

日本三巨头“抱团”面板大战愈演愈烈

□本报记者 吴心韬

日本电子及电机三巨头东芝、日立和索尼近日宣布,正式合并三家公司的中小型液晶面板业务,合并后的公司名称暂定为“Japan Display”。新公司将在2012年春天正式成立,将致力于新一代面板有机发光显示器(OLED)研发和量产。另有消息称,美国消费电子产品巨头苹果公司有意投资新公司。

分析人士称,由苹果公司掀起的消费电子产品“触摸屏革命”席卷全球,使得各大IT业巨头纷纷投产新兴的智能手机以及平板电脑,也使中上游液晶面板制造商迎来最好的时期,以及最残酷的市场竞争。因此,日本三巨头合并中小型企业既是移动终端市场竞争应势之产物,同时是“升级”新一代显示技术竞争的催化剂。

索尼公司展示OLED产品。

催生全球最大中小面板商

事实上,早在今年6月份,市场就传出三家日本公司将整合旗下中小型液晶面板业务的消息。不过,此后该消息一直未能得到权威部门的确认。直到日前,日本共同社和《经济新闻》等日媒才正式披露合并的具体细节,即日本政府主导的投资基金——日本产业革新机构(INCIJ)主导此次联合。

8月31日,INCIJ发布联合声明,INCIJ将注资2000亿日元(约合26亿美元),以持有Japan Display 70%的股权,而东芝、日立和索尼各占10%的股权。INCIJ总裁兼首席执行官(CEO)船见公一表示:“合资项目是公司以开放创新精神实践在全球范围内发展长期有效的新一代业务之承诺,新公司将成为中型面板全球领先制造商。”

《经济新闻》和日本共同社9月1日评论称,Japan Display的成立主要是为了应对韩国三星、LG Display、日本夏普和中国台湾奇美等液晶面板厂商在中小型面板领域,特别是在OLED领域咄咄逼人的竞争态势。

据市场调研公司DisplaySearch统计的数据,2010年,东芝、日立和索尼中小型液晶面板产量分别占全球市场份额的9%、6.3%和6%,这意味着上述合资公司成立后,其产量将占到全球产量21.3%,超过夏普14.8%的市场份额,成为全球最大的中小型液晶面板供应商。

业内人士认为,由于三巨头各有擅长,其合并还能带来很好的协同效应。即东芝是低温多晶硅面板龙头,日立拥有当红的IPS广视角和MENS等技术,而索尼则在有源矩阵有机发光二极体面板(AM-OLED,OLED技术的一种)有很多技术专利。Japan Display整合三巨头各自优势,并将目标瞄准在被誉为最有发展前景的第三代显示技术OLED上。OLED被视为液晶面板之后的第三代显示技术,是目前最有发展前景的新型显示技术之一。

另外,三巨头彼此客户和产品线互不重叠,合并效益大,预计其成立后将继续保持对韩国和中国台湾厂商的竞争优势。



CFP图片 合成/王春燕

下游竞争带动上游“混战”

有消息称,苹果对Japan Display十分感兴趣,并有意对其进行投资。因这几年苹果的智能手机iPhone和平板电脑iPad热销,使得苹果对面板供应商三星的依赖度越来越大(三星是OLED面板的领导厂商),成为苹果发展的一大隐忧。为了改变这种局势,同时也是为了分散经营风险,苹果希望投资夏普,或者说是新成立的Japan Display。

对此,分析人士认为,苹果的iPhone和平板iPad生产线一直是中小型面板市场的最大且优质的单一用户,一旦苹果投资Japan Display,无疑将进一步增强后者在行业内的领导力。

其实,苹果的iPhone和平板之所以被称为“触摸屏革命”或者说开启了“后PC时代”,也是因为该

系列产品迅速带动了其他IT巨头如美国惠普、戴尔、加拿大RIM、芬兰诺基亚、韩国三星电子、LG,以及日本夏普与索尼开辟智能手机和平板电脑生产线,与苹果的相关产品打响“无硝烟的战争”。三星电子智能手机Galaxy S2今年二季度的销量逼近苹果iPhone,位居全球第二。同期,苹果的iPad销量同比增长331%至1510万台,占据全球平板电脑61%的市场份额。

而各大消费电子厂商在打响终端战役的同时,也纷纷将战火引向了中上游的液晶面板市场,而被各电子产品厂商广泛应用的OLED技术更是成为了面板企业的竞争热点。

今年8月,市场传言称,苹果可能将向夏普投资13亿美元,以

保障其核心产品的OLED面板供应。另有传言称,苹果准备投资LG Display,采购其55寸OLED面板,进军智能电视领域,进而将产品链扩大至现代网络生活的方方面面。

而进入今年三季度以来,各领先面板厂商也“磨刀霍霍”准备扩大OLED产能。韩国LG Display宣布将投资28.3亿美元批量生产下一代面板OLED,并计划在2014年下半年实现OLED量产,其中包括大型OLED面板。而其竞争对手三星目前已计划将OLED面板从智能手机、平板电脑延伸到电视等领域。DisplaySearch最新报告称,到2012年年底前,全球的5.5代AM-OLED月产能将能达到8万片,约为今年年均产能的三倍。

中国大陆厂商再次“掉队”

日本三巨头合资公司的成立,以及韩国LG Display和三星在OLED领域的勃勃野心,使得原本落后于日韩同业的中国面板企业面临尴尬且更加严峻的竞争局面。目前,中国面板领军企业如京东方、华星光电最先进的产线仅是8.5代LCD面板,与被称为下一代面板的OLED存在巨大的“代沟”。

虽然中国大陆今年6月2日成立了中国OLED产业联盟,目前主要有昆山维信诺、四川长虹、佛山

万变。如京东方因产业内大型LCD面板供应富裕、价格走低,在今年上半年出现净亏损12亿元。从2005年至今,该公司只有一年实现盈利。

对此,中国科学院半导体研究所研究员王晓亮表示,国家需对OLED等发展前景广阔的新型显示技术的上游核心材料给予特别关注和扶持,实现自主创新和可持续发展,把握未来的平板显示市场。

中国企业积极参与OLED市场竞争

□本报记者 陈静

日前,东芝、日立和索尼将合并中小尺寸液晶面板业务,并由日本政府控股的一家公司主导运营,以与中国台湾和韩国的面板厂商竞争。

中国电子视像行业协会副会长兼秘书长白为民就此表示,日本三家公司此次结盟中小尺寸液晶面板业务,短期看来是为了获得在中小尺寸液晶面板市场的话语权,而长期看则可能是提前布局新一代显示技术OLED,以在未来的全球面板市场占领先机。

三日企“抱团取暖”

据报道,东芝、日立以及索尼三家公司中小尺寸产能合并后,将成为全球最大的中小尺寸液晶面板厂商。

奥维咨询公司副总经理文建平认为,由于近年来32英寸面板价格大幅下降,实际上生产大尺寸面板生产线并不赚钱,反而在苹果iPhone与iPad的带动

下,中小尺寸TFT-LCD生产线盈利能力十分稳定,而三家日本企业重组其中小尺寸液晶面板生产线,也是着眼于财务上的考虑。

业界介绍,日本企业长期主导着液晶面板的研发和生产,但在电视用大尺寸液晶面板市场遭遇韩国和中国台湾企业的低价攻势,市场份额降至约10%,而随着中国大陆大尺寸液晶面板的陆续上马,日本企业市场份额可能会进一步降低。但在中小尺寸市场,日本企业当前占有约40%的市场份额,面对韩国和中国台湾企业的快速追赶,日本企业压力倍增,抱团取暖也成为了一种选择。

中国企业争取后来居上

白为民认为,东芝、日立以及索尼重组其中小尺寸TFT-LCD,可能是为了提前布局新一代显示技术OLED,特别是在三星不断释放OLED大尺寸即将量产消息的背景下,三家公司为保证在新一

代显示技术的竞争力而被迫进行重组。

业界介绍,相比传统的液晶电视,OLED有着机体薄、对比度高、色彩丰富、分辨率高、视角宽广、耗电量低等诸多优点。另外,由于OLED内没有液体分子,其抗震性能更好、耐低温、结实耐用。同时,与毫秒级响应的TFT-LCD面板相比,OLED的响应时间是其几千分之一,不会出现拖尾和动态画面抖动的问题。如此优异的技术始终无法广泛应用于电视上,是因为各大厂商在投产大尺寸OLED面板时的良品率极低(还不到30%),而TFT-LCD面板却可以达到90%以上。这使得OLED电视的制造成本非常高昂,也是大尺寸OLED面板不能量产的原因所在。

京东方副总裁张宇就表示,OLED量产对智能手机等中小尺寸面板生产线影响较为直接,而对大尺寸液晶面板则冲击有限。此外,OLED在大尺寸一直无法量产,就是因为有许多技术难题还没法突破。

据悉,京东方针对OLED进行了长时间的跟踪和积累,与主流厂商的差距保持在2-3年以内,而当前公司TFT-LCD面板生产线与OLED生产线有60%的技术是可以通用的。

也正是出于积极参与OLED产业竞争的考虑,京东方日前宣布投资220亿元在内蒙古鄂尔多斯建设5.5代OLED生产线。

中科院院士欧阳钟灿此前接受中国证券报记者采访时表示,正是在国外大企业OLED面板技术还未过关的前提下,我国新型显示科研与产业超世界一流显示企业、争取后来者居上成为可能。

市场调研机构DisplaySearch发布统计数据显示,得益于三星、索尼等公司的推动,OLED在小尺寸显示器市场表现十分抢眼,2011年全球OLED面板产能约达89万平方米,2012年将达260万平米,较2011年增加192%,2013年达500多万平方米,2014年可能高达900万平方米。

●公司动态●

LG电子

预计今年3D电视市场份额升至20%

全球第二大电视机制造商LG电子4日表示,在年底前,公司的3D电视机销量将占全球市场份额的20%。较公司在今年年初4%的市场份额增长4倍。同时,公司将在明年超越三星电子成为3D电视机市场老大。

LG电子家庭娱乐部门行销主管李光燮在2011年柏林电子展上表示,预计今年全球市场的电视销量将达2亿台,其中,3D电视销量占比为10%,比去年销量占比1%有大幅增长。在此次柏林电子展上,LG电子展示了

其3D解决方案,包括CINEMA系列不闪式3D智能电视。

据市场研究公司DisplaySearch数据,LG电子占全球3D电视机市场份额今年第二季度已增长到12.4%,但仍然落后于三星电子和索尼。三星电子第二季度的市场份额是34.4%,索尼的市场份额是17.5%。

分析人士称,LG电子有信心超过三星和索尼的原因是这两家公司的增速减缓和下降。三星第二季度市场份额仅增长0.4%,而索尼的市场份额从27.1%下降至17.5%。(吴心韬)

德国电信欲助AT&T完成收购

德国电信公司新闻发言康斯坦5日表示,该公司正考虑修整旗下T-Mobile公司美国业务部门(T-Mobile USA)的部分资产,以便帮助AT&T完成相关收购。

今年3月,AT&T宣布斥资390亿美元收购德国电信旗下的T-Mobile USA。一旦交易成功,新实体将超越弗莱森电信公司,成为全美最大的无线通信运营商。

不过就在上周,美国司法部宣布对该笔收购交易发起诉讼,理由是该

交易可能降低行业竞争,并导致消费者费用上涨。司法部这一举动沉重打击了AT&T欲打造全美最大无线通信运营商的信心,令交易前景瞬间黯淡。

一旦交易失败,AT&T将向德国电信支付巨额“分手费”。据悉,AT&T曾向德国电信承诺,如交易失败,将向后者支付30亿美元现金,并交出无线频段,此外还将降低接入AT&T网络的通话费用。上述“分手大礼包”总值达70亿美元。德国电信拒绝就此发表评论。(杨博)

丰田8月在华销量同比增14.9%

日本丰田汽车公司5日表示,该公司8月份在中国市场的汽车销量同比增长14.9%,至8.87万辆左右。1-8月丰田汽车在中国地区的汽车销量总计约52.56万辆,同比增长4.3%。

受3月份日本大地震和海啸灾害影响,汽车业出现零部件供给不足等问题,导致灾后三个月日本汽车厂商销售业绩普遍不佳,但这一状况自7月份开始有所改善。

不过相对于7月份28.4%的增幅

而言,8月份丰田在华汽车销量增幅仅为7月份增幅的一半左右。对此丰田方面表示,受大地震影响未能完成的订单集中在7月份大量出货,促使7月份销量实现大幅增长。丰田汽车仍在努力摆脱3月份日本地震的影响,争取把中国产量恢复到正常水平。

据日本媒体此前报道,丰田汽车2011年度在华销售目标为90万辆。丰田汽车2011年度在华销售目标为90万辆。(杨博)

现代汽车盈利首超三星

据韩联社4日援引韩国证交所和韩国上市公司协会数据称,韩国最大汽车制造商现代汽车集团旗下的上市公司在今年前六个月的净利润额达到9,1679亿韩元(约合861亿美元),同比大增42.5%,高于同期三星集团的9.17万亿韩元,盈利规模史上首次超过三星集团。

韩国财团数据网站Chaeul.com分析称,在今年上半年,拥有现代汽车和起亚汽车的现代汽车集团业绩表现突出,成功抵御了韩元走强的冲击。按照该集团目前的业绩增长步

伐,其全年盈利规模预计将超过三星集团。

数据显示,三星集团去年净利润同比下滑20.6%至8.1万亿韩元,使其盈利规模低于同期现代集团的9.17万亿韩元。但三星集团的营业收入规模比现代汽车集团高出218亿韩元。

韩国资产管理公司友利资产管理公司分析称,在今年上半年,拥有现代汽车和起亚汽车的现代汽车集团业绩表现突出,成功抵御了韩元走强的冲击。按照该集团目前的业绩增长步

伐,其全年盈利规模预计将超过三星集团。

数据显示,三星集团去年净利润同比下滑20.6%至8.1万亿韩元,使其盈利规模低于