

彰显信息安全自主研发实力

中国网企亮相RSA

■ 本报记者 季春红



2016年美国RSA信息安全大会(以下简称RSA)日前在旧金山举办。据官方统计数据显 示,参会者超过了3万人,来自全球500多家安全厂商和100余位安全专家带来了最新的安全技术。

值得关注的是,本届RSA中国参展企业总数创下历史纪录,华为、华三(H3C)、360、绿盟科技、盛邦安全(WebRAY)等17家知名安全厂商悉数亮相,位列参展商总数第三位

(美国参展公司达419家,德国28家)。展品类型涉及数据安全、网络安全、应用安全、主机安全、云安全、移动安全、无线安全等领域。

中国网展实力

盛邦安全CEO权小文在接受《中国贸易报》记者采访时说,近年来,随着互联网技术的快速发展,以及新型贸易形式的转变和电子商务的兴起,中国越发注重信息安全建

设。尤其是自2014年网络安全与信息化领导小组成立以来,网络安全产业得到了长足的进步,国内网络安全市场总额已经超过50亿美元,涌现出了一批在国内外都拥有很强竞争力的优秀企业。

据介绍,本次RSA上,华为发布了自适应的APT防御解决方案,涵盖了从防御到检测,再到APT事件调查以及整网的安全态势感知等功能,该方案吸引了大量的参观者;盛邦安全首次发布烽火台监控预警系统、风险管理系 统,此系统基于实时安全操作系统RayOS,融合“多态Web防护”“智能的关联分析方法”“一体化引擎”等专利技术,在应用安全领域打造了“监控-预警-防护”三位一体的防护体系;360发布了面向全球互联网提供DDoS监测和告警服务的系统,对于全球成规模的DDoS事件,该系统一般能在第一时间成功探测检出,还能结合多种数据源,帮助用户看到攻击的深层内幕。

提升信息安全技术创新能力

“信息安全问题是企业研发首要解决的问题”。权小文告诉记者,随着互联网的高速发展,不同类型网站被攻击的频次呈上升态势,加大了网络信息安全的隐性风险。数据显示,目前,中国正面临网络安全威胁,是全球网络攻击的“主要受害国”,平均每月有1万多个网站被篡改,80%的政府网站受到过攻击。

作为信息安全的研发企业,解决信息安全问题是企业的首要任务,更是企业的使命。一个国家的网络安全能力归根结底是由其网络安全产业的能力决定的,而企业又是

其中最重要的组成成分。本次中国企业在RSA的集体亮相,反映出了我国网络安全整体水平的大幅提升。

有业内人士表示,中国网络信息安全技术的发展得益于政府强有力的政策指引。在政策的引导下,涌现了以“龙芯”为代表的自主CPU芯片以及以浪潮为代表的自主主机、服务器企业,一些信息安全技术也取得了长足的进展。2013年,浪潮研发的我国首台基于自主核心技术的键应用主机——天梭K1系统正式发布,填补了关键应用主机系统国内空白,并将与国际先进水平的差距缩短到一年以内。

护航“一带一路”信息安全

产业的发展需要技术创新与市场拓展同步进行,而对于网络信息安全的产业发展来说,更需要严苛的法律环境来保障。据了解,除了为国内企业提供信息安全防护外,中国网络安全企业正通过不同的渠道拓展国际市场。权小文说:“目前,全球的信息安全市场总量是1000亿美元,我们要快速发展,必须到世界舞台上 去,这样才有更广阔的空间。为了拓展信息安全技术应用规模,在国内除了研发外,我们从2013年开始,承担国家重要活动、重要赛事的网络安保任务,其中包括首次政府网站安全普查、93阅兵、全国两会、世界互联网大会等。”与此同时,为响应信息安全产品国产化政策和国家“一带一路”战略,盛邦安全旗下安全产品先后在北美、印度、阿联酋、日本、科威特等国家和地区部署上线,为“一带一路”企业的网络安全保驾护航。

▼信息集结号

亚洲乐园及景点博览会 规模跃居世界第二

2016年亚洲乐园及景点博览会日前在广州举办,展会展览总面积达6万平方米,展位3000个,参展商400家,跃居全球同类展会第二大规模,并一举成为亚洲最大的乐园及景点展会。

据了解,本届展会有来自美国、法国、韩国、瑞士、比利时、阿联酋等30多个国家和地区的游乐制造商和专业采购商到场参展,现场吸引了1000多名海外专业观众。博览会期间,同期还举行了2016亚洲乐园及景点发展论坛、第四期中国主题公园建设高级研讨班(水上乐园专题)、中国地产与文旅产业投融资对接会、IDA国际飞镖锦标赛、乐奇梦幻大马戏嘉年华等活动。

全国农机展 首设植保机械和烘干展区

近日,为期3天的全国农业机械及零部件展览会在郑州国际会展中心举办,来自国内外近400家知名农机整机企业及零部件企业参展,参观人数突破3万人次,展览面积超过5万平方米。据悉,针对农机行业产品结构和市场需求的变化,本届展会首次专门设立植保机械和烘干机专业展区。

本届展会上,来自全国各地的10多家植保机械企业和20多家烘干机企业踊跃参展,智能化无人植保机、大吨位粮食烘干机惊艳亮相,吸引参展客商交流洽谈。据中国农业机械工业协会执行副会长范景龙介绍,近年来,农机工业的高速发展,也带动了零部件行业的突飞猛进,全国农机零部件行业总产值值创新高,增长速度超过了农机行业的平均水平。“今年展会零部件展商数量再创新高,占全部展商的近四成。”

“3·15”国际消费品(大连)博览会启幕

作为大连市“3·15”期间消费者权益保护系列活动之一,第十六届“3·15”国际消费品(大连)博览会3月11日在大连世界博览广场拉开帷幕。本届展会展出商品涵盖食品、进口产品、日用小家电、家居服饰、健康养生、金融、汽车等8个展区,1100余个展位,展览面积达3万余平方米。本届消博会的一大特点是将消费体验与现场活动结合起来,各种公益课堂贯穿展会始终,由行业专家现场为消费者答疑解惑。据介绍,今年组委会对参会食品企业实施了“三重审核”制度,也就是由组委会、食品专家和执法部门分别对参展企业进行把关。此外,今年的消博会还将落实“可追溯体系”,即让参展食品从原料来源、添加比例、加工工艺、执行生产标准、售后服务等过程进行公示,切实让消费者看见“安全”,感受到有保障之后再消费。

四川(金堂)食用菌博览会举办

近日,第三届四川(金堂)食用菌博览会在金堂县举办。本届食用菌博览会以“绿色、融合共享”为主题,以“促进经济增长,拉动地方消费,全力助农增收”为主旨,会期3天。来自全国主栽食用菌的30多个县的代 表,以及来自韩国、日本、荷兰等国的行业代表和国内行业专家共计近700人参会。参会的省农科院土肥研究所副研究员姜邻介绍,从发展食用菌优质品种上来看,目前,被称为“菌中皇后”的羊肚菌在金堂县推广顺利,“金堂县县现有近3000亩的种植规模,每亩净收益在1万元到2万元之间,是全国种植规模最大的县。”姜邻建议金堂县在发展羊肚菌上,接下来要重视规模化、机械化、专业化,“特别要有将产业链分段做精做好的理念。”

(本报综合报道)

慕尼黑上海三展联动

2016年慕尼黑上海电子展 ——品质升级 岂止于大

本届展览规模和品质将再次升级,来自31个国家和地区的1000多家展商齐聚一堂,展示面积达6.2万平方米,预计有超过5.6万名的行业精英和买家将共赴此次盛会。同时,展会将聚焦热门应用领域,包括电子技术在工业4.0、汽车、物联网、医疗等各个领域的创新。

展会将针对汽车应用领域旺盛需求,精心打造“汽车技术日”。从ADAS(先进驾驶辅助系统)、3D虚拟仪表技术、新能源汽车到车联网、智能交通,各种先进的汽车电子技术在此“集结”,为智能汽车到来做足创新技术储备。汽车电子成为本届慕尼黑上海电子展上最主要的关键词。例如TE Connectivity将以“无限连动,尽在其中”为主题,全方位呈现TE智能、高效、高性能的连接和传感解决方案,展会上由TE与安德雷蒂科技公司合作开发的电动方程式实验赛车也将闪亮登场,与会观众将亲身体验汽车电子科技的神奇。

随着行动装置无线上网的普及和物联网的崛起,新一代5G移动通信技术正如火如荼地展开。这俨然成为今年慕尼黑上海电子展的焦点之一,众多芯片厂商纷涌而至,带来通讯及物联网相关方案。为打造智慧城市,物联网理念与产品应运而生,你可以在展会现场看到最火爆的设备,这也将是可穿戴应用处理器的一大发展方向。

2016年慕尼黑上海电子生产设备展 ——设备创新 智造未来

本届展会联合同期举办的慕尼黑上海电子展,共有来自31个国家和地区的1000多家展商齐聚一堂,展示面积达6.2万平方米,预计将有超过5.6万名的行业精英和买家共赴此次盛会。

今年展会中汇聚众多业内领军企业,全面展示SMT表面贴装技术、电子制造自动化与运动控制、线束加工和连接器制造技术、点胶注胶、焊接技术、元器件制造、电子生产材料等先进设备和尖端技术和创新解决方案,众多展商将“智能制造”作为今年的展出重点。

本届展会还新设立了电子制造自动化和运动控制展区,向国内电子制造业同行展示国际先进的机器人技术。同时,SMT表面贴装创新技术演示区继连续成功举办两年后,今年在参与的企业、首发机型、展示规模等方面继续全面升级,共有四条产线将于现场组装而成,为电子制造业提供一体化解决方案。

2016年慕尼黑上海光博会 ——智能制造 点亮未来

作为亚洲领先的激光、光电行业展会,第十一届慕尼黑上海光博会将有来自世界各地21个国家和地区的830家展商参与这次盛会,展示面积将达到4.2万平方米。作为亚洲最大的光电盛会,慕尼黑上海光博会将囊括世界顶尖激光光电技术,汇聚国内外最新最尖端产品,探讨前沿工业热点和科研难题,无疑将再一次吸引全球的瞩目!

本届展会上推出的可自动对焦的1300万像素USB3 uEye XC无疑是一大看点,这款“X”系列USB3相机新增了很多先进的特点,尤其是面部识别技术,这也开创了智能制造的新纪元。同时,机器人制造三大巨头KUKA、史陶比尔、FANUC也盛装亮相本届慕尼黑上海光博会,为现场观众带来他们最新的产品与技术。

随着我国激光市场的快速发展,激光加工、通信、医疗、显示、全息等激光产业群日臻成熟。激光技术应用科研成果不断涌现,如激光雷达与现有传感器互为补足,加快了自动驾驶汽车的实现。展会汇聚了全球光学、激光、光电行业的新品新技术,来自德国、法国、日本、瑞士及中国台湾展商将携60多家知名企业集体亮相,而全国乃至全球范围内大批量制造业从业者也将蜂拥而至,从技术上寻求竞争力突破口。(倪文)

“智建展”助力“智慧城市”建设

■ 本报实习记者 成瑶瑶



近日,中国国际智能建筑展览会(以下简称智建展)在北京国家会议中心举办。

记者了解到,我国建筑业目前已形成高达16万亿元的巨大市场,而建筑活动造成的污染约占全部污染的1/3。发展绿色建筑、倡导节能减排、降低建筑能耗与温室气体排放,对改善空气质量,实现2020年单位GDP二氧化碳排放下降40%至45%的目标具有重要意义。随着国家住建部主导的200多个“智慧城市”试点工作的开展,智能建筑市场展现出巨大的发展潜力,不少国际知名企业进驻中国,同时一些国内品牌也不断尝试走出国门。

本届展会以“荟萃全球高新技术产品,创新智能行业建设应用”为主题,旨在打造智能建筑领域全新的国际品牌展会,为广大企业提供宣传展示及贸易交流平台。展会邀请了包括通信网络、建筑节能、智慧社区、智能家居、公共安全、会议广播视讯、智慧城市在内等多个行业企业参展,有近10万人次专业观众近距离接触了最新智慧建筑技术成果。

来自冠林科技有限公司的工作人员向记者介绍,该公司的智慧型养老社区解决方案从展会一开始就吸引了不少商家前来咨询,他们为本届展会准备的相关资料很快就被领取完毕。该解决方案

旨在通过建立满足老人需求的云平台,从而实现了对老人身体状况和住房安全的远程监控,并借助安防报警联动系统确保紧急情况下的安全救援。

记者还发现,在北京奥维特科技有限公司的智能体验区内的9D体验设备前,观众们排起了长长的队伍。据工作人员介绍,作为智慧酒店VR方案的一部分,9D以虚拟现实(VR)技术为核心,使用360度全景头盔,能够从视觉、听觉、嗅觉、触觉以及动感对受众产生刺激。未来,智慧酒店将通过打造虚拟现实网站、9D游乐场、儿童体验区、EVR商店以及定制服务,实现虚拟现实技术与酒店经营管理的完美统一。

行业媒体更要坚守舆论监督的职责

■ 周宇宁

2015年中国报纸广告总降幅达35.4%!

在互联网如潮水般存在、渗透于社会生活中时,所有的改变都在发生。传统媒体(包括网站)受到的冲击事关生存,令人唏嘘。

南方的春天总是来得更早一些,上个月,在广州,吸引了泛珠三角会展人参加的“城市会展合作论坛”,主题就是“城市会展+互联网”。笔者拿到的命题是“互联网时代下,媒体对会展业的作用”。虽然当年不依赖互联网时,媒体不仅对展览行业,对任何行业都发挥着重要的传播作用。但针对当下谈媒体对会展业的作用,其实也可以理解为是一种质疑,在各大会展机构、会展项目有了官网、微博、微信公众号时,甚至还能“生产展会新闻”时,主流报媒还对这个行业有作用吗?

不得不承认,这个世界变化太快。快得甚至超出了敏锐的新闻人的预期,且形势不止跌宕起伏,而是像股市一般,跌跌不休,有的甚至已“跌停”:2015年已有包括创刊56年历史的香港报纸《新报》和内地一大批都市报停刊。不过,新闻人一直有强大的内心和自信,正如今年1月1日正式停刊

的江西《九江晨报》在所刊发的“致读者”时称:“晨报虽去,新闻不死(转战APP和微信公众号)。人类历史上每一个阶段都不是独立存在,谁也挡不住历史巨轮的前进脚步。我们既不肯认过去,也不畏惧将来。”

审时度势,顺势而为。眼下的媒体赖以生存的“食物链”,已无限接近会展。为什么这样说呢?如果把一张报纸、一本杂志、一个网站比作展会现场,那么推出的新闻,就是在展示,你精心准备的“展”,谁来“览”?如果解决不了观众问题,对参展商(广告客户)能“忽悠”多久?媒体一直自报发行量、点击量,而现在,微信公众号上的阅读人数则一目了然。

先要生存才会发展,并有能力去对社会和行业发挥作用。好在,我们会会展业相关的媒体都还能在,无论是什么出身、有没有刊号、能不能传递有价值的信息……既然在其位,就要谋其事。什么事?坚守媒体的品格和品质,专注于行业,进行深入而专业的行业新闻报道,有能力示范并引领行业传播。然后才是资源整合,成为一个活动平台或是“公关公司”。

行业媒体应当如何引领行业传播?

笔者认为,除做好行业重大新闻、热点新闻的报道,还要对行业的传播负责,对行业内大大小小的自媒体尽责。因为绝大多数行业协会、企业和各类办展机构的“内部通讯”——公众号,都会转发会展媒体的重磅新闻。若你作为专业媒体的报道本身言之无物,他们也充实不了。你做标题党,他们就纷纷效仿。如果你只顾炒作行业无关痛痒的现象,而不去呼吁重大问题和矛盾,就缺失了媒体舆论监督的责任。当然也就更容易被行业忽略或轻视。如果你不去尝试、引领新的传播方式,行业的传播力、活力和创新能力就会打折……

既然会展活动也是发布、传播平台,那作为行业媒体,不是更要和行业“惺惺相惜”,睿智且专业地共赴未来?

(作者系中华会展精英女性俱乐部秘书长、中国经济网·会展中国/旅游经济主编)

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处