

业绩承压 面板厂商切入细分市场



图为世界显示产业大会新型显示创新成果展上的Mini LED电视产品

本报记者 卢梦琪

近日,多家面板厂纷纷发布2022年业绩预告,预告显示:2022年各厂商的归母净利润多为亏损,只有少数实现盈利,面板厂商经营持续承压。

2022年,受地缘事件、欧美通胀、全球疫情等多方面影响,全球经济增长乏力、消费持续疲软,消费电子终端市场受影响尤为突出,全球显示行业面临持续下行态势。但是,IT、车载等细分行业面板正在进入高增长通道,中国面板厂在这些领域已经具备领先优势。

业绩面临巨大压力 全球面板出货量下滑

受终端消费需求明显下降、下游品牌保守采购策略及行业低价竞争等因素影响,2022年显示产业供需失衡,主流产品价格持续下降,部分产品价格降幅明显,显示行业表现持续下行,厂商的业绩面临巨大压力。

记者从各家面板厂的业绩预告了解到,京东方预计2022年归属于上市公司股东的净利润为75亿元~77亿元,同比下降70%~71%。TCL科技归属于上市公司股东的净利润为2.55亿元~3.58亿元,同比下降96%~97%。天马微电子归属于上市公司股东的净利润在1亿元~1.3亿元之间。维信诺归属于上市公司股东的净利润在-20.5亿元~-24亿元之间。彩虹显示归属于上市公司股东的净利润为-25.5亿元~-28.5亿元。和辉光电归属于上市公司股东的净利润为-16亿元。LG Display宣布2022年营业利润净亏损为3.19万亿韩元(约合人民币175亿元),三星显示预计,2022年营业利润超过5万亿韩元(约合人民币270亿元)。

具体来看,除宏观因素和需求疲软影响外,2022年面板厂商业绩承压与能源及大宗商品等原材料涨价导致成本提高、低稼动率运行、部分产线折旧导致成本增加等因素有关。

记者了解到,2022年,面板厂商为稳定价格,而长期将稼动率维持在八成以下。市场研究机构CINNO Research数据显示,2022年12月全球LCD产线整体平均稼动率为68%,再次跌破70%。国内液晶面板厂平均稼动率为73.2%,其中低世代线(G4.5~G6)平均稼动率为65.3%;高世代线(G8~G11)平均稼动率为74.0%,其中G10.5/11高世代线平均稼动率回弹至78.6%,环比增长1.3个百分点。2022年12月,国内AMOLED面板厂平均稼动率为59.0%,环比11月下滑4.2个百分点。

整体而言,2022年,全球面板出货面积和出货量双双下滑。根据CINNO Research数据,2022年全球整体面板出货面积同比下降7%,出货量同比下降超过8%,叠加面板价格大幅下降的影响,预计2022年全球面板企业的生产产值同比下滑23%。

值得一提的是,2022年中国面板厂商在全球的产业地位持续提升。CINNO Research首席分析师周华向记者表示,从2022年主要应用领域面板出货数量的各区域占比情况来看,除了笔记本电脑和车载显示面板之外,中国大陆面板厂商在其余主要应用领域的出货量占比均已超过50%。特别是在TV面板领域,预计2022年中国大陆厂商出货量全球占比将达到66%,同比增长6个百分点;在平板电脑和智能手机面板领域,中国大陆厂商出货量的全球占比也将接近60%。

业务拓展可圈可点 工业显示或成为机会点

虽然2022年面板厂商业绩普遍承压,但业务拓展可圈可点。各面板厂商深入拓展细分市场,着力优化和调整产线和产品结构,加强布局高价值领域面板,提升多元化业务能力。

京东方在LCD方面,发力车载、电竞、AR/VR等高价值领域,提升整体盈利能力;在OLED方面,京东方大幅提升产品出货量,提升高端产品出货比例,实现新型车载显示、折叠笔记本电脑等创新产品量产突破,加速推动业务持续改善。

TCL华星在业绩预告中指出:“随着行业整合加速和去化产能,以及下游需求复苏势能增强,大尺寸显示产品价格和盈利将逐步修复。未来公司将提升中尺寸和新型显示产品占比,以提升半导体显示业务盈利能力。”

天马微电子在保持LTPS手机显示业务全球领先的基础上,积极丰富产品组合,加快LTPS在IT设备显示、车载显示领域的拓展;此外,天马的AMOLED柔性显示产品在多个品牌的产品上得到应用;随着汽车市场需求回升、工业品细分市场需求持续旺盛,天马专业显示业务对业绩的贡献也将不断增加。

维信诺加大在手机面板领域的供货份额,将产品进一步导入高端旗舰系列,并供货多品牌的多款智能手机和智能手表。

IT设备显示、车载显示、VR/AR显示等逐渐成为面板厂商的业务重点。其中,工业用途显示面板是高度定制化的产品,面板规格繁杂,面向的环境需求多有不同,产品尺寸必须丰富、规格必须多样化,且产品必须能够满足长期供货及高质量要求。Omdia显示研究首席分析师黄梓渝表示,目前已有超过20家面板厂商瞄准了工业用途和公用显示面板这一市场,该领域面板占总市场份额已从2020年的7.6%增长至2022年的8.7%。中国面板厂商在该细分市场占据了领先地位,其中排名第一的是天马,2022年的市场份额为37%,紧随其后的是京东方、友达光电、群创光电和信利。

记者了解到,面板厂商发力工业用途和公用显示面板,并通过一套复杂的商业模式与系统整合商、模块制造商、经销商和代理展开合作。这套合作模式与消费电子领域中电脑的业务合作模式完全不同,更具挑战性。面板厂商需要优化其供应链资源,满足工业用途和公用显示面板系统整合商和品牌商的需求。

展望2023年,消费电子终端需求出现明显复苏的可能性较小,面板供过于求的挑战依然存在。周华表示,2023年全球面板出货量将保持小幅下降趋势,但是各应用产品大尺寸化的趋势将带动面板出货面积在2023年实现3%左右的增长。同时考虑到各应用类别产品,AMOLED、Mini LED等中高端产品渗透率增长等因素,预计2023年全球面板产值将与2022年相当,不会出现大幅下滑。

2023年全球VR/AR设备出货量有望大幅增长

本报讯 记者王伟报道:近日,市场研究机构纷纷发布2023年全球VR/AR设备出货量预测。市场研究机构普遍认为,2023年全球VR/AR设备出货量将实现大幅增长。

国际研究机构IDC预测,2023年全球AR/VR设备出货量同比增长31.5%;IDC预计,未来数年AR/VR设备将保持30%以上增长,到2026年出货量将达到3510万台规模。国际数据分析公司CCS Insight预计,全球AR/VR设备出货

量将从2022年的低于1000万台,增长至2023年的1140万台,2026年XR设备的出货量有望达到6700万台。另一家数据研究机构洛图科技(RUNTO)发布预测数据,XR硬件设备中的VR设备将在2023年突破千万台规模,达到1270万台,比2022年增长40%。

以上三家分析机构均提到,索尼和苹果公司在2023年发售最新VR/MR设备将成为拉动VR/AR设备全球出货量实现增长的原因之一。

目前,索尼已经在CES2023展会期间正式发布新一代虚拟现实设备PlayStation VR2,该设备将于2023年2月22日全球正式发售。中国市场将同步发售,市场建议零售价为4499元,产品将包含PlayStation VR2头戴装置、PlayStation VR2 Sense控制器和立体声耳机。

苹果公司则稍慢一步。根据供应链消息,苹果公司计划最早在2023年推出其MR头显设备、专用操作系统和第三方软件应用商店。

目前,苹果公司已经在全球各地完成注册操作系统“xrOS”商标;此外,苹果公司的混合现实操作系统也将提供新版本的核心应用程序。

产业界对苹果公司推出MR设备充满期待,CCS Insight的分析师Leo Gebbie表示:“如果只有一家公司有能力在一夜之间改变VR市场,那就只可能是苹果公司。凭借长久以来在技术上的声誉以及庞大的粉丝群,如果苹果公司推出一款头显,我们预计它将有不错的市场表现。”

苹果公司产业链供应商被产业界称之为“果链企业”。彼时蜜糖,今之砒霜。对于果链企业来说,深度“绑定”苹果迷人却危险:如果苹果公司有一天“移情别恋”,企业便会瞬间失去所有依赖。而这种“不可控”对于果链企业来说如同乌云,时刻遮蔽在产业发展上空。

新年伊始,苹果公司“砍单”的消息不胫而走,果链企业或将受到严重冲击。成为“果链企业”晋级之路本身就困难重重,不仅要受制于客户的产品政策变化,还要受到“砍单”的波及;加之苹果公司供应链出现加速向东南亚地区迁移的势头,加重了中国果链企业的隐忧。果链企业是时候摆脱苹果依赖症,寻找第二增长曲线了。

“果链企业”寻找第二增长曲线

本报记者 谷月

又爱又恨 砍单影响果链企业股价

一方面,中国果链企业每年为苹果公司生产价值3160亿美元的各类电子产品,成为苹果最重要的“臂膀”。另一方面,在苹果公司的光环下,中国的果链企业也依靠苹果公司的带动,实现业绩的一次又一次飞跃。

随着苹果产品的全球热销与合作关系的加深,三大中国果链龙头企业——歌尔股份、蓝思科技、立讯精密的苹果业务的营收占比越来越高,苹果逐渐成为其第一大客户。

2017年到2021年,歌尔股份业绩报告显示,苹果业务的营收占比从30.76%增长到42.49%;蓝思科技业绩报告显示,苹果业务的营收占比从49.37%升至66.49%;立讯精密业绩报告显示,苹果相关业务的营收占比由37%飙升至74%。

中国果链企业虽然利润和营收都在大幅增长,但是利润增速却在下降。2011年—2021年,歌尔股份的销售净利润率增幅从13.64%下降到5.51%;立讯精密的净利润更是从14.45%下降到5.08%;降幅最大的是蓝思科技,从20.5%下降到了4.68%。

由于企业过分依赖苹果,业绩增长缺乏支撑力。“如果苹果有一天‘移情别恋’,企业便会瞬间失去所有依赖。”GfK手机领域高级分析师侯林在接受《中国电子报》记者采访时强调:“很可能这种变化会来得十分突然,这一情况的出现有可能是因为供应链企业的产品和服务出现问题,也或许是因为苹果调整了内部政策。”这种“不可控”对于果链企业来说如同达摩克利斯之剑,时刻悬在头顶。

近日,果链企业就被苹果的砍单消息浇了一盆冷水。1月3日,苹果以需求减弱为由,通知中国大陆供应商本季减产Air Pods、Apple Watch和Mac Book组件。这是继iPhone 14系列产品缩减相关订单之后,又一苹果公司的砍单消息。当日,苹果公司股价大跌3.7%,市值跌破2万亿美元。

受此影响,1月4日,立讯精密开盘后股价迅速跳水,跌幅9.99%,市值一日蒸发224亿元。同日,东山精密股价也下跌超过9%,比亚迪电子、舜宇光学科技分别下跌4.10%和10.11%。

事实上,苹果的减产传闻由来已久,最近一年多时间,包括立讯精密、歌尔股份、蓝思科技等果链龙头股市值出现腰斩。

随着苹果生产线加速向东南亚地区转移,多家中国果链企业纷纷跨越海外,在越南、印度筑造“新巢”。但海外建厂投入巨大,苹果可不会为此承担风险。

各寻良方 企业试图摆脱“依赖症”

对于果链企业来说,深度“绑定”苹果迷人却危险,转型已迫在眉睫。果链企业摆脱对苹果的依赖注定要走一条异常艰难的道路。

IDC中国高级分析师郭天翔接受《中国电子报》记者采访时表示,从成本投入方面来看,一般果链企业为了满足苹果的要求,初期投入很大,后续保持技术提升

也需要持续投入,直接摆脱苹果就意味着前期投入将受到损失。而且针对苹果定制化的生产线也很难转产。

从获益方面来看,侯林指出,一直以来,果链企业基本上都依赖苹果实现了不菲的利润。苹果相关业务的销售占比在不同企业也不尽相同,能占到企业整体利润五成到八成的企业的确不少。“对于这些企业来说,确实难以摆脱对于苹果的依赖。”侯林说道。

记者观察到,已经有一部分果链企业试图摆脱苹果依赖症,开始寻找第二增长曲线。

歌尔股份业务转型的主要方向是VR硬件生产。2016年,歌尔股份进入索尼供应链,成为PlayStation VR设备的独家代理商;随后歌尔股份又成为Meta、PICO等多家头部VR终端厂商的代工厂商,目前其VR头显生产业务在全球市场占有率已经超过70%。2022年上半年,以VR为代表的智能硬件板块为歌尔股份带来248亿元的营收,占比从2021年同期的41.25%增长到56.9%。在VR业务实现正向发展的同时,2021年苹果相关业务在歌尔股份的收入占比由上一年的48%降至42%。

立讯精密和蓝思科技也在寻求转型,且都瞄准了新能源汽车领域。

2022年2月,立讯精密以100.54亿元获得奇瑞控股19.88%股权、奇瑞汽车7.87%股权和奇瑞新能源6.24%股权。目前,立讯精密在汽车方面的产品线涵盖了汽车线束、连接器、智能新能源、智能驾驶舱/控制等相关领域。

蓝思科技布局的新能源汽车业务也呈现加速放量的势头。数据显示,蓝思科技2022年前三季度,新能源汽车业务收入为24.87亿元,同比增长超过六成。目前,蓝思科技围绕汽车智能驾驶舱及周边结构件研发,批量生产了包括车载中控屏、仪表盘组件、B柱、充电桩、车载装饰件、导航仪等诸产品。

中信证券研报指出,蓝思科技研发掌握玻璃、金属、塑胶等多种材料工艺,稳居新能源汽车电子市场领航地位。当前车载屏智能化和汽车玻璃轻量化的趋势为行业带来新的增长点,蓝思科技在技术、加工及产能方面具有明显优势,业绩有望实现高速增长。

转型更加顺利的果链公司要数欣旺达。这个过去主要提供消费类电池的苹果供应商,近年来开始发力汽车动力电池领域,在全国多地陆续建设了动力电池生产基地,拟投资金额超700亿元。

随着汽车电池业务的崛起,欣旺达对苹果的依赖性也逐渐下降。2021年,苹果相关业务占欣旺达总营收的29.4%,相比2020年下降了近3个百分点。2021年上半年,欣旺达电动汽车电池营收达到42亿元,汽车电池在公司营收中占比从3.66%提升到19.34%。按照欣旺达的规划,2025年其动力电池营收有可能超过1500亿元。那时,苹果业务对欣旺达的重要性或将大幅度下降。

“其实,能否摆脱对苹果依赖还是心态的问题。”侯林表示,“苹果的供应链企业归根结底还是独立的公司,并非苹果的附属。企业可以与苹果合作,但不能完全依附苹果,否则不利于企业的良性发展。”