

夏普并购 JDI 意在 Micro LED?



本报记者 谷月

8月28日，鸿海集团旗下日本面板厂夏普与日本显示器公司(JDI)白山LCD面板工厂签订了最终协议。停工一年后，JDI终于得以喘息。不过，夏普的日子也并不好过。在液晶面板领域，夏普已逐渐失去话语权。业内人士指出，鸿海集团希望通过夏普收购JDI来实现与苹果间更加紧密的合作，并为其在日后打入苹果高端面板供应链作准备。

鸿海集团终于如愿

由索尼、日立和东芝三家联合成立的日本液晶显示“独苗”——JDI终于将其麾下的白山LCD面板工厂转售出去。

8月28日，JDI官网上显示，其白山工厂和土地将以3.9亿美元出售给夏普。而该工厂的LCD面板生产设备将以2.85亿美元出售给海外客户。业界推测，该海外客户为苹果。据了解，JDI通过出售白山工厂、土地、设备获得的6.75亿美元，

将全部用来偿还苹果债务。

业内人士认为，JDI作为苹果iPhone手机LCD屏幕的长期供应商，因为苹果而起势，也因为孤掷一注，没有跟上苹果向OLED转型的脚步，而使自己陷入困境。

事实上，近几年JDI的日子一直不好过。业绩连亏、面板厂停运、扩大裁员、社长辞职等一系列负面消息接踵而来。为了止损，JDI早在2017年就开始寻求买家，而当时的

潜在买家就包括夏普背后的支持者——鸿海集团。

据业内人士透露，当时鸿海集团有意取得日本官民基金“产业革新机构(INCJ)”所持有的35%JDI股权，并将在2018年3月底完成相关手续。

JDI甚至已通过某金融结构向鸿海集团探询出资意向。不过此后，该收购一事不了了之。值得注意的是，那时鸿海集团刚于2016年完成对夏普的收购。

郭台铭一直希望能拿下苹果iPhone手机面板订单，完成其产业版图的又一次飞跃。

这次，鸿海集团终于通过夏普以近四亿美元的价格，再次收购JDI白山工厂，这似乎显示出鸿海集团创始人郭台铭对该日本液晶屏幕大厂的“情有独钟”。CINNO Research高级分析师刘雨实分析称，作为苹果代工厂，鸿海集团已经不再局限于只做一个生产商，郭台铭一直希望能拿下苹果iPhone手机面板订单，完成其产业版图的又一次飞跃。

如夏普继续租用苹果公司从JDI工厂购入的设备，可以使其和苹果的关系更加深入。

5.4%、5.1%、3.2%。

“目前，夏普的智能手机面板供应能力较弱，如果将群创、JDI和夏普的市场份额加在一起，则有可能超过天马(12%的市场份额)，成为第三大智能手机面板供应主体。”中国电子视像行业协会副秘书长董敏在接受《中国电子报》记者采访时表示，苹果iPhone到底会不会全面采用OLED面板，虽然目前还是众说纷纭，不过苹果低端入门款的iPhone短时间内仍会采用LCD面板。而JDI与夏普均为苹果手机的主要供应商。收购JDI白山工厂，一方面夏普可以继续承接JDI白山

工厂的原有订单，尤其是对苹果低端手机屏幕的供应，业绩上会有明显提升。另一方面，如果夏普继续租用苹果公司从JDI工厂购入的设备，可以使夏普和苹果的关系更加深入，并有机会延伸至苹果的高端手机供应链。

显示器供应链顾问公司DSCC驻亚洲代表田村喜男曾指出，假设稼动率为80%，良率为85%，以6.1英寸LCD换算，JDI白山工厂的年产能将达5000万片。而以每片面板获利5%来看，每年可为夏普带来150亿日元的利润。也就是说，夏普3年左右就可收回投资成本。

夏普买下JDI白山工厂的主要目的应该是为了投资Micro LED等次世代面板。

值得一提的是，目前苹果正在研发眼镜型穿戴装置产品。

刘雨实指出，头部企业的产品需求带来了市场影响力。在苹果带动Micro LED产品成长的同时，夏普也将积极拥抱苹果等头部企业带来的产业趋势，扩大产能，享受未来产业价值上升、产业红利外溢的时刻。

夏普董事长戴正吴强调，买下JDI白山工厂，不管在扩充产能的尺寸预估会扩大至10英寸。

或是在下一世代显示器的开发上，对夏普整体显示器事业都有加分效果。

“接下来，夏普还需要进一步确认其在小尺寸面板中的战略地位，以及在技术竞争中卡位的紧迫性。夏普必须通过更多专利布局和资本参与，来加码下一代显示技术的研发和新产线的建设，从而确保夏普与鸿海集团系在手机供应链中的头部位置。”董敏表示。

意在投资 Micro LED 等次世代面板

有专家分析称，夏普买下JDI白山工厂的主要目的应该不仅仅是为了增加用于iPhone上的LCD产量，而更多的应该是为了投资Micro LED等次世代面板。

近日有消息称，夏普将于今年10月份重组其LCD面板事业部，筹集下一代面板研发资金。并计划将白山工厂作为下一代面板研发、生产基地。据分析，其研发目标有可能是Micro LED技术。

据报道，近日夏普旗下的夏普福山半导体已制出Micro LED面板产品，并将于2023年实现量产。其主要应用市场是眼镜型AR/VR等穿戴装置。

此外，JDI也正进行Micro LED的研发。2019年11月28日，JDI宣布已研发出被视为次世代面板的Micro LED面板产品。据JDI方面表示，其量产产品的尺寸预估会扩大至10英寸。

值得一体的是，目前苹果正在研发眼镜型穿戴装置产品。

刘雨实指出，头部企业的产品需求带来了市场影响力。在苹果带动Micro LED产品成长的同时，夏普也将积极拥抱苹果等头部企业带来的产业趋势，扩大产能，享受未来产业价值上升、产业红利外溢的时刻。

夏普董事长戴正吴强调，买下JDI白山工厂，不管在扩充产能的尺寸预估会扩大至10英寸。

或是在下一世代显示器的开发上，对夏普整体显示器事业都有加分效果。

“接下来，夏普还需要进一步确认其在小尺寸面板中的战略地位，以及在技术竞争中卡位的紧迫性。夏普必须通过更多专利布局和资本参与，来加码下一代显示技术的研发和新产线的建设，从而确保夏普与鸿海集团系在手机供应链中的头部位置。”董敏表示。

京东方创新解决方案亮相2020服贸会 赋能智慧生活

本报讯 近日，2020年中国国际服务贸易交易会(简称“服贸会”)在北京开幕。各种高精尖的高新技术成果，为观众带来一场极具科技感的服务贸易盛会。京东方携8K超高清显示，以及智慧教育、智慧办公、智慧家居、智慧文博等创新解决方案亮相现场，让人们感受到智慧生活的新体验。

在5G通信服务专题展上，京东方智慧教育解决方案展现了全新的数字化课堂。在教室里，搭载显示解决方案的智慧黑板拥有海量教学资源，教师可以采用文字、图片和视频等多种方式展开教学，让师生互动更加生动、有趣。同

时，京东方8K超高清解决方案，还可以实现教育资源共享。在现场，京东方通过8K摄像机拍摄课堂实况，采用自主研发的8K视频编解码算法以及HEVC/H.265视频压缩技术进行影像处理，并结合5G等通信技术实时传输超高清教学内容，让学生即便在异地也能共享优质资源。

京东方智能会议解决方案通过数字化展览，赋予艺术品更鲜活的生命力。使人们不去博物馆，也能身临其境地参观历史文物。京东方8K百变屏展示着文物藏品和书画佳作，参观者可以根据个人爱好，点击屏幕查看文物介绍，在展会现场吸引了大批

频会议，实现远程办公。通过搭载软件管理系统，京东方智能会议桌牌和会议门牌还可以一键式智能更新会议桌签内容，实现无纸化办公。如今，京东方智慧办公解决方案已覆盖办公的各个场景，为人们带来高效便捷的智慧办公环境。

在文化服务展区，京东方智慧文博解决方案通过数字化展览，赋予艺术品更鲜活的生命力。使人们不去博物馆，也能身临其境地参观历史文物。京东方8K百变屏展示着文物藏品和书画佳作，参观者可以根据个人爱好，点击屏幕查看文物介绍，在展会现场吸引了大批

参观者驻足体验。

在服贸会期间，高通携手中国国家地理，为参观者展示了基于骁龙865平台的5G智能手机拍摄的8K野生动物主题纪录片。通过京东方75英寸8K画屏，纤毫毕现地展示了大自然的万紫千红和野生动物的活泼灵动，让参观者体验到无比真实的临场感，感受到震撼的8K视听体验。

科技创新日新月异，应用场景形态万千。京东方软硬融合的物联网创新解决方案正加快应用于每个角落，为人们搭建通往智慧生活的桥梁，满足美好生活向往。(文编)

显示器做为消费者工作和生活中不可或缺的人机交互工具，被广泛应用于日常办公、游戏电竞、影音娱乐等各个场景中，由此也派生出众多不同的细分市场。近年来，随着显示器用户年龄结构、使用偏好、使用场景等属性的迁移和变化，上述三大类用户群的产品偏好、品牌偏好、价格偏好也展现出有趣而多元的变化趋势。

特别是自今年上半年以来，居家防疫成为新常态，用户的居家办公、学习、娱乐等需求被进一步激发。生活模式的变化又对用户使用显示器的行为和偏好产生了影响，在这种变化中蕴藏着显示器产品升级的新趋势。

显示器产业十大趋势

趋势一：居家办公需求提升 用户增量扩大

根据京东显示器用户大数据，在过去的12个月，线上显示器用户规模维持着两位数的增长。居家防疫促进了线上消费的便利性和安全

趋势二：不同用户群个性化需求凸显

不同类型的用户群体呈现出不同的个性化需求：一是日常办公显示器用户是主力群体，多为轻熟龄城市青年，且女性用户占比高，对产品价格敏感度不高；二是游戏电竞用户倍

增，多为大学生和小镇青年，该类用户是典型的“产品控”；三是专业办公显示器用户增速高于市场均值，理性的城市精英对大尺寸和超宽屏有强烈的刚性需求。

趋势三：电竞显示市场需警惕“两个陷阱”

一是低价陷阱。导致电竞显示器均价下降的原因，一方面是成本下降，另一方面是过度竞争。此外，用户流量与实际销售额的错位也表明了过度竞争带来了低价陷阱。

趋势四：电竞显示器用户产品偏好“聚焦化”、“集成化”

对于游戏电竞市场，用户对产品和性能偏好将趋于“聚焦化”和“集成化”。如4K、高刷新率、HDR/Type-C等。

趋势五：HDR用户群呈扩大趋势，搜索率大幅增长

疫情下，宅家游戏和观影的需求大幅增长，消费者开始倾向于购买画面效果更好的HDR显示器。随着市场需求被激发，HDR显示器

线上市场规模呈现翻倍增长。从用户搜索率来看，除专业办公显示器用户外，电竞显示器用户对HDR功能的搜索率大幅提升。

趋势六：HDR市场的四个机会

一是产品升级。3800~6800元价格段产品的用户，其需求潜力未被激发，产品存在升级机会。

二是单品效率提升。品牌商和渠道商应重视提高144Hz HDR产品的销售效率。

趋势七：Type-C将成为不同用户群“强需求”

Type-C做为万能接口，其主要优势分别为：具有强大的兼容性；传输和充电速度的提升；支持手机向其他设备反向充电；简化周边设备。

在过去一个季度内，普通办公用户对Type-C的搜索指数暴增650%；专业办公用户的搜索指数增长超80%；游戏用户的搜索指数增幅也十分迅猛。

趋势八：面板市场低价竞争成过去式

韩国面板厂的赛道转移，对全球LCD显示器面板市场的影响不仅体现在竞争格局方面，更体现在面板厂的竞争心态和策略方面。

预计未来，显示器面板的低价竞争将成为过去式，面板厂商也更趋于理性，此后将致力于通过稳定价格和升级产品来提升盈利空间。

趋势九：面板资源增加，超宽屏迎进阶式发展

超宽屏俗称“带鱼屏”。目前16:9虽仍为显示器的主流比例，但从2020年开始，超宽屏显示逐渐成为未来显示器屏幕发展的一个重要进阶。目前，超宽屏供应主要以韩

系面板厂为主，但中国大陆与中国台湾面板厂也在开发宽屏产品。随着面板供应资源的增加，超宽屏成本及价格将迎来较大幅度调整，出货规模也将进一步提升。

趋势十：C2M模式成捕捉个性化需求的有效解决方案

C2M模式是一种新型工业互联网电子商务的商业模式。在显示器行业，C2M反向定制模式是以海量用户数据为基础，通过多维交叉分析绘制用户画像，对潜在消费需求进行相对精准的预测，发现新增长点后再与上游供应商、品牌商共同合作，研发新品并形成销售。

如京东的JC2M智能制造平台，就是通过线上用户消费大数据和舆情

大数据，洞察、挖掘用户个性化需求。此外，京东以包销定制的模式，促使更多品牌加入中高端显示器的生产环节，将以往的2K/4K、曲面、带鱼屏等高端产品价格拉下神坛，让用户以相对合理的价格享受更优质的商品。同时，该模式也推动了许多全新的显示器细分品类的诞生，为消费者提供了更多元的显示器产品，开拓了消费者的使用场景和潜在需求。

(报告来源：群智咨询)