

## 资本之外, 造车的内在逻辑是什么?

造车浪潮的来临, 让我们仿佛看到了互联网创业热潮的重现, 无论是互联网企业, 还是传统行业都开始涌进这条赛道。造车, 这个曾经被审视、被覬覦的赛道, 开始变得异常火爆。资本在其中的推波助澜, 更是让它红得发紫。如果我们仅仅只是简单地看造车市场的火爆与资本市场的追捧联系在一起, 似乎有些太过简单和俗套了。深度探究造车背后的行业逻辑, 或许要比仅仅只是将它归结为资本因素更加全面。

事实上, 造车本身更像是一场互联网对于传统行业深度影响的开始, 它可以被看做是产业互联网的一部分。随着造车的逐渐成熟和完善, 我们或许还将会看到更多互联网对于传统行业的深度影响, 从而将人们的生产和生活带入到一个全新的时代。因此, 真正弄清楚造车究竟在造什么以及它背后的深层次逻辑, 要比仅仅只是将目光聚焦在资本市场更加全面和客观。

有人将造车看成是新的入口的打造和构建, 它仿佛就像手机是互联网时代的入口一样。在我看来, 造车本身的确有这样的功能和作用, 但是, 除了搭建新的入口和场景之外, 造车本身还有更多新的内涵和意义。只有真正弄清楚了造车的这些功能和作用, 我们才能真正了解造车的根本内涵和作用, 从而真正把握造车的真正精髓。

然而, 互联网思维的影响让人们仅仅只是简单地把造车看成是资本的推动和驱使, 最终, 所有的造车玩家都是在迎合资本市场的需要。须知, 资本的需求依然仅仅只是显现出来的部分, 我们需要明白的是资本之外, 真正驱动造车出现和发展的内在逻辑。

造车是联通互联网时代和物联网时代的桥梁和纽带

我们都知道, 当互联网完成了对于人们的生产和生活的深度影响和改变之后, 互联网俨然已经成为一种基础设施。通过互联网, 我们可以实现吃穿住行等一系列的行为和动作。但是, 不同场景, 不同物体之间的沟通和交流通常是存在着巨大的壁垒和障碍的, 比如, 手机与汽车、电脑与电冰箱、电视机与电冰箱之间是存在着联通的壁垒和障碍的。这个时候, 我们就需要借助新的技术来实现这些不同物体之间的联通, 物联网的概念便是在这个大背景下诞生的。

在互联网时代, 我们实现的是人们的生产和生活从线下迁移到了线上, 但是, 线上的不同流程和环节之间需要打通。造车, 作为人们的“行”的基本需求的重要组成部分, 需要借助新的方式来率先打通和链接。于是, 造车的概念便在这样的背景下诞生出来。通过造车, 我们可以将互联网与人们“行”的需求当中的载体结合起来, 从而真正将互联网时代与物联网时代联通起来。从这个逻辑来看, 造车更像是一个联通互联网



时代与物联网时代的桥梁和纽带。随着造车的逐步成熟和完善, 我们还将会看到人们的“吃”、“穿”、“用”等更多场景被深度改造, 并且真正将人们的生产和生活带入到物联网时代。

可见, 造车其实是在抢占物联网时代的入口和场景。它的兴起与出现就如同当初我们抢占电脑和手机的入口一样重要。随着我们在造车领域的逐渐成熟和完善, 我们还将会在造车之外的领域更多地看到类似的场景, 从而真正把人们生产和生活带入到物联网时代。

造车并不仅仅只是互联网思维的再应用

当造车的风潮来临, 我们听到的最多的声音就是将互联网的思维应用到造车上, 抑或是用互联网的方式来造车。尽管这种说法有一定的合理之处, 但是, 我认为, 仅仅只是将造车定义成为互联网思维的再应用显然是有些太过简单了。除了互联网思维之外, 在造车方面, 我们或许还需要更多其他的素质。那些仅仅只是将造车看成是互联网思维再应用的做法, 显然是又陷入了资本的怪圈当中。

同仅仅只是简单地把造车与互联网联系在一起不同, 我认为, 造车是一次新技术的大融合。它并不仅仅只是与互联网技术深度联系, 而且还与很多新技术深度联系在一起。比如, 我们就看到谷歌、百度等公司就会把人工智能技术与自动驾驶联系在一起; 比如, 微软等公司则会探索神经传输与汽车驾驶的关系。所以, 造车在刚开始的时候, 可能会与互联网有一定程度上的密切联系, 但是, 随着人们对于造车认识的逐渐深入和完善, 我们会发现, 造车其实与互联网的关系并不大, 而是与新技术的大融合关

系重大。

如果仅仅只是将造车与互联网深度联系, 甚至将造车简单地看成是互联网对产业影响的深入, 而没有看到造车本身更多其他的内涵和意义, 所谓的造车, 或许终将会陷入到资本的怪圈当中。而找到互联网之外的更多造车新内涵, 或许才是真正可以将造车带入到一个全新的发展阶段和全新层级的关键所在。以新技术的融合与深化为切入点来看待造车, 造车才能有更加丰富的内涵, 更加广阔的前景。

造车是互联网技术与新技术对人们的生产和生活深度影响的必然

因为现在的造车行业有很多互联网玩家的参与, 于是, 人们便开始想当然地认为, 所谓的造车, 其实就是互联网技术对人们的生产和生活深度影响的必然, 甚至还有玩家干脆就把造车看成是互联网产品的简单相加。其实, 这种定义是严重低估了造车的内涵与意义的, 除了互联网之外, 我们应当更多地看到的是, 其他的新技术对于造车产业全流程的深度影响和改变。

如果我们仅仅只是把造车看成是互联网的思维和传统生产线的简单结合和相加, 那么, 我们造出来的车, 或许仅仅只是一个外皮是互联网, 内里却依然是传统的躯干内外不一的存在。只有真正将造车看成是互联网技术与新技术对造车产业的全流程、全环节进行深度和彻底改变的过程, 所谓的造车才能跳出互联网的怪圈, 真正上升到一个全新的层面。

在我看来, 真正意义上的造车并不仅仅只是一个将互联网产业放置在汽车这样一个场景当中的过程, 而是一个以互联网技术和新技术为代表的技术对汽车的整体系统, 对汽车的整体生产和制造流程进行一次全

面、深入改造的过程。只有真正将造车看成是一次互联网技术与新技术对汽车工业的由内而外的全面、深入的影响, 所谓的造车才能跳出互联网的怪圈, 真正进入到一个全新的发展阶段。

造车是对于人们的生产和生活方式的

全新改造  
如果无法从根本上改变人们的生产和生活方式, 仅仅只是停留在互联网层面上的去中间化, 那么, 造车是无论如何都无法获得长久发展的。这正是外界之所以会对造车一直保持悲观和审慎态度的根本原因。因此, 同仅仅只是简单地把造车看成是互联网的延续与深化不同, 我更加愿意将造车看成是一场对于人们的生产和生活方式的深度改造, 甚至说颠覆。

在互联网时代, 我们获取信息的渠道和方式是以屏幕为主的, 手机、电脑就是我们获取信息的主要渠道。因此, 谁掌握了屏幕上的时间和流量, 谁就获得了巨大的发展机会。我们看到的以互联网技术为代表的科技玩家几乎都在用这样一种方式发展起来的。随着科技的逐步发展, 特别是随着越来越多的新技术的发展成熟, 我们看到的是, 仅仅只是借助小小的屏幕, 已经无法满足人们的基本需求。

通过新的媒介和方式让人们更好地生活, 更好地获取信息, 成为未来的发展方向。造车, 其实就是在这样的一个大背景下诞生的。通过造车, 人们获得了一种获取信息的新方式, 人们找到了与外部世界联系的新途径。随着造车的逐渐成熟, 特别是随着以新式汽车为代表的诸多新物种成为人们生活的主导, 传统时代以屏幕为主的与外界联通的方式将会被以新的物体为主的与外界联通的方式所取代, 从而真正开始将人们的生活带入到一个全新的时代。

在这样一个时代, 人们与世界交流和沟通的方式将不再仅仅只是局限在简单意义上的读屏, 而是开始更多地以一种人与物、物与物之间的无感交流来呈现。对于人们来讲, 这将会是一场全新的生活方式的变革, 它带来的变化和改变, 将不亚于互联网时代对于人们的生产和生活方式的改变。

无疑, 造车是当前炙手可热的领域。无论是科技企业, 还是传统企业都开始涌入这个赛道。不可否认的是, 在这条赛道上的很多玩家仅仅只是把造车看成是迎合资本的新方式和新手段, 并未真正明白造车本身更加深层的内涵和意义。于是, 在很多时候, 造车变成了互联网的代名词。很显然, 这种简单将造车与互联网绑定的做法并不能够给造车行业带来积极的影响, 甚至还将会把造车行业的发展带入到死胡同。站在资本之外的视角, 重新看待和审视造车, 或许才能真正理解它的内涵与意义。

## MCU 厂商暂停接单 芯片短缺蔓延至家电



全球芯片短缺危机正在从汽车行业蔓延到消费电子以及电视机和洗衣机等家用电器领域。导致芯片紧缺一方面是由于上游晶圆厂产能不足, 另一方面是因为企业仍在大幅增加半导体库存。

另据 Gartner 最新发布的初步统计显示, 全球半导体收入在 2020 年达到 4662 亿美元, 相比 2019 年增长 10.4%。

Gartner 研究副总裁 Andrew Norwood 对第一财经记者表示: “在超大规模客户、个人电脑(PC)、超移动设备和 5G 手机终端市场需求的推动下, 存储器、GPU 和 5G 芯片组引领半导体的增长, 而汽车和工业电子市场则因疫情导致的支出减少或者支出暂停而受到影响。”

韩国的两家主要电子零部件厂商三星

电子和 LG 电子都已经表示, 制造正在延迟, 芯片短缺预计将持续到 2022 年。

三星电子是全球最大的智能手机生产商, 该公司称本月开始减少某些智能手机零部件订单。三星电子曾在 3 月份警告称, 半导体“供需严重失衡”。

“应用处理器, 显示驱动器和摄像传感器的芯片都供不应求, 三星电子在本季度的订单已经出现下降。”三星电子警告称, “暂时的销售下降是不可避免的, 但我们预计情况将从 6 月份开始改善, 今年下半年延迟交付订单量可能会更大。”

已经有韩国的电视制造商表示, 除非支付更高的价格, 否则获得某些关键部件的难度将越来越大。这也导致了韩国家电厂商不得不提高电视机等家电商品的价格, 将零

部件的成本转嫁给消费者。

同样的供应短缺也已经影响到了包括洗衣机和烤面包机等低利润家电产品。瑞士信贷(Credit Suisse)亚洲半导体研究主管兰迪·艾布拉姆斯(Randy Abrams)表示: “微控制器单元(MCU)供应紧张, 这可能会影响普通的家用电器。”

由于晶圆制造商更加偏向于将产能分配给高利润产品, 因此用于低利润家电的芯片的生产已经被排到了最后。信达证券研报显示, MCU 龙头厂商的产能正在向价格和利润率更高的 MCU 倾斜, 导致家电等领域 MCU 产能减少。在目前车用 MCU 缺货压力仍未缓解情况下, MCU 缺货潮加速蔓延, 中低端 MCU 产业进入高景气阶段。

“由于 8 英寸晶圆代工产能持续紧缺, MCU 仍处于供需严重失衡的状态。”Gartner 分析师盛陵海对第一财经记者表示。第一财经记者从业内了解到, 义隆电子和盛群半导体都已经宣布“暂停接单”。盛群半导体交期在 2022 年的订单已经暂停接单; 对于 2023 年交期的订单, 该公司预计 2022 年 5 月晶圆厂提供 2023 年的产能后才会开放接单。此外, 盛群半导体透露, 晶圆厂及封测厂通知近期将有另一波涨价, 涨价幅度为 15% 至 30%。汽车电子、物联网和消费电子等应用需求持续提升, 推动了 MCU 市场稳步增长。自去年 3 月以来, MCU 产品报价持续上涨。全球知名半导体市调机构 IC Insight 预计, 2021 年全球 MCU 市场规模有

望达 223 亿美元, 同比增长超过 7%。

芯片短缺还导致公司与多家芯片制造商下订单, 这种现象被称为“双重预订”, 进一步加剧了晶圆厂的产能负荷。“在这种情况下, 大公司将更容易获得产能, 小公司就比较被动了。”盛陵海对第一财经记者表示。

“用于智能手机、电视和其他家用电器的芯片订单已经大幅超过了我们的产能。”韩国半导体厂商东部高科(DB HiTek)方面在一份声明中表示。此外, 受到美国芯片限制措施的压力, 来自中国的公司正在积极储备芯片, 以应对未来的供应限制。

根据台积电预测, 芯片短缺将持续到 2022 年。该公司计划在三年内投资 1000 亿美元, 以扩大产能。此外, 存储芯片制造商南亚科技(Nanya Technology)上周也宣布, 计划在中国台湾建设一座价值 100 亿美元的工厂, 以缓解芯片短缺问题, 并满足对 5G 相关组件不断增长的需求。

Bernstein 半导体行业分析师塔西·拉斯冈(Stacy Rasgon)在一份报告中写道: “投资者需要发现哪些是真实的需求, 哪些是虚增的需求。”在芯片短缺的同时, 全球芯片交易量仍在创下新高。Gartner 的数据显示, 2020 年全球半导体销售增长迅速, 受公司游戏相关业务和数据中心业务的推动, 英伟达实现了 45.2% 的增长; 而联发科在 2020 年实现了 38.1% 的收入增长。按照收入, 英特尔继续保持全球第一大半导体厂商的地位, 其次分别是三星电子、海力士和美光科技。