

屏幕越做越大、价格越来越低——

电视机为啥越来越便宜?

前不久举办的卡塔尔世界杯赛事,使高清、大屏彩色电视机迎来一波消费热潮。不少人发现,曾是家庭“大件”的电视机,如今在性能、尺寸不断提升的同时,价格却一路走低,市场上出现了许多大品牌的百元级电视机。

电视机为啥越来越便宜?是供过于求还是成本降低?整个行业将向何处发展?

40英寸电视进入百元级

“世界杯是球迷四年一次的狂欢,观赛设备很重要,我在去年‘6·18’购物季就着手选购了。”资深球迷张昊前段时间在电商平台购置了一台游戏电视机,“平时可以用来打游戏、看视频,世界杯期间可以通过网络电视功能收看比赛。”

选购时张昊发现,现在电视机“真便宜”。“平时很少看电视,之前没有买过电视。小时候,电视机是家里的大件,印象中爸妈买的那台显像管电视花了至少3000元,如果买液晶电视还要更贵,动辄几万元。这次看了一圈才知道,原来电视机降价这么快,3000多元已经可以买到70英寸的高清液晶电视了。”

电视机越来越大、也越来越便宜,许多消费者有类似的感受。

“1500元左右就可以买到一台性能不错的55英寸液晶电视。如果是挂在墙上那种小的,几百元就可以买一台。”正在装修新居的北京市民李晓文说。

在京东平台上,记者看到海信55英寸4K高清电视机售价为1299元,长虹65英寸4K高清电视机为1699元;百元级的电视机也不缺大品牌,小米43英寸全面屏电视售价749元,创维40英寸高清电视699元。

数据显示,2015年至2021



天津市民在家中观看卡塔尔世界杯淘汰赛的回放录像。

年,国内彩电市场上彩电产品的平均尺寸从44.5英寸增长到54.4英寸,单位面积售价却从75.58元/英寸下降至61.79元/英寸。绝大多数电视机品牌在不断降价。小米在2015年推出第一款55英寸液晶电视时,售价4999元,而目前同尺寸产品为1499元。

成本下降,需求减弱

电视机为何越来越便宜?

制造成本降低是主要原因。

据介绍,面板是电视机的重要部件。随着技术进步,液晶屏生产成本持续降低。同时,由于液晶屏具有可切割优势,能适应电视屏幕、笔记本电脑屏幕、手机屏幕及各类智能家电显示屏等用途。广泛的应用场景吸引了大量资本涌入液晶显示屏生产研发领域,产能扩张带来规模效应“摊平”了单位成本。

奥维云网消费电子事业部研究总监刘飞介绍,电视机价格受上游面板成本变化的影响较大。近年来,上游面板特别是大尺寸面板产能增加,推动下游电

视机零售价格下行。2018年以来,国内市场电视平均零售尺寸增长近10英寸,但均价一直维持在3000元左右。“特别是‘双十一’期间,面板价格降至低点的同时,大尺寸面板供应加大,最终呈现中国市场电视尺寸越来越大、价格越来越低的局面。”

电视机市场需求乏力,是重要因素。

据介绍,电视机是国内家电行业少数处于负增长的品类之一,近年来一直处于低谷。2021年中国彩电行业市场零售量规模为3835万台,同比下降13.8%,在跌破4000万台大关的同时达到了12年来的最低点。中国彩电销售额则从2015年的1572亿元波动下降至2021年的1289亿元,国际市场也是如此。2022年全球电视出货量预计为2.02亿台,创下10年来的新低;其中2022年第三季度全球电视出货量为5139万台,同比减少2.1%,系2014年以来的季度出货最低纪录。

这背后,一方面是电视的信息载体功能和娱乐功能正被智能手机等替代。手机、电脑等小

屏幕正取代电视机的大屏幕。不少年轻人家中,电视常年“吃灰”。调查数据显示,电视机在中国家庭的收视率逐年下滑,开机率则从2016年的约70%下降至2022年的约30%。

另一方面,是电视机市场已高度饱和。中国每百户家庭电视机保有率早已突破100台/百户,2021年为121.8台/百户。许多家庭拥有不止一台电视,对新购置电视机的需求不高。

面对需求乏力的存量市场,电视机企业“不敢涨价”“不能涨价”,往往靠低价竞争维持市场占有率。

彩电业面临“突围”

彩电行业会在用户流失、低价竞争和同类产品挤压中陷入长期萧条吗?不少业内人士仍对电视行业的“破局”和“突围”充满信心。

扭转用户流失的局面,是行业“破局”的首要课题。业内人士认为,电视厂商应从提升观众的观看体验上下功夫。

为啥不怎么看电视了?不少消费者对目前电视机普遍存在的冗长、重复且无法跳过的开机广告十分不满,认为其影响观看体验和开机率。2021年的一项

调查显示,89.9%的消费者使用的智能电视有开机广告;55.58%的消费者认为“有无开机广告”是购买智能电视最看重的因素之一,72.73%的消费者对开机广告“一秒都不能忍”,仅有20.2%的消费者能容忍30秒以下的开机广告。与此同时,广告收入仍是电视厂商“难以割舍”的利润项目。据估算,2020年中国互联网电视广告运营总收入达121亿元,放弃这部分“肥肉”意味着厂商需要寻找新的利润增长点。这提醒厂家,要重视消费者的不满,想办法解决。

行业“突围”,还需要摆脱低

价竞争,壮大刚性消费群体。

除了行业内部的激烈竞争,电视机还面临着投影仪、个人电脑等替代性商品的竞争。一项关于卡塔尔世界杯观看设备的调查显示,在彩电销量不断下滑的同时,中国投影仪市场正在迅速发展。2021年,国内投影仪销量达470万台,几乎比2016年翻一番。

“以前没的选,只能硬着头皮看电视广告。现在投影仪也能实现电视的功能,还能播放幻灯片、放电影。只需电源、WiFi和一面白墙,就可以把大屏幕‘揣着走’。退一步说,我可以直接买屏幕,还不用看广告。同等预算下,为什么要买电视机?”上海市民周云平认为,如果想吸引消费者回归,新一代电视机必须能实现同类产品无法替代的功能。

如何将用户从小屏幕拉到到大屏幕前?中国家用电器商业协会秘书长张剑锋认为,全屋智能和智慧家庭将成为电视行业的发展方向。“如果电视生产企业能依靠工业互联网、提高互联互通的能力,就有可能通过新的场景、技术让用户重新回归。”张剑锋说。

此外,尽管彩电市场整体陷入“量价齐跌”窘境,但并非所有品类都在“低价化”轨道上。超大屏如上百英寸的电视,以及超高清画质、全色激光等高端产品仍受追捧,价格大多上万元。

业内人士指出,电视机产品呈现分化趋势,入门级产品价格不断走低,知名品牌高端电视价格则定价较高且较为坚挺。预计大屏化、娱乐化、超高清化和智能化等将成为中国电视消费的新趋势,随着中国高收入群体的扩大,高端电视的需求将得到支撑。已进入存量市场阶段的彩电市场将迎来超大屏时代,中国市场75寸以上电视占有率有望在未来3年超过50%。

据《人民日报》

数字人民币推出新功能

手机无网无电也能支付

你是否经历过手机没电无法支付的窘境?最近,数字人民币推出新功能——“无网无电支付”,手机关机仍能“碰一碰”收款终端完成支付。一起来了解一下这个功能的特别之处吧!

无网无电如何完成手机支付

日前,全新升级的数字人民币APP新增无网无电支付功能,再次引起人们关注。部分用户在数字人民币APP硬钱包的“支付设置”中开启该功能后,即便在手机关机的情况下,仍然可以“碰一碰”完成支付。

一旦发现手机电量“岌岌可危”,而支付需求又迫在眉睫,用户可以开通数字人民币APP中的无网无电支付功能,并设置好关机后可支付的次数和额度,一度困扰用户的无网无电支付难题便迎刃而解了。

记者了解到,在该功能推广

初期,目前只支持部分使用安卓手机系统的机型,未来或将有更多机型加入。

为何要推出无网无电支付功能

移动支付的高效便捷自不必说,但其也会受到手机电量、网络环境的制约。无网无电支付功能就是针对这些支付痛点,探索如何在极端情况下保证用户正常使用数字人民币。

“这样使用数字人民币就如同使用纸币一样,可随时取用。”中国人民银行数字货币研究所相关人士介绍,数字人民币是数字形态的法定货币,是数字化的现金,要体现作为现金支付的便利性。虽然无网无电是小众场景,但作为法定货币应考虑在内。

2022年10月人民银行曾发文指出,要推出多种形态的硬件钱包,探索软硬融合的产品能

力,并针对“无网”“无电”等极端场景,研发相应的功能。时隔数月功能落地,展现出数字人民币产品和服务不断推陈出新的发展势头。

手机遗失如何保障支付安全

不用开机也能支付,这也引发一些人担忧:一旦手机落入别人手中,数字人民币会不会被“盗刷”?

业内专家提醒,如果手机丢失,用户可通过另外一个手机设备登录数字人民币APP,及时关闭无网无电支付功能,防止资金损失。

使用数字人民币如同使用纸币一样,在享受便捷支付体验的同时,也需要提升自身安全意识。

一位参与功能研发的银行人士向记者解释,为了避免这种极端情况下的资金损失,用户可

设置该功能的可支付次数和免密额度限制。在无电支付时,如果交易金额超过了免密额度,需要用户在受理设备上输入支付密码,后台系统校验通过后,交易才可进行。同样,如果在无电情况下支付次数超过限制,交易也无法进行。

数字人民币试点再次“扩围”

除了新功能上线,记者通过梳理发现,近期数字人民币APP上显示的试点地区进一步“扩围”。

对于开展试点最早的深圳、苏州、雄安、成都四地,试点范围已扩大到全省,广东省、江苏省、河北省、四川省的用户均可以下载使用数字人民币APP进行体验。此外,还增加了山东省济南市,广西壮族自治区南宁市、防城港市和云南省昆明市、西双版纳傣族自治州作为新的试点地区。

近日召开的2023年中国人民银行工作会议提出,有序推进数字人民币试点。中国人民银行副行长宣昌能日前表示,随着数字人民币试点的逐步深入,数字人民币的应用场景稳步扩大,交易金额、存量也不断增加,相关管理和统计制度不断完善。数字人民币和实物人民币一样,本质上都是货币组成部分,有必要对二者进行一并统计、合并分析、统筹管理。

在此背景下,人民银行最新发布2022年金融统计数据报告显示,自2022年12月起,数字人民币数据被纳入流通中货币(M0)统计口径。2022年12月末,流通中数字人民币余额为136.1亿元。

随着数字人民币的研发试点有序推进,产品和应用创新不断强化,未来数字人民币将更好地满足人们的支付需求,为便捷的数字生活增添光彩。

据新华社