

FPD DIGEST

平板显示文摘

2015年7月24日 星期五
第13期 总第259期
平显资讯:www.fpdnews.com.cn

行业精英读本
The journal for the industry elite



卷首语

PREFACE

在“工业 4.0”概念走红全球的同时,中国的家电制造也在谋求转型升级、重塑新型竞争优势。从去年以来,包括长虹、海尔、美的、创维、三星、西门子等国内外家电巨头都先后发布其智能家居战略,都想在智能化大时代之下分一杯羹。海尔从今年 3 月份公布了其工业 4.0 战略以来,一直在布局以智能家居为主的发展战略,近期更是与暴风科技联手,进军互联网电视领域。

在工业 4.0 这个以网络化和智能化为主导的时代,智能家居已经成为未来家居生活的必然选择。目前来看,智能家居市场已经取得了相当程度的发展。各种可联网家居产品如雨后春笋般涌现,除了传统大牌厂商的加入,各类众筹项目也是层出不穷。智能家居甚至成为了不少房地产开发商的新宠。万科智能家居配套项目占比高达 36.2%,保利置业、方圆、保利地产等占比达到 10%左右。智能家居的发展,势必带动平板显示行业需求增加,未来只要我们能够接触到的地方都会有电子屏幕出现,这将为面板产业的发展提供长期动力。

但根据研究公司 IHS 最新公布的数据显示,这一切还仅仅只是开始。虽说各类安防摄像头、智能调光器、恒温器、车库门、各类门窗、动作传感器及烟雾探测器纷纷面市,且出现了很多 DIY 方案,但传统家电——如洗衣机、冰箱、电视——的智能化程度还不是非常高。2014 年,智能家电在全球的出货数量仅为 100 万。而到了 2020 年,这一数字有望激增至 2.23 亿,这还不包括小型智能家电在内。如果将智能扫地机器人、智能炉具或咖啡机也包括在内,这一数字将会达到惊人的 7 亿。

该行业巨大的增长潜力吸引了各大科技行业巨头。苹果拿出了自己的 HomeKit,相关产品已经陆续开始面市;谷歌早在去年便斥资 32 亿美元将智能家居厂商 Nest 纳入囊中;三星同样在去年出手收购了智能家居平台 SmartThings,计划在未来数年时间内,让全部类别的家电产品具备可联网能力;英特尔打算从网关、节点设备以及服务平台入手,继续做一个幕后的解决方案提供商,而 IBM 也不甘落后,宣布将在今后 4 年投资 30 亿美元,建立自己的物联网业务部门。

不能不说,随着信息化技术不断促进产业发生变革,“智能化”时代已经来临。未来的智能家居市场走向怎样,时间会告诉我们一切。而历史一再证明,唯有改变,才能开启明天!

(文 / 张肖霞)

目录

CONTENTS

产业要闻 INDUSTRY FOCUS	
政府扶持政策助力面板产业发展	2
资讯·时事 INFORMATION	
京东方即将成为全球第3大面板厂商	3
中国厂商增产效应下43英寸面板将成主流	4
LG Display大尺寸面板产量破15亿	4
三星拼了! 传打造10.6代面板厂、尺寸硬压京东方	6
特别报道 SPECIAL FOCUS	
IHS预测32英寸TV面板价格面临库存调整与持续下跌压力	7
国内手机厂商半年考:传统格局生变竞技高端市场	8
面板·模组 PANEL·MODULE	
LTPS面板需求逐年攀升中日韩企业竞争激烈	9
华映平板电脑面板出货量跃升全球第二	10
面板未纳入ITA2关税清单	11
终端·应用 TERMINAL APPLICATION	
超薄4K电视成为彩电市场未来发展新趋势	12
彩电市场分析:外销负增长内销获突破	13
3D/4K渗入LED电视小间距LED显示屏前景可期	14
材料·设备 MATERIAL·EQUIPMENT	
速度最高的柔性薄膜电子器件问世频率高达6.5GHz	15
有机发光显示器 Organic Light Emitting Display,OLED	
中国OLED面板产能大增韩厂欲扩产保王位	16
触摸屏 TOUCH PANEL	
微软3D触控技术不用摸屏幕	17
手机屏幕/设备表面都能识别指纹	18
可穿戴 WEARABLE	
Tago Arc智能手环:院配备曲面电子墨水屏	20
读图时代 PICTURE-READING ERA	
智能电视显示技术的七大发展趋势	21



联合主办 | JOINTRY SPONSOR
中国光学光电子行业协会液晶分会
北京迪斯泰信息咨询有限公司

主编 | EDITOR-IN-CHIEF
高鸿锦 | GAO HONGJIN

责任编辑 | EDITOR
陈颖路 张肖霞 靳洵 邵文颖 胡媛媛
康国徽

艺术设计 | ART DESIGN
布尔



扫描二维码,关注本报微信公众号

本报地址:北京清华大学东门同方大厦A座6层 邮编(100084)
电话:010-62771794 010-62785753 传真:010-62788710 读者信箱:chinafpd@163.com

印刷装订:石家庄艺文印刷有限公司 电话:0311-83830723

政府扶持政策助力面板产业发展

随着配备显示功能的电子产品种类愈发广泛,显示面板产业作为一个新兴产业,已发展成为继石油、钢铁、化工之后的全球第四大制造业。因显示面板处于产业链中游,在产业链中具有承上启下作用,可以带动原材料如稀有金属铟、镭、铍以及稀土、装备制造、电子信息等支柱产业,所以显示面板产业在产业链中有着重要的地位。

今年两会期间,国务院总理李克强作政府工作报告时就曾提出要实施“中国制造 2025”、加快从制造大国转向制造强国和推动传统产业技术改造的目标。新兴产业和新兴业态是竞争高地。要实施高端装备、信息网络、集成电路、新能源、新材料等重大项目,把一批新兴产业培育成主导产业。可见,显示面板行业作为新兴产业之一,已经成为政府工作报告的重点。

具体而言,国家发改委和工信部联合制定推出了《2014-2016 年新型产业显示创新发展行动计划》,表明了国家层级对显示面板行业尤其是新型显示行业的发展给予了充分的重视,对推动行业发展也起到了促进的作用。该《行动计划》客观的评价了我国显示面板产业现阶段发展的状况,对发展方向提出

了指导性意见,也设立了较为明确的发展目标以及扶持政策。

另外,《中韩自贸协定》的制定也显示出政府力挺国产显示面板产业链发展的决心。在正式签订的中韩自由贸易协定的相关条款中,面板产业的关税将采取“8+2”的策略,在协定生效后,将有长达 8 年的“保护期”,维持目前 5% 的关税,直至第 9 年关税降为 2.5%,第 10 年才降为零关税。

8 年的关税保护期,最大限度的延长了降低关税的时间,给国内面板行业的生产厂商留出了充分发展的时间。从生产线的角度分析,韩国面板厂的折旧期为三至五年,其 8.5 代线近一两年将逐步完成折旧;中国国内面板厂的折旧期为八到十年,如此一来在八到十年的时间里,相信中国的 8.5 代线将能和韩国处于同一水平线上竞争。

除此之外,在政府政策推动之下,今年 4-6 月有中国的彩虹在合肥、日本的旭硝子在惠州、日本的电气硝子在南京、美国的康宁在重庆四个玻璃基板项目启动,不完全计算它们的总投资额已超过 35 亿元人民币。

政策频频利好,显示出政府加大扶持显示面板产业的决心。而作为显示面

板的重要原材料,稀有金属铟、镭、铍等也有望借政策红利带动消费和投资需求。同时,生产显示面板过程中所需要的抛光粉的主要原料是稀土。铟、镭、铍和稀土都是我国的优势资源,且均已在泛亚有色金属交易所上市。如今,泛亚集团旗下的互联网金融平台——泛融网即将上市。互联网和稀有金属的碰撞又将产生怎样的化学效应,值得我们期待。

2015 年上半年,我国显示面板产业继续保持 2014 年较快的增长态势,随着面板产能、技术水平的稳步提升,产业核心竞争力逐渐增强,产业整体规模持续扩大,所占全球市场的份额也不断提高,面板自给率快速攀升,技术水平与国际先进差距逐渐缩小,而作为原材料的稀有金属也保持了稳定的需求。

虽然,目前从总体而言国外显示面板巨头仍然占有产业链的主导地位,我国民族产业的发展还与国外巨头存在一定差距。但是,在国家战略高度的政策大力推动下和支持下,在民间企业如泛亚的积极响应下,我国面板产业与外国巨头的差距正在逐渐缩小,并有望在未来几年内在全球市场中起到主导作用。来源:Ofweek

350亿采购大单背后电视产业将面临新“拐点”

7月15日,第十一届中国数字电视产业发展大会上,与“变革”相关的词汇不断被与会者提及。产品技术持续革新、用户需求转向“生态”、“互联网+”带来的渠道价值重塑,以及三四线市场的蓝海爆发……

在多重变革聚焦的 2015 年,正如苏宁云商董事长张近东所言:“过去几年,新技术、新模式、新思维层出不穷;现在,用创新合作、O2O 营销新模式打破彩电市场天花板的时代已经到来。”

现在业界普遍观点:电视业的下一个“风口”已经落在了 O2O。

因为以高附加值为表现的智能电视,正在成为市场主流。艾瑞的数据显示,2014 年“联网”电视的市场渗透率达到了 51.1%,2015 年有望提升至 80%;作为国内线上线下销售规模最大的渠道商,苏宁的智能电视销售份额占比也已经超过 80%。

以苏宁为例,就在 8·18 大促前夕,苏宁与海信、创维、TCL 等厂商签订的 350 亿采购大单中,其中智能机占比达 90%,4K 超高清产品占比超过 70%。

伴随着电视智能化的发展趋势,越来越多的电视生产商将“品牌化”作为

未来发展的方向,逐渐走上了一条“量质俱佳”融合发展的道路。毫无疑问,这种趋势体现在渠道上,必然是 O2O。

“非智能电视将逐渐退出一二线城市。”苏宁云商 COO 侯恩龙在大会演讲中说。在智能化的大潮中,加速渠道下沉,迅速掌握三四级市场,仅仅依靠传统线上和刷墙显然是不够的。“这里的未来依然是 O2O。”侯恩龙说,落地乡镇的实体门店,必然是与消费者沟通的最好触点。

来源:江南时报

中国自主超清数字电视标准超越欧洲

随着机顶盒进入千家万户,数字电视的普及率已经是越来越高,基本全面取代了模拟信号。

就战略层面而言,对于一种新技术尤为重要的就是标准,尤其是自主知识产权的标准。据科技日报报道,国际电信联盟(ITU)近日发布公告,中国地面数字电视传输标准的演进版本(DTMB-A)正式成为数字电视国际标准。

DTMB 一代在 2011 年成为继美、

欧、日后的世界第四大标准,并且由于发力晚,一直处于领先地位。

不过,欧洲随后拿出的第二代数字电视标准 DCB-T2,增强了纠错能力,提高了频谱效率,扩展了适应功能,迅速对外推广,已成为中国 DTMB 标准在国外推广的最大障碍。

此番,清华大学和北京数字电视国家工程实验室联合研发了 DTMB 标准的演进系统 DTMB-A,坚持了完整的自主知识产权,发明了类高斯 256APSK

调制方式,突破了传统的 256QAM 调制理论极限。2012 年展出时的性能主要指标超越欧洲二代数字电视标准 DVB-T2。

据悉,DTMB-A 还适应了超高清电视广播传输的需要,具有传输容量大、信号接收灵敏度高、抗干扰能力强、高速移动接收性好等特征。

而在走出国门方面,商务部已经表示,巴基斯坦将首先采用 DTMB-A 标准。来源:环球网

京东方即将成为全球第3大面板厂商

大陆面板大厂京东方日前宣布,将斥资400亿元人民币(下同)在合肥建造10.5代的液晶面板产线。该产线建成之后,不但将超越夏普的10代线,更使得京东方一跃成为全球第3大面板厂。

京东方日前发布公告指出,公司已经与合肥官方签约,双方将合资400亿元打造10.5代面板产线,预计在2015年第四季度前开工,2018年第三季度正式投产。主要生产65、75、61、70英寸产品,总产能达到每月9万张玻璃基板。

第一财经报导指出,目前全球最高世代的液晶面板生产线是夏普在日本的10代线,京东方的新10.5代产线不但将超越夏普,还能大幅提高产能,有望使得京东方能一举超越群创、友达等对手,成为全球第3大的面板厂商,仅次于韩国的三星与LG。

根据Display Search的数据,京东方在2014年的计划出货量约为1610万片,在全球居于第6,但2015年的出货量预估将上升到2000万片,年增长率高达24%,有望成为扩产速度最快的面板厂。

分析师指出,市场对大型面板的需求将持续上升,而对于60英寸以上的大型面板来说,10代线的切割效率最高,就连目前产能排名第一的三星,也正在考虑建设10代线。而京东方正式投资10.5代线之后,有望加速三星的决策速度,甚至考虑直接朝向更高世代的面板产线发展。

京东方扩产动作频频,不但对于台湾面板厂商形成压力,就连大陆本土的面板厂商也倍感担忧。目前大陆第1大厂华星光电董事长李东生日前就表示,3~5年后很可能发生新一波的面板产能过剩。



大陆近年来对大尺寸与高分辨率面板的需求不断上升,纵使今年大陆投产的8.5代面板产将达到8条,但也只能满足国内48%的需求,多家显示器业者仍需大量依赖进口面板。中国电子视像行业协会常务副会长白为民今年以来台采购时,更亲自会面群创与友达高层,希望台湾能够增加高端面板供应量。来源:台湾工商时报

DLP拼接屏仍是高端显示市场的主流

不可否认,近两年来,在液晶拼接屏拼缝不断缩小以及小间距LED显示迅速崛起使得DLP拼接屏的市场应用地位受到不小的挑战,应用市场份额被蚕食已经成为了不争的事实。一时间,DLP拼接屏的衰败论调甚嚣尘上。那么,DLP拼接屏真的已经到了“英雄无用武之地”了吗?答案当然是否定的。在注重画面品质的高端大屏显示市场,DLP拼接屏仍是当之无愧的主流。

以电力行业为例。在社会信息化大潮的推动下,电力信息化建设不断提速——借助信息化手段,实现电网调度、运行方式、继电保护、通信等专业化功能的统一管理。这也就意味着,实际操作中,电力调度中心需要对各变电站所有的数据、环境参量、图像进行监控和监视,实时了解各个站点的情况,并能够针对突发状况及时作出反应,而面对架构庞大、复杂的供电线路,要想确保监控信息的精准,精细的画面显示自然

就成为了保障。DLP拼接屏,不仅拥有“零”拼缝的独有优势,保证显示画面的细腻,更能够长时间显示静态画面,满足7x24小时的持续监控需求,无疑是上上之选。

这一点在应用市场规模上就可以清楚的看到,据投影时代了解,DLP拼接行业的代表性企业,如威创、GQY、彩讯,都在电力行业积累了丰富的案例应用,比如,威创大屏在甘肃省电力公司调度控制中心应用;GQY大屏在重庆电力应用;彩讯大屏在济宁电力公司、东营供电公司等应用。

从上述分析不难看出,时下大屏显示市场的高端显示领域,DLP拼接仍是主流的存在。从技术层面来说,DLP拼接大屏具有大尺寸、拼缝小、像素点缝隙小、图像细腻、适合长时间显示计算机和静态图像等诸多优点,而这些正是高端显示市场所看重的,从而促成了其坚实的市场应用基础。不过,这并不意

味着DLP拼接大屏真的可以高枕无忧,毕竟液晶拼接的普及以及小间距LED崛起带来的挤压是真实存在的,而且,还在不断增加。

在经过了多年的平静期,DLP拼接大屏开始寻求突破,包括推广激光光源、推出轻薄型拼单元等,从应用市场格局来说,这些改变的效果虽然尚未显现,但是,从企业市场布局层面来说,DLP拼接市场已经开始出现了明显改变,比如,以激光显示为契机,不少新兴企业开始涉足DLP拼接领域,固有的垄断格局开始出现松动。这无疑为竞争本就激烈的DLP拼接市场再添一把火——既定市场需求虽然依然不小,抢夺者却在不断增加,相关企业如果想要固守住高端显示的优势地位,变革就成为了必然,不过,市场留下的反映时间已经十分有限,因此,重新找准自身的市场定位,已经成为了DLP拼接企业的当务之急。

索尼将液晶面板采购职能移至马来西亚

据《日本经济新闻》7月20日报道,索尼已将液晶面板采购职能从日本移至马来西亚。索尼启用了通过计算需求动向、生产和供货情况、以最佳条件采购液晶面板的新系统。索尼正在推进采购液晶面板半成品,并在自身工厂组装影响画质的光学零部件的举措。而通过转移采购职能,半成品的采购比率将在2015年度由目前的约50%提高至80%。

索尼将在马来西亚吉隆坡设置旗下最大电视生产工厂。将全面涉足商品



策划、设计、开发以及生产等一条龙业务。此外,还将整合作为核心零部件的液晶面板的采购职能,以提高品质和生

产效率。

索尼将采购单价较低的半成品,同时推动对画质有明显影响的工序的自产化,以兼顾电视与其他厂商的差异化和提高采购效率。

此前,液晶面板企业主要致力于提供附加值高的完成品,对于提供单价较低的半成品持慎重态度。但在中国,液晶面板工厂相继投产,由于供过于求,半成品的采购成为了可能。

来源:OFweek显示

中国厂商增产效应下 43 英寸面板将成主流

中国业者拼命扩产,43英寸面板可能在今年蔚为主流!韩媒称,面板厂进入第三代规格大战,这回在中国厂商增产效应下,43英寸面板今年将跃居主流规格。

韩媒 ETnews15 日报导,市场研调机构 IHS 称,今年第一季度 40 英寸面板出货量为 890 万片、42 英寸为 470 万片、43 英寸则为 260 万片。IHS 主管 Park JinHan 称,中国业者拥抱 43 英寸面板,估计市场将在中国厂带领之下,转以 43 英寸为主;今年 43 英寸面板出货量将超越 42 英寸。厂商积极投资 8.5

代线,生产大尺寸面板,参与业者包括 LG Display(LGD)、友达、京东方、华星光电等。

据了解,LGD 的 8.5 代线可切割出 10 片 42.5 英寸面板。友达和华星光电采用玻璃混切基板技术(Multi-Model Glass, MMG),8.5 代线可同时生产 8 片 42.5 英寸面板和 21.5 英寸面板,减少玻璃基板丢弃部分,压低成本。京东方也采 MMG 技术,8.5 代线能生产 8 片 42.5 英寸面板和 18.5 英寸面板,等京东方 10.5 代线产能开出之后,将可一次生产 18 片 42.5 英寸面板,更具竞争力。

据调查,中国面板厂近年来产能不断增加,占全球市场比重正逐年攀升。外传中国大陆目标是未来液晶面板产能要超越中国台湾,成为全球第二大液晶面板生产大国。目前韩国液晶面板市占率约 35%~36%,中国台湾约 20%~30%。

产品规格方面,虽然面板产业短期内面临调节压力,但液晶电视面板平均出货尺寸仍持续放大。2014 年平均尺寸约达 39 英寸、年增大约 8%,预估 2015 年平均尺寸将放大至 40 英寸左右,2016 年可能上达 41 英寸。来源:科技新报

LG Display 大尺寸面板产量破 15 亿

7月16日,LG Display 对外公布其当日大尺寸液晶面板和 OLED 面板累计生产量达到了 15 亿片。据了解,LG Display 最早自 1995 年 8 月开始生产大尺寸 LCD 面板。市场研究机构 Display Search 的数据显示也,自 2009 年第四季度开始,LG Display 已经连续 22 个季度稳居市场占有率榜首。

LG Display 社长韩相范称,LG Display 在行业内形势十分不利的情况下,仍然适时地进行果断投资,以保证生产能力,并凭借创新性研发实力,不断推出新技术、新产品,是能够成为行业内

首个累计生产量突破 15 亿片的关键。

众所周知,LCD 行业投资规模大、投资周期长,一条生产线的建设需要投资数十亿美元,从开工建设到正式投产一般需要一年半到两年的时间。为了保持竞争优势,业内企业需要对市场做出准确的预测,在市场增长之前及时进行投资。在这一过程中,LG Display 在业内的策略最为积极,并且往往能准确预测到市场的走势,在几个重要时机,如 2008 年的显示行业低谷进行的投资使得其抓住了几次平板显示行业上升期。据了解,LG Display 为保证对市场的掌

控力,每年用于设备投资的金额约为 1.67 亿元人民币。

韩相范还表示,其中国布局也对创下业内纪录提供重要支撑。LG Display 与中国彩电厂商保持良好的业务往来,为贴近中国客户,甚至在广州投资建设了 8.5 代线面板工厂。该产线自去年 7 月开始投产以来,到今年上半年生产量提升至每月 9 万片,建成至今投入的上百万片玻璃基板为中国电视企业供应了近千万片液晶面板。他透露,这条生产线产能还将继续提升,预计在明年年末将提升至每月 12 万片。来源:南方网

三星计划研发 11K 手机屏幕 可模拟 3D 效果

三星宣布该公司计划在 2018 年之前开发出 11K 手机屏幕,可以支持类似 3D 显示的效果。

三星研发 11K 手机显示屏可显示 3D 效果

据悉,这一项目名为“EnDK”,由三星联合其他 13 家公司共同研发,韩国政府在未来五年内将分期投资 2650 万美元。11K 屏幕意味着像素密度将达到 2250PPI,为三星当前 quad-HD 屏幕的 4 倍。



三星表示,搭载 11K 屏幕的手机将呈现类 3D 显示效果,但可能无需佩戴专用眼镜。三星 quad-HD 屏幕 Galaxy Tab S 平板电脑在显示某些媒体内容时已有 3D 效果。因此,三星探索在 11K 屏幕上呈现 3D 显示效果似乎并非难题。

外界预计,三星将在 2018 年韩国冬奥会上展示这种 11K 屏幕的原型产品。未来,三星还计划将 11K 技术应用于 OLED 面板。来源:Engadget

家电行业将迎“环保限令” 量子点电视无镉技术破局

电子垃圾的危害我们耳熟能详,但一台彩电、空调、冰箱或洗衣机产品是否使用了有害物质,有害物质名称是什么,含量是多少,具体使用在哪个零部件上? 这些问题你可能从来没有想过,目前国内的家电产品也还没有明确标准。

5月15日,工信部起草了一份《电器电子产品有害物质限制使用管理办法(征求意见稿)》,该管理办法拟推出多项“环保限令”,家电行业将因此受到重

要影响。随着新管理办法的出台落实,在环保技术领域表现出色的家电产品,将得到消费者更多青睐。

家电行业将迎“环保限令”

工信部新起草的管理办法拟对家电行业提出多项“环保限令”,其中包括“通过改变研究设计方案、调整工艺流程、更换使用材料等革新制造方式限制使用电器电子产品中的有害物质;标注有害物质名称及其含量,标注电器电子产品环保使用期限”等。

工信部还对“有害物质”做出说明:铅及其化合物、汞及其化合物、镉及其化合物、六价铬化合物、多溴联苯(PBB)、多溴二苯醚(PBDE)和国家规定的其他有害物质均在范围之内。

根据该办法规定,电器电子产品生产者、进口者应当按照电器电子产品有害物质限制使用标识的国家标准或行业标准,对其投放市场的电器电子产品中含有的有害物质进行标注,标明有害物质的名称、含量、所在部件及其产品

可否回收利用,以及不当利用或者处置可能会对环境和人类健康造成影响的信息等;由于产品体积、形状、表面材质或功能的限制不能在产品上标注的,应当在产品说明中注明。

量子点电视的“镉”争议

早在2013年1月,欧盟议会和欧盟理事会通过了2002/95/EC指令,即“在电子电器设备中限制使用某些有害物质指令”,简称RoHS指令。RoHS指令的基本内容是:自2006年7月1日起,在新投放市场的电子电气设备产品中,限制使用铅、汞、镉、六价铬、多溴联苯(PBB)和多溴二苯醚(PBDE)等六种有害物质。

按照欧盟RoHS规定,使用含镉的量子点电视将在2016年后被禁止。从欧盟RoHS指令和工信部公布的管理办法不难看出,彩电业最严重的环保问题,就是当下最火爆的量子点电视。

目前,国内外彩电企业的量子点电视解决方案也有很大的差异,最尖锐的问题就是“镉”。据悉,量子点电视采用的是蓝光LED作为背光源,这种蓝光在射过一种含有镉元素的材料介质时,会与其中极细微的纳米微粒发生反应,发出非常纯正的红光和绿光。严格来说,这种微粒被电视厂家称为量子点,实际上应该叫纳米点才更合适,这是绝大多数彩电厂商的解决方案。

在欧盟RoHS指令推出后,韩国彩电企业纷纷开始探索不包含镉元素的量子点电视技术解决方案。比如三星SUHDTV采用无镉的纳米晶粒半导体,彻底抛弃了镉元素,并且通过了全球产品测试认证领导机构UL授予的“环境友好产品”认证。

SUHD TV 无镉技术打破“旧传统”

东旭光电欲收购亿泰 瞄准千亿平板显示产业

7月13日晚间,东旭光电发布公告称,公司与宿迁经济技术开发区管理委员会、宿迁亿泰自动化工程有限公司(以下简称:亿泰公司)及其股东共同签署了关于收购智能高端装备业务资产的框架合作协议。同时,公司股票于14日(星期二)开市起复牌。

协议显示,亿泰公司是一家研发生产高端自动化设备的科技型企业,其自动化设备采用日本技术,曾是京东方B=4\B5线的核心装备,并与华星光电等国内外知名企业保持了良好的合作关系,产品质量和性能得到市场认可。

“亿泰公司技术团队不仅掌握了先进的自动化技术,还申请了多项专利,若实现90%股权收购,能够扩大东旭光电装备制造所需的人才与技术,有效促进公司液晶面板高端装备制造等的发

作为全球电视行业的领导者,三星电子在环保技术领域一直处于领先。尽管新管理办法为家电行业规划了环保“路径”,但这可能不会对三星电视产生太多影响。

以三星SUHDTV为例,它突破了传统量子点电视对于“镉”的依赖,具备“无镉”安全、环保的优势,更适合家庭使用。与此同时,三星SUHDTV还被全球产品测试认证领导机构UL(Underwriters Laboratories)授予“环境友好产品(SPC)”认证。需要指出的是,三星SUHDTV是目前惟一采用无镉技术的产品。业界预测它有望提前通过工信部的管理办法。

在量子点电视环保研发方面,三星的起步是最早的,并且做了很周密的布局,成为行业标准的掌控者。此外,从获得UL的认证,到投资德国Nanosys公司,这是需要庞大资金来支撑的。有数据显示,三星每年的研发费用都高达数百亿元。

三星在环保技术方面贡献巨大,无论是环保材料研发,还是低碳排放等,三星电视都取得了优异成绩,并在全球摘得多项环保认证荣誉。

例如三星SUHD TV获得的UL“环境友好产品(SPC)”认证,此认证有着非常严苛的评判标准,彰显了三星电视业界领先的环保技术实力。据悉,该认证对产品在生产、流通、使用、废弃等各个环节产生的温室气体排放量进行全面评估,要求产品必须具备能源高效率利用、设计简易轻薄、经久耐用以及使用环保材料的硬性要求,十分严格。此外,企业还要在环保领域做出相应的贡献。只有满足上述整个产品全生命周期的环保要求,才能被授予“环境友好产品”的称号。

有害物质有多大危害

1.铅及其化合物

铅能损伤人的中枢和神经系统、血液系统、肾以及生殖系统,而且会对小孩的大脑发育有负面影响,铅能在环境中累积,从而对动植物、微生物都有强烈而且长久的影响。

2.汞及其化合物

汞会造成很多器官的损伤,包括大脑、肾、卵巢,更严重的是,胎儿的发育会对母体传过来的汞相当敏感。当无机汞洒落水中,就会转化为甲基汞沉在底部。甲基汞很容易在体内积累,以及通过食物链富集,尤其是鱼。

3.镉及其化合物

镉的化合物会在人体中积累,尤其是在肾中。镉主要在以下元件中:SMD电阻器,红外线发生器,半导体等。镉也是塑料的固化剂,在旧的阴极射线管中也含有它。

4.六价铬化合物

六价铬被用于钢片的防锈以及坚化和美化处理。它很容易穿过细胞膜然后被吸收,而后对被污染了的细胞产生毒害影响。六价铬也会损伤DNA,是一种在环境中极毒的物质。

5.多溴联苯(PBB)

6.多溴二苯醚(PBDE)

多溴联苯PBB,多溴二苯醚PBDE,添加于电器及电子塑料中作为耐燃剂。常被使用的有十溴二苯基醚DBDE、八溴二苯基醚OBDE。塑料在未受控制的热制程中(指温度低于12000°C),可能形成溴化二苯戴奥辛或夫喃(PBDD/F)。此二者均属于致癌性及致畸胎性物质,会使甲状腺荷尔蒙紊乱和使胎儿畸形等危害。

来源:新快网

展,为公司承揽平板显示产业高端生产设备国产化业务奠定了基础”东旭光电相关负责人表示非常看好此次并购行动。

该负责人介绍,目前市场上要建设一条成熟的面板生产线,需要的投资是非常大的,举例说明,建设一条8.5代线的面板生产线,就需要大约250亿人民币的投入,不少知名面板企业一次项目投入常常达到千亿元级别。随着国产化替代的稳步推进,东旭光电有望分享到高端液晶面板装备制造业务的超大型蛋糕。

事实上,推进高端液晶面板装备制造只是东旭光电构筑千亿平板显示产业战略规划的一环。作为国内玻璃基板行业龙头,东旭光电已在光电显示关键材料领域深耕多年,不仅具备第6

代及以下液晶玻璃基板装备制造及生产技术,还在盖板玻璃领域推出国内唯一可与国外同类品牌一争高下的“王者熊猫”产品。目前,公司还在积极推进彩色滤光片、蓝宝石、石墨烯等项目的拓展,其中不少项目已取得了阶段性成果,一条连接上游关键材料和中游面板产业的平板显示全产业链架构雏形已经显现。

行业研究员表示,收购亿泰公司使得东旭光电“瞬间”拥有了面板装备供应商资格,而结合公司目前在面板上游关键材料领域的地位,其已经在国内平板显示产业竞争中占据了明显优势。而随着千亿产业链布局的完成,东旭光电竞争实力和业绩表现将实现质的飞升。

来源:中国经济网

三星拼了! 传打造 10.6 代面板厂、尺寸硬压京东方

中国面板厂京东方大手笔兴建 10 代厂,让韩厂备感威胁!据传三星一改先前态度,准备砸钱打造韩国首间 10 代厂,不仅玻璃基板尺寸将比京东方更大,量产时间也比京东方更早,似乎完全锁定陆厂,打算先发制人保住霸主地位。

韩媒 ETnews 报导,中国面板厂京东方大手笔兴建 10 代厂,让韩厂备感威胁业界人士透露,Samsung Display 内部倾向兴建 10 代厂,预计 9 月之后正式宣布,并已向当局报备。目前业界 10 代厂仅有京东方的 10.5 代厂和夏普的 10 代厂,玻璃基板尺寸分别是 3370×2940、3130×2880 毫米,要是 Samsung Display 真的决定打造 10.6 代厂,玻璃基板尺寸将为业界之冠,为了避免资料外泄,三星不愿透露 10.6 代基板的详细规格。

三星不仅基板尺寸强压京东方,连量产时间都打算提前超车。京东方的 10.5 代线将在 2018 年第一季度量产,Samsung Display 则预计 2017 年下半年投产,工厂可能会设在韩国 Tangeong 工业区,投资金额或达数十亿美元,详细

数字还不得而知。韩国政府人士表示,韩国面板和半导体业者都砸下数百亿美元,对抗来势汹汹的陆厂。

新消息和先前传闻不同,之前韩媒称,由于投资金额过大,韩厂无意跟进兴建 10 代厂。ETnews 报导,Samsung Display 和 LG Display 决定暂时延后 10 代线投资计划,两家韩厂在京东方宣布建厂前,就详加研究 10 代线计划,但至今尚未拍板。内情人士表示,Samsung Display 和 LG Display 都认为必须投资 10.5 代线,但是投资期间有过多不确定性,因此迟迟未能做出决定。

京东方 4 月宣布斥资 63 亿美元打造 10.5 代厂,计划 2017 年底或 2018 年初投产。该公司有当局撑腰,政府和银行融资各占 45%,京东方仅需出资 10%,大约是 6.32 亿美元。若再计入各项税务优惠,京东方的实际投资额更低。相较之下,韩厂需要数十亿美元才能打造 10 代线。中韩出发点差距过大,估计就算韩厂咬牙投资也难以竞争。部分人士建议三星买下鸿海/夏普在日本(堺)市的 10 代面板厂“Sakai Display Product

(SDP)”,但是业内分析师认为机会不大,因为夏普 10 代线技术不够吸引人,三星也无意在日本经营工厂。

IHS Technology 称,中国面板厂的 8 代线产能,原本预估要两三年才能压倒群雄,不料在北京当局力挺之下,估计明年就会超越韩国。ETnews 7 月 22 日报导,IHS Technology 估计,2016 年中国面板厂 8 代线以上产能,市占率将达 43%,超越韩厂的 36%、日厂的 12%、台厂的 9%。中国 8 代线厂产能市占年年飙升,2013 年达到 17%、超越中国台湾,2014 年续增至 26%、超过日本,2015 年和韩厂差距仅剩 4%,预估明年就会赶超韩厂。

8 代线和 10 代线的不同之处在于基板尺寸,10 代线基板更大,能切割成更多块面板。人民网报导,8 代线的基板尺寸是 2160×2460 毫米,可切割 8 片 46 英寸 LCD 电视面板,或 6 片 52 英寸 LCD 电视面板。10 代线的基板尺寸 3050×2850 毫米,10 代线玻璃母板可切成 15 块 40 英寸液晶面板或 8 块 50 英寸的液晶面板。来源:视界之窗

安防企业高调抢滩 小间距市场格局或生变?

小间距 LED 市场的火爆与从业数量的激增不无关系,不仅有传统的 LED 显示企业(如,洲明科技、联建光电、彩易达等)的倾情投入,更有 DLP 拼接企业(如威创、GQY、彩讯等)、液晶拼接企业(如,三星、飞利浦等)的积极抢滩。不过,如果您认为这是小间距 LED 市场最新的市场格局,那么显然已经 OUT 了,因为,日渐高调的安防企业并未纳入其中。

事实上,从去年开始,传统安防企业对小间距 LED 市场已经开始投入,以海康威视为例,在于去年十月召开的北京安博会上,其就高调入展出了 P1.9 的小间距 LED 产品,同时,现场工作人员还对投影时代透露,公司已经可以提供 P1.0 至 P6.0 之间的 LED 显示屏产品。时至 2015 年,传统安防企业对小间距 LED 的涉足已经体现在应用市场层面,比如,大华近日就对外宣布,公司的室内小间距 LED 屏已经在杭州市滨江公安局指挥中心项目得到了成功应用。至此,意味着安防企业对小间距 LED 市场的抢滩已经由技术储备期过度到了市场推广期。安防企业正式成为了小间距 LED 市场中不容忽视的一员。

传统安防企业的高调抢滩会对小间距 LED 屏市场产生怎样的影响?从积

极层面来说,推动小间距 LED 显示屏在安防市场的应用成为了必然。虽然在诞生之初,小间距 LED 显示屏市场推广就将替代 DLP 拼墙、LCD 拼墙应用于监控、调度、指挥等安防应用作为首要目标,但是,到目前为止,其在安防市场的应用规模依然十分有限,除了价格高企以及技术尚需完善之外,市场认知度低也是一个重要原因。

作为安防市场的核心成员,传统安防企业牢牢掌控着安防应用市场的主流话语权,特别是在讲究一站式服务的情势下,安防企业的方案制定更是对行业用户的选择有着决定性的影响,可以预见的是,有了安防企业基于“内部”的推广,小间距 LED 在安防市场的推广自然会提速。

不过,立足于小间距 LED 市场,安防企业的强势介入,无疑让行业竞争的激烈程度更上一层楼,特别是针对安防应用市场的拓展。参照安防企业抢滩液晶显示市场的发展轨迹,凭借自身的一体化服务优势,安防企业虽然是“后来者”,却迅速成为了液晶拼接市场的主导力量,比如,AVC 数据统计显示,早在 2014 年上半年,大华的液晶拼接产品月均销量达到了 1.0 千台以上,成功位列国内商显的第一梯队。延伸到小间距

LED 屏市场,传统安防企业的逆袭也并非空穴来风。

在大屏显示应用市场拓展中,安防应用已经成为了重要的驱动力,这一点从大屏显示企业对安防市场的频频发力就可以看出,比如,液晶显示巨头飞利浦与泽瑞安防签署了战略合作协议谋求合力拓展市场;主流 DLP 拼接企业威创耗资 1.2 亿打造了智慧城市项目。作为室内大屏显示市场的新生力量,小间距 LED 企业同样对安防应用寄予了厚望,如,洲明科技就曾公开表示,安防行业是公司小间距产品的主要应用领域之一。

这也就意味着,对于小间距 LED 企业来说,要想在安防显示市场站稳脚跟,不仅要面对固有的强势对手液晶拼接企业、DLP 拼接,还要扛得住安防企业抢滩的压力,甚至于整个小间距市场的话语权,也可能成为液晶显示企业、DLP 拼接企业、传统 LED 显示企业以及传统安防企业的四方角逐。行业变革已经不可避免,作为最初的发起者,传统 LED 显示屏企业该如何把握住自己的优势地位,这已经成为了一个刻不容缓的命题。

来源:投影时代

IHS预测 32 英寸 TV 面板价格面临库存调整与持续下跌压力

近日,IHS表示,虽然32英寸不再是持续增长的市场,但它仍是液晶电视面板的主流尺寸。2013年,32英寸液晶电视面板出货量达9200万片,占液晶电视面板市场总出货量的39%。2014年,其出货量降至8070万片,占比32%。根据IHS大尺寸薄膜晶体管(TFT)面板出货量季度报告显示,原本2015年面板厂商32英寸液晶电视面板出货量目标为8,800万片。但是,就目前32英寸面板供过于求来看,这一出货目标过于激进。因此,我们分析32英寸电视面板出货量将从去年开始呈每年下降趋势。

即便如此,32英寸仍是许多电视品牌厂商一个重要的尺寸。因为它价格较低,所以仍然是提高品牌市场占有率和知名度的最快方式。对于许多二三线电视品牌厂商而言,32英寸是最佳的入门级产品。即使没有很多独有的特性,但32英寸可以用来快速占领市场份额。在规划促销活动时,电视厂商总是将32英寸作为推动或引诱所有促销活动的核心。这一现象在去年黑色星期五北美电视促销旺季尤为明显。

对面板厂商来说,32英寸仍然是反映市场供需状况的明显指标。当供过于求时,32英寸面板价格总是首先下降。当供应短缺时,面板厂商希望通过率先提高32英寸价格以减少需求量。

32英寸面板价格有持续下跌风险

IHS表示,虽然2013年32英寸面板供应过剩,但2014年供应紧张。2013年32英寸液晶电视面板出货量比32英寸液晶电视整机多1000万片。由于品牌厂商强大的库存构建和良好的销售情况,2014年二季度32英寸面板开始出现短缺。2014年2月32英寸HD open cell的价格达到最低75美元,2013年2月为102美元。但是由于从2014年二季度开始供应短缺,四季度32英寸HD open cell面板价格从一季度的75~79美元上涨至93~95美元,涨幅25%。

“2015年一季度,我们已经预测液晶电视面板市场存在供应过剩的风险。但是一些品牌厂商仍然不断大量购入造成32英寸面板出货量持续创造新高。这种情况会使未来的面板价格有大跌的风险。”IHS Display研究部门总经理谢勤益表示。

IHS大尺寸液晶面板价格月度报告指出,32英寸HD open cell面板价格已从2015年二季度开始下降。而且,我们最近的分析显示情况将会艰巨,在未来的几个月内32英寸HD open cell价格很可能会持续下跌。下图显示了32英寸电视面板(含open cell)和32英寸电视

整机出货量对比

电视品牌厂商在上半年购买了很多32英寸面板,希望可以在下半年销售旺季通过降价、促销和零售将库存全部清掉。2013和2014年便是如此。但是,IHS分析32英寸电视整机出货量(基本定义为输出给零售商管道)将逐步下降,原因如下:

被其它尺寸替代。例如,40~43英寸发展迅速,抢占了部分32英寸电视市场。

新兴市场需求放缓。新兴市场是32英寸电视的重要市场,因为它们作为入门级液晶电视来说性价比和知名度高。然而,从2014年底开始,许多发展中国家汇率发生变化,这对32英寸电视需求起到了一定的消极影响。

盈利低且竞争激烈。因此,一些电视品牌厂商越来越致力于推广40~43英寸,在其中增加新特性,增强宣传。

基于这些因素,32英寸电视市场需求从2015年开始下降。根据IHS全球电视出货量和预测季度报告显示,2015年一季度全球32英寸液晶电视出货量为1550万台,与2013年一季度的1,810万台和2014年一季度的1,810万台相比跌幅明显。此外,IHS预测2015年二季度全球32英寸液晶电视出货量将继续下降至1530万台。然而,虽然32英寸电视整机出货量逐年下降,但面板出货量却仍持续增长,供求差距逐步扩大。

2015年一季度,32英寸电视面板出货量为2360万片,而电视整机出货量仅为1550万台。这表示面板供应超出7~8百万片。2015年二季度,面板厂商并未减少32英寸面板产量,相反他们继续降低面板价格以刺激电视厂商采购。IHS预测2015年二季度32英寸面板出货量将达2260万片,而整机出货量仅有1530万台。这又将增加库存。换句话说,到2015年二季度末,32英寸面板和整机出货量间的累计差距将达1,500万片。

2015年上半年32英寸面板生产仍旧激进的原因

大量的面板库存已经开始影响面板价格。那么在供应过剩的情况下品牌厂商为何仍持续购买32英寸面板?IHS提供以下三点分析:

其一,从成本角度分析,面板厂商在32英寸方面的盈利仍然不错。根据IHS大尺寸TFT LCD成本模型季度报告显示,2015年二季度8代工厂的32英寸HD open cell面板总成本为85美元,但现金成本(折旧除外)仅为65美元。许多韩国八代工厂已经提足折旧。

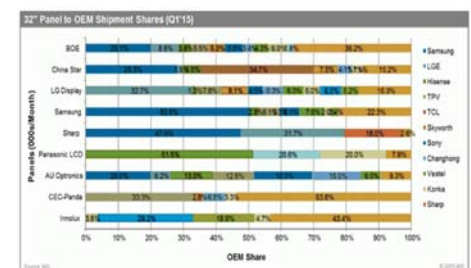
许多中国八代工厂的折旧年限为10年或更长。这表示不论含不含折旧,32英寸HD open cell面板的现金成本在65~75美元之间,仍然比市场价格低,因此面板厂商仍可以从32英寸业务中盈利。

其二,32英寸面板的主要供应商是华星光电(China Star)、乐金显示(LG Display)、三星显示(Samsung Display)和京东方(BOE)。他们绝大部分面板都需供应本集团电视品牌。例如,华星光电供应TCL,乐金显示供应LG Electronics,三星显示供应Samsung VD。同时,京东方也需供应国内市场的中国电视品牌。因此,尽管市场变化,面板厂商仍有充足的理由保持较高的32英寸面板出货量。此外,因为分配给32英寸面板的产能较大,面板厂商不能轻易改变产品结构。他们唯一的选择是继续降价或维持出货。

其三,IHS研究显示,2015年一季度,京东方20%的32英寸面板输出给Samsung VD;华星光电28%输出给Samsung VD,34.7%给TCL;乐金显示32.7%输出给LG Electronics;中电熊猫(CEC-Panda)33.3%输出给其合作伙伴TPV;三星显示51%给Samsung VD;夏普79%给Samsung VD和LG Electronics。由此可见,电视品牌和集团或合作伙伴的OEM采购是面板出货量增长的主要推动力。

IHS Display研究部门总经理谢勤益表示,5月份32英寸HD open cell的价格为85~87美元,到6月份,许多电视品牌厂商已经开始要求更大的降幅。事实上,一些更强势和购买量较大的电视品牌厂商正要求面板厂商在未来数月将面板价格降至80美元以下。这表明由于供应过剩,32英寸HD open cell价格可能将在近期跌至78美元甚至以下。

来源:中国触摸屏网



国内手机厂商半年考:传统格局生变 竞技高端市场



去年,对国产手机厂商的最大影响应是运营商定制补贴的大幅缩水。就目前一些国产厂商所发布的今年上半年业绩来看,上述影响已逐渐发酵,国产手机市场格局发生巨大变化,曾经高度依赖运营商渠道的“中华酷联”四大品牌中,只剩下华为保持了快速增长态势。与此同时,部分厂商开始加大线下渠道布局,把目光瞄向中高端市场。这些是否意味着市场后续风向会出现惊天转折?

2015年已进入下半年,各种半年报纷纷出炉。近日,工信部电信研究院发布了《2015年6月国内手机市场运行分析报告》。该报告显示,上半年国内手机市场出货量达2.37亿台,其中,国产手机品牌出货量1.93亿台,同比增长15%,占同期国内手机出货量的81.5%。

与此同时,华为、小米、魅族等国产手机品牌也陆续发布上半年业绩。数据显示,华为的智能手机出货量达到5000万台;小米、VIVO、OPPO的智能手机出货量保持强劲增长。此前,依靠运营商补贴占据国产手机市场半壁江山的“中华酷联”格局已被改写。

此外,国产品牌开始在高端市场“内斗”抢占市场。一些业内人士分析指出,根据目前的情况来看,国产品牌已把高端市场的入门价格从5000元定义到3000元,下半年,中高档机型将呈集中爆发趋势。

传统格局生变

曾几何时,苹果、三星手机代表了海外品牌,国产则以“中华酷联”为翘楚。如今,随着大部分国产手机厂商晒出上半年业绩,原有的市场格局已出现巨大变化。

根据各品牌日前所发布的数据对比来看,华为上半年出货量占据榜首位置。在6月底举行的荣耀新品发布会上,华为消费者BG的CEO、华为终端公司董事长余承东表示,今年上半年,华为全球总出货量达5000万台。

小米则在7月2日发布了上半年销售数据:手机销量为3470万台,同比增长33%。雷军还特意强调这是卖到用户手中的实际销量,而非业内通常所说的

“出货量”。

魅族官方公布的数据显示,2015年上半年销量达890万台,同比增长540%。在公开市场耕耘多年的OPPO和VIVO,虽没有直接对外公布出货量情况,但据手机中国联盟披露的数据,上半年,VIVO和OPPO出货量分别为2000万和1600万台。VIVO去年全年出货量为3000万台。

近日,中兴手机亦晒出成绩单。中兴终端CEO曾学忠表示,上半年,中兴智能手机出货量2600万台,其中中高端出货占比49%。

由于联想一般会在8月公布新财年第一季度财报,因此暂无法统计其上半年数据。但根据其2014/15财年第四季度(即自然年2015年第一季度)财报,今年前3个月,联想全球手机销量为1870万台,其中摩托罗拉780万台。而联想2015年目标全球智能手机出货1亿台。从其2015年第一季度出货数据,以及第三方机构的前5个月国内市场份额来看,联想今年前6个月与其既定目标差距不小。不过联想是按照其标准财年(非自然年)的目标形式,因此接下来还有更多的挑战时间和机会。

不难看出,与三大运营商绑定销售造就的“中华酷联”格局正在被改写。

随着运营商下调手机补贴,国产手机厂商在运营商渠道上占比逐渐下滑,在公开市场销售占比明显提升。机构统计数据显示,2013年底运营商市场在国内手机销售中占比达50%,但到今年上半年,这一数字已降至30%。

就具体厂家来看,去年9月,华为宣布缩减80%机型,大幅降低运营商渠道出货量;酷派去年12月开始在运营商、电商、公开市场渠道上,推出三个品牌独立运作。2012年运营商渠道出货占比接近80%的中兴,今年上半年这一数字已降至50%,公开市场占比则提升至44.9%。

记者还了解到,手机厂商在线下公开市场上的投入意愿强烈。手机中国联盟秘书长王艳辉表示,网售手机价格越来越透明,厂商利润空间被压缩得越来越低,电商渠道红利在走向终结,互联网手机渠道下沉已成为新战略。

市场调研机构GFK发布的数据显示,2014年四季度,国产手机线上渠道销量达2500万台,2015年一季度仅为1900万台,环比下降22.6%,线下渠道的实际销量则从7600万增加到7700万台。

在小米Note顶配版的发布会上,雷军也强调了线下渠道的重要性。3个

月后,小米尝试线下模式,在小米之家销售小米Note顶配版。

同时,魅族布局实体渠道速度更快,截至2014年底,魅族线下专卖店达1000家。魅族方面还表示,今年至少发展到1500家。

竞技高端市场

就在市场传统格局及渠道生变的同时,国产手机厂商加紧布局高端机,中高端市场恐将成为“血海”。“上半年,国产手机市场一个显著变化是,经历了千元智能手机拼杀后,国产品牌开始向中高端市场挺进,通过高端市场提升品牌,向高端市场要利润,只有规模没有利润的低价位竞争局面得到改观。”王艳辉对记者表示。

不甘心被贴上低端标签的小米,试图在3000元档位站稳品牌。今年5月,小米开售定价2999元的小米Note顶配版。

在3500元以上的国产手机市场,华为欲借Mate7站稳脚跟。据华为消费者业务中国区总裁朱平介绍,Mate7上市以来销量超过500万台。目前,mate7每月销量保持在40万~50万台。从华为获悉,其预期2015年高端手机出货量占比,将从此前的18%提高到30%。

“中华酷联”中的其他厂商也在高端市场发力。今年上半年,中兴推出了价格2999元的“天机3”;同时,旗下独立品牌努比亚上月刚发布的无边框手机Z9则定价3999元。7月14日,又在美国发布“AxonPhone”,定价450美元。

酷派早先推出的大观系列一直试图抢夺高端市场,定价超4000元的铂顿被普遍认为是对标华为Mate7。同样,收购摩托罗拉的联想希望重振高端市场,但MotoX系列尚未有热销产品。

一些业内人士分析,国产手机走向高端市场,一方面突破了以往难以逾越的门槛;另一方面,把高端机从5000元档位拉至3000元,重新定义旗舰机标准,与苹果、三星开始正面厮杀。

王艳辉认为,2014年国产手机市场以千元以下机型为主,1000~2000元机型关注度上涨最快,到2015年,2000~3000元机型将会爆发,3000元以上的机型更会逐渐增多。

来源:每日经济



LTPS面板需求逐年攀升 中日韩企业竞争激烈

根据市场研究机构 IHS 研究显示, LTPS 面板在智能手机应用逐年攀升。2014 年第一季度中小尺寸面板总出货量为 5.57 亿片, 其中 LTPS 面板占了 18.8%, 达 1.05 亿片。到了 2015 年第一季度, 中小尺寸面板出货量为 5.82 亿片, LTPS 面板占比 22%, 达 1.29 亿片, 这个比重还在逐渐拉高。

今年第一季度开始, LTPS 面板的玻璃基板投片量快速增加, 随着 LTPS 面板新厂将在 2016 年和 2017 年投入生产, IHS 预测 LTPS 技术将威胁 a-Si 技术目前在中小尺寸应用的主流地位, 几家使用 a-Si 技术和专注于中小尺寸市场的面板厂如华映、彩晶和龙腾光电, 恐将受到威胁, LTPS 面板甚至也将对 AMOLED 产生威胁。

从面板厂来看, JDI(日本显示器)是

LTPS 面板领导厂商, 今年第二季度 JDI 的投片量为 63.1 万平方米, 占全球 LTPS 玻璃基板总投入量的 44%, 客户涵盖了苹果、以及中国大陆一线品牌如小米、中兴、华为、联想等, 还有中国台湾的宏达电。JDI 的 LTPS 面板投片量从去年首季度的 47.2 万平方米, 增长至今年第一季度的 63.3 万平方米, 增幅达 34%。而且 JDI 仍持续 LTPS 面板投资, 在中国大陆的 LTPS 新厂也将在今年投产, 要进一步拉大和韩国、中国、中国台湾面板厂的差距。此外, JDI 的 In-Cell LTPS 技术 (Pixel Eyes) 也处于领先地位, In-Cell 面板用于 iPhone 和其他品牌高阶智能手机, JDI 透露 PixelEyes 面板出货量大于 non-PixelEyes 面板出货量。

韩厂 LGD 也在急起直追, 投片量

从去年首季度的 20.1 万平方米增至去年底的 31.8 万平方米, 增幅达 58%。至于日厂夏普的智能手机面板主要着重于中国大陆市场, 但目前已经面临来自大陆新兴 LTPS 工厂的竞争, 致使夏普 4.5 代和 6 代 LTPS 工厂的产能利用率偏低, 面对中国大陆手机市场高库存, 夏普下修稼动率, 今年第二季度投片量将掉到 10 万平方米以下。

大陆面板厂新产能也持续开出, 京东方 B6 鄂尔多斯工厂在去年第四季度改为 LTPS 工厂。今年第二季度京东方的 LTPS 面板投片量为 13.5 万平方米, 超过群创的 7.7 万平方米, 以及友达的 3 万平方米。而天马 5.5 代 LTPS 工厂今年良率提升, 投片量持续增加, 并且都在开发 In-Cell 触摸面板。

来源: 台湾工商时报

2019年全球 8K 电视出货可达 100 万台

尽管 8K 电视在庞大的电视机市场尚未开始出货, 但 2020 年日本奥运将采用 8K 信号播送赛事, 可望带动新一波电视分辨率的成长。IHS DisplaySearch 研究报告指出, 8K 超高画质 (UHD)、分辨率高达 7680×4320 像素电视机的出货量, 预估将从 2015 年全球仅 2700 台的数量成长至 2019 年的 91.1 万台。

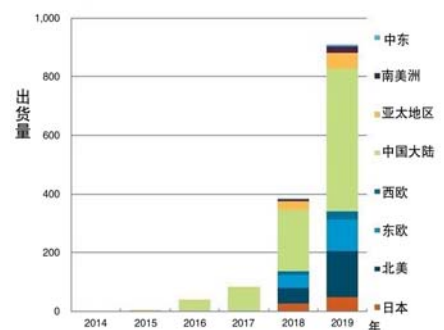
IHS DisplaySearch 对 8K 电视的预测锁定在 65 英寸的屏幕尺寸, 这是由于 65 英寸电视是迄今为止生产量最高, 并且将于 2019 年占 8K 电视出货量的近 80%。

IHS DisplaySearch 首席分析师 Paul Gray 表示, 8K 电视出货量的增长将大大抑制消费者对电视机屏幕尺寸大小的选择。由于 8K 影像要求非常大的屏幕, 否则 8K 影像拥有的更高分辨率, 在

现今一般电视观看距离下, 将无法被消费者“看见”。在过去 10 年中, 电视机的屏幕尺寸都以每年增加 1 英寸的“规则”进化, 即使这进化相当缓步, 但在达到 70 英寸之前, 都算是家常便饭。

根据 IHS “每季度度电视设计与功能报告”, 中国大陆新的液晶显示器 (LCD) 晶圆厂预计在 3 年内上线, 投入量产, 其产能将使 65 英寸 8K 电视显示器急剧增加。在此同时, 市调单位也已证实, 中国大陆的消费者早已开始接纳新的电视技术, 就如同近期他们购买 4K 超高画质 (3840×2160 像素) 分辨率的电视机产品。

“可以相信, 强化本地面板生产, 加上消费者渴望最新技术, 将是驱使中国大陆 8K 电视市场成长的两大主因。” Gray 说。



IHS DisplaySearch 称每季度度电视设计与功能报告追踪所有 4K 超高画质电视产品范围、预测、视讯处理与广播, 并加入电视设计其他方面的详细讯息, 诸如智能电视 (Smart TV)、背光 (Backlighting) 技术、有机电致发光显示 (OLED) 与 3D。

来源: eettaiwan

“工业 4.0”将加速面板产业的发展

液晶面板增速放缓但潜力仍在根据 wind 统计数据显示, 1~5 月份, 液晶面板行业营收达到 65 亿美元, 同比增速为 2%, 全球面板产业营收从 2014 年 1 月份开始迈入上升通道以来, 今年 1 月份营收同比增速达到 18%, 之后增速下滑, 5 月份的同比增速下降至 -6%。从营

收的区域分布来看, 中国面板企业的营收占比稳定在 12% 的水平附近, 相应的增速为 4%, 高于行业平均水平。

中国作为智能手机、液晶电视消费大国, 在面板消费大尺寸化的趋势下, 需求量增加, 随着下半年中国经济的逐步起暖, 面板的需求将继续得到改善,

而“工业 4.0”将面板的应用领域推广到了一个更大范围, 未来只要我们能够接触到的地都会有电子屏幕出现, 这将为面板产业的收展提供长期动力。考虑到面板生产的资本要求和技术要求, 已经入局的企业拥有较大的先收优势。

来源: 平安证券

ITA 秒杀 FTA 韩面板厂商或失去竞争力

最新一轮资讯科技协定 (ITA2) 谈判出现突破性进展, 200 多项高科技产品未来有望免税。然而韩厂对此则发展并笑不出来, 因为这意味着中韩及中国台湾厂未来将站在同一起跑线上。

韩国之前努力与各国洽签的自由贸易协定 (FTA), 目的是想降低关税, 为韩

厂提高价格竞争力, 但 ITA 一通过, 将直接打破 80 个参与谈判国家的关税壁垒, 韩厂优势也化于无形。在韩厂眼中, 直接受惠的只有中国及中国台湾企业。

据韩国时报称, 韩国贸易协会某官员形容 ITA 是双面刃, 以三星与 LG 两大韩国电子厂来说, 虽然商品出口更畅

行无阻、有利扩大市占率, 但也同时失去竞争力, 整体来说, 情况并不乐观。

失去了价格保护伞的韩厂, 未来与中国厂及中国台湾厂对阵, 必须更倚重技术领先, 这意味着增加资本与研发投入, 面板厂与半导体业皆然。

来源: 中华液晶网

华映平板电脑面板出货量跃升全球第二

中小尺寸面板厂华映近期平板电脑面板出货暴增,5月出货量超越韩厂三星显示器(Samsung Display)与乐金显示器(LG Display)跃升全球第二大,仅次于全球最大平板电脑面板供应商京东方。

华映5月平板电脑面板出货量约300万片,仅次于京东方的400万片,超越韩厂的200多万片。华映平板电脑面板出货排名大跃进,主要受惠于7英寸面板出货暴增。

根据CINNO Research全球面板出货量数据显示,5月全球平板电脑面板出货量为1734万片,月减5.0%、年减30.4%。受到大尺寸平板手机(Phablet)崛起的冲击,加上平板电脑更换周期较长的影响,平板电脑面板出货下滑幅度不断扩大,以第一季度来看,年减下滑21.8%,第二季度4月和5月平均下滑幅度更已达到27.6%。

大陆面板厂京东方依然是全球第一大的平板电脑面板供应商,5月的市场占有率约为23.9%,华映5月的平板电脑面板市占率攀升至16.9%,分别赢过三星显示器以及乐金显示器的14.3%、13%。

事实上,华映持续深耕中小尺寸领域,专注发展智能手机、平板电脑、车载面板及触摸面板等四大产品主轴,为了因应物联网(IoT)与工业4.0(Industry4.0)兴起,华映在第二季度成立第5个独立部门,积极发展工控产品。

华映总经理林盛昌表示,由于智能手机面板价格下滑迅速,华映现阶段采取收敛策略,不积极冲量,而是挑选有利利润的产品生产,另外,华映亦加强车用产品,积极发展一条龙,并拓展车载产品整体解决方案。

在新技术进展方面,林盛昌说,华映的智能手机面板已从On-Cell技术,进一步延伸至发展In-Cell技术,预计第三季度可量产。在平板电脑面板方面,华映已选择切入On-Cell技术,并与品牌厂合作,于第二季度开始小量出货,预计第三季度会有较明显的营收贡献。

据了解,华映现阶段的平板电脑面板客户包括华硕以及大陆白牌业者,为了对应趋势潮流发展,华映积极开发品牌客户群,并建立深厚关系。

目前平板电脑面板约占华映整体营收比重20%,手机约占50%、车用约占25%,其余则为触摸产品。由于手机面板价格持续下滑,华映将调整产品比重,估计2015年手机产品占营收比重将会低于5成以下,车用面板占比则提高至3成左右的比重,至于平板电脑面板的营收比重仍约维持在2成左右。

事实上,5英寸以上的大荧幕平板手机声势持续上扬,已经挤压到平板电脑需求,根据市调机构ICInsights统计,2015年平板手机出货预估将达2.52亿支,至于平板电脑出货量估计约为2.38亿台,

换言之,2015年平板手机(Phablet)出货将首度凌驾于平板电脑之上。

此外,平板手机后续出货也将持续升高,但是,平板电脑需求预估只会有个位数的成长。IC Insights预测,2014~2018年间平板手机出货量的年复合成长率将上看40%,但同时期平板电脑的年复合成长率却仅有3%。

整体而言,平板电脑的销售量成长已经趋缓,虽然制造商持续改变平板电脑尺寸,但对消费者的吸引力效果并不明显。比较值得注意的是,苹果(Apple)即将在下半年推出12.9英寸的平板电脑新品,这是继大尺寸手机后,苹果首度推出大尺寸平板电脑。

值得一提的是,苹果12.9英寸平板电脑面板将首度采用Oxide技术,业界预估,省电是苹果决定改采Oxide技术的重要原因。不过由于该款新品推出时间较晚,加上应用面与消费者接受度的考量,业界预估该款平板电脑2015年的出货量不会太大,总量约落在300万~400万台间。

纵使如此,对于苹果即推出的新品,业界仍相当期待,至于是否有机会扭转平板电脑低迷的市况,更是相关品牌厂商与整体产业界关注的焦点。

来源: Digitimes

7月面板价跌 友达群创可望维持获利

7月下旬面板价格全面下跌,电视面板跌幅1%至4%,电视品牌厂因为需求下滑,下修第三季度出货目标,并开始控制库存,影响面板厂第三季度营运,不过,电视面板仍然处于赚钱的状态,市场预期,友达与群创第三季度仍能维

持获利。

IHS DisplaySearch公布7月下旬面板价格,32至50英寸之间的电视面板价格全面下跌,跌幅为1%至4%,虽然4K2K电视面板需求仍畅旺,但受到电视品牌整体需求有放缓的现象,并下修第三季度电视面板需求,以控制库存。

由于电视品牌厂均面临获利衰退甚至亏损的命运,因此要求面板厂做更大的价格让步,目前不只是32英

寸面板因为产能过剩,面临较大的价格压力,其他尺英寸的电视面板也被要求降价,将影响面板厂第三季度获利。

笔记本电脑面板方面,该市调机构表示,目前持续调整库存,第三季度针对中国大陆与美国促销笔记本电脑,目前成效不彰,英特尔的新平台又延到9月才上市,使得笔记本电脑厂把旺季度拉货延后到第四季度,笔记本电脑面板价格续跌1%至3%。

液晶显示器面板受到欧洲市场需求不振的影响,品牌厂商持续控制库存。

来源:台湾经济日报

DisplaySearch 7月20日

单位:美元

应用领域	尺寸	高价	低价	本期均价	上期均价	变动情况
台式机显示器	18.5" LED HD (16:9)	48.8	46.8	47.8	49.3	-1.5 -3%
	19" LED WXGA+ (16:10)	55	52	53.5	55	-1.5 -3%
	19.5" LED HD+ (16:9)	54.8	51.8	53.3	54.8	-1.5 -3%
	21.5" LED FHD (16:9)	66	62	64	65.9	-1.9 -3%
	23" LED FHD (16:9)	75.5	71.5	73.5	75	-1.5 -2%
笔记本电脑	13.3" LED (Slim) HD	38.7	33.5	36	36.9	-0.9 -2%
	14.0" LED (Flat) HD	34.6	30.6	32.6	33.3	-0.7 -2%
	15.6" LED (Flat) HD	36.2	33.1	34.7	35.6	-0.9 -3%
	17.3" LED (Wedge) HD+	53.6	48.6	51.6	52.4	-0.8 -2%
	32" Open Cell WXGA	79	76	78	80	-2 -3%
液晶电视面板	40" 60Hz Open Cell Full HD	131	129	130	133	-3 -2%
	42" 60 Hz Open Cell Full HD	140	138	139	141	-2 -1%
	48" 120Hz Open Cell Full HD	188	184	186	193	-7 -4%
	50" 120Hz Open Cell Full HD	206	202	204	206	-2 -1%
手机	4" 480x800 a-si TN	3.9	3.2	3.38	3.4	-0.02 -1%
	4.5" 854x480 a-si TN	5.7	4.18	4.7	4.8	-0.1 -2%
	5" 960x540 a-si IPS/FFS	11.2	9.3	10.1	10.1	0 0%
	5" 1920x1080 LTPS	21	14.8	16.7	17	-0.3 -2%
平板电脑	7" IPS/FFS 1280x800	20	16	18	18.8	-0.8 -4%
	10.1" IPS/FFS 1280x800	31.3	27.3	29.3	30.5	-1.2 -4%

WitsView 7月20日

单位:美元

应用领域	规格	高价	低价	本期均价	上期均价	变动情况
电视面板	55"W 3840x2160 100/120Hz Open-Cell	309	287	301	304	-3 -1%
	50"W 1920x1080 50/60Hz Open-Cell	198	193	195	198	-3 -1.5%
	42"W 1920x1080 50/60Hz Open-Cell	142	138	140	140	- - 0%
	32"W 1366x768 50/60Hz Open-Cell	81	78	79	82	-3 -3.7%
台式机显示器面板	27"W 1920x1080 50/60Hz LED	115.7	109.9	113.3	115.3	-2 -1.8%
	23.6"W 1920x1080 50/60Hz LED	77.9	73.5	77.5	78.9	-1.4 -1.8%
	23"W 1920x1080 50/60Hz LED	75.2	72.5	74.1	75.6	-1.5 -2%
笔记本电脑面板	17.3"W 1600x900 50/60Hz Wedge-LED	48.7	46	48	48.5	-0.5 -1%
	14.0"W 1366x768 50/60Hz F-LED	32	30.2	30.6	31	-0.4 -1.3%
	11.6"W 1366x768 50/60Hz F-LED	32.3	28.4	31.6	32.1	-0.5 -1.6%

面板未纳入 ITA2 关税清单

世界贸易组织扩大信息科技协议谈判(ITA2)产品范围列表,其他 25 个参与谈判经济体就台湾点头,盼能妥协放弃纳入面板,最迟 7 月 24 日(日内瓦时间)要回复日内瓦。“经济部”长邓振中 7 月 22 日晚间紧急邀各产业公协会代表开会,盼业者能“顾全大局”。

7 月 22 日晚出席者包括半导体、电电公会、计算机公会等产业公协会代表;“关键产业”面板的友达董事长彭双浪以显示器产业联合总会理事长身份与会,群创董事长段行建因为出差未出席。

中国台湾成为 WTO 复边谈判的“钉子户”,这是史上头一遭;邓振中坦言,ITA2 因中国台湾仍坚持面板应纳入产品列表而僵持不下,若中国台湾愿妥协,产品范围列表最快本周五拍板,下半年谈判降税期程,明年 7 月 1 日上路。

邓振中转述,7 月 22 日与会代表包括产品已纳入及未纳入清单者,已纳入清单业者人人叫好,主张中国台湾应予妥协,但以彭双浪为首的面板业昨晚仍未松口。另有业者建议,未来讨论降税期程,生效时间要“立即”,科技产品生命周期短,若拖个三年五载,实质获益有限。

“经济部工业局”评估,已纳入 ITA2 产品列表的 201 项商品,中国台湾每年出口金额约 900 亿美元。邓振中说,这相当于中国台湾一开始列出 250 项降税商品清单年出口额的八到九成。由于面板每年出口约百亿美元,“经济部”评估,经贸谈判“能多得一,是一项”,妥协也未尝不可,但基于尊重业者权益,仍积极和“面板双虎”沟通。

“工业局”表示,已纳 ITA2 的 201 项

产品,约节省出口关税 11.4 亿美元,扣除进口关税损失,进出口关税净利益约 8.2 亿美元。主要获利产品包括液晶设备的零件、其他晶圆芯片等十大产品。

邓振中说,由于中国台湾 ITA2 出口值约占全球的 6%,甚至于到 7%至 8%,属于“关键多数”,若中国台湾坚持面板要纳入而僵持不下,ITA2 可能继续延宕。

“经济部”7 月 22 日日针对扩大信息科技协议谈判(ITA2)关税清单未纳入面板产业,找电电公会等产业界与面板业者沟通。面板双虎群创、友达昨天不愿对此多作响应;电电公会秘书长陈文义呼吁,站在公会及产业立场,ITA2 关税清单未纳入面板,对中国台湾面板业会有影响。

来源:中华液晶网

面板价格全面下跌 企业面临亏损临界点

上半年全球面板应用市场需求低于预期,导致全球面板业出现过剩。从拉动面板需求面积增长的两大应用市场来看,市场研究机构群智咨询指出,到今年中为止,电视面板库存周数高达 7~8 周,第三季度将加大清理库存力度,下半年面板产业将面临较严重的供过于求。

群智咨询调查 2015 年上半年全球液晶电视市场出货,相比去年同期减少 3%,但电视面板出货年成长率却高达 11.6%,由此观察可知品牌厂商手上库存偏高。群智咨询统计,截止第 2 季末全球品牌库存周数高达 7~8 周,因此主要品牌势必在第三季度启动清理库存、下

修采购计划的策略。

而在面板供给方面,由于 IT 市场需求持续衰退,第二季度部分面板厂商逐渐调整产能分配,将 6 代线以上 IT 产能逐步转移至电视面板。再加上大陆新增产能的加入,使得上半年电视面板产能面积相比去年同期增长 12.5%。在产能增长和产能转移的影响下,预计下半年全球 43~65 英寸的供应均将会增加,致使面板价格逐渐下滑。以 32 英寸 HD 面板为例,opencell 面板均价从年初的 94 美元滑落到 7 月的 76 美元,降幅高达 18%,更带动其他各尺寸价格逐渐下滑。群智咨询分析,面板价格全面下跌快速

侵蚀面板厂的利润,到第四季度部分面板厂的主流产品将面临亏损临界点。

从各应用市场来看,智能手机是目前唯一维持较高成长的应用市场,群智咨询资料显示,上半年全球智能手机市场出货相比去年同期成长 11.6%,但大陆智能手机市场出货相比去年同期下降 3.4%,市场成长率低于预期。

2015 年全球 LTPS 产能供需比估约 40%,5.5 英寸 FHD 面板均价从年初的 24 美元下滑到 7 月的 17 美元,降幅达到 26%,预计降价趋势将持续到下半年,同样冲击面板厂获利。

来源:工商时报

和辉光电开发出 6 英寸 4K AMOLED 显示屏

8 月 3 日,在和辉光电实验室里,一群年轻的工程师点亮了全球第一片 6 英寸 4K AMOLED 显示屏,这让在场的每个人都热血沸腾。在高清电视市场上,4K 电视已经受到了大众的追捧,但是将同样多的像素点放到一块 6 英寸的显示屏里,使像素密度达到惊人的 734PPI,这在设计和制造上的难度要远超百倍。

和辉光电表示,关于手机是否需要超高分辨率显示屏的争论还未见分晓,但是新兴应用对于显示屏的更高要求却是毋庸置疑的。虚拟现实设备要求通过一块显示屏呈现出身临其境的全景画面,其对于分辨率的要求正成倍增长。未来将以 UHD(4K)显示屏的点亮为起点,开启与虚拟现实设备的合作。

虚拟现实设备作为公认最具未来

潜力的新兴应用,吸引了众多关注。目前最有影响力的产品,如 Oculus, Samsung 和 Sony 的虚拟现实产品,均采用了 AMOLED 显示屏。这是因为 AMOLED 除了具有完美的画质之外,还具有画面流畅无眩晕感、纯黑实境、健康护眼等虚拟现实设备最需要的特质。未来随着虚拟现实设备的发展,AMOLED 将会大有作为。

和辉光电自成立起,就一直专注于中小尺寸 AMOLED 显示屏的开发。作为 AMOLED 国际市场上的后来者,在产品规格的提升上和辉一直在超速前进。自 2014 年 3 月首片高清 HD 显示屏点亮起,在不到一年半的时间内完成 FHD、WQHD (2.5K 屏) 到 UHD (4K 屏) 的三级跳,6 英寸 4K 屏的点亮标志



着和辉在 AMOLED 技术层面已经达到了国际领先水平。

和辉光电称,未来将继续专注 AMOLED 前沿技术的开发,为终端应用提供更多高附加价值的产品

来源:中关村在线

超薄 4K 电视成为彩电市场未来发展新趋势

近年来,随着超薄、4K 等工艺画质技术的不断发展和完善,以及渠道等方面的变革,彩电市场的迭代速度也在迅速加快。特别是融入超薄工艺设计和 4K 超高清画质的高端电视正在以迅猛的势头迅速普及,并成为彩电市场未来发展新趋势。

超薄电视因其超薄的尺寸,更易于满足国内用户偏向挂墙安放电视的需求,同时出色的产品外观设计也更符合目前主流的审美趋势,可以更好的于室内装修相搭配,受到了更多消费者的青睐。

而在超薄电视市场中,创维销量占比达到 50%,成为超薄电视市场目前当之无愧的王者。据了解,创维推出的 GLED Air G7200 以其 7.9mm 超薄机身成为彩电市场的靓丽风景线,同时,创维 G7200 系列搭载中国自主知识产权

的 64 位电视机运行芯片 SOC64,还搭载目前唯一的电视机 64 位操作系统——酷开系统 64 位,支持 Android L,这让创维 G7200 在影视剧点播、大屏幕电视游戏方面带给消费者极快的操控体验。

根据权威统计机构奥维咨询对五一黄金周(4月27日至5月3日)的统计数据,创维 GLED Air G7200 总共销售 6000 台,其中 49G7200 进入畅销型号 TOP10。除了以超薄为亮点之外,产品“高智商”还为创维带来了良好销售业绩。

除创维外,LG 力推 ArtSlim 薄艺硬屏、促进超轻薄电视发展的 LG Display,也无疑取得了阶段胜利。据悉,前不久举办的 2015 年(第十届)中国数字电视年度盛典上,LG Display 便凭借其产品创新和突出行业贡献,一举夺得了技术

创新奖和杰出贡献奖这两大分量最重的权威奖项,成为活动盛典上的最大赢家。

为了实现超轻薄的诉求,LG Display 的薄艺(ArtSlim)硬屏采用模组一体化设计,将背光模组与液晶玻璃进行紧密的贴合,实现面板厚度和重量的降低。薄艺硬屏除了超轻薄的特点外,还采用无边框等差异化设计,为整机厂商的产品开发和设计提供了更大的创造空间和可能,而消费者则从整机厂商提供的超轻薄电视中获益。

由此,行业专家和权威机构也纷纷表示看好超轻薄电视的发展前景,而随着 LG Display、友达、华星光电等面板厂陆续上量超薄面板,超薄电视的成本将进一步降低,整机价格也将得到更大程度的让利,超薄电视未来市场值得我们密切关注。来源:投影时代网

中国手机销量减速 5 英寸全高清面板价格下跌 20%

数码家用电器上使用的液晶面板正在降价。受家电产品销量增长乏力等因素的影响,电视机用和个人电脑用的液晶面板价格和年初相比分别下滑了 10% 以上。智能手机用的液晶面板也表现疲软。在部分品类中,液晶面板厂商越来越难以确保收益。电视机液晶屏中交易量较多的 32 英寸液晶面板(不带背光灯的半成品)价格大幅下跌。

6 月的大宗交易价格为 1 块 84 美元左右,和年初相比下跌了 11 美元,降幅达 12%。中国等地的面板厂商供货量增长显著,价格已连续 4 个月下跌。

受美元升值影响,新兴市场国家的电视机售价出现上涨。一家大型液晶面板厂商透露:“受电视机销量不佳的影响,很多电视厂商缩减生产计划,减少了面板的采购”。

虽然和接近面板厂商盈亏线的 32 英寸液晶面板相比,价格下跌速度相对缓慢,但 50 英寸以上的大尺寸面板和全高清“4K 电视”用的面板价格也出现下

跌。55 英寸面板的价格比年初下跌了 8% 左右。

个人电脑用面板自 2014 年秋季开始价格持续下跌。价格指标笔记本用 15.6 英寸液晶面板的 6 月大宗交易价格环比下跌了 1.3 美元,跌至 34.2 美元左右。日本电子信息技术产业协会(JEITA)统计显示,5 月日本国内个人电脑出货量只有 51.5 万台,同比大幅减少 41%。

美国微软的“Windows XP”系统停止服务带来的换购需求在 2014 上半年已经告一段落,之后全球的需求持续萎靡不振。

调查公司 IHS DisplaySearch 的高级副社长田村喜男指出,“和电视机用液晶面板相比,个人电脑用面板的库存更多”。不少观点认为 7~9 月的库存调整将继续进行。

中国智能手机厂商生产减速影响了智能手机用的面板价格。5 英寸全高清面板和年初相比下跌了 20%,每块的

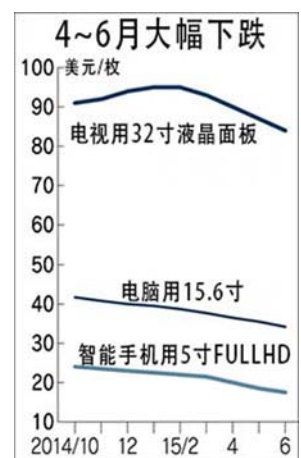
交易价格在 15~20 美元左右。

仍然在智能手机市场上保持良好销量的只有美国苹果等部分厂商。

虽然中国智能手机厂商的销量仍在增长,但增速明显放缓。一家大型面板厂商表示,“交易量不及预期”,导致供需趋缓。

中国各地今后仍将兴建液晶面板工厂。很多使用液晶面板的数码家电在很长时间内仍然会面临严峻的销售环境。液晶面板的价格下滑似乎在短时间内还无法止住。

来源:cnbeta



Apple Watch 带动小尺寸面板需求

苹果 Apple Watch 上市带动可穿戴设备热潮,也带动面板等零组件需求。市调机构 IHS 统计,Apple Watch 推出后,2015 年智能手表显示面板出货量,可望比去年增长 250%,达到 3400 万片的规模。消费者对智能手表需求,有助于改进未来显示技术。

Apple Watch 上市以前,市场原本对可穿戴设备有很高期待,但市场实际需

求并不如预期强劲,华尔街日报报导,Apple Watch 的需求正在放缓,苹果预期 Apple Watch 今明二年销量分别为 420 万支和 1400 万支。IHS 研究指出,Apple Watch 和 Samsung Gear 都采用 AMOLED 面板,所以出货的大部分智能手表面板(58%)也以此技术为主。

由于市场目前还在测试智能手表面板需求后劲,为避免未来一年供过于

求,智能手表面板生产相对保守。IHS 预测智能手表面板出货量将在 2015 年四季度度下降至 650 万片。根据 IHS 最新出版的中小尺寸面板出货量和预测报告显示,2015 年 Apple Watch 的面板出货量预计将占 AMOLED 智能手表面板出货量的 84%,占全部智能手表面板出货量的 49%。

来源:联合报

彩电市场分析:外销负增长 内销获突破

海关总署7月21日公布消息,6月份我国彩电出口量达599万台,同比增长7.4%,出口金额64.95亿元,这说明我国彩电出口从下跌通道,短暂出现回升。统计数据显示2015年上半年,我国彩电出口总量达3064万台,同比下跌11.4%,出口金额338.68亿元,同比下跌8.6%。

外销负增长

今年上半年,我国彩电出口形式严峻,除2月和6月是同比增长外,其他月份均出现不同程度的负增长。海关数据显示,1月份彩电出口471万台,同比下跌26.2%;2月份彩电出口469万台,同比增长32.7%;3月份彩电出口416万台,同比下跌27.4%;4月份彩电出口545万台,同比下跌20.8%;5月份彩电出口563万台,同比下跌12.9%。

在此背景下,彩电企业在国内市场的竞争又进入白热化。近一段时间,国内彩电企业掀起曲面电视和超薄电视

路线之争。有企业认为曲面电视是倒退,看好超薄电视;有企业则坚定曲面之路,并通过大降价来推动市场销售;也有企业曲面、超薄脚踏多只船,各家对于未来彩电产品发展方向也是各执一词。

业内分析人士指出,国内电视机消费低迷,出口形势不明朗,彩电企业又饱受业绩压力,企业间的曲薄之争终极目的是为了扩大产品销售,缓解经营压力,以渡过艰难期,而抢夺有限的新购机和更新换的消费用户,无非就是产品



降价和宣传新概念这两个方法。

内销获突破

在上述人士看来,不管是量子点电视和OLED电视之争,还是曲面电视和超薄电视之争,消费者在争论中更加清楚各类技术的特性和功能,根本上还是让用户自己选择买什么样的产品,所以彩电技术和产品话题的持续活跃,客观上集体促进了彩电消费的升级和市场的稳定增长。

根据市场调研机构奥维云网(AVC)的推总数据,2015年上半年国内彩电市场呈现难得增长态势,零售量达2211万台,同比增长5.6%;零售额达744亿元,同比增长6.9%。数据表明,2015年上半年,国内彩电市场零售额增幅大于零售量,这主要受益于显示产品结构高端化、智能化、4K化持续攀升,带动产品均价提升,各种新概念产品推动中高端彩电机型销售。

来源:信息时报

暴风科技联手六家企业 进军互联网电视领域

近日,暴风科技宣布联合日日顺、奥飞动漫、三诺数码影音等六家企业成立了合资公司暴风TV。暴风影音希望借此转化互联网用户,在软件、内容等方面提供产品迭代资源,日日顺在销售网络、营销渠道、送物流等方面给暴风TV提供资源支持。

冯鑫宣布,暴风要做互联网电视了。

和很多互联网公司一样,暴风也选择向硬件发展,因为只做互联网内容已经不能满足其野心,实体产业往往给互联网公司带来安全感——就算泡沫过去,手里还有硬件。

暴风科技联合海尔、日日顺等企业联合推出了暴风TV(合资公司名为“深圳统帅创智家科技有限公司”)。冯鑫的理由是,暴风影音目前拥有的3亿互联网用户是未来暴风TV的潜在用户,同时暴风科技在软件、内容等方面的资源优势将为暴风TV提供产品迭代资源。日日顺作为海尔集团的渠道综合服务业务品牌,在销售网络、营销渠道、送物流等方面给暴风TV提供资源支持。

具体到合作方式,即通过在内容制作、内容播放、硬件研制、物流服务等方面优势资源的深度对接,搭建“互联网+产业”生态圈,为用户提供全流程的差异化服务。

这一次合作具有排他性——根据暴风科技7月1日发布的公告,暴风和海

尔双方将不再与第三方洽谈、开展互联网电视业务的合作。

暴风TV的股份分配

笔者从昨日暴风科技发布的公告看出,暴风科技、日日顺、奥飞动漫、三诺数码影音等7方拟签订《深圳统帅创智家科技有限公司之股权转让及增资协议》及股东协议,约定:

暴风科技拟以自有资金1.35亿元,收购新日日顺持有的深圳统帅创智家科技有限公司30.37%的股权;

暴风控股拟以现金1.15亿元通过股权转让及增资的方式,取得统帅创智家19.63%的股权;

奥飞动漫拟以现金0.5亿元,收购新日日顺持有的统帅创智家10%的股权;

青岛日日顺物流服务有限公司占有21%的股权;

青岛雷震四海信息科技企业占股4.75%;

深圳风迷投资合伙企业占股9.5%;

深圳市三诺数码影音有限公司占股4.75%。

这意味着,本次交易后暴风科技与暴风控股将合计持有统帅创智家50%股权。

值得关注的是暴风控股这家公司。这家公司成立于2015年6月3日,注册资本1000万元,冯鑫持有100%股份,为新设立公司,尚未开展相关业务,冯鑫

为暴风科技控股股东及实际控制人,亦为暴风科技董事、总经理。

而统帅创智家,则是和暴风控股一样的新公司,创立于2015年6月15日,成立后承接了海尔电器集团有限公司旗下“统帅”品牌电视的全部业务、资产、负债和人员。“统帅”是海尔旗下家电子品牌,“统帅”除了电视产品之外,还涉及冰箱、洗衣机、空调、热水器等产品业务,电视并未作为一个独立的法人主体经营,为本次投资需要,本次交易前,海尔电器已将统帅电视业务、资产、负债和人员注入至统帅创智家主体中。

股东	出资额(元)	占公司股权比例
北京暴风科技股份有限公司	9,592,020	30.37%
暴风控股(北京)有限公司	6,197,580	19.63%
广东奥飞动漫文化股份有限公司	3,157,920	10.00%
青岛新日日顺物流服务有限公司	6,631,680	21.00%
青岛雷震四海信息科技企业(有限合伙)	1,500,000	4.75%
深圳风迷投资合伙企业(有限合伙)	3,000,000	9.50%
深圳市三诺数码影音有限公司	1,500,000	4.75%
合计	31,579,200	100.00%

此番合作,使得统帅创智家获得了暴风科技的品牌影响力、内容资源、线上营销支持;海尔电器在供应链、线下销售渠道、物流服务等方面的支持;奥飞动漫的内容支持;以及深圳市三诺数码影音有限公司在影音、音响方面的支持。

来源:钛媒体

3D/4K渗入 LED 电视 小间距 LED 显示屏前景可期

2012年起,随着 LED 像素间距跌破 P2.5,LED 显示正式进入小间距 LED 细分市场。继承 LED 显示的优势基因,小间距 LED 集色彩真实、无缝拼接、维护简易于一身,一将目光投向专业 AV 应用领域,便令传统 DLP、LCD 大屏厂商惊慌失措。与此同时,关于小间距 LED 与 DLP、LCD 等其他大屏显示的争雄之论也甚嚣尘上。

小间距 LED 抢滩 AV 市场

所谓小间距 LED 显示屏,是指 LED 点间距在 P2.5 以下的室内 LED 显示屏,主要包括 P2.5、P2.0、P1.8、P1.5 以至更小间距的 LED 显示屏产品。

LED 显示屏是一个发展成熟的产品,至今已有 20 余年。凭借其高亮度、无缝拼接、安装空间小的优势,LED 在户外显示领域独占鳌头,但其像素间距较大、分辨率较差,不适合用于室内显示。然而,随着 LED 点间距日益缩小,小间距 LED 走入人们的视野,慢慢渗透到室内应用,用于礼堂、展览、酒店等需大幅画面宣传展示的场合,并逐渐站稳了脚跟。

正迅猛发展的小间距 LED 仍野心勃勃,进而将眼光投向专业 AV 厂商深耕细作的领域:指挥控制、安防监控和广电等,对其虎视眈眈,垂涎已久。小间距 LED 集色彩真实一致、无缝拼接、安装维护简易于一身,目光投向室内 AV 高端应用市场,顿时令 DLP、LCD 大屏拼接和投影拼接惊慌失措,打破其三足鼎立的局面,形成四方争霸的阵势。

小间距 LED 发展的技术瓶颈

虽然小间距 LED 开始在控制室项目中崭露头角,但大部分客户仍对其在室内应用上持谨慎态度。原因在于,虽小间距 LED 集众多优势于一身,但仍有不少美中不足的地方:分辨率低、亮度

过高、稳定性不足、价格偏高等。但对于小间距的技术问题的探讨,行业内人士从来就没有停止过探寻的脚步,如何把显示效果做到最好,如何实现小间距成本的下降,如何让用户拥有更好的使用体验等等,目前阶段小间距 LED 存在的问题都是企业所需要努力的方向。尤其是如何打消目前用户对蓝光对眼睛有伤害画质有颗粒感、太亮刺眼、有辐射等疑虑。

DLP、LCD 与小间距 LED 的整合应用

虽然小间距 LED 显示屏的杀入,对大屏市场造成了一定的影响,但其想要成为新的霸主仍有待技术的更新。目前厂商能做的,便是更好地发挥 DLP、LCD 和小间距 LED 的优势,为室内显示应用提供更好的解决方案。

DLP 大屏厂商介入小间距 LED 市场,是一种很好的方式。目前,威创、GQY、赛丽电子等纷纷进入小间距 LED 市场,能够有针对性地将 LED 产品同以往室内显示技术相结合,开拓小间距 LED 新的应用领域,与大型工程投影机进行竞争。

另外,在控制室指挥调度和安防监控领域,DLP 和 LCD 虽盘根错节、不可动摇,小间距 LED 仍可以找到自己的需求。比如室内监控领域,多数行业都是既有高分辨率矢量图的现实需求又同时有多路视频监控图像的现实需求。这种情况下,可以采用中间 LED 屏、两侧 LCD 拼接的组合模式来达到一个好的显示效果。

裸眼 3D、4K 渗入 LED 电视

随着小间距 LED 的发展成熟,一些行业领先厂商将流行的 3D、4K 等概念慢慢融入到 LED 显示屏中。早在 2010 年南非世界杯上,索尼就展示了当时号

称全球最大的 3DLED 显示屏,不过当时的点间距为 4.44mm,还够不上“小”。但 3DLED 屏幕的出现,让人们目睹了其相较于其他 3D 屏幕的优势:亮度更高、色彩更鲜艳、对比度更高,可视角度宽广舒适。随着小间距技术的提升,裸眼 3D 技术的发展,小间距裸眼 3DLED 显示屏喷薄而出。

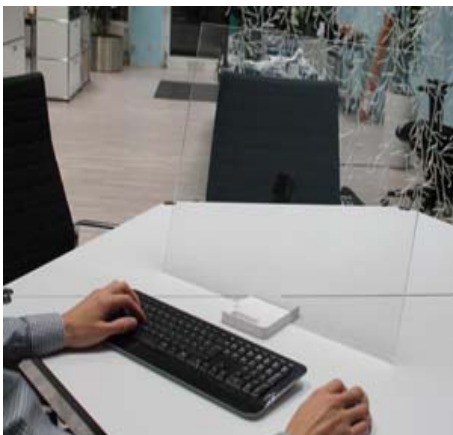
短短几年的时间里,行业内的领先厂商相继开发出小间距裸眼 3DLED 技术和显示屏。日本 NewSight 公司与 PTI 公司合作,将 LED 屏幕影像转换,用户裸眼即可看到 3D 效果。奥拓电子搭载多项专利技术,推出裸眼 3DLED 显示屏,提升图像表现力和观看自由度。洲明科技、利亚德光电也将 3D 技术与小间距 LED 显示屏结合,相继推出巨屏裸眼 3DLED 电视,并高调亮相 ISE2014,大出风头。

和 3D 相比,4K 技术在 LED 显示屏的应用上,多了些噱头的味道。实际上,4K 做大容易,做小很难,即使是 1.2mm 的像素间距,显示屏要在 208 寸才能达到 4K 水平。也正因此,小间距 4KLED 屏幕才更让人深感震撼,叹为观止。2013 年 7 月,利亚德光电发布当时号称全球最大的 288 英寸 4KLED 电视,点间距仅为 1.6mm,在业界引起轩然大波。

不论短时间内,LED 显示屏能给市场带来多大冲击,但毕竟对于用户来说有了更多的选择,特别是能够根据具体的应用环境和需求来选择不同的产品。

虽然耀眼的小间距 LED 存在一些短板,但其强势崛起,必然会蚕食部分传统 DLP 和 LCD 拼接的市场,至于是否对大屏拼接市场会有颠覆性的改变,还取决于小间距 LED 显示屏产品本身的技术完善。来源:中国数字视听网

背投新进展:全息投影玻璃显示屏



背投影像已经是一项非常成熟的技术,而背投电视机也基本被消费者所遗忘。不过,国外一家叫 Number One 的公司正在将该技术应用在其研发的 HTD-01 全息透明玻璃显示屏上,让背投影像技术有了更好的应用前景。

据了解,HTD-01 全息玻璃屏底部装有一个 LED 投影机,开启后可以将影像投影到特制的玻璃屏幕上,分辨率可达 1920×1080。这项技术与一般投影技术有很大区别,玻璃屏上有一层很薄的金属箔材料覆盖在上面,并涂有抗反射

层。而它还有一个很大的优点,屏幕只能显示来自某个方向的影像,而其角度的光线会被忽略,即使是在光亮的环境中也能清晰地显示图像,以往的背投技术无法做到这一点。

这块全息透明玻璃显示屏为 27 英寸,标准 16:9 长宽比例设计,无论是显示效果或可视角度都非常出色。NumberOne 公司计划不断改进该技术,力求让这项全息投影技术更加成熟,以便为人们带来更好的显示体验。

来源:经济参考报

速度最高的柔性薄膜电子器件问世 频率高达 6.5GHz

近年来柔性薄膜半导体发展迅速,使得一些全新概念的电子产品,如柔性可弯曲手机和可穿戴电子成为可能,在通信、能源、医疗以及国防等领域具有广阔的应用前景,成为硅晶体管发明以来微电子领域最具突破性的研究热点之一。然而,受其响应频率的限制,到目前为止柔性半导体还没有被应用在微波通信领域,严重阻碍了柔性电子的进一步发展。

近期,由山东大学物理学院宋爱民教授领导的纳电子中心与英国曼彻斯特大学合作(参与人员:张嘉伟、李云鹏、张炳磊、王汉斌、辛倩),成功在室温条件下研制出了超薄柔性的肖特基二极管,工作频率高达 6.5GHz,是目前为止速度最高的柔性电子器件。

据记者了解,我们目前生活中大多数电子产品都是在高频率下工作的,比如电视机运行在 48.5MHz 到 958MHz,手机信号 800MHz 到 2GHz,蓝牙、无线、卫星导航要到 2.45GHz,最新的无线网络,4G 手机甚至到 5GHz。面对这样高频率的电子产品,如果想要使柔性薄膜器件芯片应用起来,必须要努力提高这些器件的频率,而这正是柔性半导体相比于硅而言的一个显著弱项。

宋教授告诉记者,“目前为止柔性薄膜半导体器件在国际上能达到的频率比较低,远远低于一个 GHz,而我们研制的超薄柔性的肖特基二极管直接跨越到 6.5GHz 的速度,它可以很大程度上代替硅材料制作的电子器件,应用到生活中很多领域。”

信息薄膜化且成本更低

据记者了解,柔性薄膜半导体高频器件具有可折叠、透明、超薄质轻的优

势以及高效环保的制造工艺,它的制作成本极为便宜,也可以大面积生产,可以在塑料、玻璃、甚至纸张等基底上,也可为将来的可穿戴电子提供柔性电子芯片。

宋教授告诉记者,“柔性电子芯片可用印刷技术生产,成本很低,几百万美元的设备投入就可以将它大规模生产出来。有了这种高频器件,可以使得柔性电子芯片应用到生活各个领域,比如你可以通过装有芯片的薄膜显示阅读你需要的大量新闻信息;你可以将安装芯片的薄膜贴在开会办公桌上,随时通过无线网络调取你开会的资料;也可以贴在镜子玻璃上,洗漱的时候通过触摸装有芯片的薄膜掌握实时路况信息;以后购买商品或者书籍,都可以通过贴在上面的小小电子芯片及时的获取这些东西的信息。甚至将来的某一天,智能手机都将变成一张薄膜,它的研制可以让你幻想的这些生活情景变为现实。”

柔性薄膜器件将在很多领域取代硅

硅材料既不具备柔性又不透明。尽管柔性薄膜半导体高频器件可弯曲透明,环保,但在运作中也有一定局限性。据记者了解,目前这种柔性器件的工作频率尚不如硅高,信息处理速度相对硅慢,比如要应用到电脑中央处理器 CPU,一些高端手机里面的复杂模块还是有一定难度的。面对这个问题,宋教授告诉记者,“虽然在高性能芯片的应用上还有一定局限,但大多数领域是不需要很强的芯片信息处理能力的,比如收音机,智能显示,可穿戴电子,和一般功能的手机都可以使用,这种柔性半导

体薄膜甚至还可以在高于手机工作频率频段上运行。”

硅这种半导体材料 70 多年来形成的电子产品已经将我们的生活覆盖,无论是在电脑领域,汽车领域还是办公等领域都能看到各种形形色色的硅半导体电子产品。而柔性薄膜高频器件的生产,不仅可以用在多数硅能用的领域,也可以用在好多需要透明或柔性而使用硅不可能实现的领域。

6 年磨一剑 柔性电子芯片值得期待

宋爱民教授 1989 年从山东大学物理系毕业后,就开始了半导体器件的研究,并取得硕士和博士学位。据了解,宋教授拥有 15 项专利,目前领导山大纳电子中心进行研究工作。说到近期柔性超薄半导体高频器件的研制,宋教授告诉记者,“此次柔性超薄半导体器件研制耗时一年左右,但是前期研究这方面器件大概有 5 年的时间,山大纳电子中心与英国曼彻斯特大学也是通力合作,教授之间相互取经,才有了现在这种既可弯曲又环保的薄膜高频器件。”

面对这项器件的未来发展,宋教授告诉记者,“目前国际上柔性电子研究刚刚开始,各国基本处在同一个起跑线上。我们应该抓住历史机遇,把这个新兴电子芯片领域发展上去,利用很低的设备投入和产出快的特点实现我国柔性电子芯片的突破。希望这种透明、可弯曲而且环保的高频器件的研制成功,不仅可以带动一系列柔性可穿戴电子产品的开发,也可以促进智慧城市和物联网的发展,改善我们的生存环境。”

来源:中国 OLED 网

2015 年大陆晶圆代工产业产值将达 39 亿美元

自 2011 年以来,全球智能型手机出货量年成长率即呈现逐年下滑态势,但 2015 年预估仍能维持 2 位数年成长幅度,加上来自大陆 IC 内需市场规模亦持续成长,使得同期大陆 IC 设计业产值仍将能维持 20% 以上的成长动能。在大陆 IC 设计产业强劲成长带动下,DIGITIMES Research 预估,2015 年大陆晶圆代工产业产值将达 39 亿美元,较 2014 年成长 10.5%。

中芯虽在高通协助下,规划于 2015 年下半年将 28 纳米制程导入量产,预估 2015 年 28 纳米制程对中芯营收与大陆晶圆代工产值贡献有限。反观 2015 年大陆晶圆代工产业来自 45/40 纳米制程产

值,则在中芯接获国际网通 IC 设计大厂订单,加上华力微电子亦以提升 40 纳米制程产出与营收比重为目标,也将使得 45/40 纳米制程将成为 2015 年推动大陆晶圆代工产业成长的重要动力之一。

从供给面进一步分析,2015 年下半年除中芯北京 12 英寸圆厂 B2 与深圳 8 英寸晶圆厂 Fab-15 将开始对营收产生贡献外,华虹宏力预计也将扩充 5 千片 8 英寸晶圆月产能,也将使得 2015 年大陆晶圆代工产业总产能出现 5.8% 年成长。

DIGITIMES Research 亦预估,大陆晶圆代工产业产能利用率由 2014 年 88.2% 攀升至 2015 年 91.6%,产能扩充加上产能利用率攀升,将是推动 2015 年大

陆晶圆代工产业成长另一个重要原因。

综合大陆主要晶圆代工厂产能扩充计划,包括中芯、华虹宏力、武汉新芯都已有具体建厂或产能扩充计划,华力微电子、无锡华润上华也都有别建新厂的打算,若再加上联电与厦门市政府、力晶与合肥市政府所合资兴建 12 英寸晶圆厂,DIGITIMES Research 预估,产能扩增也将成为十三五规划期间大陆晶圆代工产业重要成长动能,并将在 2018~2019 年,大陆境内用于晶圆代工 12 英寸晶圆产能将有机会超过 8 英寸晶圆产能。

来源:Digitimes

中国 OLED 面板产能大增 韩厂欲扩产保王位

中国面板业者拼命扩产,明年产能有望将超越韩厂。最近传出韩系 Samsung Display 和 LG Display (LGD) 为了保住领先地位,有意扩大 OLED 产能进行回击。

韩媒 Business Korea,7月10日报导,研调机构 IHS iSuppli 估计,目前中国 8 代线 OLED 面板产能为韩厂的

86%,明年将增至韩厂的 1.2 倍,把韩厂甩在后头。三星和 LGD 都打算扩产应战。内情人士透露,Samsung Display A3 厂的中小尺寸 OLED 柔性面板,已在 4 月启用,每月产量为 3 万组,厂内仍有许多空间,中长期产能将继续提高。据称该公司为了节省开支,不会立刻二度投资 A3 厂,拟替换 A2 厂设备,生产中

小尺寸 OLED 面板。

与此同时,外传 LGD 有意斥资 9,000 亿韩元(7.96 亿美元)在龟尾(Gumi)打造中小型 OLED 面板厂,不过 LGD 发言人称,他们还在考虑,尚未做出决定。一般认为,OLED 生产不易,中韩技术差距仍大,中厂良率要追上韩商仍有难度。来源:OFweek 显示网

AMOLED 面板前景广阔 大陆面板厂商加速布局

DIGITIMES Research 研究指出,大陆面板厂扩厂迅速,大陆前三大面板厂商京东方、华星光电及天马微电子分别兴建 5.5 代以上 LTPS TFT LCD 产线,并皆将进一步往 AMOLED 面板发展,另一方面,专业 AMOLED 业者包括上海和辉(Ever Display Optronics;EDO)以及由 PMOLED 大厂维信诺(Visionox)投资扩产的昆山国显光电 (Go visionox Optoelectronics;GVO) 也已分别导入量产,此发展态势将有利于争取大陆品牌厂商穿戴式显示器订单。陆厂虽在可挠式显示器以及反射式显示器技术仍落后韩国、日本以及台湾主要业者,但挟陆续开出的产能及供应链优势,预期在 2017 年在大陆穿戴式显示器市场将可扮演主角地位。

京东方及天马 LTPS TFT LCD 产

线运作约 1 年半,5.5 代线良率逐渐提升,但将于 2016 年内导入量产的 6 代线才是真正的胜负关键。天马的 AMOLED 产线和 LTPS TFT LCD 产线不在同一地区,于厦门等地完成的 LTPS TFT 背板,尚须运往上海进行 AMOLED 后段制程,此有可能对良率造成影响。

华星光电位于武汉的 6 代 LTPS TFT LCD 线量产进程虽较京东方及天马的 6 代线晚,但华星在过去各生产线产能从施工到开始运转、量产的速度往往较他厂迅速,加上从三星显示器(SDC)、友达取得 AMOLED 技术人才,预估其 AMOLED 面板进入量产的时程会比一般预期来得快速。

专业 AMOLED 业者如和辉及国显,并无生产 LTPS TFT LCD 经验,而

小尺寸 AMOLED 需要 LTPS TFT 背板驱动,因此从建厂完毕到成功量产之间,技术摸索期较长,初期良率亦不易提升,但若成功突破瓶颈,在争取中高端穿戴式显示器订单时将较传统面板厂商有利。

近期部份触控面板专业厂商,如信利(Truly)及合力泰(Holitech Technology),也开始建构穿戴式显示器相关产能。信利及合力泰除触控面板产能外,亦有 TFTLCD 后段模组产能,因此两家厂商期待透过建构面板前段产能,以建立或加深与大陆一线品牌客户的关系。合力泰系透过入股大陆电子纸专业厂商广州奥翼(OED Technologies),希望建构自有电子纸显示器产能;而信利则与惠州市政府合作,兴建 4.5 代 AMOLED 产能。来源:OFweek 显示网

LG OLED 电视在韩销量增 10 倍

韩联社报导,LG 电子 7 月 19 日宣布,今年 H1(1~6 月)OLED 电视于韩国市场的销售量突破 1.5 万台,较去年同期相比增加了 10 倍以上水平,其中尤以分辨率达 Full-HD4 倍的 4K OLED 电视“Ultra OLED TV”表现最为强劲,5~6 月期间占整体 OLED 电视销售量比重逼近 25%。

据报导,LG Ultra OLED TV 产品广受好评,美国 Reviewed.com 就称赞 Ultra OLED TV 的画质、视野角度等方面是今年测试的产品中、水平最高的,且在 Reviewed.com 评价排名中,LG OLED TV 产品囊括了前 4 名。

LG 电子目前为全球硕果仅存的 OLED 电视制造商,而其关系企业 LG Display(LGD)是全球唯一一家能够量产 OLED 电视面板的业者,而这两家企业

也是这种电视技术的最大拥护者。

LG 电子 6 月 23 日宣布将与搜寻引擎巨擘谷歌携手推广自家品牌 OLED TV。LG 表示将借由谷歌的影片分享平台 You Tube 以及其他工具来提升产品曝光度。LG 为扩大 OLED 电视机的全球买气,计划将营销预算锁定在全球约 1 亿名的高阶产品消费者。

韩媒 ETnews6 月 19 日报导,DisplaySearch 表示,2015 年第一季度 OLED 电视均价为 1165 美元,和 2013 年第一季度均价 3218 美元相比,两年来大跌 60%以上。外界预料,2018 年 65 英寸 OLED 电视面板价格将降至 765 美元;55 英寸 OLED 电视面板价格更会从当前的 1030 美元,腰斩至 536 美元;77 英寸 OLED 电视面板则降至 1308 美元。业内人士认为,OLED 电视价格若降为

LCD 电视的 1.3~1.5 倍,将更具竞争力。

韩国时报(Korea Times)也报导,默克集团 OLED 部门主管 Udo Heider 6 月 1 日在接受专访时表示,三星电子现在虽然聚焦价值较高的小型 OLED 屏幕,但未来肯定会在某个时点跨入大尺寸 OLED 市场。

MKNEWS 日文版 3 月 26 日报导,据电子业界传出的消息显示,因面板生产成本变低、加上 OLED 电视优点逐渐浮现,故全球液晶电视龙头厂三星电子有望再度推出大尺寸 OLED 电视产品,而其面板子公司 Samsung Display 也预计将重启大尺寸 OLED 面板的生产。据报导,Samsung Display 表示,只要接获来自三星电子的供货请求,随时都能够重启电视用 OLED 面板的量产作业。

来源:中国闪存市场

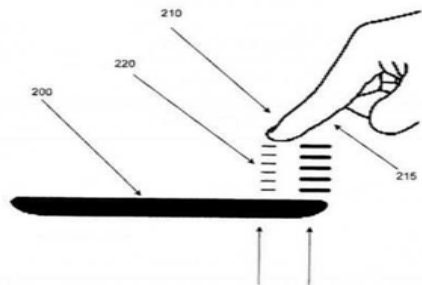
微软 3D 触摸技术不用摸屏幕

在很久之前,微软和诺基亚合作开发一款名为代号 McLaren 的手机,当时传言这款手机就用上了 3D 触摸技术——这款手机能够感知到用户的手指何时悬空在屏幕上方,并作出反应。

很遗憾的是,后来又听说这款手机流产了,但这项技术却保留了下来,并得到进一步开发。所以近期微软才能获批此项新专利。

按照本次新专利的描述,这是个能够检测一个或多个手指悬空在 3D 触摸

屏幕上方的角度的系统。这套系统采用 2 个值测量角度,了解手指指向的位置,



最终对收集到的数据做出回应实现操作。

虽说 McLaren 流产了,不过 3D 触摸技术传言未来还是会出现在其他产品上,并成为 Windows10 的一部分。只不过到目前为止,还没有任何信号表明,这项技术将会用于哪款手机,也有可能微软已经停止了对此技术的研发。

据说今年秋季会有新款 Lumia 旗舰问世,粉丝们届时可以看看 3D 触摸会不会出现。来源: Neowin

苹果新专利:触摸板可能加入太阳能电池

7月14日,美国专利商标局公布了苹果的一项新专利,这项专利表现出苹果仍在新能源解决方案上做研究,尤其是针对计算机外设加入太阳能电池方面。和先前苹果针对太阳能充电技术的专利类似,“带触摸传感器和太阳能电池的无线设备”描绘的就是一种带透明触摸表面的设备,下方塞入了太阳能电池。只不过专利描述中没有把这项技术描绘到类似 iPhone 这样的产品上,而是将之加入无线键盘、鼠标、触摸板以及其他配件产品。

也就是将能够汲取光能的组件置于产品顶层下方。比如说,太阳能电池可以嵌入到电容式传感器层之下,应用到苹果的 Magic Mouse 鼠标、Magic

Trackpad 触摸板之中都可以。整个运作过程也可以想见,就是太阳能系统收集环境光,将之转化为可用的电能,储存在到电池系统或者调节电容中,然后再对触摸传感器、处理器和各部分组件做驱动。

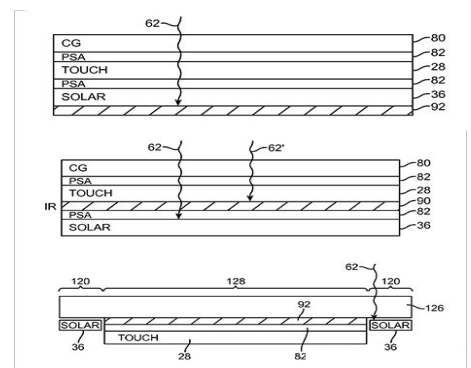
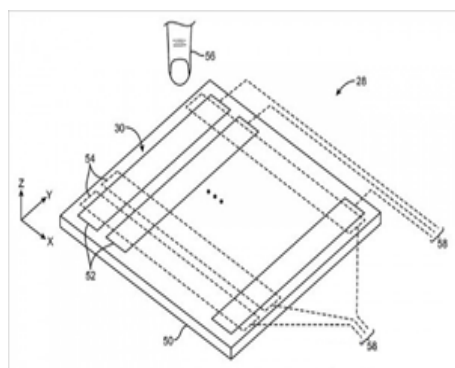
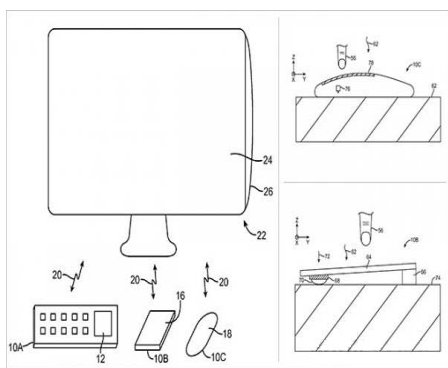
相关太阳能电池层究竟是位于触摸传感器和透明保护覆盖层之下,还是位于两者之间的问题,苹果认为取决于材料的选择,某些电容触摸传感器设计可能会对光的传输产生影响。

在另外一些产品中,某些材料也可以放在太阳能电池组件之上,主要也是为了美观。这对光的汲取可能也是不利的,不过若是针对不可见光谱比如红外线做设计,情况就不同了。也就是说材

料允许环境光通过,抵达内部的太阳能电池,可以达到能量转换和储存的目的。苹果特别谈到,不让可见光进入的这种设计可让产品变得更好看,比如这一层可以做品牌 LOGO 等。

此专利首次提交是在 2014 年 1 月份,发明者 Matthew E.Lang。当然了,这个专利也可能只是个储备专利,苹果是否打算将之应用到实际产品中还不清楚。只不过苹果研究太阳能技术已经好些年了,其专利申请中提到太阳能应用于 iPad、iPhone 充电的部分早在 2008 年就有了,更为近期的不少专利也有类似内容。

源于:环球网



苹果 12.9 英寸平板电脑面板将首度采用 Oxide 技术

根据市调机构 IC Insights 统计,2015 年平板手机出货预估将达 2.52 亿支,平板电脑出货量估计约为 2.38 亿台,换言之,2015 年平板手机(Phablet)出货将首度凌驾于平板电脑之上。5 英寸以上的大屏幕平板手机声势持续上扬,已经挤压到平板电脑需求。

此外,平板手机后续出货也将持续升高,而平板电脑需求预估只会有个位数的成长。IC Insights 预测,2014~2018 年间平板手机出货量的年复合增长率

将上看 40%,但同时期平板电脑的年复合增长率却仅有 3%。

整体而言,平板电脑的销售量成长已经趋缓,虽然制造商持续改变平板电脑尺寸,但对消费者的吸引力效果并不明显。比较值得注意的是,苹果(Apple)即将在下半年推出 12.9 英寸的平板电脑新品,这是继大尺寸手机后,苹果首度推出大尺寸平板电脑。

苹果 12.9 英寸平板电脑面板将首度采用 Oxide 技术,业界推估,省电是苹

果决定改采 Oxide 技术的重要原因。不过由于该款新品推出时间较晚,加上应用面与消费者接受度的考量,业界预估该款平板电脑 2015 年的出货量不会太大,总量约落在 300 万~400 万台间。

纵使如此,对于苹果即推出的新品,业界仍相当期待,至于是否有机会扭转平板电脑低迷的市况,更是相关品牌厂商与整体产业界关注的焦点。

来源:Digitimes

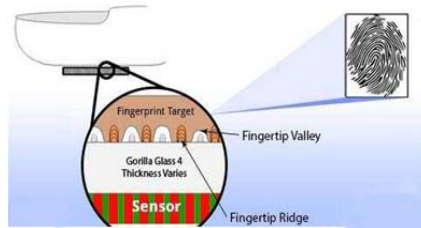
手机屏幕 / 设备表面都能识别指纹

除今年 Qualcomm 在 MWC2015 期间展示以超音波原理为基础的 SenseID 指纹识别技术, Sonavation 也提出同样以超音波为原理的指纹识别技术, 将可应用在整面触摸屏底层, 借此让手机屏幕、物联网设备都能以更弹性方式搭载指纹识别功能。

根据 Sonavation 公布新技术, 将使旗下感应元件能直接无缝整合于手机屏幕面板, 或是各类物联网应用设备表层, 同时也相容康宁 Gorilla 系列玻璃, 借此让使用者能直接透过手机屏幕任

一角落, 以及各类设备表面即可完成指纹辨识。

而如同 Qualcomm 年初于 MWC2015 期间展示的 SenseID 技术,



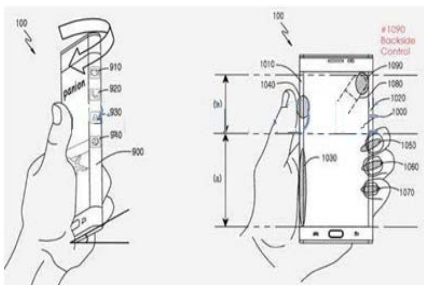
Sonavation 此项技术同样透过超音波原理扫描指纹细节特征。不过, 相比 SenseID 仅能在特定位置使用, Sonavation 提出技术在实际应用将更具弹性。

不过, 目前 Sonavation 并未透露此项技术预计将在何时广泛应用。而在此之前, 包含苹果、Synaptics 均传出打造类似技术, 预期让使用者可直接透过手机屏幕任一角落即可完成指纹识别, 并且能应用在身分认证、服务登入等使用模式。

来源: 台湾经济日报

三星新专利曝光: 屏幕正反双面可触摸

根据一项最新揭露的专利显示, 三星正在设法将手机触摸安排在手机背面, 实现正反双面触摸。一旦这一理念成功运用到三星的大屏手机或平板上, 那么用户就可以在设备背面进行操作



作——一般来说, 这样的操作是需要双手才能完成的。

平板手机受人诟病的一大弊端就是单手操作比较困难。要么在单手操作时, 大拇指很容易划出屏幕外; 要么必须用两只手才能使用用户界面。然而只要我们把某些触摸移动到手机背面, 那么用户用单手也可以很容易地操作大屏设备。当然现在这只是一项专利, 至于三星是否会真的将这一想法付诸实际, 我们仍需拭目以待。

让我们回顾一下电子设备制造商们在改变手机触摸上做出了哪些尝试

吧。

2014年9月, 三星发布的 Galaxy Note Edge 手机, 其一大亮点就是曲面侧屏的设计。在主屏幕不点亮的情况下, 触摸手机边缘, 在侧屏幕上就会提示未读信息和其它实用功能。可见三星很早就手机触摸技术上跃跃欲试了。

双面触摸的理念也并不陌生。早在2011年1月, 索尼发布的新一代掌机 Play Station VITA 就已经采用了前后双面触摸操作。

来源: 环球科技

触摸屏行业或重现电阻屏败退之路

在市场趋于饱和之时, 由于销售商寻求更加便宜的解决方案来降低智能手机在终端市场的价格, 2014年以来价格竞争变得日益剧烈。在这种市场情况下, 已经有几家内地触屏面板制造在2014年退出了市场, 而台湾几家主要制造商的业绩也遭遇了不利影响。与此同时, 中国内地智能手机市场增长放慢, 本地电信提供商正在降低或已经停止了对新购智能手机的补助。在过去数年, 电信运营商对新购智能手机进行补助曾大大刺激了智能手机的销售。

目前触摸屏市场的技术创新主动权早已不再生产厂商自己手里, 尽管仍有人在努力寻找新的材料突破或工艺成本下降之路。总体上来说, 不管是材料成本下降打开的自动化设备升级窗口, 还是良率提升所带来成本优势的丝印工艺转黄光工艺等, 都是大陆触摸屏产业自身回归传统光电制造业的标准

化作业而已。

洋华发布了6月份的营收为新台币1.68亿元(约合人民币0.34亿元), 同比下降54.90%, 环比增长10.81%; 累计一到六月份年度总营收为新台币14.16亿元(约合人民币2.84亿元), 与去年同期相比下降53.89%。

中国台湾触摸屏代表性企业中, F-TPK 宸鸿、F-GIS 业成、介面、洋华上半年的营收都全面陷入衰退, 除介面同比下降37.48%, 洋华同比下降53.89%外, TPK 上半年累计营收为新台币526.9亿元(约合人民币105.59亿元), 同比下降11%, 刚挂牌上市的业成上半年累计营收为新台币291.27亿元(约合人民币58.31亿元), 也同比下降了7.27%。

受这些影响, 大陆的触摸屏企业数量也开始由前几年快速增长, 进入相对的数量稳定期, 如果从整个产业链的情况下来, 已经开始进入企业数量缩减下

行通道了。

在电阻屏时代, 大陆的触摸屏企业也跟台湾同行的遭遇差不多, 在1999年到2004年期间, 高峰的时候大陆也曾出现了上百家触摸屏厂家, 到2004年存活下来的触摸屏厂家也不到十家了。

或许这个日子离现在看起来还比较遥远, 可别忘了, 苹果丢掉外挂式电容屏转用 In-cell 触控面板, 也是在台湾触摸屏企业最巅峰的时候, 当时谁也不相信还有比外挂式电容屏更适合消费类电子产品的操控界面配置, 苹果弃用外挂式电容屏后, 大家也仍在疯狂扩产中。随着其它传感技术的成熟, 如超声波检测技术、雷达检测技术等, 甚至是传统压力传感技术的成熟, 都将会让电容屏重蹈当年电阻屏的命运, 笨、重、扩展限制等缺陷的存在, 让电容屏也会像当年的电阻屏一样, 只会有一些特殊的场合下还会继续存在。来源: OFweek

“白石石墨烯”纳米管可以用来降温智能手机

莱斯大学的研究人员宣布发现了一种新的方法来创建全新散热材料,可用于日常电子设备散热,让设备工作温度更低,更高效。据称,他们从氮化硼纳米管(BNNT)当中创造了新材料,也被称为“白石石墨烯”,但是它和碳元素没有关系,这种新材料可以被布置成为2D晶格,具有显著的导热性能。

该材料导热性能令人难以置信的快速高效,但不幸的是,这仅仅限于在一个二维平面,电子设备采用的层状导热材料一般导热性不高,但是研究人员已经利用2D硼氮纳米管架,创造了3D结构仍然具有相同显著的导热性能。

使用这种材料将让处理器和GPU发挥真正力量。例如,高通热王骁龙810

如果使用这种导热材料,那么温度也不会成为制约其性能发挥的因素当然,实验室研究到投入商业应用还有很长的路要走,所以,不要指望下一代安卓智能手机或者iPhone就采用这种导热材料。

来源:极客世界

据悉新触摸屏技术让塑料板能实现触摸

7月16日,在合肥开幕的“2015国际人才与安徽高新技术产业项目对接会”上,来自法国巴黎高科国立高等工艺学院的刘源展示了拥有自主知识产权的高级触摸技术,这项技术可以甚至可以使塑料板实现触摸。

根据刘源介绍,“它能使超大尺寸的玻璃成为触摸屏。使用者任意点击,

即可读取文字、声音、视频、图片等信息。”这种技术可以在绝大部分日常普通物件上实现触觉感知,如玻璃、铜板、木板、塑料板等。一旦人们周围物品都使用上这种触摸技术,可以随时和物品“对话”。

刘源说,他希望成立由归国留学生创办的企业,并成为国际领先的触摸技

术开发者,“我们研发的触觉定位技术,摆脱了对触摸屏板的材料和形状限制。”这次对接会上,来自24个国家和地区的170余位高层次人才,带回近200个高新技术项目,除上述技术外还包括“裸眼3D技术”、“架空挖掘可疏浚河道”、“快速识别网上身份”等。

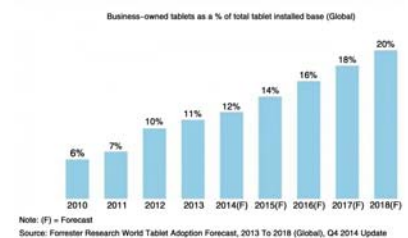
来源:中安在线

平板电脑还有救:2015年全球销量将超2亿

日前,弗雷斯特研究公司(Forrester Research)公布了《2015年全球平板预测》报告,指出iPad仍能表现出逐年增长的势头,其中企业版块尤为明显。分析师J.P. Gownder认为:“虽然会在消费市场看到平缓期,但由企业领域购买及直接管理的平板比例将会稳步上涨。”弗雷斯特研究预测,今年全球平板销量将接近2.18亿,等到2018年,该数值将增长到2.5亿。

也许这个年销量数字已经不足以震慑到大家,但全球平板用户数量绝对会让大家大吃一惊。据弗雷斯特研究分析,2018年全球平板装机量将接近7.8亿。这家公司相信,企业在这当中扮演了极为关键的角色。获悉,现企业装机比例大约有14%,等到2018年,该数字将能升到20%。

而在众多的平板厂商当中,苹果将是表现最优的那家,特别是当它跟IBM



展开MobileFirst合作项目之后。在这一项目中,苹果主管软件,IBM负责硬件。

来源:雷锋网

指纹识别明年将遍及千元智能机

从苹果iPhone 5S开始,以三星为代表的国内外智能手机品牌厂商开始陆续将指纹识别功能加载到安卓手机上,搭载指纹识别功能的华为Mate 7让国产手机首次拥有了媲美苹果机的热度,魅族MX4 Pro更让国产指纹识别厂商汇顶科技达到赶超苹果指纹识别技术的行业地位。

相信不少业内人士会问,魅族最新推出MX5不是改用瑞典指纹识别厂商FPC的方案嘛,这又说明了什么。魅族更换供应商的真正原因不是技术考量,更多在于成本因素。汇顶提供给魅族的指纹识别方案采用蓝宝石盖板,成本自然比涂层材料盖板的FPC指纹识别方案高出一截。

7月14日在2015世界移动大会(MWCS15)前夕的移动支付峰会上,汇顶科技创始人兼首席执行官张帆表示,

目前中国指纹识别模组厂商的制造能力问题成为了阻碍指纹识别芯片大规模量产的重要因素。智能手机市场对手机超薄设计的追求,使得指纹识别模组厂在尺寸、耐用性和成本等多方面有更高要求。张帆指出,设备、工艺和生产良率方面的问题不难解决,预计明年千元级别指纹识别手机将实现大规模量产。

这一说法也许证实了台湾媒体Digitimes日前消息,Digitimes透露汇顶2015年下半年将获得中国品牌小米、华为等中阶智能手机指纹识别解决方案订单,有望超越瑞典FPC,成为中国最大的指纹识别芯片厂商

汇顶科技是目前业界唯一能够提供包括IFS TM (Invisible Fingerprint Sensor)、蓝宝石、玻璃、coating在内的全系列指纹识别方案提供商,基于coating和玻璃盖板方案的成本优势明显。同时

汇顶指纹识别芯片具有体积小、独创封装、精准识别等特点,拥有自主知识产权的软件算法,既保证用户体验的安全便捷,更缩短整机厂商的开发时间。

指纹,作为个人独有的身份识别方式,实现用户“解锁”手机便利的同时,还将成为保障线上支付安全的法宝。据张帆透露,在移动支付产业链中,汇顶科技是目前国内唯一参与银联标准定制的指纹识别方案提供商,还与包括高通、三星、联发科、Truston、东软、握奇、天喻信息等在内的各平台厂商和第三方TEE厂商紧密合作,共同完善指纹识别的安全支付环境。

移动支付生态系统的逐步建立,将迎来明年终端市场的巨大转变。汇顶科技兼顾成本、自有算法和技术可靠性的优势,必将使其成为指纹识别芯片领域的一匹黑马。来源:集微网

Tago Arc 智能手环:配备曲面电子墨水屏

时下,可穿戴产品可以说是非常趋势化的设备,市场中已经拥有大量智能手表、运动手环,除了功能方面的不断完善,另一个发展方向则是更具实穿性。事实上,大部分可穿戴设备从时尚角度来说,都无法满足用户日常佩戴的需求,但越来越多的厂商开始注意这个问题,比如瑞士手表的智能化、智能首饰等产品,开始受到用户的关注。

在今年年初的 CES 消费电子展上,一款名为 Tago Arc 的智能手镯获得了极大关注,这款产品众筹平台也拥有极高人气,将于今年 12 月上市,售价约为 250 美元(约合人民币 1552 元)。那么,这款价格并不便宜的智能手镯,究竟有何独特之处呢?



时尚的设备 and 百变图案

Tago Arc 是一款搭载曲面电子墨水屏的智能手镯,其独特之处便是时尚的设计和充满变化的图案,从而实现百变的穿戴风格。

首先,Tago Arc 采用了低功耗曲面电子墨水屏,一年仅需充电一次,这个方向无疑是正确的。大部分智能手表虽然拥有全面的功能,但较短的电池寿命无法令用户满意,也让其与一般手表形成了巨大的使用体验反差,Tago Arc 显然改善了这个问题。

Tago Arc 的设计师表示,希望通过传统与现代化结合的方式,来为用户提供高端时尚的穿戴体验。首先,手镯本身采用了不锈钢材质,虽然略有些沉重,但足够精致,银色、黑色和金色的饰面也能够满足不同用户的需求。另外,其最棒的部分是,用户能够通过智能手机应用,不断变换手镯表面的图案,满足不同的搭配需求。Tago Arc 团队也计划推出一个社区,吸引设计师为其设计图案,并在社区以 20 美元一个的价格贩卖,形成健康的市场。

进入时尚界是一个巨大挑战

Tago Arc 团队表示,进入时尚界对

于可穿戴产品来说是一个巨大挑战。团队辗转巴黎、纽约、伦敦等地寻找灵感和用户反馈,不断完善产品设计和方向,未来还有可能推出智能箱包、皮带、太阳镜等产品。



另外,Tago Arc 团队还放眼国际市场,目前希望 2016 年能够在日本和中国市场推出。不过,其略显夸张的宽手镯设计,似乎更适合欧美用户佩戴,如果想要获得亚洲用户的青睐,可能还需要在设计上进一步向亚洲用户的审美观靠拢。来源:戴客网

传微软已停产 Band 手环 专注开发后续产品

微软不久前证实新一代 Band 手环的开发工作已经开始。据 Ubergizmo 援引其他媒体报道称,微软将停止生产第一代 Band 手环,专注于后续产品的开发和发布。相信许多读者还记得,Band 是微软一款畅销的可穿戴设备,发售后不久就销售一空。

报道称,微软将停止生产第一代 Band 手环,微软现有库存即将清空,一旦连官方产品也销售完后,将不会再直



接向消费者或通过零售商销售全新 Band。

由于微软尚未对此报道发表评论,因此读者对其真实性应当有所保留。

微软首席运营官凯文·特纳(Kevin Turner)最近证实,新一代 Band 已经在开发中,但没有披露发布时间。此前有媒体报道称,新款 Band 正在微软内部接受测试,可能在未来数月发布。

Ubergizmo 指出,微软可能在今年 9 月份的柏林国际电子消费品展览会上发布新一代 Band 和新款 Lumia 手机。

来源:腾讯数码

索尼即将推出“FES Watch”电子纸手表



据外媒报道,早前曾经报道索尼即将推出一款完全由电子纸材质打造的智能手表,其实就是 FES Watch。FES Watch 已经在日本众筹网站上登场,并且在三周内达成目标。报道称,索尼就



是 FES Watch 的幕后开发者,而此前的众筹是想测试该项目的实际价值,而不是因为索尼品牌。

FES Watch 在日本众筹网站上三周就达成了 350 万日元的众筹目标。FES

24の表情をもつ FES Watch



Watch 整体由电子纸材质打造而成,包括表盘与表带,并且支持 24 种界面设计切换。

来源:戴客网

智能电视显示技术的七大发展趋势

摘要:在 2015 年 CES(国际消费类电子产品展览会)上,电视机无所不在。在历史上,CES 专注于音频和视频设备的展现,因此每年,全球顶级的电视机厂商都会在 CES 上展示最新、最优秀的产品。我们现在就来根据 2015CES 上所展现的技术,来观测一下未来显示技术的七大趋势。

1、4K 并非终点

当 4K(即“超高清”)成为高质量视频的标准时,一些人曾指出,以合理的屏幕尺寸和观看距离来看,1080p 已经实现了“视网膜级别”的视频质量。例如,在使用 50 英寸以下电视机时,你根本看不出分辨率的任何差别。不过,电视机厂商仍在继续向前发展,而购买电视机的消费者也做出了回应。所有人都希望自己的下一台电视机支持 4K 视频。

这里传达出的消息已经很清晰:消费者将会对分辨率的不断提升做出回应。我们将看到更多 8K 电视机的演示,这样的电视机分辨率将达到 4K 的 2 倍。从实用角度来说,这一水平的分辨率是疯狂的。如果某天 8K 最终取代了 4K,那么我们需要再一次颠覆整个内容生态系统,并要求摩尔定律跟上发展速度。

不过,如果看看消费者对 4K 电视机

的回应,那么这样的发展趋势似乎不可避免。人类对更多像素的需求永无止境。

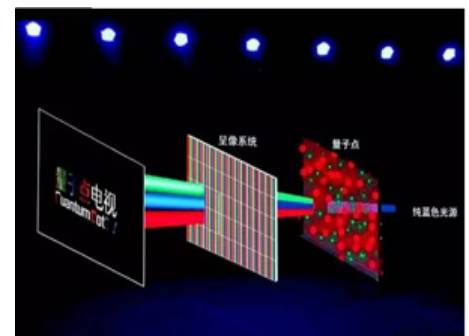


2、量子点技术接近现实,带来优秀的体验

量子点技术不仅仅关于像素。这样的电视机很难想象,但确实是到目前为止最优秀的电视技术。这一技术正越来越接近现实。采用这一技术的电视机将集成一层微小(例如约 20 个原子的厚度)的晶体,从而将色彩表现能力提升最多 30%。

业内人士曾预计,今年的 CES 上只

会有少数几款量子点电视推出,而来自 LG 和 TCL 的产品已经证明了这种技术的可行性。不过,三星已经将这一技术应用在了旗舰级的 SUHD 电视产品线中。这意味着,这一技术将迎来规模经济,未来几个月我们将看到更多的此类产品。



大麦 DSS 分体电视



3、大而薄成为主流

21 世纪初,许多厂商都试图推出尺寸更大的显示屏,而目前的争夺重点已经转向了厚度。不过目前,在尺寸方面取胜并没有太大的意义。

如果考虑到电视机下部接口的问题时,却发现仍需保持一定的厚度,否

则无法连接电源线等线缆。尽管面板比液晶面板更薄,但技术的出发点并不在于设计。对普通用户来说,所有电视机,包括价格较低的产品,都已经足够大、足够薄。

4、弧面屏尚未形成潮流

2014 年,在运营商大力推广下,弧面屏电视机得到人们关注。根据数据显示,去年售出的约一半 4K 电视机都采用了弧面屏。为此,许多开发商引入了大量的弧线元素,甚至还推出了可弯曲的型号。例如 LG 和海信,也推出了自己的弧面屏电视机。

与 4K 分辨率类似,弧面屏在视觉

上带来的改进也引起了许多质疑。不过从设计角度来看,弧面屏确实取悦了部分用户。而对计算机显示器来说,弧面屏更有意义。几乎所有主流厂商都在今年的 CES 上发布了弧面屏产品。

因此,手机也逐渐引入曲面屏,并在手机市场上拥有一角,但由于手机需要首先考虑触摸操作,因此弧面屏并不

是重点。不过,考虑到顶级厂商正在将弧面屏手机定位为“旗舰产品”,因此弧面屏的趋势还将继续发展。



5、用户期望智能电视,虽然目前尚不是必需品,但已形成潮流

所有电视机厂商目前都提供了智能电视。确实,在 CES 上,应用界面出现在了几乎所有电视机产品中。不过,没有人会由于“用户界面”去购买一款电视机,无论用户界面有多优秀。智能电视系统仍然无法访问你的有线电视机顶盒 DVR,因此短期内还不会有太大

的发展。

智能电视系统已得到优化,并以可视化的方式集成了互联网应用,甚至来自你自己的内容。将智能电视系统发展成为智能家居系统,想必这是必然趋势,因此用户可以继续观望这方面的进展。不过,所有界面看起来都很相似,而

智能电视作为一种理念并没能提起人们的兴趣。



6、今年将是 4K 笔记本之年

4K 屏幕在笔记本上是否会大材小用?无关紧要,因为我们已经实现了这一发展。凭借英特尔的第五代酷睿“Broadwell”处理器,戴尔、惠普和其他

PC 厂商已经将 4K 显示屏作为了 PC 中有竞争力的一种选择。这进一步加强了 4K 分辨率在任何内容生态系统中的地位。

7、内容依然为王

大麦电视通过互联网 OTT,向用户提供打包的直播电视频道及热门节目,让用户将不必再支付有线电视费即能追踪热播剧。来源:新浪科技

FPD DIGEST

平板显示文摘

北京迪斯泰信息咨询有限公司 出品



微信扫描,关注本刊公众号

