

# 2016-2022年中国杀毒软件 行业监测及发展前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国杀毒软件行业监测及发展前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201512/128364.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

杀毒软件是一种可以对病毒、木马等一切已知的对计算机有危害的程序代码进行清除的程序工具。“杀毒软件”由国内的老一辈反病毒软件厂商起的名字，后来由于和世界反病毒业接轨统称为“反病毒软件”、“安全防护软件”或“安全软件”。集成防火墙的“互联网安全套装”、“全能安全套装”等用于消除电脑病毒、特洛伊木马和恶意软件的一类软件，都属于杀毒软件范畴。杀毒软件通常集成监控识别、病毒扫描和清除和自动升级等功能，有的反病毒软件还带有数据恢复、防范黑客入侵，网络流量控制等功能。

报告目录：

### 第一章 杀毒软件相关概述 13

#### 第一节 反病毒软件简介 13

#### 第二节 反病毒软件原理 13

##### 一、反病毒软件的任务 13

##### 二、反病毒软件的实时监控方式 13

#### 第三节 反病毒软件待改进的探讨 14

### 第二章 2012-2015年中国计算机及网络安全现状分析 15

#### 第一节 中国计算机及病毒 15

##### 一、计算机普及应用情况 15

##### 二、互联网网络安全现状 16

##### 三、互联网网络安全热点 20

##### 四、计算机网络安全技术 21

##### 五、计算机病毒库更新情况 24

##### 六、计算机病毒技术发展分析 25

#### 第二节 中国互联网及病毒 26

##### 一、全国信息网络安全状况调查 26

##### 二、威胁企业网络安全的主要因素 29

##### 三、病毒典型的网络攻击方式 33

##### 四、网络安全隐患与防范分析 36

## 五、企业网络安全防范措施 38

### 第三节 中国网民信息安全状况调查 43

#### 一、中国网民总体信息安全状况 43

##### (一) 中国网民信息安全意识 43

##### 1、中国总体网民信息安全意识 43

##### 2、中国不同网民信息安全意识 44

##### (二) 中国网民信息安全保护 46

##### 1、信息安全保护措施数量 46

##### 2、信息安全保护措施类型 47

##### 3、不安装安全防护软件原因 48

##### (三) 中国网民信息安全事件 49

##### 1、信息安全事件发生状况 49

##### 2、信息安全事件导致的损失 50

##### 3、处理信息安全事件的方式 50

#### 二、各类信息安全事件状况 51

##### (一) 中病毒或木马 51

##### (二) 账号或密码被盗 52

##### (三) 个人信息泄露 54

##### (四) 假冒网站 56

##### (五) 欺诈诱骗信息 57

##### (六) 手机恶意软件 58

##### (七) 手机垃圾短信 59

##### (八) 手机骚扰电话 60

#### 三、安全防护软件安装和使用状况 61

##### (一) 电脑安全防护软件 61

##### 1、安装用户数与安装软件数 61

##### 2、电脑安全防护软件搭配模式 62

##### (二) 手机安全防护软件 62

##### 1、安装用户数与安装软件数 62

##### 2、手机安全防护软件安装原因 63

## 第三章 2012-2015年世界杀毒软件行业整体运营状况分析 64

第一节 2012-2015年世界软件产业运行环境浅析	64
第二节 2012-2015年世界杀毒软件市场运行格局	65
一、微软杀毒捆绑Win8	65
二、全球杀毒软件市场份额	65
三、微软正式进军杀毒软件市场	68
四、世界杀毒软件排行榜	69
第三节 2012-2015年世界主要国家杀毒软件市场运行分析	71
一、美国杀毒软件市场现状	71
二、日本杀毒软件市场现状	73
三、西班牙杀毒软件市场现状	74
第四节 2016-2022年世界杀毒软件行业发展趋势分析	75
第四章 2012-2015年中国杀毒软件行业市场发展环境解析	77
第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析	77
一、中国GDP增长情况分析	77
二、全社会固定资产投资分析	78
三、社会消费品零售总额分析	79
四、城乡居民收入与消费分析	80
五、对外贸易的发展形势分析	81
第二节 中国杀毒软件市场政策环境分析	82
一、软件与集成电路产业发展关键政策	82
二、软件产业“十二五”专项规划	86
三、中国软件采购政策	88
四、《软件产品管理办法》的实施	93
五、《关于加强网络信息保护的决定》	97
第三节 中国杀毒软件市场技术环境分析	99
一、浅析杀毒软件技术应用	99
二、驱动级编程技术成为重点	104
第四节 中国杀毒软件市场社会环境分析	105
一、中国网民的规模	105
二、中国网民的结构	107
三、互联网应用分析	109

#### 四、移动互联网应用 121

### 第五章 2012-2015年中国杀毒软件产业运行态势剖析 126

#### 第一节 2012-2015年中国杀毒软件行业发展动态分析 126

一、腾讯杀毒软件“升级”覆盖用户广 126

二、希望云安全推企业级免费杀毒软件 127

三、免费杀毒软件因卡巴斯基归来或将冬眠 129

四、2014年江民速智版杀毒软件正式上市 130

#### 第二节 2012-2015年中国软件产业亮点透析 130

一、产业结构 130

二、在产业整合 132

三、多元化产业发展 133

#### 第三节 2012-2015年中国软件产业现状综述 136

一、中国基础软件技术已达世界先进水平 136

二、中国将是全球嵌入式软件生产大国 137

#### 第四节 2012-2015年中国杀毒软件产业面临的挑战分析 138

### 第六章 2012-2015年中国杀毒软件市场运行走势分析 139

#### 第一节 2012-2015年中国杀毒软件市场运行特点分析 139

#### 第二节 2012-2015年中国杀毒软件市场动态分析 142

一、百度欲推杀毒软件进军安全领域 142

二、瑞星发布企业终端安全解决方案 143

三、ITbrand发布杀毒软件品牌排行榜 143

#### 第三节 2012-2015年国产杀毒软件市场分析 145

一、国产杀毒软件正处最危险的时候 145

二、国内杀毒厂商目标锁定企业市场 146

#### 第四节 2012-2015年软件盗版率情况分析 148

一、分类盗版数量 148

二、分类数量盗版率 149

三、数量盗版率情况 150

四、盗版软件经济损失 151

五、价值盗版率情况 152

第五节 2012-2015年中国杀毒软件市场分析	154
一、中国杀毒软件市场价格分析	154
二、中国安全软件市场规模分析	154
三、收费杀毒软件个人用户市场分析	155
第六节 2012-2015年中国手机安全市场分析	157
一、中国手机安全市场产业链构成	157
二、中国手机安全市场商业模式研究	158
三、手机安全商业模式发展面临的问题	162
四、中国手机安全市场产业发展阶段	163
五、中国手机安全市场竞争格局分析	163
六、中国手机安全市场发展预测分析	164
第七章 2012-2015年中国计算机病毒热点聚焦	165
第一节 2012-2015年中国计算机病毒数据统计	165
一、中国计算机新增病毒统计	165
二、中国互联网十大病毒情况	165
三、计算机病毒疫情地区分布情况	168
四、计算机病毒传播渠道分布情况	168
五、国内计算机病毒增长情况分析	169
第二节 2012-2015年中国计算机病毒构黑色产业链	170
一、木马	170
二、黑客后门	172
三、风险程序	172
第三节 2012-2015年中国计算机病毒重灾区分析	173
一、中国计算机病毒总感染量	173
二、广东计算机病毒总感染量	173
三、江苏计算机病毒总感染量	174
四、山东计算机病毒总感染量	174
第八章 中国出口计算机软件数据分析（9803）	176
第一节 中国计算机软件业出口分析	176
第二节 中国出口计算机软件数量分析	176

### 第三节 中国出口计算机软件金额分析 177

### 第四节 中国出口计算机软件平均单价分析 177

## 第九章 2012-2015年中国杀毒软件市场营销解析 179

### 第一节 中国杀毒软件营销现状 179

#### 一、杀毒软件走上整合营销路 179

#### 二、杀毒软件商营销方式花样百出 180

#### 三、三杀毒巨头重拳营销 181

#### 四、杀毒软件免费是营销噱头 182

### 第二节 中国杀毒软件营销渠道 183

#### 一、杀毒软件拓展销售渠道新势力 183

#### 二、杀毒软件“登陆”超市，销售渠道呈多样化 184

### 第三节 中国杀毒软件营销案例解析 184

#### 一、瑞星杀毒软件营销案例分析 184

#### 二、杀毒软件流氓营销 绑架整个行业 185

### 第四节 中国杀毒软件网络营销解决方案 187

#### 一、软件知识营销 187

#### 二、软件新闻事件营销 187

#### 三、软件网络论坛推广 188

#### 四、软件网络活动营销 189

#### 五、网络博客营销 189

#### 六、软件FEA网络整合营销 190

## 第十章 2012-2015年中国杀毒软件市场消费全面调研 192

### 第一节 受访者基本情况调查分析 192

#### 一、样本属性占比 192

#### 二、受访者年龄结构 192

#### 三、职业分布 193

#### 四、区域分布 193

### 第二节 杀毒软件渗透率调研 194

#### 一、电脑杀毒软件占比 194

#### 二、手机安全软件占比 195



三、杀毒软件的介质和属性	196
四、常用的购买支付方式	197
五、期望的软件服务期限	198
第三节 杀毒软件用户体验及满意度分析	198
一、选择杀毒软件考虑的主要因素	199
(一) 品牌知名度	199
(二) 查杀毒功能	199
(三) 程序大小对比	200
(四) 安装耗时对比	201
(五) 资源占用情况	201
(六) 挂马防御能力	203
(七) 扫描速度对比	203
二、用户对杀毒软件的经验困境	204
三、对软件厂商的服务满意程度	205
四、用户对杀毒软件的转移度	205
第四节 用户对在线杀毒的预期	206
一、用户对在线杀毒的预期	206
二、用户获取服务的方式	207
三、对网络安全服务需求	208
第十一章 2012-2015年中国杀毒软件市场竞争格局透析	210
第一节 中国杀毒软件行业竞争现状	210
一、杀毒软件市场竞争愈演愈烈	210
二、国内杀毒软件三足鼎立	211
三、渠道拓展成国际市场竞争手段	211
第二节 中国杀毒软件市场竞争动态分析	213
一、欧洲最大杀毒厂商重回中国	213
二、技术创新是杀毒软件发展出路	213
三、杀毒软件正盗版竞争分析	214
四、可信计算或成杀软最大竞争对手	215
五、腾讯电脑管家获Win8兼容杀软推荐产品	216
第三节 中国杀毒软件领域专利竞争态势	217

#### 第四节 中国杀毒软件行业竞争趋势分析 220

### 第十二章 2012-2015年世界杀毒软件顶尖企业营运状况浅析 222

#### 第一节 赛门铁克 222

##### 一、企业概况 222

##### 二、企业收购历程分析 222

##### 三、企业品牌竞争力分析 223

##### 四、企业技术优势分析 226

#### 第二节 McAfee 228

##### 一、企业概况 228

##### 二、企业品牌竞争力分析 228

##### 三、企业杀毒软件技术分析 229

#### 第三节 趋势科技 230

##### 一、企业概况 230

##### 二、企业收购历程分析 230

##### 三、企业品牌竞争力分析 231

##### 四、公司发展战略分析 231

#### 第四节 IBM 232

##### 一、企业概况 232

##### 二、品牌竞争力分析 232

##### 三、公司营销网络分析 233

##### 四、企业在华发展分析 233

#### 第五节 EMC 235

##### 一、企业概况 235

##### 二、品牌竞争力分析 235

##### 三、公司在华发展分析 236

##### 四、企业发展动态分析 237

#### 第六节 微软 238

##### 一、企业概况 238

##### 二、公司发展历程分析 238

##### 三、微软加快布局安全领域 240

##### 四、微软杀毒软件产品分析 241

## 第十三章 2012-2015年中国顶尖杀毒软件企业竞争力分析 242

### 第一节 北京瑞星科技股份有限公司 242

- 一、企业概况 242
- 二、企业发展历程分析 242
- 三、企业营销网络分析 244
- 四、公司品牌竞争力分析 244

### 第二节 金山软件股份有限公司 244

- 一、企业概况 244
- 二、企业组织结构分析 245
- 三、企业发展历程分析 246
- 四、公司产品情况分析 247

### 第三节 北京江民新技术有限公司 248

- 一、企业概况 248
- 二、品牌竞争力分析 249
- 三、公司营销网络分析 249
- 四、企业产品情况分析 250

### 第四节 奇虎公司 250

- 一、企业概况 250
- 二、品牌竞争力分析 251
- 三、公司经营情况分析 251
- 四、企业发展动态分析 251

### 第五节 其它顶尖软件企业运行分析 252

#### 一、中兴通讯股份有限公司 252

- (一) 企业基本概况 252
- (二) 产品情况分析 253
- (三) 营销网络分析 253
- (四) 企业发展战略 253

#### 二、浙江浙大网新科技股份有限公司 253

- (一) 企业概况 253
- (二) 企业竞争优势分析 254

#### 三、华为技术有限公司 255

- (一) 企业概况 255
- (二) 企业发展历程分析 256
- (三) 企业发展战略分析 259
- 四、方正科技集团股份有限公司 259

#### 第十四章 2012-2015年中国软件产业运行新形势透析 261

##### 第一节 2012-2015年全球软件产业运行概况 261

- 一、全球软件行业整合情况 261
- 二、国际软件产业发展政策比较 262
- 三、全球软件市场产业规模 265
- 四、世界软件企业发展分析 265
- 五、全球软件市场格局分析 266

##### 第二节 2012-2015年中国软件产业运行透析 266

- 一、我国软件产业集群分析 266
- 二、我国软件业运营状况分析 267
- 三、软件产业发展对中国经济影响 269

##### 第三节 2012-2015年中国软件业动态分析 270

- 一、中国软件产业发展困境与突围 270
- 二、中国软件产业发展的主要成果 272
- 三、厦门台资软件企业已经突破百家 274
- 四、中国软件产业知识产权保护情况 274
- 五、中国软件业正逐渐驶向新蓝海 276
- 六、中国软件产业多核并行化开发情况 279
- 七、我国软件产业自主创新战略 279
- 八、两化融合对工业软件产业升级的影响 280

##### 第四节 2012-2015年我国软件市场运营透析 281

- 一、2012-2015年中国软件产业收入情况 281
- 二、内需与外包对中国软件产业发展影响 283
- 三、中国软件产业市场精细化发展状况 285

##### 第五节 2012-2015年中国软件人才现状分析 286

- 一、人才“橄榄形”结构现状 286
- 二、我国软件产业人才培养状况 287

### 三、软件程序员专业化分析 289

## 第十五章 2016-2022年中国杀毒软件行业发展趋势与前景展望 291

### 第一节 2016-2022年中国杀毒软件行业发展前景分析 291

#### 一、中国软件产业前景展望 291

#### 二、杀毒软件市场前景分析 292

### 第二节 2016-2022年中国杀毒软件行业发展趋势分析 292

#### 一、软件业面临的发展机遇 292

#### 二、中国软件的发展趋势 294

#### 三、商业软件发展趋势分析 294

### 第三节 2016-2022年中国杀毒软件行业市场预测分析 297

### 第四节 2016-2022年中国杀毒软件市场盈利预测分析 298

## 第十六章 2016-2022年中国杀毒软件行业投资战略研究 299

### 第一节 2012-2015年中国杀毒软件产业投资概况 299

#### 一、软件产业投资价值分析 299

#### 二、杀毒软件走出投资误区 300

#### 三、杀毒软件产业投资环境分析 300

### 第二节 2016-2022年中国杀毒软件行业投资机会分析 301

#### 一、杀毒软件产业投资潜力分析 301

#### 二、软件产业投融资与并购成热点 302

### 第三节 2016-2022年中国杀毒软件行业投资风险预警 303

#### 一、产业政策风险 303

#### 二、市场竞争风险 303

#### 三、人力资源风险 303

#### 四、技术风险预警 303

#### 五、盗版风险预警 304

#### 六、信息安全风险 304

### 第四节 2016-2022年中国杀毒软件行业投资策略及建议 304

## 图表目录：

### 图表 1 2005-2014年中国互联网普及率变化趋势图 15

图表 2	2014年中国内地各省互联网普及率统计	15
图表 3	2014年腾讯电脑管家每月新增木马数量情况	27
图表 4	2014年国内网络安全重点事件回顾	28
图表 5	2014年网络安全重点事件网民关注度	28
图表 6	2014年网民对网络安全的担忧程度	29
图表 7	2014年网民最担忧网络安全带来的损失类型	29
图表 8	中国总体网民信息安全意识调查	44
图表 9	中国不同年龄网民信息安全意识调查	45
图表 10	中国不同学历网民信息安全意识调查	46
图表 11	中国信息安全保护措施数量	47
图表 12	中国网民信息安全保护措施	48
图表 13	中国网民不安装安全防护软件的原因	48
图表 14	中国总体网民遇到的信息安全事件	49
图表 15	中国总体网民信息安全事件导致的损失	50
图表 16	中国总体网民处理信息安全事件的方式	50
图表 17	中国网民中病毒或木马的情境	51
图表 18	中国网民处理中病毒或木马事件的方式	52
图表 19	中国网民被盗过的账号类型	53
图表 20	中国网民处理账号被盗事件的方式	53
图表 21	中国网民泄露信息类型	54
图表 22	中国网民处理信息泄露事件方式	55
图表 23	中国有手机的网民是否发布当前位置信息	55
图表 24	中国不同属性的有手机的网民发布当前位置信息的比例	56
图表 25	中国网民遇到的假冒网站类型	57
图表 26	中国网民是否上假冒网站的当	57
图表 27	中国网民遇到的欺诈诱骗信息类型	58
图表 28	中国网民是否上欺诈诱骗信息的当	58
图表 29	中国手机恶意软件的危害类型	59
图表 30	中国手机用户收到垃圾短信的频率	60
图表 31	中国手机垃圾短内容	60
图表 32	中国手机用户接到骚扰电话的频率	61
图表 33	中国网民电脑上安装的安全防护软件数量	62

图表 34 中国网民手机上安装安全防护软件的比例 63

图表 35 中国网民手机上安装安全防护软件的原因 63

图表 36 2014年全球杀毒软件市场品牌占有率 66

图表 37 2014年全球杀毒软件主要厂商市场份额 67

图表 38 2014年全球杀毒软件产品市场分布 67

图表 39 2014年全球微软不同操作系统用户分布 68

图表 40 2014年北美地区杀毒软件市场品牌占有率 71

图表 41 2014年北美地区杀毒软件主要厂商市场份额 72

图表 42 2014年北美杀毒软件产品市场分布 72

图表 43 2014年北美微软不同操作系统用户分布 73

图表 44 2007-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 77

图表 45 2006-2014年中国人均国内生产总值变化趋势图 78

图表 46 2007-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 79

图表 47 2007-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 80

图表 48 2007-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 81

图表 49 2007-2014年农村居民纯收入及增长趋势图 81

图表 50 2007-2014年中国进出口总额增长趋势图 82

图表 51 主要引擎技术的优缺点 101

图表 52 2005-2014年中国网民规模与普及率变化趋势图 106

图表 53 2010-2014年家庭宽带网民规模变化趋势图 106

图表 54 2007-2014年中国手机网民规模及其占网民比例变化趋势图 107

图表 55 2012-2015年中国网民学历结构对比 107

图表 56 2012-2015年中国网民职业结构对比 108

图表 57 2012-2015年中国网民年龄结构对比 109

图表 58 2012-2015年各类网络应用使用率统计 110

图表 59 2012-2015年搜索引擎用户规模变化趋势图 111

图表 60 2012-2015年中国网络购物用户规模变化趋势图 112

图表 61 2012-2015年中国团购用户规模变化趋势图 113

图表 62 2012-2015年中国网上支付用户规模变化趋势图 114

图表 63 2012-2015年中国旅行预订用户规模变化趋势图 115

图表 64 2012-2015年即时通信用户规模变化趋势图 116

图表 65 2012-2015年微博用户规模变化趋势图 117

图表 66 2012-2015年社交网站用户规模变化趋势图 118

图表 67 2012-2015年网络游戏用户规模变化趋势图 119

图表 68 2012-2015年网络文学用户规模变化趋势图 120

图表 69 2012-2015年网络视频用户规模变化趋势图 121

图表 70 2008-2014年中国移动互联网用户规模增长趋势图 122

图表 71 2011Q1-2012Q3中国移动互联网市场规模 122

图表 72 2011Q1-2012Q3中国移动互联网细分行业结构占比 123

图表 73 2012Q3各类别App月均月度覆盖人数情况 123

图表 74 2012Q3最受欢迎的热门App排名 124

图表 75 主要互联网服务移动端增速超PC 125

图表 76 2014年计算机软件分类数量盗版率 148

图表 77 2014年应付费计算机软件盗版率分类排序 149

图表 78 2014年部分计算机软件分类数量盗版率统计 149

图表 79 2014年部分计算机软件数量盗版率变化趋势图 150

图表 80 2014年计算机软件数量盗版率总体情况 150

图表 81 2014年计算机软件销售数量与盗版数量对比 151

图表 82 2014年盗版软件分类经济损失 151

图表 83 2014年盗版软件折算价值分类排序 152

图表 84 2014年按折算价值计算的计算机软件盗版率 153

图表 85 2014年盗版软件价值分类比例 153

图表 86 2009-2014年中国安全软件市场规模变化趋势图 155

图表 87 国内安全内容与威胁市场企业份额分布图 155

图表 88 中国手机安全市场主要赢利模式 159

图表 89 中国手机安全市场发展阶段分析 163

图表 90 2009-2014年中国计算机新增病毒数量变化趋势图 165

图表 91 2014年中国计算机病毒疫情地区分布情况 168

图表 92 2014年中国计算机病毒木马传播渠道统计 168

图表 93 2009-2014年中国计算机病毒感染量变化趋势图 173

图表 94 2009-2014年广东省计算机病毒感染量变化趋势图 174

图表 95 2009-2014年江苏省计算机病毒感染量变化趋势图 174

图表 96 2009-2014年山东省计算机病毒感染量变化趋势图 175

图表 97 2012-2015年中国软件出口增速对比情况 176



图表 98 2006-2014年中国计算机软件出口数量统计 177

图表 99 2006-2014年中国计算机软件出口金额统计 177

图表 100 2006-2014年中国计算机软件出口平均单价统计 177

图表 101 杀毒软件使用者年龄结构 192

图表 102 杀毒软件使用者职业结构 193

图表 103 杀毒软件使用者区域分布 194

图表 104 2014年中国主要杀毒软件软件月均覆盖人数统计 194

图表 105 2014年中国主要杀毒类软件用户粘性情况 195

图表 106 2014年中国手机安全软件市场格局 196

图表 107 用户喜爱的杀毒软件介质和属性结构 197

图表 108 用户购买杀毒软件常用支付方式 198

图表 109 用户期望杀毒软件提供的服务期限 198

图表 110 杀毒软件品牌知名度用户调查 199

图表 111 杀毒软件查杀毒功能用户体验对比 200

图表 112 2012-2015年中国主要杀毒软件程序大小对比 200

图表 113 2012-2015年中国主要杀毒软件安装耗时对比 201

图表 114 主流杀毒软件静态内存占用情况 202

图表 115 主流杀毒软件动态内存占用情况 202

图表 116 主流杀毒软件挂马防御能力对比 203

图表 117 杀毒软件扫描速度用户体验对比 204

图表 118 杀毒软件扫描精度用户体验对比 204

图表 119 用户在使用杀毒软件中的困境 205

图表 120 用户对杀毒软件厂商服务满意度调研 205

图表 121 用户对杀毒软件转移度分析 206

图表 122 用户对在线杀毒的预期 207

图表 123 用户期望获得的杀毒软件服务支持 208

图表 124 用户对杀毒软件网络安全的服务需求 209

图表 125 赛门铁克公司收购历程一览表 222

图表 126 IBM在中国分支机构分布情况图 233

图表 127 金山软件股份有限公司组织架构图 245

图表 128 浙江浙大网新科技股份有限公司竞争优势情况图 255

图表 129 2010-2014年全球软件市场收入变化趋势图 265

图表 130 全球软件市场份额部分情况 266

图表 131 中国软件产业集群分布图 267

图表 132 2007-2014年中国软件产业主要经济指标统计 267

图表 133 2014年各地区软件产业主要经济指标完成情况 268

图表 134 2014年各月份中国软件业务收入变化趋势图 281

图表 135 2012-2015年中国软件产业分类收入变化趋势图 282

图表 136 2014年中国软件业分区域增长情况对比 282

图表 137 2014年中国前十位省市软件业变化情况对比 283

图表 138 2016-2022年中国安全软件市场规模预测趋势图 297

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128364.html>