

LED های نما در بازار تلویزیون



اگر چه طی یک سال اخیر تبلیغات زیادی برای تلویزیون های LED و سه بعدی شده است و تلاش فعالان بازار و شرکت های تولید و عرضه کننده این بوده است که مصرف کنندگان به سمت تکنولوژی های نوین تر بروند، اما با این حال هنوز توجه گروهی از خریداران به سمت نمونه های LCD است.

اگر چه طی یک سال اخیر تبلیغات زیادی برای تلویزیون های LED و سه بعدی شده است و تلاش فعالان بازار و شرکت های تولید و عرضه کننده این بوده است که مصرف کنندگان به سمت تکنولوژی های نوین تر بروند، اما با این حال هنوز توجه گروهی از خریداران به سمت نمونه های LCD است.

به گزارش «دنیای اقتصاد»، البته طبق اعلام ابراهیم درستی، رییس اتحادیه لوازم صوتی و تصویری، گوشی تلفن همراه و تجهیزات جانبی، در حال حاضر حدود 70 درصد تقاضای بازار مربوط به نمونه های LED است و نمونه های LCD سهم کمتری نسبت به قبل در بازار دارند. این درحالی است که فعالان بازار می گویند، میزان تقاضا برای نمونه های LCD و تکنولوژی های جدیدتر؛ یعنی LED به 60 تا 40 درصد است. حتی، گاهی، از فعالان بازار، نسبتاً 50 تا 50 اعلام می کنند.

محمد روشن، یکی از فعالان بازار می گوید: طی ماه های گذشته، به دلیل کاهش قیمت نمونه های LED و تبلیغات زیادی که بابت مصرف انرژی کمتر و... می شد، تقاضا برای تلویزیون های LED نسبت به قبل افزایش یافت، ولی این رشد تقاضا چندان طولانی مدت نبود؛ چرا که خریداران دریافتند نمونه های LED که خریداری کرده اند در حقیقت همان LCD های قدیمی هستند با اندکی تغییر و تحول در قطر تلویزیون و سایر مشخصات به بازار عرضه شده اند. به گفته وی، نمونه های LED موجود در بازار در حقیقت نمونه های LCD-LED هستند که لامپ های LED به سبک و سیاق تلویزیون های LCD به صورت خطی در پنل تعبیه شده اند. در حالی که LED واقعی چیز دیگری است و از نوع لامپ گرفته تا طرز چینش لامپ ها و... با نمونه های LCD متفاوت هستند.

ملکیان، یکی دیگر از فعالان بازار در خیابان جمهوری می گوید: اینکه نمونه های LED موجود در بازار به واقع LED نیستند، درست است. زیرا قیمت یک تلویزیون LED واقعی که لامپ های LED به طور سلولی در تمام صفحه قرار گرفته باشند بیش از ده میلیون تومان است. به گفته وی، حتی اگر تلویزیون LED واقعی وارد بازار می شد، بازار موفقی نداشت. به همین دلیل شرکت های تولید کننده با روش های خاص خود درصدد کاهش هزینه های تولید بر آمدند و نمونه های LCD-LED را وارد بازار کردند.

وی می گوید: بسیاری از شرکت ها هنگام فروش به مشتری اطلاعات دقیق می دهند و اعلام می کنند که تلویزیون LCD-LED است. ولی گروهی این کار را نمی کنند و مشتری را گمراه می کنند. مومنی، یکی از فعالان بازار نیز در مورد تفاوت بین این دو تکنولوژی گفت: LCD ها یا کریستال های مایع موادی هستند که به طور فیزیکی دارای خاصیت های جامد و مایع هر دو هستند. یکی از خاصیت های جالب آنها توانایی آنها در تغییر موقعیت بسته به ولتاژ اعمالی به آنها است. اکثر صفحه های LCD با لوله های فلورسنت موجود در آنها که در قسمت بالا، کنار و گاهی اوقات پشت LCD قرار دارند، روشنایی پیدا می کنند. به طوری که یک صفحه سفید پخش کننده نور، اشعه های نور را به طور مساوی و یکنواخت هدایت و پراکنده می کند تا تصویری یکدست ایجاد کند. به این اشعه ها نور زمینه گفته می شود.

برای اینکه از یکنواختی صفحه تصویر اطمینان حاصل شود نور به وسیله یک سیستم منعکس کننده شدت یکسانی پیدا می کند، اگرچه ممکن است در نگاه اول به نظر نرسد، ولی عملکرد این صفحات فوق العاده پیچیده است. به صورت کلی LCD ها یک تکنولوژی Passive (دستخوش عامل خارجی) هستند؛ به این معنی که به خودی خود تصویری که قابل دیدن باشد تولید نمی کنند برای همین باید لامپ هایی پشت صفحات LCD روشن باشد (به این لامپ ها Back light یا نور پشتی می گویند) تا تصاویر قابل دیدن باشد. این لامپ ها، لامپ های کوچک فلورسنت کاتدی سرد یا CCFL (مخفف Cold Cathode Fluorescent Lamp) هستند که شبیه به لامپ های مهتابی رایجند. اما در مورد LED ها مساله چیز دیگری است.

صورت کلی مساله این است که LED های موجود در بازار، در حقیقت همان LCD پنل ها هستند. به زبان ساده فقط به جای لامپ های CCFL که به عنوان بک لایت یا نور پشتی از آنها در LCD ها استفاده می شد از دیویدهای نورانی استفاده شده است که به آنها LED می گویند. این دیویدها مصرف برق و حرارت کمتری دارند پس فرق بین LCD های معمولی با LCD هایی که بک لایت LED دارند فقط در نوع منابع نوری بک لایت (لامپ پشتی) هست. ابراهیم درستی هم در این باره گفت: فروشندگان باید نسبت به کالایی که به فروش می رسانند اطلاع رسانی دقیق کرده و به خریدار در مورد کالایی که به فروش می رسانند اطلاعات درست دهند. در غیر این صورت با آنها برخورد می شود.

به هر حال فعالان بازار می‌گویند، به رغم تلاش‌های شرکت‌ها و مسوولان اتحادیه و... هنوز نمونه‌های LCD مخاطبان پروپا قرصی در بازار دارند و علت هم این است که خریداران با خیال راحت مبلغ مورد نظر را برای کالایی با ماهیت واقعی LCD می‌پردازند، اما به گفته فرهادی، یکی از فعالان بازار، درست است که LEDهای موجود در بازار LED واقعی نیستند، اما نمونه‌های LED مزیت‌هایی بر نمونه‌های LCD دارند که باعث برتری آنها بر تکنولوژی‌های قدیمی‌تر شده است.

به گفته وی، نمونه‌های LED وضوح تصویر بالاتری دارند و کیفیت تصویر در آنها بهتر است. همچنین سیستم نوردهی Edge-LED ضخامت کمتری دارد، به طوری که LEDهای موجود در بازار کمی بیش از 25 میلیمتر هستند. از طرفی میزان مصرف انرژی نمونه‌های LED کمتر از LCDهاست. مجموع این عوامل در کنار هم باعث شده‌اند LEDها در بازار پرمخاطب شوند. به گفته وی، پیش‌بینی شده است که امسال نمونه‌های LED جای نمونه‌های LCD را گرفته و سهم زیادی از بازار را به خود اختصاص دهند.