

# 日韩疫情将扰动显示产业链？



本报记者 谷月

韩国和日本的新冠肺炎疫情正在快速扩散。两国在全球显示产业链有着举足轻重的地位,上游材料和设备多来自日本,韩国LCD面板和OLED面板市场份额分别达到20%和95%。基于韩国、日本在显示产业链上的分工和优势,此次疫情升级势必对中国显示产业链产生影响。

## 下游终端影响最大，手机面板面临供应短缺

韩国是全球 AMOLED 显示器件(面板)的最大供应地,占2019年全球市场份额的95%,今年的产能虽有所降低,但也占全球市场的70%左右。另外,韩国是全球 AMOLED 显示材料和装备的主要生产地,聚酰亚胺盖板、折叠屏专用铰链以及激光退火设备、柔性可折叠模组组合设备等关键材料和设备均由韩国企业供应。

日本则是全球显示上游材料和设备的主要生产基地,光学基膜、湿化学品等上游材料以及 OLED 材料蒸镀设备等大多在日本生产。

中国与日韩的显示产业链上中下游企业互相依托,依赖度较高,是国内产业链不可忽视的一环。日韩

作为中国重要的贸易伙伴,如果受疫情影响采取封城措施,企业停工、物流停运、出口减少,将直接冲击我国显示产业链的供应端。

“日韩在上游的IC制备原材料、中下游的存储芯片和面板等领域占有很高的市场份额。一旦疫情在这两个国家快速蔓延,将会影响到相关企业的正常生产和运输,从而加剧国内相关上游原材料、中下游成品的涨价和断供风险。”中国首席经济学家论坛副理事长褚建芳表示。

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,如果日韩新冠肺炎疫情影响进一步扩散,对我国乃至全球显示产业的影响都

是巨大的,可能导致产业链断裂。

2月28日,中国光学光电子行业协会液晶分会发表了致显示业界同仁的公开信,呼吁大家关注日韩疫情,力所能及地向日韩同行企业提供防疫经验和扶助支持。

虽然目前尚未有消息表明,日韩的上游显示材料或装备企业受新冠肺炎疫情影响减产或停产,但可以肯定的是,如果疫情得不到控制,韩国的手机面板供应将会短缺。

胡春明表示,韩国的疫情暂时不会对中国显示面板行业带来影响,这是因为韩国疫情相对集中在大邱地区,该地区材料的配套企业比较少。目前最受影响的反而是下游终端,如三星龟尾市的手机生产

如果日韩受疫情影响采取封城措施,企业停工、物流停运、出口减少,将冲击我国显示产业链。

工厂。

随着韩国新冠肺炎疫情的升温,三星和LG的面板产能出现了不同程度的供给问题。据报道,3月1日,刚复工不久的位于龟尾市的三星手机工厂再度确诊一名新冠病毒患者,宣布暂时停工。与此同时, LG Display 位于龟尾市的一座手机显示屏厂此前也宣布停工。此外,龟尾市的电子工业区有数间LG电子的电视工厂,三星手机 OLED 面板生产线 E5 工厂也位于该市。

据了解,苹果、三星以及中国众多手机品牌,都采用过三星、LGD 的手机屏幕。如果韩国疫情得不到快速、有效的控制,全球多个手机品牌将受到影响。

在面板采购的旺盛需求延续不变的情况下,有限的产能或将加剧面板行业供需紧张的局面。

## 全球面板供给减少，面板价格或将上涨

韩国和日本深耕显示产业上游材料和先进部件的布局。面板产业更是韩国的一大重要支柱产业,市场上大多数的 LCD 和 OLED 面板基本来自中韩两地。

此前因中国大陆面板厂持续扩张产能,而终端市场需求有限,导致面板价格一路下滑。在这种市场环境下,三星、LGD 等企业减少或关闭旗下 LCD 液晶面板厂等举措,降低了液晶面板产能,转向附加值更高的手机、车载液晶等面板的研发和生产。

根据消息,LGD 将在2020年底关闭韩国本土的 LCD TV 面板产能,仅保留产能210K/月的广州产线。同时,三星也计划于2021年底前关停其所有的 LCD TV 产线,友达、华映、松下等厂商也纷纷减产。

在日韩开始有意识减产 LCD

面板的情况下,全球面板的供给正在减少。

“今年面板供给的增长幅度仅有4%,远低于去年7%的水平。海外地区疫情超预期发展,更加剧了面板供应紧张的局面,可以预测2020年显示面板市场将会迎来上行发展。”胡春明说。

IDC 调查显示,今年2月面板产业延续了供给减少的态势,电视、笔记本电脑、监视器等应用面板的报价普遍出现小幅上涨。

除了供给,影响价格的因素还有需求。

从下游市场需求来看,2020年的欧洲杯和东京奥运会等国际重大赛事对行业有着积极影响,显示终端尤其是电视的需求将有较大幅度的增长,从而导致面板价格上涨。

海尔智家 APP 等多个平台同步开启直播,取得了1场直播带货2833万元的成果。

2月21日,苏宁易购开启连续12小时直播的“超市播计划”,明星店员搭配网红主播,实时线上带货。这期间,共有3280家门店参与直播,开播34000余场。

2月17日,美的空调“2020美云销新春直播订货会”通过官方直播间与全国渠道客户见面。订货会直播3小时,累计订单销售额超过13亿元,在线人次突破68万。

家电企业开展线上发布会以及直播带货,一是需求契合,对接了面临业绩压力的线下商家和宅在家里需求得不到满足的用户;二是实现了无接触、云体验、随时互动交流、在线答疑解惑的优势升级。但从整体看,有优势也有限制,毕竟大家电单品价值高、专业性强,消费者选择较为理性,不易受主

播影响而冲动消费。

奥维云网总裁郭梅德向《中国电子报》记者表示,未来,家电直播带货的形式仍待优化,当下直播更像是实体店的互联网化,是特殊时期的拉升举措,如何延续直播的吸引力,维持住流量和成交量,做好用户服务和口碑管理仍待进一步思考。

### 寻求转型发展,任重道远

对于未来家电市场的走势,郭梅德表示,疫情对于一季度家电销售影响较大,二季度市场出现回弹,消费者的需求最早可于五一节释放,“618”将成为重要的消化节点。长期来看,家电业近两年库存控制的合理性,有可能导致后半年市场复苏时出现供给不足带来的价格升级。

各家电品类面临不同的市场机遇,需要积极调整应对。彩电品类

应在产品尺寸、功能、设计、价格上不断尝试,寻求出路,将智能型产品作为研发方向。同时,应关注线上渠道的价值,以及线上线下的协调运作。奥维云网预计2020年彩电线上市场份额将继续增长,销量占比有望达到64%。

在“多通风”的需求之下,消费者对于新鲜空气的关注度进一步提升,具有净化PM2.5、除菌、除尘、加湿、提高含氧量等功能的健康空调产品热度升高,清洁类空调市场渗透率将进一步提升。随着新能效标准的推进,空调产业将加速推进变频节能产品的普及。

受居民的健康防护意识快速提高的影响,具有高温除菌、清洁功能的健康洗涤产品将受到青睐,例如具备高温洗涤程序的滚筒洗衣机以及加热洗的波轮洗衣机将成为市场热点产品。随着健康概念的普及,

“争取2020年销售存储主控芯片1亿颗”——这是近日康佳在公告中为其控股公司康芯威定下的目标。此前,康佳宣布由半导体科技事业部规划、康芯威开发的首款嵌入式存储控制器芯片KS6581A已量产出货10万颗。

近几年,康佳、格力、格兰仕等老牌家电代表都将业务拓展到芯片领域,家电企业为何集体“造芯”?不同家电企业做芯片又有何特点?

## 家电企业“芯”事重重

本报记者 张一迪

### 量产背后的“芯”路历程

康佳存储器控制芯片10万颗量产的背后有着近4年的铺垫。2016年,康佳迈出了进军芯片领域的第一步——成立中康存储科技公司,一家专门销售 DRAM、EMMC 等存储类产品的合资企业,仅用了一年的时间营业额就突破了50亿元。据了解,该公司股东萧永松深耕存储产业30多年,有丰富的半导体行业投资经验。

有了一定积累,康佳在2018年5月宣布战略转型,成立半导体科技事业部,全面布局半导体设备、材料、设计、制造等全产业链,更是放出“用5~10年时间,成为中国前10大半导体公司,年入百亿元”的豪言。同年11月,康佳再次加码,成立康芯威,开始自主研发设计 eMMC 存储主控芯片,主要功能是控制嵌入式存储器,可用于智能手机、平板电脑、智能电视等智能终端。

记者从赛迪顾问集成电路产业研究中心分析师杨俊刚处了解到,全球范围内,康佳布局的存储主控芯片需求主要来自于我国的生产厂家,但是国产品牌市场占比较小。

赛迪智库集成电路所产品与系统研究室主任葛婕在接受《中国电子报》记者采访时指出,国内存储主控芯片有80%~90%的市场来自三星、海力士、美光等半导体龙头企业。

发力半导体业务转型前的康佳正经历着营收下滑,连年亏损的艰难阶段。第一批自研芯片量产的消息放出,让康佳在资本市场上赢得了不少收益,股价狂飙,连日涨停。

“康佳集团的转型逻辑,是进一步培育非家电业务。这是其资本价值迅速提升的根本原因。”家电资深观察人士刘步尘在接受《中国电子报》记者采访时表示。

### 家电企业向“芯”出发

在家电企业跨行“造芯”

## 泰嘉光电超薄玻璃基板深加工项目正式开工

**本报讯** 近日,浙江省扩大有效投资重大项目集中开工仪式湖州分会场在南浔产业新城举行,项目一期投资达160亿元的浙江泰嘉光电科技有限公司超薄玻璃基板深加工项目正式奠基开工。泰嘉光电超薄玻璃基板深加工项目由华夏幸福与南浔区政府合作引进,于去年9月签约。

的路上,康佳并不孤单,格力、TCL、等业内头部品牌都将公司业务范围拓展到了半导体领域。

在光电应用方面,2019年,TCL集团宣布更名为TCL科技,聚焦半导体显示及材料业务。日前,TCL华星与三安半导体成立联合实验室,聚焦于 Micro LED 显示技术开发。

在白电领域,2018年,格力集团总裁董明珠曾公开表示,未来将至少投资500亿元资金,用于自主研发空调芯片。2019年9月,格兰仕宣布与SiFive China联合开发了新一代物联网芯片BF-细溜,并已应用于包括微波炉、空调、冰箱等16款新产品上。

杨俊刚指出,研发芯片的家电企业主要分为两个方向,一是从自身主营业务需求出发,瞄准芯片业务的发展方向。比如美的与三安集成共同研发的第三代半导体功率器件,可广泛应用于空调的变频组件中。二是从上游设计入手。与纯芯片设计公司相比,家电企业与客户联系更紧密,更清楚用户的需求,同时芯片设计不像制造和封测,不需要重资产大规模的设备、场地和资金投入。

刘步尘认为,目前来看,大部分家电企业的芯片布局都比較单一,尚未形成产业纵深,产业链优势不明显,不过康佳在半导体产业上的布局较为完整。

娱乐电子产品形态丰富化的今天,部分传统家电的功能正在逐步被替代,家电从强消费向弱消费过渡;互联网品牌进军家电圈,进一步挤压了传统家电企业的市场份额;物联网、人工智能等新型技术兴起,让老牌家电不得不通过转型来提升自身价值。

葛婕认为,通过自研芯片,家电企业可以在整机芯片形成差异化优势。

“从资本市场来看,头部企业可以通过自研芯片增加亮点和话题。在应用方面,目前很多电器都有智能化和电子化的需求,自研芯片可以让企业更好地把握未来产品形态。”葛婕说。

机、杀毒率98%的消毒柜等产品,这些也是当前消费者的核心需求。海信推出具备制暖、除湿、抑制霉菌功能的中央空调新品,帮助消费者更健康地度过这个特殊的春日。

业内人士对家电业的整体发展表示乐观。中国家用电器协会副理事长徐东生在接受《中国电子报》记者采访时表示,家电业属于实体经济,抗风险能力较强。近几年智能化生产不断发展,企业自动化生产效率较高,生产方面受到的负面影响有限,一旦恢复生产,产业也有能力及时补上此前落下的产能。

“目前的状况只是暂时的,只要应对得当,未来随着疫情的好转,经营也会有所改善。如果顺势调整,反而能倒逼头部企业加速向工业自动化转型,从而更好地适应未来的市场竞争。”徐东生说。

同时,家电企业应重组渠道,提升运营效率,为疫情防控阻击战之后的市场攻坚战做好准备。

个别企业已然采取措施。海尔目前复工复产的产品以健康家电为主,比如可以实现高温杀菌的空气洗洗衣

(上接第1版)本次疫情让消费者宅在家里,线上直播成为大众关注的焦点,各家电企业和渠道已快马追上,直播卖货成为行之有效的应对策略。

家电企业直播,目前为止有三种方式,一是由厂商或厂商联合销售平台直播发布新品,二是厂商和渠道自主或联合面向消费者进行直播促销,三是厂商面向代理商、经销商开展直播订购会。

2月27日,TCL2020春季新品线上发布会召开,TCL实业控股CEO王成携电视、冰箱、洗衣机、空调、智能锁等全品类智能科技产品亮相。

2月29日,“格力电器直播盛宴”开启,多款特价产品上线,包含家用空调、中央空调、冰箱、空净等多品类产品;海尔冰箱让销售总监、直销员化身主播,在抖音、直播、