

数字化需求激增 催生网络安全千亿市场

本报记者 秦泉 北京报道

随着互联网的高速发展及物联网、工业互联网、云计算、大数据等新兴技术的兴起，网络安全形态日益复杂，攻击模式急剧多元化、复

杂化，传统的单一功能产品无法再满足数据安全防护需求，企业对数据安全全面防御的要求日益提升。近日，知名调研公司Gartner的研究显示，88%的公司董事会现在已将网络安全视为一种业务风险，而不仅仅

是IT部门的技术问题。

派拓网络大中华区总裁陈文俊在接受《中国经营报》记者采访时表示，过去一年里，网络攻击给各个行业的企业带来的破坏性威胁急剧升级，网络犯罪分子针对关键基础设施发起大量勒索软件攻击，并不断通过新手段来攻击蓬勃发展的加密货币和混合办公等领域。企业领导者需要不断重构他们的网络安全方法，从被动转主动地去提供安全防护。

千亿市场待掘

IDC数据显示，2021年全球网络安全IT总投资规模为1687.7亿美元，2026年将增至2875.7亿美元，五年复合增长率(CAGR)为11.3%。

近年来，国内数字经济和信息产业蓬勃发展，5G、大数据、人工智能、区块链等技术不断落地应用。2021年我国数字经济规模达到45.4万亿元，占GDP的比重达到39.8%，数字经济在国民经济中的地位更加稳固、支撑作用更加明显。

但随着数据规模不断扩大，全球大规模数据泄露事件不断发生，政府机构和组织屡遭攻击，各种民生数据泄露事件时有发生。

2022年8月，IBM发布《2022年数据泄露成本报告》。根据该报告，2021年至2022年，企业数据泄露事件成本已经达到435万美元，同比增长2.6%。研究首次发现，83%的受访组织已经不是第一次发生数据泄露事件；60%的受访组织在事后提高了商品和服务价格，把数据泄露造成的损失转嫁到消费者身上。并且，统计数据显示，近年来企业数据泄露事件成本不断增加的同时，增长幅度也呈现明显上升趋势。

与此同时，近年来，随着《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》《密码法》等法律法规相继发布，相关政策也在要求企业重视网络安全。近日，《网络安全法》还迎来了首次修改，调整违反《网络安全法》的行政处罚种类和幅度，大幅提高罚款金额。

陈文俊对记者表示，相关法律法规的颁布也是跟数据和安全息息相关的，如果企业出了问题，企



网络安全产品将向专业化、体系化方向不断迈进，为专业型企业发展带来新机遇。

视觉中国/图

业或者金融法人也有相应的责任，要提高重视程度。现在国外对网络安全的重视不仅在IT部门层面，而是已上升至公司管理层甚至董事会。

上海派拉软件股份有限公司CEO谭翔认为，“‘十四五’时期的到来，数字化将贯穿整个社会，数字化带来的网络安全边界模糊的风险也越来越受到重视。

就国内市场而言，IDC预测，到2026年，中国IT安全市场规模将达到319亿美元（约2303.18亿元人民币），其中安全软件的市场占比将超过安全硬件，软件占比在2026年将达到41%。

项规范，都可以看出，目前推动政府和企业对网络安全的投入动力越来越强，投入的资源与规模也越来越大。”

IDC数据显示，2021年全球网络安全IT总投资规模为1687.7亿美元，2026年将增至2875.7亿美元，五年复合增长率(CAGR)为11.3%。

就国内市场而言，IDC预测，到2026年，中国IT安全市场规模将达到319亿美元（约2303.18亿元人民币），其中安全软件的市场占比将超过安全硬件，软件占比在2026年将达到41%。

IDC中国网络安全分析师王一汀表示：“近几年，伴随中国网络安全相关政策监管体系的不断完善、企业业务稳定发展运行需求的不断增加，中国网络安全市场在新冠肺炎疫情、地缘政治等因素的影响下仍实现了较为稳定的增长。未来，网络安全市场将向‘软件化’‘服务化’进一步发展，对于技术服务提供商来说，紧跟趋势、抓住机会、转危为机的能力至关重要，即深挖用户需求、不断提升产品和服务能力，根据市场热点，进行精准营销。”

专业型产品供给时代正在到来，专业型数据安全企业将迎来创新发展新机遇。

市场研究机构Canalys发布的报告数据显示，全球网络安全市场在2022年第三季度达到178亿美元，同比增长15.9%。其中，Palo Alto Networks是这一季度的第一大厂商，同比增长24.9%，市场份额从2021年第三季度的7.8%增长至8.4%；思科是第二大网络安全厂商，年增长16.7%，市场份额6.9%，与2021年第三季度持平；Fortinet的市场份额上升至6.7%，排名第三。

从统计数据可以看出，目前数据安全领域国外企业仍占据技术和市场份额优势，国内能够进入前列的企业寥寥无几。

胡刚分析道，网络安全技术与研发投入资金规模具有密切联系，而我国网络安全企业大多毛利率偏低，自有资金不足以支撑加大技术研发投入达到提高技术水平及产品创新所需要的规模。而国外网络安全公司营业收入主要来源于产品和订阅服务的规模化销售，总体毛利率水平较高，符合产品型公司的典型特征，因此在技术及产品创新层面拥有更雄厚的资金支持。除此之外，与发达国家相比，我国在网络安全行业的资金投入规模也低于发达国家水平，因此，研发资金不足是我国数据安全行业发展的主要制约因素。

英雄联盟职业联赛又迎回老朋友斗鱼

2023年1月9日，国内领先的“以游戏为核心的多元化内容生态平台”斗鱼正式宣布获得2023年英雄联盟职业联赛(简称“LPL”)赛事直播权。与此同时，斗鱼还将获得二路直播、主播

OB、复盘节目等内容权益，以及LOL(英雄联盟)资源制作宣传视频和文字内容，如重播、集锦、新闻和评论等多元化内容。

根据斗鱼官方透露，在2023年的英雄联盟LPL赛事期间，不

仅有米勒、管泽元、余霜、娃娃、雨童等众多官方人气解说，还有Doinb、金贡、微笑、若风、xinyi、草莓、卷毛等职业选手，他们都会在斗鱼同步给用户进行精彩的赛事OB。

用户的期盼

2022年，经常会有网友、电竞爱好者在网络上发问：“为什么斗鱼看不了LPL？”“斗鱼没有2022年LPL直播权吗？”以此对不能在斗鱼观看LPL直播表达遗憾。

多年以来，斗鱼一直是英雄联盟主播和电竞爱好者们的聚集地。自2021年年底起，斗鱼开始践行选择性采买版权策略，带来的影响贯穿了英雄联盟2022年整个赛季。对此很多用户都感到可惜，甚至有一些用户责怪斗鱼平台为什么不购买LPL版权。而整个2022年LPL和S赛赛季中，网友们希望能在斗鱼和主播们一起看英雄联盟比赛的呼声不断。

“这些现象背后凸显的，其实

是用户‘在斗鱼看LPL’的强烈需求。”斗鱼方面观察到了用户渴望在斗鱼观看LPL的强烈需求，在充分评估之后做出了重新采买LPL版权的决定，获得了2023年英雄联盟LPL赛事直播权，以及二路直播、主播OB、复盘节目等内容权益，还有LOL资源制作宣传视频和文字内容，如重播、集锦、新闻和评论等多元化内容。

对于采买LPL版权的决策，斗鱼方面表示：“英雄联盟是斗鱼最核心的游戏内容之一，平台充分考虑了用户希望来斗鱼看LPL的强烈需求，决定继续陪伴用户见证冠军战队的诞生。”事实上，作为国内游戏用户规模巨大的游戏社区，斗鱼

拿下LPL赛事版权，实属众望所归。为什么斗鱼决定采买LPL版权？其实也和斗鱼过去一年内容运营策略调整有关。

斗鱼采取选择性采买版权策略后，将内容生态建设重点放在自制内容生产方面，在版权内容采买上变得更加审慎，这使得斗鱼内容成本控制得当，运营效率得到了提高，无论是毛利率还是净利率方面都实现了有效增长。

经营的改善为斗鱼带来了丰富的现金流，充裕的现金流为斗鱼夺得LPL版权提供了最坚实的保障。斗鱼2022年第三季度财报显示，截至2022年9月30日，斗鱼拥有现金及现金等价物、受限现金、短期和长期银行存款为68.72亿元。斗鱼财务副总裁曹昊曾表示：“充沛的现金储备赋予了我们在充满挑战的宏观环境下应对挑战和变化的灵活性。”

过去一年，斗鱼着重围绕游戏社区生态进行精细化运营，这保证了平台的内容优势和游戏运营优势，也更能关注到不同圈层用户的多元喜好。圈层的精细化运营让斗鱼能够更敏锐地洞察到平台不同圈层用户的需求反馈，最终用户的呼声促成了斗鱼对LPL版权新一轮的采买。

经过多年的积累和在优质内容方面的锤炼，斗鱼拥有业内较多的头部英雄联盟主播，完善的游戏内容体系和活跃、繁荣的社区生态，因此更有能力将赛事权益发挥出更大价值。

为什么用户喜欢在斗鱼观看LPL？优质、精彩的主播直播，丰富的运营玩法，繁荣的社区氛围，都是吸引用户观看LPL赛事的重要因素。

我们敢说，斗鱼一直以来都将用户作为平台最宝贵的资源，并且针对平台上丰富的玩家类型，比如重度玩家、职业选手、轻度玩家等，都推出了切中用户喜好的定制内容。斗鱼曾对外表示：“针对不同用户量身定制内容的做法不但能吸引新的用户，也能推动用户的观看时长和互动数据显著提升。”

在吸引用户上，优质的二路解说是很重要的一环。LPL赛事直播中，有口才、有理解、有梗有料的二路解说，可以大幅度提升用户的观赛体验。据斗鱼官方透露，在2023年的英雄联盟LPL赛事中，米勒、管泽元、余霜、娃娃、雨童等众多官方人气解说将会进行赛事二路解说，Doinb、金贡、微笑、

巨头纷纷布局

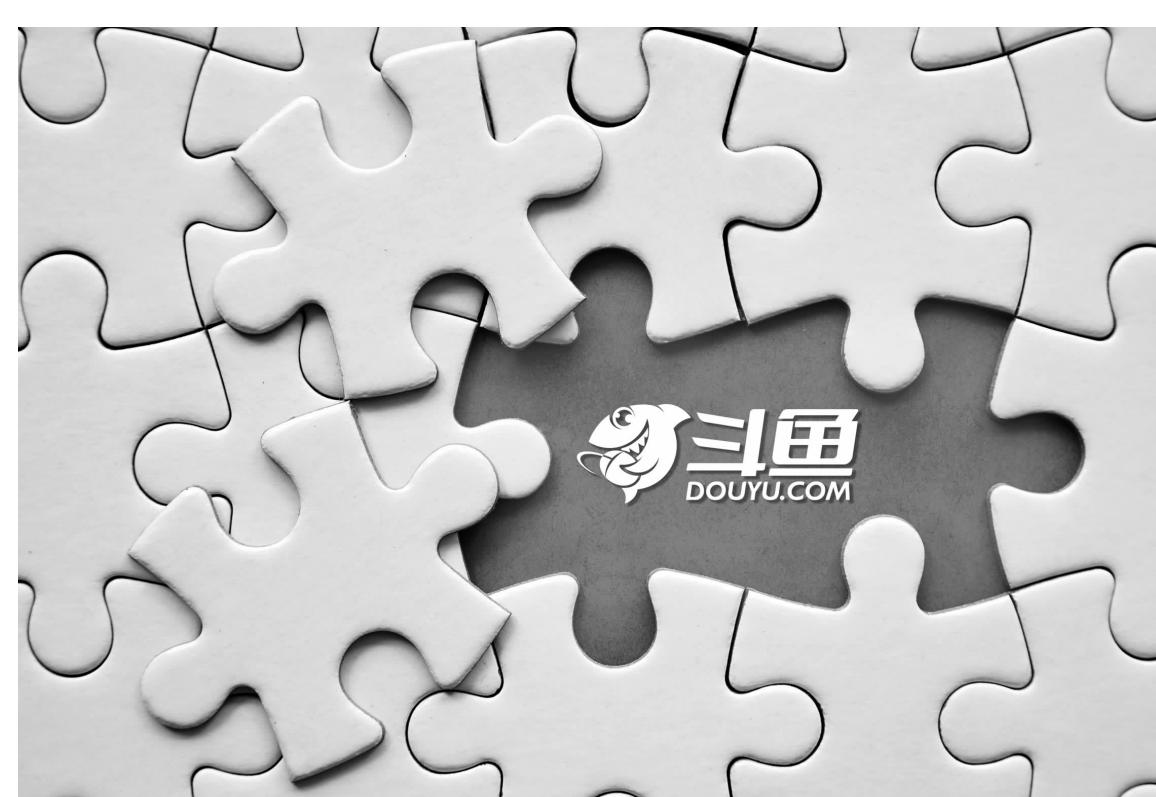
从统计数据可以看出，目前数据安全领域国外企业仍占据技术和市场份额优势，国内能够进入前列的企业寥寥无几。

随着网络安全市场逐步爆发，各地各类企业也通过并购、创新等方式进入该领域。

微软、IBM、思科、甲骨文、英特尔、华为等大型跨国公司不断提高产品安全性能，通过收购、投资等方式不断吸收全球较为先进的数据安全技术，构建了强大的数据安全产品线和服务系统。德勤、安永、普华永道、毕马威、埃森哲、凯捷等全球大型咨询服务业公司纷纷布局数据安全领域，将数据安全业务作为业务增长的重要引擎。

此外，一些制造业和工业互联网企业也在业务线的基础上延伸数据安全服务，以确保自身业务的安全。为了提高其工业互联网平台的整体安全性，许多工业软件厂商也在利用并购迅速进入数据安全领域。

互联网专家胡刚对记者表示，稳定增长的市场需求将吸引越来越多的传统安全企业以及新兴安全企业推出网络安全相关产品和服务，抢占市场份额，引领行业发展。网络安全产品将向专业化、体系化方向不断迈进，为专业型企业发展带来新机遇。数据安全产品和服务垂直化的趋势愈加明显，促使数据安全企业的产品结构愈加周密，专业程度愈来愈高，企业与企业之间、行业与行业之间的独立性越来越强，专业化聚焦基础上的“差异化共存”将成为商业主流，以“需求定制”为驱动的



LPL直播还看斗鱼

为什么用户喜欢在斗鱼观看LPL？优质、精彩的主播直播，丰富的运营玩法，繁荣的社区氛围，都是吸引用户观看LPL赛事的重要因素。

LPL赛事丰富的自制衍生内容，也是吸引用户的法宝。过去几年斗鱼持续在自制内容上发力，通过打造精品自制赛事和PGC(专业生产内容)节目，发力大众化赛事等方式来丰富社区内容。成熟专业的赛事运营经验，让斗鱼在围绕LPL版权进行赛事运营及内容输出时，能够为用户提供更加有创意、有看点的精彩体验。

斗鱼表示，针对2023年的LPL，在赛前、赛中、赛后不同赛程阶段，平台将打造专业向、娱乐向等不同风格的二路直播，推出《这场比赛怎么说》《主播马后炮》《热饭开锅》等一系列精彩的赛事衍生节目；在非赛事直播时段，斗鱼也将利用赛事点播回放功能，结合视频集锦、图文攻略、社区话题讨论等，为用户提供一个自由、活跃的社交

阵地。

另外，围绕用户体验的技术创新，一直也是斗鱼吸引和留住用户的核心竞争力之一。例如在2022年第三季度，斗鱼联合腾讯云平台创新搭建了基于云游戏技术的“云观赛”场景模式，推出了一个虚实结合的电竞赛事场馆，让观众们能够在“虚拟世界”里沉浸式、破时空地观看赛事、互动社交，还能够实现“万人同屏”以及直播间礼物打赏3D特效。

在和游戏厂商的联动合作上，斗鱼还和厂商一起探索了很多成功的互动玩法。这些多元的内容和体验，不仅能给平台用户带来更加优质的内容服务，同时还能提升斗鱼社区的活跃度和用户黏性，以及带来更多的商业化机会。

1月14日，2023年度LPL春季赛打响，斗鱼将会带给用户怎样丰富、新奇的内容新体验，值得共同期待。

广告



2023年1月9日，国内领先的“以游戏为核心的多元化内容生态平台”斗鱼正式宣布获得2023年英雄联盟职业联赛(简称“LPL”)赛事直播权。与此同时，斗鱼还将获得二路直播、主播