

## 国产手机品牌突围，非洲手机市场龙头

### 摘要

- **专注以手机为核心的智能终端市场，铸造“非洲手机之王”**：传音控股经过十余年的发展，目前已成为全球新兴市场手机行业的中坚力量，2018年全品类手机出货量排名全球第四，功能手机排名全球第一，非洲市场出货量排名第一，市场占有率达到48.7%，享有“非洲之王”的美称。公司主要从事以手机为核心的智能终端的设计、研发、生产、销售和品牌运营，旗下拥有TECNO、itel和Infinix三大品牌手机，销售区域主要集中在非洲以及印度、中东和南美等全球新兴市场国家。此外公司也围绕主营业务积极实施多元化战略布局，创立了数码配件品牌Oraimo，家用电器品牌Syinix以及售后服务品牌Caricare等。自主研发了HiOS、itelOS和XOS等智能终端操作系统，积极开发和孵化移动互联网产品，推动公司经营业绩的增长。
- **主营业务突出，公司发展潜力巨大**：近三年公司主营业务收入从116.4亿元增长到了226.5亿元，年均复合增长39.5%。从地区分布上来看，公司的主营业务收入主要来自于非洲市场，在报告期内，公司在非洲的收入分别为96.1亿元、150.6亿元、171.4亿元，年均复合增长33.2%，在主营业务收入中占比分别为82.6%、75.1%、75.7%。目前公司也在积极扩展非洲以外的其他市场。公司产品毛利率保持在20%左右，并且呈现出逐步提高的趋势。公司净利润在报告期内增长迅速，从2016年的0.9亿元增长到2018年的6.5亿元，年均复合增长175.8%，公司盈利能力不断提升。
- **推进新兴市场战略布局，增强产品性能本土化设计**：传音控股自2008年进入非洲市场，同时经过多年经营与发展，目前公司已建立高度契合本地需求的研发体系、深度稳定合作的销售体系、多元化的品牌体系、完善的售后服务体系、本地化的人力资源，以及规模庞大的非洲本土化数据资源。公司具有一系列针对深色人种的本土化智能化设计，具有很强的市场领先优势和独特的竞争壁垒，同时公司也积极采取跨区域扩张的经营策略，逐步进入印度、孟加拉国、巴基斯坦、印度尼西亚和越南等新兴市场国家。目前公司在印度市场的市场占有率达6.7%，排名第4位，进一步推进了公司在新兴市场的战略布局。
- **“一带一路”再添助力，结构化转型成为行业增长新动力**：新兴市场起步较晚，发展潜力巨大，存在较大的智能手机占比提升空间与结构性改善需求。非洲、南亚、东南亚、中东和南美等新兴市场人口基数超过30亿，经济发展水平较低，手机行业发展相对滞后，人均手机保有量较小，市场空间巨大，并且随着科技的发展，手机行业进入了换机潮，进入4G向5G升级的过渡期，存在结构性的升级，此外手机行业科技含量较高，是我国重点培育和发展的战略新兴产业，受到国家的多项政策支持，一带一路政策也将给我国手机行业的发展带来新的机会，能更好地享受到“一带一路”沿线新兴市场人口红利所带来的增量。
- **风险提示**：新市场拓展不力的风险；研发费用率偏低，技术创新无法满足市场需求的风险；海外经营的政治风险和政策变动风险；汇率变动风险。

### 西南证券研究发展中心

分析师：陈杭  
执业证号：S1250519060004  
电话：021-68415309  
邮箱：chenhang@swsc.com.cn  
  
联系人：李少青  
电话：021-68415309  
邮箱：lisq@swsc.com.cn

### 相关研究

## 目 录

<b>1 传音控股：全球新兴市场手机行业的中坚力量</b> .....	<b>1</b>
1.1 公司产品和服务：立足手机，多元化布局 .....	2
1.2 公司经营概况：营收稳步增长，业绩快速提升 .....	3
<b>2 聚焦“一带一路”战略，深耕新兴手机市场</b> .....	<b>7</b>
2.1 全球手机市场面临结构升级，新兴市场发展潜力巨大.....	7
2.2 “一带一路”战略给中国手机企业带来新的机遇.....	8
2.3 智能驱动协同结构性升级带来行业增长新空间 .....	9
<b>3 募投状况：立足公司现有业务，推动公司产业化升级</b> .....	<b>10</b>
<b>4 风险提示</b> .....	<b>10</b>

## 图 目 录

图 1: 传音控股历史沿革 .....	1
图 2: 传音控股主要股权结构图 .....	1
图 3: 公司主要产品与服务 .....	2
图 4: 公司 2016-2018 年主营业务情况 (亿元) .....	4
图 5: 公司 2016-2018 年手机产品主营业务情况 (亿元) .....	4
图 6: 公司近三年主营业务收入结构 (按地区) (亿元) .....	4
图 7: 公司近三年分地区主营业务收入占比 .....	4
图 8: 公司近三年产销量变化状况 (万部) .....	5
图 9: 公司近三年手机产品价格变化 (元/部) .....	5
图 10: 公司近三年毛利及其增长率情况 (亿元) .....	5
图 11: 公司近三年各细分业务毛利率 .....	5
图 12: 公司近三年净利润及其利润率 (亿元) .....	6
图 13: 公司近三年费用率情况 .....	6
图 14: 2016-2018 年公司研发费用情况 (亿元) .....	6
图 15: 2018 年公司员工结构情况 .....	6
图 16: 2011-2022 年全球手机出货量和出货金额情况 .....	7
图 17: 2011-2022 年全球手机出货量和出货金额占比情况 .....	7
图 18: 2011-2022 年部分新兴市场手机销售量和销售金额情况 .....	8
图 19: 2011-2022 年新兴市场智能手机出货量及其占比情况 .....	8
图 20: 2013-2017 年中国与一带一路国家贸易额 .....	9
图 21: 全球和新兴市场国家出货量对比 .....	9
图 22: 全球和新兴市场国家手机出货量增长率对比 .....	9

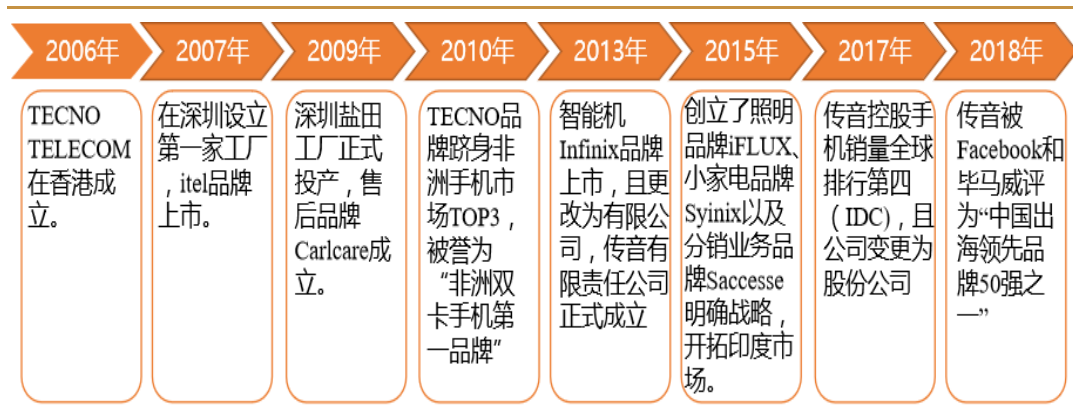
## 表 目 录

表 1: 全球手机品牌厂商在非洲市场出货量的市场占有率 .....	3
表 2: 全球手机品牌厂商在印度市场出货量的市场占有率 .....	3
表 3: 传音控股募投资金使用方向 .....	10

# 1 传音控股：全球新兴市场手机行业的中坚力量

传音控股前身为传音科技，其成立于 2006 年，并于 2013 年更改为有限公司，于 2017 年成为股份有限公司，公司主要从事以手机为核心的智能终端的设计、研发、生产、销售和品牌运营，旗下拥有 TECNO、itel 和 Infinix 三大品牌手机，销售区域主要集中在非洲以及印度、中东和南美等全球新兴市场国家。此外公司也围绕主营业务积极实施多元化战略布局，创立了数码配件品牌 Oramo，家用电器品牌 Syinix 以及售后服务品牌 Caricare 等。自主研发了 HiOS、itelOS 和 XOS 等智能终端操作系统，积极开发和孵化移动互联网产品，推动公司经营业绩的增长。

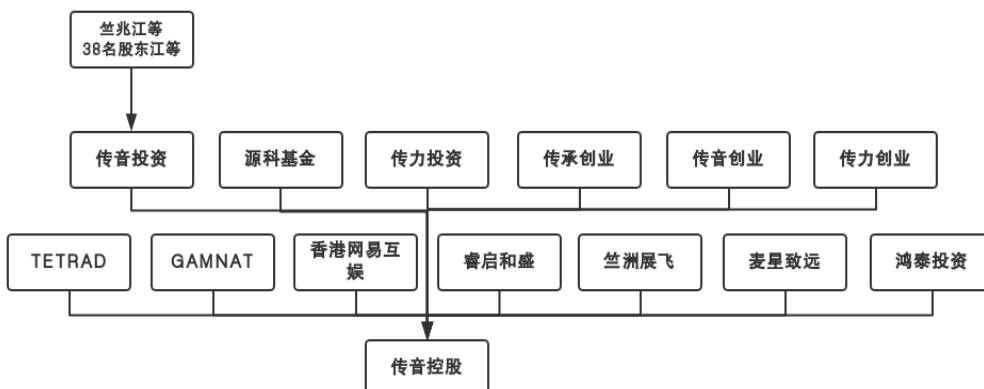
图 1：传音控股历史沿革



数据来源：小米官网，西南证券整理

传音控股前身传音有限系由传音投资、传力投资共同出资设立，于 2013 年成为有限公司，并于由传音有限于 2017 年 11 月 8 日以整体变更方式改制成为股份有限公司，目前公司股东队伍包括境内外多家企业，阵容豪华，其中传音投资作为其最大的股东，持股占到 56.7%，此外源科基金、传力投资、传承创业、传力创业、传音创业分别持有 14.4%、8.4%、4.6%、4.5%、4.5% 的股份，公司主要股东（持股超过 4% 的股东）持股比例合计达到 93.2%。

图 2：传音控股主要股权结构图



数据来源：招股说明书，西南证券整理

## 1.1 公司产品和服务：立足手机，多元化布局

传音控股自设立以来一直致力于为全球新兴市场用户提供优质的以手机为核心的多品牌智能终端，并基于自主研发的智能终端操作系统和流量入口，为用户提供移动互联网服务，秉承“为全球新兴市场国家提供当地消费者最喜爱的智能终端和移动互联网服务”的经营理念，目前公司主要产品为 TECNO、itel 和 Infinix 三大品牌手机，销售区域主要集中在非洲、南亚、东南亚、中东和南美等全球新兴市场国家。

公司经过多年的积累和发展，在非洲、印度等全球主要新兴市场已取得了领先的市场地位，并形成了广泛的品牌影响力。同时，基于在新兴市场积累的领先优势，公司围绕主营业务积极实施多元化战略布局，创立了数码配件品牌 Oramo，家用电器品牌 Syinix 以及售后服务品牌 Caricare 等。此外，公司自主研发的 HiOS、itelOS 和 XOS 等智能终端操作系统，在提升用户硬件体验的同时，也努力为新兴市场消费者提供符合当地文化的移动互联网应用服务。

图 3：公司主要产品与服务



数据来源：招股说明书，西南证券整理

公司始终坚持深耕以非洲为代表的全球新兴市场，定位中低端价位产品。与小米、华为等国产厂商不同，公司为手机自主品牌运营企业，将市场定位在非洲以及印度、中东等新兴亚洲市场。

目前，传音控股亦享有“非洲之王”的美誉，根据 IDC 统计数据，2018 年公司手机出货量全球市场占有率达 7%，排名第四；在非洲市场占有率高达 48.7%，排名第一。同时考虑非洲等地的经济发展状况，公司主要提供中低端价位产品，如功能机以及价格较低的智能机，目前新兴市场也尚处于功能手机向智能手机过渡阶段，功能手机仍占据较高的市场份额，

智能手机市场普及率相对较低，甚至还有一定比例尚未使用手机设备的人口。随着经济发展水平和人均消费能力的提升，在手机智能化发展的大趋势下，新兴市场的智能手机市场潜力巨大。

**表 1：全球手机品牌厂商在非洲市场出货量的市场占有率**

排名	厂商	2016 年市场占有率	2017 年市场占有率	2018 年市场占有率
1	传音控股	33.73%	45.12%	48.71%
2	三星	16.29%	12.85%	10.27%
3	HMD	0.00%	3.96%	6.78%
4	华为	4.02%	2.69%	4.05%
5	TCL	4.24%	4.22%	3.75%
6	Condor Electronics	2.11%	2.61%	2.42%
7	Mobice	1.73%	1.70%	2.25%
8	X-Tigi	2.00%	1.23%	1.65%

数据来源：招股说明书，西南证券整理

公司深耕非洲市场的同时，也积极采取跨区域扩张的经营策略，逐步进入印度等其他新兴市场。鉴于印度经济快速增长，已成长为全球主要手机消费市场之一且市场容量巨大。经济发展水平仍极不均衡，国内贫富差距较大的特点，中低端手机依然在该国消费者中占主导地位，功能手机和低端智能手机在印度市场具有较强的结构性需求。公司于 2016 年上半年进入印度市场，凭借切合当地市场的营销策略，迅速打开印度市场，取得了较高的市场占有率。根据 IDC 的统计数据，2018 年，公司全品类手机出货量在印度市场的市场占有率达 6.7%，排名第 4 位。

**表 2：全球手机品牌厂商在印度市场出货量的市场占有率**

排名	厂商	2016 年市场占有率	2017 年市场占有率	2018 年市场占有率
1	Lyf	3.12%	5.13%	20.25%
2	三星	23.89%	22.28%	17.29%
3	小米	2.90%	9.00%	12.71%
4	传音控股	3.40%	9.03%	6.72%
5	HMD	0.00%	4.07%	5.46%
6	Lava	8.85%	5.28%	5.11%
7	vivo	1.95%	4.06%	4.40%
8	Micromax	9.92%	6.78%	3.43%
9	OPPO	2.35%	3.22%	3.15%
10	Karbons	5.19%	3.47%	1.86%

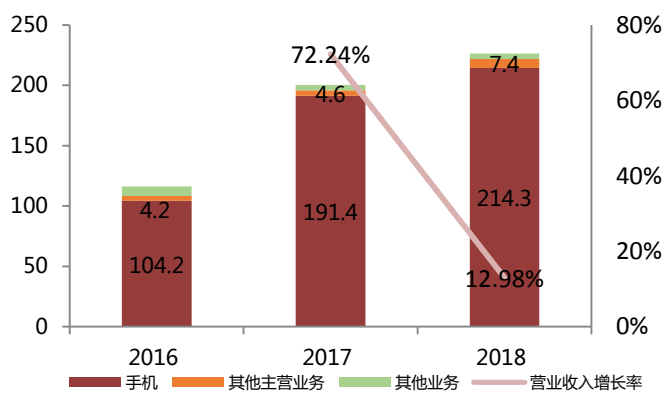
数据来源：招股说明书，西南证券整理

## 1.2 公司经营概况：营收稳步增长，业绩快速提升

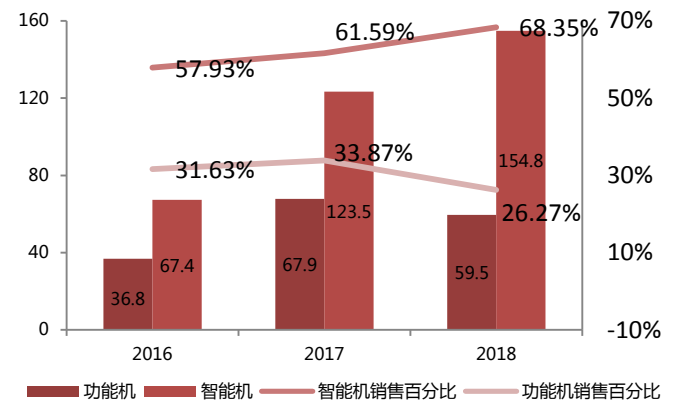
**公司主营业务状况：**公司主要从事以手机为核心的智能终端的设计、研发、生产、销售和品牌运营，目前公司提供的产品与服务大致可分为手机通信、数码配件、家用电器、售后服务四大板块。2016-2018 年，公司收入主要来自于手机收入，在 2018 年，手机收入占主



营业收入的比例高达 94.6%。公司主营业务收入从 2016 年的 116.4 亿元增长到 2018 年的 226.5 亿元, 年均增速达 39.5%。其中手机产品收入从 104.2 亿元增长到 214.3 亿元, 年均复合增长率达到 43.4%。在手机产品结构组中智能手机占比呈逐步提高的趋势, 2016-2018 年, 智能手机收入占主营业务收入比例分别为 57.9%、61.6%、68.4%, 而传统的功能机占比则逐步下降, 在 2017 到 2018 年, 功能机收入甚至呈现出了负增长趋势。

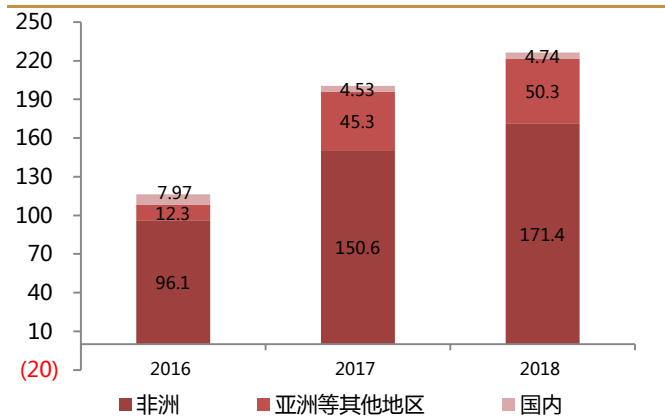
**图 4: 公司 2016-2018 年主营业务情况 (亿元)**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

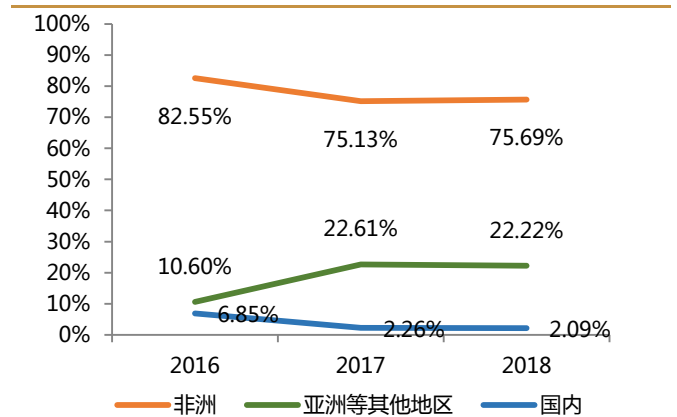
**图 5: 公司 2016-2018 年手机产品主营业务情况 (亿元)**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

从地区构成来看, 公司的主营业务收入主要来自于非洲市场, 2016-2018 年, 公司在非洲的收入分别为 96.1 亿元、150.6 亿元、171.4 亿元, 年均复合增速达 33.2%, 在主营业务收入中占比分别为 82.6%、75.1%、75.7%。同时传音控股也积极扩展非洲以外的其他市场, 尤其是在印度为代表的亚洲市场中取得了快速拓展, 亚洲等其他地区营业收入在 2016-2018 年分别为 12.3 亿元、45.3 亿元、50.3 亿元, 同比增长率分别为 267.4%和 11%, 营收占比分别为 10.6%、22.6%、22.2%。

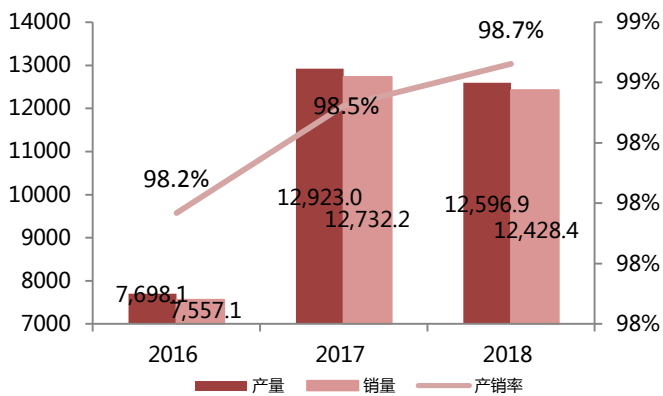
**图 6: 公司近三年主营业务收入结构 (按地区) (亿元)**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

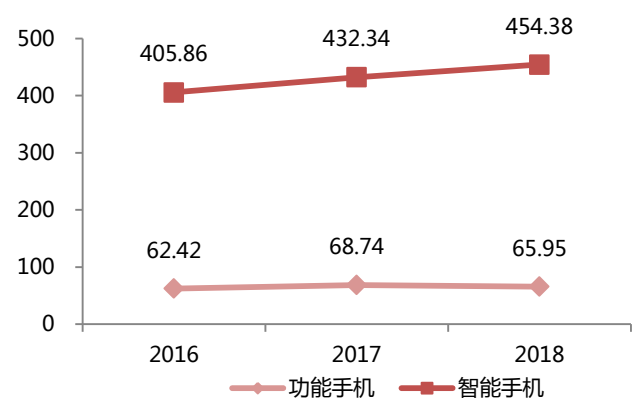
**图 7: 公司近三年分地区主营业务收入占比**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**公司产销状况:** 报告期内公司产销量整体上都呈现增长趋势, 手机单价逐年上升, 产销率维持在 98% 以上。并且伴随着公司智能机的更新升级, 智能机价格也从 2016 年的 405.9 元增长到 2018 年的 454.4 元。功能机则价格保持在相对稳定低价的水平, 始终维持在 70 元以下。

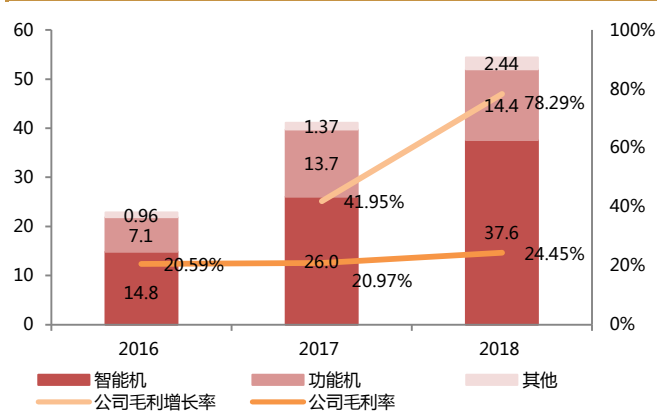
**图 8: 公司近三年产销量变化状况 (万部)**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

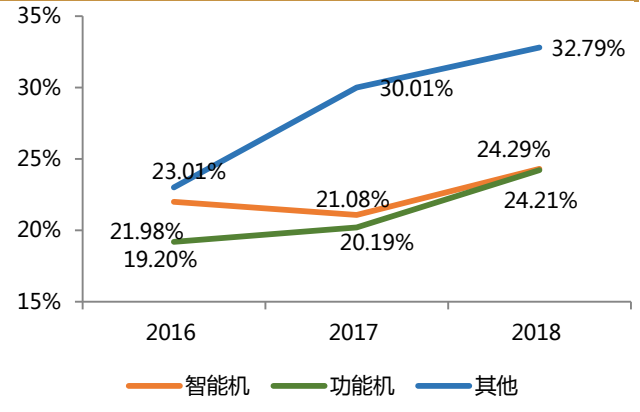
**图 9: 公司近三年手机产品价格变化 (元/部)**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**公司业绩状况:** 报告期内, 公司的产品收入呈快速提高的趋势, 同时公司产品成本控制得当, 产品毛利率呈现出逐步提高的趋势, 2016-2018 年公司的毛利率分别为 20.6%、21%、24.5%。公司产品毛利从 2016 年的 24 亿元增长到 2018 年的 55.4 亿元, 年均复合增长率达到 52%。2018 年公司产品中的智能机贡献了公司毛利的 67.9%, 是公司毛利的主要来源。

**图 10: 公司近三年毛利及其增长率情况 (亿元)**


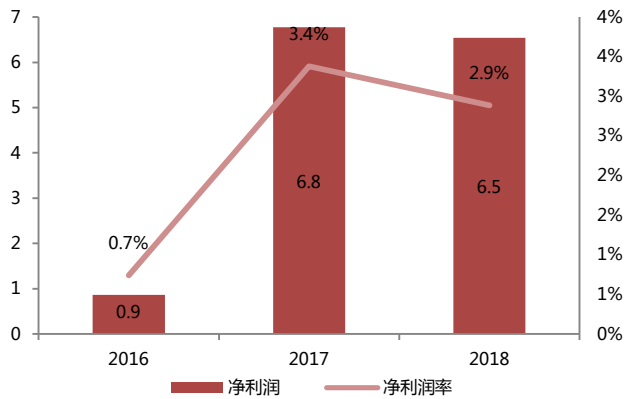
数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**图 11: 公司近三年各细分业务毛利率**


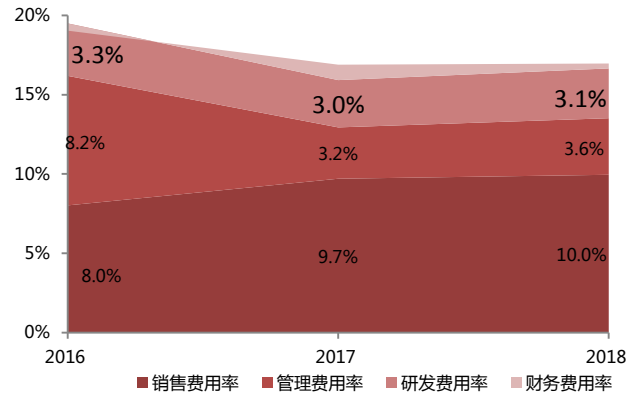
数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

同时公司净利润在近三年增长迅速, 从 2016 年的 0.9 亿元增长到 2018 年的 6.5 亿元, 年均复合增长率达到 175.8%, 其一方面来自于收入的快速增长与成本的有效控制, 另一方面也来自于公司较低的费用率。2016-2018 年, 公司整体费用率呈现下降趋势, 2018 年, 公司的费用率为 17%。在其费用结构中销售费用与管理费用占比较高, 伴随着公司业务扩展, 销售费用率有所提升, 管理费用率则呈下降趋势, 从 8.2% 下降到 3.6%, 源于公司管理效率的提升。2016-2018 年, 公司净利润率分别为 0.7%、3.4% 和 2.9%。



**图 12: 公司近三年净利润及其利润率 (亿元)**


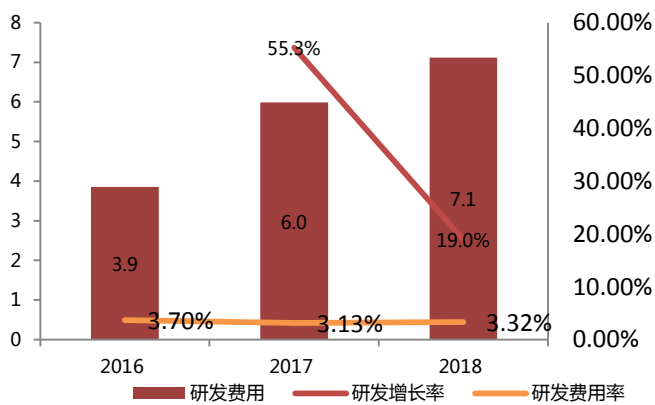
数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**图 13: 公司近三年费用率情况**


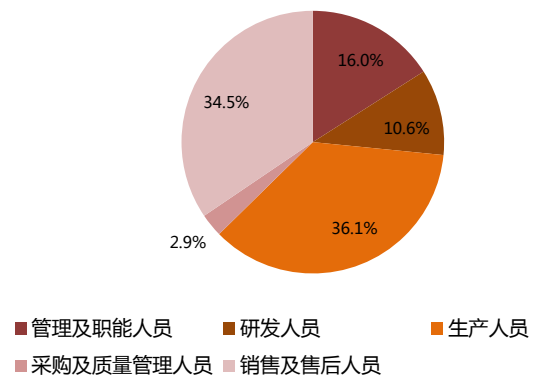
数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**公司研发开支及员工结构:** 截至 2018 年, 传音控股拥有 14317 名全职员工, 其中研发人员 1517 名, 占比 10.6%, 在研发人员中本科及以上学历占比近 90%, 其中专家级技术人员约 50 余人, 高级技术人才约 230 人, 研发从业经验丰富, 具有敏锐的行业技术前瞻性。

此外公司研发开支也随着公司对人员、技术及基础设施增加投资而逐步提升, 研发费用由 2016 年的 3.9 亿元增加至 2018 年的 7.1 亿元, 年均复合增长率达到 36%, 研发费用率稳定保持在 3% 以上。目前公司分别在上海和深圳建立了自主研发中心, 并与尼日利亚和肯尼亚等地的研发团队紧密合作, 坚持以市场为驱动、用户为导向的研发模式进行自主创新, 致力于将大众科技转化为本地化产品, 开展本地化的创新产品研发。在拍照、深肤色人脸识别、本地化场景等领域通过针对非洲用户习惯和偏好, 开发了人脸特征点检测、自动场景识别等多项技术。

**图 14: 2016-2018 公司研发费用情况 (亿元)**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**图 15: 2018 年公司员工结构情况**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

## 2 聚焦“一带一路”战略，深耕新兴手机市场

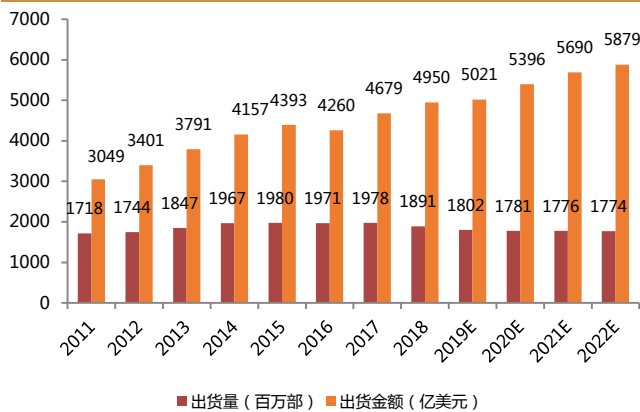
近年来随着科技不断发展，手机行业也出现了许多新的特点，其一是移动互联网时代使手机应用技术进入到全新阶段，智能手机对新技术的应用不断增加，新技术、新设计不断被应用，众多高科技含量的产品设计被推向市场，如全面屏手机、无线充电功能、人工智能、生物识别功能、5G 通讯、折叠屏等，加快推动手机的产品升级。其二是云计算、智能感知以及通信技术促进行业的跨越式发展，手机产品通过将互联网、软件算法和硬件深度融合，利用大数据、云计算技术完成大量场景化、个性化的数据。其三是功能手机在外观结构、通信技术和操作系统上全面升级，逐渐走向智能化。

### 2.1 全球手机市场面临结构升级，新兴市场发展潜力巨大

通信技术和手机零部件的不断升级带来换机潮，手机行业发展进入 4G 向 5G 升级的过渡期，行业增速逐渐放缓，但维持着稳定增长的态势。根据 IDC 统计，全球手机出货量由 2011 年的 17.2 亿部增长至 2018 年的 18.9 亿部，出货金额由 2011 年的 3049 亿美元增长至 4950 亿美元。随着 5G 时代的到来，2019 年至 2022 年，全球手机年平均出货金额预计将稳步提升至近 6000 亿美元。

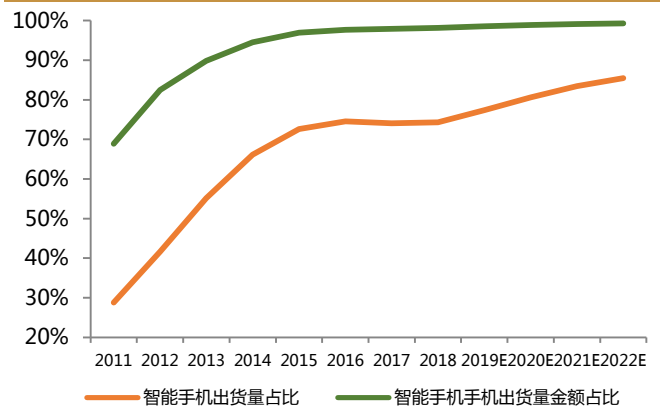
智能手机市场占有率日益提高，智能手机出货量近年来保持高速增长，市场占有率逐步提升。根据 IDC 统计，2018 年全球智能手机出货量达到 14.1 亿部，出货金额达到 4861 亿美元，分别占全球手机出货总量和出货总金额的 74.4% 和 98.2%。另据 IDC 预测，随着智能手机普及率不断提高，到 2020 年，全球智能手机出货量和出货金额占比将分别增长至 80.6% 和 98.9%。

图 16：2011-2022 年全球手机出货量和出货金额情况



数据来源：招股说明书，西南证券整理

图 17：2011-2022 年全球手机出货量和出货金额占比情况



数据来源：招股说明书，西南证券整理

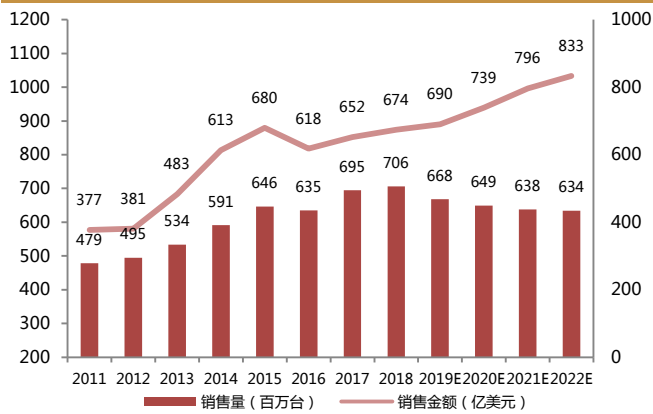
新兴市场起步较晚，发展潜力巨大，存在较大的智能手机占比提升空间与结构性改善需求。非洲、南亚、东南亚、中东和南美等新兴市场人口基数超过 30 亿，经济发展水平较低，手机行业发展相对滞后，人均手机保有量较小，市场空间巨大。

根据 IDC 的统计数据，以非洲、印度、中东、孟加拉国和印度尼西亚为代表的主要新兴市场 2018 年手机合计出货量为 7.1 亿部，出货金额达到 674 亿美元，2011 年至 2018 年出货量和出货金额的年均复合增长率分别为 5.7% 和 9%，高于全球出货量和出货金额的年均复合增长率 1.4% 和 7.2%。经济的快速发展、人口红利的释放以及通讯技术设施的建设将推动

新兴市场的销售规模在未来实现快速增长, 预计 2022 年新兴市场出货金额将达到 832.5 亿美元。

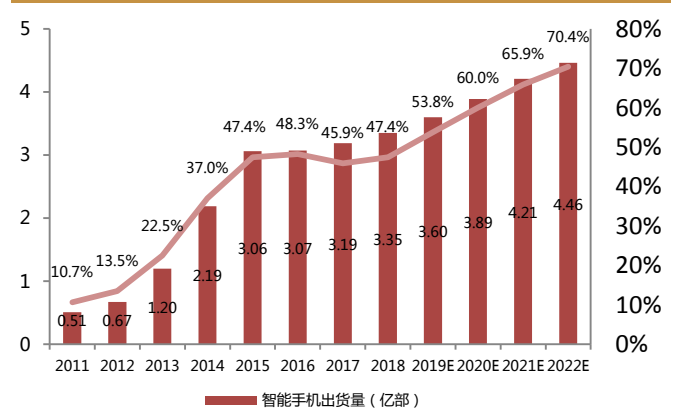
此外就产品结构而言, 2018 年上述主要新兴市场功能手机出货量为 3.7 亿部, 占该等市场手机出货总量的比重达 52.6%, 市场份额仍高于智能手机。同时, 随着新兴市场的日益成熟, 智能手机市场占比不断提高, 智能手机在该市场占有率由 2011 年的 10.7% 快速增长至 2018 年的 47.4%, 据 IDC 预测, 2022 年上述新兴市场智能手机的出货量占比将达到 70.4%, 存在较大的结构性改善需求。

图 18: 2011-2022 年部分新兴市场手机销售量和销售金额情况



数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

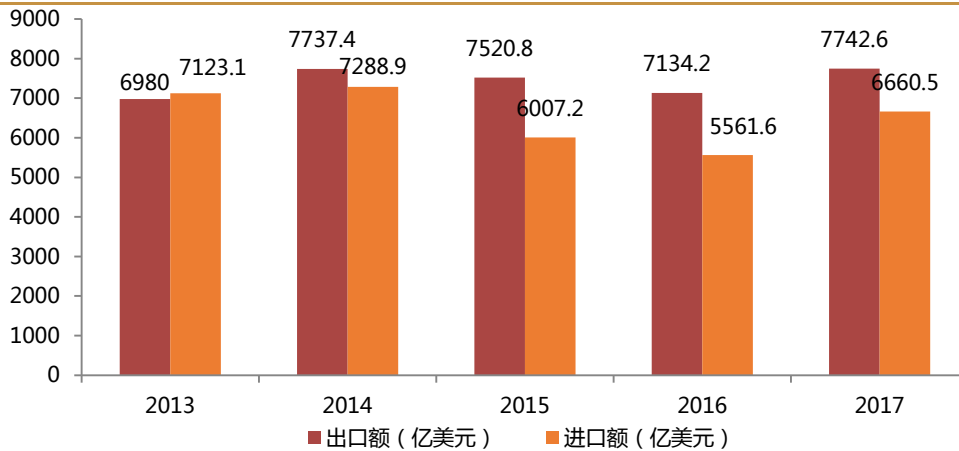
图 19: 2011-2022 年新兴市场智能手机出货量及其占比情况



数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

## 2.2 “一带一路”战略给中国手机企业带来新的机遇

手机行业科技含量较高, 是我国重点培育和发展的战略新兴产业, 受到国家的多项政策支持。近年来国家不断引导、推动“一带一路”建设, 旨在与“一带一路”沿线国家建立起政治互信、经济融合、文化包容的命运共同体。相信未来在“一带一路”倡议的指引下, 随着中国与非洲、印度在信息通信等领域基础设施建设的合作, 以传音控股为代表的扎根于当地的移动通信终端设备品牌商, 将借助我国在“一带一路”沿线国家的政策和资金配套支持, 进入新的发展阶段, 同时企业也能更好地享受到“一带一路”沿线新兴市场人口红利所带来的增量需求。

**图 20: 2013-2017 年中国与一带一路国家贸易额**


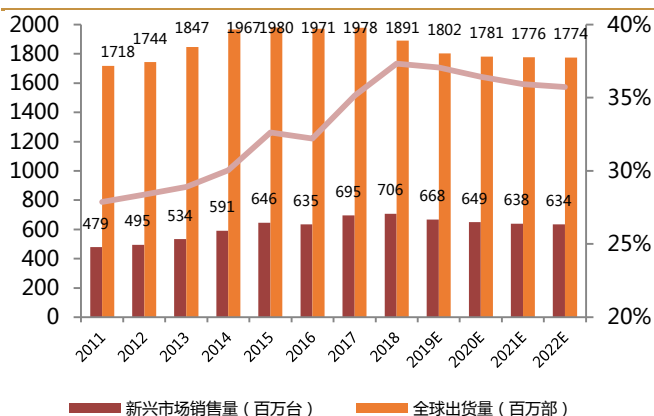
数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

### 2.3 智能驱动协同结构性升级带来行业增长新空间

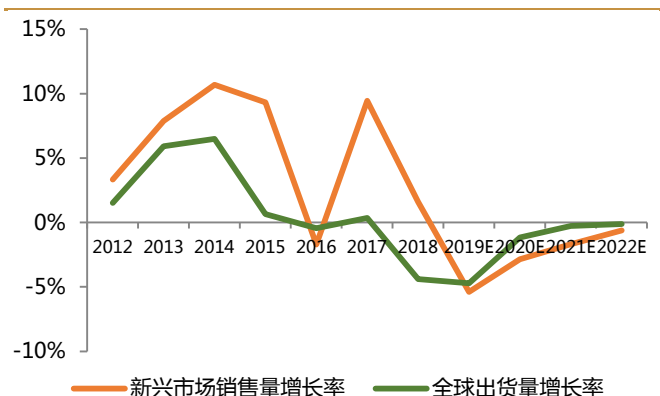
成熟市场由智能驱动逐渐替代性能驱动, 随着成熟市场 5G 网络的大规模铺设, 以及新兴市场的日益成熟, 全球智能手机市场将迎来新一轮产业升级, 终端消费者的产品更新、迭代需求上升。无线化、便携化、智慧化将成为未来主要的升级方向。手机市场将由性能驱动市场逐渐转为智能驱动市场。

此外, 新兴市场的结构性升级将成为手机的主要增长动力, 受各国经济发展水平的差异化限制, 新兴市场中还有一定比例的人口尚未使用上手机, 通信基础设施投资进度差异也使得 3G、4G 网络尚未完全取代 2G 网络, 功能手机仍有市场空间。新兴市场国家(地区)普遍具有相对年轻化的人口结构, 对智能手机消费具有刚性的需求。未来新兴市场国家手机行业具有巨大的经济发展潜力与结构性改善区间。

根据 IDC 的统计及预测, 2018 年至 2022 年, 以非洲、印度和孟加拉国等为代表的全球主要新兴市场国家(地区)的手机出货量的年均复合增速将高于全球成熟市场平均增速。非洲、印度和孟加拉国等全球主要新兴市场成为今后多年全球手机销量增长的主要来源。

**图 21: 全球和新兴市场国家出货量对比**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

**图 22: 全球和新兴市场国家手机出货量增长率对比**


数据来源: 招股说明书, 西南证券整理

此外随着移动通信终端设备智能化发展趋势的加快,手机品牌厂商盈利模式也发生了升级。手机厂商不再仅仅通过硬件销售赚取利润,转而获取基于智能终端操作系统(OS)的应用软件预装、分发和广告投放等移动互联网增值服务所带来的收益,目前它们已成为手机品牌厂商的重要盈利增长点和核心竞争力之一。通过为用户提供了便捷、高效的互联网流量入口以及应用预装、应用/游戏分发、游戏联运、广告展示、付费素材/主题以及本地化服务聚合等,互联网增值服务成为推动手机行业盈利模式的发展和与创新与手机品牌厂商经营业绩的新的增长新动能。

### 3 募投状况:立足公司现有业务,推动公司产业化升级

现有业务所取得的成就是公司未来的发展的坚实基础,为公司积累了丰富的产品生产经验,探索了具有公司特色的盈利模式。公司筹集资金投资项目也是在公司现有业务的基础上,结合公司业务发展需求和未来行业发展趋势后所确定的,从而提高公司自主研发和生产能力,增强对市场销售渠道的掌控力,并实现在家电业务及移动互联网业务领域的布局,从而为公司带来长期和稳定的收益,增加新的利润增长点,产生更大的经济效益和社会效益,为公司可持续发展进一步奠定坚实的基础。

表 3: 传音控股募投资金使用方向

序号	项目名称	总投资规模(万元)	拟投入募集资金(万元)
1	传音智汇园手机制造基地项目	105878.54	105878.54
2	手机生产基地(重庆)项目	51842.35	51842.35
3	移动互联网系统平台建设项目	37146.28	37146.28
4	上海手机研发中心建设项目	20511.29	20511.29
5	深圳手机及家电研发中心建设项目	22412.46	22412.46
6	市场终端信息化建设项目	33312.30	33312.30
7	补充流动资金	30000.00	30000.00

数据来源:招股说明书,西南证券整理

在立足现有业务的基础上,公司也大力推动研发,实现公司产品的产业化升级,坚持面向全球新兴市场大众消费者的产品品类多元化发展战略,打造多元化产品线,丰富手机产品品类,大力发展移动互联网服务业务,不断提升持续盈利能力,持续强化市场开发能力、技术研发能力,从而在新一波的科技信息浪潮中把握机遇。

### 4 风险提示

新市场拓展不力的风险;研发费用率偏低,技术创新无法满足市场需求的风险;海外经营的政治风险和政策变动风险;汇率变动风险。

## 分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，报告所采用的数据均来自合法合规渠道，分析逻辑基于分析师的职业理解，通过合理判断得出结论，独立、客观地出具本报告。分析师承诺不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接获取任何形式的补偿。

## 投资评级说明

公司评级	买入：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在 20%以上
	增持：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于 10%与 20%之间
	中性：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于-10%与 10%之间
	回避：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在-10%以下
行业评级	强于大市：未来 6 个月内，行业整体回报高于沪深 300 指数 5%以上
	跟随大市：未来 6 个月内，行业整体回报介于沪深 300 指数-5%与 5%之间
	弱于大市：未来 6 个月内，行业整体回报低于沪深 300 指数-5%以下

## 重要声明

西南证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证券监督管理委员会核准的证券投资咨询业务资格。

本公司与作者在自身所知情范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

《证券期货投资者适当性管理办法》于 2017 年 7 月 1 日起正式实施，本报告仅供本公司客户中的专业投资者使用，若您并非本公司客户中的专业投资者，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司也不会因接收人收到、阅读或关注自媒体推送本报告中的内容而视其为客户。本公司或关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告，本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，本公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

本报告及附录版权为西南证券所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“西南证券”，且不得对本报告及附录进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本报告及附录的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。



## 西南证券研究发展中心

### 上海

地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 20 楼

邮编：200120

### 北京

地址：北京市西城区南礼士路 66 号建威大厦 1501-1502

邮编：100045

### 重庆

地址：重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦 3 楼

邮编：400023

### 深圳

地址：深圳市福田区深南大道 6023 号创建大厦 4 楼

邮编：518040

## 西南证券机构销售团队

区域	姓名	职务	座机	手机	邮箱
上海	蒋诗烽	地区销售总监	021-68415309	18621310081	jsf@swsc.com.cn
	黄丽娟	地区销售副总监	021-68411030	15900516330	hlj@swsc.com.cn
	张方毅	高级销售经理	021-68413959	15821376156	zfyi@swsc.com.cn
	王慧芳	高级销售经理	021-68415861	17321300873	whf@swsc.com.cn
	涂诗佳	销售经理	021-68415296	18221919508	tsj@swsc.com.cn
	杨博睿	销售经理	021-68415861	13166156063	ybz@swsc.com.cn
	丁可莎	销售经理	021-68416017	13122661803	dks@swsc.com.cn
北京	张岚	高级销售经理	18601241803	18601241803	zhanglan@swsc.com.cn
	路剑	高级销售经理	010-57758566	18500869149	lujian@swsc.com.cn
	刘致莹	销售经理	010-57758619	17710335169	liuzy@swsc.com.cn
广深	王湘杰	销售经理	0755-26671517	13480920685	wxj@swsc.com.cn
	余燕伶	销售经理	0755-26820395	13510223581	yyf@swsc.com.cn
	花洁	销售经理	0755-26673231	18620838809	huaj@swsc.com.cn
	孙瑶瑶	销售经理	0755-26833581	13480870918	sunyaoyao@swsc.com.cn
	陈霄（广州）	销售经理	15521010968	15521010968	chenxiao@swsc.com.cn