

## 中国买家底气渐长 拒买英伟达“减配版”芯片

本报记者 秦豪 北京报道

自2023年10月被美国出口限制新规束缚之后，GPU芯片巨头英伟达(NASDAQ:NVDA)一直在寻求能够重新向中国出口AI芯片的方案。据悉，英伟达计划再次推出三款针对中国市场的“改良版”AI芯片，并于2024年

## 不受待见？

过去的几个月，英伟达也一直在寻求再次“绕过”美国出口管制措施的办法，进而继续向中国出口AI芯片。

这不是英伟达第一次计划绕开美国政府发布的出口禁令了。2022年，美国政府就曾经发布过一系列针对中国市场的人工智能芯片出口限制措施，导致英伟达无法向中国提供当时最先进的A100和H100芯片，于是英伟达经美国政府许可，专门为中国市场打造性能较低并且符合当时出口禁令的A800和H800芯片。

从2023年年初开始，AI大模型在全球的发展热潮带来庞大算力需求，使得英伟达的高性能GPU处理器“一芯难求”，即便是特供版的A800和H800也供不应求，上市以来一直被国内服务器厂商、互联网厂商、AI算力提供商“哄抢”。

到2023年10月17日，美国更新出口管制标准，英伟达不得不停止向中国出售H800、A800两款芯片，AI芯片市场一直“人心惶惶”。

过去的几个月，英伟达也一直在寻求再次“绕过”美国出口管制措施的办法，进而继续向中国出口AI芯片。英伟达的替代方案就是基于H100重新推出三款针对中国市场的AI芯片，包括HGX H20、L20 PCIe、L2 PCIe，这些新产品都是基于英伟达的

第二季度开始批量生产。

但据《华尔街日报》的消息，这次英伟达面临着一个比较尴尬的问题，那就是阿里巴巴、腾讯、字节跳动等中国AI芯片的大买家不再计划购买性能降级版的英伟达AI芯片。

虽然阿里巴巴、腾讯、字节跳动等公司并未对上述消息作出回

Hopper和Ada Lovelace架构。

与之前不同的是，对于此次英伟达推出的“特供版”芯片H20系列，中国买家并不买账。《华尔街日报》称，自2023年11月以来，阿里巴巴、腾讯、字节跳动等几家头部科技公司一直在测试英伟达特供芯片样本，他们已向英伟达表明，2024年向英伟达订购的芯片数量将远远少于此前原计划购买的、已经被禁的英伟达高性能芯片。

对此，记者向阿里巴巴、腾讯、字节跳动等公司方面求证，对方不予置评。在业内人士看来，国内厂商对于英伟达特供芯片采取冷淡的态度也在意料之中。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力对记者表示，国内买家对待A800、H800的态度与对待H20系列的态度之所以截然不同，主要原因在于芯片性能和自身需求方面的考量。此前，A800和H800作为替代产品，虽然在性能上与原计划购买的高性能芯片相比存在一定差距，但在一定程度上能够满足国内市场需求。而此次英伟达推出的特供芯片H20系列，尽管也是针对中国市场进行了改良，但在性能测试中并未达到国内企业的预期，导致国内企业对继

续采购保持谨慎态度。但是《中国经营报》记者从多位业内人士处获悉，英伟达计划特供中国市场的AI芯片并非所谓的“改良版”，而是“减配版”——性能可能会缩水80%。中国企业对于特供芯片的性能和稳定性存在疑虑，再加上美国政府的一再干预，因此国内企业对于是否购买表现得十分谨慎。

续采购保持谨慎态度。

“新版性能‘减配’太狠，导致产品性价比不高。”探索科技(TechSugar)首席分析师王树一直言，“前版‘减配款’主要对带宽进行了限制，算力与完整版相同。但新的‘减配版’与对照产品相比，算力被大幅砍掉，导致性能受损严重，虽然价格略低，但整体性价比差很多，对于做AI训练的大公司来说实际上购买/应用成本上升较多，自然就不愿意买了。”

半导体研究机构Semianalysis调研报告显示，用于AI模型训练的H20提供96GB内存、4TB/s内存带宽和296 tera-FLOPS FP8性能。理论上，其整体算力比英伟达H100 GPU芯片下降80%左右。

在Insemi Research计算芯片分析师秦丰伟看来，中国买家现在需要购买更多英伟达降级芯片才能够达到完整版的英伟达芯片的算力，这增加了成本；而且目前部分国产GPU已经可以应对部分AI推理及训练任务，在使用成本方面也更低；另外，美国政府一再禁售，已经让国内用户开始考虑并适应国产芯片，以免未来有新的禁售政策影响自身的研发进程。

## 底气渐足

此前包括华为、寒武纪、平头哥半导体、摩尔线程等AI产业链相关企业都展示过自家的AI芯片或新进展，尤其是华为昇腾910B能力已经基本做到对标英伟达A100。

就目前国内AI芯片的发展程度而言，逐渐有足够的技术储备和能力支撑国内AI的发展。

电子创新网CEO张国斌表示：“国内的一些厂商，比如华为的昇腾系列的性能表现基本不输英伟达AI芯片，至少比英伟达‘减配版’要高，所以很多国内企业转而向国内公司订购，或者干脆自研。”

盘古智库高级研究员江瀚表示，就目前国内AI芯片的发展程度而言，虽然与国际领先水平存在一定的差距，但国内已经有一些优秀的AI芯片企业，如华为、平头哥半导体等。这些企业通过自主研发和技术创新，已经取得了一定的成果。同时，国内也有一些AI芯片初创企业，正在快速发展壮大。因此，从技术储备和能力支撑方面来看，国内AI芯片的发展是有一

## 英伟达“钱途”黯淡

中国是英伟达的重要市场，如果失去了这一块“大蛋糕”，对于英伟达来说是无法接受的。

此次中国市场的反应是英伟达始料未及的。中国是英伟达的重要市场，如果失去了这一块“大蛋糕”，对于英伟达来说是无法接受的。英伟达2023财年第三财季的业绩报告显示，来自中国大陆地区(包含香港)的收入为40.3亿美元，占比22.4%。来自中国台湾地区的收入为42.3亿美元，占比23.5%。两块市场合计收入为82.6亿美元，占比为45.9%。

调研机构TrendForce分析师Frank Kung表示，中国云计算企业目前约80%的高端人工智能芯片



英伟达计划再次绕开美国出口禁令，为中国厂商提供特供芯片，但可能因性能问题被中国厂商拒买。视觉中国/图

定基础的。

实际上，此前包括华为、寒武纪、平头哥半导体、摩尔线程等AI产业链相关企业都展示过自家的AI芯片或新进展，尤其是华为昇腾910B能力已经基本做到对标英伟达A100。

科大讯飞董秘、副总裁江涛此前就曾表示，当前华为昇腾910B能力已经基本做到对标英伟达A100。

而华为创始人任正非此前在接受采访时也表示：“华为的AI集群已支持16000板卡，将来的一个超节点集群可管理几十万板卡，可支持超高速互联、超高效的液冷散

热、瞬时爆发式供电，达到系统高可用，这些都不弱于美国。”

张国斌认为：“数据、算法、算力是人工智能发展的三要素，在数据方面，我们是全球领先的，虽然在算法上相对国外落后，但差距并不大。在三要素中，算力是差距最大的，但也足以支撑国内AI产业的发展，只是差别在于要多用几片GPU、功耗要更高一点。而且我们有一个独特的条件，就是大量的应用场景。人工智能最终落地，需要应用场景。所以将这些因素结合起来，国内AI发展优势反而是非常明显的。”

## 演唱会“走进”电影院 暗藏两大行业变革

本报记者 张靖超 北京报道

在2024元旦档上映的十余部影片中，《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》是一个“另类”，因为该片为市场上较为罕见的演唱会电影。

《中国经营报》记者了解到，该片没有剧情，基本上只有音乐和演唱会现场，而且与大多数电影是经过专业制作公司、发行方再入院线不同，演唱会电影通常采取分线发行的方式，由片方(即音乐唱片公司)直接与影院、院线对接，跳过了多个中间环节。

“演唱会电影通常是乐队、歌手巡回演唱会时随行跟拍的影像。因此，直至今日，这种片子究竟算不算电影都有争议。即便算是电影，也应被归入到纪录片这个类别。”从事电影制片的金妍(化名)说，“演唱会电影的商业属性比纪录片强，而且往往是作为演唱会的附属衍生产品，成本很低。由于并非音乐唱片公司的主要业务，因此他们对这种片子的预期不高，有时候会带来比较高的投资回报率。”

多位业内人士告诉记者，《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》之所以会引发行业的关注，一是该片已在全球席卷约2.62亿美元的票房，在国内也获得超过6000万元的票房，无论是全球还是国内都创下了这一类型影片的纪录；二是该片在海外采取的是分线发行模式，国内2023年11月才开始试水这一新的模式，该片的案例将为国内探索、完善分线发行模式提供经验；三是国内外许多影院公司都在探索除了放映电影以外的其他变现路径，分线发行及其影片让影院尝试降低经营风险的路径，同时减少对电影业上游的依赖，有利于探索实现“影院+”的多元化转型。

## 音乐和电影的跨界

“几十年前的披头士、皇后乐队、迈克尔·杰克逊等乐队、歌手的演唱会，其实都有在现场拍摄的影片，后来会制作成影碟、胶片，或者卖给电视台，或者通过音乐唱片、磁带销售的渠道来赚取收入，很少会选择电影院这个渠道。”金妍说，“随着电影院音响设备的升级，特别是IMAX、杜比环绕音响设备开始普及，一些人发现了跨界的可能，电影院里放演唱会的影像，也会收获不错的体验。”

据灯塔研究院发布的《2023

## 分线发行的探索

其实，泰勒·斯威夫特并非首个将演唱会搬上大银幕的歌手。2009年10月，中国内地曾经引进迈克尔·杰克逊的演唱会电影《就是这样》，当年斩获4830万元票房，该片在全球的总票房为2.61亿美元。2011年，国内人气组合五月天推出的《追梦3DNA》将44场演唱会的精华做成电影集合，上映后在中国内地也收获3000万元票房。之后十余年，五月天曾经多次将演唱会搬上大银幕，崔

## 电影院的多元化尝试

从某种意义上来说，演唱会与电影院的属性是冲突的。演唱会的互动性强，允许观众现场拍照。电影院往往要求观众不得喧哗，影响其他人观影，更不允许拍照录像。

2024年元旦档，在仪式感营销大行其道的背景下，不乏观众在观看《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》一起跟唱；或者影院在观众入场时发放荧光棒等物品，



为了提供营收水平，电影院急需找到多元化的收入来源。视觉中国/图

年演出市场用户消费变化与趋势》,自2020年开始,演唱会的复

## 分线发行的探索

健、王力宏等国内的其他歌手也纷纷效仿,但从票房表现来看,大部分并不理想。

在采访中,多位业内人士表示,演唱会电影属于小众类型,因此发行模式上更适合分线发行的模式。

记者了解到,分线发行指的是影片面向特定观众,通过选择特定的院线,发行到特定影院中。也就是说,分线发行的影片只会在某些特定的院线中放映,而观众可以根

据观影偏好来选择不同的影院。我国在此前一直采取统一发行的模式。在该模式下,由院线进行统一的排片和物料安排。

“对于有较多预算和资源的商业大片来说,统一发行更合适。但缺乏资源的中小成本影片、纪录片、文艺片及地域特点较强的影片在商业院线很难获得较高的回报,它们更适合分线发行模式。”上述人士告诉记者,分线发行模式在电影市场较为发达的

来自英伟达,未来五年这一比例可能会下降至50%~60%。他补充说,未来美国收紧芯片管制将对英伟达在中国的销售造成额外压力。

## 分线发行的探索

据观影偏好来选择不同的影院。我国在此前一直采取统一发行的模式。在该模式下,由院线进行统一的排片和物料安排。

“对于有较多预算和资源的商业大片来说,统一发行更合适。但缺乏资源的中小成本影片、纪录片、文艺片及地域特点较强的影片在商业院线很难获得较高的回报,它们更适合分线发行模式。”上述人士告诉记者,分线发行模式在电影市场较为发达的

全球总决赛举行,上海多家万达影城举办同步影院观赛活动,观赛票和电影票价格差不多,就是电影院多元化转型的尝试之一。

“这几年全行业都在探讨电影院的利润增长点,除了电影、爆米花和可乐之外,影院是不是还能打造一个‘影院+’的概念。像演唱会直播、电竞、体育比赛转播等都有与电影院融合的可能。”大地影院的一位经理说,“当然,这

的新用户也是所有类别的线下演出中最高。

但线下演唱会购票难、票价高、选座难,这就给演唱会电影一定的市场空间。

2023年12月31日,在北京一家电影院看完《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》后,观众张女士向记者表示:“看演唱会的话,首先票就很难买到,明星的名气越大,票越难抢,黄牛票价也会被炒得很高。但在电影院看演唱会就不一样,好多电影院都有排

国家与地区较为成熟,不过在中国内地才刚刚开始探索。

国家电影局2021年发布的《“十四五”中国电影发展规划》明确提出,想要建设一个高水平的电影市场,必须要实现分线发行、分众发行和分区发行。2023年贺岁档,我国首次开始实行分线发行,《沉默笔录》《非诚勿扰3》等影片均采用了分线发行的模式。

上述人士说:“演唱会电影针对的观众比较垂直,比较适合分

线发行。而此前,受限于发展状况,国内演唱会电影都还是采取统一发行。今后再有演唱会电影,音乐公司就必须对歌手或乐队的粉丝有清晰的了解,制订有针对性的分线发行计划。”

不过,“分线发行会挑战原有产业链利益格局。”金妍说,“在统一发行模式下整条产业链都想从影片里分一杯羹。但分线发行不然,相当于跳过了部分环节。这对于跨界的音乐人来说挑战很大。”

施(比如降价),国内客户仍旧会考虑购买英伟达芯片。国内AI大模型市场快速膨胀,英伟达不会在这个时间点轻易放弃。”

“我估计短期内还不会,”王树一表示,“毕竟很难去找另一个市场来弥补这一块,如果丢掉了就是真丢掉了,英伟达也在美国商务部允许规则内为自己争取最大利益,而本土芯片供应商如果能在性能、易用性上接近英伟达,拿下一些典型客户,反而可能有利于英伟达游说美国政府调整相关限制政策。”

肯定还需要政策允许,而且电影院的硬件设备、收入分成等问题也都需要考虑。”

中国电影股份有限公司北京电影发行分公司副经理马惟也表示,未来考虑将话剧、音乐剧、演唱会、歌剧的舞台纪录片等更多内容引入电影院,通过高清技术的加持,舞台作品可能有更加全方位、无死角的呈现,为观众带来区别于剧场的差异化体验。