

# 面板价格持续上涨 液晶电视价格“水涨船高”

液晶面板的涨价潮仍在继续。面板业在经历了2020年初的“寒潮”后,从2020年中下旬开始触底反弹,终端电视价格也一路“水涨船高”。3月8日,奥维睿沃在发布的《3月TV面板&整机价格快报(上旬版)》中表示,受到上游材料供应限制,市场维持供不应求的状态,面板价格继续上涨,受成本增加的影响,彩电终端市场价格将持续提高。

■新快报记者 陈学东

## 面板价格涨势或延续至第二季度

如果用一个词形容近一年来的面板行业,“涨价”或许最恰当。

自去年初的一场疫情以来,彩电行业发生了非常大的变化,特别是占据彩电成本80%的液晶面板,自去年6月就开启了价格上涨之路。根据Omdia的统计显示,截至去年11月末,55英寸4K LCD电视面板的价格短短一年内上涨了70%达到170美元,65英寸面板的价格连续两个月维持在200美元以上,43英寸1080P LCD面板的价格首次超过100美元,32英寸也以61美元创下了近几年的新高。

对于电视来说,最大的成本同时也是最重要的零件就是面板,再加上市场对于大面板尺寸产生了更加迫切的需求,65英寸以上产品占比25.0%,较去年同期增长了6.5%。2020年全年平均尺寸52.4英寸,增长了1.5英寸。去年上半年受疫情影响小尺寸需求增加,其中32英寸和43英寸表现抢眼;下半年面板供给紧张,55英寸出现缺货,企业增加60英寸产品进行50-60英寸产品段竞争,市场迎来爆发。

从另一方面看,持续上涨的液晶面板价格对于头部品牌来说将是一次难得的机会。因为头部电视品牌更有能力解

决面板采购的问题,从而拉大电视品牌之间的差距。根据奥维睿沃数据显示,在过去的2020年,三星、LG、TCL、海信实力斩获了全球电视品牌的TOP4,并且这四家成功抢占了全球彩电51.3%的市场份额,市场占比超过了一半。

产业链环环相扣,一个环节阻滞,上下游企业必须会受到波动影响,如康宁、NEG、AGC这三大玻璃基板厂商接连不断遇到故障、停电、爆炸等事故,给原本供需紊乱的液晶面板行业带来了更多的不确定性。

“由于芯片,玻璃,偏光片的缺货以及去年下半年全球的需求旺盛,面板走出了一波单边上涨的行情”。奥维云网副总裁董敏分析认为,随着一季度需求回归,本应缓和的面板涨价又因为玻璃厂事故,日本地震等事故再一次加剧供需失衡。由此,董敏判断,面板价格或将继续维持上涨,在今年第二季度逐渐企稳。

## 有望在下半年好转

对于普通消费者来说,最关心的问题是屏幕面板价格上涨,会不会导致智能电视跟着涨价。在小米、华为、OPPO等手机厂商入场之后,国内的智能电视市场竞争更为激烈,这也促使国内厂商



下调智能电视价格,打起价格战。不过,由于面板、芯片、PCB等电子零部件供需关系紧张,从2020年三季度开始,市售电视价格就已进入涨价周期。

自2020年6月开始,TV面板供需关系就出现紧张,面板价格进入一轮上升周期,9月面板价格压力传导至零售,彩电均价也进入上升周期。自2020年8月彩电品牌陆续宣布涨价之后,各品牌不同尺寸的电视终端价格不断上涨,涨幅普遍在300-500元不等,甚至有的涨幅上千元。如TCL电视重庆某店促销人员称,TCL电视在去年9月份就涨过一次价,幅度在200-2000元不等,去年12月8日,门店再次接到品牌公司的涨价通知,所有尺寸电视都全面上调价格。今年春节期间,不少消费者纷纷反映,与往年家电产品纷纷打折促销不同,今年不少家电售

价反而呈走高之势。

“电视整机价格的上涨一定会抑制终端的需求,但需求的原因是多方面的,有疫情防控后经济活动的恢复,体育营销,以及全球政府的补贴相关等等”,董敏认为,去年第四季度,整机品牌的利润应该集体到达拐点,2020全年中国整机品牌硬件业务都处于亏损。2021年第一季度,整机品牌的利润应该继续处于大幅下滑中。到“下半年开始会有好转,因为需求上来了,迎来旺季,成本相对稳定或下调。”

“成本上涨”和“缺货”成为当前面板产业的关键词,这无疑给整机厂商带来巨大的压力。接下来,整机厂商需要重新思考2021年的价格定位和产品策略,而这也将成为2021年全球电视市场最大的不确定性。

## 达达集团2020年营收增至57亿元 净亏损17亿

新快报讯 记者郑志辉报道 3

月9日早间,本地即时零售和配送平台达达集团发布了2020年第四季度及全年业绩,这是达达自去年6月在纳斯达克成功上市后发布的首份年度财务报告。财报显示,达达集团第四季度总净营收为20.158亿元人民币,与去年同期相比增长69.9%;归属于普通股股东的净亏损为5.344亿元,2019年同期净亏损为7.590亿元,同比收窄29.6%。2020全年总营收57亿元人民币,同比增长85%,超市场预期;其中,京东到家平台营收23亿元人民币,同比增长109%;总交易额(GMV)253亿元人民币,同比增长107%;净亏损为17.052亿元人民币,而2019财年为16.698亿元人民币。

财报显示,截至2020年12月31日的12个月内,达达快送配送订单量为11亿单;京东到家平台总交易额(GMV)253亿元人民币,同比增长107%;平台活跃消费者人数为4130万,而2019年为2440万。

在当天的投资者电话会上,达达集团董事会主席兼CEO蒯佳祺表示,达达快送进一步拓展下沉市场,截至2020年底,配送业务已覆盖全国2700个县区市。根据艾瑞咨询数据显示,2020年达达快送市场份额由2019年的19%提升至25%,领先优势不断扩大。



除了加速下沉,京东到家推动全品类进入即时零售时代。第四季度,手机数码品类继续保持高速增长,京东到家已与京东专卖店、vivo品牌厂商、苹果授权经销商、迪信通等实现深度合作,平台上线手机门店数已突破6000家。美妆品类也取得阶段性突破,京东到家与屈臣氏、万宁、悦诗风吟、娇兰佳人等美妆类连锁品牌深度合作,上线超3400家美妆线下门店。

“我们在第四季度再次实现了强劲的业绩表现,营收同比增长强劲,盈利能力持续改善。”达达集团

首席财务官陈兆明表示,“在达达集团多样化的产品服务和卓越的消费体验推动下,我们的用户基数保持了强劲的增长势头。我们经历了显著的规模效应提升,将继续专注于发展和优化技术创新能力,并吸引更多用户群体。”

截至2020年12月31日,达达集团持有的现金、现金等价物、限制性现金和短期投资总额为62.911亿元,较2019年末时的21.135亿元大幅增加。

公布财报后,达达集团盘一度涨逾5%,后大幅回落,截至昨日截稿时止,报29.44美元,跌幅9.44%。

## 农村涌现“上链潮” 破解交易信任成本难题

新快报讯 除了电商直播带货、AI技术养猪外,区块链作为一个新技术,正在农村产业振兴的过程中成为新潮流。据记者从蚂蚁集团了解到,蚂蚁链涉农业务量在过去一年里增长超过12倍,其中农产品溯源年同比增长近7倍,链上数据增量明显,这表明,有越来越多的农业数字资产开始在区块链上流转。

以安徽砀山县为例,当地农户把网络销售、物流等可信数据上链之后,成为了银行助农贷款的重要判断基础,破解了商户与银行之间的信任问题。平台上线两个月,覆盖企业超过200家,农行实现放款1300万元,促进农户电商销售额同比增长20%以上。

除了农产品溯源外,农产品交易、土地经营权流转、农村金融等业务也先后搬到了蚂蚁链上,丰富了“区块链+农业”的实践场景。

蚂蚁集团智能科技事业群副总裁邹亮表示,农业主体纷纷上链,一方面表明区块链在产业侧的价值日益凸显,另一方面也表明区块链技术正走向普及、平民化,推动田间地头业务快速发展。

他进一步指出,区块链是信任科技,可以为农产品、土地产权等资产加强可信流转基础,破解农业发展过程中的交易信任成本问题,并有助于构建全新的链上农业信用体系,以前沿科技助力乡村振兴发展。

据了解,目前浙江、江苏、安徽、四川、江西、吉林等地,都在积极尝试发挥农村的农业优势,推动多类型农业资产上链,覆盖了从生产到流通的各个环节。

(郑志辉)