



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国室内照明市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国室内照明市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/235800.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

室内照明是室内环境设计的重要组成部分，室内照明设计要有利于人的活动安全和舒适的生活。在人们的生活中，光不仅仅是室内照明的条件，而且是表达空间形态、营造环境气氛的基本元素。冈那•伯凯利兹说：“没有光就不存在空间。”光照的作用，对人的视觉功能极为重要。室内自然光或灯光照明设计在功能上要满足人们多种活动的需要，而且还要重视空间的照明效果。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国室内照明市场深度分析与投资前景预测报告》对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

第一章 室内照明业相关概述

第一节 照明产业特性分析

- 一、技术密集型
- 二、规模经济特性明显
- 三、行业生命周期特性
- 四、绿色环保节能对照明产业提出更高要求，加快了技术更新
- 五、照明产业集群效应非常明显

第二节 照明产业价值链分析

- 一、照明原料行业
- 二、电光源制造
- 三、照明配件行业
- 四、生产设备行业
- 五、流通渠道
- 六、地产建筑业

第三节 室内常用照明方式

- 一、直接照明

二、半直接照明

三、间接照明

四、半间接照明

五、漫射照明方式

第四节 室内照明设计

第五节 光源选择

一、光源选用原则

二、光源类型的选用

第六节 室内照明指标分析

第二章 2012年全球室内照明产业运行态势分析

第一节 2012年国际室内照明产业运行总况

一、全球LED照明市场亮点聚焦

二、全球LED照明市场持续增长

三、室内照明产业发展的驱动因素分析

第二节 2012年国际室内照明产业研究及应用新进展

一、发达室内照明研究计划及进展情况

二、国外室内照明的研究及应用分析

三、世界各地LED相关标准进展情况

四、室内照明新兴应用领域

第三节 2012年国际室内照明产业并购整合现象分析

一、室内照明产业的并购思路

二、欧美巨头产业链垂直整合带来竞争优势

三、台湾地区业内横向整合靠规模寻求竞争优势

四、中国LED企业积极整合谋求发展

第三章 中国室内照明行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国室内照明行业政策环境分析

第四章2010-2012年国内室内照明行业（所属行业）数据监测分析

第一节 2010-2012年中国室内照明行业（所属行业）总体数据分析

一、2010年中国室内照明行业全部企业（所属行业）数据分析

二、2011年中国室内照明行业全部企业（所属行业）数据分析

三、2012年中国室内照明行业全部企业（所属行业）数据分析

第二节 2010-2012年中国室内照明行业（所属行业）不同规模企业数据分析

一、2010年中国室内照明行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2011年中国室内照明行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2012年中国室内照明行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国室内照明行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

一、2010年中国室内照明行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2011年中国室内照明行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2012年中国室内照明行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第五章 2008-2012年中国灯具及照明装置产量数据统计分析

第一节 2010年中国灯具及照明装置产量数据分析

一、2010年全国灯具及照明装置产量数据分析

二、2010年灯具及照明装置重点省市数据分析

第二节 2011年中国灯具及照明装置产量数据分析

一、2011年全国灯具及照明装置产量数据分析

二、2011年灯具及照明装置重点省市数据分析

第三节 2012年中国灯具及照明装置产量数据分析

一、2012年全国灯具及照明装置产量数据分析

第六章 2012年中国半导体室内照明市场运行形态分析

第一节 2012年中国半导体室内照明产业运行综述

一、我国半导体照明产业发展特征

二、中国半导体照明产业发展平稳

三、《半导体照明节能产业发展意见》发面及影响分析

第二节2012年中国半导体室内照明应用市场分析

一、我国LED产品主要应用领域

二、LED应用市场发展概况

三、新兴应用市场带动LED产业发展

四、LED光源大规模应用尚未成熟

五、国内LED传统应用领域需求趋缓

第三节 2012年中国半导体室内照明技术研究

一、中国半导体照明技术发展现状综述

二、惠州企业半导体照明技术研发取得突破

三、国家重点半导体照明技术研究院成立

四、天津大力促进半导体照明技术进步和产业化

五、中国半导体照明技术发展存在的问题

第四节 2012年中国半导体照明关键技术研究进展

一、图形衬底级外延技术的进展

二、高效大功率LED开发

三、深紫外LEDs进展

第五节 2012年中国半导体室内照明业面临的挑战

第七章 2012年中国室内照明产业深度剖析—节能灯

第一节 2012年中国节能灯行业动态分析

一、中国节能灯市场容量未来几年将成倍增长

二、节能推广农村是关键：照明企业面临考验

三、最新可调光节能灯突破节能极限

第二节 2012年中国节能灯产业运行态势分析

一、节能灯市场鱼龙混杂

二、中国节能灯市场容量

三、节能灯市场回暖

四、我国节能灯市场需求巨大

第三节 2012年中国节能灯消费市场分析

一、城市消费市场分析

二、农村消费市场分析

第四节 2012年中国影响消费者购买节能灯的因素分析

一、价格分析

二、功能比较

三、外型及使用寿命分析

四、应用领域分析

第八章 2012年中国室内照明产业探析—灯饰

第一节2012年中国灯饰产业运行总况

一、中国灯饰灯具行业进入高门槛时代

二、金融危机加速灯饰业"洗牌"

三、江门的外海镇灯饰为实现错位发展

四、产业升级与转移给照明光源产业的影响

第二节2012年中国灯饰市场运行分析

一、海南灯饰商家补库存又迎进货潮

二、飞利浦家居灯具进军华南市场

三、各类灯饰扮靓泽普

四、灯饰市场掀起节能风潮

五、灯饰BDS营销模式解析

第三节2012年中国灯饰市场消费情况分析

一、灯饰消费呈多元化 精品灯需求大

二、云南灯饰销量缩减

三、采购商补货拉动灯饰销量猛增

第四节 2013-2018年中国灯饰市场前景预测分析

第九章 2012年中国室内照明其它市场运行态势分析

第一节2012年家居照明市场概况

一、中国家居照明产业发展方向分析

二、农村家居照明市场商机分析

三、家居灯饰流行趋势

第二节2012年中国商业照明市场概况

一、商业照明的演变分析

二、商业照明市场渠道拓展多元化走向分析

三、商业照明二线品牌出路和战略分析

四、商业照明市场规模预测

第十章 2012年中国室内照明灯具行业竞争格局分析

第一节 2012年中国室内照明行业竞争状况分析

一、中国照明产业集中度分析

二、照明行业“纳利时代”竞争分析

三、2012年照明巨头市场竞争状况

第二节 2012年中国室内照明灯具行业市场竞争力分析

一、中国灯饰照明行业品牌资源整合阶段分析

二、照明灯具品牌竞争格局分析

三、中国照明行业老品牌复兴分析

四、中国照明行业走向世界分析

第三节 2012年中国照明灯具行业竞争策略分析

第十一章 2012年中国重点照明器材企业竞争策略分析

第一节 国际照明巨头的营销方略

一、飞利浦强调客户体验

二、GE照明“聚焦”的宣传推广效应

第二节 2012年照明业四大巨头进军LED产业策略解析

一、雷士

二、史福特

三、TCL照明

四、欧普

第三节 企业销售策略分析

一、美高照明销售渠道分析

二、松下电工的LED照明设备普及战略

三、澳克士照明渠道建设攻略

四、雷士照明渠道产品变革

第十二章 2012年国外照明灯具主要生产厂商分析

第一节 荷兰皇家飞利浦（Philips）电子公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业投资情况

四、企业竞争优势

五、企业发展策略及前景预测

第二节 德国欧司朗公司 (OSRAM Opto Semiconductors)

第三节 日本东芝照明技术株式会社 (Toshiba Lighting & Technology Corporation)

第四节 日本松下电工株式会社(Panasonic电工)

第五节 奥地利索恩照明公司 (Zumtobel)

第六节 美国OTL(欧特朗)国际集团

第十三章 2012年中国室内照明器材上市企业运营关键性数据分析

第一节 佛山电器照明股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 浙江阳光集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 广东雪莱特光电科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 方大集团股份有限公司

一、企业概况

- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十四章 2012年中国室内照明行业非上市企业竞争性指标分析

第一节 飞利浦电子技术（上海）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 惠州雷士工业发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 广东欧普照明有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 欧司朗(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京松下电工有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 中山市华艺灯饰集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 蓬莱市得宝新光源灯饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 厦门通士达照明有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十五章 2012年中国室内照明产业投融资与并购深度剖析

第一节 中国室内照明产业投融资与并购背景分析

- 一、中国成为全球制造业中心
- 二、中外照明产业企业开展合作
- 三、中外照明企业的技术实力差距依然明显
- 四、包括中国在内的全球照明市场前景看好
- 五、照明产业具有规模经济特性

第二节 2012年中国室内照明产业投融资与并购动因分析

- 一、企业扩大生产规模
- 二、引进先进技术
- 三、产业链一体化整合
- 四、涉足新的市场
- 五、优势互补、共同开拓市场

第三节 2012年中国室内照明产业投融资与并购案例比较

- 一、横向投融资与并购案例分析
- 二、纵向投融资与并购案例分析
- 三、跨行业投融资与并购案例分析

第十六章 2013-2018年中国室内照明产业趋势预测分析

第一节 2013-2018年中国照明产品趋势预测分析

- 一、高档节能环保美观相匹配
- 二、产品更加体现以消费者的个性要求
- 三、节能绿色环保产品耀眼
- 四、智能遥控化产品受到消费者欢迎，发展前景看好

第二节 2013-2018年中国室内照明市场细分新趋势探析

- 一、装饰性照明的发展趋势
- 二、商场超市照明系统设计风格发展趋势
- 三、办公室照明的发展趋势
- 四、城市室外照明设计发展新趋势
- 五、建筑环境照明设计未来趋势
- 六、霓虹灯未来的发展前景

第三节 2013-2018年中国电光源行业趋势预测分析

- 一、企业向产业化、规模经济大型集团公司方向发展
- 二、企业向专业化、精品化、经济效益型方向发展
- 三、技术装备向全自动化方向发展
- 四、各种原材料、配套零部件向国际化质量接轨

第四节 2013-2018年中国室内照明灯具行业趋势预测分析

- 一、产品功能细分趋势
- 二、灯具产品向高效节能发展是主流趋势
- 三、产品设计上崇尚自然
- 四、行业品牌意识普遍加强
- 五、照明环境将成为灯具产品研发的方向

第五节 2013-2018年中国半导体室内照明行业前景预测分析

- 一、全球半导体照明市场前景广阔
- 二、全球LED建筑照明市场规模及增长
- 三、中国半导体照明产业有望实现跨越式发展
- 四、中国LED照明市场盈利空间预测分析
- 五、LED走向室内照明空间广阔

第十七章 2013-2018年中国室内照明产业投资战略研究

第一节 2012年中国室内照明行业投资概况

- 一、室内照明行业投资特性
- 二、室内照明具有良好的投资价值
- 三、室内照明投资环境利好

第二节 2013-2018年中国室内照明投资机会分析

- 一、室内照明投资热点
- 二、室内照明投资吸引力分析

第三节 2013-2018年中国室内照明投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

第四节 权威专家投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235800.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。