

# 卡巴斯基与赛门铁克上政府采购黑名单 国内杀毒软件市场重排座次

继中央采购禁用微软Windows 8、央视警告iPhone定位功能泄密后，政府又一记信息安全升级重拳。

2014年8月3日《人民日报》Twitter发帖称：“中国政府采购部门已将赛门铁克和卡巴斯基从安全软件供应商的名单中剔除。”随后表示：“政府办公室批准使用的五个杀毒软件品牌分别为：奇虎360、启明星辰、北京江民、冠群金辰和瑞星。”据悉，这是政府第一次采用清一色国产品牌的杀毒软件。

记者翻阅，发现消息来自7月31日，中央政府采购网发布了《2014年信息类产品协议供货软件采购项目(总第二十一期)中标公告》。五家国内厂商中标，其中360中标一款产品，冠群星辰5款，江民4款，瑞星5款，金山4款。

## 杀毒软件国内外市场有别

虽然同时被列入采购黑名单，但对于卡巴斯基及赛门铁克的影响不尽相同。前者主要专攻个人市场，后者则长于企业市场。

卡巴斯基就此事件对记者表示：“目前并没有任何证据表明卡巴斯基产品被政府禁用。现阶段中央采购网暂时取消了所有国外安全供应商资质，只保留了国产安全供应商。但此变化只涉及中央政府采购预算范围内的中央国家机构，地方政府和国家企事业单位等并不在此规定范围之内。”卡巴斯基媒介负责人王蕊一直强调对公司民用市场是否有影响尚不得知。

同时，卡巴斯基还强调其一直与相关政府部门保持良好的沟通协作，在各项重大病毒疫情防治和保卫项目中作出了重要贡献，“目前正在积极跟有关部门进行沟通，希望可以早日重新成为中央网站供应商”。

杀毒软件市场，显然国内外市场有别。在国际市场上，杀毒软件品牌可以分为三大阵营，Symantec(赛门铁克)、Mcafee、Trend、Sophos、熊猫等以年度销售额上亿美元而属于第一阵营，其中Symantec超过10亿美元；卡巴斯基(kaspersky)、安博士、NOD32等则以数千万美元并且在国际市场具有重大影响而进入第二阵营；其余如瑞星、江民、金山等以销售额略超千万美元、国际市场影响较小而属于第三阵营。



营，Symantec(赛门铁克)、Mcafee、Trend、Sophos、熊猫等以年度销售额上亿美元而属于第一阵营，其中Symantec超过10亿美元；卡巴斯基(kaspersky)、安博士、NOD32等则以数千万美元并且在国际市场具有重大影响而进入第二阵营；其余如瑞星、江民、金山等以销售额略超千万美元、国际市场影响较小而属于第三阵营。

而从国内市场看，位置显然很不一样。据2013年赛迪顾问研究报告显示，万台终端以上大企业中，37%选择了360，赛门铁克以19%紧随其后，卡巴斯基市场占比不足10%。

## 市场重新排座次

卡巴斯基与赛门铁克上政府采购黑名单，对国内杀毒软件品牌，无疑是一大利好。金山安全副总裁张旭东称，这次政府采购名单里确实没有外资厂商，但五家国内厂商名单有误，名单中的启明星辰并没有被选用，而是金山安全。

张旭东称：“政府市场与个人市场有明显

的区别。个人市场要求接入互联网，靠定时补丁、查杀病毒形式保护，但另一方面，它总会利用互联网叠加很多应用，对于企业级安全不是很有利；而政府市场一般是企业内网的集团化管控，要求安全软件越少越好，利用黑名单形式进行安全防范部署，它不只是一个杀毒软件，还是一套一体化安全解决方案。”

“民用市场关心实际效果与用户体验，而政府则关心产品的可控合规。”360企业安全负责人持同样观点。即使以“免费应用+增值服务”见长的360在政府市场同样以封闭的产品收费形式盈利。“安全和高精尖技术向来是有国家属性和民族属性的。因为这些技术不但关系着企业安全，与国家安全也息息相关。在世界范围内，各国对其他国家在安全问题上都是区别对待的。”

他认为，政府这次没采用国外厂商主要是信任问题。“国外安全厂商历史悠久，经验丰富，产品和方案都更成熟，但是，这些公司的核心技术和核心团队不会放在中

国，一方面无法快速响应国内的安全威胁变化；另一方面，政府无法对其源代码进行完整的安全审计，由此产生信任问题。而360以服务国内网民为主，所有的技术支持团队、安全威胁发现和分析团队都在国内。”

猎豹移动安全专家李铁军补充说：“政府市场要求的是‘自主可控’，很多时候带有政治目的，并不是说国内厂商就没有安全漏洞。这与前段时间政府禁用win8类似，安全软件在系统底部权限很大，若出现信息泄露，危险程度不亚于操作系统。”

其他两家入选的国产厂商江民、冠群星辰均不在政府市场前十名之列，此次入选中央机构采购名单除了实际销售额提升，其带来的“背书”效应将有望提升其在该行业中的地位。而另外两家没有遭受“禁用”传言的国外厂商McMfee及趋势(Trend)在政府市场份额分别为20%及10%，这两家国外厂商受到的冲击反而更大。

南都供稿

# 李东生谈转型：TCL已参股地方银行 形成多媒体和通讯两大产业布局，下月将携手腾讯，推微信电视

“产能过剩，产品同质化严重，互联网企业的冲击，这些确实挤压了传统家电企业的利润空间。”TCL集团董事长李东生昨日接受记者专访时表示，TCL正在从工业企业转身，试图建立极致体验的产品能力、应用服务能力和金融服务能力。“TCL第三方支付平台、小额贷款平台均在加速布局，TCL还参股了地方银行。”

TCL多媒体CEO郝义则向记者透露，TCL将携手腾讯，于9月推出独家深度定制产品“微信电视”。

## 构筑金融业务板块

乐视、小米大军压境，TCL转型求变。李东生昨日向记者表示，目前TCL多媒体和通讯两大产业都成立了各自的互联网业务中心，在集团层面成立的O2O公司基本完成了组织架构重组，目前正在进行“铁粉”平台和可视化信息服务系统的搭建，预计11月可全面运作。

“互联网企业的盈利方式不是来自产品销售，而是来自服务，这给了传统家电制造企业很大压力。而TCL建立自己的应用服务能力和金融服务能力需要时间。”李东生透露，TCL已成立金融服务公司以及小额贷款公司，并参股地方银行，以建立自己的金融业务板块。

今年2月，TCL集团宣布正式发布互联

网转型时代下全新的经营转型战略——“智能+互联网”与“产品+服务”的“双+”战略。这一转型战略的发布标志着TCL集团从过去经营产品到经营用户的重大策略改变，也意味着TCL集团互联网化之路正式启程。“转型的最大困难在于突破固有模式，在组织、系统、文化等多方面全面转型，要有打持久战的准备。”李东生说，按照计划，TCL要在5年内实现“1亿家庭用户+1亿移动用户”。

## 进军娱乐科技

TCL多媒体CEO郝义更透露，TCL将于下月推出“微信电视”。这也是继2012年TCL与腾讯推出“冰激凌电视”后的又一次跨界联盟。

郝义称，“微信电视”将催生出顶级的多

屏互动应用，譬如你在手机的微信上说一句：“我要看某部大片”，在TCL电视上就会弹出这部影片；再如你想和朋友聊某个最热门的电视剧，在电视上就会出现微信朋友圈，可以边看边聊。

“大屏上会产生很多杀手级应用，视频、音乐、游戏、教育生活，各个板块都会有杀手级应用，关键是找到好的商业模式。”郝义透露，除微信电视外，TCL 10月将上线全新的教育平台；12月上线生活服务平台，下半年还会推出全球播、在线院线等全新业务模式。预计2016年能够实现服务收入超过1.5亿元，将TCL多媒体打造成为产品+娱乐内容及服务的集成商，成为一个“全球化的娱乐科技企业”。

南都供稿

## 传爱奇艺投资华策影视 BAT影视业布局初显

日前，有传闻称百度旗下爱奇艺将投资中国最大的电视剧制作公司——华策影视。据爱奇艺内部人士称，在投资华策之后，双方可能会成立合资公司。

爱奇艺在回应记者采访时称，目前尚无更多内容可以透露。而华策相关负责人则表示，公司将于复牌时发布公告，统一公开相关信息。

7月17日，爱奇艺宣布成立爱奇艺影业公司，宣布未来一年内将与国内外电影公司联手，联合出品7部国产电影和1部好莱坞电影。目前看来，爱奇艺的制作能力还未成熟，华策接手国产电影部分的可能性非常之大。

华策影视2014上半年财报显示，公司实现营业收入7.69亿元，比上年同期增加72.24%，营业利润2.43亿元，比上年同期增长51.53%。虽然电视剧业务仍是主要营收来源，但近两年华策已经开始将重心慢慢转向电影。值得注意的是，爱奇艺若此番成功入局，加上之前腾讯投资华谊兄弟，阿里投资文化中国，这意味着BAT在影视行业的布局逐渐清晰。

南都供稿