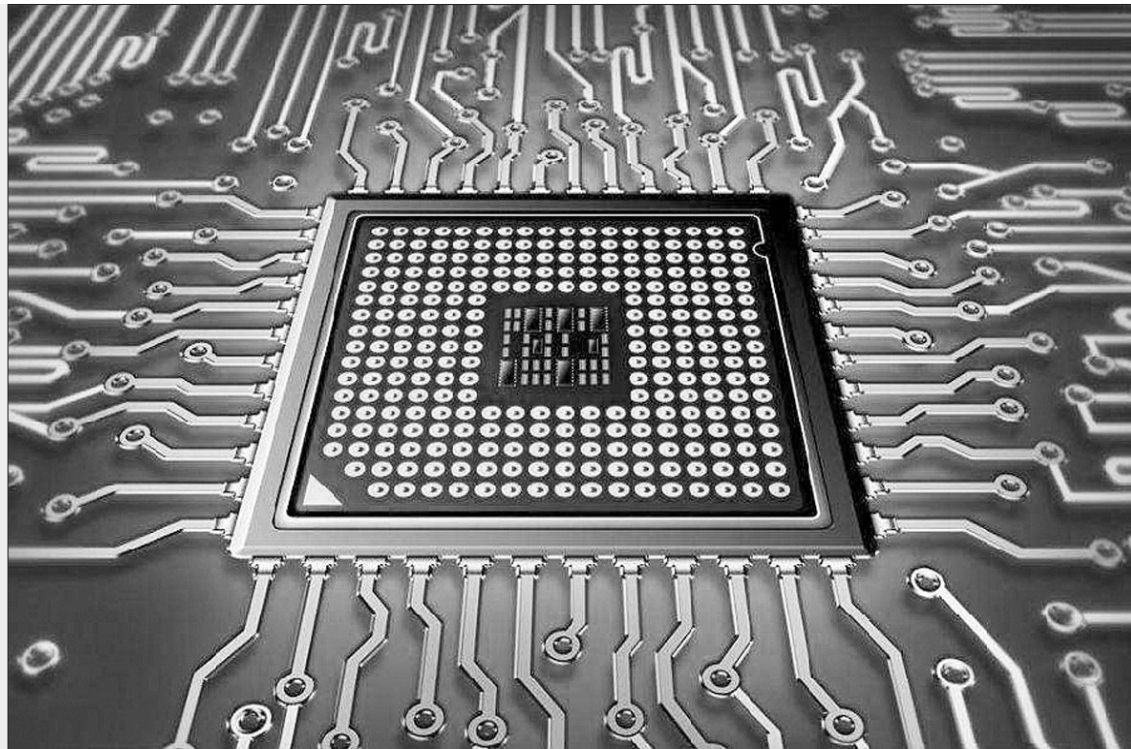


家电巨头纷纷入局半导体 动真格还是玩噱头？

本报记者 郭有智

日前，国内老牌家电企业康佳宣布成立半导体科技事业部，正式进军半导体行业。康佳集团总裁周彬表示，要用5~10年时间，跻身国际优秀半导体公司行列，致力于成为中国前10大半导体公司，年营收预计将超百亿元。

此前，格力也曾于2017年财报中披露“要进军半导体集成电路产业”。珠海格力电器股份有限公司董事长董明珠更是在近期接受央视财经频道专访时表示：“哪怕投资500亿元，格力也要把芯片研究成功。”格力、康佳先后入局半导体行业，意欲何为？在大手笔投资的同时不约而同地放出豪言，它们的信心又源于哪里？



如果从产业链角度划分，格力、康佳目前布局的半导体业务大多为与IC设计、封装工艺相关。

定位应用级 方向各有侧重

集成电路按照功能结构、制作工艺、应用领域及用途等维度来区分，可以划分为多种不同类型。如果从产业链角度划分，格力、康佳目前布局的半导体业务大多为与IC设计、封装工艺相关。从两家公司目前透露出的信息可以看出，未来它们所拓展的半导体业务领域也不尽相同，可谓各有侧重。

2017年格力宣布成立微电子部门，计划打造自有芯片。据悉，格力

微电子部门隶属格力通信技术研究院，现有数字前端、数字后端、模拟设计、版图设计、硬件设计、软件设计及功率器件设计等覆盖整个芯片设计环节的完整研发团队。对于空调产品而言，涉及多种芯片，包括外机芯片、内机芯片、压缩机芯片等。据相关媒体报道，格力电器早年已开始做IGBT（绝缘栅双极型晶体管），是一种半导体功率器件，空调的交流变频等技术需要这种元件做支

持)的封装，对于空调内机的主芯片也已能够进行设计，对于不能设计的部分采取委外加工的形式。业内人士透露，目前格力电器的芯片主要是以设计为主，满足自用为目的。

日前，康佳集团副总裁李宏韬在接受媒体采访时，也透露了未来康佳半导体业务的主要发展方向。他表示：“存储、物联网芯片是未来康佳半导体业务的两大方向。首先，康佳终端销量大，未来市场也会越来越大，

存储业务值得扎扎实实去做。另外，未来物联网芯片技术将带来新的发展机遇，在这一技术上做重点布局对于一家公司而言，无论从现实意义还是战略意义上来讲都非常重要。”此外，他也表示：“半导体不是一蹴而就的行业，上游产业链同样需要关注。康佳未来在产线、设计、封装上均会持续投入。”同时，李宏韬也明确表示，康佳暂时不会布局半导体晶圆相关业务。

相比起格力“吸取教训”砥砺前行，康佳拓展半导体业务则是康佳集团整体战略转型的缩影。

转型升级关键期 掌握核心竞争力

“格力，掌握核心科技”，这是格力的经典广告语，但是以前格力似乎并没有太重视上游芯片技术。据业内人士爆料，早年董明珠在接受采访时曾被问到“为何不做芯片”，董明珠坦言：“芯片非常便宜，才几块钱一个。”

如今，董明珠放出“500亿元豪言”想必也是认识到上游供应链受制于人的危险性，吸取了“中兴事件”的教训，而做出的应对策略。据专业人士介绍，中国已经成为全球

IGBT最大需求市场，但目前仍主要依靠进口。另外，ADC（模数混合）控制芯片市场供应也基本掌握在美、日等公司手中，而这种芯片正变得愈发重要，它几乎应用于目前所有高速发展的新兴领域。未来，中国市场消费升级加速，空调等家电产品也将面向高端化、智能化发展，没有底层技术支持的企业必将输在起跑线上。格力进军半导体行业可以理解为在为“下一个十年”做准备。

相比起格力“吸取教训”砥砺前行，康佳拓展半导体业务则是康佳集团整体战略转型的缩影。

在日前召开的新闻发布会上，康佳宣布将对业务结构进行重构，分为四大事业群与两大科技事业部（包含半导体科技事业部），未来将致力于“打造以科技创新驱动的平台型公司”为核心定位。细化到芯片业务方面，李宏韬在接受媒体采访时表示：“目前芯片核心技术还是国外占优。但物联网是一个全新的技

术领域，这给了众多企业弯道超车的机会。未来，康佳也将适当采取合作或者并购、收购等方式扩大在半导体领域的影响力与技术实力。”

康佳作为国内老牌家电企业，曾赶上中国经济快速增长带来的市场红利，但目前也正面临着艰难的转型期，直至2015年康佳还处于亏损状态。在如今消费升级以及各大公司战略部署关键期，康佳瞄准趋势看涨的半导体新兴领域作为突破口也不无道理。

未来格力、康佳需要警惕的是，在全力拓展新业务的同时，如何避免主营业务不被拖累。

挑战隐患并存 警惕掉队风险

“从国家责任层面讲，我对家电企业做芯片持赞成态度；但站在企业经营角度，我持否定态度。”日前，家电行业观察人士刘步尘在接受记者采访时表示：“芯片乃至半导体产业需要大笔资金投入，目前并没有一家中国家电企业有绝对实力承担得起。”可以看到，中国家电企业以及其他行业巨头宣布进军半导体行业成功吸引了大众眼球，让国人看到了中国企业打造中国“芯”的决心，但与此同时一些潜在的挑战和隐患同样不容忽视。

首先从企业经营角度来讲，布局新兴产业意味着持续、大量的投资，并且短期内不会实现外销盈利，这

便需要企业有足够强的整合、消化能力和健康的财政作为支持。按下整合实力不谈，单看财政情况，便对跃跃欲试的家企业提出了巨大挑战。

以康佳为例，根据其发布的2017年年报，报告期内集团共实现营业收入312亿元，实现利润50亿元（很大一部分来自向外抛售地产）。这是康佳近几年业绩最好的年报，但是想支撑其在集成电路行业的发展目标似乎力有不逮。

国内集成电路龙头企业——紫光集团董事长赵伟国曾公开表示：“做集成电路，要想进入第一集团，就需要大规模的投入资本，一

年投入到不了100亿美元，是进入不了第一集团的。”集成电路行业的“烧钱”能力可见一斑。对比康佳、格力近些年的财报数据，可以看出它们的半导体业务发展还有很长一段路要走。

当然，学会“避重就轻”，在一些“专精”领域发挥中国企业特长，或将开辟出新路子。奥维云网副总裁董敏告诉《中国电子报》记者：“全球经济正在逐步实现一体化，但对于国家和行业来说，仍然需具备危机意识。政策制定和执行要更加务实，谨防投机思维在实体领域分散资源，冲击行业发展。对于家电企业或者跨界企业

来说，不一定要聚焦在集成电路核心环节，要避免重资产，谨防低端产能过剩。”

另外，2017年康佳财报还显示，彩电业务全年实现营收119.95亿元，毛利率达16.11%，为集团贡献了19.32亿元利润，仍是康佳赖以生存的支柱产业。格力依赖主营业务情况则更为明显，2017年，格力空调业务占据公司八成以上营收份额，全年营收1234亿元，同比增长40%。未来格力、康佳需要警惕的是，在全力拓展新业务的同时，如何避免主营业务不被拖累，保证财政数据健康。这也是留给格力、康佳的一个现实问题。

12批次洗衣机抽查不合格 日立小鸭金羚等上榜

本报讯 日前，国家市场监督管理总局组织开展了家用电动洗衣机产品质量国家监督抽查，不合格产品检出率为22.2%，上海日立家用电器有限公司、中山市小鸭家电有限公司、金羚电器有限公司等企业的产品被检出不合格。

此次抽查了7个省（市）54家企业生产的54批次家用电动洗衣机产品，其中12批次不合格，不合格产品检出率为22.2%。重点对

产品的单位功效耗电量、单位功效用水量、洗净比、漂洗性能、含水率、连续骚扰电压、连续骚扰功率等24个项目进行了检验。不合格项目涉及对触及带电部件的防护、输入功率和电流、机械强度、结构、电源连接和外部软线、漂洗性能、洗净比、连续骚扰电压。从通报中可以看出，被抽查到不合格的产品中，大部分不合格项目都涉及“能效等级和

洗净比”的问题。

据有关专家介绍，能效等级是表示家用电器产品能效高低差别的一种分级方法，按照国家标准相关规定，目前中国的能效标示将能效分为五个等级。等级1表示产品节能，已达到国际先进水平，能耗最低；等级5是产品市场准入指标，低于该等级要求的产品不允许生产和销售。洗净比表示衣服被洗干净的程

度。它是用专用仪器测定污染布的反射率，与参照布进行比较所得到的数据，中国国家制造标准规定合格值为0.7，达到0.91的就是一级能效级别。事实上，洗净比就是判断洗衣机洗净效果的指标，按国家标准要求，加洗衣粉的洗衣机洗净比要达到0.7以上，而一级能效的洗衣机的洗净比则需要达到0.91，也就是该台洗衣机可以在91%的程度上洗净衣物。

瞄准三大痛点 卡萨帝打造高端商旅生态圈

本报讯 5月25日，卡萨帝在北京召开“不凡之旅”发布会，直击商旅用户生活方式痛点，提出建立商旅人士高端生态圈解决方案。

“出差多、任务紧、压力大”已经成为商旅精英群体的真实生活写照。能够在保障身体健康的同时提升效率与个人价值，成为他们最迫切的需求。自2016年起，中国已经超越美国，成为全球最大的商旅消费支出国。与此同时，商旅精英的群体性痛点也日益凸显，身心健康、生活节奏以及价值存在感

三大问题不容小觑。为破解当下商旅精英的群体性痛点，卡萨帝率先建立起商旅人士高端生态圈平台。这次，卡萨帝突破了“家”界限，即便商旅精英在高铁与飞机上，也能带着卡萨帝给予的舒适与惬意，让原本枯燥忙碌的旅程变得

轻松愉悦。

例如，商旅精英常常要面临紧急的出差任务，冰箱里往往会留有一些来不及吃完的食材，此时如果有一台卡萨帝F+自由嵌入式冰箱，可以用原创的MSA控氧保鲜科技延缓食材氧化、抑制营养和水分流失；商旅精英需要频繁出席各大正式场合，仪仗着装来不得半点马虎，而卡萨帝洗衣机原创的空气洗方案，可以迅速祛除细菌与尘埃，让衣物恢复如初质感。

据悉，卡萨帝空气洗洗衣机已进驻全国32个城市的高端酒店，能够让商旅精英随时随地拥有洁净如新的得体着装；卡萨帝天睿厨电打造的开放式厨房和高效烹饪，刚好可以让商旅精英解放双手，享受和家人共进晚餐的温馨。

（文 编）

全球研发中心及中国总部落成 惠而浦在华打造“三驾马车”

本报讯 5月24日，惠而浦在安徽合肥举行了全球研发中心及中国总部启用庆典。这意味着，继去年11月惠而浦合肥智能工厂投产以后，惠而浦在华发展迎来了“三驾马车”。

庆典上，惠而浦公司CEO Marc Bitzer指出，惠而浦始终关注中国市场，中国市场的发展是惠而浦全球布局的重要组成部分。中国家电协会理事长姜风认为，惠而浦发展到今天，步伐日趋坚定，优势日益突出，中国家电业需要更多像惠而浦一样的企业，去凭借自身的创新能力带动产业转型和消费升级。据惠而浦中国总裁艾小明介绍，经过过去三年的探索，随着文化、管理的融合，公司在产品研发、制造、品牌推广、财务管理体系上同总部实现了融洽对接。同

时，公司建立了标准模板，树立了精细化的规则，将百年企业的经营管理模式同中国团队对市场快速反应能力相结合，提升了整个系统的效率。

据了解，惠而浦中国总部及研发中心的16层主塔楼规划为惠而浦中国总部办公区、展厅，9层主塔楼规划为全球研发中心。惠而浦全球研发中心的建成将发挥国家级企业技术中心、国家级检测中心、国家级工业设计中心的创新优势，借力惠而浦公司全球平台资源，面向全球积极推进自主研发。至此，惠而浦公司在美国、巴西、意大利、德国、印度、中国等世界各地都设有研发中心，位于合肥的研发中心是惠而浦全球七大研发中心之一，每个研发中心各有所长并且资源共享。（文 编）

建立可持续发展生态 京东全面升级“清流计划”

本报讯 5月25日，京东集团在北京宣布全面升级“清流计划”，将这个京东物流联合品牌商于去年共同发起的绿色供应链联合行动“清流计划”，从减量包装、绿色物流技术创新和应用、节能减排等多个方面入手推动物流行业绿色化发展。同年11月，京东物流进一步整合、协同更多社会优势资源，成立“京东物流绿色基金”，先期投入10亿元加速物流行业的绿色升级。在开放共生理念的引导下，“清流计划”不断扩容，行动的内容与内涵不断延展。（晓 江）

在当天由京东主办的“清流方向——全球可持续发展升级发布会”上，来自联合国环境规划署、世界自然基金会等相关机构和知名企业的代表参会，并就全球可持续发展中的企业价值进行了深入探讨与展望。

京东物流CEO王振辉指出，全面升级的清流计划更重要的是合作伙伴共同行动。为此，京东提出“一个宗旨、三个目标和十项准则”的可持续发展理念，倡议生态链上下游合作伙伴一起联动，以共创美好生活空间、共倡包容人文环

物流再添重磅利器 苏宁发布自动驾驶重型卡车

本报讯 5月24日，在上海奉贤区物流园内，一辆名为“行龙一号”的无人驾驶重型卡车行驶在园区的道路上。在测试道路上，这辆无人重卡不仅能躲避各种障碍物，还能根据路况自动规划行驶路线并轻松实现拐弯、直行、提速和泊车等动作，整个测试过程中运行平稳、流畅。

据了解，“行龙一号”是国内首个L4级别对仓无人驾驶重卡，同时，它也是国内电商首次将无人驾驶重卡应用在物流园区内，它的测试成功标志着中国首个40吨无人卡车迈出了物流领域应用的第一步。根据自动化的程度，无人驾驶共分为L1-L4四个等级，这其中要数L4级的自动驾驶智能化程度最高。

在家用轿车领域，目前已经聚

集了Google、百度、戴姆勒、特斯拉等头部企业，而在重型卡车领域，此前尚无L4级的无人驾驶卡车真正投入使用，“行龙一号”填补了行业空白。据苏宁物流负责人介绍，“行龙一号”是苏宁物流与智加科技联合推出的具有L4级别无人驾驶能力的重型卡车，是目前苏宁物流“无人军团”里个头最大的无人驾驶重卡。

在技术上，“行龙一号”采用先进的人工智能技术，辅以雷达、高精度地图、摄像头和传感器等技术，“行龙一号”有了超越人类的超强视力，拥有在高速场景下准确识别300米外障碍物的能力，还能以25ms的反应速度来控制车辆进行紧急停车或者绕行避障等措施，自动安全驾驶的最快时速能达到每小时80公里。（晓 江）