



LED ZHAOMING  
YINGYONG SHICHANG TUPO

# LED 照明

## 应用市场突破

邱建卫博士 著



广东省出版集团  
广东人民出版社

LED ZHAOMING  
YINGYONG SHICHANG TUPO

LED

照明

常州大学图书馆藏  
应用市场突破

邱建卫博士 著



广东人民出版社  
·广州·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

LED 照明应用市场突破 / 邱建卫著. —广州: 广东经济出版社, 2013. 6

(里程碑顾问财商智略实战丛书之二)

ISBN 978-7-5454-2316-7

I. ①L… II. ①邱… III. ①发光二极管—电子工业—市场营销学 IV. ①F407.635

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 112422 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	20.25 2 插页
字数	395 000 字
版次	2013 年 6 月第 1 版
印次	2013 年 6 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-2316-7
定价	62.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

## 内容简介：

LED 照明是人类照明发展史上具有里程碑意义的技术，21 世纪的朝阳产业。LED 照明已深刻地影响着全球范围内所有照明行业的发展，对促进节能减排、发展低碳经济、提高人类的生活水平等方面均具有十分重要的意义。

中国政府已充分地认识到 LED 照明产业对于促进社会发展、加快产业升级、降低资源消耗具有不可替代的价值，高度重视并积极促进 LED 照明产业发展与行业运用，积极营造有利于 LED 照明发展的行业标准与市场环境，鼓励相关科技研发、培养技术人才、扶持生产基地建设、财政采购户外产品等举措，不断推动中国 LED 照明产业的持续、健康、快速发展。

照明行业也开始积极推动 LED 照明产业的发展，从科研机构、厂家、商家，到终端用户，行业媒体等无不加大各类投入，深刻推动行业发展，并在发展商机中占有一席之地。热流已经涌动，局面已经呈现，现实眼光看当下，长远眼光看未来。2013 年，被照明业界定为“LED 应用元年”，近万家传统照明企业正在向 LED 新型市场华丽转身，怎么转才不至于自取灭亡？8000 家新晋 LED 照明企业如何掠夺与抢占 LED 新市场？LED 就是“光源 + 灯具”那么简单吗？怎样解开 LED 所谓“高科技”的神秘面纱？如何扒下政府补贴的外衣？“价格战”下的 LED 应用市场谁会成为在劫难逃的先驱企业？LED 应用市场，是照明产业渠道的升级，还是一次新的市场竞争“政变”？新格局下的照明市场，LED 应用市场的方向、方法和生存模式及市场出路到底在何方？中国的 LED 照明灯具到底是一个怎样的发展现状？从政府到企业及用户在其中扮演着如何重要的角色？各级厂商在科研、生产、管理、营销等环节又该如何把握其中的机会呢？这是行业发展过程中必须去充分认识的。全书从 LED 应用市场的市场开拓、营销、推广、招商、品牌传播、竞争策略、经营规划、盈利模式等方面提出系统解决之道；从 LED 照明应用市场的关键产业布局，对企业进入 LED 照明市场，进行观察、研究、分析、发现和建议，提出一些思索方法和生存发展之道，愿为处于产业转型的照明企业壮大发展助微薄之力。

建设好、利用好、发展好 LED 照明产业，关系行业繁荣与进步，关系相关产业链生存突围及确立以后市场地位，构建更加健康、更加稳健、更加成熟的 LED 照明发展环境尤为迫切。

2007年开始，LED产业至今已超过18000家企业，应用市场没有那么多位置给企业生存，淘汰是必然。要么深谋远虑、与时俱进、再创辉煌；要么被动等死、在劫难逃；要么乱做找死、自取灭亡。LED照明是一门生意，也是一道生死兴衰的门槛，更是一个时代！

序

Preface

## 序一 在国际视野中，构建中国 LED 照明应用市场盈利体系

欣闻我的老朋友、著名企业学者、里程碑顾问邱建卫博士继 9 年前的《照明灯饰市场实战》后又一照明专著《LED 照明应用市场突破》将出版上市，先睹为快。

该书融合了从事照明行业将近 20 年来邱建卫博士的产业观察、行业分析、企业实操经验、与全国重点城市照明经销商的调研与访谈，集产业之大势，融行业之脉搏，汇企业与商家之迷茫而撰写的一本具有可行性、可操作性、普及性的营销实战性书籍；我个人认为是 LED 产业市场发展目前急需的一部实用纪实应节佳著，足见一位照明专家的眼光敏锐和职业责任感。

作为新兴、朝阳产业的 LED 照明产业，既有传统照明的市场背景，又有现代化技术竞争因素的发展，从我个人研究的经济领域与实践阅历出发，我对现今中国 LED 照明应用行业的发展提出几点看法以供参考：

1. LED 照明功能性照明的市场占有率将快速提高，这是行业之大趋势，市场占有率取决于 LED 照明产品的通路建设。要达到国家《半导体照明节能产业规划》中提出的 20% 的目标，得有一批企业在市场终端开疆拓土。究竟谁先迈出这一步，谁能成功迈出这一步，就要看这家企业在市场中的综合战斗力，而市场进入的方向方法做法，邱建卫博士新著《LED 照明应用市场突破》一书是一把适用的锋利短刀和精准快枪。

2. LED 照明应用市场结构进一步在加速优化。将会在 2015 年之前，建成一批特色鲜明的半导体照明产业集聚区。形成 10 ~ 15 家掌握核心技术、拥有较多自主知识产权和知名品牌、质量竞争力强的龙头企业。谁将顺利进入这个龙头企业的名单，是大家都非常关注的问题。很多人认为上市公司最有机会，但是如果上市公司只注重资本市场的恶意炒作，而不脚踏实地做好 LED 照明产品市场的运作，结果就很难说了。而传统照明，如不增进 LED 知识和技术，则你的所谓“强大渠道”最终一定会失守，结果只能望天长叹。邱建卫博士新著《LED 照明应用市场突破》务实专业的引导真正立足 LED 照明的品牌型企业去为市场客户服务，助你走进一个新的产业时代。

3. LED 照明关键生产和设备“国产化”率提高，对于应用市场的产品控制成本将是一个极好的促进作用。LED 照明产品将会更加贴近消费者的需求，更加满足市场的流通性诉求，对其推广将更加有利。邱建卫博士新著《LED 照明应用市场突破》



则在 LED 照明应用上，强调上游产业的支持重要性。

4. 随着技术的成熟、成本的控制，逐步推广应用技术成熟、节能效果明显的 LED 照明产品。优先推广室内商业照明产品及系统，积极推广室外公共照明产品及系统，适时推广家居照明产品，积极支持汽车、农业、医疗等领域的创新应用。主抓重点工程、完善行业标准、推动技术创新以及人才的储备与培养会使得这个行业全面沸腾起来，进入 LED 照明应用市场的“黄金时期”。邱建卫博士新著《LED 照明应用市场突破》为企业在 LED 应用市场快速抢占策略中如何盈利提供导航作用。

5. 专业人才的短缺是 LED 照明产品推广应用的最大的掣肘因素之一，应当抓住 LED 照明行业发展的“牛鼻子”。我个人认为，除了政府、院校等方面的努力，LED 照明企业更要在人才培养上做出更积极的行动。急功近利和相互挖角只会不断抬高企业用工成本，还不如加大人才培养投入，完善企业的自我造血功能，以保证企业良性发展。邱建卫博士新著《LED 照明应用市场突破》为 LED 照明企业营销策略和广大经销商提供系统的训练之道。

从全球 LED 应用市场领域来看，中国 LED 照明应用市场空间巨大，中国 LED 照明行业的发展尚处于行业的导入期末端与成长期前端，在这个 LED 照明企业簇生的阶段，需要一大批勇于承担行业责任、胸怀行业未来的机构以及许许多多的有识之士对行业从业人员进行德能兼备的引导启发。邱建卫博士能够甘于寂寞，潜心立著，志存高远，传道解惑，实属难得，可敬可贺。不管是 LED 照明行业还是其他行业，中国商道急需一批批学有专长、道有韬略、行有佳绩的智者，不断立足产业高位，整合提炼经营思维，发现竞争规律，为 LED 照明产业整体优化升级出谋划策。

我相信，本书在 LED 照明行业的进一步发展之中，必定会起到教化、引导和启发的作用。

中国著名经济学家

2013 年 2 月 21 日于北京

## 序二 当下 LED 照明市场实战的一套极佳作战武器

在全球大力推动节能减排、积极应对气候变化的形势下，我国也逐步加快淘汰低效照明产品步伐。2011 年 10 月，国家发改委正式发布中国淘汰白炽灯政府公告及路线图，并将 2011 年 10 月 1 日至 2012 年 9 月 30 日设为过渡期。根据路线图，到 2016 年，国内将全面禁止各种瓦数的白炽灯的市面销售。

在 2011 年至 2016 年，淘汰白炽灯有 5 年的过渡时间，为生产商、销售商以及消费者预留了较大的缓冲时间，这无疑给我国的 LED 推广及普及应用提供了巨大的市场机遇。

LED 照明的发展被称为照明产业的一次革命，必将对照明产业的格局及市场产生重大影响，我认为主要体现在以下三个方面：

1. 照明产业。原有照明产品是由光源、电器、灯具、材料、灯头灯座等组成，而新出现的 LED 照明产品将根据 LED 的发光特性及特点进行设计和制造，其表现形式将不同于原有照明产品。产业格局将发生非常大的变化，光源企业、灯具企业将融为一体，市场也将发生相应变化。

2. 标准体系。中国照明的标准体系与国际接轨，执行的是 IEC 的标准体系，属 IECTC34，并按部件分为 TC34A、TC34B、TC34C、TC34D，分别对应光源、灯头灯座、附件、灯具，未来随产业格局改变，现有的标准体系也将发生变化。

3. 产品与市场。LED 照明产品具有体积小、发光效率高、寿命长、易控制、变化多等特点，在照明领域的发展空间巨大，但目前的 LED 照明产品并没有发挥出 LED 的特性，基本是传统照明产品的翻版。未来的产品应充分发挥 LED 易控制的特性，如将 LED 照明产品视为电子类产品，其设计、制造、应用将与原有的照明产品有很大不同。产品方面将依靠功能、时尚、差异化取胜，市场方面将通过企业与经销商的紧密合作、加强服务取胜，产品制造及市场营销都将发生大的改变。

LED 照明引发的这一场变革，对 LED 照明企业而言，机遇与风险并存。

LED 照明企业如何制定自己的长期生存策略？如何在市场中站稳脚跟？如何实施品牌化战略？怎样打造过硬的运作团队？怎样拓宽销售渠道网络？如何形成自己独特的生产模式和盈利模式？……一系列的挑战摆在动荡不定的 LED 照明市场眼前，行业未来的发展机遇与残酷的竞争，对整个 LED 照明产业来说都将会是一个巨大挑战，我们每一位 LED 照明行业的从业者都要具备一颗坚定执著、勇于探索的心。

我与资深照明市场顾问邱建卫博士神交已久，邱博士长期潜心默默耕耘于照明行





业十多载，为许多一线照明著名品牌提供规划与咨询专业服务，长期为照明企业、经销商、营销人员、媒体的知识传播提出不少独特的见解，是一位有独特建树的照明市场营销思考者、实践者，一位愿意探索、行事低调、思维务实的热心市场顾问学者。同时，他也是我非常尊重的兄长和营销策划导师。

当下，正值 LED 照明应用市场即将爆发的关键时刻，LED 照明企业应该如何做？凭什​​么？怎么走？方向、策略、体系均须有专业高手指点才会少走弯路与付出最少的市场权威代价。邱建卫博士的新著《LED 照明应用市场突破》一书适时而出，通读之后我感到非常欣慰，内容方法和思维都是长期行业观察分析得出的肺腑之言和真知灼见。邱博士在 LED 照明领域深耕细作十多年来，在行业视角、产业观察、企业运作、品牌咨询、市场策略、营销实战等诸多领域都颇有成就心得。在本书中，邱博士系统而又有针对性地对 LED 照明企业在应用市场运作过程中所遇到的方方面面的问题都做了较为详尽的阐述以及应对策略，比如：在品牌规划、产品规划、团队建设、市场推广、渠道策略等方面都提出了很多具有实战意义的指导性实战策略，针对性、操作性较强，可谓是 LED 照明企业市场突破极可参用的一套营销作战武器。一个巨大的新兴产业，却有众多小企业，这是照明行业的结构特点。几十年来，照明行业相关市场规划、市场营运和市场盈利方法的系统专著实在太少了，我期望在 LED 产业的急速发展中，能涌现出一大批像邱博士这样能够长期静得下心，潜心务实地研究市场趋势的市场实战专家和学者，为这个行业推动提出观点、理念和指点。

诚然，市场是千变万化的，新的挑战层出不穷，我们势必要经历一个理论结合实践、实践丰富理论的过程，这需要我们这些 LED 照明从业者互相协作、共同探索、一起努力，使中国 LED 照明产业更加繁荣而健康地蓬勃发展，迎来世界 LED 照明产业格局的“中国时代”，并逐步实现“中国梦”。

美国总统胡佛亲自拜访电灯发明人爱迪生先生时，对他的电灯发明兴奋地赞赏道：“有一种光亮，小小的，却能为人指引方向；有一种力量，微微的，却能使人变得坚强！”（Here is the light, tiny yet gives directions. Here is the power, slight yet makes people stronger.）我相信，邱建卫博士的新著《LED 照明应用市场突破》一定能够成为我们 LED 照明从业者在市场的惊涛骇浪中拼搏时，最希望看到的一座明亮的灯塔。

中国照明学会秘书长

2013 年 3 月 30 日夜

### 序三 LED 产业发展需要理性回归

随着半导体发光技术的进步，催生了 LED 照明。LED 照明以其节能、环保、耐用等特性成为战略性新兴产业。LED 以其独特的优势在各领域得到了广泛的应用，LED 照明产品在替代领域上已渗透到各品类，可谓应有尽有，甚至无奇不有，有的已向装饰材料、电子产品等方面发展，以独特、新颖、时尚的特性逐步替代甚至超越了传统的照明产品，成为照明领域的新宠儿。

2000 年以来，在各级政府的大力推动和媒体的大力宣传下，LED 产业得到了迅猛发展。特别是 2008 年美国金融风暴引发的全球金融危机环境下，大量资源涌入，一时间加速了 LED 产业的膨胀，通过近几年的发展，形成了巨大的产能，同时也产生了一些乱象。由于需求的增长与供给的发展不平衡，技术进步快与标准的滞后，市场准入的不规范和产品良莠不齐等因素，导致了 LED 产业的异常发展。尤其是在 LED 照明领域，此种乱象将影响消费者的信心，从而影响整个行业的市场发展，然而也加速了行业的“自洁”进程。

大家都相信：中国是 LED 的生产大国，更是一个消费大国。所以对该产业发展前景高度认同，参与者众，更有盲目投入者，为产业的发展起加速的作用。通过行业的共同努力，LED 照明应用产品已得到政府的关注与支持，得到消费者的认同并逐步接受。然而，市场需求增长仍然缓慢，尽管总体使用成本低于普通照明产品，更有环保、节能、长寿命、色温亮度可调控、便于智能化控制等优势，但消费者对初次投入费用的考虑及对产品质量、技术成熟度的信心指数仍然是影响市场需求的关键因素。产能的过渡释放与需求的缓慢增长导致大量的 LED 企业日子难过，只有依靠消耗自己的体能来支撑心中的期望，支撑不下去的只能甘当行业的贡献者。

今天有幸拜读著名照明品牌营销专家邱建卫博士的《LED 照明应用市场突破》，立感茅塞顿开。

感受之一：要想在 LED 照明市场有突破，必须跨越另一大山。如果 LED 照明沿用现有的商业模式可能难有突破，建立一种新的商业模式才是出路。

感受之二：LED 行业发展需要理性回归，市场之大，行业发展前景之好，无须一下子把其做“烂”，关键在于如何为推动市场发展做加法，正确引导市场需求的理性发展，不让朝阳产业演变成夕阳行业。

感受之三：坚定信念，做好自己的长远发展规划，走好自己的路。昭信这几年在



各节点上都做了不少的尝试，均按原定的计划着实地达到了目标。自主知识产权技术的量产型 MOCVD 通过了科技成果鉴定，达到国际先进水平，为行业发展做了应有的贡献。昭信集团这几年在产业链中打下了良好的基础，积累了一些经验，昭信 LED 照明的落脚点还是在应用领域，有了上游的产业基础，应用起来应透彻一些，到位一些。但是市场才是最好的评价者，我们会秉承“专业、精工、时尚”的理念尽心竭力为客户服务，让每位客户真切感受光的新时代生活。

感受之四：各行各业均有其道，LED 照明市场也有其营销之道，大道无门，关键在于你对其的理解及掌握，从中国食品业奶粉业得出教训，用良心做产品，好产品才有大事业，有大舞台才有好团队。

本书提供了很多难得的经验和方法，让我们对行业发展理清了思路，只要我们认真琢磨、思考，并形成自己的想法和行动，就会有所收获。如《道德经》所述“道生之、德育之、物形之、势成之”，李克强总理“行大道、民为本、利天下”的思维，乃“道”之根本。

此书是邱建卫博士继《照明灯饰市场实战》之后对照明市场的又一专著，分析到位，理念清晰，思维独特，是 LED 照明应用市场第一书，是值得各位参与者、投资者、享受者读的书。最后值此机会感谢邱建卫博士为行业做出的贡献。

广东昭信集团总经理

2013 年 4 月 15 日

# 目 录

## Contents

### 导言：LED 照明的商机与乱象 / 1

LED 照明是人类节能、环保的巨大福音，未来十年照明替换市场拥有巨大的商机，是近年热钱涌入的洼地。同时，LED 照明也被某些地方政府和不少媒体过度引导，以致催生出行业“怪胎”——未老先衰，尚未成熟就开始无利可图。如何走出这种行业乱象迷局？

### 第一章 LED 照明产业机会与危机 / 7

没有不倒的企业，只有不倒的产业；没有小企业，只有小生意；有人类的地方，就有照明。2007 年涌入 LED 行业的资本型企业经过五年的动荡，疯了、累了、倦了、不知所措了？2013 年是传统照明进入 LED 照明的总攻时刻，18000 多家 LED 企业商机和产品竞争与淘汰就此开始！是浴火重生，还是在劫难逃，抑或是自取灭亡？

#### 第一节 LED 照明产业世纪商机 / 8

#### 第二节 当前 LED 照明的十大困境 / 21

#### 第三节 国家和产业对 LED 照明企业的生存发展政策影响 / 23

#### 第四节 LED 照明企业的现有八种典型生存现状分析 / 24

### 第二章 LED 照明企业营销之道 / 27

没有技能的人可怜，没有策略的人可悲。规模分摊成本，畅销创造利润。经营是一盘棋，市场有利润区。没有布局，难有格局，盈利从预算开始，市场从投入起步，执行从计划开始。经营之道，生存之道——营销是一种一听就懂，一干就错的盈亏学问。



- 第一节 成就 LED 照明企业创建市场规模的盈利策略 / 28
- 第二节 LED 照明企业盈利模式快速提升方法 / 43
- 第三节 LED 照明企业如何做年度营销规划 / 46

### 第三章 LED 照明企业品牌规划 / 49

有编号的军队最终必定打败没有编号的军队。LED 行业从不缺产品，但永远缺品牌。谁是 LED 照明时代的“雷士”、“欧普”？不做销量没有今天，不做品牌没有明天。品牌力是 LED 照明企业经营三大核心能力之一。

- 第一节 LED 照明企业品牌创建五个关键要素 / 50
- 第二节 LED 照明品牌三至五年的发展规划制定 / 57

### 第四章 LED 照明产品品类结构与畅品销法 / 63

单品为王开渠道，品系覆盖占市场。产品就是人品，品质决定品位。LED 照明产品是功能、是技术、是设计，更是艺术，是“享受光的新时代生活”。产品成就市场，设计改变格局。产品能力是 LED 照明企业经营核心的能力之二。

- 第一节 LED 照明品类简介 / 65
- 第二节 LED 照明畅品的销法策略 / 88

### 第五章 LED 照明企业市场招商策略 / 105

鉴识一个成功品牌影响力的标准，是看这个品牌经营者后面的追随者数量。企业是码头，商家是船只，建好码头才有百舸争流停靠你的码头，并把货品运往消费者彼岸。招商，就是召唤共同愿望的合作伙伴。合作的宗旨：远有希望，近有实惠。

- 第一节 LED 照明市场快速招商的基础 / 106
- 第二节 LED 照明企业成功招商的突破 / 115

### 第三节 LED 照明企业招商规划策略 / 124

## 第六章 LED 照明营销团队建设 / 133

基础不牢，地动山摇。在 LED 照明企业中，最先被淘汰的不是没有知识的人，而是没有职业能力和专业素养的人。磨剑、练剑、亮剑；没有人才就没有企业未来。野狗团伙见利忘义，利尽人散；群狼团队智勇双全，以义取利。小老板谋利润，大老板谋人才。人才是一棵树，组织是一片森林。营销力是 LED 照明企业经营的三大核心能力之三。

### 第一节 LED 照明营销团队的创建军规 / 134

### 第二节 LED 照明营销团队的训练法则 / 137

### 第三节 LED 照明营销团队的训练手段 / 139

## 第七章 LED 照明市场推广 / 147

群狼团队奋勇掠夺，野狗团伙本性争食。草鞋无号，野草无名。酒香也怕巷子深。市场就是传播，传播靠工具，靠策划，更靠谋划，靠创新。网络时代，一夜成名天下知。在注意力年代，没有推广，就没有市场。产品的流向、流量、流品、流速、流质决定企业推广的成败兴衰。

### 第一节 LED 照明市场推广与传统照明的区别 / 148

### 第二节 LED 照明市场推广成功组合 / 153

## 第八章 LED 照明营销管理规范 / 159

管理，就是把说的写出来，然后，按照写的去做。没有标准就没有规范，没有规范就没有规模。千斤重担人人挑，人人头上有指标。LED 照明营销管理，除了信上帝，一切只有信数据。

### 第一节 LED 照明营销管理效能与准则 / 160

### 第二节 LED 照明营销制度与管理规范 / 170



### 第三节 LED 照明营销管控的效能评估 / 182

## 第九章 LED 照明终端盈利要诀 / 189

世界上没有卖不出去的货，只有卖不出货的人。终端是市场的利器，是企业市场的名片，是市场竞争的瞭望塔，是商家销售的体验室，是消费者交流的接待站，是新品上市的试金石。没有终端，也就没有市场；没有市场，也就保不住工厂。

### 第一节 终端店面硬件配置 / 190

### 第二节 终端店面软件配套 / 198

### 第三节 终端市场销售分析与突破 / 218

## 第十章 LED 照明代理商生存法则 / 243

商人，就是可以商量的人；生意，就要不断生出新主意；生意，就是让生命有意义。LED 照明商人需把自己锻造出新的光源时代的配光专业顾问，钱是给内行人挣的。昨天的利润，是今天的成本。企业的上帝不是顾客，而是利润。市场竞争的本质是获取利润能力的残酷竞争。

### 第一节 LED 照明代理商如何选择优质品牌厂家 / 244

### 第二节 LED 照明代理商如何经营与盈利 / 245

### 第三节 优秀 LED 照明代理的能力配置 / 250

## 第十一章 LED 照明行业展会商机的把握 / 261

展会，是行业的舞台；展会，是产生货流的制高点；展会，是业界竞争动向的观察点；展会，是商家检验自身实力武功的比武场；展会，是行业竞争的风向标；展会，是厂商借机交流结盟的契机地。美国展会调研机构发现：商家参加展会确认厂家后，对厂家的信任度增加 70% 以上。

### 第一节 LED 照明展会营销的误区 / 262

第二节 破解 LED 照明展会低签约率的营销方法 / 265

第三节 LED 照明企业参展攻略 / 267

## 第十二章 邱建卫博士给 LED 照明经营者和经理人的忠告 / 285

任何一次产业升级式的变革，对企业既是一种十年一遇的天赐良机，也可能是一次灭顶之灾。成功是目标，幸福是目的。只要路是对的，就不怕路途遥远。会百样的人，最终还得请教会一样的人。一个人，一件事，一辈子。培训，让你知道；训练让你得到……

第一节 我在为照明企业品牌策划过程中的一些感悟 / 286

第二节 企业与营销策划顾问机构合作的十大挫败成因 / 294

后记一：享受光的新时代生活——从昭信 LED 看 LED 时代的商业境界 / 298

后记二：世界上的果子在没有成熟之前都是苦涩的——撰写本书的前前后后 / 303

参考文献 / 307



## 导言：LED 照明的商机与乱象

LED 照明是人类节能、环保的巨大福音，未来十年照明替换市场拥有巨大的商机，是近年热钱涌入的洼地。同时，LED 照明也被某些地方政府和不少媒体过度引导，以致催生出行业“怪胎”——未老先衰，尚未成熟就开始无利可图。如何走出这种行业乱象迷局？

对于本书中所涉及的一些名词进行以下定义：

### 1. 传统照明

LED 照明诞生后，将 LED 照明诞生之前的光源和灯具统称为传统照明。传统照明包括白炽灯、卤钨灯、荧光灯、金卤灯、钠灯、汞灯等光源及其灯具。LED 被称为第四代光源，之前的第一代光源是白炽灯，包括普通白炽灯和卤钨灯；第二代光源是荧光灯；第三代光源则是高强度气体放电灯，包括高压汞灯、金卤灯、高压钠灯、无极灯。

### 2. LED 起源

芯片的发展史即为 LED 的发展史。第一颗 LED 的历史源于 1907 年，由英国的 Henry Joseph Round 首次发现在 10V 的偏压下，当半导体的电子与电动结合时，过剩的能量以光的形式释出。

到了 1962 年，Holonyak 和 Bevacqua 在应用物理期刊发表了使用 GaAsP（磷化镓砷）为发光材料的红光 LED，这是第一颗可见光 LED，使用气相磊芯法（VPE）在 GaAs 基板上成长出 GaAsP 二极管 PN 极面。Holonyak 教授被誉为可见光 LED 和 LD 之父。

1993 年，Nichia Corp. 的中村修二（Shuji Nakamura）发明了突破性的氮化镓（GaN）与氮化镓铟（InGaN）的蓝光 LED。蓝光芯片配上黄色荧光粉，让 LED 正式进入白光时代，使得照明领域迈进新的里程碑。