

2010-2015年中国太阳能热水器行业投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国太阳能热水器行业投资分析及深度研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201005/40023.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

→内容简介

中国的太阳能热水器行业是名副其实的本土行业，是国内为数不多的拥有自主知识产权的产业之一。从产生到技术研发，到市场培育没有任何外力介入，完全由国内需求拉动而成。国内最早的太阳能热水器产生于二十世纪五、六十年代，当时的太阳能热水器是闷晒式，简单朴实，七、八十年代发展为平板式及直管式。到了二十世纪九十年代，清华阳光的殷志强教授发明真空玻璃管技术，并推广使用，中国的太阳能热水器从此进入真空管时代。从最初的大锤加榔头的制造手段，发展到现在的部分自动化，所有涉及这一领域和产品的发展，都是依靠企业的推广和科研院所教授的执著追求，造就了我国太阳能产业的规模化扩张。中国太阳能热水器的年生产量是欧洲的2倍，北美的4倍，现已成为世界上最大的太阳能热水器生产国和最大的太阳能热水器市场。

中国的太阳能热水器市场经过几年的培育，已经步入快速发展期。2009年太阳能热水器“下乡”是太阳能热水器行业的一件大事，标志着太阳能热水器得到国家认可，我国太阳能热水器行业已迈入新的时代。太阳能热水器“下乡”正式开标意味着太阳能热水器行业得到了政策支持，太阳能热水器“下乡”如一缕春风，使整个行业焕发强大的生命力。农村市场是太阳能热水器的主要销售市场，太阳能热水器的销售70%在农村，而随着新农村建设的推进，使用环保、洁净能源意识的推广，太阳能热水器在农村仍有广阔的空间。城市市场中，随着寿命到期热水器产品更新浪潮的到来，节能环保意识的深入，城市的太阳能热水器潜在消费量将逐步显现。未来5-10年中国太阳能热水器市场保有量仍将保持20%-30%的增长率。

目前中国太阳能热水器行业缺乏统一的行业标准，行业门槛较低，产品整体技术含量低，生产厂家多达5000余家，鱼目混杂。整个行业处于“行业大、企业小，数量多、规模小”的尴尬格局。行业内的一些二线牌子因为没有核心竞争力，产品高度同质化，只能靠低价格来谋取生存空间，在管理水平、生产规模都有限的情况下低价格只能靠低成本甚至“拼装”来获取，如此的低成本势必导致低质量。太阳能热水器国家标准正陆续出台，行业开始洗牌，品牌集中是趋势。行业集中度会进一步提高，而技术的升级、安全性能的提升、产品的创新将是企业发展的方向。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家工业和信息化部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国经济景气监测中心、中国太阳能协会、国内外相关刊物的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。介绍了我国太阳能热水器行业发展的宏观环境及相关行业发展现状，重点分析了我

国太阳能热水器市场发展现状以及主要太阳能热水器技术发展情况，对太阳能热水器市场发展状况及竞争格局进行了详细分析，对太阳能热水器行业的发展作了趋势研判以及探讨思考。报告重点分析了太阳能热水器市场状况，对国内外太阳能热水器企业竞争发展状况、国内太阳能热水器行业发展态势进行了探讨，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，是太阳能热水器生产企业、销售企业、战略投资者、科研机构以及相关研究单位准确了解当前我国太阳能热水器行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业相关概述

第一章 太阳能的相关概述 1

第一节 太阳能的介绍 1

一、太阳能的含义 1

二、太阳辐射的特性 2

三、太阳能资源的优缺点 6

四、中国的太阳能资源储量与分布 7

五、人类太阳能产业的七个阶段 9

第二节 太阳能的利用 13

一、太阳能利用装置介绍 13

二、太阳能热利用的方式 14

三、太阳光能辐射利用的基本方式 16

第三节 太阳能利用的四大步骤 17

一、太阳能采集 17

二、太阳能转换 20

三、太阳能贮存 23

四、太阳能传输 26

第二部分 行业发展现状

第二章 2009-2010年中国太阳能利用进展透析 27

第一节 2009-2010年全球太阳能利用的综述 27

一、世界太阳能科技的高潮与低潮期回顾 27

二、国外太阳能步入大规模生产阶段	29
三、欧洲国家太阳能系统的利用情况	30
四、奥地利加强太阳能利用的推广力度	33
五、德国住宅对太阳能利用较广泛	33
六、日本欲降低中小企业太阳能利用补助申请条件	34
七、荷兰企业利用路面收集太阳能	35
第二节 2009-2010年中国太阳能的开发利用状况分析	36
一、国内太阳能热利用进展回顾	36
二、中国太阳能利用步入大规模实用阶段的条件成熟	42
第三节 2009-2010年中国各地太阳能应用现状分析	45
一、德州成为中国太阳能利用最多的城市	45
二、上海市民免费安装太阳能庭院灯	46
三、西藏太阳能沼气开发利用获得突破性成就	46
第四节 2009-2010年中国太阳能利用的问题及对策分析	47
一、制约太阳能热产业提速的五大缺陷	47
二、中国太阳能热利用应实现三个转变	49
三、加快太阳能热利用产业发展进度的措施	50
第五节 2010-2015年中国太阳能利用的发展前景分析	51
一、中国太阳能光热应用的发展目标分析	51
二、中国将加快促进太阳能热利用的发展	55
三、工程化成为太阳能热利用的发展方向	63
四、中国太阳能行业的3.0时代即将到来	64
五、2010-2015年中国太阳能工业的发展预测分析	65
第三章 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展环境分析	70
第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析	70
一、中国GDP分析	70
二、城乡居民家庭人均可支配收入分析	73
三、全社会固定资产投资分析	74
四、进出口总额及增长率分析	77
五、社会消费品零售总额	79
第二节 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展政治环境分析	80
一、中国太阳能热水器产业政策盘点	80

二、新国标出台太阳能热水器环保门槛被抬高	83
三、“家用太阳能热水系统选材条件”国标进入草案讨论阶段	85
第三节 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展技术环境分析	86
一、我国太阳能热水器核心技术取得突破	86
二、光芒集团研发出饮用水标准太阳能热水器	87
三、我国自主研发出分体壁挂平板承压式太阳能热水器	87
四、内蒙古乌海市企业研发出全塑型太阳能热水器	88
第四章 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展概况分析	93
第一节 2009-2010年中国太阳能热水器相关概述	93
一、太阳能热水器的结构组成	93
二、三种太阳能热水器集热器性价比	95
三、真空管热水器工作原理介绍	97
四、玻璃与金属集热太阳能热水器性能比较	101
五、非承压与承压太阳能热水器比较	102
六、燃气、电、太阳能热水器三者使用性能的比较	103
第二节 2009-2010年中国太阳能热水器行业的发展状况分析	105
一、中国太阳能热水器的发展阶段	105
二、中国太阳能热水器行业发展现状	107
三、科技创新给太阳能热水器产业带来大商机	108
四、中国太阳能热水器企业拓展国际市场方式开始转型	110
第三节 2009-2010年中国太阳能热水器企业打造服务品牌分析	112
一、太阳能热水器行业服务的现状	112
二、太阳能企业打造服务品牌的重要性	114
三、太阳能企业打造服务品牌的要素	114
四、太阳能企业打造服务品牌的相关思考	118
第四节 2009-2010年中国太阳能热水器行业面临的问题分析	120
一、影响太阳能热水器产业快速发展的问題	120
二、太阳能热水器行业需要解决三大隐忧	121
三、禁氟将会引发我国太阳能热水器行业洗牌	124
第五节 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展对策分析	125
一、太阳能热水器行业的发展建议	125
二、太阳能热水器企业的经营策略	127

第五章 2009-2010年中国太阳能热水器市场发展状况分析 129

第一节 2009-2010年中国太阳能热水器市场概述 129

- 一、政策支持带动太阳能热水器市场迅速发展 129
- 二、中国已经具有强制安装太阳能热利用设施的条件 131
- 三、太阳能热水器强制推广尚有争议 131

第二节 2009-2010年中国太阳能热水器市场面临的问题及策略分析 133

- 一、存在七成消费者对太阳能热水器不满 133
- 二、太阳能热水器市场期待走出混乱局面 135
- 三、太阳能热水器高端品牌打造策略 137

第三节 2009-2010年中国太阳能热水器营销概况分析 139

- 一、中国太阳能热水器的销售模式综述 139
- 二、中国太阳能热水器产业的营销渠道分析 141
- 三、太阳能热水器促销的影响因素分析 145

第四节 2009-2010年中国太阳能热水器细分市场营销分析 147

- 一、注重热水器的二三级市场营销 147
- 二、量化热水器二三级市场策略要领 148
- 三、拓展农村太阳能热水器市场的要点 151
- 四、开拓太阳能热水器农村市场的对策 152
- 五、太阳能热水器国际市场的营销分析 153

第六章 2009-2010年中国太阳能热水器行业企业发展状况分析 159

第一节 2009-2010年中国太阳能热利用企业分析 159

- 一、太阳能热利用企业的“界定” 159
- 二、按区域划分的企业数量 159
- 三、中国太阳能热利用企业总数 162

第二节 2009-2010年中国太阳能下乡形势分析 162

- 一、太阳能热水器下乡各省份中标企业数量及比重 163
- 二、太阳能热水器下乡品牌型号数量分布 165
- 三、太阳能热水器下乡中标产品价格分布 165
- 四、太阳能热水器下乡各区域市场中标品牌数量 166

第三部分 行业重点企业及竞争分析

第七章 2009-2010年中国太阳能热水器的竞争及替代产品分析 173

第一节 2009-2010年中国太阳能热水器市场的竞争格局及策略分析 173

一、中国热水器市场总体竞争概况	173
二、太阳能热水器企业采取圈地扩张	176
三、平板太阳能热水器向真空管热水器发起挑战	179
四、水质的竞争在太阳能热水器产业中兴起	180
五、太阳能热水器步入品牌竞争时代	181
六、中国太阳能热水器将占主导地位	182
七、太阳能热水器企业需采取竞合策略	183
第二节 2009-2010年中国电热水器市场发展状况分析	190
一、新国标为电热水器业国企增加竞争优势	190
二、即热式电热水器市场发展或将启动	191
三、电热水器市场步入技术决胜阶段	193
四、电热水器消费将步入安全时代	195
第三节 2009-2010年中国燃气热水器市场发展形势分析	197
一、2009-2010年中国燃气热水器市场分析	197
二、燃气热水器市场20%不合格品面临淘汰	198
三、中国燃气热水器产业正走向“高效”时代	200
第八章 2009-2010年中国各地区太阳能热水器的发展状况分析	202
第一节 华东地区	202
一、上海市太阳能热水器推广阻力大	202
二、山东德州市太阳能热水器非常普及	203
三、浙江太阳能热水器年增长达30%	204
四、浙江省湖州市太阳能热水器消费状况调查	205
五、江苏地区太阳能热水器市场调查分析	208
六、南京市太阳热水器市场现状分析	218
七、江西省太阳能热水器市场状况分析	221
八、福建省太阳能热水器市场发展状况分析	227
第二节 华南地区	230
一、广东省太阳能热水器市场状况分析	230
二、广东江门市太阳能热水器推广应用将加速	239
三、广东河源市在农村推广太阳能热水器	239
四、广东太阳能热水器市场发展前景看好	240
五、海南太阳能热水器利用率较低	252

六、海南省太阳能热水器推广应用进展	254
七、海南强制性推广太阳能热水器惹争议	254
第三节 华北地区	257
一、北京市太阳能热水器市场分析	257
二、天津太阳能热水器市场发展状况	261
三、河北石家庄市太阳能热水器市场状况分析	262
第四节 东北地区	265
一、太阳能热水器在沈阳不温不火	265
二、黑龙江省太阳能热水器的推广应用向好	267
第五节 其他地区	270
一、云南太阳能热水器市场存在的问题	270
二、西藏热水器等太阳能利用较广泛	272
三、制约宁夏太阳能热水器发展的六大问题	273
四、河南郑州太阳能热水器市场具有巨大的发展潜力	275
第九章 2009-2010年中国太阳能热水器行业重点企业竞争力分析	277
第一节 武汉力诺太阳能集团股份有限公司	277
一、企业概况	277
二、经营范围	278
三、主营业务发展情况	278
四、2009-2010年财务分析	279
第二节 山东皇明太阳能有限公司	285
一、企业概况	285
二、主要产品	285
三、核心项目	286
四、发展战略	287
第三节 北京清华阳光太阳能设备有限责任公司	288
一、企业概况	288
二、企业实力	290
三、发展战略	291
第四节 山东力诺瑞特新能源有限公司	293
一、企业概况	293
二、竞争优势	294

三、销售网络	294
四、宗旨理念	294
第五节 扬州市华扬太阳能有限公司	295
一、企业概况	295
二、竞争优势	295
三、发展战略	296
第六节 江苏太阳雨太阳能有限公司	297
一、企业概况	297
二、经营范围	298
三、竞争优势	298
四、发展战略	299
第七节 山东桑乐太阳能有限公司	299
一、企业概况	299
二、企业理念	300
三、企业产品	300
四、经营发展	300
五、科研实力	301
第八节 北京天普太阳能工业有限公司	302
一、企业概况	302
二、企业定位	302
三、生产与品质管理	303
四、销售与服务保证	303
五、企业文化及教育	304
第九节 山东亿佳太阳能有限公司	305
一、企业概况	305
二、竞争优势	306
三、企业精神	307
四、企业目标	307
第十节 江苏辉煌太阳能有限公司	307
一、企业概况	307
二、营销网络和服务体系	308
三、战略目标	309

四、竞争优势 309

第四部分 行业前景及投资策略分析

第十章 2010-2015年中国太阳能热水器行业发展前景分析 311

第一节 2010-2015年中国太阳能热水器行业前景分析 311

一、太阳能热水器市场前途看好 311

二、太阳能热水器市场发展展望 312

第二节 2010-2015年中国太阳能热水器行业的发展趋势分析 318

一、中国太阳能热水器行业的发展方向 318

二、水质洁净型太阳能热水器欲成行业发展新方向 320

三、太阳能热水器市场趋势展望 321

四、太阳能热水器市场将出现品牌化趋势 324

五、太阳能热水器的市场渠道趋势简析 325

第十一章 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合状况分析 330

第一节 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合概况 330

一、太阳能热水器与建筑一体化介绍 330

二、中国太阳能热水器建筑一体化研究 333

第二节 2009-2010年中国各地太阳能与建筑结合动态分析 338

一、广州公共建筑计划推广太阳能热水器 338

二、河北太阳能热水器与建筑相结合状况 338

三、浙江永康太阳能热水器与建筑一体化试点 339

四、云南省50%新建筑达到节能要求 339

五、山东济南市全面推广太阳能热水系统与建筑一体化技术 340

第三节 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合的技术分析 340

一、中国太阳能与建筑一体化技术已经基本成熟 340

二、太阳能建筑节能的技术途径和策略分析 341

三、太阳能热水器供暖住宅建筑设计要点 346

第四节 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合存在的问题及发展对策分析 351

一、太阳能热水器与建筑一体化障碍颇多 351

二、中国太阳能建筑存在的问题及发展建议 353

三、建筑标准是未来发展的技术保障 358

四、产业发展应与建筑相结合同步进行 361

五、与建筑亲密结合的普及发展之路 364

第十二章 2010-2015年中国太阳能热水器行业投资前景分析 368

第一节 2010-2015年中国太阳能热水器产销状况分析 368

第二节 2010-2015年中国太阳能热水器市场前景投资分析 369

一、收入水平分析 370

二、用电环境分析 370

三、住房条件改善分析 370

四、价格因素分析 370

第三节 产品市场分析 371

一、电热水器产品市场 371

二、燃气热水器产品市场 372

三、太阳能热水器产品市场 372

第四节 2010-2015年中国太阳能热水器专卖店攻略 373

一、太阳能热水器专卖店开业准备 373

二、太阳能热水器专卖店开业方案设计 376

三、太阳能热水器专卖店选址四大误区 379

第五节 2010-2015年中国太阳能热水器营销策略分析 383

一、太阳能热水器市场营销战略重点 383

二、科学方法建太阳能热水器营销网络 385

三、旺季多做促销，淡季重做品牌 391

四、太阳能热水器营销创新的道路 396

图表目录：

图表：地球上的能流图 2

图表：地球绕太阳运行的示意图 3

图表：大气质量示意图 5

图表：不同地区太阳平均辐射强度 5

图表：太阳能热水器环境效益 36

图表：1998-2007年太阳能热水器年产量和保有量 37

图表：2005年世界主要国家太阳能热水器推广量和保有量 37

图表：2010-2020年我国太阳热水器保有量预测 67

图表：2009年社会消费品分月增速图 80

图表：2008年1月我国消费者信心指数 88

图表：2008年2月我国消费者信心指数 89

图表：2008年3月我国消费者信心指数 89

图表：2008年4月我国消费者信心指数 89

图表：2008年5月我国消费者信心指数 89

图表：2008年6月我国消费者信心指数 89

图表：2008年7月我国消费者信心指数 89

图表：2008年8月我国消费者信心指数 89

图表：2008年9月我国消费者信心指数 90

图表：2008年10月我国消费者信心指数 90

图表：2008年11月我国消费者信心指数 90

图表：2008年12月我国消费者信心指数 90

图表：2009年1月我国消费者信心指数 90

图表：2009年2月我国消费者信心指数 90

图表：2009年3月我国消费者信心指数 90

图表：2009年4月我国消费者信心指数 91

图表：2009年5月我国消费者信心指数 91

图表：2009年6月我国消费者信心指数 91

图表：2009年7月我国消费者信心指数 91

图表：2009年8月我国消费者信心指数 91

图表：2009年9月我国消费者信心指数 91

图表：2009年10月我国消费者信心指数 91

图表：2009年11月我国消费者信心指数 92

图表：2009年12月我国消费者信心指数 92

图表：2010年1月我国消费者信心指数 92

图表：2010年2月我国消费者信心指数 92

图表：玻璃与金属集热太阳能热水器性能比较 101

图表：北京市太阳能热利用企业数量 159

图表：浙江省太阳能热利用企业数量 160

图表：江苏省太阳能热利用企业数量 160

图表：山东省太阳能热利用企业数量 160

图表：云南省太阳能热利用企业数量 160

图表：河北省太阳能热利用企业数量 160

图表：安徽省太阳能热利用企业数量 160

图表：广东省太阳能热利用企业数量 160

图表：辽宁省太阳能热利用企业数量 161

图表：山西省太阳能热利用企业数量 161

图表：天津市太阳能热利用企业数量 161

图表：其它各省市总和太阳能热利用企业数量 161

图表：各省市太阳能热利用企业数量占比例图 161

图表：中国太阳能热利用企业整机与配件企业占比图 162

图表：山东省份中标企业数量及比重 163

图表：江苏省份中标企业数量及比重 163

图表：浙江省份中标企业数量及比重 163

图表：北京市份中标企业数量及比重 163

图表：省份中标企业数量及比重 163

图表：安徽省份中标企业数量及比重 164

图表：广东省份中标企业数量及比重 164

图表：河北省份中标企业数量及比重 164

图表：四川省份中标企业数量及比重 164

图表：福建省份中标企业数量及比重 164

图表：河南省份中标企业数量及比重 164

图表：湖北省份中标企业数量及比重 164

图表：云南省份中标企业数量及比重 165

图表：辽宁省份中标企业数量及比重 165

图表：重庆省份中标企业数量及比重 165

图表：河南区域市场中标品牌数量 166

图表：安徽区域市场中标品牌数量 166

图表：河北区域市场中标品牌数量 166

图表：湖北区域市场中标品牌数量 166

图表：山东区域市场中标品牌数量 167

图表：山西区域市场中标品牌数量 167

图表：江西区域市场中标品牌数量 167

图表：陕西区域市场中标品牌数量 167

图表：江苏区域市场中标品牌数量 167

图表：辽宁区域市场中标品牌数量 167

图表：湖南区域市场中标品牌数量 168

图表：四川区域市场中标品牌数量 168

图表：浙江区域市场中标品牌数量 168

图表：甘肃区域市场中标品牌数量 168

图表：吉林区域市场中标品牌数量 168

图表：北京区域市场中标品牌数量 168

图表：重庆区域市场中标品牌数量 169

图表：广西区域市场中标品牌数量 169

图表：贵州区域市场中标品牌数量 169

图表：宁夏区域市场中标品牌数量 169

图表：天津区域市场中标品牌数量 169

图表：云南区域市场中标品牌数量 169

图表：黑龙江区域市场中标品牌数量 170

图表：福建区域市场中标品牌数量 170

图表：内蒙古区域市场中标品牌数量 170

图表：上海区域市场中标品牌数量 170

图表：广东区域市场中标品牌数量 170

图表：青海区域市场中标品牌数量 170

图表：新疆区域市场中标品牌数量 171

图表：海南区域市场中标品牌数量 171

图表：西藏区域市场中标品牌数量 171

图表：电热水器不同升数的零售量份额 175

图表：2009年1-4季度武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营构成 279

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司每股指标 281

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司获利能力 281

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司经营能力 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司偿债能力 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司资本结构 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司发展能力 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司现金流量 283

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营业务收入 283

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营业务利润 283

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司营业利润 284

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司利润总额 284

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司净利润 284

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201005/40023.html>