

《科创板日报》（深圳，记者 莫馨箴）讯，TWS（True Wireless Stereo，真无线立体声）耳机有多火爆？

CNBC当地时间17日报道，苹果公司的新款AirPods Pro耳机10月推出后大受欢迎，在美国假期来临前网上已基本售罄。而在大洋彼岸的中国电子第一街华强北，正在掀起一场白牌TWS耳机的狂欢，甚似当年的“山寨机”热潮。

无线耳机的火爆又引发了A股的资本热，以漫步者为首的板块持续走出涨停、翻倍行情。

但这场盛宴将持续多久，走向何方？未来谁主江湖？

近日，《科创板日报》记者多次来到了华强北实地探访，站在本年度最火爆的消费电子风口，尝试还原这场由苹果领衔的大爆发以及背后的技术和产业逻辑。

行业混战：白牌盛行，安卓崛起

“呵，你说的20块钱的TWS耳机也有，什么价钱拿什么货。”在赛格电子市场一楼某柜台前，潮汕老板张立（化名）一边回答记者，一边麻利的拆封了几款不同价位的TWS耳机提供试戴。

在他身后的壁柜上陈列着i12、i15、i666等一系列奇形怪状的TWS耳机型号，外观似苹果AirPods，但包装很是粗陋，出厂信息也不详。当被问到货源时，张立只称，“厂家”。

图 | 华强北的一系列白牌TWS耳机

无疑，这就是眼下在华强北大火的白牌TWS。

据张立介绍，TWS耳机最近三个月特别火，自己每月的销量有几十甚至上百台。

记者还了解到，整个华强北白牌市场，TWS耳机单个工厂的日产能已经能达到5k-6k。近期深圳周边手机供应链纷纷转型做蓝牙耳机，正在加班加点开模。

记者进一步走访发现，苹果TWS耳机在华强北占据一半以上品类，几乎是每家手机销售商的“标配”。视产品质量、功耗以及光感灵敏度情况，白牌产品的价位在几十元到数百元不等，其中最畅销的是号称1:1精仿的AirPods二代和三代，同样支持弹窗、改名、定位、敲击触发等功能，普遍报价180和280，仅正品官方标格的1/7

。但即便这样，“每卖掉一台能赚到小几十甚至近百毛利”，利润颇丰。

图 | 精仿苹果二代

图 | 精仿苹果三代

目前华强北白牌TWS盛行，在产经观察家、钉科技创始人丁少将看来，本质上反映了苹果推出AirPods后TWS市场快速成长，用户的性需求急剧爆发：其一，旗舰机取消3.5mm插孔成为了趋势；其二，智能手机大批量支持蓝牙5.0；其三，对于更小巧便携的“真无线”的渴望。

高端市场无疑是由苹果领衔。2016年9月，苹果发布了第一代AirPods，正式开创了TWS耳机时代，十个月后第一代山寨AirPods在华强北出现。

今年3月，苹果发布了第二代AirPods，3个月后华强北即推出了高仿品；10月，苹果推出第三代内嵌式无线耳机AirPods

Pro，新增了主动降噪等功能，但一周后精仿品就出现在了华强北，堪称神速。

作为TWS耳机的标杆，苹果AirPods持续超预期增长，目前已成为苹果配件历史上销售最快的产品，根据预测今年的销售量将达到5500万台，2020年1.1亿台。

在高端需求爆发的趋势下，苹果要求第一大组装商立讯精密将产能提高1倍至200台/月。

但这股热潮很快被华强北的白牌厂商蹭上，AirPods的高定价给了华强北Pods生存空间，山寨品以低价位大幅起量，迅速抢占低阶市场。

与此同时，包括华为、三星、OPPO、vivo、小米为代表的安卓手机厂商，森海塞尔、Bose、索尼、JBL、魔浪、万魔、漫步者等传统音频类厂商，甚至爱奇艺、网易云等互联网公司也快速加入了TWS大军。整个赛道的规模急剧膨胀，数百个TWS耳机品牌一拥而上，行业步入了混战期。

记者搜寻华强北各大店铺发现，另一重要TWS品类即华为、小米等安卓系耳机品牌。

天风证券在年度电子行业策略报告指出，TWS方面看好明年TWS行业进入手机品牌竞争格局，集中度提升。

有数据显示，今年安卓阵营耳机出货量达7800万台，年增52.9%；明年预计将过亿。根据光大证券预测，未来几年安卓TWS的年销量有望达AirPods的6倍，占领此前由苹果主导的市场。

目前的市场数据已有印证。今年三季度，苹果AirPods虽以45%市场份额大幅领先其他厂商，但市场占有率环比二季度下降了8%，相比2018年的3/4全球市占率更是大幅下滑；相比之下安卓阵营迅速壮大，其中，小米以20美元左右的低价款红米AirDots迅速扩张市场，在国内市占率排名迅速提升至9%。

中低价位TWS耳机市场的厮杀正酣。据光大证券对235个TWS耳机报价统计，目前100-500元区间的TWS耳机型号占比高达68%，未来行业面临着进一步洗牌。

蓝牙5.0引爆的300亿市场和7700亿市值

Counterpoint Research数据显示，2019年三季度全球TWS耳机出货量达3300万台，环比增长22.22%；其中，三季度中国市场TWS耳机增速明显，环比增长44%。

对此华强北人深有体会，在三季度，整个TWS市场仿佛一下子突然被引爆，给本来缺乏卖点的手机消费类市场带来了新风口。

记者穿梭于华强北各大商铺前，追寻着这场TWS耳机狂欢背后的源头。

“TWS为什么突然火起来？关键还是蓝牙技术的突破”。远望数码商城的一个刘姓老板显得颇为神秘，“络达你有听说过吗？联发科旗下的芯片公司，做蓝牙音频芯片将近20多年了。精仿二代AirPods的芯片方案就是络达的。”

在TWS耳机中，真正的核心技术关键就是那颗小小的蓝牙芯片。据了解，目前TWS芯片的市场价格在0.8-1.8美金不等。高端市场以CSR、瑞昱、高通为主，中低端市场由络达、恒玄、原相、杰里、中科蓝汛等瓜分。

记者进一步走访证实，TWS耳机市场的爆发确实与芯片方案的迅速成熟密切相关。在华强北目前白牌厂商普遍使用了络达方案，而苹果三代AirPods Pro甚至还使用了原来主攻高阶品牌的高通方案。

深圳一家知名耳机生产商高管向记者介绍，背后的“推手”正是芯片厂商，非苹果TWS实际上是在今年三季度才真正迎来了行业技术拐点。

在他看来，价格并非TWS耳机的主要痛点，连接性才是。“苹果的双耳通讯相对稳

定评价好，但它对其监听模式双耳连接方案进行了专利封锁；传统安卓厂商被苹果专利卡了三年，所采用的转发模式技术本质上存在无法消除的缺陷，卡顿、断连、左右耳延时长、功耗高、音质差等问题严重，导致此前安卓TWS的体验效果远不及Airpods，市场一直没有打开。”

但这一状况，随着蓝牙5.0技术在三季度取得了突破性进步，得到极大改善。

顺应TWS无线耳机的趋势，络达在今年推出了类似苹果的MCsync方案，打破了蓝牙连接技术的壁垒，并在7月推出了络达1536芯片方案，解决了传统TWS蓝牙耳机的传输与耗电问题，基本能实现接近苹果的连接体验，应用于飞利浦、京东、漫步者、惠威等TWS耳机品牌。

而华强北的反应非常快速，8月开始白牌TWS即开始大爆发。“芯片厂家出主板的设计方案，华强北出外壳加工方案，两边一整合，一个仿Pods就造出来了。”接近华强北的人士透露。

与此同时，安卓阵营也实现了技术突破，乘风而起。高通改进了TWS技术，方案搭载到今年9月份vivo等发布的TWS蓝牙耳机中。9月，华为发布的FreeBuds 3采用了自研的麒麟A1芯片，实现了和高通同样的方案，双路传输。

“可以说，三季度安卓TWS迎来了春天。”前述行业高管评价，“最夸张的是我听说行情火爆到连芯片厂商都缺货了。”

光大证券认为，目前安卓系TWS耳机已扫除双耳连接、降低功耗、降噪等技术障碍，下一步TWS行业将步入“手机构建生态”阶段，手机厂商TWS及其产业链将成为最终赢家。

而随着主控芯片方案成熟和普及，TWS耳机配套电池、电子元器件也在升级、量产出货，产业链从成本端加速这场盛宴，TWS耳机的成本极速下降。据悉，TWS耳机的工厂出货成本从100+元/对，剧降到如今的不到20元/对，推动TWS耳机销量翻倍喷发。

据Counterpoint Research数据预计，2019全球TWS耳机出货量预计可达1.29亿台，同比增长180.43%，2020年TWS耳机出货量大概率可突破2亿台。GFK数据预测，2019年全球TWS耳机市场规模有望达75.29亿美元，同比增长40.05%，2020年将达到110.42亿美元。

TWS的火热行情，还速蔓延到了A股市场。

Wind数据显示，今年以来TWS耳机指数(8841259)累计涨幅超过2倍，期间不断刷新高位，并在12月17日创下了历史新高5531.84点。

个股角度，韦尔股份、漫步者、圣邦股份、立讯精密、歌尔股份等相关标的年内涨幅已经上涨2倍以上，龙头股漫步者频频触发涨停。

至近日截稿，17只TWS概念股的市值已高达7700亿元。

图 | TWS行业供应链；来源：安信证券研报

2020年竞争将激化，主动降噪是趋势

行业火，资本热，接下来这场TWS耳机的盛宴还将持续多久，走向何方？

受访时不少行业人士提到了TWS耳机下一程的突破点在“主动降噪”。

在“无所不能造”的华强北，目前还尚且找不到一副具备主动降噪功能的三代AirPods Pro。

多个商家向记者坦承，“在功能上精仿三代不像真苹果那样能支持主动降噪，音质也相对没有二代不稳定，当前走量还是以二代精仿居多。”

深圳一家TWS耳机制造商高管向记者介绍，主动降噪耳机技术较高。首先需要有额外的麦克风采集周围的环境噪音；其次需要有优秀的算法计算用以抵消噪音的声波。最后还需要通过合理的设计，把这些额外的降噪模块塞进耳机的音腔内。

目前，恒玄、络达、高通都有出主动降噪芯片，但出成品的不多。即便芯片自带主动降噪功能，华强北的白牌工厂无法像苹果一样，将一套完整的降噪模块塞到这么小的耳机里。

而由于设计和制造难度差距，一款耳机的降噪和非降噪型号，通常都会有200-800元左右的价差。

越来越多的竞争者看到了这一增值趋势，开始布局。

近日有消息称三星电子将于明年2推出搭载“主动降噪”功能的新一代二线耳机“Galaxy Buds”，加上小米、realme、谷歌等品牌也有类似计划，明年无线耳机市场的竞争将激化。

不少受访人士还指出，未来TWS耳机市场将会更加分化。低阶市场仍然主打价格战，更快渗透培育用户习惯，而在高端市场，将在降噪的基础上，以语音助理和各类语音应用为主,打智能化概念。

络达科技总经理的张志伟在2019（秋季）中国蓝牙耳机产业高峰论坛上表示，从蓝牙耳机市场的整体发展来说，基本上经历了数字化、无线化、真无线、智能化四个时代。其中，数字时代开始于iPod上市，iPhone、AirPods开启了无线化时代，直至今年AirPods第二代上市，整个市场呈现出智能化的倾向。未来智能化时代将会出现语音助手、智能翻译、健康护耳、医疗助听、生物侦测等内容，这是必然的发展趋势。