

存储厂商赚翻了



图为SK海力士在 CFMS | MemoryS 2026 闪存峰会上的展台

本报记者 许子皓

近日,国内外头部存储企业密集披露2026年第一季度财报,受益于AI算力与智能终端需求的双重拉动,多家企业实现业绩暴增、扭亏为盈,全球存储市场正式进入强势上行周期。

AI服务器需求驱动头部企业业绩大爆发

AI服务器仍是拉动存储需求的 strongest 引擎,三星、SK海力士、美光、闪迪等国际巨头利润全面爆发,持续重仓HBM、DDR5、企业级SSD等高端赛道,技术与产能同步领跑。

三星电子2026年第一季度半导体部门(DS)贡献突出,营收3807.2亿元,营业利润2502.4亿元,占总利润94%,其中,HBM相关收入同比增长超过3倍,预计2026年全年HBM销售额将达到去年的3倍以上。三星电子相关负责人强调,AI是存储行业未来十年核心驱动力,单台AI服务器DRAM用量是传统服务器的6~8倍,预计从今年第三季

度开始,HBM4营收在HBM总营收中的占比将超过50%,并计划2027年占据HBM4E全球市场50%以上份额。

SK海力士2026年第一季度营收为2429.2亿元,同比增长198%,营业利润1737.6亿元,同比增长405.5%。SK海力士称2026年投资规模将同比大幅增加,核心投向韩国清州M15X产能爬坡、龙仁半导体集群建设,以及极紫外光刻核心设备引进。产品端,公司将全面启动全球首款采用第六代10纳米级工艺的LPDDR6 DRAM,以及基于同一工艺、本月开始量产的192GB SOCAMM2的供应;NAND闪存方面将开始供应基于

电荷捕获型技术且采用321层QLC技术的客户端固态硬盘“PQC21”,应对人工智能领域的整体需求。

美光科技5月10日股票单日暴涨超15%,周累计涨幅达到36%,创下该股自2008年以来最佳单周表现。美光科技最新财报显示,其2026财年第二财季营收238.6亿美元,同比增长196%;净利润137.8亿美元,同比增长高达772%。美光科技董事长、总裁兼CEO桑杰·梅赫罗特拉表示,存储已成为AI革命核心底座,不仅拉动需求,更跃升为AI时代战略性核心资产。美光科技在英伟达GTC大会官宣的HBM4 36GB 12H版本已于2026

国际巨头利润全面爆发,持续重仓HBM、DDR5、企业级SSD等高端赛道,技术与产能同步领跑。

年第一季度量产出货,适配英伟达Vera Rubin平台,下一代HBM4E研发顺利,2027年将量产。

闪迪在5月10日股票暴涨超16%,周累计涨幅达30%。闪迪最新财报显示,其2026财年第三财季营收59.5亿美元,同比增长251%;净利润36.15亿美元,同比暴增287%。

希捷科技、西部数据等硬盘龙头也表现亮眼,2026年第一季度净利润同比分别增长300%、280%,希捷科技在其财报中表示,AI数据中心对大容量HDD需求激增,18TB+硬盘出货量同比增长150%。

中国大陆存储模组三强均交出翻倍增长的成绩单,端侧AI成为拉动盈利最为关键的引擎。

差异化、定制化存储解决方案,产品出货量大幅增加。

存储芯片与控制器企业同样业绩亮眼。兆易创新2026年第一季度实现营业收入41.88亿元,同比增长119.38%,归母净利润14.61亿元,同比增长522.79%。北京君正第一季度营收15.60亿元,同比增长47.12%,归母净利润3.19亿元,同比增长331.61%,其中存储芯片收入10.18亿元,同比增长53.63%。澜起科技第一季度营收14.61亿元,同比增长19.51%,归母净利润8.47亿元,同比增长61.30%。

中国台湾地区存储企业表现更为突出,让各大企业掌门人自信放话:已经牢牢把握市场主导权。

季度送样自研车规级eMMC主控。

群联电子作为全球存储主控龙头企业,其业绩最能直观反映下游紧缺程度。2026年第一季度公司合并营收达88.7亿元,同比增长196%,税后净利达32.9亿元,同比暴涨1230%,毛利率飙至61.3%,四项核心指标全部创下历史单季新高。群联电子CEO潘健成表示,AI推理的数据量正以“爆发”态势增长,AI基础架构正从以算力为核心,逐渐转向以数据与存储为核心的新形态,直接推升高容量、高性能NAND的持续需求,当前NAND Flash市场已彻底转向“卖方主导”,原厂对扩产态度保守,而AI需求未见顶。

今年以来,一批聚焦细分赛道、具备硬科技属性的中国特色存储企业加速登陆资本市场。

这些聚焦高端化、差异化赛道的新势力企业,进一步完善了中国存储产业链布局,推动行业向更高质量发展。

站在AI时代的风口,存储产业正从“科技配角”逆袭为“核心主角”,成为数字经济与人工智能发展的硬核底座。随着AI服务器、智能穿戴、自动驾驶等终端需求持续爆发,存储行业的高景气度有望一路延续至2028年。中国存储企业凭借技术突破与全产业链优势,正加速抢占全球市场份额。

端侧AI成中国大陆企业关键盈利点

国内存储模组三强均交出翻倍甚至数倍增长的成绩单,端侧AI成为拉动盈利最为关键的引擎。

作为国内综合型存储领军企业,江波龙今年第一季度凭借端侧AI与车规存储的放量彻底翻身。财报显示,2026年第一季度公司实现营业收入99.09亿元,同比增长132.79%,归母净利润38.62亿元,同比增幅高达2644.05%。江波龙表示,公司将全面拥抱端侧AI,在定制化端侧AI存储产品上,已向北美智能汽车及自动驾驶科技巨头供应

车规级存储产品,进入了全球众多知名车企的供应链体系;ePOP4x产品已经批量应用于北美智能穿戴科技巨头的智能穿戴设备中;产品也同时应用于国内外头部厂商的智能可穿戴产品。

佰维存储2026年第一季度营收68.14亿元,同比暴涨341.53%,归母净利润28.99亿元。其财报显示,公司同样注重智能穿戴等AI新兴端侧领域,旗下ePOP等代表性存储产品已被国内外知名企业应用于其AI/AR眼镜、智能手表等智能穿戴设备上。

中国台湾企业称“已把握市场主导权”

中国台湾地区存储企业表现更为突出,源源不断的订单,让各大企业掌门人自信放话:已经牢牢把握市场主导权。

南亚科作为全球第四大DRAM原厂,2026年第一季度营收约为106.6亿元,同比增长582.9%;毛利率高达67.9%,超越台积电。南亚科技总经理李培瑛表示,DRAM供给缺口将持续至2027年,公司已将90%产能转向DDR5与HBM配套颗粒,第二季度AI服务器用DRAM合约价将继续上涨。

威刚作为存储模组领军企业,2026年第一季度公司营收约为56.7亿元,同比增长163.43%,毛利率攀升至55.7%的

历史高位,公司合并营收、营业利润、净利润等核心指标均连续两个季度创下历史新高。威刚董事长陈立白表示,2026年全年运营绩效将如“万马奔腾”,DRAM供货持续吃紧,NAND Flash供给缺口开始放大,传统硬盘产能至少吃紧3年,预判第二季度合约价涨幅至少四成。

华邦电子作为利基存储的头部企业,同样处于被客户“抢产能”的火爆状态。2026年第一季度公司合并营收达83.1亿元,同比增长91.3%,毛利率为53.4%,归属母公司税后净利润为22亿元,同比扭亏为盈。华邦电子总经理陈沛铭透露,今年内存市场行情“非常好”,虽然当前产品价格一直涨,客户依然上门

竞争。得—微正处于IPO辅导阶段,作为存储主控芯片设计公司,其国内首款公开市场UFS3.1主控芯片打破海外垄断,PCIe 5.0主控芯片即将推出,已进入头部供应链,其辅导公告显示,将加大研发投入,完善主控芯片产品矩阵,把握存储行业高景气红利。

此外,长鑫科技拟登陆科创板,计划募资约295亿元,聚焦AI服务器内存与HBM配套颗粒。

长鑫科技第一季度营收同比增长719.13%

本报讯 5月17日,上交所官网披露的信息显示,此前因财务资料已过有效期导致“IPO中止”的长鑫科技集团股份有限公司(以下简称“长鑫科技”)科创板IPO状态变更为“已问询”,并更新了财务信息。长鑫科技的IPO招股说明书(申报稿)显示,公司科创板IPO拟募集资金高达295亿元,今年1~3月,公司营业收入为508亿元,同比增长719.13%。

长鑫科技科创板IPO招股说明书(申报稿)显示,2026年1~3月,受全球算力需求持续增长、全球主要厂商产能调配等因素影响,全球DRAM产品供不应求,价格自2025年下半年以来持续呈现大幅上涨趋势。同时,随着公司产销规模的持续增长、产品结构的持续优化,公司营业收入迅速增长。

具体数据方面,今年1~3月,长鑫科技营业收入为508亿元,同比增长719.13%;净利润为330.12亿元,同比增长1268.45%;归母净利润为247.62亿元,同比暴涨1688.30%;扣非净利润为263.41亿元,同比暴涨1993.41%。

长鑫科技预计今年1~6月营业收入将达到1100亿元至1200亿元,同比增长612.53%至677.31%;净利润660亿元至750亿元,同比增长1714.67%至1934.85%。

(鑫文)

(上接第1版)

2026年2月,276个品牌入选2025年度中国消费名品名单,涵盖轻工、纺织、食品、医药四大领域,含165个企业品牌、76个区域品牌、35个特定人群适用产品品牌,并首次将港澳台企业纳入中国消费名品名录。

在大会上,工业和信息化部副部长谢远生表示,工信部将加快落实增强消费品供需适配性政策文件,从供给侧方面持续发力,加大AI、新一代信息通信技术等与消费品工业融合创新应用,扩大特色和新型产品优质供给,精准适配不同人群消费需求,针对性解决供需结构性错配矛盾。

当前,我国居民消费正经历着从“购买更多商品”向“获得更好服务和体验”的转变。“从传统精工好物到现代消费大牌,企业需要跳出单纯生产制造思维,和消费者一起感受实际需求,让大家产生认同感。”在参会的小红书总编辑刘东看来,用户在搜索时输入一个词,往往不只是找产品功能,而是找背后的生活方式。比如搜索“露营”,用户不只是想买一顶帐篷,而是想知道周末和朋友去山里过一晚该怎么准备。

在消费名品大会的展厅,记者看到4只憨态可掬的“熊猫”,它们不是普通的展示摆件,而是能灵活完成踏步、转圈甚至跳跃等动作的机器熊猫。在今年总台春晚四川宜宾的分会场中,这些由魔法原子制造的四足机器人曾作为“特型演员”,以国宝大熊猫的形象亮相。魔法原子相关负责人告诉记者,机器人行业需要与不同消费品领域深度绑定才能拓宽发展空间,此次参会正是希望寻找更多合作契机,让智能硬件更好地融入消费场景。

针对消费新需求,实时转变产品设计和生产逻辑,提供多样化的消费品,是每一个致力于打造消费名品的企业都需要思考的问题。正从卖扫地机器人向提供家庭清洁解决方案转型的科沃斯也出现在大会上,科沃斯集团总经理庄建华对记者表示:“针对小户型家庭,我们设计了机身28.6厘米宽的迷你地宝,适配狭小空间的清洁痛点;面对喜欢光脚的东南亚客户,我们设计出活水恒压滚筒洗地系列产品,满足当地需求。”据了解,目前科沃斯在海外的品牌销售额已超过50%,覆盖170多个国家和地区。

人工智能助力消费提质升级

在中国消费名品产业创新大赛成果展示区,互动、定制、便捷……AI展现出了对消费全场景的深度融合,给大众带来了新奇的消费体验。

在苏州宋底特智能科技有限公司的展台,记者体验到智能眼镜带来的便捷新体验:实时翻译、智能提词、拍照摄像等诸多功能集成在一副轻便的墨镜中,“中看”又“中用”。

北京石头世纪科技股份有限公司的3D自清洁扫拖机器人依托自研的RRMindGPT大模型,实现了多场景语义精准理解,支持四川话、粤语等多种方言的精准识别,不但能实现清洁任务全流程语音操控,还可以深度理解用户的言外之意,大幅降低了使用门槛。

除了科技感满满的家电、数码产品外,堪称“历史经典”的传统产品也注入了AI新动能。

据了解,中国消费名品建设从历史经典、时代优品、潮流新锐三个维度,构建以企业品牌和区域品牌为主体的中国消费名品体系。其中,“历史经典”注重历史文化底蕴,是历史悠久、至今仍具有强大生命力和影响力的经典品牌,如六必居、云南白药等。近年来,该领域产业的数智化转型加快推进,AI技术已经广泛用于中药名方机理研究、织绣和文房新品开发等。

来自杭州的万事利集团有限公司将东方美学与智能定制相融合,用户只要通过公司的纺织定制智能小程序就能亲身参与丝巾的花型图案设计,实现产品的个性化定制,再通过无水印染一体机,仅需10分钟就能现场快速出样,“非遗好物”充分适配了现代人个性化的消费新需求。

陕西乡集文化发展有限公司带来了非遗IP智能创新泥塑,该产品融合AIGC、数字化建模技术与增强现实等技术,推动传统手工艺向数字化IP转型;陕西蒲城民艺传承发展有限公司展示了国潮智能设计麦秆画,针对蒲城麦秆画长期存在的设计效率低、工艺标准化不足、原料品控不稳定、市场适配性弱等痛点,公司通过深度学习、AI视觉识别与大数据分析技术,构建全链路AI赋能体系,推动非遗麦秆画实现标准化、国潮化、产业化的智能新生。

AI不仅通过多种方式为非遗保护、传承、创新助力,还有力地推动非遗“飞入寻常百姓家”,积极促进了历史经典文化产品的消费。

记者从会上了解到,今年,工业和信息化部将组织开展“人工智能+三品”专项行动,以AI技术赋能消费品工业增品种、提品质、创品牌,并加快落实增强消费品供需适配性进一步促进消费实施方案,扩大特色和新型产品优质供给,有效激活体验消费新动能,加快中国消费名品方阵建设,推动工文旅旅体等产业深度融合,培育一批优质消费品企业和特色消费名品。