

## 站在分布式光伏发电的风口 傻子都能赚钱

在过去的十年，中国的产业经济中，如果还有另一个产业的火热可以和互联网相比，那也许是光伏。

“站在分布式的风口，傻子都能赚钱”。

户用光伏电站经销商刘冬生将雷军著名的“飞猪理论”改了改。在此之前，他是个建材生意小老板，按他自己的说法，在进入分布式光伏发电这片蓝海市场后，他焕发了事业第二春。

所谓分布式光伏发电，是相对于地面电站而言，利用工商业屋顶和居民屋顶建设的小型太阳能发电站。在欧美日等发达国家，分布式光伏早已普及，来自于闲置屋顶的电力成为能源结构中的重要组成部分。

在中国，分布式光伏的发展大幅滞后。自从2011年8月1日有了光伏发电补贴之后，部分大型光伏产品制造商和一批创业企业才开始开发这个市场。

彼时，中西部省份的大型地面电站是重点扶持对象，“五大四小”电力央企和部分实力雄厚的民企成为这个市场的主要玩家。

大型地面电站扎堆出现，但西部省份的消纳能力有限。此后，弃光限电等现象频现，监管层更是两度调低电价，地面电站从2016年下半年开始遇冷。

随后，分布式光伏开始被重点扶持，场景一如当年的地面电站，光伏的主战场也从西部逐渐转向了电力消纳能力更强的东部，从地面转向了屋顶，一场万亿市场规模的屋顶资源争夺战由此拉开帷幕。

当年通过地面电站出货的上游制造商突然调转船头，步调一致地杀入分布式市场，纷纷推出自己的户用系统品牌。以中民投为代表的投资企业，凭借雄厚的资本实力，外加金融杠杆，甚至推出了针对户用电站的“光伏贷”新商业模式。

刘冬生这样的经销商则犹如洪水猛兽，他们坐拥渠道优势，下沉到每一个乡镇，寻找每一个可以建电站的屋顶，说服每一个能被说服的老百姓，让他们自掏腰包，或者办理贷款。对他们来说，这是一次千载难逢的挣快钱的机会。

政策扶持、企业积极、经销商投机，在所有要素共同助推下，分布式光伏市场呈现出前所未有的疯狂。



来源：被访者供图

2017年，分布式光伏突然井喷，全国的户用光伏装机超过50万户，装机量超过2吉瓦（1吉瓦=100万千瓦）。这一年，也因此被称之为“分布式元年”。

但狂欢背后，乱象丛生。

### 等待风口

“看，这些可都是钱啊。”刘冬生爬上了一户农民家的屋顶，指着远处更多的屋顶说。

临近年关，河北高碑店市刮起了四五级大风，天气愈发寒冷。他衣着单薄，一阵寒风吹来，不免打了个冷颤，伸出去的手立刻收了回来。他丝毫没有下屋顶的意思，来年的财路，还得靠着这些屋顶。2017年，他在周边乡镇兜售了上百套屋顶户用电站，让他赚了几十万元。

但在两年前，刘冬生还仅是高碑店市东马营镇的一名普通建筑工程承包商。房地产市场的低迷曾让他十分沮丧。那时候，他对光伏一无所知。

中国光伏电站市场始于2009年。

为了加快国内光伏发电的产业化和规模化发展，监管层推出“金太阳工程”——采用财政补贴的方式支持不低于50兆瓦的光伏发电示范项目。

这些示范项目能够获得50%的补贴，偏远无电的地区补贴甚至高达70%。高额的补贴让光伏从业者趋之若鹜。

2011年，纳入金太阳示范目录的项目规模为677兆瓦。一年之后，飙升至4.54吉瓦，规模翻了近7倍，但真正按期竣工并网发电的比重还不到一半。这种“投资补贴”的刺激方式备受争议，也让光伏发电市场陷入各种乱象之中。

两年后，《国务院关于促进光伏产业健康发展的若干意见》出台，这个被业内称之为“光伏国八条”的政策明确提出“大力开拓分布式光伏发电市场”，鼓励各类电力用户按照“自发自用，余量上网，电网调节”的方式建设分布式

光伏发电系统。

作为配套政策，国家发改委随后出台《关于发挥价格杠杆作用促进光伏产业健康发展的通知》，对光伏电站实行分区域的标杆上网电价政策。

《通知》将全国分为三类资源区，分别执行每千瓦时0.9元、0.95元、1元的电价标准。其中，对分布式项目，实行每度电补贴0.42元。从此，中国光伏发电进入“度电补贴”时代。

在一系列政策引导下，部分企业和个人嗅到了其中的商机。

山东航禹太阳能有限公司董事长丁文磊便是其中一位。他曾在太阳能热电企业力诺集团工作10年。2013年7月，在《若干意见》出台后，丁文磊毅然辞掉高薪厚职，与几个朋友一起创办航禹，杀入到分布式光伏发电市场。

另一个嗅到商机的是英利。该公司创始人苗连生亦在这一年创办了保定英利分布式能源股份有限公司（下称“英利分布式能源”），开始布局户用电站市场。

让这些等待风口的人失望的是，分布式的“蓝海”并没有很快到来。在接下来的三年多时间里，那些早期入局者不得不苦苦支撑。

被苗连生委以重任的刘丁涛自从2014年5月加入英利分布式能源以来，最直接的感受是“那几年实在是太难了”。刘丁涛性格直率，作为英利分布式能源董事长，他自称走了很多弯路，在公司内部也曾被苗连生点名批评。

丁文磊则在创办航禹两年后，从2015年下半年开始，决定减少户用光伏，增加工商业屋顶光伏投入。相对来说，工商业屋顶光伏装机容量更大。

彼时，中国的光伏发电市场仍以中西部地区的地面电站为主。由于前期投资大，市场玩家大多以央企为主，部分实力雄厚的民企亦参与其中。

到2015年下半年，新疆、青海、甘肃等地区开始频繁出现弃光限电现象。

“电送不出来，并不了网，补贴不到位，很多硬伤开始出现。”丁文磊说。

从2013年到2016年，两次调低上网电价更是让地面电站雪上加霜。而此时，分布式光伏在政策上受到鼓励，不仅不受指标限制，补贴也没有下降。

2015年底，国家发改委下发《关于完善陆上风电光伏发电上网标杆电价政策的通知》，明确指出：2016年I类、II类资源区的地面光伏电站分别降低10分钱、7分钱，III类资源区降低2分钱。

《通知》还规定，2016年以前备案并入年度规模管理的光伏发电项目，如果在当年的6月30日前未并网，则执行新的标杆电价。

对电站投资方来说，赶在“6.30”前并网，将获得相对较高的电价，以及更高的投资收益。于是，在2016年上半年，中国光伏市场出现了大规模“抢装潮”，仅上半年并网容量就超过20吉瓦。



“别看那几分钱，一个大型的地面电站，可能会因为这几分钱损失几千万收入，所以大家才会那么紧张。”一位央企大型电站从业人员说。

地面电站的“丧钟”，开始奏响分布式光伏的凯乐。

### 分布式的春天

不过，截至目前，地面电站装机容量的占比仍然远远高于分布式发电。

国家发改委能源研究所原研究员王斯成曾在一次公开讲话中指出，中国光伏发电行业是个畸形的市场。“到2016年底，分布式装机量也就占13%多一点。”

国家能源局的数据显示，截至2016年底，我国光伏电站累计装机容量67吉瓦，分布式累计装机容量10.32吉瓦。

相比之下，欧美日等发达国家在光伏发电上的发展则以分布式为主。德国、日本、美国市场分布式光伏占比分别高达74%、86%和42%。



监管层显然也看到了这个差距。于是，政策层面开始对分布式的支持不断加码，以刺激资本流向这个市场。根据新规划，2020年，分布式光伏将达到60吉瓦。2015年，这一数字仅为6吉瓦。

协鑫新能源分布式事业部副总裁唐荣孚认为，国家能源局2016年6月3日下达的《2016年光伏发电建设实施方案的通知》是另一个重要的扶持政策。

该政策规定，“利用固定建筑物屋顶、墙面及附属场所建设的光伏发电项目以及全部自发自用的地面光伏电站项目不限制建设规模”。

“这意味着分布式不限指标了，没有规模限制。”唐荣孚对《中国企业家》记者说。

敏锐的光伏从业者开始察觉到，分布式光伏的春天真的要来临了。

在所有的光伏企业中，汉能显然是行动最为迅速的一家。汉能是全球最大的薄膜光伏公司，但由于涉嫌操纵市场，2015年该公司旗下香港上市公司汉能薄膜发电遭受香港证监会调查。

此后，汉能遭受了“5.20”暴跌。汉能薄膜发电的股价在2015年5月20日当天从7.01港元暴跌至3.88港元，跌幅达47%，市值蒸发约1300亿港元。

汉能内部人士称，这次暴跌后，汉能大伤元气。对汉能来说，当时急需“救命稻草”。很显然，汉能董事局主席李河君在分布式光伏上看到了希望。

2016年3月，汉能启动“金屋顶计划”，为工商业企业主提供包括能源咨询、施工建设、管理运维等的一站式绿色能源解决方案。仅当年上半年，汉能参与建设的全国单体规模最大的CIGS薄膜太阳能分布式电站就并网发电。

与此同时，在布局户用光伏电站上，汉能在行业内开始效仿当年家电行业的经销商模式，数百家经销商将汉能的薄膜组件产品推向了全国各地。

一位曾供职于汉能的人士接受《中国企业家》采访时称，在营销模式上，汉能开创了先河。“某种程度上，我认为汉能加快了户用光伏的发展步伐。”上述人士称。

总部位于江苏的协鑫集团同样反应迅速。该公司曾在2016年9月29日下发了一份《关于要求省公司落实“协鑫集团光伏分布式能源开发动员大会”精神的通知》。

这份通知要求协鑫集团各省公司立即行动起来，动员全体员工，利用节假日期间进行全员分布式业务开发，并最迟于9月30日下班前召开各省公司分布式能源开发动员会。

之后，越来越多的公司开始布局，并创立自己的户用系统品牌。

据《中国企业家》记者不完全统计，截至去年底，全国的户用系统品牌超过40家。为了拓展渠道，光伏巨头们纷纷借鉴经销商模式。

于是，在全国，像刘冬生这样的经销商如雨后春笋般涌现，数量已经超过一万家。他们中有的代理某个或多个户用品牌，有的则干脆自己拼装。

刘冬生坦言，他手上就拿着好几个品牌的代理。但他不愿透露具体品牌名称，因为“怕厂家找自己麻烦”。

这些经销商大多都是跨界玩家，那些平日里闲置无用的屋顶，如今成为他们眼中的“金馍馍”。刘丁涛说，整个市场集成商占了60%的份额。

“谁都没想到，去年整个分布式会那么火。”刘丁涛说，“实在是太火了。”2014年，英利旗下因能的营收仅为1000万，去年接近2亿元，同比翻了3倍。

行业爆发让另一单晶光伏巨头隆基股份发展迅猛。该公司去年单晶组件出货量超过4.6吉瓦，单晶硅片出货量达到10吉瓦，而在户用市场，其组件出货量超过400兆瓦，位居行业第一。

来自官方的数据更能说明分布式光伏市场的火爆程度。

国家能源局的数据显示，2017年，全国分布式光伏新增装机量超过19吉瓦，同比增幅超过360%，远超前5年分布式光伏总装机量，在新增装机量占比超过36%。

在户用市场，2017年户用装机更是上一年的3倍以上，浙江、山东、河北累计装机量均超过10万户，全国超过50万户家庭安装了光伏电站。

### 虚火繁荣

如果不是因能公司售后服务部职员崔胜波前来巡检，武增革根本不知道他自掏腰包装的电站存在如此多的问题。

崔胜波发现，武家电站逆变器被安装在了一层室内阳台，通风不畅。每天下午，太阳光都能直晒到逆变器上。

## 光伏主要上市企业分布式品牌统计情况



“逆变器就像电站的心脏，它最怕热，应装在通风好的地方，最好户外。”崔胜波一边说，一遍用仪器测量逆变器的温度。

逆变器是户用光伏电站标配的“三大件”之一，另外两个是组件和配电箱。但崔胜波发现，经销商为了省钱，甚至没有为武增革的电站装配配电箱。

配电箱的作用在于，当电网停电时，电站会通过它自动断开与电网的连接。如果没有配电箱，维修人员进行检修的时候将会有触电的危险。

“按理说，没有装配配电箱，供电局是不会让并网的，因为这是标配。”崔胜波说。他顿了顿，接着说，“或许人家（经销商）在当地关系够硬。”

经崔胜波介绍，武增革也才知道他家的电站除了缺乏配电箱，也没有监控系统，防雷击的接地线也已锈迹斑斑。

与崔胜波一同参与巡检的同事宋晓伟将武增革家电站的问题一一记在一张巡检清单表上。类似的清单，他已经写了几百份，每一份都将带回公司，最终形成报告。

与武家电站形成鲜明对比的是隔壁。两个月前，武增革的邻居把自己家的屋顶以每年1300元的价格租给了另一家经销商，后者所建的晶硅组件电站极为规范。

这个电站“三大件”一应俱全，整齐地被安装在室外墙体上的一个防雨棚下。在崔胜波和宋晓伟的讲解下，武增革

心里颇不是滋味。

“他（邻居）一年才1300块钱，十年也就13000元，我一年就7000块了，还是自己掏钱装划算，你说是不是？”武增革对《中国企业家》记者说。

对崔胜波和宋晓伟来说，这样的巡检结果早已习以为常。事实上，十天前，因能发布了全国首个家用光伏巡检报告。

截至1月29日，因能共计走访了21个省级行政区域，覆盖253个市级行政区域，1590个自然村，共巡检电站3165个。巡检报告显示，我国家用光伏涉及问题多达14项，涵盖设备、安装、运维、商业模式等多个方面。

其中，最突出的四个问题分别是：第一，适配性较差的组装产品占主要市场，尚未形成主导的系统品牌，系统整体的设计和匹配性较差；

第二，民众认知不足，没有认识到家用光伏电站是整体系统，只看价格，不重品牌和售后，上当受骗的案例很多；

第三，从业人员专业化程度不高，安装问题突出。如因设计安装不规范造成的遮挡问题非常严重，给客户带来巨大经济损失；

第四，售后服务能力不足，后续运维风险较大，很多都是电站装完即止的“一锤子”买卖。

“再过个一两年，那些集成商建的电站，很大可能会成为孤儿电站，没人管。”刘丁涛说。事实上，在山东巡检时，宋晓伟便遇到过一个“没人管”的案例。

一位女儿出于养老考虑，给她父亲安装了个光伏电站。但安装完成之后，安装商就不再管了，电站也没有任何监控，老人家不懂运维，导致电站半年不发电。

对分布式光伏的“低门槛”，丁文磊感触颇深。在山东禹城，2017年初包括航禹在内总共仅有两三家公司从事该行业，但到了年底，这个数字变成了13家。

“禹城只是一个县级市，就有这么多，可见门槛有多低，进入这个行业的人简直跟洪水猛兽一样。”丁文磊感慨说。在他看来，这些新进入者，目的很简单，就是赚快钱，他们在从事这个行业之前，甚至连光伏是什么都不了解。

协鑫集成（上海）科技有限公司副总经理于大鹏认为，当前的户用光伏市场跟早年间家电市场很相似。在供职协鑫集成前，他一直在家电行业工作，曾就职于TCL、海尔、皇明太阳能等公司。

“这个（户用光伏系统）很像早期的电脑组装，稍微懂行的人都可以随便攒一台电脑出来。”于大鹏说，“哪一天品牌电脑更便宜了，组装的才会没市场。”

“对老百姓来说，屋顶电站是投资品，而不是消耗品，是要赚钱的。”保利协鑫副总裁吕锦标对《中国企业家》说，“种种乱象背后，最终买单的都是老百姓。”

### “光伏贷”骗局

对于分布式光伏的种种乱象，刘冬生心知肚明。

他曾用过“次一点”的组件安装，也曾少装过配件，“反正他们（老百姓）也不了解，只要不出大问题就好。”刘冬生满不在乎地说。

但对于“光伏贷”，他声称暂时还“不敢碰”。一方面，他不太了解金融；另一方面，他做的多是“熟人生意”，担心“光伏贷”出现问题不好解决。

“光伏贷”是央行为了鼓励新兴产业的发展而下发的信贷政策，具有“免担保、低利率”等特点。

2016年底，国家能源局下发的《太阳能发展“十三五”规划》明确指出，“完善分布式光伏发电创新金融支持机制

，积极推动银行等金融机构与地方政府合作建立光伏发电项目的投融资服务平台”。

此后，各大银行为“光伏贷”开绿灯。统计数据显示，截至2017年年中，全国各地共有超过60家银行支持“光伏贷”，其中尤以各地方农商行最为积极。

在一则推广“光伏贷”的广告中，浙江绍兴恒信合作银行打出的广告语是“绿色光伏、伴您养老”。具体而言，老百姓“在自家屋顶建设一个分布式光伏电站，不光可以发电用，帮你省下一小笔电费，还可以享受国家20年补贴”。

这个项目由该银行全额出资，并对接浙江合大太阳能科技有限公司为农户安装光伏电站，农户“零支出”。

对普通老百姓来说，“光伏贷”最大的吸引力便在于不用自掏腰包，便可安装一个屋顶电站。但银行有比较严格的流程，这些流程一般用户并不了解。

一些深谙市场规则的经销商从中看到了巨大的商机。

他们先是与当地银行签订担保协议，缴纳一定比例的质押金。当电站发电收益还不上利息时，银行就会从经销商的质押金中扣除。

刘丁涛说，质押金的比例一般在10%，银行放贷期限在8~10年。期间，用户通过屋顶电站的发电收益还款，直至还清贷款。

但实际上要想贷下款来，用户必须提供房产证、户口本、身份证、宅基地证等六证。而银行批贷后，款项全部在经销商手上。

为了拿到更多贷款，市场上出现了大量“骗贷”现象。一些安装商会打着“免费”的幌子，跟用户先签订一个假合同，这个合同的价格一般会虚高很多。

之后，这些安装商会采用劣质材料进行安装。待安装结束，拿到供电局的购电合同后，便会带户主去银行签署贷款协议，户主需付30%首付，而安装商则从银行拿到了70%的贷款。

此外，由于采用了劣质材料和设备，屋顶电站的成本被压到最低。安装商即便仅拿到70%的贷款，同样能够从中谋取大额收益。

在山东巡检时，宋晓伟曾看到过这样的“骗贷”现象。一辆挂着黑龙江牌照的车停在他所巡检的地方，来自东北的车主正在“忽悠”当地老百姓拿出房产证和身份证办贷款装电站。

“这个电站装了之后，后期维护怎么办？”宋晓伟和同事当时就犯嘀咕。更让他感到惊讶的是，除了帮着办贷款，安装商还号称一个5千瓦的电站建好后，每天能发60度电。

在河北平山县，王志勇家安装的10千瓦电站2月10日当天的发电量不到40度电。宋晓伟经过了解才发现，每天60度电是按照西藏的日照条件计算的结果。

去年7月底，来自浙江衢州的市民姜女士差点上当。一位安装商找到了姜女士婆家，想以每年1500元的租金承租屋顶建光伏电站。

让她没想到的是，安装商第二天就开着小货车拉来30块光伏板打算安装。姜女士不放心，催着安装商要合同。经过仔细询问，安装商葫芦里卖的药并非租屋顶那么简单。

按照合同，户主要去银行以个人名义贷款8万元安装这个电站，每月按揭由安装商偿还。但实际上安装商未掏一分钱，因为按揭是从发电收益中扣除，而多余的发电收益仍归安装商所有。直到十年后，这个光伏电站才会归户主所有。

“万一每月发电收入不抵银行月供怎么办？万一安装商破产或跑路了怎么办，贷款上写的可是我的名字。”姜女士说。

在全国，类似的“光伏贷”骗局数不胜数，最终受损的都是贷款用户。这样的骗局也引起了各个地方政府的注意，纷纷发文提醒警惕“光伏贷”骗局。

2017年7月26日，山西省扶贫开发办公室发布的《关于扶贫领域防范各种形式行骗活动的通知》提到，一些骗子公司号称零首付不需要老百姓付费安装，只需要配合银行签署贷款协议，就可以在自家屋顶上建电站。

随后，在9月和10月，浙江省丽水银监局和山东省沂南县亦先后发文提醒警惕“光伏贷”骗局。

### “正规军”入场

对于“光伏贷”，刘丁涛非常谨慎。

在发布巡检报告的当天，一个客户找到了他，希望能够跟因能签订一个四方协议，但被他拒绝。

“我之所以不做贷款，一方面是条件不允许，银行要企业和设备商签署一个反担保协议，或者叫回购协议，如果还不上钱，企业就必须回购，这个我们现在做不了。”刘丁涛说。

据他介绍，目前“光伏贷”有两种模式，一种是“统贷统还”；另一种则是个人贷款，用户直接向银行贷款。“光伏贷”骗局大多发生在后面这种模式。

即便是一些正规的经销商，在贷款规模上来后，亦面临着“质押金”承压。“一开始推的很快，但随着规模上来了，抵押在银行的押金越来越多，资金很快就跟不上了。”刘丁涛说。

为了快速占领市场，一些大公司也开始尝试“光伏贷”。“正规军”的优势在于，资金实力雄厚，容易获得银行的大笔贷款，并且不轻易“跑路”。

在这些“正规军”中，中民投是实力最为雄厚的一家。

2017年6月13日，该公司旗下的中民新光有限公司（下称“中民新光”）正式推出新能源全产业链交互服务平台——“中民智荟”平台。

中民智荟采取的便是“统贷统还”的模式。

该平台上，供应商参与集采，由中民投进行光伏发电系统集成并购买各类保险，在通过平台进行家庭用户的导客之外，代理商将线下家庭用户导入这个平台。

“对供应商而言，拓宽了产品的销售渠道，与既有的分销渠道也不冲突，无需向平台支付任何费用。”中民新光常务副总裁、分布式事业部总经理包育栋称。

据他介绍，在“中民智荟”平台上，代理商的角色完全变了，不再是通过低买高卖这种模式获利，而将扮演一个全新角色。

具体而言，代理商在实际上变成了中民新光的非正式“销售员工”角色，无需为光伏发电系统垫付全款，在交付一定的押金之后，可以通过中民新光获取三倍的设备提货权益。

例如，某代理商拥有100万元资金，这100万元资金作为押金，加入平台之后获得3倍授信，假如每年周转10次的话，那么该代理商将实现3000万元的设备提货授信。

代理商的设备提货押金最终会退还，但代理商并非完全不需要支付其他资金成本，每年需要向中民新能缴纳一定的加盟费，在每次提货时还需要支付平台使用费和可按照约定条件返还的保证金。

在中民智荟的商业模式设计中，终端家庭用户也是重要的一环。家庭用户不再需要全额购买家庭光伏系统或者申请贷款，而是可以零首付安装系统。

在10~15年之内，在光伏发电设备的电费中拿出一部分向中民新能分期支付设备款和手续费，在支付完全款之后，

光伏发电设备就变成了家庭用户的资产。

中民智荟商业模式创新之处在于，在家庭户用光伏发电产业链中，通过规模化的平台，将代理商的平台使用费、保证金和押金等分散资金集中在一起，再以中民新能和中民投的资产作为担保，实现资金的放大。

最终，通过这笔资金的投资运营，核心主材供应商、代理商、家庭用户和中民智荟实现收益共享和风险分担。

去年上半年，天合光能凭借四五百人的经销商团队，高举高打，成为户用光伏市场的佼佼者。但在“中民智荟”推出之后，中民新光则成为最大的赢家。

在中民投之前，晶科光伏于2016年联合浙江民泰商业银行义乌市分行推出“全额贷”产品，重点支持农户及小微企业主建造光伏电站。

今年1月26日，逆变器龙头阳光电源宣布，该公司旗下家庭光伏业务与平安银行合肥分行签署全面开展光伏贷业务，平安银行为符合银行贷款条件的家庭用户、购买公司家庭光伏发电设备提供贷款服务，阳光电源为借款人提供保证金及差额补足的担保。

阿特斯户用事业部总经理石磊透露，在遴选了18家供应商之后，阿特斯正在筹划推出自己的光伏贷。

自从加入协鑫之后，过去的一年，于大鹏都在为公司的“光伏贷”奔波。在他看来，2018年，在户用市场，大企业如果没有“光伏贷”将很难玩转。

但在多位业内人士看来，所有“正规军”中，中民投背靠民生银行，拥有先天优势，无疑仍会是户用“光伏贷”市场中实力最强的一家。

## 监管刹车

当各路玩家摩拳擦掌地准备2018年的攻坚战时，2月2日，国家能源局低调地组织召开了一个关于分布式光伏发电的会议。

六家公司的主要负责人被召集，共同参与讨论《分布式光伏发电项目管理办法》（讨论稿）。一位参与此次会议的人士透露，参加这次会议的六家公司分别是大唐、华电、国电投、协鑫、隆基、晶科。除了三家央企，参会的三家民企均是国内工商业分布式市场的龙头公司。

当上述几家公司的负责人回到公司后，关于此次会议的内容立刻在整个行业内引起了轩然大波。讨论稿若正式颁布实施，对工商业分布式来说无疑是个打击。

去年11月17日，国家能源局综合司曾下发了关于征求《分布式光伏发电项目管理暂行办法》修订意见的函，提出根据新形势对原来的管理办法进行修订。在正式修订前，国家能源局召开了这次征求意见会。

“这是第二轮，节后（春节）可能还会有第三轮，届时可能就会正式对外发布了。”上述人士称。据他分析，新政实施的时间表有可能会在6月30日之前。

此次讨论中，国家能源局对分布式发电项目有了新的定义：一种是自发自用余电上网（上网比例不超过50%）且单点并网，总装机容量不超过6兆瓦的小型光伏发电设施；一种是全部自发自用，总装机容量大于6兆瓦但不超过20兆瓦的小型光伏电站。

另一个变化在于，分布式光伏的上网模式有了新的改变。户用项目可选择全额上网、自发自用余电上网和全部自发自用三种模式。

但小型光伏发电设施只能选择全部自发自用和自发自用余电上网两种模式，不能选择全额上网，并且自发自用余电上网比例不超过50%；而装机容量大于6兆瓦但不超过20兆瓦的小型光伏电站，只能选择全部自发自用。

此外，除了户用项目外，需要国家补贴的分布式光伏发电项目均需纳入规模管理。“也就是说，以后会像地面一样要指标了。”唐荣孚说，这显然与2016年下发的《2016年光伏发电建设实施方案的通知》相背。

一位行业专家甚至认为，若新规确定工商业光伏项目不能选择全额上网，只能采用自发自用模式，且纳入指标管理，将是我国分布式发展的当头一棒。

“因为我国分布式光伏发展前期主要依托工商业屋顶的开发建设，而工商业屋顶的开发主要采用‘全额上网’模式。”上述专家称。

对于50%的上网比例，唐荣孚认为很难做到。

“我们（协鑫新能源）前期做的项目中，有些自发自用比例能够高达80%~90%，但大部分是很难达到这个要求的，比如说物流地产项目，自我消纳能力有限。”唐荣孚说。

据上述参加能源局会议的人士透露，协鑫、隆基、晶科的代表均在会上发表了统一的意见，即希望在《管理办法》正式出台前要有个过渡期。

国家能源局之所以一改2016年的扶持态度，转而限制工商业分布式的发展，与分布式在2017年发展“过热”有关。

官方数据显示，2017年全年新增装机量约53吉瓦，同比增长超过53.6%，累计装机量130.25吉瓦。其中，分布式光伏装机19.44吉瓦，同比增长3.7倍，累计29.66吉瓦。

“按照‘十三五’规划，我国到2020年分布式光伏的目标是做到110吉瓦，按照现在的增速，太快了。”石磊说。在他看来，这是能源局“出手”的原因。

唐荣孚认为，另一个限制分布式原因跟可再生能源补贴资金缺口过大有关。“市场空间的问题解决之后，补贴拖欠就是目前最大的问题。”

据王斯成介绍，截至2017年底，可再生能源补贴资金拖欠高达1100亿元，预计2020年补贴资金缺口将超过3000亿元。

### 良币驱逐劣币

对于2018年，刘冬生寄予厚望。但他也明显感觉到，户用光伏市场正在悄悄地发生着他所不知道的变化。

这种变化或许来自于，在政策扶持和市场引导下，越来越多实力雄厚的大公司开始在户用光伏市场发力，它们会在很短的时间内挤压经销商的空间。

在于大鹏看来，户用光伏市场类似于家电行业，迟早会迎来品牌时代。“过去很多人会去攒电脑，当品牌电脑的价格开始跟攒机上的价格一样时，就不会再有人去买组装机了。”于大鹏说。

隆基股份创始人、总裁李振国对《中国企业家》记者说，如果说过去分布式市场是“劣币驱逐良币”，那么2018年将会是“良币驱逐劣币”。

早在去年7月18日，隆基就以实际行动对“劣币”宣战。当时，李振国当着众多业内权威专家的面，直接宣布分布式光伏已经进入3.0时代。

“分布式3.0”是隆基在分布式领域内首次提出的概念，其最大特征是单一组件功率将达到300瓦以上。过去，分布式市场充斥着低质低价低功率产品。

在李振国看来，分布式应该是一个B2C的行业，应用在屋顶分布式的产品应该更加高效、更加安全、更加美观。但现实却与之相反。

他当时预测，在提出分布式3.0之后，到2018年一季度，整个分布式市场超过三分之一的产能都会是300瓦以上的组件。

同样计划在分布式市场推出功率在300瓦以上组件的公司还有阿特斯。作为行业领军企业之一，阿特斯向来以稳健示众。

在分布式光伏领域，阿特斯拥有9年的海外开发经验，其推出的“Sungarden”户用光伏发电系统整体解决方案在加拿大和日本是业内公认性价比最高的户用系统之一。2009年至今，阿特斯累计为超过10万国外家庭提供并安装了太阳能发电系统。

“日本客户是世界上最挑剔的客户，但被我们征服了。”石磊说。

尽管拥有丰富的海外户用市场开发经验，但在国内，阿特斯在户用光伏市场的布局显得谨慎许多。该公司直到2017年10月17日，才决定把“Sungarden”推广到国内，并决定在户用光伏市场推广功率超过300瓦的组件产品。

在挑选经销商方面，阿特斯更加重视质量。四个月来，阿特斯总共才筛选了18家经销商。

“从组件的销售，到整个系统的销售操作还是不同，先把这18家服务好，先把发货、付款等各个环节捋顺，然后有计划地再推出第二拨。”石磊说。

在石磊看来，中国的户用光伏市场未来一定会形成几家大的品牌，市场容量预计每年在100万户左右，大概5吉瓦。这些大品牌在其中的份额在8万~10万户/年。很显然，阿特斯希望能够成为这个市场的排头兵。

按照规划，阿特斯计划未来三年每年发展300家经销商，累计经销商规模在1000家左右，并计划构建一个O2O的服务平台。

据石磊介绍，这个O2O服务平台能够管控经销商从接触客户开始，包括勘察屋顶、方案设计、安装施工等整套解决方案都实现线上线下打通。

“比如说安装材料，每个配件都有自己的码，在安装的时候扫一下，就知道它是从哪个库里出来的了。”石磊说。

同样预感到这种变化的还有欧阳家淦，他现任广州三晶电气股份有限公司总经理。

凭借户用市场的爆发及提早布局，三晶逆变器去年出货12万套。据欧阳家淦透露，三晶电气去年营收翻番，2018年的目标是10亿元。

但户用光伏市场逆变器产品同质化越来越严重，如何构建三晶的“护城河”是欧阳家淦想的最多的问题。为此，欧阳家淦搭建了一个30多人的互联网研发团队，开发出了一款自营、加盟、和第三方共存的“晶太阳”运维平台。

在协鑫总部一个会议室内，协鑫智慧能源互联网事业部副总裁施蔚东则与唐荣孚面对面地聊起了未来的合作空间。过去他们各自为战，尽管在一个楼里办公，但相互交流得并不充分。

在工商业屋顶发电即将被“限容”时，协鑫智慧能源正在摸索的微电网或许能够解决这个难题。

“我们还有售电业务，比如说，唐总开发出来（工商业屋顶）电站，完全可以交给我们嘛，我可以利用我的资源帮你卖电。”施蔚东说。

“这个很好，看来以后我们要多交流。”唐荣孚笑着说。

所有人都知道，行业的大洗牌已经来临，集体狂欢的日子也将一去不复返。（文|《中国企业家》记者 严凯 周夫荣 编辑|尹一杰）

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/122239.html>