>>> 全球“五个第一”

2022年2月4日晚，举世瞩目的国际冰雪赛事在北京“鸟巢”体育馆盛大开幕。在开幕式中，流光溢彩的8K超级地屏和巨型“雪花”主火炬台惊艳亮相，令全球观众大饱眼福。在这背后，也有京东方的身影。

这已经不是京东方在重要舞台上的首次登场。细数最近几年的国际赛事和国家大型活动，从2016年里约的全球首次顶级赛事8K超高清实况转播，到2019年70周年庆祝活动上3290块光影屏表演、2021年春晚第一次全球8K直播，再到携手中国击剑队亮剑东京，为其提供训练的“秘密武器”，每一次京东方都深度参与其中。

2021年，京东方显示器件产品实现营收约2022.19亿元，同比增长约64.3%；产品销量同比增长9%，销售面积同比增长37%，创历史新高。市场调研机构Omdia数据显示，京东方在智能手机液晶显示屏、平板电脑显示屏、笔记本电脑显示屏、显示器显示屏、电视显示屏等五大主流产品销量市占率全球第一；创新应用产品销售面积同比增长26%。柔性OLED方面，出货量快速提升，业务发展取得突破，2021年12月单月出货量首次突破千万。

业内观点认为，伴随着5G、物联网等领域的基础设施进一步完善，显示已成为当今数据产生和呈现的核心载体。而京东方所扮演的角色，是在显示领域让数据“易于产生、更好呈现”，同时也在持续拓展显示边界，引领显示技术向着更加智能化、个性化、场景化的方向发展。

京东方副总裁、首席品牌官司达对北京商报记者表示，公司正推进“屏之物联”发展战略，通过给屏集成更多功能、衍生屏更多形态、植入更多场景，让屏融入各个细分场景，重塑价值增长模式，不断赋能千行万业。

用一块显示屏赋能万千领域，必然离不开技术的支撑与研发的投入，北京商报记者发现，近年来京东方研发力度不断加大，2021年，京东方研发投入已高达124.4亿元。专利方面，京东方2021年度新增专利申请超9000件，其中发明专利超90%，海外专利35%。

>>> 从屏到超越屏

在很多人的固有认知里，还把京东方看成是一个单纯的显示屏制造商，主要为智能手机、PC、电视等行业供货。但事实上，早在2016年，京东方就提出了物联网发展战略，进行物联网转型，到目前已形成“1+4+N+生态链”的业务发展架构。以半导体显示为策源地和原点，形成传感器及解决方案、MLED、物联网创新、智慧医工事业四大新引擎。

目前市场关心的是，在显示领域已经睥睨群雄的京东方下一步怎么走？京东方给出的答案是：坚持“屏之物联”发展战略和技术创新、构建生态不断赋能万千场景。

2021年12月，京东方发布了中国半导体显示首个技术品牌：ADS Pro、f-OLED和α-MLED，这成为LCD（液晶显示）、OLED（柔性显示）和MLED（LED显示）三大领域里最前沿的高端技术“代名词”。在C端，消费者只需通过终端上ADS Pro、f-OLED和α-MLED的品牌标识即可方便鉴别该款产品出众的技术和性能优势以及应用领域等等细节，无需再被过去乏味又枯燥的传统参数与代号困扰。

产业观察家洪仕斌表示，京东方用技术品牌代言了产品的整合认证和系统性归集，搭建了与消费者之间认知和价值沟通的桥梁，让消费者能更容易辨识和选购符合他们心理预期的产品，并建立起了品牌信任。

司达表示，京东方将继续发力“技术+品牌”双价值驱动，将两大“价值高地”有效联通。显示技术品牌的构建和输出，将会引导全产业从过去只关注规模、产能，转为更关注技术和品牌，甚至是产品价值。

在世纪之初，当人们在谈论中国的电子信息工业时还习惯用“缺芯少屏”来形容。在很长一段时间，液晶面板位列集成电路、原油和铁矿石之后，成为中国进口总值最大的四种商品之一。中国对于液晶面板的进口数额在2012年达到峰值，此后逐年下降，恰好与以京东方为代表的中国面板厂商崛起之路互相印证。

值得关注的是，除了经营业绩，京东方也在多项核心技术上实现了突破。京东方多年以来注重技术开发，在2021年位列美国专利授权排行榜全球第11位，连续第四年跻身全球TOP20。

以京东方为代表的中国面板厂商卧薪尝胆、历经坎坷，终于把“少屏”的帽子摘掉，也让中国的显示企业在行业里拥有了举足轻重的话语权。

对话

京东方副总裁、首席品牌官司达：

面对困难，要保持战略定力

Q：很多企业会选择快速盈利，为何京东方在当时异常艰难的时刻依然确立了在显示领域长期发展的战略方向？

A：半导体显示产业具有技术门槛高、投入强度大、回报周期长、国际竞争激烈等特点，但其对促进我国电子信息产业升级、推进多个领域的技术进步具有十分重要的战略意义，中国需要高质发展的显示产业。

京东方从成立之初就以振兴中国显示产业和科技为己任，这是我们的事业和梦想。当时的确面临很大困难，在产线投建初期，就受到了来自各方的压力和挑战，加之2008年全球性经济危机到来，显示产业进入市场低谷期。公司出现连续亏损，当时的公众和舆论的质疑都使得我们承受了巨大的压力。面对这些困难，我们保持了战略定力，一不退缩二不转向，坚持技术研发、投资新生产线。我们提出“化行业低谷为企业成长机会”，相继投建多条产线，彻底打破了国外的技术封锁和垄断。

另一方面，我们始终坚持对技术的尊重和对创新的坚持，技术创新始终是我们企业发展的原动力，每年坚持高比例研发投入，2010-2017年，我们的研发投入增长超8倍。正是由于坚持战略定力和研发投入不动摇，京东方实现逆势成长，自2011年起进入快速盈利通道，并在2018年成为全球显示行业的领跑者。

Q：站在实体经济和数字经济融合的产业风口之上，中国的显示产业有哪些机遇和挑战？

A：首先，显示性能不断提升，应用场景更趋丰富。显示的色域、刷新率等不断提升，且触控、指纹识别、面部识别、摄像头等数据产生与收集功能，越来越多地集成到显示器件上。这些性能的提升及功能的集成，为显示提供了更丰富的应用场景。

其次，产业环境优化及政策助力。中国是全球最大的显示消费市场和显示面板生产基地，中国完备的工业基础及产业整合能力为显示产业发展提供了助力。“以国内大循环为主、国内国际双循环”的新发展格局，以及“新经济”发展等，都将为显示产业带来巨大的机遇。

最后，全球数字化进程加速，显示边界不断拓展。尤其是5G商用、人工智能与大数据等新兴技术与显示技术深度融合，元宇宙正在形成，这其中就需要AR/VR/3D等新一代显示技术支持。无论现实还是虚拟世界，显示将无处不在。

当然在面对机遇的同时也有挑战，中国显示行业发展到今天已经摆脱了规模扩张的发展阶段，应更加理性投资和建线，尽量避免低水平无序建设和不良竞争。产业界同仁应共同携手，推进行业从规模导向向价值导向高质良性发展。

Q：在显示领域保持领先地位，未来我们的努力方向是什么？

A：坚持技术创新不动摇。中国显示产业必须坚持创新驱动发展才能在全球始终处于领先地位，同时通过创新不断探索显示技术的广度和深度。

显示只是一个领域，物联网则是一种全域，应持续拓展显示边界，引领显示技术向着更加智能化、个性化、场景化的方向发展。加强“产学研用”结合的发展路径，增强国内显示企业的创新活力，培养具有学术背景的技术人员投身到显示产业建设。通过“产学研用”的协同合作，助力我国显示产业实现跨越式发展。此外，在数字经济蓬勃发展的当下，我们创造性提出“屏之物联”发展战略，通过给屏集成更多功能、衍生更多形态、植入更多场景，以全球领先的物联网解决方案不断赋能千行万业，持续实现公司乃至全行业的高质量发展。