

“第N曲线”打破半导体显示增长天花板

——访京东方科技集团股份有限公司董事长陈炎顺

本报记者 谷月

在9月4日举行的京东方全球创新伙伴大会·2024(BOE IPC·2024)上,京东方科技集团股份有限公司(以下简称“京东方”)董事长陈炎顺创新提出了“第N曲线”的升维战略,为京东方进入下一个全新发展阶段指出方向。对于未来,陈炎顺表示,通过“第N曲线”战略,京东方有望推动实现全球“万亿美元”规模市场。



寻找企业未来发展的“第N曲线”

“京东方在深耕半导体显示30多年的过程中,经历过多次关键抉择,每一次京东方都能从中找到破解方法,让企业规模、能力和影响力再上新台阶。今年是京东方成立第31年,而立之年的京东方自然对未来也有更多思考:京东方下一步究竟该往什么方向走?如何走?”陈炎顺在接受《中国电子报》记者专访时表示,京东方要做的,就是持续寻找企业未来发展的“第N曲线”。

那么,何为“第N曲线”升维战略?

从字面意思来看,升维自然是从一个维度向另一个维度的跨越,而N条曲线就是构成“另一维度”的支撑。“第N曲线”升维战略是京东方从“二维”到“三维”的关键战略,将为京东方进入下一个全新发展阶段指出方向。

陈炎顺指出,京东方要打破自身半导体显示行业的增长天花板,并非什么市场“热”就做什么,而是从企业自身核心优势出发,

以显示技术为原点,通过“第N曲线”升维战略,让显示科技“集成更多功能、衍生更多形态、植入更多场景”。

看好AI、钙钛矿光伏和玻璃基封装

在接受采访时,陈炎顺指出,看好AI、钙钛矿光伏和玻璃基封装等创新应用领域。

事实上,这三大应用领域也是在京东方半导体显示业务的基础上牵引出来的。据介绍,这样既能为企业发展带来新思路,也未完全脱离企业核心竞争力,而且试错成本相对较小。

以看起来与显示面板毫无关系的钙钛矿光伏为例。据陈炎顺介绍,面板制造和钙钛矿生产工艺有很多环节是相通的。京东方凭借自身成熟生产工艺、技术经验、设备产线,转而研发、生产钙钛矿,可以达到事半功倍的效果。

此外,AI浪潮正在重新定义各行各业。陈炎顺透露,京东方凭借深厚的物联网基础

和经验,已经开始构建大模型训练、大数据、物联网等核心技术能力,并将AI技术与产业深度融合,聚焦“AI+制造、AI+产品、AI+运营”三大领域。京东方将通过AI赋能半导体显示与物联网业务,为用户提供更聪明、更好用、更智能的产品与服务。

同时,半导体显示始终是京东方的核心业务,过去多年的技术研发,令其积累了半导体显示技术、玻璃基加工、大规模集成制造三大优势能力,这也为玻璃基封装技术提供了很好的基础。

在BOE IPC·2024上,京东方正式发布并展出了面向半导体封装的玻璃基面板级封装载板,成为中国第一家从显示面板转向先进封装的业务部门。陈炎顺透露,京东方在玻璃基封装技术方面已经做好准备,只待市场需求的爆发。

未来,行业将会涌现更多的“第N曲线”,相信这里面蕴藏着巨大的发展机会。陈炎顺表示,至2030年,京东方将发布超过500项合作课题,投入超千亿元用于技术研发,支出超万亿元采购额推动产业发展,持续激发产业创新活力。

2024年 AMOLED 手机面板出货量同比增长近25%

本报讯 TrendForce 集邦咨询最新统计数据表示,2024年 AMOLED 手机面板出货量预估将突破8.4亿片,较2023年增长近25%。由于各大手机品牌逐渐提升 AMOLED 手机面板的使用比例,预计将进一步带动2025年的出货量超过8.7亿片,年增长约可达3.2%。

以往韩系面板厂一直是 AMOLED 面板的主要供应商,但近年来中国面板厂积极扩张柔性 AMOLED 面板产能,以满足市场快速增长的需求。与此同时,中国面板厂积极与手机品牌展开密切合作,大幅提升了 AMOLED 面板在智能手机市场的渗透率,从2023年的51%上升至2024年的56.9%。TrendForce 集邦咨询表示,AMOLED 面板渗透率每年将增长2%~3%,预计2028年将达到68%,这意味着 AMOLED 面板已成为智能手机市场的主流显示技术。

从区域市场来看,韩系面板厂目前主要供货给苹果公司和三星,对其他品牌的

出货量已逐年减少,仅供货少量的硬屏 AMOLED 面板。相比之下,中国面板厂的 AMOLED 面板出货量则逐年增长,其中,京东方已跃升为中国 AMOLED 手机面板主要供货商,预计今年的出货量约为1.3亿片。京东方除了与本土手机品牌密切合作,还逐年增加对苹果公司的出货量,并预计在2024年通过 iPhone 16 系列新机型的验证,按计划进行大规模出货。

TrendForce 集邦咨询指出,其他 AMOLED 手机面板厂也正快速增长。受到2024年华为新机热销带动,预估维信诺出货量将达到8000万片。另外,天马与华星光电也在今年开始大量提升 AMOLED 手机面板出货,有望突破以往成绩。

从市场份额来看,预计2024年中国面板厂的 AMOLED 手机面板出货量将占全球 AMOLED 面板市场的47.9%,2025年中国面板厂的整体出货量则有望超过韩厂,其全球市占率预估可达50.2%。

(集文)

雷曼光电2024年上半年营收同比增长24.82%

本报讯 近日,雷曼光电发布2024年上半年业绩报告,报告期内,雷曼光电实现营收6.58亿元,同比增长24.82%;实现归母净利润757.99万元,同比扭亏为盈;公司毛利率为25.36%,同比上升0.57个百分点;净利率为1.53%,同比上升2.65个百分点。

雷曼光电专注于LED超高清显示及LED照明业务,在业内率先推出并量产基于COB先进集成封装技术的Micro LED超高清显示产品,围绕8K超高清产业发展,建立了包括LEDMAN雷曼超高清显示大屏、智慧会议交互显示系统、智慧教室教育交互显示系统、超高清家庭巨幕及智能照明、创意显示在内的LED全系列产品生态及解决方案体系。

对于业绩增长,雷曼光电表示,报告期内公司国际业务营收规模创历史新高,实现营业收入5.1亿元,同比增长34.8%,占公司总营收的78%。其中国际显示业务实现营收2.97亿元,同比增长50%;实现综合毛利率36.5%,同比增长1.7%。

据悉,雷曼光电深耕海外市场多年,在国际市场构建了全球化营销网络,设立了多家海外子公司/办事处,产品出口至100多个国家和地区。

今年上半年,雷曼光电继续拓宽海外渠道,尤其是亚非拉等新兴市场开发。2024年上半年,公司在亚太、美洲区域的营收增长明显,老客户及新客户订单均实现同比增长。另外,报告期内雷曼光电持续深化本地化运营,公司已在日本、美国、迪拜、荷兰等国新增开设子公司或办事处,打造售前、售后、培训及实地体验产品的一站式平台。

在国际照明业务方面,上半年,雷曼光电全资子公司拓享科技实现营收2.13亿元,同比增长17.4%。6月,位于越南的拓享LED智慧照明生产基地的自建厂房已竣工并正式投入使用,目前正处于产能爬坡阶段,未来将带动拓享海外照明业务的成长。

另一方面,在国内市场,雷曼光电业务平稳发展,实现营业收入1.48亿元,占公司总营收22%。在专用显示领域,雷曼光电在国内市场大力推广具有低屏温、低功耗特点的COB超高清节能冷屏产品,适用于安防监控中心、指挥控制中心、广电演播等长时间使用场景。报告期内,雷曼光电在能源、智慧交通等行业的营收增长比例超过50%。

在家用显示领域,报告期内,雷曼光电新设了6家超高清家庭巨幕门店,截至目前公司已在深圳、广州、上海、南京、武汉、杭州、成都等10个城市设立了20家线下体验门店。

技术创新方面,雷曼光电去年10月全球首发了PM驱动玻璃基Micro LED显示屏产品,并于今年实现小批量试产,成为少数掌握PM驱动玻璃基显示技术的企业之一。

雷曼光电表示,后续公司将通过建设中试产线继续探索和升级PM驱动玻璃基显示面板生产技术和工艺,加快应用于智慧会议交互显示系统、智慧教育交互显示系统和超高清家庭巨幕等超大尺寸Micro LED显示产品及解决方案中,全方位满足未来专用显示、商用显示、家用显示等领域的多场景低成本、低能耗使用需求。

(阅文)

大力推进现代化产业体系建设 加快发展新质生产力