

行业研究/行业周报

2014年11月17日

行业评级:

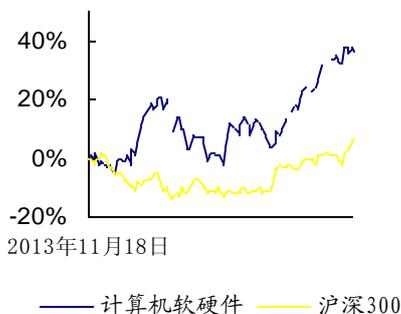
计算机软硬件	中性(维持)
	中性

马仁敏 执业证书编号: S0570510120059
 研究员 025-83290929
 marenmin@mail.htsc.com.cn

相关研究

- 1《计算机软硬件:智能家居蓄势待发,支持 HomeKit 无线芯片已出货》2014.11
- 2《三六五网(300295):大股东赠予股票支持全员持股计划,彰显公司发展信心》2014.11
- 3《软控股份(002073):向上修正业绩,2014 年有望成为业绩反弹元年》2014.11

行业走势图



百度智能硬件合作厂商过百, 智能硬件生态建设向好

智能硬件行业动态跟踪周报(11月10日-11月14日)

投资要点:

◆ **智能硬件通过“双十一”大考, 未来拓宽客户群是突破口。**在经历了2012年的萌芽, 2013年的热捧和2014年的积累之后, 智能家居、医疗、运动穿戴以及汽车等方面的国内外智能硬件品牌产品数量已经非常丰富。在各家电商举办的双十一狂欢中, 智能硬件取得了不错的战绩, 为投资人交上了一份相对满意的答卷。我们认为, 目前智能硬件产品的客户群体还局限于北上广深等大城市的白领阶层, 因此总量还较小, 未来如何拓宽渠道使更多的客户接受智能硬件产品提升其普及率还需要更多有益的商业模式的探索。

◆ **硬件免费模式推广到智能硬件领域, 或成为未来行业趋势。**CNET网站报道称, Nest本周早些时候宣布与Electric Ireland达成协议, 与后者签订2年供电协议的用户可以免费获赠一台Nest智能温控器。我们认为, Nest免费提供硬件设备的模式实质就是将产品以优惠的价格卖给合作厂商, 厂商再将其送给其客户。由于电网的垄断, 目前这种模式在中国还缺乏生存的土壤, 但随着未来电改的推进, 这种模式也许也会在中国推行。事实上, 对于智能硬件产品, 硬件免费的模式非常有可能成为未来的主流, 商家可以通过提供服务收取服务费来覆盖其开发成本并获得利润。

◆ **LifeBEAM发布健身检测帽, 解放运动员的双手。**近日, 以色列的健身监测设备公司LifeBEAM在近日推出了两款健身追踪帽来让运动员在无需额外佩戴设备的情况下更加方便地追踪自己的数据。我们认为, 以遮阳帽来收集运动员的身体数据比传统的佩戴腕带的方式显得更加舒适, 而既然把客户群体定位在了运动员身上, 意味着这款产品的质量应该是可以保障的, 但我们没有看到能让人耳目一新的新功能, 其需求还需要市场的检验。

◆ **亚马逊发布语音助手硬件Echo, 可填写购物清单。**据科技博客CNET报道, 亚马逊周四发布一款名为“Echo”的家用语音助手硬件产品, “Echo”可以通过网络回答用户所提出的天气、时间查询等问题, 同时还可以利用Echo在购物应用上“填写”购物清单。我们认为, 与苹果相比亚马逊没有C端入口的优势, Echo的发布是亚马逊卡位硬件入口的一种方式, 亚马逊寄希望于通过Echo为未来通过智能家居平台“卖服务”占得良好的先机。语音是短期内最有可能在智能家居领域应用的控制方式, 从功能上来看亚马逊Echo也只是一个语音遥控器, 远没有达到“人工智能”的水准, 然而随着“人工智能”技术的进步, 依托强大的云计算能力, Echo很有可能会成为智能家居的中枢。

◆ **百度智能硬件合作厂商超百家, 智能硬件生态建设向好。**今年3月, 百度提出智能硬件平台概念, Baidu Inside合作计划也随之问世。截至本周, 该计划已覆盖智能语音、智能影音、智能健康、智能办公等领域, 合作厂商逾百家。我们认为, 百度的智能硬件平台基于百度强大的研发能力和数据处理能力, 为智能硬件厂商的产品市场化提供了一条捷径, 硬件厂商不用为如何提供更好的服务大费脑筋, 只需专注于自身擅长的硬件设计阶段, 一系列的明星产品的大卖为Baidu Inside的推广起到了非常好的宣传作用, 如今该平台合作厂商数已经突破一百家, 未来随着像百度这样的大智能硬件创业平台的出现, 整个智能硬件领域的厂商数量可能会保持快速增长的趋势。

正文目录

前言	3
1 智能硬件产业界一周重点事件回顾	3
1.1 智能硬件通过“双十一”大考，未来拓宽客户群是突破口	3
1.2 硬件免费模式推广到智能硬件领域，或成为未来行业趋势	4
1.3 LifeBEAM 发布健身检测帽，解放运动员的双手	5
2 智能硬件在二级市场上一周重点事件回顾	6
2.1 亚马逊发布语音助手硬件 Echo，可填写购物清单	6
2.2 百度智能硬件合作厂商超百家，智能硬件生态建设向好	7

图表目录

图 1: 智能硬件“双十一”大考	3
图 2: Nest 智能温控器	4
图 3: LifeBEAM 智能健身追踪帽	5
图 4: Echo 智能语音助手	6
图 5: Baidu Inside 提供的服务	7

前言

2014 年以来，国际国内的互联网和 IT 巨头在智能硬件领域投入巨大，几乎每个月都能够听到重量级的新技术和新产品的发布，没几天就传出数十亿美金的大手笔并购。作为硅谷的风向标，风投和创投机构的并购基金的视野已经逐步从软件转向硬件。我们认为，2014 年也许将是智能硬件产业链爆发的元年。

我们在 7 月初，推出了《智能家居产业趋势深度研究：从“室内”到“云端”》，我们认为智能硬件可能是在移动互联网之后一轮新的技术创新浪潮。最近几个月以来，产业界和资本市场都日新月异的发生变化，如今，智能硬件的发展速度之快，令人眼花缭乱，也很好的印证了我们报告的核心观点。为了持续跟踪智能硬件行业的发展最新动态，我们将开始出智能硬件行业和二级市场的动态跟踪报告，请投资者关注我们在该领域上的最新研究成果。

1 智能硬件产业界一周重点事件回顾

1.1 智能硬件通过“双十一”大考，未来拓宽客户群是突破口

在经历了 2012 年的萌芽，2013 年的热捧和 2014 年的积累之后，智能家居、医疗、运动穿戴以及汽车等方面的国内外智能硬件品牌产品数量已经非常丰富。智能硬件能否从热捧到热卖，真正地被消费者接受，双十一是一个绝佳的考场。各大电商的双十一促销季已经基本落下帷幕。那些参加了各个渠道双十一的硬件厂商是否数钱数到手抽筋了呢？我们来大致了解一下双十一各智能硬件厂商的战绩。

图 1： 智能硬件“双十一”大考



资料来源：互联网，华泰证券研究所

小米：小米天猫官方旗舰店最终成交支付金额 15.6 亿元，手机、电视单品、平板单品、智能穿戴类设备、3C 配件类、网络设备类、线控耳机类销售都是第一。其中，在 1 小时 20 分的时候，小米电视支付订单首先突破 1 万；到 12 点 19 分，仅小米电视的支付金额已经突破了 1 亿元。10 小时内，小米手环支付订单突破 5 万台，最终成交 9 万台。22 点 25 分，已支付路由器数量破 10 万台。

智能插座欧瑞博：与京东、苏宁官方做了秒杀活动，京东成交 1500 多单，苏宁成交 500 多

单，天猫旗舰店和淘宝销量总计 1000 多单，是平时成交量的 3-4 倍。其中来自北上广深地区的购买强劲。对于智能家居产品，之前反馈的数据主要购买者男性会多于女性(55%左右)，但是这次双 11 女性比例在 65%左右。一线城市是核心购买群体，80%左右，年龄层大概是 25 至 40 期间。这次促销主要通过微博微信互动活动进行引流，还尝试和地铁报等传统媒体进行传播，覆盖都市白领群体。

无屏电视极米：天猫、京东、亚马逊、苏宁、国美和线下都做了，销量以京东天猫和线下为主，总计销售了大约 9500 台，销售额过了 2000 万。超过了准备的库存，现在还在持续生产发货。天猫约占了销量的一半，大约 5000 单左右，京东 3000 单左右，其他 1 千多。

智能防丢贴片 Nut：Nut 自在找防丢贴片双十一的销量是 7385 台，主要线上渠道为天猫、淘宝、京东、亚马逊、苏宁、积分商城等。其中天猫渠道占了 7 成。

SciX 空气净化器：昨天活动很成功，生产线要忙到 11 月底才能发完货。

四轴飞行器 DJI：活动还未结束，仍在统计数据，销售超预期。

我们的观点：近几年智能硬件一直受资本市场的追捧，但其是否能被市场接受却鲜有得到检验，这次双十一的靓丽数据给投资人交上了一份满意的答卷，但从交易的数据来看，目前智能硬件产品的客户群体还局限于北上广深等大城市的白领阶层，因此总量还较小，未来如何拓宽渠道使更多的客户接受智能硬件产品提升其普及率还需要更多有益的商业模式的探索。

1.2 硬件免费模式推广到智能硬件领域，或成为未来行业趋势

Nest 智能温控器价格不菲——高达 250 美元(约合人民币 1534 元)，但该公司制定了使它走进更多家庭的计划。CNET 网站报道称，Nest 首席执行官托尼·法德尔(Tony Fadell)本周早些时候宣布与 Electric Ireland 达成合作协议，与后者签订 2 年供电协议的用户可以免费获赠一台 Nest 智能温控器。

图 2: Nest 智能温控器



资料来源：互联网，华泰证券研究所

未来，Nest 希望与其他国家的更多电力公司合作，扩大用户群。法德尔在都柏林举行的一次科技产业会议上表示，“这是发生在爱尔兰的有重要意义的一件事，我们认为它将改变世界。”

法德尔还重申了 Nest 对保护用户隐私的承诺。谷歌今年早些时候宣布收购 Nest 时，后者的隐私政策遭到质疑。当时 Nest 就曾表示，该公司的数据将独立于谷歌其他业务，近一年后依旧如此。法德尔说，“赢得用户信任，向外界展示我们在保护用户隐私和数据安全方面采取的措施是恰当的，是我们的工作。”他还指出，过去 3 年多来，Nest 的数据分析帮助客户节能 7%-10%。

随着 Nest 继续扩大与其他公司的合作，该公司将能够更好地利用其温控处理器收集的信息。

我们的观点：Nest 免费提供硬件设备的模式实质就是将产品以优惠的价格卖给合作厂商，厂商再将其送给其客户，这就和 iPhone 合约机一样，用户可以免费获得手机，但是必须和电信运营商签订消费合约。由于电网的垄断，目前这种模式在中国还缺乏生存的土壤，但随着未来电改的推进，这种模式也许也会在中国推行。事实上，对于智能硬件产品，硬件免费的模式非常有可能成为未来的主流，商家可以通过提供服务收取服务费来覆盖其开发成本并获得利润。

1.3 LifeBEAM 发布健身检测帽，解放运动员的双手

近日，以色列的健身监测设备公司 LifeBEAM 在近日推出了两款健身追踪帽来让运动员在无需额外佩戴设备的情况下更加方便地追踪自己的数据。

图 3: LifeBEAM 智能健身追踪帽



资料来源：互联网，华泰证券研究所

这两款帽子分别是适用于男女用户的 Hat 和适用于女性用户的 Visor，它们均能够追踪佩戴者的心率、热量消耗和行走步数等数据，然后通过蓝牙或 ANT+ 进行传输。LifeBEAM 非常明智地将这些传感器与大部分运动员都需要佩戴的帽子结合在一起，极大地增加了这款产品的便利性。

“我们的目标就是能让运动员可以全面控制自己的训练方案和数据，” LifeBEAM 的 CEO 奥姆利·约非（Omri Yoffe）说道，“我们推出的这两款帽子具备动作防护、防水、可水洗等功能，同时在各种恶劣的环境条件下经受过各种苛刻的测试，我们希望运动员们可以随时随地将这些帽子采集到的体征数据发送给任何一个设备或应用，从而为他们提供更加丰富合理的数据参考。”

据了解，LifeBEAM 的这两款帽子分别在伦敦、柏林和纽约的马拉松和长距赛跑中进行了测

试，在每周使用三到四次的情况下，帽子每充满一次电能够使用一个月左右的时间。此外，这两款产品的大小均可调节，也都配有比较方便的手包。

目前这两款帽子已经登陆 LifeBEAM 官网、亚马逊和 eBay 以及 30 多个国家的体育零售店，售价均为 99 美元（约合人民币 605 元）。

我们的观点：以遮阳帽来收集运动员的身体数据比传统的佩戴腕带的方式显得更加舒适，而既然把客户群体定位在了运动员身上，意味着这款产品的质量应该是可以保障的，但我们没有看到能让人耳目一新的新功能，其需求还需要市场的检验。

2 智能硬件在二级市场上一周重点事件回顾

2.1 亚马逊发布语音助手硬件 Echo，可填写购物清单

据科技博客 CNET 报道，亚马逊周四发布一款名为“Echo”的家用语音助手硬件产品，类似苹果的 Siri、微软 Cortana 或谷歌 Google Now 等语音助手服务，“Echo”可以通过网络回答用户所提出的天气、时间查询等问题，同时还可以利用 Echo 在购物应用上“填写”购物清单。

图 4: Echo 智能语音助手



资料来源：互联网，华泰证券研究所

乍一看，Echo 像是一款无聊的柱状扬声器，内置了 7 个麦克风和先进的背景音过滤降噪技术，支持音乐播放。但实际上，Echo 搭载了基于 Android 的 Fire OS，提供了类似苹果 Siri 那样的云语音助手功能。只不过，Echo 不需要拿在手中，而是放置在家中的桌子上，当你有任何问题或是信息查询需求时，只要问问 Echo 就可以了。

在发出语音指令之前，用户需要说“Alexa”，以便提醒该音箱接受指令。它支持闹铃，音乐播放、天气查询，网络搜索，新闻查询等多种功能。据说 Echo 顶部配有的 7 个麦克风，使它在播放音乐同时仍能精准识别语音指令。Echo 可以在房间的任何角落听到语音指令，为用户双手腾出更多空闲。

Amazon 推出 Echo 的首要动力是方便用户在 Amazon 下单，从而成为继 Fire Phone 强大的识别功能后又一优化购物体验的工具。Amazon 已经为部分 Prime 用户提供了 Dash 购物

设备，内置了条形码扫描仪和麦克风，可以方便用户将各种商品添加到购物车中。用户需要直接向 Dash 发出指令，而 Echo 的识别功能则拓展到了整个房间。

我们的观点：与苹果相比亚马逊没有 C 端入口的优势，Echo 的发布是亚马逊卡位硬件入口的一种方式，亚马逊寄希望于通过 Echo 为未来通过智能家居平台“卖服务”占得良好的先机。语音是短期内最有可能在智能家居领域应用的控制方式，从功能上来看亚马逊 Echo 也只是一个语音遥控器，远没有达到“人工智能”的水准，然而随着“人工智能”技术的进步，依托强大的云计算能力，Echo 很有可能会成为智能家居的中枢。

2.2 百度智能硬件合作厂商超百家，智能硬件生态建设向好

今年 3 月，百度提出智能硬件平台概念，Baidu Inside 合作计划也随之问世。截至本周，该计划已覆盖智能语音、智能影音、智能健康、智能办公等领域，合作厂商逾百家。

图 5: Baidu Inside 提供的服务



资料来源：互联网，华泰证券研究所

据几位加入 Baidu Inside 计划的智能硬件厂商介绍，在百度多项核心技术的支持下，他们智能硬件的市场竞争力大大增强。酷玩科技推出的酷玩动感单车和香港的米滋皮肤检测仪一经推出，就获得了良好的市场反映，在渠道推广和资金众筹等方面均受益。

在智能硬件市场膨胀的当下，产品成败取决于其搭载的核心技术的智能程度。Baidu Inside 在技术上为智能硬件提供智能语音、图像识别、云计算、LBS 定位等支持；在品牌和销售渠道方面，它授予厂商 Baidu Inside 标示使用权，并提供百度与京东商城共建的绿色销售通道。

Baidu Inside 旗下的智能硬件囊括了东方泰华心电图仪、MUMU 血压计、特特心电图仪等健康类智能硬件，明星产品 BaiduEye，米滋智能皮肤检测仪，酷玩动感单车，华阳 HUD，Lisa 孕表，百度路由器，百度酷耳，百度酷 BOX，百度影棒，小度 wifi 等。这些产品搭载了云计算、云存储、语音识别、图像识别、无线搜索等多项百度核心技术，为用户带来全新的互联网体验。

我们的观点：百度的智能智能硬件平台基于百度强大的研发能力和数据处理能力，为智能硬件厂商的产品市场化提供了一条捷径，硬件厂商不用为如何提供更好的服务大费脑筋，

只需专注于自身擅长的硬件设计阶段，一系列的明星产品的大卖为 Baidu Inside 的推广起到了非常好的宣传作用，如今该平台合作厂商数已经突破一百家，未来随着像百度这样的大的智能硬件创业平台的出现，整个智能硬件领域的厂商数量可能会保持快速增长的趋势。

免责声明

本报告仅供华泰证券股份有限公司（以下简称“本公司”）客户使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅反映报告发布当日的观点和判断。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或征价。该等观点、建议并未考虑到个别投资者的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对客户私人投资建议。投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及作者均不承担任何法律责任。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的的存在法律禁止的利益关系。在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为之提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华泰证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。本公司保留追究相关责任的权力。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格，经营许可证编号为：Z23032000。

© 版权所有 2014 年华泰证券股份有限公司

评级说明

行业评级体系

- 报告发布日后的 6 个月内的行业涨跌幅相对同期的沪深 300 指数的涨跌幅为基准；

- 投资建议的评级标准

增持行业股票指数超越基准

中性行业股票指数基本与基准持平

减持行业股票指数明显弱于基准

公司评级体系

- 报告发布日后的 6 个月内的公司涨跌幅相对同期的沪深 300 指数的涨跌幅为基准；

- 投资建议的评级标准

买入股价超越基准 20% 以上

增持股价超越基准 5%-20%

中性股价相对基准波动在 -5%~5% 之间

减持股价弱于基准 5%-20%

卖出股价弱于基准 20% 以上

华泰证券研究

南京

南京市白下区中山东路 90 号华泰证券大厦/邮政编码：210000

电话：8625 84457777/传真：8625 84579778

电子邮件：ht-rd@mail.htsc.com.cn

深圳

深圳市福田区深南大道 4011 号香港中旅大厦 18 层/邮政编码：518048

电话：86755 82493932/传真：86755 82492062

电子邮件：ht-rd@mail.htsc.com.cn

北京

北京市西城区太平桥大街丰盛胡同 28 号太平洋保险大厦 A 座 1801/

邮政编码：100032

电话：8610 63211166/传真：8610 63211275

电子邮件：ht-rd@mail.htsc.com.cn

上海

上海市浦东新区东方路 18 号保利广场 E 栋 23 楼/邮政编码：200120

电话：8621 28972098/传真：8621 28972068

电子邮件：ht-rd@mail.htsc.com.cn