

数千亿投资解“缺屏之痛” 中外面板企业展开激烈争夺

■ 高少华

从前些年完全依赖进口，到 2012 年国内产能攀升至全球市场份额的近 10%，中国液晶面板产业近年来的全球地位不景气背景下逆势投资，同日韩等企业展开激烈争夺。

数千亿投资提速面板国产化

从智能手机、平板电脑到智能电视等，液晶显示已无处不在，液晶面板也被誉为“信息社会的牛奶和面包”。中国电子产品整机制造企业，一度饱受“缺屏之痛”，所需液晶面板主要依靠进口。海关统计数据显示，即使在 2012 年，中国液晶面板进口额依然高达 503 亿美元，仅次于集成电路、石油和铁矿石。

韩国、日本和中国台湾地区一直是全球液晶面板主要生产基地。最近几年，中国内地涌现液晶面板投资热潮，据不完全统计，总投资规模（含建成、在建和规划）已超过 3000 亿元人民币。随着各地产能的陆续释放，目前中国内地已成为全球第三大液晶面板生产基地。据全球产业研究所预测，2012 年中国面板产能占全球市场份额已达 9.9%，预计 2013 年将升至 13.2%。

在近日于上海举行的 2013 中国国际平板显示展览会上，以京东方、华星光电等为首的国内面板企业推出超高清、裸眼 3D、触控等一批全球平板显示领域的前沿技术，吸引众多关注的眼光。

液晶面板制造商京东方副总裁张宇告诉记者，现在情况正在发生逆转。三星近日



在其 110 英寸超高清液晶电视上，首次采用京东方的面板。这表明国产面板凭借技术实力已敞开三星等外资厂商的大门。

在业界看来，面板国产化的快速发展，终结了面板全部依赖进口的历史，中国的电子整机企业对国际面板厂商的依赖有望不断降低。

面板进出口贸易逆差有望收窄

目前，我国已成为全球液晶面板制造的重要一极。为扶持国内面板企业发展，我国自 2012 年 4 月 1 日起，对进口 32 英寸及以上尺寸液晶显示板的税率由 3% 调整至 5%。这对国内大尺寸面板企业构成实质性利好，有助于刺激国内整机厂商采购国产面板。

针对之前三星等六家液晶面板生产企业在我国内地销售液晶面板存在操纵市场价格现象，国家发改委今年 1

月份对其开出价格垄断罚单，依法责令涉案企业退还国内彩电企业多付价款 1.72 亿元，没收 3675 万元，罚款 1.44 亿元。这也是我国首次对境外企业实施价格垄断处罚。

赛迪顾问认为，2013 年我国液晶面板自给率将进一步提高。随着京东方和华星光电 8.5 代线投产量的增加，国产液晶电视面板自给率有望达到 40%。同时，龙飞光电的昆山 8.5 代线、三星的苏州 8.5 代线和 LG Display 的广州 8.5 代线也在建设当中，另外京东方的合肥鑫晟 8.5 代线也将建成量产，未来几年内我国面板产能将持续增长，国产液晶电视面板的自给率将逐步提升，至 2015 年有望超过 60%。

随着国产面板产能持续扩大和国产电视面板自有率不断提升，以及我国关税政策的调整，2013 年我国液晶面板进出口逆差将进一步收窄；同时，出口显示面板产品结构有望优化，大尺寸面板出口比例将有所增加。

耐克阿迪蚕食国产品牌领地 抢夺二三线市场

继阿迪达斯宣布去年大中华区销售增长 15% 后，耐克也在本财年三季度报中强调，中国是最重要的高增长市场。业界认为，国内体育用品市场持续萎缩的大背景下，耐克和阿迪达斯独好靠的是“以价换量”。根据这两大运动品牌巨头不断下沉的市场布局看，价格战更是驱动品牌逆市突围的重要战略。

与国际一线品牌相比，本土运动品牌还阴云密布。耐克去年净利跌至五年来最低；安踏净利 13.59 亿元，是上市五年来首度下滑；李宁也预警 2012 年的业绩将是“巨额亏损”。

国内市场萎缩是内外资运动品牌的共同遭遇，在业界看来，耐克、阿迪达斯能够逆市突围得益于渠道下沉。耐克在中国市

场的订单数虽有 4% 的增长，但其大中华区的营收却出现下滑。关键之道在于体育咨询公司创始人张庆认为，这是由于产品打折出售导致其客单价下降。

但这仍难阻挡耐克们“沉下去”的决心。此前，耐克宣布，计划今年新开 40-50 家工厂店，商品价格将是正品的 3-4 折。其开店规模不仅远超过以往，新店也将从一线城市伸至二三线市场。不仅是耐克，阿迪达斯中国区董事总经理高嘉礼也曾表示，今年的业务重点是扩大中小城市的开店数，在中国新开的 800 家新店中 2/3 都在中小城市。而且，到 2015 年，阿迪达斯计划开进中国 1400 多个中小城市。

国外运动品牌依靠渠道下沉抢占原本属于国内运动品牌的生存空间。国内二三

“得技术者得天下”

虽然面板国产化步伐日益加快，但一些挑战仍不容忽视，如当前欧美市场需求减弱，造成全球范围面板供需问题；产品高值化与国际竞争力仍待提升；韩国、日本积极发展前瞻技术与产线；上游材料、设备面临自主供应链不足等。

经济学家郎咸平不久前在微博中表示，“中国液晶面板业就像两年前的光伏行业一样以大跃进方式飞速发展。其结果必然导致严重产能过剩。更可怕的是三星釜底抽薪地发展新一代有机液晶面板。三星新面板一旦上市，中国几千亿液晶面板行业将重蹈覆辙。”

郎咸平对国内液晶面板业的担心引发舆论热议。有专家表示，目前国内彩电制造业是全球最大的液晶面板消耗行业。同时，国内手机、PC 制造业，也是消耗液晶面板仅次于国内彩电业的两个行业。而国内液晶面板的实际自给水平还不足 1/3。单独考虑国内市场的需求，本土面板产能还有巨大的缺口存在。

不过，也有专家认为，我国面板产品尺寸存在单一化趋势，目前主要以 32 英寸电视面板为主，我国企业在新尺寸切割技术方面有待加强，以规避产品出现结构性产能过剩的风险。短时间内，我国本土面板企业在新技术研发、成本竞争和盈利等方面仍面临较为严峻的形势，如何合理调整国内产能供求关系，将直接影响产业健康发展。

“国内企业想要真正发展起来，关键还是要提升自己的技术实力、自主创新能力。”张宇表示。

拓璞产业研究所上海子公司研究员林麟认为，AMOLED（有源矩阵有机发光二极管）、触控、3D 等新型显示技术为大陆面板厂商摆脱低端制造指明了方向，国内企业需要以更积极的态度布局新型显示技术。

线城市一直是国内运动品牌的主战场，但耐克、阿迪达斯打折后与国内运动品牌基本处于同一水平线，让中小城市的消费者开始“变心”。

截至去年，安路、李宁、匹克等本土六大运动品牌关店数已超 3000 家之巨，361° 甚至在去年四季度“日关一店”。随着国外运动大牌加速渗透中小城市，国内运动品牌的未来面临更大的挑战。

不过也有业内人士认为国内运动品牌的举步维艰归结于自身原因。张庆认为，本土品牌不仅产品过剩，而且同质化严重，各个品牌产品间的可替代性很强。同时，消费者日益增长的技术和时尚需求，国内运动品牌也难以跟上。

(邵蓝洁)

专利拍卖招商公告

使原来已出现的红肿现象很快消失，从而达到伤者渴盼快速治愈伤口的目的。

10. 一种保温洗脚桶 (ZL200920179788.1)

本专利公开了一种保温洗脚桶，对原普通的洗脚桶或热水盆无保温性能的改进，使之加入的热水在桶中水温散热缓慢，延长了保温时间，使用中能够达到热水泡脚保健效果。节能节水、制作简单、价格低廉，容易推广。

11. 灵活性高的超长车辆 (ZL201220163356.3)

该车辆既提高了通过性能，又简化了轴系，可以使超长车辆侧移和原地旋转，根据车辆选用的行走部的不同，可使车辆适应平坦或复杂地形。灵活性强，易于腾挪，适用于重型卡车和专用特种车辆。

12. 精简高效的电容降压限流型 LED 节能光源 (ZL201220252645.0)

利用本技术所组成的 LED 光源：在线路中只接入一只电容和两只二极管，不需要变压器和开关电源，能使 LED 稳定的工作在交流 220V 电压下。且采用小功率 LED 灯，不需加装散热器，可进一步节约能源，提高能效。

13. 便携式多功能野外作业电焊机 (201210343595.1)

本电焊机特点是直流输出电压稳定，烧焊时碳弧小，焊接端面圆滑，能够最大限度地利用焊条，可以在交流电不能到达的地方及发生自然灾害和没有市电供应的情况下下应急使用，也可以对电瓶或蓄电池进行充电。

目前，通过 7 年来的应用性研究和试验，浙江丰利研发生产的这一高效微粉设备组合已广泛应用于非金属材料、化工、医药等行业中，不仅满足了生产要求，而且取得了良好的节能效果。

咨询热线：0575-83105888
83100888, 83185888
83183618
网址：www.zjfengli.com
邮箱：fengli@zjfengli.cn

国药准字H46020636

快克®
复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状，也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下
购买和使用
海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销



黄河之水天上来 ——写在河套酒业成立六十周年

连载 (47)

汉明 著

河套酒业建立了全员质量管理体系。1997 年引入 ISO9000 管理体系，形成了质量管理委员会、质量科、车间质检员三级管理制度，确定了从原材料进厂、粉碎、蒸馏、储存、化验、出厂全程封闭监控的 20 个监控点，监控流程有 100 多道工序。从建厂时的一名化验员到如今的 150 名专业检验人员，河套酒业建立了专业高效的质量监管团队，使企业的质量管理提供坚强保障。

生龙活虎的营销团队活力线

一个企业的经营，需要多种人格的人，搞生产的需要严谨型的人，搞技术的需要能专心，而搞营销的则需要有开拓精神。在销售市场上，呼市、巴彦淖尔、包头，河套各个办事处的主任做起销售来你追我赶，年底谁当了销售状元，台下的就会为他竖起大拇指，经常你今年销售额上了一亿，我明年也上一亿，你今年上了两亿，我明年要上三亿，开创一种生龙活虎的营销局面。河套酒业对营销人才的选拔特别重视。一线营销经理。

2006 年，年轻有为、勇于创新、有一线营销经验的张卫东被集团公司任命为销售公司总经理。当时的河套酒市场，经过多年的运作，已经基本成熟而稳定，销售业绩不断上升，但在调整产品结构和规范化管理上仍需要加强。

2001 年，张卫东在任河套酒业集团呼市办事处主任时，对呼市办事处的管理和运营进行大刀阔斧的改革，使办事处的管理机制日趋成熟，销售直线上升，使呼市地区成为河套酒业集团的亿元销售市场。在此基础上，张卫东大胆地提出了建立“大内蒙市场的战略布局”，“调整市场区划，确定核心办事处，打造亿元市场”的战略计划，确定了呼、包、鄂为核心办事处，打造亿元市场。

为了调整产品结构，张卫东果断地对河套酒业的产品线进行了重新梳理，整合和优化，形成了高端产品以河套王年份酒系列、度数系列为主导，中档产品以河套老窖年份系列、品级系列、柔和系列为主导，清香产品以河套宴酒、陈藏系列为主导的区域化产品序列和格局。同时，张卫东对河套王系列品牌进行了集中管理和集中操作，成立了“河套王事业部”，集中精力做好河套王品牌的提升。

在“河套”品牌宣传上，以“中国驰名商标”、“中华老字号”和自治区政府接待用酒等高含金量名片为依托，充分挖掘品牌资源，有效构建了“河套”品牌的竞争优势。在中央电视台二套、内蒙古卫视、内蒙古广播电视台和各盟市电视台投放了产品广告和宣传企业的 MTV，得到各界人士的一致好评。

在知识经济时代，市场的竞争就是团队的竞争，团队建设的好坏在一定程度上决定了竞争的成败。懂得一线冲锋陷阵多年的张卫东深深懂得这一道理，他特别重视营销队伍的建设。他下大力气进行了营销队伍的整合建设。一是大力培养年轻干部，从营销一线择优聘用了一批有干劲、有想法、有魄力、有业绩的青年干部充实到办事处领导岗位上，进行营销管理运作团队的新陈交替。二是搞好人才梯队建设，本着公平、公正、公开和宁缺勿滥的原则，通过走访、调查、民主评议等形式在营销队伍中开展了后备干部推选活动，将业务骨干列入人才储备库，进行重点培养、重点考核。三是加强人事管理和服务。他十分关心营销队伍中的大中专毕业生的成长，提拔、重用很多年轻有为的大学生，使他们有了施展才华的舞台。这些举措为河套酒业营销团队的可持续成长奠定了基础。

裴春明，2002 年加入河套酒业，现任内蒙古河套酒业集团销售有限公司总经理。他在农机公司时就是业务员，有丰富的营销经验。2004 年到 2006 年他任集宁办事处主任过程中，创新营销思路，转变营销机制，不断提升产品的销售档次，使得办事处的销售额由 2004 年的 700 万元增加到了 2006 年的 4000 万元，增长了 5 倍多。