

千亿基金助推集成电路新跨越

■本报记者 原诗萌

据工业和信息化部网站近日消息,由国开金融、中国烟草、亦庄国投、中国移动、上海国盛、中国电科、紫光通信、华芯投资等作为发起人,吸引大型企业、金融机构以及社会资金共同投资的国家集成电路产业投资基金股份有限公司已正式成立,一期总规模 1200 亿元。

助力集成电路产业

集成电路产业是知识、技术和资金密集型产业,英特尔、三星、高通、台积电等行业巨头,每年在研发方面的投入动辄百亿美元之巨。而中国的集成电路产业由于起步晚,资金投入有限,在竞争上长期处于弱势。

如今,全球集成电路产业正进入重大调整变革期,千亿产业基金的出台,无疑为我国集成电路产业实现赶超提供了难得的契机。

据悉,国家集成电路产业投资基金(以下简称基金)一期总规模 1200 亿元,其中中央财政 360 亿元,国开金融 320 亿元,亦庄国投 100 亿

元,其余 420 亿元面向市场募集。 “中国的集成电路产业已经到了爆发的边缘,基金的出台相当于又加了一把劲,产业将有更好更快的发展。”中国手机联盟秘书长王艳辉在接受《中国科学报》记者采访时说。

此外,从基金发起单位看,包括了中央政府和地方政府出资平台,以及集成电路相关企业。

“出资方基本上是政府相关资金为主,相关央企国企为辅,确保了基金的战略性和长期性。”市场研究机构 iSuppli 半导体首席分析师顾文军表示。

运作问题待解

基金的出台无疑为集成电路产业的发展打了一针兴奋剂。不过,记者采访相关专家时了解到,基金在具体运作过程中,仍有一系列的问题待解。

首先是投资方向问题。赛迪顾问微电子事业部总经理郭鹏将该问题归结为两方面:基金看好的项目,企业是否愿意被投资,以及欢迎基金进入的企业,基金是否敢投资。

郭鹏进一步解释说,对于一些上市公司而言,基金的进入,可能会稀释股权,从而影响到公司的实际控制权。“因此,一些上市公司可能会对基金的进入存在一定抵触,特别是在一些比较好的项目方面。”郭鹏说。

对于一些国有企业而言,可能比较欢迎基金的进入。不过,国有企业的所有权和经营权是分离的,有些国有企业对管理者业绩的考核,相对而言不是足够清晰和透明,市场化程度也没有那么高。

在郭鹏看来,这会导致另外一个问题,即基金的后期管理和使用的效率问题。

不过,王艳辉有一番不同的看法。他在接受《中国科学报》记者采访时表示,基金在进入企业方面

有很多方法,基金管理公司和企业达成共识。

关于基金的使用效率,王艳辉表示,之所以成立基金公司,也是对以往资金使用方式的一种反思。“基金应该投给谁,怎么投,应该由基金管理公司去考虑,也是对公司管理水平的考验。”王艳辉说。

作为国字号的投资基金,面向的又是具有战略意义的集成电路产业,基金在运作过程中还面临一重挑战,即如何在发展产业和资本回报之间,以及短期利益和长期利益之间找到平衡。

“我认为产业基金是产业在前,基金在后,应该以发展产业为主,实现中长期利益回报。”顾文军说。

郭鹏也表示,目前我国集成电路的产业化水平,和英特尔、三星、高通、台积电等仍有较大差距。如果完全采用市场化运作方式,将有很长的路要走。因此,应该兼顾产业发展与资本回报。

在如何平衡短期利益和长期利益方面,王艳辉指出,基金会和一般的 VC、PE 有所区别,比如在基金的退出方面,不会完全从市场化角度考虑,而是会采取一些不同的退出方法,以起到对企业和产业发展的促进作用。

国产化之路

“棱镜门”事件爆发后,保障信息安全,实现核心软硬件国产化自主可控已被上升到国家层面。而集成电路的发展水平,无疑是实现上述目标的关键。

今年 6 月出台的《国家集成电路产业发展推进纲要》也提出了相关目标:如到 2020 年,集成电路产业与国际先进水平的差距逐步缩小;到 2030 年,集成电路产业链主要环节达到国际先进水平,一批企业进入国际第一梯队,实现跨越发展;等等。

数据显示,2013 年中国集成电路产品进口金额为 2313.4 亿美元,同比增长 20.5%。不过,相关专家指出,随着基金的出台,我国集成电路产业将大大加快国产化步伐。

“基金一期总规模就已达 1200 亿元。未来基

金的规模还将进一步扩大,对产业的扶持力度也将更强。”郭鹏说。

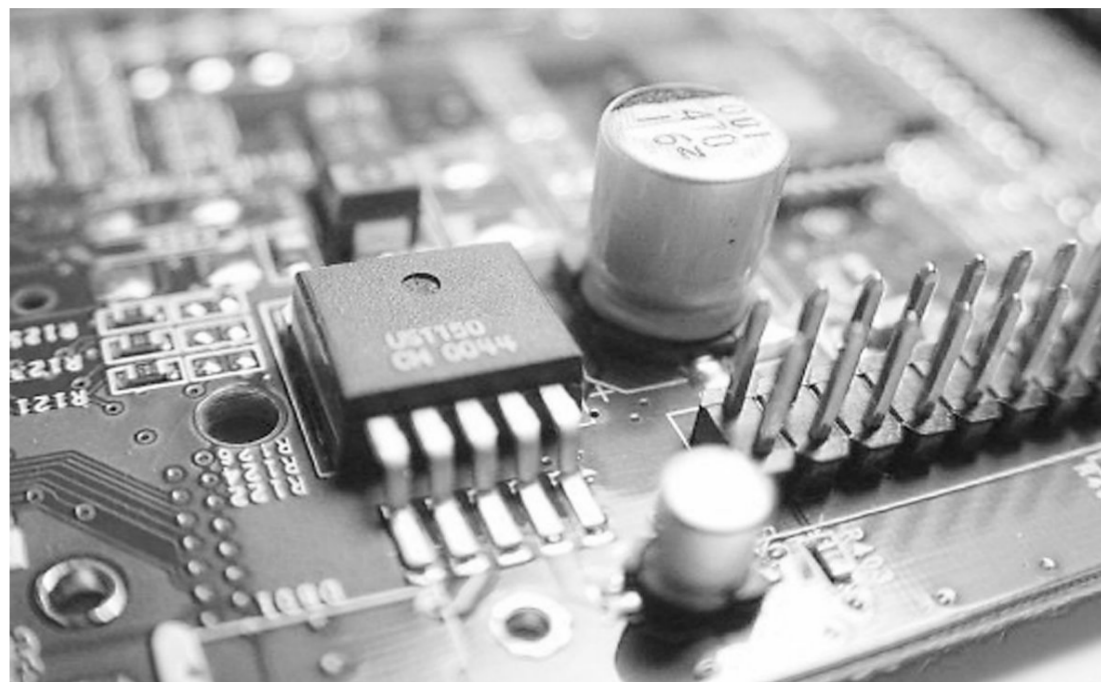
具体就集成电路的国产化替代而言,郭鹏认为分为两个方面,一个是军用领域和政府核心部门,另一个则是大众消费市场。

在郭鹏看来,前者由于属于垂直领域,且更为可控,因此国产化替代的脚步会更快。而在大众消费市场,由于消费者选择多样性的存在,因此,虽然存在国产化替代的趋势,但速度不会像前者那么快。

“从这个角度来看,我们需要找到继 PC、手机之后新的市场支撑点。只有把握住下一轮集成电路市场爆发的机会,我们才能更好地推进集成电路在大众消费市场的国产化进程。”郭鹏说。

“

集成电路产业是知识、技术和资金密集型产业,英特尔、三星、高通、台积电等行业巨头,每年在研发方面的投入动辄百亿美元之巨。而中国的集成电路产业由于起步晚,资金投入有限,在竞争上长期处于弱势。



声音

国家集成电路产业投资基金的四重挑战

■顾文军

国家集成电路产业投资基金的任务可谓“任重道远”,从时效性上看也是“紧迫又漫长”。目前集成电路产业处在寡头垄断向寡头联盟形成的关键时期,国内的产业如何在“封锁”下突围,仍存在不少挑战。

首先,该基金是产业基金,也是战略基金。如何在“发展产业”和“资本回报”之间找到平衡,如何在“短期利益”和“长期利益”中找到折中,这是个问题,也是个难题。我认为“产业基金”是“产业”在前,“基金”在后,应该以发展产业

为主,实现中长期利益回报。

其次,中国产业情况特殊,如何在“重点支持”和“兼顾多方”中做出抉择,如何在“有竞争力的企业”和“有影响力的企业”中作出取舍,也不容易。我认为,毕竟是产业基金,还是要支持有国际竞争力、能够产业化的龙头企业。

第三,从并购角度看,国际上可并购的标的本来就不多,目前相关国家和地区还对中国的收购加大限制,持抵制和反对态度,更加减少了并购标的的选择。并且

该基金的意义大明显和有针对性,相关收购标的的价格便“居高不下”,所以要兼顾产业发展的时间点和收购的时间点。

最后,国内相关领域具有可整合国际企业的本土企业管理团队非常少,如果说“买”企业难的话,那么“管”企业更是难上加难。不能为了并购而并购,还是要通过并购使国内企业和产业通过消化吸收做大做强。补“全”还是补“强”,要从国内产业发展需求出发,根据相关企业的发展目标而实施。(作者系 iSuppli 半导体首席分析师)

简讯

世界机器人产业大会将于 12 月在成都举行

本报讯 记者近日从亚洲制造业协会了解到,首届世界机器人及智能装备产业大会暨国际机器人及智能装备产业博览会将于 12 月 19 日~22 日在成都举行,来自美国、英国、德国、瑞典、日本等 11 个国家和地区的 1200 多位机器人及智能装备企业、专家将出席本次大会,100 多家先进制造业企业将展示最新智能化产品。

大会执行主席、国际机器人及智能装备产业联盟秘书长罗军指出,制造业的未来趋势是智能化、自动化,而以机器人、3D 打印、大数据、云计算等新兴技术为核心的智能制造将是未来制造业发展的必然趋势,并将在传统产业的转型升级和结构性调整中扮演十分重要的角色。中国应尽早布局,抢抓产业发展的制高

点,才不至于在下一轮经济起飞中落伍。

据了解,本次大会和博览会以“人机一体,智能制造”为主题,涵盖从机器人到智能装备,从传统产业到德国工业 4.0 战略等 10 多个专题,80 多位专家和企业家将从不同角度深度解读。(原诗萌)

产学研用结合打造智慧生活

本报讯 智能家居是以住宅为平台、以家用电器及设备为主要控制对象,利用网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术等将家居生活有关的设施集成,构建高效的住宅设施与家庭日程事务管理系统,从而构建环保节能的居住环境。

近日,由中国产学研合作促进会主办,济宁捷必胜电子科技有限公司(JBC)承办的“产

学研用结合;JBC 智能家电创新成果研讨会”在北京召开。济宁捷必胜电子科技有限公司是济宁高新区的企业,致力于通过智能功率产品为用户提供快速简单的信息功能服务,打造舒适、便捷、智慧生活环境。

在研讨会上,JBC 展示的产品方案除了硬件高效节能外,还有“智能自动化”服务。例如,当人们离开家时暖气或空调装置会自动关闭,灯光会自动熄灭,防盗警铃会自动开启。

近年来,JBC 不断扩充自己在海内外产品研发的软实力,采取“软硬”结合的服务策略。在“硬件”方面,结合中国台湾、日本与德国等多个国家和地区的技术能力,建立稳定与节能的智能化产品。在“软件”方面,JBC 更以中国台湾和美国的技术研究中心为核心,建立专业的、高素质的服务队伍,给本地客户提供完善的服务。(沈春蕾)

图说科技



①膜蒸馏污水喷泉能够净化污水
②观众正在“围观”新奇的技术
③新一代激液式生物反应器
④非接触式荧光粉技术提灯

GE 科技节展示未来前景

低能耗反渗透膜、海水淡化及液体零排放技术能将海洋变成“水库”;1 微米厚度的薄膜材料可以吸收 90% 以上的可见光,有望制造未来柔性太阳能电池;各类传感器应用于飞机就能在一定程度上预测飞机故障风险……10 月 25 日,在上海开幕的通用电气(GE)科技节上,记者充分体会到了工业科技发展给未来生活带来的各种可能。

比如,新一代激液式生物反应器在传统的细胞培养模式上进行了革新,未来将可能应用在干细胞治疗的细胞培养上。对没有细胞壁的细胞进行培养,外部环境要求十分严格,因为供给的营养要搅动,否则容易死掉,所以开发了一个非常“温柔”的振荡器,整个悬浮液给细胞“做按摩”,让养料、氧气慢慢地扩散,达到细胞培养和生产的目的。(李勤)

国际医疗品牌的“本土化”考量

■本报见习记者 李勤

当一个全球知名品牌进入中国时,与同类非知名品牌相比,在推广中确实占据了先机。但在与本土品牌日益激烈的竞争中,各大厂商也渐渐形成了一个共识:在中国长期发展并继续扩大自己竞争优势的唯一途径就是实行本土化战略。

国际品牌产品漂洋过海来到中国时,究竟应该如何“本土化”?这是在日前举行的 2014 中国家用医疗器械发展高峰论坛上,来自各国的国际企业大佬们热切讨论的话题。

适应本土体系

随着中国经济的腾飞,全球各大医疗器械制造商不断涌入中国医疗器械市场,但并不是所有产品在市场推广中都具有先天优势。

罗氏诊断产品(上海)有限公司中国区高级总监曹焯讲了一个故事:罗氏刚刚进入中国市场时,医护人员看到医疗报道时才知道可以通过罗氏等专业的医疗诊断设备提供商引进临床设备。专业领域人员尚且如此,对普通消费者而言,国际知名的罗氏与国内医疗设备提供商其实没有任何区别。

“广大消费者在没有接触过专业治疗时根本不可能了解到这个品牌。”曹焯说。

这意味着,国际医疗品牌在进入中国市场时,在某种程度上与国内品牌站在了同一条起跑线上。因此,国际品牌企业在入驻中国时,往往要选择其他路径。

在欧姆龙健康医疗(中国)有限公司副总经理刘京良看来,第一步就是要尽快融入本土市场,如了解本土的金融体系、人事制度、商品体制等。第二步,就是要为本土市场提供与其他市场无差异的产品。

此前,许多国际品牌企业市场中曾流行这样一个规则:国际品牌一流的产品供应本国市场,二流品质的产品在欧洲销售,三流的产品

才会供应给大陆地区。

《中国科学报》记者在采访北京某三甲医院负责医疗设备采购的相关人士时了解到,一些国际品牌的医疗设备维修比较困难,零配件的寄送和调配有时耗时几个月,国内本土品牌此时会更有吸引力。

面对上述情况,刘京良强调:“国际品牌要严格把控商品质量,在各个地区都做到一流的品质。尤其是在中国的本地化进程中,要想在中国这么大的市场中竞争,就要在本地建立研发机构、自有工厂、自己的销售队伍和售后体系等。”

既接地气又有先进理念

国际品牌企业在本土化进程中,虽然要提供无差异的一流产品,但并不意味必须提供所有产品。

上海杰开扬医疗器械有限公司总经理郭佑吉认为,根据不同市场中的消费者需求与购买能力,选对产品投入市场也是本土化生存的关键。

“身为国际品牌本来就应该挑选对的产品,否则消费者不可能花这么多的钱买国际品牌。”郭佑吉说。

按照郭佑吉的说法,就是应该快速衔接到市场的需求,带来的产品既要“接地气”,又要能传播出产品和品牌的先进理念,本地用户花高代价买到的产品应该得到比本地品牌更好的价值。

“不管是给用户产品功能,还是将销售体系介绍给经销商市场,会带来一些对的观念,包括在医疗体系应该怎样照顾病人等,这是作为一个国际品牌进入市场比本地品牌更有价值的地方。”郭佑吉说。

各有烦恼

今年 5 月,卫计委启动了优秀国产医疗设

备产品遴选工作。6 月,卫计委再次紧急发文,要求控制公立医院规模过快扩张。文件明确指出,“引导医疗机构合理配置适宜设备,逐步提高国产医疗设备配置水平”。

有国际品牌商提出了自己的烦恼:面对政府对本土品牌的保护应该怎么办?

飞利浦(中国)投资有限公司大中华区高级总监陈小穗表示,不应该过度解读政府对国际品牌的态度。陈小穗理解,每个国家的政府都在乎自己民族的品牌,每一阶段对于外品牌的态度不一样,完全是根据本国的需求。但是,政府可以在一定程度上放开“无形的手”。

此前,李克强总理曾提出,要逐渐把许多事情的决策权让渡给市场。陈小穗引用了这个观点,她表示,只要是负责任的品牌和厂家,能够安全、有效地治疗患者,可以提供优质服务,那么可以让市场来检验。

随着移动终端的使用人群在扩大,传统渠道和新兴渠道的战火也燃烧到了医疗领域。陈小穗认为,这是对国际品牌企业的新挑战,必须针对自身特性,对传统渠道和新兴渠道有考量和布局。

让郭佑吉觉得头疼的是,最大的挑战来自于家用器械的品牌停留在经销商阶段,还没有到“B2C”的阶段。“以前我们都关注‘B2B’,经销商根据我们的产品来选择,但是这个力道还不够,如果真正有消费者到网络上自主搜寻品牌信息,那么才是真正的知名度。”

曹焯则表示,罗氏碰到的压力也挺大。“境外生产必然导致成本增加,罗氏十多年来所有销售的产品都是从德国制造进口,总部也在考虑怎样使中国这么大的血糖仪的市场能够拿到更加优惠的价格产品。”曹焯说。

英雄康康复器材(苏州)有限公司总经理沈亦斌也透露:“很多国外企业也认识到了我们的市场,他们甚至不是来自医疗这个行业,这样的竞争真正让我们感受到了压力。”