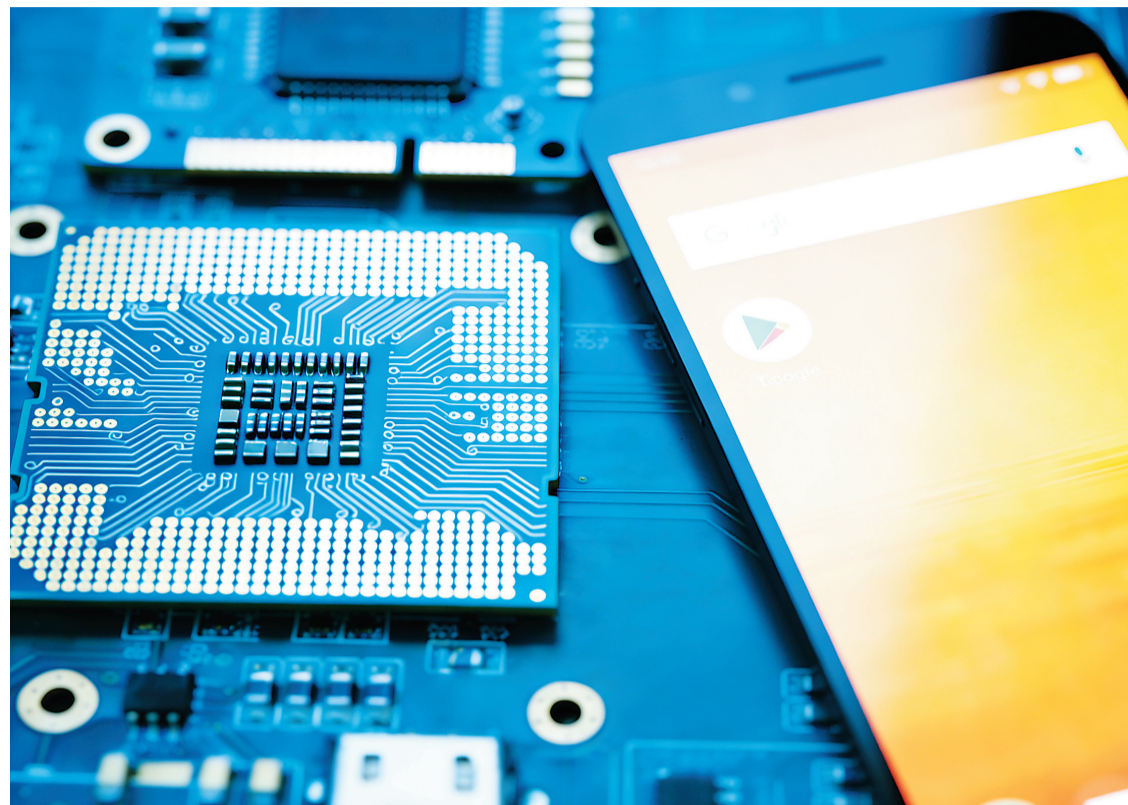


全球“芯荒”推升消费电子价格

在人工智能热潮下,包括谷歌、微软和Meta在内的科技巨头都在大量采购内存芯片,以支持其人工智能中心,这导致全球存储芯片供不应求,尤其是传统电子产品市场可用的存储芯片愈发不足。随着全球存储芯片短缺困境迟迟难以缓解,多位科技行业人士警告称,“缺芯”问题正不可避免地向下游传导,许多消费电子产品价格已经大幅上涨,而且这一势头预计还将持续很长时间。



涨价潮

近段时间以来,一场席卷全球的内存涨价潮正在深刻改变着电子消费市场的格局。自去年起,三星、SK海力士、美光等存储原厂纷纷将产能向高带宽内存(HBM)等企业级产品倾斜,导致消费电子领域所需的运行内存DRAM(手机上的专用形态为LPDDR)和NAND闪存供应持续吃紧。

存储芯片的涨价幅度究竟有多猛?TrendForce集邦咨询在报告中,将2026年第一季度Conventional DRAM合约价季涨幅从预估的55%—60%上调至90%—95%;NAND闪存合约价季涨幅也从33%—38%的预估上调至55%—60%。

另据国家发展改革委价格监测中心2月28日发布的数据,截至2026年1月份,全球存储芯片两大主要产品DRAM(内存)和NAND闪存价格均创下自2016年有统计数据以来的最高值。以主流型号DDR4 8Gb颗粒为例,部分型号的现货价格从2025年低点的3.2美元飙升至15美元,累计涨幅高达369%。

而随着存储芯片涨价,其在手机整机成本中的权重急剧上升。以iPhone17 Pro Max为例,2025年其存储芯片在BOM(物料清单)中占比已超过10%,相较2020年iPhone12 Pro Max的约8%明显跃升。北京群智信息技术咨询有限公司发布报告称,2025年第四季度相比第一季度,存储芯片涨价使得手机整体的BOM成本增加了8%—12%。

TrendForce表示,过往存储器在智能手机

机的物料成本占比为10%—15%,如今已上升至30%—40%。“上调终端售价似乎已成为维持运营的必然选择,品牌同时需重新调整产品比重或配置,以应对当前存储器持续飙升的市况。”

事实上,国内手机市场已经感受到了涨价潮。3月16日,继OPPO、一加启动调价后,vivo与iQOO官宣部分产品建议零售价调整;在此之前,三星、荣耀、小米等主流厂商已先后上调旗下新品售价,覆盖手机、平板、笔记本电脑等多个品类。

国家发展改革委价格监测中心表示,当前存储芯片正处于上涨周期。从近年来看,在AI服务器算力需求持续增长的带动下,全球存储芯片市场供不应求局面仍将持续,存储芯片价格将继续上涨态势,并正逐步传导至

消费电子终端产品。小米创始人雷军近日表示,由于AI需求的暴涨,内存价格飙升,对手机等相关业务影响很大。

AI“抢走”内存

为什么本轮存储芯片涨价如此凶猛且持续?核心原因在于:AI产业的爆发,正在“抢走”原本属于智能手机的内存产能。广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅表示,本轮手机价格调整主要源于存储芯片价格的上涨,随着生成式AI(人工智能)与大模型训练需求的爆发式增长,存储芯片已从传统的消费电子元器件跃升为战略性基础设施资源,这种产业地位的跃升必然带来价值链的重构,从过去的价格竞争转向技术壁垒与生态服务的综合较量。

与普通服务器相比,每台AI服务器对DRAM与NAND的需求分别约为普通服务器的8倍与3倍。随着生成式AI、大模型训练需求持续攀升,各大存储原厂纷纷将产能转向HBM(高带宽内存)、DDR5这类高利润产品。这直接导致面向智能手机的LPDDR内存供应空间被大幅压缩,供需缺口持续扩大。据产业链消息,AI相关的存储产能已被头部云厂商提前锁定,部分企业甚至已开始洽谈2027年的供应合同。消费级存储的产能配额,正被持续挤压。

西南大学经济管理学院副教授刘建新表示,人工智能算力需求大量占用存储产能,生成式人工智能与大模型训练快速发展,使得服务器对高带宽内存需求激增。三星电子、SK海力士、美光科技等存储大厂纷纷将手机存储芯片产能转向利润更高的AI算力相关产品,直接导致消费级芯片供应紧张。自2025年底以来,存储芯片现货价格持续走高,单台手机存储成本涨幅达10%至30%,涨价成为部分厂商维持现金流、稳定供应链的无奈之举。

值得注意的是,华为、苹果暂未跟进涨价。对此,刘建新分析认为:两大品牌利润率显著高于行业平均水平,具备自行消化成本上涨的能力,甚至可通过让利提升性价比、抢占市场;同时,二者在供应链与核心技术上具备优势。“苹果与高通、英特尔等长期合作,拥有稳定的议价权;而华为凭借自研麒麟芯片实现核心部件自主可控,这也充分说明掌握核心技术对企业抗风险能力的重要作用。”

短期难以缓解

鉴于内存愈发短缺,众多行业专家预测,不只是手机,许多消费电子产品如笔记本电脑、平板电脑,价格将上涨20%或更高。“我认为在接下来的12到24个月里,价格将迅速上涨。”北温哥华的Concept Computers公司的德怀特·杜博维茨(Dwight Dubowits)预计。杜博维茨从事电脑行业已超过40年,他表示内存短缺正在给电脑行业带来巨大冲击。

他表示:“我认为600美元(约合人民币4131元)档位的笔记本电脑和廉价台式机在现阶段已基本接近消失。”“如今入门级电脑产品价格价格在800到900美元(约合人民币5509元至6197元)之间。我们看到,现在想要买一台基本功能、质量尚可的笔记本电脑,价格甚至要高达1200或1300美元(约合人民币8263至8952元)。”

业内预计,存储芯片供不应求的问题短期内难以缓解。IDC表示,存储供应挑战将在整个2026年持续,并可能延续至2027年。同时,今年下半年存储价格上涨速度或将放缓,但价格仍将继续上升并保持在高位。

TrendForce进一步指出,新建存储工厂从宣布建设到投产至少需要两年时间,最快也要到2027年下半年才能释放有效产能。这意味着,未来1—2年内,消费电子厂商将长期面临存储成本高位波动的压力。

北京商报记者 赵天舒

F 聚焦

联合利华加速退出食品赛道

继剥离立顿茶业务、分拆梦龙冰淇淋之后,联合利华在食品板块的调整再进一步。3月20日,联合利华发布声明表示,公司已收到针对其食品业务的收购要约,目前正与味好美公司(McCormick&Company, Inc.)进行商讨。目前尚无法确定双方最终是否能够达成任何交易协议。据行业研究估计,该业务股权价值高达290亿欧元。

同日,味好美官方也发布声明回应表示,公司确认正与联合利华就一项涉及联合利华食品业务的潜在战略交易进行商讨。公司将定期评估其投资组合和战略选择,以期在履行其受托责任的前提下,并咨询其财务和法律顾问的意见,实现股东价值最大化。

公开信息显示,联合利华的食品业务主要包含家乐(Knorr)和好乐门(Hellmann's)两大品牌,这两大品牌目前贡献了联合利华食品销售额的60%。味好美是知名调味品公司,旗下品牌包括味好美、大桥、纷乐味、纷乐旗等。

从财务表现来看,2023—2025年,联合利华食品业务营收分别为132亿欧元、134亿欧元、129亿欧元。其中,联合利华在2025年财报中提到,食品业务增长主要来自新兴市场,但整体市场环境依旧低迷。分品牌看,家乐品牌过去一年实现低个位数增长,但在发达市场销量略有下滑;好乐门品牌实现中个位数增

长,主要受益于销量提升及持续推进的高端化策略;联合利华饮食策划业务业绩持平,在中国市场销量有所下滑。

面对市场环境挑战,近年来联合利华不断拆分业务、出售食品品牌。

据不完全统计,2022年,联合利华正式将立顿全球茶业务以45亿欧元出售给私募基金CVC Capital Partners。2024年,联合利华宣布拆分含有梦龙、和路雪和可爱多等品牌的冰淇淋业务,并于2025年12月完成拆分;2024年12月,公司宣布将Unox、Zwan出售给荷兰食品公司Zwanenberg Food Group,Comimex也被联合利华出售给芬兰公司Paulig。2025年1月,联合利华将其在德国Knorr品牌旗下的意大利面酱零售业务出售给意大利食品生产商Casalasco;3月,将素食品牌The Vegetarian Butcher出售给总部位于荷兰的Vivera;12月,将旗下健康零食品牌Graze出售给Candy Kittens的德国

母企Katjes International。

联合利华首席执行官Fernando Fernandez也在财报电话会议上表示,2025年将进一步聚焦增长品类,并加大对美容健康及个人护理领域的投入。企业的发展战略是更多美妆、更多健康、更多个人护理、更多高端产品、更多电商、更多美国市场、更多印度市场。

据他透露,美容和个人护理业务目前占企业收入的51%,但联合利华的目标是将其提升到三分之二(即约66.7%)。在过去十年,公司已显著减少了对食品和饮料业务的投入。

盘古智库高级研究员江瀚表示,面对外部环境的压力,联合利华食品业务持续承压,营收增长乏力,甚至出现下滑,通过出售非核心食品品牌,逐步退出增长乏力的市场,将资源集中于美容、个人护理及健康等快速增长领域,以实现更高的盈利能力和市场竞争力。这一系列动作反映出其战略取舍的核心在于聚焦高增长、高利润的业务领域。

“若此次完成对食品业务的出售,这一转型动作不仅有助于联合利华优化业务结构,提升整体盈利能力,还能更好地应对市场变化,抓住新兴消费趋势。美容、个人护理及健康领域具有更高的增长潜力和利润空间,符合联合利华长期发展的战略需求,有助于其在未来市场中占据更有利的位置。”江瀚认为。

就出售食品业务的相关问题,北京商报记者对联合利华方面进行采访,截至发稿未收到回复。

北京商报记者 陶凤 王悦彤

· 图片新闻 ·

能源告急 多国进入“节能模式”



17日,斯里兰卡科伦坡,民众在加油站排队购买燃油。视觉中国/图

随着中东局势延宕,全球能源市场开始剧烈波动,多国已启动节能应对,政策也从软性倡导逐步升级至强制性限制。据不完全统计,目前压力最大的是高度依赖中东供应的南亚和东南亚国家。从上周开始,斯里兰卡正式进入“四天工作周”状态——政府宣布每周三为大多数公共机构的假日。当地的政府部门和中小学、大学都变成一周上四天班/学,医院等基本服务将继续保持开放。其余“打工”则被要求能在家上班就在线办公,并尽量少用汽油。同时斯里兰卡也推出了“国家燃料通行证制度”,要求机动车主注册以分配有限的燃料购买额度。

全球人口第八大国孟加拉3月初就已经宣布关闭全国所有大学,并要求所有教育机构也全部停课,以节约用电。这个95%能源依赖进口的国家,也同时关闭了多家国营化肥厂,将有限的天然

气优先供给发电厂以避免大规模停电。

马尔代夫和尼泊尔也对当地普遍用于烹饪的液化石油气实施配给制度,并呼吁家庭改用电炉。

同样的情况也发生在印度。面对液化石油气的供应限制,当地餐饮公司不得不精简婚礼等宴请的菜单,或者寻找木炭或木材等其他燃料。随着销量激增,亚马逊网站上许多电磁炉品牌已经脱销。

国际能源署(IEA)表示:“仅靠供给侧措施无法完全抵消此次冲击的规模。应对需求是缓解消费者压力的一项关键且立竿见影的工具。”

该机构上周五向全球各国政府、企业和家庭发表倡议,呼吁上班族居家办公、尽量不乘飞机等。该机构还建议各国考虑通过车牌单双号限行措施,并限制私家车进入大城市特定区域。

北京商报综合报道