



# 春江水暖

華銀徵信室...陳玉坤

## - 談LCD TV市場

在2005年全球資訊業年度盛事的CeBIT Show (德國漢諾威電腦展)中,過去未見發表相關產品的廠商,如華碩(ASUS)、神達(MITAC)和華宇(ARIMA)等台灣資訊業者,首度展出LCD TV的一系列新產品,介入LCD TV領域的佈局動作引人注目。由於隨著LCD TV在市場普及,國內愈來愈多代工廠商投入生產LCD TV,也極力爭取日系、美系LCD TV訂單,近來當市場消息傳出代工業者接獲國外品牌訂單時,業者股價也時有出人意料表現,似乎意味著2004年LCD TV銷售不佳的天寒時節已遠去,而2005年LCD TV市場已現春意盎然景象。

### 一、全球LCD TV市場

#### (一) 市場變化莫測

2003年年底、2004年年初時,大家都樂觀期待2004年會是「液晶電視起飛的元年」,不過由於LCD TV市場需求平淡,幾乎所有市調機構在2004年皆調降全球LCD TV市場需求的預估,市場普遍瀰漫對LCD TV銷售前景悲觀的預期,也

代表著LCD TV市場變化莫測,確實打破了不少專家的眼鏡。

#### (二) 面板價格快速下降及面板供給無虞

不過從2004年下半年起,已悄悄衍生一波數位平面電視汰換商機,帶來LCD TV銷售市場的回暖,如以32吋LCD TV面板每片在2004年年底為700美元,至今年6月初已降至560美元,降幅達20%,預估若市場需求趨緩,至年底時不排除下降至每片500美元,在面板價格的快速下降中,可望有效創造LCD TV市場需求。

面板供給方面,雖然2005年第一季在LCD TV市場需求大幅攀升下,LCD TV面板市場供貨吃緊,但隨著第二季以後各廠新產能的陸續開出,TV面板可望充分供給的狀況來看,2005年LCD TV市場景況讓人充滿期待,因此各市調機構預估數字(如表一)分別呈現80%至倍數的不等成長,尤其面板廠商更是樂觀認為2005年將會是LCD TV強勁成長的一年。

表一、市調機構對2005年全球LCD TV出貨量預估 單位:萬台

市調機構	工研院	Display Search	拓璞	光電科技協會	三星	友達	奇美
出貨量	1,501	1,800	1,780	1,486	1,800	1,800	2,000

資料來源:各市調機構及媒體新聞、徵信室整理

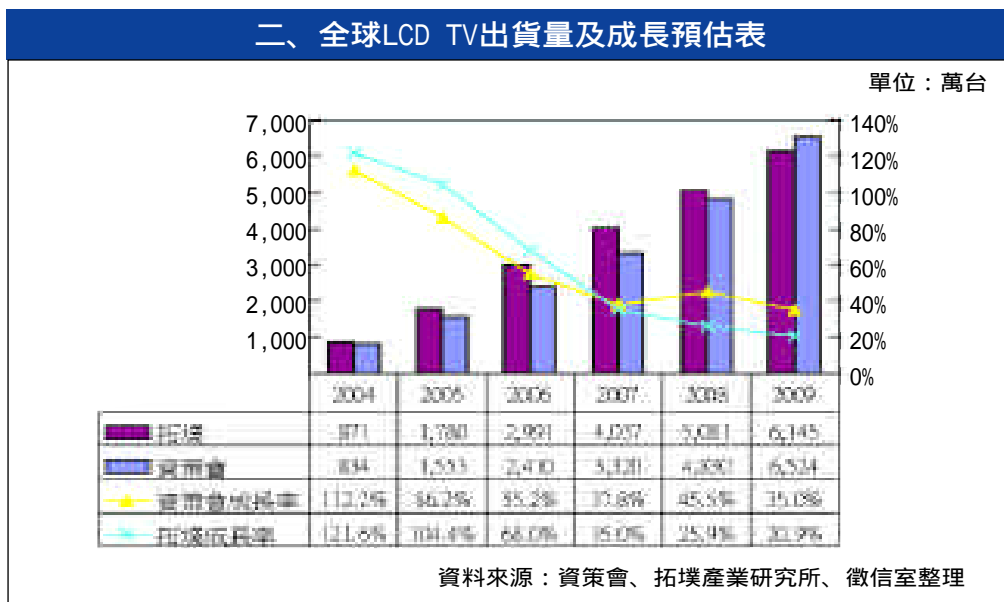


### (三) 數位電視風潮，商機無限

隨著全球主要國家數位訊號的逐步開播，以及未來類比訊號也將逐步停播，如美國、日本分別預定於2009年及2010年停止類比訊號的播送；歐洲地區亦將於2010-2015年間先後停止類比訊號；台灣也將於2010年停止類比電視訊號的播送，未來數位電視將成為家庭中不可或缺的角色，而LCD TV由於大幅降價及LCD TV的輕薄、低耗能、壽命長與高解析度等特

性及面板廠產能的佈局，正可迎接電視的換機潮。據估計全球整體電視機市場未來每年出貨量約1.6億-1.9億台間，由表二資料可看出，資策會及拓璞產業研究所分別對全球LCD TV市場從2004年至2009年期間的出貨量及成長預估，顯示LCD TV佔整體電視機的比重在2004年為5%，而2009年時LCD TV的出貨量，兩家機構都預估將超過6,000萬台，屆時LCD TV佔整體電視機的比重將提升至35%左右，讓人對LCD TV市場前景充滿期待。

### 二、全球LCD TV出貨量及成長預估表



## 二、台灣LCD TV市場

### (一) 台灣代工機會增加，毛利率卻跟著下降

2005年由於TV面板價格持續下跌，導致LCD TV市場競爭也激烈，價

格也隨之驟降，因此許多品牌大廠都擴大對台釋單，而國際級資訊業者如HP、DELL等，也多向台廠下單，國內廠商代工商機也隨之擴大，預估台廠2005年LCD TV的出貨量，可望因全球整體市場的擴張而受惠，包括神基、廣達、新視代等多家業者，都預估



2005年出貨量目標額呈現倍數成長。如表三資料所顯示，以台灣較大11家LCD TV生產廠商而言，預估2005年的出貨量目標合計即高達423萬台，較2004年的177.1萬台，大幅成長139%。

由於台灣內需市場小，因此廠商勢必積極拓展外銷市場或取得代工訂單，

才能衝量以拉高獲利，不過LCD TV產品降價速度快，毛利率壓縮也愈來愈快，以家電廠商歌林而言，92年的毛利率為19%，下滑至93年的15%，94年第一季更降為14%，而代工廠商的毛利率更低，已往液晶監視器5-6%的低毛利率靠攏。

表三、台灣各主要各LCD TV廠商出貨量情形一覽表 單位：千台

公司	2004年	2005年預估	主要客戶
NB廠商			
神基	45	500	SHARP
廣達	300	500	Panasonic、SANYO
緯創	160	400	Toshiba
仁寶	130	370	Hitachi、DELL
品牌廠商			
新視代	185	450	自有品牌
大同	500	500	WalMart、Hitachi
東元	80	200	OEM、自有品牌
歌林	100	200	自有品牌
聲寶	50	110	自有品牌
監視器廠商			
明基	200	500	SANYO、SONY
瑞軒	200	500	SONY、SHARP

資料來源：媒體新聞、各公司、拓璞、徵信室整理

## (二) LCD TV又降價了！

台灣可說是全球平面電視最便宜的地方，目前台灣32吋LCD TV已跌破新台幣4萬元（南韓國內約新台幣6.3萬元、美國約新台幣5.6萬元、日本約新台幣5.8萬元），不但本土品牌廠商殺價慘烈，國外廠商雖具有品牌優勢，但在台灣市場仍需要在地化組裝方式降低價格，才能與本土品牌一較長短。

台灣市場雖小，但消費者對於新產品的接受度及購買力不容小覷，因

此台灣市場的銷售狀況，被許多國際家電廠商視為數位電視機未來發展的試金石。以台灣市場約有600萬戶左右的家庭，2004年電視機銷售量約100萬台，其中LCD TV銷售量約10萬台，佔整體電視銷售量的10%，由於台灣市場上平面電視取代CRT電視的腳步已加快，再加上TV銷售廠商強力降價促銷下，預估2005年台灣市場LCD TV銷售量上看20-25萬台，佔整體電視銷售量將可提升至20%以上。

以台灣2005年第一季LCD TV銷售



市場而言，32吋的LCD TV即佔銷售的近5成，已確立主流尺吋地位，因此該尺吋市場為各家廠商必爭之地，殺價競爭激烈，如表四所示，為刺激買氣，國產32吋液晶電視各品牌從六月開始紛紛降價五千到一萬元不等，最高降幅甚至高達兩成，其中東元和大同的售價還跌破四萬元大關，各通路商的價格戰因為液晶電視大廠的降價提前開打，其中向來堅持6.99萬元的國際牌，這一次大手筆調降1萬元，有的通路商更採限月促銷，金額為5.44萬

元，而新力調降金額最多為1.5萬元。

至於其餘日、韓品牌廠商如東芝（Toshiba）、樂金（LG）、三星（Samsung）等暫時按兵不動，仍維持5.99—8.99萬元的價位，打算下半年引進新機種時，並逐步交由台廠組裝時，一併調整全系列液晶電視售價，顯示進口品牌也將加入液晶電視價格戰局，使得液晶電視價格下滑的速度幾乎和資訊產品沒兩樣，激烈的競爭市場，讓LCD TV加速進入薄利時代。

表四、台灣市場32吋LCD TV 6月份最新售價

單位：新台幣萬元

品牌	降價前售價	降價後售價	降價金額	降幅
新力	9.99	8.49	1.5	15%
國際	6.99	5.99	1	14%
明基	5.49	4.99	0.5	9%
新視代	5.49	4.49	1	18%
聲寶	4.99	4.49	0.5	10%
東元	4.99	3.99	1	20%
大同	4.49	3.99	0.5	11%

資料來源：蘋果日報及各媒體新聞、燦坤、全國電子、徵信室整理

### 三、結語

全球LCD TV市場，除原有家電品牌業者外，以具有製造代工、效率高、成本低優勢的資訊業者也加入競逐商機，為搶攻市佔率，各式各樣行銷手法與花招必定會全力使盡，在競爭激烈的情況下，難免會掀起一波又一波的價格戰，此也將有助於LCD TV時代的提前來臨。

而在2005年國際資訊顯示學會年會中，三星電子提到只要面板、材料廠商通力合作降低成本，則2010年LCD TV市場需求上看1億台水準，此一看法是目前業界中最樂觀預期，1億台相當於2004年全球各廠商LCD TV出貨量871萬台的11.5倍、或是2005年預估出貨量1,780萬台的5.35倍多，顯示LCD TV時代必將來臨，只是遲早的問題而已。