

常见 LED 十大误区

高价误区

LED 行业发展到今天还是高新技术产业么？无疑要画个问号。是个人都能生产 LED，请问它的技术能高到哪里去？最多是某个或几个环节的技术门槛高点罢了。LED 产品还是高价产品么？已经到了“没有最低只有更低”的地步，肯定不是什么高价产品了。高档可以适当高价，过分高价已经不行。还在做“高价梦”的企业得高度警觉。通用产品时代马上就要到来，LED 只是个“灯泡”或装饰品，而已。

低价误区

高价不行，低价又行不行呢？也不行！只有合适的价格才是必然选择。过分低价就等于自杀，越来越不能适应中国的企业生存环境。另外必须指出，LED 通用产品的大工业化时代很快就要到来，小企业还得在装饰功能上下功夫。

盲目做大做强误区

现在很多企业不管自己有没有实力，都在叫嚷快速做大做强。在国标都没有出来的混乱时代，大环境剧烈震荡，企业要大面积做大做强就是痴心妄想。赚点小钱容易，宏伟蓝图根基不足。除非像勤上那样“另辟蹊径”。

渠道建设误区

渠道确实是目前 LED 行业最头痛的问题，不管多大的企业，今天都遭遇巨大的瓶颈。传统照明的销售巨头能否卖好 LED，并且依然成为销售巨头？这里得画个问号。大经销商不愿卖或卖不好，小经销商你又不愿给他卖，这就是个误区。未来的 LED 渠道冠军，未必就是传统销售巨头。因此混战时代，渠道要灵活，要坚持多样化，多种模式。

品牌建设误区

只闻雷声不见雨点，只见宣传不见网点，即使广告做到中央电视台黄金时段也没用。渠道建设，今天就是要下狠功夫。如果你确实很有钱，最该花的钱就是渠道建设。必须指出的是，渠道建设，必须坚持虚实结合。也就是说，一方面要声势浩大，所过之处赚足眼球，另一方面要深耕细作。

盲目投资误区

不要以为自己财大气粗，投资 LED 就一定成功，其实未必。不了解行业现状，不对症下药，巨额投资打水漂一点也不危言耸听。投得准、投得狠才会成功。

急功近利误区

投资回报谁都想短平快，但 LED 不是短平快的行业，因此，急功近利者当戒。

盲目扩张误区

以为赚了点小钱好运就来了，不注意研究市场变化，没有准确的前瞻性预估，破釜沉舟进去，可能赤身出来。

盲目乐观误区

LED 照明的发展目前是一根曲线，而不是一根直线，因此不要把一时成功当做一世成功。也不要认为过了一坎就云开日出了，其实选择了行业就是一场持久战，所以企业要高度清醒。

消极悲观误区

也不要认为 LED 行业前途渺茫，本质上来讲，它是一个光明行业，有着巨大的应用和市场空间。只要保持良好的心态，选择正确的做法，始终坚守成功的信念，不断调整方法和策略，就可以笑到最后。

就像有人说：“国内 LED 行业还没有出现真正的大品牌，只要不死掉，等到春天来临，就能活得更好。”