



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国太阳能热水器市场分析 及投资趋势展望报告

一、调研说明

《2009年中国太阳能热水器市场分析及投资趋势展望报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/25002.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 太阳能的相关概述

一、太阳能的介绍

- (一) 太阳能的含义
- (二) 太阳辐射的特性
- (三) 太阳能资源的优缺点
- (四) 中国的太阳能资源储量与分布
- (五) 人类太阳能产业的七个阶段

二、太阳能的利用

- (一) 太阳能利用装置介绍
- (二) 太阳能热利用的方式
- (三) 太阳光能辐射利用的基本方式

三、太阳能利用的四大步骤

- (一) 太阳能采集
- (二) 太阳能转换
- (三) 太阳能贮存
- (四) 太阳能输送

第二章 2008年中国太阳能热水器行业发展环境

一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国太阳能热水器行业发展政治环境

- (一) 中国太阳能热水器产业标准
- (二) 2006年中国太阳能热水器产业政策盘点
- (三) 2007年新国标出台太阳能热水器环保门槛被抬高
- (四) 2008年"家用太阳能热水系统选材条件"国标进入草案讨论阶段

三、2008年中国太阳能热水器行业发展技术环境

- (一) 2007年我国太阳能热水器核心技术取得突破
- (二) 2008年光芒集团研发出饮用水标准太阳能热水器
- (三) 2008年我国自主研发出分体壁挂平板承压式太阳能热水器
- (四) 2008年内蒙古乌海市企业研发出全塑型太阳能热水器

第三章 2008年中国太阳能利用概况

一、2008年全球太阳能利用的综述

- (一) 全球太阳能科技的高潮与低潮期回顾
- (二) 国外太阳能步入大规模生产阶段
- (三) 欧洲国家太阳能系统的利用情况
- (四) 奥地利加强太阳能利用的推广力度
- (五) 德国住宅对太阳能利用较广泛
- (六) 日本欲降低中小企业太阳能利用补助申请条件
- (七) 荷兰企业利用路面收集太阳能

二、2008年中国太阳能的开发利用状况

- (一) 国内太阳能热利用进展回顾
- (二) 中国太阳能产业发展特点
- (三) 中国太阳能利用步入大规模实用阶段的条件成熟

三、2008年中国各地太阳能应用现状

- (一) 德州成为中国太阳能利用最多的城市
- (二) 上海市民免费安装太阳能庭院灯
- (三) 西藏太阳能沼气开发利用获得突破性成就

四、2008年中国太阳能利用的问题及对策

- (一) 制约太阳能热产业提速的五大缺陷
- (二) 中国太阳能热利用应实现三个转变
- (三) 加快太阳能热利用产业发展进度的措施

五、2009-2012年中国太阳能利用的发展前景

- (一) 中国太阳能光热应用的发展目标
- (二) 中国将加快促进太阳能热利用的发展
- (三) 工程化成为太阳能热利用的发展方向
- (四) 中国太阳能行业的3.0时代即将到来
- (五) 2009-2012年中国太阳能工业的发展预测

第四章 2008年中国太阳能热水器行业发展概况

一、2008年中国太阳能热水器相关概述

- (一) 太阳能热水器的结构组成
- (二) 三种太阳能热水器集热器性价比
- (三) 真空管热水器工作原理介绍
- (四) 玻璃与金属集热太阳能热水器性能比较
- (五) 非承压与承压太阳能热水器比较
- (六) 太阳能热水器的各方面效益优势
- (七) 燃气、电、太阳能热水器三者使用性能的比较

二、2008年中国太阳能热水器行业的发展状况

- (一) 中国太阳能热水器的发展阶段
- (二) 中国太阳能热水器产业优势与动力
- (三) 中国太阳能热水器行业发展现状
- (四) 2008年中国太阳能热水器行业的发展特点
- (五) 质量是太阳能热水器产业发展的基础
- (六) 科技创新给太阳能热水器产业带来大商机
- (七) 中国太阳能热水器企业拓展全球市场方式开始转型

三、2008年中国太阳能热水器企业打造服务品牌

- (一) 太阳能热水器行业服务的现状
- (二) 太阳能企业打造服务品牌的重要性
- (三) 太阳能企业打造服务品牌的要素
- (四) 太阳能企业打造服务品牌的相关思考

四、2008年中国太阳能热水器行业面临的问题

- (一) 影响太阳能热水器产业快速发展的问题
- (二) 太阳能热水器产业难做大的原因
- (三) 我国太阳能热水器产业需要改善的几个方面
- (四) 太阳能热水器行业需要解决三大隐忧
- (五) 禁氟将会引发我国太阳能热水器行业洗牌

五、2008年中国太阳能热水器行业发展对策

- (一) 太阳能热水器行业的发展建议
- (二) 模仿创新成太阳能热水器产业发展的新思路
- (三) 太阳能热水器企业的经营策略

第五章 2008年中国太阳能热水器市场发展状况

一、2008年中国太阳能热水器市场概述

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

二、2008年中国太阳能热水器市场状况

- (一) 中国太阳能热水器市场需求状况
- (二) 中国太阳能热水器市场供给状况

三、2008年中国太阳能热水器市场面临的问题及策略

- (一) 存在七成消费者对太阳能热水器不满
- (二) 产品成熟市场尚待开发培育
- (三) 太阳能热水器市场期待走出混乱局面
- (四) 太阳能热水器市场拓展的障碍
- (五) 太阳能热水器高端品牌打造策略

四、2008年中国太阳能热水器营销概况

- (一) 2008年我国太阳能热水器行业营销概况
- (二) 中国太阳能热水器的销售模式综述
- (三) 中国太阳能热水器产业的营销渠道
- (四) 太阳能热水器营销策略的必要性
- (五) 太阳能热水器促销的影响因素
- (六) 太阳能热水器的市场营销新现象

五、2008年中国太阳能热水器细分市场营销

- (一) 注重热水器的二三级市场营销
- (二) 量化热水器二三级市场策略要领
- (三) 拓展农村太阳能热水器市场的要点
- (四) 开拓太阳能热水器农村市场的对策
- (五) 太阳能热水器全球市场的营销

第六章 2008年中国太阳能热水器的竞争及替代产品

一、2008年中国太阳能热水器市场的竞争格局及策略

- (一) 中国热水器市场总体竞争概况

- (二) 太阳能热水器企业采取圈地扩张
- (三) 平板太阳能热水器向真空管热水器发起挑战
- (四) 水质的竞争在太阳能热水器产业中兴起
- (五) 太阳能热水器步入品牌竞争时代
- (六) 中国太阳能热水器将占主导地位
- (七) 太阳能热水器企业需采取竞合策略

二、2008年中国电热水器市场发展状况

- (一) 中国电热水器产业的发展演变
- (二) 新国标为电热水器业国企增加竞争优势
- (三) 即热式电热水器市场发展或将启动
- (四) 电热水器市场步入技术决胜阶段
- (五) 电热水器消费将步入安全时代

三、2008年中国燃气热水器市场发展形势

- (一) 中国燃气热水器产业发展的进步
- (二) 2008年中国燃气热水器市场
- (三) 燃气热水器市场20%不合格品面临淘汰
- (四) 中国燃气热水器产业正走向"高能效"时代

第七章 2008年中国各地区太阳能热水器的发展状况

一、华东地区

- (一) 上海市太阳能热水器推广阻力大
- (二) 山东德州市太阳能热水器非常普及
- (三) 浙江太阳能热水器年增长达30%
- (四) 浙江省湖州市太阳能热水器消费状况调查
- (五) 浙江省宁波市推广太阳能热水器面临的难题及对策
- (六) 江苏地区太阳能热水器品牌调查
- (七) 南京市太阳热水器市场现状
- (八) 江西省太阳能热水器市场状况
- (九) 福建省太阳能热水器市场发展状况

二、华南地区

- (一) 广东省太阳能热水器市场状况
- (二) 广东江门市太阳能热水器推广应用将加速

- (三) 广东河源市在农村推广太阳能热水器
- (四) 广东太阳能热水器市场发展前景看好
- (五) 海南太阳能热水器利用率较低
- (六) 海南省太阳能热水器推广应用进展
- (七) 海南强制性推广太阳能热水器惹争议

三、华北地区

- (一) 北京市太阳能热水器市场
- (二) 天津太阳能热水器市场发展状况
- (三) 河北石家庄市太阳能热水器市场状况

四、东北地区

- (一) 太阳能热水器在沈阳不温不火
- (二) 大连新宅要强制装太阳能热水器
- (三) 黑龙江省太阳能热水器的推广应用向好

五、其他地区

- (一) 云南太阳能热水器市场存在的问题
- (二) 西藏热水器等太阳能利用较广泛
- (三) 制约宁夏太阳能热水器发展的六大问题
- (四) 河南郑州太阳能热水器市场具有巨大的发展潜力

第八章 中国太阳能热水器行业重点企业

一、山东皇明太阳能有限公司

- (一) 公司简介
- (二) 公司经营状况
- (三) 皇明自主研发太阳能光热产品装备“雪龙”进入南极
- (四) 2008下半年皇明拟登陆A股市场
- (五) 皇明把经销商看做终端商的渠道策略
- (六) 皇明太阳能集团发展的蓝海战略

二、北京清华阳光

- (一) 公司简介
- (二) 清华阳光太阳能热水器领先夺取中国名牌称号
- (三) 清华阳光“双核舱”太阳能热水器上市
- (四) 清华阳光发展壮大的道路

(五) 清华阳光革新技术拓展广东市场

三、山东力诺瑞特新能源有限公司

(一) 公司简介

(二) 公司经营状况

(三) 山东力诺瑞特领跑太阳能热水器行业

(四) 力诺瑞特开创太阳能与建筑一体化的里程碑

(五) 2008年力诺瑞特真空管集热器示范工程通过国家验收

四、武汉力诺太阳能集团股份有限公司

(一) 公司简介

(二) 力诺太阳的营销网络

(三) 力诺太阳是首个太阳能光热整体上市企业

五、山东亿家能太阳能有限公司

(一) 公司简介

(二) 亿家能取得行业第一批国家免检产品称号

(三) 亿家能结束太阳能的半成品时代

(四) 亿家能被评为中国成长最快的企业之一

六、江苏扬州市华扬太阳能有限公司

(一) 公司简介

(二) 公司经营状况

(三) 华扬太阳能售后服务是品牌发展的关键

(四) 华扬太阳能服务营销与品牌塑造简析

第九章 2008年中国太阳能热水器与建筑结合状况

一、2008年中国太阳能热水器与建筑结合概况

(一) 太阳能热水器与建筑一体化介绍

(二) 太阳能热水器与建筑结合五个发展阶段

(三) 中国太阳能热水器建筑一体化研究

(四) 太阳能热水器与建筑结合的新尝试

二、2008年中国各地太阳能与建筑结合动态

(一) 广州公共建筑计划推广太阳能热水器

(二) 河北太阳能热水器与建筑相结合状况

(三) 浙江永康太阳能热水器与建筑一体化试点

(四) 云南省50%新建筑达到节能要求

(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

三、2008年中国太阳能热水器与建筑结合的技术

(一) 中国太阳能与建筑一体化技术已经基本成熟

(二) 太阳能建筑发展的技术途径和策略

(三) 太阳能热水器供暖住宅建筑设计要点

(四) 诱导式分体太阳能热水器优势与经济效益

四、2008年中国太阳能热水器与建筑结合存在的问题及发展对策

(一) 太阳能热水器与建筑一体化障碍颇多

(二) 中国太阳能建筑存在的问题及发展建议

(三) 建筑标准是未来发展的技术保障

(四) 产业发展应与建筑相结合同步进行

(五) 与建筑亲密结合的普及发展之路

第十章 2009-2012年中国太阳能热水器行业发展及投资前景

一、2009-2012年中国太阳能热水器行业前景

(一) 太阳能热水器市场前途看好

(二) 太阳能热水器市场发展展望

二、2009-2012年中国太阳能热水器行业的发展趋势

(一) 中国太阳能热水器行业的发展方向

(二) 水质洁净型太阳能热水器欲成行业发展新方向

(三) 太阳能热水器市场趋势展望

(四) 太阳能热水器市场将出现品牌化趋势

(五) 太阳能热水器的市场渠道趋势简析

三、2009-2012年中国太阳能热水器市场预测

(一) 中国太阳能热水器市场供给状况预测

(二) 中国太阳能热水器市场需求状况预测

四、2009-2012年中国太阳能热水器专卖店攻略

(一) 太阳能热水器专卖店开业准备

(二) 太阳能热水器专卖店开业方案设计

(三) 太阳能热水器专卖店选址四大误区

(四) 太阳能热水器专卖店运作模式的探讨

五、2009-2012年中国太阳能热水器营销策略

- (一) 太阳能热水器市场营销战略重点
- (二) 科学方法建太阳能热水器营销网络
- (三) 旺季多做促销，淡季重做品牌
- (四) 太阳能热水器营销创新的道路
- (五) 太阳能热水器经销应转换思路
- (六) 太阳能热水器经销商售后服务攻略
- (七) 太阳能热水器企业要注意品牌经营

六、2009-2012年中国太阳能热水器行业投资

- (一) 中国太阳能热水器行业投资环境
- (二) 中国太阳能热水器行业投资机会
- (三) 中国太阳能热水器行业投资风险

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/25002.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。