

2017年第8期

中国照明行业研究月报

2017年8月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



北京银联信科技股份有限公司

Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.



目 录

I 宏观经济	4
一、本月宏观经济运行	4
(一) 中国制造业经理采购指数	4
(二) 工业生产者价格变动情况	5
(三) 居民消费价格变动情况	7
二、财政货币政策	10
(一) 财政政策	10
(二) 货币政策	12
II 本月关注	15
一、行业相关政策	15
(一) 工信部发布行业标准复审结果, 照明电器行业标准复审 78 项	15
(二) 《白光光源显色性评价方法》等 4 项标准报批公示	15
二、本月重点事件点评	16
(一) 调调科技与中交地产联手打造智能照明生态体系	16
(二) 阳光照明投入 3 亿元建立“高大上”技术研发中心	17
III 本月行业运行情况分析	19
一、照明行业经济发展状况	19
(一) 6 月古镇灯饰价格指数出炉 户外照明系列逆势上扬	19
(二) 2017 年上半年照明产品出口情况	20
二、照明行业运行动态	21
(一) 物联网趋势 智慧照明 点亮 LED 产业商机	21
(二) 照明产业发展新动力	21
(三) 低效光源被淘汰 LED 照明市场迎来新一轮增长	22
IV 行业产业链上下游分析	24
一、上游行业分析	24
(一) 塑料行业运行	24
(二) 玻璃行业运行	25
二、下游行业分析	25
(一) 房地产行业运行情况	25
(二) 汽车行业运行情况	29
V 行业区域运行动态	33
一、广东：“中国灯饰之都”古镇首家灯饰照明企业登陆新三板	33
二、合肥 23 项夜景亮化工程 2017 年启动 包公园或现灯光秀	34



三、广东：施瑞创新技术首秀广州国际照明展	34
VI 重点企业跟踪	36
一、洲明科技：拟现金收购爱加照明 完善产业整合	36
二、飞利浦照明上半年销售额达 267 亿，Q2 净利 5.76 亿	36
三、XtraLight 将进军数据中心 LED 照明	37
四、勤上光电上榜全球领先路灯制造商名录	38
VII 行业信贷机会风险分析	40



图表目录

图表 1: 制造业 PMI 指数 (经季节调整)	4
图表 2: 2017 年 6 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势	5
图表 3: 2017 年 6 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	6
图表 4: 2017 年 6 月生产资料出厂价格涨跌幅走势	6
图表 5: 2017 年 6 月生活资料出厂价格涨跌幅走势	7
图表 6: 全国居民消费价格涨跌幅	8
图表 7: 6 月份居民消费价格分类别同比涨跌幅	9
图表 8: 6 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅	10
图表 9: 全国房地产开发投资增速	26
图表 10: 全国房地产开发企业土地购置面积增速	27
图表 11: 全国商品房销售面积及销售额增速	27
图表 12: 全国房地产开发企业本年到位资金增速	28
图表 13: 国房景气指数	29
图表 14: 2017 年 8 月中国照明行业机会、风险分析	40



I 宏观经济

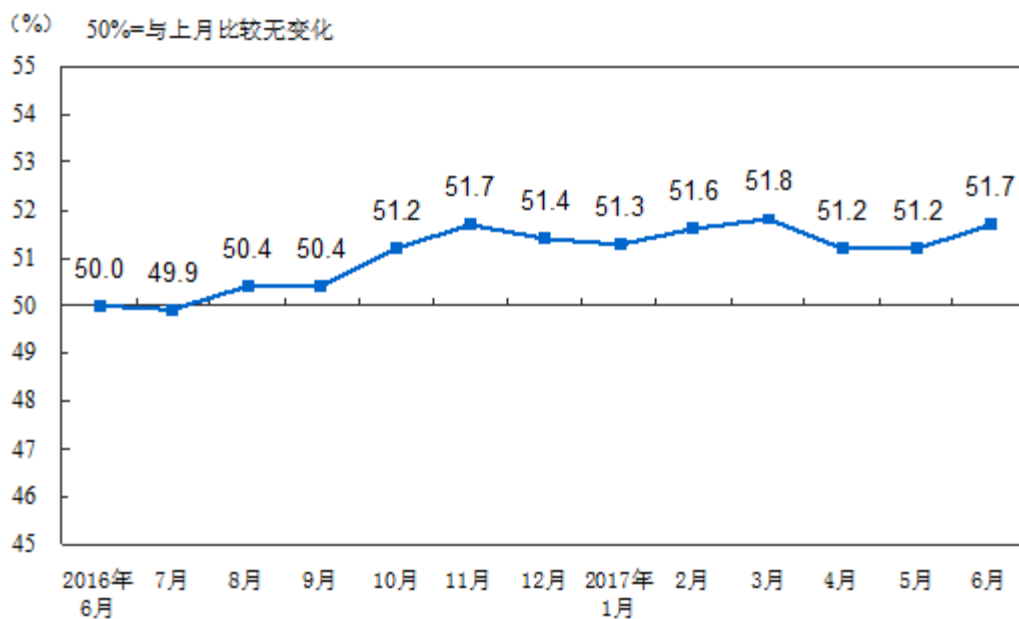
一、本月宏观经济运行

(一) 中国制造业经理采购指数

2017年6月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.5个百分点，制造业扩张步伐有所加快。

图表1：制造业PMI指数（经季节调整）

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

分企业规模看，大型企业PMI为52.7%，比上月上升1.5个百分点，持续高于临界点；中型企业PMI为50.5%，低于上月0.8个百分点，继续位于扩张区间；小型企业PMI为50.1%，虽比上月回落0.9个百分点，但仍位于临界点之上。

从分类指数看，在构成制造业PMI的5个分类指数中，生产指数和新订单指数高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为54.4%，高于上月1.0个百分点，处于扩张区间，表明制造业生产继续保持增长，增速有所加快。



新订单指数为 53.1%，比上月上升 0.8 个百分点，位于临界点之上，表明制造业市场需求稳中有升。

原材料库存指数为 48.6%，比上月回升 0.1 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量继续减少。

从业人员指数为 49.0%，比上月回落 0.4 个百分点，持续低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为 49.9%，比上月下降 0.3 个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间环比略有放缓。

(二) 工业生产者价格变动情况

2017 年 6 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 5.5%，环比下降 0.2%。工业生产者购进价格同比上涨 7.3%，环比下降 0.4%。上半年，工业生产者出厂价格同比上涨 6.6%，工业生产者购进价格同比上涨 8.7%。

图表 2：2017 年 6 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势

单位：%

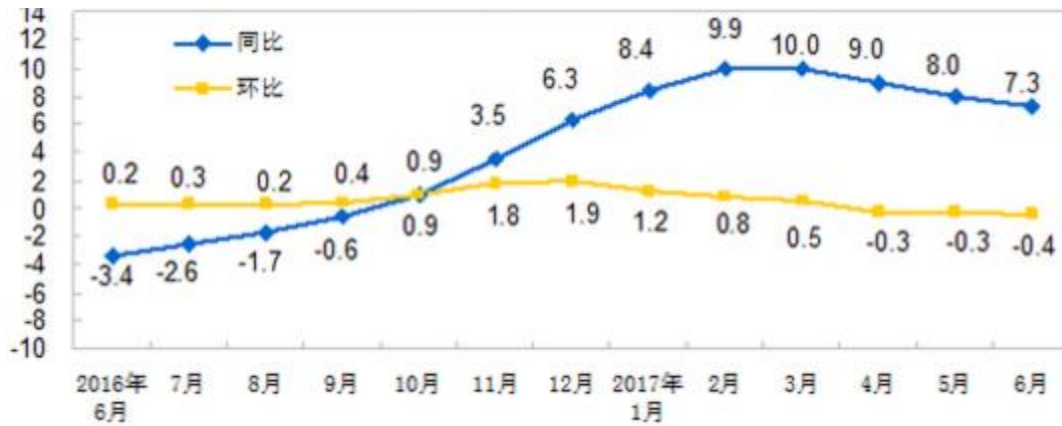




数据来源：国家统计局 银联信

图表 3：2017 年 6 月工业生产者购进价格涨跌幅走势

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 7.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 5.4 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 18.3%，原材料工业价格上涨 10.0%，加工工业价格上涨 5.4%。生活资料价格同比上涨 0.5%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨 0.1%，衣着价格上涨 1.3%，一般日用品价格上涨 1.0%，耐用消费品价格上涨 0.1%。

图表 4：2017 年 6 月生产资料出厂价格涨跌幅走势

单位：%





数据来源：国家统计局 银联信

图表 5：2017 年 6 月生活资料出厂价格涨跌幅走势

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨 14.1%，黑色金属材料类价格上涨 13.7%，燃料动力类价格上涨 12.5%，建筑材料及非金属类价格上涨 8.6%。

2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比下降 0.2%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.2 个百分点。其中，采掘工业价格下降 1.7%，原材料工业价格下降 0.7%，加工工业价格上涨 0.1%。生活资料价格环比下降 0.1%。其中，食品和耐用消费品价格均下降 0.2%，衣着和一般日用品价格均持平（涨跌幅度为 0）。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格环比下降 1.2%，黑色金属材料类价格下降 1.1%；建筑材料及非金属类价格上涨 0.5%，有色金属材料及电线类价格上涨 0.3%。

（三）居民消费价格变动情况

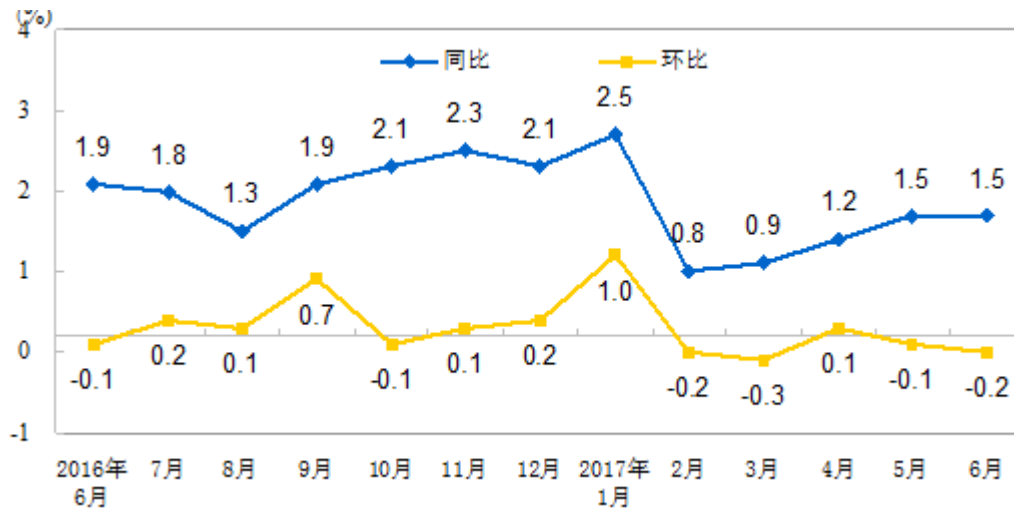
2017 年 6 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.5%。其中，城市上涨 1.7%，农村上涨 1.0%；食品价格下降 1.2%，非食品价格上涨 2.2%；消费品价格上涨 0.6%，服务价格上涨 3.0%。上半年，全国居民消费价格总水平比 2016 年同期上涨 1.4%。

6 月份，全国居民消费价格环比下降 0.2%。其中，城市下降 0.1%，农村下降 0.2%；食品价格下降 1.0%，非食品价格上涨 0.1%；消费品价格下降 0.4%，服务价格上涨 0.3%。



图表 6: 全国居民消费价格涨跌幅

单位: %



数据来源: 国家统计局 银联信

1、各类商品及服务价格同比变动情况

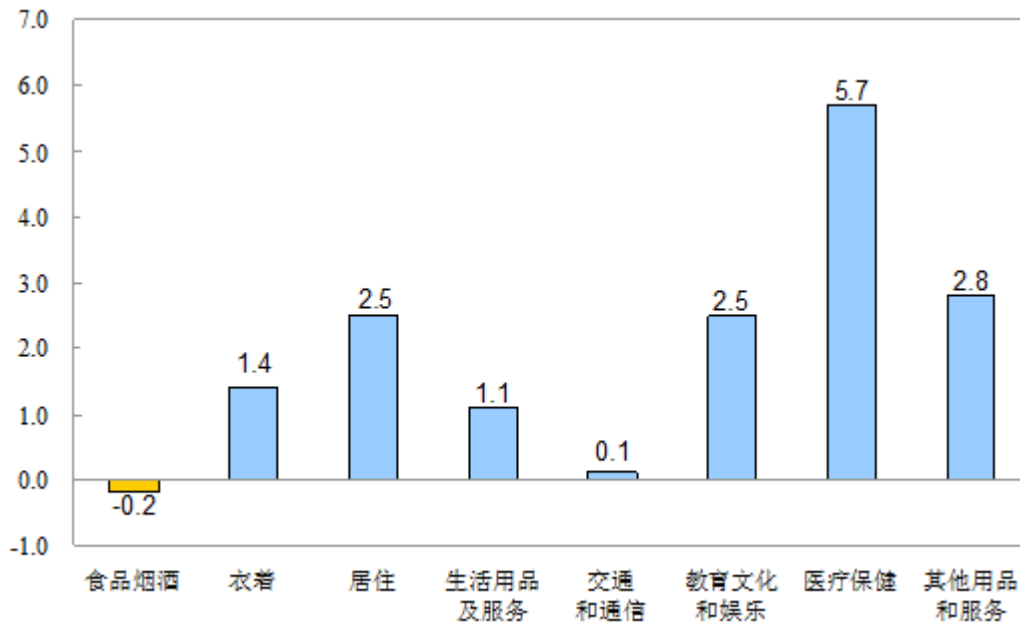
6月份, 食品烟酒价格同比下降 0.2%, 影响 CPI 下降约 0.06 个百分点。其中, 畜肉类价格下降 10.5%, 影响 CPI 下降约 0.53 个百分点(猪肉价格下降 16.7%, 影响 CPI 下降约 0.51 个百分点); 蛋价格下降 9.3%, 影响 CPI 下降约 0.05 个百分点; 鲜果价格上涨 9.9%, 影响 CPI 上涨约 0.16 个百分点; 鲜菜价格上涨 5.8%, 影响 CPI 上涨约 0.12 个百分点; 水产品价格上涨 5.1%, 影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点; 粮食价格上涨 1.5%, 影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

6月份, 其他七大类价格同比均有所上涨。其中, 医疗保健价格上涨 5.7%, 其他用品和服务价格上涨 2.8%, 居住、教育文化和娱乐价格均上涨 2.5%, 衣着、生活用品及服务、交通和通信价格分别上涨 1.4%、1.1%和 0.1%。



图表 7：6 月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

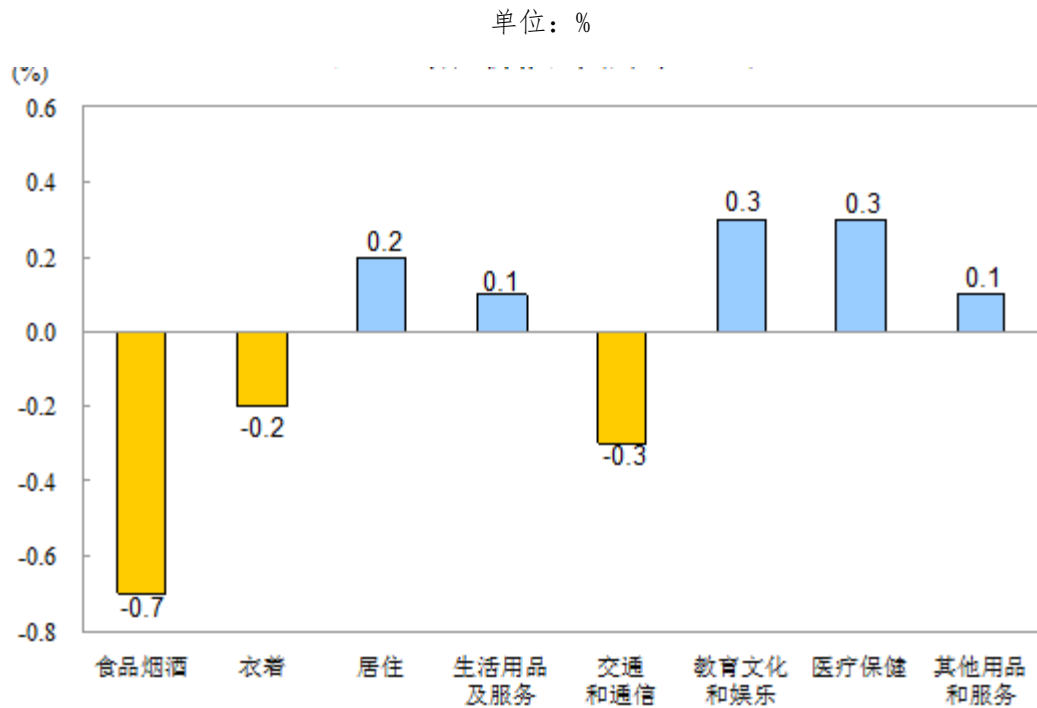
2、各类商品及服务价格环比变动情况

6 月份，食品烟酒价格环比下降 0.7%，影响 CPI 环比下降约 0.19 个百分点。其中，鲜果价格下降 4.2%，影响 CPI 下降约 0.08 个百分点；畜肉类价格下降 2.2%，影响 CPI 下降约 0.10 个百分点（猪肉价格下降 3.4%，影响 CPI 下降约 0.09 个百分点）；鲜菜价格下降 1.1%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点；水产品价格下降 0.5%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点；蛋价格上涨 4.9%，影响 CPI 上涨约 0.02 个百分点。

6 月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，教育文化和娱乐、医疗保健价格均上涨 0.3%，居住价格上涨 0.2%，生活用品及服务、其他用品和服务价格均上涨 0.1%；交通和通信、衣着价格分别下降 0.3%、0.2%。



图表 8：6 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

二、财政货币政策

（一）财政政策

1. 全国一般公共预算收支情况

（1）一般公共预算收入情况

6 月份，全国一般公共预算收入 17082 亿元，同比增长 8.9%。其中，中央一般公共预算收入 7568 亿元，同比增长 10.7%；地方一般公共预算本级收入 9514 亿元，同比增长 7.4%。全国一般公共预算收入中的税收收入 13720 亿元，同比增长 12%；非税收入 3362 亿元，同比下降 2.4%。

1-6 月累计，全国一般公共预算收入 94306 亿元，同比增长 9.8%。其中，中央一般公共预算收入 43891 亿元，同比增长 9.6%，为年初预算的 55.8%；地方一般公共预算本级收入 50415 亿元，同比增长 10%，为年初代编预算的 56%。全国一般公共预算收入中的税收收入 80074 亿元，同比增长 10.9%；非税收入 14232 亿元，同比增长 4.4%。

主要收入项目情况如下：



(1) 国内增值税 28815 亿元，同比增长 2.2%。其中，受全面推开营改增试点翘尾减收以及 2016 年同期各地清缴营业税导致的高基数等影响，改征增值税下降 19.4%；受相关产品价格上涨、部分行业销售收入快速增长等影响，工业增值税、商业增值税分别增长 21.9%、30.4%。

(2) 国内消费税 5849 亿元，同比增长 7.1%。

(3) 企业所得税 21210 亿元，同比增长 15.6%。主要受企业利润较快增长带动。

(4) 个人所得税 6753 亿元，同比增长 18.6%。主要是居民收入增长、财产转让所得增加等带动。

(5) 进口货物增值税、消费税 7701 亿元，同比增长 34%；关税 1458 亿元，同比增长 21.2%。

(6) 出口退税 7141 亿元，同比增长 23.1%。主要是出口增长较快以及上年基数较低。

(7) 城市维护建设税 2187 亿元，同比增长 0.6%。

(8) 车辆购置税 1552 亿元，同比增长 22.8%。

(9) 印花税 1197 亿元，同比增长 1.6%。其中，证券交易印花税 618 亿元，同比下降 8.8%。

(10) 资源税 699 亿元，同比增长 58.2%。主要是部分矿产品价格上涨，以及 2016 年 7 月 1 日起全面推开资源税改革、对绝大多数矿产品实行从价计征带来翘尾增收。

(11) 土地和房地产相关税收中，契税 2564 亿元，同比增长 18.5%；土地增值税 2920 亿元，同比增长 23.9%；房产税 1389 亿元，同比增长 18.8%；耕地占用税 1173 亿元，同比增长 8%；城镇土地使用税 1312 亿元，同比增长 14.2%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 436 亿元，同比增长 8.7%。

总体上看，上半年全国财政收入较快增长，是我国经济运行总体平稳、稳中向好的综合反映，也是工业品价格上涨、企业盈利状况改善、进口价量齐升等多重因素共同作用的结果。



(2) 一般公共预算支出情况

6 月份，全国一般公共预算支出 27016 亿元，同比增长 19.1%。其中，中央一般公共预算本级支出 3030 亿元，同比增长 10.2%；地方一般公共预算支出 23986 亿元，同比增长 20.3%。

1-6 月累计，全国一般公共预算支出 103483 亿元，同比增长 15.8%。其中，中央一般公共预算本级支出 14196 亿元，同比增长 9.5%；地方一般公共预算支出 89287 亿元，同比增长 16.9%。财政支出进度加快，中央财政支出为年初预算的 48%，地方财政支出为年初代编预算的 54.2%，分别比 2016 年同期进度提高 0.6 个和 4.4 个百分点。

2017 年以来，各级财政部门认真落实党中央、国务院决策部署，实施更加积极有效的财政政策，推进财政资金统筹使用，及时拨付下达财政资金，切实保障各项重点支出需要。从主要支出项目情况看：教育支出 15346 亿元，增长 17.2%；科学技术支出 2905 亿元，增长 22.7%；文化体育与传媒支出 1272 亿元，增长 10.3%；社会保障和就业支出 14803 亿元，增长 24.6%；医疗卫生与计划生育支出 8623 亿元，增长 18.2%；城乡社区支出 11892 亿元，增长 20.1%；农林水支出 8060 亿元，增长 10%；交通运输支出 5507 亿元，增长 4.4%；住房保障支出 2967 亿元，增长 8.7%；债务付息支出 3075 亿元，增长 31%。

2. 全国政府性基金收支情况

(1) 政府性基金收入情况

2017 年 1-6 月累计，全国政府性基金预算收入 22969 亿元，同比增长 27.8%。分中央和地方看，中央政府性基金预算收入 1965 亿元，同比增长 2.1%；地方政府性基金预算本级收入 21004 亿元，同比增长 30.9%，其中国有土地使用权出让收入 18836 亿元，同比增长 34%。

(2) 政府性基金支出情况

2017 年 1-6 月累计，全国政府性基金预算支出 20491 亿元，同比增长 24.6%。分中央和地方看，中央政府性基金预算本级支出 842 亿元，同比增长 19.5%；地方政府性基金预算相关支出 19649 亿元，同比增长 24.9%，其中国有土地使用权出让收入相关支出 17392 亿元，同比增长 24.9%。

(二) 货币政策

1、广义货币增长 9.4%，狭义货币增长 15%



6月末，广义货币(M2)余额163.13万亿元，同比增长9.4%，增速分别比上月末和上年同期低0.2个和2.4个百分点；狭义货币(M1)余额51.02万亿元，同比增长15%，增速分别比上月末和上年同期低2个和9.6个百分点；流通中货币(M0)余额6.7万亿元，同比增长6.6%。上半年净回笼现金1326亿元。

2、上半年人民币贷款增加7.97万亿元，外币贷款增加469亿美元

6月末，本外币贷款余额120.21万亿元，同比增长12.7%。月末人民币贷款余额114.57万亿元，同比增长12.9%，增速与上月末持平，比上年同期低1.4个百分点。

上半年人民币贷款增加7.97万亿元，同比多增4362亿元。分部门看，住户部门贷款增加3.77万亿元，其中，短期贷款增加9527亿元，中长期贷款增加2.82万亿元；非金融企业及机关团体贷款增加4.43万亿元，其中，短期贷款增加1.64万亿元，中长期贷款增加4.21万亿元，票据融资减少1.59万亿元；非银行业金融机构贷款减少2487亿元。6月份，人民币贷款增加1.54万亿元，同比多增1533亿元。

6月末，外币贷款余额8327亿美元，同比增长6.1%。上半年外币贷款增加469亿美元，同比多增921亿美元。6月份，外币贷款增加126亿美元，同比多增76亿美元。

3、上半年人民币存款增加9.07万亿元，外币存款增加801亿美元

6月末，本外币存款余额165.04万亿元，同比增长9.6%。月末人民币存款余额159.66万亿元，同比增长9.2%，增速与上月末持平，比上年同期低1.7个百分点。

上半年人民币存款增加9.07万亿元，同比少增1.46万亿元。其中，住户存款增加3.94万亿元，非金融企业存款增加1.45万亿元，财政性存款增加4164亿元，非银行业金融机构存款增加1.03万亿元。6月份，人民币存款增加2.64万亿元，同比多增1856亿元。

6月末，外币存款余额7931亿美元，同比增长20.9%。上半年外币存款增加801亿美元，同比多增513亿美元。6月份，外币存款增加141亿美元，同比多增159亿美元。

4、6月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为2.94%，质押式债券回购月加权平均利率为3.03%



上半年银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 359.11 万亿元，日均成交 2.92 万亿元，日均成交比上年同期下降 8.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降 14.1%，现券日均成交同比下降 21.9%，质押式回购日均成交同比下降 2.8%。

6 月份同业拆借加权平均利率为 2.94%，分别比上月和上年同期高 0.06 个和 0.8 个百分点；质押式回购加权平均利率为 3.03%，分别比上月和上年同期高 0.1 个和 0.92 个百分点。

5、国家外汇储备余额 3.06 万亿美元

6 月末，国家外汇储备余额为 3.06 万亿美元。6 月末，人民币汇率为 1 美元兑 6.7744 元人民币。

6、上半年跨境贸易人民币结算业务发生 2.15 万亿元，直接投资人民币结算业务发生 5700 亿元

2017 年上半年，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 1.65 万亿元、5058 亿元、1514 亿元、4186 亿元。



II 本月关注

一、行业相关政策

(一) 工信部发布行业标准复审结果，照明电器行业标准复审 78 项

2017 年 6 月 2 日，工业和信息化部发布 2017 年第 23 号公告，通报目前完成的行业标准复审情况，本次发布 28726 项推荐性行业标准的复审工作。此次共复审行业标准 28726 项，其中 20466 项行业标准继续有效，5511 项行业标准予以修订，2749 项行业标准自公告之日起废止。

其中，照明电器行业标准复审 78 项，《灯用玻壳的型号命名方法》等 56 项行业标准继续有效，《镝灯》等 7 项行业标准予以修订，《船用钨丝灯》等 15 项即日起废止。

(二) 《白光光源显色性评价方法》等 4 项标准报批公示

根据工业和信息化部科技司 2017 年 7 月 24 日发布的《29 项轻工、电子行业标准和 3 项电子行业国家标准报批公示》，其中有 4 项轻工行业标准与照明产品有关，标准的有关信息如下：

(1) QB / T2516—2017《镝灯》

标准的主要内容：本标准规定了镝灯的分类和命名、主要尺寸、基本参数、要求、试验方法、检验规则以及标志、包装、运输和贮存等。

本标准适用于功率为 3500W 及以下、带透明玻壳的镝灯。灯根据不同规格由 220V 或 380V、频率为 50Hz 的交流电网供电，使用符合附录 A 要求的基准镇流器和触发器在额定电源电压的 92%~106% 范围内时，能正常启动和燃点。

(2) QB / T5207—2017《照明产品中添加氩-85、钍-232 限值要求》

标准的主要内容：本标准规定了照明产品中添加氩-85、钍-232 的最大允许含量。

本标准适用于下列照明产品：

——金属卤化物灯或电弧管；



- 短弧汞灯；
- 短弧氙灯；
- 道路机动车辆灯泡。

(3) QB / T5208—2017《白光光源显色性评价方法》

标准的主要内容：本标准规定了评价白光光源显色性用两个度量参数的计算方法，包括颜色保真指数 R_f 和色域指数 R_g 。本标准适用于室内和室外以明视觉为主的照明水平、以普通照明为主的白光光源和照明系统。

(4) QB / T5209—2017《装饰照明用集成式 LED 灯性能要求》

标准的主要内容：本标准规定了装饰照明用集成式 LED 灯的产品分类与命名、要求、试验方法、检验规则、标志和包装要求。本标准适用于家庭和类似场所作为装饰照明用、把 LED 光源和稳定燃点部件集成为一体的非定向集成式 LED 灯。

适用范围如下：

- 额定电压 AC220V、频率 50Hz；
- 采用符合 GB / T1406. 1 的螺口式灯头或符合 GB / T1406. 5 的卡口式灯头；
- 外形尺寸符合 GB / T7249 的要求、灯的外形最大直径不大于 50mm。

凡是符合本标准要求的灯，在额定电源电压的 92%~106% 或标称工作电压范围内，环境温度为 -20°C ~ 45°C 之间的条件下应能启动并正常工作。

二、本月重点事件点评

(一) 调调科技与中交地产联手打造智能照明生态体系

调调科技将与中交地产达成跨界合作意向，旨在通过智能照明系统，提升商业住宅的居住体验及品牌竞争力。目前，双方已开启相关合作，并在未来逐步进入整体商业项目，掀起中国消费级智能照明系统的应用与普及浪潮。

智能照明凭借在建筑空间中分布广泛、涉及节点数多等优势，被认定为智能家居的入口，虽然国内智能照明市场庞大，飞利浦、欧普、欧司朗等大品牌也纷



纷布局，但目前众多公司标准不统一、产品单一、价格高昂，导致用户无法从中获得体验的升级。

调调科技研发产品的三大定位：一是一灯多用黑科技，用情景灯光给功能空间带来价值；二是简单易操作，首次将无线控制引入照明领域，同时保留了物理开关；三是平民化的价格，基本上与普通 LED 产品价格等同，实现产品升级但并没有增加终端用户成本。

调调科技作为国内率先提出系统级智能照明解决方案公司，将解决照明行业的市场痛点作为其创立的初衷，凭借多年的行业经验、供应链资源及研发团队，联手全球元器件供应商，经过两年上百次的反复开模，于 2016 年 9 月 5 日，在北京举行了一场主题为“一场光的革命”年度新品发布会，推出了集超级电灯、超级开关、无线控制器、QUBIC 系统四位一体的全局智能照明解决方案，可动态组网，最多支持同时控制 5000 盏灯。目前该产品已应用于 400 多个大中型项目，成功打破了智能照明“不智能”“价格高昂”的瓶颈。

中交地产系出世界 500 强，作为国资委直属的特大型央企中交集团房地产板块的龙头企业，是经国务院批准组建，全国成立最早的房地产开发企业，控股绿城中国和中房地产两家上市公司，专注于打造既能“建造美丽建筑”、又能“建设美好生活”的房地产企业，力求不断提升品牌影响力，增强品牌竞争力。

在消费升级下，个性化、智能化已成为房地产与家居行业的发展趋势。此次，中交地产携手调调科技，不仅为了提升业主的居住体验，让科技融入生活；更是期望借此提升中交高端地产在行业中的竞争力，提早布局商业住宅的智能化普及，实现行业占位，打造房地产+智能照明生态体系。

（二）阳光照明投入 3 亿元建立“高大上”技术研发中心

阳光集团技术研发中心项目是该公司提升国家级企业技术中心创新能力的重大举措，更是打造区域性协同创新平台、提升 LED 行业领先地位的一大力作。

该项目位于上虞经济开发区(曹娥街道)阳光科技园内，总投资 3 亿元，于 2015 年 3 月开工建设，新建总面积 2.5 万平方米综合性科研大楼，预计 2017 年 10 月 1 日正式启用。该大楼将成为阳光照明最完备的研发检测中心，计划引进国外先进的红外热成像仪、EMC 检测系统、高低温冲击试验箱以及集加工、运送、装配、检验等一系列科研生产为一体的中试线等科研生产设备，实现设计、检测、出样一步到位。



近年来，阳光照明在成功由传统节能荧光灯向 LED 照明生产商转型的过程中，不断加快向智能 LED 照明系统供应商转变，其中，技术研发实力提升起到关键性作用。阳光照明相关负责人表示，技术研发中心建成后将专注健康照明、智能照明等领域产品研发，进一步突破互联、传感、控制等关键芯片和控制技术，开发智能照明核心芯片和系统，全面向智能家居、智慧城市应用发展。

未来五年，阳光照明在智能照明控制系统及 LED 灯具领域将加大研发投入，加大技术改造和“两化融合”投入。产品总体技术水平保持国内领先，50%以上技术指标达到国际先进水平，信息化生产和管理水平达到业内领先。



III 本月行业运行情况分析

一、照明行业经济发展状况

(一) 6月古镇灯饰价格指数出炉 户外照明系列逆势上扬

6月份古镇灯饰价格指数共发布两期数据，分别是110.81点和107.98点，月均数为109.4点，较5月份均数(107.11点)上升2.13%。6月份受到展会效应影响，灯饰价格指数出现阶段性上升，但整体表现不温不火，交易气氛较往年平弱。在经济增长减速、新常态转型升级调整的作用下，弱势调整渐渐成为2017年的主调。

商业照明系列继续保持下跌趋势，创下本年度最低，报92.44点。在展会效应的拉动下，灯饰系列产品价格微微上扬，但同比2016年相对疲弱。受市政工程建设和国家宏观政策的影响，户外照明系列走势造好，升幅明显。光源系列指数出现回落，显示供过于求，引起交投量逐步回落。

四大系列指数6月份月均数“两升两降”，具体为：商业照明系列6月均数为92.54点，较5月下跌6.36%；灯饰系列6月均数为115.12点，较5月上涨3.99%；户外照明系列6月均数为102.95点，较5月上涨18.24%；光源系列6月均数为108.56点，较5月下跌6.36%。

1、商业照明系列持续缓跌

商业照明系列产品同质化竞争激烈，6月份指数弱势下跌，一度触探低点，主要原因是传统筒灯、LED筒灯/射灯产品表现较为低迷。在“互联网+”的现代化模式下商业照明市场的“价格战”现象不减，此外市场供需等多种因素也影响指数走向。预计7月进入展后调整阶段，商业照明系列指数会逆势上扬。

2、灯饰系列指数先升后降

2017年国内不断加大房地产市场调控，多个地市维持“限购”、“限价”的措施，造成楼市交易量价齐跌，引发市场对灯饰产品需求造成一定限制，使与房地产息息相关的灯饰、商业照明等需求量缩减。但受到展会和市场推广效应的拉动，灯饰系列指数继续保持平稳。下月起，灯饰市场进入“淡季”，各灯饰厂



商对产品销售策略的宣传也进入了放缓阶段,预计下月起灯饰系列指数横平延展或震荡下行。

3、户外照明系列逆势上扬

6月份户外照明系列指数表现突出,不仅一改上月疲软态势逆势上扬,且升幅较大,环比升幅达18.24%,拉动总指数上升。一直以来,户外照明指数总是不停歇地出现较大幅度的涨跌变化,是变幅跳动较大的系列指数。6月份,工程建设渐入佳境,户外照明产品尤其是LED装饰户外照明成为了工程建设的主力军,在政府示范工程的拉动和专业卖场的崛起的影响下,预计户外系列继续造好或小幅微涨。

4、光源系列止升下滑

6月份光源系列指数没有承接开年以来的良好态势,止升下滑,其中荧光灯、支架一路回落。随着LED照明技术的日益成熟,替代传统光源的速度也在加快,加上LED功能性照明的发展,也为LED照明打开了新的需求领域,促进了LED照明市场的回暖,预计下半年指数会出现微幅上涨。

伴随着国家改革的逐渐深入,经济下行压力的逐渐加大,房地产行业及相关行业影响,灯具行业内销形势不容乐观。在此大背景下,灯饰市场氛围没有大改观的预期因素,预计7月份的灯饰价格指数缓慢下行或横盘震荡。

(二) 2017年上半年照明产品出口情况

2017年1—6月全国照明产品出口额为169.7亿美元,同比下降4.7%。其中,LED照明产品出口额为88.9亿美元,同比增长21.3%,传统照明产品出口普遍大幅下降。在LED照明产品出口中,光源产品出口量为15.1亿只,出口额为19.5亿美元。

LED照明产品出口企业排名前十的是:厦门立达信、浙江阳光、宁波凯耀、横店得邦、快捷达、通士达、生辉、佛山照明、东莞健达、龙胜达。

LED照明产品出口国家和地区排名前十位是:美国、香港、德国、英国、法国、荷兰、日本、印度、新加坡、澳大利亚。



二、照明行业运行动态

（一）物联网趋势 智慧照明 点亮 LED 产业商机

LED 产业经历多年来的震荡及供需失调，近年来随着上游产能调节奏效，以及终端应用需求扩大，2016 年起 LED 产业触底回升。

2016 年全球 LED 照明市场规模已达 296 亿美元，预计 2017 年将上看 331 亿美元，渗透率为 52%，未来市场仍有发挥空间。

除技术门槛较高的蓝海应用如紫外线（UV）LED、红外线（IR）LED 等新产品外，近年在国际趋势同步下，LED 产业朝向物联网（IoT）智慧系统解决方案发展，而智慧照明是全球走入物联网时代下必然发展趋势。LED 照明产品不再只是提供照明功能如此简单。除照明、通讯、定位，智能照明的另一功能，更扩及应用在保健、治疗，被称为人因照明，或「光治疗」。

（二）照明产业发展新动力

从经济层面上

一是外贸，全球经济还在指望中国；二是投资，经历了自 2008 年的投资驱动刺激之后，投资已经进入到挤出泡沫阶段。根据国家统计局数据统计，2017 年一季度国内生产总值(GDP)同比增长 6.9%，为近一年半以来最高值，消费对经济增长的贡献是 77.2%。内需消费的崛起，正在成为托底经济的重要抓手。目前中国正在经历第三次消费升级阶段，人们对精神消费、对品质生活的消费需求在逐步上升。

从技术层面上

随着信息化在全球的快速进展，世界对信息的需求快速增长，信息技术已成为支撑当今经济活动和社会生活的基石，物联网和云计算作为信息技术新的高度和形态，被提出和发展，并应用于日常生活的各个领域。

从产业层面上

照明产业体现出 4 方面特征：

集中化。产业集中程度越来越高，50 亿俱乐部成员在增加，比如欧普照明、飞乐音响、木林森股份、雷士集团等；

品牌化。一线品牌企业在市场上的竞争优势越发明显，二、三线品牌的优势不断弱化；



资本化。一线照明企业走向更加激烈的资本竞争环节，加快了行业的整合速度；

专业化。中小照明企业在识别细分市场的基础上走差异化道路。

未来五年，作为下游的照明经销商该如何应对？可以从以下 4 方面进行：

跟随品牌。未来，随着资本竞争的加剧，大品牌在资源、渠道方面的优势将越发明显，小品牌的市场空间将被不断蚕食，跟随大品牌，是最为稳妥的方式；

产品升级。自上而下的供给侧改革，和自下而上的第三次消费升级，将加快廉价、劣质照明产品的淘汰速度，促进产业往中高端方向发展；在物联网、云计算等信息技术的加持下，高品质照明产品、接入智能家居系统的智能照明和按需照明等，将是未来的发展方向。

全网融合。过去 10 年，电子商务飞速发展，对线下市场造成严重冲击；未来 10 年，纯电商模式已经发展到高点，线上线下趋于统一，场景式、体验式消费是新的趋势。

强化服务。以物联网、云计算为代表的新一代信息技术的发展，将打破产品的硬软件边界。包含智能照明在内的智能家居、智慧社区等系统性产品将成为主流，在生产与服务剥离的商业模式趋势下，照明经销商应该加强在消费端的服务能力，提升自己在厂商和终端的价值。

（三）低效光源被淘汰 LED 照明市场迎来新一轮增长

随着节能环保越来越受到人们重视，低效光源终将被淘汰，鼓励使用高效率光源已经成为世界许多国家照明政策的核心部分。许多国家都制定了白炽灯淘汰路线图，逐步禁止生产和销售白炽灯。

在绿色照明产品方面，目前主要有两类光源，即紧凑型荧光灯和 LED 照明。紧凑型荧光灯发展时间较长，生产技术十分成熟，原材料供应充分，售价相对较低，因此目前仍是绿色照明市场的主流产品。

LED 照明产品具有更节能、更环保以及智能化的特点，从长远来看是绿色照明未来发展方向。随着 LED 工艺技术的进步以及产能的大量释放，LED 照明产品价格的不下降，带动 LED 照明的快速发展。

2015 年全球 LED 照明行业规模为 299.08 亿美元，较 2014 年的 239.57 亿美元增长 24.84%，以产值计 LED 渗透率为 27.2%。2016 年全球 LED 照明行规模将达到 346.39 亿美元，以产值计渗透率将达到 31.30%。



由于“环保风暴”，到2016年年底LED行业共出现了4轮涨价潮。导致照明产品涨价幅度从5%到15%不等，以8%的涨幅居多。此前LED产品价格战激烈，牺牲品质牺牲利润抢市场屡见不鲜，这次涨价潮让很大一部分打算以价格战获利的企业暴露出弊病，也在一定程度上促进产业回归理性竞争，向健康方向发展。

随着国外企业退出、行业整合加剧，LED照明产业集中度稳步提升，行业呈现大者恒大的局面。根据2016年前三季度财报数据，营收排名前十家厂商2016年营业收入预计均将超过20亿元，将有4-5家厂商进入50亿元俱乐部。营收排名前十厂商营收之和占总产值比重为8%，比2015年的7.2%提高了0.8个百分点。

面对产业高度集中、LED照明产品价格下降的趋势，国内LED企业纷纷寻找转型、个性化、差异化发展，从2016年LED产业的企业整体来看，呈现的是芯片企业延伸半导体集成电路，中游封装拓展细分市场、下游照明换轨教育及传媒领域。

回顾2016年的LED照明行业发展路线，在这一年里，四轮的涨价潮说明这个行业的价格已经触碰到了底线，价格战接近尾声，行业整合也将进一步加剧；产业不断集中，呈现出大者恒大的趋势，个性化、差异化发展成为新的出路；未来将有更多资本运作来实现企业增长。



IV 行业产业链上下游分析

一、上游行业分析

(一) 塑料行业运行

1、中国6月初级形态塑料产量736.1万吨 同比增加5.1%

2017年6月全国硫酸(折100%)产量814.6万吨,同比增长10.3%;1-6月累计产量4560.1万吨,同比增长3.7%。

6月全国烧碱(折100%)产量288.7万吨,同比减少1.3%;1-6月累计产量1750.9万吨,同比增加4.2%。

6月全国纯碱产量229.7万吨,同比增加4.9%;1-6月累计产量1337.5万吨,同比增加5.1%。

6月全国乙烯产量135.2万吨,同比减少3.2%;1-6月累计产量896.2万吨,同比减少3.2%。

6月全国农用氮、磷、钾化学肥料(折纯)产量601.3万吨,同比增加1.2%;1-6月累计产量3475.7万吨,同比减少4.5%。

6月全国化学农药原药(折有效成分100%)产量35.4万吨,同比减少2.5%。1-6月累计产量197.2万吨,同比减少3.7%。

6月全国初级形态塑料产量736.1万吨,同比增加5.1%;1-6月累计产量4270.6万吨,同比增加4.3%。

6月全国合成橡胶产量52.9万吨,同比增加3.5%;1-6月累计产量282.4万吨,同比增加6.8%。

6月全国化学纤维产量478.3万吨,同比增加2.9%;1-6月累计产量2559.3万吨,同比增加4.8%。

6月全国合成纤维产量439.7万吨,同比增长2.4%;1-6月累计产量2331.1万吨,同比增加4.3%。



6月全国塑料制品产量748.1万吨，同比增加2.9%；1-6月累计产量3812.4万吨，同比增加4.4%。

2、2017年6月PP进口数据统计分析

2017年6月初级形状的聚丙烯进口约23.2万吨，环比增加2.2%，同比减少5.5%。2017年累计进口161.2万吨，同比2016年增加13.3%。

2017年6月乙烯-丙烯聚合物进口量约8.45万吨，环比减少6.1%，同比减少15.9%。2017年累计进口63.25万吨，同比2016年增加1.17%。

2017年6月其他初级形状的丙烯共聚物进口量约为1.4万吨，环比减少9.7%，同比减少6.7%。2017年累计进口9.15万吨，同比2016年增加4.45%。

（二）玻璃行业运行

2017年6月中国平板玻璃产量为7077.8万重量箱，同比增长5.4%。2017年1-6月中国平板玻璃产量为41414.5万重量箱，同比增长5.8%。

2017年6月，平板玻璃产量排名前十的地区分别是：河北省、湖北省、广东省、山东省、四川省、福建省、浙江省、安徽省、天津市、江苏省。其中，河北省产量高达1279.6万重量箱，居全国产量第一位。

二、下游行业分析

（一）房地产行业运行情况

1、房地产开发投资完成情况

2017年1-6月份，全国房地产开发投资50610亿元，同比名义增长8.5%，增速比1-5月份回落0.3个百分点。其中，住宅投资34318亿元，增长10.2%，增速提高0.2个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.8%。



图表 9：全国房地产开发投资增速



数据来源：国家统计局 银联信

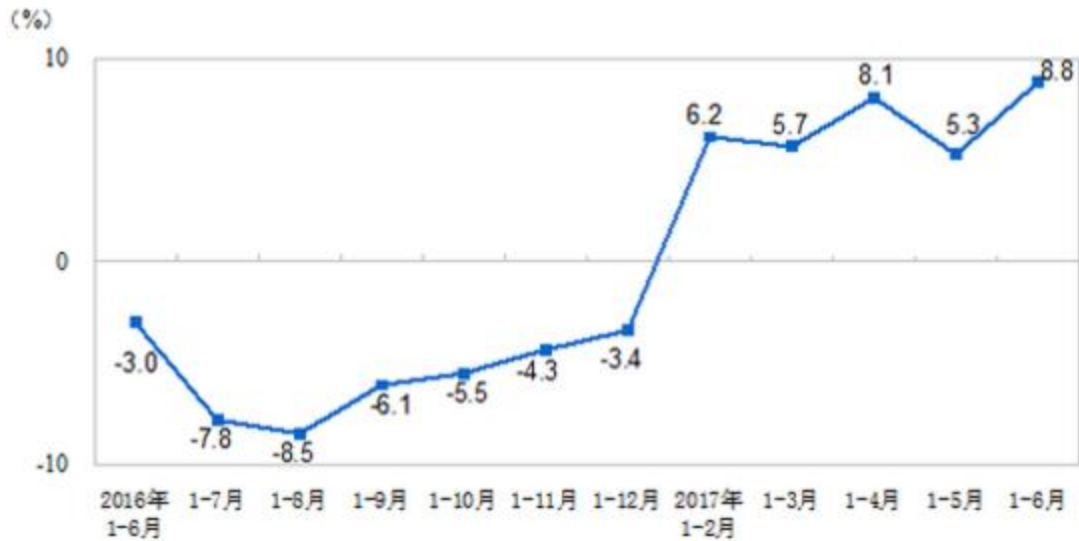
1-6 月份，东部地区房地产开发投资 27252 亿元，同比增长 8.4%，增速与 1-5 月份持平；中部地区投资 10631 亿元，增长 16.0%，增速回落 0.9 个百分点；西部地区投资 10991 亿元，增长 6.8%，增速回落 0.2 个百分点；东北地区投资 1737 亿元，下降 14.0%，降幅收窄 2.1 个百分点。

1-6 月份，房地产开发企业房屋施工面积 692326 万平方米，同比增长 3.4%，增速比 1-5 月份提高 0.3 个百分点。其中，住宅施工面积 472722 万平方米，增长 2.9%。房屋新开工面积 85720 万平方米，增长 10.6%，增速提高 1.1 个百分点。其中，住宅新开工面积 61399 万平方米，增长 14.9%。房屋竣工面积 41524 万平方米，增长 5.0%，增速回落 0.9 个百分点。其中，住宅竣工面积 29760 万平方米，增长 2.5%。

1-6 月份，房地产开发企业土地购置面积 10341 万平方米，同比增长 8.8%，增速比 1-5 月份提高 3.5 个百分点；土地成交价款 4376 亿元，增长 38.5%，增速提高 6.2 个百分点。



图表 10：全国房地产开发企业土地购置面积增速

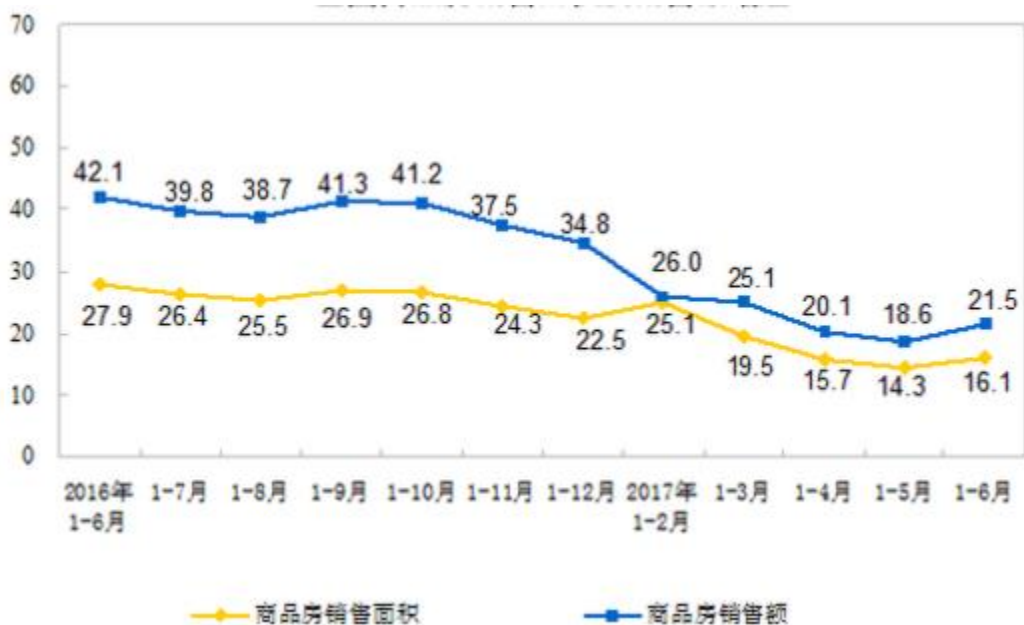


数据来源：国家统计局 银联信

2、商品房销售和待售情况

1-6 月份，商品房销售面积 74662 万平方米，同比增长 16.1%，增速比 1-5 月份提高 1.8 个百分点。其中，住宅销售面积增长 13.5%，办公楼销售面积增长 38.8%，商业营业用房销售面积增长 32.5%。商品房销售额 59152 亿元，增长 21.5%，增速提高 2.9 个百分点。其中，住宅销售额增长 17.9%，办公楼销售额增长 38.9%，商业营业用房销售额增长 41.7%。

图表 11：全国商品房销售面积及销售额增速





数据来源：国家统计局 银联信

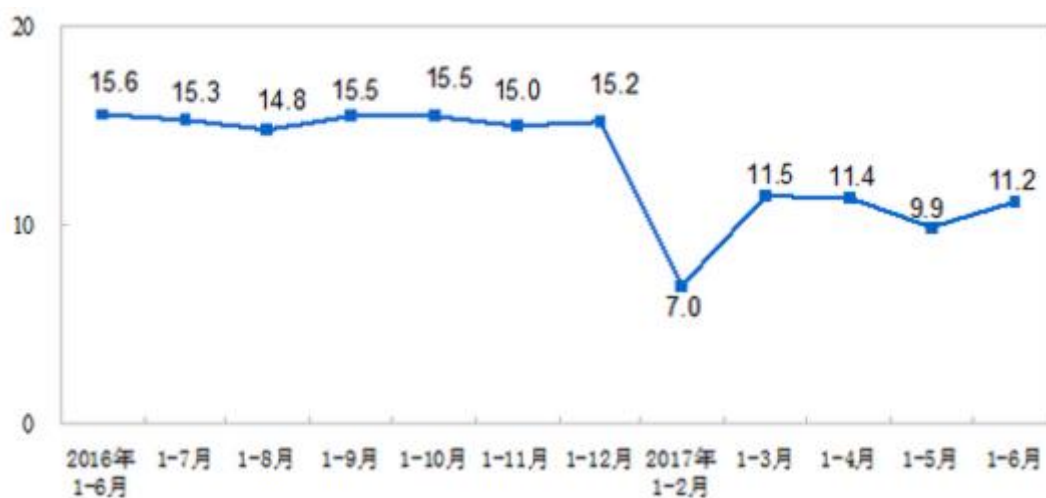
1-6 月份，东部地区商品房销售面积 33401 万平方米，同比增长 11.7%，增速比 1-5 月份提高 2.8 个百分点；销售额 34695 亿元，增长 14.4%，增速提高 2.9 个百分点。中部地区商品房销售面积 19140 万平方米，增长 19.9%，增速提高 2.2 个百分点；销售额 11398 亿元，增长 31.4%，增速提高 4.5 个百分点。西部地区商品房销售面积 18746 万平方米，增长 21.2%，增速提高 0.2 个百分点；销售额 10930 亿元，增长 37.7%，增速提高 1 个百分点。东北地区商品房销售面积 3375 万平方米，增长 13.3%，增速回落 5.5 个百分点；销售额 2128 亿元，增长 21.7%，增速回落 3.8 个百分点。

6 月末，商品房待售面积 64577 万平方米，比 5 月末减少 1441 万平方米。其中，住宅待售面积减少 1305 万平方米，办公楼待售面积减少 60 万平方米，商业营业用房待售面积减少 128 万平方米。

3、房地产开发企业到位资金情况

1-6 月份，房地产开发企业到位资金 75765 亿元，同比增长 11.2%，增速比 1-5 月份提高 1.3 个百分点。其中，国内贷款 13352 亿元，增长 22.1%；利用外资 104 亿元，增长 58.9%；自筹资金 23273 亿元，下降 2.3%；其他资金 39035 亿元，增长 17.2%。在其他资金中，定金及预收款 23226 亿元，增长 22.7%；个人按揭贷款 12000 亿元，增长 6.7%。

图表 12：全国房地产开发企业本年到位资金增速



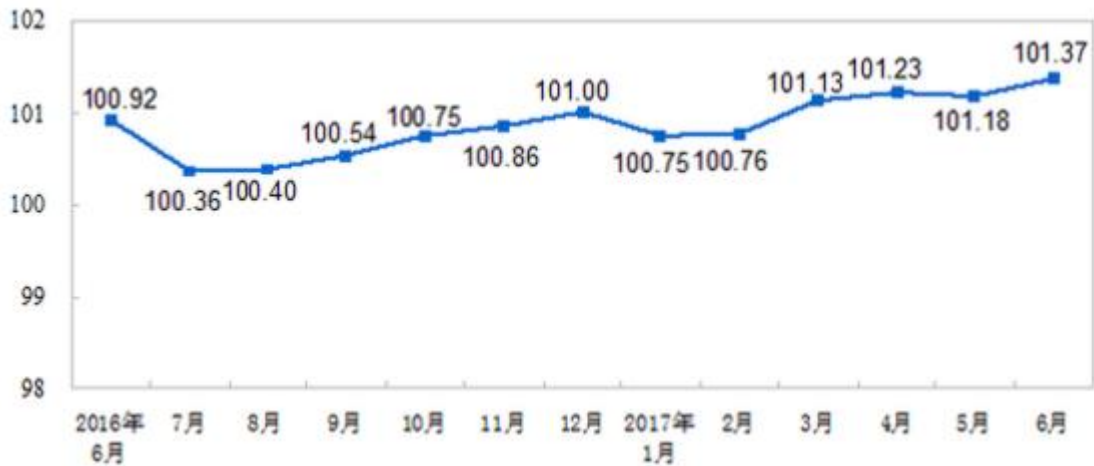
数据来源：国家统计局 银联信

4、房地产开发景气指数



6 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 101.37，比 5 月份提高 0.19 点。

图表 13：国房景气指数



数据来源：国家统计局 银联信

（二）汽车行业运行情况

2017 年 6 月，汽车产销环比和同比均呈小幅增长。上半年，汽车产销同比增速比同期有所减缓，其中乘用车产销增速同比下降明显，商用车增速明显高于同期。具体分析如下：

1、汽车情况

（1）汽车产销量同比保持增长

6 月，我国汽车产销量比上月和比上年同期均保持增长。当月汽车产销分别完成 216.7 万辆和 217.2 万辆，产销量比上月分别增长 3.9%和 3.6%，比上年同期分别增长 5.4%和 4.5%。

1-6 月，汽车产销分别完成 1352.6 万辆和 1335.4 万辆，比上年同期分别增长 4.6%和 3.8%，低于上年同期 1.9 和 4.3 个百分点。产销量累计增速与 1-5 月相比均提高 0.1 个百分点。

（2）乘用车产销同比增长，增速低于汽车总体

6 月，乘用车产销分别完成 184.5 万辆和 183.2 万辆，产销量比上月分别增长 5.6%和 4.6%，比上年同期分别增长 3.7%和 2.3%，分别低于汽车总体 1.7 和 2.2 个百分点。乘用车产销同比结束了连续两个月的下降态势，形势略有好转。

1-6 月，乘用车产销分别完成 1148.3 万辆和 1125.3 万辆，比上年同期分别增长 3.2%和 1.6%，低于汽车总体 1.4 和 2.2 个百分点。乘用车四类车型产销情



况看，比上年同期，除 SUV 产销保持增长外，轿车、MPV、交叉型乘用车产销继续呈现下降。其中轿车产销分别下降 1.8%和 3.2%，SUV 产销分别增长 18.9%和 16.8%，MPV 产销分别下降为 12.8%和 15.8%，交叉型乘用车产销分别下降 32.7%和 25.3%。

6 月，1.6L 及以下乘用车销售 121.4 万辆，比上年同期下降 4.4%，占乘用车销量比重为 66.3%，比上年同期下降 4.7 个百分点。

1-6 月，1.6 升及以下乘用车销售 769.7 万辆，比同期下降 2.6%，占乘用车销量比重为 68.4%，比上年同期下降 3.0 个百分点。

(3) 商用车产销环比下降，同比保持较快增长

6 月，商用车产销分别完成 32.3 万辆和 34 万辆，比上月分别下降 4.9%和 1.4%，与上年同期相比分别增长 16.4%和 18.4%。

1-6 月，商用车产销分别完成 204.3 万辆和 210.1 万辆，比上年同期分别增长 13.8%和 17.4%，高于汽车总体 9.2 和 13.6 个百分点。分车型产销情况看，客车产销量比上年同期分别下降 15.3%和 14%；货车产销比上年同期分别增长了 18.7%和 22.6%，产销量继续较快增长。

(4) 新能源汽车产销同比较快增长

6 月，新能源汽车产销分别完成 6.5 万辆和 5.9 万辆，同比分别增长 43.4%和 33.0%。其中纯电动汽车产销分别完成 5.4 万辆和 4.8 万辆，同比分别增长 52.9%和 41.4%；插电式混合动力汽车产销分别完成 1.1 万辆，同比分别增长 10.1%和 5.3%。

1-6 月，新能源汽车产销分别完成 21.2 万辆和 19.5 万辆，比上年同期分别增长 19.7%和 14.4%。其中纯电动汽车产销分别完成 17.5 万辆和 16 万辆，比上年同期分别增长 30.4%和 26.2%；插电式混合动力汽车产销分别完成 3.7 万辆和 3.5 万辆，比上年同期分别下降 14.4%和 19.7%。

(5) 中国品牌乘用车市场份额高于同期

2017 年 6 月，中国品牌乘用车共销售 75.6 万辆，同比增长 5.5%，占乘用车销售总量的 41.3%，比上年同期提高 1.3 个百分点；其中：中国品牌轿车销售 16.6 万辆，同比增长 1.0%，占轿车销售总量的 18.8%，比上年同期提高 1.0 个百分点；中国品牌 SUV 销售 42.2 万辆，同比增长 21.5%，占 SUV 销售总量的 56.9%，比上



年同期提高 2.8 个百分点；中国品牌 MPV 销售 12.5 万辆，同比下降 16.3%，占 MPV 销售总量的 76.2%，比上年同期下降 11.2 个百分点。

2017 年 1-6 月，中国品牌乘用车共销售 494 万辆，同比增长 4.3%，占乘用车销售总量的 43.9%，比上年同期提高 1.1 个百分点；其中：中国品牌轿车销售 106.4 万辆，同比增长 0.8%，占轿车销售总量的 19.7%，比上年同期提高 0.8 个百分点；中国品牌 SUV 销售 270 万辆，同比增长 24.4%，占 SUV 销售总量的 59.6%，比上年同期提高 3.6 个百分点；中国品牌 MPV 销售 85.9 万辆，同比下降 20.8%，占 MPV 销售总量的 85%，比上年同期下降 5.4 个百分点。

(6) 前十企业增速高于行业

1-6 月，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 1181.1 万辆，比上年同期增长 4.0%，高于行业增速 0.2 个百分点。占汽车销售总量的 88.5%，与上年同期相比提高 0.2 个百分点。

(7) 汽车出口环比、同比保持较快增长

6 月汽车企业出口 8.1 万辆，比上月增长 14.6%，比上年同期增长 18.8%，同比呈现持续较快增长。分车型情况看，当月乘用车出口 5.4 万辆，比上年同期增长 25.6%；商用车出口 2.7 万辆，比上年同期增长 7.2%。

1-6 月，汽车企业出口 39.6 万辆，比上年同期增长 26.2%，增速比 1-5 月略有下降。分车型看，乘用车出口 27.3 万辆，比上年同期增长 36.5%；商用车出口 12.3 万辆，比上年同期增长 8.1%。

根据海关数据整理，2017 年 5 月汽车整车共进口 11.6 万辆，比上年同期增长 33.0%；汽车整车出口 8.9 万辆，比上年同期增长 22.0%。1-5 月，汽车整车累计进口 47.7 万辆，比上年同期增长 25.1%；汽车整车累计出口 35.7 万辆，比上年同期增长 25.5%。

2、摩托车情况

(1) 摩托车产销继续回升

6 月，摩托车产销继续回升，产销环比、同比均保持增长。当月完成产销 157.6 万辆和 157.4 万辆，比上月增长 4.2%和 5.1%；比上年同期增长 12.6%和 14.8%。其中，二轮车产销 141.8 万辆和 141.6 万辆，比上年同期增长 16%和 18.3%；三轮车产销 15.8 万辆和 15.9 万辆，比上年同期下降 10.5%和 9.2%。



1-6月，累计产销846.9万辆和849.7万辆，比上年同期增长3.7%和4.2%，增速比1-5月加快1.8和2.2个百分点，由一季度的负增长转为正增长。总体来看，受出口回暖影响，产销形势趋于好转。

(2) 摩托车出口增速加快

6月，摩托车出口较快增长。当月出口摩托车72.1万辆，比上月增长6.8%，比上年同期增长27.7%，同比增速比上月加快4.9个百分点。其中，二轮车出口69万辆，比上年同期增长27.1%；三轮车出口3.1万辆，比上年同期增长43.2%。

1-6月，累计出口摩托车377.3万辆，比上年同期增长10.3%，增速比1-5月加快3.5个百分点；比一季度加快10.1个百分点。



V 行业区域运行动态

一、广东：“中国灯饰之都”古镇首家灯饰照明企业登陆新三板

广东莱亚智能光电股份有限公司登陆新三板(全国中小企业股转系统)挂牌上市敲钟仪式近日在北京举行。这也标志着莱亚光电成为“中国灯饰之都——中山市古镇”第一家登陆资本市场的成品照明企业,对古镇灯饰行业的发展影响深远。

改革开放四十年来,古镇顺应历史大机遇,经过艰苦创业和改革政府管理体制,紧紧抓住世界技术变革趋势,抢抓机遇,迎难而上,一举成为中国著名的灯饰之都。在“中国制造 2025”的背景下,古镇这座以灯饰照明制造、国际贸易为主,民营经济发达的大特色产业小镇紧紧抓住创新驱动发展机遇,推动传统产业升级,实现从中山“制造”到中山“智造”的跨越。

2016年6月,古镇诞生首家挂牌新三板企业,到莱亚光电成功挂牌,在不到一年的时间里,古镇已先后有天圣高科、旺来新材料科技3家新三板挂牌企业。

广东莱亚智能光电股份有限公司成立于2002年7月1日,主营LED照明产品的研发、生产和销售,公司产品包括LED照明产品、节能灯与配件,产品远销欧美、东南亚、西亚、南非、中东、香港等国家和地区。近几年来,该企业取得了近数十项外观专利和实用新型专利。

当下是古镇企业上板、上市的最佳“窗口期”。一是古镇党委、政府态度鲜明的大力扶持,如:根据2016年奖励政策,对成功主板上市的企业市镇奖励最高共1000万元;对成功挂牌新三板的企业市镇最高共奖励400万元。二是当下蕴含机遇的灯饰业态——灯饰上板企业尚空缺(强势企业不突出),企业品牌宣传及产业集聚度不断加快,倒逼生产企业迫切需求提升企业地位。三是于古镇是全球知名的灯饰照明集聚地,产业高度集中而造就万千企业家,大浪淘沙方显英雄本色,希望更多的企业通过上市来规范企业的研发,制造、营销、产品品牌宣传才能落实国家制造2025计划。

目前国家的发展总体思路是通过“一带一路”发展战略,将中国具有技术优势、良好品牌形象、热心社会公益事业的企业向全球推广,并成为代表中国形象



的国家企业品牌。如今，对于只有 50 平方公里的古镇而言，天圣高科、旺来新材料、莱亚光电等登陆新三板，对于这个行业起到了极大的推动作用。

二、合肥 23 项夜景亮化工程 2017 年启动 包公园或现灯光秀

2017 年，合肥市将陆续启动包公园、天鹅湖景区、高铁南站片区等 23 项夜景亮化工程建设，着力消除照明死角，营造城市夜景，打造水际景观，点亮历史景观。目前包公园夜景亮化方案已确定。

包公园东起马鞍山路，西至徽州大道，南依芜湖路，北临环城路，是合肥中央城区重要的城市绿肺。现状园区内照度低、照明范围小、照明效果单一，仅园路布置路灯，岸线、岛区内建筑、构筑物基本无照明，且现有灯具存在光衰和破损现象。通过亮化提升，包公园将打造一条由“包公故语、玉带星河、喷泉灯光秀、浮光掠影、荷花映月”五个系列主题串起的灯光夜游路线。

其中，清风阁景点入口建筑及围墙现状无照明，夜景提升以瓦楞灯、投光灯照亮建筑，以洗墙灯照亮围墙檐口，园路庭院以“窗吟”为主题，打造包公故语夜游路线。浮庄为一组园林建筑，亭台轩榭，空间变化丰富，夜景照明主要以黄光渲染古建的宁静典雅，围墙、景墙部分以白光作为对比，增强引导性，烘托徽派园林的氛围。

玉带星河则以包河中脚印塘这一形似脚印的小池塘为载体，脚印塘小岛尺度适中，玉带桥连接脚印塘与河岸，跨于包河之上，夜景采用点光照明，恰似一条水上星河。

未来亮化时间将分为节日模式和平日模式。其中，节日模式亮化时间为 19:00~22:00，开启所有灯光；22:00~00:00 仅开启环岛庭院灯光。平日模式为 19:00~22:00 关闭驳岸及照树灯、投影灯，开启岛内其他灯光；22:00~00:00 仅开启环岛庭院灯。

除包公园外，2017 年要实施的其他 22 个市级夜景亮化项目，都在加速推进当中。有的已经在准备进行招标，有的在进行亮化方案设计、审查。

三、广东：施瑞创新技术首秀广州国际照明展

2017 广州国际照明展览会(光亚展)上，施瑞科技带来的以物理切割代替化学蚀刻&电镀的工艺，提供全制程环保的柔性 LED 解决方案，其 Siry Nonwire



高散热无导线线路板技术吸引了很多行业内的参展商的目光前来了解和深入探讨。

LED 属于绿色节能产品，但它的制造过程不免会存在环境污染的现象，尤其是核心发光材料 LED 线路板领域，过去传统的线路板常常使用化学蚀刻法来制造，而且经历 20 多道复杂的工艺流程，会产生汞、硫酸铜等污染物，从而产生大量的重金属废水，而生产一米的 LED 灯带大约需要消耗 8 吨的水，可想而知传统的 LED 制造工艺会造成大量水污染和能源浪费。

作为 LED 产业链的核心模块，发光线路板的技术创新显得尤为重要。广东顺德施瑞科技有限公司是一家专门从事柔性线路板的研发、生产和销售民营高科技企业，是目前国内外极少数使用环保型非蚀刻工艺柔性线路板的专业厂商。施瑞的 Siry Nonwire 高散热线路板使“超高亮度照明级灯带”成为可能，专用连续性贴片工艺替代 PCB 贴片工艺可以将生产过程全自动化。在生产工艺上，施瑞科技独创的 LED 生产技术一次包胶成型，工艺简单直接，而且散热优异，真正实现从原材料到成品全过程绿色环保。而生产制造自动化技术，更是节省了 80% 的人工。



VI 重点企业跟踪

一、洲明科技：拟现金收购爱加照明 完善产业整合

洲明科技发布关于以现金收购爱加照明部分股权并增资的公告，拟以 4,410 万元自有资金及银行贷款受让爱加照明 49% 的股权，拟以自有资金向爱加照明增资 2,000 万元。本次股权转让和增资完成后，公司将持有爱加照明 60% 的股权，成为爱加照明的控股股东。爱加照明承诺 2017 年下半年扣非净利润不低于 300 万元；2018 年、2019 年扣非净利润分别不低于 1,000 万元、1,500 万元。

收购照明领域细分市场的龙头企业，完成产业链条高价值部分的生态整合。爱加照明成立于 2009 年，是一家致力于高端建筑空间的专业照明企业。随着国内消费升级，地产、酒店市场高端专业照明的需求逐步放大，业主和设计师对专业照明解决方案的关键认知已经建立。爱加照明与国内知名高端地产商、酒店集团、建筑设计公司都有紧密的业务合作，客户包括凯德置业、雅诗阁、华润地产、保利置业、钓鱼台、阿玛尼等高端品牌。公司收购爱加照明向高端市场延伸，是专注主业的持续拓展，以高端品牌和高端客户为切入点，有利于公司整合照明行业资源，进一步提升盈利能力。

LED 应用市场空间广，照明布局为公司成长添动力。据国家半导体照明工程研发及产业联盟（CSA）数据显示，2016 年中国 LED 市场规模达到 5216 亿元，同比增长 22.9%，其中下游 LED 应用市场规模占比 82.2%。LED 显示屏和 LED 照明均属 LED 应用领域重要组成部分，在 LED 小间距产品已经成为公司目前成长主力的前提下，公司通过高端商用照明的布局扩展现有照明业务领域，形成显示应用加照明应用的双引擎，实现内部业务协同，有望迎来更大的成长空间。

二、飞利浦照明上半年销售额达 267 亿，Q2 净利 5.76 亿

飞利浦照明披露 2017 年第二季度业绩，公司 2Q17 实现销售额 16.99 亿欧元（合人民币约 134.03 亿元），净收入较上年同期增长 28.1% 至 7300 万欧元（合人民币约 5.76 亿元）。



就市场区域来看，欧洲增长强劲，美洲市场继续疲软。中东、土耳其，尤其是沙特阿拉伯，仍具挑战性。从产品看，2017 年第二季度，飞利浦照明实现 Lamps 销售额 4.58 亿欧元，LED 销售额 4.26 亿欧元，专业产品业务销售额 6.68 亿欧元以及家居产品业务销售额 1.46 亿欧元。

2017 年第二季度业绩亮点：销售额达 16.99 亿欧元，可比销售额下降 1.8%；整体 LED 销售额增长 14%，占总销售额的 63%，而 2016 年第二季度占比为 53%；调整后息税折旧摊销前利润（Adjusted EBITA）为 1.74 亿欧元，而 2016 年第二季度为 1.61 亿欧元；调整后息税折旧摊销前利润率（Adjusted EBITA margin）为 10.2%，而 2016 年第二季度为 9.3%；净收入达 7300 万欧元，而 2016 年第二季度为 5700 万欧元；自由现金流为-2700 万欧元，2016 年第二季度则达 6000 万欧元。

飞利浦照明第二季核心盈利增长理想，因 LED 灯及家用照明产品业务盈利增长，抵消传统灯具业务持续下滑而造成的收入下降。此外，据财报显示，公司 2017 年上半年销售额达 33.89 亿欧元（合人民币约 267.32 亿元），其中 Lamps 销售额达 9.55 亿欧元，LED 销售额为 8.48 亿欧元，专业产品业务销售额为 12.89 亿欧元以及家居产品业务销售额为 2.94 亿欧元。

2017 年上半年业绩亮点：销售额达 33.89 亿欧元，可比销售额下降 1.3%；整体 LED 销售额增长 17%，占总销售额的 62%，而 2016 年上半年占比为 52%；调整后息税折旧摊销前利润（Adjusted EBITA）为 3.17 亿欧元，而 2016 年上半年为 2.82 亿欧元；调整后息税折旧摊销前利润率（Adjusted EBITA margin）为 9.4%，而 2016 年上半年为 8.2%；净收入达 1.34 亿欧元，而 2016 年上半年为 7100 万欧元；自由现金流为-2600 万欧元，而 2016 年上半年为-1800 万欧元。

三、XtraLight 将进军数据中心 LED 照明

XtraLight 公司指出，通过该研究发现，数据中心可以通过将数据中心切换到拥有先进的传感器和控制系统的节能 LED 照明，从而将其电源使用效率（PUE）提高 25%。传统的照明可以使房间暖和，并使得 HVAC 系统能保持数据中心区域凉爽。然而，LED 照明不会产生太多的热量，并能降低数据中心 HVAC 系统的负载。

具备控制装置的灯具包括了一个可以感测人进入某区域，并自动把灯打开的传感器。该传感器还可以检测人离开该区域以触发灯具的关闭或调光。该配置确保只有活跃区域被照亮，从而降低能量消耗。



XtraLight 表示，它为数据中心提供了一系列照明选项功能，例如一般照明（LED 圆形高天井灯）、通道照明（LED 高天井灯通道灯具）以及检修照明（LED 检修灯具）。另外，对于具有较低天花板的数据中心，XtraLight 还能提供嵌入式照明；该公司还提供外部和安全/景观照明，以防止犯罪活动。

四、勤上光电上榜全球领先路灯制造商名录

日前，美国市场调查公司 Depth Market Research 发布 2017 年全球路灯市场的调查报告，报告涵盖了全球领先路灯制造商名录。作为全球照明灯具生产大国，我国仅有一家 LED 照明企业登上此名录，上榜企业为东莞勤上光电股份有限公司（下称：勤上光电）。

全球 12 家企业上榜全球领先路灯制造商名录

发布报告的市场调查公司 Depth Market Research 是美国领先的产业与市场研究服务供应商。Depth Market Research 围绕客户的需求，提供可靠而高效的市场调研和咨询服务，具有很高的权威性。

Depth Market Research 对全球的路灯市场进行深入的调研，并对 2017—2022 年的市场进行了预测。

该报告将全球路灯市场划分为美国、中国、欧洲、日本、韩国、台湾等若干个关键区域，对这些区域市场上的路灯企业从销售、价格、收入和市场份额进行了分析，筛选出来 12 家全球领先路灯制造商。

勤上光电和 Koninklijke Philips N.V、Cree（科锐）、General Electric（通用电气）、Eaton（伊顿）、Osram Licht（欧司朗）、Acuity Brands、Hubbell（哈勃）、Thorn Lighting（索恩照明）、LED Roadway Lighting、Syska LED、Virtual Extension 等其他 11 家国外知名企业一起上榜，成为中国唯一一家上榜此名录的 LED 照明企业。

国内 LED 照明企业仅勤上光电上榜

此次上榜的国内唯一 LED 照明企业勤上光电，总部位于东莞市，是国内最早一批进入 LED 照明应用领域的企业，大功率 LED 路灯是主营业务之一，该公司早在 2007 年发布了首款大功率 LED 路灯产品。

历经 20 余年的发展，勤上光电已被业界誉为“路灯之王”，并以雄厚的技术水平成为业内领先的半导体照明产品和综合解决方案供应商。尤其在户外照明



领域，勤上光电产品在美国、加拿大、墨西哥、哥伦比亚、巴西、日本、韩国等全球 100 多个国家和地区得到了广泛应用，已成为全球业内成熟应用工程案例最多、技术最领先的企业之一。在亚洲、美洲、欧洲等在全球主要市场上，“KINGSUN”品牌已经具有很高的知名度和美誉度。

LED 路灯市场高速渗透 智能化成为新趋势

近几年来，中国 LED 路灯市场渗透率快速提升。据国家半导体照明工程研发及产业联盟产研部统计显示，2011 年渗透率超过 7%，2012 年达到 11%，2013 年更是达到 19%，2015 年国内的 LED 路灯市场规模则达到 250 亿元，2016 年，我国 LED 道路照明产品的整体市场渗透率已超过 48%。

与国内 LED 路灯照明市场高速发展相呼应的是，印度、俄罗斯、东南亚(越南、印度尼西亚、马来西亚、泰国)、拉丁美洲(巴西、墨西哥、阿根廷、哥伦比亚)及澳洲等新兴市场，纷纷开启 LED 路灯安装项目，市场同样发展迅速。

受益于市场的快速发展，勤上光电在国内及国际市场都有着不错的表现，暂获了众多的知名 LED 路灯项目。勤上光电国际业务部总经理孙伟华表示，凭借出色的技术和可靠的产品质量，勤上光电深耕国际市场多年并取得喜人的成绩，北美、欧洲、亚洲以及巴西等具有广阔市场潜力的国家和地区都成了勤上光电驰骋的疆场。

随着 LED 照明技术的成熟及与物联网、智慧城市的融合，LED 路灯照明正突破照明、节能等基础功能，并朝向智能化、网络化的方向发展，与城市安防、智慧化管理等相结合，并将在 2025 年前迎来新一轮的爆发。



VII 行业信贷机会风险分析

图表 14：2017 年 8 月中国照明行业机会、风险分析

序号	指标	风险	机会
1	行业环境	传统照明产品将与 LED 照明产品在市场上并存，但 LED 照明产品所占份额将逐年增长。但这是个循序渐进的，此消彼长的过程，而不是一蹴而就的爆发式增长。整个照明市场环境也趋于理性，将由早先的政府推动型向市场拉动型转变。	中国经济增长和城市化进程是景观照明行业发展的长期动力，LED 照明市场稳定增长，汽车照明是新增量，LED 照明的推广不仅是我国政府极力推崇的目标，加速淘汰白纸灯、选用光效更高的 LED 光源是全球各地的共同措施。
2	经营情况	传统照明产品呈现出下降趋势，其中白炽灯和高压汞灯因全球节能减排大趋势的要求将逐步退出历史舞台；金卤灯受到 LED 产品冲击最为直接，近年下降幅度较大；荧光灯、卤钨灯、高压钠灯等产品也已度过了自己的黄金时期，开始步入下行通道。	以 LED 照明为代表的新兴产品正蒸蒸日上，其性价比不断提高的同时，市场替换需求也在逐步放大，市场前景可观；目前 LED 照明市场主流依然为替换类产品（RETROFIT）。
3	产业链	线下照明品牌介入线上，使得原来线上畅销的纯电商品牌们逐渐没落，本身存在租金、配套和税费等各项费用，和纯网店相比价格不具竞争力	汽车照明、手机闪光灯、体育场馆照明、博物馆照明及农业照明，乃至光无线通信 LIFI 都是下一步各路厂商更为关注的蓝海。

数据来源：银联信



免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需要致电本公司并获得书面授权，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。