

面板产业迎来向上拐点：LCD盈利改善 柔性OLED涨价可期

证券时报记者 刘灿邦

“得益于良好的终端需求,LCD TV主流尺寸面板价格自2025年1月起全面上涨,3月预计将延续上涨态势。”在近期的机构调研中,京东方透露,LCD行业平均稼动率自去年11月开始回升,今年以来上升态势得到延续,并保持在80%以上。

多位受访人士向证券时报记者表示,LCD市场集中度提升,特别是中国厂商话语权增加,叠加产线完成折旧、国补政策等因素,LCD产业链迎来向上拐点。与此同时,OLED面板作为另一大主流解决方案,在渗透率不断提升的背景下,部分赛道有望高速增长。

随着LCD与OLED双双迎来拐点,受访人士告诉记者,未来一两年,面板等科技领域厂商将呈现“大者恒大”的趋势,行业前三的企业利润可能占到全行业利润的85%甚至更高。

1 LCD产线性价比突出

“LCD的整体销售额还在小幅增长,预计未来几年会稳定在700亿美元的规模。”群智咨询总经理李亚琴在接受证券时报记者采访时表示,LCD的技术生命力会持续存在,最核心的原因是高性价比。

李亚琴分析,大量LCD产线几乎都已完成折旧,中小尺寸产线近年也经历了产能淘汰,即使是中尺寸的手机面板,绝大多数都是利用较高世代的8.5到8.6代产线在生产,这还不算10.5代等更高世代产线。对于LCD面板厂商而言,当前生产组合的性价比极高。

“当前全球很多国家还处于高通胀和高利率的环境,消费者购买力比较弱,因此,高性价比产线至关重要。中国厂商具有比较好的条件,特别是现在LCD产业链已经转移到中国本土供应链厂商手中。”李亚琴说。

LCD市场的改善与国补政策关系密切。据了解,2024年8月“以旧换新”政策落地以来,原本低迷的国内彩电市场出现明显提振,尤其是85寸以上超大屏电视的销量被大幅拉动。

“LCD TV面板市场2024年获得量利

2 OLED渗透率持续提升

相比于LCD,OLED还处在高速增长阶段。不过,OLED在不同应用领域可能会有不同的表现。

业内人士告诉证券时报记者,由于OLED投资较大、价格也相对较高,OLED在手机端的长期渗透率不可能一直向上,达到60%左右时可能会触及瓶颈。

对此,李亚琴介绍,在2025年之后的两三年时间里,OLED增长及渗透率提升主要来自中尺寸应用,比如笔记本电脑、车载、平板、显示器等。

她提供的预测数据显示,今年面板行业销售额预计会达到1143亿美元,其中OLED部分约433亿美元,占比达到38%;到2027年,预计将达到约42%的份额。时间维度继续拉长,到2029年,OLED产值大概会达到570亿美元,在整个面板产值中的份额预计达到46%—47%,但很难突破50%。

“今年OLED行业将继续向好态势,市场仍有增量需求存在,渗透率会持续提升。”维信诺相关负责人在接受证券时报记者采访时表示,AMOLED在智能手机领域已成为主流显示技术,得到广泛应用,未来将在平板、笔记本电脑、车载显示等中尺寸领域加速渗透,这也是AMOLED更大规模的增量市场,对未来产业格局有重要影响。

8.6代OLED产线动向是当前行业内



第六届深圳(国际)智慧显示展上展示的显示产品。 时报财经图库/供图

3 中尺寸应用增速显著

值得注意的是,面板市场有望迎来一些显著增长的细分赛道。

李亚琴表示,如果面板行业2025年整体销售额增长5%的话,车载面板的增长预计会在16%左右,这也是销售改善最大的细分应用。

“随着新能源汽车的渗透率持续提升,智能座舱对于大屏化的要求也持续增长。2024年全球车用面板有2.3亿片的出货量,今年预计达到2.45亿片,从规模来讲增速是不错的。”李亚琴分析,除了量的因素,车载面板也会出现结构变化,特别是汽车需求对于外观时尚性、轻薄、亮度、耐用程度等要求在提高,会使车载面板显著升级,销售额有望实现超两位数的增长。

据悉,多家厂商正在加码车载领域布局。深天马在此前业绩预告中表示,2024年,公司非消费类显示业务中,车载显示业务筑牢头部竞争优势,并依托汽车电子、新能源等业务的快速发展,车载显示业务营业收入的加速增长,带动了利润规模的扩大。

“AMOLED具有柔性可卷曲、低功耗、高可靠性等优异特性,可应用于汽车中控、A柱、影音娱乐、智能车钥匙、车窗等区域。”上述维信诺负责人也向记者表示,公司在车载显示方面储备了很多创新技术,具备从材料、器件、模组、环境适应性和可靠性等方面提供全方位解决方案的能力。维信诺已与数个汽车品牌合作推出了定制化的OLED车载显示产品。

4 厂商业绩将迎拐点

随着LCD与OLED双双出现拐点,面板厂商业绩有望持续改善。事实上,在相关厂商披露的2024年业绩预告或年报中已能看到端倪。

数据显示,京东方预计2024年实现净利润52亿元—55亿元,同比增长104%—116%。TCL科技预计公司半导体显示业务盈利大幅增长,全年实现净利润超60亿元。

深天马与维信诺在2024年出现亏损,但从企业表态来看,前景依然可期。其中,深天马表示,在面临武汉AMOLED产线折旧压力同比大幅增加的挑战下,净利润和扣非净利润同比均有显著改善,为2025年公司发展奠定了良好基础;维信诺称,公司聚焦AMOLED主业,2024年OLED产品毛利率较上年同期增长超30个百分点,营业毛利大幅增加。

“2024年,OLED行业整体复苏向好,市场需求增加,产品价格上涨,同时公司规模优势进一步显现,降低了产品成本,使得毛利同比增长超30%。”上述维信诺负责人告诉记者,在影响毛利的行业因素之外,公司未来将通过精益经营、产业链协同创新降本等方式持续提升毛利水平。

CINNO Research首席分析师周华判断,今年中国手机品牌厂商对刚性AMOLED的需求将大幅转向国内柔性AMOLED面板,导致主力厂商三星显示(SDC)刚性AMOLED面板需求持续减弱,部分

除此之外,李亚琴判断,平板电脑市场也会迎来两位数增长,一方面,苹果继续扩大对OLED的使用,另一方面,LTPS面板在平板领域的渗透率也在快速增加并向窄边框方向发展。“综合来看,由于OLED与LTPS渗透率的提升,叠加平均售价增长,平板电脑市场的面板附加值也在提升。”

“中尺寸AMOLED是高速增长的新领域,也是行业未来竞争的关键赛场,目前仍处于技术驱动的早期发展阶段。”维信诺负责人向记者表示,在中尺寸领域,平板、笔记本电脑等预计会率先导入,车载显示大规模导入的时间可能相对略长。此外,随着人工智能时代到来,AMOLED显示屏作为人机互动的窗口,在智能家居、工控、医疗等领域会有更多创新应用产品。

此外,在LCD与OLED的竞争中,还会催生出一些新的技术应用,有望成为新的增长点。李亚好认为,在笔记本电脑品类中,LCD技术进行自救成为了当前LCD厂商必须思考的命题。

据了解,2024年,受OLED成长影响,中高端LCD技术方案市场份额都出现一定程度的下滑。经过近一年不断探索,LCD的技术自救也找到了一定的方向。

李亚好预计,今年下半年TED+in-cell touch技术方案将要入局主流的笔记本电脑产品。“这一变化落到产品端及应用端,将使带触控屏幕的笔记本进入到主流应用场景中,会给终端带来一定技术利好。”

产线可能出现空产,尽管SDC大幅下调新项目价格,但仍未达到国内厂商的价格预期;柔性AMOLED面板需求持续向好,预计下半年仍将呈现供不应求的状况,主力厂商为控制亏损,正酝酿涨价。

李亚琴认为,未来一两年,包括面板在内的科技领域厂商都会呈现“大者恒大”的趋势,行业前三的企业利润可能占到全行业利润的85%甚至更高。“这一趋势在2024年得到强化,头部企业的产能优势、技术壁垒及成本优势正在叠加,行业内发生了一系列并购,产能优胜劣汰也有可能出现。”

此外,企业策略将出现比较明显的分化,特别是头部企业会持续在规模和利润中间寻找平衡点。头部企业的经营策略会更趋于理性,以面板企业为例,在2022年至2023年都经历过巨亏,巨亏使它们的经营策略更趋于理性和稳健,思考在维持规模的稳定增长和满足战略客户需求的前提之下如何保障企业利润,这是未来一年头部企业的核心目标。

相对而言,全球关税政策和贸易环境的不确定性增加,对企业全球供应链布局的均衡性及多样性考验非常大,不利于中小企业生存发展。“中小企业会处于艰难生存的局面,一方面要维持产能稼动率或在某些细分市场的地位,另一方面要面临盈利考验,处于相对矛盾的状态。”李亚琴说。

折价配股加大估值分歧 小米成交718亿港元创天量

证券时报记者 王小伟

折价配股融资导致市场对小米估值的分歧加大,3月25日,小米集团(01810.HK)开盘便大幅下挫,随后股价低位震荡,报收于53.4港元,下跌6.32%。全天成交额达到718亿港元,为公司上市以来的第二高。

3月25日,小米集团在港交所公告,拟以每股53.25港元价格(配售价较3月24日收盘价57港元折让约6.6%),配售8亿股现有股份,占公司已发行股本约3.2%。预计筹资净额约425亿港元,用于业务扩张、研发投入及其他一般用途。

前一日的3月24日,就有媒体曝出,小米拟以每股52.80~54.60港元的价格,配售7.5亿股股份,通过先旧后新方式配售股份,寻求募集最高53亿美元(人民币约385亿元)。但从小米披露来看,融资规模比此前传出的更大。

对比来看,小米集团此次配售融资,为香港史上规模第三大的闪电配售项目,仅次于比亚迪435.09亿港元配售融资及美团约542亿港元的融资。

小米集团为了筹划本次配售及认购事项,披露了最新的股权架构。其中,董事长兼CEO雷军持有小米集团24.1%的股份,其他股东拥有小米集团75.9%的股份;完成上述配售事项后,雷军的持股比例为23.4%,承配人的持股比例为3.1%,其他股东的持股比例为73.6%。

主流判断认为,小米融资有必要性。小米正处于业务扩张期。一方面是品牌需要持续走向高端化;另一方面则是新零售渠道扩张,包括国际化推进;第三则是小米汽车要突破产能瓶颈——这些都需要资金支持。

以小米汽车为例,当前订单起量很快,交付周期拉长,需要解决产能瓶颈,缩短交付周期,以满足用户需求。小米2024年财报显示,智能电动汽车等创新业务总收入为328亿元,经调整净亏损62亿元。2024年,Xiaomi SU7系列交付量达136854辆,连续5个月单月交付超2万辆。同时,小米集团将小米汽车2025年全年交付目标提升至35万辆。交付问题成为最大瓶颈。

截至2024年12月31日,小米集团现金及现金等价物为人民币337亿元。小米2024年研发投入241亿元,同比增长25.9%,预计2025年将投入300亿元。这意味着,小米必须筹措外部资金来解决运营中的若干难题。

对于资金分歧,有投行人士认为,与小米股价高位配售有关。“参与低位融资通常可以享受业绩增量带来的股价上涨收益。高位配售时,超额收益空间或下降。这导致投资者情绪分化:有人恐慌抛售,担心重演2020年配售暴跌旧事;也有人视为抄底良机,笃定小米生态布局的长线价值。”

历史上类似的大规模配售也曾导致小米股价大幅下跌。2020年,小米通过配股和可转债筹资,股价一度跌逾10%。

中国电信2024年净利330亿 全年派息总额同比增长11.4%

证券时报记者 刘灿邦

3月25日晚间,中国电信(601728)披露2024年年报,去年,公司实现营业收入5236亿元,同比增长3.1%,其中服务收入4820亿元,同比增长3.7%。实现净利润330亿元,同比增长8.4%,基本每股收益为0.36元。资本开支为935亿元,同比下降5.4%。

中国电信拟每股派发末期股息0.0927元(含税),连同2024年中期已派发股息每股0.1671元(含税),2024年全年派发股息为每股0.2598元(含税),全年派发股息总额同比增长11.4%。从2024年起,三年内公司以现金方式分配的利润将逐步提升至当年股东应占利润的75%以上。

从具体经营情况看,2024年,中国电信加快5G应用与终端升级,不断优化客户体验,推动移动通信服务收入良好增长。持续推进网络升级,加快移动网络向5G-A升级,加大重点场景5G网络覆盖,不断丰富5G新通信等应用功能。持续推进5G应用升级,通过AI技术重塑5G应用和客户感知,不断推进通信助理、视频彩铃、云盘等应用AI升级,加快量子密信密话、手机直连卫星等战新业务规模拓展。

2024年,中国电信移动通信服务收入达到2025亿元,同比增长3.5%,其中,移动增值及应用收入达到299亿元,同比增长16.1%,移动用户数净增1675万户,用户规模达到4.25亿户,移动用户ARPU(每用户平均收入)达到45.6元。公司固网及智慧家庭服务收入达到1257亿元,同比增长2.1%,其中,智慧家庭业务收入达到221亿元,同比增长16.8%,宽带用户数净增728万户,达到1.97亿户,宽带综合ARPU达到47.6元。

值得一提的是,2024年,中国电信产业数字化收入达到1466亿元,同比增长5.5%,占服务收入比重达到30.4%,同比提高0.5个百分点。天翼云收入达到1139亿元,同比增长17.1%;IDC收入达到330亿元,同比增长7.3%;安全收入达到162亿元,同比增长17.2%;智能收入达到89亿元,同比增长195.7%;视联网收入同比增长40.1%。

此外,中国电信持续推进国际业务高质量发展,加快全球云网资源布局,推进国际国内业务流程一体化,积极拓展海外重点市场,东南亚、中东非等区域成为国际业务重要增长极,云、量子、卫星、车联网、视联网等战新业务在海外取得突破,全年国际业务收入为169亿元,同比增长15.4%。

中国电信表示,面向未来,公司将积极把握行业和人工智能的发展方向,持续深入实施“云改数转”战略,全力打造服务型、科技型、安全型企业,进一步强化优质高效的数字化、智能化产品和服务供给,积极助力提振消费,更好满足千行百业、千家万户对美好数字生活的新需求,推动人工智能应用赋能经济社会发展,不断增强核心功能、提升核心竞争力。



上市公司资讯第一平台