

市场培育成发展关键词 照明厂商快步迈向智能互联新阶段

一键操控、场景联动和切换、定时开关、自动调节灯的亮度和色温及周围环境匹配保护眼睛……在今年的光亚展暨国际建筑电气技术及智能家居展览会(GEBT 2021)上,平台运营商、解决方案供应商、整合服务商、终端使用者等行业众多知名品牌,覆盖当前产业最热的发展主轴“智能、健康、跨界融合”,展现了语音辨识、硬体互联、多通信协议的IoT智能化方案等不同层面的行业最新技术。有相关参展商向新快报记者表示,目前很多照明企业都在跨界转型,纷纷布局智能照明市场。新入场者的跨界融合将会为行业带来更多的商业模式和新的价值增长点,促使行业走向繁荣。

■新快报记者 梁茹欣



►关注

建材行业上半年生产稳定 实现利润同比增长23.7%

日前,国家发改委发布建材行业2021年1—6月运行情况。根据数据显示,随着国民经济稳中加固稳中向好,建材行业市场需求进一步稳定,上半年我国建筑材料行业主要产品生产保持稳定,主要产品出厂价格环比上升,效益指标同比增长。

行业生产稳定,产量增长较快。据国家统计局数据,1—6月,重点监测的32种建材产品累计产量均实现增长。其中,水泥产量11.5亿吨,同比增长14.1%;平板玻璃产量5.1亿重量箱,同比增长10.8%。主要产品出厂价格环比小幅回升。据中国建材联合会数据,6月,我国建材及非金属矿工业出厂价格指数为116.2点,环比上升0.3%,同比上涨3.4%。其中,6月水泥工业出厂价格环比下降2.3%,同比下降0.3%;平板玻璃工业出厂价格环比上涨11.2%,同比增长74.1%。

经济效益继续大幅增长。中国建材联合会数据显示,1—6月,规模以上建材行业实现营业收入2.7万亿元,同比增长22.9%;实现利润总额2230亿元,同比增长23.7%。其中,规模以上水泥工业营业收入同比增长13.2%,利润总额同比下降7.2%;规模以上平板玻璃工业营业收入同比增长46.2%,利润总额同比增长155%。此外,商品进、出口金额同比大幅增长。数据显示,我国建材及非金属矿商品上半年出口金额同比增长36.3%。水泥制品、矿物纤维和复合材料、建筑卫生陶瓷、砖瓦及建筑砌块、防水建材、轻质建材等商品出口数量、金额同比均实现增长。1—6月,建材及非金属矿商品进口金额同比增长80%。平板玻璃、玻璃纤维及制品、建筑用石、建筑卫生陶瓷等商品进口数量、金额同比增长明显。

凸显产品设计理念 厂商寻求新价值增长点

展会现场,琳琅满目的照明设备风格迥异,现代、轻奢、北欧等设计风格的产品比比皆是。不少企业都推出了自己的IOT系统,并为用户提供设计、配灯、安装等智能化解决方案。

作为智能家居的重要一环,当智能家居市场快速发展的同时,智能照明业务也在不断扩大规模。据中国照明电器协会数据显示,2020年,我国照明电器行业销售额约6025亿元人民币。过去五年全行业累计销售额约2.9亿元人民币,对比“十二五”时期,增长25.59%。此外,有公开调研数据指出,国内智能家居业务从2015年的不足500亿元人民币,预计2021年达到3000亿元,其中智能照明系统占比为11.7%,市场前景巨大。

面对新市场风口,除了传统照明企业升级转型,互联网家电企业也跨界而来,开始照明设计和照明销售,打造自己的智能生态圈。这也促使了生产与销售两端的竞争趋势越加激烈。雷士、欧普、佛山等传统照明企业拓展智能品类,同时加强与生态链的合作业务;在细分领域拥有领先优势的企业,通过技术门槛较高的壁垒继续强化市场竞争;跨界企业则从智能灯具单品入手,利用市场与互联网优势快速增量。与此同时,企业的营销理念从单一的产品优势拓展到整体方案优势、用户体验等,部分企业和经销商已经开始通过照明设计理念切入项目,增强自身竞争力,通过专业灯光设计和高品质照明灯具,让市场认可专业

照明设计的价值,并愿意为此付费。

展会开幕当天,上海浦东智能照明联合会与开放智联联盟共同颁布《智能家居照明连接白皮书》(以下简称《白皮书》)。《白皮书》显示,智能照明产品的价格、外观、品牌成为了影响消费者购买的主要因素。雷特科技智能家居营销总监龙海祁接受新快报记者采访表示,“照明市场的消费趋势已经从传统功能型的照明需求,转向更多元化的市场消费。消费者开始看重灯光的氛围、光环境的营造,以及产品是否能够迎合得了他们的各种需求,比如情感的需求等。我们现在做产品的话,首先考虑是产品的颜值,第二考虑是它的稳定性,最后才考虑产品的实用性。”

年轻消费群体将成主力 市场培养及宣传有待加强

《白皮书》显示,随着90后、95后、00后消费群体的成长,推动了消费升级下诸多新型消费经济的发展,这部分人群将成为智能照明产品未来主要的消费群体,更注重高品质和强体验性产品,智能照明产品将迎来新一轮的快速增长。

与此同时,厂商们加大力度开发产品的附加值。在今年的展会上,三雄极光、昕诺飞等品牌都将目光聚焦在更加健康的光环境打造上,在基于智控技术的人因照明控制下,通过时控、温控、光控、动态感应、远程或语音控制等方式,满足不同消费人员、不同空间对光的需求。部分企业还宣

布将携手科研专家开展健康照明产品进一步研发,比如研究节律控制等。相较于厂商的热情布局,消费者对于产品附加的各项功能的反应并不积极。《白皮书》指出,在选购产品时,不足五成的消费者会考虑到智能照明产品的功能性问题。智能照明市场培养及宣传有待加强,使得客户为产品功能埋单。

此外,值得一提的是,虽然目前市场上的健康照明产品众多,但质量参差不齐,甚至业内有声音认为,健康照明只是生产商打出的广告噱头,从用户层面来看,这更像是一个伪需求。对此,龙海祁向新快报记者表示,从

目前的消费需求来看,健康照明会成为未来的一个发展趋势。他提到,“消费者的生活水平提高了,对于高质环境的要求就不一样了,在这种情况下,我们就会提及到健康。目前市场是有这个需求的,但是还没有到爆发的阶段。现在大家还在停留观望,但是我觉得在未来这两三年会有较大的增长。”不过,他也提到,目前国内关于健康照明产品缺乏较完善的行业标准。“包括我们提到的照明产品频闪等问题,也是采用国外的标准去评审认定的,所以在推进健康照明产品的国家规范方面还有很长的路要走。”龙海祁说道。

