

观澜

“最懂中国‘半导体’的华人CEO” 陈立武归来:英特尔能否重回“神坛”

3月13日,美国英特尔公司(全球最大的个人计算机零件和中央处理器制造商)在一系列管理层动荡之后,宣布任命陈立武为公司新任CEO。这项任命自3月18日起正式生效。至此,美国四大半导体“巨头”公司(英特尔、AMD、博通和英特尔)的CEO职务均由华人担任。

曾是“风投教父”

公开资料显示,陈立武1959年出生于马来西亚的一个华人家庭,成长于新加坡,16岁考入新加坡南洋理工大学并拿到物理学学士学位,1978年远赴美国拿到麻省理工学院核工程硕士学位及旧金山大学MBA学位。2022年,他被授予半导体行业协会最高荣誉罗伯特·诺伊斯特奖。

陈立武拥有近20年的半导体从业经验,曾在2009至2021年担任Cadence的CEO。Cadence是全球知名EDA设计工具和IP服务商,在陈立武过去的管理运营下,Cadence实现营收翻倍,运营利润率扩大,股价上涨超过3200%,其最新市值超过650亿美元。

陈立武更资深的经历显然是在风险投资领域,在业内,他还有着“风投教父”的称号。1987年,陈立武创办了风险投资公司华登国际,并且主投美国跟亚洲市场的半导体、互联网及新能源初创企业。在他

丰富的半导体产业经验、长线的投资理念、从创新起点发现项目价值的独到眼光,是陈立武脱颖而出的重要原因。



陈立武

的带领下,华登国际团队管理资本累计超过30亿美元,在全球投资500多家公司,其中有超过120家公司是半导体公司。

陈立武最声名显赫的投资项目是中芯国际。2020年,他以创始股东及董事的身份,带领中芯国际成功在科创板(上海证券交易所下的板块)上市,中芯国际也成为首家“A+H”股(既在上交所或深交所上市又在香港联合交易所上市)的红筹企

业,刷新过去近十年来的A股首次公开募股的融资规模。

从陈立武的经验来看,长期坚持价值投资,是他最重要的投资理念。由于周期长等因素,当初很多投资方都退出了中芯国际的董事席位,他却始终坚持,相信中芯国际未来可期,他也成为中芯国际2020年回A上市之时唯一一位18年不变的董事。

除此之外,华润微、中微公司等一众知名的科创板半导体上市公司,均为华登国际当初的投资项目。可以说,在陈立武的独到慧眼下,以风险投资的方式,缔造了如今中国庞大的半导体产业。

打造世界一流代工厂

陈立武与英特尔的正式结缘始于2022年,当时他加入英特尔董事会并当选董事,不过在短短两年之后(2024年8月)便“闪辞”。彼时市场传言,陈立武辞职的原因是他与英特尔“跌落神坛”,不仅没能如愿在公司管理的分歧。

2024年12月,在英特尔工作33年的帕特·基辛格辞职。而在帕特·基辛格担任CEO的近三年时间里,英特尔“跌落神坛”,不仅没能如愿发展其代工业务,并且市值跌至约1500亿美元,公司也陷入创纪录的亏损,全年亏损额达188亿美元。

在官宣担任新CEO后,陈立武

给英特尔员工的全员信中表示,他有信心扭转业务局面。他表示,在其领导下,英特尔将成为一家专注于工程的公司,并恢复英特尔作为世界一流产品公司的地位,使其成为世界一流的代工厂。

陈立武称其信奉一个简单的哲学:保持谦虚、努力工作,取悦我们的客户。他强调最重要的是公司团结一致,还表示作为CEO将赋予领导人自主权。

“一直有中国情结”

鉴于其在中国半导体产业投资及管理的丰富经验,陈立武堪称史上“最懂中国半导体市场的英特尔CEO”。中国市场一直是英特尔的战略重心之一。在国内蓬勃的AI应用、算力集群建设、个人消费电子增长趋势下,今年以来,英特尔已率先启动一系列调整,以重新赢得中国市场客户的信心。

陈立武曾表示,在半导体创业和科技投资异常火爆的中国市场,需要全面清醒的认知和洞见,更需要穿越周期的全球视野。他在2018年接受中国媒体采访时曾谈到,自己一直有着中国情结。他认为,随着中国政府的大力支持、大基金的持续投入以及中国半导体人才的陆续兴盛,中国半导体“应该能做出一个很好的未来”。

□ 郭辉 黄心怡 黄云灵
综合自财联社、潮新闻3月14日

经世评谭

机器人加速融入日常生活

3月11日,智元机器人创始人彭志辉(稚晖君),在B站(Bilibili)更新了他的作品——机器人灵犀X2。视频中,灵犀X2不仅会骑自行车、滑滑板、玩平衡车,还能丝滑操作缝葡萄皮。甚至能通过面部表情和语音语调精准判断人类的情感状态并作出回应。灵犀X2还实现了通过识别环境与人交互。当彭志辉拿着一瓶牛奶和一瓶咖啡,问他想睡觉的人应该喝哪个时,它很肯定地回答:“喝牛奶吧。”

据报道,机器人正以前所未有的速度和方式,持续融入人们的日常工作生活。

在医疗领域,手术辅助机器人可以帮助医生进行高精度、低风险的手术操作;康复机器人可以为患者提供个性化的康复治疗 and 日常护理;辅助穿刺机器人可以帮助护士迅速找到皮下血管走向,并完成穿刺。

机器人还能为残障人士提供更多便利,一定程度上减少家庭负担。中电科机器人有限公司机器人工程中心副主任范春辉说,他们研发的四足机器人可以为视觉障碍人群提供导盲服务,大大降低导盲成本。

在家庭生活中,智能家居机器人能够通过语音指令控制家中的各类智能设备,如灯光、电器、安防系统等,实现家居环境的自动化管理。此外,清洁机器人、烹饪机器人等也越来越多,它们能够帮助人们完成烦琐的家务劳动,让家庭成员享受更多的休息和娱乐时间。

但机器人要迈向“寻常百姓家”,并不能一蹴而就。机器人的价格较为昂贵;电池安全、隐私保护等隐患尚未彻底解决;家庭场景和商业场景环境更复杂,人形机器人大规模落地应用还有明显的不确定性。

近年来,老年网民规模日益庞大,近期一些网络主播将目光瞄向“养老伴侣机器人”等新兴领域,以“养老机器人”为噱头对老年人进行诱骗、兜售网课。记者调查发现,所谓的课程实为AI软件的基础视频教程,其中涉及的软件均属市面上常见的免费AI工具,与“养老机器人”并无关联。

国内知名机器人研发公司杭州宇树科技相关负责人表示,“养老机器人”两年之内不可能走入寻常百姓家。此外,国内某机器人研发、生产上市企业的相关人员表示,养老机器人目前仍需攻克软件和硬件上的技术难题,几年之内难以落地家用。

□ 沈淑莎 唐婧 张悦 白德彰等
综合自《文汇报》(北京晚报)、央广网3月14日

法苑

“抖”式售后:消费者维权的死循环

今年1月份,江先生用抖音电商奖励的84.79元红包购买了一件家居服。但到货使用10天后,衣服开了线。商家也承认产品存在质量问题,鉴于衣服已经清洗,便建议江先生申请退货退款。而先前使用的那个红包,此时变得有点麻烦:买卖双方都无法看到红包确切的过期时间。江先生担心再次下单时红包过期,便联系抖音平台客服确认。在被平台客服告知红包将于3日后过期时,江先生果断申请了退款退货。

但收到红包,他发现过期不能用了,这是客服“口误”造成的损失。自此,他便开始了和抖音电商客服的“拉锯战”。在此期间,双

方频繁进行了电话沟通。但在事情没有解决的情况下,江先生的这笔售后服务被反复告知“平台介入处理完成”。

记者采访多位同在抖音商城维权的消费者发现,当商家无法满足售后诉求时,他们都会申请平台介入售后。在仲裁环节,消费者和商家均需举证。

一旦消费者跟平台、商家的沟通时长超出商品的售后期,订单的售后通道就会被立刻关闭。售后服务的关闭意味着,消费者无法通过平台同商家三方一起进行退款退货的协商,再想维权,只能重新单独联系商家或平台。而商家会以平台已介入为由拒绝沟通,平台则让消费者与商家协商,维权陷入死循环。

在安徽元贞律师事务所律师武登科看来,平台是消费者与商家沟通协商的重要渠道,在消费者与商家未达成一致意见时,平台不得直接关闭售后渠道。北京市大嘉律师事务所律师任升旗说,抖音商家或平台擅自关闭售后服务的行为侵害了消费者的知情权。

任升旗建议消费者,首先应保存好聊天记录、订单状态等证据,如果平台介入无效,消费者可以向当地市场监管部门或消费者协会举报。武登科呼吁平台应尽量延长售后服务期限,为消费者提供更便利的售后服务渠道。

□ 郑清心
(经济观察报)3月15日



消费者在上海首家全球AI潮品体验馆内选购AI产品。(模速空间供图)

聚焦

●四部门:AI生成合成内容应当添加标识

近日,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局联合发布《人工智能生成合成内容标识办法》明确,服务提供者利用人工智能技术生成合成的文本、图片、音频、视频、虚拟场景等信息时,应当添加显式标识(可以被用户明显感知到的标识),在下载、复制、导出等功能时,应当确保文件中含有满足要求的显式标识;应当在生成合成内容的文件元数据中添加隐式标识(不易被用户明显感知到的标识),包含属性信息、服务提供者名称或者编码、内容编号等;应当在用户服务协议中明确说明生成合成内容标识的方法、样式等规范内容。该办法自今年9月1日起施行。

□ 朱伟辉
澎湃新闻3月14日

●无良商家“跑路”?可向场地出租者追责

最高人民法院3月14日发布《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》,其中明确:商场作为场地出租者,有审核租户资质的义务。例如,商场应该检查商家是否有合法的营业执照、是否提供相关经营资质证明等。如果商场没有尽到审核义务,商家“跑路”了,消费者可向有过错的商场场地出租者追责,这样的规定是为了防范无资质经营者利用商场场地收款后“跑路”逃债。

蓝鲸新闻微信公众号3月14日

●新方案鼓励带薪年休假与小长假连休

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,其中要求严格落实带薪年休假制度,鼓励带薪年休假与小长假连休,实现弹性错峰休假。不得违法延长劳动者工作时间。鼓励有条件的地方结合实际探索设置中小学春秋假。

新华社3月17日

差评区变“夸夸群” 你的“差评权”被谁操控了

差评区成“好评秀”

在某直播电商平台一款“养生足贴”的商品页面,评论区赫然显示着2.3万条差评,但当记者点开最新评价,里面却是清一色被“精装修”过的好评买家秀。

记者梳理发现,“中差评区上演好评狂欢”这一现象在直播电商平台已司空见惯,噱头拉满的“流量商品”评论区更是重灾区。

62岁的甘肃兰州市民赵秀蓉过年前在直播电商平台买了一款“磁吸防打鼾鼻夹”。收到货试用后,她发现不仅磁吸吸不住,戴上后呼吸也变得更困难。她想写个差评提示其他消费者不要上当,没承想差评写完提交,自己在评论区怎么也找不到。

“差评反转”被明码标价

去年1月,浙江松阳警方破获一起“网络水军”虚假刷粉大案,犯罪团伙在短短三个月内培养了16万名刷单手,涉案金额超1000万元,非法获利超100万元;去年10

如今,直播电商平台的评论区逐渐变相承担起“第二详情页”的重任,“美化”差评区就成为一些不法商家重要的营销手段。

月,四川内江警方破获的“网络水军”团伙案,在两年多时间内为多个平台1000余户商家“刷单控评”,涉案金额高达1亿元。

兰州大学管理学院副教授王洪鹏表示,网络水军增粉引流早已形成灰色产业链。“其刷量、删差评、虚假评价等行为扰乱了电商行业的健康交易秩序,侵害了消费者的知情权和选择权”。

记者在某社交平台搜索,发现上千篇教授如何“反转差评”的攻略,部分帖文评论区直接明码标价“引路”:“5秒复制,2元一条”。记者随机私聊一位博主,以“改差评”为由询价,对方表示,差评“可盖不可改”,差评区好评费用根据文案、配图、账号需求不同略有差异,但最高收费一条不超过8元,并扬言“能在24小时内将差评区好评率提升至90%以上”。

违法成本低难有效震慑

甘肃慧联信息科技有限公司总经理王雪莲坦言,目前一个明显趋势是,“流量商品”直播电商平台的评论区变相承担起“第二详情页”的重任。客户在直播间和商品详情页停留的时间越来越短,基本都会点到商品评论区去浏览评价。

因此,“美化”差评区就成为一些商家重要的营销手段。“比如治疗、治愈等词语属于敏感词,商家在详情页无法提及,于是就钻法律和

制度的空子,转战评论区大施拳脚。”王雪莲说。

王洪鹏介绍,商家通过后台技术手段将真实差评折叠隐藏,同时批量上传伪造好评,将差评淹没,这种现象已形成固定套路。“文本评论与数字评分之间没有进行技术关联,这一算法漏洞催生投机行为,让商家突破平台禁忌宣传产品有了可发挥空间”。

“此外,低违法成本难以对犯罪分子形成有效震慑。”盛玉华说,目前根据相关法律,对虚假宣传的最高罚款为200万元,相较直播间虚假评价带来的收益,违法成本不过是九牛一毛。

受访专家建议,未来应持续健全相关法律法规;同时,平台可探索通过引入第三方平台或二次评价体系优化电商购物评价机制;此外,消费者网购时应注重查看商品的合法合规资质,对满屏好评的“流量商品”提高警惕。

□ 姜伟超 马莎 王铭禹
(新华每日电讯)3月14日