

浙江照明电器信息

翟高武



中国照明产业



2015年第3期 (总244期)

浙江省照明电器协会主办

2015年3月8日



可可照明
ken ken lighting



LED照明专家

全国服务热线: 400-999-8650

筒灯



灯丝灯

Ken Ken Lighting

节能 / 舒适 / 环保

天花灯

平板灯



浙江可可照明科技有限公司

ZHEJIANG KEN KEN LIGHTING TECHNOLOGY CO.,LTD

地址: 浙江省临安市玲珑街道锦溪南路1128号

电话/Tel: +86-571-58687006/12

传真/Fax: +86-571-58687000

网址/website: www.kenkenlighting.com



浙江晨丰灯头有限公司

ZHE JIANG CHENFENG LAMPHOLDER CO.,LTD.

浙江晨丰灯头有限公司创建于1986年，位于举世闻名的观潮胜地——浙江省海宁市盐官镇，东临上海120公里、西靠杭州45公里，位置优越、交通十分便利。晨丰公司于2003年在江西省景德镇市组建了第一家子公司江西晨航灯头有限公司，于2013年组建了第二家子公司浙江晨丰商贸有限公司，完成了集研发、生产、贸易为一体的价值链打造，拥有资产总值2.5亿元人民币，占地总面积80000平方米，有现代化的标准厂房55000平方米和员工近500名。

公司先后通过了ISO9001质量管理体系认证和ISO14001环境管理体系认证，产品严格按照 GB 标准生产，经过SGS 环保检测认证，是一家专业的灯头产品制造商。

二十多年来，晨丰公司一直从事于照明灯头的研发与生产，目前已形成了年产48亿只灯头及电光源配套灯座的制造能力，产品涉及民用灯头系列、汽车灯头系列、节能灯头系列为主，近两年不断开发了LED免焊灯头、LED散热器产品，总产量在国内灯头市场占据30%的市场份额，其中多款产品引领着国内灯头行业的发展。公司产品不仅销往国内20个省市，并远销19个国家，深受飞利浦、欧司朗、通用电气、锦湖电机、东芝、香港光裕等客户的青睐。晨丰公司正是以这种孜孜不倦的专业精神，逐步发展为中国灯头行业的龙头企业。

在今天，晨丰公司已经形成企业管理科学、技术力量雄厚、生产设备先进、灯头产品齐全的新格局。我们注重客户利益、注重产品品质、承担社会责任，不断获得各类荣誉：国家高新技术企业、省著名商标、省慈善爱心企业、省科技型企业、省信用管理示范企业、省创新型示范企业！



地址：浙江省海宁市盐官镇杏花路4号 传真：+86-573-87619408

电话：+86-573-87611408 +86-573-87613408 +86-573-87615987

网站：www.cnlampholder.com 电子信箱：manager@cnlampholder.com

浙江晨丰灯头有限公司

成为

第一流的节能照明解决方案服务商

- 家居照明
- 专业照明
- 照明电子
- 电子节能灯
- 工程塑料



- 全球专业绿色照明生产基地
- 2008-2013年连续六年中标“国家财政补贴高效照明产品推广项目”
- 国家高新技术企业、国家知识产权优势企业
- 院士专家工作站



横店集团得邦照明股份有限公司

Hengdian Group TOSPO Lighting Co.,Ltd.

国际营销中心: 浙江省杭州市曙光路122号浙江世界贸易中心世贸大楼3楼

Tel:0086-571-87950110 Fax:0086-571-87990555

E-mail:sales@tospolighting.com 邮编: 310007

国内营销中心: 横店集团浙江得邦公共照明有限公司

Tel: 0086-579-86563532 Fax: 0579-86563530

E-mail: gyx@tospopubliclighting.com 邮编: 322118

总部: 浙江省东阳市横店电子工业园区

Tel:0086-579-86555001 Fax:0086-579-86563811 邮编: 322118

www.tospolighting.com

TOSPO®

得邦®照明

Better lighting together
共享品质照明

为客户打造领先的智慧制造工厂

TO BUILD THE INTELLIGENT MANUFACTURING FACTORIES FOR CUSTOMERS





LED灯(具)智能自动化生产线

LED Luminaires Automated Production Line

案例 解读

>应用案例

已在立达信、阳光、生辉、得邦、九洲、健达.....等众多上市及知名照明企业得到应用。

>功能描述

系统满足来料集中供应、自动装配、自动老化、自动在线检测、自动打码、自动包装、信息化集成.....等诸多生产能力。

>价值描述

节省大量用工成本：系统每班仅需6-8人实现对传统工厂近150余人的产能替代，节省用工成本600余万元；
 产品全检保障：将在线检测技术嵌入整个生产过程，实现对外观、工艺、性能参数、安规等质量把控，确保一致性良好品质；
 实现高效管理：通过信息化软件打通上层计划管理与底层车间生产控制之间的信息扁平化互动难题，提高订单运作效率；

中为更多高性价比设备

LED超高精度颜色测量



LED灯具光色电综合测量



LED灯具空间配光测量



LED灯具老化测量



SMD元件全自动贴片机





——买好灯 晶映照——

专注照明18年 节能环保更专业

晶映照明创立于1995年，是一家集研发，生产和销售一体的综合型照明企业。产品远销欧美，年产5000万只光源产品。适合用于家居、企业、工厂、商场、酒店等各种场合。



杭州晶映电器有限公司

HANGZHOU JINGYING ELECTRIC APPLIANCE CO.,LTD

电话: 400-009-9097

传真: 0571-89168622

企业QQ: 4000099097

邮箱: jingyingzm@163.com

网址: www.jingyingzm.com

地址: 浙江省杭州市余杭区临平红丰路516号

买好灯，晶映照





亚茂®

YAMAO

国家高新技术企业

LED点亮绿色之美



亚茂照明 YAMAOLIGHTING

TEL: +86-574-8884 5777

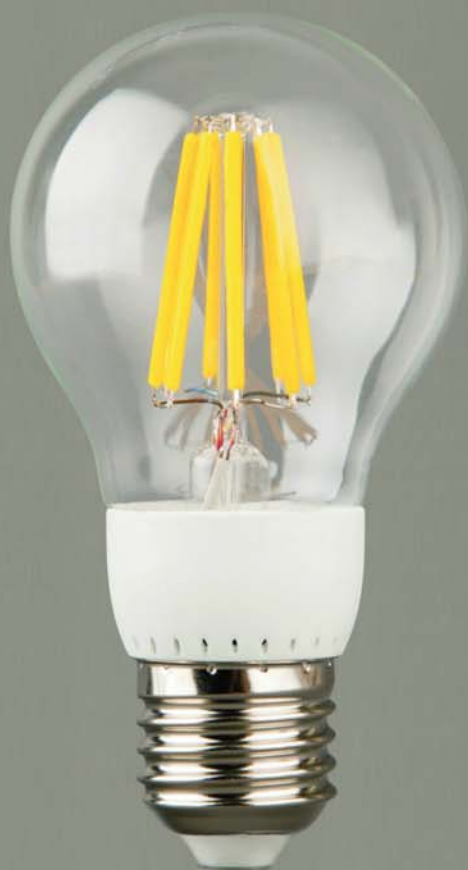
FAX: +86-574-8884 5666

sales@chinayamao.com

www.chinayamao.com

hesunny 恒星高虹

点亮恒星 健康温馨



我们的优势

- 采用全进口大尺寸品牌芯片，99999纯金线焊接、确保LED高效，低耗，参数更稳定。
- 采用高集成度IC方案，高精度恒流输出，电源转换效率高，稳定性能更好。
- 长寿命设计，高达3万小时以上，完全符合欧盟ERP标准要求，可靠性更强。
- 专业的光学设计，4π发光角度，立体式光源更舒适。
- 显色指数80以上、光效120lm/W以上，高品质光源更节能。
- 不含汞等有害物质、无辐射、无紫外线、无频闪、呵护眼睛更健康、更环保。
- 荧光胶Dps成型工艺，丝型更美观。
- 感受原生态的“白炽灯”光环境，全新视觉更优雅。

灯丝灯特点

- 外观简洁 风格复古
- 散热独特 安全稳定
- 高效节能 绿色环保
- 超长寿命 应用广泛

与白炽灯比较

2W=25W 4W=50W
6W=70W 8W=90W

他们都在用

五星级酒店、高档豪华住宅、顶级会所



杭州临安恒星照明电器有限公司

地址：杭州临安高虹工业园区扬山路28号
电话：400-189-3168 座机：0571-63770658
传真：0571-63777978
网址：www.1stlamp.cn www.hesunny.com
邮箱：sales@hxzm.cn



云星电解 专业造就精品
Specialty Guarantees The Quality

—照明专用电解



福建云星电子有限公司

FUJIAN YUNXING ELECTRONIC CO.,LTD

商务部一：0596-8559016 刘小姐



商务部二：0596-8559376 方小姐

商务部传真：0596-8559026

地址：福建省漳州市云霄县云陵工业开发区

LED FILAMENT BULB

LED 灯丝灯系列

FC © 4 CE ROHS  ISO9001 ISO14001  ERP

用“芯”改变白炽灯



4W/6W/8W

2W/4W

4W/6W/8W

2W/4W

2W/4W

SHENDU

Shendu Optoelectronic®

深度光电



关注新产品
Focus on New Products

浙江深度光电科技有限公司
中国浙江温岭市淋川工业区
Tel: +86-576-86677107 86677875 Fax: +86-576-86674897
<http://www.cnsendu.com> E-mail: zz@hd2000.com

浙江深度照明有限公司
中国浙江仙居县白塔工业区
Tel: +86-576-89385382 89385386



浙江照明电器信息

ZhejiangZhaomingDianqiXinxi

(内部资料)

2015年第3期(总244期)

主管：浙江省经济和信息化委员会

主办：浙江省照明电器协会

主编：翁茂源

副主编兼责任编辑：戴柏年

编辑：姜秀敏 许纪生 戴柏年

王在虎 董丽君 华 鸣

编委成员：翁茂源 姜秀敏 钱坚强

许纪生 戴柏年 王在虎

董丽君 华 鸣 金晓莉

技术顾问：章海骢 陈大华

常年法律顾问：北京大成律师事务所

杭州分所律师 徐安 刘家朋

地址：杭州市长明寺巷2号

邮编：310009

电话：0571-87811204 87817807

传真：0571-87803287

http://www.zmcsj.com

E-mail:zj_light@163.com

协会简介

◆本协会是照明电器工业跨地区、跨部门、不分经济性质的全省性行业组织。

◆协会的宗旨是：

促进行业发展、协调同行业关系、维护会员单位的合法权益和行业的整体利益；沟通行业之间、行业与政府之间的关系，为政府提供咨询和建议。

◆协会的任务是：

○开展对国内外照明电器行业的调查研究，向政府反映会员的愿望和要求，提出制订行业规划，经济技术政策，经济立法方面的建议。

○开展经济、贸易、技术方面的交流，促进国内外同行的了解和合作，提供经贸和技术交往的机会。

○开展咨询服务，为国内外同行提供市场、技术、管理等各方面的咨询。

○维护会员的合法权益、商定行规行约。

目 录 contents

国际聚焦

02 美国政府加速 LED 路灯推广 DOE 计划

02 LG 展示极度弯曲的塑料 OLED 照明面板 7 月量产

国内动态

03 我国 LED 照明 2014 年度出口超百亿美元

04 2015 年中国 LED 室内照明产值将达 1690 亿元

05 LED 照明价格大幅回升 上游芯片有望淡季不淡

06 CSA Research: “一带一路”打造 LED 行业“筑梦空间”

07 2015 年 LED 照明行业并购高潮“烽烟”再起

09 小米联合 13 家照明企业推进智能照明

走进浙江

09 生迪灯泡获此殊荣 中国照明智造牛气!

11 华普永明专利“LED 照明灯具”荣获中国外观设计优秀奖

11 嘉兴：春节前亮起 1000 多盏 LED 新路灯

12 浙江宁海：城市照明迈进智能时代

行业探讨

12 梁荣庆：从基础照明迈入精细化照明时代

13 王冬雷：还原本质看未来

15 LED 灯丝灯 这是要火的节奏?

相关链接：牛尾光源“LED 灯丝灯泡”实物亮相

20 LED 照明企业如何用好“专利”?

技术园地

21 LED 隧道照明要求及市场前景分析

光源知识

22 LED 灯选购诀窍分享—7 大秘诀需掌握

渠道建设

23 电商可拓出口渠道

24 跨境电商你不知道的那些事

26 LED 企业如何“玩转”微信营销?

质量与标准

28 LED 照明灯具认证有哪些? ——全球十大标准

29 国家质检总局公布 LED 照明产品不合格名单

法律视窗

30 新法速递：最高人民法院发布民事诉讼法司法解释

30 司法动态：最高人民法院在今年一月设立两个最高院巡回法庭

31 公益咨询：大成律师事务所杭州分所简介

协会动态

31 新版“中国照明产业”移动客户端介绍

32 2015 年全球照明电器专业展会推荐

快讯

32 “首台套重大技术装备保险补偿机制试点工作”已于近日启动



国际聚焦

美国政府加速 LED 路灯推广 DOE 计划

2016 年 5 月前改造 150 万盏 LED 路灯

据外媒报道，在全美市长冬季会议期间，美国总统奥巴马于 1 月 23 日在白宫设宴款待 200 位市长，并呼吁当地领导人将 150 万盏路灯升级为高效节能的 LED。



美国总统奥巴马宣布加速“总统挑战户外照明”计划，这一计划是美国能源署（DOE）正在执行的“更好的建筑计划”（Better Buildings program）分项目。2011 年 2 月，美国总统奥巴马在美国复苏与再投资法案中宣布了更好的建筑计划，致力于到 2020 年让商业和工业建筑节能 20%，在未来 10 年加快私营部门投资于能源效率。

奥巴马早前曾要求在 2016 年之前要改造 50 万盏路灯为更节能的照明，主要为 LED 路灯，但是在 2015 年 1 月 23 日周五举行的美国市长会议中，奥巴马调升其目标，要求在 2016 年 5 月之前改造 150 万盏 LED 路灯，之所以提升目标，总统表示是基于美国各州及各市自己设定的目标。

该计划初期只有五个城市参与，包括底特律、小岩城（美国阿肯色州首府）、西棕榈滩（美国度假胜地）、杭廷顿海滩（美国城市名）和堪萨斯城，刚刚发布的白宫声明说，参与地已扩大到 10 个城市和两个州——田纳西州和罗德岛州。

美国能源部将帮助这些选择固态照明（SSL）的参与地，以满足当地的需求。该计划将重点放在联网照明，美国能源部也将协助参与地寻找 LED 路灯改造项目的资金。还有其他一些机构将涉足该项目，白宫特别指定了中美地区委员会、南加州地区能源网以及东南密歇根州能源办公室。

该声明一发布即得到了 SSL 行业的即时响应，如专注于智能路灯网络的 Sensity Systems 董事长兼首席执行官休·马丁说：“我们很高兴总统加速 LED 照明在城市中的进展，政府也知道，这一计划将给美国公民带来远远超过节省能源和维修费用之外的额外好处。”当然，美国能源部也参与了推动采用节能型 SSL 产品的遍及和应用，去年 7 月曾发布 LED 户外照明报告，表示性能已显著提升。（中国之光网）

LG 展示极度弯曲的塑料 OLED 照明面板 7 月量产

LG 化学日前展示了其研发的可弯曲 OLED 照明面板，将从今年 7 月份起量产“真正可弯曲”的塑料 OLED 显示屏。除了其极亮的亮度，此产品的主要吸引力是它的弯曲灵活性。这些面板可以弯曲和扭转达到 75 毫米以上。LG 化学能通过采用塑料为主的 OLED，完成这个看似不可能的壮举，弯曲程度完全超过玻璃有机



发光二极管 75 毫米的弯曲上限。这种 P-OLED 材料之前被用在 LG 的 G Watch 智能手表和 G Flex2 智能手机上,但事实证明柔性显示屏还有改进空间。当前的柔性 OLED 显示屏上面还覆盖有一层很薄的玻璃,这使其曲率半径的极限为 2.95 英寸(75 毫米)。LG 的新技术能生产完全由塑料组成的柔性显示屏,曲率半径可以达到 1.18 英寸(30 毫米)。

P-OLED 照明面板通常有较低的能量效率和更低的亮度。LG 设法打破这种障碍,让每瓦效率达到 60 流明和 75 流明的亮度,色温为 3000K,显色指数高于 85。除能做成复杂的造型外, LG 全塑料柔性显示屏还具有良好的防碎能力。此外,借助这种灵活的照明面板, LG 化学还声称已经取得了世界上最大的 OLED 照明面板,尺寸 320 毫米×320 毫米,拥有 60 流明/瓦的效率。

LG 以在设备中尝试新技术闻名,我们可以确信 LG 将充分利用其塑料 OLED 显示屏。LG G4 智能手机可能赶不上使用塑料 OLED 显示屏了,但未来 LG 肯定会推出一些采用这一技术的有趣产品。(中国之光网)



国内动态

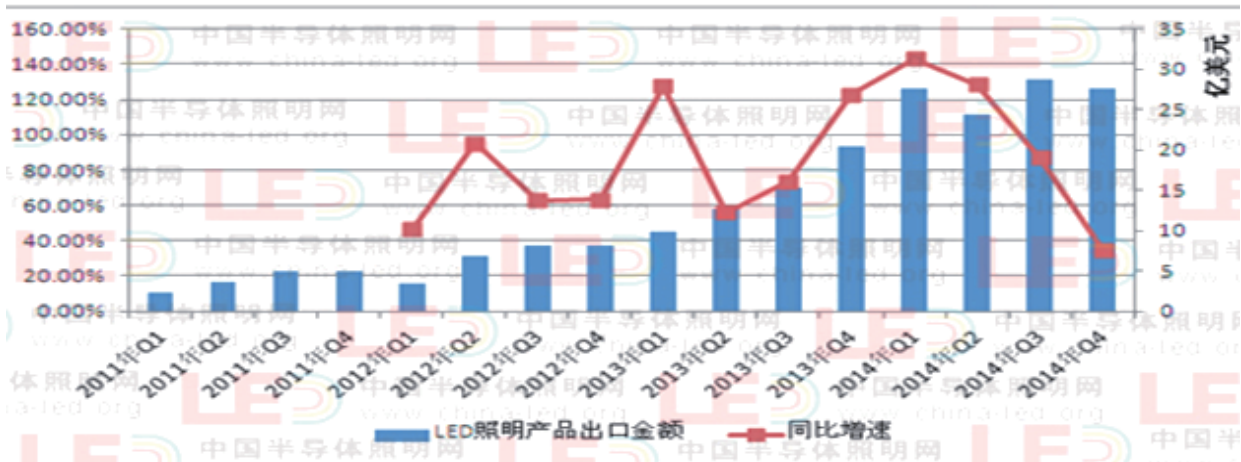
我国 LED 照明 2014 年度出口超百亿美元

随着技术水平的快速提升和产品价格的持续下降,市场需求爆发增长,全球照明产业已经进入一个 LED 照明领跑的新时代。而中国作为全球照明产品的制造基地,照明产品出口形势节节攀升,LED 照明出口更是强劲增长。

日前, CSA Research 发布了 2014 年第 4 期《中国 LED 照明产品出口季报(2014Q4)》,对 2014 年第 4 季度我国 LED 照明产品的出口情况进行了分析。该报告显示,2014 年,我国 LED 照明产品出口总金额约 108.5 亿美元,较 2013 年有大幅增长,同比增幅高达 86%。其中第 4 季度出口金额为 27.7 亿美元,较去年同期增长 46%,增速逐季度放缓。

从出口目的地看,2014 年,我国 LED 照明产品出口海外遍地开花,但随着全球经济环境的变换,出口市场结构呈现较大变化,传统市场欧、美高速增长,而金砖国家、中东地区等新兴市场快速兴起。

图 1 2011-2014 年我国 LED 照明产品季度出口金额



数据来源: 中国海关, CSA Research

数据表明,2014 年,欧、美、日三大传统出口市场的份额为 50.1%,较 2013 年同期下降了 8 个百分点;而同期金砖国家和中东地区的市场份额大幅提升,由 12.4% 提高到 19.6%。2014 年我国 LED 照明产品的前十大出口国和地区分别为美国、俄罗斯、中国香港、日本、德国、英国、荷兰、西班牙、澳大利亚和意大利。

图2 2014年我国LED照明产品出口市场分布

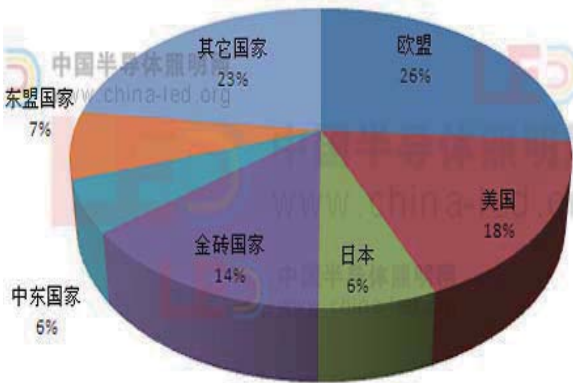
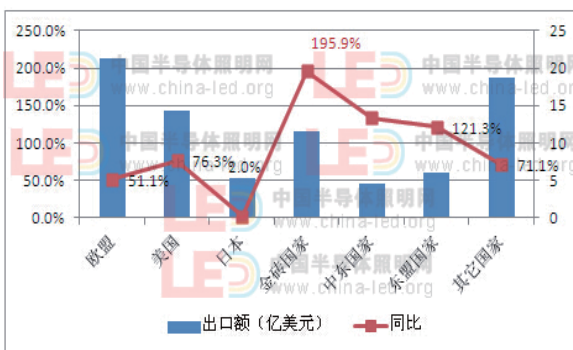
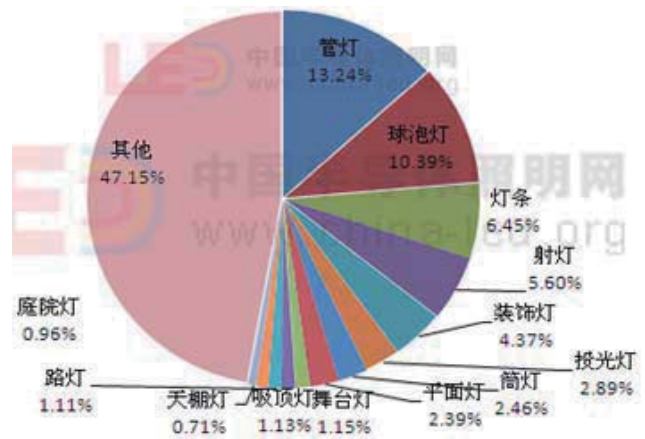


图3 2014年我国LED照明产品出口市场增速



而从增速来看,2014年增速最快的是金砖国家,出口额接近11.5亿美元,增速接近200%。而俄罗斯在2014年的整体增速达到270%,自2014年第2季度成为我国第二大出口市场后,3季度和4季度出口额飞速增长,两个季度增长率都接近400%,以10%的市场份额稳居亚军宝座。欧盟、美国的增速也均超过50%,而日本市场开始萎缩,2014年市场份额为6%较2013年下降5个百分点。

图4 2014年我国LED照明出口产品类型



从产品类型来看,2014年,我国LED照明产品出口中排除44.2%的类型不明外,明确类型的主要包括管灯、球泡灯,射灯、灯条、平面灯等。其中,管灯出口金额占整体出口金额的13.2%,超过球泡灯跃居第一。其次是球泡灯,占比为10.3%。整体来看,我国LED照明产品出口的类型以室内照明产品为主。

此外,CSA Research对我国LED照明产品出口的重点厂商分析表明,2014年出口金额排在前三0位的厂商包括立达信、强凌、得邦、阳光、元晖、海莱、东芝、珈伟、日上、九洲、勤上、赛尔富、通士达、众明等。(来源:中国半导体照明网)

2015年中国LED室内照明产值将达1690亿元

高工LED产业研究所(GLII)统计数据显示,2014年中国LED室内照明产值规模达到1082亿元,同比增长73%,高增长态势依旧。LED室内照明产值占中国LED应用行业产值比例已由2013年的40%提高至2014年的49%。

GLII认为,近年来LED照明市场需求快速增长,是受益于政策推动、价格下降、质量提升等诸多有利因素推动,归结一点即为LED照明产品性价比提高,其经济节能效益愈趋明显。

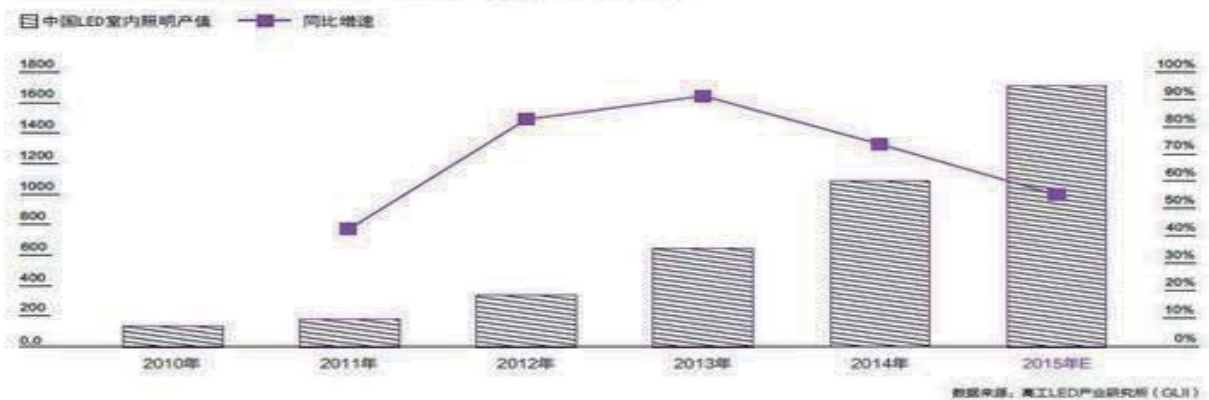
GLII调研显示,目前国内主流品牌LED光源光效率水平基本可超过100lm/w,2013年同期则多在70-80lm/w。价格方面,2014年12月末飞利浦、欧司朗、阳光照明、佛山照明等国内13大主流品牌LED光源类产品终端零售均价降至4元/瓦左右,相较去年同期下降30%以上。





据此来测算，仅以 500lm 照明需求为例，民用家居照明领域使用 LED 光源产品第二年经济效益可以得到体现，而商业照明领域则因照明时间更长，且电费相对更高，第一年经济效益即可体现。

图表 1：2010-2015年中国LED室内照明产值规模及预测情况（单位：亿元，%）



图表 2：节能灯与LED光源使用费用对比（单位：元）

产品	使用领域	使用费（元）（购买成本+电费）		
		一年	两年	三年
节能灯	家居	19.9	29.7	39.6
	商业	30.3	50.5	70.8
LED光源	家居	22.4	27.4	32.3
	商业	27.6	37.8	47.9

数据说明：1)家居和商用每天照明时间分别为 4.5h、9h；2)家居和商用每年照明时间分别为 365 天、250 天；3)家居和商用电费分别为 0.6 元/度、0.9 元/度；4)节能灯终端零售价格 1 元/瓦左右，LED 光源类产品价格 4 元/瓦左右。

GLII 认为，随着后期价格继续下降，LED 照明产品性价比进一步提升，国外市场需求稳定快速增长的同时，国内需求也将高速增长，这点可从佛山照明、三雄极光、欧普照明等以内销为主的传统照明大厂 LED 业务飞速成长中得到佐证。

GLII 预计，2015 年中国 LED 室内照明行业仍将快速增长，产值规模将达到 1690 亿元，同比增长 56%，其产值占比中国 LED 应用行业产值比例也将提升至 55%左右。（来源：高工 LED）

LED 照明价格大幅回升 上游芯片有望淡季不淡

最新统计数据 displays，去年 12 月，中国取代 40W 的 LED 灯泡零售价较 11 月份 4.5 美元上涨 8.8% 达 4.9 美元，取代 60W 白炽灯的 LED 灯泡零售价较 11 月份的 12.4 美元上涨 12.9% 达 14 美元，获得年内最大幅度的回升。

虽然价格较去年年初的 9.5 美元和 18.1 美元有 48% 和 20% 的下滑幅度，但近期下游价格的回升，给上游芯片和封装企业较大的议价空间，行业景气度有望再度攀升。

全球照明产业已经进入一个 LED 照明领跑的新时代，我国 LED 照明产品产量约 16.7 亿只，大幅超出去年年初预测的 13.2 亿只，其中商业照明井喷式增长，公共照明增长迅速，家居照明开始启动，总销量约 7.5 亿只，LED 照明产品的市场份额已经上升到 16.4%，较 2013 年 8.9% 的市场占有率增幅达到 84%。

虽然 12 月为传统意义上的淡季，但是佰鸿、隆达、华兴等封装公司的营收出现了企稳回升的态势。芯片厂商晶电亦表示，库存消化步入尾声，下游补

库存启动，并且有急单，2015 年一季度会显现出淡季不淡态势。

照明企业鸿利光电表示，去年 LED 照明市场需求良好，公司加大市场拓展力度，在 LED 照明方面保持了稳定的增长，年度净利润将比上年同期上升 35%-55%，德豪润达亦表示，在产能利用率上升的背景下，与上年同期相比将扭亏为盈。

从目前的政策情况来看，政府向 MOCVD 设备提供补贴或税收优惠的行为或将终止。去年年末，MOCVD 设备已经达到了 1300 台左右，用于进口 MOCVD 的费用达到数百亿元之巨，而地方政府的财

政补贴，往往要占进口费用的 50% 以上。

从一方面来说，取消财政补贴对 LED 行业的新进者将产生较大的负面影响，另一面来看，对于已有一定产能的企业来说则是大大的利好。

A 股上市公司中，阳光照明是节能灯龙头企业，公司的市场渠道和品牌优势十分明显，已经无缝移植到新的 LED 灯具业务上，正逐步从代工企业向自有品牌企业进行转型。

国星光电是白光器件封装领域的龙头企业，公司积极向上游芯片和下游终端照明领域进军。

(来源：上海证券报)

CSA Research: “一带一路” 打造 LED 行业 “筑梦空间”

在 2014 年 12 月召开的中央经济工作会议提出 2015 年要重点实施“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三大战略。

自 2013 年习近平总书记提出建设“新丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”(简称“一带一路”)的战略构想以来，各级政府高度重视，“一带一路”作为国家战略，将是我国未来 10 年的重大政策红利，初期大规模基础设施建设，紧接着资源能源开发利用，随后全方位贸易服务往来，将带来多产业链、多行业的投资机会。“一带一路”将依托沿线基础设施的互通互联，对沿线贸易和生产要素进行优化配置，从而促进区域一体化发展。

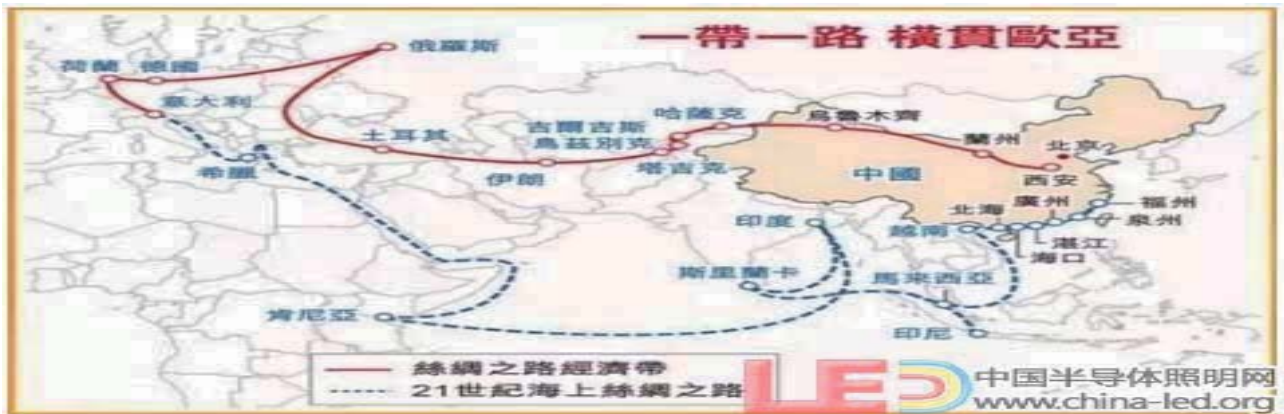


图1 “一带一路”示意图

CSA Research 认为，“一带一路”的战略实施，不仅使得油气业、旅游业、电网设备、交通物流、基建业和金融业等产业从中获利，而且在开拓市场、优化供应链、输出产能、获取资源、实现国际纵深发展等方面也具有积极作用。同时，“一带一路”沿线大多是新兴经济体和发展中国家，以俄罗斯、东南亚等为代表的新兴市场是我国 LED 产品出口的新蓝海，是中国 LED 企业进入中亚和东欧市场的重要门户，“一带一路”的建设必将助力 LED 点亮新丝绸之路。

(来源：中国半导体照明网)



图2 “一带一路”的商机

2015年LED照明行业并购高潮“烽烟”再起

近日,据国家统计局发布消息,2014年全国规模以上工业企业实现利润总额64715.3亿元,比上年增长3.3%,增速较上年下降8.9个百分点;实现主营业务利润60471.7亿元,比上年增长1.6%,增速下降2.4个百分点。总体来看,2014年工业企业利润增速大幅收窄,且年末情况趋于恶化。我国LED照明行业在工业制造业的大军当中,2014年国内LED行业总产值据不完全统计已超过3000亿元,相较2013年产值同比增长达30%。

随着工业4.0时代的到来,2014年飞利浦拆分照明事业部,三星退出海外LED照明市场,LED行业并购加速,照明行业有限资源更多地整合。就目前来看,全球LED市场以亚洲、美国、欧洲三大区域为主导,主要厂商有日本的日亚化学和丰田合成、美国科锐以及欧洲的飞利浦和欧司朗。以上五大厂商产业链比较完善,在产业链上游拥有强大的技术实力,垄断着高端产品市场。LED行业核心技术基本都在这些国际巨头的手中,更加让LED企业看到立足LED市场的严峻性,大大加快了并购的力度。2015年LED行业并购将面临怎样的挑战?

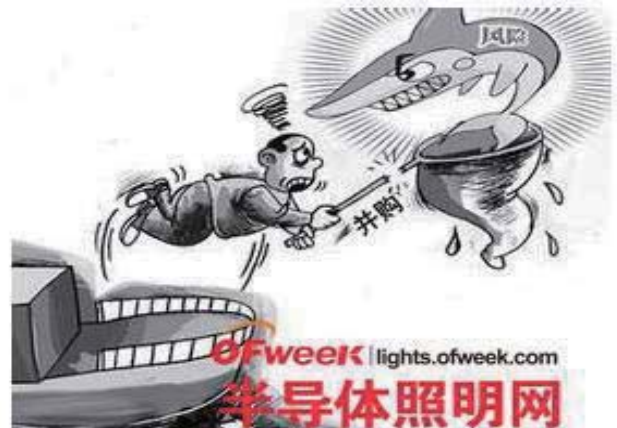
为何出现并购高潮

2015年受全球经济发展的影响,并购投资成为新时代的热门话题,中国企业海外并购方兴未艾,在资源调配中进行最有利的整合。

如今LED行业竞争越来越激烈,山寨照明灯具的生存空间越来越小,LED照明行业要么成为行业的“领头羊”,要么是把细分市场做大做强,要么就是跟上市公司合并、整合并购或被并购,自2013年开始,LED行业的并购热潮持续发酵,据行业内人士分析,目前LED行业并购最佳时期只剩下1~2年。不管是从并购双方的发展轨迹,还是从国家政策的支持力度,抑或是目前正在上升的市场环境来看,并购似乎成了LED行业获得竞争优势的最佳“出路”。

2007年到2010年这个时间段,LED业界迎来首次并购浪潮,2007年,飞利浦以5.92亿欧元收购一家位于美国波士顿的专业LED制造商ColorKinetics;2009年,飞利浦宣布与欧洲最大的LED照明厂--意大利Luce公司达成收购协议;2010年12月6日飞利浦又宣布收购LED、传统娱乐照明和照明控制解决方案的设计、制造和经销商--嘉力时(集团)有限公

司。2007年3月12日,CREE公司以2亿美元的价格,并购华刚光电集团属下名称内含“华刚”字样的华刚光电零件有限公司,包括华刚国际贸易有限公司、惠州华刚光电有限公司、华刚光电(上海)有限公司以及华刚日本有限公司。



在这段时间,特别是2008年至2009年欧洲遭遇战后最严重经济危机时,曾有不少LED专家呼吁到欧洲“抄底”。事实上并没有出现这样的情况。一方面国内企业当时也受到冲击,更缺乏动荡情况下海外投资的经验参照系。之后的国内经济刺激计划使绝大多数LED企业忙着在国内抢蛋糕,在国内做好战略布局,海外扩张和并购只是少数有远见企业的考量。另一方面,可能是更重要的原因,2008年至2009年时欧美企业估值水平低于历史平均水平,手握优良资产的股东宁愿再等一段时间也不愿在低潮期出手遭受损失。事实上,欧美企业也在2010年初熬过了冬天。

随着LED产业快速发展,从2011年开始,并购的第二次浪潮风起云涌:2011年CREE公司宣布以5.83亿美元的现金加上换股方式,成功收购传统照明制造商RuudLightingIncorporated。同年9月,GE照明宣布正式完成对照明技术行业的翘楚--Lightech公司的收购,当年,GE照明全球总裁兼首席执行官MaryroseSylvester就表示:“完成对全球LED电子驱动器领导者Lightech的收购为我们吸纳了其顶尖专业人才。该公司驱动器满足高性能电力供应需求,是进一步优化GE照明LED系统中不可或缺的一部分。”

现在国内的一个认识误区是,欧美已经日薄西山、不可救药,只有中国人有钱买企业。其实欧美并购市场最大的参与者是LED行业内整合者,其次



是2000年之后增长迅速的私募投资基金。来自新兴市场的并购投资占市场交易量的5%左右，中国远远没有到“卖空海外市场”的地步。不管是收购并购，最主要是看重协同效益，像飞利浦将照明业务剥离，三星退出中国LED市场、台积电出售固态照明、西门子转移照明事业等等，这些国际巨头将自身的资源更有效利用。

据了解，在过去5年的所有并购案例中，装备制造制造业并购约占30%，汽配24%，其他工业产品24%，余下为消费品8%、能源和环保6%、电信4%。可以预计，中国的上市公司作为LED行业领头羊，将会成为并购主力军，也会有越来越多的专业并购基金参与到这场至少还将延续十年的并购大潮中。

与此相关，5000万欧元以下中小型并购的绝对数量和相对比例都会明显提升。超过10亿欧元的大型交易也有可能，但双方不再是相互熟悉的老同行，由专业有经验、有诚信的并购顾问牵线搭桥，协助建立互信、缩小差距、达成共识的工作就显得更为重要。

LED本身更多是作为室内照明、室外照明领域的产品和产品线，或者是产业线的整合，但是接下来会出现的趋势就是跨界整合。并购是照明企业不断扩张市场的一个必然选择，通过并购抢占市场也是一种立竿见影的选择，但并购之后的整合难度并不亚于开拓一个新的细分市场。就目前我国LED行业的发展形势来看，行业经过洗牌、倒闭、整合，并购正当其时，未来LED企业在竞争“尖峰”中前进！

如何规避并购整合风险

并购固然带给企业新的气息，然而涉及到LED产业的上中下游、两岸三地，企业希望通过收购、参股迅速打破技术、专利壁垒，凸现规模优势。LED企业如何有效地规避并购整合所带来的风险，达到高效的协同的效益？在并购前后做好充分的准备工作，或许是防范并购风险最有效的做法。

一是，并购前合理定位目标企业，对其准确评估。并购企业在并购之前需要做好长远的战略规划，既要对整个LED行业发展趋势、市场需求，以及自身发展目标有整体、准确的把握，也要对自身的核心竞争力和发展短板有客观的判断，选择符合自身战略布局的并购目标，达到优势互补。

二是，做好资金财务风险防范工作。在并购活

动的准备工作中，为了避免财务上不必要的麻烦，并购企业需要对并购各个环节的资金支出做出核算，制定资金支出预算方案。对支出时间、数量、金额等等加以预估，也方便保证并购所需资金及时到位。

三是，并购前也要对目标企业的财务、债务有所调查和了解。如果目标企业出现资金困境、负债严重的情况，在并购之前双方要先做好这方面的协商工作，明确双方在财务、债务等资金上的权责关系，避免资金债务纠纷。

四是，并购后做好整合工作。整合工作是并购后最关键的工作，关系到并购的最终结果。

此外，在管理、人事、生产经营上，并购后，需要对被并购方建立新的企业管理体系，重新做好员工评估手册，建立良好的人才队伍，并进行生产经营体系调整，保持协调效应。

在LED行业趋向成熟的过程中，产业格局加速调整，只有优秀企业才能免遭市场淘汰。并购整合无疑是LED企业加强竞争力，迅速达到规模化的有效途径之一。不过，它也相当考验企业的实力，只有有效地规避并购整合带来的风险，才能最大程度地实现并购所带来的经济效益。

结语：

受国家节能环保政策扶持的影响，整个LED行业呈现快速发展态势，吸引了社会大量资本，不断出现新的厂商加入该行业。我国LED产业起步较晚，目前国内LED产业群主要集中在长三角、珠三角、环渤海经济圈及闽赣地区，随着世界范围内LED封装及应用产业向以中国为主的亚洲地区转移，国际知名LED厂商纷纷在我国建立生产基地，可能导致产品价格的下降、提高市场份额的难度增大，国内LED企业将面临着竞争不断加剧的市场环境。

LED企业之间的兼并整合步伐也正在加速，可以说LED产业已经步入并购时代。但并购是把双刃剑，如果资产整合有效，就能够增强LED企业竞争力，企业发展将非常迅速；相反，如果整合不利，企业难免陷入困境。因此，LED照明企业在进行相关并购时，只有经过多方调查，客观、详尽的评估分析，采取科学的方法做好企业并购整合规划工作，三思而后行，才能真正实现企业并购的最终协同效益！

(来源：半导体照明网)

小米联合 13 家照明企业推进智能照明

日前，亚明、阳光、鸿雁、欧普、飞利浦、木林森、科瑞、锐高、莹辉、柏年、鼎晖、顿格等 13 家企业与小米签订共建智能照明联合声明，小米将与这些照明企业联合，共同推进智能照明在家庭的落地。

据了解，这些照明企业今年将在其智能灯泡中广泛应用小米的智能模块。此前，雷军称小米智能模块材料成本价已经降到 22 元人民币。预计一年内成本将降到 15 元，两年内将降到 10 元人民币。据称，小米智能硬件团队可以 1-2 天内把普通家电产品通过小米智能模块实现智能化。安装小米的无线模块后，传统的电子产品即可接入小米的智能家居生态系统，实现与小米生态链上的硬件互联互通。

小米生态链 Yeelight 智能灯创始人姜兆宁表示，Yeelight 将在智能灯领域协助这些企业做好产品，使其能在传统制造的基础上能将产品快速接入互联网。后期，Yeelight 也将介入到小米智能照明协议制定及基础架构支持的工作当中。

除了在智能家居市场的布局外，小米也已经介入家装市场，并且联合房地产商推广智能楼盘项目。照明在智能家居中占有非常重要的位置，除了家电产品外，照明也将成为兵家必争之地。据了解，小米目前也在考虑介入联网开关产品。这种智能开关可能会在兼容现在开关功能的基础上，尽量让用户不通过二次施工，使传统的灯泡接入互联网。

(来源：搜狐 IT)



走进浙江

生迪灯泡获此殊荣 中国照明智造牛气!

生迪 Snap 荣膺 CES 最佳创新大奖：全球唯一获奖的智能家居品牌！

市场上的智能灯泡款式很多，每一个都稍有不同。无论是飞利浦 HUE 的调色还是 WeMo 智能 LED 灯泡可以用 IFTTT 控制，这些差异都集中围绕在一个想法，那就是灯泡的唯一功能就是照亮！

智能照明公司 Sengled 却另辟蹊径，灯泡不仅能提供调光等照明体验，更是多功能的，如兼做扬声器或内置摄像头和麦克风。这些独特的想法却让他独获青睐——

不久前，一个重磅消息在我国 LED 照明行业发酵，浙江生辉照明有限公司旗下的品牌生迪携 2 款智能产品 Snap 和 Boost，勇闯三星、戴尔、高通、索尼等国际一线知名品牌长期占据的 CES 展，并获得 2 项 CES 创新大奖，成为全球唯一获得此奖的智能家居类品牌。

特别值得一提的是，产品 Snap 更是一举夺得 CES 最佳创新大奖，该奖项是 CES 官方最高奖项，是国际电子科技与创新的前瞻性指标。据悉，生迪产品将于 2015 年 Q2 进军中国市场，届时定会给国人带来不一样的智能体验。

2015 年 CES 最佳创新奖全球共评选出 20 个品牌产品，包括阿迪达斯、高通、戴尔、ihealth、三星等，生迪作为唯一一个获奖的中国品牌，同时也是智能家居类唯一获奖品牌。

2 款让世界震惊的智能产品究竟魅力何在？

产品 Snap，颠覆家庭监控理念，更智能更便捷。

荣获 CES 最佳创新奖产品；1080P 高清分辨率；超大视角，WDR 宽动态获得更大更佳明亮的拍摄角度空间；语音及行为识别，记录身边的美好瞬间；安装简易，无需布线，拧在灯座上即完成安装；双频 2.4Ghz 和 5Ghz；支持手机实时查看和回放。该产品将在今年晚些时



荣获CES创新大奖的Boost



荣获CES最佳创新大奖的Snap

候推出，定价尚未公布。

产品 Boost 也凭借其超强 Wi-Fi 信号延展功能赢得 CES 评委的一致认可，获得了智能家居奖。全球首款内置 Wi-Fi 扩展器的智能灯泡。

使用灵巧的 Sengled Boost，从此告别网络死角。每多连接一个灯泡，无线信号覆盖就更广。灯泡越多，覆盖越全，从此无惧龟速。别忘了，这些灯泡还是很好的照明工具。Boost 内置 Wi-Fi 双天线，最高可以达到 300Mbps 的传输速率，并且无需红外遥控器，智能终端 App 就能轻松控制。据该公司介绍，每个灯泡都能延伸长达 100 英尺的额外的 Wi-Fi 覆盖范围，售价为 50 美元。

此外，生迪旗下首款产品 Pulse 与苹果公司达成合作登陆北美苹果在线商店，这也是中国内地首个登陆苹果北美商店的品牌，其后又在欧洲媒体评比中多次斩获创新奖。

每一个智能灯泡都内置有一个 JBL 的多声道立体声无线扬声器。功率 13 瓦、最多可以安装 6 个卫星灯泡，让每个房间都能沐浴在音乐下，一个包里有两个灯泡，一个作为主站，一个作为卫星，售价 170 美元，额外每增加一颗卫星灯泡售价 80 美元。在手持设备中下载并安装 Pulse app，与 Sengled Pulse 主灯完成配对后，即刻享受流音乐和调光。欣赏心仪的音乐。所有的 Sengled 灯泡都是可调光的，提供 15 年左右使用寿命（假设每天使用 3 小时）。Pulse 必须与至少一个其它灯泡配对，但 Sengled 还销售 Pulse Solo，拥有独立的双 3 瓦扬声器，售价为 60 美元，都可以通过 Sengled 的应用程序进行控制。

CES 最佳创新奖含金量到底有多大？

CES 最佳创新奖(Best of Innovation Award)由美国消费电子协会(CEA)于 1976 年设立，该奖由美国工业设计师协会(IDSA)和美国消费电子协会(CEA)专家联合授予，在全球消费电子产品中获得高度肯定，并由位于美国纽约的消费者电子协会公开发表获奖殊荣。每年全球各大知名品牌会提前将最具影响力且能够引领行业潮流的新品提交参与评选，高通、三星、索尼等国际一线知名品牌都是 CES 的获奖常客，伴随着当年 CES 获奖产品的公布，该年度消费电子产品类的创新及研发方向也随之确定，至今仍风靡全国的 Thinkpad，就曾获得此奖的认可。

外国媒体如何评价生迪

对于生迪的产品，世界最大的财经资讯公司、全球主要新闻通讯社之一美国《彭博社》点评说：“一直困扰那些照明企业的诸如如何用移动设备开灯等问题，在生迪和索尼面前都得到了解决，他们考虑到了消费者的真正的需求！”

而美国《时代周刊》则认为生迪的产品是“与前沿科技的完美融合，我已经迫不及待想拥有一个并看看究竟会发生什么。”

《华尔街日报》评价说，生迪虽然仍处在成长期，但“产品确实吸引了不少人，是首个在苹果在线商店销售的中资品牌。”

除此之外，美国最著名的几家科技数码类媒体也对生迪给予了非常高的评价，‘cnet’认为生迪是“此次 CES 最热门的技术之一”；‘Wired’则认为生迪的产品“新颖而突出”。（中国之光网）



华普永明专利“LED 照明灯具”荣获中国外观设计优秀奖

近日，国家知识产权局在京召开了第十六届中国专利颁奖大会，杭州华普永明光电股份有限公司的“LED 照明灯具”荣获中国外观设计优秀奖。



中国专利奖自 1989 年设立，是我国唯一得到联合国世界知识产权组织(WIPO)的认可，专门对授权专利的发明创造给予奖励的最高政府部门奖项。杭州华普永明一直致力于大功率 LED 户外照明领域的产品及技术研发，获此奖项，正是对华普永明所付

出的努力的肯定。

专注于大功率 LED 户外照明领域的精准研发定位，围绕核心技术提交专利申请进行全球范围内的

专利布局，打通产业链上下游通过交叉许可规避专利侵权风险，华普永明“商业模式引路，专利战略立企”的知识产权工作理念已经走在了许多同类型企业的前列。

华普永明成立 3 年多以来，已提交国内外专利申请 239 件，其中发明专利申请 56 件，通过《专利合作条约》(PCT)途径提交国际专利申请 8 件，通过《保护工业产权巴黎公约》途径提交的国际专利申请 77 件；并且正以平均每周超过一项专利的速度递增，这些专利已经形成一个不断扩充的专利池，为客户提供安全的知识产权后盾，免除 LED 行业的知识产权这一重大难题的困扰。

截至目前，华普永明已拥有 137 件国内外专利，基本涵盖了 LED 路灯、隧道灯、工矿灯、投光灯等各类户外照明产品高防护、散热等产业化关键技术。在这些专利面前，“赢得 LED 时代”，已不再是一句口号。(来源：慧聪 LED 网)

嘉兴：春节前亮起 1000 多盏 LED 新路灯

这段时间，嘉兴市民晚上开车经过市区环城路上会发现，不少路灯悄然变脸，灯光变得更柔更亮了。从 1 月上旬起，原本的 250 瓦高压钠灯先后被换成了 120 瓦的 LED 灯，更加节能环保了。

市区路灯有近 5 万盏，经测算，市区每盏路灯平均亮灯时间超过 7 个小时，路灯电费支出 2300 多万元，加上路灯保养费，合计支出达 3300 多万元。

为了节电，市区部分路灯采取路灯智能控制系统调整的方式，在隔盏亮灯或单边亮灯的基础上，采取在夜晚 10 点后降低路灯亮度、适当延迟开灯和提早关灯等措施。不过，一旦 LED 路灯改造后，将大大改变当前的现状。

市区 LED 路灯改造正式启动

记者从市建委获悉，市区 LED 路灯改造已正式启动，并率先在市区环城路、禾兴路、大德路等试点安装。电力部门的工作人员在市区环城路等路段上，利用登高车小心翼翼地将使用多年的路灯进行更换，并确保交通出行不受影响。据介绍，在试点阶段，市区还将在市民广场、七一广场等进行路灯的部分更换。

“我们确保每盏路灯都亮，而且到了下半夜将实行减半功率，整体照明效果不会受影响。”据负责试点改造的相关技术人员介绍，安装的 LED 灯节电 60%左右，而且 LED 灯在照度、均匀度等方面优势明显。

市建委副主任方柏如告诉记者，根据安排，率先试点的 1000 余盏路灯于春节前完成改造，目前大多数已经完成了安装更换。“这些路灯改造后实际效果如何，要经得起检验。”为此，相关部门还对改造好的路灯效果进行“打分”，“一旦效果达到预期，将在全市范围内推广 LED 路灯改造。”

根据计划，今年至少完成近 5 万盏路灯的一半以上的改造任务，如果相关因素和条件齐备，力争全部完成。一旦市区所有路灯换成了 LED 灯，今后，嘉兴这座江南水乡城市将会变成“不夜城”，到了晚上将会更美，市民出行也将大大方便。

路灯改造将通过社会公开招标

记者了解到，在 LED 路灯改造中，通过社会公开招标，采取合同能源利用管理的方式来完成。目前，已有近 10 家公司对此表现出浓厚兴趣，预计公



开招标后，企业数量还会增多。相关部门将会综合多方因素，根据不同区域、路段等最终确定多家中标企业。

市建委有关人士向记者透露，根据初步设想，中标企业必须签订10年的能源管理合同。为何要如此长的时间？对此，该人士解释说，这主要是确保中标企业能够更好履行自己的责任，“一般路灯几年后就要更换，一旦是10年合同，中标企业必须要主动更换，提高质量，这样真正达到节电、节能的目的。”对于地方财政而言，也将减轻每年的电费支出，甚至还有相应的收益分成。

值得一提的是，LED路灯改造后期如何有效评

价和监管，也是必须要解决的难题，比如，LED路灯改造的实际效果到底怎样、哪家中标企业实际节能效果和服务最好、后期维护如何监管、财政补贴该怎样支付等等。

为此，市建委、财政、电力等部门还将借鉴其他城市的先进经验“复制”到嘉兴，并结合嘉兴的实际情况，出台相关的管理办法，从而使得日常监管更具可操作性。此外，还将积极探索建立长效的管理考核机制，不断提升LED路灯改造效果，实现社会效益、经济效益等多方面共赢。

(来源：高工LED综合报道)

浙江宁海：城市照明迈进智能时代

“看天色”调光，遇故障“自我报修”，这就是已在城区大街小巷全覆盖的“智能路灯”。两年来，宁海县对城区范围内两万余盏路灯、景观灯全部实施LED改造和管理系统智能化升级，与2013年同期相比，降低城市照明装灯总功率1301千瓦，节约年电费支出400余万元，2014年全年城市照明节电率达到20%，超额完成“十二五”期间规定的年降耗3%指标。

记者近日从有关部门获悉，随着该县城市化建设的推进，城市道路照明和景观照明能耗不断增加，截至2014年12月，宁海县城区共有公共照明28700盏，其中道路功能性照明19838盏，景观照明8862盏，合计功率3546千瓦。

从2011年至2013年上半年，该县集中精力编制完成了城市功能性照明“十城万盏”LED应用工程实施方案，并在2013年第一批对徐霞客大道、柔石公园、中山路、四自公路梅林段等地段实施LED光源改造，降低能耗326.68千瓦。2013年下半年至2014

年12月，宁海县继续推进该项工作，对城区时代大道、金水路等32条主要道路实施LED路灯改造，目前已应用改造使用LED路灯光源、屋后墙灯9462盏，景观LED灯具8450套，降低能耗达到1301千瓦，其中通过改造LED新光源所减少的总功率达736千瓦。

“LED路灯具有环保无污染、耗电少、光效高、寿命长等特点，每一盏LED路灯都可根据实际人流和时段自控亮度，一旦出现路灯不亮、线路断开等问题还能自动报警，维护效率明显提高。”县路灯管理所负责人黄仁如在接受采访时介绍。

记者也了解到，今年根据“十二五”期间节能减排行动，该县还将投入1500余万元完成城区主要道路LED灯具改造工程，目前已经完成项目招投标，三年来我县共投入约3500万元实施城区LED灯具改造，所有项目将在2015年完成。

(来源：长三角照明灯具市场网)



行业探讨

梁荣庆：从基础照明迈入精细化照明时代

自上世纪九十年代开始，LED作为第四代光源走进公众视野，并对传统照明产生巨大冲击。

复旦大学电光源研究所所长梁荣庆表示，由于技术上的先天特性，LED的出现让照明行业正经历一个非常重要的时期。在过去，光源是一个比较封闭的概念，基本上就是由一套供电系统加上灯泡和配光装置组成，而现代光源的内涵更加开放，它可以和不同的行业跨界融合，实现智能化、个性化照

明。新光源技术的革新，让照明迈进新时代，进而对文化和经济社会发展带来重大影响。

LED推动精细化照明

传统照明属于基础照明，光源一旦固定下来后，发出的光是恒定不变的。而智能照明则是基础照明的延伸，它可以通过调控改变光的参数。如果说以前的照明是粗放式的，那现在已经进入精细化照明时代。



梁荣庆认为，数字化是智能照明的基础，它包括两方面：一是对数字通讯技术的发掘，二是 LED 本身的技术特点。其中，LED 易于控制的特性完全符合智能照明的要求。LED 调节范围宽，可以连续调节、快速响应，产业链上游企业可以做出不同的光谱芯片，后期再调配出色彩更为丰富的光。

实际上，上世纪八十年代，就有专家提出对气体放电灯进行智能控制，但气体放电器件的特点决定了在技术上难以实现控制。可以说，得益于 LED 光源本身的特性，成就了智能照明今日的辉煌。不过，尽管数字技术的发展让 LED 智能控制变得更丰富、容易，但怎么让照明更加数字化、智能化却也面临着一些问题。

“智能照明不像过去粗放式的照明，买个灯泡接上就能用，智能照明是一个系统解决方案，这个系统要做到兼容互换，在不同的光环境下采用不同的照明方案，不同的照明方案之间要有一定的内在逻辑标准。”梁荣庆说。

在英文中，智能照明被称作 smart lighting (聪明的照明)，但目前情况恰恰相反，因为智能照明非常复杂，需要人为操控。在梁荣庆看来，真正的智能照明是人不要过多的干预，它就可以根据用户需求提供最佳照明，也就是说智能照明一定要实现自适应、自调节。

智能照明呈现三大特点

提到智能照明，大家首先想到的就是节能，LED 发光效率高达每瓦 200 流明，节电效果的确非常明显。更为重要的是，智能照明因调控带来的节能效应同样不可小觑。

梁荣庆举例说，在办公楼宇内，靠近窗口的的位置光线比较亮，远离窗口则稍暗，随着天气状况、季节的不同，楼宇内的光线分布也不一样。但对楼

内员工来说，所需要的光是恒定不变的。智能照明可以通过传感器感知室内不同位置的光强度，让靠近窗口的灯光亮度弱一些，靠里侧的灯亮度强些，这样就能使整个室内的照明亮度保持一致。充分利用外部自然光，智能照明无形中实现了节电。

照明用电约占全社会用电总量的 12%-13%。有专家预估，如果采用智能照明代替传统照明，可实现节电 50%，对降低能耗、建设节约型社会意义重大。

其次，智能照明可以提供健康舒适的灯光效果。不同光源对人的生理和心理都会产生影响，而 LED 恰恰可以调节光的色温、显色性、强度、分布等参数。

梁荣庆介绍说，飞行员执行长时间飞行任务时，在不同的灯光照射下，其心理状态大不一样。现在采用 LED 光源，可以调出一副“光配方”，配出对飞行员最好的照明环境，让他们时刻保持最清醒的精神状态，提高飞行的安全性。此外，LED 照明可以模仿太阳运行轨迹，让室内照明几乎接近自然光，使长期在舰艇、地矿等室内工作的人群获得“自然光照”，避免出现忧郁症等疾病。

第三，智能照明方便管理，有助于提高运管效率。梁荣庆以路灯为例说，全国有数以千万盏路灯，而负责维护管理的人员非常有限。如果采用智能照明，就可以实现定点管理，哪盏路灯坏了实时反馈到控制中心，有针对性的进行维修，大大提升运维管理效率。

LED 作为新一代光源被应用到照明中，让照明呈现出无限可能性，也让个性化照明、定制需求照明成为现实。当然，这一切都要归功于 LED 自身的特性。

(中国之光网)

王冬雷：还原本质看未来

这个时代没有一个商业模式是可以去直接借鉴的，“变”和“转”是当今时代的两个重要特征，“变”即时代在变，“转”即商业转型。

当我们在讨论生产制造，该如何进行传统渠道铺设的时候，有些人已经进入了 IT 互联网时代，利用快速传播的信息基础，配以实业进行弯道超车；当我们好不容易进入到 IT 时代了，却只远远地看到人家冲向 DT 时代的背影，空留感叹……

2014 年第十一届中国国际半导体照明论坛

(SSLCHINA2014)的主题是“互联网时代的光应用”，而在首次世界互联网大会之后，互联热点又被刷新了一个历史新高。在这个信息透明化，平台共享化，产品概念模糊化，营销模式快速革新化的时代，我们不得不思考，这个时代需要的产品到底是什么样的？我们该如何调整策略去适应这个时代的发展。



展？

对此，广东德豪润达电气股份有限公司、雷士照明控股有限公司董事长王冬雷做客光友汇视频直播间，与我们分享德豪润达与雷士未来的走向，及在大互联时代中LED产品和营销模式的发展方向。

雷士成就了经销商，经销商也成就了雷士，雷士的品牌和渠道一直是在一个优势位置上。

互联网时代的到来，尤其是电商渠道对于传统渠道的冲击，已经不容小觑，在这样的情况下，很多企业都在快马加鞭的寻求转型。“小车好调头”，对我们来说是一个常识。在商业领域很多小企业也是凭借“转型快”的优势，一波秋风倒，一波春风生。大企业转型影响力大，但转型慢，需要考虑和防范的因素多也是一个不争的事实，现阶段如何利用自身优势，挖掘自身潜质，实现华丽转型，成为很多企业和组织思考的首要问题。

对此，王冬雷表示，“在这一块上德豪和雷士需要做好三件事，第一，把德豪润达和雷士的优势嫁接起来；第二，建立一个共享平台，让经销商、运营商跟我们一起去奋斗，去迎接挑战；第三，抓住移动互联网这个机会，不要自乱手脚。”

互联时代产品观：从灯的本质看未来

在这个时代灯突然丧失了灯的意义，却还原了它本来的价值。

王冬雷表示，“雷士很早就提出了‘光环境专家’这个概念，雷士不是卖灯的，而是卖光的，卖情感的，卖环境的，实际上光才是本质。”

在传统照明LED化以后，第一步是把传统照明半导体化，随后是把传统照明IT化。目前“智能家居”是被炒得很热的一个概念，占据家庭入口端，成为很多互联网公司梦寐以求的事情。

“在未来，灯可能不再称为灯，会成为某一个电子器件，只是给我们带来光的享受，满足我们的需求。”王冬雷说，“随着照明半导体化，灯可能会走出人类的历史，但从这个问题的本质来看，走到今天，从技术角度来说我们不需要它，但从审美角度来说，它还会随着人类成长历史存在下去。”

移动互联网技术和半导体技术是从上世纪60年代以来，人类发展最快的两个技术，你无法预测它最终会把人类本身带到哪里去。王冬雷表示，这已经变成一个深刻的哲学问题而不是技术问题。

“在未来，半导体可以植入到你的大脑里，成

为人体的一部分。可以预测，我们的下一代或者最多下下代，可能就是半人半机器，这是对人类文明的挑战，但这就是半导体技术。”王冬雷认为，“移动互联网在未来对我们来说会是空气和水，是我们生存的基础，不是一个可以讨论做不做的问题。”

互联网时代是一个信息大爆炸的时代，微平台的兴起又加快了这个信息制造和流传的速度。地球村的概念由来已久，而地球村的建成就意味着人类可以通过自己的手段和方式将50亿大脑的思考能力和学识宽度，集合在一起，然后为自己所用，王冬雷表示，互联思维是一个群体、一个平台的概念，而不是某个人。

面对这个互联大平台，似乎所有的人、所有的产品都可以被拉出去进行赤裸裸的比较，所以在谈到产品的时候，王冬雷表示，要用“极客思维”去打造雷士的市场和产品体系，使雷士的产品、品类更加专业。

互联时代的生意经

IT技术飞速变化，同时带来另一个问题——这个时代需要的商业模式是什么样的？

“我们做企业关注技术的发展，第一，是关注它给人们生活带来的变化；第二，是关注它对整个商业模式的影响。”

IT产业和移动互联网产业的发展给传统的盈利模式带来很大的冲击，很多原本盈利的点，在这个时代沦为“附属赠品”或者说是信息探路的“先驱者”，越来越多的销售目的不在于制造业的盈利上，而在于信息服务业价值的延伸上。从这个层面来讲，就是要传统照明厂家将产品先送给消费者，然后通过科技手段收集信息去提供服务。

移动互联网和IT技术的发展，不仅仅是制造和发明技术端、前瞻性、革命性的东西，而是对于整个商业模式的挑战和颠覆。王冬雷表示，传统照明企业不管是大还是小，都面临着两个颠覆的挑战，即半导体技术、IT技术颠覆传统照明；移动互联网的模式和思维、商业模式颠覆传统的商业模式。”

这个时代没有一个商业模式是可以去直接借鉴的，“变”和“转”是当今时代的两个重要特征，“变”即时代在变，“转”即商业转型。为了适应这个大环境的发展，飞利浦将半导体业务和汽车照明分拆出去，欧司朗从西门子分拆出去，以求快速应对市场变化。



王冬雷表示，“移动互联本身对业界，首先是对营销渠道的冲击，品牌的冲击。其次是对企业后台的冲击。前面的 O2O、O2M，都是供应链、制造体系、IT 体系，这些是台下的东西，雷士的未来可能要花更多的时间去夯实这个基础。而根据雷士目前的整体状况，应该选择一条 O2M 这样一个全渠道营销的模式来重新规划和打造它整个营销体系。”

渠道、产品、技术、生产规模，可以说是每个企业都想具备的黄金四要素，四条腿奔跑的豹子当然会冲的很快，但是往往由于各种因素的影响，企业在发展过程中有偏重和放缓。规模、技术与产品价格往往是成反比而生，尤其是在 LED 行业，价格战一直像一只打不死的“小强”。所以有一定实业基

础的企业，为了快速提高竞争力，往往会先选择在技术和规模上进行投资。

“虽然目前我们也在扩产之中，但是没有迅速扩充产能。在半导体照明产业中，规模是优势，但更重要的还应该是技术优势，所以我们将聚焦在核心技术的开发上，我们会保持整体的技术领先。”王冬雷表示，“我们会投资于人才，投资于科技，投资于创新，当然我们要有一个基础规模，随着这个规模的扩大，它的边际效益、成本效益趋缓，而投资科技、品质带来的边际效应更大。产业链和商业模型的打造可能是我们下一步的投资方向。”

文 / 孙亚青

LED 灯丝灯 这是要火的节奏？

提要：虽说 LED 灯丝灯仿照白炽灯，但光感依然没办法做到跟白炽灯完全一致，散热也是一个问题。颜磊表示，源磊是封装厂，目前只销售灯丝，不销售 LED 灯丝灯成品，即使有意做成品也应该会并购下游企业，做资源整合。

在上一周《微观光亚展：五大产品趋势及中外企业差异》一文里，记者提到了在光源领域，复古型的 LED 灯丝灯成为了行业的“新风潮”，不管是香港春季灯饰展、德国法兰克福展等国际性展会，还是古镇春季灯博会、广州光亚展等内地展会，都能看到 LED 灯丝灯的身影。

在本届光亚展上，LED 灯丝灯更是成为了诸多参展企业的卖点，如佛山照明、银雨照明、三雄·极光、东山照明、深圳源磊科技、佑昌照明、上海亚浦耳照明、浙江美科电器、J&C 等。不得不说，LED 灯丝灯这把“火”烧得很旺。

灯丝灯前情 去年中国市场无法接受灯丝灯

今年 360 度发光的 LED 灯丝灯开始在世界范围内走红，但实际上，早在 2008 年 LED 灯丝灯就出现了，起源于日本。当时日本牛尾光源推出的由 LED 灯珠构成灯丝的仿传统白炽灯，并且实现量产化，引起业内极大关注。而 LED 灯丝灯直到去年才在中国出现。

LED 灯丝灯究竟是个什么东西？从外形看，LED 灯丝灯就是用 LED 制作的白炽灯，仿照白炽灯的形态制造而成，可直接替代白炽灯。但对于中国人来说，这个产品实在创新，以至于当时的中国市场还无法接受。实际上，在去年光亚展，封装厂深圳源磊科技就首次展示了 LED 灯丝灯，只是当时大家对

这个产品还不认可，甚至还不确定是不是 LED 产品。而 LED 灯丝灯今年开始走红，源磊科技销售经理颜磊告诉记者，LED 灯丝灯是源磊科技今年推广的主要产品之一，他们在光亚展的展位上只展出了 LED 灯丝灯。

再从技术上来讲，以往插件 LED、贴片 LED、COB、集成大功率等 LED 灯珠要达到一定的光照度和光照面积，需加装透镜之类的光学器件，一方面影响光照效果，另一方面会降低 LED 应有的节能功效。而 LED 灯丝采用微孔金属基板单面固晶焊线技术，可以实现 360°全角度发光，大角度发光且不需加透镜，就可实现立体光源。但目前 LED 灯丝灯的技术还不成熟，存在缺陷，生产良率也非常低。

白炽灯退市成为灯丝灯出现契机

白炽灯退市，促进白炽灯、节能灯厂家向 LED 照明转型的速度。颜磊认为，灯丝灯的出现，让没落的传统照明厂家重新焕发了生机，他们进行了华丽的转身。灯丝的出现，对行业产生了积极的推动作用。

白炽灯退市后，行业一直在找可以直接替代白炽灯的节能产品，这种情怀在欧美国家特别明显。因为白炽灯在欧美发达国家更早退市，欧美消费者对可直接替代白炽灯的节能产品的需求更迫切，所以中国企业接到的 LED 灯丝灯订单大多来自欧美国



家。

而白炽灯的退市，对LED照明行业来说固然是利好消息，但也让传统白炽灯厂家感到茫然：白炽灯快不能生产了，以后靠什么吃饭？是转型LED照明还是关门大吉，抑或是转行去？

对于传统白炽灯厂家来说，转型LED其实很痛苦：传统白炽灯的设备怎么处理？转型LED照明应该生产什么产品？转型LED照明后有优势吗？……这些问题都让传统白炽灯厂家苦恼。而LED灯丝灯的出现，更像传统白炽灯厂家得一盏明灯，最大的优点是白炽灯生产厂原有的设备在转向生产LED灯丝灯后可以沿用。LED灯丝灯与白炽灯不仅外形相似，生产工艺也大致相同。对于白炽灯厂家来说，唯一需要改变的是利用白炽灯原有的支架设计LED灯丝柱的连接，后端的生产工序也是利用白炽灯透光效率高的特种玻璃和自动吹玻璃球泡生产技术，原有的生产设备可以充分利用，不需要伤筋动骨。

颜磊表示：“源磊科技前年7月份就开始研发LED灯丝灯，灯丝还拥有发明专利，主要供应灯丝给一些从白炽灯、节能灯转型LED的国内外大型企业。目前佛山照明、阳光照明、欧普照明等从传统光源转型LED照明的企业都有涉及LED灯丝灯。”

灯丝灯满足人们的“怀旧”情怀

不得不承认，“怀旧”是世界各国人们都会有的共同情怀。

在今年4月的香港春季灯饰展里，浙江中宙光电主打LED灯丝灯，中宙光电海外销售许海霞告诉记者，中宙光电原来一直以封装为主，去年6月起停掉了原有的LED封装业务，专注于LED灯丝的研发与生产，现在改以灯丝为主，去年开始推出灯丝，现在在欧洲市场的销售量最多，特别是意大利、丹麦、瑞士等国。

而人们的“怀旧”还体现在光亚展展出LED灯丝灯的企业上，除了银雨照明、深圳源磊科技等几家企业有展示白光外，其余企业大多都是展出黄光LED灯丝灯，当记者路过这些展位时，发现国内外专业观众都十分关注灯丝灯。

灯丝灯现状 去年欲拒还迎 今年欲迎还拒

去年中国市场还难以接受LED灯丝灯，但当看到这个产品时，很多照明厂家和观众都会很好奇地去“围观”，简直是欲拒还迎。在今年光亚展之前，中国内地的照明展会还鲜见LED灯丝灯的身影，但在今年光亚展，不管是佛山照明、银雨照明、三雄·极

光、东山照明、深圳源磊科技等大型照明企业，还是小企业都有展示，对于业内人士来时，他们还是抱着保留的态度，可谓欲迎还拒。

在业内，LED灯丝灯也获得了一定的认可，比如，深圳源磊科技的LED灯丝灯就获得了光亚的“优秀产品奖”。

在走访中，记者发现，就外观看来，以LED灯丝为光源的基本上都是蜡烛泡和球泡灯，表面看来大同小异。不过，记者也发现银雨照明的灯丝灯有点特别，比其他厂家的灯丝更宽大，不是一条，而是一片，为LED灯片灯（与LED灯丝灯原理相同，基板直径较宽，价格更便宜）。

东山照明也看中了LED灯丝灯的市场。东山照明总经理徐志伟告诉记者有两方面原因：一方面，客户有需求，在光源类产品里，客户还是希望跟传统光源相类似，他们用了几十年的白炽灯，对白炽灯的照明效果有认同感，而灯丝灯的发光效果跟白炽灯非常相像；另一方面，有一定的技术高度，在自主研发的过程中，东山照明发现用玻璃基板的灯丝灯效果非常好，散热很好。

生产良率低 技术还不成熟

颜磊告诉记者，灯丝灯的成本构架并不高，但目前蓝宝石基板的灯丝的生产良率还比较低，大概为9成，因而造成灯丝灯的整体制造成本较高。虽然今年LED灯丝灯炒得火热，但其实具有一定的技术壁垒，生产良率非常低，他认为灯丝的技术壁垒主要有三方面：①原料的选择，如芯片要有专利保护，目前源磊主要采用台湾晶元的芯片，还有荧光粉采用美国Intematix和日本三菱的，光源在专利上进行了规避；②工艺的差距使得终端用户存在品质隐患；③专利的问题，未来灯丝灯在全球的专利战可以预见，如何获得市场份额很关键。

此外，虽说LED灯丝灯仿照白炽灯，但光感依然没办法做到跟白炽灯完全一致，散热也是一个问题。

除了封装厂有技术壁垒，下游应用厂家也有壁垒。虽说今年光亚展展示灯丝灯的企业很多，但他们不一定具备实力。应用厂家也面临门槛，管理团队和技术团队要足够强大：①有生产白炽灯的经验，目前有生产白炽灯的生产线和技术人才；②管理团队一定要好，否则出现问题也没办法改善，要知道一种新产品投入市场前一定会做市场调研。

颜磊认为，不管是封装还是应用，能够把LED



灯丝灯做好的企业没有几家，能做好配套的成品企业也不多，未来能做好传统渠道的企业将保持优势。所以，源磊就看中了佛山照明、阳光照明、欧普照明、欧司朗等企业的配套，他们有足够的技术实力和渠道优势。但也不排除以前做白炽灯的小企业也能融合进来，他们可以提供定制化、个性化的产品。

实现量产企业少 国内企业抢食灯丝市场

在光亚展上展示 LED 灯丝灯的企业大部分都是应用企业，灯丝都是购买回来的，生产灯丝的封装企业比较少。目前能够量产灯丝的封装厂还不多，应用厂家难以找到合适的灯丝供应商，特别是小型成品厂家。J&C 工作人员表示，今年三月份能够实现量产的供应商很少，供应商直到近一两个月才实现量产。

在封装领域，源磊科技和中宙光电的灯丝表现最为出色。颜磊表示，目前国内生产灯丝的封装厂可能源磊科技的出货量最大。源磊科技每天的出货量为 30 万到 40 万根之间，每个月上千万根。从光亚展看来，中国照明企业对灯丝很感兴趣，希望 6 月份过后，每天的出货量能突破 100 万。据记者了解，目前中宙光电的 LED 灯丝月产能也达到了 600 万根，而且是按订单生产，深圳斯迈得光电每个月的出货量也有 2kk 左右。如今鸿利光电等上市企业也涉足 LED 灯丝市场，为传统照明厂商供应灯丝产品。

那么，源磊科技和中宙光电的产能这么大，其他封装厂也陆续跟上，为什么还是有应用企业表示拿不到货呢？实际上，这是有原因的：一方面，LED 灯丝灯是新产品，封装厂产能跟不上，即使有也是优先提供给国内外照明巨头；另一方面，就是应用企业本身的问题，规模小，信用得不到保障，对价格也更敏感。尽管源磊科技和中宙光电已经实现量产，但上述两家封装厂都采用蓝宝石基底，不符合小企业便宜的玻璃基板的需求。

而在应用领域，目前能够实现量产的厂家还很少，能把 LED 灯丝灯成品做大的当属亚浦耳照明，其他应用厂一般规模不大，灯丝供应有问题，所以产能也不大。

今年光亚展，亚浦耳照明的展位主题就是灯丝灯，还在展位上标明其为 LED 灯丝灯产品全国目前唯一量产厂商。据了解，亚浦耳从 2012 年开始有了做 LED 灯丝灯的构想。后来与中宙光电合作，由中宙光电提供灯丝，亚浦耳负责制成灯丝灯成品，在

同年 6 月，LED 灯丝灯研发成功。2013 年 3 月亚浦耳将产品进行优化并在四川广汉建立第一条生产线，2014 年 2 月在上海建立第二个生产基地。如今亚浦耳的灯丝灯产能已达到 400 万只/月，今年目标为 1000 万只/月。

产品同质化 适用于高档场所和花灯

灯丝灯的整体造价较高，主要应用在水晶灯、吊扇灯等花灯产品上，因此主要在五星级商务酒店、高档豪华住宅等室内照明场所使用。受访厂家也表示，灯丝灯的销售渠道目前主要在高端流通市场和海外市场。

在光亚展走访了十多家展示 LED 灯丝灯的厂家，记者发现这些厂家的灯丝灯大同小异，有特色的没几家，设计还停留在球泡灯、蜡烛泡的阶段，但也得归咎于这个产品还比较新，在封装和应用领域上敢于创新的厂家还没出现。

应用：大企业视为点缀 小企业当做噱头

实际上，并非所有展示 LED 灯丝灯的企业都发力 LED 灯丝灯市场，像佛山照明、银雨照明、三雄极光、东山照明等企业在下游实力强劲，产品战略更趋向于“大而全”，并不会把宝押在一个产品上，因而 LED 灯丝灯仅占一个小角落，并不是主打，反而更像是“不落人后”的证明。记者发现，其余几家高调展出 LED 灯丝灯的企业规模都较小，都为外销型企业，展位上的资料都是英文。

在应用领域，在光亚展上主推 LED 灯丝灯的厂家一般规模不大，产品品类相对较少，参加展会缺乏与众不同的亮点，虽然产品不一定是他们生产的，但也成为了他们参展的噱头。

价格较高 更适合外销市场

很多高调展出 LED 灯丝灯的企业基本上都主打外销市场，恰好，LED 灯丝灯面对的也是外销市场。就封装厂而言，主要针对在外销市场上拥有一定的市场份额的应用企业；就应用厂而言，理所当然针对的是外销市场，如亚浦耳 LED 灯丝灯内外销的比例为 1:9，外销集中于北美、欧洲、南美等地。

目前，主要是欧洲、美洲、南非、东南亚、中东的客户对 LED 灯丝灯感兴趣，他们特别喜欢它跟白炽灯一样的外形和色温。“LED 灯丝灯主要针对外销市场，欧洲的客户偏好于白炽灯泡的造型及其营造的氛围，LED 灯丝灯刚好能迎合他们复古和节能的需求。”颜磊如是说。而国内市场对价格比较敏感，对灯丝灯了解不多，国内消费者对 LED 灯丝灯一般



接受度不高。

受成本和价格的限制，源磊科技目前还没有尝试把 LED 灯丝灯销往国内市场，4W 灯丝灯为 4.5 美元，2W 灯丝灯为 2.5 美元。但 LED 已经没有暴利，封装厂的产品能有 3%—5% 的利润就已经不错，现在就想把生产良率提高 2%，提高至 95%—97%。

当记者提到生产良率提高其实就是提高利润时，颜磊就笑称：“利润高一点，客户对价格的要求就更高了，成本的改善永远赶不上客户对价格的敏感度。这个产品之所以这么火，是因为它很新颖，当他们接受想买的时候，就关注价格了”。

徐志伟则认为，LED 灯丝灯的成本和价格未来应该会更有竞争力，散热的部分减少了，比如铝的用量减少了，目前 3W 灯丝灯大概为 20 元人民币，当然这是指相对有品牌和质量保证的企业。

当记者指出东山照明推出 LED 灯丝灯，反映了东山照明欲打开大流通渠道的意图时，徐志伟承认道：“东山照明想通过产品推渠道，希望有一个产品把零售渠道打开，LED 灯丝灯这款产品我们针对是高端流通市场和海外市场”。

此外，如果要做外销，专利的问题要规避，各国的认证也要解决。颜磊认为，LED 灯丝灯处于成长阶段，要进攻外销市场就要涉及专利和认证问题，目前在灯丝方面拥有发明专利的中国企业屈指可数。

蓝宝石基板贵 玻璃基板有效降价

LED 灯丝没有采用铝基板，而是采用硅、玻璃、蓝宝石作为基底，按材质分为金属基板、透明陶瓷基板、蓝宝石基板、玻璃基板，目前 LED 灯丝的成本较低、生产良率最高的当属金属基板，但金属基板不透明，光效不高，很难达到 100lm/w，而且灯丝双面色温不一致，整体而言并不理想。

中宙光电海外销售许海霞曾告诉记者，中宙光电主要使用蓝宝石基板，光效高，为 120 lm/W—130lm/W，寿命长达 2 万 5 千小时，散热也不成问题，经测试整个灯丝灯温度在 40℃ 左右，不会烫手。但蓝宝石基板目前的生产良率比较低，约 90%—95%，价格也偏高，目前大概为 3 元/根。许海霞表示，如果灯丝订货量少，如 2K，会比较贵，但如果订货量为几万、几十万，灯丝价格就有优势了。

不过光亚展一家展示 LED 灯丝灯的应用企业工作人员就告诉记者，蓝宝石基板做的灯丝灯太贵，卖不出去。可见，蓝宝石基板的灯丝灯目前针对的

还是高端市场。

据记者调查，目前大多数都是玻璃基板做的灯丝，因为价格比较便宜，生产良率也比较高，可通过大量生产和采购降低成本。亚浦耳照明也致力于通过研发玻璃基板的 LED 灯丝降低灯丝灯的价格，据了解，亚浦耳照明研发的玻璃基板灯丝生产良率控制在 98.5%，通过规模生产，价格预计可实现 1.5 元/根。

灯丝灯未来 灯丝灯是未来趋势？

LED 灯丝灯的出现，就像一场暴风雨袭击照明行业。因此业内出现了一种质疑的声音：LED 灯丝灯是一股“虚火”还是一场光源革命？

徐志伟认为，LED 灯丝灯不是一股“虚火”，而是“真金不怕红炉火”，是未来 LED 的发展趋势。LED 光源使用贴片、COB 是可以的，但这种实现是迫不得已的选择，因为当时的芯片技术、封装技术和散热达不到要求，必须要贴片和 COB 来保证散热和寿命，而目前技术完全可以达到要求。加之，光效和节能效果都非常好，所以相信 LED 灯丝灯是一种趋势。

记者也预测，在看到光亚展上有这么多 LED 企业敢于生产 LED 灯丝灯后，接下来，转型的白炽灯厂以及生产 LED 灯丝灯的封装厂、应用厂将会更多，并如雨后春笋般涌现。随着 LED 灯丝制造技术、LED 灯丝应用技术、玻璃泡封泡充气技术、无频闪电源技术等研究的深入和配套的完善，除了原来的白炽灯厂借机转型升级外，将会有更多的 LED 灯具厂分一杯羹，把 LED 灯丝灯市场越做越大。

技术和应用范围尚待突破

目前，灯丝灯在封装上以灯丝、灯片的形态出现，在应用领域上还难以创新，甚至推出 LED 灯片灯的厂家还很少，就光亚展看来，记者只发现银雨照明和亚浦耳照明有推出 LED 灯片灯。

未来，在一定的时间内，LED 灯丝灯在技术上将往高流明、大功率的方向发展，在市场上替代已退市的白炽灯市场，黄光比白光将获得更大的市场。今年，60W 及以上的白炽灯将在世界范围内退市，其中：今年 10 月 1 日中国 60W 及以上的白炽灯退市；在美国，40W、65W、75W、100W 的白炽灯已于今年 1 月退市；而欧盟各国、澳大利亚、加拿大、日本等国，早在 2012 年就全面禁止使用白炽灯。

目前，4W LED 灯丝灯可代替 40W 白炽灯，LED 灯具厂主要研发和量产可替代 15W、40W、65W、

75W、100W等白炽灯的产品，但一般以2W—4WLED灯丝灯居多，替代75W、100W等白炽灯的产品，厂家还在实现量产的过程中。

未来，将有更多的封装厂和应用厂强强联合，可能还会出现封装厂并购下游LED企业或白炽灯

厂。颜磊表示，源磊是封装厂，目前只销售灯丝，不销售LED灯丝灯成品，即使有意做成品也应该会并购下游企业，做资源整合。

(来源：世界LED网/2014-06-24)

相关链接：牛尾光源“LED灯丝灯泡”实物亮相

牛尾光源于2008年12月开始供应样品、将LED摆成白炽灯灯丝状的灯泡型LED“LED灯丝灯泡”已经问世。此次，《日经电子》采访了该产品的详细情况以及该公司的投产计划。

LED芯片采用蓝色LED，与自主搭配的荧光体组合，可获得色温2500K的光。透明玻璃罩内装有3个LED芯片，LED芯片上面有6个涂有荧光体的细长部件呈字母“N”相连的锯齿形，从而实现了灯丝形状(图1)。因此，每个灯泡共使用了18个LED芯片。

在极近距离内观察亮灯状态时，可以看到LED芯片的位置(图2)。但“实际使用时将安装在天花板上吊下的灯具上。在这种距离内，人的肉眼感觉好像整个线状部件都在发光”(牛尾光源)。现在是样品供货，因此将部件组装成灯丝状的工序大多

是手工作业。

光学特性值方面，全光束为18lm，低于5W装饰用白炽灯的25lm。但是“给人留下印象的‘第一眼亮度’却相当于10W的装饰用白炽灯”(该公司)。记者实际观察亮灯状态时的印象也是比5W白炽灯亮，感觉接近10W的白炽灯。此外，牛尾光源还指出LED灯丝灯泡具有比装饰灯泡发热少的优点(图3)。另外，额定寿命为2万小时。在LED照明大多号称寿命高达4万小时的情况下，这一数值显得有些小，不过原因在于现在是样品供货阶段。牛尾光源表示，这是保守数字。

一般而言，LED照明的优点是LED照射的光具有指向性。而LED灯丝灯泡是为实现在以前的LED照明光源中从未见过的全方位发光而开发的(图4)。关于投产目标，该公司表示：“我们的特点是多品种



图1：牛尾光源“LED灯丝灯泡”的发光部分。



图2：在极近距离内观察亮灯状态时，可看到LED芯片的位置



图3：用手拿着发光的LED灯丝灯泡，一点都感觉不到热



图4 LED灯丝灯泡(左)与10W的装饰用白炽灯(右)



少量生产。这样能够在LED照明行业领先厂商尚未涉足、尚未尝试使用LED的冷门领域发挥优势”(该公司)。

此次产品已从2年前开始开发。在2007年牛尾光源的内部展会上已展出了此次产品的上代试制品,但最终定位于实验阶段。而此次的产品除面向现有灯具的替换用途外,“还与灯具厂商和照明设计师合作,准备开拓充分发挥优势的新型照明器具等用途”(该公司)。另外,今后计划开发更亮的灯具。

至于提高亮度,将通过提高效率来提高亮度,而不是通过增加所配备的LED来实现。

如上次报道所述,此次产品将于下年度(2009年4月以后)以年销量10万个进行销售。另外该公司将在2009年3月3~6日于东京有明国际会展中心举行的“Lighting Fair 2009(第9届国际照明综合展)”上展出LED灯丝灯泡。

(来源:日经BP社 时间:2009-01-19)

原始创新不多 专利诉讼增多 发展凸现短板

LED照明企业如何用好“专利”?

回首2014年,LED行业众多专利热点事件仍然让我们记忆犹新:亿光VS日亚化、宏齐VS科锐、道康宁VS北京康美特、GE照明VS CRS、飞利浦VS Schröder.....一系列接踵而至的LED专利诉讼,不仅使国内LED企业在“硝烟”中成长,也使中国LED照明市场在“战争”中壮大,2015年,在全球专利大鳄进攻之下,我国LED照明企业如何在LED竞争中制胜呢?

知识产权案件数量或将持续增长

2014年11月6日,我国首个知识产权法庭在北京揭牌。截至12月5日,该院共受理案件221件,其中一审案件219件,二审案件2件。一审案件中,知产行政类案件138件,均为专利、商标授权确权行政案件,其中专利行政案件52件,商标行政案件86件;知产民事类案件81件,其中侵犯专利权案件45件、计算机软件案件4件、技术秘密案件1件,涉及驰名商标案件1件。目前,上述案件已陆续进入实体审理程序。

LED技术发明专利是短板

我国的LED专利申请数量也在快速增长,申请数量已超过8万件,年增长率超过30%,高于全球平均水平,技术领域集中在封装及应用(约占88%)。单纯从数量上来看,貌似差距不大,但进一步剖析,却再也Hold不住了。相关研究机构的LED专利数据指出:在我国知识产权局申请的LED专利数量排在前10位的申请人依次为富士康集团、飞利浦、夏普、欧司朗、LG、三星、海洋王、友达光电、松下和荣创能源,其中只有海洋王一家中国大陆企业(排名第

7),其申请量仅占前10名总和的5%;国内申请LED专利的总授权率约为54.8%,发明专利授权率23.3%(国外为41.2%);授权专利中发明约占22%,PCT发明不足6%;即使我国有一定优势的应用领域专利中,约占80%的实用新型专利,PCT专利仅占3%.....我国LED企业的原始创新着实不多。

截止目前,我国在LED技术方面拥有的专利数量排在世界前5位,但是发明专利少,实用新型和外观设计比例高,在蓝光、白光、MOCVD等关键技术核心专利缺乏,这直接导致了中国企业的竞争力和议价能力的不足。部分涉及底层的核心LED专利申请主要来自于科研院所,LED企业的大量申请主要在封装和应用领域。作为市场的主体,企业自主专利较少,产学研合作松散,整体上专利转化效果低,且降低了企业运用专利进行风险抵御的能力。

知识产权凸显LED创新技术价值

据世界知识产权组织2014年12月16日发布的报告显示,2013年全世界创新者共提交了约257万件专利申请,比2012年增长了9%。2013年,中国的专利申请数量增长26.4%,居全球第一。该报告评论称,全球专利年申请量2013年继续延续强劲的增长势头,并以中国两位数增长为支撑。

知识产权日益凸显LED创新技术价值。近两年,日亚化学JP4530094专利遭日本特许厅审决无效、亿光胜诉一事;紧接着LED封装厂宏齐发表声明指出,已于美国时间12月5日在美国北加州联邦地方法院控告LED大厂科锐(Cree)及其关系企业--香港科锐与上海科锐光电侵害宏齐旗下美国LED专利;道康宁公司指控,北京康美特利用道康宁的专利有机硅技术

生产产品并以北京康美特品牌进行销售。这一系列的事件都表明专利拥有自己的专利组合，LED 企业面临竞争时能够显得更加从容，面对收购时也更有筹码提高交易价格。

专利成为企业防御和进攻的必备武器，2015 年 LED 照明企业在专利维护与管理中更多的执行，然而中国还有大量的 LED 照明企业，存在成立时间短，专利储备不够的问题。如何让大中小 LED 灯饰企业化解风险，不倒在专利纠纷的脚下，是一个亟须面对和解决的问题。

将 LED 专利权战略视为安身立命之本

晶能光电 CTO 赵汉民表示，“国内很多 LED 公司欠缺一些基础专利，比如 PSS 衬底、ITO、外延、荧光粉，甚至硅胶。虽然国内很多公司已经发展到了相当大的程度，但是在知识产权方面比国外的公司还是存在差距。”他进一步补充，“相比国内企基础专利技术的欠缺，硅衬底 LED 技术方面则要乐观得多，在外延和芯片环节具有核心关键布局。目前，国内硅衬底 LED 技术方面的专利已达到 230 多项，硅衬底 LED 产品销售远至韩国、美国和欧盟等国家。”

具体说来，在权利形成阶段，注意分清权属，

牢固树立保密意识，保护好 LED 技术成果发明的创新性、新颖性。可通过合同完成与研发人员在发明人、专利权上的约定，规范管理，谨慎开具相关证明，要求员工严守商业机密，防止被不当转移或抢先注册。在保护阶段，LED 企业要加强监控，持续跟进，熟练掌握各技术成果、研发专利进展状况，防止侵权发生。另外，也应自觉避免侵犯他人利益，比如，在 LED 工程项目开局时进行全面调研，避免重复研究，同时减少资源浪费。牢固树立证据留存意识，建议采用书面合同明确权利义务关系，这样，一旦纠纷发生，有助于法官了解事实，减少不利局面带来的损耗。

当互联网思维撞上专利墙，摆在中国多数中小 LED 企业的面前却是专利短板。一番血雨腥风之后，国际大厂之间已经通过专利交叉许可结盟，对外垄断，面对已经被“养肥”的国内企业，他们高高举起的专利大棒何时落下？如果没有研发投入保障持续的创新力，一个公司的倒下速度将比它崛起的速度更快。虽然各个公司、各个国家表面上拼的是专利，但是，专利背后代表的产品创新才是其真正的核心竞争力，唯有以 LED 专利技术为核心，纵然 LED 市场渠道千变万化，LED 企业仍然能够平稳的发展！

(来源：消费日报照明专刊 作者：石 级)

技术园地

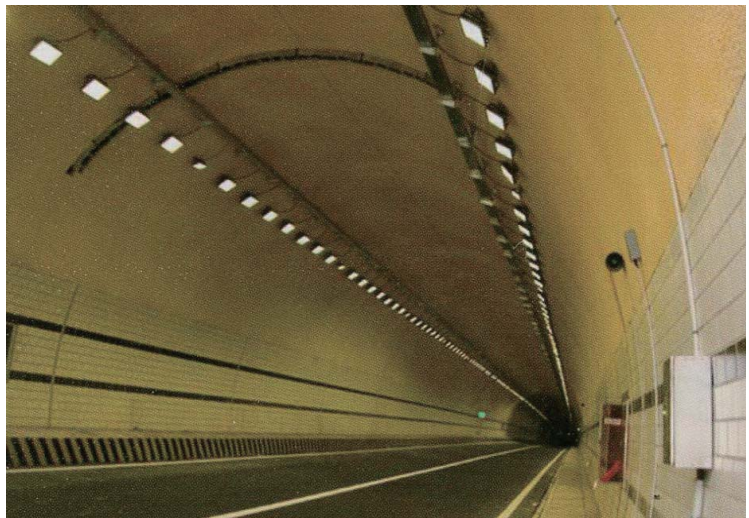
LED 隧道照明要求及市场前景分析

目前的隧道照明光源主要有高压钠灯、荧光灯、金卤灯等。其中，高压钠灯光效高、紫外辐射少、可在任意位置点燃、耐震、寿命长，在隧道照明特别是山地等城市外的隧道中大量使用，而荧光灯、金卤灯等近年来在城市隧道照明中也已经获得大量应用。LED 是近几年发展很快的光源，其光效等性能指标快速提高而价格快速下降，因而在显示、景观照明等成功应用的同时，在道路照明等定向照明中也开始逐步获得应用。

LED 整体光效优势明显

LED 隧道灯的整体效率除与采用的 LED 的光效相关外，还与 3 个因素有关：1、二次光学设计达到的光能利用率；2、良好散热以保证 LED 输出光通量维持性能；3、LED 驱动电路的效率。以上几个部分的效率相乘就是 LED 隧道灯的整体光效。

通过对 LED 发光机理的研究，可以推算出 LED 的辐射光谱效率可达 350lm/W，由于 LED 发光机理



上是冷光源，且辐射中光谱全在可见光范围内，因而实际效率有望更接近理论值。即使考虑到工艺上的局限，实际 LED 光效如果达到理论值的一半也很可观。光效的提高意味着对能量利用效率的提高，



当LED的生产工艺发展成熟之后,在和传统隧道照明光源的比较中,LED的节能优势将得以凸显。

其次,与传统光源相比,LED体积小,在许多应用场合甚至可以将其当作点光源来处理,这就给灯具的光学设计带来很大的灵活性。同时,传统光源灯具中由于光源尺寸较大而存在的光源遮挡与吸收作用在LED灯具中也不存在了。

最后,LED只向半空间发出光线,这意味着不加任何形式的反射器,光源发出的光线也能全部射向受照面方向,这一特点决定了LED灯具有望实现90%以上的灯具效率,同时通过合理的光学设计能达到很高的光通利用率。

以上是LED用于隧道照明在整体光效方面可能的优势,但如何将其优势转化为实际的可应用产品,尚需解决许多技术问题。LED是与高压钠灯等传统光源有很大差别的光源,用于隧道照明不能简单地用LED取代现有的光源,也不能简单地点亮LED即用于隧道照明。如何整合LED隧道灯具的各个部件以达到对光源光通量的最大利用率,进而最大限度地实现照明节能是我们面临的挑战。

隧道照明灯具的寿命

隧道照明由于是24小时点灯,一年即8760小时,连续点灯4年约3.5万小时。由于隧道内灯具的更换非常麻烦,因此,对隧道灯具的寿命要求很高。

灯具中影响寿命的主要因素是光源与镇流器(LED为驱动器),灯具及玻璃等寿命很长。传统光源

包括荧光灯、金卤灯、高压钠灯,都是灯的寿命比镇流器短,因而往往采用更换灯管(灯泡)的方法延长整个灯具的整体寿命。LED灯具中,LED器件的理论寿命很长,其推论寿命超过3万小时,因此,LED驱动器的寿命成为了影响整体寿命的瓶颈。

传统光源中,无极荧光灯作为荧光灯的一个变种,寿命很长,一般认为可达5万小时以上,但其点灯为高频交流信号,相应的镇流器技术较为复杂,因而其寿命是主要瓶颈。

LED隧道灯的市场应用情况

从LED市场发展的轨迹和生产技术的不断进步来看,目前制约LED作为照明光源推广的价格过高等问题将逐步得到解决,LED在各种照明中的应用必将逐步普及和深入。按照业内分析,LED的价格下降趋势是每24个月下降一半。因此,随着LED价格的快速下降,与传统光源相比,LED的优点所造就的灯具效率高、使用方便、环保性好、寿命长等特点将更加突出,特别是在定向照明包括隧道照明等领域将迅速得到推广。

目前LED还大多应用在山岭公路隧道。应用效果各不相同,应用中尚有诸多问题,如光衰大、结温高、灯具结构不尽合理、照明均匀性差、驱动电源寿命、质量参差不齐等,因此在设计隧道LED照明应用时需要加强系统研究,逐渐形成技术标准,以确保LED在隧道工程中应用的可行性。

(来源:中国道路照明网)

光源知识

LED灯选购诀窍分享—7大秘诀需掌握

消费者在购买LED照明灯具的时候,有必要了解一些LED照明产品的常用参数,比如:亮度、波长、色温等。

1、亮度

LED灯亮度包括:

亮度L:发光体在特定方向单位立体角单位面积内的光通量。单位:坎德拉每平方米(cd/m²)。

光通量φ:发光体每秒钟所发出的光量的总和。单位:流明(Lm),表示发光体发光的多少,发光愈多流明数愈大。

则:流明数越大,光通量越多,灯的亮度越高。

2、波长

波长一致的LED,颜色一致。没有LED分光分色仪的生产商很难生产色彩纯正的产品。

3、色温

色温是标识灯光颜色的计量单位,用K值表示。黄光就是“3300k以下”,白光就是“5300k以上”,还有种中间色“3300k-5300k”。顾客可按个人喜好、应用环境及需营造的灯光效果和气氛挑选合适色温的光源。

4、漏电电流

LED是单向导电的发光体,如果有反向电流,则称为漏电,漏电电流大的LED,寿命短。

5、抗静电能力

抗静电能力强的LED,寿命长,因而价格高。通常抗静电大于700V的LED才能用于LED灯饰(灯饰装修效果图)。

6、寿命



不同品质的关键是寿命，寿命由光衰决定。光衰小、寿命长。

7、设计

每一种产品都会有不同的设计，不同的设计适用

于不同的用途，LED 灯饰的可靠性设计方面包含：电气安全、防火安全、适用环境安全、机械安全、健康安全、安全使用时间等因素。

(来源：365 地产家居网)

渠道建设

近些年来，照明行业的外贸市场也有所下滑，于是很多企业工厂将目光投向国内市场，但国内市场订单金额较小，交货期短，对供应链要求很高，同时往往还需要结合品牌推广、渠道开拓团队建设等。除此之外，还要面临剧烈的市场竞争，亏损的企业不在少数。

反观外贸市场，虽然销量有所下滑，但还是比较大的，甚至仍然有很多的工厂全外销。

外贸，虽然毛利相对国内渠道低一些，但订单订货量大金额大，较长的交货期对供应链的要求也不那么高，另外稳定的订货量也可以保证维持正常运营，通过合理化控制各项成本，不至于亏损，因此外贸仍然是不可小视的市场。

以往包括现在，很多照明工厂都是招聘业务人员，通过展会、门市等传统方式，来进行外贸市场开拓。

这样产品从国内工厂出来，一般要经过国内的出口商，先出售给国外的进口商，随后进口商转手给批发商，批发商转手给零售商，最后才能到达国外消费者的手中。

经过层层转手，实际到国外终端用户手中的价格，已经比国内采购价要高出很多很多，这种情况其实非常类似于国内传统经销商渠道。

这种传统模式的弊端是显而易见的：

一方面，过多的层级带来的最直接影响就是利润被层层盘剥，传统外贸环境中，国内的 OEM 厂商往往只能获得 5%-7% 的利润率，一旦遇到类似金融危机的情况，甚至会出现越卖越亏的现象。

另一方面，国内的 OEM 厂商，离国外的用户太远，无法第一时间捕捉获国外一线市场变化趋势与动向，仅仅是按照采购商的要求，做最低附加值的生产工作，没有品牌效益。

那如何解决这两大问题呢？出口渠道肯定不能少，更要做好外贸，最好是能打响自己的品牌，获取较高的品牌溢价。

电商可拓出口渠道

互联网的崛起给外贸带来了新思路。阿里巴巴上市 8 位敲钟人之一美国农场主 Peter Verbrugge (皮特·维尔布鲁格) 通过天猫将车厘子卖到中国。同样，国内的用户也可以访问国外的网页，国内国外可以在网络中“近距离”沟通，互相了解彼此。

国内外商务人士可以通过商务网站初识、沟通、洽谈合作，相比门市、展会等传统模式，这种模式投入费用相对较低，询盘数量较多，采购商比较集中，小工厂也能获得与大企业同等的市场竞争机会。

大大缩短了市场开拓和品牌培育周期，另外展会不是天天有，而外贸电商却是可以天天进行，因此很多照明工厂都采用这种模式进行外贸市场开拓。

众所周知，电子商务的优势在于可量化、可监测，成交转化率可通过管理来提升，投入产出比可控、可计算，外贸电子商务同样也具有这些优点。

只不过，外贸因为跨越国境，涉及的环节更多，手续更加复杂，故而，目前外贸电商的模式主要还是通过独立网站 SEO 搜索优化和国际 B2B 电商交易平台上的网店搜索优化。

虽然外贸面向的是国外的客户，国外客户和国内客户需求也会有所不同，但外贸电商的搜索优化仍然涉及标题、图片和文案三大部分。

通过标题涵盖用户主要搜索的关键词，使排名上升，被客户看到的机会增多；通过精美图片展示产品的几个主要卖点；通过文案做详细的卖点挖掘、客户疑点的解答和关键词的涵盖，从而提高客户下单意向。三者有机结合，达到最大效果。

外贸电商，可以看作是国内电商的一种延伸，和国内电商有很大的相似度，但同时也具有很多的不同，因此外贸电商还有很多需要探索的地方，需要网络营销人才与外贸人才的共同努力。

外贸电商，是照明行业开展外贸的一种理想方式，也正因如此，值得照明人士深入研究。

文/古宝强



跨境电商你不知道的那些事

电商正迎来令人激动的发展机遇，预计2015年的总销售额将实现1.4万亿美元

研究表明，全球电子商务市场正在快速发展，预计2015年的总销售额将实现1.4万亿美元。但国家之间或地区之间的发展都存在着巨大的差异，一些关键性的驱动因素，如有竞争力的价格，共享地理边界或者共享同一种语言，都会促进跨境电商发展，在数字高速公路上，地理边界慢慢被模糊，电商正迎来令人激动的发展机遇。

尼尔森调查表明，美国(45%)是最受欢迎的跨境市场，紧接着是英国(37%)，中国大陆(26%)，中国香港(25%)，加拿大(18%)，澳大利亚(16%)和德国(14%)。

欧洲：最具潜力

欧洲的8.2亿居民中有5.3亿互联网用户，2.59亿在线购物用户。欧洲电子商务协会希望，在2016年底之前，欧洲B2C电子商务市场能够翻倍，达到6250亿欧元；在2015年前，在互联网经济中的比例（目前是3.5%）也实现翻倍。这个期望值是基于互联网经济增速超过目前线下传统经济增速的事实而产生的。

在欧洲，不论是在成熟的还是新兴的欧洲市场里，移动电话渗透率超过了100%，这意味着每个人至少拥有一部以上的手机。平均来说，5.5%的电子商务交易都是通过移动设备进行的，这一数字在将来还会大幅提高。

欧盟电子商务协会副主席 Wijnand Jongen 说，“荷兰和英国已经率先开始布局互联网移动设备应用。在这些国家，70%~80%互联网用户都是线上买家，其他欧洲国家也在努力追赶。欧洲电子商务协会期待着2016年末能够将规模翻倍，销售额达到6250亿欧元，线上买家数量的急速增长给我们很大的信心”。

由于相应的税法和物流因素，在线商户们似乎还是有点不情愿做跨境电子商务。尽管如此，欧洲仍是世界上最有潜力的跨境电子商务地区和最有希望成为增长最快也是最大的跨境电子商务区。

欧洲电子商务市场可以分为北部成熟的市场、南部增长迅速的市场和东部新兴市场。一旦资金和物流体系有所改善，东欧将会有很大改变。仅以俄罗斯来说，该国共有6000万互联网用户、1500万在线购物用户和很高的移动设备渗透率，电子商务发展环境较好。但俄罗斯较低的信用卡渗透率、民众对银行缺少信任以及落后的运送服务等，导致了俄罗斯的电子商务仍停留在现金交易阶段。尽管如此，

俄罗斯的在线零售市场依然有望在2016年达到160亿美元。

想要攻克欧洲市场的商户们，应该调整他们的多渠道策略以适应地区偏好，在这些地区，印刷商品目录或搞“交易周”活动很受欢迎。为了从跨境电子商务获取利润，商户必须理解不同地区之间的差异，包括语言、文化、法律、顾客喜好和支付方式之间的区别。以支付方式为例，荷兰的ideal、比利时的mister cash、法国的cartebleue，都是各自国家很受欢迎的支付方式。

北美：市场最大

全球约37%的跨境在线买家集中在加拿大。美国拥有1.84亿在线购买者，是世界上最大的电子商务市场之一。美国和加拿大在线总销售额达到3895亿元，占到全球的33.1%，在线零售领域，美国是世界上最大的市场。

CyberSource的调研显示，超过半数的美国电子商户都从国外接受订单。他们在考虑到风险、税率和物流等因素的同时，还会阻止其他商户向美国以外的网购用户出售产品和服务。虽然跨境电子商务存在各种挑战，依然挡不住巨大的商机。在跨境运送服务方式中，45%的美国商户会选择标准邮政渠道，信用卡成为美国在线支付的首选。

虽然最活跃的买家大多都在25~45岁之间，但是不需要旅行就能进行购物的舒适性还是会吸引超过55岁以上的人，这部分人群正变得越来越习惯于网购。在线支付是美国3/4网购者的钟爱，但是具有可替代性的移动支付方式正越来越流行。平板电脑也逐渐在全球在线买家中流行起来。北美平板电脑用户占到全球的47%。平均来说，通过智能手机或平板电脑网购的人要比用电脑的人买得更多。

目前，88%的美国网民都在网购，这一数字还在上升。语言是跨境电子商务的有趣动力，因为在线销售一般开始于搜索，顾客会用自己的母语进行搜索，而搜索习惯是由语言驱动的；关键词是找到信息的催化剂，从而引导网购者到达指定的网络商店。美国与英国、澳大利亚、新西兰，以及邻国加拿大都使用英语，消除了电子商务的语言障碍。

西班牙语是美国的第二大语言，亚利桑那州、加利福尼亚州、德克萨斯州、新墨西哥州等地方，有着3700万美国公民说西班牙语。中文和法语也是美国特定地区的语言，他们可以推动美国与相应语言的地区之间开展电子商务。

加拿大的互联网、手机和银行服务的普及率很高，但由于加拿大地广人稀，物流对于加拿大偏远郊区来说是一个挑战。幸运的是，80%的加拿大人都生活在离美国边境不出60英里的地方，也就是加拿大的三个主要城市。加拿大也是美国跨境电子商务的重要市场之一，因为运送时间可以执行得非常准确，税率也比美国要更加优惠。

60%的加拿大人从美国网购，其中38%的加拿大人生活在安大略省。这里相对较低的物流费和相对较低的汇率，使加拿大居民的网购热情持续有增无减。

加拿大信用卡的渗透率也非常高，81%的在线支付都是信用卡支付，紧随其后的是使用 PayPal (42%)。这些因素都促进了跨境金融的发展。

亚洲：客户忠诚度高

亚洲各地区之间有着极强的联系。排名前三的跨境电子商务地区分别是：中国香港(96%)，中国大陆(90%)，日本(71%)。在亚洲在线销售表中，日本和韩国独树一帜，他们有80%的人活跃在网上，大部分人都会网购。韩国拥有4G网络服务于电子商务市场，连接速度位列世界前茅。

一个固定的社交媒体策略对于成功的电子商务是十分重要的，当社交网络的同类人对一个东西的评价很高时，会影响消费者的购买决定。消费者的信任和品牌也是决定性因素之一，这也就是为什么亚洲客户忠诚度特别高的原因。

印度互联网渗透率正在急速上升，电子商务机会巨大。随着3G和4G技术的应用，印度政府计划在2014年为每个村庄都铺设高速宽带。如果采取正确的措施，并且公司都能认真选取商业策略模式，那么交易额有望在2024年达到2600亿美元。

马来西亚也是未来电子商务发展的潜力股，超过半数的人口都上网，并且银行客户比例很高。

早在全球普及前，日本和韩国的消费者就已经使用如QRC（密码）或者NFC（近距离通讯技术）等创新的支付方式。

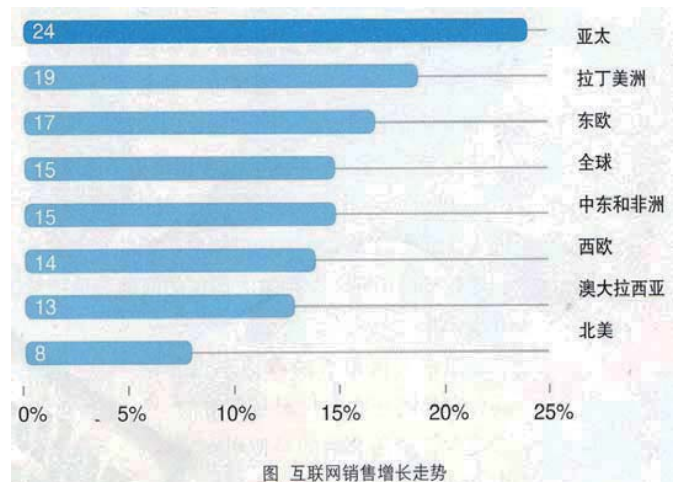
NFC这种支付方式已存在10年左右，同时，移动支付在电子商务中的份额也达到了20%。半数的日本电子买家会用智能手机和平板电脑在线购物。旅行支付收入达到16亿美元，化妆品、衣服、小商品的零售增长了125%。

拉丁美洲：机遇与挑战并存

到2015年，拉丁美洲地区跨境电子商务预计将表现出最高的增长率。在互联网普及率方面，哥伦比亚、阿根廷、委内瑞拉以及乌拉圭表现不俗。这

些数据反映了一个持续增长的拉丁美洲电子商务市场和在这些邻近国家之间的跨境交易机会，这些国家中的大多数都使用西班牙语。尽管这些地区信用卡普及率相对较低，74%的拉丁美洲网民网购时倾向于使用信用卡。

拉丁美洲居民越来越多地购买电子消费品、书籍、美妆和时尚产品，旅游、电子产品和在线门票销售从电子商务中获益匪浅。



2015年，估计有1亿巴西人将通过他们的智能手机访问互联网，这将促进移动商务的增长。由于其规模和地理原因，巴西同中国一样，面临着来自物流和运输方面的挑战。在边远地区，基础设施还没有充分发展，人们在接入互联网时，经常通过手机接入。在消费者下单后，很难找到可靠的物流和交付合作伙伴向这些客户运送货物。虽然大多数网上购物者居住在巴西城区，但居住在贫民窟和农村地区的潜在消费者正在稳步增长。

除了扎实的基础设施和交通设施外，更需要额外的安全措施。巴西政府正对空中运输、装运港口进行投资，并通过补充立法来防止欺诈。尽管巴西商人关注于国内贸易，但对于国外电商来说，这个幅员辽阔、人口最密集的地区之一蕴藏着巨大潜力。

社交媒体在拉丁美洲非常受欢迎，平均每天都有1.15亿人访问社交网络，因此FACEBOOK和TWITTER也是电子商务的驱动力。

由于地理位置和共同的语言及文化，智利、阿根廷、乌拉圭之间的跨境电子商务都非常有潜力。出于同样的原因，哥伦比亚在线买家也会从西班牙语的邻国搜索产品。如果拉丁美洲的政府们准备好去创新和改革，那么，拉丁美洲的电子商务将会登上巅峰。

文 / 张妍 张冬杨



LED企业如何“玩转”微信营销？

“微信营销”无疑是2014年的热门词汇之一，目前各行各业都在关注“微信营销”，并在摸索中前行，照明企业也不例外，抓住一切变革的机遇，敢于尝试，或许，明天会更加美好。

★江苏史福特光电董事长史杰：借力新媒体营造影响力

移动互联网时代，只有抓住机遇的企业才得以生存和发展，时代变化促使照明企业需要改变原来传统照明时期的思维观念和商业模式，充分利用新媒体的传播营销模式。新媒体是无界的、交互式的，受众之间可以相互分享，甚至受众和发布者可以无限转化，信息传播可以说是零成本。

史福特运用新媒体诸如微博、微信、官网等平台，发布产品信息、公司动态、观点评论等信息，策划与受众互动的活动，吸引受众关注并转发分享，在业界引起良好的市场反响。在市场营销方面，史福特除了传统照明企业的营销方式，还努力运用先进的“电商加体验”的营销模式开疆拓土，参与市场的角逐。

即将上线的“E灯快线”平台是照明行业首个垂直电子商务平台，致力于为用户提供质优价廉的品牌工厂直销照明产品及全面的、个性化的照明服务，成为全球照明行业电子商务的领导者，这是中国LED企业在移动互联网时代的生存法则。

★杭州鸿雁电器总裁王米成：玩转微信营销需有“O2O”理念

目前，行业内虽然很多人都在讨论“微信营销”，但能将微信营销做好的企业少之又少。需要言明的是，微信营销是在“O2O”大框架下的一个重要手段，要玩转微信营销，必须要具备“O2O”的营销理念。

很多人把“O2O”定义成一种平台，或者是一种技术、工具，我认为，互联网思维是一种创新的思维，无论在产品端还是营销端，并不是所有产品都适合“O2O”。这个产品必须具有独特性，能引爆线上、线下，足够吸引客户的眼球，点燃消费者的激情。

鸿雁将逐一推进微信营销。目前，微信营销的框架已经搭建完成，重点在微信内容层面，尤其重点打造微信服务号“鸿雁智慧生活”，打通移动互联网，建立社会化客户关系管理系统。我们的第一批粉丝将是经销商和公司员工，接下来会发展设计师、装修公司等，最后会让消费者成为我们的粉丝，这

也是最大的粉丝群体。

从营销层面，我们将完全打破原先的格局，搭建“全民营销”的架构，每一个人都能拥有一个鸿雁的微店，只要在手机上动动手指，进行转发，也许就能直接或间接地当了鸿雁的“营业员”。同时，鸿雁全新打造了一个虚拟的设计平台“鸿花会”，吸引设计师和先锋用户进入，通过微信平台等为消费者提供一系列的照明解决方案。

★国星光电照明事业部总经理徐振锋：微信营销从品牌打造开始

目前，照明行业“微信营销”尚处于起步阶段。首先，照明行业还没有一套适用于微信营销的成熟模式，强行推送各种吸引力不强的广告和产品信息易导致信息量过载，引起受众反感；其次，缺乏与关注受众的互动，营销效果不明显。由于微信营销的付款方式、物流和售后服务等业务承载平台未发展成熟，所以营销风险还是比较大的，一味地将产品买卖活动搬上微信并进行单向推销，很难吸引受众参与。

区别于传统营销，微信营销应先从企业品牌打造开始，充分利用微信“一对一传播”的优势，发布有价值的企业信息来吸引受众的关注和转发；继而与实体店的营销结合，在微信上面发布产品和活动信息，增加活动参与平台，受众可到实体店直接体验和消费。未来，微信营销将更侧重于“交互式”、“分享式”的营销方式，将通过提供特权类的优惠或服务来维护老客户，同时不断发展新客户。

“O2O”模式通过线上行为促成用户线下消费，让参与的消费者享受各种增值服务，可以有效增强微信营销的活力。但无论商业模式和营销模式怎么变化，始终能让企业屹立不倒的是企业品牌和产品品质。

目前，国星光电官方的微信公众平台已经通过认证，主要作为品牌推广的一种方式，通过传递企业发展动态的方式来树立企业对外品牌形象，今后也会加大“交互式”和“分享式”话题的策划，发挥其作为企业自媒体的优势，进一步扩大国星光电的品牌优势，逐步探索出一套适合企业发展的微信营销模式。

★华艺灯饰照明国内营销中心总经理郝锡龙：要专业更要创意



目前, 我们有借助微信营销来进行品牌宣传, 目的是展示华艺的品牌形象、最新动态、产品推广以及与粉丝互动等, 借此传达华艺品牌正面、积极的形象。目前, 华艺已经开通了微信订阅号、微官网等平台, 并定期上传关于品牌动态、产品的图片文字, 定期策划微信活动, 且每月对活动效果、粉丝活跃度等数据进行统计, 使得品牌在微信平台上得到了有效传播。

微信营销目前存在的普遍问题是宣传方式比较单一, 很多企业利用微信仅仅是宣传企业动态和推广企业产品, 因此, 存在图片文字原创性偏弱, 微信活动缺乏创意, 粉丝数量不多、参与度低等现象。这就需要企业在经营“微信营销”时, 多站在用户的角度, 为他们提供有转发价值的内容、尽量符合网络传播特征, 要新奇、好玩、有意思的; 品牌营销软文要尽量‘软’, 少发硬性推广产品的文字; 最根本的还是在内容创意。

我认为, 企业应该紧随时代发展潮流, 投入更多资源进行微信平台的运营维护, 重视对微信营销人才的培训, 提升微信营销的专业性; 从公司内部做起, 将“微信营销”的概念传到内部员工, 再到合作伙伴, 以多种人际关系网络进行微信平台的推广; 另外, 做微信营销就如做产品, 是一个逐步沉淀、循序渐进的过程, 需要站在受众的立场上, 切实提供有价值的信息, 深耕粉丝关系, 提升粉丝粘度, 才能从根本上将品牌和产品深植客户内心。

★广东俊朗松田电器市场总监吴兴强：“培养有效受众”是关键所在

互联网产业变革在加速, 颠覆传统行业的节奏进一步加快。我们需要提升战略高度, 运用最精准的新媒体带动俊朗进行品牌营销。俊朗运用微信来做营销, 不只是推广公司的产品, 而是对公司的品牌、形象和企业文化进行传播。俊朗需要运用微信平台来进行推广, 提升人气、树立企业良好形象、增加销售渠道、提高品牌影响力。未来, 俊朗还将利用微信等互联网平台带给消费者更多的体验和服务。

现阶段, 俊朗用一种较诙谐的方式联动品牌推广, 用幽默的语境带给读者轻松、快乐的阅读享受。俊朗推广的前提是有创新、有创意, 着力点是品牌、促销、产品等信息通过有效的、有趣的方式加以编辑和传播。

微信营销最大的问题在于培养有效受众和持续

创新。微信传播的基础在于受众人群, 有效的受众群能使微信营销的效果达到最大化。然而, 现阶段的微信系统难以形成规模化的受众人群, 而是被动地等待受众的观看和关注, 这对于企业本身和有需求而未关注的消费者来说是“资源的流失”。再者, 微信的本质是交流平台, 当下人们对于信息的需求量比以往有所增加, 所以在微信平台有限的时间和空间中, 怎样给受众带来有价值的信息体验, 而不使受众产生阅读疲劳和排斥, 给微信公众号内容创新上带来了巨大的挑战。就现阶段而言, 俊朗先做好前期的铺垫, 让每一条内容更有价值, 使其精准聚焦。

★广东福田电器市场经理朱松柏：微信营销实为“熟人营销”

福田“点开关”微信公众平台已开通 2 年, 主要应用于品牌宣传、产品介绍、情景展示、营销互动、员工管理、市场推广……从电工行业现状看, 对于国内用户已经超过 8 亿的微信来说, 无疑是电工和照明企业做营销的不二之选。

企业在实施微信营销过程中, 遇到的问题概括为: 第一、企业的整体形象如何能完全在微信平台上得到全面、立体的展示; 第二、电工行业多为传统营销渠道人群, 而微信受众人群年龄多数在 18-35 岁范围内, 多为年轻人、白领阶层、高端商务人士等, 微信营销其实也是“熟人营销”, 更容易形成“病毒式”传播, 所以口碑尤为重要; 第三、对于电工行业来说, 很多方面还不完全具备“O2O”的开展, 福田需要重点着手探讨把用户从线上吸引到线下消费, 把线下的用户吸引到线上互动。

做好微信营销, 未来几年, 福田会从四个方面入手: 一、收集用户资料, 增加在线沟通服务; 二、定制不同阶段的微信营销方案, 灵活利用所有线上、线下推广渠道; 三、促进用户增长, 做好营销内容定位; 四、营销节点融入微信互动, 增强互动效果。

★佛山顺德欧和照明电器、秋田照明事业部市场经理鲍鑫：了解本质方能功效最大化

秋田照明现已开通官微平台, 主要作用就是加强秋田照明品牌的宣传推广, 发布新品上市通知及产品卖点阐述, 下一步秋田将加强官微网及电子商务的建设工作。秋田品牌官微现有固定关注粉丝数千人, 主要针对对象是渠道成员及部分消费者, 目的是品牌宣传推广, 提升客户认同感。

在微信的宣传运用方面, 秋田照明还需进一步



学习，摸索出更多的新功能，并解决企业发展中的更多问题。现阶段，企业微信营销主要存在的问题是对微信营销的本质及技术方面了解甚少，不知道怎么去更好地利用微信进行企业的营销活动，如果想要突破：一是聘请专业的微信营销人员进行管理；二是加强微信营销方面的培训，了解微信营销的本质和功能，从而达到最大的效益。

随着智能手机的普及使用及移动互联网的快速发展，电子商务特别是移动电子商务将是未来企业营销中不可忽视的重要环节，但目前绝大部分企业对微信营销的了解及功能使用知之甚少，普遍采取的是简单的信息发布，未来，秋田照明将在微信营销方面引入专业人才，加强平台的推广及信息建设工作，真正将微信营销的作用发挥到最大，为秋田品牌的渠道建设及市场推广和销售做贡献。

★昭信 LED 室内照明事业部副总经理刘琪超：营销需创新更需执行力

在互联网时代的巨大冲击下，各行各业都在突破传统的运营模式，转而享受移动终端的魅力，同时由互联网衍生出来诸多“自媒体传播”，其中微信作

为最炙手可热的自媒体营销成为时下各行业争相利用的营销手段，但如何运作，怎样将传播效果最大化却是难题。

昭信 LED 微信营销目前运营效果良好。昭信 LED 涉足“微信营销”初期主要为了进行企业品牌宣传，为行业提供专业的照明解决方案，但随着人们对自媒体的依赖，接下来，昭信 LED 的“微信营销”范围还会更广阔，在对公众号进行后期开发后，还增加产品线上支付购买、全国线下体验店和办事处定位查找、订单查询等新功能。

昭信 LED 还在照明解决方案中增加了照度计算功能，以方便用户快速了解公司产品和服务，加大市场推广力度，并陆续开发新功能。

众多照明企业都在努力利用微信这一新型营销模式开发潜在客户、扩大市场，但要做好“微信营销”，我认为企业的执行力至关重要，在营销工作当中，企业负责人具备创新的思维和想法是前提，而企业对新思路和方案的执行力度是保障。

(来源：中国照明产业)

质量与标准

LED 照明灯具认证有哪些？——全球十大标准

在当前全球能源短缺的形势下，节约能源是我们面临的重要问题。LED 被称为新一代绿色光源，它的节能、环保、寿命长等优点，使 LED 照明产业成为各国重点关注的绿色产业。鉴于 LED 照明技术的日益成熟以及飞速发展，为了规范 LED 照明这一新兴市场，全球一些重要的 LED 区域市场纷纷推出了相关的技术法规或标准，对 LED 照明认证的应用提出了认证要求。

3C 认证

3C 认证的全称为“强制性产品认证制度”，它是中国政府为保护消费者人身安全和国家安全、加强产品质量管理、依照法律法规实施的一种产品合格评定制度。

3C 认证主要是试图通过“统一目录，统一标准、技术法规、合格评定程序，统一认证标志，统一收费标准”等一揽子解决方案，彻底解决长期以来中国产品认证制度中出现的政出多门、重复评审、重复收费以及认证行为与执法行为不分的问题，并建立与国际规则相一致的技术法规、标准和合格评定程序，可促进贸易便利化和自由化。

ISO9000 认证

ISO9000 品质体系认证的认证机构都是经过国家认可机构认可的权威机构，对企业的品质体系的审核是非常严格的。对于企业内部来说，可按照经过严格审核的国际标准化的品质体系进行品质管理，真正达到法治化、科学化的要求，极大地提高工作效率和产品合格率，迅速提高企业的经济效益和社会效益。对于企业外部来说，当顾客得知供方按照国际标准实行管理，拿到了 ISO9000 品质体系认证证书，并且有认证机构的严格审核和定期监督，就可以确信该企业是能够稳定地生产合格产品乃至优秀产品的信得过的企业，从而放心地与企业订立供销合同，扩大了企业的市场占有率。

UL 认证

UL 是美国保险商试验所的简写。UL 安全试验所是美国最权威的，也是世界上从事安全试验和鉴定的较大的民间机构。它是一个独立的、营利的、为公共安全做试验的专业机构。它采用科学的测试方法来研究确定各种材料、装置、产品、设备、建筑等对生命、财产有无危害和危害的程度；确定、编写、发行相应的标准和有助于减少及防止造成生命财产受到损失的资料，同时开展实情调研业务。



FCC 认证

美国联邦通信委员会于 1934 年由 COMMUNICATIONACT 建立,是美国政府的一个独立机构,直接对国会负责。FCC 通过控制无线电广播、电视、电信、卫星和电缆来协调国内和国际的通信。许多无线电应用产品、通讯产品和数字产品要进入美国市场,都要求 FCC 的认可。FCC 委员会调查和研究产品安全性的各个阶段以找出解决问题的最好方法,同时 FCC 也包括无线电装置、航空器的检测等等。

CE 认证

CE 认证,即只限于产品不危及人类、动物和货品的安全方面的基本安全要求,而不是一般质量要求,协调指令只规定主要要求,一般指令要求是标准的任务。因此准确的含义是:CE 标志是安全合格标志而非质量合格标志。是构成欧洲指令核心的“主要要求”。

“CE”标志是一种安全认证标志,被视为制造商打开并进入欧洲市场的护照。在欧盟市场,“CE”标志属强制性认证标志,不论是欧盟内部企业生产的产品,还是其他国家生产的产品,要想在欧盟市场上自由流通,就必须加贴“CE”标志。

MET 认证

MET 认证标志适用于美国及加拿大市场:带有 C-US 的 MET 标志表示产品已经通过测试,符合美国和加拿大的适用标准,可以同时进入这两个市场。

CB 认证

CB 体系(电工产品合格测试与认证的 IEC 体系)是 IECCEE 运作的一个国际体系,IECEE 各成员国认

证机构以 IEC 标准为基础对电工产品安全性能进行测试,其测试结果即 CB 测试报告和 CB 测试证书在 IECCEE 各成员国得到相互认可的体系。目的是为了减少由于必须满足不同国家认证或批准准则而产生的国际贸易壁垒。

CSA 认证

CSA 是加拿大标准协会的简称,它成立于 1919 年,是加拿大首家专为制定工业标准的非盈利性机构。在北美市场上销售的电子、电器等产品都需要取得安全方面的认证。目前 CSA 是加拿大最大的安全认证机构,也是世界上最著名的安全认证机构之一。它能对机械、建材、电器、电脑设备、办公设备、环保、医疗防火安全、运动及娱乐等方面的所有类型的产品提供安全认证。

GS 认证

GS 的含义是安全性已认证,也有德国安全的意思。GS 认证以德国产品安全法(GPGS)为依据,按照欧盟统一标准 EN 或德国工业标准 DIN 进行检测的一种自愿性认证,是欧洲市场公认的德国安全认证标志。

VDE 认证

位于德国奥芬巴赫的 VDE 检测认证研究所是德国电气工程师协会所属的一个研究所,成立于 1920 年。作为一个中立、独立的机构,VDE 的实验室依据申请,按照德国 VDE 国家标准或欧洲 EN 标准,或 IEC 国际电工委员会标准对电工产品进行检验和认证。在许多国家,VDE 认证标志甚至比本国的认证标志更加出名,尤其被进出口商认可和看重。

(来源:大照明)

国家质检总局公布 LED 照明产品不合格名单

9 批次不合格 广东省成重灾区

1 月 30 日,国家质检总局发布 2014 年第四季度 LED 照明产品质量国家监督抽查结果。本次共抽查了山西、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、江西、广东、四川、贵州等 10 个省、直辖市 70 家企业生产的 70 批次 LED 照明产品,涉及自镇流 LED 灯、LED 筒灯 2 个品种,其中有 9 批次产品不合格,集中在江苏省和广东省。

本次抽查,执法人员依据 GB 7000.1-2007 《灯具 第 1 部分:一般要求与试验》、GB 7000.202-2008 《灯具 第 2-2 部分:特殊要求 嵌入式灯具》、GB

24906-2010 《普通照明用 50V 以上自镇流 LED 灯安全要求》、GB 17743-2007 《电气照明和类似设备的无线电骚扰特性的限值和测量方法》、GB 17625.1-2012 《电磁兼容 限值 谐波电流发射限值(设备每相输入电流≤16A)》等标准的要求,对 LED 照明产品的结构(走线槽),外部接线和内部接线(电源连接方法,外部接线截面积,内部接线截面积),防触电保护,耐久性试验,耐热、耐火和耐起痕(耐火,耐热),互换性,意外接触带电部件的防护,潮湿处理后的绝缘电阻和介电强度,机械强度,耐热



性，防火与阻燃，电源端子骚扰电压，辐射电磁骚扰，谐波电流共 17 个项目进行了检验。

江苏史福特光电股份有限公司、深圳市裕亨光电有限公司、广东美的照明电气制造有限公司等 9

家企业生产的产品在意外接触带电部件的防护、潮湿处理后的绝缘电阻和介电强度、机械强度、电源端子骚扰电压等项目上不合格。

(来源：消费日报网)

法律视窗

新法速递

最高人民法院发布民事诉讼法司法解释

2015 年 2 月 4 日，最高人民法院召开新闻发布会，发布《关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》。《解释》是在 1992 年最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的意见》以及其他有关司法解释、规范性文件的基础上，主要针对修改后民事诉讼法新增加和修改的重点内容和民事审判、执行中的突出问题作出了解释。并且，对此前有关民事诉讼的司法解释和规范性文件进行了梳理、整合，对存在问题的部分条文在《解释》中作了修改完善。《解释》共 23 章，552 条，6 万余字。主要就以下法律适用问题作了新的具体规定：

- 一、管辖；
- 二、诉讼代理人资格；
- 三、举证证明责任分配原则、调查取证、逾期举证、质证、认证、证据的证明标准、证明力；
- 四、电子送达、留置送达；
- 五、保全担保；
- 六、对妨害民事诉讼的强制措施；
- 七、对符合民事诉讼法规定条件的起诉，规定应登记立案；

八、按照小额诉讼案件审理的案件适用范围、审理期限、审理程序等作出了详细规定；

九、对公益诉讼、第三人撤销之诉、案外人申请再审以及执行异议之诉等细化；

十、调解协议司法确认、实现担保物权等特别程序；十一、完善申请再审审查、再审审理程序，对人民检察院再审抗诉、再审检察建议的受理条件与范围作出了明确规定；

十二、明确规定人民法院对执行行为异议、执行异议的审查处理程序，进一步规范人民法院的查封、扣押、冻结以及拍卖、变卖等执行措施，并专门规定了人民法院可以对符合企业破产法规定条件的企业法人被执行人移送有管辖权的人民法院按照破产程序进行处理。(摘自中国法院网)

律师提示：各类法律纠纷处理，民事诉讼法相比较其他法律与企业的关联程度是算高的，如管辖、财产保全、再审、执行、查封、扣押、冻结与企业的权利息息相关，企业应当安排相应人员加强学习，提高运用能力。如纠纷正在处理或者将要处理，更要重视该司法解释，或许可以从中获得有力的法律武器。

司法动态

最高人民法院在今年一月设立两个最高院巡回法庭

最高人民法院第一巡回法庭于 2015 年 1 月 28 日挂牌成立，位于广东省深圳市罗湖区红岭中路 1036 号。最高人民法院第一巡回法庭是最高人民法院派出的常设审判机构，受理广东、广西、海南三省区内应当由最高人民法院审理的一审、二审、申请再审的民商事案件、行政诉讼案件，刑事申诉案件，以及涉港澳台民商事案件和司法协助案件等。此外，就地解决三省区的来信来访案件。

最高人民法院第二巡回法庭于 2015 年 1 月 31 日挂牌成立，位于辽宁省沈阳市浑南区世纪路 3 号。

作为最高人民法院派出的常设审判机构，最高人民法院第二巡回法庭的巡回区包括辽宁、吉林、黑龙江三省。

律师提示：巡回法庭是新一轮司法体制改革的一项重要内容，就是探索建立与行政区划适当分离的司法管辖制度，设立最高法巡回法庭，正是推动司法“去地方化”的积极举措。如果深圳、沈阳两个巡回法庭试点工作能够顺利进行，证明这一形式的可行性和必要性，未来将可能在全国设立更多的巡回法庭，包括长三角地区。

公益咨询

北京大成律师事务所杭州分所系浙江省照明电器协会常年法律顾问。大成律师事务所杭州分所常年为协会会员单位提供公益性法律咨询服务，有需求的单位可联系协会或直接联系大成杭州分所。

大成律师事务所杭州分所地址：杭州市江干区

城星路 111 号钱江国际时代广场 2 号楼 14 层。

徐安 律师，合伙人，13588055278

邮箱：an.xu@dachenglaw.com

刘家朋 律师，合伙人，15557189680

邮箱：jiapeng.liu@dachenglaw.com

(本栏目由北京大成律师事务所杭州分所供稿)



新版“中国照明产业”移动客户端介绍

“中国照明产业”APP 客户端自 2013 年 12 月上线以来，开创了国内照明业界移动客户端的先河，得到了众多照明行业同仁的广泛使用和好评。但随着新媒体传播方式和显示效果的不断发展和创新，原版本在展示效果、传播方式和板块内容覆盖等方面均需改进和升级。

“中国照明产业”开发团队本着“超越·前卫”的宗旨，于 2014 年 9 月开始进行重大改版设计开发，在对原有资讯和资源板块进一步细化的同时，新增加了智库板块、市场（商城、展会）板块及应用板块。新版“中国照明产业”APP 客户端的主要板块及特性介绍：

1.增加端口：在原有的扫描二维码进行下载、安装的基础上，现通过微信、安卓市场（QQ 应用宝、91 助手、安智市场和百度应用）等下载最新版。同时，在微信订阅号平台嵌入了“掌上中国照明产业”；

2.更方便的传播方法：可通过微信、QQ、手机号和二维码进行分享和传播；

3.资讯和资源（传统照明、LED 照明）的版面支持图文并茂，阅读体验有了极大的提高。采用云计算作为后台主机，版面容量大大增加，可同时添加 10-20 幅企业形象和产品介绍图片，企业信息全面、丰富并支持一键导航；

4.新增“智库”板块，隆重推出照明行业“专家列表”，咨询专家、答疑互动是本板块的主要特色。板块中的“能人自荐”栏目为行业能人自我展示提供了良好的平台；

5.为适应电子商务和大数据平台的发展趋势，本次升级改版时新增了“市场”板块将目前的线下商城和展会整体搬上移动平台，商城、展会 365 天不停歇。规划中的照明商城将快速覆盖全国主要照明类商城；

目前“中国照明产业”新版已调试完成，具备上架条件。

新版“中国照明产业”APP 的升级、安装方法介绍：

1.安卓（Android）版本手机：

1.1 删除原“中国照明产业”APP 客户端；

1.2 已使用微信的用户，请点击微信的“订阅号”并输入“中国照明产业”的拼音首字 zgzmcy 搜索到“中国照明产业”关键词后点击“关注”就可以在咨询栏进入掌上“中国照明产业”微信版。同时在“更多”栏的下载中心可下载“中国照明产业”APP 客户端；

1.3 未使用微信的用户可通过安卓市场 (<http://apk.hiapk.com>)；QQ 应用宝 (<http://open.qq.com>)、91 助手、安智市场和百度应用等搜索“照明产业”关键词便可下载最新版。

2.苹果（iOS）版本手机：

由于新版本上架审核所需时间较长，目前软件处于审核阶段，尚未上架。但原“中国照明产业”客户端的资讯照常发布，欢迎继续使用。若苹果（iOS）版本手机已在使用微信的，可参照 1.2 使用微信“掌上中国照明产业”。文/董丽君



“中国照明产业”微信公众订阅号



2015 年全球照明电器专业展会推荐

序号	时间	展会名称	地点	展会特色	参展观展组织单位
1	2015 年 4 月	第四届广州(春季)照明电器进出口交易会	广州	每年春、秋各一届	浙照协(主办方之一)
2	2015 年 4 月	香港国际春季灯饰展览会	中国香港	每年春、秋各一届	浙照协
3	2015 年 5 月	印度尼西亚国际照明展	雅加达	每年一届	浙照协
4	2015 年 5 月	法国里昂国际灯饰展	里昂	各类家居/办公室/商业照明等室内照明产品	浙照协
5	2015 年 5 月	LED 照明产品及技术展览会	泰国曼谷	每年一届	浙照协
6	2015 年 6 月	国际照明、电力、电工设备展览会	墨西哥墨西哥城	每年一届	浙照协
7	2015 年 9 月	美国国际 LED 灯展	洛杉矶	每年一届	浙照协
8	2015 年 9 月	国际照明及建筑展览会	阿根廷布宜诺斯艾利斯		浙照协
9	2015 年 9 月	土耳其国际 LED 灯具展	伊斯坦布尔	每年一届	浙照协
10	2015 年 10 月	国际电子及照明展览会	西班牙马德里	每年一届	浙照协
11	2015 年 10 月	第五届广州(秋季)照明电器进出口交易会	广州	每年春、秋各一届	浙照协(主办方之一)
12	2015 年 10 月	香港国际秋季灯饰展览会	中国香港	每年春、秋各一届	浙照协
13	2015 年 11 月	国际照明展览会	阿联酋迪拜	每年一届	浙照协
14	2015 年 11 月	国际照明展览会	俄罗斯莫斯科	每年一届	浙照协

编者按：在市场经济十分活跃的今天，经营者、营销人员积极参展或参观专业展会，对企业拓展市场、获取市场信息颇有益处。然而各种渠道纷至沓来的招展信息，使企业目不暇接，难以取舍。为此，经本协会认真考察与筛选后，向大家推荐上列 14 展会，供企业根据自身情况，有选择地参与，预计将会取得较好的效果。

快讯

“首台套重大技术装备保险补偿机制试点工作”已于近日启动

为做好首台套重大技术装备保险补偿机制试点工作，财政部、工业和信息化部、中国保险监督管理委员会于 2015 年 3 月 3 日联合召开首台套重大技术装备保险补偿机制试点工作电视电话会议。

保险补偿机制的实施，将鼓励首台套生产企业积极投保，为生产企业和使用单位分散风险，加快首台套产品的推广应用，提高装备产业市场竞争力，进一步拓展国内外市场，推动现代化装备制造业向高端化发展。

会议由北京主会场和 30 个省级分会场组成，浙江省照明电器协会应邀派员出席了省级分会场会议。

文/许纪生



雷威控股集团

LEIWEI HOLDING GROUP

◎ 电子节能灯 (ENERGY SAVING LAMP) ◎

◎ LED灯 (LED LAMP) ◎

◎ 室内外灯具 (INDOOR AND OUTDOOR LAMPS) ◎

TO LIGHT YOUR LIFE
AIM 励志 照亮人生

《中国照明电器协会》会员单位

《中国照明学会》协作单位

《浙江省照明电器协会》常务理事单位

《临安市照明电器协会》副理事长单位

Leiwei@zjleiwei.com
www.zjleiwei.com



航洋电子

RU VDE CQC ROHS ISO9001

压敏电阻器 VARISTORS



高能耐冲击型

Ø7 冲击2KA (8/20 μs) ;
Ø10冲击3KA×15 (8/20 μs) ;
Ø14组合波100次以上 ;
Ø20冲击16KA (8/20 μs) ;

浙江黄岩航洋电子有限公司

Zhejiang Huangyan Sailing Electronics Co.,Ltd.

地址:浙江省台州市黄岩区江口街道

电话:0576-84179098 81101685 传真:0576-84173885

E-mail:hangyang@vip.163.com

Http://www.hangyang.net



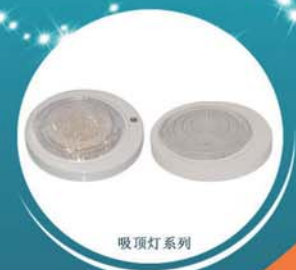
www.hangyang.net



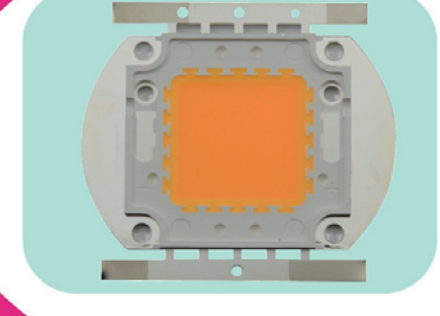
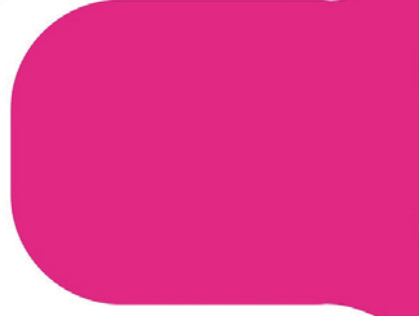
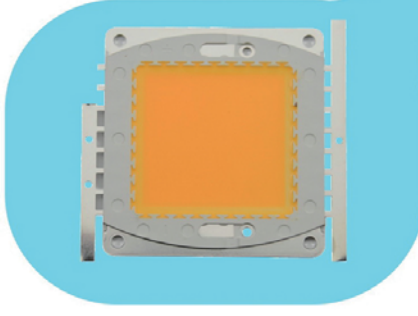
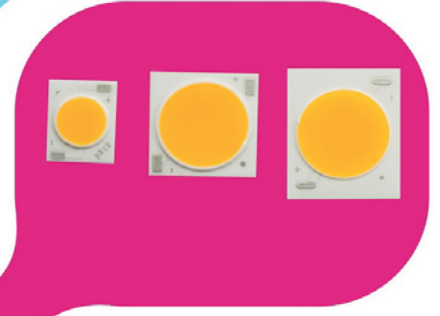
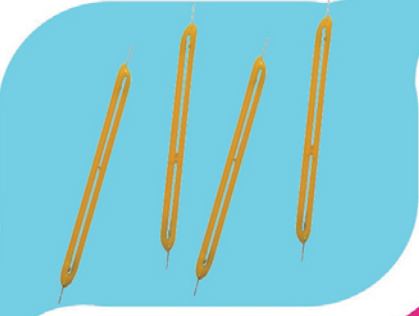
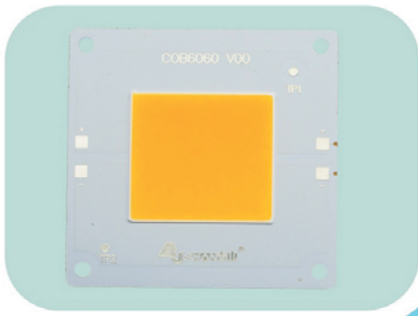
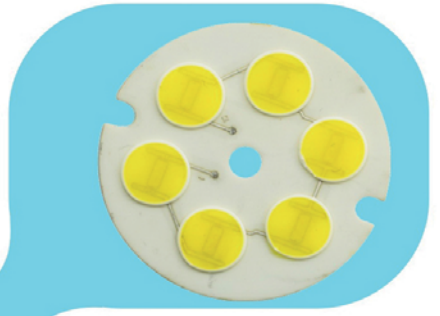
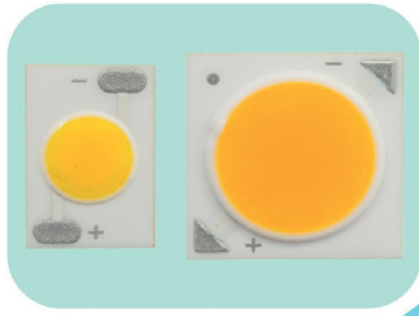
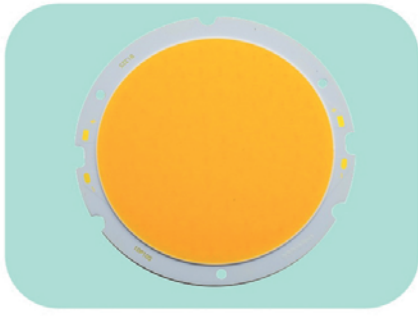
安得亮
ANDER

[完美产品, 完美企业, 完美人生]

杭州安得电子有限公司
HANGZHOU ANDER ELECTRON CO., LTD.
地址: 浙江省杭州市余杭区崇贤镇崇杭街114号
电话 (Tel): 0571-8627999
传真 (Fax): 0571-89190051
网址: <http://www.hzander.com>
E-mail: sales@anderlighting.com



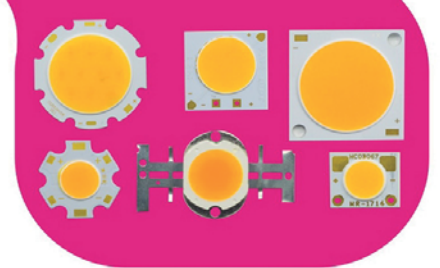
照靓您的生活!
Beautiful your life •



Aierdi[®]
 爱而迪 Optoelectronics
 Technology

海宁爱而迪光电科技有限公司

地址：中国浙江省海宁市盐官镇联红路3号
 电话：0573-87686565 传真：0573-87687978
 联系人：潘建飞 手机：18657397966
 QQ：1731861656 Email: pjf@led-aierdi.com
 网址: www.Led-aierdi.com



被

照明界专业人士
推荐最多的
COB
顶尖产品



来自

 **杭科光电**



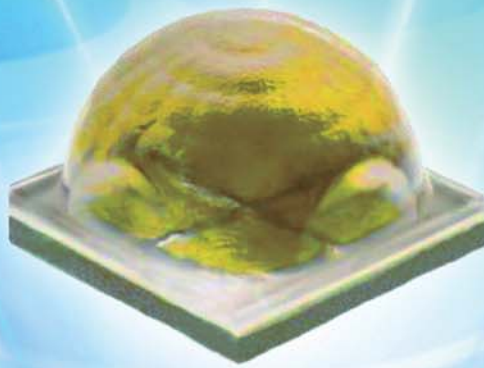
最佳LED照明解决方案提供商
Best LED lighting solution supplier

<http://www.hkled.com>

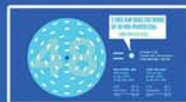


科锐再次引领LED照明变革

基于开创性SC5技术平台
超大功率LED器件，大幅降低照明应用系统成本



上海: +86 21 5265 8800
深圳: +86 755 8282 5688
微信公众号: Cree_China
网址: www.cree.com



LEDFILAMENT™

DANGOO

COSMOLED

WOOJONG

2014 LED灯丝灯



LED Filament A60



LED Filament P45



LED Filament Candle



LED F Filament Flame

LED Filament A60

LED	4.6 WATT	480 LUMEN	Warm White 2700K	 E 27
230 VOLT	25,000 Hrs	 320°	CRI >80	

LEDFILAMENT™

- √ 可达到传统白炽灯光谱曲线
- √ 真正的全角度发光
- √ 高于传统的 LED 光效 30%
- √ 重量轻, 无金属散热器
- √ 可达到传统灯泡的高产能
- √ 320° 发光, 光效可达 120lm/W, 显色指数大于 80
- √ 真空感应气体散热方式用于保护 LED 灯丝



发展人类电光源事业

国家高新技术企业

**vison**

SAFETY
ENERGY SAVING
BRAINPOWER

威诗朗

绿色节能 健康照明

打造灯杆行业领航者！

威诗朗照明有限公司
VISON LIGHTING CO.,LTD

公司成立于2006年，主要生产路灯、交通信号杆、道路标志杆、广告杆、庭院灯等产品并接收各类标准杆件与定制杆件的加工，是一家集研发、设计、生产、热镀锌、销售、施工与安装为一体的企业。

VISON

SAFETY
ENERGY SAVING
BRAINPOWER

威诗朗



地址:浙江省常山工业园区

Add:Changshan Industrial Park,Zhejiang Province,China

电话Tel:+86-0570-5177777 · 5456789

传真Fax:+86-0570-5277777

电邮E-mail:vison@wslzm.com 网址Web:www.wslzm.com

客服中心Customer Service Center: **400-103-7778**

开中国固汞先河 引国内固汞潮流

神珠电子

提供制灯行业用“神珠牌汞齐”

扬州神珠电子器材厂为国内首家汞齐、辅汞齐专业生产制造厂家，本厂集20余年研发、生产经验，采用自主研发的多项专利，专业生产制造汞齐、辅汞齐等系列绿色照明材料，以优质产品服务于广大客户。

网址：<http://www.shenzhu.me>

邮箱：zhu@shenzhu.me

电话：0514-82683466

传真：0514-82683499



扬州·神珠电子器材厂
YANGZHOU SHENZHU ELECTRONIC DEVICE



服务
热线 | 400 877 1816

长三角LED国际采购交易中心

LED International Purchasing and Trading Center in Yangtze River Delta

集LED照明、显示屏及零配件的一站式采购交易平台

打造长三角地区规模化、专业化、国际化的大型LED展示交易平台。

构建以长三角地区为产业基地，辐射全国，走向全球的LED产品集散中心。

推动LED产业向规模化、规范化发展，为LED企业开拓市场、打造品牌提供战略要地。



商城门厅实景



企业展厅实景



零配件区商铺实景

地址：杭州市拱墅区登云路518号 电话：0571-87208111 网址：www.ledcgzx.com

super
lighting

全玻璃 T8LED直管

- 玻璃外壳确保无老化，无变色，无变型；
- 大发光角度，照明效果更佳；
- 进口涂层材料，确保涂层牢固度高，不变色！



浙江山蒲照明电器有限公司
Zhejiang Super Lighting Electric Appliance Co.,LTD

地址：浙江省缙云县缙云工业园区
电话：+86-578-3183333 传真：+86-578-3183555
邮件：info@super-lamps.com 网址：www.super-lamps.com