

EN 聚焦2018激光电视系列报道

编者按：电视大尺寸化发展成为一大趋势，这给激光电视带来了市场机遇。海信、长虹、极米、暴风、小米、华录、艾洛维等大批厂商涌入，激光电视市场快速增长。激光电视市场前景如何？为何不同品牌激光电视价格如此悬殊？双色、三色激光电视如何分辨？本报从即日起推出“聚焦2018激光电视系列报道”，探讨产业热点话题。



尺寸下行价格下探 激光替代大尺寸液晶时机已到？

本报记者 林美炳

近日，激光电视价格不断刷新纪录，继极米科技发布万元级1080p激光电视（不含幕布）之后，海信也发布了两万元以内的4K激光电视（含幕布），激光电视价格下滑的趋势不可阻挡。

有意思的是，在激光电视尺寸和价格不断下探的同时，液晶电视伴随着尺寸的提升，价格也在不断下降，两者在价格和尺寸上正处于一个交汇点，激光电视替代大尺寸液晶电视的时机到来了吗？

显示技术遇上大尺寸 激光迎来新机遇

显示技术正呈现出百花齐放的状态，LCD、OLED、Micro LED、激光显示、硅基OLED等各具优势发出前所未有的耀眼光芒。当这些显示技术与电视大尺寸化趋势相逢的时候，不同显示技术的优劣势开始显现出来，激光显示迎来了新机遇。

目前，液晶电视仍然是电视市场的主流，OLED和激光电视作为后起之秀，在高端市场有一部分市场份额。而Micro LED电视也不甘寂寞，从今年开始对外展示自己的超大屏优势。大屏市场进入了战国时代，各种显示技术都想获得生存机会。IHS中国区消费电子研究总监张兵指出，液晶电视尺寸受上游面板产线的限制，现在10代线最经济的切割尺寸是60英寸

和70英寸面板，10.5代线最经济的切割尺寸是65英寸和75英寸面板。同样，OLED电视也受上游面板供应的影响，短期内很难突破65英寸以上尺寸，虽然理论上8.5代线能够切割77英寸、88英寸面板，但是成本非常高。所以液晶和OLED在超大尺寸电视市场不具备性价比优势。

Micro LED理论上可以轻松做到上百英寸，但是目前技术还不是十分成熟，成本非常高，暂时无法在超大尺寸市场占据一定的比重。

而激光电视具有超大屏优势，与（75英寸以上尺寸）同尺寸液晶电视相比，又具有性价比优势，激光电视在超大屏市场是对液晶电视的补充，拥有市场机会。艾洛

维激光电视市场负责人邓蓓指出，目前，液晶电视在65英寸、70英寸市场具有价格优势，但是到了100英寸以上尺寸段，激光电视的价格竞争力就体现得更明显，100英寸液晶电视价格几十万元，而激光电视价格1~2万元，对于用户来说这种价格差距非常大。

而且激光电视的寿命和亮度还在不断提升。中国科学技术大学教授徐立新指出，一般来说，200到250nit的亮度就基本能够满足家用电视的观看需求，而荧光粉方案的激光电视的亮度可以做到2万流明，能够满足家庭的观看场景。随着激光电视市场发展，价格也会进一步下滑，如果激光光源价格能够进一步下降，三色激光电视也会逐渐成为激光电视市场的主流。

激光电视的高速增长和大屏化趋势吸引越来越多的厂商加入激光电视阵营，激光电视玩家越来越多。

大一些。

激光电视的高速增长和大屏化趋势吸引越来越多的厂商加入激光电视阵营。除了一直在激光电视领域耕耘的海信、长虹外，极米、小米、华录、暴风、坚果、小帅、明基、索尼等厂商也在涌入激光电视市场。这加速了激光电视的发展步伐。根据中怡康数据，激光电视今年第一季度的增长率为182.9%，5月第一周，85英寸以上电视零售增长率同比增长123.1%。

如果激光电视销售规模能够提升到一个新的台阶，将对75英寸中高端液晶电视产生颠覆性的影响。

贵，要么规格低价格便宜，如果要用来替代客厅电视有点勉强。但是现在激光电视价格已经下降到1万元左右了，与70英寸高端液晶电视价格相当，这两种产品进入了一个竞争和对立的状态，这时候会有一些消费者会更加偏向激光电视。

当激光电视和液晶电视在性能和价格上形成一个交汇点，会激发出什么样的市场呢？王伟指出，现在80英寸4K激光电视价格已经降到2万元以内，借助世界杯和各大节点，海信L5激光电视今年能够完成保底销量5万台。如果激光电视销售规模能够提升到一个新的台阶，将对65英寸高端液晶电视和75英寸中高端液晶电视产生颠覆性的影响。

海信电视营销有限公司副总经理王伟指出，尺寸、价格决定了激光电视销量能否进一步爆发。液晶电视平均消费尺寸不断增长，很早的时候是32英寸，后来增长到42英寸、45英寸，未来也会增长到55英寸、60英寸。而激光电视是从100英寸往下探到88英寸、80英寸，海信还将推出更低尺寸的激光电视。届时，激光电视和液晶电视在价格、尺寸上会出现一个交汇点，例如，海信接下来推出70英寸左右的激光电视，价格还会更低，到这时候的销量可能就不只是10~20万台，可能会飙升到上百万台了。

钟波也表示，前两三年有人提激光电视，但是那时候的激光电视绝对价格还太

激光电视阵营扩大 市场规模将提升

在过去的两三年间，激光电视呈现出高速增长的态势，特别是在2017年彩电市场不景气的情况下，激光电视逆势增长，成为彩电市场的一大亮点。奥维云网数据显示，2017年激光电视市场规模销量6.7万台，销额20.8亿元，增长率分别达116%、109%，预计到2020年，激光电视销量23.2万台，销额43.1亿元，量额复合增长率分别为51%、27%。

而且激光电视的潜力还没有被真正挖掘出来。海信激光显示研发部部长刘显荣

激光电视替代大尺寸液晶时机已到？

彩电行业每十年面临一次较大的技术变革，按照这样的时间节奏，液晶电视技术应用了近十年，应该到了改朝换代的关键点。OLED电视、激光电视、Micro LED电视正在角逐成为下一代彩电主流市场的话语权。

能否成为主流的一个重要的参考点就是销量。销量和价格有紧密的联系。张兵指出，家庭消费一般聚焦在500美元左右的电视。如果价格能够降到500美元就有可能实现普及。目前，超大尺寸OLED电视、Micro LED电视价格较高，暂时看不到能够成为主流的机会。而激光电视的价格正在下降，目前已经降到了1万元~2万元之间。

中国大陆将成为 康宁最大的玻璃基板生产基地

本报记者 林美炳

合肥10.5代液晶玻璃基板生产线刚刚宣布量产，康宁又计划配合京东方10.5代线在武汉投资建设新的一条10.5代液晶玻璃基板生产线。近日，康宁签署了武汉10.5代玻璃基板工厂的投资协议书。加上此前在北京和重庆的两条生产线，康宁将先后在中国大陆建设四座玻璃基板工厂。中国大陆将成为康宁全球最大的玻璃基板生产基地。

在此之前，康宁在日本和中国台湾各建有两座玻璃基板工厂，在韩国建有一座玻璃基板工厂。但是这些地区近些年来少有再投资高世代液晶面板生产线，新增产线主要集中在中国大陆地区。康宁显示科技（中国）总裁陈志山介绍，从2019年开始，中国大陆将成为全球最大的显示市场，而且产能还在不断攀升。这拉动了全球玻璃基板市场的增长，2016年到2021年，全球玻璃基板市场年复合增长率将达到6%，其他地区需求增长基本停滞。

但是中国大陆不断投资高世代液晶面板生产线，让不少人产生产能过剩的担忧。近日，又有一条11代线项目协议签

署。接下来还有新的产线陆续公布。但是陈志山认为，面板产能增加的同时，电视平均尺寸正在提升，全球电视市场的平均尺寸每年增长1.5英寸左右，对电视面板面积的需求有一定的增加。平均尺寸每增长1.5英寸，就大约可以消化掉一条8.5代液晶面板线的产能。康宁会一直关注显示市场的健康发展成长，会在保持供需平衡的前提下进行投资。康宁显示科技部全球总经理张铮强调，玻璃基板市场目前总体来说供需十分平衡。

目前，康宁正在配合京东方10.5代线建玻璃基板生产线。康宁合肥10.5代玻璃基板生产线已经量产。尺寸为2940mm×3370mm的10.5代玻璃是当今市面上最大的液晶玻璃基板，能为65英寸、75英寸电视提供最为经济的面板切割方案。

接下来，康宁同样会配合京东方武汉10.5代线建设一座新的玻璃基板生产线。陈志山解释说，10.5代玻璃基板尺寸太大，难以放在集装箱运输，这会造成运输成本的增加和运输效率的降低，所以现在10.5代玻璃基板工厂都紧挨着面板厂而建。这样能够保证在最短的距离内以最经济高效的传输方式、速度交付产品。

河北将建设四个新型显示产业基地

本报讯 河北省“大智移云”发展领导小组办公室近日印发的《河北省新型显示产业创新发展三年行动计划（2018—2020年）》提出，河北省新型显示产业将建设雄安新区新型显示研发基地、石家庄液晶显示基地、京南·固安新型显示产业园、保定新型显示配套应用基地等四个产业基地（园区）。雄安新区新型显示研发基地将支持雄安新区建设一批新型显示领域国家重点实验室、工程实验室、工程（技术）研究中心、企业技术中心、研发总部、中试基地、孵化加速

器等研发机构，开展全息、柔性、量子点（QLED）、Micro LED、激光显示等前沿显示技术研发，形成研发成果的输出高地。

石家庄液晶显示基地将打造国内规模最大、实力最强的材料与玻璃基板设备生产基地。京南·固安新型显示产业园将加快推动触控一体化显示模组、AMOLED面板、OLED发光材料及彩色光刻胶等项目建设。保定新型显示配套应用基地将加快推动光电显示膜材料大型研发生产基地建设。（文 编）

出门问问CEO李志飞： 语音交互的出路在非智能手机设备上

本报讯 近日，出门问问在2018战略新品发布会上正式推出包括智能音箱、耳机、手表等多款AI硬件新品。出门问问创始人兼CEO李志飞在发布会上指出，随着非智能手机设备的增多，语音交互将成为这些设备重要的交互方式之一，日活数也会非常高。

出门问问的使命是定义下一代人机交互。李志飞表示，2012年之前，在智能手机市场刚刚崛起的时候，他有一种强烈的信念，在移动互联网时代，一定有一种有别于键盘、鼠标和触摸屏的交互方式，当时他回国创业的目的就是要定义下一代人机交互方式。

但是什么才是下一代人机交互方式呢？过去五年间，出门问问围绕这个问题不断探索，推出过语音交互软件、智能硬件以及智能硬件整体解决方案。李志飞说，出门问问是一家以语音交互和智能硬件为核心

的人工智能公司。

在发布会上，李志飞问了三个问题：为什么语音交互还没火？语音交互的希望在哪里？语音交互为什么没有火？针对第一个问题，他指出，语音交互需要硬件载体才能实现人机交互，而过去四五年间，智能手机占据智能硬件市场95%的市场份额，但是智能手机用户没有养成语音交互的习惯，日活跃用户数量不到4%。

这不是意味着语音交互没有希望了呢？李志飞指出，非智能手机设备在快速增长。未来三到五年，非智能手机设备在欧美、中国市场占比将超过30%。而这些非智能手机设备会越来越普及。它们是语音交互非常好的载体。目前，智能手表、车载智能语音交互的日活远大于智能手机。李志飞认为，随着非智能手机设备的增多，语音交互将成为非智能手机设备主流的交互方式之一。（小 林）

康佳拟出资10亿助力滁州惠科光电项目

本报讯 5月21日，深康佳A对外发布公告称，为落实“科技+产业+城镇化”的扩张思路，近日，康佳集团与滁州市人民政府签署了战略合作协议，合作项目有康佳智能家电及装备产业园、光电产业基金（该基金将投资滁州惠科光电项目）、康佳新零售总部等项目，计划总投资约140亿元。

其中值得关注的是，康佳拟出资10亿元参与滁州市同创建设投资有限责任公司发起的惠科产业基金，该基金将投资滁州

惠科光电项目。

康佳智能家电及装备产业园（含安康智能工厂）规划总占地面积约1100亩（具体以实际供地面积为准），计划总投资约60亿元，主要建设安康智能工厂、家电核心零部件项目、大健康智能终端制造投资项目、相关战略性新兴产业及核心零部件项目。公告称，公司预计投资约19亿元建设安康智能工厂，拟将彩电生产基地之一的安徽康佳电子有限公司搬迁至康佳智能家电及装备产业园并建设成为智能工厂。（文 编）

京东方实现全球首次“8K+5G”直播

本报讯 5月23日，2018日本无线及移动通信技术展览会（EXPO COMM WIRELESS JAPAN2018/WIRELESS IoT EXPO2018）在东京Big Sight国际展览中心开幕。BOE（京东方）在Docomo以及华为提供的实用5G网络上，实现了全球首次“8K+5G”视频直播和8K VOD（Video On Demand）点播。

BOE（京东方）全球首次实现了在实用5G环境下的8K影像直播及8K VOD点播，吸引了众多参观者驻足欣赏。

VOD视频点播技术，也称为交互式电视点播系统。BOE拥有自己制作的8K丰富片源，BOE 8K VOD视频点播系统可以支持多用户在点播的需求，无需下载片源，通过网络就可以在云端服务器观看8K影片。在5G高速传输环境下，BOE提供的由BOE 4K/8K影像服务云平台、BOE 8K解码播放器和BOE 8K显示终端组成的8K系统解决方案，能够使8K VOD视频点播实现零延迟播放，让用户轻松欣赏高品质的8K超高清视频节目。（晓 文）