

Enfodesk™ 易观智库

2013 年中国手机安全市场用户研究报告



本产品保密并受到版权法保护
Confidential and Protected by Copyright Laws

研究背景

随着中国手机终端的不断普及、手机网民规模的高速增长以及移动互联网的快速发展，各类手机安全问题纷纷涌现，刺激了用户对手机安全产品需求的增长，同时越来越多的安全厂商投入到手机安全产品的市场中。在这种背景下，清楚的掌握手机安全软件用户的基本背景特征、使用行为特征及应用期望等信息，对于从业企业经营决策及专业人士研究均具有积极的意义。

易观国际本次调查采用手机网站联机调查的方式获得了手机安全软件用户使用行为的相关数据，并在此基础上撰写此报告，以期对手机安全软件产品及服务提供商、手机安全软件用户提供有价值的信息。

本文主要针对以下几个问题，对手机安全软件用户行为特征进行研究：

- 用户基本信息
- 用户对手机安全问题的认知
- 用户对手机安全软件的认知
- 手机安全软件用户的使用行为
- 手机安全软件用户满意度及评价

研究方法

本次调研起止时间为 2013 年 2 月 15 日至 2013 年 3 月 15 日，问卷在线时间 1 个月。调查主要采用手机网站联机调查的形式，由用户主动参加填写问卷的方式来获取信息。对于回收的数据通过 SPSS 进行数据分析处理，并在此基础上撰写研究报告。经过剔除不完整问卷、严格的逻辑、加权配比处理，最终获得有效问卷 12034 份。

本次调查的手机安全软件的现有使用用户至少使用过一类手机安全软件时间超过三个月以上。

研究发现

1. 用户基本信息

2012 年手机安全的用户属性为男性较多、女性需求尚未被充分挖掘，21-35 岁为主要使用群体，较大部分为在校学生与高职业人群，地理分布以华北与华南为主，并使用 Android 平台的用户较多，Symbian 平台的使用者比例下滑明显。

2. 用户对手机安全问题的认知

相比 2011 年，2012 年用户对手机安全问题的整体认知度逐步提高。另外用户在认知点方面对基础手机安全问题的关注比例逐步走低，对手机的安全需求逐渐向泛安全需求以及个性化、细分化演进，例如对手机安全软件是否影响手机速度、对智能手机中个人私密信息的保护等。而用户虽然对手机安全问题认知度逐步提高，但用户认知的手机安全问题感染途径仍然沿袭 PC 端途径，对于新型的 App 内感染认知度很低，仍然处于被动的状态。

3. 用户对手机安全软件的认知

2012 年用户对手机安全软件的使用比例较高，有 78.64% 的用户表示将会继续使用，5.24% 的用户表示正在使用，但不准备再用，16.12% 的用户表示没有用过手机安全软件。其中软件自身安全性问题以及影响手机使用速度是用户不再继续使用以及不使用的主要因素。而用户口碑以及更换智能手机成为促进用户立即使用手机安全软件的因素。

如何建立手机安全软件的品牌认知度并形成用户口碑成为竞争的关键，而该认知度不止包括手机安全软件功能性方面，也包括自身安全软件的安全性方面。

4. 用户对手机安全软件的使用行为

用户对手机安全软件的使用较为集中，360 手机卫士与腾讯手机管家为用户使用率最高的手机安全软件品牌。用户使用 360 手机安全软件与腾讯手机管家的共同的最主要因素在于品牌值得信赖，用户行为判断腾讯手机管家在基础能力（例如新病毒库更新快、查杀能力强）方面与 360 手机卫士功能相当，而在软件产品功能方面（功能整合、界面设计、内存占用少等）高于 360 手机卫士，处于行业领先水平。另外 50% 以上的用户每天至少使用一次手机安全软件，并主要通过产品官网、第三方应用商店以及手机内置获取，而产品官网为占比最高获取渠道。

5. 用户对手机安全软件的满意度及评价

用户对手机安全软件的评分较为集中，其中 360 手机卫士与腾讯手机管家 4-5 分的比例达到 58% 以上。而对于其他安全软件用户感知仍然存在优化的空间，比如软件运行速度以及占用内存方面。

正文目录

1.手机安全用户基本信息.....	7
1.1 手机安全用户整体认知情况	7
1.2 手机安全用户性别分布.....	8
1.3 手机安全用户年龄分布.....	9
1.4 手机安全用户学历分布.....	10
1.5 手机安全用户职业分布.....	11
1.6 手机安全用户区域分布.....	12
1.7 手机安全用户收入分布.....	13
1.8 手机安全用户使用手机操作系统分布.....	14
2.手机安全用户对手机安全的认知情况	15
2.1 用户对手机安全问题的认知	15
2.2 用户最在意的手机安全问题	16
2.3 用户最不容忽视的前四项手机安全问题	17
2.4 用户认知感染手机安全问题的手机使用场景.....	18
3.手机安全用户对手机安全软件的认知情况.....	19
3.1 用户使用手机安全软件比例	19
3.2 用户不使用手机安全软件的原因	20
3.3 影响潜在用户使用手机安全软件的因素	21
3.4 用户停止使用手机安全软件的原因	22
3.5 用户期望手机安全软件具备功能	23
3.6 用户经常使用的手机安全软件功能	24
4.手机安全用户对手机安全软件的使用行为.....	25
4.1 用户听说过的手机安全软件	25
4.2 用户经常使用的手机安全软件.....	26
4.3 用户选择手机安全软件的考虑因素	27
4.4 用户使用手机安全软件的频次.....	28
4.5 用户获取手机安全软件的渠道.....	29
5 手机安全用户对手机安全软件的满意度.....	30
5.1 手机安全用户对主流手机安全软件的评分	30
5.2 手机安全用户认为手机安全软件的不足	31
关于易观智库.....	32

易观智库主要特色.....32

图 目 录

图 1-1 2012 年用户使用手机安全软件分布.....	7
图 1-2 2012 年手机安全软件用户性别分布.....	8
图 1-3 2012 年手机安全软件用户年龄分布.....	9
图 1-4 2012 年手机安全软件用户学历分布.....	10
图 1-5 2012 年手机安全软件用户职业分布.....	11
图 1-6 2012 年手机安全软件用户地区分布.....	12
图 1-7 2012 年手机安全软件用户月收入分布.....	13
图 1-8 2012 年用户使用手机操作系统类型分布.....	14
图 2-1 2012 年用户对手机安全问题认知.....	15
图 2-2 2012 年用户最在意的手机安全问题.....	16
图 2-3 2012 年用户最不能容忍的前四项手机安全问题.....	17
图 2-4 2012 年用户认知感染手机安全问题的使用场景.....	18
图 3-1 2012 年用户对手机安全软件使用情况.....	19
图 3-2 2012 年用户不使用手机安全软件的原因.....	20
图 3-3 2012 年影响潜在用户立即使用手机安全软件的因素.....	21
图 3-4 2012 年影响用户不再使用手机安全软件的因素.....	22
图 3-5 2012 年用户期望手机安全软件具备的功能.....	23
图 3-6 2012 年用户经常使用的手机安全软件功能.....	24
图 4-1 2012 年用户听说过的手机安全软件.....	25
图 4-2 2012 年用户经常使用的手机安全软件.....	26
图 4-3 2012 年用户选择手机安全软件的主要因素.....	27
图 4-4 2012 年用户使用手机安全软件的频次分布.....	28
图 4-5 2012 年用户获取手机安全软件的渠道.....	29
图 5-1 2012 年用户对主流手机安全软件的打分情况.....	30
图 5-2 2012 年用户认为手机安全软件存在的不足.....	31

1.手机安全用户基本信息

1.1 手机安全用户整体认知情况

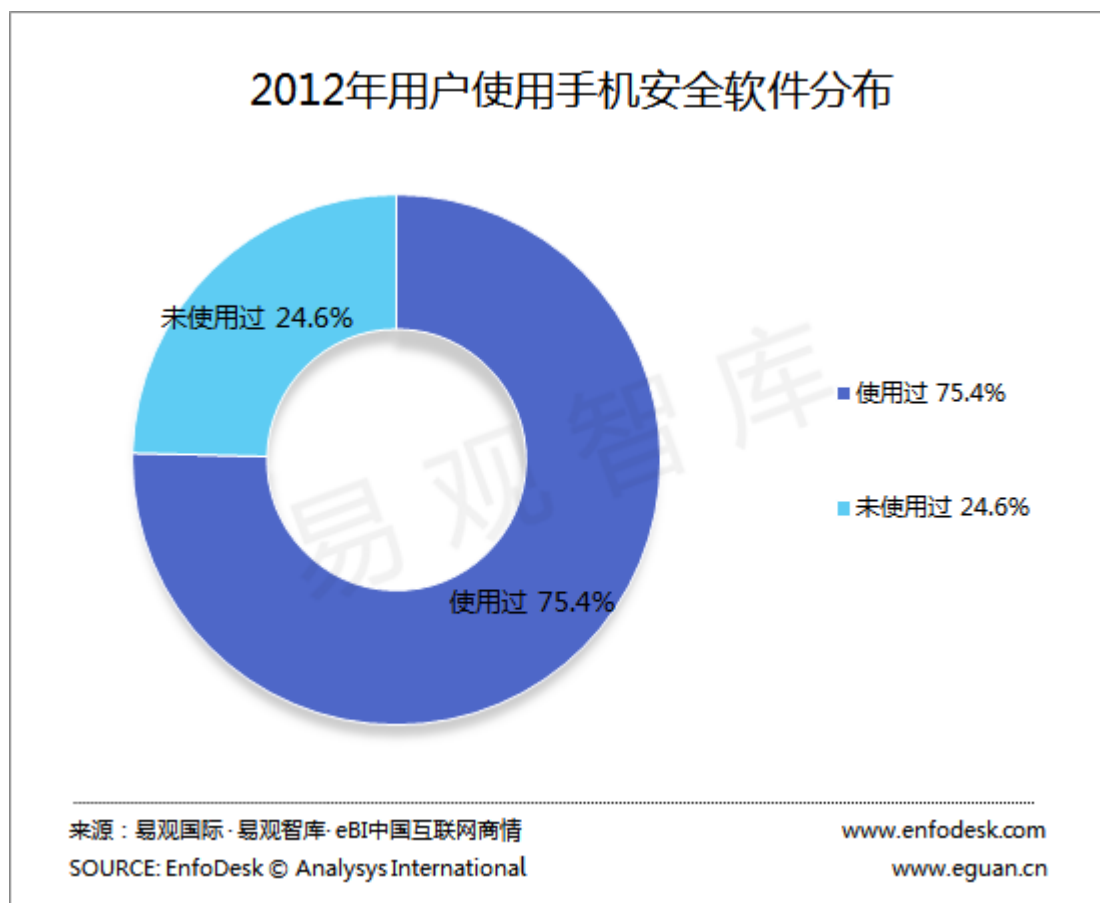


图 1-1 2012 年用户使用手机安全软件分布

2012 年 75.4%的用户使用过手机安全软件，未使用过的用户占比为 24.6%，随着各手机安全软件厂商的推广以及用户认知度的提高，手机安全软件的渗透率将会进一步提高。

1.2 手机安全用户性别分布

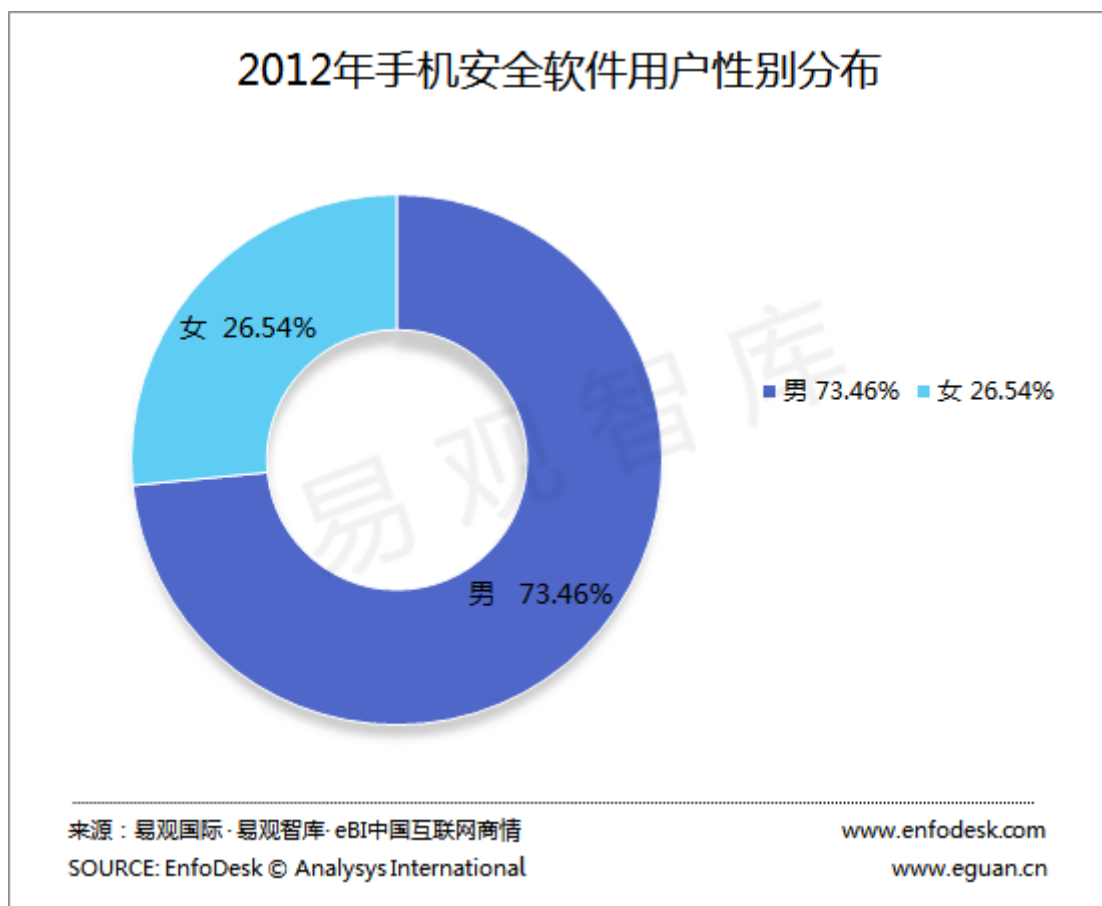


图 1-2 2012 年手机安全软件用户性别分布

此次调研显示，目前使用手机安全软件的用户以男性居多，男性用户占比为 73.46%，女性用户占比 26.54%。相比 2011 年，女性用户使用手机安全软件的占比有所增加，但增长幅度较小，说明手机安全软件市场仍以男性用户为主，女性用户市场并未得到开发。

1.3 手机安全用户年龄分布

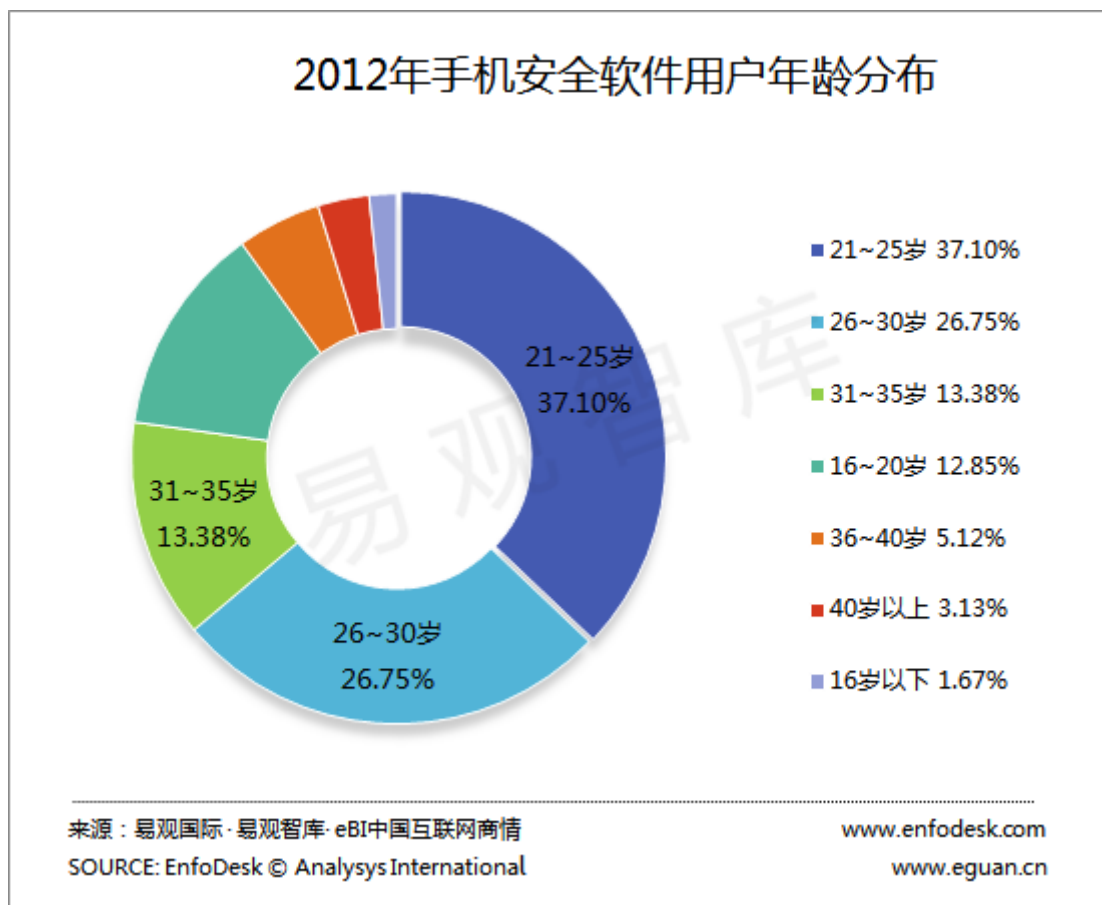


图 1-3 2012 年手机安全软件用户年龄分布

此次调研结果显示，手机安全软件的用户年龄主要集中在 21-35 岁之间，占比达到 77.23%，其中 21-25 岁之间的占比最大，达到 37.10%。而 16-20 岁的手机安全用户占比为 12.85%（智能手机用户占比相似），可见该用户群体手机安全软件的使用率也较高。35 岁以上的手机安全软件用户占比为 8.25%。可以看出 80 后、90 后为手机安全软件的主流群体，这与智能手机的用户年龄分布基本正相关。

1.4 手机安全用户学历分布

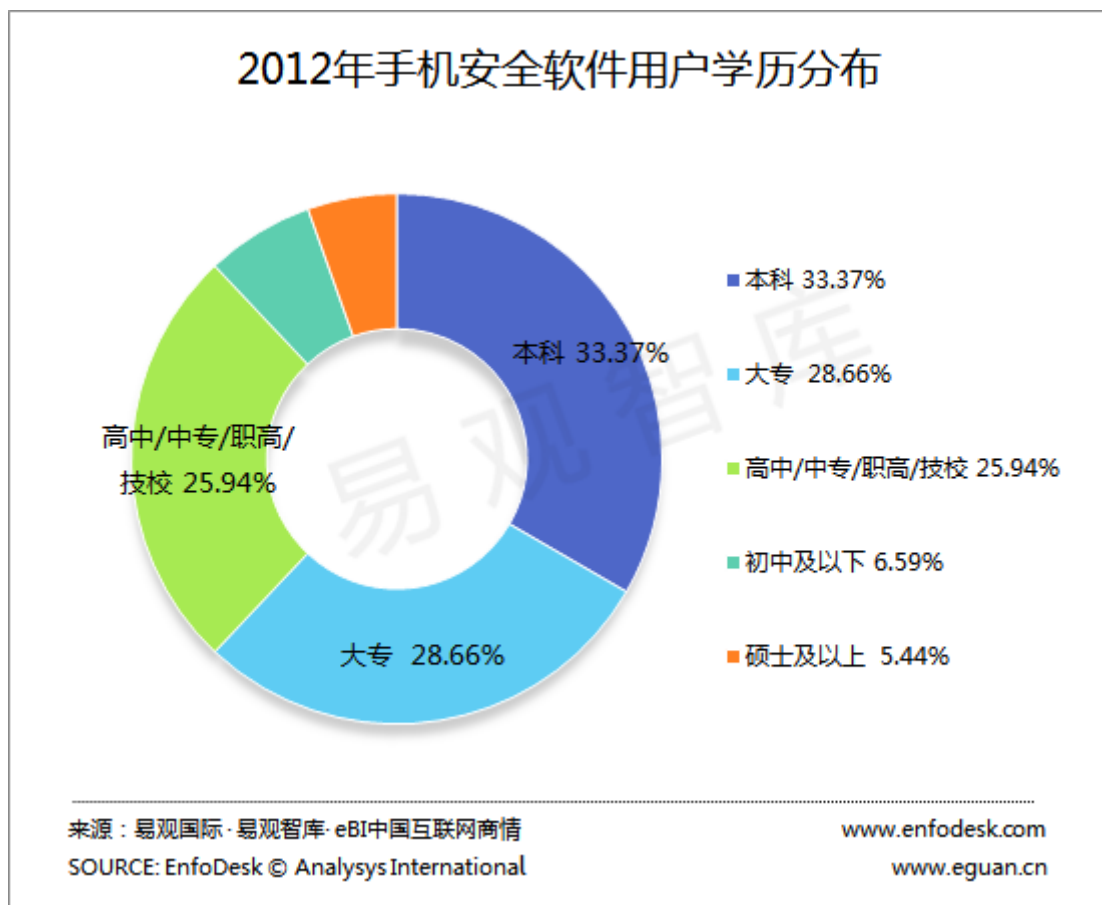


图 1-4 2012 年手机安全软件用户学历分布

在手机安全软件的用户学历分布方面，大专及以下学历用户占比达到 61.19%，本科及以上学历用户占比为 38.81%。学历分布与人口学历分布相比较为均匀。

1.5 手机安全用户职业分布

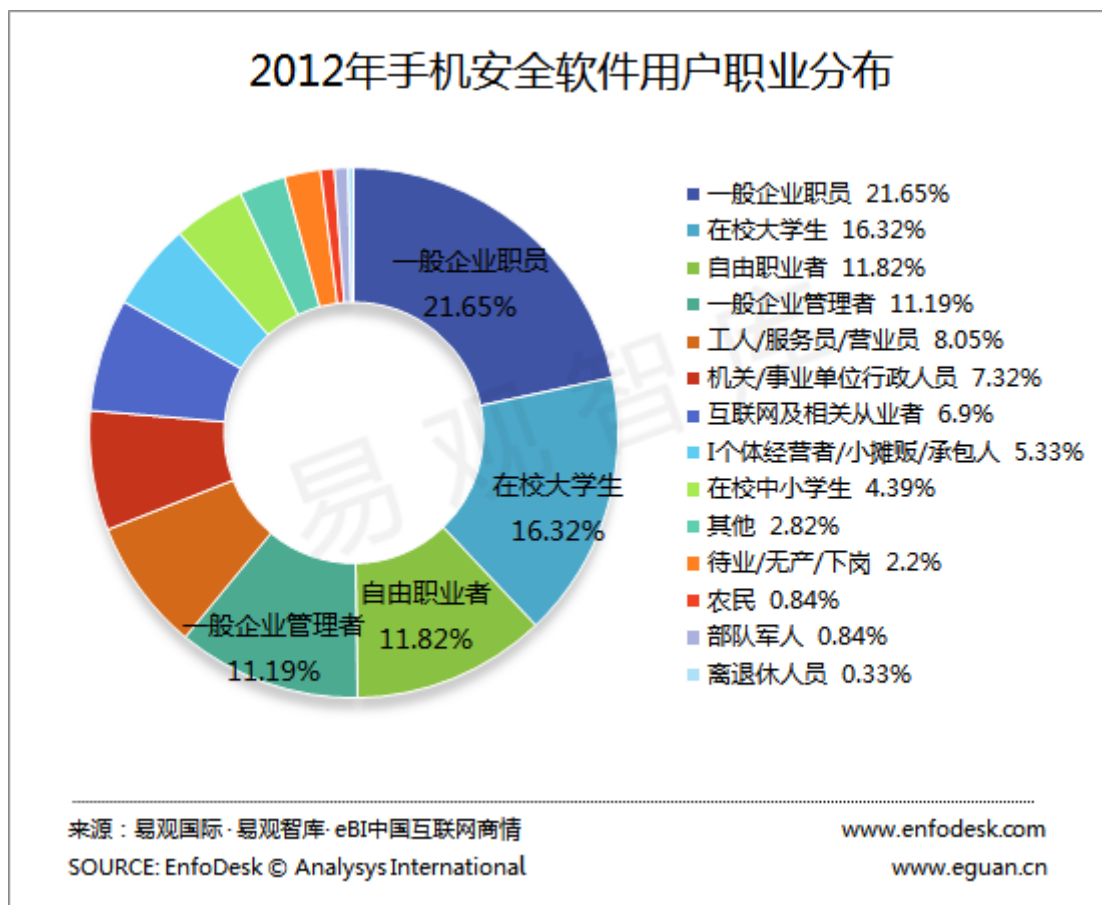


图 1-5 2012 年手机安全软件用户职业分布

手机安全软件用户的学历分布方面，在校大学生以及高职业人员占比较高，其中在校大学生占比为 16.32%，就业人员（企业员工、企业管理者、机关/事业单位行政人员、互联网及相关从业者）占比达到 47.06%，将要过半。可见就业人员对手机安全问题较为重视，并成为手机安全软件主要使用群体。

1.6 手机安全用户区域分布

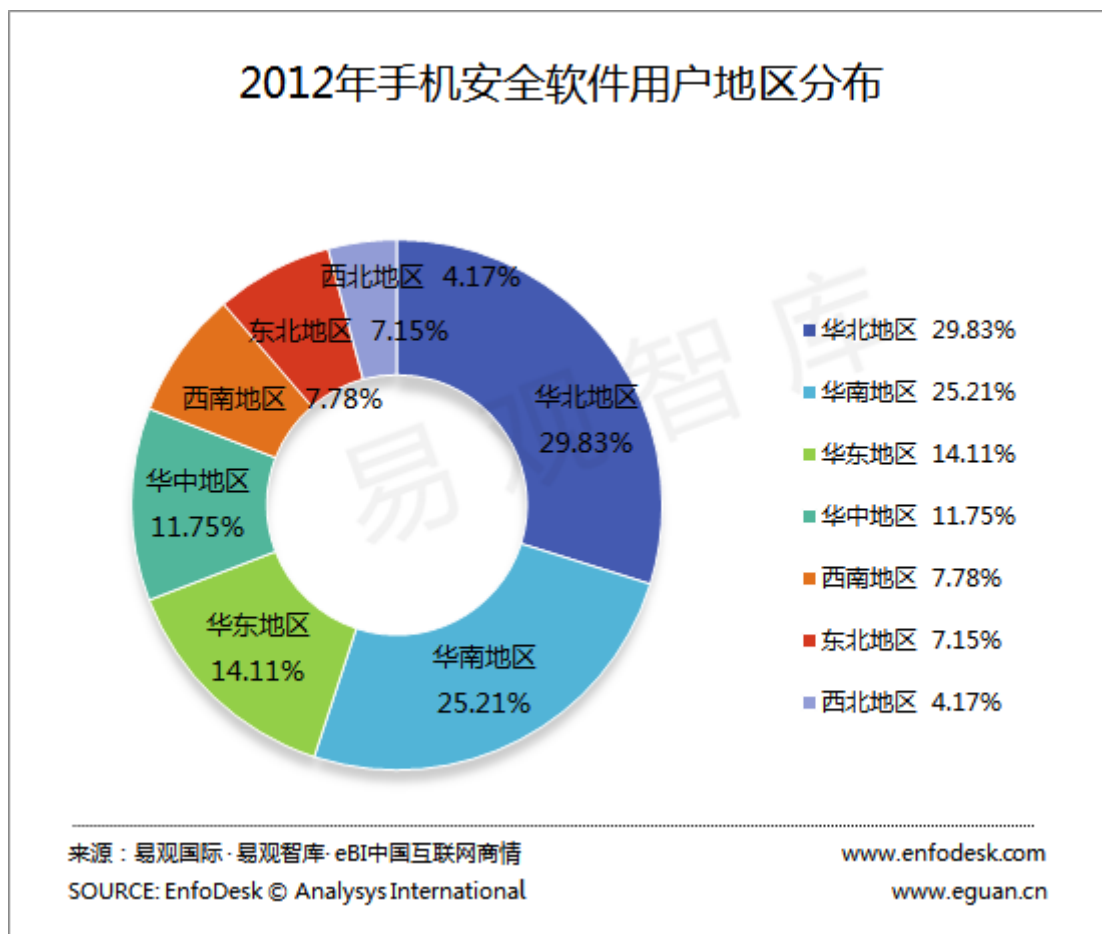


图 1-6 2012 年手机安全软件用户地区分布

此次调研结果显示，目前手机安全软件用户主要分布在华北地区，占比为 29.83%，华南地区占比为 25.21%，华东地区占比为 14.11%，华中地区占比为 11.75%，西南地区占比为 7.78%，东北地区占比为 7.15%，西北地区占比为 4.17%。

1.7 手机安全用户收入分布

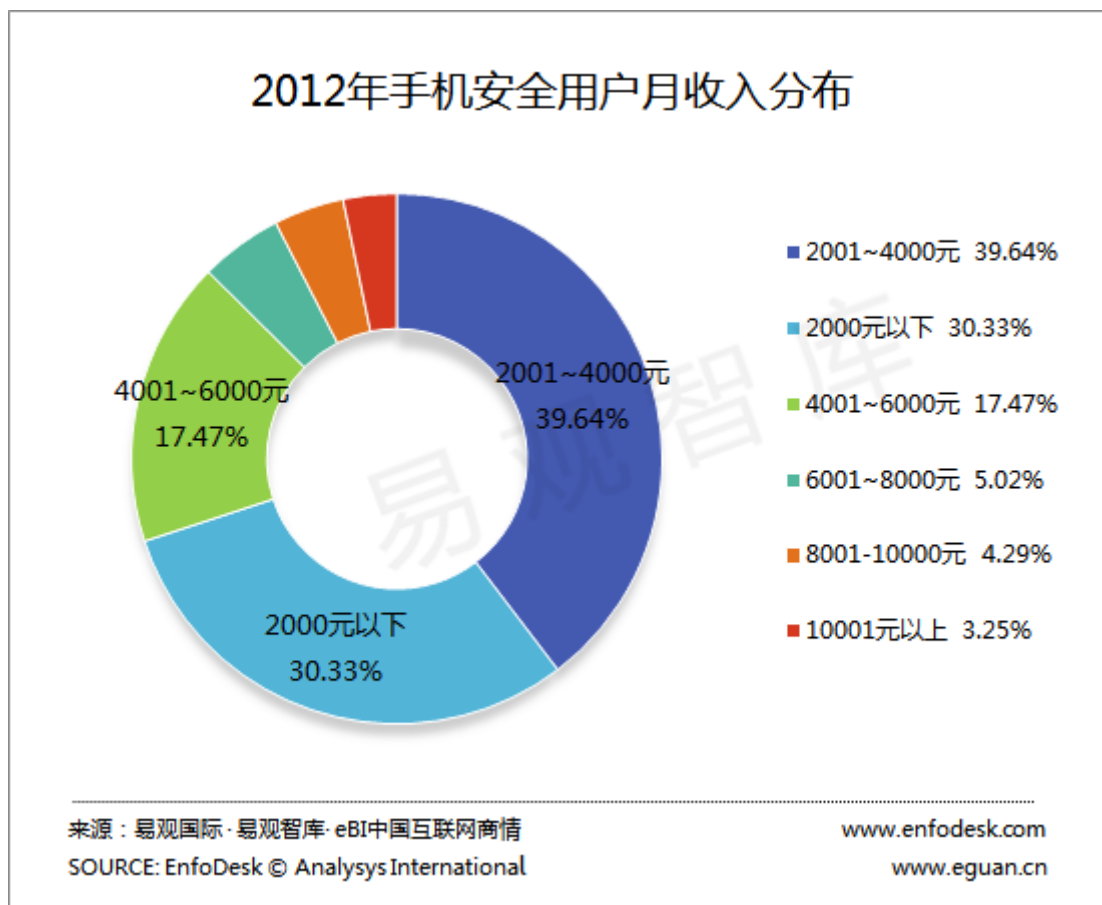


图 1-7 2012 年手机安全软件用户月收入分布

从手机安全软件用户月收入情况来看，2000 元以下占比为 30.33%，2001-4000 元占比为 39.64%，4001-6000 元占比为 17.47%，6001 元以上占比为 12.56%。手机安全软件使用者偏中低薪族。

目前中国智能手机市场 Android 占据主导地位，2012Q4 Android 手机销量占据 90% 以上的份额，而 Android 智能手机均价为 1300 元左右，Android 市场的开放性带来的手机安全问题较多，这与手机安全软件的用户收入直接相关。

1.8 手机安全用户使用手机操作系统分布

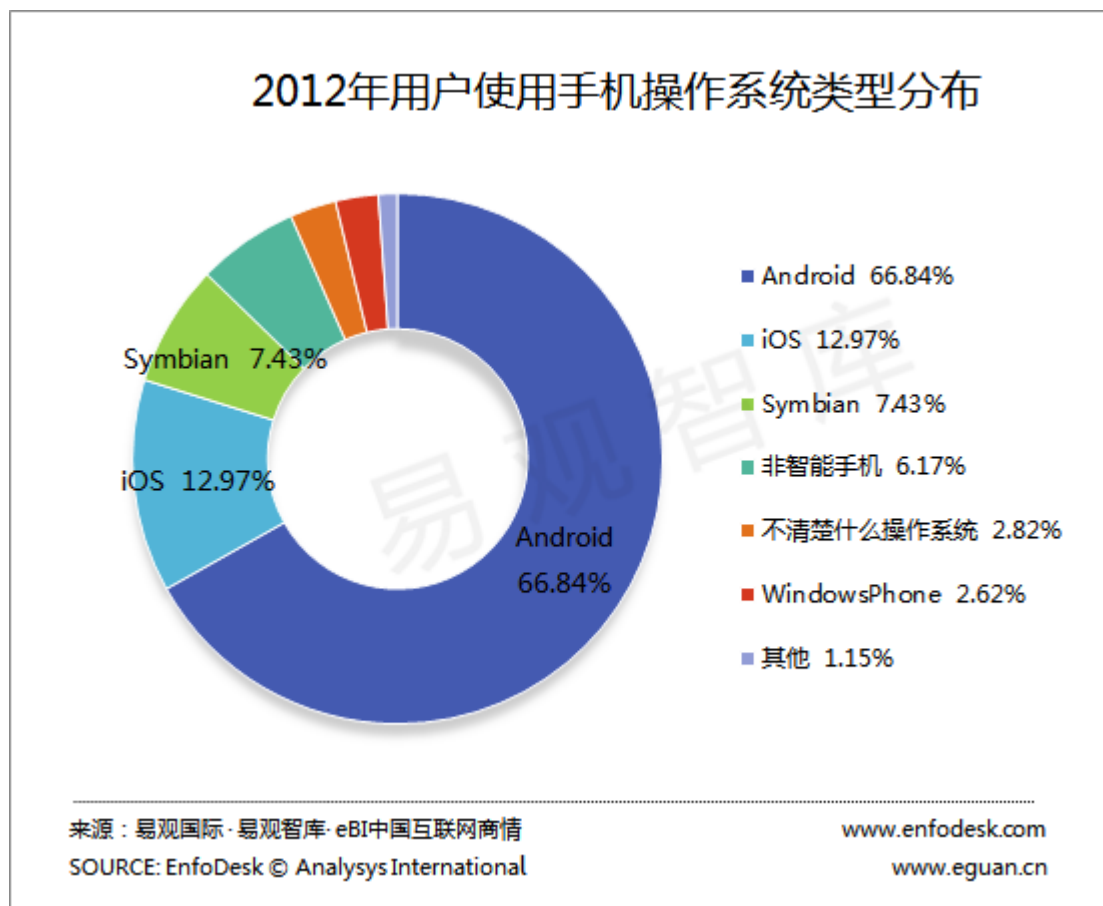


图 1-8 2012 年用户使用手机操作系统类型分布

2011 年手机安全软件用户中，98.5% 的智能手机用户中，相应的操作系统前三名是 SymbianS60 及以上版本，谷歌 Android、SymbianS40 及以下版本，而 SymbianS60 占据 70.8%，相比去年，2012 年手机安全软件用户中，Android 因销量和查杀类刚性需求的提升，其占比飙升升至 66.84%，iOS 则凭借用户的泛安全类软需求的提升，占比高速提升 12.97%，Symbian 占比则快速下降为 7.43%，显示大量用户因换机而迁移。目前，Android 已经成为各手机安全软件厂商竞争的主战场。

2.手机安全用户对手机安全的认知情况

2.1 用户对手机安全问题的认知

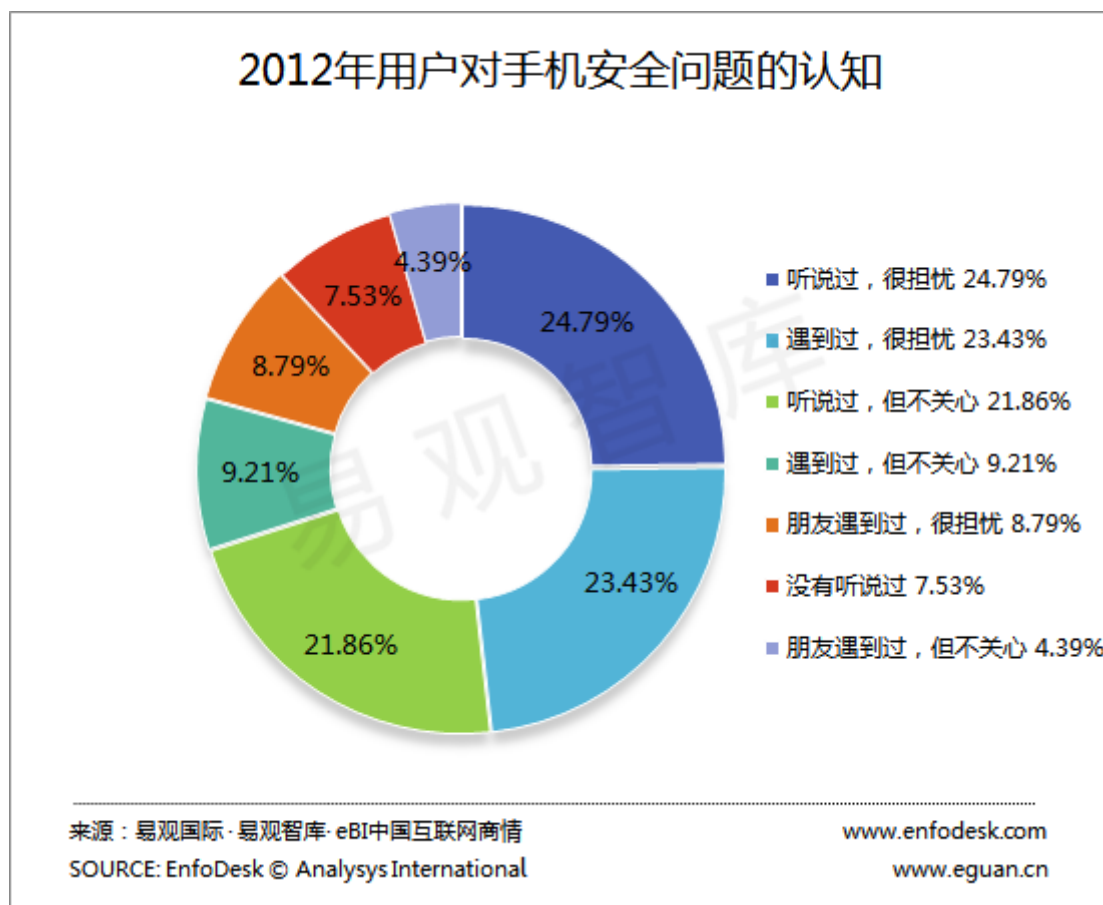


图 2-1 2012 年用户对手机安全问题认知

此次调研结果显示，57.12%的移动互联网用户表示很担忧手机安全问题，其中听说过并表示很担忧的用户比例为 24.79%，朋友遇到过，并很担忧的用户比例为 8.79%，遇到过并表示很担忧的用户比例为 23.43%；而仍然有 35.43%的移动互联网用户表示不关心手机安全问题，其中，听说过但不关心的用户比例为 21.86%，遇到过但不关心的比例为 9.21%，朋友遇到过但不关心的比例为 4.39%；仅有 7.53%的用户从来没有听说过手机安全问题，总体与 2011 年相比，用户对手机安全问题的认知度逐步提高。

智能终端渗透率的提高为手机安全提供较大的市场空间，移动支付的产业链日渐成熟使得移动支付用户对手机安全需求日益扩大，以及第三方应用商店和论坛网站监管的缺失等诸多因素继续推动着整个手机安全市场用户规模高速增长。

据 EnfoDesk 易观智库数据监测，截止到 2012Q3 中国的手机安全累计用户在移动互联网用户中的渗透率已经达到 63.4%，未来随着 Android 开放平台智能终端出货量的继续增长，预计这一数字在年底有望突破 70%。

2.2 用户最在意的手机安全问题

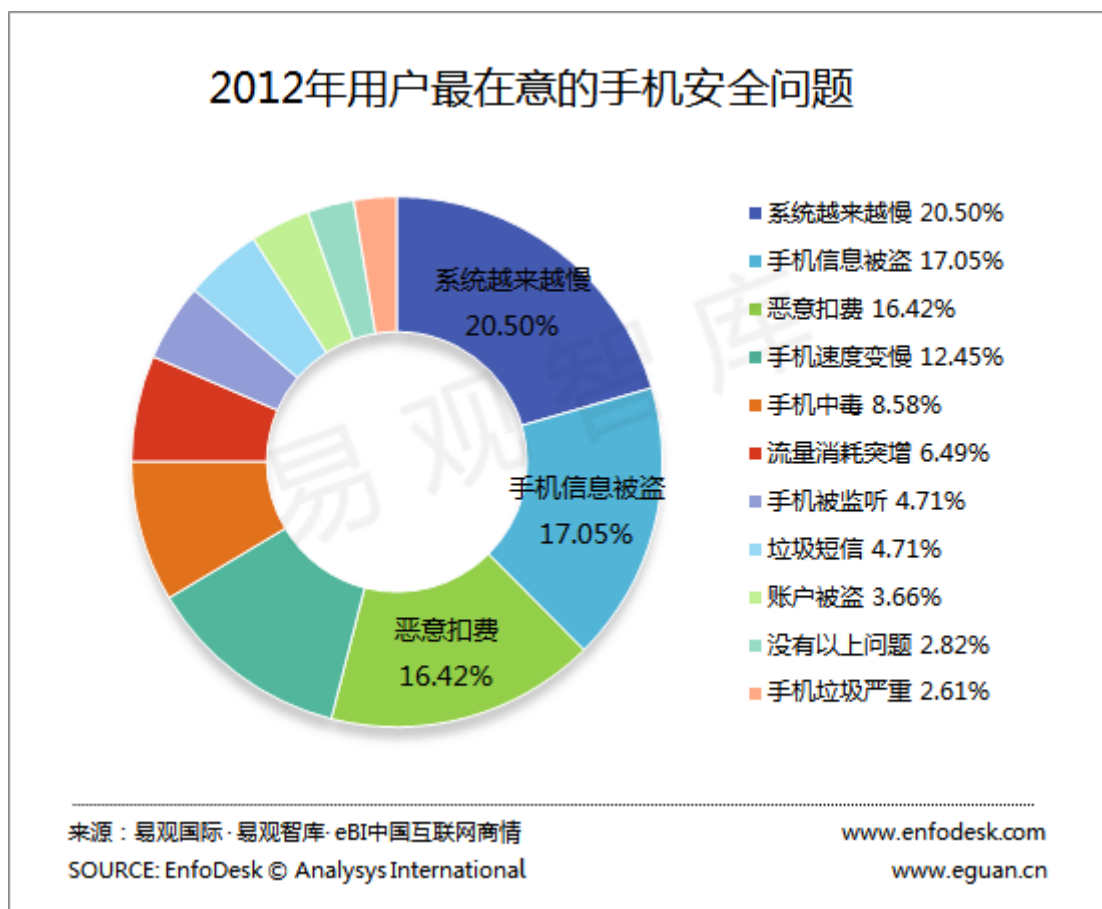


图 2-2 2012 年用户最在意的手机安全问题

从用户使用手机过程中最在意的手机安全问题来看，用户对影响手机速度的问题最为关注，占比高达 35.57%，其中系统越来越慢的关注比例高达 20.5%，位居首位，原因在于系统越来越慢相较于信息被盗等是用户更常遇到的手机问题，也直接影响手机使用体验，成为 2012 年用户最为关注的手机问题，对手机速度变慢的关注比例高达 12.45%，对手机垃圾严重问题关注的比例为 2.61%；

而用户对隐私窃取行为关注度也较高，占比高到 25.87%，其中对手机信息被盗的关注比例为 17.05%，对手机被监听的关注比例为 4.71%，对账户被盗的关注比例为 3.66%；用户对恶意扣费的关注处于第三位，占比达到 16.42%；

而另外随着监管部门的持续打击与整顿，以及各手机安全厂商加大对手机安全市场的研发投入，手机安全软件的功能日趋完善，用户对智能手机基础安全方面的刚性需求逐步减弱，其中对手机中毒的关注比例为 8.58%，流量消耗突增的关注比例为 6.49%，垃圾短息的关注比例为 4.71%。

可以看出用户基础手机安全问题的关注比例逐步走低，未来用户对手机的安全需求将逐渐向个性化、细分化演进，例如对手机支付账户安全的保护、对智能手机中个人私密信息的保护等。

2.3 用户最不容忽视的前四项手机安全问题

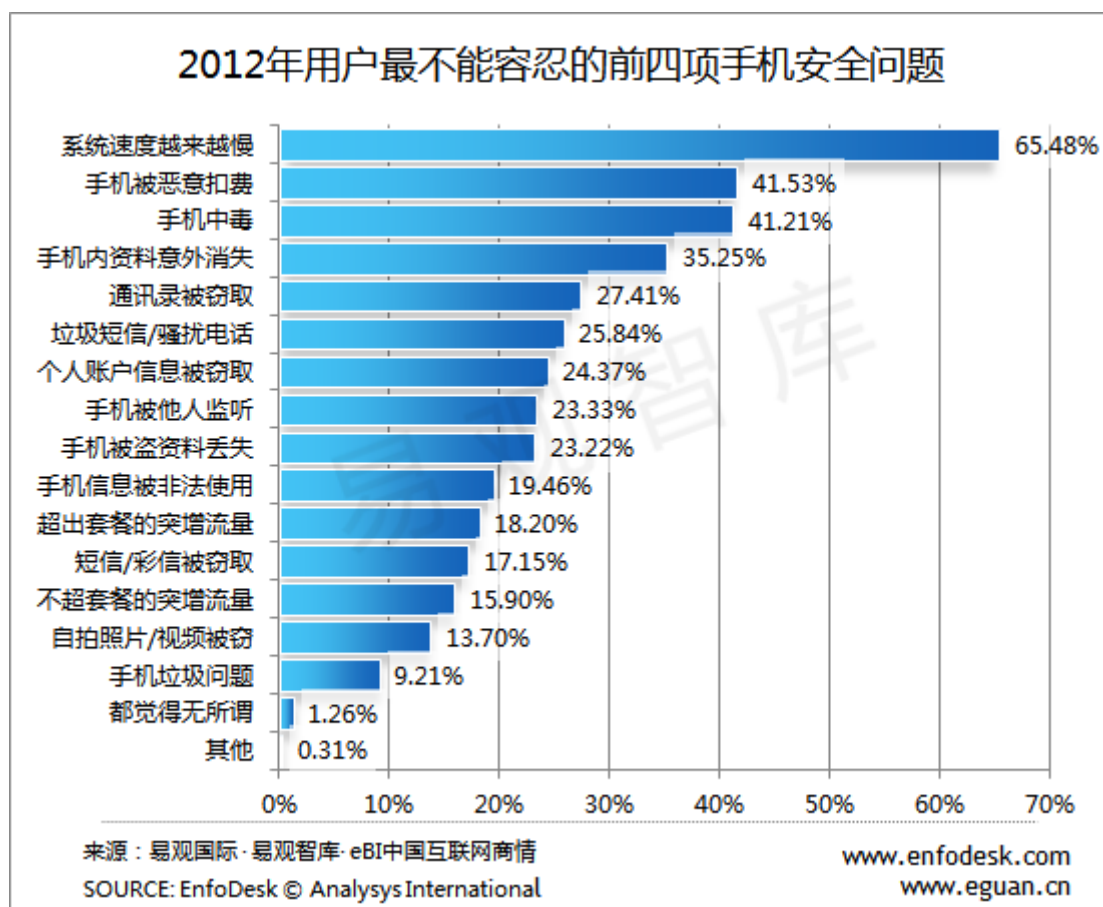


图 2-3 2012 年用户最不能容忍的前四项手机安全问题

在用户最不能容忍的前四项手机安全问题调研中，系统速度越来越慢、手机被恶意扣费、手机中毒以及手机内资料意外消失成为用户最不能容忍的前四项，占比分别为 65.48%、41.53%、41.21%、35.25%。由于 Android 平台的开源性以及 Android 平台的持续高速发展，窃隐私、暗扣费、耗流量依然是 Android 平台占比较大的集中危害，目前 Android 平台病毒占总体病毒的 70% 以上，成为手机安全问题的高发平台。

2.4 用户认知感染手机安全问题的手机使用场景

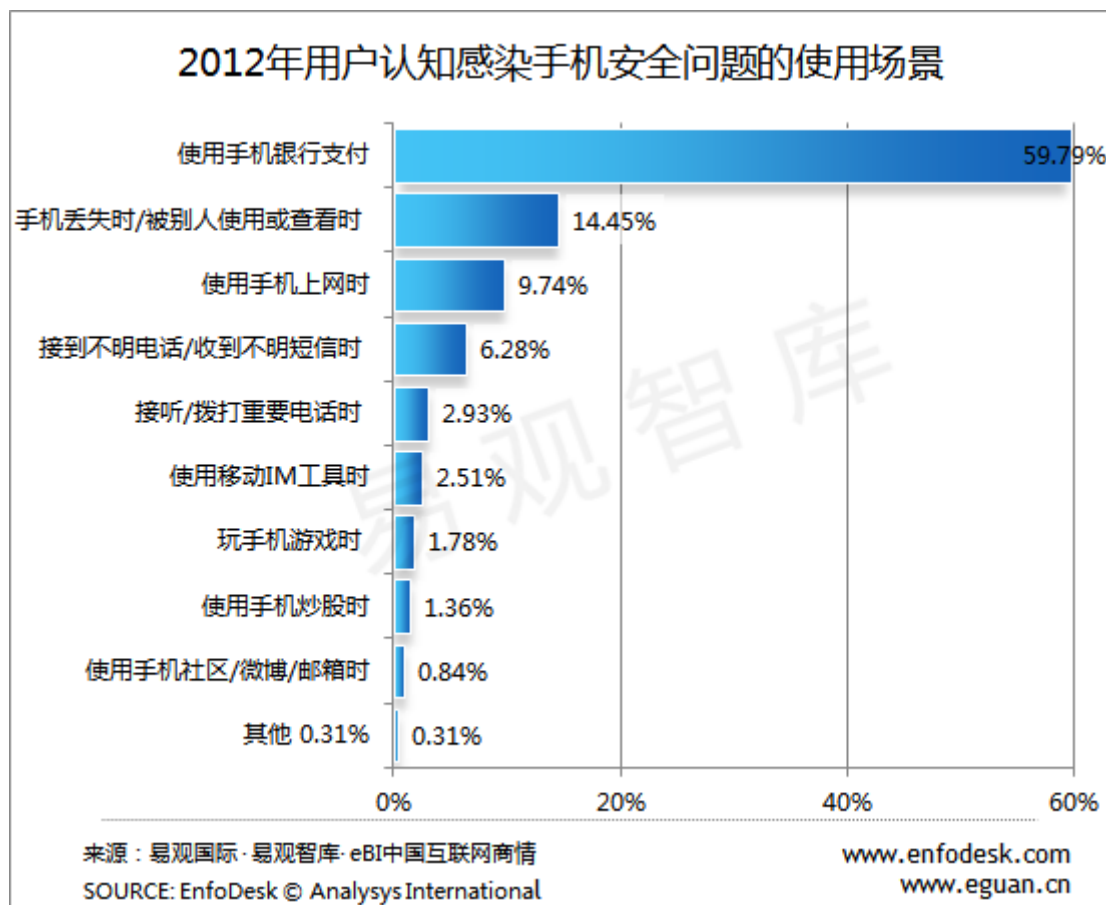


图 2-4 2012 年用户认知感染手机安全问题的使用场景

此次调研显示，用户认为可能存在手机安全问题的手机使用场景中，使用手机银行支付占比最高，达到 59.97%，并高出处于第二位的手机丢失时/被别人使用或查看时较大比例。移动支付领域银行金融机构纷纷加入到移动支付市场的开发和培育中来，以及移动电子商务的发展、手机刷卡器以及二维码支付等创新的移动支付方式的出现，加快移动支付发展的同时，由于相关技术、标准的缺失，使得用户对移动支付安全表示担忧，移动支付安全也成为手机安全用户最为担忧的手机使用场景。

另外，值得注意的是随着 Android 平台以恶意推广为主的病毒明显增多，感染热门游戏为主的手机病毒也呈连续递增趋势，但用户对玩手机玩游戏时可能存在手机安全问题的担心程度并不高，用户虽对手机安全问题认知度逐步提高，但对手机安全问题的来源途径认知度并非清晰，仍然处于被动的状态。

3.手机安全用户对手机安全软件的认知情况

3.1 用户使用手机安全软件比例

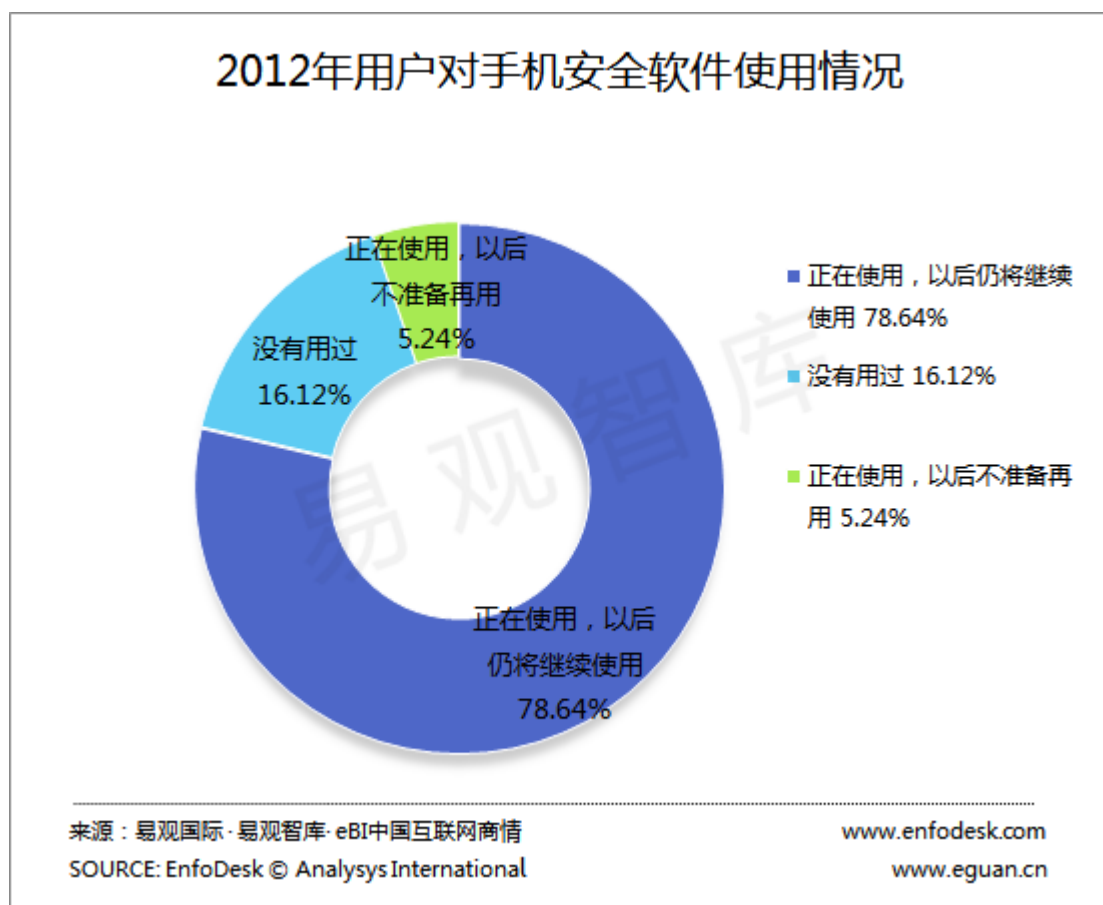


图 3-1 2012 年用户对手机安全软件使用情况

从用户对手机安全软件的使用情况来看，其中只有 16.12% 的用户没有使用过手机安全软件，正在使用，并表示以后将继续使用的用户占比为 78.64%，可见用户对手机安全软件的认知度较高。但仍然有 5.24% 正在使用手机安全软件的用户表示将不再继续使用。

3.2 用户不使用手机安全软件的原因

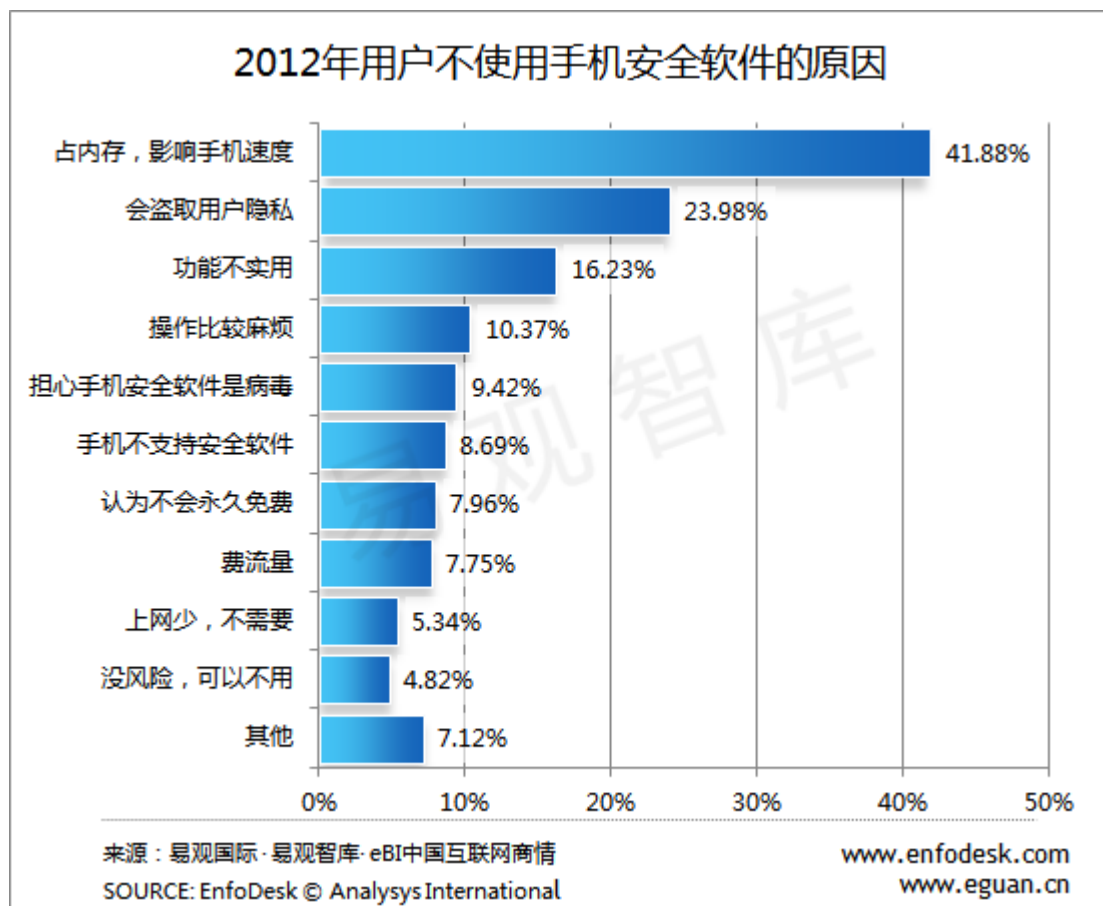


图 3-2 2012 年用户不使用手机安全软件的原因

从用户不使用手机安全软件的原因方面可以看出，认为没有手机安全风险可以不用用户只占到 4.82%，说明几乎 90%以上的用户认为手机存在安全问题，但用户在知道存在安全问题仍然不使用的原因为多方面。其中用户不期望手机安全软件影响手机的运行速度，该部分因素占据 41.88%，另外用户对手机安全软件本身存在不信任，23.98%的用户认为安全软件会窃取用户隐私，再者，16.23%的用户认为手机安全软件的功能不实用。手机安全软件影响手机速度、窃取用户隐私以及功能不实用成为用户不选择使用手机安全软件的前三大问题，如何消除用户对手机安全软件的疑虑，打造满足用户需求的功能，以及手机安全软件的瘦身成为厂商拓展潜在用户需要重点考虑的问题。

3.3 影响潜在用户使用手机安全软件的因素

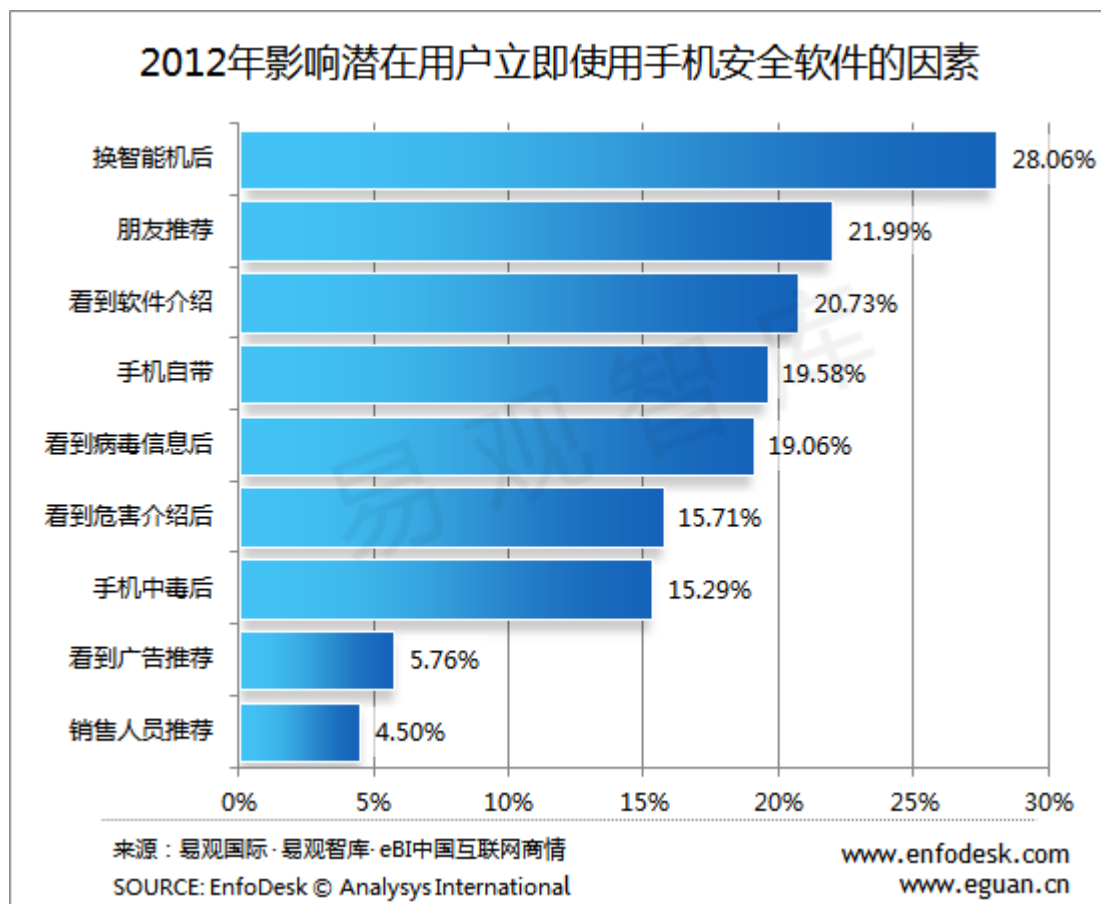


图 3-3 2012 年影响潜在用户立即使用手机安全软件的因素

28.06%的用户表示换智能手机后将会立即使用手机安全软件，可以看出用户对智能手机的安全问题认知度已经很高。而 21.99%的用户表示在朋友的推荐下将会立即使用手机安全软件，这在一定程度上表示，用户在手机安全软件的使用上较为注重口碑形成的品牌效应，另外，19.58%的用户将会使用手机自带安全软件，为此，各手机安全厂商应加大市场营销力度。通过市场营销建立品牌效应，并结合与硬件厂商合作的前置模式，将可以在行业需求尚不明显的前提下最大化自己的推广成果，为后期的市场竞争树立先入的高品牌壁垒。

3.4 用户停止使用手机安全软件的原因

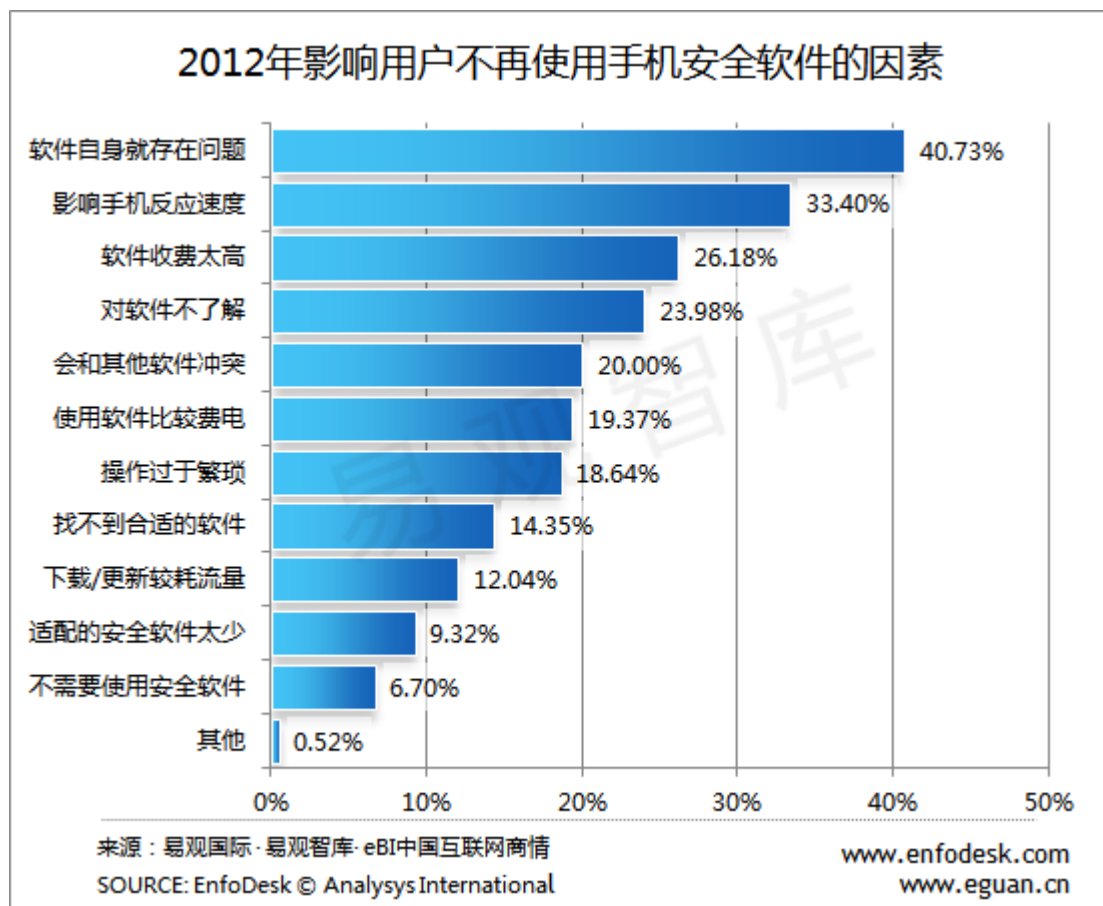


图 3-4 2012 年影响用户不再使用手机安全软件的因素

而对正在使用，但表示不再继续使用的原因调研显示，40.73%的用户不再继续使用的原因是软件自身就存在问题，33.40%的用户表示影响手机反应速度。软件自身的安全性问题以及影响手机反应速度是用户选择不再继续使用的最大因素。结果再次显示如何建立手机安全软件的品牌认知度成为竞争的关键，而该认知度不止包括手机安全软件功能性方面，也包括自身安全软件的安全性方面。

3.5 用户期望手机安全软件具备功能

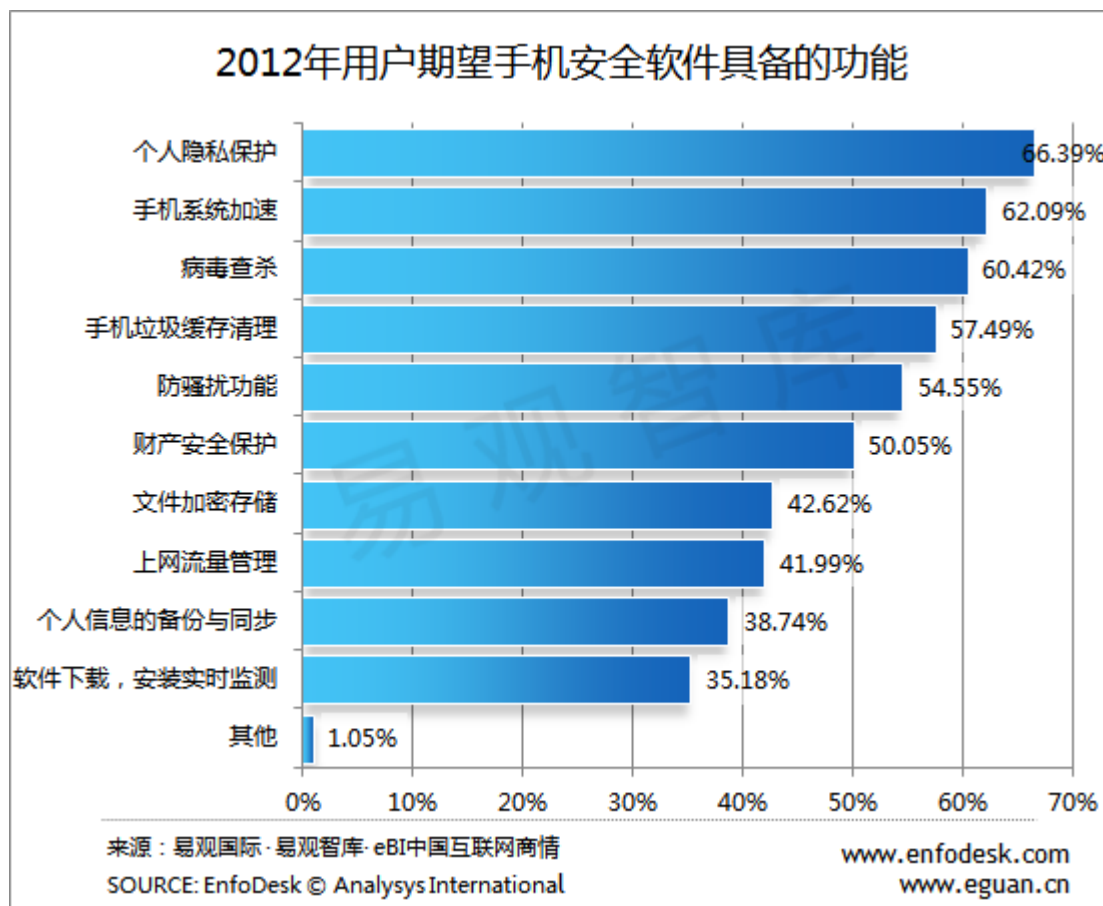


图 3-5 2012 年用户期望手机安全软件具备的功能

从用户期望手机安全软件具备的功能来看，个人隐私保护、手机系统加速、病毒查杀仍为用户关注的重点，占比达到 66.39%、62.09%、60.42%。而对手机垃圾缓存清理、防骚扰功能以及财产安全保护功能的期望也较高，均达到 50% 以上。

而用户对文件加密存储、上网流量管理、个人信息的备份与同步、软件下载/安装实时监测这些辅助性功能的需求也并不低，达到 35% 以上，可见手机安全软件用户对核心功能需求较高之外，对手机安全软件的辅助性功能同样持有较高的关注度。

3.6 用户经常使用的手机安全软件功能

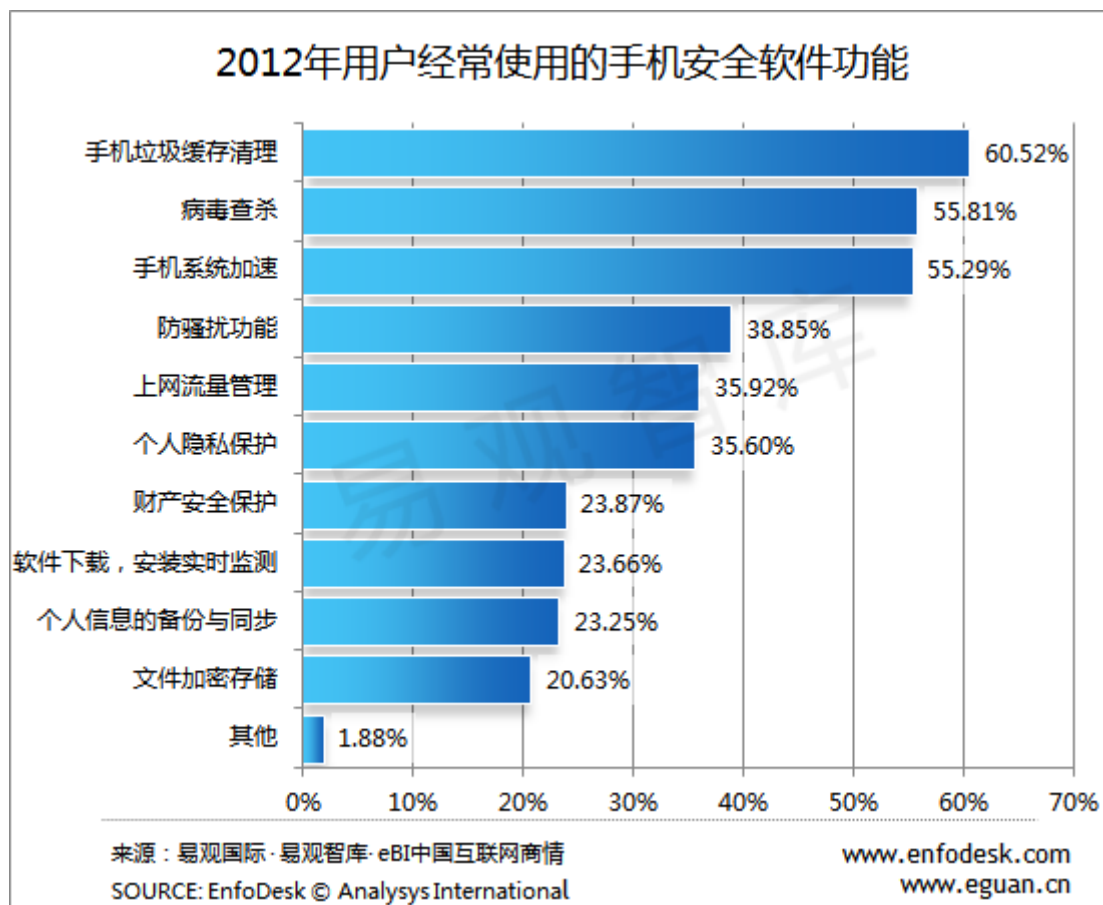


图 3-6 2012 年用户经常使用的手机安全软件功能

在用户经常使用的手机安全软件功能中，用户对手机垃圾缓存清理功能的使用占比最高，达到 60.52%，其次为病毒查杀与手机系统加速，使用占比分别为 55.81%、55.29%。另外个人隐私保护的使用占比与期望手机安全软件具备的功能相比并不高。

4.手机安全用户对手机安全软件的使用行为

4.1 用户听说过的手机安全软件

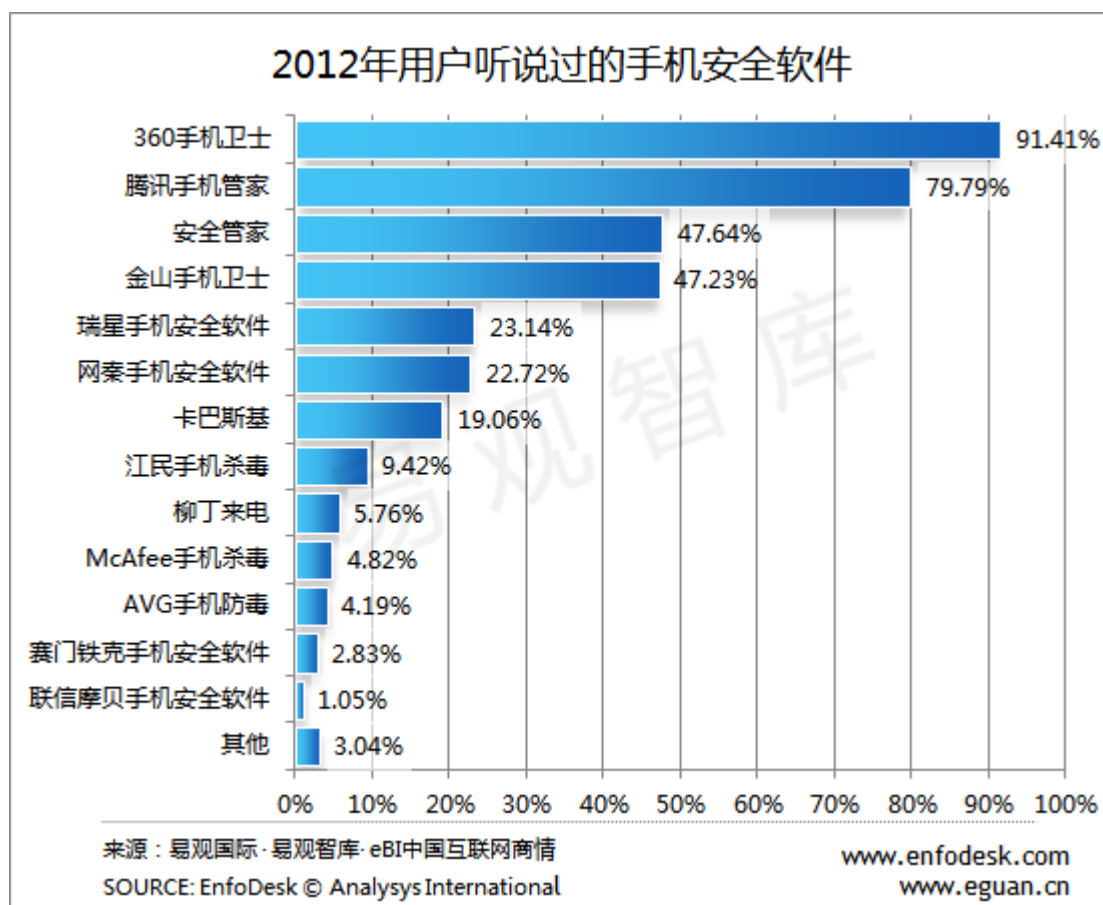


图 4-1 2012 年用户听说过的手机安全软件

在用户对手机安全软件品牌的认知方面，360 手机卫士占比最高，为 91.41%，腾讯进入手机安全市场时间较晚，但基于产品的易用性、功能实用性、以及腾讯品牌影响力迅速成为用户认知仅次于 360 手机卫士的安全品牌。

而安全管家与金山手机卫士的用户认知度次之，占比分别为 47.64%、47.23%。安全管家多年来在手机安全领域深耕，并经过几年积累在今年推出了安全云开放平台，凭借先发优势已形成一定的用户口碑。金山手机卫士作为金山体系的补充，推出以来并没有得到过多的推广，但在 PC 安全领域的知名度扩大到移动端。

另外，瑞星手机安全软件与网秦手机安全软件的用户认知度较低，占比分别为 23.14%、22.72%。

整体来看，用户对手机安全软件的集中度较高，未来随着各厂商在品牌打造的投入增加，市场的集中度将进一步增加。

4.2 用户经常使用的手机安全软件

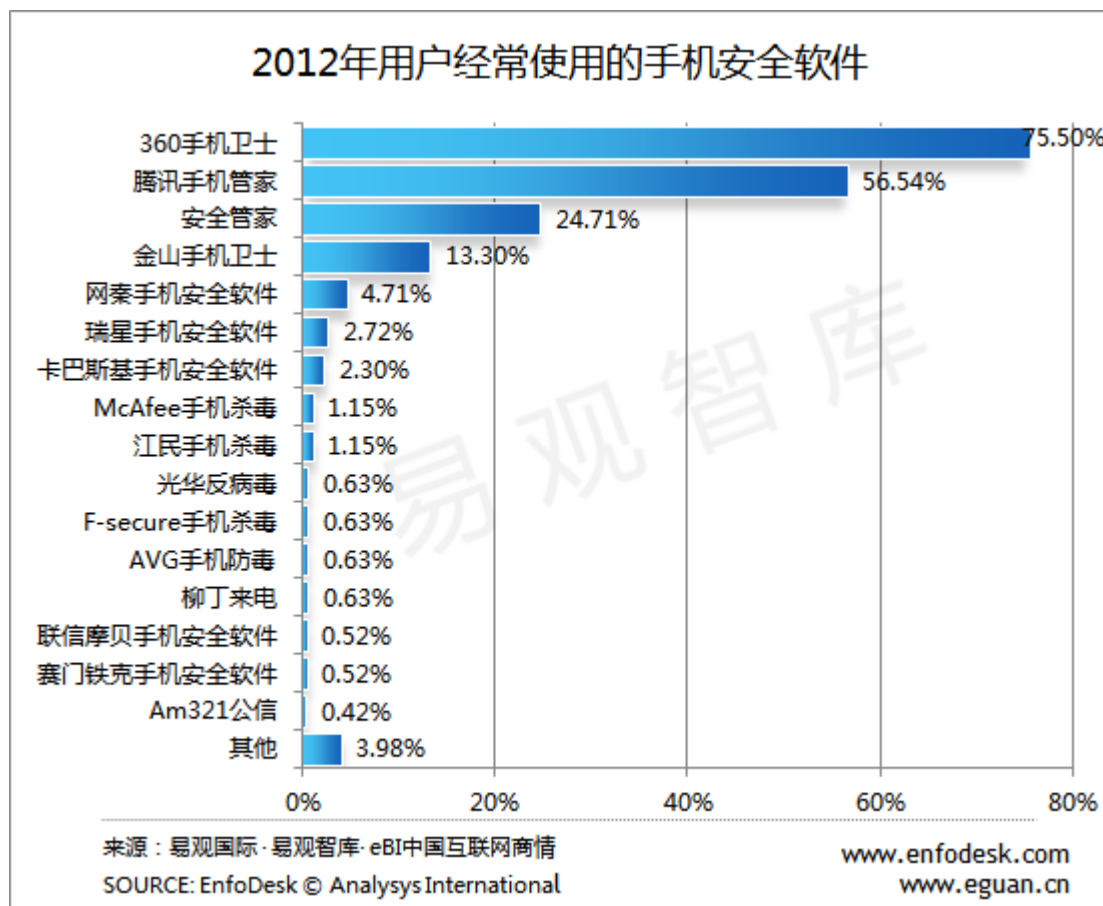


图 4-2 2012 年用户经常使用的手机安全软件

从用户经常使用的手机安全软件来看，与用户听说过的手机安全软件相差不多，360 手机安全卫士与腾讯手机管家的使用率最高，分别为 75.50%、56.54%。安全管家与金山安全卫士的使用比例次之，处于第二梯队，分别为 24.71%、13.30%。而其他手机安全软件的使用率不足 10%。

对比听说过与使用过各品牌所占份额分布相似，说明用户对手机安全软件的选择方面，用户一般会选择听说过口碑较好的软件，并对手机安全软件的更换频率较低。

4.3 用户选择手机安全软件的考虑因素

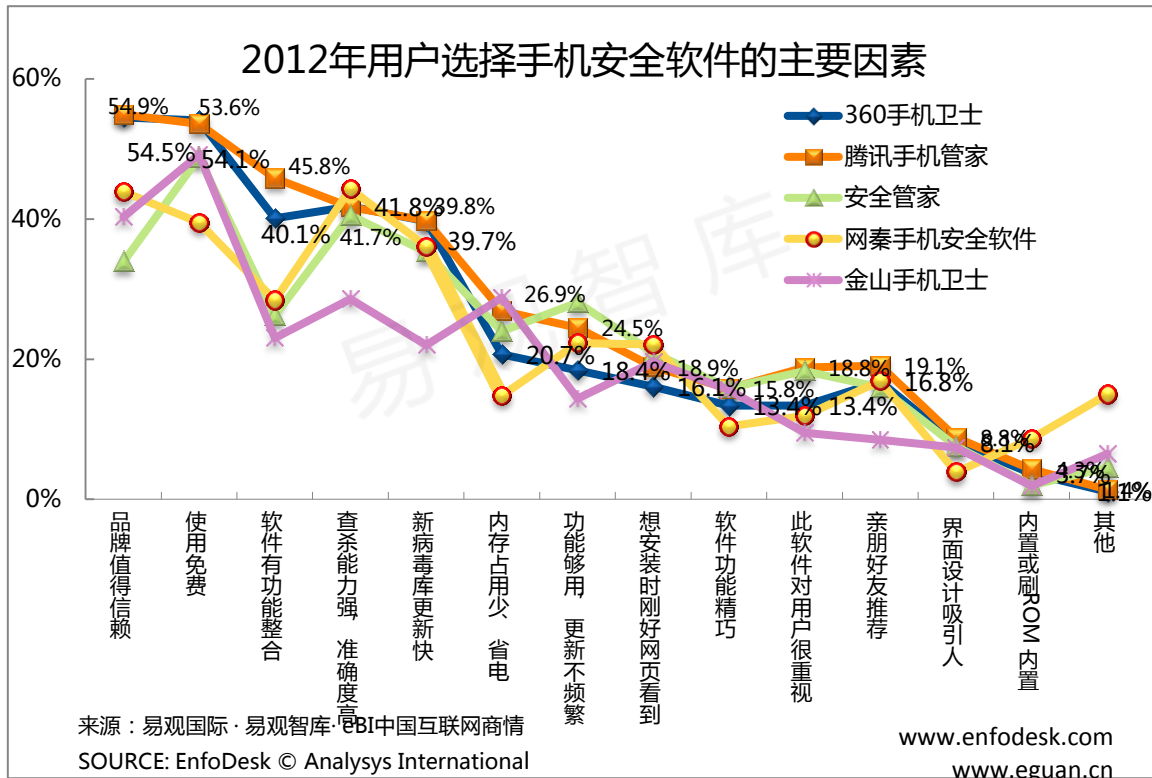


图 4-3 2012 年用户选择手机安全软件的主要因素

此次调研结果显示，总体来说应用免费使用、品牌值得信赖、查杀能力强准确度高、新病毒库更新快、软件有功能整合，是用户选择手机安全软件的主要因素。针对使用不同品牌的手机安全软件，用户选择的原因略有不同。

选择 360 手机卫士的用户在品牌信赖、使用免费、软件有整合功能、查杀能力强、新病毒库更新快五个因素方面相较其他几款品牌的软件突出，占比分别为 54.5%、54.1%、40.1%、41.8%、39.7%；

选择腾讯手机管家的用户在品牌信赖、使用免费、软件有整合功能、查杀能力强、新病毒库更新快、内存占用少六个因素方面较为突出，占比分别为 54.9%、53.6%、45.8%、41.7%、39.8%、26.9%；

选择安全管家的用户在使用免费、查杀能力强、新病毒库更新快、功能够用更新不频繁、软件功能精巧五个因素方面较为突出，占比分别为 48.8%、40.5%、35.3%、28.1%、15.9%；

选择网秦系列手机安全软件的用户在查杀能力强准确度高、功能够用更新不频繁、想安装时刚好看到、亲朋好友推荐、手机内置或刷 ROM 内置五个因素方面相较其他几款品牌的软件突出，占比分别为 44.3%、22.3%、22.1%、16.9%、8.7%；

4.4 用户使用手机安全软件的频次

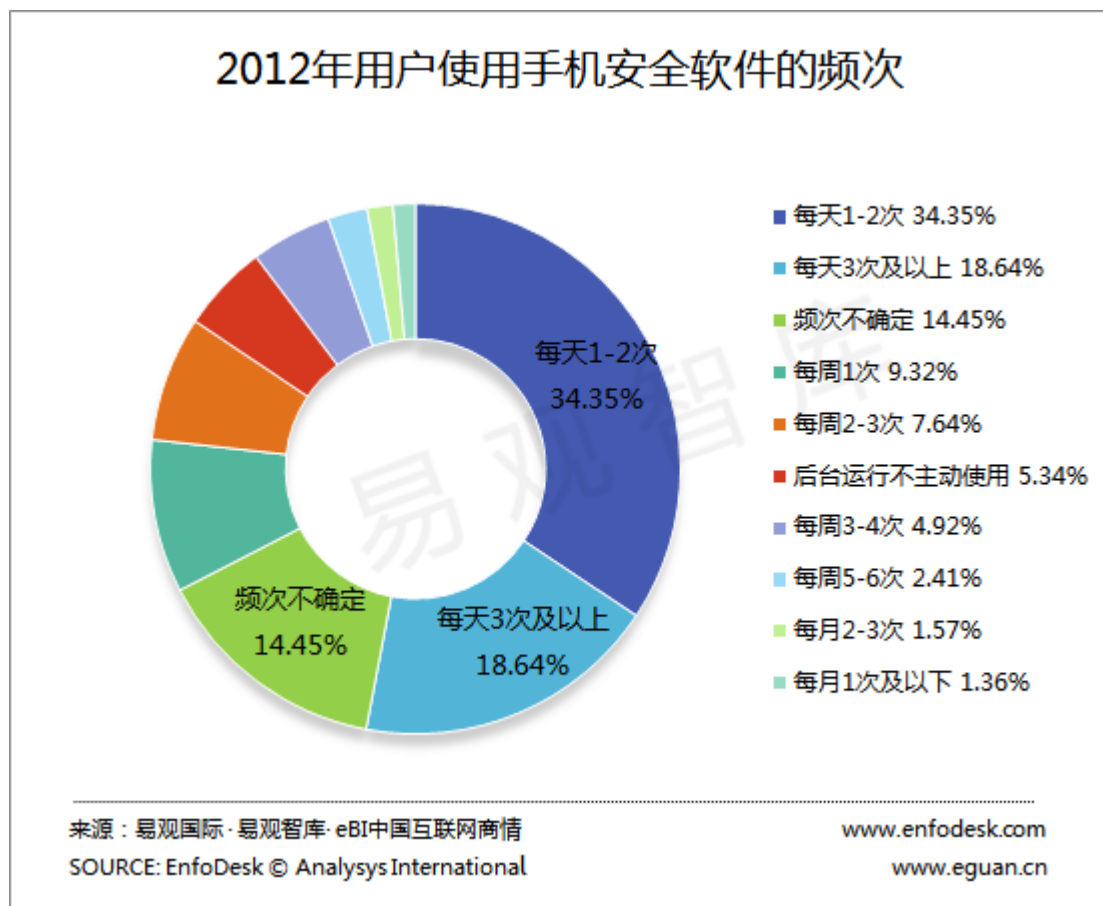


图 4-4 2012 年用户使用手机安全软件的频次分布

从用户使用手机安全软件的频次分布来看，用户对手机安全软件的使用频次较高，其中每天 1-2 次的用户占比为 34.35%，每天 3 次及以上的用户为 18.64%。而每月 1 次及以下的用户占比为 1.36%，每月 2-3 次的用户占比为 1.57%，占比较小。整体来说手机安全软件为用户经常使用的手机软件。

4.5 用户获取手机安全软件的渠道

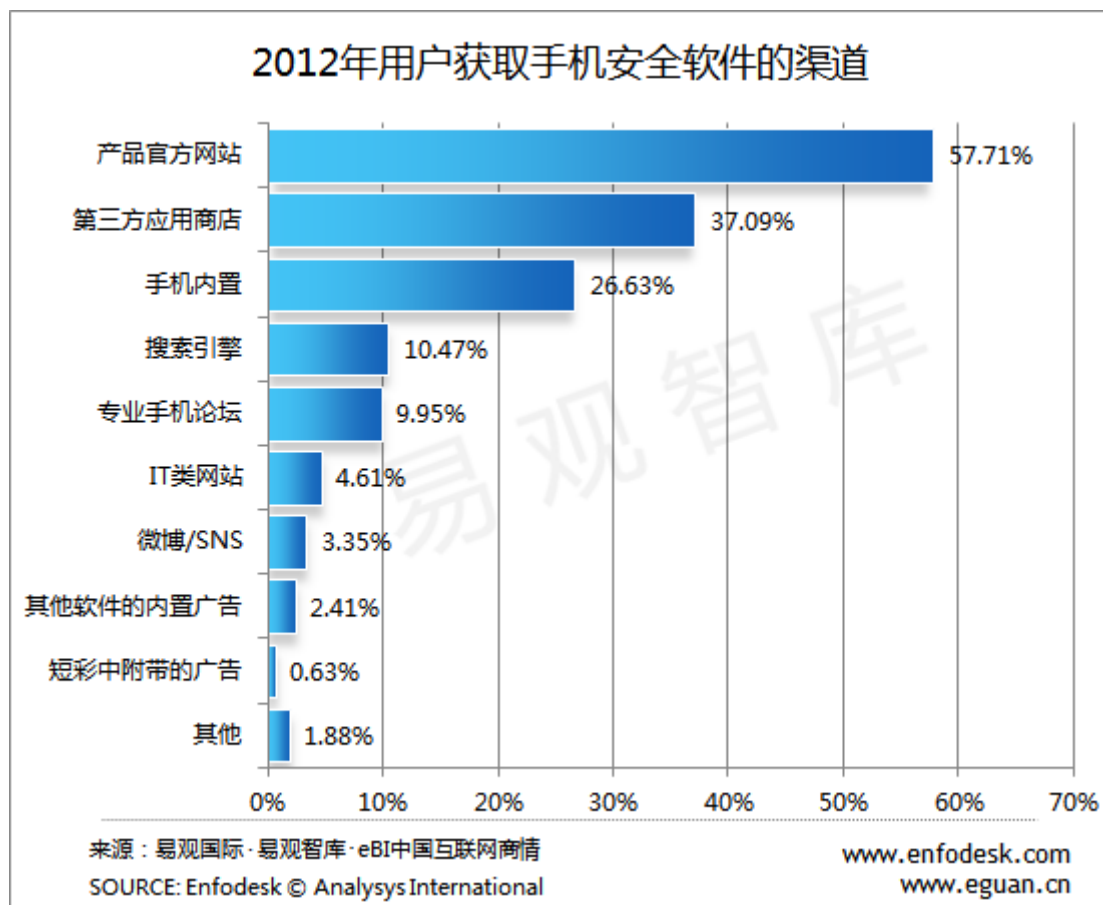


图 4-5 2012 年用户获取手机安全软件的渠道

随着手机安全软件领域品牌集中度的提高，越来越多的用户直接通过搜索产品官方网站的方式下载手机安全软件，2012 年通过产品官方网站获取手机安全软件的占比为 57.71%，成为用户获取手机安全软件的主要渠道。另外 37.09% 的用户通过第三方应用商店下载手机安全软件，26.63% 的用户直接使用手机内置手机安全软件。产品官网、第三方应用商店、手机内置成为用户获取手机安全软件的三大主要渠道。

5 手机安全用户对手机安全软件的满意度

5.1 手机安全用户对主流手机安全软件的评分

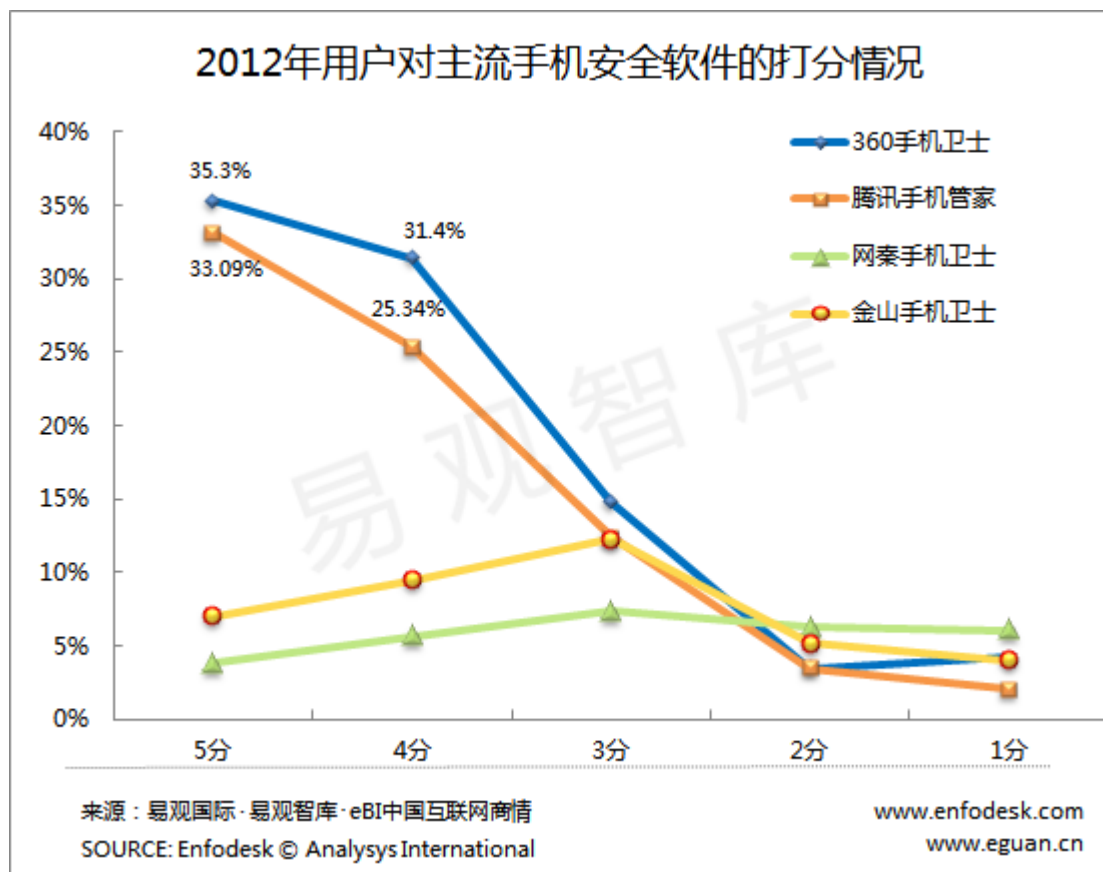


图 5-1 2012 年用户对主流手机安全软件的打分情况

从用户对主流手机安全软件的打分情况来看，360 手机卫士 66.7%的比例集中在 4-5 分，腾讯手机管家 58.43%的比例集中在 4-5 分。而其他手机安全软件 4-5 分所占比例很低，低于 10%。而网秦手机卫士与金山手机卫士的评分 3 分较多，整体来看评分较为均匀。可以看出用户对 360 手机卫士与腾讯手机管家的满意度高出行业平均水平较多。

5.2 手机安全用户认为手机安全软件的不足

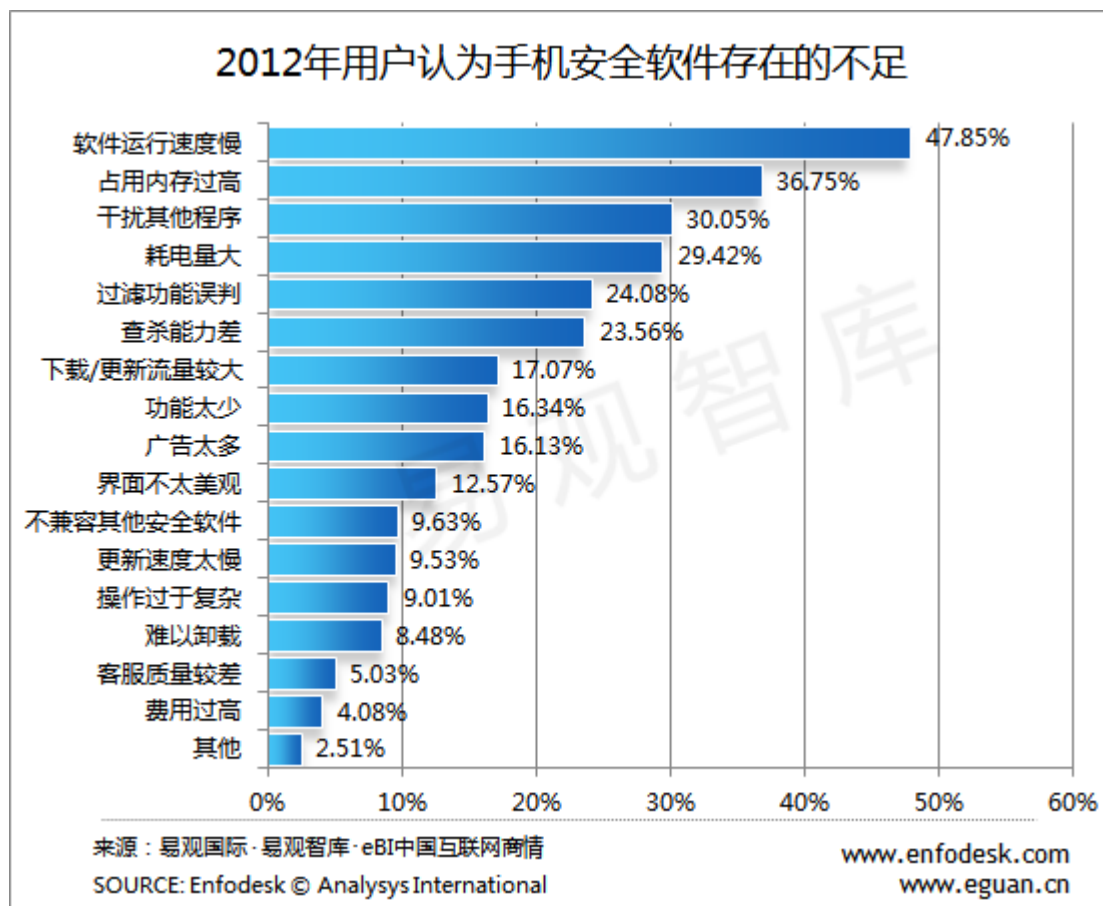


图 5-2 2012 年用户认为手机安全软件存在的不足

从用户对手机安全软件存在的不足中可以看出，目前用户认为的不足仍然集中在内存占用以及软件运行速度方面，而对手机安全软件的主要功能并无觉得不足。其中占比最高的为软件运营速度慢，达到 47.85%，占用内存过高占比为 36.75%，感染其他程序占比为 30.05%。

关于易观智库

易观智库是一款以订阅制方式为客户提供中国创新产业发展的商业信息服务平台。易观智库已成为国内外政府、企业、投资机构以及专业人士了解市场、提升判断力、创新力和决策力的首选信息工具。

易观智库拥有业内最丰富的内容资源与分析模型、最专业的信息分析与检索工具、最超值的分析师增值服务以及最便捷的定向推送服务。易观智库为客户提供可信、可靠、可用、成本有效的信息和数据，保障客户在市场持续发展和剧烈变化的过程中，把握商机、规避风险。

易观智库通过开放的平台，充分整合内外部资源，以数据、信息及工具等形式，构建成为一个富含丰富模块的商业信息服务平台，客户可以根据自身需求，选择并订阅所需的模块。

易观智库主要特色

- ◆ 帮助客户认知宏观经济环境的发展变化趋势；
- ◆ 帮助客户了解产业环境和市场发展趋势；
- ◆ 帮助客户洞悉现有或潜在的竞争对手与合作伙伴；
- ◆ 帮助客户掌握竞品的发展变化情况及创新产品动态；
- ◆ 帮助客户探求用户需求和行为变化。

网址：www.enfodesk.com

客服电话：4006-515-715

电子邮件：co@analysys.com.cn

