

A light blue, semi-transparent world map is centered in the background of the slide, showing the outlines of continents and major landmasses.

光伏设备销售渠道探索

东峻智能（厦门）新能源有限公司





市场化带来的机遇



531后户用市场变化

- 小型工程商离场 工程商队伍逐渐稳定和市场控制
- 户用工程商备货意愿不强 有需求再采购
- 需求量小 时效要求高 厂家无法满足
- 采购量小，价格偏贵，有相对的利润空间
- 对售后要求高，厂家无法满足

小型工商业项目爆发

- 工商业业主自投项目增长 (<3MW)
- 业主对产品品质有绝对的要求
- 厂家难以做到对小型项目的跟进和针对业主的推广
- 工程商对利润的绝对追求和品控之间的矛盾
- 业主对产品质保和服务需求

制造端寡头化

- 组件 逆变器厂家趋于集中 寡头化
- 小品牌 本土设备厂生存空间挤压
- 组件端产品差异小 主要靠推广 品牌认可

- 小工程商真正需要的是咨询建议服务
- 市场现状交流 发展思路探讨
- 技术支持
- 相关政府/电力部门关系梳理
- 产品匹配 (小配件采购 库存设备代销)
- 项目合作

- 市场必然需要有能服务好中小工程商的渠道服务
- 渠道占比会越来越高 厂家后续必然重视
- 会产生有一定客户忠诚度 市场份额大的渠道服务商
- 渠道服务是设备 工程 外爆发的一个光伏细分领域，有着巨大前景



混乱的市场现状

户用 小型工商业渠道



- 厂家还是大客户思维 尝试探索渠道销售 无体系
- 对经销商没有筛选 培养
发展工程商成为代理商 没有价格保护 没有区域保护
- 对经销商无支持 压力都给经销
- 没有匹配的毛利给渠道开拓市场

厂家只是打着渠道的名义做直销，价格透明，没有任何利润，无法实质利用经销开拓占有市场

混乱的分销市场

- 品牌组件价格透明 没有利润
- 降级 贴牌组件 大规模冲刺市场
- 分销商多品牌操作，无法和厂家建立其利益联盟
- 倒货越来越多 真正去维护客户 培养客户无法生存

厂家不知道最终用户 无法提供有效服务 破坏了自己口碑和品牌
分销商无利润只能倒货，无法真正意义上维系客户，也给自己增加了很多风险

- 价格透明 工程商都了解我司采购价 无法产生利润 亏损
- 户用市场有较大的市场占比，但是工商业销售还处于开拓期
- 厂家对我司有一定的信任，会给予较大的支持，形成一定的区域优势

客户对于我司的服务相对认可，两年内未有大的客诉，有一定的优先选择
无法溢价，没有利润空间，还处于探索期

透明的价格，无法支持现在服务队伍，但不做服务就没有存在价值

厂家在上层销售政策上未能给渠道足够的支持，短期大投入做渠道必然亏损



谢谢

吴荣矾
18050063665
wu@djunsolar.com