

安卓手机代工格局变阵 闻泰被龙旗超越？

本报记者 陈佳岚 广州报道

全球手机需求下行的背景下,手机市场格局出现新的变化,一起酝酿变动的还有安卓手机代工格局。

近日,市场调研机构 Counterpoint Research 发布的 2021 年下半年的全球智能手机 ODM(原始设计制造商)追踪报告显示,2021 年,全球智能手机 ODM/IDH(外包)市场的厂商排名、增长情况中,华勤以 31%的市场份额引领市场,龙旗以 21%的市场份额排名第二,闻泰以 18%的份额排名第三。其中,龙旗 2021 年的出货量增长了 10%,华

头部格局松动

头部几家手机 ODM 巨头公司战略方向正走向一定分化。

受益于 2021 年全球智能手机市场同比 4.5%的增长反弹,外包设计(来自 ODM/IDH 公司)的智能手机出货量也实现了增长。Counterpoint Research 数据显示,2021 年全球智能手机中 ODM 机型同比增长 6.4%。外包设计的智能手机出货量份额从 2020 年的 36% 上升至 2021 年的 37%。

Counterpoint Research 高级研究分析师 Ivan Lam 表示:“尽管新冠肺炎疫情仍在持续影响全球智能手机市场,特别是 4G SoC(系统级芯片)供应,但 ODM 成功实现了可观的增长。ODM 市场增长主要受主要客户小米、联想/摩托罗拉和传音订单增加的推动。由于小米在 2021 年出货量同比增长 31%,该品牌的主要 ODM 公司受益最大。

然而,就 2021 年的市场格局来看,在全球智能手机 ODM/IDH 市场的厂商中,华勤以 31%的市场份额引领市场,龙旗以 21%的份额排名第二,闻泰以 18%的份额排名第三。天珑、中诺通讯分别位列第四、第五位。

Ivan Lam 表示:“华勤在 ODM 中占据最大份额。龙旗的出货量大幅增长,主要得益于 2021 年小米的订单。闻泰将 2021 年的重心转移到半导体和光模块领域。其智能手机出货量下降主要是由于主要客户的 4G SoC 短缺。由于联想和摩托罗拉在拉丁美洲市场及北美和非洲运营商业务的进展,天珑正继续朝着积极的方向发展。”

事实上,从 Counterpoint Research 数据来看,闻泰 ODM 手机出货量放缓早有迹象,2020 年的出货量仅同比增长 2%,而同期,华勤同比增长 101%,天珑移动同比增长 74%,龙旗同比增长 32%。而从 2020 年全球

勤仅下滑 1%,而闻泰则同比下降了 17%。在发展分化之后,手机 ODM 代工巨头闻泰与华勤之间距离似乎正在被拉大。

对于该项数据,《中国经营报》记者以投资者身份致电闻泰科技证券部门,其相关人士表示“不做评论”。值得注意的是,闻泰 2021 年的 ODM 业务发展的确遇到了营收增速下滑的情况。

不过,也有机构人士向记者预测,从闻泰近段时间的表现来看,其与华勤在出货量上应该会回到势均力敌的状态,此外,作为“三巨头”之外的天珑增长势头也很猛,不可忽视。

智能手机 ODM 厂商市场排名来看,华勤、闻泰、龙旗位列市场前三。闻泰 ODM 手机出货量被华勤反超之后,2021 年又被龙旗反超了。

除了由于 4G 芯片缺货影响到了闻泰的出货,客户结构不同也是闻泰近两年不敌华勤的原因。Ivan Lam 对本报记者表示,“由于代工的整体利润不高,闻泰过去在慢慢修正自己的客户组合,包括舍弃更为低利润的手机出货,目前闻泰的客户主要是三星、华为、荣耀、OPPO 等一些品牌,价值空间相对高些。”

不过,另一家第三方机构 IDC 的数据则有所不同。“综合 ODM 设计与组装维度,2021 年全球智能手机 ODM 厂商出货前三名应该是华勤、闻泰、龙旗。”IDC 全球硬件组装研究团队研究经理高鸿翔对记者表示。

高鸿翔向记者表示,“根据 IDC 的数据,华勤、闻泰、龙旗位列 2021 年 ODM 设计市场前三,市场前三家出货量分别减少 8.5%、增长 1.5%、增长 25.9%。而 2021 年 ODM 组装市场出货量前三分别为华勤、龙旗、闻泰,与此同时,从头部三家 2021 年手机组装出货量同比变化来看,华勤同比增长 25.2%,龙旗同比增长 29.7%,闻泰同比下滑 9.6%。”以此来看,闻泰的智能手机 ODM 设计出货还是正向增长的,但组装出货似乎正在被华勤拉大距离。

事实上,从公司发展方向来看,头部几家手机 ODM 巨头公司战略方向正走向一定分化,闻泰自 2018 年开始对安世半导体大举收购之后,又继续对苹果手机摄像头产业链进行加码并购;而华勤则走上了上市募资、聚焦在消费类电子的生产和新技术研发方面,持续在代工领域深耕的道路。

闻泰代工地位受感动？

这几年,闻泰科技 ODM 老大的地位受到了威胁。

成立于 2006 年的闻泰,早期业务涉及手机主板制作设计,2008 年逐渐转型为 ODM,并借壳中茵股份上市。之后又收购安世半导体、欧菲光摄像头模组业务。

2013 年,闻泰科技为小米设计制造了红米手机,售价仅为 799 元。从红米 1 到红米 3S,整个系列卖出了数亿台,其中最畅销的时候,每个月出货量达到 200 多万台。

红米的成功也让闻泰一战成名,使得更多手机厂商了解到了闻泰的实力,并蜂拥而来。其中,闻泰曾帮助联想打造过联想乐檬、魅族魅蓝 note2/note3、中国移动 A1、A1s、N2 以及华为的多款畅销产品。

而且在很长一段时间内,闻泰一直占据智能手机 ODM/IDH 排行榜首位。然而,这几年,闻泰科技 ODM 老大的地位受到了威胁。

除了机构公布的排名变动外,闻泰 ODM 业务增长也出现了波动。

根据闻泰科技最新发布的 2021 年年度报告,2021 年闻泰科技公司产品集成业务收入 386.85 亿元,同比下降 7.16%。

值得注意的是,尽管产品集成业务收入增长受到影响,但其半导体业务却势头正猛,2021 年闻泰科技实现营业收入 527.29 亿元,同比增长 1.98%,归属于上市公司股东的净利润 26.12 亿元,同比增长 8.12%。其中,备受关注的功率半导体业

ODM 厂商未来优势或将凸显

中低端手机市场出货也成为了各家手机厂商想要保住全年出货量的关键,而 ODM 厂商的助力很重要。

过去两个月以来,受乌克兰局势、全球通胀以及中国内地部分城市疫情反复导致区域封控等因素的影响,使得全球一些重要消费电子市场需求减弱,也使得业界盛传苹果及各大安卓手机厂商纷纷下调今年出货目标,并削减零组件订单量,与此同时,不少机构还下调 2022 年全年的智能手机市场出货量预期。

手机厂商砍单、部分芯片缺货的持续,似乎也给手机上游产业链蒙上了阴影,中国台湾《工商时报》援引富邦投顾的调查报道称,联发科最新已将全年智能机芯片出货量预期小幅下调至 5.7 亿~6 亿组,其中天玑 9000 芯片出货量可能从原来估计的 1000 万套,大幅缩减到仅 500 万~600 万套。

不过,在多位行业人士看来,由于智能手机市场出货行情不好,安卓手机厂商冲击高端市场更不容易,为此,中低端手机市场出货也成为了各家手机厂商想要保住全年出货量的关键,而 ODM 厂商的助力很重要。

“对手机品牌厂商而言,如果今年要冲量,还是要依赖 4G 芯片,而过去几家 ODM 厂商的优势主要在于中低端手机市场出货,其本



安卓手机代工格局生变。

视觉中国/图

务收入 138.03 亿元,同比增长 39.54%,净利润 26.32 亿元,同比增长 166.31%。

对于以手机 ODM 为主的集成业务收入增长率为何会出现下滑?记者以投资者身份致电闻泰科技证券部门,其相关人士表示,与整个手机行业出货量下滑相关,此外,公司内部也做了一些调整,比如一个产品线之前主要做手机,现在增加了笔电、其他非手机的智能终端产品,产品比例构成发生了变化。

该证券部人士还表示,“-7.16% 的营收增长率变动,对于闻泰科技这么大的营收体量其实并不是特别大的变动,属正常变动。”

来 4G 芯片拿货就有优势。”高鸿翔组,其中天玑 9000 芯片出货量可能从原来估计的 1000 万套,大幅缩减到仅 500 万~600 万套。

不过,在多位行业人士看来,由于智能手机市场出货行情不好,安卓手机厂商冲击高端市场更不容易,为此,中低端手机市场出货也成为了各家手机厂商想要保住全年出货量的关键,而 ODM 厂商的助力很重要。

“在第一、第二季度市场需求不佳的情况下,厂商需要 3000 元以下的产品去稳固整个盘子,尤其会寄希望在‘6·18’、返校季等

高鸿翔向记者分析,之前闻泰为了抢三星的订单,放弃了华为、小米的订单,小米订单利润相对低一些,不过,2020 年,随着三星部分 ODM 业务从闻泰科技转单至华勤,使得后者在智能手机 ODM 领域超过前者。此外,由于 2021 年龙旗追加小米订单数量,也就形成了外界看到的闻泰“后退”、龙旗“前进”的态势。

不过,高鸿翔表示,从 2021 年第四季度开始,闻泰的出货量有回升的迹象,包括开始发力 OPPO 的订单,另外找回小米、华为的订单,甚至在加强联想、印度运营商、北美的其他订单。此外,

高鸿翔认为,2022 年第一季度以后,闻泰与华勤在出货量上应该会回到势均力敌的状态。

《中国证券报》的报道指出,2022 年 4 月,三星向闻泰追加超 1000 万台手机 ODM 订单,也意味着闻泰 2022 年将可能拿到三星超过 5000 万台手机 ODM 订单。

在 Ivan Lam 看来,随着三星新增手机 ODM 订单,欧加系(OPPO、一加、realme)也会新增一些 ODM 订单,闻泰分得的订单也会变多,今年出货预期会比去年好些。此外,闻泰今年增加了不少新的非手机、IoT(物联网)产品的订单,其他产品的收入会得到提升。

电商和传统节日大促冲量。”在 Ivan Lam 看来,整个终端市场预期并不乐观,可能对中高端市场的手机产品销量影响较大,但中端和中端以下(3000 元以下)的一些产品销量整体可能会往上走一点,而这一价格段又是 ODM 厂商最擅长的区域。

事实上,除了智能手机市场的出货量,现在 ODM 厂商们的整体业务也在从手机业务向平板电脑、IoT、可穿戴设备、智能机器人、汽车电子等领域扩展,未来这些领域的市场空间将会进一步释放,将会提升整体 ODM 业务厂商水平。

小米造车进行时:整车焊装项目开始招标

本报记者 李昆昆 北京报道

近日,招标代理公司受委托,发布了小米汽车科技有限公司

汽车工厂已开始建设

据媒体报道,小米汽车北京工厂所在地块已经开工建设,该地块正在进行平地整理工程,约已完成了十之四五。

据悉,北京市规划和自然资源委员会于 3 月 17 日发布北京经济技术开发区亦庄新城 YZ00-0606-0101 地块的招拍挂公告。公告显示,该地将以“六通一平”形式供地,用于建设智能制造产业基地项目,土地面积 718046.1 平方米,租赁和出让总年限 50 年,交易挂牌起始价为人民币 61033.9185 万元。

这块地约有 100 个足球场大小,目前正进行平地整理工程,进度已接近一半。

除了工厂开工,近期小米汽车还曝光了首项专利。据了解,小米汽车所发布的这项专利叫作多相电机的控制方法、装置及可读存储介质。

该专利的简介显示,在多相电机发生缺相故障的情况下,获

司整车焊装线体项目供应商招募公告,邀请全国供应商参加投标。

据介绍,该项目概况和招标

取转子的当前位置,确定其所属的目标区域,按照目标区域对应的控制策略对多相电机进行控制,就可以在不额外增加器件和改变硬件结构的基础上,实现对电机的容错进行控制,进而提升电驱动系统的可靠性。

产业互联网资深分析师、中欧国际工商学院案例中心研究员钱文颖接受《中国经营报》记者采访时表示,从小米现有优势来看,首先是品牌忠诚度和粉丝基础,以及智能网联设备的网络外部性。简单来说,就是一群小米粉丝,因为手机,智能家居都用的是小米,会因为选择的一致性,继续购买小米汽车,将大幅降低一个初创车企早期的单车营销成本。

“沿着上面的智能家居思路来讲,小米已经有了基于物联网和互联网的用户基础和产品服务生态,小米汽车在智能软件服务体系上应该会比较容易搭建,也比较容易与已有生态形成链接

范围为:整车焊装线体范围。本招标项目划分为 1 个标段,本次招标即为其中的小米汽车科技有限公司整车焊装线体项目。

和影响。另外,小米具有产业链生态圈整合管理能力。虽然智能硬件和汽车行业不同,但都需要非常强大的供应链整合和管理能力,这方面小米有着很强的能力和经验,可以迁移到汽车制造业,也就是说相比‘蔚小理’当时从零开始探索,小米的学习曲线可能更陡峭。”钱文颖说。

有公开数据显示,目前“新造车”领域的企业已超过 100 家。而早在 2021 年 8 月,国内新能源汽车产量渗透率已达 20.62%,如何在群雄并起的电动车市场中切一块蛋糕,是值得思考的问题。

谈及小米汽车的劣势,钱文颖说:“一是入局时间比较晚,等小米量产车开始交付时,可能行业第一梯队市场格局已经要稳定下来,再想破局较难。二是小米的粉丝画像注重极致性价比,小米的品牌定位也被‘刻板’在性价比之上,这对小米进入中高端市场造成了阻碍。”

投资汽车产业链

“作为一个具有强生态体系的公司,小米系在大家心目中的形象早已形成,多家上市企业组成了小米生态链,能够支撑小米长期的直接发展。所以和蔚来、小鹏、理想这些汽车公司相比,小米汽车有一个强大的生态链和供应链来进行支撑,但劣势是小米之前没有造过汽车,必然会有很多需要摸着石头过河和探索的东西。”盘古智库高级研究员江瀚告诉本报记者。

此外,在汽车产业链上,小米还收购投资了一大批相关的汽车企业。

去年 9 月,小米宣布以 7737 万美元(约合人民币 5 亿元)收购自动驾驶技术公司 DeepMotion(深动科技)。自宣布造车以来,小米系资本在汽车产业链上投资超 40 家企业,新能源汽车赛道的各个环节都有布局,把小米汽车薄弱的车载芯片和动力电池等领域都补齐了。

此前,小米创始人雷军在接受媒体记者采访时表示,做汽车业务并不是为“出风头”,现时电动车已从机械产业转变为信息产业,加上有同行已经在做,小米不做就会被淘汰。小米从智能手机到智能家居及智能办公,属全智能生态,若

跟电动汽车好好整合的话,将有极强的扩张性。

雷军还曾表态,小米造车最大的底气是“亏得起”,对造车业务的首期投资为 100 亿元人民币,预计未来 10 年的投资额为 100 亿美元。小米汽车预计在 2024 年上半年实现量产。

根据小米 2021 年财报,小米集团总收入 3283 亿元人民币,同比增长 33.5%,净利润为 220 亿元,同比增长 69.5%。小米集团本身较快的营利增长成为小米造车的一个重要根基。

不过小米造车依然面临不少现实难题。据悉,小米当前面临没有造车资质的问题。公开信息显示,生产并销售新能源车,需要两个资质:一是发改委的许可资质,并且在发改委认可的基础上,企业需要在 2 年内建设工厂,3 年内开始销售车辆;二是工信部的认可资质,满足《新能源汽车生产企业及产品准入管理规定》。

关于小米汽车的定价,也是个难题。此前雷军曾多次描述小米汽车可能的样子:一是售价区间 10 万~30 万元;二是可能是 SUV 或轿车;三是一款高端的汽车。

虽然雷军很希望小米汽车能打造成高端车型,但现实骨感,大家期待的小米汽车的价格并不高。雷军本人前段时间在微博上搞过投票,票选米粉希望的小米汽车价格,结果是,10 万元以内是最多人选的,其次是 10 万到 15 万元。

“我还是比较看好小米汽车的。首先,从小米在智能硬件生态圈的布局和发展来看,小米已经有丰富的‘跨界’能力,其能将自己对用户需求的理解、产品设计的理念、投资并购的经历,以及供应链管理的经验迁移到不同的领域。新能源汽车产业供应链相对来说比较开放,小米打造出一款受欢迎的产品,我认为对他们来说是不难的。其次,小米拥有较大的粉丝基础,这个基础会让小米相比‘蔚小理’更容易且更低成本度过生存期。”钱文颖说。

江瀚则认为,当前小米的几大业务板块整体还是不错的,虽然各有各的特点,但是整体而言依然处于一个良性发展的状态。“我个人还是比较看好小米汽车的未来,觉得小米汽车,只要能够把资源有效地整合起来,就会有不错的市场表现。”