



选手们在进行比赛

第八届“强网杯”线下赛郑州启动 32支战队“逐鹿中原”

本报讯(记者 孙庆辉 通讯员 方宝岭 文/图)12月5日,第八届“强网杯”全国网络安全挑战赛线下赛在郑州启动。经过前期线上的激烈角逐,最终32支战队晋级线下赛,在郑州展开最终对决。

当日,在位于郑州高新区的网络安全科技馆,晋级线下赛的32支战队“严阵以待”,参赛选手们紧盯电脑屏幕,比赛氛围十分紧张。

本届赛事启动以来,来自国家关键信息基础设施单位、重要行业部门、高等院校、科研机构、企业以及社会领域的1.3万余名选手3000余支战队在线上赛中展开角逐,最终32支战队脱颖而出,将在本次线下赛的竞速解题、现实破解、“1对1”对

决等挑战环节中展开强强对决,争夺最终的胜者。

此次大赛重点考察参赛选手网络空间安全学科知识综合运用能力和网络安全基本技能,赛题内容主要涉及二进制程序逆向分析、密码分析、智能终端安全、信息隐藏、人工智能等网络安全领域主要知识与技能。

除了高强度的网络安全竞赛,还同期举行高层次的网络安全高端对话和网络安全科普宣传,旨在储备网信领域特殊人才,促进网络安全技术交流,提升民众网络安全防护意识。

“河南烩面”战队成员均来自国网河南省电力公司一线员工。队长肖旭文表示,该战队已连续参加8届“强网杯”,除期待在线下赛中取得更好的成

绩,队员们也将立足于本职工作,构筑网络安全铜墙铁壁,持续为国家及社会的安全稳定运行做出贡献。

北京大学pkucc战队队长张子苏表示,希望总决赛能遇到更多新颖、有实战意义的题目,更好地检验队员的实战能力。

“强网杯”全国网络安全挑战赛自创办以来,先后吸引了10万余人次参赛。2020年,大赛永久落地郑州高新区,已成为推动行业技术交流、创新技术实践、培养网络安全实战人才的重要平台。

本届大赛由中央网信办、河南省政府指导,河南省委网信办、河南省教育厅、郑州市人民政府、信息工程大学、中国网络空间安全协会主办。

“强网杯”强网论坛举行

本报讯(记者 孙庆辉 通讯员 方宝岭)强网论坛,剑指巅峰!12月5日,第八届“强网杯”强网论坛在郑州高新区开幕。论坛以“新时代、新空间、新突破”为主题,百余位院士专家、业界大咖齐聚一堂,共话网络安全教育、技术、产业融合发展新方向。

随着数字化时代的到来,网络安全已成为国家安全的重要组成部分。“强网杯”全国网络安全挑战赛系列活动,探索形成了“以赛促学、以赛强技、以赛育人”的网络安全领域人才培养模式,并进阶成为国内竞赛水平最高、参赛范围最广、选手阵容最强、品牌效益最好的顶级网络安全赛事。

90后小伙子带领一帮“小年轻”,干起了国际牛肉贸易生意。面对近千万的巨额投资,摸爬滚打几十年的业内人士都非常意外,认为他们“是不是疯了”。经受一次次“踩坑”后,他们终于找到了适合自己的贸易之路——短视频赛道,成了他们快速成功的敲门砖。如今,他们声名鹊起,贸易额攀升,获得了业内“大佬”的认可。

进口冻牛肉是“僵尸肉”? 做胡辣汤适合用什么牛肉? 做包子适合用什么牛肉?

用大数据做国际贸易 这群90后“牛人”给出答案



张人杰和他的小伙伴们在直播

1 是青铜还是王者?

现代化的办公区,摆放着为数不多的冷柜和各式各样的牛肉,直播、剪辑等一整套工作,将国际牛肉贸易串连在了一起。

公司法人代表张人杰,1991年出生。他的团队共有21人,多是90后,平均年龄二十七岁。

依托位于惠济区的河南中原四季水产物流港,张人杰2022年成立河南顶润供应链有限公司,注册资本1000万元。是财大气粗的豪横吗?起初,顶润第一家门店开业时,市场商户总是能在他们门口见到名车云集,吸引了不少商户的眼球。对于一柜牛肉动辄几百万、年贸易

额高达数亿元、数十亿元的冻品贸易老板来说,这些并不算什么。但一帮“小年轻”的举动还是让他们异常关注,其实他们并不看好“小年轻”的创业方式。

在全球经济低迷的情况下,他们购买一台切肉机就花费10多万元,从二三百万元投资,到近千万元投资,特别是在短视频赛道的巨额投资,让很多在市场摸爬滚打几十年的商户大跌眼镜,感觉这群年轻人“是不是疯了”?

但商户们从惊愕到关注:发展思路独树一帜,与大家几十年来经营理念大相径庭,这群年轻人意欲何为?

2 向市场交“学费”

摸着石头过河,总会遇到暗流和漩涡。

创业之初,要想在市场上掘金,首先要解决的问题就是怎么解决企业生存的问题。和大多数行业新人一样,张人杰和他的团队就踩了不少坑,交了不菲的“学费”。

光有年轻人特有的先进理念和互联网思维就行了吗?

顶润线上运营负责人王杰说,他们是四季水产物流港众多贸易商中首批建设自有电商团队的,而且一上来就是几十人、十几个直播间的大型电商规模。顶润公司每天光花费在平台投流的资金都达到了近6位数,虽然一度取得非常傲

人的电商销量,但一个季度下来,喜人的数字背后并未收到应有的利润。尽管张人杰和他的团队做好了在这个行业中积累和沉淀的准备,但一次次尝试,却迎来了一次次不理想的结果,这让团队中渐渐弥漫起负面情绪。

在无数次尝试过后,大家猛然发现,顶润不可能成为一家完全靠直播带货盈利的电商公司,因为暂时没有行业话语权的资深人士加盟,想要利用网红效应来为企业谋求订单,暂时行不通。这样的困境不仅仅困扰着顶润,也困扰着每一个想要踏足这个行业的新人。

3 用大数据替行业发声

一次偶然机会,张人杰得知,这个行业中即便是拥有几十年从业经验的老手,也不见得对国外众多肉类生产厂家的几千个产品了如指掌。

这些牛肉产品是如何从选种、饲养、育肥、屠宰、分割、包装、储藏、运输、销售到最终出现在国人餐桌上,整个流程都充满了未知数。众多普通消费者也认为进口牛肉是“僵尸肉”。很多冻品行业从业者也知道这些谬论,但难以改变消费者的认知。张人杰认为,这些未知数正是他们的突破口,也是他所谓的“成功的必然”。

冻品行业难以被一些消费者认

可?没关系,顶润来。一条条干货满满的短视频,一场场深入浅出的科普直播,不但让消费者认识冻品行业和产品,更让众多同行也受益匪浅。

产品太多,没人知道冻肉解冻之后是什么样子?没关系,顶润来。上千个主流牛肉冻品,他们不计成本,挨个解冻,然后用图像、用视频去记录,主观和客观结合,通过各种指标来评测每一个国外厂家的产品质量。胡辣汤适合用什么牛肉?包子适合用什么牛肉?西餐适合用什么牛肉?……他们给出了科学答案。

他们的科普,推动了行业发展,也成了大家学习的楷模。

4 “大佬”抛出橄榄枝

短短3年,顶润公司在行业内声名鹊起。牛肉市场不确定因素太多,包括关税政策、生产成本、市场竞争、汇率波动和季节性因素等。顶润不但研究产品、科普产品,最重要的还研究市场。顶润公司耗费巨资,建立自己的市场大数据模型,把各个阶段的消费数据“投喂”到其中,搞清楚各个牛肉产品应该在什么时候流入到什么样的消费市场。

如今,顶润的直播间已成为众多“牛人”交流心得、探讨行业发展的线上空间。无论是大型食品加工厂还是餐饮连锁机构,哪怕只是街头创业的餐饮小店,都能在顶润的直播间中获得经营启发。

他们改变了一些消费者的认知,在互联网科普冻品牛肉时,他们曾被不明真相的“路人”抨击和诋毁,如今,大家更愿意理性看待冻品牛肉。

“顶润的努力可能仅仅为行业的发展带来了千分之一、万分之一的助力,但这些努力,最终还是带来了令人欣喜的结果。”张人杰说。

在市场上,顶润这帮年轻人入局3年,已经受到了行业“大佬”的青睐,在行业重量级会议召开时受到了邀请。

从最初的“交学费”,到找准路子稳健成长,这帮年轻人在国际贸易中一步步成熟起来,业绩逐渐上升,预计今年贸易额至少达到10个“小目标”。记者 王军方 文/图