

# 移动智能终端产业报告简版 2015

产业技术分析中心

2015 年 6 月

# 目 录

- 一、移动智能终端产业概况..... 1
- 二、全球移动智能终端发展状况..... 3
  - (1) 全球移动智能终端发展现状..... 3
- 三、中国移动智能终端市场情况..... 7
  - (1) 中国手机平板智能终端市场..... 7
  - (2) 中国智能穿戴设备市场..... 8
- 四、移动智能终端产业投融资情况..... 11
  - (1) 国外企业投融资情况..... 11
  - (2) 国内企业投融资情况..... 12

---

## 一、移动智能终端产业概况

随着移动互联网的快速发展，移动终端产业与信息消费、大数据产业等结合紧密，并呈现智能化、网络化趋势，正步入快速发展和转型升级的机遇期。

移动智能终端作为移动应用服务的载体，其产品界定和种类随着技术的不断发展而进步。从产品形态上看，传统的智能手机、平板电脑产品将向大屏、高清晰显示、多 CPU 核心等方向发展；而更新一代的可穿戴设备、跨界智能终端、智能电视、智能汽车等，作为新兴智能终端产品，都很可能催生巨大的潜在市场。

从整个移动智能终端的产业组成来看：上游的芯片和操作系统，中游的数据储存器，柔性电路板等主要部件，下游的智能电视、平板电脑、手机、智能家电等应用。以及产业配套的平台提供商和服务商，如下表所示。从全球移动智能终端产业发展态势看，芯片由单一性能导向向低功耗、多元化、集成化发展，操作系统由运行基础环境转型为开放化平台，平台厂商则开始积极布局云计算，产业高附加值环节由硬件设备转向应用服务。

表 1 移动智能终端产业链情况

产业链位置	产业链环节		企业
上游	芯片	基带芯片	英特尔，高通，联发科，中兴微电子，联芯，展讯，华为海思等
		射频芯片	英特尔，高通，联发科，中兴微电子，联芯，展讯，华为海思，TI，锐迪科等
		处理器	英特尔，Marvell，意法半导体，高通，英伟达，三星，中星微等
		无线，NFC，GPS 模块	高通，索尼，信维通信，硕贝德，诺基亚，Siano 等
	操作系统	安卓	谷歌，百度云 OS，小米 MIUI，魅族 Flyme，华为云平台
		IOS	苹果
		Window phone	微软诺基亚
		Web OS	LG
		Blackberry OS	黑莓
		Linux	阿里云 OS
中游	数据存储器		英特尔，希捷，三星，东芝，海力士，美光等
	显示屏	TFT-LCD	京东方，天马，奇美电子，华星光电，JDI，三星，夏普，Sony 等
		OLED	三星，LG
	模组，设计制造		华为，中兴，小米，富士康，伟创力，联想，酷派，TCL 等
下游	手机		苹果，三星，LG，华为，中兴，小米，HTC，联想，酷派，TCL 等
	平板电脑		苹果，三星，小米，联想，微软，华为，华硕，ACER 等
	智能电视		苹果，三星，夏普，LG，Sony，创维，长虹，乐视，海信等
	智能家居		海尔，索博，快思聪，霍尼韦尔，瑞讯，施耐德
	智能穿戴设备		苹果，摩托罗拉，Fitbit，小米，Garmin，三星，Jawbone 等

## 二、全球移动智能终端发展状况

### (1) 全球移动智能终端发展现状

全球移动智能终端产业发展迅猛，规模持续扩大。

2014 年由于新兴市场的需求旺盛，全球智能终端出货量持续增长。从智能终端最大的两个市场-手机与平板设备来看，智能手机的出货量达到 12.9 亿部，较 13 年增长了 27.3%，平板电脑的出货量为 2.3 亿台，较 13 年同比增长了 7.2%。

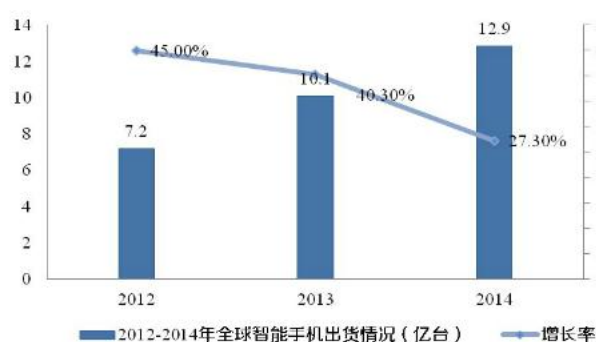


图 1 2012~2014 年全球智能手机出货量

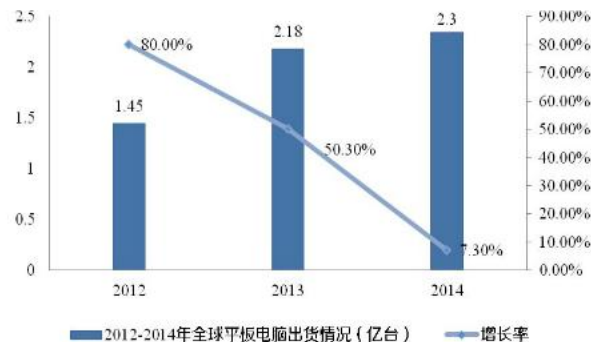


图 2 2012~2014 年全球平板电脑出货量

目前，全球智能手机的出货量占比已将近 70%，在如北美，欧洲等发达地区，智能手机的渗透率达到 65%。从销售区域来看，中国市场的销售量遥遥领先，达到 3.9 亿部，增速为 9%。而增速最快的地区为拉丁美洲，达到 59%。

地区	2014 年销量（亿部）	2013 年销量（亿部）	同比增长
中国	3.92	3.59	9%
北美	1.77	1.39	28%
亚太新兴地区	1.5	0.97	55%
中东和非洲	1.35	0.99	35%
西欧	1.28	1.15	11%
拉丁美洲	1.09	0.68	59%
北欧和中欧	0.69	0.5	37%
亚太成熟地区	0.65	0.68	-5%
总计	12.28	9.98	23%

表 2 全球智能手机销售情况

从智能终端的操作系统来看，安卓系统稳固全球最大份额。2014 年安卓智能手机的市场份额接近 83%，但市场份额中很大一部分来自于低端智能手机市场的表现。苹果智能手机市场份额占 14%，但在终端高端市场的地位还无法被撼动，微软 WINDOWS PHONE 的市场份额为 2.7%，其他操作系统则没有形成市场规模。

下图表分别为 2014 年智能手机市场份额分布状况：

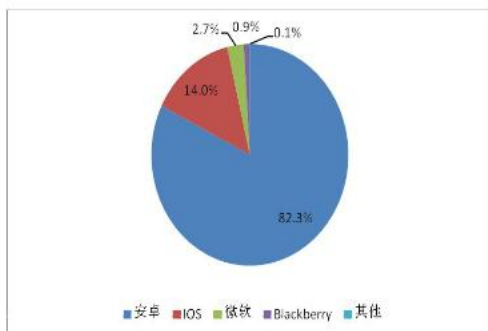


图 3 2014 年全球智能手机出货量占有率

系统	出货量 (亿)	出货量 占有率	设备价值 (亿美元)	设备价值 占有率
安卓	10.6	82%	2251	67%
IOS	1.7	14%	1165	30%
Windows	0.35	3%	778	2%
其他	0.14	1%	348	1%

表 3 2014 年全球智能手机市场份额

与前几年变化不大，2014 年，三星与苹果依然稳居全球智能手机出货量冠亚军的位置。但市场占有率略有下滑，其原因主要是中国企业的快速崛起，联想，华为，小米，中兴等企业获得了一定的市场份额。小米公司首次进入全球智能手机出货量排名前 10 的位置。下图为全球智能手机各企业市场份额情况。

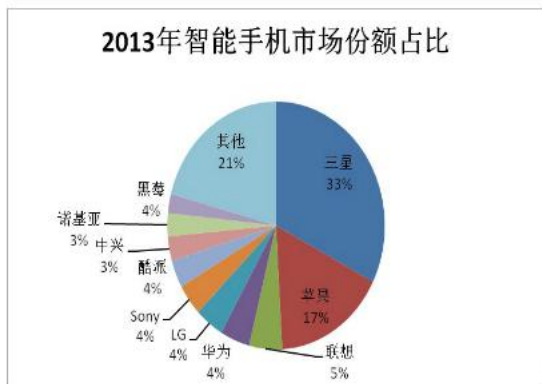


图 4 2013 年全球智能手机市场份额

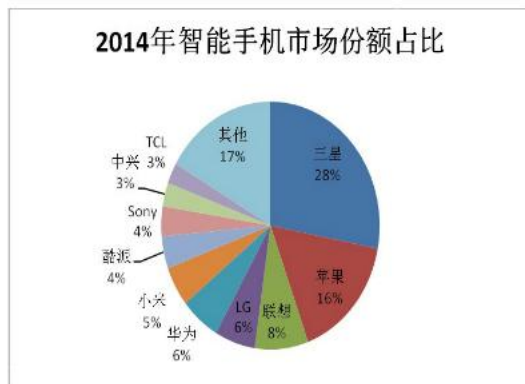


图 5 2014 年全球智能手机市场份额



### 三、中国移动智能终端市场情况

#### (1) 中国手机平板智能终端市场

2014 年，中国经济回升，在电子信息产业振兴规划的刺激、各地产业政策的持续扶持以及业界诸多企业的积极努力下，移动智能终端产业总体情况良好，产销量保持快速增长的状态。2014 年我国智能手机出货量为 4.5 亿部，同比增长了 25%。受到大屏幕手机的影响，我国平板电脑的出货量结束了快速增长期，出货量为 6850 万台，同比增长 5.4%。

下图为 2012-2014 年我国智能终端产销量与增长情况：

类型	2012 年	2013 年	2014 年	年均增长
手机产量（亿部）	11.8	14.6	16.3	13%
手机增长率	4.3%	23%	6.8%	
智能手机出货量(亿部)	2.58	3.6	4.5	56%
智能手机增长率	166%	39.5%	25%	
平板电脑出货量(亿部)	0.6	0.65	0.685	8.9%
平板电脑出货量增长率	13.2%	8.3%	5.4%	

表 4 2012-2014 年我国智能终端产销量与增长情况

## （2）中国智能穿戴设备市场

2014 年，中国智能穿戴市场稳步发展，国内厂商纷纷试水智能穿戴领域，在已经开发出智能手表、智能手环的基础上，不断探索差异化细分市场，满足用户个性化需求，全年市场规模已达到 22 亿人民币。下图为 2012-2015 年中国智能穿戴设备市场规模情况：



图 6 中国智能穿戴设备市场规模情况

在智能手表方面，三星独占 36.6% 的关注比例，苹果则以 27.2% 的关注度位居亚军。摩托罗拉在智能手表的领域的市场影响力可圈可点，获得 11.7% 的关注比例。其他上榜品牌关注比例均在 10% 以下。从产品来看，三星 Galaxy Gear v700 以 16.5% 的关注比例成为用户关注度最高的智能手表产品，领先排在第二位的摩托罗拉 Moto360 近 6 个百分点。苹果 Apple Watch 位居第三。整体来看，三星上榜的智能手表产品数量最多，达五款。

在智能手环方面，Jawbone 以 20.9%的关注度领跑市场，也是唯一一家关注比例超两成的品牌。其次为华为，关注比例为 15.9%，garmin 佳明、NiKe、Fitbit 关注比例集中在 6%-8%之间。整体来看，由于加入的门槛相对较低，越来越多领域的厂商正在加入智能手环市场的竞争。

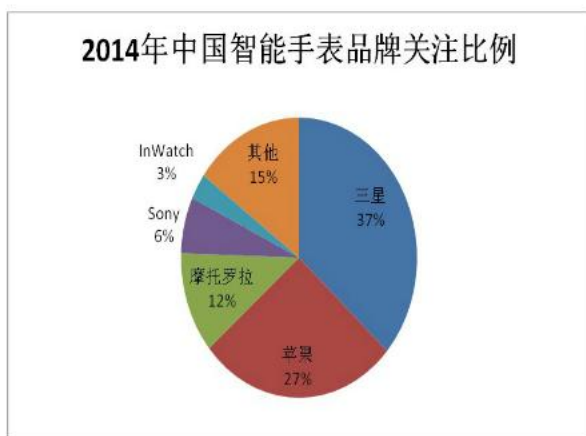


图 7 中国智能手表品牌关注比例

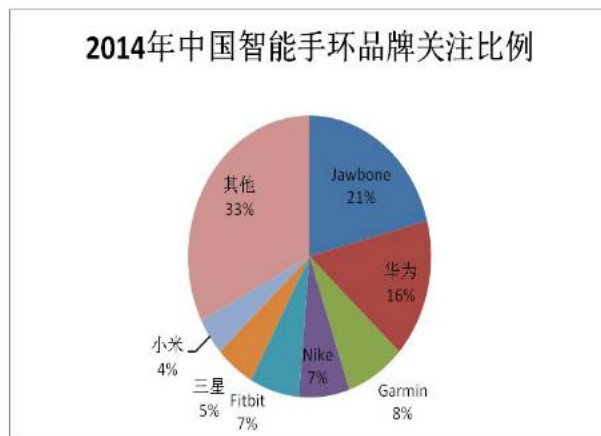


图 8 中国智能手环品牌关注比例

## 中国移动智能终端发展现状与存在的问题

移动智能终端产业是将智能操作系统作为核心环节，以此为中心向上下游渗透，打造包含应用服务，软硬件一体化的模式。而由于市场准入壁垒较低，产业链各环节都想分一杯羹，智能终端厂商多元化，多样化的竞争态势以形成，再加上百度，小米，阿里巴巴等一大批互联网信息服务企业也开始进入智能终端制造行业，造就了我国移动智能终端加速发展的现状。尽管如此我国的移动智能终端产业依然存在一些问题：

- 产业效益不高，产业链普遍处于下游环节。苹果和三星占据全球利润 94% 以上，我国全部厂商利润加起来不到 4%。
- 核心技术，关键软硬件依赖国外势力。在移动智能终端领域，核心电子元器件，基带芯片和操作系统基本由国外企业把控，95% 以上的终端产品是基于安卓系统的二次开发，核心部件也是向国外企业采购。
- 产品同质化严重。国产终端集中在低利润，低价格的档位，难以进入高端市场。产品一味的模仿，厂商之间大打价格战。由于核心品牌缺乏竞争力，我国厂商始终处于市场跟随地位。
- 知识产权储备不足。我国企业专利拥有量明显不足，特别是发明专利方面，苹果的专利授权量超过了我国企业专利授权量的总和。核心知识产权的缺乏也制约了我国移动智能终端产业的发展。

## 四、移动智能终端产业投融资情况

### (1) 国外企业投融资情况

2014 年，全球的龙头公司也加大了在移动智能终端领域的投入。其中主要还是以苹果，谷歌，三星，高通等跨国企业为主。

企业	方式	内容	布局，影响
谷歌，Nest	收购	谷歌以 32 亿美元收购 Nest 公司	提升硬件水平，构建智能家居生态系统。
谷歌，Dropcam	收购	谷歌以 5.5 亿收购 Dropcam	布局智能家居领域，并拥有 Dropcam 的云计算和在线储存业务。
苹果，Beats	收购	苹果 30 亿美元收购 Beats 电子	改善音乐服务，拓展音乐应用功能。
苹果，IBM	合作	两企业达成合作协议	共同打造商业应用，建立企业级移动体验。
微软，诺基亚	收购	微软 72 亿美元收购诺基亚设备与服务部门	接管智能手机与智能设备业务，正式进入移动智能终端产业。
英特尔，展讯	入股	英特尔 90 亿元买入展讯 20% 股权	拓展其移动业务，与高通进行抗衡。
高通，CSR	收购	高通 25 亿美元收购 CSR	获取蓝牙芯片与影像技术方面专利，拓展移动芯片领域业务。

## (2) 国内企业投融资情况

2014 年，我国的移动智能终端领域的投资者主要以互联网公司为主，投资于软件应用与硬件制造。而如小米，华为等终端制造商的投融资行为，也扩大了产业链各环节的业务。

企业	方式	内容	布局，影响
联想，摩托罗拉	收购	联想以 29 亿美元收购摩托罗拉公司	成为全球第 3 大手机品牌，进行全球业务推广。
魅族，阿里巴巴	合作	魅族，阿里巴巴共同开发智能终端操作系统	软硬件结合，拓展应用市场。
腾讯，缤客普瑞	投资	腾讯 2100 万美元投资缤客普瑞	旨在进入智能移动终端领域，特别是移动医疗产业。
小米，九安医疗	投资	小米 2500 万美元投资九安医疗	涉足可穿戴智能设备，数据处理，移动健康等领域。
小米，华米科技	投资	小米 1000 万元投资华米科技	助力其成长为全球领先智能可穿戴产品及其移动互联网服务提供商。
小米，京东，Misfit	投资	小米，京东共同投入 4000 万美元于 Misfit	加强可穿戴智能设备领域投入，为全球化市场拓展产品做布局。
联发科，极路由	投资	联发科 1000 万美元投资极路由	进入智能家居领域，开发路由器操作系统，从互联网化、平台生态化、增值服务化三个方向重新定义了路由器。

## 部分数据来源：

国务院发展研究中心

中华人民共和国工业和信息化部

中国科学院武汉文献情报中心产业技术分析中心

IDC

Trendforce

## 联系我们：

中科战略产业技术分析中心

研发总部：武汉市武昌区小洪山西 25 号

运营总部：武汉光谷生物城 B7 栋 6 楼

027-8722 5377 / 8719 9007

