

2016-2022年中国杀毒软件行业现状调查及盈利战略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国杀毒软件行业现状调查及盈利战略分析报告》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/237748237748.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

随着计算机的普及、病毒的传播途径增多、企业信息化的推进、人们对计算机安全的要求越来越高，使得杀毒软件市场需求和规模迅速扩大。

目前我国杀毒软件市场上厂商数量已经达到将近100家，包括国内和国外。其中国内杀毒软件有：金山毒霸、江民、瑞星、KILL、360北信源、光华反病毒软件、安铁诺、可牛、巨盾等，其中比较知名的有：金山、江民、瑞星、360等。此外国外杀毒软件比较常见的也超过80种，比如：Panda、VIPREAntivirus、Kaspersky、Mcafee、Norman等。杀毒软件行业作为一个独立的行业，有着自己的特点：行业集中度高、客户的转换成本高，服务购买比例高、规模经济明显等。此外，网络化、营销策略多样化、服务理念深入化、厂商产品集成化也是目前杀毒软件行业的特点。

十年时间，国内杀软行业完成了从传统杀毒走向互联网基础服务的变革，也经历了从付费购买到“永久免费”的变化。国内杀软产品大都步入免费时代。但经历过3B大战的用户发现，对于免费软件的使用，自己并没有充足的话语权和选择权。在企业的混战面前，用户面临的只有“装”或者“卸”两个简单粗暴的选择，既没有进行后台操作的知情权，而且要为企业混战付出代价。

2014是本土杀软行业最坏的时代：行业大佬在迷茫中不断探索成功的商业模式，整个行业也是乱象丛生缺乏正向引导、用户利益无法得到保障；同时，这也是一个最好的是当代，以百度杀毒为代表的新势力诞生，在为用户提供更多选择的同时，也为紊乱的杀软市场释放出来积极信号，这或许意味着杀毒软件“真正免费”的绿色安全时代的来临。

中国报告网发布的《2016-2022年中国杀毒软件行业现状调查及盈利战略分析报告》首先介绍了杀毒软件行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 行业发展现状

第一章 杀毒软件相关概述

第一节 杀毒软件简介

一、杀毒软件的界定和分类

二、杀毒软件的用途

三、杀毒软件行业特征

第二节 杀毒软件原理

一、杀毒软件的任务

二、杀毒软件的实时监控方式

第三节 杀毒软件行业发展状况

第二章 2015年世界杀毒软件行业整体运营状况分析

第一节 2015年世界软件产业运行环境浅析

第二节 2015年世界杀毒软件市场运行格局

一、微软杀毒捆绑Win7 安全厂商将重新洗牌

二、全球杀毒软件市场份额

三、微软正式进军杀毒软件市场

四、世界杀毒软件排行榜

第三节 2015年世界主要国家杀毒软件市场运行分析

一、微软杀毒套装美国市场分析

二、杀毒软件日本市场分析

三、卡巴斯基已占据西班牙杀毒软件市场半壁江山

第四节 2016-2022年世界杀毒软件行业发展趋势分析

第三章 2015年中国杀毒软件行业市场发展环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

一、GDP运行情况

二、消费价格指数情况

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

第二节 2015年中国杀毒软件市场政策环境分析

一、信息产业部解读软件与集成电路产业发展关键政策

二、软件产业“十二五”专项规划

三、中国软件采购政策

四、《软件产品管理办法》的实施

五、政策环境对软件业发展的影响

第三节 2015年中国杀毒软件市场技术环境分析

一、杀毒软件技术应用

二、驱动技术成为降低成本的重点

第四节 2015年中国杀毒软件市场社会环境分析

一、电脑网络普及化

二、人们受教育程度

三、网络安全问题的日益关注

第二部分 行业深度分析

第四章 2015年中国杀毒软件产业运行态势剖析

第一节 2015年中国杀毒软件行业发展动态分析

一、上网本专用杀毒软件

二、中文免费杀毒软件

三、国内安全软件厂商联手分析

第二节 2015年中国软件产业亮点透析

一、产品结构

二、在产业整合

三、目标市场定位

第三节 2015年中国软件产业现状综述

一、国产软件产量有望跻身世界三强

二、中国将是嵌入式软件消费大国

第四节 2015年中国杀毒软件产业面临的挑战分析

第五章 2015年中国杀毒软件市场运行走势分析

第一节 2015年中国杀毒软件市场运行特点分析

第二节 2015年中国杀毒软件市场动态分析

一、瑞星新推“上网本专用版”杀毒软件

二、国内杀毒软件销售榜卡巴斯基排名第一

第三节 2015年国产杀毒软件市场分析

一、杀毒软件商营销方式花样百出 争占市场份额

二、国内杀毒厂商转战国际市场

第四节 2015年软件盗版率分析

第五节 2015年中国杀毒软件市场分析

一、中国三大杀毒软件市场价格同比分析

二、影响杀毒软件价格的因素分析

第六章 2015年中国计算机病毒热点聚焦

第一节 2015年中国计算机病毒数据统计

一、中国计算机新增病毒统计

二、中国互联网十大病毒

三、金山毒霸等截获新增病毒情况

四、近5年计算机病毒增长率分析

第二节 2015年中国计算机病毒构黑色产业链

一、木马

二、黑客后门

三、风险程序

第三节 2015年中国计算机病毒重灾区分析

- 一、中国计算机病毒总感染量
- 二、广东计算机病毒总感染量
- 三、江苏计算机病毒总感染量
- 四、山东计算机病毒总感染量

第七章 2013-2015年中国出口计算机软件进出口分析

第一节 2013-2015年中国进口计算机软件进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

第二节 2013-2015年中国出口计算机软件出口数据分析

- 一、出口数量分析
- 二、出口金额分析

第三节 2013-2015年中国出口计算机软件进出口国家及地区分析

- 一、进口国家及地区分析
- 二、出口国家及地区分析

第八章 2015年中国杀毒软件市场营销解析

第一节 2015年中国杀毒软件营销现状

- 一、杀毒软件走上整合营销路
- 二、杀毒软件商营销方式分析
- 三、三杀毒巨头重拳营销
- 四、杀毒软件免费是营销噱头

第二节 2015年中国杀毒软件营销渠道

- 一、杀毒软件拓展销售渠道新势力
- 二、杀毒软件“登陆”超市 销售渠道呈多样化

第三节 2015年中国杀毒软件营销案例解析

- 一、瑞星：杀毒软件的病毒营销
- 二、杀毒软件流氓营销 绑架整个行业

第四节 2015年中国杀毒软件网络营销解决方案

- 一、软件知识营销
- 二、软件新闻事件营销
- 三、软件网络论坛推广
- 四、软件网络活动营销
- 五、网络博客营销
- 六、软件FEA网络整合营销

第九章 2015年中国杀毒软件市场消费者分析

第一节 消费者偏好及满意度分析

一、选择杀毒软件考虑的主要因素

- 1、品牌知名度
- 2、查杀毒功能
- 3、扫描速度对比
- 4、软件操作难易程度
- 5、资源占用对比
- 7、病毒库升级频率
- 8、性价比评价对比

二、用户对杀毒软件的体验困境

三、对软件厂商的服务满意程度

四、用户对杀毒软件的转移度

第二节 杀毒软件渗透率分析

一、用户杀毒软件占比

二、杀毒软件的介质和属性

三、获得杀毒软件的渠道

四、接受的杀毒软件价格

五、常用的购买支付方式

六、期望的软件服务期限

第三节 用户对在线杀毒的预期

一、用户对在线杀毒的预期

二、用户获取服务的方式

三、对网络安全服务需求

第二部分 竞争格局分析

第十章 2015年中国杀毒软件市场竞争格局透析

第一节 2015年中国杀毒软件行业竞争现状

- 一、杀毒软件的市场竞争愈演愈烈
- 二、国内杀毒软件三足鼎立
- 三、通用软件消费转换中的博弈分析
- 四、渠道拓展成主竞争手段

第二节 2015年中国杀毒软件市场竞争动态分析

- 一、欧洲最大杀毒厂商重回中国
- 二、杀毒软件产品之争：技术创新是出路
- 三、杀毒软件今夏促销打“另类牌”
- 四、杀毒软件正盗版竞争分析

第三节 2015年中国杀毒软件行业竞争中存的问题

第四节 2016-2022年中国杀毒软件行业竞争趋势分析

第十一章 2015年世界杀毒软件顶尖企业营运状况浅析

第一节 诺顿

第二节 McAfee

第三节 趋势科技

第四节 IBM

第五节 EMC

第六节 微软

第十二章 中国重点杀毒软件企业竞争力分析

第一节 北京瑞星科技股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第二节 金山软件股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第三节 北京江民新技术有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第四节 奇虎公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第五节 方正科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第六节 中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第七节 方正科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第八节 浙大网新科技股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第九节 华为技术有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第十节 艾尔软件股份有限公司

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、公司最新发展战略分析

第十三章 中国软件产业运行动态分析

第一节 2015年全球软件产业运行概况

一、全球软件行业整合情况

二、国际软件产业发展政策比较

三、2015年全球软件市场产业规模

四、2015年世界软件销售市场分析

五、2015年全球软件研发情况分析

第二节 2015年中国软件产业运行透析

一、我国软件产业集群分析

二、2015年我国软件业运营状况分析

三、软件产业发展对中国经济影响

四、软件技术服务增速明显

第三节 2015年中国软件业动态分析

一、中国软件产业发展困境与突围

二、中国软件产业规模世界排名

三、中国软件产业知识产权保护情况

四、我国软件产业规模发展状况

五、中国软件产业多核并行化开发情况

六、我国软件产业自主创新战略

七、两化融合对软件产业调整升级影响

第四节 2015年我国软件市场运营透析

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

第五节 2015年中国软件人才现状分析

- 一、人才"橄榄形"结构现状
- 二、我国软件产业人才培养状况
- 三、软件程序员专业化分析

第四部分 投资战略分析

第十四章 2016-2022年中国杀毒软件行业投资战略研究

第一节 2015年中国杀毒软件产业投资概况

- 一、软件产业投资价值分析
- 二、杀毒软件走出投资误区
- 三、杀毒软件产业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国杀毒软件行业投资机会分析

- 一、软件产业投资潜力分析
- 二、软件业将逐渐成为投资热点

第三节 2016-2022年中国杀毒软件行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险
- 四、技术风险预警
- 五、盗版风险预警
- 六、行业壁垒风险预警

第四节 权威专家投资建议

第十五章 2016-2022年中国杀毒软件行业发展趋势与前景展望

第一节 2016-2022年中国杀毒软件行业发展前景分析

- 一、中国软件产业前景展望
- 二、杀毒软件市场前景分析

第二节 2016-2022年中国杀毒软件行业发展趋势分析

- 一、五大趋势主导软件产业变局
- 二、中国软件的发展趋势
- 三、商业软件6大趋势分析

第三节 2016-2022年中国杀毒软件行业市场预测分析

第四节 2016-2022年中国杀毒软件市场盈利预测分析

图表目录

图表 2009-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2009-2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表 2009-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2009-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2005-2015年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2009-2015年我国工业增加值增速统计

图表 2009-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/237748237748.html>