

欧盟能效新标准执行在即

LED行业优胜劣汰迎旺季

行业集中趋向龙头企业

□本报记者 游沙 傅豪 傅嘉

欧盟近日发布《LED照明产品最新能效规定》,9月1日起出口到欧洲的LED照明产品须符合新的能效标准要求,并在未来三年分三个阶段逐步提高LED照明产品的能效标准。

业内人士分析,有出口欧盟业务的相关LED企业成本将有所提升,而部分中小企业或陷入经营困境。近年来LED产品价格下滑以及由此带来的销量快速放大,使得涌入LED行业的企业愈见增多,但日益激烈的竞争环境、市场更高级别的能效要求,将导致行业进一步优胜劣汰。

德豪润达、三安光电、国星光电、雪莱特、勤上光电等相关上市公司均表示,优胜劣汰事实上是产业发展的必经之路,行业将变得更加规范,资源向实力强的企业靠拢,这个过程将伴随行业集中度的提升。

在经历了年初经销商备货带来的快速增长后,7、8月份LED行业进入阶段性休整。但众LED企业表示,9月开始将迎来国外圣诞节消费的备货旺季,加上很多商业照明、路灯改造项目都集中在下半年,有望带来需求增速再次提升。

欧盟新标提高成本

据了解,欧盟LED能效新标准分三个阶段逐步实施:2013年9月1日、2014年9月1日和2016年9月1日,其中在2014年第二阶段时能效指数规定为0.2,是我国目前实施标准的2.2倍。新标准实施后,单个产品欲达标的认证和抽查费用就须增加1万元左右。

德豪润达董秘邓飞指出:“欧盟出台新标准”,当然有保护欧盟自身LED产业的意图。”广东省半导体光源产业协会副秘书长赵飞认为,对LED出口而言,门槛将变得更高,市场竞争也将变得更为规范有序。具体而言,对LED大公司的影响不会很大,因为他们本身技术标准就比较高;而对于部分小厂,特别是以牺牲品质换取价格优势的小厂,其出口会受到影响。

LED行业中小企业整体良莠不齐,欧洲新标准实施客观上会增加拥有相关出口业务企业的成本,造成一定压力,但从另外一个角度讲,也会使得行业更加规范。有分析指出,要达到欧盟能效新标准,企业的相关出口业务生产成本需提高20%—30%。LED照明目前仍处于发展初期,这类规范的推行可能会导致没有技术、产品和市场优

势的企业逐步退出。

邓飞介绍,就德豪润达而言,公司去年开始启动LED国际品牌的经营,向欧美发达国家推出德国“AEG”和美国“惠而浦”品牌的优质LED光源和灯具产品,公司LED产品的各项技术指标与当地市场上的飞利浦和欧司朗产品基本相同,因此,欧盟新标准的实行对德豪润达的影响微小。

目前的芯片技术足以达到欧盟的新标准,现在LED芯片在技术上已经可以实现每瓦110流明的光效,高的甚至达到每瓦150流明。”雪莱特董事、董秘冼树忠分析,虽然目前国内很多的产品是每瓦90—100流明,要满足欧盟的新标准需要提升光效水平,会增加相应企业在芯片和加工工艺上的成本,但这也是行业发展的一个必然过程,产品需要逐年逐步提升每瓦流明数。

户外照明龙头企业勤上光电董事长助理段铸也表示,这个标准提高对于公司没有任何影响,勤上光电本身的标准就较高。但对于一些出口欧洲的中小企业可能影响比较大。同时,欧洲提高标准,将提升全球整个LED行业的标准,这对于大企业是利好。

行业集中趋向提升

业内资深人士认为,从产业生命周期看,LED面临降价伴随量升的循环过程,供求达到一定临界点后会达到均衡,并保持在一定毛利率水平,酝酿下一次销量攀升。而此间会有不少企业由于在技术、规模、品牌、市场等环节缺乏竞争力而逐步退出市场,市场将逐步集中到大型公司和具有特殊竞争力的细分龙头企业。

行业的调整从LED投资热度上得到了印证。经历前几年的投资热潮后,目前LED投资已经逐步趋于理性。”国家半导体照明工程研发及产业联盟(CSA)产业研究部部长吴鸣鸣前期向媒体表示。他同时认为,LED标准、检测、认证等问题迫在眉睫,市场急需规范。

今年上半年LED整体情况不错,广东、山西等地全力推进LED照明工程改造,商用、民用市场迅速启动,海外市场进一步增长,是上市企业报喜的主要原因。”赵飞表示,上半年行业整体增长25%左右,毛利率也差不多25%,显然优于其他一些行业。”

相关数据显示,LED产业规模持续增长,2012年全年产值1920亿

元,较2011年增长23%;2013年上半年,行业整体回暖趋势明显,整体产值同比增长了25%,LED器件产量同比增长45.7%。

整个行业的快速增长,正是行业发展到目前生命周期阶段的具体体现。同时,伴随着价格的下滑,产品毛利率水平也在下降;而国外及国内进行的标准、检测、认证等事项,也将给产业带来一定冲击。正如此次欧盟即将推行的新标准,“一定会对相关出口企业造成影响,但主要是中小企业,而从长远看,将有利于实力强的大型企业,行业集中度提升也是大势所趋。”国星光电副总经理党建忠说。

段铸也认为,目前LED企业都在塑品牌、拼渠道,成本压力较大,充足的资金是保证LED企业在竞争中能够持续投入的重中之重。他指出,集中度提升过程中,不同企业面临困境有别,其实很小的企业还好,他们本来开支就比较小,靠订单就能维持,而对于中等规模即销售额在几千万到一个亿的企业而言,他们的日子将会比较难受。”



德豪润达NVCETI已品牌规模出货。

本报资料图片

价格战下各显神通

LED行业在爆发性增长的同时,也伴随着产品价格的调整。国内LED企业在此环境下正采取各有特点的策略应对。

当前LED行业的快速成长已成为市场共识,相关专业机构预计,LED照明产品的市场渗透率较低,2012年仅为3%。LED照明市场渗透或将提速,2015年将突破30%。不少企业主也表示,2014—2015年市场有望迎来40%—50%的爆发性增长。

但行业同时也面临价格下降的困扰,包括飞利浦、欧司朗等国际大企业均推出价格更低的照明产品。根据LEDinside LED灯泡零售价调查显示,今年7月全球取代40W的LED灯泡零售均价下降约0.6%,取代60W的LED灯泡全球均价下跌3.3%。而国内企业也表示相关产品有所降价。

量升价跌的背景下,如何抢占市场是企业必须考虑的问题。中国

证券报记者调研相关上市公司发现,各企业在市场策略上可谓各显神通。

任何产业都有个产业进化过程,掌握了市场,也就掌握了未来。”雪莱特董秘冼树忠指出,在产品定价策略上,雪莱特采取既能进入市场并实现稳定增长,又能使得竞争企业以类似的方式在市场销售上产生压力的策略。”今年公司总共将举行32场全国招商会,目前进展到第15场。”冼树忠介绍,公司在照明领域具有较强的经销商基础,而今年推动健康LED照明效果显著,今年上半年LED产品销售增长了超4倍,且仍将保持快速发展。他透露,雪莱特与经销商形成了良性互动,公司产品生产规模的提升将使得上游芯片采购成本有所下降,而销售价格保持稳定,多出的盈利可用于更多的广告、品牌推广,经销商在这过程中受益明显。

行业期待旺季效应

业内人士指出,经历7、8月份行业阶段性盘整后,9月份有望迎来国外圣诞旺季的备货潮,LED行业增速有望再次提升。

除了圣诞效应,很多路灯项目、厂商改造等商业照明、家庭装修民用照明的采购也在下半年。”德豪润达邓飞介绍。

南京麦江自动控制系统公司总经理严付春介绍,目前国内LED市场主要是针对工程,包括市政设施和商业

照明等,而且,工程需求越来越看重供货商所提供的增值服务,比如系统集成以及品牌的影响力等,这对于大企业而言是好事。尽管目前行业标准还不完善,行业整体还有些乱,但是未来发展趋势肯定是好的。

严付春说,上半年公司LED产品销售增长了一倍左右,下半年是行业旺季,估计会更好。同时,公司存货较少,一方面公司目前主要以工程渠道销售为主,这种模式备货较少,另一

德豪润达则在具备了技术和规模优势的条件下,采取了整合传统照明企业企业,构建“雷士”LED照明品牌和渠道的经营策略。公司生产的“雷士NVC”LED照明产品

已经进入到了雷士遍布全国的经销商网络中销售,公司的芯片也已经大规模供应市场。”邓飞表示。

一位接近雷士照明的人士透露,雷士自身转型LED的力度也非常大,各个部门都投入到这个工作中,并大力推动EMC项目。吴长江近期对媒体表示,目前LED照明设备在雷士的占比已经超过30%,而明年预计将超过50%。而且,与德豪润达联合的策略已显示成效,德豪润达向雷士照明提供芯片,也借助雷士照明渠道销售LED产品,雷士照明则获得德豪润达股东层面和产业链整合的战略支持。资料显示,雷士照明上半年实现净利润快速增长超过50%。

方面,LED技术变化快,不断有新产品推出,于是备货也较少。

三、四季度行业景气指数还会继续提升。”赵飞分析,LED渠道建设手法跟传统照明的渠道模式相差不大,众多LED企业已经开始进军渠道,传统照明企业也转战LED,对市场培育长期利好。LED技术变化快,相对传统照明,经销商普遍备货较少,库存压力不会存在明显压力。

■ 记者观察

基金加仓静待LED产业爆发

□本报记者 常仙鹤

LED板块相关公司中报业绩披露已接近尾声,上半年,LED市场销量同比大幅增长,企业盈利状况良好。在需求启动的背景下,部分基金已经加仓LED行业相关公司股票,其中,广发、博时、景顺长城、交银施罗德等基金公司旗下基金二季度加仓显著。业内人士指出,进入2013年,去年低迷的LED行业在商业照明带动下已明显回暖,如果三季度能在业绩上进一步验证,LED行业的全面爆发指日可待。

Wind数据统计显示,在已公布中报的绿色节能照明企业中,机构持股数量合计为37.53亿股,其中基金持有9.03亿股,相比去年年底的6.45亿股增持40%。三安光电成为基金扎堆持有的LED个股,共有140只基金潜伏其中,富国天博创新主题基金和交银施罗德蓝筹基金分别买入1368万股和1271万股。聚飞光电、瑞丰光电、德豪润达等也获得基金大幅加仓。另外,社保基金在二季度买入国星光电和新海宜,并增持阳光照明。

根据基金中报,金鹰策略配置和金属主题优势两基金前十大重仓股中分别出现德豪润达和阳光照明两只绿色照明个股,两基金合计持有德豪润达209.87万股、阳光照明148.95万股。

金鹰基金基金管理部总监、金鹰策略配置基金经理陈晓向中国证券报记者表示,看好LED行业未来市场前景。经历了2012年的低迷,进入2013年,在商业照明的带动下,LED行业已明显回暖。

不过,一位在二季度重仓持有LED行业个股的广州某基金公司基金经理表示,在LED产业链上,目前国内的LED企业主要集中在中游的封装和下游的照明产品环节,只是简单地生产加工,缺乏核心技术,尤其是封装类企业没有技术门槛,可能是行业发展的隐患。特别是对于下游照明企业来说,在需求上来的时候,多加生产线,业绩就上来了,但一旦需求转弱,又将面临产能过剩的问题。所以,投资这类公司要关注需求转弱的问题。

上半年LED路灯招标数量已达200亿元,同比去年大幅增长。但从相关企业的中期业绩来看,销售数据还没有出现很明显的增长,因此,还不能确认LED已经爆发,需要在三季报中进一步确认趋势,业绩也需要市场进一步验证。”上述基金经理表示,一些生产背光显示屏的LED企业,因为有一定的技术优势,相对更为看好。

从中国证券报记者目前调研得出的情况来看,包括LED路灯在内的商业照明的增长毋庸置疑,未来在某个时点上,LED民用照明肯定会爆发。

扣非净利同比增长超40% 勤上光电多维度加强终端渠道建设

□本报记者 游沙

勤上光电29日发布半年报,报告期内公司实现营业收入4.62亿元,同比增长26.78%;实现归属于上市公司股东的净利润5459.15万元,同比增长20.02%;实现扣非净利润5362万元,同比增长42.64%;基本每股收益为0.15元。

分产品来看,室内照明增长较快,实现营业收入6849万元,同比增长95%;户外照明实现营业收入2.4亿元,同比增长16%;景观照明实现收入1.4亿元,同比增长27%。分区域来看,公司国外业务增长较快,同比增长32.57%;而国内市场基本持平。

今年是公司的终端渠道建设之年。国内市场方面,公司强化原有渠道,同时加速铺设新的渠道网络,继续推进“百城千店”计划,完善全国渠道的布局,截至报告期末,公司已开发代理商232家,建设完成终端零售店860家(含代理商建店),其中,形象店15家,专卖店280家,专卖区565家。国际市场方面,公司以自主品牌为主,不断开拓,成功打进韩国等市场,在保持欧美等发达经济体市场份额的同时,加大对新兴市场的培育和开发力度。

公司“工厂孵化”计划获得市场的认可,该模式业务开拓顺利。截至本报告期末,共计签约完成17家孵化工厂,冲破区域壁垒,实现产品本地化。

在电子商务渠道方面,公司拟推出第三方的B2C、B2B的电子商务平台,加大网络推广力度和销售力度,抢占LED照明的网络销售份额,预计于2013年3季度实现网上交易。

佛山照明低价策略抢占LED市场

□本报记者 傅豪

佛山照明29日发布2013年中期报告。1—6月,公司实现营业收入12.08亿元,同比增13.52%;归属于上市公司股东的净利润1.53亿元,同比增13.77%;基本每股收益0.16元。

公司从去年投LED生产线以来,产能已经成倍数增长。公司借助在照明领域的渠道和成熟的营销网络,发力LED有优势。佛山照明今年已和全国经销商采取快速降价推广策略,抢占市场空间。

佛山照明LED产品包括LED光源类、LED商照类、LED办公类、LED户外类以及LED汽车灯等。公司研发生产的LED水晶系列球泡,相比白炽灯的节电率为90%,公司采取高品质、低售价策略推向市场,其中,3W LED球泡的市场销售价为5.5元,5W LED球泡也仅为9.8元。