

2022年中国显示面板行业分析报告- 行业发展格局与投资潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国显示面板行业分析报告-行业发展格局与投资潜力评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568424.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、显示面板情况简介

目前液晶显示面板以LCD面板及OLED面板为主。OLED可赋能显示屏幕多样形态，无论是刚性屏幕、曲面边缘外形，及未来可变形的显示屏，如折叠、卷曲或伸缩类型；而传统LCD显示由于其中整块的背光板设计，难以实现弯折。从下表中各指标看，OLED较传统LCD较全面领先，其优势包括灵活的外形设计、轻薄的特性、更好的色彩表现和对比度、响应实现、功耗等，主要运用于中小尺寸显示，如手机、可穿戴等。但LCD技术更加成熟，成本更低，主要应用于电视等大屏幕领域。

OLED和LCD性能对比	显示技术	传统LCD	OLED	技术类型	背光LED	自发光	对比率
5000:01:00	亮度 (nits)	500	500	发光效率	低	中等	对比度
us级别	厚度 (mm)	厚, >2.5	薄, 1-1.5	寿命 (小时)	60K	20-30K	柔性显示
LED数量级	100 -	成本	低	中等	功耗	高	约LCD的60%-80%
运作温度	40-400	30-85	PPI (可穿戴)	最高250ppi	最高300ppi	PPI (虚拟现实)	最高500ppi
最高600ppi	产业化进展	已大规模量产	已规模量产	产业成熟度	高	中等	

资料来源：观研天下整理

面板产业发展最早的是日本厂商夏普等，但由于日本宏观经济、技术及资本的保守，LCD产业的蛋糕很快由韩国、台湾厂商先后主导，直到大陆厂商逐渐投产追赶。自2011年来，中国大陆大尺寸TFT-LCD面板产能开启上扬，2012年超越日本，2017年比肩中国台湾，2018年接近韩国，国内面板龙头逐渐掌握行业话语权。根据测算，全球中大尺寸LCD产能方面，2016~2020年韩国份额大幅下降，2021年韩国产能（假设均不退出）将占全球中大尺寸LCD面积14%，京东方及TCL科技合计将占46%。由于京东方收购南京熊猫8.5和成都熊猫8.6代线，TCL科技收购三星苏州8.5代线，国内龙头厂商份额持续迎来明显增加，并且这个趋势随着潜在的更多二线厂商被整合、潜在的海外厂商未来的退出，份额还有提升空间。

韩国面板厂商凭借扎实的技术积累和国产材料成本优势，早在2007年便切入OLED市场，三星显示和LGD两大巨头始终保持OLED产能及增长率先。但是2014年以来，大陆和韩国面板商产能差距也迅速缩小。

数据来源：观研天下整理

二、显示面板下游市场需求情况

据海外调查数据显示，2020年全球液晶显示面板的需求量为5.4亿平方米，预计未来五年市场需求将按年均复合增长率3%的规模持续增长。其主要需求市场分析如下：

1、电视市场需求

目前，大块屏幕消耗主要LCD产能，是LCD面板需求的主力应用领域。几大主要主流显示应用出货量并不会显著增长，关键变化在于电视面板平均尺寸。从出货量上看，2019年LCD

电视面板出货量约2.84亿片，是最大需求领域。

数据来源：观研天下整理

从出货面积上看，2019年TV面板出货面积1.61亿平方米，占全球显示面板出货面积约70%。

数据来源：观研天下整理

电视是成熟家电产业，近十年保持2亿出货量，偶数年赛事拉动，三四季度旺季。平均尺寸方面，2013年以后每年增长1寸，大屏化是LCD显示面板需求主要增长动能。

2、手机市场需求

由于更优的特性，手机OLED面板渗透率2019年38%，2020年45%，至2021年将逐步取代LCD手机面板成为新一代主流显示技术。OLED智能机维持高端机型稳定份额，加速向低端渗透。

数据来源：观研天下整理

此外，智能手机领域柔性OLED渗透已成趋势，其出货量从2016年0.46亿片到2019年已增长约6倍，达2.02亿片。硬屏OLED面板由于受限于应用场景的需求，出货量增速较缓慢，近年出货平稳，2019年达3.22亿片。预估2020年刚性OLED将达到2.92亿片，柔性OLED将达到3.45亿片。

数据来源：观研天下整理

中国智能机市场中，2020年前三季度OLED新机中柔性屏占比由去年同期的29%增长至53%，柔性OLED智能机总销量同比逆势增长73%。高端手机市场的持续发力，将带动柔性屏渗透率持续上升。

3、可穿戴设备市场需求

2019全球可穿戴设备出货量达到3.37亿台，相比2018年的1.78亿台增长了89%，2020年全球可穿戴设备出货量达到4.45亿台，2024年全球可穿戴设备出货量预计将达到6.23亿台，未来五年复合年增长率预计为9.17%。

数据来源：观研天下整理

其中，智能手表功能性持续突破，增速亮眼。当前智能手表已具备大部分智能手机的功能。2024年全球智能手表出货量将增至1.5亿部左右，2020~2024CAGR将达14.3%。手环出货具有一定体量，接近手表。据IDC，2020手环出货量0.677亿部，属可穿戴中出货量前三的品类；2020年份额17.10%，占比较高。

2020~2024可穿戴出货预测（百万部）

产品	2020出货	2020份额	2024出货	2024份额
----	--------	--------	--------	--------

2020-2024CAGR 耳机 234.3 59.20% 396.6 62.80% 14.10% 手表 2193:36:00 23.10% 156
24.70% 14.30% 手环 67.7 17.10% 74.4 11.80% 2.40% 其他 2.6 0.60% 4.8 0.80% 16.70%
Total 396 100.00% 631.7 100.00% 12.40%

资料来源：观研天下整理

OLED显示在可穿戴领域已高度渗透。2021Q1智能手表出货中，苹果份额33.50%，华为8.40%，三星8.00%，C3约50%。在市占排名前三的品牌中，苹果、三星自第一代智能手表/手环起便持续采用OLED屏幕。当前Top3品牌全线手表/手环皆采用OLED显示。

苹果、三星、华为智能手表/手环已全线采用OLED显示

品牌

型号

发布时间

显示屏

显示尺寸

苹果

S6

2020

全天候视网膜显示屏(LTPOOLED)1000尼特亮度

显示面积759/977平方毫米

SE

2020

视网膜显示屏(LTPOOLED)1000尼特亮度

三星

GalaxyWatch4

2021

CircularSuperAMOLED

手表整体尺寸40mm至46mm，屏幕略小

GalaxyWatchActive2

2019

34.5mm:1.4英寸

30.2mm:1.2英寸

Fit2手环

2021

AMOLED

1.1英寸(27.8mm)

华为

Watch3

2021

AMOLED

1.43英寸

WatchGT2

2019

AMOLED彩色圆屏

1.2英寸~1.39英寸

手环6

2021

AMOLED彩色方屏

1.47英寸

儿童手表4X星耀款

2021

1.41英寸

WatchFit

2020

1.64英寸

资料来源：观研天下整理

综上，保守测算得2020年智能手表中OLED渗透率50%以上，远超手机。假设手环中OLED渗透率与手表类似，并假设手表/手环平均显示面积800平方毫米，经测算可得手表及手环偏光片2020年需求6.36万平米，假设2024年OLED渗透达80%，测合计需求14.75万平米。

4、车载面板市场需求

在汽车领域，智能化的趋势驱动车载面板逐步大屏化。当前车载显示仍以LCD为主，OLED仍处渗透初期。据UBI，汽车市场大幅采用OLED显示屏始于2018年，主要用于仪表盘和信息娱乐显示屏。OLED的可弯曲特性可帮助实现在不规则的车内空间打造舒适的视觉体验；OLED加持下，仪表盘、座椅、车顶内部、甚至挡风玻璃皆可成为理想的显示屏幕。

数据来源：观研天下整理

预计2022年汽车显示屏市场总值将达到250亿美元，其中OLED将占据20%左右，约50亿美元。基于2020年仅9%的渗透率，预计2021年将提升至14%，2022年提升至20%。（xix）

观研报告网发布的《2022年中国显示面板行业分析报告-行业发展格局与投资潜力评估》涵

盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国显示面板行业发展概述

第一节 显示面板行业发展情况概述

一、显示面板行业相关定义

二、显示面板行业基本情况介绍

三、显示面板行业发展特点分析

四、显示面板行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、显示面板行业需求主体分析

第二节 中国显示面板行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、显示面板行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国显示面板行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国显示面板行业生命周期分析

一、显示面板行业生命周期理论概述

二、显示面板行业所属的生命周期分析

第四节 显示面板行业经济指标分析

一、显示面板行业的赢利性分析

二、显示面板行业的经济周期分析

三、显示面板行业附加值的提升空间分析

第五节 中国显示面板行业进入壁垒分析

一、显示面板行业资金壁垒分析

二、显示面板行业技术壁垒分析

三、显示面板行业人才壁垒分析

四、显示面板行业品牌壁垒分析

五、显示面板行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球显示面板行业市场发展现状分析

第一节 全球显示面板行业发展历程回顾

第二节 全球显示面板行业市场区域分布情况

第三节 亚洲显示面板行业地区市场分析

一、亚洲显示面板行业市场现状分析

二、亚洲显示面板行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲显示面板行业市场前景分析

第四节 北美显示面板行业地区市场分析

一、北美显示面板行业市场现状分析

二、北美显示面板行业市场规模与市场需求分析

三、北美显示面板行业市场前景分析

第五节 欧洲显示面板行业地区市场分析

一、欧洲显示面板行业市场现状分析

二、欧洲显示面板行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲显示面板行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界显示面板行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球显示面板行业市场规模预测

第三章 中国显示面板产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国显示面板行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国显示面板产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国显示面板行业运行情况

第一节 中国显示面板行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国显示面板行业市场规模分析

第三节 中国显示面板行业供应情况分析

第四节 中国显示面板行业需求情况分析

第五节 我国显示面板行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国显示面板行业供需平衡分析

第七节 中国显示面板行业发展趋势分析

第五章 中国显示面板所属行业运行数据监测

第一节 中国显示面板所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国显示面板所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国显示面板所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2018-2022年中国显示面板市场格局分析

第一节 中国显示面板行业竞争现状分析

一、中国显示面板行业竞争情况分析

二、中国显示面板行业主要品牌分析

第二节 中国显示面板行业集中度分析

一、中国显示面板行业市场集中度影响因素分析

二、中国显示面板行业市场集中度分析

第三节 中国显示面板行业存在的问题

第四节 中国显示面板行业解决问题的策略分析

第五节 中国显示面板行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国显示面板行业需求特点与动态分析

第一节 中国显示面板行业消费市场动态情况

第二节 中国显示面板行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 显示面板行业成本结构分析

第四节 显示面板行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国显示面板行业价格现状分析

第六节 中国显示面板行业平均价格走势预测

一、中国显示面板行业价格影响因素

二、中国显示面板行业平均价格走势预测

三、中国显示面板行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国显示面板行业区域市场现状分析

第一节 中国显示面板行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区显示面板市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区显示面板市场规模分析

四、华东地区显示面板市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区显示面板市场规模分析

四、华中地区显示面板市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区显示面板市场规模分析

四、华南地区显示面板市场规模预测

第五节 华北地区显示面板市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区显示面板市场规模分析

四、华北地区显示面板市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区显示面板市场规模分析

四、东北地区显示面板市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区显示面板市场规模分析

四、西部地区显示面板市场规模预测

第九章2018-2022年中国显示面板行业竞争情况

第一节 中国显示面板行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国显示面板行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国显示面板行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 显示面板行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2022-2027年中国显示面板行业发展前景分析与预测

第一节 中国显示面板行业未来发展前景分析

一、显示面板行业国内投资环境分析

二、中国显示面板行业市场机会分析

三、中国显示面板行业投资增速预测

第二节 中国显示面板行业未来发展趋势预测

第三节 中国显示面板行业市场发展预测

一、中国显示面板行业市场规模预测

二、中国显示面板行业市场规模增速预测

三、中国显示面板行业产值规模预测

四、中国显示面板行业产值增速预测

五、中国显示面板行业供需情况预测

第四节 中国显示面板行业盈利走势预测

一、中国显示面板行业毛利润同比增速预测

二、中国显示面板行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国显示面板行业投资风险与营销分析

第一节 显示面板行业投资风险分析

一、显示面板行业政策风险分析

二、显示面板行业技术风险分析

三、显示面板行业竞争风险分析

四、显示面板行业其他风险分析

第二节 显示面板行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国显示面板行业发展战略及规划建议

第一节 中国显示面板行业品牌战略分析

一、显示面板企业品牌的重要性

二、显示面板企业实施品牌战略的意义

三、显示面板企业品牌的现状分析

四、显示面板企业的品牌战略

五、显示面板品牌战略管理的策略

第二节 中国显示面板行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国显示面板行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2022-2027年中国显示面板行业发展策略及投资建议

第一节 中国显示面板行业产品策略分析

一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国显示面板行业营销渠道策略

一、显示面板行业渠道选择策略

二、显示面板行业营销策略

第三节 中国显示面板行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国显示面板行业重点投资区域分析

二、中国显示面板行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568424.html>