

业界动态

OLED 将成下一代显示技术 厂商发力争先

CHIMEI 品牌
正式亮相中国大陆市场

本报讯 (记者 史秋实) 奇美集团旗下的 CHIMEI 品牌近日宣布, 借助 2008 年亚洲 (广州) 平板显示产品博览会, 将携亮点为 130% 的广色域技术产品进入中国大陆液晶高端市场。

据了解, CHIMEI 拥有的广色域技术能比一般液晶电视表现更鲜活的色彩, 画质更逼近自然色彩。采用这一技术, 加上 ChroMAXα 双核心影像调校技术及色彩增艳技术, 辅以后阶平衡及黑阶增强技术, 能大幅提升影像的细致度, 对个别画面进行调校后影像质量近似真实还原。

CHIMEI 品牌事业群执行副总郑良彬表示, 从 6 月起 CHIMEI 将在中国大陆推出 6 款广色域液晶电视。

燃气热水器上市
须加贴能效标识

本报讯 自 6 月 1 日开始, 我国燃气热水器新能效标准正式实施, 节能门槛提高 4%, 今后只有加贴能效标识的产品才能销售。

据了解, 自今年 6 月 1 日起, 包括燃气热水器在内的 5 类产品必须加贴能效标识, 能效不达标产品则要退市; 燃气热水器新能效标准分为 3 个级别, 一级最为节能, 热效率最高。根据新的能效标准, 热效率 84% 将成为今后燃气热水器的上市门槛, 这比原标准提高了 4%。业内人士估计, 标准提高后, 将有三成左右中小热水器企业面临被淘汰的命运。

雷石盛装参展
PALMEXPO2008

本报讯 日前, “第十七届中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会 (PALMEXPO2008)” 在北京举办。雷石公司作为 VOD 视频点播行业的领导者盛装参展, 携最新开发的惊艳 VOD 视频点播系统与公众见面。

在中国演艺设备技术协会与雷石公司的感情邀请下, 卡拉 OK 的发明者井上大佑作为贵宾出席此次展览会, 并到雷石展位参观。为感谢井上大佑对卡拉 OK 事业做出的重要贡献, 中国演艺设备技术协会为他颁发荣誉证书, 雷石世纪总经理王川与光芒雷石总裁吕春维共同为井上大佑颁发了“中国娱乐产业杰出贡献奖”奖杯, 并且向井上大佑赠送一套雷石惊艳 VOD 视频点播设备。井上大佑将现场获赠的雷石惊艳专业设备进行拍卖, 并将拍卖所得的全部款项捐献给四川地震灾区, 为灾区人民献上了一份爱心。

Extricom 推出
802.11N 无线局域网系统

本报讯 Extricom 公司近日向中国用户推出其全新符合 802.11n 草案 2.0 标准的系列产品, 同时公布公司中文名称“萃科”及中文 Logo。据悉, Extricom (萃科) 第四代无线局域网解决方案是在不影响 802.11n 全性能的前提下, 以最低的每端口成本推出的面向 2.4GHz 和 5GHz Wi-Fi 频段的系统。

据了解, 萃科无线局域网系统整合了多天线接入点, 以建立来自同一套接入点的并行而同步的无线网络。这些重叠的网络能够在信道、模式以及频段的任意组合上运行, 将各个无线局域网分配到具体的用户组、应用或设备类型。萃科首席执行官 Gideon Rottem 表示: “我们的独特架构不仅能够实现 802.11n 的承诺, 还将提供一套商业和技术特点, 使得融合的企业级无线应用成为现实。”

▶ 本报记者 王耀翠报道

科技的发展总是让普通消费者惊喜连连。CRT 电视渐渐淡出市场, 液晶电视与等离子电视的竞争正如火如荼地进行着, 而一种新型的显示技术——有机发光二极管 (OLED) 技术又悄然诞生。

可弯曲的 OLED 显示屏

OLED 与传统的 LCD 显示方式不同, 无需背光灯, 采用非常薄的有机材料涂层和玻璃基板, 当有电流通过时, 这些有机材料就会发光。

与主流的 LCD 屏相比, OLED 屏具有众多优点。OLED 屏的厚度可以小于 1 毫米, 仅为 LCD 屏的 1/3, 比 LCD 屏更轻薄; OLED 屏发光效率高, 能耗比 LCD 屏低, 更省电; OLED 屏的响应时间仅为 LCD 屏的千分之一, 显示运动画面时不会有拖尾现象; OLED 屏几乎没有可视角度的问题, 即使在很大的视角下观看, 画面仍然不会失真, 甚至可以弯曲; OLED 屏制造工艺简单, 成本更低。当然, 目前 OLED 屏也有自己的缺陷, 即分辨率低、使用寿命短, 这些缺点正在被新技术——攻克。

从 2003 年起, OLED 屏就开始广泛应用于 MP3 等数码设备。而超轻薄、响应快、宽视角、低功耗以及低成本等优势, 使其当之无愧地成为第三代显示器件的主力, 被业界称为“梦幻显示器”, 成为一种极具发展前景的平板显示技术。

市场研究公司 iSuppli 最新发表的研究报告显示, 2013 年全球 OLED 电视出货量将从 2007 年的 3000 台增长到 280 万台, 年复合增长率为 212.3%。从全球销售收入看, 2013 年全球 OLED 电视的销售收入将从 2007 年的 200 万美元增长到 14 亿美元, 年复合增长率为 206.8%。

日韩厂商走在前列

OLED 电视广阔的市场前景吸引了



诸多显示设备生产厂商。国际家电巨头索尼于 2007 年 11 月率先在日本市场推出售价高达 1800 美元、仅厚 3 毫米的 11 英寸 OLED 电视, 在该领域首先开河。2008 年 1 月, 索尼又在美国消费电子展上展出了其最新的 27 英寸 OLED 电视原型机, 并计划明年正式推出 27 英寸 OLED 电视。

另一跨国巨头三星则在索尼推出 11 英寸 OLED 电视不久宣布成功研制出全球首款 40 英寸 OLED 电视。在 2008 年美国消费电子展上, 三星展出了 31 英寸 OLED 电视。此外, 三星还将在 2008 年量产 14 英寸 OLED 面板, 并将从 2009 年起生产 HDTV 用 40 英寸 OLED 面板, 采用该类面板的电视计划在 2009 年或 2010 年上市。

除三星、索尼外, 日立、佳能、东芝、松下、LG、三菱等诸多厂商也纷纷表态, 正在或者即将开发 OLED 电视。三菱重工 2007 年宣布将于 2009 年开始量产 OLED 面板。2007 年 8 月, LG 电子宣布

其位于庆北龟尾的 E 工厂已经开始量产 AM (主动型) OLED 面板, 同时透露 LG 将推出采用 AM OLED 面板的 2-3 个手机模型。随后, 摆脱 SED 业务的东芝也表示将在 OLED 方面投入更多的研发力量。此外, 爱普生、美国杜邦也对 OLED 技术觊觎已久。

国内厂商跟进

在国外平板电视厂商纷纷涉足 OLED 领域的同时, 国内厂商也迅速跟进。

2007 年年底, 四川长虹宣布计划投资 3.6 亿元成立四川虹视显示技术有限公司, 并控股该公司 60% 的股权, 进军 OLED 产业。新公司的主业为 OLED 及其模组、头戴式显示器及移动式显示器, 电子产品的研发、制造、销售及售后服务。

今年 4 月 28 日, 由四川长虹牵头、总投资达 7.05 亿元的中国首条 OLED 生产线在成都破土动工。该项目将于 2009 年第一季度建成投产, 建成后形

成年产 1200 万片 OLED 显示屏 (以 1 英寸计算) 的生产能力, 将在高端显示技术领域的国际竞争中掌握话语权。长虹企业策划部部长何克思表示, 该项目的产能, 长虹自己会消化一部分, 其余供应市场, 长虹将成为国内 OLED 屏的重要供应商。OLED 显示屏可以用于手机、MP3、MP4、DVD 等多种产品。

国内 OLED 技术的领军企业维信诺公司近日表示, 在 2008 年下半年投产 OLED 生产线。这也是我国第一条拥有自主知识产权的 OLED 生产线。北京维信诺科技有限公司副总裁万博泉表示, 我国目前在 OLED 部分领域已经达到国际先进水平, 共掌握专利 171 项。其中, 维信诺在 OLED 技术方面已完成 120 多项专利申请, 已获授权的有 32 项, 包括器件结构、工艺以及材料等 3 个领域的核心专利, 维信诺昆山工厂也将于今年下半年正式投产。

与维信诺采用的自主创新方式不同, 长虹此次投资 OLED 项目是不折不

扣的“拿来主义”。

长虹 OLED 项目与成都高新投资集团有限公司共同投资, 合资公司名为四川虹视显示技术有限公司。何克思表示, 合资公司全资收购韩国 ORION 公司的工艺、设备及生产线, 项目一期移入 ORION 公司 1200 万片/年 (折合 1 英寸屏) 的被动式 OLED 生产线, 后期新建主动式 OLED 全工序生产线, 产品以 1-3.5 英寸主动式 OLED 显示屏和模组为主, 目标是年产 2400 万片 (折合 1 英寸屏)。同时建设头戴式电视 (50 万台/年) 和移动式电视 (150 万台/年) 等移动便携显示终端的研发和生产基地。

中国机会

中国彩电业在 CRT 时代全面取胜, 却在平板时代受制于人。LCD、PDP 显示屏基本依靠进口。因此, 去年以来, 长虹、海信、TCL 等国内厂商纷纷涉足平板电视上游产业。

相对于已经成熟的液晶电视和等离子电视, OLED 电视仍处于萌芽阶段。国内厂商此时进入虽然面临一定的风险, 但鉴于液晶电视和等离子电视上游产业链缺失造成的受制于人的局面, 对国内厂商而言, 在国外企业尚未遥遥领先之时涉足 OLED 这一新兴技术, 无疑是一个迎头赶上的机会。

专家表示, OLED 电视取代液晶和等离子电视, 需要的只是时间。要想在即将到来的激烈的 OLED 电视之争中掌握主动, 创造足够的利润空间, 就必须在产业链上游掌握核心技术, 尤其是面板制造。长虹和维信诺已经在行动, 更多的国内厂商也正在酝酿自己的 OLED 计划。

专家认为, 从 CRT 电视到液晶和等离子电视, 彩电业历经了两次显示革命, 在每次革命中敢于“下注”的企业往往获得更多话语权, 日韩企业就是很明显的例子。对于 OLED 技术, 现在大家都处于起步阶段, 差距不大, 国内企业应该有“赌”的准备, 以便将来赢取更大的发展空间。

强制性国标出手 10%电风扇将被淘汰出局

本报讯 近日获悉, 《交流电风扇能效限值及能效等级》已通过专业标准化技术委员会的审查, 即将报国家标准化管理委员会审批、发布。该标准 9 个主要起草单位中广东占 6 家。由于该标准属强制性国家标准, 一旦实施, 目前市场上约有 10% 的电风扇将被淘汰出局。

据介绍, 《交流电风扇能效限值及能效等级》主要包括 3 方面的内容: 电风扇的能效等级、能效限定值和节能评价。其中, 能

效限定值是电风扇的市场准入门槛, 低于能效限定值的电风扇将被淘汰, 不允许生产和销售。能效限定值通过能效等级体现出来。

《交流电风扇能效限值及能效等级》将我国交流电风扇能效等级分为三个等级。其中 1 级能效最高, 但目前市场上只有不到 5% 的电风扇能达到 1 级能效水平; 达到 2 级要求的也是先进、高效的电风扇, 目前市场约有 20% 的电风扇能够达到 2 级能效水平, 同时该标准规定只有能效等级达到 2 级或 2 级

以上的电风扇才能申请节能认证; 3 级为电风扇的能效限定值, 达到 3 级要求 (即等于或高于能效限定值) 的是达标的电风扇, 国家允许其生产和销售, 达不到 3 级要求 (即低于能效限定值) 的是淘汰品, 国家禁止其生产和销售。

据了解, 目前市场上约有 65% 的电风扇能够达到 3 级能效水平, 约有 10% 的电风扇达不到 3 级能效水平。2007 年全国电风扇产量 1.4 亿台。据此计算, 将有约 1400 万台电风扇被淘汰出局。

行业聚焦

遭遇生死存亡 AVS 国标发力安防市场

▶ 王如晨

近日从 AVS 标准产业主力承担方——中国科学院计算所上海分所获悉, AVS 标准正从以往聚焦于 IPTV、数字电视等核心市场, 转而聚焦网络摄像机等安防市场。一位通信与网络业分析人士认为, 这种转向背后“是个生死存亡问题”。

转向安防市场

“谈不上调整, 安防本来也是我们当初规划的四大重点市场之一, 只是另外 3 个市场宣传多一些。”中科院计算所上海分所所长、上海 AVS 产业联盟发起人孔华威说。

作为中国拥有自主知识产权的第二代信源编码标准, AVS 另外三大市场分别为 IPTV、数字电视、手机电视。此外, 在 DVD 播放机领域, AVS 也有着广阔的市场空间。

事实上, 早在 2007 年 6 月, AVS 工作组便正式成立了 AVS 视频监控技术工作小组, 与公安部一所联合推进国内视频监控技术与标准的制定, 视频监控的标准定为 AVS-S。“国家标准工作委员会去年已立项, 标准文档今年 4 月完成, 6 月将加以修改, 9 月份将再

次提交给国标委, 明年 6 月有望成为国家标准。”孔华威透露, 北京市海淀区将被确立为标准方案的重点示范区, 为全面商用奠定基础。

据悉, 中科院计算所上海分所去年已研发出首款基于 AVS 标准的“龙眼”网络摄像机, 今年 2 月正式量产, 并已在北京、上海、内蒙古、吉林等地试用。对于基于 AVS-S 标准的网络摄像机市场规模, 孔华威给出的数据是: 今年大约几百万台。

转向背后: 生死突破

从 IPTV、数字电视、手机电视等核心市场转向聚焦安防市场, AVS 产业联盟组织的这一举动被业内人士解读为 AVS 遭遇“生死存亡问题”。

去年底, 国家广电总局在移动电视 (CMMB) 深圳峰会上已明确表示, CMMB 指定的编解码标准是 MPEG4 和 DRA, AVS 不在所列名单中。MPEG4 和 DRA 均为国外控制的第二代信源编码标准, 目前基本垄断市场。

今年 6 月中国地面数字电视传输标准 (DMB-T) 系列配套标准即将出台, 但 AVS 阵营翘首以盼的信源标准可能不再发布。

目前, AVS 标准产业化效应最好的是 IPTV 市场。中国网通此前明确表示, 其 IPTV 项目将全部基于 AVS 标准推进。但随着电信重组开启, 中国联通 GSM 网将与中国网通合而为一, 成为全业务运营商。这意味着双方将把更多资源投入到移动通信业务上, 从而削弱、淡化在 IPTV 方面的布局。

孔华威坦承, “这确实是个需要正视的问题”, 也是该所目前暂时将市场重点转向安防市场的背景之一。但他强调, AVS 阵营正在日益扩大, 只是由于市场格局延续多年, AVS 标准需要更加努力, 而安防市场则有望成为 AVS 获得关键突破的领域。

孔华威说, MPEG2、MPEG4 等国外标准基本上垄断了中国市场, 每年至少赚取几百亿元的专利收入。MPEG2 针对终端设备收费, 每台大约 2.5 美元, 2004-2012 年中国数字电视、机顶盒、播放机的容量至少将有 4 亿台, 因此至少要付出 10 亿美元。而中国 AVS 标准只对编解码设备收取专利费, 不向运营商与最终用户收取, 且每台设备只收 1 元钱。

孔华威表示, 即便是 MPEG4 阵营也承认 AVS 标准的技术优势, 这也是其获得国际认可的原因, 产业界应共同推进 AVS 标准的产业化。

产业思考

机顶盒终将成鸡肋?

5 月 28 日, 索尼与美国有线和电信协会 (NCTA) 正式签署协议, 未来将允许用户在没有机顶盒的情况下, 仍然可以使用高级“双路”有线电视服务, 例如收看按次付费的电影等。在这种情况下, 有线电视用户只使用电视遥控器就可以完成所有操作, 不再需要机顶盒遥控器。

索尼签约 NCTA

专家表示, 索尼这种“双路”技术等目前国内一些电视厂商推出的数字电视一体机。在过去 10 年里, 有线电视服务提供商和电视厂商一直纷争不断, 在如何更好地为用户提供有线电视服务, 同时允许客户按照自己的选择购买设备方面, 双方存在严重分歧。目前的情况是, 用户要想使用更先进的有线电视服务, 必须向服务提供商租借一个机顶盒。而双方围绕机顶盒的质量、收费问题争议不休, 令消费者苦不堪言。

此外, 电视只能接收来自服务提供商的信号, 而不能回传信号。受此影响, 用户无法适用高级“双路”功能, 例如视频点播、画中画频道指南以及有线电视公司提供的数字视频录像等。

根据索尼同 NCTA 签署的协议, 索尼同意尽快在自己生产的电视中采用有线电视行业的技术。如此, 机顶盒则真正成为鸡肋。

与索尼签约的还包括美国六大有线电视服务提供商, 这 6 家公司覆盖了美国 82% 的有线电视用户。

同类模式难在国内推广

索尼与有线电视提供商的合作模式是否值得国内企业借鉴? 多位国内电视厂商营销负责人均表示, 关键仍在于有线电视运营商。

国内电视厂商表示, 数字电视一体机、机卡分离的机顶盒等硬件, 国内企业早在几年前就有样机推出, 但一直未能产业化, 这当中涉及的问题显然不仅仅是电视厂商与运营商之间的矛盾。“索尼这种‘双路’技术等目前一些国内电视厂商推出的数字电视一体机, 但实地推广起来还得靠电视厂商与当地有线电视运营商沟通求得配合”。

实际上, 由于各地的广电运营商搭建数字电视平台时各自为政, 对于接收自己网络数字信号的机顶盒都指定一系列技术要求, 特别是关键的有条件接收系统 (CA) 和中间件, 选择技术标准和合作厂商各不相同, 互相之间无法兼容, 电视厂商、运营商、机顶盒商之间的矛盾最终给消费者带来更多的困扰。

有专家透露, 机卡分离只是将硬件和软件分开, 解决一个条件接收的问题, “从技术的角度而言, 广电体系实现一个标准没有任何难题”。该专家认为, 目前最大的问题在于整个广电体系的链条如何疏通, 如何进行利益分成。

戴远程