

360 去年大赚 网络安全为重

■ 本报 张继 报道

日前,奇虎360发布了该公司截至2013年12月31日的第四季度及全年未经审计财报,财报显示,奇虎360第四季度营收为2216亿美元,较上年同期的1030亿美元增长115.3%;奇虎360第四季度净利润为1660万美元,较上年同期的1280万美元增长30%。

奇虎360第四季度营收同比和环比的增长,主要受用户流量强劲增长和360个人启动页面广告渗透的提升,网络广告和互联网增值服务持续强劲增长的推动。

关注营收增长的同时,网络安全问题更应予以重视,良好的网络环境对保证营收有重要作用。奇虎360在年初发布了《2013年中国网站安全报告》、《2013年中国手机安全状况报告》、《2013年中国网购安全报告》、《网络投资理财诈骗现状及防范措施报告》,报告显示,我国网站安全与手机安全等网络安全方面皆存在问题,需要改进。315节点,如何确保网络安全、有效维护消费者权益再度成为热议话题。奇虎360作出响应,启动反网络欺诈新举措。百度也不落后地作出积极响应。

广告与增值服务推动营收增长

日前,奇虎360发布了该公司截至2013年12月31日的第四季度及全年未经审计财报,财报显示,奇虎360第四季度营收为2216亿美元,较上年同期的1030亿美元增长115.3%;奇虎360第四季度净利润为1660万美元,较上年同期的1280万美元增长30%。不按照美国通用会计准则(不包括股权激励支出),奇虎360第四季度净利润为9630万美元,高于上年同期的2670万美元。奇虎360 2013年营收为6711亿美元,较上年同期的3290亿美元增长104.0%。奇虎360 2013年净利润为9970万美元,较上年同期的4680万美元增长113.2%。不按照美国通用会计准则(不包括股权激励支出),奇虎360 2013年净利润为2263亿美元,较上年同期的9740万美元增长132.4%。

奇虎360第四季度营收为2216亿美元,较上年同期的1030亿美元增长115.3%,较上一季度的1879亿美元增长17.9%。在营收组成方面,奇虎360的收入主要来源为网络广告和互联网增值服务。奇虎360第四季度营收同比和环比的增长,主要受用户流量强劲增长和360个人启动页面广告渗透的提升,网络广告和互联网增值服务持续强劲增长的推动。

第四财季,奇虎360的网络广告营收为1424亿美元,较上年同期增长112.9%,较上一季度增长18.0%。奇虎360第四季度网络广告营收的同比和环比增长,主要受360导航、搜索和移动广告提升的推动。

网络增值服务营收为7890万美元,较上年同期增长124.4%,较上一季度增长17.7%。奇虎360第四季度网络增值服务营收的同比和环比增长,主要受公司移动游戏业务快速发展,以及PC游戏业务健康稳定发展的推动。

此外,财报数据显示,截至2013年12月,奇虎360基于PC的产品和服务月活跃用户数已达4.75亿,渗透率达到94.6%。其中360浏览器的月活跃用户数为3.54亿,用户渗透率为70.4%。由于浏览器的用户在不断增长,所以在其带动下的360导航用户也在增长。2013年第四季度,360导航平均每日独立访客为1.19亿人,每日平均点击量为6.81亿次。与去年同期分别增长了31%和51%。

在移动方面,奇虎360的手机卫士智能手机用户总数达4.67亿,覆盖了中国70%的智能手机用户,与去年同比增长126%。360公司董事长兼CEO周鸿口表示,360手机助手已成为安卓应用开发商认可的最有效的分发平台,并进一步增强了市场的领先地位。在搜索上,根据第三方的数据,360搜索的流量份额已经接近23%,较之其最大的竞争对手百度的搜索流量份额在60%左右。奇虎360今年的目标是将自己的份额扩大至35%。

周鸿口还透露,未来360在保持PC端领先优势的同时,将汇集资源有效运用于快速发展的无线互联网领域。通过对产品的不断改进和技术上的持续创新,360有信心进一步提升行业地位,并最终改变行业竞争格局。

360公司总裁齐向东也表示,2013第四季度和全年所取得的成绩均超出市场预期和公司内部目标。齐向东指出,搜索和无线将成为未来360公司发展的重要动力之一,为了配合不断加快、加深的商业化的进程,360还将继续建设并完善自身的销售和市场体系,为股东创造长期的价值。

奇虎360预计,公司2014年第一季度营收将继续保持业绩高速增长的趋势,营业收入在2.26亿美元至2.28亿美元,同比增长106%至106%,环比增长2%至3%。

网络安全渐入“法眼”

关注营收增长的同时,网络安全问题更应予以重视,良好的网络环境对保证营收有重要作用。奇虎360在年初发布了《2013年中国网站安全报告》、《2013年中国手机安全状况报告》、《2013年中国网购安全报告》、《网络投资理财诈骗现状及防范措施报告》,报告显示,我国网站安全与手机安全等网络安全方面皆存在问题,需要改进。

2013年《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2013年12月,中国网民规模达6.18亿,其中网购群体已达3.02亿人,并保持快速增长。然而,伴随而来的则是日益严重的网络安全问题。

《2013年中国网站安全报告》显示,国内网站安全性令人担忧:65.5%的网站存在安全漏洞,其中,29.2%的网站存在高危安全漏洞;8.7%的网站遭到篡改,33.7%的网站被植入了后门。平均每天有3500多家网站遭到35万次的各类漏洞攻击;每天有超过600余家网站遭到1180多万次的流量攻击。政府网站是漏洞攻击的首要目标,而企业网站则是流量攻击的首要目标。

截至2013年12月,360网站安全检测共查获各类后门文件样本8838个(去重)。其中,控制类木马占比超过80%,DDoS脚本约为17%。在控制类木马中,多功能木马占比接近后门总数的50%。

政府网站和教育网站的安全性建设在过去一年中有了长足的进步,网站高危漏洞检出率分别为24%和23%,在各类网站中处于中等水平。而这两类网站在2012年的安全性横向比较中还处于排名垫底的位置。不过,政府网站和教育网站被植入后门的比例仍然大大高于平均水平,分别为51%和46%。政府和教育网站的安全性问题尚未得到彻底的解决。

《2013年中国手机安全状况报告》显示,2013年全年,Android平台新增恶意程序样本67.1万个,较2012年增长44倍;用户感染恶意程序9747万人次,较2012年增长了88.3%。其中,资费消耗、恶意扣费、隐私窃取和诱骗欺诈类恶意程序的感染量最高,分别占到感染人次总数的46%、21%、21%和

8%。用户手机感染恶意程序后面临直接经济损失的可能性达到了近七成。在过去的一年里,第三方应用市场成恶意程序传播主要途径。在对国内37个应用市场(不含360手机助手)的安全性检测中发现:恶意程序的平均占比为40%,最高为21.2%,某大型第三方应用市场中竟然含有7.8万款恶意程序。此外,包含恶意广告插件的程序平均占比为13.0%,最高为52.5%,某大型第三方应用市场中竟然含有29万款带有恶意广告插件的软件或游戏。

同时,2013年还出现了“欺诈信使”、“支付鬼手”、“尸潮”、“扣费黑帮”和“不死木马”等一系列新型高危木马,严重威胁用户手机安全。

在用户关心的骚扰电话方面,2013年全年,被用户标记的各类骚扰电话号码约422万个,被标记的骚扰电话号码日均活跃数量为230多万个。其中,“响一声”电话以51%的比例位居骚扰电话数量的首位,广告推销电话占比为21%,而诈骗电话的占比约为18%。

垃圾短信方面,2013年全年,360互联网安全中心共收到用户举报垃圾短信总量约为446亿条,360手机卫士全年共为用户拦截各类手机垃圾短信971亿条。其中,广告推销类垃圾短信占比约为66%,资讯信息占比20%,违法信息和诈骗信息分别占比7%和5%。

优惠、热线、发票、农行、信用卡等23个词汇成为2013年垃圾短信中出现频次最高



排名	恶意程序名称	主要危害	感染量	恶意行为描述
1	消灭星星	资费消耗	1051761	捆绑了恶意广告插件,该插件在后台无提示私自下载推广软件,造成流量损失。
2	listenService	隐私窃取	1002960	读取联系人和手机固件信息,回传至指定网站,后台私自下载安装未知软件,造成用户资费消耗、隐私泄露。
3	库柏市场	隐私窃取	913042	包含恶意广告插件,读取用户好友的QQ号码、QQ音乐内的播放记录、用户联系人信息、用户浏览器书签等。
4	Maxthon Browser	资费消耗	690731	非官方版本代码被恶意篡改,运行后从服务器自动下载恶意代码,可下载未知应用程序安装包。
5	GoogleKernel	资费消耗	670559	伪装成系统软件,存在危险行为代码,警惕该软件私自下载安装软件,泄露用户隐私。
6	Temple Run	隐私窃取	650400	包含恶意广告插件,读取用户好友的QQ号码、QQ音乐内的播放记录、用户联系人信息、用户浏览器书签等。
7	乐媒	恶意扣费	616571	该恶意程序私自发送扣费信息定制SP业务,同时删除回馈信息导致用户资费损失。
8	UpdateService	资费消耗	587348	非官方版本代码被恶意篡改,后台私自下载安装软件,造成用户流量消耗。
9	comandroid.omigo	欺诈软件	578944	伪装成系统软件,后台联网接收服务器指令,在用户手机收件箱中插入大量伪造短信。
10	幻影高清	资费消耗	530988	代码被恶意篡改,运行后从服务器自动下载恶意代码,可下载未知应用程序安装包,给用户造成资费消耗。

的年度典型词汇。其中,热线、农行、房东和抽奖是诈骗短信中出现频率最高的典型词汇;而治疗、发票、小姐则是违法短信中出现频率最高的典型词汇。

攻击方式变化

随着智能手机应用的不断发展,针对手机的攻击方式也在不断变化。70%的手机安全漏洞源于定制开发;伪基站是2013年最新流行的垃圾短信发送方式;交易短信已经成为手机木马攻击的新目标。

报告中还公布了2013年第四季度感染量最高的十大恶意程序及其危害。在这十大恶意程序中,有六款为吸费软件。记者的智能手机也在使用的消灭星星和Temple Run这两个程序,不知是否存在资源消耗和隐私泄露的状况,为此担心不已。

《2013年中国网购安全报告》数据显示,360网购先赔服务共收到用户有效理赔申请30613例,网络欺诈涉案总金额达3224万余元,人均损失1449元。而因商品品质、价格、商家服务等原因引起的交易纠纷类理赔申请,则占到总数的27.3%。在网络欺诈案中,常见的网络欺诈类型有网络兼职、虚假购物、网络游戏、账号被盗、虚假团购、话费充值、消保欺诈、网上博彩、虚假票务、网购木马、投资理财、视频交友、批发欺诈和虚假中奖。2013年受骗人数最多的三种欺诈类型是网络兼职、虚假购物和网络游戏欺诈,影响人群最广;投资理财骗局则对单一用户的

打击监管违法广告的举动一直未曾停止,但是商家因为利益的驱使,而把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

打击监管违法广告,把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

打击监管违法广告,把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

打击监管违法广告,把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

打击监管违法广告,把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

打击监管违法广告,把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

打击监管违法广告,把道德和责任搁置一边,虚假广告屡禁不止。

危害最大,人均财产损失高达10430元。且网民多是通过搜索引擎接触到网络欺诈信息,在各类传播途径中占比50%。其次则有约22%的网民是通过是聊天软件(如QQ、旺旺等)受骗的。而手机更成为了骗子最爱用的虚假购物钓鱼诱饵,苹果、小米、红米和三星是网络欺诈受害者最常购买的手机品牌。

记者就曾经多次受到响一声电话、推销电话的骚扰,多次收到诸如买房、办证、贷款、办信用卡、保险或电视台节目赠品、银行转账(还账、房租)等等垃圾、诈骗短信。不堪其扰,又投诉无门。对于网络用户与消费者来说,网络安全至关重要。

网络安全的竞争与合作

315节点,确保网络安全、有效维护消费者权益成为热议话题。奇虎360与百度同日作出响应,启动反网络欺诈新举措。奇虎360的综合搜索在2013年被炒的沸沸扬扬的3Q大战中受到大家的关注,并一跃成为国内第二大搜索引擎。日前,百度为构建自己的防火墙投资金山后,齐向东也在告诫虚假医药广告已开始涌向互联网搜索引擎,而360搜索服务的首要标杆就是不接受任何医疗广告,保护用户不被虚假医药广告欺骗。奇虎360和百度暗战不断。

奇虎360作出的响应是在3月12日,联合盈科律云、法易网及互联网法律援助专项基金推出“网络315”维权开放平台,任何用户都可登陆到此平台投诉、曝光各种网络欺诈行为。

齐向东表示,成立此平台的原因在于消费者网购被售后维权困难,一是发现被售后投诉无门,缺少专门针对网购欺诈的投诉渠道;二是网购欺诈受害人群分散,公安机关取证困难,受害人损失极难追回。且成立此平台一是可以呼吁消费者在网购过程中关注自身信息安全,二是可以倡导消费者遇到网络欺诈时,坚决维护自身合法权益,拒绝“忍气吞声”,将维权进行到底。

盈科律云科技有限公司CEO卜实表示,随着网络欺诈的愈演愈烈,迫切需要社会各界的力量联合起来共同打击。

据了解,“网络315”这一平台投入近千名律师免费为网民提供专业的法律咨询援助,帮助消费者维权。网民被售后不仅可以到该平台曝光投诉,还可直接向专业律师提问,有近千名专业律师每天24小时为消费者免费提供线上咨询服务。

同日,百度也早做出反应,与中消协联合发布网络诚信体系“百度信誉V”。“百度信誉V”这一网络诚信体系是通过信誉评级和信誉成长值等方式,把网站的资质、认证情况、可信行为、保障意愿、口碑评价等综合信誉情况直观呈现给网民,作为网民决策的参考依据。截至今年1月,百度信誉V已经覆盖了全部商业推广结果,正在逐步延伸到自然搜索结果。目前,百度已经对近300万个网站实现加V,搜索结果页首页加V覆盖率已经达到30%。对商业机构,百度将与第三方认证机构合作,结合网民评价进行加V。

如果用户访问搜索结果页中加V网站被骗,无论商业推广结果还是自然搜索结果,一律可获全赔。不过用户需要注意的是,当消费者通过百度搜索进行网上交易时,需要注册并登录百度账号,若遇到受骗情况才可获得百度全额赔偿。

网络欺诈成为互联网第一公害,让消费者没有“安全感”,不仅直接威胁普通用户的生活,也妨碍了互联网的可持续发展。网络安全在保证互联网公司营收以及用户、消费者权益方面有着重要作用,还能促进互联网的可持续发展。

网络欺诈成为互联网第一公害,让消费者没有“安全感”,不仅直接威胁普通用户的生活,也妨碍了互联网的可持续发展。网络安全在保证互联网公司营收以及用户、消费者权益方面有着重要作用,还能促进互联网的可持续发展。

网络欺诈成为互联网第一公害,让消费者没有“安全感”,不仅直接威胁普通用户的生活,也妨碍了互联网的可持续发展。网络安全在保证互联网公司营收以及用户、消费者权益方面有着重要作用,还能促进互联网的可持续发展。

网络欺诈成为互联网第一公害,让消费者没有“安全感”,不仅直接威胁普通用户的生活,也妨碍了互联网的可持续发展。网络安全在保证互联网公司营收以及用户、消费者权益方面有着重要作用,还能促进互联网的可持续发展。

网络欺诈成为互联网第一公害,让消费者没有“安全感”,不仅直接威胁普通用户的生活,也妨碍了互联网的可持续发展。网络安全在保证互联网公司营收以及用户、消费者权益方面有着重要作用,还能促进互联网的可持续发展。

网络欺诈成为互联网第一公害,让消费者没有“安全感”,不仅直接威胁普通用户的生活,也妨碍了互联网的可持续发展。网络安全在保证互联网公司营收以及用户、消费者权益方面有着重要作用,还能促进互联网的可持续发展。

医药广告虚假现象频出

■ 本报 程橙 报道

食品与药品的安全一直以来都是我们所关注的重点,这与我们的生活息息相关,与健康更是有不可割舍的紧密联系。3月11日,工商总局在其网站上公布了2013年11月和12月部分严重违法广告,其中医疗药品类违法广告占据大部分。

电视上、网络上广告铺天盖地,一个接一个出现在视野中,而对广告的真实性很多人却无从判断。广告介绍得很好,尤其是医药保健和化妆品等广告,将产品的功效渲染得让观众不得不心动,然而,事实上其功效和作用是否和广告中介绍的一样,这就有待考证了。

从日前工商总局发布的公告来看,尽管在2013年3月份,工商总局与其他12个部门联合印发了《2013年虚假违法广告专项整治工作实施意见》,然而虚假广告并未就此得到遏制。去年11月和12月广告抽查的结

果显示,严重违法的名单上依旧有15个名字出现,商家因利益的驱使而做出此举,消费者的利益却受到极大的损害和威胁。

对此,工商总局表示,将继续加大广告监测检查力度,依法查处严重违法广告,严厉惩治发布违法广告的行为。

违法广告中药品类居多

近期,工商总局对2013年11月到12月全国部分电视、报纸、互联网媒体发布的医疗、药品、保健食品、化妆品及美容服务广告进行了抽查监测,发现一些存在违法行为的广告,并分别公布了15个严重违法广告。

从公告中可以看到,11月的严重违法广告包括,古方止脱生发液化妆品广告,圣高御容本草霜化妆品广告,思兰朵SR祛疤再生液化妆品广告,巢心堂阿胶囊药品广告,菊明降压丸药品广告,巢心堂(金奥力牌珍珠软胶囊)保健食品广告,创美糖力宁胶囊保

健食品广告,甘露酥丸药品广告,颐普欣舒心片药品广告,大宅门偏瘫复原丸药品广告,广州韩后整形医院医疗广告,渔夫堡藏戈胶囊保健食品广告,汉林清脂胶囊保健食品广告,肉蔻四神丸药品广告,水妍美眼霜化妆品等十五个。

其中,化妆品广告4个,食品保健类广告有4个,而医疗药品类广告有7个,占比近一半。而12月份的严重违法广告中,医疗药品类的违法广告占据的比例更高,甚至超过了三分之二。

公布的12月份违法广告也包括15个,即魔纤秀燃脂精油化妆品广告,洛橙泰石龙清血颗粒药品广告,枣庄市仁济医院胃肠诊疗中心医疗广告,天地松胶囊保健食品广告,益肾健骨胶囊药品广告,美奥口腔医院医疗广告,舒心通脉肠多糖片药品广告,圣贝牙科医疗广告,五味沙棘散药品广告,南昌韩美容整形医院医疗广告,糖尿病片药品广告,华德虫草片保健食品广告,麝香心脑乐

药品广告,新糖道组方(新糖道降糖宁胶囊)药品广告,诗兰蕊瘦脸精油化妆品广告。

其中,医疗药品类有11个,占比达到73.3%,食品保健类广告有2个,2个化妆品广告也出现在此名单中。

值得注意的是,在违法广告中,医疗药品类的广告占据相当大的比例。而医疗药品针对的医药种类也比较广泛,有口腔牙科类,美容整形瘦身,糖尿病,心脑血管病以及降血脂降血压药品、肠胃医疗等多个种类。

事实上,医药类的违法广告现象严重存在,并且屡禁不止。据统计,2013年1月至3月期间,各省(区、市)食品药品监督管理局通报并移送同级工商行政管理部门查出的违法药品广告就达到了36747条次,违法医疗器械广告也有3828条次,而违法保健食品广告也达到4834条次。

这样的数据令人触目惊心,医疗药品保健类的广告关乎生命健康,而厂商却以夸大或谎报疗效作用的方式来吸引消费者,即使