

2013年的平板电视行业,最大的亮点就是乐视、小米、爱奇艺等互联网厂商加入战局,此外,4K UHD超高清分辨率液晶电视开始全面“来袭”,几乎所有主流厂商都发布了具备4K分辨率的电视产品,其数量呈爆发式的增长,然而对于大多数互联网公司而言,4K电视产品显然是他们的短板。

互联网品牌电视 何时推4K?



在4K液晶面板刚刚推出时,作为近期在行业内最大的卖点,各大电视制造商一定会利用自己的影响力获取更多面板的资源,像三星、LG、TCL这样拥有液晶面板工厂的企业会占据更有利的地位,而其他厂商则会以大量的订单以及长时间的合作关系获取这些面板厂商的合作。

但对于新兴的互联网厂商而言,他们之前并没有与上游液晶面板厂商打交道的经验,缺乏长期稳定的合作关系,因此在4K超高清面板上市的初期,其有限的产能基本上被传统的家电厂商所吸收,而互联网厂商只能购买到之前1080p全高清液晶面板。

此外,由于是刚刚进入家电行业,在品牌知名度、渠道建设以及产能方面新兴的互联网企业也完全无法与传统的厂商抗衡,品牌、销量影响力、产能的不足会造成液晶面板订购数量的降低,也就更加没有与面板厂商谈订单的砝码,因此在获取4K面板的资源上,互联网企业处于非常被动的地位。

然而,困境只是暂时的。与下游的终端制造商一样,上游液晶面板厂商之间的竞争也非常激烈,对于他们而言为液晶电视厂商提供面板不是最终的目的,他们同样拥有盈利的压力,而推出品质更高的液晶面板、销售出更多的产品才能不断提高销售业绩。

随着4K超高清液晶面板的制造工艺开始变得更加成熟,其良品率和产能都在不断提升,同时4K面板的规格也开始变得更多,从最开始的84英寸、105英寸,逐渐增加到了65英寸、55英寸甚至42英寸和39英寸等等,这样各大面板厂商的产能在迅速提升,这也意味着即使是对上游面板资源把控不足的互联网企业也能够获得一定的4K面板资源,这样他们可以更好地来进行推广。

对于很多液晶面板厂商而言,他们不会在意自己的客户是传统企业还是新兴互联网企业,由于后者强大的宣传力,他们更希望后者能够推广自己的液晶面板产品。因此当4K面板的规格更丰富、产能进一步得到提升之后,未来互联网企业的4K电视很快就能大量出现在市场中。

来源:中关村在线 搜狐数码



“全城寻找来自星星的你”报名继续 B27

现代快报“乐游会”成立啦! B35

跟“全销女”学穿大牌 B30

今年暑假,现代快报学院带你“探索英伦” B40