

电视面板价格下滑 彩电企业打响“价值战”

本报记者 段楚婷 赵毅 深圳报道

“这个型号的电视过两天撤走，现在你买了划算，我冲个销量。”近日，《中国经营报》记者来到深圳一家家电卖场，销售人员热情地介绍着近期优惠活动。

正值家电销售淡季，卖场内

面板供需关系转变

从今年第三季度开始到年底，全球电视市场复苏是可期的。

在过去的2021年，已经进入存量市场的中国彩电行业颇为艰难。奥维云网统计的数据显示，2021年，中国彩电市场零售规模跌破4000万大关，至3835万台，这也是自2010年以来的最低销量。

对于彩电企业而言，在规模与利润的双重压力下，2021年中国彩电零售规模达到1289亿元，同比增长6.6%。彩电市场零售量下跌，但零售额增长，这一现象的背后可以看到原材料价格上涨等因素。

国际信息与通信技术研究机构Omdia分析指出，新冠肺炎疫情驱动的居家生活方式的转变，导致了2020年第三季度起，大尺寸平板显示(FPD)的需求、价格和收入的创纪录增长。2021年上半年，新的高需求在市场上继续存在，甚至价格也在膨胀。

面板价格的上涨，也为面板厂创造了丰厚的盈利。参考TCL科技集团股份有限公司(000100.SZ,以下简称“TCL”)近期发布的2021年度业绩快报，以子公司TCL华星光电技术有限公司为核心发展半导体显示业务的TCL，2021年营业总收入同比增长112.8%至1635.28亿元，归属于上市公司股东的净利润同比增长129.3%至100.62亿元。

TCL在业绩快报中表示，公

的销售人员多过选购商品的消费者，显得颇为冷清。而聚焦到彩电这一产品，2022年2月，中国彩电线下零售额同比下降，线下均价也连续3月环比下跌。

在彩电价格下降的背后是上游液晶电视面板(以下简称“电视面板”或“面板”)价格的下行。自2021年三季度以来，

司半导体显示业务出货面积、主要产品均价和产品盈利同比显著增长，业务组合和客户结构优化进一步提升产品收益贡献。

与此同时，受益于产能规模提升、大尺寸产品高端化策略实施、中尺寸产品和客户加速突破、小尺寸聚焦差异化等积极举措，TCL的半导体显示业务净利润同比增长约340%。

然而，从2021年第三季度开始，电视面板的需求和价格出现变化。奥维云网高级研究经理荣超平告诉记者，从全球市场来看，电视出货在经历连续四个季度的增长以后，随着“宅经济”效应逐渐退温，2021年第三季度电视出货量迎来大幅下调。电视需求下降、塞港等多种问题集中爆发，导致电视面板供需关系快速转换。

而Omdia显示部门资深研究总监谢勤益也向记者分析指出，2021年下半年是电视面板供过于求最严重的一段时间，主要因为疫情趋缓后，电视整机的需求大幅下滑，造成电视面板的需求与价格下降。

“相对来看，2022年第一季度，电视面板价格的下滑幅度变小。主要原因在于供需关系趋向于平衡，部分液晶电视的品牌厂、代工厂看到面板价格下降到一定程度，增加面板购买量，对价格起到一定

支撑作用。”谢勤益进一步表示。随着电视面板价格的下滑，彩电零售端也出现均价下降的现象。据奥维云网发布的数据显示，2021年12月~2022年2月，中国彩电行业线下市场均价从5837元降至4957元。

奥维云网总经理陈慧预测，从目前来看，中国彩电市场均价还会进一步下探，“预计‘6·18’又是一场惨烈的价格战”。除了未来可能出现的“价格战”，陈慧还提到，从目前情况来看，上游持续降价对电视品牌厂商控制库存跌价损失的压力还是存在。

而谢勤益则向记者分析指出，从面板的供需关系来看，现阶段是轻度供过于求，第二季度供需趋于平衡，第三季度开始向供需紧张方向走。他同时预测，从今年第三季度开始到年底，全球电视市场复苏是可期的，届时中国的购物节、欧美的节日等有望拉动需求。

随着电视面板价格在2022年出现波动，面板厂的盈利情况会受此影响吗？谢勤益告诉记者，“即使今年下半年出现面板价格反弹，也不会出现2021年的涨幅。而且部分尺寸的面板价格已经逼近成本边缘，甚至在成本以下亏钱销售。所以今年面板厂的盈利状况可能不会像2021年那么好。”



图为深圳一家电视卖场。

本报资料室/图

突破“红海市场”

彩电企业从以往的“价格战”竞争转向“价值战”竞争。

2020年第三季度至2021年第三季度，电视面板等原材料价格的上涨，带动了彩电单价上涨，也无形中“叫停”了彩电行业以低价搏销量的竞争。

在陈慧看来，2021年成本和增长的双重压力之下，中国彩电企业的战略重心从市场扩张转向结构升级。“彩电企业从以往的‘价格战’竞争转向‘价值战’竞争，产品价值回升，高端市场份额持续增长。”

陈慧预测，2022年，中国彩电行业有望向产品创新、场景开发、价值提升等行业难点突破。

参考奥维云网发布的报告，2022年2月的彩电线下市场，65英寸和75英寸的零售额占比分别为29.5%、20.9%，居各尺寸零售额中的前两位。而2021年同期，65英寸和55英寸分别为线下市场各尺寸零售额中的前两位。由此可以看出，75英寸彩电在线下市场强势崛起，产品结构向大屏尺寸升级。

将市场整体趋势结合企业的

实践来看，彩电企业纷纷于近期推出高端化、大屏化产品，打响“价值战”。

创维集团有限公司(00751.HK,以下简称“创维”)就在近期发布的2021年财报中表示，为应对中国市场规模性增长后续乏力问题，集团调整销售策略，把重心转移至OLED等高端电视产品。

财报显示，创维通过OLED等高端电视产品销售增长带动平均销售单价提升，使整体销售额录得增长。2021年，创维相继推出8K OLED电视、全球首台可曲可直的OLED电视、0.86高色准OLED电视等产品。

而在3月初举行的TCL春季新品发布会上，TCL方面发布了第三代QD-MiniLED技术与一系列电视新品，践行Mini LED战略和超大屏战略。

在近期走访家电卖场的过程中，电视销售人员也提到，“现在的趋势是买大不买小。”据记者观察，

在TCL、创维、康佳、三星等品牌展出的样品中，65英寸、75英寸的产品占比较大比例，部分品牌甚至展出98英寸的大屏产品，而上述产品的售价也从5000元以上拉升至数万元不等。

据电视销售人员透露，高端化产品为线下消费带来一定积极影响。“如果预算在3000元以内，消费者可能直接在线上下单，不会特别到门店挑选。反而是购买中高端产品的消费者，他们对画质比较有要求，会到线下门店来挑选对比。”

除此之外，记者也注意到，有电视品牌的中高端产品在网购平台的销售价格及优惠力度反而不如线下家电卖场。上述销售人员也解释道，“线上销售的产品中，优惠一般倾斜到低端产品，而中高端产品在线下渠道反而优惠较多。而且我们在线下渠道销售一款中高端产品达到一定数量，会拿到品牌的返利，也能给消费者优惠。”

授权“绿色智慧家”项目达140个 阳光城积极践行绿色生态建设

“十四五”发力建设超低能耗建筑

建筑业是中国国民经济的支柱产业，也是碳排放的主要来源之一。

目前，中国建筑领域碳排放量每年约20亿吨，占全国总碳排放量的约20%；如考虑相关建材生产、运输等，将占全国总排放量的近40%。伴随城市化程度不断提高，每年新增建筑面积约20亿平方米，对实现既定低碳目标是不小的挑战。

早在2020年7月，国家多部门联合印发了《绿色建筑创建行动方案》，明确提出创建目标是“到2022年，当年城镇新建建筑中绿色建筑面积占比达到70%”；2021年1月，《碳排放权交易管理办法(试行)》出台，在应对气候变化和促进绿色低碳发展中充分发挥市场机制作用。此外，在“十四五”规划中，发展绿色建筑等内容也被明确纳入其中。

今年3月，《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》(以下简

称“《规划》”)提出，到2025年，完成既有建筑节能改造面积3.5亿平方米以上，建设超低能耗、近零能耗建筑0.5亿平方米以上，装配式建筑占当年城镇新建建筑的比例达到30%。

《规划》提出了提升绿色建筑发展质量、提高新建建筑节能水平、加强既有建筑节能绿色改造、推动可再生能源应用、实施建筑电气化工程、推广新型绿色建造方式等重点任务，并提出健全法规标准体系、落实激励政策保障、创新工程质量监管模式等保障措施。

事实上，作为绿色建筑的一种形式，超低能耗建筑在节能减排方面具有其天然优势。据阳光城相关负责人介绍，超低能耗建筑通过地面、外墙体、屋面、门窗优异的保温隔热性能，结合具有高效热回收功能的新风系统的运作，使得四季的室温受外界温度影响较小，维持在人体适宜的温度。

“虽然建筑室内的舒适度提高

了，但是在能耗方面，建筑运行能耗也远低于常规建筑，结合屋面光伏系统的应用，最大限度地降低了一次能源的消耗。”上述阳光城负责人进一步表示，简言之，超低能耗建筑不仅具有高保温性、高气密性、高舒适度以及高隔音性，而且降低了一次性能源的消耗。

2020年初，阳光城就完成了“绿色智慧家”从1.0到2.0的产品迭代，并基本实现了“绿色建筑”全覆盖。作为阳光城的核心产品IP，阳光城“绿色智慧家2.0”积极落实国家低碳战略，通过绿色精细化研发成果，在保证人居舒适健康的状态下做到低能耗运行。

阳光城最新数据显示，截至2021年末，阳光城绿色智慧家授牌项目总数达到140个，其中在建95个；绿色智慧家项目完成交付6430套，空气监测结果合格率为100%。此外，2021年，阳光城取得绿色建筑三星认证项目1个，二星级认证项目29个，一星级认证项目100个。



北京国誉未来悦效果图

“绿色智慧家2.0”的高标准

相较南方而言，北方地区发展绿色建筑有着天然的难点和局限。然而，阳光城打造的北京国誉未来悦项目【京房售证字(2021)156号】通过积极践行“绿色智慧家2.0”理念，为超低能耗建筑在寒冷地区的实践输出了一个可借鉴的范本。

北京国誉未来悦作为“绿建三星住宅”，无论外部规划设计还是内部品质营造，都以前沿科技，为业主带来全周期绿色、低碳生活方式。

首先，超低能耗建筑对于外围护结构的热工性能要求，是我国普通建筑的隔热保温性能的2倍以上。国誉未来悦通过对建筑所

处地理位置、气候区以及外围护结构形式的深入研究，结合精细化节能计算，选取优良性能的保温材料，达到外围护结构保温的更优解。因此，其外墙内表面和室内温度的温差很小，冬天的墙面也不再冰冷。

其次，国誉未来悦西南侧外窗配置的可调节遮阳帘，将太阳辐射热阻挡在室外，大大减少了夏日空调能耗。传热K值为1.0的外窗以及整窗系统性的设计和精细化的安装方式使整个外窗的防水性能、保温性能、气密性能和水密性能都达到行业内领先水平。也让房屋耐久性、隔声性能得到大幅提升。

第三，国誉未来悦项目分户独立设置全热交换新风机，且具有除霾与空气净化功能，初效+高效过滤器的设计，保证送入室内的空气洁净清新。新风系统的风机可维持低功率运行，可以在低能耗的前提下让室内空气维持在优良状态。通过地暖中央空调的供冷供暖系统的辅助，将室内温度控制在舒适体感温度，与新风系统相辅相成，既智能又有效节省能源。

第四，是上佳气密性措施。国誉未来悦在排风管、燃气管、排水管道穿外墙部位加强气密性处理，减少冷风渗透，显著提升建筑室内温度的稳定性和可控性。

第五，则在于无热桥设计。“热桥就像是房子良好的保温层上开了个洞，让热量大量泄漏出去，浪费供暖能源，因此‘无热桥设计’尤为重要。”国誉未来悦通过在空调板、门窗及外遮阳、女儿墙等处进行断桥节点设计，降低室内侧结露的风险，提高建筑结构的耐久性和室内环境的清洁性，同时也降低了能耗损失。

此外，在可再生能源利用方面，国誉未来悦屋面设计光伏发电系统，光伏面积为屋面面积的40%，通过太阳能光伏，将太阳能转换为电能，用于建筑自身；而在能源监测技术方面，国誉未来悦对公共区域使用的冷、热、电等不同能

源形式进行分类计量，并对照明、电梯、风机、水泵等设备用电进行分项计量。对典型户型的供暖供冷、照明、插座的能耗进行分类分项计量。多重能源方面的实时监测，通过运营分析，以期达到能源消耗更低值。

阳光城方面表示，“绿色智慧家2.0”把节能环保的理念落实到每个环节，认真对待每一块土地和空间，通过低消耗、可再生材料的利用，实现了建筑的超低能耗效果。

未来，阳光城将继续精进“绿色智慧家2.0”产品理念，在加快低碳排放体系建设，助力绿色建筑健康发展之路上贡献自己的力量。广告