



# 整机市场分析及中国IC公司机遇

---

孙昌旭

执行分析师

《国际电子商情》

《电子工程专辑》

《电子系统设计》

[asun@globalsources.com](mailto:asun@globalsources.com)

国际电子商情 电子工程专辑 电子系统设计

# 议程

---

- 中国电子产业整机市场分析
  - 手机
  - PC
  - 电视
  - 汽车
- 中国山寨产业分析
- 采购决策行为的变迁
- 本土IC公司的机会
- 问答

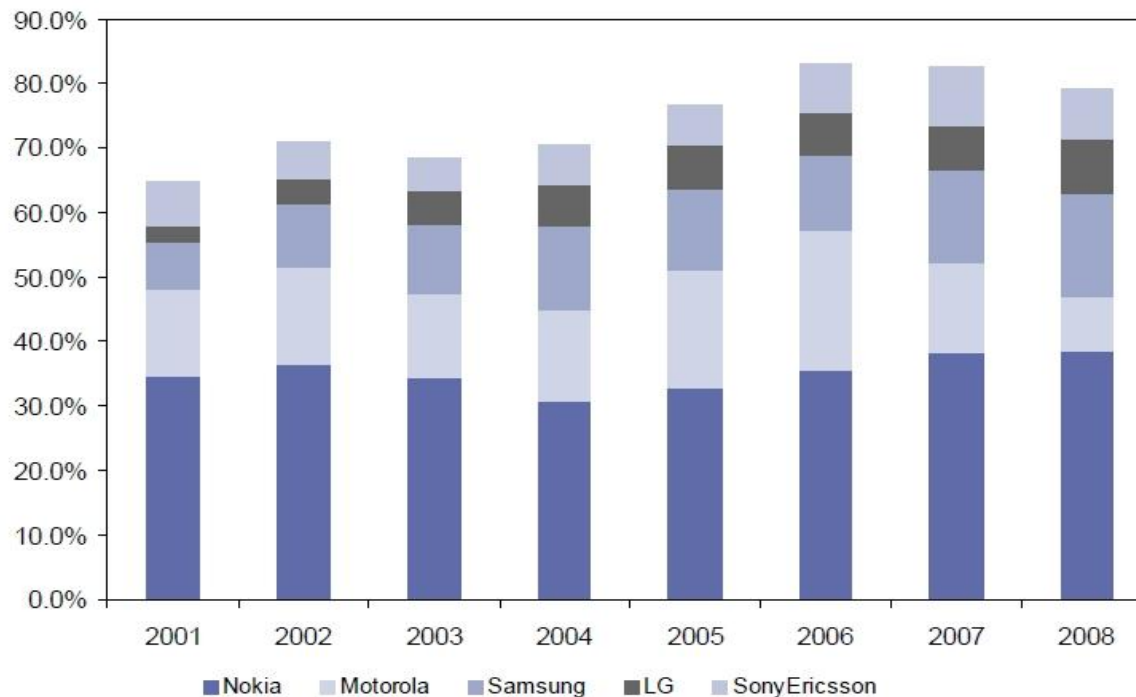
# 中国电子产业整机市场分析

国际电子商情 电子工程专辑 电子系统设计

# 中国手机与全球手机市场比较

- 全球手机市场，前五名占总出货量比例近80%

Exhibit 10: Market share of top 5 handset OEMs by vendor, 2001-2008



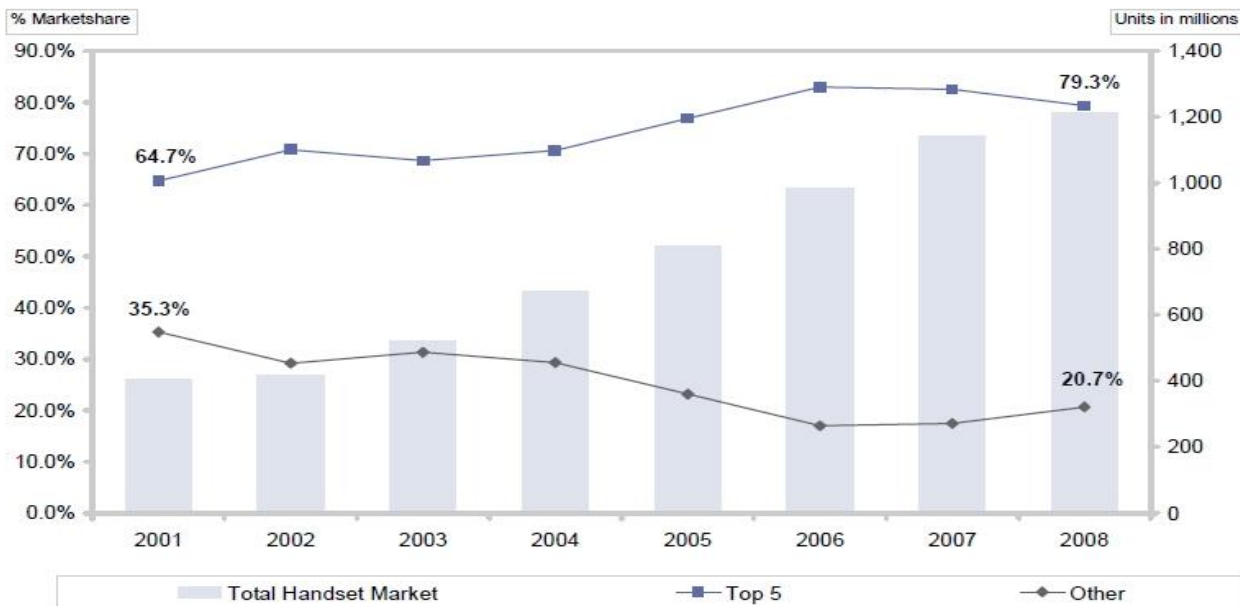
Source: Goldman Sachs Research estimates.

# 中国手机与全球手机市场比较

- 全球手机产业的集中度不断提升

**Trend 1: Ongoing consolidation has raised the importance of the top five handset OEMs**

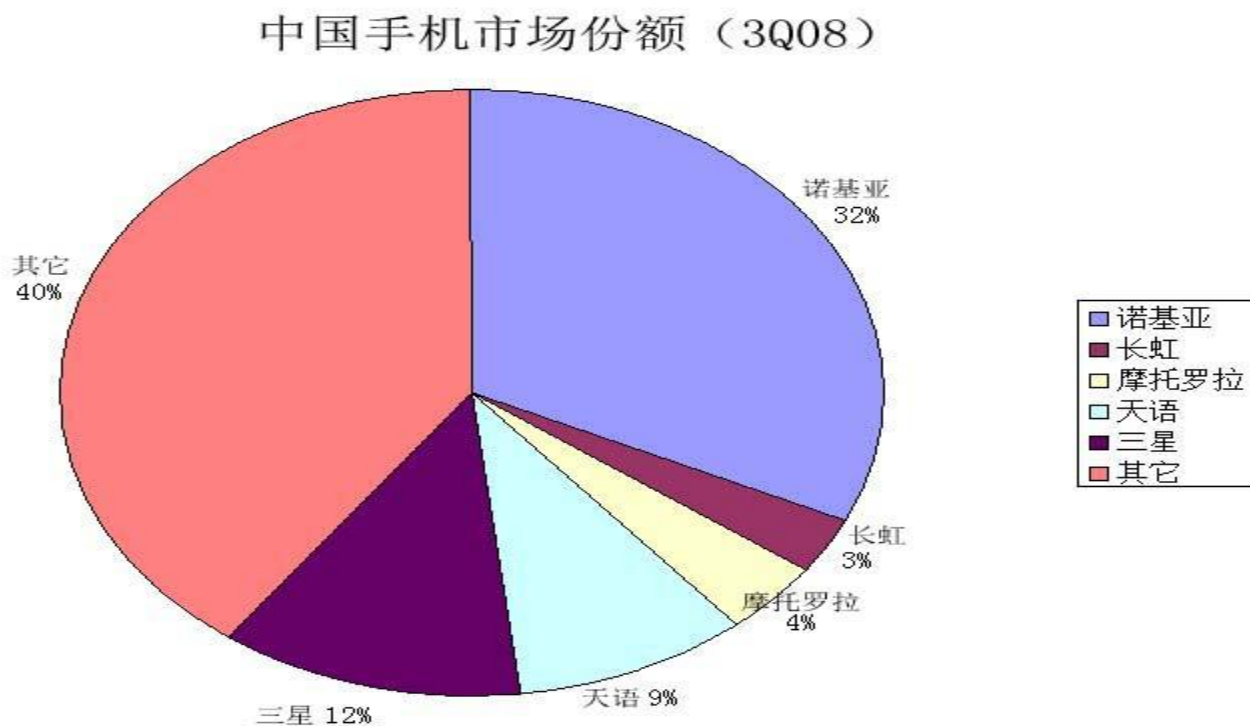
**Exhibit 9: Top 5 OEMs now account for almost 80% of the market, up from 65% in 2001**



Source: Goldman Sachs Research estimates.

# 中国手机与全球手机市场比较

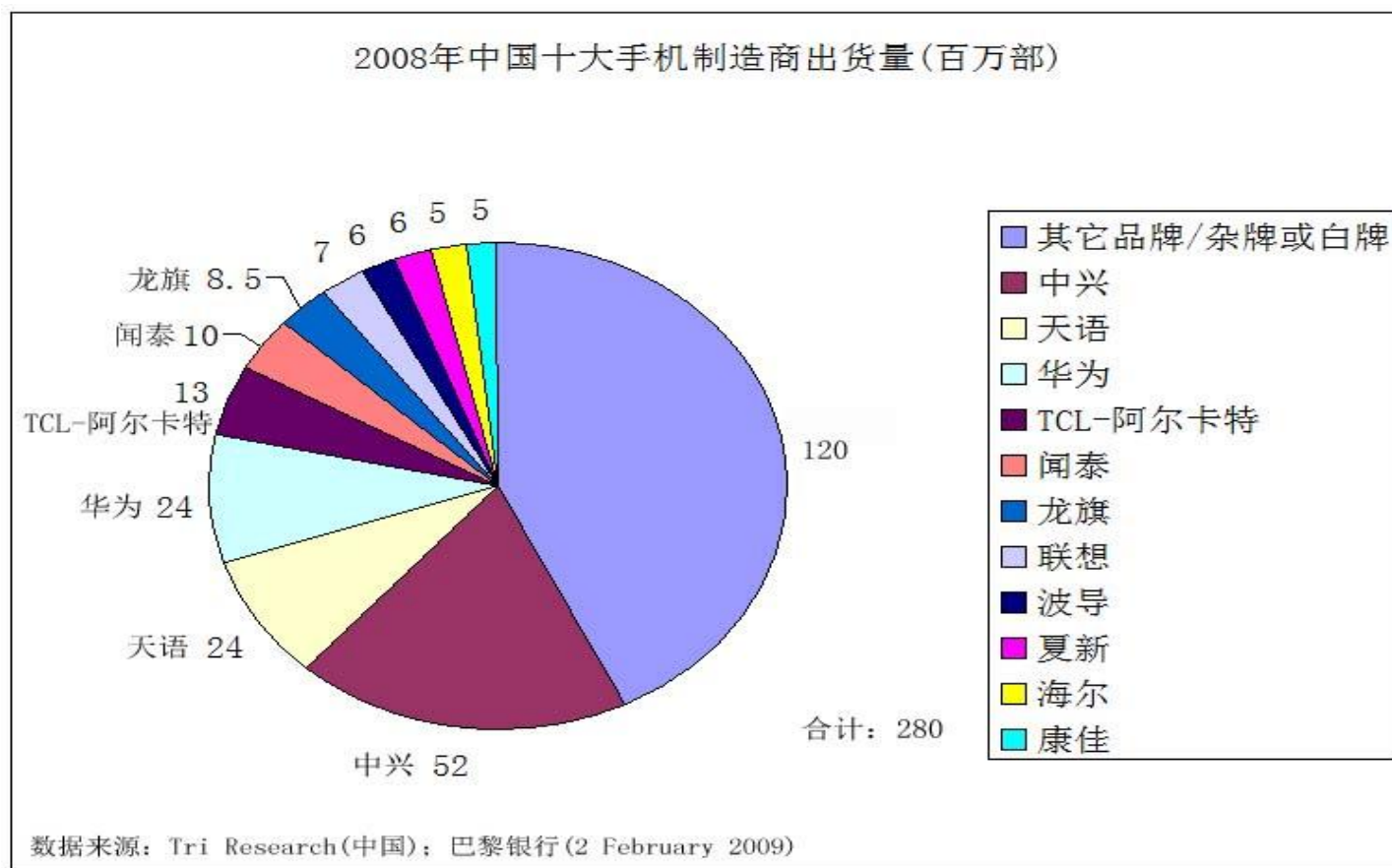
- 中国手机市场前5名占总出货量60%



数据来源：公司数据；摩根斯坦利 (March 5, 2009)

# 中国手机与全球手机市场比较

- 本土手机厂商前五名占本土出货量的43.9%



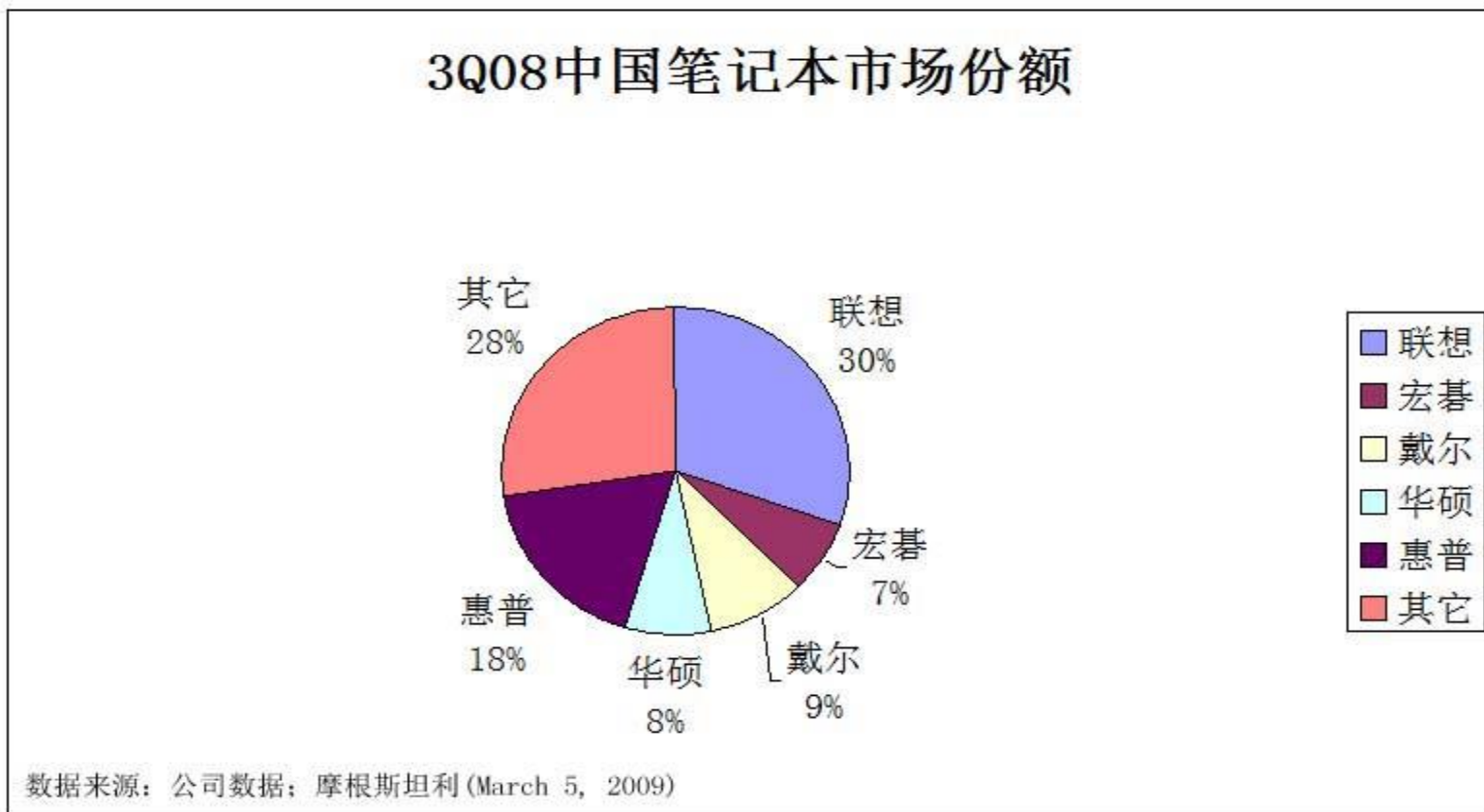
# 中国PC与全球PC市场比较

---

- 全球**5大PC厂商**占总出货量**58.1%**
- 2009年Q1全球PC前五名排名
- 惠普20.5%
- 戴尔13.6%
- 宏碁11.6%
- 联想7%
- 东芝5.4%。
- 其它：41.9%

# 中国PC与全球PC市场比较

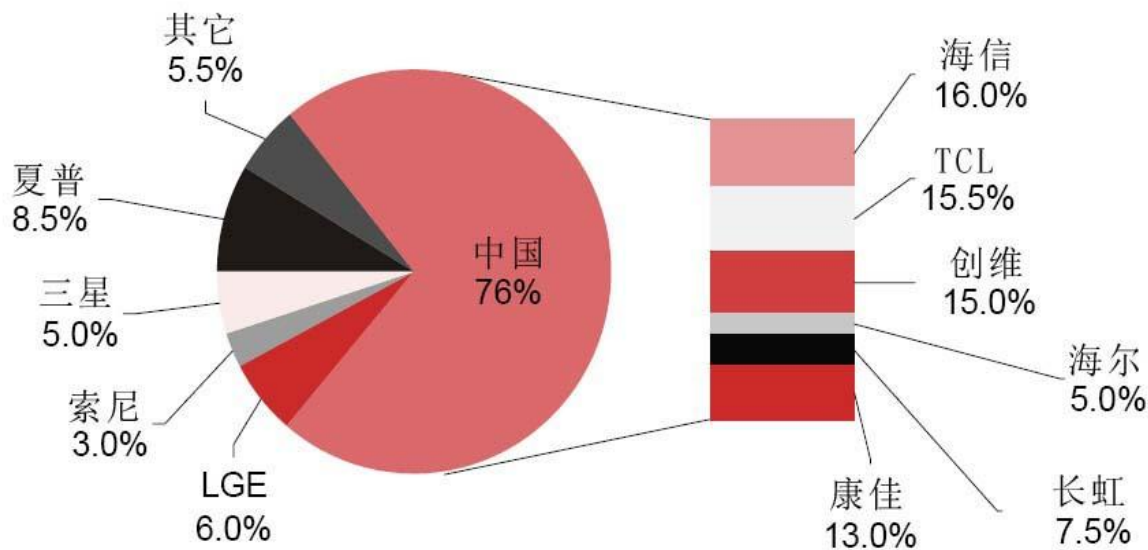
- 中国市场前五名占NB总出货量72%



# 中国电子产业整机市场分析

- 前五大LCD TV厂商占总出货量67%

中国LCD TV市场(按品牌)(1Q09)

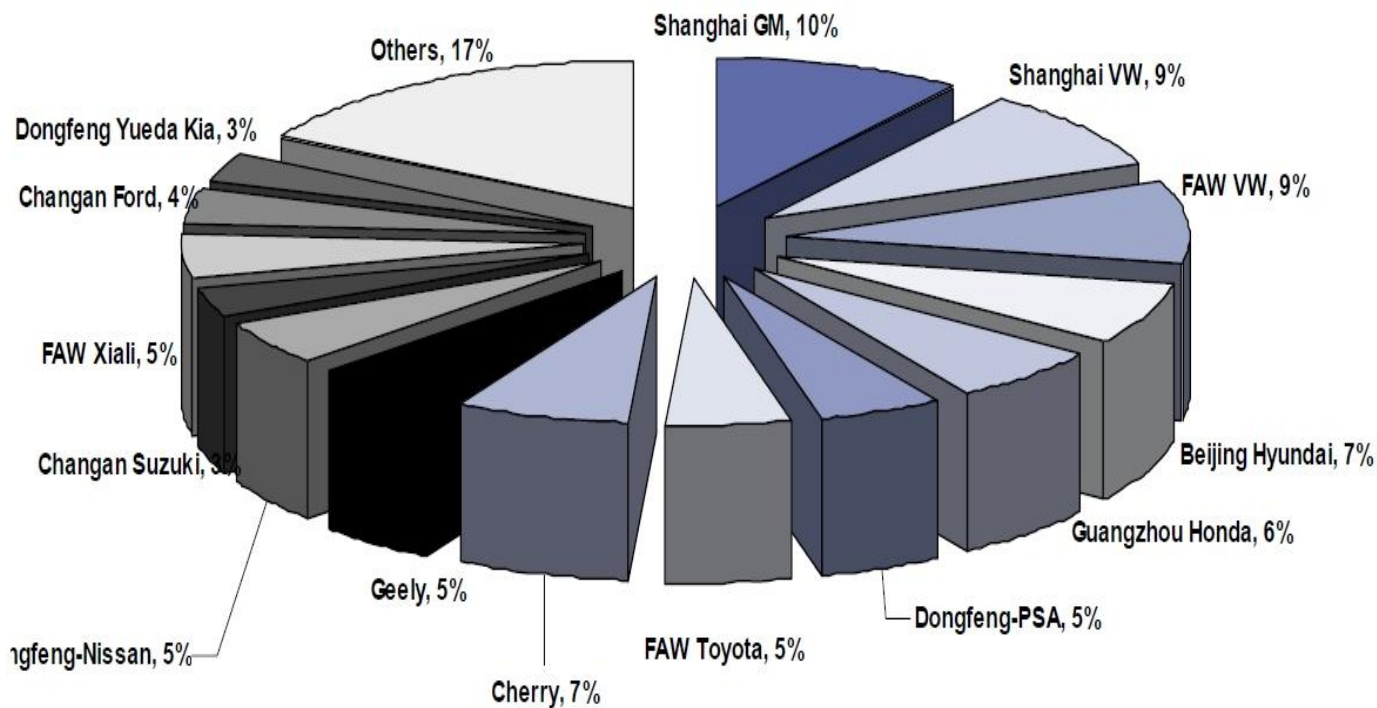


Source: Nomura estimates (21 May 2009)

# 中国电子产业整机市场分析

- 前五大汽车厂商占总出货量41%，随后9家占出货量42%

Market Share - China



# 中国电子产业整机市场分析

---

## 其它领域中国制造商集中度更低

- 1: 本土主流医疗设备厂商：迈瑞、安科、蓝韵、东软、万东
- 2: 本土主流监控设备厂商：海康威视、亚安、天地伟业、视德安、立林、GST海湾、视得、
- 3: 中国有**2000**多家注册电动自行车制造商。最大的**50**家企业占总体产量的**48.7%**。

# 中国电子产业整机市场分析

---

- 中国主要有线电视运营商所使用的机顶盒品牌超过**100**家
- 本土主流机顶盒制造商：同洲电子、长虹网络科技、天柏、九洲、创维、银河电子、全景、大显网络、佳创视讯、杭摩（浙江大华）、海信宽带、**TCL**、康佳、同方凌讯、华为、九联科技、海尔信息、通广集团、北广集团、大亚信息、金网通、金亚股份、兆驰、速浪、迈高、**PBI**。。。。初具规模的达**300**多家。
- 前五大所占比例不到**40%**。

# 中国电子产业整机市场分析

---

## 市场分散导致山寨需求

- 手机：集中度低，前五名仅占总出货量的**43.9%**。制造商分散，用户需求千差万别——易形成山寨产业，对主流产业的有力补充，满足中国十几亿人的差异化需求；
- 笔记本PC：集中度相对高，前五占NB总出货量**72%**。制造商集成，供应链集中，不易形成山寨厂商；（上网本的情况要看ARM阵营的发展。。。）
- LCD TV：集中度一般，前五大LCD TV厂商占总出货量**67%**，山寨厂商有一定的机会；
- 前五大汽车厂商占总出货量**41%**，随后9家占出货量**42%**。集中度相对低，易形成山寨市场。

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 中国电子业山寨现象分析

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 什么是山寨产品？

100个人有100种定义

我们的定义：山寨产品的定义已被“泛化”，现在指非主流产品，包括杂牌和白牌电子产品。山寨产品早就不是当初千夫所指的“非法产品”那样狭隘的定义了。“Grey market”的译法完全不准确。

- 山寨代表着蚂蚁雄兵市场的力量，是中国高度分散市场、差异化需求的体现，是主流品牌的必要补充。

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 谁是山寨产品的鼻祖？

手机？

MP3？

DVD？

VCD？

BB机？

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 中国山寨产品溯源

- 80年代初：电子计算器、电子手表
- 80年代中：电子游戏机、电子玩具
- 80年代末/90年代初：小型/专用程控交换机
- 90年代中：VCD、寻呼机
- 90年代末/2000初：DVD、学习机
- 2001—2004：MP3、MP4、学习机
- 2005——至今：手机
- 2007——至今：上网本
- 2010——安防？汽车（汽车多媒体、非安全性车身控制、总控、总线）？家用便携医疗设备（血糖仪、血压仪、血氧仪、B超）？？

# 中国电子业山寨现象分析

---

山寨形成的充分条件:

中国大陆设计服务行业迅速发展，为山寨企业的滋生和发展提供了充分条件

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 一：主流手机设计公司（5月出货量估计）

- 闻泰：2-3KK/月
- 龙旗：1.2KK/月
- 华勤：500-700K/月
- 希姆通：400-500K/月
- 羿文，鼎为，优思。。。。

# 中国电子业山寨现象分析

- 二：主流**GPS**方案设计公司（出货量估计）

公司名称	年出货量 (K)
万利达	<b>1,300 – 1,500</b>
远峰	<b>1,000 – 1,200</b>
美赛达	<b>900 – 1,200</b>
爱培科	<b>700 – 800</b>
中宇	<b>450 – 600</b>
掌讯	<b>420 – 500</b>
展博	<b>420 – 500</b>
盛龙微嵌	<b>350 – 400</b>

# 中国电子业山寨现象分析

---

- 三：主流**MP3/MP4**方案设计公司
- 深圳天启（瑞芯平台）
- 中山智天（**Ali**平台）
- 天智伟业（瑞芯平台）
- 研科香港有限公司深圳办事处（瑞芯平台）
- 弘忆国际(炬力平台)
- 远山电子(炬力平台)
- 鸿科信电子有限公司(炬力平台)
- 赛凡(君正平台)
- 格拉威信(君正平台)
- 众芯（君正和炬力平台）

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 四：主流上网本设计公司

- 顶星科技
- 深圳创智成
- 深圳仁聚科技
- 深圳和强迪讯
- 深圳鑫磊众
- 联达科技（厦门）有限公司
- 深圳宝龙达、深圳先创、深圳索沃、深圳众博金、先冠电子(J&W)、广州视源以及清华同方多媒体实业

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 山寨产业的特点

- 1: 源源不断人有进入，也有人退出，是一个动态向上的过程；
- 2: 整个群体不断向利润更高、需求量更大的新兴市场迁移；
- 3: 山寨企业本身的素质也在不断进步、不断提升
- 4: 山寨市场壮大后，不断有资源和技术进来，包括欧美半导体公司和代工厂；
- 5: 富士康和比亚迪等EMS公司开始涉足山寨产业....

# 中国电子业山寨现象分析

---

## 今天的山寨，明天的品牌

- 1: 山寨企业的优势：高效的供应链管理、高效的市场敏锐性与反应速度 ——正是企业需要的核心竞争力
  - 2: 山寨迈向品牌的动力：品牌效应可以为厂商带来无限的附加值，比如更高的价格、更高的利润、更大的销售量以及公司上市融资等；
  - 3: 山寨成功走向品牌的例子：三星、华为、天宇朗通
  - 4: 富士康和比亚迪等EMS开始涉足山寨，他们有品质基础.....
- 下一个是？ ？ ？

# 中国市场当前的特点

---

## 采购决策行为的变迁

# 中国市场当前的特点

---

从技术驱动市场转变为  
价格与**时间**驱动市场



# 中国市场当前的特点

---

- 产品生命周期越来越短，导致设计生产周期日益缩短
  - 举例：2001年，1000万元，1000天设计一部手机
  - 2003年，100万元，100天设计一部手机
  - 2008年，30万元，30天设计一部手机
  - 2009年，15万元，15天。。。
- 订单量日趋不稳定，对订单量的预测也愈发不准确
  - 案例分析：某OEM报出的4个月预期，第一个月的准确率为80%，到第四个月的准确率仅为50%——市场变化太快。
- 设备商的订单量往往更多取决于成本与快速交货的能力
- 将研发技术外包，供应链管理成为企业成功的核心竞争力

# 中国市场当前的特点

---

- 企业毛利率迅速下降，控制 BOM单成为核心竞争力，从设计到采购均为降低BOM成本为宗旨。
- 设计工程师面临新的挑战
  - 工程师被要求必须选择冗余度低的芯片，而不是性能最强大的芯片以降低成本，导致设计难度增加；
  - 产品经理/研发经理需要严格控制所选择元器件成本；
  - 研发与采购团队紧密合作，力求在成本、供货方面达成一致，选择可灵活采购的器件成为重中之重。

供应链、物流管理成为整机企业越来越重要的竞争优势

# 战略采购的流程

## (1) 选择新供应商



采购部门确定AVL

## (2) 选择新的IC及元器件



工程师、采购共同决策

## (3) 大批量产产品



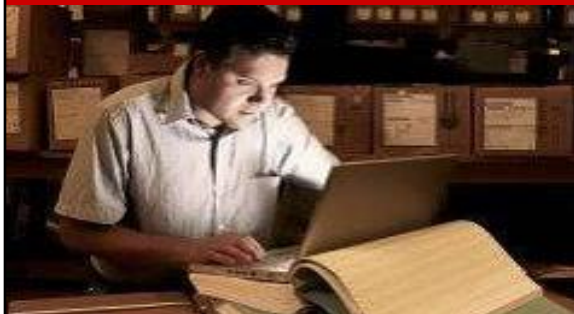
采购与研发合作，选择低成本替代件，使成本最小化

## (4) IC/元器件招标



总经理、采购、技术经理共同确定各供应商在招标中的份额

## (5) 分销商选择



采购部门完全主导分销商选择以建立合作伙伴关系

## (6) 紧急事件



采购、研发共同解决

# 整机厂商对供应商的新要求

---

- 分析客户历史纪录，帮助您的客户明确并调整他们的订单预测
- 针对特定的应用设计IC，简化IC功能以削减成本
- 具备快速处理紧急事件的能力，可于本地解决而无须通过海外总部
- 建立正真伙伴关系，理解中国市场的特色，始终把他们视为Tier one客户，尤其在缺货时能将他们的利益优先考虑
- ○ ○ ○ ○ ○

# 中国IC公司的机遇

---

中国**IC**公司的机遇：最佳的时机已到来

# 中国IC公司的机遇

---

## 欧美日韩公司的弱点：

- 一：擅长高度集中的市场，不喜欢分散型的市场；
- 二：工作流程复杂，遇事不能本地解决，不能满足今天快速供应链的需求；
- 三：不会针对中国市场提供特有的芯片，芯片冗余度大，多余功能多；
- 四：很少将中国公司作为真正的**Tire one**客户，缺料时会优先照顾欧美日韩客户；
- 五：中国员工话语权少；总部不理解中国市场；总部与中国办事处之间存在矛盾；中国分部的运作受限；

# 中国IC公司的机遇

---

## 欧美日韩公司的弱点

- 六：不会提供保姆式服务；
- 七：在中国标准的相关产品上落后于本土公司
- 八：文化的不兼容；
- 九。。。。。

# 中国IC公司的机遇

---

## 中国本土IC公司的优势

- 一：上面欧美日韩公司的弱点都是中国公司的优势：
- 二：除以上优势外，中国本土IC公司正值百年难遇的最佳时机：
  - 1: 本次全球金融危机令欧美日韩大多数公司大伤元气，毛利率、现金流掉到历史最低：
  - 2: 中国电子市场成为全球最活跃、需求量最大的市场（3G、汽车下乡、家电下乡。。）；
  - 3: IP和工具越来越丰富、越来越易获得
  - 4: Foundry和ASIC设计服务公司向前跨出一大步，为Fabless提供更多服务——total solution。

# 中国IC公司的机遇

---

## 中国本土IC公司的优势

- 5: 本土IC公司的信誉大幅提升，很多开始进入主流品牌；
- 6: 创业板即将上市，为本土IC公司资本运作带来机遇；
- 7: 人才资源丰富：欧美公司骨干开始流向本土IC公司；
- 8: 人气聚集。。。

# 中国IC公司的机遇

---

- **中国本土IC公司的劣势**

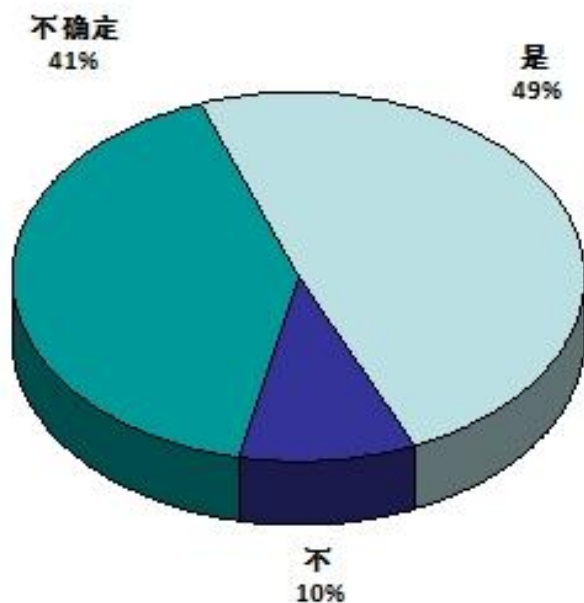
- 品质有待提升，特别是批次质量
- 成本方面，前期存在优势，后期降成本空间少
- 高性能产品竞争力欠缺
- 产品种类、齐套能力待提升
- 缺乏清晰的产品线路图

**30年河西，30年河东。再过5年，中国IC公司将令全球震惊！**

# 中国IC公司的机遇

## 计划扩增中国品牌代理数量

49%在未来2年计划扩增中国品牌代理数量



代理中国品牌所面临的挑战	排名 (2009)	排名 (2008)	回复比例 (2009)
品质不稳定	1 ▲	2	69%
市场需求低	2 ▼	1	47%
品牌知名度低	3-4 ▶	4	33%
和现有产品线不符	3-4	-	33%
利润低	5 ▶	5	25%
缺乏技术支持	6 ▶	6	23%
渠道管理不善	7 ▶	7	18%
技术水平低	8 ▼	3	16%
供应不稳定	9 ▼	8	9%
制造商的财政不稳定	10	-	4%

**•品质是中国IC需要关注的首要问题！！！！！！**

# Serving Asia and China's electronics industry from design to export sales



## 环球资源为您提供多种服务选择

---

- 电子工程专辑：中国本土IC设计公司评选
- 国际电子商情：中国电子元器件分销商评选
- 国际集成电路展：中国最具规模的IC和电子元器件盛会

# Global Sources enables design innovation & quality manufacturing in China

**EE Times – China**  
([www.eetchina.com](http://www.eetchina.com))



**Electronic Design – China**  
([www.ed-china.com](http://www.ed-china.com))



**ESM – China**  
([www.esmchina.com](http://www.esmchina.com))



**IIC-China**  
([www.iic-china.com](http://www.iic-china.com))



**Thank you!**

**孙昌旭**

**asun@globalsources.com**

国际电子商情 电子工程专辑 电子系统设计