

2009年9月28日 星期五 主编 朱江华 编辑 李无双 校对 张阔 版式 陈耀耀

康佳液晶 E 代双骄 国庆 60 年献礼

——康佳 e-LED88 及 e-Net86 系列新品震撼上市 一起进入网络互动时代

近日,国产代表品牌康佳彩电在深圳隆重召开新闻发布会,联手数大上游巨头共同推出 e-LED88、e-NET86 两大高端平板系列,并在会上宣布与国际久负盛名的色彩研究机构 NCS 达成战略合作,共同组建色彩研究联合实验室。

“康佳完全有信心通过更广泛的产业合作,更精准落地的需求把握,在举国大庆来临之际,为中国家庭消费者呈上独一无二的视觉盛宴!”康佳多媒体营销事业部总裁穆刚现场表示。



五大优势齐出 康佳 LED 平板技术出众

据悉,康佳本次推出的 e-LED88 及 e-Net86 系列高端平板,在“画质、节能、外观、网络互动、数字接收”五大功能方向均有出色表现。

新品采用了新一代侧光式白光 LED,配以康佳独有真彩 LED 背光源驱动引擎,在色域与色彩表现力方面具有更好表现。同时,该引擎还使液晶屏幕的响应时间提升到微秒级别,比普通的 CCFL 液晶灯管响应时间提升数百倍,结合康佳运动高清技术,e-LED88 系列液晶屏画面刷新频率、对比度、色彩表现等方面得到全方位提升。

同时,通过对所输入图像信号的亮度进行实时分析,分别调节各个区域的亮度,同比传统的电视可以节能约 62% 左右,而且还有效延长液晶电视的使用寿命,最长可达 10 万小时。

在外观上,e-LED88 系列延续了康佳平板电视超薄传统。得益于精选的侧光式 LED 液晶屏,e-LED88 最薄处仅有 1.99CM,再次开创了国产平板最薄新记录。

康佳新品液晶 带您进入娱乐互动时代

记者了解到,有别于某些品牌较单一的影视播放功能,康佳 e-LED88 网络畅享功能强调

以家庭互联为本质,系统囊括“资讯、娱乐、互动”三大方向。其首创观影吧功能,可以随时随地通过网络实现视像远程共享、照片浏览等功能,与亲朋好友共享高清生活,将 e 时代家庭互联系统演绎到实处。

康佳工作人员现场演示了 e-LED88 系列的音乐厅、信息港、娱乐升级、康佳独创的“智能联想”输入法等功能,可以满足消费者日益增长的多样化家庭娱乐需求。

同时,该款新品还内置市面上最新的数字地面芯片,可同时兼容单载波和多载波信号,无需机顶盒即可接收地面无线数字电视信号,e-LED8 首次实现了从编码、传输、接收、解码显

示的全程高清,让广大消费者可以随心畅享全套数字电视节目。

除此之外,e-LED88 系列还具有全程蓝光高清、3 路 H.264 全高清解霸接口、康佳独有智慧引擎、创造性的反射式独立腔体音响系统,其综合指标性能在业内名列前茅。

康佳 LED 电视将全线出击

平板市场 LED 革命的背后,隐现彩电市场竞争正面临全面升级,这是下半年彩电新品迭出带来的市场信息。一位与会业内人士向记者表示,“平板产业已开始由单一技术层面的竞争,转向产业链的竞争。”

早在数年前,本土平板企业已经开始向上游渗透,布局模组生产,LED 平板电视的升级浪潮,适逢产能开始释放,将为康佳等本土品牌带来量利齐收的契机。

为发挥从研发端到制造端的整合优势,早在数年前,康佳集团研究院内,已设立专门负责 LED 技术研究的博士后工作站以及两个技术研发团队,承担平板显示技术与互联功能的尖端研究。在 LED 平板的研究领域,已经陆续获得多项专利。而本次与 NCS 达成战略合作,技术优势正在进一步扩大。

据悉,康佳本次发布的 e-LED88 系列新品,其 55 英寸的上市定价仅为同等尺寸下普通液晶的 1.5 倍左右,却是一款集“LED、超薄、网络、节能、数字地标”等全面功能的集大成产品,主要得益于多年的技术储备与对上游产线的前瞻布局。

“康佳希望通过推出 LED 产品,为华诞六十献礼,与老百姓共同分享喜悦。”穆刚表示,康佳有信心延续运动高清在奥运年取得的成功,继续打造适合中国老百姓的液晶电视。

晚报记者 李无双

上半年彩电市场竞争报告 呈现国产 80% 与外资 20% 格局

五项措施拉动效应

纵观 LCD 电视市场的发展,由于各项政策的推进,未来一段时间内,将存在五项措施能够明显推动 LCD 电视市场的发展。

1. 家电下乡:农村市场的发动机。家电下乡政策通过调整终端零售价,将限价提升至 3500 元,使 LCD 中标产品从小尺寸向中大尺寸发展,必将激发了农村市场液晶需求快速增长。

2. 以旧换新:城市市场平板普及风暴的推动力。以旧换新主要刺激和释放城镇中高端消费群体对彩电升级换代的消费需求,将加速一二级市场 LCD 电视对 CRT 电视的转换速度,促进消费能力较强、可支配收入较高的地区对高价值大尺寸产品的潜在需求向实际购买力的转换。

3. 节能补贴:急待标准出台。随着全球资源的日益紧缺,节能、环保已经成为家电行业的一大趋势。财政部、国家发展改革委正式启动实施的“节能产品惠民工程”,将对节能彩电、特别是节能 LCD 电视产品的发展产生影响。亟待出台《彩电能效标准》为节能补贴奠定基础。

4. 振兴规划:平板产业链建设和数字电视推广成为重点。国家新增资金投入向电子信息产业倾斜,以贷款贴息、研发和产业化补助、政府采购、资金注入等多种方式引导社会资源投向电子信息产业领域,加快实施六大工程建设。平板产业链建设和数字电视推广成为重点。

5. 海峡两岸工作组:缓解下半年面板货源。海峡两岸面板产业合作的工作组成立后,通过谈判进行了两次面板采购谈判,总合同金额将达到 44 亿美元,在保证供应的基础上,下半年面板货源将得到缓解。

六大热点各领风骚

1. LED 电视:有望成为 2010 年的市场高端

明星产品。凭借 LED 电视自身的性能,以及消费者对其不断认可,主流厂商已经敏锐意识到 LED 市场的机会。2009 年是 LED 电视导入期,大多作为旗舰产品角色,2010 年将有机会成为市场高端主销产品。

2. 网络电视:由“内容”所引发的“互动体验和娱乐营销”。随着 3C、4C 融合的趋势的加速,由“内容”所引发的“互动”和“娱乐”的价值需求已逐步得到体现。网络电视成为市场最大热点,电视不再是简单的广播电视收视平台,LCD “一人担纲多角”,确立其在未来家庭娱乐的中心地位的趋势越发明显。

3. 节能电视:由“购买成本”到“使用成本”的关注点转移。国家对“建设资源节约型、环境友好型社会”的宏观推动,促使企业降低大屏幕平板电视功耗,向低能耗、环保型产品转型。节能和环保已经成为行业的主流意识,康佳、创维、海信、夏普等国内外主流厂商纷纷大力推出节能产品以期抢占市场先机。

4. 240Hz & H.264:已然成为中高端产品的标配功能。LCD 的倍速驱动技术发展越来越惹人注目,再加上厂商不遗余力的宣传推广,其概念也是日益深入人心。目前市场已从 100Hz/120Hz 的双倍速向 200Hz/240Hz 的四倍速发展。可直接解码 H.264 高清影音文件也已经成为市场一大热点,目前新上市的中高端产品中,H.264 几乎成为标配。

5. DTV 电视机:在“前景可期”与“钱境被动”中顽强成长。2008 年国家开始推广全国范围内的地面数字电视系统建设,国家广电总局计划在 2009 年底开通 300 个地级市的地面数字电视频道,1~2 年的时间内实现全国覆盖,届时国内 90% 以上的人都能通过地面数字电视一体机收看免费的地面数字电视高清和标清节目。从中国地面数字电视的发展规划可以看出,地面数字

一体机的未来成长空间很大。奥维咨询(AVC)认为,在使用上摆脱了机顶盒与付费收视的限制的地面数字电视一体机,在未来市场的发展潜力将大大超越有线数字电视一体机。

2009 中后期市场预期

1. 平板占七成市场,液晶规模冲击 2100 万
受上半年经济形势低迷以及产品替代影响,即使在家电下乡、节能补贴、以旧换新三大政策刺激下,2009 年全年彩电市场零售量规模将较 2008 年下降 6.5%。但对于液晶电视来说,则得益于三大政策的刺激,继续保持高速增长,预计全年 LCD 电视市场国内零售量规模近 2100 万台,出货规模可达 2400 万台,LCD 电视市场将占总体市场比达到 62.6%。

2. LCD 替代剑指 30% 的 CRT 市场
从目前 LCD 电视对 CRT 电视的替代情况来看,根据奥维咨询(AVC)总结的 1.5 倍价格原则:2000 元以上 CRT 占 29 英寸 CRT 市场总量 30%,当前 LCD 价格 1.3 倍,是当前 LCD 的直接替代目标;千元以上 CRT 占 21~25 英寸 CRT 市场总量 30%,当前 LCD 价格 1.7 倍,是未来可能实现的替代目标。

3. 十一和元春收官之战成为下半年制高点,缺货和提价高端大屏市场纷争必起

2009 年 LCD 市场仍将呈现出中国市场特有的需求旺季分布显著特征,预计 2009 四季度面板涨价和紧张供给局面将得到逐步缓解,加上各整机厂商 2009 年液晶年度销售目标的调整,行业上下游均对 2009 十一市场和元春市场寄予厚望。而十一市场和元春市场也将是 2009 年下半年的阶段性制高点,但由于受面板资源的影响,缺货和提价可能导致高端大屏市场的竞争格局有所变化,同时 LCD 电视零售比重高速增长趋势也可能被有所抑制。 李无双

