

# 中国大陆晶圆代工“报价平稳” 未有“杀价抢单”

本报记者 李玉洋 上海报道

近日,中国台湾《经济日报》报道称,中国大陆晶圆代工厂在成熟制程代工上祭出大幅折扣,其中12英寸晶圆的代工报价仅为中国台湾晶圆代工厂的6折,8英寸晶圆代工价则在此前降价的基础上再

## 成熟制程不输国际同行

根据调研机构TrendForce集邦咨询的预估,2024年中国成熟制程产能在全球占比约三成。

“美国钳制我们的高端芯片,促使或倒逼我们在成熟工艺上锻造自己的核心竞争力,而且是面向全球的。”半导体行业资深观察人士王如晨提醒,市场上纷繁复杂的各种消息需要甄别和审视,美国虽然无法直接限制中国出口芯片,但是可以通过关税来影响我们的出口,从而达到影响中国芯片产业的目的。

研究机构Omdia半导体产业研究总监何晖则告诉记者:“中国大陆成熟制程技术水平和产能都相当不错,已经不输于全球第二梯队的晶圆厂。”她指出,中国大陆晶圆厂即便调整成熟制程的市场报价,对台积电、世界先进等以成熟制程为主力的台系晶圆代工厂的影响也有限。

对于成熟制程芯片的含义,行业通常将其视为28nm及以上制程的芯片,这一制程范围囊括除了AI芯片、手机芯片等需要先进制程工艺的芯片之外的绝大多数芯片,如模拟芯片、蓝牙芯片、射频前端芯片、功率半导体等,可广泛应用于消费电子、汽车、家电等多个领域。

在新冠疫情时期,晶圆代工成熟制程需求强劲,严重供不应求,而随着驱动IC、微控制器(MCU)、电源管理IC等成熟制程主力产品需求一路疲弱,加上厂家扩产原因,成熟制程市场如今已是买方市场。

事实上,在2023年11月下旬,就有传闻称,台积电、世界先进、力积电等成熟制程晶圆代工厂为了提

折价20%~30%,并称这引发了台系芯片设计厂商转至大陆晶圆代工厂投产。

而后,美国拜登政府在圣诞节之前突然对中国成熟制程(28nm及以上)半导体发难,启动所谓“301调查”,范围触及汽车、医疗设备、航空航天、电信、发电和电网等

行业的下游产品。

《中国经营报》记者注意到,在美国多重技术封锁下,中国半导体行业奋发图强,近年以来在芯片制造工艺上取得了显著的进步,但在晶圆代工上并未有所谓“杀价抢单”行为。中芯国际(688981.SH, 00981.HK)联合首席执行官赵海

军在此前的财报会议上就表示:“要随行就市。”还有一家做高清视频芯片公司的技术负责人对记者表示:“从成本构成上说,这报价(指市场上流传的降价)基本不可能。”该负责人还肯定地对记者表示,没有看到中国大陆晶圆代工厂有适当降价的消息。



中国半导体行业奋发图强,近年以来在芯片制造工艺上取得了显著的进步,但在晶圆代工上并未有所谓“杀价抢单”行为。 视觉中国/图

升产能利用率,在2024年第一季度成熟制程晶圆代工报价的基础上大幅砍价。

“从前年下半年开始,其实成熟工艺并不缺产能。”何晖说。咨询公司荣鼎集团在相关报告中表示,成熟制程方面的价格战在2023年年底已经白热化。

在2024年第一季的财报会上,赵海军坦言:“公司很多战略客户,无论机顶盒还是智能手机,市场上如有其他竞争者开出更低价格,我们就可能丢掉单子,几千万元的订单就不见了。我们还是要随行就市,跟客户一起去面对市场竞争。”

针对所谓的“杀价抢单”,根据《科创板日报》相关报道,一名中国大陆头部晶圆厂的管理层人士表示,进入今年第四季度以来,其所

在晶圆厂报价“目前平稳”,来自显示驱动、电源管理等类别的产品订单“还不错”。

群智咨询观察到,2024年第四季度中国大陆晶圆厂降幅约5%,且集中在12英寸产品。“目前,晶圆代工厂价格已处于较低位置。”群智咨询半导体事业部资深分析师杨圣心认为,大幅度的降价将不会是普降,预计2025年较为激进的价格战在晶圆代工行业发生的可能性较低。

而在2024年第三季度财报会上,赵海军认为,随着前年和去年的新建厂项目投入建设,中国大陆产能一直处于扩张的状态,“现在和明年的产能可能还处于供过于求的状态,继而带来价格松动”。

综上,目前还未有中国大陆晶圆代工厂将对成熟制程大降价,但

或有微小降价的趋势。

在何晖看来,中国大陆晶圆代工厂在成熟制程上的进步比较快,尽管在一些对于工艺有特别要求的细分领域还赶不上台积电、格芯等,但在绝大多数应用场景,中国大陆的代工水平和国外基本上没有太大的区别。

根据调研机构TrendForce集邦咨询的预估,2024年中国大陆成熟制程产能在全球占比约三成(包含台积电、联电的中国大陆厂房)。“大多数中国大陆晶圆代工厂已稳定量产制程推进至55/40nm,28nm技术则待持续扩充平台制程,其中推进较快的包括显示驱动IC(DDI)、图像传感器(CIS)以及图像信号处理器(ISP)等。”TrendForce集邦咨询分析师钟映廷表示。

## 最大的半导体消费市场

根据中国海关总署发布的2024年前11个月中国货物贸易进出口数据,中国集成电路出口总额为1.03万亿元,增长20.3%。这是中国集成电路出口额首次突破万亿元。

其实,今年以来一直有外媒爆料,称美国政府正在审查中国大陆在成熟制程芯片制造领域的领导地位。

记者注意到,在发起301调查之前,今年12月初,美国商务部工业和安全局(BIS)发布了一份成熟制程芯片报告,其中有这样一组数据值得注意:大约四分之三的美国芯片销售并非来自中国大陆晶圆代工厂代工的芯片,而在那些确实使用中国大陆代工厂的美国芯片厂商中,中国大陆代工厂制造仅占整体产量的6%。也就是说,美国芯片公司只是将很少部分的订单交给中国大陆晶圆代工厂制造芯片。

对此,中国商务部回应称:美方出于对华打压及国内政治需要,对中国芯片产业相关政策发起新的301调查,将扰乱和扭曲全球芯片产业链供应链,也会损害美国企业和消费者的利益。

“中国是全球最大的半导体消费市场,有最大的半导体客户群,在如今的地缘政治格局下,尚未找到任何能够取代中国的市场。”何晖表示,像ST、英飞凌等IDM厂商选择加强与中国本土代工厂在成熟制程上的合作,从Made in China到Made for China,也是一种重新稳定中国市场的策略。

她还提到,虽然成熟制程本身利润率不是特别高,但考虑到中国大陆晶圆代工厂现在工艺水平并不比国外同行差,价格上如有一些灵活性,加上与直接客户保持着比较好的关系,中国大陆晶圆代工厂对全球来说都很有吸引力。

上述成熟制程芯片报告还提到,72%的询问者认为中国大陆晶圆的价格更便宜。除了价格,一些美国公司表示,找不到替代品以及支持中国市场的终端销售也是选择中国大陆晶圆代工厂的理由。

根据中国海关总署发布的

2024年前11个月中国货物贸易进出口数据,中国集成电路出口总额为1.03万亿元,增长20.3%。这是中国集成电路出口额首次突破万亿元。

“成熟制程这类芯片对应的是中国最成熟、规模也很大的出口品类,即各种消费与工业电子。”王如晨表示,世界先进、格芯等其实很紧张,因为中国大陆晶圆代工厂在成熟工艺上的竞争力越来越强,“这种产能开得很足,现在还在建,而且扩充的类别越来越大”。

王如晨还特别提到市场对于晶圆代工行业的促进作用。他表示,中国大陆晶圆代工厂若能推动适应多类型的异构芯片的研发,那么竞争力会更强,“因为中国拥有大量场景,还有终端系统的支持”。

记者了解到,目前联电、世界先进等以成熟制程为主力的台系晶圆代工厂产能利用率已滑落至70%以下。从全球角度看,钟映廷认为2024年创造晶圆代工产业成长主要动能为AI Server,使得晶圆厂也呈现两极化状态,先进制程需求强劲、供不应求,“而28nm(含)以上成熟制程则相对疲弱,全年平均产能利用率外企处在75%~80%区间”。

“由于地缘问题持续,也使得不同区域的晶圆代工厂面临不同的情况,就中国大陆晶圆代工厂成熟制程而言,受惠于IC国产替代、本地化生产以及家电节能补贴等政策驱动,使得中国大陆晶圆代工厂成熟制程显得更有支撑动能。”钟映廷表示。

对于美国政府决定对中国成熟制程发起301条款贸易调查,美国半导体行业协会(SIA)总裁兼首席执行官John Neuffer发表声明称,中国是全球半导体行业的主要参与者,“我们敦促美国贸易代表办公室在整个过程中谨慎行事,并与行业密切合作”。

# 电影跨年档:仪式感营销和故事内核需兼顾

本报记者 张靖超 北京报道

距离2024年结束还剩不到一周时,原本定档在12月31日的《小小的我》《误杀3》等在预售、点映阶段便备受关注的影片,纷纷宣布提档至12月27日或12月28日上映。

值得注意的是,历年来的12月31日,单日全国总票房通常都在5亿元以上。放眼全年,只有春节档时的单日票房会稳定高于这一水平。因此,跨年档(12月31日)近年来被视为一个重要的独立档期。

对于两部影片此番将首映日从12月31日向前提的原因,《中国经营报》记者采访了解到,在客观上,支撑跨年档的一个客观原因是元旦假期的时长,后者在一定程度上决定了12月31日上映的影片的后续票房产出。但往年大部分的元旦假期时长为3天,2025年元旦假期仅有1天,因此,提前到前一个周末上映也是片方增加票房增长时间窗口的选择。

不过,与春节档、国庆档等档期相比,跨年档有两大特点,一是自诞生之日起就和仪式感营销紧密联系在一起;二是从过往跨年档的热门影片在12月31日会呈现忽然的票房爆发,但这一天过后,又会迅速衰退。什么是仪式感营销?观众又为何会对此买单?为何跨年档容易出现票房的爆发与闪崩?记者对此采访了多位从业者。

## 最年轻的档期

在12月31日的跨年夜去看一场电影,这一消费行为并不是新鲜事。广东省电影行业协会副会长、国家一级电影文学编辑祁海告诉记者,跨年夜的影片每年都有。但是电影市场将12月31日作为一个单独的电影档期予以重视,却是近几年才有的。

作为一家影视行业的第三方数据统计平台,灯塔专业版将全年大大小小的电影档期划分出13个,其中既有热度最高的春节档、暑期档、国庆档、五一档,也有天数较少、相对冷门的六一档、七夕档

## 票房“一日游”

虽然跨年档的票房产值十分可观,但是从过往的数据中可以看到,选择在12月31日公映的影片中,仅有2020年的《送你一朵小红花》的累计票房超过10亿元。在灯塔专业版统计的自2018年以来在跨年档公映的98部影片中,票房超过1亿元的仅有9部。

结合跨年档单日的大盘票房产出可以发现,在该档期上映的影片,12月31日过后,最多持续至元旦假期最后一日,票房产出普遍出现边际增长乏力,甚至断崖式下滑,鲜有依靠口碑形成长尾效应的案例。换句话说,绝大部分在跨年档上映的影片,只会市场经历短暂的“一日游”,赚一把快钱,

但其余档期被纳入统计的时间均是从2014年开始,而跨年档被纳入统计的时间却是2018年。

在猫眼专业版上,记者注意到,跨年档被单独作为档期纳入统计的时间是2022年,而其他档期被纳入统计的时间则均是从2011年开始。

可以说,跨年档是截至目前电影行业最年轻的档期。而这个档期的诞生以及成形离不开仪式感营销。

“自2018年《地球最后的夜晚》打出‘一吻跨年’的营销噱头

便不会再溅起任何浪花。

从影片口碑的角度来看,记者发现,在灯塔专业版统计的自2018年以来总票房排在前十名的跨年档影片中,仅有3部影片的豆瓣评分超过了6.0分。这一成绩与一年之中的其他任何档期相比,均处于明显落后的状态。

一部影片如果通过前期的宣传与营销,或许可以在上映前几日获得很高的排片和票房,但是口碑质量会决定后续的票房增长、排片与走势,乃至上映后的版权议价。

以2023年跨年档的票房冠军《一闪一闪亮晶晶》为例,其豆瓣评分仅有4.9分,在去年12月31日,累计票房就达到5.52亿元,此

以来,在电影院跨年逐渐成为一项潮流。不少影片在跨年档设立特殊场,例如13点14分上映,或是在0点结束放映的场次,都有独特的仪式感场景提供,给观众带来更多的观影情绪价值。去年12月31日13点14分开场的特殊场票房突破5000万元,《一闪一闪亮晶晶》“下雪场”营销更是火爆出圈,今年岁末即将上映的《名侦探柯南:迷宫的十字路口》《小小的我》等影片也将有“樱花飞舞”这样的特殊场上映。灯塔专业版数据分析师陈晋说。

后每日票房产出都呈现出断崖式下滑,从今年1月1日到1月3日,每日票房分别为5698万元、1087万元、715万元;作为开启跨年档的《地球最后的夜晚》,豆瓣评分6.9分,2018年12月31日的票房为2.63亿元,但一天后的2019年1月1日,票房便骤降至1123万元。

在2024年中国金鸡百花电影节上发布的《2024中国电影观众变化趋势报告》(以下简称《报告》)指出,在情绪需求之外,一个足够吸引眼球的故事也是观众走进电影院的核心动力。在《报告》统计的阻碍观众进场或影响票房走势的因素中,口碑差、故事俗套、题材或故事不吸引人、制作粗糙这四大因素断崖式领先其他因

清华大学品牌营销研究员孙巍认为,仪式感营销通过差异化的手段,不仅有助于与影院同档期的影片竞争,而且有助于将观众带入情景氛围之中,这种美好体验能带来互联网口碑传播,拉动电影票房。

数据显示,自2018年跨年当天大盘首次突破5亿元以来,跨年档的票房表现相对比较稳定,2023年12月31日当天,大盘更是创下了7.34亿元票房的历史新高,跨年档的档期效应非常突出。

“从购票人群来看,首先在年龄上跨年档的年轻观众占比远高于

于全年均值,尤其是学生群体,2023年跨年档24岁及以下观众占比超过36%,性别上跨年档的女性购票占比也更突出,区域上则是三、四线城市票房贡献更突出。值得一提的是跨年档双人购票占比也会显著高于大盘,达到六成以上,情侣观影的比例相较日常有大幅提升。”陈晋告诉记者,反映在影片供给上,跨年档上映的新片中,剧情、爱情、喜剧类型供给更突出,比如2023年跨年档票房冠军就是爱情片《一闪一闪亮晶晶》,票房达到了7亿元。

此外,《报告》显示,观众临时决定购票观影时,影片口碑评分、类型题材及故事内容是最重要的考虑因素。

在《报告》中,万达电影董事长兼总裁、著名制片人陈祉希表示,从审美趣味角度来看,观众们的鉴赏水平在日益提高,对电影的叙事、质感、价值内核的要求,都达到了很高的水准。目前,市场对于头部内容的渴望愈发强烈,只有更多思想精深、艺术精湛、制作精良的优质内容出现,才能满足庞大的市场热情、回应市场的呼唤。

此外,记者还了解到,灯塔研究院的试映数据显示,好故事能够增强观众的推荐意愿。

从事电影制片的金妍说:“实际上,在每年元旦结束后,至春节档到来之前,通常还会有三周到一个月的时间。在这段时间里,基本不会有热门的商业类型片上映。这对于上年年末的新片来说,意味着竞争压力小,这段时间其实是一个比较好的票房滚动增长期,就类似于每年春节档的大片,有接近一半的票房都是在春节假期结束后到清明假期之前的这段时间获得的。但是从过去多年的情况来看,从元旦至春节的这段时间,却是行业的淡季。这说明,绝大部分在跨年档乃至前一年贺岁档上映的影片,没有抓住并利用好这将近一个月的时间。”