

长鑫科技“跳代研发” 全球存储市场迎“中国变量”

5月27日下午,根据上海证券交易所公告,长鑫科技科创板IPO获上市委员会审议通过。这家被视为“中国版SK海力士”的存储芯片龙头企业,正携295亿元的拟募资规模,站在资本市场的聚光灯下。

在全球半导体产业深刻变革的当下,中国存储芯片势力正在向由三星电子、SK海力士、美光科技三巨头主导的全球存储俱乐部迈进。

步入主要厂商阵营

长鑫科技是我国规模领先、技术先进、布局完善的DRAM(动态随机存储器芯片)研发设计制造一体化企业之一。本次IPO拟募集资金总额为295亿元,成为科创板史上仅次于中芯国际的第二大IPO。

招股书介绍,长鑫科技自2016年成立以来,突破了DRAM关键核心技术并顺利实现产品自主研发、设计和商业化量产,填补了中国大陆DRAM产品在全球市场上的空白。根据Omdia的数据,按照产能、出货量和销售额统计,长鑫科技已成为中国第一、全球第四的DRAM厂商。

招股书披露,长鑫科技正逐步进入主要厂商阵营,按照2025年第四季度DRAM销售额统计,长鑫科技的全球市场份额已增至7.67%。

中国虽然是全球主要DRAM消费市场,但本土品牌DRAM产品自给率仍较低。随着人工智能快速发展,相关基础设施投资高速增长,DRAM的市场需求呈现爆发式增长,本土存储公司加快发展,龙头企业资本化进程提速。

市场咨询机构Gartner今年4月发布研究报告,提出“存储通胀”的概念,预测全球DRAM年度价格将上涨125%,NAND闪存价格将同比提升234%。今年一季度涨势延续。根据Counterpoint Research数据,2026年一季度DRAM价格环比上涨了80%,创下历史新高,预计二季度DRAM价格将进一步上涨。

公司采取“跳代研发”的策略,从公司成立起不做低端、落后制程,直接在2019年推出自主设计生产的8Gb DDR4芯片,实现了中国大陆DRAM产业“从0到1”的突破。随后在2024年、2025年,长鑫科技DDR5、LPDDR5X产品相继量产。如今已完成DDR4、LPDDR4X到DDR5、LPDDR5/5X等产品覆盖和迭代。

长鑫科技主要产品正加速渗透下游市场。招股书显示,目前DDR5向服务器、个人电脑等下游市场覆盖;LPD-

国产存储追赶技术浪潮

市场需求带动公司业绩上涨。SK海力士今年一季度营业利润同比增长405%,三星电子营收、营业利润均创下季度历史新高。

长鑫科技同样迎头赶上。今年一季度,长鑫科技实现营业收入508亿元,同比增长719.13%;归母净利润247.62亿元,同比大幅扭亏为盈。长鑫科技预计,公司今年上半年净利润为500亿元至570

亿元,该数字超过了公司过去十年的累积亏损。招股书披露,截至2025年12月31日,长鑫科技累计亏损为366.5亿元。

长鑫科技在招股书中指出,公司产能规模仍远低于国内庞大的市场需求,随着上市募集资金建设项目的稳步推进,公司将加速工艺升级,从而实现更低的单位成本,获得更强的市场竞争力及盈利能力,满足未来全球下游市场旺盛的需求。

“跳代研发”缩小技术差距

DR4X芯片兼具大容量、高速率、高带宽和低功耗的特点,目前已进入小米、OPPO、vivo、传音、联想等主流厂商供应链;LPDDR5/5X具有高安全性,能实时纠错,减少系统故障。

国金证券电子首席分析师樊志远指出,长鑫科技与全球DRAM存储龙头技术节点差距逐渐缩小。公司技术迭代速度显著加快,2025年10月推出的LPDDR5X最高速率达10667Mbps,性能指标已对标国际主流水平。

长鑫科技已计划投资345亿元用

于研发和扩产,其中75亿元用于存储器晶圆制造量产线技术升级改造项目,180亿元用于DRAM存储器技术升级项目,90亿元用于动态随机存取存储器前瞻技术与开发项目。

樊志远认为,存储芯片架构正经历从2D向3D的深层次变革,未来,存储芯片制造工艺中对高深宽比刻蚀及先进薄膜沉积的要求呈指数级提升,关键设备厂商也将深度受益于工艺复杂度提升带来的红利。

(中证)

三星、海力士员工 成韩国相亲市场顶流

本报讯 随着半导体行业景气度持续攀升,有望斩获丰厚绩效奖金的芯片从业者,在韩国婚恋市场上正变得越来越吃香。三星电子员工的受欢迎程度直逼律师群体。

据韩国婚介公司Sunoo本周早些时候发布的数据,近期三星电子员工的“配偶指数”从84分升至87分,逼近律师等群体的得分水平,这些群体的得分通常在90分左右。

“配偶指数”是一项综合评估社会经济能力、外形魅力及家庭背景等因素的婚配条件指标。稳居该指数金字塔顶端的多为资产家、医生及法律界人士等传统高新行业群体。

来自Sunoo公司的一位人士在接受媒体采访时表示,该评分向来波动极小。“配偶指数通常基本保持稳定,此次上涨3分实属罕见。这也反映出,适婚人群如今格外看重务实的经济条件。”他称。

这一变化出现之际,韩国半导体产业正处于一轮强劲的上行周期中,芯片制造巨头的员工有望获得丰厚的绩效奖金。

三星韩国本土竞争对手SK海力士的员工在相亲市场上同样炙手可热。虽然SK海力士的员工尚未看到配偶指数出现官方意义上的上调,但据报道,该公司员工的相亲成功率已大幅提高。

此前有报道称,伴随存储芯片超级周期而来的财富效应,SK海力士员工凭借震惊全球打工人的绩效奖金,一举跃升为韩国相亲市场的“顶流”。

业内人士分析,在竞争激烈的韩国婚恋市场,每年有望拿到数亿韩元的绩效奖金,叠加若行业景气度延续便能快速实现财务稳定的这一可能性,已成为芯片从业者在选择偶时的一大加分项。

近日,三星电子陷入一场可能动摇全球芯片供应并损害韩国经济的劳资风波。在谈判数月后,劳资双方于上周达成了一份临时薪资协议。根据该协议,三星存储芯片部门年收入达1亿韩元(约合45万元人民币)的员工有望获得最高6亿韩元(约合270万元人民币)的绩效奖金。

而SK海力士将营业利润的10%作为绩效奖金池,据此计算,该公司2025年人均奖金达1.4亿—1.48亿韩元(约合66万—69万元人民币)。而2026年,这一数字有望攀升至7亿韩元(约合320万元人民币)。(财联)

伪劣产品充斥市场 销售火爆暗藏风险 儿童彩妆行业鱼龙混杂

备案号遮挡 小金盾缺失

随着“六一”儿童节临近,不少学校、幼儿园都开始着手准备庆祝演出,儿童化妆品销售迎来小高峰。记者在吉林省内多个城市的小商品批发市场和化妆品店走访看到,柜台上颜色鲜艳、款式各异的彩色眼影整齐摆放,很多带有星星等形状的亮片,不少化妆品还使用可爱的卡通形象作为外包装。

记者拿起一款色彩艳丽的美瞳看到,其包装正面是大量英文单词,背面是产品成分介绍,但化妆品备案号却被胶纸遮挡,无法完整查看。“这个是儿童专用的美瞳,学校演出都买这个,最近销量特别大。”该美妆店销售人员对记者说。当记者询问该产品是否有国家相关部门要求的儿童“小金盾”标识时,该销售人员说:“没有,但这些都是专门给小孩用的,大人也用不上啊。”

记者走访发现,此类宣称“儿童专用”的化妆品除缺少儿童化妆品备案外,价格还十分低廉。在批发市场,一些12色儿童眼影盘售价仅十元,24色眼影盘加口红、腮红、粉饼、修容套盒售价三十元。一家批发市场内,彩妆摊位经营者在记者手上涂抹了“儿童专用”的管状亮片产品,该产品在皮肤上停留两小时后仍有明显黏腻感。

记者在“黑猫投诉”搜索“儿童化妆品”关键词,共有600余条相关投诉。有消费者投诉其在购物平台购买的儿童化妆品,在使用期间出现飞粉现象,即便用卸妆液和洗面奶也很难将亮片洗掉,第二天仍有残留。有消费者投诉在购物平台购买的宝宝专用防晒乳,孩子使用三次后出现面部红肿、发烫、起红疹、瘙痒等症状,就医诊断为化妆品接触性皮炎。

记者进一步调查发现,一些商家还打起儿童化妆品监管的“擦边球”。记者在拼多多等网购平台搜索发现,不少儿童彩妆产品被包装成各类玩具套装,标注为“仿真指甲油”“仿真眼影”,宣称无毒无害,专为儿童设计。记者询问该产品是否有检测备案,客服人员称产品“符合GB 6675.1—2014等安全标准”。业内人士指出,“GB 6675”为玩具安全标准,而非化妆品标准。“这些产品本来应该仅供玩偶等玩具涂饰,因为是按照玩具的生产标准和质检标准进行生产、检验,不属于化妆品,更不能给小朋友用。”专家介绍,这些“儿童彩妆台”可能含有危害儿童皮肤健康的成分。一些防腐物质有弱雌激素活性,儿童内分泌、器官尚未发育成熟,长期频繁接触,存在干扰激素发育的潜在风险,危害儿童健康。

儿童演出化妆、儿童彩妆等成常态,带动儿童化妆品需求持续走高。我国对儿童化妆品备案、生产与标识有着严格的监管要求,但记者调研发现,线上线下仍存在无正规备案,缺失“小金盾”标识的“伪儿童化妆品”,部分化妆品玩具以“仿真”“无毒”为噱头混淆属性,给儿童健康埋下安全隐患。

据药品审评中心专家介绍,“儿童化妆品”是指适用于年龄在12岁以下(含12岁)儿童,具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品。鉴于儿童发育特点,国家对儿童化妆品的配方设计、成分安全及监管要求更为严格。但记者调研发现,当前儿童化妆品市场鱼龙混杂,仍存在虚假宣传、诱导消费,违规成本低、监管难度大等问题,亟待治理。

——披着卡通“外衣”,虚假宣传、诱导消费。根据《化妆品生产经营监督管理办法》《儿童化妆品监督管理规定》以及《国家药监局关于发布儿童化妆品标志的公告》(2021年第143号)要求,在我国上市销售的儿童化妆品,都应当在销售包装上容易被观察到的展示面左上方标注儿童化妆品“小金盾”标志,还应在销售包装可视面标注“应当在成人监护下使用”等警示用语。

吉林大学第一医院皮肤科副主任周俊峰表示,相较于成年人,婴幼儿和儿童的皮肤屏障尚未发育完善,表皮层更薄,皮脂分泌较少,对外源物质更加敏感,使用化妆品容易造成刺激和过敏,如出现接触性皮炎,表现为起红斑、丘疹、鳞屑等,或出现儿童皮肤瘙痒等症状。儿童健康无小事,规范儿童彩妆市场,破解监管困局,需要监管部门、网络平台、商家、消费者多方协同发力,各司其职、各尽其责,共同守护儿童肌肤健康。

市场需求大 违规成本低

但一些不符合儿童化妆品要求的产品仍披着儿童“外衣”大量售卖,用“无毒”“天然”“卡通IP”等噱头虚假宣传,误导消费者。“一般都是学校有活动或者演出,让家长给孩子准备化妆品。在网上搜外包装都是卡通的,就觉得那肯定是给儿童用的,就买了。”一位小学生家长说。

——监管难度大,违规成本低。专家介绍,儿童化妆品检测标准高,生产成本低,而网售渠道的低成本、高流量特性,让部分商家为规避合规成本,用成人化妆品冒充儿童专用产品,或选择小作坊代工,省去合规检测环节,借助线上流量快速获利。

走访中专家透露,儿童彩妆线上售卖渠道分散、商家数量庞大,且产品迭代速度快,监管面临难题。同时,对违规

商家的处罚力度较轻,震慑不足,部分商家下架违规产品后,更换店铺或产品名称继续违规售卖,难以根本遏制。

——社交网络不良引导,加速彩妆“低龄化”。记者在社交平台搜索“儿童彩妆”关键词后,“小卖店彩妆”“玩具彩妆测评”“小女孩教化妆”等内容层出不穷。其中,“小卖店彩妆”视频以在学校周边文具店、超市购买低价儿童彩妆为噱头,展示笔记本眼影、爆珠粉底液、果冻口红等产品。“这些视频大多是摆拍,绝大部分地区学校门口是不售卖这些产品的,但是视频会引起孩子们的兴趣,上网搜索购买。”一位业内人士对记者说。在某社交平台记者看到,一条小学生化妆的视频有数万条点赞和数千条评论,评论区有大量小学生跟帖并贴图,展示自己的化妆成果,助推“彩妆低龄化”趋势。

健康无小事 呼吁严管控

专家表示,一方面应健全标准体系,细化《儿童化妆品技术指导原则》相关规定,填补行业灰色地带,尤其要明确彩妆玩具与儿童化妆品的区分标准,杜绝混淆销售。另一方面,应强化监管力度,加大对网络售卖平台、线上商家的常态化巡查,运用网络监测技术,提高线上违规行为的取证效率,重点排查无资质、虚假宣传、“小金盾”缺失、违规售卖烫染类产品等问题。网络

平台应严格建立审核机制,对无资质、违规产品坚决不予上架,严禁模糊、诱导性销售。

此外,还应规范网络社交平台内容生态,集中下架涉及儿童彩妆方面虚假演绎、不良导向的视频,从严管控儿童美妆博主相关内容,摒弃刻意营造、过度美化的传播模式,以正向健康的方式培育儿童审美素养,杜绝催生过早的容貌焦虑,同时,加大儿童化妆品相关科普宣传,守护青少年身心健康成长。(经参)

各类境外投资者 持有A股流通市值 超4万亿元

本报讯 中国证监会副主席刘浩5月28日表示,今年以来,外资通过各种渠道稳步流入中国股市。截至目前,各类境外投资者持有A股流通市值超过4万亿元,已成为中国资本市场的重要参与者。

他是在当日举行的深交所2026全球投资者大会开幕式上作出上述表示的。刘浩说,中国资本市场投融资综合改革举措步伐稳健、持续见效,市场整体估值处于合理区间,外资配置中国优质资产的意愿不断提升。此外,刘浩还透露,截至2026年4月,中国证监会已办结418家境内外企业首次境外发行上市备案申请,支持企业用好两个市场、两种资源。(新华)

2家美国稀土公司 因“窃密”掐架

本报讯 美国芒廷山口材料公司日前起诉美国稀土公司“窃取”关键技术。这两家稀土生产商都受总统特朗普领导的联邦政府支持。

据英国《金融时报》27日报道,芒廷山口材料公司上周在得克萨斯州起诉美国稀土公司,指控后者“窃取”其为永磁体研发的技术,并在法庭文件中称美国稀土公司“屡次未能实现商业和业绩目标,现在诉诸窃取技术”。

这起诉讼的核心争议是芒廷山口材料公司拥有的一项旨在改进磁体“矫顽力”、即抗消磁能力的专利技术。该公司指控一名去年跳槽至美国稀土公司的前员工向新雇主公开了相关技术,而这些技术是耗费“数年”工作和“数百万美元”投资的结果。

芒廷山口材料公司还称,美国稀土公司惯于从其他公司招募员工,“之后通过这些员工盗用商业机密”。

美国稀土公司回应称,芒廷山口材料公司的起诉“歪曲我们的企业、文化和人”,“将积极自辩”。

美国政府去年7月收购芒廷山口材料公司15%股份,并与其签署10年期协议,包括产品最低限价等条款。芒廷山口材料公司还与美国通用汽车公司达成供应磁体协议。芒廷山口材料公司首席执行官詹姆斯·利廷斯基本月13日告诉法新社,该公司位于加利福尼亚州的芒廷山口稀土矿“很快”开始稀土分离作业。

美国稀土公司计划中的采矿作业尚处初级阶段,瞄准2028年实现商业规模开采。该公司今年收到美国政府约16亿美元有条件资助,用于计划中的得州稀土矿和俄克拉何马州磁体厂。(财联)



吉林森小商品批发市场一店主推销售的“儿童彩妆” (新华)