

内容目录

第一章 前言	2
第二章 2023-2028 年灯饰市场前景及趋势预测	3
第一节 灯饰行业发展基本情况	3
一、我国灯饰行业发展现状分析	3
二、我国灯饰行业发展特点分析	4
第二节 2022-2023 年中国灯饰行业发展情况分析	6
一、灯饰行业运行情况分析	6
二、灯饰行业经营情况分析	7
三、灯饰行业景气情况分析	9
四、灯饰经济效益影响因素	9
第三节 灯饰行业存在的问题与风险分析	10
一、灯饰行业发展存在的问题	10
二、灯饰行业发展面临的挑战	10
三、灯饰行业发展存在的风险	11
四、灯饰行业企业发展建议	12
第四节 2023-2030 年灯饰行业整体发展趋势	12
一、发展形势	12
二、发展方向	12
三、行业发展趋势	13
四、产业结构趋势	14
五、产业形态趋势	14
六、产业布局趋势	15
七、科技创新趋势	16
第五节 2023-2030 年灯饰行业市场供求趋势	17
一、市场需求趋势	17
二、市场供给趋势	18
三、智能无主灯趋势	18
第三章 灯饰企业零成本做营销策略及建议	20
第一节 8 大方法 0 成本营销方法	20
一、SEO	20
二、百度百科、贴吧、论坛等	20
三、自媒体	20
四、裂变运营	20
五、企业合作	20
六、电话销售	21
七、直播视频	21
八、其他	21
第二节 零成本做营销策略	21
一、营销要快人一步	21
二、用好身边的资源	22

三、抓好种子用户	23
四、口碑是最厉害的营销武器	23
五、想办法让顾客曝光你的店	24
六、和顾客做朋友	25
七、用细节突显专业	25
八、为你的品牌代言	26
九、建立自己的品牌宣传地	26
十、最好的营销就是做到更好的日常	27
第三节 零成本营销方案	28
一、前提是你懂点“顾客心理学”	28
二、用好 slogan 一句顶一万句！	29
三、差评也能变口碑！	31
第四节 案例	31
第四章 灯饰企业《零成本做营销策略》制定手册	33
第一节 动员与组织	33
一、动员	33
二、组织	34
第二节 学习与研究	34
一、学习方案	34
二、研究方案	35
第三节 制定前准备	36
一、制定原则	36
二、注意事项	37
三、有效战略的关键点	38
第四节 战略组成与制定流程	40
一、战略结构组成	40
二、战略制定流程	41
第五节 具体方案制定	42
一、具体方案制定	42
二、配套方案制定	44
第五章 灯饰企业《零成本做营销策略》实施手册	45
第一节 培训与实施准备	45
第二节 试运行与正式实施	45
一、试运行与正式实施	45
二、实施方案	46
第三节 构建执行与推进体系	46
第四节 增强实施保障能力	47
第五节 动态管理与完善	48
第六节 战略评估、考核与审计	49
第六章 总结：商业自是有胜算	49

第一章 前言

对于大的企业来说，不管是花钱买评论，买广告位，买外卖排名，买首页广告，还有花钱买新媒体广告的，买大 v 品鉴的，买霸王餐的……这都是预算之内的，砸钱然后才能赚钱，这就是生意之道。

然而对于一些企业来说，小企业资金薄弱，经不起大折腾，但是不花钱，又怎么做营销呢？

这里我们就来解密如何低成本做营销？

下面，我们先从灯饰行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这也将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年灯饰市场前景及趋势预测

第一节 灯饰行业发展基本情况

一、我国灯饰行业发展现状分析

通常如今人们将照明的灯具叫作灯饰，从称谓上人们就可以看出，灯具已不仅仅是用来照明，它还可以用来装饰房间。灯饰的设计，不但侧重于艺术造型，而且设计时还考虑到灯型、色、光与环境格调相互协调、互衬托，达到灯与环境互相辉映的效果。

现如今灯饰的种类已经多种多样，从客厅、餐厅、卧室、厨卫到走道、阳台、吧台，从室内走向室外，更多的去点缀周围的环境，而现代灯饰的设计风格也越来越多样化，古典、现代、时尚、欧式、美式、清爽、豪华风，美不胜收。根据灯饰的材质来分类，灯饰可以分为五大类：布艺灯、石材灯、玻璃灯和。五类灯饰各具特色，承担着满足不同年龄喜好、不同消费层次、为不同房间风格添彩的作用。

中国灯具行业的兴起可以追溯到 20 世纪 80 年代，得益于市场需求的增长和技术的进步，在过去的几十年里，中国灯具行业从最初的模仿和跟随，发展到现在的自主研发和创新，实现了质的飞跃，许多地区灯具产业取得了亮眼的表现：广东省中山市的古镇生产了 80% 以上的中国照明产品，中山也被称为“中国的照明生产基地”；宁波的梁弄镇则是多年被评为“中国灯具之乡”；广东东莞、惠州和深圳则是珠三角地区东部最大，也是中国最大最强的照明产业带，拥有雷士照明、TCL 等知

名照明企业。

2021 年全球灯具及照明装置行业市场规模达 2475.61 亿美元，其中中国灯具及照明装置产量达 54.97 亿套（台、个），其中广东占 26.79，浙江占 11.76，江苏占 3.93，同年需求量达 14.8 亿套（台、个），市场规模达 1170.33 亿元。

根据中国照明电器协会数据，2022 年，我国灯具及相关配件产品出口总额超过 460 亿美元，主要出口北美、欧洲、RCEP 国家等市场，其中北美是最大的出口市场。2022 年，中国灯具产品出口欧美市场的总额占比超过四分之一，其次是欧洲市场，两者占比超过 50%。

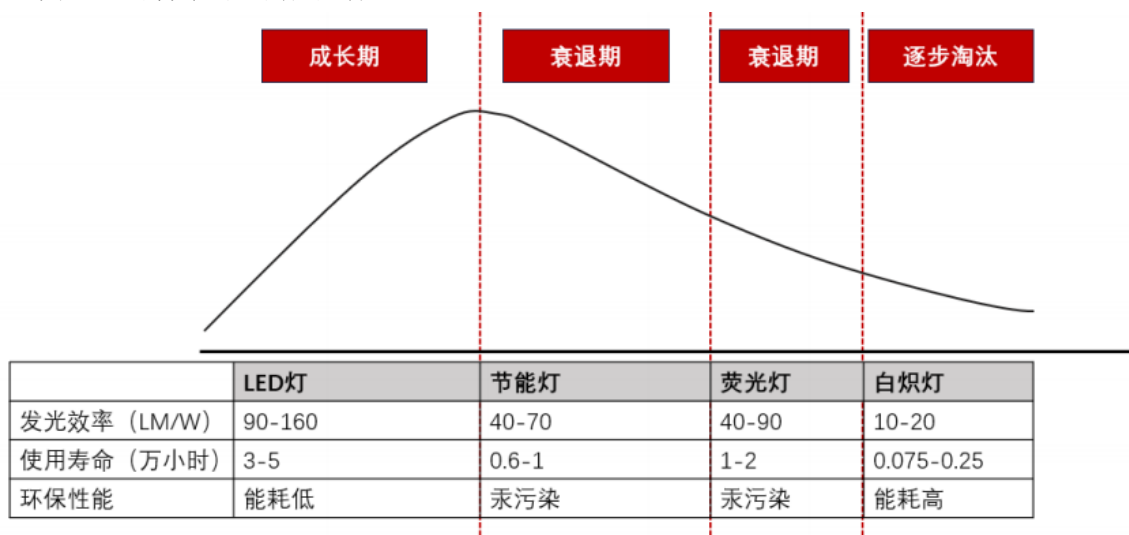
近些年来可见中国灯具产品逐渐走向国际市场，以欧普照明、雷士照明、飞利浦照明等为代表的知名品牌在国内外市场上占据越来越多份额，同时一大批中小型企业通过技术创新和差异化战略，不断挑战传统格局。这种多元化的竞争格局促使整个行业更加活跃和创新。

二、我国灯饰行业发展特点分析

（一）传统照明逐渐淘汰

我国照明灯具已经历了几轮升级迭代，白炽灯、荧光灯、节能灯等传统照明已先后进入淘汰和衰退期。随着照明技术的发展，LED 灯具应运而生，在发光效率、使用寿命、环保性能等关键指标上，都比传统照明拥有显著优异的表现，未来 LED 照明替代传统照明毫无疑问将是大势所趋。

图：LED 灯具正处于成长期



资料来源：联域股份招股书

从应用领域来看，照明类型主要可以分为工业照明、户外照明、特种照明、家居照明、商业照

明等。其中，家居和商业照明的所处环境比较稳定和单一，技术成熟较早，LED 替代传统照明的进程也较早。工业、户外和特种照明则面临复杂多变或者极端环境的挑战，对不同细分领域提出了不同的产品技术要求（例如特种照明中的植物灯，要求具备高精度光谱分析技术；工业照明则重视防冲击、防腐蚀、防电磁干扰等指标），尚需时间沉淀和产业经验积累，因此 LED 替代进程起步相对较晚。近年来，随着 LED 照明技术不断成熟，工业、户外和特种照明有望迎来新的发展机遇。

图：照明常见应用领域及灯具对比

LED灯具类型	应用场景	性能要求	LED替代进程	功率	常见灯具	图片
工业照明	工业厂区、仓库、车间等	1) 在高低温、强腐蚀、强冲击、电磁干扰等环境下提供稳定照明 2) 精细作业需具备更高的光品质、视觉舒适性 3) 散热、节能技术	较晚	中大功率	工矿灯	
户外照明	市政道路、户外停车场、机场、船舶港口等	1) 高能效比 2) 规模化替换 3) 稳定性，例如高防护和防雷等级等 4) 散热性 5) 长质保寿命	较晚	中大功率	路灯	
					壁灯	
					泛光灯	
特种照明	专业照明场所如温室、石油石化区、大型体育场馆等	1) 各专业领域的需求不同 2) 防爆灯的安全认证难度极高且时间长 3) 植物灯需要具备高精度光谱分析	较晚	中大功率	植物灯	
					球场灯	
					防爆灯	
家居照明	明客厅、卧室、厨卫等	1) 技术已成熟 2) 目前专注于显色指数、环境营造、艺术化、人性化	较早	中小功率	若干	-
商业照明	超市、商场、酒店等	1) 技术已成熟 2) 目前专注于显色指数、环境营造、艺术化、人性化	较早	中小功率	若干	-

资料来源：联域股份招股书

（二）我国 LED 照明起步早，渗透率高

我国 LED 照明产业的发展与国家政策的支持有着密切联系。早在 2003 年，我国就启动了半导体照明产业化关键技术重大项目。2009 年，发改委、科技部、工信部、住建部、财政部、国家质检总局联合发布了重要文件《半导体照明节能产业发展意见》，提出加大半导体照明技术创新支持力度，实施半导体照明试点示范工程，包括道路、工矿企业、商厦和家庭等功能性照明的新建和改造。2016 年以后，相关政策密集落地，从 LED 芯片、LED 灯具使用率、节能减排等多维度鼓励发展 LED 照明产业。根据中商产业研究院数据，2021 年我国 LED 照明整体渗透率已达到 80%，超全球平均水平（66%）。

图：我国 LED 照明发展进程



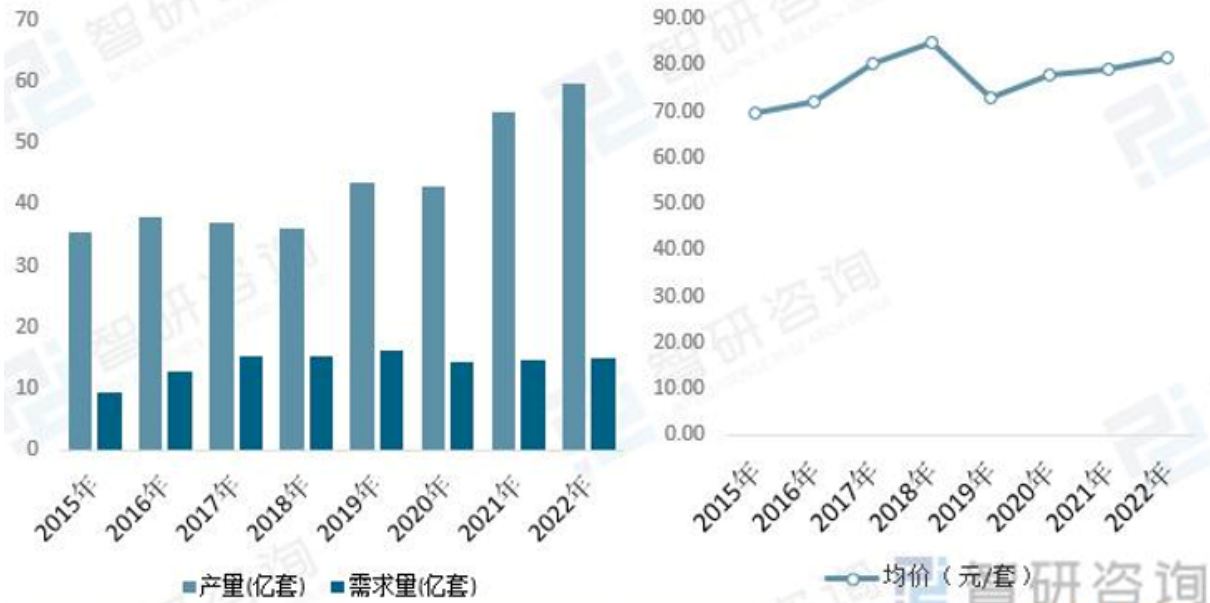
资料来源：联域股份招股书

第二节 2022-2023 年中国灯饰行业发展情况分析

一、灯饰行业运行情况分析

随着照明节能技术不断提高，光源品种与应用领域的更新换代，旨在提高照明效率、照明质量、照明安全的绿色照明项目在全球范围内方兴未艾、蓬勃发展，受到各国政府的普遍关注。目前，实施“绿色照明”已成为众多国家实现节能减排，保护环境的重要一环，并上升到国家战略组织大力推广。2022 年我国照明灯具产量约为 59.6 亿套，需求量约为 15.1 亿套，市场均价来到 81.5 元每套。

2015-2022年中国照明灯具供需及市场价格情况



数据来源：智研咨询

二、灯饰行业经营情况分析

我国LED照明主要制造商有联域股份、立达信、光莆股份、得邦照明、阳光照明、恒太照明、华普照明等。这些企业大多起步早、国内市场份额较稳定，因而近年来以外销为主，通过下游大客户的渠道网络，覆盖北美、亚洲、欧洲等地区。

图：LED照明中游制造商主营业务对比

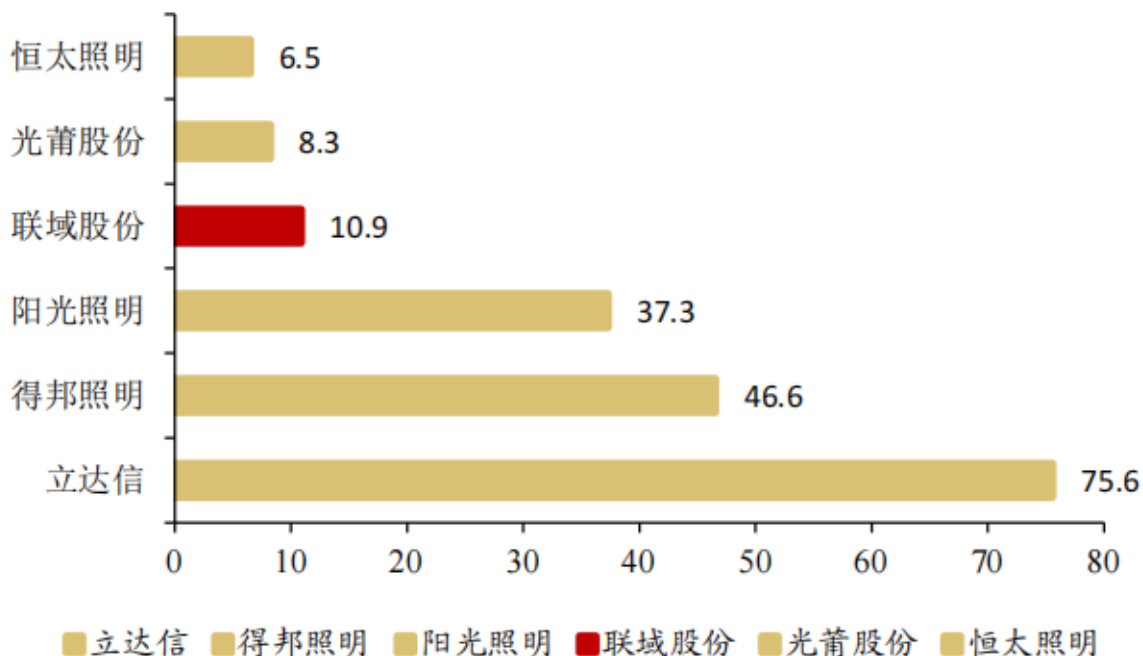
	联域股份	立达信	光莆股份	得邦照明	阳光照明	恒太照明	华普永明
成立时间	2012年	2015年	1994年	1996年	1997年	2013年	2011年
是否上市	是	是	是	是	是	是	否
主营业务	专注中大功率户外、工业照明，同步向特种照明拓展	LED照明产品、智能家居等产品的研发、制造、销售及售后服务	半导体光应用产品及新型柔性电路材料的研发、生产和销售和医疗美容服务	主要覆盖民用照明产品、商用照明产品及车载产品三大品类	从事照明电器的研发、生产、销售，并为客户提供综合照明解决方案	LED照明产品生产、研发及销售，主要应用于办公照明、工业照明、商业照明	提供户外大功率LED照明产品解决方案
主要市场区域	外销为主，集中于北美	外销为主，覆盖北美、亚洲等地区	外销为主，覆盖欧洲、北美等地区	外销为主，覆盖北美、亚洲等地区	外销为主，覆盖北美、亚洲等地区	外销为主，集中于北美市场	外销为主
市场地位	行业领先的户外和工业LED照明制造商	全国LED照明行业的领军企业之一	在照明行业具有较高的影响力	民用照明具备优势地位	国内领先、国际一流的照明产品提供商和照明系统服务供应商	致力于成为一流的工业和商业空间综合的照明解决方案提供商	LED照明行业极少数可以提供大规模定制化服务的生产制造企业
客户：品牌商	昕诺飞、Acuity Brands Lighting、朗德万斯、美国合保等	朗德万斯、昕诺飞、库珀照明等	GE、欧司朗、卓欧等	昕诺飞、松下、Acuity Brands Lighting 等	昕诺飞、GE Lighting、库珀照明等	KEYSTONE 等	-
客户：渠道商	-	家得宝、宜家	安达屋	-	-	-	-

资料来源：联域股份招股书

按2022年营业收入计算，LED照明主要制造商的规模分别为：立达信（75.6亿）、德邦照明（46.6亿）、阳光照明（37.3亿）、联域股份（10.9亿）、光莆股份（8.3亿）、恒太照明（6.5亿）。从利润端来看，其中光莆股份、阳光照明代表行业较高的盈利水平，2022年销售毛利

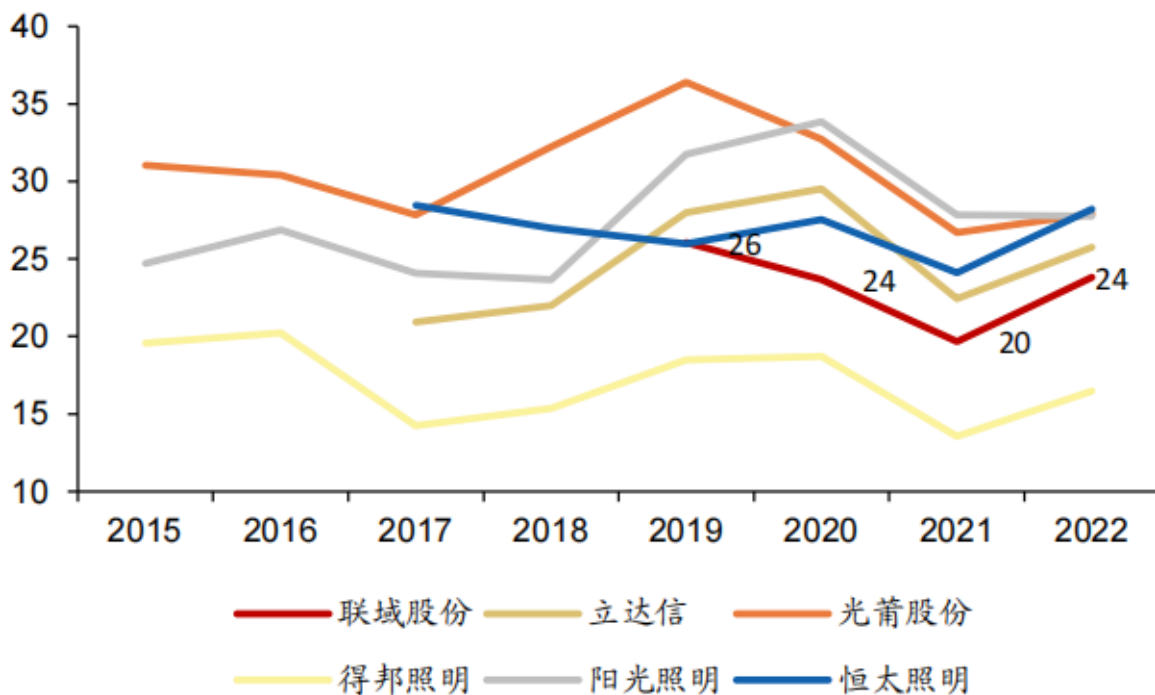
率分别 27.9%、27.8%，联域股份 2022 年销售毛利率为 23.8%。

图：LED 照明主要制造商 2022 年营业收入（亿元）



资料来源：wind

图：LED 照明主要制造商销售毛利率对比 (%)



资料来源：wind

LED 照明主要制造商在产品应用领域上有所分化。行业头部公司例如立达信、得邦照明、阳光照明主营家居、商业照明，市场日臻成熟，格局稳定；联域股份、华普照明、恒太照明则侧重于中大功率的工业、户外照明，形成错位竞争。

图：LED 照明公司的产品主要应用领域对比

	家居照明	商业照明	办公照明	工业照明	户外照明	特种照明
联域股份				✓	✓	✓
立达信	✓	✓				
光莆股份	✓	✓				
得邦照明	✓	✓				
阳光照明	✓	✓	✓			
恒太照明		✓	✓	✓		
华普永明				✓	✓	

资料来源：联域股份招股书

三、灯饰行业景气情况分析

2023 年以来，在稳经济一揽子政策措施显效带动下，我国经济加快恢复，市场需求逐步复苏。面对复杂多变的国际环境、市场需求疲软等因素影响，我国照明行业整体目前处于承压修复期，出口基本稳定但压力增加，国内照明市场内生动力不足，智能照明、农业照明、健康照明等新兴细分市场尚未成型。据测算，2023 年上半年，我国照明行业销售额约 3013 亿元人民币，同比下降约 7%。

1-6 月，照明行业缓慢复苏，行业综合景气指数有所回升，6 月当月对比 2 月增长 12 个点。需要注意的是，行业综合景气指数虽然有所增长，但仍在渐冷区间之内。

四、灯饰经济效益影响因素

灯饰经济效益受到多种因素的影响，以下是其中一些主要因素：

1. 市场需求：灯饰市场的需求变化会直接影响灯饰的经济效益。如果市场需求增加，灯饰的销量和价格可能会上升，从而提高经济效益。相反，如果市场需求减少，则可能导致销量下降和价格下降，降低经济效益。

2. 产品品质和设计：灯饰的品质和设计对其销售和经济效益有重要影响。优质的产品 and 独特的设计往往能够吸引更多消费者，提高产品的附加值，从而增加经济效益。

3. 生产成本：灯饰的生产成本包括原材料、人工、设备折旧等费用。如果生产成本过高，可能

会导致产品价格上升，降低市场竞争力，从而影响经济效益。因此，降低生产成本是提高灯饰经济效益的重要途径。

4. 品牌影响力：品牌影响力是指品牌在消费者心目中的知名度和美誉度。具有较高品牌影响力的灯饰产品往往能够获得更高的价格和更好的销售业绩，从而提高经济效益。

5. 市场竞争环境：灯饰市场的竞争环境也会影响其经济效益。如果市场竞争激烈，企业可能需要采取降价等策略来提高市场占有率，这可能会降低产品的利润率。相反，如果市场竞争不激烈，企业可能有机会提高产品价格，从而提高利润率。

灯饰经济效益受到多种因素的影响，企业需要综合考虑这些因素，制定合理的市场策略，以提高灯饰的经济效益。

第三节 灯饰行业存在的问题与风险分析

一、灯饰行业发展存在的问题

当前我国灯饰行业存在的主要问题是市场集中度低、无序竞争严重。一方面，我国灯饰行业进入门槛低，因此市场大大小小的灯饰企业成千上万，且大部分企业品牌意识薄弱，市场集中度也较低，几家头部企业加起来市场份额仍不足 10%；另一方面，灯饰在产品形态方面，现代灯、美式灯、水晶灯、中式/新中式灯等各色产品琳琅满目，而灯饰是一个低关注度、低频消费的产品，消费者购买之后一般不会再关注，很难形成品牌效应。

叠加上行业销售渠道分化，因此在企业之间的竞争日益激烈，而许多企业为了赢得市场，则纷纷降低低价，压缩成本，使得行业市场竞争无序化加剧。

二、灯饰行业发展面临的挑战

当前我国灯饰行业面临的挑战主要有：原材料价格猛涨、产品出口运费暴涨、土地和人力成本上升、新冠疫情等。

受大宗商品价格上涨，叠加疫情这一突发介入因素的搅动，致使全球 IC 芯片、MCU、MOS 管、整流桥、铝基板、PCB、被动元件、塑件、纸品等制造业供应链上几乎所有产品价格大幅上涨并伴随不同程度的缺货，因此我国灯饰行业的原材料材料价格上涨。

出口市场方面，疫情造成了全球制造业需求的先抑后扬，大量货物堆积叠加港口效率降低，使

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/415114123330011212>