

热点评论 | 2018 年智能手机出货量继续下降，市场份额高度集中，行业马太效应凸显、中小型厂商经营风险加剧

工商企业二部 张秀超

2019 年 2 月 12 日, IDC 公布 2018 年我国市场智能手机出货量合计 3.98 亿台, 同比下降 10.50%。其中华为以 1.05 亿台出货量位居我国市场第一, 同比增长 15.50%, 占国内智能手机市场出货量的 26.40%。

2018 年我国智能手机出货量同比继续下降, 智能手机技术更新依旧乏力, 受制于 5G 手机短期内对出货量提升贡献度有限, 2019 年手机出货量仍将延续下滑态势

历经 2012 年和 2013 年的增长, 国内手机出货量于 2014 年同比下降 21.93%, 主要由于 2013 年 12 月工业和信息化部向三大移动运营商发放 4G 牌照, 但网络布局尚未全面铺设, 4G 手机销量较小, 同时消费者购买 3G 手机首次同比大幅下降 46.08%, 2G 手机大幅下降 64.41%。受益于国内三大运营商驱动, 三四线城市 4G 移动通信加快布局, 移动用户实现大规模增长, 2016 年国内手机出货量达到峰值。2017 年手机出货量同比下降 12.30%, 开始出现萎缩, 国内手机市场逐渐进入以现有存量用户竞争为主的发展格局。工业和信息化部下属的中国信息通信研究院数据显示 2018 年国内手机市场出货量总计 4.14 亿部, 同比下降 15.60%。2019 年 1~2 月, 国内手机市场总体出货量 4855.90 万部, 同比下降 15.10%, 其中智能手机出货量 4613.50 万部, 同比下降 14.20%, 延续市场萎缩的趋势。

图 1: 2012 年~2018 年国内手机出货量和累计同比情况



资料来源: Wind, 东方金诚整理

2018 年我国市场智能手机出货量同比下降 10.50%，一方面系智能手机产品质量整体提升、部分产品耐用度提高, 数据显示 2018 年我国智能手机用户的平均换机周期约为 22 个月, 较 2 年前延长 4 个月; 另一方面系 2018 年智能手机新旧产品功能体验差距日益模糊, 自 2011 年始手机厂商历经了处理器更新升级、屏幕分辨率提升、摄像头像素拓宽、内存升级及电池续航能力提升、新增指纹识别等阶段, 各品牌智能手机功能同质化趋势明显, 新机型对消费

者吸引力有所下降。

2019年2月24日在巴塞罗那世界移动通信大会上，华为、小米、OPPO、vivo、三星等品牌纷纷展示支持5G通信的手机。华为同日发布5G折叠屏手机Mate X，并宣布将于2019年年中上市，此前三星也推出折叠屏手机。5G手机大规模应用需经历试商用、5G牌照发放、5G网络建设及5G手机批量上市等关键阶段。目前，中国移动、中国电信和中国联通三大运营商已经获得全国范围5G中低频段试验频率使用许可，5G牌照仍未发放，5G网络建设及基站建设仍在进行中。IDC预计2019年全球5G手机出货量仅为670万台，远低于4G手机预计13.30亿台的出货量，5G手机大规模商用仍需一段时间。国内厂商如京东方、柔宇等均已投产柔性显示屏，但由于折叠屏手机对柔性显示屏要求较高，厂商目前屏幕良品率较低、高端制造工艺难以全面突破，未能达到规模化量产的阶段，加之折叠屏手机定价较高，出货量相对较低，华为折叠屏手机整个生命周期规划在30万台以内，三星的折叠屏手机量稍大，为70万台左右。

综上所述，东方金诚预计受智能手机技术更新依旧乏力，用户换机周期延长，市场延续存量博弈态势，叠加5G和折叠屏手机短期内对出货量提升贡献度有限，2019年国内手机出货量仍将延续下滑态势。

智能手机市场已形成寡头竞争格局，前五大智能手机品牌市场占有率由2014年的55.00%快速提高至2018年的87.50%，存量博弈下中小型厂商市场份额被蚕食、经营风险攀升，行业“马太效应”日益明显

IDC数据显示，2014年~2018年国内前五大智能手机品牌市场份额持续快速增长。其中2018年国内前五大智能手机品牌市场份额占比高达87.50%，同比提高11.90个百分点，远高于2014年55.00%的水平，市场已形成寡头竞争格局，且头部品牌竞争亦较为激烈。其中国产手机品牌联想2015年国内销量2210万台，市场占有率5.30%，2017年跌至179万台，市场占有率仅0.40%，系产品定位不清晰、营销策略不当、核心产品缺乏竞争力所致。三星手机在国内市场份额2013年曾高达19.70%，此后持续下跌，至2017年跌至0.80%，较上年下降1.90个百分点，主要由于三星手机本土化能力薄弱，新推出的Note手机“爆炸门”事件导致消费者对其质量信心骤降，同时中低端机型功能升级缓慢，部分产品定价居高所致，同时国产品牌如华为、vivo和OPPO竞争实力提升、对其市场份额有所蚕食。

图 2：2014 年~2018 年国内智能手机出货量集中度（CR5）



资料来源：IDC，东方金诚整理

从 2018 年前五大手机品牌出货量对比看，华为和 vivo 出货量同比分别上升 15.51% 和 10.79%，增幅明显，主要由于其手机内在核心技术和软硬件的提升使得产品功能可以满足消费者需求所致。

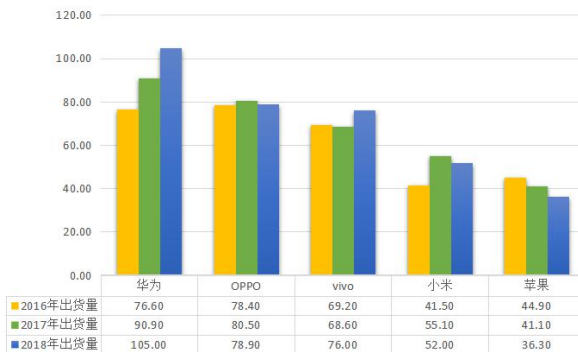
表 1：华为和 vivo 手机核心功能提升情况

厂商	核心功能提升情况
华为	麒麟 980 处理器、徕卡三摄像头、3DSensing、快充/无线充电、柔性 OLED 全面屏
vivo	升降式摄像头、全面屏、125° 超大广角拍照、3DToF 超感应、屏下指纹识别

数据来源：IDC，东方金诚整理

2018 年小米手机新机型功能未有较大提升，出货量同比下降 5.63%；苹果手机出货量同比下降 11.68%，延续自 2016 年以来的下滑态势，市场份额较 2015 年累计减少 4.30 个百分点，系近年苹果手机技术创新日趋羸弱及 2018 年新款手机定价较高导致消费者购机需求有所下降。

图 3：2016 年~2018 年前五大智能手机出货量数据（百万台）



资料来源：IDC，东方金诚整理

中小型厂商市场份额明显下降，经营风险日益攀升。如酷派、金立、魅族等由于自身设计能力较弱、技术欠缺，过度扩张甚至多元化，导致销量均有所下滑，经营风险攀升，资金压力日益加大。其中金立通信出货量由 2015 年 3000 万部下降至 2018 年前三季度的 442 万部。由于近年盲目多元化投资，现金流支出较多，拖欠供应商欠款，实际控制人无法履行代偿债券义务等原因，金立通信于 2018 年发生债券违约，深圳市中级人民法院已在 2018 年

12月10日裁定受理申请人广东华兴银行股份有限公司深圳分行对被申请人金立通信提出的破产清算申请。

东方金诚认为2019年国内手机市场的竞争格局将延续2018年态势，主要手机品牌集中度仍较高，“马太效应”愈加凸显，在核心技术创新、下游销售推广等方面竞争仍较为激烈，两极分化的态势更加明显，中小型手机厂商经营风险急剧上升。

声明：本报告是东方金诚的研究性观点，并非是某种决策的结论、建议等。本报告引用的相关资料均为已公开信息，东方金诚进行了合理审慎地核查，但不应视为东方金诚对引用资料的真实性及完整性提供了保证。本报告的著作权归东方金诚所有，东方金诚保留一切与此相关的权利，任何机构和个人未经授权不得修改、复制、销售和分发，引用必须注明来自东方金诚且不得篡改或歪曲。