

2021-2027年中国光伏产品 市场发展现状与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国光伏产品市场发展现状与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/R43802HBV0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2020年之前开工建设且在2024年1月1日前并网的项目执行30%的ITC；2020年开始建设且在三年内建成并网的项目执行26%的ITC；2021年开始建设且在两年内建成并网的项目执行22%的ITC；2022年开始建设的非住宅光伏系统将执行永久的10%的ITC，而住宅光伏系统的ITC将降为0。

•美国2019-2023年项目储备规模达到90.6GW，主要分布在加利福尼亚州、得克萨斯州、佛罗里达州等地美国2019-2023年项目储备规模达到90.6GW 据统计，印度前十大邦光伏2022年装机规划容量76.05GW，而截至2019年10月底，前十大邦光伏累计装机容量29.73GW，目前距离规划目标还差46.32GW印度前十大邦2022年光伏装机规划及截至2019年10月底的累计装机容量 据日本FIT政策，2015年之前申请备案的项目需在2020年9月份之前并网，否则FIT将下调。而2012-2015年备案且尚未运行的FIT项目达22.87GW，将于2019/2020年集中释放。

Japan FiT scheme projects by operational and non-operational	Fiscal Year	FiT level (JPY/kWh)	Operational (GW)	Non-operational (GW)	Total
JFY2012	40	12.03	2.81	14.84	JFY2013
JFY2013	36	14.74	11.64	26.38	JFY2014
JFY2014	32	5.62	6.85	12.48	JFY2015
JFY2015	27	1.92	1.57	3.49	JFY2016*
JFY2016*	24	1.92	3.63	5.55	JFY2017
JFY2017	21**	0.86	1.85	2.72	JFY2018
JFY2018	18**	0.12	0.94	1.05	Total
Total	37.22	29.29	66.51	-	

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国光伏产品市场发展现状与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国光伏产品行业市场发展环境、光伏产品整体运行态势等，接着分析了中国光伏产品行业市场运行的现状，然后介绍了光伏产品市场竞争格局。随后，报告对光伏产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国光伏产品行业发展趋势与投资预测。您若想对光伏产品产业有个系统的了解或者想投资中国光伏产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：第一章 光伏产品行业发展综述1.1 光伏产品行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业产品/服务分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 光伏产品行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 光伏产品行业在产业链中的地位1.2.3 光伏产品行业生命周期分析（1）行业生命周期理论基础（2）光伏产品行业生命周期1.3 最近3-5年中国光伏产品行业经济指标分析1.3.1 赢利性1.3.2 成长速度1.3.3 附加值的提升空间1.3.4 进入壁垒 / 退出机制1.3.5 风险性1.3.6 行业周期1.3.7 竞争激烈程度指标1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 第二章 光伏产品行业运行环境（PEST）分析2.1 光伏产品行业政治法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2 行业主要法律法规2.1.3 行业相关发展规划2.2 光伏产品行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 国内宏观经济形

势分析2.2.3 产业宏观经济环境分析2.3 光伏产品行业社会环境分析2.3.1 光伏产品产业社会环境
2.3.2 社会环境对行业的影响2.3.3 光伏产品产业发展对社会发展的影响2.4 光伏产品行业技术
环境分析2.4.1 光伏产品技术分析2.4.2 光伏产品技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势 第三
章 我国光伏产品行业运行分析3.1 我国光伏产品行业发展状况分析3.1.1 我国光伏产品行业发
展阶段3.1.2 我国光伏产品行业发展总体概况 2019年，尽管在政策调整下，我国光伏应用市
场有所下滑，但受益于海外市场增长，我国光伏各环节产业规模依旧保持快速增长势头。在
产业制造端各环节，截至2019年底，我国多晶硅产能达到46.2万吨，同比增长19.4%，产量
约34.2万吨，同比增长32.0%；硅片产量134.6GW，同比增长25.7%，单晶硅片实现大逆转，占
比超过65%；电池片产量108.6GW，同比增长27.7%，PERC单晶电池量产平均效率达22.3%；
组件产量98.6GW，同比增长17.0%。多晶硅、硅片、电池片以及组件产量3.1.3 我国光伏产品
行业发展特点分析3.2 2015-2019年光伏产品行业发展现状3.2.1 2015-2019年我国光伏产品行业市
场规模3.2.2 2015-2019年我国光伏产品行业发展分析3.2.3 2015-2019年中国光伏产品企业发展分
析3.3 区域市场分析3.3.1 区域市场分布总体情况3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析3.4 光伏产
品细分产品/服务市场分析3.4.1 细分产品/服务特色3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及
增速3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测3.5 光伏产品产品/服务价格分析3.5.1 2015-2019年光
伏产品价格走势3.5.2 影响光伏产品价格的关键因素分析（1）成本（2）供需情况（3）关联产
品（4）其他3.5.3 2021-2027年光伏产品产品/服务价格变化趋势3.5.4 主要光伏产品企业价位及
价格策略 第四章 我国光伏产品所属行业整体运行指标分析4.1 2015-2019年中国光伏产品所属
行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4
行业市场规模分析4.2 2015-2019年中国光伏产品所属行业运营情况分析4.2.1 我国光伏产品所属
行业营收分析4.2.2 我国光伏产品所属行业成本分析4.2.3 我国光伏产品所属行业利润分析4.3
2015-2019年中国光伏产品所属行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿债能
力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析 第五章 我国光伏产品行业供需形势分
析5.1 光伏产品行业供给分析5.1.1 2015-2019年光伏产品行业供给分析5.1.2 2021-2027年光伏产
品行业供给变化趋势5.1.3 光伏产品行业区域供给分析5.2 2015-2019年我国光伏产品行业需求情
况5.2.1 光伏产品行业需求市场5.2.2 光伏产品行业客户结构5.2.3 光伏产品行业需求的地区差
异5.3 光伏产品市场应用及需求预测5.3.1 光伏产品应用市场总体需求分析（1）光伏产品应用
市场需求特征（2）光伏产品应用市场需求总规模5.3.2 2021-2027年光伏产品行业领域需求量预
测（1）2021-2027年光伏产品行业领域需求产品/服务功能预测（2）2021-2027年光伏产品行业
领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3 重点行业光伏产品/服务需求分析预测 第六章 光伏产品
行业产业结构分析6.1 光伏产品产业结构分析6.1.1 市场细分充分程度分析6.1.2 各细分市场领先
企业排名6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）6.2 产

业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1 产业价值链的构成6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析6.3 产业结构发展预测6.3.1 产业结构调整指导政策分析6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3 中国光伏产品行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4 光伏产品产业结构调整方向分析6.3.5 建议 第七章 我国光伏产品行业产业链分析7.1 光伏产品行业产业链分析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 光伏产品上游行业分析7.2.1 光伏产品产品成本构成7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势7.2.4 上游供给对光伏产品行业的影响7.3 光伏产品下游行业分析7.3.1 光伏产品下游行业分布7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对光伏产品行业的影响 第八章 我国光伏产品行业渠道分析及策略8.1 光伏产品行业渠道分析8.1.1 渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对光伏产品行业的影响8.1.3 主要光伏产品企业渠道策略研究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 光伏产品行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 光伏产品行业营销策略分析8.3.1 中国光伏产品营销概况8.3.2 光伏产品营销策略探讨8.3.3 光伏产品营销发展趋势 第九章 我国光伏产品行业竞争形势及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 光伏产品行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结9.1.2 光伏产品行业企业间竞争格局分析9.1.3 光伏产品行业集中度分析9.1.4 光伏产品行业SWOT分析9.2 中国光伏产品行业竞争格局综述9.2.1 光伏产品行业竞争概况（1）中国光伏产品行业竞争格局（2）光伏产品行业未来竞争格局和特点（3）光伏产品市场进入及竞争对手分析9.2.2 中国光伏产品行业竞争力分析（1）我国光伏产品行业竞争力剖析（2）我国光伏产品企业市场竞争的优势（3）国内光伏产品企业竞争能力提升途径9.2.3 光伏产品市场竞争策略分析 第十章 光伏产品行业领先企业经营形势分析10.1 锦州阳光科技发展有限公司10.1.1 企业概况10.1.2 企业优势分析10.1.3 产品/服务特色10.1.4 经营状况10.2 中电万投（北京）光电科技有限公司10.2.1 企业概况10.2.2 企业优势分析10.2.3 产品/服务特色10.2.4 经营状况10.3 长沙新圣泉光伏设备有限公司10.3.1 企业概况10.3.2 企业优势分析10.3.3 产品/服务特色10.3.4 经营状况10.4 湖南中科环宇新能源工程有限公司10.4.1 企业概况10.4.2 企业优势分析10.4.3 产品/服务特色10.4.4 经营状况10.5 古瑞瓦特公司10.5.1 企业概况10.5.2 企业优势分析10.5.3 产品/服务特色10.5.4 经营状况10.6 阳光电源公司10.6.1 企业概况10.6.2 企业优势分析10.6.3 产品/服务特色10.6.4 经营状况 第十一章 2021-2027年光伏产品行业投资前景11.1 2021-2027年光伏产品市场发展前景11.1.1 2021-2027年光伏产品市场发展潜力11.1.2 2021-2027年光伏产品市场发展前景展望11.1.3 2021-2027年光伏产品细分行业发展前景分析11.2 2021-2027年光伏产品市场发展趋势预测11.2.1 2021-2027年光伏产品行业发展趋势11.2.2 2021-2027年光伏产品市场规模预测11.2.3 2021-2027年光伏产品行业应用趋势预测11.2.4 2021-2027年细分市场发展

趋势预测11.3 2021-2027年中国光伏产品行业供需预测11.3.1 2021-2027年中国光伏产品行业供给预测11.3.2 2021-2027年中国光伏产品行业需求预测11.3.3 2021-2027年中国光伏产品供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 市场整合成长趋势11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3 企业区域市场拓展的趋势11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2021-2027年光伏产品行业投资机会与风险12.1 光伏产品行业投融资情况12.1.1 行业资金渠道分析12.1.2 固定资产投资分析12.1.3 兼并重组情况分析12.2 2021-2027年光伏产品行业投资机会12.2.1 产业链投资机会12.2.2 细分市场投资机会12.2.3 重点区域投资机会12.3 2021-2027年光伏产品行业投资风险及防范12.3.1 政策风险及防范12.3.2 技术风险及防范12.3.3 供求风险及防范12.3.4 宏观经济波动风险及防范12.3.5 关联产业风险及防范12.3.6 产品结构风险及防范12.3.7 其他风险及防范 第十三章 光伏产品行业投资战略研究13.1 光伏产品行业发展战略研究13.1.1 战略综合规划13.1.2 技术开发战略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国光伏产品品牌的战略思考13.2.1 光伏产品品牌的重要性13.2.2 光伏产品实施品牌战略的意义13.2.3 光伏产品企业品牌的现状分析13.2.4 我国光伏产品企业的品牌战略13.2.5 光伏产品品牌战略管理的策略13.3 光伏产品经营策略分析13.3.1 光伏产品市场细分策略13.3.2 光伏产品市场创新策略13.3.3 品牌定位与品类规划13.3.4 光伏产品新产品差异化战略13.4 光伏产品行业投资战略研究13.4.1 2019年光伏产品行业投资战略13.4.2 2021-2027年光伏产品行业投资战略13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略 第十四章 研究结论及投资建议 () 14.1 光伏产品行业研究结论14.2 光伏产品行业投资价值评估14.3 光伏产品行业投资建议14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议 () 图表目录：图表1：光伏产品行业生命周期图表2：光伏产品行业产业链结构图表3：2015-2019年全球光伏产品行业市场规模图表4：2015-2019年中国光伏产品行业市场规模图表5：2015-2019年光伏产品行业重要数据指标比较图表6：2015-2019年中国光伏产品市场占全球份额比较图表7：2015-2019年光伏产品行业工业总产值图表8：2015-2019年光伏产品行业销售收入图表9：2015-2019年光伏产品行业利润总额图表10：2015-2019年光伏产品行业资产总计图表11：2015-2019年光伏产品行业负债总计图表12：2015-2019年光伏产品行业竞争力分析图表13：2015-2019年光伏产品市场价格走势图14：2015-2019年光伏产品行业主营业务收入图表15：2015-2019年光伏产品行业主营业务成本图表16：2015-2019年光伏产品行业销售费用分析图表17：2015-2019年光伏产品行业管理费用分析图表18：2015-2019年光伏产品行业财务费用分析图表19：2015-2019年光伏产品行业销售毛利率分析图表20：2015-2019年光伏产品行业销售利润率分析图表21：2015-2019年光伏产品行业成本费用利润率分析图表22：2015-2019年光伏产品行业总资产利润率分析图表23：2015-2019年光伏产品行业集中度图表24：2021-2027年中国光伏产品行业供给预测图表25：2021-2027年中国光伏产品行业需求预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/R43802HBV0.html>