

国产手机出货量下降 芯片业遭遇“砍单劫”

本报记者 谭伦 北京报道

全球“缺芯”引发的产能危机尚在延续之时，市场供需失衡的另一层效应也在显现，由于智能终端出货量骤减，部分类型芯片的“砍单”风险正在上升。

市研机构 Canalsys 日前公布的数据显示，2022 年第一季度，全球智能手机出货量 3.112 亿台，同比下降 11%。同时，占据国内手机销量前三的小米、OPPO、vivo 出货量同比都出现了 20% 以上的下滑。另一份由中国信息通信研究院发布的报告则给出了更为精确的统计，今年一季度，国内市场手机总体出货量累计 6934.6 万部，同比下滑了 29.2%。

接近三成的下降很快传导至上游芯片产业。天风证券分析师郭明錤日前表示，中国内地安卓手机市场

终端需求全面下滑

2022 年 1~3 月，国内共发布 5G 手机 57 款，同比下降 10.9%，出货量 5388.4 万部，同比下降 22.9%，占同期全部手机出货量的 77.7%。

从宏观环境来看，随着新冠肺炎疫情进入第三个年头，全球各大经济体面临经济衰退风险。而从具体细分行业的角度来看，在经历完疫情初期的一波远程办公需求带动后，尤其是今年以来，以手机为代表的电子消费品需求呈现明显下滑态势，成为拉低芯片需求的直接因素。

“疫情影响下，中国手机市场本身已进入存量市场，加上 5G 手机的吸引力不够，用户的换机周期一再拉长。”CINNO Research 的一位分析师告诉记者，多重原因打乱了中国手机市场的发展节奏。

多家市场研究机构的调查数据印证了用户低迷的换机意愿。Counterpoint 报告显示，目前国内用户的平均换机周期已经超 31 个月，而来自 Strategy Analytics 给出的时间为 28 个月。作为比较，记者查阅数据发现，在 2019 年该周期为 16~18 个月。

而对于换机需求放缓的深层原因，C114 通信网主编周桂轩向记者表示，按照规律目前本处于 4G 至 5G 的过渡期，用户更换 5G 手机应处于高频期，但由于 5G 应用目前主要集中在 to B 行业领域，流行的消费级应用并没有出现，因此用户换新手机的动力不足。

持续衰退，今年已砍掉 2.7 亿部订单。其中 3 月已砍去了约 1.7 亿部智能手机订单，到当前可能再砍 1 亿部订单。

以目前出货量稳坐手机芯片市场第一的联发科为例，郭明錤透露，联发科在 2021 年第四季度针对中低阶产品的出货量已砍去 30%~35%，而紧随其后的高通则下修旗舰级芯片平台骁龙 8 Gen1 下半年订单量约 10%~15%。

就此，《中国经营报》记者从联发科与高通的相关人士处进行求证，未获明确答复。但半导体产业分析师季维向记者表示，由于近两年“缺芯”带来的挑战，芯片厂商对下游需求极为敏感，并极大优化了产线的排期机制，以应对多变的市场局势。“如果现有手机销量数据明显下滑，芯片厂商做出反应也在情理之中。”季维表示。

信通院数据显示，2022 年 1~3 月，国内共发布 5G 手机 57 款，同比下降 10.9%，出货量 5388.4 万部，同比下降 22.9%，占同期全部手机出货量的 77.7%。

与此同时，进入 2022 年后，国内多地疫情反复，各地的管控措施对手机线下门店正常经营、线上销售、国内及海外物流配送都产生了极大影响，进而抑制了人们对手机的消费需求。近日，中芯国际 CEO 赵海军便在一季度业绩会上预测，今年全球智能手机销量相比之前预期至少减少 2 亿部，其中大部分影响的是中国手机品牌。

值得注意的是，除手机芯片外，PC、电视等终端产品需求也同时下滑。Gartner 及 AVC Rev 数据显示，2022 年一季度全球 PC 出货量为 7790 万台，同比下降 6.8%；全球 TV 出货量为 4640 万台，同比下降 6.1%，这导致全球面板驱动芯片厂商也呈现出大幅砍单趋势。

“疫情的不确定性仍在延续，从市场的角度，未来预期仍会是保守的。”季维表示，终端产品的市场表现在未来一段时间的颓势或会延续，而何时迎来拐点仍是未知数。

芯片“砍单劫”

机构数据显示，联发科已将 2022 年全年智能机芯片出货量预期小幅下修至 5.7 亿~6 亿组。

终端销量下行趋势的迅速传导，也令手机芯片的供应商遭遇近年来最“寒冷”的春天。在砍去 1.7 亿部产量后，据郭明錤测算，小米、OPPO、vivo、传音、荣耀今年的预估出货量分别约为 1.6 亿部、1.6 亿部、1.15 亿部、7000 万部、5500 万部。此外，记者注意到，三星今年出货量目标也下调约 10% 至 2.75 亿部。

而在芯片侧，机构数据显示，联发科已将 2022 年全年智能机芯片出货量预期小幅下修至 5.7 亿~6 亿组。其中天玑 9000 芯片的全年出货量或从 1000 万套缩减至 500 万~600 万套，高通方面则可能会在 SM8550 今年底出货后，将 SM8450 与 SM8475 降价 30%~40%，以利于出清库存。

此外，机构预测，全球 CMOS 芯片今年出货量可能会降四成，只有去年出货量的 60% 左右；CCM（摄像头模组）与镜头出货量预计在今年第三季度减幅将达 20%~30%。以 CIS（CMOS 图像传感芯片）为例，中国位居前五的供应商总库存量已超过 5.5 亿颗。

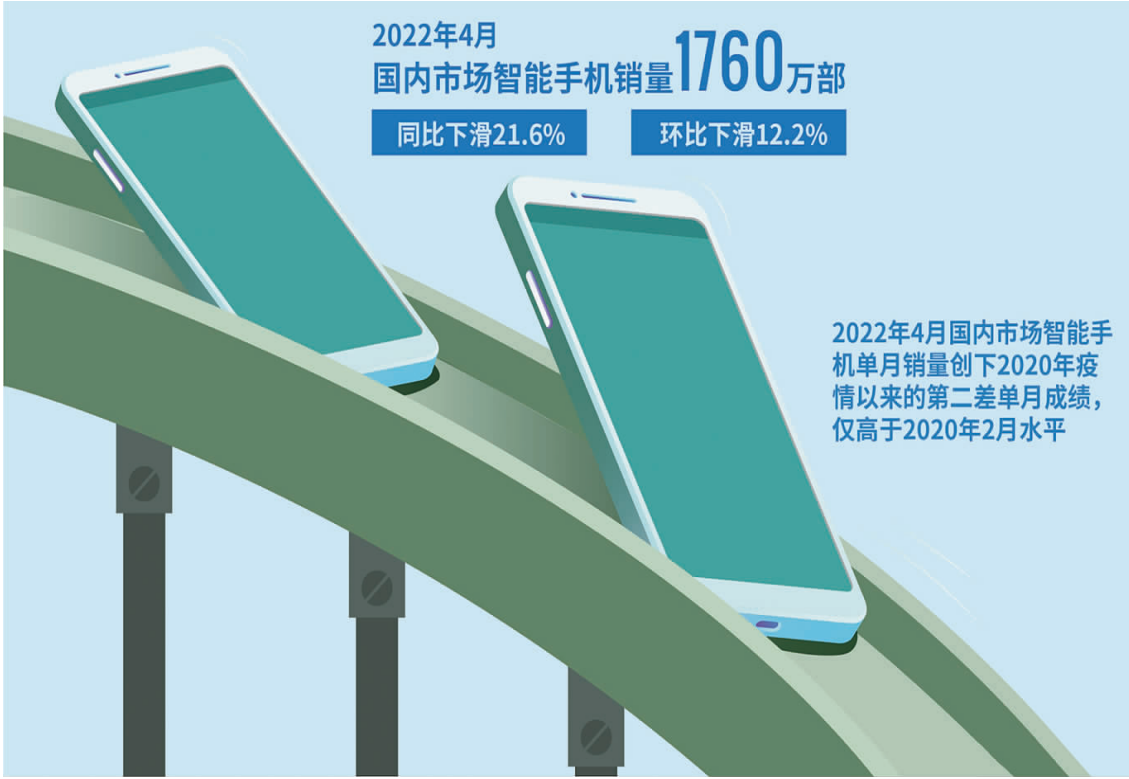
对此，联发科 CFO 顾大为 5 月 23 日表示，虽然全球 5G 手机出货量略有下降，但受惠于进入全球市

缺芯主旋律依旧

虽然手机芯片出现滞销趋势，但汽车芯片、先进制程芯片的产能仍然短缺。

伴随芯片业遭遇“砍单劫”，市场多家机构已发出预警。Gartner 报告显示，全球芯片短缺的情况可能在 2023 年迎来翻转，之后将出现产能过剩。摩根士丹利则在报告中指出，市场低估了未来 2~3 年可能出现芯片过剩而导致的芯片厂商盈利恶化问题。

记者注意到，在 2020 年进入缺芯阶段以来，全球头部的芯片制造厂商均开启了产能扩张的热潮。但由于扩产需要筹备周期，大批新增产能将会在 2022 年下半年才开始陆续释放，而突如其来的芯片销量下调，无疑会导致



由于近两年“缺芯”带来的挑战，芯片厂商对下游需求极为敏感。

视觉中国/图

场、旗舰领域，联发科对 5G 芯片出货量目标没有改变，今年将维持营收增长 20% 预期目标不变。

不过，行业人士则多持悲观态度。郭明錤指出，因 5G 芯片的前置时间相较于一般零部件更长，因

此从高通和联发科砍单情况来看，需求疲软恐延续至 2023 年第一季度，而这也将降低市场对联发科、高通今年三季度至明年一季度的营收与利润预期。

季维则表示，包括手机核心芯

片、摄像头芯片及面板等器件都在此次大幅砍单的范围之内，受到影响的厂商波及整个产业链，如果下游产品销量数据持续恶化，不排除芯片厂商还需要进一步下调产能计划。

疫情下的年中大促 手机厂商赴考“6·18”

本报记者 陈佳岚 广州报道

国内智能手机市场连续四个月出货量同比下滑，手机厂商们也希望在防疫形势好转的前提下，能利用好“6·18”这一销售节点，尽可能地提升全年销量。

然而，对手机品牌商而言，年中大促既是机遇也是挑战。

消费需求下滑

从宏观层面看，在整体经济形势不稳定、需求端疲软、部分零部件紧张的大环境下，整个智能手机产业上下游都受到了冲击。这从第三方机构对智能手机市场出货的统计也能够看出来。

根据中国信息通信研究院发布的 2022 年 4 月国内手机市场运行分析报告，4 月，国内市场手机出货量 1807.9 万部，同比下降 34.2%，其中 5G 手机 1458.5 万部，同比下降 31.9%，占同期手机出货量的 80.7%。与此同时，今年 1~4 月，国内市场手机总体出货量累计 8742.5 万部，同比下降 30.3%，其中 5G 手机出货量 6846.9 万部，同比下降 25.0%。

而根据 Counterpoint 的市场监测数据，2022 年第一季度由于 4G SoC（系统级芯片）等重要零部件的长期短缺、新冠肺炎疫情的反复以及全球宏观经济下行等因素影响，全球和中国地区智能手机的出货量分别同比下降了 8.1% 和 18.1%。

对于未来预期，一些第三方机

真我 realme 副总裁、中国区总裁徐起近日在接受《中国经营报》记者采访时表示，“6·18”作为传统电商大促的节点，手机销量也会迎来上半年的一个高峰，但今年各家厂商的竞争将更加激烈，尤其是在全球经济相对下行

的时候，可能消费者对价格会更加敏感。

机构甚至认为，今年国内手机出货量或将跌破 3 亿部大关。徐起向记者坦言，realme 全年全球的销量目标大概会下调 10%~20%，并且做了渠道及供应链相应的部署，目前都在计划的范围内。此外，中国销量目标下调亦是如此。但徐起表示，对于下半年还是要抱有一定的期望。

这与当下消费市场的消费力减退不无关联。Counterpoint Research 高级研究分析师 Ivan Lam 向记者分析称，在第一、第二季度市场需求不佳的情况下，手机厂商需要 3000 元以下的产品去稳固整个盘子，尤其会寄希望于“6·18”、返校季等电商和传统节日大促冲量。

日前，电商平台京东 CEO 徐雷便在京东财报会上表示：“由于疫情等原因，品牌商、商家的销售压力非常大。”但徐雷也指出，今年品牌商、商家会比往年更积极地参与京东“6·18”活动。

需求乏力下，众多品牌商不得不将希望寄托于即将到来的“6·18”电商节。

厂商何以备战

记者注意到，多款新品手机在“6·18”前密集发布，vivo 发布了 vivo S15 系列，OPPO 发布了 Reno 8 系列，小米发布了 Redmi Note 11T 系列，realme 发布了真我 GT Neo3 火影限定版等机型，并且这些新款手机主要集中在中端价位段，有利于“走量”。

平台方面，京东 5 月 23 日晚 8 点开启预售，推出了手机以旧换新最高补贴 1540 元、30 天价保、30 天无忧退、365 天只换不修、无限次更换原厂屏低至 69 元起等服务。产品上，购买指定型号 iPhone 13，立减 600 元；荣耀 Magic4 Pro 以旧换新最高补贴 590 元；vivo S12 至高省 400 元等。不仅是新机，不少稍早前上市的机型也有较大折扣。

“往年电商节销量较好的机型主要是中高端和中端以下的产品，高端的机型相对少，而今年‘6·18’

政策出台促进电子消费

为了刺激消费，终端厂商们近期频发新品，并且针对“6·18”推出相关优惠举措。值得注意的是，在国内消费市场出现低迷之后，相关促进消费政策也接踵而至。

例如在 5 月 26 日，深圳多部门印发了《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》，包括开展消费电子产品促销活动。具体而言，结合开学季、暑假季、传统节日等主题，在 5~8 月期间轮动组织开展消费电子专场促销活动，对消费者购买符合条件的手机、电脑（含平板电脑）、耳机、

期间厂商可能将 3000 元以上的机型库存清一清。”Ivan Lam 向记者分析说，从今年初截止到 5 月，大部分厂商 3000 元以上的手机库存还有不少，而往年并没有那么多。为此，厂商可能对部分高端机也会给出较大优惠力度。

记者注意到，OPPO 的高端机型，OPPO Find N、Find X5 Pro 分别打出了至高立省 500 元，OPPO Find X5 Pro 至高立省 800 元的促销。iPhone 13 Pro Max 降 600 元，小米 11 Ultra 降 300 元。三星方面，Note 20 Ultra 也降至 5699 元。

然而，在 IDC 中国研究经理王希看来，今年“6·18”电商渠道厂商方的投入目前没有往年“狠”，今年的策略大方向是保利润，但今年中端产品销量占比较去年更多些。

Ivan Lam 对记者表示：“去年的‘6·18’，手机厂商凭借该促销，6

月份市场销量从 4 月和 5 月的下滑中反弹，部分厂商像小米直接把 2021 年第二季度的销量冲得很高，而今年‘6·18’，厂商们都要面对消费情绪的问题。”

在消费情绪趋于理性、甚至陷入疲态的大背景下，市场也给品牌商、电商平台提出更多要求。在徐起看来，竞争更加激烈也是这次“6·18”面临的另一大挑战。徐起向记者举例，同样在 2000~3000 元价位段，各家都有比较丰富的产品，这时候品牌便要想清楚自己的产品是否可以切中

最核心的人群需求。

荣耀“6·18”项目相关人士也对记者表示，今年情况比较特殊，消费者对于购买的产品更加挑剔。“这是消费者给市场和这个行业出了一个题目，所有厂家来答题，更好的产品才能让消费者愿意拿钱买。”

用等需求，组织生产企业、电信运营商、服务方案提供商定期举办专场集中采购活动；实施百万用户宽带提速升级，鼓励运营商免费升级家庭用户宽带网速至 500 兆以上（含 500 兆），资费标准保持不变。

与此同时，在近日广州发放的第四轮“羊城欢乐购”政府消费券中，新增 1000 元面值的家电数码消费券，每满 500 元减 100 元，封顶优惠力度是消费 5000 元可减 1000 元。值得注意的是，家电数码券使用范围为广州地区的家电数码活

机芯片销售便高达 63.3 亿美元，同比大增 56%。

值得注意的是，随着海外市场进一步回暖，芯片厂商也在卸除部分压力。CINNO Research 分析师指出，汽车芯片市场的火爆，会给芯片市场补充部分活力，而灵活性的产能与策略调整，将会是很多厂商今年工作的主要基调。

“全球芯片产能短缺的大氛围还是不会改变。”季维指出，全球市场需求仍处在高位，当国内疫情得到有效控制，终端芯片的起势也会较快，届时整个芯片产业会迎来另一个拐点。

OPPO 方面称，“6·18”期间，OPPO 方面为用户准备了 6 款新品，8 亿元购物福利补贴。

尽管面临诸多挑战，但徐起希望 realme 在今年“6·18”期间的表现能持平于去年的手机销量水平。与此同时，徐起认为 IoT（物联网）品类有望成为新的增长引擎。

动商户门店，其中百货类门店仅限电器专柜。此外，该消费券需要中签才能享有。

徐起则对记者表示，政府的政策对各家品牌厂商而言，确实是一个比较好的促销手段，尤其是在市场消费力紧缺的情况下，能够给在观望的人群比较大的助推力，让大家选择更好的产品。“对今年的手机市场来说，生产及配送环节不会存在太多的问题，需要解决的是消费者需求下降的问题，以及如何让消费者选择你的品牌。”