

需求调整期拉长 半导体市场寻求新增长点

本报记者 谭伦 北京报道

在经历2022年的低迷后,半导体产业的需求下行态势仍在持续。

5月11日,国内半导体晶圆代工巨头中芯国际(688981.SH)发布了2023年第一季度业绩报告。报告显示,中芯国际本季实现营业收入102.09亿元,同比下降13.9%;归属于上市公司股东的净利润15.91亿元,同比下降44%。

值得注意的是,中芯国际的表现并非孤例。就在不久前,台积电发布的一季度财报也同样不尽如人意,其营收5086.3亿新台币,环比下降18.7%,净利润2069亿新台币,环比下降30%。

终端需求下滑

除了智能手机外,终端芯片的另一大流向——PC市场的表现同样可用“惨烈”来形容。

导致半导体代工市场不振的直接因素,显然来自终端消费市场的颓势。中芯国际财报显示,该公司一季度的晶圆收入中,智能手机收入占比为23.5%,同比减少5.2%;物联网收入占比为16.6%,同比下降1.1%;消费电子收入占比为26.7%,环比下滑1.1%。

“新冠疫情结束后,智能手机的出货需求不如预期,是导致上游晶圆代工厂无法提振产能的主要原因。”CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭向记者表示,尤其是在中国市场,每年一季度往往是春节换机高峰期,但2023年显然是个例外。

Counterpoint Research发布的最新报告显示,2023年第一季度,全球智能手机市场出货量年同比下降14%、环比下降7%至2.802亿部;同期中国智能手机销量年同比下降5%,成为2014年以来销量最低的第一季度。

其中缘由,平安证券发布的研报分析指出,当前全球经济下行压力持续加大,下游消费需求疲软,叠加手机创新边际减弱且产品同质化严重,智能手机行业步入存量替换阶段。

而除了智能手机外,终端芯片的另一大流向——PC市场的

在分析低预期业绩的成因时,中芯国际给出的理由是,晶圆销售量减少及产能利用率下降。而台积电总裁魏哲家则表示,目前终端需求不振,库存仍在调整中,需求持续放缓,第一季度虽可看到库存明显减少,但整体市场不确定性仍高,导致产能利用率下滑。

对此,世界先进董事长方略用“今年最冷一季”来形容2023年年初晶圆代工市场的萧条气氛。市研机构Counterpoint指出,由于PC、智能手机等消费电子市场需求持续疲软,半导体行业景气不再。“过剩库存尚未消化完,产能也不如此前紧缺,目前看半导体市场仍处在调整期。”半导体产业分析师季维向(中国经营报)记者表示。

表现同样可用“惨烈”来形容。国际市研机构IDC发布的最新报告显示,随着大流行时期远程办公导致的需求激增消失,今年第一季度全球PC出货量下降29%,至5690万台,低于2019年年初的水平,也是除2020年第一季度外,十年来最低的单季度出货量。

“智能手机和PC的芯片需求是消费级芯片市场的主要流向。”季维向记者表示,尤其是利润空间最大的高端芯片,大部分集中在智能手机领域。二者的出货量无法提振,直接产生了连锁效应,使得代工厂订单骤减。

对此,罗国昭认为,三年疫情对于全球经济的影响深远,其直接表现便是抑制放缓了消费者在电子消费品领域的支出。“加上此前挤压的库存,疫情结束后的终端消费市场出货没有达到预期,使得2023年年初仍处于早前估计消化过程中。”罗国昭表示。

据魏哲家表示,由于总体经济不佳且市场需求疲弱,台积电库存去化恐到今年第三季度才会结束。他进一步表示,受到库存调整持续的影响,不含存储器的半导体产业、晶圆代工产业以及台积电本身,以美元计算营收都将衰退。

调整期拉长

Omdia研报显示,全球半导体市场在经历了前两年“供不应求”的状态后,已连续4个季度下滑。

记者从产业人士处了解到,半导体的调整期通常每3~4年出现一次,每次持续约2~3个季度。此次调整始自2022年6月,按以往经验及Gartner给出的预测,全球半导体市场的低迷将持续到2023年上半年,其后供求将恢复正常。

不过,随着大流行疫情宣告尾声,半导体产业曾一度出现乐观情绪,认为低迷期将提早结束。但随着代工巨头确认无法快速走出困境,全球半导体市场的调整期也将进一步延长。

“半导体产业供需的传导需要一定时间。”季维指出,如果第一季度代工侧的变现不尽如人意,那短期内情况不会快速好转。而近日联华电子共同总经理王石也悲观表示,产业库存去化速度比预期还慢,目前为止,还看不出任何强劲复苏迹象。

Omdia研报显示,全球半导体市场在经历了前两年“供不应求”的状态后,已连续4个季度下滑,今年进入调整期。2022年第四季度全球半导体市场收入比第三季度下降了9%,为1324亿美元,仅为2021年同期的82%。

而受到市场疲软影响,除代工厂的封测厂商也从2022年起进入淡季。据记者了解,其中以驱动IC、成熟制程的封装业务或是手机等消费电子为主的厂商受到冲击

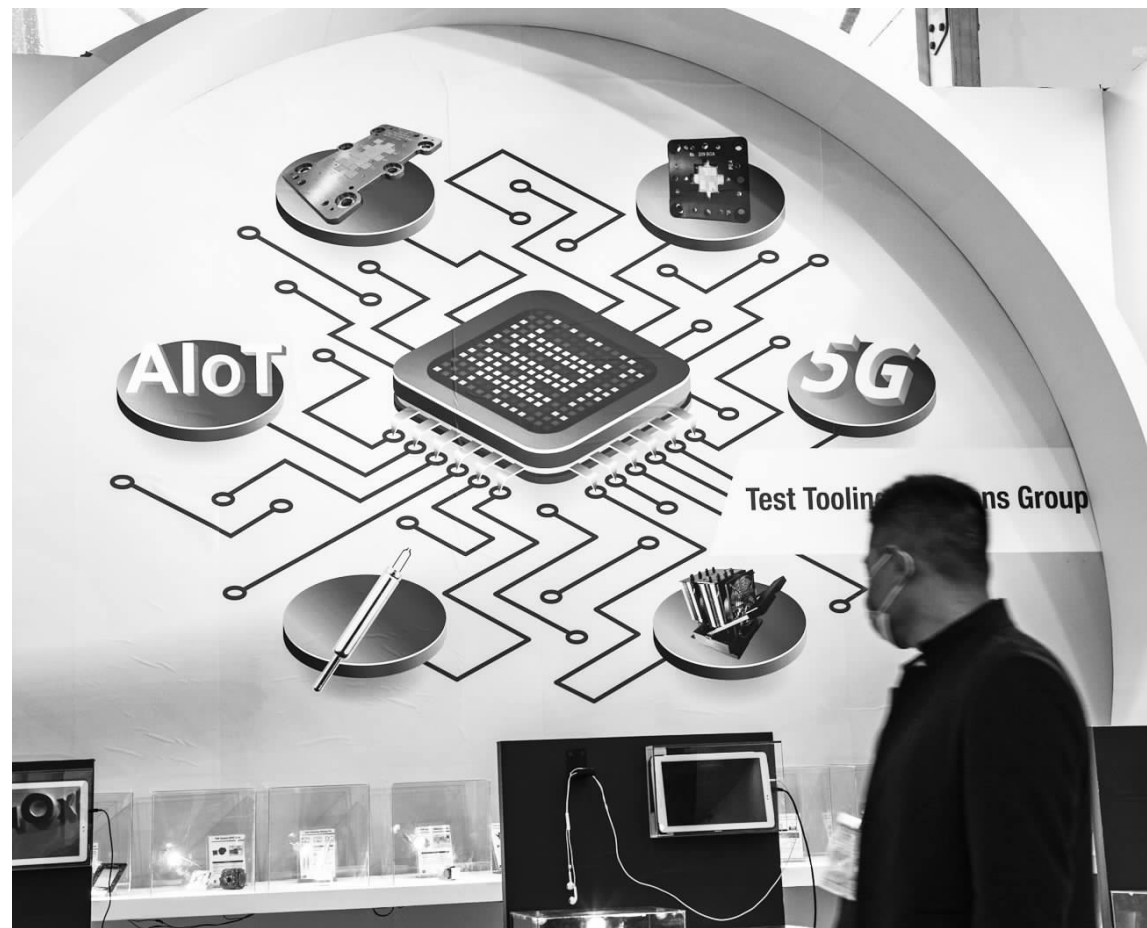
转机曙光已现

IDC研报指出,受老旧硬件更新和全球经济改善的共同推动,2024年个人电脑制造商的出货量可能会出现反弹。

虽然前景并不明朗,但对于当前的半导体市场而言,转机的曙光也已出现。其中,汽车芯片与AI芯片被视为半导体市场最为强劲的新需求。

Omdia发布的市场调研数据显示,2022年,汽车半导体市场同比增长21%。与其他赛道的急剧下滑形成鲜明对比,各大芯片厂商的汽车芯片业务呈现出逆势增长的繁荣。

公开财报显示,在2022年第四季财季,高通汽车业务是实现



这一轮半导体调整期将会比市场预期来得久。

视觉中国/图

最大,其波及的影响也最长,目前其需求不足已延宕至今年,并仍在持续。

对此,中芯国际管理层表示,虽然预计今年第二季度收入将触

底回升,但公司依旧对于市场回暖的时间节点较为谨慎,下半年复苏的幅度还不甚明朗,整体而言,尚未看到市场全面回暖,因此对于全年的指引维持不变。

罗国昭则预估,这一轮半导体调整期将会比市场预期来得久,因为厂商不仅需要面对疫情期间多余的库存,未来还需要面临经济衰退带来的需求增长阻力。

电影行业上市公司一季度业绩大幅改善 中期发展信心明显

本报记者 张靖超 北京报道

自从2022年年底防控政策调整后,电影行业就被视为2023年最具有反弹潜力的行业之一。而2023年春节档67.58亿元和“五一”档15.18亿元的票房数

据均比2022年同期有明显增长,证明观众重新走进线下院线。

从4月下旬开始,随着各大上市公司第一季度财务报告的发布,再次证明了这一点。《中国经营报》记者从Wind文化传媒行业指数中挑选了权重排名靠前的、

深耕电影行业的3家上市公司,分别为万达电影(002739.SZ)、光线传媒(300251.SZ)、中国电影(600373.SH),外加未入选该指数、但在业内有较大影响力的博纳影业(001330.SZ)、横店影视(603103.SH),上述共5家公司的

第一季度财报显示,除博纳影业外,其余4家或扭亏为盈、或继续保持盈利并增长。在二级市场,Wind文化传媒行业指数今年以来的涨幅也高达27%。

但仅仅是营收与净利润并不能如实反映行业整体的恢复

和发展情况,当越来越多的资本和头部公司愿意投入,则更能显示行业对未来一段时间、乃至更长期的看好程度。记者从多家影视公司的第一季度财报、相关主管机构提供的数据以及采访中

发现,大多数从业人员对未来一至两年的发展持乐观态度,而对长期发展的情况来看,即将到来的暑期档的表现将成为检验行业恢复和发展的试金石,这一档期的表现也将在一定程度上影响部分行业从业者和决策者的中长期规划。

营收与净利润明显改善

2023年第一季度,全国电影票房158.6亿元,同比增长13.5%,恢复至2019年同期的85%;观影人次3.4亿,同比增长9.7%,恢复至2019年同期的70%,电影市场持续回暖。

具体到公司来看,万达电影国内影院实现票房21.6亿元(不含服务费),同比增长11.5%,公司报告期内实现盈利3.16亿元。万达电影方面表示,2023年第一季度,在放映业务不断改善的同时,公司影视剧投资、制作与发行业务也逐渐恢复,主投主控的电影《想见你》最终取得票房4亿元,参与投资的电影《流浪地球2》和《熊出没·伴我熊芯》分别实现票房40.3亿元和14.9亿元,获得较好的投资收益。

光线传媒第一季度营业收入4.13亿元,同比减少6.43%;归母净利润1.22亿元,同比增长63.38%,其参与投资、发行并计入本报告期票房的影片包括《深海》《满江红》《交换人生》《中国

乒乓之绝地反击》,总票房近60亿元。

中国电影第一季度营收14.45亿元,同比增长52.71%,净利润1.82亿元,同比增长56.89%。作为《流浪地球2》的主导出品方之一,中国电影主导参与出品并投放市场的影片共9部,累计实现票房118.97亿元,占同期国产影片票房总额的85.40%。同时,中国电影在报告期内主导或参与发行国产影片共101部,累计票房119.83亿元,占同期国产影片票房总额的92.56%;发行进口影片共28部,累计票房10.04亿元,占同期进口影片票房总额的65.44%。

横店影视第一季度营收7.42亿元,同比增长9.18%,净利润为1.49亿元,同比增长97.84%。横店影视方面表示,主要得益于公司在院线端加强细节管控,节约各项运营费用,提升经营管理效率;在内容端,其全资子公司浙江横店影业参与出品

的《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》《断网》《保你平安》等影片上映,取得了较好的社会及经济效益。

博纳影业则在今年春节档表现不佳,其主控的《无名》,票房仅9亿元,第一季度营业收入5.24亿元,同比下降59.4%;扣非归母净利润亏损1.77亿元,由盈转亏。

“一季报的业绩和他们主控的春节档影片表现强相关。因为今年春节档比2022年的春节档在多个方面表现好,所以很多公司都有比较好的表现。”一位不愿具名的大地影院的人士告诉记者,“如果从行业恢复角度来看,那么就要跟2019年同期的业绩做对比。”

记者翻阅财报发现,上述5家公司中,除博纳影业在2019年末上市没有具体数据公布,以及光线传媒在今年第一季度较2019年同期有所增长外,其余3家在第一季度的盈利情况均不及4年前的水平。

彰显中期增长信心

虽然电影行业的相关上市公司在第一季度的营收与净利润方面,大多数都有明显提升。但在衡量整体行业的恢复程度、乃至增长时,相关公司,特别是头部公司的投入力度则更能凸显行业的信心。

从第一季度的短期时间来看,销售费用则可以作为一项指标。但记者翻阅上述5家公司的财报却发现,在第一季度,除横店影视的销售费用同比增长27.4%至581.6万元外,其余4家公司的该项费用支出均有不同程度减少。其中,万达电影减少约28%,光线传媒同比减少近70%,中国电影略微减少3.24%,博纳影业同比减少40.9%。

从反映中期投入的运营投入来看,万达电影的预付账款较去年末减少32.4%,应付账款较去年末微增5.98%;光线传媒预付账款较去年末增加1.46亿元,基本与去年末持平,应付账款较去年末增加50.57%;中国电影的预付账款较去年末增加44.5%,应付账款则大幅增加236.38%至50.01亿元;博纳

影业的预付账款较去年末减少12.1%,应付账款与去年末基本持平;横店影视的预付账款较去年末减少29.3%,应付账款4.15亿元,较去年末增加39.7%。

从中长期来看,在购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金一项上,除光线传媒较去年同期增加12.2%,其余4家公司均有较大幅度缩减;在长期股权投资一项上,上述5家公司也基本都与上年同期持平。而在融资现金流入方面,除博纳影业外,其余4家公司都有不同程度减少。

从上述数据中可以看出,在今年第一季度,电影行业相关公司对于行业恢复尚存犹豫,但对于中期的行业反弹,则基本形成了共识,而对于中长期,则尚待观察。

“第一季度刚从疫情中走出来,有些人还没有从新冠肺炎中康复,短期内是否会反复,年初那会儿大家都没太大把握。过了春节后,也没有太好的片子承接市场,从2月~4月,都没有票房过十亿(元)的

电影,很多公司也对电影品质有判断,自然不会花大力气来宣发,他们今年还是主要押宝到大档期。”上述人士说。

从第一季度全国处理备案各类影片的数据上也可见一斑。国家电影局的数据显示,今年1月~3月,全国处理备案各类影片的总计数量分别为209部、171部、263部。在2022年同期,则分别为208部、200部、204部。疫情前的2019年同期则为296部、135部、279部。从中可以看出,今年1月和2月,全国备案的电影甚至不如去年,但在3月份,数量上反超2022年同期,还大幅逼近2019年的同期数据。

华夏电影发行有限责任公司常务副总经理黄群近日在北京国际电影节上表示:“行业外资本对于电影市场现在是跃跃欲试的状态,他们看到了希望,但是还不够。在此情况下,今年暑期档是非常关键的,如果这个档期的票房能够跟今年春节档一样火爆,那么我想到那个时候行业外资本就会纷纷进来了。”