

提升车用芯片自给能力刻不容缓



受芯片供应不足影响,传闻南北大众汽车近期陷入停产。尽管大众汽车集团(中国)已公开解释,这只是短期的供给紧张,情况没有传闻中严重,已经与总部、相关供应商展开协调工作,但这并未完全打消公众的疑虑。

具体来看,此次芯片短缺主要分为两类,一类是应用于ESP(电子稳定控制系统)的MCU(微控制单元)。在中国市场,一般10万元以上的车型,特别是中高端车型都会配备ESP。它是汽车主动安全系统的一部分,能起到防滑作用。另一类是ECU(电

子控制模块)中的MCU。ECU广泛应用于汽车各控制系统中,被喻为“行车电脑”。

据报道,此次芯片断供风险还波及到其他一些合资车企。虽然中国汽车工业协会也表示,短期供需失衡,会随着时间的推移逐步得到缓解,不会对汽车产业造成较大影响。但缺少芯片导致部分企业停产,这在汽车行业是头一次,笔者以为还是有必要引起足够重视。

作为汽车的大脑,芯片的重要性不言而喻。此前,人们只是对自主车企的芯片供给充满担忧。在国内疫情得到有效控制,企业生产正常的情况下,合资车企居然也出现了芯片断供危机,这多少有些超乎大家的想象。

不少分析认为,此次汽车芯片之所以短缺,原因在于受新冠肺炎疫情影响,海外规

模较大的晶圆厂和封测厂陆续宣布停产,再加上意法半导体工人罢工,使得供给能力不足。同时,中国汽车市场复苏超预期,也进一步推动了芯片需求增长,导致一些汽车生产面临中断风险。

此外,在5G技术发展推动之下,今年消费电子领域对芯片的需求在快速增加,芯片产能遇到挑战,抢占了部分汽车芯片的产能。所以,才有了“手机业打仗,汽车业遭殃”的业内调侃。

应该说,这些分析都有道理。但从更深层次看,还在于我国汽车芯片供应链过于依赖海外市场,芯片关键核心技术存在“空心化”,以至于芯片自给能力严重不足。

据中国汽车芯片产业创新战略联盟数据显示,2019年我国自主汽车芯片产业规模仅占全球的4.5%,而我国汽车用芯片进

口率超90%,先进传感器、车载网络、三电系统、底盘电控、ADAS(高级驾驶辅助系统)、自动驾驶等关键系统芯片过度依赖进口。比如,电动汽车中价值仅次于动力电池的IGBT(绝缘栅双极型晶体管),98%以上需要从国外进口,且价格是国外的1.2倍至1.8倍。英飞凌、瑞萨、安森美、仙童、东芝等外国企业控制了全球八成以上的IGBT市场份额。

随着汽车智能化和网联化程度越来越高,芯片的使用量也在急剧增加,芯片的重要性更加凸显。在新发展格局下,如何通过科技自立自强,加快提升车用芯片自给能力,避免“卡脖子”风险,已刻不容缓。

杨忠阳

科技创新推动中国人寿继续领跑行业

本报记者 江帆

12月8日,中国人寿保险股份有限公司面向投资者、分析师及媒体在北京举办了一年一度的公司开放日活动。2020年开放日不同往常,今年的主题聚焦于科技创新,这是中国人寿首次展现自己在科技方面的创新。

“去年年初,中国人寿新一届董事会和管理层结合行业发展趋势和自身实际,提出了‘重振国寿’战略部署。一年多来,中国人寿在各领域都发生了明显改变,取得了显著成效。”中国人寿保险股份有限公司总裁苏恒轩说。

中国人寿的业绩最能说明改革的成果。虽然有疫情影响,但依然展现了良好的发展韧性,实现了持续增长。截至2020年三季度末,中国人寿总保费、新业务价值、首年期交保费等指标均实现稳步增长、领跑行业。其中,实现总保费收入5435.5亿元,较2018年同期增长16%;新业务价值较2018年同期增幅达23.7%;首年期交保费1060.5亿元,较2018年同期增长12.1%;归属于母公司股东的净利润470.8亿元,较2018年同期增长136.9%;营业收入大幅提升,达6915.7亿元,较2018年同期增长27.8%;投资收益水平显著提高,实现投资收益1565.9亿元,较2018年同期增长86.7%。这些与中国人大力推进改革、深化变革转型密不可分。

中国人寿用数字化平台达成生态化资源汇聚,个性化消费者连接,实现公司的商业价值。通过互联网自动接入、智能化感知和数字化呈现,将全国3万个职场打造为重要的线下流量入口,使其成为客户的体验中心、营销员成长中心和创业中心、公司品牌中心和影响力中心。人工智能技术全面融入公司经营管理各环节,有力地促进了业务发展、运营效率提升、经营风险防范。

如今,智能化运营促进中国人寿服务不断升级,从过去的集中管理走向智能集约运营,推动效能提升,实现降本增效。2020年前三季度,个人客户无纸化投保率达到99.85%。在集约化建设方面,推进共享服务中心建设,构建总分一体化、管控集中、作业共享的生产体系。持续推进运营效能提升,优化业务流程、优化人力配置,提升人均产能,实现降本增效。2020年前三季度,公司保全自动审核通过率99.06%,理赔申请支付时效同比提升9.07%。

实现全栈自主可控

“银联云”推动金融业数字化转型

本报讯 记者陈果静报道:中国银联近日发布了金融级云服务“银联云”,为产业各方提供自主可控、安全可信的金融级云产品和服务,加快金融行业数字化转型。

中国银联自2009年起研究云计算技术。目前,银联超过500个系统依托云计算技术向全球提供持续稳定的支付服务。此次推出的“银联云”,旨在为商业银行、支付公司等金融机构解决技术架构转型、产品服务深入市场提供基础支撑。

据介绍,“银联云”具有四大特点。一是稳定可靠。“银联云”依托中国银联丰富的金融服务经验和运营运维能力,稳定性有强力支撑。二是金融级安全。采用多地多中心智网互联方案,提供七层安全防护体系确保金融客户应用和数据的安全性。此外通过AI风险防控、隐私保护、加密存储等手段,满足个人金融信息保护需求。三是自主可控。设置创新应用专区,从网络设备、服务器芯片到操作系统、数据库、中间件服务实现全栈自主可控,构建行业领先的信息基础创新应用示范。四是智能开放。各产业伙伴既可使用银联自有的技术能力和产品,也可以作为服务提供方加入银联云网络,共同打造互联互通的产业生态。此次“银联云”发布,银联系统总分子公司成为首批上云用户。

中国银联董事长邵伏军表示,近年来中国银联充分发挥转接清算机构的平台和枢纽作用,把握金融科技发展趋势,加快创新要素集成与科技成果转化,加速向科技型、数据型公司转型升级,积极赋能金融业数字化转型。银联创新打造了“银联云”服务平台,为金融业界提供安全可靠、高效专业的金融级云服务,并将联合产业各方持续深化金融科技研究应用,为金融业数字化转型持续赋能,与产业各方共同构建互联互通的数字金融新生态。

近3年累计投放贷款近150亿元

建行温州分行小微快贷助企成长

本报讯 记者彭江报道:为践行深化民营和小微企业金融服务改革,建行温州分行不断完善普惠金融服务体系,先后推出“云电贷”“云税贷”“商户云贷”“收单云贷”“云义贷”等一系列小微快贷产品,助力小微企业成长。该分行近3年服务小微企业超1万家,累计投放贷款近150亿元。

近年来,浙江银保监局引导辖内银行业保险业金融机构以企业为中心,深入开展“三服务”“百行进万企”等活动,温州银保监局结合浙江银保监局工作部署,通过深化专营机构和转型团队建设,探索深化小微企业金融服务模式,强化金融机构“尽职免责”机制建设,着力为企业解决实际困难。

据了解,今年疫情发生以来,温州民营企业生产经营受到极大影响,“云义贷”便是建行针对疫情防控全产业链及受疫情影响的小微企业推出的专属信贷服务。建行温州分行第一时间开辟信贷绿色通道,增加贷款供应,降低企业融资成本,实施普惠金融“复工助企”计划,力挺小微企业复苏。截至11月底,已为666家小微企业提供贷款支持6.6亿元。

本版编辑 梁睿

创立15年,产品全球市场占比超八成——

大疆公司如何走向“智能空间”

本报记者 袁勇

创立15年后,大疆成了民用无人机的代名词,全球市场占比超八成,行业“老大”地位无可撼动。高光之外,深圳市大疆创新科技有限公司也迎来了更多审视。市场见顶的顾虑,增收乏力的猜测,国外“制裁”的威胁,都和这家明星企业交织在一起。外界希望了解,大疆如何设定未来的前进方向?

“大疆没有战略”

对大疆的担忧,最普遍的是无人机市场正在饱和。

大疆公司创始人汪滔曾表示,从市场容量看,200亿元是大疆收入的一个槛。根据公开信息,大疆在2015年至2017年,营收分别为59.8亿元、97.8亿元和175.7亿元,此后,再未公布业绩状况。一些研究机构认为,大疆的业绩增速在放缓。

不过,大疆看起来并不急于刻意寻找新的市场增长空间。

“大疆没有战略。”谈及未来的市场布局,大疆创新公关总监谢闻地说。随后,他为这句话作了一个注解:大疆的理念是技术永远跑得比产品快。

大疆创新科技有限公司总裁罗镇华的解释更为具体:“大疆的思路是先深化和突破技术,在技术水平达到一定程度后,再结合应用场景形成产品,然后实现量产推向市场,并应用到不同行业领域。”

这样的思路,让大疆在市场中显得极为特别。当越来越多的企业急于开拓新业务,热衷抢市场、卡身位,大疆格外谨慎。

“如果技术还没有达到满足用户体验的程度,或者技术本身实现了突破,但在结合场景和产品化上存在问题,大疆通常选择继续研发,不会急于推出产品。”罗镇华说。

这似乎是大疆的“基因”:坚持把研发摆在至高无上的位置,不断追求产品极致,市场则被视为技术突破和产品极致化后的自然成果。

熟悉大疆的人,很容易由此联想到这家公司创立初期走过的路。2006年大疆成立后,初期将精力集中于通过开发飞行控制器实现稳定悬停上。直到4年后,大疆把研发的飞行控制系统用在多旋翼飞行器上,公司才开始在市场中狂飙突进。

在这样的发展路线中,可以很容易找到汪滔的影子,汪滔以对产品要求苛刻著称。只是市场变化如此迅猛,如果一味追求



12月1日,大疆无人机在南方电网超高压公司昆明局昆北换流站自动飞行巡检。

(资料图片)

技术和产品极致化,是否会导致公司忽视适时商业化,进而影响业务可持续性?对此,谢闻地表示:“大疆从创立到现在,一直都是这么过来的。”

凭借对产品的极致追求,大疆取得了市场领先地位。《华尔街日报》称其为“首个在全球主要科技消费产品领域成为先锋者的中国企业”。目前,无论从市场占有率、产品丰富程度还是技术迭代速度来看,在如今的民用无人机市场上,大疆都是第一。

瞄准“空间智能”

如同一枚硬币的两面,“没有战略”的另一面是“没有边界”。在大疆定义的“使命”中,有两个关键词:“空间智能”与“科技之美”。显然,大疆的野心并不在“飞”,而在“智能”。

汪滔曾表示,如果大疆在机器人视觉方面取得突破,应用范围将非常广阔,无人驾驶、工业制造、家庭机器人等,都将成为大疆的用武之地。

罗镇华认为,如果智能化水平与技术可靠性再提高一个级别,那么大疆所提出的“空间智能”时代可能就到来了。“未来,可能人们日常生活中的大部分设备都是机器人,具有感知环境并与环境精细互动的能力,能完成很多复杂的工作。大疆储备了许多技术为迎接这个时代做准备。”罗镇华说。

在“空间智能”时代到来之前,大疆正努力在固有的业务版图上探索更多可能性。有价值的产品一定是实现某种功能的载体。从这个角度看,无人机正是实现对低空资源有效利用的载体,大疆可以在很多领域显现身手。

在消费领域,大疆以不断优化产品巩固市场优势。罗镇华表示,大众视频创作与视频消费是一个刚刚步入快车道的领域,视频设备的性能提升与视频传播观看平台的爆发,吸引了许多新用户,大疆正在面临快速增长的市场需求。

与此同时,在农业、能源、安防等行业领域,无人机技术方案带来的价值正得到越来越多的认可,许多行业具备了将量化产品推入市场的条件。

在广东,七成电网巡检工作已通过大疆无人机完成。工人们从钻山林、爬铁塔的风险中解放出来,只需坐在指挥大厅,就能通过无人机传回的故障隐患图片作出判断和处理。

今年11月份,大疆发布了最新植保无人机T30和T10。早在2015年,大疆就开始探索以农业无人机为基础,开展农业数字化信息平台建设。大疆农业全球市场销售总监陈韬说:“大疆农业已在全球40余个国家和地区设立服务中心。截至今年10月份,全系列植保无人机全球销量超过7.5万台,在中国、日本、越南等国家的市场占有率超过70%。”

人才是核心竞争力

大疆的核心竞争力是什么?罗镇华认为,大疆最明显的标签是产品,产品技术实力强、质量水平高,背后则是人才的积累和技术的沉淀。

“人才是大疆创新力的核心资源,组织

好人才,就是让这一核心资源发挥力量推动企业往前走的方式。大疆要在保持创新活力的同时,以更高效先进的组织方式,为人提供能进步成长、有获得感的工作氛围,激发更多想象力,并把想象变为现实。”罗镇华说。

要实现这样的组织方式,企业文化至关重要。如今,从许多公开报道中,人们都可以看到大疆对于公司文化越发重视。谢闻地也表示,从经济指标上看,大疆在全国企业中并不突出,甚至在深圳民营企业500强里也是靠后的,但相比经济指标,如今的大疆更看重技术和文化的成功。

“正如大疆打磨产品一样,在经营理念和企业文化上,大疆希望打磨出独创性的、能够激励年轻一代的、能给当前的技术和市场格局带来启发和贡献的企业文化。”谢闻地说。

不过,在很长一段时间里,大疆的组织文化引来了不少非议。一家公司的企业文化无疑深受创始人影响。在外界看来,汪滔是一个绝对的技术极客,但是管理风格过于生硬。还有人称大疆的文化是“狼性文化”。

谢闻地否认了这种说法,“大疆并不狼性,但员工确实会有压力,这种压力来自公司对于产品目标的追求。这么庞大的员工规模,如果没有一定的标准,很难实现有效运转”。

谢闻地认为,如今的大疆,企业文化有两点独特性。“一是大疆相信创新的、先进的技术首先是想象出来的,因而非常强调想象力。二是大疆在文化上有更高的愿景和追求。公司内有个说法叫‘高维的成功会带动低维的成功’。大疆希望通过与合作伙伴和用户互动,让大家都有收获和进步,进而在行业、社会中作出贡献。”

追求想象力和“高维的成功”的企业文化,正推动大疆探索更多可能。打开大疆的招聘信息,可以看到大疆放出了许多自动驾驶相关的岗位需求,尽管没有更多明确信息,但人们似乎已经看到了大疆的新战场。

在通往更广阔的智能空间的路上,大疆或许很难再“独孤求败”。其将如何面对意料之中和意料之外的各种挑战,值得期待。



10月29日,大疆测绘无人机产品亮相第十届中国测绘地理信息技术装备博览会。

本报记者 袁勇摄(中经视觉)