

电竞显示,电视行业的第二战场



本报记者 卢梦琪

近日,众多电视厂商纷纷发布电竞显示产品,TCL发布34英寸21:9MNT、32英寸240Hz MNT、27英寸240Hz MNT,创维发布G1AF24C电竞显示器,海信发布Hard硬派系列电竞显示器,康佳发布战神系列电竞电视。电视厂商近期不约而同深耕电竞显示,这里“风景独好”?

出于多元化发展考虑

随着全球游戏产业和电竞产业的快速发展,电竞显示器市场已经成为了当前显示器产业的主要新兴市场。电竞作为中高端显示应用,不同于其他显示技术脉络,融合了游戏内容及面板技术发展趋势、供应链诉求、品牌意志以及终端市场整体性需求,为面临诸多挑战的显示器市场注入发展活力。纵观发布的电竞显示产品性能指标,在画质、刷新率、色域值等方面做到极致。

例如TCL华星光电的32英寸FHD240Hz电竞显示器,采用Mini-LED背光方案,有512个背光分区,分辨率为1920×1080,刷新

率达240Hz。常规亮度均为500尼特,峰值亮度可达1400尼特,对比度为100万:1,满足VESA Display HDR 1400认证要求。

创维电竞显示器F27G1Q使用27英寸2k分辨率的IPS面板,拥有最高165Hz的刷新率和95%DCI-P3色域,并支持HDR,搭配1ms的响应速度。

海信27英寸旗舰版产品Hard PRO在2560×1440分辨率下达到240Hz的刷新频率,1ms灰阶响应时间搭配Adaptive Sync技术专业调校,改善了游戏环境下画面撕裂现象。曲度达到最大曲率1000R,相比市面上的1500R,更大的弯曲度,

更接近人眼视觉习惯。

业内人士认为,电视厂商做电竞显示,是在高刷新率、高曲率、宽幅显示、沉浸式体验等方面深化发展,依然在原有的领域深耕,并不算“出圈”。

奥维睿沃研究总监程丽丽在接受《中国电子报》记者采访时表示,电视厂商布局电竞显示器主要原因之一是市场潜力大,电竞显示器细分市场规模从2017年的40万台快速增长到2020年的450万台,三年增长10倍。在消费群体对游戏和电竞认知的转变和政策改革的驱动下,中国电竞市场呈爆发性增长。因此电竞显示器是发展潜力巨大的潜力市场。

业内人士认为,电视厂商做电竞显示,是在高刷新率、高曲率、宽幅显示、沉浸式体验等方面深化发展,依然在原有的领域深耕,并不算“出圈”。

此外也是为了完善生态链布局,当下电视厂商在电视、商显均有布局。进军家用显示器行业顺理成章。海信视像总裁于芝涛表示,基于在显示领域对于色彩、画质、芯片等技术积累,进入电竞显示器领域是公司布局大显示战略的既定规划。从电竞显示器到车载屏幕,公司会不断拓展在产品门类,力求覆盖更多细分人群。

消费者对电竞显示器的要求愈发严格,对多元化电竞显示器的需求愈发强烈。

3000万市场规模,因此对于差异化应用的增长趋势非常看好。华星今年的电竞面板增长幅度超过350%,其运用HV技术,可以匹配电竞对于高刷新、高对比、曲面显示的需求,目标是明年力争在电竞显示器做到全球第一。

出货量靠前的SDC逐渐要退出,给了华星很好的发展机会,众多客户也将华星作为SDC逐渐退出电竞面板领域的选择。

目前电竞显示器主力品牌皆有联合赛事和电竞战队的经验,借此提升品牌在电竞领域的知名度。

但在市场份额、生产经验上还略显不足。未来重点发力的方向一是与电竞赛事以及战队联动,提升品牌知名度。二是从产品定位整体上应该以结构升级为导向,不盲目推崇低价策略,逐渐向高端演进。其一是综合类电竞显示器,兼顾游戏与影音娱乐/家用办公等功能;其二是专业类电竞显示器,主打极致游戏功能。

量的供给能力,需要行业从业者的努力探索、辛勤耕耘。

当前,全球集成电路和软件产业的发展正在面临前所未有的发展机遇,金融、电信、能源、农业、交通、制造业等各行各业的数字化转型提速,消费电子、视频处理、汽车电子等产业加速升级,既带来了巨大的市场,同时又对集成电路和软件产业提出更多、更快、更高的要求,倒逼集成电路和软件产业加速技术创新,ICT产业正面临新的技术大变局。

“8号文”带来给力的政策红利,全球ICT产业面临新的技术变局窗口,集成电路和软件产业从业者努力探索,我国集成电路和软件产业将迎来高质量的大发展。

供需两端给予发展底气

从供需两端看,电竞显示器拥有发展底气和发展潜力。

从需求端看,基于对游戏人群的人口学结构研究,群智咨询(Sigmaintell)发现中国电竞显示器游戏用户人群以26岁以上熟龄玩家为主,他们在青少年时代伴随着中国网络游戏文化的发展而长大。在职业上,主要为企业白领,月收入在6000元以上,尚有经济余力支持其使用网络游戏。他们不仅在经济上

具有能力,在时间和情感上也对网络游戏投入诸多,愿意为网络游戏花钱/花时间/花精力。

消费者对电竞显示器的要求也愈发严格,对多元化电竞显示器的需求也愈发强烈,可以用“更强、更快、更真”三个词来概括。更强就是极致的画质体验,更快就是强悍的画面刷新率,更真就是沉浸式体验。

从面板供应角度来看,电竞显示面板正在成为主要发展的细分领

域。群智咨询(Sigmaintell)数据显示,全球电竞显示器面板及整机出货规模将持续保持增长,预计2020年全球电竞显示器面板出货规模将达到1560万片,全球电竞显示器整机总出货量可达1150万台。

TCL华星光电高级副总裁赵军在接受《中国电子报》记者采访时表示,电竞显示在整个商显领域占比较大,是商显领域重要的增长点。他预计2023年电竞显示器市场超过

3000万市场规模,因此对于差异化应用的增长趋势非常看好。华星今年的电竞面板增长幅度超过350%,其运用HV技术,可以匹配电竞对于高刷新、高对比、曲面显示的需求,目标是明年力争在电竞显示器做到全球第一。

出货量靠前的SDC逐渐要退出,给了华星很好的发展机会,众多客户也将华星作为SDC逐渐退出电竞面板领域的选择。

目前电竞显示器主力品牌皆有联合赛事和电竞战队的经验,借此提升品牌在电竞领域的知名度。

做好准备迎接激烈竞争

据集邦咨询数据,近年电竞液晶显示器市场竞争激烈,其中AOC/Philips凭借高性价比的曲面电竞产品及平价的IPS电竞机种,加上成本优势,在2020年电竞液晶显示器出货排行榜居冠。华硕(ASUS)除了专注高端专业电竞市场外,也着手开发平价系列产品促销冲量,将有机会拿下第二。宏碁(Acer)则维持多元产品发展策略,预计位居第三。

在平面IPS持续攻占市场下,2020年曲面电竞液晶显示器仍有54%的市占率,其中以三星(Samsung)、微星(MSI)布局最为积极,预估两家品牌的出货市占将不相上下。

由此可见,电竞显示器的老牌布局者优势明显。具体而言,程丽丽向记者表示,目前电竞显示器主力品牌皆有联合赛事和电竞战队的经验,借此提升品牌在电竞领域的

知名度;第二,电视厂商进入较晚,抢占市场份额还具有一定难度;第三,电视厂商在PC生产经验上略显缺乏,品牌画像偏显示厂和非系统厂,目前高端电竞品牌以我国台湾品牌华硕(ASUS)、微星(MSI)为主,电视厂商进入到高端电竞领域还有很长一段路要走。

因此,电视厂商作为后入者,虽然具有与显示器相通的技术积累,

但在市场份额、生产经验上还略显不足。未来重点发力的方向一是与电竞赛事以及战队联动,提升品牌知名度。二是从产品定位整体上应该以结构升级为导向,不盲目推崇低价策略,逐渐向高端演进。其一是综合类电竞显示器,兼顾游戏与影音娱乐/家用办公等功能;其二是专业类电竞显示器,主打极致游戏功能。

量的供给能力,需要行业从业者的努力探索、辛勤耕耘。

当前,全球集成电路和软件产业的发展正在面临前所未有的发展机遇,金融、电信、能源、农业、交通、制造业等各行各业的数字化转型提速,消费电子、视频处理、汽车电子等产业加速升级,既带来了巨大的市场,同时又对集成电路和软件产业提出更多、更快、更高的要求,倒逼集成电路和软件产业加速技术创新,ICT产业正面临新的技术大变局。

“8号文”带来给力的政策红利,全球ICT产业面临新的技术变局窗口,集成电路和软件产业从业者努力探索,我国集成电路和软件产业将迎

(上接第1版)“钱”是集成电路和软件产业从业者最为关心的问题之一,“8号文”对于集成电路生产企业或项目不仅给出了十年免税的支持,而且还给出一系列支持集成电路企业的投融资政策,包括支持集成电路企业、软件企业通过知识产权质押融资、股权质押融资、应收账款质押融资、供应链金融、科技及知识产权保险等手段获得商业贷款。从创业初期到上市各个成长阶段,从免税到更多的渠道融资,丰富而全面的投融资渠道,让集成电路和软件企业免去对资金的担忧,集中精力攻克集成电路和软件关键环节的关键难题。很多产业相关人士表示,这次政策中关于投融资的支持是一大亮点。

“人”是又一个关键维度,缺乏人才是集成电路和软件产业一直以来的“老大难”问题。将集成电路升级为一级学科的呼吁为时已久,这次的“8号文”明确指出,将加快推进集成电路一级学科的设置工作,并将紧密结合产业发展需求,及时调整课程设置、教学计划和教学方式,培养符合型、实用型的高水平人才。同时,鼓励高校与集成电路企业合作,推动产教融合。产教融合型试点企业,可按投资额的30%比例,抵免该企业当年应缴纳的教育费附加和地方教育附加。这些举措为加快高水平人才、复合型人才、实用型人才培养带来了实质性利好。

不仅仅是“钱”和“人”,包括严

今年6月,三星在推出的折叠屏手机Galaxy Z Flip上采用了“UTG+保护膜”的复合型结构,在耐用性测试中可折叠20万次。三星表示,这是业界首次实现超薄柔性玻璃盖板的量产和商用。

此前,大部分第一代柔性折叠手机盖板材料主要采用的是透明聚酰亚胺(CPI)。不过,在柔性终端市场的强大吸引力下,市场不断出现了新玩家,其中超薄玻璃(UTG)凭借诸多优势,让刚刚独占市场一年的CPI有些“慌张”。据业内人士分析,随着UTG的渗透率持续提升,有望成为柔性盖板新方向,两大柔性盖板材料之战一触即发。

UTG挑战CPI

柔性盖板材料之战一触即发

本报记者 谷月

CPI存在适用性问题

随着5G、AI、物联网等新技术的快速发展,人机交互需求不断提升,移动终端呈现柔性化、高清化发展趋势。如今,可折叠手机已成为当前显示产业发展的热点领域。

自2019年以来,三星、华为、摩托罗拉、柔宇科技等企业相继推出可折叠手机,虽然出厂价格都在万元以上,但问世以来热捧不断,如华为Mate X开始的售价高达16999元,后来更是被炒到了7万多。

自今年起,折叠手机行业开始进入高速增长的阶段。IHS预计,2020、2021两个年度,折叠手机出货量将分别达830万台和1750万台。未来几年,随着市场需求潜力的加速释放,可折叠手机将保持50%的高增长率,到2025年全球可折叠手机出货量将达1亿台。

终端产品要实现柔性形态,柔性屏幕盖板是必不可少的关键材料。在众多柔性盖板材料中,CPI薄膜凭借性能优势以及量产基础,成为大部分第一代折叠手机产品的柔性盖板首选。包括三星Galaxy Fold、华为Mate X、摩托罗拉Razr、柔宇科技FlexPai等,都是采用CPI材料作为盖板。

正处在应用浪潮中的CPI,也存在诸多“暗礁”。此前,有媒体报道称,部分可折叠手机产品出现了问题。如,屏幕在使用过程中极易刮花,甚至出现褶皱、断裂等现象。此外,由于屏幕质感不强,有许多使用者误将设置于屏幕表面的膜当做可揭保护膜撕掉,导致了设备故障。

由于CPI存在适用性问题,柔性盖板材料的风向开始一变再变,如耐屈曲性的光学PET薄膜、可折叠芳纶薄膜,以及可折叠超薄玻璃(UTG)等新材料。

据业内人士分析,UTG有望成为柔性盖板新方向。随着UTG的渗透率持续提升,两大柔性盖板材料之战将一触即发。

企业纷纷布局UTG

普通玻璃是脆性材料,但当玻璃厚度≤100μm时,玻璃具有了柔软性,可以弯曲卷绕,被称为柔性玻璃。UTG作为一种更薄更坚固的玻璃,不仅比CPI膜更有韧性,并且保持了玻璃本身的最大优点。正是看到了UTG未来可能带来的市场需求,玻璃厂商们纷纷开始研发布局。

赛迪顾问资深分析师刘暾表示,虽然国内企业在CPI材料方面主要以研发为主,与发达国家的产业化相比还存在一定差距。不过,在UTG盖板材料方面,我国与国际先进处在同等水平。

UTG产业链结构主要分为UTG玻璃材料的制造和减薄两

