

零售业(010811)

用户体验推动智能手机销售放量

欧亚菲 分析师

电话: 020-87555888-641

eMail: oyf@gf.com.cn

SAC执业证书编号: S0260208020271

我国 3G 业务接近拐点, 手机终端需求将快速增长

2009 年我国 3G 网络建设拉开帷幕以来, 经过两年基建和推广, 目前三家运营商共计拥有 5000 万 3G 用户, 目前渗透率已经接近 10%, 根据国际运营商经验, 我国 3G 业务已近拐点, 未来两到三年是用户和手机终端的快速增长阶段。

技术升级触发高端用户换机需求推动智能手机放量

在过去一年中手机移动终端技术水平产生巨大飞跃, 国际厂商纷纷推出更新换代产品为用户带来全新使用感受, 不同以往的用户体验和技术升级不仅导致潜在客户的购买, 而且还激发了存量客户的换机需求。从 2010 年四季度起, 我国以手机为代表的通讯器材销售进入了量价齐升阶段。技术升级拉动的手机终端销售增长路径已经初显端倪。

在用户需求升级和手机厂商集体推动的智能手机放量过程中, 我们建议关注业内的手机渠道运营商爱施德和天音控股以及零售渠道的苏宁电器。

后续推出中国手机产业详细解读

本文我们先对行业进行了简单梳理和框架性思考, 在该框架指引下我们将有后续研究报告详细解读中国手机销售产业发展状况和手机渠道商的经营情况。

风险提示

智能手机销售数量和价格低于预期

行业评级

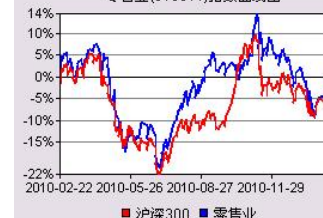
买入 

前次评级

持有

行业走势

零售业(010811)指数走势图



市场表现	1 个月	3 个月	12 个月
行业指数	6.46%	-3.02%	0.55%
沪深 300	9.22%	4.66%	-0.08%

目录索引

一、中国 3G 已近拐点、终端需求快速增长可期	3
二、技术升级触发存量客户换机需求	4

图表索引

图 1: 我国 3G 手机销量和占比	3
图 2: 日本 3G 业务用户增长历史情况	4
图 3: 中国联通 2010 年新增用户量统计	6
图 4: 我国 2009-2010 年通讯器材销售情况	6
图 5: 中国各品类手机均价	7
图 6: 智能手机增长情况及销量占比	7
表 1: 3G 生命阶段表述:	3
表 2: 运营商 3G 培育期和渗透率拐点的国际经验	4
表 3: 2010 年全球手机操作系统终端销量 (单位: 千部)	4
表 4: 2010 年度全球智能手机销售榜	5

一、中国3G已近拐点、终端需求快速增长可期

2009年是我国通信业值得纪念的时点--3G通信元年。是年初，在千呼万唤之中，国内3G牌照正式发放。欧美地区最为成熟的通用3G标准WCDMA花落中国联通；而中国移动通信领域老大——中国移动则承担起民族3G网络——TD-CDMA的建设运营工作；中国电信筹建另一国际上成熟的3G网络标准CDMA2000，从此中国移动通信业进入了全新的3G时代。

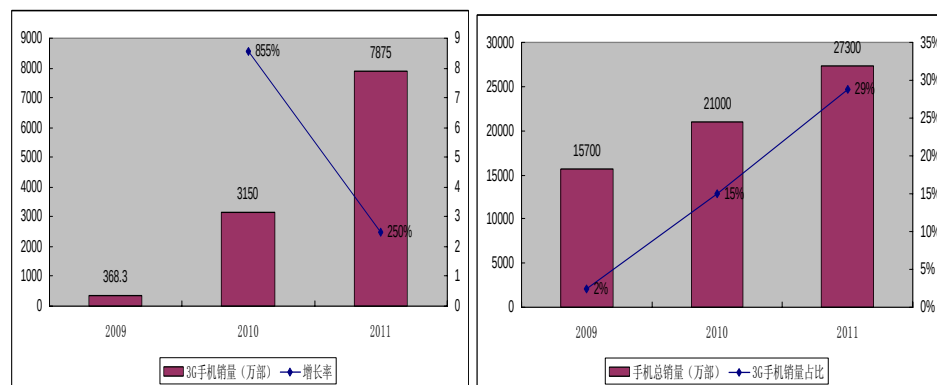
表 1: 3G 生命阶段表述:

阶段	3G 建设期	3G 普及期	3G 提升期
主要工作	网络基站建设	手机铺货、软件配套	网络优化、增值服务
市场规模	3000-4000 亿	4000 亿以上、4 亿存量用户换机需求	随着技术发展市场规模持续扩大

数据来源：公司调研、广发证券发展研究中心整理

2009年起三大运营商开始新一轮的大规模网建，运营商在资本开支的同时，也在积极推进手机终端的营销工作。经过两年的基础网络建设和基站更新，中国三家运营商已经基本完成了全国主要城市的3G网络覆盖，当下主要任务为网络优化和移动终端的营销推进。根据国内通信行业咨询机构的研究，2010年3G手机出货量在3150万部左右，较2009年的368万部增长7倍多，充分显示了移动终端销售升级的趋势。预计2011随着3G业务的推进，移动终端销量增长仍能保持在较高水平，2011年3G手机出货量将达到当年手机总出货量的3成左右，届时会形成一个稳定的高端移动通信消费人群。

图 1: 我国 3G 手机销量和占比



数据来源：易观国际、广发证券发展研究中心

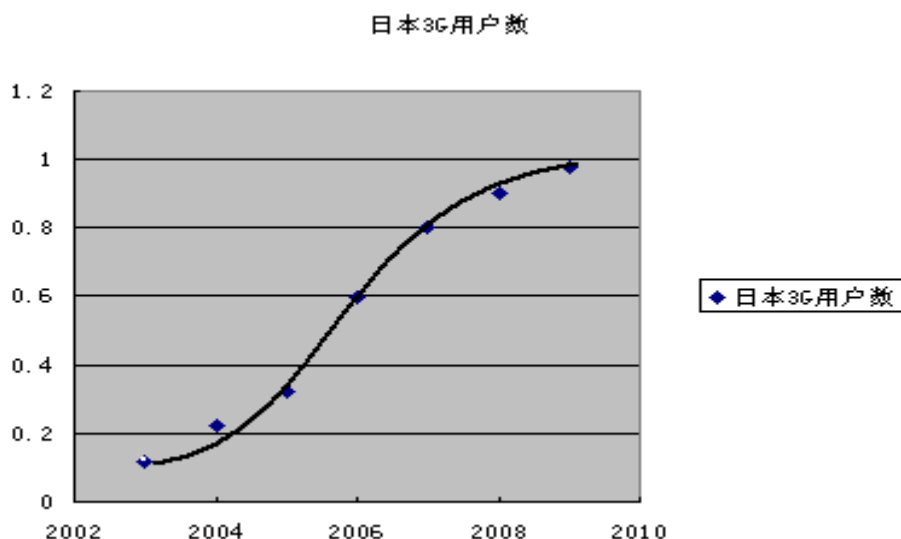
根据国际经验，10%的渗透率是3G通信业务发展拐点，先行国家通信业在3G业务推出后经历两到三年的培育导入期后，3G用户数开始快速增长。据此来观察我国情况，截至到2010年12月，中国3G网络用户共计4000万左右，渗透率接近10%，未来在技术拉动和运营商补贴推动两因素共同作用下，我国3G业务（用户数和相应移动终端销售）面临爆发式增长。

表 2: 运营商 3G 培育期和渗透率拐点的国际经验

运营商	第一年	第二年	第三年	3G 启动年份
日本 NTT	<1%	9%	20%	2001
韩国 SKT	11%	36%		2007
香港和黄	3.89%	7.42%	14.10%	2004
德国沃达丰	0.56%	4.96%	10.76%	2004
英国沃达丰	0.98%	4.44%	8.61%	2004
法国电信	<1%	4.64%	15.45%	2004
美国	2.60%	8.50%	17.70%	2005

数据来源: 公司调研、广发证券发展研究中心整理

图 2: 日本 3G 业务用户增长历史情况



数据来源: 赛诺网、广发证券发展研究中心

通过对日本案例的分析不难发现, 日本2003年开始推出本土的第三代移动通讯服务, 在3G业务推广和用户转换的最初两年也经历了增长较为缓慢的培育期, 2004年底3G业务渗透率到达9%。经过了两年的培育期后, 2005年至2007年是日本本土3G业务增长最为迅猛的时期, 截至到2007年年底用户渗透率已经到达50%左右, 进入业务发展的成熟期。反观中国, 在3G元年以来我们也已经经历了两年的建设和培育期, 业务渗透率为10%, 3G手机在技术拉动和补贴推动下经历了爆发式增长。参考国际经验我们预计, 我国3G业务已经进入快速增长期, 未来两到三年是移动终端普及和放量的黄金时期。

二、技术升级触发存量客户换机需求

2010年是中国乃至全球智能手机爆发增长的一年, 其中重要标志是IPHONE4全球范围内热销断货和谷歌安卓系统的崛起。苹果作为IT技术领跑者在当年6月推出了划时代产品IPHOEN4, 该款手机在屏幕触控和人机交互方面大幅领先同行业制造水平; 谷歌也在不断更新自己的手机系统平台—Andrion, 之前被诺基亚和塞班系统压制的众多手机厂商凭借Andrion的巨大开放平台迅速缩小了和行业领先者之间的差距。

表 3: 2010 年全球手机操作系统终端销量 (单位: 千部)

操作系统	2010	2010	2009	2009
------	------	------	------	------

	销售量	市场占有率 (%)	销售量	市场占有率 (%)
Symbian	111576.7	37.6	80878.3	46.9
Android	67224.5	22.7	6798.4	3.9
Research In Motion	47451.6	16.0	34346.6	19.9
iOS	46598.3	15.7	24889.7	14.4
Microsoft	12378.2	4.2	15031	8.7
其他操作系统	11417.4	3.8	10432.1	6.1
总计	296646.7	100.0	172376.1	100.0

数据来源：Krusell、广发证券发展研究中心

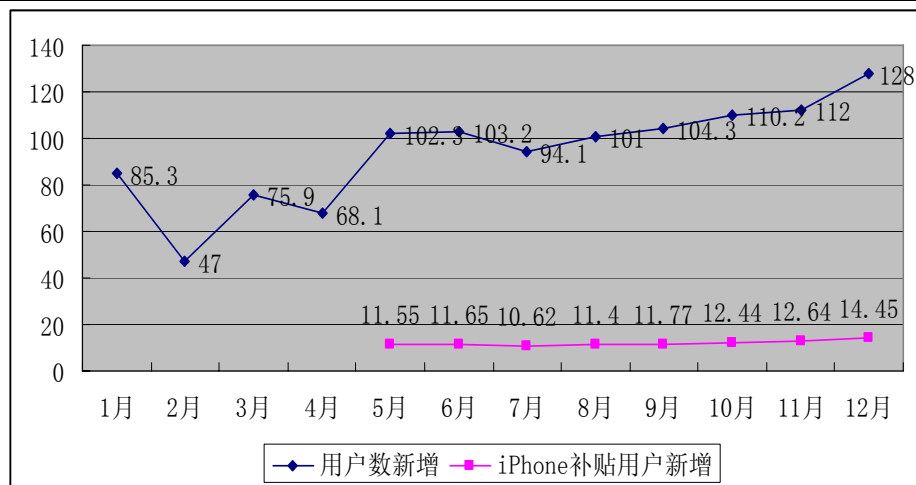
众多主流手机厂商在过去一年中推出了较之前操控性能大幅提升的产品，如苹果的IPHONE、HTC的Desire、三星的S9000、诺基亚的N8等，为用户带来了更灵敏的触控、更多的软件第三方支持、替代DC的摄录技术等不同以往的操作体验。手机性能的提升是建立在电容屏和微处理器等核心技术发展的基础上，并在优秀的系统软件调配下发挥出来的，过去一年中IT硬件技术也取得了长足的进步。现阶段手机已经可以很大程度上满足用户生活中需求，技术升级不仅导致潜在客户的购买，而且还激发了存量客户的换机欲望。

表 4：2010 年度全球智能手机销售榜

排名	型号	系统	推出时间
1	苹果 iPhone 4	iPhone iOS 4	2010 年
2	诺基亚 3720	S60	2009 年
3	HTC Touch HD2	Windows Phone Professional 6.5	2009 年
4	苹果 iPhone 3G	Mac OS X	2008 年
5	诺基亚 E52	Symbian S60	2009 年
6	三星 i9000	Android OS v2.1	2010 年
7	诺基亚 6700	Symbian S40	2009 年
8	HTC Desire	Android OS v2.1	2010 年
9	诺基亚 6303	Symbian S40	2009 年
10	三星 B2100	非智能手机	2008 年

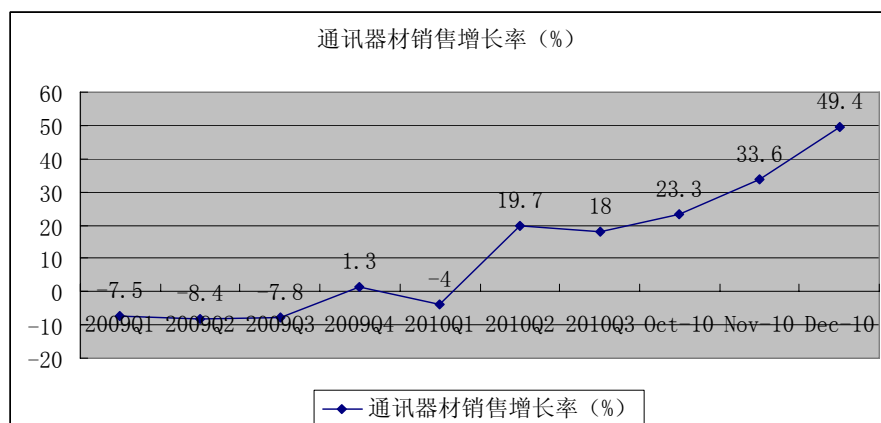
数据来源：Gartner、广发证券发展研究中心

图 3：中国联通 2010 年新增用户量统计



数据来源：中国联通年报、广发证券发展研究中心

图 4：我国 2009-2010 年通讯器材销售情况

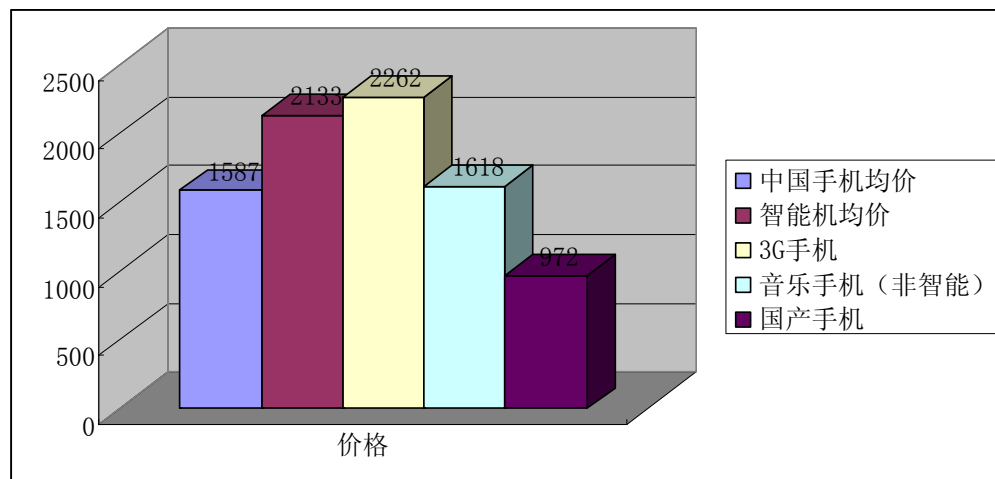


数据来源：国家统计局、广发证券发展研究中心

从图3可以看出，在IPHONE浪潮的推动下，联通用户增长自2010年下半年起呈现明显加速上升态势，图4也反映了我国以手机为代表的通讯器材销售在技术升级拉动下迅猛增长的势头。我们认为未来两年我国智能手机等高端机型放量铺货为大概率事件。

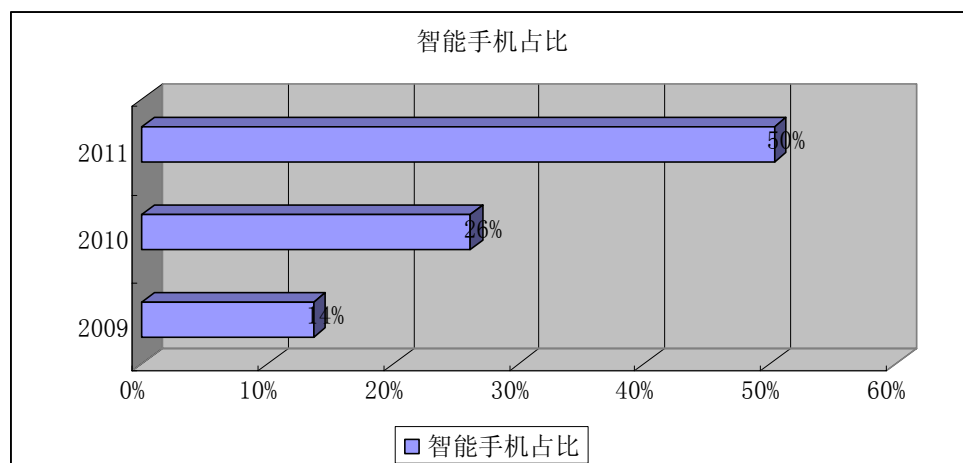
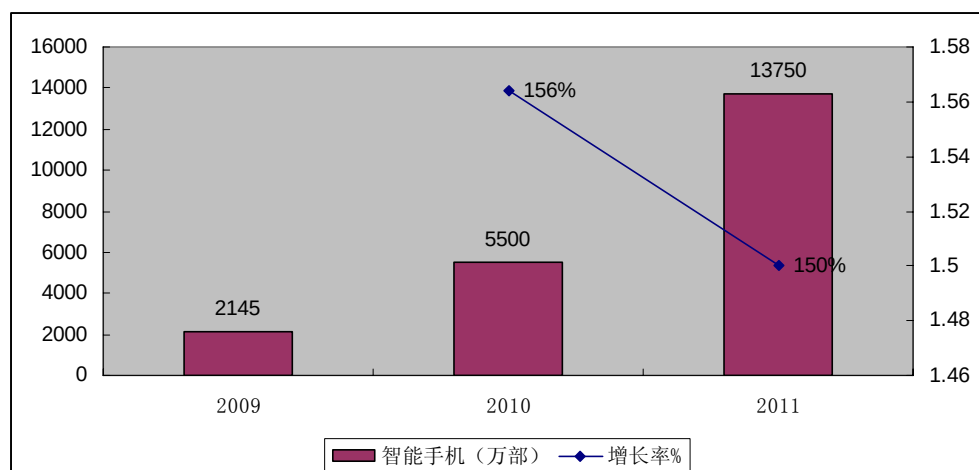
接下来再从单机价格角度分析智能手机放量对行业的影响。我们观察到，对手机操作体验敏感的消费群体多为时尚高端人群，该人群的单机消费远高于平均水平，而且随着技术更新会进一步提升换机频率。而承载最新科技的智能手机的单机价格往往高于手机市场销售均价，即在智能机放量过程中，其所带动的收入会高于行业平均销售增长。由此技术体验拉动的手机终端销售增长路径已经十分清晰。另外，各种增值服务导致手机用户对于数据传输提出了更高的要求，出于更高数据服务需要而触发的换网和换机与技术拉动相辅相成，带来了又一个手机更新换代的高峰，本阶段与2002-2006年手机普及期销量快速增长显著不同，前者满足的是高端消费人群，再次深刻的体现了移动终端的消费升级。

图 5：中国各品类手机均价



数据来源：互联网消费调研中心、广发证券发展研究中心

图 6：智能手机增长情况及销量占比



数据来源：易观国际、广发证券发展研究中心

综上所述，无论从 3G 业务发展周期角度，还是从技术触发的手机终端销售角度来看，未来两到三年都是我国智能机（3G 机）迅猛增长时期。通过本文我们先对行业进行了简单梳理和框架性思考，在该框架指引下我们将有后续研究报告详细解读中

国手机销售产业发展状况和手机渠道厂商的经营情况。

广发零售行业研究小组

欧亚菲，分析师，华南理工大学管理工程硕士，2000 年进入广发证券，2005 年开始从事零售行业研究。2009 年度新财富零售行业第六名，2008 年度新财富零售行业第七名，2007 年度今日投资最具独立见解分析师。

相关研究报告

零售业（010811）_行业跟踪分析报告	欧亚菲	2011-02-09
零售行业（010811）_行业深度分析报告	欧亚菲	2011-01-28
零售业 2011 年投资策略_行业深度分析报告	欧亚菲	2010-11-26

广发证券——行业投资评级说明

买入（Buy）	预期未来 12 个月内，行业指数优于大盘 10% 以上。
持有（Hold）	预期未来 12 个月内，行业指数相对大盘的变动幅度介于-10%~+10%。
卖出（Sell）	预期未来 12 个月内，行业指数弱于大盘 10% 以上。

	广州	深圳	北京	上海
地址	广州市天河北路 183 号 大都会广场 36 楼	深圳市民田路华融大厦 2501 室	北京市月坛北街 2 号月坛大 厦 18 层 1808 室	上海市浦东南路 528 号 证券大厦北塔 17 楼
邮政编码	510075	518026	100045	200120
客服邮箱	gfyf@gf.com.cn			
服务热线	020-87555888-612			

注：广发证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本报告只发送给广发证券重点客户，不对外公开发布。

免责声明

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被广发证券股份有限公司认为可靠，但广发证券不对其准确性或完整性做出任何保证。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价。广发证券不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

广发证券可发出其它与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告。本报告反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表广发证券或其附属机构的立场。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告。

本报告旨在发送给广发证券的特定客户及其它专业人士。未经广发证券事先书面许可，不得更改或以任何方式传送、复印或印刷本报告。