

家电巨头 造芯 道阻且长

■ 本报记者 毛雯

近日,康佳集团在深圳举行38周年庆暨转型升级战略发布会,全面展示了康佳的转型路线,透露将进军半导体产业。而在上个月,格力电器则表示将在集成电路产业布局。

短短一个多月时间内,两大家电巨头就明确表露自己在造芯上的野心。

康佳格力长虹 杀入半导体产业

在发布会上,康佳集团宣布新成立环保科技事业部、半导体科技事业部,这是康佳首度宣布进入半导体产业。此外,康佳亦明确提出半导体发展目标,用5至10年时间,跻身国际优秀半导体公司行列,致力于成为中国前十大半导体公司,年营收过百亿元。

康佳集团总裁周彬介绍说,按照计划,康佳在半导体产业将先关注几个重点领域,包括存储芯片、物联网器件、光电器件。

周彬同时还强调,目前,在半导体产业链中,晶圆芯片的环节吸引了很多投资,但是康佳不会在该环节过多着力。在多晶硅、单晶,硅片、晶圆光刻,设计,封测这些环节,康佳都会去关注,除了晶圆,其他的都可能会布局投资。不过,周彬并未透露康佳在半导体产业的投资金额。

无独有偶,近期宣布进军半导体产业的还有白电巨头格力。

在中国 华为比苹果更吃香

华为和苹果哪个更能赢得中国消费者的芳心?谷歌和百度哪个在中国市场更吃得开?一份最新发布的报告显示均为前者。

日前,声望研究所在京发布了2018年中国企业声望报告。报告称,在搜索引擎谷歌和百度之间,谷歌更受中国消费者欢迎。在智能手机制造商华为和苹果之间,华为更受中国消费者青睐。

根据报告,在中国声望最高的前十家企业分别为英特尔、华为、劳力士、谷歌、海尔、顺丰、米其林、诺基亚、德国汉莎航空和格力。其中,英特尔是声望最高的跨国企业,华为是最具声望的中国企业,谷歌排名第四,苹果排名第二,百度位居第125位。

报告认为,目前,中国企业面临的最大挑战是创新。在所有评分维度中,本年度的创新评分下降了4.4分。相比之下,跨国企业在创新一项领先中国企业1.8分。同时,中国企业还面临着品牌实力和传播的挑战,比跨国企业低2分。

报告还称,虽然跨国企业整体比中国企业领先0.6分,但仍面临与中国公众缺乏感情联系等问题。相比之下,中国企业与公众的情感联系更为紧密。

声望研究院执行合伙人尼古拉斯·乔治斯·特拉德表示:在美国500强企业中,高达87%的市场价值均来自无形资产,这就是声望管理变得越来越重要的原因。中国企业应通过创新及更有效的品牌传播进一步提高声望,跨国公司则需要更加重视与中国公众建立共鸣。

报告显示,英特尔的声望得分为73.6分,华为的声望得分为72.5分,苹果的声望得分为69.7分,自2012年以来已累计下跌8.7分。

华为以72.5分的声望评分排名第二,苹果排名第12位。比较发现,在透明度和开放传播方面,华为领先于苹果,华为的真实度是苹果的2倍。

营销机构锐思博德全球咨询公司首席执行官彼得·普罗德罗穆说:相比过去,当今中国消费者的力量和民族自豪感更强。随着时间推移,这些因素将对消费者的品牌形象产生影响。

(索国鑒)

遗失声明

本人张乐 身份证号码: 610523199211140043, 护士职业资格证书初级护理(资格证书编号及资格证书管理号:15358478, 通过考试时间:2015年5月16日)不慎遗失, 声明作废。

特此声明
2018年5月24日

上个月,格力在发布2017年年报时表示,公司预计未来在产能扩充及多元化拓展方面的资本性支出较大,为谋求公司长远发展及股东长期利益,公司需做好相应的资金储备。公司留存资金将用于生产基地建设、智慧工厂升级,以及智能装备、智能家电、集成电路等新产业的技术研发和市场推广。

这是集成电路一词首次正式出现在格力电器的年报上,这意味着格力电器接下来将要发展集成电路。

在日前接受媒体采访时,格力电器董事长董明珠又表示:哪怕投资500亿元,格力也要把芯片研究成功。当我们能够掌握芯片,而且我们如果能把高端芯片拿下来的那一天,我们就可以服务全球了。

此外,在今年CES展和AWE展上,康佳展出其自主研发的8K图像芯片,同时亦展出75英寸的8K

电视,该产品将8K 60P信号集成于一条数据线进行传输。

道阻且长: 家电厂商芯片梦短期难落地

毋庸置疑的是,家电智能化升级是必然的发展趋势。而家电厂商依据自身产品的特性差异,去进行芯片的细分化、定制化研发,才能打造出具备差异化功能,且让体验更佳的家电产品。进而,家电厂商才能以更加从容的姿态迎接市场的残酷竞争。

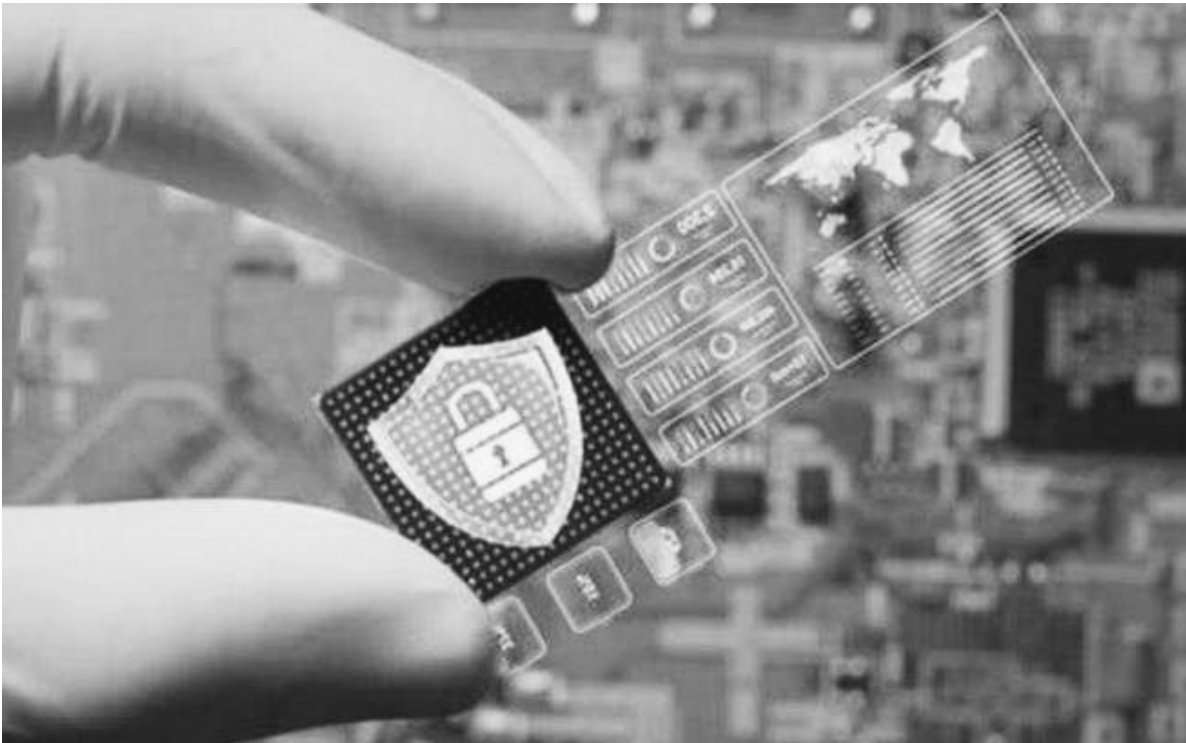
但是真正实现芯片梦,却没有那么简单。正像周彬说的那样,半导体不是一蹴而就的,不是快速就可以成就的,而是持久战。而董明珠虽然敢为芯片业务投资500亿元,但也从侧面证明芯片业务的研发成本之高。

试想一下,为何直到现在中国手机芯片业务仍然没有太大起色?

就是因为芯片的研发会遇到很多困难,如资金、技术积累、长久以来的底蕴、成果的转化落地等。甚至就算找对了方向和目标,也需要时间的打磨。

以华为为例,其花费10余年时间去研发移动芯片。早在2005年,华为就研发出基带。而2009年华为推出的K9芯片,因为多种原因导致失败。直到2014年华为推出的麒麟920芯片,才以稳定性和高性能真正具备了商用价值。可以说,家电厂商在芯片研发、生产、落地的过程中,也必然会遭遇意想不到的困难。道阻且长,家电厂商的芯片梦短期内不会落地。

在家电市场的纷乱局势下,不变则死。如果还是纯粹专注于家电制造本身,无疑会与时代脱节,有被淘汰的风险。家电厂商杀入芯片领域对自身突破智能化瓶颈并迈入全新阶段有着重要意义。



大力激发企业家投身智能制造积极性创造性

■ 陈全

当前,全球制造业正加快迈向数字化、智能化时代,智能制造对制造业竞争力的影响越来越大。智能制造是指基于大数据、物联网等新一代信息技术与制造技术的集成,能够自主动态地适应制造环境变化,实现产品从设计制造到回收再利用全生命周期的高效化、优质化、绿色化、网络化、个性化的制造系统或者模式。智能制造作为制造业发展的重要方向,是我国培育经济增长新动能、建设制造强国的重要依托。近几年,我国智能制造产业门类 and 体系逐渐形成,研发经费和人力资源投入逐年提高,一些核心技术实现突破,出现了一批具有国际竞争力和影响力的智能制造行业和高科技企业。但是,我国智能制造与发达国家相比仍有

差距,在国际竞争中面临高端和低端两头挤压的压力,相关行业和企业还存在创新积极性不足、研发投入不够、结构不合理、可持续发展能力不强等问题。

纵观世界经济发展史,每一次科技和产业革命在带来生产效率提高和生产方式变革的同时,也会为后发国家实现跨越发展提供重大机遇。能否抓住智能制造这一重大机遇,关系我国能否建成制造强国、实现两个一百年奋斗目标。我们要客观认识我国制造业存在的不足,坚持以推进智能制造为主攻方向,强化制造业基础能力,培育经济增长新动能,加快实现我国制造业由大变强的历史性跨越。

充分认识智能制造的意义,重塑发展理念。目前,我国传统制造

业总体上处于转型升级的过渡阶段,相当多的企业在产业分工中处于中低端环节,但很多企业仍满足于低成本竞争,使用智能设备的动力不足。即使一些引入智能设备的企业,也仅停留在初级应用阶段。应充分认识智能制造对产业发展的颠覆性意义,树立以智能制造整合价值链和商业模式的理念,借助传感器、物联网、大数据、云计算等新技术,对原有生产技术和生产模式实施智能化改造,为其安上智能的大脑、接上互联网的云端,推进生产方式智造、产业形态再造、高端产业创造、商业模式改造,重塑制造业产业链、供应链和价值链,加快培育形成智能制造新模式,推动产业迈向中高端水平。

深化供给侧结构性改革,重构

竞争优势。强化创新驱动,推动产、学、研、用协同创新,加快制定智能制造标准体系,开发并推广应用智能制造操作系统,研发具有自主知识产权的工业机器人、增材制造装备、智能传感与控制装备等关键技术装备,全面提升智能制造的产业化水平。鼓励生产和商业模式创新,以消费者为中心,建立需求定制+大数据营销+参与制造的产品+服务新型生产和商业模式。支持企业建立平台生态圈,通过服务生态化、系统化和产品智能化,创造新的价值增值机会。培育自主品牌和骨干企业,集中资源重点培育一批自主创新能力强、主业突出、产品市场前景好、对产业带动作用大的企业。鼓励企业利用全球创新资源、拓展全球市场,

打造强大的智能制造生态系统。完善企业内部价值链管理,增强企业智能化管理能力,建立高效的智能化运营系统。

健全多层次人力资源开发体系,强化人才支撑。完善学科布局,加强人才培养,推进智能教育发展。大力发展职业教育、继续教育、职业技能培训,健全培养机制,创新培养模式,培养和造就具有工匠精神的应用型人才。注重保护和弘扬企业家精神,建立科学的利益引导和风险分担机制,营造善待挫折、宽容失败的社会氛围,大力激发企业家投身智能制造的积极性和创造性。

(作者为重庆社会科学院院长、重庆市中国特色社会主义理论体系研究中心副主任)

中国茶产业大而不强 只有标准化才有品牌化

■ 漆叶青



作为一种历史悠久的重要出口物资,中国茶叶早在1000多年前就远销国外。但上千年的茶叶贸易带给茶叶产业的不仅是历史的传承和积淀,同时也有一系列的新问题亟待解决。

在近日举办的2018茶叶经贸、茶文化交流论坛上,中国茶叶流通协会秘书长梅宇指出,目前,中国茶叶企业的品牌价值不高,即便是排名第一的茶企产值也仅占到整个行业的5%左右,在这种情况下,单个茶

企品牌要走出去其实很难,必须整体打包抱团出海。

内外销差异巨大

近10年来,中国茶园面积和茶叶产量均保持稳定增长。根据中国茶叶流通协会发布的数据,2017年中国干毛茶产量为260.9万吨,总产值达到1907.6亿元人民币,比上年增长225.6亿元,增幅13.4%。

从出口量而言,从2010年起,中国茶叶出口一直保持在每年30

万吨左右,2017年出口总量达到35.5万吨,创下历史新高,出口金额为16.1亿美元(约合100亿元人民币),同比增长8.7%。

相比之下,茶叶内销金额是外销金额的20余倍。中国茶叶流通协会的数据显示,2017年,国内茶叶市场销售额达到2353亿元。对于如此强烈的反差,梅宇认为,这与中外茶叶销售品类和居民饮茶习惯的差别相关。

国内销售的茶叶多为名优茶,即品牌茶,单价普遍较高,出口海外的茶叶大多为大宗茶即原料茶,茶叶的附加值低。若以品牌茶出口,国外市场将征收较高额关税。此外,中国人与外国人对茶叶的看法不一,中国讲究清饮,外国人则偏爱调饮。梅宇说。

中国茶叶有限公司代表、福建茶叶进出口有限公司副总经理王东铭则表示,国际市场茶叶贸易中流通的80%都是红茶,但中国茶叶的优势品类主要在于绿茶,因而从目前阶段来看,中国很难与斯里兰卡、肯尼亚等红茶生产国竞争。

王东铭说,作为一家老牌茶企,

目前,中茶公司产品已经出口到新加坡、马来西亚、乌兹别克斯坦、俄罗斯、欧盟等多个国家和地区,国外尤其重视食品的品质和卫生安全,因而,在保证茶叶品质稳定的基础上,茶企更应注意的,是如何符合进口国的标准。

多样化、标准化并行

多名茶行业从业人员表示,尽管近年来中国茶叶出口量稳步增长,中国茶叶出口量已然跃居世界第二,但是,中国仍是茶叶大国,却并非茶叶强国。

湖南省茶业集团股份有限公司副总经理王树波表示,现在国际上的茶叶通行标准大多由国外制订,中国在行业标准的制定上没有话语权,茶企、协会应该共同制定一套中国茶叶的相关标准,使中国的标准向国际更高标准靠拢。

此外,中国茶叶在品牌影响力上的话语权也相对较弱。梅宇指出,当前中国茶企的品牌价值不高,相比之下,白酒、烟草行业的品牌集聚度更高,如茅台产值可能达到白酒行业的15%。

中粮营养健康研究院消费者与市场中心所发布的《中国茶叶产业市场现状》中亦指出了类似的情况:目前,中国茶叶市场较分散,处于无序竞争的混乱状态,茶叶产业的集中度低,茶企共有7万多家,上亿元规模的茶企不超过100家,绝大多数是千万元、百万元级别的中小型企业。

湖南农业大学教授刘仲华此前在接受媒体采访时表示,中国茶企规模小而散的背后,其实是标准化在作祟。茶这个行业,大家的思维都太传统了,没有用标准化、爆品的思维去考虑,但只有实现标准化,将评判标准固化下来,将所有内容量化,才能实现规模化,之后才有品牌化。

而王东铭对此则表示出了不同的意见:中国各地茶叶生产千差万别,各区域都有各自优势茶品类,多样化是中国茶叶的优势,国外将茶作为饮料,其标准化做得更好,标准化是中国茶叶的发展方向之一,但不能因标准化而排斥多样化,在中国,多样化、标准化并行更适合我们。

◆ 出海记



大疆牵手微软打造先进无人机技术

境外媒体称,微软近日宣布,全球最大的无人机制造商大疆创新(DJI)正在与微软合作,打造面向企业市场的先进无人机技术。

据香港媒体报道,大疆创新首席科学家吴迪表示,基于双方的战略合作,大疆创新将利用物联网和微软人工智能服务开发适用于农业、建筑行业、公共安全及更多应用场景的解决方案。

记者了解到,基于双方的战略合作,大疆创新发布面向Windows的软件开发工具包(SDK),将商用无人机技术拓展到全球最大的企业开发者社区。为Windows 10电

脑编写的应用程序,可以针对不同行业的各种应用场景,对大疆无人机的飞行和控制进行定制,包括完整的飞行控制功能和实时的数据传送。可以说,这相当于把无人机技术开放给了全球将近7亿的Windows 10用户。

大疆创新还宣布选定Microsoft Azure智能云平台作为优先云计算合作伙伴之一。充分利用Azure领先业界的人工智能与机器学习服务,帮助全球成千上万的企业用户从大量的航拍图像和视频数据中获取有助于指导业务决策的商业洞察。

中国企业拿下全球首条跨海云轨订单

美媒称,比亚迪赢得了该公司迄今为止最大一笔海外云轨交通系统订单,这家中国电动汽车商为重振利润增长作出的努力就此得到了肯定。

据美国《彭博商业周刊》报道,比亚迪高级副总裁李柯接受电话采访时表示,该公司于5月下旬签署了在巴西萨尔瓦多建设云轨系统,价值25亿巴西雷亚尔(约合6.89亿美元)的订单。她表示,公司正在与包括美国在内的美洲地区磋商多达8笔云轨交易,预计2018年至少敲定两笔。

这是个里程碑式的合同。李柯在洛杉矶表示,我们过去几年一直在海外投资,现在慢慢进入收获期,海外业务2018年持平,2019年开始贡献利润,甚至领跑公司业务。

报道称,由于国内电动汽车市场竞争日益激烈,比亚迪的市场领先地位受到影响。比亚迪于两年之前开始涉足云轨业务,一方面寻求新的利润增长点,另一方面也试图减少对国内市场的依赖。

(本报综合报道)