

## 2021 年中国激光电视市场总结与展望

根据洛图科技 (RUNTO) 发布的《中国激光电视市场分析季度报告 (China Laser TV Market Analysis Quarterly Report) 》, **2021 年中国大陆激光电视市场出货量达到 28 万台, 同比增长 31.9%, 销售额 47 亿元, 同比增长 27.7%。**

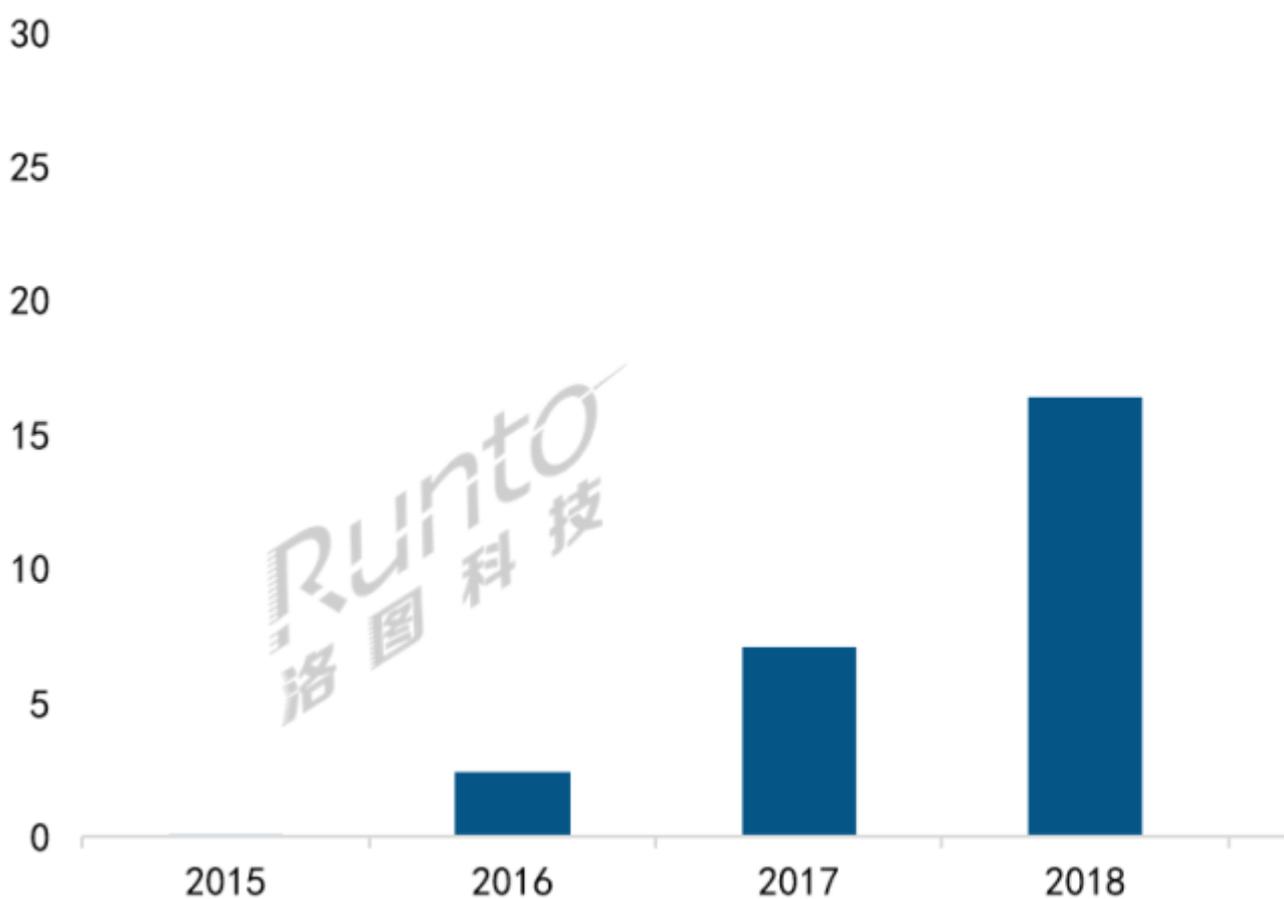
投影技术近年来正在成为投资和产业都关注的赛道。投影产品从系统方面可以分为智能和非智能两大类;从光源可以分为激光、LED、传统灯泡等;从技术可以分为 LCD、DLP、LCOS 等;从应用场景可以分为家用、商用、工程、院线、教育、办公等。本文中的**激光电视定义是使用激光光源来投射画面, 投射比小于 0.4, 同时内置智能操作系统的家用音视频设备。**

### 规模: 市场保持大幅度增长

在资本加持和技术驱动下, 激光显示的产业阵营日益壮大, 三星、LG、Sony、AOC、HP、爱普生等国际知名品牌均陆续发布激光电视产品。品牌和产品的丰富化推高了整体市场销量规模。

中国大陆目前是全球激光电视的最主要的消费区域之一。根据洛图科技(RUNTO)数据, **从 2015 到 2021 年中国激光电视市场年复合增长率高达 155.8%。**

2015-2021 年 中国大陆激光电视市场出货量变化



数据来源：洛图科技(RUNTO)，单位：万台，%

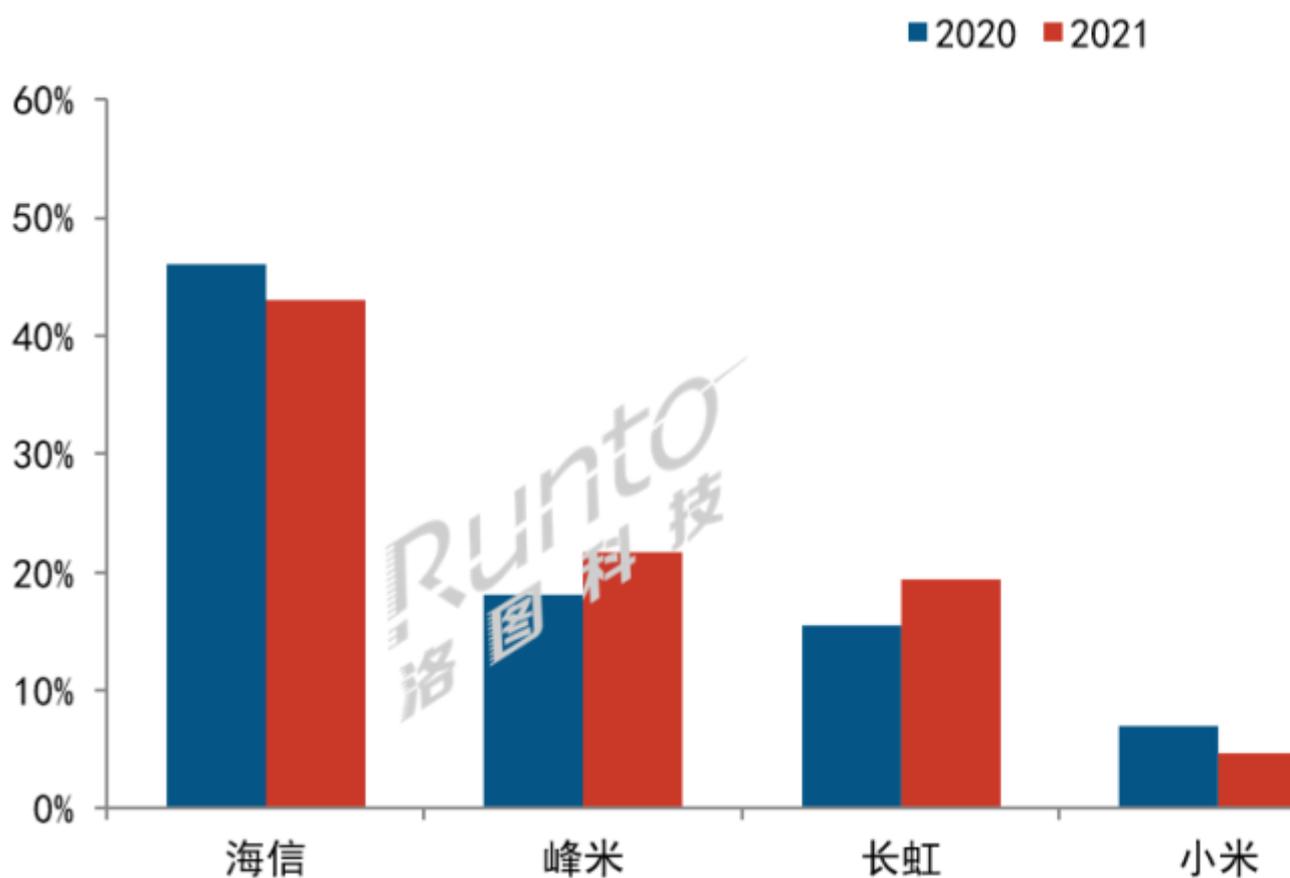
### 竞争：市场集中度超 80%，呈高寡占型格局

2021 年，中国市场的头部品牌效应进一步增强，寡头的竞争优势继续增大，品牌集中度因而继续提升。根据洛图科技(RUNTO)数据，2021 年中国激光电视市场仍呈现高寡占型格局，**CR3 指数达到 84%，同比增长 4 个百分点。**

海信在激光电视市场是唯一超过 10 万台的品牌，同比增长 22.9%，市场份额回落 3 个百分点至 43%。

峰米在产品及渠道上火力全开，出货量同比增长 58.6%，市场排名第二。长虹通过发布更多款激光电视，覆盖了中高端大屏家用消费市场，出货量同比增长 65.4%，位列第三排名。

2021 年 中国大陆激光电视市场重点品牌份额变化



数据来源：洛图科技(RUNTO)，单位：%

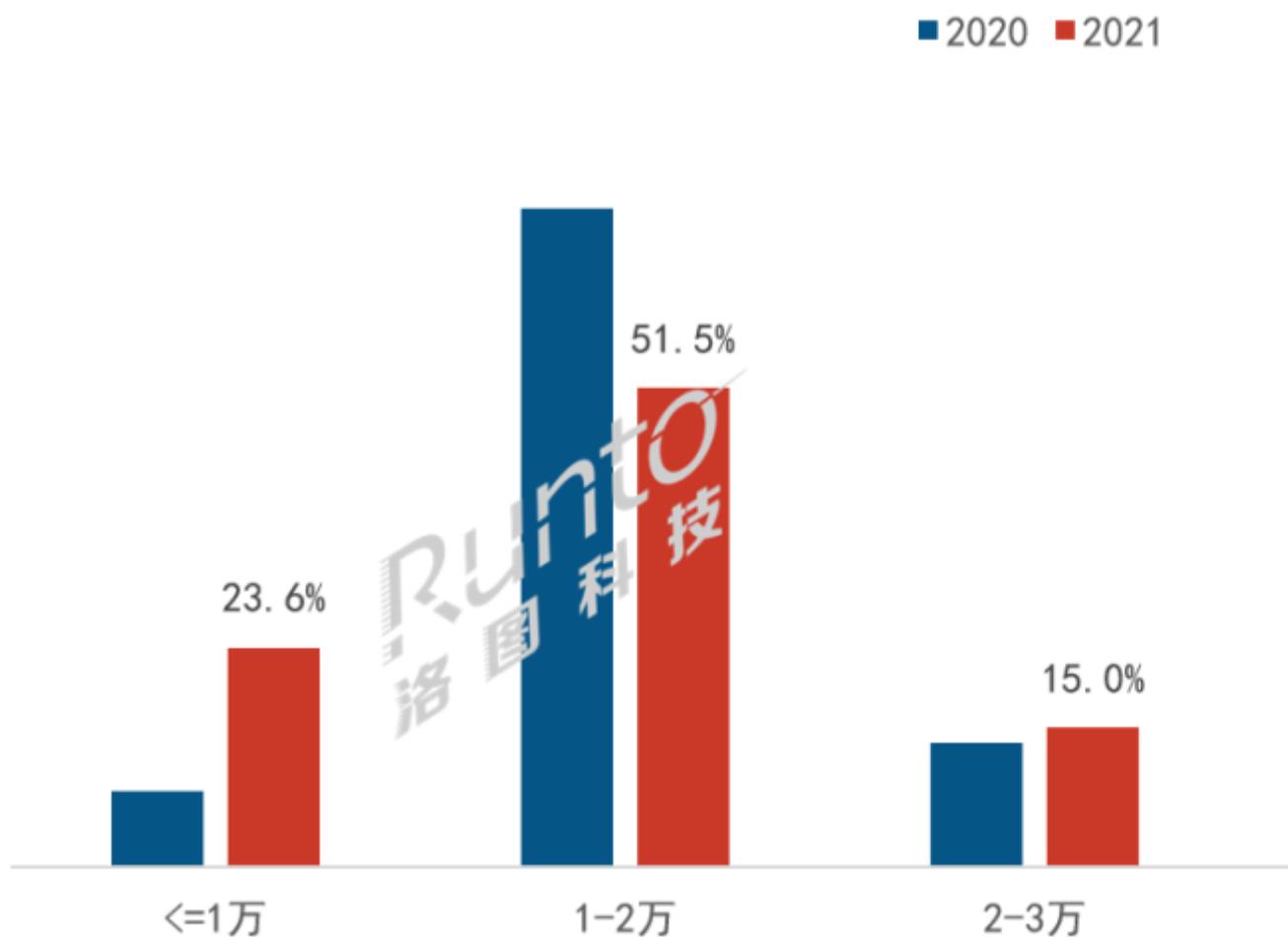
### 价格：平民化和向两端分化

2021 年，重点品牌频频发布万元内新品。长虹推出 100 寸 4K 激光电视，套餐价格拉入 9000 元界内。峰米发布一系列万元内激光电视产品，价格不断刷新消费者认知。

洛图科技 (RUNTO) 认为，**激光电视的平民化，是市场规模上量的关键。**

根据洛图科技 (RUNTO) 数据显示, 2021 年激光电视的平均价格在 1.68 万元, 同比下降 3.2%。分价格段来看, 万元以下产品份额增长明显, 比 2020 年增长 15.5 个百分点至 23.6%; 同时, 头部品牌加大在高端的产品布局, 使 3 万元以上价格段的市场份额达到 9.8%, 同比增长 2.1 个百分点。

2021 年 中国大陆激光电视市场价格段结构变化



数据来源: 洛图科技(RUNTO), 单位: %

### 产品: 激光具备的独立特质在快速的迭代升级

头部品牌在 2021 年均完成产品线梯队建设, 产品往高清、高亮、高色升级, 供不同群体的消费者从容选择。

分辨率已是从 2K 到 8K 的全线阵容，据洛图科技(RUNTO)数据显示，**2021 年，4K 分辨率已经逐渐成为激光电视的标配，市场份额达到 89.7%**；另外，随着小米、当贝、爱普生等品牌推出 FHD 产品，使 FHD 份额增长 3.3 个百分点，份额至 9.8%。2022 年初 CES 上，海信推出 8K 激光电视，代表激光电视进入 8K 时代，也是激光显示发展的里程碑。

2021 年 3.5-4K 流明的产品占据市场主流，相比 2020 年提升明显，市场份额增长至 47.5%，同比增长 3.1 个百分点。

三色激光已成为激光电视重要的选择方向。2021 年其销量持续攀高，市场规模占比达到 34.2%。

除此之外，激光电视产品形态也推陈出新，卷曲屏激光电视、屏幕发声激光电视等众多黑科技新品进入消费市场。加上 AI 智能摄像头赋予其社交功能，多方面跟进主流液晶电视在智能人机交互上的进步。尽管国际品牌正在加速进入激光阵营，但以海信、峰米、长虹为代表的中国激光电视企业已经开始定义新一代激光显示技术的蓝图和方向。

### **预测：2022 年规模达 45 万台，增长 60.7%**

家用市场中的投影显示成为继液晶电视机之后又一家庭娱乐新入口，市场规模不断扩张。随着用户对观影体验要求的提高，大屏化成为显示设备发展的主要趋势。洛图科技(RUNTO)认为，在消费人群、技术突破、还是场景应用层面，激光电视产品都有巨大的发展空间。

激光电视在家庭应用之外，也开始渗透到商用市场的会议室、餐饮、娱乐、俱乐部、教学等环境中。根据洛图科技(RUNTO)预测数据显示，**2022年全年中国大陆激光电视出货量将达45万台，同比增长60.7%。**