光伏逆变器企业生存攻略

近期，有不少业内人士纷纷向记者吐苦水，在安装分布式光伏系统的时候遇到了“奇葩”客户，由于很多业主对太阳能发电不了解，导致企业在分布式光伏推广中遇到各种各样的问题。

业主的种种担忧可以理解，特别是由其他行业进入光伏行业的企业，以及像中民投这样新进入光伏领域的企业，他们要合作的企业一定是在业内有积累，并且能够持续经营的企业。

9月12日，位于广州花都区的易玛时装衍发有限公司1MW分布式光伏项目顺利通过验收并网发电，这是广州市首批成功实现并网的分布式光伏项目之一。易玛时装负责人詹炳煌表示，“此次项目从规划申请一直到完成并网，我们的逆变器供应商全程跟进并管控。投资电站是件长远的事情，我们需要有诚信、有技术实力、能持续经营的战略合作伙伴。”据了解，该逆变器厂家是阳光电源。

要让客户为公司创造价值，首先企业必须设身处地替客户着想，了解客户的需求，如何给客户带来价值。除了产品的不断更新换代外，还需要更好的服务以及协同作战，从而以价值赢得信任。

技术升级周期：半年为行业标杆

亚洲最大的逆变器生产商，阳光电源副总裁郑桂标对记者说：“阳光电源从1997年成立以来，从学习者到领跑者，靠的是一次次的技术升级和自己研发。一款优秀的逆变器绝不是单纯地由高价元器件堆砌而来，其中元器件匹配以及逻辑算法才是我们阳光电源的核心优势。这种专注和坚持，赢得了长期合作客户的信任，也是我们保持市场占有率第一的最主要原因。”

光伏行业的发展从来都是迅捷多变。产品标准、技术升级、市场容量、客户要求等各方面都在快速变化和不断提升，制造商是否能跟随市场变化而推陈出新本身就说明了其自身的实力和市场可能的接受度。

据了解，国内目前逆变器平均技术升级周期大约为半年，阳光等几家领先的逆变器龙头周期则缩短为三个月，而国外厂家一般周期为一年甚至更长。这也是除价格因素之外，外国逆变器厂家在迅速多变的中国市场进展缓慢的又一原因。据业内人士介绍，某曾经在国内占据很大市场份额的外企，因为研发在国外，跟国内市场部门沟通成本过高，出现问题后往往要一年多才得到解决，导致国内经销商大为不满，转而自己建厂。而客户也从盲目迷信外国产品转为承认阳光电源等企业所树立的技术、质量标杆。

售后：比产品更重要

售后重要性超过产品本身，这不是哗众取宠。

如果一个公司产品一般甚至没有产品，但售后令客户满意，哪怕只做售后都可以成为运维公司生存下去。而一个没有售后的公司之所以还能存在，那是因为客户不愿意花精力起诉它或者做的时间短，问题还没出现。

迄今为止，光伏发电在全球范围大规模应用也只不过短短十年时间，在中国则仅仅四、五年，没有企业能保证逆变器不出问题。

虽然逆变器质保从五年提高到十年，到现在有企业提出二十五年质保的口号，但多少企业能够撑到二十五年？即使按十年质保来算，客户在选购逆变器时，也要想想这家供应商能不能再继续存在十年。

中国的逆变器企业在2010年前后出现了井喷式增长。2011年前后至少有数百家逆变器厂商出现在全球市场，但目前较为活跃的不过数十家，在国内市场业绩良好的不过十余家。有业内人士感叹，逆变器厂家头上一直悬着一个达摩斯克利剑：不知道前几年做的逆变器会不会出现大规模的故障。

某国内公司做为最早进入澳洲市场的中国光伏企业，前几年占据着澳洲市场最大的份额，但由于开拓市场初期不了解澳洲环境和气候，产品水土不服。出现问题后，据说该公司老板开始还想更换，后来发现退换货数量以集装箱计算，售后费用远超利润，因此拒绝退换。但这样不仅关闭了海外市场的大门，也坑害了经销商。

光伏一直是草根英雄辈出的行业，但领导农民起义的不一定都是朱元璋奠定近三百年明朝基业的强人，洪秀全这样

小有成就后安于享乐甚至在企业内部造神的“神棍”也为数不少。在选择逆变器之时至少要这家企业是否能合作十年以上？

一定的规模、过硬的技术、稳定的现金流是一个公司能够长期生存下去的重要特征。

记者不是“唯规模论”的拥趸，不认为越大越强。但在采购之时要想想，一年研发、一年铺垫，一年积累，三年的时间如果仍然维持在很小规模的企业，不会是好企业。此外，企业研发负责人的技术和金融背景，投资机构投资分析报告以及业内的口碑，都是判断该企业是否能够长期生存的参考指标。

同时，售后的金钱成本和时间成本也是重要考量。

与一位在光大集团做海外电站业务的员工对记者介绍：“售后问题不仅仅存在于中国企业，我们在德国的一个2.8 MW电站选用了德国的逆变器，结果在出现问题的时候，这家企业已经倒闭了。”现在他们面临着非常麻烦的维护问题：本土公司太贵，从中国选择逆变器但出现故障维护又是问题，而且中国工程师在德国操作电站也面临着诸多限制。

在中国光伏市场启动初期，客户仍然偏向国际品牌，但那些没有实现中国本土化的国际品牌的售后让这些企业头疼不已。“最后我们还是选择了阳光、特变这些国产品牌。”一位资深光伏人士如是说。

协同：用自己的差异化产品完善客户的价值链

在选择光伏零部件厂商时，最重要的组件和逆变器往往有很大区别：组件分出大致一二三线厂家，而逆变器则要具体到某个企业。逆变器的复杂程度和不确定因素远超组件，因此客户往往在选择方面更加慎重。

对逆变器企业而言，首先认识到要真正的了解客户缺少什么，需要解决什么问题，最关心光伏电站运营中的哪个部分，比客户自己还要更懂得光伏电站的运营，能给他们提出一些建设性的意见和建议。

目前光伏电站已经从以前的“西部、地面”的雷同模式中逐步走出来，发展了分布式、大棚、渔光互补等新的应用模式，同时对传统的地面电站也有了更高要求。未来的光伏电站趋势必定是“细节带来价值”的时代。而客户也会在应用的过程中，提出新的想法，新的需求。这样的优质客户会更倾向于能够与其一起协同发展，为其持续不断提供支撑甚至指点的公司。

郑桂标说：“以阳光为例，我们为客户提供了整体接入解决方案及应用产品，为客户在荒漠电站、山丘电站和分布式电站的不同应用分别给出最为贴心的设计方案。”

“例如阳光电源的分布式光伏电站解决方案，对分布式光伏电站常见的应用进行分类和特点归纳，阐明了分布式光伏电站应用环境具有明显的多样性；分析了用户、电网、投资人的需求，得出各方需求同样具有明显的多样性。基于此种情况，提出应该“因地制宜、科学设计”光伏电站。针对典型分布式应用场景，工业屋顶、商业屋顶、户用屋顶，推荐了典型系统解决方案。在典型方案中，选择阳光电源的设备和解决方案能让整个分布式光伏发电系统更安全、更优化、更智能、更高效。

这样与客户建立一种“学习型关系”，客户对阳光电源的信任也大大的增强，对阳光电源的产品倍加信赖，也为客户创造更多的价值。分布式光伏刚起步，对于屋顶业主来说，打折电价的收益不足以让他们动心。我们通过有针对性地开展沟通说服活动，努力提供专业的技术服务和安全保障。例如，帮助客户做一些有利于品牌形象提升的深度发掘。这样对他们来说，光伏发电既有经济效益，又有社会效益，名利双收。售后服务承诺有利于减少屋面业主的后顾之忧。阳光电源承诺屋面受损带来的影响大多由公司来负责，并考虑添加屋面财险等内容。”

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/tech/69891.html