

## EN “聚焦面板最长涨价周期”系列报道之一

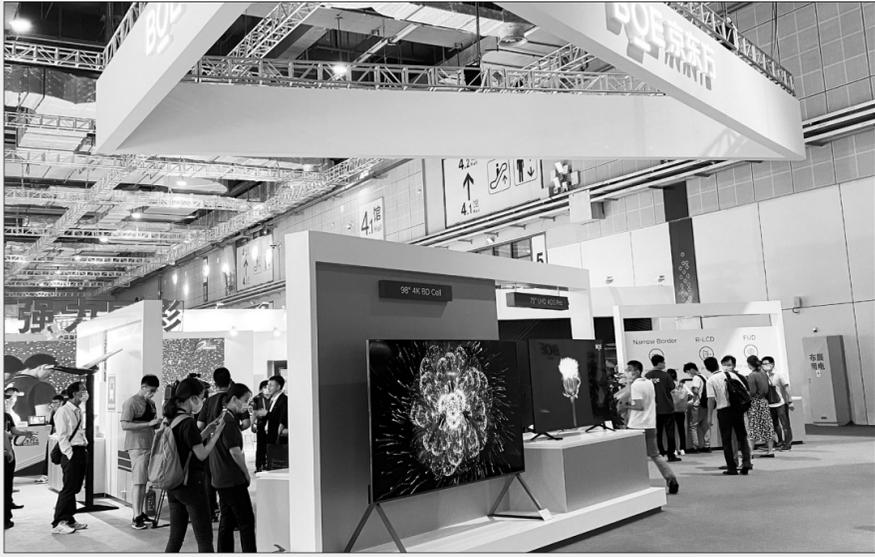
编者按：近期，历时13个月的面板涨价迎来拐点，全球面板价格逐渐回落，行业进入新一轮整合周期。本轮面板价格上涨时间长、涨幅大、全尺寸普涨、尺寸分化明显，对行业影响持久而深远。从本期开始，中国电子报聚焦此次面板最长涨价周期，进行系列报道，以飨读者。

## 液晶面板：从“谷贱伤农”到一板难求

本报记者 王伟

“我们（显示行业）正在进入新一轮周期。”中国光学光电子行业协会液晶分会常务副秘书长胡春明在接受《中国电子报》记者采访时表示。市场数据释放了相同信号，进入8月，相关市场分析机构相继发布了包括TV、PC/平板在内的多种面板价格将止涨转跌的预测。这意味着历时13个月的“史上最长液晶面板涨价周期”迎来拐点，全球面板价格将逐渐回落，行业也将进入新一轮整合周期。

此次液晶面板涨价周期的诸多特点——周期最长、涨幅最大、全尺寸普涨、尺寸分化明显，让这次周期显得“与众不同”，对液晶面板行业也将产生持久而深远的影响。



## 火力全开“涨”出花样

始于2020年6月的此次液晶面板涨价周期持续13个月，时间之长让行业专家和市场研究机构始料未及。新冠肺炎疫情催生大量需求、供应竞争格局变化和上游材料紧缺等多种因素导致供需关系持续收紧，是这次面板史上最长涨价周期幕后的最大推手。

“从需求端来看，2020年新冠肺炎疫情催化了宅经济，加之海外发达经济体积极财政政策刺激，拉动终端需求迎来爆发式增长。在供应紧缺的背景下，厂商面板备货策略激进、供应链资源挤兑加剧了供应紧张，加速了价格上涨。”群智咨询（Sigmaintell）TV事业部研究总监张虹在接受《中国电子报》记者采访时分析道。

而供应侧产能有限和上游原材料缺货又掣肘了供应能力。一方

面，韩厂部分产能在经历长期亏损后选择退出，其他面板厂对新产线投资保守，产能增幅有限；另一方面，上游材料缺货对面板的有效供应形成冲击，同时，面板产能集中度提升，头部厂商价格策略激进。

涨幅大是此次涨价周期最明显的特征之一。群智咨询（Sigmaintell）数据数据显示，相较上一周期的价格低点，在本次周期的价格高点各主流尺寸价格累计涨幅均超40%。“此波涨价是过去从未见过的。”集邦咨询分析师在接受《中国电子报》记者采访时表示，“TV面板涨价周期长达近一年，涨幅接近翻倍”

进入2021年，在2020年面板市场持续供需吃紧的基础上，驱动IC、LED灯珠、PCB基板、玻璃基板等上游原材料价格上涨也为面板涨价周期延长贡献了不小“火力”。以

玻璃基板为例，Omdia显示器研究总监谢勤益表示：“今年以来原材料涨幅相当大，第二季度玻璃基板价格平均涨幅约5%到10%，预计第三季度涨幅也在5%到10%的水准。”去年12月，全球第三大LCD玻璃基板供应商日本电气硝子（NEG）工厂发生临时停电事故，群智咨询预测该事件或影响2021年第一季度液晶面板产能的2.5%，相当于G8.5代产能损失95K。另一玻璃基板供应商美国康宁公司先后在2021年第二季度和第三季度调高玻璃基板出货价格。

在此次周期中，各尺寸面板“涨”出了花样，具体表现为尺寸分化明显，呈现出动态变化的特征。“前期小尺寸涨幅较大，带动大尺寸增长，后期大尺寸补涨，又带动小尺寸继续上涨。其中，中小尺寸累计

多种因素导致的供需关系持续收紧，是这次最长涨价周期幕后的最大推手。

涨幅翻倍，大尺寸涨幅也在30%~70%之间。”奥维睿沃总经理陈慧在接受《中国电子报》记者采访时总结道。

分产品类型来看，TV面板呈现出中小尺寸涨幅大，大尺寸涨幅缓和的趋势。据群智咨询（Sigmaintell）统计，中小尺寸TV面板涨幅最高，达到了三位数，其中32英寸上涨177%，43英寸FHD和55英寸UHD上涨113%；大尺寸TV面板涨幅较为缓和，其中65英寸UHD价格上涨76%，75英寸价格则上涨了41%。此外，此轮周期还罕见地波及到了笔记本领域，集邦咨询数据显示，新冠肺炎疫情推高远程教育市场需求，以笔记本电脑教育为主的11.6英寸面板价格水涨船高，价格一度维持与14英寸/15.6英寸相当的水准。

企业盈利能力增加是本轮周期最显性的影响之一，但“后坐力”远不止于此。

## 周期“后坐力”影响深远

受本轮液晶面板涨价周期影响，面板上下游产业链相关企业盈利能力大幅提升。近期面板企业纷纷披露了2021年上半年业绩情况，其中，京东方2021年上半年营收突破千亿元，归母净利润增长超10倍至128亿元；TCL华星2021年上半年净利润达到68.2亿元，其中大尺寸净利润71.7亿元，同比增长1384.6%。偏光片业务为杉杉股份的上半年营收贡献了5.15亿元净利润，占总净利润的67.8%。

“（本轮液晶面板涨价周期）帮助整个行业克服新冠肺炎疫情等外部环境不确定性所造成的消极影响，重新进入上行周期。”胡春明

告诉《中国电子报》记者。企业盈利能力增加只是本轮液晶面板涨价周期最显性的影响之一，长达13个月的高景气周期的“后坐力”远不止于此。

“争上游”是此轮涨价周期给面板企业带来的最大启示，这一点也可以从面板龙头的大动作中洞察一二。TCL华星母公司TCL科技斥资超百亿元收购中环集团，加码半导体显示材料领域；京东方也豪掷81.7亿元扩产显示端口器件显示模组产线。“半导体零组件成为能否顺利生产出货的一大关键，过去不那么重视的一些小材料，在这一波需求暴增中，重要性被凸显，也让面板厂开始更加重视。”集邦咨

询的分析师表示，“甚至可以看到下游客户或面板厂打破过去的产业规则，跳过IC设计厂商，直接接触更上游的晶圆代工。”胡春明也指出，此轮周期一定程度上推动了行业投资向更加高端及上游材料和装备方向迈进。

在此次涨价周期中，通过建厂和兼并收购等方式，面板龙头产能得到进一步提升。京东方合并中电熊猫的8.5代线和8.6代线工厂、TCL科技收购三星苏州工厂产线。“如果继续并购其他中国大陆厂商的产能，那么京东方的产能份额将超过30%，前五大面板制造商的产能份额将达到80%，这意味着市场将变得高度集中。”谢勤益表

示。“随着面板市场集中度的提升，大的产业格局变化和新增产能趋于理性。”TCL创始人、董事长李东生近日在业绩交流会上表示。群智咨询（Sigmaintell）TV事业部资深分析师李晓燕认为：“此次面板涨价最长周期令品牌集中度进一步提升，有望带动TV市场更加有序良性发展。”

不过胡春明也坦承，产能的高度集中一定程度上减缓了竞争格局深度变化的频度，同时也在一定程度上减缓了替代性技术产业化的脚步。李晓燕表示，从需求端来看，价格过快上涨也使得终端需求快速降温，抑制终端需求增长，恐再次促成供需关系的转变。

产业围绕“面板价格周期变化是否趋弱”这一话题产生了两种不同观点。

## 价格周期变化是否会趋弱

随着此轮液晶面板最长涨价周期临近结束，产业围绕“面板价格周期变化是否趋弱”这一话题产生了两种不同观点。

企业、行业专家和分析机构一致认为，显示行业周期性会长期存在，但对下一轮周期变化幅度和存在行业周期性变化是否趋弱产生了观点分歧。“显示行业周期性中长期还会存在，我们正在进入下一轮周期。短期内外部环境不确定性是否会周期产生影响还需要进一步观察。”胡春明表示。

部分面板企业、专家学者和协会专家表达了显示行业周期性将趋弱的观点。中国科学院院士欧阳钟灿出席2021世界显示产业大会时

判断，液晶面板市场需求仍有增长，寡头竞争格局的形成或将减缓液晶周期带来的液晶面板价格波动。京东方科技集团股份有限公司董事长陈炎顺在2021IDIC FORUM上演讲时也表达了相同观点：“行业属性由周期性转为成长性特征后，价格的波动还会存在，但波动的幅度将收窄，波动的周期会拉长，头部企业恢复的弹性会明显增强。”李东生近日在业绩交流会上也表示，未来面板行业的周期性波动将明显减弱。胡春明也认为：“周期性的强度在头部企业的努力下是有可能进一步减弱的，但还要取决于需求的变化强度、技术进步的速度和市场竞争的

集中度。”

一些行业分析机构从供需关系出发，认为未来面板行业仍存在供应过剩的潜在危机。陈慧指出：“面板需求被提前透支，韩厂LCD产能退出计划延迟，同时现有面板厂在利益驱使下持续扩大产能，而一旦需求向下，面板行业又将进入供应过剩的窘境，无法摆脱周期性发展态势。”张虹也表示：“尽管面板厂可以积极调整产品结构，但在整体需求大幅回落的背景下将显得捉襟见肘。”

随着面板进入新一轮下行周期，分析机构预测显示面板价格仍有暴跌的可能性。奥维睿沃预测价格有可能再次出现周期性低谷。集

## ◎评论

## 面板涨价暂时退潮 产业竞争永不落幕

江勇

当市场的高光逐渐褪去，面板厂商的心似乎又悬了起来。

多家调研机构预测，第三季度面板价格将一定程度回调，第四季度随着市场供应过剩风险加大，LCD电视面板价格或全面掉头向下。八个字可以简单勾勒出面板市场长达一年多的“疯狂”——涨幅最大，周期最长。以液晶面板为例，相较上一周期的价格低点，各主流尺寸价格在本轮周期的价格高点累计涨幅均超过40%。而持续时间之长也从未有过。

此番强劲升浪之前，面板价格已经在下降隧道中踟蹰了近三年，全球液晶面板价格下探幅度超过三成。巧合的是，这也是面板行业遭遇的最长“至暗时刻”。强周期性变化无疑是面板行业刻骨铭心之痛，行业自诞生之日就仿佛进入无限循环，一个周期连着另一个周期，升升不息与跌跌不休如影随形。

但两大行业巨头对后市却比较乐观，观点也趋于一致。7月，京东方科技集团股份有限公司董事长陈炎顺告诉本报记者，半导体显示行业将走出周期性巨幅波动，成为具有确定成长性的行业。8月，同样在接受本报记者采访时，TCL创始人、董事长李东生强调，供求关系长期平衡不太可能，但周期性波动将大幅减弱。

不同于过往面板厂商竞争或主动扩产造成价格上涨，此轮面板行情上行究其原因主要是多种因素导致的供需关系持续收紧。既有原材料供给紧张，需求却维持强劲，造成供不应求的原因，也有韩国产能退出而新增产能不足的影响。

未来三年，面板行业的产能增加和因技术升级、产品升级、产能退出等因素导致的产能消耗基本相当，产能短期内不会出现突然扩张。这也意味着，未来一段

时间市场供需关系失衡引发价格剧烈波动的诱因比较弱。

同时，头部企业集聚效应日渐凸显，供应链、制造端、消费端各个环节都向其靠拢。从产业发展规律来看，位居行业前三名的企业占据60%以上市场份额，行业发展稳定性会显著增强。随着TCL华星和京东方先后收购苏州三星、中电熊猫产线，两者明年拿下全球一半以上的市场份额几无悬念。未来，前五大面板制造商的产能份额甚至有望达到80%。

正是上述原因也让大佬们底气更足：在全球“双寡头”格局下，面板供应链陷入暴涨暴跌恶性循环的可能性逐渐降低，面板厂商和上下游之间的博弈也会更为可控。

然而这种面板龙头主导的市场平衡并不牢固，产能高度集中还有可能是柄麻弊判断、削弱意志的双刃剑。中国大陆面板行业在全球取得显著的成本竞争优势之后，面板的摩尔定律并未失效，领先者总会被更高的效率和性能、更优越的技术所颠覆。前有韩国双雄通过8.5代线降维打击日本本次世代线，后有中国大陆厂商借助10.5代线逼退韩国双雄，如今三星和LGD又冀翼换道AMOLED取代TFT-LCD，重夺领先地位。行业竞争犹如逆水行舟，以科技创新为底色的竞争版图一旦改写，液晶面板重大价格调整难以避免。

事实证明，全球半导体显示工业的新一轮竞争态势正在展开，取得规模优势地位的中国大陆企业，在AMOLED或其他某种新技术替代TFT-LCD的窗口期内，也要做好技术和产业准备。面板作为资本密度和技术门槛仅次于集成电路的行业，任何对具体技术的战略性误判都将是不可逆的。

面板史上最长周期涨价潮告一段落，但技术驱动的产业竞争永不落幕。

## 面板厂商上半年业绩大增

本报记者 谷月

近日，国内面板企业半年报相继出炉。受益于需求持续旺盛和驱动IC等原材料紧缺造成供给趋紧，行业呈现供不应求的局面，这也让面板企业上半年的成绩单非常漂亮。面板龙头企业京东方今年上半年营收突破千亿元大关，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。

京东方发布的2021年半年报显示，营收突破千亿元，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。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科技在报告期内实现营业收入1743.0亿元，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%。目前，TCL华星正持续优化产品组合，并加速中尺寸产品开发和导入，笔电、车载、平板等中尺寸产品出货占比进一步提升至23%。

深天马A披露的2021年半年度报告显示，企业在报告期内实现营业收入159.94亿元，同比增长13.78%；归母净利润为11.96亿元，同比增长60.64%。在其智能终端业务领域，天马大客户营收比重进一步提升，AMOLED智能穿戴销售收入同比增长逾七倍，行业和市场地位进一步提升，LTPS智能手机

业务持续领先，LTPS中尺寸平板和高阶笔电销售收入同比大幅增长。在专业显示业务领域，天马持续加强新项目导入和提升渗透率，并不断加大车载显示市场的投入力度，积极拓展新能源汽车市场，开展复杂度较高的模组业务，提升产品附加值，并积极推广车载In-cell和LTPS技术应用，其中车载销售额同比增长超50%。

彩虹股份2021年上半年营业收入约89.22亿元，同比增加126.44%；归属于上市公司股东的净利润约28.5亿元。液晶面板扩产增销、提升高获益产品销售等都是彩虹今年上半年业绩大增的原因。其第2条高世代（G8.5+）液晶基板玻璃产线实现了提前点火并快速达产，各项指标均超越可研目标。

龙腾光电2021年上半年营业收入超过29.8亿元，同比增加65.78%；净利润为5亿元，同比增加976.37%。关于业绩大幅增长的主要原因，龙腾光电表示是公司的差异化产品竞争力持续加强，叠加行业景气度较高，公司抢抓市场机遇，主要产品需求旺盛，主营业务呈现持续良好增长态势，销售回款同比增加。龙腾光电表示，远程办公、远程教育、宅经济及车载市场回温带来面板需求持续释放。

维信诺上半年营业收入为14.04亿元，同比增长20.52%，其中OLED产品营收13.29亿元，同比增长83.85%。维信诺方面表示，上半年公司OLED产品收入大幅增加，OLED产品收入、成本和毛利率较上年同期增加幅度分别为83.85%、53.70%和19.11%。OLED产品收入得到显著增长的原因是公司坚持技术创新，在屏下摄像、高刷新率、柔性穿戴等领域不断实现技术突破，并在一线品牌客户导入方面持续取得新的进展，使上半年产品出货量大幅增长，收入也随之增长。