

oppo



2021年-中国智能手机用户
安全需求洞察报告

前言

随着使用场景的丰富和重要性的提升，手机及其搭载的各类应用共同为用户提供了愈发便捷的服务。与此同时，其处理的用戶数据在量级和敏感性上显著提升。用户在享受便利的同时，对于自身隐私数据的担忧也日益提升。如何令用户安心地使用手机上的各类应用给手机厂商和手机应用开发者带来了不小的挑战。

技术投入是保证安心使用的基础，而理解用户的需求，从用户的安全感知出发设计体验也是让用户感到使用安全的重要环节。为此，OPPO联合益普索Ipsos通过定性和定量的研究方式对用户的安全隐私态度及需求进行研究，最终发布本报告。

报告主要分为五个部分。第一部分主要说明手机用户对安全隐私态度的整体形成过程。第二部分及第三部分主要说明用户对于手机安全隐私保护的重点期待和重点担忧。第四部分主要说明现阶段用户采用的主要防御措施。第五部分则是基于前篇内容，给到的安全隐私感知提升建议。

特别地，我们会关注手机购买价格大于4000元的用户（正文称高端机用户），以及18-25岁用户（正文称Z世代用户）与市场整体用户的需求差异。

OPPO深知开发者是安全体验环境的重要建设者，为此将此报告开放各方，希望能与生态伙伴一起在安全感知这一方向实现“理解用户”，共同为用户打造安心便捷的使用体验。



目录

01 现状
用户对安全隐私的态度是？

02 关注
用户重点关注的安全隐私信息是？

03 担忧
用户担忧和遭遇的手机安全隐私问题是？

04 行动
用户目前在手机安全隐私方面采取的行动是？

05 改善
安全隐私体验提升，品牌可以怎样做？

01

现状

用户对安全隐私的态度是？

1.1 发现

用户普遍关注安全隐私问题，但对现有防护措施并不满意

用户普遍关注安全隐私问题，其中，80%在日常生活中设置或采用了安全防护措施，但仅32%表示满意，安全隐私的防护体验提升仍有较大空间。

以下哪种描述最符合日常生活中您对安全隐私的关注状态？ 样本 N=1002



1.2 发现

用户对安全隐私的敏感度较高，更在意安全性，更信任自我防护

- 在“分享数据得到更好体验”和“安全隐私更重要”之间，更多用户选择倾向更在意安全性，用户维护个人信息权益意识越来越强烈清晰。
- 而在“信任自我防护”和“信赖科技防护”之间，更多用户倾向更信任自我防护，这意味着对于企业而言，采用科技技术对用户安全隐私进行防护的“度”的把握尤为重要。

下列安全隐私相关说法，您更认同（7分制）？ 样本 N=1002

9%更在意便捷性

我可以接受分享一些数据以获得更好的智能手机体验。

35%更在意安全性

安全隐私比便捷的智能手机服务更重要。

19%信赖科技防护

我相信技术可以很好地保护我的隐私和数据。

31%更信任自我防护

当涉及到保护隐私和数据时，我更相信自己而不是仅仅依靠技术。

1分 2分 3分 4分 5分 6分 7分

1.3 发现

用户对安全隐私的态度形成原因是什么？主要受新闻报道、大数据应用、厂商教育、自身使用经验影响

自身经验

多渠道使用痛点，形成安全警惕

除手机使用以外，电脑使用，甚至于与网络无关的人身与财产损失经历均会在用户心中形成警惕。

厂商教育

手机安全功能优化，提升安全知识储备

给予用户更多权限设置权利与安全隐患提醒，使用户得到更多手机安全教育。

科技发展

大数据被广泛运用，引发安全讨论

随着各类网站，尤其是购物网站精准推荐程度的加深，用户从一开始的新奇转化为被监控的不安全感。

社会新闻

新闻报道增多，强化感知

用户被普及更多手机安全隐患、隐患产生的原因以及造成的后果。

1.4 发现

用户对安全隐私态度的形成过程可分为三个阶段：初知阶段、加强阶段和探究阶段；当前，多数用户处于加强阶段

安全隐私态度形成过程

初知阶段

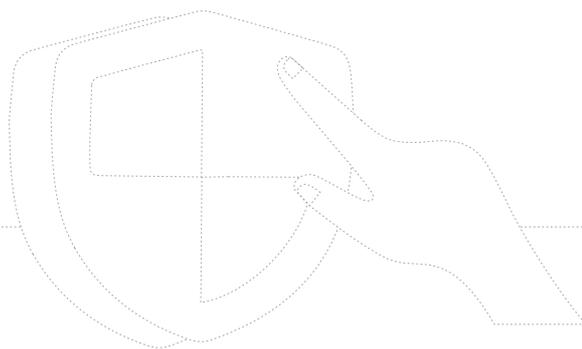
仅了解基本安全隐私内容如病毒链接或弹窗、诈骗电话、基本信息泄露等

加强阶段

感知到多维度的信息泄露危险如帐号密码被盗、多重信息泄露、社交与行为轨迹泄露等

探究阶段

探寻信息泄露原因与防范方法如为何聊天内容会被购物网站获取，是否被监听被偷拍等



阶段1 初知阶段

新闻报道和用户感知均以电话诈骗等基本安全隐私问题为主，
安全隐私意识仍较浅

自身经验

仅涉及基本安全隐私内容

- 诈骗电话造成财产损失
- 病毒弹窗/手机丢失等造成的信息泄露

大数据发展

数据仓储分析阶段

- 保存海量数据，并在海量数据上进行多维度分析

厂商教育

基础安全隐私功能

- 骚扰拦截、病毒查杀等

新闻事件

以电脑信息泄露与普通电话诈骗为主

- 艳照门事件
- 中国联合8国警方摧毁特大跨国电信诈骗犯罪集团

阶段2 加强阶段

随着科技发展，大数据应用越发广泛带来更多安全问题，网络环境下诈骗手段升级，用户恐慌可能存在多维度的信息泄露风险，安全隐私保护意识逐步加强

自身经验

感知多维度的信息泄露

- 帐号被盗/网页浏览记录泄露/购物记录泄露/工作数据泄露
- 诈骗电话升级，能准确说出自己的信息
- 手机丢失造成信息泄露，资料丢失

大数据发展

大数据挖掘阶段

- 帮助电商平台推荐最适合用户的产品，帮助社交平台根据用户画像挖掘出最优关联性社交关系

厂商教育

安全功能升级

- 伪基站拦截/应用权限管理/私密保险箱/应用锁/查找手机/云服务等

新闻事件

报道涉及多手段的手机信息泄露

- **系统及网络漏洞**：通过木马、钓鱼网站、危险WIFI等手法盗取信息
- **电信诈骗升级**：通过盗取个人信息进行精准诈骗
- **人脸识别漏洞**：照片骗过识别系统

阶段3 探究阶段

新闻舆论对于安全隐私的讨论度逐渐加强，以及手机厂商开始在用户教育上发力，用户更主动探寻隐私泄露原因与防范方法

自身经验

信息窃取手段进一步升级

- **购物记录互通**，各网站均知晓自己喜好
- **被监听/被偷拍/被动无感支付**
- **手机丢失**不仅造成信息泄露，还涉及财产损失

大数据发展

机器学习阶段

- 通过发现历史数据规律，预测正在发生的事情

厂商教育

安全功能更智能更精细

- 可视化的应用权限记录、敏感权限提醒、剪贴板权限管理、模糊定位、相册位置信息抹除等

新闻事件

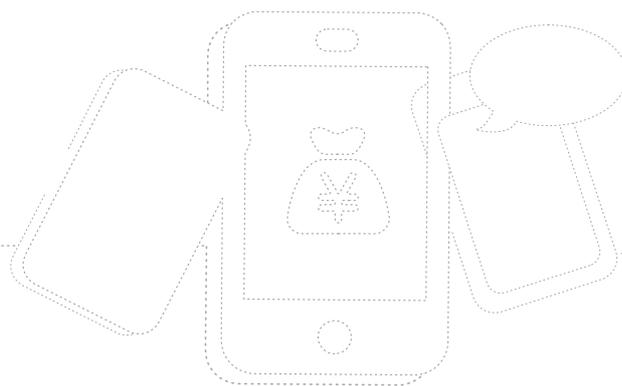
从新闻报道到国家立法

- **被偷拍**：手机摄像头升降摄像头自动弹出
- **被监听**：APP安全意识公众调查报告显示精准推送广告行为使用户感到被窥探或偷听
- **政策发布**：《信息安全技术个人信息安全规范》正式发布

02

关注

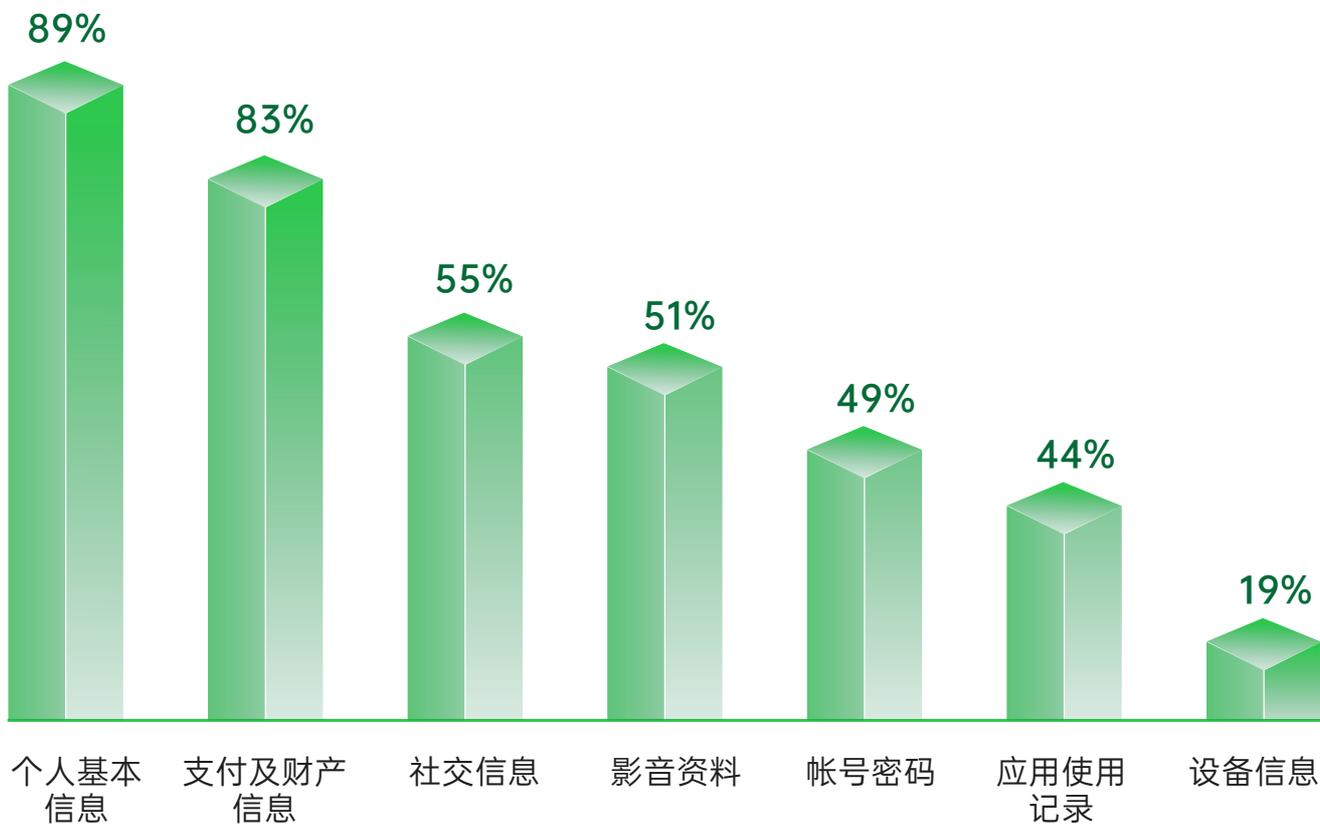
用户重点关注的安全
隐私信息是？



2.1
发现

个人基本信息和支付财产相关的信息是用户最关注的安全隐私信息

? 以下涉及到安全隐私方面的信息，哪些对您最重要？ 样本 N=1002



2.2 发现

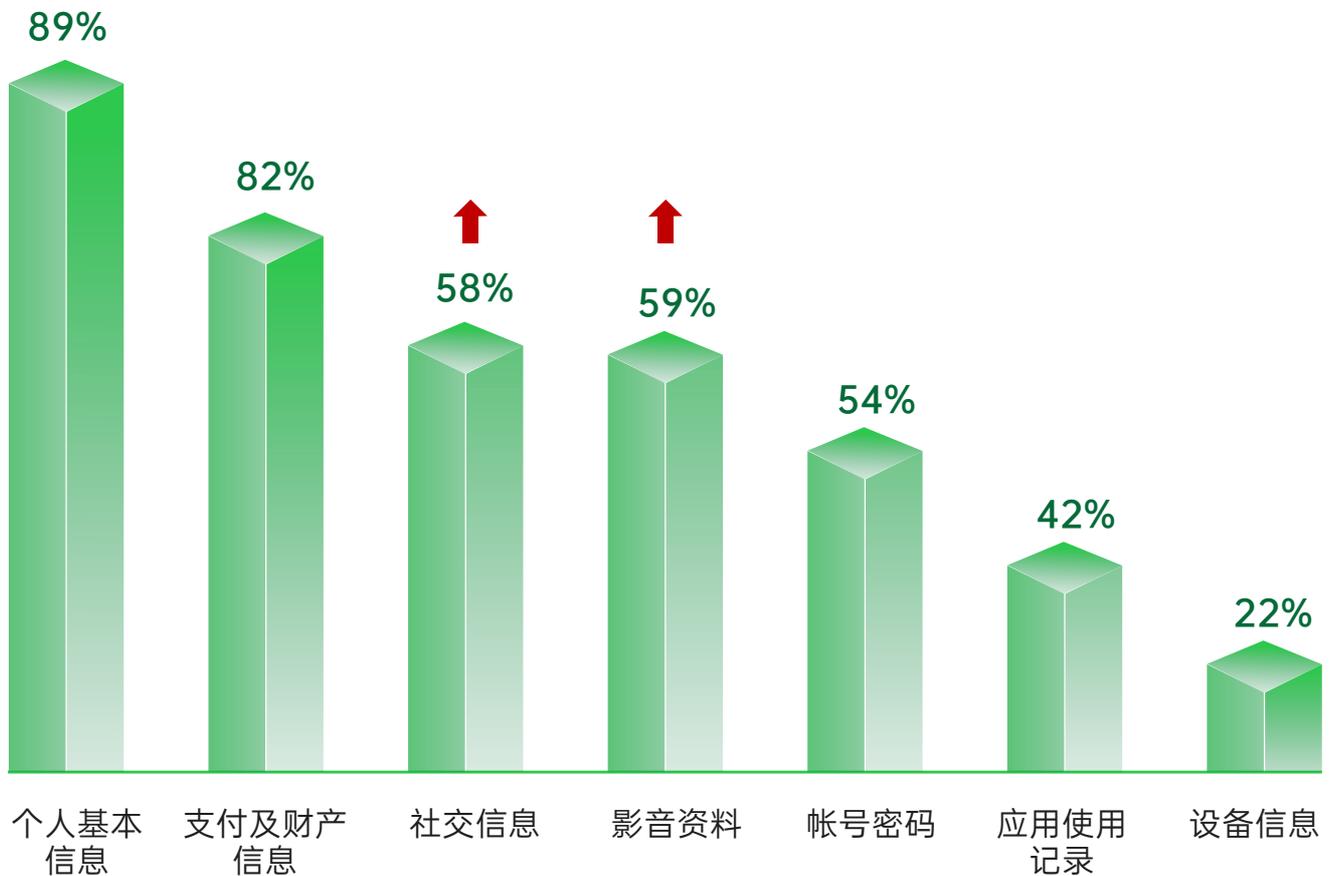
高端机用户对隐私信息的关注度普遍更高，尤其对影音资料的关注度显著高于整体

- 研究发现，高端机用户对安全隐私敏感性更强，他们认为重要的安全隐私信息平均个数高于市场整体，且对安全隐私信息的关注度不仅限于基础信息，对社交信息、影音资料也更高，尤其对影音资料的关注度明显高于市场整体水平。
- 而在“信任自我防护”和“信赖科技防护”间，更多用户倾向更信任自我防护。这意味着对于企业而言，采用科技技术对用户安全隐私进行防护的“度”的把握尤为重要。

？ 以下涉及到安全隐私方面的信息，哪些对您最重要？ 样本 N=206

》》》 高端机用户（手机购买价格大于4000元）

↑ 表示明显高于市场整体水平



03

担忧

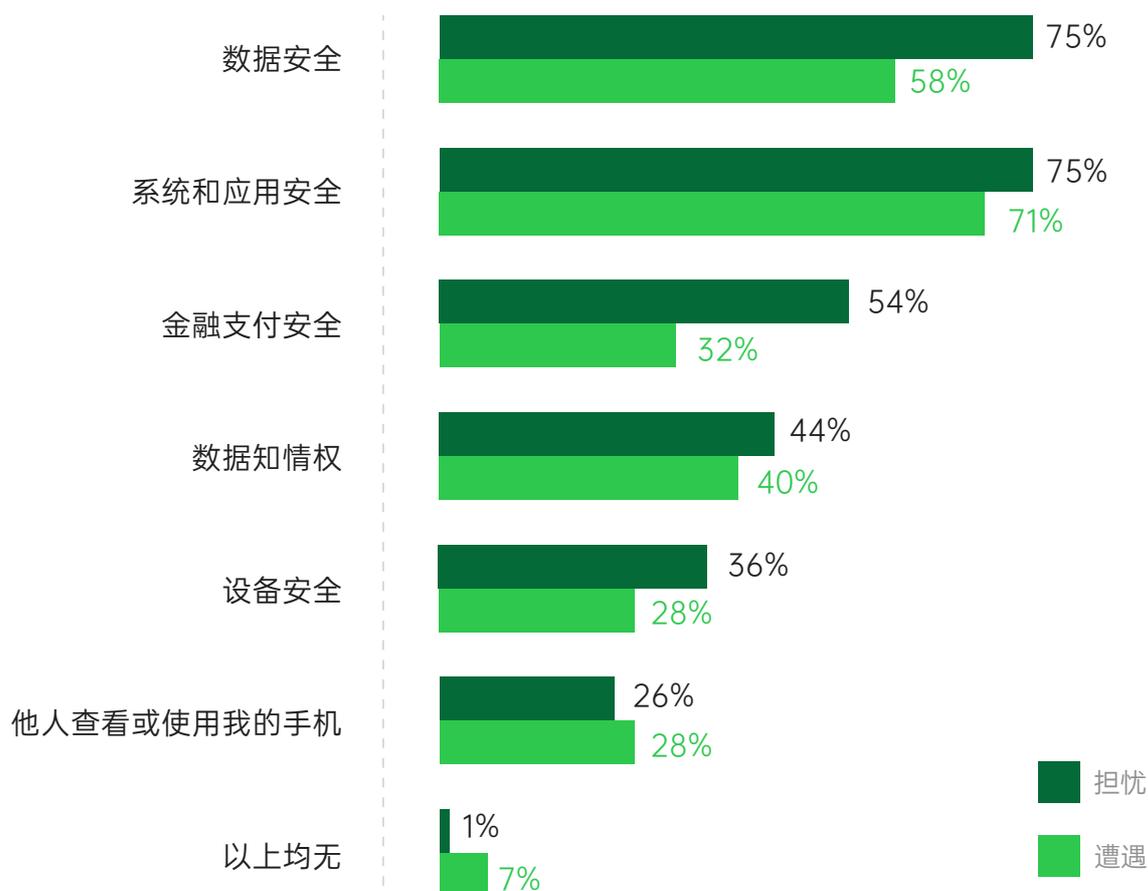
用户担忧和遭遇的手机
安全隐私问题是？

3.1 发现

用户最担忧数据安全问题，遭遇最多系统和应用安全问题

- 从担忧与实际遭遇的比例来看，**系统和应用安全、数据知情权**是用户担忧且实际遭遇较多的问题，需要重点防护，解决实际问题，降低问题发生风险。
- 另一方面，**数据安全、金融支付安全、设备安全**等安全隐私问题，用户担忧比例明显高于实际遭遇，品牌需要更多地加强用户心理防护保障。

? 您在使用手机时，主要担心哪些问题？曾经遭遇过哪些呢？ 样本 N=1002



3.2 发现

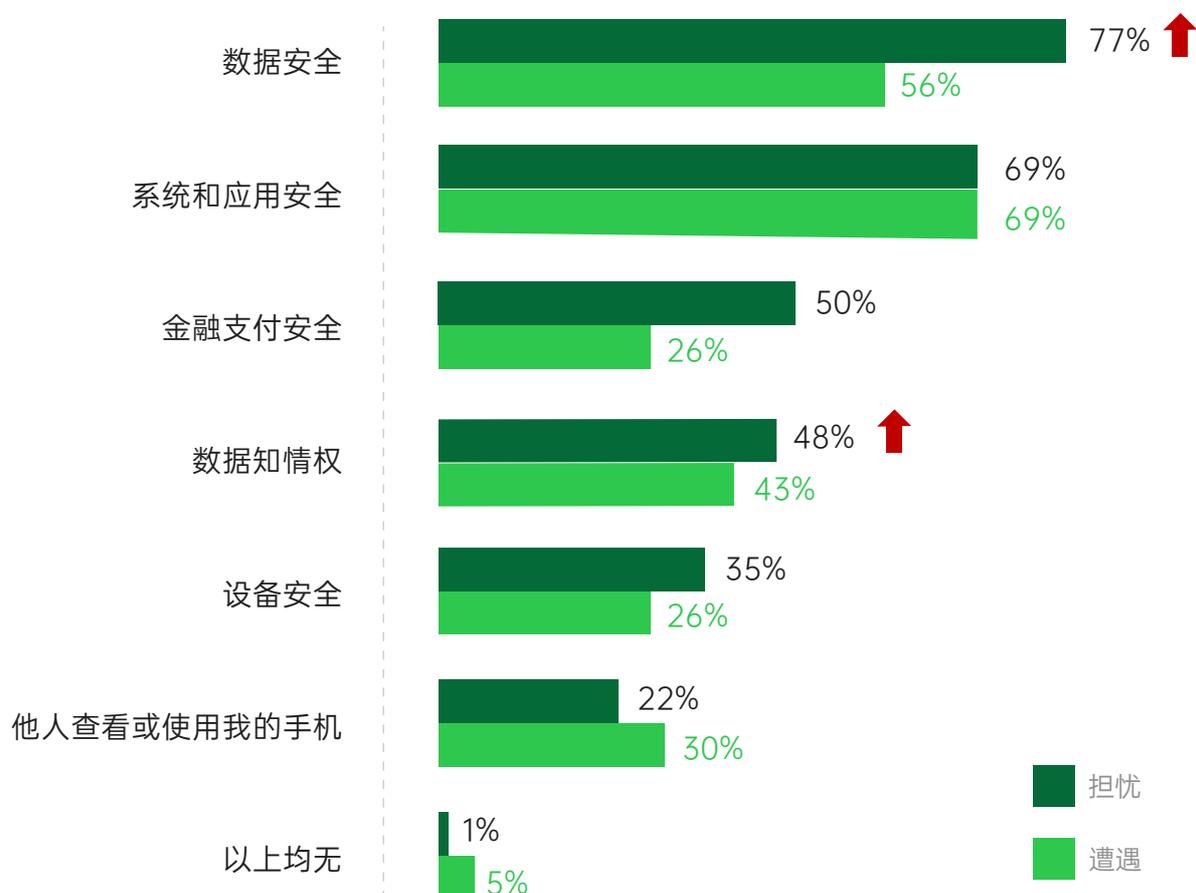
高端机用户更担忧数据知情权和数据安全问题

- 相比较而言，高端机用户在使用手机时，对数据的隐私性更加敏感，感知到更多“不知道数据被谁收集”、“不知道数据怎么被收集”的风险，对数据知情权和数据安全问题表达了更多的担忧。
- 同时，得益于较高的安全隐私认知水平，高端机用户能够进行有效的安全隐私防护，遭遇到的系统和应用安全问题、金融支付问题等相对更少。

? 您在使用手机时，主要担心哪些问题？曾经遭遇过哪些呢？ 样本 N=206

>>> 高端机用户（手机购买价格大于4000元）

↑ 表示明显高于市场整体水平



04

行动

用户目前在手机安全隐私方面采取的行动是？

4.1 发现

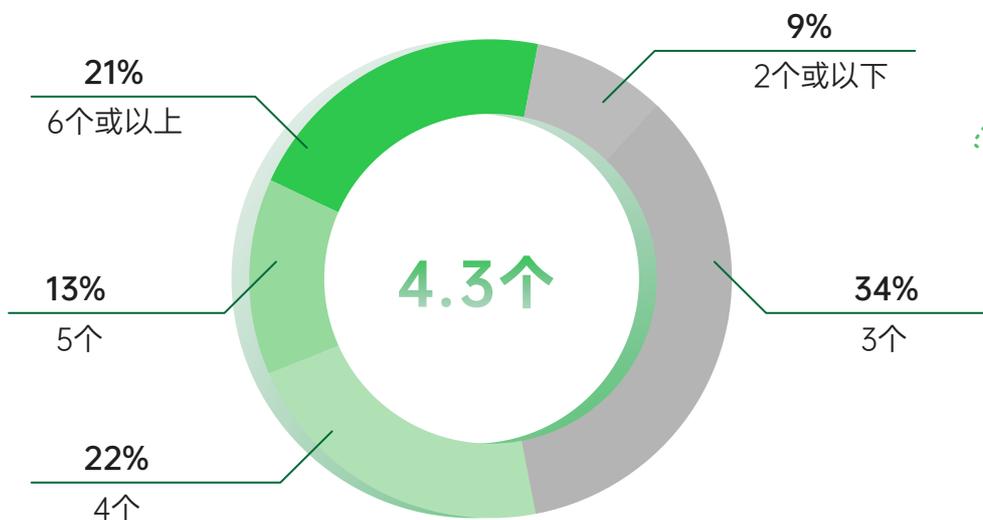
用户采取的防护措施为3-4个，主要为保护数据安全和系统安全

- 更多用户采用3-4个手机安全隐私防护措施，主要是通过设置APP读取权限、加密或隐藏信息、删除记录保护隐私信息，防止数据泄露；设置骚扰拦截减少通话或短信骚扰、查杀病毒以保护系统安全。

? 针对手机的安全隐私保护，您做了哪些保护措施？ 样本 N=1002



保护措施个数 >>>



4.2 发现

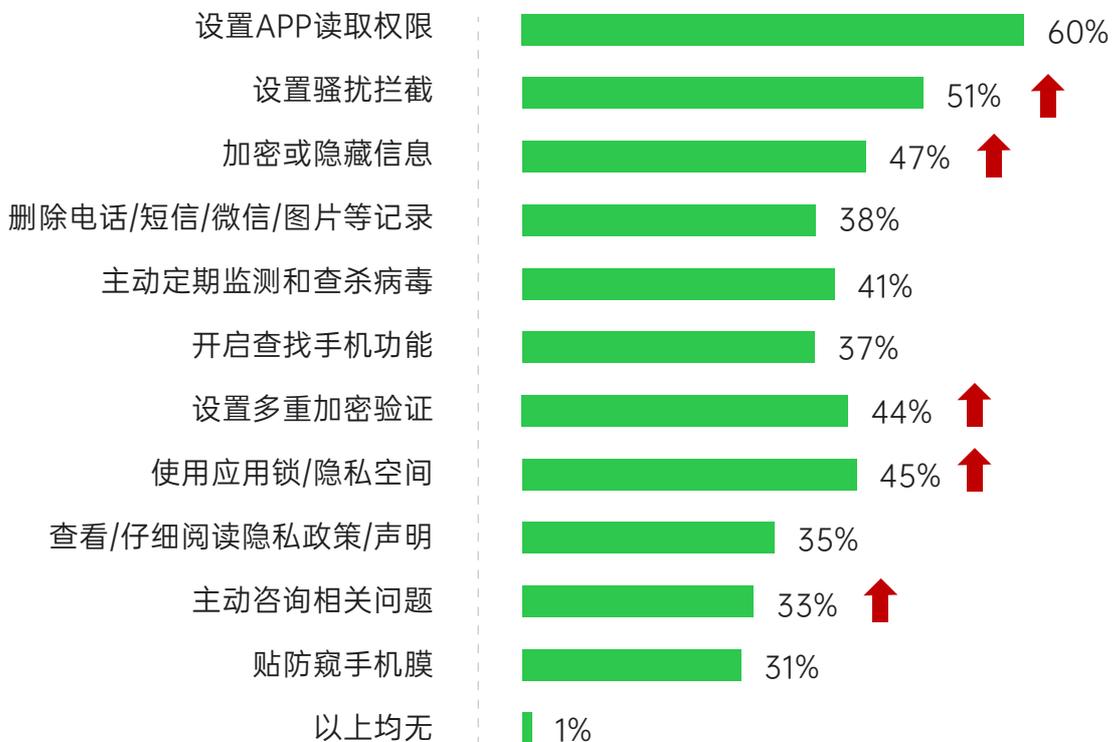
Z世代采取更多的措施来防卫自己的手机安全隐私，防护手段和防护信心更足

- 研究发现，活跃于移动互联网时代的年轻群体，对自己的防护能力更有信心，这可能基于他们更强的互联网知识视野，更多的保护知识共享。
- Z世代采用的安全隐私保护措施个数约为4.6个，采用6个或以上保护措施手段的比例显著高于市场整体水平。
- 而且，Z世代更注重对自身隐私的保护，他们主动采用加密和隐藏信息，设置多重加密验证，加应用锁和贴防窥手机膜的比例均高于市场整体水平。

? 针对手机的安全隐私保护，您做了哪些保护措施？ 样本 N=466

>>> Z世代用户（18-25岁的用户）

↑ 表示明显高于市场整体水平



>>> 保护措施个数均值：4.6个

05

改善

安全隐私体验提升，
品牌可以怎样做？

5.1 发现

可感知、可掌控、可信赖是用户对安全隐私功能体验的期望目标



可感知
做到心中有数



可掌控
由我个性化掌控



可信赖
系统防护精准有效

5.2 发现

此外，人性化的设计，能显著提升用户对品牌安全隐私的感知



人性化
操作更智能、便捷；自我学习主动防护



OPPO 手机管家：
功能整合，分类全面清晰



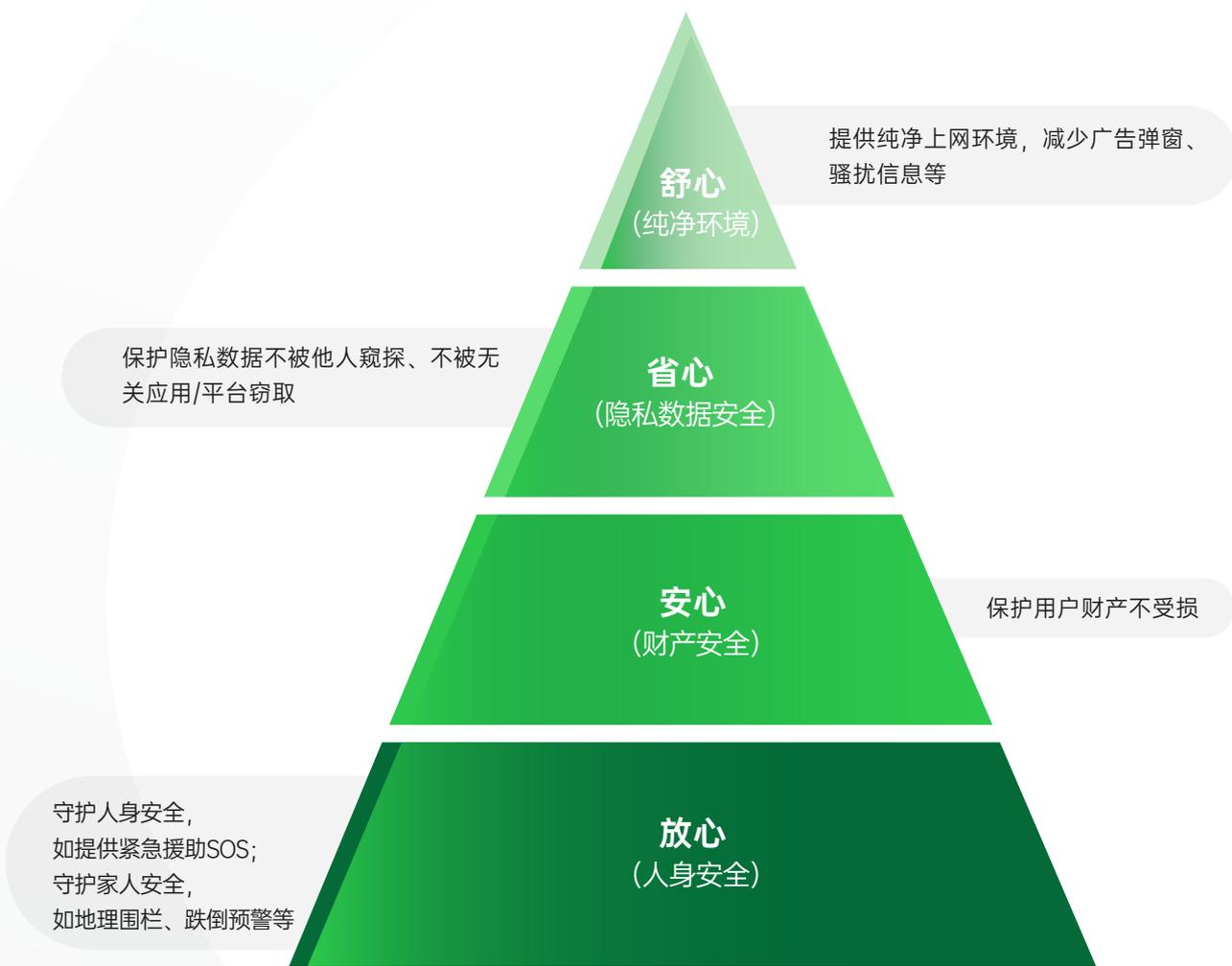
OPPO 查找手机：
清晰的状态展示与功能说明



OPPO 应用行为记录：
直观可视化设计

5.3
发现

让用户放心，安心，省心和舒心，是手机品牌守护安全隐私的最终目标

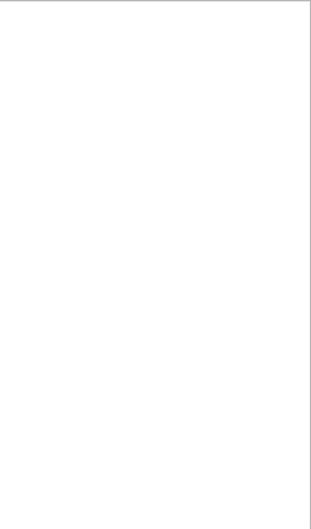




附

录

调研由OPPO和益普索Ipsos共同发起，通过定性和定量的研究方式，于2021年7-8月间，当面访谈20位智能手机用户，线上回收1400份有效样本。参与者主要为18-45岁智能手机用户，分布1-4线及以下城市，覆盖市场上不同价位段、不同手机品牌用户，调研样本分布较为全面，接近市场手机用户群体结构。



oppo

