

市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
沪深300指数	3439.61
上证指数	2755.65
深证成指	8440.87
中小板综指	8379.04

手机销量享春节红利，苹果手机份额回升 ——中国智能手机市场一月数据分析

行业动态

- **受春节购物旺季影响，一月手机销量提升：**1月份国内手机新增设备数3513万台，同比增长13.76%，环比增长7.5%，五大品牌手机销量环比均有所上升，其中vivo环比上升16%，华为&荣耀环比上升约10%，排名居前。
- **苹果少见新机促销，降价措施略有成效：**由于苹果新机销量不佳，1月，华强北渠道商，京东、苏宁等电商相继调低iPhone XR、iPhone 8、iPhone 8 Plus、iPhone X以及iPhone XS和iPhone XS Max等机型价格，最高降价上千元。此外，苹果天猫及线下自营零售店均推出以旧换新活动，亦变相降价。根据研究创新中心监测数据，自降价后，苹果手机销量由于所回升，其中以降价幅度最大的iPhone XR增幅最为明显。
- **苹果手机存量份额企稳回升，OPPO略有下滑：**得益于苹果手机销量止跌，以及较低的流失率，苹果手机存量份额有所回升；OPPO新增设备数相对较低，而流失率较高，因此份额有所下滑，但仍居存量份额第一位。
- **摄像头、折叠屏开启智能手机创新空间：**近期将有数款新机发布或展出，重点创新方向为折叠屏以及多摄、潜望式摄像头等。

投资建议

- 手机后置多摄趋势明显，预计今年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(2382.HK)

- 折叠屏以及屏幕指纹识别等新技术目前只能采用OLED屏幕，OLED渗透率有望继续提升。

重点关注：京东方A(000725.SZ)

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、折叠屏需求不及预期。

附表：五大品牌存量、增量市场份额(1月)

品牌	存量份额	增量份额
OPPO	20.75%	21.65%
vivo	19.77%	27.34%
华为&荣耀	19.56%	31.29%
苹果	18.49%	4.43%
小米	11.42%	11.66%

唐川

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

内容目录

1月新机增量数据	4
总体增量华为领先，OPPO 单机销量第一	4
线上线下齐降价，苹果罕见新机促销	4
其他品牌情况	5
手机进入存量时代，头部效应明显	7
行业格局稳固：苹果份额企稳，OPPO 略有下滑	7
平均持有时长继续延长	9
关注摄像头及折叠屏	9
风险提示	11

图表目录

图表 1：1月新增设备分布（万）	4
图表 2：手机销量随春节临近而增加（万）	4
图表 3：1月手机销售排行榜（万）	4
图表 4：京东 iPhone 价格	5
图表 5：苹果自营店以旧换新活动	5
图表 6：苹果新机型销售不及历史机型（万）	5
图表 7：苹果新机型销售情况（万）	5
图表 8：1月华为新机型销售排行榜（万）	6
图表 9：Mate 20 系列销售情况（万）	6
图表 10：1月 OPPO 新机销售排行榜（万）	6
图表 11：1月 vivo 新机销售排行榜（万）	6
图表 12：1月小米新机销售排行榜（万）	6
图表 13：小米代表机型销售情况（万）	6
图表 14：国内手机活跃设备数（亿）	7
图表 15：国内手机新增设备数（万）	7
图表 16：国内手机市场出货量（万）	7
图表 17：智能手机存量市场份额变化趋势	8
图表 18：智能手机增量市场份额变化趋势	8
图表 19：1月国内智能手机设备流失量对比	9
图表 20：分品牌平均持有时长（月）	9
图表 21：平均持有时长（月）	9
图表 22：新增设备后置摄像头数量分布	10
图表 23：存量设备后置摄像头数量分布	10
图表 24：新增设备 OLED 份额	10

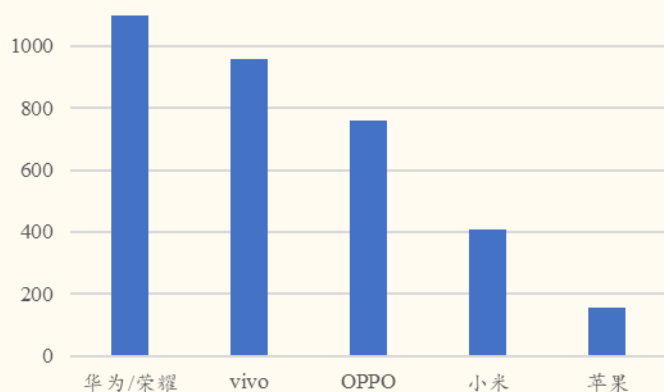
图表 25: 存量设备 OLED 份额.....	10
图表 26: 各品牌新增设备 OLED 份额.....	10
图表 27: 各品牌存量设备 OLED 份额.....	10

1月新机增量数据

总体增量华为领先，OPPO 单机销量第一

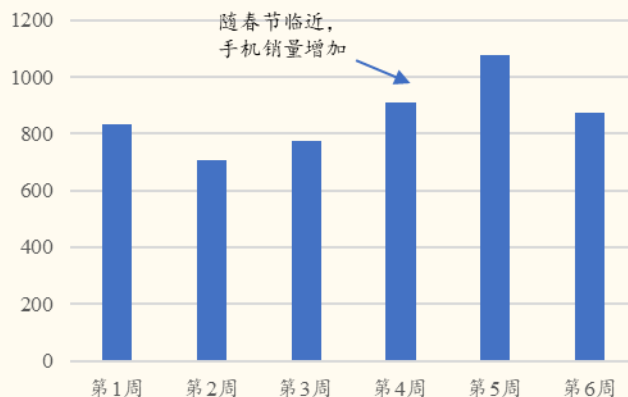
春节是传统的销售旺季，各大电商平台也纷纷推出“年货节”促销。根据研究创新中心的数据，1月，国内共新增设备数 3513 万台，其中华为、vivo 排名一、二各占近三分之一，其次为 OPPO、小米、苹果。

图表 1：1月新增设备分布（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

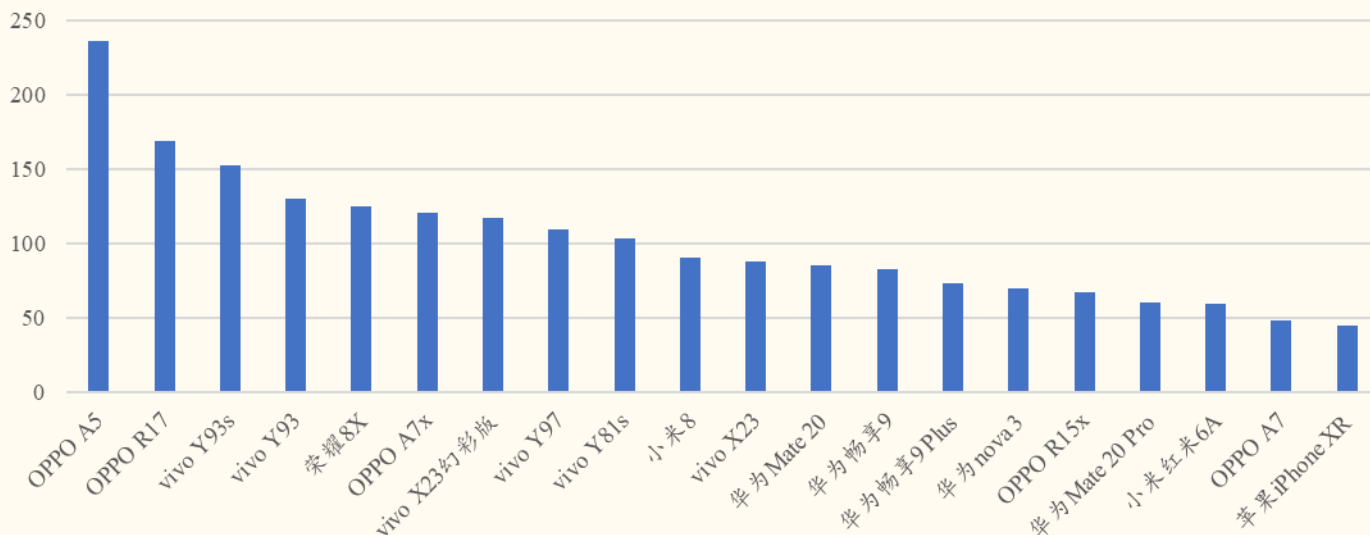
图表 2：手机销量随春节临近而增加（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

新机型销售排行榜前 20 位中，OPPO A5 排名第一，增量近 250 万台，OPPO 在前 20 中占据 5 席；vivo 上榜 6 款机型，增量最高为 Y93s；华为上榜 6 款机型，最高为荣耀 8X；小米上榜 2 款机型，最高为小米 8；苹果上榜 1 款机型，iPhone XR。

图表 3：1月手机销售排行榜（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

线上线下齐降价，苹果罕见新机促销

1 月份，苹果调低了部分机型售价以应对低迷的销量，部分机型价差甚至高达千元以上。

据《每日经济新闻》报道，1月8日晚间，华强北苹果手机渠道商收到美国方面的调价信息，调低 iPhone XR、iPhone8、iPhone 8 Plus、iPhone X 以及 iPhone XS 和 iPhone XS Max 等机型价格。随后，1月10日，京东、苏宁相继宣

布将下调自营苹果手机价格，iPhone 8/8 Plus 价格下调至 3999 元和 4799 元，较变动前分别下调了 600 元和 800 元，较苹果官网报价 5099 元和 5999 元分别下降 1100 元和 1200 元；新机 iPhone XR 降价也超千元。京东方面称降价为苹果官方通知及授权。此外，苹果天猫及线下自营零售店均推出以旧换新活动，亦变相降价。

图表 4：京东 iPhone 价格

机型	官网零售起价	京东券后起价	价差
iPhone 8	5099	3999	1100
iPhone 8 Plus	5999	4798	1201
iPhone X	-	6099	-
iPhone Xs	8699	7999	700
iPhone Xs Max	9599	8999	600
iPhone XR	6499	5399	1100

来源：国金证券研究所，京东，注：价格日期 1 月 24 日

图表 5：苹果自营店以旧换新活动

限时优惠
折抵换购，iPhone XR 仅 RMB 4399 起，iPhone Xs 仅 RMB 6599 起。
前往附近的 Apple Store 零售店，把你手上的 iPhone 升级换购成一个新的，时机正好。
进一步了解 >

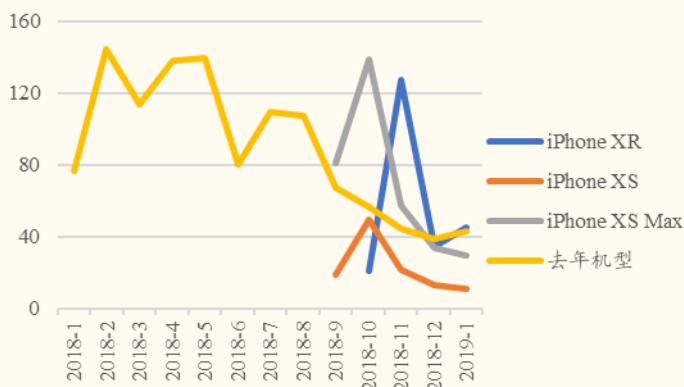
抵扣设备	iPhone XR 换购价	iPhone Xs 换购价
iPhone X	RMB 2999	RMB 5199
iPhone 8	RMB 4299	RMB 6499
iPhone 7 Plus	RMB 4399	RMB 6599
iPhone 7	RMB 4799	RMB 6999
iPhone 6s Plus	RMB 4999	RMB 7199
iPhone 6s	RMB 5299	RMB 7499
iPhone 6 Plus	RMB 5299	RMB 7499
iPhone 6	RMB 5499	RMB 7699

来源：国金证券研究所，苹果官网

苹果自推出降价措施（第二周末）以来，第三周销量有所回升，其中以 iPhone XR 增幅最为明显，第三周销量环比上升 41%，其次为 iPhone 8、iPhone 8 Plus，环比上升 19% 和 18%；而降价幅度较低的 iPhone Xs、iPhone X、iPhone Xs Max 环比增幅较小，其中，新机 iPhone Xs 和 iPhone Xs Max 增幅低于 5%。我们在《中国智能手机市场周数据（1 月）》已有相关提示。

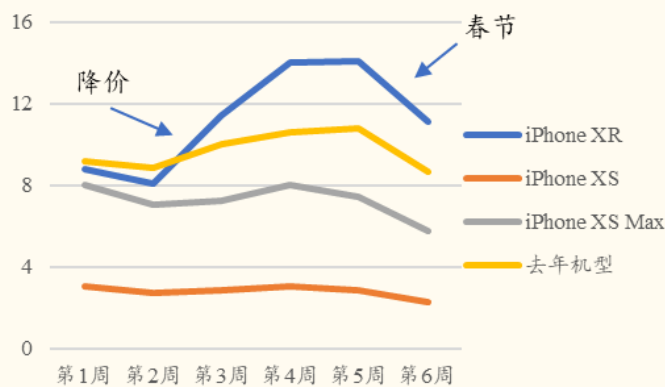
1 月，苹果共新增设备 155 万台，环比 12 月微增 2%，同比下降 19%。iPhone XR 自降价以来销量回升，而 iPhone Xs 和 iPhone Xs Max 销量较低。

图表 6：苹果新机型销售不及历史机型（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 7：苹果新机型销售情况（万）



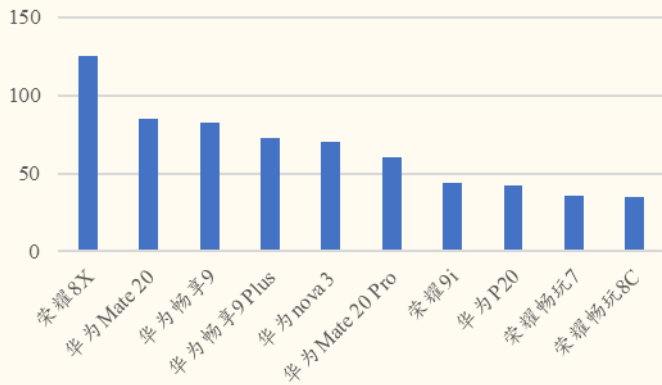
来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

其他品牌情况

华为&荣耀

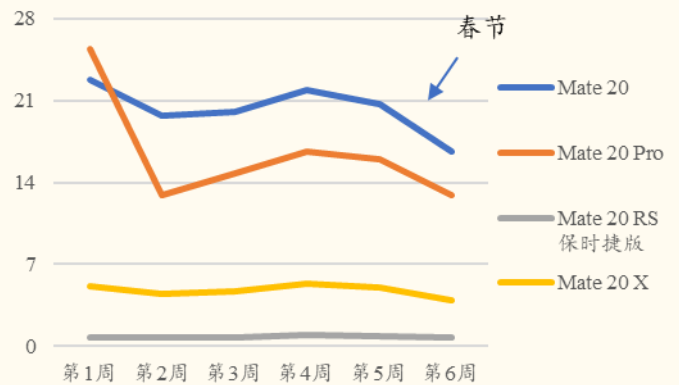
华为&荣耀继续保持高增长，1 月新增设备数约 1100 万台，同比增幅达 47%，环比上升 10%。华为采取的“机海战术”，单个机型销量并不十分突出，但总体销售情况较好：荣耀 8X 销量超过 100 万台；P20 系列自去年 4 月份发布后，仍然维持了较高的销售量；Mate 20 系列受供货影响，销量并不稳定。

图表 8：1 月华为新机型销售排行榜（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 9：Mate 20 系列销售情况（万）

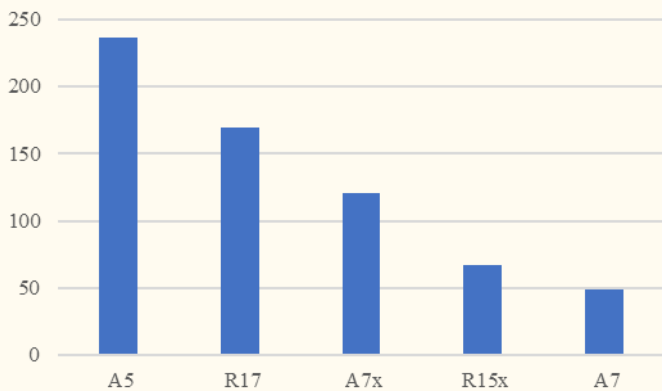


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

OPPO、vivo

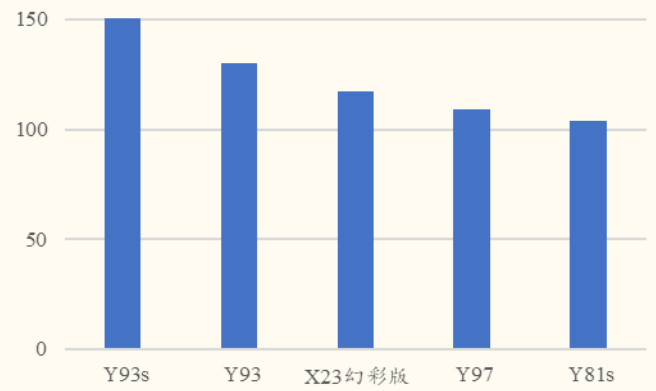
OPPO、vivo 采取的是“爆款机型”的策略，但两者略有差异，OPPO 的爆款战略执行的更加彻底；而 vivo 相对来说机型更多，分布更加均衡。

图表 10：1 月 OPPO 新机销售排行榜（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 11：1 月 vivo 新机销售排行榜（万）

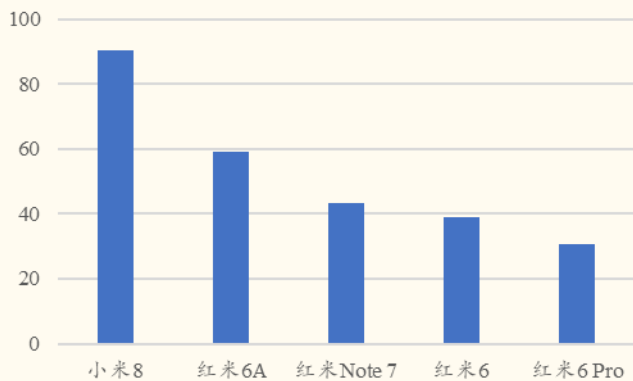


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

小米

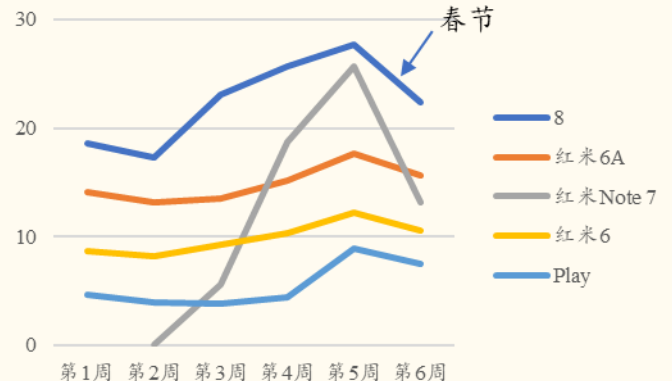
小米 8 依然占据首位，1 月共新增设备 90 万台左右。新机红米 Note 7 销量较好，发布后销量快速上升，1 月共新增设备 40 万台左右。

图表 12：1 月小米新机销售排行榜（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 13：小米代表机型销售情况（万）

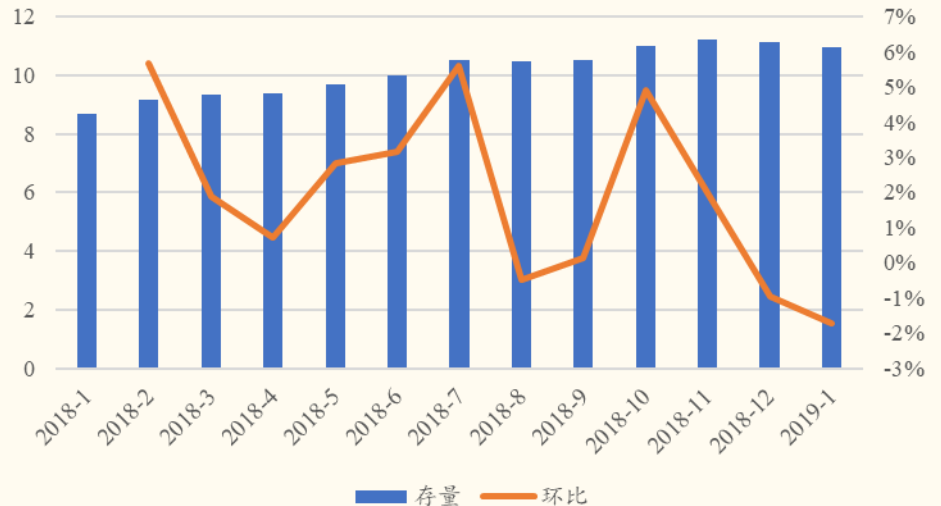


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

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 14：国内手机活跃设备数（亿）



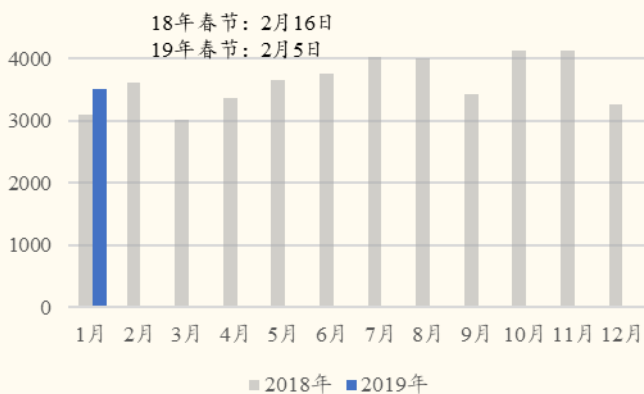
来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

1 月份国内手机新增设备数 3513 万台，同比增长 13.76%，环比增长 7.5%。

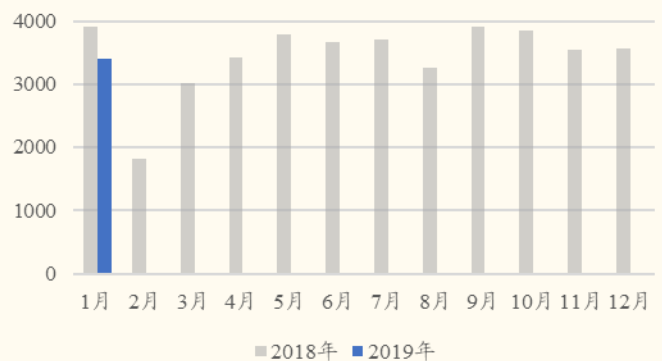
我们的数据与信通院出货量数据略有差别，这种差别主要来自于渠道库存。此外，每年的一、二月具有一定特殊性，主要受春节假期的影响，在工厂放假前，出货量增加；而临近假期则是春节销售旺季，新增设备数增加。

来自渠道库存的差异也赋予了我们监测数据的新属性，出货量数据是手机厂商对市场的预判，更多的是“过去”的量，而国金研究创新中心监测的数据是终端的激活量，带有一定的消费者偏好属性，更能反映终端的真实需求。例如，18 年 12 月国内新增设备数大降，渠道库存上升，这种来自终端的需求变化对于手机厂商 1 月份的出货量安排会产生较大影响。

图表 15：国内手机新增设备数（万）



图表 16：国内手机市场出货量（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

来源：中国信通院，国金证券研究所

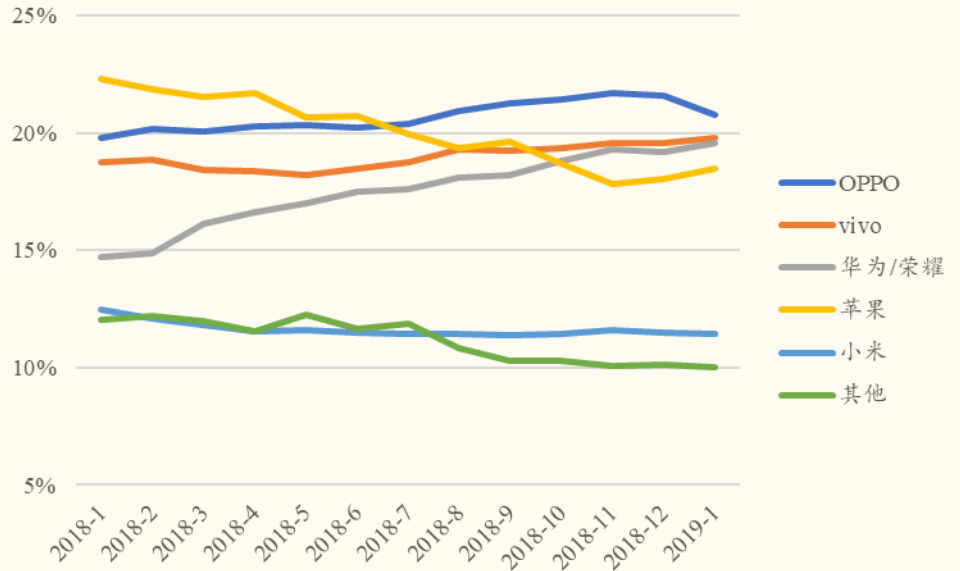
行业格局稳固：苹果份额企稳，OPPO 略有下滑

从行业竞争格局来看，前五大品牌（OPPO、vivo、苹果、华为、小米）占据市场近 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，苹果手机份额企稳并略有回升；华为/荣耀和 vivo 继续纠缠；OPPO 份额则出现下滑；小米继续保持稳定。

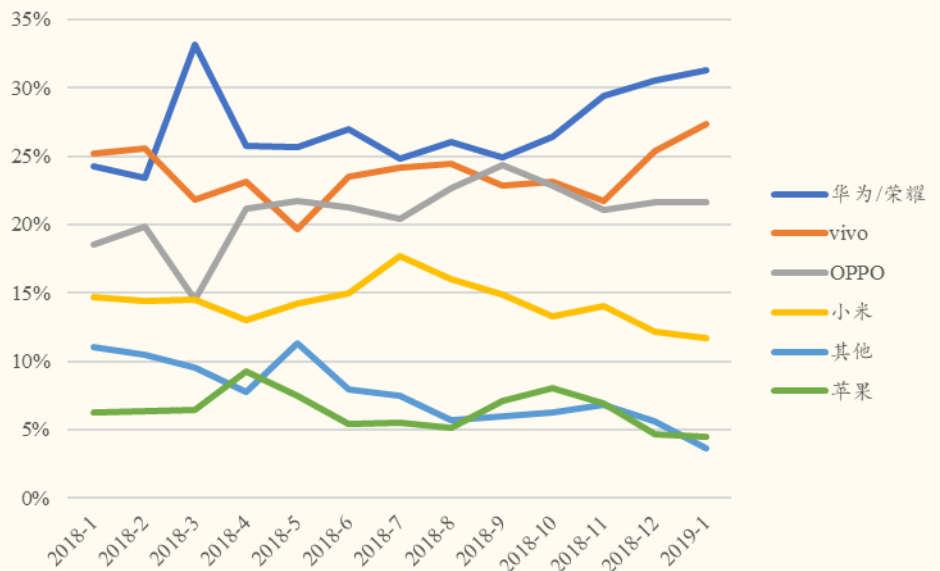
图表 17：智能手机存量市场份额变化趋势



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

从增量结构来看，华为、vivo 表现亮眼，而 OPPO、小米、苹果与上月差异不大。逆水行舟，不进则退。新机销量相对较低是 OPPO 存量份额下跌的一个重要原因。在存量市场时代，更多的机型，更能满足消费者不同的换机需求。因此，OPPO 与 vivo 虽具有相似的市场定位，但 vivo 的机型更加丰富，因此新增量也更多。

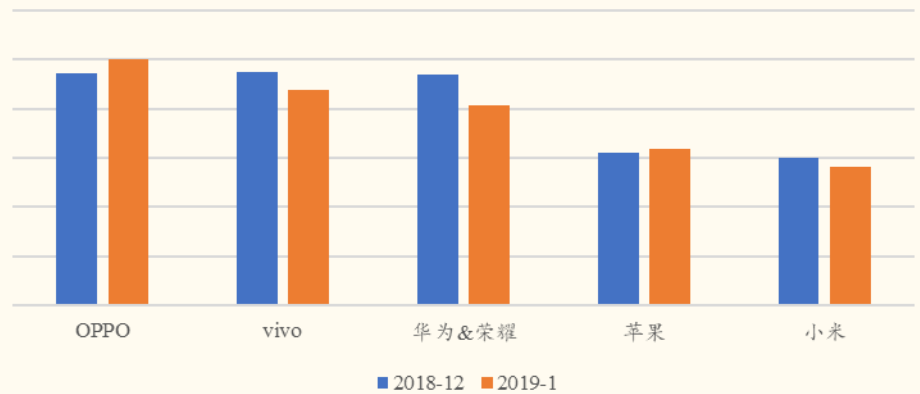
图表 18：智能手机增量市场份额变化趋势



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

OPPO 份额下跌的另一个原因是，流失数量的相对增加。OPPO 曾经售出了多款爆款机型，如今部分机型，例如 OPPO A57 开始大量进入换机潮。

图表 19: 1 月国内智能手机设备流失量对比



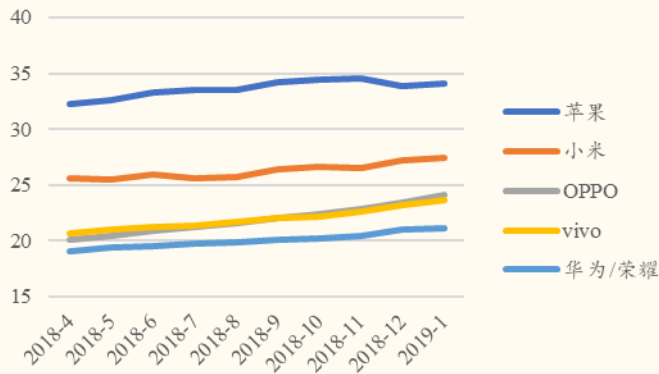
来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

平均持有时长继续延长

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，消费者缺乏购机欲望，因此平均持有时长提升显著。

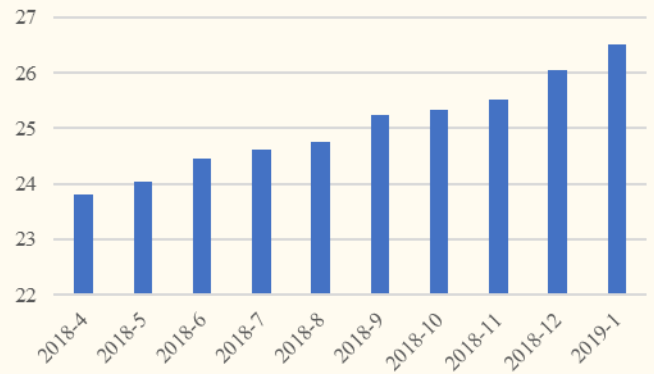
本月，我们改进了平均持有时长的算法，新算法加入了对每月新增以及减少设备影响的考虑。结果显示，新方法下，持有时长整体有所下降，但是逐步提升的趋势没有改变。苹果手机的平均持有时长仍然最长，达 34 个月，而华为的平均持有时长仅为 21 个月。

图表 20: 分品牌平均持有时长 (月)



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

图表 21: 平均持有时长 (月)



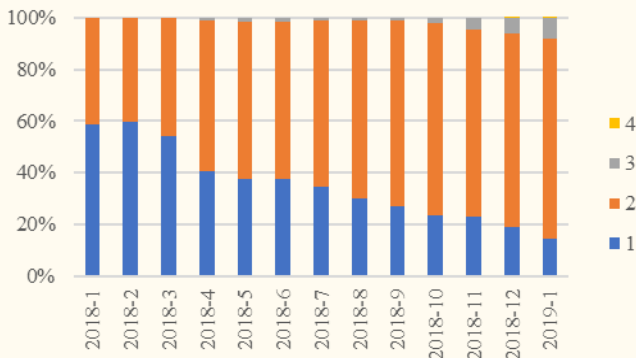
来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

关注摄像头及折叠屏

摄像头

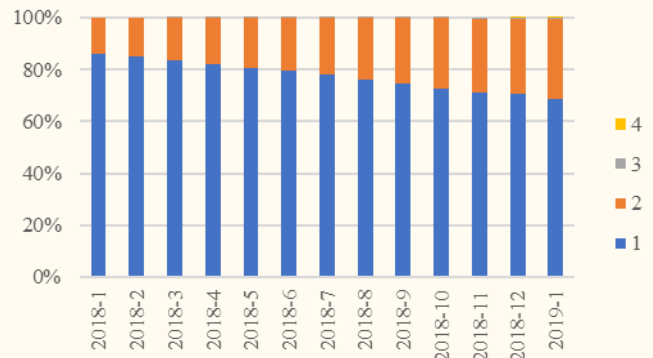
摄像头是近年来手机创新的焦点，后置双摄经过多年的发展已得到迅速普及，从存量和增量来看，多摄均为未来手机发展趋势。在新增设备中，已有超过 80% 的设备采用了后置多摄的方案（其中后置三摄约 8%），在存量设备中，后置多摄的设备比例也已超过 30%。

图表 22: 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 亚智

图表 23: 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 亚智

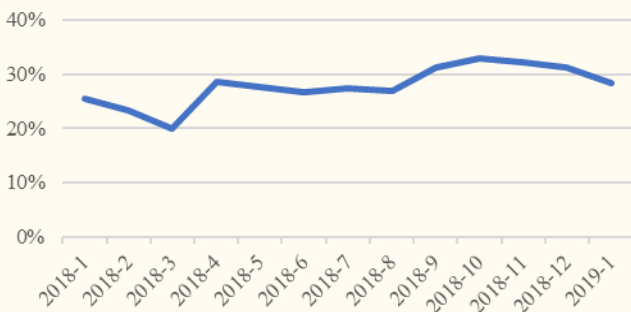
据新浪科技报道, OPPO 将于 2 月 23 日在巴塞罗那举办创新大会, 此前透露的 10 倍混合光学变焦技术等或许将在这次创新大会上发布。后续我们也将密切保持数据跟踪。

折叠屏

2018 年 10 月, 柔宇科技率先发布首款可折叠柔性屏手机 FlexPai。另据中新网报道, 三星、华为将于 2 月底分别发布各自的首款折叠屏手机; 小米、OPPO、摩托罗拉、LG 等厂商近期也会发布或展示折叠屏手机。而 OLED 是目前唯一可适用于折叠屏的技术。此外, 屏下指纹技术目前也仅适用于 OLED 屏, 预计 OLED 渗透率将会进一步提高。

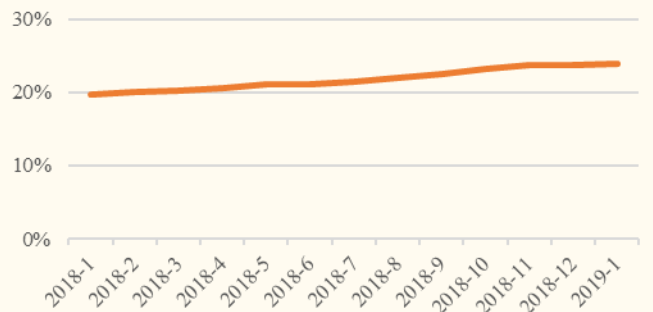
目前, 在新增设备中, OLED 屏幕占比约 30% 左右; 在存量设备中, OLED 也占 25% 左右, 仍具发展空间。其中: OLED 在 OPPO 和 vivo 中渗透率较高, 已超过 40%, 而在华为&荣耀手机中占比较小。

图表 24: 新增设备 OLED 份额



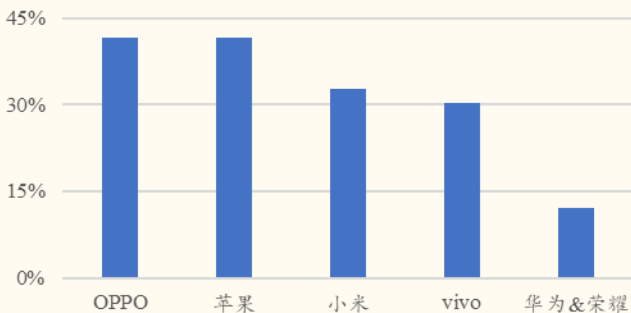
来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

图表 25: 存量设备 OLED 份额



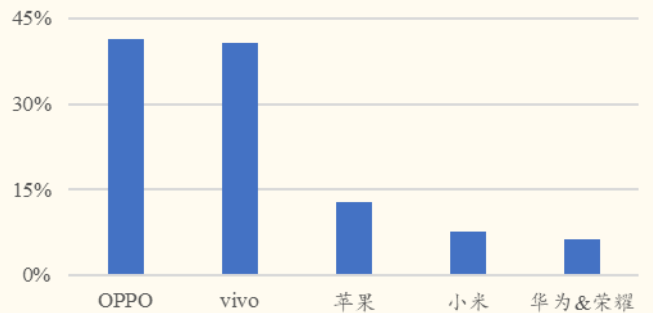
来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

图表 26: 各品牌新增设备 OLED 份额



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

图表 27: 各品牌存量设备 OLED 份额



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

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、折叠屏需求不及预期。

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