

# 穿戴设备迎消费热潮 带动产业链公司业绩增长

11月5日,小米在京发布了小米手表,这是小米旗下首款智能手表产品。三季度以来,华为、苹果等龙头厂商频繁发布智能眼镜、TWS耳机等可穿戴设备新品,获得大卖,增厚业绩。IDC报告称,2019年可穿戴设备市场

全球出货量有望突破2.23亿台,2023年市场规模将增加至3亿台。这一趋势之下,NFC、无线充电、OLED、FPC、传感器、ODM、云计算等产业链板块将充分受益。

## 可穿戴设备迎消费热潮



11月5日,小米在北京发布了小米手表,起售价1299元。这是小米旗下的首款智能手表产品,标志着小米的AIoT产品线再次扩容。小米生态链部总经理屈恒介绍,小

米手表搭配高通骁龙3100芯片,能够支持e-SIM独立通话和上网功能。小米为其开发了MIUI for Watch系统,让该款手表拥有独立的应用商店,能够下载APP,从而实

现独立打车、听音乐、智能家居控制等功能。

三季度以来,消费电子市场上,可穿戴设备新品发布频繁,消费者热情高涨,行业成长趋势明显。8月21日,华为首款智能眼镜Eyewear首发预售,第一批100万台开始预售一个小时已预约售罄。华为在中期业绩发布会上宣布,2019年上半年可穿戴设备发货量同比增长两倍,而近日发布三季报也表示,智能穿戴等新业务获得高速增长。

苹果AirPods系列耳机也受到消费者广泛追捧,在三季度财报发布会上,苹果宣布可穿戴设备季度收入增速超50%。10月30日,支持主动降噪功能的苹果AirPods Pro耳机正式开售后,迅速上演“手慢无”,超预期的热销一度导致苹果官网延迟发货。

可穿戴设备或迎来爆发期。

IDC公布的最新报告显示,2019年可穿戴设备市场全球出货量有望突破2.23亿台,2023年市场规模将增加至3亿台。随着可穿戴市场的发展,众多巨头入场,美国当地时间11月1日,谷歌母公司Alphabet发布公告称,将斥资21亿美元(约合148亿元人民币)对美国可穿戴设备制造商Fitbit进行收购。消息宣布后,Fitbit股价大涨。若这一交易完成,在可穿戴设备领域,苹果将迎来最强竞争对手,而这一领域的竞争也或将越发激烈。

IDC今年9月发布报告称,2019年第二季度,中国可穿戴设备同比增长34.3%至2307万台,小米出货量为528.9万台,占据国内22.9%市场份额,名列第一,其次是华为、苹果。三大厂商占据国内近六成市场份额。

## 产业链上游公司受益明显

IDC报告称,全球可穿戴设备中手环、手表和耳机仍然是主流设备,发货合计占比可达到95%以上。其他设备如智能眼镜等占比较小,但复合增长率较高。

中信建投证券发布研报称,可穿戴设备的硬件技术主要集中在电池和充电技术,屏幕和处理器三个方面,硬件设计的主要方向是非接触式充电技术,柔韧度和分辨率较高的曲面屏,低功耗的处理器等。软件生态系统方面的主要方向是打造跨平台的一体化可穿戴设备的生态系统和体验良好的应用。另外,未来搭载传感器的可穿戴设备也对

大数据和云计算服务提出了更高的要求。可穿戴市场的发展中受益的板块包括NFC、无线充电、OLED、FPC、传感器、ODM、云计算等。

小米生态链部总经理屈恒在发布会现场介绍,小米手表集成6个传感器、11个芯片、37个心率电子器件、578个电子元器件,还集成LTE天线、蓝牙/WiFi天线、GPS天线。这些零部件厂商都可能从可穿戴设备的火热行情中获益。

立讯精密、歌尔股份、兆易创新等公司的超预期三季报已经体现了这一趋势,在A股市场上收获了多

个涨停。立讯精密、歌尔股份等公司参与AirPods组装代工,立讯精密2019年三季度单季实现归母净利润13.86亿元,同比增长66.74%,此前公司给出的预期是18.38%-38.32%。

歌尔股份近期频繁接受机构投资者调研,受益于智能无线耳机和智能可穿戴业务的高速发展,歌尔股份前三季度业绩大增,预计全年可实现归母净利润11.71亿元至13.45亿元,同比增长35%至55%。歌尔股份在调研中表示,因TWS耳机产品供不应求,公司目前产能利用率非常饱满。未来会继续在智能

声学整机方面扩大投入,看好此类产品的前景。未来无论国内还是国外大客户,公司都会成为主力供应商。

兆易创新为耳机等可穿戴设备提供NOR Flash。方正证券点评兆易创新三季报指出,受益于TWS等智能可穿戴设备爆发,公司NOR Flash产品线进入新一轮高速增长期。兆易创新收入端呈现逐季加速趋势,2019年三季度单季收入同比增速达63%,毛利率达到40.6%,环比二季度上升3.1个百分点。

(来源:中国证券报)

# 对外开放再推重磅举措 进口关税有望进一步下调

在11月5日开幕的第二届中国国际进口博览会上,我国又推出五项对外开放新举措。有关方面专家认为,五大举措的推出有利于推动我国更高水平、全方位对外开放。下一步,应着重扩大

商品和投资市场开放,进一步降低进口关税总水平,继续缩减外商投资准入负面清单。应持续优化营商环境,激发市场活力,提振投资信心。

## 扩大市场开放 降低关税水平

商务部研究院对外贸易研究所所长梁明表示,继续扩大市场开放重在两方面。一是商品市场开放。扩大商品市场开放要进一步降低进口关税总水平。去年以来,我国五次降低进口商品关税,预计明年进口商品关税水平将进

一步降低。二是投资市场开放。“中国金融市场开放潜力同样巨大。”北京大学国家发展研究院党委书记兼副院长余淼杰告诉中国证券报记者,可推动金融业有序、逐步开放。

## 着重“补短板” 优化营商环境

“下一步继续优化营商环境重点是推进‘放管服’改革。”余淼杰说,要继续加大减税降费力度,减轻企业负担。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明表示,优化营商环境需在“补短板”上下功夫,提升贸易便利化水平。

中国国际经济交流中心副理事长魏建国表示,在世界银行发布的10项营商环境指标中,我国在对中小企业贷款方面仍有改进空间。相关部门在打通中小企业融资“最后一公里”方面做了很多工作,预计政策效果在2020年会显现。



## 多措并举 完善开放新格局

“继续完善开放新格局需加快建设自由贸易试验区和自由贸易港。”魏建国说,进一步实现货币互换自由、资本流通自由及技术交流自由。

余淼杰说,要把全面开放同我国工业化、城镇化及信息化紧密结合在一起。通过推进京津冀协同发展、粤港澳大湾区合作发展、长三角一体化发展推动我国

城镇化建设,通过产业集聚效应提升我国制造业水平,打造世界制造强国。通过发展粤港澳大湾区,深入推进“一带一路”中与东南亚国家的合作。通过长三角推动东盟与日本、韩国经贸合作。通过推进海上丝绸之路、陆上丝绸之路促进“一带一路”国家经贸发展。

(来源:中国证券报)

## “银十”以量换价

# 房企年底前降价冲刺将成普遍趋势

日前,近20家上市房企披露了2019年10月份销售业绩。房企之间销售业绩出现明显分化,龙头房企虽然增速相比往年有所下降,但是10月份整体销售情况明显优于中小房企。从销售模式看,大部分房企10月份增加了供应量,在推盘节奏增加的同时,降价促销趋势明显。业内人士预计,在全年业绩目标压力下,房企最后两个月降价冲刺将成为普遍趋势。

## 销售出现分化

具体来看,部分房企前10个月销售金额和销售面积相比去年同期上涨幅度均超过2成。以美的置业为例,公司公告称,截至10月31日,公司及其附属公司、连同其合营企业和联营公司的合同销售金额约816亿元,同比增长约24.77%;相应的已售建筑面积约804.2万平方米,同比增长约22.85%。

龙头房企10月份销售情况普遍较好。以中国恒大为例,公司2019年10月份共实现合同销售金额约903亿元,环比增长约8.7%,同比增长约70.2%,继上月之后再度刷新单月合约销售金额的历史纪录。

万科A公布的2019年10月份销售及近期新增项目情况简报显示,2019年10月,公司实现合同销售面积271.3万平方米,合同销售金额433.8亿元;前10个月,公司累计实现合同销售面积3332.9万平方米,合同销售金额5189.9亿元,年内销售金额首次突破5000亿元。

碧桂园10月份销售数据显示,公司及附属公司连同其合营公司和联营公司10月单月共实现归属公司股东权益的合同销售金额约567.6亿元,同比增长40.46%;实现归属公司股东权益的合同销售建筑面积约667万平方米,同比增长52.22%。

部分中小房企前10个月销售业绩相比去年同期出现较明显的下滑。阳光100中国2019年前10个月共实现合同销售金额约68.07亿元,同比下降12.7%。景瑞控股前10个月累计实现合约销售金额约175.3亿元,同比下降5%。

对此,中原地产首席分析师张大伟表示,对比2018年同期数据,2019年前10个月房企销售继续分化。2018年同期房企销售金额同比上涨纷纷超过50%,而2019年大部分企业销售较为平稳,部分企业涨幅明显放缓。

## 销售均价有所下调

从销售均价看,部分房企10月份销售均价相比9月份有所下调。以中国恒大为例,公司10月份销售简报显示,2019年10月,公司合约销售均价为9336元/平方米,而9月份合约销售均价约为10054元/平方米。

业内人士普遍认为,从销售业绩看,不少房企收获了“金九银十”,但大部分房企都是增加了供应量,部分企业明显调整了价格促销。为了规模化,房企年末最后2个月依然不排除抢收的可能性。

值得注意的是,10月份以来,部分三四线城市楼市热度有所提升,均价有所上涨。58同城、安居客数据显示,2019年10月,全国重点监测67城在线新房均价16491元/平方米,环比上涨0.47%;二手房挂牌均价15432元/平方米,环比上涨0.08%。一线城市价格位于高位,波动小,价格稳定,二线城市基本持平,三四线城市热度则有上升,环比趋势从9月份的下降转为上升3.7%。

针对后期楼市走势,多位业内人士指出,后续市场有望继续平稳。从全国范围看,2019年10月,房企整体销售数据不低,但预计房企在未来2个月的销售压力依然

非常大。

## 土地市场成交量回落

克而瑞研究报告指出,10月份,新房、二手房以及土地市场延续9月低迷走势,皆持续转冷,重点城市新房成交量同比、环比双降,杭州、宁波、徐州等市成交显著缩量。二手房成交量窄幅波动,环比同样小幅回落。土地市场成交量价齐跌,不过重点城市的土地流拍情况有明显的改善,流拍幅数较上月大幅减少。

克而瑞指出,10月份土地市场成交量再度回落,不过在北京、武汉等城市优质用地供应增加的支撑下,成交热度并未继续走低,平均溢价率和上月大致持平。各线城市土地市场虽然均表现为量价齐跌,但市场热度却截然不同。其中,一、二线城市的成交溢价率环比上月均有所回升,而三四线城市由于市场持续走冷,溢价率也连续多月下滑,本月已降至10%以下的低位。

以万科A为例,公司2019年9月份销售简报披露以来,新增加开发项目16个。其中,郑州、漳州、南昌、青岛等地拿地均超过2块。同时,新增物流地产项目5个,合计需支付权益价款5.71亿元。

对此,张大伟指出,2019年以来,大量的中型标杆房企积极拿地,拿地面积上涨最明显的是中型房企。尤其是销售金额从500亿元冲刺到1000亿元,以及从1000亿元冲刺到2000亿元的第二梯队房企。在调控持续加码的趋势下,房企销售业绩逐渐放缓,但是从拿地加速的动作看,多数房企企业做大规模的意图仍然较为明显。从拿地位置看,大部分房企都集中在一二线城市拿地。进入10月份,受到年底资金回笼压力的影响,房企拿地态度出现分化。

(来源:中国证券报)





## 悠享月开2号

# 4.00%

业绩比较基准

开放期: 2019/11/5-2019/11/11      下一开放期: 2019/12/4-2019/12/10

产品名称	申购/赎回确认日	业绩比较基准
悠享月开2号	2019/11/12	4.00%

风险等级: 中低风险      申购起点: 1万元

**悠享系列 稳健投资 自动赎回**

该系列净值型产品以获取绝对收益为目标,运作期间内净值波动小,收益相对稳定。客户份额将于到期日自动退出,兑付资金将自动转入客户银行卡。

**温馨提醒**

1. 理财非存款,产品有风险,投资须谨慎;  
2. 凡公开宣传保本保收益、对外承诺高于银行同期贷款基准利率2倍(按目前利率折算为8.7%)以上的投资要慎之又慎,对高于10%的投资要坚决主动抵制,避免陷入非法集资陷阱。



快速关注我们  
理财非存款,产品有风险,投资须谨慎