

资本青睐 算力产业迎来新机遇

▶ 本报记者 王查娜

“去年,中国移动在贵阳建成全球首条400G算力通道,从贵阳到广州、深圳的数据传输,仅需10毫秒,到杭州16毫秒。”6月14日,在新办举行的推动高质量发展系列主题新闻发布会上,贵州省副省长罗强介绍说。

今年以来,北京、贵州、甘肃、湖北、江苏等多地纷纷推出政策,推进当地算力基础设施建设,促进人工智能产业发展。据赛迪研究院发布的研究报告预测,到2024年年底我国将有5%—8%的企业大模型参数从千亿级跃升至万亿级,算力需求增速将会达到320%。算力产业正迎来前所未有的机遇。

智算行业前景广阔

算力是集信息计算力、网络运载力、数据存储力于一体的新型生产力,主要通过算力基础设施向社会提供服务。算力基础设施对于助推产业转型升级、赋能科技创新进步、满足人民美好生活需要和实现社会高效能治理具有重要意义。

工业和信息化部、中央网信办、国务院国资委等六部门在去年10月初联合印发《算力基础设施高质量发展行动计划》,提出到2025年,算力规模超过300EFLOPS,智能算力占比达到35%,东西部算力平衡协调发展。打造一批算力新业务、新模式、新业态,工业、金融等领域算力渗透率显著提升,医疗、交通等领域应用实现规模化复制推广,能源、教育等领域应用范围进一步扩大。每个重点领域打造30个以上应用标杆。

“在国家支持智算资源建设的政策环境

下,从数据中心建设到云服务应用,智算产业正迎来前所未有的商业机遇。”首创证券投资银行事业五部总经理杨雨亭分析说,智算资源作为推动新时代产业革命的核心,对于促进技术创新和产业升级具有不可替代的作用。尽管当前国内算力市场竞争日益加剧,但国家对新基建的持续投入和智能化应用的扩展,为算力行业提供了广阔的发展前景。

“算力、数据和模型算法三者的相互协同是推动人工智能和高性能计算领域创新的重要动力。在国内,政策和技术双轮驱动下,这种协同已展现出显著成效。”深耕算力领域20年的蓝耘科技董事长李健举例分析说,以国家天文台的“天眼”项目为例,该项目依赖于强大的算力来处理庞大的天文观测数据,并需要高效的算法来分析和解读这些数据,从而发现和验证新的宇宙现象。“算力在这里起到了至关重要的支撑作用,而数据与模型算法的结合则推动了科学研究的深入。”

被投资人看好

不久前,全国一体化算力网络八大枢纽节点——粤港澳大湾区一体化数据中心在广东韶关完工,将全面提升跨区域算力调度能力。

最新统计显示,截至5月底,全国规划具有高性能计算机集群的智算中心已达十余个。从全国来看,智能算力在算力总规模中的比重超过了30%。算力在投资领域被业界看好,不久前发布的《中国算力产业研究报

告》显示,2023年4月至2024年3月,近一年全国算力产业发生融资1403笔。其中2024年3月发生融资129笔,环比增加35.79%。

杨雨亭从投资的角度分析了算力市场。他认为,去年7月后,市场进入深入理解和精准投资的阶段,像智谱AI、百川智能、mini-max等大模型公司陆续完成融资,想上市的企业陆续宣布购买服务器从事算力业务。“优秀的投资人在了解了人工智能的逻辑后开始精准布局 and 选择企业,他们理解了人工智能的起步,极端算力是基础。”

杨雨亭表示,算力像石油和各种能源一样被稳定需要着,所以从事算力服务的企业将会先开始攫取第一桶金,并通过财务数据获得验证;而投资大模型企业代表投资未来,在短短几个月时间大模型公司的市值几何倍数增长,代表了认知驱动的价值不断提升;更有产业能力和风险管理能力的机构和产业投资者则选择了布局远期市场获取产业赛道。”

业内的共识是,数字化、智能化不再是选择,而是走向未来的必经之路。制造业的智能化转型需要算力支持关键操作,如机器人自动化和生产流程优化,以及企业和个人对数据处理的需求不断增长,这些都推动了市场对强大算力资源的广泛需求。

“大模型落地和普及后,随之而来的就是各行各业的数字化改造。现在资本市场对于硬科技企业的界定标准要远高于前几年,未来万物AI的世界,很多事件的发生到完成的速度都变快了,毕竟生产效率的提高连市场拓展和竞争效率都一并压缩了。人工智能大

模型公司从创立到百亿估值只需要一年,这也对投资人提出了更高的要求。”杨雨亭说。

仍面临多方挑战

尽管中国的算力行业发展速度迅猛,但与国际成熟市场相比,依然面临多方面的挑战。

李健分析说,首先是国产芯片技术的发展。国内虽投入巨大、成果显著,但从技术层面看,与国际先进水平还有一定的差距,这限制了我们在高性能计算尤其是在人工智能和大数据领域的核心竞争力。其次,大模型的发展同样受限于对外国技术的依赖。国内虽然有多家互联网大厂及其他企业在AI领域积极布局,但在某些关键技术和大模型开发上,我们还需借助国外技术和平台,这种依赖制约了我们在全球智算领域的自主发展能力。第三,数据中心基础设施建设的关键技术问题需要解决,特别是冷却技术。目前国内大多数数据中心还在使用传统的空调冷却方法,这种低能效的冷却方式难以满足未来更高密度计算需求。第四,算力服务市场的整体成熟度有待提升。目前国内算力服务市场在服务提供商协同、标准化、服务模式多样化等方面还有很大的提升空间。

“尽管全球各地市场条件各异,算力作为推动新兴技术和业务模式的关键基础设施将持续增长,特别是在数字经济的快速发展下算力需求将迅速扩张。”某传统数据中心厂商副总裁对智算行业的未来持乐观态度,也代表了大部分行业人士的心声。



6月18日,2024长春国际光电博览会在位于吉林省长春市的东北亚国际博览中心开幕。本届博览会以“光电引领、共创未来”为主题,聚焦光电信息领域前沿热点和最新产品,充分展示光电信息领域科技创新成果,推进光电信息产业合作交流、融合发展。此次展会共有13个产业方向的675家企业参展。

左图为参观者在博览会上试戴VR眼镜。

右图为观众在博览会上参观机器狗。

新华社记者 颜麟蕴/摄



步入“冰河期” 光伏行业如何突破内卷

▶ 本报记者 叶伟

近日,作为光伏行业“风向标”,第十七届(2024)国际太阳能光伏与智慧能源(上海)大会暨展览会(SNEC)举行。此次大会上,变局、创新、突围成为热议的话题。

“时隔一年,光伏产业变化呈现两重天。光伏行业遭遇史上最强内卷,供需严重错配,产业步入‘冰河期’。”全球绿色能源理事会主席、亚洲光伏行业协会主席、协鑫集团董事长朱共山在大会上表示,“唯有核心技术突破,才能带来光伏产业上限拓展和内卷生态改善,才是光伏产业链突破内卷的关键。”

内卷式竞争激烈

“光伏行业内卷式竞争异常激烈。”中国光伏行业协会名誉理事长、天合光能董事长高纪凡表示,过去一年,光伏行业经历了一次大洗礼,出现了“量增价跌”的现象。

朱共山说,截至目前,硅料、硅片、电池、组件四大环节,基本上跌破现金成本,全产业链集体承压。光伏产业本轮震荡周期内,整体产能扩大了约3倍,但利润率下降了70%左右。

无序扩张,是导致行业内卷的重要原因。朱共山认为,光伏行业上演超级内卷,外因是供给侧同质化竞争,资本盲目、跨界挤压等,以及需求端低价中标等因素叠加,将行业带入“局部最优”而非“全局胜利”的陷阱。同时,光伏行业已触及到固有技术的天花板,

而准入门槛的不足进一步加剧竞争,导致整个产业链陷入内卷。

高纪凡表示,行业企业各自为战,盲目投资;资本市场过度逐利,推波助澜;金融机构无序投放,遍地开花。

朱共山则认为,现有市场错配反馈不影响产业高成长性趋势,光伏需求仍将维持高位增长但增幅略有放缓。

“去年我在SNEC大会上预测,2027年光伏将超过火电成为全球第一大能源,现在看来这一速度将会大幅提前。”朱共山表示,按照目前光伏的发展速度乐观预计,2024年全球光伏装机规模有望维持在490—550吉瓦,很快便可追平与火电的装机差距。截至今年4月底,我国光伏累计装机超过670吉瓦,风光合计总装机达1130吉瓦,与火电非常接近。“光伏产业增量空间巨大,长期向好的基本面不会改变。”

加速推出新产品新服务

在激烈竞争之下,头部光伏企业正加速推出新产品、新服务。

SNEC展会上,隆基绿能宣布其研制的晶硅—钙钛矿叠层太阳能电池取得了重大突破。据欧洲太阳能测试机构(ESTI)的权威认证,该电池的光电转换效率高达34.6%,再次刷新了隆基团队此前创造的晶硅—钙钛矿叠层电池世界纪录。与此同时其发布Hi-MOX6别墅款光伏组件。据介绍,Hi-MO

X6别墅款组件采用HPBC至黑电池,电池正面无栅线,提升光照吸收约2.27%,每平方米发电功率达435W和450W。

此外,晶科能源推出全新一代Tiger Neo2024光伏组件产品矩阵,其中Tiger Neo系列66版型双玻组件最高功率达到650W,发电效率突破24.06%;天合光能展出了至尊N型720W系列组件,其自主研发的TSHJ异质结电池和THBC背接触异质结电池技术最高组件输出功率达760W+;爱旭股份发布“满屏”ABC组件,并宣布其最高功率达700W,转换效率突破25%等。

同时,光伏行业借助人工智能、大数据等新技术,推动产品智能化发展。

SNEC展会上,协鑫发布的全球第一条光伏碳链,基于颗粒硅技术+数智化技术的光伏产业碳链管理平台,实现颗粒硅组件产品低碳足迹的可视化、可量化及可信化;阳光新能源重磅发布iSolarSim光易仿光伏发电仿真软件,这是一款仿真准、评估快、操作简、场景全的光伏发电仿真软件,提升仿真效率超百倍,填补国内仿真软件空白。

朱共山表示:“当前,光伏技术革命性突破窗口期来临,正带动生产要素创新性配置和产业深度转型升级同步发生。”

行业处于重要转换期

在朱共山看来,当前我国光伏行业处在

最好的时刻与最坏的时刻并存时期,是在阵痛中破茧成蝶的重要转换期,“行业正在经历的,不是以往三五年一轮的周期性迭代,而是光伏大变局时代来临之前的一场预演。”

光伏行业如何在阵痛中破茧成蝶,穿越新周期?“我们要坚定穿越周期的信心。”朱共山表示,我国光伏产业亟待政府的“有形之手”和市场的“无形之手”共同起作用,通过提高技术标准和市场准入门槛来进行结构性调控。这不仅有助于提升产业的整体竞争力,也有助于避免无序竞争和资源浪费。

同时,朱共山说,光伏行业要共建开放协作的生态链,协力共闯科技无人区。

“产学研要协同创新,上下游要协同发展,共建行业协同发展新生态。”高纪凡认为,光伏产业是一个相互关联、相互依存产业生态,“我们要积极推动共建光伏制造业产业创新中心,开放光伏科学与技术全国重点实验室,与全国和全球的科研机构开放合作,进行产业链的协同。倡导产业龙头企业与产业链企业之间的协同发展,倡导全球光伏产业之间协同创新和协同合作,实现‘新质’与‘高质’的双向奔赴,携手共建光伏产业高质量发展的行业新生态。”

“光伏行业的核心是技术创新。”隆基绿能董事长钟宝申表示,光伏行业的发展一方面需要加大知识产权保护力度,保障创新企业的利益;另一方面,需要推动标准的建立和完善,以支持产业的高质量发展。

今年的“6·18”年中大促与往年不同,跨境电商平台将大促周期增长为一个月,各大跨境电商进出口企业全力备货。

近日,在威海国际物流园的海关监管仓库内,1万余件跨境电商直购进口包裹正被操作人员依次放到流水线上,在经过X光机查验后,随即便被装入早已等候在此的集装箱货车上,不久就能送到国内买家手中。在福州跨境电商物流园中,12个装卸通道同时启动,扫码枪的滴滴声此起彼伏,呈现一派繁忙景象。宁波市跨境电商服务平台数据显示,首个促销日5月20日当天销售形势喜人,宁波跨境电商企业已接收消费者订单约85万单,销售商品金额约3.88亿元,远超42万单的预估量……

年中大促“出海”忙

“自5月20日电商大促预售以来的10天时间里,我们已出口跨境电商包裹约40.82万个,同比增加了168%。”福州跨境电商物流园入驻企业航通供应链管理有限公司负责人表示。与此同时,宁波海关为保障跨境电商6·18大促备货做足了准备。一方面,强化日常监管,加强海关智慧化系统建设,对企业账册实时开展监控分析,提高备案申请办理效率,保障商品入库上架“零延迟”;另一方面,制定应急保障预案,组建保障专班,实时跟进企业的备货情况和业务开展中遇到的问题,有效解决企业仓储、通关中遇到的难题。

“电商平台通过调整促销周期,提前启动促销活动,不仅展现了行业的竞争态势,也体现了巨大市场潜力。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪说。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力表示,跨境电商正处在一个充满变革与机遇的发展阶段。随着全球贸易格局重塑和消费者购物习惯变化,跨境电商逐渐从“节日促销”转向“日常化运营”。“6·18”年中大促成功不仅展现跨境电商企业的强大实力,也预示着跨境电商行业将迎来新一轮增长高峰。

行业进入“升级发展期”

来自商务部的数据显示,过去5年,我国跨境电商贸易规模增长超过10倍。2024年一季度,跨境电商进出口5776亿元,增长9.6%,其中出口4480亿元,增长14%。根据各地初步统计,全国跨境电商主体已超12万家,跨境电商产业园区超1000个,建设海外仓超2500个、面积超3000万平方米,其中专注于服务跨境电商的海外仓超1800个,面积超2200万平方米。

京东旗下进出口商品一站式消费平台京东国际联合尼尔森IQ发布的《2024年中国跨境进口消费趋势白皮书》显示,2018年至2023年,五年间中国跨境进口电商规模从4441亿元提升至5483亿元;2017年至2023年,中国跨境进口电商使用人数以近两成的增速逐年攀升,七年间人数呈现3倍增长,在2023年达到1.88亿人。《白皮书》认为,中国跨境进口电商行业已进入“升级发展期”,随着线上跨境电商平台加速整合集中,以及更多品牌方通过跨境电商直接参与跨境贸易,跨境电商生态已经形成。

丝路智谷研究院院长、海南大学“一带一路”研究院院长梁海明表示,更多企业选择通过阿里巴巴国际站、京东全球购等平台开拓国际市场,也有不少企业创建了自己的独立站。与此同时,品牌建设和本地化运营受到重视,社交媒体和直播平台日渐成为重要的工具。此外,电商企业引入了多元化的支付解决方案,如支持PayPal、信用卡、Apple Pay等多种支付方式,方便全球消费者购物。

当前,越来越多的中国企业开始注重研发和创新,不断推出具有竞争力的新产品。“电商企业开始注重品牌建设和营销策略,通过社交媒体等渠道扩大品牌影响力。此外,电商企业开始注重供应链管理和物流配送,以提高服务质量和效率。”产经观察家、钉科技创始人丁少将说。

推进海外仓建设

近日,商务部等9部门联合发布《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》,提出多项政策支持跨境电商。比如,支持依法合规引人数字人等新技术,通过网络直播等方式拓展销售渠道,带动更多优势产品出口;鼓励地方立足特色优势支持传统外贸企业发展跨境电商,建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系;支持跨境电商企业“借展出海”。

所谓“海外仓”,是指国内企业将商品通过海运、陆运、空运等运输形式运往目标国家,在当地自建仓库或跟平台仓、第三方海外仓合作,根据销售订单在当地的仓库进行分拣、发货等操作,与国内直发相比效率提高了不少。

对此,梁海明表示,中国电商加强了自建物流网络和海外仓储布局,提升了国际物流效率,缩短了配送时间,减少了物流成本。通过这些努力,中国电商企业不仅提升了在国际市场的竞争力,还增强了应对全球市场变化的灵活性和适应性。

“在海外建立仓库和展示中心,可让当地消费者更直观地了解中国产品,增强购买信心。”朱克力表示。

梁海明认为,未来在海外业务拓展方面,电商平台还可从多个方面发力。比如,利用大数据和人工智能技术,分析消费者行为和偏好,进行精准的市场定位和个性化推荐,提高转化率。与当地的物流、支付、营销等服务商进行合作,借助他们的资源和经验,快速拓展市场,推动“中国制造”进一步走向全球,尤其是走向“一带一路”共建国家。

年中大促跨境电商「出海」忙

▼ 本报记者 李洋