

大屏显示技术之争 多家厂商先后“入局”

激光电视“走俏” 能否成为主流存争议

本报记者 吕途

在显示技术日益更新、行业竞争日渐激烈的背景下,电视厂商为了寻求突围将“目光”投向了不同种类的产品。值得一提的是,近年来,激光电视的关注度与日俱增。

日前,由海信、TCL、长虹等16家企业组成的中国电子视像行业协会激光电视产业分会成立,上下游的“联手”表明了他们将激光电视市场做强做大的决心。然而,该领域的发展也存在种种争议,未来激光电视能否成为主流产品还未可知。



相关数据显示,预计今年会有3500万台电视换新消费需求,这将有望成为激光电视进一步抢占市场带来良好契机。

CNSPHOTO 提供

激光电视逆势增长

2018年被视为激光电视的历史发展最佳期,这种势头也持续到了今年。

在各家企业竞相角逐的彩电市场中,有机发光二极管(OLED)电视和量子点(QLED)电视形成了两大阵营。但纵观全局,电视产业近年来的整体发展并不乐观,反而是较为小众的激光电视领域呈现出相反的飞速增长态势。

零售量同比增长了162.17%、2018年零售量同比增长了483.23%。

2018年被视为激光电视的历史发展最佳期,这种势头也持续到了今年。渠道商苏宁的销售数据显示,在今年的“年货节”期间,激光电视销量同比增长高达722.2%。

尤其是2018年,彩电市场在低价竞争中形成了“量增价降”的状态。奥维云网(AVC)数据显示,2018年中国彩电市场零售规模为4774万台,同比微增0.5%;零售额规模为1490亿元,同比下降8.6%;零售均价为3121元,同比下降9%。

目前看来,主流家电厂商已经纷纷布局激光电视产品。五年前,海信的首台100英寸激光电视“问世”后,TCL、康佳、长虹等多家厂商先后“入局”,激光电视产品进而不断迭代。

在各个厂商的宣传点中,效率高、功耗低、节能环保等特点成为激光电视的优势“标签”。不过,对于消费者而言,激光电视最大的吸引力还在于超大的画面显示尺寸

与具备相对优势的价格。具体而言,市面上的激光电视有100-120英寸的超大尺寸画面,画质可以达到4K级别。与同尺寸的OLED或QLED电视相比,激光电视的价格要低不少。

如今,65英寸及以上大屏幕市场也会表现愈发活跃,未来家庭电视也将出现更大、超高清方向“升级”。且有相关数据显示,预计今年将迎来客厅电视迭代更新关键期,这将为激光电视进一步抢占市场带来良好的契机。

向主流品类冲击

伴随大屏化趋势和OLED电视成本的不断下降,激光电视的优势将会逐渐减小。

行业热情高涨、增长势头正盛,激光电视自然被有些人当作未来电视市场主流品类的有力“进击者”。但同时,与其他竞争品类相比,激光电视也被指有种种发展阻碍。

相关从业者对中国商报记者表示,激光电视存在一些“先天性”的物理缺陷,而且许多环节存在不足,包括安装复杂、显示效果受限、售后服务欠完善等。尤其针对显示效果,光线是一项重要的影响因素,目前激光电视并不能在任意状态下达到理想的显示状态。

事实上,激光电视的本质就是激光投影机,是经过焦距等方面的改良演变而成的,其技术含量并不高。“产业经济观察人士、家电/IT行业分析师梁振鹏对中国商报记者称,“画面显示尺寸较大,但受限于复杂的安装与显示条件,比起家用来说激光电视更适合于商用场景。”

对此,尽管大多数企业对于激光电视的布局热情较高,但仍有主流企业尚未涉足。例如创维本有意成为上述激光电视产业联盟的一

员,但并未付诸实施,最终也没有选择“站队”激光电视,而是持续发力于OLED电视。创维集团执行副总经理杨孝骏更是大胆提出“激光电视没有未来”的预言。

与创维的态度截然相反的是,海信是激光电视的忠实拥护者。但就2018年的经营情况来看,海信的表现并不乐观,年报显示其净利润下滑超三成。在电视领域,其大举推广激光电视是否是正确战略被业界所质疑。可以看到,海信也于前段时间推出了OLED电视,这被认为是在为自己“留后路”。

梁振鹏认为,激光电视一直是一个非常小众的市场,现在的增长从某种程度上来说是弥补了液晶电视暂时没有涉及100英寸及以上的超大尺寸画面领域的不足。但是伴随大屏化趋势和OLED电视成本的不断下降,激光电视的优势将会逐渐减小,甚至未来可能会被淘汰。

任何新鲜事物在发展初期都会备受争议,激光电视也可以说是优劣势并存。可以看到,众厂商的“押宝”侧重点不尽相同,未来激光电视能否成为主流尚需时间的检验。

沈阳自贸跨境电商创业孵化基地启动

近日,“沈阳自贸跨境电商创业孵化基地启动仪式暨沈阳自贸跨境电商企业联盟筹备大会”在自贸区沈阳片区桃仙综保区联创大厦举行。

据悉,该基地由沈阳自贸投资发展有限公司投资建设,辽宁自贸区中沈企业服务有限公司运营管理,沈阳自贸区跨境电商企业联盟为主要业务合作伙伴。基地还配置了虚拟现实跨境电商VR培训系统,并将与在沈高校合作,在自贸区建设国内一流的跨境电商校外实训基地。自贸区跨境电商企业联盟是由辽沈地区近百家跨境电商和从事外贸业务的相关企事业单位组成的。联盟成立后,将借助和发挥自贸区、综合保税区等多重功能优势,积极发挥政企间的桥梁纽带作用。(本报记者 于奕)

太原着力建设国际现代物流枢纽

近日,山西省公布了《山西省融入“一带一路”综合物流基地和配送中心建设实施意见》,提出推动太原成为国家南北大通道枢纽、区域性国际现代物流枢纽及“一带一路”建设的重要物流节点和商贸服务节点,还将提升太原航空口岸功能和国际竞争力,以太原机场为区域性枢纽,开通太原至北美、欧洲、澳洲等国际航线,逐步开辟全货机运输航线,构建连接五大洲的国际航空物流港。

其中,将建设以国药控股山西制药有限公司等为主的医药物流配送中心,以太原武宿综合保税区内等为主的保税物流配送中心、以山西德华物流园有限公司等为主的商贸物流配送中心、以太原市国际邮件互换局(交换站)等为主的电商物流配送中心。(温馨 本报记者 范凤洲)

上海商场旗舰级“全电厨房”来了

全电气化的厨房在上海出现了。位于南京西路580号仲益大厦1-3层的“魔厨580”,成为上海中心城区最大体量的“全电厨房”商场,其中约九成的餐饮为全电气化厨房。

据悉,经过去年7月至12月的改造,有41家餐厅的厨房华丽转身,繁华市中心旗舰级“全电厨房”终于从梦想走进现实。如今,走进“魔厨580”的一家家餐厅,会发现用餐环境特别明亮整洁,一些餐厅甚至采用了半开放式厨房,或是玻璃橱窗全透明式可视厨房。据悉,“全电厨房”使用电能无明火,精准控温油烟少,厨房的安全系数大大提高。同时,其电气烹饪设备无噪音、无辐射热,厨师可以在十分舒适的室温环境下工作。(本报记者 张仲超)

上下游携手造势

业内人士表示,今年将重点发布70英寸激光电视产品,实现激光电视向中尺寸产品线的拓展。经历了一段时间的探索后,激光电视已经成为大多数家电制造商的布局领域。但一直以来,该市场的发展呈现出各厂商单打独斗的局面。

尽管激光电视领域的增长速度喜人,但市场体量仍相对较小。业界普遍认为,这一细分市场仍需要培育,只有通过全行业的共同努力才能有所改善。

一方面,激光电视的认知度急需继续提升,众企业的集中发声造势可形成规模效应。无论是从产品、渠道还是技术等层面,全行业的协同都将助力激光电视的进步“落地”,从而推动其做大做强。

另一方面,随着市场的升温,更多“玩家”涌入赛道,产品概念不

清、技术标准差异、价格混乱等问题陆续出现。激光电视领域需要尽快形成良性竞争和健康发展的格局,这需要主流企业带头遵守相关标准和规范,维护市场秩序。

针对下一步的具体措施,激光电视产业分会秘书长乔明胜介绍,今年将重点推出70英寸激光电视产品,实现激光电视向中尺寸产品线的拓展;其次,将积极启动8K分辨率显示方案的研究;最后,还将提升国产抗光屏性能和生产优良率,推动高增益可卷曲抗光屏幕的开发。

Advertisement section containing various legal notices, public notices, and company announcements in Chinese, including statements from companies like Shandong Specialized Industrial Equipment, Jiangsu Jiangnan Container Manufacturing, and others.