



# 汽车与零部件行业研究：智能手机深度复盘对整车格局启示(上)



渗透率维度：依据渗透率进行划分，全球以及国内智能手机发展均可以分为四个阶段，1) 0~15%导入期：需求端：市场依然以功能机为主，智能机仅为少数高消费、追求个性化的群体所接纳；供给端：主流厂商在技术实力上基本站在同一起跑线，但整体变革驱动较弱。2) 15%~40%成长初期：需求端，为消费者带来全新体验的革命性产品出现引爆市场；供给端：新进入者增加与传统品牌厂商同台竞技，技术变革速度较快，未完成转型的传统品牌厂商先一步被市场淘汰。3) 40%~75%成长后期：行业红利驱动下的野蛮生长光环逐步褪去，需求端，消费者充分认可智能机的使用体验，并且对质量和性价比提出更高要求，品牌优势积累迅速；供给端，山寨机优势不再，有实力的厂商分别以性价比、技术、渠道等挤压尾部分额，淘汰赛进一步加剧。4) 75%~85%+成熟期：智能手机基本完全普及，龙头逐步集中化。

竞争格局维度：渗透率四个阶段背后是本轮智能手机变革的演变节奏：新旧势力开始交锋——新势力进旧势力退——新势力淘汰赛——洗牌结束格局稳定。细数玩家来看，1) 全球市场：第一阶段诺基亚独占鳌头，第二阶段苹果、三星进军，诺基亚颓势显现。第三阶段诺基亚退出，三星成为龙头，中国品牌小米、OV/华为逐渐提升，第四阶段三星、苹果、华为、小米、OV 格局基本确定。2) 国内市场：第一阶段以诺基亚独占鳌头，第二阶段苹果、魅族、小米、OV、华为、中兴、酷派、联想等涌现，第三阶段洗牌加剧，中华酷联时代已过，玩家过滤，第四阶段苹果、华为、小米、OV 格局稳定，龙头集中度逐渐提升。

竞争核心要素：1、软件开发实力以及生态架构能力；2、硬件供应链垂直整合能力以及产品差异化定义能力；3、终端渠道营销能力。变革初期要素 1 更重要，决定生存（主要由于软件体验是智能机相对功能机核心改变）；变革中期要素 2 和 3 重要性进一步提升，三者共同决定盈利性和发展持续性（产品技术逐渐成熟，考验后期实力）。

影响渗透率关键变量：1、定义行业标准的爆款产品出现引爆消费市场热潮情绪；2、行业端技术成熟，成本下降，核心限制的瓶颈被解决。

2007-2017 十年智能手机厂商复盘：软件-硬件-渠道三方面缺一不可。每一个打法均有能力边界。

苹果：软硬件闭环全能铸造高壁垒。作为行业引领者，苹果具备最强综合能力，不仅具备软件闭环模式，硬件层面具备掌握全球最有供应链且芯片自我设计能力，加上渠道的良好管控，从而确保高端市场龙头且强盈利能力。

三星：垂直高度整合硬件产业链。依托三星集团能力，以硬件强把控为导向实施跟随并超越战略，全周期跟随苹果，并价格下探至中低端市场，利用硬件优势实现全价格带覆盖。

小米：“铁人三项”“造就核心竞争力。”“软件+硬件+互联网”为小米铁人三项，软件+硬件保障产品质量，互联网思路帮助打造小米从品牌定位到产品营销方式的全面差异化竞争要素。

华为：持续研发投入实现硬科技转型。前期错过多次行业风口期，后期以强大投入决心和研发实力迅速跟进，软件+硬件+品牌形象宣传+渠道布局等各领域实力全面跟随学习并超越。

OV：线上线下地毯式营销渠道制胜。硬件优势基础上持续补缺软件的短板，打造对标特定领域的差异化产品，并利用渠道布局优势以地毯式营销方式进行推广，借助中低端需求市场爆发而崛起。

综合而言，技术创新是手机厂商存活的根本。满足用户高性价比需求——满足用户个性化需求——给用户创造更好生活方式，层次越高的厂商获得品牌溢价更高。

投资建议：复盘智能手机行业发展变迁，坚定看好未来智能电动汽车赛道大行情。整车板块推荐【长城汽车+比亚迪+理想汽车+小鹏汽车+吉利汽车+长安汽车+广汽集团+上汽集团】，关注【蔚来汽车+小康股份+江淮汽车】。零部件板块推荐【德赛西威+华阳集团+伯特利+拓普集团+福耀玻璃+中国汽研+爱柯迪+华域汽车】，关注【星宇股份+继峰股份+均胜电子+旭升股份】。

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_38684](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38684)

