经济日报 ECONOMIC DAILY

新基建对网络安全提出新要求，专家建言——

筑牢防护网络“安全底座”

经济日报·中国经济网记者 黄 鑫

透视

今年以来，我国强调以科技产业为突破口，加快推动5G网络、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设。在日前开幕的第八届互联网安全大会上，如何筑牢新基建时代的网络安全防线，成为与会专家热议的话题。业内人士认为，网络安全行业需要考虑建立新的网络安全体系框架。

2020年，伴随一系列新基建政策的落地，各行各业都加快了数字化转型的步伐。在日前开幕的第八届互联网安全大会（ISC 2020）上，360公司董事长兼CEO周鸿祎表示，新基建的本质是数字化基建，其重要应用场景是数字城市和工业互联网，前者不断提高城市治理水平，后者推动制造业、传统工业实现升级。此时，网络安全的重要性不言而喻。

国际调研机构IDC预测，2020年中国网络安全市场总体支出将达到87.5亿美元，较2019年同比增长24%，增幅继续领跑全球网络安全市场。随着社会各界对网络安全愈加重视，我国网络安全市场规模将持续扩大。

网络安全受到高度关注

今年以来，我国强调以科技产业为突破口，加快推动5G网络、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设。新基建作为国家经济发展战略正在显现出强大动能，助力网络安全产业迈向新高度，同时也对网络安全提出了全新要求。

如果说新基建是“地基”，那么安全则是“底座”。第八届互联网安全大会首日特设新基建日，如何筑牢新基建时代的网络安全防线成为与会专家热议的话题。

中国工程院院士沈昌祥在会上表示，在新基建时代，要从树立安全可信的科学网络安全观、构建新基建网络安全主动免疫新体系、打造主动免疫的可信计算3.0新型产业空间等方面出发，构筑网络安全防线。

沈昌祥认为，当前我国的网络安全面临着不少挑战，要按照国家网络安全法律、战略和等级保护制度要求，推广安全可信产品和服务。新型基础设施以数据和网络为核心，其发展前提是用主动免疫的可信计算筑牢安全防线。

“传统的安全防护体系亟需改变。”周鸿祎认为，在“网络战”战场上，要从仅考虑IT设备安全，转向以数字时代大视角构建整体安全方案；在战略上，要扭转安全是传统信息化附属的身份，其已成为整体数字化的“基座”；在战术上，过去合规、静态的解决方案已不合时宜，面对高风险、高级别的APT（高级持续性威胁）组织、网络犯罪组织等需要动态变化的解决方案；在产品上，要摒弃“打补丁”式防护措施，在安全顶层设计之下形成协同防御、联合作战。

各行业齐头并进

当前，在科技革命和产业变革的推动下，全球正进入数字化新时代。这一时代意味着“一切皆可编程、万物均要互联、大数据驱动业务、软件定义世界”。工厂、电力、交通、能源、金融等领域皆与数字化挂钩，没有一个领域能置身事外。

第八届互联网安全大会特别设立了与新基建密切相关的大数据、人工智能、5G、工业互联网等领域的安全论坛，探讨了这些领域的网络安全发展特点和趋势。

360企业安全集团工业及车联网安全事业部总监汪凡表示，要从构建顶层工业互联网安全体系、建立工业互联网安全生态圈、构建提高工业互联网安全对抗能力的攻防靶场等多方面，构建一套完善的工业互联网安全方法论。

“大数据安全建设必须使用经过权威安全同行评议的方案，而非自创的方案，且主打安全的跨机构数据流通方案必须在设计上慎之又慎。”阿里巴巴集团安全总监洪澄说。

工业控制系统产业联盟理事长、国家电网公司国家电力调度控制中心原副主任辛耀中介绍，电力物联网的建设目标是“电网更安全可靠、更经济高效、更绿色环保、更方便友好”，可充分利用近10年建设的智能电网，不能大拆大建。

周鸿祎表示，新基建风口下网络结构更加复杂、边界更加模糊，传统和新型网络安全风险聚集，网络安全形势日益严峻，网络安全行业需要考虑建立新的网络安全体系框架。为此，360公司在此次会上推出了新一代安全能力框架，并将若干城市、行业、集团安全大脑利用云和大数据技术进行组合连接，实现互联互通，构建了分布式国家级安全大脑，实现协同联防、深度防御。

5G网络安全尤为重要

与会专家认为，作为万物互联的全新引擎，5G带来新的技术、新的赛道、新的商业模式，开拓了纷繁复杂的应用场景，但场景越复杂，安全问题就越多。5G实现万物智联，这种融合则意味着随时随地可能发生跨网跨界攻击。加之关键基础设施联网化、智能化的普及度越来越高，网络攻击的入口越来越小，摧毁力反而越来越大。5G时代网络攻击的“蝴蝶效应”将具有难以预估的破坏力。

“从各项新型基础设施来看，5G网络、物联网、工业互联网、卫星互联网作为通信网络的基础设施，为其他基础设施提供了承载的通路，因此重要性不言而喻。只有保障网络的安全性，才能更加高效、安全地促进其他层面的新基建发展，网络安全也成为发展新基建必不可少的先决条件。”北大科技园创新研究院产业研究分析师李朕说。

中国移动通信集团有限公司信息安全管理与运行中心总经理张滨认为，5G通过与信息技术融合，成为社会信息流动的“主动脉”；通过与场景、业态融合，成为产业转型升级的“加速器”；通过与新型基础设施融合，成为数字社会建设的“新基石”。5G安全需求包括网络自身安全、用户数据与信息安全、5G垂直行业与应用安全等多个方面。

工信部公布的数据显示，截至今年6月底，我国连到网上的5G终端有6600万部，三大电信运营商在全国已建设开通5G基站超过40万个。

“5G网络从传输通道全面升级为数字化赋能的承载基石，正在加速网络世界和物理世界的全面融合，新技术新场景还将不断拓宽5G网络安全的内涵外延。”中国信息通信研究院安全研究所所长魏亮说。

围绕成本、效率和体验创新——

零售业快步入“云”

本报记者 祝 伟

近年来，越来越多的实体零售企业与互联网企业合作，借助数字化技术和工具，创造了新的消费场景。零售企业如何调整以适应和拥抱新的趋势？日前，在中国连锁经营协会主办的2020年中国国际零售创新大会上，业内人士围绕零售商业模式创新和数字化转型展开热议。

尽管新冠肺炎疫情对百货、餐饮、旅游等行业带来一定影响，但传统零售企业的到家业务出现“井喷”，线上零售在疫情下仍然维持了较高的增速。数据显示，今年上半年，线上零售在社会消费品零售总额的占比达到了25.2%，比2019年提高了将近5个百分点。

中国连锁经营协会会长裴亮表示，零售业是提振消费的主要力量。零售企业通过科技创新，以及数字化的应用，提高了人效、坪效和商品的周转，降低了获客成本和运营的成本，也让消费者有了更多获得感。

苏宁易购集团高级副总裁顾伟接受经济日报记者采访时表示，苏宁“零售云”在全国布局门店点位的同时，也在县镇市场致力于基础设施建设，利用加盟商在当地的资源，联合周边门店，打造当地小型商圈，尤其在偏远特殊地区，当地的“零售云”门店提升了居民的生活品质。

“疫情之下，传统零售企业看到数字化转型的重要性。数字化转型的背后是供应链的升级和用户运营精细化程度的提升。”腾讯智慧零售销售副总裁范奕瑾说。

国美零售总裁王俊洲认为，零售企业要发挥自身优势，用数字化技术赋能，快速实现转型。他介绍，面对疫情带来的经营压力，国美通过“社群运营+直播带货”方式，推动技术创新与消费场景深度融合，积极布局数字化本地零售。

对零售业来说，变革常在、创新常在。与会企业家表示，尽管零售行业一直在创新变革，但零售的本质一直都是围绕成本、效率和体验展开。零售行业的数字化转型，与实体经济产业链、供应链、价值链的优化是紧密相关的。

“整个数字零售的大潮方兴未艾，各行各业都有数字化重构的机会。”多点生活网络科技有限公司总裁张峰说，今年疫情期间，多点线上订单呈现爆发式增长，取得了不俗的销售业绩。在数字化转型过程中，多点的做法是助力B端商家服务C端消费者，通过全面数字化重构人、货、场，解决商超全链条的“痛点”，提升零售企业的效率，改善消费者的体验，帮助合作企业更好迎接数字零售的浪潮。

阿里云智能新零售事业部解决方案总监刘欣表示，如今越来越多的企业把数字化作为企业发展的重要战略。互联网企业赋能线下各类零售场景，主要是利用人工智能、算法等关键技术将人与货、人与场实时结合。从人的层面来说，通过聚焦人们消费全周期的不同环节，利用大数据对消费者行为进行分析，了解他们的需求和偏好，能够实现“千人千面”的差异化营销。从货的层面来说，利用大数据进行选品，可以实现柔性、精准的商品供应，提高物流配送的效率。

与会企业家普遍认为，疫情防控常态化背景下，数字经济优势进一步凸显，将为零售业的提升打开新的空间。步步高商业连锁股份有限公司董事长王填说：“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，将给零售业带来许多新的机会。疫情让人们看到，未来零售业想要走得更远，需要通过整个底层技术的变革，重塑人、货、场之间的关系和连接，打通整个零售闭环，让零售业的效率更高、成本更低、体验更好、创新能力更强。”

中国光大集团股份公司
关于启用新版品牌标识的公告

为“把光大集团建设成为以财富管理和民生服务为特色的具有全球竞争力的世界一流金控集团”，优化“光大”品牌形象，塑造“一个光大”品牌体系，提升“光大”品牌价值，中国光大集团股份公司（以下简称“中国光大集团”或“本公司”）决定自2020年8月18日起，启用新版品牌标识，现公告如下：

一、中国光大集团新版和旧版品牌标识对比图

中国光大集团 CHINA EVERBRIGHT GROUP 原LOGO样式

中国光大集团 CHINA EVERBRIGHT GROUP 新LOGO样式

二、中国光大集团新版品牌标识释义

中国光大集团新版品牌标识在原有品牌标识基础上优化升级而成，融合中国光大集团“敏捷、科技、生态”的战略转型，诠释了新时代下中国光大集团品牌形象的“生态协同、数字驱动、光大特色”。

新版品牌标识中的“”蕴含光芒无限延伸，化繁为简，变17线条为15线条，意喻战略引领、文化涵养。“”的色调优化提升，从正红到金橙色的渐变过渡，意喻中国光大集团肩负财富管理与民生服务的央企职责与使命担当，锐意改革，为发展注入不竭动力。

新版品牌标识右侧企业名称的中英文字体经专属设计，更加简约，现代化与个性化相得益彰，意喻中国光大集团国际布局，创新驱动，在国际化进程中不断传播中国力量。

三、自2020年8月18日起，本公司新版品牌标识正式启用，本公司所有配套设施、门户网站、宣传载体、法律文本等各处的品牌标识使用将有序更新。

四、启用新版品牌标识不会变更本公司客户既有的权利和义务。

五、中国光大集团下属各子公司，亦将一并根据母公司新版品牌标识，优化更新企业品牌标识形象，并择时发布公告。

六、中国光大集团品牌标识所含的“光大”、“”、“everbright”系经国家知识产权局核准的注册商标，企业中英文名称采用的字体系专属设计并拥有版权，均受到法律保护。凡未经许可而擅自使用本公司品牌标识的侵权行为，本公司将严肃追究其法律责任、依法维护本公司的合法权益。

特此公告。

中国光大集团股份公司

2020年8月18日