

2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研

2019年度通讯、媒体和高科技行业 风险调研

欢迎阅读达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》。过去一年，全球经济的数字化转型加速进行。语音助手不再仅仅是一个智能音箱，其已获许应用于从汽车到消费设备等各个领域。工业物联网飞速发展，为获取实时商业情报，企业全面使用传感器和互联设备，涵盖从供应链到生产设施等方方面面。

通讯、媒体和高科技企业为此提供平台和连接服务。但是，由于真实与虚拟之间的界限并不明确，因此可能出现新的以及更加严峻的风险，企业需要量化和管理这些风险。另外，在数字化环境中，责任更加难以辨识，风险也更加复杂。

为了解这些变化对企业风险管理决策的影响，我们对全球超过175名风险管理人员及其他通讯、媒体和高科技行业高管进行了调查。在此，我们衷心感谢各位受访者参与今年的调查活动。

如果您对调查结果或我们的解读有任何疑问或评价，您可以按照下面的电邮地址与我联系，或者联系您的达信代表。您也可以给我们发送推文至@MarshGlobal，同时请在主题标签一栏注明“#MarshCMTRisk”。



Tom Quigley

达信美国通讯、媒体和高科技企业客户服务部负责人
thomas.quigley@marsh.com

目录

- 1 2019年的风险驱动因素
- 2 通讯、媒体和高科技企业采取多种方式拓宽产品和服务范围
- 3 加强风险评估
- 5 技术故障进一步加剧风险隐忧
- 6 与风险转移相比，受访者更加青睐风险防范
- 8 大多数企业自认为已经准备好迎接《欧盟数据保护条例》的到来
- 10 重新调整与采用非传统型风险解决方案
- 12 行业融合与扩张
- 13 新思路
- 14 受访者的构成情况

2019年的风险驱动因素



5G网络

5G无线网络的速度和容量可与有线宽带网相媲美。5G技术在给有线网络供应商带来挑战的同时,也增加了市场对相关硬件的需求,并提升了人们对实时连续访问网络、登录软件以及获取信息的预期。与这一新型互联技术相对应,将诞生哪些新的服务呢?



中国创新力量的崛起

得益于大力发展人工智能技术,中国已成为全球创新的前沿阵地,而不再仅仅是低成本制造中心。中国前几大高科技公司的成长速度已超越美国同类公司。这是否会推动大型高科技公司进一步增加在研发领域的投资呢?



全球供应链脆弱不堪

气候变化、地缘政治动荡、美国加征关税以及自动化程度提高对于高科技的产生方式和地点都有影响。面对全球供应链的持续动荡以及全球对新技术需求的不断增加,企业该如何应对呢?



契约责任不断增加

当前,高科技日益普及,消费者对高科技产品的信任程度不断提高,一旦产品发生故障,相关企业将面临更加严重的后果。无论该故障是由于环境因素还是人为疏忽或黑客攻击所导致,用户都希望合作伙伴能够对此做出赔偿。



法规数量不断增加、罚金数额持续攀升

近期,全球出台了一系列新的法律法规,包括《欧盟数据保护条例》以及美国加州《消费者隐私保护法》,这些都表明监管机构有意针对企业如何使用消费者数据进一步加强监管。对于那些被指控违反反垄断法或滥用隐私数据的高科技企业,各国监管机构的处罚力度不断加大。新法规的颁布实施以及罚金的不断增加,将导致监管风险进一步加剧,特别是当高科技企业进入交通、医药和金融服务等监管更为严苛的领域时,情况更是如此。



虚假新闻以假乱真

对于那些利用人工智能创造出的“以假乱真”的内容,包括视频,消费者很难辨识其真假,而且要阻止其在技术平台上传播也难上加难。虚假内容的存在会降低人们对真实内容和社交媒体平台的信任,并进一步损害媒体环境。广告客户也不愿看到自己的品牌出现在虚假内容旁边,如果不能对误导性内容加以妥善管控,那么平台的收入模式可能受到影响。

通讯、媒体和高科技企业采取多种方式拓宽产品和服务范围

参加达信2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研活动的受访者表示，无论通讯、媒体和高科技企业是推出新产品还是发掘原有产品的新用途，其核心角色仍然是科技创新和运用（见图表1）。几乎所有受访者都表示，其公司正在积极拓宽产品和服务范围，其中大多数公司都使用多种战略来达成这一目标。

超过70%的受访者表示，他们正在运用现有框架开发新的产品和服务。举例来说，传统的有线和无线服务供应商正在扩充其产品组合，将安全设备、智能家居支持服务以及室外无线热点服务等纳入组合之中。将近60%的受访者称，他们的公司正在发展新的合作关系，例如高科技公司与汽车制造商组成合作联盟，携手研发自动驾驶汽车。

还有一些通讯、媒体和高科技企业正在竭力开发原有产品和服务的新用途。那些生产连通组件的公司发现，他们的产品已被更多设备和行业所采用，例如互联医疗设备、工业物联网厂家以及零售供应链解决方案等。这也带来了新的风险，包括从人为风险转换为机器和软件风险。

通讯、媒体和高科技企业通过“实验室模式”实现创新。略高于40%的受访者称，他们正在创建新的部门，以开发创新型产品和服务。在当今最为盛

图表
1

大多数通讯、媒体和高科技企业正在积极拓宽产品和服务范围。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

贵公司采用下列哪些方式来拓宽产品/服务范围？（请选出所有相关项。）

运用现有框架来开发新的产品和服务。

76%

发展新的合作关系。

57%

开发原有产品和服务的新用途。

56%

创建新的部门（包括实验室、创新中心）。

43%

并购。

41%

不确定。

2%

行的技术中，有一些正是出自高科技企业的创新实验室。

并购仍然是企业用来拓宽产品和服务范围的手段之一。半导体行业的一些公司通过兼并来实现规模经济效益，而通讯服务和技术公司则可能通过收购一家媒体公司来获得原始内容库。

对于风险管理人员而言，很显然：您应积极参与新产品和服务的研发过程，为整个商业周期创造战略价值，

并推动创新，为新风险的评估、量化和融资提供帮助。

鉴于企业所采取的扩张方式多种多样，准确了解并妥善管控新出现的风险，甚至在风险到来之前做到未雨绸缪，就成为风险管理人员面临的一项挑战。要应对这一挑战，风险管理人员应通过评估和量化风险并提供创新型风险解决方案，为公司创造更多战略价值。

加强风险评估

当企业推出新的产品和服务或者将产品和服务引入新的行业时，就会带来新的风险或者改变当前的风险状况。然而，仅有1/3的受访者表示，其公司拥有针对新产品和服务的正式风险评估流程（见图表2）。一种特别普遍的现象就是，风险管理部门似乎都是在公司业务模式发生变化之后才着手了解相关情况。45%的受访者通过外部公告来了解公司变化。

即使在那些拥有正式信息分享流程的公司，由于其变革和创新的速度很快，风险管理部门很难提前获知所有情况。他们可能仍需借助外部公告来了

解新产品和创新的情况。45%的受访者称，他们使用多种工具（正式和非正式）对新产品和服务实施跟踪。

对于通讯、媒体和高科技企业而言，风险管理部门在变革或创新公布之后如何做出响应才是关键所在。风险管理部门能否制定流程，对新产品和服务推出之后才会显现的风险实施评估与管理，至关重要。风险管理部门不仅要从中发现风险，还应当具备警惕性思维，因为很多业务决策都是快速做出的，而风险管理部门却只能在事实发生之后做出应对。风险管理部门应当做

到，当意外发生之后，使用风险转移途径帮助公司从容应对。

创新常常给通讯、媒体和高科技企业带来新的责任风险，这些风险主要来自那些使用其产品和服务的行业。因此，通讯、媒体和高科技企业的风险经理应当对此保持警惕，着手审查相关行业的理赔记录，从而帮助评估和模拟技术故障可能引发的风险。如果贵公司有产品被应用于医疗设备中，那么您应审查医疗设备公司的责任风险和理赔情况，以准确评估贵公司所面临的新风险。如果发生汽车召回，那么会不会归咎于贵公司软件的编码错误呢？在这种情况下，您应着手了解汽车行业的理赔情况。

在风险建模领域，还有一种前景广阔但尚未普及的工具，那就是情景规划，该工具可评估产品和服务发生的各种变化。您只需与一群人走进一个房间，然后大家集思广益，列出风险，就可以创造价值。历史数据和分析结果不能解释重大变化的成因及其带来的商业风险。您需要对潜在风险进行情景规划，从多个渠道收集信息，以量化各种技术和产品故障可能造成的影响。

在通讯、媒体和高科技行业快速引入各种新产品和服务的背景下，如果缺少正式的新兴风险识别与评估流程（该流程由数据、分析学和建模技术提供支持），风险管理部门将无法跟上公司的发展步伐。反过来，一旦遭遇意外，公司也将陷入措手不及、匆忙应对的境地。

图表
2

对于新产品和服务所带来的风险，大多数公司都没有正式的风险评估流程。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

您如何评估与量化因贵公司开发产品和服务而带来的新风险？

风险管理部门通过公司内部公告和外部新闻报道来获取公司相关产品和服务的信息。

45%

随机信息。

34%

我们拥有一个正式的流程，可收集所有产品和服务的最终使用情况并告知风险管理部门。

33%

风险管理部门通过分析销售数据来推断公司产品和服务的使用情况。

20%

我们没有跟踪这一信息，但是我们应当进行跟踪。

10%

我们没有跟踪这一信息，而且我们也不打算进行跟踪。

2%

“风险管理部门能否制定流程，对新产品和服务推出之后才会显现的风险实施评估与管理，至关重要。”

技术故障进一步加剧风险隐忧

通讯、媒体和高科技企业面临的几乎所有主要风险都与开发、获取和维持新的技术解决方案有关（见图表3）。数据安全和隐私保护风险已连续第四年成为该行业面临的首要风险。鉴于网络攻击和破坏时常见诸报端，不断有新的监管法规颁布实施，出现这种现象也不足为奇。

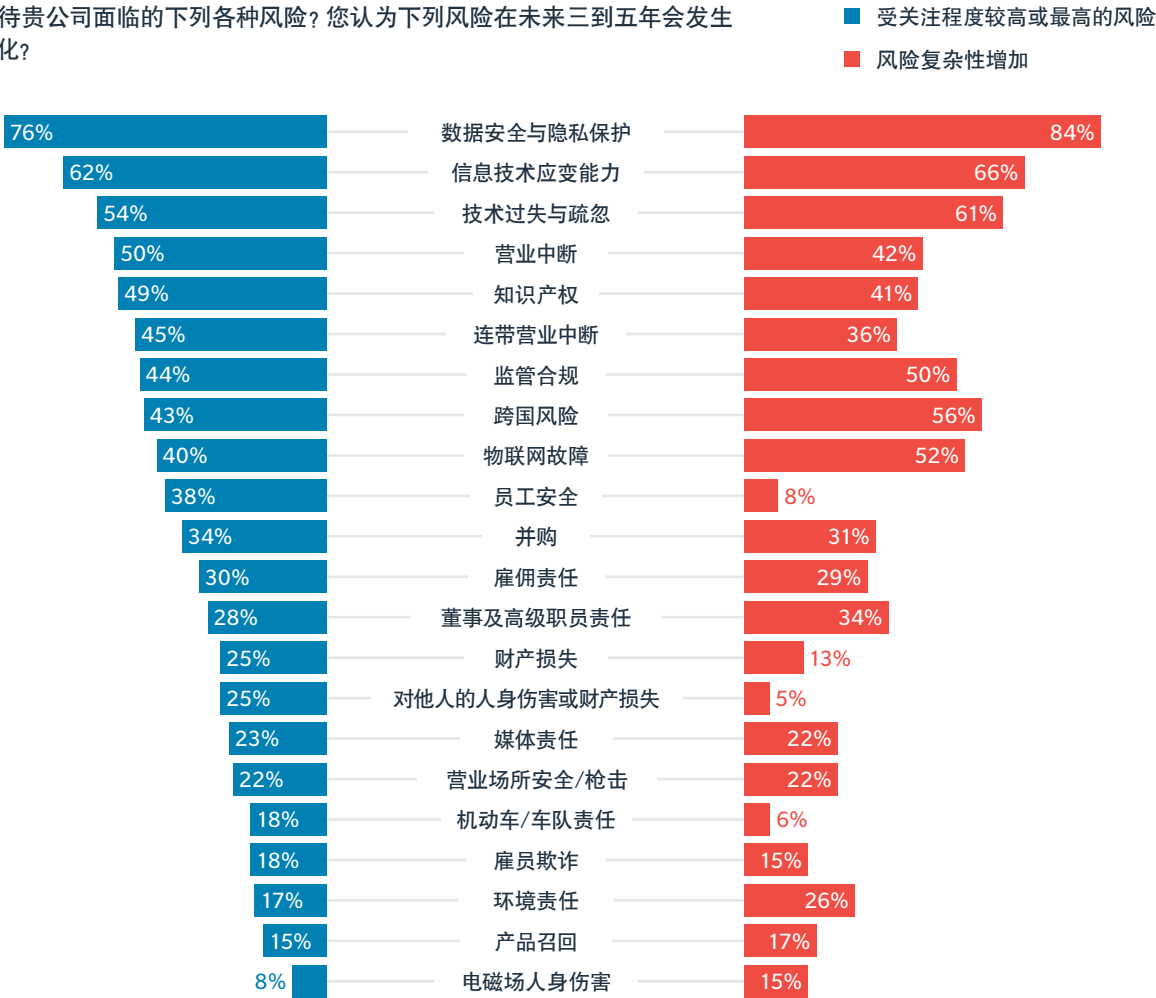
另外，通讯、媒体和高科技企业面临的风险也变得日趋复杂。据受访者预计，当前的主要风险也将是他们在未来三至五年重点关注的风险。

图表
3

通讯、媒体和高科技企业面临的主要风险都与新产品和服务的开发和应用有关。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

您如何看待贵公司面临的下列各种风险？您认为下列风险在未来三到五年会发生怎样的变化？



认为该风险受关注程度较高或最高的受访者所占的百分比

预计未来三到五年内该风险的复杂性会增加的受访者所占的百分比



与风险转移相比，受访者更加青睐风险防范

围绕一家企业应当如何分配其风险管理资源，出现了一种有趣的模式，该模式可分为两个方面：1) 风险识别与防范；2) 风险应对和转移。总体而言，在被提及的20个风险领域中，受访者更加倾向于开展“风险识别与防范”（见图表4）。

半数受访者表示，其公司应将75%以上的精力和资金用于风险识别与防范方面。另有17%的受访者认为，其公司应将75%以上的精力和资金用于风险转移方面。其余33%的受访者则表示，其公司应在这两个方面平均分配精力和资金。

我们认可，在风险识别与防范方面进行投资，不仅可以为公司的连续增长提供支持，还可以维护公司在客户和主要利益相关人中的声誉。同时，与购买保险产品进行风险转移的做法相比，一些公司在风险识别与防范方面投入的资源更多，这或许表明，保险解决方案，特别是与技术风险有关的保险产品，无法带来足够的投资回报。

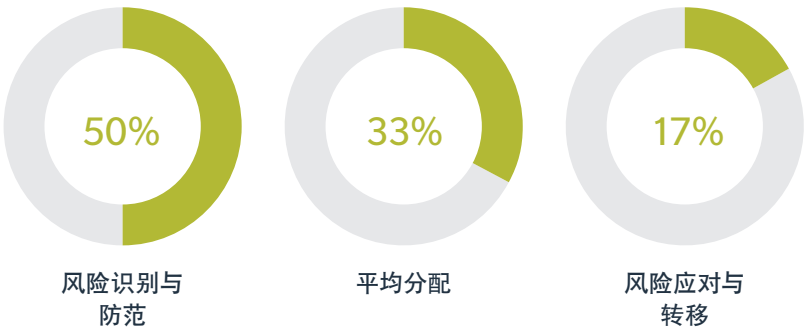
在通讯、媒体和高科技企业面临的前十大风险中，只有员工安全风险被认为能够获得最合适、最匹配的保险解决方案（见图表5）。而其它风险能够获得的保险解决方案被认为仅具有一定针对性或者完全无效。

图表
4

风险识别与防范的重要性经常被风险应对与转移所掩盖。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

对于风险识别与防范以及风险应对与转移，贵公司在哪方面投入的资源（时间和资金）较多？



保险解决方案最不能提供有效保护的风险通常也是受访者最关注的风险,包括数据安全与隐私保护风险、信息技术应变能力风险以及物联网故障风险。最“传统”的风险保险解决方案,例如财产险、董责险以及机动车责任险等,所获满意度最高。

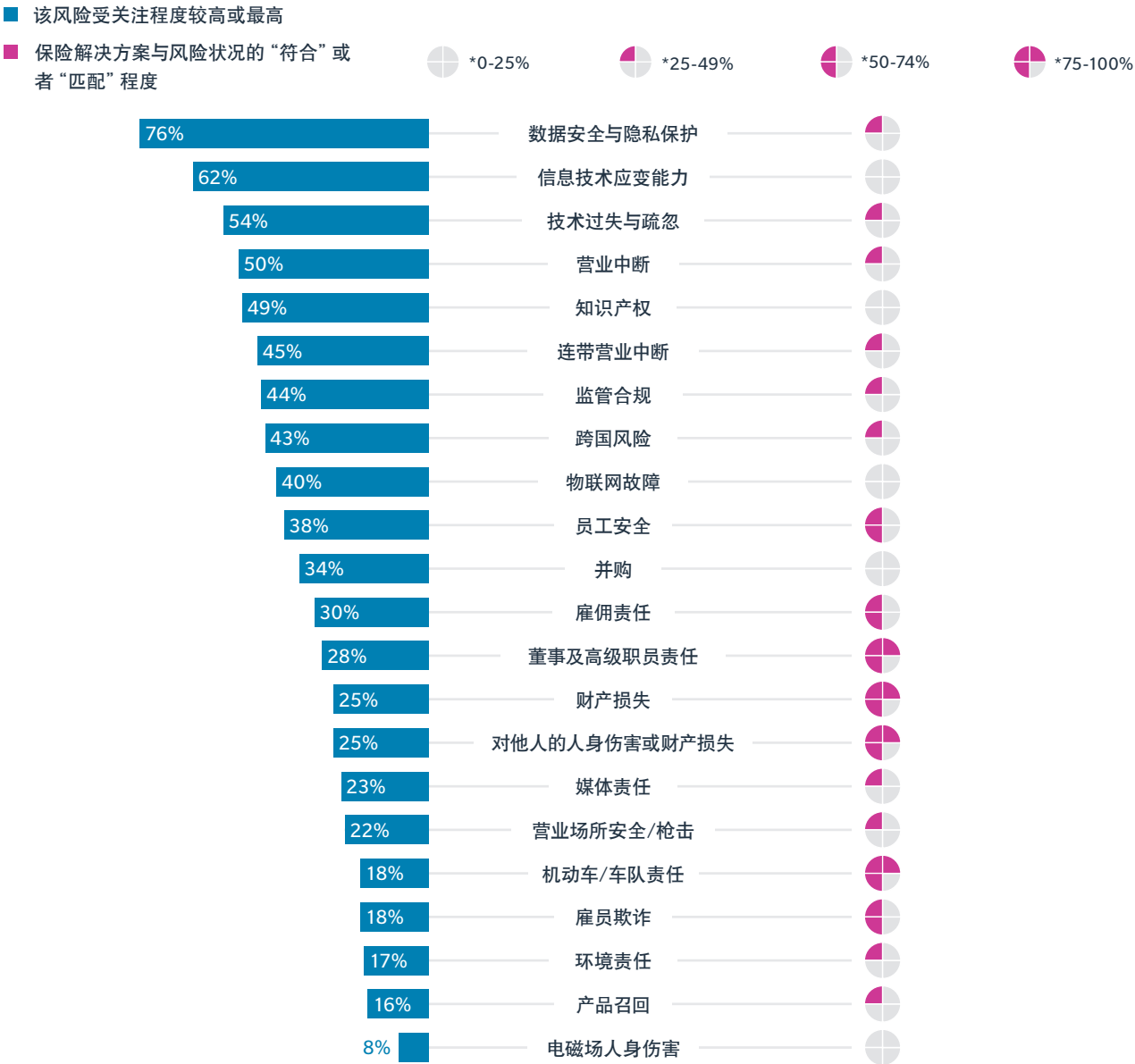
目前,受访者对保险解决方案最不满意的方面主要集中在保单条款和条件方面,因为它们没有随着损失触发条件或事件情景的快速演变而进行调整。通讯、媒体和高科技企业还受到一些保单除外责任条款的制约,这些除外责任条款没有获得及时更新,因而无法满足新的风险保险需求。

图表
5

通讯、媒体和高科技企业正努力寻找能够更好满足其需求的保险解决方案。

来源: 达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

针对下列风险的保险解决方案,您做何评价?



大多数企业自认为已经准备好迎接《欧盟数据保护条例》的到来

2018年,《欧盟数据保护条例》正式生效实施,法律监管风险再次成为通讯、媒体和高科技企业面临的主要风险之一。在该条例生效前几个月曾遇到合规问题的受访者人数相对较少,然而,超过20%的受访者称这是运气使然,并非是因为他们准备充分,而自认为已经准备好迎接《欧盟数据保护条例》到来的受访者人数刚刚超过50%(见图表6)。在未来几年,随着潜在罚金数额的持续攀升以及监管范围的不断扩大,企业可能需要做更多准备,以应对不断加剧的法律监管风险。

大多数通讯、媒体和高科技企业预计,未来几年法律监管风险将进一步加剧。举例来说,美国加州出台了一项新的隐私保护法案,被认为是美国有史以来最为严苛和全面的数据保护立法,一些人将其称为美国版《欧盟数据保护条例》。美国加州《消费者隐私保护法》将于2020年1月1日正式生效实施,根据该法,消费者将有权知晓自己哪些个人数据被收集、收集方式和原因以及这些数据被分享给哪些人等信息。该法案还赋予消费者访问数据、提出数据删除要求以及禁止向第三方出售数据的权利。

其它地区也正在商讨出台相似法案。企业需要做好准备,应对一系列合规问题。对即将出台的法规不闻不问或者不做相应准备,都是不可取的做法。

图表
6

企业针对《欧盟数据保护条例》的生效实施所做的准备情况。

来源: 达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

《欧盟数据保护条例》于2018年正式生效实施,对此您有何体会?

我们认为已准备好迎接新法规的生效实施,而且到目前为止我们也尚未遇到任何合规问题。

53%

我们认为尚未做好准备,但是到目前为止我们没有遇到任何合规问题。

24%

《欧盟数据保护条例》没有给我们带来风险。

8%

不想回答。

6%

我不清楚《欧盟数据保护条例》带来的风险或合规问题。

5%

我们认为已经做好准备,但还是遇到了合规问题。

2%

我们认为尚未做好准备,而且我们也确实遇到了相关的合规问题。

2%

“随着监管范围的不断扩大以及潜在罚金数额的持续升高，企业必须拥有正式的流程和方法，以妥善管控法律监管风险。”

重新调整与采用非传统型风险解决方案

面对风险复杂程度不断增加、商业模式持续演变以及某些风险转移方案令人不满程度进一步提高的局面，企业在做什么呢？对于风险转移计划，受访者正在做出的改变包括：扩展条款和条件、变更限额水平以及购买新的责任保险层（见图表7）。

这些都是传统型风险管理方法，可能是有效的，但是企业应当谨记，随着产品和服务被引入新的行业，他们的责任也在不断扩大。要应对这些风险，仅靠传统型方法可能是不够的。

似乎很少有受访者表示他们正在进行风险建模或非传统风险转移领域的创新。随着创新的进一步深化和发展，通讯、媒体和高科技企业也将不断突破传统保险解决方案以及核保模式的限制，尝试使用非传统型风险解决方案。

图表
7

针对新出现的风险，通讯、媒体和高科技企业似乎更倾向于变更保险计划要素，而不是进行风险建模。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

随着产品或服务的变化，贵公司对风险管理计划做了怎样的调整？（请选出所有相关项）

扩展条款、条件、定义或服务

60%

变更限额或自留额

54%

购买新的责任保险层

33%

进行风险建模，确定新风险的严重程度

21%

使用综合性结构

11%

以上都不是

10%

使用自保公司

8%

使用非传统型风险资本

4%

修改合同条款

1%

通讯、媒体和高科技企业面临的风险在不断变化，我们相信，那些引入新型风险评估方法并积极尝试非传统型风险解决方案和风险融资渠道的公司将有更大的取胜机会。

自留风险融资

对于公司不打算转嫁的风险，一旦发生损失，可采取的融资方式有限。对于通讯、媒体和高科技企业而言，使用库存现金 - 有时在预算中设立专门准备金 - 是受访者在风险融资时的首选做法（见图表8）。之后，通讯、媒体和高科技企业可以利用现有授信额度或者通过债务发行或股权融资等方式来筹集新的资金。

然而，此类资金可能更适合用于创新或其它业务改进活动，而不是支付可保风险损失。我们经常听说大型通讯、媒体和高科技企业盈利丰厚且拥有大量库存资金，但我们深知这笔资金应优先用于推动公司业务增长，而不是弥补损失。

图表
8

企业希望使用库存现金来弥补自留风险损失。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

贵公司用于弥补自留风险损失（全部或部分）的资金从哪里来？

1	库存现金/预算资金	
2	授信额度	
3	债务发行	
4	股权融资	
5	削减分红	
6	出售资产	



行业融合与扩张

通讯、媒体和高科技企业发现，随着技术的进一步普及以及行业的不断创新，他们的经营范围已经扩展至多个领域（见图表9）。

某些行业部门的受访者表示，其公司已涉足多个业务领域。举例来说，数据处理公司不再仅仅处理数据，而是进入软件、搜索和信息以及媒体等领域。与其他行业部门开展多

种经营一样，硬件和电子元器件公司也嗅到了数据业务带来的商机。

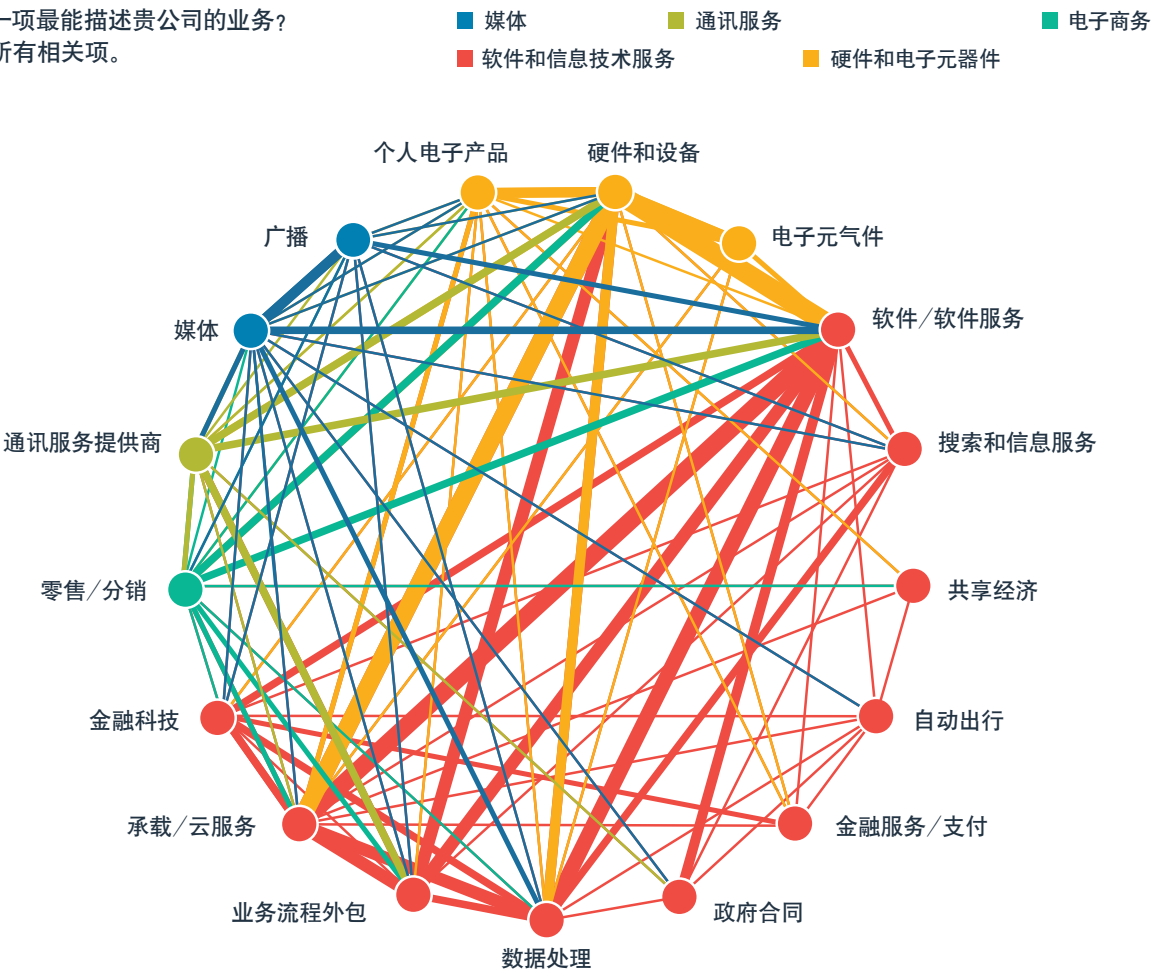
通讯、媒体和高科技行业的业务重合现象越来越复杂，这进一步表明该行业的公司应着手了解新出现的责任风险及其它相关风险。

图表
9

通讯、媒体和高科技企业开展跨部门经营。

来源：达信《2019年度通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》

下列哪一项最能描述贵公司的业务？
请选出所有相关项。



线条越粗，代表选择该项的受访者越多。

新思路



开阔视野

随着通讯设施的发展、科技创新的深入以及对关注度的追求，各行各业都在进行变革。一系列新风险也随之而来。



调整与适应

当前，变革正在加速进行，我们应当不断更新我们的风险知识、调整风险应对措施并审查我们的做法恰当与否。



充分利用资源

物联网和数据经济创造出极为丰富的数据信息。企业应当以此为契机，利用这些新的数据开展风险评估、缓释和处置工作。



提高预测能力

作为风险管理人员，我们擅长风险预测。变革正在加速进行，我们应利用新的数据和工具，进一步提高我们的预测能力，并为公司制定商业战略提供充足的信息。



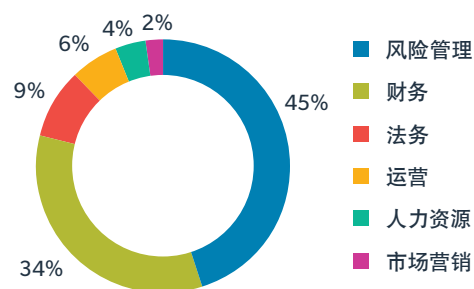
开拓创新

精准的数据、分析结果和工具是一切工作的基础。但是我们身处未知的领域，我们需要不断探索、发掘和寻找新的思路。

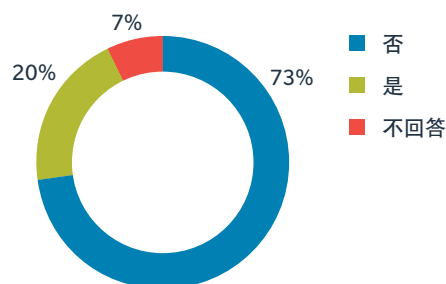


受访者的构成情况

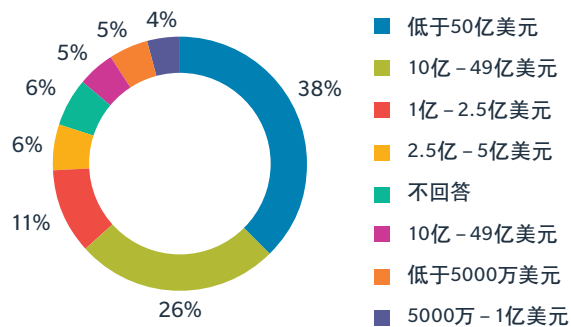
按岗位职责划分



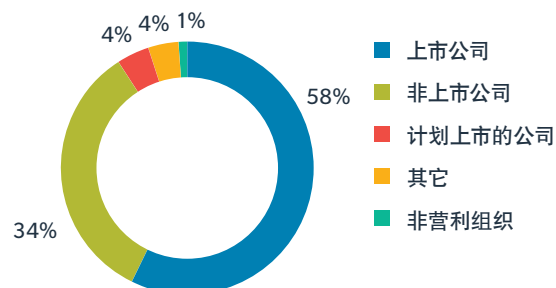
是否为公司最高管理层成员



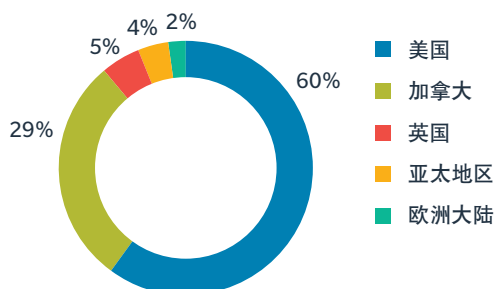
按公司收入划分



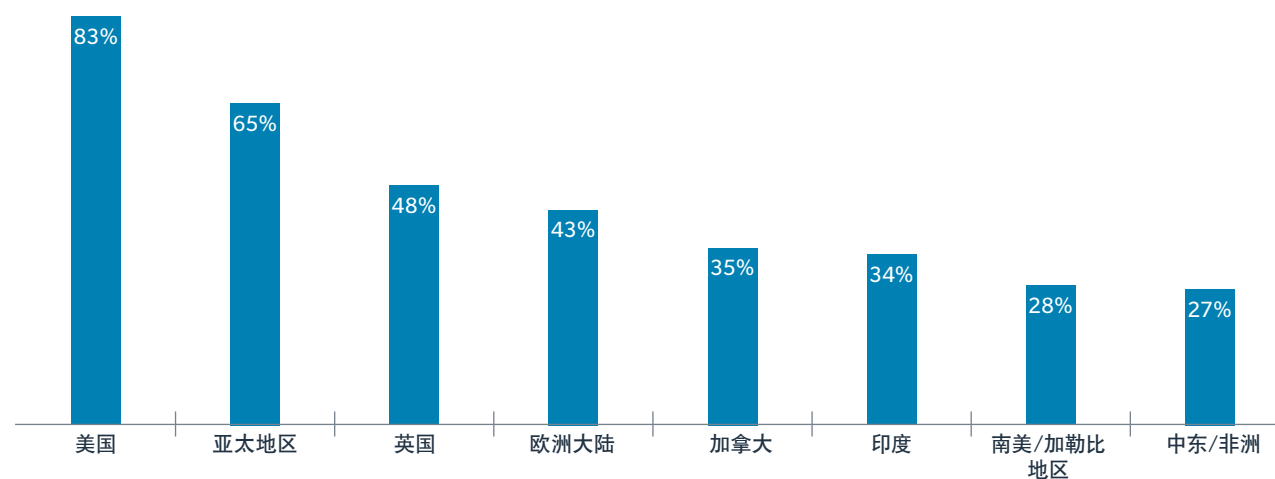
按公司所有权类型划分



按公司总部所在地划分



按公司风险所在地划分



其他内容

本次调查以及调研报告属于Marsh& McLennan Companies年度意见领袖的一部分, 后者包括研究报告、观察报告、活动和热点问题评述等。

达信通讯、媒体和高科技企业客户服务部还会主办一系列活动, 预计2019年的活动包括:

- 风险与保险管理协会年会之通讯、媒体和高科技风险圆桌会议
- 硅谷高科技风险论坛
- 媒体客户大会



	413.83 (+104.80)	228.19 (+30.73)	
13.17 (+8.66)	127,323.96 (+13.72)	142,684.54 (+12.06)	143,633.44 (+0.68)
	227.69 (-24.95)	48.64 (-76.64)	50.44 (-3.79)
9.67 (-3.40)	9,383.69 (+6.79)	9,680.80 (+3.17)	11,502.33 (+18.82)
	159.55 (-16.75)	174.76 (+9.53)	214.43 (+22.74)



达信通讯、媒体和高科技行业专知

全球服务网络拥有

超过600名

通讯、媒体和高科技
行业风险管理人员

排分的保费达

20亿美元



美国办公室提供
本地化专业服务

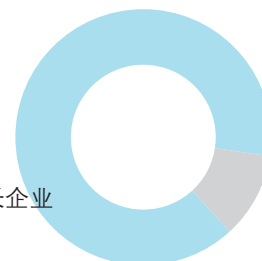
超过25个

超过2000家

全球拥有

85%

的客户属于中型高成长企业



关于达信 (MARSH)

达信 (Marsh) 是全球保险经纪和创新型风险管理解决方案领域的领先企业，拥有30000名员工，向全球130多个国家和地区的个人和商业企业客户提供建议和服务。达信是Marsh & McLennan Companies (纽交所代码：MMC) 的全资子公司，后者是一家全球性专业服务公司，向客户提供风险、战略和人力资源服务。Marsh & McLennan Companies在全球拥有将近65000名员工，年收入超过140亿美元，通过旗下四家处于市场领先地位的子公司帮助客户在变化多端和日趋复杂的环境中不断发展壮大。除达信以外，Marsh & McLennan Companies还是下列公司的母公司：佳达，开发先进的风险、再保险和资本战略，帮助客户实现盈利增长并把握新的机遇；美世，提供建议和科技带动型解决方案，帮助企业满足因人力资源变动带来的健康、财富和职业发展需求；奥结，致力于为私营部门和政府客户提供战略、经济和品牌咨询服务。请在推特关注@MarshGlobal，并在新浪微博关注@达信Marsh，或者在微信公众号搜索MarshChina关注达信微信公众平台，或者订阅BRINK获取相关信息。

关于本报告

本报告是达信第四期《通讯、媒体和高科技行业风险调研报告》，收集了全球超过175名通讯、媒体和高科技行业风险管理人士的反馈信息。如需获取更多关于本报告的信息或者了解达信如何帮助化解贵公司面临的通讯、媒体和高科技风险，请联系：

美国

TOM QUIGLEY

thomas.quigley@marsh.com

英国

CARRICK LAMBERT

carrick.lambert@marsh.com

亚洲

ALEXANDER CHAO

alexander.chao@marsh.com

达信是Marsh & McLennan Companies的子公司。后者也是佳达、美世和奥纬的母公司。

本文件及其中由达信提供的任何建议或分析（统称为“达信分析”）不应作为针对个别情况的建议，也不得作为此类问题的处置依据。本文包含的信息是基于我们认为可靠的来源，但是我们并不保证其准确性。达信并无义务对这些信息进行更新。对于您或本文所涉其他各方或任何问题，达信不负任何责任。任何关于保险精算、税务、会计、法律问题的陈述都完全基于我们作为保险经纪人和风险顾问的经验，不得以此作为相关保险精算、税务、会计或法律问题的建议。被保险人如遇上述问题应咨询相应的专业顾问。任何建模、分析和预测都存在其固有的不确定性。任何基本假定、条件、信息和因素的不准确、不完整或变化都有可能对“达信分析”造成重大影响。达信对任何保险公司或再保公司的保险条款、财务状况或偿付能力不做任何声明和保证。达信对于保险保障的获得、费用或条款不做任何担保。尽管达信可以提供建议，但所有与保险金额、类型或条款相关的决定都应由投保人自行负责。投保人必须根据其具体情况和财务状况选定适合的保险。