

人们永远不知道周鸿祎下一个掐架的对手是谁,也猜不到他能拉到怎样的合作对象。

周鸿祎:信息安全的搅局者

■本报记者 贺春禄

如果要问谁是中国互联网大佬中个性最鲜明的人,答案无疑是周鸿祎。

从“流氓软件之父”到“吵架王”,从病毒式搜索引擎的发明者到力推免费杀毒软件,周鸿祎单凭一己之力就搅乱了信息安全市场这池春水。

人们永远不知道周鸿祎下一个掐架的对手是谁,也猜不到他能拉到怎样的合作对象。他可以在娱乐节目中轻松地侃侃而谈,也能在网上毫不留情地炮轰对手。

日前,为了推介自己的第一本署名著作《周鸿祎自述:我的互联网方法论》,周鸿祎就找到了京东刘强东为自己站台。或许,从这本自述中我们能理出周鸿祎成功借助信息安全市场登顶的诀窍。

流氓软件之父

与李彦宏以及许多互联网业界大佬不同的是,一贯高调的周鸿祎并非海归。在1998年自立门户之前,他已是方正集团事业部总经理。但是天性不甘平淡的他,毅然辞去这一外人眼中的好工作创立了名噪一时的3721公司。

1998年正是中国互联网快速发展的关键时刻,用户使用中文上网的需求分外迫切,但是却缺乏相关的中文搜索引擎。周鸿祎准确地抓住这一巨大的需求,开发出一款中文上网软件。

但是,在选择如何推广这款软件时,周鸿祎做出了一个之后多年仍在为之“还账”的方式——即在浏览器地址栏嵌入插件,在用户打开网页或者安装软件时,3721插件便强制安装进用户的个人电脑而且无法卸载。

更被网民诟病的是,周鸿祎进而又与多个网站合作推出弹窗广告,有些弹出的窗口甚至根本无法关闭。这一手段让当时的互联网界简直“惊为天人”,一时间仿者甚多而且在他的基础上发展出间谍软件弹出广告、广告软件等方式。

3721软件的病毒式推广方式以及跟风者带来的不良影响,让周鸿祎被戴上“流氓软件之父”的

金山毒霸编年史

1994年,30岁的求伯君在广东珠海创立珠海金山电脑公司并担任董事长兼总经理,凭借写出与WORD分庭抗礼的WPS软件,而被称为“中国第一程序员”的求伯君,与中国互联网时代共同成长就此拉开了自己的创业大幕。

2000年,金山公司经历重组,求伯君任金山公司执行董事及董事会主席。在金山一系列极具影响力的作品如金山影霸、金山词霸的带动下,金山毒霸一经推出市场便受到了各界的关注,并很快被当时的网民们所接受。在1999年完全由用户评选的《大众软件》“热门软件排行榜”中,初出茅庐的金山毒霸便高居杀毒软件中的第二位。

到2000年11月金山毒霸.NET正式版举行产品发布会时,金山毒霸杀毒引擎2.0已经在网民用户中积攒了良好的口碑。但稍加分析便可知,这种好口碑源自两个字——免费。可见,早在周鸿祎祭出免费大旗之前,金山毒霸其实已经尝到过提供免费产品的甜头。

但是,在当时的互联网环境之下,金山毒霸不可能像10年后的360那般始终走“免费路线”。在与江民、瑞星的“三国混战”中,金山毒霸意外经历了升级“磁盘带毒”事件,一夜之间销量迅速下滑。

为了挽回颓势,2001年雷军等人密谋了一场“缉毒万里行”活动,并在2001年8月正式发布金山毒霸2001版本。

2002年,金山毒霸又推出影响整个杀毒行业的“蓝色安全革命”。

金山公司已经敏锐地察觉到,价格过高是阻碍用户购买杀毒软件的主要原因,“蓝色安全革命”便是其打响价格战的代名词。原本199元的“金山毒霸2003”降至50元,金山网镖由129元降至50元。这种大幅度降低利润的做法,反而刺激了杀毒市场的蓬勃发展,愿意花钱购买正版软件的网民迅速增加。

而也正是从“金山毒霸2003”开始,金山公司选择与Dr.Web结束合作,正式开始了独立创新的道路。

2007年,金山公司于香港交易所成功上市。在金山发布的2007年财报中,金山毒霸收入为1.11亿元,占到公司总收入的20%左右。2008年一季度财报显示,金山毒霸日均付费用户人数达到828万,较上年同期增长109%。其中,金山毒霸为金山软件业务贡献了绝大多数的收入。

2010年11月,金山软件旗下安全部门与可牛合并后成立了新公司——金山网络。自此,金山毒霸开始由金山网络全权管理,并且开始完全对个人用户免费开放。在搅局者周鸿祎的掺合下,金山毒霸不得不开启了全新的免费时代。

2014年3月7日,金山毒霸发布新版本,增加了定制的XP防护盾,在2014年4月8日微软停止对Windows XP的技术支持之后,继续保护XP用户安全。在21世纪第二个十年的免费时代,金山毒霸如何才能在杀毒市场中保住属于自己的一席之地?或许仍然需要时间才能给出答案。(贺春禄整理)

尴尬帽子,而且在很长一段时间里始终与他如影随形。即使在今天,仍使不少当年的网民受害者与评论人对他心存嫌隙。

周鸿祎曾说:“推广3721确实给用户造成很坏的印象,干过的事我认账。”

不过,虽然3721软件推广手段饱受争议但是效果却令人折服。这种病毒式的推广让3721迅速占领了市场,数据显示2002年3721的销售额高达1.4亿元,2003年市场占有率高达80%以上。

就在这时,2002年,半路突然生杀出两大竞争对手——具有官方背景的中国互联网络信息中心(CNNIC)与李彦宏的百度。

显然,CNNIC在市场份额上无法与3721抗衡,于是心生一计要对后者“招安”。

一开始,周鸿祎并不排斥与CNNIC合作,甚至还是比较欢迎的。但很快他发现,CNNIC的真实目的是为了拿到3721的技术,自己只能得到为期5年的特许经营权,而且收入和利润还要分给对方。换言之,CNNIC将3721和周鸿祎定位为“总代理”。

生性桀骜的周鸿祎自然不甘心就这样被CNNIC所蚕食,3721很快开始与CNNIC正面迎战。

但就在此时,那厢李彦宏却推出一款与3721如出一辙的软件——“百度搜霸”。为争夺用户浏览器那方小小的地址栏,百度将3721公司以“恶意竞争”为由告上法庭,理由是安装了3721的电脑就不能正常运行百度搜霸。

最终这场官司以百度的胜利而告终,这也成为迫使次年周鸿祎将公司卖给雅虎的最后一根稻草。2003年,3721以1.2亿美元的价格出售给雅虎,周鸿祎于第二年出任雅虎中国区总裁。

周鸿祎曾对外表示:“当年我卖3721,很多人都觉得能卖那么多钱已经很不错了,但是我觉得很挫败。因为3721没做好,3721犯了一些错误,虽然它并没有像流氓软件那么恶劣,但是确实也是(被)抹了很多黑,这是我心理上很沉重的一点。”

扰乱信息安全付费市场

在2005年离开雅虎中国后,周鸿祎又转换身份加入IDG成为投资合伙人。迅雷、迅雷、酷狗等都是他投资的项目。

但是,卖出3721而痛失中国搜索引擎市场的周鸿祎,始终没有放下自己的创业梦。2006年,奇虎360安全卫士诞生了。

在错过搜索市场后,杀人安全软件市场成为周鸿祎重新崛起的根据地。周鸿祎第一次创业成功在于推出了3721这款病毒式软件,而第二次成功却恰恰是推出专杀流氓软件的360安全卫士。为了显示与过去的截然不同,360安全卫士将自己定位为反恶意软件先锋,前身是3721的雅虎助手首当其冲成为重点绞杀对象之一,而这也直接造成周鸿祎与当时雅虎中国的掌门人马云多年不曾碰面。

周鸿祎的精明之处在于,为了能切出一块市

案例

说到2010年的中国互联网,最令网民印象深刻的,恐怕就是两位中国互联网大佬——奇虎360和腾讯上演的一场网络“斗法”,并最终因绑架广大用户为手段,沦为了一场闹剧。广大网民不得不给出“还我们个安静的网络”的呐喊。只是,谁也没想到,双方的交锋足足持续了四年。2014年2月24日,最高人民法院对腾讯诉奇虎360不正当竞争案做出终审判决,驳回奇虎360的上诉;同年4月18日,北京市西城法院对360诉腾讯名誉侵权案作出一审判决,腾讯败诉。

3Q大战源于“隐私之争”

360安全卫士是目前国内用户规模最大的网络安全软件。QQ医生是腾讯公司开发的一款免费安全软件,但起初只是作为查杀盗号木马的小工具。

直到2010年5月31日,腾讯QQ发布QQ医生第四代产品——QQ电脑管家,集成了QQ医生和QQ软件管理,而且增加了云查杀木马、清理插件等功能。这些功能几乎涵盖了360安全卫士所有主流功能。

经用户反映,QQ电脑管家为强制安装,会在开机时自动启动。基于QQ强大的用户群,QQ电脑管家迅速占据了一部分市场份额。早在QQ医生推出时,360安全卫士就会在它查询系统漏洞并安装系统补丁时,向用户提示该补丁会造成系统异常,建议用户不必安装。QQ电脑管家来势凶猛,360随即展开了反击。它公开表示,“某聊天软件”会在未经用户许可的情况下偷窥用户个人隐私文件和数据,并发布了针对QQ的“隐私保护器”工具。

360此举一定程度上引起了网民对于QQ客户端的担忧和恐慌。2010年10月27日,腾讯联合了百度、金山、傲游、可牛等公司发布了《反对360不正当竞争及加强行业自律的联合声明》一文。要求对360恶意对用户进行伺下、欺骗的行为进行彻底调查。

360并未于理会腾讯对其不正当竞争的质

询,他将病毒与木马作了区分并通过宣传首先让消费者接受了这个概念。可是,当时中国杀毒软件市场早已形成金山、瑞星、江民等几足鼎立之势,加之国外著名的卡巴斯基、诺顿等在中国多年的经营,要想再突围绝非易事。

但是,一贯不走寻常路的周鸿祎就此抛出在中国安全软件市场引起地震的“大杀器”——免费。

接地气的周鸿祎对中国网络用户的心理非常了解,长期以来,中国网民已经习惯了免费的软件午餐。如免费的QQ聊天工具就是整个腾讯公司赖以生存的基础,只有黏住用户,聚集用户才能形成商机。

当时的一套正版杀毒软件动辄几百元,对许多网民而言是一笔不凑付出的费用,因此在网上查找免费的共用软件注册码一时形成风潮。周鸿祎的免费策略一出,自然吸引了大量网民。

而且,奇虎针对网民的各种需要陆续推出了“安全浏览器”“网购保镖”“360保险箱”等全方位的产品,通过这些牢牢黏住了大量用户。

免费让中国的网民们高兴了,但其他杀毒软件公司对360安全卫士可谓恨得“咬牙切齿”。长期以来,中国信息安全市场形成的付费软件模式,被突然杀出的周鸿祎一招“免费”而轻易瓦解。

在360安全卫士的免费效应带动下,大大小小的杀毒软件纷纷无奈地随之宣布“免费”,只是宣布的时间或早或晚而已。

如2010年11月10日15点30分起,金山毒霸(个人简体中文版)的杀毒功能和升级服务永久免费;2011年3月瑞星公司宣布,从即日起其个人安全软件产品全面、永久免费。

免费是王道

那么,为什么要做免费杀毒软件?对此,周鸿祎曾经在自己的博客中表示:互联网开发产品的成本大体固定,而通过互联网将产品传送到用户手里的费用非常低,接近于零。因此,一项互联网产品或服务的用户基数越大,分摊到每个用户上的成本就越低,也趋近于零。

“免费是最好的营销手段。因为它不需要花很多的广告去做推广,本身就能形成口碑。免费也是一种有效的竞争手段,现在在我们说起互联网免费都觉得是理所当然。但是,5年前我在鼓吹免费的时候,绝大多数人都是以质疑的眼光看待360的免费安全。我们推出360免费杀毒,有竞争对手建议国家有关部门查一查周鸿祎是不是在搞倾销。”

国内几大杀毒软件公司不仅被奇虎360推向免费时代,而且与“吵架王”周鸿祎也发生不少著名的纠纷与骂战事件:2008年7月瑞星公司宣布,推出个人版最新杀毒软件,防火墙与卡卡6.0捆绑的一年免费服务时,就炮轰奇虎360欺骗用户。随后,奇虎360展开激烈回击,双方你来我往展开激烈“嘴仗”。

2009年,金山毒霸推2010版新品以及免费

持续四年的3Q大战

■ 谷兰

疑,并在两天后继续推出了一款名为“360扣扣保镖”的安全工具。该工具被称可全面保护QQ用户的安全。

11月3日,腾讯发布了《致QQ用户的一封信》。腾讯表示,360扣扣保镖是“外挂”行为,它改变了QQ的安全模块,导致了QQ失去安全保障功能,在360软件运行环境下,腾讯无法保障QQ账户安全。因此,腾讯决定,在360停止推广扣扣保镖之前,如果用户需要运行360软件,则无法使用QQ。

腾讯此举令业界和广大用户始料不及,至此3Q大战达到了最高潮。

尽管此后,在国家相关部门的强力干预下,双方均发表公开信,表示愿意搁置争议,“扣扣保镖”软件在其官网悄然下线,QQ与360也很快恢复了兼容。但这样一场技术争斗,最终不可遏制地演变为一场牺牲了用户自由的闹剧。

迟到的裁决

3Q网络战偃旗息鼓,法庭之争则一直持续到今年4月才落幕。

2010年10月14日,针对360隐私保护器曝光QQ偷窥用户隐私事件,腾讯正式宣布起诉360不正当竞争,要求奇虎及其关联公司停止侵权、公开道歉并作出赔偿。2011年9月29日下午,北京市第二中级人民法院宣布腾讯公司诉“360隐私保护器”侵权案的终审判决结果。判定奇虎360构成不正当竞争,并在判决生效起30天内,在360网站的首页及《法制日报》上公开发表声明以消除影响,并赔偿原告腾讯经济损失40万元。

与此同时,奇虎360以腾讯滥用市场支配地位为由将其告上法庭。该案索赔金额超过1.5亿元,是迄今为止我国互联网领域诉讼标的额最大的垄断案件。因此,也被称为是中国“互联网反垄断第一案”,业界关注度可想而知。

但2013年3月28日上午,广东省高级人民法院一审驳回了奇虎公司全部诉讼请求,判定腾讯公司不构成垄断。本案最终经过二审和终审,最



周鸿祎

图片来源:百度图片

“云查杀”时也与奇虎360发生激烈口水战。随后,360介入著名打假人士王海揭露金山涉嫌虚假宣传的事件,接着又升级为两家产品互相卸载的事件。

而在争取客户端流量时,2010年周鸿祎与马化腾展开了一场震惊中国互联网的“3Q大战”。

一贯善于模仿的腾讯自然没有放过360安全卫士,2010年所推出的QQ医生版本涵盖了360所有主流功能,用户体验更是极其相似,而且通过QQ让用户强制安装。

凡被腾讯盯上并模仿的应用,几乎最后都败给了它的“山寨版”。前车之鉴让周鸿祎如临大敌,立刻发布直接针对QQ的“隐私保护器”,宣布QQ在未经用户许可的情况下偷窥用户个人隐私与数据,随后又推出宣称全面保护QQ用户安全的“360扣扣保镖”。

2010年11月,腾讯发出了那封著名的“艰难决定”的公开信,宣布在装有360软件的电脑上将停止运行QQ,只有卸载后才可登陆。作为回应,360当晚表示保证360和QQ可以同时运行,并下线了“扣扣保镖”。

这场轰动整个中国互联网的纠纷直到政府的介入才算告终。曾经被以为会在数月内倒下的奇虎360,却挺过了此次与“巨无霸”腾讯的恶战,并收获了不少网友的支持与流量。

百度、马云、腾讯,再加上同行是冤家的瑞星、金山等等,高调的周鸿祎几乎“吵遍”国内知名互联网企业圈,“吵架王”的头衔绝非浪得虚名。但吵来的关注度和用户流量才是周鸿祎真正的目的。

聪明的周鸿祎深知,只要通过客户端软件黏住用户后,流量变现便是板上钉钉的事情。

2011年,当时奇虎的招股说明书中显示,2010年公司源于网络广告的收入为3882.6万美元,占总收入的67.3%,而这些就是变现的流量。

2011年3月30日,周鸿祎的奇虎公司在纽交所成功上市并获得40倍超额认购,当时市值已经超越搜狐,位居中国互联网企业第六位。

如今,以信息安全起家的奇虎360又将目标放在开放平台的建设上。虽然拥有与腾讯、百度、淘宝接近的用户数量,但是收入却与之相去甚远。如何找到新的成功模式,是周鸿祎最大的难题。而开放平台便成为奇虎360的重点,今后其战略布局将会从安全领域向整个互联网桌面转变,搭建应用服务的完整生态圈。

反垄断之路

终被判维持一审法院判决。奇虎360构成不正当竞争,并赔偿腾讯500万元的经济损失。

奇虎360对此表示遗憾。不过,就在2014年4月18日,北京市西城法院对360诉腾讯名誉侵权案作出一审判决,腾讯因3Q大战期间发布虚假信息诋毁360,被判败诉,法院判定腾讯在其官方网站向360公司公开道歉7天。这场胜诉也被看成是奇虎360在3Q大战中艰难扳回的一局。

反垄断之路

360与QQ之间这场所谓的竞争,从一开始就已经超过了公正公平的界限。有经济学家指出,不论是360还是腾讯,都是违背基础商业伦理的不良行为。

本该从最初就通过法律途径解决的问题,却以牺牲用户的权利为代价,逼迫用户作出二选一的抉择,这是3Q大战最遭人诟病的地方。对此,法律专家认为,腾讯的作法一方面剥夺了消费者的选择权,一方面没有尽到保持其服务延续性的义务。

当时,搜狐CEO张朝阳就在其微博直言:“抄袭和垄断已成为中国互联网产业发展最大的问题。”

评论人士表示,多年以来,正是欧盟反垄断监管机构不断地对微软的业务和产品进行审查,才迫使微软同意取消Windows操作系统和IE浏览器的绑定,解除对IE的垄断地位。腾讯近年来发展了众多互联网业务,对其想要垄断市场的质疑始终存在。业界呼吁,第三方监管应对有意识地进行公司的支配力量,垄断市场,甚至为此威胁用户的行为给出严厉的惩罚。

显然,3Q大战并没有在实质上影响360或者腾讯的发展,他们的市值惊人上升。但在这四年中,没有任何抵制和制裁能力的网民究竟多大程度上改变了自己的弱势地位,能够发出强有力的呼声,互联网垄断势力究竟在多大程度上有所削弱。恐怕,这将是中国互联网下一个二十年依然需要面对的重要问题之一。

言论

黑客(hacker),对于大多数网民而言已经不是一个陌生的名词。作为一个特殊的社会群体,黑客等于计算机高手的代名词,在欧美等国已有不少完全合法的黑客组织并经常召开技术交流会——早在1997年,多达四五千名的全球黑客就在美国纽约召开了世界黑客大会。

中国互联网诞生距今已整整二十年,但是中国黑客的历史却比这更久远。1993年,中科院高能物理研究所一个试验性质的网络被某位欧洲黑客发现并成功闯入,成为中国首个有记载的黑客案例。1997年,中国最老字号的黑客组织“绿色兵团”正式成立,之后万涛创立的“中国鹰派”、林勇创立的“红客联盟”也先后成立。

中国黑客首次粉墨登场始于1998年印尼排华事件,大批愤怒的黑客对印尼网站发起了攻击。从这一年到2001年,前后共发生6次中国黑客大战。2002年以后,这种大规模的有组织攻击便与中国互联网世界渐行渐远,大多数黑客们对于这种冲动发泄的方式已经不再热衷。

其中,有相当一部分黑客对制造网络病毒产生浓厚兴趣,从而与中国各大杀毒软件形成相生相克,但又互相依存的奇妙关系。严谨地说,这部分专门从事网络破坏工作的人更多地被称为骇客(cracker),与真正具有建设性的黑客有着本质的区别。他们制造网络病毒的初衷,纯粹出于商业目的或者一己破坏欲。

《瑞星安全报告》指出,中国互联网上的病毒地下交易市场已经形成,国内每天出现的成千上百种病毒中,大部分为木马与后门病毒。骇客窃取的对象包括QQ密码、网游密码、银行账号、信用卡账号等,每年产业链产生的整体利润预计高达数十亿元。

2006年10月16日由25岁的湖北人李俊编写的熊猫烧香病毒,令成千上万的中国人印象深刻。

被反病毒工程师们命名为“尼姆亚”的熊猫烧香是一种经过多次变种的蠕虫病毒,在2007年1月初开始大肆攻击中国互联网,它能感染系统中exe、com等文件,还能终止大量的反病毒软件进程并且删除扩展名为gho的备份文件。被感染的用户系统中所有.exe可执行文件全部被改成恶意可拘的熊猫举着三根香的形象,短时间内可感染数千台计算机,甚至可能导致网络瘫痪。

此时恰逢太平洋海底光缆故障,国外杀毒软件无法在中国及时升级更新,国内瑞星、江民、金山等各大杀毒软件公司针对熊猫烧香紧急研发推出专门的专杀工具。虽然熊猫烧香最终被联手扼杀,但是对用户带来的影响非常严重与深远。

如今,许多从事信息安全企业级专业运作的就来自黑客的队伍。数据显示,中国黑客技术团队约为100个,所有站点注册人员约5万,大约30%的技术人员最终进入了信息安全领域。黑客与维护网络信息安全者之间的战争,已经开始部分演变成黑客与“洗白者”之间的博弈。对于中国互联网而言,与黑客的战争势必无法避免,只有正面迎战方能占据先机。



图片来源:昵图网

黑客的战争

■ 郭湘