

2017年第10期

中国照明行业研究月报

2017年10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、本月宏观经济运行及影响	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	6
(三) 居民消费价格变动情况	9
(四) 进出口情况分析	12
二、财政货币政策	14
(一) 财政政策	14
(二) 货币政策	15
II 本月关注	17
一、行业相关政策	17
(一) 欧盟发布能源标签新规定	17
(二) 照明“十三五”规划出台	17
二、本月重点事件点评	18
(一) LG 拟 78.4 亿收购车用照明公司	18
(二) 上海三思与国家科技部签约室外智慧照明任务书	18
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) 2017 年上半年全国照明行业累计出口额 189.91 亿美元	19
(二) 1-8 月我国 LED 照明产品出口总额达 82 亿美元	19
二、照明行业运行分析	20
(一) LED 市场趋势剖析	20
(二) 广东照明行业运行分析	22
(三) 全国照明行业产量地区分布情况	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	28
V 行业区域运行动态	31
一、2017 年上半年陕西/山东 LED 产量情况出炉	31



二、上海崇明岛首期 NB-IoT 智慧路灯正式商用	31
三、山东省潍坊市启动中心城区照明设施专项整治	32
VI 重点企业跟踪	34
一、软通动力助力山东乐陵实现“智慧照明”	34
二、吴江电信与欧普照明签署协议	34
三、东旭光电签署三项合作协议	35
四、富昌电子 LED 照明事业部与欧司朗数字系统部门签署泛亚太分销协议	36
VII 行业信贷机会风险分析	37



图表目录

图表 1: 中国制造业采购经理指数 (PMI) 经季节调整	4
图表 2: 中国非制造业商务活动指数 (经季节调整)	5
图表 3: 工业生产者出厂价格涨跌幅走势	7
图表 4: 2017 年 8 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	7
图表 5: 生产资料出厂价格涨跌幅	8
图表 6: 生活资料出厂价格涨跌幅	8
图表 7: 2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅	10
图表 8: 8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅	11
图表 9: 8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅	12
图表 10: 全国房地产开发投资增速	25
图表 11: 全国房地产开发企业土地购置面积增速	26
图表 12: 全国商品房销售面积及销售额增速	27
图表 13: 全国房景气指数	28
图表 14: 2017 年 10 月中国照明行业机会、风险分析	37



I 宏观经济

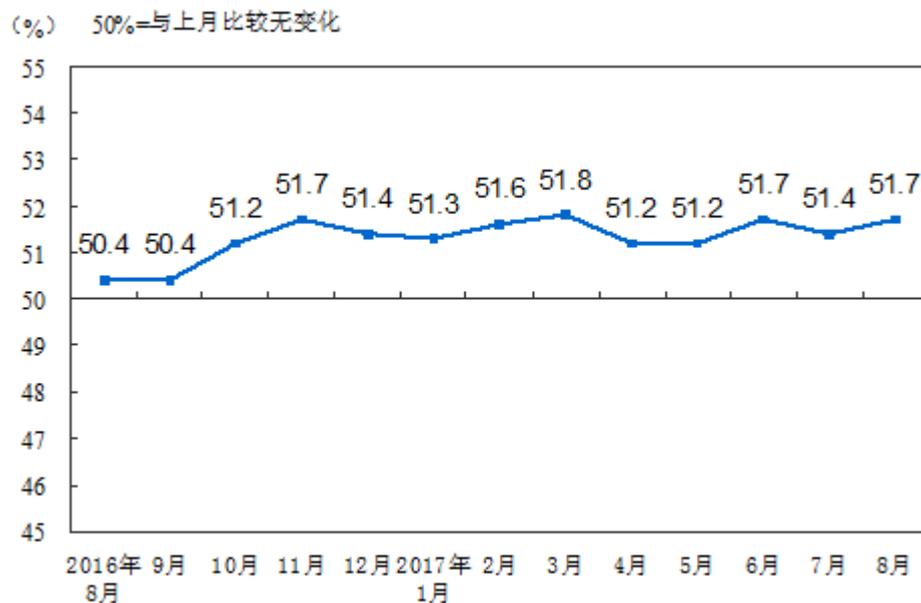
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2017年8月中国制造业采购经理指数为51.7%

2017年8月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.3个百分点，制造业总体保持稳中向好的发展态势。

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网 银联信

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.8%，比上月微降 0.1 个百分点；中型企业 PMI 为 51.0%，比上月上升 1.4 个百分点，重回扩张区间；小型企业 PMI 为 49.1%，比上月回升 0.2 个百分点。

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、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 54.1%，比上月上升 0.6 个百分点，继续位于临界点之上，表明制造业生产增速有所加快。



新订单指数为 53.1%，比上月上升 0.3 个百分点，持续位于临界点之上，表明制造业市场需求进一步改善。

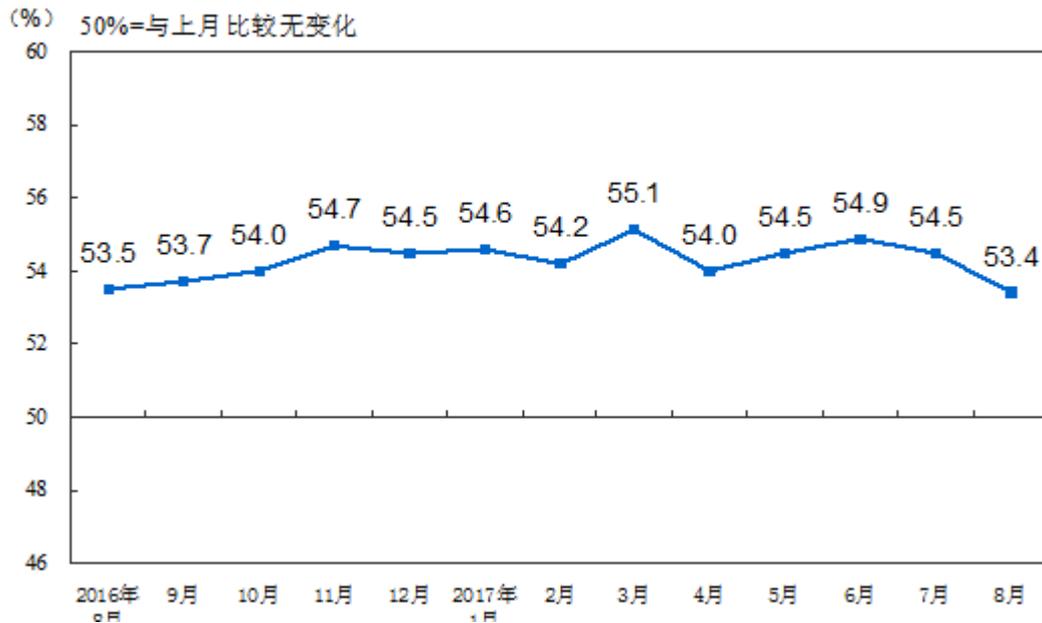
原材料库存指数为 48.3%，比上月下降 0.2 个百分点，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续下降。

从业人员指数为 49.1%，比上月下降 0.1 个百分点，低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

2、2017 年 8 月中国非制造业商务活动指数为 53.4%

2017 年 8 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.4%，比上月回落 1.1 个百分点，继续保持在临界点之上，非制造业总体仍延续扩张态势。

图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网 银联信

分行业看，服务业商务活动指数为 52.6%，比上月回落 0.5 个百分点，服务业继续保持增长，但增速略有放缓。从行业大类看，航空运输业、邮政业、电信广播电视和卫星传输、互联网及软件信息技术服务等行业商务活动指数均连续位于 60.0% 以上的高位景气区间，业务总量快速增长。批发业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数位于收缩区间，业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为 58.0%，比上月回落 4.5 个百分点，仍高于临界点，企业生产增速有所放缓。



新订单指数为 50.9%，比上月回落 0.2 个百分点，继续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速略有回落。分行业看，服务业新订单指数为 50.3%，比上月上升 0.1 个百分点，连续 4 个月高于临界点。建筑业新订单指数为 54.5%，比上月回落 1.5 个百分点，仍高于临界点。

投入品价格指数为 54.4%，比上月上升 1.3 个百分点，连续位于临界点以上，表明非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体水平继续上涨。分行业看，服务业投入品价格指数为 53.2%，比上月上升 1.3 个百分点。建筑业投入品价格指数为 61.4%，比上月上升 1.6 个百分点。

销售价格指数为 51.5%，比上月上升 0.6 个百分点，连续两个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平持续上涨，且涨幅扩大。分行业看，服务业销售价格指数为 51.0%，比上月上升 0.4 个百分点。建筑业销售价格指数为 54.4%，比上月上升 1.9 个百分点。

从业人员指数为 49.5%，与上月持平，继续位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.6%，与上月持平。建筑业从业人员指数为 54.3%，比上月微升 0.1 个百分点。

业务活动预期指数为 61.0%，比上月微落 0.1 个百分点，连续 4 个月位于 60.0% 以上的高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.1%，比上月回落 0.3 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 66.0%，比上月上升 0.7 个百分点。

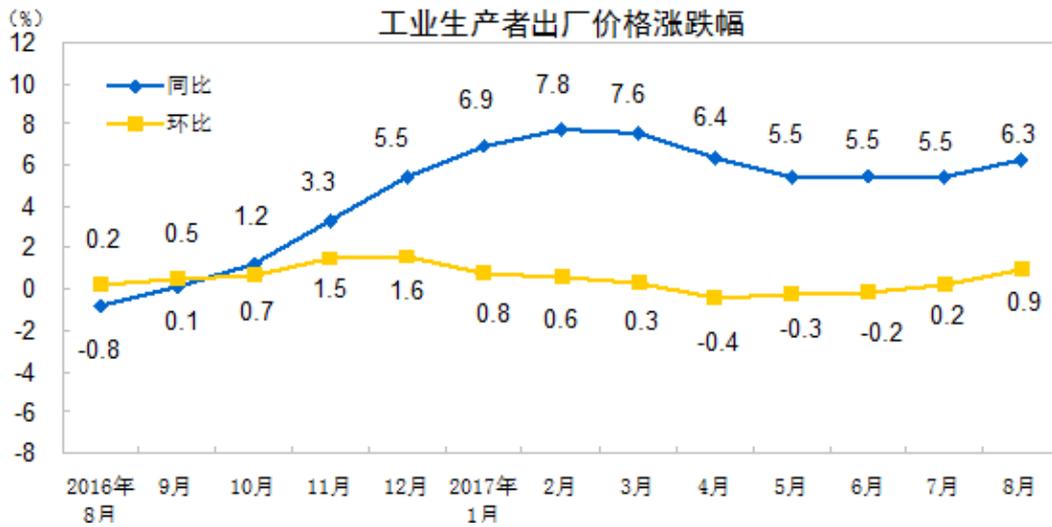
（二）工业生产者价格变动情况

2017 年 8 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 6.3%，环比上涨 0.9%。工业生产者购进价格同比上涨 7.7%，环比上涨 0.8%。1-8 月平均，工业生产者出厂价格同比上涨 6.4%，工业生产者购进价格同比上涨 8.4%。



图表 3：工业生产者出厂价格涨跌幅走势

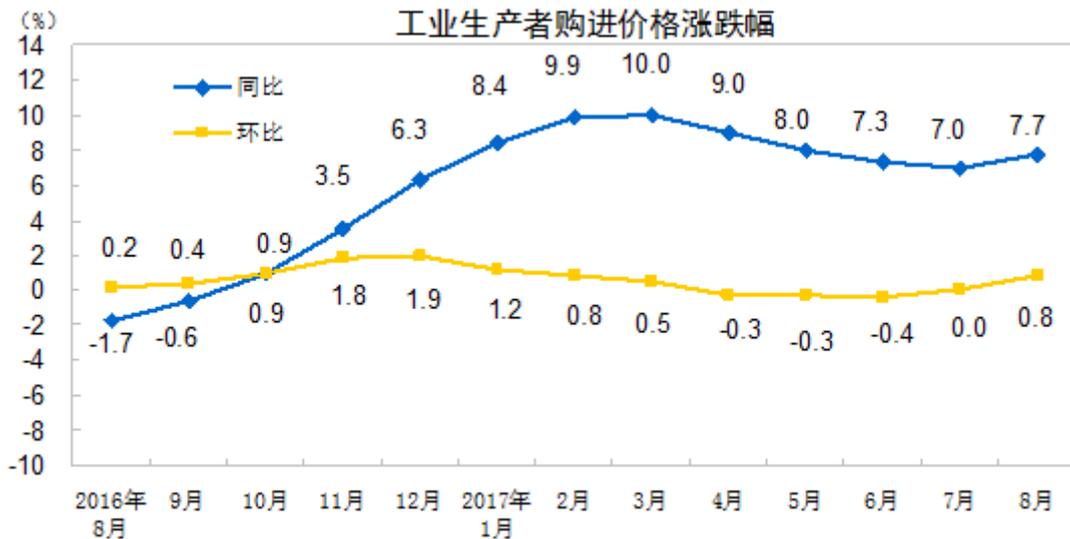
单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2017年8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

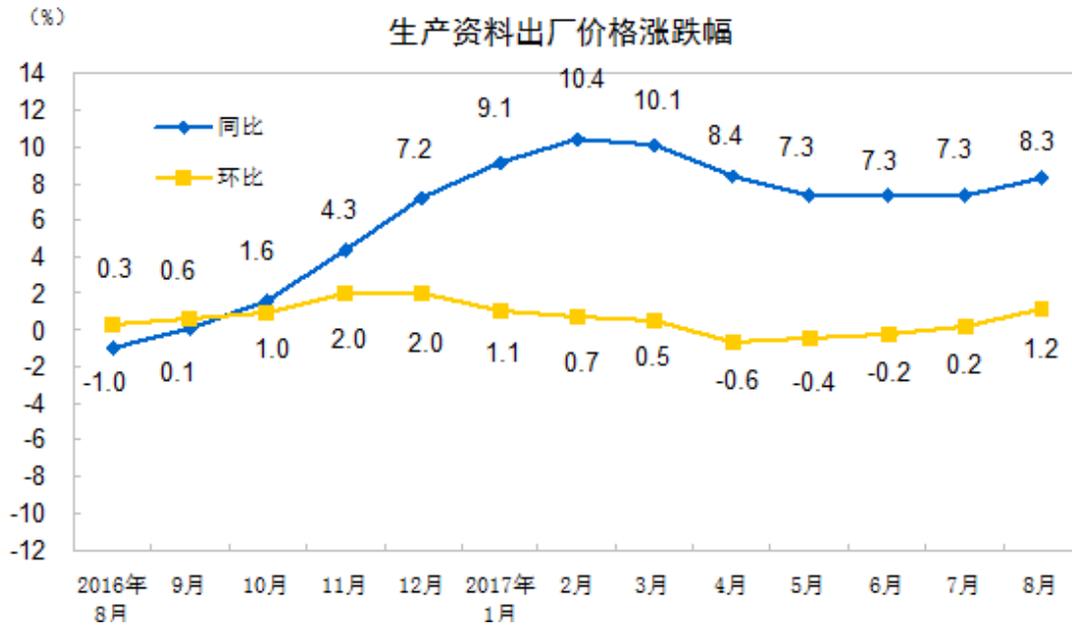
1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 8.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.1 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 18.2%，原材料工业价格上涨 11.0%，加工工业价格上涨 6.4%。生活资料价格同比上涨 0.6%，影



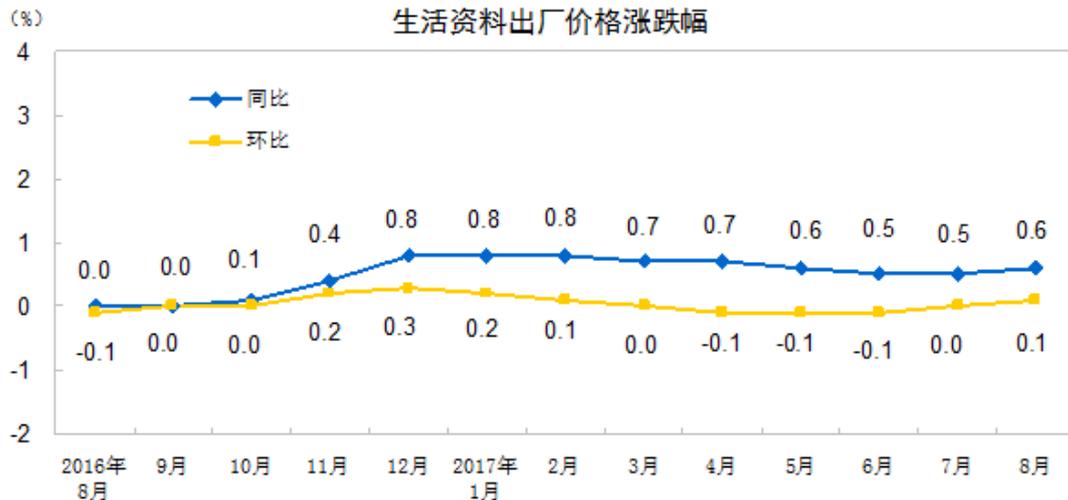
响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 0.7%，衣着价格上涨 1.4%，一般日用品价格上涨 0.8%，耐用消费品价格持平。

图表 5：生产资料出厂价格涨跌幅



资料来源：银联信

图表 6：生活资料出厂价格涨跌幅



资料来源：银联信

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格同比上涨 15.4%，有色金属材料及电线类价格上涨 15.3%，燃料动力类价格上涨 11.8%，建筑材料及非金属类价格上涨 9.5%。



2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 1.2%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.9 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 1.8%，原材料工业价格上涨 1.7%，加工工业价格上涨 1.0%。生活资料价格环比上涨 0.1%。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格持平，一般日用品价格上涨 0.2%，耐用消费品价格下降 0.1%。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 2.5%，黑色金属材料类价格上涨 2.4%，燃料动力类价格上涨 0.7%。

（三）居民消费价格变动情况

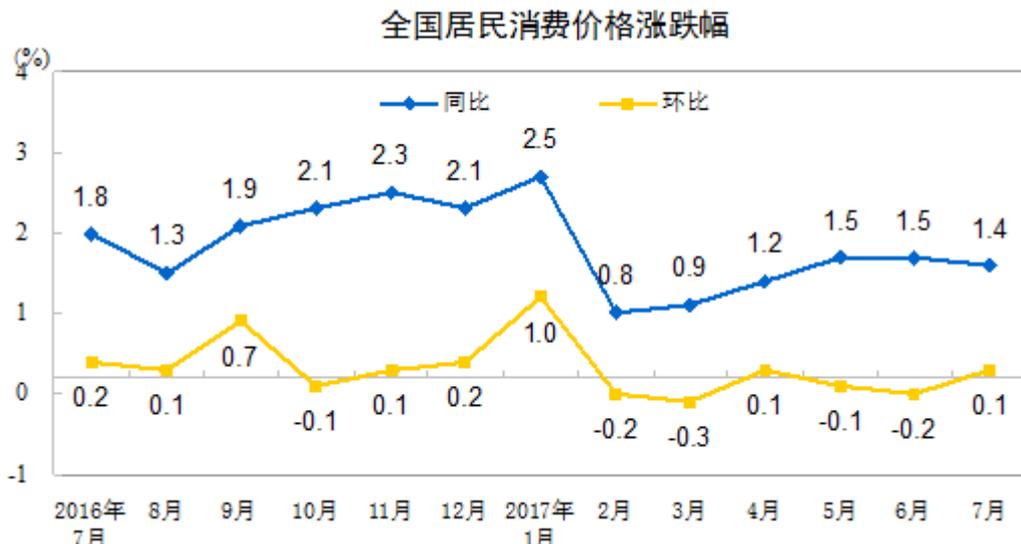
2017 年 8 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.8%。其中，城市上涨 1.9%，农村上涨 1.5%；食品价格下降 0.2%，非食品价格上涨 2.3%；消费品价格上涨 1.0%，服务价格上涨 3.1%。1-8 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.5%。

8 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.4%。其中，城市上涨 0.4%，农村上涨 0.5%；食品价格上涨 1.2%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格上涨 0.5%，服务价格上涨 0.2%。



图表 7：2017 年 8 月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

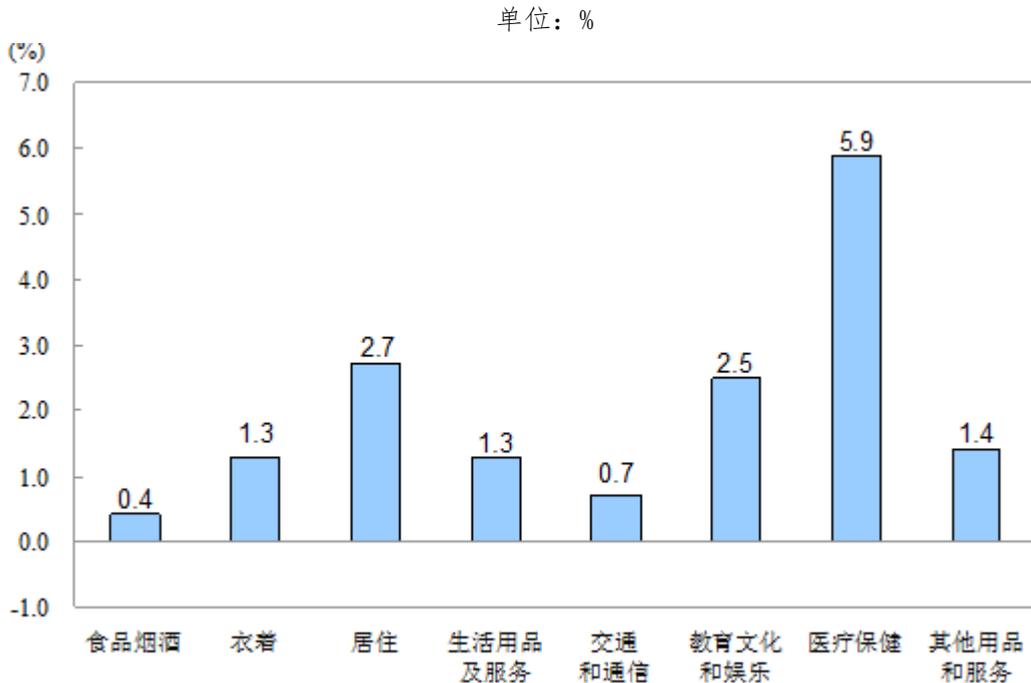
1、各类商品及服务价格同比变动情况

8 月份，食品烟酒价格同比上涨 0.4%，影响 CPI 上涨约 0.13 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 9.7%，影响 CPI 上涨约 0.22 个百分点；蛋类价格上涨 4.3%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；水产品价格上涨 3.8%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；粮食价格上涨 1.6%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；畜肉类价格下降 8.4%，影响 CPI 下降约 0.42 个百分点（猪肉价格下降 13.4%，影响 CPI 下降约 0.39 个百分点）。

8 月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健、居住、教育文化和娱乐价格分别上涨 5.9%、2.7%和 2.5%，其他用品和服务价格上涨 1.4%，衣着、生活用品及服务价格均上涨 1.3%，交通和通信价格上涨 0.7%。



图表 8：8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

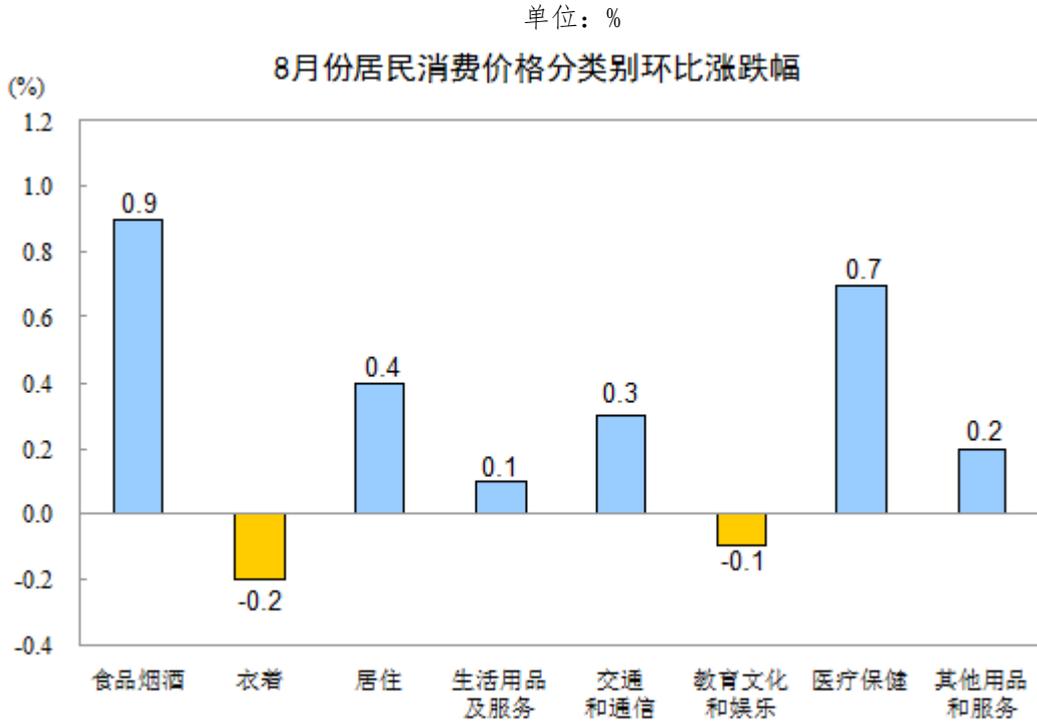
2、各类商品及服务价格环比变动情况

8 月份，食品烟酒价格环比上涨 0.9%。其中，蛋类价格上涨 13.5%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；鲜菜价格上涨 8.5%，影响 CPI 上涨约 0.20 个百分点；畜肉类价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点（猪肉价格上涨 1.3%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点）；鲜果价格下降 4.2%，影响 CPI 下降约 0.07 个百分点；水产品价格下降 1.1%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点。

8 月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，医疗保健、居住、交通和通信价格分别上涨 0.7%、0.4%和 0.3%，其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨 0.2%和 0.1%；衣着、教育文化和娱乐价格分别下降 0.2%和 0.1%。



图表 9：8 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

（四）进出口情况分析

据海关统计，今年前 8 个月，我国进出口总值 15.37 万亿元人民币，比去年同期(下同)下降 1.8%。其中，出口 8.84 万亿元，下降 1%；进口 6.53 万亿元，下降 2.9%；贸易顺差 2.31 万亿元，扩大 5%。

8 月份，我国进出口总值 2.2 万亿元，增长 7.9%。其中，出口 1.27 万亿元，增长 5.9%；进口 9250 亿元，增长 10.8%；贸易顺差 3460 亿元，收窄 5.1%。

前 8 个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1、一般贸易进出口增长，比重有所提升

前 8 个月，我国一般贸易进出口 8.66 万亿元，增长 0.6%，占我外贸总值的 56.4%，较去年同期提升 1.4 个百分点。其中出口 4.91 万亿元，增长 1.3%，占出口总值的 55.6%；进口 3.75 万亿元，下降 0.3%，占进口总值的 57.5%；一般贸易项下顺差 1.16 万亿元，扩大 6.8%。同期，我国加工贸易进出口 4.47 万亿元，下降 7.8%，占我外贸总值的 29.1%，比去年同期回落 1.9 个百分点。其中出



口 2.88 万亿元，下降 6.8%，占出口总值的 32.6%；进口 1.59 万亿元，下降 9.5%，占进口总值的 24.3%；加工贸易项下顺差 1.29 万亿元，收窄 3.3%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口 1.64 万亿元，下降 1.5%，占我外贸总值的 10.6%。其中出口 5769.8 亿元，下降 3.5%，占出口总值的 6.5%；进口 1.06 万亿元，下降 0.3%，占进口总值的 16.2%。

2、对欧盟、日本等贸易伙伴进出口增长，对美国、东盟等进出口下降

前 8 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 2.35 万亿元，增长 3.5%，占我外贸总值的 15.3%。其中，我对欧盟出口 1.45 万亿元，增长 2.8%；自欧盟进口 8975.7 亿元，增长 4.6%；对欧贸易顺差 5528.5 亿元，与去年同期持平。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 2.14 万亿元，下降 3.2%，占我外贸总值的 13.9%。其中，我对美国出口 1.59 万亿元，下降 1.7%；自美国进口 5469.4 亿元，下降 7.4%；对美贸易顺差 1.04 万亿元，扩大 1.6%。

前 8 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 1.86 万亿元，下降 1.1%，占我外贸总值的 12.1%。其中，我对东盟出口 1.08 万亿元，下降 1.3%；自东盟进口 7733.8 亿元，下降 0.9%；对东盟贸易顺差 3093.8 亿元，收窄 2.3%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为 1.14 万亿元，增长 2.7%，占我外贸总值的 7.4%。其中，对日本出口 5429.8 亿元，增长 0.9%；自日本进口 5998.2 亿元，增长 4.3%；对日贸易逆差 568.4 亿元，扩大 53.8%。

3、民营企业进出口增长，比重提升

前 8 个月，民营企业进出口 5.94 万亿元，增长 4.8%，占我外贸总值的 38.6%，较去年同期提升 2.4 个百分点。其中，出口 4.12 万亿元，增长 3.3%，占出口总值的 46.6%；进口 1.82 万亿元，增长 8.4%，占进口总值的 27.8%。同期，外商投资企业进出口 6.98 万亿元，下降 4.3%，占我外贸总值的 45.4%。其中，出口 3.79 万亿元，下降 4.2%，占出口总值的 42.9%；进口 3.19 万亿元，下降 4.5%，占进口总值的 48.8%。

此外，国有企业进出口 2.38 万亿元，下降 10.2%，占我外贸总值的 15.5%。其中，出口 9156.4 亿元，下降 6.1%，占出口总值的 10.4%；进口 1.47 万亿元，下降 12.7%，占进口总值的 22.5%。

4、机电产品出口下降，纺织品等部分传统劳动密集型产品出口增长

前 8 个月，我国机电产品出口 5.02 万亿元，下降 1.3%，占出口总值的 56.8%。其中，电器及电子产品出口 2.23 万亿元，增长 0.5%；机械设备 1.46 万亿元，



下降 0.6%。同期，服装出口 6850.8 亿元，下降 0.3%；纺织品 4650.1 亿元，增长 5.2%；鞋类 2079.7 亿元，下降 6.3%；家具 2055.5 亿元，下降 3.2%；塑料制品 1555.6 亿元，增长 4.2%；箱包 1083.5 亿元，下降 4.8%；玩具 665.2 亿元，增长 14.2%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 1.89 万亿元，增长 0.5%，占出口总值的 21.4%。此外，肥料出口 1801 万吨，减少 19.1%；钢材 7635 万吨，增加 6.3%；汽车 49 万辆，减少 2.5%。

5、铁矿砂、原油和铜等主要大宗商品进口量增加，主要进口商品价格普遍下跌

前 8 个月，我国进口铁矿砂 6.7 亿吨，增加 9.3%，进口均价为每吨 343.5 元，下跌 11%；原油 2.5 亿吨，增加 13.5%，进口均价为每吨 1899.9 元，下跌 27.7%；煤 1.56 亿吨，增加 12.4%，进口均价为每吨 320.2 元，下跌 16.4%；成品油 1956.5 万吨，减少 4.5%，进口均价为每吨 2500.1 元，下跌 18.7%；初级形状的塑料 1653.3 万吨，减少 4.7%，进口均价为每吨 1.04 万元，下跌 3.8%；钢材 870 万吨，减少 0.2%，进口均价为每吨 6517.7 元，下跌 8%；未锻轧铜及铜材 345 万吨，增加 17.4%，进口均价为每吨 3.39 万元，下跌 13.2%。此外，机电产品进口 3.17 万亿元，增长 0.3%；其中汽车 67 万辆，减少 6%。

6、中国外贸出口先导指数回升

8 月，中国外贸出口先导指数为 34.7，较上月回升 0.9，表明四季度出口压力有望减轻。其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为 38.7，回升 1.8；新增出口订单指数、经理人信心指数回升 2.1、2.1 至 38.4、44.5，企业综合成本指数回落 0.1 至 27.9。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

8 月份，全国一般公共预算收入 10652 亿元，同比增长 7.2%^[①]。其中，中央一般公共预算收入 5106 亿元，同比增长 6.2%；地方一般公共预算本级收入 5546 亿元，同比增长 8.2%。全国一般公共预算收入中的税收收入 8907 亿元，同比增长 16%，比上半年和 7 月份增幅都有所提高，主要是经济运行平稳向好、价格上涨等因素带动；非税收入 1745 亿元，同比下降 22.5%，主要是去年同月基数较高。



1-8 月累计，全国一般公共预算收入 121415 亿元，同比增长 9.8%。其中，中央一般公共预算收入 57506 亿元，同比增长 9.3%^[②]，为年初预算的 73.2%；地方一般公共预算本级收入 63909 亿元，同比增长 10.2%，为年初代编预算的 71%。全国一般公共预算收入中的税收收入 103410 亿元，同比增长 11.6%；非税收入 18005 亿元，同比增长 0.1%。

2、一般公共预算支出情况

8 月份，全国一般公共预算支出 14647 亿元，同比增长 2.9%。其中，中央一般公共预算本级支出 2289 亿元，同比增长 5.7%；地方一般公共预算支出 12358 亿元，同比增长 2.4%。支出增幅较低，主要是加快支出进度，部分支出在前期体现。

1-8 月累计，全国一般公共预算支出 131627 亿元，同比增长 13.1%。其中，中央一般公共预算本级支出 18812 亿元，同比增长 8.6%，为年初预算的 63.6%，比去年同期进度提高 0.3 个百分点；地方一般公共预算支出 112815 亿元，同比增长 13.9%，为年初代编预算的 68.5%，比去年同期进度提高 3.9 个百分点。

从主要支出项目情况看：教育支出 18915 亿元，增长 14.6%；科学技术支出 3809 亿元，增长 18%；文化体育与传媒支出 1793 亿元，增长 14.2%；社会保障和就业支出 17558 亿元，增长 21.5%；医疗卫生与计划生育支出 10314 亿元，增长 15.4%；城乡社区支出 14050 亿元，增长 13.3%；农林水支出 11567 亿元，增长 9.9%；交通运输支出 7307 亿元，增长 6.2%；住房保障支出 4192 亿元，增长 4.4%；债务付息支出 4330 亿元，增长 33.1%。

（二）货币政策

1、广义货币增长 8.9%，狭义货币增长 14%

8 月末，广义货币(M2)余额 164.52 万亿元，同比增长 8.9%，增速分别比上月末和上年同期低 0.3 个和 2.5 个百分点；狭义货币(M1)余额 51.81 万亿元，同比增长 14%，增速分别比上月末和上年同期低 1.3 个和 11.3 个百分点；流通中货币(M0)余额 6.76 万亿元，同比增长 6.5%。当月净投放现金 422 亿元。

2、8 月份人民币贷款增加 1.09 万亿元，外币贷款减少 52 亿美元

8 月末，本外币贷款余额 121.99 万亿元，同比增长 12.6%。月末人民币贷款余额 116.49 万亿元，同比增长 13.2%，增速与上月末持平，比上年同期高 0.2 个百分点。当月人民币贷款增加 1.09 万亿元，同比多增 1433 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 6635 亿元，其中，短期贷款增加 2165 亿元，中长期贷款增加



4470 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 4830 亿元，其中，短期贷款增加 695 亿元，中长期贷款增加 3639 亿元，票据融资增加 318 亿元；非银行业金融机构贷款减少 513 亿元。月末，外币贷款余额 8327 亿美元，同比增长 2.8%。当月外币贷款减少 52 亿美元。

3、8 月份人民币存款增加 1.36 万亿元，外币存款减少 70 亿美元

8 月末，本外币存款余额 167.04 万亿元，同比增长 9.3%。月末人民币存款余额 161.84 万亿元，同比增长 9%，增速分别比上月末和上年同期低 0.4 个和 1.8 个百分点。当月人民币存款增加 1.36 万亿元，同比少增 4121 亿元。其中，住户存款增加 2590 亿元，非金融企业存款增加 6069 亿元，财政性存款减少 3900 亿元，非银行业金融机构存款增加 3384 亿元。月末，外币存款余额 7876 亿美元，同比增长 21.6%。当月外币存款减少 70 亿美元。

4、8 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.96%，质押式债券回购月加权平均利率为 3.09%

8 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 74.7 万亿元，日均成交 3.25 万亿元，日均成交比上年同期下降 14.9%。其中，同业拆借日均成交同比下降 41.8%，现券日均成交同比下降 28.7%，质押式回购日均成交同比下降 6.6%。

8 月份同业拆借加权平均利率为 2.96%，分别比上月和上年同期高 0.14 个和 0.84 个百分点；质押式回购加权平均利率为 3.09%，分别比上月和上年同期高 0.19 个和 0.97 个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 3582 亿元，直接投资人民币结算业务发生 1483 亿元

2017 年 8 月，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 2538 亿元、1044 亿元、363 亿元、1120 亿元。



II 本月关注

一、行业相关政策

（一）欧盟发布能源标签新规定

欧洲照明部门近日发布了“欧盟 2017/1369 规定”，规定了新的能源标签表，并废除了“欧盟 2010/30 指令”。

该项新的能源标签规定最大的变化在于取消了原来的 A+/A++以及 A+++的分类标准，转而用更加严谨的 A 到 G 分类标准界定。

该能源标签新规定明确了上述分类标准具体替换的最终期限，并且将建立一个由合规部分和公共在线门户组成的产品数据库。

为符合这些新的分类标准，数百万的照明产品将要在短时间内更新标签。欧洲照明部门发布申明，照明行业需要至少 24 个月的时间来将这项新标准具体落实到位，以避免不必要的损失。

（二）照明“十三五”规划出台

近日，国家发改委等十三个部委于 7 月 30 日发布了《半导体照明产业“十三五”发展规划》，提出到 2020 年，我国半导体照明关键技术要实现不断突破，形成万亿的整体产值，培育一家以上销售额突破 100 亿元的 LED 照明企业、一至两个国际知名品牌。

目前，我国的 LED 产业的体量已是全球第一，但“大而不强”，还缺少知名的品牌，与国外的飞利浦等存在一定的差距，更为主要的是，在材料等基础领域，存在明显的技术短板。从全球范围看，大的半导体照明公司兼并重组不断，产业集中度持续提升。但是我国 LED 照明受限于渠道等原因集中度还很低，国内前十大 LED 照明企业合计市场份额不足 10%。《规划》的出台有助于我国 LED 照明产业关键、基础技术的突破和追赶。将为国内 LED 企业营造良好的产业环境，尤其是鼓励企业兼并重组，将促进我国 LED 产业和企业变大变强。



二、本月重点事件点评

(一) LG 拟 78.4 亿收购车用照明公司

作为科技企业的代表，LG 电子公司(LG Electronics Inc.)计划与母公司 LG Corp 合力斥资 12 亿美元（折合人民币约 78.4 亿元）收购奥地利车用照明公司 ZKW Group。据悉，亟欲切入汽车电子市场的 LG 电子为了这桩收购案，已经花了超过 1.5 年的时间进行准备，预计首选投票人名单或将在下个月出炉。

(二) 上海三思与国家科技部签约室外智慧照明任务书

2017 年 8 月 28 日，上海三思电子工程有限公司与国家科技部签署了《室外智慧照明关键技术及系统集成任务书》。

上海三思是领先的智慧照明研发及制造企业，作为该课题的牵头承担单位，组织了包括中国建筑科学研究院、交通运输部公路科学研究所、常州市武进区半导体照明应用技术研究院、国家电光源、复旦大学、飞乐音响、浙江华普在内的 20 家研究院、高校和企业组成的研究团队，后续将对室外智慧照明的系列技术进行深入、持续的研究和实践。该项目也得到了边缘计算产业联盟(ECC)的大力支持。



III 本月行业运行情况分析

一、照明行业经济发展状况

(一) 2017 年上半年全国照明行业累计出口额 189.91 亿美元

2017 年上半年，全国照明行业完成累计出口额 189.91 亿美元，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%。

(二) 1-8 月我国 LED 照明产品出口总额达 82 亿美元

2017 年 1-8 月，我国 LED 照明产品的出口总额达 82 亿美元。其中，7 月份的出口额是接近 12 亿美元，同比增长 34.84%，环比增长 4.89%；8 月份的出口额超过 11 亿美元，同比增长 14.68%，环比下降 5.68%，由下图可以看出，3 月份到 7 月份的出口额增速缓慢，而 8 月份较 7 月份的出口额小幅回落。

我国 LED 照明产品出口的目标市场超过 220 个，其中，美国市场占比最高，占我国前 8 月 LED 照明产品出口额的 26.25%，突破 21 亿美元；香港居其次，超过 5.5 亿美元；德国、英国、法国、日本、巴西、加拿大、俄罗斯及西班牙皆是重要目标市场，前 8 月份均超过 2 亿美元。

从产品类型来看，LED 球泡灯(未列明灯具除外)依然占据出口的最大比重，约占 27%，之后分别是灯管(12%)、灯条(7%)、装饰灯(6%)和投光灯(5%)。其中，LED 球泡灯的主要出口目的地是美国、巴西及加拿大，灯管的主要出口目的地是美国、日本及巴西，灯条的主要出口目的地是美国、德国及香港，投光灯和装饰灯的主要出口目的地是美国、德国及英国。



二、照明行业运行分析

(一) LED 市场趋势剖析

2017 年的 LED 产业受惠于 LED 市场价格止稳，加上车用照明与户外建筑景观照明领域的快速成长，LEDinside 预估 2017 年的 LED 产值达到 171.6 亿美金。2018 年十大 LED 供需市场趋势与解析如下，包含需求市场之中的 IT 显示市场趋势、一般照明市场趋势、建筑与景观照明市场、车用照明市场趋势、显示屏市场趋势、红外线与紫外线市场趋势；以及 LED 供给市场分析。

趋势一：手机市场-MiniLED 背光产品有机会于 2018 年导入手机背光应用

现有 AMOLED 面板的产能供给吃紧，除了三星及 Apple 之外，其他 Android 手机品牌厂商可能会面临无法取得 OLED 面板窘境。因此其他手机品牌厂商为了做出产品差异化，将转以 MiniLED 搭配软性基板结合将可达成高曲面背光的形式，预计 2018 年将会见到 MiniLED 背光应用相关手机产品问世。

趋势二：电视市场-WCG&量子点为电视品牌厂商差异化的技术方向 a

广色域解决方案，因为电视品牌厂商主打 HDR 并同时有广色域(WCG)的需求，且 HDR 市场逐渐朝 WCG 方向走将有机会拉抬 2018 年 WCG 佔比。HDR 部分基本需求约 NTSC85%，后续甚至更高，也将带动 NTSC85% 解决方案采用 BLED+R(KSF)G(Phosphor)、BLED+R(Nitride)G(Phosphor)、BGLED+R(KSF)用量拟将逐渐增加。

另 NTSC \geq 100%方案，现行除 QDEF，韩国公司已开发 QDInOpenCell，因 QD 材质背光仅需蓝光 LED 晶片，将不再需要使用传统的萤光粉，因此未来的萤光粉用量拟将随 QDinOpencell 的量提高而下降。

趋势三：一般照明市场-潜在的可替换灯具数量仍需 10 年才能接近饱和

全球可替换之潜在照明灯具安装量约为 600~700 亿只，过去的 2012-2016 的这五年 LED 照明产业成长期，LED 照明产业已经实现替换了全球 118.72 亿盏 LED 照明产品。类似全球照明挑战的计划得到了照明企业的广泛回应，预计在 2020 年之前每年将有 60~70 亿只 LED 灯具会投入使用，实现减少能源消耗和温室气体排放。

趋势四：建筑与景观照明市场-夜游经济拉动建筑与景观照明市场兴起

而从需求端来看，各个城市在提升城市品位，打造旅游景点方面不遗余力。特别是在中国大陆，各个城市纷纷不惜巨资打造夜游经济。以动态画面控制技术



结合 LED 幕墙在江岸，海岸，湖岸以及城市广场等空间以灯光音乐秀的形式来塑造人文城市体验。以中国大陆 300 个地级市，2,800 个县城城市，如每年仅 5% 的城市推动城市亮化项目，便可形成数十亿美金级景观照明市场需求。

趋势五：车用市场-中国大幅成长成为全球汽车市场最大商机

中国是当今全球最大的汽车市场，预估 2018 年乘用车总量 25.5 百万辆，最主要的原因是二三线城市积极发展新经济，交通建设促进车辆大幅成长、传统两轮或三轮车辆转型至四轮汽车等级，车辆保有量从 100 逐步靠拢先进国家 (500~800 辆) 及中国政府政策的实施，推升本土品牌的发展。

趋势六：车用市场-车用面板 LED 用量逐渐进入成长期

车用面板化的趋势已实现在仪表板 (Dashboard)、中控面板 (CID) 以及娱乐用板 (Entertainment display) 应用，仪表板由拼接式 (3.5-10 吋) 发展至合并显示 (10.3-12.5 吋)，中控面板 (CID) 由部分显示基础控制 (6-9 吋) 发展至全车 Display 控制 (10.1-17 吋)，娱乐用板由嵌入式显示 (7-9 吋) 发展至非嵌入式显示 (10.3-11.4 吋)，发展趋势除了增大面板尺寸、广视角与高亮度的基本要求外，也开始往不规则状与曲面的样式发展，预估车用面板 LED 产值快速成长自 2016 年 0.67 亿美金到 2021 年 1.73 亿美金，年复合成长率达 21%。

趋势七：显示屏市场-MiniLED 登上显示屏舞台，挑战中距视网膜技术

儘管 MicroLED 炙手可热，然而巨量转移带来的技术挑战短期内仍然难以克服，产业化所需的时间可能旷日持久。对显示屏行业来说，微距显示技术即是对现有市场的威胁，但是也带来新的机会，如果及时布局则可以凭借熟练掌握显示技术及多年积累的品牌渠道占得先机。因此在介于小间距显示与 MicroLED 之间的 MiniLED 技术获得显示屏企业的青睐，通过 COB 模组化的封装，让显示屏具有更小的间距 (P0.7 以下) 成为可能。

趋势八：红外线 LED 市场-2016-2021 IRLED 产值年複合增长率达 15%

由于部分中国厂商切入红外光 LED 的晶片市场，导致部分较为主流的 IRLED 价格快速下跌。然而，随著各种新兴应用的出现，例如安全工业监控、虚拟实境装置以及脸部与虹膜辨识等应用出现。使得红外光 LED 的产值持续成长。LEDinside 预估 2017 年红外线 LED 市场规模预估 (不含光学感测元件市场) 约 4.41 亿美元。预估至 2021 年将会成长至 6.99 亿美元。

趋势九：UV-CLED 价格推动市场规模



UV-CLED 价格随著厂商产品波长、品质、产品寿命与订单量不同，报价价格幅度相当的大，加上 2017 年新材料与晶片效能提升之下，UV-CLED 采用覆晶晶片与垂直晶片，可采用较高电流驱动亮度。

此外，不同于 UV-ALED 产品主要为光固化市场，UV-CLED 产品则锁定于消费照明市场，UV-CLED 厂商如 LGInnotek、SeoulViosys、Bioraytron 积极推广 UV-CLED，采用降低价格打开市场规模，同时也阻断新进厂商发展 UV-CLED 产品。

趋势十：LED 晶片市场重启扩产计画

2017 年的 LED 晶片行业迎来新一波扩产高峰。由于现阶段的 LED 芯片价格低迷，加上中国一线的 LED 晶片厂商具有成本优势，因此订单纷纷集中到中国的 LED 厂商，在产能满载的情况下，中国一线的 LED 晶片厂商开始重启扩产计画。LEDinside 预估 2017 年的设备新增数量将会达到 401 台(K465i 约当量)，为近年来扩充产能的高峰期。

(二) 广东照明行业运行分析

2017 年 1-6 月，广东照明行业累计完成出口交货值 213.02 亿元，同比增长 6.54%。其中：6 月份完成出口交货值 43.1 亿元，同比增长 15.95%。

1、电光源制造

2017 年 1-6 月，广东电光源制造行业累计完成出口交货值 41.08 亿元，同比增长 18.18%。其中：6 月份完成出口交货值 9.18 亿元，同比增长 43.9%。

2、照明灯具制造

2017 年 1-6 月，广东照明灯具制造行业累计完成出口交货值 135.11 亿元，同比增长 8.22%。其中：6 月份完成出口交货值 26.34 亿元，同比增长 12.19%。

3、灯用电器附件及其他照明器具制造

2017 年 1-6 月，广东灯用电器附件及其他照明器具制造行业累计完成出口交货值 36.83 亿元，同比下降 8.69%。其中：6 月份完成出口交货值 7.58 亿元，同比增长 3.65%。

(三) 全国照明行业产量地区分布情况

1、电光源

2017 年 1-6 月，全国电光源行业完成累计产量 107.70 亿只，同比增长 5.96%。比重主要集中在江苏省、浙江省、陕西省、广东省、湖北省。其中：广东省完成



累计产量 13.44 亿只(占 12.48%)，同比 1.59%；总产量居全国第四位，从增速排名看，居全国第八位。

2、灯具及照明装置

2017 年 1-6 月，全国灯具及照明装置行业完成累计产量 17.81 亿套，同比增长 0.50%。比重主要集中在广东省、浙江省、重庆市、河南省、上海市。其中：广东省完成累计产量 6.9 亿套（占 38.75%），同比下降 9.11%，总产量居全国第一位，从增速排名看，在主产区中居全国第九位。



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

2017年1-8月份，中国规模以上工业增加值同比增长6.7%。8月当月，中国规模以上工业增加值同比实际增长6.0%，比7月份回落0.4个百分点。从环比看，8月份，规模以上工业增加值比上月增长0.46%。分产品看，8月份，596种产品中有377种产品同比增长。

统计显示，1-8月份中国塑料制品产量为5261.6万吨，同比增加4.4%；8月当月产量为710万吨，同比增加5.2%。

1-8月份初级形态的塑料产量为5728.5万吨，同比增加4.7%；8月当月产量为733.2万吨，同比增加8.0%。

1-8月份合成橡胶产量为381.9万吨，同比增长4.0%；8月当月产量为48.4万吨，同比下降6.2%，连续2个月同比下降。

8月出口塑料制品出口227.3亿元，同比增长3.2%

1-8月中国出口塑料制品762.5万吨，同比增长12.8%；出口金额为1728.6亿元，同比增长16.3%。

8月当月出口100.9万吨，同比增长3.0%；出口金额为227.3亿元，同比增长3.2%。

8月进口初级形状的塑料273.4亿元，同比增长15.8%

1-8月中国进口初级形状的塑料1844.5万吨，同比增长11.6%；进口金额2122.5亿元，同比增长23.2%。进口均价每吨1.15万元，同比增长10.4%。

8月当月进口246.2万吨，同比增长14.0%；进口金额为273.4亿元，同比增长15.8%。



（二）玻璃行业运行

2017年8月全国平板玻璃产量6525.8%，同比增长4%，2017年1-8月全国平板玻璃产量为54466.1%，同比增长5.6%。

2017年8月，平板玻璃产量排名前十的地区分别是：湖北省、广东省、河北省、山东省、四川省、浙江省、福建省、安徽省、江苏省和天津市。其中，湖北省产量高达751.42万重量箱，居全国产量第一位。广东省以月产量737.46万重量箱紧随湖北省之后。

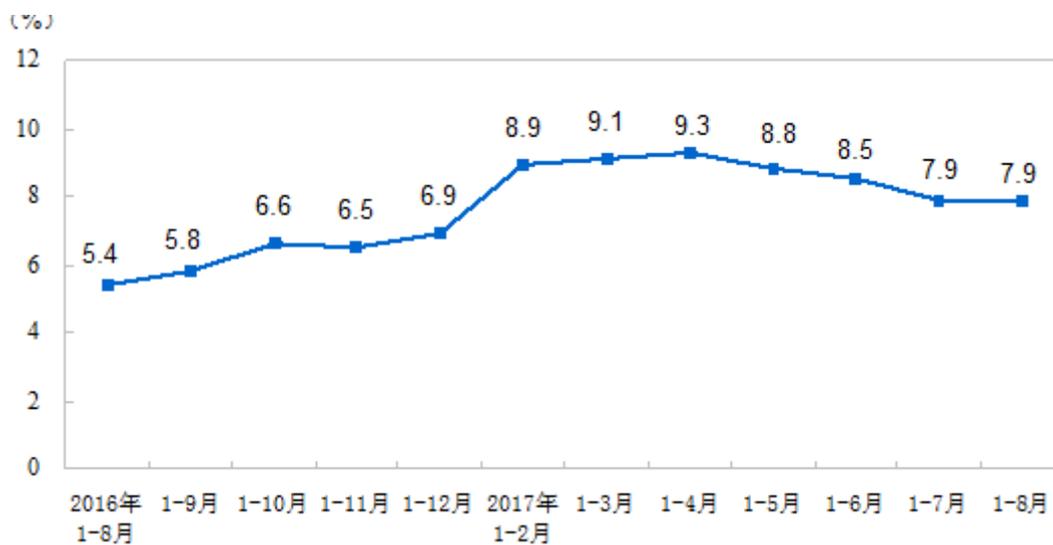
二、下游行业分析

（一）房地产行业运行情况

1、房地产开发投资完成情况

2017年1-8月份，全国房地产开发投资69494亿元，同比名义增长7.9%，增速与1-7月份持平。其中，住宅投资47440亿元，增长10.1%，增速提高0.1个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为68.3%。

图表 10：全国房地产开发投资增速



数据来源：国家统计局 银联信

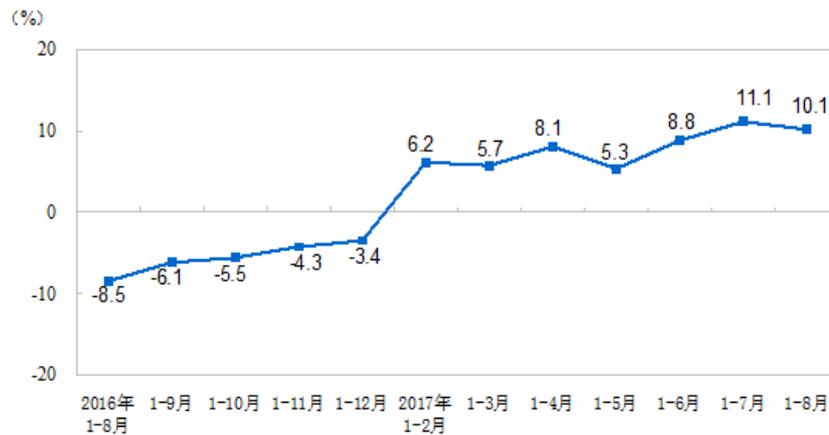
1-8月份，东部地区房地产开发投资37099亿元，同比增长8.8%，增速比1-7月份提高0.3个百分点；中部地区投资14773亿元，增长13.3%，增速回落0.5个百分点；西部地区投资14966亿元，增长4.0%，增速回落1.1个百分点；东北地区投资2655亿元，下降7.4%，降幅收窄3.9个百分点。



1-8 月份，房地产开发企业房屋施工面积 721781 万平方米，同比增长 3.1%，增速比 1-7 月份回落 0.1 个百分点。其中，住宅施工面积 493275 万平方米，增长 2.8%。房屋新开工面积 114996 万平方米，增长 7.6%，增速回落 0.4 个百分点。其中，住宅新开工面积 82131 万平方米，增长 11.6%。房屋竣工面积 52296 万平方米，增长 3.4%，增速提高 1 个百分点。其中，住宅竣工面积 37413 万平方米，增长 0.5%。

1-8 月份，房地产开发企业土地购置面积 14229 万平方米，同比增长 10.1%，增速比 1-7 月份回落 1 个百分点；土地成交价款 6609 亿元，增长 42.7%，增速提高 1.7 个百分点。

图表 11：全国房地产开发企业土地购置面积增速



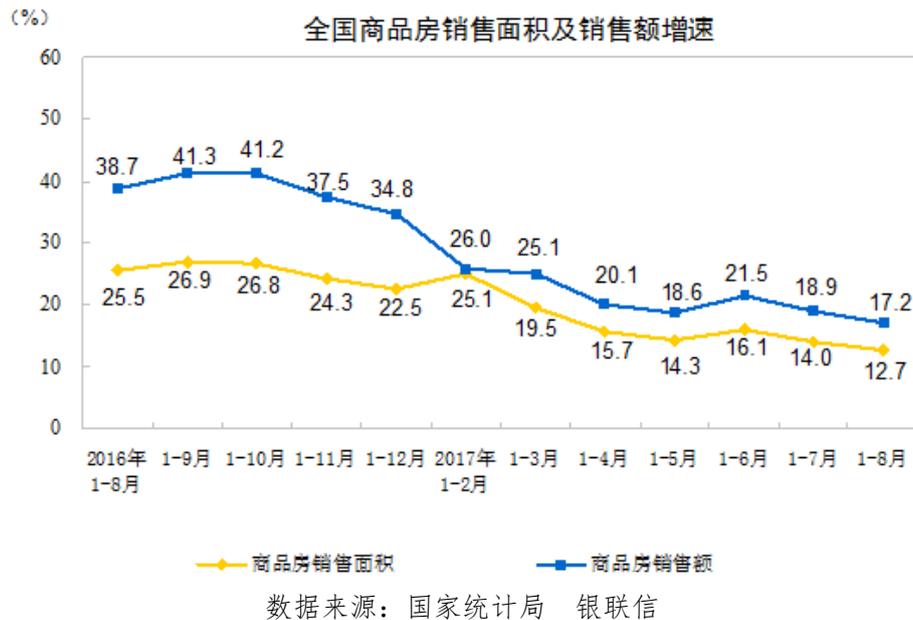
数据来源：国家统计局 银联信

2、商品房销售和待售情况

1-8 月份，商品房销售面积 98539 万平方米，同比增长 12.7%，增速比 1-7 月份回落 1.3 个百分点。其中，住宅销售面积增长 10.3%，办公楼销售面积增长 32.3%，商业营业用房销售面积增长 26.9%。商品房销售额 78096 亿元，增长 17.2%，增速回落 1.7 个百分点。其中，住宅销售额增长 14.2%，办公楼销售额增长 26.6%，商业营业用房销售额增长 35.4%。



图表 12：全国商品房销售面积及销售额增速



1-8 月份，东部地区商品房销售面积 43371 万平方米，同比增长 7.9%，增速比 1-7 月份回落 1.4 个百分点；销售额 45147 亿元，增长 9.8%，增速回落 1.9 个百分点。中部地区商品房销售面积 25557 万平方米，增长 16.6%，增速回落 1.4 个百分点；销售额 15312 亿元，增长 26.0%，增速回落 2 个百分点。西部地区商品房销售面积 24666 万平方米，增长 18.6%，增速回落 1.4 个百分点；销售额 14461 亿元，增长 35.1%，增速回落 1.4 个百分点。东北地区商品房销售面积 4945 万平方米，增长 9.0%，增速与 1-7 月份持平；销售额 3176 亿元，增长 19.5%，增速提高 0.4 个百分点。

8 月末，商品房待售面积 62352 万平方米，比 7 月末减少 1144 万平方米。其中，住宅待售面积减少 987 万平方米，办公楼待售面积减少 43 万平方米，商业营业用房待售面积减少 87 万平方米。

3、房地产开发企业到位资金情况

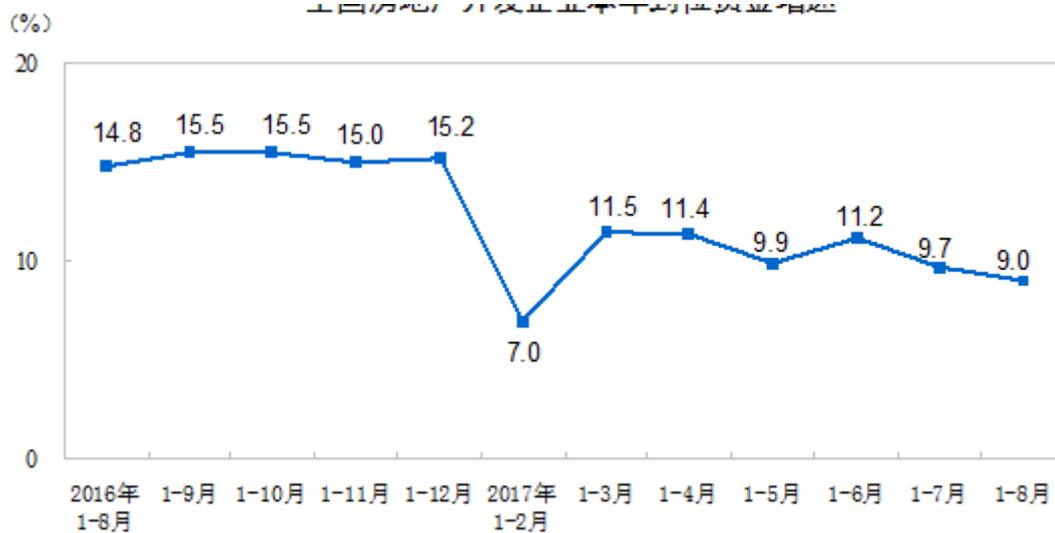
1-8 月份，房地产开发企业到位资金 99804 亿元，同比增长 9.0%，增速比 1-7 月份回落 0.7 个百分点。其中，国内贷款 16904 亿元，增长 19.0%；利用外资 112 亿元，增长 15.4%；自筹资金 31439 亿元，下降 1.7%；其他资金 51349 亿元，增长 13.4%。在其他资金中，定金及预收款 30786 亿元，增长 20.0%；个人按揭贷款 15764 亿元，增长 2.4%。

4、房地产开发景气指数



8 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 101.42，与 7 月份持平。

图表 13：全国房景气指数



数据来源：国家统计局 银联信

（二）汽车行业运行情况

2017 年 8 月，汽车产销比上月呈现回升态势，同比继续保持增长。1—8 月，汽车产销同比均呈小幅增长。

1、8 月汽车销量同比增长 5.3%

8 月，汽车产销分别完成 209.3 万辆和 218.6 万辆，同比分别增长 4.8%和 5.3%，环比分别增长 1.6%和 10.9%。

1—8 月，汽车产销分别完成 1767.8 万辆和 1751.1 万辆，同比分别增长 4.7%和 4.3%。

（1）8 月乘用车销量同比增长 4.1%

8 月，乘用车产销分别完成 179.0 万辆和 187.5 万辆，同比分别增长 3.6%和 4.1%，环比分别增长 1.8%和 11.7%。其中，轿车产销分别完成 88.9 万辆和 93.3 万辆，同比分别增长 0.9%和 1.6%；SUV 产销分别完成 74.1 万辆和 77.4 万辆，同比分别增长 14.1%和 17.7%；MPV 产销分别完成 12.6 万辆和 13.8 万辆，同比分别下降 22.5%和 23.4%；交叉型乘用车产销分别完成 3.5 万辆和 3.0 万辆，同比分别下降 3.3%和 32.3%。

1—8 月，乘用车累计产销分别完成 1503.1 万辆和 1480.7 万辆，同比分别增长 3.1%和 2.2%。其中，轿车产销分别完成 727.0 万辆和 715.7 万辆，同比分



别下降 1.2%和 2.2%;SUV 产销分别完成 610.9 和 599.1 万辆,同比分别增长 17.4%和 17.1%;MPV 产销分别完成 130.7 万辆和 128.5 万辆,同比分别下降 14.6%和 16.2%;交叉型乘用车产销分别完成 34.6 万辆和 37.5 万辆,同比分别下降 30.3%和 27.2%。

8 月,1.6 升及以下乘用车销售 126.8 万辆,同比下降 0.5%,占乘用车销量比重为 67.6%,下降 3.2 个百分点。1—8 月,1.6 升及以下乘用车累计销售 1008.4 万辆,同比下降 2.1%,占乘用车销量比重为 68.1%,下降 3 个百分点。

8 月,中国品牌乘用车共销售 76.9 万辆,同比增长 5.3%,占乘用车销售总量的 41.0%,提高 0.5 个百分点。1—8 月,中国品牌乘用车累计销售 638.9 万辆,同比增长 4.8%,占乘用车销售总量的 43.2%;其中,轿车销量 138.0 万辆,同比增长 1.6%,市场份额 19.3%;SUV 销量 355.6 万辆,同比增长 24.6%,市场份额 59.4%;MPV 销量 107.8 万辆,同比下降 21.4%,市场份额 83.9%。

(2) 8 月商用车销量同比增长 12.8%

8 月,商用车产销分别完成 30.3 万辆和 31.1 万辆,同比分别增长 13.2%和 12.8%,环比分别增长 0.8%和 6.2%。

1—8 月,商用车产销累计分别完成 264.7 万辆和 270.4 万辆,同比分别增长 14.8%和 16.9%。分车型产销情况看,客车产销同比分别下降 12.3%和 10.9%;货车产销同比分别增长 19.6%和 21.6%。

2、8 月新能源汽车销量同比增长 76.3%

8 月,新能源汽车产销分别完成 7.2 万辆和 6.8 万辆,同比分别增长 67.3%和 76.3%。其中,纯电动汽车产销分别为 5.8 万辆和 5.6 万辆,同比分别增长 79.6%和 95.5%;插电式混合动力汽车产销分别完成 1.4 万辆和 1.2 万辆,同比分别增长 29.4%和 21.6%。

1—8 月,新能源汽车产销分别完成 34.6 万辆和 32.0 万辆,同比分别增长 33.5%和 30.2%。其中,纯电动汽车产销分别完成 28.4 万辆和 26.0 万辆,同比分别增长 45.4%和 43.5%;插电式混合动力汽车产销分别为 6.2 万辆和 5.9 万辆,同比分别下降 2.6%和 7.5%。

3、1—7 月重点企业主营业务同比增长 11.9%



行业内重点企业（集团）营业收入及利税均高于上年同期。1—7 月，汽车工业重点企业（集团）累计实现主营业务收入 19247.7 亿元，同比增长 11.9%。累计实现利税总额 3243.4 亿元，同比增长 11.3%。

4、7 月汽车出口同比增长 35.1%

根据海关统计口径，7 月汽车整车共进口 10.8 万辆，同比增长 11.1%；汽车整车出口 9.9 万辆，同比增长 35.1%。

1—7 月，汽车整车累计进口 69.7 万辆，同比增长 21.9%；汽车整车累计出口 54.9 万辆，同比增长 31.3%。



V 行业区域运行动态

一、2017 年上半年陕西/山东 LED 产量情况出炉

2017 年上半年，陕西发光二极管(LED)累计产量 68.00 万只，同比增长 -1.45%。其中：6 月份完成产量 19 万只，同比增长 5.56%。

2017 年上半年，山东发光二极管(LED)累计产量 3.67 只，同比增长 15.34%。其中：6 月份完成产量 7768.19 万只，同比增长 16.3%。

外秦淮河夜景工程汛期后启动

今年城市夜景亮化的一大看点是秦淮河。目前，秦淮河水上游线路部分亮化提升工作也已经启动，在去年东西长干巷夜景亮化提升的基础上，今年 5 月下旬，随着东西水关公园，秦淮河东、西五华里沿河段完成亮化提档升级，秦淮河水上游线路亮化完成阶段性展示。接下来，外秦淮河的夜景亮化也将展露新颜。由于“秦淮河沿线综合整治工作”将在汛期后启动实施，秦淮河(集庆门—清凉门)景观照明提升部分也将随之待汛期后同步推进。目前正在研究设计方案。此外，玄武湖的夜景亮化也将在原有基础进行提升。

明年南京将完成“十横、十二纵”沿线道路高层建筑(50 米以上)、滨江沿线、长江大桥等城市夜景照明工作。届时，滨江两岸的繁华夜景将展现在世人面前。

二、上海崇明岛首期 NB-IoT 智慧路灯正式商用

智慧生态崇明项目正式启动，首期 200 盏 NB-IoT 智慧太阳能路灯已经在崇明港沿镇惠军村正式投入使用，为崇明百姓带来方便，这是上海联通和上海产研院联合研发的 NB-IoT 路灯在上海首次规模商用。

该路灯为光控模式，当光照低于设定值时开始工作，次日早晨根据设定的环境光照值自行关闭，白天通过太阳能板进行电量储备，夜间提供照明。

界将低速率业务市场归纳为 LPWAN(Low Power Wide Area Network)市场，即低功耗广域网，多数情况下通过 GPRS 技术勉力支撑，从而带来了成本高、低



普及等问题。低速率业务市场其实是最大的市场，如建筑中的灭火器、布置在郊野的路灯、水质传感器、科学研究中使用的各种监测器等，此类设备在生活中出现的频次很低，但汇集起来总数却很可观，这些数据的收集用于各类用途，比如改善城市设备的配置等等。而 NB-IoT 就是一种新的窄带蜂窝通信 LPWAN(低功耗广域网)技术，可以解决这些问题，也能助力崇明智慧生态岛的建设。

崇明 NB 太阳能路灯的商用充分表明 NB-IoT 具备广覆盖、大连接等特性，能够带来丰富的应用场景，具体特点表现在四个方面：

一是广覆盖：NB-IoT 覆盖能力强，在同样的频段下，NB-IoT 比现有的网络增益 20dB，覆盖面积扩大 100 倍。它不仅可以满足广覆盖需求，对于厂区、地下车库、井盖这类对深度覆盖有要求的应用同样适用。因此不止是道路照明，在室内、工业照明领域的应用前景也十分广阔。

二是强链接：在同一基站的情况下，NB-IoT 可以比现有无线技术提供 50-100 倍的接入数。一个扇区能够支持 10 万个连接，支持低延时敏感度、超低的设备成本、低设备功耗和优化的网络架构。这将意味着，基于 NB-IoT 通信技术的照明控制系统，将能够管控更多的终端设备，满足未来智慧城市中大量设备联网需求。

三是低功耗：低功耗特性是智慧照明应用一项重要指标，NB-IoT 聚焦小数据量、小速率应用，因此 NB-IoT 设备功耗可以做到非常小，终端模块的待机时间可长达 10 年，特别适用于智能家居的应用。

四是低成本：低速率、低功耗、低带宽同样给 NB-IoT 芯片以及模块带来低成本优势。单个接连模块预期价格不超过 5 美元，最终低至 1 美元，这对降低智慧照明应用的成本起到关键性作用。

三、山东省潍坊市启动中心城区照明设施专项整治

近日山东省潍坊市夜景照明管理办公室暨市路灯管理处组织各区亮化管理单位召开了照明设施综合整治会议，全面启动中心城区照明设施专项整治活动。

此次专项整治从 8 月 28 日起至 9 月 28 日为期一个月。市路灯管理处对中心城区的广场、商业区、公园、景区、绿地、河道、一路(北海路荣威高速至开元立交桥)、五片区(人民广场片区、风筝广场片区、火车站片区、鲁台会展中心片区、富华片区)、五桥梁(开元立交桥、进港桥、凤凰桥、彩虹桥、亚星桥)、城



市出入口和主次干道、背街小巷及道路两侧可视范围内的城市照明设施进行全面排查。



VI 重点企业跟踪

一、软通动力助力山东乐陵实现“智慧照明”

近日，软通动力信息技术(集团)有限公司(以下简称：软通动力)与山东亿昌照明科技有限公司合作的智慧路灯系统已经在山东省乐陵市(德州市下辖市)完成部署，该系统可通过软通动力提供的智慧路灯管理平台，对乐陵市路灯及配套照明系统进行统一管理，有效降低路灯照明能耗，提升运维效率。

随着城市的快速发展，公共照明设施也越来越重要，城市道路照明路灯的数量越来越多，不仅带来能耗的不断高企，供电趋于紧张，还给城市照明的维护工作带来高昂成本(人工控制、路灯巡查等)，给城市管理带来困难。

软通动力智慧路灯系统基于华为云平台，采用 GIS 进行地图可视化管理，可对建筑物内及城市道路各个区域的路灯进行实时控制与调节，对路灯故障告警实时监控，对各个区域的能源消耗全过程、全参数(能耗、环境参数、灯光状态等)在线监测，节能效率高达 60%，真正实现按需照明。

软通动力更通过创新性的“智慧照明云”合作模式，帮助合作伙伴减少机房、专业 IT 人员、硬件宽带等不必要的投入，降低 90%以上的运营成本。

据悉，软通动力智慧路灯系统还将推广到德州市多个地区，全面支撑德州城市照明领域的智慧化升级转型，实现统一监管、统一运营，有效提高能效利用率。

二、吴江电信与欧普照明签署协议

近日，江苏吴江电信与欧普道路照明有限公司签署了战略合作框架协议，双方就物联网、业务拓展、云计算、大数据、通信服务等领域建立了全面合作伙伴关系。

双方表示将建立长期友好的合作关系，加强基于 NB-IoT 技术的物联网产业智慧化发展及技术创新方面的合作，联合开展市场调研，共同研究开发基于现代通信网络技术的智慧化服务产品，最终为双方用户提供更高效、更便捷的增值服务。



吴江电信作为欧普的战略合作伙伴，将积极配合欧普提升信息化水平，提供基于固定网络通信技术与 NB 物联网相结合的融合通信服务，与欧普共同研讨和开发基于 NB 网络的创新产品。双方在智慧化路灯领域将建立深入的战略合作关系，并在业务发展中紧密联系，充分发挥各自优势。双方还将成立“智慧路灯及云计算应用”专项项目组，共同进行物联网智能产品、管理平台的研发及推广工作。吴江电信专项项目组将采用物联网 NB-IoT 技术在欧普试点，并对欧普附近的基站进行相应的技术升级和改造。按计划双方先期将聚焦物联网智慧路灯，协同构建行业标准，继而逐步建设遍布全国的智慧路灯网络，并以此为基础进一步开展云计算、大数据等多样化业务的合作。

此次战略合作框架协议的签署是双方开展深度合作的开端，将来双方将进一步加深了解和合作，并继续扩大合作广度，为推进智慧社区、智慧城市，响应国家网络强国方针政策奠定坚实的基础。

三、东旭光电签署三项合作协议

东旭光电 9 月 24 日公告三项合作协议，其中控股子公司明朔科技与牡丹江经开区管委会签署协议，公司拟在牡丹江市投建石墨烯大功率 LED 照明模组智能制造暨智慧城市运维项目，项目总投资约 10 亿元，并共同打造石墨烯新材料产业基地。

此外，控股子公司湖州明朔与中兴克拉科技(苏州)签署合作协议，以石墨烯散热 LED 路灯为载体，就 LoRa 城市级物联网覆盖及应用项目展开合作；湖州明朔与浙大山东研究院就“石墨烯+智能制造+物联网”签署合作框架协议。

公告称，与牡丹江市的合作项目，拟建设集石墨烯材料基础研发实验室、全自动化高效节能石墨烯照明模组智能生产线、智能石墨烯路灯城市控制平台于一体的智慧工厂；项目拟分三期建设完成，其中一期建设年产 100 万套石墨烯 LED 模组智慧工厂和年产 10 万套石墨烯智慧路灯整灯流水线；二期新增年产 100 万套石墨烯 LED 模组生产线和年产 10 万套石墨烯智慧路灯整灯流水线各一条，并配套建设智慧城市管理大数据中心。一期项目总投资约 1 亿元。

东旭光电表示，此次公司与牡丹江市政府在石墨烯新材料产业基地方面的合作，是公司石墨烯产业化推进的重要一环，有利于提升公司石墨烯产业综合竞争力。同时公司与牡丹江市政府在基础设施建设、智慧园区建设、新能源汽车、光电显示等其他领域达成良好合作意向，将为公司现有业务的发展创造新的机遇。



四、富昌电子 LED 照明事业部与欧司朗数字系统部门签署泛亚太分销协议

固态照明和供应链解决方案的领先供应商富昌电子 LED 照明事业部与照明技术解决方案的领导者欧司朗数字系统部门(Digital Systems)宣布建立新的授权分销合作伙伴关系，产品涵盖欧司朗适用于照明应用的广泛的驱动器、光引擎和控制器系列。该协议涵盖亚洲地区。

新的欧司朗分销协议为寻求高品质、高性能和可靠性的主流照明应用的客户提供了全新的驱动器、光引擎和控制系统。该协议标志着富昌电子 LED 照明事业部的发展进入了新阶段。富昌电子 LED 照明事业部创立于 21 世纪初，为照明客户提供 LED，以及用于 LED 照明和智能照明系统的全面的光源产品组合，现今已发展成为照明系统设计和构建领域的领先合作伙伴。



VII 行业信贷机会风险分析

图表 14：2017 年 10 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。