

# 2016年9月视听产业月度发展要点

工业和信息化部赛迪智库电子信息产业研究所

====产业=====

表1 视听领域重点产品增长情况

细分领域	发布机构	适用区域	监测类别	时间跨度	规模	增长率	主要观点
彩电	奥维云网	中国	销量	2016年8月	350万台	11.9%	彩电销量350万台,同比增长1.0%,环比上升0.9%。
			销售额		100亿元	-14.4%	销售额100亿元,同比下降14.4%,环比下降1.5%。
			线上销量		139万台	59.2%	彩电线上市场增长迅速,占整体市场的39.6%。
电视	海关总署	中国	出口量	2016年8月	917万台	29.2%	电视出口总额为90.0233亿元。和去年同期相比,出口金额增长了20.7%。
				2016年1月-8月	5241万台	---	8月出口量创新高,国内电视出口前景良好。
VR	赛迪智库	中国	行业收入	2016	56.6亿元	---	预计2020年中国国内VR设备出货量820万台,用户量超过2500万人,与2020年全球VR硬件市场预计规模28亿美元比较,中国国内VR硬件市场规模将占全球的34.6%。

====创新=====

表2 视听领域产品/服务创新情况与特点

企业	新产品发布/新技术进展	涉及领域	新产品发布/新技术主要特点
TCL	发布高端副品牌 XESS 创逸	量子点电视	XESS 电视有多分区模组,黑色更黑,亮处更亮;音响与显示屏靠的更近,以便让用户有更好的观影体验;背面为了安全性使用了塑料,其余部分都使用了全铝制材,背面看不到任何螺丝与电线,符合了北欧的极简设计理念。

企业	新产品发布/新技术进展	涉及领域	新产品发布/新技术主要特点
小米	发布了小米首款人工智能电视，共两个尺寸	智能电视	有创新分体设计的小米电视 3s 65 英寸和一体设计的小米电视 3s 55 英寸；内设 64 位旗舰处理器，可支持 HDR；采用真 4K 屏，广色域背光技术 NTSC 超 85%；电视金属超薄最薄处仅 9.9mm。预置了小米首款人工智能电视系统—“PatchWall 拼图墙”，可以从海量的影视数据中提取特征，为不同的用户做精准匹配推荐，懂内容更懂用户。
索尼	与腾讯电视游戏达成合作，预置腾讯电视游戏大厅		向玩家提供更适配电视机的优质游戏内容；第一期上线的精品热门游戏已达三十余款，涵盖休闲益智、体育竞速、动作冒险、飞行射击、棋牌游戏等类别，满足不同年龄段的用户需求。
歌尔	与高通正式推出了虚拟现实参考设计平台—VR820	VR 一体机	其主要性能参数包括：采用高通骁龙 820 芯片；提供高通骁龙 SDK；眼球追踪；双摄像头 6DOF 追踪技术；<18ms 低延时、低眩晕；4Mic 主动降噪技术。双摄像头通过拍摄角度差异计算物体的深度信息，以对头显进行位置追踪。6DOF 追踪技术使用户戴上 VR 头显时，可上下左右前后移动，VR 画面也会及时地调整。
蔡司	正式在中国发售 VR ONE Plus 头盔	VR 硬件	采用蔡司“All in One”VR 光学设计，可以同时做到 100° 的超宽视野范围 (FOV) 大视场锐利成像、超大目镜 IPD 瞳距范围 53-77 mm，并支持使用者佩戴近视眼镜。支持任何 4.7-5.5 英寸显示屏的智能手机；使用了与蔡司高端滑雪眼镜相同的材质和设计，包括触感舒适的可拆卸海绵、满足多种使用场景的可拆卸头带，以及镜片防雾设计。
七鑫易维	发布了首款针对 HTC Vive 的眼控外设		VR 眼配件的产品，为 VR 带来两大功能：眼控交互和注视点渲染，前者为 VR 带来了新的交互式，后者则通过新的渲染方式提高 GPU 的渲染效率。
乐视	发布了 VR 版《清明上河图》	VR 内容	该片采用全 CG 三维影像制作，还原北宋建筑、街景的同时。影片中上百个人物全部由真人演员模拟完成，通过光学捕捉，将演员的动作数据上传，电脑根据动作数据匹配到虚拟的人物模型上，再通过后期调试，做到每个动作看起来都更加柔和流畅，人物更加鲜活。

表 3 视听领域主要技术方案、产品/服务的比较

企业	主要技术方案、产品/服务	主要优点
海信	在互联网电视中引入 AR 技术，推出 AR 游戏：“魔迅运动吧”和“果果神奇书”	将电视变为早教机、健身房，孩子、家长可以一起互动，将对 AR 游戏抱有强烈好奇心的年轻玩家和家庭成员聚拢到电视前。“魔迅运动吧”可以让用户动起来，让家庭生活充满健康动感；“果果神奇书”适合家长和孩子一起玩，在游戏中实现亲子互动，还能对孩子起到早教、益智、学习作用。

表 4 2016 年 8 月份中国电视市场占有率

排名	品牌	市场占有率
1	国内品牌	69%
2	互联网品牌	16%
3	韩系品牌	4%
4	日系品牌	4%
5	其他外资	7%

数据来源：奥维云网

表 5 2016 年 9 月视听领域重点企业市场行为

企业名称	事件类型	事件内容	涉及领域	简要分析
TCL	战略合作	TCL 与纳晶科技签订量子点膜片供应商合作协议。	量子点电视	TCL 大举发力中高端，着力量子点电视研发，双方的合作有利于共同推动量子点在显示领域的应用，提升双方公司核心竞争力。
爱奇艺	战略投资	爱奇艺向创维旗下互联网电视品牌酷开战略投资 1.5 亿元，占股 5%。	互联网电视	创维智能电视的用户在增多，对内容的需求度在增加；爱奇艺也需要智能电视平台的推广以获得更多用户和市场份额。双方的合作是业务方面的互补，爱奇艺可以将内容内置进更多的屏幕中去，创维则满足内容方面的需求。
京东方	战略合作	京东方与国开行北京分行签署《开发性金融合作协议》。	面板	利用国开行北京分行的融资优势，建立新型的产业集团与金融集团全方位深度合作的新型战略合作伙伴关系，为京东方提供长期稳定的金融支持，促进公司的发展和规模经济的实现。
百度	战略投资	成立独立风险投资公司（简称百度风投 Baidu Venture）。	VR	百度风投将专注于人工智能，以及 AR、VR 等下一代科技创新项目，集中投资于早期项目，第一期基金规模将达 2 亿美金。这表明互联网企业在人工智能、VR 等技术领域加大投入。
微视酷	战略投资	获得华融天泽等知名投资公司千万级 Pre-A 轮投资。	VR	微视酷科技是国内为数不多获得千万级投资的 VR 教育企业。VR 教育，即虚拟现实在教育领域中的应用，“沉浸性”的特点能够帮助学生打造一个三维立体课堂，创造更多的兴趣点，具有广阔的发展前景和投资机会。

企业名称	事件类型	事件内容	涉及领域	简要分析
京东	战略合作	成立电商领域的VR/AR产业联盟。	VR	京东联合英特尔、HTC、英伟达等30多家上下游企业成立电商领域的VR/AR产业联盟，联盟将创造VR/AR电商应用，并打造VR/AR统一开放平台。京东将与暴风魔镜、NVIDIA达成采购合作，还将制定VR/AR建模规范，降低制作电商VR/AR内容的成本。

## ===应用=====

表6 2016年9月视听领域典型应用情况/案例

案例	主要内容
加拿大电商平台Shopify发布VR购物应用Thread Studio	Thread Studio是一种制作T恤的新方式，使用了真实比例大小的3D T恤模型，用户可以将图片传送到一个虚拟图片工作室中，调整假人模特的姿势和位置，并可从不同的角度查看身穿T恤衫的假人模特。还可以提供的其他物品包括：马克杯、帽子以及其他商品。
黑晶科技打造VR超级教室	黑晶科技充分利用VR（虚拟现实）、AR（增强现实）、多媒体、人机交互、数据库和网络通讯等技术构建全体系生态链，形成软硬件一体化教育解决方案。完整的课程体系内容：K12教育体系（幼、小、初、高中教育体系）；高等教育和职业教育；素质教育；VR/AR创客实验室。

## ===事件=====

表7 2016年9月视听领域重大事件

事件名称	虚拟现实产业联盟成立
事件描述	在工业和信息化部指导下，由中国电子信息产业发展研究院、北京航空航天大学虚拟现实技术与系统国家重点实验室、歌尔股份有限公司和HTC等虚拟现实领域主要企业、研究机构联合发起的虚拟现实产业联盟(Industry of Virtual Reality Alliance, IVRA)29日在北京举行成立大会。
事件解析	虚拟现实产业爆发的窗口期已经打开，而我国存在虚拟现实产业的骨干企业战略布局相对迟缓、核心关键技术掌握不足，内容相对匮乏，应用生态不完善等问题。为抓住战略发展机遇，国内外虚拟现实领域主要企业、研究机构、产业园区等共同发起成立虚拟现实产业联盟，致力于解决行业发展的关键共性问题，形成产业发展合力，为产业提供公共服务，构建开放的产业与应用生态，提升我国产业整体竞争力，将开展的工作包括：建立健全虚拟现实标准体系、配合开展虚拟现实产业发展指导意见编制工作、推介虚拟现实产业基地、推荐行业应用试点示范项目、设立虚拟现实产业投资基金、推进虚拟现实领域相关人才培养培训、举办虚拟现实产业论坛和博览会、发布虚拟现实产业发展报告、举办虚拟现实领域开发者大会等。