

国际产能饱和、本土产能缺乏致 2013 年芯片进口高达 2313 亿美元 中国该如何摆脱“缺芯之痛”？

中央和地方高达上千亿集成电路基金出台，半导体成为近期中国信息通讯技术产业最热概念，业界普遍认为行业将迎来“黄金时代”。作为全球电子制造业大国，集成电路一直是中国最大的进口商品之一。面对当前“国际产能饱和，本土产能缺乏”的现状，中国该如何摆脱“缺芯之痛”？

华芯投资管理公司总裁路军在日前于上海举行的“第 84 届中国电子展”期间透露，国家集成电路产业投资基金自成立以来，按照国务院批复方案，首期安排基金规模 1200 亿元，“目前出资意愿明确的资金规模已基本达到基金募集规模，并且有望实现超募。”

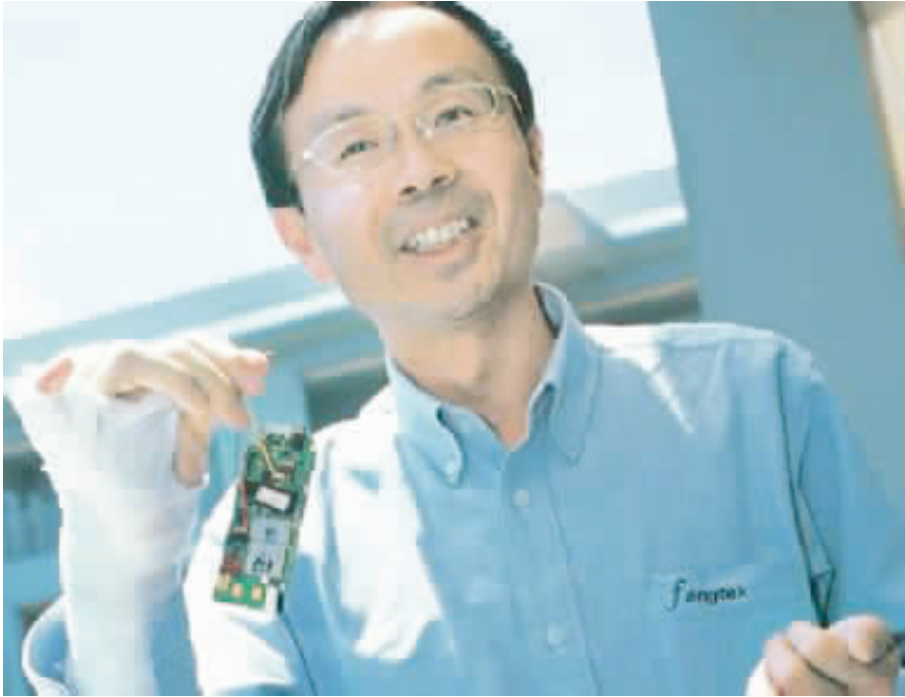
今年 9 月 24 日，国开金融有限责任公司、中国烟草总公司、北京亦庄国际投资发展有限公司等共同签署了《国家集成电路产业投资基金股份有限公司发起人协议》，标志国家集成电路产业投资基金正式设立。

国家集成电路产业投资基金今后将重点投资集成电路芯片制造业，兼顾芯片设计、封装测试、设备和材料等产业。在具体做法上，一是将布局全产业链，形成良好产业生态；二是依托骨干龙头企业，促进产业资源整合；三是以重点区域为载体，促进产业集聚发展。

中国半导体行业协会执行副理事长兼秘书长徐小田表示，国家集成电路产业投资基金是迄今国务院批准的最大规模的产业投资基金，预计 1200 亿元的中央投资将带动地方政府和社会资本的投入累计超过 5000 亿元，从而为集成电路产业发展注入强劲动力。

“国际产能饱和，本土产能缺乏”是当前全球集成电路产业的一大写照。近年来中国大力发展信息产业，可是芯片却需要从国外大量采购，发展的命脉掌握在别人手里。2013 年我国集成电路进口额高达 2313 亿美元，多年来与石油一起位列最大两宗进口商品。

2013 年我国生产了 14.6 亿部手机、3.4 亿台计算机、1.3 亿台彩电，但主要以整机制造为主，由于以集成电路和软件为核心的价



值链核心环节缺失，致使行业平均利润仅为 4.5%，低于工业平均水平 1.6 个百分点。

多年来我国集成电路产业投资规模不足，2008 年至 2013 年中国集成电路行业固定资产投资总量仅 400 亿美元左右，而美国英特尔公司一家 2013 年投资就达 130 亿美元。随着中央和地方集成电路投资基金的成立，本土龙头厂商有望获得重金支持。

专家指出，中国集成电路产业发展的有利因素在于，我国拥有全球最大、增长最快的集成电路市场，2013 年规模达 9166 亿元，占全球市场份额的 50%。随着经济发展方式的转变、产业结构的加快调整，以及新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展，对集成电路需求将大幅增长。

“中国集成电路产业将迎来黄金时代”。

中芯国际首席执行官兼执行董事邱慈云日前表示，拓璞产业研究所研究员王笑龙分析，受政府重金支持利好刺激，预计 2015 年中国集成电路产业营收有望增长 20%。

国家极大规模集成电路制造装备及成套工艺专家组组长叶耐春认为，中国集成电路产业正迎来产业链、创新链、金融链“三链融合”时代，只有三个链条密切配合，才能推动产业做大做强。目前国内集成电路创新链取得重大突破，金融链出台正当其时，产业链发展仍任重道远。

展讯通信董事长李力游表示，集成电路产业链中毛利率最高的是设计行业，我国集成电路设计企业的增长率每年都超过 15%，集成电路设计业今后 5 年完全有可能追赶世界一流水平。

(壹财)

豫光锌业二厂 小技改解决大问题

10 月 24 日上午，笔者慕名来到济源市“青年文明号”——河南豫光锌业公司锌业二厂净液工段。该工段 80 后工段长、豫光劳模杨震重视职工合理化建议，带领工段员工，狠抓技术改造，小技改解决了大问题。净液工段大大小小的技改层出不穷。

该工段作业平台干净如新，灰色的油漆槽面发出它应有的色泽。然而就在去年年初，净液工段原锌粉下料器还存在粉尘大，锌粉单耗高、易断流、易冒等缺陷，有的职工说，锌粉溢出时像放烟雾弹。这个问题，一直困扰着锌业二厂领导。

“没有想法，就没有进步；没有思路，就没有创新。”杨震说，去年从南方考察回来，他决定将原皮带锌粉下料器改为螺旋式锌粉下料器。螺旋式下料器的下料口，直接对准下料孔，不存在锌粉散落的情况；螺丝式下料器对于有较小疙瘩的锌粉可以碾碎，对于松散的锌粉可以缓慢输出，消除了锌粉易断流、易冒的情况；对 4#、5#、8# 净化槽锌粉下料器处设置液体冲洗加料方式、3#、6# 锌粉在槽进液口直接加入，大大减少了锌粉加入过程中的粉尘。这项技改，不仅提高了生产的稳定性，而且降低了锌粉单耗，年节约生产成本 150 万元，并大大改善了作业环境。

该工段钻工序废液泵由于腐蚀严重，

经常出现漏液现象，维修频率高。另外，工人在做槽过程中，由于泵输送液体流速太快，不得不一直徘徊于中浸槽与废液泵之间，稍有不慎，就会出现冒槽现象。为改变这一现状，杨震和工友们一起，对钻工序进行了废液自流改造。他们利用废液槽与钴回收酸浸、中浸槽的落差，从钴回收二次车间废液槽底部上清出口，接管道至原废液管道上，并在进槽管道上安装阀门。使用废液时，开启阀门，便可实现自流。7 月 15 日，该项目投入使用后，不仅大大降低了机修和岗位操作工的劳动强度，而且每年可节约电费 2 万元，节约备件消耗约 4000 元。

该工段有一段滤液储槽，内部经常会聚集一些上游流下来的蛇皮管、溜槽结晶和其他杂物。管道在输送的过程中，难免将这些蛇皮管、结晶输送到换热器内。换热器内流道很窄，仅有 2—2.5cm，经常会遇到结晶或杂物将流道堵实，对流量产生严重影响，工段需频繁清理换热器，才能保证电解生产的需要。杨震根据工人的合理化建议，用废旧钢板焊制成一个“管道净化器”，内部装有移动滤网，滤网孔仅有 1x1cm，可有效过滤杂物，且清理方便。“管道净化器”自 8 月中旬投运以来，没有发生过一次流道堵塞现象，换热器也无需清理。

(屈连西 卢新涛)

进一步传承革命老区情 川滇黔三省六县(市)老年门球联谊 赛在兴文县举行



赛事活动现场

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 刘严

金秋 10 月，川滇黔三省六县（市）老年门球联谊赛在四川省兴文县古宋镇举行。来自云南省威信县、贵州省仁怀市、四川省叙永县、古蔺县、合江县、兴文县的 7 支老年门球代表队参加比赛。此次联谊赛 10 月 9 日上午在兴文县体育馆举行开幕仪式。兴文县文广新体局副局长余伟，兴文县老龄办副主任刘严，兴文县老干部局副局长刘孔武，兴文县老体协常务副主席黄钧、副主席秘书长杨中富，宜宾市老年门球协会秘书长袁婉蓉等出席开幕式。兴文县副县长肖萍致欢迎词，兴文县老体协主席彭屏宣布开赛，黄钧主持开幕式。

“川滇黔三省六县（市）同属革命老

区，在这片红色的土地上，红军长征和川滇黔游击纵队的革命斗争精神长存，老区人民在长期的革命斗争和建设改革的伟大实践中结下的深厚友谊长存。”肖萍在致词中祝愿老区人民的革命情谊在老年门球联谊赛中得到进一步传承和升华，祝老年朋友们健康长寿。

经过两天紧张激烈的角逐，整个赛事活动圆满成功，获得第一名的是兴文县代表队一队，第二名是叙永县代表队，第三名是古蔺县代表队，第四名是威信县代表队。

为进一步传承友谊，加强交流，赛事期间，川滇黔三省六县（市）老年门球协会商议，决定将川滇黔三省六县（市）老年门球联谊活动继续举办下去。

双汇高管参加阿里巴巴与优酷土豆联合战略发布会

■ 本报记者 李代广

10 月 30 日，阿里巴巴集团和优酷土豆集团在北京举办联合战略发布会，会上阿里巴巴和优酷土豆宣布展开全面合作，将共同推进中国营销领域的 DT 化进程(Data Technology)。

阿里巴巴集团 CEO 陆兆禧、优酷土豆集团董事长兼 CEO 古永锵、优酷土豆集团首席营销官董亚卫、阿里妈妈总经理王华等出席

会议，双汇集团新闻发言人、双汇发展主管公关营销的副总裁刘金涛受邀参加。

古永锵表示：“此次合作成果得益于双方优势的联合，优酷土豆云和阿里云的协同将文化娱乐消费行为与产品服务消费行为紧密结合。双方将致力于实现‘屏幕即渠道、内容即店铺’的畅想在文化娱乐、商务和支付等方面的经验介绍。参观团对石横特钢环境保护各项工作给与充分肯定，鼓励其再接再厉，在新形势下探索钢铁经济发展和环境保护的最佳平衡点。双方共同探讨分享了环境保护工作和生态文明建设的经验做法。

“电商和视频的牵手，将打通品牌广告与

效果广告之间的壁垒，而且双方利用数据合作打造的视频营销新产品，将有效提升视频投放效率，助力品牌投放。”优酷土豆集团首席营销官董亚卫表示。

双汇此次参加阿里巴巴和优酷土豆联合战略发布会意在紧跟自媒体时代经济发展步伐，利用先进的现代化营销手段，注重创新性营销，力图以更加先进，更加便捷、更加一流的水平服务于广大消费者，服务于企业。

中华宝钢环境奖经验交流现场会在石横特钢举行



10 月 14 日，2014 中华宝钢环境奖获奖者经验交流现场会在山东石横特钢集团有限公司举行，历届环境奖获奖者代表、社会各界关心环保的有识之士等共计 150 余人参加。

中国科学院院士孙鸿烈，中华宝钢环境奖评委会副主任、中国环境科学学会理事长

王玉庆，中华环境保护基金会理事长傅雯娟，环境保护部规划财务司司长赵华林，泰安市环保局局长周杰，肥城市委副书记、市长常绪扩，肥城副市长李向东等出席现场会。参观团乘车参观了山东石横特钢集团整体概貌，了解了主要生产车间的生产概况，听取了石横特钢关于发展循环经济、节能减排、环保治理等方面的经验介绍。参观团对石横特钢环境保护各项工作给与充分肯定，鼓励其再接再厉，在新形势下探索钢铁经济发展和环境保护的最佳平衡点。双方共同探讨分享了环境保护工作和生态文明建设的经验做法。

中华环境奖是中华环境保护基金会为提高全民环境意识，促进中国环境保护和可持续发展，本着“取之于民，用之于民，造福人类”的原则广泛筹集资金，于 2002 年专门设

立的中国环境保护社会性奖励。该奖项主要用于奖励在环境保护工作中作出突出贡献的单位和个人，评选对象分布在各行各业、世界各地。2007 年为支持中国环保事业，彰显企业在环保领域的社会责任，宝钢股份公司向中华环境保护基金会捐赠 5000 万元，专门用于开展“中华环境奖”相关环保公益事业。为表彰宝钢对公益事业的支持，特在奖项名称中冠以“宝钢”两字。中华宝钢环境奖作为我国环境保护领域最高的社会性公益奖励，每年评选一次，奖金总额 350 万元，其专业性和先进性被广泛认可。截至目前，已成功评选出 8 届 171 个先进单位和个人。肥城市于 2012 年荣获第七届中国宝钢环境奖城镇环境类优秀奖。

(肖富君 摄影报道)

红豆绒柔暖型内衣志在引领一场内衣革命

随着 CCTV 一套和江苏卫视“非诚勿扰”推出“好柔好暖红豆绒”宣传片，红豆绒柔暖型内衣给人留下深刻印象，让人感受到了“珍贵的红豆绒，柔软的红豆绒，温暖的红豆绒”，给人无限遐想和人文情怀。红豆绒是江苏红豆集团旗下红豆居家公司的创新杰作，她正引领者一场内衣的革命。

款少量多，产品极致——好产品

红豆绒柔暖型内衣是红豆居家率先在全国内衣行业推出的内衣新品类，是传统保暖内衣的升级换代版，是新一代内衣的领跑者，红豆绒柔暖型内衣推出之际，红豆居家就选择走款少量多的路线，精心打造基本款，让男女老少，不同年龄，不同体型都可以拥有 TA 喜欢的一套。值得注意的是，尽管 SKU(库存量单位)数不多，但公司对红豆绒都进行了深度开发，有家庭套装，情侣套装，亲子套装等，在颜色体现上，红豆绒柔暖型内衣有近十种

颜色。

内衣是红豆集团的起家产品，为了一套内衣，红豆人孜孜以求，30 多年来在业界享有“内衣专家”之美称，参与内衣国家标准的编写和制定。红豆居家多年的发展就是一部“内衣革命史”：1978 年 B 衫、1983 年尼龙衫、1988 年护士衫、1993 年珍珠衫、1996 年迪高衫、1998 年空气层内衣、2002 年空调型内衣、2006 年发热内衣、2011 年红豆衫抗菌内衣、2014 年红豆绒……红豆居家内衣新品迭出，使红豆内衣一直走在行业前列。每款新品都是经过几年的积累，从最初一个概念到明星系列，其间经过不断创新和改良。历时两年艰苦研发，不知失败了多少次，其间攻克了一个又一个技术难关。红豆绒内衣终于在 2014 年研发成功。

用户体验，柔暖至上——好感觉

当下时代，消费者买衣服关注什么？除了

最基本的服装使用功能外，据不完全统计，消费者最关注的是“感觉”。从品牌理论而言，品牌利益体现在功能利益、经济利益、使用利益、情感利益。中国服装处于过剩已经是常态，服装的功能利益、经济利益和使用利益大同小异，品牌服装争夺消费者的战争将在“情感利益”上展开。互联网时代，互联网技术让商企与用户之间进行情感的沟通，建立情感的关系更加便捷。红豆绒柔暖型内衣注重与消费者的互动，注重消费者体验，坚持消费者参与。红豆居家建立了红豆绒社群群，包括红豆绒微信群、红豆绒微信群、红豆绒论坛等等，吸引和培育了大量“红粉社员”。红豆居家通过企业开放日，邀请相当的红粉社员们来到红豆绒的研发设计、生产现场和红豆绒陈列展览馆，通过红豆绒内衣“摸摸我”、“抱抱我”、“亲亲我”、“穿穿我”等现场互动和消费体验活动，激发“红粉社员”在社区群里吐槽，分享各自的感受、意见和建议，红豆居家的“柔女暖男”们在后台专门和他们沟通互动，

并把“红粉社员”的意见加以整理，进行统计分析后把有效信息传递到相关部门环节，持续改善红豆绒工作质量。

“智”造一套称赞的红豆绒，“红粉社员”们就成了红豆绒内衣的设计师、质量官、代言人等。这种互动看似简单、好玩，却着实让“红粉社员”们感到了存在感、重要感，找到了“上帝”的感觉。

专卖渠道，贴心便捷——好服务

互联网让商家和用户可以零距离沟通，一切都将是那么的自然和简单。毕竟中国一半的人在网生活，还有一半的人在网下生活。红豆居家除了重视互联网经济，同时也重视线下专卖渠道的建设，并有效尝试了线上线下的联动。

人们日常穿着服饰以“家门”为分界线，分为门里服饰和门外服饰，而“红豆居家”是以经营门里服饰和用品为主的新型商

业模式连锁店，为人们购买“家文化”生活的服装、服饰、居家用品，提供一个居家生活服饰购物场所及物超所值的产品和服务，以“平实、平和、平价、平民”打造中国主流生活方式。

红豆居家公司全新推出“红豆居家”商业连锁店模式，目前在全国已经拥有专卖店门店近千家。红豆专卖对客人推行 4S 服务——微笑(SMILE)、诚意(Sincerity)、速度(SPEED)、安全(SAFETY)，让消费者时刻感受到居家人得温馨、尊重和热情，在店里买的开心，用的放心。正是这些门店的红豆居家人扮演者“店小二”的角色，通过她们不辞辛劳的奋斗，每天把红豆情文化传播给每一位店客，传递着红豆绒对每一位消费者的温暖和关爱。

红豆绒柔暖型内衣，浓缩了面料、设计、版型、制作的极致创新大成，她有多柔、多暖，颠覆你对内衣的想象！红豆集团正通过持续创新发展引领一场内衣的革命！

(华文)