

# 华为称2B业务“余粮”比较充分 仍积极寻求手机芯片储备办法

■本报见习记者 林婉莹

9月23日至26日，华为举行第五届全联接大会。在以往，该大会是华为面向全球ICT产业的沟通平台，及对外发布重大战略的窗口。而今年，备受瞩目的则是华为的外部危机——芯片储备、供应链等问题。

关于芯片问题，以“地主家的余粮”为喻，华为轮值董事长郭平等高人在媒体交流会上回应称，目前包含基站在内的IoT业务“余粮”比较充分，重点发展的ICT产业正面临巨大发展机遇；但至于消耗量更大的手机芯片，公司也正在积极寻找办法：“我们也知道，有很多美国公司也在积极和美国政府申请（向华为供货）。”

大会上，华为也对外传达了“倡导与供应商共同成长”的想法。“华为有芯片设计能力，我们也乐意帮助供应链增强芯片制造、装备的能力。”郭平表示，“帮助他们也是帮助我们自己。”

## 愿帮助供应链共享成长

此前，由于美国对华为的芯片禁令生效，华为多款芯片面临断供，给其消费者业务带来了巨大挑战。“求生是华为的主线。”郭平在此次大会上坦言，“美国的制裁升级，确实给我们的运营带来很大困难，但具体到芯片是9月15日才储备入库，具体数据还在评估过程中。”

郭平表示，华为每年要消耗几个亿的手机芯片，所以他们仍在积极寻求关于手机芯片储备的办法。在被问及是否会使用高通芯片时，他表示：“我们注意到高通正在向美国申请向华为供货的许可证，如果他们申请到了，华为很乐意使用高通芯片制造手机。”

9月21日，英特尔对外确认已获得向华为供货许可，但其主要向华为提供的是笔记本与服务器芯片。

实际上，此次“芯片风波”也给华为背后的供应链带来了一定影响。郭平就此声称，华为受到重大的打击，是对其供应链的打击；但华为倡导与供应商共同成长、共享收益，会使用全部力量帮助供应链强壮成长。据了解，华为也曾通过投资和技术去助力产业链成熟和稳定，例如建立哈勃投资对供应链进行策略投资。

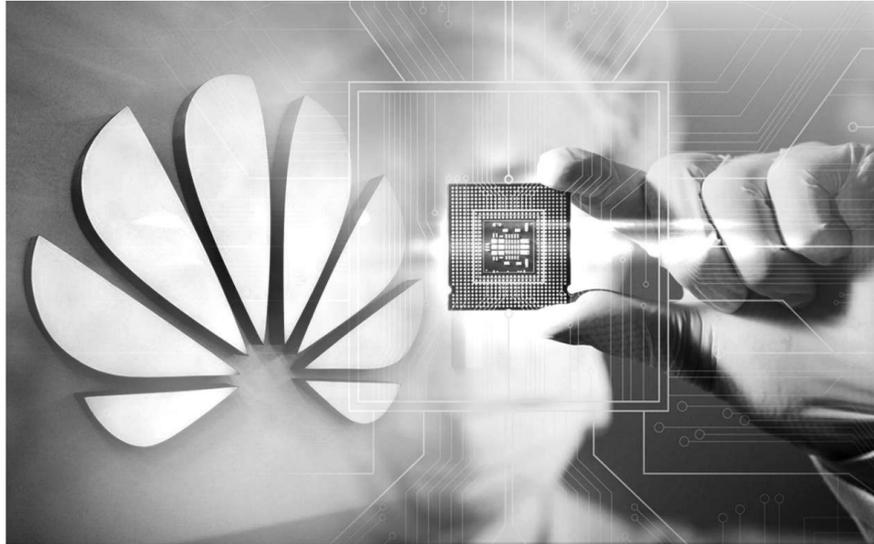
“华为具有芯片设计能力，也很乐意帮助可信的供应链增强他们的芯片制造、装备、材料的能力，帮助他们也是帮助我们自己。”在回复是否会计划投资芯片制造工厂或晶圆厂时，郭平进一步说道。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林教授向《证券日报》记者表示：“华为还没有主导供应链，以伙伴姿态寻求合作和支持的做法是正确的选择。适合中国企业的发展路径是，深入到全球供应链当中，从基础工作做起，逐渐积累技术专利，然后再以技术壁垒主导供应链，甚至引领供应链发展。”

盘和林进一步说道，以芯片制造三大厂为例，英特尔、台积电和三星实际上都在和整条供应链互动，其芯片制造能力并不是单独存在的：“他们给光刻机企业ASML提供资金和技术，作为回报，ASML则优先提供光刻机。华为也可以和芯片制造商有同样的互动，参与到供应链中，做出强化现有供应链的姿态，然后谋求未来技术上的反超。”

## 看好ICT产业发展前景

不过，除消费者业务之外，在“余粮”尚且充分的IoT业务，华为依然没有停下脚步。



2020年，随着5G在全球完成规模部署，郭平认为，联接、云、AI、计算和行业应用这五种技术、五大机会正史无前例地汇聚到一起，ICT（信息与通信技术）产业正面临着巨大的发展机遇。“华为将聚焦这五大机会，把ICT应用到各行各业，联合伙伴提供场景化解决方案，帮助政府与企业实现目标。”

据牛津经济研究所报告，如今数字经济已成为经济增长的主引擎，尤其是数字技术带来的行业数字化增长。对此，华为董事、企业BG总裁彭宇在在全联接大会上表示：“数字化时代的商业本质是做大蛋糕，是正和游戏而不是零和游戏。目前，华为已经打造并正在推广100个场景化解决方案，联合伙伴创造更多行业新价值。”

在接受《证券日报》记者采访

时，野村综合研究所通信产业顾问孙晓道表示：“对华为而言，在消费电子领域（toC）市场收到外部打压的时候，更应该依托ICT业务（toB/G）稳住收入基数。”

数据显示，华为2020年上半年实现销售收入4540亿元，而ICT业务（toB/G）已为其贡献了超40%的收入。其中，运营业务实现收入1596亿元，占比35.2%；企业业务收入为363亿元，占比8%。

孙晓道认为，5G是基础通信设施，其成熟将其他技术带来新的变革，包括AI、大数据、云计算、物联网、边缘计算等，这便是‘5G+’的技术共振。华为在上述技术领域都有较好积累，且拥有成熟的ICT销售能力与解决方案提供能力，为其拓展ICT市场打下了坚实基础。

“具体来看，考虑到华为在各大

运营商中的影响力和当前的外部因素，华为在运营业务领域还是有很强的优势。”孙晓道进一步分析称，“但在兵家必争的政企业务领域，虽然市场的天花板还很高，但在新需求还在探索、旧市场充分竞争的背景下，华为会面临更大的竞争压力。因此，华为依托5G发力各类ICT领域的思路是十分正确的，如何稳根基、拓市场，则是管理层需要进一步思考的问题。”

“2016年我们提出了建设哥斯达黎加式生态，使能伙伴做大市场，让华为的伙伴，像电力时代的电气企业一样，成为新价值链上的获益者。”郭平在其演讲的尾声表示，华为将持续聚焦联接、计算、云、AI等产品和服务，在政企全面进入数字化、智能化时共同开创新篇章。

# 修炼“检测内功”26载 交出高质量发展的满意答卷

——专访金域医学董事长梁耀铭

■本报见习记者 李显丞

“金域医学有病毒检测能力优势，也有专业物流运输优势，国家需要我们的时候，我们应该上，也必须上。”日前，在上交所组织的“诚实守信 做受尊敬的上市公司——价值引领投资2020沪市公司质量行”活动中，金域医学董事长梁耀铭如是说。

正如梁耀铭所言，民营企业也要有社会责任。在疫情暴发后，金域医学勇担重任，逆行驰援，第一时间奔赴武汉等全国各地抗疫前线，开展病毒核酸检测工作，以社会化力量勇担检测重任。

也是出于这份社会责任，金域医学始终铭记“帮助医生看好病”的初心，坚守医学检验业务主航道，深入推进创新和变革。上市三年来，“以客户为中心，以临床和疾病为导向”的发展战略愈加坚定，公司在高质量发展的道路上越走越稳。

## 以社会化力量勇担检测重任

26年前，金域医学的前身还是广州医学院（现广州医科大学）下属的一所校办企业，如今已经发展成为拥有37家中心医学实验室、为超过23000家医疗机构提供2700项医学检验及病理诊断服务的国内第三方医学检验行业龙头。

面对突发的新冠疫情，金域医

学充分展现其深厚的内功积累，先后驰援多个关键区域，以社会化力量勇担检测重任：1月21日，公司成立疫情防控专项小组，全集团200多名持有PCR资格证人员参加培训；1月24日，全国各地上百名金域人请命前往一线，以最快的检测和物流速度与病魔赛跑……

截至9月中旬，金域医学先后在湖北、广东、吉林、北京等30个省市以及我国香港特别行政区开展新冠核酸检测，累计检测量超过2100万份。

对此，梁耀铭在采访时表示：“疫情考验的不仅是金域二十多年来的技术沉淀，还考验的是团队和人性，关键时刻要敢于担当。这中间要坚持两点原则，一是绝对不要把疫情作为赚钱的工具，二是把员工的生命健康安全放在第一位。”

经历新冠肺炎疫情这一战，第三方医学检验行业充分体现了自身在大规模开展检测方面的硬实力，正式从幕后走向台前，为大众所认可。

“本次疫情让社会各界充分认识了第三方医学检验，一些检测项目是医院做不了的，或者是医院做不了的，金域不仅可以做，而且可以保质保量完成。”梁耀铭说道。

## 人才是公司的核心资源

要实现高质量发展，必须广纳

人才，凝聚人才。“员工好，金域才会好；金域好，员工会更好；大家好，未来会更好”是金域医学始终不变的人才发展理念。

“最让我自豪的地方，不仅是开创了第三方医学检验的行业先河，更是凝聚了一个志同道合的团队。”梁耀铭告诉《证券日报》记者，第三方医学检验既是资产密集型、技术密集型，同时也是人力密集型行业，多重属性给带团队管理带来很高的难度。这不仅要求公司要建立标准化的管理体系，更重要的是团队要有凝聚力和凝聚力，能够坚守共同的价值观。

在检验行业，金域医学被称为人才培养的黄埔军校，90%的人才由内部培养。经过二十多年的发展，公司沉淀了以高精尖为方向、老中青传帮带、产学研结合的复合型人才梯队。

谈到人才的培养，最让梁耀铭痛心的是，尽管病理医生很稀缺，但在国内医疗体系中并未受到应有的重视。

“目前，全国有不到两万名病理医生，金域就占了六百多名，这个数量相当可观。在金域，病理医生受到最高程度的重视。”梁耀铭表示，人才是金域的核心资源，是实现高质量发展的重要保障。

他进一步表示：“不论是出于管理，还是出于技术的考虑，金域都要做好人才培养。金域每年招2批至3批应届毕业生，经过师父‘手把手’

的教学，半年后才能成长为初筛医生，这种全面的培训和发展体系，是很多公立医院难以匹敌的。因此，我们付出的成本比其他公司都要多。”

## 创新变革方能行稳致远

在梁耀铭看来，作为关乎生命健康的产业，质量就是企业的生命线，“做医学检测，质量是核心，质量直接影响到检测结果的准确性。”

《证券日报》记者在采访中了解到，“质量”二字贯穿于金域医学发展的始终，不仅体现在金域医学检验服务中，也体现在公司的经营治理中。

2017年9月份，金域医学在上交所挂牌，首次公开发行A股上市。上市之后，如何利用好资本市场为金域医学的发展赋能，如何扩大领先优势引领金域医学更上一层楼，成为当时梁耀铭新的担忧。

“在跑马圈地之后，我们不能放松，而是要进入新的战斗状态。”他告诉《证券日报》记者，金域在上市后第一件事就是推进战略变革。在波士顿咨询公司的建议下，金域

明确了“以客户为中心，以临床和疾病为导向”的发展战略，一系列变革取得了显著的成效。

创新变革方能行稳致远，金域医学经营业绩交出了一份满意的答卷。上市三年来，金域营业收入和净利润呈现稳步增长态势，仅2020年上半年，公司营业收入达34亿元，归属于上市公司股东的净利润为5.56亿元。良好的经营推动资本市场对金域医学的普遍认可，3年来公司市值增长超5倍，2020年8月底正式突破500亿元市值大关。

“金域人的初心是要帮助医生看好病，让医疗资源惠及广大群众，从多年前探索第三方医学检验行业开始，这个初心就指引金域不断前行。”梁耀铭表示，金域要不断开发新的项目，脚踏实地把服务做好，为医院提供更多增值服务，让第三方医学实验室成为现有医疗体系的有益补充，最大程度地发挥专业价值和社会价值。

“目前，国内第三方医学检验占整个医检市场份额不足5%，未来发展已成为奥迪公司乃至大众集团最关心的检测需求，我们有了这个信心和底气。”梁耀铭坚定地说。



（上接A1版）

在中国本土企业软权力研究中心研究员周锡冰看来，5G超级应用、物联网、人工智能、人机科技、工业互联网、无人物流无人车、新材料七大方面将被列入培育新动能序列。

“5G产业、充电桩、大数据中心、物联网是我们需要关注的重点产业链，未来两年将是中国5G建设的第一个高峰，人工智能展示出巨大的商业前景产业规模可达千亿美元级别，国内充电桩建设总量缺口较大将在未来五年迎来快速增长期，全球物联网连接数也将在未来五年实现跨越式增长。”

中国5G技术正在逐渐完善和普及，5G技术引发的相关投资正在如火如荼地进行，产业规模都在呈几

何级增长。

中国联通终端与渠道支撑中心副总经理陈丰伟在接受《证券日报》采访时表示：“不仅是在通信领域，5G可以让多场景实现互联，其高网速、局限性小、超低的延迟等将会推动远程医疗、无人驾驶、无人机等产业步入成熟阶段。5G推动下，不同场景下将出现不同的‘杀手级’应用，最先可能会在超高清视频领域出现。”

而新基建其他领域的新技术与应用场景的结合，也至关重要，充电桩有望快速发展加快填补缺口，人工智能大数据将推动支付、电子政务、健康产业等领域快速升级和发展。

宋嘉表示，机械工业、制造业将首先受益于新基建。数字化、网络

化、智能化是新一轮科技革命和产业变革的关键特征，也是制造业创新发展的潮流趋势，将给制造业带来全方位的深刻变革。“新基建将推动机械工业总体呈现出‘新五化’的趋势，全面智能化、制造绿色化、需求个性化、产业集群化、制造服务化。充电桩、超高压以及城际轨道交通主要服务于城镇化进程，城市群融合一体化以及新能源汽车应用环境生态的基础。”

而新一代技术也将因全面与机械装备以及机械装备制造深度融合，开拓了新产品、新模式、新市场而获益。

谈及“新基建”建设相关规划，周锡冰建议：“第一，合理地制定未来国家20年-50年的中长期战略

规划，把相关产业逐步落实。第二，制定科学的法律法规规范前瞻性技术的伦理和责任。第三，在中国制定2025年的基础上修订相关产业政策。第四，合理地引导和制定新技术、新基建产业政策，同时扶持有能力、有研发成果民企为核心，制定相关政策，阻止新技术和新材料研发技术的外流。”

能源经济学者、国家能源专家咨询委员会委员林伯强在接受《证券日报》记者采访时表示：“储能也是我们当下需要关注的核心问题。新能源相关的基础设施建设将会带动多个未来体系发展，光电、电动汽车都会快速发展。‘十四五’是关键的转型期，目前与储能相关的具体政策措施还需进一步落地，希望相

关具体政策能够在‘十四五’及后续国家和相关部门的规划中进一步体现。”

“‘十四五’规划是面向未来的规划，以新技术新动能转型期的规划，与传统意义上的规划相比，其外部和内部环境都发生变化，新技术更需要与社会生活融合，避免重建技术、轻运营。地方政府应避免一哄而上，以城市集群式发展，而不是单打独斗。‘十四五’规划产生的不仅是‘五年’效应，更将为中华民族伟大复兴奠定数字化、智能化基础。”王鹏表示。

下一个五年，是启动高质量发展引擎、打造新的经济增长极的重要时期。无论是新技术、新基建都将支撑下一个历史征程的光辉篇章。

# 三个维度再造 在华“黄金十年”

——专访奥迪中国总裁安世豪

■本报记者 龚梦泽

“长期以来，奥迪都非常看好中国汽车市场的巨大潜力，并将坚持在华本土化发展策略。”在2020年北京国际车展即将开幕之际，阔别中国12年之久的安世豪首次以奥迪中国总裁的身份接受了国内媒体的采访。在长达一个多小时的沟通过程中，安世豪向《证券日报》记者介绍了目前奥迪在华面临的机遇挑战、工作重心的调整以及下一阶段谋篇布局。

事实上，受新冠肺炎疫情冲击，今年以来全球汽车市场销量急剧下挫，各大汽车厂商均遭受到不同程度的冲击。然而，随着中国疫情防控形势日趋向好，国内汽车市场在近几个月呈现出加速转暖的良好态势，成为全球汽车寒冬中的一抹亮色。

“中国针对疫情采取的一系列措施，令人印象深刻。我们的合资伙伴一汽也在疫情暴发之后采取了多种措施，对于整个行业而言这都有很大的借鉴意义。”在称赞国内疫情防控得力的同时，安世豪也对外传达了奥迪在华坚定发展的决心。“我们将通过理顺产品服务、合资伙伴关系、经销商共赢三个维度，为奥迪再创造一个黄金十年。”

同时他透露，如今奥迪全球CEO杜兹曼已经亲自分管奥迪在华业务，奥迪正在借鉴大众品牌“全球总裁-中国总裁”强强联合的模式，共同推进中国业务发展。

## 聚焦技术创新加码线上服务 勾勒高端出行新愿景

2019年，对于奥迪品牌而言是不平凡的一年。尽管其在华销量创出69万辆的新高，但增幅却远逊于宝马的13.1%和奔驰的6.2%；与此同时，时至2020年，受疫情的影响，中国汽车市场受到前所未有的冲击，安世豪的履新之路可谓困难重重。

“中国豪华车市场的竞争格局早已今非昔比，怎么样去更好地了解中国消费者、了解我们的竞争环境、了解未来的技术发展方向，这对于我来说都是具有挑战的议题。”可以看出，安世豪对现阶段的中国豪华车市有着清醒的认识。在他看来，产品和服务的重要性在任何时代都是毋庸置疑的。在疫情的大背景下，用户行为已发生改变，所以奥迪也会进一步推出线上模式服务我们的消费者。此外，随着新技术、新需求的不断涌现，奥迪也将与时俱进，保证产品和服务满足中国用户所需。

据记者了解，奥迪正大力推动电动化产品战略在华落地。目前，奥迪已经在中国市场推出了3款电动车型奥迪e-tron、奥迪Q2L e-tron和奥迪A6L e-tron。未来，e-tron家族的阵容还将扩展，至2021年底，奥迪计划将在中国推出6款新能源车型，更具个性化的奥迪e-tron Sportback和奥迪e-tron GT将很快引入中国，用于满足不同细分市场的需求。

“现在电动车市场份额还非常小，只有5%左右。接下来的10年-15年，燃油车和新能源车比重将达到50:50。”安世豪表示，“我们将进一步强化奥迪e-tron品牌，因为它对于我们来说不只是一款产品。我们想将其打造成奥迪充电技术、电池技术，以及如自动驾驶等未来重要议题的一个重要载体。”

与此同时，作为首家在无锡和北京两个城市获得自动驾驶测试牌照的车企，奥迪正马不停蹄地加速推进“新四化”的在华进程。在今年8月底于安徽合肥启动的大众汽车集团自动驾驶出行服务奕驶(ezia)项目中，服务车队便是由奥迪e-tron组成。

“2020年是新十年的开始，到2030年之前，奥迪将继续巩固在华领先的高端品牌位置。”安世豪告诉记者表示，奥迪将在用户体验和产品等多领域持续提升，进一步为中国消费者勾勒未来高端出行的样貌。

## 变革管理架构强化在华业务 多管齐下欲再创“黄金十年”

2005年，安世豪第一次被派往中国市场，担任一汽-大众奥迪销售事业部总经理。此后3年中，他领导建立了奥迪在中国的营销架构，并创造了销量3年翻番的销量神话，奥迪凭此在很长一段时间内坐拥豪车市场领先地位。

阔别12年重回中国市场后，安世豪再提合资合作伙伴时仍难掩快意。他表示，奥迪过去在中国豪华车市场取得的成绩，离不开在华的合资伙伴一汽集团和广大经销商的共同努力。安世豪特别向记者强调，在新的发展时期，奥迪还将进一步加强与在华各方合作伙伴的关系，并互相成就，实现共赢发展。

“奥迪与一汽集团已经达成了一些全新的战略性项目和未来规划，将在未来不久正式向外界公布。一汽集团对中国市场非常了解，所以跟他们合作的未来一定是非常光明的。”安世豪说。

针对外界普遍关注的奥迪与上汽的合作事宜，安世豪表示，项目在按计划推进。“中国市场潜力巨大，这让我们有机会与新的合作伙伴一起探索并为中国市场带来更丰富的产品。”此外，谈及与广大经销商伙伴时，安世豪称，奥迪将与他们进一步探讨未来的更多可能性，并携手经销商网络共同开创互惠局面。

“中国是奥迪最大的市场，对于奥迪而言意义非凡。”安世豪向记者直言，奥迪从中国市场汲取了很多趋势和灵感，怎样能更好地满足中国消费者的需求已成为奥迪公司乃至大众集团最关心的事情。大众集团为此迅速变革组织机构和管理架构，由奥迪品牌CEO马库斯·杜兹曼直接“掌舵”中国业务。

安世豪向《证券日报》记者透露，这一模式是借鉴此前大众汽车集团管理董事会主席迪斯与大众汽车集团（中国）CEO马思翰的合作经验。彼时两人经常能够迅速地对一些重要核心议题做出讨论和决策。

“目前奥迪在中国的管理架构使得我们能够非常直接地向总部反映中国的声音。比如中国市场的消费者趋势能够直接传递到总部并体现在产品研发上。接下来，奥迪将强化和梳理自身的品牌、服务质量及管理架构，并继续巩固与合资伙伴及经销商之间的关系，相信在大家共同努力下，奥迪将在中国再创造一个黄金十年。”安世豪表示。