

韩企：一场关于液晶电视的“断舍离”

本报记者 杨鹏岳

在中国面板企业主导LCD（液晶）、韩系面板厂全面转向OLED之际，三星电子和LG电子筹谋重塑液晶电视面板供应格局的消息却不脛而走。当前，电视品类在OLED、Micro-LED等显示技术赋能下愈加丰富，但LCD电视依旧占据“C位”。面对掌握全球液晶面板优势产能的中国厂商，两家韩系大厂要想在电视产业保持竞争优势并不轻松。

全球电视市场韩系不能小觑

放眼全球电视市场，三星电子和LG电子这两大韩国厂商长期以来占据着重要地位。数据显示，2023年第三季度，上述两家电视厂商的全球电视销售总份额已经超过45%。然而，在高市场份额的背后，隐藏着两家韩企在电视面板技术多元化的发展浪潮下，一场关于液晶电视的“断舍离”。

在三星电子构建的庞大消费电子王国中，电视一向是其引以为傲的产品品类，而这一切要始于液晶电视。2006年，三星电子发售了波尔多液晶电视(Bordeaux LCD TV)，当时这款26英寸大小的液晶电视售价高达1300美元，在刚发布的半年内，该系列电视销量便超过100万台。同年，三星电子首次登上全球电视市场份额的冠军宝座，自此三星电子连续17年维持着全球最大电视制造商的地位。三星电子的一名高管称，2023年有信心连续第18年引领全球电视市场。

LG电子早在2004年便推出了全球首台全高清55英寸LCD电视，不过这一动作似乎太过超前，大尺寸电视直到最近几年才逐渐普及。2013年，伴随LGD(LG显示)的大尺寸OLED面板开始量产，LG电子正式调整航向，同年起开始力推大尺寸OLED电视，至此，已连续多年成为OLED电视领域的“霸主”。但与三星电子推出液晶电视后销售爆红的情况截然相反，受制于技术成熟慢和成本高，LG电子的OLED电视转型之路充满坎坷。

“不同于其他消费电子产品，面板占到了电视整机成本的大多数，面板供应链是电视整机业务的基本盘。”中国电子视像行业协会副秘书长董敏在接受《中国电子报》记者采访时强调。

如今，电视家族陆续增添了搭载OLED、Mini-LED、激光显示等各类新型显示技术，



但LCD液晶电视一直都是业界公认的常青树。这一点从三星电子和LG电子的全球销量中得以印证。奥维睿沃的调研数据显示，2022年，三星电子和LG电子的LCD电视全球出货量分别约3900万台和1900万台。相比之下，2022年OLED电视的全球出货量尚不足1000万台。

“对于三星电子和LG电子而言，其LCD电视整机出货量在该企业整体电视业务中的占比分别高达97%和87%左右。”奥维睿沃研究总监荣超平向《中国电子报》记者表示，LCD电视市场竞争激烈，导致LCD电视利润下滑，随着韩系品牌整体电视出货规模逐年下滑，韩企经营压力进一步增加。

在OLED上延续竞争优势

随着电视产业进入存量期，全球各大电视终端厂商的竞争愈加激烈。在保持液晶电视大盘的基础上，三星电子和LG电子已开始另谋他路。

LG电子背靠几乎垄断大尺寸OLED的韩国面板大厂LGD，对OLED电视寄予厚望，自2013年以来坚定布局OLED电视。但根据群智咨询研究数据，预计2023年LG电子全球OLED电视市场出货量仅400万台。在OLED之外，LG电子也将目光投向Mini-LED领域：2020年7月，其官网悄然

上架了一款163英寸的超大屏Mini-LED电视LSAB009，面向商业以及高端民用市场；2022年，又推出了136英寸MAGNIT系列Mini-LED电视，售价将近30万美元。至此，LG电子的电视路线浮现：100英寸以下以OLED电视为主，100英寸以上将以Mini-LED产品为中心。

体量更加庞大的三星电子，走了一条多元化的布局策略。作为全球头部品牌，三星电子的高端电视产品涵盖了Neo QLED、QLED、OLED、Mini-LED、激光、投影等目前所有主流显示技术。值得关注的是，三星电子于2022年开始布局QD-OLED电视，今年又开始布局WOLED电视，正式进军OLED电视产品线，与LG电子、索尼等品牌展开角逐。根据群智咨询研究数据，预计2023年三星电子全球OLED电视出货规模会从2022年的40万台上涨至100万台以上，不过受QD-OLED面板产能限制，在短期内规模恐难大幅增长。

“避开厮杀激烈的LCD电视市场，专心发展高端的OLED以及Mini-LED电视，这是上述两大韩企未来可见的路线。”洛图科技(RUNTO)电视产业链资深分析师王先明在接受《中国电子报》记者采访时指出，“他们不断寻求突破，在全球电视出货量减少的同时加强高端产品销售，从而提升收入和利润；不断加码大尺寸电视布局，积极开

拓Mini-LED等新技术产品，继续扩展OLED电视的核心优势，这都有利于两家公司在电视行业继续掌控话语权。”

显然，无论是三星电子还是LG电子，二者都将OLED电视纳入到未来的重要布局之中。不过，在荣超平看来，韩系品牌虽然通过积极布局OLED电视业务以增加高端电视的占比，但是由于近几年电视整体市场需求低迷，高端电视规模增长速度放缓，OLED电视业务很难有增量。

LCD供应链举足轻重

事实上，韩系电视大厂从未放弃在液晶电视上的投入。他们在将电视产品线拓展到OLED、Mini-LED的同时，还在不断增加包括Neo QLED、Mini-LED在内的高端液晶电视布局。

“对于两家韩企的电视整机业务来讲，LCD面板供应链仍旧占据着举足轻重的作用。”董敏直言。OLED电视在多年推广之后，目前仅有5%左右的渗透率。而LCD电视通过Mini-LED等其他技术的加持，牢牢掌握了当下高、中、低端三大产品类型。

王先明表示：“从技术发展现状来看，在大尺寸电视应用上，LCD在未来5-10年内仍是市场主流。”OLED要降到与LCD相同的生产成本，需要份额快速拉升才有有机

会，但是当前机会渺茫。此外，OLED上游产业链呈现高度垄断状态，门槛较高，对OLED面板产能供应相当不利。

在三星电子方面，位于其产品系列金字塔顶端的Micro-LED电视以商用为主，高昂的价格决定了该产品向大众消费品类渗透将是一个漫长的过程；采用Mini-LED背光技术的Neo-QLED电视，作为高端液晶产品，在三星电子内部的位置一度被排在OLED电视之前。原因在于，三星电子对QD-OLED面板量产规模以及对LGD的WOLED面板供应依赖的担忧。

LG电子也并未忽略液晶电视的其他技术路线。2021年，LG电子正式入局Mini-LED背光液晶电视，一口气推出65英寸、75英寸及86英寸等多种尺寸，试图在高端电视市场拿下更大占有率。

在电视领域，上游面板与下游终端联系紧密。随着三星显示和LGD两家韩国面板大厂基本退出LCD面板生产环节，中国面板企业成为全球LCD产能的最主要的供应方。

出于对LCD面板供应的考量，三星电子和LG电子不再淡定。近期，据韩媒DealSite报道，三星电子为了获得稳定高质量的LCD面板供应，正在通过中国显示器制造商以迂回策略收购LGD广州LCD 8.5代线工厂。该产线计划2024年恢复满产。另据Omdia分析，三星电子和LG电子都将在2024年重塑其液晶电视面板供应组合，2024年将提高对LGD、夏普、友达和群创的面板采购量，目的是重获面板供应链议价权。

对此，董敏分析，LGD广州工厂在2024年是否满产，并不取决于最终买家，也不取决于当下制订的生产计划，还是要看市场的供需关系走势。对于整个全球LCD显示产业来说，格局已基本确定，中国厂商在全球市场的份额已经达到七成，不会因一条8.5代产线的归属而发生大幅变化。但是对于LG电子或是三星电子等单个厂商来说，则意味着供应链的保障，不过LGD广州工厂在产品、价格以及生产弹性的竞争力方面都是不充分的，甚至是偏弱的。

“在中国电视面板占比逐渐提升的过程中，韩系电视品牌出于自身供应链稳定性考虑进行供应链调整也符合逻辑，但是在这个过程中，无法摆脱与中国面板厂的合作。”荣超平向记者表示，“韩系品牌与中国面板厂之间的合作，本质上也是生意，而生意取决于双方对价格的谈判，这才是决定双方之间最终的合作走向的关键。”

中国电子报 一报在手 行业在握

融媒体服务



- 报纸出版
- 官方网站 (电子信息产业网www.cena.com.cn)
- 官方微信 (公众号cena1984)
- 官方微博 (http://weibo.com/cena1984)
- 视频平台
- 视频服务 (视频制作、在线直播、在线会议等)
- 平台推广
- 内参专报
- 行业报告
- 图书出版

会赛展服务



- 会议活动
- 专业大赛
- 展览展示
- 专业培训
- 政府服务
- 企业定制
- 产品评测
- 舆情监测
- 数据营销
- 招商引资

中国电子报社创建于1984年。目前拥有集报刊、图书、网站、微信、微博、音视频等融媒体传播，会议活动、展览展示、专业大赛、定制服务等会赛展训服务于一体的立体化、多介质产品，成为凝聚行业力量、服务行业发展的重要平台。

《中国电子报》(国内统一连续出版物号：CN 11-0005 邮发代号：1-29)是具有机关报职能的行业报，主要报道内容包括：产业要闻、政策解读、集成电路、新型显示、智能终端、家用电器、5G、人工智能、物联网、工业互联网、移动互联网、大数据、云计算、区块链、VR/AR等。



官方微信



官方网站

在这里
让我们一起把握行业脉动
www.cena.com.cn

地址：北京市海淀区紫竹院路66号赛迪大厦18层
电话：010-88558808/8838/9779/8853
传真：010-88558805