# 照明行业报告

## 一、 行业概况及现状

照明光源用于建筑物内外照明的人工光源。现代照明光源主要采用电光源（即将电能转化为光能的光源）。

### 1.全球照明行业贸易额以及市场规模

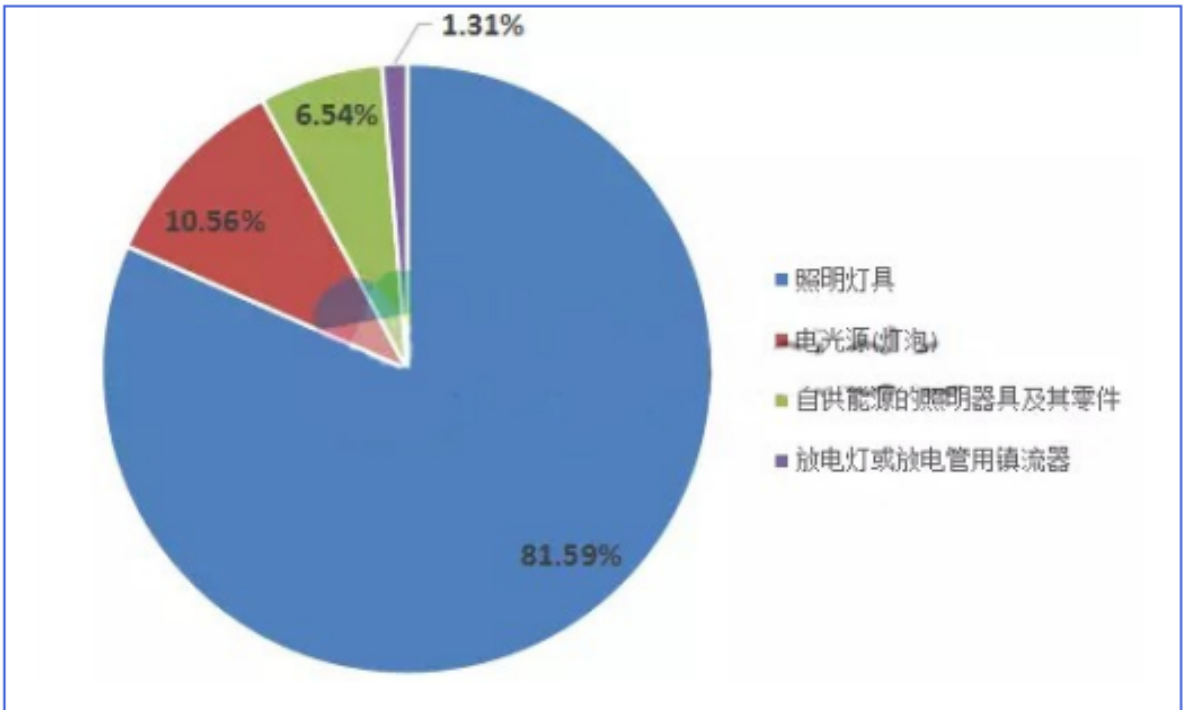
回顾照明行业发展的历史，不论是世界还是中国，照明电器都是一个持续稳定发展的行业。20015 年全球照明贸易额约 2600 亿美元，中国约 296.5 亿美元，占全球市场的 11.4%。2016 年，东南亚地区贸易额为 23065．8 亿美元，占沿线 64 个国家贸易总额的 32．1%，出口额方面东南亚地区高达 11798．6 亿美元。2017 年上半年，全球照明行业出口额约 1900 亿。以下是全球照明市场及其预估数据。

近六年全球照明贸易交易额（亿美元）

注：2017 年为预测值

**2.我国照明行业累计出口额变动情况**

2017 年上半年，全国照明行业完成累计出口额 189.91 亿美元（折合人民币约 1257 亿元），同比增长 15．06％。其中，照明灯具完成累计出口额 154．95 亿美元（占 81．59％），同比增长 23．77％；电光源（灯泡）完成累计出口额 20．05 亿美元（占 10．56％），同比增长－10．71％；自供能源的照明器具及其零件完成累计出口额 12．42 亿美元（占 6．54％），同比增长－10．92％；放电灯或放电管用镇流器完成累计出口额 2．49 亿美元（占 1．31％），同比增长－28．14％。



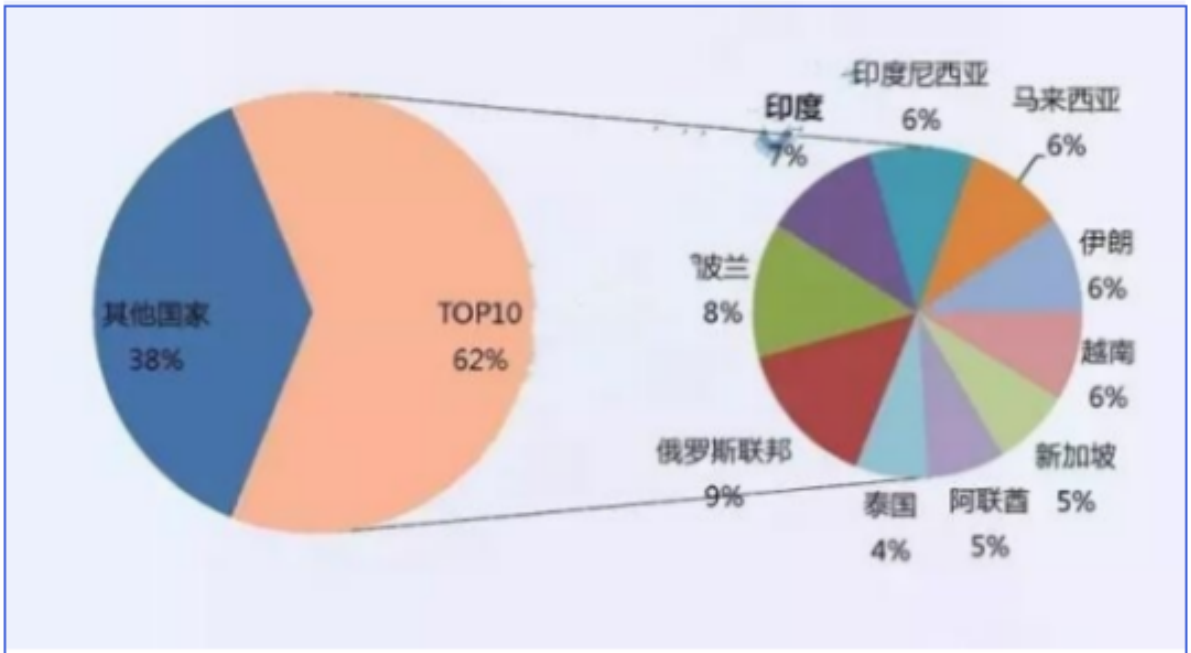
2017 年 Q1 我国照明行业的四大分类占比

**3.中国照明行业出口国情况**

2016 年照明出口金额首现负增长。在经历了多年的高速增长以后，我国照明产品出口总额从 2015 年开始下滑趋势放缓。2016

年，我国照明产品累计出口金额近 106 亿美元，较 2015 年同期减少了 0．77％。

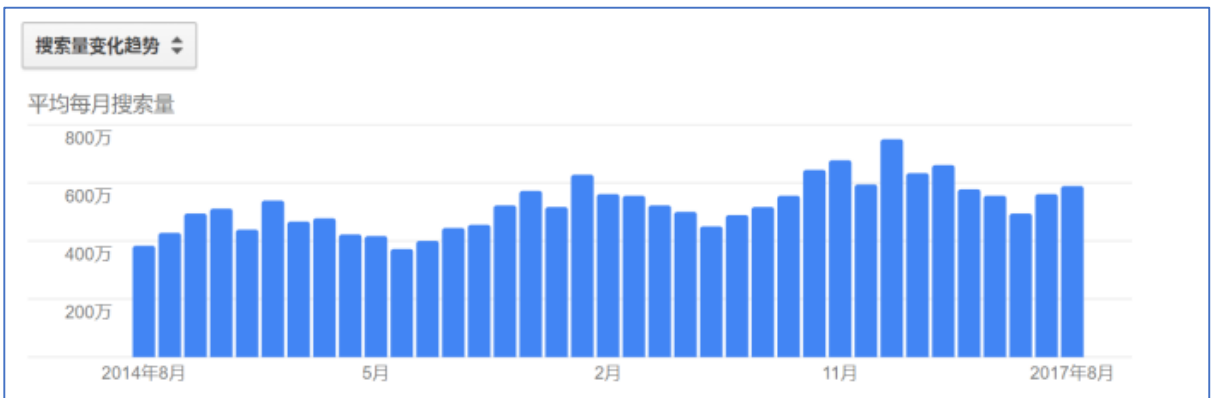
今年第一季度我国照明产品出口最多的十个国家中，泰国居第十位。泰国作为新兴照明市场，其市场潜力无限。




**2017 年 Q1 我国照明产品出口“一带一路”沿线国家目的国分析**

## 二、 行业发展趋势

长期来看，随着世界经济逐步复苏以及新兴市场的快速崛起，过去三年照明行业在全球的搜索数据呈现逐年上升的趋势。




**过去三年 Google 上照明行业搜索趋势变化**

Google trends 的市场研究分析，照明行业搜索量呈波动性变化，整体搜索量为上升趋势。此外，随着照明行业科学技术的支撑，成为其蓬勃发展的一大助力。德英美三国在照明光源科研实力不容小觑，中印等国也更加注重科技输出，我国 2016 年照明在外观设计上获得的专利数是欧盟的近四倍。

**2016 年七国照明外观设计专利申请量**

由于，照明是人们日常生活"刚需"，且全民节能意识有明显提升，随着中国对环境问题日趋关注，市场对环保产品的需求亦相对上升。目前，全球几个关键的照明行业趋势已经出现，将极大影响未来照明行业的发展。

**1．金融资本切入，上市公司将成行业主导力量。**

2010 年前，照明行业的上市公司只有寥寥的 4~5 家，因家数少，对行业的影响成不了势。伴随 LED 照明的发展，与照明有关的上市企业数量快速增加。目前在上海主板、深圳中小板及创业板上市的照明

公司已超过 40 家，新三板超过 70 家，还有一批公司在上市或在股改过程中。2016 年注册制的实施，将更加有利于公司的上市。上市除可为企业通过融资加快公司发展外，还可因成为公众公司带来社会品牌影响，同时作为上市公司会增加在用户心目中的信任度，有利公司的市场拓展。相信随上市公司数量的增加，上市公司这个群体在照明行业的影响力将加大，成为主导力量。照明企业应关注这方面的进展，制定公司发展战略，自主上市，借壳上市，还是通过购并上市，应根据自身情况进行选择。

**2．跨界融合，互联网＋推动行业转型升级。**

跨界融合、互联互通是当前的热门话题，互联网＋的推进更是使这一话题在照明行业内深入。利用 LED 的易控性和照明产品应用的无处不在，附加与城市管理及生活、工作有关的功能。如在智慧城市的建设中，充分利用路灯杆这一载体，加载诸如交通监控、安全监控、气象、空气质量监控、医疗救助、WIFI、广播、信息屏、充电桩、大数据采集等等，在提高城市管理水平、加快反应速度，处置紧急情况提供了手段。另外可充分利用 LED 的调光调色的优势，结合机理，加强研究和相关实验，在农业、医疗、健康保健领域推进 LED 的应用。相关技术的整合，使照明产品成为了一个平台，大大提高了照明产品的附加功能，使其成为跨界、互联互通的工具，提升了照明行业的作用，拓展照明企业业务空间。

**3．LED 照明行业收购、兼并、整合将加剧。**

LED 作为一种新型的节能光源，具备了高效节能、绿色环保、高科

技等各种高大上的帽子，引起了各级政府的关注和支持，出台了各种优惠或补贴政策，引发了全社会投资热潮。有资金实力、有科技能力的企业纷纷进入照明行业，从事照明研发和生产的企业数量快速增加，据不完全统计，照明企业数量已达到 2 万余家。市场的需求短期内因增量市场和存量市场的共同作用，还可以勉强维持如此多的生产企业生存，但随着市场渗透率的提升，存量市场将逐步释放完，加之 LED 照明产品长寿命，市场需求将下降，企业将进入整合阶段。2015 年就已有体现，LED 照明产品技术成熟，市场接受能力提高，需求增加，而因价格下降，并没有因为产量的提高而销售额增加，因此有的企业产量比去年翻倍，但销售额没增加。而因为市场竞争激烈，企业利润趋薄，多数企业的销售额增加，但利润增加没有同步，企业没有感受到市场销售增加所带来的红利。高科技的产品卖出了白菜价，有些产品的价格已低于传统产品，竞争已可用惨烈来形容。一个行业的发展从起步到过剩，到成熟，这是一个必然要走的过程，这个过程中有企业发展壮大，有企业淘汰，这是正常现象。为求发展，很多企业利用自身优势整合资源，近两年行业的并购已发生几十起，2016 年将进一步加剧。

**4．智能照明将成为行业新的风口。**

智能照明是近两年来产业关注的热点。LED 的易控性，为智能照明的发展提供了空间。智能照明在照明领域并不是新技术，通过红外控、雷达控、声控、程序控等技术实现灯光的明暗调整、开关灯或功率调整早已有之，其主要是为了达到节能目的。但 LED，可以通过智

能控制实现明暗、色温、颜色的变化，既能达到节能的目的，还可在生活或工作中起到调节生理、舒缓心情的作用，从而提高工作效率，或方便工作。如根据人的年龄提供灯光变化模式，既保证生活需要又利于休息。根据应用环境提供情景模式，满足工作需要，或根据工作内容提供照明方式，提高工作效率。但在设计和提供智能照明产品时切忌人为复杂化，适时而动，以简单、实用、操作方便为前提，按需设计，落地最重要。智能照明对于提高生活品质，提高工作效率，提升管理水平有着重要作用。智能照明的发展空间巨大，伴随生活水平提高，智能照明的应用将会愈加普遍，将会成为照明产业发展的新风口。

## 三、 大数据下行业商机洞察及竞争程度分析

### 1．新兴市场蕴含很高的市场潜力

结合下图中 google 大数据对全球照明市场的商机洞察分析。表明全球照明生产中心还是以欧洲等发达国家为主，而且这一趋势仍在加速。目前主要消费市场仍集中在波兰、德国、法国、意大利及比利时等发达经济体，显示出对家具消费的旺盛需求，但新兴经济体对照明产品的需求增速明显，结合下图可以看到印尼、非洲等地搜索量居高不下，而且竞争程度并不如成熟市场，有很高的发展潜力。

| 地理位置 | 商机 | 本地每月搜索量 | 推荐出价 | 竞争程度 |
|---|---|---|---|---|
| 韩国 | | 46,530 | US$ 0.28 | |
| 日本 | | 158,790 | US$ 0.40 | |
| 台湾 | | 23,800 | US$ 0.23 | |
| 印度尼西亚 | | 7,670 | US$ 0.07 | |

亚洲

| 地理位置 | 商机 | 本地每月搜索量 | 推荐出价 | 竞争程度 |
|---|---|---|---|---|
| 巴勒斯坦地区 | | 390 | US$ 0.01 | |
| 沙特阿拉伯 | | 3,140 | US$ 0.00 | |
| 阿拉伯联合酋长国 | | 580 | US$ 0.00 | |
| 科威特 | | 250 | US$ 0.00 | |

中东

| 地理位置 | 商机 | 本地每月搜索量 | 推荐出价 | 竞争程度 |
|---|---|---|---|---|
| 波兰 | | 121,590 | US$ 0.25 | |
| 意大利 | | 123,871 | US$ 0.29 | |
| 德国 | | 370,021 | US$ 0.83 | |
| 荷兰 | | 111,930 | US$ 0.77 | |
| 法国 | | 91,840 | US$ 0.53 | |
| 塞尔维亚 | | 5,820 | US$ 0.05 | |
| 俄罗斯 | | 49,050 | US$ 0.46 | |
| 乌克兰 | | 22,810 | US$ 0.21 | |
| 瑞士 | | 24,061 | US$ 1.18 | |
| 比利时 | | 4,500 | US$ 0.54 | |

欧洲

客户的地理分布

| 地理位置 | 商机 | 本地每月搜索量 | 推荐出价 | 竞争程度 |
|---|---|---|---|---|
| 哥斯达黎加 | | 5,880 | US$ 0.02 | |
| 厄瓜多尔 | | 4,070 | US$ 0.02 | |
| 秘鲁 | | 6,320 | US$ 0.05 | |
| 哥伦比亚 | | 5,420 | US$ 0.03 | |
| 美国 | | 551,621 | US$ 3.03 | |
| 委内瑞拉 | | 1,590 | US$ 0.00 | |

美洲

客户的地理分布

| 地理位置 | 商机 | 本地每月搜索量 | 推荐出价 | 竞争程度 |
|---|---|---|---|---|
| 突尼斯 | | 3,980 | US$ 0.79 | |
| 乌干达 | | 170 | US$ 0.02 | |

非洲

**2. 行业相关词月搜索量及竞争程度示例**

在大数据时代，不仅可以知道哪些市场有商机，同时也可以了解相关行业词在全球的月搜索量及竞争程度，提前进行市场布局。

| 关键字（按相关性排序） | 平均每月搜索量 | 竞争程度 |
|---|---|---|
| lighting | 246,000 | 高 |
| lamp | 368,000 | 高 |
| wall lights | 90,500 | 高 |
| bedside lamps | 60,500 | 高 |
| pendant lighting | 165,000 | 高 |
| led bulbs | 90,500 | 高 |
| led light bulbs | 74,000 | 高 |
| led lights | 246,000 | 高 |
| tripod floor lamp | 27,100 | 高 |
| light fixtures | 110,000 | 高 |
| kitchen lighting | 90,500 | 高 |
| lighting stores | 90,500 | 高 |

## 四、 行业案例

### 1．企业介绍——中山市杨发灯饰有限公司

成立时间：1988 年

行业类型：综合性照明企业

产业规模：集研发、生产、销售、服务于一体的综合型照明企业。拥有强大的研发部门、各类专利 100 多项，获得多项认证资质和荣誉称号。作为户外照明行业标杆的杨发灯饰，产品远销欧美、日韩等国家和地区，并一直致力于为消费者提供差异化的整体照明解决方案。

**2.海外营销困境**

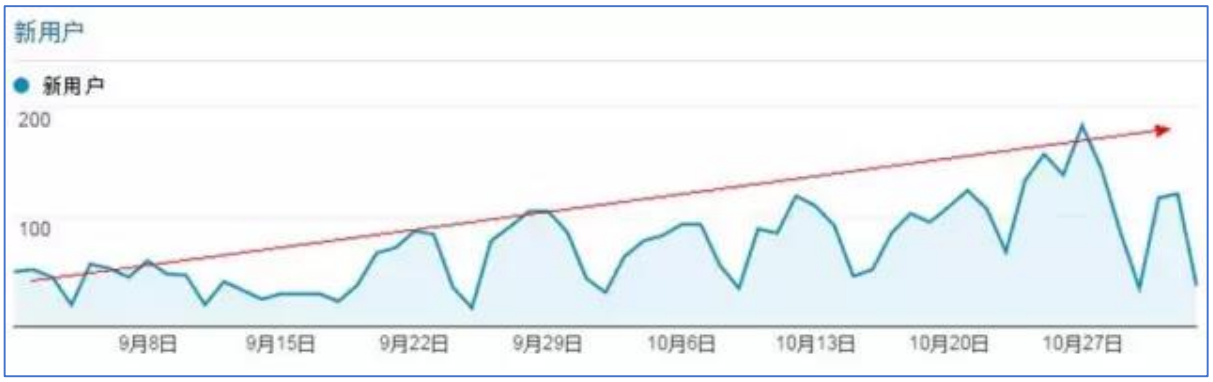
杨发灯饰作为大型的综合性照明企业，营销的意识很强，展会、渠道做的非常成熟。但随着公司规模逐渐扩大，原有的营销手段一是成本不断增高，二是效率无法满足公司的增长需要，急需拓展新的营销手段来给公司带来新的活力。

**3. 拓展全球市场新思路**

与 Google AdWords 体验中心的合作后，杨发灯饰通过账户数据积累与反馈精准定位目标市场和人群；搜索广告和 Gmail 广告相结合进行投放，逐步提高广告的质量得分，吸引精准流量；

杨发灯饰的推广至今已持续 180 多天，推广期间杨发的外贸业务员与广告账户优化师保持有效的沟通并充分配合，两方密切合作所带来的效果是：

1.网站日均流量上升近两倍，且大部分来自 Google，浏览网站的用户大部分来自目标投放国家，流量精准；




2.关键字质量得分整体较高，单个点击成本逐步下降，降至 2 元左右；

3.推广期间所获询盘总量超 400 个，最低询盘成本不超百元。