

市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
沪深300指数	3204.94
上证指数	2632.24
深证成指	7908.55
中小板综指	8046.12

苹果手机存量市场份额快速下跌 ——中国智能手机市场十月数据分析

投资建议

- 今年以来，苹果手机在中国存量市场份额快速下滑，年初至今已下跌超过3%，月均增量市场份额仅为6.56%。9月新机发布后销量欠佳，情况仍未改善，建议关注苹果手机近期销量变化对其股价及产业链的影响。
- 手机后置多摄趋势明显，华为、OPPO相继推出多款后置三摄机型，三摄逐渐从中高端机型开始渗透，预计未来将推出更多三摄机型，三摄渗透率进一步提升。老牌供应商将优先享受三摄红利。

重点关注：舜宇光学科技、欧菲科技

行业动态

- **苹果手机新机销量欠佳，市场份额节节败退：**9月苹果发布新机后，10月新机合计销量仅210万台。存量市场份额自7月被OPPO超越，10月被vivo超越，预计11月将被华为超越（10月份，两者存量市场份额仅相差0.1%），半年间市场份额由第一降至第四。
- **国产手机品牌竞争趋势分化：HOV存量份额提升，而小米存量份额下滑。**OPPO自超越苹果之后，存量份额继续增长，目前市场占比约22%，与第二名有较大优势，短时间内将继续保持领先；华为/荣耀表现优异，存量份额增长显著，从年初的15%左右上升至19%，新增设备数累计超过9000万台；vivo存量份额小幅提升，表现稳定，新增设备数累计达8500万台，位居第二；小米手机略显疲态，年初至今市场份额下跌1%，是唯一二市场份额下跌的品牌。
- **三摄机型销售突出，多款三摄机型近期上市，看好三摄手机未来增长：**华为P20 Pro销售稳定，月均新增设备45万台；Mate 20 Pro上市5天新增设备10万台，销售火爆，在天猫、华为商城、京东均处于缺货状态。近期，多款三摄机型密集上市，预计11月三摄手机新增设备数量大幅增长。

风险提示

- 1) 手机创新不及预期；2) 技术创新对行业格局产生影响；3) 三摄需求不及预期。

附表：五大品牌存量、增量市场份额（10月）

品牌	存量份额	自年初增减	增量份额（月均）
OPPO	21.64%	1.51%	20.88%
vivo	19.47%	0.41%	24.37%
苹果	18.89%	-3.08%	6.56%
华为	18.77%	3.97%	26.19%
小米	11.49%	-1.15%	14.68%

唐川

分析师 SAC 执业编号：S1130517110001
tangchuan@gjzq.com.cn

内容目录

手机进入存量时代，头部效应明显.....	4
行业格局稳固，市场份额排名仍存变数.....	4
换机周期延长，潜在换机需求保持高位.....	5
各品牌详情.....	7
苹果新机销售疲软，高定价为主要原因.....	7
国产手机厂商竞争趋势分化.....	8
华为表现优异，全系列覆盖助推销量.....	8
OPPO、vivo 爆款频现，单机销量领先.....	9
小米腹背受敌，竞争激烈.....	10
多摄为未来发展趋势，三摄明年有望放量.....	11
风险提示.....	12

图表目录

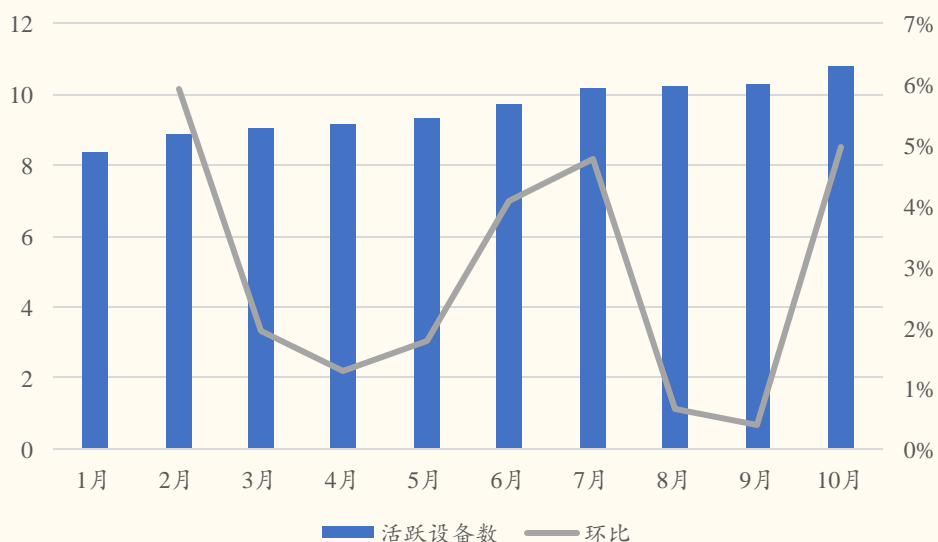
图表 1：国内手机活跃设备数（亿）.....	4
图表 2：国内手机市场出货量（万）.....	4
图表 3：国内手机新增设备数（万）.....	4
图表 4：2018 年存量智能手机市场份额变化趋势.....	5
图表 5：2018 年新增智能手机市场分布.....	5
图表 6：1-10 月新增智能手机数及分布（万）.....	5
图表 7：10 月活跃设备上市时长（年）.....	6
图表 8：2018 年消费者持有手机时长（月）.....	6
图表 9：10 月各品牌潜在换机需求（亿）.....	6
图表 10：10 月活跃设备上市时长（月）.....	7
图表 11：2018 年新机型的平均销售时间（月均）.....	7
图表 12：十月苹果各机型存量设备分布（万部）.....	7
图表 13：十月苹果主要机型新增设备数（万）.....	7
图表 14：2018 年苹果代表机型销量（万）.....	7
图表 15：新 iPhone 手机负面舆情情节选.....	8
图表 16：十月华为各机型存量设备分布（万）.....	8
图表 17：十月荣耀各机型存量设备分布（万）.....	8
图表 18：华为各系列新增设备数（万）.....	9
图表 19：荣耀各系列新增设备数（万）.....	9
图表 20：十月 OPPO 各机型存量设备分布（万）.....	9
图表 21：十月 vivo 各机型存量设备分布（万）.....	9
图表 22：2018 年 OPPO 部分代表机型销量（万）.....	10

图表 23: 2018 年 vivo 部分代表机型销量 (万)	10
图表 24: 十月小米各机型存量设备分布 (万)	10
图表 25: 2018 年中国新增智能手机价格分布	11
图表 26: 五大品牌新增智能手机价格分布 (10 月)	11
图表 27: 小米同等价位机型销量对比 (万)	11
图表 28: 2018 年存量设备后置摄像头数量分布	11
图表 29: 2018 年新增设备后置摄像头数量分布	11
图表 30: 三摄手机销量情况	12
图表 31: 华为 Mate 20 Pro 销售火爆	12
图表 32: 部分三摄 (四摄) 手机相关信息	12

手机进入存量时代，头部效应明显

中国的智能手机普及过程已经完成，预计未来增幅继续减缓，行业机会将主要来自于存量结构调整以及换机需求。

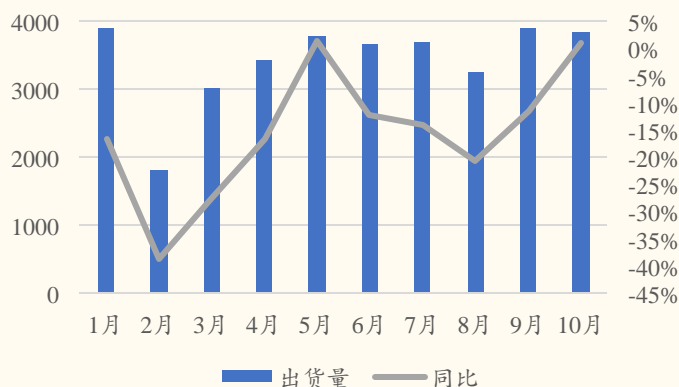
图表 1：国内手机活跃设备数（亿）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

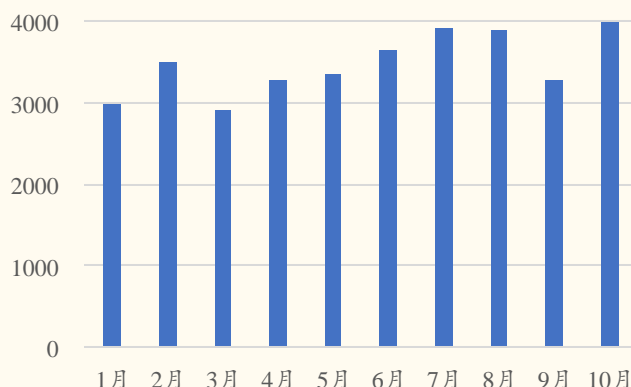
从增量看，1-10月，月均新增设备数约 3500 万台，总体趋势和数量与信通院出货量数据接近，但略有差别，这种差别主要来自于渠道库存。例如 2 月份，由于春节假期影响，手机出货量不足 2000 万，但新增设备数高达 3500 万。总体而言，监测数据相对真实、可靠，能够更加准确的反映需求端状况。

图表 2：国内手机市场出货量（万）



来源：中国信通院，国金证券研究所

图表 3：国内手机新增设备数（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

行业格局稳固，市场份额排名仍存变数

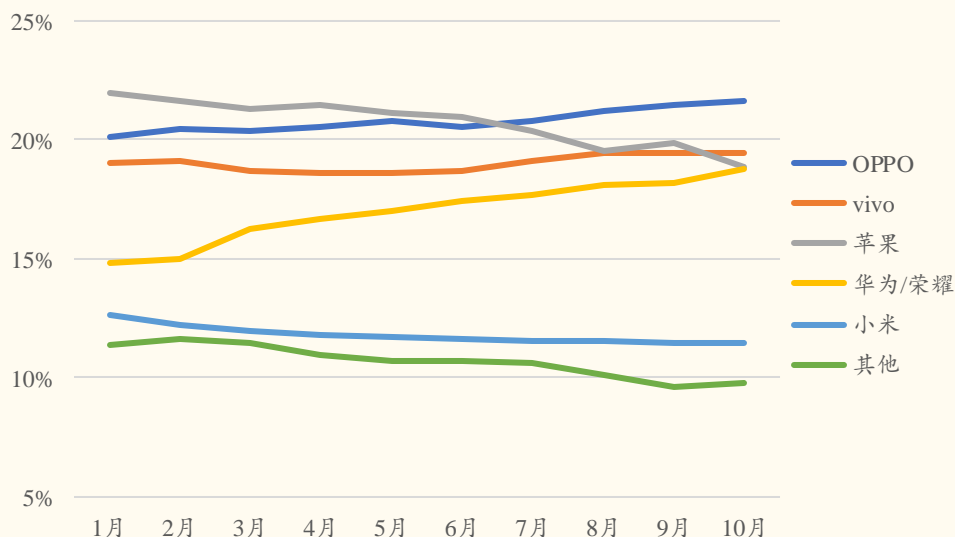
从行业竞争格局来看，前五大品牌（OPPO、vivo、苹果、华为、小米）占据市场超过 90% 的份额，头部效应明显。我们认为，中国智能手机行业格局稳固，五大品牌存量市场份额持续提升，且拥有强大的资金和品牌实力，新进入者难以获得突破。

从存量情况来看，前五大手机厂商中，仅有苹果为国外品牌，但其市场份额节节败退。苹果手机市场份额长期维持第一位，但自 7 月市场份额被 OPPO

超越之后，10月被 vivo 超越，目前，华为与其只相差 0.1%，按照目前的增速，预计 11 月，苹果手机市场份额将滑落至第四位。

国产厂商表现各异，HOV 表现较好，小米略显疲态。OPPO 自超越苹果之后，市场份额继续增长，目前市场占比约 22%，与第二名有较大优势，短时间内将继续保持领先；华为/荣耀表现优异，份额增长显著，从年初的 15% 左右上升至 19%；vivo 市场份额小幅提升，表现稳定；小米手机略显疲态，年初至今市场份额下跌 1%，是唯一二市场份额下跌的品牌。

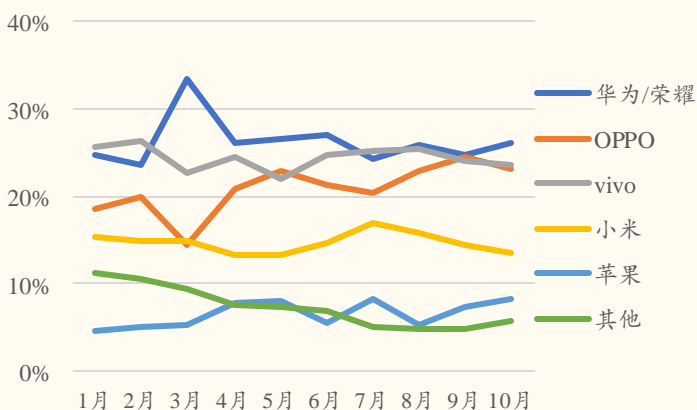
图表 4：2018 年存量智能手机市场份额变化趋势



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

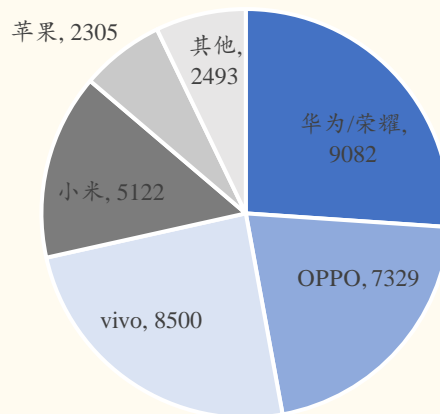
从增量情况来看，1-10月，前五大品牌在新增设备中的份额已达到 93%。华为新增设备数累计超过 9000 万台，排名第一；vivo、OPPO 新增设备数位列二、三位，vivo 虽然在存量设备份额提升不大，但是新增设备份额超过 OPPO，排名第二，说明其用户换机频率较高；苹果手机新增设备份额持续维持低迷，均在 10% 以下。

图表 5：2018 年新增智能手机市场分布



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

图表 6：1-10 月新增智能手机数及分布 (万)



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

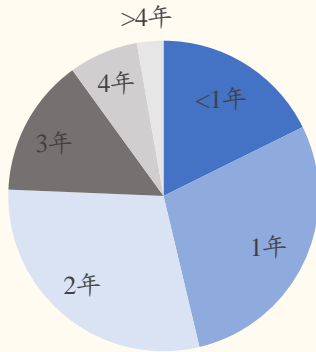
换机周期延长，潜在换机需求保持高位

智能手机的发展经历了数次“换机潮”，每一次的“换机潮”都是伴随着一项解决消费者使用痛点的技术被应用于智能手机，例如，触控屏大幅改善消费者的使用体验；3G/4G 提供了全新的应用体验（在线视频、在线游戏等）。但

近年来手机创新能力下降，能够解决的痛点越来越少，同时手机的质量在不断提升，所以消费者的换机时间也在逐步延长。

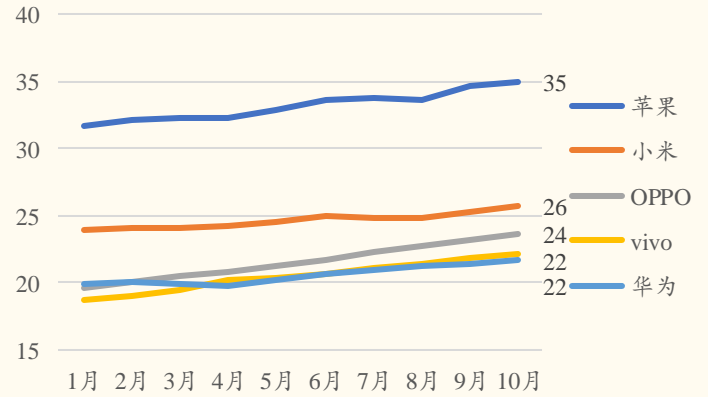
根据监测数据，截止 10 月，76% 的活跃设备上市时长在两年及两年以下。五大品牌的消费者持有时长均有一定幅度的增长。其中，苹果手机的用户持有时长约为 3 年，而其他品牌在两年左右。华为手机的消费者持有时长最短、增幅最小，在一定程度上体现出其消费者的换机需求较为强烈。

图表 7：10 月活跃设备上市时长（年）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

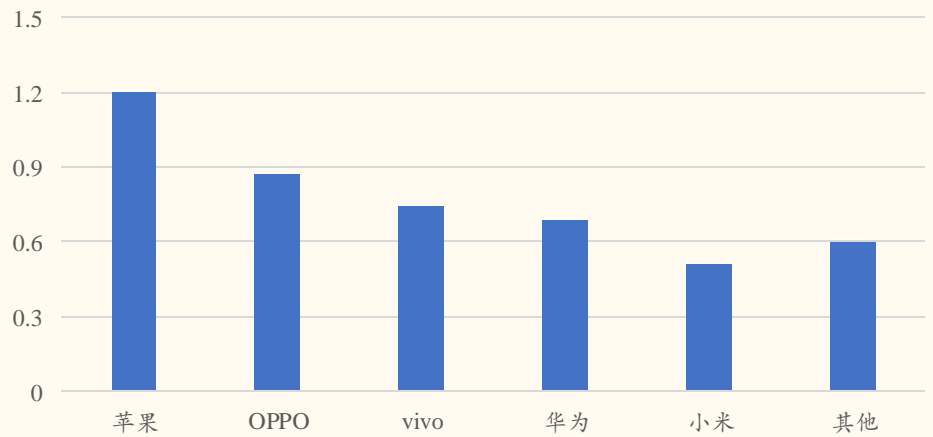
图表 8：2018 年消费者持有手机时长（月）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

以 26 个月的平均换机周期来看，各机型中，苹果手机的潜在换机需求最高，远超其他品牌，OPPO、vivo、华为、小米依次。苹果手机用户忠诚度较高，换机周期较长，预计未来潜在换机需求仍将保持高位。

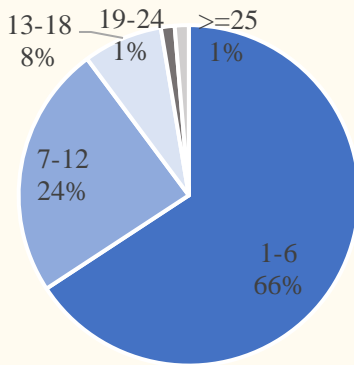
图表 9：10 月各品牌潜在换机需求（亿）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

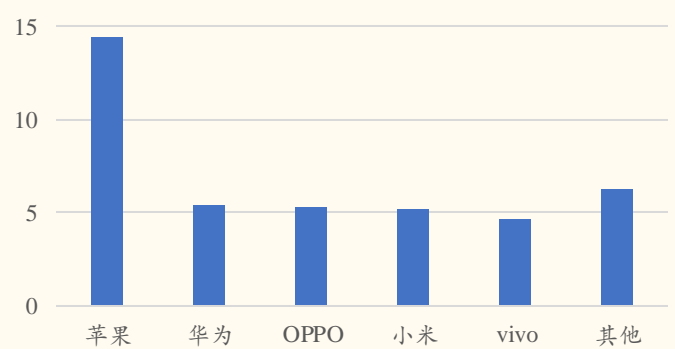
从销售情况看，大约 90% 的手机在一年内售出，超过 18 个月后难以获得销售突破。从新机型的平均销售时长来看，苹果销售时间最长，超过 1 年，而其他四大品牌销售时间较短，可见他们的产品迭代速度较快。

图表 10: 10月活跃设备上市时长(月)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

图表 11: 2018年新机型的平均销售时间(月均)



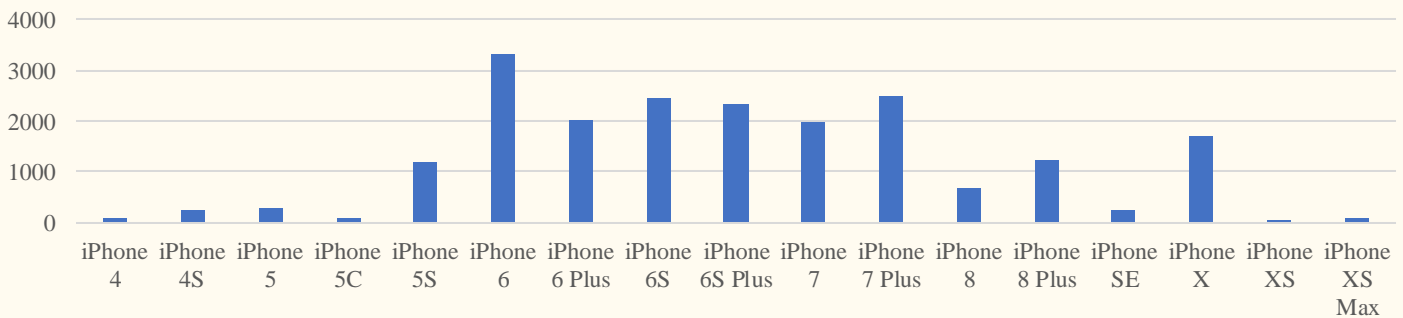
来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

各品牌详情

苹果新机销售疲软, 高定价为主要原因

从苹果手机存量情况来看, 以 iPhone 6 为代表的旧款机型仍然在市场中占据大量份额, 这部分机型虽然早已超过了换机周期, 但仍然没有转化为销量, 业内期待的“超级换机周期”始终没有到来。

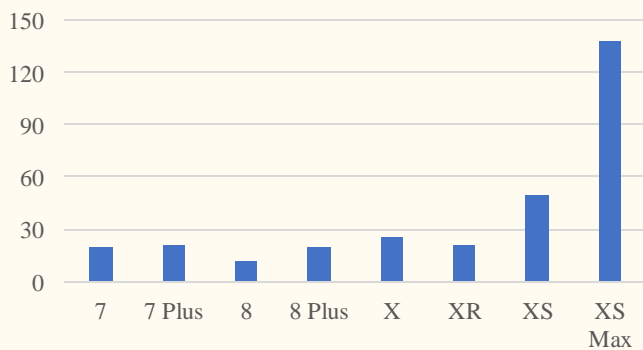
图表 12: 十月苹果各机型存量设备分布(万部)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

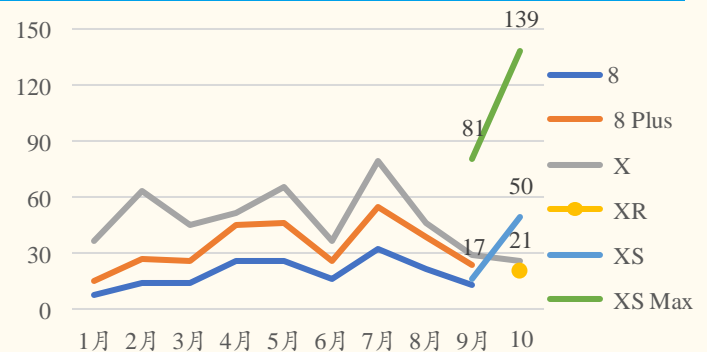
从苹果新机销量情况来看, 10 月份, 新增设备中主要以 iPhone XS 和 iPhone XS Max 为主, 合计占比约 57%。但 iPhone 新机型销量总体不佳, 开售后第二个月销量合计仅为 210 万台, 部分机型甚至不及去年旧款。

图表 13: 十月苹果主要机型新增设备数(万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

图表 14: 2018年苹果代表机型销量(万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

我们对 iPhone 产品舆情进行了统计: 新 iPhone 的主要负面评价为价格高, 这是新 iPhone 销量低迷的重要原因。另外, iPhone 信号问题也饱受用户诟病,

对于国内手机厂商而言，双卡双待已成为必备，而 iPhone XS Max 不仅没有做到双 4G 待机，甚至出现了信号问题。

图表 15：新 iPhone 手机负面舆情节选

机型	负面舆情		
iPhone X	1、价格高	2、续航一般	3、信号差
iPhone XS	1、价格高	2、信号差	3、续航一般
iPhone XS Max	1、信号差	2、价格高	3、续航一般
iPhone XR	1、价格高	2、分辨率低	3、外观不满意

来源：中关村在线，国金证券研究所

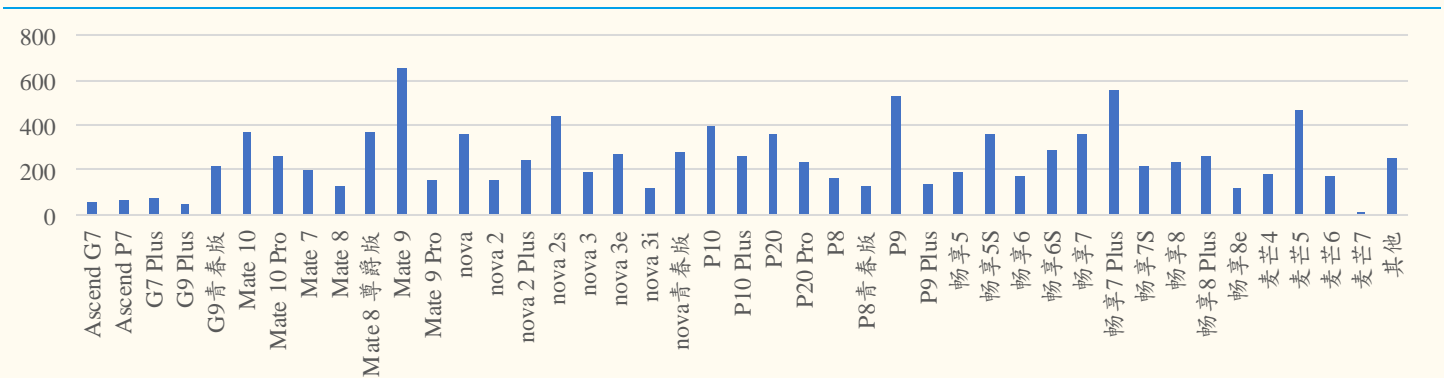
国产手机厂商竞争趋势分化

华为表现优异，全系列覆盖助推销量

华为将手机分为两个独立品牌，华为覆盖线上线下，荣耀主打线上，在价格定位上，华为偏向中高端，而荣耀主打性价比。两个品牌分别覆盖高中低端所有机型，采取“机海策略”，因此，存量设备分布较为均匀，较少出现“爆款”机型。

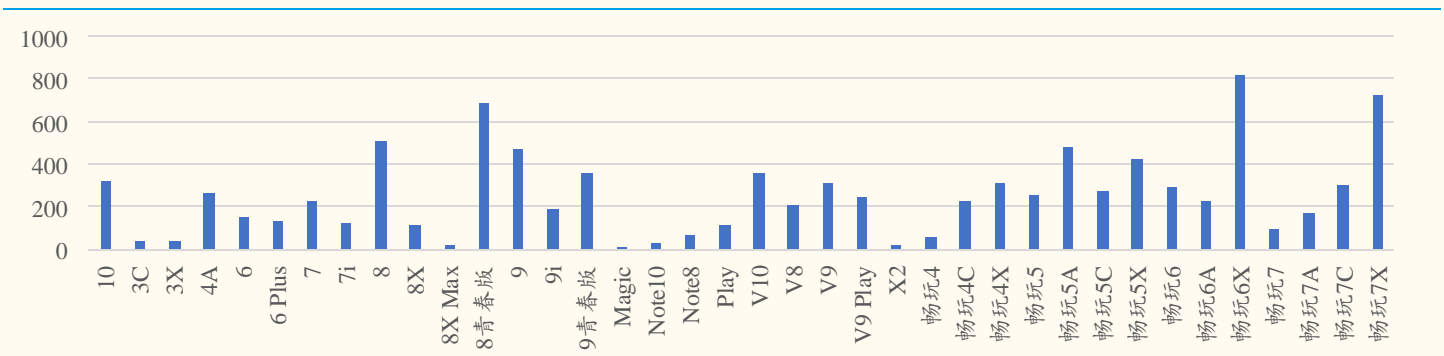
1-10 月，华为/荣耀新增设备主要为低端机型（畅享系列和畅玩系列），但中高端机型新增设备依然可观。

图表 16：十月华为各机型存量设备分布（万）



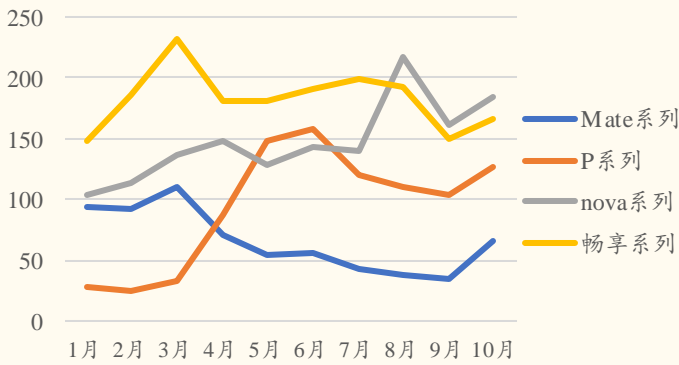
来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

图表 17：十月荣耀各机型存量设备分布（万）



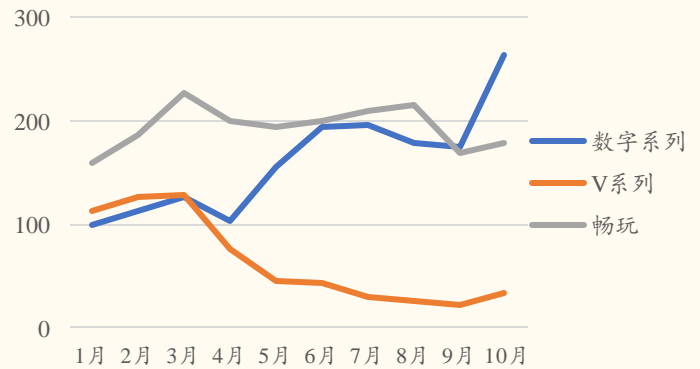
来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

图表 18: 华为各系列新增设备数 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

图表 19: 荣耀各系列新增设备数 (万)

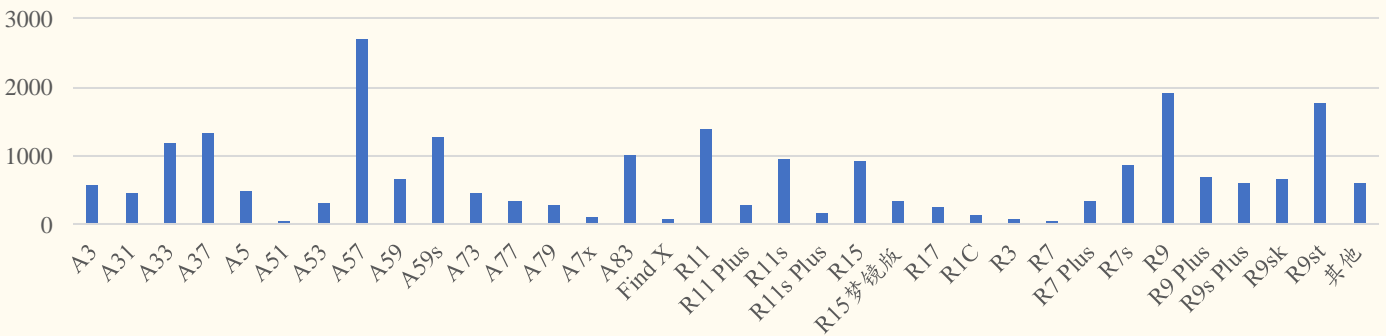


来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

OPPO、vivo 爆款频现，单机销量领先

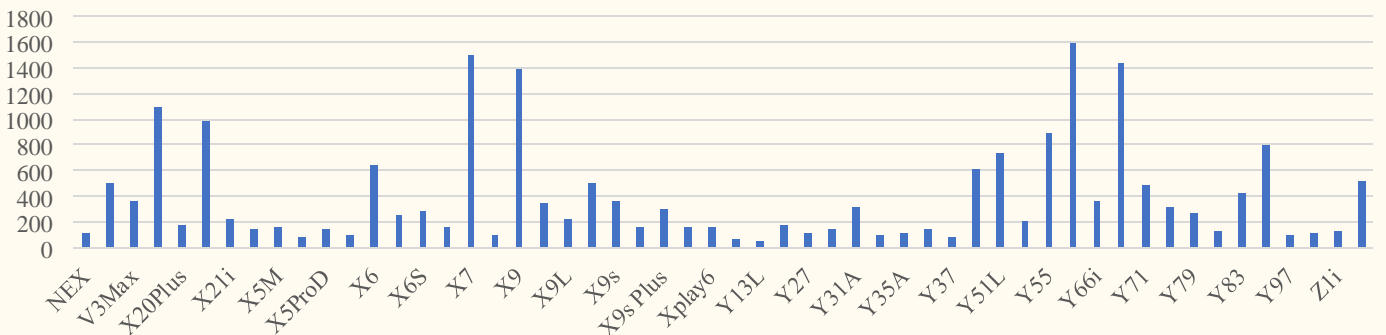
OPPO 和 vivo 采取相似的“爆款战略”，集中资源研发、生产、推广一款产品。这种策略不仅使研发更加专注，还降低了运营层面的复杂度和工作量，此外在营销上也更加具有效率。体现在存量设备上，OPPO 和 vivo 的产品集中度很高，出现了多款存量达千万台以上的机型，如若计入衍生机型，集中度将进一步提升。相对而言，OPPO 的“爆款战略”执行的更为彻底，产品集中度较 vivo 也更高。

图表 20: 十月 OPPO 各机型存量设备分布 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

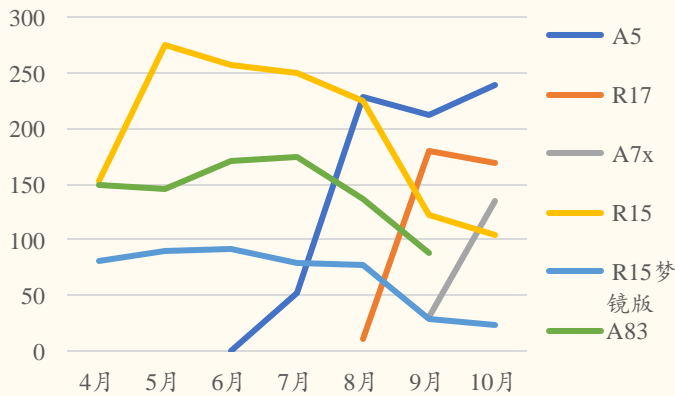
图表 21: 十月 vivo 各机型存量设备分布 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

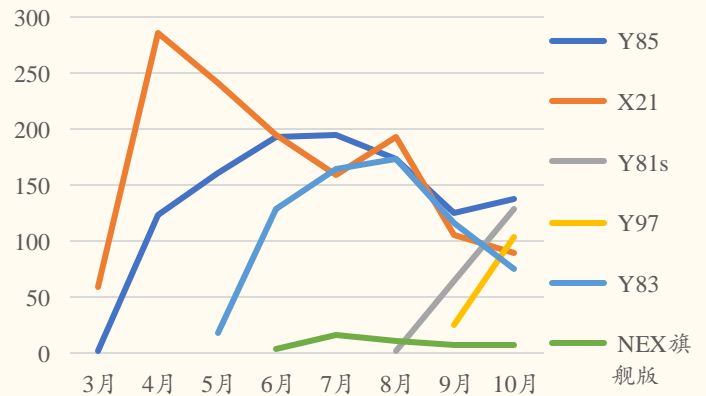
从 1-10 月 OPPO 和 vivo 部分代表机型销量情况来看，OPPO 的 R15, R17、A5、A83 系列，vivo 的 Y85、X21 系列都已经或者有潜力成为爆款机型，部分机型月新增设备数超 250 万台。

图表 22: 2018 年 OPPO 部分代表机型销量 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

图表 23: 2018 年 vivo 部分代表机型销量 (万)

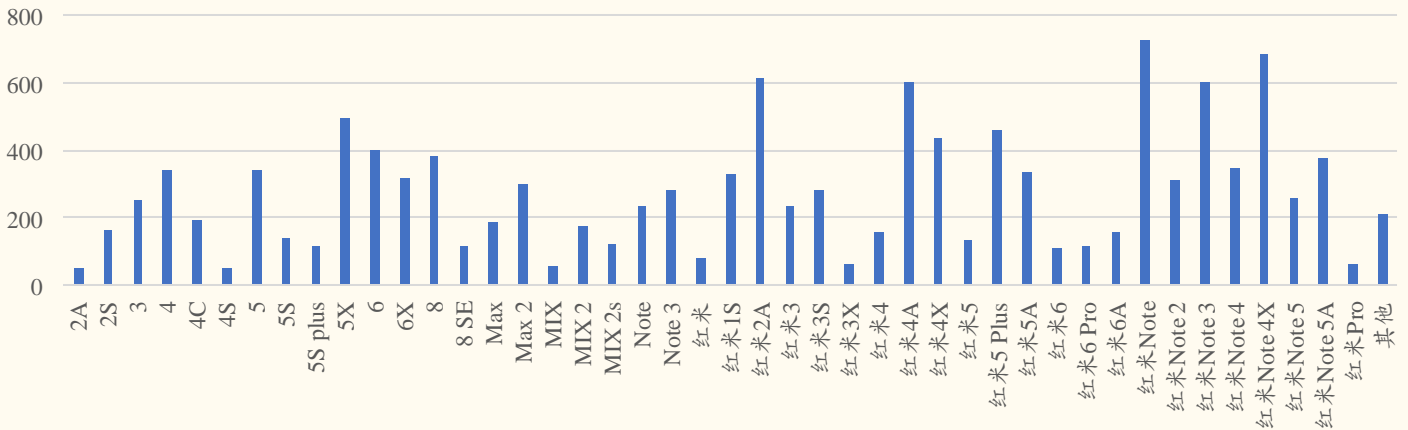


来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

小米腹背受敌, 竞争激烈

小米手机主打性价比, 以中低端的红米系列为主, 截止 10 月, 红米系列在存量设备中的比例约 60%, 较年初降低 6%。从单款机型来看, 占比较大的几乎都为红米系列。

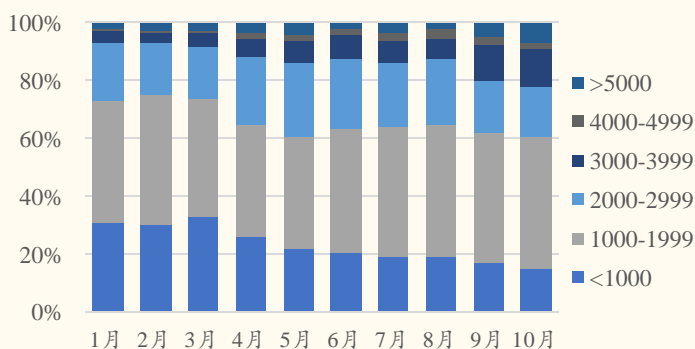
图表 24: 十月小米各机型存量设备分布 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

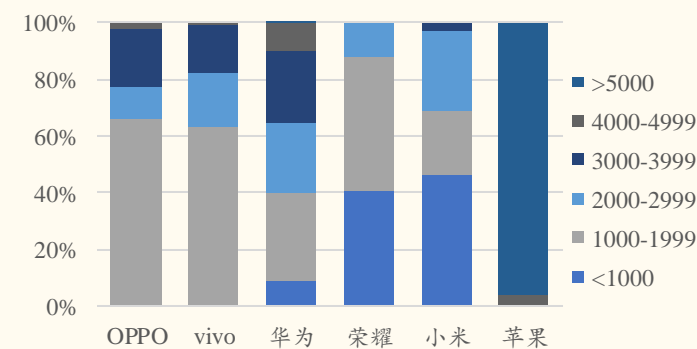
从整体新增设备数价格分布来看, 1000 元以下的低端机型份额快速萎缩, 中高端机型份额大幅提升。10 月份, 小米手机仍有近一半的新增设备为 1000 元以下机型, 在这个价位段, 市场正不断萎缩, 同时有荣耀与之竞争; 1000-2999 元价位段中又面临华为、vivo、OPPO 等强劲对手; 在 3000 元以上机型中, 小米仅有一款机型 (小米 8 屏幕指纹版) 参与竞争, 在这样腹背受敌的情况下, 小米市场份额有所下滑, 亟待向中高端转型。

图表 25: 2018 年中国新增智能手机价格分布



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

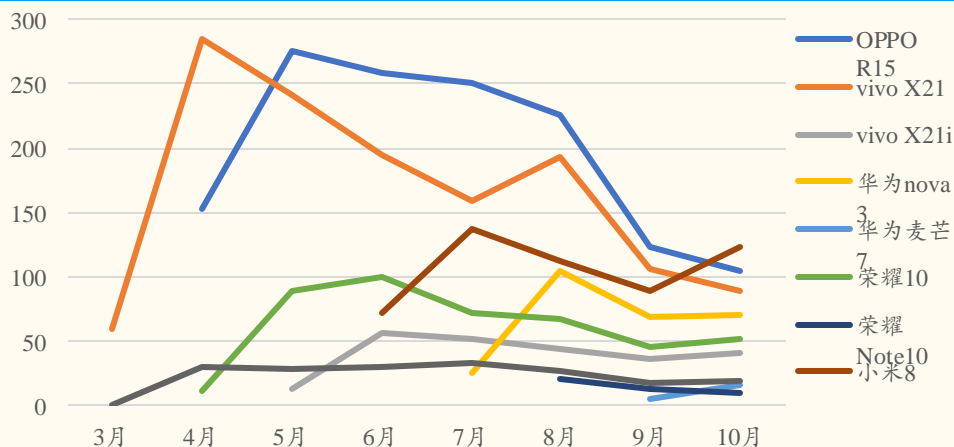
图表 26: 五大品牌新增智能手机价格分布 (10月)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

以今年上市, 与小米 8 同等价位的机型相比, 小米 8 不敌 OPPO、vivo 相关机型, 但销售情况要好于其他品牌机型, 处于中上水平。

图表 27: 小米同等价位机型销量对比 (万)

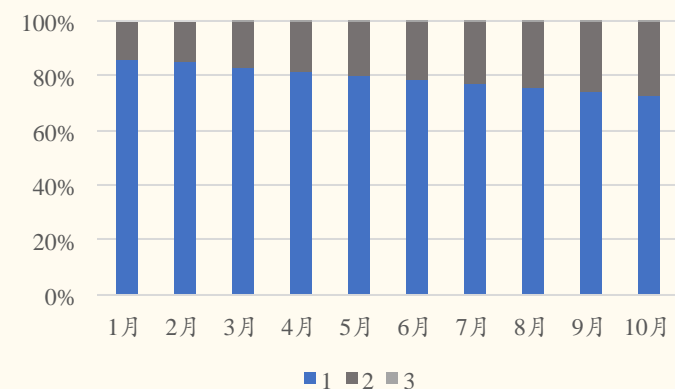


来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

多摄为未来发展趋势, 三摄明年有望放量

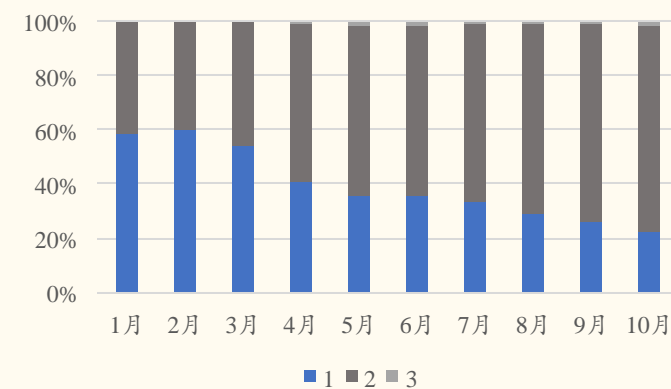
从存量和增量来看, 多摄均为未来手机发展趋势。在新增设备中, 已有近 80% 的设备采用了后置多摄的方案, 在存量设备中, 后置多摄的设备比例也已接近 30%。

图表 28: 2018 年存量设备后置摄像头数量分布



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

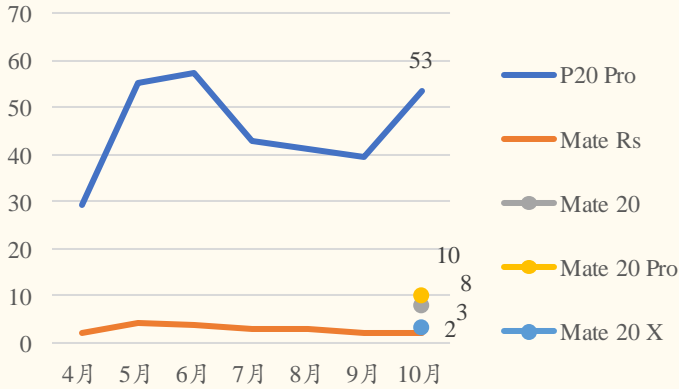
图表 29: 2018 年新增设备后置摄像头数量分布



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by Hypers

目前，市场中的三摄机型较少，主要为中高端机型，售价多在 4000 元以上。存量设备中主要以华为 P20 Pro 及 Mate RS 机型为主。10 月底，华为开售 mate 20 系列手机，全系列均采用后置三摄方案，自开售以来销量火爆，尤其是 Mate 20 Pro 机型，开售五天，新增设备数达 10 万台，目前在京东、天猫、华为商城三大平台都处于缺货状态，下一批到货时间为 11 月底或 12 月初。11 月有三款三摄机型上市，预计明年三摄机型渗透率将进一步提升。

图表 30：三摄手机销量情况



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by Hypers

图表 31：华为 Mate 20 Pro 销售火爆



来源：Vmall，京东，天猫，国金证券研究所

图表 32：部分三摄（四摄）手机相关信息

机型	上市时间	后置摄像头方案	价格
华为 P20 Pro	2018.4.12	4000 万+2000 万+800 万像素	¥ 4488
华为 Mate Rs	2018.4.12	4000 万+2000 万+800 万像素	¥ 9999
华为 Mate 20	2018.10.26	1200 万+1600 万+800 万像素	¥ 3999
华为 Mate 20 Pro	2018.10.26	4000 万+2000 万+800 万像素	¥ 5399
华为 Mate 20 X	2018.10.26	4000 万+2000 万+800 万像素	¥ 4999
OPPO R17 Pro	2018.11.1	2000 万像素+1200 万像素+TOF 3D	¥ 3999
荣耀 Magic 2	2018.11.6	1600 万+2400 万+1600 万像素	¥ 3799
三星 Galaxy A9s	2018.11.11	2400 万+800 万+1000 万+500 万像素	¥ 3499
华为 Mate 20 RS	即将上市	4000 万+2000 万+800 万像素	¥ 12999

来源：中关村在线，国金证券研究所

风险提示

- 1) 手机创新不及预期；
- 2) 技术创新对行业格局产生影响；
- 3) 三摄需求不及预期。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15%以上；
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5%以上。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；
增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；
中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；
减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明:

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；非国金证券 C3 级以上（含 C3 级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号

紫竹国际大厦 7 楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街 3 号 4 层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳福田区深南大道 4001 号

时代金融中心 7GH