

对俄罗斯节能照明产品市场浅的析



照明是世界上第二大用电领域，约占总用电量的19%。节能灯是全球照明产业未来发展的主流趋势。

一、全球节能照明产品总体情况

1、产业格局。据统计，全球2010年照明市场交易额为140亿美元。从光源上看，仍以白炽灯、荧光灯等初级产品为主。但LED光源因其体积小，耗能低，使用寿命长，在环保意识高涨的今天，成为照明行业的“新宠”，市场份额强劲攀升。2011以70亿美元销售业绩占据照明市场的半壁江山。据预测，4年后全球销售市场将突破182亿美元，2020年可能摸高至650亿美元，将囊括70%的市场份额。届时LED照明产品将全面进入传统照明领域，成为全球主要的照明方式。目前LED产业已形成美国、亚洲、欧洲三大区域为主导的竞争格局。

2、立法推动。近年来欧盟、俄国和美国等国纷纷推出淘汰白炽灯等传统高能耗产品、普及推广节能灯的路线和计划。从2009年9月1日开始，欧盟以淘汰白炽灯为标志的第一阶段禁令开始正式生效。到2012年9月，白炽灯将逐步退出市场。只此一项，可节省52个电站的年发电量。2012年1月1日，美国的新节能法生效，规定市面上出售的照明产品节电率不能少于25%，令白炽灯自行走下货架。据测算，节省的电费足够新建30个电站。

二、俄照明产业市场概况

（一）俄节能照明产品发展情况

1、节能产品分类。俄将节能照明产品分成以下几种：一是改良型白炽灯（分A和B两种）或称卤素灯。产品可节电20-45%，寿命2-3年，价格2.5-6.5美元/只；二是紧凑型荧光灯。产品节电65-80%，寿命6-20年，价格6.5-26美元/只；三是发光二极管或称LED灯。可节电80-90%，价格在13-52美元/只。

2、制度安排。俄政府2009年制定了《至2030年能源战略纲要》，规定2011年1月1日开始禁止出售100瓦及以上的白炽灯，2013年开始禁售75瓦及以上白炽灯，2014年25瓦以上白炽灯将从货架中拿下。宣判了白炽灯的“刑期”。

3、市场情况。统计表明，前几年俄市场白炽灯消费持续保持在8亿只/年的规模。去年白炽灯销售大幅下滑，仅销售5亿只。荧光灯销售保持上升，全年销量达2亿只。虽然LED照明产品市场份额仅为4%（1.8亿美元），但成长性初显。根据飞利浦公司预测，今后几年俄照明市场需求将以每年48%的速度增长，以LED换代传统白炽灯为导向，2015年LED照明产品有望达到10亿美元的市场规模，国际市场份额也将在5%附近定位。

（二）影响发展的几个因素

1、俄罗斯荧光灯市场保有量大，但回收设施建设落后。为解决废弃灯管玻璃中重金属铅和汞危害环境的问题，需根据产能建立相应的处理中心，有效回收废弃灯管中的汞、玻璃和金属。由于资金困乏，其产品销售增长远大于回收处理的增长速度。长远看，环保问题将成为遏制荧光照明产品发展的“瓶颈”。

2、逐利性成为市场做大的羁绊。各大厂商为争夺利润丰厚的专业照明市场展开激战，对大众节能照明市场却无暇顾及。同时，大众市场也未做好向节能技术转型的准备。俄LED照明产品售价太高，达标的LED灯比普通白炽灯贵50倍，比荧光灯贵10-15倍，很难在家用市场普及。经销商将更多目光聚焦在节能照明设备的公共采购项目上。供货主要面向财大气粗的铁路、化工、电力石油、仓储，公共建筑等工业用户。如俄罗斯韦特兰娜光电公司为俄铁路公司提供节能照明设备项目达100多个。飞利浦公司产品用户为卢克石油公司、音像商店、百货超市和钢铁公司等大型企业。

3、俄消费者普遍缺乏购买节能产品的内在动力。俄各地电价比欧盟便宜很多，节能产品大都在数年后才能显示经济性。在购买意向的选择上，消费者更倾向于价格低廉的传统照明产品。

三、有序扩大我对俄节能产品的市场份额

（一）国内节能照明产业概况

1、产业链初步形成。但核心技术缺乏。近年来，我国LED产业发展迅速，形成了较为完整的LED产业链，生产企业超过3000家，其中70%集中于下游产业，且技术水平和产品质量参差不齐。台湾地区LED产业近年来迅速崛起，其芯片及封装业务在世界范围内具有较大影响力。

2、产业结构差，布局不尽合理。国产LED外延材料、芯片以中低档为主，企业规模小，集中度低。中小企业产品质量不稳定。出口节能灯生产企业参差不齐，特别是中小企业产品质量令人担忧。虽然产业集群初具规模，但名牌产品断档。产业结构呈金字塔，底大尖小。

（二）俄对我出口产品的反应

1、以量取胜，质量堪忧。俄OPTOGAN公司总裁列夫称，目前中国制造的荧光和LED等节能灯产品在俄已占到60%的市场份额。产品最大的问题是质量低劣，不符合相关技术标准和环保要求，使用寿命偏低且容易对人体产生危害。

2、没有市场培育，终将失去信誉。中国一些鲜为人知的公司没有销售业绩和知名度，却热衷于游说当地政府，参与国家和地区的政府采购，造成进入俄市场的中国产品“鱼目混珠”。政府采购是俄经济成分的一大特色，商机运用恰当，对提升我产品信誉事半功倍。

从实力上来说，我们在节能灯产业链上还是比较健全的，拥有优势资源和较强的竞争力，但还没有充分的利用好这些资源，把这些竞争优势显示出来。而充斥出口市场却是一些不太环保、不太节能、光效较低的节能灯产品。

总之，俄节能照明产品市场容量巨大，发展前景广阔。我出口企业不但要做好品牌，还要打造好的内功，出口质好价优适销对路的产品，挽回在俄消费者心中造成的不良影响。同时，有关部门应加强对出口企业资质和产品质量的监管，密切关注产业动态，指导企业出口。避免重蹈在欧洲遭遇的反倾销制裁的覆辙，保持出口的良性发展。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/30276.html>