

业绩报喜,LED行业景气高涨



本报记者 谷月

近期,LED企业密集发布2021年上半年财报,三安光电、利亚德、木林森等产业链龙头企业相继“报喜”。通过普涨的业绩数据可以看到,LED行业正在进入高景气区间。业内人士表示,目前大部分LED企业都在布局小间距LED相关产品,Mini LED和Micro LED的良好发展态势成为行业业绩大幅提升的重要原因。

Mini/Micro LED成为业绩提升重要原因

“大涨”,这是LED上市企业2021年上半年成绩单的关键词。在显示市场景气度持续走高的背景下,今年上半年,LED上市企业也大部分实现了营收和利润同比双双大增。

上游方面,全球LED芯片龙头三安光电上半年实现营收61.14亿元,同比增长71.38%,净利润8.84亿元,同比增长39.18%;华灿光电上半年营收和利润分别同比增长49.20%和77.13%。

中下游LED封装、LED照明及LED显示企业上半年的业绩表现也毫不逊色。中游方面,封装厂商木林森上半年营收达91.27亿元,同比增长28%,归母净利润6.46亿元,同比增长180.79%;另一封装大厂

兆驰股份上半年收入25.89亿元,同比增长89.51%。

下游方面,利亚德上半年营收和净利润分别同比增长24%和26.7%,洲明科技上半年营收和净利润分别增长57.57%和14.38%。

晶丰明源、士兰微、富满电子、明微电子等几家企业的净利润更是较去年暴增超过10倍,其中晶丰明源的净利润增长了近35倍。

对于LED企业业绩普涨的原因,业内分析人士认为,主要是受益于LED行业景气度持续上行、新兴照明业务增长、芯片价格提高,特别是终端对小间距LED显示产品需求的增长成为推高业绩的重要支撑。

记者查阅各企业发布的财报发

现,大部分LED企业都在布局小间距LED相关产品。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示:“因全球新冠肺炎疫情,LED芯片行业经历了一轮全球去库存,所以中期来看LED芯片需求表现得十分火爆。”在上游原材料缺货涨价、下游应用需求旺盛导致的供不应求局面之下,LED产品量价齐升,企业利润随之大幅上涨。

新益昌相关负责人在接受《中国电子报》记者采访时证实了这一说法,他指出:“今年上半年LED企业业绩大涨,主要是受益于Mini LED的良好发展态势。”

上半年,华灿光电Mini LED产品销售额同比大幅增长140%,已有

终端对小间距LED显示产品需求的增长成为推高业绩的重要支撑。

多款搭载其Mini LED背光产品的消费电子新品推向市场。在Micro LED领域,华灿光电中小尺寸产品与战略客户的合作取得关键进展,良率稳步提升。

目前聚焦Micro LED产品商用市场的利亚德,计划今年在Micro LED领域完成3亿元营收。利亚德方面表示,公司从去年10月开始向市场投放Micro LED产品,订单需求良好,海外订单随之增加,去年实现销售收入3000万元,今年计划完成3亿元左右的销售收入,实现10倍增长。据悉,利亚德的Micro LED产品已经出售给沙特石油、俄罗斯电视台等国外巨头公司,以及国内的国家能源等众多企业。

对于下半年的发展预期,LED产业链企业纷纷表现出极大的信心。

下半年产业曲线上行不变

粗略算来,小间距产品在我国已经发展了十年,产品性价比越来越高的同时,技术也日臻成熟,使用场景和市场体量亦同步增长。Mini/Micro LED芯片不仅可以作为直显产品应用于商用显示领域,还可以作为背光源应用于电视、平板电脑、笔记本电脑和车载屏幕等终端显示产品中,市场前景巨大。Trend Force集邦咨询的报告指出,到2024年,全球Mini/Micro LED市场规模将达42亿美元。

近年来新型显示产业链企业纷纷入场Mini/Micro LED领域。不仅有LED厂商三安、晶电、华灿、国星、瑞丰、雷曼、利亚德、洲明科技、鸿利、沃格光电等持续推进Mini/Micro LED技术的研发及产业化。还包括京东方、TCL华星、惠科、友达、群创、彩晶等面板企业。

Mini LED作为Micro LED的

过渡技术,成长速度也极快。随着苹果、华为、三星、海信、创维、LG、TCL等终端品牌积极投入,Mini LED背光产品迅速在高端市场铺开,这也直接拉动了上游LED企业的业绩。Trend Force集邦咨询的报告指出,2024年,Mini LED市场规模有望增长至11.5亿美元。

对于下半年的发展预期,LED企业纷纷表现出极大的信心。深度科技研究院院长张孝荣认为,LED厂商下半年的经营效益有望继续提升。

聚灿光电相关负责人指出,今年下半年,在高附加值产品占比提升、成本获得有效管控、产能利用率提升、市场需求高涨等积极因素的推动下,LED企业的经营效益有望持续保持景气状态。

“预计下半年公司产品将出现供不应求的现象。”利亚德相关负

责人告诉《中国电子报》记者。该负责人表示,随着LED行业不断创造需求新高,利亚德不仅国内显示市场的新签订单创下历史新高,海外显示市场的新签订单也实现了大幅增长。

据了解,疫情得到有效控制后,利亚德的订单恢复得比较快,尤其是海外市场的业务情况比想象中好,目前海外订单已经超过了历史最好水平,最大的压力来自供应链。今年6月份,Micro LED产能已经扩增至800K,现在依然是满负荷运作。预计今年第三季度,海外业绩增长将更加可观。“接下来的一两个月,企业将根据市场情况把握扩展节奏。”上述负责人强调。

洲明科技常务副总裁武建涛在接受《中国电子报》记者采访时表示,Mini LED已经迎来规模化元年,各大巨头纷纷推出采用Mini

LED背光或类似技术的产品,Mini LED产业正全面爆发,布局Mini-LED将成为LED企业一个绝对的利润增长点。”

武建涛表示,洲明科技上半年扩充的5条Mini LED产线已开始投产,以Mini LED为主的大亚湾二期项目预计本月内正式启动投产仪式,逐步实现产能爬坡。预计今年,洲明科技Mini LED将实现4亿到5亿元销售额。

业内人士认为,Mini/Micro LED目前的渗透率还不是理想,这主要与成本相关,而成本受芯片、封测、设备等因素影响。理论上当间距低于0.9mm之后,Mini/Micro LED才会更经济,使用量和订单就会大幅增加,同时人们对Mini/Micro LED显示的需求也会随之增长。而这种技术突破也将为LED企业带来更大增长空间。

苹果看好折叠屏 折叠iPhone或将登场

本报记者 谷月

关于苹果将推出折叠屏手机的风声再起。苹果供应链近期爆出消息,相关样品已送至富士康、新日兴等厂商进行测试。

折叠屏iPhone进入“备战”

针对苹果折叠屏手机开发进度,此前有消息指出,苹果公司首款折叠屏iPhone将于2022年11月问世。但苹果官方一直未给予回应。近日,苹果供应链亦爆发消息称,相关样品已送至富士康、新日兴等厂商测试。现阶段,苹果主要进行屏幕关键零部件和折叠部件的耐用性测试,而可折叠iPhone所需要的柔性AMOLED屏幕将由三星提供。

据悉,苹果现已进入折叠屏iPhone“备战”阶段,而折叠屏样机所需的屏幕、轴承等关键零部件已经进入最后测试阶段。除了屏幕仍然由三星提供外,轴承则由多家供应商共同供应,中国台湾企业新日兴将作为主要零配件供应商,完成最后组装的将是苹果最大代工伙伴鸿海(富士康)。

近年来,折叠屏手机被行业认为是下一代手机形态。在全球智能手机出货量持续下滑的行业背景下,折叠屏手机被视为激发市场活力的新动能。

市场调研机构Strategy Analytics预测,全球可折叠智能手机的出货量将从2019年的不足100万部增长到2025年的1亿部。IHS也预估,可折叠手机2020年出货量预计达520万台,2019年至2025年可折叠手机出货量有望从不到150万部增至5000万部,市场渗透率达到3.37%,年复合增长率高达80%。

面对折叠屏手机蓝海市场,三星、小米、华为、柔宇、摩托罗拉

等手机厂商均已陆续推出折叠屏手机产品。

能否走向巅峰还是未知数

事实上,苹果一直在持续累积折叠屏手机专利。自2016年苹果第一次申请专利开始,几乎每年都有新的折叠屏手机相关专利被曝光。2017年,苹果拥有了可折叠显示屏专利;2018年苹果又拥有了一项有柔性铰链的可折叠iPhone专利;2020年,苹果首款折叠屏iPhone外观设计被露出,从设计图看,折叠屏iPhone将由两块独立的屏幕无缝链接构成。

不过,折叠屏手机虽然讨论度很高,但目前真正投入量产的折叠屏手机并不多,即使是已经有多款产品面世的三星也并没有真正打开折叠屏手机市场。业内人士分析称,高昂的产品定价阻碍了折叠屏手机的快速发展。

华为消费者业务负责人余承东此前在接受媒体采访时透露,别看一台折叠屏手机定价高达16999元,但实际上企业还是亏本的。目前,折叠屏手机屏幕的良品率并不高,不能满足市场需求。只有在良品率提升到一定程度,生产规模起来之后,企业才能扭亏为盈。

归根结底,占手机主要成本的折叠屏幕才是关键。有业内人士称,折叠屏iPhone现阶段的测试涉及屏幕技术,采用OLED屏幕还是Micro LED屏幕,将决定后续整机的组装方式。

高昂的成本、较低良品率与尚未成熟的技术,都是横亘在折叠屏手机面前的路障。苹果能否在明年携可折叠iPhone顺利攻入市场,此后又能否在其强大的品牌和峰回路转引领折叠屏手机走向巅峰,这都是未知数。

需求释放 拉动液晶数字标牌市场大涨

2021年以来,广告业持续回暖,中国液晶数字标牌市场发展回归常态化。据洛图科技(RUNTO)统计数据,2021年上半年,中国大陆液晶数字标牌出货51.6万台,同比增长98.6%。

从场景来看,液晶数字标牌分为户内和户外液晶数字标牌。户内液晶数字标牌包括梯媒和非梯媒产品,非梯媒产品包括立式、壁挂式、卧式数字标牌、电子水牌、海报机等。

上半年,户内液晶数字标牌出货占比95.2%;户外液晶数字标牌占比4.8%,同比上升3.5个百分点,主要受益于智慧交通项目的实施。

户内:市场规模近翻倍

据洛图科技(RUNTO)数据,2021年上半年户内液晶数字标牌出货49.1万台,同比增长92%。其中非梯媒产品出货40.2万台,同比增长86%。梯媒产品在新潮和分众传媒的策略布局以及全国老旧小区改造升级提速的拉动下,市场需求回升显著。2021年上半年梯媒产品出货8.9万台,同比增长1.2倍以上,市占同比上升2.6个百分点。

在梯媒产品市场,头部传媒企业自2019年下半年开始将战略重心调整为停止扩张,以点位优化为主,通过增加一、二线城市优质点位的数量提高上刊率。战略规划转变的成效正在逐渐显现,梯媒数字标牌的需求开始回暖。

在非梯媒产品市场,多样化的形态正在融入场景智能化的建设和升级中。从产品类型看,壁挂和立式广告机是户内市场的主流。2021年上半年,立式广告机在非梯媒广告机市场出货占比达42.5%,壁挂式广告机占比38.5%,两者占比的排名发生了交换。电子水牌因商业零售行业的需求增加,市场份额同比上升4.3个百分点。

从尺寸结构看,户内液晶数字标牌中大尺寸产品增长显著。2021年上半年,受零售应用需求增加带

动,50英寸以上产品销量同比增长1倍以上,市场占比同比增长4.5个百分点。其中50英寸至59英寸段产品增长最快,市占比上升了2.3个百分点。

从行业应用结构看,2021年上半年户内液晶数字标牌在各场景下的格局变化并不大,市场仍旧以传媒、商业零售领域为主,占比接近6成,同比上升4个百分点。

户外:智慧城市需求逐渐释放

2021年上半年户外液晶数字标牌出货2.5万台,同比增长超4倍。增长来自于智慧城市项目的逐步实施和广告主在户外场景加大投放力度。

交通、社区、商业地产等行业是户外数字标牌的主要应用领域,2021年上半年市占比接近76%,交通行业市场份额同比上升3个百分点。从出货量看,需求增速最快的是商业零售,主要由于餐饮企业为挽回疫情造成的重创,通过大量增加户外媒体投放等措施加强品牌营销力度,吸引消费者眼球。未来,智慧城市的建设将继续拓宽户外液晶数字标牌在交通、社区、旅游等行业的应用。

全年增长有望超60%

2021年上半年,液晶数字标牌触控产品销量达23.9万台,同比增长超1.2倍。

广义上的液晶数字标牌产品范围还包括自助服务设备(以上统计数据均未包含)。疫情下“无接触”经济快速增长,自助服务设备需求持续递增。从餐饮的自助收银机到酒店的自助入住机,自助服务设备应用领域广泛,产品功能性强。

2021年液晶数字标牌出货将达119万台,增长63.2%。经济形势向好和政策加持的双轮驱动将促进液晶数字标牌市场继续维持高增长的态势。(洛图科技供稿)

国内液晶面板三强首次全球出货面积占比过半

本报记者 谷月

2020年下半年到今年上半年,LCD TV面板价格高企,尽管由于驱动IC等上游关键材料供货不足等影响了面板企业放量,但今年上半年各面板厂出货量和出货面积均保持同比增长。近日,国内显示面板企业半年报相继出炉,京东方、TCL华星、深天马、彩虹股份、龙腾光电、维信诺等面板大厂的营收和盈利均大幅提升。根据CINNO的数据,京东方、TCL华星、惠科2021年上半年LCD TV面板出货面积占当期全球总出货面积50.9%,首次过半。

京东方近日发布了2021年半年报,营收首次突破千亿元,达1072.85亿元,同比增长89.04%;归

母净利润127.62亿元,同比增长1023.96%,净利润同比增长超十倍。

群智咨询数据显示,今年上半年,京东方在智能手机、平板电脑、笔记本电脑、显示器、电视等五大应用领域显示屏出货量均位列全球第一,柔性屏市占率位居国内行业第一、全球第二。此外,其8英寸以上车载显示面板市占率也继续保持全球第一。

此外,京东方产品结构进一步改善,高端产品占比明显提升,新项目产能释放、去年收购项目使今年合并范围扩大等都使其盈利能力持续提升,行业龙头优势地位进一步体现。

TCL科技2021年上半年财报显示,报告期内,TCL科技实现营业收入743.0亿元,同比增长

153.3%。TCL旗下的TCL华星实现了销售面积1779.2万平方米,同比增长25.3%;半导体显示业务实现营业收入达408亿元,同口径同比增长93.6%。

其中,TCL华星大尺寸面板出货面积达1698.8万平方米,同比增长24.3%;实现营收282亿元,同比增长131.9%,净利润71.7亿元,同比增长1384.6%。据了解,在全球大尺寸TV面板市场中,TCL华星55英寸产品份额位居全球第一,65英寸和75英寸产品份额全球第二,32英寸产品份额全球第三,在8K和120Hz高端电视面板市场份额跃居全球第一。

根据CINNO的数据,2021年上半年,京东方、TCL华星完成产能并购与新建产能开出后,进一步

扩大产能优势,拉开与其他厂商的体量差距。惠科近年来快速扩产最终反映在了出货业绩上,出货面积排名首次进入前三。以上三家国产头部厂商2021年上半年LCD TV面板出货面积占当期全球总出货面积50.9%,首次过半。

据悉,作为近年来扩产动作迅猛的后起之秀,惠科新产线为其丰富产品结构、提高大尺寸产品交付能力提供了保障,也支撑其出货面积首次升至第三位。韩国三星显示、乐金显示LGD两家厂商受到面板涨价的影响,分别暂缓LCD产能清退,韩国乐金显示LGD的出货面积甚至有所恢复,重回第五位。业内人士认为,行业出货占比将进一步向几家规模较大的中国面板厂商集中。