

三星显示停产液晶：欲“退”还休

本报记者 杨鹏岳

韩国三星显示(SDC)与液晶行业之间的故事似乎终于要迎来“大结局”。

近日,据业界消息,三星显示将于2022年6月完全终止LCD(液晶)面板生产,较原定计划推后了一年半,但也比此前的最新退出计划提前了半年。关于退出LCD市场的时间表,三星显示此前已经做过数次修改。对于三星显示战略性退出LCD行业,业内人士分析称,三星电子与中国面板厂的议价能力将削弱,而中国面板厂商在填补三星退出留下的缺口的同时,需要相应调整下一代显示技术的布局。

退出LCD市场已是板上钉钉

三星显示打算全面出清LCD产能,早已成为不争的事实。2019年有消息传出,三星显示考虑暂停韩国一条LCD生产线。当时,三星显示在一份声明中给出的解释是:“由于供应过剩和盈利能力的恶化,三星显示一直在调整产量和设备运营。”三星显示的发言人还暗示,三星显示的竞争对手LG Display将其一条LCD生产线改为了OLED生产线,这或许也会是三星显示接下来要走的路。

2020年4月,三星显示正式宣布计划完全退出LCD面板市场,并在2020年年底前停止所有LCD面板的生产。原因是过去几年里,全球大尺寸LCD面板市场经历了衰退期,致使三星显示的LCD业务出现了重大亏损。

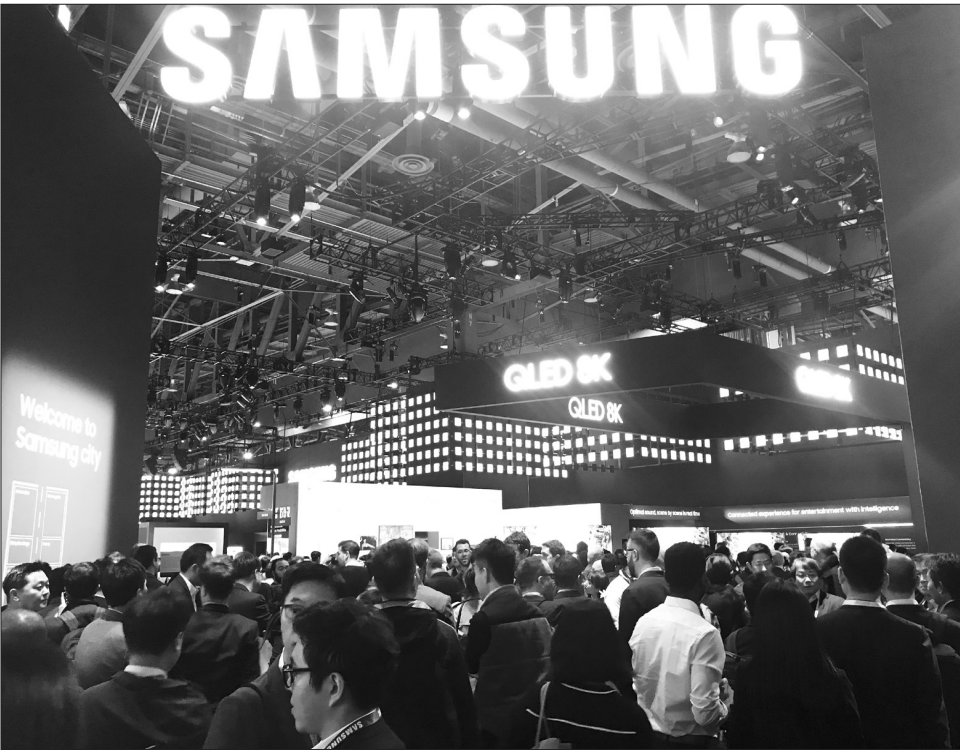
业内人士分析称,三星显示彻底退出LCD是一次“战略撤退”,意味着中国大陆将占据LCD市场主导,同时也给中国面板厂商在下一代显示技术的布局提出了新的要求。

2021年5月,时任三星显示副会长的崔俊森(Choi Joo-sun)在发给员工的一封信中表示,该公司正在考虑将大尺寸LCD面板的生产延长到2022年年底。如今看来,这一计划将在今年6月份提前半年画上句号。

涨价周期让退出计划“一拖再拖”

关于“大势已定”的LCD退出计划,三星显示为何多次进行变更?

进入2020年下半年,全球面板市场开始迎来新拐点。从2020年6月起,一场历时最长的LCD面板涨价周期开启,直至2021年7月才结束,前后持续了13个月之久。这



次面板涨价周期的特征十分显著——周期最长、涨幅最大,全尺寸普涨、尺寸分化明显。在此背景下,三星显示的LCD退出计划按下了暂停键。

奥维睿沃高级研究经理荣超平向《中国电子报》记者表示,三星显示原本计划韩国境内的LCD产线在2020年前完全退出,但在疫情等因素催化下,电视需求出现爆发式增长,电视面板持续供不应求,带动面板价格暴涨,韩系面板厂借此机会实现扭亏为盈,因此也延缓了关厂的步伐。

“2021年下半年面板供需关系开始出现反转,面板价格加速下探,目前降价趋势仍在持续当中,韩系面板厂再次面临亏损,因此三星显示计划供应完与三星电子协议中约定数量的电视面板以后,在2022年6月完全关闭最后的产能。”荣超平告诉记者。

三星显示退出对LCD市场影响不大

三星与LCD之间的“缘分”已有近40年的历史。

资料显示,三星从1984年开始跟踪LCD技术,但直至1991年才正式成立LCD面板事业部,并于当年建成了第一条试生产线。LCD行业具有重资产、强周期的特征,三星显示当年是在行业陷入衰退时不惜重金进行扩产,才逐步发展壮大。到1998年,三星显示超越日本夏普,成为全球最大的面板企业。

但之后在LCD领域发生的故事,令三星既熟悉又惊讶。中国LCD面板厂商凭借成本竞争力、新投产线生产效率以及产业链配套优势,逐步赶超韩国厂商。随着中国大陆面板厂商在LCD领域的市场份额逐步上升,三星显示面临的竞争压力与日俱增,同时叠加需求下降以及供应过剩的长期影响,最终使得三星显示等韩国厂商加速往高端产品结构转型,以此获取更多利润。

退出LCD市场以后,三星显示将把产业重心转移到QD-OLED。2019年10月,

三星显示宣布投资13.2万亿韩元(约合人民币704亿元)建设QD-OLED生产线,加快大尺寸面板的转型步伐。目前,QD-OLED面板已经量产出货,三星显示将继续加大对新技术的投资。

据了解,三星显示于2016年和2021年分别关闭了一条大尺寸LCD面板7代生产线。其中,第一座工厂已转为OLED面板6代生产线,第二座工厂也正在进行类似转换。2021年上半年,三星显示将其在中国华东地区的8.5代LCD生产线出售给华星光电,剩下的L8-1和L8-2成为其仅有的LCD面板工厂。目前,三星显示已将L8-1改建为QD-OLED生产线;虽然未来L8-2的用途还未决定,但很可能被改造成一条OLED面板8代生产线。

那么,三星显示退出LCD市场对行业所产生的影响有多大?

荣超平告诉记者,2021年三星显示的LCD电视面板出货量占市场份额不到3%,因此三星显示2022年6月完全退出,对整体LCD市场影响不大。从供应链角度来看,三星显示目前只供应三星电子LCD面板,三星显示退出LCD行业在短期内会影响三星电子的面板需求,但是三星电子会将采购需求转向其他面板厂,因此从供应链的角度来看也不会引起轩然大波。

CINNO Research高级分析师刘雨实在接受《中国电子报》记者采访时曾表示,三星显示和LGD关闭的LCD产线和设备,一是用于转产改造,其中一部分会转化为其他技术的产能;二是整体或拆分出售,被其他厂商购得,重新投入生产。因此关停产线的产能不会完全消失,退出产能将基本被中国大陆新增产能填补。

据了解,目前京东方、华星光电、惠科等中国大陆面板厂商的产能还在扩张,三星显示减少的产能可以被这些企业填补。三星电子近日公布的最新文件显示,2021年其旗下消费电子产品事业部的前三大面板供应商分别为京东方、华星光电及友达光电,其中京东方首次进入三星电子的主要供应商行列。

“在全球新冠肺炎疫情的影响下,作为占据整个消费电子和耐用品市场近30%份额的家电行业,其大型家用电器(白电、厨电等)和彩电全球市场分别同比增长13%和6%。”3月29日,市场咨询机构GfK发布2021家电市场趋势及2022年市场机会洞察报告时,给出了全球家电市场数据。

在此背景下,业内专家强调,未来只有抓住高端化和绿色化这两个全球发展的“巨大机会”,中国品牌才能在全球家电市场中扮演更为重要的角色。

中国家电企业努力构建全球供应链

本报记者 卢梦琪

高端和绿色成为家电市场新动能

高端、绿色产品目前已经成为全球家电市场增长的驱动力。

GfK数据显示,2021年,全球家电市场的智能化、高端化产品增长突出。目前家电产品市场均价为449美元,同比上涨11%,这意味着消费者每购买一个家电产品平均多花费51美元。

分品类来看,游戏电视的平均价格同比增长57%,智能冰箱同比增长33%,70英寸及以上电视同比增长49%。除了原材料成本和物流成本迅速上升带来的价格上涨影响外,从消费者调研可以看出,得益于家电产品的智能创新和高端舒适体验的驱动,不等到旧家电损坏而主动升级家电产品的消费者数量比上年增长16%。

自2019年以来,消费者对极端气候变化的担忧日益加剧,更加关注企业的环保举措。益普索中国消费者调研数据显示,消费者对“愿意花更多钱在具有社会责任上的品牌”的认同度达到45%,持有环保理念、打造具有社会责任感的品牌将成为中国企业全球化绕不开的话题。

这一趋势也向行业指出了下一阶段家电品牌的市场机会。GfK全球战略首席顾问Norbert Herzog向记者透露,高端产品是全球家电领域增长的驱动力,具备技术优势、创新能力、附加值的产品,与消费者价值观贴合的产品,会带来“溢价”的空间,关注环保、节能、以生态和可持续为导向的家电产品将具备增长潜能。

中国家电品牌转型正当其时

在全球家电市场,中国品牌无疑是一股强大的力量。面对高端化、绿色化发展机遇,当下正是转型的最合适时机。

益普索中国研究认为,当下消费者对欧美和日本品牌的信任指数最高,达到60%以上,中国品牌的信任指数较低,尚处于起步阶段。但就不同市场而言,中国品牌在新兴市场的信任指数表现相对较好,而在发达市场依然需要大力提升。71%的消费者认为“对于今天的世界来讲,中国品牌非常重要”,同时69%的消费者认为“中国品牌未来可期”。

GfK数据显示,2021年中国家电品牌在海外市场(不含中国和北美)的销售额增长超过30%。以彩电为例,2021年,在海外市场(不含中国和北美)中国品牌占据了8%的市场份额,在全球消费者中开始真正拥有认知度。值得注意的是,最初中国品牌出海时往往把产品销售往亚洲国家,而过去几年,欧洲等高端市场越来越受关注,中

国家电品牌进入转型的关键时刻。

欧盟理事会近日通过“碳边境调节机制(CBAM)”,多位家电业内人士告诉记者,虽然“碳关税”首批征收范围没有涉及家电产品,但家电业将遭受间接影响,并非“高枕无忧”。家电产品的绿色低碳不仅是产品使用时的低能效,还包括产品全生命周期的绿色管理。相比传统高耗能行业,家电企业虽然不是单点耗电最高、环境污染巨大的行业,但却是供应链较长、产品特性复杂、使用范围较广、使用时间较长、总体耗电量大的行业。如果中国家电品牌不积极向绿色转型,家电产业链成本将抬升并加剧行业竞争。

事实上,部分中国企业已经开始在产品、战略等层面积极践行可持续发展理念。例如海信推出的100英寸激光电视,由于屏幕本身不发光也不产生热量,耗电量仅为同尺寸液晶电视的1/3至1/2。海信还对冰箱生产线进行发泡技术改造,达到了减少温室气体排放的效果。

中国企业应努力构建全球供应链

在上述活动中,海信国际营销公司副总裁刘斌公开了海信2022年高端出海的目标。在高端产品布局方面,海信高端旗舰产品ULED电视要实现销售额同比增长40%以上;继续丰富100英寸、120英寸、80英寸海外激光电视产品阵容,激光电视海外销量将冲击翻番增长。

根据中国机电进出口商会的统计数据,2021年中国家用电器(白电)产品全年累计出口1184.5亿美元,较2020年出口规模增长26.4%,出口规模和增速均创近十年新高。家电产品也成为机电产品中继集成电路、手机、计算机(包括笔记本电脑)后第四个出口规模突破千亿美元的产品。

不过,尽管中国家电企业近年来加速国际布局,行业自主品牌占比依然较低,中小企业的出口模式几乎全部为FOB代工模式,出口价格仅为终端售价的一半甚至不到,这也要求中国企业加速向产业链高端攀升。TCL创始人、董事长李东生在今年两会期间呼吁,中国企业仍处于全球价值链的中低端,面对全球化竞争,中国制造业要更加积极有为。

包括海尔、海信、TCL在内的中国家电领军企业,近年来都在努力构建全球供应链。业内人士告诉记者,疫情并没有减缓中国家电企业全球化的步伐。作为中国家电业较早布局海外的企业,美的加速非洲工厂的建设,海尔在印度、土耳其和俄罗斯加大投资,海信将在美国、日本建立全新的家电研发中心,并在全球布局近百家高端品牌旗舰店。2021年,TCL海外营收194亿美元,增长了70%,其在海外制造的电视机等家电,很多核心材料是从国内采购,而海外业务的扩大也拉动了国内出口。

看好VR,海信视像持续增持乾照光电

本报记者 王伟

日前,厦门乾照光电股份有限公司(以下简称“乾照光电”)发布公告称,海信视像科技股份有限公司(以下简称“海信视像”)近日增持了公司股权,本次增持后海信视像持有公司股份合计约1.07亿股,占公司总股本比例11.93%。本次增持后,海信视像一举成为乾照光电第一大股东。

大手笔出资押注乾照光电

公开信息显示,乾照光电于2010年在深交所创业板挂牌上市,是一家LED产业链上游企业,主营业务为半导体光电产品的研发、生产和销售,目前主要有高亮度四元系LED外延片及芯片、三结砷化镓太阳能电池外延片及芯片两大类产品。根据乾照光电2021年的业绩预告,公司净利润1.81亿元—2.19亿元,同比实现扭亏为盈。

在此次增持之前,海信视像已经通过非公开发行方式,获得乾照光电近7%的股份。

乾照光电于2020年11月发布公告,拟定增募集资金不超过15亿元,主要投向Mini/Micro、高光效LED芯片研发及制造项目。2022年3月,乾照光电发布公告透露,已收到

向特定对象发行股票募集资金15亿元,再融资成功收官。在此次非公开发行中,共有包括海信视像、京东方在内的22个投资者。其中,海信视像获配6200万股,获配金额4.96亿元,成为公司重要战略股东,持股比例为6.93%。

连续两次增持乾照光电之后,海信视像似乎意犹未尽,海信视像在最新的权益变动书中透露了“未来12个月内不排除继续增持”的信息。

目标不止Mini/Micro LED

近年来,Mini/Micro LED产业的热度持续提升,显示企业向LED企业频频抛去橄榄枝。

京东方分别与美国Micro LED企业Rohinni和LED企业洲明科技开展LED领域的合作;2020年3月,TCL华星与三安半导体达成战略合作,共同致力于LED技术和产品开发。

“电视品牌厂商希望能够通过新的技术尝试,来引领电视的高端发展潮流。”奥维睿沃总经理陈慧在接受《中国电子报》记者采访时表示,Mini/Micro LED需求量指数级增长,但是上游产能持续告急,海信视

像此次投资有效打通了产业链上下游,实现内部整合,扩大了双方企业的竞争力和对市场的影响力。

不过,陈慧表示,Micro LED产业虽火,但是进入寻常百姓家还要假以时日。“芯片制备、品质分选、巨量转移、封装散热、集成驱动等环节的制造和量产还需不断成熟。”陈慧预测,未来3—5年Micro LED在消费电子产品上或许会有所突破。

除了Mini/Micro LED,海信视像可能还看重乾照光电在VR/AR领域的元宇宙技术和产品积累。陈慧认为,乾照光电的VCSEL(垂直腔面发射激光器)业务同样具备较大发展空间。她表示,VCSEL技术在人脸识别、测距、AR/VR、激光雷达等领域都有很成熟的应用。

早前,海信视像总裁于芝涛曾公开表示,海信视像将采用大显示战略,立志成为多场景系统显示方案提供商。海信视像也已经推出了聚好看云VR直播平台 and VR头显设备。

此外,乾照光电也可能助力海信视像在商用领域的发展。陈慧认为,对于商显产业链上下游的渗透,有助于海信视像在商用会议平板、拼接显示器等多元化市场实现业务增长。

印度华星首批产品顺利出货

本报讯 记者杨鹏岳报道:近日,据TCL华星官方消息,印度华星的首批产品顺利出货三星,出货仪式在印度安得拉邦Tirupati市TCL产业园内举行。

据了解,在TCL华星和印度当地各部门的共同努力下,印度华星一次性通过审厂认证,这表明印度华星产品生产和品控已达到行业领先水平。此外,在生产保障及产能上,印度华星也进行了充分的应对。目前,印度华星已完成3条线设备的产能建设,月产能可达1.2M;同时,第4条、第5条线将在4月搬入,到2022年5月,实现Bonding、贴合、组装全制程投产,月产能将达到2M。

记者了解到,印度华星整合了大尺寸电视屏及小尺寸移动终端显示屏的生产,项目总占地28万平方米。厂房建设分两期,一期计划投资15.3亿元,配置11条生产线,其中大尺寸面板线5条、小尺寸手机面板线6条,规划年产出800万片26至55英寸大尺寸电视面板及3000万片3.5至8英寸小尺寸手机面板。

印度华星是TCL华星的首家海外工

厂,被喻为TCL华星全球化的桥头堡。在印度建厂被视为TCL华星全球化的重要一步。自2021年12月起,印度华星积极推动三星审核工作,本次三星对印度华星实施全体系审核,在TCL华星和印度当地各部门的共同努力下,印度华星一次性通过审厂。

据悉,印度华星将成为印度首个Bonding—Assembly全制程的液晶面板模组厂,该项目将为印度本土的手机、电视整机厂商提供关键的部件——液晶模组。对于TCL华星而言,进军印度既是其全球化战略的需求,也是客户的迫切需求。

TCL华星方面表示,印度华星将在印度本地聚焦终端品牌客户,并在售后服务、交付效率、印度本土生产等方面,不断搭建及超越属于自己的“硬实力”三件套——供应链管理、生产保障能力、客户交付能力,进一步提升TCL华星在全球面板行业的竞争力。业内人士表示,借助印度华星项目,TCL华星将实现全球智造和全球交付,有效提升服务全球客户及合作伙伴的水平。