

WiFi概念火热 谁能淘得真金

尽管近年来消费电子市场出货不利,但新的技术与概念仍旧层出不穷,WLAN市场中WiFi6、WiFi7等热点持续引发关注,一方面,随着楼宇、交通枢纽等商用需求增加,路由器产品迎来大规模出货,国产品牌不断“攻城略地”,但另一方面,由于竞争激烈,上游芯片模组厂商也承受着毛利率下滑压力,尽管身处同一链条,但不同环节却有各自悲喜。

赛道火热

3月30日,IDC最新数据统计显示,全球以太交换机市场2022年总收入365亿美元,同比增长18.7%,四季度增长尤其显著,市场收入达到103亿美元,同比增长22%,而路由器作为以太交换机中最大品类,其表现也颇为亮眼。2022年路由器市场收入增长3.9%,达到165亿美元,其中四季度的总收入为46亿美元,同比增长0.7%。

与此同时,路由器厂商也着力打造WiFi7这一卖点频频发售新品,TP-LINK发布了全球首款WiFi7路由器BE900,网件推出了他们的首款WiFi7路由器Nighthawk RS700,小米则在MWC 2023上公布了一款性能强劲的WiFi7路由器,型号为BE7000。

市场资金闻风而动,近日WiFi6板块再次来到高位,其中同花顺WiFi6板块一度突破1098点,然而就在今年1月,该板块仅有约830点。

以手机为代表的下游应用领域也有所响应,在WiFi6尚未全面铺开的情况下,WiFi7又成为焦点,目前小米13系列、

Redmi K60 Pro、vivo X90 Pro+、一加11以及OPPO Find X6系列已经先后支持了WiFi7技术。

业内观点指出,简单而言,WiFi6与WiFi7是新的传输版本协议,相比上一代WiFi5,其特点是高速率、低延迟,可以连接更多的设备,从市场需求来看,运营商以及WLAN硬件厂商需求迫切,需要WiFi在商用领域全面提速。

产业观察家康钊认为,WiFi市场更具有面向未来的特点,往往是上一代技术还没有全面铺开,下一代已经来临,从其背后的商业逻辑来看,一方面,路由器厂商在同质化竞争中必须持续找到新卖点,另一方面,无论是手机还是其他智能硬件,也需要尽早支持新一代WiFi,否则容易被视为在产品上存在短板。

风险何在

值得注意的是,关联了WiFi概念的公司都显得不甘人后,向投资者披露其最新动向。

今年以来,已有多家A股公司对其WLAN产品做出回应,例如创维数字曾表示,公司已预研出XGS-PON、

FTTR、WiFi7等产品;共进股份则透露称,公司WiFi7路由器已有部分项目小批量出货;富满微在回复相关提问时表示,公司高度关注前沿领域技术发展,并有相应研发布局;而卓胜微则回复称,公司正研究满足WiFi7连接标准的新产品;信维通信表示,WiFi7是WiFi6技术的迭代,公司会密切关注并拥抱其变革和市场变化,根据客户的需求提供解决方案。

但不容忽视的是,WiFi概念并不完全与营收、利润挂钩,上述企业年报及业绩预告数据显示,富满微2022年净利润预计亏损1.6亿-1.9亿元,卓胜微预计净利润下滑约49.61%,创维数字虽然2022年营收、利润均有增长,但其中最主要的产品仍是电视机顶盒。

专家提醒称,尽管WiFi市场发展空间较为广阔,但并不意味着其中每家企业都高枕无忧,相反,市场真实情况是,不同企业随着技术路径变革载浮载沉,尤其是上游模组设计领域更是竞争激烈。

而WiFi领域中的风险主要来自技术高速迭代,往往4-5年时间就会淘汰掉一代产品,高通技术公司产品市场经理胡鹏表示,之所以出现这种情况,一方面是业内

所有参与者共同合作,配合行业标准的演进和趋势,推动WiFi技术向前发展;另一方面是市场需求在驱动。无论是元宇宙还是边缘计算等各个方面,对网络带宽和时延有更高要求,也需要更先进的解决方案,这点非常重要。

除此之外,WiFi技术本身也面临来自NB-IoT、LoRa、Zigbee等无线传输技术竞争。相比NB-IoT、LoRa等技术,WiFi技术在功耗、连接设备数量等方面处于劣势。此外,随着一代技术趋于成熟,WiFi模组价格下滑幅度往往小于其他产品,从价格因素看,这不利于WiFi在物联网领域进一步应用推广。

多方突围

所谓“春江水暖鸭先知”,身处其中的企业清晰地感知着市场风险,同时也在积极谋求变化,如果WiFi概念并不足以单独驱动企业发展,企业也会主动涉足更热门的赛道,以求分摊单一市场的风险。

以WiFi模组产品研发知名的乐鑫科技为例,该公司2022年营业总收入下滑约8.31%,扣非净利润下滑约61.41%,而成本却进一步增加,其中研发费用同比增加24.08%,去年该公司销售净利润同比下滑46.51%,继2021年迎来小幅增长后又一次明显下滑。

对此,乐鑫科技相关负责人向北京商报记者表示:“WiFi是一项很通用的技术,各种行业都有可能,在车联网方面,近年来我们注意到也有客户开始使用我们的产品。”并谈到,消费电子是公司产品的重要应用领域之一,细分品类也非

常丰富,随着下游工程师们对于物联网技术的熟悉掌握,预计未来会有更多的智能硬件产品问世。

但当被问及“目前贵公司芯片产品是否被纳入大品牌供应链、预计未来将向哪些品牌供应链进行拓展”之时,乐鑫科技仅表示:“公司的客户群体中已经包括多个不同行业的知名品牌,我们的产品应用场景非常广泛,不限于特定行业。”

资深产业经济观察家梁振鹏认为,进入成熟产业链对于WiFi模组企业较为重要,尤其是电信运营商对WiFi技术需求迫切,是一块值得开拓并深耕的市场,也是WiFi设计企业重要的出路。

如专家所言,国内三大电信运营商纷纷在此领域加码,在中国移动、中国电信之后,中国联通今年也推进数字中国建设的布局,实施“全屋智联”“全屋智能”“全屋智享”的宽带与智慧家庭行动计划。

专家观点指出,在云网融合及智慧家庭生态背景下,企业应进一步提升相关产品市场占有率,其中就包括宽带智能网关产品、WiFi6组网路由器等接入类产品以及IoT泛智能终端网络摄像头等产品,向三大电信运营商实现增量销售,并积极跟进FTTR、WiFi7等新产品的市场机会。

此外,相较于大多数国家和地区,国内WLAN技术相对成熟,产业链更加完整,可以向海外市场谋求拓展,目前全球IP化、光纤化、千兆宽带及F5G通信等业务均在蓬勃发展,市场空间比中国市场更大,如果国内企业能够基于自身产品布局,积极拓展销售渠道,积累客户优势,在亚太新兴市场应该能够拿下理想的市场份额。

北京商报记者 陶凤 王柱力

比起游戏电视,用显示器打游戏不“香”了

显示器性能逼近阈值

当我们看过2023CES消费电子展上的新款电视与显示器后,这个想法就愈发明确。

过去,电竞显示器在某些关键领域表现得要更好:更高的刷新率、更快的响应速度。另一方面,显示器始终无法提供像电视一样的视听体验,在对MLED(Mini/Micro LED)、OLED等新兴显示技术的应用上远落后于电视行业。

时至今日,显示器的性能逼近阈值:360Hz刷新率、0.1ms响应速度,但老实说,这种提升仅仅针对职业电竞选手有效。大部分玩家肉眼已无法分辨120Hz与240Hz的区别,却需要为此支付高昂的价格。

不仅如此,电竞显示器所标注的360Hz最高刷新率,通常只能在部分游戏上得到展现。如果想在4K HDR的高规格设置下运行像《艾尔登法环》《霍格沃茨之遗》这类3A级大作,帧数往往很难达到预期。

近年来,随着显示技术的进步与次世代游戏主机(Xbox Series/PS5)的上市,彩电行业也迎来新一轮变革,当高刷新率、HDMI2.1接口、低响应延迟成为游戏电视的标配时,两者之间的界限也逐渐模糊。

相较于显示器,游戏电视的另一个优势在于“左右开弓”:既能满足家庭日常观影,同时兼顾电竞娱乐,其自带的高保真Hi-Fi大功率音响也能为玩家省去一笔额外开支。

由此,当消费者购买产品时,问题也变成了:是选择一块具有更强视觉冲击力的大尺寸显示器,还是拥有极高刷新率与低延迟的小屏?

游戏电视蓄势“狂飙”

事实上,玩家转投电视阵营其实早有预兆。

受前几年矿潮与疫情影响,相比于“一卡难求”的PC端,玩家们开始尝试通过游戏主机+电视的方式拥抱虚拟现实。

《2022年全球主机游戏市场调查报告》显示,2022年全球主机游戏销售额约为2939亿元,占到总体游戏市场的近三成,中国主机游戏用户规模同比上升了8.9%。其中,驱使玩家选择主机的一个关键因素则是性价比。

得益于硬件的稳定性,游戏厂商也会针对主机端优化,单从游戏体验上来说,要想达到4K60帧的画面效果,PC端需要RTX4080才能流畅运行,其整机价格

一般不低于2万元。换算到主机,只用4000元就能实现相同效果。

与此同时,中国主机市场方兴未艾,仅占到全球规模的1.7%,相比于欧洲、北美地区千亿美元仍有较大增长空间。随着Z世代在消费家居产品话语权的加重,本土主机市场也有望加速扩张。

不过,在游戏电视狂飙的背后,产品质量良莠不齐,部分厂商偷换概念、参数虚标,消费者又该如何去伪存真?

康佳R6,玩家的下一台游戏显示器

近年来,电视行业逐渐陷入存量市场,内卷加剧,而游戏电视作为行业趋势探索的重要方向,厂商们可以说是诚意满满,性价比相对较高。

拿前段时间获得“年度优秀画质”奖的康佳R6为例,其在硬件参数方面则是下了功夫,电视采用了120Hz高刷4K超清全面屏,内置12bit色轮引擎与130%广色域,对自然本色进行充分还原,呈现出至臻级的全新视觉体验。



为了让用户一饱眼福,康佳R6拿出了33项AI调画“全家桶”,包括HDR2、区域对比提升、智能局部控光等多项黑科技,自研AI-PC(AI图像画质增强)算法,可对每一帧画面的饱和度、对比度等参数进行优化。

传统印象里,用电视打游戏“响应速度较慢,画面撕裂严重”。而R6所采用的4K MEMC Pro运动补偿、VRR可变刷新率与自动低延迟,则是让痛点成为历史,玩家在大屏领域也能体验到电竞级即时反馈。

随着融合多应用场景的大屏时代来临,中国游戏市场格局也有望迎来重塑,玩家们游玩PC之余,也能脱离硬件束缚,享受来自大屏的全新可能。

不难看出的是,游戏电视的应运而生,本质上是彩电厂商对用户生活本质的一次探索,而打破场景边界的跨生态电视,更是一次对用户的狂奔。

图片来源:企业供图

广告

快消V谈

打造以知识分享为主的消费品类新媒体

“探厂”

“老板说”等

产品矩阵

“万物皆可测 美女帮你测”

扫码关注快消V谈