ECS DAILY INFORMATION

企业竞争力中心每日资讯

2022年8月18日
星期四
第1706期/共1706期

【参考信息】

H&M回归？还能被中国市场接受吗？……p2

第三代半导体投资收购不断 产业链加速成熟……p5

可再生能源“欠补”迎“活水”电网公司牵头设立两大结算公司……p7

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心
地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室
电 话：021-51313680 4000092877
传 真：021-51313688 邮编：200122
E-mail:info@shecs.org

【参考信息】

H&M 回归？还能被中国市场接受吗？

近日，H&M 旗舰店重新上线电商平台。进入 H&M 官方旗舰店，其页面显示在售商品 999+件，所有均已恢复正常购买。从销量来看，店铺中的一款圆领男装 T 恤月销量已经 100+。壹览商业询问客服了解到，消费者付款成功后，会在 48 小时内安排发货。目前，H&M 仅在淘宝平台上线。在京东、拼多多等网购平台仍久无法搜索。在抖音平台， “H&M 官方”账号的最后一条更新仍停留在 2021 年 3 月 18 日。

01 消失线上

2021 年 3 月 25 日，“H&M 声明抵制新疆产品” 引发中国网友激烈不满，多个相关话题霸占热搜榜。事件的起因是有博主爆料称 H&M 曾在 2020 年 10 月发布声明称：“不与位于新疆的任何服装制造工厂合作，也不从该地区采购产品/原材料。”随后，针对抵制新疆棉花一事@HM 中国 发布声明，但这份最新声明并未直接提及新疆，也未就抹黑新疆言论道歉。

声明称，H&M 集团通过全球认证的第三方来采购更可持续的棉花，目的是支持世界各地的棉农采取更可持续的种植方式来种植棉花。H&M 集团并不直接从任何供应商处采购棉花。另外，H&M 表示，关于全球供应链管理部分，集团一贯秉持公开透明的原则，并不代表任何政治立场。

但网友并不买账。紧接着，H&M 在天猫、京东、拼多多等平台的线上旗舰店亦陆续关停。小米、华为、vivo、腾讯等多款手机应用商店下架 H&M 商城 App。百度地图、高德地图以及大众点评上也均搜不到 H&M 相关的信息。合作艺人纷纷解约。

02 连锁反应

新疆棉事件发生后，H&M 不仅在线上处于半消失的状态，线下门店的经营也十分惨淡。今年 6 月份，#H&M 关闭中国首店#话题冲上热搜。位于上海传统商业街淮海中路 651 号的 H&M 店铺悄然撤店。据悉，该店为 H&M 品牌在中国内地市场开出的首店，开业时间长达 15 年。

在其他城市，北京海淀区万象汇一楼的 H&M 常年冷清，并不及楼上同一位置的优衣库消费者多。位于武汉青山区最大商场众圆广场的 H&M 已经撤店，位于武汉市硚口区中山大道的 H&M 门店突然闭店，目前武汉仅剩 6 家 H&M 门店，且大部分门店均顾客寥寥。壹览商业发现，从 2021 年下半年起，H&M 就开始在国内密集关店。财报显示，截至去年年底，H&M 在中国已有 60 家门店关停，占到了总门店数的 12%。

H&M 关联公司海恩斯莫里斯（上海）商业有限公司成立于 2006 年 11 月，注册资本 500 万欧元，由 h&m hennes & mauritz holding asia limited 全资持股。该公司在国内共有超 600 家分支机构，目前已有 100 余家注销，2019 年至 2021 年，分别有 18 家、22 家、51 家注销。

再看业绩层面，根据 H&M 财报显示，截至 2020 年底中国为其第四大市场，“新疆棉”事件后 H&M 在中国收入暴跌。

据 H&M 财报显示，2021 年第二季度集团净销售额为 54.38 亿美元，同比增长了 75%，但其在中国市场的销售额却同比大跌 23%，亏损达到 7400 万美元（折合人民币约 5 亿元）；第三财季，H&M 在中国的营收跌幅达 40%。

再看 H&M 集团披露的 2022 财年第一季度财报，销售额增长 18%至 491 亿瑞典克朗（约合人民币 333.24 亿元），毛利率为 49.3%。和上年同期亏损 11.28 亿瑞典克朗相比，开始有回升迹象。但总体而言，H&M 的利润水平仍低于市场预期。在其业绩报告公布后，H&M 集团股价下跌 11%，为两年来最大跌幅，公司市值也蒸发 24 亿美元。业绩上的惨淡，使 H&M 不敢轻易放弃如此庞大的中国市场。

03 会被中国市场接受吗？

新疆棉事件涉及的品牌有很多，包括 H&M、耐克、ZARA、Bershka、C&A、Gap 在内的多个国际快时尚品牌，都遭到了国内消费者的抵制。今年 7 月 31 日，Zara 的三个姐妹品牌 Bershka、Pull&Bear 和 Stradivarus 同时关闭天猫旗舰店，告别了中国市场。Zara 母公司 Inditex 集团曾宣布全面关闭旗下这三个品牌中国地区所有线下实体店，只保留线上渠道。

日本迅销集团 2022 财年中报显示，优衣库在中国市场的销售收益和经营溢利双双下降，优衣库公司近期表示，在大中华区已暂时关闭 133 家门店。耐克、阿迪达斯近期营收也不尽如人意。阿迪达斯第一季度大中华区收入大跌 35%。

国际快时尚品牌集体在华“折戟”、新疆棉事件是原因之一，但根本原因还是看品牌的产品力，这点从美妆品牌就能看出端倪。

近日，著名美妆巨头露华浓和美宝莲陆续宣布退出中国市场。欧莱雅旗下美妆品牌美宝莲正在陆续关闭中国所有线下门店。根据相关报道，该品牌的线下门店正在陆续关闭，之后将仅保留屈臣氏内设置的柜台，其余销售渠道均转移到线上。

以花西子、完美日记、毛戈平为代表的国产美妆企业借助国潮的优势开始快速崛起抢占市场份额，在这样的背景下，国际老牌美妆巨头逐渐放弃自己不太赚钱的线下渠道，也是不得已的选择。

但不得不承认的是，中国的美方市场正在呈现出二八分化的趋势，像雅诗兰黛、兰蔻等奢侈品美妆依旧有着较好的发展势头，这也就意味着产品力和创新力才是企业保持活力的法宝。对此，壹览商业认为，H&M 想在中国市场重塑品牌影响力，必须遵循以下两个原则：

第一，不要搞事情，本土化发展。

据新华网发布的《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示，对比 10 年前，国潮热度增长超过 5 倍，78.5%的消费者更偏好选择中国品牌，“90 后”“00 后”贡献了 74%的国潮消费。

国潮品牌的崛起，在一定程度上挤压了国际快时尚品牌的利润空间，快时尚品牌想笼络 Z 世代消费者的心，就不得不调在消费者偏好上下功夫。过去，国际快时尚品牌是将潮流引进来，现如今，想融入本土化市场难度却很大。国际快时尚品牌在经营策略、营销策略、销售渠道上面都已经跟不上国内的发展。

第二，做好产品是硬道理。

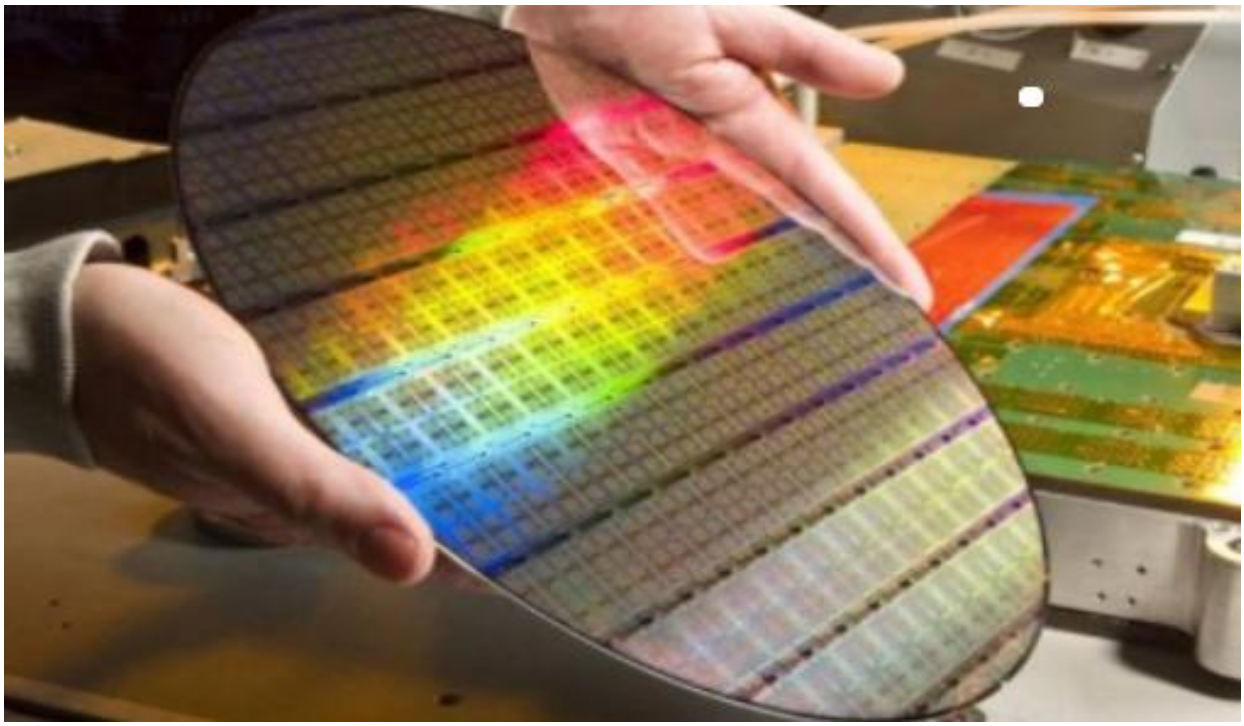
近年来，在社交平台上，消费者对包括 H&M、ZARA、GAP 在内的欧美快时尚品牌的质量问题表示不满。也有不少消费者认为，这些品牌服装虽价格便宜，但质量也是真差。

国家企业信用信息系统显示，H&M 曾因产品质量问题、虚假宣传等原因多次被罚。从 2019 年至 2022 年，H&M 关联公司海恩斯莫里斯（上海）商业有限公司累计有 13 条行政处罚记录，其中产品质量不达标占 11 条。

另外，这些快时尚品牌们的款式也是国内消费者们吐槽的重点，风格不再被当下的市场认可。把握不住消费趋势，任何品牌都会被后浪拍在沙滩上。如果快时尚品牌不随之调整，自然会失去市场。

【参考信息】

第三代半导体投资收购不断 产业链加速成熟



近年来第三代半导体风起，2022 年投资、整合、扩产不断。8 月 15 日，氮化镓龙头纳微半导体宣布收购碳化硅企业 GeneSiC，业务线拓展至碳化硅市场。据悉，GeneSiC 在碳化硅功率器件领域排名前十，主要提供 650V-6500V 全系列车规级碳化硅 MOS，收购总额约 19 亿美元。

目前，碳化硅和氮化镓是第三代半导体中应用最广的两类材料，其中碳化硅商用更加成熟，氮化镓市场初起步。在当前的半导体世界中，硅器件仍占据九成市场，第三代半导体规模仍小、技术也需要再突破，但是整体成长速度飞快。

在全球疫情反复等客观因素的影响下，消费电子等终端市场需求有所下滑，但应用于功率元件的第三代半导体在各领域的渗透率仍然呈现持续攀升之势，其中，800V 汽车电驱系统、高压快充桩、消费电子适配器、数据中心及通讯基站电源等领域的快速发展，推升了 2022 年 SiC（碳化硅）/GaN（氮化镓）功率半导体市场需求。

国内企业也纷纷落子第三代半导体，布局新能源、新基建等增长型市场，同时也面临着挑战。龚瑞骄告诉 21 世纪经济报道记者，整体来看，国内第三代半导体的困境体现在两方面，其一是器件技术方面，比如碳化硅 MOS 芯片和海外有较大差距，并且主要依靠海外代工；其二，原材料领域，国际上碳化硅衬底已经进入 8 英寸，中国才刚刚步入 6 英寸量产。

碳化硅加速上车

经过十多年的发展，碳化硅早已走向商用，而随着全球低碳化趋势，以及新能源汽车的崛起，碳化硅乘上了新东风，尤其是在汽车领域，按下了上车的加速度。随着越来越多车企开始在电驱系统中

导入 SiC 技术，预估 2022 年车用 SiC 功率元件市场规模将达到 10.7 亿美元，至 2026 年将攀升至 39.4 亿美元。

终端应用市场对于高效率、高功率密度、节能省耗的系统设计需求日益增强，与此同时，各国能效标准也不断演进，在此背景下，SiC 凭借耐高温、开关更快、导热更好、低阻抗、更稳定等出色特性，正在不同的应用领域发光发热。

以电动汽车的 22kW OBC（车载充电器）应用为例，SiC 器件有助于减少 30%的功率损耗、缩短充电时间，并将功率密度提升 50%，带动系统效率的提升及系统成本的下降。同时 SiC 开始加速渗透电动汽车、光伏储能、电动车充电桩、PFC/开关电源、轨道交通、变频器等应用场景，接下来将逐步打开发展空间。

谈及碳化硅在汽车领域的挑战，核心挑战在于主驱逆变器的可靠性要求很高，成本高。产业链也在通过多个方式降低成本，其中在衬底领域有不小空间，比如切割环节，普通晶体切割工艺会损失大量产能，使用新型的激光切割等方法来减少损失。此外，国内芯片良率上，和国外还有差距。

面对电动汽车等市场机遇，全球厂商们不断扩大碳化硅产能、投入研发。今年 4 月，全球 SiC 材料龙头 Wolfspeed 全球最大的首座 8 英寸（200mm）SiC 工厂正式开业，该工厂预计 2024 年达产，届时产能将达 2017 年的 30 倍。除了 Wolfspeed，今年英飞凌计划斥资逾 20 亿欧元，在马来西亚居林工厂建造第三个厂区，新厂区将用于生产碳化硅和氮化镓功率半导体产品。同时，更多的企业在 8 英寸领域进行突破，比如法国企业 Soitec 发布了首款 8 英寸碳化硅晶圆、中国电科材料烁科公司研制出 8 英寸碳化硅晶体。

当前，国内的碳化硅项目也层出不穷，并且汽车领域竞争激烈，除了国外大厂，国内的上汽、北汽、广汽、吉利等大型汽车集团正在加大本土碳化硅产业链的投资力度。在泰科天润应用测试中心主任高远看来，国产碳化硅芯片项目面临多方面的问题。比如对于 6 英寸、8 英寸的选择上，短期内仍以 6 英寸为主，可以谨慎布局英 8 寸技术，未来瓶颈在国产 8 英寸衬底供应，同时芯片制造工艺上也亟待突破。

二极管已成红海市场，碳化硅二极管成为国产化的突破口，但随着价格的不断下降，导致新进玩家门槛越来越高。在碳化硅器件的主战场主逆变器方面，国产器件需要在工业领域、OBC、车载 DC-DC 充分验证后才能放心上主驱逆变器，预计还需要 3-5 年时间。

氮化镓急拓新市场

再看热门的氮化镓领域，龚瑞骄介绍道，氮化镓材料被广泛应用在功率半导体、微波射频元件、光电子元件。在 Power（电源）领域，目前主流的衬底类型是硅基氮化镓，Transphorm、Navitas（纳微半导体）、Innoscience（英诺赛科）等厂商均是采用这类的结构。另外在 RF 元件市场，主要以碳化硅基氮化镓为主流的结构，相关厂商有住友电工、科沃、NXP、Wolfspeed 等。

当前，氮化镓的主要应用场景仍在消费电子端的充电器领域，快充为其提供了商用市场，厂商们也在不遗余力地往数据中心、电动汽车等新市场拓展。

目前在全球氮化镓市场上，英诺赛科排名前三，并采用 IDM 模式，在苏州和珠海建有 8 英寸硅基氮化镓量产线。氮化镓的优势不仅在充电器领域，还包括数据中心和车载市场。以数据中心电源应用为例，英诺赛科已经和国内外头部厂商进行合作，比如已经和英伟达进入到验证阶段。美国厂商在经历架构变化，谷歌提倡服务器电源从 12V 到 48V 的转换，会减少电源损失，氮化镓的优势非常明显。

同时，在新能源汽车领域，英诺赛科也已经进行布局。进入量产的是在激光雷达的驱动激光板的开关，只有氮化镓才可以实现需求。下一步，更高压的氮化镓是否能做核心驱动，还在验证阶段。

谈及产能，目前英诺赛科的产能可以满足今年和明年需求，2023 年是氮化镓增长元年，2024 年将开始指数级增长。氮化镓从试产到量产应用，已经走过一个循环，市场还会不断增长，数据中心、服务器大厂家都在明确地投入，开发氮化镓高效率的解决方案。

从全球产业看，氮化镓企业也在加快研发脚步，据介绍，在材料领域，丰田开发出超过 6 英寸的氮化镓单晶衬底，韩国 IVWorks 收购法国 Saint-Gobain 的氮化镓单晶衬底业务；器件领域，Nanowin 产品进入三星快速充电器，今年成立首个电动汽车氮化镓 IC 设计中心。

目前氮化镓材料的成本还非常高，可以看到 4 英寸的氮化镓单晶衬底大概是 1500 美金，折算回同尺寸的碳化硅大概是四倍的价格。成本上，氮化镓近三年内快速降低，同样功率等级的情况下和硅产品相比，已经从 5、6 倍降至 1.5 倍的水平，接下来还会进一步下降。

随着氮化镓产业链的成熟和成本的不断降低，氮化镓功率器件的应用场景将会进一步拓展。

【参考信息】

可再生能源“欠补”迎“活水”电网公司牵头设立两大结算公司

近日，南方电网公司发文，按照《国家发展改革委 财政部 国务院国资委关于授权设立北京、广州可再生能源发展结算服务有限公司统筹解决可再生能源发电补贴问题的复函》要求，决定成立广州可再生能源发展结算服务有限公司（下称广州可再生能源公司）。

此消息一出，旋即引发业内热议。21 世纪经济报道记者注意到，近期，国家发改委、财政部、国务院国资委联合发文，提出由电网公司牵头设立北京、广州可再生能源发展结算服务有限公司，统筹解决可再生能源发电补贴问题。对于每年新增数百亿的补贴资金缺口，如何解决补贴拖欠存量和新增问题，一直成为影响新能源产业高质量发展的心结。由国家相关部门推动、电网公司牵头成立结算服务公司，有利于解开补贴拖欠的“死结”，也是目前解决问题的最可行方案。

“欠补”成新能源发展“心病”

可再生能源补贴发放滞后，已经成为新能源产业发展的陈年顽疾。且随着时间的日积月累，补贴缺口不断扩大，解决此问题势在必行。2017 年，正当国内新能源产业发展迎来高歌猛进之时，补贴拖欠的问题也开始显现。根据中国可再生能源学会风能专委会粗略测算，综合各项因素，截至 2021 年底，拖欠补贴累计约 4000 亿元。

如今，我国风电、光伏产业快速发展，可再生能源装机规模持续扩大。尽管现如今风电光伏产业已经迎来无国家补贴的平价上网时代，但过往积累的补贴缺口已经不容忽视。

近年来可再生能源补贴缺口不断扩大，欠补问题制约可再生能源企业健康发展，部分企业应收账款不断提高，经营现金流持续紧张，资产负债率维持高位，财务成本抬升。如果存量欠补和增量缺口均解决，可再生能源企业的现金流和盈利能力有望得到改善，板块估值修复可期。

2006 年，《中华人民共和国可再生能源法》的正式实施，拉开了我国对可再生能源发展补贴支持的序幕。五年后，即 2011 年，《可再生能源发展基金征收使用管理暂行办法》出台，可再生能源发展基金正式成立。

然而，正当补贴政策促使可再生能源装机规模大幅增长之时，补贴资金缺口却不断扩大，新能源产业也逐渐形成重建设轻消纳的不佳风气，并导致弃风弃光隐患激增。

不可否认的是，补贴在我国风电和光伏发电行业过去二十余年的发展过程中起到决定性作用。但财政补贴带来的政府财政负担以及行业扩张过快导致的产能过剩，都成为阻碍新能源产业高质量发展的顽疾。如今风电光伏实现平价上网，可再生能源补贴总量已经收口，已经迎来了彻底解决补贴拖欠问题的最佳时机。

消除可再生能源补贴拖欠“顽疾”

今年以来，可再生能源补贴问题屡次出现在国家相关部门的政策文件中。3 月 13 日，财政部发布的《关于 2021 年中央和地方预算执行情况与 2022 年中央和地方预算草案的报告》中提到，推动解决可再生能源发电补贴资金缺口。

3 月 24 日，国际发展改革委、财政部、国家能源局联合下发《关于开展可再生能源发电补贴自查工作的通知》，决定在全国范围内开展可再生能源发电补贴核查工作，进一步摸清可再生能源发电补贴底数。

同一日，财政部网站发布《2022 年中央政府性基金支出预算表》，“其他政府性基金支出”为 4528.52 亿元，相比于 2021 年执行数增加约 3600 亿。天风证券对此分析称，综合考虑各项支出比例与相关政策导向，该增加额属于可再生能源补贴基本确定，历史欠补问题有望得到解决。

而如今，尽管随着平价上网时代的到来，可再生能源补贴总量收口，存量补贴资金拖欠问题看到解决的曙光。但是，未来一段时间内，增量补贴资金的缺口该如何解决？于是，设立结算公司进行市场化运作的方式，提供了可行性。

广州可再生能源公司注册资本为 100 万元。公司定位则是由政府授权、南方电网公司牵头设立，承担可再生能源补贴资金管理业务，并按市场化运作的特殊目的公司。此外，该公司经营期限为：自公司营业执照签发之日起，至可再生能源补贴缺口清零及全部专项融资本息偿付完毕，并经报请国家有关部门批准清算注销时止。

值得一提的是，上述文件明确强调，坚持市场化运作是广州可再生能源公司设立的原则之一。即，在财政拨款的基础上，补贴资金缺口按照市场化原则通过专项融资解决。事实上，过去几年内，提出通过金融工具来解决补贴缺口的声音不在少数。

较近的是，2020 年下半年发行债券彻底解决可再生能源补贴支付滞后问题。较远的是，早在 2016 年，协鑫集团董事长朱共山也曾提出，借助金融杠杆的思路。如今，随着两大结算服务公司即将成立，可再生能源发电补贴增量缺口解决方式也将得以明确。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：