



行业及市场信息简报

2022.07.25.-2022.07.31

国内市场系统 市场中心

行业信息

中央政治局会议“定调”中国经济 解读七大关键重点

7月28日，中共中央政治局召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作。总体来看，今年二季度，中国经济在疫情冲击，外部地缘政治分裂哈全球通胀的严峻发展环境之下，守住了不失速的底线（即不出现负增长），但当前经济恢复的基础还不牢固，下半年经济运行仍面临较大的不确定性。

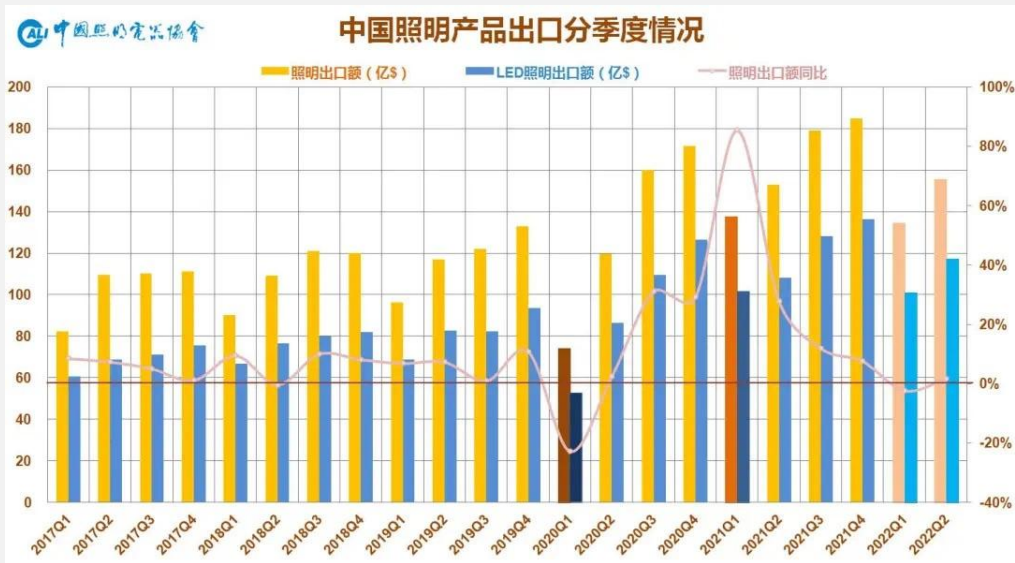
- (一) **关于疫情防控**：充分肯定上半年疫情防控工作，后续疫情防控仍不松懈，坚持**严格防控、动态清零**
- (二) **关于经济增速**：淡化全年5.50%左右的经济增速目标，**下半年经济增速在5%左右仍是大概率事件**，且对经济大省的要求更高
- (三) **关于宏观政策**：宏观政策要在扩大需求上积极作为，**积极扩大内需**，意味着整体偏宽松的政策格局没有发生变化
- (四) **关于地产政策**：提出稳住房地产，避免危机蔓延产生系统性风险，**保交楼首次写入中央政治局会议内容**
- (五) **关于平台经济**：对平台经济实施**常态化监管**，集中推出一批“绿灯”投资案例
- (六) **关于一带一路**：“一带一路”在中国应对地缘政治博弈中的地位进一步抬升，要积极促进出口、扩大进口
- (七) **关于新能源**：指出“加大力度规划建设新能源供给消化体系”。在当前海外能源危机+国内季节性电力紧缺的背景下，**加大新能源建设**不仅是应对需求，也可以扩大有效投资。

行业信息

2022上半年中国照明产品出口总额为290.08亿美元 总体呈现量减价增

2022年上半年，中国照明产品出口总额为290.08亿美元，同比小幅下滑0.25%。其中，LED照明产品出口额214.30亿美元，同比微降2.10%。在产品类别上，传统光源产品普遍下滑幅度较大，LED相关产品、灯具产品和配件产品则相对稳定，圣诞灯串产品是为数不多的增长亮点之一。

图：中国照明产品季度出口情况



数据来源：中国光之网

原因分析

● 需求端收窄

疫情持续和俄乌局势拖累全球市场需求的修复；欧美等发达经济体今年步入货币紧缩周期，需求下行同时通胀居高不下抑制需求；防疫产品需求回落；海外客户去年超前超量下单和物流周转效率低下产生的积压库存对新订单采购有所遏制；其他制造国工业恢复。

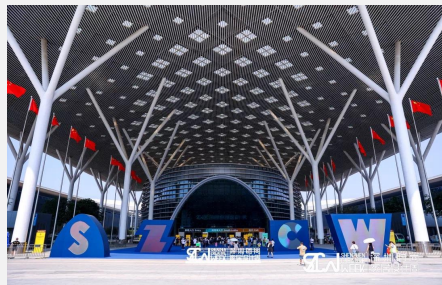
● 供应端承压

疫情影响下，材料、物流、人工、土地、能源等各项成本的刚性上升；国内疫情此起彼伏；上游成本通胀过热，下游市场通缩疲软，中游制造饱受挤压。

行业信息

深圳时尚家居设计周暨37届深圳国际家具设计展开幕 多个主题精彩纷呈

7月25日，深圳时尚家居设计周暨深圳国际家具设计展开幕，围绕住宅、公建、光链、生活、家具、智能、设计、材料、趋势十个主题展开，超过700家企业参展，展览面积32万平方米，展会上品牌云集，贡献了很多亮点。



展会概况

时间：2022年7月25日-28日

地点：广东深圳国际会展中心

概况：展会面积**超过30万平方米**，**超过700家家居品牌参展**，共有**16个展馆**，现场举办超过100场全球设计活动和200多个潮流论坛。

共打造8大主题展览，分别是“**Design Dome设计万象**”、**深圳国际家具设计展**、**SMART智家展**、**ON LIGHT光·生活展**、**新消费生活展**等。

从展会现场展示产品来看，高颜值、具有设计感、科技、智能等的产品更能吸引观众眼光，如智能坐具、智能生活器具，智能寝具、智能灯光等，以及可持续设计、绿色环保材料应用设计等产品。但从展会现场人流量来看，由于深圳疫情影响，整体人流量不及预期。

行业信息

深圳时尚家居设计周首次将“SMART智家展”作为盛会重磅看点

作为家具产业升级的未来方向之一，全场智能家居备受关注。深圳时尚家居设计周首次将“SMART智家展”作为盛会重磅看点，将围绕全场景智能带给我们智慧升级体验，由此可见，SMART智家展正向家居领域释放了新信号——全场智能时代已经到来。



● 智能光设计光空间

5号馆的“on light光·生活展，围绕”光源、智能技术、创新应用、材料“四大关键词，由国际设计师与中国创意艺术机构及先锋灯饰品牌，正联手创造出越来越高科技、全息和低耗能的新照明方式。



● 参展照明/智能家居企业

照明：西顿照明、玛拉蒂、新特丽、FLUA、华彩、茂域照明、尼芙缇等；
智能家居：欧瑞博全宅智能、萤石、盈趣智能、华为等。

行业信息

2022年中国500最具价值品牌公布 四家照明品牌入选

7月26日，由世界品牌实验室主办的第十九届“世界品牌大会”在北京举行，会上发布了2022年《中国500最具价值品牌》分析报告。在照明行业中入选了四家企业，分别是雷士照明（排名176位）、欧普照明（排名268位）、佛山照明（排名315位）、德邦照明（排名336位）。

2022年中国 500 最具价值品牌之照明品牌

排名	品牌名称	品牌价值（亿元人民币）
176	雷士照明	508.45
268	欧普照明	319.97
315	佛山照明	265.29
336	得邦照明	238.55

● 得邦照明

得邦照明与70多个国家和地区的近500家分销商、批发商、渠道商及直营客户建立了长期稳定的合作关系。今年第一季度营收**12.56亿**，同比增长**4.56%**，净利润**6010.78万**，同比增长**-36.62%**。走的是“全球村市场拓展+战略客户专业服务”路线。

● 雷士照明

目前在国内拥有4大制造基地，34家运营中心，2300多家品牌专卖店及其他电商渠道，借助雷士全屋照明实现在智能照明领域的新突破，未来会持续往智能家居照明方向推进。

● 欧普照明

欧普照明目前线上线下、国内外70多个国家终端销售网点超过15万家。企业业务涵盖家居、商照、电工、光源等领域。今年第一季度营收**14.55亿**，同比增长**-17.14%**，净利润**6624.70万**，同比增长**-50.88%**。

● 佛山照明

近年来，佛山照明不断拓展新赛道，包括海洋照明、动植物照明、5G智慧路灯、健康照明等，并研发推出了一系列产品和解决方案，实现PCL光触媒技术与照明灯具创新结合，打造更健康的净化光环境。今年第一季度营收**20.08亿**，同比增长**25.70%**，净利润**6136.55万**，同比增长**23.50%**。

行业信息

DIC预计2022年中国全屋智能市场销售额将突破100亿

2022年7月22日——IDC近日发布《中国全屋智能设备和解决方案市场回顾和展望，2021》(CHC48504222) 报告。IDC认为，中国全屋智能市场发展分为网联化、场景化、感知化和自主化四个阶段，当前市场处于智能感知化发展时期，IDC预计，2022年中国全屋智能市场销售额将突破100亿元人民币，同比增长54.9%。



巨头入局加剧市场竞争

现阶段全屋智能垂直厂商里，欧瑞博、绿米在技术、产品、渠道方面占据了主要市场，华为、小度为代表的IT厂商；海尔为代表的家电厂商；以及安防厂商纷纷入场布局，加剧市场竞争。



标准化方案加速市场推广

标准化方案具有推广性强、内容简明、价格直观的优势，利于提升消费者对全屋智能的认知度和接受度，以户型为参考制定的标准化解决方案套餐将加快市场推广。

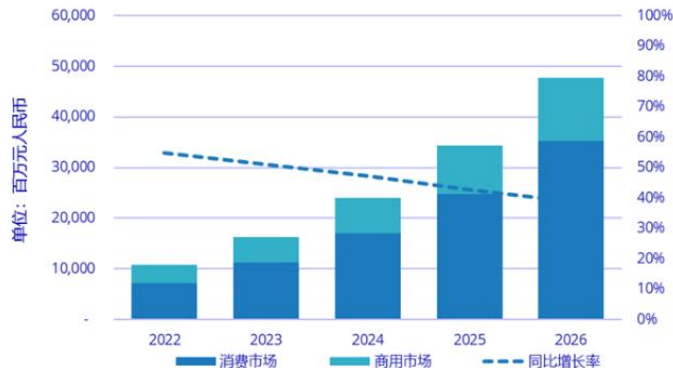


感知能力升级助力无感化交互

传感设备的种类、数量和精准度不断提升，实现空间和用户行为全方面感知；通过对各类传感末梢的系统化调用，构建完整、一体的家庭感知网络。传感交互能力将快速提升，推动人机交互向无感化升级。



中国全屋智能场销售额及同比增长率预测，2022-2026



来源：IDC中国，2022

企业信息

小度科技进军全屋智能 今年将落地100家线下实体店

近日，小度全屋智能最新样板“未来的家”在2022百度世界大会亮相。小度宣布将增设100家线下全屋智能体验店，围绕小度助手AI技术核心持续扩张小度全屋智能开放生态。目前，小度全屋智能生态已覆盖包括深圳、厦门、重庆、成都、西安等在内的全国一线至五线城市。



产品线

小度最早从智能音箱为切口，进入全屋智能市场，近几年除了更新音箱产品线之外，先后推出了智能摄像头电视、智能健身镜、语音智能闹钟及智能门锁、中控屏等多款IoT产品。



智能模块

- 智能中控：小度智能家居的控制中心
- 智能照明：控制灯光的不同模式和效果
- 智能安防：智能门锁守护家庭安全
- 智能传感：多种产品智能联动，21h监测环境

T H A N K S

灯光设计 | 灯光咨询 | 灯具研发
www.cdn.cc

