

网络安全产业迎政策利好 三年产业规模目标超2500亿元

● 本报记者 杨洁

7月12日,工信部发布《网络安全产业高质量发展三年行动计划(2021年-2023年)》(简称《行动计划》),并向社会公开征求意见。《行动计划》指出,要促进网络安全需求释放,电信等重点行业网络安全投入占信息化投入的比例要达10%。到2023年,我国网络安全产业规模目标超过2500亿元,年复合增长率超过15%。

7月12日,A股网络安全概念股全面爆发,Wind网络安全指数大涨9.23%。该指数覆盖的38家网络安全上市公司股价全部收涨。其中,奇安信、任子行、兆日科技、国民技术、美亚柏科、绿盟科技、卫士通、启明星辰、北信源等多股涨停。



视觉中国图片

促进网络安全需求加快释放

《行动计划》提出目标,到2023年,网络安全技术创新能力明显提高,产品和服务水平不断提升,经济社会网络安全需求加快释放,产融合作精准高效,网络安全人才队伍日益壮大,产业基础能力和综合实力持续增强,产业结构布局更加优化,产业发展生态健康有序。

在产业规模上,到2023年,网络安全产业规模要超过2500亿元,年复合增长率超过15%。在技术创新上,一批网络安全关键核心技术要实现突破,达到先进水平。新兴技术与网络安全融合创新明显加快,网络安全产品、服务创新能力进一步增强。在企业发展上,一批质量品牌、经营效益优势明显的具有网络安全生态引领能力的领航企业初步形成,一批面向车联网、工业互联网、物联网、智慧城市等新赛道的“专精特新”中小企业群体迅速成长,网络安全产品、服务、解决方案单项冠军企业数量逐步壮大。

在需求释放层面,《行动计划》指出,到2023年,电信等重点行业网络安全投入占信息化投入比例达10%。重点行业领域应用全面提速,中小企业网络安全能力明显提升,关键行业基础设施网络安全防护水平不断提高。

《行动计划》提出“安全需求牵引行动”作为一项重点任务,要推动电信和互

联网行业网络安全能力升级。指导电信、互联网等重点行业企业加大网络安全投入,推进网络安全与信息化同步规划、同步建设和同步使用,健全网络安全管理和技术保障体系。全面推动工业互联网企业网络安全分类分级落地实施,面向原材料、装备制造、消费品、电子信息等行业,针对联网工业企业、平台企业、标识解析企业等加强网络安全分级防护体系建设。

加强重点领域网络安全供给

5G、云计算、车联网、工业互联网等新技术新应用对网络安全提出新需求,《行动计划》将“产业供给强化行动”作为首要的重点任务,指出要加强重点领域网络安全供给。

针对5G、云计算、人工智能等新兴技术领域,《行动计划》表示要加速推动原生安全、智能编排、内生安全、动态访问控制、可信计算等技术产品研发和推广落地。针对工业互联网,强化大流量安全分析、漏洞挖掘与管理、数据融合分析、协议标识解析等能力。针对车联网和物联网,推动内生结合的轻量级终端安全产品或中间件,以及通信安全、身份认证、平台安全等防护方案应用。推动联邦学习、多方安全技术、隐私计算、密态计算、安全检索、多属协同追踪等数据安全技术研究应用。

全社会数字化转型背景下,提升数据安全防护能力十分必要。《行动计划》专

门提出实施面向新设施新要素的安全技术与产品提升工程。针对数据安全,要强化数据安全监测预警和应急处置技术,提高对终端、网络、云以及跨境等场景中数据流动和异常行为监测的广度、深度和准确性,提升事件处置智能化和自动化水平。突破数据共享安全保障技术,推动安全多方计算、联邦学习、可信计算、同态加密、差分隐私、区块链、数据水印等隐私保护和流向溯源技术实用化部署和普及应用,推动国产商用密码应用,促进数据要素安全有序流动。

此外,《行动计划》还提出实施网络安全产业资本赋能工程,探索开展网络安全保险。面向电信和互联网、工业互联网、车联网等领域,开展网络安全保险服务试点。加快网络安全保险政策引导和标准制定,通过网络安全保险服务监控风险敞口,鼓励企业构建并完善自身网络安全风险管理体系,强化网络安全风险应对能力。

网络空间已成国家安全战略高地

华泰证券谢春生团队研报介绍,继2016年底《国家网络空间安全战略》发布实施以来,网络空间安全已上升至国家战略,《网络安全法》《数据安全法》相继出台,《个人信息保护法》也在推进立法中,网络安全已成为国家安全不可或缺的重要方面。根据2020年公安部发布的《贯彻

落实网络安全等级保护制度和关键信息基础设施安全保护制度的指导意见》,公共通信和信息服务、能源、交通、水利、金融、公共服务、电子政务、国防科技工业等都纳入了关键信息基础设施安全保护制度范围,网络安全防护范围持续扩大,带动国内网安产业规模快速增长。

从全球范围看,数字化转型加快步伐也带动了网络安全需求。据Canalys统计,2020年全球网络安全产品销售额增长9.7%至533亿美元。由于近期备受瞩目的黑客攻击和勒索软件攻击激增,客户在网络安全服务上的需求将进一步扩张,预计2021年网络安全业务支出将同比增加11.4%达到593亿美元。

中国网络安全市场增速有望领跑全球,根据IDC预测,2021年中国网络安全市场总体支出将达到102.2亿美元,2020年-2024年复合增长率达16.8%。

奇安信集团副总裁、网络安全专家陈华平日前在演讲中提到,数字化发展与网络安全保障应该做到“同频共振”,才可能推动数字经济转型。他认为,网络安全是现代国际战争的新战场,直接关系到国家安全和世界格局的稳定。中国社会已经进入了网络安全的“阈值”时代,建立国家网络安全基础设施,要从国家和企业两个层面入手,进行全方面网络安全布局。当前,数据成为生产要素,解决数据安全问题,保护数据和数据应用也将成为未来网络安全的重点。

张近东辞任苏宁易购董事长

● 本报记者 潘宇静

苏宁易购7月12日晚发布公告,苏宁易购进行了董事会改选,张近东辞任苏宁易购董事长,在新董事长任命前,由任峻履行董事长职务。

公告显示,张近东于7月12日向董事会提出辞去公司董事长、董事任职以及董事会战略委员会主任委员职务;孙为民于7月12日向董事会提出辞去公司副董事长、董事任职;孟祥胜于7月12日向董事会提出辞去公司董事任职。此外,孙为民、孟祥胜辞去董事会战略委员会委员、董事会提名委员会委员、董事会审计委员会、董事会薪酬与考核委员会委员职务。

同时,苏宁易购第七届董事会第十六次会议审议通过了《关于聘任名誉董事长的议案》,同意聘任张近东为公司名誉董事长。

7月5日晚,苏宁易购发布的公告显示,公司大股东拟转让16.96%股份于江苏新新零售创新基金二期(简称“新新零售基金二期”)。在7月12日发布的公告中,苏宁易购披露,“新新零售基金二期”已全部完成公司16.96%的股份受让手续。新新零售基金二期提名冼汉迪、曹群为公司第七届董事会非独立董事候选人。淘宝(中国)软件有限公司提名黄明端作为公司第七届董事会非独立董事候选人。

苏宁易购公告,2021年第四次临时股东大会将在7月29日召开,大会将审议关于选举黄明端、冼汉迪、曹群、张康阳为非独立董事等议案。

白酒市场批价走高 中报业绩进入验证期

● 本报记者 潘宇静

“白酒生意目前还好,市场没有出现明显的变化。”接受中国证券报记者采访的白酒经销商表示,目前虽然是白酒需求的淡季,但也是做市场的旺季。随着白酒企业半年报的陆续披露,经营持续向好的白酒企业业绩将得到逐步确认。

步入做市场旺季

据中国证券报记者了解,7月12日,飞天茅台2021年原箱酒的批价已经站上3550元/瓶,环比上周上涨80元/瓶;散瓶飞天茅台的批价为2800元/瓶,环比上周上涨40元。而去年同期,当年产飞天茅台原箱酒的价格为2520元/瓶,散瓶装为2255元/瓶。

不光是茅台酒的市场价突破去年同期水平,其他高端白酒的价格同样表现坚挺。目前,第五代五粮液批价连续多日站上1000元/瓶,国窖1573的批价在900元-910元/瓶附近。

酒企看多市场心态明显。近期,青花汾酒40上市,市场指导价定为3199元/瓶,瞄准超高端市场。

上述经销商表示,目前虽然是白酒销售的淡季,但是做市场的旺季,经销商忙着将酒水产品推向烟酒店、餐饮店以及各大企业。“因为夏天一过去,就是中秋国庆,然后是春节,对白酒的需求最大。”

“渠道不缺货,一方面,厂家在淡季有意控货来维持价格刚性,高端白酒社交性极强,需求并没有减少,所以显得紧张;另一方面,高端产品除了消费与礼品属性外,还存在一定的投资属性。经过这几轮涨价,市场普遍认为名酒加持的高端产品未来价格会继续走高,因此有惜售与囤货意愿,以期下半年旺季来临时获得利益最大化。

中国酒业协会数据显示,1-5月,全国酿酒产业规模以上企业完成酿酒总产量2276.93万千升,同比增长11.80%;完成产品销售收入3786.44亿元,同比增长23.10%;实现利润总额849.08亿元,同比增长38.72%。

中报业绩预计乐观

消费市场热度持续升温,白酒行业经营环境整体向好,白酒板块的半年报成为验证行业景气度的重要窗口。

截至7月12日记者发稿时,白酒板块中共有3家酒企披露了半年度业绩预告。酒鬼酒预计,上半年实现归母净利润5亿元-5.2亿元,同比增长170.96%-181.79%;山西汾酒预计,上半年归母净利润同比增加17.66亿元-20.87亿元,同比涨幅为110%-130%;舍得酒业预计,上半年归母净利润为7.1亿元-7.5亿元,同比增长332.42%-356.78%。

舍得酒业表示,今年上半年,受中高端白酒消费市场明显回暖,公司老酒战略逐步被市场接受等因素影响,公司营业收入实现较大幅度增长,经营业绩较上年同期大幅上升。

山西汾酒表示,公司全力夯实省内发展基础,加速拓展省外市场,经销商结构和渠道持续优化,全国市场可控终端网点数量突破100万家,环山西市场及南方市场收入大幅增长。

招商证券调研显示,多个企业核心单品库存均处于历史低位,部分产品如青花20、梦之蓝M6+等产品在核心市场出现断货现象。同时,受益于全国化品牌投入效果的体现以及经销商向名酒集成的趋势,今年次高端白酒在市场招商及扩张速度上有所提升,推动上半年业绩高增长。中长期来看,随着渠道管控能力的提升,次高端的风控能力及全国化扩张能力均有所提升,支撑未来行稳致远。

中泰证券食品饮料团队认为,分化成长仍是白酒板块的主旋律。第二季度,白酒板块高端、次高端分化,高端延续稳健,预计茅台维持两位数增长;五粮液、泸州老窖增长中枢维持20%;次高端在低基数下实现高增长,预计普遍在20%以上,部分高成长标的业绩弹性将持续释放。

华创证券认为,茅台酒价持续走高打开行业价格空间,贵州茅台自身经营以稳定调,留给次高端酒企充分量价空间,次高端加速全国化招商,区域次高端价格带升级,均带动第二季度业绩在低基数下实现高增长,坚持白酒板块全年区间震荡的判断。

中国联通软研院院长耿向东：

打造数字化时代新生产力底座

● 本报记者 杨洁

“开业界之先河,创行业之标杆”,中国联通软研院院长耿向东向中国证券报记者这样描述中国联通IT集约化建设的艰苦历程与创新挑战。从中国联通集团党组布局启动cBSS核心系统建设,到2020年底全面建设完成,六年磨一剑,中国联通的数字化转型像是一场看不见硝烟的战争——一场跟传统思维方式、路径依赖的革命,要攻克一个个堡垒,“从一个胜利走向另一个胜利”。

支撑4.1亿客户,截至目前,中国联通已经建成了全球电信行业最大规模的核心业务系统,可实现全业务线上化、全渠道OMO协同、全客户价值经营、全订单过程可视、全集团一体化多级联动,助力中国联通转型成为“最便捷、最智慧、最高效、最懂客户”的高品质综合数字服务提供商。

开业界之先河

中国证券报记者:在IT集约化和数字化转型方面,为什么中国联通能走在前列,数字化转型对中国联通的必要性何在?

耿向东:中国联通如今成为最互联网化的运营商,通过IT集约化打造了全集团、一体化、多级联动的“数字化新IT能力”“数字化新业务运营体系”和“大数据智慧赋能”的中国联通智慧运营大脑,畅通了智慧运营体系。之所以走在了全行业、全社会的前面,其实也是顺应行业和时代发展要求,提前布局数字经济能力建设。

2013年9月,中国联通集团党组就决定要以4G为契机,建设全国集中的IT系统,解决过去31省各自为战的局面,支撑互联网时代客户新的需求,实际上也是希望能打造中国联通独有的优势。因为当时在国内三大运

营商的市场竞争态势中,中国联通资源禀赋相对较弱,需要换道超车,寻找高质量发展业务、实现公司治理转型的新赛道。

这件事情是开业界之先河的,过去没有人做过,大家都还是以分省运营为主。中国联通各省运营公司一开始也完全不适应,他们主要担心如果系统集中了,还怎么能快速应对省里面各运营商之间激烈的业务竞争。实际上,我们确实承受了非常大的转型压力。

中国证券报记者:在遇到很多阻力压力的情况下,如何继续推进数字化转型?

耿向东:我们曾经面临巨大的市场经营压力,经营发展面临巨大挑战,在这关键时刻,中国联通集团党组还是能坚持战略定力,从没有怀疑过我们会成功,从没有怀疑过数字化转型的方向,所以我们遇到问题,就直面问题,竭尽全力解决问题。

经过梳理,我们发现其实主要是两大核心业务诉求,第一大核心问题是这个新IT系统要能满足一线业务需求快速敏捷支撑的问题;第二大问题是要解决互联网化过程当中系统的稳定性、灵活性和弹性扩展性的问题。

在解决这些问题的过程中,我们发现传统的IT架构不能够完全适应我们业务并发性、复杂性需求,就像为保障“双十一”阿里巴巴发展起了阿里云一样。实际上,我们也是被业务场景倒逼,走上了云化的道路。目前,中国联通已经完全实现了去IOE,全面转向了容器化、微服务、DevOps和持续交付为代表的云原生,实现高性能、高可靠和弹性伸缩。

数字化转型要成为生产力

中国证券报记者:数字化转型对中国联通起到了怎样的业务带动效果,能不能促进企业高质量发展?

耿向东:过去运营商应对激烈的竞争状态多是打价格战,但这其实不能带动整体发展。在IT集约化后,我们开始探索互联网化产品运营。2016年11月,中国联通与腾讯合作推出了“大王卡”,因为有了IT集约化的系统基础,“大王卡”一经推出,可以迅速直达全国任何一个省份任何一个县市,极大解决传统IT效率低下问题。否则的话,要一个区域一个区域地对接,每个区域业务规则不一样、IT系统不一样,做不了几个就会精疲力竭。这样合作方跟中国联通进行生态合作,可以做到“一点对接”,实现了中国联通独有的差异化竞争优势。与腾讯合作的“大王卡”迅速获得8000万用户,促进2017年整个集团业务收入回暖,成为我们数字化转型路上的转折点。从那以后,中国联通就走上真正的互联网化转型道路。

我认为数字化转型不光是要建一个新的IT基础设施,这个基础设施还要能成为真正的生产力。数字化转型推动企业高质量发展这个方向一定是成立的,如果不顺应这个趋势,可能就会在新的竞争中被淘汰。

当然,数字化转型必须仰望星空,更要脚踏实地。企业做数字化转型必须要有清晰的目标和路径,要脚踏实地从一个胜利走向另一个胜利,千万不能好大喜功,要把握节奏,找准切入点。正是由于中国联通在2016年、2017年推出互联网产品,业务、IT协同发展,运营、管理相互促进,企业IT和创新同频共振,一步步走上数字化转型的康庄大道。

中国证券报记者:数字化转型前期的巨大投入可能会让很多企业望而却步,从中国联通的案例可以总结哪些企业数字化转型经验?

耿向东:传统企业数字化转型的确很艰难,主要难在思想认知、路径依赖和思维惯性。此外,很多企业过去对IT并不重视,都把

IT当作是后台支撑保障部门,并不认为是生产力,但实际上现在已经反过来了,数字化时代,数字化基础设施就是生产力,是核心竞争力。

数字化转型之后,我们才能实施智能化、精细化运营。目前,中国联通已实现了智慧客服,月度话务量达7533万通/年,智能化占比超80%,同时在生产运维上通过智能分析及及时发现、分析问题并解决问题;在大数据方面,中国联通构建了全国一级的大数据平台,构建近800个数据模型、28000多个数据标签,支撑前端应用百花齐放,在疫情防控过程中取得巨大成效。

构建集中安全防护体系

中国证券报记者:IT系统集中化一方面提升了效率,但也意味着作为网络安全攻击的靶点目标更大了,怎样做好网络安全防护工作?

耿向东:中国联通在集团层面不仅有专业的信息安全部门,还有网络和信息安全工作组和首席安全官。2019年,中国联通开始参加由国家组织的攻防演练,构建横到边、纵到底的“五全网络信息安全体系”,为全面数字化转型保驾护航,同时加速安全服务产品化,推进网络与信息安全从成本投入向价值创造转型。目前,中国联通正在打造一个集中的安全防护体系。

中国证券报记者:中国联通在IT集约化、数字化转型过程中在国产信创生态构建上做了哪些工作?

耿向东:国家“十四五”规划对科技创新自立自强提出了明确战略目标和愿景,中国联通从2019年开始进行“信创”的相关工作,当前我们已经完成和华为、中电子等全栈信创云的芯片和操作系统双向适配认证,“一云多芯”已经内部大规模上线。