

## 安卓厂商下调手机出货量目标

# 2021年全球智能手机出货量增速或放缓

### 上游涨价对手机行业冲击大

5月28日,国内一家手机厂商中层人士李明(化名)对中国证券报记者直言,在上游供应链中,屏幕、内存、芯片等呈现涨价、缺货的现象,辅料也有不同程度涨价,对手机行业冲击大。

5月23日,中信证券发布研报预测称,展望2021年二季度及全年,预期智能手机出货量同比增速或将放缓,下修全年全球智能手机出货量预期至13.5亿部,同比增长5%;原预期2021年全球智能手机出货量为14亿部,同比增长10%。

“手机订单没什么利润空间,上游供应链不是很想接单。他们可能会把物料拿去做TWS耳机、智能手表等智能硬件,手机行业就承受了一定压力。”李明对中国证券报记者分析称,从换机需求来看,国内第一批需要更换5G手机的消费者需求可能已经得到满足,后续的消费者换机动力或许没那么充足。

中国信通院数据显示,2021年4月,国内智能手机出货量2697.3万部,同比下降33.9%,占同期手机出货量的98.1%。4月,国内市场5G手机出货量2142.0万部,占同期手机出货量的77.9%。而3月,国内市场5G手机出货量2749.8万部,占同期手机出货量的76.2%。

### 受缺芯片等因素影响

5月28日,华南一家手机代工厂商高管对中国证券报记者说:“目前在芯片等物料供给上,手机厂商的物料到货时间比原先预计时间有所延后,他们全年的出货目标也相应往后延迟,智能手机出货量自然也会降下来。”

对于下调2021年全球智能手机出货量的原因,中信证券认为,一是芯片缺货影响手机出货量;二是印度疫情带来短期不确定性;三是5G换机低于预期。

中信建投认为,印度疫情影响全球手机产能。印度为仅次于中国的第二大手机制造国,小米、OPPO、vivo、三星、苹果等品牌及供应链均在当地设厂生产。

5月10日,天风国际分析师郭明錤发布研报称,印度新冠肺炎疫情短期对安卓手机市场需求有负面影响。调查显



**“从手机行业来看,芯片供给非常重要,有多少芯片,就干多少芯片的活。需求暂时放缓,配套厂商可能相对比较难受。”5月28日,华南一家手机代工厂商高管对中国证券报记者说。机构调研显示,小米、OPPO、vivo等均调低其2021年出货量目标。中信证券发布研报预测称,展望2021年第二季度及全年,预期智能手机出货量同比增速或将放缓,下修全年智能手机销量预期至13.5亿部,同比增长5%。**

● 本报记者 张兴旺

示,三星、OPPO、vivo与小米均已下修2021年二季度印度市场订单约10%-20%。预计安卓品牌厂商对2021年下半年与2022年的订单展望将趋向保守,5G SoC芯片出货可能低于市场预期。5月11日,招商证券发布研报称,

考虑到中国市场需求放缓和印度的新冠肺炎疫情,2021年二季度的手机销售将遇阻力。调查显示,自春节假期以来,中国市场每周智能手机销量大多呈下降趋势。小米、OPPO、vivo均调低其2021年出货量目标。

### 拓展新领域分散风险

李明对中国证券报记者直言,虽然手机出货量受影响,但是该公司增加了笔记本、平板电脑、手表等消费电子产品的订单。一方面是为了分散手机出货量增速放缓风险,另一方面这些产品需求旺盛,出货增长快,呈现高速增长趋势。

在投资者互动平台,中国证券报记者注意到,有投资者咨询上市公司是否受到安卓手机厂商下调出货目标影响。5月28日,麦捷科技在互动易表示,公司目前经营状况持续稳定,产品订单较为充足。面对疫情可能导致的下游客户需求发生变化的风险,公司采取不断拓展产品应用领域及客户的策略来做积极地应对,尽量避免或减轻受单一客户或少数客户影响过大的经营风险。

5月27日,顺络电子在互动易表

示,公司的产品为电子基础元器件,电源管理及信号处理元器件需求量旺盛,公司产品广泛应用于通讯、消费类电子、汽车电子、工业等领域。目前公司订单充足,产能利用率较高,公司拥有众多的大客户,资质优良,资源丰富,对单一大客户依赖程度不高。

Wind数据显示,目前,已有12家手机产业链公司披露了2021年上半年业绩预告。其中,立讯精密、歌尔股份、共达电声、精测电子等8家公司上半年业绩预告。立讯精密预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润29.18亿元-32.99亿元,同比增长15%-30%。

立讯精密表示,对于今年上半年的业绩增长情况,受个别产品的影响,同时在疫情、海外消费能力等多重因素影响下,公司仍然一如既往地注重中长期发展,上半年产品线都有相应的成长。在消除个别产品波动的影响后,公司预计将一如既往地实现增长。

共达电声预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润0.5亿元-0.6亿元,同比增长1220.50%-1484.60%。共达电声表示,相比上年同期,主要是公司加强市场开拓,产品结构进一步优化,使高毛利率产品销售额占比增加所致。

奈雪的茶创始人彭心:

## 公司早期融资并不多 依靠自身门店利润发展

● 本报记者 潘宇静

“上市是我们更长久地去经营公司的一个里程碑。”在近期举办的“Foodaily FBIC 2021全球食品饮料创新大会”期间,奈雪的茶创始人彭心在接受中国证券报记者专访时表示,公司早期的融资额并不多,但奈雪的茶5年的成长速度相当于餐饮企业一二十年的发展,投资人感叹奈雪的茶是其唯一见过前期靠烧自己的钱跑起来的。“我们虽然经过了5轮融资,但金额都不大,基本是靠自身门店利润发展起来的。”

### 2021年计划开300家门店

中国证券报:未来公司在门店扩张方面有哪些规划?与此同时,公司如何确保现金流保持稳健?

彭心:现金流的稳定在前期一定是比后期难。我们每开一家店就多了一个现金流的来源,比如说,我们第一年没有什么基础开了16家店,第二年是16家店要支撑再新开出的30多家店,即一家店支持开两家店。奈雪的茶到2021年初是500家门店,2021年计划要新开300家店,也就是500家门店同时支持300家新门店,明年可能就变成了800家门店支持400家新门店。所以一定是前期积累更难。

中国证券报:请问公司是如何建立食品安全防护体系的?

彭心:品质管控其实有两条线。一条线是在后台,是整个供应链。公司一方面会做食品安全的把握,一方面会做口味一致性的把握。

第二条线就是门店。门店的整个操作流程、培训、监控都很重要,所以在门店这一端做产品的是我们的运营部,他们从上市到下



去做好培训。我们还有训练部不断去门店校准,检查门店的出品有没有错。

除了上述两个实操团队之外,公司还有一个很大的稽核团队,稽核团队又分线上稽核团队和线下稽核团队。此外,我们有3000多万的会员,而且我们的消费者特别愿意提出建议和反馈,很多会员会在品尝产品之后去填我们的会员问卷,系统就会把大家的问题反馈回来。

### 预计未来3-5年 行业保持高速增长

中国证券报:你如何看待行业的高速增长?奈雪的茶如何把握发展机遇?

彭心:我觉得至少未来3-5年这个行业会快速发展。我们的客群跟传统奶茶店、茶叶店其实不一样。比如,选择Co Co奶茶只有一点点是奶茶的消费人群,更多的是年轻女生或者学生。而奈雪的茶相对应的消费群体更为广泛,包括白领、商务人士,特别是很多男性消费者,还有以家庭消费为单位的集体消费。奈雪的茶拓宽了消费人群,给现制茶饮这个行业带来了更多的增量市场。

但现阶段,也并不是每个人都了解这个行业,这意味着在未来的几年里会有更多的人了解这个行业,然后开始消费,成为茶饮行业的消费者。所以,市场一定是扩大的趋势。这几年,奈雪的茶和同行很多品牌都发展得很好,这是一个好的现象,说明市场还是非常广阔。

中国证券报:在管理体系、风险防范方面,奈雪的茶未来如何应对门店的快速扩张?

### 与UOP签署碳中和战略合作备忘录

## 诚志股份向碳中和走出第一步

● 本报记者 傅苏颖

诚志股份5月28日公告称,公司与霍尼韦尔UOP于5月26日签署碳中和战略合作备忘录,双方将以绿色化工为前提,发展烯烃产业为基础,在碳中和领域开展合作,以期在诚志股份南京工厂实现碳回用并降低碳排放,大力发展碳中和应用,打造全球先进的绿色烯烃产业链。

诚志股份作为清华控股的清洁能源上市平台,依托清华大学学科优势,致力于成为清华大学在清洁能源领域的科技成果转化产业基地,从对传统能源的环保型利用到主力环保型智慧城市建设,不断进行能源转型升级创新尝试。霍尼韦尔UOP是世界领先的石油化工工艺技术公司,开发了世界上首个煤制油烯烃技术,并拥有多项减

少碳排放的创新型技术。

此次双方合作可谓强强联手,将进一步探索以生态环境改善助推高质量发展、共筑清洁能源优质发展新路径。在具体合作项目方面,诚志股份和UOP双方计划合作开发先进的碳中和技术,在降低现有生产装置的碳排放水平的同时生产优质烯烃、先进材料和其他高价值化工产品;同时,双方有意组织“碳中和产业论坛”并定期发布产业碳中和发展白皮书,引领产业碳中和发展方向并为企业提供技术培育、人才培养等方面的支持。

公告中,诚志股份公布了双方此次合作的意向路线图:第一步将通过使用南京诚志生产的氢气减少煤制烯烃过程中的CO2排放量;第二步将通过向装置中添加更多绿色氢气进一步

减少CO2排放量;第三步是通过使用绿色氢气设计无碳排放的全范围煤制烯烃工艺并实现商业化运行;第四步是推动无碳排工艺在化工以及其他行业领域的应用。

此次诚志股份和霍尼韦尔UOP开展中和合作的落实主体是诚志股份位于南京的工厂。据了解,诚志股份全资子公司南京诚志是国内领先的清洁能源领域工业气体及基础化工原料综合运营商,是中国MTO产业链开创者、国家级高新技术企业、国家清洁能源产业基地和国家级循环经济示范单位,长期探索煤的高效清洁和循环利用,其MTO项目各项核心指标均处于国内先进水平。此外,诚志股份在氢能、移动源和固定源排放监测等方面均有布局,在清洁能源领域具有极强实力。

## 首批证券公司“白名单”揭晓 29家券商上榜

(上接A01版)依法从严对公司及责任人采取监管措施。

证监会指出,后续将根据证券公司合规风控情况对“白名单”持续动态调整,逐月在证监会官网机构栏目下公布名单,将符合条件的公司及时纳入,不符合条件的公司及时调出。同时,为切实增加“白名单”公司的获得感,

证监会将在总结评估监管意见书实行“白名单”管理的基础上,逐步将更多的监管事项纳入“白名单”管理。

在业内人士看来,实行“白名单”制度有助于加强分类监管,督促证券公司落实主体责任。中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为,实行“白名单”制度对促进证券公

司加强合规管理、提升风险控制能力、培育核心竞争力,将发挥正向激励作用。另有券商人士表示,“白名单”制度“能减则减”“能简则简”,通过一系列简政放权措施,将合理减轻证券公司报送成本,提高与监管机构沟通效能,增强机构服务实体经济能力,促进行业机构更好发展。

## 证监会:在股东穿透核查过程中坚持实质重于形式

(上接A01版)同时指导沪深证券交易所出台股权“最终持有人”认定标准,明确上市公司、新三板挂牌公司、国有控股或管理主体、集体所有制企业、境外政府投资基金、大学捐赠基金、养老基金、公益基金、公募基金资产管理产品以及符合一定条件的外资股东

等不需穿透核查。“这些规定的实际效果是好的。”该新闻发言人说。

证监会新闻发言人表示,下一步,证监会将督促发行人和中介机构等有关方面进一步落实好《指引》精神。一方面在股东穿透核查过程中坚持实质重于形式,切实防范利用上市进行利

益输送、违法违规“造富”等情形发生。另一方面尽量量化重要性原则,对于持股较少、不涉及违法违规“造富”等情形的,中介机构实事求是出具意见后可以正常推进审核。同时,要纠正中介机构核查工作中存在的免责式、简单化不良倾向。

## 证监会系统离职人员 入股行为监管指引出台

(上接A01版)证监会系统离职人员存在利用原职务影响谋取投资机会、入股过程存在利益输送,在入股禁止期内入股、作为不资格股东入股、入股资金来源违法违规等情形的属于不当入股。

二是强化中介机构核查责任。中介机构开展股东信息核查过程中,应全面核查是否存在《指引》规范的离职人员入股情况,判断是否属于不当入股情形。属于不当入股情形的,应当予以清理。发行人和中介机构提交发行上市(挂牌)申请文件时,应就证监会系统离职人员有关核查情况作出专项说明。提交发行上市(挂牌)申请后,发现不当入股情况或出现重大媒体质疑的,中介机构应及时核查并报告。

三是强化审核监督,建立独立复核制度。对涉及离职人员入股的发行上市(挂牌)审核过程进行复核,确保审核过程公平公正、依法合规。发现违法违规线索的,移交有关部门处理。

指引规范的离职人员是指发行人申报时相关股东为离开证监会系统未逾十年的工作人员。入股禁止期则是指副处级(中层)及以上离职人员离职后三年内、其他离职人员离职后二年内。

### 已受理企业参照执行

在证监会当日召开的新闻发布会上,证监会发行部副主任李维友回答中国证券报记者提问时表示,建立独立复核制度,对涉及证监会系统离职人员入股的发行上市(挂牌)审核过程进行复核,主要是为了确保审核过程公平公正、依法合规。按照制度安排,复核一般是在审核基本结束以后启动,复核的时间不计入审核时限。

李维友表示,该指引自6月1日起实施,已受理企业参照执行。指引发布前已离职人员,其入股行为不适用入股禁止期清理的规定,但应按指引进行核查说明。

化、智能化产品研发出来,从而实现门店降本增效。

### 海外市场充满机会

中国证券报:我国的现制茶饮品牌距离走出去还有多远?奈雪的茶有望成为世界级的品牌吗?

彭心:一定有机会的。现在很多人将茶的定义理解得很窄,其实并不是功夫茶才是中国茶。奈雪的茶要做的是让全世界更多的人喝茶,然后在喝茶的同时去了解茶文化。

比如,很多年轻人开始喜欢喝咖啡,咖啡在做前期宣传的时候,并没有告诉消费者应该选用什么咖啡豆,以及饮用的方式。像星巴克是生活先让消费者喜欢上星巴克宣传的方式,喜欢去喝它的产品之后,才会去研究什么样的咖啡豆来自于哪里,咖啡可以怎么研磨、咖啡的烘焙曲线等,这样就会加深消费者对咖啡的喜爱。其实,星巴克成功培育了消费者喝咖啡的习惯。我们要做的就是找到中国茶在现代的饮用方式和体验方式,在品牌和生活方式的包装上,让全世界更多人喜欢喝茶。

疫情前,奈雪的茶在考察外国市场的时候,看到纽约的星巴克一杯只卖到4-5美元,贡茶一杯要卖到5.5-8美元,因为在外国咖啡是日常消费品,茶则显得更为珍贵。

当时在纽约和购物中心的项目负责人沟通的时候,他们对茶的功效很感兴趣,也非常关心在我国有哪些高端、潮流的茶饮品牌,他们希望将高端茶饮引入他们的项目。此外,我们也是去年唯一一家成功出海的茶饮品牌。2020年7月,我们在日本大阪开出了第一家奈雪日本店,营业额和口碑都很不错。所以,海外市场的机会依然很大。