

LED产业“爆发”一年增收不增利

渠道争夺战或升级 设备国产化被看淡

□本报记者 傅嘉 游沙

随着勤上光电、德豪润达、雷士照明等企业纷纷推行高举高打的渠道战略,“爆发”成为LED行业2013年的关键词。不过,时近年尾,行业爆发背后的种种问题也开始凸显。在11月25日举行的“2013高工LED大会”上,业内人士表示,今年是LED企业增收但不增利的一年,而且,下半年渐渐趋缓的价格战并未完全停歇,未来两年我国LED行业仍将面临毛利被继续摊薄的风险。

分析人士表示,此前,LED企业左手握有高昂的毛利,右手握有高额的政府补贴。而2013年以来,两大利器均受到了残酷的压制。随着制造门槛的逐步降低,未来行业内渠道端的竞争将更加激烈,规模将是决定业内上市公司能否维持利润的胜负手。

看上去很美

2013年照明行业迅速发展,带动上下游产能得到充分的发挥,也让产能过剩局面有所减缓,无论是做材料、配套、装备的,整个行业“看上去很美”。

但实际的情况并不如业内想象的乐观。高工LED披露的数据显示,2013年中国LED行业的总规模为2638亿元,同比增长为28%,低于业内预期。张小飞表示,2013年LED行业虽然订单很多,企业的营收有所增长,但是因为价格战高企,企业之间竞争的底线越来越低,行业的利润被迅速摊薄。

中国证券记者在“2013高工LED大会”上了解到,目前大多数LED企业的下游客户赊账越来越多,付款周期越来越长,产业链上的欠款现象越来越严重。今天打了几十个电话催款,只能叫他们凑一点钱给我。”一位业内人士诉苦道。

数据显示,截至2013年,国内LED上游企业大概有51家,中游封装企业有1750家,下游应用企业数量高达15000家,行业集中度方面,国内目前还没有厂商占有率超过5%。

张小飞表示,从明年起行业整合会比较多,传统照明转向LED照明的企业数量将达到最高峰,LED行业企

业总数量也会达到最高峰,市场竞争将变得更加激烈:上游,大部分本土企业将死亡,本土芯片厂家最终存活率预计在30%左右;中游,企业只有与下游形成策略联盟才能生存,一部分企业将成为大规模专业厂商,而其他的超过1000家LED封装企业将被淘汰;下游,应用企业也将面临大洗牌,预计LED照明企业未来5年死亡将超过50%,传统照明企业死亡将超过30%。

其实,今年部分企业已经开始启动了企业的整合战略。德豪润达收购雷士照明,进行产业链上下游垂直整合;三安光电拟收购台湾璨圆光电以及美国流明,既有横向整合也有纵向整合。近日,利亚德宣布收购金达照明,希望借助后者的技术优势、项目经验、渠道资源及客户资源,加快公司LED照明业务板块的拓展。

专家指出,任何一个产业都会经历一个由成长到衰退的演变过程,LED目前已进入成长期,这个阶段市场前景良好,容易出现厂商产品相互竞争的局面,破产率和合并率相当高,那些财力与技术较弱,经营不善,或新加入的企业,因产品的成本较高或不符合市场的需要,往往会被淘汰或被兼并。



2013高工LED大会现场

本报记者 傅嘉 摄

设备国产化低于预期

今年下半年以来,LED上游设备的结构调整曾经引发过业内的广泛关注。中报期间,一位业内人士向中国证券报记者透露,由于行业集中度的提高,部分中小企业已经开始将MOCVD机台转让给三安光电这样的大企业。由于MOCVD机台是生产LED芯片的核心生产资料,该人士认为上游的产能向龙头企业集中将使得过往芯片惨烈的杀价场面得以缓冲。

近期,关于MOCVD的国产化的消息也从业内频频传出。有产业人士认为,全球MOCVD设备市场被德国Aixtron和美国Veeco两家国外巨头所垄断,而全世界70%左右的MOCVD均销往中国,如果进口替代的效应被激活,不仅将大大降低LED芯片的制造成本,改善企业的盈利环境,同时也有利于中国企业在LED产业拥有更大的话语权。

但在“2013高工LED大会”上,诸多业内人士向中国证券报记者表示,MOCVD的国产化并不会如外界想象的那样顺利。今年应该是刚刚起步,有部分产品出货,但短期内该类产品仍将是调试阶段,到2015年之前国产MOCVD设备并不会有什么市场机会。”张小飞说。

张小飞指出,国内企业目前只是刚刚组装出MOCVD设备成品,部分核心零部件仍然采购自外国企业,并不能说是实现了国产化,而仅仅是刚刚能实现国产,而且该类设备的调试周期漫长,即使用现在的国产设备,也不能降低企业的生产成本。

其他LED企业表达了相同意见。北方微电子总裁赵晋荣向中国证券报记者介绍,多数企业在短期内不敢对国产MOCVD设备寄予过多期待,因为LED照明设备平均的使用年限都在5-7年左右,对MOCVD有很高的要求,目前LED市场竞争又非常激烈,产品质量是企业的生命,如果短期内大面积使用国产MOCVD设备,可能给产品质量带来较大的不确定性,且MOCVD设备需要不断地维护更新,对设备提供方的实力要求也较高。

关于LED上游设备国产化的相对成熟领域和未来的突破口,张小飞介绍,目前国内在封装和检测等方面的实力较强,技术也较为成熟,部分企业的设备已经开始大规模地替代进口,且未来有可能走出国门实现产品的国际化。

对于封装设备的市场前景,主做LED芯片封装的鸿利光电董事长李国平表示,封装行业是典型的规模性行业,随着国内LED市场的不断壮大,公司未来将不断地采购封装设备,以提高产能规模,同时还将以智能化为抓手,不断地调试封装设备,以求提高产能。

渠道争夺仍是重心

LED不仅是一个电子产品,其自身的消费品属性目前也被市场所广泛接受。但不管行业的集中度如何提高,可以预见的是,渠道仍然是未来企业的重心。”一位业内人士向中国证券报记者表示。

11月21日,勤上光电公告,公司拟投资4039.95万元在北京、上海、广州、深圳、成都、合肥、郑州、沈阳、西安九大城市设立区域营销管理中心,建设全国性的营销管理平台。有业内人士指出,这一投资额已经占到勤上光电前三季度利润的一半左右,在行业利润下滑的背景下,业内企业对渠道的重视由此可见一斑。

一位不愿具名的LED上市公司高管认为,LED短期内仍是典型的项目驱动型行业,70%左右的收入均来自于项目渠道,渠道的争夺将是重心所在。除了上游设备,LED行业整体来看门槛并不高,这使得渠道资源一定程度上将决定企业能否做大。”

几年随着行业的集中度提高,业内的企业数量已经在开始缩小。

广日股份一位负责人向中国证券报透露,公司的LED基本都采购自欧司朗等进口企业,在销售单价上并不具备优势,但依靠强大的渠道资源,凭借毛利较高的产品仍然能维持较高的利润。但今年以来压价也很大,我们必须通过各种付费渠道搞到各地第一手的招标资料,目前各大厂商对项目的争抢十分激烈,一个热点项目通常都要头破血流才能拿下来。”

在“2013高工LED大会”上,阳光照明总经理官勇表示,除了项目资源外,业内对经销商资源的争夺也趋于白热化。目前市场上已经出现三种非常明显的模式,分别是:上游跟下游合作、经销商自建品牌、上游产业进入下游渠道,总体来看,供应链整合的力度非常明显。

LED另一个不容忽视的新兴渠

道当属电商。数据显示,欧普照明、奥朵、洲明翰源等照明品牌“双十一”期间销售额均突破千万元大关。洲明科技品牌总监梅志敏透露,洲明翰源品牌LED照明产品“双十一”活动的销售额大大超出预期,“双十一”开始一小时后销售额便斩获300万元,截至24点,活动总成交笔数已经突破两万笔,销售额已经达到了2142万元。”业内不少厂家借助“双十一”通过电商对积压产品进行了集中的低价清库存。

官勇认为,和传统渠道不同,电商的包袱很轻,这是显而易见的优势。但是线上的思维跟线下做的经销思维完全不一样,如果不拿互联网的思想来做电商,基本不会成功。线上的营销模式需要更多的互联网基因,这对于做LED行业的从业者来说是个巨大的改变,而不仅仅是开一个网店这么简单,如今LED的电商渠道仍是十分初级的阶段。

Audi
突破科技 启迪未来

有时候,如何灵活用车能为您增加全局的胜算

灵活便捷的企业用车,来自奥迪全方位公务用车解决方案



奥迪全国授权经销商,恭待您的咨询。

奥迪不仅为您提供不断进取的豪华座驾,更带来灵活高效的全方位公务用车解决方案。从极具吸引力的大用户金融及保险政策,到切合企业需求的一站式租赁用车解决方案;从覆盖全国的奥迪授权经销商,到无微不至的周全售后服务。更有贴心无忧的二手车处理方案。每一处用心,都为您的企业用车带来更灵活的选择,与更安心的保障,您只需专注企业发展,再无后顾之忧。

详情敬请垂询当地一汽-大众奥迪特约经销商或访问一汽-大众奥迪官方网站

www.audi.cn



一汽-大众