

“缺芯”转向“砍单” 半导体或进入下行周期？

本报记者 秦泉 北京报道

在“缺芯”的第三个年头，风向开始变了。

近日，一则台积电遭三大客户

“缺芯”变“砍单”

早在今年4月便有消息称，消费电子终端芯片或面临30%的大幅“砍单”，正在积极备货的供应链以及终端厂商将面对巨大的库存压力。

2020年下半年开始，半导体芯片产能短缺，以及网络上到处可见的涨价函早已让以汽车为代表的多个行业“叫苦不迭”，甚至有企业只能以停工停产来应对。不过，时至今日，这种“苦日子”即将熬出头。

以手机、电脑为代表的电子消费品在经历了前几年的高增长后已出现下滑态势，2022年全年或为负增长。市场调研机构Counterpoint预测称，2022年全球智能手机市场出货量将同比下滑3%；而Gartner近日公布的最新报告认为，今年全球PC和智能手机出货量都将出现萎缩，预测2022年，中国智能手机出货量将比去年减少18%。

实际上，早在今年4月便有消息称，消费电子终端芯片或面临30%的大幅“砍单”，正在积极备货的供应链以及终端厂商将面对巨大的库存压力。如今，“砍单”现象从消费电子终端，开始逐渐往芯片厂商蔓延。

市场机构Digitimes Asia的一份报告称，由于“挖矿”热潮消退以及PC市场需求的下跌，台积电的两大客户AMD与英伟达向台积电表明了订单规划的调整。其中，AMD调减今年第四季度至2023年第一季度共约2万片7或6nm订单，英伟达则要求延迟并缩减2023年第一季订单。

对此，台积电方面称：“不评论

“砍单”的消息在半导体圈持续发酵，与此同时，市场上不断出现电源管理IC(集成电路)、MCU(微控制单元)等多个芯片产品降价的声音。业内关于半导体将进入产业



随着产能进一步释放和需求缩水，整个半导体行业进入下行周期或是大概率事件。

视觉中国/图

市场臆测与个别客户消息。”

“虽然作为全球芯片产业风向标的台积电遭遇‘砍单’消息尚未有权威消息确认，但市场认为此事发生概率较大，”深度科技研究院院长张孝荣对记者表示：“半导体行业价格高速上涨的势头被按下了暂停键，相对于过去，目前依然处于高位。未来一段时间，随着产能进一步释放和需求缩水，产业进入下行周期是大概率事件。”

不仅仅是台积电，海外的半导体企业相较于此前的高歌猛进，也陷入到悲观的情绪中。今年6月，英特尔财务长辛思纳(David Zinsner)曾表示，近期针对下半年市场前景“出现的很多杂音”，将会就现实情况调整支出与投资。

存储芯片厂商美光也是如此，其CEO梅罗特拉(Sanjay Mehrotra)称，“产业需求环境疲软，PC与智能手机销售下滑”，正在削减部分支出计划，以应对最新市场动态。

下行周期的揣测此起彼伏。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，虽然半导体行情上涨放缓，但相对于过去，依然处于高位。未来一段时间，随



随着产能进一步释放和需求缩水，整个半导体行业进入下行周期或是大概率事件。

视觉中国/图

具体到产业链上，继驱动IC、电源管理IC与CIS(接触式图像传感器)传出降价后，MCU近期也出现“砍单”降价压力，英飞凌、意法半导体、德仪等MCU厂商被传出报价严重下滑。

TrendForce集邦咨询表示，晶圆代工出现砍单现象，首波订单修正来自大尺寸Driver IC(驱动芯片)及TDDI(触控显示驱动集成)，两者主流制程分别为0.1Xμm(微米，1米的一百万分之一)及55nm(纳米，10的负9次方)。尽管先前在MCU、PMIC(电源管理芯片)等产品仍然紧缺的情况下，晶圆代工厂通过产品组合的调整，产能利用率仍大致维持在满载水平，然而近期PMIC、CIS及部分MCU、SoC砍单现象已浮现，虽仍以消费型应用为主，但晶圆代工厂已陆续不堪客户大幅砍单，产能利用率开始滑落。

张孝荣对此分析认为，从供应

着产能进一步释放和需求缩水，整个行业进入下行周期或是大概率事件。不过，值得注意的是，从国内半导体企业反馈的情况看，目前受到冲击和影响较小。



随着产能进一步释放和需求缩水，整个半导体行业进入下行周期或是大概率事件。

视觉中国/图

来看，前两年建设的生产线开始投入运营，部分产能得到了释放，缓解了供应压力。从需求来看，全球消费电子销售低迷，乌克兰局势等影响欧美市场销售，新冠肺炎疫情反复影响全球市场恢复，市场对芯片的需求被较大幅度压缩了。供需关系的变化，导致了“缺芯”向“砍单”演变。

TrendForce集邦咨询认为，下半年在需求端仍不断下修的状况下，消费型PMIC及CIS亦开始出现库存调节动作，尽管有来自服务器、车用、工控等方面的PMIC、Power Discrete(功率分离式元件)需求支撑，仍难以完全弥补Driver IC及消费型PMIC、CIS的“砍单”缺口，导致部分8英寸厂产能利用率开始下滑。而且，下半年全球8英寸厂产能利用率整体上将大致落在90%~95%，其中部分以制造消费型应用占比较高的晶圆厂，可能须面临90%的产能保卫战。

五部门联合发布《行动方案》 消费品工业迎数字化浪潮

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

数字化越来越广泛深入地渗透到传统产业的转型升级中。7月2日，工业和信息化部、商务部、国家市场监督管理总局、国家药品监督管理局、国家知识产权局五部门联合印发了《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022-2025年)》(以下简称“《行动方案》”)。

《行动方案》围绕数字化助力增品种、提品质、创品牌“三品”部署了10项重点任务，提出到2025年，消费品工业领域数字技术融合应用能力明显增强，培育形成一批新品、名品、精品，品牌引领力、品质和品牌影响力不断提升。关于创新能力显著增强，《行动方案》指出，企业经营管理数字化普及率、企业数字化研发设计工具普及率、应用电子商务的企业比例均超过80%；智慧设计、柔性制造、供应链协同等关键环节的集成创新和融合应用能力大幅增强。与此同时，在纺织服装、家用电器、食品医药、消费电子等行业培育200家智能制造示范工厂。

对此，《中国经营报》记者采访了赛迪顾问消费经济研究中心主任余德彪，余德彪对《行动方案》进行了详细的解读。

明确数字技术赋能消费品工业“三品”

余德彪指出，所谓“三品”——增品种、提品质、创品牌，最早出现在2016年的《国务院办公厅关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》文件中，而在今年4月，工业和信息化部发布了《消费品工业数字“三品”行动方案(2022-2025年)》(征求意见稿)》，提出了数字技术赋能消费品工业“三品”，此次由五部门联合印发《行动方案》，更加明确了利用数字技术助力消费品工业“三品”战略的实施。

消费品工业，是国家经济发展的重要支撑，是我国重要的民生产业和传统优势产业，是保障和满足人民群众日益多元化消费需求的重要支撑，在带动就业、出口、内需经济等方面发挥重要作用。

综合工信部等官方数据，中国已成为全球第二大消费市场，2021年中国社会消费品零售总额达44.1万亿元，最终消费支出对经济增长的贡献率为65.4%，剔除2020年新冠肺炎疫情对消费的影响外，

主要目标“虽存挑战，但可达成”

记者注意到，《行动方案》中提出围绕数字化助力增品种、提品质、创品牌“三品”部署了10项重点任务。

如何通过数字化助力“增品种”？《行动方案》提出，一是推出更多创新产品顺应消费升级趋势。深化新一代信息技术创新应用，围绕健康、医疗、养老、育幼、家居等民生需求大力发展“互联网+消费品”，加快绿色、智慧、创新产品开发，以优质供给助力消费升级；二

自2014年开始，连续8年成为拉动经济增长的第一引擎，“稳定器”和“压舱石”作用更加凸显，而消费品工业作为消费经济重要支撑内容，重要性越发突出。经过多年的发展，我国消费品百余种产品产量位居全球首位，家电、皮革、塑料、食品、家具、五金、陶瓷等行业100多种产品产量居世界第一，制鞋、服装、化纤、棉纺等产能占全球50%以上，消费品上市公司数量全球第一，超过了1200家，上市公司总市值占全球20%。

余德彪向记者表示，消费品大多是传统产业，具有行业门类较多、进入门槛比较低、产能规模比较大、企业数量多的特点，面临市场竞争激烈、数字化水平及产品附加值不高、自主创新能力不强、市场快速供给能力不足等问题。因此，我国必须要抢抓数字技术发展的新机遇，通过数字技术赋能行业，调整产业结构，推动产业升级，以更好地满足和创造消费升级的新需求，同时增强消费拉动作用，

是推广数字化研发设计促进产品迭代更新；三是推进个性化定制和柔性生产重塑产品开发生产模式。促进工业互联网与消费互联网互联互通。支持重点行业优势企业挖掘用户个性化需求，开展个性化定制和柔性生产。加快培育个性化定制企业和公共服务平台；四是推动数字化绿色化协同扩大绿色消费品供给。

而在“提品质”方面，《行动方案》指出，加大数字化改造力度赋能



国家五部门印发了《行动方案》，围绕数字化助力增品种、提品质、创品牌“三品”部署了10项重点任务。

视觉中国/图

促进消费品工业加快迈向中高端水平。

《行动方案》的落地实施，为未来4年深入实施“三品”战略指明了方向。在余德彪看来，《行动方案》出台具有四个方面的意义：一是推动消费品工业行业借

企业提质增效。推动企业加快智能化升级，推广应用工业APP等关键技术和核心装备，提升现代化管理水平、安全生产保障能力和资源配置效率。加快培育智能制造示范工厂。与此同时，加强追溯体系建设助力提振消费信心，加深智慧供应链管理提升产业链协同效率。

《行动方案》提出未来4年数字化助力消费品“三品”战略的三个主要目标是创新能力显著增强、供给水平明显提高、发展生态持续优

国内企业影响甚微

由于国内新能源车销售上涨迅猛，国内半导体供应情况要好于国外，在某种程度上“砍单”现象的影响没有国外那么明显。

近日，记者从多家上市公司了解到，与海外公司因“砍单”、行业周期下行导致的焦头烂额相比，国内的半导体企业目前大多“高枕无忧”。

主营安全芯片，通用MCU的国民技术(300077.SZ)工作人员对记者表示，公司关注到市场上出现“砍单”，行业出现大的转变肯定对公司是有影响的，但目前公司与客户的关系稳定，没有出现特别的情况。

当被问及近期半导体局部领域出现砍单情况，瑞芯微(603893.SH)方面表示，公司正在关注相关变化，在有机会的情况下，公司会积极协调争取产能。

和而泰(002402.SZ)方面则表示，目前来看公司使用的通用类芯片供应有所缓解，进口MCU供应形势仍然严峻，公司会积极关注供应市场行情，实时制定应对策略，保证生产交付的连续性及稳定性。

国内晶圆代工龙头企业中芯国际(688981.SH)也对“砍单”现象作出回应，其表示，集成电路行业有周期性，而国内集成电路行业也有其自身发展的特性。过去几个季度以来，行业从全面紧缺转向结构性紧缺，而对供应链区域化分割的担忧推动了产业转移，为国内集成电路行业带来了本地化生产的需求。公司从去年底开始已经及时将产能分配做了调整，将产能转换去做需求旺盛的领域，去做增量市场。目前公司生产运营正常，业务有序开展，同时也会持续紧密跟踪市场动态。

实际上，中芯国际也曾在今年一季度业绩说明会里分析了2022年下半年的市场情况：

“经过半年的市场加速消费和库存的积累，特别是中国进入疫情防控阶段后，行业供需趋势已经从全面紧缺向结构性紧缺转移，消费电子、手机等存量市场进入了去库存阶段，开始软着陆，而高端物联网、电动车、显示、绿色能源、工业等增量市场尚未建立足够的库存，对产能提出了更高、更紧迫的要求。整体来看，客户的需求依然旺盛，预计今年全年公司产能依然供不应求。”

至于“砍单”现象对国内企业影响较小的原因，张孝荣认为，3C产品销售低迷，国内消费电子龙头企业也有类似降低生产规模和销售预期的缩减动作。由于国内新能源车销售上涨迅猛，国内半导体供应情况要好于国外，在某种程度上“砍单”现象的影响没有国外那么明显。

展望2023年，TrendForce集邦咨询认为，在长达近两年半的芯片缺货后，消费性产品的降温虽然在短期内使晶圆代工厂的产能利用率出现松动，但过去苦于晶圆一片难求的市场得以在此时获得资源的重新分配，相关应用如5G智能手机及电动车渗透率逐年增加，5G基站、各国安检措施自动化等基础建设、云端服务的服务器需求等的备货动能，将持续支撑晶圆代工厂产能利用率大致维持在90%以上，而部分以生产消费性产品为主的业者恐怕面临产能利用率滑落至90%以下的情况，此时则需仰赖晶圆代工厂本身对产品应用的多元布局及资源分配，以度过全球性高通胀带来的零部件库存调节危机。

提升供给能力，保障供应链安全

《行动方案》提出，提升供给能力，保障供应链安全，促进国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

系，维护市场供需动态平衡，保障供应链安全，促进了国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

力数字技术，提升行业产品供给效率和供应能力，进而提高产品附加值；二是提高行业数字化利用水平，满足消费升级需要的智能化、绿色化、轻便化等产品和服务个性化需求；三是打通生产和市场供给端壁垒，重构供需关

系，维护市场供需动态平衡，保障供应链安全，促进了国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

系，维护市场供需动态平衡，保障供应链安全，促进了国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

化。其中，在“创新能力显著增强”部分，《行动方案》提出，企业经营管理数字化普及率、企业数字化研发设计工具普及率、应用电子商务的企业比例均超过80%。

针对这一目标数字，余德彪告诉记者：“目前国内在规模以上工业企业的关键工序数控化率已达到55.3%，数字化研发工具的普及率达到了74.7%。尽管80%的目标存在一定的挑战，但这一目标是可以实现的。”

提升供给能力，保障供应链安全

《行动方案》提出，提升供给能力，保障供应链安全，促进国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

系，维护市场供需动态平衡，保障供应链安全，促进了国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

力数字技术，提升行业产品供给效率和供应能力，进而提高产品附加值；二是提高行业数字化利用水平，满足消费升级需要的智能化、绿色化、轻便化等产品和服务个性化需求；三是打通生产和市场供给端壁垒，重构供需关

系，维护市场供需动态平衡，保障供应链安全，促进了国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

系，维护市场供需动态平衡，保障供应链安全，促进了国内大循环通道的畅通；四是培育一批新品、名品、精品，提升国内品牌影响力，打造一批卓越品牌企业，逐步培育一批具有国际影响力的世界企业品牌。

化。其中，在“创新能力显著增强”部分，《行动方案》提出，企业经营管理数字化普及率、企业数字化研发设计工具普及率、应用电子商务的企业比例均超过80%。

针对这一目标数字，余德彪告诉记者：“目前国内在规模以上工业企业的关键工序数控化率已达到55.3%，数字化研发工具的普及率达到了74.7%。尽管80%的目标存在一定的挑战，但这一目标是可以实现的。”