

极米、坚果“扯头花”，便宜了“小弟们”？

前有长城不计多年合作“友谊”，毅然决然地将比亚迪举报上工信部，后有坚果投影的首席产品官(CPO)借一则评测视频，直接向投影仪行业“老大”极米科技开炮。互联网圈或许是清静了太久，以至于这场说大不大、说小不小的口水战十足“赚”够了热度。

而趁热打铁，双方再“战”直播间。5月30日晚8点半，凤凰网科技直播连线坚果投影CPO王骁逸、极米公关负责人郭雪晴、涉事UP主“是啊哟没错”，就“坚果为何炮轰极米”、“友商碰瓷营销”、“评测收钱”等问题共同展开辩论。该场直播登上当晚微博热议榜首，共吸引51万人实时观看，200多名数码大V参与讨论。

然而虽说热度可以换来品牌曝光率，可头部品牌相互“扯头花”还是多多少少暴露出了各自的不体面。当然，如果能得到销量上的正面反馈，这点代价可以说是值得的，但是，得到便宜的未必是极米或者坚果。

投影仪市场，走向两极化？

极米和坚果的口水战，本质上是技术路线的分歧，前者推崇混光技术，将LED及激光两种主流光源整合，后者则采用三色激光技术。在此之前，极米召开了2023春季新品发布会，也就是在这场发布会上，极米公开提及了三色激光技术存在的散斑和彩边问题，这让采用三色激光技术的坚果自然感到不快，由此拉开了架势，“讨伐”行业老大。

技术分歧固然是主因，但不太景气的市场也驱使两个头部品牌加剧竞争。

根据洛图科技发布的2023年3月《中国智能投影零售市场月度追踪》报告显示，3月，我国智能投影线上市场销量为28.5万台，同比下降6.1%，环比下降1.9%。而去年3月，线上销量为30.3万台，同比增长15%，环比增长24%。

我国投影仪行业的发展，与近三年疫情有很大关系。疫情期间，电影院大规模停业，用户在家观影的需求激增，同样也是因为疫情，年轻人之间流行起露营，露营又增加了投影仪的使用场景。但如今疫情已过，户外娱乐活动恢复，消费复苏，一定程度上影响了用户需求，投影仪市场也出现了变化。

一个新的趋势就是两极化：以性价比为优势的低端投影仪极速扩张，占领市场，同时以激光光源、4K为代表的高端投影仪也增长较快，一个向下，一个向上。

从数据可以直观看出。IDC数据显示，2022年我国家用投影机出货量为416.2万台，同比增长19.60%，其中LCD产品销量份额占比提升至63%，DLP机型销售份额尽管占比为37%，但同比下降19%。

到了今年第一季度，LCD产品对DLP产品的“侵袭”更加严重。根据洛图科技的线上数据显示，2023年一季度，1LCD技术的线上市场份额提升至69.2%，较去年同期上涨8.4个百分点，DLP产品在线上市场中的份额则降至30%以下。



国内投影仪主要有DLP投影仪和LCD投影仪2大类，极米、坚果、当贝等头部品牌多走DLP技术路线，价格较高，走量的主力价格区间在2000-3000元之间，更高的则超过5000元；LCD产品包含1LCD和3LCD，但除了在智能家用投影市场主导3LCD技术的爱普生，其余品牌均不涉及3LCD技术，简单来讲，LCD产品就是1LCD的“天下”。

1LCD主流价格在500-1500元左右，是DLP和3LCD机型均价的1/5，因而受到价格敏感型消费者和尝鲜型消费者的青睐。

低端投影仪占领市场，并不妨碍忠实消费者追求更高质量的高端产品。2023年第一季度，4K智能投影线上市场份额上涨至2.7%，去年同期才0.6个百分点；激光光源产品的线上销量占比达到4.2%，较去年同期上涨1.4个百分点。

两头增长，处于中间的投影仪品牌及产品压力倍增，而极米、坚果等主流的国产品牌恰恰就在其中。

排位赛远远没有结束

在投影仪市场，极米“行业老大”的位置坐了许多。根据IDC数据统计，2018年至2021年，极米科技出货量持续保持中国投影设备市场第一，市场份额也从13.2%稳步提升至21.2%，这个数字几乎相当于爱普生(8.4%)、坚果(7.5%)、峰米(3.5%)和当贝(3.1%)份额的总和。

坚果曾经是极米的有力竞争者，这对“冤家”一直在智能投影行业领域“相爱相杀”，每年都在6·18、双十一等关键促销节点上为了“谁是销量第一”而大打口水仗。起初，坚果维持了较长时间的老二位置，但是其市场份额从2020年的10%下滑到了2021年的7.5%，Epson(爱普生)则成功反超坚果。

在投影仪还未大规模渗透到消费者层面之前，当前的格局只能说是相对稳定，而且是限于DLP产品范围内的。如今形势已然变化，当整个市场朝着两极化发展，更高端化和更高性价比将是未来市场增长的主旋律，随着“两极”的市场越来越大，“中间”的市场就会越来越小，现有头部品牌的竞争自然也会越发激烈。

拿下沉市场来讲，尽管智能投影仪从冷门走向认可，不过短短数年，可整个行业

已经隐隐有了向存量市场过渡的趋势。因此，下沉市场很可能会成为品牌寻找增长点的主要阵地，而价格偏高的DLP产品，在下沉市场显然没有1LCD产品受欢迎。

去年10月底，小米发布Redmi投影仪，凭借999元的超低价仅用了三个月就登上该类别的销量榜第一名，成为今年一月份最畅销的1LCD投影仪产品之一。1LCD产品之所以获得青睐，不单单是因为价格，其整体性的提升很大程度上满足了尝鲜用户的需求，如很多千元档位的1LCD投影产品的亮度，已经能提升到700流明以上。

值得一提的是，1LCD投影不像DLP投影仪依赖国外芯片供应，国产化让其在成本控制上更具优势。

低端市场崛起，挤压极米、坚果等品牌的发展空间，还因为1LCD投影市场上的新兴品牌价格上探，很可能将与极米、坚果的主力产品正面对抗，共同争夺同一目标群体。目前，在1000-2000元的国内市场，1LCD的增长已经开始蚕食DLP低价格产品的市场，而今年年初，1LCD市场更是推出了1000+流明亮度的新机型，市场开始向2000元出头的价位挺进，2000-3000元恰恰是DLP智能投影机“走量”的主力价格区间。

虽然新兴品牌在品牌知名度上不如极米、坚果等“老将”，可一个有利的因素在于两千元以上、四五千以下的价格区间所对应的市场相对空白，消费者对品牌的选择尚没有形成倾向性。LED光源产品均价在1500元-2000元之间，激光光源则高达5600元以上，中间留有较大发展空间。

这和消费者的心理大体一致。消费者购买投影仪，对产品要求若是不高，多数会选择千元左右的入门级产品，如果非常追求清晰度和体验感，只能选择五千元以上的产品。

跑出一个投影仪行业的“拼多多”？

我国投影仪行业的市场集中度不高，尤其是低端市场，目前还处于一种激烈的竞争阶段。数据显示，2022年，1LCD市场上TOP4的品牌分别为微影、先科、瑞视达、知麻，合计份额仅为23.4%，还较2021年下降21.2个百分点。

与之对比，2022年DLP市场上，TOP4品牌为极米、坚果、当贝、小米，合计份额达到

82.8%，较2021年增长5.8个百分点。

相比相对成熟的DLP市场，1LCD为主流的低端市场技术门槛较低，涌入了大量中小厂商或品牌，他们凭借性价比优势，在1LCD市场逐渐扩大的环境下野蛮生长。但是，这也决定了低端市场存在严重的产品同质化。

从当前市面上的产品看，千元内1LCD智能投影多数出自“新兴杂牌”门下，低廉的价格使其在性能参数上自然无法和DLP产品相比。好在受益于新一代高效光阀和高效LED光源支撑，千元机型能达到400-700流明亮度，而其它配置基本趋同，厂家已无力去改善。且低端市场尚不规范，虚标、质量层次不齐、山寨货等问题频出，影响了消费者信任。

产品的同质化，决定了低端市场的竞争者很难仅凭产品力突围，成功塑造品牌，进而收割和统一市场。

不过，一个有利的消息是，大厂入局，可能会驱使低端市场走向规范化，在新的竞争局势下走向格局稳定，提升市场集中度。如小米，Redmi投影仪卡位千元级市场，从去年11月的第四名跃居今年1月的第一名，仅用了三个月的时间，这主要源于小米系强大的品牌圈层文化。

除了小米，2023年，酷开(创维)、康佳、联想以及坚果、峰米、当贝等国内DLP投影头部品牌或子品牌，都准备重装布局LCD投影领域，如此一来，1LCD智能投影便不再只是新品牌坐阵。

在这些新入局者的带动下，1LCD市场已然有了新的变化，尤其在产品性能升级上。据行业消息称，1LCD投影正在瞄准两个新的目标前进：第一是普及1000-1500流明的高亮度产品，第二则是推出4K分辨率的产品。当然，1LCD投影的价格也会提升，将在2000-2500元价格线展开新的竞争。

届时，低端市场的走向可能是，千元以下的超低端智能投影增速放缓，而1500元或2000元以上的高品质智能投影迎来新一轮的爆发。这对消费者尝鲜、对行业进一步向大众渗透未尝不是一件好事。

极米、坚果的一场口水战，或许只是投影仪新战事的序曲，点燃的不仅是中高端市场，也包括愈发庞大的低端市场。

华府冷暖空调
专业快速，服务DC/VA/MD
电话：240-421-7363

9-153

冷暖气机 热水炉
中央空调 风管
消毒杀菌灯 车库门
维修 安装 保养

代理：
Carrier
Payne
Goodman

冷暖气新机：
零件10年保证 / 1年人工保证

方氏冷暖
Carrier Trane 9-152
240-651-9115

空调维修
冷气暖气
维修安装

质量保证
价格合理

专业中央空调

高氏冷暖

住家商业 安装维修
住家空调 抽风马达
商业空调 风管改装
水电改装 热水炉

机器10年 1年人工 价格合理 品质保证

代理多种名牌空调设备
Carrier, Bryant, Payne, Goodman

电话：(240)636-8420

安居冷暖空调公司
Infinity Air LLC 9-147

代理多种名牌空调设备
Carrier, Bryant, Payne,
Goodman

专业技术执照
HVAC Master & Contractor License

电话：571-334-9893
Licensed, Insured

冷暖考版