垃圾邮件夹。

网易邮箱用户常用网站及APP应用分析：

网易邮箱用户常用互联网应用：电子邮件（71.2%）、新闻和搜索（60.9%）、即时通讯（59.4%）。

网易邮箱用户常用互联网网站及app：网络视频为优酷（52.5%）、爱奇艺（46.3%）；在线音乐为酷狗音乐（47.7%）、QQ音乐（40.6%）；微博社交为QQ空间（59.4%）、新浪微博（45.8%）；在线旅行预订为携程网（48.1%）、去哪儿网（35.4%）；网络购物为淘宝网（77.5%）、京东商城（59.9%）、天猫商城（56.8%）；网络支付为支付宝（73.2%）、网上银行/信用卡支付（59.0%）；互联网金融为余额宝（48.8%）。

手机或平板电脑上常用app：品牌为三星（33.8%）、苹果（29.1%）；应用下载方式为360手机助手（34.5%）、app官网（25.7%）；浏览器为UC浏览器（41.5%）、360浏览器（36.0%）。

第三章 报告正文

一、网易邮箱用户属性

1. 性别结构

调研数据显示，网易邮箱用户中，男女比例为74.6%：25.4%；来自CNNIC的报告，全体网民男女比例为55.6% ： 44.4%。相比较，两者差异非常明显。

由此可见，网易邮箱用户集中于男性用户，相比全体网民男性比例更高。

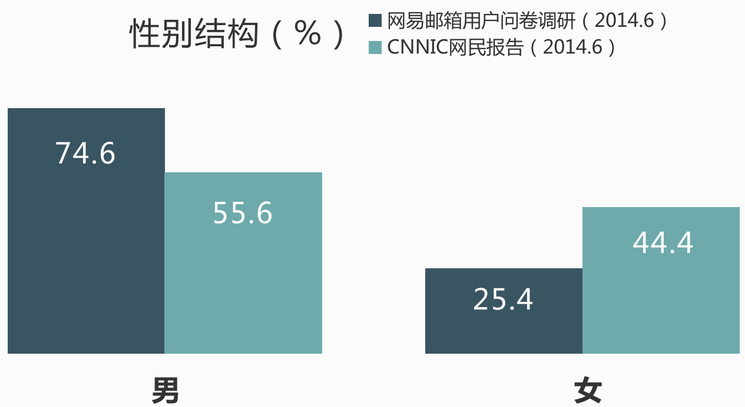

图1 网易邮箱用户性别结构

2. 年龄结构

调研数据显示，网易邮箱用户中，20-29岁占比为41.6%，占比最高，其次为30-39岁，占比为26.5%；全体网民分布则相对均匀。相比较，网易邮箱用户年龄在20岁及以上占比均高于全体网民。

由此可知，网易邮箱用户主要是青年用户、中青年用户，相比全体网民更成熟。

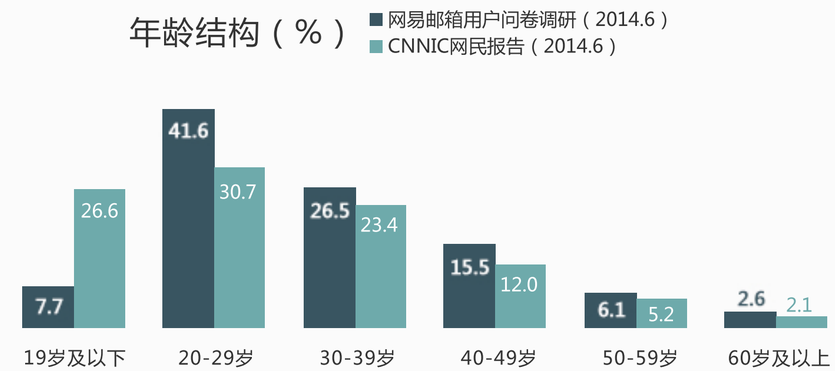

图2 网易邮箱用户年龄结构

3. 学历结构

调研数据显示，网易邮箱用户中，接近一半(48.5%)的用户为大学本科学历，占比最高，其次为大专学历，占比27.5%；全体网民近一半为初中及以下学历（48.2%）。相比较，两者差异非常明显。

由此可知，网易邮箱用户集中于高学历用户，相比全体网民教育程度更高。

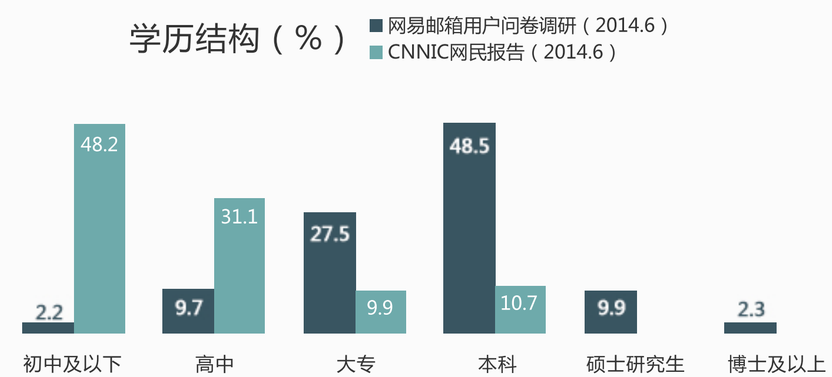

图3 网易邮箱用户学历结构

4. 职业结构

调研数据显示，网易邮箱用户中，23.2%为企业/公司一般职员，22.5%为企业/公司中层管理人员，14.3%为党政机关事业单位一般职员，13.6%为在校学生；全体网民主要为在校学生（25.1%）和个体户/自由职业者（21.4%）。

由此可见，网易邮箱用户主要为职场人士，占比为68.6%，相比全体网民营销价值更高。

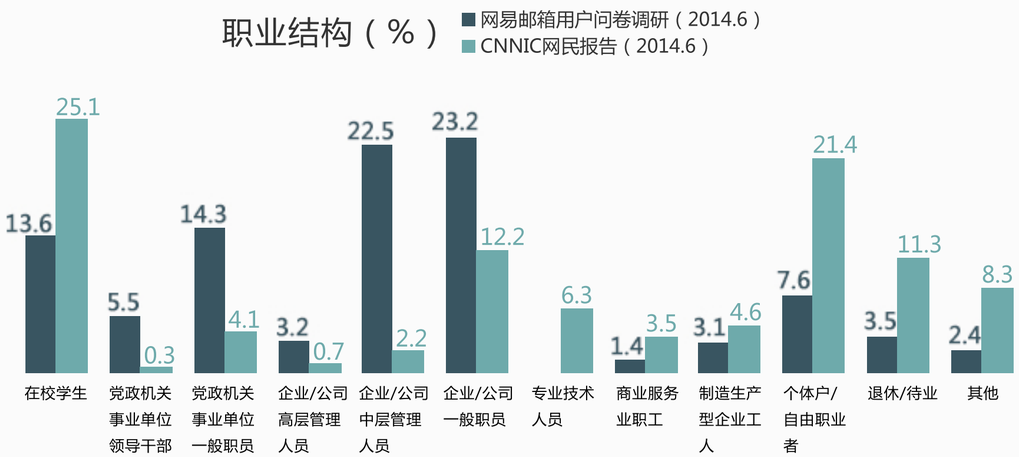

图4 网易邮箱用户职业结构

5. 收入结构

调研数据显示，网易邮箱用户个人月收入为2001-5000元占比45.1%，5001-8000元占比22.5%，8000元以上占比达16.9%。全体网民则集中于2000元及以下，占比为42.8%。相比较，网易邮箱用户个人月收入2000元以上占比均高于全体网民。

由此可见，网易邮箱用户集中于中高收入群体，相比全体网民消费潜力更大。

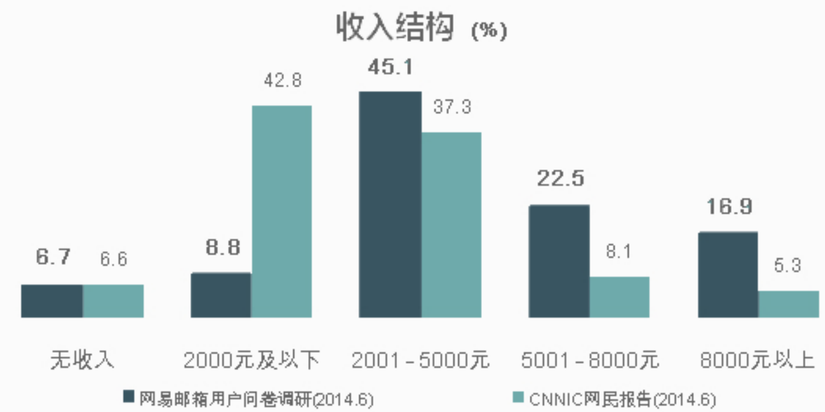

图5 网易邮箱用户收入结构

6. 婚育状况

调研数据显示，网易邮箱用户中，51.8%的用户为已婚且有小孩/已怀孕，24.8%的用户为未婚单身人士，10.9%的用户为未婚但有情侣，8.0%的用户为已婚无小孩。

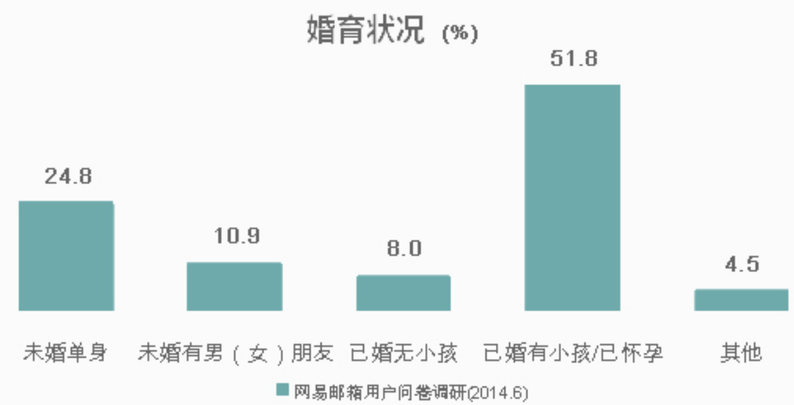

图6 网易邮箱用户婚育状况

7. 地域结构

网易邮箱后台数据显示，96.4%的访问来自中国境内（包括港澳台，如图），3.6%的访问来自境外。网易邮箱的用户来自全球各地，网易邮箱为人们的工作沟通与正常联系发挥着重要的作用。

网易邮箱用户中，13.2%的用户来自广东省，12.4%的用户来自山东省，北京为9.5%，江苏省为7.9%，上海市为7.0%，top5共占比30.0%。相比较全体网民，网易邮箱用户分布于广东省、山东省、北京市、江苏省、上海市、天津市的占比更高。

由此可知，网易邮箱用户主要来自沿海地区，且相比全体网民，经济较发达地区用户比例更高。

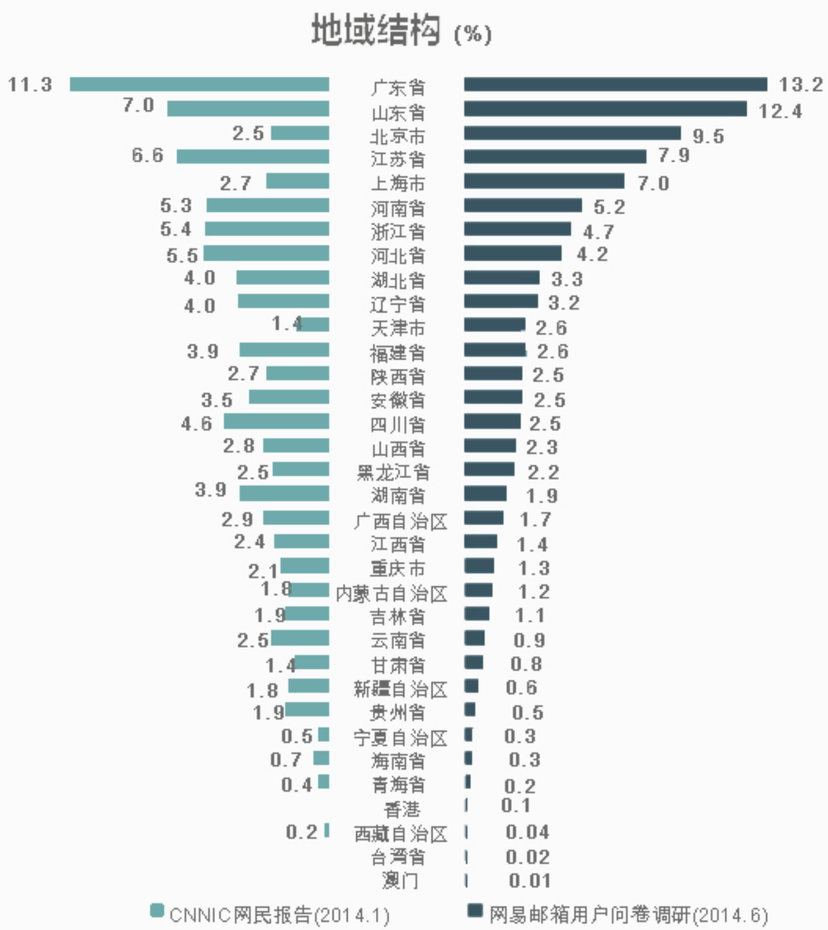

图7 网易邮箱用户地域结构

网易邮箱用户中，24.0%的用户来自北上广深，即一线城市（共4个城市），37.0%的用户来自二线城市（共32个城市），一线二线城市共占比61.0%。

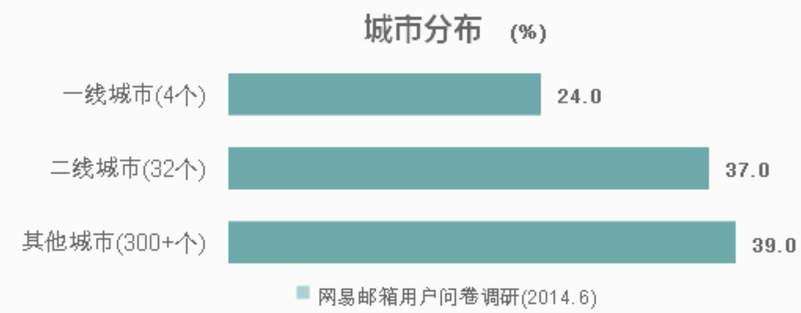

图8 网易邮箱用户地域结构

境外的访问来源中，主要集中欧美与日韩，在美国登录的用户占境外访问比例为11.6%，占比最高，其次为韩国，占境外访问比例为4.1%。

二、网易邮箱用户行为分析

1. 使用目的

调研数据显示，网易邮箱用户使用网易邮箱的主要目的丰富多样。除了最主要的目的“发送/接收工作相关邮件”（占比为73.1%），41.0%的用户使用网易邮箱主要用于存储/备份资料(如邮件/附件/网盘)、37.9%的用户使用网易邮箱接收电子账单邮件、35.7%的用户使用网易邮箱接收电商的交易邮件。可见，除了C2C邮件，B2C邮件以及其他邮箱功能也受网易邮箱用户青睐。

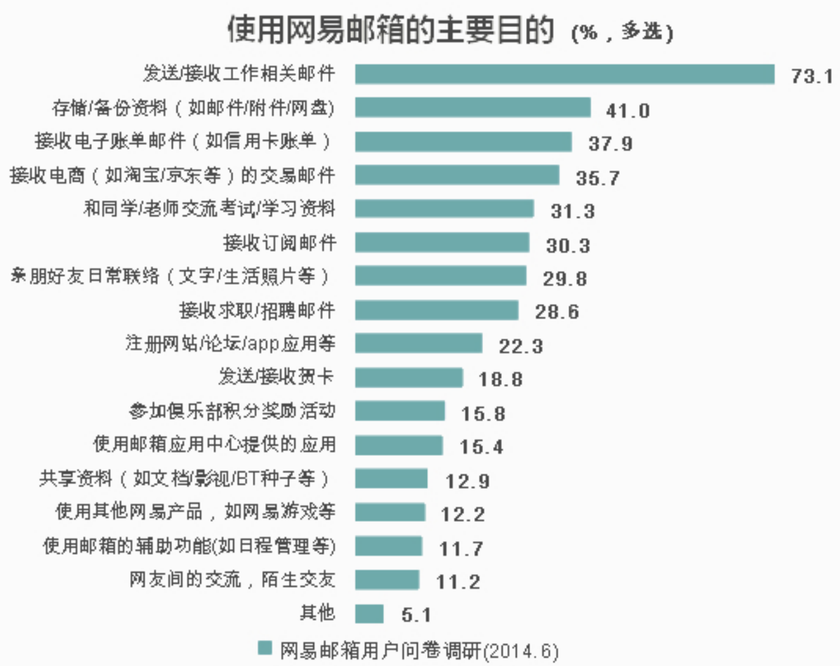

图9 网易邮箱用户使用网易邮箱的目的

2. 接入方式

2.1 登录方式

从问卷调查中发现，有74.4%的用户最近1年使用过移动设备（手机或平板电脑等）登录网易邮箱，去年这一比例为66.0%。移动端访问量的明显增长，主要得益于网易邮箱APP（邮箱大师）的推广与普及，使用户在移动端使用邮箱更方便，体验更好。从调研中发现，使用过移动端访问邮箱的用户中，有36.9%的用户会通过邮箱客户端app登录网易邮箱，有28.9%的用户使用过第三方app插件，如网易新闻客户端或易信等app的邮件功能/插件内置模块。

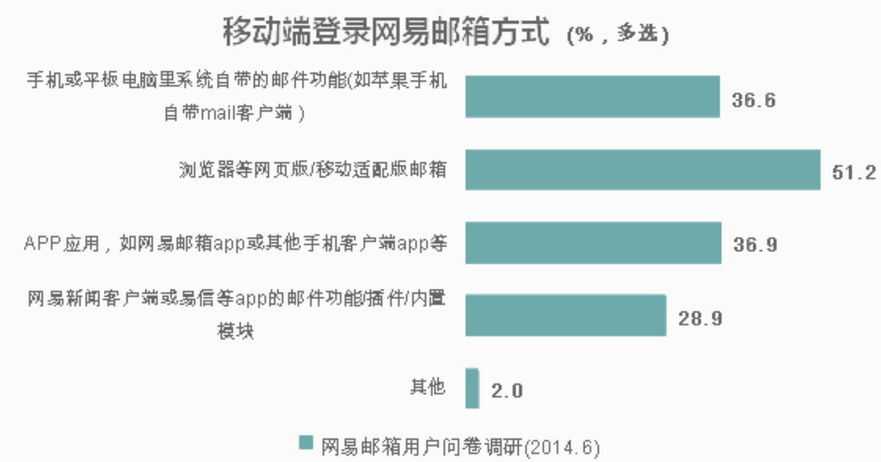

图10 网易邮箱用户移动端登录网易邮箱的方式

36.9%通过邮箱客户端app登录网易邮箱的用户中，大部分使用网易邮箱官方app（占比为70.5%），其次为第三方邮箱客户端电子邮件Email，占比21.2%。而邮箱大师（网易官方app）刚刚推出的不久，便已受到15.0%的用户的青睐，排名第三，高于其他第三方邮箱客户端app。

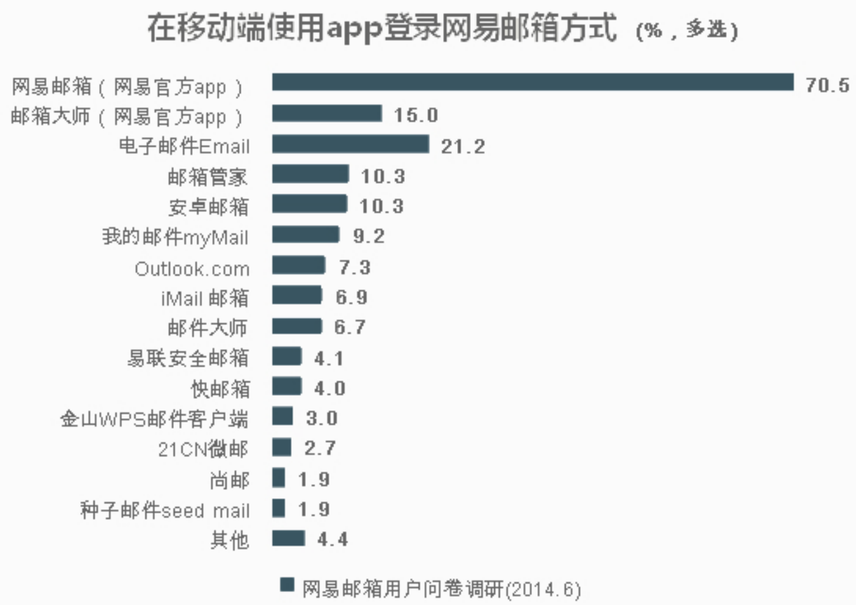

图11 网易邮箱用户在移动端使用app登录网易邮箱的方式

2.2 网络位置

网易邮箱后台数据显示，网易邮箱用户的网络位置中，49.9%的用户通过电信网络接入，联通为34.7%，两者共占了八成以上。

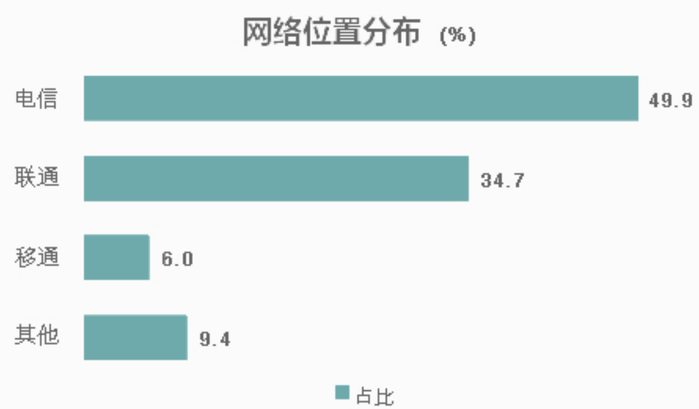

图12 网易邮箱用户网络位置分布

2.3 操作系统

网易邮箱后台数据显示，用户访问网易邮箱的操作系统中，57.2%的用户使用Windows XP操作系统，33.4%的用户使用Windows 7操作系统。

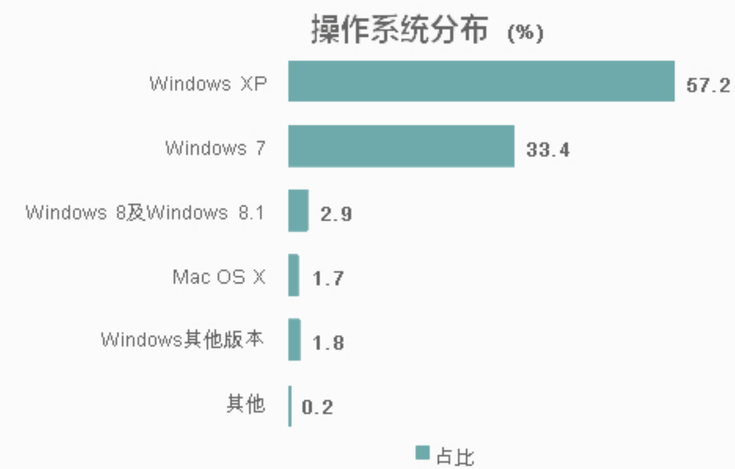

图13 网易邮箱用户操作系统分布

注：操作系统分布的结果根据用户访问频次计算而得到。

调研数据显示，74.4%的用户最近1年使用过移动设备（手机或平板电脑等）登录网易邮箱，其中有70.1%使用过Android系统登录、22.1%使用过IOS系统登录，5.8%使用过Windows Phone登录。

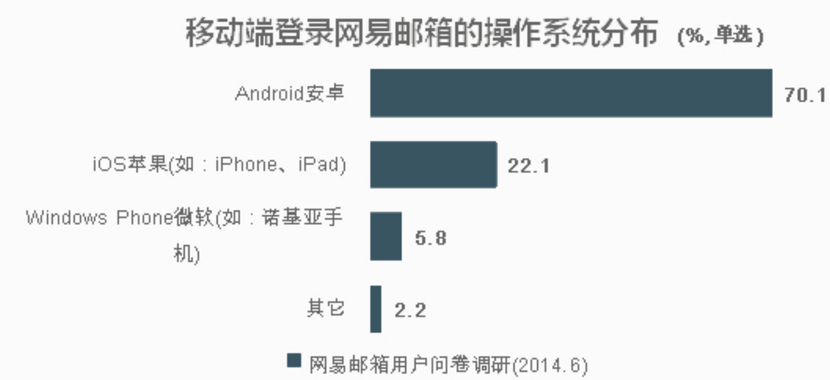

图14 网易邮箱用户移动端的操作系统分布

2.4 屏幕分辨率

网易邮箱用户的屏幕分辨率较多样化且分布相对均匀，主流有1366x768（24.0%），1440x900（18.9%），1024x768（14.2%）。

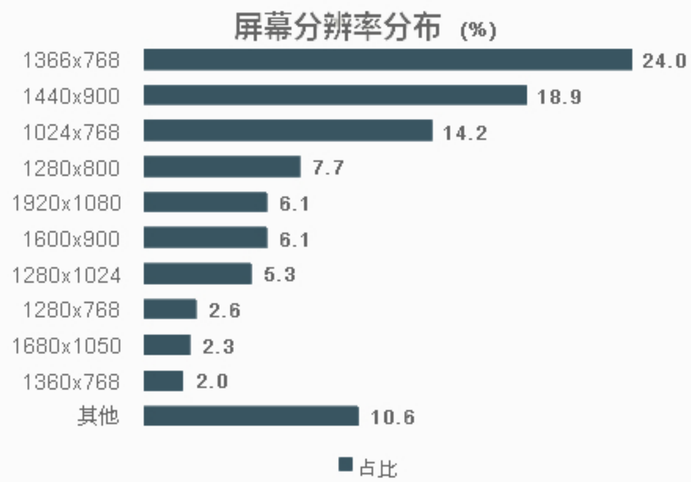

图15 网易邮箱用户屏幕分辨率分布

2.5 浏览器

网易邮箱后台数据显示，从浏览器品牌分布来看，谷歌浏览器与IE浏览器并列第一，占领绝对优势，两者占据了浏览器市场74.6%的份额。谷歌（Chrome）浏览器由去年的19.8%增长至37.4%，一跃成为浏览器市场第一。

值得注意的是，360浏览器因去掉了浏览器特征（User-Agent），故占比较低。

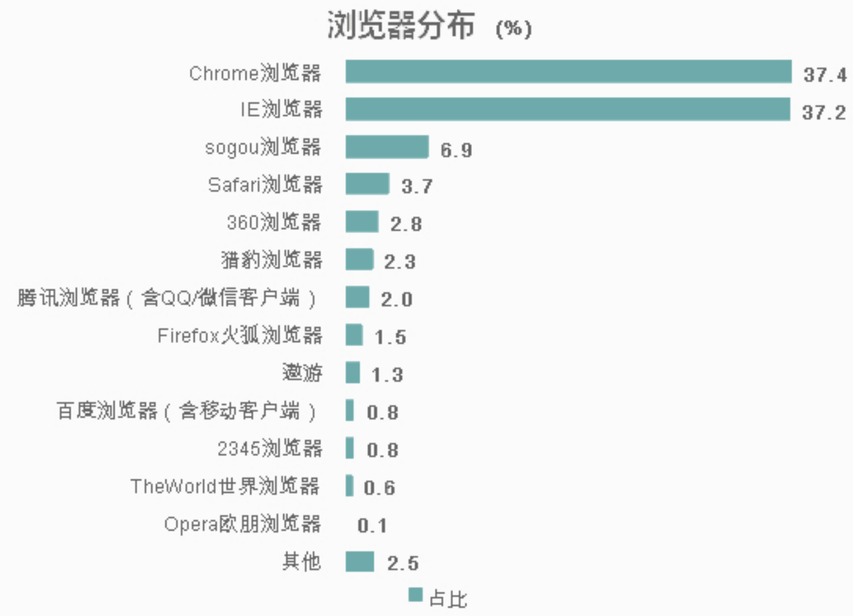

图16 网易邮箱用户浏览器分布

2.6 外部访问来源

外部访问来源图显示，排除从网易相关域名（即内域）访问，用户从外域访问网易邮箱，主要通过导航类网站（80.7%，以外域访问总量为总体）和搜索类网站（13.5%）访问网易邮箱，另外有0.6%的外部访问来自网站的注册。

值得注意的是，今年手机百度网带来了0.9%的外部访问，手机好123导航带来了0.1%的外部访问。可见移动端使用浏览器访问网易邮箱的需求越来越强烈，网址导航及搜索网站也应及早提供并完善手机端的访问体验，以吸引更多邮箱用户使用。

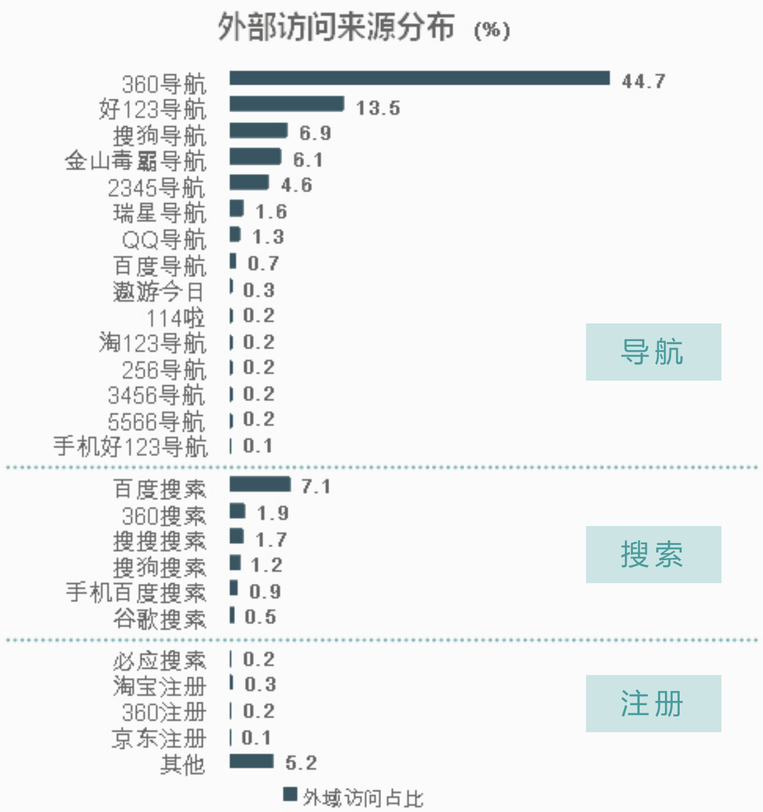

图17 网易邮箱用户外部访问来源

3. 登录及收发信时间分布

3.1 年分布

网易邮箱后台数据显示，每一个月里都有超过1亿的用户访问网易邮箱。2014年上半年登录网易邮箱总用户数比2013年下半年有所增加。图中出现两个波峰，2014年1月与2014年6月，而2013年11月-12月两个月的访问人数亦比2013年下半年其他月份高。可见，年底或年中，用户使用网易邮箱更活跃。另外，2014年2月出现波谷，主要受春节长假的影响。

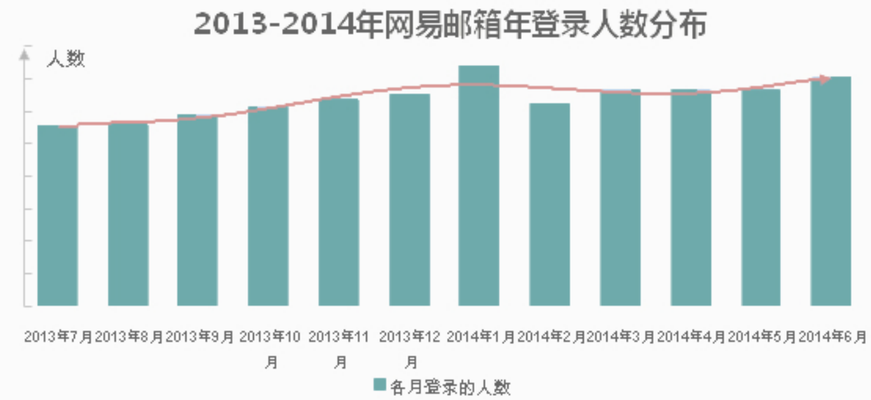

图18 网易邮箱用户年登录人数分布

3.2 月分布

无论是登录还是收发信，网易邮箱均以一周为最小单位呈周期性波动，而登录及发信人数分布的规律性更明显。除了受节假日的影响，邮箱的登录及收发信人数分布均以一周为周期波动。因此，在评估活动的效果时，可以周为单位，观察数据的变化，从而进行对比与分析，以减少其他干扰因素的影响。

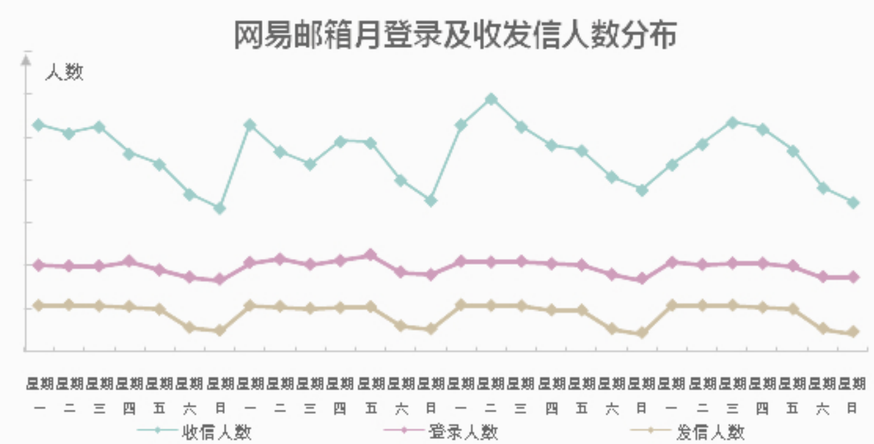

图19 网易邮箱用户月登录及收发信人数分布

3.3 周分布

一周里，用户使用网易邮箱呈现一定规律性：

波峰：发信高峰基本出现在周一，登录经常出现在周一，收信则不稳定。

波谷：登录及收发信峰谷基本出现在周末，尤其是周日。

另外，不管是登录还是收发信，工作日访问人数一般比周末高。

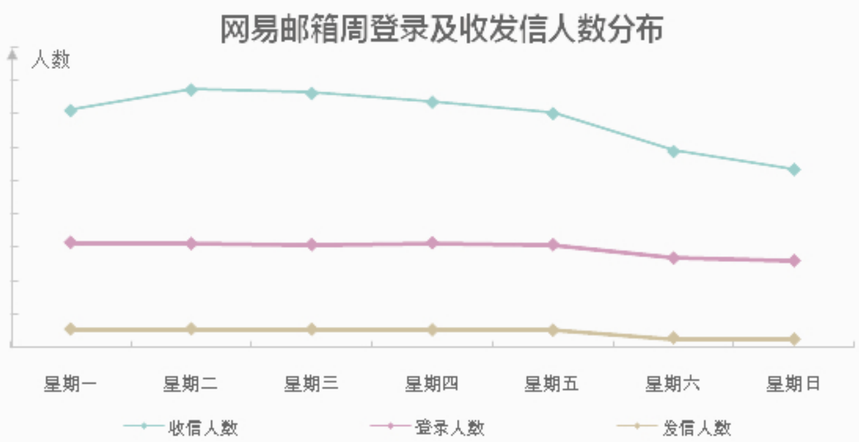

图20 网易邮箱用户周登录及收发信人数分布

3.4 日分布

一天24小时里，用户使用网易邮箱呈现一定规律性：

工作日：每天8点-18点为一天登录及收发信的高峰时间段，其中以10点和15点为两个高峰点引领全天的最高峰值，其次为19点-24点，而凌晨1点-7点为一天中的波谷，但仍然有一定数量的用户。

周末：周末使用网易邮箱，主要是与亲朋好友进行私人联系，受时间的影响较小，因此曲线相对平稳。值得注意的是，周末收信人数分布规律性不明显，可能是受营销邮件等B2C邮件的影响。

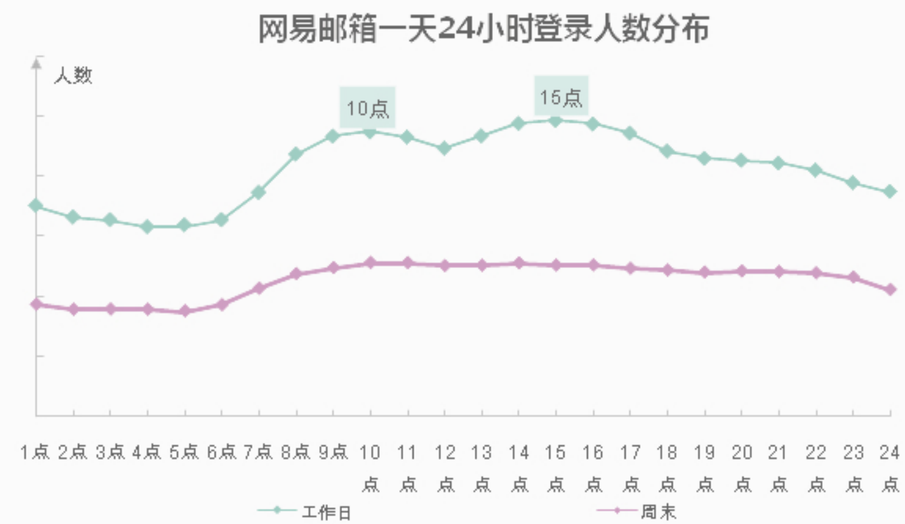

图21 网易邮箱用户日登录人数分布

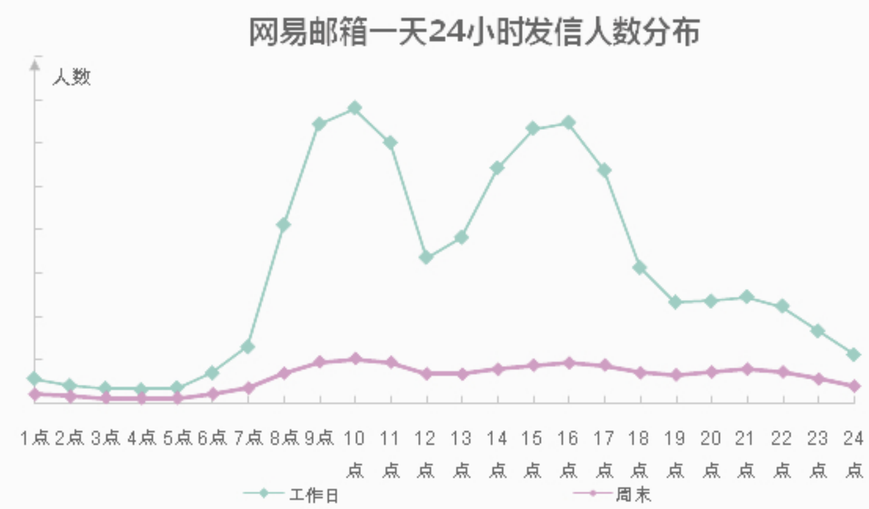

图22 网易邮箱用户日发信人数分布

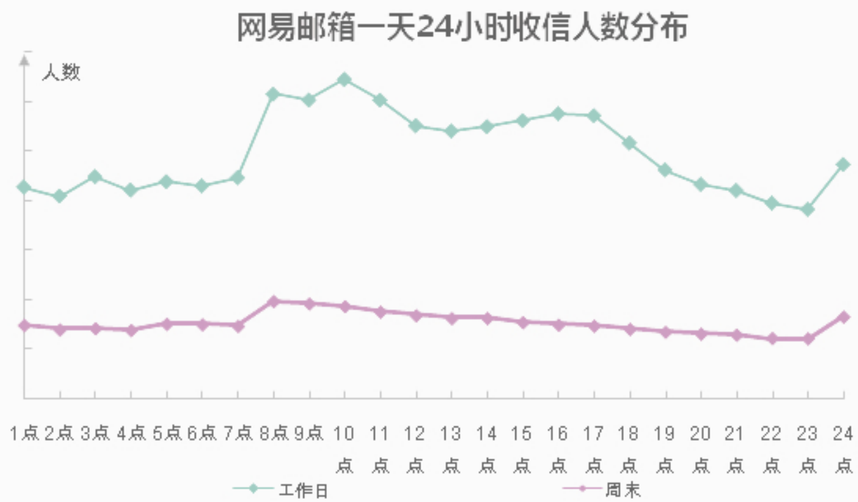

图23 网易邮箱用户日收信人数分布

4. 登录及收发信地区分布

4.1 登录

网易邮箱后台数据显示，网易邮箱月度有登录的用户，人均登录天数为7.6天。由于本次仅统计用户通过web方式登录网易邮箱的情况，并未包含活跃度较高的客户端登录用户以及其他方式登录的用户。因此实际的网易邮箱用户登录活跃度会更高。

各地区月人均登录天数对比图显示，东南沿海发达地区较为活跃。网易邮箱用户在上海登录最频繁，月人均登录天数为12.1天，其次为山东（9.8天）、江苏（9.4天）、广东（9.2天）、北京（9.1天）。

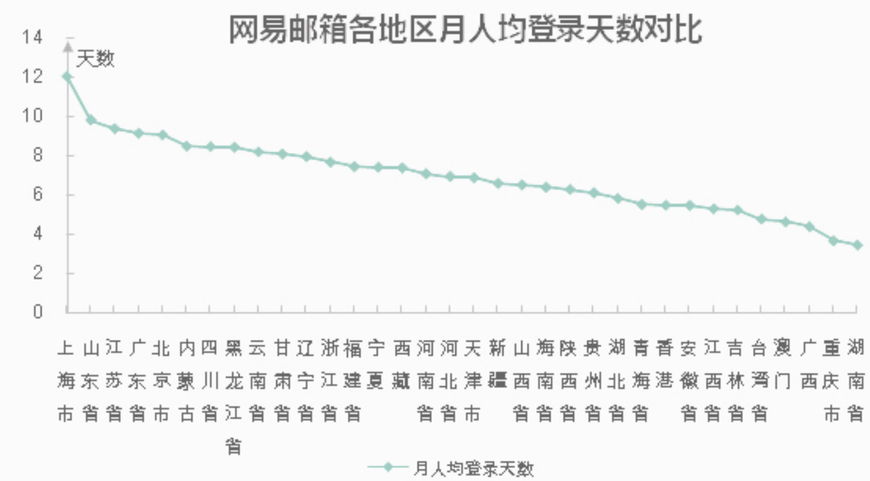

图24 网易邮箱各地区月人均登录天数

网易邮箱后台数据显示，网易邮箱月度通过移动端登录网易邮箱的用户，人均移动端登录天数为11.0天，即一个月里每3天就有一天访问网易邮箱。移动端的便捷使用户的访问变得更频繁。

各地区移动端月人均登录天数对比图显示，网易邮箱用户在辽宁通过移动端登录网易邮箱最频繁，月人均登录天数为14.5天，其次为河南（13.9天）、广东（13.7天）、四川（13.7天）、黑龙江（13.6天）、内蒙古（13.6天）、上海（13.2天）。

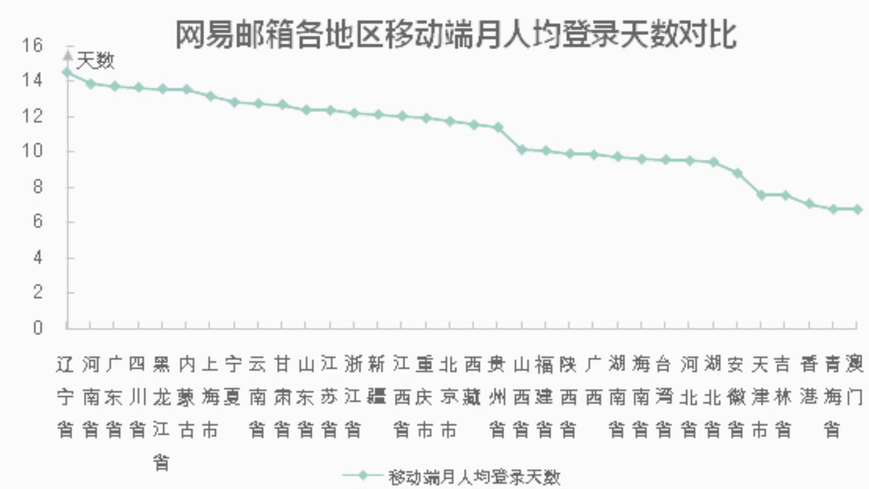

图25 网易邮箱各地区移动端月人均登录天数

4.2 发信

网易邮箱后台数据显示，网易邮箱月度有发信的用户，人均发信封数为11.6封。

a) 各地区月发信量

各地区月发信量差异较大，东南沿海发达地区较为活跃。每月有18.0%的邮件发自广东地区，占比最高，其次是北京，占比为10.0%，山东占比为9.6%。

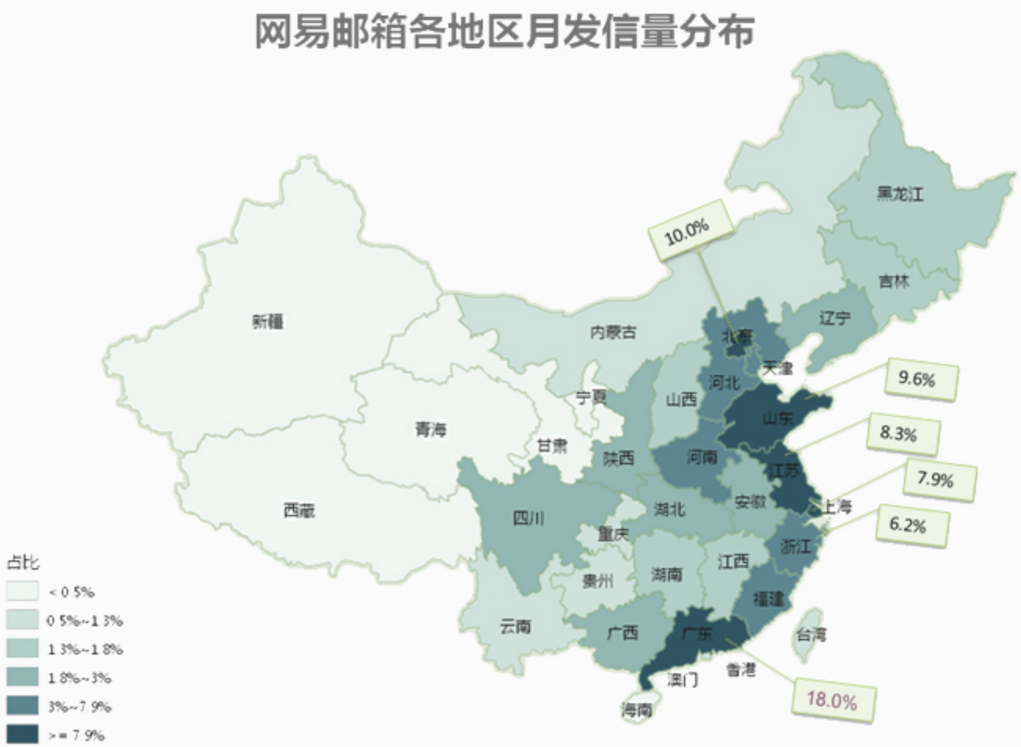

图26 网易邮箱各地区月发信量

b) 各地区月人均发信封数

各地区月人均发信封数分布图显示，香港最活跃为22.9封 ，其次为澳门（11.7封）和上海（11.7封）、江苏（10.6封）、广东（10.4封）。

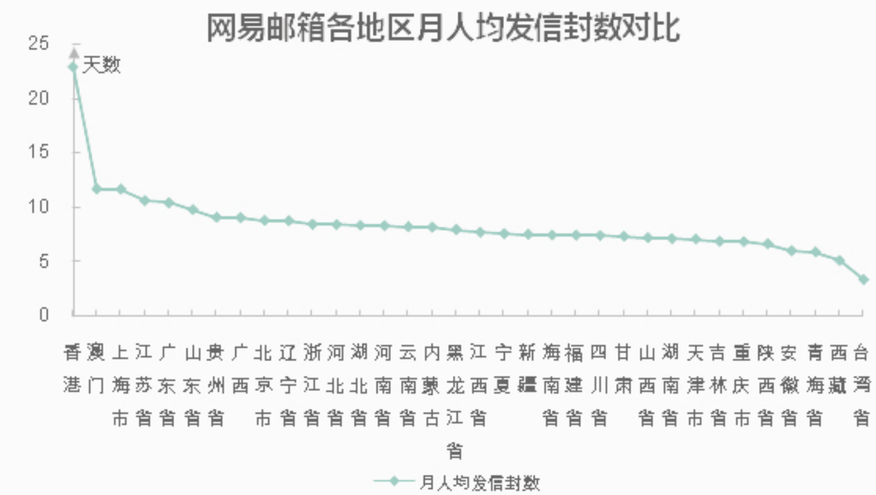

图27 网易邮箱各地区月人均发信封数

4.3 收信

网易邮箱后台数据显示，网易邮箱月度有收信的用户，人均收信封数为12.5封。

网易邮箱后台数据显示，网易邮箱月度各信箱收到的邮件数占所有信箱收到的邮件总数的比例分别是：收件箱(包含用户自定义邮件夹)占比43.3%，订阅箱占比20.7%，广告箱占比5.0%，垃圾箱占比31.0%。

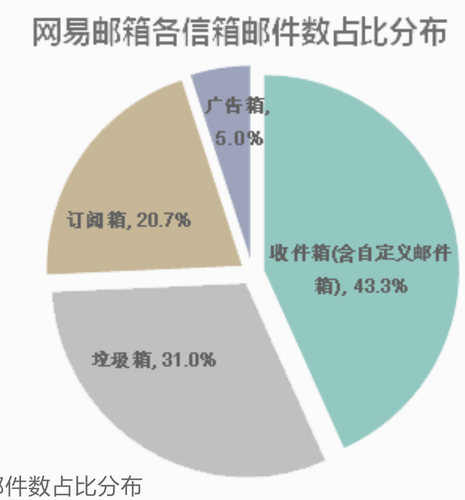

图28 网易邮箱各信箱邮件数占比分布

三、垃圾邮件分析

自有电子邮件开始，就有了垃圾邮件，无孔不入的钓鱼邮件、诈骗邮件，威胁着用户的信息和财产安全。依托17年的运营经验，基于海量数据和强大技术力量，网易邮箱反垃圾系统自主研发的智能反垃圾技术，对垃圾邮件的拦截率高达98%，为超过五亿用户提供了领先国际标准的反垃圾服务。（网易邮箱的垃圾邮件误判率仅为十万分之一，优于国际十万分之三的业界标准，更优于国内大部分邮件服务商万分之一的标准。）

网易邮箱后台数据显示，网易反垃圾系统平均每天拦截的垃圾邮件约有4亿封。每天被拦截的垃圾邮件，是根据反垃圾规则进行评级的，级别越高垃圾特征越明显，网易邮箱用户能看到的只是级别非常低从而进入到垃圾箱的疑似垃圾邮件，而这部分仅仅约占4亿封垃圾邮件的3.0%。根据用户垃圾箱的邮件来计算，月度垃圾箱有邮件的用户，人均垃圾箱邮件数约为3.8封。

分析庞大的垃圾邮件，并且结合调查研究了解用户对垃圾邮件的行为态度，将更具体地呈现垃圾邮件的现状，为制定更有效的反垃圾邮件措施提供客观的依据。

1. 用户对垃圾邮件的态度

1.1 接收过的垃圾邮件类型

调研数据显示，邮箱用户接触过的垃圾邮件类型中，79.7%的用户接收过未经许可的广告推销类邮件，50.8%的用户接收过非订阅的电子期刊/杂志，而虚假欺诈/病毒(50.6%)、色情暴力赌博等违法(34.0%)、伤害他人或妨害公共安全(22.9%)等类型的垃圾邮件依然存在。

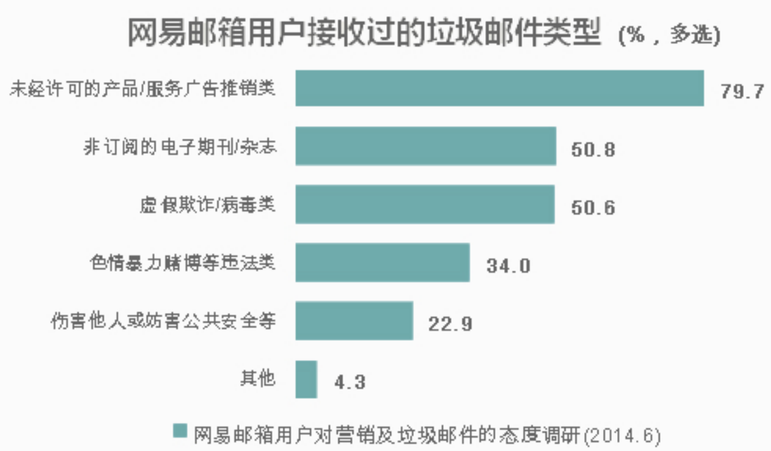

图29 接收过的垃圾邮件类型

1.2 对垃圾邮件的态度

调研数据显示，邮箱用户对于垃圾邮件的反感程度如下图。总体上，邮箱用户对垃圾邮件持反感态度。其中，高达26.2%的用户表示深恶痛绝，39.9%的用户表示非常反感，23.5%的用户表示反感，即89.6%的用户不能接受垃圾邮件，7.7%表示中立，2.1%表示可以接受。可见垃圾邮件广泛影响到用户的体验，反垃圾重要性不言而喻。

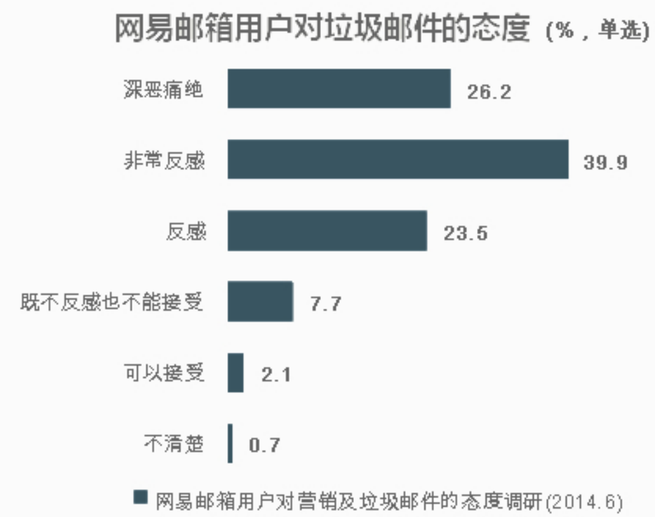

图30 邮箱用户对垃圾邮件的态度

1.3 对网易邮箱垃圾邮件的感知

调研数据显示，用户使用网易邮箱时，仅2.5%的用户认为其网易邮箱收到的垃圾邮件很多，10.0%的用户认为多，40.2%的用户认为一般，27.8%认为较少，16.7%认为很少。说明对用户来讲，网易邮箱是一个比较“干净”的邮箱。

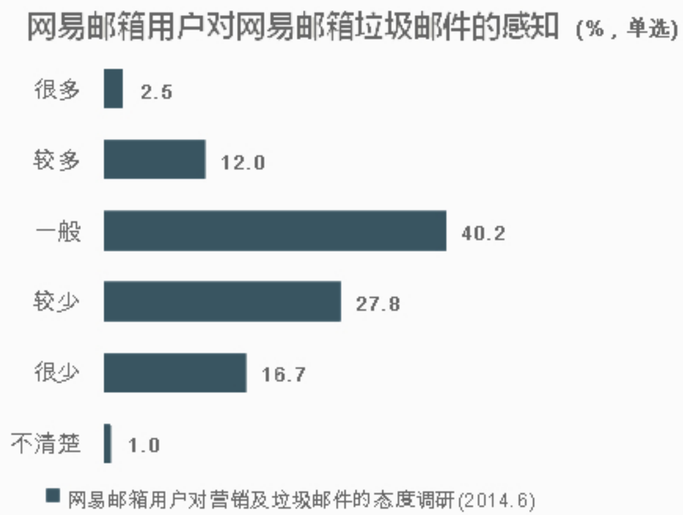

图31 用户使用网易邮箱时对垃圾邮件的感知

2. 垃圾邮件发送时间分布

一周垃圾邮件分布图显示，周末垃圾邮件数略低于工作日。

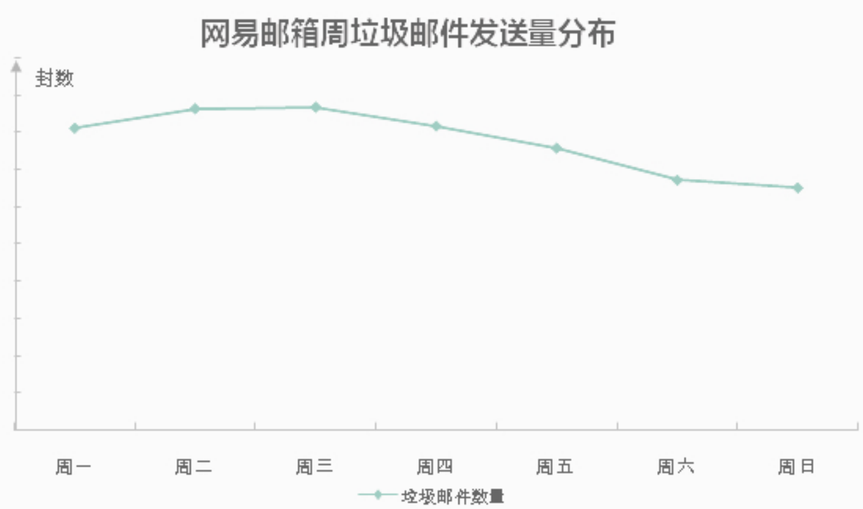

图32 垃圾邮件周分布

3. 垃圾邮件地域来源分布

网易邮箱反垃圾系统拦截的垃圾邮件主要分布在广东（21.1%）、湖北（17.2%）、北京（16.4%）。

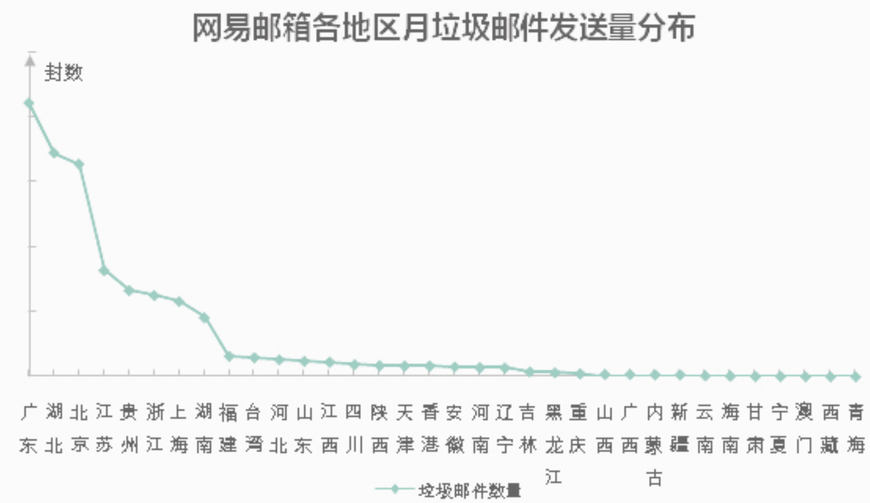

图33 各地区月垃圾邮件量

四、企业邮件分析

作为邮箱行业的领导者，网易邮箱一直以规范邮件发送为己任，推动行业不断进步。从2009年 6月，网易邮箱发起并组织诚信联盟1.0，至2012年11月的诚信联盟2.0，网易邮箱联合众多合作伙伴一起打造“开放、自律、良性、高效”的邮件收发环境，共同提升中国6亿多网民的互联网体验。

作为全球首个邮箱诚信开放平台，平台将实行信誉等级分级管理制和记分制，要求会员企业明确区分事务性邮件以及商业性邮件的发送通道。此外，平台还要求邮件发送方提供明显的退订按钮，让用户自主选择是否接收直邮。对于举报率高的邮件发送方，甚至会处以禁止发信的处罚。旨在规范行业的邮件发送，营造良好的营销氛围。自平台上线以来，已有逾千个企业申请加入。随着会员的增多，网易邮箱与各界共同构建的诚信开放平台的力量也在不断增大。

1. 企业邮件效果分析

企业邮件指企业发送到网易邮箱用户信箱的域名邮件，包括事务性邮件（注册/密码找回/订单确认等）、订阅邮件、推广邮件（广告促销等）。其中，进入用户信箱指进入用户的收件箱、订阅邮件夹、广告邮件夹以及用户自定义的邮件夹，不包括垃圾邮件夹。

基于大规模的用户量，网易邮箱每天接收海量来自各行业的企业发送给网易邮箱用户的邮件，本报告随机抽取企业发送给网易邮箱用户邮件的效果数据，通过分析送达率、独立打开率与举报率等效果指标以及各行业在这些指标上的表现，为业界提供客观的邮件效果数据。

2012年成立诚信联盟2.0之后，规范了企业邮件的发送，不管是送达率、邮件打开率，整体的效果得到很大的提升。本次随机抽取的企业域名既包含已加入诚信联盟的域名，也包含未加入的但在相应行业里具有代表的企业相关的域名。

1.1 送达率

网易邮箱后台数据显示，企业发送的邮件中，平均有90.4%的邮件能够成功进入网易邮箱（包括用户收件箱、订阅邮件夹、广告邮件夹以及用户自定义的邮件夹）。

各行业平均送达率分布中，大部分行业平均送达率高达90%以上，其中咨询/解决方案为98.8%，人力资源与新闻/资讯/行业门户平均送达率为96.3%，会展为95.4%，电商为95.2%，均高于95%。

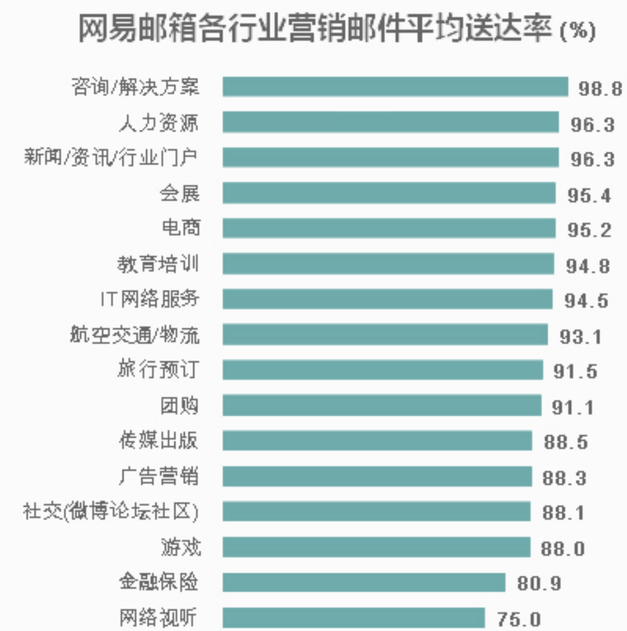

图34 各行业平均送达率

1.2 打开率

网易邮箱后台数据显示，企业成功送达到网易邮箱的邮件中，平均有29.2%的邮件被用户打开。

各行业平均打开率分布中，大部分行业平均打开率均高于25%，其中游戏行业平均打开率为38.7%，其次为，人力资源平均打开率为38.4%，IT网络服务为35.8%。

图35 各行业平均独立打开率

1.3 举报率

网易邮箱后台数据显示，企业成功送达到网易邮箱的邮件中，平均有3.0‰的邮件被用户举报。

各行业平均举报率分布中，部分行业平均举报率高于整体水平。其中，游戏、网络视听、咨询/行业解决方案、新闻资讯/行业门户、社交、广告营销、会展，平均举报率在3‰以上，尤其是会展的平均举报率高达14.0‰。

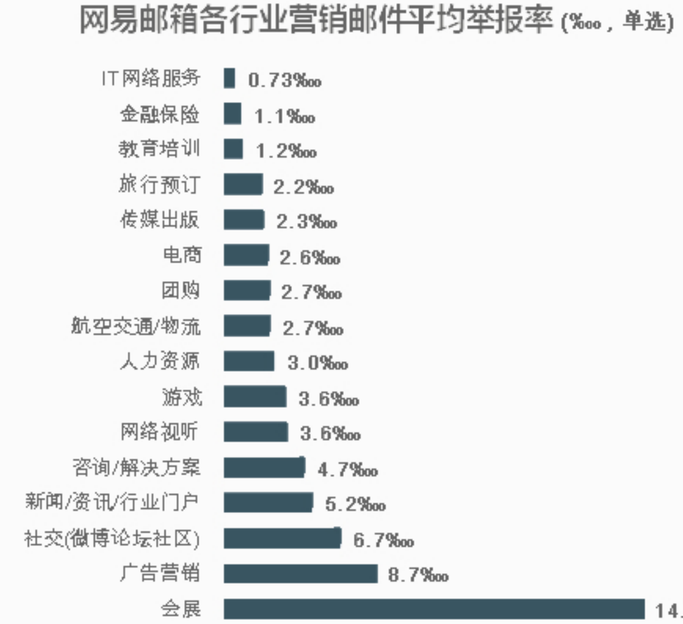

图36 各行业收平均举报率

2. 用户对营销邮件的态度

结合用户对营销邮件的态度调研，以更全面地呈现邮件营销的现状，为企业更好地利用邮件进行营销提供帮助。

2.1 营销邮件的接受程度

调研数据显示，同样的推广内容，邮箱用户更愿意接受的推送方式是：邮件(48.6%)，其次是搜索推广(根据搜索记录在用户访问的网站推广相关内容)，占比26.6%，22.1%的用户选择易信/微信，17.2%的用户选择微博。

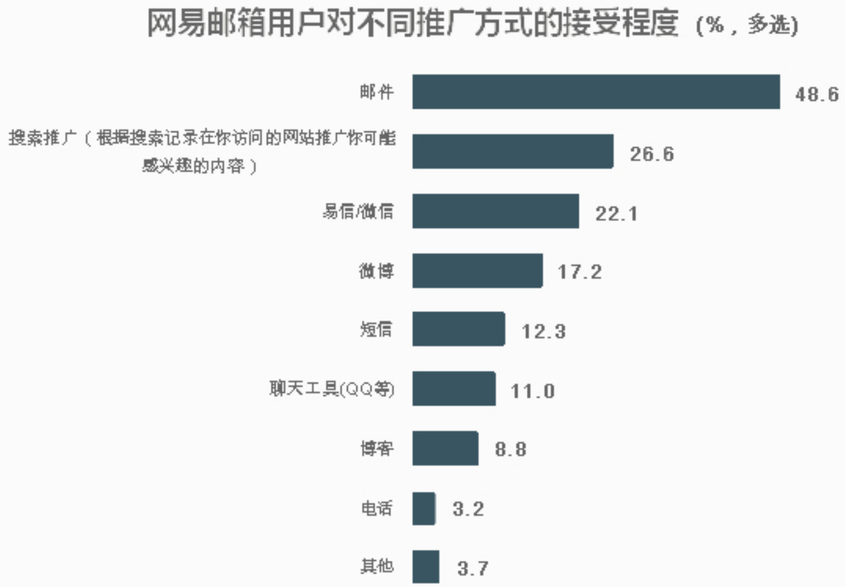

图37 邮箱用户对不同营销方式的偏好

2.2 各种类型营销邮件的接受程度

调研数据显示，邮箱用户接收过的营销邮件类型中，62.0%的用户接收过优惠促销类的邮件，遥遥领先于其他类型的营销邮件。其他类型的营销邮件如教育培训类、游戏信息类、金融保险类、旅游交通预订类、婚恋交友类以及电子期刊/杂志类则有30%-40%的用户接触过。

邮箱用户对于各种类型营销邮件的接受程度图显示，得分最高为新闻/行业资讯类的邮件，均值为2.8分，旅游交通类与电子期刊/杂志均值为2.5分，所有营销邮件均值都在3分（中立）以下，总体上未能获得用户认可。由此可见规范各行业发送营销邮件的重要性与迫切性。

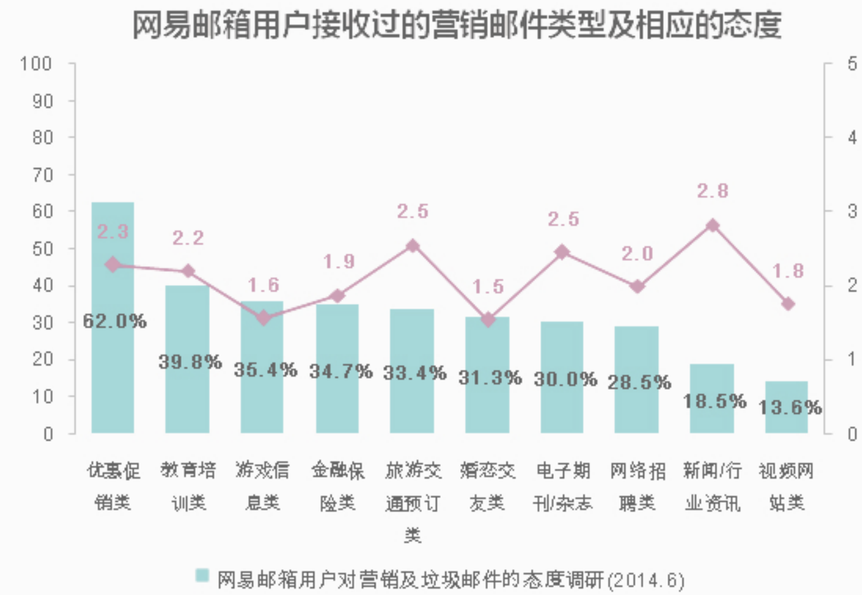

图38 接收过的营销邮件类型及相应的态度（5分制,1分为非常不喜欢，3分为中立，5分为非常喜欢）

备注：图中柱状图表示百分之几的用户接收过某类型的营销邮件，折线图表示网易邮箱用户对该类型营销邮件的接受程度均值。【用1-5分打分，1分表示非常不喜欢，5分表示非常喜欢，分数越高表示越喜欢】

2.3 对营销邮件的态度

调研数据显示，57.5%的用户认为对自己有用的邮件则会打开，可见根据用户的兴趣偏好而推送的营销邮件，被打开的可能性会更大；其次是主动订阅的邮件，占比34.6%，可见许可式的营销邮件才能让更多的用户接受。

图39 影响用户打开营销邮件的因素

调研数据显示，大多数的用户（32.4%）希望每周仅接收1封营销邮件，也有22.5%的用户希望最多每月接收1封营销邮件。

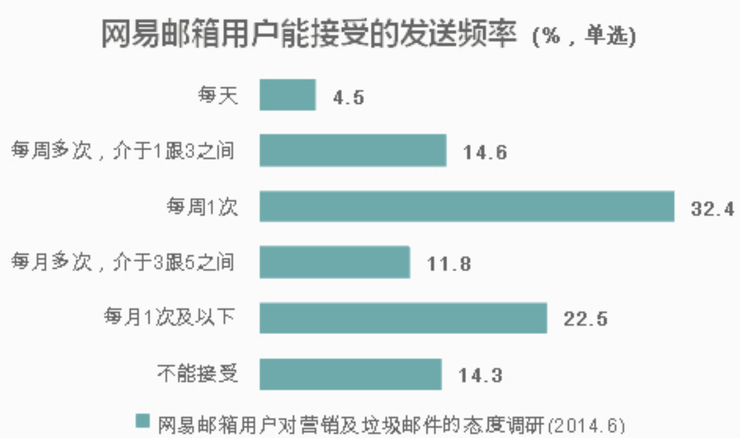

图40 用户能够接受营销邮件的发送频率

2.4 网易信箱的打开态度

网易邮箱创新研发了智能的邮件分类引擎，能准确地对非正常的邮件根据危害程度自动分类成订阅邮件、广告邮件和垃圾邮件。邮件分类管理大幅降低了垃圾邮件对用户的干扰，方便用户对日益增多的邮件进行管理，大大提升了用户体验。

调研数据显示，网易邮箱用户对不同邮件夹的处理方式大相径庭，对于订阅邮件夹，41.9%的用户经常会打开，31.7%的用户偶尔会打开。而广告邮件夹的打开分布较均匀，垃圾邮件夹则有74.8%的用户表示不予理会。可见，即使没有进入用户收件箱，大部分用户（73.6%）也会打开订阅邮件夹查看邮件，而打开广告邮件夹查看邮件的用户相对减少。对于因发送不规范或包含不良内容的邮件，一旦被判为疑似垃圾邮件进入垃圾邮件夹，用户则很少关心。

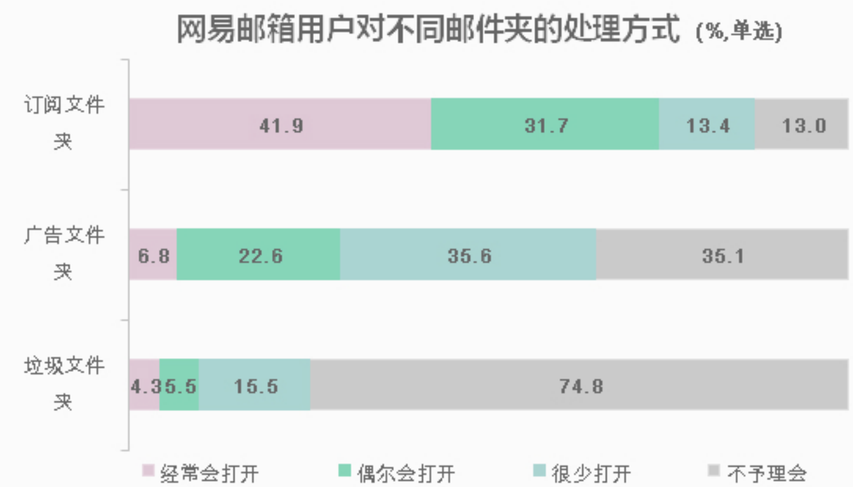

图41 网易邮箱用户对不同邮件夹的处理方式

五、网易邮箱用户常用网站及APP应用分析

1. 常用互联网应用

调研数据显示，网易邮箱用户常用的互联网应用主要是：71.2%的用户经常上网“查收/发送电子邮件”、60.9%的用户经常上网浏览新闻资讯或社会热点、59.4%的用户经常在线聊天或发布于查看朋友圈动态、57.3%的用户经常在网上观看网络视频、54.6%的用户经常使用网络搜索信息或下载资料、49.4%的用户经常使用网上银行在线支付或投资理财、46.9%的用户经常逛购物/团购网站、42.1%的用户经常使用网络相关的生活服务、42.1%的用户经常在线听/下载音乐。由此可见，网易邮箱用户使用互联网，主要以办公/学习（如：电子邮件、新闻和搜索等信息获取）、沟通联络（如：电子邮件、即时通讯）、视听娱乐为主，同时随着网络购物的普及以及互联网尤其是移动互联网对生活方方面面的渗透，网络支付成为必不可少的一部分。

图42 网易邮箱用户常用互联网应用

2. 细分领域网站使用率

2.1 网络视频

调研数据显示，网易邮箱用户常用在线视频网站/软件/app应用中，52.5%的用户选择优酷网、46.3%的用户选择爱奇艺网、37.9%的用户选择腾讯视频。

图43 网易邮箱用户常用在线视频

2.2 在线音乐

调研数据显示，网易邮箱用户常用在线音乐网站/软件/app应用中，47.7%的用户选择酷狗音乐、40.6%的用户选择QQ音乐、34.1%的用户选择百度音乐。

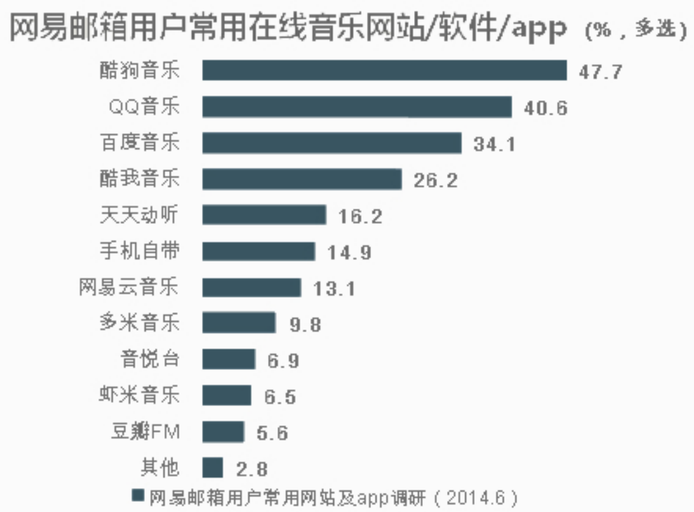

图44 网易邮箱用户常用在线音乐

2.2 各种类型营销邮件的接受程度

调研数据显示，网易邮箱用户常用微博或社交网站/软件/app应用中，59.4%的用户选择QQ空间、45.8%的用户选择新浪微博、33.7%的用户选择百度贴吧、33.5%的用户选择腾讯微博。

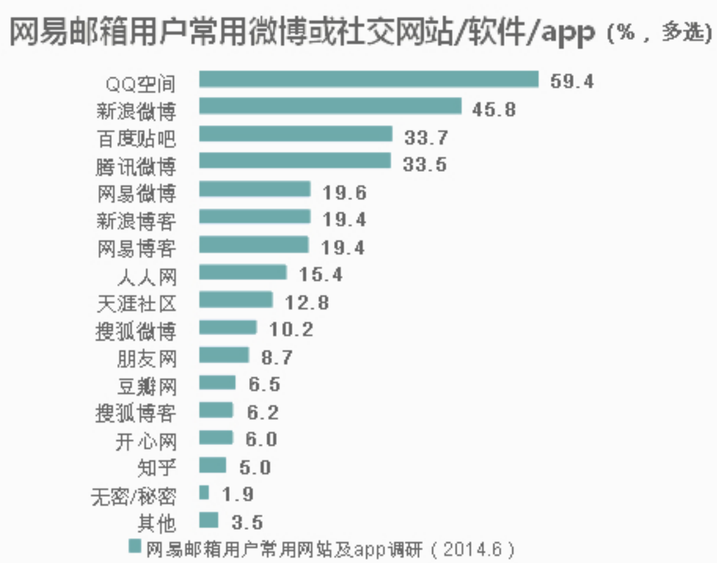

图45 网易邮箱用户常用微博或社交网站

2.4 在线旅游预订

调研数据显示，网易邮箱用户常用在线旅行预订网站/软件/app应用中，48.1%的用户选择携程网、35.4%的用户选择去哪儿网。

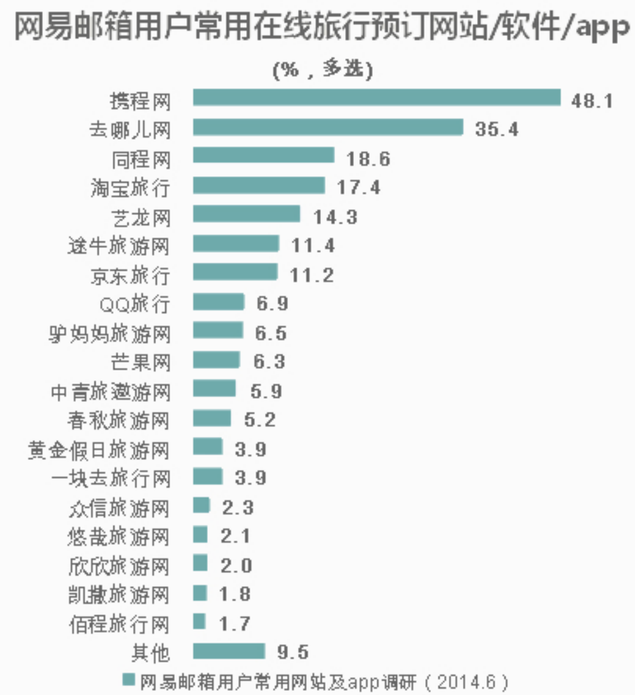

图46 网易邮箱用户常用在线旅行预订网站

调研数据显示，网易邮箱用户常用旅游攻略/资讯等相关网站/软件/app应用中，34.6%的用户选择百度旅游、14.9%的用户选择驴评网、14.5%的用户选择乐途旅游网。

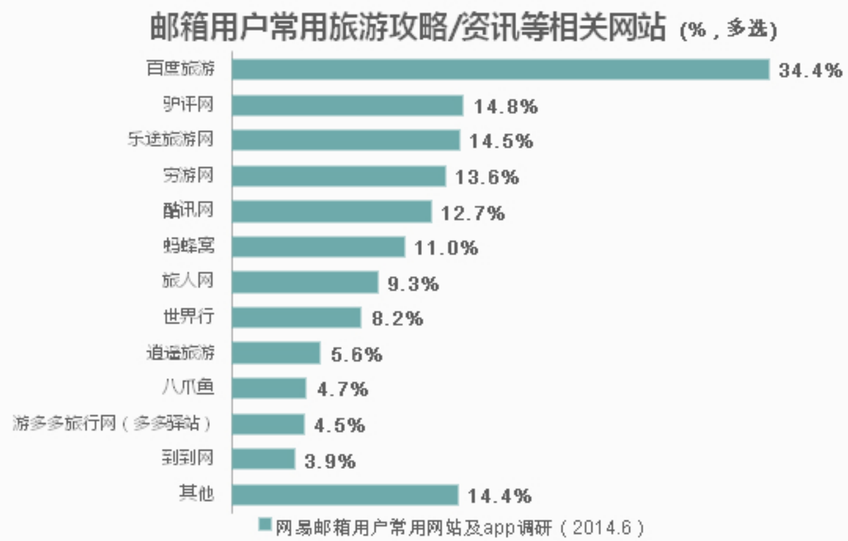

图47 网易邮箱用户常用旅游攻略/资讯等相关网站

2.5 网络购物

调研数据显示，网易邮箱用户常用购物网站/软件/app应用中，77.5%的用户选择淘宝网、59.9%的用户选择京东商城、56.8%的用户选择天猫商城。

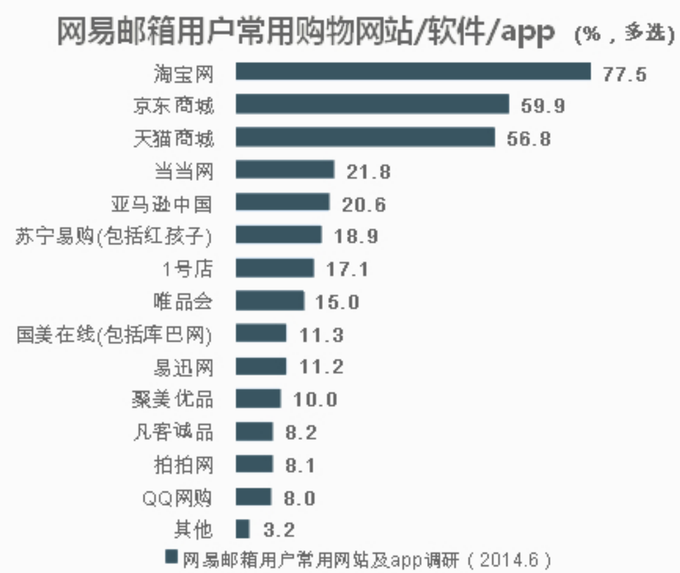

图48 网易邮箱用户常用购物网站/软件/app

调研数据显示，网易邮箱用户常用团购网站/软件/app应用中，44.1%的用户选择美团网、39.0%的用户选择聚划算、29.5%的用户大众点评团。

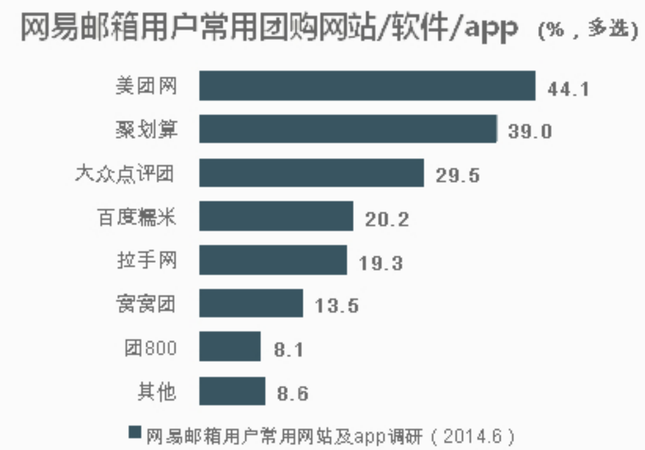

图49 网易邮箱用户常用团购网站/软件/app

调研数据显示，网易邮箱用户常用电商导购或返利网站/软件/app应用中，37.5%的用户选择一淘网、28.%的用户选择返利网、16.0%的用户选择蘑菇街。

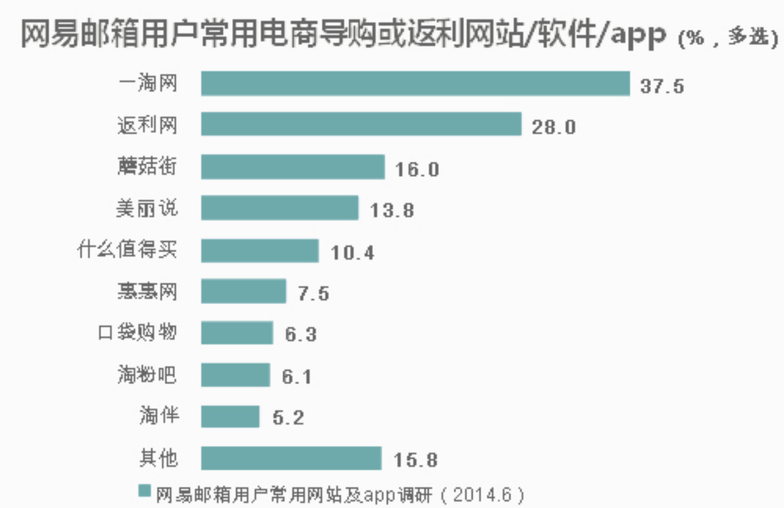

图50 网易邮箱用户常用电商导购或返利网站/软件/app

2.6 网上支付

调研数据显示，网易邮箱用户常用网上支付方式中，73.9%的用户常用支付宝、62.8%的用户常用网上银行/信用卡支付、21.2%的用户常用财付通。

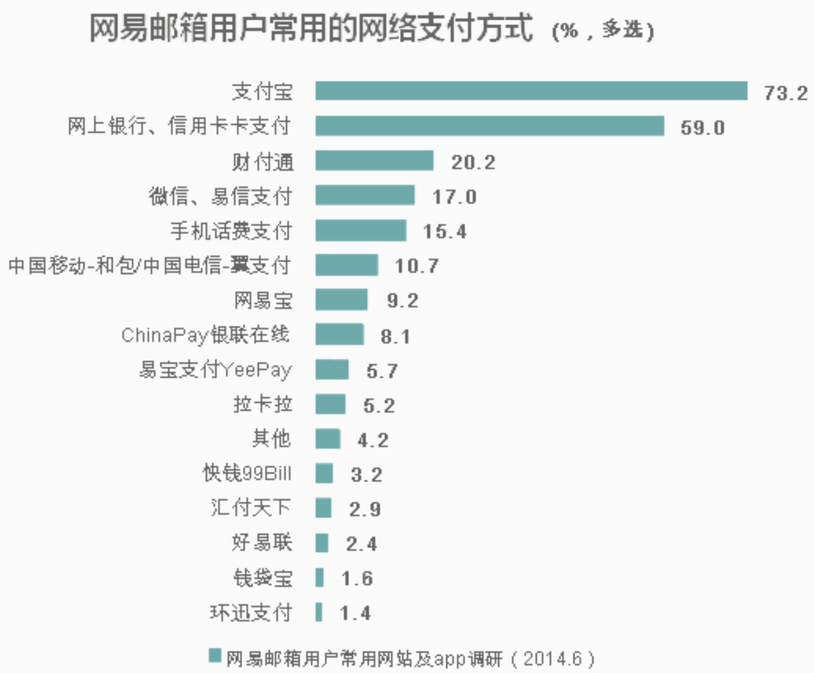

图51 网易邮箱用户常用网上支付方式

2.7 互联网金融

调研数据显示，网易邮箱用户购买过的互联网理财产品中，48.8%的用户购买过余额宝、8.3%的用户购买过微信理财通、7.2%的用户购买过工银瑞信现金宝；另外有22.5%的用户表示从未购买过互联网理财产品。

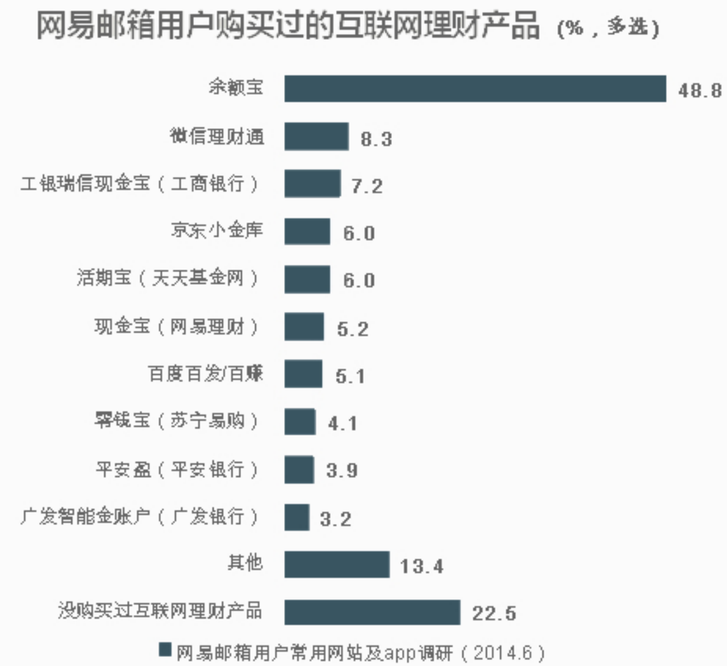

图52 网易邮箱用户购买过的互联网理财产品

3. 移动端app使用率

3.1 手机品牌

调研数据显示，网易邮箱用户常用来上网的手机，其所属的品牌分布中，33.8%的用户常用三星手机上网、29.1%的用户常用苹果手机、19.8%的用户常用小米手机。

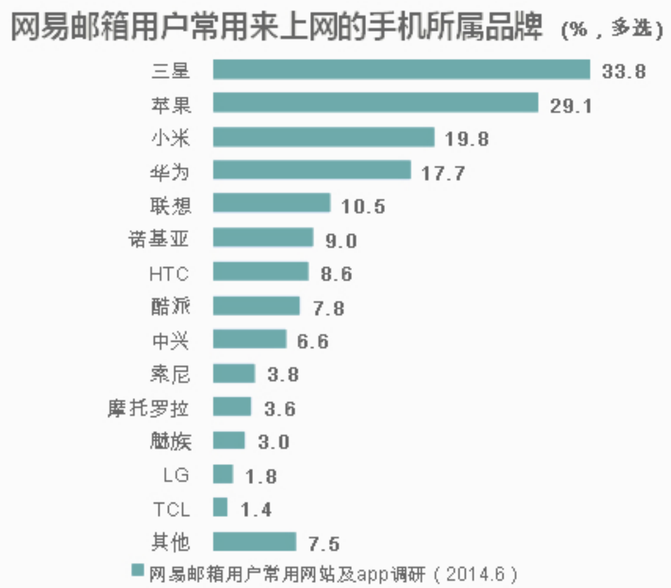

图53 网易邮箱用户常用来上网的手机所属品牌

3.2 应用商店

调研数据显示，网易邮箱用户在手机或平板电脑上常用的应用商店中，34.5%的用户常用360手机助手、25.7%的用户更习惯从APP的官网下载APP应用。

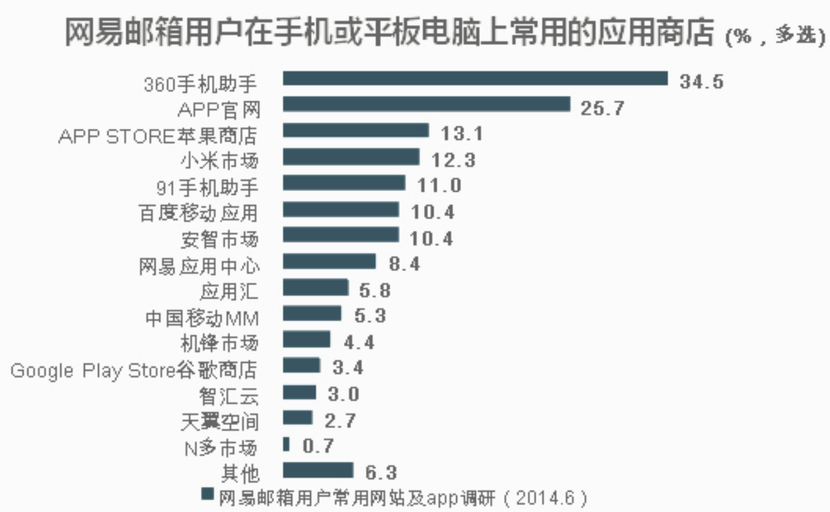

图54 网易邮箱用户在手机或平板电脑上常用的应用商店

3.3 浏览器

调研数据显示，网易邮箱用户在手机或平板电脑上常用的浏览器中，41.5%的用户常用UC浏览器、36.0%的用户常用360浏览器、30.7%的用户常用百度浏览器，另外有25.8%的用户更习惯使用手机自带的浏览器。

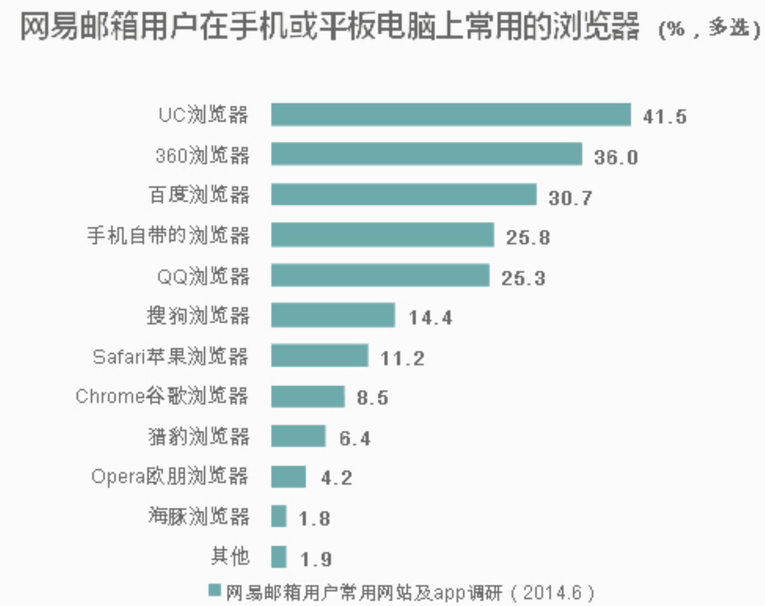

图55 网易邮箱用户在手机或平板电脑上常用的浏览器

网易邮件事业部

网易北京公司
地址：北京市海淀区中关村东路1号院清华科技园8号楼
启迪科技大厦（火炬大厦）D座28层
邮编：100084
电话：（+8610）-82558163
传真：（+8610）-82618163

网易广州公司
地址：广州市天河区科韵路16号广州信息港E栋网易大厦
邮编：510665
电话：（+8620）-85105163
传真：（+8620）-85105602

网易杭州公司
地址：杭州市滨江区网商路599号
邮编：310052
电话：（+86571）-89852163
传真：（+86571）-88270580

本报告版权归网易邮箱所有。如引用或转载，请注明来源。本报告只作为市场参考资料，网易邮箱对该报告的数据准确性不承担法律责任。