

高通台积电都表示获得供货华为的许可,但没5G还有啥用?

众所周知,华为受到他国的不公正待遇,在全球市场一直“追”着华为进行制裁,甚至不惜动用长臂管辖,对华为的5G发展进行遏制。不仅要求台积电不能给华为供货,就是想把华为的技术研发能力以及对5G市场的拓展能力进一步遏制住,想用当初对付中兴的方式让华为的发展也举步维艰。但华为不是中兴,虽然在最终的制造方面,华为无能为力,但是当我们的企业意识到这个问题之后,在制造方面的投入,尤其是高端制造方面一定会持续努力的。华为扛下来,坚持住就意味着未来的机会。

华为如今在晶圆(芯片)设计方面已经走到了全球的最前列,拥有顶尖的晶圆设计能力,但因为中国国内的芯片制造能力不够强,华为此前是依靠台积电进行代工,但如今美国的政策限制,让台积电无法为华为代工。华为苦有一流的晶圆设计技术研发能力,但无法把自己的设计转换为产品。就是

因为我们的制造企业在这方面没有优势,技术差距较大,难以实现包括5nm级别的技术制造能力,致使华为遭受了史上最严重的一次“卡脖子”事件。

这不能不说是非常令人痛心的,因为没有制造技术能力同步跟进,让我们的企业在这方面受制于人。华为在Mate40之后,将可能陷入无“芯”可用的境地。市场也在传闻,华为可能会把自己的子公司荣耀卖了,“断臂求生”一方面是为了荣耀的发展,另一方面也是为华为自身储备力量。市场传出神州数码、TCL等潜在买家,但一直并没有最终的消息。而无论华为是不是被逼到这种程度,都可以看出,华为还是非常决心让自己先生存下去,活着才有机会,活下去才能图谋着东山再起的机会。

虽然我们现在的晶圆制造能力还达不到世界一流的技术要求,但假以时日,是不是能够实现技术突破,真正把“卡脖子”的技术跨越过去。相信,我们的厂商一定可以做

到。只是在当下,对于华为来说,需要卧薪尝胆,积蓄力量。

此外,我们近日也看到了各种传闻。其中,高通表示,“我们已经获得(对华为)部分产品的许可证,其中包括一些4G产品”。此外,英特尔、AMD、Skyworks等多家芯片厂商也获得许可供货华为。市场也在传闻,台积电似乎已经被批准可以和华为继续合作了,不过合作力度依然有限,因为很多先进工艺依然是被禁止的,也就是说麒麟芯依然无法生产。而麒麟芯片是华为发展的重中之重,如果没有在这方面的合作,那么即使这些厂商获得给华为供货,那么也是一些边边角角的已经“过期”的技术应用。

台积电从9月15日以后,就无法再与华为有业务往来。虽然华为之前已经有了一些芯片储备,但依旧无法满足未来的发展需求。而由于芯片数量备货不足,也导致Mate 40系列的供货并不给力,市场一机难求的现象还比较严重。而且一些有货的卖

家也在囤货加价出售,无形中,又增加了一些销售负担。在这方面华为暂时也没有好的办法,不然也不会传出要出售荣耀的消息了。

由于众所周知的因素,未来或许还会有一些变数。因为美国新的领导人上台之后,是不是还会延续特朗普政府的禁令并不明确。或许不支持华为自研芯片麒麟的代工制造,但或许放宽华为采买晶圆的限制,比如可以购买高通的5G芯片等。如果这样的话,华为也可以一解燃眉之急。使用高通的芯片,搭载华为自身的应用能力,可以继续产业链中形成优势。一旦将来麒麟研发可以自主生产制造的时候,华为一样可以笑傲江湖。当然,因为还存在着不少的不可确定性,这也只是一种美好的预期。未来究竟如何,或许还需要时间来验证。而对于我们的制造业来说,如果不想被卡脖子,就应该加大基础研究,以及产能转化,真正把实验室成果落地才是关键。

今天有两个关于半导体的消息,虽然没有什么关联性,但是很容易让人产生一些思考。一个联发科收购英特尔的电源管理芯片产品线,另一个是中国企业投资半导体行业的热情高涨。

1. 联发科出手瞄准企业级市场

联发科今日宣布,将斥资约8500万美元(约合人民币5.6亿元),通过旗下子公司立锜(Richtek)收购英特尔Enpirion电源管理芯片产品线相关资产。我们关注到,联发科这次的收购,是在半导体业务发展方面,有新的思路和发展布局。

通过此次并购,联发科计划扩大其产品线,提供使用在FPGA、SoC、CPU、ASIC的整合式高频与高效率电源解决方案,瞄准企业级系统应用。联发科表示,此举将扩大公司经营规模,提升经营绩效与竞争力。英特尔Enpirion电源解决方案被联发科收购之后,联发科可以布局服务器ASIC业务。有报道称,该公司还从谷歌获得了整合Intel Enpirion产品线的订单。通过服务器布局,联发科可以提供更完整的解决方案,尤其是在5G基站方面。

2. 中国企业蜂拥而上扎堆半导体产业

另一则消息是,有媒体报道,中国正在大力投资于电脑芯片行业,并加大力度培养本土人才。标普全球市场情报(S&P Global Market Intelligence)的数据显示,今年到目前为止,中国半导体公司通过公开募股、定向增发和出售资产等方式筹集了近380亿美元资金,与2019年全年相比增长一倍还多。

半导体业务的突破和突围

据悉,今年已有5万多家中国公司注册了与半导体相关的业务,这一纪录是五年前总数的四倍。这些公司包括房地产开发商、水泥制造商和餐饮企业等与芯片行业联系较少的公司,但所有这些公司都在将自己重塑为芯片公司,以期从中国激励计划中获益。这其实也折射一个现象,那就是有“补贴”的市场,总是会有一些“钻空子”的企业想分得一杯羹,不管自己是不是在这方面有技术积淀,想通过一些收购,或者挂一个“牌子”就切入到半导体市场,进而获得政府的补贴。这样的思路,对于行业的发展,真正需要激励的企业其实并不公平,对于技术的突围也于事无补。

众所周知,中国是世界上最大的半导体进口国。海关数据显示,中国去年购买了价值超过3000亿美元的外国制造芯片。总部设在华盛顿的半导体工业协会的数据表明,中国公司的半导体供应仅占全球市场份额的5%。

随着5G的快速发展,中国已经成为5G的最大潜在市场,无论是终端产品,还是运营商对于5G基站的布局,5G用户的增长都是举世瞩目的。虽然,用户真正使用5G的窗口期还没有完全打开,但是5G逐渐已经成为一种潜在的被迭代的方向,用户向5G的过渡也仅仅是时间问题。因此,在芯片方面的需求也必将是不断增长的。物联网的

发展,万物互联需要更多的半导体产业支持。

华为在这方面的遭遇,也让我们看到发展半导体业务是非常必要的,不仅仅需要一流的设计,也需要一流的制造能力,只有把设计真正地转换为产品,才能提高生产力,也才能不被卡脖子。华为的遭遇应该引起我们所有的企业认真思考。半导体属于微型处理器,对智能手机、汽车和其他中国出口产品制造商越来越重要。在这方面的投入和激励举措也是势在必行的。

3. 半导体产业还是朝阳产业

对于热衷于半导体市场发展的企业,以及联发科来说,其实都是看中了半导体市场的发展机会,以及广阔的前景。联发科斥资收购英特尔的项目,有自己的谋划和发展大盘子计划,而我们的企业在涉足到这个领域的时候,是不是也充分进行了市场调研,并且对半导体市场的发展,以及应用转换做到了心中有数?

据日经中文网日前报道,在客户对半导体设备的投资需求大增的情况下,全球半导体制造设备厂商的业绩营收已逐渐好转,已发布7月至9月财报的美日欧7家大型厂商利润明显增长。全球最大光刻设备厂商——荷兰ASML控股得益于亚洲半导体企业对设备投资增加,利润也实现了大幅增长。国际半导体产业协会(SEMI)表示,2020年

全球半导体制造设备的销售额预计将达647亿美元(约合人民币4326亿元)。数据显示,今年前7个月,全球半导体设备对中国的销售额同比大增45%。

中国对半导体制造设备的需求增长,意味着国内企业已积极开始了打造国产芯片之路。同时,我们也关注到,半导体产业技术逼近极限。MEMS器件和系统级封装技术的发展促使集成电路的集成涵义更为宽广,当前硅基CMOS技术面临着许多前所未有的重大挑战。从28nm向22nm,甚至更小特征尺寸过渡时,平面MOSFET被立体的FinFET所替代。为加工更细的线宽,EUV(极紫外)光刻技术或电子束光刻技术将替代目前的193nm浸没式光刻技术。当5/3nm及以下特征尺寸开始出现时,半导体芯片工艺又将进入一个相对全新的时代。而在这方面恰恰是我国企业的技术短板。华为受制于人,在一定程度上也是因为在这方面我们的企业差距太大。

随着传统PC市场进一步萎缩和移动智能终端需求的下降,5G、AI、汽车电子、IoT等新兴应用成为半导体市场新的重要增长点。5G网络设备和终端发展将为芯片带来巨大的市场需求,人工智能计算任务可借助GPU、FPGA、ASIC等芯片结合软件算法库实现加速,为集成电路领域带来新的市场增长空间。同时,人工智能芯片与深度学习算法和特定场景融合,为全球芯片初创企业提供新的发展机遇。

美版“饿了么”DoorDash冲击纽交所,或成年末最大IPO

“文章可以不写,但外卖不能不叫”。订外卖,似乎成了每个上班族无形的默契。

上半年全球遭遇了来势凶猛的疫情突袭,很多人就此认为,餐饮行业将会迎来巨量的倒闭潮。但伴随全球数字化变革,移动互联网技术拓宽了餐饮行业的应用场景,疫情反而成了催化剂,多家餐饮行业快速涌入外卖平台,给商户带来了销售增量,熬过了这个漫漫“寒冬”。

随着外卖配送行业在全球购买渠道中的占比不断提高,该行业映射在资本市场也是一番“秀丽景色”。以外卖配送起家的美团(03699.HK)为例,2018年赴港挂牌上市,在短短两年时间里,其股价已经上涨3倍,今年年内累计涨幅超过200%。有投行认为未来3至5年,国内餐饮外卖收入年复合增长率将达25%。

无独有偶,海外市场也面临着同样的机遇。在市场环境的影响下,全球孵化出的外卖配送平台,已经陆续开始推进IPO计划。

据悉,美版最大的外卖配送平台DoorDash于美东时间11月13日正式向美国证券交易委员会(SEC)递交S-1招股书,预计12月中旬以“DASH”为股票代码登陆纽交所。

一边是新巨头IPO,一边是曾经巨头被出售

DoorDash成立于2013年,由Stanley Tang、Andy Fang、及Tony Xu三位华裔创始人创立。

以快捷的运送速度以及高质量的服务为主要优势的外卖配送平台。过去几年,美国外卖平台发展趋势迅猛,像DoorDash这样

的公司数以万计,但经过短短6年时光,DoorDash已经从一个小平台跻身进入该行业龙头部位,成功击败“外卖鼻祖”GrubHub,以38%市场占有率第一的位置,成为了美国最火的外卖公司。

高盛、摩根士丹利、巴克莱、德意志银行、加拿大皇家银行资本市场、瑞银投资银行等数十家一线投行均参与DoorDash的IPO事宜。

面对十几家一线投行“押注”的DoorDash,或许我们能从招股书中,了解DoorDash的真实“面容”。

DoorDash一直被称为外卖界的Uber。主要是因为DoorDash并没有自己的配送团队,而是采取类似众包的方式给用户送单。只要有简单的配送工具,如汽车、智能手机。你就能轻松成为“骑手”,每单至少能获得6美元的送餐费,甚至可能获得意外的小费收入。这也就是DoorDash App中“become a driver”。众包的配送模式,让其外卖配送的队伍在短时间内扩充的十分庞大,其外卖零工人员约莫100万人。Dashers已通过DoorDash平台赚得超过70亿美元。

从招股书中,我们可以获知,其商业模式几乎与国内“饿了么”早期“美团外卖”配送机制几乎一模一样。消费者线上下单,商户制作餐品,通过算法由就近骑手接单完成配送,成为一个稳定的生态圈。

自成立以来,DoorDash平台上总计已完成超过9亿笔订单。公司在美国、加拿大、澳大利亚的本土平台已经拥有39万商户,并覆盖全美所有50个州及波多黎各,共计拥有1800万的Dashers。DoorDash目前已与

美国最大的200个国民品牌中的超过175家形成合作。

DoorDash为了提升用户粘性,也在营销策略方面设计了一些小心思,比如每月充值9.99美元的DashPass,就可以享受免平台外送费的服务。截至2020年9月30日已拥有超过500万名会员。商家在DoorDash平台上的销售总额已超过190亿美元,其中2019年平台上每一商家的同店销售额同比增长59%。

尽管DoorDash目前风生水起,但竞争对手的落败似乎让投资者对于DoorDash的发展有所顾虑。今年,被誉为“在线外卖鼻祖”的GrubHub,沦落成为巨头争夺的肥肉,靠“卖身”求生存。

2014年,GrubHub以20亿美元的估值赴纽交所上市,仅辉煌了6年,GrubHub就以73亿美元的价格将自己出售给总部在阿姆斯特丹的食品配送公司Just Eat Takeaway。实际上,作者拆解GrubHub衰败的原因发现,导致其盈利能力持续下滑,以及市场份额不断萎缩,是由于GrubHub的中前期打法出现了致命的问题。

该公司前期搭建平台吸引商家入驻,撮合用户与商家完成交易,而在配送环节,选择的则是商家自行配送,配送全程并不在GrubHub掌握范围内,用户无法实时了解配送状态,另外,很多入驻平台的餐饮企业并不具备配送的能力。这不仅导致用户对平台信任感缺失,同时这意味着平台将丧失缺乏粘性护城河。在这一点DoorDash似乎巧妙的避开了这一大致的风险因素。并且一招命中了对手这个弱点,解决了配送的

难题,轻松的拿下了市场份额。

外卖市占率第一,是否能稳坐宝座?

财务数据方面看,2018年和2019年,DoorDash的净收入分别为2.91亿美元和8.85亿美元;2020年前三季度的净收入则为19.16亿美元,较2019年同期的5.87亿美元增长223.7%。但就目前而言,除今年第二季度,出现罕见单季度盈利外,该企业均处于未盈利状态,几乎每配送一单都在倒贴。

但好在净亏损在不断缩窄。2018年和2019年的净亏损分别为2.04亿美元和6.67亿美元,但2020年前三季度净亏损1.49亿美元,较2019年同期的5.33亿美元相比明显缩窄。净收入波动较大,或许与疫情逐渐得到控制有很大关系,这也是投资者担心的另一个层面。疫情得到控制后,外卖需求可能会因此减少,该公司是否能够维持疫情期间的业绩增长,存在很大的质疑。

但DoorDash有各路大佬帮衬,作为硅谷“精英班”YC(Y Combinator)孵化项目之一,创业孵化机构YC首笔12万美元投资至今。同时,DoorDash已累计完成超过25亿美元的A至H轮融资,今年6月完成H轮融资后的估值为160亿美元招股书中获悉DoorDash持有的现金、现金等价物及有价证券为16.11亿美元,资金储备仍相对充裕。根据《华尔街日报》报道,DoorDash的IPO估值或将达到250亿美元。激烈的行业竞争和整合趋势,始终是成长路上必须要面对,但DoorDash公司仍然是外卖行业里伟大的公司。公司的成长能力优秀,难怪外有一线投行下注加持。在此背景下,海外外送的巨头们或许未来不久将迎来一轮洗牌。