



ПАМЯТЬ И МИРОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА · АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ · СЕНТЯБРЬ
2026

Право на цену.

Во втором квартале 2026 года комплектующие для дешёвого телефона подорожали за год на 70 процентов, для дорогого — на пятьдесят. Удар пришёлся по всем. Выросли двое. Отчёт о том, кому рынок разрешает поднять цену и почему китайская сборка в этот список не входит. Без пропаганды, с обеих сторон.

70% и 50%

подорожали за год комплектующие телефона начального и премиального уровня. Удар общий, а исход у всех разный

39% и 24%

доли Samsung на рынке памяти и на рынке телефонов. Он сидит на обоих концах одной сделки

+25,9%

на столько Xiaomi поднял среднюю цену телефона — и маржа всё равно упала с 11,5% до 8,5%

Главное за 90 секунд

За первое полугодие 2026 года память — микросхемы, без которых не работает ни одно устройство сложнее чайника, — подорожала примерно втрое. Дальше начинается содержание отчёта: подорожала она у всех, а исход у всех оказался разный. Значит расхождение объясняется не издержками. ■

втрое

во столько выросла контрактная цена памяти за первое полугодие 2026 года

+70%

подорожали за год комплектующие телефона начального уровня. У премиального около 50%

минус 11%

мировые отгрузки телефонов во II квартале по счёту Counterpoint, у IDC минус 6,7%

24% и 20%

доли Samsung и Apple. Оба выросли, все китайские марки первой пятёрки упали двузначно

+25,9%

на столько Xiaomi поднял среднюю цену телефона. Маржа при этом упала с 11,5% до 8,5%

39%

доля Samsung на рынке памяти. У китайских марок телефонов собственной памяти нет вовсе

Первое. Удар был общим. Себестоимость комплектующих выросла за год во всех трёх сегментах телефонов: начальный плюс семьдесят процентов, средний плюс пятьдесят два, премиальный около пятидесяти. Разброс — один порядок величины. Никто не отсиделся.

Второе. Исход оказался противоположным входу. Дешёвый конец рынка подорожал сильнее — и именно он рухнул. Samsung вернул первое место, Apple довёл долю до рекордных двадцати процентов, а Xiaomi, OPPO и vivo упали двузначно все трое.

Третье. Значит дело не в умении собирать дёшево. Дело в том, кому рынок разрешает переложить подорожание на покупателя. Это право даёт не эффективность, а позиция: владение дефицитным звеном либо владение отношением с покупателем.

Четвёртое. Это история не про страны. Ниже будет случай китайского производителя памяти, который, получив дефицитное звено, воспользовался правом на цену против собственных сограждан. Право принадлежит позиции, а не паспорту.

Пятое, против нас самих. Всё это измерено на кризисном квартале, а дефицит памяти — явление циклическое, и прошлый такой цикл китайские марки прошли с ростом доли. Этому доводу отведён отдельный раздел, и он сильнее, чем кажется.

КАК ЧИТАТЬ ЗНАЧКИ

■ факт со ссылкой на источник • ■ наш расчёт с раскрытыми входами • ◇ наша интерпретация. Несущей всегда остаётся сумма в валюте отчётности источника; курс дня сборки — 6,7227 юаня за доллар. Долларовые величины здесь только ориентир для читателя и ни на один вывод не влияют.

Цену поднимает тот, кто не может её не поднять

Поставьте рядом два факта об одном и том же квартале. Все крупные китайские марки телефонов подняли цены начиная с марта 2026 года. Apple не поднимала их ни разу — единственная из крупных марок. ■

Теперь исход. Хіаомі довёл среднюю цену проданного телефона до рекордных 1 351 юаня — примерно 201 доллар, рост на 25,9 процента за год. Это лучшая средняя цена за всю историю компании. И при ней валовая маржа телефонного сегмента **упала с 11,5 до 8,5 процента**, а отгрузки — на 26,5 процента, до 31,2 миллиона штук. ■

У Apple, не поднявшей цену, доля рынка выросла до рекордных двадцати процентов.

Поднять цену на четверть оказалось недостаточно. Это и есть точный смысл выражения «нет права на цену»: право — не возможность переписать ценник, а возможность переписать его настолько, насколько подорожал вход, и не потерять при этом покупателя. ◇

Мы привыкли читать повышение цены как признак силы: марка окрепла, может себе позволить. Второй квартал 2026 года читается наоборот. **Цену подняли те, у кого не было выбора, и они проиграли. Не поднял тот, кто мог позволить себе не поднимать, — и он выиграл.**

Разница в том, откуда берётся запас. У Apple он в валовой марже: подорожание комплектующих, даже почти на триста долларов на старшей конфигурации нового флагмана, съедает часть очень толстой подушки. У сборщика дешёвых телефонов подушки нет вовсе — вся его модель построена на том, что подушка не нужна, если работать эффективнее всех. Именно эта модель и оказалась беззащитной.

Старший аналитик Counterpoint Шилпи Джайн формулирует это без смягчений: устройства начального и среднего уровня, на которые приходится большинство мировых объёмов, **становятся структурно нежизнеспособными по прежним ценам.** Не менее прибыльными. Нежизнеспособными. ■

Стратегия, которая сработала наполовину

Справедливости ради, Хіаомі сделал ровно то, что предписывает учебник: ушёл вверх по цене. Доля премиальных моделей в китайских продажах компании достигла 32,1 процента, и по собственной формулировке руководства высокоценовая стратегия дала осязаемый результат. Компания двадцать четыре квартала подряд держится в мировой тройке по отгрузкам. ■

И всё же скорректированная чистая прибыль за квартал упала на 42,6 процента. Правильная стратегия, исполненная вовремя и до конца, дала падение прибыли почти вдвое. Это не упрёк менеджменту — это измерение того, насколько мало в этой позиции зависит от менеджмента. ◇

У Apple же в том же квартале доля впервые достигла двадцати процентов, при том что в Китае её отгрузки снижались. Выиграла она не там, где продаёт дороже всех, а там, где подорожание входа помещается внутрь её маржи, не доходя до ценника.

Что произошло с памятью

Память в устройстве бывает двух видов. DRAM — оперативная, та, что работает, пока устройство включено. NAND — постоянная, та, что хранит фотографии и приложения после выключения. В телефоне есть обе, и обе покупаются у одних и тех же нескольких заводов мира.

+93–98%

контрактные цены обычной DRAM в I квартале 2026 года к предыдущему кварталу. Факт, не прогноз

+58–63%

DRAM во II квартале. NAND за тот же квартал — плюс 70–75 процентов

+13–18%

прогноз по DRAM на III квартал. Замедление есть, разворота нет

вдвое

на столько ошибся январский прогноз: ждали 55–60 процентов, вышло 93–98

12–18 мес.

столько строится новая линия памяти. Быстрого ответа на дефицит не существует

минус 9%

на столько упали физические отгрузки DRAM в I квартале. Цена выросла, товара стало меньше

Почему это произошло. Спрос на память для вычислительной инфраструктуры искусственного интеллекта вырос настолько, что заводам стало выгоднее отдавать мощности туда. TrendForce в мартовском релизе описывает это прямо: крупные поставщики **постепенно уходят из потребительского сегмента DRAM**. Не поднимают цену — уходят. ■

Три обстоятельства, каждое из которых бьёт по дешёвому концу сильнее. Самый тугой разрыв между спросом и предложением — в форматах eMMC и UFS, то есть в постоянной памяти, которую ставят в недорогие телефоны, автомобили и обучающие планшеты, а не в серверы. У части изделий стоимость памяти превысила отпускную цену самого изделия. И дефицит перестал быть ценовым: в китайской отраслевой лексике закрепилось выражение, которое переводится примерно как «цена есть, товара нет» — покупатель платит сколько скажут, но полной отгрузки всё равно не получает. ■

■ **Проверка на сходимость.** Выручка отрасли DRAM в первом квартале выросла на 81 процент к предыдущему кварталу при росте цен на 93–98 процентов. Значит физические объёмы отгрузки упали примерно на 9–10 процентов. Вход независимый: выручка отрасли в замеры цены не участвует. Это не перегретый рынок — это исчезнувшее предложение.

Почему это не обычный ценовой скачок

■ **Вторая проверка, по другому виду памяти.** Выручка первой пятёрки производителей NAND выросла за квартал на 77 процентов при росте цен на 70–75 процентов. Значит объёмы там примерно на месте. Сопоставление двух видов памяти даёт картину, которую по одному не увидеть: в NAND рынок просто дорожал, а в DRAM он одновременно дорожал и сжимался.

Отсюда главное свойство этого шока: он не саморегулируется. В обычном дефиците высокая цена душит спрос, спрос падает, цена возвращается. Здесь товар забирает другая отрасль, где память — малая доля стоимости стойки с ускорителями. Подорожавший телефон не заставляет строить меньше дата-центров. ◇

Вход подорожал у всех

Это несущий замер отчёта, поэтому происхождение цифр названо полностью. Counterpoint Research ведёт службу разбора устройств: покупает телефоны, разбирает и считает себестоимость каждого узла. Тридцатого июля 2026 года служба опубликовала сопоставление моделей 2026 года с равными им по классу моделями 2025 года. ■



Рост себестоимости комплектующих за год, по сегментам. Разброс между самым дешёвым и самым дорогим концом рынка — двадцать процентных пунктов. Один порядок величины.

Сама доля памяти в себестоимости при этом велика везде: 43 процента в телефоне начального уровня в первом квартале, 40 процентов в среднем сегменте во втором. Это не узел среди прочих — это половина стоимости всего, что лежит внутри корпуса. ■

Три вывода

Удар был общим. Отсидеться не удалось никому: даже премиальный сегмент получил рост себестоимости в полтора раза.

По дешёвому концу удар был сильнее. Если бы исход определялся издержками, дешёвый сегмент должен был пострадать сильнее — и он пострадал сильнее. Но пострадал он несопоставимо сильнее, чем на разницу в двадцать пунктов: не на четверть больше, а с обвалом отгрузок на четверть при рекордной цене.

В дорогом телефоне память обогнала процессор. Самым дорогим узлом премиального аппарата впервые стала не вычислительная микросхема, а DRAM. У старшей конфигурации нового флагмана Apple на терабайт себестоимость выросла почти на триста долларов относительно прошлогодней модели — и цену Apple всё равно не подняла. ■

Что производители сделали в ответ: сократили заказы на модели начального уровня и перекроили линейки. Отступление с дешёвого конца рынка — не наш вывод из падения отгрузок, а зафиксированное решение закупщиков. Старший аналитик Шэнхао Бай добавляет, что в начальном и среднем сегменте производителей ждёт падение маржи и прямые убытки на отдельных моделях, а рост себестоимости флагманов тормозит внедрение новых экранов и камер: деньги, которые шли в развитие, уходят в память. ■

Кто и чем заплатил

Досье по первичной отчётности покупателей. Период у каждой компании назван отдельно и не усредняется: у одних полугодие уже раскрыто, у других последнее раскрытие — первый квартал. ■

ХІАОМІ • РЕКОРДНАЯ ЦЕНА И ХУДШАЯ МАРЖА

Средняя цена проданного телефона — рекордные 1 351 юаня, примерно 201 доллар, рост на 25,9 процента за год. Валовая маржа телефонного сегмента при этом упала с 11,5 до 8,5 процента, отгрузки — на 26,5 процента, до 31,2 миллиона штук. Компания прямо называет причиной существенное подорожание ключевых комплектующих, в первую очередь памяти. Рекорд по цене и провал по марже в одном квартале означают одно: цену подняли меньше, чем подорожал вход.

TRANSSESSION • ВЫИГРАЛ ТАМ, ГДЕ НЕКУДА УЙТИ

Выручка за полугодие плюс 21,85 процента, прибыль плюс 46,22 процента, доля Африки в продажах 47 процентов. Компания, делающая самые дешёвые телефоны в мире, выросла по прибыли сильнее всех в этом отчёте. Объяснение не в марже, а в отсутствии альтернативы: на её рынках покупателю некуда отклонить повышение. Право на цену бывает и таким — оно берётся не только сверху, но и там, где конкурента нет вовсе.

SERES • АВТОМОБИЛЬ КАК ТЕЛЕФОН, КОТОРОМУ НЕКУДА ДЕТЬСЯ

Поднять цену не смог: на китайском авторынке идёт ценовая война, разобранная в отдельном отчёте серии. Полугодовой убыток 1 717 миллионов юаней, примерно 255 миллионов долларов. В современном автомобиле памяти больше, чем в телефоне, а переложить её подорожание некуда — цена машины назначается не производителем.

Ещё три случая, короче

iFlytek не выполнил план по обучающим машинам и закупал память впрок. Складские запасы вместо выручки — типовая реакция того, кто цену поднять не может, а производство остановить не хочет. Обучающий планшет стоит в самом чувствительном к цене сегменте, какой вообще бывает: его покупает родитель школьника. ■

Персональные компьютеры — та же позиция в другой отрасли. ПК идёт вторым после телефона по доле памяти в себестоимости, и ещё в феврале 2026 года Gartner предупредил, что подорожавшая память сократит за год мировые отгрузки и телефонов, и компьютеров. Сходство не случайное: у сборщика ПК ровно та же позиция в цепи и ровно те же поставщики памяти по ту сторону прилавка. ■

Где наш вывод кончается

Белая техника — граница этого отчёта, и её честнее показать, чем обойти. В холодильнике памяти мало, и по логике отчёта этот сегмент удара получить не должен был. Проверяем по отчётности. У Midea за первый квартал 2026 года выручка выросла на 2,45 процента, прибыль на 2,03, валовая маржа 25,57 — держится. У Haier за тот же квартал выручка упала на 6,9 процента, прибыль на 15,2. У Hisense Home Appliances за полугодие выручка минус 5,22 процента, прибыль минус 20,16 — первое двойное снижение в полугодии за десять лет. ■

Разброс внутри одного сегмента при почти полном отсутствии памяти в изделии означает, что падение там вызвано не подорожавшей памятью, а чем-то другим — и это «другое» в границы отчёта не входит. **Мы говорим об этом прямо, а не подгоняем сегмент под вывод.** Ровно так же читается и обратное: сегмент, где памяти мало, нашей картины не подтверждает и не опровергает — он просто про другое. ◇

Общий рисунок: заплатили не те, кто хуже работает. Заплатили те, у кого покупатель имеет выбор и упирается в потолок платёжеспособности. Transsession выиграл не потому, что эффективнее прочих, а потому, что его покупателю некуда уйти. Xiaomi проиграл не потому, что хуже управляется, — он сделал ровно то, что предписывает учебник, — а потому, что живёт там, где покупатель считает каждую сотню юаней. Исход определила конструкция положения, а не качество работы. ◇

Два счётчика, один вывод

Счётчики рынка разошлись в величине падения, и это стоит показать честно, а не выбирать удобную цифру. Counterpoint насчитал во втором квартале падение мировых отгрузок телефонов на 11 процентов за год, IDC — на 6,7 процента, до 277,5 миллиона штук. ■



Доли мировых отгрузок во II квартале 2026 года по счёту Counterpoint. Расхождение с IDC в методике: Counterpoint считает предварительные отгрузки в канал. Но **состав победителей и проигравших у обоих счётчиков одинаковый**, и это важнее разницы в процентах.

Ниже второго квартала 2026 года мировые отгрузки телефонов не опускались **с 2013 года**. Внутри этого падения Samsung вернул первое место, и Counterpoint среди причин прямо называет вертикальную интеграцию. Apple довёл долю до рекордных двадцати процентов и остался единственной крупной маркой без повышения цен за квартал. Xiaomi, OPPO и vivo упали двузначно все трое, и причина у них названа одна на всех: широкая представленность в начальном и среднем сегментах. ■

■ **Проверка на сходимость по Xiaomi.** Собственная отчётность компании даёт падение отгрузок на 26,5 процента, счётчик IDC — на 26,3 процента. Входы независимые: самораскрытие эмитента и сторонний замер. Расхождение — две десятых процентного пункта. **Отдельно стоит Huawei: плюс 6 процентов, единственная китайская марка в плюсе.** Несколько лет назад её внешними ограничениями выбросили из дешёвого сегмента, и она вынужденно ушла вверх по цене. Позиция, доставшаяся как наказание, оказалась защитой. ◇

Что дальше по году

Оба счётчика ждут продолжения. IDC прогнозирует падение мирового рынка телефонов на 13,9 процента по итогам 2026 года, Counterpoint — худшее годовое падение за всю историю наблюдений, и ожидает, что дефицит памяти сохранится и в 2027 году. Производители, по прогнозу, будут и дальше предпочитать стоимость объёму: сворачивать низкомаржинальные модели, играть конфигурациями памяти и продлевать жизнь прошлогодним аппаратам. Восстановление спроса не ожидается, пока не поправится предложение памяти. ■

Отдельная строка — Google с ростом на 16 процентов. Как и Apple, он работает в сегменте, где подорожание помещается внутрь маржи. Ни одна марка, живущая на дешёвом конце рынка, в плюс во втором квартале не вышла — ни китайская, ни какая-либо ещё.

Обе стороны одной сделки

Теперь посмотрим на другой конец цепи — туда, где цена назначается. Доли по выручке мирового рынка DRAM во втором квартале 2026 года, по трекеру Counterpoint. ■

39%

Samsung. Первое место и возврат к уровню 2024 года

26%

SK hynix. Год назад было 39 процентов — при росте собственной выручки на 214 процентов

25%

Micron. Выручка выросла впятеро за год, второе место уже рядом

+716%

CXMT. Быстрейший рост среди поставщиков DRAM в мире, но от малой базы

+690%

Nanya. Второй по темпу роста поставщик на том же рынке

4,7 раза

во столько выросла вся выручка мирового рынка DRAM за год по нашему расчёту

Строка SK hynix заслуживает отдельного взгляда: компания увеличила выручку в три с лишним раза и при этом потеряла треть доли рынка. Так выглядит рынок, выросший быстрее, чем успевает расти его лидер. Пострадала она сильнее прочих по конкретной причине: раньше всех подписала долгосрочные контракты с фиксированными потолками цены — зафиксировала цену до взлёта. ■

■ **Проверка на сходимость.** Выручка SK hynix выросла в 3,14 раза, а доля упала с 39 до 26 процентов, то есть в 0,667 раза. Значит вся выручка рынка выросла примерно в 4,7 раза. Встречный счёт по Micron: рост впятеро при нынешней доле 25 процентов даёт прошлогоднюю долю около 23–24 процентов, что согласуется с известным положением компании. Два независимо названных набора чисел дают один и тот же масштаб.

Главное наблюдение отчёта

Samsung сидит на обоих концах одной сделки. Тридцать девять процентов рынка, где цена на память назначается, и двадцать четыре процента рынка, где она платится. Он продаёт память своим конкурентам по утроившейся цене, а свою собственную переставляет из кармана в карман. Аналитик Counterpoint называет это вертикальной интеграцией и ставит среди причин роста. **Китайская сборка, делающая больше телефонов, чем кто-либо в мире, не владеет в этой цепи ничем.** ◇

Против интуиции. Цены на HBM — самую дорогую память для ускорителей — за год упали: дешевеет предыдущее поколение, задержано следующее. Подорожала как раз обычная память, та, что стоит в телефонах. Дефицит пришёл не потому, что кто-то поднял цену на дорогое, а потому что мощности ушли из дешёвого. ■

Что значит «владеть звеном» на практике. Не право диктовать цену всему рынку — таким правом не обладает и Samsung. Право решать, кому и сколько отгрузить, когда товара на всех не хватает, и не платить при этом рыночную цену самому себе. Это преимущество не в проценте маржи, а в том, что оно работает именно в тот момент, когда всем остальным тяжелее всего. ◇

Государство: кому помогли и чего не сделали

ЧТО СДЕЛАНО · ПОМОЩЬ ПРОДАВЦАМ

В апреле 2026 года профильное министерство объявило об усилении поддержки производителей микросхем памяти: балансировка спроса и предложения, стимулирование инвестиций, расширение мощностей. Одобрено биржевое размещение СХМТ — это подтверждается независимо, аналитиками Counterpoint. Расширяется УМТС. Адресат всех этих мер — продавцы памяти, а не её покупатели. Оговорка о доверии: о самом решении министерства мы знаем из отраслевой прессы, первичного документа не читали.

ЧЕГО НЕ СДЕЛАНО · ТРЕТЬЯ МЕРА, КОТОРОЙ НЕ БЫЛО

Отечественная память не распределялась между отечественными сборщиками по квоте или приоритету: рост СХМТ идёт через рынок, а не через разнарядку. Подорожавший вход сборщикам не компенсировался — в отличие от программы субсидирования обмена техники, которая в 2024–2025 годах была адресована потребителям. Оговорка честности: мы искали меры, адресованные покупателям памяти, и не нашли. Это отсутствие находки, а не доказанное отсутствие меры.

ВСТРЕЧНЫЙ ПОТОК · САМОЕ НЕУДОБНОЕ МЕСТО ОТЧЁТА

По сообщениям отраслевой прессы, СХМТ в феврале 2026 года снизила цены на свои микросхемы примерно вдвое — ровно тогда, когда корейские поставщики поднимали. А затем, вместе с рынком, перешла к повышению. Первичного подтверждения у нас нет, и мы помечаем это как сообщение прессы, а не как замер.

Если сообщение о развороте СХМТ подтвердится, перед нами лучший довод против прочтения всего отчёта как «Запад против Китая». Китайский производитель памяти, получив дефицитное звено, воспользовался правом на цену против собственных сограждан. Право принадлежит позиции, а не паспорту: это история структурная, а не национальная. ◇

Почему помощь пришла не туда

В этом нет ничьей ошибки, и это стоит сказать прямо. Государство решало задачу десятилетия — избавиться от зависимости по памяти — и решало её единственным способом, который работает: деньгами в мощности. Задача квартала, то есть спасение маржи сборщиков, этой мерой не решается в принципе, потому что мощности не строятся за квартал. ◇

Но у выбора есть цена, и она измерима. Мощности, способные изменить картину, выходят на объём в конце 2026 — 2027 году. К этому шоку они опаздывают на год-полтора. Телефоны, которые не выпустят в этом году, не выпустят уже никогда. Модели, снятые с производства, назад не возвращаются. А ценовые полки, однажды сдвинутые вверх, сами вниз не идут.

Сравнение, которое здесь уместно. В 2024–2025 годах государство умело и быстро поддержало спрос программой субсидирования обмена бытовой техники — то есть работало на стороне покупателя. В 2026-м инструмент того же класса, направленный на покупателя микросхем, применён не был. Отсутствие меры — тоже мера, и последствия у неё те же, что у меры принятой. ◇

Второй удар и то, что измерить нельзя

Если бы дело было только в памяти, отчёт был бы про память. Но у китайского экспортёра в том же полугодии отняли ещё и часть валютной выручки — механизмом, с памятью никак не связанным.

Юань за первое полугодие 2026 года укрепился к доллару **на 3 процента**. Экспорт за это же полугодие — 2,13 триллиона долларов. Неконвертированная валютная выручка экспортёров оценивается в 500–800 миллиардов долларов. Три процента на такой базе — потеря, которую никто не решал понести. ■

■ **Проверка на сходимость.** Три процента на чистые валютные активы PDD воспроизводят изменение накопленного прочего совокупного дохода в 8 158 миллионов юаней, примерно 1,21 миллиарда долларов, объявленное в отчётности компании отдельной строкой. Курс взят из макростатистики, величина — из отчётности: входы независимые.

Смысл этого раздела не в трёх процентах. Смысл в том, что уязвимость не про память. Сборщик — принимающая сторона по цене входа, по цене выхода и по курсу расчёта одновременно. Он не назначает ни цену микросхемы, которую покупает, ни цену телефона, который продаёт, ни курс, по которому вырученные доллары превратятся в юани, которыми он платит рабочим. Память в 2026 году просто показала это громче. ◇

Что измерить нельзя

Разбивки поставок памяти по конкретным маркам-покупателям нет ни у одного счётчика. Кому именно, сколько и по какой цене отгрузили — неизвестно. Мы предполагаем, исходя из формулировок поставщиков об уходе из потребительского сегмента, что дешёвый конец рынка обслуживался последним, но **прямого замера этого не существует, и мы говорим об этом прямо вместо того, чтобы выдать пересказ за измерение.** Это утверждается как гипотеза, а не как доказанная причинность. ◇

Косвенное свидетельство в её пользу всё же есть, и оно названо поставщиками, а не нами: самый тугой разрыв между спросом и предложением пришёлся на форматы eMMC и UFS — те, что ставят в недорогие устройства. Это не замер очереди, но это указание на то, в каком месте очередь была длиннее всего. ■

Второе, чего мы не знаем. Долгосрочные контракты поставщиков памяти с крупными покупателями не публикуются. Мы знаем, что SK hynix проиграл на таких контрактах, потому что аналитики Counterpoint назвали это причиной его отставания. Но кто из покупателей выиграл на них, и выиграл ли кто-нибудь из китайских марок, — закрытая информация. Возможно, часть разрыва между Samsung и остальными объясняется именно этим, а не только вертикальной интеграцией. ◇

Контр-тезис: чем это можно опрокинуть

СИЛЬНЕЙШИЙ ДОВОД ПРОТИВ НАС

«Вы меряете кризисный квартал и называете его структурой. Дефицит памяти — явление циклическое: он уже был в 2017–2018 годах и закончился обвалом цен. Никакое право на цену никуда не переходило. У поставщиков памяти оно тоже временное и вернётся к покупателям, как только встанут новые линии. А доля китайских марок выросла с нуля до половины мирового рынка именно потому, что они умеют переживать такие циклы дешевле всех. Samsung и Apple ничего не выиграли — они просто сидят в сегменте, где спрос менее эластичен, и это было верно в любой год, а не открытие 2026-го.»

ЧЕГО ЭТОТ ДОВОД НЕ ОБЪЯСНЯЕТ

Первое: в цикле 2017–2018 годов китайские марки долю набирали, а в 2026-м потеряли двузначно. Цикл тот же, исход противоположный — значит изменилось что-то в структуре. Спрос, оттягивающий память, идёт не от потребителя, а от вычислительной инфраструктуры, и обратной связи с потребительским спросом у него нет: подорожавший телефон не заставляет строить меньше дата-центров. Второе: поставщики не просто подняли цену, они уходят из сегмента — это решение о распределении мощностей, а не движение по кривой спроса. Третье: новые линии дают объём через двенадцать–восемнадцать месяцев, а производители уже сократили заказы и перекроили линейки.

ЧЕСТНАЯ ОГОВОРКА В ПОЛЬЗУ ОППОНЕНТА

Он прав в том, что замер сделан на цикле. Если цены на память в 2027 году упадут вдвое, значительная часть этой сортировки отыграется назад. И китайский ответ уже идёт: CXMT — быстрейший по росту поставщик DRAM в мире. Утверждение о структурном сдвиге мы даём как вывод из наблюдаемого поведения поставщиков, а не как доказанную необратимость.

ТРИ СЦЕНАРИЯ, ПО КОТОРЫМ ЭТО РАЗОЙДЁТСЯ

Если цены на память в 2027 году падают вдвое — сортировка отыгрывается назад лишь частично: доли рынка, потерянные за два года, возвращаются медленнее, чем цены. Если цены держатся на нынешнем уровне — дешёвый сегмент телефона перестает существовать как массовое явление, и Counterpoint именно это и прогнозирует, ожидая сохранения дефицита в 2027 году. Если CXMT выходит на международных заказчиков первого уровня — меняется не цена, а состав тех, кто её назначает, и это единственный из трёх сценариев, который меняет вывод отчёта по существу.

Следить: доля CXMT в выручке мирового рынка DRAM по трекеру Counterpoint.

Индикатор проверяется одной новостью и ничьих оценок не требует. Как только CXMT войдёт в первую тройку поставщиков, у китайской сборки впервые появится соотечественник по ту сторону прилавка — и тогда этот отчёт придётся переписывать. Вице-президент Counterpoint Нил Шах формулирует это как вопрос «когда», а не «как». Подробный разбор самой CXMT — отдельный выпуск серии в ноябре. ■

Чем этот отчёт можно опровергнуть

Честный разбор обязан назвать, какое наблюдение его похоронит. Здесь таких наблюдений три, и каждое проверяется отчётностью, а не рассуждением.

Первое. Если в ближайшие кварталы китайская марка телефонов вернёт долю, не уходя вверх по цене и не дожидаясь удешевления памяти, — значит право на цену тут ни при чём, а дело было в исполнении.

Второе. Если Samsung при своих 39 процентах рынка памяти начнёт терять долю на рынке телефонов, — значит владение дефицитным звеном никакого преимущества сборщику не даёт, и вся конструкция отчёта держится на совпадении.

Третье. Если выяснится, что китайские марки получали память по долгосрочным контрактам на тех же условиях, что и Samsung, — значит разрыв объясняется не позицией в цепи, а чем-то другим. Проверить это сегодня нельзя: такие контракты не публикуются, и мы прямо признаём это дырой в основании. ◇



Самая большая сборочная площадка мира узнаёт свою себестоимость из чужого прайс-листа

Все считают, кто произвёл больше. Второй квартал 2026 года ответил на другой вопрос — кому позволят поднять цену. Ответ оказался не про эффективность и не про страну: право получил тот, кто владел дефицитным звеном или отношением с покупателем. Китай собирает больше телефонов, чем кто-либо на планете, и когда подорожал самый обычный их узел, ни одна китайская марка первой пятёрки не смогла защититься.

[@news_chinatech](#)

Первичные источники: релизы TrendForce о контрольных ценах DRAM и NAND от 31.03.2026 и 01.06.2026 и прогнозные релизы того же ряда · служба разбора устройств Counterpoint Teardown & BoM Service и Memory Price Tracker, публикация от 30.07.2026 · Counterpoint Market Monitor, предварительные отгрузки за II квартал 2026 года, публикация от 13.07.2026 · Counterpoint Global Memory Tracker за II квартал 2026 года, публикация от 06.08.2026 · счётчик отгрузок IDC за II квартал 2026 года и годовой прогноз · промежуточная отчётность Xiaomi за второй квартал 2026 года · промежуточная отчётность Transsion, Seres, iFlytek и PDD за первое полугодие 2026 года · полугодовой отчёт Hisense Home Appliances от 17 августа 2026 года · отчёты Midea и Haier за первый квартал 2026 года: полугодовых на дату сборки не опубликовано · сообщение Gartner о влиянии цен на память на отгрузки телефонов и компьютеров, февраль 2026 года · таможенная статистика экспорта КНР за первое полугодие 2026 года

Вторичные, доверие ниже — помечены в тексте: сообщение об усилении государственной поддержки производителей памяти, апрель 2026 · сообщения отраслевой прессы о снижении и последующем повышении цен CXMT, февраль-апрель 2026 · сведения о волне повышения розничных цен китайскими марками телефонов с марта 2026 года · оценка объёма неконвертированной валютной выручки экспортёров

Не измерено и в выводы не заложено: разбивка поставок памяти по конкретным маркам-покупателям — такой статистики не публикует ни один счётчик

Дата актуальности данных: 25 августа 2026. Курс дня сборки — 6,7227 юаня за доллар. Несущими остаются суммы в валюте отчётности источника; долларовые величины приведены как ориентир и ни на один вывод не влияют.