



消费电子行业月度跟踪

关注安卓系销量修复、苹果产业链创新

西南证券研究发展中心
电子研究团队

2023年1月

核 心 观 点

- **行情总结**：12月，消费电子板块下跌2.86%，跑赢电子板块1.62pp，跑输沪深300指数3.34pp。从估值来看，消费电子板块估值水平低位探底，截止12月31日行业PE为22.9x，PB为2.66x，相较过去十年而言均处于历史底位，消费电子行业的悲观情绪有所回暖，目前左侧配置具有较高安全边际。
- **细分板块跟踪**：**1) 手机**：三季度全球智能手机出货量约3亿台，季度环比有所回暖，同比下滑8.8%；11月国内智能手机出货量2221.8万部，同比下降36.2%。手机去库存进程持续推进，双十一、双十二、新年等消费回暖契机有望助力手机库存加速消化。目前国内疫情政策优化，经济企稳复苏可期，手机产业链逐步进入配置区间。**2) XR**：受产品涨价影响，Meta产品销量不佳，导致Q4全球VR头显出货量同比下滑13%，约为341万台；2022全年出货量为986万台，同比下降4%。AR市场持续表现亮眼，Q4全球AR头显出货量为15.7万台，同比增长91%；2022年出货量约42万台，同比增长50%，其中国内AR产品贡献了约50%的销量。**3) 智能穿戴**：虽然消费电子市场需求疲软，但可穿戴设备需求情况表现亮眼，在新品销售初期的刺激下，TWS耳机和智能手表的出货量在Q3实现逆势增长，分别同比增长6%和30%；Q3印度智能手表出货同比大幅增长171%，成为全球最大的智能手表市场。**4) PC和平板**：三季度，全球PC出货情环比有所回暖，出货量为7430万台，同比下降15%；平板电脑出货量连续五个季度同比下行，Q3出货3860万台，同比下降8.8%。在经济不确定性较高以及消费和教育支出放缓的情况下，短期内PC和平板出货量仍或承压。
- **消费电子行业重要标的**：1) 受益于iPhone、Airpods、iWatch出货量逆势增长的苹果产业链公司：立讯精密、环旭电子、鹏鼎控股等；2) 受益于创新VR/AR/裸眼、折叠屏手机出货量持续高增长的相关产业链公司：精研科技、福蓉科技、歌尔股份、长盈精密等；3) 积极发力新能源领域的消费电子公司：东山精密、领益智造等。
- **风险提示**：疫情反复影响宏观经济的风险；中美贸易摩擦升级；终端产品下游市场需求不达预期。

目 录

消费电子行业12月行情回顾

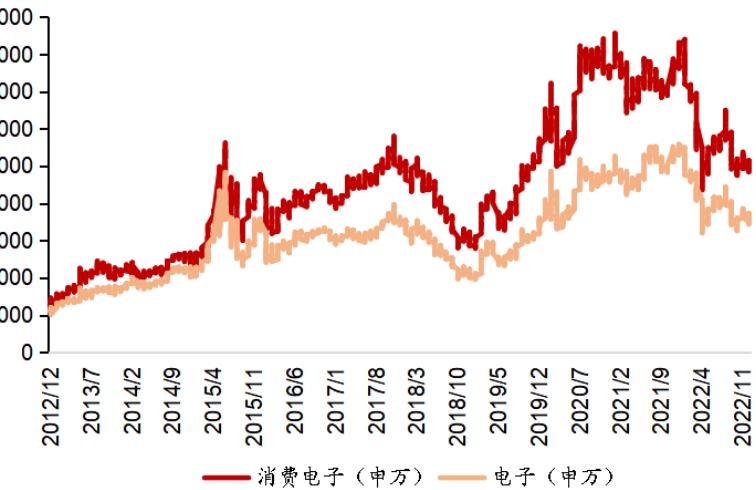
消费电子行业数据跟踪

- 手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长
- VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段
- 智能穿戴：苹果可穿戴产品出货明显修复，印度多个品牌份额挺进前五
- PC和平板：PC出货情环比回暖，平板电脑出货连续五个季度下行
- 光学：智能手机销量不振，手机光学产品出货量仍然承压

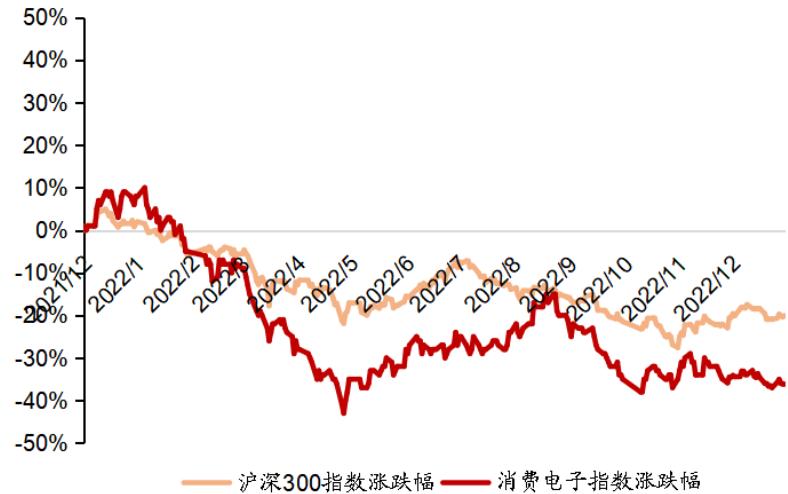
行业动态跟踪

消费电子行业12月行情回顾

申万消费电子指数走势图



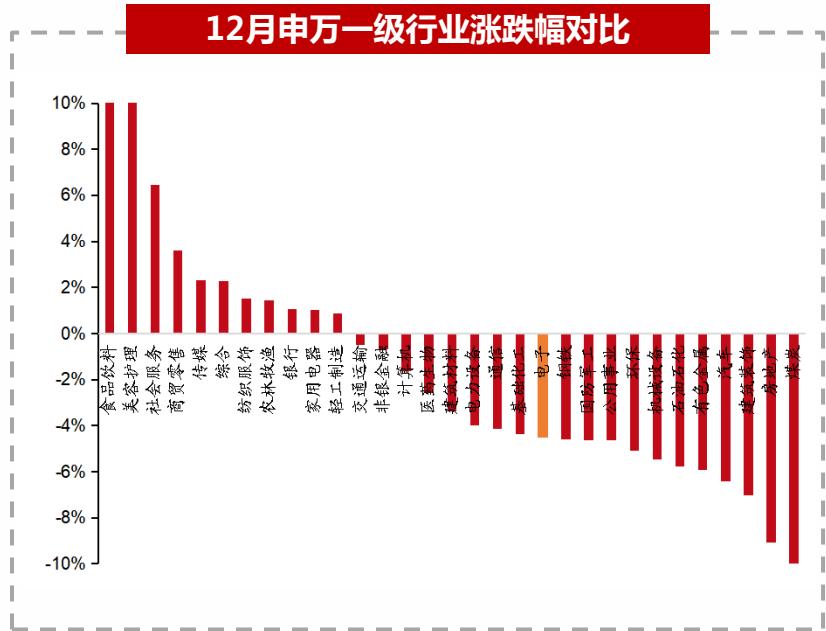
近一年消费电子行业与沪深300涨跌幅对比



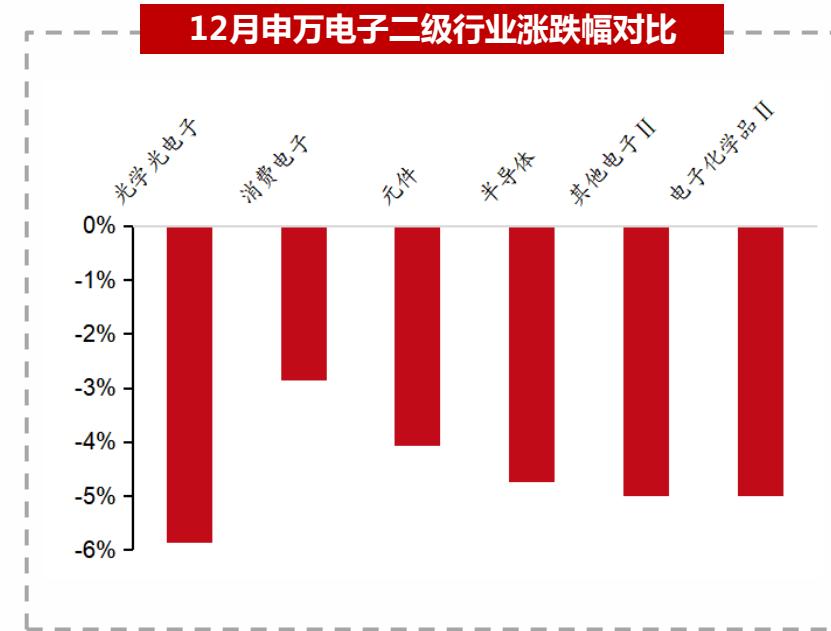
- **消费电子板块有所回调，板块表现优于电子板块整体情况。** 2022年12月上证指数、深证成指、沪深300 分别-1.97%、-0.83%、+0.48%。按申万行业分类，12月电子板块整体上下跌4.48%，其中消费电子板块下跌2.86%，跑赢电子板块1.62pp，跑输沪深300指数3.34pp。

消费电子行业12月行情回顾

12月申万一级行业涨跌幅对比



12月申万电子二级行业涨跌幅对比



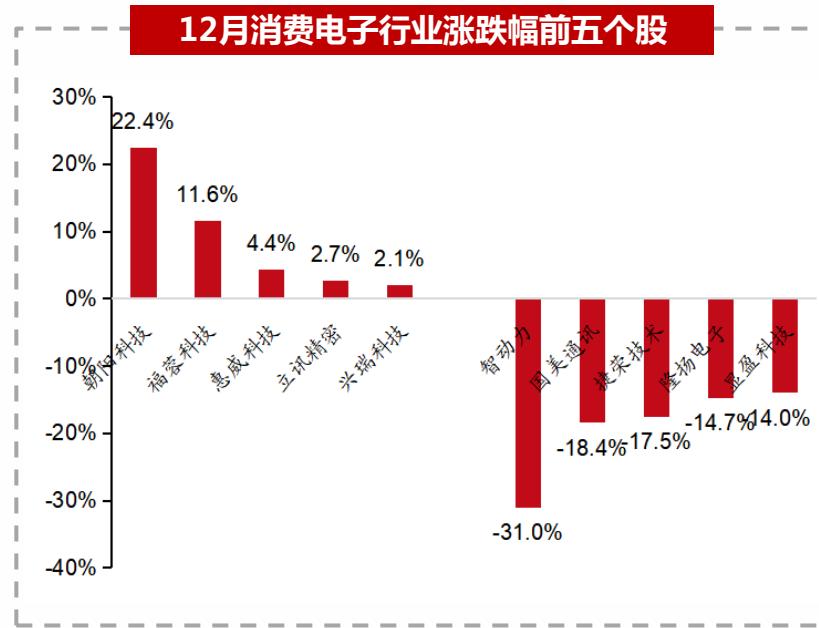
- 2022年12月，电子行业涨跌幅为-4.48%，全行业排名第20，整体表现相对一般。在电子板块中，消费电子跌幅最小，月跌幅为2.86%；光学光电子跌幅最大，月涨幅为5.85%。

消费电子行业12月行情回顾



- **消费电子估值水平低位探底，左侧配置具有较高安全边际。** 截止2022年12月31日，消费电子行业PE为22.9x，相较过去十年PE处于0.78%历史分位水平；PB为2.66x，相较过去十年的PB处于0.39%历史分位水平。宏观经济、疫情反复、地缘政治叠加创新力度减弱等因素，消费电子行业下游整体仍需求不振。

消费电子行业12月行情回顾



- 截至12月31日，A股消费电子行业总市值约10514亿元，同比下降约37.7%。
- 从个股来看，12月消费电子行业中，朝阳科技、福蓉科技、惠威科技、立讯精密、兴瑞科技涨幅靠前，分别为上涨22.44%、11.58%、4.36%、2.72%、2.07%；雅智动力、国美通讯、捷荣技术、隆扬电子、显盈科技跌幅靠前，分别-31.03%、-18.39%、-17.49%、-14.69%、-13.97%。

消费电子行业12月行情回顾——部分消费电子公司一览

代码	公司名称	市值(亿元)	收盘价(元)	股价变动			P/E	P/B	北向资金流入(亿元)	北向资金持股比例(%)
				5D	1M	YTD				
002475.SZ	立讯精密	2,212.20	31.09	1%	3%	-35%	22.97	17.19	5.03	3.91
601138.SH	工业富联	1,892.62	9.53	0%	0%	-19%	8.26	7.51	1.37	1.22
002241.SZ	歌尔股份	644.75	18.85	0%	-7%	-69%	13.34	10.31	1.81	1.55
300433.SZ	蓝思科技	560.51	11.27	0%	-1%	-54%	27.78	17.60	1.18	1.12
002841.SZ	视源股份	446.06	63.61	0%	-4%	-27%	18.48	15.11	3.76	3.19
601231.SH	环旭电子	374.06	16.95	2%	-8%	3%	11.76	10.12	2.32	2.01
002600.SZ	领益智造	349.82	4.97	1%	-8%	-38%	22.27	16.04	1.87	1.68
300866.SZ	安克创新	257.59	63.38	-3%	2%	-41%	20.24	16.89	3.41	2.93
000021.SZ	深科技	181.65	11.64	1%	-9%	-32%	20.08	16.15	1.63	1.47
603595.SH	东尼电子	171.57	73.81	1%	3%	63%	93.18	62.96	8.02	7.12
300136.SZ	信维通信	167.87	17.35	3%	-2%	-35%	20.58	15.06	2.37	2.05
300679.SZ	电连技术	161.73	38.31	3%	4%	-29%	29.87	25.75	3.69	3.34
002925.SZ	盈趣科技	153.45	19.61	-1%	-7%	-49%	16.55	12.81	2.33	2.16
002139.SZ	拓邦股份	151.07	11.90	3%	-4%	-44%	22.09	15.56	2.34	2.06
002402.SZ	和而泰	147.94	16.18	3%	-6%	-46%	22.39	16.46	3.21	2.73
300115.SZ	长盈精密	145.32	12.10	1%	-11%	-48%	201.36	18.14	2.25	2.02
002866.SZ	传艺科技	127.65	44.09	19%	-4%	267%	0.00	0.00	0.00	0.00
600363.SH	联创光电	115.81	25.44	-2%	-7%	-23%	30.87	22.63	2.94	2.62
002993.SZ	奥海科技	100.98	36.58	4%	-5%	-13%	18.61	14.11	2.60	2.21
002426.SZ	胜利精密	92.58	2.69	-1%	-13%	1%	57.93	21.70	1.92	1.78
002635.SZ	安洁科技	90.94	13.31	1%	-6%	-26%	25.54	18.32	1.42	1.36
002351.SZ	漫步者	83.66	9.41	-6%	2%	-23%	31.77	27.08	3.46	3.25
002937.SZ	兴瑞科技	83.19	27.93	10%	2%	14%	34.55	23.05	5.15	4.30
300602.SZ	飞荣达	82.69	16.28	2%	-5%	-43%	207.35	35.74	2.95	2.73
603327.SH	福蓉科技	82.37	15.80	7%	12%	22%	18.04	13.91	4.20	3.42
002881.SZ	美格智能	75.37	31.45	-5%	-8%	-19%	33.86	21.34	6.59	5.02
300735.SZ	光弘科技	74.63	9.69	0%	-7%	-40%	18.77	15.25	1.43	1.32
301180.SZ	万祥科技	72.28	18.07	-3%	-10%	-44%	0.00	0.00	0.00	0.00
002681.SZ	奋达科技	71.16	3.90	7%	0%	-3%	35.47	19.77	0.00	0.00
002045.SZ	国光电器	64.73	13.82	6%	0%	-17%	25.96	20.55	2.63	2.36
300951.SZ	博硕科技	63.65	52.75	3%	-10%	-19%	16.57	12.85	2.71	2.45
003028.SZ	振邦智能	61.89	55.51	-5%	3%	1%	0.00	0.00	0.00	0.00
002055.SZ	得润电子	56.70	9.38	0%	-10%	-41%	84.18	14.45	1.69	1.52
301389.SZ	隆扬电子	55.59	19.61	-1%	-15%	-13%	28.33	25.00	2.21	2.03
301123.SZ	奕东电子	54.52	23.34	-9%	-3%	-55%	22.31	16.31	4.06	3.23
300793.SZ	佳禾智能	54.41	16.08	2%	-2%	-19%	36.28	20.48	2.38	2.12
301051.SZ	信濠光电	51.34	64.18	-1%	-7%	-60%	0.00	0.00	0.00	-0.10
300976.SZ	达瑞电子	50.65	53.63	0%	-7%	-48%	0.00	0.00	0.00	0.00
002947.SZ	恒铭达	49.21	21.38	3%	-6%	-30%	18.04	11.03	2.37	2.06
002655.SZ	共达电声	49.06	13.40	2%	-14%	-38%	34.92	20.53	5.52	4.35
300787.SZ	海能实业	46.29	30.20	3%	-8%	3%	14.61	10.90	2.65	2.25
300916.SZ	朗特智能	45.99	48.00	4%	-10%	5%	20.27	14.31	3.61	2.90
603380.SH	易德龙	45.32	28.08	3%	-9%	-31%	20.48	14.77	3.33	2.85
603633.SH	徕木股份	44.29	13.49	6%	-6%	-8%	56.19	28.15	3.09	2.81
603890.SH	春秋电子	43.11	9.82	-18%	-	-30%	12.08	9.53	1.43	1.20
300709.SZ	精研科技	42.53	22.85	4%	-4%	-43%	18.91	13.83	2.02	1.80
300032.SZ	金龙机电	41.76	5.20	0%	-6%	-20%	0.00	0.00	0.00	0.00
300857.SZ	协创数据	41.02	19.86	11%	-4%	-33%	0.00	0.00	0.00	0.00
603626.SH	科森科技	38.96	6.99	0%	-9%	-46%	0.00	0.00	0.00	-0.21
300647.SZ	超频三	38.19	8.35	-5%	-4%	-1%	56.51	15.78	2.91	2.50
301086.SZ	鸿富瀚	38.18	63.63	0%	-10%	-30%	0.00	0.00	0.00	0.00
300322.SZ	硕贝德	36.28	7.79	-1%	-10%	-48%	0.00	0.00	0.00	0.00

目 录

消费电子行业12月行情回顾

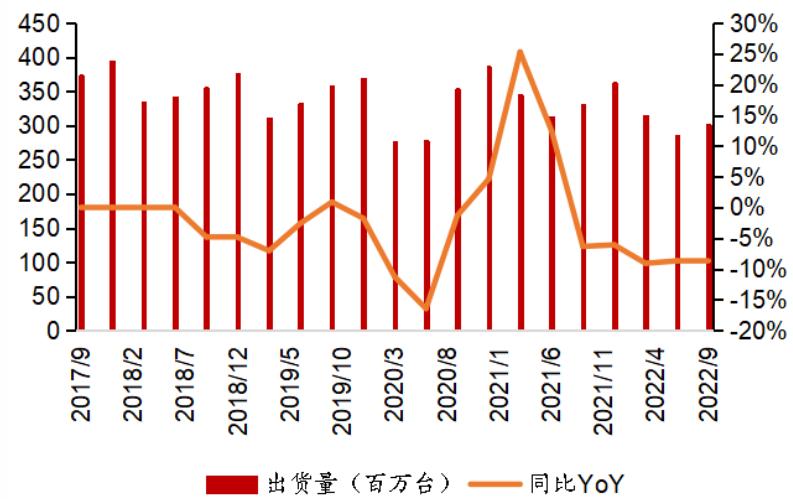
消费电子行业数据跟踪

- 手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长
- VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段
- 智能穿戴：苹果可穿戴产品出货明显修复，印度多个品牌份额挺进前五
- PC和平板：PC出货情环比回暖，平板电脑出货连续五个季度下行
- 光学：智能手机销量不振，手机光学产品出货量仍然承压

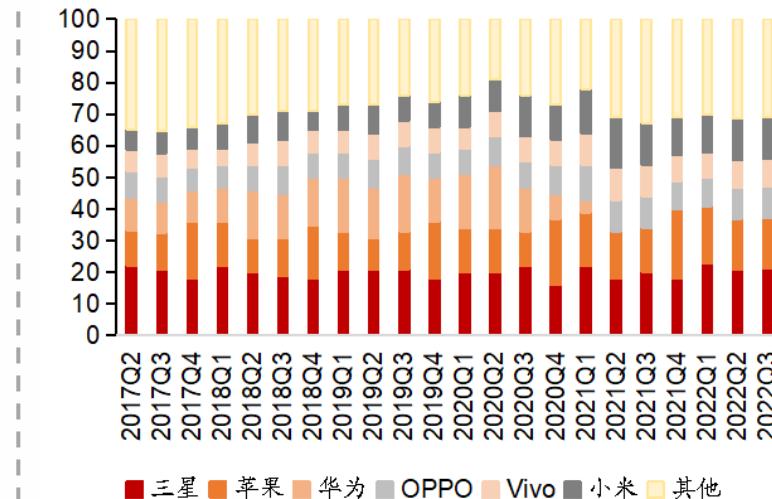
行业动态跟踪

手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长

全球智能手机季度出货量及增速



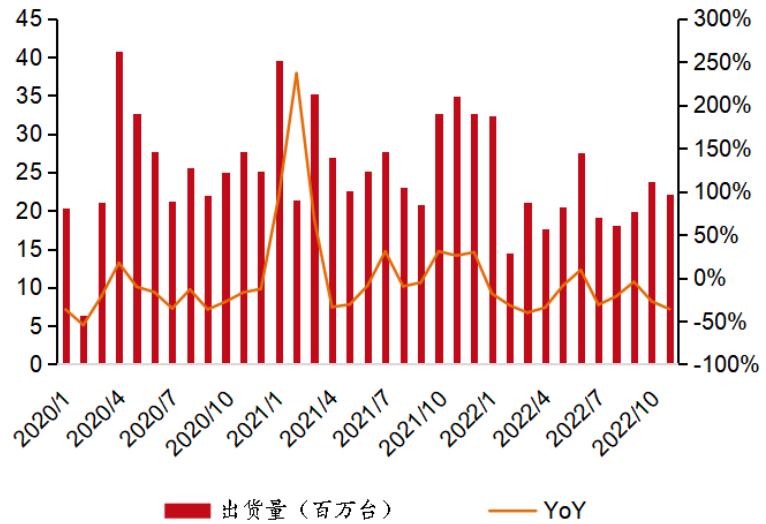
全球智能手机市场份额



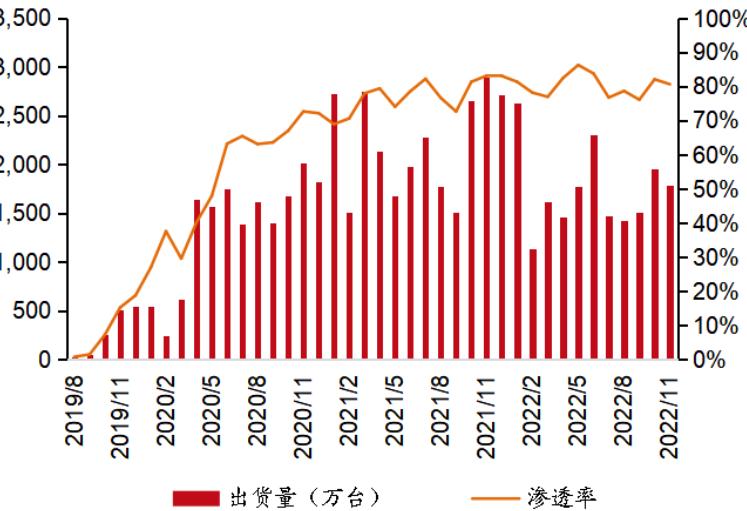
- 全球智能手机出货同比小幅下滑，预计短期出货情况仍然承压。根据Counterpoint数据，2022前三季度全球智能手机出货增速连续出现下滑，Q3全球智能手机出货量约3.0亿台，季度环比有所回暖，同比下滑8.8%。其中，三星仍然以21%的市场份额位居榜首，份额和上季度基本持平；苹果、小米出货份额为16%、13%，分别位居第二和第三位。受宏观经济、地缘政治、疫情反复、产品创新力度减弱等因素影响，预计全球手机出货量仍或短期承压。

手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长

中国智能手机月度出货量及增速



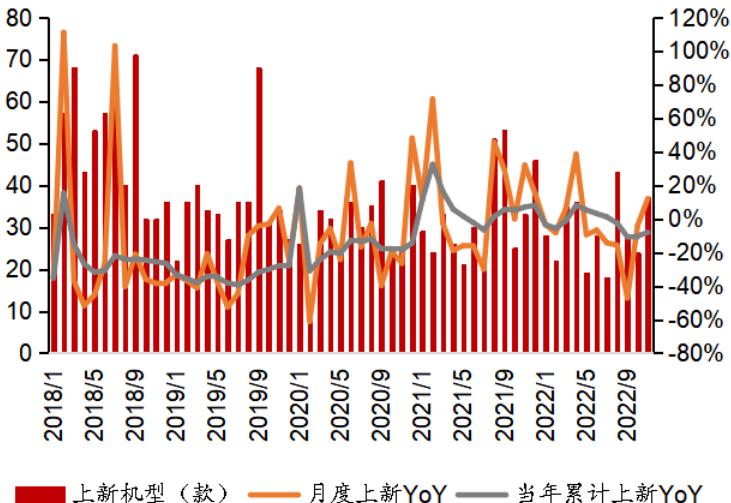
中国5G手机月度出货量及渗透率



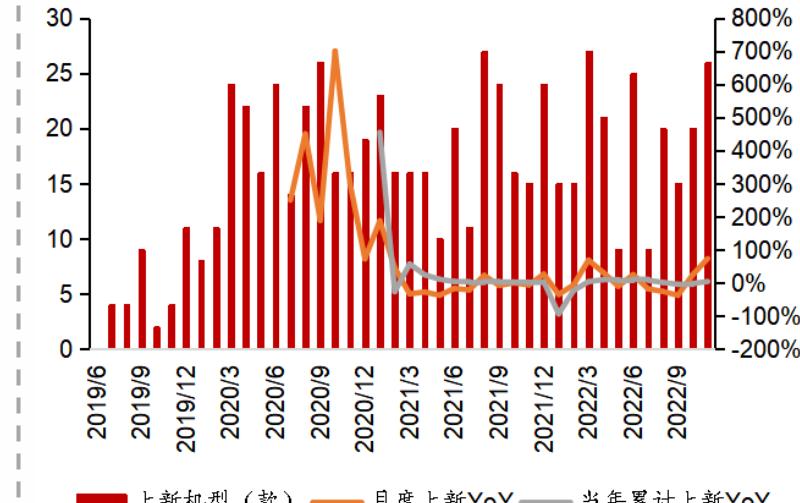
- 国内智能手机出货量同比下幅度较大，5G手机产品渗透率有所收窄。11月国内智能手机出货量2221.8万部，同比下降36.2%；其中，5G手机出货约1792万部，同比下降38.1%，占同期手机出货量的80.7%。1-11月，国内智能手机出货量累计达2.37亿部，同比下降23.7%；其中5G手机出货量累计约1.91亿部，同比下降20.2%。

手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长

中国智能手机月度上新机型及增速



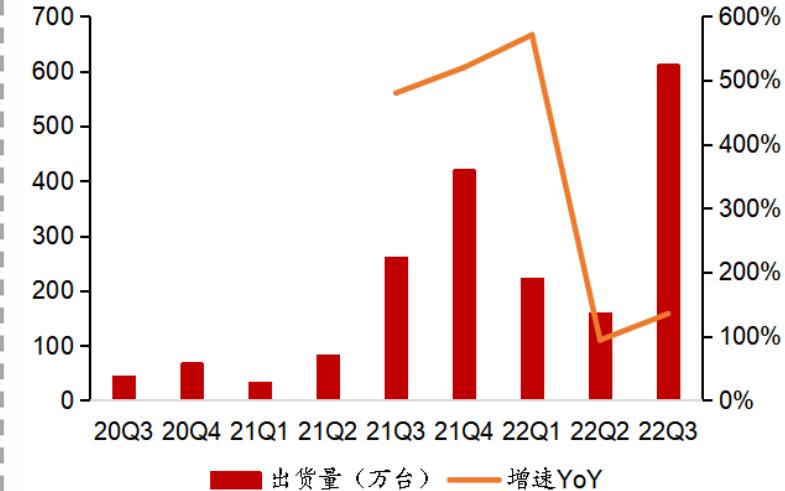
中国5G手机月度上新机型及增速



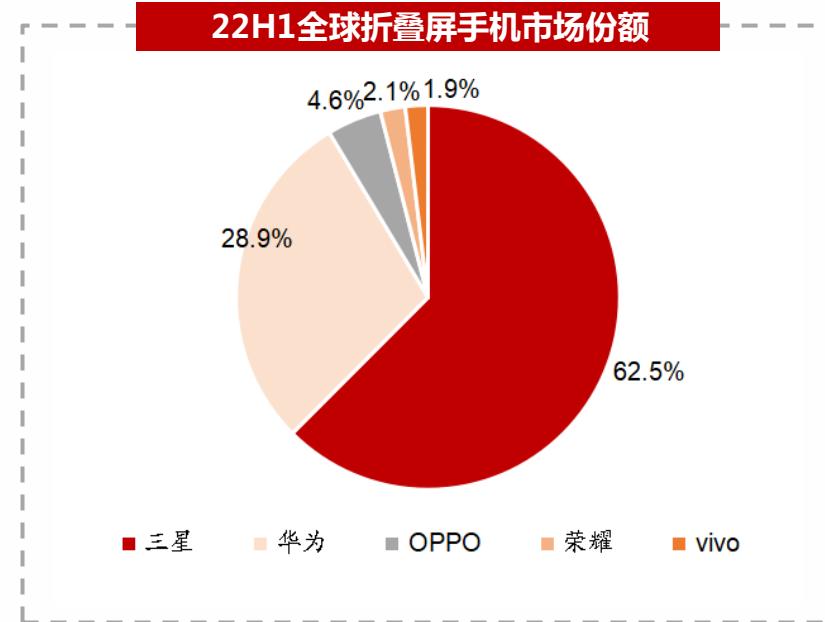
- 国内手机市场进入上新旺季，月上新机型数量同比有所提升。2022年11月，国内智能手机上新机型37款，同比增长12%；其中5G手机上新机型为26款，同比增长73%。2022年1-11月，智能手机上新机型累计318款，同比下降8.1%；其中5G手机上新机型累计202款，同比提升4.1%。

手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长

全球折叠屏手机季度出货量及增速

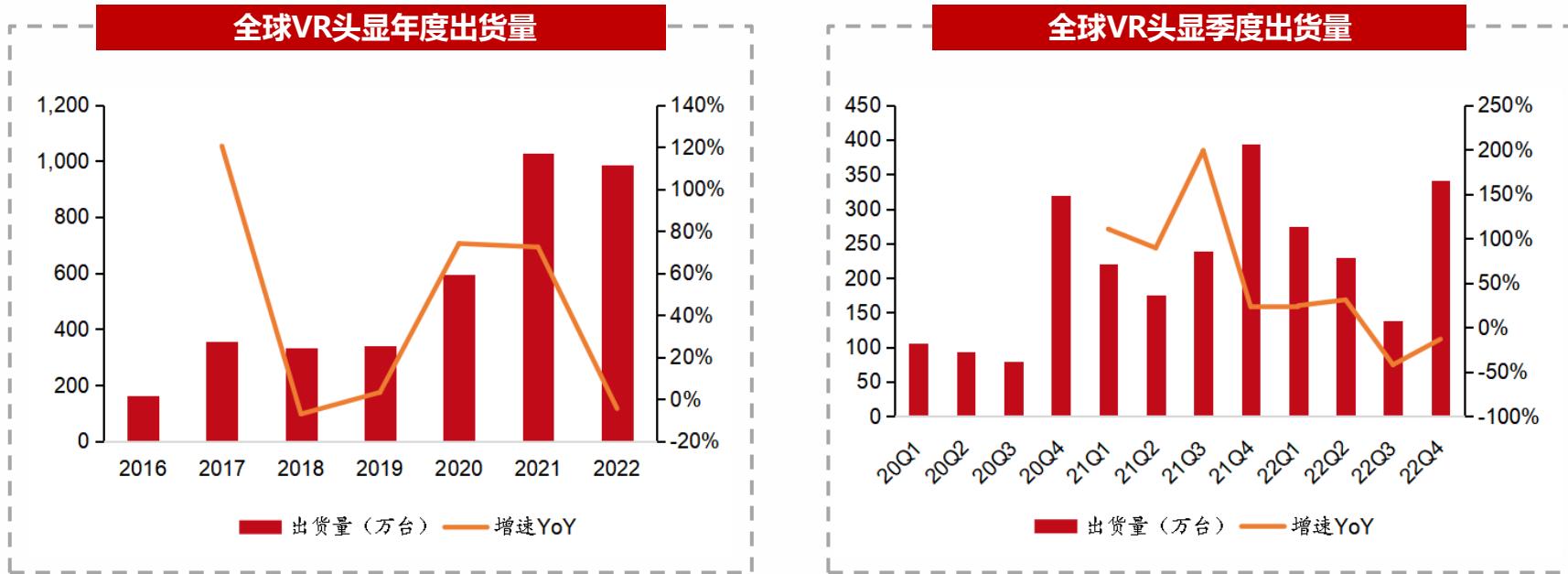


22H1全球折叠屏手机市场份额



- 全球折叠屏手机出货量持续高速增长，华为份额大幅提升。根据DSCC数据，2022H1全球折叠屏手机出货量达369万台，同比增长224%；Q3出货量超600万台，实现翻倍增长。分品牌来看，2022H1三星以 62.5%的出货份额稳居全球折叠屏手机市场第一位，华为、OPPO、荣耀、vivo 出货份额分别为28.9%、4.6%、2.1%、1.9%，依次位居2-5位；从Q2单季度来看，三星以 49.6%的出货份额位居全球折叠屏手机市场第一，华为和OPPO分别位居第二、第三，份额为37.3%、8.4%。

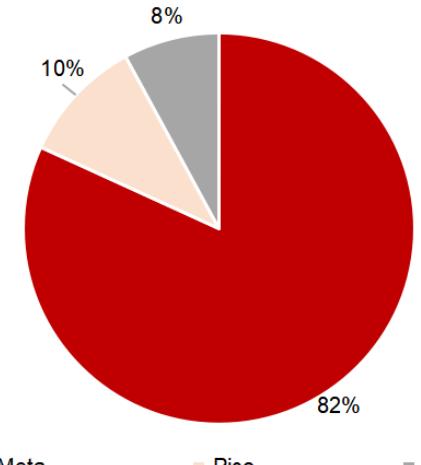
VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段



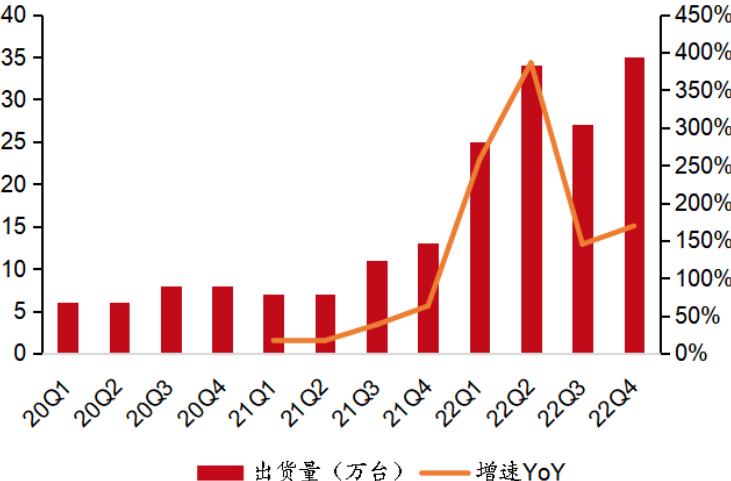
- 受头部品牌销量不及预期的影响，四季度全球VR头显出货同比有所下降。根据Wellsenn XR数据，2022年Q4全球VR头显出货量为341万台，环比增长145%，主要因为四季度是销售和交付旺季，国内双十一和国外黑五促销带动产品销量上行；同比下滑13%，主要因为Quest 2已上市两年，产品吸引力有所下降，同时新品Quest Pro价格较高难以取得大规模销量。2022年全球VR头显出货量为986万台，同比下降4%，主要因为Quest 2销量不及预期。索尼的PS VR 2已于11月15日开启预购，将在2023年2月正式上市；新一代Oculus Quest将在明年问世，Pico 4发布后供不应求有望在明年持续放量，多款消费级VR产品有望带动VR头显出货量在2023年重回高速增长的态势。

VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段

22Q4年全球VR头显出货份额

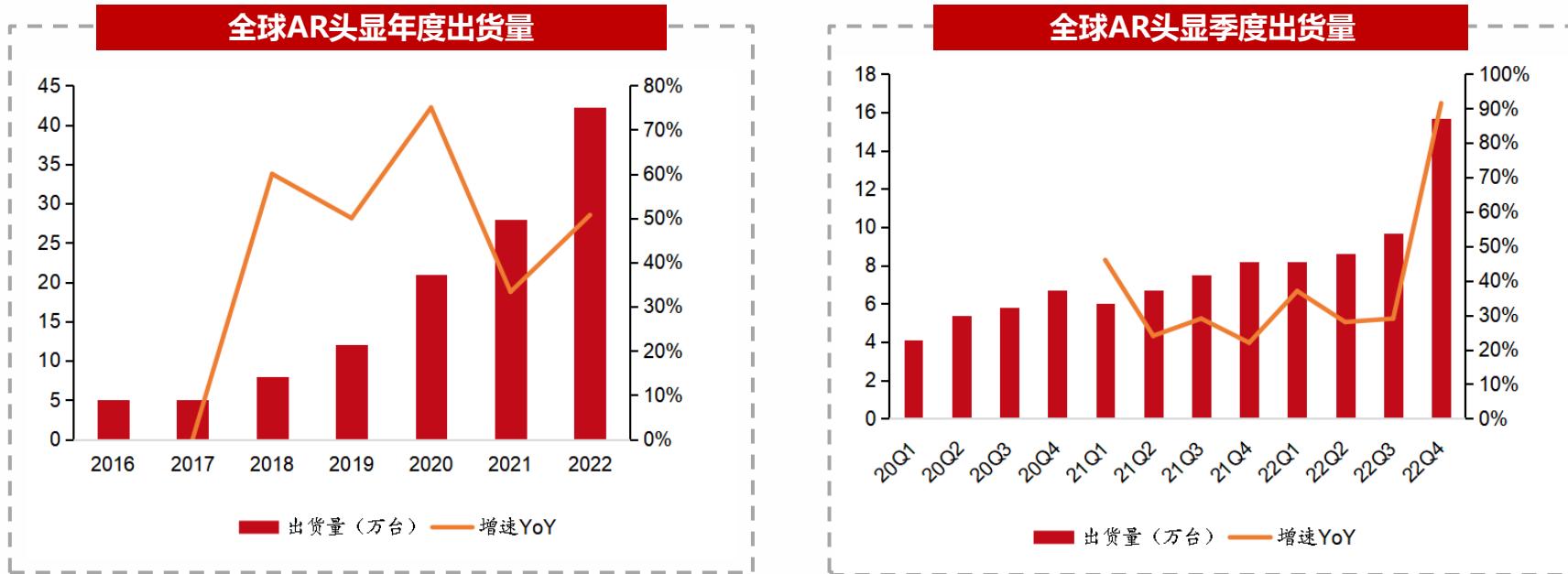


国内VR头显季度出货量



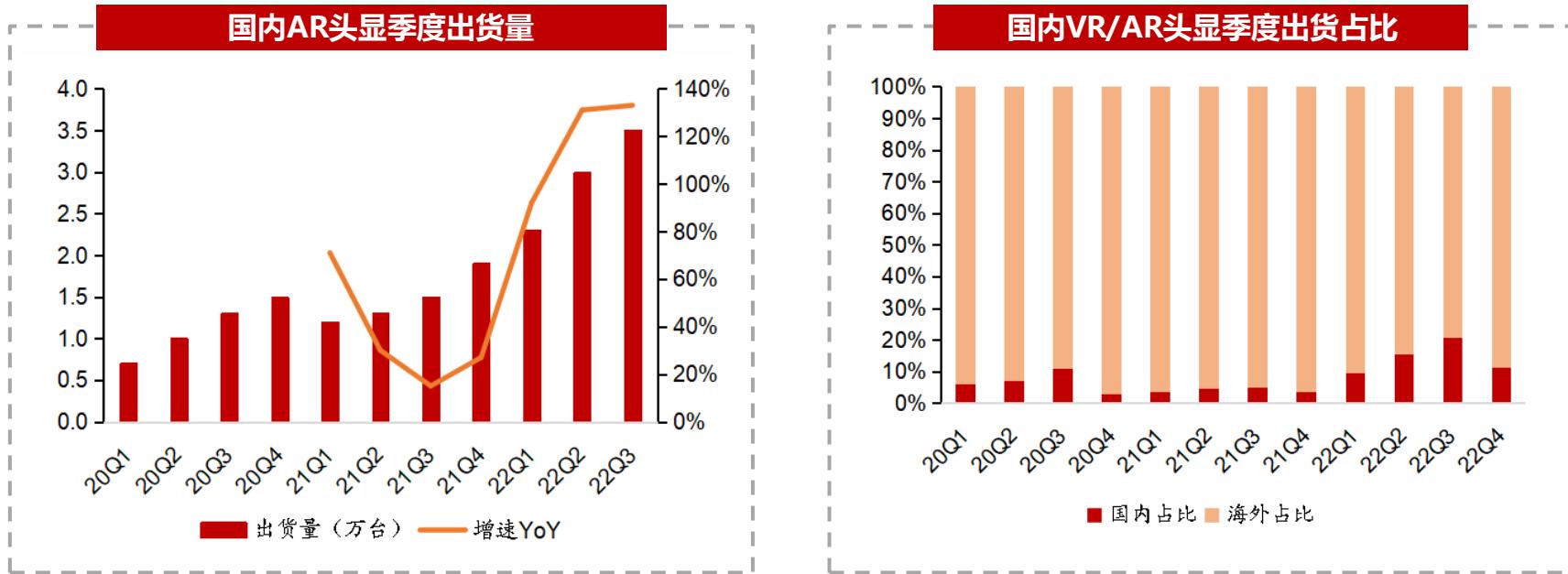
- Meta出货量依旧一家独大，国内品牌Pico出货份额大幅提升。根据Wellsenn XR数据，2022年Q4，Meta出货量为279万台，出货份额约达82%；Pico受益于新品拉货，出货量同比大幅提升，接近35万台，出货约占全球总量的10%。2022年Meta总出货量约为790万台，出货份额达80%；Pico出货量约为98万台，出货份额约为10%；国内VR头显出货量达35万台，延续同比高增长态势，同比增长169%。

VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段



- AR头显出货量持续稳健增长，国内AR产品销售情况表现亮眼。根据Wellsenn XR数据，2022年Q4，全球AR头显出货量为15.7万台，同比增长91%。由于海外缺乏新消费级AR品牌和产品出现，四季度出货的增长主要受益于国内投屏显示类的消费级AR眼镜取得了不错的市场销售成绩，如Rokid Air、Nreal Air、Nreal X、雷鸟Air等。2022年全球AR产品的出货量合计42万台，较2021年增长50%，其中国内AR产品贡献70%的销量。

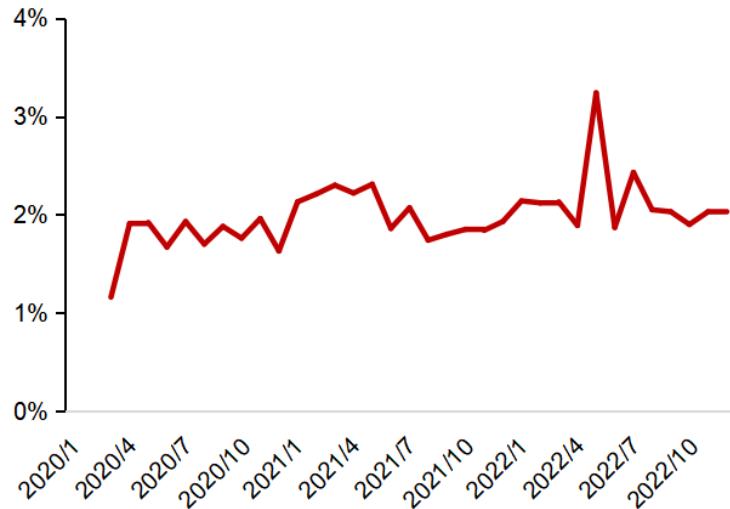
VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段



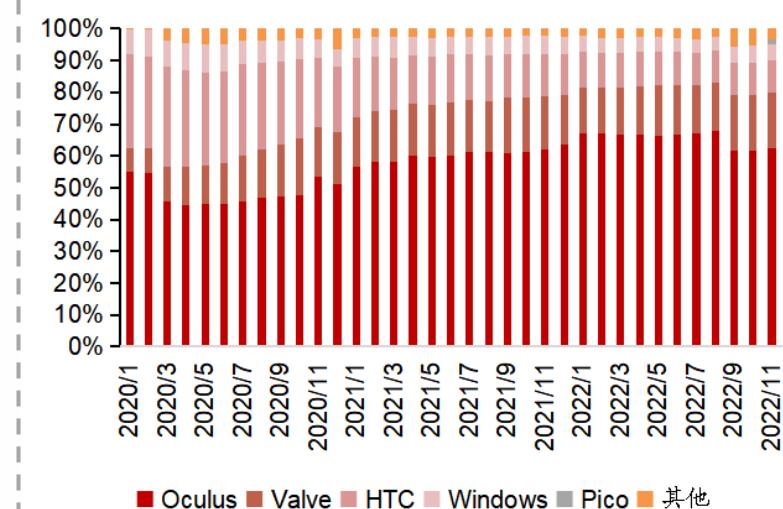
- **国内AR出货量持续高速增长，消费级AR产品进入加速发展阶段。**根据WellSenn XR数据，2022年Q4，国内AR头显出货量约4.9万台，同比增长89%。从销售端来看，根据易观分析数据，2022Q4国内消费级AR眼镜市场中雷鸟创新、Nreal、Rokid、华为、米家的份额分别位于前五名。其中，雷鸟创新的市场份额约为31.8%，Nreal约为27.9%，Rokid约为20.6%。
- **国内XR市场和资本关注度不断提升，出货量占比持续上升。**Q4，国内XR头显出货量达40万台，约占全球出货量的11.2%，同比提升7.5pp。

VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段

Steam平台VR设备使用率情况



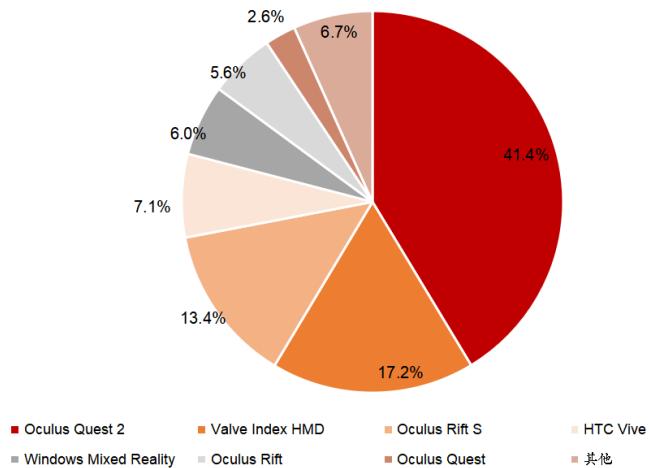
Steam平台各品牌VR设备使用占比



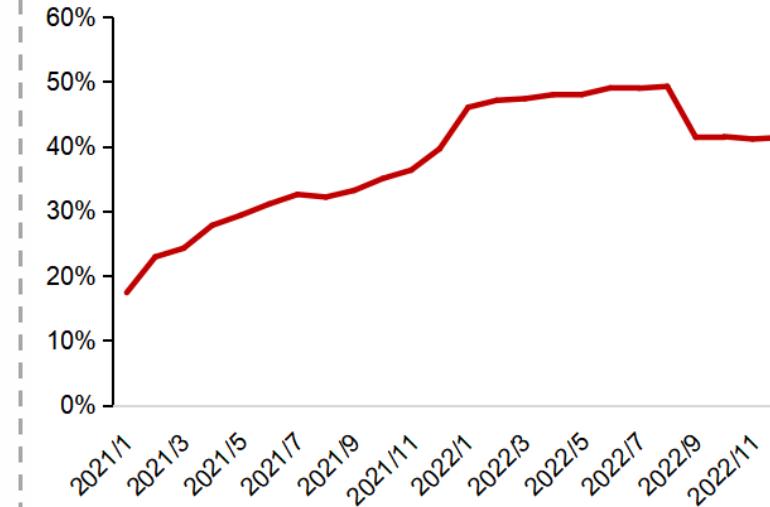
- Steam平台VR活跃用户比例相对稳定，Oculus用户占比环比小幅提升。根据Steam平台公布的数据，2022年12月，Steam平台的VR头显使用率为2.03%，环比较为稳定。从品牌来看，目前市场处于Oculus主导竞争格局、多家品牌百花齐放的局面，Oculus在Steam平台市占率约63.5%，环比小幅提升，份额处于绝对领先的位置；Valve位居第二，用户占比约17.2%；HTC则位居第三，用户占比约10.3%。

VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段

12月Steam平台主流VR机型市场份额

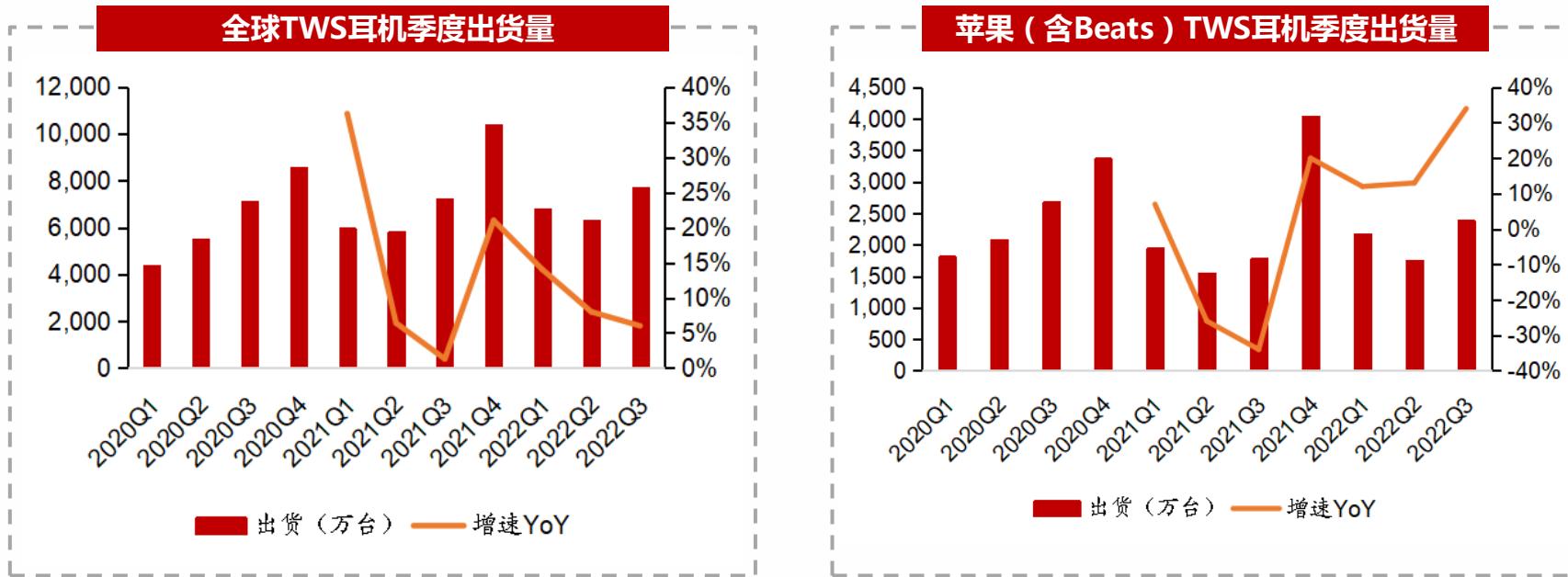


Steam VR平台Quest 2用户占比情况



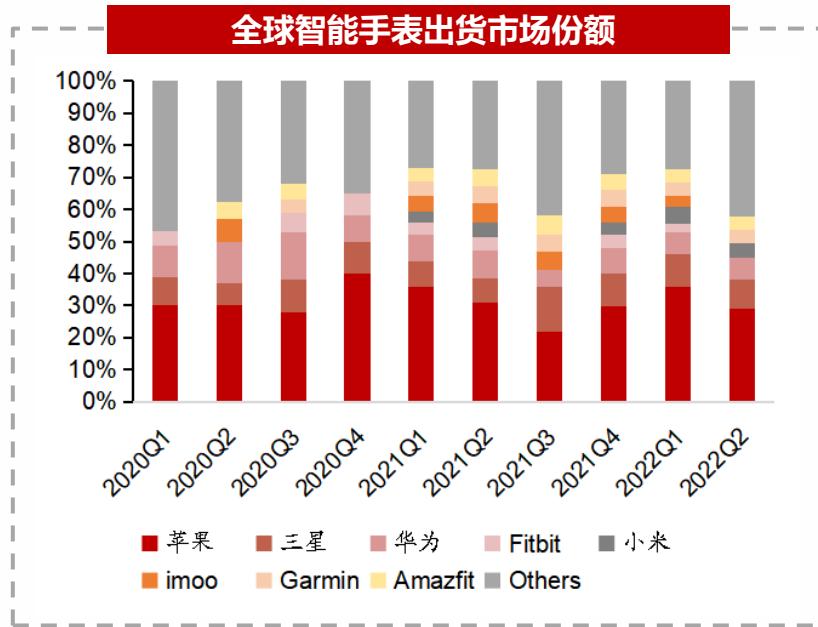
- Quest 2市场热度仍遥遥领先，用户占比出现小幅回升。Quest 2已经连续20+个月位居Steam平台VR头显市占率的第一名，最近几个月份额水平相对平稳。12月，Quest 2用户占比小幅回升，约为41.4%，环比增加0.23pp；Value Index HMD用户占比位居第二，约为17.2%，环比下降0.29pp；第三位则是Oculus Rift S，用户占比约13.4%，环比提升0.04pp。

智能穿戴：苹果可穿戴产品出货明显修复，印度多个品牌份额挺进前五



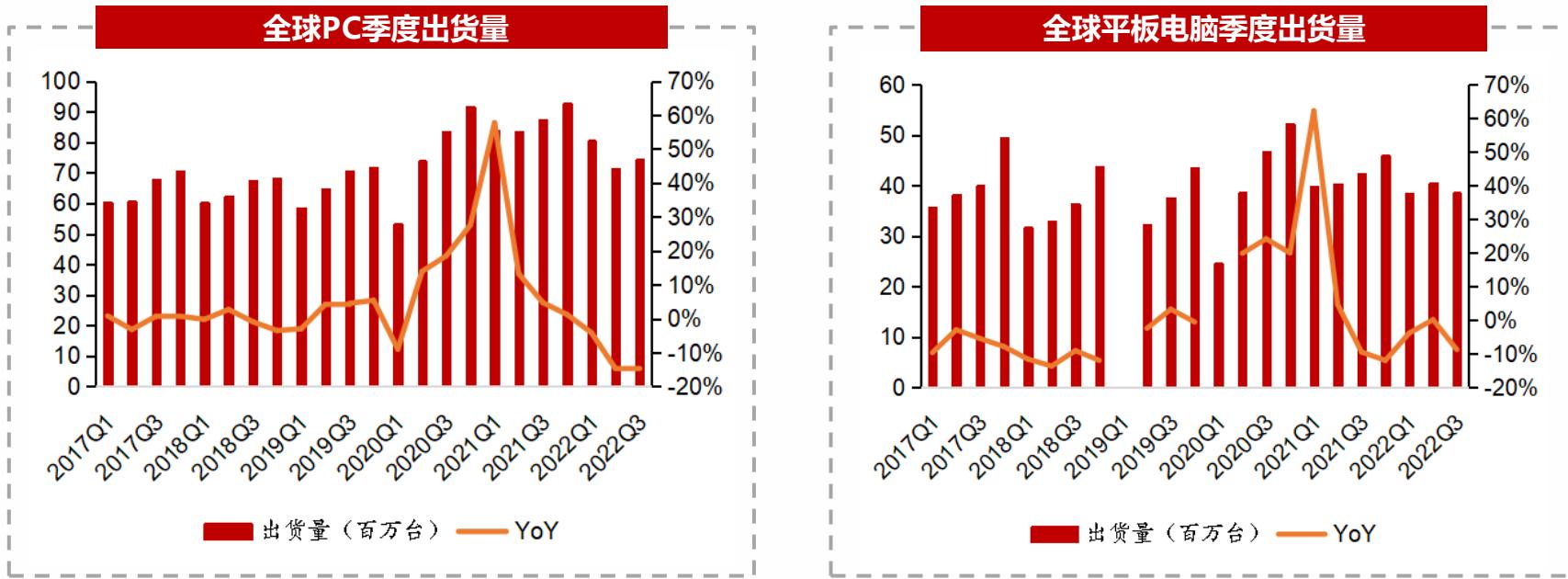
- 苹果TWS耳机出货量同比大幅提升，三星Galaxy系列出货减少带动其整体出货下行。根据Canalys数据，2022年Q3全球TWS耳机销量7690万部，同比增长6%；2022年前三季度全球TWS耳机出货量累计约2.43亿部。分品牌来看，三季度苹果（含Beats）出货份额达31%，出货量约2400万台，同比增长34%；三星（含哈曼）出货量同比下降15%，市场份额约10%，位居第二；印度本土厂商boAt出货量以50%的同比增长速度挤进全球市场份额；小米和Skullcandy分别以4%和3%的份额居于第4、5位。

智能穿戴：苹果可穿戴产品出货明显修复，印度多个品牌份额挺进前五



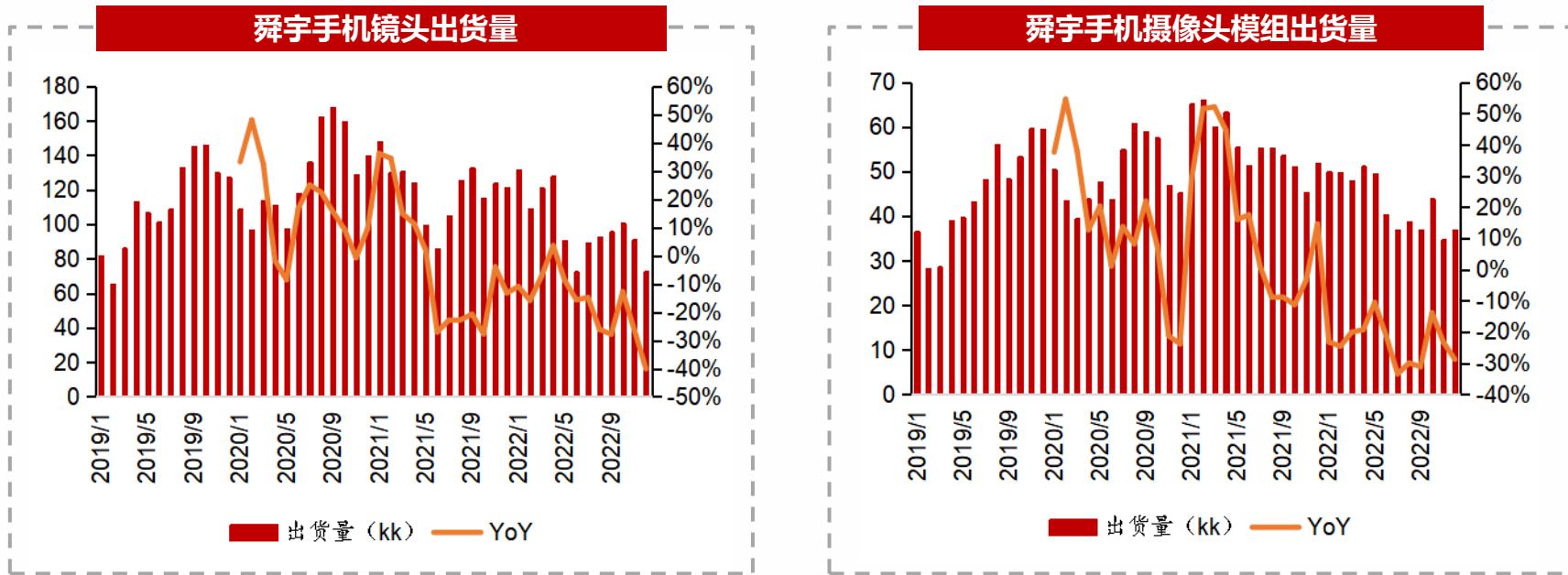
- 苹果手表份额环比下降约7pp，印度OEM厂商出货份额大幅提升。根据Counterpoint数据，2022年Q2苹果继续以29.3%的市场份额主导全球智能手表市场，三星(9.2%)、华为(6.8%)、Fire-Boltt(6.3%)、Noise(5.9%)分别位居2-5位。印度OEM厂商Fire-Boltt和Noise份额大幅提升，其分别占据印度可穿戴腕带设备市场27.7%、26%的市场份额。2022年Q3，全球智能手表市场出货量同比增长30%；印度市场同比增长171%，成为全球最大的智能手表市场，其中Noise同比增长218%，重夺印度市场在全球智能市场排第三，Fire-Boltt市场份额和上季度持平，在全球市场排第四。

PC和平板：PC出货情环比回暖，平板电脑出货连续五个季度下行



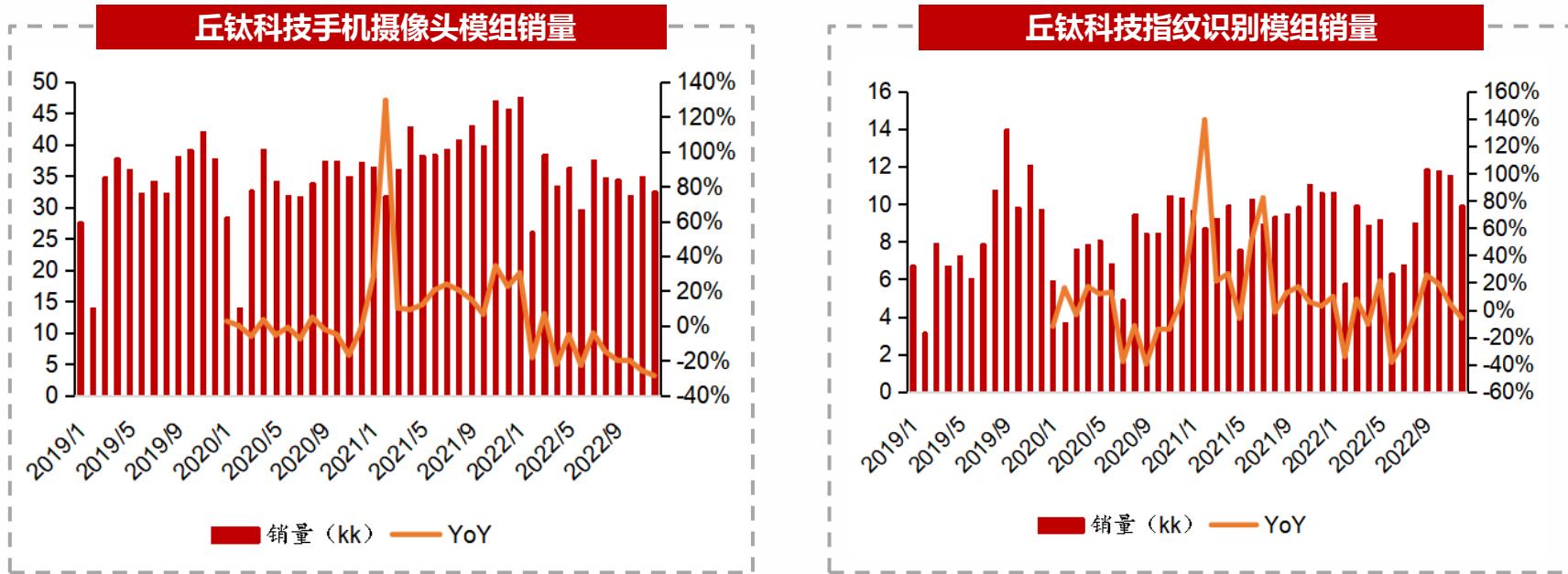
- **PC出货情环比回暖，平板电脑出货量出现五年来Q3首次环比下行。** 1) PC：根据IDC数据，2022年Q3全球PC出货量环比小幅回升，出货量为7430万台，同比下降15%，环比大幅提升%；PC出货量承压主要由于全球宏观经济疲软、通货膨胀、叠加过去两年PC购买量激增等因素所导致。2) 平板电脑：根据IDC数据，2022年Q3全球平板电脑出货量为3860万台，同比下降8.8%，目前已经连续五个季度同比负增长；其中，苹果iPad出货量为1450万台，份额进一步扩大至37.5%，排名第一；三星出货量为710万台，份额约18.4%位居第二。疫情初期大卖的Chromebook出货量也同比大幅收缩，下降34.4%，约出货430万台。由于下游需求疲软，在经济不确定性较高以及消费和教育支出放缓的情况下，我们认为短期内出货量仍然承压。

光学：智能手机销量不振，手机光学产品出货量仍然承压



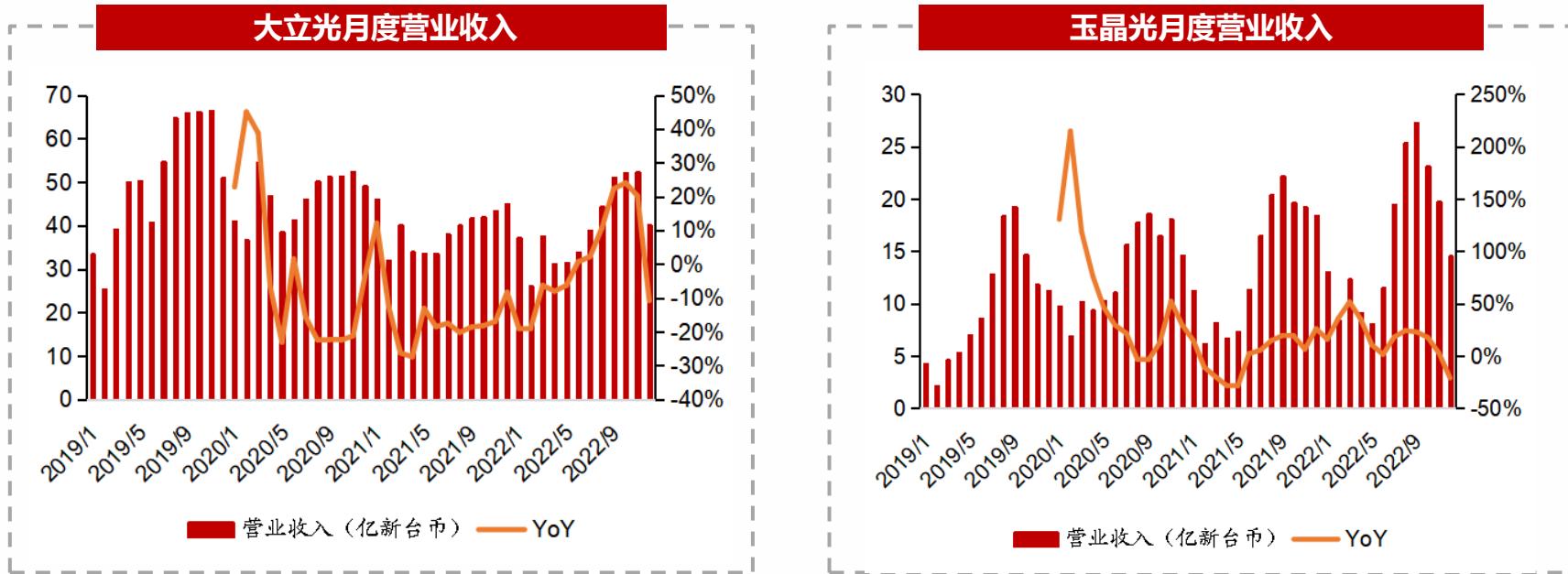
- 舜宇光学手机镜头和摄像头模组出货持续下滑。1) 手机镜头：2022年12月，舜宇手机镜头的出货量约72.4kk件，同比下滑40.1%；2022年公司手机镜头累计出货1193.6kk件，同比下滑17.1%。2) 手机摄像头模组：2022年12月，舜宇手机摄像头模组出货量约36.9kk件，同比下滑28.9%。2022年公司手机摄像头模组累计出货516.6kk件，同比下滑23.3%。公司手机相关业务出货同比下滑主要因为整体智能手机市场需求相对疲软

光学：智能手机销量不振，手机光学产品出货量仍然承压



□ **丘钛科技手机摄像头模组销量持续下行，指纹识别模组销量增增速大幅收窄。** 1) 手机摄像头模组：根据公司公告，2022年12月手机摄像头模组销量约3256万件，环比下降6.6%，同比下降28.6%，主要因为宏观形势影响下智能手机销量萎靡。2022年，公司手机摄像头模组累计销售4.17亿件，同比下滑12.9%。2) 指纹识别模组：公司指纹识别模组销量约1176.6万件，环比下降13.7%，同比下滑6%，主要受大客户项目周期因素的影响。2022年，公司指纹识别模组销售1.1亿件，同比下滑2.7%。

光学：智能手机销量不振，手机光学产品出货量仍然承压



- 受大客户需求趋缓的影响，大立光和玉晶光月度收入同比有所下降。
 - 1) 大立光：根据公司公告披露，2022年12月，大立光月度营收约为40.2亿新台币，同比下降10.8%；全年营收476.75亿新台币，同比增1.5%。
 - 2) 玉晶光：2022年12月，玉晶光月度营收约为14.6亿新台币，营收同比下降21%；全年合并营收为192.19亿元，较2021全年增加14.75%。

目 录

消费电子行业12月行情回顾

消费电子行业数据跟踪

- 手机：整体消费需求持续疲软，折叠屏手机出货逆势维持高速增长
- VR/AR：全球VR头显出货量短期承压，消费级AR进入加速发展阶段
- 智能穿戴：苹果可穿戴产品出货明显修复，印度多个品牌份额挺进前五
- PC和平板：PC出货情环比回暖，平板电脑出货连续五个季度下行
- 光学：智能手机销量不振，手机光学产品出货量仍然承压

行业动态跟踪

行业动态跟踪

□ **智能穿戴：12月9日，华为发布了智能手表HUAWEI WATCH Buds、HUAWEI FreeBuds 5i真无线耳机、HUAWEI WATCH GT 3 Pro典藏版、HUAWEI Vision Glass等产品。**

- HUAWEI WATCH Buds将TWS耳机与手表合二为一，是业界首款弹盖磁吸式耳机手表，其采用弹盖设计，精致紧密转轴，一推即开表盘轻松取出耳机。
- HUAWEI Vision Glass是华为首款智能观影眼镜，该产品能够在眼前投射出等效 120 英寸的虚拟巨幕，并支持 0-500° 单眼近视调节。Vision Glass 采用轻薄设计的光学模组，实现了约 21 毫米的纤薄机身；支持手机、平板、电脑数据线直连，即插即用。

型号	HUAWEI WATCH Buds	HUAWEI FreeBuds 5i	HUAWEI Vision Glass
产品示例			
发布时间	2022-12	2022-12	2022-12
起售价	2988元	599元	2999元
类别	智能手表、耳机二合一	真无线耳机	智能观影眼镜
屏幕	AMOLED彩色屏幕	-	双Micro OLED屏幕
蓝牙	蓝牙 5.2	蓝牙 5.2	-
电池容量	手表：410mAh；耳机：30mAh	电池：55mAh×2；耳机盒电池：410mAh	400mAh
续航	3天	28小时	4-5 小时

行业动态跟踪

□ **折叠屏手机**：12月15日，OPPO发布第二代折叠屏手机OPPO Find N2系列，包含左右折叠形态的Find N2,以及上下折叠形态的Find N2 Flip。OPPO Find N2采用超轻固精工拟椎式铰链，通过航天级材料对铰链形态进行小型化重构，使用碳纤维材料作为屏幕支撑骨架，整机螺丝全部替换为钛合金定制，强度提升近一倍，重量降低至目前业内横向形态折叠机的最轻水平。

型号	OPPO Find N2	OPPO Find N2 Flip	OPPO Find N
产品示例			
发布时间	2022-12	2022-12	2021-12
上市时间	2022-12	2022-12	2021-12
起售价	7999元(12GB + 256GB)	5999元(8GB + 256GB)	7699元(8GB + 256GB)
屏幕	AMOLED柔性屏	AMOLED柔性屏	AMOLED柔性屏
盖板材质	主屏：UTG 副屏：康宁第7代大猩猩玻璃	主屏：UTG 超薄玻璃 副屏：康宁第5代大猩猩玻璃	主屏：UTG 副屏：康宁第7代大猩猩玻璃
尺寸	展开：7.1英寸	内屏：6.8英寸	展开：7.1英寸
	折叠：5.49英寸	外屏：3.26英寸	折叠：5.49英寸
整机厚度	展开：7.1-7.4mm	展开：7.45mm	展开：7.8mm
	折叠：14.6mm	折叠：16.02mm	折叠：15.9mm
重量	233-237g	191g	275g
折叠方式	横向内折	竖向内折	横向内折
电池容量	4520mAh	4300mAh	4520mAh
处理器	第一代骁龙8+	天玑 9000+ 八核	高通骁龙888



分析师：王谋
执业证号：S1250521050001
电话：0755-23617478
邮箱：wangmou@swsc.com.cn

分析师：徐一丹
执业证号：S1250522090002
电话：021-58351908
邮箱：xyd@swsc.com.cn



西南证券研究发展中心

西南证券投资评级说明

报告中投资建议所涉及的评级分为公司评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6个月内的相对市场表现，即：以报告发布日后6个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准。

公司评级	买入：未来6个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在20%以上 持有：未来6个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于10%与20%之间 中性：未来6个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%与10%之间 回避：未来6个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-20%与-10%之间 卖出：未来6个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-20%以下
行业评级	强于大市：未来6个月内，行业整体回报高于同期相关证券市场代表性指数5%以上 跟随大市：未来6个月内，行业整体回报介于同期相关证券市场代表性指数-5%与5%之间 弱于大市：未来6个月内，行业整体回报低于同期相关证券市场代表性指数-5%以下

分析师承诺

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。

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，，若您并非本公司签约客户，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

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：北京市西城区金融大街35号国际企业大厦A座8楼

邮编：100033

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

重庆

地址：重庆市江北区金沙门路32号西南证券总部大楼

邮编：400025

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	总经理助理、销售总监	021-68415309	18621310081	jsf@swsc.com.cn
	崔露文	销售经理	15642960315	15642960315	clw@swsc.com.cn
	王昕宇	销售经理	17751018376	17751018376	wangxy@swsc.com.cn
	薛世宇	销售经理	18502146429	18502146429	xsy@swsc.com.cn
	汪艺	销售经理	13127920536	13127920536	wyyf@swsc.com.cn
	岑宇婷	销售经理	18616243268	18616243268	cryf@swsc.com.cn
	陈阳阳	销售经理	17863111858	17863111858	cyyf@swsc.com.cn
	张玉梅	销售经理	18957157330	18957157330	zymyf@swsc.com.cn
	李煜	销售经理	18801732511	18801732511	yfliyu@swsc.com.cn
北京	李杨	销售总监	18601139362	18601139362	yfly@swsc.com.cn
	张岚	销售副总监	18601241803	18601241803	zhanglan@swsc.com.cn
	杜小双	高级销售经理	18810922935	18810922935	dxsyf@swsc.com.cn
	王一菲	销售经理	18040060359	18040060359	wyf@swsc.com.cn
	胡青璇	销售经理	18800123955	18800123955	hqx@swsc.com.cn
	王宇飞	销售经理	18500981866	18500981866	wangyuf@swsc.com
	巢语欢	销售经理	13667084989	13667084989	cyh@swsc.com.cn
广深	郑冀	广深销售负责人	18825189744	18825189744	zhengyan@swsc.com.cn
	杨新意	销售经理	17628609919	17628609919	yxy@swsc.com.cn
	张文锋	销售经理	13642639789	13642639789	zwf@swsc.com.cn
	陈韵然	销售经理	18208801355	18208801355	cryf@swsc.com.cn
	龚之涵	销售经理	15808001926	15808001926	gongzh@swsc.com.cn
	丁凡	销售经理	15559989681	15559989681	dingfy@swsc.com.cn