

产能增加遭遇需求不振 液晶面板价格持续回暖有点难



本报记者 林美炳

近日,多家市场分析机构数据表明,中小尺寸电视液晶面板价格开始回升,特别是32英寸,7月份的价格回升较为明显。TCL集团在投资者关系互动平台上表示,由于终端产品出货旺季来临及供需关系持续改善,电视液晶面板行业的回暖有望持续。

但是大尺寸电视液晶面板价格却原地踏步,有数据显示,55英寸、65英寸价格仍在微幅下滑。2018年下半年电视液晶面板市场能否持续回暖呢?

旺季备货带动，中小尺寸面板价格小涨

经过上半年的持续低迷,电视液晶面板久旱逢甘霖,价格终于开始回升。32英寸、39英寸和42英寸价格出现小幅上涨,其中32英寸价格回升较为明显。群智咨询、奥维云网报告都指出,7月上旬,32英寸价格上涨了3美元。目前,32英寸价格还在继续上涨。

奥维云网分析师卞铮表示,第三季度是整机厂商备货的旺季,带动了电视液晶面板的需求增加,价格开始上涨。第三季度电视面板价

格还会持续回暖。

这次带动电视液晶面板行业回暖的动力不是国内市场,而是海外市场。国内市场经过618之后,7月~8月是市场淡季,而且库存偏高,对电视液晶面板的需求并不高。但是海外市场处于备货旺季,对液晶面板需求较为迫切。群智咨询副总经理李亚琴透露,第二季度末,北美市场彩电库存比较少,三星、LG和TCL都在为第四季度旺季备货,带动了液

晶面板价格的回升。

这一轮上涨主要集中在中小尺寸电视液晶面板,对大尺寸的影响不大。WitsView报告指出,受电视面板价格急转直下冲击,群创、友达与LGD第一季进行6代线的产品组合调整,减少65英寸电视面板的玻璃投入,增加小尺寸电视面板或监视器面板的投入。京东方、华星光电则减少32英寸面板投入,转投较大尺寸电视产品。此外,华星光电及三星Display则分别于3、4月

32英寸、39英寸和42英寸价格出现小幅上涨,其中32英寸的价格回升较为明显。

进行年修。

李亚琴指出,上半年电视市场增长主要集中于大尺寸,液晶面板厂商为了盈利把更多的产能转向大尺寸面板。例如,群创转做65英寸,京东方转做55英寸。面板厂商产能结构偏向大尺寸面板,造成32英寸、39英寸、43英寸等中小尺寸面板供应大幅下降,但是海外市场对中小尺寸的需求并没有减少,从而带动了中小尺寸价格的上涨。

中小尺寸价格的回暖是由于旺季需求增长的结果,它无法决定整体面板价格走向。

同比增长不明显，恐无法保证持续回暖

2018年下半年电视液晶面板行业能否持续回暖呢?

一般来说,电视液晶面板价格的走势与下游整机市场的需求密切相关。但是今年上半年国内市场彩电市场并不景气。《2018年1-6月中国彩电消费及下半年市场趋势预测报告》指出,1-6月国内彩电销量约2300万台,同比下滑4.2%。

上半年国内厂商价格战和世界杯营销没能带动销量的大幅增长,下半年国内电视市场也不容乐观。

海信相关负责人预测,2018年国内彩电市场将下滑2%。索尼相关负责人指出,2018年下半年国内彩电市场情况与上半年相当。

与国内市场不同,海外市场上半年仍然保持增长态势。《2018年1-6月中国彩电消费及下半年市场趋势预测报告》指出,1-5月彩电出口3368万台,同比增长26.6%。IHS Markit资深分析师吴荣兵认为,电视液晶面板价格回暖是一个不错的开始,如果下半年能够通过低价产品来拉动海外市场的增长,

有可能带动液晶面板价格继续增长,目前来看还无法断言是否会持续回暖。

当前,区域性市场的带动促进中小尺寸面板价格的回升。这种回升相比低迷的第二季度来说较为明显,但是同比去年第三季度来说并没有明显的增长,总体上看没有改变整体的市场格局。

而且从全球市场来看,供过于求的形势还在不断加剧。据了解,彩虹咸阳8.6代线项目一期经过半年的量产爬坡,月产能即将

达到6万片。京东方合肥10.5代线和中电熊猫成都8.6代线产能也在不断提升。随着这些新产线产能不断释放,再加上原有产线产能,电视液晶面板产能过剩的风险将进一步加大。

所以这一波中小尺寸价格的回暖主要是季节性需求增长的结果,它无法决定整体面板价格走向。接下来产能过剩是电视液晶面板行业的常态,如何不陷入低价竞争、保证利润是各大面板厂商要面临的一道难题。

7.5代线以下 转产汽车面板 有前景

随着主流LCD应用(如手机、PC和电视面板)的增长放缓,同时越来越多的新一代生产线上线,制造商对其老一代生产线有不同的计划。

虽然,韩国的面板制造商一直在加速淘汰4~7.5代线,但我台湾制造商目前仍保留旧的生产线。

Digitimes Research认为,对于我国台湾的面板制造商而言,利用旧线为高利润汽车应用制造产品来保持竞争力至关重要。

随着目前汽车CID应用、仪表应用出货量的逐渐增加,CID面板的主流尺寸已经从之前的6.5英寸增加到了7英寸到8英寸,而一些高端车型已经使用了13英寸到17英寸的CID面板。对于仪表板应用,12.3英寸仪表显示器可能会取代原来3.5到4.3英寸的面板。

Digitimes Research估计,全球汽车面板出货量(不包括入门级售后市场)预计2017年至2025年的年复合增长率将达到10%。(Digitmes)

中国首条8.5代OLED 面板生产线正式获批

本报记者 连晓东

LG Display刚刚宣布,其在中国广州建立8.5代OLED面板生产线的投资计划已正式通过中国国家市场监督管理总局审批,预计将于2019年下半年建成投产。并且,LG Display在该消息的新闻通稿中称其OLED业务将在今年下半年首次实现盈利。

作为LG Display OLED投资战略的一部分,这项总金额高达约5兆韩元的投资项目目前已经完成了所有的审批程序,这也标志着中国首条大尺寸OLED面板生产线即将在广州落户,而中国也将由此成为全球第二个OLED电视面板生产基地。

该生产线量产后每月产能将为6万片玻璃基板,最大产能将达到9万片玻璃基板,主要生产UHD超高清55英寸~77英寸电视用OLED面板。目前,LG Display韩国坡州E3、E4工厂的月产能为7万片,加上广州工厂的

产能,LG Display 2019年下半年的OLED面板总产能将达到13万片。此项目由LG Display与广州凯得科技发展有限公司以7:3比例合资建设。

此条8.5代OLED面板生产线是LG Display继模组工厂、液晶生产线之后在中国广州建立的第三条生产线,也是其在韩国本土外建立的首条大尺寸OLED面板生产线。

这一面板工厂的建立,将大幅度加快OLED电视的普及速度。IHS的预测数字显示,2019年,中国OLED TV将继续保持高速增长,较2018年增长115.5%,届时中国也将成为全球唯一OLED TV增速超过100%的地区,届时排名第二的日本增速预计为64.7%。据悉,今年,中国电视生产商海信已经加入OLED阵营,将于下半年推出OLED电视,这或将进一步提升中国OLED市场的增速。专家表示,在中国建立生产线,不但可以降低物流费用,还能提供稳定供货,这对OLED电视的普及大有帮助。

康佳发布 秋季电视新品V1、R2

本报讯 7月9日,康佳彩电业务以深圳康佳电子科技有限公司新身份在深圳发布全新战略及秋季新品V1、R2。

在发布会上,康佳集团总裁周彬表示:“作为康佳38年发展的根基和品牌的载体,电子科技公司在新的发展时期更承载着康佳一系列不可或缺的重要作用。”

深圳康佳电子科技有限公司董事长兼总经理常东表示:“电视是我们的业务核心,是‘科技创新’出发点,是‘模式变革’的着力点,是康佳集团的品牌基石,承载着集团‘科技+产业’战略的具体落地。对电视业务,我们坚定不移。”V1是一款OLED电视,搭载杜比视界(Dolby Vision)HDR影像技术、双核A73+双核A53的CPU,率先使用8K的超级解码,

足以应对未来5~10年的内容升级要求。V1使用全生态人工智能语音系统,不仅能控制电视,还能控制智能家居产品。

R2是一款全面屏电视。康佳R2采用特有的光学防蓝光技术,背光源使用的是最新研制的光学防蓝光LED灯珠,这种灯珠不发出415~455nm频段的有害蓝光,从源头上杜绝蓝光对眼睛的伤害。除了蓝光之外,另外一个严重损害观感享受的就是动态画面的丢失,俗称“拖影”。R2新一代变频电视通过芯片变频升级,实现MotionFlow再升级,更广泛地实现动态画面补偿运动变频。通过MEMC Pro实现运动降噪、减少光晕、字幕抖动等功能。全制式运动补偿让用户即便是看24帧电影,都一样丝般顺滑。(文 编)

TCL电子上半年电视销量 同比增长37.2%

本报讯 7月10日,TCL电子公布2018年第2季度及上半年电视机销售量。数据显示,TCL电子第2季度LCD电视机整体销售量较去年同期增长38.7%至6798884台;其中智能电视机和4K电视机销售量实现双提升,分别为4742524台及1956273台,同比增长56.5%及73.5%。同时,上半年LCD电视机整体销售量冲破千万台大关,达13173307台,同比增长37.2%。截至6月底,已完成全年销售目标2560万台的51.5%;其中智能电视机和4K电视机上半年的销售量和同比增幅显著,销售量分别为9382903台及3773486台,同比增长53.3%及69.4%。

在中国市场,TCL第2季度LCD电视机总销售量同比上升48.9%至2458580台。其中,智能电视机销售量占第2季度LCD电视机销售量的79.5%(不含ODM业务),4K电视机销售量占第2季

度LCD电视机销售量的53.0%(不含ODM业务)。上半年LCD电视机总销量为4888636台,同比增长26.4%;其中,智能电视机和4K电视机销售量分别占上半年LCD电视机销售量的81.5%(不含ODM业务)和53.2%(不含ODM业务)。TCL集团坚持精品战略,持续优化产品结构,在中国市场的产品竞争力不断增强。

在海外市场,TCL集团第2季度LCD电视机销售量同比上升33.5%至4340304台。上半年销售量同比上升44.4%达8284671台,海外各区域销量持续明显提升,北美市场保持稳定增长;新兴市场保持快速上升趋势;欧洲市场同比增幅显著,法国、西班牙、波兰等区域强势推动销售量上升。受益于海外市场的多年深耕,且持续聚焦海外重点市场,TCL集团全球化布局效果彰显,海外市场已成为其重要发展引擎。(文 编)

华映科技 上半年营收同比增长8.27%

本报讯 华映科技(集团)股份有限公司发布2018年6月营收简报,6月合并营收为3.83亿元,环比下滑3.28%,其中模组相关业务营收3.73亿元,环比下滑1.16%;盖板玻璃业务(科立视)营收297万元,环比下滑50.7%;面板业务(华佳彩)营收676万元,环比下滑45.5%。

2018年上半年,华映科技合并营收22.90亿元,同比增长8.27%;其中模组相关业务营收22.20亿元,同比下滑7.1%;盖板玻

璃业务(科立视)营收1748万元,面板业务(华佳彩)营收5228万元,盖板玻璃业务和面板业务双双同比大幅增长,因为2017年上半年科立视一期产线调整,营收大幅下滑;2017年上半年华佳彩仍处于项目建设期,出现了亏损。

2018年上半年,盖板玻璃业务已恢复正常运转和面板业务进入出货阶段,弥补了华映科技的核心业务——模组相关业务的下滑,让华映科技合并营收实现了增长。(文 编)

捷恩智液晶材料(苏州)有限公司总经理木部茂：

液晶面板业进入稳定期，应提供整体解决方案

随着液晶面板产业重心向中国大陆转移,配套企业在中国大陆兴起。有的外资企业决定退出中国市场,像日电电工(Nitto)则选择专利授权的方式参与偏光片项目;有的为了提升竞争力则将重心转向中国大陆,捷恩智液晶材料(苏州)有限公司就是一个典型代表。作为后者的捷恩智未来几年将如何面对液晶面板产能过剩的风险呢?

捷恩智将液晶材料重心 转向中国

捷恩智液晶材料(苏州)有限公司隶属于JNC石油化学株式会社,JNC石油化学株式会社是全球著名的TFT-LCD用液晶材料生产商,在全球同行业市场中排名第二。2014年度其市场占有率达到35%,仅次于默克。

JNC石油化学株式会社生产的液晶产品稳定、性能优良,在液晶电视面板领域具有非常大的优势。近些年,中国大陆不断新建高世代线为JNC石油化学株式会社提供了新机会。JNC石油化学株式会社很早就看到了中国大陆液晶面板的产

应对液晶面板 产能过剩风险

液晶面板的发展与应用密切相关。当前,智能手机、PC、平板等杀手机应用增速放缓,部分已经开始下滑。但是液晶面板产线却不断增多,随着产能的逐渐释放,有可能出现供过于求的现象。上半年电视液晶面板供过于求让液晶面板价格持续下滑,65英寸已经接近成本价了。

液晶面板价格压力正在传导到液晶材料领域,给液晶材料企业带来更大的成本压力。目前,有的液晶

材料企业通过推出创新性的产品来降低面板厂商的生产成本,进而提升材料的竞争力。木部茂认为,部分旧的应用正在萎缩,8K、车载显示等新应用又承担不起重任,现在液晶行业进入稳定期,如果要推动液晶面板行业发展需要材料企业和面板企业进行更多的努力和创新。目前,捷恩智正在整合液晶、光学补偿膜、OC(OVERCOAT)、配向膜等显示材料,尝试为客户提供稳定、高性能的整体解决方案。

同时,捷恩智也在积极布局新的应用市场。车载显示市场是备受关注的一个增长点。捷恩智在车载显示材料领域已经拥有20年的经验,木部茂指出,车载显示对液晶材料拥有更严苛的要求——第一响应速度要快,第二温度适应范围要广,在-40℃~120℃能够稳定工作。

此外,捷恩智还在布局新材料。中国投资了15条左右的AMOLED产线,随着这些产线的陆续量产将增加对OLED材料的需求。目前,国内外厂商正涌入中国OLED材料市场,希望分得一杯羹。木部茂透露,它们也在积极研发OLED材料,目前还处于研发阶段。(小林)