

赵永红：致力于做光伏行业“空间提供者”

三月初春，笔者带队北上烟台，去参加一场由建筑行业两家国家级行业协会共同举办的光伏遮阳应用小型研讨会，和笔者一起被这场小型跨行业讨论会吸引的，还有光伏老专家和几家浙江的特色创新企业代表。

从研讨会上获悉，光伏遮阳标准《建筑用光伏遮阳构件通用技术条件》已由住建部正式发布。

光伏应用到建筑之上，特别是应用到更容易界定产权的建筑空间之上，这项行业引领性标准的宣贯会议上，出现了一个充满跨界味道的新名词——“光电遮阳建筑”。主持此次会议的行业专家评价说：通过家家户户的光伏遮阳应用，建筑由耗能单元转变为造能单元，这无疑非常具有突破性的意义。

从荒山荒坡之上的地面光伏电站，到建筑屋顶上的分布式光伏电站，再到每家每户的建筑光伏遮阳应用，国内光伏应用市场正呈现着越来越多的可能性。

笔者一向认为，判断一个行业是否真正成熟的标准，就是看它是否正在进入千家万户。这也正是许多行业的发展之路，比如手机、汽车、电脑、无线网络等等。

不过，前途很光明，道路也很曲折。面对未来的大市场，今天的我们，该如何去拓展出属于自己的市场空间呢？

1面粉到面包的转型？

当面粉的价格越来越透明而利润也日趋微薄，这时候，面粉厂的老板开了一家面包厂，开始转行卖面包。作为读者的您怎么看？

这是一种积极的转型升级吗？或者，是一种供给侧改革吗？

假如市场上的面包店本来就已经有很多了，那么，面粉厂老板是不是从一个低价竞争行业，又跳入到了另一个很可能也已经或者即将面临低价竞争的行业了呢？

假如面包店很少，或者几乎没有，则面粉厂老板是否又面临着要培育新的市场需求的压力？对于只有卖面粉经验的面粉厂老板而言，无疑挑战不小。

此时，面粉厂老板心中的目标就很重要。如果只以销售更多面粉为目标，那么培育新市场，无疑就成了一个极为糟糕的活儿，老板很可能就会日日抱怨自己生不逢时了。

而如果志向转变为“做一个优秀的新型面包商”，并因为更懂得面粉的专业知识，从而知道怎么去把面包做得更好，则结果可能会全然不同。

而如果不仅知道怎么把面包做好，还去研究不同的人群有不同的口味，从而做好不同人群的服务，那就是制造业向服务业的结构性大转型了。最重要的是“转”，是心态上成为一个服务业者。

还有一种可能性，不卖面包，还是卖自己的面粉，但找到更专业、更用心的面包商合作，从面粉的角度去帮助他们做出让市场更喜欢的面包，通过成就面包商来成就自己。如此，变由一家专业的面粉商，升级成为了为那些用心的、专业的面包商提供服务的服务商！

那咱们光伏行业的“面粉厂”，又怎么去理解自己和市场的关系呢？

2自产自销的突围？

烟台鼎城公司的光伏遮阳示范项目，正是利用自身的房地产商背景优势，先期做出一个新应用的落地。毕竟，无人见过的新事物，需要先让大家认识一下。

鼎城光伏公司在山东烟台建设的光伏遮阳示范项目。该公司依托鼎城集团，后者是当地是一家大型房地产开发集团公司。

然而，放眼国内光伏市场，各种自寻出路的努力，则让人看得眼花缭乱。

比如，众多的光伏组件企业变身光伏电站投资商，在消化自身产能的同时，又在不断扩大产能；又比如，光伏辅料配材企业变身光伏电站投资商，以消化客户抵债过来的物资，而同时，新的抵债物资又不断输入；再有，与光伏有关的各种产品的生产者，都在利用自己在本地的人脉资源优势，或者在资本市场上的金融优势，投资规模化光伏电站，以放大自己的产品销售。

其中，甚至不乏一些认了真的“自产自销”者，还制定了宏伟的目标，希望无限延续这种自产自销的模式。

的确，投资带动销售，大投资，大业绩，大量资源带动，更易有成就感。但笔者想说的是，也许我们该好好思考一下，这到底是一种创意的突围呢，还是一种大大的危险的诱惑？

3到市场中自由流动

笔者拜访一家会员企业，听企业负责人聊起，其产品无需大力推销便在美国市场热销的事情。原因很简单，只因当地安全法规的规定，使得该企业所研发生产的这一类产品，成为市场上的唯一选择，而这家企业是全球不多的批量化生产该产品的几家企业之一。

国内市场里就难啦！这位老总叹道。不过，他说，最近有一家电站开发商慕名而来，希望能与自己合作去争取一个投标机会。

笔者的好奇心不禁被引发出来了，是什么原因使得这家电站开发商愿意放弃市场上的便宜产品，而选择我们这家会员企业的价格更高的产品呢？何况，这还是在光伏电站开发商们都在拼命降低投资成本的背景下。

原来，这家主动找上门来“买高价”的开发商，是希望通过采购质量更好的产品，来确保自己可以实现项目标书对于质量承保和服务承保方面的要求。自然，一番经济账算下来，还是划算的。显然，是标书的条款推动了创新产品的销售，而这，正是市场机制在发挥作用。

让市场机制发挥良性作用的前提，就是构建市场运作的边界条件，进而形成促进行业良性发展的体制。在这个有着清晰边界的体制之内，让市场的需求和供给，能够在市场规律之下自然流淌形成对接，市场就自然会良性发展起来。

而市场环境的边界、框架的建立，也就是一个“空间”的提供，这恰恰正是政府部门和行业协会所应着力之处。

而具体的市场供需所包含的内容细节，政府部门和行业协会则不易太过干涉。

然而，事实上，目前的行业标准大多为规范性的，因为定义了大量的细节要求，在很大程度上反倒成为了市场创新的最大阻碍。

要知道，新产品、新做法，在细节做法上，往往和传统产品的传统做法是冲突的。比如，建筑中幕墙玻璃的最小厚度、支撑钢板的最小厚度等，是否只要定义需要保障一些安全、性能等方面的测试要求就可以了呢？

在清晰的边界之中，抱持开放的态度，欢迎一切企业的一切创新做法，让市场的需求自动自然地流向创新的产品。

如此，专业的人做好专业的事，让创新做法和创新产品能够在和上下游之间自由交流、自由流动，而不是目前这样的“自产自销”——这实在是一种非流动的“死水”式的独角戏。

也许，这才是踏实靠谱的光伏行业结构转型的做法——也就是说，行业协会去积极发挥作用，以专业支持者身份协助政府部门做好边界和规则的制定，做好光伏市场的“空间提供者”，做好产业创新的“空间提供者”。笔者相信，这乃是当下正在进行的政府与市场关系改革的方向，也是行业平台所应努力的方向。

补贴，只是过渡性的政策扶持，其目标，本来就是为了培育出一个边界清晰、规则明晰的市场。

不是吗？

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/101835.html>