



LGD称广州8.5代线明年将量产

“中国已成为全球 OLED 重心”

9月19日,LG Display在广州召开OLED行业峰会。OLED阵营主力企业——创维、长虹、康佳、索尼、飞利浦、LG电子等6大电视整机厂商,苏宁、国美、京东、天猫等销售渠道商,以及行业机构代表,就中国OLED产业的发展现状与未来趋势进行深入探讨,并共同见证了全球最前沿的OLED技术成果。

青年报 姜卓



■资讯

康亚专题展 十月揭幕

9月17日,由康亚有限公司举办的香港十月展会新闻发布活动在上海举行。据悉,每年十月下旬,在香港举行的七大亚洲产品专题展是亚太区内一项举足轻重的采购盛会,展品范畴涵盖各式各样崭新及市场热卖的礼品及赠品、家品、厨房及餐桌用品、圣诞及节日用品、玩具及婴儿产品、品味生活用品、文具、旅游用品以至卫浴产品。

据了解,2017年展会汇聚了4085家来自30多个国家及地区的厂商参与展出,共设5315个摊位,一连七天为到场参观的50000名来自超过130个国家及地区的买家提供一个重要的贸易平台,让他们物色优质亚洲供货商和采购高质量产品。今届展会将于2018年10月20至23日及10月27至29日,再度在香港会议展览中心盛大举行,并进一步优化展区布局,分为七大专题展。近年来自中国的买家数字更录得显著升幅,2017年的中国买家入场数字上升至5479人次,较前年大增了29.3%,更巩固本展会作为每年十月中国买家首选亚洲产品采购平台的地位。

青年报 王娟

“滤镜时代” 主题展开幕

9月21日,原创主题展“滤镜时代”在上海开幕,展览由尘芥策展、SPACElogic主办,由新零售咖啡品牌连咖啡、加拿大休闲品牌ROOTS赞助。

近年来,原创主题展日渐兴起。不同于艺术与行业展,主题展围绕一个主题,以创意设计主导,强调互动性和体验性,注重观众的参与价值。据了解,“滤镜时代”是首个以“滤镜”为主题的展览,展览围绕“滤镜”这一时下热点,策划设计了三大展区、22个展项,分别围绕作为工具的滤镜、作为日常现象的滤镜、最本质的滤镜三条线索层层展开。

“滤镜时代”策展团队表示,使用滤镜成为越来越多人的习惯甚至本能,关注到这一现象后便开始着手策划,策展过程中加入了艺术家、心理师、摄影师的多元视角,共同完成了对滤镜的诠释。“造相工厂”展区是全展的亮点之一,得到了美图秀秀、美颜相机、潮自拍、美图手机、MT-family产品线的支持,颜值与黑科技并举。在内容深度上,与简单心理深度合作,许多展项都有来自简单心理提供的心理学分析,解析使用滤镜背后的心理动因。

青年报 王娟

8.5代线即将量产

LGD发布中国市场战略

在此次峰会上,OLED广州新工厂成为关注的焦点。稍早之前有消息称,总投资额达460亿元人民币的8.5代OLED面板生产线项目,已于今年7月完成公司注册,正式获得营业执照,落户广州黄埔区。这也是LG Display在韩国本土外建立的首条大尺寸OLED面板生产线。

LG Display大中华地区总裁印裕盛表示,为了促进显示产业的持续发展,LG Display正积极将事业重心从LCD转换至OLED。为此,LG Display在中韩两国同时进行了投资,此次投产的广州8.5代线,计划于明年下半年正式量产。量产后将每月产能为6万片玻璃基板,最大产能将达9万片玻璃基板,主要生产UHD超高清55至77英寸电视用OLED面板。

据了解,从2000年代中期模组工厂投资开始,LG Display便与广州政府一直保持着紧密的合作。2014年,LG Display在广州建立了首个海外LCD面板工厂。而新建广州OLED工厂可以充分利用已有的基础设施,所以

会更具竞争力,此外还将对产业链上下游带来直接或间接的经济效益,并创造出更多的就业岗位。LG Display首席营销官吕相德认为,未来大尺寸OLED电视市场将迅速发展,广州OLED工厂将在中国及全球OLED电视产业的发展中起到关键作用。

OLED面板相比传统液晶电面板可实现像素自发光、不需背光可以真正显示出“完美的黑色”,并实现无穷大的对比度。每个像素点独立控制的能力使得OLED电视画面上的不受画面亮度的影响。目前,OLED阵营在全球已经扩展至14家,包括海信、创维、长虹、康佳等主要中国主流电视企业。

作为全球首家大尺寸OLED面板生产厂商,LG Display看准了中国OLED市场的发展潜力,不断加强在中国的投入,携手各方合作伙伴推动OLED产业发展。本次峰会上,LG Display电视事业本部社长黄龙起发布了OLED中国市场战略,宣布LG Display将携手中国政府、电视厂商、渠道商等合作伙伴,进一步构建中国OLED生态系统,为消费者提供更优质的电视体验,同时实现多方共赢的局面。

显示行业探寻新出路

OLED获市场肯定

“我们相信,OLED将为显示产业带来新的动力,中国OLED时代一定会来临。”LG Display首席营销官吕相德在此次峰会上称,OLED电视在全球市场推出后,成为了高端市场的明星产品,抢占了北美及欧洲高端市场超过50%的市场份额,有效提升了客户厂商的品牌认知度。其结果是全球所有客户厂商的营业利润大幅增加,部分厂商更是实现了超过两位数的营业利润率。

奥维云网副总裁董敏也肯定了“OLED引领未来趋势”的观点,他认为,OLED电视的画质表现能力是当下的新消费趋势,也是当下大多数消费者对高端电视的判定标准。中国消费升级的大背景下,高端电视市场将实现快速增长,而OLED电视凭借画质、设计和健康护眼等优势,遥遥领先8K电视等产品,成为用户认可度最高的高端产品。数据显示,97%的用户是对OLED感到满意,而用户和最看重的三个表现是画质清晰、健康护眼、最新技术。

第二届优衣库店铺设计大赛启动

青年报 王娟

9月16日,由迅销(中国)商贸有限公司、同济大学设计创意学院、中国室内装饰协会主办的第二届优衣库店铺设计大赛在同济大学正式启动,延续第一届设计大赛的美好缘分,开启校企合作的新旅程。

据了解,优衣库店铺设计大赛于2017年中国室内设计周期间首次启动,于今年1月举办了总决赛并向获奖学生颁发了奖状奖金。大赛最终呈现出来的作品水准之高,超越了各主

办方赛前的期望。因此,第二届大赛的启动,受到了更多的厚望与祝福。去年大赛以创建全新消费生活方式为目标,向同济大学、东华大学、华东理工大学、上海工程技术大学、上海应用技术大学共5所院校学生发出邀请,共同探索如何以新材料、新技术、新理念,创造未来店铺新模式,让未来的消费者获得满意的消费体验。今年的大赛将在命题、作品要求、参赛院校方面进行全面升级,围绕“CITY STORE”这一主题展开。参赛者需结合优衣库服适

人生的品牌理念,从城市文化、历史、生活方式等多个角度展开调研,挖掘城市生活方式,洞察当地消费者对于服装的需求和喜好,通过独特的商品体验将商品的文化、科技、设计、内涵价值,传递给消费者。最终将各城市特色与市民文化融入店铺设计,打造品牌文化与当地城市和社区魅力相融合的“CITY STORE”。

据悉,大赛于9月16日启动,经过前期考察调研、作品设计、评审,最终将于明年1月评选出金银铜奖各一,以及六

项单项奖,届时,优衣库将向获奖选手颁发证书及丰厚奖金。每个城市都有自己的特色,消费者的生活方式和服装需求更为多元化。除了邀请高校、学生积极参与大赛,优衣库更希望获得社会大众的广泛关注与参与。

届时消费者可以通过投票选出自己理想的城市店铺和商品体验,助力将创意落实到优衣库各地的店铺中,通过全民互动,共同探索未来城市店铺的新形式,获取更美好的商品体验。