

出货增长价格触底 洗牌或将加速

——2019年上半年全球液晶电视面板市场总分析



群智咨询研究总监 张虹
资深分析师 刘建胜

2019 年全球经济增长不如预期,区域政治经济摩擦给全球经济形势带来了更多不确定性。同时,中国经济增速放缓,消费者购买能力下降,终端销售下滑,面板需求疲软。同时,面板产能维持高速增长,供需严重失衡,面板价格加速下跌,厂商运营及获利面临严峻挑战。全球电视面板行业面临着前所未有的困难局面。

电视面板产能面积 同比增长 12.2%

面板厂商特别是中国厂商对于高世代面板线的投资热情不减。2019 年有 3 条高世代 LCD 生产线陆续迎来量产爬坡,加之 2018 年量产产线陆续达成满产稼动,带动全球液晶电视面板产能面积维持高速增长的态势。其中京东方(BOE)全球首条 G10.5 代线和 CEC 成都 G8.6 代线均在第一季度达成满产稼动,华星光电(CSOT)的 G10.5 代线和惠科(HKC)滁州的 G8.6 代线上半年开始量产爬坡。根据群智咨询(Sigmaintell)统计数据,2019 年上半年全球液晶电视面板产能面积同比增长 12.2%,预计 2019 年全年将同比增长 8.8%。

出货规模增长 55 英寸市占率下降

根据群智咨询数据,2019 年上半年全球液晶电视面板出货规模为 1.4 亿片,同比增长 3.6%;出货面积达到 7734 万平方米,同比增长 10.4%。在需求不振的情况下,面对产能压力,面板厂商积极谋求出货增长,带动上半年的整体出货同比实现增长。但是出货的增速低于面板产能增长的速度,行业库存逐步走高,截止到 2019 年 6 月底,面板厂的整体库存已经超过 2 周,库存水位偏高。同时,由于终端销售不如预期,使得渠道及品牌的库存走高,第三季度的面板出货动力减弱。

从尺寸结构来看,上半年 32 英寸占比仍然处于高位;39 英寸~43 英寸尺寸段,整体份额稳定,其中 40 英寸减少,43 英寸增加,且随着 G10.5 增加供应,预计 43 英寸的市场份额

将迎来较大增长;中尺寸段 49 英寸快速收缩,50 英寸供应趋稳;65 英寸价格大幅下调,市场份额提升,55 英寸的市占率则出现下降,第二季度 55 英寸市场份额环比下降了 1.3 个百分点。

中国全球份额近五成 规模优势凸显

从面板厂商来看,中国面板厂在产能持续增长的推动下,在全球液晶电视面板市场中的占比不断增加,根据群智咨询数据,2019 年上半年中国面板厂出货数量占全球总量的 45.8%,占比近半,规模优势凸显。从 2019 年上半年出货数量的排名来看,京东方(BOE)、LGD 和群创光电分别名列前三,华星光电(CSOT)挤进前五,三星(SDC)排名第五。

京东方在 2019 年上半年出货数量达到 2760 万台,排名全球第一,但出货面积以微弱的差距次于 LGD 居第二。京东方的出货总体平稳增长,G10.5 拥有先发优势,并积极开拓高端市场,但由于第二季度 65 英寸及 75 英寸面板需求走弱,其出货面积增长呈现阶段性放缓。

LGD 的液晶电视面板出货数量达到 2265 万片,同比下降 4.5%,排名第二。在第二季度整体需求疲软的环境下,LGD 强化与战略客户的合作,出货面积超越 BOE 排名第一。

群创受益于差异化的产品策略,出货及运营状况稳定。上半年出货总量达到 2192 万片,同比增长 5.6%,数量排名全球第三,面积排名第四。

三星(SDC)聚焦高端大尺寸产品,但受海外品牌和中国客户需求走弱的影响,2019 年上半年的出货数量同比下降 10.6%,库存压力陡增。三星(SDC)策略性退出大尺寸 LCD 领域,下半年将关闭部分 G8.5 的产能,并将布局 QD OLED 新技

术,在运营愈发艰难的环境下寻求技术创新来突围。

华星光电(CSOT)排名挤进前五,G10.5 代线量产爬坡,其在 55 英寸以上的大尺寸产品供应将显著增长。但由于对 TCL 品牌过度依赖,不断增长的产能也成为严峻考验。

友达秉持大客户战略,生产和出货均表现比较稳定。

其他面板厂商,惠科滁州 8.6 代产线开始量产爬坡;中电熊猫(CEC Panda)对国际品牌出货稳定增长;彩虹光电(CHOT)依托与集团客户及中国品牌的合作,维持满产稼动;Sharp 的 G10 第一季度岁修,第二季度产能略有恢复,但是依然处于低位水平,整体出货明显下降。

价格双触底 面板厂盈利压力空前

需求增长动力不足与不断增长的面板产能之间矛盾日趋激烈,全球液晶电视面板市场供需严重失衡,电视面板价格在经过 2018 年下滑后继续向下探底。虽然第一季度末小尺寸面板价格出现短期反弹,但持续时间仅 1~2 月,第二季度价格再次向下调整,走出了双触底的行情。特别是第二季度中下旬,在中美贸易摩擦升级,国内“618”市场同比下滑等不利因素影响下,面板价格降幅扩大,不少尺寸面板价格已接近现金成本,使得面板厂承受巨大的亏损压力。

32 英寸方面,3—4 月份在面板厂策略带动下小幅反弹,但需求动力不足,市场供需过剩,面板价格再次探底,价格跌破 40 美金,上半年 32 英寸面板价格在去年底部价格的基础上再下降 10%。

39.5 英寸~43 英寸尺寸段,终端需求相对强劲,面板产能供应增长有限,价格相对稳定。上半年 43 英

寸 FHD 的累计降幅小于 5%,进一步拉大了与 40 英寸及 32 英寸的价差。随着下半年 43 英寸的供应,价格下行的压力大增。

49 英寸~50 英寸方面,49 英寸的产能快速收缩,50 英寸的供应产能趋于稳定,上半年的价格跌幅小于 10%。

55 英寸,面板需求疲软,价格急速下跌,上半年的累计跌幅达到 17%,价格快速接近现金成本。

65 英寸,G10.5 的产能释放,65 英寸及 75 英寸的供应能力大幅提升。虽然品牌在终端市场大力扩充 65 英寸的市场份额,但是需求增速远不及面板产能增长的速度,供需严重失衡,第二季度 65 英寸面板价格下降幅度扩大,今年上半年的整体降幅达到 14%。

面板行业或将 加速洗牌

随着主流尺寸面板价格陆续跌破现金成本,面板厂承受巨大的经营压力。2019 年第一季度开始,面板厂商的主营业务均已出现亏损。未来两年,依然有不少新的产能陆续量产,供应面积维持增长态势。而需求方面则面临着市场容量饱和和消费者购买力下降。群智咨询预测,在面板厂商不控制产能的情况下,供应与需求之间的鸿沟将继续扩大,面板市场或将面临较长一段时间内持续性供应过剩的风险。行业或将加速洗牌,优胜劣汰将在所难免。

此时,面板厂商应该做好持久战的准备,一方面要积极降成本,优化内部结构,开源节流提升成本竞争力;同时,要不断推动产品技术革新以及探索应用创新。而短期内,在不稳定的全球市场环境和连续亏损的状态下,我们建议面板厂商应慎重考虑合理控制产能,降低供应,这是推动供需平衡最行之有效的办法。

奥克斯海信等 24 款空调 制冷性能未达标

本报讯 北京市消费者协会 7 月 24 日发布 25 款家用空调产品比较试验结果,发现尽管所有样品一些关键性指标均达到标准要求,但所有样品均有指标实测值未达到或超过额定值。

此次比较试验样品由北京市消协工作人员以普通消费者身份从京东商城、天猫商城、苏宁易购、国美在线等网购平台购买,涉及 16 个品牌的 25 款标称 1.5 匹的样品。经测试,所有样品额定制冷量、额定制冷消耗功率、额定中间制冷量、额定中间制冷消耗功率、制冷季节能源消耗效率(SEER)指标均达到标准要求,但所有样品均有指标实测值未达到或超过额定值。

本次测试发现,制冷量实测值

全部达到标准要求,但只有“海尔”一款样品达到产品额定值 3500W,其余 24 款样品均没有达到企业产品明示值,包括“格力”“美的”“奥克斯”“海信”等知名品牌。

制冷消耗功率实测值全部达到标准要求,“LG”等 3 款样品较省电,实测值低于产品明示值。额定中间制冷量实测值全部达到标准要求,“奥克斯”“科龙”“长虹”等 7 款样品实测值低于产品明示额定值。

制冷季节能源消耗效率实测值全部达到标准要求,“小米”“扬子”“新科”等 13 款样品实测值低于产品明示额定值。此外,额定中间制冷消耗率实测值全部达到国家标准要求,有 19 款样品实测值超过额定值。

(文 编)

韩国 OLED 面板 对日出口创新高

本报讯 韩国信息通信企划评价院 24 日表示,6 月 OLED 面板对日出口为 1320 万美元,同比大幅增加 129.2%,创下单月历史新高。

同期,LCD 面板对日出口同比减少 28.9%,但面板整体出口额达 3020 万美元,为历史最高水平。特别是,与 2016 年同期相比,全球 OLED 面板出口从 5.3 亿美元略增至 6.1 亿美元,但对日出口大增 60 倍以上,为 1320 万美元。从出口对象国来看,对华出口同比减少 28%,对越南和墨西哥出口分别同比减少 10.2%和 78%。

韩国面板对日出口从今年 5 月起出现增加。5 月出口环比增

加近 4 倍,并首次突破千万美元大关,为 1270 万美元。分析认为,日本电视厂商或在日本政府出台出口管制措施前大量采购面板以保证市场不出现缺口,因此 5 月和 6 月出口额出现大幅增加。

LG 显示器公司表示,日本限制出口高纯度氟化氢材料将影响到 OLED 面板生产。特别是,高端产品原材料对日本依赖程度较高。业界人士表示,LG 显示器在 OLED 面板生产方面保持垄断地位,因此日本 OLED 电视厂商对韩国的依赖程度较高。这也是日本 OLED 电视厂商谴责本国政府采取对韩限贸措施的原因。

(文 编)

LGD 出资 26 亿美元 加码 OLED

本报讯 韩国显示器面板制造商 LG 显示公司(LG Display)近日表示,它将对位于韩国的有机发光二极管(OLED)面板生产线投资 3 万亿韩元(约合 26 亿美元)。

LG 显示公司是苹果产品显示器面板供应商,实际上该公司此前曾作出过这方面的预报。当时该公司表示,在市场对智能手机和科技产品需求总体上表现出疲软之际,它将在 2019 年大举投资 OLED 面板。

这家韩国显示器面板制造商在一份声明中表示,它将继续提高

在 OLED 电视市场中的领先地位。为了应对来自中国液晶显示器(LCD)面板制造商的竞争,LG 显示公司的显示器面板生产技术正在进行转型,也即从主要生产 LCD 面板转向生产下一代 OLED 面板。

韩国当地媒体在去年报道称,LG Display 被选为苹果 iPhone 的第二家 OLED 屏幕供应商。在这之前,Samsung Display 是 iPhone OLED 屏幕的唯一供应商。LG Display 此前发布预警称,2019 将是艰难的一年,公司大力投资 OLED 面板恰逢智能机和科技设备的整体需求处于疲软之际。

(文 编)

京东方武汉 10.5 代线 有望 9 月点亮

本报讯 安徽省近日公布该省面板产业运营情况表示,全球第一条最高世代 TFT-LCD 生产线——合肥京东方 10.5 代厂已达产能满载,月投入玻璃基板达到 12 万片,在 65 英寸、75 英寸市场全球出货量排名第一。此外,京东方武汉 10.5 代液晶显示器生产线有望 9 月点亮。

据了解,2015 年,京东方在安徽合肥自主投建 10.5 代线。10.5 代线是全球最高世代线,也是全球首条,设计产能为每月 12 万片玻璃基板。

此外,据了解,投资了 460 亿元的京东方武汉 10.5 代液晶显示器生产线,有望在今年 9 月份点亮。

(文 编)

三星加速韩国 FMM 国产化

本报讯 三星显示最近要求正在从事韩国 fmm 开发项目的公司提交额外的开发任务并索取样品精细金属掩膜板(FMM),FMM 是生产中小型 OLED 所必需的关键部件,确定智能手机高分率的关键因素之一。

FMM 是比纸更薄的因瓦金属。在高温蒸发器中蒸发的有机材料通过 FMM 并粘附到基板上以形成像素。

三星显示与日本 DNP 签订了

独家供应合同,用于生产中小型 OLED。同意 DNP 仅提供可以达到一定分辨率的 FMM 厚度、孔尺寸和角度。DNP 为中国面板制造商提供了 FMM,但其性能比提供给三星显示器的 FMM 低一步。

日立金属和 DNP 拥有日立金属和 DNP 最好的超钢材料技术,可在高温沉积过程中形成超薄膜而不会出现下垂现象。出于这个原因,韩国公司正试图通过应用新技术对其进行本地化。

(文 编)

