

劃時代的新體驗 -

4K2K TV 市場與發展

作者：李佳恬 / 工研院 IEK

4K2K TV 2017 年滲透率將達 24%

觀察全球超高解析度電視 4K2K(解析度 3820*2160)TV 市場狀態，2013 年全球市場總量達 160 萬台，工研院 IEK 預估 2014 年隨著上游面板廠商的積極推進、終端電視品牌積極提高電視產品附加價值、主要國家(日本、韓國、美國)的 4K 內容播送、世界杯足球賽事的驅動，將更佳蓬勃發展，達 1250 萬台的水準，佔整體 LCD TV 滲透率約達 6%，預測 2017 年受全球先進國家的 4K 內容播送及電視價格漸趨合理，將大大提高全球市場規模，滲透率將首次突破 20%(見圖 1)。

實際上 4K 內容播放的地區仍集中在少數先進國家，觀測目前已由國家相關機構於 2013 年完成 4K 標準的建立與試驗的地區，僅包含日本、韓國、美國三個地區，其中以日本最為積極。日本以 2020 年舉辦奧運當作 4K 及 8K 普及的重要目標，4K 方面除了已於 2013 年完成標準的制定、成立次世代放送推進會(Next TV Forum)

之外，2014 年 6 月將正式運用衛星播放 4K 內容。另外，NHK 亦已明確設定 2016 年將進入 8K 的試播、2020 年達到 4K 及 8K 內容普及的目標。

由於韓國是全球電視領導品牌的的大國，2012-2013 年已進行 2 次 4K 標準制定與試播階段，目前設定 2015 年將先運用衛星進入 4K 的播送服務，2018 年更希望藉由衛星及有線電視(Cable)於韓國冬季奧運正式播放 4K 內容。另外，美國則是設定於 2016 年正式藉由衛星播放 4K 的內容服務。可見全球三大 4K 播放先進國家將於 2014

年至 2016 年，先採用可乘載大量資料的衛星來傳送 4K 內容，來實現 4K 內容的觀賞體驗，故推算全球 4K TV 市場將於 2017 年後才正式起飛，逐漸成為主流的解析度標準。

全球領導電視品牌打造差異化

繼 2013 年 4K TV 產品啟動元年後，2014 年全球領導電視品牌更擴大 4K TV 的產品推出，由表一可見電視價格最高由 8.4 吋 US\$16,999 至 55 吋 US\$2,999，4K TV 的價格相較 2013 年設定較多不

圖 1：全球 4K2K TV 市場發展趨勢預測



資料來源：工研院 IEK(2014/04)、經濟部 ITIS 計畫

同定位的機種，包含入門機種、進階機種，以及高階機種。尺寸的設定上，仍以 50" 以上的大尺寸電視為主要導入尺寸，主要原因仍在於大尺寸若於 3 公尺內觀賞，解析度若不達 4K 會有顆粒感。除了 Sharp 已外，各家皆有推出 65 吋的機種，主要原因來自於面板來源以台灣友達、群創的 6 代廠經濟切割能夠提供 4K 面板較便宜的供應源，而 Sharp 主要以消化自家於日本 10 代廠面板，故大多推行 60"、70" 為主。

2014 年各家電視品牌亦開始設定 4K TV 的差異化特點，尤其以 Sony 及 Samsung 較為特殊，Sony 以影像與音響的結合為特點，電視結合前置喇叭設計打造 4K TV 的差異化，而 Samsung 則以超大尺寸的設計感為主，並結合曲面的設計，創造家中有如劇院的觀賞環境。而其他電視品牌業者則以結合中高階的 Smart TV，其中以 Sony、Panasonic 打造可由網路取得 4K 內容的平台，

並推出可以自行拍攝 4K 內容的攝影設備讓 4K 內容更佳多元化，但由於 4K 內容的缺乏，故各家領導電視業者皆以將一般畫面影像提升至 4K 內容(Upscaling)為主要支援技術。

結論

4K TV 可較目前 Full HD 畫質的電視增加 4 倍的解析度，打造有如親臨現場的環境，自 2013 年 4K TV 進入量產元年後，預估 2014 年將更為茁壯擴大，全球市場規模將達 1250 萬台的水準，約佔整體 LCD TV 市場達 6%，同時預測 2017 年滲透率更將突破 20%。分析目前的電視產業環境與 2014 年即將推行的 4K TV 新機種，可發現今年兩大重要值得觀測的焦點議題如下：

自主品牌差異化成為重點

由於 4K 面板開始大量量產且集中應用至中國大陸、美國地區，尤其中國大陸地區於 2013 年

即佔了全球 4K TV 約 80% 以上的市場，價格對比 Full HD 也降至 1.3 倍。4K TV 逐漸取得較為合理化的價格，目前可見 2014 年 Samsung 新款 4K TV 50 吋、US\$2499 的美國銷售價格，有別於結合高階 Smart TV、3D 機種則持續定位在相對高階的市場。2014 年可見 Sony、Samsung 為求產品的差異化，分別結合前置音響設計、曲面設計來達到外觀上明顯的差異所在，企圖打造具有差異化的產品。

打造 4K 內容來源多元化

2014 年日本將伴隨著世界杯足球賽播放 4K 內容的放送，韓國也將進行更多試驗播放，但實際上 4K 內容尚在缺乏的狀態，各家領導電視品牌積極推出 4K 拍攝器材、4K 網路內容平台等擴張更多 4K 的內容來源，打造多元豐富化的內容來源。但實際上短期內 4K 內容是否足以滿足消費者，仍為值得觀察的議題。 

表 1：全球領導電視品牌 2014 年推出的 4K TV

14' 年 4K TV	Sony	Samsung	LG	Sharp	Toshiba	Panasonic
尺寸	85", 79", 70", 65", 55", 49"	78", 75", 65" 60", 55", 50"	84", 65", 55"	70"	84", 65", 58"	65", 58"
價格	US\$7,999(65")~ US\$2,999(55")	US\$7,999(78")~ US\$2,499(50")	US\$16,999(84")~ US\$3,499(55")	US\$ 4,299	US\$16,999 (84")	US\$3,299 (58")
主打特色	- 前置喇叭設計 - Sony 4K 處理晶片	- 超大尺寸設計感 - 曲面(Curved)	-LG Cinema 3D -Smart TV	-超大尺寸平價	-4K 處理晶片 -Smart TV	-Smart TV 提供 內容
內容來源	-Sony Video Unlimited -Netflix - 自行拍攝	Upscaling (影像提升)	Upscaling	Upscaling (影像提升)	Upscaling (影像提升)	- 自行拍攝 (影像提升) -Smart TV 平台 提供

資料來源：各公司網站；工研院 IEK 整理(2014/04)、經濟部 ITIS 計畫