

中国电子报评出2018彩电业十件大事

01 中国超高清视频产业联盟成立 加速建立4K生态

3月29日,在工业和信息化部电子信息司指导下,来自超高清视频产品制造、视频传输、内容生产、应用和服务领域的企事业单位、专业机构共同发起倡议,联合组建中国超高清视频产业联盟,欲构建先进完善的超高清视频产业生态。在联盟首届会员大会上,通过了《中国超高清视频产业联盟章程》、《中国超高清视频产业联盟工作组管理办法》等文件,选举产生了理事会成员、副理事长和理事长单位。42家单位当选首届理事单位。联盟还设立了政策研究、

标准制定、评测认证等9个工作组,以汇聚合力,推动重点任务。

点评:2017年我国4K电视的市场渗透率达到58%,未来两三年4K电视将进一步普及,2020年中国4K电视普及率将超过75%。中国超高清电视普及率已经非常高,但是超高清拍摄设备、超高清内容、驱动芯片、编解码技术等还不是非常成熟,限制了超高清产业的发展。中国超高清视频产业联盟将打通超高清产业链,加速建立超高清产业生态。



02 阵营添丁价格下降 OLED电视市场扩大

2017年,OLED电视阵营成员已经扩展到13家,既包括飞利浦、索尼、松下、LG电子,也有创维、长虹和康佳等,几乎囊括了全球所有主流电视企业。其中索尼和LG电子是全球OLED电视市场的主力军,创维是中国OLED市场的先锋。2018年OLED电视阵营进一步扩大,由原来的13家增加到15家。与此同时,为了加快OLED电视的普及,OLED电视厂商推出了性价比更高的产品。例如,索尼今年推出的55英寸A8F电视,价格已经降到1.5万元以内,创

维更是将55英寸OLED电视的价格拉到了1万元以内。

点评:彩电市场同质化竞争非常激烈,OLED电视作为差异化产品逐渐在高端电视市场获得消费者的认可。而且OLED电视在高端电视市场的份额有可能继续扩大。为了获得更多的利润,将会有越来越多的厂商加入OLED电视阵营。但是目前OLED电视面板供应商只有LG Display一家,OLED电视市场的大小始终受LG Display OLED电视面板产能的限制。



03 三星夏普8K电视上市 电视将进入8K时代

目前,在主流电视品牌中,只有夏普和三星8K电视面市。三星Q900系列8K电视分辨率高达7680×4320,峰值亮度4000nits,支持三星独有的8K AI调制技术,可以将现有内容转换到8K分辨率。夏普AUOUS 8K电视系列均拥有采用二代UV光传导技术的日本原装液晶面板,搭载DOLBY VISION HDR技术,以及最新的AI煌彩技术、自主研发的64位8K“金刚”智能解码芯片,配备四核CPU(A73+A53)和四核GPU,支持HD-

MI2.1,通过一根HDMI线即可完成8K视频的播放,并且首次支持USB设备直接播放8K视频。

点评:今年8K电视虽然呼声很高,不少厂商展出了8K电视,但是大部分是明年才真正面市。8K电视的发展速度比业界预计的要慢一些,很大程度上是因为受8K电视产业生态链不成熟的制约。2019年受到SoC解决方案尚不成熟,产品良率偏低以及成本过高等因素影响,预计实际量产出货的数量非常有限。



04 电视市场再添跨界玩家 “醉翁”意在智能家居

9月12日,一加科技CEO刘作虎在微博宣布:“随着5G、AI等技术的发展,未来家庭智能生活场景将和现在有很大不同,家庭和其他生活场景将会‘无缝连接’。抱着对未来强烈的好奇心和期待,我们希望以一个探索者的心态投身互联网智能家居领域,奉献一份自己的力量,从家庭生活中最重要的智能设备——智能电视入手。”刘作虎认为,一台好的智能电视首先应该拥有精美的外观设计、高品质的图像质量、丰富的内容体

验,还应该为用户提供更智能的无缝连接。

点评:继联想、小米、乐视进入智能电视市场之后,暴风、微鲸、PPTV、看尚、风行等厂商涉足智能电视领域。但是绝大多数互联网电视品牌没能在智能电视市场中有所作为,目前只剩小米电视还保持一些市场热度。今年传出OPPO、vivo和华为也要入局电视市场,这些玩家可能和一加一样,本意不在智能电视本身,而是为了撬动智能家居市场。



05 世界杯掀起营销战 彩电厂商各放大招

世界杯不仅是四年一次的全球足球盛宴,更是彩电厂商难得的全球市场营销机会。作为2018年俄罗斯世界杯官方赞助商,海信ULED电视和海信激光电视LOGO频繁亮相世界杯赛场,赚足了眼球,提升了海信电视全球品牌知名度。世界杯期间,海信电视销量在法国、加拿大、意大利、捷克等市场获得大幅提升。长虹、TCL、创维、康佳等彩电厂商也不甘示弱,纷纷举起了体育营销的大旗,它们或签约比利时国家队、或联手足球明星、或竞标场馆项目

等,利用各种营销手段向全球消费者展示品牌实力,也取得了一定的市场效果。

点评:世界杯特别吸睛,2018年俄罗斯世界杯共有超过35.72亿观众收看赛事。以世界杯为代表的大型体育赛事已经成为彩电厂商与消费者沟通的平台,更是彩电厂商走向全球市场的机会。当前中国彩电市场已经相对饱和,如果中国彩电品牌要获得更大的发展,必须走向全球化。借助体育赛事营销出海是中国彩电厂商全球化过程中的必经之路。



06 尺寸下探伴随价格降低 激光电视驶入快车道

前几年,虽然与同尺寸液晶电视相比,激光电视相对价格不高,但是6万~7万元的绝对价格还是让不少人望而却步。从2018年开始,激光电视价格开始松动。极米皓·LUNE是单色激光光源,0.65英寸DMD显示芯片,分辨率为1080p,价格在2万元以内。海信也推出了激光电视L5,将4K激光电视尺寸下探到80英寸,价格下降到2万元以内,促进了4K激光电视销量的提升,在上市30周里有23周进

入产品畅销榜的前十位。

点评:随着尺寸继续下探,价格不断下降,激光电视市场规模将进一步获得提升。海信、长虹、极米、小米、华录、暴风、坚果等厂商也在涌入激光电视市场。激光电视产业将迎来发展的快车道。但是这么多品牌中,真正具有技术实力,能够生产出具有特色产品的还是少数,大多数品牌还是依托于OEM、ODM来快速推出产品,形成概念。

07 面板价格下滑市场低迷 彩电价格战频现

随着新增产能的不断增加,以及电视市场增长遇到一定瓶颈,液晶面板价格持续走低,电视厂商成本压力减轻,这给彩电厂商提供了一定的降价空间,彩电行业价格战不断。刚开始彩电厂商的价格战主要在55英寸及以下尺寸段的电视,例如,55英寸4K液晶电视价格降到1999元;后来价格战的尺寸段延伸到65英寸,618期间,风行率先将65英寸4K电视价格下降到2999元。到了双11,彩电线上市场价格战更加激烈,基本达到了今年价格的最低点。例如,双

11期间55英寸4K液晶电视价格进一步压到1800元,65英寸4K液晶电视击穿2800元。

点评:中国彩电市场已经相对饱和,要实现大幅增长比较困难。单纯的价格战难以激起人们的购买欲望,更多的是加快了部分换机市场的节奏,但是换机市场潜能并没有被充分挖掘出来,显得今年彩电市场有些低迷。而且如今彩电市场处于消费升级阶段,人们对产品的要求更高,彩电厂商应该推出更高品质的产品或者符合个性化需求的产品。

08 百度入股创维投资极米 AI电视成布局热点

3月12日,极米科技宣布获得百度等投资机构超6亿元投资。5月,极米与百度成立AI无屏实验室。依托百度DuerOS技术,极米无屏电视搭载了全新的极米AI系统。创维酷开也获得了百度的青睐。3月16日,创维宣布,深圳酷开网络科技有限公司获得百度公司战略投资10.55亿元。百度AI操作系统DuerOS与酷开系统实现全面对接,百度的人脸识别、图像识别等前沿技术能力全面引入酷开系统,双方还将在AI领域展开一系列深度合作,

共同向消费者提供智慧家庭入口级的产品和服务。

点评:随着基于大数据、云计算、机器学习等的人工智能技术的日渐成熟,人工智能技术被应用到电视当中,智能电视升级为AI电视。AI电视有可能成为智慧家庭的入口,创维、海信、小米等厂商都将AI电视作为重点进行布局。像百度一样的人工智能厂商也希望与家电厂商开展各种跨界合作,切入到智慧家庭当中。AI系统将成为电视的标配。

09 京东方10.5代线量产华星11代线投产 加快彩电大尺寸化

3月,京东方对外宣称,京东方合肥第10.5代液晶面板生产线今年3月顺利量产,目前产线综合良率已超过70%。该条产线是全球首条最高世代线,也是全球首条10.5代线,项目总投资458亿元,主要生产65英寸及以上超大尺寸超高清液晶显示屏,设计产能为每月12万片玻璃基板。京东方合肥第10.5代TFT-LCD生产线整体设备的自动化和智能化水平及采用的核心工艺技术,都已经达到业界相当高水平。11月,华星光电深圳

第11代液晶面板生产线(t6)也进入投产阶段。

点评:京东方合肥10.5代线量产之后,正在紧锣密鼓地推进武汉10.5代线建设。华星光电第二条11代线已经奠基。富士康广州10.5代线预计明年量产。10.5代线能够经济切割65英寸面板以及更大尺寸面板,65英寸面板产能将大量释放,彩电主流尺寸将由55英寸切换到65英寸,加速65英寸及以上尺寸电视的普及。

10 业务调整高层变动 彩电市场遇到增长瓶颈

2018年中国彩电市场表现低迷。根据奥维云网数据,上半年中国彩电市场量涨幅跌,第三季度彩电更为低迷,量额都出现下滑,其中零售额同比下滑15.2%。为了应对市场颓势,有的厂商更换高层,有的厂商剥离业务。TCL将9家主要面向消费者的家电企业的股份出售给9月成立的广东TCL工业控股公司。TCL集团将把重点放在半导体和显示器上作为其核心业务,重点是研究和开发下一代显示技术和材料。创维集团CTO、酷开网络原董事长王志国,出任深圳创维-RGB电子有限公司

司董事长、法人代表一职,任期3年。同时,创维集团总裁、创维数码CEO刘棠枝,不再兼任创维-RGB电子有限公司的任何职务。

点评:彩电市场玩家众多,竞争非常激烈,一直以来利润都非常低,不到5%。近两三年来,彩电市场遇到增长瓶颈,利润遭到进一步削减,有的时候连1%都不到。未来两三年有的彩电厂商很可能淘汰出局。主流彩电品牌必须在保有原有体量的前提下,不断提升产品品质,在高端电视市场获取一定的利润。