

黑客窃取网站数据库(刷库)是最近几年非常流行的攻击方式,黑客刷库的危害已经远远超过了盗号木马。在目前被盗号的网民群体中,80%以上是因

为黑客刷库后获取了网民的账号密码数据。

互联网爆发大规模用户密码泄露

疑遭黑客攻击涉及用户可能过亿

■ 高少华 陆文军

国内最大的程序员社区 CSDN 网站因遭遇黑客攻击,600 万用户的登录名及密码日前被公开泄露,随后又有多家网站的用户密码被流传于网络,连日来引发众多网民对自己账号、密码等互联网信息被盗取的普遍担忧。

针对这一网络信息安全事件,专家表示目前国内互联网行业的信息安全不容乐观,随着网络日益渗透到社会生活的各个方面,增强网络信息安全意识、提升信息安全防范措施变得尤为迫切。

过亿用户密码遭泄露

CSDN 网站近日发布声明,称公司超过 600 万个注册邮箱账号和对应明文密码被黑客盗取并泄露,部分用户账号面临风险,网站将因此临时关闭用户登录。

CSDN 方面表示,经过初步分析,遭黑客泄露的数据是 2009 年 CSDN 作为备份所用,目前还不知泄露原因,公司已向公安机关报案。CSDN 消息宣布后立刻在网络上引起轩然大波。然而紧随其后,又有包括人人网等在内的多家网站的“密码集”被先后公布在网络上,波及国内更多的互联网用户,使此次用户密码泄露事件进一步升温。

互联网安全企业奇虎 360 公司副总裁石晓虹在接受记者采访时表示,通过技术验证,初步评估目前网上公开暴露的网络账户密码有 5000 多万个。除此之外,预计还有许多已被盗取但尚未被公开传播的网络用

户信息。

据奇虎 360 介绍,黑客窃取网站数据库(刷库)是最近几年非常流行的攻击方式,黑客刷库的危害已经远远超过了盗号木马。在目前被盗号的网民群体中,80%以上是因为黑客刷库后获取了网民的账号密码数据。

“互联网用户信息被盗可以说已经司空见惯,甚至许多人信息被盗还浑然不觉。”国家信息安全工程技术研究中心主任文仲慧向记者表示,随着网络应用环境的日趋复杂,企业核心数据被盗、用户数据丢失等事件频发,如何维护网站数据安全已成为信息时代难以回避的挑战。

天涯社区也被曝用户数据库遭黑客公开,涉及的用户量据称有 4000 万之多。对此,天涯方面回应,此次被盗的数据为 2009 年之前的备份数据,但尚未确认具体的泄露数据及原因。

国内网站安全形势不容乐观

在专家看来,互联网用户账号、密码信息被盗取现象,近年来在全球范围内也屡有发生。今年 4 月份,日本索尼公司约 1 亿名 PlayStation Network 网络账户曾遭到黑客攻击,该公司被迫关闭 PlayStation Network 近 1 个月时间,曾引起全球热议。

而在国内,类似行为已存在多年,甚至已形成“灰色产业链”。黑客利用网站服务器的安全漏洞,侵入相关网站,盗取用户数据库等信息,然后私下进行传播、倒卖。只是此次 CSDN 网站用户数据被盗取并被公开下载后,才在近日引发各界对这一

“灰色”领域的广泛关注。

“对于信息安全,大家以往可能只是关注电脑、手机等终端上的威胁;其实随着互联网的发展,互联网网站本身的信息安全同样重要,网站拥有大量服务器和软件,也存在安全问题。”石晓虹称。

他告诉记者,360 公司之前曾做过监测,国内网站中 60%—70%都可能存在安全漏洞,网站的安全意识和安全措施并不健全。在用户数据存储方面,目前一些大型网站采用加密存储技术,数据即使被盗取也难以破解;而一些中小型网站则相对缺少防范意识,网站一旦被黑客攻破并窃取数据,就有可能引起严重的安全问题。目前,国内中小网站的信息安全问题并不容乐观。

中国互联网络信息中心此前发布的报告显示,今年上半年,遭遇过病毒或木马攻击的网民为 2.17 亿人,占网民的 44.7%。有过账号或密码被盗经历的网民达 1.21 亿人。

上海理工大学管理学院副院长杨坚争教授认为,此次大规模的互联网用户信息泄露事件,表明许多网站的安全意识淡薄,对用户的核心数据保护不足。同时,国内的《电子签名法》迄今未能在商务领域加以应用。另外,当前社会对互联网公共安全的治理力度也有待增强。

网络安全防护亟待上台阶

“密码泄露”事件发生以来,许多网站目前已提醒用户及时更改密码,连日来众多网民也开始争相修改网站密码,但不容忽视的是仍有大量的用户隐私数据处于高危状态。

石晓虹表示,此次密码泄露反映出来的问题,不是某个单一环节能够解决,需要从多个层面来进行完善。对终端用户来说,要对自己的网站密码进行分级管理,特别是一些重要账号要单独设置密码,而且要达到一定安全强度;另外要定期更换密码。而对收集、存储海量用户信息的各家网站来说,先是要尽快检查、修复网站的信息安全漏洞,同时要重视用户数据的安全,提高对用户核心数据的安全存储和保护。

“在网络安全方面,国内立法相对还较为滞后,对黑客这种盗取网站数据的行为,目前在法律上的取证较难,犯罪成本相对较低,因此迫切需要加快信息安全立法。”石晓虹称。

上海律师协会信息网络与高新技术业务委员会主任商建刚认为,互联网时代,每个网民不应主动去搜集和偷窥他人的隐私。目前刑法修正案中对于盗取用户信息其实已有明确规定,偷窃、倒卖数据库属于违法行为,近年来国内已出现过多起因偷盗网游公司账号而受到法律惩处的案例。

杨坚争同时向记者指出,此次发生用户密码泄露的大多是一些社交类网站,但国内大量的电子商务类网站更要引以为戒,需要进行大规模的安全检查,以避免盗取密码现象蔓延到商务网站上去。

“近日国务院常务会议刚刚研究部署加快发展我国下一代互联网产业,其中提到要加快安全保障标准制定,国内互联网行业要尽快落实相关精神,努力提高安全级别,真正避免类似侵害网民利益的网络安全事件再次发生。”杨坚争强调。

房产税改革稳中求进

(上接第二版)

“但开征房地产税,不能陷入理论层面,不能就税论税,首先要明确定位。”财政部财政科学研究所副所长刘尚希认为,“在减税呼声日渐高涨的当下,将房产税定位到‘抓钱’上,只会加重公众‘税收焦虑症’,应将其定位为个人住房调节税。”

在这一定位下,房产税似乎更好理解,“一是让占有房产多的人缴税,占有越多,缴税越多;二是抑制在住房消费上的奢靡,为社会节约住房资源和土地资源。这实际上是对住房消费行为的一种调节,同时也具有对社会财富再分配的作用,还可抑制房地产投机。”刘尚希认为。

“但如果现阶段将房产税打造为地方财政收入的主要来源,与提高居民收入占国民收入比重这一战略要求相违背。”刘尚希强调。

中国社科院财贸所税收研究室主任张斌表示,房产税改革意义重大,地方政府只有通过提高公共服务水平,才能吸引更多的人来买房,这有利于转变地方政府行为模式、经济增长方式。

业内人士介绍,从世界上 130 多个国家和地区征收房产税的实践看,房产税是对个人拥有住房普遍征收,无论是增量和存量都在纳税范围内,将房产税作为调节收入和财富分配的重要工具。

复旦大学房地产研究中心主任尹伯成认为,出台房产税的主要目的并非调控房价,它仅是诸多调控手段之一。作为一种财产税,它的长远目标是调节财富分配,增加地方直接税源,逐步减少地方政府对新增土地收益的过度依赖。

“基于这一国情,中国将房产税定位为‘个人住房调节税’。同时,现在房地产市场过火火热,实体经济空心化,征收房产税是为配合房地调控,促进房地产市场健康发展。”刘尚希表示,“中国要实行有中国特色的房产税,照搬国际惯例,将房产税作为地方财政收入的主要来源不现实也行不通。”

关于房产税的调控效果,刘尚希表示,房产税主要是调控财富存量,当前还不能指望房产税调节贫富差距。

全国推广还有很多准备工作

“房产税改革试点效果不在于收上来多少税,试点本身就是经验。”刘尚希认为,根据目前我国税收征管能力,全国推广时机还不成熟,房产税改革也要“稳中求进”。

专家认为,全面开征房产税还需清除三大障碍,第一是信息障碍。由于全国房产数据没有联网,投机资金从政策执行较严的一线城市向二三线城市泛滥,从高端住宅市场流向中低端市场,导致限购、税收、贷款等调控政策落不到实处。专家指出,目前各城市已建立房地产信息登记制度,个人住房信息全国联网不存在技术障碍,房产信息全国联网将为房产税全面征收扫清障碍,也是楼市精确调控的基础。第二是法律障碍。当前要对已有的法律、法规、地方政策做一个梳理和清理,防止出现“法律打架”的现象,影响征收的权威性。第三是征收障碍。究竟是自己申报还是政府认定,滞纳金款如何处理等,都需要细化。

业内人士介绍,由于房产税属于个性化征收,因此无论国内外,房产税都是征收成本很高的税种。

虽然征收成本高,“但主要都是前期投入。”张斌表示,具备开征的条件之后,才能讨论未来怎么征收。哪个机构来做评估?如何保障评估权威性?评估过程如出现腐败谁来监督等都是问题,未来还有很多准备工作要做。

尹伯成认为,从长远来看,还应逐步适当扩大征税面。税率的制定要灵活,针对不同人群要制定差别比例税率。

“房产税属于地方税种,因此税制设计需要因地制宜,要深入总结试点城市的经验,形成各地自己的实施方案。”刘尚希表示,美国也是经过多年的摸索和总结,在积累了很多经验的基础上开始征收房产税。

2012年《中国企业家》广告刊例

(人民币元/次)

规格	尺寸	头版	2版		3版		4版		5版		6版		7版		8版		9版		10-20版		21版以后		
	(宽×高cm)	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色
头版整版	32×40	400,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
整版	32×48	---	200,000	230,000	205,000	235,000	220,000	210,000	240,000	165,000	195,000	175,000	205,000	170,000	200,000	175,000	205,000	160,000	190,000	150,000	180,000	---	---
1/2版横	32×24	200,000	100,000	115,000	103,000	118,000	110,000	105,000	120,000	83,000	98,000	88,000	103,000	85,000	100,000	88,000	103,000	80,000	95,000	75,000	90,000	---	---
1/2版横上位	32×24	---	130,000	150,000	134,000	154,000	143,000	137,000	156,000	108,000	128,000	115,000	134,000	111,000	130,000	115,000	134,000	104,000	124,000	98,000	117,000	---	---
1/2版横中位	32×24	---	120,000	138,000	124,000	142,000	132,000	126,000	144,000	100,000	118,000	106,000	124,000	102,000	120,000	106,000	124,000	96,000	114,000	90,000	108,000	---	---
1/2版竖	16×48	---	110,000	127,000	114,000	130,000	121,000	116,000	132,000	92,000	108,000	97,000	114,000	94,000	110,000	97,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	---	---
小全版	24×32	---	110,000	127,000	114,000	130,000	121,000	116,000	132,000	92,000	108,000	97,000	114,000	94,000	110,000	97,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	---	---
1/3版横	32×16	134,000	67,000	77,000	69,000	79,000	74,000	70,000	80,000	55,000	65,000	59,000	69,000	57,000	67,000	59,000	69,000	54,000	64,000	50,000	60,000	---	---
1/3版横上位	32×16	---	87,000	101,000	90,000	103,000	97,000	91,000	104,000	72,000	85,000	77,000	90,000	75,000	87,000	77,000	90,000	71,000	84,000	65,000	78,000	---	---
1/3版横中位	32×16	---	81,000	93,000	83,000	95,000	89,000	84,000	96,000	66,000	78,000	71,000	83,000	69,000	81,000	71,000	83,000	65,000	77,000	60,000	72,000	---	---
1/3版竖	10×48	---	74,000	85,000	76,000	87,000	82,000	77,000	88,000	61,000	72,000	65,000	76,000	63,000	74,000	65,000	76,000	60,000	71,000	55,000	66,000	---	---
1/4版	16×24	100,000	50,000	58,000	52,000	59,000	55,000	53,000	60,000	42,000	49,000	44,000	52,000	43,000	50,000	44,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	---	---
1/4通栏	32×12	100,000	50,000	58,000	52,000	59,000	55,000	53,000	60,000	42,000	49,000	44,000	52,000	43,000	50,000	44,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	---	---
1/4通栏上位	32×12	---	65,000	76,000	68,000	77,000	72,000	69,000	78,000	55,000	64,000	58,000	68,000	56,000	65,000	58,000	68,000	52,000	63,000	50,000	59,000	---	---
1/4通栏中位	32×12	---	60,000	70,000	63,000	71,000	66,000	64,000	72,000	51,000	59,000	53,000	63,000	52,000	60,000	53,000	63,000	48,000	58,000	46,000	54,000	---	---
1/4竖通	8×48	---	55,000	64,000	58,000	65,000	61,000	59,000	66,000	47,000	54,000	49,000	58,000	48,000	55,000	49,000	58,000	44,000	53,000	42,000	50,000	---	---
1/5版	16×20	80,000	40,000	---	41,000	---	44,000	42,000	---	33,000	---	35,000	---	34,000	---	35,000	---	32,000	---	30,000	---	---	---
1/5通栏	32×10	80,000	40,000	---	41,000	---	44,000	42,000	---	33,000	---	35,000	---	34,000	---	35,000	---	32,000	---	30,000	---	---	---
1/6版	16×16	67,000	34,000	---	35,000	---	37,000	35,000	---	28,000	---	30,000	---	29,000	---	30,000	---	27,000	---	25,000	---	---	---
1/6通栏	32×8	67,000	34,000	---	35,000	---	37,000	35,000	---	28,000	---	30,000	---	29,000	---	30,000	---	27,000	---	25,000	---	---	---
1/8版	16×12	50,000	25,000	---	26,000	---	28,000	27,000	---	21,000	---	22,000	---	22,000	---	22,000	---	20,000	---	19,000	---	---	---
1/8通栏	32×6	50,000	25,000	---	26,000	---	28,000	27,000	---	21,000	---	22,000	---	22,000	---	22,000	---	20,000	---	19,000	---	---	---
1/16版	8×12	25,000	13,000	---	13,000	---	14,000	14,000	---	11,000	---	11,000	---	11,000	---	11,000	---	10,000	---	10,000	---	---	---
1/32版	8×6	13,000	7,000	---	7,000	---	7,000	7,000	---	6,000	---	6,000	---	6,000	---	6,000	---	5,000	---	5,000	---	---	---
报花	5×3	7,000	4,000	---	4,000	---	4,000	4,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	---	---
上位通栏	32×3	50,000	15,000	---	16,000	---	20,000	20,000	---	12,000	---	13,000	---	12,000	---	13,000	---	11,000	---	10,000	---	---	---
头版导读	5×4	20,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
整版跨页	67×48	---	400,000/黑白:	460,000/彩色	---	---	---	---	---	340,000/黑白:	400,000/彩色	---	---	---	---	---	---	300,000/黑白:	360,000/彩色	---	---	---	---
分类广告	元/字	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	300元(100字以内),	超过按5元/字加收	---	---	---	---

刊登说明

◇刊登各类广告须符合《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》及相关规定

◇报社不另收广告设计费

◇刊登以刊例中的标准规格为准,特殊规格(异型)的广告在原价格基础上加收20%广告费,具体刊发以本报规定为准

◇指定版次(10版以后)在原价格基础上加收10%广告费

◇要求在7天内见报(加急广告)及指定时间刊发的广告,在原价格的基础上加收20%广告费

◇1/5版(含)以下规格要求套彩,需加收5000元/次,1、4版除外

◇广告费在广告刊出前一次结清

◇本报可接收的广告形式为:机打稿、电子图片(300dpi, tif/jpg格式)、菲林片(100线)

◇此价格2012年1月1日起执行

汇聚对企业有价值的新闻资讯