

智慧屏虎头蛇尾 彩电企业开启自救模式

2019年对彩电市场来讲,无疑是变革和自救的一年。在彩电寒冬下,2019年最大的看点就是华为推出智慧屏,欲变革彩电市场。但智慧屏推出后,却并没有改变彩电市场的大格局和整体下降的趋势,而在这种情况下,传统彩电厂商则开启了自救模式,利用各自在产业链上的优势纷纷推出大屏产品,欲夺回市场的主动权。有关专家表示,随着液晶面板的逐渐回暖,以及明年东京奥运会和欧洲杯两大赛事的加持,彩电市场也有望走出寒冬。

低迷与冲击

奥维云网(AVC)数据显示,2019年上半年中国彩电市场零售量规模为2200万台,同比下降2.7%;零售额规模为640亿元,同比下降11.8%。三季度销量为1034万台,同比下降3.6%;销售额为277亿元,同比下降10.4%。奥维云网预测,2019年全年,中国彩电市场零售量4678万台,同比下降2%;零售额为1365亿元,同比下降8.4%,企业经营压力进一步加大,市场竞争将进一步胶着。

在整个彩电市场不景气的情况下,华为却一改以往“电视”彩电的传统名称,以智慧屏的叫法正式进军彩电行业。9月26日,华为正式发布65英寸智慧屏,该产品实现了与手机智能协同,成为家庭的IoT控制中心,采用4K量子点屏幕,共10个扬声器,内置AI慧眼,支持一碰投屏。

这可以看作是电视行业的第二次变革。第一次变革是几年前乐视互联网电视的推出,促进了OTT产业的发展,但智能家居讲了很多年,还处在初级阶段,关键是没有将终端打通,真正的智能电视没有被开发出来,这就给华为留下了空间。

据市场调研机构艾瑞预估,2020年智



能家居市场规模预计将达到近6000亿元。世界经济论坛数据显示,2019年全球智能家居预计可实现270亿美元的利润,2025年全球联网设备将超过7万亿件,平均下来也就意味着全球每人手中有上千件设备联网。

这是时代发展的趋势,也是彩电市场的机遇。产业观察家洪仕斌指出:因为彩电业的革命寄托于传统的彩电厂商是不可能的,当年乐视做互联网电视失败了,但乐视的策略其实是正确的。”

不过,华为的人局并没有改变彩电行业整体下滑和彩电均价下调的趋势。中怡康数据显示,今年“双11”期间各个尺寸段在一个月均均价就下降了10%,而其中65英寸、70英寸、75英寸这些大屏电视的价格下降幅度更“惊人”。65英寸在一个月由之前3542元的均价直接掉至3100元;而70英寸则由3835元的均价跌至3299元;下跌最猛的是75英寸巨幕电视,直接从均

价7132元下降至5483元。

变革与自救

华为的人局虽未改变整体市场的低迷,却警醒传统彩电厂商。在最近两个月推出的产品中,康佳、TCL和长虹这三大传统厂商不约而同地改变了产品的名称:分别为未来屏、超大屏和极智屏。这一做法看起来像是效仿华为的智慧屏,但各自又有对屏的独特诠释。

康佳未来屏传递的核心是“大屏幕、大智慧”。其发布了两款APHAEA未来屏,其中一款为APHAEA首款Micro LED系列产品Smart Wall。Smart Wall系列突破传统显示界限,以模块化的形式实现118-236英寸、4K到8K的不同尺寸和不同分辨率的自由组合,以及任意的显示比例。这意味着用户可将Micro LED模块自由组合,基于不同场合,随心享受极致高

清大屏体验。

除了大屏显示,Smart Wall还主打智慧显示,利用Micro LED的局部显示功能,为用户提供一个全新的智慧场景切换。同时,Smart Wall系列还搭载了国际先进的自主8K芯片,实现从信号输入、处理、显示全程8K处理,并支持高帧率、低延时的5G传输,用户可实时畅享大屏高清内容。

TCL则以“你好,犬视”代”为主题,推出了共计14款超大屏电视产品,涵盖4K和8K清晰度、75-100英寸大小,但其核心还是强调“大”。

“电视的未来是什么?只有大,才能带来沉浸感,才能带来临场感,未来的电视就是要把电影院搬回家。”TCL电子副总裁、TV事业部总经理张少勇表示。TCL投资的华星光电11代产线已于9月正式量产,其主要生产75英寸超大屏。

长虹这次推出的是定位高端的ChiQ大屏电视产品82Q6R和第三代三色4K激光电视C8UT,其中,82Q6R达到82英寸,以施华洛世奇水晶艺术加持品质硬件,以全域物联加持AI实现多品牌互联互通,以杜比视界和杜比全景声加持8K杜比影院。

长虹ChiQ极智屏产品经理王迪表示,区别于市场上现有智慧大屏,极智屏的极智功能涵盖以下四方面:极智控,配置了光鼠触控应用,将语音和鼠标交互融合到一个智能硬件上,实现了按键控制、语音输入、光鼠触控3种交互模式;极智传,创新操作交互系统,率先支持1080P极速传屏;极智通,以高清摄像头为媒介实现畅快视频体验,具备了可选择性的家庭安防、移动全屋AI摄像、全景监控功能,还以搜狗输入法赋能长虹电视实现与移动生态、PC生态、TV生态、智能音箱生态融合;极智玩,搭载腾讯游戏管家平台,实现热门游戏接入。

回暖与机遇

彩电行业面临量、额、价齐跌的现状,如何提高销量、价格成为各彩电企业当下需要解决的问题。家电分析师梁振鹏表示,明年大屏会成为新的突破点,75英寸、85英寸电视拥有超大屏幕显示,受到越来越多消费者的青睐,也是现在许多彩电品牌积极布局的领域。

奥维云网也预测,明年彩电市场大尺寸化趋势还会更加明显。从尺寸结构来看,2020年10.5代线面板产能进一步扩张,65英寸市场份额继续扩大,预计将达到19.6%,成为中国零售市场第二大尺寸。随着大尺寸产品的普及,中国彩电市场平均尺寸在2019年有望突破51英寸,2020年大尺寸进程持续加深,平均尺寸还将有所增长,预计将达到53英寸。

据悉,华为智慧屏75英寸版,价格12999元,已于12月12日00:00正式预售,12月24日上午10点08分正式开卖。

好消息是,摩根士丹利近日发布报告称,2020年显示面板行业将会迎来周期性回暖,并对中国上市企业京东方“增持”评级进行了重申。分析师Sharon Shih表示,液晶显示面板的全球产能虽然在2017年开始受到中国企业不断加码投入造成供过于求的情况,但截至2019年,韩国三星、LG已主动削减液晶面板产能,降低了供过于求的影响,因此判断2020年开始,液晶面板市场将迎来周期性回暖。Sharon Shih预期,2020年65英寸电视的出货量将年增30%至2330万台。另外,明年东京奥运会和欧洲杯的举办,也会带动彩电市场涨一波,再加上5G商用网速提升,彩电厂商在to B端领域会有一个明显的增长”。洪仕斌说。北京商报记者 石飞月/文并摄

Market focus

三星否认百万销量 折叠屏手机2019年黯淡收官

近日,针对三星电子公司总裁Young Sohn在德国柏林的一次表态,三星官方发表了辟谣声明,否认Galaxy Fold折叠屏手机达到了100万销量,三星发言人称Young Sohn可能是将目标销量与真实销量搞错了,Galaxy Fold手机的目标销量是100万,并非现在就卖出了100万。这也预示着年初大火的折叠屏手机在2019年却黯淡收尾。

据了解,Galaxy Fold已于11月8日在中国区正式发售,售价15999元,但不支持5G网络,而晚于其一周上市的华为折叠屏手机Mate X目前并未披露销量,售价为16999元,仍需抢购。

除了华为与三星,联想集团董事长兼首席执行官杨元庆在第五届联想创新科技大会上现场展示了Motorola Razr 2019折叠屏手机。12月11日,网上也曝光了小米全新折叠屏专利。而更早之前,国内早有一家名为“柔宇科技”的厂商就发布了所谓的“全球首款可折叠柔性手机”。

目前,关于各家折叠屏手机的销量依

旧成谜。据悉,三星折叠屏手机Galaxy Fold在9月6日于韩国上市后,初期销量仅有3000余台。北京商报记者曾就首款可折叠手机的销量问题联系到了柔宇科技相关负责人,但对方未提供相关数据。

作为华为Mate X与MOTO经典款的供货商,京东方相关人士在接受北京商报记者采访时表示,现在推出的折叠产品,测试市场反应如何的成分更多一些:“折叠屏明年会有大的发展,普及估计会在2021年前后。”

“可折叠这个概念不仅仅是把设备对折这么简单,它开启的是全新的人机互动方式,将会变革十多年来没有太大改变的设备形态,并全面刷新智能设备所连接的应用与服务的内容。”在谈到折叠屏的影响时,杨元庆表示。

折叠屏手机被认为是2019年手机的几大趋势之一,今年初,折叠屏手机可谓不火,相关概念股也受利大涨。然而,市场调查企业Counterpoint Research发布的《全球折叠屏智能机展望报告》预测,今年

全年的折叠屏手机出货量约为40万台,不及年初预测值(190万台)的1/4。Counterpoint Research指出,较少的出货量和迟迟未定的上市时间降低了消费者的关注和购买心理。

市场上关于折叠屏手机的声音越来越小,消费者的想法则一直较为理性,北京商报记者发现,真正对折叠屏手机感兴趣的消费者偏少。有网友称:就算出了也不敢用,肯定会有问题,产能也跟不上。”还有网友表示:“折叠屏手机是你想买,不是我想买。跟我没关系,5G手机也一样,都是商家在着急,跟用户没关系。”手机越轻越好,电池最好一周充一次电,折叠不折叠没什么兴趣。”

折叠屏手机之所以“雷声大雨点小”,很大部分在于技术问题未解决。电信分析师马继华认为,折叠屏手机的技术压力非常大,以前智能手机所有相关的技术都是针对平板手机的,而一旦应用到折叠屏手机上,很多融合或者匹配的技术还不具备,尚且存在疑问。北京商报记者 金朝力

· 资讯 ·

极米产品抽检不合格被通报

北京商报讯(记者 石飞月)12月12日,记者获悉,在国家市场监督管理总局办公厅最新发布的《关于2019年婴童等60种产品质量国家监督抽查情况的通报》中,由成都极米科技股份有限公司生产的XK03E产品,存在投影光效不合格的情况。

近年来,凭借“无屏电视”概念,极米科技在资本市场和年轻消费群体中备受追捧。但这次抽检不合格也意味着,创立于2013年的极米科技迎来了其创业六年来最大的一次产品质量危机。

国家市场监督管理总局在对投影机的抽查中,重点对光输出、照度均匀性、对比度、色度不均匀性、辐射骚扰场强、投影光效、被动待机功率等16个项目进行了检验。其中由成都

极米科技股份有限公司生产的XK03E产品,存在投影光效不合格的情况。

业内人士指出,对于投影机产品来说,投影光效可以说非常重要,会直接影响到用户的观影体验。在相同功率下,光效值越高,亮度越大;在相同亮度下,光效值越高,越节能。而投影光效不合格,则意味着极米自称“无屏电视”的投影机存在着亮度不够、节能效果不明显等问题。

值得注意的是,极米曾连续四个季度在国内投影机市场出货量位居第一。IDC最新发布的《2019年第二季度中国投影机市场跟踪报告》显示,2019年上半年中国投影机市场总出货量累计达到219万台,同比增长24.8%,极米持续领跑。

格力扩大让利产品系列范围

北京商报讯(记者 石飞月)近日,格力电器发布公告称,公司在11月两次启动让利活动:“俊越”“T爽”系列产品在线上订单突破了620万套,“俊越”“T爽”已经在满负荷生产,仍无法满足市场需求。

鉴于再下单的消费者预计要到2020年4月才具备安装条件,为了满足有紧急安装需求的消费者,格力决定再拿出“品悦”“悦风II”系列产品进行让利活动,让利幅度高达800-1000元/套。

格力电器这波让利促销从上个月开始,11月9日,格力官方发布公告称,让消费者免受低质伪劣产品之害,享受高质量的生活,建立诚

信、公平的市场环境,公司将拿出精品机型和最优价格回馈消费者,变频空调最低1599元,定频空调最低1399元,总让利高达30亿元。这次活动将在各大授权电商平台以及线下3万多家格力专卖店同步展开,统一价格,活动仅限“双11”期间,活动结束后即回归原价。

11月26日,格力电器再度发布公告,宣布自11月27日起重启“双11”大促,将俊越/T爽两大促销机型系列回归低价,定频最低1399元,变频最低1599元。

格力的降价促销起到了立竿见影的效果。据该公司的官方数据,今年“双11”期间,格力总销售额突破100亿元。

空气净化器不合格发现率达27.5%

北京商报讯(记者 石飞月)日前,国家市场监督管理总局公布《关于2019年婴童等60种产品质量国家监督抽查情况的通报》,其中,抽查的40家企业生产的40批次空气净化器产品,11批次产品不合格,不合格发现率为27.5%,不合格项目包括结构;净化能效,噪声;连续骚扰电压;洁净空气量等。

如今已入冬,如何挑选合适的空气净化器也是个关键问题。日前由中国家用电器研究院举办的“生物气溶胶歼灭者——空气净化器在预防空气生物污染引发的呼吸道疾病中的

作用”研讨会上,与会专家表示,空气污染物主要分为颗粒物、气态污染物、生物三大类。

空气生物污染物作为其中一类,主要以生物气溶胶的形式传播,生物气溶胶是悬浮于空气中的微生物所形成的胶体体系,包含细菌、真菌、霉菌孢子、花粉、皮屑、过敏原、病毒、尘螨行业寄生虫卵等,粒径主要集中在0.1-1μm之间。生物气溶胶可以随着人们的咳嗽、打喷嚏等以极快的速度传播,令人防不胜防,轻则引起过敏,重则引发呼吸道疾病,甚至有可能危及生命。

中国家用电器研究院测试计量技术研究所所长鲁建国指出,人类的生活中,微生物是不可缺少的一环。虽然生物气溶胶是看不见的危险,但只要能够正确认识和对待,实际并不可怕。空气净化器作为一种可以有效去除室内污染物的产品,能在很大程度上降低室内微生物的浓度。虽然雾霾现象的出现推动了空气净化器产品的发展,但是空气净化器产品的功能远远不止去除雾霾这么简单。消费者应充分了解产品的功能,才能在使用过程中获得最大收益。