

安全软件进入“免费”时代 “收费杀毒”走钢丝

■ 本报记者 杨颖 魏央央

从2009年奇虎360宣布360杀毒软件永久免费,到2010年金山毒霸宣布免费战略,再到2011年3月18日瑞星宣布个人安全软件产品全面、永久免费,至此,除了依然坚守传统的巨头江民科技,国内主流个人安全软件已经基本实现免费。当盛极一时的收费模式成为历史,“免费”时代安全软件的竞争将更加激烈,如何找到自己的运营模式成为安全软件企业面对的重要课题。

专家指出,免费只是一种吸引消费者的方式,起的是“敲门砖”的作用。敲开市场大门之后,只有拥有自己想法,找到正确运营模式的企业才能最终生存下来,否则就会成为他人的“铺路石”,并最终被市场淘汰。

“免费杀毒”缔造财富神话

用5年的时间积累3亿多用户,并于今年3月底正式在纽交所挂牌交易,喜欢打破规矩的奇虎360再一次证明,360模式(免费模式)切实可行。

上市当天,360的股价大涨,收盘时市值甚至超过了中国互联网七雄中的搜狐和盛大。业内人士指出,“免费杀毒”是360的“王牌”,为其在短时间内成功吸引到大量客户,迅速占领市场立下了汗马功劳。

不过,有关专家也表示,虽然“免费杀毒”在360缔造财富神话的过程中发挥了不可忽视的作用,但这并不是360取得

成功的全部原因。天津财经大学经济管理系副教授夏春子告诉记者,互联网经济是用户经济,只有用户广泛、用户黏性高的企业才能在互联网经济中取胜。从这个角度来看,“免费杀毒”这张“王牌”确实让360占尽先机,然而,免费也意味着会牺牲部分业务利益,如果没有全面的考量,360无法走到今天。

“考虑到大多数客户对广告肆虐的反感,360曾率先在行业内剔除广告窗的强行弹出,这种细微处的精心照顾必然会增加更多的客户。”夏春子说,“表面上看,是敢为天下先的免费策略帮助360赢得了用户,但事实是,360做到了把客户的需求和体验放在第一位,这才是360能够得到用户支持和信赖的根本原因。”

夏春子还表示,除了为客户考虑,360模式的成功还在于它找到了自己的盈利模式。即从安全领域向整个互联网桌面管理转变,通过提供网络入口、网络安全、软件管理以及由此衍生出来的娱乐、购物等多项服务实现多重盈利。

专家提示,“免费杀毒”确实为360带来了更多的客户,但360模式最终能够成功,依靠的是研发、更贴近客户的产品和成熟的盈利模式。宣布免费不能提高企业的竞争力,财富神话也很难再现,学习360模式要学到精髓,如果只是“被动”免费,自然会“被迫”淘汰。

“收费杀毒”面临生存压力

随着中国安全软件市场主力品牌

纷纷宣布免费,江民科技成为了国产杀毒软件中坚守个人安全市场收费杀毒服务最后的力量。专家表示,虽然今后个人用户的杀毒软件免费会成为一种趋势,但江民的“收费杀毒”仍有可能成为一枝独秀,继续与其他安全软件企业同台竞技。

天津大学计算机技术应用专业博士王森分析,360的“免费杀毒”已经改变了国内个人用户安全市场,如果江民仍然坚守“收费杀毒”,可以考虑提升对高端客户的服务,专做高端个人杀毒软件。

“不同的用户,需求是不一样的。免费杀毒软件的功能相对有限,很难满足一些高端用户的需求。”王森说,“只要能够针对这些用户的需求,量身打造适合他们的杀毒产品,就能从价格战争中解脱出来,开辟‘收费杀毒’的新天地。”

不过,王森指出,开发高端市场需要大量的资金以及优秀的程序员,研发投入会相应加大。此外,杀毒软件不仅是一种产品更是一种服务,需要企业不断的开发和升级,有了“免费杀毒”作比较,用户对“收费杀毒”的要求会更高,企业的压力也会更大。

此外,一些专家还表示,中国的电脑用户安全软件装机已接近饱和,每年新增的市场份额有限。相比之下,中国的移动互联网市场更为广阔。虽然,移动安全领域更为复杂,但却是未来的发展方向,如果能够占领这个市场,或许安全软件企业就可以创造新

的财富奇迹。

明确模式定位最关键

业内人士分析,瑞星、金山、江民三家分晋的时代已经远去,传统安全软件巨头们早已风光不再;急速跃升的360虽然风头正盛,但随着国内主流个人安全软件基本实现免费,360的客户资源极有可能被分割,未来,国内安全软件市场的竞争将更加激烈。

王森告诉记者,免费是一把双刃剑。虽然,它可以迅速吸引大量用户,但是,一旦出现问题,也极易遭到用户抛弃。随着免费个人软件越来越多,消费者的选择范围也逐步扩大,要想在竞争中打败对手,各企业还得多多修炼“内功”,在提高软件杀毒效果上多下功夫。而除了提高产品的品质,尽快明确自己的模式定位也十分关键。

业内人士表示,在免费模式方面,360横向布局的思路值得借鉴。即拓展多个业务渠道,然后,依托“免费杀毒”积累的用户群,实现多重盈利。不过,专家提示,在拓展业务渠道方面,各安全软件企业要开发新的思路,以免陷入不必要的同质化竞争。

王森指出,目前,高端安全软件市场存在部分空白,如果企业可以纵向发展,主攻“杀毒”,也是一种很好的思路。

财经观察

财经动态

长虹自主创新 跨入基础项目研发“国家队”

近日,在“十一五”国家重大科技成就展上,长虹“轩辕”数字电视嵌入式软件平台,作为中国首次完全针对数字电视环境研发的智能家电嵌入式软件平台,在“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品重大专项(以下简称“核高基”)展台隆重展出。

据长虹技术中心基础技术研究所所长展华益介绍,近年来,长虹紧密围绕创新型企业发展,打造知识产权平台,在新型平板显示器件、移动数码等领域进行了有针对性的自主创新,涵盖了集成电路、嵌入式软件、工业设计、工程技术等核心技术。

“长虹每年投入研发经费的比例均超过销售收入的5%。”展华益说,“长虹等离子显示屏行列驱动芯片、数字电视嵌入式软件平台、数字电视SoC芯片等三大项目入选国家‘核高基’科技重大专项,不仅使长虹在数字电视、三网融合等方面占得先机,也标志着长虹在基础技术研发方面跨入了‘国家队’。”

世纪佳缘拟登陆纳斯达克 初步计划融资1亿美元

日前,婚恋网站世纪佳缘向美国证交会提交了招股书,计划在纳斯达克进行IPO(首次公开募股)。如果进展顺利,世纪佳缘将成为国内第一家上市的婚恋网站。招股书显示,该公司代码为“DATE”(约会),初步计划融资1亿美元,美银美林和花旗将担任此次IPO主承销商。

根据艾瑞调查数据,2010年世纪佳缘用户平均每天花费11分钟,浏览22个世纪佳缘网页,在当年中国所有婚恋网站中排名第一。招股书中显示,截至2011年3月31日,世纪佳缘注册用户总数为4020万,第一季度平均活跃用户账户约占其中的十分之一。

据了解,世纪佳缘IPO最大的亮点是用户的数量及“中国最大婚恋交友网站”的光环。虽然每季度该网站的营收不过几百万美元,规模相对较小,但其毛利率非常可观。

不过,世纪佳缘也在招股书中承认,其成立时间短、商业模式较新,存在盈利前景难以评估等问题。此外,如何将普通用户成功变为收费用户、营销和广告投入的增长也是其面临的重大挑战。

2010年民企“领跑”薪资涨幅 国企涨幅最低

近日,《2011中国薪酬白皮书》披露,去年中国民企人均薪酬增长率最高,外企次之,国企涨幅最低。这一局势改写了此前两年国企薪酬涨幅居前的历史。

据了解,这份调查是以北京、上海、广州、深圳等一线城市为中心,对包括富士康、海尔、IBM、广州本田、北大方正、宗申集团在内的1551家中外企业进行薪酬调研后得出的结果。结果显示,去年中国企业人均薪酬增幅12.34%,高于2008年11.65%和2009年7.8%的增长率。

在薪酬的一片“涨”声中,民营企业的增长最猛,增幅达13.12%。业内人士表示,多数民企处在制造业或服务业的低端,技术含量低、利润薄、对普通工人需求量大是其普遍特点。受2010年全国各城市最低工资标准上调和劳动力短缺的影响,被动涨薪是民企薪酬增长最高的主要原因。

调查同时指出,薪酬的增长趋势将在2011年持续。在接受调查的企业中有23%的企业将在2011年采取全员涨薪的薪资调整方案,38%的企业将对大部分员工涨薪,预计今年人均薪资增幅将达12.66%。

35家乳企签约不涨价

“不囤积居奇、哄抬物价,不以非法手段垄断商品价格……”这是近日中国奶业协会向全行业发出的倡议。日前,三元、伊利、蒙牛等35家企业均表示响应。

据了解,最近乳制品行业成本上涨,有涨价压力,因此,奶业协会发起这个倡议。此次倡议着重规范乳制品企业的自身行为,要求企业维护合理价格水平,不搞以假充真、以次充好、短斤缺两等价格欺诈或变相涨价。

中国奶业协会建议,企业应通过改进生产经营管理、优化产品结构等方式,化解成本上涨压力,在获得合理利润的同时,维护乳制品市场价格基本稳定。

此外,协会要求企业准确发布与宣传产品信息,杜绝误导消费者的各种虚假宣传,同时希望乳制品企业善待奶农、善待消费者、善待同行。

(本报综合报道)



食品企业既要尊重法律也要守住良心

■ 杨 颖

“瘦肉精”、“染色馒头”我们还没“消化”,“牛肉膏”、“毒粉条”已经接踵而来……

短短一个多月的时间,如此多的食品安全事件曝光,令消费者唏嘘:“食”面埋伏,防不胜防。

近日来,在食品生产经营中违法添加非食用物质和滥用食品添加剂等影响食品安全的突出问题,已经引起了各相关部门的高度关注。食品安全事件曝光后,国务院办公厅连续发文,对打击非法食品添加剂进行全面布控。同时,为严厉打击食品生产经营中违法添加非食用物质、滥用食品添加剂以及饲料、水产养殖中使用违禁药物等行为,卫生部、农业部等部门根据风险监测和监督检查中发

现的问题,不断更新非法使用物质名单。至今,已公布食品和饲料中非法添加物质共151种,包括47种可能在食品中“违法添加的非食用物质”、22种“易滥用食品添加剂”和82种“禁止在饲料、动物饮水和畜禽水产养殖过程中使用的药物和物质”。此外,各部门也提醒食品生产经营者和从业人员严格守法,按标准生产经营,警示违法犯罪分子法网恢恢,不要存侥幸心理,并欢迎和鼓励任何单位、个人举报其他非法添加的行为。

诚然,加大打击力度,法治引导;加大相关职能部门的监测和检验力度十分必要,但作为标准的执行者,食品企业自身的作用也不容忽视。食品会对消费者的身体健康产生直接影响,食品企业必须时刻谨记,不认真执行标准,必会受到法律的惩罚;严格执行标准不仅是法律义务,也是企业必须承担的责任。

事实上,与各相关部门的积极关注相比,食品企业的确显得有些被动。如今,一些食品企业已经产生了“标准主义倾向”,即,只要添加剂的生产和使用符合食品安全标准,就是被允许的;只要没有对人体健康构成直接威胁,就是可以接受的。所以,大规模的食品安全事件发生后,大部分相关企业除了澄清自己的产品是严格按照标准生产的,对人体没有直接危害外,并没有更多的动作。据媒体报道,4月16日,广西一家高校召开食品行业年会,希望邀请南宁市龙头企业参与食品培训,以提升质量打造品牌。南宁市质监局向市内35家企业发出

了该活动的通知,但这场并非强制参加的培训,最终只有3个企业派人到场。“标准主义倾向”正蚕食着食品企业的良心及其发展的动力。

表面看来,不触犯法律,在法律规定的范围内追求利润最大化,这样做企业并没有错。然而,严守最低标准会将企业置于一种非常被动的局面,对企业的长远发展也没有益处。实践证明,要想在残酷的市场竞争中存活下来,必须要永远跑在对手前面。因此,只有永远把自己的标准定在大部分企业遵守的标准之上,企业才能在竞争中生存下来,有更大的发展。

而除了用较高的标准要求自己,企业,尤其是食品企业,还要守住自己的良

心。正所谓己所不欲勿施于人,食品是要入口的,只有自己能吃,才能卖给消费者。政府出台的添加剂使用标准,往往只是单个项目的检测标准,但单个项目检测合格并不表示综合检测不会超标。有良心的食品企业会做到,永远将食品安全置于利益之上,坚持履行“能不用添加剂就不用添加剂,能少用添加剂就不多用添加剂”的原则,尽可能坚持传统工艺和原汁原味。其实,越是在市场经济之下,企业越是要留着道德的血液。短期来看,企业也许会为之付出高额的成本,但未来必将获得更高的收益。

治理之道

