

征服木马 杀毒软件厂商亮出致命武器

一周热点

▶ 本报记者 戈清平报道

“这是一个最坏的时代,也是一个最好的时代”。用狄更斯《双城记》里的这句名言来形容目前的互联网安全状况颇为贴切。

互联网的迅猛发展催生了木马病毒。国家计算机病毒应急处理中心发布的《2007年中国计算机病毒疫情调查报告》显示,木马制造者在经济利益的驱动下,几乎在每一款网游、每一家网上银行都设有专门的木马与之相对应,木马带来的危害已占据所有计算机病毒危害的42%,网络安全岌岌可危。

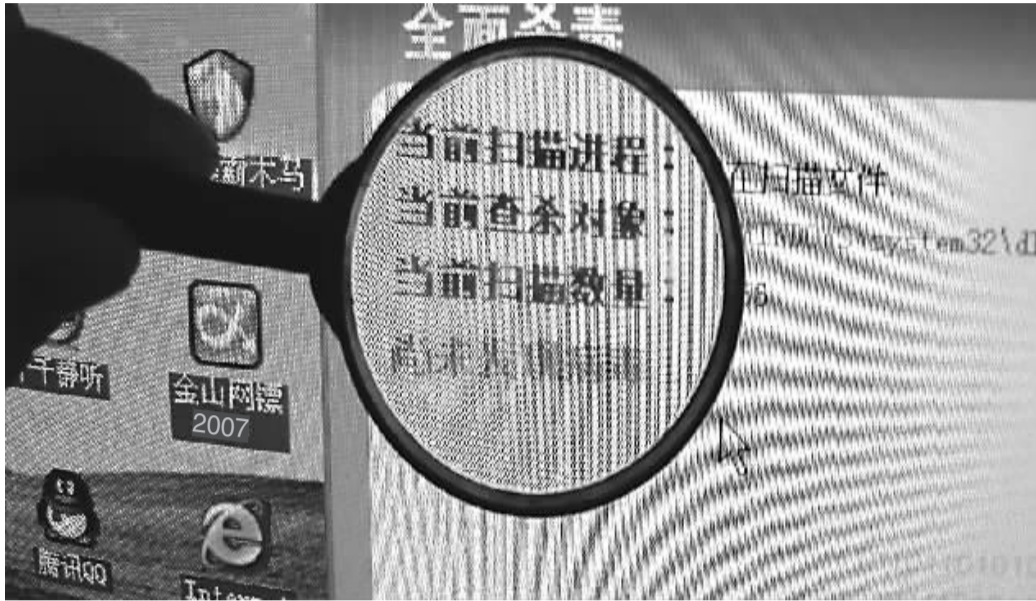
与此同时,杀毒软件厂商纷纷披起正义之剑。继瑞星发布“瑞星2008”、江民科技推出“KV2008”、卡斯基推出“互联网安全套装KIS8.0”之后,金山携“三维互联网防御体系”的“金山毒霸2008”震撼登场。

近年来,为应对互联网飞速发展带来的木马病毒泛滥,整个反病毒行业一直在寻求新的反病毒思路。时至岁末年关,杀毒软件厂商频频出招,再次吹响诛杀病毒的号角。

免费大旗飘扬

杀毒软件厂商一路攻城略地、诛杀各种病毒,众多人士欣喜地发现,杀毒软件厂商对用户关爱有加,“免费”大旗高高举起。瑞星在最新的2008版本杀毒软件公测活动结束后,向公众发放了完全免费的“瑞星2008”全功能体验版,免费体验时间到正式版发布之日,体验用户还可获赠3个月“瑞星2008”正式版。紧接着,江民科技也针对其最新的“KV2008”杀毒软件推出30天免费下载使用活动。金山则在发布“金山毒霸2008”之前就进行了长达半个月的免费公测,同时推出37天的免费试用期,并且向参与公测的用户提供抽奖机会。

国内三大杀毒软件厂商像计划好似的,你请一顿,我接着再请,在推出新品时向用户提供“免费大餐”。而国外一些杀毒软件厂商则借助别人的“声势”实施



免费计划。比如安装360安全卫士,就可获得卡斯基杀毒软件的激活码,享受卡斯基半年免费升级服务。

赛门铁克近日发布诺顿杀毒软件2008新版本。赛门铁克中国区消费产品销售总监黄智华表示,针对中国杀毒软件免费试用期长的特点,他们将在中国延长诺顿安全产品的免费试用期。

另外,最近欲在中国市场发力的趋势科技也加大了“免费”力度。趋势科技中国区总裁叶伟伦表示,将重点转向中国的单机版市场,并且酝酿在杀毒软件行业内首先实行个人用户彻底免费的策略。

“现在看来,很多针对个人用户的杀毒软件都在免费使用,未来杀毒软件将以免费为主。”叶伟伦称表示,从战略上来说杀毒软件对个人用户彻底免费是一个趋势。

各大杀毒软件厂商缘何大打“免费牌”?江民科技总裁陶新宇一语道破天机:“随着杀毒行业的不断发展,目前国内流行的主流杀毒软件多达数十款,市场竞争十分激烈。为了扩大市场份额,免费已经成为各大杀毒软件厂商使出的第一杀招。”

除了市场竞争的需要,找到了新的利润增长点也让杀毒软件厂商打“免费牌”的底气足了许多。如在百度新开的杀毒频道中,金山和瑞星就依靠页面上的广告收入提供免费杀毒服务。

对于杀毒软件的免费潮流,各杀毒软件厂商态度不尽相同。以卡斯基、趋势科技等为代表的国外杀毒软件厂商坚信,杀毒软件终生免费才是正途。奇虎总裁周鸿祎认为:“未来的杀毒软件一定会是免费的,杀毒厂商单纯依靠卖软件的形式已经过时,以后赚钱的思路应该放在如何为互联网提供配套的增值服务上。”

瑞星、金山、江民等国内杀毒软件厂商却认为,杀毒软件免费只能在限制条件下实现。“杀毒软件不是QQ,用户在杀毒的同时不可能忙里偷闲看软件广告。”金山软件工程师李铁军这样表示。

主动防御打先锋

“防守制胜”、“进攻是最好的防守”,兵法上对两军对垒时所采取的策划做了最好的说明。然而,如今的现实是病毒在

近年来,为应对互联网飞速发展带来的木马病毒泛滥,整个反病毒行业一直在寻求新的反病毒思路。时至岁末年关,杀毒软件厂商频频出招,再次吹响诛杀病毒的号角。

暗处,杀毒软件厂商在明处,一味的防守将会更加被动。面对这种尴尬局面,杀毒软件厂商推出了主动防御,并成为今年杀毒行业的一个亮点。

主动防御是网络安全工程师试图弥补传统特征码查杀技术的致命弱点——过分依赖对新病毒的查获能力和速度而提出的,是一种阻止恶意程序执行的技术,可以在病毒发作时进行主动而有效的全面防范,从技术层面上有效应对未知病毒的肆虐。

因此,对于主动防御,杀毒软件厂商在研发和推广上具有相当高的热情。在瑞星、江民、金山推出的2008年杀毒软件新品中,江民科技“KV2008”杀毒软件以智能主动防御杀毒为最大亮点,变身“反病毒和系统安全软件”;“瑞星2008”将主动防御作为与查杀病毒并列的主要核心功能;“金山毒霸2008”最大的亮点在于“三维互联网防御体系”,该体系在传统病毒库、主动防御的基础上,引用全新的“互联网可信认证”技术,搭建起一个以病毒库为根基,以主动防御为先锋,以互联网可信认证为核心的立体化互联网木马病毒防御体系。

“主动防御并非一项技术,而是一个目的,杀毒软件可以通过多种技术手段实现主动防御的目的,但只要能查杀病毒保护网络安全就行。”在金山软件副总裁葛柯看来,虽然目前的主动防御技术还处在初级阶段,但在今后几年将会得到较大发展。

业内人士表示,众多杀毒软件厂商纷纷推出主动防御,表明第一个提出主动防御的微软公司已不是“一个人在战斗”。

杀毒软件互联网化趋势

目前,包括微软在内的众多软件厂商都在力推软件互联网化。有分析人士指出,软件互联网化趋势已经非常明显,将软件的用户端变成一个窗口,其他的服务和信息全部存储在服务器端是未来软件的趋势。

事实上,众多杀毒软件厂商从诞生之初就一直紧随互联网的发展而变化。从离线升级到实时升级,从“本地病毒库查杀”到“主动防御”,杀毒软件厂商一直在进行着杀毒软件互联网化的探索和尝试。

“从早期针对垃圾邮件推出智能邮件客户端代理监控技术,到紧盯IM市场推出嵌入式查毒功能,再到针对目前欣欣向荣的网游市场推出网游防火墙功能,我们从一出生就与互联网紧紧捆绑在一起。”葛柯表示,近日金山又与腾讯结盟,建立互联网安全战略联盟,将在互联网领域深耕细作。

“此次‘金山毒霸2008’三维互联网防御体系的推出就是该公司一直紧随互联网的每一项功能应用,推出的互联网功能应用的解决办法。”国家计算机病毒应急处理中心主任张健表示。

业内分析人士认为,金山公司只是杀毒软件互联网化的一个案例,目前众多杀毒软件厂商纷纷走上互联网化的道路,毕竟年产值上百亿元的互联网安全产业对任何厂商都是一个巨大的诱惑,这也昭示着杀毒软件全面互联网化时代即将来临。

行业聚焦

网上销售进入垂直零售时代

今年以来,以PPG、红孩子、新蛋网为代表的网上零售业发展迅速。在日前举行的“2007中国网上零售大会”上,业内人士指出,随着传统行业进入网上销售,网上销售已进入垂直零售时代,但瓶颈仍将存在。

与第一代大而全的综合性网站不同,垂直网站的注意力集中在某些特定领域或消费者某种特定的需求,提供有关这个领域或需求的全部深度信息和相关服务。

在盈利能力方面,垂直B2C厂商表现均好于综合B2C厂商。除了在数码产品、化妆品等领域内涌现出一大批风头正劲的垂直电子商务网站之外,衬衫直销厂商PPG以及红孩子的营销神话引起了众多企业的关注。

红孩子CEO徐沛欣表示,红孩子之所以获得成功,主要有三方面的原因,一是定位准确,将自己定位为零售业公司,公司组织架构、销售平台以及整个产业链都是按照零售业来设置;二是战略明确,从2004年刚成立就立志做B2C公

司,从单一产品、单一地区的公司逐渐发展成为全国性多产品化公司,并在不久前获得了2500万美元风投资金;三是坚持以客户为中心建立了多条生产链条。

目前,中国网上零售可以分为3种模式:纯网络型零售企业,如卓越亚马逊、新蛋等;传统零售业做网络零售,如沃尔玛、北京西单商场等;生产商兼做网络零售商,如衬衫企业报喜鸟及海螺都相继开展了网上直销业务。

淘宝网副总裁黄若表示,电子商务的软硬件环境及评价系统是制约电子商务发展的瓶颈,但网上垂直零售的发展给中国大量的中小生产企业带来机遇,可以为他们节省进入线下卖场的成本。

根据易观国际的数据,2006年B2C市场排在前两位的厂商是当当网和卓越网,占全年B2C市场份额的29.74%。尽管寡头占有B2C市场的关键份额,但其地位受到巨大挑战。当当网和卓越网的最大威胁来自于C2C平台向B2C模式的迁移,B2C和C2C之间的界线将进一步模糊。 万力

基地视线

辽宁集成电路设计产业基地落户大连

辽宁集成电路设计产业基地和哈尔滨工业大学国家集成电路人才培养基地(大连培训中心)近日在大连高新区举行了揭牌仪式。

据了解,辽宁集成电路设计产业基地是辽宁省政府批准设立的省级基地,也是东北地区惟一的集成电路设计产业基地。

该基地立足于大连高新区,为沈阳市乃至辽宁省及东北地区的集成电路设计企业提供培训,规划占地面积7万平方米、建筑面积40万平方米,主要用于建设物理孵化平台、研发中心、国际会议中心、商务服务中心和产品展示中心,为入驻企业提供一流的办公环境。 林云

信息爆炸领域延伸 新生代搜索吸引风投

用“一夜之间崛起”来形容或许有些夸张,但网民们发现,大批新锐搜索引擎不知何时已悄悄占领每一个网页的关键位置。最新统计数据表明,这些被称为“垂直搜索”的少数派和新生代,目前已吸引到4亿美元的风险投资,而这仅仅是开始。

没人相信垂直搜索能与百度、谷歌抗衡,但它们的生存空间非常独特并且生机勃勃。风险投资感兴趣的是这样一些搜索网站:能准确找到搜索企业和商品信息,能按照用户喜好找到最适合的餐馆和最快的路线;打折类网站上,商家之间的价差可以立即查询;地图类网站上,搜索目的地详细准确,最好以三维立体图像呈现。

在火热的博客和视频之后,风险

投资在搜索领域再次投下赌注,调查机构艾瑞的数据证实,中国刚刚超越美国成为最大的搜索使用市场,今年上半年的商业规模达到1.53亿美元,并还将以每年近30%的速度增长。

赛迪咨询的分析师认为,随着信息爆炸的领域不断延伸,穿插在各个行业中的搜索突然找到了爆发时机。据了解,从2005年开始,风险投资的列表里出现垂直搜索的概念,2006-2007年对这些新生代搜索的投资热迅速升温,超过100家搜索网站悄然出现,发生在这个领域里的小型投资和并购交易无数,总额达到3亿-4亿美元。

投资人最为看重的新搜索主要分布在电子商务领域,目前约有20个左右的网站,以九城集团旗下的沱沱网及网盛旗下的网站为代表,它们主要提供企业间信息及产品的查询。另一批网

站则把重点放在与生活相关的各种搜索中,百度前CTO刘建国离职创业,选择的搜索领域就聚焦在衣食住行上。不过,刘建国承认,要做细致到每个行业的搜索,面临巨大的技术与成本压力,盈利模式还处在探索阶段。

根据赛迪咨询的报告,用户对垂直搜索引擎的认知度在逐步提高,习惯使用垂直搜索的互联网用户比重已达88.2%,其中72.2%的用户会选择专业垂直搜索引擎。此项统计结果对从业者的鼓励毋庸置疑,不过搜索新势力中还没有一家企业能说清楚何时才能赚钱。Google中国区总裁李开复曾预言,垂直搜索违背了搜索引擎“广纳信息”的发展初衷,也许将走上末路,但风险投资商目前还在耐心挖掘,因为无数的经验告诉他们,逆向思维往往才能找到暴利机会。 姜华

新闻看点

三季度全球 OLED 显示屏出货量同比下降 32%

市场研究公司 Displaysearch 最新发表的研究报告称,2007年第三季度,全球 OLED 显示屏销售收入为 7830 万美元,比第二季度下降 31%,比去年同期下降 38%。第三季度 OLED 显示屏出货量为 1550 万块,比第二季度下降 22%,比去年同期下降 32%。

该报告称, 铱宝科技第三季度在全球 OLED 显示屏市场排名第一位,销售收入为 3100 万美元,OLED 显示屏出货量为 640 万块; 先锋出货量排

名第二位, 销售收入排名第三位; 三星 SDI 出货量排名第二位, 销售收入排名第三位。

三星 SDI 已经提高产量, 预计第四季度的 OLED 显示屏出货量将超过 200 万块。铱宝科技将继续提高出货量, 预计第四季度的 OLED 显示屏出货量将超过 700 万块, 创造供应商出货量的新纪录。

该报告称, 虽然第三季度全球 OLED 显示屏市场的出货量和销售收入均下降, 但预计在第四季度将迅速复苏,

从而使 2007 年全年 OLED 显示屏市场的销售收入增长 11%, 出货量增长 7%。

Displaysearch 称, 手机副显示屏和 MP3 播放机显示屏第三季度出货量分别是 930 万块和 4200 万块, 继续占全部 OLED 显示屏出货量的 85% 以上, 但主显示屏出货量出现连续两个季度下降。由于三星 SDI 的 AMOLED 显示屏和副显示屏的产量将恢复到 1200 万块以上, 第四季度的主显示屏出货量预计将增长将近 400%。 廖芳

RCG 推出小巧车载 GPS

刚刚从 GPS 工业级应用领域转向民用产品市场的 GPS 汽车导航厂商宏霸数码 (RCG), 最近推出一款小巧可爱型车载导航仪, 迅速成为小型轿车导航新宠。

据介绍, RCG GS709 车载 GPS 的外型设计简约时尚, 屏幕采用分辨率为 320x240 像素的 3.5 英寸 TFT 高清晰液晶触摸显示屏, 机身正面除了显示屏以及屏幕右侧的充电指示灯外并无多余设计, 机身顶部为菜单键和电源键。该产品将 GPS 天线模块嵌入机身内部, 小巧精致的产品与小型轿车匹配相得益彰。

该产品内置高灵敏度卫星定位接收芯片, 定位精确在 10 米以内, 速度精度为 0.1M/S, 数据更新为 1Hz。同时拥有超速提醒功能, 在高速路、快速路、普通道路上, 可分别自行设定超速提醒速度, 提示安全行驶。

投资布鲁塞尔网络互动平台 正式开通

日前, 比利时布鲁塞尔首都地区企业促进署 (BEA) 在北京宣布启动投资大布鲁塞尔中文网站。

据了解, “大布鲁塞尔——一个中国投资者的真实经历”网站是一个专门为中国投资者开设的投资布鲁塞尔官方网站。与其他的官方网站不同, 该网站通过一位在布鲁塞尔成功创办企业的上海企业家 Gary Guo 的经历, 让中国投资者可以看到并体验到在布鲁塞尔的投资过程。该网站的一大特色是, Gary Guo 的经历主要通过视频播客及博客呈现, 在每一段情节中, Gary Guo 会带领网站访问者一步步了解布鲁塞尔, 包括人文地理、商业气氛、投资服务和商业机遇。