

中芯国际晋级全球第二大晶圆代工厂

本报记者 李玉洋 上海报道

全球晶圆代工市场正在逐步复苏。

近日，国内晶圆代工厂“一哥”中芯国际(688981.SH)发布了2024年第一季度财报，该季度营收125.94亿元(约合17.5亿美元)，同比增长19.7%，环比增长4.3%，创下历史同期新高纪录(仅低于2022年第一季度的18.42亿美元)。而国内另一大晶圆代工厂华虹半导体(01347.HK)2024年第一季度实现销售收入4.60亿美元，结束了季度营收的下降趋势，环比微涨1%。

《中国经营报》记者注意到，中芯国际该季度营收表现已经超过联电(17.4亿美元)、格芯(15.5亿美元)。除去三星、英特尔等IDM企业之外，在晶圆代工企业中成为仅次于台积电(5926亿新台币，约合188.5亿美元)的公司。

对此，长期关注中芯国际的资深分析师王如晨表示：“尽管毛利率、净利润无法与联电、格芯相比，但这还是有意义的：全球独立代工已在两大维度呈现为分裂状态，一是中国内地和海外代工体系，二是成熟制程与前沿制程。”

王如晨还认为，即便排名在未来几个季度甚至更长时间内可能会出现变动，但中芯国际的行业地位将进一步提升，同时话语权也会持续加强。

对于当前的晶圆代工行业整体情况，市场调研机构TrendForce集邦咨询分析师乔安表示：“晶圆代工经历4-6个季度的库存修正期后已大致度过低谷，近期消费性产品客户库存回补的动能使得晶圆代工产能利用率已开始复苏，但该动能仍因总体经济环境的疲弱而受限。”

三类消费市场正在回暖

国际上的消费市场正在恢复，库存消化已经接近尾声，并在三处市场展现出回暖迹象。

需要指出的是，与强劲的收入增长形成对比的是，中芯国际第一季度实现归属于上市公司股东的净利润为5.09亿元(约合7180万美元)，同比下滑68.9%。对此，公司表示，主要系产品组合变动、折旧增加及投资收益减少所致。

而对于远超预期的业绩表现，中芯国际联席CEO赵海军在业绩电话会上表示：“一季度集成电路行业整体处于恢复阶段，客户库存逐渐好转，较三个月前的情况，公司看到全球客户备货意愿有所上升，以库存的确定性来应对市场环境的不确定性。”

赵海军指出，从国内市场来看，有的客户争取到了更多的市场份额，因此需要提前拉货“落袋为安”，有的客户在积极做好库存准备，以抢占先机，从而应对快速变化的市场需求；而国外客户方面，有的客户出于地缘政治考量，提前将库存提高到理想水位，因此也进行了一定程度的备货。

第一季度财报显示，中芯国际

成熟制程重镇

“中国内地有望成为全球成熟制程的最大重镇，而中芯国际的地位将进一步提升。”

TrendForce集邦咨询的统计数据显示，在2023年第四季度的全球晶圆代工市场，市场份额前五厂商分别为台积电(61.2%)、三星(11.3%)、联电(5.8%)、格芯(5.4%)和中芯国际(5.2%)。

记者注意到，台积电、联电、格芯等公司第一季度财报也已出炉，通过横向对比，可以更全面地了解中芯国际以及当前晶圆代工行业的情况。

财报显示，台积电第一季度合并收入为5626.4亿新台币(约合人民币1257.50亿元)，同比增长16.5%，环比下降5.3%，净利润为2254.9亿新台币(约合人民币503.97亿元)，同比增长8.9%，环比下降5.5%；联电第一季度营收约为17.1亿美元，同比增长0.8%，净利

润为3.27亿美元，同比下滑35.4%；而格芯第一季度营收为15.49亿美元，环比、同比均下降16%，净利润为1.34亿美元，同比下降47%。

从严格意义上来说，三星、英特尔的晶圆代工服务并不算纯晶圆代工，所以，中芯国际今年第一季度的营收超过了联电和格芯，成为仅次于台积电的纯晶圆代工厂。

对此，电子创新网CEO张国斌表示：“中芯国际取得如此骄人的业绩，主要是多方面因素促成：第一，中国区作为中芯国际的主要收入来源，占比达到81.6%；第二，在目前全球逐渐复苏的产业中，如智能手机、消费电子、计算机与平板、互联与可穿戴以及工业与汽车业务等，大部分需要成熟工艺，这也是中芯国际的强项，中芯国际第一季度出货了179万片8英寸当

量晶圆，环比增长7%，同时产能利用率提升至80.8%，这些大部分来自正在复苏的上述行业；第三，中芯国际管理层为了应对市场挑战，采取了降本增效措施，提升了营收，但其毛利率比前几年同期有所下降。”

虽然全球第一季度的集成电路行业整体处于恢复阶段，但正如华虹半导体总裁兼执行董事唐均君所说的那样，整体半导体市场的景气尚未摆脱低迷。“尽管AI server为2024年增长动能最强的应用类别，但其整体市场规模相较于智慧型手机之类消费性产品仍有限，晶圆代工产能消耗量最大的应用别仍为智慧型手机。因此，整体晶圆代工产业要迎来下一波强势复苏，仍需观察2025年消费性终端应用的复苏程度。”乔安表示。

市场展现出回暖迹象。

第一类市场，低功耗蓝牙、物联网以及MCU的新产品加量需求开始显现。

第二类市场是显示相关器件。赵海军表示，今年是“体育年”，体育赛事扎堆，导致如机顶盒、电视的销售体量在世界范围内扩张，相关订单量明显高于去年。

第三类市场是智能手机。中芯国际表示，目前观察到中国智能手机的厂家表现出很强的进取心，在市场竞争中努力保持或扩大已有份额，并在显示驱动、摄像头、快充以及Wi-Fi等方面都产生了更大需求，目前处于供不应求的状态。

产能利用率能反映在市场周期变化中的供求关系，是当前外界关注半导体公司健康发展的一项重要指标。2024年第一季度，中芯国际产能利用率为80.8%，去年同期为68.1%，而上一季度为76.9%，显示出正在缓慢回升的态势。

不过，赵海军今年曾在采访中直言，芯片代工行业的产能利用率短



中芯国际上海总部。

视觉中国/图

间内很难回到前几年90%以上的高位。他还表示，并不担心供应过剩，中芯国际的工厂目前运营利用率很高，没有面临订单短缺的问题。

展望今年第二季度，赵海军表示，可以看到部分客户的提前拉货需求还在继续，预计出货量会继续上升，公司通过降本增效抵消了降价带来的影响，但伴随产能规模的

扩大，折旧逐季上升，毛利率预计环比下降。

“今年一季度收入超越指引，二季度预计继续成长，因此上半年预计较同期增长两成，但客户上半年的紧急拉货是否在提前透支下半年需求，公司还在谨慎密切观察，下半年还没有完全看清楚。”赵海军说道。

张国斌也指出，目前产业复苏的趋势不能完全确立，中芯国际第一季度很多营收来自厂商备货，要看未来产业是否真正复苏。“晶圆代工行业目前复苏前景很难判断，所以很难有比较明显的趋势，主要热点还是汽车电子、边缘智能等。”他表示，确切地说汽车周边电子都不需要高级工艺，全球85%的芯片都是成熟工艺制程，而我国在成熟工艺领域日益占据重要位置。

财报显示，从制程节点来看，今年第一季度华虹半导体在55nm及65nm工艺节点实现61.5%的同比增长，在0.25μm工艺技术节点实现83.7%的同比增长，前者主要得益于CIS及其他电源管理产品的需求增加，而0.25μm工艺技术主要得益于逻辑产品的需求增加。

王如晨也指出，全球独立代工

正呈现出“中国内地和海外代工、成熟制程与前沿制程”两大维度的分裂状态，“中国内地有望成为全球成熟制程的最大重镇，而中芯国际的地位将进一步提升”。

“别看中国(半导体产业)持续被美国钳制，但由于我们不仅拥有半导体制造，更有终端系统以及应用层面的协同，从而拥有整体输出的能力。即便美国接下来进一步在供应链、离岸制造服务上限制中国，比如限制越南、墨西哥等第三方国家与中国合作，但中国全链路能力依旧可以化整为散、模块化地灵活输出。”王如晨表示，不是所有国家都会服从美国的指挥，在多边合作中连美元结算货币都开始加速缩减，“美国的霸权不可能没有边界，我们也没有放弃更前沿的制程”。

出境游火热 谁在出行?

本报记者 李立 上海报道

“五一”假期，下沉市场和出境游成为增长两极，越来越多的国人选择出境旅行。

携程数据显示，“五一”假期，人出境旅游订单增速高于国内

自由行占比超八成

从各个OTA平台的总结数据看，中国港澳地区以及东南亚、日韩等短途国家和地区是出境热门目的地，长途出境目的地主要是美国、澳大利亚、英国。

由于日元汇率下跌，导致赴日性价比大幅提升，日本成为旅客青睐的热门目的地。去哪儿数据显示，“五一”期间热门目的地TOP10为泰国、日本、马来西亚、韩国、新加坡、印度尼西亚、越南、美国、菲律宾、澳大利亚，飞往日本的机票预订量较2019年增长六成以上，增幅位列十大目的地首位。

值得注意的是，与疫情前相比，自由行开始成为假期出境游的主流。飞猪方面对记者表示，今年“五一”假期自由行占比超八成。出游门槛相对更高的欧洲、非洲等目的地，自由行的理念也越来越受欢迎，很多年轻游客倾向于将原本“一团全包”的行程，拆解为“几天跟团游+几天自由行”，兼顾效率和自由度。

自由行开始成为出境主流，与游客追求个性化体验和简单、透明服务的大趋势有关。在业内人士看来，在出境游客群中，年轻人占比逐年提升，尤其是自由行客群中年轻人比例上升更为明

显，年轻人已经成为出境游市场的一股新生力量。

飞猪方面监测显示，今年“五一”假期出境游复苏加快，在去年大幅反弹的基础上，仍然以接近翻倍的速度增长。

出境游正在成为疫情后拉动文旅市场复苏的新动力，不过《中国经营报》记者调查发现，随着Z世代成为出境游的新生力量，“目的”大于“目的地”，自由行等新消费趋势，正在带动出境游发生结构性变化。

核心原因是出境游的供给端整体恢复情况较好。从民航局发布的统计数据看，一季度国际航班客运量已经恢复至2019年同期的78%，与主要地区的直航航班数量也在快速增加中，国际机票票价也基本恢复到了正常水平。

其次是出境游各个业态恢复情况较好，出境邮轮、境外地接、租车等服务业态都在快速恢复中，有效支撑了需求端的复苏。

再次是中国的“免签朋友圈”快速扩容，与新加坡、马来西亚、泰国等国的签证互免政策纷纷落地，相关的政策效应为出境游需求的恢复创造了良好的条件。



“五一”假期首日，上海浦东国际机场迎出境旅游客流高峰。

视觉中国/图

“目的”大于“目的地”

“一个月前就跟朋友规划去泰国，我们不想按部就班地打卡，而是想探索更有当地特色的内容，比如某个区的夜市、某个街角的酒吧。”苏州游客邹先生对记者表示。

像邹先生这样不再简单出游打卡，而是追求独特体验的出境游客越来越多。今年夏季，“目的”大于“目的地”的出行趋势在中国旅行者中持续火热。

爱彼迎中国方面数据显示，想要亲赴现场见证运动健儿精彩表现的奥运迷们，让法国在奥运会时搜索热度同比增长近8倍，跃升为今年夏天热搜目的地第二，首都巴黎的热度更是出现同比近11倍暴增。

记者注意到，2022年，爱彼迎中国宣布暂停支持境内游房源、体验及相关预订，仍然聚焦出境游业务。爱彼迎方面表示，爱彼迎中国出境游业务正在持续稳健

增长，预计到2024年年底，中国出境游将反超2019年同期水平。

“从玩法意向分布来看，‘出境游+’是大势所趋，出境观光/度假与探险、演唱会、体育赛事等旅行需求的融合都是比较受欢迎的玩法。由于年轻人对于个性化、差异化的旅游体验需求快速增长，他们更倾向于探索更多的非传统目的地。”

随着演唱会之类演出消费的持续升温，跨境观演的出境游玩法成为很多年轻消费者的新选择。”程超功表示。2023年9月份，同程旅行与周杰伦嘉年华世界巡回演唱会2023曼谷站主办方联合推出的酒店+演唱会门票的平价套餐一经上线即告售罄。

注意到出境游趋势和人群结构的变化，文旅市场也在产品端开始了改造。

据同程旅行方面透露，正在通过与马来西亚、泰国、新加坡等热门目的地建立紧密的合作关系，通过强化“线上+线下”的旅游消费全场景覆盖，持续优化出境游、邮轮旅游、签证等度假服务体验。

“女性作为出境旅游的重点人群，也是韩国市场的重点消费群体。2024年江浙沪皖飞往韩国的航班每周达到282班，周末去韩国游玩正成为一种趋势。”韩国旅游发展局上海办事处人士对记者表示。

为了吸引更多的人踏上韩国体验之旅，韩国方面特别针对大学生、职场族、宝妈、退休阿姨等

群体推出11款女性解压游韩国产品。包括适合学生族高性价比和充满韩流氛围的“舞动首尔Be a K-Pop Star! 主题1日游”，适合职场族轻奢及韩式变美体验三件套的“炫彩韩国四日游”，以及适合退休阿姨在传统历史氛围中打造新自我的“韩式养生四日游”等产品。

伴随旅行趋势和产品设计的改变，洞察出境消费人群也变得迫切。

每日互动大数据以出境游人群常用的地图、攻略指南、酒店预订等功能性App的活跃人群为样本，为记者独家提供的数据显示，出境游人群的男女性别并无太大差别。18—24岁及35—44岁两个年龄段人群对出境游的偏好相对突出，00后在出境游方面依然活跃，成为旅游市场生力军。

每日互动大数据还发现，出境游人群来自一、二线城市居多，高消费水平人群占主导。对出境游偏爱指数排名前三的分别是北京、上海和深圳。他们生活品质较高，是有娃又有宠物的幸福之家。爱旅行的他们更偏好自驾，日常出行新能源车偏好明显，日常关注饮食健康，也关注身体健康，其中对美食菜谱和对运动减肥类的应用偏好指数较高。

值得注意的是，出境游人群对金融理财的偏好十分明显，是富有经济头脑的高效办公人士。漫漫旅途热衷解密类游戏和知识类阅读，他们大概率也是实体书阅读的爱好者。