

# 厂商掘金套系家电市场

本报记者 王伟

家电步入存量时代之后,套系家电成为巨头争相掘金的“新赛道”。海尔、美的、海信、TCL接连发布各自品牌的套系家电产品——海尔将其智慧套系家电产品升级为场景品牌三翼鸟,美的发布搭载华为 HarmonyOS(鸿蒙系统)的极光套系家电,海信推出璀璨套系家电产品,TCL发布灵悉套系家电。

各大品牌布局也引起行业热议,套系家电是否只是简单的家电单品堆砌?套系家电是产业升级,还是营销手段?



## 布局套系家电初见成效

家电企业想搭上智能家居这列“发展快车”,抢食智能家居大蛋糕。

我国家电市场规模已经连续两年缩小,根据赛迪研究院发布的《2020年中国家电市场报告》(以下简称《报告》),2020年,我国家电市场零售额规模为8333亿元,同比下降6.5%;这是继2019年以来,我国家电市场持续下挫的第二年。

与此相反,近年来,中国智能家居市场规模持续扩大。据中国电子技术标准化研究院电子系统与系统研究中心公布的数据,中国智慧家庭(智能家居)市场规模正以每年20%~30%的速度增长。前瞻产业研究院曾预计,中国智能家居市场规模2021年将达到4369亿元。

专业机构认为,智能家居的发展将带动智能家电产品的高速增长。据IDC发布的数据预测,到2021年,智能家电增长速度将超过30%;到2022年,85%的设备可以接入互联平台,15%的设备搭载物联网操作系统。

赛迪顾问人工智能产业研究中心副总经理邹德宝早前在接受《中国

电子报》记者采访时表示,智能家居最终会取代普通家电的地位,智能家居是家电的主战场,其中智能家电最终会成为智能家电的长跑冠军。

家电巨头如海尔智家“三翼鸟”、美的极光、海信璀璨,以及华帝等都推出了套系家电产品,从纷纷发售套系家电产品的策略来看,家电企业显然是想搭上智能家居这列“发展快车”,抢食智能家居大蛋糕。

“欧美发达国家,有超过30%的家庭选择家电成套购买。国内市场虽然刚刚起步,但市场份额的增长非常迅猛。”奥维云网总裁助理兼研究创新部总经理赵梅梅接受《中国电子报》记者采访时表示。她介绍说,以较早布局的海尔品牌来说,套系家电对品牌的销售拉动目前已经初见成效。“2020年全年,卡萨帝售出的家电产品中,成套下单的超过2成。据2020年海尔智家财报,前三季度公司场景方案销售68.7万套,同比增长24.5%。”

## 布局套系各具特色

家电企业布局智能家电套系开始有了差异化着力点,套系家电发展渐入佳境。

早前,一些企业将“智能家

电”理解为简单的单品家电堆砌,或者将其当做概念炒作的“摇钱树”,简单的家电远程开关功能被包装成智能家电推销给消费者。

随着物联网技术进步,智能家居市场越发成熟,海尔、美的以及TCL等家电企业布局智能套系家电也开始有了差异化着力点,套系家电发展渐入佳境。对此,家电企业都有深入思考。

“成套家电并不是产品的拼凑和堆砌,而是有着一体化设计安装、智慧联动、生态服务等特征。”海信集团中国区营销总部市场营销部总经理汤茜表示。“智能化正使得家电之间的联动成为现实,有实力的家电品牌必将智能技术无缝融入到套系化产品当中,打通产品链。一切都是为了给用户带来量身定制的出色用户体验。”时任美的集团CMO兼品牌传播总监曲向明在套系发布新品会上表示。

海尔早在2019年就发布了海尔、卡萨帝、统帅3个品牌套系家电产品。2020年又将其套系产品升级为场景品牌“三翼鸟”,提供了阳台、厨房、客厅、浴室、卧室等智慧家庭全场景解决方案。业内人士认为,基于在物联网的建设成果,海尔创建了水联网、食联网等衍生服务,以家电出发全方位服

务消费者。

同在2019年入局套系家电的美的,最初推出了针对高端用户的“PRO”套系和针对年轻人的“青选”套系,此后又先后发布本源套系、轻净套系等。此外,美的还十分注重套系家电的平台系统建设,与华为鸿蒙联手开发智能家电系统、与OPPO战略合作,致力于提升OPPO手机与美的智能家电的IoT设备互联体验。

另一家电品牌——TCL则另辟蹊径,TCL最新发布的灵悉套系家电以智慧显示为核心,涵盖了智屏、冰箱、洗衣机、空调、智能门锁、集成灶、智屏开关等7个品类,基于TCL华星光电显示的能力,强调套系家电的“屏随人走、人随心动”功能。

## 发展需要进一步平衡

企业在智能家居赛道上仍有一定发展和进步空间,一体化体验将成新课题。

对于“套系家电”外界有两种不同的声音,一种认为套系家电产业升级的表现,另一种则认为套系家电是厂商搭售多卖产品的手段,可以实现优势产品带货非优势产品的目的。对于以上观点,业内人士认为,可以以更为中立的观点理解“套系家电”。

赵梅梅认为套系家电也可以是一个双赢的产品,消费者和企业的关系并非是对立。她指出,套系家电提升了整体客单价,避免消费者外流,打造智慧家庭场景,强弱品类的引流。同时,套系家电对企业提出了更高的要求,比如跨品类的套系化设计对产品从源头提出了更高的要求。对于消费端,她认为套系家电也更好地满足了消费者的需求:套系家电与家装风格的协调统一,送装及售后更便捷省力,价格整体的打包优惠。

“套系化最主要的目的是从消费者需求出发,从单纯地位消费者提供家电产品转向为消费者提供智慧生活解决方案。从单品智能,转向全屋智能,进一步实现场景智能,是一种产业升级。”赵梅梅认为。

业内人士指出,尽管现在企业布局家电套系取得了小进步和小成就,但是企业在智能家居赛道上仍有一定发展和进步空间。如何将成套家电与家居设计风格的融入、提供家电、家居与美学的一体化体验将成为家电企业未来发展的新课题。

赵梅梅表示,与家居品牌合作、与房地产商合作布局精装修市场、与设计渠道合作布局前装市场等都是企业布局智慧家居生态圈的下一步动作。

# 上下游厂商纷纷发布财报 2020年液晶面板业利润大增

**本报讯** 记者卢梦琪报道:近日,TCL科技、天马微电子发布2020年年度报告,净利润增幅均超过60%。面板厂利润大增利好上游厂商,国内偏光片厂商三利谱、盛波光电(母公司为深纺织)实现利润增长80%以上。

TCL科技2020年年报显示,公司实现营业收入766.8亿元,同比增长33.9%;归属于上市公司股东净利润43.9亿元,同比增长67.6%。

TCL华星实现营业收入467.7亿元,同比增长37.6%;净利润24.2亿元,同比增长151.1%。利润增长主要靠各尺寸业务规模优势扩大、产品竞争力提升所致。

其大尺寸业务规模优势继续扩大,大尺寸产品出货量4574.6万片,同比增长11.0%,在TV面板市场份额提升至全球第二;中小尺寸出货面积为142.2万平方米,同比增长4.2%。中小尺寸业务优化产品和客户结构,小尺寸业务聚焦技术创新提升产品竞争力,在高端细分市场快速发展;

收购三星显示苏州工厂,增强大尺寸业务综合竞争优势;战略入股日本JOLED,加速印刷显示技术的产业化进程;与三安半导体共同投资成立联合实验室,聚焦于Micro-LED技术开发。

天马微电子2020年年报显示,公司实现营业收入29.2亿元,同比下降3.46%;归属于上市公司股东净利润14.75亿元,同比增长77.79%。

a-Si业务持续提升效率与效益,医疗显示大幅增长;

LTPS业务在保持智能手机业务全球领先地位的同时,积极拓展中尺寸(包括笔记本电脑、平板电脑)及车载业务;

AMOLED柔性手机屏实现对品牌客户的稳定量产出货,穿戴业务实现重大突破,非显业务培育孵化;

优化技术创新体系,全新发布Micro LED、折叠OLED、屏下摄像头、屏内指纹识别、Acrys等五大技术,新产线建设顺利,市场地位和品牌形象进一步提升。

三利谱2020年年报显示,公司实现营业收入19.1亿元,同比增长31.33%;归属于上市公司股东净利润1.2亿元,同比增长127.94%。

营业收入的业绩增长主要是子公司合肥三利谱光电产能释放所致。归属于上市公司股东的净利大

幅增长,主要原因是子公司合肥三利谱光电产能利用率大幅提升令营业收入大幅增长,同时市场供需关系致部分产品售价提升。

LTPS用超薄高透率偏光片已经通过LTPS面板厂的认证并顺利实现量产;盲孔屏用低收缩打孔偏光片通过多家客户的认证,并实现量产;车载染料系偏光片等也通过了部分有影响力的客户的认证,并逐渐上量使用中;车载染料系偏光片在内部稳定性验证中;柔性AMOLED用偏光片进入客户测试阶段,该产品已率先在手环应用上通过客户测试且预计2021年量产。

深纺织2020年年报显示,公司实现营业收入21.09亿元,比上年同期减少2.28%;利润总额0.52亿元,同比增长442.38%;归属上市公司股东的净利润0.37亿元,同比增长89.37%。

归母净利润较上年同期增长主要受益于2020年第二至第四季度偏光片市场形势持续向好,子公司盛波光电对产品订单结构调整效果显著,产能提升,平均毛利水平提高,主营偏光片业务于本年度实现扭亏为盈,顺利完成LGD、华星光电、惠科及夏普等面板客户多个项目的导入及量产工作。同时积极推进超大尺寸电视用偏光片产业化项目建设。

截至2020年,国内已有及在建G8以上产线近20条,全部达产后,所需LCD偏光片为3.7亿平方米,其中1.5亿平方米的需求是2018年以后新增的。而海外目前产能约为6.08亿平方米,国内目前已经投产的偏光片产能为2.86亿平方米,尚无法满足国内LCD需求。Omdia数据显示,预计2024年中国大陆地区偏光片市场需求4.4亿平方米,年复合增长率达到11%。

“预计近两年内供应吃紧状况将持续存在。随着新增超宽幅产能的量产,预计两三年之后,供应紧张局面或得以缓解。但中长期预计仍有30%左右的偏光片需要从中国大陆以外地区进口。”一家国内偏光片企业负责人向记者透露。

由此可见,我国偏光片产业未来发展空间广阔,但仍需要继续做好产能释放工作,努力提高新产线的产能利用率,同时优化工艺优化,不断降低生产成本,提高快速应用能力,并积极开发新产品、新市场和新应用领域,拓展国内外市场。

# 三星显示株式会社成 TCL华星第二大股东

**本报讯** 记者谷月报道:3月16日,记者通过天眼查发现,TCL华星光电技术有限公司(以下简称TCL华星)新增股东三星显示株式会社(以下简称三星显示),公司类型也由有限责任公司变更为有限责任公司(外商投资、非独资)。增资交易完成后,TCL华星新增注册资本33.6亿元,三星显示持有TCL华星12.33%的股权比例,TCL科技则持有TCL华星80.28%的股权比例。

近日,原苏州三星显示有限公司(简称“SSM”)和原苏州三星电子液晶显示科技有限公司(简称“SSL”)发生多条工商变更。公司名称变更后分别为苏州华星光电显示有限公司和苏州华星光电技术有限公司,大股东也均由三星显示变更为TCL华星,金松担任法定代表人。

在TCL华星收购苏州三星产线时,三星显示也以SSL的60%股权及SSM的100%股权对价款7.39亿美元(约52.13亿元)对TCL华星增资。自从TCL科技与三星显示紧密融合后,业内一直十分关注后续的发展情况。3月15日,TCL科技在科技业绩说明会上对于苏州三星产线何时实现大规模出货,以及能为TCL的面板产能带来多大比例的提升等问题做了回答。

TCL科技方面表示,三星的电视业务排名全球第一,过去5年市占率均在20%左右,也一直占TCL华星大尺寸面板业务约15%出货量,是TCL华星第二大客户。本次换股收购后,三星将从原TCL华星部分产线的小股东成为第二大股

东,更进一步巩固了双方的战略合作关系。另外,三星苏州面板产线线体质量和运营水平较高,模组产线更是三星LCD产业链中主要的模组资产,产能水平和良率水平在业内均较为优秀。收购三星苏州产线将提高TCL华星在工业自动化等方面的能力,并通过产线整合优化产品结构。

TCL科技集团公共传播部总经理胡鹏此前在接受《中国电子报》记者采访时也表示,完成收购可以实现TCL在LCD领域的超越。之后,TCL将积极进行下一代显示技术的布局和研发,建立基于完整生态布局的全球领先优势。此外,三星一直是TCL华星的重要客户,完成收购将有利于双方开展更密切的战略合作。而且,TCL华星也可以借助三星电子的订单来增加面板出口,让TCL华星能够根据不同客户群体优化产品结构,提升产业竞争力。

赛迪顾问高级分析师刘敬表示,SSL拥有8.5代液晶面板生产线项目。TCL华星收购完成后,月产能将直接提升120K,其中大部分的产能是电视液晶面板,少量是显示器液晶面板。这意味着TCL华星在全球电视液晶面板市场的竞争力将大幅提升。而三星显示入股TCL华星也是看到了日后更大的利益。因为,在成为TCL华星第二大股东之后,三星不仅可以先采购TCL华星8.5代线和11代线的面板,以此缓解三星显示退出液晶面板市场之后的采购压力,同时也可以享受价格优惠。

# 驱动芯片价格第二季度或继续上涨

本报记者 王伟

芯片全球缺货和涨价引发的“多米诺骨牌效应”,即将波及液晶面板产能和价格走势,电视、笔记本电脑等IT终端产品或将是下一块倒下的“骨牌”。

据媒体报道,今年第二季度驱动IC价格将继续上涨,涨幅在20%~30%左右。这一消息,无疑将给已持续涨价8个月的液晶面板再“添一把柴”,液晶面板涨价周期有望延长至2021年年底。

## 新一轮涨价开始在即

据了解,2020年10月驱动IC已经开启一轮涨价——集创北方、富满电子、明微电子等驱动IC企业在国庆节后纷纷宣布调价,下半年驱动IC供应情况也一直处于趋紧状态。谈到此次驱动IC涨价原因,业界人士指出,新冠肺炎疫情后,电子产品需求的大幅增长加剧了驱动

IC的供不应求状态。

据媒体报道,进入今年第二季度,驱动IC还将迎来新一轮涨价,此次涨价源于中国台湾上游晶圆厂陆续缩减液晶驱动IC产量,转产更高利润产品的策略。具体来说,CINNO Research资深分析师周华表示,台积电8英寸产能逐步转向高毛利产品,中芯、华虹继续提升DDIC相关产能,三星、海力士将收紧DDIC相关产能。

据了解,凭借其成熟稳定的技术及完善的供应链,中国台湾企业在液晶驱动IC(TDDI/OLED显示驱动芯片)领域占据优势地位,产能变化举足轻重。CINNO Research产业调研数据显示,2020年全球DDIC晶圆产能供给中,中国台湾地区产能份额约为61%,中国大陆约为13%。

行业纷纷预计,中国台湾地区相关企业的这一决定将引起新一波驱动IC涨价,预计涨幅不低于20%,最高可超过30%。业界也判

断,涨价将带动中国台湾地区LCD驱动IC设计产业第一季度毛利率有望创下近10年来的新高记录。

## 或将延长液晶面板涨价周期

驱动IC的新一轮涨价或将再次延长液晶面板涨价周期。早前,显示产业人士对液晶面板涨价周期结束时间的判断是至少会持续至今年上半年。而基于产业对驱动IC涨价将持续至2022年的判断,或将“绑架”液晶面板涨价周期一起延长至2021年底甚至2022年上半年。

进入3月,彩电行业进入传统的新品发售季节,彩电厂商纷纷积极备货,液晶面板需求仍在不断增加。目前,国内几家龙头LCD面板厂已是高稼动运转状态,显示驱动芯片的需求也在不断增加。

显示驱动芯片供应商收缩产能,一定会影响芯片价格的再次上涨,驱动IC涨价后,将引发一系列

连锁反应,液晶面板首当其冲,价格将应声而涨,给LCD面板涨价的火热局面再添一把柴。

专业人士预计,2022年驱动IC产能紧张的情况有望在2022年得到缓解,芯片价格也将因此有所回落。CINNO Research预测,2022年全球DDIC供需将由逐步缓和至1.10,而2020年该数值是1.01。

目前,已经有产业人士判断驱动IC将延长LCD涨价周期至2021年年底。中国台湾群创光电总经理杨柱祥在业绩电话会议上表示,整个2021年LCD面板将供不应求。芯片、玻璃和水短缺将影响今年的LCD面板供应,芯片供应瓶颈可能会持续到2022年上半年。

对于驱动IC供应趋紧的局面,行业专家指出,2021我国显示驱动芯片本土化配套率有望得到提高。周华指出,未来随着合肥晶合、中芯产能的扩张,预计2021年中国台湾地区产能份额将降至58%,中国大陆产能份额增至20%。