

全球照明市場發展

工研院產經中心

林志勳

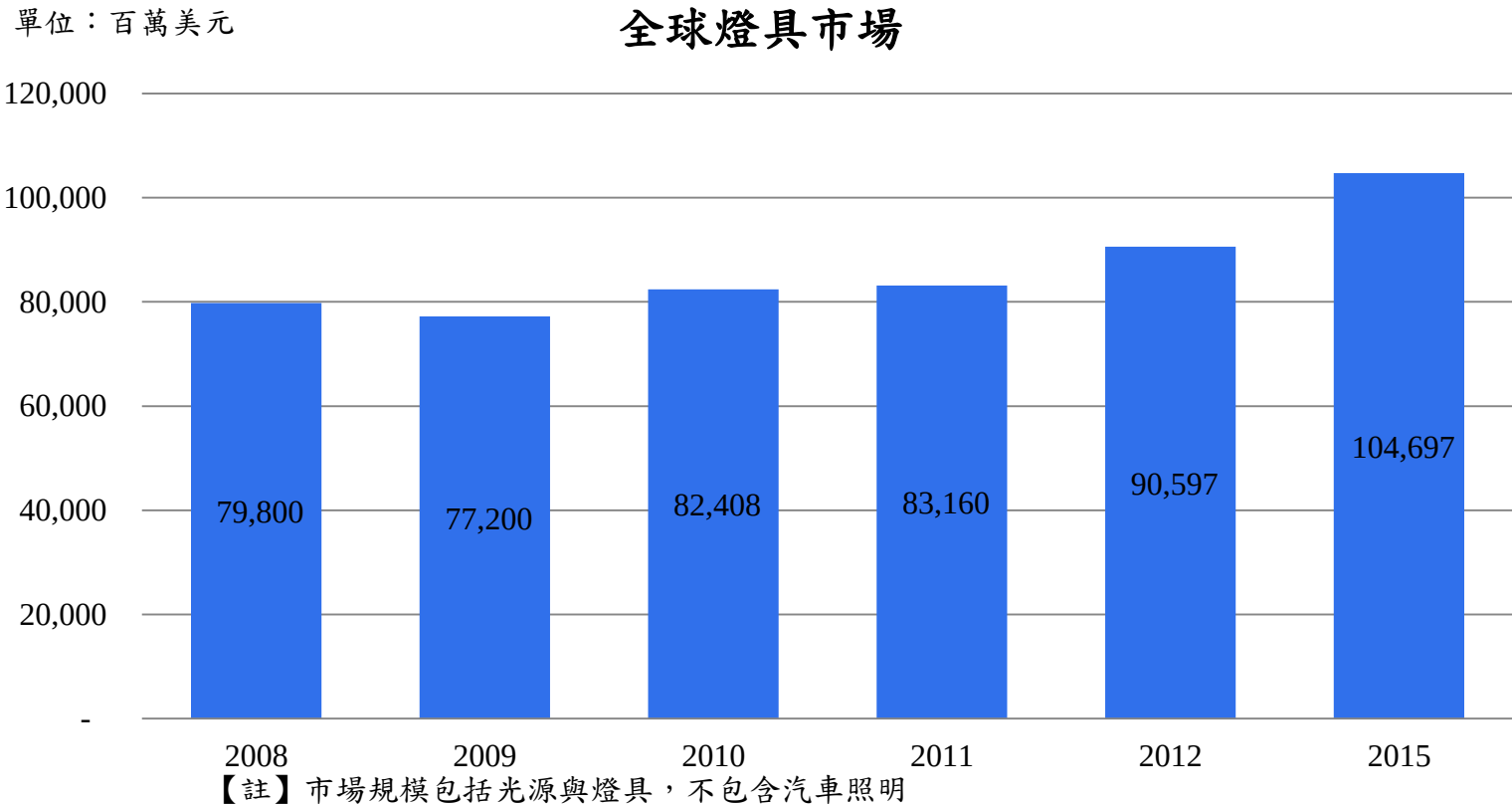


報告大綱

- 全球照明市場發展現況與趨勢
 - 全球照明市場與產業發展
 - 區域市場發展
 - 各國照明政策
 - 產業及技術發展趨勢

全球照明市場發展(1/2)

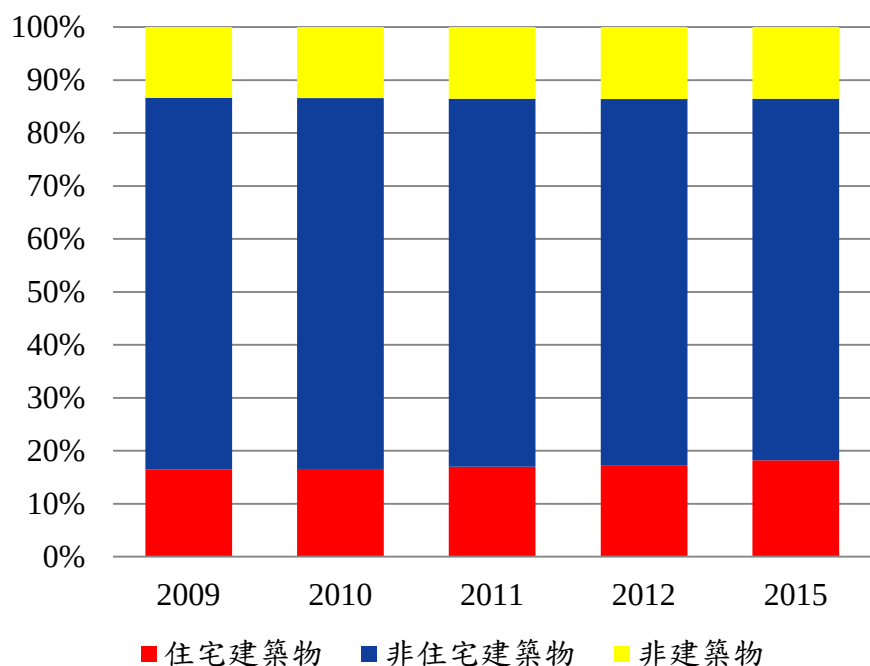
- 全球一般照明市場年成長率約在4-7%之間，2012年全球照明市場規模達906億美元，人口與經濟成長、城市化提高及節能需求帶動市場成長。預估2015年全球照明市場達1,047億美元，2010~2015 CAGR 4.7%



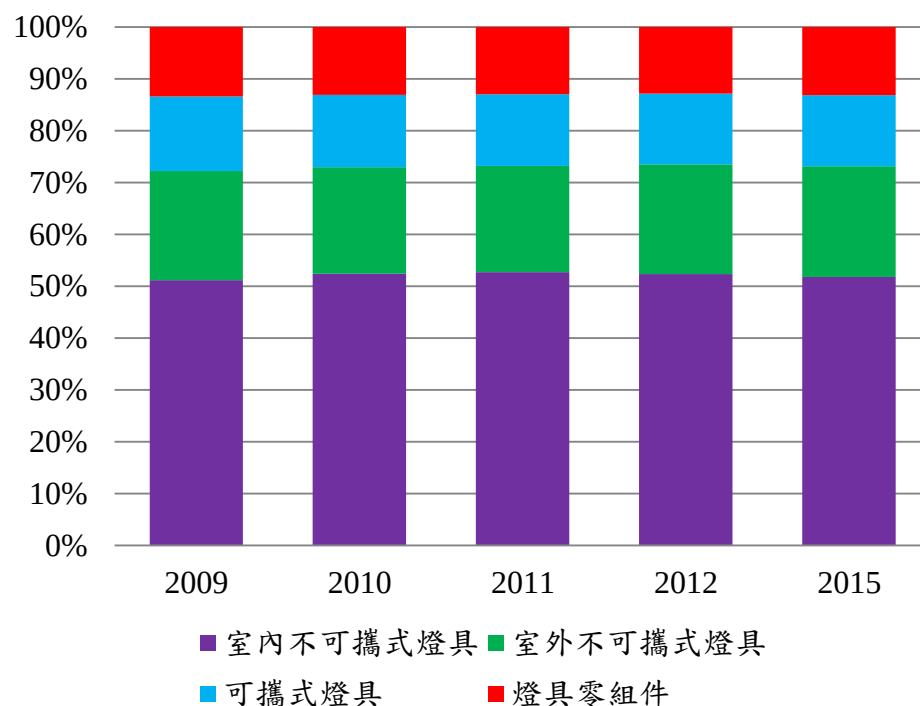
全球照明市場發展(2/2)

- 照明燈具市場集中在工業與商業應用場域，2012年非住宅建築場域市場佔有率達70%
- 市場穩定，產品結構變化小，室內不可攜式燈具為最主要產品

全球照明市場-應用別發展



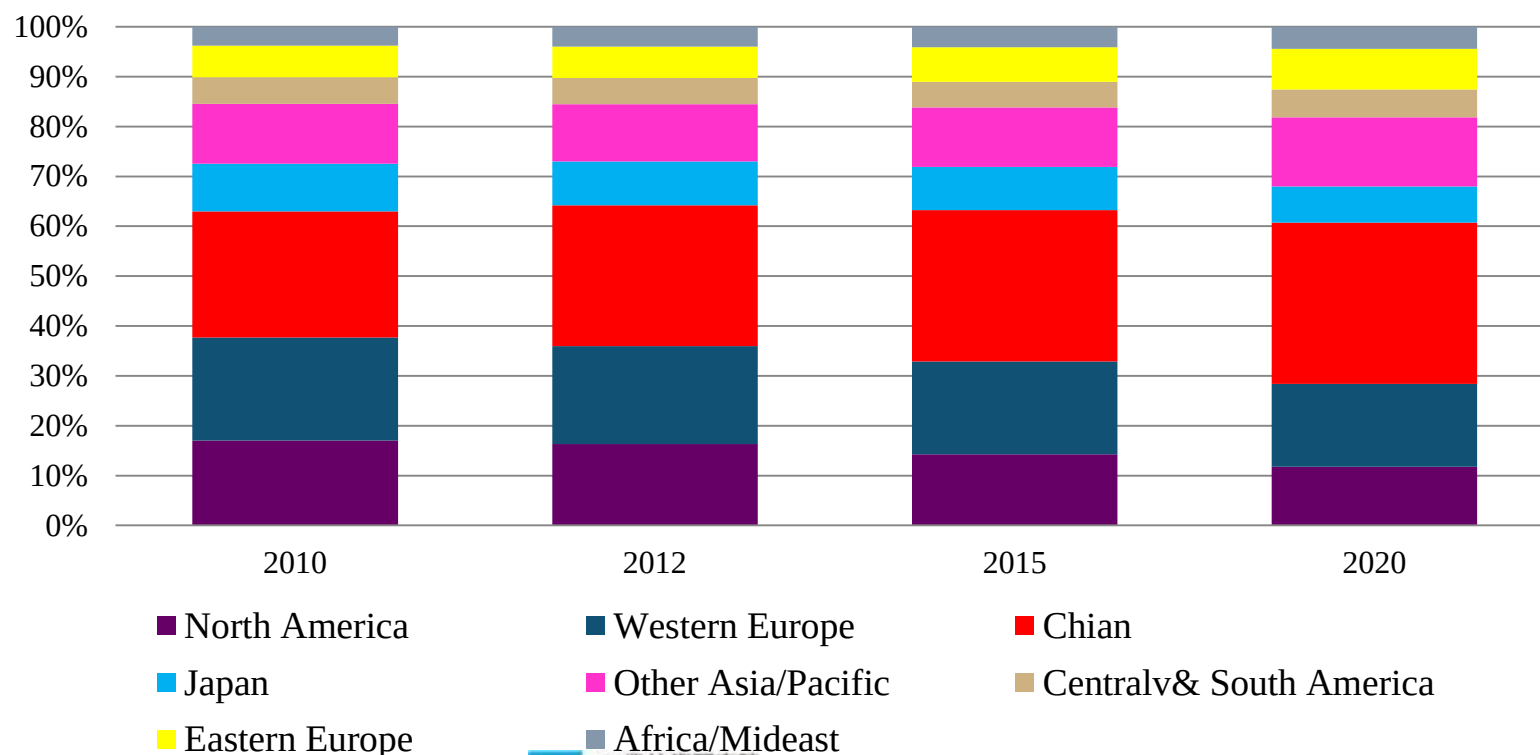
全球照明市場-產品別發展



全球照明產業發展(1/2)

- 歐洲燈具製造業以創新能力維繫競爭力，北美燈具製造業持續外移
- 中國大陸照明廠商數量龐大，生產成本低廉，具有完整支援產業，使其成為全球最大照明生產基地
- 新興國家照明市場興起，帶動當地製造業成長

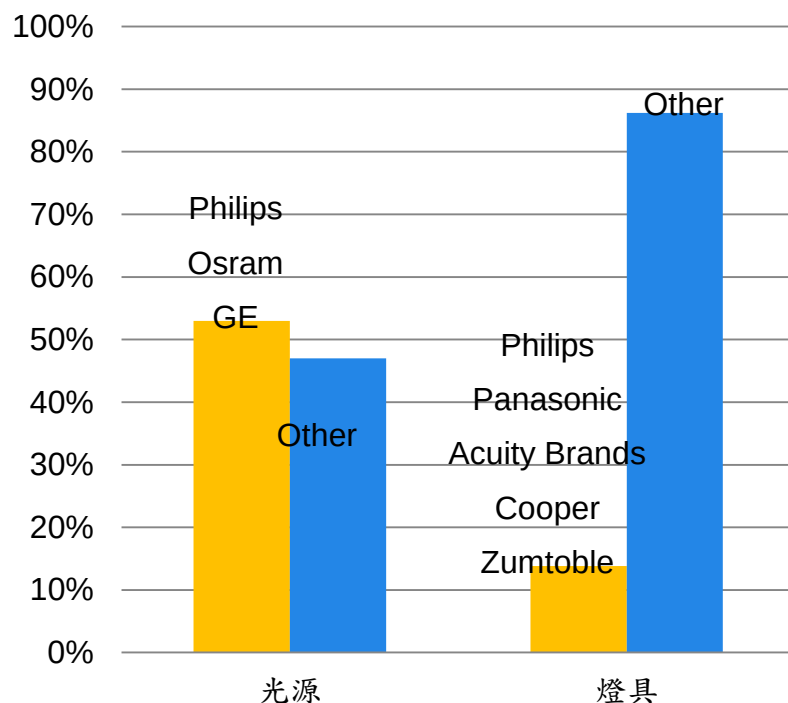
全球照明產品主要生產國



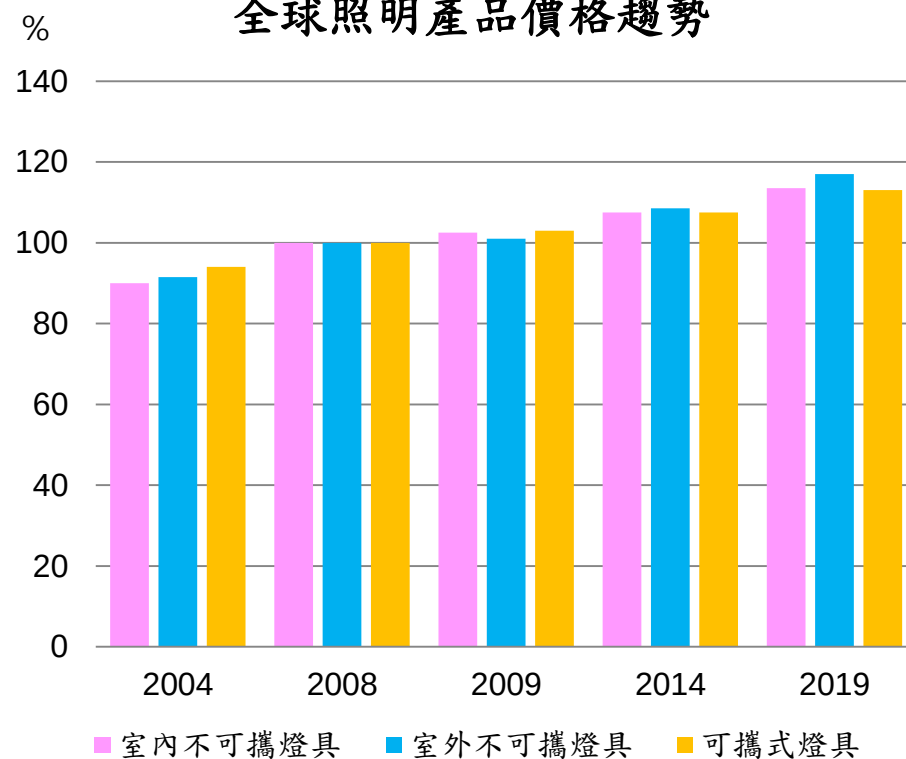
全球照明產業發展(2/2)

- 照明光源市場集中度高(CR3=53%)，燈具為少量多樣，分散性市場(CR5=13.8%)，通路、品牌與寬廣產品線，為產業成功因素
- 原物料價格上漲，照明燈具少量多樣，裝飾、效率提升、LED化等功能需求，使照明燈具產品單價持續上升

全球照明廠商市場佔有率



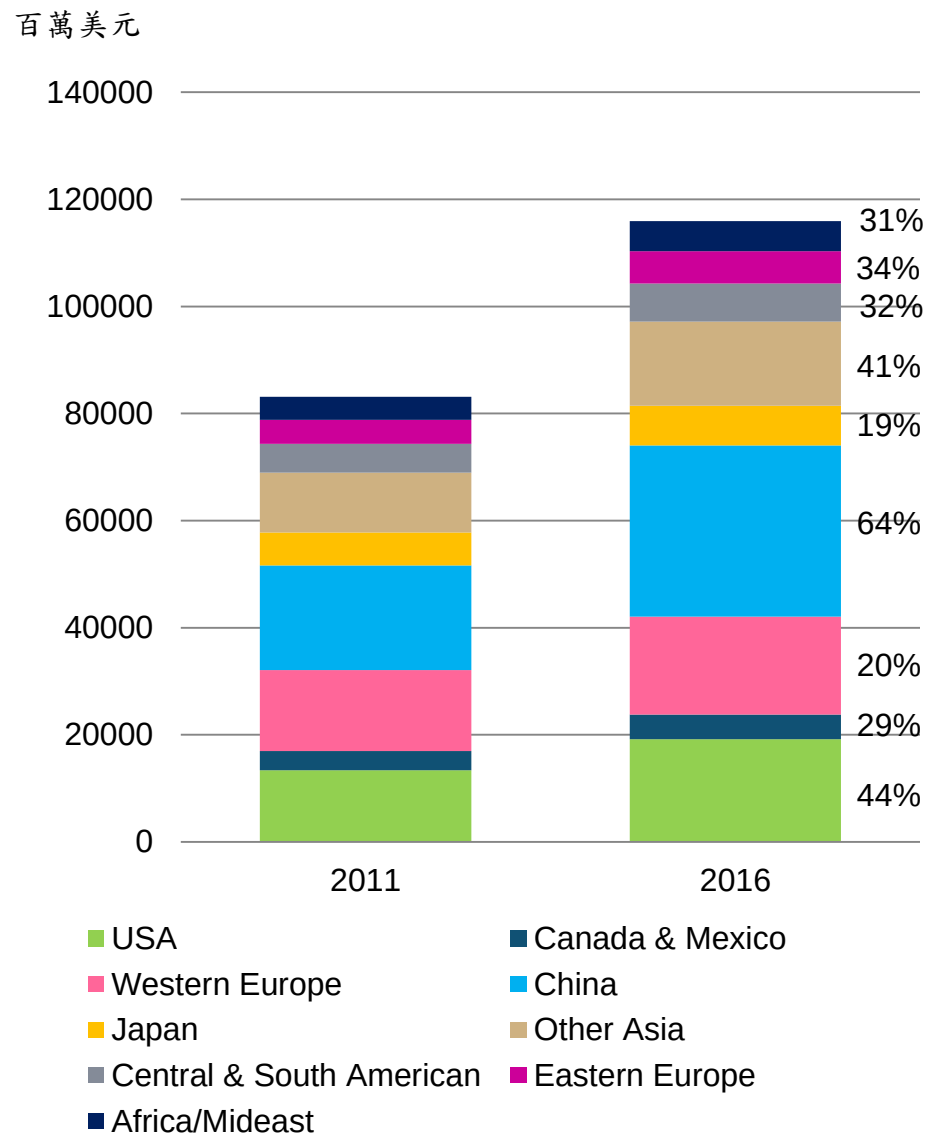
全球照明產品價格趨勢



註：2008年為基準年

區域市場發展

- 中國大陸**2011年**照明燈具市場規模約**195億美元**，為全球最大照明燈具市場國
- 歐洲為全球第二大照明燈具區域市場，亦為全球第二大照明燈具製造區域，僅次於亞洲，產品以高精緻、高品質及高單價燈具為主
- 美國為全球第三大照明燈具市場，照明產品主要以進口為主
- 日本**2011年**因災後重建帶動照明市場成長，**LED**照明產品快速滲透
- 新興市場如巴西、印度及俄羅斯，因經濟成長快速，帶動照明市場成長，照明產品仰賴進口



各國照明政策發展

• 照明節能為各國所努力方向，藉由淘汰低效率光源，鼓勵使用高效率光源為各國照明政策核心

- 照亮未來-加速導入創新照明技術
- 耗能相關產品節能化設計指令(Ecodesign for ErP) 已將辦公室照明設備、公用街道照明設備以及家用照明設備納入其中
- 鼓勵公家機關及城市導入固態照明，並推展智慧照明

- 淘汰液汞生產工藝及低效率光源，2011年11月頒布淘汰白熾燈路線圖，為期5年並分階段逐步淘汰
- 推動城市綠色照明
- 積極推動LED照明

- 日本節能法
- 能源基本計畫中，訂出照明項目之達成目標，即在2020年，市場上銷售之照明器具100%為次世代高效率照明
- ECO-Point制度補貼LED照明產品
- 2010年日本政府公布「新經濟成長戰略」，以2020年為目標，規劃未來10年的發展策略，LED照明被納入戰略及規劃領域

- 提升建築能源使用效率，包括住宅、商業、工業等部門
- 美國家電產品與設備能耗標準
- 能源之星標章
- 國家半導體照明計畫

歐洲為全球第二大照明燈具市場

國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
歐洲	★★★	★★★★★	★★★★★
照明產業特色	- 內需市場龐大，為全球第二大照明燈具市場 - 歐洲龐大經濟體、高生活水準、龐大建設支撐照明市場發展 - 為全球第二大照明燈具製造區，僅次於亞洲，產品以高精緻、高品質及高單價燈具為主 - Philips及Osram為全球前兩大照明廠商		
市場規模	- 受到歐債危機影響，歐洲照明燈具市場成長趨緩 2011年歐洲照明燈具市場規模約197億美元，佔全球達24% - 預估至2016年歐洲照明燈具市場規模約達243億美元		
進口情形	2011年進口額達201.9億美元左右，較2010年成長6%左右。光源佔29%、燈具佔71% - 光源最大進口國為德、中、法，燈具最大進口國為中、德		
出口情形	2011年出口額達192.6億美元左右。光源佔31%、燈具佔69% - 歐洲地區為其燈具及光源主要出口國，包括德、法、荷蘭等		
未來趨勢	- 歐洲未來照明燈具市場規模仍持續成長，尤其是東歐地區 - 該地區環保意識高於其他地區，加上電費偏高，未來節能產品將更受到重視 - LED照明成為受矚目產品		

2011年因災後重建帶動日本照明市場成長

國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
日本	★★	★★★★	★★★
照明產業特色	- 日本照明燈具廠商專攻高附加價值的光源及燈具 - 由於日本住宅面積小，使得小尺寸照明較其他國家普遍 - 日本較早導入螢光燈照明，使得其燈具使用效率優於其他已開發國家		
市場規模	- 近幾年日本景氣表現不佳，使得其照明燈具市場僅約0.5%-1.5% 2011年日本照明燈具市場規模約62億美元，佔全球7% - 預估至2016年日本照明燈具市場規模約達74億美元		
進口情形	2010年之前由於日本經濟景氣不佳，因此使得日本照明進口需求減少，2011年因311大地震之後，災後重建市場以及高單價的LED照明快速滲透，使得2011年進口金額成長至16.9億美元，較2010年大幅成長22%		
出口情形	受到中國大陸等低成本製造國家的照明產品威脅，日本照明廠商逐漸外移，因此使得其出口金額逐年下降，尤其是光源部分。2007年整體出口金額為26.4億美元，至2011年僅剩11.5億美元。		
未來趨勢	- 節能法修正後，更加嚴謹的規範，促使民間及企業將更重視節能 311之後用電吃緊，LED燈泡快速滲透，廠商積極推出相關產品，預估未來LED照明仍為主流 - 高齡化及少子化社會型態不利於照明產業發展，促使廠商積極布局海外市場		

中國大陸為全球最大照明燈具市場

國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
中國大陸	★★★★★	★★★★★	★★★★
照明產業特色	- 低成本製造優勢吸引各國照明廠商至當地設廠 - 龐大內需市場帶動照明產業發展 - 照明燈具產業鏈完整，為國際知名照明廠商的代工廠		
市場規模	- 中國大陸有世界工廠地位，經濟成長率表現佳，因此帶動照明市場發展 2011年中國大陸照明燈具市場規模約195億美元，佔全球23% - 預估至2016年中國大陸照明燈具市場規模約達320億美元		
進口情形	中國大陸為全球最大照明產品製造地，龐大產能已足敷內需市場需求，並成為全球照明產品最大出口國，因此在進口額部分不大，2011年進口額為19.2億美元		
出口情形	中國大陸照明產品憑藉低成本競爭優勢，使得其為全球最大照明產品輸出國家，2007年出口額為130.1億美元，2011年成長至182億美元		
未來趨勢	- 未來幾年中國大陸仍為全球最大照明產品製造國 - 廠商數量龐大，多以代工為主，但內需市場品牌逐漸形成 - 中國大陸持續推動綠色照明，未來節能產品將持續受關注，尤其是LED照明		

印度經濟成長帶動照明需求

國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
印度	★★★★	★★★	★★★★
照明產業特色	• 人均照明使用量低 • 為照明燈具淨進口國，照明需求量大於生產量，呈現貿易逆差狀態 • 龐大的照明市場吸引國外廠商爭相進口照明燈具至印度，也限制印度照明燈具產業的發展		
市場規模	• 2011年印度照明燈具市場規模約29.6億美元 • 預估至2016年印度照明燈具市場規模約達50.7億美元		
進口情形	• 2011年進口額為4.8億美元。光源佔27%、燈具佔73% • 中國大陸及德國為最主要進口國		
出口情形	• 由於內需市場強勁，使得許多照明產品仍賴進口為主，出口金額小		
未來趨勢	• 基礎建設持續佈建以及城市化、工業化持續增加，預估照明市場仍持續持長 • 煤油燈或蠟燭仍是貧窮地區首選產品 • 公共建設逐漸導入節能的LED照明		

俄羅斯照明需求來自於都市

國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
俄羅斯	★★★	★★★	★★★★
照明產業特色	- 為因應成長快速的內需市場，照明廠商設備投資持續增加 - 國內廠商以供給內需為主 - 人口集中於都市，城市化比率高，照明需求也集中於都市		
市場規模	2011年俄羅斯照明燈具市場規模約19.7億美元 - 預估至2016年俄羅斯照明燈具市場規模約達26.8億美元		
進口情形	2007年進口額為5億美元，2011年進口額成長至10.5億美元。中國大陸及德國為最主要進口國		
出口情形	國內廠商以供給內需為主，加上內需市場持續成長，使得出口金額極小		
未來趨勢	2016舉辦國際冰球錦標賽以及2018舉辦世界盃足球賽，舉辦國際賽事投入大筆資金於運動場、飯店、體育館等設施，將帶動照明燈具的需求 - 俄羅斯計劃用4年的時間完成節能燈具的轉換，並優先發展更安全和更有效的LED照明系統 2016年以後，俄羅斯人口逐漸減少，住宅建設開發趨緩，預期照明市場發展將受到限制		

巴西為南美洲最大照明燈具市場

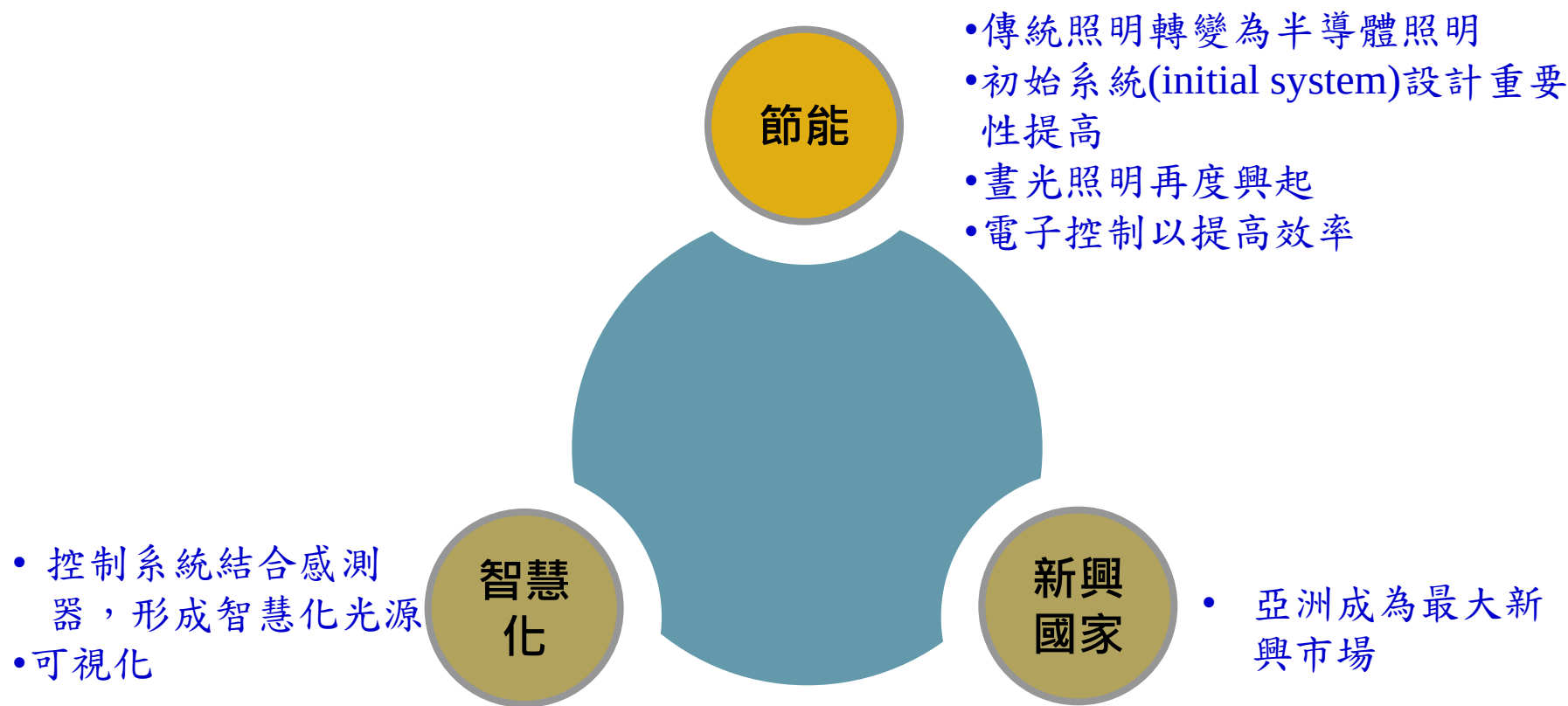
國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
巴西	★★★	★★★	★★★
照明產業特色	- 國內廠商以供給內需為主 - 巴西為南美洲最大照明燈具市場，但當地廠商受到中國大陸等低成本製造優勢及技術成熟影響下，發展受限		
市場規模	2011年巴西照明燈具市場規模約19.2億美元 - 預估至2016年巴西照明燈具市場規模約達25.5億美元		
進口情形	2007年進口額為2.8億美元，2011年進口額成長至7億美元。中國大陸為最大進口國		
出口情形	國內廠商以供給內需為主，加上內需市場持續成長，使得出口金額極小		
未來趨勢	2014年世界盃足球賽與2016奧林匹克運動會等大型賽事，將帶動照明市場發展 - 淘汰白熾燈的照明政策，有助於促進節能燈具的銷售		

台灣照明市場內需小 外銷為導向

國家	經濟條件	市場規模	未來潛力
台灣	★★★	★	★★★
照明產業特色	- 內需市場小 - 廠商外移至低製造成本地區生產 - 無全球性知名品牌 - 外銷導向為主		
市場規模	2011年我國照明市場規模約241.6億台幣(含車燈)，一般照明佔72 %，車燈佔28% - 預估至2015年我國照明市場規模約達256億台幣(含車燈)		
進口情形	2011年進口額達89.2億台幣左右，較2010年成長11%左右。光源佔45.1%、燈具佔32.5%、車燈佔22.3% - 光源及燈具最大進口國皆為中國大陸，車燈則為日本		
出口情形	2011年我國出口額達411.1億台幣左右，創下近五年來出口新高。光源佔2.6%、燈具佔24.5%、車燈佔72.9% - 美國為我國最大照明產品出口國(包括光源、燈具及車燈)		
未來趨勢	- 未來我國照明市場將維持在3~5%左右成長 - 廠商積極投入LED照明，為我國照明產業新契機		

照明產業發展趨勢

- 消費需求轉變，照明市場朝向節能與智慧化，新興國家成為市場發展重點



照明技術發展趨勢



謝謝



工研院產經中心
黃孟嬌產業分析師

IEK View

<http://ieknet.iek.org.tw/>

工研院產經中心
林志勳組長