



发现数据背后的价值 —— 中国光伏品牌调研结果亮点发布

2017年4月16日

调研单位



光伏品牌实验室
Photovoltaic Brand Lab

世纪新能源网
www.NE21.com

技术支持



麦石咨询
maxshare consulting

目录

CONTENTS

- 01 背景
- 02 调研数据亮点及结论
- 03 行业数据详解

01

调研背景

• 光伏品牌的三座大山



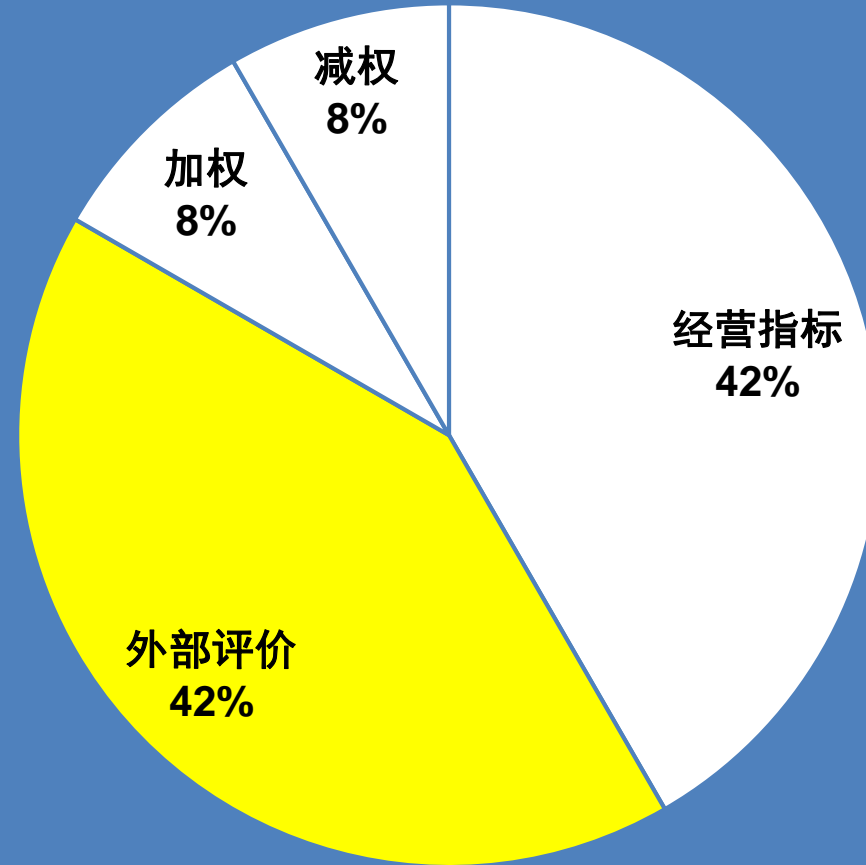
品牌的议价权

品牌的辨识度

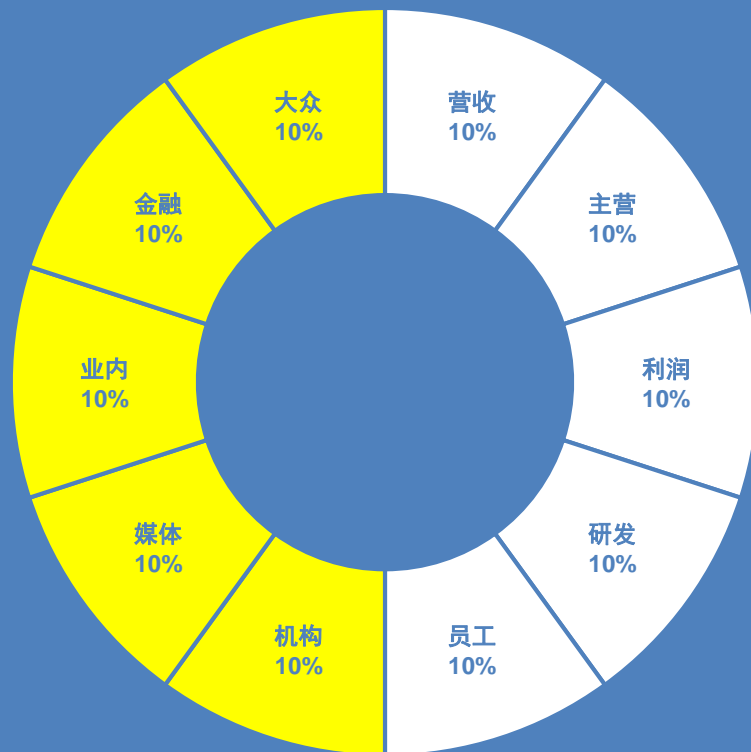
品牌的互动性



• P V B L 评价体系



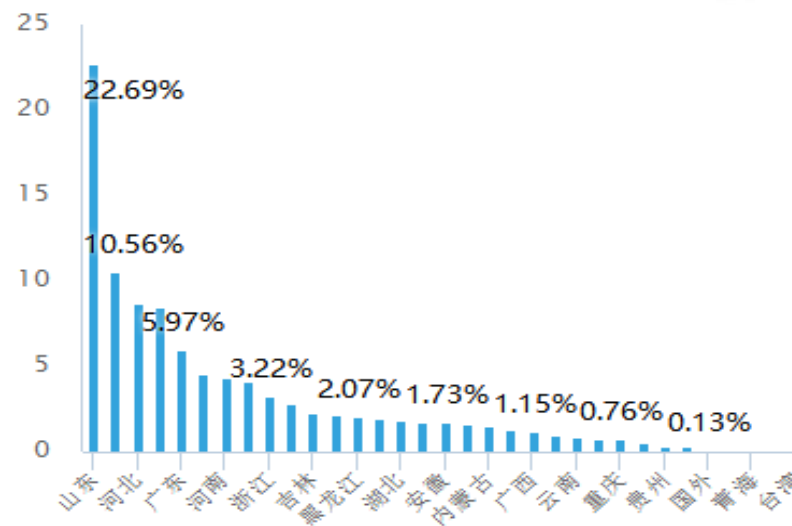
• 调研权重构成



Background

通过抽样调查，本年度PVBL《中国光伏品牌及趋势调研问卷》样本量共计11036份（人次），被采纳为有效问卷共计3817份（人次），男女比例持平；

调查涉及20个以上省份地区和部分海外市场。包括山东、河北、河南、吉林、青海、北京、上海、广东、江苏、浙江、安徽等。涵盖光伏、金融、政府、协会、媒体、咨询等多个行业，其中光伏业内人士以2-5年从业经验居多，含近百位董事长、总裁、总监等企业高管人员。



• 采样数据



回收问卷11036份

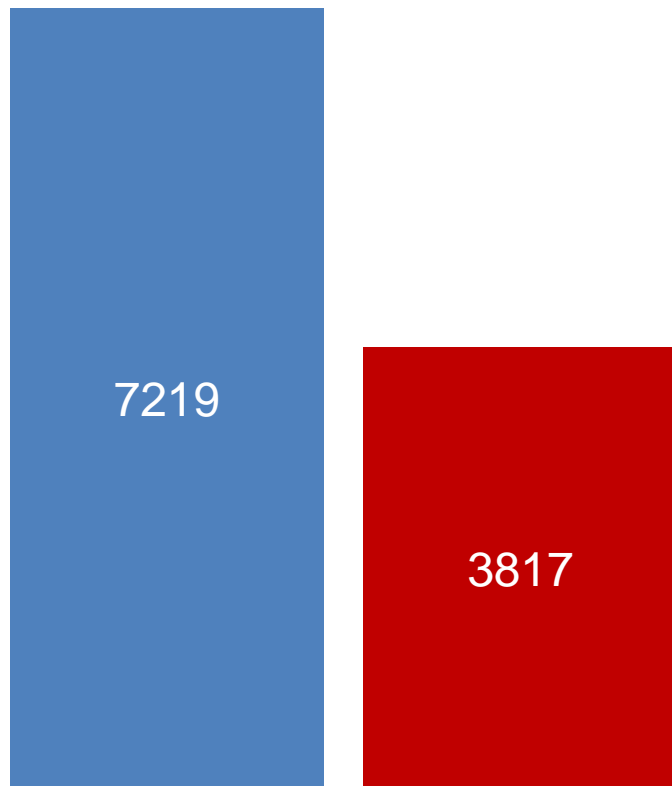
采纳3817份

未采纳7252份

用时 < 1分钟的受访者32人

用时 < 2分钟的受访者3891人

用时 < 3分钟的受访者3318人



未采纳

采纳

用时 > 3 < 4 分钟的受访者2231人次

用时 > 4 < 5 分钟的受访者1473人次

用时 > 5 < 6 分钟的受访者1039人次

• 问卷构成



媒体记者
467名受访者



光伏行业
1884名受访者



非光伏行业
853名受访者



各类金融机构
332名受访者



政府、协会等
281名受访者

• 采样数据



最长回答问卷时间 7770秒

甘肃上航电力运维有限公司

187****2324

李*

02

调研数据亮点及结论

调研数据亮点及结论



新能源行业不再是新的行业

- 具有一定工作年限的人员占据了整个行业从业人员的主体；
- 新能源行业作为一个相对新兴行业已从人员结构开始成为一个成熟行业；

对行业外的传播仍显不足

- 业内人士与外界对行业企业的影响力判断存在明显差异；
- 业内企业和社会范围内的品牌传播普遍不足；
- 户用品牌关注度传统光伏企业成长空间巨大；

调研数据亮点及结论



部分企业“众望所归”

- 领军企业优势十分明显，在各自的专业领域具有强大的品牌影响力和识别度；
- 协鑫卫冕业内最受关注企业；
- 华为在专业领域的成绩得到业内业外的一致认可；

国企VS民企：不可触碰的领域

- 民营经济对新能源行业发展所发挥的历史性作用毫无争议，但在某些领域如电站投资方面，国企影响力仍然占据巨大优势，民营企业仍有很长的路要走。

集中VS组串：齐头并进

- 2016年度，逆变器综合排名组串份额大幅增加，综合排名前20中，小功率组串获9个席位

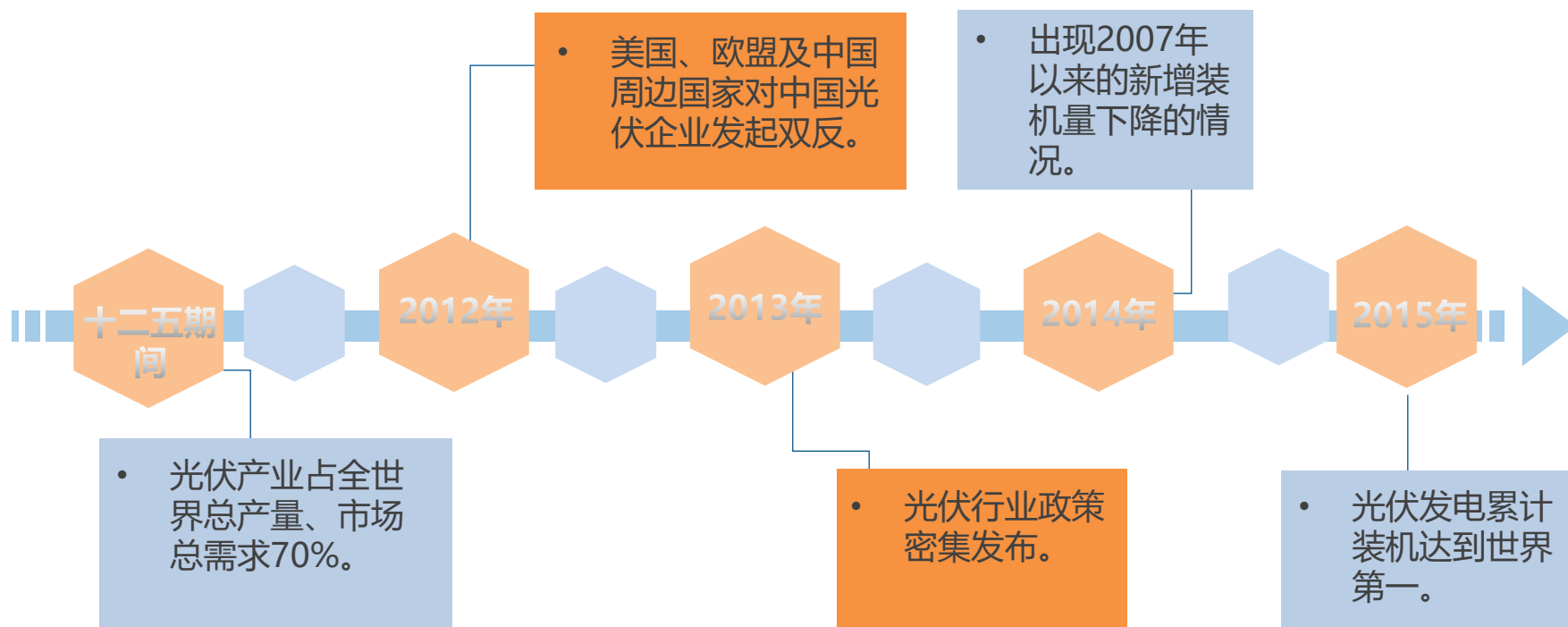
03

调研数据详解

数据详解-光伏行业从业年限



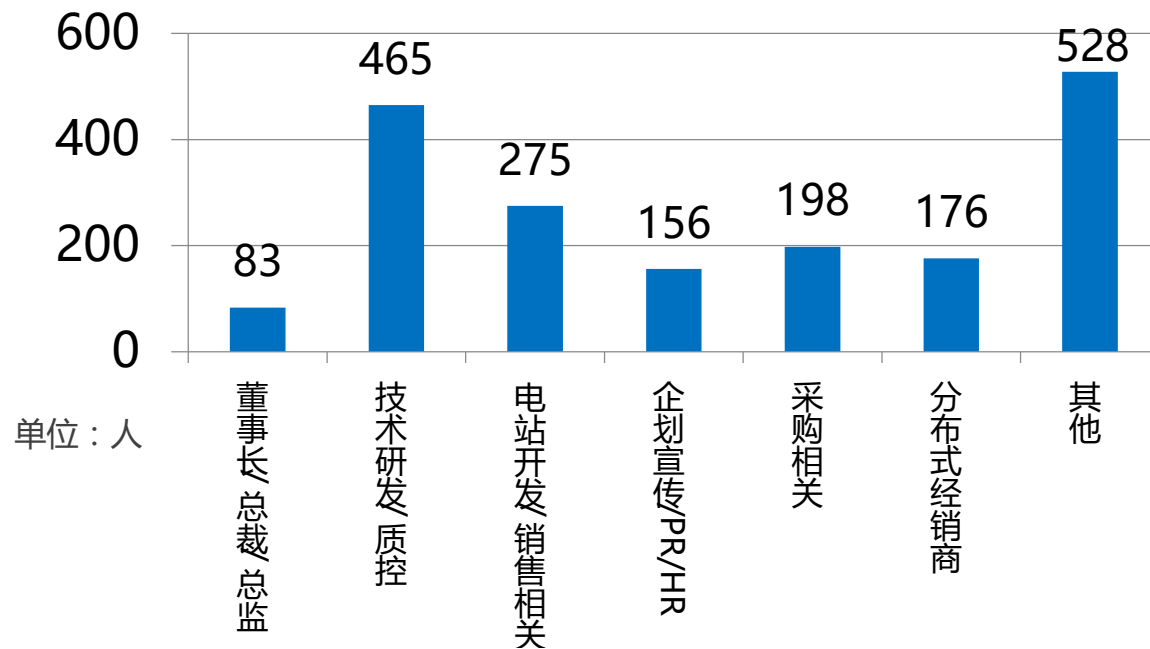
- 此次调研中，业内人士从业年限以2-5年居多，比例达近**70%**。
- 这批光伏人士经历了行业内的重大变化。（见图一）



(图一)

数据详解-光伏行业从事岗位

- 近**100**位行业董事长、总裁等高层参与调研（见图一）
- 行业外人士占27%，行业内电站开发、销售相关人员较多。
- 技术人员配合度、关注度较高。



(图一)

数据详解-最受关注集团

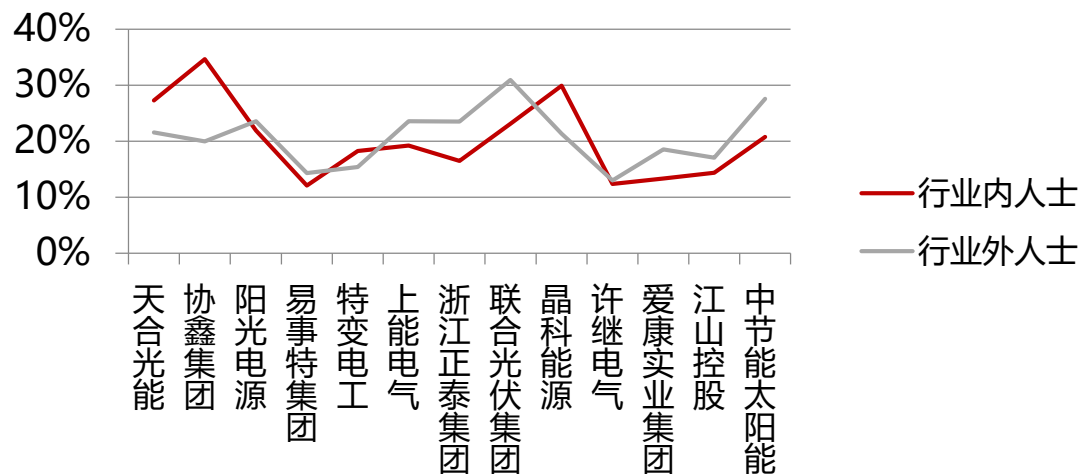


- **协鑫集团**继2015年荣登首位以来，2016年在最受关注度集团类蝉联第一。
- 资深光伏业人士均给予协鑫较高认可。过去几年数据显示天合光能、晶科能源行业影响力不断加强，品牌传播较好，行业地位稳定。联合光伏在行业外受关注度最高。（见图一）
- 业内外人士对企业影响力看法差异较大。（见图二）

	1年-3年	3年-5年	5年以上
天合光能	27.2%	25.47%	57.39%
协鑫集团	31.66%	34.91%	90.17%
阳光电源	20.97%	21.51%	44.26%
晶科能源	30.58%	30%	57.76%
中节能太阳能	20.84%	21.51%	33.43%

注：样本取前5名

(图一)

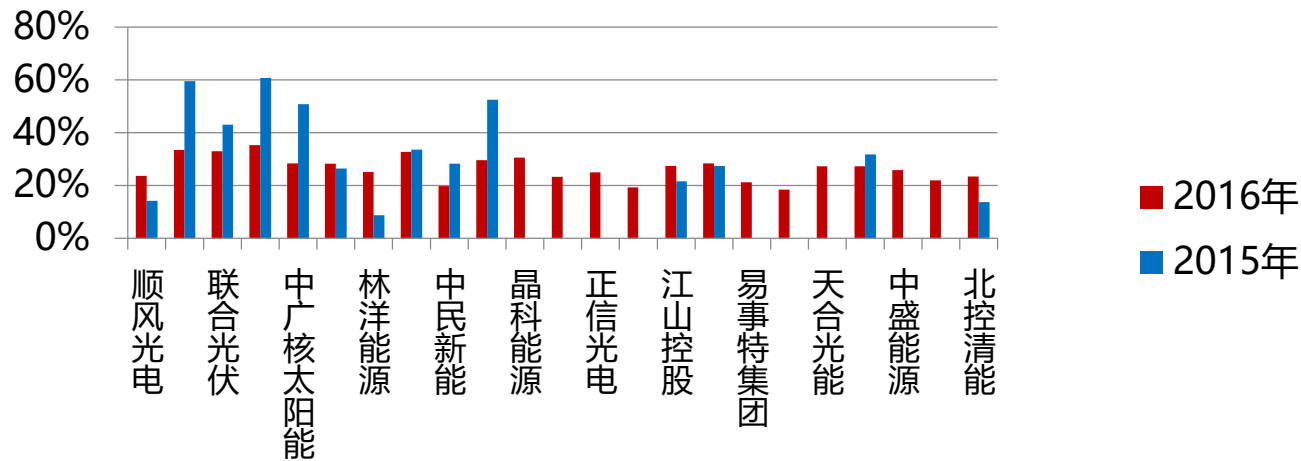


(图二)

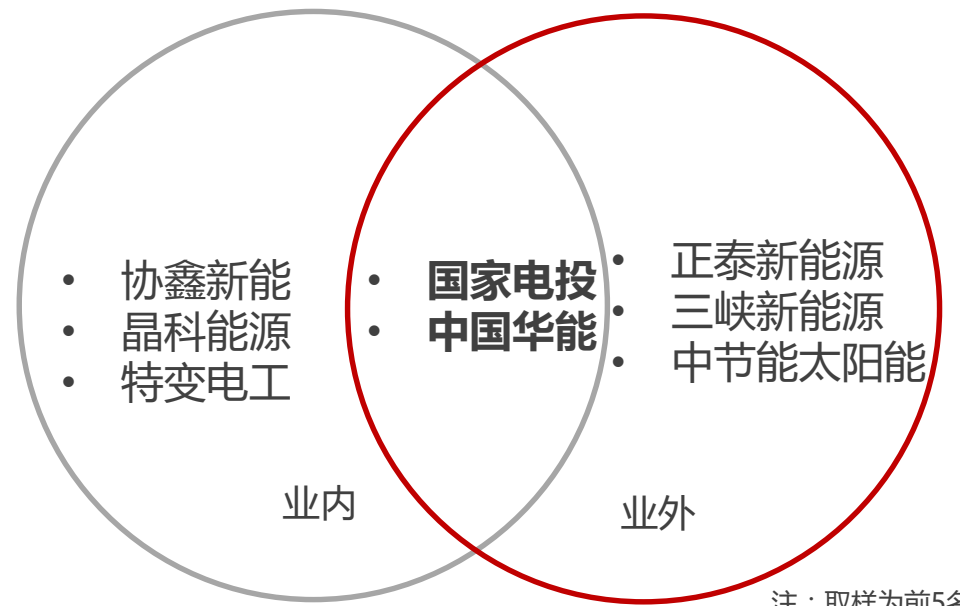
数据详解-最受关注电站投资商



- 最受关注的电站投资商前三为**国家电投集团**、**协鑫新能源**、**联合光伏**。林洋新能源提升较大。（见图一）
- 10年以上光伏从业人员对协鑫新能源、联合光伏、特变电工给予较高认可。
- 业内外前5名差异较大，但业内外人士均提及国家电投、中国华能集团。（见图二）



(图一)



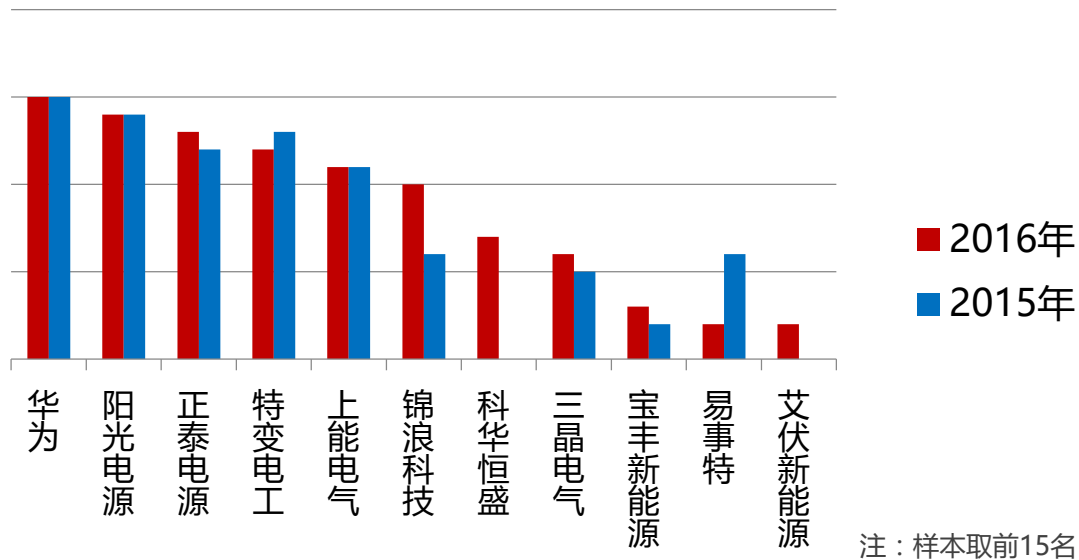
(图二)

注：取样为前5名

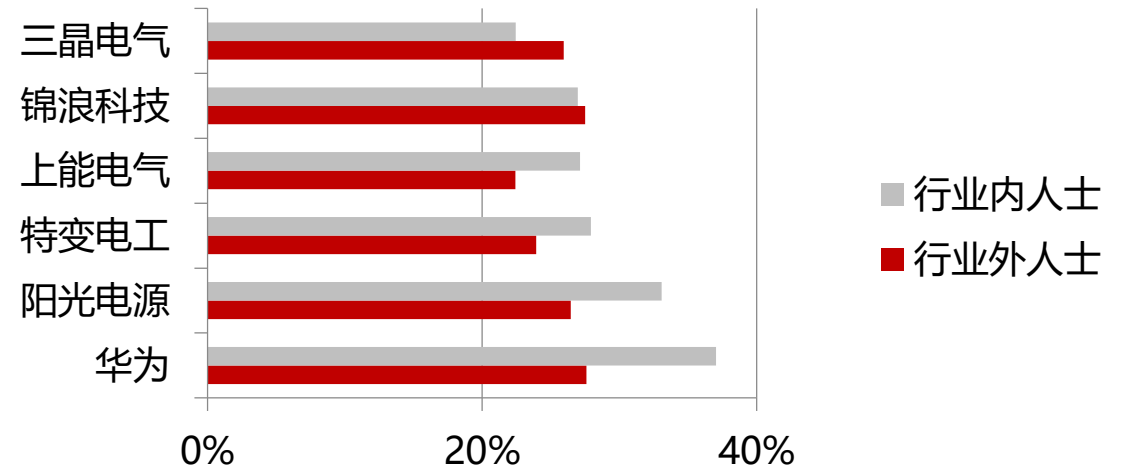
数据详解-最受关注的光伏逆变器企业



- 最受关注逆变器前三名企业为**华为**、**阳光电源**、**正泰电源**，市场格局较稳定。其中科华恒盛上升**15**位，三晶电气上升**7**位排名。（见图一）
- 从业10年以上的光伏人士对华为形成全面认知并给予了充分的认可。
- 华为在业内外影响力均排首位。（见图二）



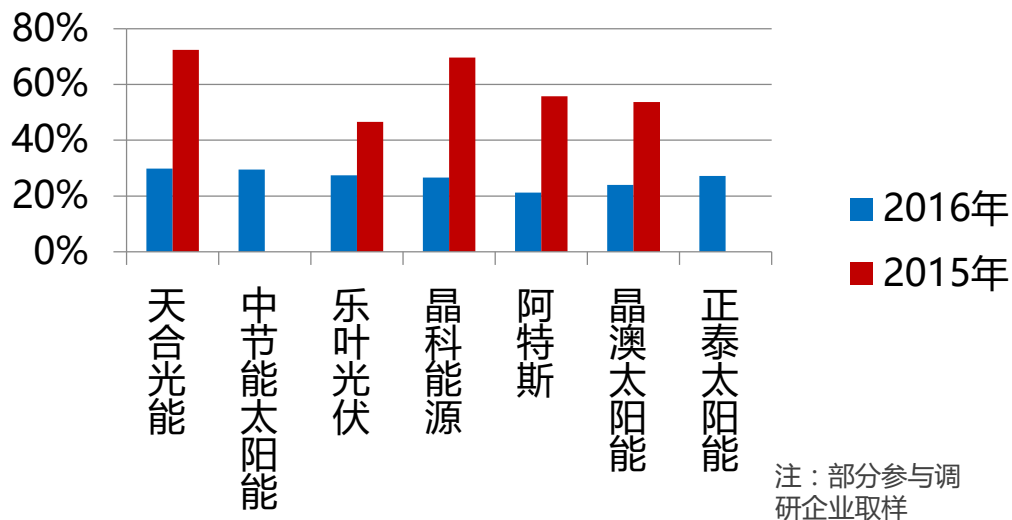
(图一)



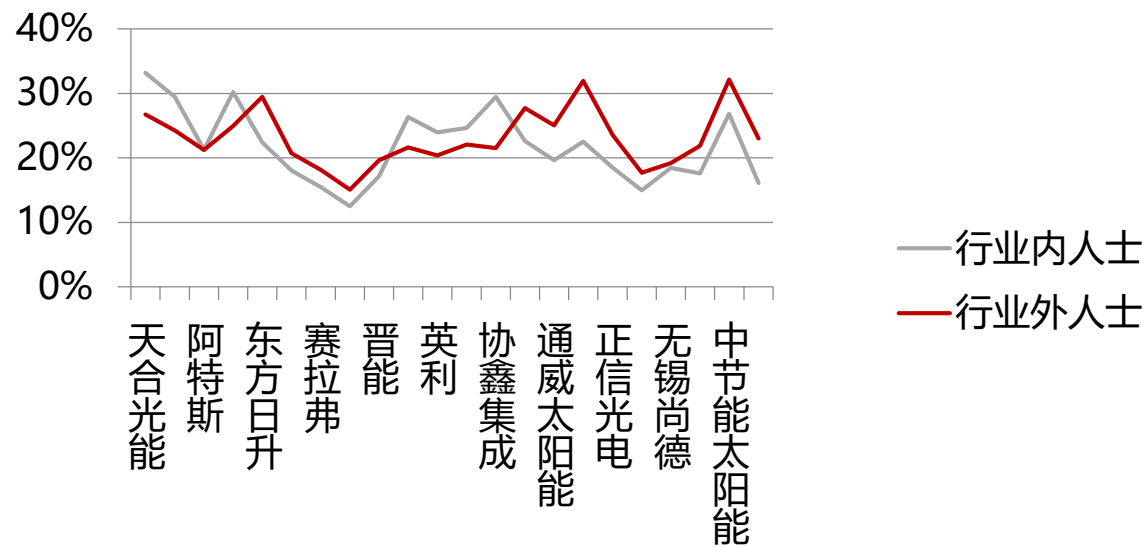
(图二)

数据详解-最受关注的组件品牌

- 最受关注的组件排名前三为天合光能、中节能太阳能、乐叶光伏，天合光能连续两年保持第一。各企业分值相差不明显（见图一）
- 业内外人士观点差异较大。（见图二）



(图一)

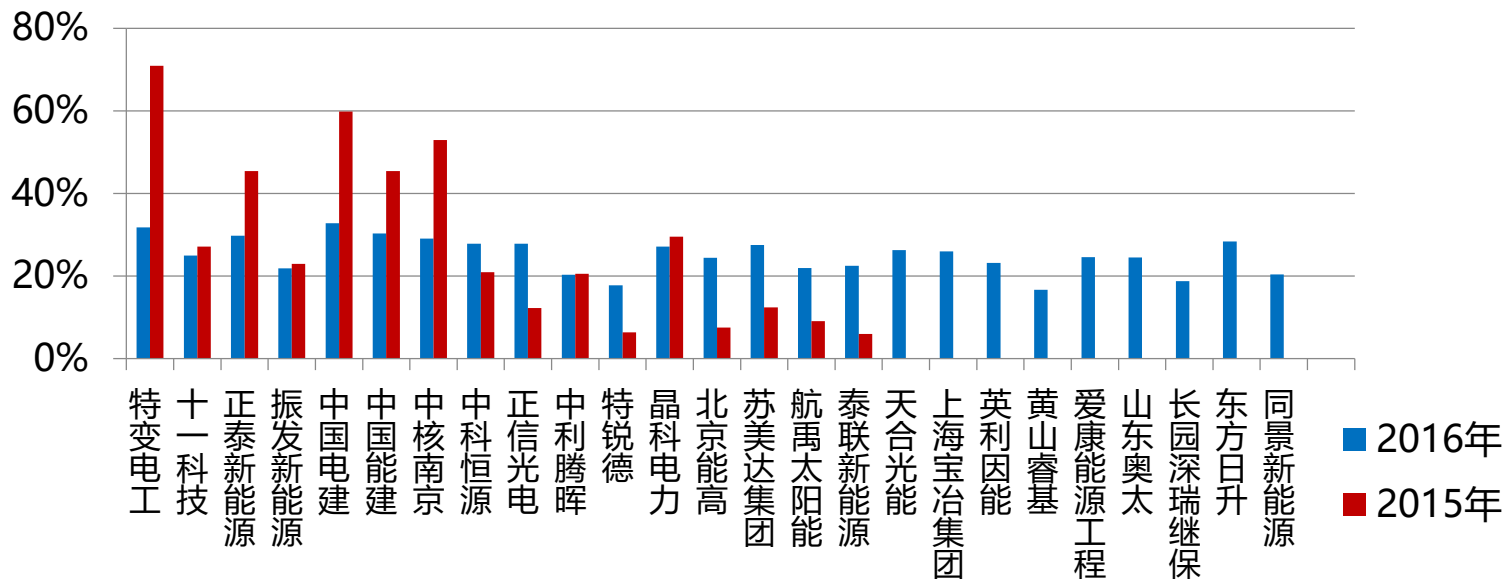


(图二)

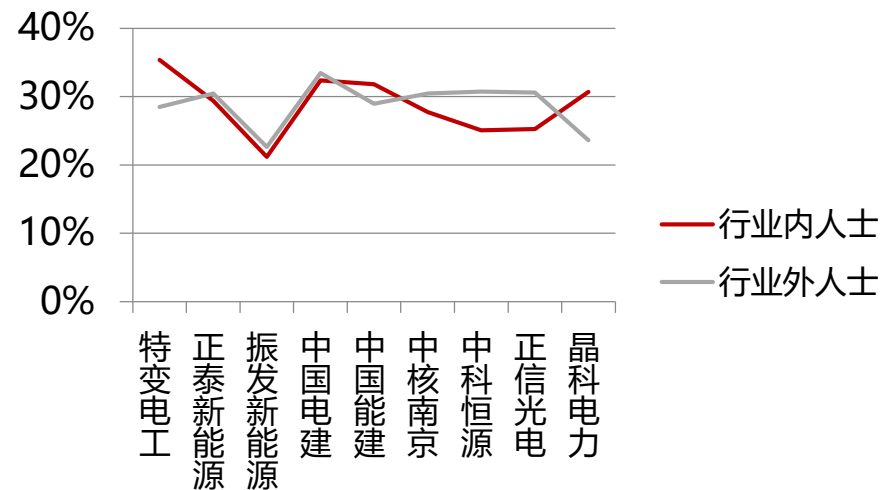
数据详解-最受关注的EPC企业



- 最受关注的EPC企业前三为**中国电建**、**特变电工**、**中国能建**。近两年数据显示，中国电建、特变电工表现稳定。（见图一）
- 业内外人士均对中国电建有较好认知。（见图二）



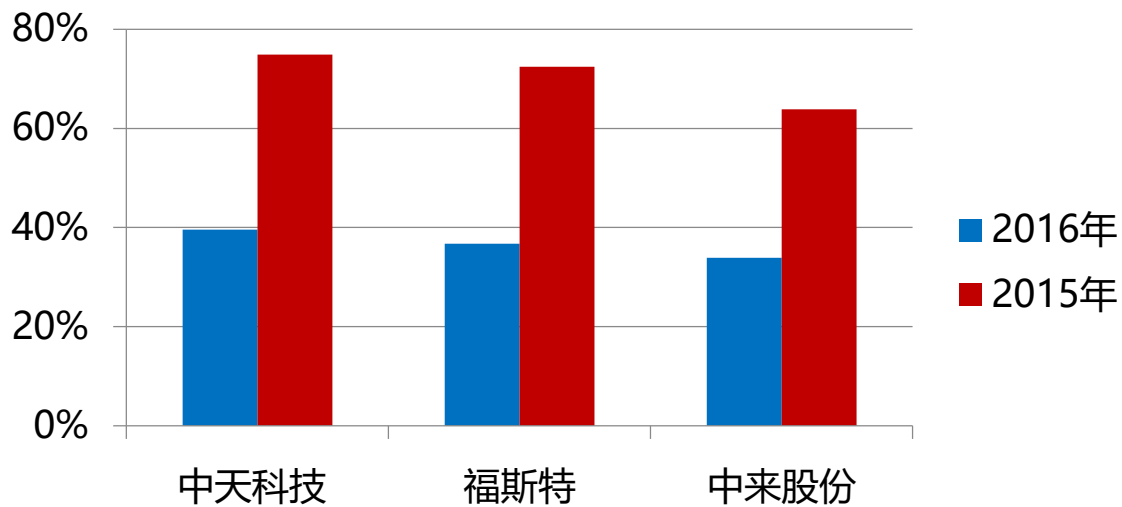
(图一)



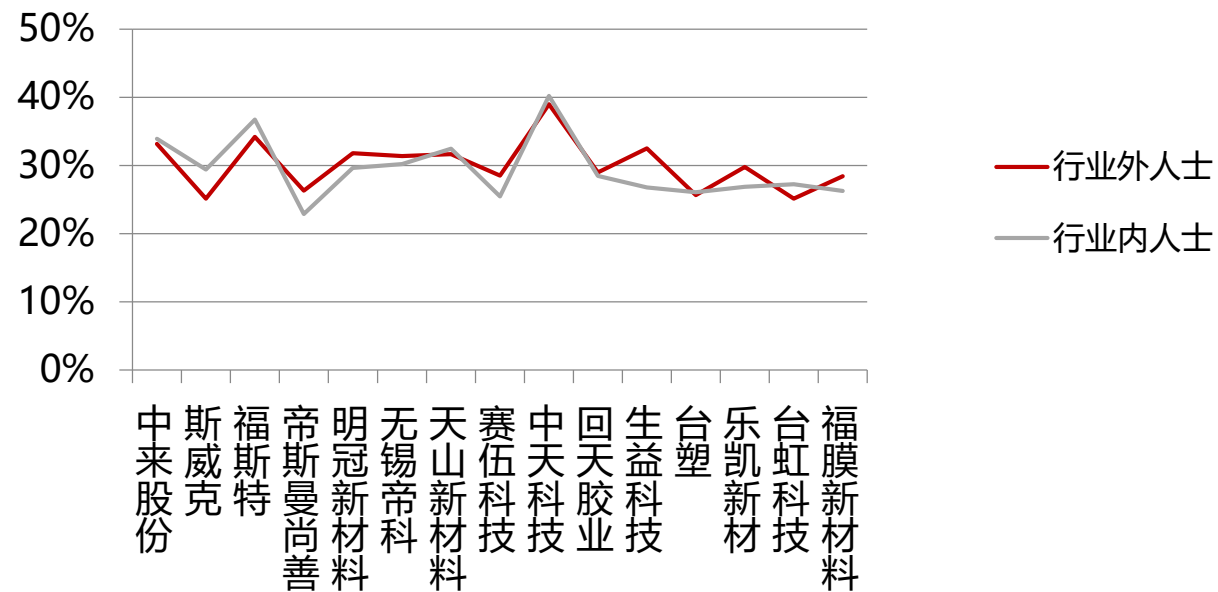
(图二)

数据详解-最受关注的辅材企业

- 最受关注的辅材企业前三为中天科技、福斯特、中来股份，与去年关注度数据一致。（见图一）
- 业内外人士认知有所不同。（见图二）



(图一)

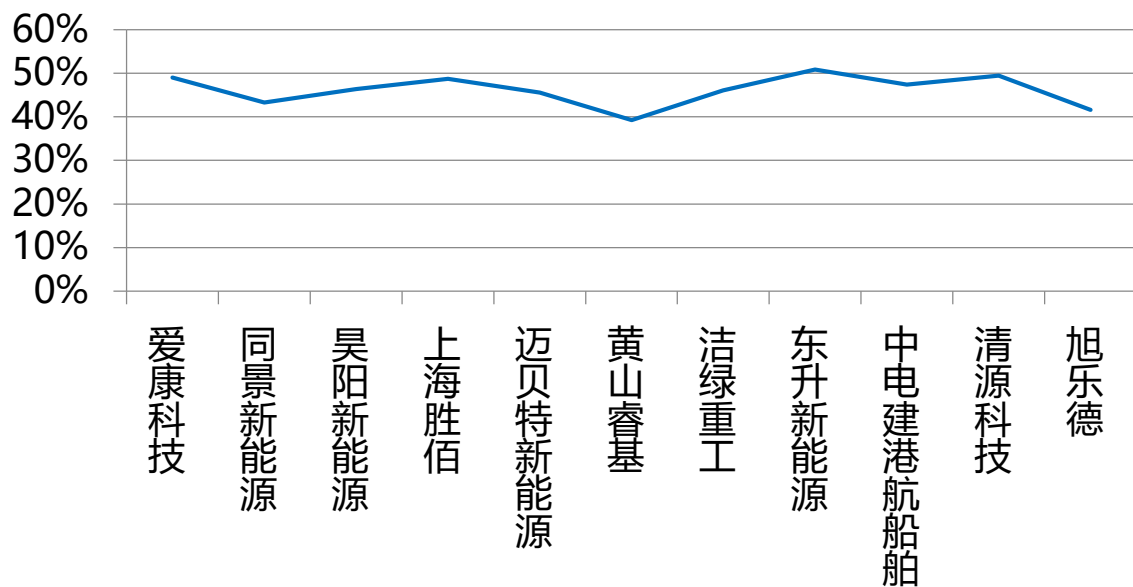


(图二)

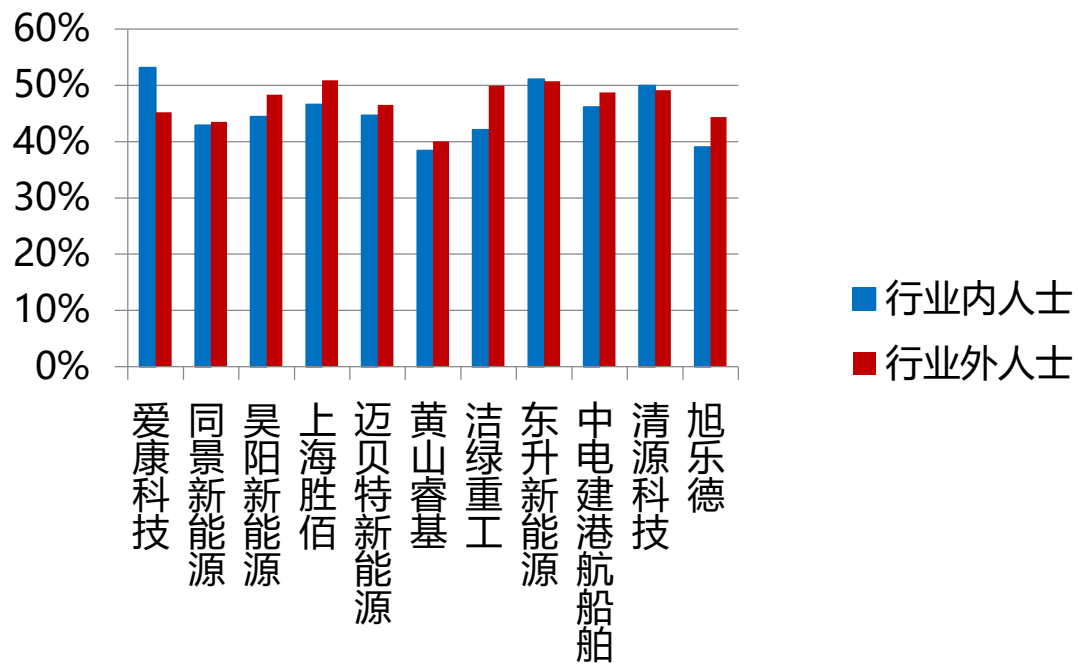
数据详解-最受关注的支架品牌



- 最受关注支架品牌为爱康科技、东升新能源、清源科技。（见图一）
- 业内外人士数据对比展示。（见图二）



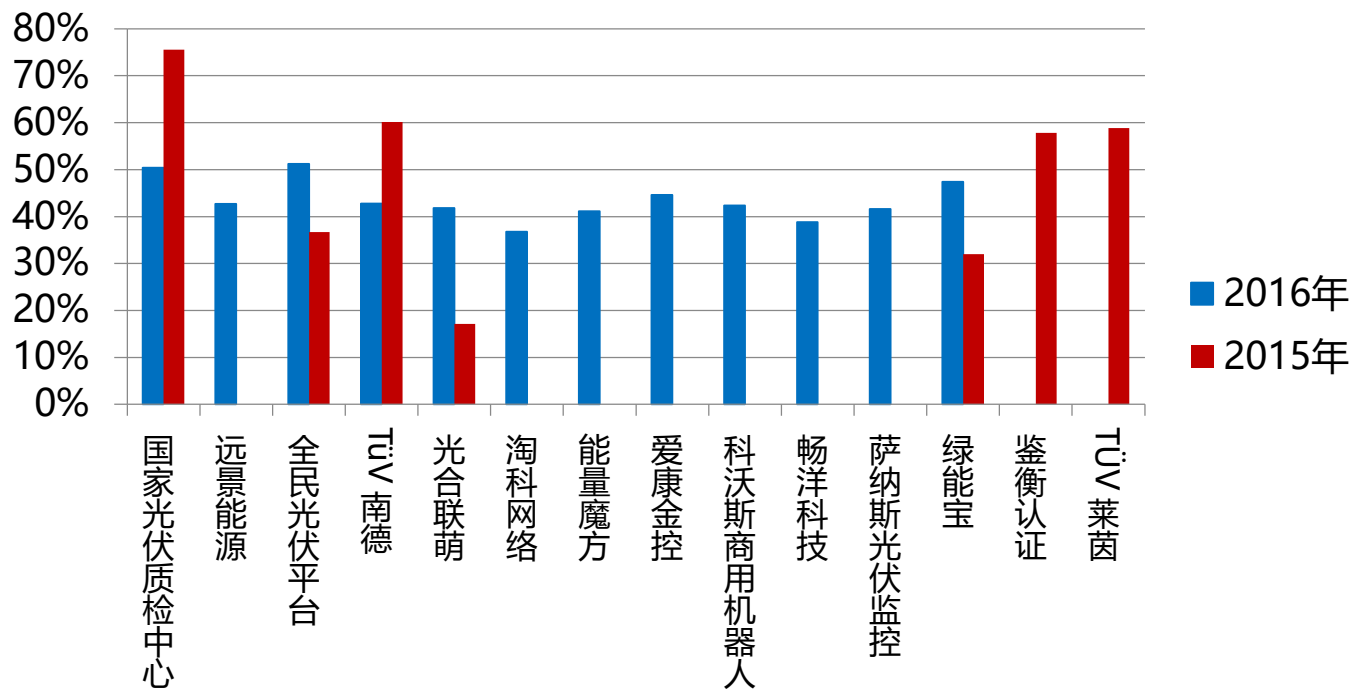
(图一)



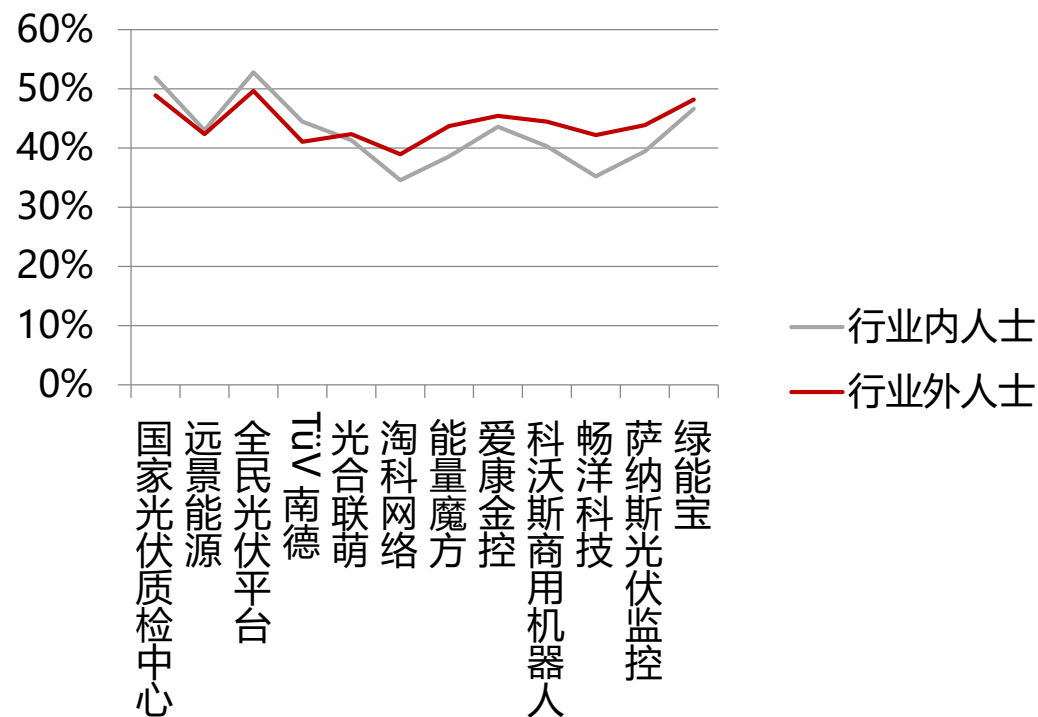
(图二)

数据详解-最受关注的服务类企业

- 最受关注的服务类企业前三为全民光伏平台、TUV南德和国家光伏质检中心，全民光伏较去年上升6位，一举夺榜。
- 最受关注的服务类企业与去年变化差异较大。（见图一）
- 业内外均提及全民光伏平台、国家光伏质检中心。（见图二）



(图一)

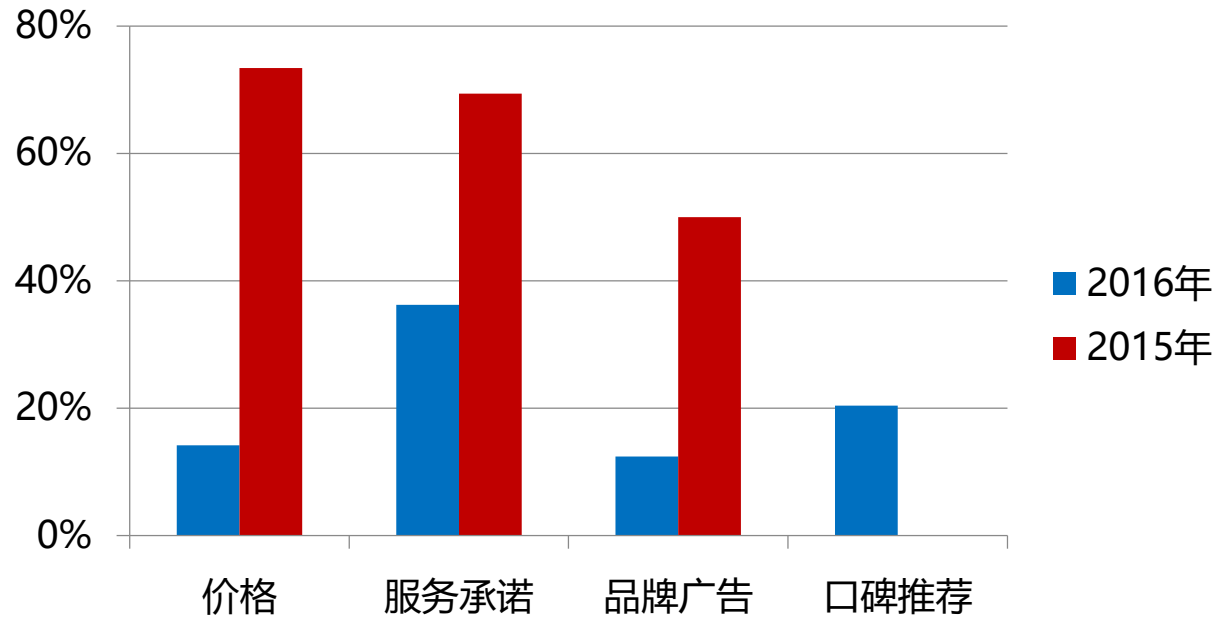


(图二)

数据详解-选择产品或服务商主要考虑因素



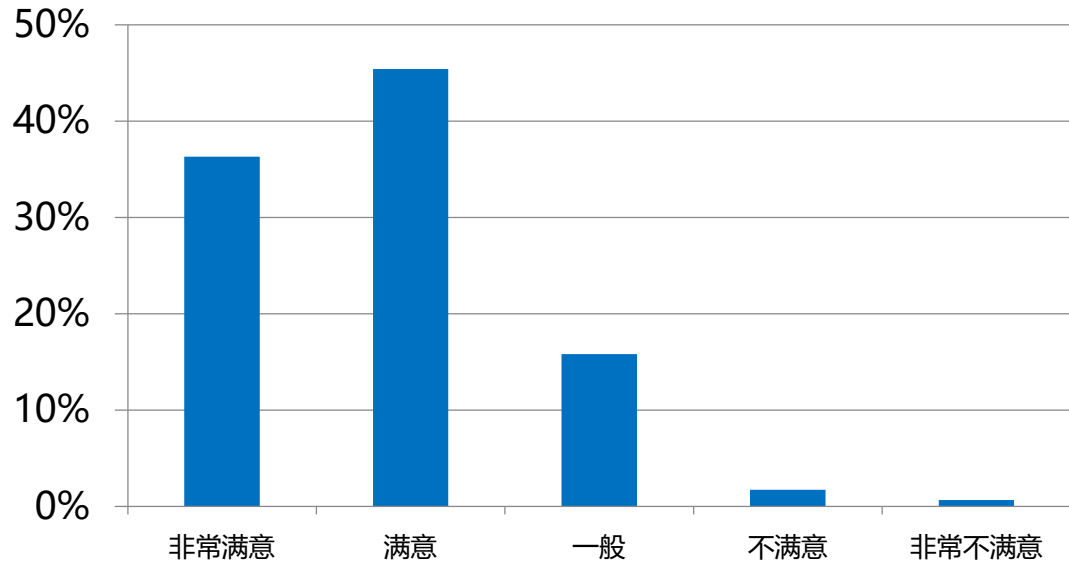
- 服务承诺成为选择产品或服务商的首要考虑因素，与去年首要考虑因素产品质量第一有较大变化。
- 不同岗位首要考虑因素一致。（见图一）
- 行业内外人士均认为服务承诺是第一要考虑因素。



(图一)

数据详解-对现阶段产品或服务的满意程度

- 近**80%**受访者表示满意，总体满意度较高，不满意和非常不满意仅2%。（见图一）
- 不满意的受访对象中技术研发人员居多，主要集中在1-5年行业从业者。（见图二）



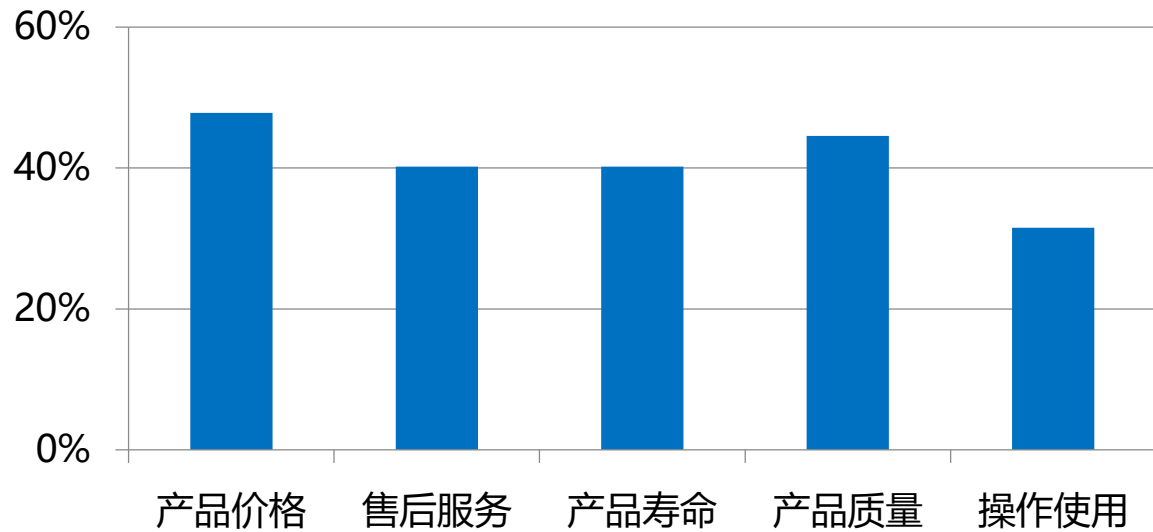
（图一）

	非常满意	满意	一般	不满意	非常不满意
1年以下	40.76%	44.12%	13.87%	1.26%	0%
1年-3年	36.67%	49.26%	11.77%	1.62%	0.68%
3年-5年	39.62%	43.77%	14.15%	2.08%	0.38%
5年-10年	36.9%	47.97%	14.39%	0.74%	0%
10年以上	48.28%	33.33%	13.79%	4.6%	0%

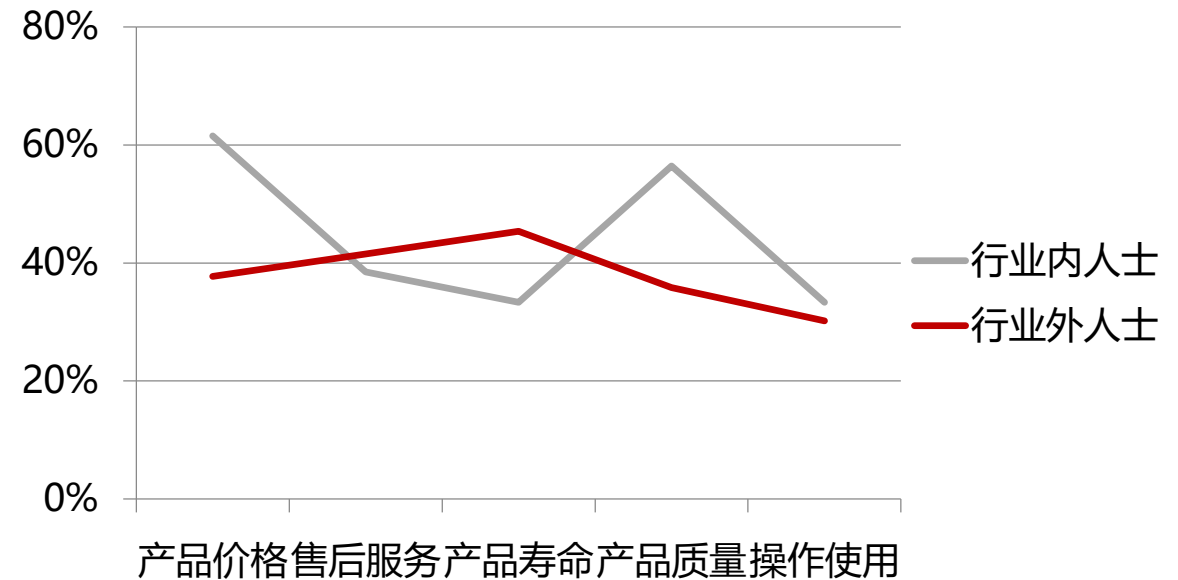
（图二）

数据详解-最不满意的方面

- 受访者最不满意的前三位为**质量**、**售后服务**、**产品寿命**。（见图一）
- 技术人员表述了对价格和产品质量方面的不满意。
- 业内外人士观点差异较大。（见图二）



（图一）

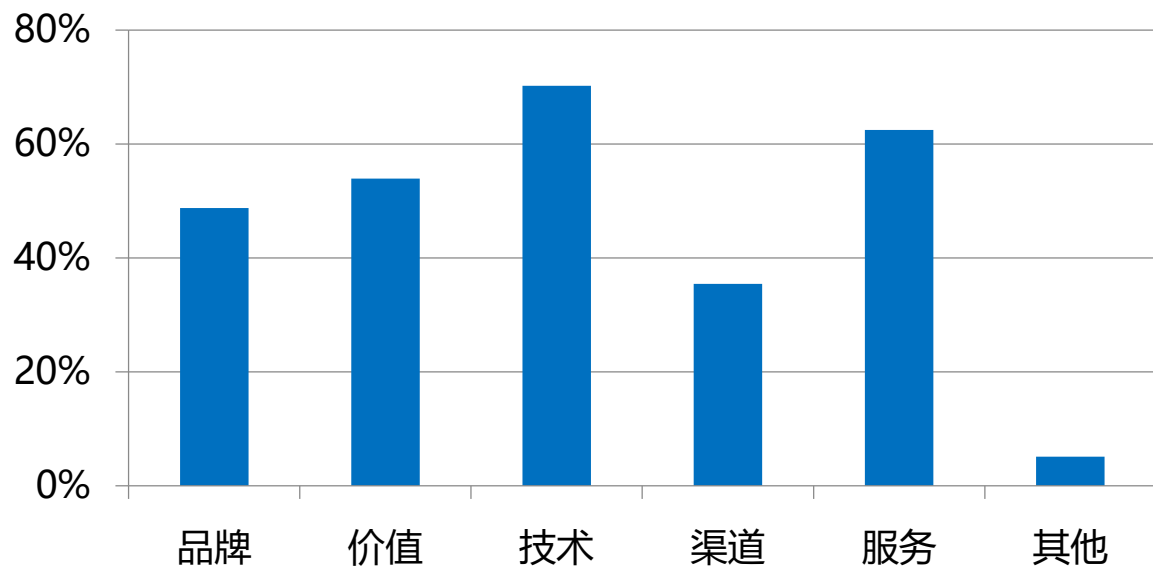


（图二）

数据详解-光伏竞争未来的焦点



- 受访者认为光伏企业未来竞争焦点前三是**技术**、**服务**、**价格**。服务在光伏企业竞争中越来越重要，用户体验是第一位，降成本不能降服务。
- 技术决定市场竞争力。（见图一）
- 业内外人士认知同步。（见图二）



(图一)

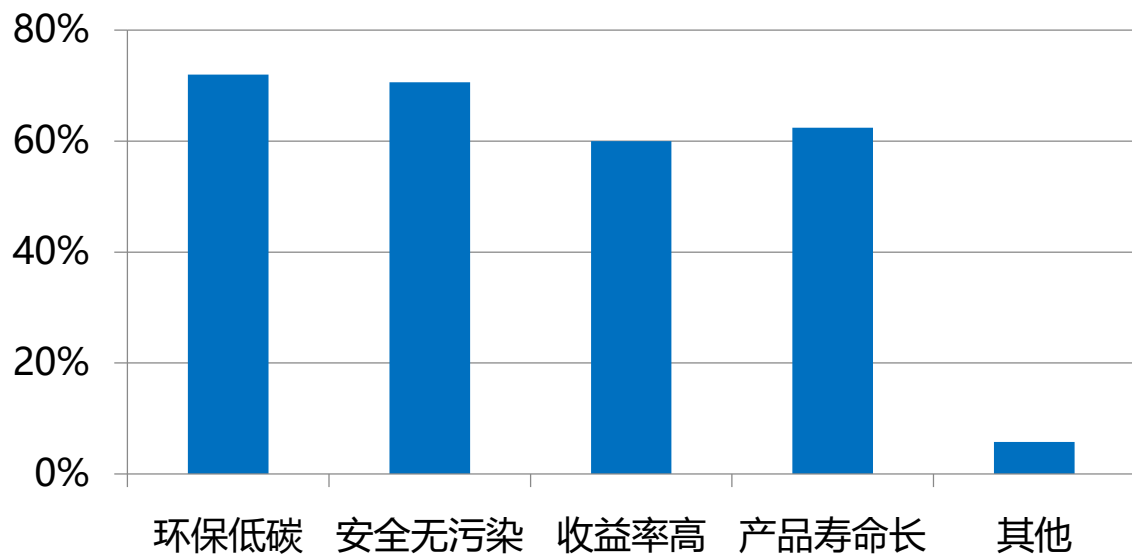


(图二)

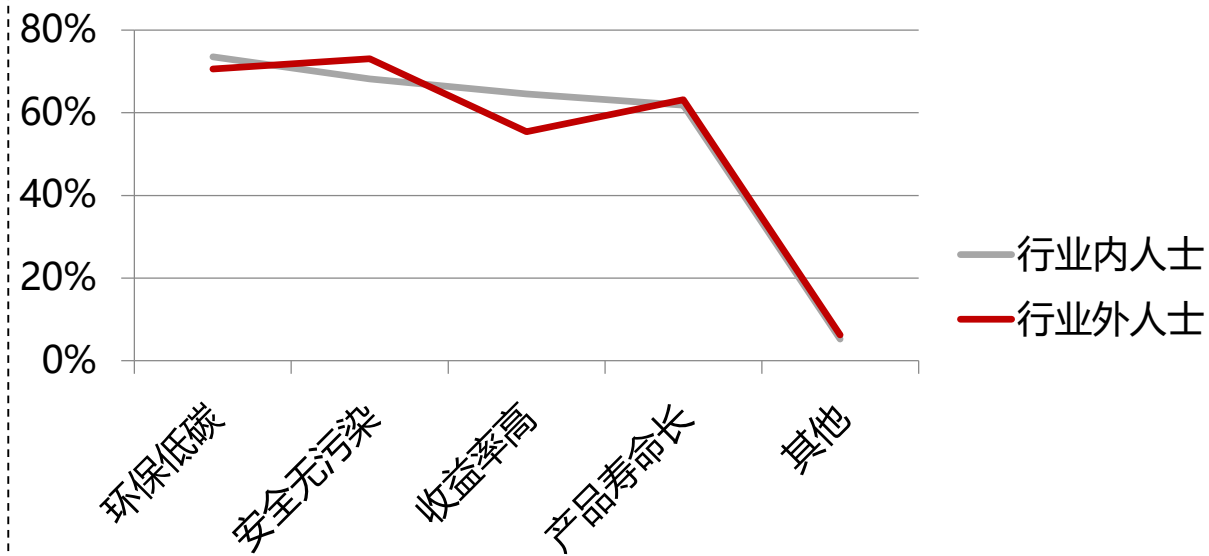
数据详解-光伏发电系统最受关注方面



- 光伏发电系统最受关注的是环保低碳、减少雾霾、安全无污染，产品寿命长和收益率高也受到较高关注。（见图一）
- 业外人士最关注安全无污染，表现了业外人士对光伏发电系统的技术仍缺乏了解，进一步的科普推广需求仍存在。（见图二）



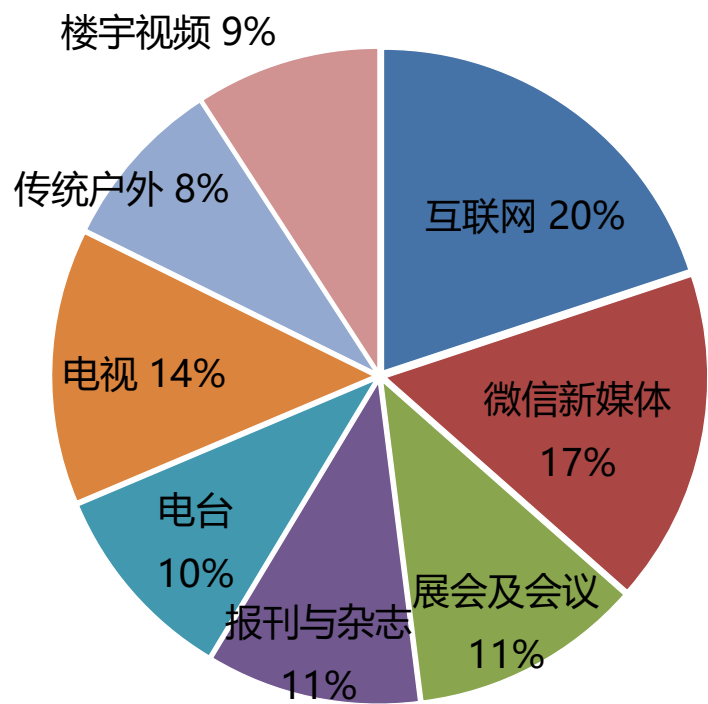
(图一)



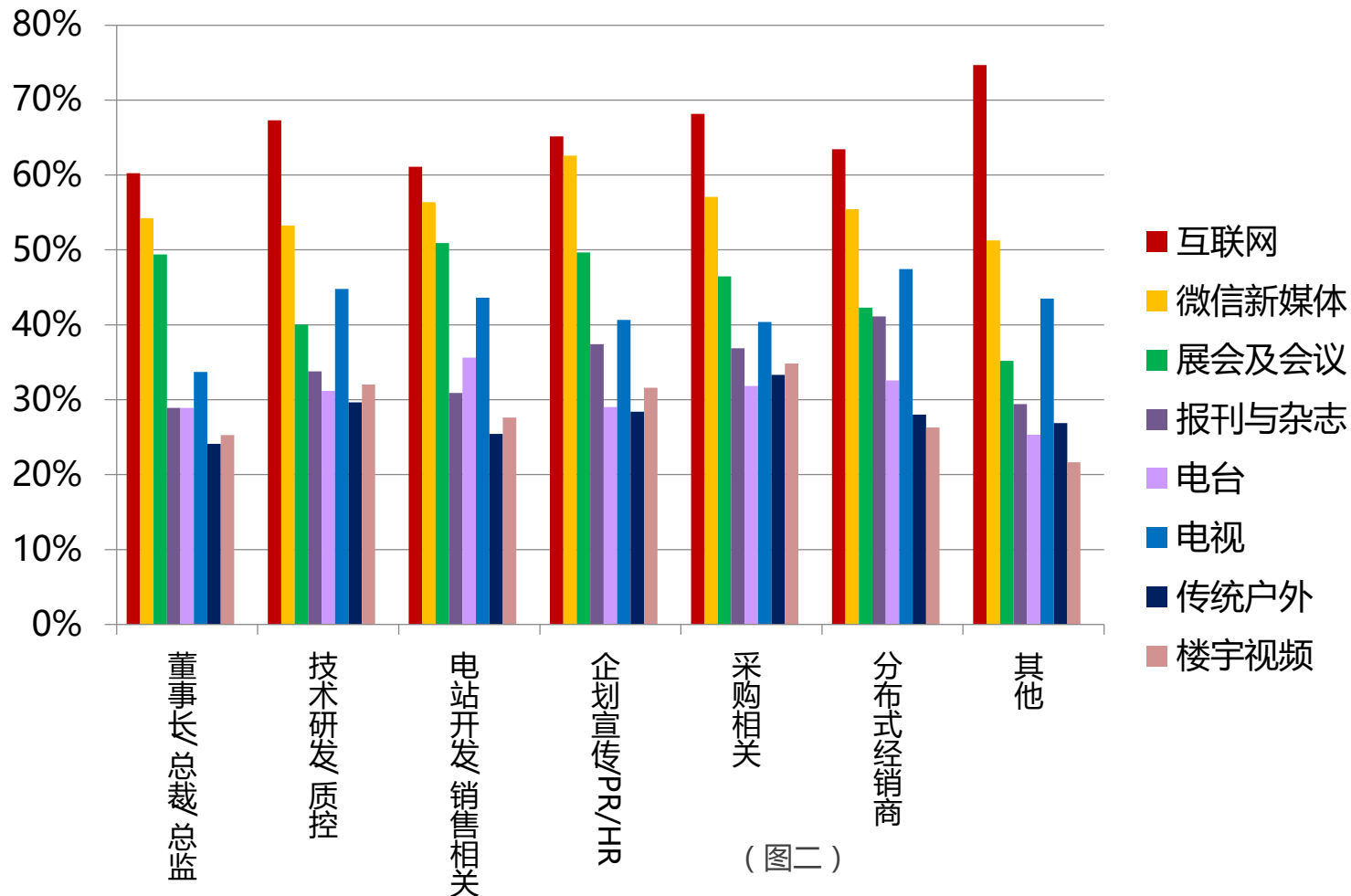
(图二)

数据详解-最受关注的光伏营销渠道

- 受访者最关注互联网、微信新媒体、电视营销渠道，展会及会议营销渠道也被看好。（见图一）
- 高层、技术相关人员和经销商均更为关注互联网、微信、展会渠道。（见图二）



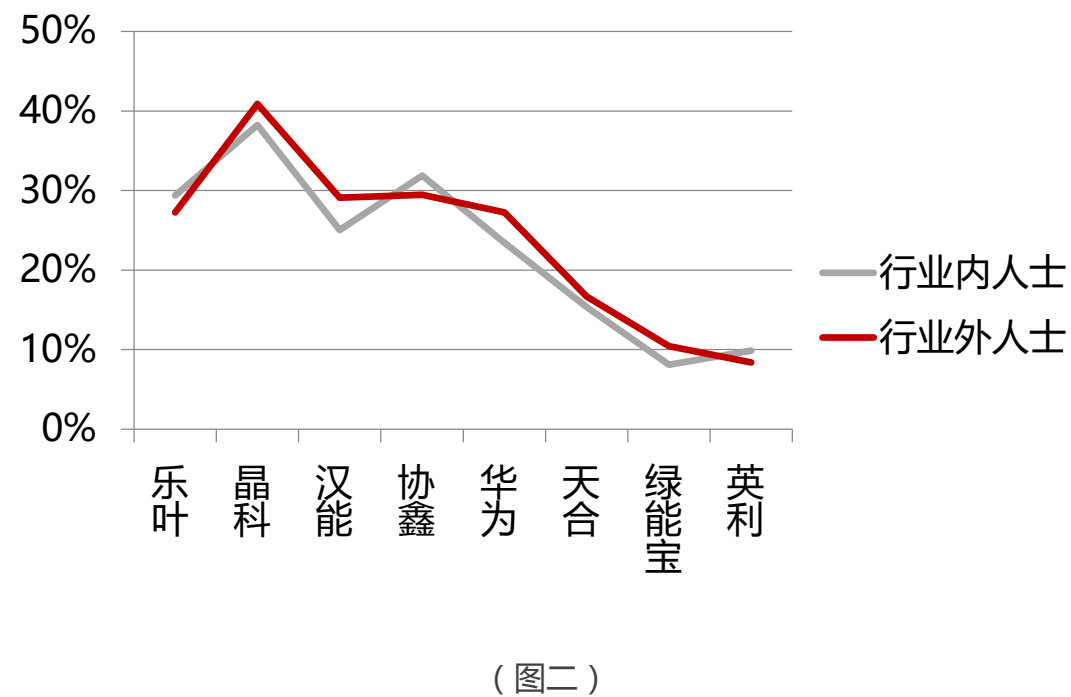
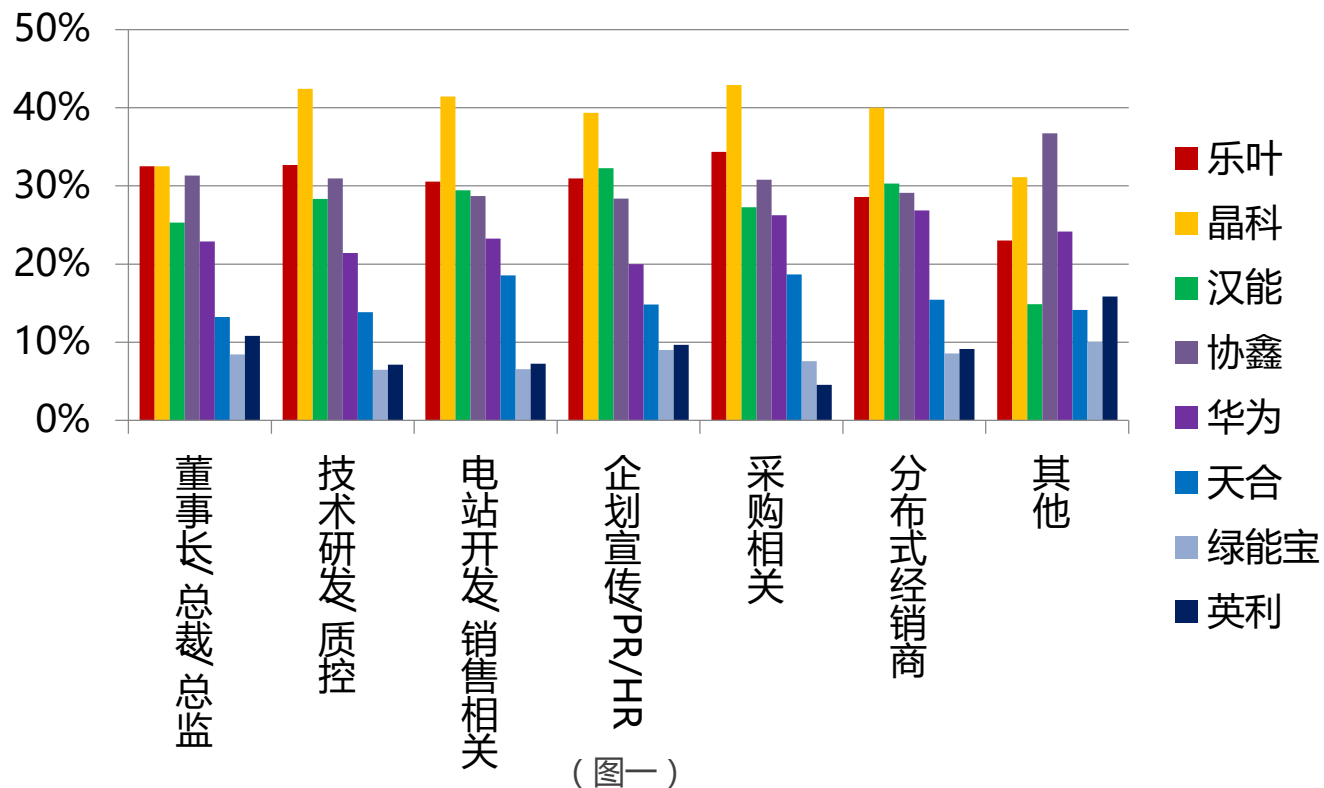
（图一）



（图二）

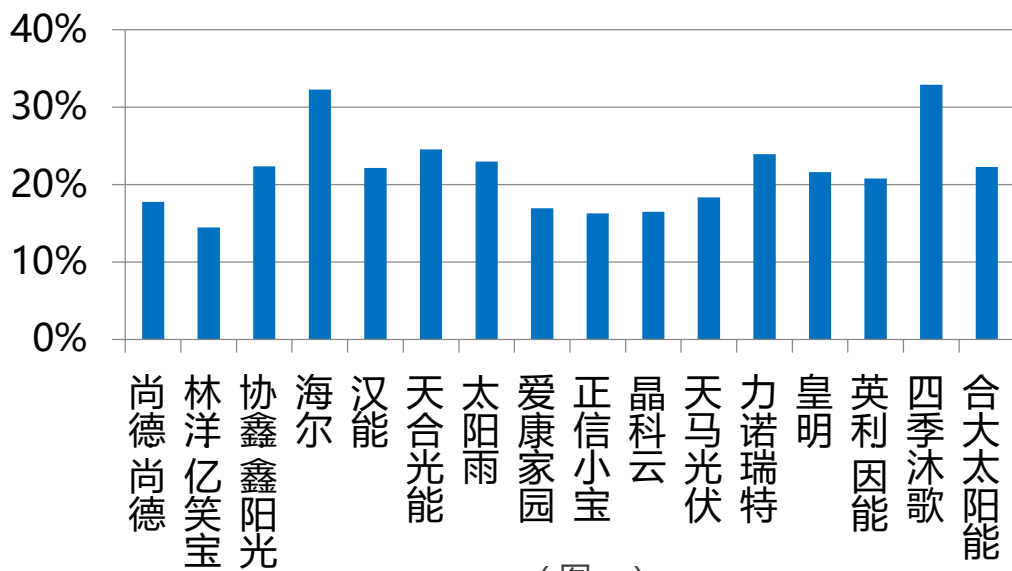
数据详解-最被熟知的品牌slogan

- 受访者最熟知的品牌slogan是：晶科、协鑫、乐叶。
- 行业内各岗位从业人员对乐叶、晶科、协鑫有较高认知。（图一）
- 行业内晶科深入人心，行业外协鑫是大家认知光伏的窗口。（图二）

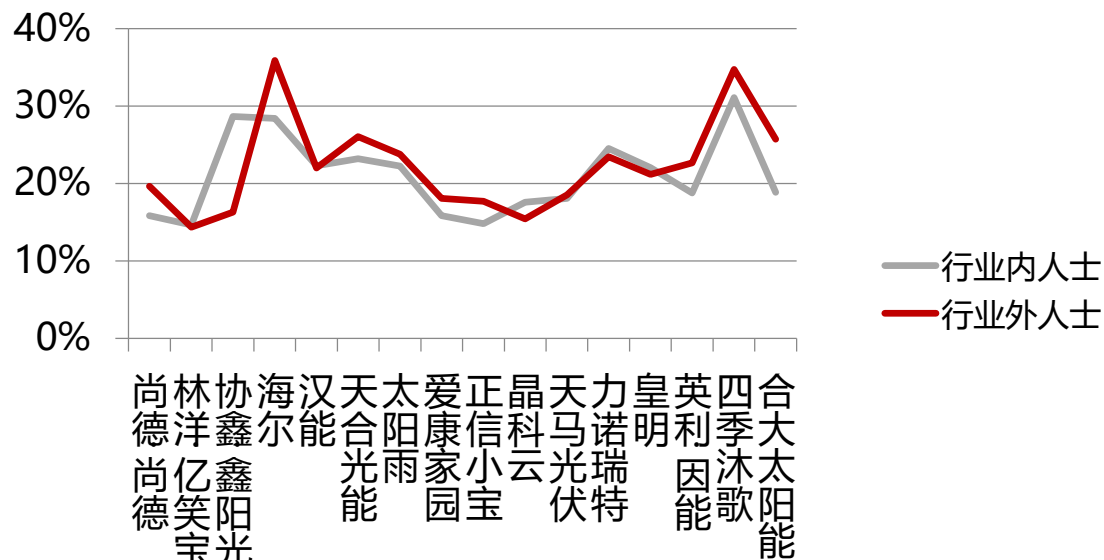


数据详解-户用产品推广模式最好的品牌

- 户用产品推广模式最好的前三位：**四季沐歌**、**海尔**、**天合光能**。（见图一）
- 根据不同维度受访者的数据显示，四季沐歌排名多次靠前，显现了C端企业更有服务经验，有群众基础的优势。
- 整体来说，有一定知名度及成熟经验的家电推广模式获更多认可。
- 业内外人士观点差异较大。（见图二）



(图一)

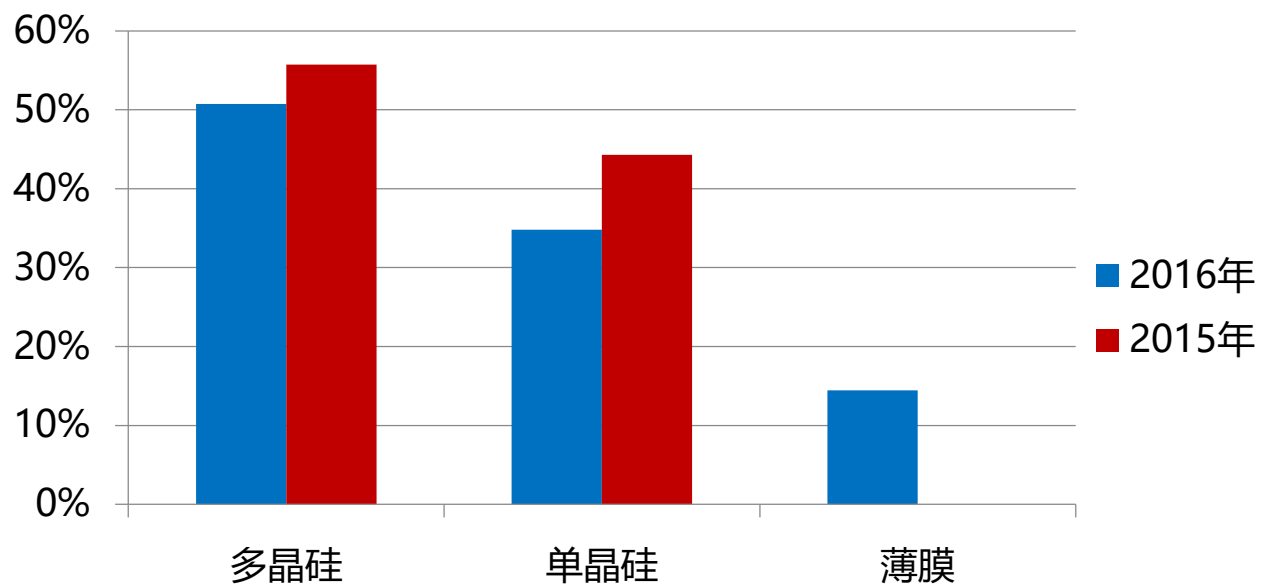


(图二)

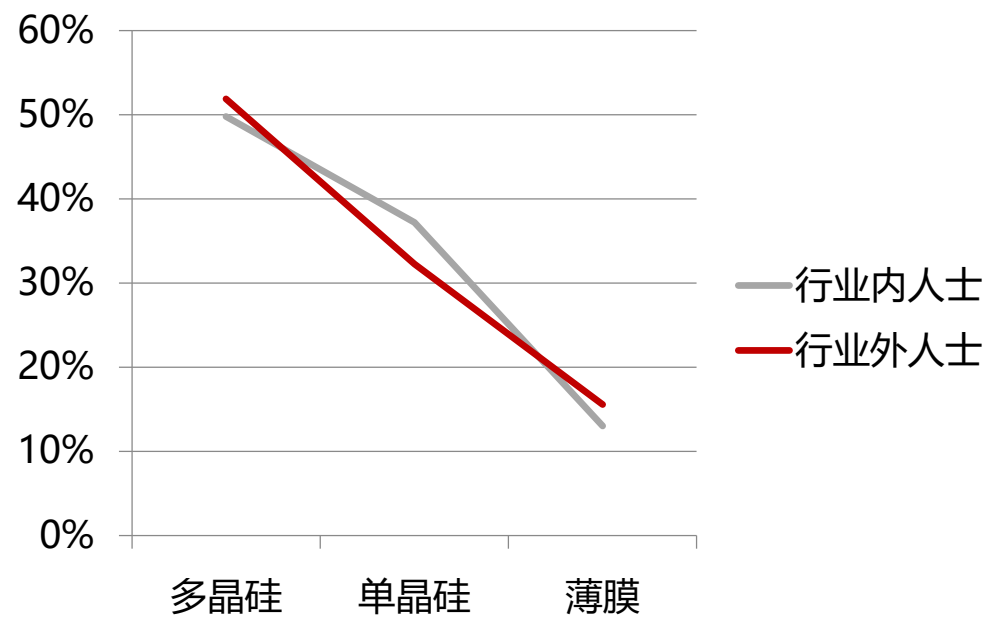
数据详解-最被看好的组件技术



- 多数受众肯定**多晶硅**组件技术应用趋势，与去年保持一致，充分反映了市场产能及价格的竞争力。
(见图一)
- 光伏业内人士中，高层、技术人员更看好多晶硅技术。
- 行业外人士更关注单晶硅组件技术。(见图二)



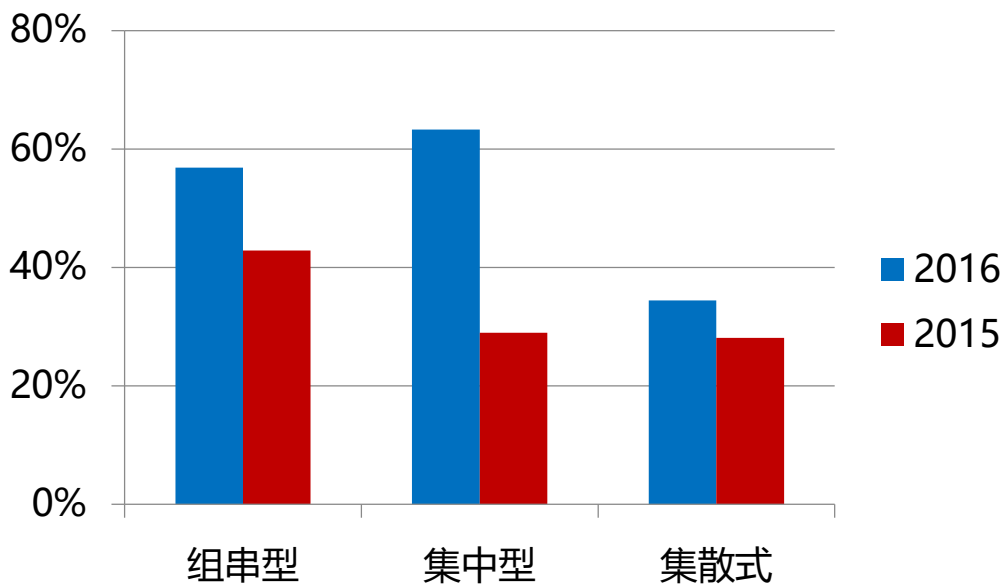
(图一)



(图二)

数据详解-最被看好的逆变器技术

- 未来一年中更多人看好集中型逆变器技术应用趋势，与去年更多人看好组串型技术有明显差异。
- 今年集散式逆变器技术被看好比例有所提高。（见图一）
- 业内外人士认知差异较大，其中业内人士更看好组串型，业外人士看好集中型，且数据差异较大。（见表二）



(图一)

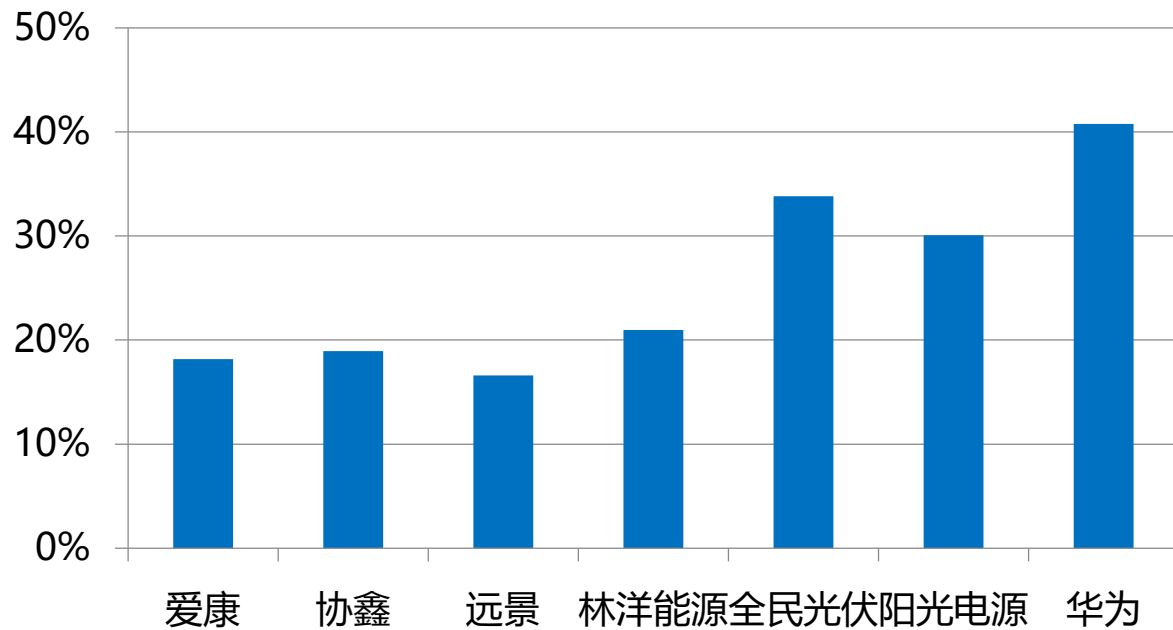
	行业内人士	行业外人士
组串型	61.25%	52.72%
集中型	55.95%	70.27%
集散式	34.51%	34.44%

(表二)

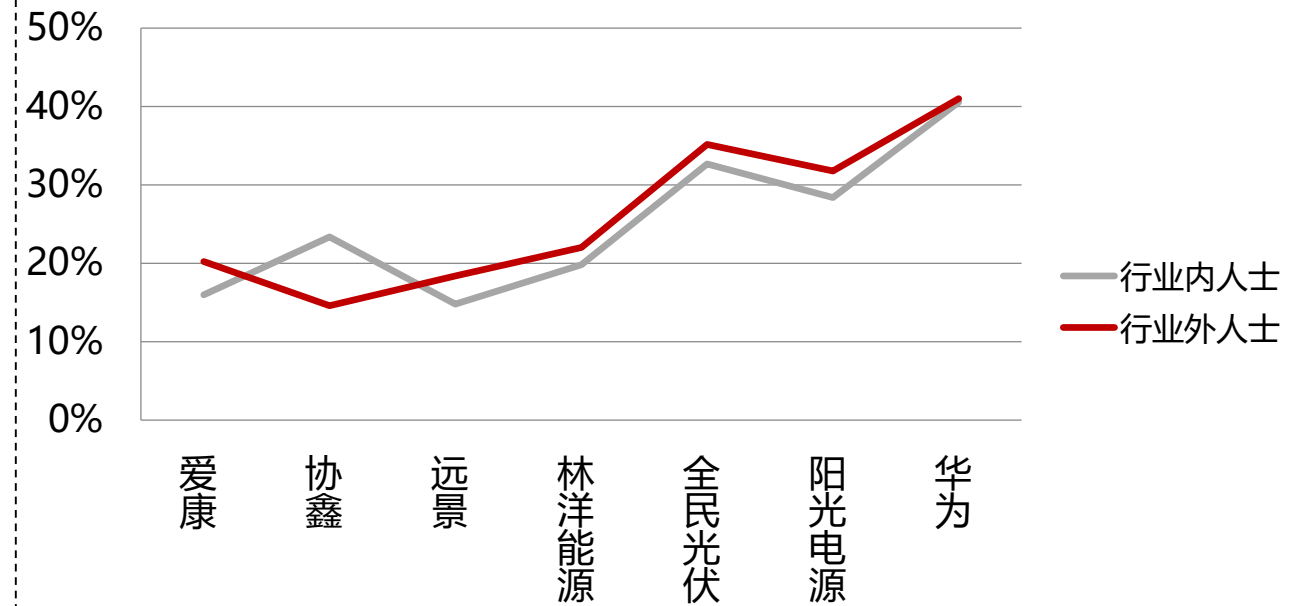
数据详解-最被看好的能源互联网企业



- 未来一年中被看好的做能源互联网的企业前三位：**华为**、**全民光伏**、**阳光电源**。（见图一）
- 各年限行业从业者的首选均为华为，同时全民光伏受到广泛认同。
- 业内外人士均更看好华为、全民光伏、阳光电源。（见图二）



(图一)



(图二)

THANKS



调研单位



光伏品牌实验室
Photovoltaic Brand Lab

世纪新能源网
www.NE21.com

技术支持



麦石咨询
maxshare consulting