



头豹
LeadLeo

2025年 护眼灯行业词条报告

头豹分类/制造业/电气机械和器材制造业/照明器具制造/照明
灯具制造

光明守护者——探索护眼灯在数字时代的新机遇 头豹词条报告系列



付淑芳 · 头豹分析师
2025-06-18 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/照明灯具制造

摘要 护眼灯行业通过模拟自然光等方式保护视力，技术创新驱动明显，LED和智能控制技术得到广泛应用。终端需求增长强劲，消费需求升级推动护眼灯向全屋光健康方案转型，满足多场景需求。跨界合作重塑行业标准，与教育、医疗等领域融合，推动“护眼环境”标准化。行业规模增长受消费者健康意识提升、技术升级与产品功能多样化驱动。未来，场景拓展和智能化与健康监测功能的深度融合将推动护眼灯行业持续发展。

行业定义

护眼灯是指通过模拟自然光、减少频闪、控制蓝光和眩光等方式，旨在降低眼睛疲劳，保护视力的照明灯具。护眼灯使用的灯头是光线质量比较好的光源，灯具由能够改善光线分布均匀性并能减弱或降低眩光的灯罩，以及给光源提供电流的驱动电路组成。护眼灯的核心目标是改善传统灯具可能存在的频闪、蓝光过量、光线不均匀等问题，从而保护视力。

行业分类

护眼灯可以按照技术工艺分类。

按技术工艺分类

可分为高频灯和直流灯。

高频护眼灯

该类护眼灯使用电子变频器，将50Hz交流电变成高频交流电（通常为30k~50kHz），再用高频交流电点灯。在高频灯中，光亮每秒变化几万次，肉眼无法察觉，从而达到护眼的目的。

直流护眼灯

该类护眼灯通过使用直流镇流器把交流电先转变成电压、电流平稳的直流电再用直流电点灯，使光线达到与自然光相同的连续均匀、柔和以及基本无频闪的程度。由于直流护眼灯采用的是直流技术，光线无任何波动，也避免了由电子镇流器所引起的电磁干扰信号，因此解决了电感镇流器荧光灯的频闪问题。但直流护眼灯工艺难度大、成本高。

行业特征

护眼灯的行业特征包括技术创新驱动明显、终端需求增长强劲、跨界合作重塑行业标准。

1 技术创新驱动明显

护眼灯行业在技术创新方面表现突出，不断采用新的光源技术以提高光的质量和均匀性。例如，LED光源因其高光效、低能耗和长寿命的特点，已成为护眼灯的主要光源。智能控制技术在护眼灯中的应用也日益广泛，支持语音控制和自动调节亮度、色温等功能的产品愈发丰富。此外，部分护眼灯还引入了环境光感应技术，能够根据环境光线自动调节亮度，以减少眼睛疲劳。在用户体验设计方面，护眼灯引入了多种场景模式，如阅读模式、工作模式等，以满足不同用户的使用需求。制造工艺方面，护眼灯采用环保材料和先进的制造技术，提高了产品的耐用性和环保性。行业内企业不断加大研发投入，设立专门的研发中心或实验室，以保持技术领先地位。

2 终端需求增长强劲

消费需求的升级推动护眼灯从“书桌伴侣”向“空间光管家”转型。头部企业已推出涵盖读写台灯、吸顶灯、落地灯的全屋光健康套装，通过智能中枢实现场景化联动。例如，儿童房模式可在学习时段提供高照度、低蓝光的专注光环境，休息时段自动切换为暖色调助眠光。这种“1+N”产品组合策略，不仅满足了家庭多场景需求，更通过差异化配置开辟了新的利润增长点。数据显示，全屋光健康方案的客单价较单品销售提升4-6倍，成为企业抢占市场的关键武器。

3 跨界合作重塑行业标准

护眼灯行业正打破产业边界，与教育、医疗、智能硬件等领域展开深度融合。在教育场景中，企业联合学校打造“智慧光教室”，通过统一部署智能护眼灯具，实现教室光环境的精准管控；与眼科医疗机构合作开发的光健康评估系统，可基于视力检测数据定制个性化照明方案。这些跨界合作加速了“护眼环境”标准化进程，目前已有3个省级地方标准和5项团体标准相继出台，为行业规范化发展奠定基础。

发展历程

2020年后，随着健康照明与智能家居、物联网等技术深度融合，照明产品不仅关注视觉舒适性，还注重光对人体昼夜节律的调节作用，护眼灯行业进入高速发展阶段。此外，国家和行业标准的制定，为健康照明产品的规范化提供依据，市场规模迅速扩大。此时期竞争加剧且企业之间差异化竞争策略日益清晰。创新成为关键驱动力之一，并在细分市场中持续推进产品与技术革新。

萌芽期 · 1990-01-01~2012-01-01

2006年，国际电工委员会发布IEC 62471标准，规范了光生物安全性评估，成为健康照明产品设计的重要参考。

1990年代，健康照明的概念开始被部分企业提出初步引入中国市场。随着LED技术的逐步成熟，照明产品开始从传统光源向LED过渡，强调减少频闪、眩光和蓝光等对人体的潜在危害。在这一阶段，健康照明的产品应用主要集中在教育和医疗等公共领域。尽管市场规模有限，但为后续的发展奠定了基础。

启动期 · 2012-01-01~2020-01-01

【1】2017年发布《《读写作业台灯性能要求》GB/T 9473-2017，明确读写台灯的照度、蓝光危害、电磁辐射等关键指标，首次为护眼灯质量提供国家标准依据。【2】在2018年Light+Building展会上，COELUX团队通过先进LED系统模仿太阳光效果。

随着全球对健康影响深入研究取得进展，健康照明领域得到显著扩张。这一阶段，健康照明开始向家居、办公等民用领域扩展。企业开始关注光对人体生理和心理的影响，推出全光谱、可调色温等功能的产品。同时，智能控制技术的引入，使照明系统能够根据用户需求自动调节，提升了用户体验。科技进步与消费者对健康光环境需求增加之间相互促进，导致了针对各种非视觉感官效果的产品开发及市场拓展。

高速发展期 · 2020-01-01~至今

【1】2022年《中小学教室照明设计规范》发布，明确提出照明应有利于学生视力健康，推动健康照明在教育领域的应用；2023年国家市场监督管理总局发布《节律照明灯具性能要求》标准，规范了节律照明产品的性能指标。

随着全球大流行所引发的全球卫生危机，精神健康问题日益突显，在此背景下，提供支持心理健康的照明解决方案显得尤为重要。在这一阶段，健康照明与智能家居、物联网等技术深度融合，强调以人为本的照明设计理念。产品不仅关注视觉舒适性，还注重光对人

体昼夜节律的调节作用。国家和行业标准的制定，为健康照明产品的规范化提供了依据，市场规模迅速扩大。此时期竞争加剧且企业之间差异化竞争策略日益清晰。创新成为关键驱动力之一，并在细分市场中持续推进产品与技术革新。

产业链分析

护眼灯产业链的发展现状

护眼灯上游为原材料厂商，包括灯罩/封装、芯片等；中游为护眼灯品牌商；下游为消费者。

护眼灯行业产业链主要有以下核心研究观点：

按技术定位和功能分类，护眼灯品牌可分为医疗健康系、智能科技系和基础功能系三类。

护眼灯品牌众多，主要包括【1】以书客、爱德华医生为代表的医疗健康系，该类品牌采用医学级别光谱技术，能动态缓解用眼疲劳。例如书客SunPro采用第7代紫光激发技术，搭配RRT2.0红光养眼技术，显色指数达Ra98.6，可覆盖2米区域护眼光，医学认证可降低98%近视风险。

【2】以霍尼韦尔、小米等代表的智能科技系，该类灯品牌注重全域智能协同、高精度环境响应等颠覆性体验。例如随着智能家居产业发展潜力加速释放，霍尼韦尔推出“1+3+X”智慧居家全场景解决方案，其护眼灯支持语言助手+家居系统联动，产品价格最高可达7,000+元，主打高端市场。【3】以欧普、松下、飞利浦为代表的基础功能系，该类品牌推出的基础款侧重于基础护眼保障，满足读写照明需求，性价比高。

从儿童近视防控到老年人视力保护，护眼灯消费群体广泛。

近年来，护眼灯消费趋势持续向好。以2023年淘天平台照明灯具销售情况为例，“护眼”、“全光谱”概念产品火爆，销售额分别超70亿元和45亿元，同比分别增长85%+和570%+，且两者关联度高，“全光谱”概念中，近80%的产品为“护眼”功能产品。从消费群体看，因在减轻视觉疲劳、保护视力和提升用眼舒适度方面的显著优势，护眼灯消费几乎覆盖了所有需要长时间用眼的人群，学生党、办公族、儿童/婴幼儿家庭、银发族消费大致呈现“4:3:2:1”的格局。

产业链上游环节分析

生产制造端

上游原材料厂商

上游厂商

三安光电股份有限公司	深圳市兆驰股份有限公司	京东方华灿光电股份有限公司	济南乾照光电科技有限公司	美国普瑞科学仪器公司北京代表处
深圳日亚化学有限公司	德州仪器半导体制造（成都）有限公司	苏州金澄精密铸造有限公司	东莞市宏正塑料制品有限公司	
深圳市明华光电有限公司	广州上为照明有限公司	深圳市奇铭达光电有限公司	中山市凯鸿越照明电器厂	深圳市卓尤新材料有限公司
上海合复新材料科技有限公司	东莞市兆科电子材料科技有限公司	深圳市华之美半导体有限公司	东芝（中国）有限公司	上海光电技术有限公司
东莞市汇尔照明电器制品厂	广州柏曼光电科技有限公司			

上游分析

技术升级与成本优化并行，为中游产品价格竞争提供支撑。

护眼灯主要原材料为灯罩/封装、芯片、散热底座、驱动器和灯头等，在中国主流护眼灯品牌中，上述材料成本占据护眼灯总成本的20%-30%（中国高端LED芯片依赖进口，如美国CREE、日本日亚的芯片性能稳定、光衰小、寿命长，价格高；国产芯片如三安光

电、华灿性价比高）。目前，上游呈现出技术升级与成本优化并行的趋势，同时受政策影响向绿色化转型。一方面，上游厂商如LED芯片供应商（美国普瑞、三安光电、日亚化学）和光学材料制造商（东莞汇尔照明、德国柏曼）持续投入研发，推动LED芯片能效提升（随着Mini-LED、Micro-LED等新型显示技术不断成熟和应用拓展，LED芯片将在高分辨率显示、VR/AR等领域展现出巨大应用潜力。例如：LEDinside预测，2025年MicroLED市场产值将达到28.9亿美元）、散热材料轻量化及防眩光涂层技术突破。同时，受益于规模化生产，LED芯片和驱动电路的成本逐年下降，为中下游产品价格竞争提供支撑。另一方面，国家对健康照明的政策支持（如强制性蓝光标准），促使上游厂商加速布局高显色指数、低蓝光等技术。此外，环保法规趋严倒逼厂商采用可回收铝材、无铅焊料等环保材料，进一步完善供应链绿色化转型。

中

产业链中游环节分析

品牌端

中游品牌商

中游厂商

霍尼韦尔（中国）有限公司	沃达迈灯具制造（上海）有限公司	飞利浦（中国）投资有限公司	欧司朗（中国）照明有限公司	
松下电器（中国）有限公司	广州柏曼光电科技有限公司	明基智能科技（上海）有限公司	中山市琪朗灯饰厂有限公司	欧普照明股份有限公司
雷士照明（中国）有限公司	深圳市健之家实业发展有限公司	小米科技有限责任公司	月影照明科技（广东）有限公司	

中游分析

市场品牌众多，技术路线和功能各异。

中国护眼灯市场品牌众多，产品类型多样。根据技术定位和功能差异，大致可分为以下三类：**【1】医疗健康系，代表品牌有书客、爱德华医生。该类护眼灯品牌采用医学级别光谱技术，能动态缓解用眼疲劳。**例如：（1）书客SunPro采用第7代紫光激发技术，搭配RRT2.0红光养眼技术，显色指数达Ra98.6，抗衰减8年，可覆盖2米区域护眼光，医学认证可降低98%近视风险。（2）爱德华医生采用NIR红光专利护理技术，每天3分钟照射NIR可以使视力改善20%，其DL-BPM光生物能量管理法综合多项专利技术，制定了一套完整、智能化的光学模型，可以根据不同的人群和场景，发出特定的”光能量“和”光亮度“，促使使用者进入高能状态。**【2】智能科技系，代表品牌有霍尼韦尔、小米等。该类护眼灯品牌注重全域智能协同、高精度环境响应等颠覆性体验。**例如：（1）随着智能家居产业发展潜力加速释放，霍尼韦尔推出“1+3+X”智慧居家全场景解决方案，即包括1个超级中控大脑、3种智能交互模式和X个智能场景，因此其护眼灯支持语言助手+家居系统联动，产品价格最高可达7,000+元，主打高端市场。（2）Yeelight作为小米生态链品牌，其全屋智能灯光产品线，拥有万分级超深度精控调光、深防眩、高显指、低功耗等性能，覆盖智能光源、智能交互、智能控制三大品类，其产品支持语音控制等，设计感强，价格区间1,100元以内。**【3】基础功能系，代表品牌有欧普、松下、飞利浦等。该类护眼灯品牌的基础款侧重于基础护眼保障，满足读写照明需求，性价比高。**

下

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

下游消费者

渠道端

下游分析

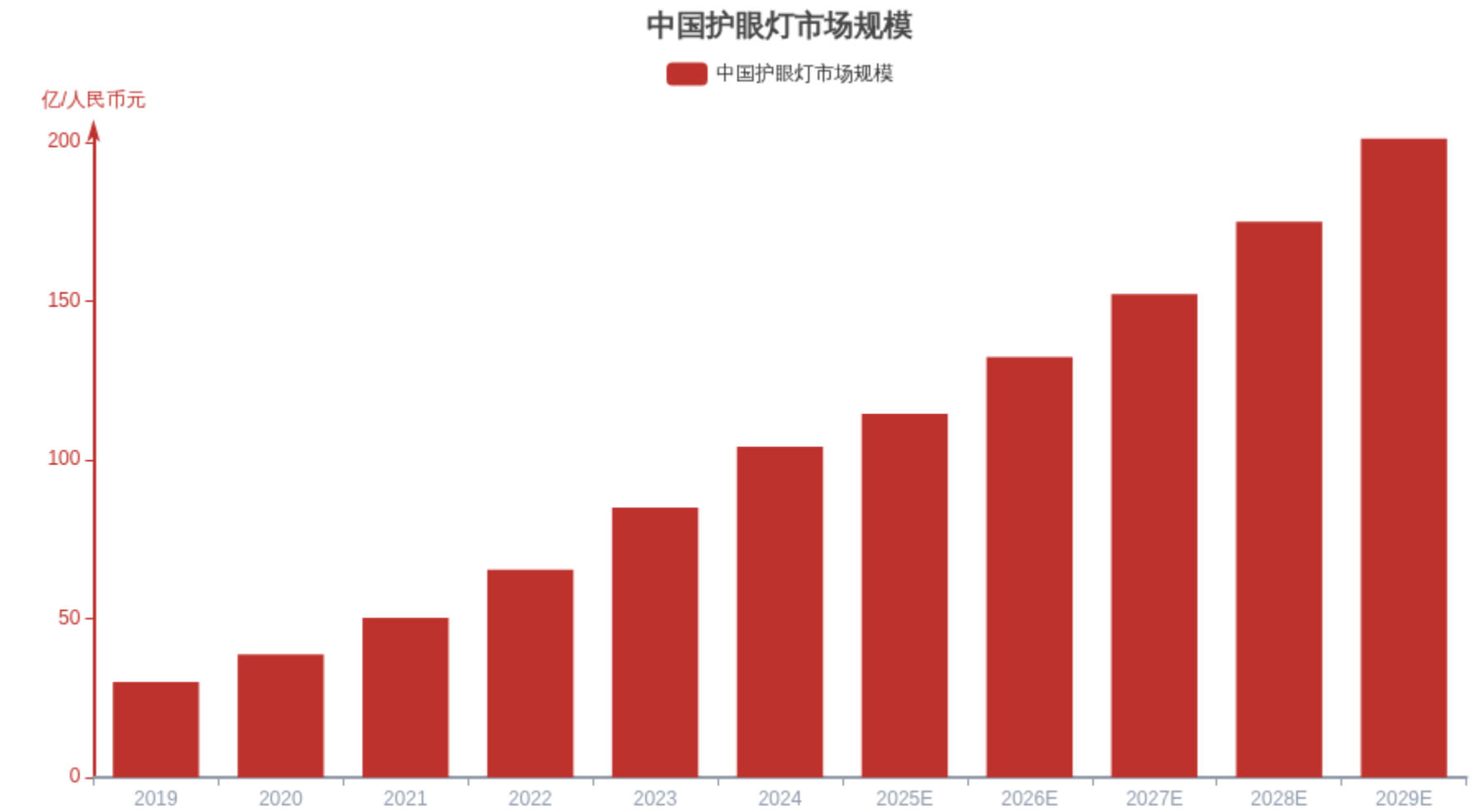
消费群体广泛，落地护眼灯增速明显。

因在减轻视觉疲劳、保护视力和提升用眼舒适度方面的显著优势，护眼灯消费几乎覆盖了所有需要长时间用眼的人群。具体而言，学生群体（长时间学习）、办公族（长期面对电脑/文件）、儿童/婴幼儿家庭（低龄儿童阅读/画画等场景用眼健康）和银发族（老年人预防眼疾）分别占据护眼灯消费市场约40%、30%、20%和10%的份额。从护眼灯具类别看，由于场景拓展，除了护眼台灯外，吸顶、吊顶、落地等类型护眼灯消费持续向好，2023年在淘天平台的销售额均实现100%+的增长。而且，因落地护眼灯以广域照明为核心，适合多人共用的学习区和客厅，能提供大面积均匀光线，各大国产品牌纷纷入局（如琪朗、月影），使得该品类成为行业核心竞争方向。2024年7月-2024年9月数据显示，以“大路灯”（落地灯为其中一种）为代表的护眼灯在天猫搜索增长超40%，期间销售额超5亿元，其中落地护眼灯同比成交更是翻了几番。

行业规模

规模预测

护眼灯行业规模



数据来源: 弗若斯特沙利文

护眼灯行业市场规模历史变化的原因如下：

消费者健康意识提升与近视防控需求驱动。

护眼灯消费市场的快速增长，首要驱动力是消费者健康意识的显著提升，尤其是对青少年视力保护的重视。根据国家卫生健康委员会数据显示，中国有超7亿人为近视患者，其中儿童青少年总体近视率超50%，青少年近视率位居世界第一，这一数据成为家庭和社会关注的焦点。随着电子产品普及（2024年，中国网民规模达11.08亿人，互联网普及率为78.6%）和在线教育（2024年，中国数字教育企业超1,800家，数字教育规模达

4,685亿元，同比增长13.35%）的兴起，长时间用眼导致的视觉疲劳问题愈发严重。家长群体（尤其是80后、90后年轻父母）逐渐意识到传统照明产品（如白炽灯、普通LED灯）存在蓝光伤害、频闪等问题，而护眼灯通过低蓝光、无频闪、高显色性等特性，能有效降低眼睛疲劳风险。此外，国家政策的推动也加速了健康照明理念的普及。例如，《读写作业台灯性能要求》（GB/T9473-2022）和《家庭教育场景健康光环境技术规范》等标准的实施，明确了护眼灯的照度、显色性、蓝光防护等技术指标，提升了消费者对护眼灯科学性的认知，带动护眼灯市场消费。

LED等技术升级和产品功能多样化推动市场需求。

护眼灯市场的另一大增长引擎是技术的快速迭代与产品功能的多样化。LED技术的成熟和成本下降，使护眼灯具备了更高效、节能的光源解决方案（LED灯具能耗仅为白炽灯的10%-20%，荧光灯的50%；高性能LED灯比普通LED灯节能50%-60%）。例如，LED护眼灯在光源稳定性、能效和舒适度方面显著优于传统照明产品，同时智能照明技术的融入（如亮度自动调节、色温切换、语音控制）进一步提升了用户体验。以欧普照明推出的“小灯塔系列”为例，其第二代产品通过智能传感器实现环境光自适应，覆盖作业、网课、绘画等多场景需求，精准满足消费者对“科学护眼”的期待。

护眼灯行业市场规模未来变化的原因主要包括：

场景拓展促使品牌商推出更加专业化的产品。

健康照明的应用场景正在不断拓展，从传统的家居、办公、教育、医疗等领域，延伸至养老、商业、工业等多个场所。不同场景对光环境的需求各异，推动了健康照明产品的多样化发展。例如，在养老机构，照明设计需考虑老年人的视觉特点，提供柔和、均匀的光照（飞利浦推出的安瑞系列，专为银发人群设计，在京东平台销售量超1,000+台）；在商业空间，照明不仅要满足基本照明需求，还需营造舒适的购物氛围。这种多元化的应用需求，促使企业不断创新，开发出适应不同场景的健康照明解决方案，推动行业持续发展。

智能化与健康监测功能的深度融合。

护眼灯行业的技术革新正朝着“健康+智能”的方向深化，进一步刺激市场需求（以京东平台为例，2024年该平台智能护眼台灯销售额占比突破40%）。未来，护眼灯将不仅是照明工具，更成为健康管理的终端设备。例如，通过集成AI算法和传感器技术，护眼灯可实时监测用户的用眼时长、坐姿、环境光线，并自动调节亮度、色温以减少视觉疲劳；部分高端产品甚至具备心率监测、睡眠质量分析等功能，与手机APP联动提供个性化护眼建议。这种“照明+健康监测”的模式，精准契合了消费者对精细化健康管理的需求，尤其是年轻父母群体和职场人群。此外，智能语音交互（如与智能家居系统联动。中国家博会上数据显示，2025年中国智能家居行业市场规模将突破1.2万亿元，年复合增长率达18.7%）的普及，提升了用户体验，使护眼灯从单一功能产品升级为“健康生态链”的核心入口。

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《家庭教育场景健康光环境技术规范》	上海浦东智能照明联合会	2024-11-25	6
政策内容	明确家庭学习、生活区域的光环境技术标准，要求护眼灯具具备高显色性、低蓝光、无频闪、照度均匀度等核心指标，并针对阅读、网课、绘画等场景制定差异化照明方案。同时规定灯具需支持自然光模拟、智能调光及环境光自适应功能，推动家庭用光从单一照明向科学护眼升级，强化儿童青少年近视防控的全场景覆盖。			
政策解读	新规范将提升护眼灯行业技术门槛，倒逼企业研发高显色、低蓝光、无频闪的全场景适配产品，加速淘汰低质“伪护眼灯”。场景化照明需求推动智能调光、自然光模拟等技术普及，促进产品向高端化、功能化发展。同时规范市场乱象，强化消费者对护眼灯科学性的认知，助力企业通过技术创新抢占家庭教育光环境升级红利，长期利好行业规范化和专业化转型。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《近视控制、弱视治疗类医疗器械产品分类界定指导原则(征求意见稿)》	国家腰间局综合司	2025-01-14	6
政策内容	该政策明确了近视控制和弱视治疗类医疗器械产品的分类界定，尤其是对含有光源且通过光源照射眼睛的产品进行了详细分类。根据光源特性、结构特征、预期用途、使用形式等综合因素，产品将被分为第二类或第三类医疗器械。			
政策解读	将提升行业合规成本，淘汰低质产品，规范市场秩序，推动企业聚焦技术创新（如低蓝光、无频闪等），强化产品安全性和有效性，助力行业向专业化、高端化转型，但可能限制部分普通护眼灯的营销空间。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）的通知》	国家卫生健康委	2022-01-04	5
政策内容	该规划旨在通过强化眼科医疗服务体系建设、能力建设和人才队伍建设，提升眼健康服务水平，特别关注儿童青少年和老年人两个重点人群，聚焦近视、白内障、眼底病等重点眼病。目标到2025年，实现0-6岁儿童眼保健和视力检查覆盖率达到90%以上，有效屈光不正矫正覆盖率不断提高，全国白内障手术率达到3,500以上。			
政策解读	该政策对护眼灯行业具有积极影响。首先，政策强调儿童青少年的视力保健，这将直接促进护眼灯市场的需求增长。随着视力检查覆盖率的提高，家长和学校将更加重视护眼灯的使用，从而增加护眼灯产品的销售。其次，规划中提到的白内障防治和眼科医疗资源优化也将间接推动护眼灯行业的发展，因为护眼灯作为视力保健的一部分，将受益于整体眼科医疗水平的提升。此外，政策还鼓励创新和技术进步，这将为护眼灯行业的技术革新提供动力。企业可以通过开发更高效、更智能的护眼灯产品来满足市场需求，从而在竞争中获得优势。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025年）》	教育部办公厅等十五部门	2021-04-28	5
政策内容	该政策旨在加强儿童青少年近视防控，通过引导学生自觉爱眼护眼、减轻学生学业负担、强化户外活动和体育锻炼、科学规范使用电子产品等措施，力争到2025年每年持续降低儿童青少年近视率，有效提升儿童青少年视力健康水平。政策强调学校、家庭和社会的协同作用，以建立完善的近视防控体系。			
政策解读	该指导性政策将显著促进护眼灯行业的健康发展。通过引导学生养成良好的用眼习惯，减少电子产品的使用，并增加户外活动时间，政策间接推动了家庭和学校对护眼灯的需求。特别是对于学生和家长来说，选择高质量的护眼灯以保护视力变得更为重要。此外，政策对学校 and 家庭的照明环境提出了更高的要求，从而为护眼灯市场提供了新的增长点。企业应抓住这一机遇，加强产品研发，提升产品质量，以满足日益增长的市场需求。同时，政策还鼓励技术创新和产品标准化，为行业的长期发展奠定了基础。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《读写作业台灯性能要求》	国家质检局	2024-01-01	5
政策内容	修订了照度等级为光度等级，测试区域由扇形改为矩形，新增R9等技术要求，明确显色指数Ra≥80、蓝光危害达RG0、照度均匀度≤7等指标，并细化频闪、电磁辐射等验证方法。			
政策解读	新标提升了护眼灯技术门槛，倒逼企业优化光度设计、降低频闪、增强显色性，淘汰低质产品。矩形测试区域扩大覆盖范围，推动灯具实用性提升。蓝光防控和RG0认证要求强化，加速行业向健康照明转型。企业需提前布局合规生产，促进技术创新与品质升级，助力青少年视力保护，推动护眼灯市场规范化、高端化发展。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

护眼灯竞争格局概况

受渠道分化、差异化消费需求等因素影响，护眼灯行业市场竞争分散，第一梯队包括霍尼韦尔、松下、孩视宝等，第二梯队包括欧普、飞利浦、柏曼、月影等。

护眼灯行业竞争格局的历史原因

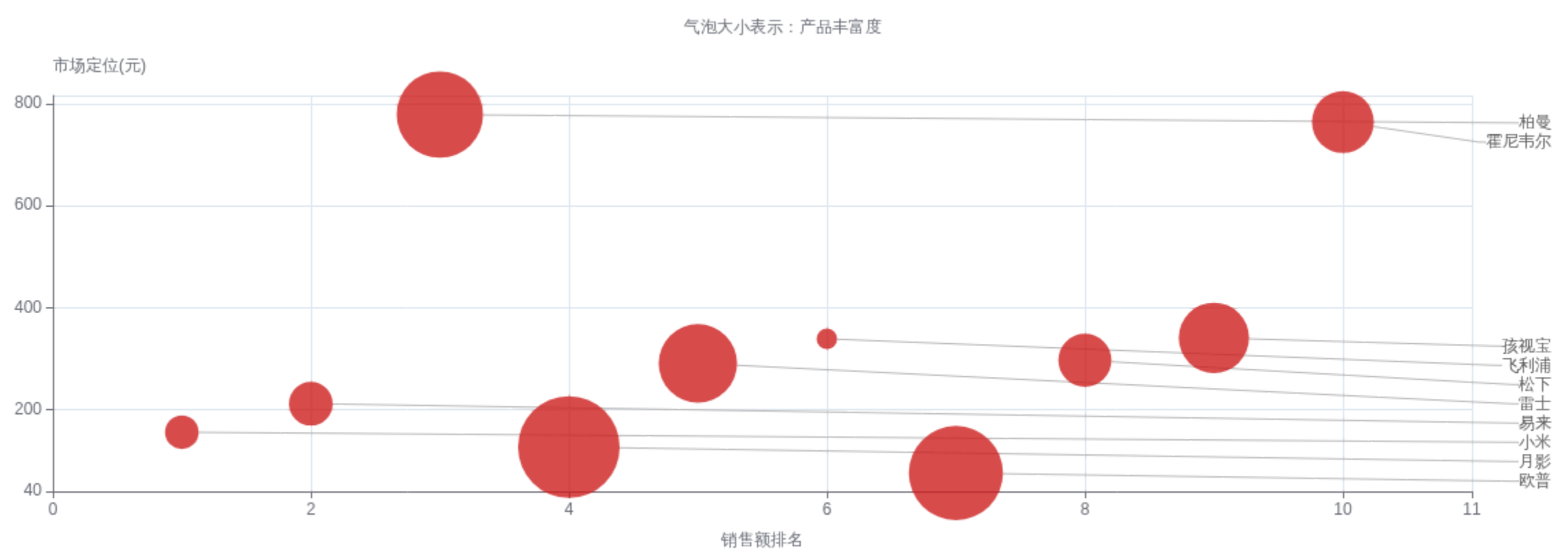
受渠道分化、市场定位差异等因素影响，行业竞争分散，集中度低。

中国护眼灯行业的市场竞争格局呈现出多元化、分层化的特点，头部品牌与新兴品牌并存，市场集中度低（2024年，护眼灯行业CR5仅为15.4%）。
【1】头部品牌凭借技术/经验优势引领行业发展。（1）在传统照明领域深耕多年的欧普照明、飞利浦等品牌凭借多年积累的渠道资源、技术优势和品牌认知度，在主流电商平台（如淘宝、京东）占据领先地位。以欧普为例，其2024年护眼灯整体销售额达3.7亿元，稳居淘天、京东平台前列。飞利浦则通过LED光源技术的持续创新和全光谱照明方案的推广，巩固了市场的地位，其护眼灯产品以“无频闪、低蓝光”为核心卖点，满足消费者对健康照明的刚性需求。（2）国际品牌霍尼韦尔凭借其在健康科技领域的全球技术优势，主打高端护眼功能，以商品均价高于市场平均水平的策略占据4.5%的市场份额，成为高端护眼灯市场的代表品牌（2024年，霍尼韦尔高端护眼灯销量超3万台，以销量计约占整个高端护眼灯市场的8.3%，位居第一）。霍尼韦尔的产品线注重智能化与健康监测的结合，例如搭载语音控制、落座感应和自动调光功能的落地护眼灯，精准契合一线城市高净值用户对个性化、科技感的需求。
【2】新兴品牌通过差异化设计和新兴渠道快速崛起，形成第二梯队。月影、柏曼等品牌以“设计美学+智能科技”为核心竞争力，在细分市场中占据一席之地。例如，月影结合极简工业风外观和智能调光功能，吸引了注重生活品质的年轻消费群体，其热销款小教室落地护眼灯和卧室用护眼吸顶灯在淘天平台的销量均超2万台；柏曼则聚焦“全光谱护眼”技术，通过模拟自然光谱的光源设计，主打儿童学习场景，精准切入家庭用户需求，其热销款儿童房智能超薄全光谱护眼灯在淘天平台的销售超3万台。
此外，抖音等新兴电商平台成为品牌争夺流量的新战场（例如：小红书平台关于护眼灯的笔记超35万条，有超2万件商家商品）。Undersky天空见、Storybox等新兴品牌通过短视频营销、直播带货等模式，以“轻量化、便携化”产品（如折叠式护眼灯）快速吸引年轻消费者，尽管其市场份额仍低于传统平台，但增速显著。例如，霍尼韦尔在抖音平台的护眼灯声量主要集中在小红书和抖音，消费者关注点集中在护眼和防蓝光功能上，26至40岁一线城市女性用户占比突出，显示出新兴渠道对品牌年轻化、情感化营销的推动作用。

护眼灯行业竞争格局未来变化原因

随着标准化制定，头部品牌市场份额有望进一步提升。

随着健康照明理念的普及，相关标准和规范的制定与实施也在加速推进。国家和行业层面相继出台了一系列指导性文件，明确了健康照明产品的技术指标和性能要求。例如，教育、医疗等公共场所的照明标准不断提升，要求照明产品具备高显色性、低眩光、无频闪等特性，以保障使用者的视觉健康。标准化的推进不仅有助于规范市场秩序，提升产品质量，也为企业的研发和生产提供了明确的方向，有助于淘汰低质“伪护眼灯”。
这一趋势下，头部品牌通过技术迭代巩固领先地位：欧普推出“小太阳系列”悦瞳落地护眼灯，采用纳米级精确控光技术；飞利浦推出搭载RRT红光护眼技术的产品，从光对视觉、生理、心理的多维影响出发，提供更全面的护眼解决方案。此外，政策支持（如绿色照明工程补贴）和行业标准的完善，进一步推动护眼灯向节能环保、智能化方向发展。



上市公司速览

欧普照明股份有限公司（ 603515 ）				三安光电股份有限公司（ 600703 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)

-	55.1亿元	>	5.9	39.1
---	--------	---	-----	------

深圳雷曼光电科技股份有限公司（ 300162 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.0亿元	>	13.124.4

-	101.6亿元	>	1.4	11.6
---	---------	---	-----	------

京东方华灿光电股份有限公司（ 300323 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.6亿元	>	27.85.8

企业分析

1 霍尼韦尔（中国）有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	7060万美元
企业总部	上海市	行业	批发业
法人	余锋	统一社会信用代码	91310000607354753W
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	835545600000
品牌名称	霍尼韦尔（中国）有限公司	经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动(（一）在中国允许外商投资的领域依法进行投资（二）受其所投资企业的书面委托（经董事会一致同意），向其所投资企业提供相关服务（具体内容详见章程）（三）向其投资者、关联公司及其在中国所投资企业提供咨询服务（四）在境内收购不涉及出口配额或许可证管理的商品出口（五）设立科研开发设施从事新产品、高新技术的研究开发、转让其研究开发成果，并提供有关技术服务（六）为所投资企业的产品的国内经销商、代理商以及与公司或其母公司集团签有技术转让协议的国内公司、企业提供相关的技术培训（七）为所投资企业的产品进行系统集成后在国内外销售。如为所投资企业的产品不能完全满足系统集成的需要，可在国内外采购集成配套产品（八）在所投资企业投产前或其所投资企业新产品投产前，为进行产品市场开发，进口相关产品在国内试销（九）为其所投资企业提供机器和办公设备的经营性租赁服务（十）为其母公司生产的产品提供售后服务（十一）通过佣金代理（拍卖除外）、批发方式在国内销售其进口及在国内采购的商品，以及其它相关配套业务（十二）承接境外公司的服务外包业务（十三）委托国内其他企业生产、加工其产品或其母公司产品并在国内外销售）；非居住房地产租赁；物业管理；互联网销售（除销售需要许可的商品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

公司竞争优势

竞争优势

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

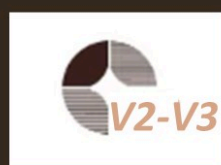
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588