

市场分析

中国 IT 安全硬件、软件和服务全景图，2011–2015

肖伟春

王楠

IDC 观点

2010 年，中国 IT 安全市场的规模为 US\$ 1248.4M，由于 IT 安全软件市场相对疲软，中国 IT 安全市场同比仅增长 1.8%，上、下半年的占比分别为 43.9%和 56.1%。在整体 IT 安全市场中，安全硬件市场的占比最大，为 48.6%；其次是安全服务和安全软件市场，占比分别为 27.1%和 24.3%。

☑ 2010 年，中国 IT 安全软件市场的规模为 US\$ 303.6M，同比下滑 20%，上、下半年的占比分别为 44.2%和 55.8%。

☑ 2010 年，中国 IT 安全硬件市场的规模为 US\$ 606.4M，同比增长 8.0%。其中防火墙/VPN 硬件市场的占比为 40.8%，依然是中国 IT 安全硬件市场中最大的子市场；其次是统一威胁管理硬件市场和入侵防御硬件市场，分别占整体 IT 安全硬件市场的 20.8%和 11.5%。

从市场特点与未来发展趋势的角度分析，2010 以及近两年 IT 安全市场的某些子领域发生很大的变化，特别是如下 5 点值得厂家关注。

- ☑ 消费类市场中传统安全模式与互联网免费模式的竞争加剧
- ☑ 移动安全市场将成为下一个竞争格局的制高点
- ☑ 企业级市场数据防泄密（DLP）需求将在近两年得到长足发展
- ☑ 云安全从概念营销向试点落地转变
- ☑ 应用安全与 BI 将成为新的市场宣传点

在新的机会与挑战到来前，在公司战略、产品研发、行销策略上能及时做好准备的厂商将会在未来发展中取得先机，不至于被动应对。

目 录	
	页
关于此项研究	1
研究方法	1
研究背景	1
研究目的	1
研究范围	1
区域范围	1
行业范围	1
产品范围	2
数据使用	3
重要约定	3
市场综述	5
市场规模	5
IT 安全软件市场	7
IT 安全硬件市场	11
市场特点	15
消费类市场中传统的安全模式与互联网免费模式的竞争加剧	15
移动安全市场将成为下一个竞争格局的制高点	15
企业级市场数据防泄密（DLP）需求将在未来两年得到长足发展	15
云安全从概念营销向试点落地转变	16
应用安全与 BI 将成为新的市场宣传点	16
IT 安全软件市场当前的市场格局	17
安全内容与威胁管理软件市场	17
身份管理与访问控制软件市场	19
安全性与漏洞管理软件	21
IT 安全硬件市场的当前市场格局	23
防火墙/VPN 硬件市场	23
入侵检测硬件市场	25
入侵防御硬件市场	27
统一威胁管理硬件市场	29
安全内容管理硬件市场	31
VPN 硬件市场	33
未来展望	35
预测与假设	35
市场假设	35
IT 安全市场预测	38
IT 安全软件市场预测	40
IT 安全硬件市场预测	42
市场环境	46
IT 安全软件市场	48
IT 安全硬件市场	50
IT 安全服务市场	52
安全软件厂商概况	54
EMC/RSA	54

目录 — 续

	页
市场信息.....	54
产品收入结构	54
竞争力展望.....	54
IBM	55
市场信息.....	55
产品收入结构	55
竞争力展望.....	56
江民（Jiangmin）	56
市场信息.....	56
产品收入结构	57
竞争力展望.....	57
吉大正元（JIT）	58
产品收入结构	58
竞争力展望.....	58
卡巴斯基（kaspersky）	59
市场信息.....	59
产品收入结构	59
竞争力展望.....	60
金山（kingsoft）	60
市场信息.....	60
产品收入结构	60
竞争力展望.....	61
McAfee	62
市场信息.....	62
产品收入结构	62
竞争力展望.....	62
瑞星（Rising）	63
市场信息.....	63
产品收入结构	63
竞争力展望.....	63
上海格尔（Shanghai Koal）	64
产品收入结构	64
竞争力展望.....	64
赛门铁克（Symantec）	65
市场信息.....	65
产品收入结构	65
竞争力展望.....	66
趋势科技（Trend Micro）	66
市场信息.....	66
产品收入结构	66
竞争力展望.....	67
安全硬件厂商概况	68
思科（Cisco）	68
产品收入结构	68
竞争力展望.....	68
Fortinet	69
产品收入结构	69

目录 — 续

	页
竞争力展望	69
华三通信 (H3C)	70
产品收入结构	70
竞争力展望	71
山石网科 (Hillstone)	71
市场信息	71
产品收入结构	71
竞争力展望	72
华赛 (Huawei-Symantec)	73
产品收入结构	73
竞争力展望	73
Juniper	74
产品收入结构	74
竞争力展望	74
网御神州 (LegendSec)	75
产品收入结构	75
竞争力展望	75
联想网御 (Lenovo)	76
产品收入结构	76
竞争力展望	76
安氏 (LinkTrust)	77
产品收入结构	77
竞争力展望	77
绿盟 (NsFocus)	78
市场信息	78
产品收入结构	78
竞争力展望	78
东软 (Shenyang Neusoft)	79
产品收入结构	79
竞争力展望	79
深信服 (SANGFOR)	80
市场信息	80
产品收入结构	80
竞争力展望	80
天融信 (Topsec)	81
市场信息	81
产品收入结构	81
竞争力展望	82
启明星辰 (Venustech)	82
产品收入结构	82
竞争力展望	83
网康科技 (Netentsec)	83
市场信息	83
产品收入结构	83
竞争力展望	84
要点提示	85

目录 — 续	
	页
商业模式转变的挑战	85
产品创新依然是竞争力的核心	85
进一步研究	86
定义	87
安全软件	87
安全威胁管理软件	87
安全内容与威胁管理软件	87
安全性与漏洞管理软件	88
身份管理软件	88
其他类安全软件	88
安全硬件	88
防火墙/VPN 硬件产品	88
入侵检测与入侵防御硬件产品	88
统一威胁管理硬件产品	88
安全内容管理硬件产品	88
安全服务	88

表目录

	页
1 IDC 汇率对照表 (US\$ 1 = RMB).....	4
2 中国 IT 安全市场的 3 个重要假设, 2011–2015	35
3 关键预测假设: 中国 IT 安全市场, 2011–2015	36
4 中国 IT 安全市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	46
5 中国 IT 安全软件市场市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比.....	48
6 中国 IT 安全硬件市场市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比.....	51
7 中国 IT 安全服务市场市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比.....	52
8 EMC/RSA 安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	54
9 IBM 安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	55
10 江民安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	57
11 吉大正元安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	58
12 卡巴斯基安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	59
13 金山安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	61
14 McAfee 安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	62
15 瑞星安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	63
16 上海格尔安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	64
17 赛门铁克安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	65
18 趋势科技安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	67
19 思科安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	68
20 Fortinet 安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	69
21 华三通信安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	70
22 山石网科安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	72
23 华赛安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	73
24 Juniper 安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	74
25 网御神州安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	75
26 联想网御安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	76
27 安氏安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	77
28 绿盟安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	78
29 东软安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	79
30 深信服安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	80
31 天融信安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	81
32 启明星辰安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	82
31 网康科技安全硬件产品销售收入, 2010 (US\$ M)	83

图目录

	页
1 IT 安全研究分类图	2
2 中国 IT 安全市场规模半年度对比, 2008–2010	5
3 中国 IT 安全市场各子市场占比, 2010.....	6
4 中国 IT 安全各子市场规模占比, 2010.....	6
5 中国 IT 安全软件市场规模半年度对比, 2008–2010	7
6 中国 IT 安全软件市场各子市场占比, 2010.....	8
7 中国 IT 安全软件各子市场规模占比, 2010.....	8
8 中国 IT 安全软件市场规模行业占比, 2010 年上半年和 2010 年下半年.....	9
9 中国 IT 安全软件市场规模区域占比, 2010 年上半年和 2010 年下半年.....	10
10 中国 IT 安全硬件市场规模半年度对比, 2008–2010	11
11 中国 IT 安全硬件市场各子市场占比, 2010.....	12
12 中国 IT 安全硬件市场各子市场规模占比, 2010	12
13 中国 IT 安全硬件市场规模行业占比, 2010 年上半年和 2010 年下半年.....	13
14 中国 IT 安全硬件市场规模区域占比, 2010 年上半年和 2010 年下半年.....	14
15 安全内容与威胁管理软件市场规模半年度对比, 2008–2010	18
16 安全内容与威胁管理软件市场各厂商所占份额, 2010.....	18
17 身份管理与访问控制软件市场规模半年度对比, 2008–2010	19
18 身份管理与访问控制软件市场各厂商所占份额, 2010.....	20
19 安全性与漏洞管理软件市场规模半年度对比, 2008–2010.....	21
20 安全性与漏洞管理软件市场各厂商所占份额, 2010	22
21 防火墙/VPN 硬件市场规模半年度对比, 2008–2010	23
22 防火墙/VPN 硬件市场厂商份额对比, 2010.....	24
23 入侵检测硬件市场规模半年度对比, 2008–2010	25
24 入侵检测硬件市场厂商份额对比, 2010.....	26
25 入侵防御硬件市场规模半年度对比, 2008–2010	27
26 入侵防御硬件市场厂商份额对比, 2010.....	28
27 统一威胁管理硬件市场规模半年度对比, 2008–2010.....	29
28 统一威胁管理硬件市场厂商份额对比, 2010	30
29 安全内容管理硬件市场规模半年度对比, 2008–2010.....	31
30 安全内容管理硬件市场厂商份额对比, 2010	32
31 VPN 硬件市场规模半年度对比, 2008–2010	33
32 VPN 硬件市场厂商份额对比, 2010.....	34
34 中国 IT 安全各子市场的规模, 2010–2015.....	38
35 中国 IT 安全市场规模的占比, 2010–2015.....	39
36 中国 IT 安全市场增长速度对比, 2010–2015.....	39
37 中国 IT 安全软件市场规模及增长率, 2010–2015.....	40

图目录 — 续

	页
38 中国 IT 安全软件市场各子市场的规模, 2010–2015	41
39 中国 IT 安全软件市场规模的占比, 2010–2015	41
40 中国 IT 安全软件市场增长速度对比, 2010–2015.....	42
41 中国 IT 安全硬件市场规模及增长率, 2010–2015.....	43
42 中国 IT 安全硬件市场各子市场规模, 2010–2015.....	43
43 中国 IT 安全硬件市场规模占比, 2010–2015.....	44
44 中国 IT 安全硬件市场增长速度对比, 2010–2015.....	45
45 中国 IT 安全市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	47
46 中国 IT 安全市场增长率, 2009–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比.....	47
47 中国 IT 安全软件市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	49
48 中国 IT 安全软件市场增长率, 2009–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	49
49 中国 IT 安全硬件市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	51
50 中国 IT 安全硬件市场增长率, 2009–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	52
51 中国 IT 安全服务市场规模, 2008–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	53
52 中国 IT 安全服务市场增长率, 2009–2015: 2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比	53
53 EMC/RSA 竞争力展望	55
54 IBM 竞争力展望	56
55 江民竞争力展望	57
56 吉大正元竞争力展望	58
57 卡巴斯基竞争力展望	60
58 金山竞争力展望	61
59 McAfee 竞争力展望.....	62
60 瑞星竞争力展望	63
61 上海格尔竞争力展望	64
62 赛门铁克竞争力展望	66
63 趋势科技竞争力展望	67
64 思科竞争力展望	69
65 Fortinet 竞争力展望.....	70
66 华三通信竞争力展望	71
67 山石网科竞争力展望	72
68 华赛竞争力展望	73
69 Juniper 竞争力展望	74
70 网御神州竞争力展望	75
71 联想网御竞争力展望	76
72 安氏竞争力展望	77
73 绿盟竞争力展望	78
74 东软竞争力展望	79

图目录 — 续

	页
75 深信服竞争力展望	81
76 天融信竞争力展望	82
77 启明星辰竞争力展望	83
78 网康科技竞争力展望	84

关于此项研究

本研究对 2010 年中国 IT 安全市场的发展状况做了梳理分析：首先分析了 2010 年中国 IT 安全市场的发展情况，包括细分市场发展状况和竞争分析；接着给出了中国 IT 安全市场展望，具体包括中国 IT 安全市场发展趋势及未来五年的市场预测；报告最后给出了结论和建议。

研究方法

研究背景

2010 年，各个 IT 安全厂商都在积极调整自身的市场策略，以便更好地应对异常激烈的市场竞争。有些厂商变得更加强大，而有的厂商则只是在方向上有所调整。

研究目的

- ☑ 按照区域和行业来挖掘 IT 安全市场的发展机遇，并且预测产品市场的发展趋势；
- ☑ 分析市场的竞争状况；
- ☑ 帮助厂商了解在中国 IT 安全市场取得成功的要素。

研究范围

区域范围

中国大陆 31 个省、市、自治区。在进行地域研究时，IDC 将中国大陆地区分为七个大区：东北、华北、华东、华南、华中、西北、西南。在进行区域研究时，一方面，我们进行了分区的数据采样，另一方面，也参考了 IDC 在 IT 分省经济方面的研究成果报告。

行业范围

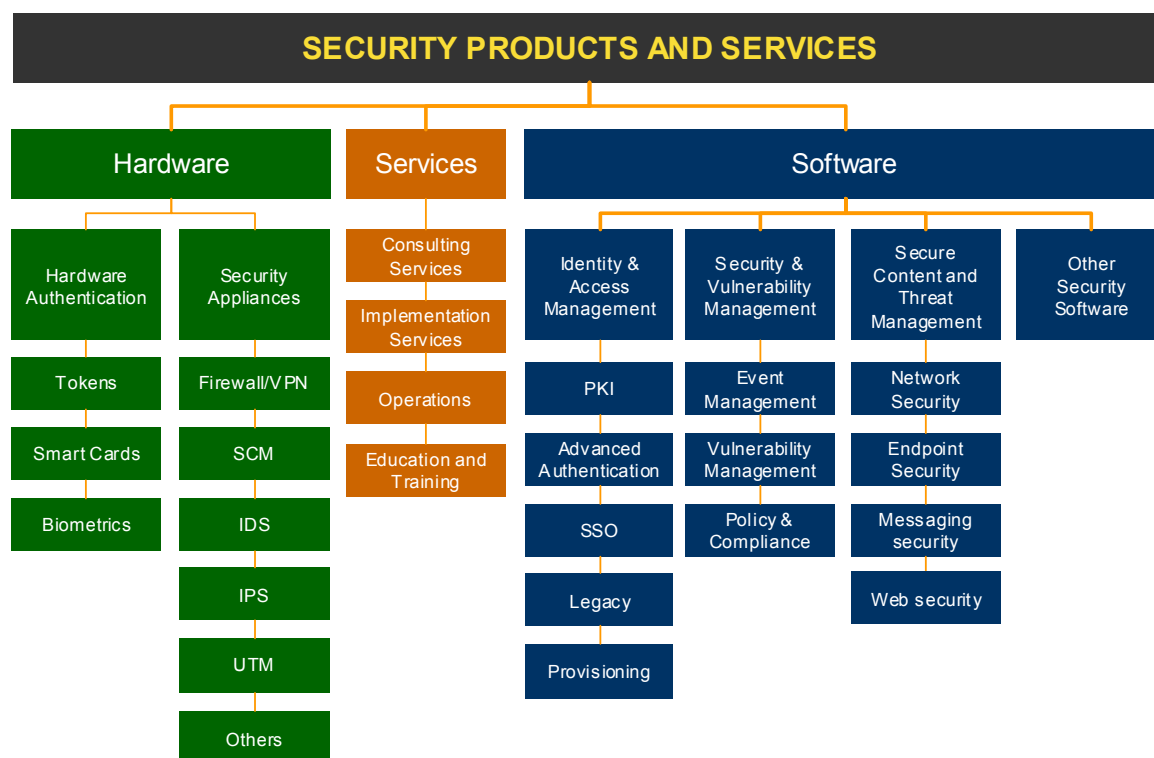
电信、金融、政府、制造、能源、教育、交通、医疗、公共设施、其他。

产品范围

IDC 对 IT 安全研究的范围，如图 1 所示。

图 1

IT 安全研究分类图



来源: IDC China, 2011 年 3 月

本次研究包含的产品（服务）细项有：

☒ 安全软件（Security software）

- ☐ 安全内容与威胁管理（Secure content and threat management）
- ☐ 身份管理与访问控制（Identity and access management）
- ☐ 安全性与漏洞管理（Security and vulnerability management）
- ☐ 其他（Others）

- ☒ 安全硬件 (Security hardware)
 - ☐ 安全应用硬件 (Security appliances)
 - ☒ 防火墙/VPN (Firewall/VPN)
 - ☒ 入侵检测 (Intrusion detection system)
 - ☒ 入侵防御 (Intrusion prevention system)
 - ☒ 统一威胁管理 (Unified threat management)
 - ☒ 安全内容管理 (Secure content management)
 - ☒ VPN 设备
 - ☒ 其他 (Others)

数据使用

下列研究范围中，IDC 拥有每个主流厂商的数据，并且这些数据都与亚太区、全球的数据同步。

针对以下研究范围，IDC 仅给出市场规模，不给出这些子市场内各厂商的排名。这些研究范围包括：

- ☒ 安全软件 (Security software) 中的其它 (Others)

- ☒ 安全硬件 (Security appliance) 中的其它 (Others)

在对 2010 年中国 IT 安全市场进行了更为细致的追踪后，IDC 对 2010 年上半年的数据做出了必要的修正。本报告中涉及的所有 2010 年上半年数据，若与 IDC 先前发布的报告中的数据有所冲突，请以本报告中的数据为准。

重要约定

货币单位：在本研究报告中，如果没有特别注明之处，货币单位均使用“US\$M”，不使用中文。例如，“US\$100.0M”指的是“100 百万美元”，即“1 亿美元”。

汇率：在 IDC 的研究报告中，每半年都将使用固定的汇率（如表 1 所示），在具体使用过中，遵循如下原则：

- ☒ 每半年的美元数据都是由人民币数据除以当期汇率得出；
- ☒ 全年的美元数据则采用了上半年的美元数据和下半年的美元数据加和，而不是使用全年的人民币数据除以全年的汇率；
- ☒ 所有预测的美元数据，均使用人民币除以最新的半年度汇率得出。

IDC 汇率对照表，如表 1 所示。

表 1

IDC 汇率对照表 (US\$ 1 = RMB)

	上半年	下半年
2008	7.1757	6.8531
2009	6.8433	6.8386
2010	6.8348	6.8335

来源: IDC China, 2011 年 3 月

数据类型: 在本报告中, 所有涉及中国部分的厂商数据, 均采用厂商份额 (Factory revenue), 而不采用最终用户份额 (Customer revenue/end-user revenue)。

数据更新: 本次报告的数据截止 2011 年 3 月 30 日。在后继的研究过程中, IDC 可能更新部分数据, 如果没有重大变动, IDC 将不再形成单独的报告来说明。

复合增长率: 在本报告中, 复合增长率是指某一个市场规模在特定时期内的平均年度增长率。计算方法为: 总增长率百分比的 N 方根, N 等于有关时期内的年数。复合增长率的英文全称为 compound annual growth rate, 在本文简写为 CAGR。例如: 2007 年某市场的规模为 US\$100.0M, 2012 年增长到 US\$200.0M, 那么 2007 到 2012 年这五年, 该市场的复合增长率计算公式为: $(200.0 / 100.0)^{(1 / 5)} - 1 = 14.9\%$ 。

注: 由于使用四舍五入, 本报告中的数据不完全精确。

市场综述

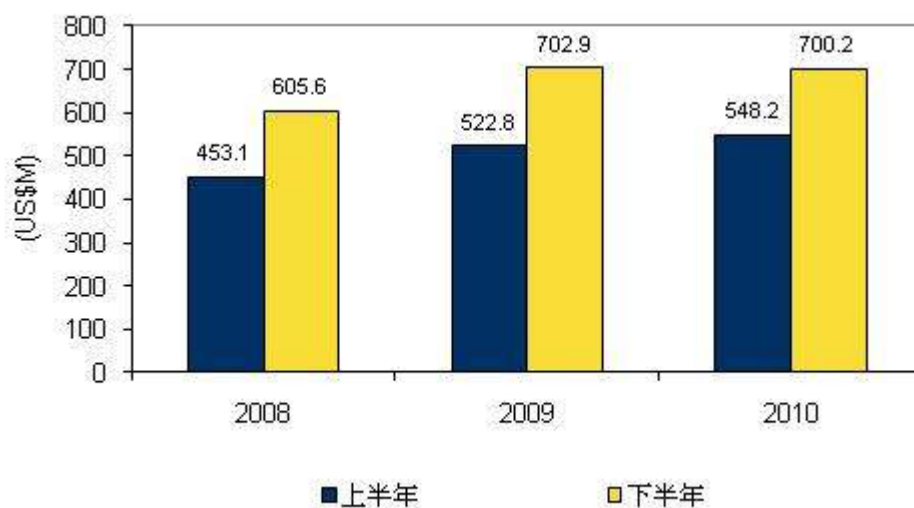
市场规模

2010 年，中国 IT 安全市场的规模为 US\$ 1248.4M，由于 IT 安全软件市场相对疲软，中国 IT 安全市场同比仅增长 1.8%，上、下半年的占比分别为 43.9%和 56.1%。在整体 IT 安全市场中，安全硬件市场的占比最大，为 48.6%；其次是安全服务和安全软件市场，占比分别为 27.1%和 24.3%。

“中国 IT 安全市场规模半年度对比，2008-2010”如图 2 所示，“中国 IT 安全市场各子市场占比，2010”如图 3 所示，“中国 IT 安全各子市场规模占比，2010”如图 4 所示。

图 2

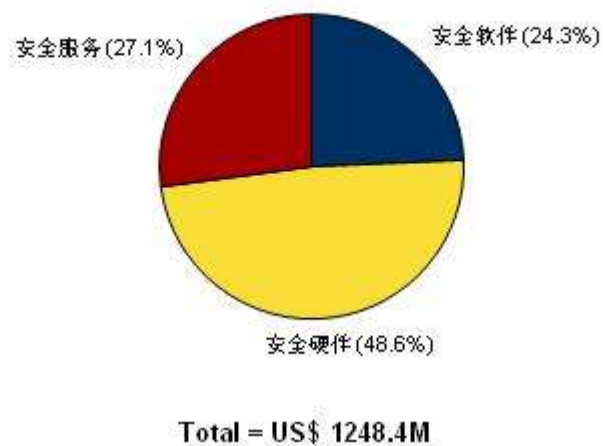
中国 IT 安全市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 3

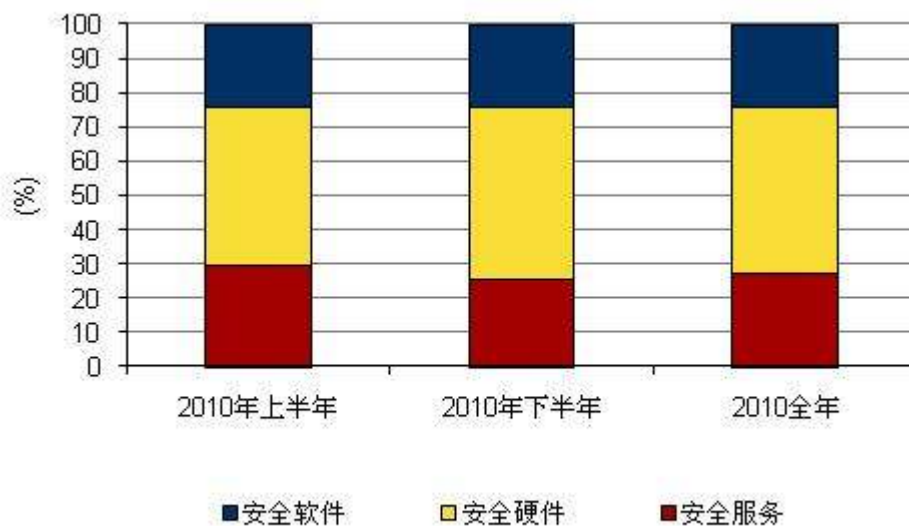
中国 IT 安全市场各子市场占比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 4

中国 IT 安全各子市场规模占比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

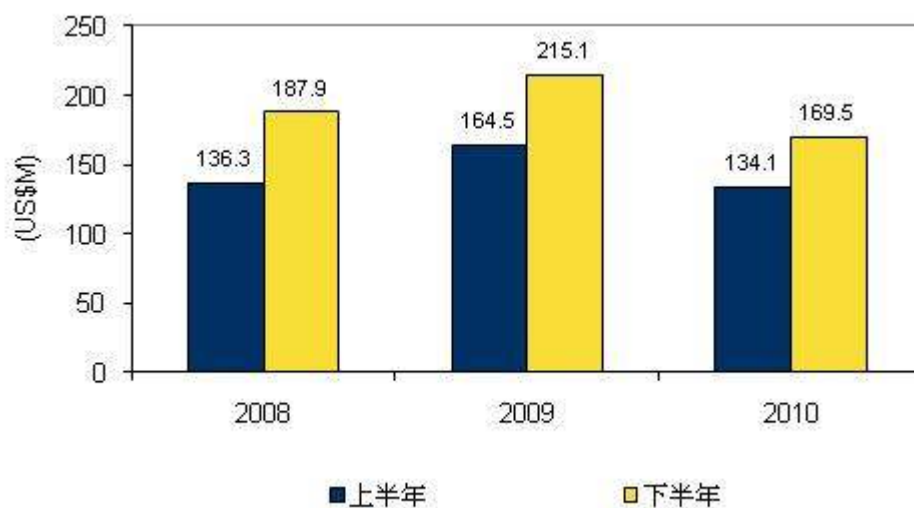
IT 安全软件市场

2010 年，中国 IT 安全软件市场的规模为 US\$ 303.6M，同比下滑 20%，上、下半年的占比分别为 44.2%和 55.8%。“中国 IT 安全软件市场规模半年度对比，2008-2010”如图 5 所示。

从各个子市场看，中国 IT 安全软件市场的格局发生较大变化，安全内容与威胁管理软件市场的在整体 IT 安全软件市场中的占比有较大的降低。“中国 IT 安全软件市场各子市场占比，2010”如图 6 所示，“中国 IT 安全软件各子市场规模占比，2010”如图 7 所示。

图 5

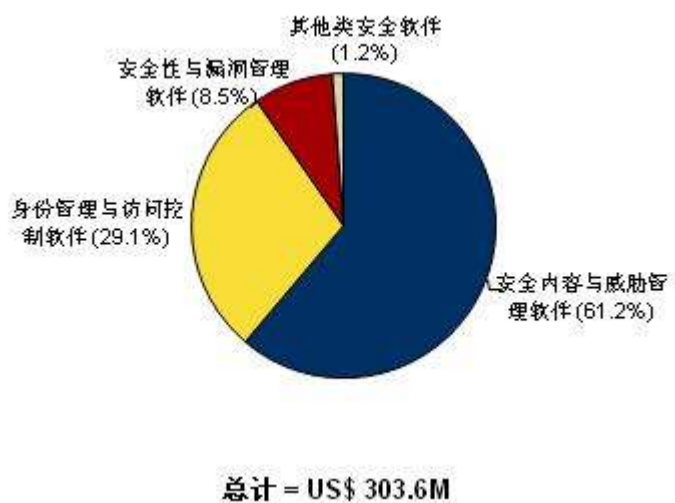
中国 IT 安全软件市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 6

中国 IT 安全软件市场各子市场占比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 7

中国 IT 安全软件各子市场规模占比，2010



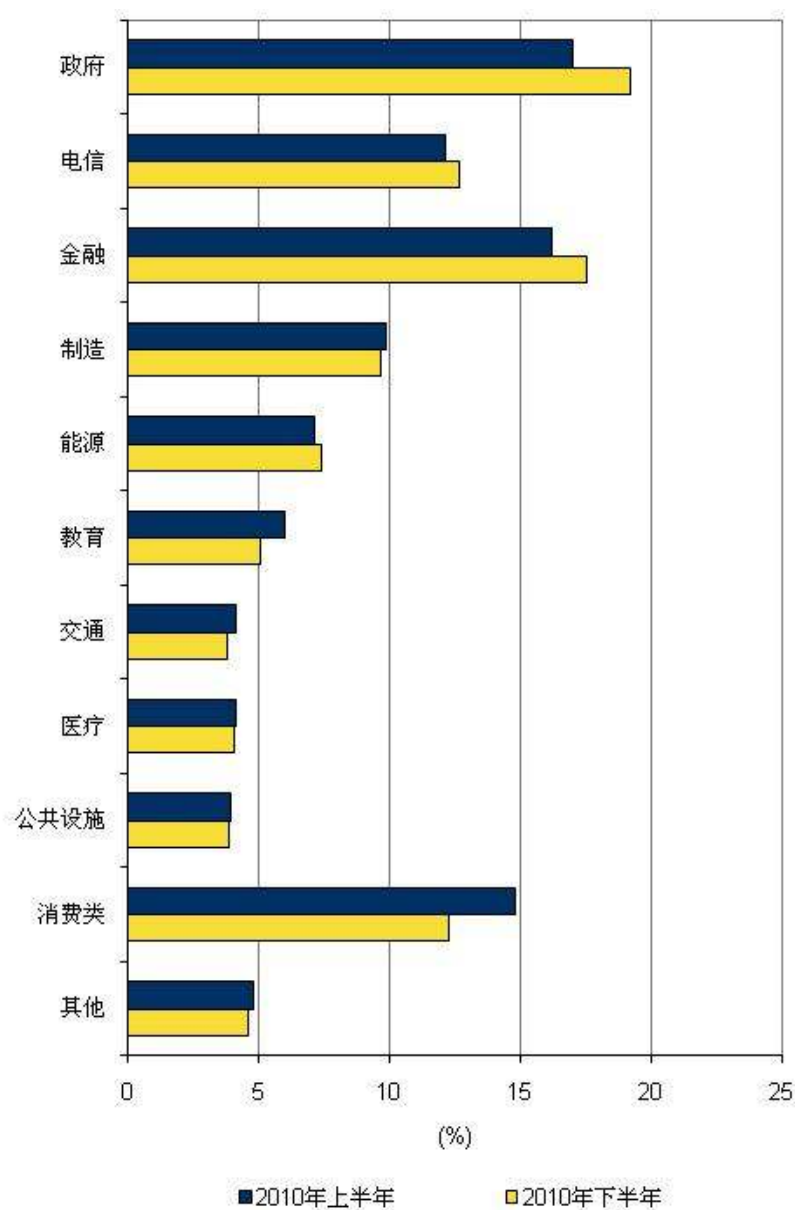
来源: IDC China, 2011 年 3 月

从行业对比来看，2010 年消费类行业的占比相对于 2009 年的占比下降幅度非常大：2009 年下半年占比为 34.5%，而 2010 年上、下半年的占比分别仅为 14.8%、12.3%。企业级行业市场的占比有一定的增幅，其中，政府、金融和电信行业是占比最大的三个企业级市场，2010 年下半年，这三个行业的占比分别为 19.2%、17.5%和 12.7%。“中国 IT 安全软件市场规模行业占比，2010 年上半年和 2010 年下半年”如图 8 所示。

区域占比方面变化不大，华北、华东和华南仍然是市场规模最大的区域，“中国 IT 安全软件市场区域占比，2010 年上、下半年”如图 9 所示。

图 8

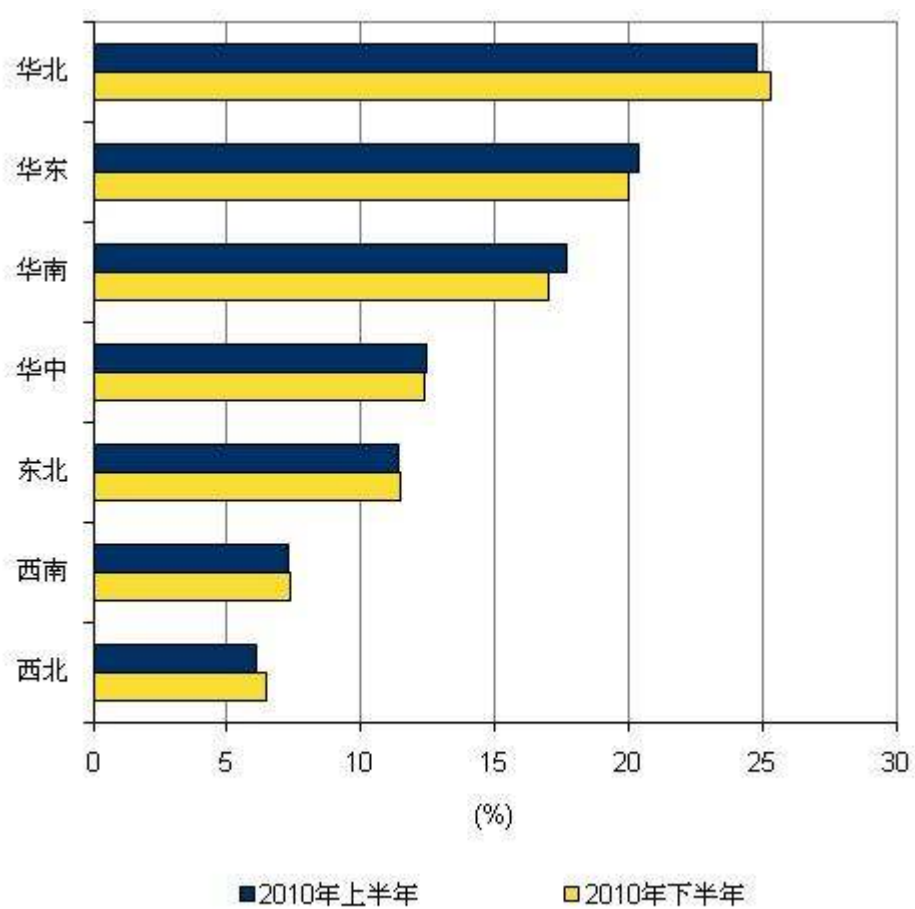
中国 IT 安全软件市场规模行业占比，2010 年上半年和 2010 年下半年



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 9

中国 IT 安全软件市场规模区域占比，2010 年上半年和 2010 年下半年



来源: IDC China, 2011 年 3 月

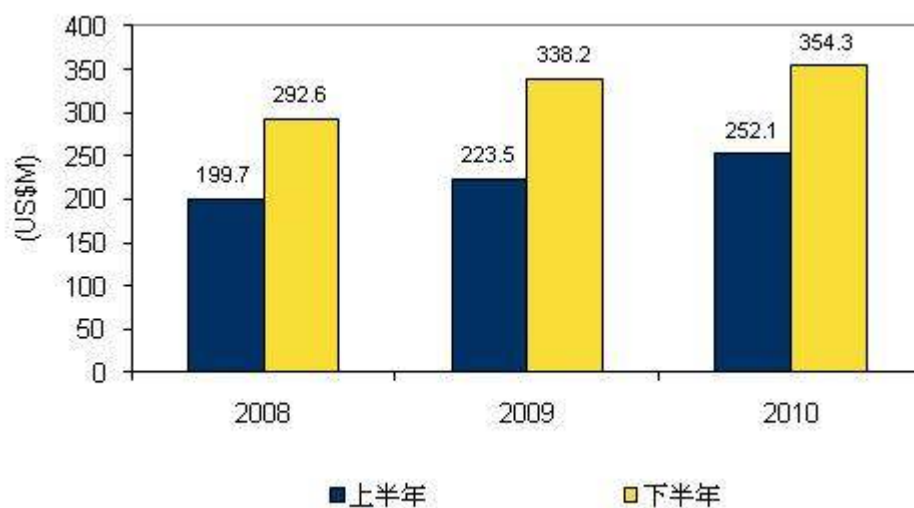
IT 安全硬件市场

2010 年，中国 IT 安全硬件市场的规模为 US\$ 606.4M，同比增长 8.0%。其中防火墙/VPN 硬件市场的占比为 40.8%，依然是中国 IT 安全硬件市场中最大的子市场，其次是统一威胁管理硬件市场和入侵防御硬件市场，分别占整体 IT 安全硬件市场的 20.8% 和 11.5%。

“中国 IT 安全硬件市场规模半年度对比，2008-2010”如图 10 所示，“中国 IT 安全硬件市场各子市场占比，2010”如图 11 所示，“中国 IT 硬件各子市场规模占比，2010”如图 12 所示。

图 10

中国 IT 安全硬件市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 11

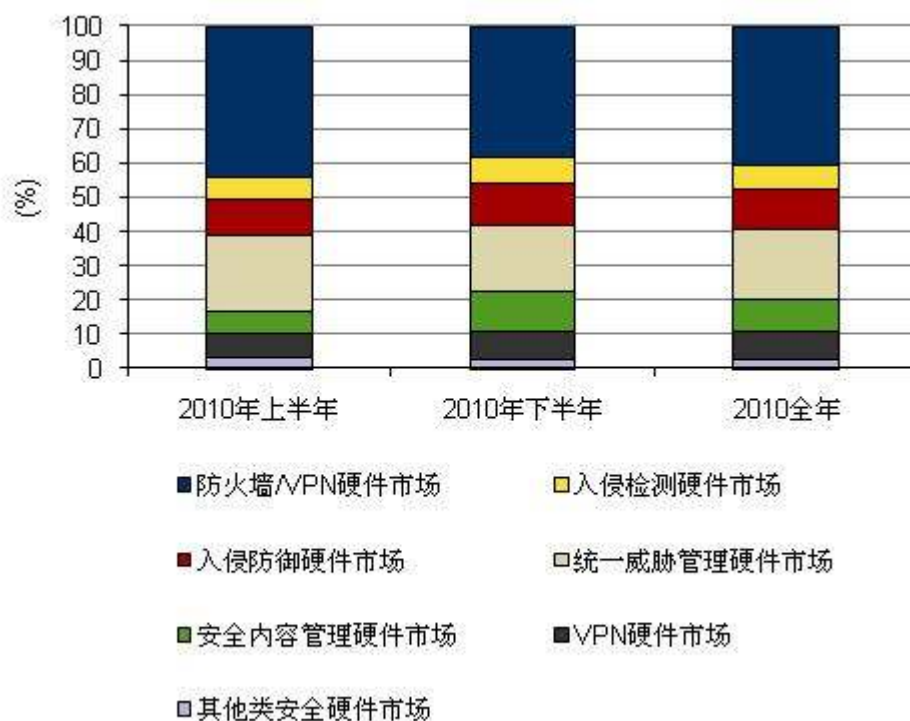
中国 IT 安全硬件市场各子市场占比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 12

中国 IT 安全硬件市场各子市场规模占比，2010



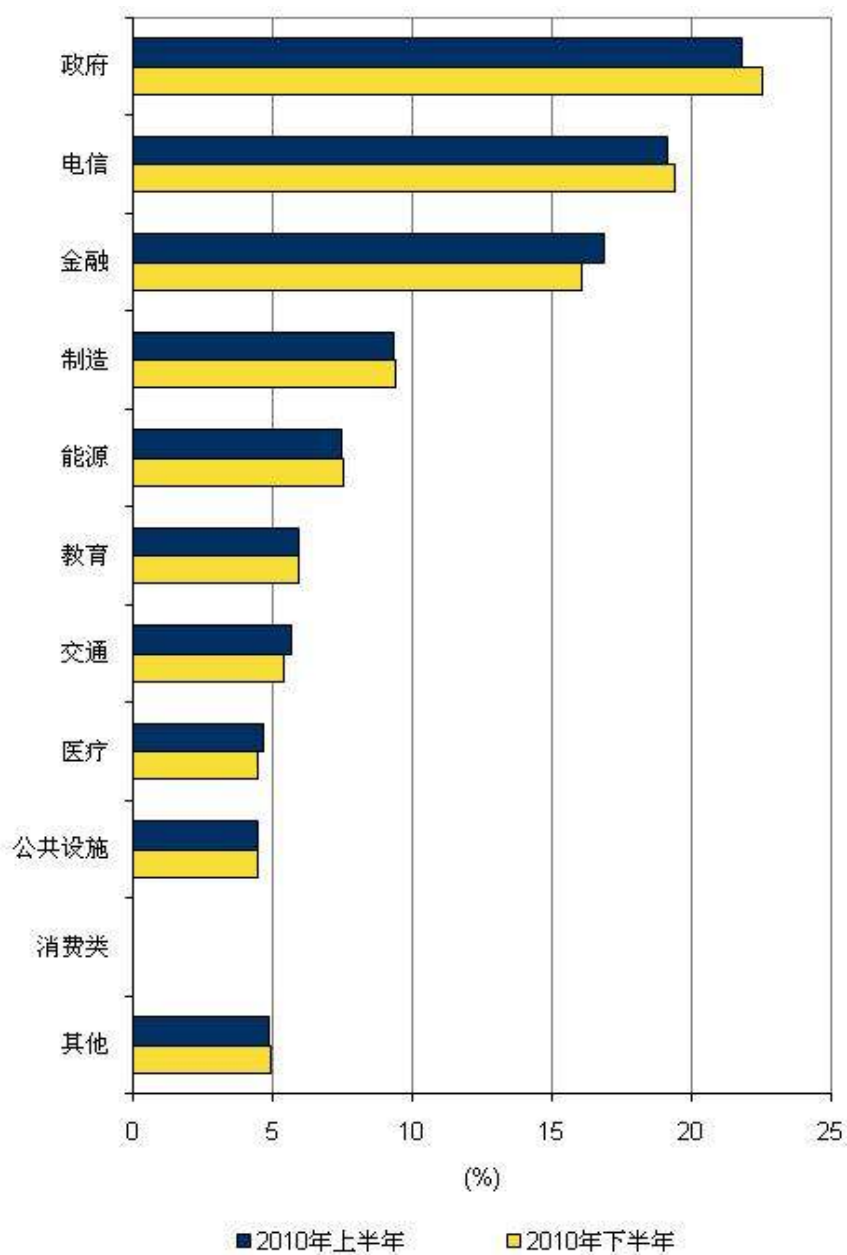
来源: IDC China, 2011 年 3 月

从行业对比来看，政府、电信和金融仍然是购买能力最强的三个行业，相比 2010 年上半年，政府行业的比例有所提高，电信的占比变化不大，而金融行业的占比小幅下降，占比分别为 22.5%、19.4%和 16.1%。“中国 IT 安全硬件市场规模行业占比，2010 上、下半年”如图 13 所示。

从区域对比来看，华北、华东的占比有所提高，而华南与华中的占比有所降低，比例分别为：华北 24.8%、华东 20.7%、华南 16.6%、华中 12.1%。“中国 IT 安全硬件市场区域占比，2010 上、下半年”如图 14 所示。

图 13

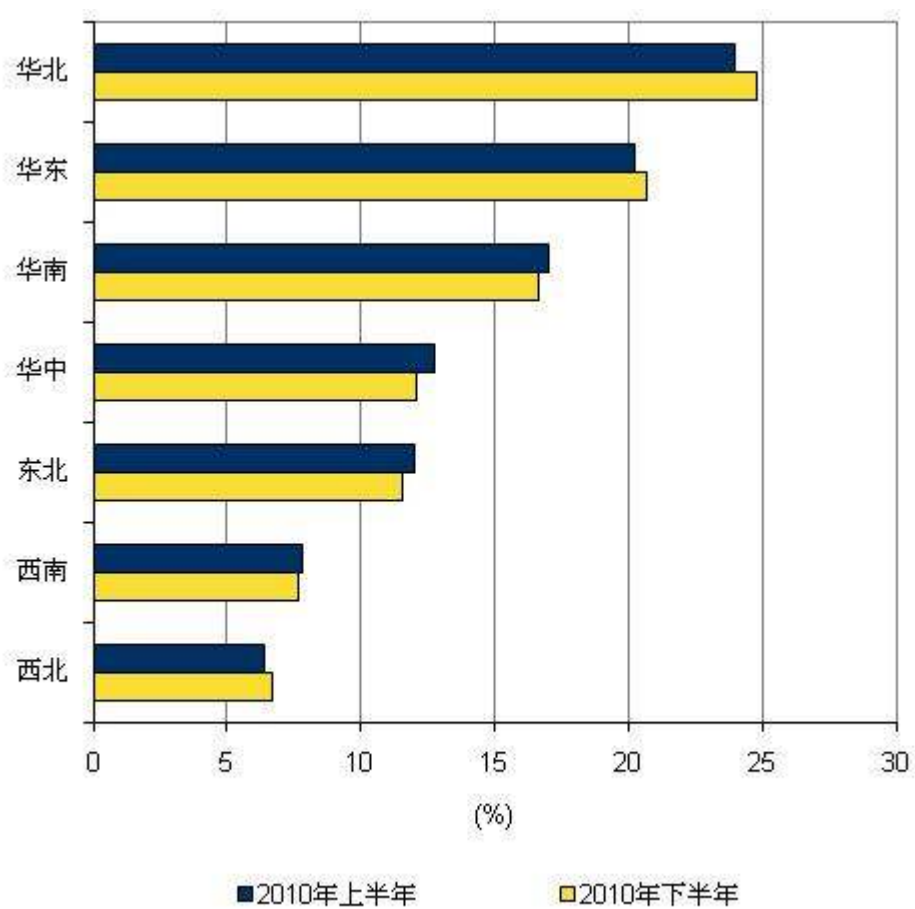
中国 IT 安全硬件市场规模行业占比，2010 年上半年和 2010 年下半年



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 14

中国 IT 安全硬件市场规模区域占比，2010 年上半年和 2010 年下半年



来源: IDC China, 2011 年 3 月

市场特点

消费类市场中传统的安全模式与互联网免费模式的竞争加剧

- ☒ 消费类 IT 安全软件市场中，传统的 licence 销售模式受到免费互联网模式的严重冲击；从用户选择转变分析，部分盗版用户以及部分付费用户选择免费安全产品，此类用户认为免费安全产品已经可以满足其要求；而部分用户依然坚守安全专业化的原则，两大用户阵容需求的转变与博弈，最终取决于厂家推出的产品是否能够满足不同阶段的安全需求。
- ☒ 从厂商角度分析，在 3Q 大战后，更多的厂商加入免费阵容，分别推广永久免费或是限时免费产品促进产品的销售，如金山软件 2010 年 11 月宣布永久免费，卡巴斯基、瑞星、赛门铁克等推出不同优惠程度的限时版本。

移动安全市场将成为下一个竞争格局的制高点

- ☒ 随着智能设备的快速增长以及相关商业化应用的普及，安全威胁已经出现了从智能终端设备渗透到企业核心网络的趋势，未来安全的边界将逐渐模糊，如何实现全方位的安全保护将成为更大的挑战。
- ☒ 移动安全不仅是传统安全厂商关注的焦点，随着移动互联网竞争的加剧，未来将成为移动互联网产业链如互联网公司、运营商、终端设备厂商、应用软件厂商等相关企业竞争的制高点。
- ☒ IT 厂商 2010 年下半年发布移动互联网战略，在安全领域，无论是 IT 硬件厂商（Cisco、Juniper）或者是安全软件厂商（赛门铁克、卡巴斯基）以及互联网背景的公司（腾讯、奇虎 360 等）都在移动互联网安全方面加强宣传，扩大影响力。

企业级市场数据防泄密（DLP）需求将在未来两年得到长足发展

- ☒ 大型企业用户的安全需要从传统的以攻防为主的防病毒需求向防数据泄密需求转变，金融、电信、能源、政府、军工行业的需求突出。厂家应该考虑自身方案以满足此类客户新的安全需求。
- ☒ 国内外安全厂商近期推出 DLP 防泄密方案，如赛门铁克、McAfee、趋势科技，寻求为已有的客户群提供增值的安全功能，或针对新客户一体化安全方案（防病毒、网络准入、数据防泄密等），实现更高的安全产品渗透率。

云安全从概念营销向试点落地转变

随着云计算、虚拟化的发展与成熟，云安全也从前几年的概念包装逐步转向实际应用。相比为了云的安全（Cloud - For Security），基于云的安全（Cloud - Based Security）技术实现了“云”与“端”的联动同步，更快更准确地检测与防御恶意攻击，被更多国内厂家采用与推广。

在如何保障云计算中心的安全方面，国际大型 IT 基础架构厂商（如 IBM、ORACLE、HP、EMC 等）具备从系统到数据库到架构方面的整合能力，在身份认证、虚拟化保护、数据库安全、业务安全等方面的优势更加明显；相比而言，国内厂商更多的在边界保护技术上单点发力，为公有云以及私有云数据中心提供从高端万兆到百万兆的专一防护设备。

在云安全标准方面，云安全协会中国分会的成立与发展也有效促进了国内行业用户对云安全技术的采用，随着参与厂家的增多、研究的深入，预计未来将出现一些以云安全为主要方向的厂商。由于国内厂商在云计算方面的积累较少，所以需要加大研发投入，提高创新能力，争取在单点深耕后能多点发力。

国家在 2010 年下半年确定了 5 个云计算试点城市，分别是北京、上海、深圳、杭州、无锡，对于国内厂商来说存在很多机会，国内安全厂家可以把握利用好政策上的优势，通过自身研发或者行业整合形成新的格局。另外也可以与国外的 IT 基础架构厂商进行技术合作，提供特色安全保护方案，并将其融入到整体云架构体系中。

应用安全与 BI 将成为新的市场宣传点

社交网络、移动互联网的发展催生了各种新的业务与应用，此类应用的普及也将为企业带来众多的信息安全问题，如数据泄露等，如何保证 IT 架构的安全成为 IT 人员新的难题。

在市场宣传方面，应用安全保护成为安全厂商新的宣传热点，国内厂家也在不同产品形态中融合应用安全防护功能，基于网站保护的应用安全防火墙 WAF（Web Application Firewall）也逐渐得到市场的认可。另外值得一提的是，国内部分厂家也提前在应用交付市场发力，通过安全技术与品牌的延伸试图发现新的市场增长点。

IT 安全市场从前期强调安全技术的积累慢慢向智能化、可视化、一体化转变，如安全与 BI（Business Intelligence）技术的整合就是很好的发展趋势。近期市场上出现了将技术、管理、人员、业务整合的产品与方案，在为用户带来新体验的同时，更有助于 IT 决策者了解安全的价值。这些新的产品与方案将对国内用户需求发展起到很好的促进作用。

IT 安全软件市场当前的市场格局

安全内容与威胁管理软件市场

2010 年下半年，安全内容与威胁管理软件市场的规模为 US\$ 101.5M，2010 年全年为 US\$ 185.8M，预计 2011 年全年为 US\$ 200.7M。受 360 免费互联网模式的严重影响，下半年同比降幅为 35.5%，全年同比降幅为 34.4%。

IDC 预计免费模式对消费类 IT 安全软件行业的影响将逐步减小，原因在于：

- ☑ 免费与付费产品分别满足不同客户的安全诉求，其中部分用户习惯免费产品，认为免费安全产品简单易用已经可以满足其日常需求，另外部分用户倾向于付费产品，认为付费专业化安全产品可以提供更好、更高的专业化产品与服务。
- ☑ 在竞争初期，免费阵容的确占领了收费模式用户的部分市场，但在未来的竞争与博弈中，两大阵容将趋于平稳。

安全内容与威胁管理软件的企业级市场将依然保持增长，原因在于：

- ☑ 受到免费模式的影响，传统 IT 安全软件厂商将更多的精力转向企业级市场。
- ☑ 从用户层面分析，企业为了保持竞争力，在加大 IT 投入的同时，将更加重视信息的价值，避免数据泄密失去竞争力。
- ☑ 行业法规的加强与落实（如安全等级保护法、行业合规规范等）也将促进 IT 安全软件的采购。

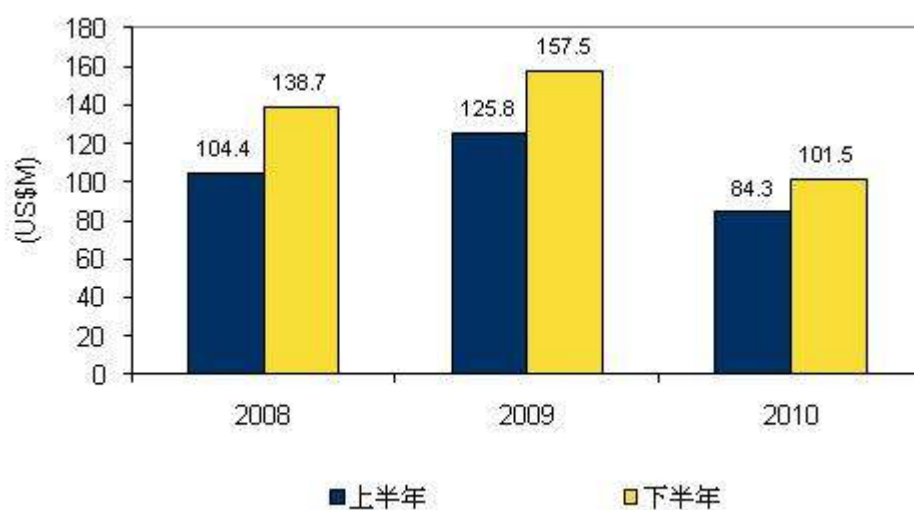
从市场机会角度分析，值得注意的是行业高端客户的需求从传统的关注反病毒为主的攻击防护过渡到数据防泄密需求，提供整体数据保护的厂家将会赢得更大的机会。

2010 年市场格局发生比较大的变化，以消费类为主的厂商如瑞星、卡巴斯基、金山、江民受到很大的影响，而企业级市场保持稳定增长。从具体排名看，2010 年赛门铁克以 20.1% 的占比排名第一，瑞星、卡巴斯基、趋势科技分别以 14.0%、12.1%、11.5% 的占比排名第二到第四位。

“安全内容与威胁管理软件市场规模半年度对比，2008–2010”，如图 15 所示。“安全内容与威胁管理软件市场各厂商所占份额，2010”，如图 16 所示。

图 15

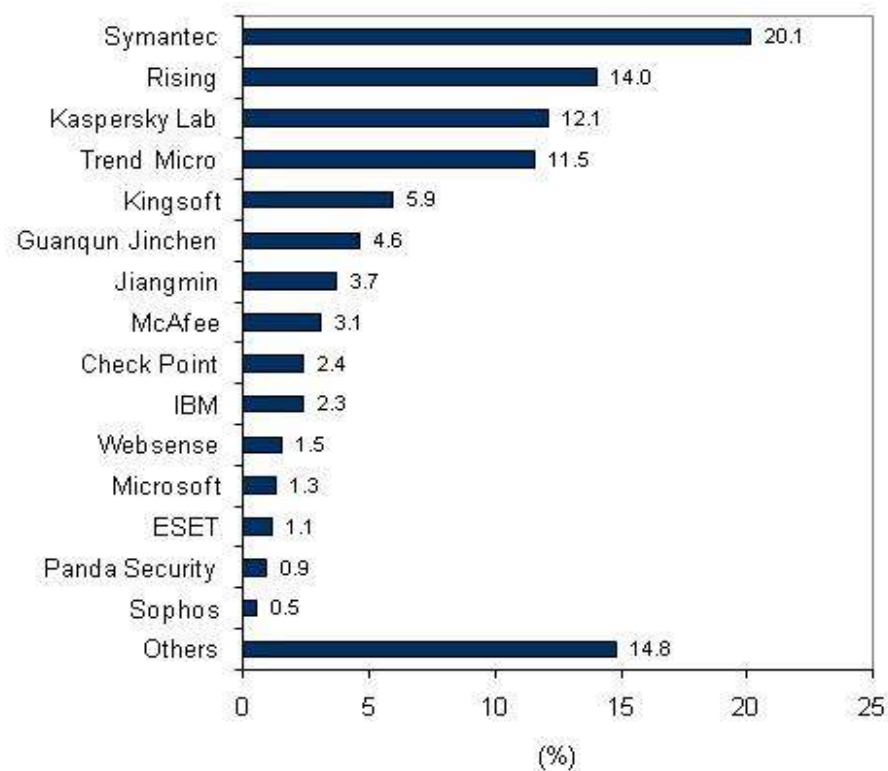
安全内容与威胁管理软件市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 16

安全内容与威胁管理软件市场各厂商所占份额，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

身份管理与访问控制软件市场

2010 年下半年身份管理与访问控制软件市场同比增长 16.5%，全年同比增长 19.8%，2010 年下半年市场规模为 US\$ 50.7M，全年为 US\$ 88.4M，预计 2011 年全年市场规模将达到 US\$ 104.2M。

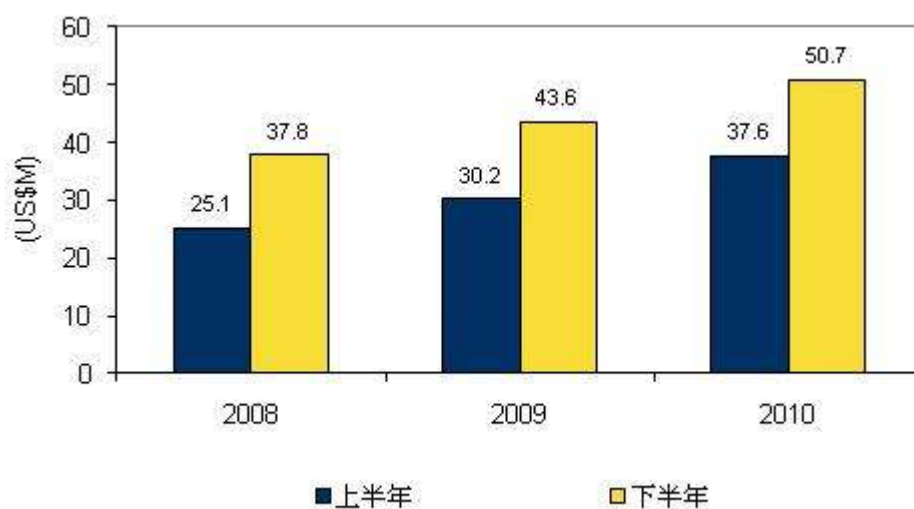
2010 年下半年中国 IT 投资回暖，产业结构进一步优化调整，身份认证作为重要的基础架构平台，发挥了重要作用，身份认证与访问控制软件市场中，政府、金融、电信、大型制造企业保持旺盛的需求。具体分析：政府加快电子政务建设的升级与改造，公安、税务、财政等需求依然旺盛；金融行业，网上银行、手机银行、电子支付、电子保单的普及，对身份认证市场的需求有较大的促进，2010 年如超级网银、EMV 银行芯片认证等为身份认证厂家带来不少机会。

身份认证厂商比较集中，吉大正元（JIT）和上海格尔（Shanghai Koal）凭借在政府、军工行业的优势，2010 年保持稳定的增长，仍然以 23.3%和 18.9%的市场占比排在前两位。而国外厂商在金融与大型制造企业中都获得不俗的发展，其中 IBM 和 VeriSign 分别以 11.5%和 6.4%的市场占比排在第三位与第四位。

“身份管理与访问控制软件市场规模半年度对比，2008–2010”如图 17 所示。“身份管理与访问控制软件市场各厂商所占份额，2010”如图 18 所示。

图 17

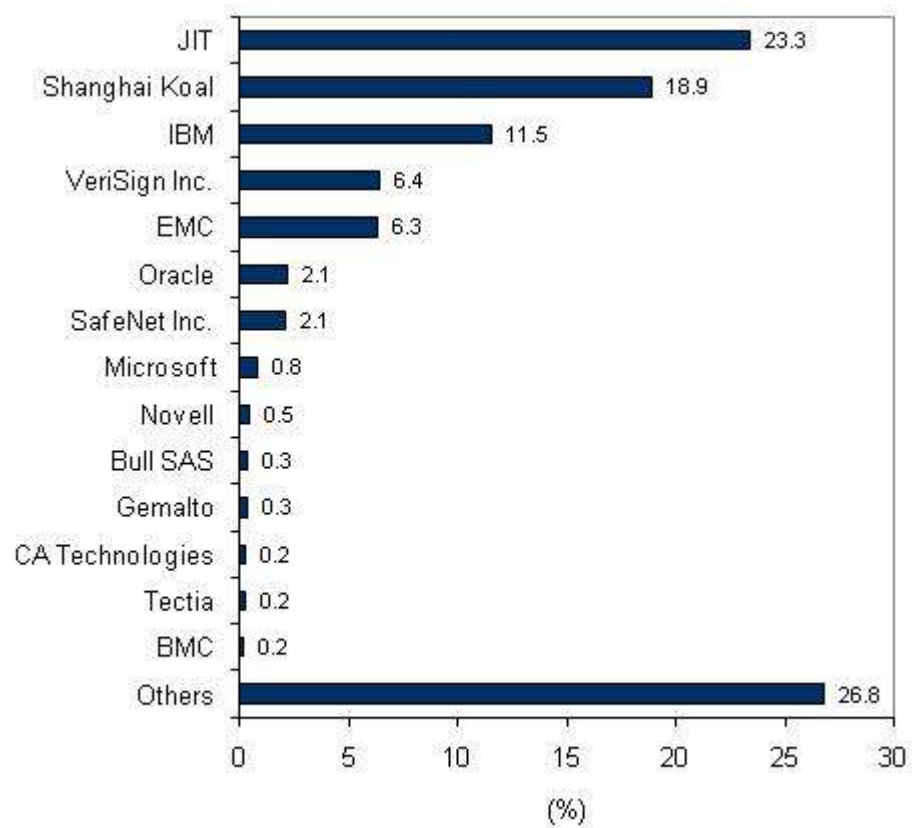
身份管理与访问控制软件市场规模半年度对比，2008–2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 18

身份管理与访问控制软件市场各厂商所占份额，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

安全性与漏洞管理软件

2010 年下半年，安全性与漏洞管理软件的市场规模为 US\$ 15.3M，下半年同比增长 26.7%；2010 年全年规模为 US\$ 25.8M，全年同比增长 36.3%，是所有安全软件市场中增长最快的子市场。

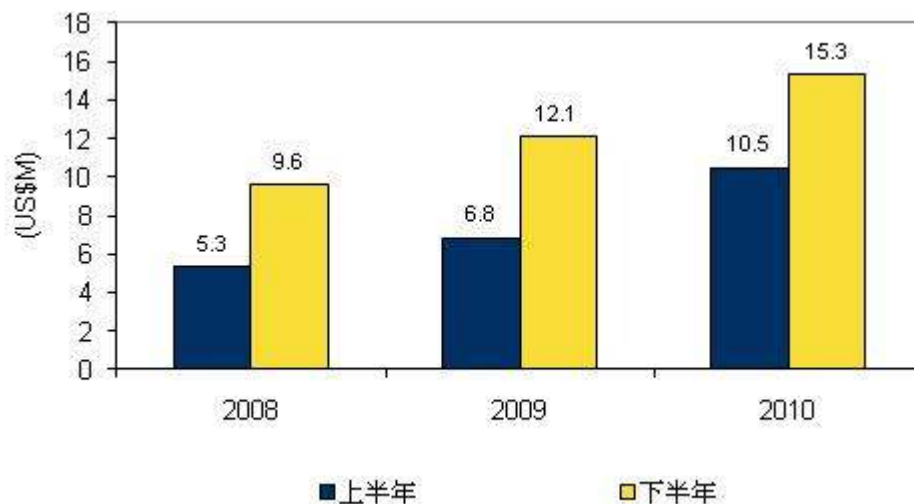
安全性与漏洞管理软件占 IT 安全软件的比例依然不大，但是随着各企业安全管理需求以及合规的加强，未来市场将会得到较大的发展。预计 2011 年，该市场全年规模将达到 US\$ 30.9M。

排名方面，前三位没有变化，仍然是 IBM、吉大正元（JIT）和上海格尔（Shanghai Koal），市场占比分别为 22.6%、15.1%和 14.8%。ArcSight 的增长比较明显，以 11.4%排在第四位。

“安全性与漏洞管理软件市场规模半年度对比，2008–2010”如图 19 所示。“安全性与漏洞管理软件市场各厂商所占份额，2010”如图 20 所示。

图 19

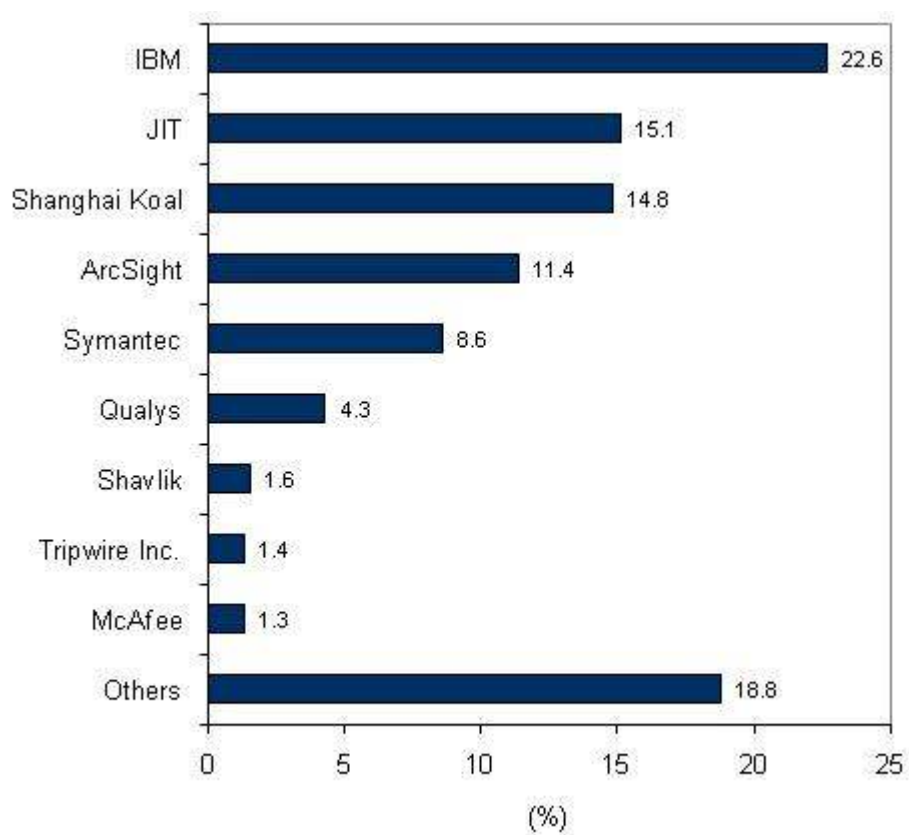
安全性与漏洞管理软件市场规模半年度对比，2008–2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 20

安全性与漏洞管理软件市场各厂商所占份额，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全硬件市场的当前市场格局

防火墙/VPN 硬件市场

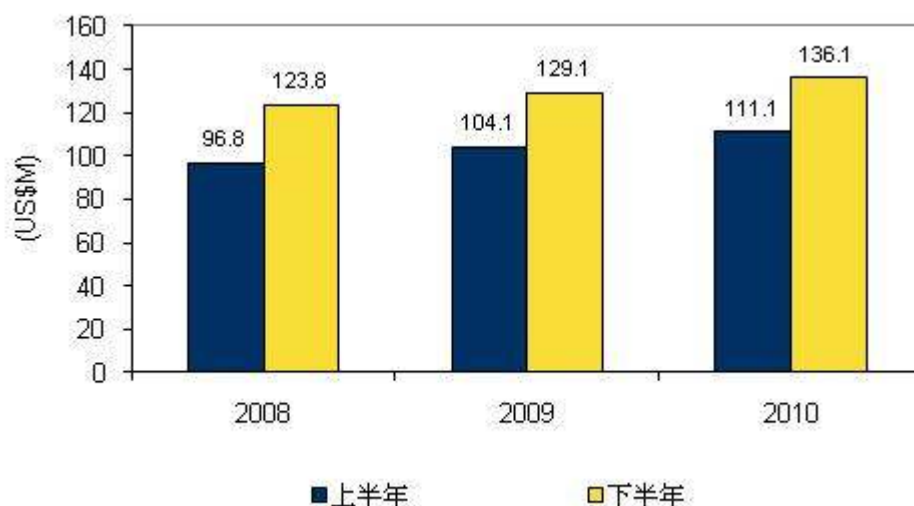
2010 年，防火墙/VPN 硬件市场的规模为 US\$ 247.2M，同比增长 6%，下半年增长速度较上半年有所放缓。上、下半年的市场规模分别占全年的 44.9%和 55.1%。“防火墙/VPN 硬件市场规模半年度对比，2008-2010”如图 21 所示。

防火墙市场基本是国内厂商的天下，2010 年一个比较明显的趋势是高端防火墙的需求量增幅较大，随着大中型数据中心建设的增加，估计这种趋势还将保持一段时间。

从市场份额来看，2010 年，天融信以 16.8%的市场占比排在第一位，其次是华为赛门铁克和华三通信，市场份额分别为 14.7%和 14.5%。排名前 10 的厂商的市场份额总占比为 80.1%。“防火墙/VPN 硬件市场各厂商所占份额，2010”如图 22 所示。

图 21

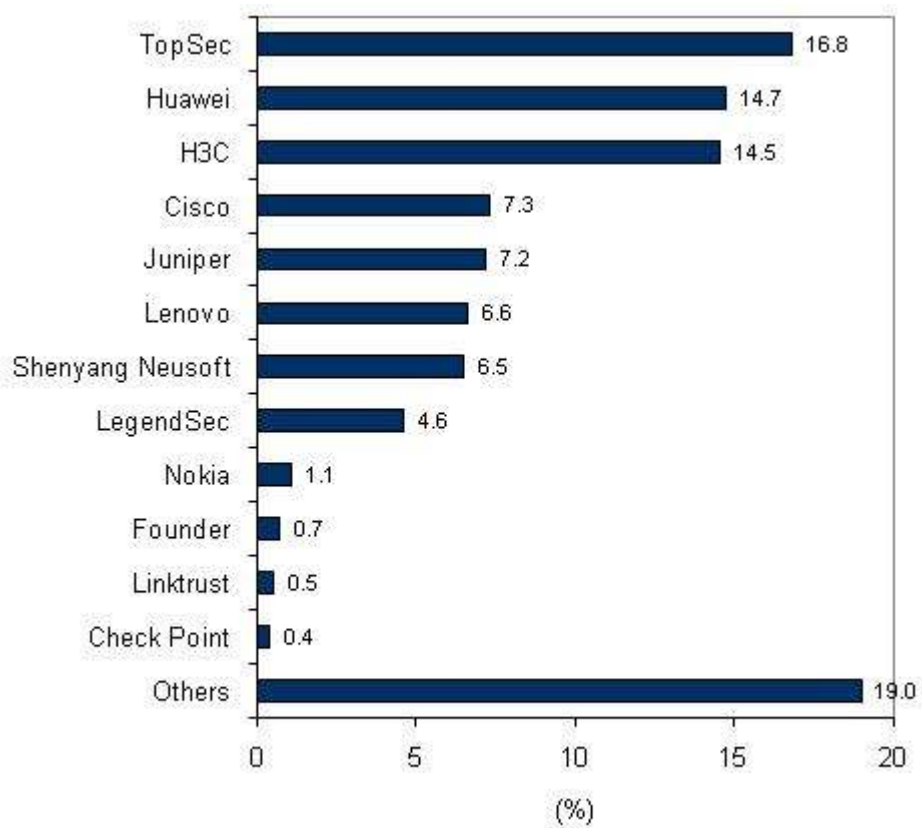
防火墙/VPN 硬件市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 22

防火墙/VPN 硬件市场厂商份额对比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

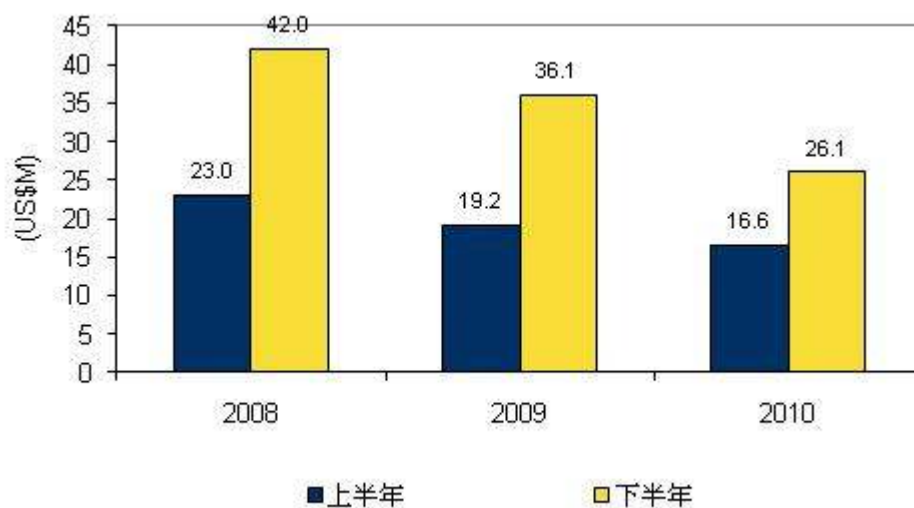
入侵检测硬件市场

入侵检测硬件市场 2010 年仍然是负增长，市场规模下降到 US\$ 42.7M，负增长 22.7%。下半年市场规模占全年的 61.1%。“入侵检测硬件市场规模半年度对比，2008-2010”如图 23 所示。

该市场已经基本没有国外厂商参与其中，除思科还有少量市场占比外，其他均为国内厂商。2010 年，启明星辰、绿盟和东软排在入侵检测硬件市场的前三位，市场占比分别为 19.2%、14.6%和 13.2%。“入侵检测硬件市场各厂商所占份额，2010”如图 24 所示。

图 23

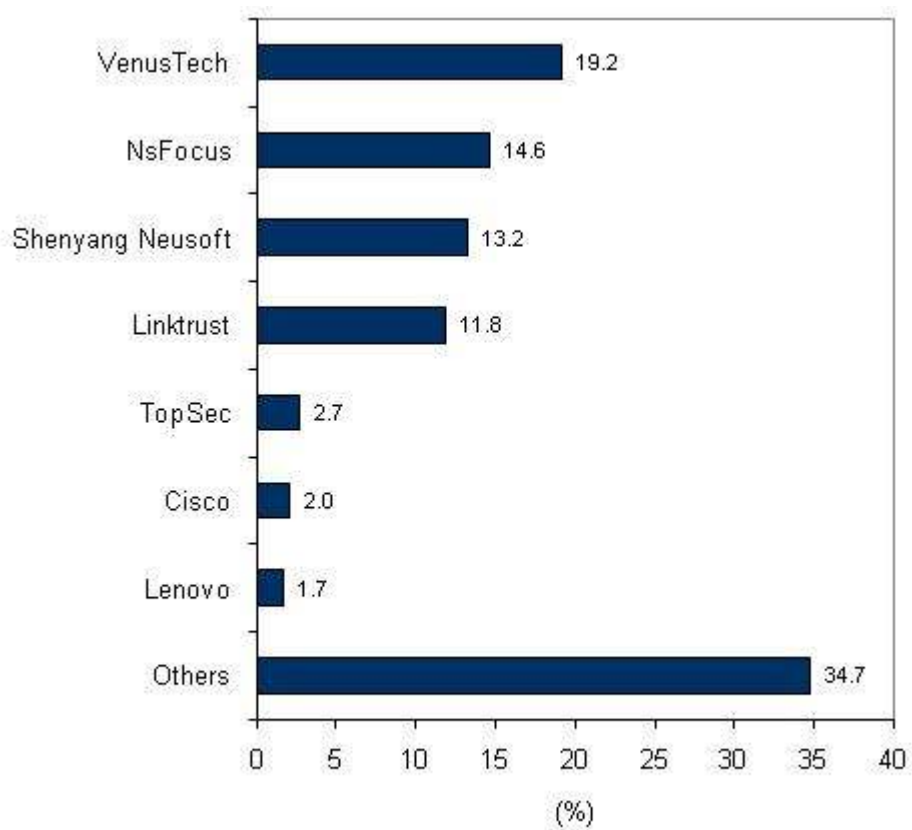
入侵检测硬件市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 24

入侵检测硬件市场厂商份额对比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

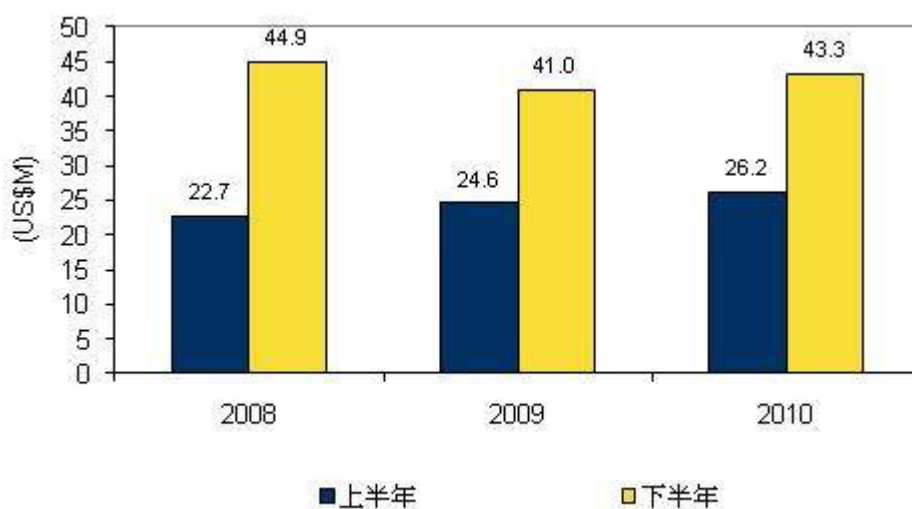
入侵防御硬件市场

2010 年入侵防御硬件市场的增长速度有所放缓，与 2009 年同比增长仅 6.1%。市场规模达到 US\$ 69.5M，下半年市场规模占全年的 62.3%。“入侵防御硬件市场规模半年度对比，2008–2010”如图 25 所示。

2010 年全年入侵防御硬件市场各厂商占比排名，如图 26 所示：绿盟（NsFocus）保持第一，市场份额为 17.5%；华三（H3C）、思科（Cisco）、天融信（Topsec）分别以 13.0%、7.5%、7.4% 的占比位列第二、第三、第四名。三、四名的比例非常接近。

图 25

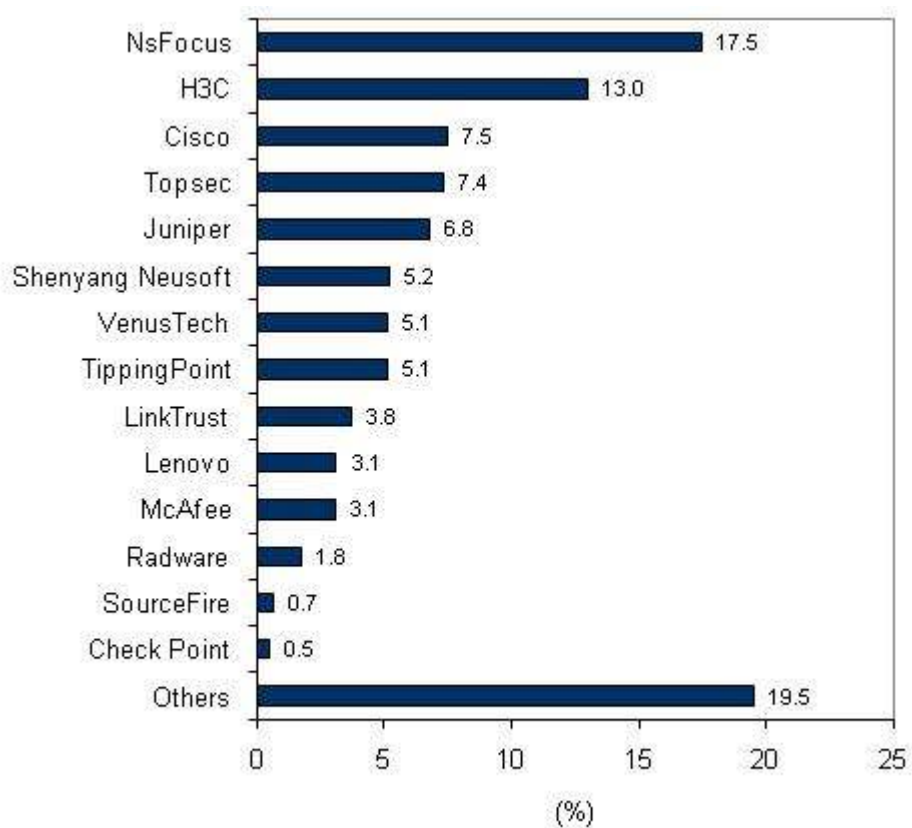
入侵防御硬件市场规模半年度对比，2008–2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 26

入侵防御硬件市场厂商份额对比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

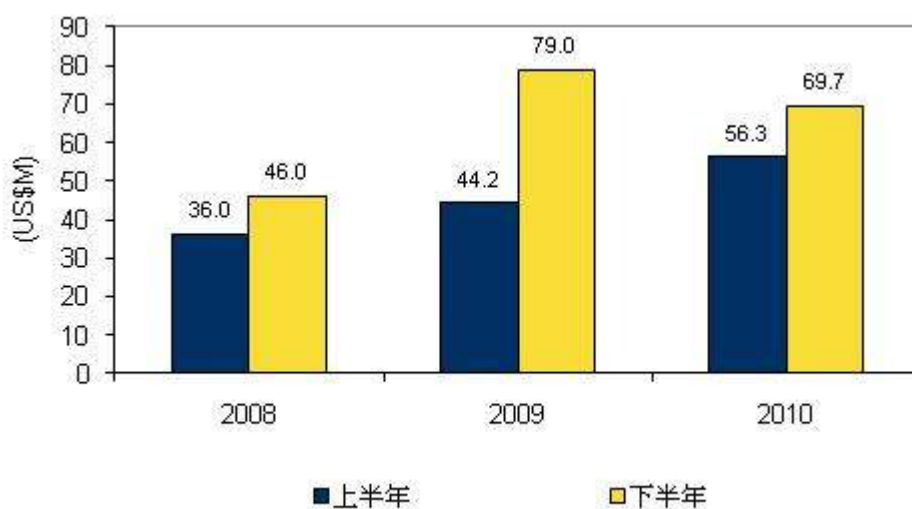
统一威胁管理硬件市场

2010 年，统一威胁管理硬件市场同比出现 2.2% 的增长，市场规模达到 US\$ 126M，下半年的市场规模占全年的 55.3%。增长严重下滑的主要原因是相比 2009 年同期缺乏超级大单的支持，如果不计算 2009 年联想网御的超级大单，分析同比增长率，UTM 市场增长还将保持两位数的增长。“统一威胁管理硬件市场规模半年度对比，2008–2010”如图 27 所示。

统一威胁管理硬件市场的厂商依然不断增多，市场需求保持强劲的增长。2010 年，思科（Cisco）以 16.0% 的市场占比排在第一位，而第二到第四位的市场格局发生比较大的变化，新兴安全厂商山石网科（Hillstone）凭借专注的 UTM 产品研发投入与技术积累，以 11.4% 的比例取得市场第二，启明星辰（VenusTech）、联想网御（Lenovo）的市场份额非常接近，分别以 8.2%、7.7% 排名第三、第四位。“统一威胁管理硬件市场各厂商所占份额，2010”如图 28 所示。

图 27

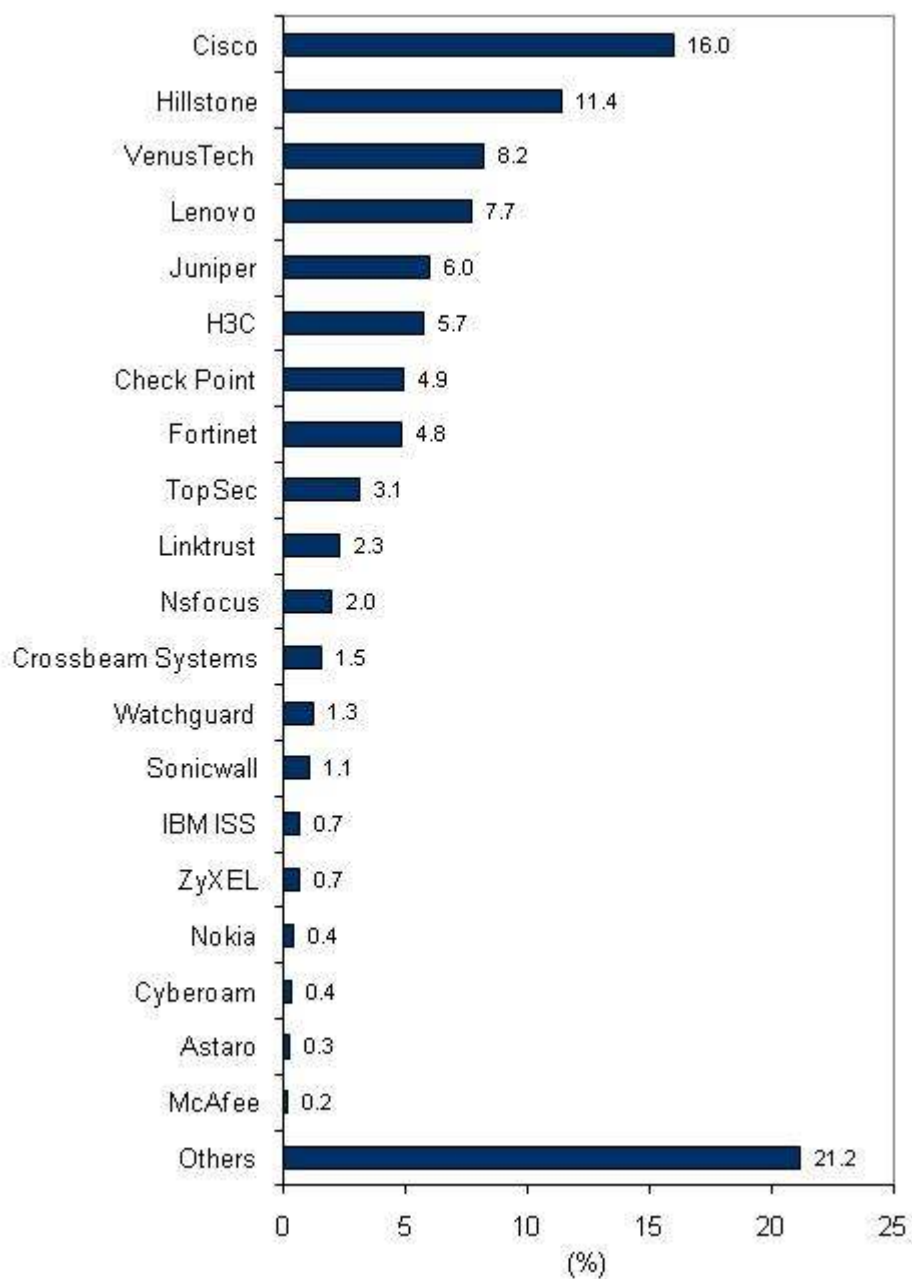
统一威胁管理硬件市场规模半年度对比，2008–2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 28

统一威胁管理硬件市场厂商份额对比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

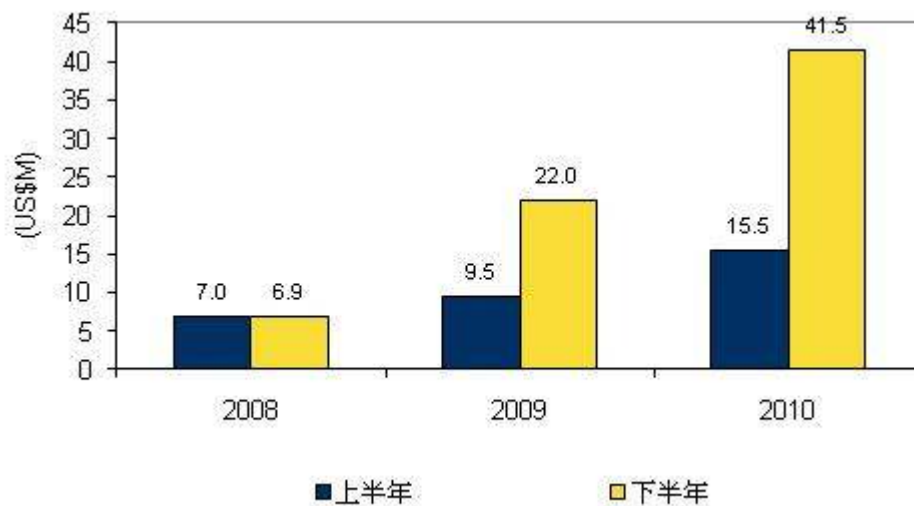
安全内容管理硬件市场

安全内容管理硬件市场是 IT 安全硬件市场中增长最快的子市场，在该市场中，最受用户欢迎的不是传统的病毒防御功能，而是 Web 过滤和 Message 安全。2010 年同比增长 81.8%，市场规模也有较大的增加，2010 年市场规模达到 US\$ 57.0M。“安全内容管理硬件市场规模半年度对比，2008–2010”如图 29 所示。

深信服（SANGFOR）与网康（Netentsec）作为安全内容管理硬件市场的主导厂商，分别以 36.6%、26.2% 的份额排列第一、第二位。而思科（Cisco）与绿盟科技（NsFocus）分别以 7.4%、6.9% 的份额排名第三、四位。“安全内容管理硬件市场各厂商所占份额，2010”如图 30 所示。

图 29

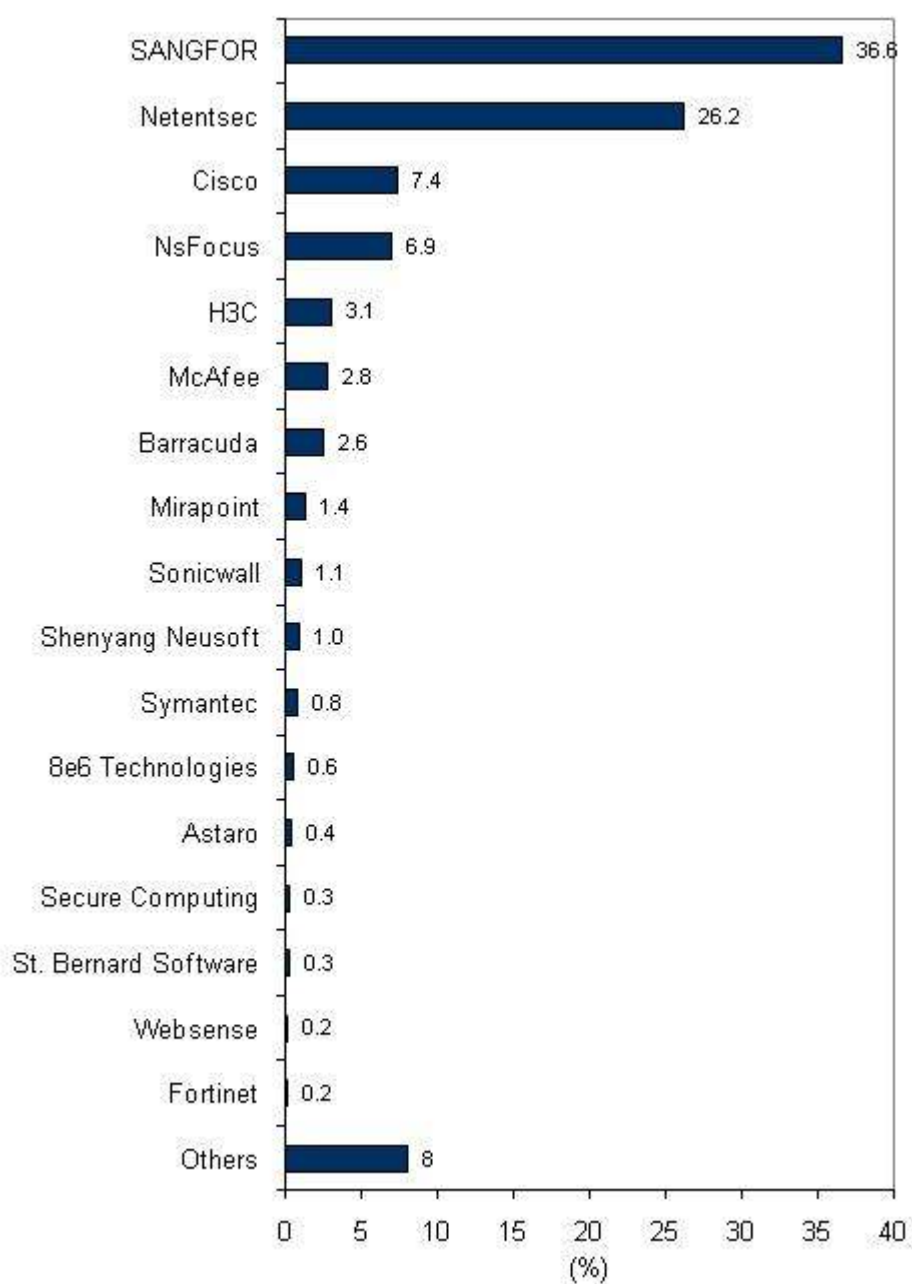
安全内容管理硬件市场规模半年度对比，2008–2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 30

安全内容管理硬件市场厂商份额对比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

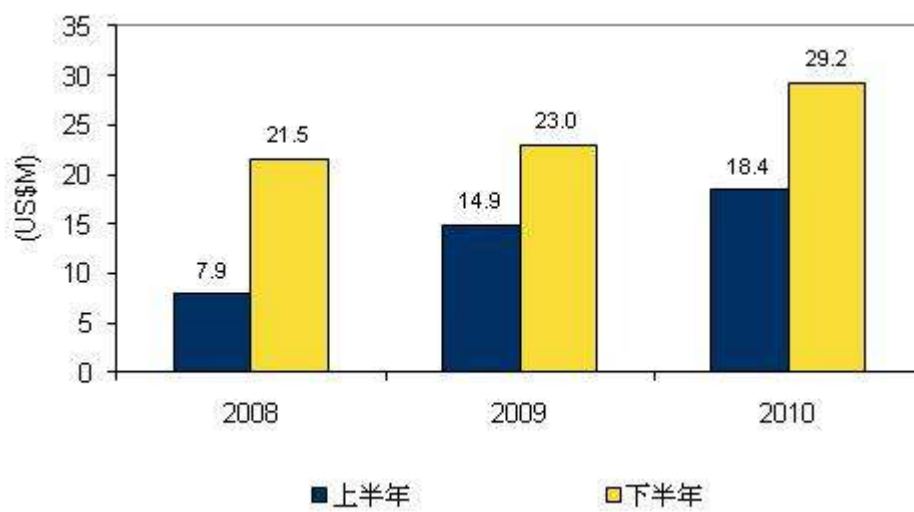
VPN 硬件市场

2010 年，VPN 硬件市场的规模为 US\$ 47.6M，同比增长 25.7%。“VPN 硬件市场规模半年度对比，2008-2010”如图 31 所示。

从市场份额分析，国内厂商深信服（SANGFOR）表现突出，以 33.1%的市场占比排在第一位，位列二、三位的是 Array Networks 和思科（Cisco），市场份额分别是 11.3%和 9.9%。“VPN 硬件市场各厂商所占份额，2010”如图 32 所示。

图 31

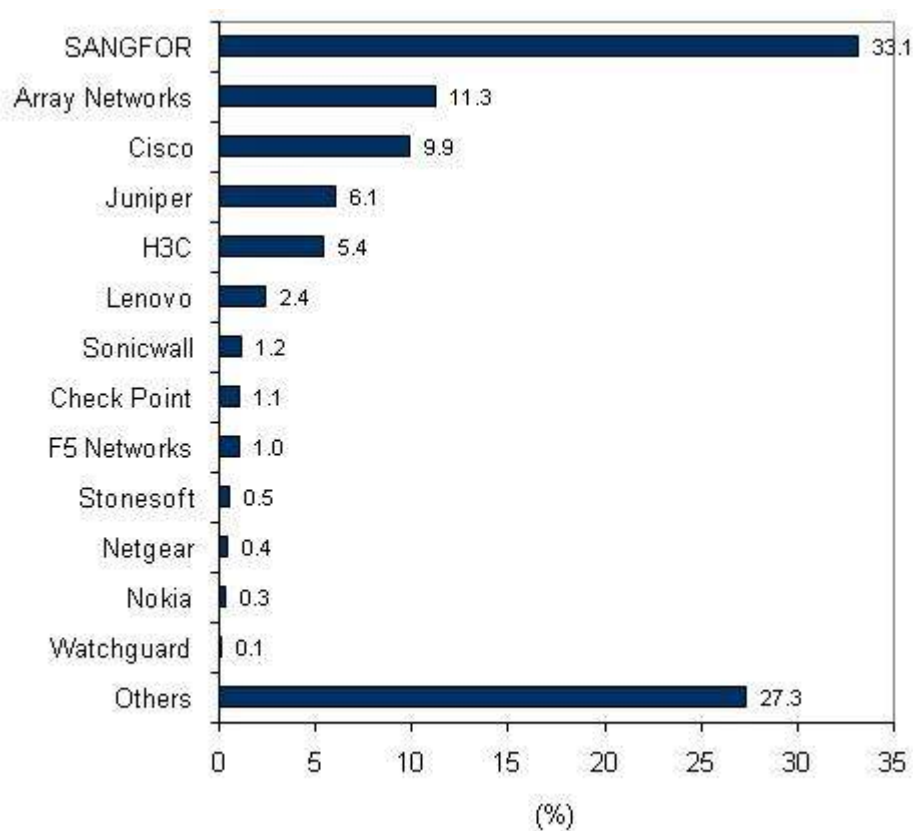
VPN 硬件市场规模半年度对比，2008-2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 32

VPN 硬件市场厂商份额对比，2010



来源: IDC China, 2011 年 3 月

未来展望

预测与假设

市场假设

中国 IT 安全市场的关键预测假设，如表 2、表 3 所示。

表 2

中国 IT 安全市场的 3 个重要假设，2011–2015

市场力量	IDC 假设	意义	将改变预测的假设变化	评注
宏观调控与市场调节	2011 年，宏观调控政策以稳健货币政策为主线，宏观政策将突出“调结构、控通胀、促转型、惠民生”的总体基调。	由于 IT 技术是结构调整与产业转型的驱动力，其对调整的深度与广度都将有很大的影响。	如果产业转型与调整的步伐较慢，转型还停留在基础硬件投资阶段，而不是依赖 IT 升级改造，将对 IT 投资产生负面影响。	估计 IT 技术将直接推动未来 2–3 年的产业转型。
厂商收购与合并	国内市场的融资途径加速发展，2010 年下半年安全行业出现较大规模的收购与合并（启明星辰收购联想网御），预计未来各种形式的收购或市场整合将会增多。	安全厂商的收购与合并将促使安全行业的升级，新产品研发周期将缩短，市场影响力更大。	如果融资途径受阻，IT 安全厂商的发展规模将受到影响，新产品推出可能放缓。由于企业文化及市场策略的差异，整合的效果不一定能达到预期。	估计融资渠道将逐步多元化。
安全产品融合	2011 年，安全产品将进一步向着融合化方向发展，包括网络与安全融合、软件与硬件融合、不同安全技术的融合以及平台的融合。	融合将简化管理、提高效率、推动用户采购。	融合将在性能与兼容性方面受到较大的挑战。	融合可以更好地满足用户的多样化需求；但在某些应用场景中，专业化将依然受到关注。

来源: IDC China, 2011 年 3 月

表 3

关键预测假设：中国 IT 安全市场，2011–2015

市场力量	IDC 假设	影响	动力/阻力/ 中性	假设的确信度
宏观经济				
国内生产总值 (GDP) 增长	2010 年中国 GDP 增速明显，全年 GDP 增长率约为 10%。预计 2011 年，GDP 增速将放缓，但经济前景依然乐观。	高。中国 GDP 增长未来将更多依靠产业转型升级，相应会增加对 IT 的投资。	↑	★★★★☆
宏观调控与市场调节	2011 年，宏观调控政策以稳健货币政策为主线，宏观政策将突出“调结构、控通胀、促转型、惠民生”的总体基调。	高。稳健的货币政策是否能够有效控制通胀还需要进一步观察，但是可以肯定的是调结构、促转型将有利于 IT 发展。	↑	★★★★☆
通货膨胀	2010 年，中国已经开始出现通货膨胀，直到 2010 年底，通货膨胀还是保持相对稳定的水平，预计 2011 年通货膨胀将会持续增加。	高。通货膨胀的预期会影响到一部分 IT 安全项目的投资和规模。	↓	★★★★☆
资本市场				
风险投资	资本市场对于中国 IT 安全从观察态度向积极参与转变，在一些新兴的安全领域，投资比较活跃。	高。中国 IT 安全厂商的融资渠道增加，将加快 IT 安全厂商的国内以及国际市场的拓展。	↑	★★★★☆
股票市场	2010 年，中国股市保持比较平稳，预计 2011 年将继续保持平稳。	中。股市可能吸引一部分原先用于基础建设和 IT 建设的资金，使得一些 IT 项目放缓。	↓	★★★★☆
市场特点				
硬件	2010 年，更多的信息安全厂家应用新的技术，如多核芯片、机架插板技术满足客户高性能以及融合安全的需求。2011 年，这一趋势仍将继续。	中。中国 IT 安全产品硬件化的趋势依然存在，在 IPS、UTM、SSL VPN、SCTM 硬件市场增长的带动下，整体 IT 安全市场未来五年将保持持续增长。高性能专业化产品，如万兆安全设备在大型企业数据中心的应用将会增加。	↑	★★★★☆
软件	IT 安全市场 2010 年受到互联网免费模式的影响较大，但是预计 2011 年其影响幅度将逐步减小。	高。以 360 与金山为代表的互联网安全免费模式，2010 年严重破坏了防病毒安全软件市场的生态环境。随着用户安全需求分化（专业化与泛安全化博弈），收费与免费模式也将在竞争中共存。	↓	★★★★★

表 3

关键预测假设：中国 IT 安全市场，2011-2015

市场力量	IDC 假设	影响	动力/阻力/ 中性	假设的确信度
服务	IT 安全服务市场的规模将继续增长，主要的驱动力还是基于产品的系统集成、软件增值分销。另外安全咨询、安全服务外包等在大型企业中需求逐步增多。	中。大型企业用户对安全服务的认可度逐步提高，安全咨询、安全服务外包也逐渐增多，但是总的来说，现有市场的规范与成熟度尚待提高，需要厂商与合作伙伴提供更高的专业化服务。	↑	★★★★☆
互联网	互联网发展的增长势头依然强劲，社交化网络、移动互联网的兴起将为互联网发展注入新的生命力。	中。互联网应用的社交化、移动化，将带来新的安全挑战，也必将推动 IT 安全市场的快速发展。	↑	★★★★☆
云计算	云计算已经从前几年的市场炒作逐步过渡到现有行业应用中，伴随云计算、虚拟化的发展，云的安全将成为建设的焦点。未来两年，政府及大型企业各种形式的公有云与私有云建设将快速增加。	高。随着云的成熟与落地，厂家将在云安全领域拉开竞争差距。	↑	★★★★☆
市场生态系统				
厂商收购与合并	国内市场的融资途径加速发展，2010 年下半年安全行业出现较大规模的收购与合并（启明星辰收购联想网御），预计未来各种形式的收购或市场整合将会增多。	高。收购与整合有利于提高安全行业的整体竞争力，也是厂家快速获取市场与技术的手段，由于国内并购市场尚处初级阶段，并购效果将取决于合并公司的战略与产品融合度。	↑	★★★★☆
用户规模多样化	当防火墙、杀毒软件等产品逐渐成为最终用户搭建网络架构时的“必需品”，安全产品的渗透率在提高，由大型高端用户向中小型用户发展。	中。大型用户的需求将有力地推动 IAM、SVM 等产品市场的发展，而中小型用户需求的提升也大大提高了传统安全产品的采用率。	↔	★★★★☆
安全产品融合	2011 年，安全产品将进一步向着专业化与融合化方向发展，包括网络与安全融合、软件与硬件融合、不同安全技术的融合以及平台的融合。	中，无论是硬件级别的融合产品如综合安全网关 UTM 或者软件级别的终端安全管理套件产品，由于性价比较高，将受到更多中小型用户的关注。	↑	★★★★☆
劳动力供给				
IT 安全专业人才	市场人才供给仍然充裕，而且随着通货膨胀的加剧，企业的用人成本会越来越高。	高。高涨的通货膨胀预期给企业带来成本压力，使企业的成本进一步上升，而利润空间进一步缩小。	↓	★★★★☆
人才分布	IT 安全人才可能会向中、西部地区流动。	中。人才的合理分布对经济的平衡发展有较好的促进作用，并在一定程度上扩大了市场规模。	↔	★★★★☆

图例：☆☆☆☆ 很低，★★★★ 低，★★★★☆ 中，★★★★☆ 高，★★★★★ 很高

来源：IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全市场预测

2010 年，中国 IT 安全市场的规模为 US\$ 1248.4M，同比增长 1.8%。预计 2011 年，中国 IT 安全市场同比增长 17.4%，市场规模将达到 US\$ 1465.1M。2010 到 2015 年，中国 IT 安全市场的复合增长率为 16.6%。未来五年内，IT 安全硬件市场的增长最快，复合增长率为 18.8%。

未来几年 IT 安全软件市场的增长态势如图 33 至图 36 所示。

图 33

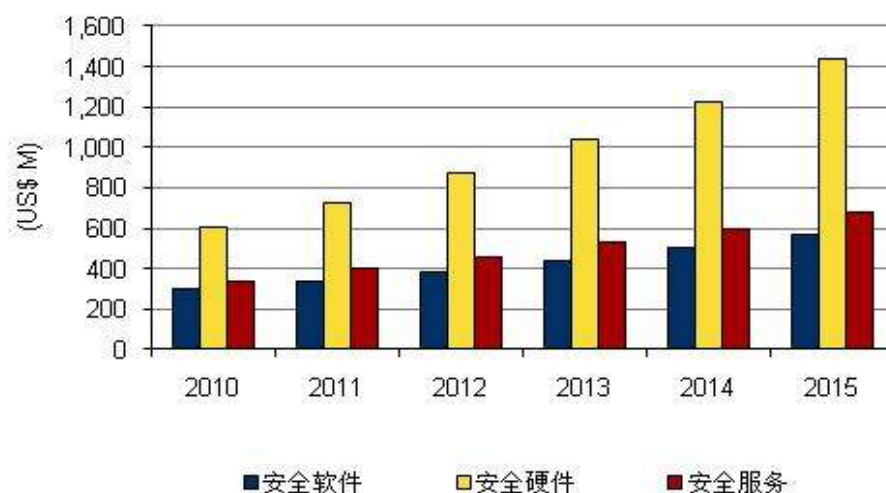
中国 IT 安全市场的规模及增长率，2010–2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 34

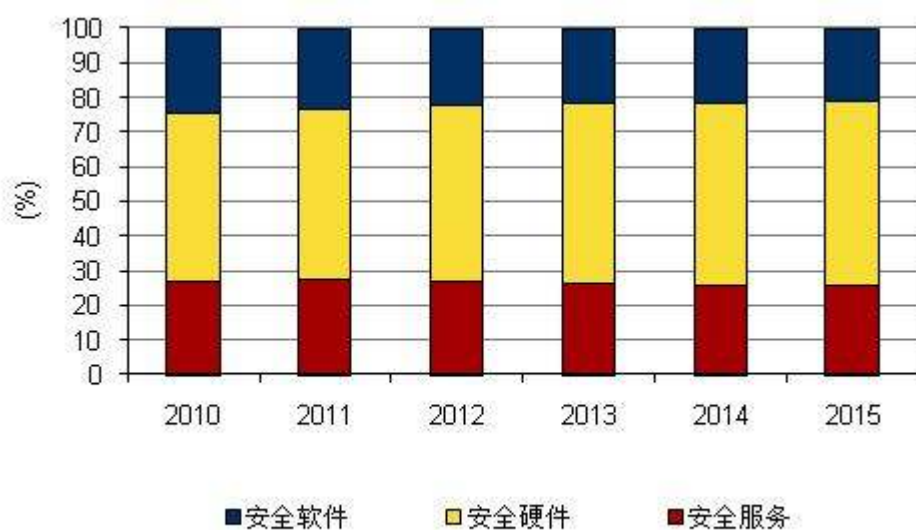
中国 IT 安全各子市场的规模，2010–2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 35

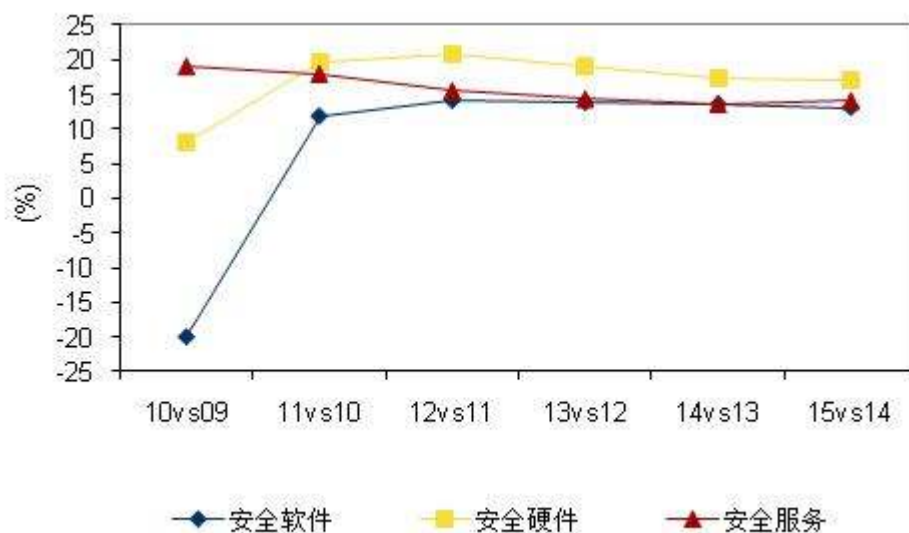
中国 IT 安全市场规模的占比，2010-2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 36

中国 IT 安全市场增长速度对比，2010-2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全软件市场预测

2010 年，中国 IT 安全软件市场同比负增长 20%，市场规模为 US\$ 303.6M。预计 2011 年的市场规模将达到 US\$ 339.7M，同比增长 11.9%，2010 到 2015 年的复合增长率为 13.3%。中国 IT 安全软件市场规模及增长率，如图 37 所示。

图 37

中国 IT 安全软件市场规模及增长率，2010–2015

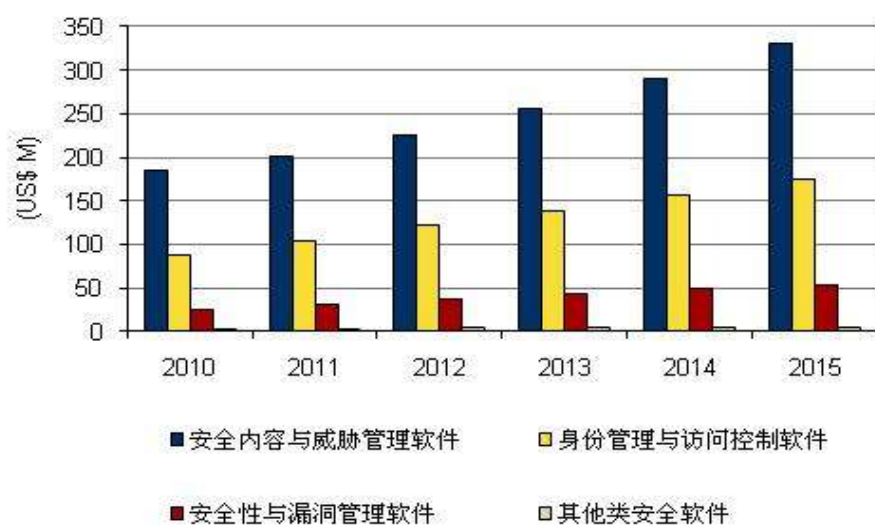


来源: IDC China, 2011 年 3 月

中国 IT 安全软件市场各子市场的规模，如图 38 所示。

图 38

中国 IT 安全软件市场各子市场的规模，2010–2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

中国 IT 安全软件市场各子市场规模占比，如图 39 所示。

图 39

中国 IT 安全软件市场规模的占比，2010–2015

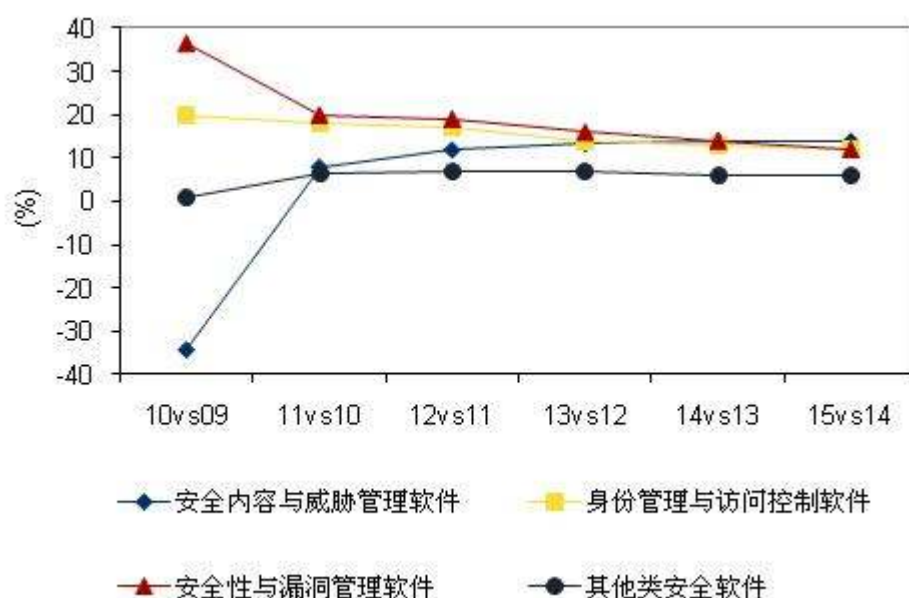


来源: IDC China, 2011 年 3 月

中国 IT 安全软件市场各子市场增长速度对比，如图 40 所示。

图 40

中国 IT 安全软件市场增长速度对比，2010–2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全硬件市场预测

2010 年，中国 IT 安全硬件市场的规模为 US\$ 606.4M，同比增长 8%。预计 2011 年，中国 IT 安全硬件市场的规模将达到 US\$ 726.4M，同比增长 19.8%，到 2015 年，市场规模将达到 US\$ 1434.9M。2010 到 2015 年，整体 IT 安全硬件市场的复合增长率为 18.8%。

☐ 到 2013 年，统一威胁管理硬件市场的市场规模将超过防火墙/VPN 硬件市场，成为 IT 安全市场中最大的子市场。统一威胁管理硬件市场占整体 IT 安全硬件市场的比例将从 2010 年的 20.8% 上升到 2013 年的 31.1%，而防火墙/VPN 硬件市场的占比则从 40.8% 下降到 30.1%。

☐ 入侵检测硬件市场继续维持负增长的状态，负增长率将逐渐降低。

☐ 统一威胁管理硬件市场、入侵防御硬件市场、安全内容管理硬件市场和 VPN 硬件市场都将在未来保持较快的增长。

未来几年 IT 安全硬件市场的增长态势如图 41 至图 44 所示。

图 41

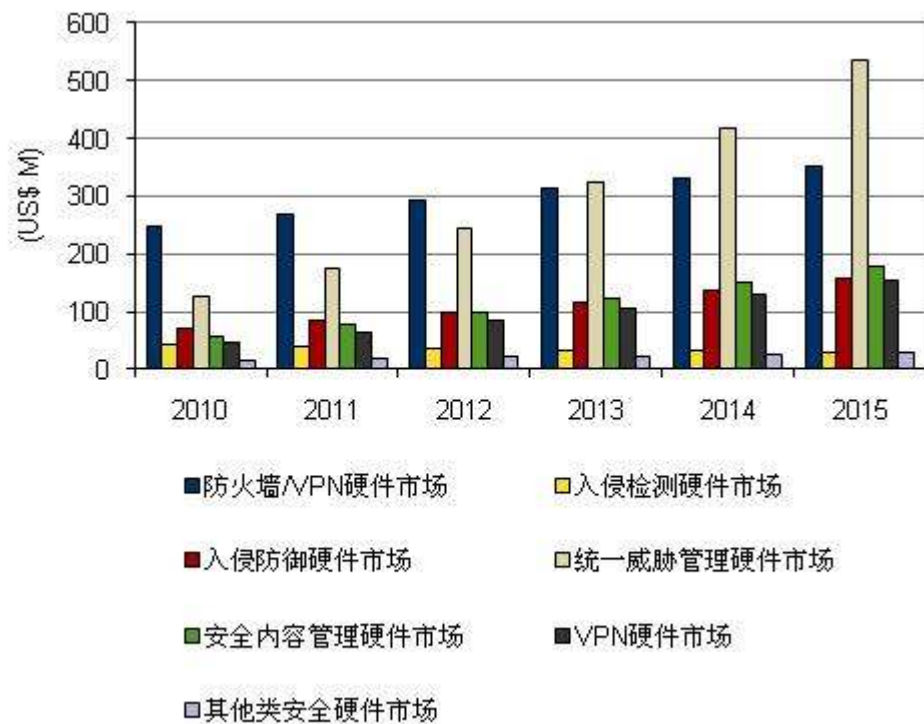
中国 IT 安全硬件市场规模及增长率，2010-2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 42

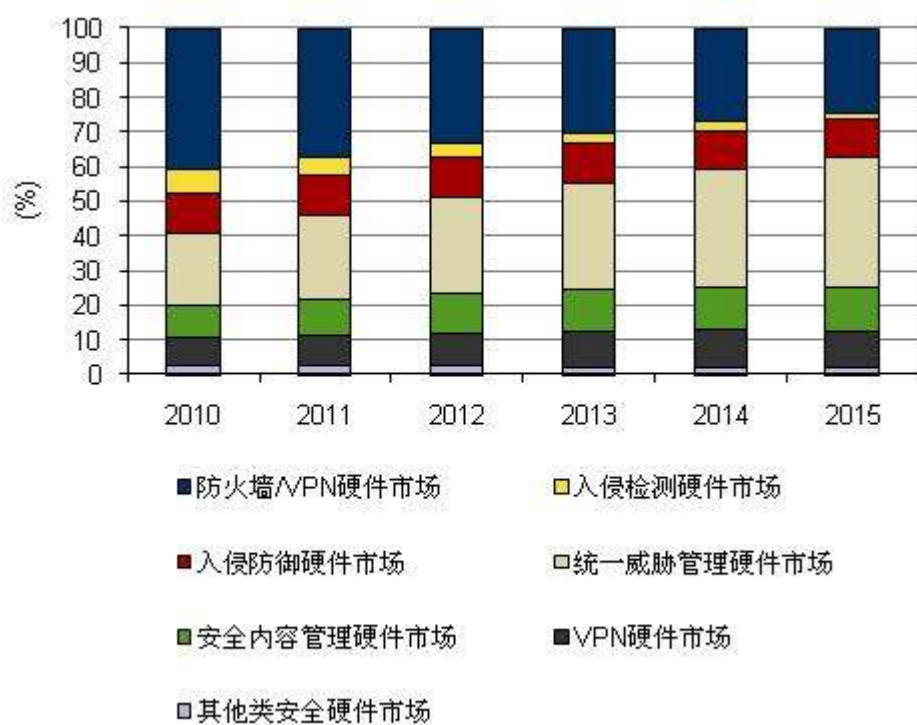
中国 IT 安全硬件市场各子市场规模，2010-2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 43

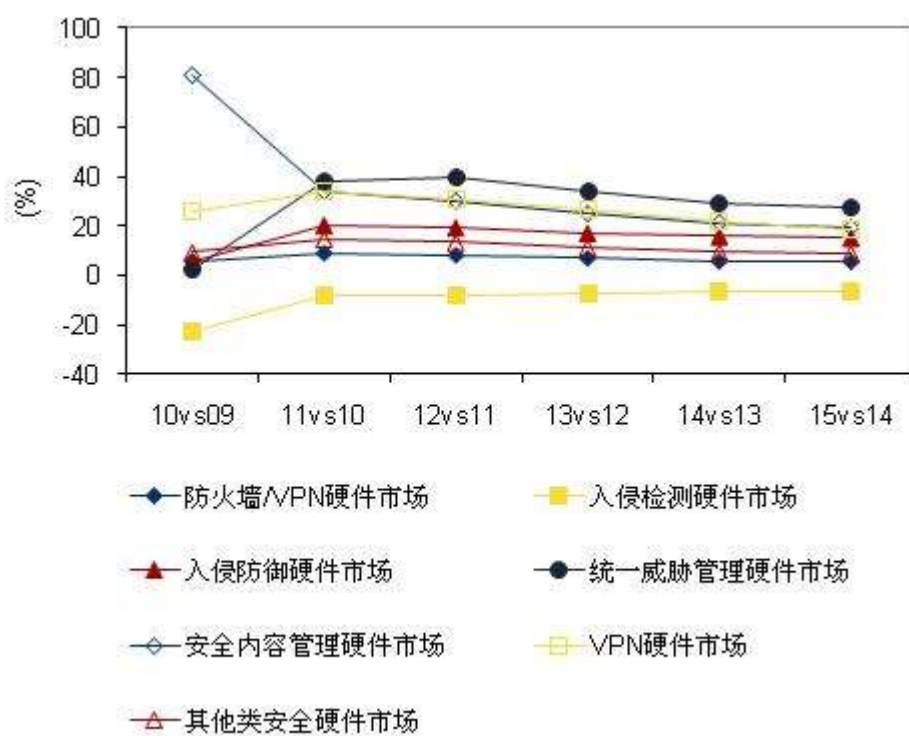
中国 IT 安全硬件市场规模占比，2010-2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 44

中国 IT 安全硬件市场增长速度对比，2010-2015



来源: IDC China, 2011 年 3 月

市场环境

总体来看，中国 IT 安全市场在 2010 年的表现一般，主要原因是 IT 安全软件市场相对疲软，而硬件市场增长不如预期。综合三大子市场的预测来看，相比 2010 年 9 月的预测，本次 IDC 相应调低了市场预期。

“中国 IT 安全市场规模，2008-2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如表 4 和图 45 所示，“中国 IT 安全市场增长率，2009-2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如图 46 所示。

表 4

中国 IT 安全市场规模，2008-2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比

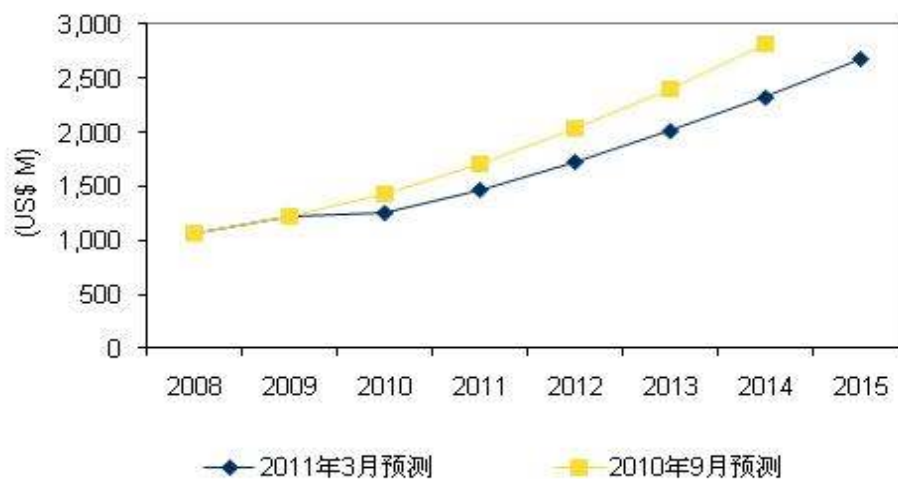
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2009-2014 CAGR (%)
2011 年 3 月预测 (US\$ M)	1,058.7	1,225.7	1,248.4	1,465.1	1,725.3	2,013.1	2,326.2	2,685.3	16.6
增长率 (%)		15.8	1.8	17.4	17.8	16.7	15.6	15.4	
2010 年 9 月预测 (US\$ M)	1058.7	1225.7	1430.6	1703.6	2037.6	2406.9	2810.3		
增长率 (%)		15.8	16.7	19.1	19.6	18.1	16.8		

来源: IDC China, 2011 年 3 月

中国 IT 安全市场规模，如图 45 所示。

图 45

中国 IT 安全市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比

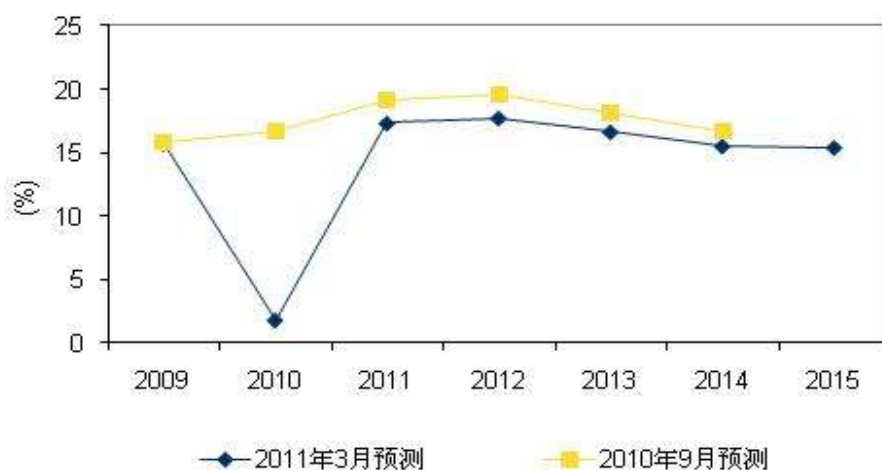


来源: IDC China, 2011 年 3 月

中国 IT 安全市场增长率，如图 46 所示。

图 46

中国 IT 安全市场增长率，2009–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全软件市场

由于安全内容与威胁管理软件市场在整体 IT 安全软件市场中的比重最大，受安全内容与威胁管理软件市场疲软的严重影响，2010 年整体 IT 安全软件市场的规模有大幅下降，预计 2011 年影响幅度将逐渐减小，而企业级市场还将保持稳定增长。在 2011 年 3 月的预测中，IDC 下调了对安全内容与威胁管理软件市场的预测：2011 年该市场的规模为 US\$ 200.7M。2011 年全年的同比增长率从原先的 14.0% 下调到 8.0%。同样，对未来五年，IDC 也适当下调了对该市场的预期。预计到 2015 年，安全内容与威胁管理软件市场的规模为 US\$ 331.5M，2010 到 2015 年的复合增长率为 12.3%。

☒ 身份管理与访问控制软件市场的发展稳中有升，据此，IDC 保持相对乐观的预期。预计 2011 年结束，身份管理与访问控制软件市场的规模为 US\$ 104.2M，同比增长 17.9%。2010 到 2015 年的复合增长率为 14.8%。

☒ 安全性与漏洞管理软件市场保持稳定增长，到 2011 年结束，该市场的规模将达到 US\$ 30.9M，同比增长 19.9%。到 2015 年，该市场的规模将达到 US\$ 54.5M，2010 到 2015 年的复合增长率为 16.1%。

“中国 IT 安全软件市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如表 5 和图 47 所示。“中国 IT 安全软件市场增长率，2009–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如图 48 所示。

表 5

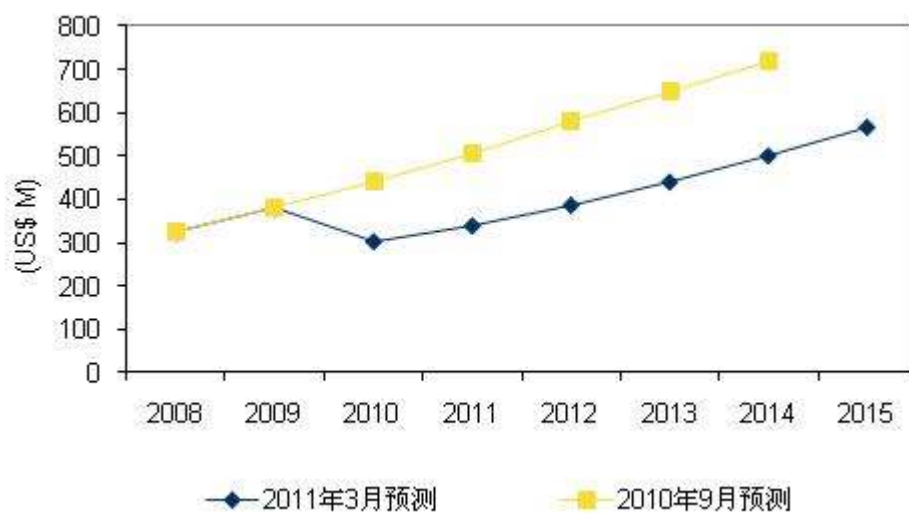
中国 IT 安全软件市场市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010–2015 CAGR (%)
2011 年 3 月预测 (US\$ M)	324.1	379.6	303.6	339.7	387.6	441.2	501.2	566.9	13.3
增长率 (%)		17.1	-20.0	11.9	14.1	13.8	13.6	13.1	
2010 年 9 月预测 (US\$ M)	324.1	379.6	440.8	507.7	579.9	649.5	718.7		
增长率 (%)		17.1	16.1	15.2	14.2	12.0	10.6		

来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 47

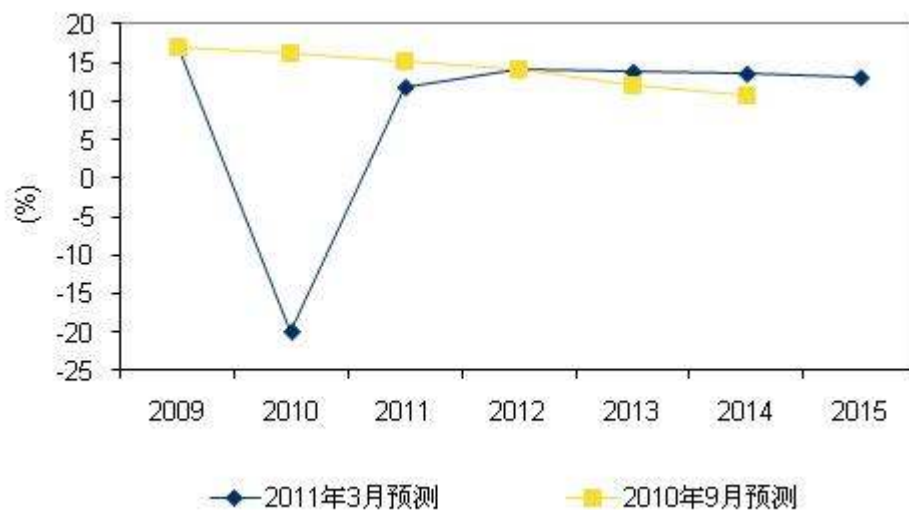
中国 IT 安全软件市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 48

中国 IT 安全软件市场增长率，2009–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全硬件市场

2010 年，IT 安全硬件各子市场的表现各不相同，其中：统一威胁管理硬件市场、安全内容管理硬件市场、VPN 硬件市场表现良好，也是 2010 年拉动整体市场的主要动力，而入侵检测硬件市场持续萎缩，防火墙/VPN 硬件市场的表现也中规中矩。综合来看，2010 年 IT 安全硬件市场的表现相对比较平稳。

- ☑ 防火墙/VPN 硬件市场，2010 年该市场仅出现个位数增长，相比防火墙/VPN 硬件，部分中小型用户更加倾向于选择统一威胁管理硬件，对防火墙/VPN 硬件市场的增长有一定的影响，而随着 UTM 硬件性能的提高，影响将进一步加大。因此，相比于 2010 年 9 月份的预测，IDC 略微下调了对防火墙/VPN 硬件市场的预测。预计到 2011 年结束，防火墙/VPN 硬件市场的规模将达到 US\$ 270.2M，全年同比增长 9.3%。到 2015 年，这一市场规模会达到 US\$ 351.4M，2010 到 2015 年的复合增长率为 7.3%。
- ☑ 入侵检测硬件市场进一步萎缩，但是由于 IDS 作为一种旁路设备，不会造成单点故障，而部分 IDS 主流厂家也推出 IDS 安全可视化等产品方案，对市场有一定的促进作用，虽然 2010 年跌幅较大，但是 IDC 预测跌幅将逐步减少，预计 2011 年全年负增长 8.3%，市场规模缩小至 US\$ 39.1M，到 2015 年将缩小至 US\$ 29.2M，2010 到 2015 年，该市场的复合增长率为-7.3%。
- ☑ 2010 年入侵防御硬件市场的表现低于预期，主要是受到其它综合安全网关产品的挤压，IDC 也相应调低了对未来 IPS 的预期，预计 2011 年全年增长 20.6%，市场规模将达到 US\$ 83.8M，2010 到 2015 年的复合增长率为 17.8%，市场规模在 2015 年将达到 US\$ 158M。
- ☑ 统一威胁管理硬件由于功能丰富、性价比高等特点持续受到用户的关注，特别是受到中小型规模用户的青睐，随着硬件性能的提高，未来将在中高端市场上逐步受到用户的认可。近几年参与此市场竞争的厂商也快速增加，无论从用户端还是厂商角度分析，此市场都依然保持乐观的增长。IDC 预计 2011 年增长 38.2%，市场规模将达到 US\$ 174.1M，2010 到 2015 年的复合增长率为 33.6%，市场规模在 2015 年将达到 US\$ 535.3M。
- ☑ 安全内容管理硬件产品这两年得到用户的高度认可，特别是以“上网行为管理”功能为主的产品，通过优化上网管理，有效提高企业内部 IT 资源的使用。安全内容管理硬件市场成为 IT 安全硬件市场中增长最快的子市场——2011 年该市场的同比增长率为 33.9%，2010 到 2015 年的复合增长率为 25.7%。
- ☑ VPN 硬件市场虽然总体规模较小，但这几年都保持比较高速的增长，预计 2011 年该市场的规模将达到 US\$ 64.0M，同比增长 34.4%。2010 到 2015 年的复合增长率为 26.4%，预计 2015 年该市场的规模将达到 US\$ 153.7M。

综合各个子市场的合力来看，IT 安全硬件市场的预期较 IDC 在 2010 年 9 月作出的预测略有下降。“中国 IT 安全硬件市场规模，2008-2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如表 6 和图 49 所示，“中国 IT 安全硬件市场规模，2008-2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如图 50 所示。

表 6

中国 IT 安全硬件市场市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010–2015 CAGR (%)
2011 年 3 月预测 (US\$ M)	492.3	561.7	606.4	726.4	876.7	1,044.7	1,226.0	1,434.9	18.8
增长率 (%)		14.1	8.0	19.8	20.7	19.2	17.4	17.0	
2010 年 9 月预测 (US\$ M)	492.3	561.7	660.1	808.9	1,009.4	1,244.7	1,508.0		
增长率 (%)		14.1	17.5	22.6	24.8	23.3	21.2		

来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 49

中国 IT 安全硬件市场市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 50

中国 IT 安全硬件市场增长率，2009–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IT 安全服务市场

IT 安全服务市场，预计到 2011 年，该市场的规模将达到 US\$ 399.0M，而到 2015 年，这一规模将增长到 US\$ 683.5M，2010 到 2015 年的复合增长率为 15.1%。

“中国 IT 安全服务市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如表 7 和图 51 所示，“中国 IT 安全服务市场增长率，2009–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测数据对比”如图 52 所示。

表 7

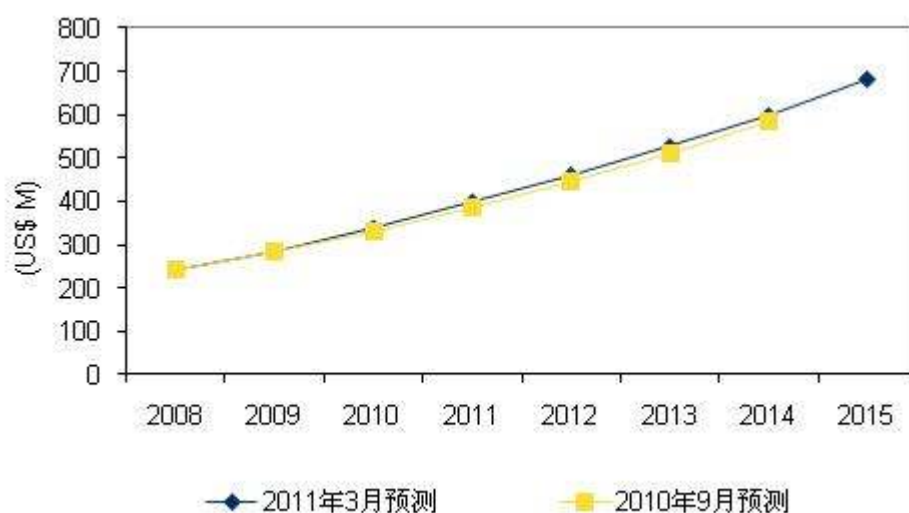
中国 IT 安全服务市场市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010–2015 CAGR (%)
2011 年 3 月预测 (US\$ M)	242.3	284.4	338.4	399.0	461.0	527.1	599.0	683.5	15.1
增长率 (%)		17.4	19.0	17.9	15.5	14.3	13.6	14.1	
2010 年 9 月预测 (US\$ M)	242.3	284.4	329.7	387.0	448.3	512.6	583.6		
增长率 (%)		17.4	15.9	17.4	15.8	14.3	13.8		

来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 51

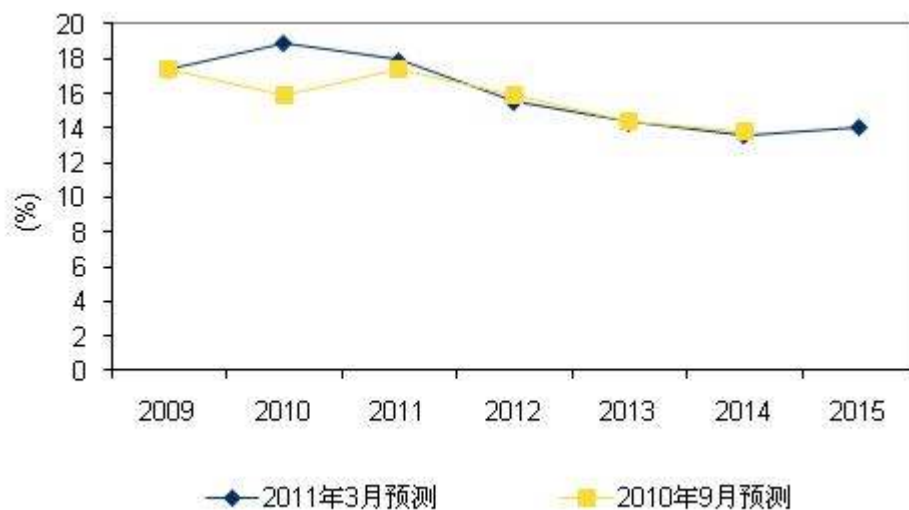
中国 IT 安全服务市场规模，2008–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

图 52

中国 IT 安全服务市场增长率，2009–2015：2011 年 3 月与 2010 年 9 月预测对比



来源: IDC China, 2011 年 3 月

安全软件厂商概况

EMC/RSA

市场信息

- ☑ 2010 年 3 月，EMC 信息安全事业部 RSA 发布 RSA Data Loss Prevention (DLP) 套件 8.0 版。
- ☑ 2010 年 12 月，EMC 信息安全事业部 RSA 针对 Android 平台移动设备与应用企业级用户发布 “SecurID Authenticators”。

产品收入结构

EMC/RSA IT 安全软件产品销售收入，如表 8 所示。

表 8

EMC/RSA 安全软件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	0.87
身份管理与访问控制软件	5.55
其他类安全软件	1.48
总计	7.90

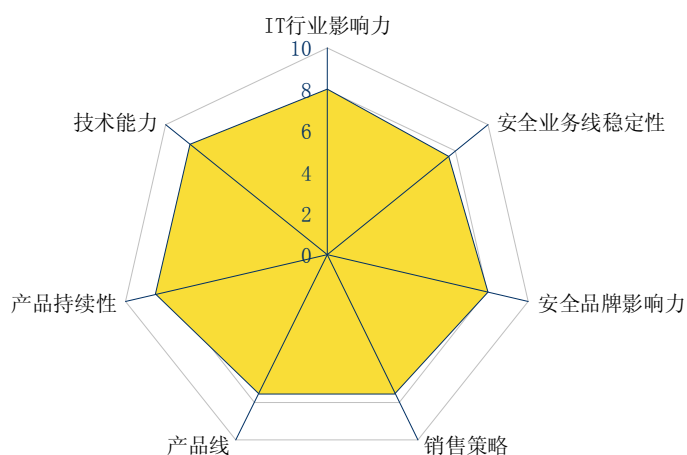
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

EMC/RSA 竞争力展望，如图 53 所示。

图 53

EMC/RSA 竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

IBM

市场信息

☐ 2010 年 11 月, IBM 公司宣布推出新的数据库安全软件, 帮助企业保护客户数据及其他敏感信息免受泄露。

产品收入结构

IBM 安全软件产品销售收入, 如表 9 所示。

表 9

IBM 安全软件产品销售收入, 2010 (US\$ M)

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	4.36
身份管理与访问控制软件	10.18
安全性与漏洞管理软件	5.84
总计	20.38

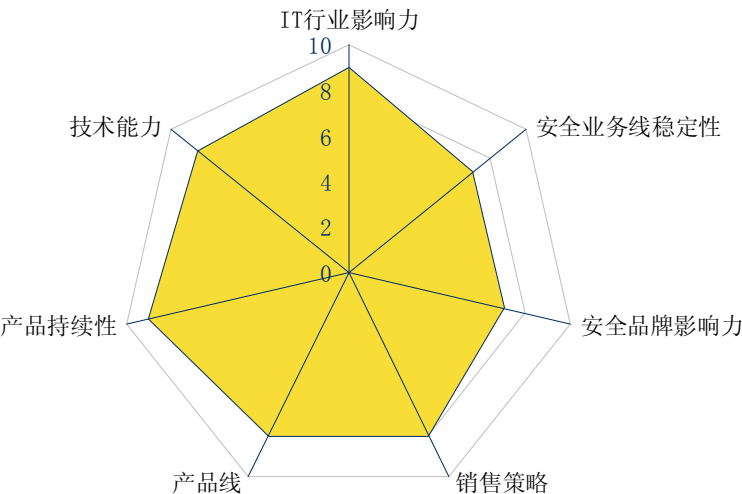
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

IBM 竞争力展望，如图 54 所示。

图 54

IBM 竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

江民 (Jiangmin)

市场信息

- ☑ 2010 年 1 月，江民科技正式启动“安全迎新·江民新年扫毒大行动”，承诺“江民安全专家”永久免费。
- ☑ 2010 年 6 月，江民科技与久游网旗下产品《勇士无敌》正式达成战略合作。
- ☑ 2010 年 6 月，江民科技联合手机支付平台联动优势，开展“激动一夏，世界杯全民共享”活动。
- ☑ 2010 年 8 月，江民科技、微软双方正式签署 VIA 全球病毒信息联盟协议。
- ☑ 2010 年 11 月，江民杀毒软件 KV2011 发布。

产品收入结构

江民安全软件产品销售收入。如表 10 所示。

表 10

江民安全软件产品销售收入，2010（US\$ M）

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	6.81
总计	6.81

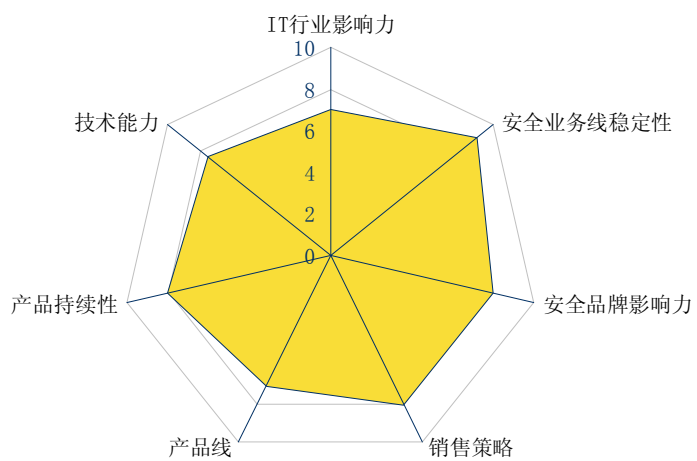
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

江民竞争力展望，如图 55 所示。

图 55

江民竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

吉大正元 (JIT)

产品收入结构

吉大正元安全软件产品销售收入，如表 11 所示。

表 11

吉大正元安全软件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
身份管理与访问控制软件	20.63
安全性与漏洞管理软件	3.90
总计	24.54

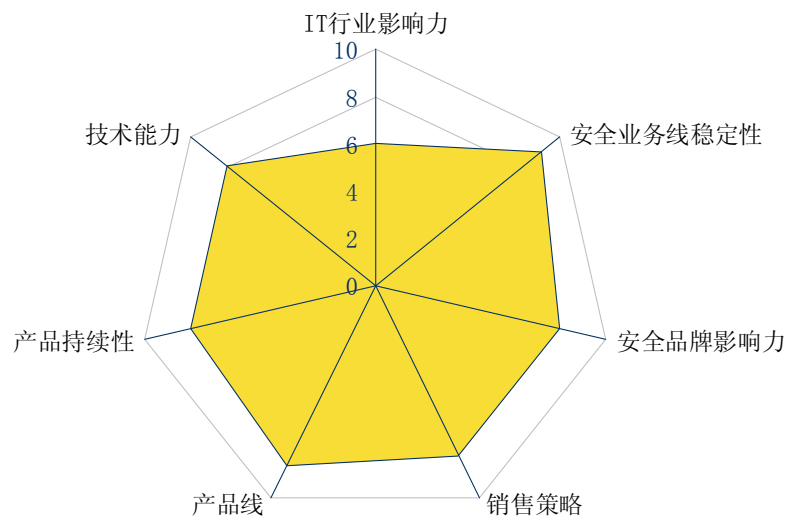
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

吉大正元竞争力展望，如图 56 所示。

图 56

吉大正元竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

卡斯基 (kaspersky)

市场信息

- ☒ 2010 年 1 月，卡斯基联合其区域总代哈尔滨风致科技发展有限公司，在长春香格里拉饭店举行了东北三省网络版新品渠道会。
- ☒ 2010 年 4 月，卡斯基实验室推出全新信息安全网站——Securelist。
- ☒ 2010 年 5 月，卡斯基实验室正式推出“卡斯基手机安全软件 9.0”产品。
- ☒ 2010 年 11 月，卡斯基实验室发布 Kaspersky Security 8.0 for Microsoft Exchange Servers。
- ☒ 2010 年 12 月，卡斯基实验室发布针对 EMC Celerra 统一存储平台的安全解决方案。
- ☒ 2010 年 12 月，卡斯基与腾讯合作强化移动安全策略。

产品收入结构

卡斯基安全软件产品销售收入，如表 12 所示。

表 12	
卡斯基安全软件产品销售收入，2010（US\$ M）	
类别	收入
安全内容与威胁管理软件	22.50
总计	22.50

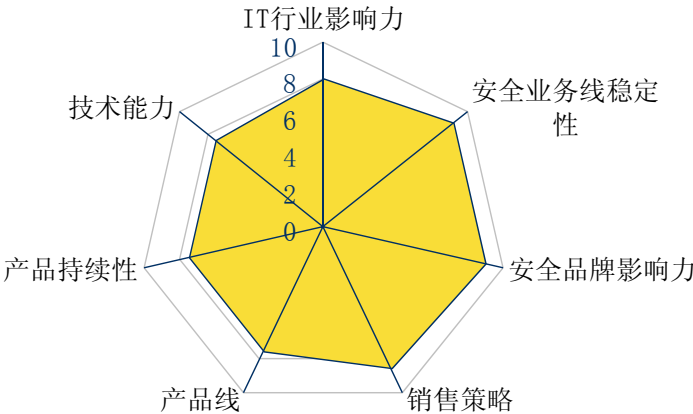
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

卡巴斯基竞争力展望，如图 57 所示。

图 57

卡巴斯基竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

金山 (kingsoft)

市场信息

- ☑ 2010 年 4 月，金山软件启动了“2010 年度金山软件渠道会及安全新品体验会”全国巡展。
- ☑ 2010 年 6 月，“金山毒霸网络版 5.0 新品技术交流会”在北京召开。金山软件重拳出击企业级安全市场，推出金山毒霸网络版 5.0。
- ☑ 2010 年 10 月，金山被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”
- ☑ 2010 年 11 月，金山安全联合可牛公司正式宣布，两家公司正式合并，合并后新公司更名为金山网络。

产品收入结构

金山安全软件产品销售收入，如表 13 所示。

表 13

金山安全软件产品销售收入，2010（US\$ M）

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	11.01
总计	11.01

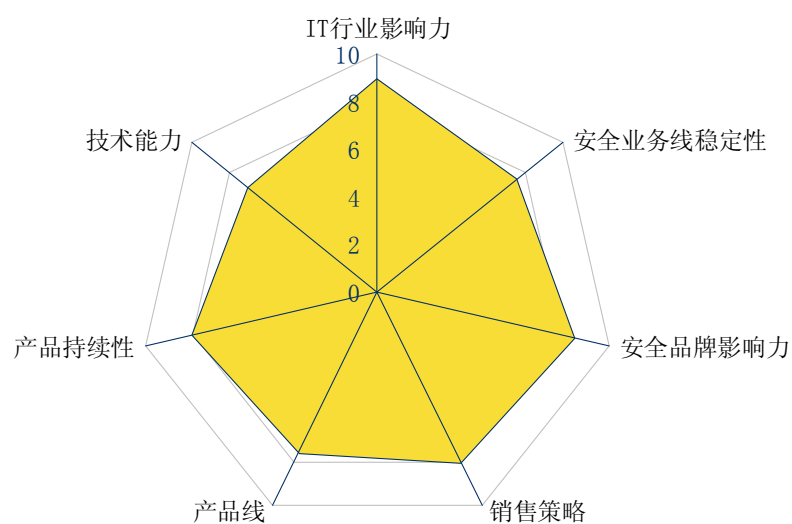
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

金山竞争力展望，如图 58 所示。

图 58

金山竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

McAfee

市场信息

☐ 2010年8月，英特尔宣布，将斥资76.8亿美元收购McAfee。

产品收入结构

McAfee 安全软件产品销售收入，如表 14 所示。

表 14

McAfee 安全软件产品销售收入，2010（US\$ M）

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	5.69
安全性与漏洞管理软件	0.35
总计	6.04

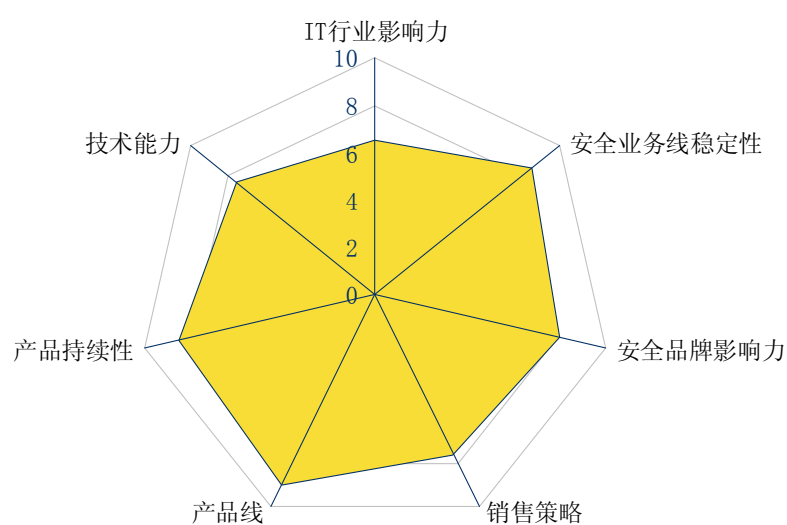
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

McAfee 竞争力展望，如图 59 所示。

图 59

McAfee 竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

瑞星 (Rising)

市场信息

- ☑ 2010 年 4 月，瑞星公司正式发布 2010 年企业级旗舰产品——“瑞星杀毒软件网络版 2010”系列。
- ☑ 2010 年 8 月，国家信息中心与瑞星公司联合成立安全评测实验室。
- ☑ 2010 年 10 月，瑞星公司发布了安全新品——“瑞星全功能安全软件 2011（三年版）”。

产品收入结构

瑞星安全软件产品销售收入，如表 15 所示。

表 15

瑞星安全软件产品销售收入，2010（US\$ M）

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	26.09
总计	26.09

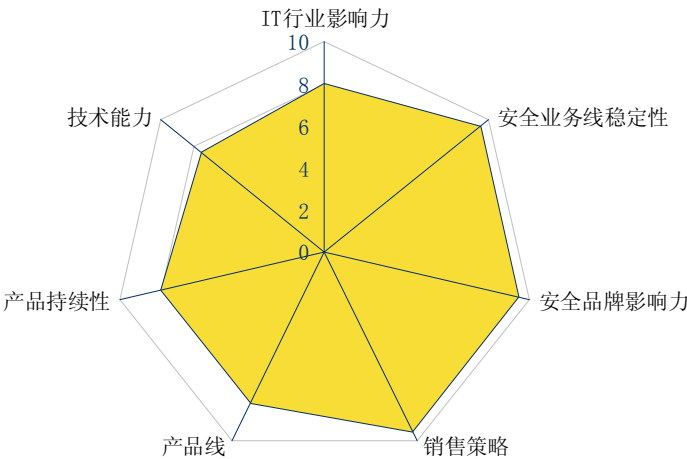
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

瑞星竞争力展望，如图 60 所示。

图 60

瑞星竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

上海格尔 (Shanghai Koal)

产品收入结构

上海格尔安全软件产品销售收入，如表 16 所示。

表 16

上海格尔安全软件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
身份管理与访问控制软件	16.72
安全性与漏洞管理软件	3.83
总计	20.55

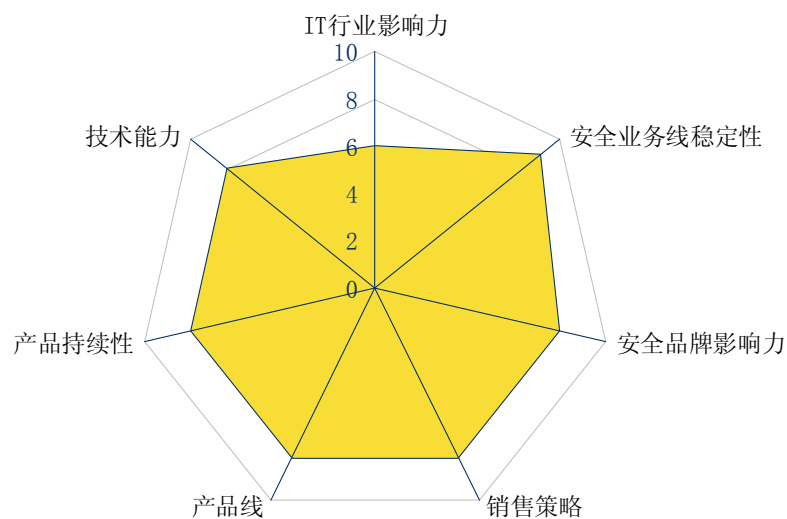
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

上海格尔竞争力展望，如图 61 所示。

图 61

上海格尔竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

赛门铁克 (Symantec)

市场信息

- ☒ 2010 年 3 月，赛门铁克推出了全新诺顿 360 全能特警 4.0 版。
- ☒ 2010 年 4 月，赛门铁克收购 PGP 和 GuardianEdge。
- ☒ 2010 年 5 月，赛门铁克宣布收购威瑞信安全业务部。
- ☒ 2010 年 6 月，赛门铁克诺顿宣布，其家庭在线安全服务——“诺顿网络家庭防护”将以 25 种语言版本在全球范围内发行。
- ☒ 2010 年 8 月，赛门铁克完成对威瑞信安全业务部的收购。
- ☒ 2010 年 10 月，赛门铁克推出针对企业、个人用户及电信运营商的移动安全与管理战略。

产品收入结构

赛门铁克安全软件产品销售收入，如表 17 所示。

表 17

赛门铁克安全软件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	37.41
安全性与漏洞管理软件	2.22
总计	39.63

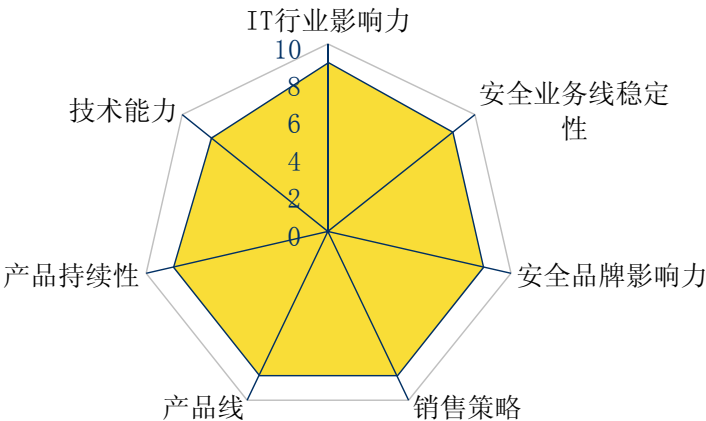
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

赛门铁克竞争力展望，如图 62 所示。

图 62

赛门铁克竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

趋势科技 (Trend Micro)

市场信息

- ☑ 2010 年 4 月，趋势科技发布中小企业安全软件包 6.0。
- ☑ 2010 年 5 月，趋势科技宣布网络安全专家半年免费，重回个人杀毒市场。
- ☑ 2010 年 6 月，趋势科技并购在线储存提供商——humyo。
- ☑ 2010 年 7 月，趋势科技推出基于云安全技术核心的全新云安全 3.0 解决方案。

产品收入结构

趋势科技安全软件产品销售收入，如表 18 所示。

表 18

趋势科技安全软件产品销售收入，2010（US\$ M）

类别	收入
安全内容与威胁管理软件	21.43
总计	21.43

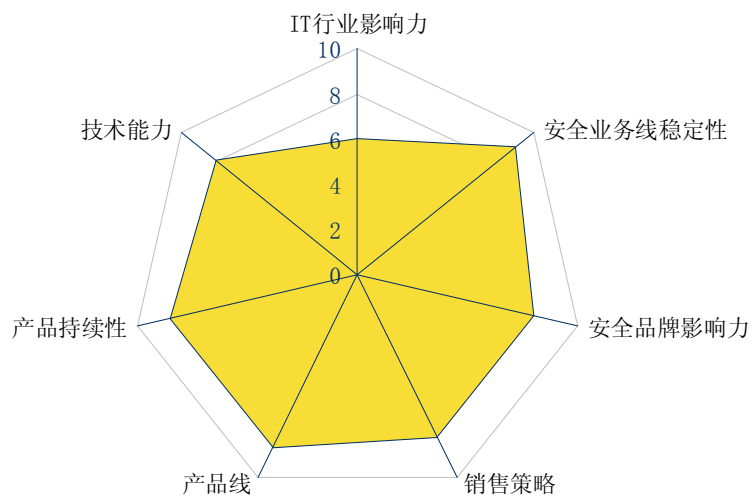
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

趋势科技竞争力展望，如图 63 所示。

图 63

趋势科技竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

安全硬件厂商概况

思科 (Cisco)

产品收入结构

思科安全硬件产品销售收入，如表 19 所示。

表 19

思科安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	18.13
入侵检测硬件市场	0.87
入侵防御硬件市场	5.22
统一威胁管理硬件市场	20.18
安全内容管理硬件市场	4.23
VPN 硬件市场	4.69
总计	53.31

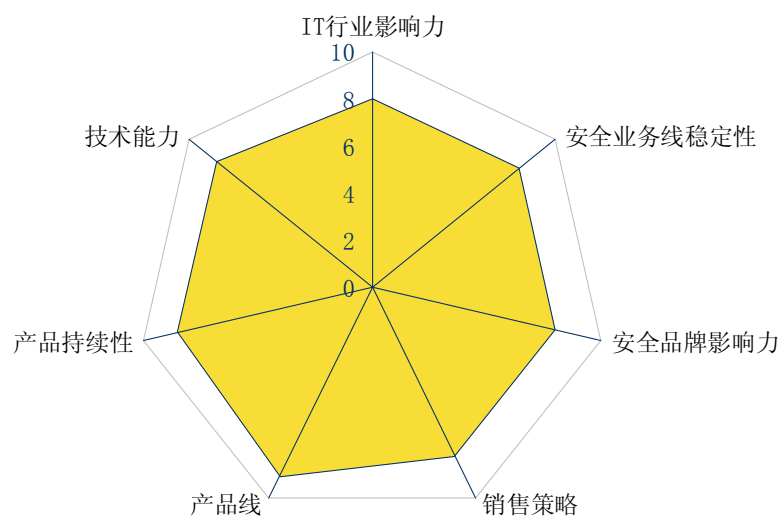
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

思科竞争力展望，如图 64 所示。

图 64

思科竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

Fortinet

产品收入结构

Fortinet 安全硬件产品销售收入，如表 20 所示。

表 20

Fortinet 安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
统一威胁管理硬件市场	6.11
安全内容管理硬件市场	0.09
总计	6.20

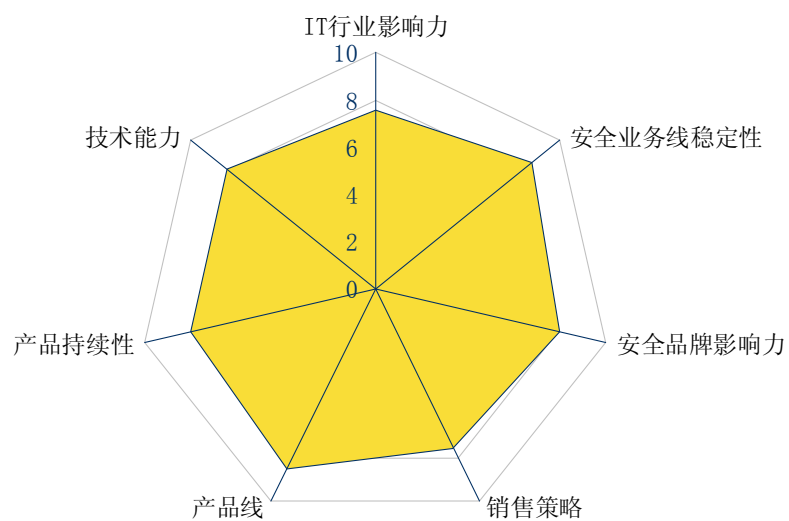
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

Fortinet 竞争力展望，如图 65 所示。

图 65

Fortinet 竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

华三通信 (H3C)

产品收入结构

华三通信安全硬件产品销售收入，如表 20 所示。

表 21

华三通信安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	35.94
入侵防御硬件市场	9.02
统一威胁管理硬件市场	7.22
安全内容管理硬件市场	1.79
VPN 硬件市场	2.56
总计	56.52

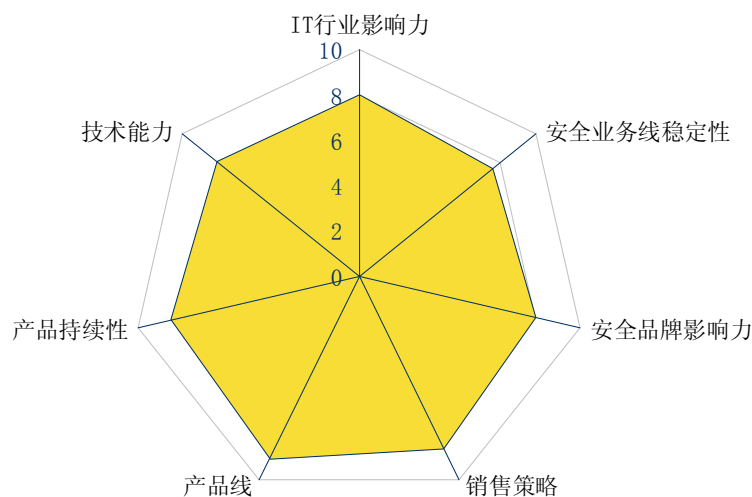
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

华三通信竞争力展望，如图 66 所示。

图 66

华三通信竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

山石网科 (Hillstone)

市场信息

- ☑ 2010 年 4 月，山石网科发布两款新一代多核安全网关——SG - 6000 - M6110 和 SG - 6000 - M6115。
- ☑ 2010 年 4 月，山石网科 2010 年度华北金牌渠道会在北京成功举办。
- ☑ 2010 年 11 月，山石网科发布 100G 高性能数据中心防火墙。

产品收入结构

山石网科安全硬件产品销售收入，如表 22 所示。

表 22

山石网科安全硬件产品销售收入，2010（US\$ M）

类别	收入
统一威胁管理硬件市场	14.38
总计	14.38

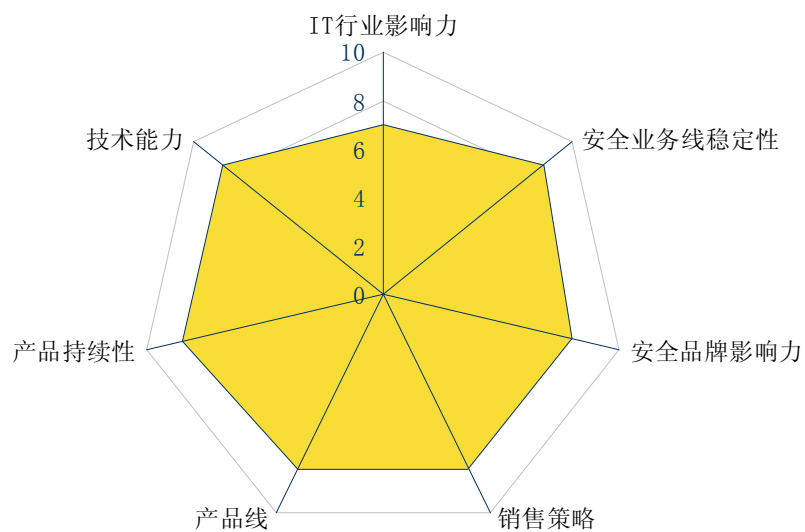
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

山石网科竞争力展望，如图 67 所示。

图 67

山石网科竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

华赛 (Huawei-Symantec)

产品收入结构

华赛安全硬件产品销售收入，如表 23 所示。

表 23

华赛安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	36.42
总计	36.42

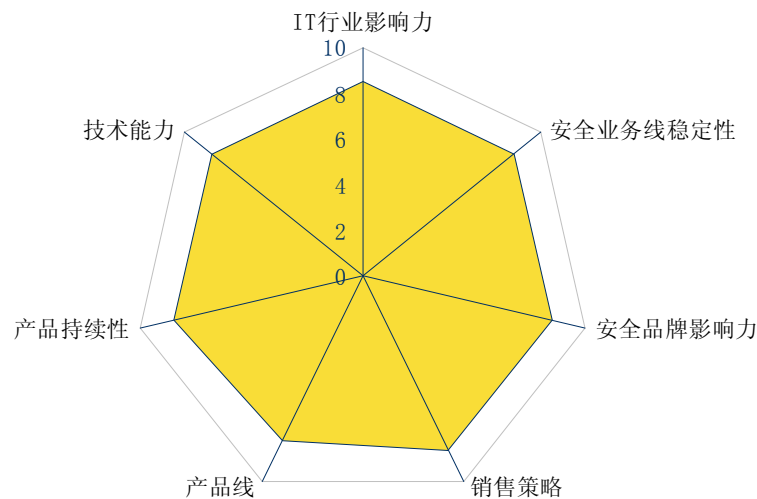
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

华赛竞争力展望，如图 68 所示。

图 68

华赛竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

Juniper

产品收入结构

Juniper 安全硬件产品销售收入，如表 24 所示。

表 24

Juniper 安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	17.77
入侵防御硬件市场	4.69
统一威胁管理硬件市场	7.56
VPN 硬件市场	2.88
总计	32.91

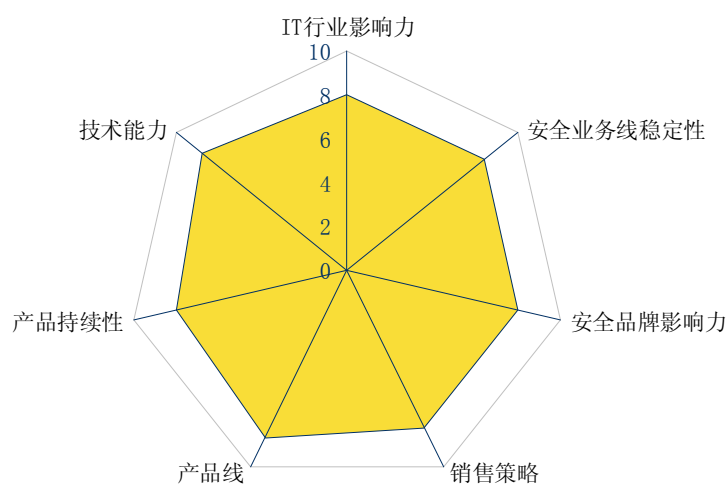
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

Juniper 竞争力展望，如图 69 所示。

图 69

Juniper 竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

网御神州 (LegendSec)

产品收入结构

网御神州安全硬件产品销售收入，如表 25 所示。

表 25

网御神州安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	11.42
总计	11.42

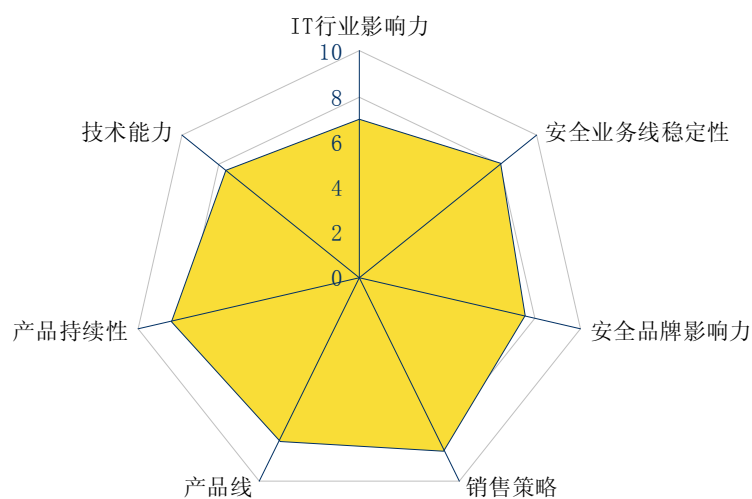
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

网御神州竞争力展望，如图 70 所示。

图 70

网御神州竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

联想网御 (Lenovo)

产品收入结构

联想网御安全硬件产品销售收入，如表 26 所示。

表 26

联想网御安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	16.39
入侵检测硬件市场	0.72
入侵防御硬件市场	2.18
统一威胁管理硬件市场	9.69
VPN 硬件市场	1.16
总计	30.14

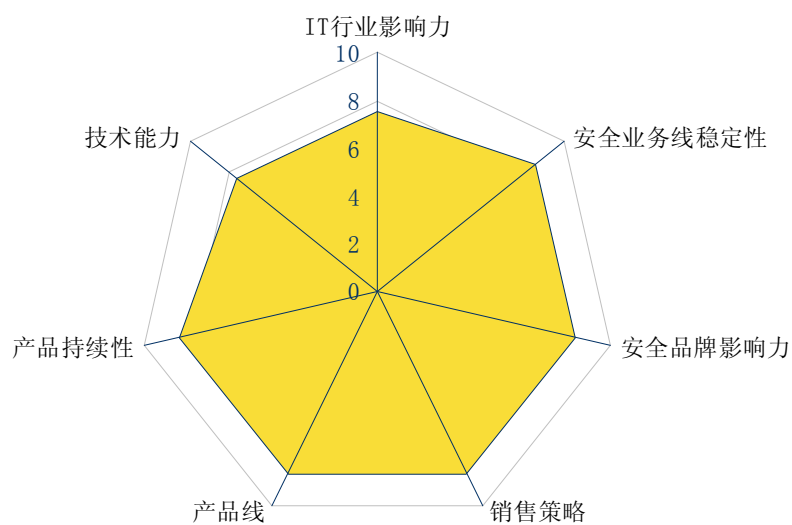
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

联想网御竞争力展望，如图 71 所示。

图 71

联想网御竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

安氏 (LinkTrust)

产品收入结构

安氏安全硬件产品销售收入，如表 27 所示。

表 27

安氏安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	1.26
入侵检测硬件市场	5.05
入侵防御硬件市场	2.61
统一威胁管理硬件市场	2.94
总计	11.86

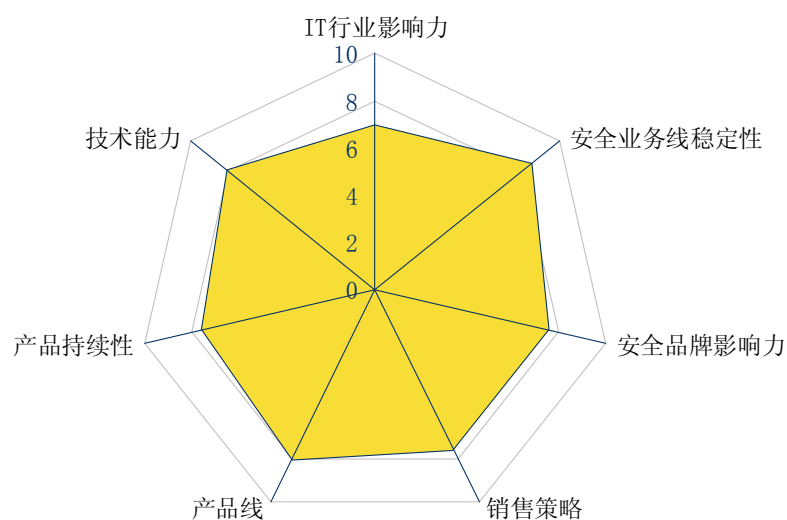
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

安氏竞争力展望，如图 72 所示。

图 72

安氏竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

绿盟 (NsFocus)

市场信息

☐ 2010 年 7 月，绿盟科技新一代万兆多核抗 DDoS 产品发布上市。

产品收入结构

绿盟安全硬件产品销售收入，如表 28 所示。

表 28

绿盟安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
入侵检测硬件市场	6.25
入侵防御硬件市场	12.16
统一威胁管理硬件市场	2.53
安全内容管理硬件市场	3.96
总计	24.90

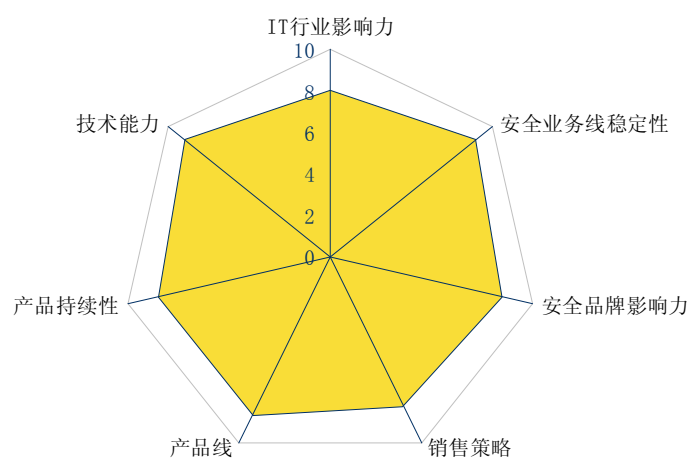
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

绿盟竞争力展望，如图 73 所示。

图 73

绿盟竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

东软 (Shenyang Neusoft)

产品收入结构

东软安全硬件产品销售收入，如表 29 所示。

表 29

东软安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	15.99
入侵检测硬件市场	5.64
入侵防御硬件市场	3.61
安全内容管理硬件市场	0.58
总计	25.82

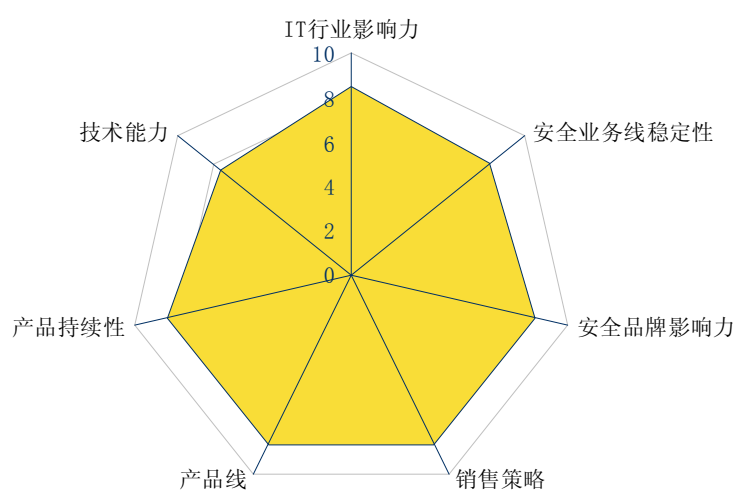
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

东软竞争力展望，如图 74 所示。

图 74

东软竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

深信服 (SANGFOR)

市场信息

- ☒ 2010 年 4 月，深信服公司在北京、上海等 6 大城市同步启动了主题为“业务起飞，网络先行”的全国巡展。
- ☒ 2010 年 8 月 13 日，深信服上网行为管理产品 AC 3.0 版本正式发布。
- ☒ 2010 年 8 月 5 日，深信服高端应用交付产品 M6000-AD 面世。

产品收入结构

深信服安全硬件产品销售收入，如表 30 所示。

表 30

深信服安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
安全内容管理硬件市场	20.89
VPN 硬件市场	15.76
总计	36.64

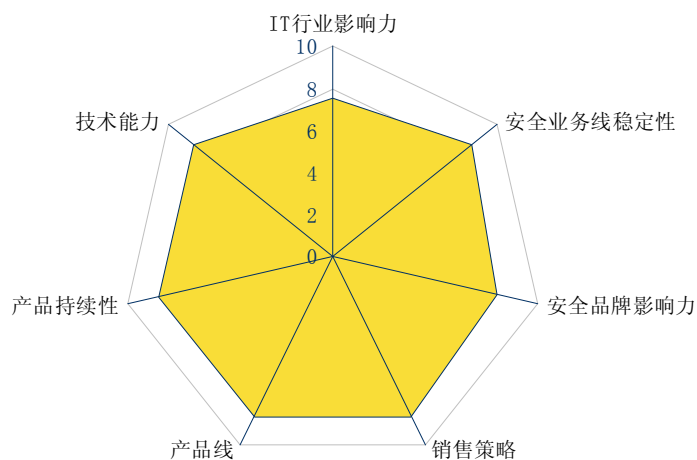
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

深信服竞争力展望，如图 75 所示。

图 75

深信服竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

天融信 (Topsec)

市场信息

☑ 2010 年 3 月，天融信加入微软 MAPP 计划。

☑ 2010 年 7 月，多核多级天融信超百 G “擎天”安全网关上市。

产品收入结构

天融信安全硬件产品销售收入，如表 31 所示。

表 31

天融信安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
防火墙/VPN 硬件市场	41.53
入侵检测硬件市场	1.14
入侵防御硬件市场	5.11
统一威胁管理硬件市场	3.92
总计	51.71

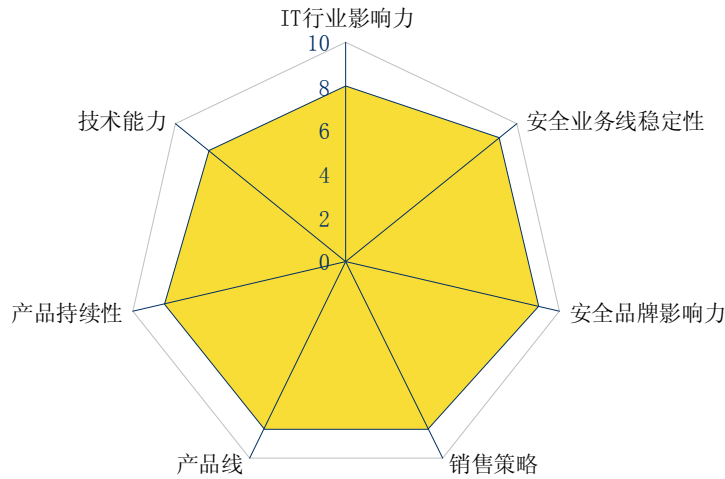
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

天融信竞争力展望，如图 76 所示。

图 76

天融信竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

启明星辰 (Venustech)

产品收入结构

启明星辰安全硬件产品销售收入，如表 32 所示。

表 32

启明星辰安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
入侵检测硬件市场	8.18
入侵防御硬件市场	3.58
统一威胁管理硬件市场	10.37
总计	22.13

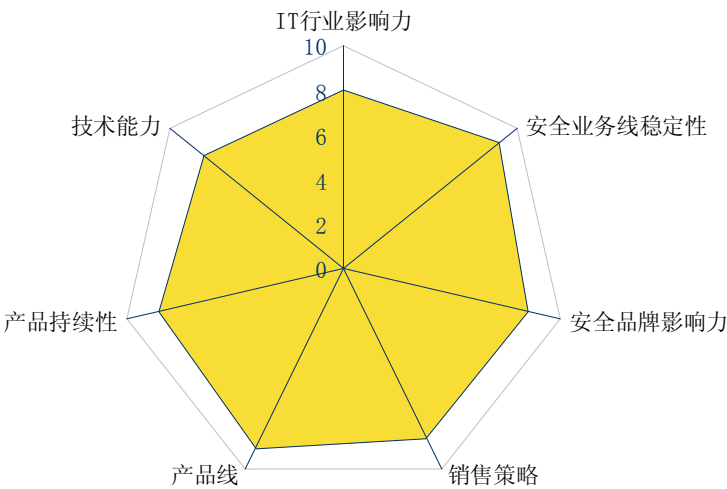
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

启明星辰竞争力展望，如图 77 所示。

图 77

启明星辰竞争力展望



来源: IDC China, 2011 年 3 月

网康科技 (Netentsec)

市场信息

- ☐ 2010 年 4 月，网康科技发布“智能 I.T”提升人际互联网络质量。
- ☐ 2010 年 10 月，网康科技发布互联网控制网关 NS-ICG 5.5.5 版本。

产品收入结构

网康科技安全硬件产品销售收入，如表 31 所示。

表 31

网康科技安全硬件产品销售收入，2010 (US\$ M)

类别	收入
安全内容管理硬件市场	14.95
总计	14.95

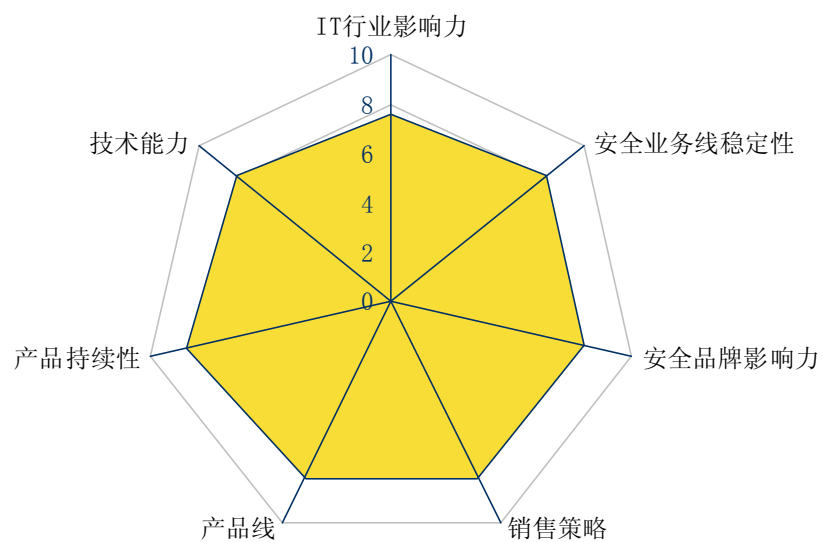
来源: IDC China, 2011 年 3 月

竞争力展望

网康科技竞争力展望，如图 78 所示。

图 78

网康科技竞争力展望



来源: IDC, 2011

要点提示

商业模式转变的挑战

一直以来 IT 安全行业的商业模式相对比较简单，产品研发、市场推广、渠道推广、行业拓展等都是沿用传统的模式发展，依靠安全产品或者方案销售获取企业利润。对于企业级市场，由于其对安全要求较高，此模式在很长时间内还将继续。但是我们也不得不关注，消费类安全产品市场已经受到互联网免费模式的严重冲击，此模式以免费安全软件作为切入点，快速积聚规模性客户平台后，再开展其它增值服务，此模式已经被证明对于中国消费类用户是一种成功的商业模式。

特别值得关注的是，随着智能移动设备的普及、应用的增加，以消费类带动企业需求将成为未来的发展趋势，而互联网免费模式是否会渗透到企业网市场中，暂时我们不得而知。不过我们都知道，新技术的革新与用户需求的转变，必将带来新一轮竞争格局的改变，为了应对这种改变，安全厂商要时刻关注云计算、物联网、虚拟化、移动互联网、社交网络化等新技术应用。

产品创新依然是竞争力的核心

2010 年传统安全模式受到互联网免费模式的挑战，主要影响的是消费类 IT 安全厂家，似乎没有对企业类安全厂家造成影响，而随着云安全、SAAS 等模式逐渐推广应用，传统安全硬件与软件厂家很可能会受到很大的挑战。

为了在竞争中立于不败之地，产品创新是核心，这里提到的创新包括：安全技术创新、应用的创新、用户体验的创新、以及模式的创新；互联网安全免费产品就是依靠模式创新与体验创新赢得客户的青睐。厂家需要更快响应客户需求，增强客户体验，及时跟进客户需求调整产品策略与发展模式，在新技术新用户需求爆发前，做好技术与市场上的准备，不至于被动应战。

随着竞争的加剧，行业逐步规范，依靠关系型销售的厂家将受到很大的挑战，如果只是停留在简单的概念包装与宣传，而没有产品研发上的投入，固步自封，必将被市场淘汰。

进一步研究

- ☒ *中国移动互联网安全市场 2011–2015 预测与分析* (即将发布)
- ☒ *中国 IT 安全软件市场 2011–2015 预测与分析 (2010 年下半年)* (IDC #CH8038202T, 2011 年 4 月)
- ☒ *中国 IT 安全硬件市场 2011 – 2015 预测与分析 (2010 年下半年)* (IDC #CH8038204T, 2011 年 4 月)
- ☒ *Worldwide Mobile Security 2011–2015 Forecast and Analysis*
(IDC #227360, 2011 年 3 月)
- ☒ *Worldwide IT Security Products 2011–2014 Forecast and 2009 Vendor Shares: Comprehensive Security Product Review* (IDC #226923, 2011 年 2 月)
- ☒ *Worldwide Security Software as a Service 2010–2014 Forecast and 2009 Vendor Shares* (IDC #226275, 2010 年 12 月)
- ☒ *Worldwide Data Loss Prevention 2010–2014 Forecast and 2009 Vendor Shares: DLP at Crossroads — Market or Feature?* (IDC # 225752, 2010 年 12 月)
- ☒ *Worldwide Endpoint Security 2010–2014 Forecast and 2009 Vendor Shares*
(IDC #225759, 2010 年 11 月)
- ☒ *Worldwide Network Security 2010–2014 Forecast and 2009 Vendor Shares*
(IDC #225381, 2010 年 11 月)
- ☒ *Worldwide Web Security 2010–2014 Forecast and 2009 Vendor Shares: Web Security Takes to the Cloud* (IDC #224801, 2010 年 9 月)

定义

安全软件

安全软件包括的范围非常广，它通常用于保护计算机、信息系统、网络通讯、网络传输的安全，使得其保密性、完整性、不可伪造性、不可抵赖性得到保障。通过安全软件的使用，企业/机构可以进行安全管理、访问控制、身份认证、病毒防御、加解密、入侵检测与防护、漏洞评估和边界保护。这些工具的设计初衷，都是为了提高企业/机构网络基础架构的安全性，并帮助提供一些高附加值的服务和能力。

安全威胁管理软件

安全威胁管理软件既可以是基于网络的，也可以是基于端点的，它的作用在于严密监视网络流量和应用程序，使得他们严格遵循企业的安全策略，或者发现一些恶意行为。一旦发现一些不法行为，这些工具能够有效阻止或者减轻他们的危害。安全威胁管理软件通常包括两类特定的产品：防火墙软件、入侵检测与防护软件。这里所指的安全威胁管理软件，可以指上述两个中的任何一个。但大多数时候，IDC 会把这两类软件合并成一个安全威胁管理软件进行讨论。

防火墙软件、入侵检测与防御软件的具体定义如下：

- ☑ 防火墙软件，是识别和阻止用户某些行为，包括用户针对某些应用程序或者数据的访问等，这些产品通常可以包括 VPN 模块。软件防火墙可以分为企业级和桌面级两种。桌面防火墙用于决定一个特定 IP 包，能够到达某些桌面设备。通常来说，这类产品就是用于控制哪些桌面程序可以和 Internet 通信。
- ☑ 入侵检测与防御软件能够不断地监视各个设备和网络的运行情况，并且对恶意行为作出反应。该类软件通过比较已知的恶意行为和目前的网络行为，找到恶意的破坏行为。该类软件使用诸如协议分析、异常发现或者启发式探测等方法，来找到未授权的网络行为。入侵检测产品采用被动监听模式，它们不能直接阻断，只能通过其它的调用来起作用。而入侵防御采用了“串连”的方式，一旦发现恶意的破坏行为，它可以马上进行阻止。

安全内容与威胁管理软件

安全内容与威胁管理软件主要用于防御病毒、间谍软件、垃圾邮件、黑客、入侵和对机要信息未授权使用/泄露的保护。这类软件产品通常将上述的若干项功能结合起来，增加其统一性。安全内容与威胁管理软件主要分四类：

- ☑ 网络安全。包括防火墙/VPN 产品、网络入侵检测与防御产品、网络防病毒产品、IPSec/SSL VPN 产品和网络接入控制产品。
- ☑ 端点安全。包括客户端反病毒产品、文件/存储服务器反病毒产品、客户端反间谍产品、个人防火墙产品、主机入侵检测与防御产品、文件/磁盘加密产品和端点信息保护与控制（IPC）产品。
- ☑ 消息安全。包括反垃圾邮件产品、邮件服务器反病毒、内容过滤和消息保护与控制产品。
- ☑ Web 安全。包括 Web 流过滤产品、Web 入侵防御产品、Web 反病毒产品和 Web 反间谍产品。

安全性与漏洞管理软件

安全性和漏洞管理是一套全面解决方案的集合，用于帮助企业或者组织来侦测、描述和改善他们正面临的各種风险。这类产品都包括：生成、监控和强制执行公司安全策略的工具；侦测某个特定设备的系统配置、体系结构和属性；执行安全评估和漏洞检测；提供漏洞修补和补丁管理；集合和关联系统的安全日志；对各种不同的网络安全技术，提供基于单一节点的管理。

身份管理软件

身份与访问管理是一套全面解决方案的集合，用于识别一个系统的使用者身份（雇员、客户、合作者等），并且根据已经建立好的系统权限，来判断这些使用者是否属于系统资源的访问范围。在身份和访问管理中，Web SSO、Host SSO、用户规定、高级认证方法、遗留系统的认证、PKI 和目录服务，都是重要的组件。

其他类安全软件

对于不能很好归入上述各类的软件，IDC 将之归为“其他类安全软件”。它们会包含一些最基础的安全软件功能，比如加、解密工具，这是大多数安全软件和硬件都具有的基础功能。也包括一些能够满足特定要求的安全软件，但是这类软件在市面上尚未标准化和规范化。未来，这些产品既可能成长为单独的一类安全软件产品，也可能并入已经归类的某种安全软件中。

安全硬件

防火墙/VPN 硬件产品

防火墙/VPN 安全硬件，最主要的功能是网络数据流的过滤，VPN 只是一个可选的模块。在防火墙/VPN 安全硬件中，VPN 并不会集成在所有的该类产品中。防火墙/VPN 安全硬件也可以提供一些其它的功能，比如防病毒、入侵检测、Web 流过滤以及其他的一些安全信息服务。在当前的产品中，这些单独的模块是不能被分离的。

入侵检测与入侵防御硬件产品

入侵检测与防御硬件能够不断地监视各个设备和网络的运行情况，并且对恶意行为作出反应。该硬件产品被安装在网络中，它通过比较已知的恶意行为和目前的网络行为，找到恶意的破坏行为。该类硬件产品使用诸如协议分析、异常发现或者启发式探测等方法，来找到未授权的网络行为。入侵检测与入侵防御硬件产品，通常有着很强的抗 DOS 攻击和网络蠕虫的能力。

统一威胁管理硬件产品

统一威胁管理硬件产品，将一些常用的安全功能集成在一个设备中。这类产品和其他产品不同的是：它们必须包括网络防火墙、网络入侵检测与防护、网关防病毒功能。所有这些功能不一定要打开，但是这些功能必须集成在一个硬件中。除了这些强制性功能外，统一威胁管理硬件还应该包括其他的一些安全功能。

安全内容管理硬件产品

安全内容管理硬件产品最主要的功能，是需要提供 Web 流过滤、内容安全性检测以及病毒防御。在目前的产品中，这几个功能组件是不能分开的。

安全服务

安全服务的定义，IDC 将其明确的分为四个部分：计划、实施、运维、教育。

版权声明

"本 IDC 研究文件作为 IDC 包括书面研究、分析师互动、电话说明会和会议在内的持续性资讯服务的一部分发布。欲了解更多 IDC 服务订阅与咨询服务事宜，请访问 www.idc.com。如欲了解 IDC 全球机构分布，请访问 www.idc.com/offices。如欲了解有关购买 IDC 服务的价格及更多信息，或者有关获取额外副本和 Web 发布权利的信息，请拨打 IDC 热线电话 800.343.4952 转 7988（或+1.508.988.7988），或发邮件至 sales@idc.com。版权所有 2011 IDC。未经许可，不得复制。保留所有权利。"