

“国资云”提速 云市场持续发酵

■ 本报记者 张伟伦

近日,中国国内云市场迎来一波扰动,其源头来自于一则天津市国资委《关于加快推进国企上云工作完善国资云体系建设的实施方案》的文件,其中要求,各企业已经部署在第三方公有云平台的信息系统,租约到期日起2个月内全部迁移至“国资云”。原则上最迟应于2022年9月30日前全部迁移至“国资云”。其中提及的第三方公有云平台包括“华为云”“阿里云”“腾讯云”“沃云”“天翼云”“移动云”等。受此影响,“国资云”概念股本周一开盘就大幅走高,甚至铜牛信息、美利云、云赛智联还一度涨停。

记者观察到,在“国资云”概念出现之前,云计算市场就已是极受追捧的赛道。在全球数字化转型已经进入倍增创新阶段,云平台是支撑全球企业数字化转型的关键基础设施。企业数字化建设的加快对上云有着越来越多的需求。尤其是经历2020年疫情暴发之后,线上应用快速发展,远程办公快速增多,企业

正逐渐适应新的生产工作方式。这些都让云化、数字化跃升成为刚需。与此同时,近两年来我国也一直在大力发展包括5G通信网络建设,人工智能和工业互联网等的“新基建”计划,不断推进信创工程、国家软件工程等重大项目,以改善计算机基础领域的产业链供应链短板现象,实现整个产业链供应链的“安全可控”。

如果上云是必选项,那么云安全则是底线。“国资云”本质是从第三方托管的公有云转向国资专属行业云,保护国有数据资产安全,因此可看成是网络安全、云计算概念炒作的延伸。前不久公布的《关键信息基础设施安全保护条例》,于今年9月1日与《数据安全法》《网络产品安全漏洞管理规定》一起施行,这是我国首部专门针对关键信息技术设施安全保护工作的行政法规,同时也是之前《网络安全法》的重要配套法规。这些政策层面的密集动作可以看成是官方对安全底线的把控。

事实上,关键信息基础设施因网络攻击威胁上升,事故隐患易发多发,早已成为官方有关部门日益关注的问题。今年5月CNCERT(国家互联网应急中心)发布的《2020年我国互联网网络安全态势综述》数据显示,勒索病毒,APT攻击,系统漏洞,数据安全等安全问题已相当严峻。

天津“国资云”科技有限公司董事长丁金婵在不久前第五届世界智能大会期间表示,成立“国资云”就是想把国有企业数据整合,为后续企业间联动、相关部门监管等提供便利条件。同时,成立“国资云”后统一管理数据会为企业降低成本,后续也能为企业提供数字化转型方案。

然而,一些国内的云厂商在接受《中国贸易报》记者采访时表示,“国资云”提速并不意味着中国云市场将出现冰火两重天的局面。一方面,“国资云”的目标客户虽然主要是我国国有企业,但形式上又类似于私有云,其建设和运营在现阶段

仍然需要依靠现有的云计算厂商。另一方面,考虑到成本,从运营模式来看,“国资云”在今后也大概率采用“自建+独立运营”或是“合作建设+联合运营”。

据透露,随着各界对互联网安全越来越关切,一些在该领域处于领先地位的国内云厂商(包括公有云)此前也在布局云安全领域的业务和服务,而且有的已经相当成熟,很多服务对象也属于公共机构。因此,从这一角度来看“国资云”对于云市场相当于“总包商”的角色,在架构上仍会与现有云计算厂商合作,包括展开数据中心、服务器、存储器、网络设备、安全设备等与软件技术相关的合作。

但也有分析认为,“国资云”概念的出台仍具有一定的象征意义,因为这意味着阿里云、腾讯云等互联网厂商在政企服务领域的话语权或将进一步缩小。这也呼应了国内当前正在加强数据安全、隐私保障和加强反垄断的大背景。

宝马中国16.33亿元收购华晨中华

本报讯 华晨集团历经9个多月的破产重整终于有了最新进展,8月31日上午,华晨集团等12家企业实质合并重整案召开了第二次债权人大会(下文简称“华晨二债会”)。会上,包括宝马中国收购“中华”汽车品牌等三项议案已经全部通过。

据悉,宝马中国将收购中华品牌汽车生产相关资产以及华晨汽车制造股权,其中包括土地使用权、房屋建筑物、机器设备等相关资产,以及华晨集团持有的华晨汽车制造有限公司100%股权,合计16.33亿元。公开资料显示,截至2020年11月20日,“中华”汽车品牌生产相关部分资产为12.33亿元,这相当于宝马中国花费4亿元购买生产资质。

宝马中国相关负责人表示:“我们希望通过实际行动支持华晨集团的重组,并致力于进一步拓展我们在辽宁省的业务。我们希望使用华晨汽车制造有限公司现有的生产能力。不过,该项目仍在有关部门的审批过程中。我们目前无法提供详细信息,更多信息将在稍后时间发布。”(毛雯)

期货为中小企业“保价”护航

本报讯 近日,由郑州商品交易所(简称郑商所)与中国期货业协会(简称中期协)联合举办的“稳企安农 护航实体”保供稳价背景下期货服务中小企业主题活动正式启动。

中期协副会长王颖表示,期货经营机构作为风险管理服务的直接提供者,经过多年探索逐步形成“保险+期货”、基差贸易、仓单服务、场外期权等成熟业务模式,服务实体经济能力和效果都在不断提升。特别是在服务中小企业方面,风险管理公司在帮助中小企业应对采购、销售、仓储、物流等各环节经营风险,以及扩宽融资渠道、降低融资成本方面取得了很好的服务效果。根据协会前期调研情况,目前一些头部公司,中小企业客户数量占比超过80%。

服务中小企业是一项长期而艰巨的任务。下一步,中期协将继续引导期货经营机构回归中中介机构本源,立足服务实体经济,围绕企业风险管理需求,着力提升定价能力和风险管理能力,鼓励风险管理公司做精做细期现业务,积极服务实体经济;做大做强场外衍生品业务,满足实体个性化需求;做好做活做市业务,为市场提供更多流动性。郑商所副总经理王晓明表示,本次主题活动是郑商所认真贯彻落实国务院常务会议关于做好大宗商品保供稳价指示精神,落实证监会关于期货服务实体经济工作部署的具体举措之一。郑商所将与中期协、会员单位及分支机构、风险管理公司、行业协会、“产业基地”、产业资讯平台等各方形成合力,努力服务中小企业稳健发展贡献期货力量。

(祝惠春)



8月31日,内部已基本完成装修的番禺广场站向媒体开放,设计时速160公里的“大湾区最快地铁”车站满满科技范儿。据悉,广州地铁18、22号线首通段轨行区和全部车站已移交运营调试。图为番禺广场站。

中新社发 温美春 摄

8月份制造业PMI为50.1%

本报讯 国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会8月31日发布的8月制造业采购经理指数(PMI)为50.1%,比上月回落0.3个百分点,连续第5个月下降。

“8月份PMI指数继续下降,但仍保持在荣枯线以上,总体看经济继续保持恢复态势,但势头趋弱。”国务院发展研究中心研究员张立群表示。专家分析,制造业需求淡季、疫情汛情等因素影响市场需求,是PMI回落的主要原因,应着力解决需求不足的矛盾,加强大宗商品保供稳价。

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河表示,8月份,制造业扩张力度有所减弱,景气面收窄。调查的21个行业中,10个行业PMI位于景气区间,较上月减少3个。8月份生产指数为50.9%,比上月微落0.1个百分点,制造业生产保持平稳扩张。8月份新订单指数为49.6%,低于上月1.3个百分点,降至临界点以下。

中国物流信息中心专家文韬表示,8月份是制造业传统淡季,多地疫情反弹进一步影响了市场需求,前期快速回升的市场需求也推高了

基数。本月新订单指数较上月下降1.3个百分点至49.6%,连续17个月运行在50%以上后降至收缩区间,是带动制造业PMI下降的主因。

8月份,大、中型企业PMI分别为50.3%和51.2%,与上月相比一落一升,且均连续6个月位于临界点及以上,表明大、中型企业运行态势相对稳定。小型企业PMI为48.2%,连续4个月低于临界点,表明小型企业生产经营压力较大。

8月份,非制造业商务活动指数为47.5%,低于上月5.8个百分点,是2020年3月份以来首次降至

临界点以下。“多地疫情反复给服务业带来明显冲击,导致非制造业整体经营明显下降。尤其对交通运输、住宿餐饮、文体娱乐和景区服务业等行业带来明显影响。”中国物流与采购联合会副会长蔡进表示。受疫情影响较小的行业则相对稳定。一是与投资相关的行业增长稳定,建筑业商务活动指数重回60%以上。二是金融业仍相对稳定,金融对实体经济支持力度将继续加大,有利于经济稳定运行。

“从市场预期看,业务活动预期指数为57.3%,位于较高景气区间,表

明随着此轮疫情得到有效控制及中秋、国庆假日临近,企业对近期服务业市场恢复较为乐观。”赵庆河说。

中国物流信息中心专家武威表示,疫情反复仍是经济稳定复苏的不确定因素。预期在疫情不再大规模反复的前提下,相关服务业将逐步恢复。

张立群表示,综合研判,需求不足对经济持续恢复的制约增强,经济下行压力有所加大。要切实加大扩大内需的工作力度,尽快加大政府投资的带动作用,着力解决需求不足的问题。

(熊丽)

激光显示产业迎来高速发展期

■ 刘成

产业化走在前列

“在激光显示专利方面,中国形成了很好的基础,专利申请量国际领先,专利布局也最为全面,覆盖光源、控制、光机、整机和光学元件,已初步形成专利池。”许祖彦院士说,杭州中科极光公司委托北京国知专利预警咨询公司进行了激光显示专利分析,结论是:中国能够自主可控发展以三基色激光光源为核心的激光显示产业。

而较早涉足这一领域的海信,目前已经解决了激光电视关键技术问题,包括可靠性、寿命、双色光源、全色激光消散斑等,2020年12月,海信激光电视获得年度中国质量技术奖一等奖。“目前,海信在激光显示领域已经累计申请1439项国内外专利,授权575项,标志着海信在激光电视领域构筑了足够高、足够深的技术护城河。”刘显荣说。

在海信、长虹等上游龙头企业的拉动下,中国激光电视产业链企业在核心技术、核心部件等领域相继取得重大突破。抗光屏幕膜片已有菲斯特、光峰等多家品牌具备产业化能力,且产品性能快速迭代;超短焦镜头有联合光电等在内的多家企业实现量产;在半导体激光器和显示芯片领域;中科院等科研机构

也已进行长期布局并取得明显进步;在光学镜片、精密结构件等领域,中国企业已经具备较强的配套能力,全产业链体系初步形成。

这是中国企业一次漂亮的“弯道超车”。然而,以现在的主流产品液晶电视为例,虽然我国大陆地区液晶面板产量已经位居全球第一,但在面板上游的材料产业,包括偏光片、玻璃基板、光掩膜版、光刻胶等产品,近年来没有一项国产化率超过20%。

渐入全球普及阶段

“2021年是激光电视的全球化元年,下一个七年,激光电视将进入全球普及新阶段。”今年6月18日,中国电子视像协会激光电视产业分会会长高玉岭在合肥召开的世界显示产业大会上如此表示。

对激光显示产业看好的企业也越来越多。近年来,索尼、三星、LG等国际品牌也陆续加入其中。根据权威机构统计,2016年以来,中国彩电市场上监测到的激光电视品牌有34家,平板电视统计销量的品牌有40余家。激光电视从品牌的市场覆盖可以说已经与平板电视在同一个档位。

“当前LG重返激光显示阵营,发布了激光投影产品,去年三星推

出两款激光电视产品,在美国、欧洲等市场销售。国内,康佳和海尔都有相应的产品规划。”刘显荣说。

刘显荣介绍,激光电视的节能省电效果非常突出。“100英寸液晶电视起步就得800瓦到1000瓦功耗,海信100英寸激光电视现在产品功耗降到250瓦,未来肯定是200瓦以下甚至更低功耗,这非常符合国家节能环保号召和要求。”刘显荣告诉记者,从生产线角度看,液晶电视单条生产线投入就达400亿元左右,产能也只有几十万台,关键是每一条线体在投入建成后,能够生产的电视尺寸就固化了。而激光电视生产更加灵活,不管是75英寸、100英寸、120英寸还是150英寸激光电视的生产,整条生产线都是可以协同的。

不过,激光电视在发展中还存在一些亟待解决的问题。刘显荣说,液晶电视很多部件的通用化程度非常高,但激光电视通用化程度相差较远,所以,行业必须共同努力,提高激光显示产业标准化。“再一个是需要降低系统开发的门槛,激光电视的开发门槛比液晶电视更高,海信愿意把激光电视核心显示部件技术开放,吸引更多的开发者、更多品牌、更多的主机厂商加入进来。”刘显荣说。

5G时代为各行业打开新窗口

■ 本报记者 周东洋