



家电周刊订阅号

C1-C2

2017.4.28

大屏市场投机者丛生

明基激光电视画质关难过

用户消费升级、需求升级，推动传统彩电产业大屏化发展的同时，也吸引了众多投机者关注，消费电子领域巨头明基算是其中之一。继2015年推出投影电视后，近日明基推出两款超大屏激光电视，进一步抢占超大屏彩电市场。然而，主打高端大屏的明基激光电视，却在画质上大打折扣，无法实现4K画质，这也引发业界对明基激光电视前景的争议。

跨界彩电

4月26日，明基正式推出两款新激光超投电视i950L与i955L。两款产品都是定位超大屏市场，针对不同的使用环境，可提供80英寸、90英寸、100英寸与120英寸四种可选尺寸的超薄屏幕。价格方面，i950L定价29999元，i955L定价34999元。

据了解，明基激光超投电视内置安卓智能系统，与普通液晶智能电视一样，通过网络连接即可直接观看网络电视、玩游戏和唱歌等。

明基目的在于跨界进军彩电市场，打破原有家用投影仪的业务局限。明基高级产品经理刘茂瑞表示，以激光超投电视为代表的超投系列产品是明基从家用投影机这个小众的细分市场转向普通家庭电视市场做出的改变，将从产品、渠道多方面着手。在渠道建设上，明基将大范围铺设体验点，产品方面，依靠产业链优势，为消费者带来更加亲民的价格。

其实，这并非明基首次探索家用大屏彩电市场。早在2015年，明基就推出了i701JD投影电视，产品定价6999元，产品特色是通过投影实现大屏电视观看。但最终因为定价、渠道推广等因素，i701JD投影电视推出之后，市场反响并不乐观。北京商报记者在北京京东上搜索发现，i701JD目前仅有明基投影之誉专卖店、卡顿办公专



营店两家店铺在销售，但两家店铺加起来的用户评价数仅6条，相比之下，同时期极米推出的类似产品z4x无屏电视，在京东的用户评价数高达2.4万+，要远超明基。

画质硬伤

彩电大尺寸发展的大趋势，推动投影电视和激光电视快速发展，是明基跨界彩电的一大主要原因。

据奥维云网数据显示，2016年彩电市场的明星尺寸为55英寸，市场份额为23.9%，较2015年增长8.4%，成为2016年彩电市场增幅最大的尺寸，55+电视的市场份额为31.8%，较2015年增长10.4%。

彩电大尺寸发展趋势在2017年仍在延续。最新数据显示，2017年一季度中小尺寸(50英寸以下)产品的市场占有率为8.7个百分点；大尺寸(55英寸以上)产品的市场占有率为36.4%，较去年同期上升了9.7个百分点。

值得注意的是，液晶电视在超过70英寸后，尺寸越大对应的成本越高，80英寸

及以上的液晶电视售价往往高达十多万元甚至几十万元。相比之下，投影和激光电视价格要更加亲民，能够轻松实现超大尺寸电视观看。基于用户需求，众多企业投身其中，海信、长虹、极米、微鲸等厂商便先后推出激光电视或投影电视产品，并赢得部分市场。

在产业观察家洪仕斌看来，明基看好大屏发展趋势，乘机想要抢占市场的策略没有错，但相比海信、长虹、极米、微鲸等企业，明基存在严重产品认知偏差，产品高不成低不就。低端投影电视方面，明基i701JD投影电视的6999元售价要远超微鲸和极米的投影产品，这一价格甚至足够买到一款65英寸的4K液晶电视，用户不会愿意花如此高的价格来尝试画质存在不足的投影电视。高端激光电视方面，明基高达3万元左右的定价，原本是定位高端，却无法达到4K的画质效果，而画质确实是高端电视和高端市场最看重的属性。

4月26日，海信也发布了其全新激光电视，主打4K画质，并且一次完成了88英

寸、100英寸、120英寸三个大屏尺寸段的4K激光电视布局。相比之下，明基的激光电视在画质方面劣势明显。

机会堪忧

除画质之外，整个激光电视产业的发展状况，对于明基来说也不算是个好消息。数据显示，70英寸以上电视目前占智能电视市场比重不到1%，占比不高，而激光电视主要集中于80英寸以上的超大屏市场，整体市场较为窄众。

相比液晶电视来说，激光电视的优势在于价格，同尺寸情况下，激光电视几乎是液晶电视价格的1/3，另外安装和配送更加便捷。海信激光显示股份有限公司总经理高玉岭表示，经过测试显示，海信激光电视在色彩、对比度与层次感、自然场景、视觉舒适度5个指标上已超过LCD电视。而随着海信双色4K电视陆续推出，未来两年内色彩亮度会与液晶电视持平。

但激光电视劣势同样十名明显。据一位彩电行业从业者介绍，相比液晶电视，激光电视最大问题在于存在噪音，而且短期内很难解决，因为这个噪音主要是散热风扇导致，且不是轴承转动的声音，是风吹动时摩擦所产生的，除非去掉风扇。但是激光电视的功耗非常大，铜管散热、水循环散热、对流散热都很难实现，这注定激光电视在噪音方面存在瑕疵。

洪仕斌认为，激光电视是目前性价比较高的超大屏体验方式，虽然因为产业本身发展因素存在部分问题，但依旧会赢得部分用户。不过，对于明基激光电视来说，市场推动难度可能会更大，目前4K已经是中高端产品市场的标配，但是定位高端的明基激光电视却无法达到这一基本要求，这将影响高端用户群体的购买欲望。

北京日报记者 陈维

记者观察

彩电企业的路线之争

陈维

在全球彩电技术之争愈演愈烈的今天，智能的关注焦点正在散去，转而聚焦的是量子点、OLED、激光代这几种现阶段最前沿的彩电显示技术之争。

回顾彩电发展历史，我们不难看到，显示技术一直是支撑彩电业发展创新的核心，而显示技术的选择对于彩电厂商来说，往往是一个关乎生死的选择问题，一旦选择错了发展路径，付出的代价有可能是退出彩电的历史舞台。

CRT电视时代，索尼凭借着“特丽珑”显像管电视，一度把持着全球彩电市场，截至1994年，索尼卖出了超过1亿台电

视机，但随着电视从CRT向液晶和等离子显示的发展，因为对新技术的重视程度不够，索尼逐渐掉队，取而代之的是以三星为主的液晶阵营和以松下为主的等离子阵营。再往后，等离子阵营集体落败，押宝等离子电视的“等离子之父”松下，也在全球彩电市场低调退场。

与等离子和液晶的竞争类似，如今则变成了量子点和OLED。彩电厂商争相拥抱新型显示技术背后是出于布局未来，不管是量子点电视还是OLED电视，都要比液晶电视具备更出色的画质，具备更高对比度、色彩效果更纯粹、高色域等优势，从

长远看，未来必将会取代液晶显示技术。

在“2017年国际量子点显示产业论坛”上，浙江大学化学系教授、量子点资深专家彭笑刚教授指出，使用量子点技术的画面比LCD显示颜色加倍，提升了液晶电视的色彩表现力，且成本低，性能优越，在资源危机下量子点无疑是最佳选择。

现阶段，量子点电视和OLED电视都属于高端产品，尚未实现普及。量子点电视在商业化层面已率先做出突破。数据显示，OLED电视推出要比量子点电视早将近两年时间，但量子点电视整体市场占比却要远高于OLED电视。2016年全年量子

点电视的零售量高于OLED电视7倍有余。价格是量子点电视取胜的一大优势，目前同尺寸量子点电视价格是液晶电视的2倍左右，而OLED电视则是3倍以上。

不过，目前的优势并不足以说明就是未来的发展方向，显示技术的发展除了在电视终端产品呈现外，和上游产业链的发展更是息息相关。如今，电视产业正处于显示技术升级的十字路口，向左还是向右，彩电企业在做出选择和站队的同时，需要时刻关注产业发展趋势，对应做出调整，避免因为显示技术路线发展而被市场所淘汰。