

拼薄比大 面板厂商火拼高端市场



近期面板领域好热闹：LG Display 在中国大力推广超轻薄产品，三星拆分显示业务，京东再上新面板产线，华星光电二期项目提前量产……无独有偶，这些面板厂商都瞄准了被认为市场有更大空间的高端产品领域。

液晶市场拼“薄” OLED 瞄准下一代

目前在大尺寸面板领域保持全球第一的 LG Display，在中国市场推出了其机身最薄仅为 7.5mm 的超轻薄四色 4K 电视产品——薄艺电视。LG Display TV 开发总裁金明圭介绍，薄艺硬屏产品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，还采用了无边框等差异化设计，为整机厂商开发和设计产品提供了更大的创造空间和可能。”据了解，目前薄艺硬屏已经推出了 55 英寸和 65 英寸两种尺寸的产品，下半年还将会有 49 英寸等多尺寸的产品推出。

奥维云网董事长喻亮星表示，作为世界最大的电视市场，中国预计在 2017 年将会形成 4535 万台的市场规模，其中超轻薄电视将达 700 万台，占比 15.4%，以年平均 16.5% 的增长率快速发展。

作为 OLED 主推手的 LG Display 此番力推超薄液晶产品，对此，LG Display 副社长黄龙起认为，在 OLED 市场未成熟之前，液晶市场仍大有可为。他强调，OLED 仍是下一代显示技术的核心，并拿汽车比喻，“薄艺兼具了 SUV 和轿车的优越性，OLED 则是下一代的电动汽车，后者主要定位更高端的市场。”

布局更高端“下一代显示”的不仅是 LG Display，此前曾被外界传放弃 OLED 的三星，也宣布从本月起拆分为 LCD 事业部和 OLED 事业部，尽管三星方面仅表述为“为提高各部门产业竞争力”，但外界普遍认为三星此番拆分意在大屏 OLED，分拆后便于进行投资和规划。有业内人士透露，三星事实上一直未放弃 OLED 产业，只是产品没有向市场投放。

高端面板“大”行其道 超高清加快布局

高端面板产品不仅薄，还有大。在国内，主要生产大尺寸面板的产线也陆续投产。近日，华星光电二期 8.5 代

TFT-LCD 生产线提前迎来量产，该项目总投资 244 亿元，设计产能为 12 万片/月，预计于今年 9 月实现满产。记者从华星光电了解到，该产线主产大尺寸面板。

京东方近日公布的两项新产线投资项目，也将主要生产大尺寸以及超高分辨率的高端产品。京东方面公告称，拟在合肥投建一条 10.5 代薄膜晶体管液晶显示器件生产线项目。公告显示，该项目总投资 400 亿元，拟于 2016 年一季度前开工建设，2018 年年底前投产，将主要生产 60 英寸以上超大尺寸及超高分辨率的高端智能电视与数字信息显示屏等产品。京东方面表示，第十代生产线是对 60 英寸以上产品最具切割效率的生产线，该产线建成后，将有效填补巨大的产能缺口。

同时，京东方还宣布与福州市政府、福州城市建设投资集团有限公司签署 8.5 代新型半导体显示器件生产线项目投资框架协议，总投资为 300 亿元的这一项目，也将用于生产大尺寸、超高分辨率高端智能电视与数字信息显示屏。京东副总裁张宇表示，上述两个项目总投资由资本金和银行贷款组成，资本金部分均不会通过资本市场融资方式获得。

一季度形势好于预期 产能竞争将更激烈

尽管今年国内还有京东重庆项目、中电熊猫南京项目将相继投产，业界对于面板产能是否会供过于求这个老生常谈的问题，都表示并不担心。

华星光电 CEO 薄连明表示，今年一季度的形势好于预期，国内彩电市场将实现恢复性增长，中怡康预测今年增长 6%~8%，奥维预测增长可能达 10%。同时，电视将继续呈现大尺寸化的趋势，会消耗更多的面板产能。

张宇认为，随着新互联网时代的发展、消费者消费观念的转变和 TFT 技术的不断进步，大尺寸、超高清产品的行情看涨。此外，商用市场对大屏的需求量逐步上升，随着新技术应用的兴起，将会给

面板行业带来新的发展机会，市场前景广阔。

LG Display TV 营销总裁李尚勋接受记者采访时，也援引了 Display Search 和奥维云网的数据：全球范围内，4K 电视的渗透率已经从去年一季度的 3.1% 飙升至年底的 10%，春节期间，高端 4K 的渗透率更是高达 38%，“4K 的画质和外观设计将是未来几年内电视发展的主要方向。”他强调，LG Display 短期的战略部署就是通过持续研发薄艺硬屏，开发更轻更薄、多种尺寸的显示面板，将 8K、HDR 等领先技术通过新产品提供给合作伙伴和消费者。

DisplaySearch 的数据也证明，未来 5 年，全球平板显示市场需求呈稳步增长态势。预计 2015 年，中大尺寸超高清面板需求为 3040 万平方米，到 2019 年，这一数字将达 7770 万平方米，年复合增长率达 26.4%。其中，预计 2015 年 60 英寸以上超高清面板需求面积为 1040 万平方米，到 2019 年，这一数字将达 1890 万平方米，年复合增长率达 33.1%，市场需求大幅增多。但随着面板厂商争相加码这一领域，可以想见，未来大尺寸高端产品领域的竞争将日趋激烈。 (南方)

消费旺季临近 苏宁“五一” 让利幅度超往年

“五一”小长假即将到来，消费市场迅速回暖，大力度的促销活动给消费者带来优惠的同时，商家也迎来了上半年销售业绩的首个高峰。记者从苏宁获悉，今年“五一”期间，苏宁将线上线下同时发力，通过海量的商品、实惠的价格、便捷的服务，让消费者感受到 O2O 模式带来的超值体验。

房产市场利好刺激消费提升 苏宁让利幅度超往年

专家认为，随着二手房购买首付比例的下调以及二手房营业税免征期限减少，房地产市场的利好政策将会直接刺激家装、家电消费提升，进而将带动整个消费市场。加上“五一”小长假临近，作为上半年首个传统销售旺季，各大商家也都摩拳擦掌。

记者走访多家零售企业发现，“五一”期间，苏宁的商品让利幅度超越往年。以受婚庆消费市场拉动最为明显的电视品类为例，苏宁推出了海量特价机，比如某合资品牌 43 英寸蓝光电视仅售 1998 元，某合资品牌 55 英寸 4K 超高清智能网络电视跌破 4000 元。此外，苏宁还推出双倍价保、家电套餐加赠礼品等活动，打造了折上折的促销力度，让消费者享受更多的优惠。

据悉，“五一”期间，周口苏宁将在货源、价格、服务等方面投入了充足资源，全面减轻消费者的购物压力。

“五一”期间，周口苏宁家电、家居 3 折起！套购满额还能获得苹果 6！更为重要的是，4 月 30 日超级团购总动员，全场 8.8 折封顶，将为周口市民打造一场特惠盛宴！

急速达服务覆盖 153 个城市 千余商品 2 小时内送达

今年“五一”期间，苏宁双线联动的 O2O 模式，不仅随时随地满足了消费者的购物需求，更利用门店仓储优势，通过不断刷新的送货时效，切实提高了用户体验。记者获悉，“五一”开始，苏宁物流急速达服务的覆盖范围将大幅扩充，153 个城市的消费者在购买电脑、数码、通讯等千余种商品时，可免费享受 2 小时内送到家的急速达服务。

“急速达服务的覆盖范围还在迅速扩充，不久将会实现有苏宁门店的城市就有苏宁急速达服务。”苏宁物流相关负责人透露。

资深业内人士认为，只追求商业利益搞促销，不顾用户体验，几乎成了一些纯电商平台的通病。每次电商大促过后，必然会迎来买家对物流配送的“吐槽期”。苏宁利用线下门店转化为仓储的优势，充分提高物流配送效率，这种“大促临近，服务先行”的做法，值得同行借鉴。

(苏宁)

