

电视“调包”事件背后：屏幕越来越值钱



“屏幕调包”上热搜

在日前今日头条的热搜榜上，有一条“女子维修电视后发现店家把屏幕换了”的消息。据当地媒体报道，在河南新乡，一位消费者家中的电视机出现故障，于是将电视机送到厂家售后维修，可等她将电视机取回后，却意外发现这台电视并不是自己家的。

据这位消费者讲述，自家的电视在屏幕右上角有一处划痕，而且根据保修卡的记录，她家的电视后面的数字尾号应该是8144，这台后送过来的电视不但没有划痕，而且尾号的数字也不对。

之后，这位消费者的家人立刻联系了负责维修的工作人员，维修的工作人员称，修完的这台电视是他们两年前收的一台旧电视，厂里有很多电视需要维修，弄错的这两台电视机的型号、大小都一样，不小心将旧电视给这位消费者家安装上了。之后，维修师傅将两个电视的主板调换，将电视安装好后，消费者再次将电视

近日，河南新乡一位消费者维修电视机，却以“屏幕调包”而上了热搜。一块小小的电视屏幕缘何如此受关注？据北京商报记者了解发现，一块电视屏约占整个电视成本的七成左右，不同的硬屏、软屏以及MiniLED屏价格也五花八门，而去年下半年以来，面板供不应求、原材料价格上涨，更让屏幕价格扶摇直上。而更值得关注的是，京东方、TCL华星等国产面板厂商的崛起也是近年来国产替代的典型示例。

国产厂商崛起

显示技术作为技术密集型产业，长久以来一直被日本、韩国等垄断。不过，随着京东方、TCL华星等面板厂商的积极布局，凭借多条高世代线建设，中国显示面板产能不断扩大。

群智咨询公布的数据显示，从LCD TV面板产能格局来看，2020年开始中国内地厂商占比超过50%，未来将占近70%份额，产能高度聚集；而韩国厂商占比快速收缩至20%以内，甚至进一步收缩至5%以内。

2020年下半年，在全球显示面板供给收紧，LCD面板进入价格上升通道后，面板厂商也加快了投资主业的步伐。去年8月，TCL华星以10.8亿美元（约76.22亿元人民币）对价获得苏州三星电子液晶显示科技有限公司60%的股权及苏州三星显示有限公司100%的股权；一个月后，TCL科技又以42.17亿元的价格，从武汉光谷产业投资有限公司手中收购了其持有的武汉华星39.95%股权，加深了对于中小尺寸面板业务的布局。去年11月，京东方发布公告称，公司获得南京中电熊猫平板显示科技有限公司转让标的的最终受让资格。

据市场研究公司Omdia分析，京东方、TCL华星光电和惠科在经过几次收购和产能扩张后，将在2023年拥有全球产能的52%。这意味着中国大陆的面板制造商将以巨大的谈判能力和对供应的影响力主导平板显示行业。

因为液晶（LCD）面板全球需求激增，据外媒报道，原定于在2020年年底终止LCD面板生产的三星电子，决定将其生产时间延长至2022年底。在此之前，LG Display也推迟了终止LCD面板生产的计划。不过，洪仕斌指出，这并不影响中国面板厂商在行业内的话语权。

在新的显示技术领域，中国面板厂商也在加快研发和投产速度。比如，在印刷OLED领域，京东方正在投资大尺寸印刷RGB OLED；而在Mini-LED、Micro-LED、印刷柔性OLED、QLED等新型显示技术、材料和工艺等下一代显示技术领域，TCL华星则积极以合作、自研、并购等方式占据关键战略控制环节和价值节点。

TCL华星高级副总裁赵军表示，中国的显示技术目前与日韩处于同一起跑线上；“我们一方面要将现有业务规模做大，另一方面积极布局新型下一代显示技术，希望真正实现两强的格局”。

北京商报记者 石飞月/文并摄

格战。然而，很多消费者应该注意到了，从去年下半年开始到现在，电视整机的价格一直在不断上涨中，多个品牌宣布调价。奥维云网发布的数据显示，上个月的“6·18”大促期间，国内彩电线上均价由同期的1968元上涨到3075元，暴涨超千元，涨幅达到56.2%。

这主要是从去年开始，面板价格持续性上涨，2021年上半年，液晶面板行业的涨价还在继续，一季度电视面板主流尺寸涨幅就已经超过50%。

奥维云网公布的6月TV面板及整机价格快报（下旬版）显示，6月下旬，32英寸面板价格持平，面板厂积极调整产品结构，7月价格有望稳定；39.5英寸面板价格持平，7月预计价格持平；43英寸面板价格与前期持平，7月预计价格持平；50英寸面板增长3美元，7月预计价格持平；55英寸面板增长3美元，7月预计价格持平；65英寸面板增长4美元，7月预计小幅上涨3美元；75英寸面板增长4美元，7月预计涨幅收窄至3美元。

面板上涨的原因是多方面的。产业观察家洪仕斌指出，疫情催生了“宅经济”的爆发，宅家办公、上网课等活动成为常态，再加上智能家居、物联网的发展，各行各业对显示面板的需求大大增加，但与此同时，海外不少工厂因为疫情仍未缓解无法开工，导致市场供需不平衡。

另外，原材料价格普遍上涨，数据显示，涉及家电的上游主要原材料铜上涨38%、铝上涨37%等，另外，稀土、铝合金、不锈钢等大宗原材料价格出现大幅度上涨。相关资料显示，自去年4月到一季度以来累计增幅达到了30%-60%。

6月28日，全球最大的玻璃基板企业康宁宣布，第三季度将调整玻璃基板的定价，价格继续上涨，而康宁玻璃基板在第二季度就涨过一次价。玻璃基板是液晶面板生产过程中不可替代的原材料之一，主要起到固定液晶分子的作用，部分显示器的触控功能也是基于玻璃基板实现的。

机的信息调出和保修卡上的信息仔细核对，全部都符合了，她才放下心来。

电视机送装错误，屏幕却上了热搜，这其实也反映了屏幕对于电视的重要性。

据了解，电视屏幕占据了电视成本的50%-70%，甚至更多，所以如果电视的屏幕发生故障，维修起来的费用是很高的。

面板行业调研机构Wits View发布的6月下旬面板最新报告显示，在电视领域，65英寸液晶显示屏的均价为286美元，55英寸液晶显示屏的均价为227美元，43英寸液晶显示屏的均价为138美元，32英寸液晶显示屏的均价为88美元。与6月上旬报价比，各尺寸电视的液晶显示屏每片涨1-4美元，涨幅在0.73%-1.45%间。

价格持续上涨

消费者对于彩电市场的“价格战”应该已经司空见惯。上世纪90年代起，中国彩电业就掀起一轮狂热的价

Market focus

国产品牌异军突起 高端彩电市场竞争加剧

北京商报讯(记者 石飞月)随着彩电进入存量之争，高端电视的竞争越来越激烈。LG电子近日表示，全球首款83英寸OLED电视本月将从韩国、美国开始陆续登陆全球市场。而国内彩电企业也正借助目前举行的体育赛事，在主打品牌输出的同时，不断加大对产品核心技术的展示和输出，从而开启了对高端市场的逆袭之路。

据了解，LG拥有48、55、65、77、83、88各尺寸OLED电视产品线。LG在韩上市的70英寸以上OLED电视由去年的7款增至11款。值得关注的是，OLED电视在电视领域能展现极致的黑色。但前不久，主打ULED技术的海信U7系列在央视体育频道黄金时段投放的一则“黑屏广告”，也开始叫板OLED电视。

据业内人士介绍，对于电视等显示设备，画质是显示产品最关键的指标，色彩表现的宽广度、层次、准确性，都是评价画质水平的重要维度，这一点在黑色的表现上最为明显。普通电视显示黑色，肉眼可见的仅仅是一片黑。而高端电

视超画质显示黑色，则能够显示出黑色系中的不同层次。

今年以来，上有液晶面板涨价、芯片缺货，下有需求不振、渠道转型。奥维云网(AVC)的数据显示，2021年一季度国内彩电销量990万台，比2020年一季度下滑0.6%，比2019年一季度下滑20.5%。彩电是大家电中唯一比去年同期疫情期间还下滑的品类。

产业观察家许意强表示，只有通过新技术加速对高端大屏的升级，才能推动彩电行业的结构性调整，对于彩电业来说也具有十分积极的意义，它能摆脱低价低品质的竞争环境，让彩电业逐步回归良性发展轨道。

近年来，激光显示、ULED技术的不断涌现，也让国产厂商同世界显示巨头站在了同一起跑线上。据悉，ULED技术研发最初阶段获得了国家发展和改革委员会项目和工信部创新重大专项支持。据海信向北京商报记者透露，截至目前，海信ULED产品累计申请专利数866件，包括美国、

欧洲专利授权，打破了以往重大显示技术革新均由国外企业主导的局面。

同时，在政策支持和产业链企业努力下，中国在全球激光显示产业的角逐中更是占据了抢跑位置。中国申请和授权的激光显示专利超过7000项，占全球激光显示专利比例的50%以上，处于世界领先地位，为激光显示的产业化奠定了重要基础。

以前人们一提起高端电视，自然会想到索尼、三星、LG等国外品牌，但近年来，海信、TCL、创维等国内品牌的崛起，正让高端彩电市场的格局发生变化。

产业观察家洪仕斌表示，在5G商用的带动下，全球彩电行业的发展已进入了关键洗牌期，8K超高清、大色域、大尺寸、高观赏舒适度的高保真图像再现，是显示产业转型升级的重要战略方向，此外，与AIoT的融合也将催生更多新场景市场，从而让人们未来重新定义高端电视的同时，也给了国内厂商难得的弯道超车机遇。

“6·18”冰箱市场均价增长两成

北京商报讯(记者 金朝力)逢“大促必低价”的家电销售铁律，在今年“6·18”终被打破。从中怡康发布的数据可以看出，“6·18”期间冰箱市场均价走高，达到了2313元，同比增长20.7%。尤其4000元+价位段产品份额涨幅较大，多门、对开门比重加大，升级趋势明显。结构升级、价格上行，也带动了冰箱市场整体价格大幅上涨。

有关分析指出，这也预示着，国内白电厂商在抛弃价格战的同时，正不断加大以健康、保鲜等为标志的新技术产品推广，同时借助体育营销，向海外高端市场冲击，开启全球化的新征程。

在高端冰箱的博弈上，作为2020年欧洲杯官方合作伙伴的容声冰箱一路高歌猛进。上周容声will系列558、568、528、606四款产品均进入行业销售榜Top 50，据中怡康提供的数据显示，2020年，容声will冰箱登上了万元以上冰箱畅销榜榜首，容声2020年中高端零售额同比提升了27%，同时为多种应用场景提供了全链条的冷链解决方案。

长虹突破锂离子电池新材料技术

北京商报讯(记者 石飞月)6月30日，北京商报记者从长虹控股获悉，长虹在高性能硅基负极材料的研发取得重要突破，实验显示产品各项技术指标达到国际领先水平，同时在全球范围内具有明显的成本优势。该材料的研发有助于提升锂离子电池能量密度，未来将广泛应用于数码产品、电动汽车等领域。

锂离子电池已被广泛使用，传统电极材料在比容量、循环寿命及安全性等方面的局限性也逐渐凸显出来，而硅基负极材料的应用能给电池的能量密度带来极大的提升，同时可较好解决这些问题，但存在技术壁垒高、成本高等障碍，导致其难以实现工业化生产与应用。

2019年3月，长虹控股充分结合自身在电源器件等领域的产业及市场布局，成立长虹新能源材料灯塔实验室，以致力于先进能源技术及关键材料的研发及产业化，提升公司在新能源材料领域的核心竞争力。另据了解，长虹新能源材料实验室在高性能钛酸锂负极材料制备技术方面取得重要突破，该项技术已实现产业化。

2021年美容仪市场规模近百亿

北京商报讯(记者 金朝力)6月28日，据《2020线上家用美容仪消费洞察报告》数据显示，在对3000名20-49岁女性互联网用户的调研中，59%的女性表示曾经至少使用一种家用美容仪。2021年，预计我国美容仪市场规模将接近100亿元。

家用美容仪正成为年轻消费者的居家“新宠”。刚刚结束的“6·18”大促也验证了家用美容仪市场的火爆。

据天猫提供的数据：“6·18”大促预售启动一小时，来自医美巨头科医人旗下的家用美容仪品牌TriPollar初普预订数额就超2.6万件，成为预售首

小时最热单品，也是“6·18”期间“90后”最爱单品Top 3，仅次于iPhone。

虽然美容仪市场的增长快速，但却是鱼龙混杂，北京商报记者发现，在某些电商平台，有些射频美容仪仅售几十块或几百块，询问有没有资质证书的时候，发来的证明文件也如出一辙。

据相关数据显示，目前中国共有美容仪器相关企业近10万家。企业注册量从2014年开始加速增长，其中2019年的注册量是2.4万家，同比增长41.6%，是过去十年中注册量最多的一年。

有关分析指出，由于此前定位并不明晰，家用

美容仪产品一直参照“小家电”产品标准进行管理，导致市场长期处于混乱状态。但今年初，国家药监局征求《射频美容类产品分类界定指导原则》意见，也意味着射频美容类器械产品监管类别可能要调整。

科医人集团的全球副总裁翟琪瑛对北京商报记者表示，从监管范围看，射频产品近期来发展迅速，急需标准的更新和迭代，但考虑到目前射频的发展不仅是在医美领域，还有生活美容和家用美容，所以这个标准未来一定要考虑到美容仪发展的现状，不能简单按照以前的医疗设备一刀切。