

拼价格 谋创新 求突围

头部厂商发力折叠屏手机赛道

日前,中国证券报记者调研发现,随着技术进步和产品良率提升,折叠屏手机从过去的“一机难求”,到现在市场供应更加充足。一些手机厂商为了争夺用户,开始大力度降价促销折叠屏手机,吸引消费者购买。

今年,手机厂商不断推出折叠屏手机新品,市场出货量也在快速增长。今年下半年,华为、小米、荣耀、三星等厂商将持续在折叠屏手机市场展开较量。业内人士认为,目前,折叠屏手机仍然存在售价贵、电池续航不佳、使用场景不多等问题,市场渗透率偏低。但长期来看,折叠屏手机市场空间大,手机厂商需加大投入,进行技术创新和突破,推出满足消费者需求的产品,提升产品体验。

● 本报记者 张兴旺



深圳华强北华为授权体验店展示折叠屏手机

本报记者 张兴旺 摄

掀起价格战

7月24日,在深圳华强北华为授权体验店,中国证券报记者走访调研发现,华为折叠屏手机MateX5多个版本正在现货销售,256GB和512GB版本的华为MateX5均降价1500元,降价后售价为11499元和12499元。

除了华为,在线上市场,小米和OPPO的折叠屏手机也在降价促销。在小米商城,小米MIX Fold 3降价1000元销售,售价6999元起。在OPPO商城,OPPO Find N3 AI折叠屏手机512GB和1TB版本分别降价1000元和2000元,降价后售价分别为8999元和10999元;OPPO Find N3 Flip AI折叠屏手机降价800元,降价后售价5999元起。

实际上,“618”期间,折叠屏手机就已掀起一轮价格战。据中国移动手机俱乐部统计数据,在“618”大促中,vivo、小米、荣耀等厂商的折叠屏手机大幅降价。如256GB版本vivo X Fold2打6.1折后,售价5499元;256GB版本荣耀Magic Vs2打7.9折后,售价5509元。

对于手机厂商降价销售折叠屏手机,IDC

中国高级分析师郭天翔对中国证券报记者分析称,由于技术进步和产品良品率提升,使得折叠屏手机供应更加充足。现在越来越多厂家进入折叠屏手机赛道,市面上可选择的产品越来越多。

机构人士认为,目前折叠屏手机已经足够成熟,可以当作主力机使用,销量节节攀升。Counterpoint数据显示,2024年一季度全球折叠屏手机销量同比增长49%,增幅创下六个季度以来新高。这波增长主要得益于中国几家手机品牌厂商的出货量大幅增加。在中国市场,一季度折叠屏手机销量同比增长48%,延续强劲增长势头。

Counterpoint研报称,2024年一季度,华为首次排名全球折叠屏手机季度出货量排行榜榜首,超越了长期领跑市场的三星。民生证券认为,2024年华为、三星计划推出更具有价格竞争力的折叠屏手机,其他安卓手机厂商也将跟进,推动折叠屏手机市场加速扩张。

业内人士认为,虽然折叠屏手机价格随着成本的降低而下降,但其售价仍然昂贵。IDC数据显示,2023年1000美元以上的折叠屏手机市场份额已经从2022年的81.0%下降到66.5%。上海证券分析师马永正认为,价格偏高仍是限制折叠屏手机快速放量的原因之一。

从屏幕来看,TCL华星相关负责人认为,折叠屏价格高,主要有两个原因:一方面,折叠屏成本高昂,折叠屏模组材料多为进口或独供,且与直板屏材料不同,导致物料成本远高于直板屏;另一方面,折叠屏开发工艺复杂,开发成本高于直板屏。

对于手机厂商来说,折叠屏手机产品卖得不好,就会面临“赔本赚吆喝”的情况。以小折叠屏手机为例,6月份,荣耀CEO赵明在接受媒体采访时直言,小折叠屏手机出货量要达到百万台以上才能实现盈亏平衡。

目前,华为、小米、OPPO、vivo、荣耀、三星均推出了小折叠屏手机。但实际上,小折叠屏手机在国内市场出货量还偏少。据IDC数据显示,2023年国内折叠屏手机市场的总出货量为700.7万台;其中小折叠屏手机仅为223.5万台,市场份额为31.9%。

费者使用需求时,将会有更多用户购买折叠屏手机。否则,如果手机厂商都停止在某些技术领域进行投入,折叠屏手机行业就会停滞不前。折叠屏手机行业发展有一个过程,需要有手机厂商引领技术创新和突破。

中信建投证券认为,智能手机市场增长的核心驱动力是创新,而在诸多创新方向中,折叠屏手机无疑是创新感较强且重要的方向。折叠屏手机已经逐渐成为多家厂商价格、配置最高的旗舰手机。

但作为消费电子行业领头羊,苹果却还未推出折叠屏手机。集邦咨询认为,苹果即将加入折叠屏手机战局的传闻仍未减弱,但苹果仍在评估各零部件的规格与效果。后续若苹果加入折叠屏手机市场,那么整体手机市场可能将有更明显的变化。

机构密集调研AI手机产业链公司

● 本报记者 张兴旺

日前,市场研究机构Canalys发布报告称,2024年第二季度,全球智能手机市场出货量同比增长12%,达到2.88亿台,连续第三个季度实现同比增长。在生成式人工智能(AI)创新技术和市场需求复苏的推动下,全球智能手机市场的乐观情绪持续升温。

机构投资者也密切关注AI手机产业链。东方财富Choice数据显示,二季度以来,机构密集调研汇波龙、虹软科技、领益智造等16家AI手机产业链公司。机构认为,AI手机有望迎来换机潮,并带动存储、传感器、散热和电池等领域硬件的升级。

出货量保持增长

研究机构Counterpoint认为,过去三个季度全球智能手机销量的增长对行业来说是个好消息。该机构对未来几个季度手机市场持乐观态度。品牌厂商根据消费者需求,迅速响应,更新产品,这进一步吸引了更多的用户。

Canalys研究经理刘艺璇表示,在生成式人工智能等创新技术和大众市场需求复苏的推动下,智能手机市场的乐观情绪上升。包括小米和传音在内的厂商,正在积极推动产品升级,以抓住机遇。同时,由于国内市场的竞争日趋白热化,荣耀、OPPO和vivo则在今年集中精力向海外市场扩张。

一位手机产业链人士对中国证券报记者表示,目前推出的AI手机多为高端产品。随着AI功能逐渐增加,并向中低端机型普及,未来可能带来换机潮。今年手机行业或持续弱复苏,明年行业情况可能更好。

6月底,在被机构调研时,艾为电子董秘余美伊表示,公司对手机行业的整体增长情况保持谨慎乐观。

Counterpoint认为,全球智能手机市场进入一个由换机周期驱动的缓慢且稳定的增长阶段。预计未来几年智能手机销量将缓慢增长。由于各地区市场产品向高端化发展,尤其是新形态和新功能的产品兴起,如折叠屏手机和生成式人工智能,预计智能手机的市场收入将比销量的增长更快。

换机潮将带动产业链升级

中银证券认为,随着端侧AI应用的成熟,AI手机和AI PC有望迎来换机潮并带动SoC/CPU、存储、传感器、散热和电池等领域硬件的升级。

据东方财富Choice数据显示,二季度以来,机构密集调研江

波龙、虹软科技、领益智造、鹏鼎控股、联创电子、汇顶科技等16家AI手机产业链公司。

领益智造表示,在AI浪潮之下,智能终端对芯片、存储、散热、电池和电源等零组件提出更高要求,同时也带来了广阔的升级空间。公司AI终端及通讯相关产品中电源、电池、散热、显示、摄像头、中框等零组件收入占比比较高。

汇顶科技表示,智能手机方面,AI手机、折叠屏手机等高端机型的需求增加,手机市场可能会迎来一波新的换机潮。同时,非洲、拉美、东南亚等市场的复苏信号明显,品牌客户有信心在海外市场前景更多,推动中低端手机更大规模的出货。

6月底,在被机构调研时,存储厂商江波龙表示,随着AI的爆发,数据量呈指数级增长,对存储厂商提出更高的技术创新能力要求。公司基于自身产业能力,正在积极应对AI带来的机遇和挑战,在产品和技术研发方面进行全方位布局和投资,针对不同领域推出相应的创新产品,以满足多样化的市场要求。

鹏鼎控股副总经理兼董秘周红认为,短期来看,AI功能的使用可能会先从软件端带动,但随着软件端的应用不断深入将带动对硬件技术要求的提升,包括对PCB产品材料、精密度、散热性等要求的进一步提升,是一个良性的相辅相成的变化过程。

AI引领手机市场新一轮创新

山西证券认为,AI将引领手机市场新一轮创新,大幅改变手机功能。手机市场近年来创新不足,换机频率下降,市场空间增长缓慢,未来AI带来的手机应用功能将更加丰富,生成式大模型及智能助手等功能将明显提升使用效率,手机市场有望迎来新一轮换机周期。

虹软科技表示,目前公司看到在手机AI功能上,对计算摄影的需求是会比较旺盛的。相信未来手机AI功能还会再推动手机行业的发展,公司有可能成为手机AI中计算摄影技术、软件供应商,且占据领先优势。

汇顶科技称,今年折叠屏手机市场处于持续增量阶段,对公司是利好。AI手机会是今年手机市场的另一增长驱动。公司的音频软件可助力客户实现AI应用的落地,它采用深度学习技术,更好地降低噪声。

山西证券称,苹果开发者大会升级iOS系统指明AI手机发展方向,下半年苹果新机发布将持续强化手机AI化趋势。

丸美股份:做行业建设者 推动美妆行业高质量发展

● 本报记者 武卫红

日前,丸美股份董事长兼CEO孙怀庆在接受中国证券报记者专访时表示,近年来,公司坚定推进战略转型并实现全面突破,未来公司将打造更具优势的品牌,并坚持做行业建设者,推动我国美妆行业不断高质量发展。

深入转型穿越行业周期

丸美股份成立于2002年,公司以皮肤科学和生物科学研究为基础,专注于各类化妆品的研发、设计、生产、销售及服务,旗下主要有“丸美”和“恋火”等知名品牌,其中“丸美”专注眼部护理及抗衰老已有22年历史。2019年,公司成功登陆上交所,被称为“眼霜第一股”。

孙怀庆介绍,丸美源于东方美学哲思——“以圆为美”,从起点到终点,生生不息。自成立以来,公司发展大致经历了三个阶段。从2002年到2007年是丸美扎根发展的阶段,公司专注于眼部护理赛道,完成了全国线下网络和团队建设。从2007年到2019年是公司品牌和知名度持续提升的阶段。2020年以来,面对传统商业模式的重大变革和挑战,公司深入推进转型发展,并在渠道、产品、品牌、人群、供应等方面实现全面突破。

“转型从来就不是一件容易的事情,尤其当所有人都在转型的时候,转型之路就更为艰难。”孙怀庆表示,丸美在转型过程中也遭遇不少困难。公司持续深入推进转型,从产品开发到营销推广,从采购供应到物流配送,以及从组织架构到流程机制等方面都进行了全面迭代和变革。

2023年,丸美股份实现营业收入22.26亿元,同比增长28.52%,创下上市以来新高。其中,线上渠道实现营业收入18.71亿元,占比84.11%;线下渠道实现营业收入3.54亿元,占比15.89%,标志着公司销售模式实现了根本性的转变。

2023年,公司实现归母净利润2.59亿元,同比增长48.93%,一举扭转连续三年下滑的态势。2024年第一季度,公司实现营业收入6.61亿元,同比增长38.73%;实现归母净利润1.11亿元,同比增长40.62%。“2023年以来,公司营业收入和净利润均稳步增长,表明公司转型走在了正确的道路上,基本实现了正确转型。”孙怀庆表示。

在转型之路上,丸美股份时刻保持高度清醒。在孙怀庆看来,目前说转型成功为时尚早。“丸美股份成立已有22年,很容易组织僵化。公司各个方面在正确的道路上不断夯实,一刻都不敢懈怠。”孙怀庆说,如果到2025年公司利润超过2019年的利润水平,则将标志着公司转型成功。

锻造“钻石时代”核心竞争力

孙怀庆表示,过去20年是中国化妆品行业的黄金时代,未来将是中国化妆品行业的钻石时代,相比沙里淘金的黄金时代,钻石时代更需要的是勘探能力和挖掘能力。

自成立以来,丸美股份始终将科研作为公司发展的核心战略,致力于打造领先的科技竞争力。“丸美坚持以‘科技驱动的美与健康’为使命,从成立之初就坚信科技可以改变世界,技术可以颠覆行业。”孙怀庆表示。

经过持续多年的科研投入,丸美股份打造了基础研究中心、中试实验中心、评价检测中心等六大研发平台,构建了自主研发的全链路研发体系。同时,公司围绕重点市场和重点产品的精准需求,建立周期性研发分级机制,构建创新型研发模式,突破关键技术和核心原料的研发和转化,打造具有核心竞争力的产品,并通过有温度的科学传播,建立品牌和产品的“护城河”。

近年来,丸美股份先后推出“I型+III型三螺旋重组双胶原蛋白”“裂褶多糖(SPG)”“超分子木棉花”等核心成分并突破CelCaper定向低温冷冻技术、C-PRO扣环加固技术等核心技术。2023年,公司推出超分子弹性蛋白,实现首款新原料“指橙提取物”成功备案,并完成SPG原料的国际注册。截至2023年末,公司累计申请各项专利510项,其中发明专利400项,位居国内美妆行业前列;累计获得授权专利278项,其中授权发明专利191项。

推动重组胶原蛋白行业标准制定

据Wind ESG评级,今年丸美股份的ESG评级再次获评A级。近三年来,公司ESG评级均为A级,持续位于行业领先水平。近年来,公司坚持以“成为优秀的企业,更要成为优秀的企业公民”为指引,建立了系统、全面的ESG管理体系,通过数字化绿色化创新协同发展,锻造企业自身新质生产力,不断筑牢公司可持续发展的根基。

在孙怀庆看来,优秀的企业首先必须是优秀的企业公民,要有良好的销售增长和盈利能力,同时还必须是行业建设者,并具备穿越周期的能力。“公司将坚持走自己的品牌定位之路。”孙怀庆表示,丸美不要成为谁,而是要成为自己,在自身优势领域内成长为更具优势的品。

近期,以“胶原芯生”为主题的丸美第四届重组胶原蛋白科学论坛在广州举行。孙怀庆介绍,公司连续四届举办重组胶原蛋白科学论坛,每届均有重大前沿成果发布。2021年,公司举办首届重组胶原蛋白科学论坛,发布与人体自身胶原蛋白氨基酸序列一致的重组双胶原蛋白成分。在今年最新一届科学论坛上,丸美成为重组胶原蛋白行业规则领衔者之一,牵头启动国家重组可溶性胶原行业标准的制定,并发起重组胶原蛋白五大高质量标准倡议。

“丸美坚持用高标准要求自己,并立志成为行业标准的建设者。”孙怀庆表示,公司将秉承“成人达己、成己为人”的理念,坚持做行业的建设者,为我国美妆行业高质量发展作出更大贡献。