

# 全球消费电子市场 有望下半年复苏



图为消费者在厂商展台体验VR一体机

本报记者 卢梦琪

2022年,全球智能终端市场整体低迷,细分品类市场规模涨跌不一。智能手机、笔记本电脑、VR/AR等品类未能实现正增长,出货量在低位徘徊。相比而言,智能手表和平板电脑等品类更具韧性,市场规模实现微增长。业内预测,经过供需双方的适应性调整,全球消费电子有望在2023年下半年复苏并保持稳定。

## 智能手机、PC和VR硬件 整体市场表现不佳

市场研究机构Omdia数据显示,受换机周期拉长和新品创新力不足等因素影响,2022年全球智能手机出货量为12.07亿部,同比下降9.9%。三星以2.59亿部出货量和21%的市占率位居全球第一,苹果、小米、OPPO、vivo等品牌位列其后。

Omdia高级研究经理Jusy Hong表示:“高库存和低需求导致全球智能手机出货量下降,市场复苏还需要时间,至少在2023年第三季度之前,出货量不太可能恢复正增长。”不过,折叠屏手机被认为是未来十年增长最快的细分市场,为智能手机的低迷市场表现注入一些活力。市场研究机构Counterpoint Research预计,2023年全球折叠屏手机出货量将达到2270万部,同比增长52%。

PC市场需求近年来保持平稳趋势。Counterpoint Research数据显示,2022年全球PC出货量同比下降15%。从品牌竞争格局来看,联想、惠普、戴尔和苹果在全球PC市场处于领先地位。联想凭借23.7%的市场占有率,坐稳行业“头把交椅”;处于第四名的苹果出货量同比微降3%,以近乎持平2022年出货量

的表现,为2022年划上句号。得益于工作环境及生活方式的不断变化,消费者在2023年下半年购买力的释放,Counterpoint Research预计,全球用户的消费需求很可能在2023年下半年逐渐回弹,企业采购也有望缓慢升温。

2022年,VR一体机PICO4和Meta Quest Pro的发售,将VR硬件市场热度再度推至高点,入局VR/AR的厂商较往年明显增多。全新的游戏、颇具话题性的VR视频内容、课程丰富的VR健身场景,均成为拉动消费者尝鲜购买的重要因素。国际研究机构IDC数据显示,2022年,VR/AR头显全球出货量为970万台,同比下降12.8%。预计未来几年该品类还将增长30%以上,到2026年出货量达到3510万台。

## 可穿戴设备与平板电脑 市场表现可圈可点

受大众健康意识增强带动,消费者更加看重智能手表等可穿戴设备的健康监测功能。市场研究机构Strategy Analytics数据显示,2022年全球智能手表销售量预计增长17%,且这种增长势头或将一直持续到2027年。

在连续三个季度下滑之后,全球平板电脑出货量在2022年第四季度首次取得了1%同比小幅增长,达到4230万部,市场恢复一定韧性。市场研究机构Canalys数据显示,2022年,全球平板电脑出货量约为1.5亿台,同比下降5%。但是,主要厂商依旧取得亮眼表现,苹果在全球市场份额占比高达46%,其平板电脑出货量达到1900万台,这主要得益于使用M2芯片的新一代iPad在全球畅销。三星以760万台的出货量位居第二,同比增长10%,市场份额占比为18%。此外,亚马逊、联想和华为三个品牌分列全球出货量排行榜的第三、四、五位。

Canalys分析师Himani Mukka评价说,目前消费者对平板电脑的需求仍然相对健康,苹果通过推出高端产品帮助市场整体实现增长,这表明消费者依然会为有吸引力的创新产品买单。尽管2022年整体平板电脑市场较2021年相比有所下降,但平板电脑的未来依然存在增长机会,例如,远程教育和异地工作的需求仍然存在,消费者往往更青睐价格更具优势的平板电脑而非笔记本电脑。

未来消费电子市场不仅是终端产品性能的竞争,而是产品、交互、生态等综合力量的竞争。三星电子副会长兼联席CEO韩宗熙表示,消费电子市场有望在2023年下半年开始好转。

明显超越中国品牌。在产品性能处于同一水平时,三星折叠屏手机的定价却普遍高于国产品牌。因此,性价比不高就成为三星折叠屏手机被华为超越的重要原因。

业内人士表示,无论是Z Fold还是Z Flip系列,三星折叠屏手机的标签都是“高在上”——高端的定位、高端的技术,当然也伴随着高昂的售价。这难免会将一部分价格敏感的用户挡在门外。反观华为,去年底,华为对外发布了自己的第二款纵向折叠屏手机Pocket S,并将产品售价调低到6000元以下,这一亲民的价格赢得了不错的销售成绩。

近两年,华为成功地塑造了高端品牌形象,同时还在产品设计和定价上更加贴近中国消费者需求。

IDC中国高级分析师郭天翔对《中国电子报》记者表示,凭借在手机市场良好的品牌形象,华为折叠屏手机开始“乘风破浪”。相反,三星在中国落寞的品牌形象,很难帮助其在折叠屏细分市场上保持优势。

此外,从产品应用场景来看,目前三星折叠屏手机也没有找到具备优势的应用场景,导致用户适用黏性比较低。可以说,三星无论是在销售渠道建设还是品牌形象重建上,均有不少功课要“补齐”。

“但是,这并不意味着三星折叠屏手机在中国市场没有翻身的机会。”田婷指出,三星拥有较强的技术研发实力、雄厚的资金支持、独家零件供应体系 and 全品类的产品线布局,这是任何一家中国厂商都无法比拟的。如果三星可以让品牌调性和产品思维更加贴近中国消费者的需求,相信三星应该能开辟出一条制胜之路。

## 京东方第六代新型半导体显示器件生产线 在北京开工建设

**本报讯** 记者卢梦琪报道:近日,京东方位于北京经开区的第六代新型半导体显示器件生产线项目开工建设,实现了“拿地即可开工”。据了解,该项目总投资290亿元,计划生产VR显示面板、Mini LED直显背板等高端显示产品,该生产线的建成有助于京东方加大高附加值及创新类显示应用布局。

记者了解到,京东方于2022年10月底发布《关于投资建设京东方第六代新型半导体显示器件生产线项目的公告》,拟投资290亿元在北京建设“采用LTPO(低温多晶氧化物)技术的第六代新型半导体显示器件生产线项目”,项目主要生产VR显示面板、Mini LED直显背板等高端显示产品,设计产能为50千片/月,项目预计于2025年量产、2026年满产。

值得一提的是,该项目在土地摘牌当日便取得立项批复和工程项目施工准备函。京东方有关负责人表示:“摘牌当天就拿到了立项批复和施工准备函,大大缩短了施工准备期,减轻了企业成本,推动投产早日实现。”

2022年,受智能终端消费需求下降等影响,显示产品供需失衡,显示厂商业绩面临压力,因此行业对新产线建设的态度更加谨慎。京东方近日在回答投资者提问时指出,目前公司暂无新建LCD生产线的计划,已公告的项目正在按计划进行。

虽然2022年面板厂商业绩普遍承压,但业务拓展可圈可点。各面板厂商深入拓展细分市场,着力优化和调整产线和产品结构,加强布局高价值领域面板,提

升多元化业务能力。

京东方在2022年业绩预告中指出:2022年公司着力于产线和产品结构优化调整,在LCD方面发力车载、电竞、AR/VR等高价值领域,提升整体盈利能力;在OLED方面大幅提升产品出货量,提升高端产品出货比例,实现车载、折叠笔记本电脑等创新产品量产突破,推动改善业务优化布局。

此次项目发力的VR显示、Mini LED直显背板等高端显示产品均属于高附加值及创新类应用。市场研究机构群智咨询分析认为,Mini LED背光电视的出货量将从2022年的320万台增加到2023年的380万台,XR头显出货量将从2022年的1000万台增加到2023年的1370万台,为VR和Mini LED显示面板提供广阔需求空间。

事实上,随着元宇宙概念持续升温,被视为元宇宙入口的AR/VR硬件产品,成为科技巨头争相布局的新赛道。此次京东方投建的新型半导体显示器件生产线正是基于元宇宙的战略布局。此前,京东方已经推出了具有1500PPI超高清分辨率的光学VR显示产品,即便在近距离的情况下也看不到屏幕像素的颗粒感;京东方推出的动态帧频VR一体机,可实现显示帧率从90Hz到120Hz的自适应切换;京东方0.5英寸自由曲面棱镜AR,具有4032PPI以及100000:1对比度,可实现三维模型360°全方位旋转展示,在交通、教育、文博、展览展示、观影等场景具有广阔应用空间。

## 2022年第四季度中国折叠屏手机出货量 创历史新高

**本报讯** 记者邱江勇报道:2022年第四季度,中国折叠屏手机出货量超110万部,创历史新高。国际研究机构IDC近日发布的数据显示,2022年全年,中国市场折叠屏手机产品全年出货量近330万部,同比增长118%,出货量为历年之最。

近两年,因经济承压、用户换机热情下降等因素影响,智能手机行业遭遇巨大打击,各大智能手机厂商的出货量纷纷下降。不过在细分领域,智能手机行业却呈现出欣欣向荣的景象。其中折叠屏手机品类的增长最为迅猛。

IDC发布的数据显示,2022年第四季度,中国折叠屏手机出货量超110万

部,创季度新高;全年出货量近330万部,同比增长118%。具体来看,2022年全年,在中国市场,华为折叠屏手机以47.4%的市场份额,位居第一。三星、OPPO以及vivo位居第二、三、四位,份额分别为16.5%、13.8%以及7.7%。

2022年,另一家市场研究机构Counterpoint发布的调研报告显示:预计2023年,全球折叠屏手机市场同比增长52%,达到2270万部。在此行业大背景下,各家智能手机厂商以一年1~2款的速度推出全新折叠屏手机产品。另有传闻称,苹果也计划于2023年下半年推出折叠屏手机。

## 华帝拟建设厨电数字化智能化产业园

**本报讯** 记者杨鹏岳报道:2月8日,厨电行业头部企业华帝股份发布《关于对外投资暨签署投资合作协议的公告》披露相关信息:公司拟在广东中山市小榄镇投资建设厨电数字化智能化产业园项目,项目总投资约为12亿元。

公告显示,华帝此次拟投建的厨电数字化智能化产业园项目,主要从事研发、生产、销售油烟机、燃气灶以及热水器等厨电产品。本项目规划建设数字化智能化示范工厂,从管理运营、生产制造、供应链、综合园区四个维度实施数字化、智能化转型,对工作流、信息流、物流和资金流进行有效管理。公司直接投资约12亿元(包含土地购买款),项目工程的开发建设

周期预计为36个月。

华帝表示,通过新建厨电数字化智能化产业园项目,公司将打造智能生产、智能仓储、智能物流产业链的生产经营模式,构建数字化、智能化、自动化的工业4.0标杆示范制造基地,加速公司业务链向数字化和智能制造转型。项目的实施落地将推动公司生产效率、工艺技术、产品质量的全面提升,助力高端厨电电器产品的结构调整,满足公司转型升级和高端化业务发展需求。

公开资料显示,华帝股份有限公司成立于1992年,主要从事生产和销售燃气用具、厨房用具、家用电器,以及企业自有资产投资、进出口经营业务,目前拥有国家级工业设计中心、国家认定企业技术中心。

## 苹果公司制造采购承诺上调16%

**本报讯** 记者谷月报道:苹果公司近日向美国证券交易委员会提交的文件显示,截至2022年12月31日,苹果公司制造采购承诺上调16%,达到了551亿美元(约3741亿美元),其中548亿美元(约3721亿美元)将在未来12个月内完成支付。

苹果公司最新财报显示,2022年第四季度,苹果公司营收为1171.5亿美元(约7968亿元),同比下滑5.49%。iPhone手机销售额也下滑了8%,这是3年来iPhone首次面临销售压力。此外,苹果公司最新的iPhone 14 Pro产品在中国全系降价700元,也实属罕见。

当业界普遍认为苹果手机需求已经开始走弱时,苹果公司上调制造采购承诺的行为,足以看出其对今年的市场充满信心。

市场研究机构Evercore分析师Amit Daryanani指出,制造采购承诺是苹果公司承诺会从供应商处购买一定数量的物品,也是硬件销售预期的一个风向指标。Amit Daryanani表示,在外界担忧iPhone需求前景的时候,这样的承诺令人鼓舞。

这一数据的增长表明苹果公司对未来12个月的硬件销售有较高的增长预期。

据悉,苹果公司业绩下滑主要是受供应链供货紧缺的影响,为解决此问题,苹果公司已经在保障供应链稳定方面采取行动。苹果公司首席执行官库克在最近的财报电话会议上表示:“疫情和芯片短缺确实让苹果在过去3年非常艰难,如果不是因为供应链短缺,iPhone销量本应该会有大幅增长。”库克表示,苹果公司正在分散供应链,以确保供应链保持稳定。

产业界的另一组数据也为苹果公司“正名”。市场研究机构Counterpoint的最新数据显示,就2022年全球手机市场表现来看,苹果在收益份额和利润份额方面都创下了历史新高。2022年,苹果收益份额占全球手机市场的48%,利润份额达到85%。西南证券分析认为,智能手机已步入高渗透率阶段,消费者平均换机周期拉长,但苹果公司仍牢牢占据高端市场的主要份额。预计2023年第二季度,iPhone的收入将实现环比提升。

## 三星折叠屏手机在中国市场表现不及预期



本报记者 谷月

三星在全球折叠屏手机市场拥有绝对的话语权。根据市场研究机构Counterpoint Research数据,截至2022年第三季度,三星折叠屏手机市场份额已经增至85%,稳居全球第一。不过,在中国市场,三星已经连续两年落后于华为。

市场研究机构IDC数据显示,在折叠屏手机问世之初,三星占据一定先发优势,在中国折叠屏手机市场的份额遥遥领先。2019年,三星约占中国折叠屏手机市场的67.1%,华为折叠屏手机的市占率仅为19.8%。

自2021年起,在中国手机市场,华为折叠

屏手机的市场份额已经连续两年超越三星。

近日IDC公布的数据显示,2022年中国折叠屏手机市场出货量近330万台,同比增长118%。其中,华为折叠屏手机产品出货量约156万台,市场占比为47.5%。三星凭借53万台的出货量和16.1%的市场占比排名第二。

在全球折叠屏手机市场“呼风唤雨”的三星,为何在中国市场被“翻盘”? CINNO Research高级分析师田婷表示,三星折叠屏手机在中国市场表现不佳的“症结”在于产品定位水土不服。

事实上,三星在折叠屏技术和供应链方面都具备一定优势,但是,其产品性能并没有