

2012年照明灯饰行业整体流行趋势预测

整体趋势：

根据预测，2012年照明行业的整体需求将适量萎缩。国内总需求将萎缩10-20%，国外总需求将萎缩30%甚至更多。因此2012年仍然是照明行业比较困难的一年，尤其是上半年。国内竞争加剧，行业将由“地里的竞争”继续过渡到“碗里的竞争”。LED中上游将继续勒紧腰带过日子，LED下游企业大部分仍然挣扎在迷惘线上，一部分找准定位和突破口的企业将活得比较滋润。

高端产品发展趋势：

由于高端产品永远是掌握80%财富的20%的消费阶层所打造的，所以受经济大环境影响并不大；而真正的高端产品又只能是由少许品牌所提供，所以竞争压力也不大。因此，高端产品明年依然可以保持30-50%的增长。

中端产品发展趋势：

由于经济大形势的影响，城市普通市民阶层和中小收入群体消费力普遍下降，因此照明灯饰中端产品2011年备受打击，2012年依然大势看跌。因此中端产品的处境2012年将比较尴尬。

低端产品发展趋势：

着眼于三四级市场和农村市场，低端但品质较好的照明产品，市场形势较好，空间较大。相当长一段时间，节能灯的主打市场将集中在农村。由于农村城镇化速度加快和如火如荼的新农村建设，这个阶层的消费力非常巨大。农村流行的灯具主要将是：节能灯、吸顶灯、低端LED局部照明、传统水晶灯和低压水晶灯。

水晶灯：

由于国民整体消费水平提高，开发投资大潮持续向中西部转移，高端酒店2012年会越建越多，高端水晶灯需求量旺盛。中档和中低端水晶灯城市市民和农村需求量也会比较旺盛，因此2012年水晶灯形势依然会比较好。特别是低压水晶灯，随着技术的日渐成熟，会深受大批年轻消费者的喜爱。

现代灯：

总体趋势是现代灯行情仍然看涨，但消费者对设计和品质的要求会更高。时尚简约的现代灯仍然是品位高、生活节奏紧张的高层人士的首选，比如新特丽、品源这个品牌类型；喜欢豪华、浪漫装修的精英人士将选择宝辉、琪朗、金达、奥斯哥纳类型的品牌；喜欢个性化、艺术氛围的品位中产阶层、精英人士、高级白领则会选择米迦这类产品。这三类产品将会成为现代灯需求的风向标。

欧式古典艺术灯：

欧式灯会成为2012年的冷门品类。由于欧式别墅开发量锐减，欧式灯民用将持续减少，但受欧风影响的群体数量依然在增加，因此散客数量群体不可低估。工程仍然是欧式灯2012年的大头，因此必须重视跟设计师合作。低劣的欧式灯将失去市场，工艺精良、味道很足的欧式灯将逐渐受到更多人的青睐。

中式灯：

中式灯的份额将适量上升。木艺灯现在虽然乏善可陈，缺乏艺术张力，但有相当不小的一个阶层比较喜欢，特别是北方消费者，因此开发力量应该跟上，目前莱韵达、博林都是不错的品牌；羊皮灯不温不火，海菱、牧羊人2012年可以继续活得比较滋润；陶瓷灯晶博艺、景德镇名窑也都不错，如果不是受产能影响，还可以做得更大，因此有较大空间。

整体家居照明：

整体家居照明虽然2011年有所下滑，但整个品类前途无量，2012年应该可以批量上升。2011年的现状并非只是受经济大环境的影响，还因为很多品牌定位不清晰，产品上所下功夫不足；加之渠道浮在面上，促销乏力、经销商疲软不给力，所以才造成很多企业遭致滑铁卢。其实，2011年不乏表现良好的整体家居品牌，比如欧普、欧和、千普、千泰等，都是因为产品或渠道定位比较好。

工程非标灯具：

随着“拉动内需工程”的启动，2012年工程灯具将迎来持续发展的良好势头。特别是政府工程、公用工程和酒店工程，明年将迎来发展的黄金期。

电工产品：

概念化和智能化是2012年电工产品的趋势。电工产品目前的卖点，多数厂家主要在功能、结构、材料上下功夫，已经

乏善可陈。因此，2012年厂家最重要是在概念上下功夫，在营销策略上下功夫，在产品智能化控制上下功夫。

节能灯：

由于受稀土暴涨暴跌的影响，节能灯2011年良莠不齐的局面加深。卤粉节能灯重新回潮，确实是行业的一大灾难。2012年卤粉节能灯还会疯狂一阵子，但这个势头长不了。

虽然LED产品目前发展迅猛，但短时间淘汰节能灯也还是痴人做梦——至少2012年是不可能的。价格适中，品质过硬的节能灯仍然是多数人2012年的选择。中国的广大农村，节能灯产品更是前途不可限量。

LED照明：

虽然LED照明行业今年似乎降到了冰点，但明年仍然增长势头旺盛。明年大量政府工程、公用工程将在政府的主导下使用LED产品，虽然争论不休，但这将是不争的事实；民用部分也已经开始局部切入市场，进入初步培育期，渠道开发成为生死命门。LED智能化控制不仅是未来的一种趋势，也将成为明年的一个重要卖点。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/30329.html>