科创前线

渠道SSD价格下调 存储市场行情出现分化

中经记者 陈佳岚 广州报道

经历了近一年的价格上涨后，存储市场开始出现松动信号。

10月27日，CFM闪存市场发布的渠道报价显示，截至10月27日当周的渠道SSD（固态硬盘）价格全面下调，部分产品单周跌幅超过10%。与此同时，上游闪存晶圆现货贸易价格出现回落，“双11”期间部分零售SSD产品也出现降价促销。

不过，渠道SSD价格回调并不意味着整个存储市场已经进入降价周期。《中国经营报》记者注意到，原厂存储资源官方报价仍处于高位，渠道内存条价格也相对稳定。与此同时，部分存储企业第三季度净利润环比下降，存储价格上涨对企业盈利的边际贡献正在发生变化。

从渠道端降价，到上游资源价格松动，再到存储企业盈利表现出现分化，存储市场正在释放哪些信号？市场变化仍需持续进一步观察。

渠道SSD价格普遍回调 零售市场仍处高位

10月27日，CFM闪存市场发布的渠道报价显示，截至10月27日当周的渠道SSD价格全面下调。其中，低容量、旧接口产品跌幅居前：120GB SATA单周下跌11.76%至15美元，256GB PCIe 3.0下跌13.16%至33美元，240GB SATA下跌11.11%至32美元。1TB PCIe 3.0下跌5.17%至116美元，即便跌幅最小的2TB PCIe 4.0，也录得4%的下调。

记者了解到，渠道SSD通常是指模组厂面向白牌客户、中小型笔记本电脑客户及零售品牌客户的报价。与原厂直接面向大客户的供货价格相比，渠道报价更容易受到短期供需变化、市场竞争及库存情况的影响。

那么，渠道价格下调是否已经传导至消费末端？

今年的“双11”大促已经启动，多家平台已开启优惠活动，记者注意到，部分SSD产品已经出现降价促销。在“慢慢买”网站上，通过对比多款固态硬盘产品的历史价格趋势可以发现，近期部分大容量SSD产品的到手价有所下降。以一款京东平台在售卖的闪迪1TB固态硬盘为例，近一周该产品的到手价约为899元，而10月15日之前，其到手价至少为969元。

一位存储产品渠道商也向记者表示，近期硬盘价格确实出现回调，但幅度有限，1TB硬盘的价格下降约30元至40元，整体价格仍处于高位。

部分低容量产品的价格变化同样值得关注。一款梵想128GB SSD在10月初的价格约为159元，目前到手价降至135元。

零售端降价并不意味着消费者已经能够以较低成本购买存储产品。

CFM分析师指出，“双11”原本是3C产品销售的重要窗口，但SSD自2025年第四季度起大幅涨价。尽管2026年第二季度受淡季需求影响，价格一度转跌，但此前累计涨幅仍然较高，当前价格明显高于涨价前水平。即使叠加“双11”补贴，消费者实际支付的价格仍然偏高，除非存在刚性需求，否则促销对购买意愿的刺激可能有限。

从渠道报价到零售终端，SSD价格虽然出现回调，但整体价格水平仍处于高位。这也意味着，本轮降价更多体现为高价背景下的局部调整，尚不能据此判断整个存储市场已经进入全面降价阶段。

上游资源价格松动 渠道SSD率先承压

渠道SSD价格为何率先出现普遍下调？

CFM闪存市场报告显示，2026年第三季度中下旬，仅个别渠道存储厂商为缓解业绩压力，率先采取降价抢单策略，但当时尚未对整体市场形成明显影响。国庆节后，部分小厂跟进降价，国内市场逐渐增强。近期，更多厂商被迫跟进以推动产品出货，叠加上游资源价格松动，最终导致截至10月27日当周的渠道SSD价格全面下调。

CFM闪存市场指出，尽管原厂官方报价仍在高位坚挺，但近期NAND Flash晶圆现货贸易价格已经加速回落。从市场交易情况来看，国庆节后，市场需求疲态逐渐显现，买方警惕心理增强，采购行为趋于谨慎。个别投机者则通过压低报价，以相对较低的价格买入资源，再通过快速交易赚取差价。截至目前，多数512GB TLC及1TB QLC晶圆的贸易价格与原厂官方报价之间的差距已超过30%。

原厂官方报价与现货贸易价格之间的差距扩大，也在影响存储厂商的采购决策。

CFM闪存市场分析认为，尽管原厂官方报价始终高位坚挺尚未松动，但存储厂商普遍库存积压。随着晶圆官方报价和贸易价的差距进一步拉大，个别存储厂商对特定资源存在少量备货需求，将优先考虑从价格更有优势的贸易市场补充库存，此举亦能同时有效摊薄整体采购成本。而原厂虽然多数以控货的方式进行稳价，但不可忽视的是，晶圆贸易价正持续成为部分存储厂商向原厂采购资源的重要参照物，双方价格预期差距将进一步拉大，在原厂态度强硬不愿让价的情况下，部分晶圆官方报价也将有价无市、难以成交。

一位存储行业分析师对记者表示，本轮渠道SSD价格下调具有一定的结构性特征。渠道SSD主要采用降规资源，而非原厂高等级常规资源。近期降规资源价格出现松动，降低了以渠道市场为主的存储厂商的采购成本，也使其在成品定价方面拥有更大的调整空间。

值得注意的是，与渠道SSD价格全面下调不同，渠道内存条价格并未出现同步回落。

CFM闪存市场发布的报价显示，截至10月27日当周的渠道市场DDR4、DDR5各容量产品报价与前一周基本持平。CFM闪存市场报告指出，当前国内外DDR资源价格走势开始分化。基于海外原厂颗粒生产的DDR5内存条定价较高，海外原厂颗粒价格仍在上涨，且供应趋紧，包括欧洲在内的海外市场的PC客户价格接受度相对较高，但相关产品从方案导入到验证通过仍需要一定时间，对相关内存条价格形成一定支撑。相比之下，国产DDR次级颗粒价格有所松动，当前高价已然触及多数亚太地区行业客户的最大承受范围，仅个别客户新开高端项目释出少量需求，而价格谈判仍在拉锯。

上述存储行业分析师也向记者表示：“渠道内存条尤其是DDR5 UDIMM，7月至10月份的价格整体呈逐渐上涨趋势，其中一个重要原因是供应紧张，降规DDR5颗粒的价格仍在上涨。”CFM闪存市场进一步分析称，SSD方面，因资源价格普遍维持高位，个别原厂甚至仍有调涨意愿。同时，由于资源成本居高不下，下游的存储厂商短期内仍倾向于维持价格。



存储涨价的速度正在趋缓，市场正在从单边上行转入分化与松动。 视觉中国/图

企业盈利环比变化 存储涨价动能趋缓

事实上，存储涨价的速度正在趋缓，市场正在从单边上行转入分化与松动。这一点，从一些模组厂、晶圆厂2026年的三季度业绩预告中也能看到一些迹象。

江波龙（301308.SZ）日前披露的业绩预告显示，前三季度净利润同比依然爆发式增长，但第三季度归母净利润预计为34.23亿至43.23亿元，对比第二季度的67.15亿元，环比下滑35.6%至49.0%。江波龙官方解释称，2026年第三季度全球存储器市场供需格局总体仍然偏紧，但受前期较高价格基数影响，DRAM和NAND Flash价格涨幅较前期明显收窄，存储价格上涨对公司盈利的边际贡献显著趋缓。行业正从消费类价格周期转向AI驱动的技术周期。

香农芯创（300475.SZ）于10月26日披露的2026年第三季度报告显示，公司前三季度实现营业收入1064.26亿元，同比增长303.14%；归母净利润53.40亿元，同比增长1386.13%。单看第三季度，公司实现营业收入462.21亿元，归母净利润16.99亿元。相比之下，公司第二季度归母净利润为23.14亿元，第三季度净利润环比下降约26.6%。

存储晶圆厂方面，长鑫科技（688825.SH）已发布2026年前三季度业绩预告推算，公司第三季度归母净利润预计为533.95亿元至548.95亿元，环比增长约1.04%至3.88%。第三季度利润同比增长依然很快，但环比增速有所放缓。

再早之前，另一家市场机构TrendForce集邦咨询发布的数据报告预估，2026年第三季度一般型DRAM合约价格预计环比上涨13%至18%，NAND Flash合约价格预计环比上涨10%至15%。AI推理和大型数据中心建设仍在支撑NAND Flash需求，服务器应用也继续对DRAM需求形成支撑。但消费型存储市场的涨价动能正在减弱。TrendForce集邦咨询指出，合约价格已攀升至历史高点，PC、智能手机等消费端客户在需求放缓的情况下，对价格承受力已达极限，预估整体NAND Flash合约价增长较前几季出现放缓迹象。

这意味着，AI服务器相关存储需求仍有支撑，但消费电子领域的采购意愿、成本承受能力以及不同产品的供需关系，正在影响价格走势。

CFM市场分析师对记者表示，对于存储厂商而言，第四季度是存储厂商完成全年业绩目标的最后节点。在市场需求偏弱、同业竞争加剧的背景下，渠道SSD出货难度将增加，厂商可能需要在价格、出货量与库存管理之间作出权衡，利润空间也面临进一步挤压。

广电“十五五”规划出台 明确两个“不低于95%”

中经记者 张靖超 北京报道

近日，国家广播电视总局（以下简称“广电总局”）发布了《广播电视和网络视听“十五五”规划》（以下简称“广电‘十五五’规划”）。其中提出了十项“十五五”时期的广播电视和网络视听发展预期性指标，即到2030年，累计推出优秀视听理论宣传作品100部、优秀电视剧（网络剧）100部、新时代经典纪录片100部、优秀动画作品100部、优秀微短剧500部，以及具有较强影响力的省级及以上广电新媒体客户端数量不少于20个、行政村应急广播主动发布终端覆盖率不低于80%。

除此之外，技术维度的布局同样密集且指向明确。人工智能渗透率不低于95%、有线电视和IPTV超高清终端综合占比不低于95%、新型终端应用数量不少于1.5亿端。这三组预期性指标，勾勒出未来五年广电视听技术演进的基本轮廓。

人工智能进入应用探索深水区

广电“十五五”规划提出，强化人工智能能力建设和应用，推进各类视听语料汇聚，加强智算基础设施布局建设和协同调度；构建行业级共性技术服务能力，强化数据、算力、模型高效供给；打造行业垂类大模型与智能体，深化人工智能在内容、网络、服务、安全、监管等各领域各环节创新应用，以典型应用场景为牵引，创新业态模式。此外还提出，搭建行业级共性技术服务平台，构建高质量视听数据集，孵化行业模型，搭建中试试验平台，形成集算力、模型、应用开发工具于一体的技术底座；运用以大模型为代表的新一代人工智能技术，发展智能体及适配虚实融合场景的智能应用，赋能节目策划、内容生产、安全播出、审核监管、国际传播、公共服务等领域。

“现阶段人工智能主要集中在内容生产与创作，如策划、分镜、配音、剪辑及微短剧生成；其次是审核监管，用来快速排查海量音视频；还有传播分发做用户画像和推荐；另外在国际传播的多语种译制、应急广播等公共服务，也开始使用AI。”深度科技研究院院长张孝荣向《中国经营报》记者介绍道。

而95%的渗透率目标，也意味着人工智能在广电视听行业的定位已经进入“全流程嵌入”的深水区。

广电“十五五”规划则为人工智能在广电领域的应用与探索提供了方向。

对于广电视听行业人工智能渗透率的预期性目标，天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为，这是一个覆盖全产业链的综合性指标。在统计口径上，它兼顾技术落地广度与应用深度，既包含内容生产、播控、监管、服务等业务环节中AI工具的启用比例，也纳入AI对业务流程的改造程度、业务产出由AI参与生成的比重。区别于单一硬件渗透率，该指标更看重AI是否真正嵌入业务闭环，而不是浅层试用。它锚定行业数字化转型目标，用来衡量智算底座、垂类模型、数据集、智能应用在视听产业的渗透水平，用来评估从辅助提效到业态重塑的整体进展。指标设计也贴合广电监管、公共服务、内容生产多重属性，兼顾产业应用价值与意识形态安全要求，是衡量整个视听行业AI转型成熟度的综合性标尺。

但渗透率从来不是规划的唯一关切。根据广电总局当下的要求，使用人工智能技术生成制作、播出的节目必须添加内容标识；制作关键环节及成片内容必须坚持人工审核把关；严禁“AI魔改”。同时，发展AI并非“替代人力”。例如在微短剧领域，广电总局网络视听节目管理司司长王小亮此前公开明确表态：“真人剧是精品创作的主力，要大力扶持。”平台被要求开设“真人剧”专区，以真金白银让好作品有市场、有回报。

多重因素共振推动超高清产业

除人工智能外，超高清在广电“十五五”规划中也被多处提及。

公开信息显示，超高清在“十四五”末期已经完成了一轮关键积累。2025年被确定为“超高清发展年”后，新拍摄的电视剧、网络剧、纪录片已全面实现超高清化；中央广播电视总台和各省市台超高清频道总数到今年年底将达到23个，位居全球前列；全国有线电视和IPTV超高清机顶盒总量达到3.86亿台，75英寸以上超高清电视逐渐成为消费主流。

消费电子行业分析师梁振鹏告诉记者，广电部门近年来大力推广超高清有几大核心动因。

一是国家战略牵引产业升级、公共服务升级，技术、生态、自主、可控四大维度的多重共振。梁振鹏介绍：“具体来说，国家战略与政策体系的刚性牵引，超高清产业已经被纳入国家‘两重’‘两新’战略体系，是数字中国建设的核心抓手之一。”

二是产业升级的刚需，培育新质生产力，拉动全产业链升级，而超高清是典型的能够带动内容制作、终端制造、芯片研发、传输网络等上下游千亿级市场扩容的产业。

三是公众服务升级，超高清可以升级公共文化服务，大幅提升主流内容的传播感染力，是强化主流舆论阵地的关键技术支撑。

广电产业分析师吴纯勇则补充道：“从内部来讲，这几年全国广电系统以省为单位进行整合，整个广电体系要以集团化的形式，从集团到地方做市场化的事情，例如5G。而推进超高清，则能够加快整合进程。从外部来讲，传统广电业务受到IPTV、OTT等新兴业态的冲击，在此背景下，超高清作为一种具备竞争力的新业态是需要大力推广的。除此之外，当下的消费者或用户，对于看电视并没有像使用手机这样，具有极强的习惯依赖。而超高清则能够更多地为消费者或用户提供一些创新体验，也能为产业提供新的创新土壤。”

广电“十五五”规划设定的“有线电视和IPTV超高清终端综合占比不低于95%”，意味着超高清将从头部平台的“亮点配置”变为全行业的“基础配置”。

一个容易被忽略的细节是自主技术标准的落地节奏。国产菁彩影像与菁彩声标准正在加快应用，千元级菁彩声家庭音响已在普及。这意味着超高清的推进，更是一次从内容生产到终端呈现、从技术标准到产业生态的系统性重构。

梁振鹏还表示：“推广超高清技术、发展超高清产业能够实现核心技术自主可控，构建标准话语权。这是我国视听领域实现从技术跟跑到标准领跑的关键赛道。”

新型智能应用直指广电业老问题

如果说AI涉及创新、效率和治理，超高清是产业链升级的契机，终端升级则直接指向一个困扰行业多年的老问题：老百姓打开电视的体验，为什么越来越复杂？

答案藏在“一体化电视”这个新概念里。广电总局会同工信部制定的技术标准，核心思路是将机顶盒功能以软件形态内置到电视机中，用户只需一个通用遥控器，即可一键开关机、一键看频道节目。

广电“十五五”规划对“新型终端”的定义远不止于一台更简洁的电视。预期性指标中1.5亿端的应用数量，涵盖了一体化电视、插入式微型机顶盒以及家庭综合智能终端三类形态。后者的想象空间更大：集视听节目、康养陪护、少儿教育、智能家居于一体，支持方言语音、手势交互、跨屏联动。

吴纯勇表示，新型终端应用一方面能够为消费者、用户带来便捷；另一方面，对产业链来说，形成了升级迭代的需求，能够拉动相关行业的增长。

“有线电视和IPTV超高清终端占比超过95%，这个指标意味着我国有线电视和IPTV收视终端将在2030年基本完成超高清化的全面代际。切换从增量推广彻底进入存量全面覆盖的终局阶段，核心体现在标清时代正式全面终结，家庭视听基础设施全面升级。超高清的全产业链将完成闭环跑通，并且打开下一代视听生态入口，因为95%的超高清终端底座，将直接支撑1.5亿台新型智能终端落地。把传统电视大屏从单一化收视工具升级为家庭智慧交互入口。”梁振鹏说。

值得注意的是，升级为新型智能终端，并不意味着需要强制置换。

“它仅在部分地区换新整机时，可以叠加消费补贴，所以，普通存量用户有大量低成本甚至零成本的替代升级方案。”梁振鹏补充说道，“现有的传统机顶盒可正常使用至2027年年底过渡期结束，不会要求用户必须淘汰旧设备完成升级。而且绝大多数存量智能电视都可以用低成本的方案完成升级，完全不用更换整机。”