

# 2009-2012年中国杀毒软件市场调研与投资前景咨询分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国杀毒软件市场调研与投资前景咨询分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/7822978229.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

目前，国内杀毒软件产业面临着良好的政策环境。2009年年初，国务院发布的《电子信息产业调整和振兴规划》明确提出，未来三年软件和信息服务业要在电子信息产业中的比重由12%提高到15%。在今后一段时期，国家发展改革委将会同有关部门做好以下工作：一是抓紧落实《电子信息产业调整和振兴规划》。目前，鼓励软件产业发展的新政策起草工作已基本完成，新政策的目的是保持2010年后软件产业政策的连续性，进一步支持软件产业发展；二是采取综合措施，加快培育和发展包括软件和信息服务业在内的高技术服务产业，使其成为拉动经济增长、转变发展方式、提高社会效率、促进就业的重要力量，提升软件产业的自主创新和产业化水平；三是大力推进国家信息化建设，加强电子政务、电子商务、企业信息化等领域的信息化试点工作；四是在进一步拓展软件服务离岸外包市场的基础上，促进国内服务外包的健康发展；五是着眼“后危机”时代全球竞争和我国软件产业的持续健康发展需要，部署研究“十二五”乃至更长一段时间我国软件产业战略调整工作。

在国产杀毒领域，瑞星、江民、金山毒霸一直三足鼎立，但在2006年卡巴斯基大举进入中国之后，就打破这一局势，这与卡巴斯基的市场运作和当时的互联网环境具有一定关系。在2009年金安明邦调研中心调查的2千多份有效问卷中，目前使用瑞星杀毒软件的以38.6%占有绝对优势，其次是卡巴斯基占有23.3%，金山毒霸、江民杀毒和NOD32分列其后，在前五名中，国外杀毒软件拥有两席的地位，也是不容小视，好在瑞星、江民、金山依旧保持较好的市场占有率。这方面也说明了国产杀毒厂商更加熟悉国内的互联网环境和用户的使用特点，尤其是金山毒霸已经两次通过国际VB100认证，更是增添了国产软件能够与国外软件竞争的砝码。而诺顿杀毒软件由于一直被定位在企业级用户端，并且由于价格等因素，个人用户目前不具优势。

2006年中国个人网络安全市场规模为10.6亿元，比2005年增长15.2%。目前中国个人网络安全产品市场规模主要集中在个人防火墙和反病毒软件上，反恶意软件工具还主要以免费推广为主。

### 【 报告目录 】

#### 第一章 杀毒软件相关概述 15

##### 第一节 反病毒软件简介 15

##### 第二节 反病毒软件原理 15

###### 一、反病毒软件的任务 15

###### 二、反病毒软件的实时监控方式 16

##### 第三节 反病毒软件待改进的探讨 16

#### 第二章 2008-2009年世界杀毒软件行业整体运营状况分析 18

##### 第一节 2008-2009年世界软件产业运行环境浅析 18

##### 第二节 2008-2009年世界杀毒软件市场运行格局 23

- 一、微软杀毒捆绑Win7 安全厂商将重新洗牌 23
- 二、2008年全球杀毒软件市场份额 24
- 三、微软正式进军杀毒软件市场 25
- 四、2009世界杀毒软件排行榜 BitDefender居首 25
- 第三节 2008-2009年世界主要国家杀毒软件市场运行分析 26
  - 一、微软杀毒套装美国市场排第二 26
  - 二、江民杀毒软件日本市场排第四 27
  - 三、卡巴斯基已占据西班牙杀毒软件市场半壁江山 28
- 第四节 2009-2012年世界杀毒软件行业发展趋势分析 28
- 第三章 2008-2009年世界杀毒软件顶尖企业营运状况浅析 30
  - 第一节 诺顿 30
  - 第二节 MCAFEE 32
  - 第三节 趋势科技 34
  - 第四节 IBM 36
  - 第五节 EMC 42
  - 第六节 微软 44
- 第四章 2008-2009年中国杀毒软件行业市场发展环境解析 50
  - 第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析 50
    - 一、中国GDP分析 50
    - 二、中国CPI指数分析 52
    - 三、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析 54
  - 第二节 2008-2009年中国杀毒软件市场政策环境分析 57
    - 一、信息产业部解读软件与集成电路产业发展关键政策 57
    - 二、软件业系列政策利 61
    - 三、中国软件采购政策 66
  - 第三节 2008-2009年中国杀毒软件市场技术环境分析 66
    - 一、浅析杀毒软件技术应用 66
    - 二、驱动技术成为降低成本的重点 73
  - 第四节 2008-2009年中国杀毒软件市场社会环境分析 75
    - 一、电脑网络普及化 75
    - 二、人们受教育程度 80
- 第五章 2008-2009年中国杀毒软件行业市场运行态势剖析 83
  - 第一节 2008-2009年中国杀毒软件行业发展动态分析 83
    - 一、首个上网本专用杀毒软件上线 83
    - 二、中文免费杀毒软件添新兵 83

三、国内安全软件厂商首度联手	84
第二节 2008-2009年中国软件产业亮点透析	84
一、产品结构	84
二、在产业整合	86
第三节 2008-2009年中国软件产业现状综述	87
一、国产软件产量有望跻身世界三强	87
二、中国将是嵌入式软件消费大国	87
第四节 2008-2009年中国杀毒软件产业面临的挑战分析	88
第六章 2008-2009年中国杀毒软件市场运行走势分析	90
第一节 2008-2009年中国杀毒软件市场运行特点分析	90
第二节 2008-2009年中国杀毒软件市场动态分析	92
一、2009年度11款杀毒软件横向测评	92
二、09年国内杀毒软件销售榜卡巴斯基排名第一	119
第三节 2008-2009年国产杀毒软件市场分析	119
一、杀毒软件商营销方式花样百出 争占市场份额	119
二、国内杀毒厂商转战国际市场	120
第四节 2008年软件盗版率分析	120
第五节 2008-2009年中国杀毒软件市场	121
一、中国三大杀毒软件市场价格同比分析	121
二、影响杀毒软件价格的因素分析	122
第七章 2001-2009年中国出口计算机软件进出口贸易分析	123
第一节 2001-2009年中国出口计算机软件进出口数据监测	123
第二节 2008-2009年出口计算机软件进出口国家及地区分析	123
第三节 2008-2009年出口计算机软件进出口省市分析	124
第八章 2008-2009年中国软件市场营销分析	125
第一节 互联网时代的软件新营销解析	125
第二节 软件行业网络营销解决方案	126
一、软件知识营销	126
二、软件新闻事件营销	126
三、软件网络论坛推广	127
四、软件网络活动营销	128
五、网络博客营销	129
六、软件FEA网络整合营销	130
第九章 2008-2009年中国杀毒软件市场消费全面调研	132
第一节 受访者基本情况调查分析	132

- 一、样本属性占比 132
- 二、受访者年龄结构 132
- 三、职业分布 132
- 四、区域分布 133
- 第二节 杀毒软件渗透率调研 134
  - 一、用户杀毒软件占比 134
  - 二、杀毒软件的介质和属性 135
  - 三、获得杀毒软件的渠道 136
  - 四、接受的杀毒软件价格 137
  - 五、常用的购买支付方式 138
  - 六、期望的软件服务期限 139
- 第三节 杀毒软件用户体验及满意度分析 140
  - 一、选择杀毒软件考虑的主要因素 140
    - 1. 品牌知名度 140
    - 2. 查杀毒功能 141
    - 3. 扫描速度对比 142
    - 4. 软件操作难易程度 143
    - 5. 资源占用对比 144
    - 7. 病毒库升级频率 145
    - 8. 性价比评价对比 146
  - 二、用户对杀毒软件的体验困境 147
  - 三、对软件厂商的服务满意程度 148
  - 四、用户对杀毒软件的转移度 150
- 第四节 用户对在线杀毒的预期 151
  - 一、用户对在线杀毒的预期 151
  - 二、用户获取服务的方式 152
  - 三、对网络安全服务需求 153
- 第十章 2008-2009年中国杀毒软件市场竞争格局透析 155
  - 第一节 2008-2009年中国杀毒软件行业竞争现状 155
    - 一、杀毒软件的市场竞争愈演愈烈 155
    - 二、国内杀毒软件三足鼎立 156
    - 三、杀毒软件的客户满意度 157
    - 四、用户选择杀毒软件的原因 157
  - 第二节 2008-2009年中国杀毒软件市场竞争格局 158
    - 一、欧洲最大杀毒厂商重回中国 158

- 二、杀毒软件产品之争:技术创新是出路 159
- 三、杀毒软件今夏促销打“另类牌” 161
- 第三节 2008-2009年中国杀毒软件行业竞争中存的问题 161
- 第四节 2009-2012年中国杀毒软件行业竞争趋势分析 162
- 第十一章 2008-2009年中国顶尖杀毒软件企业竞争力分析 164
- 第一节 北京瑞星科技股份有限公司（瑞星） 164
  - 一、企业概况 164
  - 二、品牌竞争力分析 164
  - 三、公司最新发展战略分析 165
- 第二节 金山软件股份有限公司（金山毒霸） 165
  - 一、企业概况 166
  - 二、品牌竞争力分析 166
  - 三、公司最新发展战略分析 167
- 第三节 北京江民新技术有限公司（江民） 168
  - 一、企业概况 168
  - 二、品牌竞争力分析 168
  - 三、公司最新发展战略分析 168
- 第四节 奇虎公司（360安全卫士） 169
  - 一、企业概况 169
  - 二、品牌竞争力分析 169
  - 三、公司最新发展战略分析 169
- 第五节 其它顶尖软件企业运行分析 170
  - 一、方正科技集团股份有限公司 170
  - 二、中兴通讯股份有限公司 170
  - 三、华为技术有限公司 171
- 第十二章 2009-2012年中国杀毒软件行业发展趋势与前景展望 172
- 第一节 2009-2012年中国杀毒软件行业发展前景分析 172
  - 一、中国软件产业前景展望 172
  - 二、杀毒软件市场前景分析 173
- 第二节 2009-2012年中国杀毒软件行业发展趋势分析 174
  - 一、五大趋势主导软件产业变局 174
  - 二、2009年中国软件发展趋势 177
  - 三、商业软件6大趋势分析 180
- 第三节 2010-2012年中国杀毒软件行业市场预测分析 180
- 第四节 2009-2012年中国杀毒软件市场盈利预测分析 181

### 第十三章 2009-2012年中国杀毒软件行业投资机会与风险规避指引 182

#### 第一节 杀毒软件走出投资误区 182

#### 第二节 2009-2012年中国杀毒软件行业投资机会分析 182

##### 一、软件产业投资潜力分析 182

##### 二、软件业将逐渐成为投资热点 183

#### 第三节 2009-2012年中国杀毒软件行业投资风险预警 183

##### 一、宏观调控政策风险 183

##### 二、市场竞争风险 184

##### 三、市场运营机制风险 184

#### 第四节 2009-2012年中国杀毒软件行业投资规划指引 185

#### 【 图表目录 】

图表 1 1980-2010年世界经济、先进经济体、新兴和发展中经济体增长比较 16

图表 2 1980-2010年美国、日本、欧元区经济增长比较及预测 17

图表 3 2008年分季度美国部分经济指标比较 17

图表 4 2008年分季度日本部分经济指标比较 18

图表 5 2008年分季度欧元区部分经济指标比较 18

图表 6 1980-2010年中国、东盟5国、俄罗斯、印度经济增长比较 19

图表 7 2007年8月-2008年12月中价国际现货、期货价格指数走势 20

图表 8 2008年5-12月美国、欧元区、日本CPI 20

图表 9 2008年12月加拿大、韩国、美国、日本再度纷纷降息 21

图表 10 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图 48

图表 11 2006-2009年中国季度GDP增长率走势图 48

图表 12 2006-2009年中国季度GDP增长速度表 49

图表 13 2008-2009年各月中国价格指数统计表 50

图表 14 2006-2009年6月中国价格指数月度走势图 51

图表 15 2006-2009年5月中国主要消费品CPI月度走势图 51

图表 16 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图 52

图表 17 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图 53

图表 18 1978-2008年中国城乡居民人均收入增长对比图 54

图表 19 各种引擎技术的优缺点： 65

图表 20 2000-2009年中国网民规模增长趋势图 74

图表 21 2005-2009年中国大陆网民规模与互联网普及率 74

图表 22 截止至2009年6月中国互联网统计数据表 75

图表 23 部分国家的互联网普及率统计表 75

图表 24 截止至2009年6月中国网民性别结构分布图 76

- 图表 25 截止至2009年6月网络应用使用率排名和类别 77
- 图表 26 网民对生活形态语句的总体认同度统计表 77
- 图表 27 2001-2007年我国教育经费支出增长趋势图 78
- 图表 28 2003-2008年我国各类教育招生人数 79
- 图表 29 评测环境概述 90
- 图表 30 NORTON 2009主界面 91
- 图表 31 NOD32 3.0主界面 92
- 图表 32 卡巴斯基2009主界面 93
- 图表 33 BITDEFENDER 2008主界面 94
- 图表 34 AVG主界面 95
- 图表 35 小红伞主界面 96
- 图表 36 AVAST主界面 97
- 图表 37 金山毒霸2009主界面 98
- 图表 38 瑞星2009主界面 99
- 图表 39 江民KV2009主界面 100
- 图表 40 DR.WEB大蜘蛛2008主界面 101
- 图表 41 趋势科技2008主界面 102
- 图表 42 挂马网站测试结果 103
- 图表 43 带毒图片测试结果 104
- 图表 44 载监控能力对比 105
- 图表 45 邮件监控能力对比 105
- 图表 46 流氓软件查杀对比 106
- 图表 47 移动媒体监控对比 107
- 图表 48 注册表监控能力对比 108
- 图表 49 病毒包查杀结果对比 108
- 图表 50 开机启动速度影响对比 单位：秒 109
- 图表 51 网页打开速度对比 109
- 图表 52 文件下载速度对比 110
- 图表 53 下载速度影响对比 单位：秒 110
- 图表 54 自我防护能力对比 111
- 图表 55 病毒查杀速度对比（数值越小越好） 112
- 图表 56 NORTON扫描中CPU占用率截图 112
- 图表 57 NOD32扫描中CPU占用率截图 112
- 图表 58 卡巴斯基扫描中CPU占用率截图 113
- 图表 59 BITDEFENDER扫描中CPU占用率截图 113

- 图表 60 AVG扫描中CPU占用率截图 113
- 图表 61 小红伞扫描中CPU占用率截图 114
- 图表 62 AVAST扫描中CPU占用率截图 114
- 图表 63 金山毒霸2009扫描中CPU占用率截图 114
- 图表 64 瑞星2009扫描中CPU占用率截图 115
- 图表 65 江民KV2009扫描中CPU占用率截图 115
- 图表 66 大蜘蛛扫描中CPU占用率截图 115
- 图表 67 趋势科技扫描中CPU占用率截图 116
- 图表 68 CPU平均占用率对比（数值越小越好） 116
- 图表 69 内存用量对比（数值越小越好） 116
- 图表 70 2001-2009年中国出口计算机软件进出口数据统计表 121
- 图表 71 2001-2009年中国出口计算机软件进出口国家及地区数据统计表 121
- 图表 72 2001-2009年中国出口计算机软件进出口省市数据统计表 122
- 图表 73 2009年杀毒软件市场调查对象年龄结构 130
- 图表 74 受访者年龄结构 131
- 图表 75 职业分布 131
- 图表 76 2009年中国杀毒软件市场份额情况 133
- 图表 77 用户喜爱的杀毒软件介质和属性 134
- 图表 78 获得杀毒软件的渠道构成 135
- 图表 79 用户接受的杀毒软件价格 136
- 图表 80 常用的购买支付方式 136
- 图表 81 期望的软件服务期限 137
- 图表 82 杀毒软件品牌知名度 138
- 图表 83 查杀毒功能 139
- 图表 84 扫描速度对比 140
- 图表 85 软件操作难易程度 141
- 图表 86 资源占用对比 142
- 图表 87 病毒库升级频率 143
- 图表 88 性价比评价对比 144
- 图表 89 用户对杀毒软件的体验困境 145
- 图表 90 对杀毒软件厂商服务满意度调研 146
- 图表 91 对各杀毒厂商售后服务满意度评价对比 147
- 图表 92 用户对杀毒软件的转移度 148
- 图表 93 用户对在线杀毒的预期 149
- 图表 94 用户获取服务的方式 150

图表 95 对网络安全服务需求 151

图表 97 2008年度中国用户最满意的杀毒软件品牌 155

图表 98 用户选择杀毒软件的原因 156

图表 99 2003-2010年中国个人网络安全市场规模及预测 179

图表 100 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 186

图表 101 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 187

图表 102 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 188

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/7822978229.html>