

# 智能照明行业市场规模 将达431亿元

## 选择适合的细分市场或成传统照明企业发展新思路

提到智能照明,人们可能会想到根据不同场景,随时切换灯光的光度、色彩等,以满足用户不同的使用需求。如今,智能照明的应用延展更深,还可以根据人体的生物节律,对光环境的响应曲线及不同场景的需求效应进行灯光节律控制,与全屋其他设备联动,实现牵一“灯”而全屋动。

根据前瞻产业研究院预计,2022年中国智能照明行业市场规模将达431亿元,年增长率在23%左右,市场爆发潜力巨大。目前,除了欧普照明、阳光照明、佛山照明等传统照明企业加紧布局智能照明,抢先占据发展制高点,小米、华为、魅族等不同领域的玩家和资本也纷纷加入。有业内人士表示,智能产品不是传统照明行业的必然发展趋势,不同企业结合自身的条件,选择适合的细分市场,会是一个比较好的发展思路。

■新快报记者 梁茹欣



■VCG 图

## 中山、深圳的照明灯具企业占全省七成

随着照明行业多年的发展,全国的LED产业形成了珠江三角洲、长江三角洲、环渤海地区、闽赣地区和中西部地区五大区域。其中,这五个区域占据全国90%以上的LED企业,基本形成了从上游芯片、外延到中游封装再到下游应用的较完整的LED产业体系,并依托国家LED产业基地建设初步形成了各具特色的产业集群。

据天眼查专业版数据显示,2020年,广东省年度注册企业达9973家,年度注册增速14.14%。截至3月10日,全省共有8万多家企业符合新兴行业中的“照明灯具”企业标准,其中,中山市以3.2万余家(40.58%)的数量领跑全省,深圳市拥有2.6万余家(33.32%)照明灯具企业,两市占据全省七成以上的份额。广州市则以5838家(7.25%)照明灯具企业,位列第三。

近几年,在大数据、人工智能、物联网等技术的推动下,从过去基于钨丝灯、气体放

电灯的传统照明,再到基于半导体器件的LED照明,逐渐跨向了一个基于物联网的智能照明时代。IDC发布2021年中国智能家居市场预测,到2021年,中国的智能照明增长速度超过90%。高工产研LED研究所(GGII)数据显示,2021年中国LED智慧照明市场总规模将达到466亿元,其中室内智慧照明预计为273亿元,室外智慧照明预计为193亿元。

面对前景辽阔的智能照明市场,欧普照明、阳光照明、佛山照明等传统照明厂商纷纷布局,抢先占据发展制高点。去年,佛山照明加强智能照明产品的开发、推广力度,与阿里巴巴(天猫精灵人工智能实验室)、华为(Hilink)、百度(小度)等合作开发智能家居灯具产品;2021年1月18日,欧普照明启动华南园区项目,宣称将全新华南园区打造成为全国的智能制造示范基地及智能产品的研发高地。

## 传统照明转型障碍重重

对于照明企业来说,布局智能照明意味着可以带来更为可观的收入。数据显示,全球的球灯泡批量交付价格约0.4美元左右,而实现智能化的LED灯售价在2.5美元以上。更重要的是,有不少业内人士提到,以智能照明为切入口,传统照明企业在进入智能家居领域的同时,可以不断拓展市场领域和商业边界。

那么,进军智能照明市场,会是传统照明企业发展的一个必然趋势吗?对此,佛山照明电商事业中心总监梁杰辉接受新快报的采访时,提出不一样的看法,“智能照明市场目前的发展前景是十分具有想象空间的,但过程需要做产品的迭代和市场的教育,要主动理解,做符合客户需求的智能产品,而不是只有语音的控制伪智能产品。我觉得智能产品是一个很好的趋势,但不是传统照明行业的必然发展趋势,因为照明的领域很大,不同企业结合自身的条件,选择适合的细分市场,也是一个比较好的发展思路。”梁杰辉表示。

值得一提的是,传统照明企业布局智能照明市场,还需要考虑众多现实因素。传统照明企业擅长工业设计、生产制造。而智能照明除了要求硬件设施,还需要云平台、APP操控、系统的更新迭代、安全保障等,这也恰恰是传统照明企业的短板所在。从企业运营层面,照明企业还要兼顾战略制定、组织架构、企业文化等方面,以适时配合转型发展需要。“不确定性是最大的问题。智能平台的不确定,产品发展的不确定,对接方式的不确定……这一系列的不确定因素,都在考验着企业的综合实力。智能照明是一条既新又好的赛道,只要企业能在这众多不确定因素中跑出来,便可能成为新的领军代表,就好比PC年代的QQ,移动时代的微信。”梁杰辉说道。

## 借势成熟的平台迈向智能化转型

目前,智能照明产品主要分布在工业及商业、住宅及家居、户外照明和公共照明等四大领域。TrendForce集邦咨询最新报告《2021全球LED照明市场报告—照明级封装与照明产品趋势(1H21)》指出,在智能家居照明领域,因应智能家居市场发展,尤其在高档住宅市场,整体拉动该板块的智能照明市场需求,加之疫情加速智能照明产品渗透率,是2020年成长率最高的市场,年成长高达27%。

尽管智能照明在住宅及家居领域增长速度较快,但目前市场认可度并不高。艾媒咨询发布的数据报告显示,智能家居产品中,受访网民对智能电视(42.6%)的认知度最高,而对智能监控及智能照明等系统内嵌类型产品了解度较低。其中智能照明的认可度仅占13.5%。

除此之外,目前的智能家居产品大多是单品智能或单系统智能,难以从整个智能家居系统层面上实现共同互联,提供给消费者较好的用户体验。而在这些因素的综合影响下,智能家居照明产品在市场推广和普及方面面临着不小的难题。

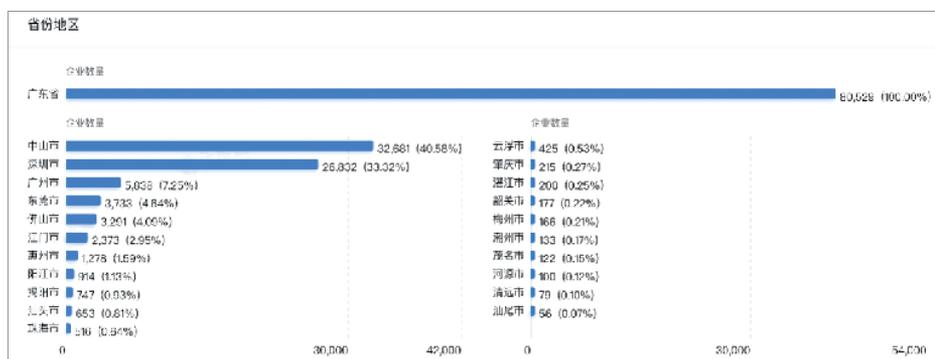
梁杰辉提到,“目前的智能家居照明产品,更多是过渡性的产品。对于个人用户来说,市面上很

多产品在选型、安装、配网、使用各环节都不太友好,所以现在产品的普及率比较低。此外,目前会选择使用智能家居照明的用户,基本上都是骨灰级的智能产品爱好者。所以如果产品能实现主动理解客户需求,又简易安装使用的话,智能照明产品才有可能真正爆起来。”

面向市场推广和普及,渠道也是重要因素。传统照明产品主要在线下渠道销售,但当下用户越来越习惯于在网上购买产品,在去年新冠肺炎疫情的影响下尤为明显。有业内人士表示,线上和线下两种不同的销售渠道存在各自的优劣势,线下强体验低流量,线上强流量低体验。在未来,线上和线下或许能整合起来,实现真正的O2O。在此之前,传统的照明企业前期不妨通过成熟的平台切入智能产品。除了对于企业转型智能化会有很好的助力作用,风险也会比较低。



一起了解更多“家·生活”资讯



■图片来源:天眼查