

# 韩国退出,国内产能尚未集中释放

## 液晶面板将维持涨价周期



本报记者 卢梦琪

在液晶领域,中国大陆面板厂商的实力正在不断增强。受韩国产能退出以及国内产能爬坡还需时日,导致供应紧张影响,近半年来,液晶面板维持涨价周期。业内人士均认为,此轮涨价周期呈现结构化趋势,但价格涨幅呈逐渐收窄趋势,未来至少会持续至今年年底。因此,从面板到终端,全产业链如何谨慎灵活应对并平稳度过此轮周期成为近期的重要课题。

### 价格涨幅逐渐收窄

近日来,液晶面板的价格已经继5月以来,连续四个月上涨。5月,部分尺寸涨幅已经超过30%。

群智咨询TV面板资深分析师刘建胜在接受《中国电子报》记者采访时表示,决定价格走势的核心就是供需关系,目前的液晶面板价格上涨趋势也是供需关系中供不应求现状带来的。

据群智咨询数据,在面板厂商的获利意愿驱动下,7月主流尺寸面板价格大幅上涨。而8月开始为液晶面板备货高峰期,大尺寸液晶面板产能总体供应偏紧。

具体到TV应用,8月整机和渠道商备货需求强劲,而供应端新增产能爬坡不如预期,且面板厂产能持续向获利性更好的应用转移,面板整体供应产能增长有限。尤其是受海外“黑五”及“圣诞节”备货旺季需求拉动,全球液晶TV面板需求维持强劲。

因此,第三季度全球液晶TV面板市场呈现明显的供应短缺。液晶TV面板价格维持大幅上涨,涨幅再超预期。

随着海外旺季备货进入尾声,且预计面板价格的快速上涨对终端需求影响逐步显现,预计9月,液晶TV面板价格依然维持上涨趋势,但涨幅有所收窄。

从分尺寸表现来看,32英寸领域供应紧缺,8月价格大幅上涨5美元,预计9月上涨3美元。

在39.5英寸~43英寸领域,8月上涨7~10美元,预计9月涨幅收缩至5美元;50英寸海外备货需求强劲,8月大幅上涨10美元以上,预计9月涨幅回落至10美元以内;55英寸的内外销备货保持积极,8月涨幅超10美元,预计9月回落至10美元以内。

在大尺寸方面,海外备货保持旺盛,8月65英寸及75英寸均价上涨9美元,预计9月涨幅收窄至5美元。

综合近几个月来的整体表现,此轮涨价周期存在结构性差异。第一个表现是低端产品的涨幅较大,约为20%~30%甚至40%~50%,高端产品涨幅则相对较小;二是32英寸等小尺寸涨幅较大,而65英寸等大尺寸涨幅较小。而这和需求旺盛与供应端库存有效去化、液晶TV面板产能环比并未大幅增长共存有关,预计液晶TV供需关系将在2022年进入偏紧状态。

### 产能扩张促供应稳定

虽然供应紧张,但京东方、TCL华星的液晶面板领导地位已经巩固,且产能也在稳步爬升中。

面积会下降1500万平方米。而从需求看,现在大尺寸液晶主要的应用还是以TV为主,从数量上看,需求是增长的。同时TV平均尺寸会以每年1~1.5英寸左右的增速持续增长,因此从面积的角度看,液晶面板的需求同样持续增长。

业内人士预计,液晶面板至少到明年都不会出现显著的供过于求情况。虽然供应依旧紧张,但京东方、TCL华星的液晶面板领导地位已经巩固,且产能也在稳步爬升中。

Omdia数据显示,2020年第二季度,京东方继续保持大尺寸液晶面板出货量的领先地位,以28%的出货量和21%的出货面积份额领先。群创光电以15%、TCL华星以13%的出货面积份额紧随其后。

TCL华星在大尺寸液晶面板出货量排名中占据第五位,但在2020年第二季度的出货面积中占据第二位。由于TCL华星t6

### 产业链需灵活应对

面板竞争格局改变和产能此消彼长是长期存在的,不仅对面板厂商的运营产生影响,还将对终端价格产生持久影响。

在电视终端领域,受新冠肺炎疫情影响,终端厂商将备货时期由第三季度提前到第二季度,叠加第一季度延迟需求的集中释放,促进面板价格水涨船高。而面板成本占整机成本比重高达85%左右,有些小尺寸甚至达到90%,是成本的“重头”。为应对面板涨价,最近,某一线彩电品牌已经发布内部通知,要求做好液晶面板涨价的工作,并将对相关产品进行价格上调,而其他彩电终端企业也在酝酿提价。

因此,此轮液晶面板涨价周期牵动产业链上下游,各环节需要齐心协力,灵活应对。

受液晶玩家减少、产能高度聚集影响,一方面,面板厂商对未来供需关系的调整节奏更灵活;另一方面,未来行业投资热潮退去,液晶显示产业进入增长“平稳期”,面板厂商的主要诉求将从产能爬坡和市占提升,向如何实现更好的盈利转变。

“为平稳度过此轮涨价周期,面板厂商应做好供应侧的策略,多发挥协调作用,

继小米发布透明OLED电视引发巨大关注后,三星的透明手机再一次成为热点。日前,三星公示了透明OLED智能手机相关技术专利。此外,作为显示领域资深玩家的索尼和LG也同样在布局透明手机,不愿放过这块蛋糕。那么,透明手机是否有望于不久后走入消费市场?它的出现到底是大有可为,还是大可不必?

## 透明手机 噱头还是行业新动力?

本报记者 谷月

### 布局透明 彰显屏幕技术实力

在多数人对未来世界的畅想当中,一定有一块可操作的透明显示屏。任何电子产品,只要和透明沾上边,就会显得很科幻、很未来。

日前,小米透明电视已经发布,引来广泛热议,更有消费者热切盼望透明手机的出现。作为手机行业的领头羊,三星终于按耐不住,试图将梦想照进现实。

今年年初,三星向USPTO(美国专利商标局)和WIPO(世界知识产权局)申请了一项透明手机专利。8月27日,相关技术专利得到公示。

据悉,三星的这款透明智能手机机身轮廓与S10系列类似,采用黑色的边框包裹住透明屏幕,屏幕两侧为曲面设计。从手机中国查询的专利描述文件中了解到,该款透明手机最重要的核心部分——透明屏仍然采用OLED面板。

一直以来,三星在中小尺寸OLED面板技术上遥遥领先,先后研发了曲面屏手机、上下/左右折叠手机。业内人士认为,此次三星或许希望凭借透明手机专利再次彰显其在屏幕显示领域的实力。

而同样作为显示领域老玩家的索尼和LG也在默默布局透明手机。

2018年底,曾有媒体报道过索尼的一项屏幕显示专利,这项专利于当年5月在WIPO提交,并于半年后公布了详细信息。值得一提的是,在三星和索尼的专利中都提到了“透明”“柔性”两个关键词。

LG对透明屏幕的探索一点不比三星和索尼少。LGD相关负责人在接受《中国电子报》记者采访时表示,LGD多年来一直在探索透明显示技术,并引领透明OLED面板技术的发展,如今LGD OLED面板的透明度可达40%。

据了解,此前小米透明电视的OLED屏幕就是由LGD提供。不过,与三星不同的是,LG一方面积极抢滩大尺寸屏幕显示市场;另一方面,也考虑将类似的技术应用于未来的智能手机上。USPTO在2019年4月公布了一项LG的专利。据了解,LG在专利中也同样将透明柔性显示屏和可折叠屏幕两大“炫技”集于一身。

### 大有可为 还是大可不必?

如今,手机行业低迷,消费者的消费热情有所减低。

据IDC数据,自2016年开始,全球智能手机出货量从14.72亿台降至13.7亿台。2020年上半年,全球智能手机出货量同比下降10.6%,下降趋势明显。

为创造新的消费需求,手机的技术不

