5G激活2020年手机市场

本报记者 卢梦琪

“今年5G的发展总体上看比较顺利，取得了明显的阶段性成效，5G开始逐渐走近了大家的生活，尤其体现在‘产品近’上，5G手机等终端已经进入了蓬勃发展期。”工信部新闻发言人、信息通信发展司司长闻库在2020年第一季度工业通信业发展情况新闻发布会上表示。当下，在手机供应链、终端厂商、内容生态建设的齐步推进中，5G手机市场正在被激活。

5G手机价格在快速下探，销售价格为2000多元的5G手机已经开始在市面出现。

价格将持续下探

截至2020年4月22日，已经有96款5G手机终端获得了入网许可，较去年12月底的39款有了很大增长。5G手机的价格也在快速下探，销售价格为2000多元的5G手机已经开始在市面出现。

新冠肺炎疫情并未打乱5G新机的发布步伐。2020年2月13日，小米发布小米10系列5G手机；3月6日，OPPO发布Find X2系列5G手机；3月10日，vivo发布NEX 3S系列5G手机；3月24日，Redmi发布K30 Pro系列5G手机；3月26日，华为发布P40系列5G手机；3月30日，荣耀发布30S 5G手机；4月16日，一加发布一加8系列新品，系列包含一加8和一加8 Pro两款产品，全系支持5G；4月23日vivo子品牌iQOO发布的iQOO Neo3售价2698元起；4月24日发布的华为Nova7 SE售价2399元起；4月27日，小米发布了最新5G手机小米10青春版，价格降至2099元。

集邦咨询研究经理黄郁琁表示，5G发展可刺激经济，在中国整个补贴政策持续强化的情况下，加上第二季度将有中阶5G手机芯片推出，会驱使5G手机加快推进，今年年底有机会出现1500元机型。

Strategy Analytics的最新研究显示，2020年第一季度，全球5G智能手机出货量飙升，超过2400万部，超过了2019年全年的5G手机出货量。从全球5G智能手机出货量来看，排名前五的智能手机厂商分别是三星（市场份额34.4%）、华为（包含荣耀，33.2%）、vivo（12%）、小米（10.4%）和OPPO（5%），大部分厂商来自中国，这反映了中国运营商加速5G网络部署速度以及市场对5G智能手机的潜在需求。

目前有将近5000万用户在用5G网络，但只有2000万用户在用5G手机，所以行业空间非常大。群智咨询（Sigmaintell）预计，2020年全球5G智能手机出货量约2.31亿部，其中华为和苹果约占全球5G市场的半壁江山。中国大陆5G智能手机出货量约1.46亿部左右，渗透率约为45.8%。

5G普及风暴即将到来，在手机从4G向5G升级换道期间，踩准节奏是企业制胜的关键。

观察主流厂商5G推进节奏，今年华为全力布局5G的市场策略不变，但在下半年需在推进5G的同时兼顾4G去库存化；小米在5G手机策略上将主打低毛利的定价优势，以期提高在中国的市场占有率，补足海外销售劣势；荣耀5G产品策略持续推进，发布30S、30等5G机型首次搭载麒麟985等最新5G芯片，与此同时，结合当下4G向5G升级换道这一特殊时期的市场需求，发布了两款4G手机。

对于该如何去把握4G和5G切换的机会，荣耀总裁赵明表示，荣耀对于今年5G手机的销量非常乐观，踩好节奏，在最合适的时机、用最合适的产品去满足消费者的升级需求。而这主要在于对消费者多元需求的把握，对商业节奏的判断和对技术的驾驭。

5G手机的普及离不开成本和价格的下探，这与从屏幕到摄像头、从存储到芯片的上游有直接关系。

5G芯片卡位战已经展开

5G手机的普及离不开成本和价格的下探，这与从屏幕到摄像头、从存储到芯片的上游供应链有直接关系。其中，在芯片方面体现得更加明显。

《Omdia 5G终端跟踪报告》显示，从2019年的第二季度到第三季度，购买5G智能手机的成本下降了9.2%。Omdia预计，鉴于几个独立的驱动因素，这种快速降价的趋势将延续到2020年以后。其中最重要的一点是5G modem本身存在着激烈的竞争。九年前，高通几乎垄断了4G modem，而如今，三星和华为都拥有自己旗下芯片公司生产的5G modem。苹果在2019年收购了英特尔modem业务之后，可能也会加入它们，打造自己的5G芯片，而联发科也将开始销售5G modem，为其它制造商提供选择。

集邦咨询研究总监谢雨珊也向记者表示，2020年5G芯片卡位战已经展开，高通、联发科、海思、三星、紫光展锐等芯片厂商皆推出自家5G SoC方案。华为、爱立信、诺基亚、三星、中兴等通信设备商亦积极推出端对端解决方案以抢占商机。随着今年5G SoC制程走向成熟，加上5G终端技术提升与运营商网络投资加大，预计2020年底将迎来芯片和终端成本的下降，以及5G手机用户的增加。初期5G SoC定位在高阶手机使用，以期能快速提升5G手机渗透率。

即便目前已有越来越多的手机厂商相继推出了多种5G产品，但与之配合的应用生态仍需各方努力创建。

加码构建应用生态

虽然，5G这一市场趋势已得到广泛认可，但也有声音指出，即便目前已有越来越多的手机厂商相继推出了多种5G产品，但与之配合的应用生态仍需各方进一步努力创建。

在网络方面，一方面，运营商正在加大网络与服务建设力度。中国移动计划在2020年底部署30万个5G基站，而中国电信和中国联通也提出，到2020年9月，在其5G共建共享网络中部署25万个基站的目标。另一方面，手机厂商也在加大部署5G网络接入，例如一加已经在全球范围内实现了对低频、中频Sub 6以及高频毫米波三大主流5G频段的支持，是中国手机厂商中唯一一个实现5G主流频道大满贯的品牌。这代表着，一加手机可以兼容多种以不同技术标准构建的5G网络，让5G体验更方便。

在内容应用领域，4月8日，三大运营商联合多家国内外手机终端厂商共同发布了《5G消息白皮书》，合力推出5G时代消息业务的新模式。5G消息是传统短信的升级版，不仅打破了传统短信的长度限制，增加了对文字、图片、音频、视频、位置等信息的支持，用户还可通过富媒体的方式获取企业的个性化服务与咨询。据了解，5G消息将成为未来所有5G手机的“标配”，用户无需额外下载App，通过手机中原生的短信入口即可享受服务。

一加官方在接受《中国电子报》记者采访时表示，一加将重点从云游戏、云视频、云存储服务等用户日常使用场景入手对5G产品进行相应的应用开发，并与国内三大运营商保持紧密的合作，为用户带来5G极速体验。

OPPO创始人兼首席执行官陈明永曾公开表示，5G 时代需要升级用户服务思维，特别是内容服务。OPPO 每天的内容曝光量超过150亿次，2018年上线的短视频到2019年年底的月活已经达到6000万，人均每日使用时长近一小时。OPPO目前正在建立以应用生态、内容生态、智慧服务、金融科技为核心的综合服务体系。

在5G新基建的推进下，目前5G发展应该着重创新，释放消费潜力。工信部将支持手机企业加强研发创新，为广大消费者提供品类丰富、性价比高的5G手机，推动电信运营企业通过优化套餐设置，逐步降低流量的资费水平、信用购机等举措，带动5G的消费。支持5G模组及行业终端的集成研发，推进5G手机等智能终端的创新与规模运用，抓住5G在网络教育、在线医疗、远程办公等业务的发展机遇，加大5G+VR/AR、赛事直播、游戏娱乐、虚拟购物等应用的推广，带动信息消费的快速增长。

2020年第一季度中国智能手机市场回暖

本报讯 日前，知名研究机构Trustdata发布了2020年第一季度中国智能手机市场的销量分析。虽然国内手机市场受新冠肺炎疫情影响销量减少，但是在第一季度的末尾，由于国内疫情控制出色，已经有了回暖的趋势。5G手机方面，销售成绩更是有了明显的提升。

品牌方面，2020年第一季度，OPPO以21.4%的出货量占比获得国内第一，vivo和华为分别以20.5%和20.2%紧随其后，小米、苹果和荣耀在第二集团。需要提起的是，Trustdata的数据是将华为与荣耀分开统计，如果合并的话，华为是毫无争议的第一季度国内市场出货量第一名。

放眼整个第一季度，国内手机市场出货量下降明显，从1月的同比下降38.9%到2月同比下降达到了惊人的56%。好在3月份这一趋势得到了缓解，但是同比仍有23.3%的降幅。预计未来一段时间内还会低于往年的平均水平，但是整体会呈现上涨趋势。

2020年年初的旗舰大战也是一场5G手机之间的较量，相比过去的2019年，2020年3月份的5G手机销量达到了新高，具体数字达到了621.5万部。随着后续各大品牌推出中端5G机型，5G手机的价格将进一步下探，5G销量还将迎来新的高峰。 （文 编）

8K电视被视为彩电行业的下一个风口，随着各国5G商用进程加速推进，8K电视的竞争已经进入了白热化阶段，各大电视品牌先后发布8K新品，抢占市场。

近日，长虹一口气发布了5款8K电视，其中D8K大魔王系列可谓卖出了“白菜价”，55英寸8K电视首发价仅为3999元（售价4399元），65英寸首发价5999元（售价6599元），打破8K电视定价底线。有国外媒体指出，长虹的平价8K电视很可能对未来全球8K电视市场产生重大影响。

事实上，2015年，夏普首台8K电视开卖，售价高达13.3万美元，与当时风头正劲的特斯拉Model X几乎同价。五年后的今天，8K电视动辄几万甚至几十万元，定价依然十分昂贵，如今长虹这“白菜价”能否推动曲高和寡的8K电视进一步市场化呢？

平价有望提振8K电视市场

本报记者 王伟

高价是销量不佳的主因

去年，工信部发布《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》（下文简称“行动计划”），提出“4K先行，兼顾8K”总体技术路线，大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用。行动计划指出“2022年4K电视终端全面普及，8K电视占比要达到5%。”

据中国电子视像行业协会最新发布的数据，去年第一季度4K电视的渗透率已接近70%。其中，55英寸以上大尺寸4K电视渗透率更是高达90%以上。事实上，4K电视在全面普及的路上一路开挂，离不开亲民的价格和多样的选择。

而高价确实成为8K电视市场化的一大难题。奥维云网黑电事业部研究总监揭美娟分析认为，目前8K电视的产品尺寸集中在65英寸以上，与线下同尺寸4K电视相比，8K电视的价格基本是4K电视的3～5倍，价格偏高对8K电视的普及有一定阻力。

尽管大厂如索尼、三星、夏普、海信、创维、TCL、康佳、长虹等都已经布局8K电视市场，但8K电视的销量却并没有跟上8K电视的热度。据奥维云网数据显示，2019年，国内8K电视均价达到4.7万元，其零售量不足1万台，占比接近0.1%。究其原因，行业专家分析认为价格昂贵是主要原因。

另一彩电业内人士认为，受疫情影响，在全球经济下行压力较大的背景下，包括8K电视在内的彩电品类销售进入艰难时刻，高价的确不利于8K电视进一步市场化。各国消费者购买力下降，价格敏感度上升，使消费者选择延迟更换彩电这一类的高档耐用品。此外，受到疫情影响，体育竞技赛事暂停或延迟举办也间接影响了8K电视的增长，原定将采用8K直播和转播的2020年东京奥运会已经确定延期至2021年7月23日至8月8日举办，这势必会对昂贵的8K电视销售产生冲击。

平价8K电视有望提振销量

长虹推出“白菜价”8K电视，是否能够拉动8K电视销售呢？行业内的专家肯定了平价策略对拉动销售的正面作用，在消费侧可以增加对消费者的吸引力、提高消费者认知，在供给侧则有助于8K电视规模扩大、倒逼上游成本降低。

专家分析认为8K电视价格下探，拉近了与4K电视的价格差，有利于销量的提振。中国电子视像协会副秘书长董敏在接受《中国电子报》记者采访时指出，硬件先行是电视产业的发展规律，平价8K电视会加速全球消费，推动8K进入市场化。群智咨询（Sigmaintell）TV整机研究资深分析师谢敏霞表示，就价格来看，以75英寸电视为例，当8K电视的均价与普通4K电视价差缩小到1.5倍之内时，8K电视的渗透率有望迎来快速增长。揭美娟分析认为，目前线下55英寸4K电视的市场均价在3300元左右，55英寸3999元的8K电视，使价格倍率缩小至1.2倍，对消费者的吸引力会进一步增加。

此外，平价8K电视对销量提升还有一些侧面的影响。群智咨询（Sigmaintell）TV部研究总监张虹认为，降价有利于吸引消费者的关注，以及通过终端的销售价格倒逼上游成本的持续下降，有利于未来8K电视整体成本的降低以及规模的扩大。揭美娟则表示，平价的55英寸8K电视产品的推出对消费者认知8K电视、接受8K电视将起到宣传作用，让8K电视尽快进入主流消费。

此外，业内人士也纷纷指出了平价8K电视发展的局限性。张虹认为，平价8K电视在价格定位上起到了一定的指引作用。但是，在8K电视的整体制造成本依然较高的情况下，短期内整机厂将会面临较大的获利压力，特别是在经济下行的背景下，消费者的购买力随之下降，预计短期内拉动作用有限。

专家指出65英寸以上的屏幕更能展示出8K显示的优势，平价版55英寸、65英寸的8K电视牺牲了部分8K分辨率的优势。揭美娟指出，8K分辨率在65英寸及以上大尺寸产品的应用效果更佳。此外，国内超高清内容提供商4K花园COO李泓冰对《中国电子报》记者说，严格意义上，55英寸、65英寸的8K电视不足以表现出8K内容的优越性。

产业链协同才是发展原动力

在肯定平价8K电视的同时，专家们也指出，8K电视普及不能靠电视终端厂商单打独斗，产业链要共同推进才行，网络传输要稳定、拍摄收录设备要便携、内容片源要丰富才能铸就健康可持续的8K生态。

8K内容的缺失成为影响8K电视市场化最棘手的问题之一。谢敏霞指出，产业链完备性是影响8K电视销量增长主要因素之一。除了价格以外，8K内容配套不完善，加上8K视频容量庞大，在上游的视频解码、信号传输等问题难以得到解决的背景下，消费者对8K电视的满足度无法有更好的提升，不利于8K电视销量的进一步增长。在揭美娟看来，8K视频资源相对较少也是消费者对8K电视持观望态度的主要原因，尽管各大品牌商通过8K补偿等方式弥补观看体验，但未来8K产业链的全面发展才是8K电视走进消费者的关键。

作为8K内容制作方，李泓冰表示，终端和内容商是相互依赖的关系。8K内容的丰富离不开电视终端的繁荣、网络环境的稳定以及用户群的扩大。2019年，4K花园已经完成超过300小时的8K自制内容，这些内容以纪录片和20分钟以内的微纪录片为主。目前，4K花园已经和几家国内知名的电视终端厂商进行洽谈，部分自制8K内容有望成为终端的展示片或者自带内容。李泓冰还透露，公司还将自制和积累更多8K内容，在终端普及至一定程度后，有推出8K点播节目、8K频道甚至8K TV版APP的计划，满足消费者对8K内容的需求。