

董事长面对面

佰维存储董事长孙成思：

把握黄金窗口期 构建自身“护城河”

■本报记者 丁 蓉

当前，全球存储器行业正处于长景气“超级周期”，产业链机遇集中迸发，行业格局加速重塑。深圳佰维存储科技股份有限公司（以下简称“佰维存储”）精准捕捉发展的黄金窗口，业绩实现快速增长。该公司今年上半年业绩预告显示，预计实现归属于母公司所有者的净利润70亿元至75亿元，是去年全年的8倍至9倍。

当前“超级周期”行至哪一阶段？佰维存储是怎样根据周期波动落子布局的？面向未来，该公司又有哪些长远规划？带着上述问题，《证券日报》记者于近日对佰维存储董事长孙成思进行了专访。

在孙成思看来，本轮周期之所以被称为“超级周期”，主要是因为人工智能算力基础建设拉动存储器市场需求。与以往周期维持在两个季度至三个季度不同，本轮行情暂无短期结束迹象。佰维存储不仅在存储器应用层面持续探索，而且在晶圆级封测、芯片设计、测试设备等方面进行投入，以把握黄金窗口期，构建自身“护城河”。

供给紧张格局仍将延续

存储器被誉为“半导体行业风向标”，当前，其市场格局高度集中，DRAM（动态随机存取存储器）和NAND Flash（闪存存储器）两大类产品均由少数头部厂商主导全球供给，产品价格波动幅度显著大于其他半导体品类。

佰维存储自2010年成立以来，已历经多轮周期起落，沉淀出成熟的风控体系与市场研判能力，该公司持续深耕技术、打磨产品、拓展客户。近年来，佰维存储逐步切入Meta、Google、阿里、小米等海内外头部客户的供应链体系，并凭借稳定的交付能力，与这些头部客户的合作越来越深入。

自去年9月份以来，全球存储器价格开启一轮强势上行情，引爆市场“超级周期”。孙成思分析：“本轮周期短时间内或不会结束。人工智能基础设施建设，正彻底重塑存储器需求结构，行业供给紧张

格局仍将延续，本轮周期的时间跨度将显著超越之前的几轮周期。”

“超级周期”给存储器企业带来的挑战与机遇并存。孙成思认为，该公司现在面临的最大挑战是存储晶圆市场供应的短缺。“不单单是佰维存储，很多同行以及上游供应商都面临同样的挑战。对此，公司已经采取相应措施，包括今年上半年签了两份比较大的意向型采购合约，锁定了对应的配额，能够充分保障存储晶圆的供应。”孙成思说。

根据佰维存储披露的公告，今年3月份，公司与一存储原厂签订15亿美元存储晶圆合同，提前锁定未来24个月的部分基础用量。今年6月份，佰维存储又与一存储原厂签订18.61亿美元采购合同，以降低存储晶圆价格波动对成本的影响，锁定中长期存储颗粒的产能。

对于“超级周期”蕴藏的市场机遇，孙成思表示：“人工智能浪潮之下，当前在企业级服务器用存储器领域，迎来很多新的市场机遇，这一部分的需求量非常可观。长远来看，人工智能技术将带动端侧产品的创新，未来，端侧产品对存储器的需求也将持续扩容，行业长期成长天花板将持续抬高。”

紧扣需求打造增长极

今年8月份，佰维存储自研的企业级大容量固态硬盘在美国加利福尼亚州举行的闪存峰会上重磅亮相。这款专门为人工智能数据中心和服务器打造的存储器，具备高性能、低延迟、高可靠特性，精准匹配算力时代核心需求，产品一经亮相便获得业界高度关注。

《证券日报》记者了解到，今年以来，佰维存储将企业级存储器确立为核心战略赛道。面向人工智能数据中心、服务器、云计算等应用场景，佰维存储持续加大企业级存储器的研发投入力度与市场拓展力度，相关产品线加速丰富，构建起涵盖企业级固态硬盘、服务器内存模组等品类的产品矩阵。

“每一轮产业周期，都会催生全新的市场需求。在上一轮周期中，佰维存储聚焦消费电子领域的



图①在《证券日报》深圳路演中心，记者（左）专访佰维存储董事长孙成思
图②佰维存储自研测试设备
图③佰维存储位于广东东莞的晶圆级先进封测生产线

钱柏禧 王宝鑫/摄
公司供图

客户，提供了丰富的存储器解决方案。本轮周期，算力需求成为带动全球存储器市场高景气的核心因素，因此在企业级产品这一块，公司将根据市场趋势迅速布局。”孙成思表示。

佰维存储团队正快速响应市场需求，集中研发资源攻坚企业级存储产品，快速实现技术落地与规模出货。目前，佰维存储企业级存储器产品已顺利进入海内外一线客户的供应体系，订单充足、交付稳定。

“当前，企业级存储订单充足，我们的资源保障也能够有效匹配这些订单需求。接下来，公司将继续加大在服务器用存储器领域的战略性投入和布局，把这一板块打造成公司的新增长极。”孙成思说。

抢抓红利、着眼未来

在抢抓当前周期红利的时候，佰维存储也面向未来做了充分的部署，尤其加速构筑企业核心壁垒。

“一方面，我们将继续延伸在存储器应用层面的业务优势，发掘更多细分领域、细分市场，服务更好的优质客户。另一方面，我们正在进行全产业链的布局，包括上游测试设

备、中游芯片设计、下游晶圆级封测等，在未来潜在的风险到来之前，建立自身的‘护城河’。”孙成思表示。

据悉，在晶圆级封测领域，佰维存储已经走在行业前列。根据弗若斯特沙利文的调研数据，佰维存储是全球当前唯一一家具备晶圆级封测能力的独立存储解决方案提供商。

“晶圆级封测是先进封测的一个重要趋势，海外头部企业正在积极布局。我公司位于东莞的晶圆级先进封测制造基地已经进入试运行，正按客户节奏稳步推进打样与验证工作，预计今年年底实现批量交付。”孙成思说。

在集成电路领域，人才是发展的基石。孙成思高度重视企业人才队伍建设，不仅建立了科技人才培养进修、优秀人才引进制度，还采取股权激励措施，吸引和留住公司核心骨干与管理人员，充分调动他们的积极性和创造性。

自2022年12月份科创板上市以来，佰维存储在2023年至2025年连续三年都推出限制性股票激励计划，形成长效激励约束机制，有效提升核心团队凝聚力和企业文化核心竞争力。在完善长效激励机

制的同时，佰维存储持续强化股东回报。2024年，该公司投入约2000万元回购70.35万股股份并完成注销。2025年进一步投入约1.5亿元回购139.91万股股份并注销。今年7月份，孙成思再次提议以2亿元至2.5亿元回购公司股份并全部注销。若本轮回购足额落地，将成为佰维存储上市以来投入金额最大的一笔股份回购。

在人工智能重构全球半导体产业格局的浪潮中，以佰维存储为代表的企业，主动把握产业变革窗口期，从产品突围迈向全链突围，从国内市场迈向全球市场。据悉，佰维存储已经向香港联交所递交H股发行并上市的申请，以深化公司全球化战略布局，提升公司国际化品牌形象，并进一步提升公司核心竞争力。

“随着国产存储技术持续迭代、产能规模稳步扩张，全球客户认可度不断提升，借助本轮行业周期，我国存储产业全球竞争力进一步跃升，国产存储器产品正走向世界。佰维存储将以硬科技实力筑牢企业成长底盘，在全球人工智能浪潮中持续突围。”孙成思表示。

高金价推动黄金消费“轻量化”

■本报记者 梁傲男 实习生 孙艺菲

七夕将至，近期黄金消费热度有所升温。在北京SKP商场七夕活动期间，即便是工作日，老铺黄金门店前仍排起长队，顾客等候时长普遍达到2小时至3小时。正在排队的程女士对《证券日报》记者表示：“商场有满减活动，这时候买比较划算，我想买个克重小一点的玫瑰花窗吊坠，送给自己当七夕礼物。”

记者走访发现，今年七夕前夕，黄金消费的“轻量化”特征明显——小克重、高颜值的金饰产品，正从“婚庆刚需”转变为“悦己日常”。

在业界看来，黄金消费“轻量化”趋势最直接的推手是金价持续高位运行。截至8月16日，国际现货黄金价格已达4375美元/盎司，8月份以来累计上涨8.37%。记者走访了解到，周生生、老庙黄金、周六福等品牌足金饰品报价普遍超过1320元/克。

天风证券研报认为，消费者普遍存在“买涨不买跌”的心理，金价上行有利于营造赚钱效应，促进消费决策达成。但与此同时，品牌首饰金价格水涨船高，直接抬高了购买门槛。

一位金饰专柜销售人员对《证券日报》记者表示，过去千元左右的小克重金饰曾是年轻人送礼的热门选择，如今市面主流成品金饰动辄两三千元起步，平价款式越来越少。中国黄金协会此前也表示，高金价抑制了黄金首饰整体消费，但低克重、设计感强、附加值高的产品依然受到青睐。

广州艾媒数聚信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示，一边是消费者“想买”的意愿被金价上涨激发，一边则是“买得起”的门槛被金价抬高，两股力量的拉扯，促使消费者在克重上“做减法”。

除了金价，消费群体的代际更替也在加速黄金消费的“轻量化”。菜百股份相关负责人对《证券日报》记者表示，“90后”“00后”已成为今年七夕黄金消费的主力，相较于金饰的大小，他们更看重金饰的工艺和寓意，古法黄金和硬足金品类关注度持续走高。

记者在北京荟聚商场周生生门店看到，一口价金饰的折扣促销吸引了不少顾客，柜台前围着六七对试戴对戒的情侣，小克重蝴蝶结、星星月亮耳钉等轻量化饰品试戴频繁。

线上渠道，京东七夕礼遇季汇集了多款小克重黄金产品，菜百黄金转运珠、周六福小金花耳钉等均有折扣。京东相关负责人表示对《证券日报》记者表示，中小克重黄金饰品因价格亲民、自带社交价值，已成为情侣互赠、悦己消费的主流选择。

消费端的变化，正在倒逼品牌方调整。“对总价更敏感，对日常佩戴和情感表达的需求更强是当下消费者的两个变化，下半年，我们会继续围绕上述变化来做产品调整。”周生生相关负责人对《证券日报》记者表示，“我们产品创新的重点，不是简单把产品做轻、做小，而是在控制消费者入手门槛的同时，通过设计、工艺、寓意和佩戴体验提升价值感。”

值得注意的是，记者了解到，品牌方的促销让利空间普遍有限。今年七夕期间，多数品牌的克减优惠在30元至50元之间，工费折扣多为八折至九折，整体力度较低。一位门店负责人表示，由于金价太高，能给出消费者的优惠比较有限。

天风证券研报认为，展望下半年，七夕、中秋、国庆等节点有望为黄金珠宝消费提供季节性支撑。世界黄金协会也认为，金饰需求有望获得结婚旺季与节假日消费的季节性支撑。

盛科通信斩获超亿元以太网交换芯片订单

■本报记者 陈 红

8月16日晚间，苏州盛科通信股份有限公司（以下简称“盛科通信”）发布公告称，该公司近日与深圳中电港技术股份有限公司（以下简称“中电港”）签订产品销售合同，合同金额超1亿元，且超过该公司最近一个会计年度经审计营业收入的50%。

本次合同标的为以太网交换芯片。盛科通信表示，本次签订合同属于公司日常经营行为。鉴于合同属于履行期限超过一年的长期合同，合同收入将根据实际履约进度及公司收入确认会计政策，分期、逐步确认至合同履行期内各会计年度，不会在2026年当期一次性确认。

中电港主营业务涵盖电子元器件、集成电路、半导体产品的技术开发与销售等。中电港财务数据显示，截至2025年12月31日，其总资产为297.88亿元，净资产为53.88亿元。

从股权关联关系来看，中电港为盛科通信5%以上股东中国电子信息产业集团有限公司旗下控制的企业，属于监管规则认定的盛科通信的关联方。此前数年，中电港、盛科通信双方业务合作稳定，2023年至2025年，中电港业务采购占盛科通信同类业务总量比例分别为33.15%、26.88%和32.15%。

盛智智库（北京）信息咨询有限公司高级研究员余丰慧告诉《证券日报》记者，本次大额长期订单的落地，进一步夯实了盛科通信的常态化出货渠道体系。依托产业协同优势，该公司的以太网交换芯片产品可借助成熟的分销体系持续触达下游各类应用场景，订单规模稳定、周期较长，能够平滑阶段性市场波动，保障盛科通信产能持续、稳定释放，稳固企业在高速交换芯片领域的市场占有率与经营基本盘。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“从行业来看，网络通信、算力基础设施建设保持持续投入态势，高速交换芯片作为核心硬件组件，下游市场需求具备持续性与刚性。本次长期大额订单落地，反映出行业对高端网络芯片产品的稳定采购需求。中长期来看，随着下游算力设备、网络设备迭代升级，高端交换芯片的市场空间将持续拓宽，为头部芯片设计企业带来业务增量。”

暑期档票房已突破百亿元

今年暑期档，口碑驱动票房的特征愈发显著

■本报记者 李豪悦

灯塔专业版数据显示，截至8月16日16时59分，2026年暑期档（6月1日至8月31日）总票房（含预售）已突破100亿元。

灯塔专业版数据分析师陈晋向《证券日报》记者表示，今年暑期档整体表现稳定，截至8月16日，总票房同比增长3.2%。同时观影人次达2.74亿，同比增长5.7%；平均票价36.5元，同比下降2.4%，市场“以价换量”效果明显。“下周还将迎来七夕，今年暑期档有望强势收官，为全年电影市场平稳向好打下坚实基础。”

当前，《功夫女足》《八仙！》《蜘蛛侠：崭新之日》《欢迎来到龙餐馆》《给阿嬷的情书》暂列档期内票房前5名。票房分别为22.9亿元、16亿元、14.2亿元、8.7亿元、5.6亿元。

从上述五部电影背后的主要出品方来看，中国电影和大麦娱乐收获颇丰。

具体来看，中国电影引进了电影《蜘蛛侠：崭新之日》，同时还参与出品了《功夫女足》《八仙！》《欢迎来到龙餐馆》三部电影；大麦娱乐也参与出品了三部国产电影，分别为《八仙！》《欢迎来到龙餐馆》《给阿嬷的情书》。其中，大麦娱乐是《给阿嬷的情书》背后唯一参与出品的上市公司，同时，在《欢迎来到龙餐馆》的背后上市公司出

品顺位中，大麦娱乐位列第一。

值得一提的是，《功夫女足》凭借22.9亿元的票房暂列2026年票房榜第二位，但暑期档的激烈竞争仍在持续。

《八仙！》《蜘蛛侠：崭新之日》《欢迎来到龙餐馆》豆瓣评分均在8分以上，新上映的《奥德赛》评分也超过8分，四部影片单日吸金均超过千万元。其中，《欢迎来到龙餐馆》是暑期档上映新片中唯一预测票房保持在30亿元的电影。若无意外，该片后续有望超越《功夫女足》，拿下2026年票房第二的位置。

谈及今年暑期档的竞争表现，陈晋认为主要有两方面特征：一方

面，国产影片强势领跑，市场号召力持续提升；另一方面，题材类型全面开花，精准匹配多元需求。

例如，暑期档票房前五名中国产电影占据4席。暑期档题材方面，喜剧、动画、科幻、战争、悬疑、动作等多类型影片同台竞技；既有《功夫女足》《年会不能停！2》等喜剧作品，也有《八仙！》《玩具总动员5》等覆盖全年龄段的动画电影；有《蜘蛛侠：崭新之日》《奥德赛》等工业级视效大片，还有《欢迎来到龙餐馆》等兼具艺术性与观赏性的现实题材作品，不同年龄、不同偏好的观众都能找到适配内容。

上海夏至良时咨询管理有限公

司高级研究员杨怀玉对《证券日报》记者表示：“今年暑期档出现多部‘叫好又叫座’的影片，显示出市场口碑驱动的特征愈发显著。国产佳作已可与海外大片正面竞争，题材供给更加多元。观众不再盲从IP或宣发，内容质量成为票房核心变量，具备精品创作能力的影视公司有望兑现业绩，而单纯依靠营销造势的项目不确定性进一步抬升。”

“整体而言，今年暑期档有望最终实现票房与观影人次的双增长，观众结构持续优化，市场布局更均衡、内容质量实现了多重突破，为后续电影市场的表现注入了充足信心。”陈晋说道。

锂资源供给、需求有望同步增长

■本报记者 舒娅疆

近日，盛新锂能集团股份有限公司（以下简称“盛新锂能”）披露公告称，其向特定对象发行股票申请获得深交所受理。根据募集说明书（申报稿），盛新锂能此次计划定增募集资金总额不超过53亿元（含本数），扣除发行费用后拟用于木绒锂矿采选尾工程项目及补充流动资金。

资料显示，木绒锂矿拥有优质的锂矿资源和良好的开发前景，是自然资源部新一轮找矿突破战略行动的重要成果之一。木绒锂矿的Li2O资源量为98.96万吨、平均品位1.62%，设计年处理原矿300万吨，达产后可稳定产出高品质锂辉石精矿，折合碳酸锂当量约7.5万

吨/年，该项目将有利于盛新锂能提升锂资源自给率。

2026年以来，伴随锂价逐步回暖，盛新锂能等多家锂矿公司的产能释放节奏逐步加快。

根据江西赣锋锂业集团股份有限公司（以下简称“赣锋锂业”）披露的信息，该公司的马里Goulamina锂辉石矿项目（一期）在今年1月份至4月份共计生产16.14万吨锂精矿，资源供应能力持续增强，项目二期建设也在逐步推动。随着产能的逐步释放，Goulamina项目将成为该公司锂资源体系中重要的低成本、高品质供应来源。

天齐锂业股份有限公司控股子公司泰利森拥有世界产量最大的在产锂辉石矿项目——格林布什锂辉

石矿的采矿权。此前披露的信息显示，格林布什化学级锂精矿三号工厂于今年1月30日生产出首批符合标准的化学级锂精矿产品，并计划于2026年内完成产能爬坡。

四川省新能源动力股份有限公司（以下简称“川能动力”）的李家沟105万吨/年锂矿采选项目于2025年下半年达产，今年第一季度，川能动力生产、销售锂精矿3.62万吨，实现碳酸锂产量3582.59吨、销量2250吨。此外，川能动力已启动李家沟矿区增储相关前期工作。

从行业趋势来看，未来锂资源供给、需求有望同步增长。

根据华鑫证券发布的研报，各大锂矿企业一方面依托现有项目释放产能，另一方面加码盐湖资源与前

沿提锂技术，未来全球锂供给将持续增加，但是供应增速将逐步下降。在需求端，储能行业对锂电的需求占比和增速均出现大幅提升。预计未来3年内，锂矿行业将由供需平衡转向供需短缺，锂价中枢有望持续上行。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁树向《证券日报》记者表示：“锂矿企业在过去两年锂价高位时期布局的锂矿项目，将在2026年下半年到2027年逐步进入产能释放期，海外盐湖、国内硬岩锂矿的增量供给将持续入市，供给端的弹性会逐步提升，但锂矿项目的投产进度往往受环保审批、建设周期等多重因素影响，实际释放的节奏有一定的不确定性，而锂行业需求端的支撑依然十分强劲。供需两端的

博弈会让后续锂价维持在一个合理区间震荡，整体会向着有利于产业链健康发展的方向回归。”

苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示：“从长期视角来看，储能及新能源车渗透率的持续提升，为锂资源需求构筑起坚实底座，锂价将在成本支撑与供给释放之间寻求新的平衡。产业链生态方面，行业利润将继续向上游资源端倾斜，拥有优质矿山和低成本一体化能力的企业‘护城河’愈加深厚；与此同时，行业共识正逐步形成——唯有保持合理、稳定的价格水平，才能兼顾各环节商业可持续性，避免过度投机损害长期健康发展。总体而言，锂行业增长逻辑未变，中长期发展前景值得期待。”